[UCI]I804:24011-200000239379

2010년 2월

석사학위논문

사회복지서비스의 품질요인이 고객만족 및 재이용의도에 미치는 영향

조선대학교 경영대학원

경 영 학 과

정 상 진

사회복지서비스의 품질요인이 고객만족 및 재이용의도에 미치는 영향

The Effects of Service Quality on the Customer Satisfaction and Reuse Intension in Social Work

2010年 2 月 25 日

조선대학교 경영대학원

경 영 학 과

정 상 진

사회복지서비스의 품질요인이 고객만족 및 재이용의도에 미치는 영향

지도교수 김 종 호

이 논문을 경영학 석사학위 논문으로 제출함.

2009년 10월 일

조선대학교 경영대학원

경 영 학 과

정 상 진

정상진의 석사학위 논문을 인준함.

위원장 조선대학교 교수 _____ 인

위 원 조선대학교 교수 _____ 인

위 원 조선대학교 교수 _____ 인

2009 년 11 월 일

조선대학교 경영대학원

목　　차

ABSTRACT

제 1 장 서 론 ·····1

제 1 절 연구배경 ·····1
제 2 절 연구목적 ·····2
제 3 절 연구의 구성 ·····3

제 2 장 이론적 배경 ·····4

제 1 절 사회복지서비스 개념 ·····4
제 2 절 지역사회복지와 사회복지관의 개념과 역할 ·····7
2.1 지역사회복지와 사회복지관의 개념 ·····7
2.2 사회복지관의 기능과 역할 ·····11
제 3 절 서비스 품질 ·····14
3.1 서비스품질의 개념 ·····14
3.2 서비스품질의 구성요인 ·····15
3.3 지각된 서비스 질의 측정 ·····16
3.4 서비스 품질과 고객반응 ·····17
제 4 절 고객 만족 ·····20
4.1 고객만족 ·····20
4.2 고객만족의 측정 ·····22
제 5 절 재이용의도 ·····23

제 3 장 연구모형 및 가설설정 ·····25

제 1 절 연구모형 ·····25

제 2 절 가설설정 ·····26
2.1 사회복지 서비스 품질과 고객만족과의 관계 ·····26
2.2 사회복지 서비스 품질과 재이용의도와의 관계 ·····27
2.3 고객만족 및 재이용의도와의 관계 ·····28
제 3 절 변수의 정의와 측정 ·····28
3.1 변수의 정의 및 측정방법 ·····28
3.2 분석방법 ·····30

제 4 장 실증분석 ·····32

제 1 절 연구대상과 표본설정 ·····32
제 2 절 타당성 분석 및 신뢰도 분석 ·····33
2.1 사회복지 서비스 품질의 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석 ·····35
2.2 내생변수의 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석 ·····36
2.3 전체단위에 대한 확증적 요인분석 ·····37
2.4전체단위에 대한 상관관계분석 ·····38
제 3 절 가설검증 ·····39

제 5 장 결 론 ·····43

제 1 절 연구의 요약 ·····43
제 2 절 연구의 한계점 ·····45

참고문헌 ·····46

표 목 차

<표 4-1> 표본의 특성 ····· 32
<표 4-2> 사회복지 서비스 품질의 요인분석 및 신뢰도 분석 ····· 35
<표 4-3> 내생변수의 요인분석 및 신뢰도 분석 ····· 36
<표 4-4> 전체 연구단위들에 대한 확증적 요인분석 결과 ····· 37
<표 4-5> 전체 연구단위들에 대한 상관관계분석 ····· 38
<표 4-6> Lisrel 분석결과 및 가설검증 ····· 42

그 림 목 차

<그림 2-1> Oliver의 경로 다이어그램 ····· 19
<그림 2-2> Bolton과 Drew 모델 ····· 20
<그림 3-1> 연구모형 ····· 25
<그림 4-1> 사회복지 서비스 품질과 결과변수들 간의 인과관계 연구모형 ····· 40

ABSTRACT

The Effects of Service Quality on the Customer Satisfaction and Reuse Intension in Social Work

by Jeong, Sang-Jin
Advisor : Prof. Kim, Jong-Ho, Ph.D.
Department of Business Adminstration
Graduate School of Business Adminstration
Chosun University

Since the 1980s, the growth of social welfare has been made up very rapidly and social welfare service has been recognized actively as a right that customers have to enjoy the level of service quality they want to do. as social welfare meets customers satisfaction like business.

According to this trend, the administrative authorities and social welfare institutions did their best to make better the facilities, program and management method to improve their service quality and the administrative authorities tried to improve the quality of social work service through assessing the state of managing social welfare institutions.

The purpose of this study are as follows;

First, This study demonstrates and inspects their reliabilities and validities the performance-based measurement of service quality(SERVPERF) is available even in social work as the measurement-scale of service quality

Second, This study demonstrates effects of service quality in the social work on the customer satisfaction and reuse intension.

To resolve the research problem above three sets of hypotheses were developed on the research model that the 5 dimensions of service quality based on the literature review are the independent valuables and customer satisfaction, reuse intension are the dependent valuables.

To accomplish these purposes, the empirical study was carried out : a questionnaire was developed and data were collected from 200 under social work user in Gwang-ju and Jeon-nam Data collected were analysed by the factor analysis, Cronbach's alpha, pearson correlation, LISREL V8.30 and one-way ANOVA analysis.

The important results of this study can be summarized as follows;

1) The first step was to examine the reliability and the validity of SERVPERF by means of reliability and factors analysis. these results suggested that the reliability and the validity of the valuables in SERVPERF were significant.

2) This study revealed tangibles and assurances would be the key factors showing the new important way in social work. because tangibles and assurances effected to customers satisfaction and reuse intension.

In future social work is able to reach to the customer satisfaction and reuse intension on the simple factors of social work service : caring, individualized attention and physical facilities, equipment, appearance of personnel. This study could regard as the study result which positively confirmed that systematic management through measurement and evaluation of social work service quality is needed to customer satisfaction and reuse intention in social work.

제 1 장 서 론

제 1 절 연구배경

급속한 세계 경제발전과 더불어 삶의 질을 충족시키기 위한 조건으로 서비스의 주요성이 날로 증대되고 있는데, 이것은 사회복지 분야 또한 예외가 아니다. 삶의 질에 해당하는 분야가 사회복지이며, 사회복지 분야 중에도 기업의 고객 중심적 사고가 도입되어 소비자들의 욕구를 해소하기 위한 기업의 경영방침이나 고객에 대한 서비스 제도가 반영됨에 따라 사회복지 서비스 분야에도 많은 영향을 미치고 있기 때문이다.

이는 획일화되고 보편화된 복지 서비스를 일방적으로 제공받는 것에서 만족하는 것이 아니라 인간답게 살 권리로서 사회복지를 인식하는 한편 이제는 고객이 만족하는 서비스를 제공해야 한다는 단계로 접어들어 들었음을 의미한다. 특히 이러한 변화는 복지국가의 면모를 갖추면서 삶의 질에 대한 국가의 책임이 증대되고 있으며, 나아가 국가 또한 삶의 질 향상을 궁극적인 목표로 하고 있다.

따라서 사회복지 서비스는 고객이 만족하는 품질의 서비스를 개발하는 것이 중요한 과제가 되었으며, 이에 따라 국가와 사회복지기관 등은 사회복지 서비스의 품질 향상을 위한 시설개선, 프로그램 개발, 관리개선, 사회복지기관평가 등 많은 노력을 통하여 사회복지 서비스 품질 향상을 도모하였다(유삼희, 2003).

