creative commons

COMMONS DEED

저작자표시 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.
- 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:

저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

- 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

dCollection

[UCI]I804:24011-200000266909
조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

2018년 8월

교육학석사(무용교육)학위논문

무용공연의 사회공헌활동에 따른 만족, 태도가 재관람의도에 미치는 영향

조선대학교 교육대학원

무용교육전공

이 은 지

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

무용공연의 사회공헌활동에 따른 만족, 태도가 재관람의도에 미치는 영향

The Effect of Satisfaction and Attitude according to Social Contribution Activities on Dance Performance

2018년 8월 24일

조선대학교 교육대학원

무용교육전공

이 은 지

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

무용공연의 사회공헌활동에 따른 만족, 태도가 재관람의도에 미치는 영향

지도교수 : 김 미 숙

이 논문을 교육학석사(무용교육) 학위신청 논문으로 제출함.

2018년 4월

조선대학교 교육대학원

무용교육전공

이 은 지

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

이은지의 교육학 석사학위 논문을 인준함

위원장 조선대학교 교수 임지평 인

위 원 조선대학교 교수 김미숙 인

위 원 조선대학교 교수 안용덕 인

2018년 6월

조선대학교 교육대학원

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

목 차

ABSTRACT

I. 서 론 ····· 1
1. 연구의 필요성 ····· 1
2. 연구목적 ····· 3
3. 연구모형 ····· 4
4. 연구가설 ····· 5
5. 연구 제한점 ····· 9
6. 용어의 정리 ····· 10

II. 연구방법 ····· 12
1. 연구대상 ····· 12
2. 조사도구 ····· 13
3. 자료처리방법 ····· 15
4. 설문지의 타당도 및 신뢰도 검증 ····· 16

Ⅲ. 연구결과 ····· 22
1. 인구통계적 특성에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이분석 ····· 22
2. 사회공헌활동이 만족도에 미치는 영향 ····· 29
3. 사회공헌활동이 태도에 미치는 영향 ····· 29
4. 사회공헌활동이 재관람의도에 미치는 영향 ····· 30
5. 만족도, 태도가 재관람의도에 미치는 영향 ····· 31
6. 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 관계검증 ····· 32

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Ⅳ. 논 의 ····· 34

Ⅴ. 결 론 ····· 40

참고문헌 ····· 42
부 록 ····· 47

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

표 목 차

표 1. 인구통계적 특성 ····· 12
표 2. 설문지의 구성 ····· 13
표 3. 사회공헌활동의 탐색적 요인분석 ····· 17
표 4. 만족도, 태도, 재관람의도의 탐색적 요인분석 ····· 18
표 5. 사회공헌활동의 확인적 요인분석 ····· 19
표 6. 만족도, 태도, 재관람의도의 확인적 요인분석 ····· 20
표 7. 상관관계 분석 ····· 21
표 8. 성별에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이분석 ····· 23
표 9. 연령에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이분석 ····· 24
표 10. 학력에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이분석 ····· 26
표 11. 직업에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이분석 ····· 27
표 12. 사회공헌활동이 만족도에 미치는 영향 ····· 29
표 13. 사회공헌활동이 태도에 미치는 영향 ····· 30
표 14. 사회공헌활동이 재관람의도에 미치는 영향 ····· 31
표 15. 만족도, 태도가 재관람의도에 미치는 영향 ····· 31
표 16. 연구모형의 구조방정식 적합도 모형 분석 결과 ····· 32
표 17. 연구모형의 변인 간 관계검증 ····· 33

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

그 림 목 차

그림 1. 연구모형 ····· 4

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

ABSTRACT

The Effect of Satisfaction and Attitude according to Social Contribution Activities on Dance Performance

Lee eun-ji
Adviser : Prof. Kim, Mi-Sook
Major in Dance Education. Graduate School of Chosun University

The purpose of this study is to analyze the relationship between dance performances, which is a part of social contribution activities of local governments, and local residents' satisfaction, attitude, and intention to re - visit. In order to accomplish these research objectives, a group of people who have had the experience of watching the works selected for the local competition during the dance performances in March and October, 2017 were selected as the population and 420 respondents were asked to answer the questionnaire . The survey method used the self - evaluation period method which is the individual interview survey, and the survey was sampled by using the convenience sampling method. A total of 394 questionnaires were used in the empirical study, except for some missing answers and 26 unreliable responses. The data of the selected questionnaires were SPSS Ver. 22.0 and AMOS 22.0

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

statistical package program. Statistical techniques used in this study are frequency analysis, independent sample T-test, one-way ANOVA, exploratory factor analysis, reliability analysis (Cronbach's alpha), confirmatory factor analysis, correlation analysis, multiple regression analysis, and structural equation model (SEM). First, social contribution activities of dance performances affected satisfaction. Second, social contribution activities of dance performances partially affected attitude. Third, dance performances satisfaction and attitude influenced re - viewing intention. Fourth, social contribution activities of dance performances influenced re - viewing intention.

These results show that dance performance activities, which are part of the social contribution activities of local governments, have a positive effect on the satisfaction and attitude of local residents, and it is proved to be an important mediating variable for re - viewing. And that it contributed indirectly to the study of social contribution activities.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

I. 서 론

1. 연구의 필요성

최근 지방자치 단체에서는 지역의 발전을 도모하기 위해 다양한 형태로의 노력이 시도되고 있으며, 지역의 특성을 반영한 지역문화 콘텐츠를 발굴하기 위해 노력하고 있다.[1] 지방자치 단체에서는 지역문화의 콘텐츠 중 하나로 예술분야에 많은 관심을 나타내고 있으며, 이를 위해 신선하고 창의적이며, 지역특성을 잘 반영할 수 있는 예술인을 발굴하기 위해 많은 노력을 하고 있다. 그 중 대표적인 영역이 무용공연예술이라 할 수 있겠으며, 이를 통해 지역의 홍보, 인재 발굴, 지역민의 문화적 가치 향상, 삶의 질을 높이는데 많은 기여를 할 수 있을 것이라 기대를 모으고 있다.[2]

정부에서 또한 문화적 예술활동을 다양한 형태로 지원함으로 지역민들의 여가 생활정착, 문화 참여, 등 지역민의 삶과 가치를 높일 수 있는 정책들이 시행되고 있다. 문화 예술공연 활동에 대한 국가적 관심과 정책이 시행되고 있는 현 시점에서 지자체는 지역의 색깔에 맞게 지역을 홍보하고 이미지를 메이킹하는데 문화예술활동을 적극 활용하고 있다.[3] 하지만 국가적 노력과 지자체의 노력에도 불구하고 문화적예술 공연에 나타나는 문제점이 몇 가지가 있다. 그 중 하나는 관람객의 편중이다. 문화공연예술 공연의 관람객은 주로 관련단체나 관계자, 초대관람객 등이 대부분을 차지하고 있다. 이는 문화공연예술에 대한 인식부족, 관람가치 부족, 홍보부족 등 다양한 요인들에서 문제점이 나타나고 있다. 이러한 문제점을 해결하기 위해 지방자치단체에서는 다양한 형태와 방법으로 방안을 모색해야 하겠다.[4]

---

1) 이소연,「지역문화와 미술관의 역할과 운영에 관한 연구」, 미간행박사학위논문 , 서울과학기술대학교 대학원, 2014.
2) 유진룡, 「엔터테인먼트 산업의 이해. 72」, 넥서스 BZ, 2009.
3) 오윤환, 김동재, 「무용공연을 통한 기업의 사회적 책임과 문화마케팅 활동이 공연전략, 관람결정, 관람만족에 미치는 영향」, 한국사회체육학회지, 2015.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

이를 위해 문화공연예술의 한 영역인 무용공연예술에서는 공모전을 실시하는 방안을 내세웠다. 공모전을 통해 참신하고 훌륭한 공연 작품이 선발되고 있으며, 당선된 무용공연 작품을 통해 지역민에게는 문화적 향휴와 지역에 대한 관심과 애착심을 증가시키며, 지역에는 지역문화발전, 지역의 인재발굴 및 우수한 인재가 유출하는 것을 방지하기 위한 방향으로 지자체에서는 다양한 형태의 사회공헌 활동을 실시하고 있다.[5)]

사회공헌활동이란 지역과 지역민이 지속 성장하는데 있어 반드시 필요한 요소로 간주되고 있으며 단순히 지역이 지역민들에게 환원하는 자선활동이나 지원활동에서 벗어나 지역과 지역민 모두에게 다양한 형태의 상생효과를 거둘 수 있어야 한다. 이러한 사회공헌활동은 의무적 관점에서 벗어나 적극적으로 실천하고 협력하는 방향으로 재해석 되어야 한다(Maignam & Ferrell, 2004). 또한 Wulfson(2001)은 사회공헌활동을 단순한 이윤추구나 경제활동의 개념을 넘어 지역민들의 올바른 문화정착과 욕구충족 등을 위해 사회활동에 자발적으로 참여하는 것이라 하였다.

사회공헌활동은 주로 기업의 사회적 책임활동으로 기업의 이미지나 기업과 사회의 관계를 조정하는데 있어 사회에서 바람직한 일에 기업과 도모하여 윤리적 책임을 다 하는 것으로 소비자들로 하여금 기업의 평가나 선호도 향상을 위해 이루어진다(Becker-Olsen, Cudmore & Hill, 2006; Flack & Heblich, 2007; Gupta & Pirsch, 2008; Maignan & Ferrell, 2003). 사회공헌활동 국내에서 또한 다양한 영역에서 다양한 형태로 사회공헌활동에 대한 연구가 진행되었으며, 이들 대부분은 소비자들의 인식과 행동에 관한 변화적 추이를 연구하는 것이 대부분이다(고미애, 김지연, 2015;[6)] 서천영, 2012;[7)] 정효선, 윤혜현, 2008[8)]).

---

4) 박승희, 「무용공연의 관람동기, 관람만족도, 재관람의도에 관한 연구 : 광주시립무용단 관람중심」, 미간행석사학위논문, 전남대학교 대학원, 2013.
5) 박종임, 김기탁, 「무용공연의 사회공헌활동에 따른 인식, 태도, 참여의사와의 관계」, 한국스포츠학회지, 14(4), 2016, pp.13-21.
6) 고미애, 김지연,「외식기업의 사회적 책임활동이 기업이미지와 조직구성원행동에 미치는 영향」, 관광연구저널, 29(2), pp.121-132, 2015.
7) 서천영,「호텔기업의 사회적 책임활동에 따른 호텔 이미지가 고객만족 및 행동의도에 미치는 영향」관광연구, 27(5), 2012, pp.275-297.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

본 연구에서는 사회공헌활동에 대해 지자체가 선정한 무용공모 당선작품으로 간주하여 설정하였고 무용작품을 관람한 지역민들의 반응과 작품을 통해 얻을 수 있는 긍정적인 여러 효과들을 알아보고자 하였다.

따라서 본 연구를 통해 알아보고자 하는 것은 지자체의 사회적 공헌 활동의 일환으로 실시되고 있는 무용공연활동이 지역민의 만족과 태도에 긍정적인 영향을 미치는 가에 대한 것과 지역민들의 재 관람의도를 높이기 위해 지역민들의 만족과 태도가 어떠한 매개적 역할을 하는 것인가를 알아보는데 연구의 의의가 있겠고 이러한 가설검증을 통해 사회공헌활동과 지역민의 만족, 태도는 지역민들을 재관람하게 하는데 중요한 매개적 변인 중 하나라는 것을 입증하여 지역의 사회공헌활동과 관련된 학문에 직, 간접적으로 기여할 수 있을 것이라 판단된다.

