



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](#)

工學博士 學位論文

마리나 서비스품질 평가모델 개발에 관한 연구

A Study on Development of
Marina Service Quality Evaluation Model



지도교수 이한석

한국해양대학교 대학원

해양건축공학과

심 미 숙

本 論文을 심미숙의 工學博士 學位論文으로 認准함.

위원장 송 화 철 (인)

위 원 최 도 석 (인)

위 원 조 우 정 (인)

위 원 도 근 영 (인)

위 원 이 한 석 (인)

2011년 12월

한국해양대학교 대학원

< 목 차 >

제1장 서론	1
1.1 연구배경	1
1.2 연구목적	3
1.3 연구방법 및 내용	3
1.3.1 연구방법	3
1.3.2 연구내용	4
제2장 마리나 개념 및 현황	7
2.1 마리나 개념	7
2.1.1 마리나 시설 분류	8
2.1.2 마리나 기능	9
2.1.3 마리나 시설 및 서비스 지침	13
2.1.4 마리나 운영시스템	16
2.2 마리나 현황 및 문제점	17
2.2.1 국제 마리나 인증제도	17
2.2.2 국내 현황 및 문제점	19
2.3 마리나 관련 선행 연구	21
제3장 서비스품질 이론적 배경	26
3.1 서비스품질 개념	26
3.1.1 서비스품질 측정 방법	26
3.1.2 서비스품질 관련 선행연구	32
3.2 지각된 서비스가치	37

3.3 고객(이용자) 만족	39
3.4 행동의도	40
3.4.1 재방문의도	41
3.4.2 구전효과	42
제4장 마리나 서비스품질 척도 개발	43
4.1 마리나 서비스품질 구성개념	43
4.1.1 마리나 서비스품질 개념화	47
4.1.2 마리나 서비스품질 정의	48
4.1.3 마리나 서비스품질 측정 방법	49
4.2 마리나 서비스품질 구성요인	50
4.2.1 마리나 서비스품질 차원	51
4.2.2 마리나 서비스품질 차원별 측정항목	53
4.3 전문가 타당성 검증	55
제5장 마리나 서비스품질 평가모델 설정	57
5.1 연구모형 설계	57
5.2 연구가설 설정	58
5.2.1 마리나 서비스품질 구성변인	58
5.2.2 서비스품질과 서비스가치	58
5.2.3 서비스품질과 고객만족	59
5.2.4 서비스품질 행동의도	60
5.2.5 서비스가치와 고객만족	60
5.2.6 서비스가치와 행동의도	61
5.2.7 고객만족 행동의도	61

5.3 변수의 조작적 정의 및 측정	62
5.3.1 marina 서비스품질	62
5.3.2 지각된 서비스가치	65
5.3.3 고객만족	66
5.3.4 행동의도	67
5.4 조사설계	68
5.4.1 예비조사	68
5.4.2 본조사	68
5.4.3 설문지 구성	68
5.4.4 분석방법	71
제6장 marina 서비스품질 평가모델 검증	72
6.1 분석결과	72
6.1.1 응답자 인구통계학적 특성	72
6.1.2 측정변인 기술통계	74
6.1.3 marina 서비스품질 측정항목 타당성 검토	77
6.2 연구모형 적합도 검증	90
6.3 가설 검증	92
6.3.1 가설 검증	92
6.3.2 가설 검증에 따른 결과 해석	97
6.4 직접효과와 간접효과	99
제7장 marina 서비스품질 측정항목 IP분석	100
7.1 중요도·성취도(만족도) 순위비교	102
7.2 marina 서비스품질 측정항목 IP분석	104

7.3 IP분석 결과	108
제8장 결론	109
8.1 연구결과	109
8.2 시사점	111
8.3 연구 한계점 및 향후과제	113
참고문헌	115
부록	128
설문지	128



〈표 목차〉

<표 2-1> 마리나 개념	7
<표 2-2> 마리나 분류	8
<표 2-3> 마리나시설 구성요소	12
<표 2-4> 마리나 운영시스템 수립시 고려사항	17
<표 2-5> 'Gold Anchor Award Scheme' 평가항목	19
<표 2-6> 기존 마리나 시설현황	20
<표 2-7> 서비스 항목별 중요성 인식 순위	23
<표 3-1> 서비스품질 측정모형의 비교	32
<표 3-2> 서비스품질 연구 요약	35
<표 4-1> 척도개발의 일반적 과정	45
<표 4-2> 마리나의 기능	48
<표 4-3> 마리나 서비스품질에 대한 제안 차원	52
<표 4-4> 마리나 서비스품질 측정항목 도출	54
<표 4-5> 마리나 서비스품질 측정항목	56
<표 5-1> 설문지 측정항목	70
<표 6-1> 표본의 인구통계학적 특성	73
<표 6-2> 측정변수의 기술통계 분석 (N=295)	75
<표 6-3> 서비스품질 측정항목에 대한 탐색적 요인분석	79
<표 6-4> 마리나 서비스품질 신뢰성분석	80
<표 6-5> 서비스가치, 만족, 행동의도의 탐색적 요인분석	81
<표 6-6> 서비스가치, 만족, 행동의도 신뢰성분석	81
<표 6-7> 외생변수 확인적 요인분석	84
<표 6-8> 내생변수 확인적 요인분석	86
<표 6-9> 상관관계 분석	89
<표 6-10> 연구모형 적합도	91
<표 6-11> 마리나 서비스품질 구성요소	93
<표 6-12> 마리나 서비스품질과 서비스가치의 관계	93
<표 6-13> 서비스품질과 만족의 관계	94
<표 6-14> 서비스품질과 행동의도의 관계	94
<표 6-15> 서비스가치와 만족의 관계	95
<표 6-16> 서비스가치와 행동의도의 관계	96
<표 6-17> 만족과 행동의도의 관계	96

<표 6-18> 모형의 가설 검증 요약	98
<표 6-19> 직접효과 간접효과	99
<표 7-1> 마리나 서비스품질 측정항목 중요도 순위	102
<표 7-2> 마리나 서비스품질 측정항목 성취도(만족도) 순위	103
<표 7-3> 중요도-성취도(만족도) 대응표본 t 검증	105
<표 7-4> 마리나 서비스품질에 대한 IPA 매트릭스 정리	107

<그림 목차>

<그림 1-1> 연구의 흐름도	6
<그림 5-1> 연구모형	58
<그림 6-1> 마리나 서비스품질 측정변수별 비율 분석	76
<그림 6-2> 외생변수 확인적 요인분석	85
<그림 6-3> 내생변수 확인적 요인분석	86
<그림 6-4> 연구모형의 적합도 검증 결과	90
<그림 7-1> 중요도-실행도 분석 모형	101
<그림 7-2> 중요도 만족도 평균비교	104
<그림 7-3> 마리나 서비스품질 중요도-성취도 매트릭스	106

A Study on Development of Marina Service Quality Evaluation Model

Mi-Sook, Shim

*Department of Architecture & Ocean Space
Graduate school of National Korea Maritime University*

Abstract

In Korea, policy interests in marine leisure sports are becoming considerably higher than them in the past, and investments in marine leisure sports industry are also increasing to cultivate such sub industries as marine leisure equipment, marina and etc. Therefore, coastal cities are actively competing to secure marina infrastructures to cultivate marine leisure industry. However, until now, their focus is just on securing standardized simple infrastructures, and few marina management and operation manuals have never been developed even if they are deemed to be a key element of marina competitiveness. In particular, public marina operation remains only at the level of simply managing facilities in the situation where there are no structured management guidelines that can satisfy users. Also, in selecting private management companies due to expansion of public marina facilities, it is hard to secure objectivity because of haphazard simple evaluation without evaluation factors considering users' perspectives. Therefore, it is the time not only to build key infrastructures of

marina but also to manage them efficiently in order to meet increasing demand for marine leisures. Thus, the purpose of this study is to establish marina service systematically by developing criteria reflecting the unique characteristics of service quality from a perspective of marina users.

This study measured service quality by using SERVPERF method presented by Cronin & Taylor(1992) and derived measuring items by reviewing related literature and using Internet data etc. Then, proposed service quality dimensions and items were verified by examining reliability and validity after conducting a survey with a total of usable 295 marina users. Accordingly, 5 dimensions were derived as service quality criteria, and 20 measuring items were presented. In addition, it was hypothesized that service quality factors will affect behavioral intention, satisfaction and service value of marina users. To verify such causal relationships, Structural Equation Model using AMOS 4.0 was applied and the empirical analyses showed following findings.

First, it was identified that marina service quality is composed of physical facilities, support service, employee attitude, activity program, and safety. Second, marina service quality showed significant effects on service value and satisfaction. Also, service value had significant effects on user satisfaction revisit and recommendation intention. It was also found that user satisfaction significantly affects behavioral intention. Third, marina service quality did not significantly affect behavioral intention including revisit and recommendation intention.

To find out a policy priority, IPA(Importance – Performance Analysis) was conducted by analyzing importance and performance(or satisfaction) of verified marina service quality measuring scales.

Finally all of the items have been loaded in 4 quadrants.

In the 1st quadrant where both importance and performance are high, such items were positioned as mooring facilities, professionalism of employees, responsibility of employees, kindness of employees, sea route sign facilities, port entry sailing management system, crime prevention system, and placement of on-site security personnel etc.

In the 2nd quadrant where a level of importance is high but a level of performance is low, items such as yacht repair shop, yacht checkroom, up and down temporary facilities, fueling & water supply facilities etc. were identified and they are to have more intensive efforts for better marina service.

In the 3rd quadrant where both importance and performance are low, such items were included as bathroom/shower facilities, commercial facilities, accommodations, use information provision, communication support (Internet, FAX) etc.

In the 4th quadrant where low importance but high performance exist, such items were positioned as event attraction(boat show, yacht match), residents leisure function, yacht school(yacht workshop) etc., and therefore, it was recommended to put invested efforts into other evaluating attributes.

However, regarding importance dimensions, most items except for some items were scored more than 4 points at a 5 points Likert scale and this means that users recognize most of service quality items as important. In addition, accommodations and commercial facilities showed the lowest points of 3.57 and 3.77, respectively, but their scores were still exceeding the average(3 points). The problem was that all items had lower levels of satisfaction, approximately around 2 points at the scale, showing dissatisfaction.

In conclusion, it was identified that most of marina service quality items had high levels of importance but low levels of performance, in other words satisfaction and thus it is recommended that most of service quality items that have been identified in this study as a service quality model for marina are to be considered for providing better marina service in Korea.



제1장 서론

1.1 연구배경

경제 발전, 소득수준 향상, 근로시간 단축, 맞벌이 부부 증가, 여행 빈도 증가, 통신기술과 교통 발전, 사회 구조 변화 등과 같은 사유로 인해 관광객들의 욕구에 있어서도 변화가 초래되고 있다. 특히 과학기술의 발달로 바다가 지니는 여러 가지 위험과 제약요인을 제거할 수 있는 능력을 보유하게 되었고 교통수단의 발달로 인하여 해양으로의 접근성이 높아지면서 새로운 관광활동의 대상으로서 해양관광에 대한 잠재적 수요가 빠르게 증가하고 있다. 또한 해양관광 참여인구가 지속적으로 증가하고 레저 활동 참여형태도 과거 해수욕장이나 바다낚시 위주에서 벗어나 해양레저 스포츠 활동의 비중이 크게 늘어날 것이며 이들의 활동형태도 매우 다양할 것으로 전망된다.

실제로 해양에 대한 관심이 높아지면서 해양레저 참여 인구가 점차 증가하고 있는 추세이며, 부산, 경남, 울산 등 동남권 뿐만 아니라 경기, 전남 등 해안을 끼고 있는 지방자치단체들이 마리나, 다기능 여항 건설계획을 내놓고 있다. 또한 점차 해양레저 스포츠의 인프라에 대한 투자가 활발하게 일어나고 있으며 동호회 등 해양레저 인구의 저변이 점차 두터워지고 있어 해양레저시장의 형성이 점점 가시화되고 있다.

이러한 여건변화에 부응하여 정부에서도 해양레저에 대한 정책적 관심이 과거에 비해 크게 높아지고 있으며, 해양레저장비산업 육성 등 해양레저 스포츠 산업 육성에 대한 정책적 투자도 증가하고 있다. 정부는 2009년 12월 해양스포츠 활성화를 목적으로 제정한 ‘마리나 항만의 조성 및 관리 등에 관한 법률’ 마련을 계기로 마리나 조성에 적극 나서고 있다. 실제로 국토해양부는 2010년 ‘중앙항만정책심의회 마리나분과심의회’를 개최하여 총 43개 마리나항을 확정된 가운데 2019년까지 연차적으로 마리나를 개발해 나갈 계획에 있다.

그러나 아직까지는 획일화되어 있는 단순 인프라 확보에 머물고 있으며, 안정적인 수요 및 성장기반이 취약하고, 해양레저 관련 인프라 및 제도적 뒷받침이 미비한 것이 현실이다. 또한 마리아의 이용자를 중심으로 한 운영 매뉴얼이 부족한 실정에 있으며, 공공 마리아 운영에 있어서도 이용자를 만족시킬 수 있는 관리지침이나 체계화된 관리·운영매뉴얼이 없어 단순 시설관리 수준에만 머물고 있는 실정이다. 따라서 해양관광 수요증대에 대비하여 이를 효율적으로 관리 할 수 있는 방안 마련이 필요한 시점이다.

특히 우리나라는 해양관광을 위한 자연적, 지리적 여건이 양호하지만 이러한 여건을 활용한 마리아시설 관련 연구 또한 부족한 실정이다. 지금까지 마리아와 관련된 국내연구로 입지조건 분석과 마리아 기반시설 조성, 수요분석, 경제성분석(송병화, 2010 ; 김성귀·홍장원, 2006 ; 이승길, 2005 ; 심기섭·김학소·장정인, 2007) 등의 연구는 이루어져 왔으나 마리아 이용객 측면에서 마리아 제공서비스를 객관적으로 판단할 수 있는 서비스품질 척도 개발에 관한 연구는 미흡하였다.

마리아 서비스품질은 요트나 보트 이용객이 해양관광·레저 목적지로서 마리아 선택 시 중요한 의사결정의 내용이 될 수 있고, 마리아 이용객을 위한 편의측면 뿐만 아니라 마리아 관리 및 운영측면에서 잠재 이용객들의 요구를 사전에 파악하여 충족시켜줄 수 있는 제공서비스를 구축할 수 있다. 이를 통해 이용객 증가 및 이용 후 만족을 이끌어 낼 수 있고 이용객의 기대서비스를 사전에 제시함으로써 긍정적인 이미지 구축에 영향을 미칠 것으로 판단된다.

따라서 본 연구는 새로운 관광수요에 따른 해양관광의 중요성과 마리아의 공급계획이 많은 지역에서 진행되고 있다는 점 등을 감안할 때 마리아에 대한 새로운 접근방법을 통하여 마리아 서비스품질에 대한 고유적 특성을 나타내는 척도를 개발하고 이를 실증적으로 적용하는 통합적 연구방법을 시도하여 마리아 서비스 품질을 체계적으로 정립하는 초석을 마련하고자 한다.

1.2 연구목적

본 연구는 우리나라 해양레저산업의 초기인 현 상황에서 마리나 이용 고객의 수요를 늘리고 유지하는데 필요한 서비스 관련 지표를 제공하고자 한다. 따라서 본 연구의 목적은 마리나 서비스품질의 고유특성을 반영한 척도를 개발하여 마리나 서비스를 체계적으로 정립하는 기반을 마련하는 것이다.

또한 서비스공급자가 제공하는 서비스 품질을 마리나 특성에 맞추어 설정한 후 마리나 서비스품질 평가모델 개발을 위해 서비스품질과 서비스가치, 고객만족, 행동의도 등 각 변수와의 인과관계를 구조방정식 모형을 이용하여 실증적으로 검증하고자 한다.

따라서 본 연구에 의하여 개발된 척도는 마리나 서비스 품질을 측정하는 중요한 도구로 활용할 수 있을 뿐만 아니라, 이를 바탕으로 재방문 유도 등 홍보 마케팅 전략 수립에도 유용하게 활용할 수 있다.

본 연구는 레저보트의 보관 및 계류시설과 상업시설, 숙박시설 등을 두루 갖춘 다기능 복합마리나를 대상으로 한다.

1.3 연구방법 및 내용

1.3.1 연구방법

본 연구는 마리나 서비스품질 개념정의와 척도개발을 위해 마리나와 관련된 국내·외 서적, 논문, 각종 간행물 및 인터넷 자료 등을 참고하여 측정항목을 도출하며, 전문가 면접을 통해 그 내용을 확인하고 보완하는 방식으로 이루어진다.

첫째, 구체적인 척도개발은 Churchill(1979)에 의해 제안된 척도개발 방법을 활용하는데, 먼저 마리나 서비스품질의 명확한 의미를 파악하고 개념을

정리하며, 마리나 각 기능별 서비스품질 차원과 그에 따른 측정항목을 추출한다.

둘째, 마리나 시설 관련 교수(1명)와 해양레저 및 스포츠 교수 (2명), 관련업계 10년 이상 종사한 박사급 전문가(1명)를 대상으로 심층면접을 통해 마리나 서비스에 대한 전문가 의견을 반영하고, 앞서 추출한 항목들 중 의미가 중복되거나 모호한 항목을 제거한다.

셋째, 마리나 이용객을 대상으로 위 과정에서 완성된 측정항목을 이용한 설문문항으로 예비조사를 실시하고, 예비조사를 통해 수정된 설문지를 이용하여 본 조사를 실시한다.

넷째, 수집된 자료를 이용하여 개발된 척도를 정제하기 위하여 통계패키지 SPSS 12.0과 AMOS 4.0을 활용한다. 탐색적 요인분석과 추가적으로 확인적 요인분석을 실시하며, 요인적재값, 개념신뢰성, 평균분산추출값(AVE : average variace extracted) 등 통계치를 활용하여 척도 정제와 집중타당성, 판별타당성을 검증한다.

다섯째, 마리나 서비스품질 평가 모델 검증을 위해 서비스품질과 서비스 가치, 고객만족, 행동의도 등 각 변수와의 인과관계를 설정하고 구조방정식 모형을 이용하여 실증적으로 검증한다.

여섯째, 검증된 서비스품질 측정항목을 SPSS를 이용한 IP분석을 통하여 중요도와 만족도를 분석하고 정책결정에서 우선순위를 알아본다.

1.3.2 연구내용

본 연구의 내용은 다음과 같다.

제1장은 서론으로 연구배경, 연구목적, 연구방법 등을 기술한다.

제2장은 마리나에 대한 정의와 국내외 동향 및 국내 마리나의 문제점을 살펴본다.

제3장은 서비스품질에 대한 이론을 비롯하여 서비스가치, 이용자 만족, 행동의도를 이론적으로 고찰한다.

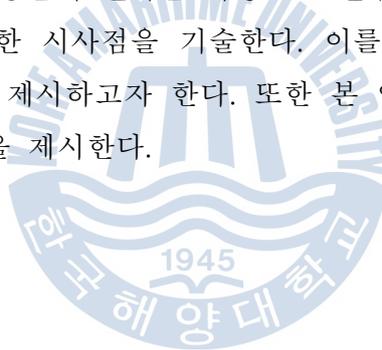
제4장은 문헌연구 고찰을 통하여 마리나 서비스품질 척도를 개발한다.

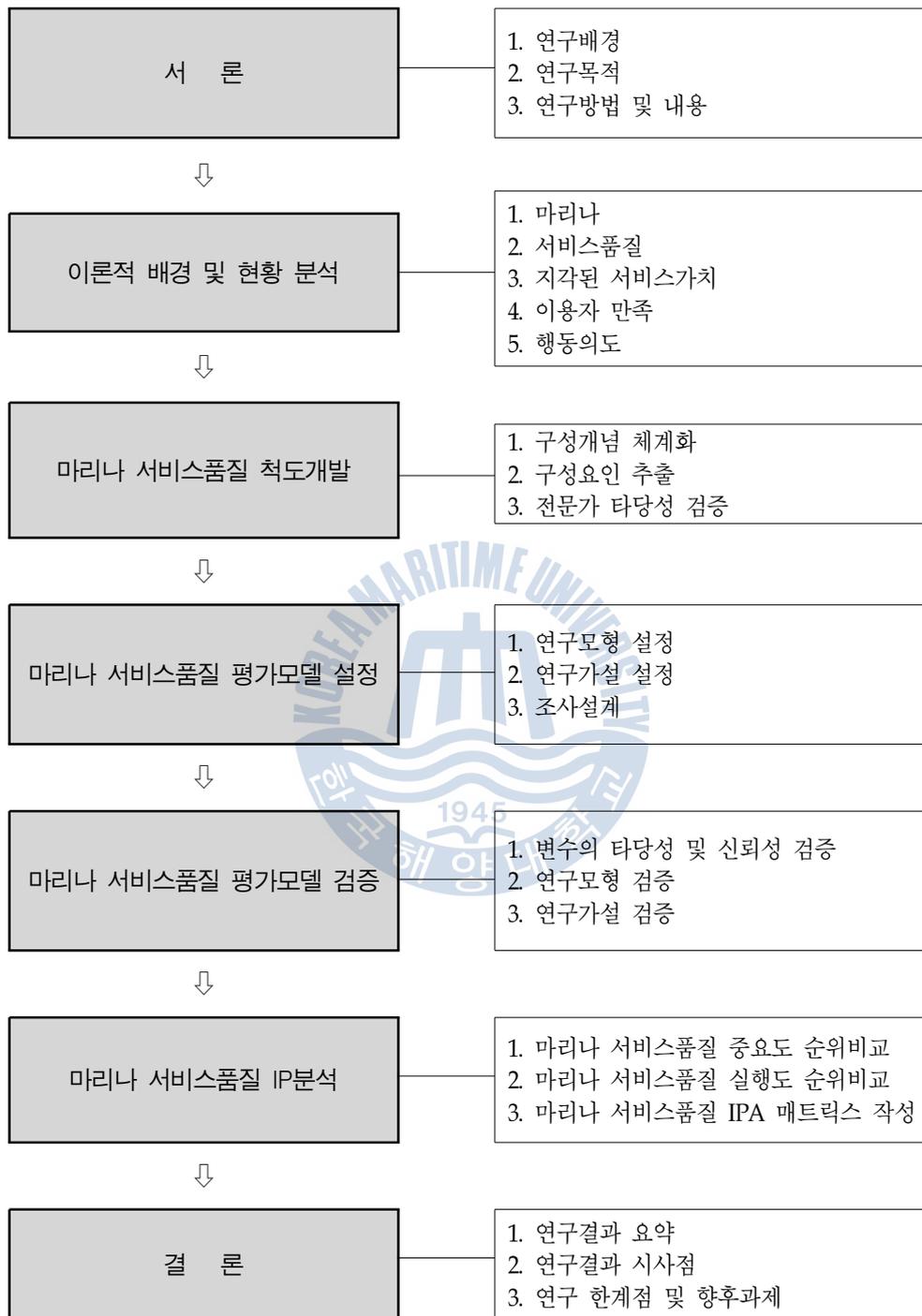
제5장은 마리나 서비스품질 평가모델 개발로 선행연구의 이론적 고찰로부터 얻어진 마리나 서비스품질과 이용객 태도 등의 인과관계 모형을 도식화한다. 이를 바탕으로 연구가설을 설정하며 각 구성개념의 변수로 사용될 측정문항을 설정한다. 또한 조사시기, 표본추출방법 등 조사방법의 체계를 기술하고, 자료 분석에 대한 구체적인 방법을 소개한다.

제6장은 연구모형을 실증적으로 분석한다. 인구통계학적 특성 등을 포함한 마리나 서비스품질 평가모형 검증으로서 연구모형에 사용된 개별변수들에 대한 신뢰성과 타당성을 검증하며, 연구가설 및 연구모형에 관한 실증 분석 결과를 제시한다.

제7장은 검증된 마리나 서비스품질 측정척도를 이용하여 IP분석을 실시하여 마리나 서비스품질 중요도-만족도에 대해 살펴본다.

제8장은 결론으로 실증분석 결과를 바탕으로 연구모형 및 연구가설을 비교·분석하고 이에 대한 시사점을 기술한다. 이를 바탕으로 마리나 이용활성화를 위한 방안을 제시하고자 한다. 또한 본 연구의 한계점을 밝히고 향후 연구과제의 방향을 제시한다.





<그림 1-1> 연구 흐름도

제2장 마리나 개념 및 현황

2.1 마리나 개념

‘마리나’의 용어 유래는 1928년 미국의 전국 엔진보트제조업협회가 다양한 종류의 오락용 보트류를 위한 계류시설, 수역시설 및 이와 관련된 다양한 서비스 시설을 갖춘 일종의 항만시설에 마리나라는 용어를 적용한 이후부터이다(국토해양부, 2006). 범위가 매우 넓고 커서 수천척의 보트를 수용하는 계류장을 갖고 배후에는 일반 호텔 혹은 보텔이라 부르는 보트인 전용의 슬립을 갖는 호텔과 아울러 임해 공원, 쇼핑센터, 기타 여러가지 서비스 시설을 갖춘 대규모의 것부터 작은 하천가에 10~20척 정도의 슬립을 갖고 약간의 수리장이라든가 사무실을 갖춘 소형의 마리나에 이르기까지 그 규모는 다양하다.

<표 2-1> 마리나 개념

구 분	마리나의 개념	비고(출처)
우리 나라	레저 선박을 계류, 보관하기 위한 수역시설, 외곽시설, 계류시설을 비롯하여 레저 선박 이용자에게 편의를 제공하기 위한 시설을 포함하는 항만 클럽하우스, 주차장, Boat Yard 외에 연수시설, 녹지 등 포함	항만 및 어항설계 기준
일 본	유람선을 계류·보관하고 이것을 매체로 한 해양성 레크리에이션에 필요한 각종 서비스를 제공할 수 있는 항만 유람선을 계류, 보관하기 위한 외곽시설, 계류시설에 그치지 않고 서비스를 제공하기 위한 모든 시설을 포함 Club House, 주차장, 계류장 등은 물론 호텔, 맨션, 쇼핑센터, 연수시설 등을 포함	항만법
프랑스	해변 오락센터의 의미를 지니며 해양성 레크리에이션의 기지로서 레저선박의 보관 계류시설과 함께 레스토랑, 낚시, 산책시설 외에 호텔 등의 숙박시설을 포함한 종합적인 레저시설의 총칭	

출처 : 김성귀, 홍장원(2006), 다기능 어항에서의 마리나 조성방안 연구

2.1.1 마리아 시설 분류

마리아 시설을 유형에 따라 다양하게 분류할 수 있으며, 국토해양부(2006)에서는 다음의 4가지 형태로 구분하고 있다.

- A종 마리아 : 대량의 지역수요에 대응하는 배치로서 대규모 도시근교
기지형 마리아
- B종 마리아 : 고수준의 보팅 수요를 대상으로 한 도시근교기지형 마리아
- C종 마리아 : 리조트형 마리아
- D종 마리아 : 중간피난항형 마리아

이밖에 성립조건과 건설형태, 개발주체 등에 따른 분류는 다음 <표 2-2>와 같이 정리할 수 있다.

<표 2-2> 마리아 분류

구 분	마리아의 분류	어항 마리아 관련성
성립조건	천연항 : 천연적인 만, 강입구 등에 형성 인공항 : 방파제 등의 외곽시설에 의존	주로 인공형
지리적, 지세적 조건	해항, 하천항, 호항, 운하항	해항
건설 형태	매립항 : 입지 부족 등으로 바다 쪽으로 매립하여 방파제 등을 건설 하여 만든 항 굴입항 : 저습지, 소만 등 바다 안쪽을 이용하여 만든 항	-
기능 및 역할	일상형 마리아 : 단기체류형, 대도시 근교 리조트형 마리아 : 장기 체류형, 숙박 체재형, 관광지 인근	일상형 마리아
대상보트	딩기보트 중심 : 필수최소한의 설비 구비, 경기용 마리아 크루저 보트 중심 : 대도시권 및 관광지 모터보트 중심 : 낚시 중심지	모터보트, 크루저 중심
정비관리 주체	공공 마리아 : 공공기관 건립, 직영(혹은 공사 설치 운영) 혹은 민간위탁 민간 마리아 : 민간 건립 및 운영 공사합동 마리아 : 자본 합동하여 건립, 직영 혹은 민간 위탁 운영	공공성 높음

출처 : 부산시(2010), 부산해역 마리아시설 개발 타당성 보고서

본 연구에서 마리나란 해양레저를 위한 종합기지로써 플레저보트의 보관 및 계류시설과 상업시설, 숙박시설 등을 갖춘 해양레저시설을 의미하는 것으로 국토해양부(2006)의 마리나 시설분류 중 A종 마리나에 해당한다.

2.1.2 마리나 기능

마리나는 친수공간에 활력과 친근감을 느끼게 한다. 해변의 경우 그간 항만과 어항이 특정인들의 전유물이었다면, 마리나는 불특정 다수에게 그 이용을 증대시킴으로써 바다에 대한 시민 관심과 접근성을 용이하게 하는 특성을 갖는다. 마리나는 보트 계류기능이 중심이 되는 기본시설을 비롯하여 다양한 기능이 요구되는 각종 편의시설과 문화시설의 복합체로 구성되어 있다. 국토해양부(2006)에서는 이러한 마리나 기능을 다음과 같은 10가지로 분류하였다.

(1) 계류기능

마리나 시설 중 가장 기본이 되는 시설이며 정온수역과 보트를 고정하기 위한 시설이다. 정온수역을 확보하기 위하여 천연의 후미진 곳을 이용하는 것이 경제적이거나 대부분 외곽시설을 정비하여 정온수역을 확보한다.

계류시설로는 안벽, 잔교, 부이 등이 사용되며, 조위차에 대한 대응, 승강의 편리성, 안정성, 정비비용 등의 관점에서 부잔교의 사례가 많다.

(2) 보관기능

계류기능과 마찬가지로 마리나 시설 중 기본시설에 해당되며, 보관형태로는 수면보관과 육상보관이 있다. 수면보관은 부잔교등 계류시설에 요트를 계류한 상태로 보관하며, 육상보관은 육상에 보트를 올려놓고 보트야드나 선박창고에 보관한다.

(3) 상하가 기능

육상보관의 경우 입·출항할 때 보트를 수면으로부터 육상으로 끌어 올리거나 내릴때 상하가가 필요하며, 수면보관의 경우 선박의 수리, 보수, 점

검을 위해서도 상하가가 필요하다.

(4) 수리·점검기능

보팅의 안전확보를 위해서 보트의 수리, 점검이 요구된다. 마리나에서 정비되는 수리시설에는 간단한 설비부터 본격적인 수리설비까지 다양하다.

(5) 보급·청소 기능

보관선박이나 방문자 선박을 위해 물, 연료, 식료 등의 보급이 필요하다. 또한 양호한 주변환경의 유지를 위해 쓰레기, 폐유 등으로 대표되는 폐기물 처리시설이 설치되어야 하며, 보트를 청소하여 쾌적하게 유지하기 위한 세정시설 또한 필요하다.

(6) 정보제공 기능

플레저보트 활동은 바다를 상대로 하기 때문에 기상, 해상에 대하여 안전상 필요한 정보 확보는 대단히 중요하다. 또한 마리나를 중심으로 한 여러 이벤트 정보까지 다양한 정보제공이 요구된다. 향후 해양성 레크레이션 활동의 활성화에 따라 이와 같은 정보제공 기능은 더욱 중요성이 높아질 것으로 예측된다.

(7) 숙박·휴식기능

이용자를 위한 휴식시설이 필요하므로 휴게실은 대부분 마리나에 구비되어 있다. 또한 정비비율은 낮지만 숙박기능도 구비한 마리나도 등장하고 있다. 그러나 숙박시설의 종류는 다양하고 일반객의 유치까지 겨냥한 등급부터 학생의 합숙을 중심으로 한 것까지 적합한 규모가 결정될시 시너지 효과는 더 크게 발휘된다.

(8) 연수·교육기능

플레저보트 중에서 뱃기요트에 대해서는 레저보다는 스포츠 색채가 강하여 수많은 강습회, 스쿨이 전국에서 개최되고 있다. 이용자층의 저변확대 관점에서 중요하며 부속시설로서 연수원과 연수·교육기능 충실을 위한 렌

탈선박의 구비도 필요하다.

(9) 안전관리 기능

외해 항해시 플레저보트 안전 확보도 중요한 사안이다. 마리나에서는 입출항 신고에 의한 이용자의 동향 파악 및 각종 보트가 범주·항행하기 위한 지도나 전망 시설에서의 감시, 감시정에 의한 순찰 등 관리, 운영면에서 중요한 기능의 하나이다.

(10) 문화교류기능

해양성 레크레이션 기지역할 및 지역교류거점으로서의 역할도 고려할 필요가 있다. 따라서 박물관, 자료관 등의 문화시설이나 이벤트광장, 집회장 등 교류시설의 정비도 필요하다.

한편 마리나의 구성시설을 이한석(2010)의 ‘해양레저활동의 기반시설’, ‘마리나항만의 조성 및 관리 등에 관한 법률’, 해양수산부(2006)의 ‘해양관광 기반시설 조성 연구’, STUL레저코리아(2011)의 ‘부산 북항 마리나시설 개발 및 관리운영계획’ 등을 참조하여 기본시설, 지원시설, 편의시설로 구분하여 다음 <표 2-3>과 같이 정리하였다.