또한 사회복지 서비스의 품질향상을 위해서는 고객의 욕구와 불만사항을 파악하고, 욕구를 충족시키기 위해 품질수준을 효과적으로 측정할 수 있는 도구가 필요한데, 이는 측정도구를 활용하여 사회복지서비스의 목표를 설정· 평가하며 결과적으로 그 목표를 달성할 수 있는 구체적인 계획을 세워 고객의 욕구를 충족시킬 수 있기 때문이다.

하지만 현재 사회복지분야의 서비스를 측정하기 위한 도구가 단편적인 까닭에 기존의 서비스마케팅에서 주로 사용하던 서비스 품질 요인을 사회복지서비스에 도입하는

것이 큰 의미가 있을 것으로 보인다.

따라서 본 연구에서는 사회복지관을 중심으로 제공되는 사회복지서비스의 품질을 결정하는 요인을 규명하고, 이들 제 요인들이 사회복지서비스 품질수준과 고객만족 및 재이용의도에 어떠한 영향을 미치는가를 살펴보고자 한다.

제 2 절 연구목적

본 연구의 목적은 사회복지서비스 기관인 사회복지관을 대상으로 고객만족에 영향을 미치는 주요변수인 서비스 품질요인을 파악하고 이를 이해하기 위한 포괄적인 개념인 개념적 구조를 제시하고 검증하는데 의의가 있다. 따라서 본 연구에서는 사회복지 서비스 품질과 고객만족과의 관계, 고객만족을 지속시킬 수 있는 재이용의도와의 인과관계는 어떠한지 연구하고자 하며, 세부목적은 다음과 같다.

첫째, 사회복지서비스의 평가 및 측정척도로 SERVPERF 같은 기업의 서비스 품질 척도가 그대로 적용가능한지 그 신뢰성과 타당성을 검증하고자 한다.

둘째, 사회복지 서비스 품질이 고객만족 및 재이용의도에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보며, 또한 고객만족이 매개 역할을 수행하는가와 이들 변수들은 어떠한 구조적 관계를 갖고 있는가를 실증분석 하고자 한다.

셋째, 사회복지서비스 이용자가 인지하고 있는 사회복지서비스 품질수준을 파악하고 조사함으로써 이에 대한 문제점 및 대응책을 도출해 보고자 하다.

따라서 본 연구는 사회복지서비스에 대한 다차원적인 측정 및 분석을 시도하며, 핵심적인 품질요인을 찾아 이에 집중함으로써 사회복지기관이 고객의 욕구를 파악하며, 사회복지서비스를 개선방향을 도출하고 모색하는데 의의가 있다.

제 3 절 연구의 구성

본 연구는 선행연구에 기초한 이론적 문헌연구와 실증연구의 두 부분으로 구성되었으며, 구체적인 내용은 다음과 같다.

1장은 서론으로 본 연구의 배경과 연구목적에 대해 서술하였으며, 2장은 이론적 부분으로서 국내·외의 문헌고찰을 통한 사회복지, 사회복지관, 서비스 품질, 고객 만족 및 관계성에 관한 이론적 정립을 실시하였다. 3장에서는 본 연구에서 검증하고자 하는 가설설정과 각 변수들에 대한 조작적 정의 및 측정방법을 밝히고 연구모형을 설정하였고, 4장은 실증조사를 위한 표본설계, 자료수집, 설문지 설계, 통계분석방법 등 실증조사와 관련된 사항을 기술하고 연구가설을 통계적으로 검증하였으며, 또한 가설을 검증하기 위하여 신뢰도분석, 요인분석, 상관관계분석, 구조방정식 분석, 차이분석 등을 이용하여 검증한 결과를 제시하였다.

마지막으로 5장에서는 본 연구의 연구결과를 요약하고 연구의 한계 및 향후 연구방향을 제시하였다.

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 사회복지서비스 개념

빈곤, 질병, 고통, 사회해체와 같은 사회문제는 전 인류의 역사를 통해서 존재왔으며, 인류의 역사란 한마디로 이러한 문제의 위협으로부터 생존을 보존하기 위한 끊임없는 투쟁이라고 해도 좋을 것이다(김상균, 2006).

사회복지란 영어의 'Social welfare'를 번역한 말로, 'welfare'는 다시 'well'과 'fare'의 복합명사로 평안히 잘 지내는 상태를 뜻하는데, 여기에 사회적이라는 뜻의 'Social' 이란 형용사를 붙이면 사회복지는 사회적으로 행복한 생활 상태를 뜻하게 된다(정인숙, 2008).

장인협(2006)은 'Welfare'란 안락하고 만족한 상태 또는 인간이 건강하고 번영하는 상태라고 정의하고 있는데, 이러한 정의는 어떠한 상태에 놓여 있더라도 행복을 누리는 충실한 삶을 살 수 있도록 하는 게 인간의 이상적인 목표이며, 그러한 삶을 실현할 수 있도록 모든 사람에게 신체적이고 정신적인 발달 기회를 부여하는 것이 사회복지의 실천 목표하는 사상을 드려낸 것이라 할 수 있다.

박만원(2005)에 의하면 사회복지는 그 대상의 범위와 내용에 따라 세 가지 유형으로 구분할 수 있는데, 첫째, 사회복지를 소극적이고 한정된 개념으로 받아들이려는 것으로, 이것은 사회복지가 자선사업, 박애사업, 구빈사업, 보호사업으로 발전되는 과정에서 도출된 좁은 의미의 개념이라 할 수 있다. 구체적으로 살펴보면 일본은 1950년 사회보장에 관한 권고에서 사회복지란 국가부조의 적용을 받고 있는 자, 신체장애자, 아동, 그 밖에 원호·육성을 필요로 하는 자가 자립해서 그 능력을 발휘 할 수 있도록 필요한 생활지도나 갱생지도 같은 지원을 받는 것을 말한다고 정의하였고, 클라인은(Philip Kienin) 사회복지란 자신이나 그 부양자에게 혼자 힘으로는 물질 자원이나 건

강 유지가 도저히 곤란하거나 불가능한 개인이나 가족들에게 일정한 서비스를 제공하는 일이다고 정의하였으며, 드바인(Edward T. Devine)은 사회사업의 대상자는 불행이나 과실 때문에 현재 어느 조건에서도 혼자 힘으로는 정상 생활을 영위할 수 없는 사람, 또는 타인의 정상 생활을 방해하는 사람들로, 빈곤한 아동, 빈곤한 노인, 병자, 자체 부자유자, 맹인, 정신박약자, 정신병환자, 범죄자, 아동을 방임하는 양친을 말한다고 규정했는데, 이러한 정의는 모두 사회복지를 한정된 개념으로 본 것이다.

둘째는 사회복지를 광의의 개념으로 보려는 것으로, 사회적 약자나 낙오자에 한정하지 않고 모든 시민이나 국민을 대상으로 해서 그들 생활의 각 측면에 나타나는 비복지(Dis-welfare)를 다루거나 해결하려는 것이다. 예를 들어, 레셔(N. Rescher)는 사회복지란 다차원적인 것이기 때문에 한 인간의 복지를 고려할 경우에도 복합적인 구성 요소가 포함되는데, 그 가운데 중요한 것은 첫째, 신체 복지로 공중위생과 의료 같은 보건 위생과 영양, 생활환경시설의 정비나 확보가 요구되며, 둘째, 정신적이고 심리적인 복지로 정신위생과 관련된 경험에서 각종 상담의 원조활동에 이르는 시책이 고려되어야 한다고 정의하고 있는데, 이러한 정의는 공의의 사회복지체계를 잘 나타낸 것이라 할 수 있다.