2. 연구목적

본 연구는 무용공연의 사회공헌활동에 따른 만족, 태도가 재관람의도에 미치는 영향을 규명하는데 연구의 목적이 있으며, 이를 통해 지자체의 무용공연활동이 지역민의 태도변화와 욕구충족에 기여하여 재관람과 구전효과, 등과 같은 긍정적 후속행동에 영향을 미칠 것이라 기대되며, 무용공연활동은 지자체의 사회공헌활동 콘텐츠 중 효과적인 콘텐츠라는 당위성을 제시하는데 기초자료를 제시할 수 있을 것이라 판단된다.

연구목적 달성을 위한 구체적인 연구문제는 다음과 같다

첫째, 인구통계적 특성에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이를 규명한다.

---

8) 정효선, 윤혜현, 「패밀리 레스토랑의 사회적 책임활동이 기업 이미지, 기업 선호도, 재방문의도에 미치는 영향에 관한 연구 : 서울지역 대학생을 중심으로」 한국조리학회지, 14(2), 2008, pp.138-152.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

둘째, 무용공연의 사회공헌활동이 만족도에 미치는 영향을 규명한다.
셋째, 무용공연의 사회공헌활동이 태도에 미치는 영향을 규명한다.
넷째, 무용공연 사회공헌활동이 재관람의도에 미치는 영향을 규명한다.
다섯째, 만족도, 태도가 재관람의도에 미치는 영향을 규명한다.
여섯째, 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 관계를 규명한다.

3. 연구모형

본 연구는 무용공연의 사회적공헌활동에 따른 태도, 인식이 재관람의도에 미치는 영향을 규명하기 위해, 인구통계적 특성(성별, 연령, 최종학력, 직업), 사회공헌활동의(공익인식, 사회활동인식, 지역성인식, 기부활동인식), 태도, 만족, 재관람의도로 연구모형을 설정하였다.

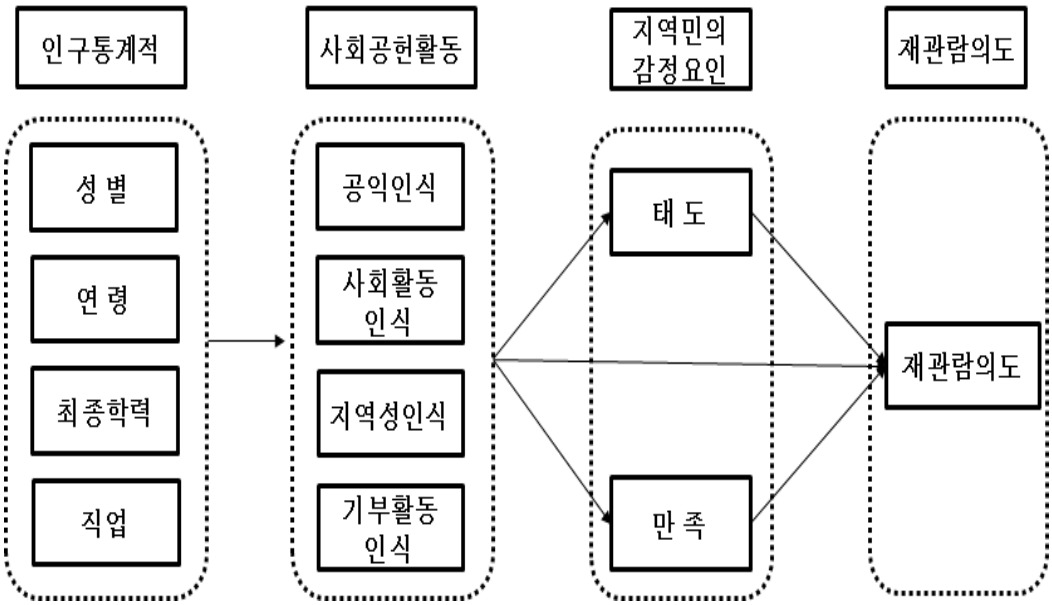

그림 1 연구모형

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

4. 연구가설

본 연구는 무용공연의 사회적공헌활동에 따른 태도, 만족이 재관람의도에 미치는 영향을 규명하기 위해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

1) 무용공연의 사회공헌활동과 만족

고객만족은 고객의 소비행동에 직접적인 영향을 나타나는 것으로 알려 졌으며, 기업에서는 고객만족을 최우선시 생각하여 마케팅적 노력을 하고 있다(우소영, 2008;[9] Johnson & Gustafsson, 2000).

고객만족에 대한 정의는 매우 다양하다. 구체적으로 Howard와 Sheth(1969)는 고객이 대가를 지불한 제품에 대해 보상을 느끼는 인지상태로 정의 하였으며, Hunt(1977)는 제품에 대한 기대치 보다 실제 소비경험이 좋았다 평가 될 때 나타나는 감정이라 하였다. 또한 Oliver(1981)는 고객들이 제품을 사용하는데 있어 자신의 경험을 바탕으로 좋고 나쁨을 판가름 하는 기준이라 정의하였고 Buttle(2009)은 고객들이 자신이 경험한 것에 대한 즐거운 성취반응이라 정의하였다. 대부분의 고객만족에 대한 정의는 기업 중심의 고객만족의 확보가 중요한 요인임을 입증한 학설들이 대부분이다.

양원승(2006)[10]은 사회공헌활동과 소비자 만족에 관한 연구에서 기업의 사회적 책임활동은 소비자들의 경제적, 사회적 만족에 긍정적인 영향을 미쳤다고 보고하였고 이경희(2009)[11]는 프랜차이즈의 사회공헌활동은 구성원들의 직무만족에 영향을 미친다고 보고하였다. 또한 박헌재(2011)[12]는 항공운송서비스 기업

9) 우소영, 「기업-공중관계성과 기업이미지의 가치에 관한 연구 : 고객만족도 및 충성도와의 관계를 중심으로」, 미간행박사학위논문, 중앙대학교 대학원, 2008.
10) 양원승, 「기업의 사회적책임활동과 서비스 품질이 소비자 만족에 미치는 영향」, 미간행 석사학위논문, 연세대학교 대학원, 2006.
11) 이경희, 「프랜차이즈 CSR이 조직몰입과 조직시민행동에 미치는 영향 : 조직신뢰와 직무만족의 매개역할」, 미간행 박사학위논문, 세종대학교 대학원, 2009.
12) 박헌재, 「기업의 사회적책임활동이 직무만족과 서비스성과에 미치는 영향」, 미간행 석사

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

의 사회공헌활동의 연구에서 기업의 법, 윤리, 자선적 책임활동은 직무만족에 영향을 미친다고 보고하여 본 연구 가설의 일부를 지지해 주고 있다.

따라서, 본 연구에서는 선행연구가 제시한 가설을 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설1. 무용공연의 사회공헌활동이 만족에 영향을 미칠 것이다.

2) 무용공연의 사회공헌활동과 태도

Bowen(1953)은 사회적 공헌을 사회의 목적과 가치를 실현하기 위해 바람직한 행동들은 따르고, 의사적 결정을 하며, 원칙을 추구하는데 있어 기업이 반드시 수행하여야 할 의무로 간주하고 있다. 이러한 의무적 개념은 여러 학자들에 의해 명분화 되었는데, 특히 Carroll(1979)은 좀 더 구체적으로 체계화 하는데 기여하였다. 그에 따르면 사회적 책임활동의 범주를 크게 네가지로 구분하였는데, 기업의 경제적 책임활동, 기업의 법률적 책임활동, 기업의 윤리적 책임활동, 기업의 자선적 책임활동으로 구분하여 사회적공헌활동에 대한 지침을 마련하였다. Carroll(1979)의 주장을 바탕으로 기업과 사회분야의 학술연구는 가속화 되었으며, 다각적인 측면의 연구가 진행되었다.

한편 Bhlattacharya와 Sen(2004)은 기업의 사회적공헌활동을 내부적 성과와 외부적 성과로 구분하여 설명하였다. 기업이 소비자에 대한 내부적 성과로는 소비자가 인식하는 기업의 인지도, 태도, 귀인, 애착도, 등으로 구분하였고 외부적 성과로는 구매의도, 기업에 대한 충성도, 구전효과, 등으로 제시하여 설명하였다. 국내에서도 사회적공헌활동에 대한 연구가 2000년대 초반부터 지금까지 활발하게 진행되었는데 특히, 김해룡 등(2005)[13]이 개발한 사회공헌활동, 지역적 문

학위논문, 경기대학교 서비스경영전문대학원, 2011.

13) 김해룡, 김나민, 유광희, 이문규 ,「기업의 사회적 책임에 대한 척도 개발. 마케팅연구」, 20(2), 2005, pp.67-87.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

화적 사업 활동, 소비자보호, 경제적 책임, 환경보호의 5가지 요인을 개발을 시작으로 다양한 분야에서 많은 연구들이 진행되었다.

사회공헌활동의 결국은 기업이나 지역이 의무로서 얻은 이익을 사회에 또는 지역민에게 적절하게 환원하는 활동을 의미한다 할 수 있겠다(Smith, 2003). 따라서 본 연구는 지자체의 사회활동의 일환으로 무용공연예술을 택하였고, 제공되고 있는 무용공연예술작품에 대한 지역민들의 내적 성과를 조사하여 지역민들의 욕구충족과 가치형성을 알아보고자 하였다.

태도란 대상자가 어떠한 특정적인 것에 대해 일관성 있게 호의적이거나 비호의적으로 반응하는 학습화된 선유경향으로 추상적이고 의도적인 것이라 할 수 있으며, 전반적인 평가적 요소로 정의할 수 있다(Winters, 1986). 또한 Keller(1993)는 태도에 관한 정의를 속성 및 장점들과 연관 지어 특정의 상황에 따라 결정되어지는 것이라 하였으며, 개인적으로는 내적이며 전반적인 평가로 정의 할 수 있다고 하였다.

국내에서도 태도에 관한 연구들이 다각적으로 진행되었으며, 특히 윤각, 서상희(2003)[14]는 결과적 행위를 하기에 앞서 태도를 형성하고 구매행위에 대한 의도를 나타내는 결정과정이라 하였다. 태도는 행위와 같은 결과에 영향을 미칠 뿐 아니라 행위가 이루어지기 전의 매개적 역할을 한다. 소비자의 태도에 대한 예측을 분석하고 피드백하여 적합하게 변화하게 하는 것이 마케팅에 있어 가장 핵심이라 할 수 있겠다.[15]

본 연구에서의 태도 또한 사회공헌활동의 매개적 역할로 사회공헌활동의 결과에 대한 예측을 분석하는데 태도의 변인을 선정하였고 재관람의도라는 긍정적 지속의도를 유도하게 하는데 주완점을 두었다.

사회공헌활동과 태도의 관계에 있어서는 박종임, 김기탁(2016)[16]이 제시한 무용공연의 사회공헌활동이 지역민의 태도에 관계가 있음을 입증하여 본 연구의

14) 윤각, 서상희, 「기업의 사회공헌 활동과 기업광고가 기업이미지와 브랜드 태도 형성에 미치는 영향력에 관한 연구」, 광고연구, 61, 2003, pp.47-72.
15) 이동건,「브랜드개성이 브랜드태도에 미치는 영향에 관한 연구 : 관여도 유형을 조절변수로」, 미간행석사학위논문, 경희대학교 대학원, 2006.
16) 박종임, 김기탁, 전게서, pp.13-21.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

연구가설을 뒷받침해주고 있으며, 김현지(2015)[17]가 제시한 외식기업의 사회적 책임활동이 기업의 태도에 미치는 영향을 제시하여 본 연구의 가설의 당위성을 뒷받침 해주고 있다.