<표 2-3> 마리나시설 구성요소

구 분	시 설 의 종 류
기 본 시 설	· 외곽시설 : 방파제, 방사제(防砂堤), 파제제(波除堤), 방조제, 도류제(導流堤), 갑문, 호안
	· 수역시설 : 항로, 정박지, 선류장(船溜場), 선회장(船回場)
	· 계류시설 : 잔교(棧橋), 부잔교(浮棧橋), 돌핀, 안벽(岸壁), 계선(繫船)말뚝, 계선부표, 선착장
	· 이동시설 : 경사로, 크레인, 보트 리프트, 램프 등 상하가시설(上下架施設)
	· 보관시설 : 실내외 보관시설(보트야드, 보트창고)
	· 선박보급시설 : 급유시설, 급수시설, 급전시설(給電施設)
	· 선박작업시설 : 수리시설, 세정시설(洗淨施設)
	· 안전 및 보안시설 : 관제통신시설, 안전시설(항로표지, 구조정, 감시정, 방화정), 보안시설(출입문, 울타리, 초소)
	· 방재시설 : 정보통신시설, 태풍 등 재난 대응시설, 화재예방 및 대응시설
지 원 시 설	· 환경시설 : 쓰레기처리장, 우수·폐수처리시설, 폐유처리시설
	· 관리시설 : 관리사무실, 프론트, 로비, 당직실, 화장실
	· 클럽하우스 : 응접실, 탈의실, 샤워실, 세탁소, 휴게실, 클럽룸(오너실), 헬스장
	· 교육연구시설 : 도서관(자료실), 마리나 관련 전시·홍보시설, 요트아카데미 등 교육시설, 세미나실, 마리나 관련 산업의 기술개발 또는 벤처산업 지원 등을 위한 연구시설
	· 판매시설 : 레저보트 및 수상레저보트 관련 각종 선용품 전문판매점
	· 통관시설 : C I Q 기능(외국 요트입항 시 지원기능)
	· 교통시설 : 주차장, 도로, 교량, 철도, 궤도, 운하 등 임항교통시설(臨港交通施設)
· 의료시설 : 배멀미 등 해상레저활동에 따른 간이 치료시설	
편 의 시 설	· 숙박시설 : 국제대회 등 외지인을 위한 숙박시설(호텔, 별장, 펜션)
	· 이용자 편의시설 : 레스토랑, 편의점, 커피숍, 식당, 바
	· 지역주민 편의시설 : 당해 마리나 공간 특성을 감안한 이벤트 광장, 컨벤션기능(웨딩홀), 해안녹지, 휘트니스센터, 해상전망데크, 조깅, 산책 등 시민커뮤니티 공간
	· 관광시설 : 당해 마리나 입지 특성을 감안한 전망대, 레저보트 관련 박물관, 캠프장, 야외영화관, 해상 낚시터, 수족관, 수영장, 해상택시, 해상버스, 크루즈

출처 : 이한석(2010), '마리나항만의 조성 및 관리 등에 관한 법률', 해양수산부(2006), STUL 레저코리아(2011) 등을 참조하여 논자 재구성

2.1.3 마리나 시설 및 서비스 지침

본 연구에서는 마리나가 계획되어지는 해양환경, 시설설치 규정, 안전관리 규정 등을 고려하여 마리나 시설 지침을 다음과 같이 설정하였다. 국내에는 서비스 시설을 위한 설계 및 시설설치 기준이 확립되기 이전이므로 해양레저 선진국가인 북유럽의 Baltic Sea Breeze를 참고한다. Baltic Sea, Marina Handbook에서 좋은 마리나란 다음과 같이 정의하고 있다. 첫째, 선착장의 위치가 쉽고 안전하게 접근할 수 있어야 하며, 주위의 자연과 건축 환경에 잘 통합되어야 한다. 둘째, 입항하는 보트가 쉽게 정박할 수 있으며, 보트의 입·출항이 용이해야 한다. 셋째, 마리나 근처에서 일어나는 다른 활동이 방문객을 방해하지 않아야 한다. 넷째, 정박지는 깔끔하며 개별 활동이 존중되어야 한다. 다섯째, 폐기물 및 유해 물질은 사람이나 환경에 피해를 주지 않도록 분리 배출되어야 한다. 여섯째, 화장실이나 샤워 시설 등 위생시설의 수가 충분하고 이용하기에 가까운 거리에 위치해 있으며 깨끗해야 한다. 일곱째, 선착장은 안전하고, 비상시 안전조치 정보가 게시되어야 하며, 적절한 소방 및 구명 장비를 쉽게 사용할 수 있도록 설치되어야 한다. 또한 구급 장비를 사용할 수 있으며, 비상사태에 대한 구조계획이 있어야 한다. 여덟째, 마리나 서비스의 이용 가능한 정보가 잘 제공되어야 한다.

구체적인 시설 지침을 살펴보면 다음과 같다.¹⁾

(1) 급유·급수 시설

오일과 휘발유는 화재 위험이 있으며 중금속과 수생 생물에 독성을 주는 탄화수소를 포함하고 있다. 이러한 독소는 플랑크톤에서 물고기, 조류와 인간에게까지 먹이 사슬에 의해 영향을 미칠 수 있다. 따라서 작은 양이라도 할지라도 물속에 쏟은 연료, 오일, 페인트 또는 기타 유해 물질은 매우 해

1) Marina Handbook, (<http://www.balticseabreeze.org>)

로울 수 있다. 또한 모든 유해물질은 가능한 활동공간에서 멀리 떨어진 곳에 보관되어야 한다.

보트 주유시 기름의 유출을 방지하기 위해 연료 노즐 주위에 깔대기나 흡수 패드를 사용하도록 하며, 연료 주유시 형겅을 이용하여 주유기를 잡고 사용한 형겅은 기타 유해 폐기물과 함께 처분해야 한다.

식수는 항상 사용 가능하도록 해야 하고 깨끗한 수질을 위해 정기적인 검사가 필요하며, 위생검사 표지판을 배치하여 표시해야 한다.

수돗물 또한 정박 부두에 배치하여 이용하기 쉽도록 한다.

(2) 보트세척 및 수리시설

보트 세척과 수리는 일반적인 오염의 원천이다. 보트 선체의 페인트는 종종 구리 및 기타 독성과 같은 중금속 물질을 포함하고 있으며, 보트 청소소에 사용되는 제품은 마리나 환경에 해롭다. 따라서 보트 세척 구역이 필수적으로 설치되어야 하며, 세척이나 수리 시 나쁜 물질이 마리나의 환경에 그대로 흘러 들어가는 것을 막기 위해 수리 및 청소 구역에는 오폐수 처리시스템 설치가 필수적이다. 또한 보트 수리시, 페인트나 다른 독성 물질이 땅에 닿지 않도록 바다에 방수천 등을 깔아야 하며, 규모가 큰 수리시 실내나 밀폐된 공간에서 이루어지도록 하여 먼지와 페인트 입자가 해양 환경을 오염시키지 않도록 해야 한다.

(3) 화장실 및 샤워시설

마리나는 쾌적하고 깨끗한 화장실 시설, 세면대와 샤워 시설을 제공해야 한다. 또한 세탁기와 사우나를 포함할 수 있다. 마리나의 깨끗한 화장실 시설은 보트이용객이 그들 소유의 보트 화장실 이용을 줄여주어 바다로 오염이 유출되는 것을 예방할 수 있다.

따라서 매일 규칙적으로 화장실을 체크하고 깨끗한 환경에서 샤워할 수 있도록 해야 한다. 만약 필요하다면 화장실과 샤워실을 잠궤 유지하고, 방문자가 직접 사용을 위한 키 또는 접근 코드를 발급받아 이용할 수 있도록 한다. 하지만 성수기에는 가능한 화장실을 개방하는 것이 좋다.

(4) 주차시설 및 대중교통

주차시설은 보행의 안전과 자유를 위해 중요하며 특정지역으로 제한되어야 한다. 또한 비수기동안은 보트 보관소로도 사용될 수 있다. 보트이용객을 위해 장기주차와 단기주차가 가능해야 하며, 대중교통을 이용하는 방문객을 위해 대중교통에 대한 정보나 시간표를 별도의 게시판이나 마리나 사무실에 게시하도록 하여야 한다. 만약 가능한 대중교통이 없다면, 셔틀버스를 제공하거나 자전거를 임대한다.

(5) 날씨정보제공

날씨정보의 제공은 보트이용객에게 중요한 정보이다. 정보 게시판이나 마리나 사무실에서 매일 업데이트된 날씨정보를 게시하여야 한다. 또한 보트이용객에게 바람의 방향과 세기, 해류, 조수 등의 정보도 제공되어야 한다.

(6) 이용정보제공

보트 이용객과 마리나 방문객을 위해 적절한 행동 규칙 및 규정에 대한 정보를 제공해야 한다. 게시되어야 할 정보는 유해 폐기물 및 석유 폐기물 처리시설, 재활용 및 쓰레기 처리시설, 응급구호 장비, 소방 장비, 공중전화, 공중시설(화장실, 샤워실, 세탁시설, 음수 시설 등), 주유시설, 보트 수리·세척시설, 마리나 사무실/클럽 하우스, 장애인을 위한 시설, 주차 구역, 보트 임대, 대중교통 이용정보 등이다. 이러한 정보는 방문객이 출입하는 바다와 육지에 게시하고, 책자 또는 팸플릿에 제공할 수 있다. 국제규모의 마리나는 둘 이상의 언어로 제공되어야한다. 안전, 환경, 행동 등에 관한 모든 중요한 정보는 마리나 정보 게시판에 게시하여야 하며 마리나 지도도 눈에 잘 띄는 곳에 게시되어야 한다.

(7) 활동프로그램 및 지원시설

마리나는 관광객과 시민뿐만 아니라 보트이용객들을 위한 곳이다. 그러

므로 마리가 방문객을 위해 제공할 수 있는 활동은 보트와 자전거 대여, 해변, 박물관, 또는 인근 관광 명소 유람이나 주변지역의 가이드 투어, 세일링, 응급구조 및 해양 생물 학습 등이며 어린이를 위한 놀이터, 레스토랑, 카페테리아, 상점 및 식품 매장 등의 시설 또한 제공된다.

(8) 감시 및 보안

마리나에서 보안 및 관리는 보트 이용자의 출발 및 도착 관리를 포함하여 그 지역의 안전과 질서 유지를 위해 필요하다. 특히 예외적인 상황(이벤트, 폭풍 등)에서 마리아 감독은 필요성이 증가한다.

(9) 안전성

안전은 마리아에서 가장 중요한 문제 중 하나이다. 따라서 다음과 같은 사항이 지켜져야 한다.

- 안전 조치는 직원과 방문객 모두가 사용할 수 있어야 한다.
- 긴급 피난 계획은 직원들에 의해 잘 숙달되어야 하며, 보안과 안전에 대한 직원 훈련을 실시하여야 한다.
- 적절한 구명 및 소방 설비, 구급 장비와 사용 가능한 긴급 전화가 설치되어야 한다.
- 매년 보안 검사를 수행하여야 한다.

2.1.4 마리아 운영시스템

마리아에 계류 중인 선박의 종류와 수 만큼이나 다양한 이용자들의 요구에 대응하기 위해서는 수상 및 육상시설의 이용요금 체계 확립, 입점업체 관리, 직원교육 등 효율적으로 운영이 가능한 표준(매뉴얼)수립이 필요하다. 이는 운영자(소유자, 관리자, 종사자 등)의 효율성을 증대시키고 이용자는 마리아시설 및 서비스 수준을 평가할 수 있는 기준으로 그 역할을 크게 네가지로 요약할 수 있다.

첫째, 마리아 운영과 관리의 역할 규정

둘째, 종업원의 역할과 임무 규정
 셋째, 안전한 마리나 운영에 관한 규정
 넷째, 수익성을 높일 수 있는 마리나 운영에 관한 규정
 이를 바탕으로 양질의 마리나 운영 매뉴얼을 확립하기 위해 반드시 포함
 되어야 할 내용은 다음 <표 2-4>와 같다.

<표 2-4> 마리나 운영시스템 수립시 고려사항

구분	내용
종업원규정	적법하게 설계된 종업원의 취업에 관한 규정
환경	환경보호, 공해방지, 선박쓰레기 관리, 폐유방재, 유독도료에 관한 규정
직무분석	직무분류, 조직 및 보고 체계, 책임과 의무, 요구자격 등에 관한 규정
응급사항	응급, 안전, 의료, 화재 등에 관한 규정
재무·회계 행정절차	예산·재무계획, 수납 및 등록관리, 기타 행정절차에 관한 규정
운영	고객, 계류, 입출항, 주차, 연락·통신, 연료, 안전 등에 관한 규정
안전관리	일일조건, 주간, 야간 검사 주간, 월간 검사에 관한 규정
역사	마리나 역사 및 마리나 철학(소신) 등의 관리 및 기록

출처 : 김승태(2011) Marina A to Z, Marina and Yacht, Vol.1

2.2 마리나 현황 및 문제점

2.2.1 국제 마리나 인증제도

해양레저 선진국으로 알려진 미국, 유럽, 호주에서는 관련협회 주도하에 국제적으로 마리나 등급을 결정하고 인증하는 제도를 시행하고 있으며 이 제도를 통해 이용자에게 마리나의 시설과 서비스 품질을 예측할 수 있게 도움을 준다. 또한 마리나 시설 조성시 국제적 표준에 부합할 수 있도록

기준을 제시한다.

대표적인 마리나 국제 인증제도는 영국 요트항만협회(TYHA-The Yacht Harbour Association)에서 인증하는 'Gold Anchor Award Scheme', 호주 해양 산업협회(MIAA-Marina Industries Association of Australia)가 시행하는 'Gold Anchor International Rating Scheme for Marinas', 독일 국제 해양인증 교육관(IMCI-International Marine Certification Institute)의 'Blue Star'등이 있다. 특히 23년 전통의 'Gold Anchor Award Scheme'은 세계적으로 가장 많은 마리나를 평가하여 인증했으며 이용객들에게는 더욱 향상된 마리나 시설을 제공하고 운영자 스스로가 마리나 서비스와 시설수준을 유지시킬 수 있도록 등급별로 골드앵커를 부여한다.

골드앵커마리나는 자가평가 즉, 마리나 평가(마리나 자질을 갖추기 위한 기본기준), 마리나 평가보고서(85%), 미스터리 쇼퍼 방문(10%), 선석 소유자 평가(5%)의 4단계를 거쳐 진행되며 가장 큰 배점을 차지하는 마리나 평가는 마리나의 분위기, 관리 현황, 마리나 규정, 마리나 주변환경, 계류선석의 시공현황 및 서비스 등 120여 가지 항목을 평가한다. 또한 평가기간 중 전문가로 구성된 미스터리 쇼퍼가 방문하여 마리나의 첫인상, 전문성, 시설을 다각도로 검토함으로써 객관성을 입증받고 있다.

<표 2-5> 'Gold Anchor Award Scheme' 평가항목

부 분	평가항목	배점
배치(Layout)	19	190
고객(Customer)	25	250
시설(Facilities)	17	170
서비스(Service Province)	9	90
장비(Equipment Province)	14	140
보건(Health & Safety)	5	50
환경(Environment)	5	50
유지보수(Maintain)	8	80
증명(Certification Inspection)	9	90
조직(Adequacy of Staffing)	13	130
TOTAL	124	1,240

출처 : 김승태(2011) Marina A to Z, Marina and Yacht, Vol.1

이에 따라 인프라 조성이 활발히 진행되고 있는 국내에서도 마리나 초기 계획시 시설과 서비스가 국제기준에 부합될 수 있도록 국제인증 기준을 반영하고 검토할 필요성이 대두되고 있다.

2.2.2 국내 현황 및 문제점

국내의 경우 국제적 수준의 요트마리나로 평가하기는 부족하지만 올림픽 경기를 위한 용도로 건설된 요트계류장인 부산의 수영만 요트장과 함께 통영의 금호마리나, 진해 마리나리조트, 삼천포 마리나, 그리고 전남 소호, 제주 중문 등에 육상 및 해상계류시설을 갖춘 마리나가 존재하고 있다.

<표 2-6> 기존 마리나 시설현황

이름	위치	시설·규모	비고
수영만 요트경기장	부산광역시 수영구	· 규모 : 448척 (해상:293, 육상:155) · 시설 : 국제회의실, 계측실, 광장, 슬립웨이 주차장 430면, 수리시설 및 관련업체, 프레스센터	공유수면 매립법
삼천포 마리나	경남 사천시 송포동	· 규모 : 해상 30FT급 22척, 육상 30FT급 동시 계류 가능	공유수면 매립법
진해 마리나 리조트	진해서 남문동	· 규모 : 해상 50척(해상:50) · 시설 : 수리용 크레인, 슬리프, 교육실습장, 전문A/S센터, 체험교실, 적치소, 콘도	공유수면 매립법
충무 마리나 리조트	경상남도 통영시 도남동	· 규모 : 130척 (해상:90, 육상:40) · 시설 : 요트클럽하우스, 요트수리소, 요트 급유소, 요트적치장, 콘도, 스포츠센터	항만법 (무역항)
중문	제주 서귀포	· 규모 : 150척 (해상:50, 육상:100)	공유수면 매립법
소호	전남 여수시	· 규모 : 100척(육상)	공유수면 매립법

출처 : 부산시(2010), 부산해역 마리나시설 개발 타당성 보고서

그러나 대부분이 요트관련 시설과 서비스시설이 계획적으로 완비된 것은 아니며, 숙소 및 다양한 편의시설을 갖춘 복합 해양휴양레저 공간은 거의 전무한 실정이다. 또한 요트 활동과 연계활동간의 연결성이 부족하여 전국적으로 종합적인 해양레저스포츠를 즐길 수 있는 마리나 시설이 부족하다. 또한 국제적으로 홍보되고 있는 마리나가 아닌 이유로 외국의 요트항해자나 내국인들에게까지도 잘 알려져 있지 않아서 제 기능을 다하고 있지 못하고 있다.

공공주도형 개발마리나의 경우는 민간주도형 개발 마리나에 비해 수익시설 부재로 인한 수익성 악화로 안정적 수입원이 확보되지 않아 공익성의

지속적 성장에 한계가 있다. 반면 민간주도형 개발 마리나의 경우 마리나 운영의 노하우가 부족하여 마리나 자체사업에 의한 수익보다는 배후시설의 숙박과 상업시설에 의존하게 된다. 국내 마리나의 대부분은 공공주도 사업으로 운영관리 및 개발계획에 대한 노하우가 부족하며 배후시설 없이 마리나 사업을 시행하고 있어 집객능력저하로 수익성의 확보가 어려운 실정이며 계류시설에 국한된 시설수준 및 계류비 위주의 운영실태를 보이고 있다.

마리나의 부가가치를 높이기 위하여 매년 새로운 경기이벤트를 도입하여 야 함에도 불구하고 국제요트경기 등을 관에서 주도하고 있어 운영상의 경직성을 보이고 있으며, 안전과 보안을 내세운 규제가 많아 요트를 통한 관광산업이 활성화되지 못하고 있다. 그리고 마리나 자체에서 요트학교를 운영하는 것이 아니라, 사설 단체나 무자격자들이 무분별하게 교육을 하고 있어 교육이 체계적이지 못하고, 항상 안전사고의 위험이 있다. 따라서 향후 요트활동 및 해양레저스포츠 활동 인구의 증가에 대비하여 다양한 시설 도입이 마련되어 배후시설과 연계된 개발계획이 수립되어야 할 것이다.

또한 마리나 이용객 만족도를 높일 수 있는 체계적인 관리운영시스템 구축이 미흡한 실정에 있다. 마리나 사업은 건설뿐만 아니라 운영이 중요하므로 마리나 관리운영 지침 마련이나 마리나 평가시스템 구축 등 마리나 관리·운영과 관련한 매뉴얼 작성이 필요하다.

이에 본 연구에서는 마리나 이용객을 위한 편의측면뿐만 아니라 마리나 관리 및 운영측면에서 잠재 이용객들의 요구를 사전에 파악하여 충족시켜 줄 수 있는 제공서비스를 구축하고자 한다.

2.3 마리나 관련 선행 연구

Raviv, A(2001)는 이스라엘 기지들의 서비스에 대한 고객 만족을 파악하기 위해 설문조사를 실시하는 과정에서 보트오너들에게 기지에서 제공되는 다양한 서비스에 대해 예비조사를 실시하였다. 요소분석을 활용하여 설문

지를 구성한 모든 항목들 간 차이의 69%를 설명하는 6가지 요소들을 제시하였다. 이 요소들은 안전 및 전문성, 주차의 가치, 회원클럽의 가치, 환경보호와 청결, 번잡성, 용이한 접근성과 정보의 이용이었다.

첫 번째 요소인 안전과 전문성은 설문지의 다음 항목들인 기지 직원들의 전문성, 기지 직원들의 지식, 직원들이 보이는 친절, 보트 계류시설 공간으로서의 기지의 안전, 또는 즐기는 장소로서 기지의 보안 및 기지의 안전 지침 준수로 구성되었다.

두 번째 요소는 주차의 편리성이다. 이 요소는 기지로부터의 거리, 기지의 풍경, 기지 근처에서의 주차 및 기지 회원 입회 가격을 포함하고 있다.

세 번째 요소는 회원 클럽의 가치이며, 이것은 보트상하이동용 크레인의 사용, 기지의 사회적환경, 기지내의 주유소 및 회원 클럽을 포함하고 있다.

네 번째 요소는 환경보호(오폐수시설 설비 등)와 기지의 청결이다. 이 요소는 다음의 요소들 즉, 기지에서 제공되는 서비스의 편리성, 수질과 해상 계류장의 청결, 샤워장의 청결 및 사용, 기지에서의 환경 보호를 비롯하여 기지 인근 지역의 환경보호 등을 포함하고 있다.

설문지 내용에 포함된 마지막 요소는 접근 용이성과 정보의 제공이다. 이 요소는 다음의 항목들, 즉 방문자 보트들의 접근 편리성, 기지 시설 사용을 위한 접근 용이성과 기지로부터 제공되는 정보의 질을 포함하고 있다.

위에서 제시되는 기지 서비스에 대한 인식은 고객 의견을 반영하는 한편 이 연구 자체에 대해 관리자들의 인식을 대변하고 있다는 점을 참고하는 것이 중요하다. 특히 해양스포츠 각종 전진기지의 서비스는 다른 레저활동이나, 기타 서비스로부터 차별화되는 몇몇 측면이 있음을 보여주고 있다. 이러한 고유성은 하나의 항목에서가 아니라 서비스 전체를 통하여 또는 기지를 이용하는 고객들의 다양한 요구사항들에서 나타나고 있다.

또한 Raviv(2001)는 Parasuraman 등(1985, 1988, 1991)에 의해 언급된 일반적인 서비스 요소들을 중심으로 전진기지 서비스에 요구되는 특수한 요소들과 돈의 가치에 대한 고객의 인식을 연구했다. Raviv(2001)에 의해

이루어진 예비조사에서는 어떤항목이 기지의 고객들 사이에서 서비스로부터 만족을 예측하는지를 파악하기 위해 단계적 회귀분석이 실행되었다. 회귀분석의 결과 반응성, 안전 및 전문성, 혼잡과 돈의 가치 등 4개의 독립변수들이 실제로 일반적인 만족을 예측하는 것으로 나타났으며, 동일한 연구의 다른 섹션에서 참가자들에게 중요도에 따라 11개의 서비스 항목을 중심으로 그 순위를 매기도록 요청했다. 그 결과 가장 중요한 서비스 항목은 직원의 전문성이고 두 번째는 돈의 가치, 세 번째, 기지의 각종 시설 질적 수준으로 나타났다(지삼업, 2010).

<표 2-7> 서비스 항목별 중요성 인식 순위

순위	항목
1	직원의 전문성
2	돈의 가치
3	기지의 각종시설
4	접근 용이성
5	직원의 신뢰성
6	직원의 반응성
7	직원에 대한 신임
8	직원환대
9	환경보호
10	일반레저 및 오락옵션
11	기지가 제공하는 지위

출처 : Raviv. A(2001), The Regional and Global Marina Industry

차성기(2005)는 해양레저스포츠 발전과제 모색을 위해 델파이기법을 활용하여 예측 이슈 목표 대안 등의 과제를 중심으로 연구하였는데, 연구결과 국내 해양레저스포츠 활용을 위한 중요도는 대중적인 시설, 마리나, 리조트, 해양수련 등이 도출되었고 미래 발전을 위한 이슈현상은 해양레저스포츠의 안전성 문제 및 생업자와의 마찰 등이 나타났다. 추진과제 및 계절성 극복 방안으로는 정책적 지원, 기반시설 확충, 특화된 지역 프로그램 개발, 여타 이벤트와의 연계성이 방안으로 도출되었고 해양레저스포츠의 정착을 위해서는 행정적 지원, 모든 계층이 사용할 수 있는 공공시설 확충, 적정한 가격의 클럽제도, 다양한 형태의 교육프로그램 개발 및 국가차원의

프로그램 지원 등이 제시되었다.

박성현·정중식(2007)은 호남권의 환경 분석을 통해 친환경적인 해양레저 기반시설의 구축방안을 찾고자 하였다. 연구결과로서 자연환경인 다도해와 해양레저관광의 연계전략 구축, 체험형 해양관광프로그램 개발, 친환경적인 부유식 해양시설물을 이용한 마리나시설 확충, 어항의 다목적용 피셔리나를 마리나 시설용도로 전환 등을 제시하였다.

심기섭·김학소·장정인(2007)은 국제여객터미널 및 마리나 시설에 대한 개발사업의 경제성 분석 방법론을 검토하고, 국제여객터미널 및 마리나 시설 등에 적용할 수 있는 객관적인 경제성 분석 표준지침을 제시하였다. 마리나의 경우 관광 기회증대의 잠재적 편익, 사고 및 해난사고 감소효과, 지역환경 개선효과, 임대수입 증대효과 등의 항목을 편익으로 산정이 가능하다고 하였다.

이승길(2007)은 마리나 보팅 관광 수요에 영향을 미치는 결정요인, 마리나 보팅 관광 참여에 대한 지불의사의 파악과 지불의사에 영향을 주는 결정요인, 마리나 보팅 관광 시장의 연계관광유형을 세분화함으로써 종합적으로 개발되는 마리나 보팅 관광시장에 대한 시장세분화를 시도하였다.

최영준(2010)의 연구는 마리나 등급제도의 국내도입에 대한 시론적인 탐색연구를 하고자 선진국 사례와 전문가 인터뷰를 실시하여 마리나 등급제도에 관한 탐색적 연구를 하였다. 마리나 등급제도에 있어 가장 중요한 부분은 평가범주 및 평가항목이다. 우선 평가범주를 살펴보면 크게 신청서/외형, 안전성, 위생시설 및 청결성, 서비스, 식료품/여가시설, 경영관리 환경보호 폐기물처리, 저장시설의 일곱 분야로 나누어져 있으며 각 범주 별로 등급부여에 포함되어야 하는 항목이 제시되어 있다.

이재빈(2010)은 라이프스타일에 따른 해양스포츠 전진기지 활성화 전략에 관하여 연구하였는데 해양스포츠 전진기지의 활성화 전략을 위해 이용자의 유형을 소득과 참여형태를 기준으로 4개집단으로 구분하고 이들 라이프스타일의 4가지 유형에 따라 전진기지의 기능, 시설이용만족, 선택행동에 대해 파악하였다. 연구 결과 각 이용자의 유형별로 기본시설에 대한 중요

성이 강조되고 있으며 이러한 기본시설의 구비는 이용자의 이용만족, 재방문, 주위사람에게 권유 및 추천, 이용충성도를 높여주는 역할을 한다고 하였다. 또한 모든 라이프스타일 유형에 걸쳐 공통적 바램은 지역과의 커뮤니케이션을 위한 시설, 비수기 극복을 위한 마린돔과 다중위락시설, 세관, 출입국관리, 검역 등 마리나 자체 내에서도 가능한 CIQ 구축 등이라고 하였다.



제3장 서비스품질 이론적 배경

3.1 서비스품질 개념

일반적으로 품질의 측정과 그 개념의 규정에 대한 노력은 대부분 제품의 영역에서 시작되었다. 그러나 서비스가 발전하게 되고 그 중요성이 널리 인식되게 됨에 따라 서비스에 있어서도 품질이 중요하게 대두되었다(장경수, 2001).

Parasuraman 등은 서비스 품질을 “서비스의 우월함과 관련된 전반적인 판단 혹은 태도”라고 정의하였다. 이러한 정의는 지금까지 가장 널리 인용되고 있다. Lewis와 Booms(1983)는 서비스 품질을 “인도된 서비스가 고객의 기대와 얼마나 일치하는가의 척도”라고 정의하고, 서비스 품질은 고객의 기대에 일치되도록 일관성 있게 서비스를 제공하는 것을 의미한다고 하였다. Grönroos(1984)는 “서비스 품질을 소비자에 의해 주관적으로 지각되는 품질”이라고 주장하면서, 주어진 서비스의 지각된 품질은 소비자가 서비스에 대한 기대와 그가 제공받아 지각한 서비스 즉, 기대된 서비스와 지각된 서비스간의 비교를 평가과정의 결과라고 언급하였다. 그러므로 서비스 품질은 기대된 서비스와 지각된 서비스의 두 가지 변수에 달려있다고 하였다. Murdick 등(1990)은 “서비스 품질을 고객의 요구와 기대에 대한 사용자의 지각”에 의해 결정된다고 하였다. Cronin과 Taylor(1992)는 “지각된 서비스 품질이란 특정 서비스에 대한 장기적이며 전체적인 평가”를 의미하는 태도로서 개념화되고 측정되어야 한다고 지적하면서 서비스 품질이 소비자 만족의 선행요인이라 하였다.

3.1.1 서비스품질 측정 방법

서비스 품질에 대한 관심의 증대에 따라 고객에게 제공되어지는 서비스 품질을 가장 합리적으로 측정할 수 있는 방법에 대한 연구들이 지금까지도

계속해서 진행되고 있다. 하지만 서비스 자체가 제품과 달리 추상적이고 포괄적인 개념을 지니고 있기 때문에 서비스 산업 유형에 따라 또는 학자의 주관적 판단에 따라 서비스품질 측정방법은 다르게 제시되고 있다. 서비스품질 측정에 있어서 가장 먼저 시도된 연구는 PZB(1985)에 의한 SERVQUAL 모형으로 이후 Cronin과 Taylor(1992)의 SERVPERF모형 그리고 Teas(1993)의 EP 모형 등이 제시되었는데 여기에서는 세가지의 서비스품질 측정모형에 대해 살펴보고자 한다.

(1) SERVQUAL

서비스의 품질을 판단하는데 있어 소비자가 사용하는 기준에 관한 문제가 가장 중요한 논점 중에 하나인데, Parasuraman 등(1985)은 이론적 연구에서 서비스품질의 일반적인 구성차원을 10개 차원으로 제시하였으며, 후에 실증연구를 통해 고객이 서비스 품질을 평가하는데 이용하는 5개 품질차원에 대한 기대와 지각을 측정하는 22개의 항목으로 구성된 측정도구인 SERVQUAL이라는 서비스품질 측정방법을 개발하였다.

Parasuraman, Zeithaml & Berry(1985)는 1985년의 연구에서 표적집단면접에 의해 서비스 질의 결정요소로서 신뢰성(reliability), 반응성(responsiveness), 능력(competence), 접근성(access), 예절성(courtesy), 의사소통(communication), 신용도(credibility), 안전성(security), 고객이해(understanding the customer), 유형성(tangibles) 등 10개 차원을 제시하고, 1988년 후속적인 실증연구를 통해 기대된 서비스와 지각된 서비스 성과간의 차이인 소비자의 지각된 서비스 질을 측정하기 위해 'SERVQUAL'이라 불려진 5개 차원, 22개 항목, 44개 문항(기대22개, 성과22개)의 척도를 개발하였다.

SERVQUAL은 Oliver(1980)의 기대불일치 모형에 기초하여 다양한 서비스 산업에 보편적으로 적용가능한 일반화된 척도로 개발되었으며, 10가지의 서비스 질의 결정요소를 나타내는 총 97개 항목에 대하여 반복적인 요인분석의 과정을 거쳐 최종적으로 유형성(tangibles), 신뢰성(reliability), 반

응성(responsiveness), 확신성(assurance), 공감성(empathy) 등 22개 항목 5개 차원으로 축약된 서비스 질 평가척도로 개발되었다.

또한 PZB(1991)는 후속연구에서 5개 민간서비스에 대한 실증연구를 토대로 하여 기존의 SERVQUAL을 개량한 '수정 SERVQUAL'을 제시하였다. 또한 SERVQUAL의 목적이 조직의 서비스 질의 강·약점을 발견하기 위한 진단적 방법론을 제공하는데 있으며, 체계적이고 다단계의 반복적인 과정을 통해 도출된 SERVQUAL의 재차원과 항목들은 서비스 산업 전반에 두루 적용가능한 평가기준이 될 수 있다고 주장하였다.

Parasuraman 등은 10개의 서비스품질 구성요인을 5개의 서비스 품질차원으로 축소시켰다. 즉, 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성을 SERVQUAL 척도의 차원으로 구분하였으며 신뢰성이 가장 중요한 서비스 품질 차원임을 밝혔다.

이러한 PZB의 SERVQUAL 모형은 고객의 인식과 기대의 차이에 의한 방법으로 서비스 품질을 측정하는 것으로, 서비스 품질을 실제 서비스를 받으면서 느끼게된 인식과 고객이 서비스를 받기 전에 가졌던 기대와의 차이로 정의하고 다음의 공식에 의해 측정되어진다고 하였다.

$$SQ = PS - ES$$

SQ = 서비스품질

PS = 지각된 서비스품질

ES = 기대된 서비스품질

한편 Carman(1990)은 Parasuraman, Zeithaml & Berry의 SERVQUAL 척도가 지각된 서비스 품질의 근원적인 측정방법이 되기 위해서는 보완되어야 할 필요성이 있음을 지적하였다. 그는 4가지 서비스산업(타이어점, 대학취업보도실, 치과병원, 병원응급실)에 대해 실증적으로 SERVQUAL을 검증하였다. 결과, Carman(1990)은 SERVQUAL 항목들의 견고성은 인정되나 품질구성 요인의 상대적인 중요성을 고려하지 않았기 때문에 모든 서비스

산업에 적용되는 것은 아니며, 따라서 수행되는 서비스가 다양하게 작용할 때는 각 기능마다 독립적인 측정도구가 이용되어야 한다고 했다. 또한, 단순히 지각서비스와 기대서비스의 차이에 의한 서비스평가는 오류를 발생할 수 있다는 점을 지적하였다. Carman이 제시한 서비스품질 평가모형은 Parasuraman 등의 모형에 중요도를 부여한 것으로 다음과 같이 나타낼 수 있다.

$$SQ = \sum I_i(P_i - E_i)$$

SQ : 서비스품질
 I_i : i 변수의 중요도
 P_i : i 변수의 지각
 E_i : i 변수의 기대

(2) SERVPERF

Cronin & Taylor(1992)가 개발한 SERVPERF 모형은 서비스품질을 ‘서비스품질 = 성과’ 라는 개념으로 규정하고, 서비스에 대한 지각된 성과로서 서비스품질을 측정하고자 하는 노력들을 통합하면서 SERVQUAL의 비판을 시도하였다. SERVQUAL 모형에서는 소비자의 기대치와 성과치의 차이가 서비스품질을 결정짓는 것으로 보았다. 그러나 서비스의 과정 중에 발생하는 영향이 반영되지 않아 신뢰성이 없고, 측정과정이 번거롭다는 이유로 지각된 성과치만으로 서비스품질을 측정하는 주장이 지지를 얻고 있다.