셋째는 복합개념으로, 사회복지의 대상자를 모든 국민으로 규정하되 기능상 내용을 한정지으려는 것이다. 이러한 개념은 사회복지체계가 구빈원칙이나 회복처우(Curative treatment)의 원칙이 아니라 예방원리(Principle of prevention)에 따라 그 대상자의 범위를 모든 국민으로 확대하되 기능상으로는 문화와 오락에 대한 서비스까지 포함시켜 사회복지라는 측면에 국민이 겪는 모든 곤란까지 다룬다는 것이다.

예를 들어 로마니쉰(John Romanyshyn)은 사회복지라는 용어가 한정적으로는 사회적 약자에 대한 재정원조나 서비스를 의미하지만 다른 한편으로는 국민의 보편 욕구에 대한 공동 책임을 떠맡는 적극적인 의미를 내포한다고 주장하면서, 사회복지체계는 상호문제에 대한 조치와 예방, 인적 자원의 개발, 생활의 질적 향상처럼 국민들의 직접 관심을 갖는 복지 서비스나 과정과 사회제도의 강화나 수정에 대한 노력은 물론

개인이나 가족의 서비스를 포괄한다고 지적하고 있는 것은 좋은 보기라 할 수 있다.

전통적으로 사회복지제도는 잔여적인 성격이 강했으나, 산업화의 진전과 더불어 제도적 성격이 강조되고 있다. 윌렌스키와 르보(Wilensky and Lebeaux)에 따르면 사회문제의 발생 원인에서 잔여적 개념은 개인의 책임을 강조하는 반면, 제도적 개념은 사회구조적 책임을 강조한다는 것이다. 따라서 사회복지의 잔여적 성격에서 비롯된 자선과 구호에서 벗어나 사회문제의 발생을 예방하고 경감시키는 지속적이고 독자적인 제도로 발전해 간다(김상균, 2004).

최근 우리나라는 고령화·저출산, 평균수명 연장, 가족주기 변화, 고령자 독립생활기간 증대, 생계독립경향 증대에 따라 사회적 부양비용이 커지고 있고 노인, 보육, 장애인, 여성 등 사회복지 서비스에 대한 국민의 욕구와 개인의 생애주기에 걸친 다양한 복지욕구가 분출되어 국민들의 복지수요를 충족시키기가 갈수록 곤란하다.

때문에 위기가정 조기발견체계 구축을 통해 생계관련 사고를 방지함으로서 국민들의 심리적 안정감을 회복시킬 필요가 있고, 국민의 복지체감도 향상을 위한 사회복지 전달체계 개선이 과제로 대두되고 있고, 정책적으로 지방분권화로 인한 복지사업의 지방이양이 확대됨에 다라 지방자치단체의 복지역량강화도 이슈화되고 있다(유삼희, 2003).

사회복지는 그것을 계획하고 실천하는 주체가 사회의 공공조직(정부의 행정기관) 또는 이에 준하는 기관인가 아닌가에 따라 공공부문(Public sector)과 민간부문(Civilian sector)으로 구분될 수 있다. 공공부문 사회복지 특성은 서비스를 제공하는 주체가 공공기관 또는 이에 준하는 공공조직이거나 민간기관이면서 위탁, 공공기관의 민간기관 서비스 구입 등을 공공기관과 같은 서비스를 제공하는 것으로, 서비스의 대상은 일정한 조건에 해당되면 누구나 차별 없이 서비스를 받을 수 있는 자격이 있고, 그 서비스 수요요건(수급자격)은 엄격히 규정되어 있는 것이 일반적이다.

또한 공공부문은 운영재원이 국가 또는 지방자치단체의 조세(일반조세 또는 목적세)로 충당되고, 공공부문에 해당되는 서비스의 예는 우리나라의 국민연금, 건강보험,

고용보험, 사업재해보상보험과 같은 공적 사회보험서비스, 국민기초생활보장과 같은 공공부조(국가부조 또는 사회부조) 서비스, 아동, 노인, 장애인을 입주시켜 보호하는 국공립 시설보호서비스, 시립아동상담소 같은 공공 상담기관 등으로, 이른바 법률에 의해 정부에서 제공하는 서비스(Statutory service)는 모두 공공서비스에 해당한다.

민간부분 사회복지의 특성은 사회복지 서비스를 제공하는 주체가 민간단체나 개인이고, 그 서비스 재원도 대부분 지역사회의 개인, 가족, 사회단체 및 기업 등에서 조달된다. 즉 민간부문 재원은 민간의 자발적 기부금이라 할 수 있다. 재원 면에서 보면 민간부문 사회복지는 전적으로 민간재원으로 충당하는 경우도 있고 민간재원을 위주로 하지만 부분적으로 정부의 재정지원을 받는 경우도 상당히 많다. 민간부문 사회복지 서비스 대상은 일정한 요건을 갖추어야 하는 경우도 있지만 공공부문에서와 같은 수급자격 규정이 엄격히 적용되는 경우도 그리 많지 않다.

사회복지서비스의 개념은 우리나라 사회복지사업법 제2조 4항에 명시된 '사회복지서서비스란 국가·국가지방자체단체 및 민간부문의 도움을 필요로 하는 모든 국민에게 상담·재활·직업소개 및 지도, 사회복지시설의 이용 등을 제공하여 정상적인 사회생활이 가능하도록 제도적으로 지원하는 것을 말한다'에서 그 근거를 찾을 수 있다.

제 2 절 지역사회복지와 사회복지관의 개념과 역할

2.1 지역사회복지와 사회복지관의 개념

사회복지분야에 있어서 '지역사회복지'는 지역주민의 복지증진이라는 측면에서 매우 중요한 분야로 부각되고 있으며, 그 개념 또한 다양하고 포괄적으로 사용되고 있다. 하지만 '지역사회복지'라는 용어는 가장 논란이 많은 개념 중의 하나로 아직도 보편적으로 합의된 개념은 없으며, 지역복지, 지역사회개발, 지역사회사업, 지역사회조

직들과 혼용해서 사용하기도 한다.

우리나라에서는 지금까지 지역사회복지라는 용어보다는 미국에서 사용되는 '지역사회조직'이나 '지역사회개발'이라는 용어를 더 많이 사용해 왔고, 그래서 새마을 운동도 지역사회개발이라는 개념으로 이해되어 왔다. 그러다가 일본에서 널리 사용되는 '지역복지'란 용어가 소개되면서 이 용어가 부분적으로 사용되기에 이르렀다. 일본의 지역복지개념은 지역과 사회복지의 합성어로 지역차원에서의 사회복지라는 의미가 강조되고 있다. 일본의 사회복지대책은 계층에 따른 대상별 사업이 강조되는 경향이 강했으나, 지역복지라는 개념이 도입되면서 주민생활을 위한 지역차원에서의 주민주체 사회복지가 전개되었다는데 그 특성이 있다. 그러나 지역복지라는 용어가 아직 우리나라에 정착되었다고 보기는 어렵다. 현재 우리나라에서는 지역사회복지, 지역복지, 재가복지 등의 용어가 혼용되어 사용되고 있는 실정이기 때문에 학자에 따라 다양할 수 있는 문제이긴 하나, 이보다는 외국에서 발전된 개념들을 그대로 사용하기 때문이라고 여겨진다.

최근 우리나라 사회복지분야에서도 지역사회복지라는 용어를 많이 사용하고 있는데, 특히 과거 중앙중심의 복지체계에서 벗어나 자치단체와 지역사회의 특성과 욕구에 따른 복지서비스가 요구되고 주민참여가 중시되고 지방화 시대를 맞이함에 따라 지역사회복지는 더욱 부각될 전망이다.