따라서, 본 연구에서는 선행연구가 제시한 가설을 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 2. 무용공연의 사회공헌활동이 태도에 영향을 미칠 것이다.

3) 무용공연의 만족, 태도와 재관람의도

관람객의 만족과 재관람의도는 주관 단체의 성과적 측면과 밀접한 관계가 있는데, 우호적인 관람객의 태도 및 높은 만족은 주관단체의 공연이나 서비스를 지속적으로 관람할 뿐 아니라 우호적인 구전효과도 기대할 수 있다. Zins(2001)는 고객의 욕구충족은 고객 충성도와 직접적인 관계가 있으며, 호의적인 태도를 갖는다고 하였다.

또한 Bove와 Johnson(2006)의 연구에서는 서비스업체의 직원에 대해 고객의 만족도가 높으면 기업에까지 긍정적인 효과를 유발한다고 보고하였으며, Soderland와 Julander (2009)도 서비스 직업에 대한 소비자들의 긍정적 반응은 해당 기업에 영향을 미치며, 기업에 대한 호의적 평가로 재구매 효과를 유발한다고 보고하였다.

국내연구에서 또한 고객의 만족과 재관람의도의 긍정적 관계에 대한 연구를 다양한 분야에서 입증하고 있다(김종호, 신용섭, 2001;[18] 박종원, 장형섭, 강선희, 2003[19]).

---

17) 김현지, 「외식기업의 친환경 경영활동이 브랜드 이미지와 소비자 의사결정에 미치는 영향」, 미간 행석사학위논문, 경기대학교 일반대학교, 2015.

18) 김종호, 신용섭 ,「서비스품질, 서비스가치, 만족, 관계의 질 및 재이용의도의 구조적 관계」, 마케팅과학연구, 8, 2001, pp.49-67.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

태도와 재관람의도의 관계는 합리적행동이론에서 설명될 수 있다. 합리적행동이론은 소비자의 태도와 행동의도를 설명하기 위해 개발된 연구모형 중 하나라 할 수 있겠다.[20] 합리적행동이론은 개인들이 일반적으로 합리적이며, 어떠한 행동을 하기 전에 다양한 선택의 행동들의 결과를 예의주시하며 주의 깊게 고려하게 된다는 주장이다. 태도와 재관람의도의 행동의도를 설명하는데 합리적행동이론에 비추어 무용공연의 사회공헌활동에 따른 태도와 행동의도를 중심으로 인식의 개념을 결합하여 모형을 설정하였다. 즉, 행동의도인 재관람의도와 이전에 형성되는 관람객의 태도를 바탕으로 인식의 개념인 지역민에 대한 지역의 특성, 지식과 관련된 사항을 결합하여 구성하였다.

이문규, 이인구 & 김종배(2000)[21]이 제시한 서비스품질, 소비자태도, 재이용의도 사이의 인과관계에 대한 연구에서 태도는 재이용의도에 상당한 영향을 미치는 것으로 나타나 향후 제시될 행동들에 대한 예측과 통제하는데 있어 매우 중요한 변수임을 입증해 주었다.

따라서, 본 연구에서는 선행연구가 제시한 가설을 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설3. 무용공연의 만족, 태도가 재관람의도에 영향을 미칠 것이다.

5. 연구 제한점

무용공연의 사회공헌활동의 태도, 인식이 재관람의도에 미치는 영향을 검증함에 있어 다음과 같이 제한하고자 한다.

---

19) 박종원, 장형섭, 강선희 , 「전자상거래 물류서비스 품질에 관한 연구」, 상품학연구, 30, 2003, pp.159-183.
20) 이경탁, 구동모, 노미진 ,「소비자의 지각된 가치가 소셜커머스 이용의도에 미치는 영향」, 한국마케팅저널, 13(3), 2011, pp.135-161.
21) 이문규, 이인구, 김종배 ,「지각된 서비스 품질, 소비자 태도, 재이용의도 사이의 인과관계 모형」, 한국마케팅학회지, 2(3), 2000, pp.44-63.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

첫째, 본 연구는 G지역으로 제한하였으며, G지역 이외의 지역에서 무용공연의 사회공헌활동에 대한 지역민들의 태도와 인식에 대한 효과성을 일반화하는데 어려움이 있다.

둘째, 본 연구의 연구대상자는 무용공연의 사회공헌활동을 관람한 경험이 있는 관람자를 대상으로 실시하였으며, 지자체가 실시하는 이외의 사회공헌활동과 연계하여 일반화시키는데 한계가 있다.

셋째, 무용공연의 사회공헌활동을 구성하는 변인(상징성, 사회성, 적합성, 진정성) 이외의 요인이 태도, 인식, 재관람의도에 영향을 미칠 수 있다는 가능성을 배제하였다.

6. 용어의 정리

1) 사회공헌활동

사회공헌활동의 정의는 Elles & Walton(1961)은 조직이나 단체가 사회와의 관계적 측면에서 바람직한 일에 이들을 투영하고 영위하여 윤리적 원칙을 행하는 것이라 하였고 McGuire(1963)는 사회공헌활동은 기업의 사회에 대한 경제, 법적 의무뿐 아니라 전체사회에 대한 책임의 범위까지를 사회공헌활동이라 하였다. 나아가서 Buono & Nichols(1995)는 기업은 기업의 재정을 주관하는 주주뿐 아니라 이해관계자에게 기여해야 하고 경제 가치를 초월해 인간의 가치 실현에 공헌하는 것이 사회공헌활동이라 하였다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

2) 만족

Howard와 Sheth(1969)는 만족의 정의를 고객이 지불한 대가에 대해 보상되었다고 느끼는 인지적 감정 상태로 정의하였으며, Hunt(1977)는 구매 전 보다 실제 구매경험이 좋았던 기억의 평가로 정의하였다.

3) 태도

Keller(1993)는 태도에 대한 정의를 평가적 대상에 대해 일관성 있게 긍정적 혹은 부정적으로 반응하는 것으로 학습된 선유경향으로 추상적이고 감정적인 것을 태도라 정의하였다. 또한 그는 태도는 소비자들의 전반적인 평가를 기초로 정의되어 진다 설명하였다.

4) 재관람의도

관람자들은 관람이라는 제품을 구매한 후 만족 또는 불만족을 경험하게 되고, 이에 따라 인식의 변화가 나타나게 되어 재관람을 할 것인지에 대한 여부와 주위사람들에게 권유할 것인가의 여부 등 다양한 형태의 구매 후 행동을 하게 된다.[22] 따라서 소비감정을 경험한 후의 미래적 행동의도라 정의할 수 있겠다.

22) 김상우, 「의료서비스품질, 고객만족, 신뢰 및 고객애호도의 구조적 관계」, 소비문화연구, 10(2), 2007, pp.109-130.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

II. 연구방법

1. 연구대상

본 연구는 G지역의 무용공연 중 지역공모선정에 당선된 작품을 관람한 경험이 있는 사람들을 모집단으로 선정하였다. 연구대상은 2017년 3월~10월 G지역의 공연장을 방문한 방문객 420명을 대상으로 설문응답을 실시하게 하였으며, 조사는 개별면접조사인 자기평가기입법을 활용하였다. 설문조사는 편의표본추출(convenience sampliing method)을 활용하여 표본을 추출하였으며, 수거된 문항에 있어 일부 누락된 응답이나 불성실한 응답 26부를 제외한 총 394부의 설문지를 실증연구에 활용하였다.

표 1. 인구통계적 특성

구분		빈도	%
성별	남	171	43.4
	여	223	56.6
연령	10-20 대	198	50.3
	30대	108	27.4
	40대	64	16.2
	50대 이상	24	6.1
학력	중졸	89	22.6
	고졸	112	28.4
	대졸	170	43.1
	대학원 이상	23	5.8
직업	학생	206	52.3
	회사원	45	11.4
	전문직	46	11.7
	자영업	54	13.7
	전업주부	21	5.3
	공무원	16	4.1
	기타	6	1.5

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

2. 조사도구

무용공연 중 지역공모선정에 당선된 작품을 관람한 경험이 있는 사람들을 대상으로 무용공연활동의 사회공헌활동이 만족, 태도 및 재관람의도를 규명하기 위해 설문지를 사용하였다. 사용된 설문지는 개인적 특성인 인구통계적 특성(성별, 연령, 학력, 직업) 4문항과 사회공헌활동(공익인식, 사회활동인식, 지역성인식, 기부활동인식) 13문항, 만족 3문항, 태도 3문항, 재관람의도 4문항으로 총 27문항으로 구성하였다. 한편 각 변인의 설문지 구성은 5점 리커트 척도를 사용하였으며, 구체적인 설문지는 <표 2>와 같다.

표 2. 설문지의 구성

변인	하위요인	설문문항 수
인구통계적특성	성별 연령 학력 직업	4문항
사회공헌활동	공익인식	4문항
	사회활동인식	3문항
	지역성인식	3문항
	기부활동인식	3문항
만족		3문항
태도		3문항
재관람의도		4문항
총 문항 수		27문항

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

1) 인구통계적 특성

박종임, 김기탁(2016)[23]의 무용공연의 사회공헌활동에 따른 인식, 태도, 참여의사와의 관계, 윤각, 서상희(2003)[24]의 기업의 사회공헌 활동과 기업광고가 기업이미지와 브랜드 태도형성에 미치는 영향력에 관한 연구를 바탕으로 본 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 성별, 연령, 학력, 직업의 4문항으로 구성하였다.

2) 사회공헌활동

양원승(2006)[25]의 기업의 사회적책임활동과 서비스 품질이 소비자 만족에 미치는 영향, 박헌재(2011)[26]의 기업의 사회적책임활동이 직무만족과 서비스성과에 미치는 영향에 관한 연구를 바탕으로 본 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 공익인식 4문항, 사회활동인식 3문항, 지역성인식 3문항, 기부활동인식 3문항의 4개의 요인으로 구성하였으며, 총 13문항으로 구성하였다.

3) 만족

박승희(2013)[27]의 무용공연의 관람동기, 관람만족도, 재관람의도에 관한 연구를 광주시립무용단 관람객을 중심으로 한 연구를 바탕으로 본 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 3문항으로 구성하였다.

---

23) 박종임, 김기탁, 전게서, pp.13-21.
24) 윤각, 서상희, 전게서, pp.47-72.
25) 양원승, 전게서.
26) 박헌재, 전게서.
27) 박승희, 전게서.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

4) 태도

박종임, 김기탁(2016)[28]의 무용공연의 사회공헌활동에 따른 인식, 태도, 참여의사의 관계, 이문규, 이인구, 김종배(2000)[29]의 지각된 서비스 품질, 소비자 태도, 재이용의도 사이의 인과관계 모형에 관한 연구를 바탕으로 본 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 3문항으로 구성하였다.

5) 재관람의도

정효선, 윤혜현(2008)[30]의 패밀리 레스토랑의 사회적 책임활동이 기업 이미지, 기업 선호도, 재방문 의도에 미치는 영향에 관한 연구를 바탕으로 본 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 4문항으로 구성하였다.

3. 자료처리방법

본 연구의 자료처리는 SPSS Ver. 22.0과 AMOS 22.0의 통계패키지 프로그램을 이용하여 전산처리 하였다. 본 연구에 사용된 통계기법을 설명하면 빈도분석(frequency analysis), 독립표본 T검증(T-test), 일원배치분산분석(one- way ANOVA), 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis), 신뢰도분석(Cronbach's α), 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis), 상관관계분석(correlation analysis), 다중회귀분석(multiple regression analysis), 구조방정식 모형분석(structural equation model: SEM)으로 구성하였으며 구체적인 자료처리 방법은 다음과 같다.