Cronin & Taylor는 서비스품질을 ‘성과 - 기대’로 개념화하는 SERVQUAL은 서비스품질을 개념화와 조작화가 부적절하다면서 성과만으로 측정하는 SERVPERF를 개발하였다. 그들은 SERVQUAL 개발의 이론적 토대가 된 서비스품질과 고객만족에 대한 기존 연구에 개념적으로 상당한 혼란이 존재하며 비록 서비스품질을 태도와 유사한 개념으로 정의 할

수 있다 하더라도 SERVQUAL식의 개념적 정의는 고객만족에서 이야기하는 만족/불만족 패러다임의 범위를 벗어나지 못한다고 주장하였다. 즉, 만족과 서비스 품질을 개념적으로 뚜렷이 구별해내지 못한다는 것이다.

결국 지각된 서비스품질은 태도로써 가장 잘 개념화될 수 있다는 이들의 서비스품질에 대한 새로운 개념적 정의는 서비스품질, 고객만족, 구매후 행동간의 관련성을 이론적으로 밝혔는데 큰 의미를 가진다고 볼 수 있다. 그리고 이들은 SERVQUAL식의 차이점수와 실증 비교에서 차이점수를 이용하는 것보다 성과에 대한 지각만을 측정함으로써 서비스 품질을 평가하는 것이 더 타당하다는 결론을 내렸다.

구체적인 SERVPERF 측정방법은 다음과 같다.

$$SQ_i = \sum_{j=1}^n P_{ij}$$

P_{ij} : 속성 i 와 관련된 자극 j 의 수행된 지각

즉 Parasuraman, Zeithaml & Berry(1988, 1991)의 5개 차원 22개 항목을 그대로 사용화되, 기대를 측정하지 않고 서비스 성과만을 지각 수준 값만으로 측정하는 SERVPERF가 서비스 산업별 특성에 덜 민감하게 반응하는 안정적인 척도임을 제안하고 우수성을 입증한 것이다.

(3) EP · NQ 모형

Teas(1993)는 SERVQUAL의 'P-E' 모델의 개념적인 측면과 조작적인 측면에 관한 여러 문제점을 제기하였다. Teas(1993)에 의해 제기된 가장 핵심적인 이슈는 SERVQUAL의 P-E 구조에서 기대(E)의 정의에 관한 것이다.

SERVQUAL에서의 기대수준은 규범적 기대수준이며, 이는 성과의 이상적인 표준을 나타낸다고 할 수 있다. 즉 P-E개념은 어떤 기준과의 비교를 나타내며 이것은 예견된 서비스와 제공된 서비스 사이의 차이를 나타내지는 않는다. 기준을 초과하는 것은 높은 품질이 제공되었다는 것을 의미하

고, 기준에서 떨어지는 것은 낮은 품질이 제공되었다는 것을 의미한다.

이와 같은 이상적 표준 또는 기준은 두 가지 관점에서 해석 될 수 있다.

첫째, SERVQUAL의 기대수준이 고전적 이상점 태도모델에서의 이상점과 같다는 것이다. 하지만 SERVQUAL 모형에서의 기대는 고전적 이상점태도 모델에서의 불일치된 기대와는 다르다. 즉 이상점 태도모델에 따르면 한 속성의 성과가 이상점 보다 미달되는 경우뿐만 아니라 초과하는 경우도 그 차이는 전체 서비스품질을 저해시키는 것으로 개념화되어야 하나, SERVQUAL에서는 성과가 기대를 초과하면 서비스품질 수준은 더욱 향상 되는 것으로 제안된 것이다.

둘째, SERVQUAL의 기대수준을 실행 가능한 이상점으로 해석할 수 있다. 여기서 실행가능한 이상점이란 업계에서 최고 수준 기업이 실현할 수 있는 성과수준을 의미한다. 그러나 이 경우 특정 속성이 무한속성이면 문제가 되지 않으나, 유한속성이면 또 다시 문제가 됨을 지적하였다.

Teas(1993)에 의해 제기된 두 번째 이슈는 SERVQUAL의 조작적 정의와 관련된 것이다. 첫째, 원래 SERVQUAL(1998)에서의 기대측정을 위한 설문 표현이 응답자들로 하여금 비현실적으로 높은 값을 표시하도록 유도할 수 있기 때문에, SERVQUAL(1990)에서 표현을 수정하였으나 아직도 문제점을 가지고 있다. 둘째, Carman(1990)의 연구결과에 따르면 SERVQUAL의 차원은 보편적으로 적용되기 어렵다. 즉 응답자들이 '잘 형성된 기대수준'을 갖지 않은 경우 기대수준의 측정은 타당성의 문제가 있다고 하였다. 셋째, SERVQUAL의 기대수준에 대한 개념적 정의와 조작적 정의 간에는 차이가 있다. 즉 SERVQUAL의 22개 질문항목들은 그 표현에서 다소 중복되고 모호하여 응답자들의 질문에 대한 해석이 질문이 의도한 바와 다르게 이루어질 수 있다. Teas(1993)는 이와 같이 SERVQUAL에 대한 비판을 실시하고 그에 대한 대안으로 평가된 성과(Evaluated Performance, EP) 모형과 규범화된 품질(Normed Quality, NQ) 모형을 제시하였다. 실증연구를 통하여 EP모형과 EP모형을 이론적 기초로 하여 SERVQUAL의 기대(E) 개념과 이상점 개념을 통합하는 NQ모형(Normed

Quality model), SERVQUAL모형의 기준타당성과 개념타당성을 비교한 결과 EP모형이 기준 타당성과 개념타당성이 더 우수하다고 주장하였다.

<표 3-1> 서비스품질 측정모형의 비교

구분	SERVQUAL 모형	SERVPERF 모형	EP 모형
모형의 구성	성과-기대	성과	성과-이상점
기대의 정의	규범적 기대 (제공해야만 할 수준)	기대측정 안함	이상적 성과
측정차원	5차원 22개 항목	5차원 22개 항목	5차원 10개 항목

출처 : 이유재·이준엽(1997), 서비스품질에 관한 종합적 고찰

3.1.2 서비스품질 관련 선행연구

다수의 서비스품질 연구자들은 가장 대표적인 서비스품질 모형이 Parasuraman, Zeithaml and Berry(1985, 1988)가 개발한 SERVQUAL모형 이라는데 의견을 같이 하고 특정 산업, 상품, 목표시장에 SERVQUAL을 적용시켰다. PZB의 서비스품질 연구의 기본적인 목적은 모든 서비스조직에 적합한 서비스품질 평가방법을 강구하고자 하는데 있었다. 따라서 PZB가 개발한 방법대로 평가방법을 재응용 할 경우 처음에 그들이 제시했던 5가지 차원을 벗어나지 않아야 한다는 것이 기본적인 가정일 수 있다. 그러나 이러한 구성차원에 대해 최초로 적용한 Carman(1990)은 4가지 서비스 산업에 대한 실증적 검증 결과, 각 서비스산업에 따라 항목별로 워딩(wording)이 필요하다는 것과 파라슈라만 등(Parasuraman, Zeithaml and Berry ; 1985, 1988)이 제시한 제반 요인이 모든 산업에 적용하는데 있어 문제가 있다고 지적하였다. 특히 서비스는 여러 가지 영역이 존재하기 때문에 다른 서비스 영역으로 적용해 볼 수 있지만 파라슈라만 등(Parasuraman, Zeithaml and Berry ; 1985, 1988)이 제시한 평가방법을 통해서 전문적인 서비스 즉, 의료, 법률 등의 서비스에는 적합하지 않다는

연구결과도 제시하고 있다. Finn & Lamb(1991), Guiry · Hutchinson · Weitz(1992)는 소매점을 대상으로 SERVQUAL을 적용한 결과 제안된 5개 차원의 적합도를 확인할 수 없다고 했으며, Spreng & Singh(1993)도 은행 서비스를 대상으로 실증 분석한 결과 5개 차원의 적합도를 발견하기 어려웠다고 하였다.

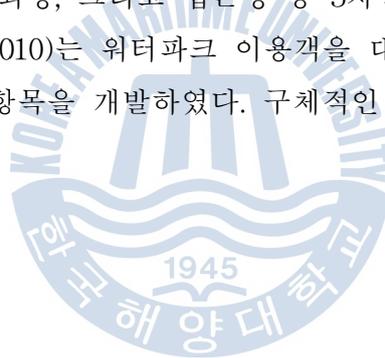
따라서 대부분의 서비스품질 관련 선행연구에서는 SERVQUAL 5개 차원을 채택하지 않고 심층인터뷰와 포커스그룹 등을 통해 관련 속성을 개발하였다. Crompton and Love(1995)는 축제의 서비스품질 평가에 관한 연구에서 선행 이벤트 설문, 축제 조직위원회 담당자와 토론과 문헌연구에 의해 축제의 일반적특징, 개별 축제의 특성, 정보원천, 위락시설 등 4개 차원의 18개 속성을 개발하여 9점 척도로 측정하였다.

호텔부문에 서 SERVQUAL 수정에 의한 서비스품질 평가가 도입되었다. Knutson, Stevens, Wullaert, Patton and Yokoyama(1990)는 Parasuraman 등(1988)이 제시한 방법론적인 접근에 따라 숙박업을 대상으로 5개 차원(신뢰성, 확신성, 반응성, 유형성, 공감성), 26개 항목의 LODGSERV를 개발하였고, 이후 Getty and Thompson(1993)은 유형성, 신뢰성, 접촉의 3차원 22개 항목의 LODGQUAL을 개발하였다. 외식부분에서도 Stevens, Knutson and Patton(1995)은 5개 차원, 29개 항목의 DINESERV를 개발하였다.

Hudson and Shepard(1998)는 스키리조트 서비스품질에 관한 연구에서 4회의 포커스그룹과 스키어, 서비스제공자와의 인터뷰를 통해 12개 범주의 97개의 속성을 개발하였다. Frochot and Hughes(2000)는 SERVQUAL척도에 역사적 건축물에 적합한 항목들을 추가하여 새로운 5개 차원 24개 항목을 가진 서비스품질 척도를 개발하였다. Ko(2000)는 대학 스포츠센터를 이용하는 사람들을 대상으로 서비스품질 척도를 개발하였는데, 하위 요인으로 프로그램의 질, 상호작용의 질, 결과의 질, 환경의 질 등 4개 요인으로 구성하였다.

국내에서도 다양한 연구들이 시도 되었는데 윤미희 · 엄서호(1993)는

SERVQUAL 변형에 의한 호텔 서비스품질 측정척도 개발을 시도하여 7개 차원, 23개 항목을 개발하였고, 허현미(1997)는 공공스포츠시설의 서비스 질 척도를 개발하기 위하여 문헌 고찰을 통해 서비스 질의 개념과 구성요소에 관한 이론적 분석을 실시한 뒤 Grönroos(1984)의 이차원적 서비스 질을 바탕으로 기능적질요인 4차원, 기술적질요인 2차원 등 총 24개 측정항목으로 구성하였다. 조송현·박문수·전상천(2006)은 스포츠 산업에서 연구되어온 스포츠 서비스품질 척도를 분석하여 통합적인 스포츠 서비스품질 척도를 개발하였는데, 프로그램, 상호작용, 물리적환경, 결과 등 4가지 영역으로 구성되었다. 권재현, 한철환, 이수호(2009)는 효과적인 해상여객터미널 경영관리를 위해 Schmenner(1986;2004)의 서비스 프로세스 매트릭스를 활용하여 서비스특성을 파악하고 서비스품질에 관한 선행연구를 검토하여 유형성, 대응성, 지식, 신뢰성, 그리고 접근성 등 5차원모형을 개발하였다. 곽한병, 김경식, 이창수(2010)는 워터파크 이용객을 대상으로 9개의 서비스품질차원별 26개의 측정항목을 개발하였다. 구체적인 내용은 다음 <표 3-2>와 같다.



<표 3-2> 서비스품질 연구 요약

연구자	대상 서비스	서비스품질 차원	측정 항목
Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988)	증권중개소 보험회사, 은행, 수선업	유형성, 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성	22개
Carman(1990)	타이어점	유형성, 신뢰성, 반응성, 안전성, 예절, 접근성	10~17 개
	취업상담소	유형성, 신뢰성, 반응성, 안전성, 개인적 관심, 접근성, 편이성	
	치과진료소	유형성, 신뢰성, 안전성, 편이성, 비용	
Stevens, Knutson, Wullaert, Patton and Yokoyama(1990)	숙박업	신뢰성, 확신성, 반응성, 유형성, 공감성	26개
Cronin & Taylor(1992)	은행 방역회사 세탁소 패스트푸드점	유형성, 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성	22개
Getty and Thompson(1993)	호텔	유형성, 신뢰성, 접촉성	22개
Kim & Kim(1995)	스포츠 센터	분위기, 직원태도, 직원신뢰성, 정보, 프로그램, 개인적사항, 가격, 특권, 편안함, 자극, 편리성	33개
Crompton and Love(1995)	축제	일반적 특징, 개별축제의 특성, 정보원, 위락시설	18개
Stevens, Knutson and Patton(1995)	레스토랑	유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성	29개
Hudson and Shepard(1998)	스키 리조트	관광정보서비스, 숙박시설, 식당과 바, 스키용품점, 의료서비스, 상점/수퍼마켓, 다른 리조트 서비스, 스키슬로프, 스키슬로프서비스, 다른 스키어들의 특성, 산악식당, 투어오퍼레이터서비스	97개

선행연구를 바탕으로 논자 작성

<표 계속>

연구자	대상 서비스	서비스품질차원	측정 항목
Frochot and Hughes(2000)	역사적 건축물	반응성, 공감성, 유형성, 보장성, 신뢰성, 의사소통, 소비성	24개
Ko(2000)	대학 스포츠센터	프로그램, 상호작용, 결과, 물리적환경	11개
Raviv. A(2001)	마리나	안전과 전문성, 주차의 편리성, 회원클럽의 가치, 환경보호와 기지의 청결, 접근 용이성 및 정보제공	20개
윤미희 · 엄서호 (1993)	호텔	제공시설의 쾌적성, 정보전달력,接客요원의 친절성,接客요원의 대응능력,接客요원의 책임성, 제공시설의 편의성, 제공상품의 효용성	23개
허현미(1997)	공공스포츠 시설	주시설,부대시설,프로그램,지역사회공헌,반응성,지도자	24개
이귀옥 · 장경수 · 김형섭(2003)	스키 리조트	안내/정보,리프트,스키슬로프,스키대여점,식당/스넥바, 부대시설	34개
전용재(2004)	상업스포츠 센터	주시설, 부대시설, 프로그램, 지역사회공헌, 주차시설, 접근용이성, 직원, 지도자	53개
조송현 · 박문수 · 전상춘(2006)	통합적 스포츠	프로그램, 상호작용, 물리적환경, 결과	27개
이재필 · 이시경 (2009)	공공 서비스	직원품질(친절성,신속성,전문성), 물리적품질(쾌적성,편리성,접근성), 결과품질(정확성,공익성,체계성)	18개
권재현 · 한철환 · 이수호(2009)	해상여객 터미널	유형성, 대응성, 지식, 신뢰성, 접근성	27개
곽한병 · 김경식 · 이창수(2010)	워터파크	쾌적/청결성, 안전성, 종업원, 가격, 프로그램, 주시설, 부대시설, 접근성, 만족정보	26개

선행연구를 바탕으로 논자 작성

3.2 지각된 서비스가치

종래 마케팅 분야에서는 소비자행동에 대한 연구가 대부분 태도에 집중되어왔으며, 상대적으로 가치의 역할은 거의 주목을 받지 못하였다. 그 이유는 가치개념의 복잡성과 추상성에 기인한 것으로 이에 대한 측정방법론의 발전이 이루어지지 않았다. 하지만 1973년 로키치의 가치패러다임(value paradigm)이 발표되는 것을 계기로 가치의 개념과 구성에 대한 연구가 발표되어 가치가 소비자의 행동에 중대한 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다(이장성, 2010).

가치가 주는 의미는 사람들마다 다르지만, Zeithaml and Bitner(1996)는 “서비스가치는 소비자가 서비스에 대해 지불한다고 생각하는 것과 서비스에서 느끼는 것”으로 판단한 효용에 대한 소비자의 전반적인 평가로 정의한다. 즉 서비스가치란 돈, 시간, 노력이라는 비용에 대한 대가로 소비자가 받는 편익에서 소비자의 지각과 밀접한 관계가 있다.

일반적으로 지각된 서비스가격이 지각된 서비스 혜택보다 낮을 때 지각된 서비스가치는 소비자에게 긍정적으로 받아들여진다. 이때 소비자들은 지불한 것 이상을 얻었다고 생각한다. 반대로 지각된 서비스가격이 지각된 혜택보다 높을 때 지각된 서비스가치는 소비자들에게 부정적으로 인식된다. 이때 소비자들은 투자한 것과 비교해 손해를 보았다고 생각한다.

Bolton and Drew(1991)는 서비스가치를 서비스품질과 소비자의 희생 그리고 소비자의 특성에 의해 결정되는 개념구조로 파악하고 구체적으로 서비스품질, 화폐적 비용과 비화폐적 비용, 고객의 기호, 그리고 고객특성의 차이 때문에 서비스가치에 대한 평가는 소비자에 따라 달라질 수 있다고 주장하였다. 또한 서비스품질이 서비스가치의 선행변수임을 밝히고 있다. 이는 소비자 개인의 특성에 따라 화폐적 가치를 더 중요시하거나, 혹은 시간적인 비용이나 소비자 기호, 상징적 가치 등을 중요시하기 때문이다.

Zeithaml(1988)은 지각된 서비스가치의 개념을 지각된 제품가치의 개념과 유사한 것으로 보고, 지각된 가치란 서비스의 이용에 의해서 얻어지는

효용과 그것을 얻기 위해 투자한 비용에 대한 고객평가 사이의 거래관계를 수반하는 것으로 고려할 수 있음을 밝히고 있다. 지각된 서비스가치란 소비자가 이미 제공받았거나 혹은 어떤 것이 제공되는 동안 지각에 근거하여 특정 제품에 대한 효용을 평가하는 것으로 가치의 의미를 다음의 4가지로 정의하고 있다.

첫째, 가치란 저렴한 것이다.

둘째, 가치란 제품에 대해서 어떤 것을 원하는 것이다.

셋째, 가치란 지불한 가격에 대해서 고객이 제공받은 품질이다.

넷째, 가치란 고객이 지불한 것에 대해 획득한 그 무엇이다.

위의 4가지 특징은 “지각된 가치는 고객이 지불하고 받은 것에 대한 인식을 기초로 그 제품의 효용성에 대한 전반적인 평가”라고 정의할 수 있으며, 이는 소비자가 지불한 요소를 단순히 금전적 요소에만 한정하는 것이 아니라 시간, 노력 등의 모든 것을 고려하여 얻게 되는 전부를 가치라고 하는 것이다(Zeithaml, 1988).

Cronin and Taylor(1992)는 서비스품질, 고객만족과 구매의도의 관계에서 고객만족과 서비스품질이 구매의도에 영향을 미친다고 주장하였다. 그러나 고객은 항상 최고수준의 품질을 갖춘 서비스를 선택하는 것이 아니며 서비스가치의 평가에 근거해서 구매할 것이라고 제시하면서 서비스가치가 구매를 결정짓는 요소임을 제시하였다.

따라서 본 연구에서 마리나에서 지각된 서비스가치는 마리나를 방문한 이용객이 시설을 이용하기 위한 편익과 비용간 상쇄에 의해 고객이 지각하는 서비스품질에 대한 평가로서 서비스를 제공받기 위하여 지불한 전체 비용, 시간, 노력에 대해서 고객이 받은 편익 또는 결과로 정의한다.

3.3 고객(이용자) 만족

일반적으로 만족이란 마음에 모자람이 없이 흐뭇하다. 부족함이 없이 충분하다는 뜻을 가지고 있으며, 어떠한 일에 대한 의사결정에 의사결정자 자신의 호의적 태도의 정도라고 할 수 있다(김용규, 2009).

고객만족은 많은 산업분야에서 가장 주목받고 있는 마케팅 개념으로 현대의 마케팅이 고객 지향성을 기본으로 하고 있는 만큼 최근 수십년간 고객만족에 대한 연구는 다방면에 걸쳐 진행되고 있다.

가장 일반적으로 수용되는 고객 만족의 정의는 고객 만족을 소비경험의 결과에 두는가 아니면 소비경험의 과정에 두는가의 두 가지로 구분된다. 소비경험의 결과로 보는 입장에서는 “소비자가 치른 대가에 대해 적절하게 혹은 부적절하게 보상되었다고 느끼는 소비자의 인지적 상태”(Howard and Sheth, 1969), “구매한 특정 제품이나 서비스, 소매상 혹은 쇼핑이나 구매행동과 같은 행태와 관련된 또는 이들에 의해 야기되는 경험에 대한 감정적 반응”(Westbrook and Reilly, 1983), “불일치된 기대와 소비자가 소비경험에 대해 사전적으로 가지고 있던 감정에 복합적으로 결합하여 발생된 종합적 심리상태”(Oliver, 1980) 등으로 정의된다.

반면에 소비경험의 평가과정에 초점을 맞춰 정의하는 입장에서는 “소비경험이 최소한 기대하였던 만큼은 좋은 것이 되도록 조정된 평가”(Hunt, 1997), “선택된 대안이 사전에 갖고 있던 신념과 일관성을 가진다는 평가”(Engel, 1982), 그리고 “사전 기대와 소비 이후 지각된 제품의 실제 성과 간의 지각된 불일치에 대한 소비자 반응”(Tse and Wilton, 1988) 등으로 정의를 내리고 있다.

이 중 소비경험의 평가과정지향적인 접근은 평가결과지향적 접근에 비해 소비자의 전체 소비경험을 다루고 있어 각 단계에서 중요한 역할을 하는 각 요소들을 개별적으로 측정하여 중요한 요인을 확인시켜줄 뿐 아니라 고객만족을 형성하는 지각적, 평가적, 심리적 과정 모두에 대한 검토를 가능하게 하는 장점을 가지고 있다. 이와 같은 이점 때문에 많은 연구에서 고

객만족을 평가과정에 기초한 접근으로 정의하고 있다.

Cronin and Taylor (1992)는 고객만족이 구매의도에 유의한 영향을 미치며 특히 서비스품질보다는 고객만족이 구매의도에 보다 더 많은 영향을 미친다고 제시하고, 따라서 관리자들은 서비스품질 중심보다 고객만족 프로그램에 대한 강조가 필요하다고 주장하였다.

만족의 개념은 여가에 있어서도 가장 근본적인 구성개념들 가운데 하나로 간주되고 있으며, 여가만족을 설명하기 위해 연구자들은 여가경험이 지닌 역동적 성격에 큰 관심을 기울여 왔다. 역동적인 여가 경험은 여가참가자가 다른 사람과 자연환경의 물리적 속성들을 포함하는 여타 특징물 간의 상호작용인 일련의 단편적 사건들에 좌우되는 결과로 개념화되어 왔다. 여가 참가자의 전반적인 경험은 여가 상황에서 시간적으로 단편적 사건들을 경험하는 동안 형성된 경험들이 누적된 것이다. 따라서 고객만족이 당시의 거래 또는 소비경험에서 얻어지는 소비자의 감정적 반응인 정태적인 개념이긴 하지만, 시간이라는 변수를 고려한다면 각 소비상황마다의 단편적인 고객만족이 누적되어 미래의 기대에 영향을 주고 더 나아가 재구매에 영향을 줄 것이다(이상호, 2007).

이상의 연구에서 볼 때 고객만족이란 제품이나 서비스를 획득하거나 소비함으로써 유발되는 욕구 및 요구를 충족시키는 정도에 대한 소비자의 주관적인 평가라고 할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 선행연구의 종합적인 검토를 통해 고객 만족을 마리나 이용객이 마리나를 이용함으로써 제공된 서비스에 대한 지각된 성과로 정의한다.

3.4 행동의도

Zeithaml et al.(1996)은 서비스기업이 고객으로부터 받을 수 있는 호의적 행동의도에 대해서 (1)긍정적인 말을 전달, (2)다른 고객에게 추천, (3)재구매 등과 같이 지속적인 충성도를 유지하고, (4)그 서비스기업에 더 많은 이용을 하고, (5)더 높은 가격을 기꺼이 내고자 하는 고객으로부터 다음과 같

은 것들 이라고 제시하였다. 고객의 관점에서 볼 때 높은 서비스품질은 긍정적 행동의도를 이끌어 내며, 반면 낮은 서비스품질은 부정적 행동의도를 이끄는 경향이 있다.

Burton et al.(2003)은 고객의 경험이 그들의 행동의도와 관계가 있으며 긍정적 고객경험이 더 많으면 고객은 그 서비스를 다시 이용하려는 의지를 더 많이 가질 것이라는 결론을 제시하였다. “이 호텔을 다른 사람들에게 추천 하시겠습니까?”와 같은 질문은 응답자의 행동의도 지지를 얻기 위해 사용된다. 많은 연구자들이 서비스품질, 가치, 그리고 만족의 결과물을 조사하기 위해 위의 5가지 구성 중 한 개 혹은 여러 개를 사용해 왔다. 특히 품질, 인지된 가치, 그리고 만족은 재구매 의도에 대해 좋은 예측지표로 제시되어 왔다.

행동의도의 표현으로는 ‘재방문’(Cronin and Taylor, 1992), 또는 ‘타인에게 추천 또는 구전’(Zeithamal et al.,1996) 등으로 표출되고 있다.

3.4.1 재방문의도

의도(intention)란 행위자가 특정한 목적을 가지고 목표를 달성하기 위한 의지 또는 수행하고자 하는 계획된 미래행동을 의미하는 것으로써, 자신의 신념 및 태도가 행위로 옮겨질 확률을 말한다. 따라서 재방문 의도란 특정 제품의 구매 또는 서비스 이용경험을 바탕으로 재차 구매하거나 서비스를 이용하고자 하는 고객의 감정 상태나 신념을 말한다. 고객이 경험한 만족 또는 불만족은 결정적으로 고객의 재방문의도에 영향을 미치게 된다.

만족을 느낀 고객이 재방문한다면 기업의 입장에서는 투자 없이 지속적인 수익성을 확보하게 된다. 특히 고객이 재방문의도를 갖게 되면 고정 고객화 할 수 있는 가능성이 높아 장기적인 수용의 기반을 만들 수 있기 때문에 기업경영에 큰 도움을 줄 수 있다.

따라서 마리나를 방문하여 만족한 고객은 재방문 의도를 갖게 되므로 기업은 고정 고객화를 통해 안정적 수익기반을 유지할 수 있으나, 불만족한 이용객은 해당기업의 제품이나 서비스를 더 이상 이용치 않고 떠나게 될

뿐만 아니라, 불평행동을 통해 기업의 수익을 위축시키는 위협 요소가 될 수 있으므로 고객의 재방문의도가 마리나 경영의 성과에 중요한 요소로 평가될 수 있다.

3.4.2 구전효과

구전은 고객의 행동에 중요한 영향을 미치는 요소로 특히 공신력 있는 제 3자가 제공하는 경험을 바탕으로 한 대면적 의사소통은 다수를 상대로 한다는 점에서 중요한 의미를 갖는다. 서비스에 대한 평가는 경험에 의해 개념화되기 때문에 서비스 구매에 따른 위험을 회피하는 방안으로 자신이 속해 있는 사회집단의 구전에 의존하는 비중이 높다. 이는 서비스를 구매할 때 효과적인 정보는 객관적이고 기술적인 것 보다는 예시적이고 주관적이며 감정적인 것에 의해 설명되는 경향이 있기 때문이다. 소비자는 상업 광고 보다는 친구나 이웃, 가족 등의 인적 정보원 (구전 커뮤니케이션)으로부터의 정보를 더욱 신뢰하려는 경향이 있다. 소비자는 특정한 소비행위와 관련하여 다른 소비자의 경험을 전해 듣거나 그러한 경험으로부터 정보를 획득하게 되는데, 특별히 지각된 위험이 많은 경우에는 구전에 의한 정보의 획득은 소비자에게 정보의 원천으로 큰 기여를 하게 된다. 물론 고객이 구매경험을 축적해 감에 따라 구전에 의한 정보탐색은 감소하거나 교육수준이 높은 계층의 경우에는 구전에 의한 정보탐색활동이 반대로 작용한다 (Westbrook and Fornell, 1979). 구전은 일대일 커뮤니케이션으로 문자나 메스커뮤니케이션보다 효과가 크며, 기업이나 마케팅과 관련되지 않은 정보를 수집할 수 있는 원천이 될 수 있고, 많은 사람에게 빠른 속도로 전파되는 특성이 있다고 할 수 있다(Beltramini, 1989).

선행연구들은 대체로 재방문의도와 추천의도로 행동의도를 설명하고 있다. 하지만 단순히 자신의 경험에 대해 타인에게 긍정적으로 이야기하고자 하는 ‘긍정적 평가’와 타인에게 상품을 구매해 보라고 추천을 권유하는 ‘추천의도’로 구분할 필요가 있다. 따라서 본 연구는 행동의도를 마리나를 이용한 고객의 재방문의도, 긍정적 평가, 추천의도의 개념으로 구분하여 사용하였다.

제4장 마리나 서비스품질 척도 개발

4.1 마리나 서비스품질 구성개념

본 연구는 마리나의 특성에 맞는 서비스품질 구성개념을 검증하여 궁극적으로 마리나 서비스품질을 측정할 수 있는 척도를 개발하는데 그 목적이 있다.

광고와 마케팅 영역에서 척도개발 전문가인 Churchill(1979)이 마케팅 구성개념 개발에 필요한 척도개발 패러다임을 제시한 이후, 그의 방법은 여러 연구에서 광범위한 지지를 받으며 척도개발의 일반적 가이드라인으로 평가되고 있다.

한편 Devellis(1991)도 8단계의 척도개발패러다임을 제시하였으며, 그의 방법 역시 학계에서 광범위한 지지를 받았다. Devellis(1991)는 Churchill(1979)의 방법을 바탕으로 하되, 선행연구를 보완하는 방안을 제시하였다. 즉 Devellis(1991)는 척도개발 초기 단계에서 전문가의 검토가 필요하고, 개발한 표본에 항목들을 적용해보고, 마지막으로 척도의 길이를 조정하는 문제를 고려하기를 권고하였다. 이 패러다임은 앞서의 연구를 더 정교화시킨 연구로 보이나 척도개발에 대한 개략적인 틀은 일찍이 Churchill(1979)에서 확립되었다고 평가된다(박희영, 2007).

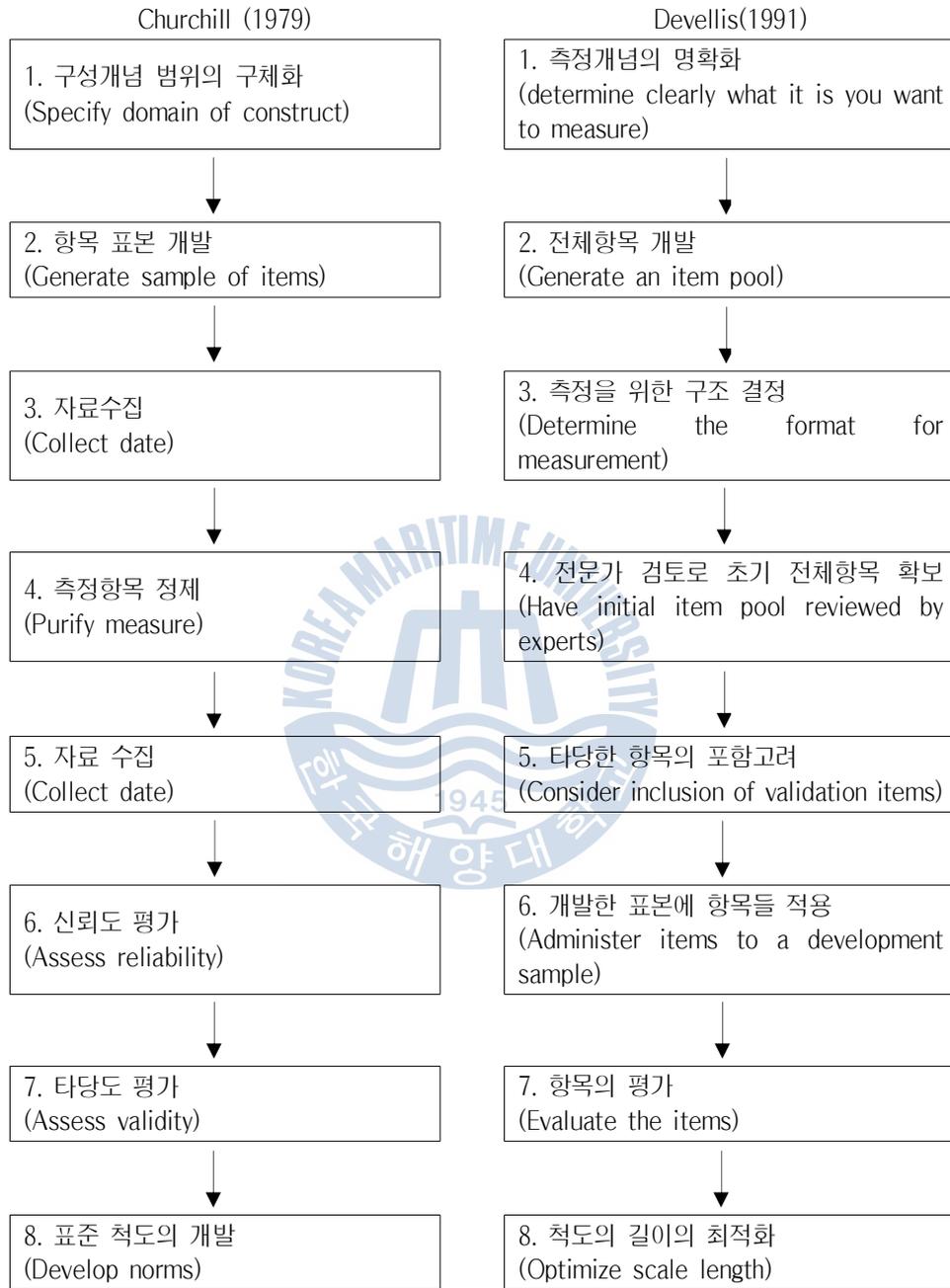
따라서 본 연구에서는 Churchill(1979)이 제시한 척도개발 과정과 절차를 기준으로 하되 부분적으로 Devellis(1991)의 권고사항을 반영하고자 한다.