우리나라에서 논의되고 있는 지역사회복지의 개념을 살펴보면 최일섭·류진석(1997)은 지역사회복지(community welfare)란 매우 포괄적인 개념으로서 전문가 혹은 비전문가가 지역사회에 존재하는 여러 제도를 개선하고, 지역사회의 문제를 예방하며 해결하고자 하는 각종의 사회적 노력을 의미한다고 정의하고 있다. 이러한 지역사회복지는 사회복지의 하위개념이고 개인복지나 가정 복지 보다는 넓은 개념으로서 아동복지 · 청소년복지 · 노인복지라는 대상층 중심의 복지활동이 아니라 지역성을 강조하는 복지사업이라 할 수 있다.

또한 김영모(1985)는 지역사회복지란 지역사회 성원의 복지를 증진하기 위한 방법

인 동시에 분야라고 했으며, 김성이(1997) 등은 지역사회복지란 일정 지역사회 내에서 주민들의 삶의 질 향상을 목표로 지역사회의 문제를 해결하고 주민의 복지욕구를 충족시키기 위한 정부 또는 민간기관의 다양한 조직적 또는 전문적인 활동의 체계라고 정의하고 있다.

또한 보건복지부 「사회복지관 설치·운영규정」 제2조 2항에서는 지역사회복지에 대한 정의를 "지역사회주민의 삶의 질 향상을 목표로 지역 사회문제를 해결하고 주민의 복지욕구를 충족시키기 위한 다양한 기관의 조직적이고 전문적인 활동체계"로 규정하고 있다.

이상의 정의를 요약하면 지역사회복지는 다음과 같이 설명되어진다.

첫째, 지역성과 기능성을 포함하는 일정한 지역 내에서 이루어지고, 둘째, 지역주민의 삶의 질 향상이라는 목표를 가지고 있으며, 셋째, 지역사회의 문제를 해결하고 주민의 복지욕구를 충족시키는 기능을 가지고 있다.

넷째, 정부와 민간기관이 공동주체가 되며 공공과 민간의 협력이 강화되는 추세이기도 하며, 다섯째, 조직적인 활동을 강조하는 전문적 서비스 방법을 사용한다.

즉 요약하면지역사회복지는 전문적인 분야, 공식적인 분야 또는 비공식적인 분야 등이 지역사회차원에서 문제 해결을 위해 지역사회 내·외의 자원을 동원하여 문제를 예방 도는 해결하고자 하는 총체적인 노력이라고 할 수 있다.

본 연구에서는 지역사회복지란 '일정한 지역사회에서 지역주민의 복지증진을 위해 정부와 민간이 서로 연계, 협력하고 전문가의 전문적 방법과 기술을 활용하여 지역사회의 제반 문제와 주민들의 욕구를 해결코자 하는 일련의 활동 또는 분야'로 정의하고자 한다.

한편 사회복지관은 인보관(neighborhood center), 사회관(community center), 지역사회복지관(community welfare center)등으로 다양하게 불리어 왔는데,(최일섭, 1991) 최근에는 주로 사회복지관(social welfare center), 지역사회복지관(community welfare center) 이라는 용어가 혼용되어 사용되고 있는 추세이다.

우리나라의 보건복지부 「사회복지관 설치·운영규정」(보건복지부, 1999)에서는 사회복지관을 "지역사회 내에서 일정한 시설과 전문 인력을 갖추고 지역사회의 인적·물적 자원을 동원하여 지역사회문제를 해결하고 주민의 복지욕구를 충족시키기 위한 종합적인 사회복지사업을 수행할 사회복지시설" 이라 정의하고 있다. 이러한 광범위한 목적을 갖고 설립된 사회복지관의 개념, 기능, 목표, 역할은 그 기관이 존재하는 지역의 성격과 문제마다 독특하고 다양하기 때문에 일률적으로 그 성격을 규정하기란 용이하지 않다(한국사회복지협회, 1999).

그러나 학자마다 다른 몇 가지의 사회복지관의 정의를 정리해보면 다음과 같다.

문인숙·남경현(1980)은 사회복지관은 소속한 지역사회의 발전과 개선에 관심을 가지고 있는 계속적인 노력의 집단이라고 정의하였고, 최일섭(1999)은 지역사회의 충족되지 않은 욕구나 문제를 발견해서 주민들에게 필요한 서비스를 제공하는 대표적인 직접 서비스기관이다라고 정의하였다. 조홍식(1996)은 저소득층의 자립능력을 배양하여 중산층으로 유도하고 지역사회문제를 예방, 치료하여 지역사회 및 주민의 연대감을 조성하는 매개체로서, 지역사회주민의 복지증진을 위한 종합복지센터의 역할을 수행하는 것이다라고 하였으며, 남세진(1981)은 사회복지관은 지역성을 내포하는 종합복지센터로 빈곤문제와 지역사회문제를 사회개혁의 안목에서 체계적으로 해결하려는 접근을 시도하며, 모든 분야에서 개발적·예방적·치료적 기능을 동시에 발휘하여 모든 계층과 연령층을 대상으로 거시적·미시적 접근을 실시하는 기관이다라고 정의한 바 있다. 마지막으로 사회복지관 설치운영규정에 의하면 사회복지관은 종합적인 사회복지사업을 통해 저소득층의 자립능력을 배양하여 중산층으로 유도하고, 지역사회문제를 예방·치료하며, 지역사회 및 주민의 연대감을 조성하는 매체로서 일정한 시설과 전문 인력 및 자원봉사자를 갖추고 주민들의 복지수요에 부응하여 종합적인 사회복지사업을 수행하는 사회복지시설이라고 정의하고 있다.

이상의 논의를 통하여 사회복지관은 본질적으로 종합적인 사회복지서비스를 제공하는 기능과 지역사회의 문제해결 및 조직화의 기능을 수행하는 지역의 종합적인 복지센

터라는 결론을 얻을 수 있다.

2.2 사회복지관의 기능과 역할

사회복지관의 기능에 관한 견해 중 널리 인용되는 딜릭(Dillick)에 의하면 사회복지관은 첫째, 근린지역의 다양한 욕구를 충족시키기 위해 통합된 서비스를 제공하는 기능, 둘째, 서비스의 중복과 누락을 방지하기 위해 서비스 간 조정하는 기능, 셋째, 지역 주민들이 문제 해결을 위해 공동의 노력을 할 수 있도록 하는 기능을 수행하며, 이러한 기능을 수행하는데 있어서 가장 중요한 것은 지역 활동에 주민을 참여시키는 것이라고 지적하고 있다. 우리가 딜릭(Dillick)의 견해에서 주목해야 할 것은 지역사회복지관이 주민들이 필요로 하는 서비스를 제공하는 소극적인 기능만을 수행하는 것이 아니고 주민들을 참여시켜 그들이 처해 있는 환경을 변화할 수 있도록 돕는 보다 근본적인 기능을 수행한다는 사실이다. 다시 말하자면 사회복지관은 '케이스워크'나 '그룹워크'를 활용한 직접적인 서비스의 제공에 그치지 않고 지역주민들을 조직화하고 지역 내의 서비스를 조정하는 지역사회조직의 과정을 적극 활용해야 하는 것이다.

하지만 사회복지관의 기능과 역할은 지역의 성격과 문제, 정부의 정책, 그리고 사회복지관을 운영하는 주체의 철학과 사상에 따라 독특하고 다양하게 나타나기 때문에 일률적으로 규정하기가 어렵우며,(김만두, 1992) 사회복지관의 기능과 역할을 결정하는 가장 중요한 변수는 복지대상체계와 운영주체의 특수성 및 사회복지관의 규모에 따라 선택적으로 원용 되어야 한다고 본다(김융일, 1993).