---

28) 박종임, 김기탁, 상게서, pp.13-21.
29) 이문규, 이인구, 김종배, 전게서, pp.44-63.
30) 정효선, 윤혜현, 전게서, pp.138-152.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

첫째, 인구통계적 특성을 분석하기 위해 빈도분석(frequency analysis), 독립표본 T검증(T-test), 일원분산분석(one- way ANOVA)을 실시하였다.

둘째, 사회공헌활동과 만족, 태도, 재관람의도에 관한 설문지의 타당도와 신뢰도를 분석하기 위해 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis), 신뢰도분석(Cronbach's α), 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis)을 실시하였다.

셋째, 사회공헌활동과 만족, 태도, 재관람의도의 요인 간 관계성을 확인하기 위해 상관 관계분석(correlation analysis)을 실시하였다.

넷째, 사회공헌활동과 만족, 태도, 재관람의도의 인과분석을 위해 다중회귀분석(multiple regression analysis)을 실시하였다.

다섯째, 사회공헌활동과 만족, 태도, 재관람의도의 최초 가설검증을 위해 구조모형방정식(structural equation model: SEM)을 실시하였다.

4. 설문지의 타당도 및 신뢰도 검증

1) 사회공헌활동에 대한 타당도 검증

<표 3>의 사회공헌활동에 관한 탐색적 요인분석의 분석결과를 살펴보면 4개의 하위요인(공익인식, 사회활동인식, 지역성인식, 기부활동인식)으로 분류되었다. 사회공헌활동에 관한 하위요인들은 타당성과 적절성면에서 통계적으로 유의(KMO=.834, BTS=2292.282, p<.000)한 것으로 나타났고, 설명력은 70.728%로 나타나 사회공헌활동의 문항들은 구성적 측면에 있어 연구자의 연구설계와 부합한 결과가 도출되었다 할 수 있겠다.

또한 신뢰도는 공인인식, 사회활동인식, 지역성인식, 기부활동인식 모두에서 .718~.892의 값이 도출되어 신뢰도의 기준값이 .7이상이 나타나 신뢰성이 확보된 설문지라 할 수 있겠다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

표 3. 사회공헌활동의 탐색적 요인분석

	1	2	3	4
사회활동인식 1	.877	.111	.160	.205
사회활동인식 2	.874	.065	.177	.150
사회활동인식 3	.845	.183	.122	.172
기부활동인식 2	.164	.877	.118	.081
기부활동인식 1	.069	.863	.189	.114
기부활동인식 3	.106	.862	.179	.066
공익인식 1	.216	.064	.761	.166
공익인식 2	.175	.153	.736	.048
공인인식 4	.034	.115	.683	.358
공익인식 3	.073	.223	.657	.151
지역인식 2	.193	−.027	.182	.783
지역인식 3	.088	.264	.159	.741
지역인식 1	.237	.050	.203	.719
전체	2.474	2.471	2.272	1.978
분산	19.029	19.006	17.479	15.214
누적	19.029	38.035	55.514	70.728
신뢰도(cronbach'α)	.892	.879	.750	.718
KMO=.834, BTS=2292.282, Sig=.000				

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

2) 사회공헌활동에 대한 타당도 검증

<표 4>의 만족도, 태도, 재관람의도에 관한 탐색적 요인분석의 분석결과를 살펴보면 3개의 영역으로 분류되었다. 만족도, 태도, 재관람의도의 타당성과 적절성면에서 통계적으로 유의(KMO=.853, BTS=3455.899, p<.000)한 것으로 나타났고, 설명력은 85.708% 로 나타나 만족도, 태도, 재관람의도의 문항들은 구성적 측면에 있어 연구자의 연구설계와 부합한 결과가 도출되었다 할 수 있겠다. 또한 신뢰도는 만족도, 태도, 재관람의도 모두에서 .907~.941의 값이 도출되어 신뢰도의 기준값이 .7이상이 나타나 신뢰성이 확보된 설문지라 할 수 있겠다.

표 4. 만족도, 태도, 재관람의도의 탐색적 요인분석

	1	2	3
재관람의도1	.908	.241	.154
재관람의도2	.905	.177	.130
재관람의도4	.874	.223	.140
재관람의도3	.857	.231	.164
태도1	.250	.911	.124
태도3	.221	.887	.199
태도2	.254	.854	.181
만족2	.140	.129	.910
만족3	.104	.171	.887
만족1	.211	.167	.881
전체	3.392	2.612	2.567
분산	33.919	26.124	25.666
누적	33.919	60.042	85.708
신뢰도(cronbach'α)	.941	.924	.907
KMO=.853, BTS=3455.899, Sig=.000			

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

3) 사회공헌활동에 대한 확인적 요인분석

<표 5>의 사회공헌활동에 관한 확인적 요인분석의 분석결과를 살펴보면 4개의 하위요인(공익인식, 사회활동인식, 지역성인식, 기부활동인식)으로 분류되었다. 증분적합지수인 NFI, CFI의 .8~.9의 기준에서 NFI=.952, CFI=.976 으로 기준값을 충족하였고 절대적합지수인 GFI, RMR과 RMSEA에서 GFI의 .09이상의 기준에서, RMR의 .05이하의 기준에서, RMSEA의 .08이하의 기준에서 GFI=.960, RMR=.031, RMSEA=.050 으로 기준 값을 모두 충족하였다.

따라서 사회공헌활동의 모델 적합도는 수용 가능함을 알 수 있다. 측정변수의 개념신뢰도 .7 이상의 기준에서 .779~.893의 값이 나타났고 AVE(평균분산추출값)는 .5 이상의 기준에서 .500~.771의 값이 나타나 기준이상의 결과를 도출하였다.

표 5. 사회공헌활동의 확인적 요인분석

요인	표준적재치	오차	AVE	개념신뢰도
공익적 1	.714	.441	.500	.799
공익적 2	.631	.377		
공익적 3	.597	.486		
공익적 4	.685	.435		
사회적 1	.911	.144	.771	.879
사회적 2	.839	.247		
사회적 3	.820	.265		
지역적 1	.708	.370	.541	.779
지역적 2	.690	.419		
지역적 3	.641	.388		
기부활동 1	.858	.237	.737	.893
기부활동 2	.855	.221		
기부활동 3	.801	.300		
RMR=.031, GFI=.960, NFI=.952, CFI=.976, RMSEA=.050				
Chi-Square=110.681, df=56				

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

4) 만족도, 태도, 재관람의도에 대한 확인적 요인분석

<표 5>의 만족도, 태도, 재관람의도에 관한 확인적 요인분석의 분석결과를 살펴보면 3개의 하위요인으로 분류되었다. 증분적합지수인 NFI, CFI의 .8~.9의 기준에서 NFI=.976, CFI=.985 으로 기준값을 충족하였고 절대적합지수인 GFI, RMR과 RMSEA에서 GFI의 .09이상의 기준에서, RMR의 .05이하의 기준에서, RMSEA의 .08이하의 기준에서 GFI=.960, RMR=.025, RMSEA=.063 으로 기준 값을 모두 충족하였다.

따라서 만족도, 태도, 재관람의도의 모델 적합도는 수용 가능함을 알 수 있다. 측정변수의 개념신뢰도 .7 이상의 기준에서 .924~.949의 값이 나타났고 AVE(평균분산추출값)는 .5 이상의 기준에서 .802~.830의 값이 나타나 기준 이상의 결과를 도출하였다.

표 6. 만족도, 태도, 재관람의도의 확인적 요인분석

요인	표준적재치	오차	AVE	개념신뢰도
만족 1	.888	.183	.802	.924
만족 2	.898	.144		
만족 3	.841	.241		
태도 1	.946	.087	.830	.936
태도 2	.844	.232		
태도 3	.902	.176		
재관람의도 1	.956	.065	.824	.949
재관람의도 2	.907	.139		
재관람의도 3	.860	.243		
재관람의도 4	.867	.242		
RMR=.025, GFI=.960, NFI=.976, CFI=.985, RMSEA=.063				
Chi-Square=82.249, df=32				

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

5) 상관관계 분석

사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 상관관계 분석은 7개의(공익인식, 사회공헌활동인식, 지역성인식, 기부활동인식, 만족도, 태도, 재관람의도) 하위요인으로 구분되었으며, 모든 요인에서 $p<.01$ 수준에서 통계적으로 유의한 정(+)적 상관관계를 나타내고 있어 기준타당성을 만족시킨다고 볼 수 있겠다.

또한 Pearson의 상관계수를 살펴보면 기준치인 .8보다 작으므로 다중공선성에도 이상이 없는 것으로 나타났다.

표 7. 상관관계 분석

	1	2	3	4	5	6	7
공익인식	1						
사회활동인식	.398**	1					
지역성인식	.510**	.436**	1				
기부활동인식	.404**	.292**	.271**	1			
만족도	.407**	.363**	.235**	.372**	1		
태도	.513**	.304**	.321**	.301**	.379**	1	
재관람의도	.393**	.274**	.323**	.372**	.353**	.501**	1

*p<.01***

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Ⅲ. 연구결과

1. 인구통계적 특성에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이분석

1) 성별에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이 분석

성별에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이를 분석한 결과는 <표 8>과 같다.

성별에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이를 분석한 결과, 사회공헌활동의 하위요인 중 공익인식(M=3.871)은 남자의 평균이, 사회활동인식(M=3.602)은 여자의 평균이, 지역성인식(M=3.837)은 여자의 평균이, 기부활동인식(M=3.601)은 남자의 평균이 높게 나타났다. 만족도(M=3.823), 태도(M=3.829), 재관람의도(M=3.668)는 모두 남자의 평균이 높게 나타났다.

또한 사회공헌활동의 하위요인 중 기부활동인식과 만족도, 태도에서는 남자와 여자의 차이가 없는 것으로 나타났다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

표 8. 성별에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이분석

			N	*M*	*Sd*	*P*	*t* 값
사회공헌활동	공익인식	남자	171	3.871	.620	.366	1.208
		여자	223	3.790	.689		
	사회활동인식	남자	171	3.573	.831	.769	−.349
		여자	223	3.602	.823		
	지역성인식	남자	171	3.770	.681	.376	−.962
		여자	223	3.837	.690		
	기부활동인식	남자	171	3.610	.694	.003	.296
		여자	223	3.586	.928		
만족도		남자	171	3.823	.746	.044	2.893
		여자	223	3.586	.876		
태도		남자	171	3.829	.758	.002	2.107
		여자	223	3.649	.935		
재관람의도		남자	171	3.668	.798	.240	.592
		여자	223	3.617	.899		

$^{***}p<.001$, $^{**}p<.01$, $^{*}p<0.05$

2) 연령에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이 분석

연령에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이를 분석한 결과는 <표 9>과 같다.