Churchill(1979)은 마케팅 구성개념의 보다 나은 측정을 위한 개발을 위해서 첫 번째 단계는 구성개념을 명확히 하는 단계로 연구자가 어떤 정의를 포함하고 또는 배제할 것인가를 결정하는 것이다. 구성개념을 개념화하고 범위를 명확히 설정하기 위해서는 문헌조사가 꼭 필요하다. 연구자는 새로운 측정이 왜 좋은지에 대한 이유와 증거를 상세히 기술한 보고서와 변수가 사용된 문헌을 검토해야 한다. 두 번째 단계는 항목을 도출하는 단

계로 문헌연구, 직관 등의 방법을 포함하는 탐색적 연구이다. 문헌연구에서 사전적으로 변수를 어떻게 정의하고 얼마나 많은 차원이나 구성요소를 가지는지를 조사한다. 세번째 단계는 두 번째 단계에서 얻어진 항목들을 가지고 설문지를 이용하여 자료를 수집하는 과정이며, 네 번째 단계는 자료 수집에서 얻어진 자료를 순화하는 단계로 Cronbach's α 계수나 요인분석을 통해서 이루어진다. 다섯 번째 단계는 순화된 항목을 이용해서 자료를 다시 수집하는 과정이다. 여섯 번째로 이렇게 얻어진 자료들을 알파계수를 이용해서 자료의 신뢰도를 분석하고 일곱 번째로는 다속성다측정방법의 기법을 이용해서 자료의 집중타당도와 판별타당도를 평가하고 다른 측정과 비교함으로써 예측 타당도를 평가하는 단계이다. 마지막 과정은 새로이 만들어진 측정도구이므로 평가기준이 필요하게 된다(장경수, 2001).



<표 4-1> 척도개발의 일반적 과정



출처 : 박희영(2007), 무용단 서비스품질 측정을 위한 척도개발

본 연구는 마리나 서비스품질을 측정하기 위한 척도를 개발하기 위해서 Churchill(1979)이 제안한 척도의 개발 방법을 참고하여 다음의 7단계로 이루어졌다. 첫 번째 단계는 구성개념을 명확히 하는 단계로 선행연구와 문헌연구를 검토하여 마리나의 서비스품질의 구성개념을 정의하였다. 두 번째 단계는 측정항목을 선정하는 단계로 서비스품질과 마리나에 관한 선행연구와 문헌연구를 검토하여 측정항목을 추출하였다. 이 단계의 주요 초점은 서비스 품질을 측정하기 위해 각 구성개념들을 나타내는 대표적인 항목을 도출하는 것이다. 세 번째 단계는 전문가 집단 면접으로 첫 번째 단계에서 추출된 항목들에 대한 전문가 의견을 참고해 구성개념과 항목들을 순화하는 과정이다. 네 번째 단계는 예비조사로 실제 설문조사를 실시하여 자료를 수집하는 단계이다. 예비조사에서 수집된 데이터를 토대로 탐색적 요인분석을 실시하였다. 다섯 번째 단계는, 예비조사를 통해서 얻어진 자료들을 요인분석과 신뢰도 분석을 통해서 측정항목들을 순화하는 과정이다. 여섯 번째 단계는 본 조사로 연구대상이 되는 마리나에서 설문조사를 실시하여 자료를 수집하는 단계이다. 일곱 번째 단계는 본조사에서 수집된 데이터를 이용해 마리나 서비스품질 척도의 신뢰성과 타당성을 검증하였고, 여덟 번째 단계는 최종적으로 얻어진 척도의 예측타당성을 검증하기 위해 마리나 서비스품질과 서비스품질의 성과변수에 해당하는 마리나의 지각된 서비스 가치, 고객만족, 행동의도의 관계를 검증하였다.

기존의 척도개발이라 함은 주제를 측정할 수 있는 항목을 개발하여 평가차원들의 항목 간 내적 일관성에 따라 설명 가능한 수렴타당도, 각각의 차원이 서로 다른 척도로 명확히 구분될 수 있는 독립적인 것인가 하는 판별타당도를 포함한 구성타당도의 문제를 확인하는 과정까지를 의미했다. 그러나 현재는 첫째, 측정항목을 개발하여 타당도를 검증하고, 둘째, 개발된 측정항목에 대해서 예측타당도를 검증하는 과정까지를 거친 척도에 대해 완성된 척도개발의 의미로 받아들이고 있다(이문규, 2002).

4.1.1 마리나 서비스품질 개념화

척도개발의 조건은 측정개념을 적절하게 대변하고 있는 문항을 구체화, 체계화하는 것이며, 이는 선행연구들의 접근방식과 연구 결과들에 대한 면밀한 고찰과 실제적인 현장에서 탐색될 수 있는 다양한 정보들을 분석, 검토함으로써 이루어질 수 있다.

항목의 표본개발에 있어서의 주요 쟁점은 내용 타당도의 확보문제이다. 이는 심리측정에 있어서 측정의 적절성 확보에 필요한 최소한의 필요조건이자 새로운 측정법의 개념적 타당화에 있어서 가장 우선시 되는 과제이다 (Schriesheim, Powers, Scandura, Gardiner and Lankau, 1993).

일반적으로 인정되는 내용 타당도 확보방안은 구체적으로 확정되지는 않았으나, Hunt(1991)는 연역적 방법과 귀납적 방법 두 가지를 제시하였다. 연역적 척도개발은 자료수집에 앞서 유형을 먼저 구분하며, 이는 이론적인 구성개념을 개발하기 위하여 문헌조사를 바탕으로 연구를 수행하여 현상을 이해하는 방법이다. 이에 비해 귀납적 척도개발은 정의하려는 구성개념이 이론적 관련성이 약하기 때문에 대상자의 응답 결과에 따라 척도를 개발하는 방법이다.

본 연구에서는 마리나의 서비스품질에 대한 개념이 이론적 관련성이 약하다고 보고 대상자의 응답결과에 따라 척도를 개발하는 귀납적 방법을 사용하였다.

이러한 관점에서 마리나 서비스 품질을 측정하기 위한 다양한 문헌연구를 통해 기존에 사용하던 측정항목들을 모두 수집하여 정리하고, 관련 분야 전문가들의 자문과 연구자의 실무경험을 토대로 하였다. 이론적 배경에서 언급하였듯이, 서비스품질개념에 대한 정의는 다양하다. 구성개념이 모호하면 무엇을 측정하였는지 구체화되기 어려우므로 본 연구에서는 마리나 서비스품질 개념을 구체화하였다.

4.1.2 마리아 서비스품질 정의

마리나는 다른 시설과는 달리 물리적 환경과 마리아 이용객에 적합한 서비스 제공이 요구된다. 마리아의 기능은 요트라는 레저스포츠 장비가 가지는 특성 때문에 계류기능, 보관기능, 상하가기능, 수리·점검기능, 보급·청소기능 등 물리적 구성요소와 정보제공기능, 숙박·휴식기능, 연수·교육기능, 안전관리기능, 문화교류기능 등 소프트웨어적 구성 요소 등 10개 차원에서 각각 서비스가 이루어져야 하며 이런 측면에서 마리아 서비스품질은 다른 분야에서 사용되는 서비스품질 척도와는 구별된다.

<표 4-2> 마리아의 기능

구 분	개 요
계류기능	• 가장 기본적인 시설로 정온수역과 보트를 고정하기 위한 시설이 필요
보관기능	• 수면보관 : 부잔교 등의 계류시설에 보트를 계류하여 보관 • 육상보관 : 보트를 육상의 선박야드나 선박창고에 보관
상하가(上下架)기능	• 육상보관 및 보트의 수리·보수·점검 등을 위한 크레인 시설
수리·점검기능	• 보팅의 안전확보를 위한 보트의 수리·점검시설
보급·청소기능	• 보관 선박이나 방문자 선박을 위한 물, 연료, 식료 등의 보급 • 쓰레기, 폐유 등의 폐기물 처리를 위한 청소시설 및 보트를 세정하기 위한 세정시설
정보제공기능	• 플레저보트(pleasure boat)의 활동을 위한 기상, 해상정보제공 기능 • 마리아를 중심으로 한 다양한 이벤트 정보의 제공
숙박·휴식기능	• 마리아 이용자를 위한 숙박 및 휴식시설
연수·교육기능	• 덩기(Dinghy)요트 등의 요트 강습회 개최 및 부속시설로서의 연수원, 교육 시설 확충
안전관리기능	• 마리아 이용선박의 항해 중 안전확보를 위한 입·출항 관리, 감시정에 의한 순찰 실시
문화교류기능	• 해양성 레크레이션 기지인 동시에 이곳을 통한 지역교류거점 역할을 위한 박물관, 자료관 등의 문화시설이나 이벤트 광장 정비

출처 : 국토해양부(2006), 해양관광 기반시설 조성 연구

본 연구에서 마리나 서비스품질은 “마리나에서 제공하는 서비스의 우수함에 대한 마리나 이용객의 주관적인 지각”으로 정의하였으며, ‘지각’이란 제공 받은 서비스 혹은 경험한 서비스에 대한 고객의 판단으로 정의된다.

4.1.3 마리나 서비스품질 측정 방법

국내외 서비스품질 측정과 관련한 연구에서는 SERVQUAL 모형과 SERVPERF 모형을 활용하여 다양한 분야에서 서비스품질 수준을 측정, 비교하고 있다.

SERVQUAL 모형은 품질측정에 대한 초점이 분명하고 측정활동의 이론적 배경을 실무적으로 변환시켰다는 긍정적인 면이 있기는 하지만, 측정과 관련하여 기대와 지각간의 차이를 통한 방법은 세가지의 인지심리학적 한계를 가진다. 측정결과의 신뢰성, 판별타당성, 분산제거가능성에서 문제제기가 되어오고 있다. Brown et al.(1993)은 SERVQUAL의 활용가능성에서 나타날 수 있는 한계점을 제기하였다. 따라서 차이 수준을 바탕으로 서비스 품질을 측정하는 것에 비하여 판별타당성과 이해타당성이 높은 비차별, 단일 지표의 활용을 권고하기도 하였다. 이러한 논리의 근간은 고객들이 사전에 가지는 기대수준은 심리적 벤치마크가 되는데 한계를 가진다는 점에서 시작된다. 서비스 소비 직전에 측정한 기대와 소비 직후에 측정한 지각이 과연 실무적 가치를 가지는가에 대하여 한계점으로 지적되기도 하였다. 결국 고객들을 대상으로 서비스 품질을 측정하는 과정에서 기대 측정간에 발생하는 오류가 지적의 대상이 되어 이후 성과 단일 측정지표를 통해 고객 서비스 품질을 측정하게 된다(Cronin and Taylor, 1992). 실제로 SERVPERF는 측정 분산의 수준을 상당 수준 줄이는 것으로 파악되었다. 따라서 본 연구에서는 서비스 기대수준과 지각의 차이를 통해 측정하는 Parasuraman, Zeithaml and Berry(1988)의 SERVQUAL 모형 보다는 성과에 기초하여 서비스품질을 측정하는 Cronin and Taylor의 SERVPERF 모형에 의존하여 측정하였다. 그러나 단일 측정지표를 통한 서비스품질의 측정은 고객으로 부터의 다양한 정보가 소실되는 오류가 나타나게 된다. 이러

한 한계점과 관련하여 사용에의 용이성과 진단결과의 실무적 가치가 높다는 점에서 Importance-Performance Analysis(IPA)가 크게 각광을 받고 있다. SERVPERF와 동일하게 성과에 대한 측정치로 사용하며 다양한 품질차원들에 대한 중요성 측정을 포함하고 있다. 여기에서 중요성 수준은 여러 가지 품질차원들에 대한 상대적 중요성을 기준으로 측정된다. 중요성 수준이 높은 품질 차원은 최종고객의 긍정적 지각에 영향력이 크다고 판단한다. 따라서 본 연구에서는 SERVPERF 모형에 의존하여 서비스품질 척도를 개발하고, 이에 따라 검증된 서비스품질 측정항목의 IP분석을 이용하여 실무적 시사점을 제공하고자 한다.

지금까지 서비스품질 측정에 가장 많이 이용되고 있는 서비스품질 차원은 SERVQUAL 모형(Parasuraman, Zeithaml and Berry 1988)이다. 그러나 이 모형에서 사용되는 서비스품질 5차원, 즉, 유형성, 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성은 서로 중첩되고 모호하여 사실상 실무차원에서 관리적 시사점을 제공하기에는 부족한 점이 많다(이유재·라선아, 2003).

따라서 본 연구에서는 기존문헌들과 최근 연구결과들을 종합적으로 고려하여 서비스품질 차원을 마리나라는 특수한 분야에 적용할 수 있고 동시에 마리나 마케터가 관리하기에 분명한 품질차원들을 개발한다.

4.2 마리나 서비스품질 구성요인

하위항목의 내용 타당도는 타당도의 가장 중요한 형태의 하나이다. 내용 타당도를 확보하기 위해서는 포괄적이고 유의미한 항목 개발이 필수적인데, 본 연구에서는 포괄적인 마리나 서비스품질 항목의 표본을 개발하기 위하여 먼저 서비스품질에 대한 관련 문헌 등을 통하여 학자들이 제시한 서비스품질 항목을 조사하였다. 다음으로 서비스품질의 항목들과 마리나 관련 연구들을 분석하여 마리나의 서비스품질 항목들을 구성하였다.

4.2.1 마리나 서비스품질 차원

마리나 서비스품질을 측정하기 위한 척도개발을 위해 우선 문헌고찰을 통한 서비스품질 차원을 도출하였다. ‘서비스품질 차원’이란 고객이 서비스 품질을 평가하기 위해 사용하는 기준 즉 구성요소를 말한다(김희탁, 이명식, 김장하, 1999). 이를 위해 <표 4-2>의 마리나 기능을 바탕으로 마리나 각 기능에 부합되는 서비스품질 차원을 <표 4-3>과 같이 도출하였다. 마리나 기능 중 계류기능, 보관기능, 상하가기능, 수리점검기능, 보급·청소기능 등에 해당하는 사항은 Baker(1986), Bitner(1990)의 연구를 참고하여 ‘물리적시설’로 정하였다. Baker는 물리적 환경을 주변환경과 디자인 그리고 사회적 요인으로 분류하였으며, Bitner는 소비자의 서비스 평가에 막대한 영향을 미치는 것을 물리적 환경이라 주장하면서 첫째, 주변요소, 둘째, 공간배치 및 기능성, 셋째, 표지판, 상징물, 조형물을 물리적 환경의 영역으로 구분하였는데, 본 연구에서는 마리나 고유기능의 영역을 ‘물리적시설’이라고 정하였다.

숙박·휴식기능과 정보제공기능은 마리나 이용자를 위한 숙박·휴식시설이나, 기상·해상정보 제공 등 편의기능을 제공하는 것으로 보고 ‘지원서비스’라 정하였다. 또한 정보제공기능의 또 다른 서비스 차원으로 윤미희·엄서호(1993), 이준혁·정규엽(1998)의 연구를 참고하여 ‘종업원태도’를 설정하였다. 윤미희·엄서호(1993)는 호텔이용객을 대상으로 서비스품질 7개 차원을 도출하였는데 그 중 종사원을 대상으로 접객요원의 친절성, 접객요원의 대응능력, 접객요원의 책임성을 측정하였고, 이준혁·정규엽(1998)도 호텔이용객을 대상으로 종사원의 능력을 커뮤니케이션능력, 종사원의 전문성, 종사원의 태도 등으로 측정하였다. 본 연구에서는 마리나에 종사하는 종업원들의 전문성, 책임감, 친절성 등 고객응대자세를 ‘종업원태도’로 정하였다.

연수교육기능과 문화교류기능은 Kim & Kim(1995)의 연구를 참고하여 ‘활동프로그램’으로 정하였다. Kim & Kim(1995)은 사설 스포츠센터 이용자

를 대상으로 11개 서비스차원을 개발하였는데 그 중 프로그램 차원을 다양한 스포츠, 차별화된 프로그램, 지역사회활동으로 구분하였다. 김숙자·허현미(1999)는 공공스포츠 시설에서의 프로그램 내용 및 수준, 프로그램 내용 다양성, 프로그램 수준 다양성, 강습료를 프로그램 요인으로 구성하였다.

본 연구에서 ‘활동프로그램’이란 수준 및 시간에 따른 강습, 보트쇼와 같은 행사, 스포츠센터, 공원시설 등 주민여가기능을 의미한다.

안전관리기능은 곽한병·김경식·이창수(2010)의 연구를 참고하여 ‘안전성’으로 설정하였다. 곽한병 외 2인은 워터파크 이용객을 대상으로 9개의 서비스품질 차원을 개발하여 그 중 안전성은 응급 대처 준비, 안전요원 배치 적절성, 탈의실 보안 신뢰성, 안전기구 및 시설 배치 적절성으로 측정하였는데 본 연구에서 ‘안전성’은 마리나 이용 보트의 항해 중 안전 확보를 위한 입·출항 관리, 감시정에 의한 순찰 실시, 통신지원 등을 의미한다.

<표 4-3> 마리나 서비스품질에 대한 제안 차원

마리나 기능 국토해양부(2006)	마리나 서비스품질 차원	출처
계류기능	물리적시설	Baker(1986), Bitner(1990)
상하가기능		
수리점검기능		
보급·청소기능		
숙박·휴식기능	지원서비스	-
정보제공기능	종업원태도	윤미희·엄서호(1993) 이준혁·정규엽(1998),
연수교육기능	활동프로그램	Kim & Kim(1995), 김숙자·허현미(1999)
문화교류기능		
안전관리기능	안전성	곽한병·김경식·이창수(2010)

선행연구를 바탕으로 논자 작성

4.2.2 마리나 서비스품질 차원별 측정항목

국토해양부(2006), Suppliers and Services 2010 - 2011 (<http://www.marinaworld.com>), The Marina Industries Association of Australia의 마리나 가이드(<http://www.marinas.net.au>), Raviv, A.(2001), (사)일본마리나·비치협회의 일본 우수마리나 인증제도 등을 활용하여 마리나 서비스품질에 대한 차원별 서비스 측정항목을 도출하였다.

일본마리나·비치협회가 규정하고 있는 일본의 우수 마리나는 시설면·관리면·운영면에서 다음과 같은 사항을 만족시켜야 한다. 첫째, 해당 마리나를 이용하는 플레저보트의 종류, 척수 등을 고려한 적절한 규모, 구조 등을 이용한 수역시설, 계류시설, 보관관리 상태 등 둘째, 입출항관리, 기상, 해상정보의 수집·제공 등 플레저보트의 운항 안전성을 확보하기 위한 설비가 되어 있을 것 셋째, 일반시민들을 수용할 수 있는 시설이 확보되어 있을 것 넷째, 화재, 재난 등에 대응할 수 있는 일정 요건을 완비하고 있을 것, 다섯째, 마리나 이용자의 안전성 확보 및 편리성의 향상을 도모하기 위한 요소가 있을 것 등이다(임재현, 2005).

본 연구에서 도출한 마리나 서비스품질 측정항목은 다음과 같다.

‘물리적시설’은 마리나 기능 중 계류기능, 상하가기능, 수리점검기능, 보급·청소기능으로 계류시설, 요트수리소, 요트보관소, 상하가시설, 급유·급수시설, 세척시설 등 6개의 측정항목을 설정하였고, ‘지원서비스’는 숙박·휴식기능 및 정보제공기능으로 화장실·샤워시설, 주차시설, 요트판매·임대, 숙박·휴식시설, 상업시설, 이용정보제공 등 6개의 측정항목으로 구성되었다. 또한 ‘종업원태도’역시 정보제공의 기능으로서 직원의 전문성, 직원의 책임감, 직원의 친절성 등 3개의 측정항목으로 구성되며, ‘활동프로그램’은 연수교육기능, 문화교류기능으로 요트학교(요트강습), 주민여가기능, 행사유치 등 3개의 측정항목으로 구성된다. 또한 ‘안전성’은 안전관리기능으로 입·출항관리, 항로표식시설, 방범시스템, 통신지원, 현장보안요원 등 5개의 측정항목으로 구성되었다.

<표 4-4> 마리나 서비스품질 측정항목 도출

측정항목		①	②	③	④	⑤	⑥
물리적시설	계류시설	○	○	○	○	○	○
	요트수리소	○		○	○	○	○
	요트보관소	○		○	○	○	○
	상하가시설	○	○	○	○	○	○
	급유·급수시설	○	○	○	○	○	○
	세척시설	○		○	○	○	○
지원서비스	화장실, 샤워시설	○	○		○	○	○
	주차시설	○	○		○	○	○
	요트판매·임대			○	○	○	○
	숙박·휴식시설	○	○		○	○	○
	상업시설	○		○	○	○	○
	이용정보제공	○	○	○	○	○	○
종업원태도	직원의 전문성		○				○
	직원의 책임감						○
	직원의 친절성		○				○
활동프로그램	요트학교(요트강습)	○				○	○
	주민여가기능	○			○	○	○
	행사 유치	○				○	○
안전성	입·출항관리	○		○	○	○	○
	항로표식시설	○		○		○	○
	방법시스템	○	○	○	○	○	○
	통신지원				○		○
	현장보안요원	○					○

선행연구를 바탕으로 논자 작성

① 국토해양부(2006), ② Raviv, A(2001), ③ Suppliers & Services 2010 - 2011 (<http://www.marinaworld.co.uk>), ④ Marinas Guide, The Marina Industries Association of Australia (<http://www.marinas.net.au>), ⑤ (사)일본마리나·비치협회, 일본 우수마리나(1995), ⑥ 연구자

4.3 전문가 타당성 검증

전문가 타당성 검증은 앞서 선정된 측정항목을 전문가들이 검토하여 순화하는 과정이다. 전문가 그룹은 마리나를 이용한 경험이 있고, 마리나에 대한 연구경험이 풍부하여 충분한 지식을 갖고 있는 사람으로 구성하였다. 그리하여 마리나 시설 관련 교수(1명)와 해양레저·스포츠교수(2명), 관련 업계 10년 이상 종사한 박사급 전문가(1명) 등 총 4명을 대상으로 심층면접 조사를 실시하였다. 전문가들에게 도출된 서비스품질 측정 항목을 제시하여 측정항목들이 서비스품질을 결정하는데 적절하고 대표적인지를 물었다. 전문가들은 중요하지 않거나 적절하지 않다고 생각되는 항목들을 자유롭게 제거하거나 추가할 수 있다. 이렇게 하는 목적은 마리나 서비스품질을 측정하는 설문지를 작성하는데 있어 어떤 질문을 해야 하는지에 대한 그들의 의견과 식견을 얻기 위한 것이다.

면접조사시 다루었던 핵심주제는 마리나 서비스품질 측정상 반드시 필요한 항목 및 항목의 일반화 문제였다. 전문가 면접 결과 의미의 모호함과 중복되는 2개 차원, 5개 측정 항목은 제거되었고, 연구목적에 맞도록 측정 항목을 수정, 보완하여 <표 4-5>의 총 23개 측정 항목이 도출되었다.

<표 4-5> 마리나 서비스품질 측정항목

서비스품질차원	측정항목
물리적 시설	계류시설이 잘 갖추어져 있다. 요트수리소가 잘 갖추어져 있다. 요트보관소가 잘 갖추어져 있다. 상하가시설이 잘 갖추어져 있다. 급유·급수시설 이용이 편리하다. 요트세척이 편리하다.
종업원 태도	직원들의 전문성은 뛰어나다. 직원들은 친절하다. 직원들은 책임감이 강하다.
활동 프로그램	요트학교(요트 강습회)가 잘 이루어진다. 주민여가기능이 이루어진다. 요트경기, 보트쇼 등 행사 유치가 다양하다.
안전성	입·출항관리시스템이 잘 되어있다. 방범시스템이 잘 되어 있다. 현장보안요원이 잘 배치되어있다. 항로표식시설이 항해하기 편리하다. 인터넷, 팩스 등 통신지원이 잘 된다.
지원 서비스	화장실, 샤워시설이 청결하다. 주차장이 넓어 주차하기 편리하다. 숙박·휴식시설이 잘 갖추어져 있다. 음식점이나 쇼핑센터를 이용할 수 있다. 요트 판매·임대가 잘 이루어진다. 이용정보 제공이 잘 이루어진다.

제5장 마리나 서비스품질 평가모델 설정

5.1 연구모형 설계

Rust and Oliver(1994)는 품질, 가치 그리고 만족을 구성하는 이론을 연구하였으며, 그 결과로 품질, 가치, 만족의 3가지 서비스 평가변수와 재구매의도, 구전과 같은 행동의도 등 결과에 대한 3가지 변수의 제안된 영향간에 특별한 관계가 구축되고 있음을 연구하였으며, 3가지 서비스 평가 변수 또는 그들의 조합에서 고객의 행동의도에 직접적인 유의한 영향을 미치는 정도가 다르다고 주장하였다.

Oh(1999)는 호텔고객의 의사 결정과정에 초점을 두고 인지된 서비스품질이 인지된 고객 가치와 고객만족 모두에 직접적이고 긍정적인 영향이 있으며, 인지된 고객 가치는 고객만족과 재구매 의도에 직접적이고 긍정적인 효과가 있음을 연구하였다.

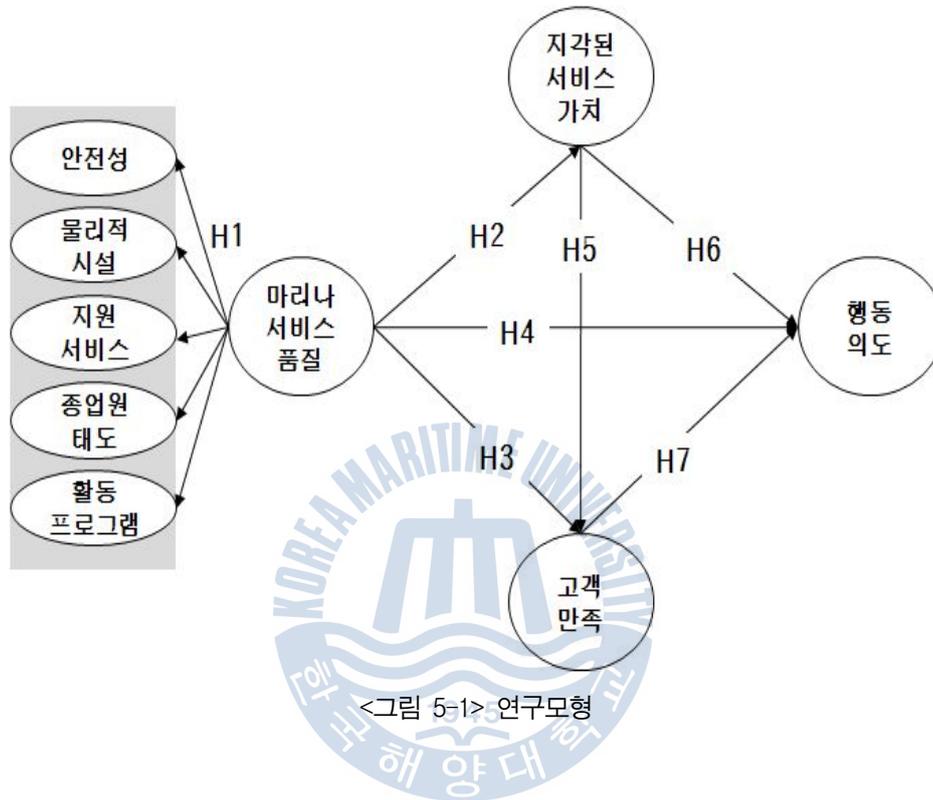
이귀옥·장경수·김형섭(2003)은 스키리조트 이용객을 대상으로 서비스품질, 서비스가치, 고객만족, 재방문의도의 관계를 연구하였는데, 스키리조트를 구성하는 6개 서비스품질 요인은 서비스가치와 방문자 만족에 긍정적인 영향을 미치며, 서비스가치는 방문자 만족에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다.

박경호(2010)는 특급호텔의 서비스품질과 고객가치에 대해 새로운 차원을 도출하고, 서비스품질의 각 차원과 고객가치는 고객만족과 추천의도에 중요한 변수로써 직접적인 영향관계가 있음을 검증하였다.

박명국·유현순(2010)은 스노우보드 소비자의 서비스품질, 서비스가치, 고객만족, 고객충성도에 미치는 영향의 인과관계를 규명하였는데 스키리조트의 서비스품질은 고객만족, 고객충성도에 긍정적인 영향을 미치고, 서비스가치는 고객만족 고객충성도에, 고객만족은 고객충성도에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 밝혔다.

본 연구는 앞서 선행연구를 바탕으로 서비스품질 각 차원 즉 안전성, 물

리적시설, 지원서비스, 종업원태도, 활동프로그램이 서비스가치, 만족, 행동의도에 미치는 영향에 대해 실증분석을 하고자 한다.



5.2 연구가설 설정

5.2.1 마리나 서비스품질 구성변인

가설 1 마리나 서비스품질은 물리적시설, 지원서비스, 활동프로그램, 종업원태도, 안전성으로 구성될 것이다.

5.2.2 서비스품질과 서비스가치

Bolton & Drew(1991)는 전통적 구성요소인 서비스품질과 가치에 대한

평가모형을 제시하고 서비스품질은 서비스가치에 선행하고 서비스가치에 영향을 미친다고 하였다. 한정훈(2007)은 스키리조트의 서비스품질은 서비스가치의 선행 변수로서 서비스가치에 정(+)에 영향을 미친다고 하였고, 특급호텔 이용객들의 서비스품질의 각 차원들과 서비스가치간의 관계에 대한 동향을 살펴보면(Chang, 2008; Chen & Hu, 2009; Li & Petrick, 2010) 대체적으로 호텔산업 관련 서비스 품질을 향상시키기 위한 단서로 서비스 가치가 부분적 혹은 전체적으로 긍정적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

따라서 본 연구에서는 선행연구에서 입증되고 있는 서비스품질이 서비스가치에 영향을 미치게 될 것이라는 가설을 설정하고자 한다.

가설 2. 마리나 서비스품질은 지각된 서비스가치에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

5.2.3 서비스품질과 고객만족

일반 경영학에서의 서비스품질과 고객만족의 관계에 대한 연구는 상당히 많이 연구되어져 있으며, 대부분의 연구 결과가 서비스 품질을 선행변인으로 고객만족을 종속변인으로 설정하고 이들간의 관계를 살펴보았으며, 서비스 품질은 고객만족에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 보고되고 있다(Anderson & Sullivan, 1993; Oliver, 1993; Spreng & Mackoy, 1996, 박경호, 2010).

Cronin & Taylor(1992)는 서비스품질이 소비자만족의 선행변수이며, 소비자만족에 영향을 미친다고 하였고, Kattara et al.(2008)은 종업원의 긍정적, 부정적 행동과 서비스품질 그리고 고객만족에 대한 연구에서 고객의 인지된 서비스품질이 고객만족에 영향을 준다고 주장하였으며, Robert et al.(2006)은 고객의 품질인식이 고객만족에 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였다.

본 연구에서는 앞에서 살펴본 Cronin & Taylor(1992), Kattara et

al.(2008), 그리고 Robert et al.(2006)등의 견해를 수용하여 서비스 품질이 고객만족에 영향을 미치는 것으로 가정한다.

가설 3. 마리아 서비스품질은 고객만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

5.2.4 서비스품질 행동의도

Petrick(2004)은 유람선 이용고객을 대상으로 한 연구에서 서비스품질은 유람선 고객의 행동의도에 간접적 그리고 직접적 영향을 미치며 서비스품질, 가치, 만족 모두 재구매 의도에 유의한 예측지표라고 보고했다.

Olorunniwo et al. (2006)은 서비스품질과 고객만족, 행동의도의 영향관계에서 서비스품질이 행동의도에 중요한 요소이며, 고객만족을 통해 행동의도에 더 큰 영향을 준다고 하였다.

이상과 같은 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 서비스품질이 행동의도에 선행하는 변수로서 유의한 영향관계를 측정해 보고자 한다.

가설 4. 서비스품질은 행동의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

5.2.5 서비스가치와 고객만족

많은 선행연구에서 서비스품질이 고객만족에 유일한 선행지표라고 제시하고 있으나, 실증적 연구에서 인지된 가치가 고객만족을 예측하는 지표로 직접적인 선행지표라고 제시하고 있다(Anderson et al., 1994; Cronin et al., 2000 ; Oh, 1999; Rust and Oliver, 1994).

이학식 외(1999)는 "지불하는 가격에 대하여 획득하는 지각된 품질의 상쇄효과"로 개념화하고 지각된 서비스가치가 고객만족에 선행하는 변수임을 실증적으로 제시하였다.