또한 우리나라의 학자들은 사회복지관의 기능에 대해 다양한 의견을 제시하고 있는데, ①의뢰의 기능, ②정부의 사회복지서비스를 대행하는 기능, ③종합적인 서비스 제공, ④근린의식과 협동성의 강화 기능, ⑤case management 기능, ⑦대변자의 기능, ⑧사회복지서비스의 조정 통합기능, ⑨선의의 동원과 조직화의 기능, ⑩주민상호간의 상호작용을 촉진하는 기능, ⑪가치관의 개선, 수정, 유지의 기능을 들고 있다.

나아가 김만두(1981)는 우리나라의 지역사회가 처해있는 특수한 상황에 비추어 사회복지관의 필요성과 이에 따른 역할에 대해 9가지로 서술하였고, 구체적인 내용은 다음과 같다.

첫째, 종합적 문제해결의 거점 역할로 지역사회의 문제는 단일한 요인에 의해 파생되기보다 여러 복합적인 요인에 의해 파생되므로 문제에 대응하는 사회복지서비스도 기능적으로 분류될 필요가 있기 때문에 종합병원과 같이 지역사회의 문제를 종합적 접근하는 사회복지관이 필요하다는 것이다.

둘째, 근린의식의 강화 역할로 현대사회의 주민생활은 직장을 중심으로 연결되어 있기 때문에 주민의 사회적 이동이 심하고 근린의식이 빈약하다. 특히 원주민과 유입해온 주민간의 또는 유입주민 상호간의 생활태도, 가치기준, 행동양식 등에 현저한 차이가 있고, 상호간의 이해부족, 부조화, 갈등의 벽을 해소할 수 있는 매개체가 필요한 것이다.

셋째, 협동정신과 집단의식의 강화 역할을 들 수 있는데 우리 사회는 전통적으로 혈연, 지연, 가문, 학연 등으로 협동정신이나 집단의식이 부족하다. 그러므로 이러한 감정적인 차원을 넘어선 협동정신과 집단의식을 강화할 수 있는 매개체가 필요하다고 할 것이다.

넷째, 주민의 여가선용 지도 역할로 현대사회의 특징 중 하나는 여가시간을 많이 가질 수 있다는 것이고, 여가시간을 어떻게 활용해야 하는 것은 중요한 관심사이다. 이와 같은 과제를 지역수준에서 지도하고 창조해 나가는 매개체가 또한 필요한 것이다.

다섯째, 선의의 동원과 조직화 역할로 어떤 사회나 선의의 봉사심을 갖고 있는 개인이나 집단이 있다. 이들의 선의의 봉사를 사회복지 시스템으로 통합하고 조직화하여 사회복지발전에 기여토록 할 필요가 있다. 이것을 지역수준에서 동원하고 조직화하는 매개체가 필요한데, 그 역할을 바로 사회복지관이 해야 한다는 것이다.

여섯째, 청소년의 비행예방과 가족관계의 강화 역할을 들 수 있는데, 현대사회의 급격한 사회 변화, 가치관의 혼란 등은 아동과 청소년에게 커다란 충격을 주고, 가족기

능을 약화시키고 있다. 그러므로 이에 대처하는 하나의 방안으로서 사회복지관이 요청된다.

일곱째, 저소득 주민들의 생활훈련 역할로 저소득 주민들을 위한 직업훈련과 가내부업 알선과 지도를 중개할 매개체가 필요하다.

여덟째, 사회교육의 거점 역할로 사회 환경의 급속한 변화로 주민들은 새로운 정보를 필요로 하며, 계속해서 자기의 성장과 자기실현의 길을 인도해 주는 평생교육이 요청되고 있다. 이와 같은 프로그램을 계획하고 실천할 수 있는 지역 센터가 요청된다.

아홉째, 사회복지서비스의 조정·통합 역할로 지역사회 내에는 여러 가지 사회 복지기관과 단체들이 산발적으로 사회복지서비스를 제공할 수 있다. 그러므로 이와 같은 서비스를 주민의 욕구와 문제에 초점을 맞추어서 조정하고 통합함으로써 보다 효과적인 서비스체계를 기할 수 있다. 이와 같은 조정과 통합을 받아야 할 중간매개체가 필요하다.

이상과 같은 지역사회의 욕구와 필요성을 토대로 하여 사회복지관의 역할을 ①지역사회문제 파악의 역할, ②서비스센터의 역할, ③대변자의 역할, ④사회행동센터로서의 역할, ⑤사회교육센터의 역할, ⑥공동이용센터의 역할, ⑦레크리에이션센터의 역할, ⑧직업안정센터의 역할 ⑨자원동원의 역할 등으로 요약할 수 있다.

제 3 절 서비스 품질

3.1 서비스품질의 개념

서비스(service)는 행위 과정과 무형성의 특성을 갖는다는 측면에서 제품 마케팅의 제품(product)과 구분된다. 고객들은 서비스마케팅 시스템에 투입되는 재화와 그 변환 과정을 평가함으로써 서비스에 대한 자신의 주관적인 견해를 갖는다. 고객은 서비

스품질 지각을 인지적, 감정적 판단(Zeithmal, 1988)에 의존하므로 고객만족(customer satisfaction)·불만족(dissatisfaction)과 같은 태도(attitude)관련 함수로써 정의되어왔다(Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988; Bitner, 1990; Bolton and Drew, 1991). 즉, 서비스품질(service quality)이란 서비스의 우월성에 대한 전반적인 판단 혹은 태도로서 서비스품질은 서비스 마케팅과정에서의 산출물의 범위에 포함되며 무형성, 이질성, 소멸성, 비분리성 등 서비스의 특성 때문에 고객이 보는 관점에 따라 다양하게 이해되는 복잡한 성격을 띠고 있다. 그리고 서비스 문제를 해결하고 이를 다루는 방법은 고객의 서비스품질 지각에 많은 영향을 준다(Bitner, 1990)

한편, 지각(perception)이란 개인이 자극에 대하여 의미를 부여하며 자기와 일치시키고자 이것을 선택, 구조화, 해석하는 과정이다. 고객의 지각은 동기(motivation)나 지식(knowledge), 기대(expectation), 신념(beliefs)같은 개인적 영향 요인에 따라 선택적으로 이루어진다. 지각된 품질(perceived quality)은 고객이 제품이나 서비스와 관련된 여러 가지 단서(cues)로부터 품질수준을 판단하는 것으로 지각된 제품품질(perceived quality of products)과 지각된 서비스품질(perceived quality of services)로 구분한다. 이 중 지각된 서비스품질은 서비스제공 성과에 대한 평가로부터 얻는 고객만족과 서비스 수준의 판단이라고 할 수 있다(Cronin and Taylor, 1992).

3.2 서비스품질의 구성요인

서비스품질 구성요인의 도출배경과 내용을 살펴보면 소비자가 품질을 추론할 수 있는 제 속성은 크기, 맛, 향기, 색깔, 감촉 등과 같이 제품 자체의 물리적 속성과 제품 자체의 본질은 변화시키지 않으며 제품·서비스가 소비될 때 같이 소멸하게 되는 내적 속성(intrinsic attributes or cues), 그리고 가격, 상표, 포장, 광고, 점포분위기 등과

같이 제품과 관련되었지만 제품 그 자체가 아닌 외적 속성(extrinsic attributes or cues)이 있다(Olson, 1977).