연령에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이를 분석한 결과, 사회공헌활동의 하위요인 중 공익인식(M=4.073), 사회활동인식(M=3.772)은 50대의 평균이, 지역성인식(M=3.864)은 30대의 평균이, 기부활동인식(M=3.663)은 10−20대의 평균이 높게 나타났다. 만족도(M=4.139), 태도(M=3.944), 재관람의도(M=4.125)는 모두 50대의 평균이 높게 나타났다. 또한 재관람의도에서 10−20대와 50대간에 두드러진 차이가 나타났다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

표 9. 연령에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이분석

			N	*M*	*Sd*	*P*	*F* 값	*post-hoc*
사회공헌활동	공익인식	10-20대(a)	198	3.782	.663	.179	1.643	
		30대(b)	108	3.870	.698			
		40대(c)	64	3.793	.617			
		50대(d)	24	4.073	.534			
	사회활동 인식	10-20대(a)	198	3.618	.846	.524	.748	
		30대(b)	108	3.497	.789			
		40대(c)	64	3.609	.864			
		50대(d)	24	3.722	.713			
	지역성 인식	10-20대(a)	198	3.783	.658	.672	.516	
		30대(b)	108	3.864	.697			
		40대(c)	64	3.828	.645			
		50대(d)	24	3.708	.950			
	기부활동 인식	10-20대(a)	198	3.663	.836	.224	1.462	
		30대(b)	108	3.460	.833			
		40대(c)	64	3.635	.827			
		50대(d)	24	3.556	.815			
만족도		10-20대(a)	198	3.679	.808	.047	2.675	
		30대(b)	108	3.657	.865			
		40대(c)	64	3.604	.850			
		50대(d)	24	4.139	.680			
태도		10-20대(a)	198	3.709	.912	.595	.632	
		30대(b)	108	3.744	.793			
		40대(c)	64	3.672	.925			
		50대(d)	24	3.944	.595			
재관람의도		10-20대(a)	198	3.585	.868	.033	2.934	a>d
		30대(b)	108	3.616	.850			
		40대(c)	64	3.664	.854			
		50대(d)	24	4.125	.660			

$^{***}p<.001$, $^{**}p<.01$, $^{*}p<0.05$

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

3) 학력에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이 분석

학력에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이를 분석한 결과는 <표 10>과 같다.

학력에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이를 분석한 결과, 사회공헌활동의 하위요인 중 공익인식(M=4.065)은 대학원이상의 평균이, 사회활동인식(M=3.689)은 중졸의 평균이, 지역성인식(M=4.174), 기부활동인식(M=3.710)은 대학원이상의 평균이 높게 나타났다.

만족도(M=4.217), 태도(M=4.015), 재관람의도(M=3.978)는 모두 대학원이상의 평균이 높게 나타났다. 또한 사후검증결과 만족도와 태도에서 두드러진 차이가 나타났으며, 만족도에서는 고졸과 대학원이상이, 대졸과 대학원이상이, 대학원 이상과 고졸, 대졸이 두드러진 차이를 나타냈고 태도에서는 중졸과 대졸이, 고졸과 대졸이, 대졸과 중졸, 고졸에서 두드러진 차이를 나타냈다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

표 10. 학력에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이분석

			N	*M*	*Sd*	*P*	*F* 값	*post-hoc*
사회공헌활동	공익인식	중졸(a)	89	3.854	.680	.274	1.302	
		고졸(b)	112	3.817	.680			
		대졸(c)	170	3.784	.637			
		대학원 이상(d)	23	4.065	.632			
	사회활동 인식	중졸(a)	89	3.689	.810	.614	.602	
		고졸(b)	112	3.557	.868			
		대졸(c)	170	3.555	.834			
		대학원 이상(d)	23	3.623	.589			
	지역성 인식	중졸(a)	89	3.730	.707	.051	2.608	
		고졸(b)	112	3.795	.661			
		대졸(c)	170	3.808	.698			
		대학원 이상(d)	23	4.174	.540			
	기부활동 인식	중졸(a)	89	3.663	.814	.507	.777	
		고졸(b)	112	3.506	.793			
		대졸(c)	170	3.606	.860			
		대학원 이상(d)	23	3.710	.912			
만족도		중졸(a)	89	3.734	.840	.009	3.896	b>d, c>d, d>b,c
		고졸(b)	112	3.673	.855			
		대졸(c)	170	3.604	.799			
		대학원 이상(d)	23	4.217	.722			
태도		중졸(a)	89	3.880	.806	.002	5.126	a>c, b>c, c>a,b
		고졸(b)	112	3.830	.815			
		대졸(c)	170	3.539	.913			
		대학원 이상(d)	23	4.015	.728			
재관람의도		중졸(a)	89	3.669	.795	.029	3.048	
		고졸(b)	112	3.739	.766			
		대졸(c)	170	3.512	.926			
		대학원 이상(d)	23	3.978	.843			

$^{***}p<.001$, $^{**}p<.01$, $^{*}p<0.05$

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

4) 직업에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이 분석

직업에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이를 분석한 결과는 <표 11>과 같다.

직업에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이를 분석한 결과, 사회공헌활동의 하위요인 중 공익인식(M=4.031)은 공무원의 평균이, 사회활동인식(M=3.907)은 자영업의 평균이, 지역성인식(M=4.022)은 전문직의 평균이, 기부활동인식(M=3.688)은 학생의 평균이 높게 나타났다. 만족도(M=3.852)는 자영업의 평균이, 태도(M=3.938)는 자영업과 공무원이, 재관람의도(M=3.801)는 자영업의 평균이 높게 나타났다. 또한 사후검증결과 사회공헌활동의 하위요인인 사회활동인식에서 전문직과 자영업에서 두드러진 차이가 나타났고, 지역성인식에서는 학생, 회사원, 전문직, 자영업, 전업주부와 기타/무직간에 두드러진 차이를 나타냈다.

표 11. 직업에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이분석

			N	*M*	*Sd*	*P*	*F* 값	*post-hoc*
사회공헌활동	공익인식	학생(a)	206	3.754	.641	.368	1.090	
		회사원(b)	45	3.850	.755			
		전문직(c)	46	3.913	.663			
		자영업(d)	54	3.935	.670			
		전업주부(e)	21	3.869	.669			
		공무원(f)	16	4.031	.562			
		기타/무직(g)	6	3.750	.592			
	사회활동인식	학생(a)	206	3.591	.862	.017	2.612	c>d
		회사원(b)	45	3.504	.761			
		전문직(c)	46	3.297	.867			
		자영업(d)	54	3.907	.636			
		전업주부(e)	21	3.460	.891			
		공무원(f)	16	3.729	.547			
		기타/무직(g)	6	3.667	.894			

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

지역성 인식	학생(a)	206	3.738	.628	.000	4.956	a>g, b>g, c>g, d>g, e>g
	회사원(b)	45	3.956	.709			
	전문직(c)	46	4.022	.774			
	자영업(d)	54	3.920	.631			
	전업주부(e)	21	3.667	.745			
	공무원(f)	16	3.917	.494			
	기타/무직(g)	6	2.667	1.075			
기부활동 인식	학생(a)	206	3.688	.823	.386	1.060	
	회사원(b)	45	3.422	.812			
	전문직(c)	46	3.478	.907			
	자영업(d)	54	3.543	.884			
	전업주부(e)	21	3.619	.784			
	공무원(f)	16	3.417	.803			
	기타/무직(g)	6	3.556	.344			
만족도	학생(a)	206	3.689	.837	.414	1.017	
	회사원(b)	45	3.733	.709			
	전문직(c)	46	3.478	.934			
	자영업(d)	54	3.852	.873			
	전업주부(e)	21	3.619	.784			
	공무원(f)	16	3.792	.607			
	기타/무직(g)	6	3.444	.780			
태도	학생(a)	206	3.680	.869	.523	.862	
	회사원(b)	45	3.652	1.059			
	전문직(c)	46	3.696	.883			
	자영업(d)	54	3.938	.739			
	전업주부(e)	21	3.714	.839			
	공무원(f)	16	3.938	.733			
	기타/무직(g)	6	3.722	.390			
재관람의도	학생(a)	206	3.598	.868	.801	.510	
	회사원(b)	45	3.606	1.057			
	전문직(c)	46	3.592	.814			
	자영업(d)	54	3.801	.788			
	전업주부(e)	21	3.738	.820			
	공무원(f)	16	3.656	.531			
	기타/무직(g)	6	3.792	.534			

$^{***}p<.001$, $^{**}p<.01$, $^{*}p<0.05$

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

2. 사회공헌활동이 만족도에 미치는 영향

사회공헌활동이 만족도에 미치는 영향을 분석한 결과 사회공헌활동의 하위요인인 공익인식(t=4.740***), 사회활동인식(t=4.355***), 기부활동인식(t=4.471***)의 요인을 높게 인식 할수록 만족도를 높게 인식하는 것으로 나타났으며, 사회공헌활동이 만족도에 미치는 영향의 설명력은 전체 변량의 25.4%를 설명해 주고 있다.

표 12. 사회공헌활동이 만족도에 미치는 영향

구분	B	표준오차	베타	t	p
(상수)	1.115	.253		4.400	.000
공익인식	.325	.069	.259	4.740***	.000
사회활동인식	.221	.051	.220	4.355***	.000
지역성인식	−.063	.064	−.052	−.974	.331
기부활동인식	.216	.048	.217	4.471***	.000
R^2=.254, F=33.059 P=.000 종속변수 : 만족도					

3. 사회공헌활동이 태도에 미치는 영향

사회공헌활동이 태도에 미치는 영향을 분석한 결과 사회공헌활동의 하위요인인 공익인식(t=7.768***), 기부활동인식(t=1.996*)의 요인을 높게 인식 할수록 태도를 높게 인식하는 것으로 나타났으며, 사회공헌활동이 태도에 미치는 영향의 설명력은 전체 변량의 28.3%를 설명해 주고 있다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

표 13. 사회공헌활동이 태도에 미치는 영향

구분	B	표준오차	베타	t	p
(상수)	.732	.259		2.822	.005
공익인식	.545	.070	.416	7.768***	.000
사회활동인식	.096	.052	.092	1.852	.065
지역성인식	.055	.066	.044	.833	.405
기부활동인식	.099	.049	.095	1.996*	.047
R^2=.283, F=38.464, P=.000 종속변수 : 태도					

4. 사회공헌활동이 재관람의도에 미치는 영향

사회공헌활동이 재관람의도에 미치는 영향을 분석한 결과 사회공헌활동의 하위요인인 공익인식(t=3.752***), 지역성인식(t=2.266*), 기부활동인식(t=4.743***)의 요인을 높게 인식 할수록 재관람의도를 높게 인식하는 것으로 나타났으며, 사회공헌활동이 재관람의도에 미치는 영향의 설명력은 전체 변량의 22.7%를 설명해 주고 있다.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

표 14. 사회공헌활동이 재관람의도에 미치는 영향

구분	B	표준오차	베타	t	p
(상수)	.901	.266		3.384	.001
공익인식	.270	.072	.208	3.752***	.000
사회활동인식	.071	.053	.069	1.338	.182
지역성인식	.153	.068	.123	2.266*	.024
기부활동인식	.240	.051	.234	4.743***	.000
R^2=.227, F=28.623, P=.000 종속변수 : 재관람의도					

5. 만족도, 태도가 재관람의도에 미치는 영향

만족도와 태도가 재관람의도에 미치는 영향을 분석한 결과 만족도(t=4.118***), 태도(t=9.262***)의 요인을 높게 인식 할수록 재관람의도를 높게 인식하는 것으로 나타났으며, 만족도와 태도가 재관람의도에 미치는 영향의 설명력은 전체 변량의 28.2%를 설명해 주고 있다.

표 15. 만족도, 태도가 재관람의도에 미치는 영향

구분	B	표준오차	베타	t	p
(상수)	1.334	.197		6.780	.000
만족도	.197	.048	.191	4.118***	.000
태도	.424	.046	.429	9.262***	.000
R^2=.282, F=76.899, P=.000 종속변수 : 재관람의도					

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

6. 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 관계검증

1) 연구모형의 적합도 평가

본 연구는 사회적 공헌활동의 일환으로 무용공연을 관람한 경험이 있는 사람이 지자체에서 제공하는 사회공헌활동의 무용공연을 보고 만족도와 태도 및 재관람 의도를 알아보기 위해 다음과 같은 가설을 설정하였고 모형검증의 적합도는 다음과 같다.