Woodruff et al.(1996)은 고객만족의 측정은 고객가치에 의한 고객들의 평가와 밀접한 관련이 있다고 주장하였다. 대부분의 서비스품질과 지각된 서비스가치에 대한 연구에서는 이들 간에는 밀접한 관계가 존재하고 있음

을 보이고 있다. 또한 서비스품질, 지각된 서비스가치, 고객만족의 세 가지 변수가 각각 서로에게 영향을 미친다는 기존의 여러 연구가 있다.

본 연구에서는 지각된 서비스가치가 고객만족에 선행하는 원인 변수로서 유의한 영향관계를 측정해 보고자 한다.

가설 5. 지각된 서비스가치는 고객만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

5.2.6 서비스가치와 행동의도

Chang and Wildt(1994)는 실질가격은 지각된 품질에 영향을 미치게 되며, 지각된 품질은 지각된 가치에 영향을 미치게 되고, 지각된 가치는 구매의도에 영향을 미치는 것으로 주장하고 있다.

Rust et al.(1996)은 지각된 서비스가치를 구매와 재구매를 결정하는 요인으로 평가하였다. 이들은 지각된 서비스가치가 품질이나 가격과 높은 상관관계가 있기 때문에 서비스품질을 이상적으로 평가하면 서비스가치도 높다고 주장하였다.

이상과 같은 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 서비스가치가 행동의도에 선행하는 원인 변수로서 유의한 영향관계를 측정해 보고자 한다.

가설 6. 지각된 서비스가치는 행동의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

5.2.7 고객만족 행동의도

Oliver and Bearden(1983)은 고객만족이 재이용의도에 직접적인 영향을 미친다고 주장하면서 고객만족은 평가대상에 대해 긍정적인 태도를 형성시키며, 이러한 긍정적 태도는 다시 재구매 의도에 영향을 미치는 것을 밝혀냈다.

Woodside(1989)는 병원을 대상으로 한 연구에서 서비스접점에서의 전반적 고객만족은 동일한 서비스 제공자에게 돌아가려는 행동의도가 강력히 연결되고 있음을 증명하였으며, 고객만족이 서비스품질과 행동의도사이에

서의 중요한 조절변수라고 지적하였다.

이상과 같은 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 고객만족이 행동의도에 선행하는 원인 변수로서 유의한 영향관계를 측정해 보고자 한다.

가설 7. 고객만족은 행동의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

5.3 변수의 조작적 정의 및 측정

조작적 정의는 연구에서 개념적 정의를 실제 현상에서 측정 가능하도록 정의해 놓은 것을 의미한다(채서일, 1993).

본 연구에서는 선행연구에서 신뢰성과 타당성이 입증된 측정 항목을 그대로 혹은 수정 보완하여 인용하였으며, 기존의 측정변수들이 없거나 부적절한 경우에는 가능한 기존 연구들을 근거로 개념을 가장 잘 측정할 수 있는 측정변수를 개발하였다. 본 연구에 사용되는 변수들의 조작적 정의는 다음과 같다.

5.3.1 마리나 서비스품질

일반적으로 서비스품질은 소비에 의해 주관적으로 인지된다. 결국 서비스속성의 집합이 사용자를 만족시키는 정도가 “서비스의 품질”이라고 말할 수 있다. 서비스품질은 또한 다양한 서비스의 차원 또는 수준을 가지는데, 그 중 핵심편익은 서비스제공물의 가장 근본적인 수준을 말하는데 이는 소비자들이 실제로 추구하는 것을 의미한다.

마리나는 물리적 환경과 마리나 이용객에 적합한 서비스 제공이 요구된다. 마리나의 기능은 요트라는 레저스포츠 장비가 가지는 특성 때문에 계류기능, 보관기능, 상하가기능, 수리·점검기능, 보급·청소기능 등 물리적 구성요소와 정보제공기능, 숙박·휴식기능, 연수·교육기능, 안전관리기능, 문화교류기능 등의 소프트웨어적인 구성 요소 등 10개 차원 기능에 각각 제공되는 서비스가 이루어져야 하며 마리나 서비스품질은 다른 분야에서

사용되는 서비스품질척도와는 구별되어야 한다.

(1) 물리적 시설

물리적 환경의 중요성은 서비스 전달에 있어서 지나치게 강조 될 수 밖에 없는데, 그 이유는 거의 모든 서비스 전달은 물리적 환경 하에서 이루어지기 때문이다. 서비스는 무형성을 갖고 있기 때문에 고객은 흔히 유형적 단서인 물리적 환경으로 구매전에 서비스의 가치를 측정하고, 소비기간 및 소비 후의 서비스에 대한 만족을 평가한다(Zeithamal & Bitner, 1996).

마리나는 요트라는 레저스포츠 장비가 가지는 특성 때문에 요트계류기능이 중심이 되는 기본시설을 비롯하여 요트의 해상보관과 육상보관을 위한 보관시설, 요트를 육상으로 올리거나 수면으로 내리기 위한 상하가시설, 안전한 해양스포츠 활동을 위해 요트의 적절한 수리 점검을 위한 요트수리소, 마리나 내에서 식수, 연료, 식료품의 보급을 위한 급유·급수시설, 보트청소를 위한 세척시설 등이 필수적이다.

따라서 본 연구에서는 요트의 계류, 보관 등 마리나 고유기능 영역을 ‘물리적시설’이라고 정하였다. 측정을 위해 ‘계류시설이 잘 갖추어져 있다’, ‘요트수리소가 잘 갖추어져 있다’, ‘요트보관소가 잘 갖추어져 있다’, ‘상하가시설이 잘 갖추어져 있다’, ‘급유·급수시설 이용이 편리하다’, ‘요트세척이 편리하다’ 등 6개 항목을 (1점)전혀 그렇지않다 ~ (5점)매우 그렇다 의 5점 척도로 측정하였다.

(2) 안전성

20세기 후반이래 작업 및 오락장소에서 안전에 대한 인식이 확대되어 왔다. 직원들과 고객들은 모두 자신들이 위치한 부지의 안전 수준에 관심을 갖기 시작했고, 안전 유지 기준에 따라 관광객에 대한 기업이나 부지의 태도를 판단하기 시작했다. 직원들이나 방문객의 만족 수준과 안전 수준 간의 관계는 오늘날 기업의 안전 규칙 제정자들이 운영상의 중요성에 책임을 진다는 사실에 비추어 훨씬 더 중요하다. 또한 보안은 사람과 장비를 보호

하기 위해 중요하므로 보안 서비스를 제공하는 것은 바람직하다. 마리나에서는 많은 이들이 오랫동안 자신들의 보트를 마리나에 남겨두는 경향이 있고, 또 자신들의 보트를 타고 와서 그 안에서 생활을 하는 외지 관광객들이 있어 안전과 보안은 매우 중요하다(지삼업, 2008). 또한 안전한 항해를 위해 입출항관리시스템이나 항로 표식시설도 중요한 요인이 된다.

따라서 ‘안전성’ 측정을 위해 ‘입·출항관리시스템이 잘 되어있다’, ‘방법시스템이 잘 되어 있다’, ‘현장보안요원이 잘 배치되어있다’, ‘항로표식시설이 항해하기 편리하다’, ‘인터넷, 팩스 등 통신지원이 잘 된다’ 등 5개 항목을 (1점)전혀 그렇지않다 ~ (5점)매우 그렇다 의 5점 척도로 측정하였다.

(3) 종업원태도

마리나의 종업원은 마리나 이용객과 마리나간의 관계에 있어서 마리나 종업원에 의해 제공되는 서비스를 말한다. 마리나에서 이루어지는 인적 서비스는 마리나의 특수성 때문에 이에 대한 합당한 조건과 자질이 요구된다. 또한 이용객에게 고품질 서비스를 제공하면 만족 및 재방문 등 고객충성도를 높일 수 있다.

본 연구에서는 ‘종업원 태도’ 측정을 위해 ‘직원들의 전문성은 뛰어나다’, ‘직원들은 친절하다’, ‘직원들은 책임감이 강하다’ 의 3개 항목을 (1점)전혀 그렇지않다 ~ (5점)매우 그렇다 의 5점 척도로 측정하였다.

(4) 활동프로그램

마리나는 해양스포츠 활동의 전진기지임과 동시에 지역 교류의 거점으로서의 기능 또한 필요하다. 따라서 지역민이나 이용객을 위한 요트 강습이나, 이벤트 광장이나 스포츠 시설, 수변산책로 등 주민여가 시설을 다양하게 구축하고, 보트쇼, 공연 및 전시와 같은 크고 작은 이벤트가 이루어져 연중 마리나 이용률을 높여야 한다.

본 연구에서는 이상과 같은 특성들을 고려하여 마리나에서 실제 일어나

는 활동을 중심으로 요트경기·보트쇼 등의 행사 유치, 요트학교·요트강습회, 주민여가기능을 ‘활동프로그램’ 요인으로 구성하였다. 측정을 위해 ‘요트학교(요트 강습회)가 잘 이루어진다’, ‘주민여가기능이 이루어진다’, ‘요트경기, 보트쇼 등 행사 유치가 다양하다’의 3개 항목을 (1점)전혀 그렇지 않다 ~ (5점)매우 그렇다 의 5점 척도로 측정하였다.

(5) 지원서비스

숙박·휴식기능과 정보제공기능은 마리나 이용자를 위한 숙박·휴식시설이나, 기상·해상정보 제공 등 편의기능을 제공하는 것으로 보고 ‘지원서비스’라 정하였다. 마리나는 동호인들을 위한 휴식시설이 불가결하기 때문에 휴게실은 대부분 구비되어 있으나 아직 숙박시설은 매우 열악한 실정이다. 또한 각종 편의시설과 상업시설도 강화되어야 한다. 마리나에서 이루어지는 활동은 가변성이 높은 바다를 대상으로 하기 때문에 기상·해상에 관한 필요한 정보 제공은 중요하며, 마리나를 중심으로 한 각종 이벤트 정보 제공, 요트 판매·임대까지 요구된다.

측정을 위해 ‘화장실, 샤워시설이 청결하다’, ‘주차장이 넓어 주차하기 편리하다’, ‘숙박·휴식시설이 잘 갖추어져 있다’, ‘음식점이나 쇼핑센터를 이용할 수 있다’, ‘요트 판매·임대가 잘 이루어진다’, ‘이용정보 제공이 잘 이루어진다’ 등 6개 항목을 (1점)전혀 그렇지않다 ~ (5점)매우 그렇다 의 5점 척도로 측정하였다.

5.3.2 지각된 서비스가치

가치는 지불한 것(비용)과 비교하여 받은 것(편익)의 지각을 기초로 한 상품의 유용성에 대한 소비자의 전반적인 평가이다(Zeithaml, 1998). 가치는 금전적 비용 이외에 서비스품질에 대한 특정 구매와 관련된 시간, 노력, 위험과 같은 비금전적 비용을 포함하는 포괄적인 개념으로 서비스 제공시 고객이 비용을 지불하고 얻게 되는 모든 것을 포괄하여 정의하는 것이 일

반적이다(최환석, 조주은, 2010).

따라서 마리나에서의 지각된 서비스가치는 마리나를 방문한 이용객이 시설을 이용하기 위한 편익과 비용간 상쇄에 의해 고객이 지각하는 서비스품질에 대한 전반적인 평가로서 서비스를 제공받기 위하여 지출한 전체 비용과 시간에 대해서 고객이 받은 편익 또는 결과로 정의하였다.

본 연구에서 지각된 서비스가치는 Bolton & Drew(1991), Chang(2008), 이귀옥·장경수·김형섭(2003), 박경호(2010), 박명국·유현순(2010), 이장성(2010) 등의 연구를 참고하여 ‘마리나 이용시 내가 지불한 돈의 가치를 느낄 수 있다’, ‘마리나를 이용한 가격에 좋은 서비스를 받았다고 생각한다’, ‘마리나는 내가 즐거운 시간을 보낼 수 있는 장소이다’ 3개 측정항목으로 구성되며 Likert 5점 척도 ‘매우 그렇다’(5점)에서 ‘매우 그렇지 않다’(1점)까지 5단계로 구분하였다.

5.3.3 고객만족

일반적으로 심리학에서는 만족을 개인의 욕구가 충족되어지거나 목표가 달성되었을때 경험하게 되는 심리적 상태로 본다. 만족이란 기대의 충족에서 오는 것이고, 고객들은 한정된 속성들로부터 제품을 평가하여 어떤 속성들은 만족을 결정하는 중요한 요소가 되고, 어떤 부분은 불만족을 결정하는 요소가 되며 이는 태도변화와 구매의도에 영향을 미치는 것으로 믿어지고 있다(J, E. Swan and J. C. Linda, 1976). 관광객은 자신이 다녀온 관광목적지에 대하여 만족 또는 불만족을 경험하게 되고 자신의 결정에 대한 잘잘못을 평가하여 나아가 그 관광목적지의 재방문 여부를 결정하게 된다. 관광객의 관광 후 행동은 매우 다양하고 또 어떤 이는 다른 관광 목적지로 전환하거나 행동을 포기하는 등 적극적인 행동을 하기도 한다(김소영 2001).

본 연구에서는 J, E. Swan and J. C. Linda(1976), 김소영(2001), 정승훈(2010)의 연구를 참조하여 마리나 이용자의 마리나 체험 총체에 대한 사후 이미지를 평가하는 과정으로, 마리나 관련 일종의 태도로 정의하고자 한다.

고객만족요인은 Howard & Sheth(1969), Westbrook and Reilly(1983), 안대희(1998), 김희수(2007), 박명국, 유현순(2010) 등의 연구를 참고하여 ‘마리나 시설에 대해 만족한다’, ‘마리나에서의 활동과 프로그램에 대해 만족한다’, ‘마리나는 나의 방문욕구를 충분히 채워주고 있다’의 3개 항목으로 Likert 5점 척도로 ‘매우그렇다’(5점)에서 ‘매우 그렇지 않다’(1점)까지 5단계로 구분하였다.

5.3.4 행동의도

행동의도는 소비자들이 어떤 대상에 대한 태도를 형성한 후 특정한 미래 행동으로 나타내려는 개인의 의지와 신념으로 정의할 수 있어 소비행동에 대한 예측요인으로 중요하며, 일정한 목적을 성취하기 위해서 실행할 계획으로 생각할 수 있다.

Burton et al(2003)은 고객의 경험이 그들의 행동의도와 관계가 있으며 긍정적 고객경험이 더 많으면 고객은 그 서비스를 다시 이용하려는 의지를 더 많이 가질 것이라는 결론을 제시하였다. 행동의도의 표현으로는 ‘재방문’(Cronin and Taylor, 1992), 또는 ‘타인에게 추천 또는 구전’(Zeithamal et al., 1996) 등으로 표출되고 있다. 재방문 의도는 해당서비스 상품의 재방문 가능성이 있거나 다른 사람에게 해당 서비스 상품의 우수성을 자발적으로 추천할 가능성이 높은 상태를 의미한다(전채구, 1998).

본 연구에서의 행동의도는 Olorunniwo et al.(2006), 이귀옥·장경수·김형섭(2003), 박경호(2010), 이장성(2010) 등의 연구에서 적용하였던 행동의도 항목을 기초로 재방문, 긍정적평가 및 타인에게 추천하고자하는 의지 등으로 설문항목을 설정하였다.

행동의도 요인은 ‘마리나 시설을 다시 이용할 것이다’, ‘마리나 시설을 다른 사람에게 소개하고 싶다’, ‘마리나 시설을 다른 사람에게 좋게 이야기할 것이다’ 등 3개 측정항목으로 구성되며 Likert 5점 척도로 ‘매우그렇다’(5점)에서 ‘매우 그렇지않다’(1점)까지 5단계로 구분하였다.

5.4 조사설계

5.4.1 예비조사

이 단계는 이용자를 대상으로 이전 단계에서 개발된 예비척도로 구성된 설문지를 조사 대상자가 정확히 이해하는가와 설문 내용이 제대로 작성되었는가를 파악하는데 중점을 두었다. 예비조사는 본 조사의 연구대상 가운데 약 30여명 정도를 임의 선정하여 실시하였고, 본 단계에서 지적되거나 발견된 오류를 수정, 반영하여 최종 설문지를 완성하였다.

5.4.2 본조사

예비조사 결과를 토대로 설문항목에 대한 이해도를 높이고 용어의 개념을 정확하게 전달하기 위하여 설문항목의 조정 작업을 거친 후 본 조사를 실시하였다.

다음으로 개발된 척도의 검증을 위해 실제 마리나를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 실제 마리나를 이용한 대상자에게 연구의 취지를 설명하고 자기평가기입법을 사용하였으며, 설문이 끝나는 대로 회수하였다. 표본 선정은 비확률표본추출법 중 편의표본추출법을 사용하여 총 350부의 설문지를 배포하여 최종 310부가 회수되었고 이중 불성실한 응답을 하여 유효하지 못한 15부를 제외한 총 295부의 설문지가 본 연구에 사용되었다.

자료수집은 부산 수영만 요트경기장, 진해 마리나리조트, 통영 마리나리조트, 그리고 경기도 전곡항의 국제 보트쇼 등에서 이루어졌으며, 요트협회, 동호회 회원, 실제 요트를 이용하는 선주, 요트관련 업체 등을 대상으로 자료를 수집하였다.

본 연구의 조사기간은 2011년 5월 20일부터 2011년 6월 21일까지이다.

5.4.3 설문지 구성

본 연구에 사용된 설문지 구성은 크게 3가지로 구별 할 수 있는데, 첫째 마리나 서비스품질을 개별적으로 평가하는 23개 문항 둘째, 마리나 서비스

품질 IP분석을 위한 중요도-만족도 비교를 위한 23개 문항 셋째, 마리나 이용객의 지각된 서비스가치 3개 문항, 고객만족 3개 문항, 행동의도 3개 문항, 마지막으로 인구통계학적 특성(성별, 연령, 직업, 최종학력, 소득수준)을 평가하기 위한 5개 문항으로 구성되었다.



<표 5-1> 설문지 측정항목

측정 항목	구성 항목	측정 항목수	척도	출처
서비스 품질	안전성	5개	리커트 5점 척도	곽한병·김경식·이창수(2010) 국토해양부(2006), Raviv. A(2001) Suppliers & Services 2010 - 2011 The Marina Industries Association of Australia(Marinas Guide), (사)일본마리나·비치협회(일본 우수 마리나,1995)
	물리적시설	6개		Baker(1986), Bitner(1990) 국토해양부(2006), Raviv. A(2001) Suppliers & Services 2010 - 2011 The Marina Industries Association of Australia(Marinas Guide), (사)일본마리나·비치협회(일본 우수 마리나,1995)
	종업원태도	3개		윤미희·엄서호(1993) 이준혁·정규엽(1998) Raviv. A(2001)
	지원서비스	6개		국토해양부(2006), Raviv. A(2001) Suppliers & Services 2010 - 2011 The Marina Industries Association of Australia(Marinas Guide), (사)일본마리나·비치협회(일본 우수 마리나,1995)
	활동프로그램	3개		Kim & Kim(1995), 김숙자·허현미(1999) 국토해양부(2006), Raviv. A(2001) Suppliers & Services 2010 - 2011, The Marina Industries Association of Australia(Marinas Guide), (사)일본마리나·비치협회(일본 우수 마리나,1995)
지각된 서비스 가치	비용에 대한 가치, 가격 고려 좋은 거래, 시간에 대한 가치	3개	리커트 5점 척도	Bolton & Drew(1991), Chang(2008) 이귀옥·장경수·김형섭(2003), 박경호(2010), 박명국·유현순(2010), 이장성(2010)
고객 만족	시설만족, 활동/프로그램 만족, 방문욕구 충족	3개	리커트 5점 척도	Howard & Sheth(1969), Westbrook and Reilly(1983), 안대희(1998), 김희수(2007) 박명국, 유현순(2010)
행동 의도	재방문, 추천의도	3개	리커트 5점 척도	Olorunniwo et al.(2006), 이귀옥·장경수·김형섭(2003), 박경호(2010), 이장성(2010)

5.4.4 분석방법

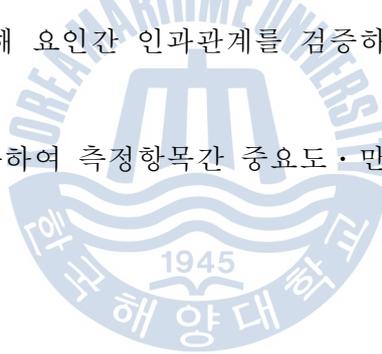
본 연구는 설정한 연구문제를 해결하기 위해서 SPSS 12.0과 AMOS 4.0을 이용하였다.

첫째 응답자의 인구통계학적 변인에 대해 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 탐색적 요인분석을 통해 요인을 추출하고, 측정항목의 신뢰도를 확인하기 위해 검사문항 간 동질성 정도에 대한 신뢰도 측정치인 Cronbach's α 값을 조사하였다.

셋째 측정변수의 타당도를 확보하기 위하여 AMOS 4.0을 이용한 확인적 요인분석을 실시하여 요인적재값, 개념신뢰성, 평균분산추출값(AVE) 등의 통계치를 활용하여 척도정제와 집중타당성, 판별타당성 등을 검증하였다. 구조방정식 모형을 통해 요인간 인과관계를 검증하기 위해 AMOS를 사용하였다.

다섯째, SPSS를 이용하여 측정항목간 중요도·만족도를 분석하였다.



제6장 마리나 서비스품질 평가모델 검증

6.1 분석결과

6.1.1 응답자 인구통계학적 특성

본 연구에서 사용된 표본의 주요 인구 통계학적 특성은 다음 <표 6-1>과 같다. 본 조사에서 사용된 표본의 수는 총 295명으로 응답자 특성을 살펴보면 성별은 남자가 237명(80.3%), 여자가 58명(19.7%)으로 남자의 비율이 높은 것으로 나타났다. 이는 마리나 주요 이용객이 여자보다는 남자가 많음이 반영된 것이라 판단된다. 연령은 40~49세 91명(30.8%), 30~39세 88명(29.8%), 20~29세 59명(20%), 50~59세 44명(14.9%), 60세이상 11명(3.7%), 20세 미만 2명(0.7%)순으로 조사되었다. 전체적으로 연령대의 고른 분포를 보이고 있으며 그 중 40대가 가장 많은 비율을 보였다. 직업은 전문/자유직이 125명(42.4%), 사무/기술직 52명(17.6%), 경영관리직 28명(9.5%), 판매/서비스직 24명(8.1%), 자영업 21명(7.1%), 기능/숙련직 8명(2.7%), 학생 9명(3.1%), 주부 6명(2%), 기타 22명(7.5%)으로 나타났다. 최종학력은 대학교 재학·졸업이 171명(58%), 고등학교 재학·졸업이 42명(14.2%), 대학원이상이 82명(27.8%)으로 나타나 대학교 재학·졸업이 가장 많았으며, 소득수준은 400만원이상 106명(35.9%), 100~199만원 65명(22%), 200~299만원 56명(19%), 300~399만원 53명(18%), 100만원 미만 15명(5.1%)으로 조사되어 400만원이상 고소득층이 가장 많은 비율을 보였다.

<표 6-1> 표본의 인구통계학적 특성

구 분		빈도(명)	퍼센트(%)
성별	남	237	80.3
	여	58	19.7
	합계	295	100.0
연령	20세 미만	2	.7
	20~29세	59	20.0
	30~39세	88	29.8
	40~49세	91	30.8
	50~59세	44	14.9
	60세이상	11	3.7
	합계	295	100.0
직업	전문/자유직	125	42.4
	경영관리직	28	9.5
	사무/기술직	52	17.6
	판매/서비스직	24	8.1
	기능/숙련직	8	2.7
	자영업	21	7.1
	가정주부	6	2.0
	학생	9	3.1
	기타	22	7.5
	합계	295	100.0
최종학력	고등학교 재학·졸업	42	14.2
	대학교 재학·졸업	171	58.0
	대학원이상	82	27.8
	합계	295	100.0
소득수준	100만원미만	15	5.1
	100~199만원	65	22.0
	200~299만원	56	19.0
	300~399만원	53	18.0
	400만원이상	106	35.9
	합계	295	100.0

6.1.2 측정변인 기술통계

다음 문항에 대해 통계적 검증을 실시하고자 각 측정변수의 평균, 표준편차, 왜도, 첨도를 분석한 결과는 다음 <표 6-2>와 같다. 대부분의 측정항목이 낮은 평균을 보이고 있으며 주차시설이 비교적 높은 평균을 나타내었고, 상업시설과 쇼핑센터가 가장 낮은 평균을 나타내었다.

첨도와 왜도의 수치가 ± 2.0 이상이거나 평균 및 표준편차가 극단치를 나타낼 경우 수정해야 할 문항으로 간주할 수 있다. 분석결과 측정변수 모두 왜도와 첨도가 기준치 이내로 나타났으며, 평균 및 표준편차도 양호한 것으로 나타나 다음 단계인 탐색적 요인분석을 실시하였다.

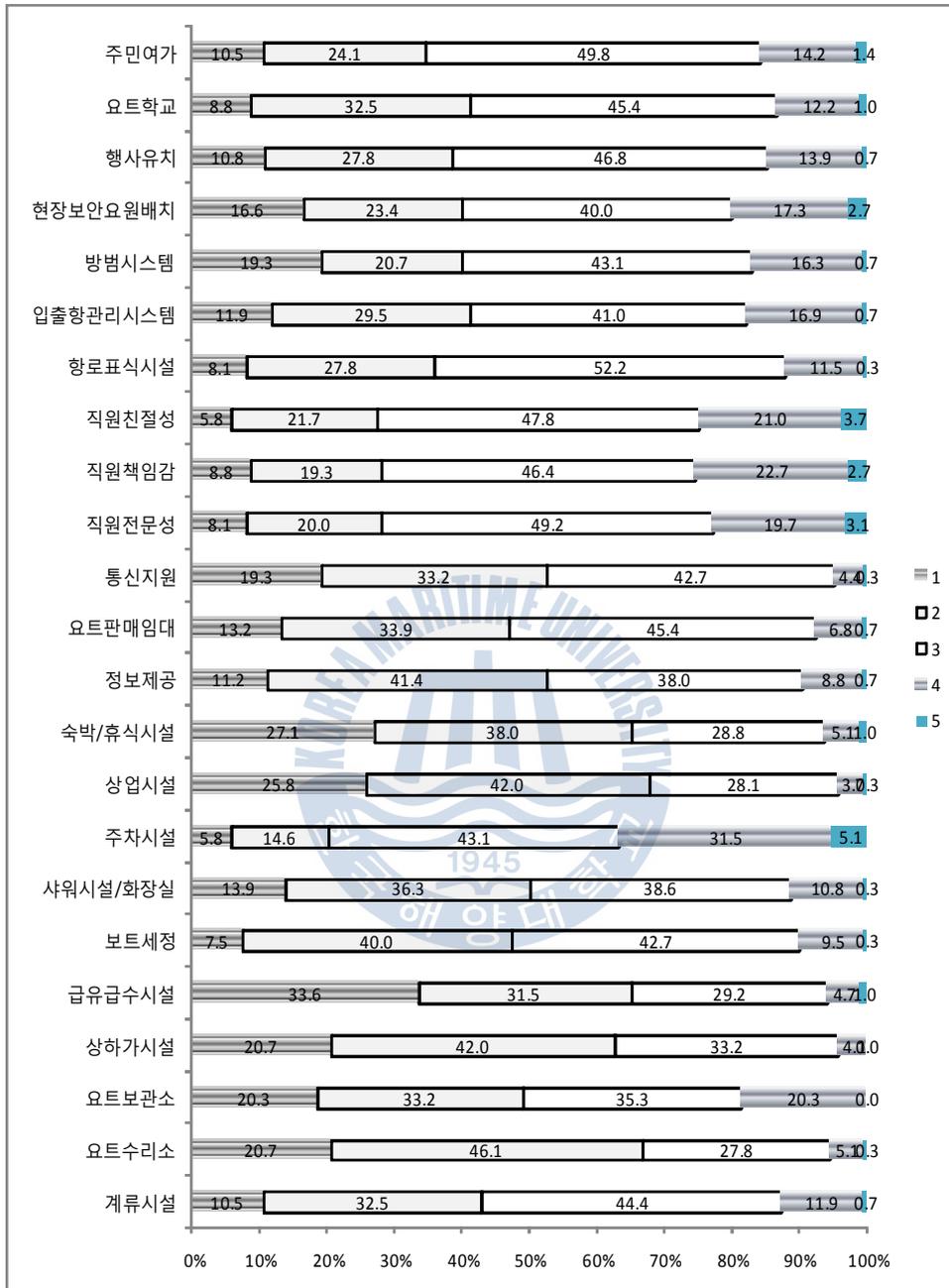
<그림 6-1>은 마리나 서비스품질 측정항목간 비율분석을 그래프로 나타낸 것이다. 대부분의 항목에서 ‘보통’의 비율이 비교적 높은 것으로 보이며, ‘그렇지 않다’의 비율도 다른 항목에 비해 높은 비율을 보인다.



<표 6-2> 측정변수의 기술통계 분석 (N=295)

측정항목		평균	표준편차	왜도	첨도
마리나 서비스 품질 변인	계류시설이 잘 갖추어져있음	2.60	0.86	-0.07	-0.31
	요트수리소가 잘 갖추어져있음	2.18	0.83	0.33	-0.22
	요트보관소가 잘 갖추어져있음	2.37	0.93	0.03	-0.90
	상하가시설이 잘 갖추어져있음	2.21	0.81	0.06	-0.71
	급유·급수시설이 잘 갖추어져있음	2.08	0.95	0.46	-0.47
	보트세정이 편리함	2.55	0.78	0.06	-0.19
	샤워시설·화장실이 청결함	2.47	0.88	0.02	-0.54
	주차시설이 넓어 주차하기 편리함	3.16	0.93	-0.37	-0.01
	음식점·쇼핑센터를 이용할 수 있음	2.11	0.84	0.31	-0.42
	숙박·휴식시설을 이용할 수 있음	2.15	0.91	0.43	-0.25
	이용정보제공이 잘 이루어짐	2.46	0.83	0.17	-0.17
	요트판매임대가 잘 이루어짐	2.48	0.83	-0.09	-0.21
	통신지원(인터넷, Fax)이 잘됨	2.33	0.85	-0.12	-0.63
	직원들의 전문성은 뛰어남	2.89	0.91	-0.19	0.00
	직원들은 책임감이 강함	2.91	0.94	-0.27	-0.17
	직원들은 친절함	2.95	0.90	-0.08	-0.01
	항로표식시설이 항해하기 편리함	2.68	0.80	-0.30	-0.06
	입출항관리시스템이 잘 되어 있음	2.65	0.92	-0.12	-0.59
	방법시스템이 잘 되어 있음	2.58	1.00	-0.22	-0.84
	현장보안요원이 잘 배치되어있음	2.66	1.03	-0.05	-0.62
보트쇼, 요트경기 등 행사유치가 다양함	2.66	0.87	-0.20	-0.34	
요트학교(요트강습회)가 잘 이루어짐	2.64	0.84	-0.02	-0.15	
주민여가 기능이 이루어짐	2.72	0.88	-0.22	-0.12	
태도 변인	지불한 돈의 가치를 느낌	3.07	0.90	0.01	0.03
	이용가격에 비해 좋은 서비스를 받음	2.86	0.85	0.21	0.43
	즐거운 시간을 보낼 수 있는 장소임	3.64	0.94	-0.26	-0.47
	시설에 대해 만족함	2.77	0.80	-0.44	0.10
	나의 방문욕구를 충분히 채워줌	2.63	0.79	-0.02	-0.05
	활동과 프로그램을 만족함	2.59	0.79	-0.24	-0.32
	다시 이용함	3.43	0.71	-0.61	0.87
	다른 사람에게 좋게 이야기함	3.28	0.76	-0.51	0.92
	다른 사람에게 소개함	3.31	0.75	-0.25	0.60

주) '5 매우 그렇다', '3 보통', '1 매우 그렇지않다'



주) '1:매우그렇지않다', '2:그렇지않다', '3:보통', '4:그렇다', '5:매우그렇다'

<그림 6-1> 마리나 서비스품질 측정변수별 비율 분석

6.1.3 마리나 서비스품질 측정항목 타당성 검토

(1) 마리나 서비스품질에 관한 탐색적 요인분석 및 신뢰성 분석

타당성이란 측정을 위해 개발한 도구를 사용하여 측정하고자 하는 개념이나 속성을 얼마나 정확하게 측정할 수 있는가를 나타내는 지표로, 타당성을 평가하기 위해서는 동일개념에 대하여 2가지 이상의 상이한 방법으로 측정했을 경우에는 다속성 측정방법을 상이한 개념에 대해 각기 여러 측정수단(항목)을 이용하여 측정한 경우 요인분석을 실시한다.

요인분석이란 질문 문항들, 변수들 혹은 대상들간의 상호관계를 분석해서 이들 사이에 공유/내재된 구조를 파악해 내는 기법을 말한다. 즉, 변수들 사이의 상관관계에 근거하여 이들 변수들 속에 존재하는 공유된 관계-구조를 파악해냄으로써 변수들을 보다 적은 수의 동질적인 차원으로 묶어주고 자료에 대한 이해를 용이하게 해주는 기법이다(임종원, 박형진, 강명수, 2003).

측정도구의 타당성을 검증하기 위하여 정보의 손실을 최대한 줄이면서 많은 변수들을 가능한 적은 수의 요인으로 줄이는데 목적이 있는 주성분분석(principal component analysis)을 실시하였으며, 요인들간의 상호독립성을 유지하여 회전하는 직교회전(varimax rotation)방법을 사용하여 분석하였다(<표 6-3> 참조). 각 변수별 내부 항목들 간 상관계수가 낮거나, 상이한 변수들을 선별하여 제거한 후 반복적으로 요인분석을 실시하였다.