소비자는 이러한 속성을 지각하여 품질에 관한 정보로서 서비스 수준을 평가하는데, 특히 서비스와 같이 품질을 평가하기 어려운 경우 고객은 외적 속성으로부터 평가한 품질 관련 정보를 얻는다. 소비자의 서비스품질에 대한 지각 반응의 차이 때문에 서비스 기업이 서비스품질을 구성하는 여러 가지 요인을 추출해내기 어렵고 서비스품질의 의미를 일반화하기 어려운 측면이 있다.

서비스 품질에 관한 기존연구로서 Parasuraman(1985)은 서비스품질을 결정하는 10가지 평가기준의 차원을 제시한 탐색적 연구를 하였고, 이들은 1988년 10가지 차원이 갖는 불명확성과 서비스 업종에 따라 상대적으로 다를 수 있는 차이를 극복하기 위해 선행연구를 정리하여 서비스품질의 다차원적인 측면을 '기대/성과'의 패러다임으로부터 평가하기 위한 도구로 SERVQUAL을 개발했다.

그들은 서비스품질을 유형성(tangibles), 신뢰성(reliability), 확신성(assurance), 반응성(responsibility), 정감성(empathy)의 5가지 차원에 대한 서비스 기대와 서비스 인지의 차이를 평가한 요인으로 구성하였다. <표 2-1>에서 서비스품질 결정 요인의 변화를 정리하였다.

〈표 2-1〉 서비스 품질 결정요인

PZB의 초기 연구(1985)	PZB의 이후 연구(1988)
유형성(tangibles)	유형성(tangibles)
신뢰성(reliability)	신뢰성(reliability)
반응성(responsiveness)	반응성(responsiveness)
의사소통(communication)	확신성(assurance)
신용도(reliability)	
안전성(security)	
능력(competence)	
예절성(courtesy)	
고객이해성(understanding)	공감성(empathy)
접근성(accessibility)	

자료 : 박종무, 이은주(1998) "은행 이용고객의 서비스품질 지각과 만족도에 관한 연구", 소비문화연구 제1권 제1호, p. 25.

3.3 지각된 서비스 질의 측정

서비스 품질에 대한 측정은 Parasuraman 등의 SERVQUAL(Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985; 1991; 1994)에 대한 연구가 가장 대표적이다. 서비스 품질 측정을 서비스 기대와 서비스 성과의 갭으로 인식했던 Parasuraman 등의 연구는 고객만족도 측정에 매우 중요한 영향을 주었다. 이들이 개발한 서비스 품질의 측정 척도인 SERVQUAL은 22개 항목의 5개 차원인 유형성(시설, 장비 그리고 직원들의 외형), 신뢰성(약속한 서비스를 신뢰성 있고 정확하게 수행하는 능력), 반응성(고객들을 도와주고 빠른 서비스 제공), 확신성(직원들의 업무지식, 예절 그리고 신뢰를 하게 하는 능력), 공감성(서비스 기업이 고객에게 제공하는 배려 있는 개별화된 관심) 등으로 이루어져 있다(Parasuraman et al.1988).이루어져 있다.

SERVQUAL은 서비스의 기대와 서비스 성과의 갭을 측정 척도로 하고 있다. 여기서 서비스 기대는 서비스 품질을 평가하는 소비자들로 하여금 해당 서비스 군에서 가장 잘 할 것 같은 회사의 서비스 수준을 평가하는 것이다. 이 부분에 대해서는 Cronin and Taylor(1992)도 문제를 제기하였다.

Cronin and Taylor는 서비스 기대에 대한 측정상의 문제를 제기하고 서비스 성과만을 측정하는 SERVPERF(Cronin and Taylor 1992; 1994)라는 측정도구를 제시하였다. 이들은 은행, 해충방제 서비스, 드라이 크리닝 그리고 패스트푸드 등에 대해 연구를 하였다. Cronin and Taylor는 서비스 기대를 측정하지 않고 서비스 성과만을 측정하는 것을 주장하여 SERVPERF를 제시하였다.

한편, Cronroos(1991)는 Parasuraman 등과 Cronin and Taylor 등과 달리 서비스 품질을 기술적 품질과 기능적 품질 등 두 가지 차원으로 제안하였는데, 기술적 품질은 무엇이 제공되었는가에 대한 품질인 반면 기능적 품질은 어떻게 제공되었는가에 대한 품질이다.

서비스 품질 측정도구중에서 연구자는 Cronin and Taylor(1992)의 SERVPERF를 측정도구로 사용하였다. SERVQUAL이 기대를 평가하여 성과와의 갭을 보겠다는 기본 취지에는 동의하지만 소비자들로 하여금 같은 항목을 두 번에 걸쳐 묻게 하는 과정에서 생길 수 있는 비표본 오차가 발생할 수 있는 여지와 서비스 기대에 대한 모호함이 측정 상 문제라고 생각한다. 따라서 본 연구에서는 이러한 문제를 극복하고자 서비스 품질 측정에 SERVPERF를 이용하였다.

3.4 서비스 품질과 고객반응

서비스품질은 일반적으로 기대불일치 패러다임에 따라 고객의 기대와 지각 차로 받아들여지고 있으며, 이러한 기대불일치 패러다임은 고객만족의 결정변수를 연구하는 패러다임의 하나로, 최근 학계에서 고객만족의 형성과정을 설명하는 이론적 배경으로

서 많은 호응을 얻고 있다.

기대불일치 패러다임으로 서비스 품질과 고객의 만족, 태도 및 의도의 관계를 설명하는 대표적인 연구로 Oliver(1980)의 연구를 들 수 있다. 그는 만족은 만족하지 못한 기대를 둘러싸는 감정이 고객의 소비경험에 관한 사전 느낌과 합쳐질 때 발생하는 심리적 상태의 집합으로 보았다. 따라서 만족은 기대와 기대불일치의 지각수준의 함수이며, 구매 후 태도는 초기태도의 함수와 고객의 만족·불만족의 감정의 영향의 함수로 보았다.

태도(t_1) = f (기대) (식 1)

만족 = f (기대, 기대불일치) (식 2)

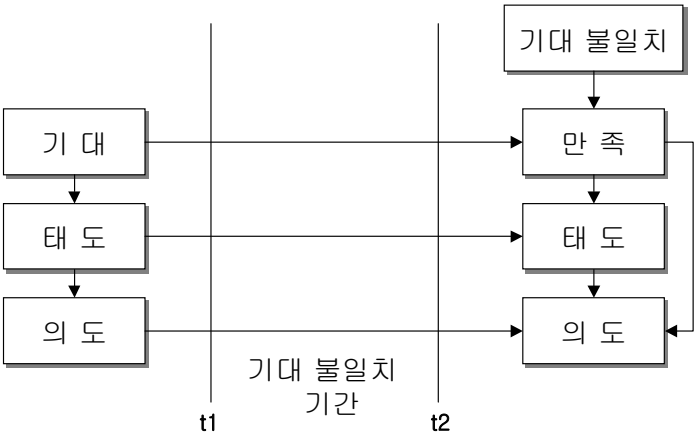
태도(t_2) = f (태도(t_1), 만족) (식 3)

의도(t_1) = f(태도(t_1)) (식 4)

의도(t_2) = f(의도(t_1), 만족, 태도(t_1)) (식 5)

따라서 태도는 당초 태도형성의 기반을 제공하며(식 1), 만족은 기대수준과 기대불일치의 지각의 함수이며(식 2), 장래나 현재의 만족수준에 대한 이전의 태도는 제품이나 서비스 함수하고 하였다(식 3). 그리고 구매의도는 제품이나 서비스에 대한 개인적인 태도의 함수로 간주하였다(식 4). 따라서 이전 시점(t_1)의 의도는 미래 시점(t_2)의 순응 수준으로서의 역할을 한다(식 5). 이 관계식을 그림으로 나타나면 아래의 <그림 2-1>과 같다.