<표 16>의 결과와 같이 사회공헌활동과 만족도, 태도, 재관람의도의 적합도를 살펴보면 *Normed* χ^2값은 2.411(χ^2)= 515.964(df=214), p=.000이며, 증분적합지수인 NFI, CFI, TLI의 .8-.9의 기준에서 NFI=.918, CFI=.950 , TLI=.941로 충족하였고 절대적합지수인 GFI는 .8-.9이상의 기준에서 .904의 값이 나타났고 RMR의 .05이하의 기준에서 .045의 값이 나타났으며, RMSEA의 .08이하의 기준에서 .060 으로 모든 값에서 기준 값을 충족하였다.

표 16. 연구모형의 구조방정식 적합도 모형 분석 결과

χ^2(df)	Normed χ^2 (df)	RMR	GFI	NFI	CFI	TLI	RMSEA
515.964 (214)	2.411	.045	.903	.918	.950	.941	.060

2) 연구모형 검증

설정한 연구모형이 적합하다는 결론 하에 연구변인의 관계를 검증한 결과는 <표 17>과 같이 나타났다.

분석결과 가설 1의 사회공헌활동이 만족도에 미치는 영향에서 사회공헌활동 중 공

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

익적은(경로계수 .535, 오차는 .125, *t*값은 4.271), 사회적은(경로계수 .280, 오차는 .073, *t*값은 3.843), 기부활동은(경로계수 .234, 오차는 .065, *t*값은 3.576) 채택되었다. 가설 2의 사회공헌활동이 태도에 미치는 영향에서 사회공헌활동 중 공익적이(경로계수 .858, 오차는 .138, *t*값은 6.232) 채택 되었다. 가설 3과 가설 4는 각각 만족과 태도가 재관람의도에 미치는 영향에서 만족은(경로계수 .215, 오차는 .049, *t*값은 4.413) 채택되었으며, 태도는(경로계수 .422, 오차는 .047, *t*값은 9.063) 채택되었다.

표 17. 연구모형의 변인 간 관계검증

관 계	경 로	경로계수	오차	*CR(t값)*	채택여부
H1. 사회공헌활동이 만족에 미치는 영향					
H1-1	공익적 → 만족	.535	.125	4.271	채택
H1-2	사회적 → 만족	.280	.073	3.843	채택
H1-3	지역적 → 만족	-.296	.153	-1.930	기각
H1-4	기부활동 → 만족	.234	.065	3.576	채택
H2. 사회공헌활동이 태도에 미치는 영향					
H2-1	공익적 → 태도	.858	.138	6.232	채택
H2-2	사회적 → 태도	.064	.073	.872	기각
H2-3	지역적 → 태도	-.115	.155	-.744	기각
H2-4	기부활동 → 태도	.067	.067	1.003	기각
H3. H4. 만족, 태도가 재관람의도에 미치는 영향					
H3	만족 → 재관람의도	.215	.049	4.413	채택
H4	태도 → 재관람의도	.422	.047	9.063	채택

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Ⅳ. 논 의

본 연구는 지자체의 사회적 공헌활동의 일환으로 실시되고 있는 무용공연활동이 지역민의 만족, 태도에 대한 긍정적인 효과에 대해 알아보고자 하였으며, 지역민들에게 지자체가 시행하고 있는 무용공연활동에 대한 만족과 태도의 매개적 변인들이 긍정적 후속행동에 어떠한 형태로 영향을 미치는가를 규명하는데 연구의 목적이 있겠다. 이를 위해 본 연구결과를 바탕으로 논의하면 다음과 같다.

첫째, 인구통계적 특성에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도는 부분적인 차이가 있는 것으로 나타났다.

성별에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이를 분석한 결과 사회공헌활동의 하위요인 중 기부활동 인식에서 유의한 차이가 나타났고 만족도, 태도에서 또한 유의한 차이가 나타났다. 연령에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이를 분석한 결과 만족도와 재관람의도에서 유의한차이가 나타났고 학력에 따른 인구통계적 특성의 차이분석에서는 만족도, 태도, 재관람의도에서 유의한 차이가 나타났다. 또한 직업에 따른 차이분석 결과에서는 사회공헌활동의 하위요인 중 사회활동인식과 지역성인식에서 유의한 차이가 나타났다.

이를 종합해보면 성별에 따른 무용공연의 사회활동에 대한 입장은 기부활동에 대한 인식에서 남, 여가 차이가 없이 동등하게 느꼈고 사회공헌에 대한 만족도와 태도적인 측면에서도 남, 여에 대한 차이가 없음을 알 수 있었다. 연령에 따라서는 사회공헌활동에 대한 만족도와 재관람의도는 10대부터 50대 까지 차이가 없이 동등함을 알 수 있었다. 학력에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이분석에서는 만족도, 태도, 재관람의도와 같은 관람객의 감정요인과 재관람의도에 차이가 없음을 알 수 있었다. 마지막으로 직업에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 차이분석에서는 사회공헌활동의 하위요인 중 사회활

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

동 인식과 지역성인식에 대해서 학생, 회사원, 전문직, 자영업, 전업주부, 공무원, 기타/무직의 직업으로 구성하는 관람객에 있어 차이가 없이 동등하게 느끼고 있었다.

둘째, 무용공연의 사회공헌활동이 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이는 전용수(2016)[31]의 호텔기업을 방문한 방문객을 대상으로 실시한 연구에서 호텔기업의 사회적 책임활동이 고객만족에 영향을 미친다는 연구와 정효선, 이수범, 윤혜현(2009)[32]의 외식기업을 방문한 고객들을 대상으로 실시한 연구에서 외식기업의 사회적 책임활동에 대한 인식이 고객의 행동의도에 미치는 영향을 분석하는 과정에서 고객 만족도를 매개역할로 고객이 만족하는 정도에 따라 행동의도에는 차이가 있음을 연구하였으며, 전용수(2015)[33]의 환대기업의 사회적 책임활동이 서비스 가치와 고객만족의 관계를 입증하는 연구에서 환대기업의 사회적 책임활동은 고객만족에 영향을 미치는 것으로 나타나 본 연구결과를 지지해 주고 있다.

이러한 연구결과들은 기업을 중심으로 한 사회공헌활동이라 할 수 있지만 무용공연을 확장상품으로 간주한다면 소비자들이 느끼는 기업의 사회공헌활동에 대한 만족과 일치한다는 것을 알 수 있겠다. 본 연구에서는 지자체의 공모당선작을 대상으로 실시한 지역민들의 만족도를 조사한 결과 사회공헌활동의 공익인식, 사회활동인식, 기부활동인식을 높게 인지할수록 만족도가 높다는 것을 알 수 있었다. 구체적으로 지자체의 무용공연활동들이 무용과 같은 공연문화를 발전하는데 기여하고 있다고 인지하는 지역관람객들과 지역문화를 선도하고 있고 지역민들로 하여금 올바른 문화생활을 정착하게 하는데 기여하고 있다고 인지하는 주민들은 만족감을 나타냈고 이러한 활동을 하면서 지역의 무용수들이나 안무가들, 지역 공연문화의 창조와 혁신의 증가를 가져올 것이라고 인지하는 지역관람객들

31) 전용수,「부산지역 호텔기업의 사회적 책임, 서비스 및 가격가치, 고객만족, 고객지향성, 재이용의도 간의 관계 연구」, 관광연구저널, 30(1), 2016, pp.123-136.
32) 정효선, 이수범, 윤혜현,「외식기업의 사회적 책임 활동에 대한 인식이 고객의 행동 의도에 미치는 영향에 관한 연구: 고객 만족도와 서비스 평가의 매개 역할」, 호텔경영학연구, 18(6), 2009, pp.129-152.
33) 전용수 ,「환대기업의 사회적 책임활동, 서비스 가치, 고객만족 간의 관계 연구. 관광레저연구」, 27(1), 2015, pp.63-79.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

이 만족감이 높았으며, 무용단원들의 재능기부 및 지역민들을 위한 환원활동이라 느끼는 지역관람객일수록 만족감이 높음을 알 수 있었다.

따라서 지자체에서는 관람객의 요구를 수렴하여 지역의 문화적 측면을 고려하여 다양한 문화활동의 프로그램을 구성하여야 할 것이며, 무용수들이나 젊은 연출가들에 있어서는 이러한 지자체의 프로그램을 도약할 수 있는 기회의 장으로 마련하여 적극적인 참여를 해주어야 할 것이다.

셋째, 무용공연의 사회공헌활동이 태도에 부분적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이는 강석완(2006)[34]의 공기업의 조직구성원을 대상으로 한 사회적 책임활동이 조직구성원 및 소비자의 태도에 미치는 영향에 관한 연구에서 사회적 책임활동이 소비자의 태도에 영향을 미친다고 주장하였고 윤각, 서상희(2003)[35]는 기업의 사회공헌 활동과 기업광고가 기업의 브랜드 태도 형성에 영향에 관한 연구에서 기업의 사회공헌활동이 기업의 태도에 영향을 미친다고 주장하였으며, 김윤정(2011)[36]의 기업의 사회적 책임 활동에 대한 소비자의 지각이 소비자의 심리적 반응과 행동적 반응으로 구분지어 연구하여 본 연구결과의 일부를 지지해 주고 있다.

본 연구에서는 지자체의 공모당선작을 대상으로 실시한 지역민들의 태도를 조사한 결과 사회공헌활동의 공익인식, 기부활동인식을 높게 인지할수록 태도가 높아진다는 것을 알 수 있었다. 구체적으로 지자체의 무용공연활동들이 무용과 같은 공연문화를 발전하는데 기여하고 있다고 인지하는 지역관람객들과 지역문화를 선도하고 있고 지역민들로 하여금 올바른 문화생활을 정착하게 하는데 기여하고 있다고 인지하는 주민들의 태도가 높게 나타났고 무용단원들의 재능기부, 무용단원의 자발적인 자선활동, 지자체가 문화, 예술 등의 공익사업을 위해 노력한다고 느끼는 지역관람객들의 태도 또한 높음을 알 수 있다.

---

34) 강석완 ,「공기업의 사회적 책임활동이 조직구성언 및 소비자의 태도에 미치는 영향」, 미간행석사학위논문, 경남대학교 대학원, 2006.
35) 윤각, 서상희, 전게서, pp.47-72.
36) 김윤정 ,「기업의 사회적 책임 활동에 대한 소비자의 지각이 소비자의 심리적 반응과 행동적 반응에 미치는 영향」, 미간행석사학위논문, 경북대학교 대학원, 2011.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

따라서 지자체에서는 지역민들의 긍정적인 태도를 유발하기 위해 지역에서 유치하는 문화예술활동에 대해 다양한 방법으로 홍보하여야 할 것이며, 지역민들의 인식 속에 지역의 사회적 공헌활동에 대한 올바른 의미전달을 할 수 있도록 노력해야 할 것이다. 또한 지역의 전통적인 특징을 반영한 문화예술공연, 지역의 문화적 색깔을 반영한 문화예술공연, 지역을 대표하는 유명인을 주제로 한 문화예술공연 등 지역의 특성에 맞는 작품 구성 또한 지역민들의 긍정적 태도를 유발하는데 도움이 될 수 있을 것이라 판단된다.