분석결과 고유값(eigenvalue)이 1이상인 값을 기준으로 5개의 요인이 추출되었고, 선정된 요인 가운데서 요인 부하치 0.4이상인 것을 주요인으로 채택하였다. 이러한 과정에서 내용상 어울리지 않는 차원에 들어간 항목이나 두 요인 이상에 높은 요인 적재치를 보이고 있는 3개 항목(요트세척, 주차시설, 요트판매·임대)이 제거되었다. 추출된 요인은 대부분 선행연구와 같이 관련 요인을 중심으로 적절하게 부하되었으므로, 선행연구를 참고하여 요인명을 부여하였다.

요인 1은 마리나 기능 중 안전관리기능으로 곽한병·김경식·이창수(2010)의 연구를 참고하여 ‘안전성’으로 명명하였다.

요인 2는 마리나 기능 중 계류기능, 보관기능, 상하가기능, 수리·점검기능, 보급·청소기능 등에 해당하는 사항으로 Baker(1986), Bitner(1990)의 연구를 참고하여 ‘물리적시설’로 명명하였다.

요인 3은 윤미희·엄서호(1993), 이준혁·정규엽(1998)의 연구를 참고하여 ‘종업원태도’로 명명하였다.

요인 4는 마리나의 기능 중 숙박·휴식과 정보제공기능에 해당되는 것으로 ‘지원서비스’라 명명하였다.

요인 5는 연수교육기능과 문화교류기능으로 Kim & Kim(1995), 김숙자·허현미(1999)의 연구를 참고하여 ‘활동프로그램’으로 명명하였다.



<표 6-3> 서비스품질 측정항목에 대한 탐색적 요인분석

구 분	1	2	3	4	5
현장보안요원	0.823	0.094	0.174	0.144	0.232
방법시스템	0.817	0.162	0.148	0.180	0.219
입출항관리	0.687	0.288	0.192	0.217	0.104
항로표식	0.648	0.304	0.196	0.071	0.307
통신지원	0.549	0.252	0.172	0.352	0.046
요트수리소	0.102	0.766	0.160	0.302	0.129
계류시설	0.161	0.728	0.145	-0.078	0.081
급유급수시설	0.145	0.714	-0.010	0.306	0.118
상하가시설	0.265	0.689	0.219	0.258	0.164
요트보관소	0.360	0.633	0.146	0.138	0.244
책임감	0.199	0.185	0.879	0.152	0.142
친절함	0.162	0.065	0.877	0.127	0.120
전문성	0.215	0.202	0.844	0.100	0.131
상업시설	0.192	0.167	0.156	0.812	0.026
숙박시설	0.123	0.122	0.012	0.791	0.260
샤워시설/화장실	0.154	0.166	0.144	0.686	0.054
이용정보제공	0.313	0.316	0.380	0.452	0.027
요트학교(요트강습회)	0.142	0.184	0.045	0.114	0.857
주민여가기능	0.223	0.147	0.260	0.246	0.678
행사유치	0.381	0.170	0.146	-0.001	0.610
Eigen value	8.218	1.723	1.529	1.322	1.036
분산(%)	41.089	8.616	7.644	6.611	5.179
누적분산(%)	41.089	49.705	57.348	63.959	69.139

측정도구의 신뢰성이란 측정항목간의 내적일관성을 의미하는 것으로 측정변수의 진정한 값을 측정할 수 있는 정도라 할 수 있다. 만일 동일한 측정도구를 이용해 동일한 개념을 반복적으로 측정하였을 때 일관된 값을 나타낸다면 이는 신뢰성이 높은 측정도구라 할 수 있다.

신뢰성을 측정하는 방법은 다양하나 일반적으로 Cronbach's α 계수를

이용하여 신뢰성을 파악하였다. Nunnally(1978)에 의하면 0.7이상이면 신뢰성이 있는 것으로 판단되고, 탐색적 연구에서는 0.5이상을 기준으로 한다고 하였다.

<표 6-4> 마리나 서비스품질 신뢰성분석

구분		Cronbach' a 계수	전체
마리나 서비스품질	안전성	.869	.923
	물리적시설	.845	
	종업원태도	.916	
	지원서비스	.782	
	활동프로그램	.738	

<표 6-4>에서 알 수 있듯이 신뢰성 검정결과는 모든 변수 계수의 값이 0.7이상임을 알 수 있다. 따라서 모든 변수들이 가설검증에 충분한 신뢰도를 갖는 것으로 평가하여 분석에 이용하였다.

(2) 태도변인에 관한 탐색적 요인분석 및 신뢰성 분석

요인분석결과 관련요인들의 적재량이 0.6이상을 확보함으로써 유의성이 높게 나타나 측정항목에 대한 타당성은 충분히 검정되었다. 측정 항목별 구체적인 요인추출결과는 다음 <표 6-5>에 나타나 있다.

요인 1은 행동의도로서 ‘마리나를 다시 이용함’, ‘다른 사람에게 좋게 이야기함’, ‘다른 사람에게 소개함’ 등의 항목으로 구성되었다.

요인 2는 만족으로서 ‘마리나 시설에 대해 만족함’, ‘마리나 시설은 나의 방문욕구를 충분히 채워줌’, ‘마리나 시설에서의 활동과 프로그램을 만족함’ 등으로 구성되었다.

요인 3은 서비스가치로서 ‘지불한 돈의 가치를 느낌’, ‘이용가격에 비해 좋은 서비스를 받음’, ‘마리나는 즐거운 시간을 보낼 수 있는 장소임’ 으로 구성된다.

<표 6-5> 서비스가치, 만족, 행동의도의 탐색적 요인분석

측정 항목	요인명		
	1	2	3
다시 이용함	0.845	0.041	0.155
다른 사람에게 좋게 이야기함	0.829	0.252	0.100
다른 사람에게 소개함	0.804	0.301	0.162
시설에 대해 만족함	0.050	0.840	0.188
나의 방문욕구를 충분히 채워줌	0.176	0.814	0.119
활동과 프로그램을 만족함	0.247	0.812	0.162
지불한 돈의 가치를 느낌	0.156	0.188	0.857
이용 가격에 비해 좋은 서비스를 받음	0.093	0.380	0.780
즐거운 시간을 보낼 수 있는 장소임	0.546	-0.080	0.607
Eigen value	4.070	1.527	1.094
분산	45.217	16.965	12.151
누적	45.217	62.182	74.333

<표 6-6>에서 알 수 있듯이 신뢰성 검정결과 모든 변수 계수의 값이 0.7이상으로 모든 변수들이 가설검증에 충분한 신뢰도를 갖는 것으로 평가하여 분석에 이용하였다.

<표 6-6> 서비스가치, 만족, 행동의도 신뢰성분석

구 분	Cronbach' a 계수	전체
지각된 서비스가치	.740	.844
고객만족	.823	
행동의도	.841	

(3) 확인적 요인분석

다음으로 개념 타당성을 확인하기 위하여 앞서 수행된 탐색적 요인 분석

을 통해 추출된 최종문항들로 개별 마리아 서비스품질 차원에 제약된 형태의 측정모형에 대한 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis: CFA)을 실시하였다. 확인적 요인분석은 탐색적 요인분석과 대비되는 요인분석의 한 방법으로 연구자가 자료 내부에 숨겨져 있는 이론적 구조에 대한 정보를 사전에 알고 있어, 이론적 구조를 확인하고자 할 때 쓰는 방법이다. 확인적 요인분석 결과 중 가장 우선적으로 검토해야 할 결과가 χ^2 검증이다. 구조방정식분석의 χ^2 검증은 연구자가 획득한 표본과 연구자가 설계한 구조방정식모형이 같은지를 판단하는 거의 유일한 통계적 기법이다 (Anderson & Gerbing, 1988). 그러나 χ^2 에 의한 검증은 표본크기에 민감하게 영향을 받는다는 점에서 한계가 있다. 예를 들어 연구모형이 고정된 상태에서, 표본크기가 작을 때는 영가설이 채택되며 표본 크기가 클 경우는 기각됨을 알 수 있다. 좋지 못한 모형이 표본크기가 작다는 이유로 영가설이 채택되는 오류를 제2종 오류라고 하며, 좋은 모형이 표본크기가 크다는 이유로 영가설이 채택되지 않는 오류를 제1종 오류라고 한다. 따라서 구조방정식모형의 χ^2 검증은 표본크기에 따라 제1종 및 제2종 오류를 모두 범할 수 있다(Bagozzi et al, 1991; Bentler, 1990; Bollen(1990), 김대업, 2008 재인용). 일반적인 사회과학연구는 항상 제약 또는 제한점이 따르기 때문에 실재를 완벽에 가깝게 반영하는 연구모형을 만들어 내는 것은 불가능에 가깝다. 따라서 실제의 표본과 연구자의 모형이 똑같다는 영가설에 따른 χ^2 검증은 상당히 엄격한 것이다. 그러므로 표본크기에 따른 민감성과 영가설의 엄격성 등의 이유로 모형 적합에 대한 판단은 χ^2 검증에만 의존해서는 안 되며 다른 적합도 지수들과 함께 판단해야 한다(Bollen and Long, 1993; 김대업, 2008 재인용).

모델의 전반적 적합도 평가를 위해서는 여러 가지 적합도 지수를 이용하여 평가하는데, 적합도 지수(good fit index)는 절대적합지수, 증분적합지수, 간결적합지수로 나눌 수 있다. 절대적합지수는 연구모형이 입력자료를 얼마나 잘 반영하는가를 나타내는 지수이다. χ^2 통계량은 가장 대표적인 절대적합도지수(absolute fit indices)이며, GFI, AGFI, RMR, SRMR,

RMSEA 등이 있다. 증분적합도지수(incremental fit indices)는 제안모델과 다른 대안모델의 적합도를 비교한 것이다. 증분적합지수는 NFI, CFI, TLI, RFI 등이 있다. 간결적합도지수(parsimony fit indices)는 여러개의 경쟁 모형들이 있는 경우 가급적 간결하면서도 적합도가 높은 것을 선택할 때 고려하는 지수이다. 간결적합도지수에는 PGFI, PNFI, PCFI, AIC 등이 있다 (이학식, 임지훈, 2009).

본 연구에서는 제안된 이론모형에 대한 통계적 적합도를 확인하기 위하여, 절대적합 판단기준으로 절대적합도 지수 χ^2 (카이자승값은 작을수록 바람직, $p \geq 0.05$ 이면 바람직), GFI(Goodness-of-Fit Index : 0.9이상 적합), RMR(Root Mean-Squared Residual : 0.05보다 작을수록 적합), RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation : 0.08이하 적합), 증분적합도 지수 NFI(Normed Fit Index : 0.9이상 적합), TLI (Turker-Lewis Index : 0.9이상 적합), CFI(Comparative Fit Index : 0.9이상 적합) 등(이학식, 임지훈, 2009)을 이용하였다.

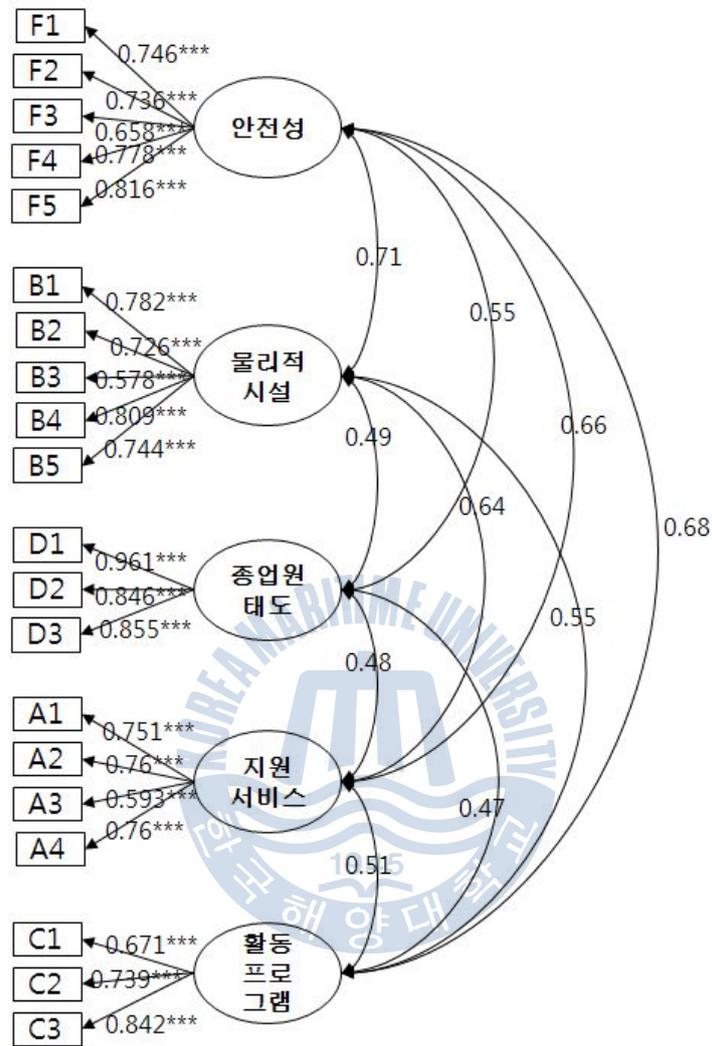
기본적인 분석과정을 거친 측정항목들에 대해 AMOS 4.0을 이용한 척도별 확인적 요인분석을 실시하였다. 구체적인 분석결과는 다음과 같다.

분석결과 외생변수에 해당하는 마리아 서비스품질 변인은 $\chi^2=503.205$, $df=160$, $P=0.000$, $RMR=0.052$, $GFI=0.854$, $IFI=0.896$, $CFI=0.895$, $RMSEA=0.085$ 를 나타내어 기준치를 충족시키지 못하는 것으로 나타났다. 따라서 적합도를 개선시키기 위해 수정지수가 제시하는 오차항간 새로운 경로를 추가하였다. 그 결과 $\chi^2= 315.066$, $p=0.000$ (χ^2 는 작을수록 바람직, $p \geq 0.05$ 이면 바람직) $d.f. = 153$, $GFI = 0.908$, $IFI = 0.951$, $TLI=0.939$, $CFI=0.951$ (GFI, IFI, TLI, CFI는 0.9이상 바람직), $RMR=0.041$ (0.05 이하 바람직), $RMSEA=0.06$ (0.08 이하 바람직)으로 나타나 전체적인 적합도 지수는 대체로 수용가능한 수준으로 나타났다. 측정 항목들과 해당 구성 개념을 연결하는 표준요인 부하량은 0.5이상인 통계적으로 유의하며, 0.7이상이 바람직하다. 각 항목의 인자 적재치는 .578~.961($P < .000$)의 범위였으므로 통계적으로 유의함을 확인하였다.

<표 6-7> 외생변수 확인적 요인분석

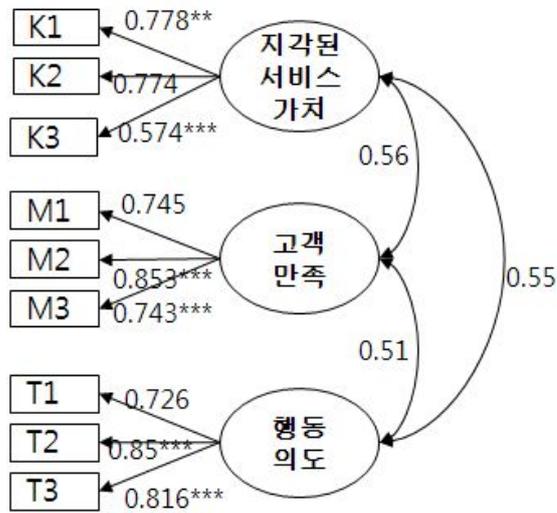
요인명		표준화계수	SE	C.R.	신뢰성계수	AVE
안전성	F1	0.746	-	-	0.882	0.560
	F2	0.736	0.055	18.77***		
	F3	0.658	0.071	10.671***		
	F4	0.778	0.074	13.255***		
	F5	0.816	0.065	13.509***		
물리적시설	B1	0.782	0.069	14.358***	0.881	0.536
	B2	0.726	0.081	13.11***		
	B3	0.578	0.075	9.978***		
	B4	0.809	-	-		
	B5	0.744	0.078	13.534***		
종업원태도	D1	0.961	-	-	0.932	0.790
	D2	0.846	0.039	21.755***		
	D3	0.855	0.039	22.283***		
지원서비스	A1	0.751	0.121	10.115***	0.850	0.518
	A2	0.76	0.143	9.355***		
	A3	0.593	-	-		
	A4	0.76	0.131	9.354***		
활동프로그램	C1	0.671	-	-	0.840	0.568
	C2	0.739	0.135	8.463***		
	C3	0.842	0.142	9.255***		
$\chi^2=315.066$, $df=153$, $P=0.000$, $RMR=0.041$, $GFI=0.908$, $IFI=0.951$, $CFI=0.951$, $RMSEA=0.06$						

주 : ***P<0.001



<그림 6-2> 외생변수 확인적 요인분석

또한 내생변수에 해당하는 서비스가치, 고객만족, 행동의도 변인도 $\chi^2 = 100.150$, $df=24$, $P=0.000$, $RMR=0.047$, $GFI=0.925$, $IFI=0.933$, $CFI=0.932$, $RMSEA=0.104$ 으로 대체로 수용가능한 수준이었다. 또한 각 항목의 인자 적재치는 .574~.85($P<.000$)의 범위였으므로 통계적으로 유의함을 확인하였다.



<그림 6-3> 내생변수 확인적 요인분석

<표 6-8> 내생변수 확인적 요인분석

구 분		표준화계수	Estimate	S.E.	C.R.	신뢰성계수	AVE
지각된 서비스 가치	K2	0.774	0.943	0.088	10.704***	0.79	0.511
	K1	0.778	1	-	-		
	K3	0.574	0.77	0.088	8.708***		
고객 만족	M3	0.743	0.979	0.083	11.767***	0.882	0.612
	M2	0.853	1.134	0.09	12.637***		
	M1	0.745	1	-	-		
행동 의도	T3	0.816	1.202	0.095	12.613***	0.908	0.638
	T2	0.85	1.259	0.098	12.836***		
	T1	0.726	1	-	-		
$\chi^2 = 100.150$, $df=24$, $P=0.000$, $RMR=0.047$, $GFI=0.925$, $IFI=0.933$, $CFI=0.932$, $RMSEA=0.104$							

주 : ***P<0.001

본 연구에서는 유의수준 $\alpha=0.01$ 에서 유의하면($|t| > 2.58$) *** 표시를, 유의수준 $\alpha=0.05$ 에서 유의하면($|t| > 1.96$) ** 표시를 유의수준 $\alpha=0.10$ 에서 유의하면($|t| > 1.645$) * 표시를 하였다. 분석결과 t값을 의미하는 C.R.값이 모두 $t > 2.58$ 로 유의수준 0.01에서 유의하였다.²⁾

개념타당성은 표준적재치가 0.5 이상이면 개념타당성이 있다고 할 수 있다. 측정 항목들과 해당 구성 개념을 연결하는 표준적재치는 0.5 이상이 통계적으로 유의하며 0.7 이상이 바람직하다. 각 항목의 인자 적재치는 .57~.96($P < .000$)의 범위였으므로 통계적으로 유의하여 개념타당성을 확인하였다.

잠재요인 타당성은 잠재요인과 측정변수간의 일치성 정도에 관한 것으로 집중타당성은 하나의 잠재요인에 대한 두 개 이상의 측정도구가 내적일관성을 갖는 정도에 관한 것으로 집중타당성을 조사하기 위해 개념 신뢰성과 평균분산추출값(AVE)을 계산하였다. 개념신뢰성은 0.7이상 평균분산추출값(AVE)의 크기가 .5이상이면 집중타당성을 갖는 것으로 받아들여진다.

본 연구에서는 다음 표와 같이 모든 요인의 AVE(average variance extracted)값이 0.5이상이며, 개념신뢰성은 모두 0.7이상이므로 본 연구에 사용된 측정변수들 간에 집중타당성이 있다고 할 수 있다.

또한 분산추출값과 상관관계수 제곱값을 통하여 판별타당성을 확인하였다. 판별타당성은 한 잠재요인이 실제로 다른 잠재요인과 얼마나 다른가에 관한 것으로 Fornell and Larcker(1981)는 두 잠재요인 각각의 AVE값과 그 두 잠재요인간의 상관관계 제곱을 비교하여 두 AVE값이 모두 상관관계 제곱보다 크면 두 요인간 판별타당성이 있다고 제안하였다. 잠재요인간 상

2) 모수에 대한 가설 검정시 t값과 유의수준간의 관계

t-value의 절대치	양측검정시	단측 검정시
$ t > 2.58$	$\alpha=0.01$ 에서 유의적	$\alpha=0.005$ 에서 유의적
$ t > 2.33$	$\alpha=0.02$ 에서 유의적	$\alpha=0.01$ 에서 유의적
$ t > 1.96$	$\alpha=0.05$ 에서 유의적	$\alpha=0.025$ 에서 유의적
$ t > 1.645$	$\alpha=0.10$ 에서 유의적	$\alpha=0.05$ 에서 유의적

출처 : 조현철(1999), LISREL에 의한 구조방정식모델, 석정.

상관계 계수의 크기는 .010~.498로 나타나 분산잠재요인 중 가장 작은 값을 갖는 .511 보다도 낮은 것이므로 본 연구는 요인간 판별타당성이 있는 것으로 볼 수 있다.

또한 구성개념간 상관계수는 <표 6-9>에서 각 구성개념간 상관계수 값에 1이 포함되지 않는 것으로 나타나 각 개념들간에 상관성이 없는 것으로 나타났다.



<표 6-9> 상관관계 분석

구분	안전성	물리적 시설	종업원 태도	지원 서비스	활동 프로 그램	지각된 서비스 가치	고객 만족	행동 의도
안전성	1.00							
물리적시설	0.706 (0.498)	1.00						
종업원태도	0.550 (0.303)	0.492 (0.242)	1.00					
지원서비스	0.661 (0.437)	0.637 (0.406)	0.486 (0.236)	1.00				
활동 프로그램	0.675 (0.456)	0.547 (0.299)	0.474 (0.225)	0.509 (0.259)	1.00			
지각된 서비스가치	0.311 (0.097)	0.284 (0.081)	0.398 (0.158)	0.237 (0.056)	0.303 (0.092)	1.00		
고객만족	0.659 (0.434)	0.549 (0.301)	0.501 (0.251)	0.537 (0.288)	0.568 (0.323)	0.579 (0.335)	1.00	
행동의도	0.348 (0.121)	0.099 (0.010)	0.329 (0.108)	0.225 (0.051)	0.315 (0.099)	0.550 (0.303)	0.533 (0.284)	1.00

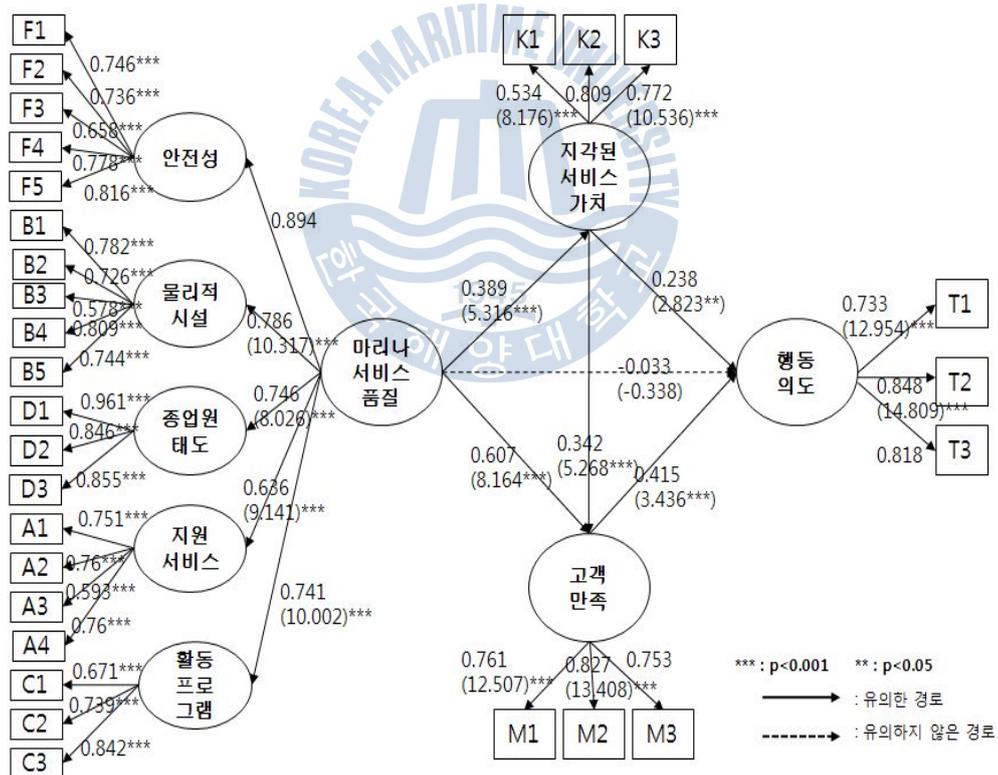
모든 상관관계는 $P < 0.01$ 수준에서 유의

주 : ()는 상관계수 제곱값

6.2. 연구모형 적합도 검증

본 연구에서 구조방정식 모형을 분석하기 위해 마리나 서비스품질은 잠재외생변수로, 서비스가치, 만족, 행동의도는 잠재내생변수로 각각 설정하였다.

이러한 경로의 구성은 선행연구의 뒷받침을 필수적으로 가져야 하며 연구자 임의로 경로를 구성하는 것은 모형의 설정에 크게 위배되는 사항이다. 따라서 본 연구에서 설정한 인과관계 모형은 선행연구 검토 결과를 토대로 연구자가 작성한 것으로 모형의 적합도 검증 결과를 그림으로 나타내면 <그림 6-4>와 같다.



주) ()안은 t-value 임.

<그림 6-4> 연구모형의 적합도 검증 결과

<표 6-10> 연구모형 적합도

구분	χ^2	df	P	RMR	GFI	IFI	CFI	RMSEA
초기모형	968.244	366	0.000	0.054	0.814	0.873	0.872	0.075
수정모형	719.924	357	0.000	0.047	0.860	0.924	0.923	0.059

가설을 검증하기 위해 공분산구조방정식 모형을 이용하는 경우, 가설을 검증하기 위한 예비단계로서 연구자료의 종류 및 다변량 정규분포, 표본의 크기 등을 검토하고 분석모형을 확인하는 작업이 선행되어야 한다.

먼저, 분석에 앞서 변수간 다중공선성문제를 살펴보기 위해 상관관계분석 등을 통해 검증하였다. 개념들간 상관관계가 0.8을 넘으면 다중공선성이 존재하는 것으로 간주해야 하는데 다중공선성이란 독립변수들 간의 상관관계를 말하는 것으로 독립변수가 다른 독립변수에 미치는 영향이 클 경우 다중공선성이 존재한다고 본다. 검증 결과 상관관계 모두 0.8을 넘지 않아 다중공선성문제는 없는 것으로 나타났다. 연구를 위한 투입자료는 공분산 행렬과 상관관계행렬이 주로 사용되는데, 본 연구의 모델 검증에는 보다 일반적으로 사용되는 공분산 행렬을 이용하였다. 그리고 미지수 추정은 측정변수들의 다변량 정규분포를 가정하는 최우추도법(maximum likelihood method)이 사용되었다.

다음은 표본의 크기에 대한 것으로 표본의 크기는 충분히 커야 한다. 표본의 크기가 충분히 커야하는 근거는 큰 표본은 작은 표본에 비해 표본오차가 작은 관계로 모집단을 보다 더 잘 대표한다는 것이다. 그리고 동일한 조건이라면 작은 표본에서 산출된 통계량에 비교해 상대적으로 안정적이라는 것이다. 본 연구에서 사용된 표본의 수는 유효응답자가 295로서 일반적으로 모형추정에 적합한 것으로 제시되고 있는 200개보다 많다. 일반적으로 표본이 200개 이상이면 연구가설의 검증에는 별 무리가 없는 것으로 해석되고 있다(Hair, et al., 1995).

분석결과 본 연구에서 제시한 모형의 적합도는 $\chi^2=968.244$, $df=366$,

P=0.000, RMR=0.054, GFI=0.814, IFI=0.873, CFI=0.872, RMSEA=0.075로 나타나 추천기준치를 충족시키지 못하는 것으로 나타났다. 따라서 모형의 적합도를 개선시키기 위해 수정지수가 제시하는 오차항간 새로운 경로를 추가하였다. 그 결과 $\chi^2(df)=719.924(357)$, $p=0.000$, RMR=0.047, GFI=0.860, IFI=0.924, CFI=0.923, RMSEA=0.059 로 나타났으며 이러한 지수는 일반적인 평가 기준을 삼는 지표들과 비교할 때, 대체로 기준을 충족시키는 것으로 나타났으므로 연구 개념들간 구체적인 영향관계를 설명하기에 적합한 것으로 판단된다.

6.3 가설 검증

6.3.1 가설 검증

본 연구에서 수집된 자료가 설정된 모형에 얼마나 잘 부합되는가는 앞서 제안한 연구모형의 적합성에 관한 지수들을 이용하여 검증할 수 있으며, 본 연구에서 제시한 가설은 변수간 경로계수들의 유의수준을 통하여 검증하였다.

가설 1 : 마리나 서비스품질은 안전성, 물리적시설, 종업원태도, 지원서비스, 활동프로그램으로 이루어질 것이다.

가설 H1을 검증하기 위하여 AMOS를 이용한 구조방정식분석을 실시하였다. 검증 결과 안전성은 경로계수가 0.894, 물리적시설은 경로계수 0.786(C.R.=10.317), 종업원태도는 경로계수 0.636(C.R.=9.141), 지원서비스는 경로계수 0.746(C.R.=8.026), 활동프로그램은 경로계수 0.741(C.R.=10.002)으로 나타났으며 $p=0.000$, 회귀분석에서 t값을 의미하는 C.R.값이 $t > 2.58$ 로 유의수준 0.01에서 유의하였다.

따라서 ‘마리나 서비스품질은 안전성, 물리적시설, 종업원태도, 지원서비

스, 활동프로그램으로 이루어진다'의 가설1은 지지되었다.

<표 6-11> 마리나 서비스품질 구성요소

가설	경로	표준경로 계수	추정경로 계수	표준오차	C.R.	p	채택 여부
H1	마리나 서비스품질 → 안전성	0.894	1			0.000	채택
	마리나 서비스품질 → 물리적 시설	0.786	0.809	0.078	10.317	0.000	
	마리나 서비스품질 → 종업원 태도	0.636	0.781	0.085	9.141	0.000	
	마리나 서비스품질 → 지원서비스	0.746	0.604	0.075	8.026	0.000	
	마리나 서비스품질 → 활동프로그램	0.741	0.867	0.087	10.002	0.000	

가설 2 마리나 서비스품질은 지각된 서비스가치에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 H2를 검증하기 위하여 AMOS를 이용한 구조방정식분석을 실시하였다. 분석결과 t값을 의미하는 C.R.값이 5.316(p=0.000)으로 $t > 2.58$ 임으로 유의수준 0.01에서 통계적으로 유의하였다. 따라서 서비스품질은 서비스가치에 정(+)의 유의한 영향을 미치므로 가설 2는 지지되었다.

이러한 결과는 Bolton & Drew(1991), Chang, 2008; Chen & Hu, 2009; Li & Petrick(2010)의 연구결과와 일치하는 것으로 서비스품질은 서비스가치의 선행 변수로서 서비스가치에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 6-12> 마리나 서비스품질과 서비스가치의 관계

가설	경로	표준경로 계수	추정경로 계수	표준오차	C.R.	p	채택 여부
H2	마리나 서비스품질 → 지각된 서비스가치	0.389	0.421	0.079	5.316	0.000	채택

가설 3 마리나 서비스품질은 고객만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 H3을 검증하기 위하여 AMOS를 이용한 구조방정식분석을 실시하였다. 분석결과 경로계수가 0.607, t값을 위미하는 C.R.값이 8.164($p=0.000$)로 $t > 2.58$ 임으로 유의수준 0.01에서 통계적으로 유의하였다. 따라서 서비스품질은 만족에 정(+)의 유의한 영향을 미치므로 가설 3은 지지되었다. 이는 Cronin & Taylor(1992), Kattara et al.(2008), 그리고 Robert et al.(2006)의 연구결과와 일치하는 것으로 서비스품질이 이용객만족의 선행 변수이며, 고객의 서비스품질 인식이 고객만족에 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였다.

<표 6-13> 서비스품질과 만족의 관계

가설	경로	표준경로 계수	추정경로 계수	표준오차	C.R.	p	채택 여부
H3	마리나 서비스품질 → 고객만족	0.607	0.563	0.069	8.164	0.000	채택

가설 4 마리나 서비스품질은 행동의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 H4를 검증하기 위하여 AMOS를 이용한 구조방정식분석을 실시하였다. 분석결과 C.R.값이 -0.338($p=0.735$)로 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 따라서 서비스품질은 행동의도에 직접적으로 영향을 미치지 않으므로 가설 4는 기각되었다.

<표 6-14> 서비스품질과 행동의도의 관계

가설	경로	표준경로 계수	추정경로 계수	표준오차	C.R.	p	채택 여부
H4	마리나 서비스품질 → 행동의도	-0.033	-0.032	0.095	-0.338	0.735	기각

가설 5 지각된 서비스가치는 고객만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 H5를 검증하기 위하여 AMOS를 이용한 구조방정식분석을 실시하였다. 분석결과 회귀분석에서 t값을 의미하는 C.R.값이 5.268(p=0.000)로 $t > 2.58$ 임으로 유의수준 0.01에서 통계적으로 유의하였다. 따라서 서비스가치는 만족에 정(+)의 유의한 영향을 미치므로 가설 5는 지지되었다.

이러한 결과는 Anderson et al.(1994), Cronin et al.(2000), Oh (1999); Rust and Oliver(1994)의 연구와도 일치하는 것으로, 마리나 이용객이 마리나에서 제공받은 서비스에 대한 가치를 느낄수록 만족에 긍정적인 영향을 미침을 알 수 있다. 또한 고객만족에 있어서도 서비스품질 뿐만아니라 지각된서비스가치 역시 만족에 긍정적인 영향을 미치는 요소임을 알 수 있다.