<그림 2-1> Oliver의 경로 다이어그램

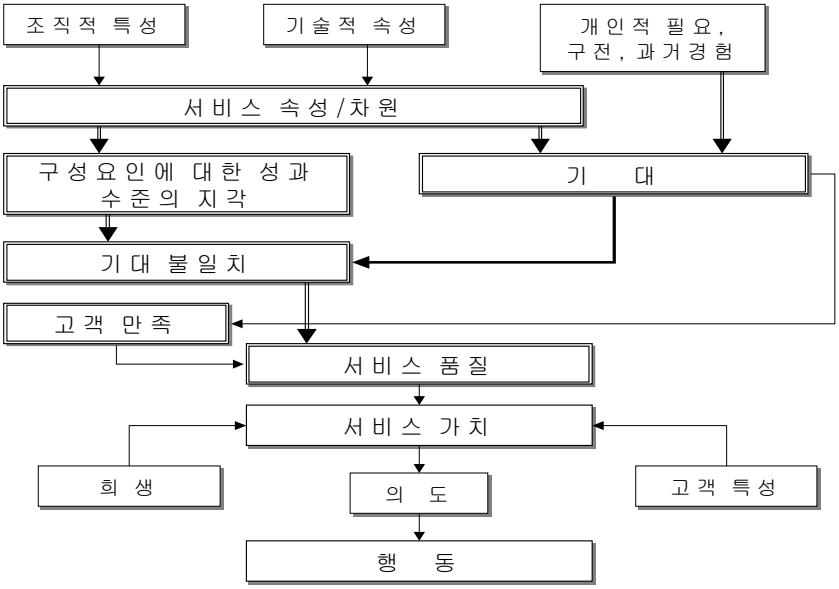


Oliver, R. L., "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions," *Journal of Marketing Research*, Vol. 17, Nov, 1980, pp.460-469.

Oliver의 주장에 의하면 고객의 기대와 기대 불일치는 고객의 만족에 영향을 주며, 만족경험은 구매 후 태도와 함께 미래의 구매의도에 영향을 미친다고 하였다.

한편 Bolton과 Drew(1991)는 기대 불일치 패러다임 하에서 서비스 품질과 고객만족의 관계를 설명하였다. 그들은 사전경험과 기대를 가지고 있는 고객 즉 서비스 성과수준, 전반적인 서비스 품질 및 서비스와 기대를 가지고 있는 고객이 서비스성과 수준, 전반적인 서비스 품질 및 서비스 가치를 어떻게 평가하는지에 대해 <그림 2-2>와 같은 모형을 개발하였다. 이 개념화는 고객의 서비스 품질에 대한 지각은 기대불일치에 직접 영향을 받고, 기대불일치, 기대 및 실제 성과수준에 간접적인 영향을 받는다는 것이다. 서비스 가치에 대한 고객의 평가는 희생과 고객특성의 준거체계에 좌우된다. 따라서 재무비용, 비 재무비용, 고객의 취미 및 고객의 특성에서 차이가 있으므로 서비스 가치에 대한 고객평가는 차이가 있다. 한편 만족은 서비스 품질의 고객평가, 구매의도 및 행동에 영향을 미친다.

<그림 2-2> Bolton과 Drew 모델



Ruth N. Bolton and James H. Drew, "A Multistage Model of Customer's Assessments of Service Quality and Value," *Journal of Consumer Research*, Vol.17, 1991, pp.374-384.

제 4 절 고객 만족

4.1 고객만족

고객만족의 개념은 소비자 행동연구에서 소비자 구매의사결정과정의 결과변수이며 마케팅 전략상 중요한 의미를 가지는 개념이다. 고객만족이 마케팅 분야에서 체계적으로 연구된 것은 1965년 Cardozo부터였으며, 최근 20여 년간 소비자 및 마케팅 그리고 공공정책차원에서 새로운 개념으로서 관심의 초점이 되고 있다(Jackson et al. 1985).

고객만족이란 어떤 특정한 제품이나 서비스의 구매나 소비경험에 대한 구매자의 주관적이고 전반적인 평가반응이다. 이러한 평가반응은 느낌이나 감정뿐만 아니라 판단적 신념을 모두 포함한다. 평가의 기초는 고객마다 다양할 수 있으며, 자신들이 기대하는 비교의 기준이나 제품속성, 혜택, 소비결과에 대해서도 다양해질 수 있다(Westbrook, 1981).

이러한 고객만족에 관한 연구의 실증적 조사는 기대-불일치 패러다임으로부터 시작되었다. 이러한 모형에서 고객만족이란 비교과정의 결과로 나타난다. 고객의 제품에 대한 만족도는 제품성과와 기대의 비교를 통해 형성된다. 만약 제품성과가 기대보다 높으면(긍정적 불일치) 만족감은 높아지고, 기대에 미치지 못하면(부정적 불일치) 만족감은 감소된다. 고객만족이란 기대불일치의 함수임이 밝혀진 것이다. 그러나 초기의 고객만족연구에서는 기대가 고객만족에 어떤 영향을 미칠 것인지, 또는 지각된 성과가 고객만족에 어떤 영향을 미칠 것인지에 연구의 초점이 있는 것이 아니라 기대에 의해 성과평가가 어떤 영향을 받을 것인지를 동화이론이나 대조이론, 또는 인지 부조화 이론으로 검증하고자 하였다. 다시 말하면 초기의 기대-불일치 모형에서는 기대와 불일치를 따로 측정하지 않았다. 기대 불일치는 기대와 성과간의 차이로 정의되어졌으며 기대와 성과 조직들의 조합으로 측정되어졌다. 기대 불일치를 기대와 성과와는 독립적으로 정확하게 측정하는 것이 어려웠던 것이다(Anderson, 1994).

이에 대해 Oliver(1980)는 기대와 불일치는 서로 독립적이며, 구매 후 제품성과를 완전히 설명하려면 기대와 기대불일치 두 변수가 필요하다고 주장하였으나 이러한 전통적인 기대-기대 불일치 패러다임만으로는 소비자의 만족/불만족의 형성과정에 대한 설명을 충분히 할 수 없는 상황들도 있다. 즉, 어떤 조건하의 소비상황에서는 제품성과가 높을 때 소비자들은 기대 불일치임에도 불구하고 만족감을 느끼게 될 수 있다(churchill and Suprenant, 1982).

이러한 고객만족 연구들에서 선행요인들은 최초의 기대-기대불일치 모형에서 가정되어왔던 것보다도 훨씬 복합적일 수 있다는 것을 제시하고 있다. 이러한 문제들을 해

결하기 위하여 Yi(1991)는 제품 모호성(Product ambiguity)의 개념을 도입하여 제품모호성은 기대, 성과 그리고 기대 불일치가 고객만족을 결정하는 방식을 조절함을 입증하였다.

4.2 고객만족의 측정

고객만족에 대한 측정은 직접적인 조사와 간접적인 조사를 상호 보완시켜 연구목적에 맞게 적절히 진행시켜야 한다. 직접적인 조사방법은 가장 널리 사용되고 있는 수단으로 목적이 명백하고 반응이 애매하지 않다는 장점과 고객만족도가 그 측정사이의 관계가 명확하다는 장점을 가지고 있으나 응답자가 측정을 의식해 왜곡된 반응을 보일 수 있으며, 표본추출에서의 편의, 면접자의 편의, 무응답 편의 등의 단점이 있고, 조사 자료의 타당성에도 많은 의문이 제기된다.