넷째, 무용공연의 사회공헌활동이 재관람의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이는 김병철, 김찬석, 이철한(2009)[37]은 기업의 사회적 책임성 정도에 대한 인식이 해당기업 제품 구매 시 비용 지불의사에 미치는 영향을 주장하였고, 박민영, 이형룡, 김정매(2011)[38]의 기업의 사회적 책임활동이 기업 - 소비자 동일시와 기업에 대한 태도 및 재이용의도에 미치는 영향에 대한 연구에서 기업의 사회적 책임활동과 기업의 재이용의도와는 관계가 있음을 입증해주고 있다.

본 연구에서는 지자체의 공모당선작을 대상으로 실시한 지역민들의 재방문의도를 조사한 결과 사회공헌활동의 공익인식, 지역성인식, 기부활동인식을 높게 인지할수록 재관람의도가 높아진다는 것을 알 수 있었다. 구체적으로 지자체의 무용공연활동들이 무용과 같은 공연문화를 발전하는데 기여한다고 인지하는 관람객들과 지역문화를 선도하고 있고 지역민들로 하여금 올바른 문화생활을 정착하게 하는데 기여하고 있다고 인지하는 관람객들은 재관람의도가 높게 나타났고, 지역민의 자부심을 향상 시켰고 지역민들의 지역문화생활의 기회를 제공하였으며, 지역의 공연문화가 정착되고 있음을 느끼는 관람객들은 재방문의도가 높게 나타났음을 알 수 있었다. 또한 공연의 형태가 기부활동이라는 인식을 하고 있는 관람객들은 재관람의도가 높음을 알 수 있었다.

---

37) 김병철, 김찬석, 이철한 ,「기업의 사회적 책임성 정도에 대한 인식이 기업에 대한 호의도 및 해당기업 제품 구매시 비용지불 의사에 미치는 영향 : 대학생을 중심으로」, 광고학연구, 20(2), 2009, pp.37-55.

38) 박민영, 이형룡, 김정매 ,「기업의 사회적 책이활동이 기업-소비자 동일시와 기업에 대한 태도 및 재이용의도에 미치는 영향 : 대규모 커피 전문점 이용고객을 중심으로」, 광고연구, 26(5), 2011, pp.239-260.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

따라서 지자체에서는 무용공연예술을 포함한 다양한 문화예술 활동의 콘텐츠를 개발해야 할 것이다. 이는 지자체의 무용을 소재로 한 사회공헌활동이 재관람 여부에 영향을 미치는 가를 알아보는데 있어 관람객들은 긍정적인 반응을 보였다. 이러한 연구결과를 토대로 보다 다양한 콘텐츠를 관람객들에게 제공한다면 같은 반응을 보일 수 있을 것이라는 긍정적인 유추를 해 볼 수 있겠다.

다섯째, 무용공연의 만족도, 태도는 재관람의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이는 이이령(2017)[39]의 공연관람의 사전정보에 따른 관람동기, 태도, 만족도 및 재관람의도에 관한 연구에서 만족도와 태도는 재관람의도에 영향이 있음을 나타났고 이병기, 김주호(2008)[40]는 프로스포츠 소비자의 심리적 프로세스요인과 가치, 만족, 소비행동과의 관계모형을 검증하여 본 연구의 연구결과 일부를 지지해 주고 있다.

본 연구에서는 만족과 태도가 높을수록 재관람의도가 높다는 것을 알 수 있었다. 구체적으로 무용공연에 대한 만족, 작품성에 대한 만족, 문화예술활동의 지원에 대한 만족이 높은 관람객은 재관람의도가 높음을 알 수 있었고, 지역의 문화예술 활동에 대해 관심이 있거나 무용공연의 가치를 높게 인식할수록 재관람의도가 높음을 알 수 있었다.

여섯째, 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 관계모형은 부분적으로 채택되었다.

무용공연의 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 구조적 관계 중 사회공헌활동이 만족에 미치는 영향에 대한 구조적 관계를 분석한 결과 공익인식, 사회활동인식, 기부활동인식의 요인이 만족도와 구조적관계가 있음이 입증되었고 사회공헌활동이 태도에 미치는 영향에 대한 구조적 관계를 분석한 결과 공익인식이 태도에 구조적관계가 있음이 입증되었다. 또한 만족, 태도가 재관람의도에 미치는 영향에 대한 구조적 관계를 분석한 결과 만족, 태도 모두 구조적 관계가 있

39) 이이령 ,「공연관람의 사전정보에 따른 관람동기, 관람태도, 만족도 및 재관람의도에 관한 연구」, 미간행석사학위논문, 연세대학교 교육대학원, 2016.

40) 이병기, 김주호 ,「프로스포츠 소지자의 심리적 프로세스요인과 서비스가치, 관람만족, 소비자행동과의 관계모형 검증」, 한국스포츠산업경영학회지, 13(2), 2008, pp.51-65.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

음이 입증되었다.

이는 박승희(2013)[41]의 무용공연의 관람동기, 관람만족, 재관람의도에 관한 연구를 광주시립무용단의 관람객을 중심으로 조사한 연구결과 일부가 본 연구를 지지해주고 있으며, 오윤환, 김동재(2015)[42]의 무용공연을 통한 기업의 사회적 책임과 문화마케팅 활동이 공연전략, 관람결정, 관람만족에 미치는 영향의 연구결과 또한 본 연구결과 일부를 지지해주고 있다.

종합해보면, 과거의 사회공헌활동은 소비자들의 인식변화에 대한 동향분석과 함께 재무적 성과를 이룩하기 위한 연구들이 주를 이루었으나, 본 연구는 사회공헌활동을 기업적 측면이 아닌 지역적 측면으로 구성하여 재해석하였다는데 큰 의미를 부여할 수 있겠으며, 만족과 태도의 매개적 변인들이 재관람의도에 어떠한 형태로 전이되는가의 관계를 입증하였다는 점에서 의미 있는 연구라 판단된다. 또한 지자체의 무용공연활동은 문화예술공연에 대해 만족과 긍정적인 태도를 나타나게 하는데 중요한 콘텐츠임이 입증되었다 할 수 있겠다. 하지만, 차별화된 홍보와 다양한 마케팅적 접근은 지자체가 풀어야 할 숙제 중 하나일 것이다.

41) 박승희, 전게서.
42) 오윤환, 김동재, 전게서, pp.219-231.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

V. 결 론

본 연구는 지자체의 사회적 공헌활동의 일환으로 실시되고 있는 무용공연 활동이 지역민의 만족, 태도, 재관람의도의 관계를 분석하는데 연구의 목적이 있다. 이러한 연구목적을 달성하기 위해 2017년 3월~10월 G지역의 무용공연 중 지역공모선정에 당선된 작품을 관람한 경험이 있는 사람을 모집단으로 선정하였으며, 420명의 방문객을 대상으로 설문응답을 실시하였다. 조사방법은 개별면접조사인 자기평가기입법을 활용하였으며, 설문조사는 편의표본추출(convenience sampliing method)을 활용하여 표본을 추출하였다. 수거된 설문지 중 일부 누락된 응답이나 불성실한 응답 26부를 제외한 총 394부의 설문지를 실증연구에 활용하였다.

선별된 설문지의 데이터는 SPSS Ver. 22.0과 AMOS 22.0의 통계패키지 프로그램을 이용하여 전산처리 하였다. 본 연구에 사용된 통계기법을 설명하면 빈도분석(frequency analysis), 독립표본 T검증(T-test), 일원배치분산분석(one- way ANOVA), 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis), 신뢰도분석(Cronbach's α), 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis), 상관관계분석(correlation analysis), 다중회귀분석(multiple regression analysis), 구조방정식 모형분석(structural equation model: SEM)으로 구성하여 다음과 같은 결과가 나타났다.

첫째, 인구통계적 특성에 따른 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람은 부분적인 유의미한 차이가 나타났다.

둘째, 무용공연의 사회공헌활동이 만족도에 영향을 미쳤다.

셋째, 무용공연의 사회공헌활동이 태도에 부분적인 영향을 미쳤다.

넷째, 무용공연의 사회공헌활동이 재관람의도에 부분적인 영향을 미쳤다.

다섯째, 무용공연 만족, 태도가 재관람의도에 영향을 미쳤다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

여섯째, 무용공연의 사회공헌활동, 만족도, 태도, 재관람의도의 구조적 관계 모형에서 부분적인 관계가 채택되었다.

이러한 결과를 통해 지자체의 사회적 공헌활동의 일환인 무용공연활동이 지역민의 만족과 태도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났고 재관람을 위한 중요한 매개적 변인임이 입증되어 기업활동에 국한되어있는 사회적 공헌활동의 범위가 광범위해졌고 다각화 되는데 활용되었다는 점에서 사회공헌활동과 관련된 학문에도 간접적인 기여를 했다고 판단된다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

참 고 문 헌

강석완(2006). 공기업의 사회적 책임활동이 조직구성언 및 소비자의 태도에 미치는 영향. 미간행석사학위논문, 경남대학교 대학원.

고미애, 김지연(2015). 외식기업의 사회적 책임활동이 기업이미지와 조직구성원 행동에 미치는 영향. 관광연구저널, 29(2), 121-132.

김병철, 김찬석, 이철한(2009). 기업의 사회적 책임성 정도에 대한 인식이 기업에 대한 호의도 및 해당기업 제품 구매시 비용지불 의사에 미치는 영향 : 대학생을 중심으로. 광고학연구, 20(2), 37-55.

김상우(2007). 의료서비스품질, 고객만족, 신뢰 및 고객애호도의 구조적 관계. 소비문화연구, 10(2), 109-130.

김윤정(2011). 기업의 사회적 책임 활동에 대한 소비자의 지각이 소비자의 심리적 반응과 행동적 반응에 미치는 영향. 미간행석사학위논문. 경북대학교 대학원.

김종호, 신용섭(2001). 서비스품질, 서비스가치, 만족, 관계의 질 및 재이용의도의 구조적 관계. 마케팅과학연구, 8, 49-67.

김해룡, 김나민, 유광희, 이문규(2005). 기업의 사회적 책임에 대한 척도 개발. 마케팅연구, 20(2), 67-87.

김현지(2015). 외식기업의 친환경 경영활동이 브랜드 이미지와 소비자 의사결정에 미치는 영향. 미간행석사학위논문. 경기대학교 일반대학교.

박민영, 이형룡, 김정매(2011). 기업의 사회적 책이활동이 기업-소비자 동일시와 기업에 대한 태도 및 재이용의도에 미치는 영향 : 대규모 커피 전문점 이용 고객을 중심으로. 광고연구, 26(5), 239-260

박승희(2013). 무용공연의 관람동기, 관람만족도, 재관람의도에 관한 연구 : 광주시립무용단 관람중심. 미간행석사학위논문. 전남대학교 대학원.

박종원, 장형섭, 강선희(2003). 전자상거래 물류서비스 품질에 관한 연구. 상품학연구, 30, 159-183.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

박종임, 김기탁(2016). 무용공연의 사회공헌활동에 따른 인식, 태도, 참여의사와의 관계. 한국스포츠학회지, 14(4), 13-21.

박헌재(2011).기업의 사회적책임활동이 직무만족과 서비스성과에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문. 경기대학교 서비스경영전문대학원.

서천영(2012). 호텔기업의 사회적 책임활동에 따른 호텔 이미지가 고객만족 및 행동의도에 미치는 영향. 관광연구, 27(5), 275-297.

양원승(2006).기업의 사회적책임활동과 서비스 품질이 소비자 만족에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문. 연세대학교 대학원.

오윤환, 김동재(2015). 무용공연을 통한 기업의 사회적 책임과 문화마케팅 활동이 공연전략, 관람결정, 관람만족에 미치는 영향. 한국사회체육학회지, 62, 219-231.