<표 6-15> 서비스가치와 만족의 관계

가설	경로	표준경로 계수	추정경로 계수	표준오차	C.R.	p	채택 여부
H5	지각된 서비스가치 → 고객만족	0.342	0.293	0.056	5.268	0.000	채택

가설 6 지각된 서비스가치는 행동의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 H6을 검증하기 위하여 AMOS를 이용한 구조방정식분석을 실시하였다. 분석결과 회귀분석에서 t값을 의미하는 C.R.값이 2.823(p=0.005)로 $t > 2.58$ 임으로 유의수준 0.01에서 통계적으로 유의하였다. 따라서 서비스가치는 행동의도에 정(+)의 유의한 영향을 미치므로 가설 6은 지지되었다.

이는 Chang and Wildt(1994), Rust et al.(1996)의 연구와도 일치하는 결과로 마리나 이용객이 마리나에서 제공받은 서비스에 대한 가치를 느낄수록 재방문이나 추천의도 등 행동의도에 긍정적인 영향을 미침을 알 수 있다.

다.

<표 6-16> 서비스가치와 행동의도의 관계

가설	경로	표준경로 계수	추정경로 계수	표준오차	C.R.	p	채택 여부
H6	지각된 서비스가치 → 행동의도	0.238	0.214	0.076	2.823	0.005	채택

가설 7 고객만족은 행동의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 H7을 검증하기 위하여 AMOS를 이용한 구조방정식분석을 실시하였다. 분석결과 회귀분석에서 t값을 의미하는 C.R.값이 3.436(p=0.001)로 $t > 2.58$ 임으로 유의수준 0.01에서 통계적으로 유의하였다. 따라서 서비스 가치는 만족에 정(+)의 유의한 영향을 미치므로 가설 7은 지지되었다.

이러한 결과는 Oliver and Bearden(1983), Woodside(1989)의 연구와도 일치하는 것으로 고객만족은 평가대상에 대해 긍정적인 태도를 형성시키며, 이러한 긍정적 태도는 다시 재방문, 추천의도 등 행동의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 고객만족은 서비스품질과 행동의도사이에서의 중요한 조절변수임을 확인하였다.

<표 6-17> 만족과 행동의도의 관계

가설	경로	표준경로 계수	추정경로 계수	표준오차	C.R.	p	채택 여부
H7	고객만족→행동의도	0.415	0.435	0.127	3.436	0.001	채택

6.3.2 가설 검증에 따른 결과 해석

이상의 가설 검증결과를 요약하면 다음 <표 6-18>과 같다. 총 7개의 가설 가운데 6개가 채택되고 1개의 가설이 기각되었다.

첫째, 마리나 서비스품질은 물리적시설, 지원서비스, 종업원태도, 활동프로그램, 안전성으로 구성됨을 확인하였다.

둘째, 마리나 서비스품질은 서비스가치와 만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 서비스가치가 이용객 만족과 행동의도(재방문, 추천의도)에 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였으며, 이용객 만족이 행동의도에 유의한 영향을 미치는 것을 알 수 있었다.

셋째, 마리나 서비스품질은 행동의도(재방문, 추천의도)에 유의한 영향을 미치지 않는다고 나타났다.

따라서 마리나에서 제공되는 5가지 서비스차원이 서비스가치인 비용에 대한 가치, 가격 고려 좋은 거래, 시간에 대한 가치에 긍정적인 영향을 미치고 이것이 다시 만족에 긍정적인 영향을 미치게 되고, 긍정적인 영향을 받은 서비스가치가 행동의도(재방문·추천의도)로까지 이어지게 됨을 확인하였다. 또한 마리나 서비스품질이 만족에 긍정적인 영향을 미치고, 이것이 재방문·추천의도로 이어짐을 알 수 있었다. 이는 서비스품질과 서비스가치, 만족, 행동의도의 인과관계를 다룬 국내외 선행연구 Rust and Oliver(1994), Oh(1999), 이귀옥·장경수·김형섭(2003), 박경호(2010), 박명국·유현순(2010)의 연구결과와 대부분 일치하는 것으로 나타났다.

<표 6-18> 모형의 가설 검증 요약

가설	경로	표준경로 계수	추정경로 계수	표준오차	C.R.	p	채택 여부
H1	마리나 서비스품질 → 안전성	0.894	1			0.000	채택
	마리나 서비스품질 → 물리적시설	0.786	0.809	0.078	10.317	0.000	
	마리나 서비스품질 → 종업원 태도	0.636	0.781	0.085	9.141	0.000	
	마리나 서비스품질 → 지원서비스	0.746	0.604	0.075	8.026	0.000	
	마리나 서비스품질 → 활동프로그램	0.741	0.867	0.087	10.002	0.000	
H2	마리나 서비스품질 → 지각된 서비스가치	0.389	0.421	0.079	5.316	0.000	채택
H3	마리나 서비스품질 → 고객만족	0.607	0.563	0.069	8.164	0.000	채택
H4	마리나 서비스품질 → 행동의도	-0.033	-0.032	0.095	-0.338	0.735	기각
H5	지각된 서비스가치 → 고객만족	0.342	0.293	0.056	5.268	0.000	채택
H6	지각된 서비스가치 → 행동의도	0.238	0.214	0.076	2.823	0.005	채택
H7	고객만족→행동의도	0.415	0.435	0.127	3.436	0.001	채택
적합도		χ^2 (df)=719.924(357), p=0.000, RMR=0.047, GFI=0.860, IFI=0.924, IFI=0.924, CFI=0.923, RMSEA=0.059					

6.4 직접효과와 간접효과

본 연구에서는 마리나 서비스품질, 서비스가치, 만족, 행동의도와의 관계에 대해 보다 체계적이고 면밀한 인과관계를 살펴보기 위하여 공변량을 분해해 보았다. 공변량 분해는 변수간의 전체 효과를 직접효과, 간접효과로 구분하는 것이다. 마리나 서비스품질은 서비스가치 총효과 0.421, 직접효과 0.421, 간접효과 0.000으로 직접효과만 존재하고, 만족은 마리나 서비스품질이 총효과 0.686 중 직접효과 0.563, 간접효과 0.124로 나타났으며, 서비스가치는 만족에 직접효과 0.293만이 존재한다. 행동의도는 마리나 서비스품질이 총효과 0.357 중 직접효과 -0.032로 나타났고 간접효과 0.389 존재하며 서비스가치가 총효과 0.341 중 직접효과 0.214, 간접효과 0.128 존재하며 만족은 행동의도에 대해 직접효과 0.435로 나타나 고객만족은 행동의도에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 6-19> 직접효과 간접효과

구분		마리나 서비스품질	지각된 서비스가치	고객만족
지각된 서비스가치	총효과	0.421	-	-
	직접효과	0.421	-	-
	간접효과	-	-	-
고객만족	총효과	0.686	0.293	-
	직접효과	0.563	0.293	-
	간접효과	0.124	-	-
행동의도	총효과	0.357	0.341	0.435
	직접효과	-0.032	0.214	0.435
	간접효과	0.389	0.128	-

제7장 마리나 서비스품질 측정항목 IP분석

지금까지 검증된 마리나 서비스품질 20개의 측정항목에 대해서 중요도 - 실행도(만족도)를 분석하여 정책적 우선순위를 알아보기 위하여 IPA(Importance-Performance Analysis)를 실시하였다.

IPA는 분석이 간편하고 결과해석이 용이하여 어려운 통계적 기법을 사용하지 않고도 평가속성의 평균값과 매트릭스를 이용하여 빠르고 쉽게 결과를 도출해 낼 수 있는 이상적인 평가도구로 활용되고 있다(Duke & Persia, 1996 : Hollenhorst et al., 1992). 또한 기업의 경영전략을 개발하기 위해 Martilla & James(1977)가 제안한 중요도 성과 분석은 수행과정과 결과해석이 용이하여 가장 활용도가 높다고 할 수 있다(김성일, 1991).

IPA는 평가요소의 중요도(importance)와 실행도(performance)를 측정하여 2차원 도면상에 표시하고 그 위치에 따라 의미를 부여하며 중심점을 기준으로 나누어진 사분면에 표시하는 방법으로 그림과 같이 표시된다.

첫째, 제1사분면(좋은 성과 지속유지)

이용자들도 평가속성에 대해 중요하게 생각하고 있고, 실제로 평가속성에 대한 실행도 또한 비교적 잘 이루어지고 있는 상태로 계속 유지해 나가는 것이 바람직하다.

둘째, 제2사분면(노력집중화)

이용자들이 중요하다고 판단하고 있는 것에 비해 공급 측에서는 비중을 낮게 두고 있는 특징들이다. 이러한 속성들은 향후 개선의 집중 대상이 된다.

셋째, 제 3사분면(우선 순위 낮음)

이용자들이 평가속성에 대해 중요도를 낮게 평가하고 있고, 실행도 또한 낮은 상태로 현재 이상의 노력이 불필요한 상태의 속성들이다.

넷째, 제 4분면(과잉노력 지양)

이용자들이 중요하게 생각하고 있지 않은 속성에 대해 실행도는 높게 나

타난 항목들로, 현재의 활동이 과잉 판단되므로 투입되는 노력을 다른 평가속성에 투입함이 바람직함을 의미한다.

이상과 같이 중요도·실행도 분석은 우선순위를 도출해 내는 것이다. 중요도와 실행도 매트릭스는 정해진 인력과 예산으로 우선 해결해야 될 사항을 결정하는데 유용한 정보를 제공하며, 이러한 4분면을 통해서 관리자는 우선적으로 개선되어야 할 속성을 쉽게 발견할 수 있다.



Martilla, J. & James, J.(1977), Importance-Performance Analysis. Journal of marketing, 41(1) ; 13-17 참조 및 재구성

<그림 7-1> 중요도-실행도 분석 모형

7.1 중요도 · 성취도(만족도) 순위비교

7.1.1 중요도 순위 비교

전혀 중요하지 않음(1점), 중요하지 않음(2점), 보통(3점), 중요함(4점), 매우 중요함(5점)으로 보았을 경우 계류시설 평균이 4.39로 가장 높은 값을 나타내었고, 다음으로 항로표식시설(4.37), 입출항관리시스템(4.33), 방법시스템(4.25) 순이었으며, 가장 낮게 나온 항목은 상업시설(3.77), 숙박시설(3.57) 순이다.

<표 7-1> 마리나 서비스품질 측정항목 중요도 순위

구분	평균	표준편차	순위
계류시설	4.39	.661	1
항로표식시설	4.37	.720	2
입출항관리시스템	4.33	.688	3
방법시스템	4.25	.749	5
직원의 전문성	4.25	.768	4
요트보관소	4.22	.692	6
직원의 책임감	4.21	.743	7
직원의 친절함	4.21	.743	8
요트수리소	4.16	.756	9
급유·급수시설	4.16	.732	10
상하가시설	4.16	.697	11
현장보안요원 배치	4.15	.756	12
이용정보 제공	4.09	.709	13
요트학교(요트강습회)	4.06	.669	14
주민편의기능	4.05	.763	15
행사유치(요트경기·보트쇼)	4.04	.718	16
통신지원(인터넷 Fax)	3.98	.780	17
화장실·샤워시설	3.92	.756	18
상업시설	3.77	.854	19
숙박·휴식시설	3.57	.955	20

7.1.2 성취도(만족도) 순위비교

본 연구에서 성취도는 마리나를 이용한 후의 만족도로 정의될 수 있다. 만족도의 순위 비교를 위하여 매우 불만족(1점), 불만족(2점), 보통(3점), 만족(4점), 매우 만족(5점)으로 하여 만족도를 측정 한 결과 직원들의 친절성(2.95), 책임감(2.91) 등이 비교적 높게 나타났으며, 급유·급수시설(2.08), 상업시설(2.11) 숙박·휴식시설(2.15)은 낮은 만족도를 나타내었다.

<표 7-2> 마리나 서비스품질 측정항목 성취도(만족도) 순위

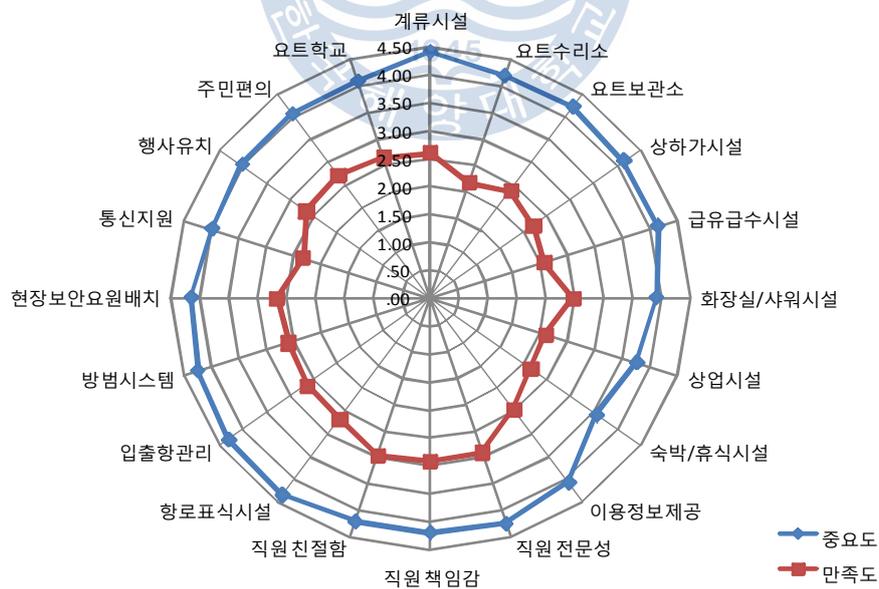
구분	평균	표준편차	순위
직원의 친절함	2.95	.898	1
직원의 책임감	2.91	.936	2
직원의 전문성	2.89	.914	3
주민편의 기능	2.72	.884	4
항로표식시설	2.68	.795	5
현장보안요원 배치	2.66	1.034	6
행사유치(요트경기·보트쇼)	2.66	.874	7
입출항관리시스템	2.65	.920	8
요트학교(요트강습회)	2.64	.845	9
계류시설	2.60	.855	10
방법시스템	2.58	1.000	11
화장실·샤워시설	2.47	.876	12
이용정보 제공	2.46	.832	13
요트보관소	2.37	.931	14
통신지원(인터넷, Fax)	2.33	.848	15
상하가시설	2.21	.813	16
요트수리소	2.18	.829	17
숙박·휴식시설	2.15	.914	18
상업시설	2.11	.842	19
급유·급수시설	2.08	.951	20

7.2 마리나 서비스품질 측정항목 IP분석

각 항목들간 통계적으로 유의한 차이가 있는지를 알아보기 위해 다음 <표 7-3>과 같이 대응표본 t-검증을 실시하였다. 그 결과 모든 항목의 유의확률(p)이 0.000으로써 중요도와 만족도간 통계적으로 유의한 차이가 있음을 확인하였다.

마리나 서비스품질 20개 평가항목의 중요도와 만족도의 차이를 살펴보면, 중요시 여긴 항목보다 만족한 항목은 없었으며, 대부분 중요도가 매우 높게 나타나고 만족도는 떨어지는 것을 알 수 있다.

중요도와 만족도간 가장 차이가 많이 나는 항목은 급유·급수시설로 중요도 평균은 4.16 만족도 평균은 2.08로 중요도가 높은 것에 비해 만족도가 떨어지는 것으로 나타났다. 다음으로 요트수리소로 중요도(4.16), 만족도(2.18), 상하가시설 (중요도 4.16, 만족도 2.21), 요트보관소 (중요도 4.22, 만족도 2.37), 계류시설 (중요도 4.39, 만족도 2.60) 순인 것으로 나타났다. 이는 대부분 물리적 시설로 중요도가 높은 것에 비해 만족도가 떨어지는 것으로 나타나 향후 개선책이 요구된다.



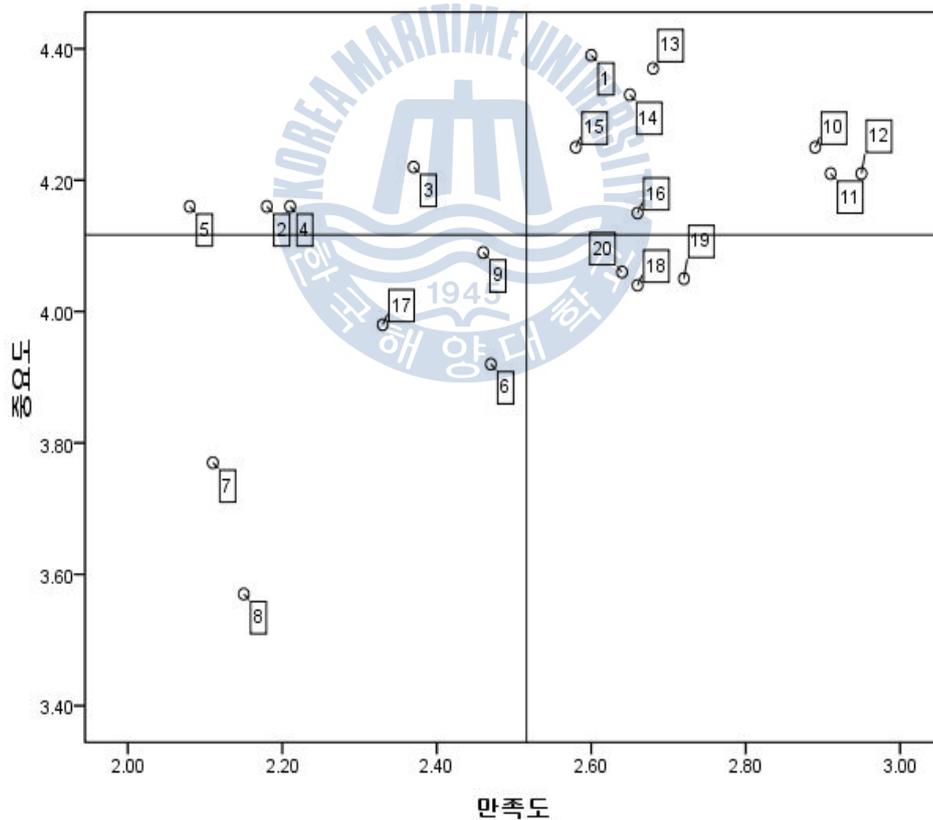
<그림 7-2> 중요도·만족도 평균비교

<표 7-3> 중요도-성취도(만족도) 대응표본 t 검증

측정항목	구분	평균	표준편차	t	p값
계류시설	중요도	4.39	.661	27.894	.000
	만족도	2.60	.855		
요트수리소	중요도	4.16	.756	27.487	.000
	만족도	2.18	.829		
요트보관소	중요도	4.22	.692	26.173	.000
	만족도	2.37	.931		
상하가시설	중요도	4.16	.697	27.869	.000
	만족도	2.21	.813		
급유·급수시설	중요도	4.16	.732	27.897	.000
	만족도	2.08	.951		
화장실/샤워시설	중요도	3.92	.756	19.041	.000
	만족도	2.47	.876		
상업시설	중요도	3.77	.854	21.491	.000
	만족도	2.11	.842		
숙박·휴식시설	중요도	3.57	.955	16.383	.000
	만족도	2.15	.914		
이용정보제공	중요도	4.09	.709	24.953	.000
	만족도	2.46	.832		
직원의 전문성	중요도	4.25	.768	19.540	.000
	만족도	2.89	.914		
직원의 책임감	중요도	4.21	.743	17.911	.000
	만족도	2.91	.936		
직원의 친절함	중요도	4.21	.743	18.333	.000
	만족도	2.95	.898		
항로표식 시설	중요도	4.37	.720	26.921	.000
	만족도	2.68	.795		
입출항관리시스템	중요도	4.33	.688	25.539	.000
	만족도	2.65	.920		
방법시스템	중요도	4.25	.749	21.583	.000
	만족도	2.58	1.000		
현장보안요원 배치	중요도	4.15	.756	18.667	.000
	만족도	2.66	1.034		
통신지원(인터넷, Fax)	중요도	3.98	.780	23.203	.000
	만족도	2.33	.848		
행사유치 (요트경기·보트쇼)	중요도	4.04	.718	20.172	.000
	만족도	2.66	.874		
주민편의 기능	중요도	4.05	.763	17.387	.000
	만족도	2.72	.884		
요트학교(요트강습회)	중요도	4.06	.669	21.452	.000
	만족도	2.64	.845		

다음 <그림 7-3>에서와 같이 마리나 서비스품질에 대한 중요도와 성과의 평균값을 평면 격자형 도형 위에 표시하여 속성간의 차이 및 각 속성에 대한 중요도와 성과간의 차이를 쉽게 파악할 수 있도록 하였다. 평면격자형 도형의 X축 상에는 만족도를 표시하는데, X축은 좌측으로부터 2.08에서 2.95점까지, Y축은 중요도를 나타내며 하단에서부터 3.57에서 4.39점까지의 척도로 나뉘어진다.

격자 상에 표시된 각 속성별 중요도와 성과의 평균치는 원점을 중심으로 좋은성과지속유지, 노력집중화, 우선순위낮음, 과잉노력지양 등 4개 영역으로 나누어져 해석하였다. 그리고 속성의 위치가 어느 영역에 속해 있는가에 따라 각각의 항목에 대한 적절한 관리 방향이 결정된다.



<그림 7-3> 마리나 서비스품질 중요도-성취도 매트릭스

<표 7-4> 마리나 서비스품질에 대한 IPA 매트릭스 정리

2사분면 (노력집중화)	1사분면 (좋은 성과 지속유지)
2 요트수리소 3 요트보관소 4 상하가시실 5 급유·급수시설	1 계류시설 10 직원의 전문성 11 직원의 책임감 12 직원의 친절함 13 항로표식 시설 14 입출항 관리시스템 15 방법시스템 16 현장보안요원 배치
3사분면 (낮은 우선순위)	4사분면 (과잉노력 지양)
6 화장실/샤워시설 7 상업시설 8 숙박시설 9 이용정보 제공 17 통신지원(인터넷, FAX)	18 행사유치(보트쇼, 요트경기) 19 주민여가 기능 20 요트학교(요트강습회)

첫째, 제1사분면은 이용자들도 평가속성에 대해 중요하게 생각하고 있고, 실제로 평가속성에 대한 실행도 또한 비교적 잘 이루어지고 있는 상태로 계류시설, 직원의 전문성, 직원의 책임감, 직원의 친절함, 항로표식 시설, 입출항 관리시스템, 방법시스템, 현장보안요원 배치 등으로 나타나 이들 항목의 지속적인 관리 유지가 필요하다.

둘째, 제2사분면은 이용자들이 평가속성에 대해 중요하게 생각하고 있는 반면, 이 평가속성에 대한 실행도에서는 낮게 평가된 상태로 분석결과 요트수리소, 요트보관소, 상하가시실, 급유·급수시설 등으로 나타나 집중적인 노력이 필요한 것으로 나타났다.

셋째, 제3사분면은 이용자들의 평가속성에 대한 중요도를 낮게 평가하여 낮은 우선순위를 보이고 있는 것으로 화장실/샤워시설, 상업시설, 숙박시

설, 이용정보 제공, 통신지원(인터넷, FAX) 등으로 나타났다.

넷째, 제4분면은 이용자들이 중요하게 생각하고 있지 않는 평가속성에 대해 실행도가 과잉되게 나타난 상태로 실행도를 줄이거나 투입된 노력을 다른 평가속성에 투입해야 하는 것으로 행사유치(보트쇼, 요트경기), 주민여가 기능, 요트학교(요트강습회) 등으로 나타나 투입된 노력을 다른 평가속성에 투입함이 바람직한 것으로 나타났다.

7.3 IP분석 결과

IP분석 결과 4분면 각각에 항목이 적재되었다. 하지만 중요도와 만족도 자체만을 검토해 보았을 때 매우 불만족(1점), 불만족(2점), 보통(3점), 만족(4점), 매우 만족(5점), 또는 전혀 중요하지 않음(1점), 중요하지 않음(2점), 보통(3점), 중요함(4점), 매우 중요함(5점)으로 보았을 경우 중요도에서는 몇몇 항목을 제외한 대부분의 항목이 4점 이상 즉, 중요한 것으로 인식하고 있었고 가장 낮은 점수를 보이는 숙박시설과 상업시설의 경우 각각 3.57점, 3.77점으로 나타나 보통(3점)을 웃도는 수준이며, 만족도는 모든 항목이 2점대로 불만족을 나타내고 있다.

따라서 측정항목간 중요도-만족도만을 가지고 보았을 경우의 우선순위일 뿐 아직 대부분의 이용객이 만족을 느끼지 못하고 있는 것으로 보이며, 20개의 측정항목 대부분을 중요하게 생각하는 것으로 판단된다.

특히 본 조사에서 이용자들이 중요하게 생각하고 있는 반면, 공급측에서는 비중을 낮게 두고 있는 것으로 평가된 요트수리소, 요트보관소, 상하가 시설, 급유·급수시설은 가장 시급히 개선되어야 하는 것으로 나타나 개선책이 요구된다. 통신지원이나 상업시설, 숙박시설 등 지원서비스는 비교적 중요도가 낮은 것으로 나타났다.

제8장 결론

8.1 연구결과

우리나라에서 해양레저스포츠에 대한 정책적 관심이 과거에 비해 크게 높아지고 있으며, 마리나를 비롯한 해양레저장비산업 육성 등 해양레저스포츠산업 육성에 대한 투자도 증가하고 있다. 따라서 임해도시들은 경쟁적으로 해양레저산업 육성을 위해 마리나 인프라 확보에 적극 나서고 있다.

그러나 아직까지는 획일화되어 있는 단순 인프라 확보에 머물고 있으며, 마리나 경쟁력의 핵심요소인 마리나 관리·운영 매뉴얼이 전무한 실정에 있다. 특히 공공 마리나 운영에 있어서도 이용자를 만족시킬 수 있는 체계화된 관리지침이 없는 상황에서 단순 시설관리 수준에만 머물고 있다. 또한 공공부분 마리나 시설 확충에 따른 민간관리업체 선정에 있어서도 이용자의 관점을 고려한 평가요소 없이 즉흥적인 단순평가로 객관성 확보가 어렵다. 따라서 해양레저 수요증대에 대비하여 마리나의 핵심 인프라 구축 외에도 이를 효율적으로 관리 할 수 있는 방안 마련이 필요한 시점이다. 따라서 본 연구는 마리나 이용자 측면에서 서비스품질의 고유특성을 반영한 척도를 개발하여 마리나 서비스를 체계적으로 정립하는 것에 그 목적이 있다.

본 연구의 서비스품질 측정방법으로 Cronin & Taylor(1992)가 제안한 SERVPERF방식을 활용하여 측정하였으며, 관련 문헌 검토와 인터넷 자료 등을 활용하여 측정항목을 도출하고, 측정항목에 대한 신뢰성과 타당성을 확인함으로써 제안된 서비스품질 차원을 검증하였다. 연구결과 마리나 서비스품질 척도로서 5개 차원이 도출되었고, 각 차원에 따른 20개 측정항목을 제시하였으며, 이 요인들이 마리나 이용객의 서비스가치, 만족, 행동의도에 영향을 미칠 것이라는 가설을 설정하여 검증하였다. 이와 같은 인과관계를 검증하기 위하여 AMOS 4.0을 활용한 구조방정식모델(Structural

Equation Model)을 적용하였다.

본 연구에서 제시한 연구가설에 대한 실증적 분석결과는 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 마리나 서비스품질은 물리적시설, 지원서비스, 종업원태도, 활동프로그램, 안전성으로 구성됨을 확인하였다.

둘째, 마리나 서비스품질은 서비스가치와 만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 서비스가치가 이용객 만족과 행동의도(재방문, 추천의도)에 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였으며, 이용객 만족이 행동의도에 유의한 영향을 미치는 것을 알 수 있었다.

셋째, 마리나 서비스품질은 행동의도(재방문, 추천의도)에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

마지막으로 검증된 마리나 서비스품질 측정척도의 중요도, 실행도(만족도)를 분석하여 정책적 우선순위를 알아보기 위하여 IPA(Importance - Performance Analysis)를 실시하였다. 분석결과 4분면 각각에 항목이 적재되었다. 제1사분면은 이용자들도 평가속성에 대해 중요하게 생각하고 있고, 실제로 평가속성에 대한 실행도 또한 비교적 잘 이루어지고 있는 상태로 계류시설, 직원의 전문성, 직원의 책임감, 직원의 친절함, 항로표식 시설, 입·출항관리시스템, 방범시스템, 현장보안요원 배치 등으로 나타나 이들 항목의 지속적인 관리 유지가 필요하다. 둘째, 제2사분면은 이용자들이 평가속성에 대해 중요하게 생각하고 있는 반면, 이 평가속성에 대한 실행도에서는 낮게 평가된 상태로 분석결과 요트수리소, 요트보관소, 상하가시설, 급유·급수시설 등으로 나타나 집중적인 노력이 필요한 것으로 나타났다. 셋째, 제3사분면은 이용자들의 평가속성에 대한 중요도를 낮게 평가하여 낮은 우선순위를 보이고 있는 것으로 화장실/샤워시설, 상업시설, 숙박시설, 이용정보 제공, 통신지원(인터넷, FAX) 등으로 나타났다. 넷째, 제4분면은 이용자들이 중요하게 생각하고 있지 않는 평가속성에 대해 실행도가 과잉되게 나타난 상태로 행사유치(보트쇼, 요트경기), 주민여가 기능, 요트학교(요트강습회) 등으로 나타나 투입된 노력을 다른 평가속성에 투입함이

바람직한 것으로 나타났다. 하지만 중요도에서는 몇몇 항목을 제외한 대부분의 항목이 4점 이상(5점을 최고점으로 보았을 경우) 즉, 중요한 것으로 인식하고 있었고 가장 낮은 점수를 보이는 숙박시설과 상업시설의 경우 각각 3.57점, 3.77점으로 나타나 보통(3점)을 웃도는 수준이며, 만족도는 모든 항목이 2점대로 불만족을 나타내고 있다. 따라서 측정항목간 중요도-만족도만을 가지고 보았을 경우의 우선순위일 뿐 아직 대부분의 이용객이 만족을 느끼지 못하고 있는 것으로 보이며, 20개의 측정항목 대부분을 중요하게 생각하는 것으로 판단된다.

8.2 시사점

우리나라는 해양레저 수요 증가에 비례하여 마리나 인프라 확보에 대한 논의는 다양하게 이루어지고 있으나 마리나 관리운영에 대한 정책적 관심이 낮고, 이용객을 중심으로 한 마리나 서비스품질 척도와 관련되는 실증적으로 검증된 연구가 전무한 등 학술적 토대가 미흡한 실정에 있다.

따라서 본 연구는 마리나 이용자 관점에서 마리나 서비스 품질을 정확히 측정할 수 있고, 마리나의 특성을 반영한 신뢰할만한 마리나 서비스 품질 측정 척도를 제시하였다는 점에서 큰 의의를 찾을 수 있다.

본 연구를 통한 시사점은 다음과 같다.

첫째, 국내 해양레저 수요 증가와 비례하여 마리나의 경제적·사회적·문화적 가치가 증가함에 따라 마리나 이용객의 요구에 대한 정확한 분석과 마리나 서비스 품질에 대한 체계적인 접근이 절실히 요구되고 있다. 따라서 본 연구에 의하여 개발된 척도는 이용객의 마리나 선택 시 중요한 의사결정의 수단이 될 수 있고, 이를 바탕으로 재방문 유도 등 홍보 마케팅 전략 수립에도 유용하게 활용할 수 있다.

둘째, 단순 인프라 중심의 기존 마리나 시설의 서비스 품질 관리시스템 구축에 기여하고, 공공마리나 서비스 품질 관련 관리운영 지침 마련 등 제도

적·정책적 도구로서도 폭넓게 이용될 수 있을 것으로 사료된다. 특히 공공마리나의 민간사업체 선정시 마리나 서비스품질을 측정하는 중요한 도구로 활용할 수 있을 것이다.

셋째, 마리나 이용에 있어 어떠한 속성들을 중요시 하며, 어느 정도 만족을 하고 있는지에 대해서 실증적 검증을 통해 제시하였다. 따라서 마리나 서비스품질의 중요도와 만족도의 비교 분석을 통하여 이용객을 마리나로 유도하기 위한 중요 항목이 무엇인지 파악하고 그에 따른 관광객 행동의 이해와 이에 대한 적절한 대응이 가능할 것이다.

넷째, 마리나 서비스품질 척도와 관련하여 실증적으로 검증된 연구가 미흡한 상황에서 본 연구 결과를 통한 척도 구축은 향후 마리나 서비스품질과 관련된 연구에서 폭넓게 이용될 수 있을 것으로 판단된다.

또한 본 연구에서 실증적으로 검증된 마리나 서비스품질 측정 척도로서 물리적시설, 지원서비스, 활동프로그램, 종업원태도, 안전성 등 5개의 차원이 도출되었고, 각 차원에 따른 20개 측정항목이 제시되었다. 본 연구에서는 이러한 서비스품질이 서비스가치와 만족, 재방문에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 이러한 연구결과 마리나에 고객만족과 재방문유도를 위하여 첫째, 서비스 품질차원 중 마리나 고유기능인 물리적시설 즉, 요트 계류시설 뿐만 아니라 보관·수리 시설, 상하가시설 등 기반시설 확충이 요구된다. 이중 요트수리소나 요트보관소, 상하가시설은 중요도에 비해 공급이 부족하므로 시급히 개선되어야 할 과제이다.

둘째, ‘지원서비스’ 즉 숙박시설이나 상업시설, 화장실/샤워시설 또한 마리나 서비스품질의 중요한 요소임을 볼 때 마리나의 경제성 확보를 위한 음식점·쇼핑센터 등의 상업시설이 조성되어야 하며, 기상·해상 정보 제공이나 이용객을 위한 요트판매·임대 등 마리나 이용을 위한 지원서비스 또한 강화되어야 할 것이다.

셋째 ‘활동프로그램’의 다양화를 위해 보트쇼와 같은 행사유치, 요트학교의 수준별 요트강습회 운영 그리고 수변산책로나 스포츠센터 등 주민여가시설을 확충하여 이용객 및 지역주민의 자발적 참여를 유도하여야 한다.