우소영(2008). 기업-공중관계성과 기업이미지의 가치에 관한 연구 : 고객만족도 및 충성도와의 관계를 중심으로. 미간행박사학위논문. 중앙대학교 대학원.

유진룡(2009). 엔터테인먼트 산업의 이해. 72. 넥서스 BZ.

윤각, 서상희(2003). 기업의 사회공헌 활동과 기업광고가 기업이미지와 브랜드 태도 형성에 미치는 영향력에 관한 연구. 광고연구, 61, 47-72.

이경탁, 구동모, 노미진(2011). 소비자의 지각된 가치가 소셜커머스 이용의도에 미치는 영향. 한국마케팅저널, 13(3), 135-161.

이경희(2009). 프랜차이즈 CSR이 조직몰입과 조직시민행동에 미치는 영향 : 조직신뢰와 직무만족의 매개역할. 미간행 박사학위논문. 세종대학교 대학원.

이동건(2006). 브랜드개성이 브랜드태도에 미치는 영향에 관한 연구 : 관여도 유형을 조절변수로. 미간행석사학위논문. 경희대학교 대학원.

이문규, 이인구, 김종배(2000). 지각된 서비스 품질, 소비자 태도, 재이용의도 사이의 인과관계 모형. 한국마케팅학회지, 2(3), 44-63.

이소연(2014). 지역문화와 미술관의 역할과 운영에 관한 연구. 미간행박사학위논문. 서울과학기술대학교 대학원.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

전용수(2015). 환대기업의 사회적 책임활동, 서비스 가치, 고객만족 간의 관계 연구. 관광레저연구, 27(1), 63-79.

전용수(2016). 부산지역 호텔기업의 사회적 책임, 서비스 및 가격가치, 고객만족, 고객지향성, 재이용의도 간의 관계 연구. 관광연구저널, 30(1), 123-136.

정효선, 윤혜현(2008). 패밀리 레스토랑의 사회적 책임활동이 기업 이미지, 기업 선호도, 재방문 의도에 미치는 영향에 관한 연구 : 서울지역 대학생을 중심으로. 한국조리학회지, 14(2), 138-152.

정효선, 이수범, 윤혜현(2009). 외식기업의 사회적 책임 활동에 대한 인식이 고객의 행동 의도에 미치는 영향에 관한 연구: 고객 만족도와 서비스 평가의 매개 역할. 호텔경영학연구, 18(6), 129-152.

Becchetti, L., Giacomo, S. D., & Pinnacchio, D. 2008. Corporate social responsibility and corporate performance : evidence from apanel of US listed companies. Applied Economics, 40(5). 541-567.

Becker-Olsen, K. L., Cudmore, B. A., & Hill, R. P. (2006). The impact ot perceived corporate social responsibility on consumer behavior. Journal of Business Research, 59, 46-53.

Bhattacharya, C. B. & Sen, S. (2004). Doing better at doing good : when, why and how consumers respond to corporate social initiatives. Californian Management Review, 49(1), 9-24.

Bove, L. L., & Johnson, L. W. (2006). Customer loyalty to one service worker : Should it be discouraged? International Journal of Research in Marketing, 23(1), 79-91.

Bowen, H. R. (1953). Social Responsibilities of the Businessman, New York : Haper & Row.

Buono, A. F. & L. Nichols. (1995). Corporate Policy Values and Social Responsibility. New York: Praeger.

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

Buttle, F. (2009). Customer relationship management, 2nd ed. Elsevier, Oxford : UK.

Carroll. A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporte performance. Academy of Management Review, 4(4), 497-505.

Elles. R. & C. Walton. (1961). Corporate Social Responsibility : What can we Learn from the Stakeholders?. International Congress on Interdisciplinary Business and Social Sciences, 65(3), 327-337.

Fishbein. M. & I. Ajzen. (1975). Belief, Attitude, Intention and Behavior : An Introduction to Theory and Research, Reading, Massachusetts. Addison-Wesley Publishing Company, 6, 301.

Flack, O., & Heblich, S. (2007). Corporate social responsibility: Doing well by doing good. Business Horizons, 50, 247-254.

Gupta, S., & Pirsch, J. (2008). The influence of a retailer's corporate social responsibility program on re-conceptualizing store image. Journal of Retailing and Consumer Services, 15, 516-526.

Howard, J. A, & Sheth, J. N(1969). The theory of buyer behavior. New York : John Wiley and Sons.

Hunt, H. K.(1977), CS/D : Overview and future research direction, conceptualization and measurement of consumer satisfaction and dissatisfaction. Marketing Science Institute, Cambridge, Mass, 455-488.

Johnson, M. D., & Gustafsson, A. (2000). Improving customer satisfaction, loyalty and profit : An integrated Measurement and Management System. San Francisco : CA, Jossey-Bass.

Keller. L. Kevin and David A. Aaker. (1993). Conceptualizing, and Managing Customer-based Brand Equity, Journal of Marketing, 57(1), 1-22.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Maignan, I. & O. C. Ferrell(2004). Corporate Social Responsibility and Marketing : An Intergrative Framework. Journal of the Academy of Marketing Science, 32(1), 3-19.

Maignan, I., & Ferrell, O. C. (2003). Nature of corporate responsibilities Perspectives from American, French, and German consumers. Journal of Business Research, 56, 55-67.

McGuire, J. w.(1963). Business and Society. New York: McGraw-Hill.

Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail setting. Journal of Retailing, 57(3), 25-48.

Soderlund, M. & Julander, C. R. (2009). Physical attractiveness of the service worker in the moment of truth and it's effects on customer satisfaction. Journal of Retailing and Consumer Services, 16(1), 216-226.

Winters, Lewis C. (1986). The Effect of Brand Advertising on Company Image Implications for Corporate Advertising. Journal of Advertising Research, 26(4), 54-59.

Wulfson, M. (2001). The ethics of corporate social responsibility and philanthropic ventures. Journal of Business Ethics. 29(1), 135-145.

Zins, A. H. (2001). Relative attitudes and commitment in customer loyalyt models. International Journal of Service, 12(3), 269-294.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

무용공연의 사회공헌활동에 따른 만족, 태도가 재관람의도에 미치는 영향

안녕하십니까?

본 조사는 **무용공연의 사회공헌활동에 따른 만족, 태도가 재관람의도에 미치는 영향**에 관한 설문조사 내용입니다. 여러분이 응답하신 내용은 비밀이 철저하게 보장되며 연구목적 이외의 다른 어떤 용도로도 사용하지 않을 것을 약속드리오니 느끼시는 대로 솔직하게 응답하여 주시면 감사하겠습니다. 귀하의 의견은 **통계법 제 13조의 규정에 의하여 통계목적 이 외에는 절대로 사용되지 않으며, 개인에 대한 사항은 절대 비밀이 보장됩니다.** 저희가 묻는 질문에는 맞고 틀리는 것이 없으니, 제시된 문항을 주의 깊게 읽으시고 한 문장도 빠짐없이 솔직하게 응답해 주시기 바랍니다.
끝으로 늘 건강과 행복이 가득하시길 기원하며 바쁘신 데도 불구하고 귀중한 시간을 내어주신 여러분께 거듭 감사드립니다. **대단히 감사합니다.**

2018년

조선대학교 교육대학원
무용교육전공 이 은 지

다음 질문은 개인적 특성에 대한 질문입니다.

각각의 해당 번호에 체크 (√)혹은 ○ 표로 체크를 해주시길 바랍니다.

1. 귀하의 성별은 ?
① 남자 ② 여자

2. 귀하의 연령은 ?
① 10-20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대

3. 귀하의 학력은 ?
① 중졸 ② 고졸 ③ 대졸 ④ 대학원 이상

4. 귀하의 직업은 무엇입니까?
① 학생 ② 회사원 ③ 전문직 ④ 자영업 ⑤ 전업주부 ⑥ 공무원 ⑦기타/무직

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

다음 질문은 사회공헌활동 중 공익인식에 관한 질문입니다.
각각의 해당 번호에 체크 (√)혹은 ○ 표로 체크를 해주시길 바랍니다.

설 문 문 항	매우 그렇다	그렇다	보통이다	아니다	전혀 아니다
1. 무용공연은 공연문화 발전에 기여	①	②	③	④	⑤
2. 무용공연은 지역문화를 선도	①	②	③	④	⑤
3. 무용공연은 지역사회의 문화적 측면에 기여	①	②	③	④	⑤
4. 무용공연은 올바른 문화생활을 정착	①	②	③	④	⑤

다음 질문은 사회공헌활동 중 사회활동인식에 관한 질문입니다.
각각의 해당 번호에 체크 (√) 혹은 ○ 표로 체크를 해주시길 바랍니다.

설 문 문 항	매우 그렇다	그렇다	보통이다	아니다	전혀 아니다
1. 지역 무용수들에게 도약의 기회를 제공	①	②	③	④	⑤
2. 지역의 신인 안무가에게 기회를 제공	①	②	③	④	⑤
3. 지역 공연문화의 창조와 혁신 증대	①	②	③	④	⑤

다음 질문은 사회공헌활동 중 지역성인식에 관한 질문입니다.
각각의 해당 번호에 체크 (√)혹은 ○ 표로 체크를 해주시길 바랍니다.

설 문 문 항	매우 그렇다	그렇다	보통이다	아니다	전혀 아니다
1. 지역민의 자부심 향상	①	②	③	④	⑤
2. 지역민들의 지역문화생활 기회 제공	①	②	③	④	⑤
3. 지역의 공연문화 정착	①	②	③	④	⑤

Collection @ chosun

조선대학교 CHOSUN UNIVERSITY

다음 질문은 사회공헌활동 중 기부활동인식에 관한 질문입니다.
각각의 해당 번호에 체크 (√)혹은 ○ 표로 체크를 해주시길 바랍니다.

설 문 문 항	매우 그렇다	그렇다	보통이다	아니다	전혀 아니다
1. 무용단원들의 재능기부	①	②	③	④	⑤
2. 무용공연은 자발적으로 자선활동을 하고 있다	①	②	③	④	⑤
3. 지역은 문화, 예술 등의 공익사업을 위해 노력한다	①	②	③	④	⑤

다음 질문은 만족에 관한 질문입니다.
각각의 해당 번호에 체크 (√)혹은 ○ 표로 체크를 해주시길 바랍니다.

설 문 문 항	매우 그렇다	그렇다	보통이다	아니다	전혀 아니다
1. 무용공연에 대한 만족	①	②	③	④	⑤
2. 작품성에 대한 만족	①	②	③	④	⑤
3. 지역이 문화예술활동의 지원에 대한 만족	①	②	③	④	⑤

다음 질문은 태도에 관한 질문입니다.
각각의 해당 번호에 체크 (√)혹은 ○ 표로 체크를 해주시길 바랍니다.

설 문 문 항	매우 그렇다	그렇다	보통이다	아니다	전혀 아니다
1. 지역의 문화예술 활동에 대해 관심이 있다	①	②	③	④	⑤
2. 무용공연은 가치가 있다	①	②	③	④	⑤
3. 지자체의 문화예술 활동에 더욱 자세히 알아보고 싶다	①	②	③	④	⑤

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

다음 질문은 재관람의도에 관한 질문입니다.
각각의 해당 번호에 체크 (√)혹은 ○ 표로 체크를 해주시길 바랍니다.

설 문 문 항	매우 그렇다	그렇다	보통이다	아니다	전혀 아니다
1. 무용공연을 다시 보고 싶다	①	②	③	④	⑤
2. 다른 사람에게 공연을 추천할 것이다	①	②	③	④	⑤
3. 지역의 문화예술 활동에 적극 참여하겠다	①	②	③	④	⑤

- 감사합니다 -

Collection @ chosun