넷째, 종업원의 태도 역시 서비스품질의 중요한 요인임을 볼 때 종업원의 장기적인 서비스 향상 교육이 지원되어야 할 것이다.

다섯째, 항해 중 안전확보를 위한 입출항 관리시스템, 항로표식시설이나 방법시스템, 현장보안요원 배치 등 안전성은 마리나 서비스품질의 중요한 요소이며 분석결과 중요도 역시 높게 나타났다. 따라서 향후 지속적인 관리가 필요하다.

8.3 연구 한계점 및 향후과제

본 연구를 수행하는 과정에서 몇 가지 한계점을 발견하였으며, 향후연구에서 보완한다면 더욱 심도 있는 연구가 될 것이라 생각된다. 본 연구의 한계점과 향후과제를 제시하면 다음과 같다.

첫째, 마리나 서비스품질 중 중요한 서비스품질 차원으로 접근성을 들 수 있다. 또한 정부의 마리나 정책은 마리나 적정 입지 선정에 주안점을 둔 반면 접근성 요인을 중요하게 취급하지 않고 있다. 따라서 향후 연구에서는 접근성 요인을 포함시켜 다른 변수들과 같이 그 중요도를 알아보고 서비스가치 및 만족, 행동의도와의 영향 관계를 살펴보아야 할 것이다. 또한 마리나 서비스품질 중 오페수 처리시설, 선원용 세탁실과 건조실, 마리나 자체 내에서도 가능한 CIQ(세관: Custom, 출입국: Immigration, 검역: Quarantine)구축 또한 마리나 운영시 중요한 요인임을 감안할 때 향후 연구에서는 보다 철저한 마리나 서비스품질 변수들이 도출되어야 할 것이다.

둘째, 선행연구를 살펴보면 과거의 경험 또한 만족이나 행동의도 등 소비자행동 특성에 중요한 요소로 작용한다. 즉 과거에 마리나에서 해양레저스포츠를 한 경험이 있느냐에 따라 향후 행동양상이 달라질 수 있다는 것이다. 특히 특정 참가자의 해양레저스포츠의 실력 정도, 해양레저스포츠에 대한 관여도, 이전의 방문경험, 그리고 문화적 영향 등에 따라 향후 관광객의 행동양상이 달라질 수 있다는 것이다. 한 예로, Kozak(2001)은 관광객 만족도에 관한 연구에서, 관광객의 전반적 만족도와 이전의 방문횟수가 재

방문의도에 크게 영향을 미친다는 것을 입증했다. 이는 과거의 방문경험이 이용자의 만족이나 서비스가치 행동의도간의 관계에 미치는 영향을 조절할 것으로 판단된다. 따라서 마리나 이용자의 경험에 의해 유발되는 소비감정에 대한 보다 명백한 이해를 구축하기 위해 새로운 변수들을 고려해볼 필요가 있다.

마지막으로, 일반적 특성이나 심리적 특성 또한 후속 연구에서 심도있게 다루어져야 할 것이다. 예컨대, 성별 또는 연령, 라이프스타일에 따라 참가자가 어떠한 서비스품질을 중요시 여기며, 서비스가치나 만족·행동의도에 영향을 미치는지 구체적으로 밝혀낸다면 마리나 관리에 있어 성별 및 연령별 전략적 마케팅 접근을 제기하여 실무적 측면에서 상당한 도움이 될 것으로 여겨진다.



참고문헌

1. 국내단행본

- 경남발전연구원, 《남해안 시대 해양레저스포츠 활성화 기본구상》, 2006.
- 국토해양부, 《해양관광 기반시설 조성 연구용역》, 2006.
- 김성귀·홍장원, 《다기능 어항에서의 마리나 조성방안 연구》, 한국해양수산개발원, 2006.
- 김대업, 《AMOS A to B : 논문작성절차에 따른 구조방정식 모형분석》, 학현사, 2008.
- 김승태, 《Marina A to Z》, Marina and Yacht, Vol.1, 2011.
- STUL레저코리아, 《부산 북항 마리나시설 개발 및 관리운영계획》, 2011.
- 부산광역시, 《부산해역 마리나시설 개발 타당성 보고서》, 2010.
- 심기섭·김학소·장정인, 《국제여객터미널 및 마리나 시설의 경제성 분석 방법론에 관한 연구》, 한국해양수산개발원, 2007.
- 이학식, 임지훈, 《구조방정식 모형분석과 AMOS 16.0》, 법문사, 2009.
- 이한석, 《해양레저활동의 기반시설 ; 마리나계획》, 마리나 개발의 녹색 패러다임을 위한 국제 심포지엄, 2010.
- 조현철, 《LISREL에 의한 구조방정식모형》, 석정, 1999.
- 임종원·박형진·강명수, 《마케팅 조사방법론》, 법문사, 2003.
- 지삼엽, 《마리나 관리론》, 대경북스, 2008.
- 지삼엽, 《마리나 조성계획과 실제》, 대경북스, 2008.
- 채서일 《사회과학연구방법론》, 학현사, 1993.
- 최도석 외 3인 《부산의 해양레저스포츠산업 활성화 방안》, 부산발전연구원, 2009.

2. 국내논문

- 김계섭, 조주은, 「항공사 서비스품질의 중요도 성과와 만족간의 관련성」, 관광연구 제 19권 제2호, p.35-61, 2004.

- 김소영, 김혜선, 「축제의 서비스 품질에 대한 척도개발」, 한국콘텐츠학회논문지 Vol 6, No 9, p.174-184, 2006.
- 김용규, 「호텔 서비스품질이 고객만족과 재방문에 미치는 영향」, 목포대학교 경영행정 대학원, 석사학위 논문, 2009.
- 김인호, 김익중, 「호텔산업의 서비스 품질 평가 척도에 관한 연구」, 관광정책학연구 제 2호, p.33-53, 1996.
- 김병일, 조철호, 「항만서비스품질이 고객만족에 미치는 영향 및 사후행동에 관한 연구」, 해운물류연구 제54호, p.73-97, 2007.
- 김병일, 유홍성, 「환황해권 항만의 서비스 품질 각 차원이 고객만족에 미치는 상대적 영향에 관한 연구」, 한국항만경제학회지 제23권 제4호, p.1-22, 2007.
- 김숙자·허현미, 「공공스포츠시설 여성소비자의 서비스 질, 소비자 만족, 구매의도간의 관계」, 한국체육학회지, 38(1), p.579-587, 1999.
- 김희탁, 이명식, 김장하, 「호텔 서비스품질 측정 속성과 차원 개발」, 품질경영학회지 제27권 제4호, p.167-190, 1999.
- 김희수, 「서비스품질 차원이 고객만족에 미치는 영향의 차이에 관한 연구」, 단국대학교 대학원, 박사학위논문, 2007.
- 곽한병, 김경식, 「이창수, 워터파크의 서비스품질 척도개발」, 한국콘텐츠학회논문지 Vol. 10 NO.1, p.426-435, 2010.
- 권재현, 한철환, 이수호, 「해상여객터미널에 있어서 서비스품질 구성요인 개발에 관한 연구」, 한국항만경제학회지 제25집 제1호, p.107-124, 2009.
- 박경호, 「특급호텔의 서비스품질과 고객가치, 고객만족, 추천의도에 관한 실증적 연구」, (사)대한관광경영학회, 관광연구 제25권 제5호, p.209-229, 2010.
- 박명국, 유현순, 「스노우보드 소비자의 서비스품질, 서비스가치, 고객만족, 고객충성도의 구조관계」, 한국체육학회지, 제49권 제6호, p.437-448, 2010.
- 박성현·정중식, 「호남지역 해양레저산업 발전을 위한 친환경 해양레저기반시설 구축 방안」, 해양환경안전학회 13(4), p.79-85, 2007.
- 박준영, 「은행 서비스 품질 결정요인에 관한 연구」, 명지대학교 대학원, 경영학박사학위논문, 1997.
- 박중환, 「호텔서비스 평가에 관한 연구」, 동아대학교 대학원, 박사학위논문, 1995.

- 박희영, 「무용단 서비스품질 측정을 위한 척도개발」, 숙명여자대학교 대학원, 박사학위 논문, 2007.
- 서진우, 「패밀리레스토랑 서비스 품질에 의한 구매행동, 시장세분화 및 수요결정요인분석」, 세종대학교 대학원, 박사학위논문, 2006.
- 송병화, 「해양레저마리나 최적입지 선정에 관한 평가지표 개발에 관한 연구」, 목포해양대학교 석사학위논문, 2010.
- 송요셉, 박조원, 「국제 영화제의 서비스 품질 평가 척도 개발 연구」, 언론과학연구 제9권 3호, p.251-283, 2009.
- 송채현, 송선옥, 「항만물류서비스의 품질과 고객만족에 관한 연구」, 통상정보연구 제6권 제2호, p.361-384, 2004.
- 안대희, 「여행사 서비스품질 평가에 관한 연구」, 세종대학교 대학원 박사학위논문 1998.
- 윤미희·엄서호, 「서비스질의 측정에 관한 연구」, 관광학연구 제17호, p.255-273, 1993
- 이귀옥, 장경수, 김형섭, 「스키리조트의 서비스품질이 서비스가치, 방문자만족과 재방문의도에 미치는 영향」, 관광연구 제18권 제1호, 2003.
- 이문규, 「e-SERVQUAL ; 인터넷 서비스품질의 소비자 평가 측정도구」, 마케팅연구, 14(1), 2002.
- 이상호, 「해양레저스포츠 체험공간의 속성이 참가자의 감정적 반응, 만족, 재참가의도에 미치는 영향」, 부경대학교 대학원, 박사학위논문, 2007.
- 이유재, 「고객만족 연구에 관한 종합적 고찰」, 소비자학연구, 11(2), 2000.
- 이유재, 라선아, 「서비스품질 연구의 흐름과 전망」, 2003년도 한국마케팅 학회 춘계학술대회 발표논문집, p.13-35, 2003.
- 이유재·이준엽, 「서비스품질에 관한 종합적 고찰 ; 개념 및 측정을 중심으로」, 서울대학교 경영연구소 경영논집, 31(3/4), 1997.
- 이재빈, 「라이프스타일에 따른 해양스포츠 전진기지 활성화 전략에 관한 연구」, 부경대학교 대학원, 박사학위논문, 2010.
- 이장성, 「호텔의 인적서비스 품질 특성이 서비스가치, 만족도와 행동의도에 미치는 영향 -호텔특성의 조절효과를 중심으로-」, 인하대학교 대학원 박사학위논문, 2010.
- 이준혁, 정규엽, 「호텔 서비스품질 평가모델에 관한 실증적 연구」, 호텔경영학연구,

- p.65-91, 1998.
- 이재필, 이시경, 「공공서비스 품질평가 모형 개발」, 한국공공관리학보, 제23권 제1호, p.1-32, 2009.
- 이지환, 「스키리조트 서비스 품질이 고객 충성도에 미치는 영향」, 한국교원대학교 대학원, 박사학위논문, 2009.
- 이혜련, 「컨벤션 서비스 품질 척도 개발에 관한 연구」, 경희대학교 대학원, 박사학위논문, 2005.
- 이혜련·김정만, 「컨벤션 참가자의 개최지 서비스에 대한 인식 : 중요도-성취도」, 관광학 연구, 18(1) : p.79-85, 2003.
- 임봉영, 「외식산업의 서비스품질 평가에 관한 연구」, 경기대학교 대학원, 박사학위논문, 2000.
- 임재현, 「해양스포츠 활성화를 위한 한·일 해양스포츠 전진기지 비교 분석」, 부경대학교 석사학위논문, p.39-43, 2005.
- 장경수, 「문화유산관광지의 서비스품질 측정척도에 관한 연구」, 대구대학교 대학원 박사학위논문, 2001.
- 전용재, 「상업 스포츠센터 서비스품질에 따른 관여도 및 소비자행동에 미치는 영향」, 단국대학교 대학원, 박사학위논문, 2004.
- 정종석, 「해양레저스포츠 발전을 위한 한국형 마리나 개발방향에 관한 연구」, 경성대학교 대학원 박사학위논문, 2004.
- 허현미, 「공공스포츠 시설의 서비스 질 척도 개발과 측정치 특성분석」, 이화여자 대학교 대학원 박사학위논문, 1997.
- 한숙영, 김민주, 「관광산업의 서비스품질 측정 연구에 대한 비판적 소고」, 관광연구 제 21권 2호, p.213-233, 2006.
- 조원득, 여인성, 김민규, 이한준, 「골프장 서비스 품질 척도 개발 및 타당도 검증」, 한국체육학회지, 제49권 제5호, p.267-278, 2010.
- 조송현, 「참여스포츠의 서비스품질과 고객애호도의 관계」, 서울대학교 대학원 박사학위논문, 2002.
- 조송현, 박문수, 전상천, 「통합적인 스포츠 서비스품질 척도의 개발과 타당성」, 한국스포츠산업·경영학회지, 2006, 제11권 3호, p.91-104, 2006.

- 조윤식, 「서비스품질 차원의 중요도 순위구조에 관한 연구 : 패밀리레스토랑을 중심으로」, 관광레저연구 제16권 제1호(통권 제26호), p.217-236, 2004.
- 차성기, 「델파이기법을 활용한 해양 레저스포츠 발전과제」, 목포대학교 대학원 박사학위논문, 2005.
- 최영준, 「마리나 등급제도에 관한 탐색적 연구」, 관광레저연구, 제22권 제2호, p.155-169, 2010.
- 한정훈, 「스키리조트 서비스품질, 서비스가치, 고객만족도 및 재방문의도간의 인과관계」, 한국체육학회지, 46(2), p.227-238, 2007.

3. 국외문헌

- Anderson, E. W. and Sullivan, M. W., 「The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firms」, *Marketing Science*, 12(2), p.125-143, 1993.
- Anderson, J. C., & Gerbing D. W., 「Structural equation modeling in practice : A review and recommended two-step approach」, *Psychological Bulletin*, 103(3), p.411-423, 1988.
- Bagozzi, R. P., Youjae Y. & Phillips, L. W., 「Assessing constructs validity in organizational research」, *Administrative Science Quarterly*, 36, p.421-458, 1991.
- Baker, J., The role of the environment in marketing service : The consumer perspective. In Czepiel, J., Congram, C., & Shanahan, J. (Eds.). *The services Challenge : Intergrating for competitive advantage*. Chicago, IL: American Marketing Association. p.79-84, 1986.
- Beltramini, R. F., 「Professional Service Referrals : A Model of Information Acquisition」, *Journal of Service Marketing*, 3(1), p.35-43, 1989.
- Bentler, P. M., 「Comparative fit indexes in structural models」, *Psychological Bulletin*, 107(2), p.238-246, 1990.
- Bitner, M. J., 「Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses」, *Journal of Marketing*, 54(April), p.69-82, 1990.

- Bollen, K. A., 「Overall fit in covariance structural models : Two types of sample size effects」, *Psychological Bulletin*, 107(2), p.256-259, 1990.
- Bollen, K. A., & Long, J. S., *Testing Structural Equation Models*, Newbury Park, CA : Sage Publication, 1993.
- Bolton, R. N. and Drew J. J., 「A Longitudinal Analysis of the Impact of Service Change on Customer Attitude」, *Journal of Marketing*, 55, p.1-9, 1991.
- Bolton, R. N. and Drew J. J., 「A Multi-Stage Model of Customers's Assessments of Service Quality and Value」, *Journal of Customer Research*, 17(March), p.375-384, 1991.
- Brown, S. W. and Churchill, G. A. and Peter, J. P., 「Improving the measurement of service quality」, *Journal of Retailing*, Vol. 69, p.127-139, 1993.
- Burton, S., Sheather, S. and Roberts, J., 「The Effect of Actual and Perceived Performance on Satisfaction and Behavioral Intentions」, *Journal of Service Research*, 5(4), p.292-302, 2003.
- Carman, J. M., 「Customer perception of service quality : An assessment of the SERVQUAL dimensions」, *Journal of retailing*, 66(Spring), p.33-55, 1990.
- Chang H-S., 「Increasing hotel customer value through service quality cues in Taiwan」, *The Service Industries Journal*, 28(1), p.73-84, 2008.
- Chang, T. Z. and Wildt, A. R., 「Price, Product Information and Purchase Intention: An Empirical Study」, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(1), p.16-27, 1994.
- Chen, P. & Hu, H-H., 「How determinant attributes of service quality influence customer - perceived value ; An empirical investigation of the Australian coffee outlet industry」, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(4), p.535-551, 2009.
- Churchill, G. A. Jr., 「A Paradigm for developing better measures of marketing constructs」, *Journal of Marketing Research*, Feb, p.64-73, 1979.
- Crompton, J. L. and Love, L. L., 「The Predictive Validity of Alternative Approaches to Evaluating Quality of a Festival」, *Journal of Travel Research*, 34(1),

- p.11-24, 1995.
- Cronin, J. J. and Taylor S. A., 「Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension」, *Journal of Marketing*, 56(July), p.55-68, 1992.
- Cronin, J. J. and Taylor S. A., 「SERVPERF Versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement Service Quality」, *Journal of Marketing*, 58(January), p.125-131, 1994.
- Devellis, Robert F., *Scale Development ; Theory and placations ;* Newbury Park, CA : Sage, 1991.
- Duke. C. R. & Persia. M. A., 「Performance-Importance Analysis of Escorted Tour Evaluations」, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 3 : p.207-223, 1996.
- Engel, J. F. and Blackwell, R. D., *Consumer Behavior*, New York ; Holt, Reinhardt & Winston, p.501, 1992.
- Finn, D. W., & Lamb C. W., 「Evaluation of the SERVQUAL scales in a retailing setting」, *Advance in Consumer Research*, 18, p.483-490, 1991.
- Fornell, C., & Larcker, D. F., 「Evaluating structural equation models with unobservable and measurement error」, *Journal of Marketing Research*. Vol. 18, February. p.39-80, 1981.
- Frochot, I., & Hughes, H., 「HISTOQUAL : The development of historic houses assessment scale」, *TOURISM MANAGEMENT*, 21, p.157-167, 2000.
- Getty, J. M., & Thompson, K. N., *Assessing customers' perceptions of lodging quality LODGQUAL : A measure of quality for the loding industry*, Unpublished working paper, University of North Texas, 1993.
- Getty, J. M., & Thompson, K. N., 「The relationship between quality, satisfaction and recommending behavior in lodging decisions」, *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 2(3), 1994.
- Guiry, M., Hutchinson, W., & Weitz, B. A., *Consumer's evaluation of retail store service quality and it's influence on store choice*. working paper. University of Florida, 1992.
- Grönroos, C., 「A Service Quality Model and its Marketing Implication」, *European*

- Journal of Marketing, 18(4), p.36-44, 1984.
- Hair, Joseph, Jr., Rolph Andersen, Ronald Tatham, and Berine Grabrowsky, Multivariate Data Analysis With Readings, 4th Edition, Prentice Hall, NJ, 1995.
- Hollenhorst. S. & Olson. D. & Fortney. R., 「Use of Importance-performance analysis to Evaluate State Park Cabin : The case of the West Virginia State Park System」, Journal of Park and Recreation Administration, 10(1) : p.1-11, 1992.
- Hammitt. W. E. & Bixler. R. D. & Noe. F. P., 「Going Beyond importance-performance Analysis to Analyze the observance influence of Park impacts」, Journal of Park and Recreation Administration, 14(1) : p.45-62, 1996.
- Howard, J. A. and Sheth J. N., The Theory of Buyer Behavior, New York ; John Wiley & Sons, 1969.
- Hudson, S., & Shephard, G. W. H., 「Measuring service quality at tourist destination」, Journal of Travel & Tourism Marketing, 7(3), p.61-77, 1998.
- Hunt, H. K., 「CS/D-Overview and Future Research Direction: In Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction」, Cambridge, MA: Marketing Science Institute, 1977.
- Hunt, S. D., Modern Marketing Theory : Critical Issues in the Philosophy of Marketing Science, Cincinnati, OH: South-Western Publishing Co, 1991.
- Hutchinson, J., Lai, F. and Wang Y., 「Understanding the Relationships of Quality, Value, Equity, Satisfaction and Behavioral Intentions among Golf Travelers」, Tourism Management, 30, p.298-308, 2009.
- Kattara, H. S., Weheba, D. and El-Said O. A., 「The Impact of Employee Behaviour on Customers' Service Quality Perceptions and overall Satisfaction」, Tourism and Hospitality Research, 8(4), p.309-323, 2008.
- Kim, D. S. & Kim, S. Y., 「QUESC: An instrument for assessing the service quality of sport center in Korea」, Journal of sport Management, 9, p.208-220, 1995.
- Knutson, B., P. Stevens, and M. Patton, 「DINESERV: Measuring Service Quality in Quick Service, Casual/Theme, and Fine Dining Restaurants」, Journal of Hospitality & Leisure Marketing, 3(2), p.35-44, 1995.

- Knutson, B., P. Stevens, C. Wullaert, M. Patton, and F. Yokoyama, 「LODGSERV: A Service Quality Index for the Lodging Industry」, *Hospitality Research Journal*, 14(2), p.277-284, 1990.
- Ko, Y. J., A multidimensional and hierarchical model of service quality in the participant sport industry. Doctorial dissertation of Ohio State University. MI; Bell & Howell Information and Learning Company, 2000.
- Kozak, M., 「Repeaters' behavior at two distinct destinations」, *Annals of Tourism Research*, 28(3), p.784-807, 2001.
- Lewis, R. C. & Booms B. H., 「The Marketing aspects of services quality」, *Emerging Perspectives on Services Marketing*. AMA, 1983.
- Li, X. & Petrick. J. F., 「Towards an Intergrative Model of Loyalty Formation : The Role of Quality and Value」, *Leisure Sciences*, 32 : p.201-221, 2010.
- Martilla. J. A. & James. J. C., 「Importance performance analysis」, *Journal of Marketing*, 41(1) : p.77-79, 1977.
- Martin. D. W., 「An Importance-performance analysis of service provider's perception of quality service in the hotel industry」. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 3(1) : p.5-17, 1995.
- Murdick R. G., Render B., & Russell R. S., *Service operations management*. Allyn and Bacon, 1990.
- Nunnally, J. C., *Psychometric Theory*, New York : McGraw-Hill, 1978.
- Oh, H., 「Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Value: a Holistic Perspective」, *International Journal of Hospitality Management*, 18, p.67-82, 1999.
- Oliver, R. L., 「A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions」, *Journal of Consumer Research*, 17(Sept), p.460-469, 1980.
- Oliver, R. L., 「A Conceptual model of service quality and service satisfaction ; Compatible goals, different concepts in advances in service marketing and management」, Teresa A. Swartz, D.A. Bowen and S. W. Brown, eds., 2, JAL

- Press, p.65-85, 1993.
- Oliver, R. L. and Beardem, W. O., 「The Role of Involvement in Satisfaction Processes」, In advance in Consumer Research, Ann Arbor, MI : Association for Consumer Research, 1983.
- Olorunniwo, F., Hsu, M. K. and Udo G. J., 「Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions in the Service Factory」, Journal of Services Marketing, 20(1), p.59-72, 2006.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry L. L., 「A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research」, Journal of Marketing, 49(Fall), p.41-50, 1985.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry L. L., 「SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality」, Journal of Retailing, 64(1), p.12-40, 1988.
- Parasuraman, A., Berry, L. L. and Zeithaml V. A., 「Refinement and SERVQUAL Scale」, Journal of Retailing, 67(4), p.420-450, 1991.
- Parasuraman, A., Berry, L. L. and Zeithaml V. A., 「Research Note: More on Improving Service Quality Measurement」, Journal of Retailing, 69(1), p.140-147, 1993.
- Petrick, J. F., 「The Roles of Quality, Value, and Satisfaction in Predicting Cruise Passengers' Behavioral Intentions」, Journal of Travel Research, p.42, 397-407, 2004.
- Pizam, A., 「Monitoring Customer Satisfaction」, In B. David, and A. Lockwood (Eds), Food and Beverage Management: A Selection of Readings(pp.231-247), Oxford, UK: Butterworth-Heinemann, 1994.
- Pizam, A. and Calantone, R., 「Beyond Psychographics: Value as Determinants of Tourist Behavior」, International Journal of Hospital Management, 6(3), p.177-181, 1987.
- Pizam, A., Neumann, Y. and Reichel A., 「Tourist Satisfaction : Uses and Missuses」, Annals of Tourism Research, 6, p.195-197, 1979.

- Raviv, A, The Regional and Global Marina Industry, April : Strategic Business Approach. Paper presented at The School of Management, department of Hotel and Tourism Management, Beer, Sheba, Israel, 2001.
- Rust, R. T., Zahorik, A. J. and Keinngam, T. L., Service Marketing, Harper Collins College Publishers, 1996.
- Rust, R. T. and Oliver, R. L., Service Quality ; Insights and Managerial Implications from the Frontier in Service Quality ; New Directions in Theory and Practice, Rust, R. T. and Oliver, R. L. eds. Thousand Oaks, CA : Sage Publication, 1994.
- Schriesheim, Powers, Scandura, Gardiner, and Lankau, 「Improving Construct Measurement in Management Research : Comments and a Quantitative Approach for Assessing the Theoretical Content Adequacy of Paper and Pencil Survey-type Instrumetns」, Journal of Marketing Management, 19(4), p.385-417, 1993.
- Spreng, R. A. and Mackoy, R. D., 「An Empirical Examination of a Model of Perceived Quality and Satisfaction」, Journal of Marketing, 72(2), p.201-214, 1996.
- Spreng, R. A. & Singh, A. K., 「An empirical assessment of the SERVQUAL scale and the relationship between service quality and satisfaction」, In enhancing knowledge development in marketing, Chicago ; AMA. p.1-6, 1993.
- Swan, J. E. and Linda, J. C., 「Product Performance and Consumer Satisfaction : a New Concept」, Journal of marketing, 40, p.25-33, 1976.
- Teas, R. K., 「Expectations, Performance Evaluation, and Consumers' Perceptions of Quality」, Journal of Marketing, p.18-34, 1993.
- Teas, R. K., 「Expectations, as Comparison Standard in Measuring Service Quality : An Assessment of A Reassessment」, Journal of Marketing, p.132-139, 1994.
- Tse, D. K. and Wilton, P. C., 「Models of Consumer Satisfaction Formation ; An Extension」, Journal of Marketing Research, 25(2), p.204-212, 1988.
- Nunnally, J. C., Psychometric Theory, New York : Mcgraw-Hill, 1978.

- Westbrook, R. A. and Reilly, M. D., 「Value-Percept Disparity ; An Alternative to the Disconfirmation of Expectations Theory of Consumer Satisfaction」 , *Advances in Consumer Research*, 10(1), p.256-261, 1983.
- Westbrook, R. A. and Fornell, C., 「Patterns of information Sources Usage among Durable Goods Buyers」 , *Journal of Marketing Research*, 16, p.304-312, 1979.
- Woodruff, R. B., 「Customer Value: The Next Source for Competitive Advantage」 , *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(2), p.139-153, 1997.
- Woodruff, R. B., Cadotte, E. R. and Jenkins, R. L., 「Modeling Customer Satisfaction Processes using Experience-based Norms」 , *Journal of Marketing Research*, 20(3), p.296-304, 1983.
- Woodruff, R. B. and Gardial, S. F., 「Know your Customer : New Approaches to Understanding Customer Value and Satisfaction」 , Cambridge, MA: Blackwell Publishers, 1996.
- Woodside, A. G., Frey, L. L. and Daly, R. T., 「Linking Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention」 , *Journal of Health Care Marketing*, 9(4), p.5-17, 1989.
- Zeithaml, V. A., 「Consumer Perception of Price and Value: a Mean-end Model and Synthesis of Evidence」 , *Journal of Marketing* 52(July), p.2-22, 1988.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L. and Parasuraman, A., 「The Behavioral Consequences of Service Quality」 , *Journal of Marketing*, 60(April), p.31-46, 1996.
- Zeithaml, V. A. and Bitner, M. J., *Service Marketing*, New York: McGraw Hill Book Company, p.123, 1996.

4. 웹사이트

Suppliers & Services 2010 - 2011, <http://www.marinaworld.co.uk>.

Marinas Guide, The Marina Industries Association of Australia, Marinas Guide,
<http://www.marinas.net.au>.

Marina Handbook, <http://www.balticseabreeze.org>.

The Yacht Harbour Association, <http://www.tyha.co.uk/>



설문지

ID			
----	--	--	--

안녕하십니까?

바쁘신 가운데에도 본 조사에 응해 주셔서 대단히 감사합니다.

본 설문지는 ‘마리나 서비스품질 평가모델 개발에 관한 연구’를 위해 작성된 것입니다. 바쁘시겠지만 다음 설문을 읽으시고 귀하께서 판단하시는 대로 응답해 주시면 감사하겠습니다.

응답해 주신 설문자료는 순수하게 학술연구목적 이외에는 사용되지 않으므로 협조를 부탁드립니다.

2011. 5 .

연구지도 : 한국해양대학교 해양건축공학과 교수 이한석

조사자 : 한국해양대학교 대학원 박사과정 심미숙

E-mail : newly1@hanmail.net

■ 다음은 귀하께서 방문하신 마리나에 대해서 느끼신 점에 해당되는 곳에 V 표시 해 주세요

구분	측정항목	전혀 그렇 지않 다	그렇 지않 다	보통	그렇 다	매우 그렇 다
물리적 시설	계류시설이 잘 갖추어져 있다.					
	요트수리소가 잘 갖추어져 있다.					
	요트보관소가 잘 갖추어져 있다.					
	상하가시설이 잘 갖추어져 있다.					
	급유·급수시설 이용이 편리하다.					
	요트세척이 편리하다.					
종업원 태도	직원들의 전문성은 뛰어나다.					
	직원들은 친절하다.					
	직원들은 책임감이 강하다.					
활동 프로그램	요트학교(요트 강습회)가 잘 이루어진다.					
	주민여가기능이 이루어진다.					
	요트경기, 보트쇼 등 행사 유치가 다양하다.					
안전성	입·출항관리시스템이 잘 되어있다.					
	방범시스템이 잘 되어 있다.					
	현장보안요원이 잘 배치되어있다.					
	항로표식시설이 항해하기 편리하다.					
	인터넷, 팩스 등 통신지원이 잘 된다.					
지원 서비스	화장실, 샤워시설이 청결하다.					
	주차장이 넓어 주차하기 편리하다.					
	숙박·휴식시설이 잘 갖추어져 있다.					
	음식점이나 쇼핑센터를 이용할 수 있다.					
	요트 판매·임대가 잘 이루어진다.					
	이용정보 제공이 잘 이루어진다.					

■ 다음은 귀하께서 마리나에 대해서 평소 중요하게 생각하였던 점과 이용한 후에 만족한 정도에 관한 질문입니다. 해당되는 곳에 V 표시 해 주세요

중요도					측정항목	만족도				
전혀 중요하지 않음	중요 하지 않음	보통	중요	매우 중요		매우 만족	불만 족	보통	만족	매우 만족
					계류시설					
					요트수리소					
					요트보관소					
					상하가시설					
					급유·급수시설					
					요트세척					
					직원들의 전문성					
					직원들은 친절성					
					직원들은 책임감					
					요트학교(요트 강습회)					
					주민여가기능					
					행사 유치 (요트경기, 보트쇼)					
					입·출항관리시스템					
					방범시스템					
					현장보안요원					
					항로표식시설					
					통신지원					
					화장실, 샤워시설					
					주차장					
					숙박·휴식시설					
					음식점·쇼핑센터					
					요트 판매·임대					
					이용정보 제공					

■ 다음은 서비스가치, 만족도, 행동의도에 관한 질문입니다. 해당되는 곳에 V 표시 해 주세요

9) 다음은 귀하께서 방문하신 마리나의 **서비스가치**에 관한 질문입니다.

평가항목	전혀 그렇 지않 다	그렇 지않 다	보통	그렇 다	매우 그렇 다
1. 마리나 이용시 내가 지불한 돈의 가치를 느낄 수 있다.					
2. 마리나를 이용한 가격에 좋은 서비스를 받았다고 생각한다.					
3. 마리나는 내가 즐거운 시간을 보낼 수 있는 장소이다.					

10) 다음은 귀하께서 방문하신 마리나의 **만족도**에 관한 질문입니다.

평가항목	전혀 그렇 지않 다	그렇 지않 다	보통	그렇 다	매우 그렇 다
1. 마리나 시설에 대해 만족한다.					
2. 마리나에서의 활동과 프로그램에 대해 만족한다.					
3. 마리나는 나의 방문욕구를 충분히 채워주고 있다.					

11) 다음은 귀하께서 방문하신 마리나의 **행동의도**에 관한 질문입니다.

평가항목	전혀 그렇 지않 다	그렇 지않 다	보통	그렇 다	매우 그렇 다
1. 마리나 시설을 다시 이용할 것이다.					
2. 마리나 시설을 다른 사람에게 소개하고 싶다.					
3. 마리나 시설을 다른 사람에게 좋게 이야기 할 것이다.					

■ 다음은 인구통계학적 특성에 관한 질문 사항입니다. 해당되는 곳에 V 표시 해주세요

1. 귀하의 성별은?

- ① 남 ② 여

2. 귀하의 연령은?

- ① 20세 미만 ② 20~29세 ③ 30~39세
④ 40~49세 ⑤ 50~59세 ⑥ 60세 이상

3. 귀하의 직업은?

- ① 전문/자유직 ② 경영/관리직 ③ 사무/기술직 ④ 판매/서비스직
⑤ 기능/숙련직 ⑥ 자영업 ⑦ 가정주부 ⑧ 학생 ⑨ 기타()

4. 귀하의 최종학력은?

- ① 중졸이하 ② 고등학교 재학·졸업 ③ 대학교 재학·졸업
④ 대학원 이상

5. 귀하의 월평균 소득수준은?

- ① 100만원미만 ② 100~199만원 ③ 200~299만원
④ 300~399만원 ⑤ 400만원이상

끝까지 응답해 주셔서 감사합니다.