반면에 불평이라든가 재이용의도로 고객만족을 측정하는 간접적 조사방법들은 측정대상이 고객만족과 밀접히 연관되며 응답자의 측정에 대한 의식을 약화시킬 수 있다는 점에서 중시되는 측정방법이다. 재이용의도와 같은 측정대상의 고객만족과 밀접히 연관되며 응답자의 측정에 대한 의식을 약화시킬 수 있다는 점에서 중시되는 측정방법이나, 불평이나 재이용의도와 같은 측정대상의 고객만족과의 관계가 명백하지 않고 다른 요인들의 영향에 대해 독립된 측정이 곤란하다는 점, 그리고 표본추출상의 편의에서 자유롭지 못하다는 점 등이 지적되고 있다.

결국 두 가지 측정방법은 각각의 장단점을 갖고 있기 때문에 연구의 목적에 맞게 적절히 조화시켜야 할 것이다. 이 경우 양자를 배타적으로 인식하지 말고 상호보완적인 수단이라는 점을 생각해 적절히 조화시키는 전략도 유용하다. 또 고객만족의 측정에서 제시되는 문제 중에 단일항목에 의한 측정과 복수항목에 의한 측정이 있다. 일반적인 견해에 의하면 복수항목에 기초한 측정이 단일항목에 기초한 측정보다 신뢰성에서 더 우월하다고 한다. 본 연구에서도 이에 따라 복수항목에 의한 측정을 시도할 것

이다.

고객만족의 정의와 측정에 관련되어 제기되는 이슈 중에서 고객만족요인 구조에 관한 것이 있다. 많은 연구에서 고객만족은 단일차원상의 개념이라 정의되고 있으며 복수차원에 대한 가능성은 탐구되지 않고 있다. 다만 몇몇 연구(Czepiel et al.1974; Levitt, 1981; Oliver, 1982)에서만 이에 대한 연구가 진행되었다. 복수구조 요인에 대한 연구 중에서 가장 많이 인용되는 것이 이요인 이론이다. 이는 직무만족에 대한 Herzberg의 연구에서 직무만족과 불만족이 각기 다른 요인들에 의해 규정된다는 가설이다. 즉 이른바 만족요인들이 충족되면 직무만족이 발생하지만 그렇다고 해서 만족요인들이 충족되지 않는다고 불만족이 발생하는 것은 아니다라는 주장이다. 역으로 위생이론들은 불만족에만 관여할 뿐 만족형성에는 무관하다는 주장을 하고 있다. 이와 같은 주장은 만족과 불만족이 단일 연속 상에서 양극단을 차지한다는 단일요인구조 이론과 상치된다. 현재까지는 만족의 요인구조에 대해서는 합치된 견해가 없기에 향후 이에 대한 연구가 필요하다고 하겠다.

제 5 절 재이용의도

일반적으로 소비자가 제품 또는 서비스의 구매에서 만족을 얻게 되면 재이용의도가 더욱 높아질 것이다. 즉, 특정제품이나 서비스에 만족한 소비자는 그 만족이 계속 누적될수록 재구매 확률이 높게 나타날 것이다.

Oliver(1986)의 연구에서도 고객만족이 소비자의 태도에 영향을 미치고 계속하여 재 구매에 영향을 미친다는 가설이 지지되었고, Bitner(1990)의 연구에서도 고객만족이 지각된 서비스품질에 영향을 미치고 또한 서비스품질이 구매의도에 영향을 미칠 뿐만 아니라 고객만족 역시 재 구매의도에 영향을 미치는 것으로 밝히고 있으며, Baker 등(1992)도 그들의 연구에서 소매점의 물적 환경이 소비자 만족에 직접적인 인과관계

가 있으며 소비자만족은 재 구매의도에 직접적인 영향이 있음을 밝히고 있다.

국내의 연구에 있어서도, 구문회(1995)는 호텔의 사례를 통하여 신뢰와 만족은 재 방문의도와 구전에 영향이 있고, 이수광(1997)도 서비스품질은 만족의 선행변수이며 재 구매의도에 직접적인 영향을 미친다고 하였다.

조재완(1998)도 호텔의 실증연구를 통해 고객만족은 재 구매에 유의적인 영향을 미친다고 하였고, 전기환(1998)은 여행사를 이용하는 여행객들을 대상으로 조사한 결과, 여행객들과의 장기적인 관계를 구축하는데 중요한 요인인 관계의 질 요인(신뢰, 만족, 몰입)이 높을수록 여행객의 재 구매의도가 높아지고 또한 구전효과에도 긍정적인 영향을 미친다고 하였다.

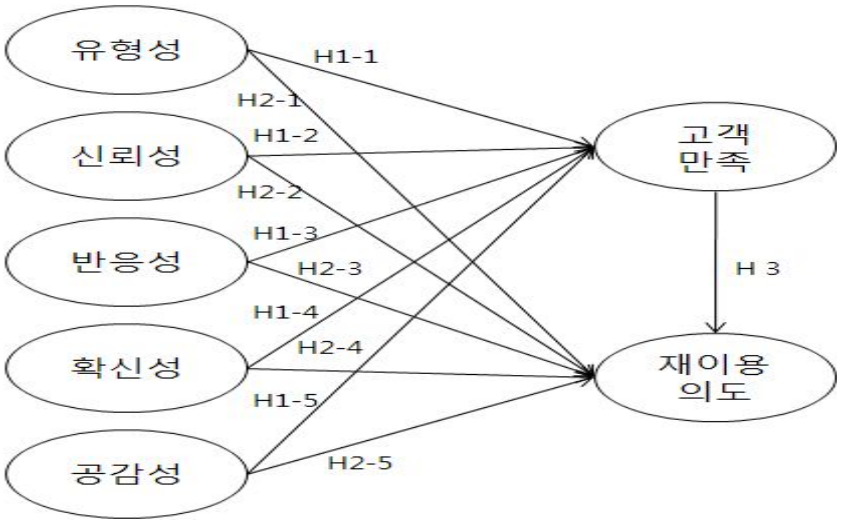
또한 박중환(1999)의 연구에서도 호텔고객의 만족이 클수록 재 구매의도는 클 것이라고 입증했고, 주형근(1999)의 대형할인점의 연구에서도 고객만족은 재 구매의사와 구전의도에 긍정적인 영향을 준 것으로 나타나, 서비스에 만족한 고객은 재 구매 할 확률이 높게 나타난다고 할 수 있겠다.

제 3 장 연구모형 및 가설설정

제 1 절 연구모형

본 연구에서는 사회복지서비스 품질 요인이 고객만족에 미치는 영향과 사회복지 서비스 품질, 고객만족 및 재이용의도의 인과관계를 파악하고, 사회복지 서비스 품질과 재이용의도 사이에 고객만족이 매개역할을 하는지를 구조적으로 분석하고자 하였다. 또한 사회복지관에서의 고객에 대한 관계적인 노력정도에 어떻게 영향을 받을 수 있는지를 파악하기 위하여 전술한 연구가설을 토대로 실증분석을 위한 개념적인 틀로서의 연구모형을 제시하면 다음 <그림 3-1>과 같다.

<그림 3-1> 연구모형



제 2 절 가설설정

설정한 연구모델의 실증분석을 위해서 위의 이론적 배경부분의 내용에 기초하여 관련 변수 및 연구가설을 설정하고 이들의 관계를 수집된 자료에 의해 분석하고자 한다.

2.1 사회복지 서비스 품질과 고객만족과의 관계

기업에서 실시하는 고객만족도 조사는 고객 중심적인 변수들을 사용하는 반면 학술적 만족도 조사는 고객 만족도 측정 척도의 내적 타당성을 높이는데 초점을 두고 있는데(Mittal and Kamakur, 1988), 서비스 품질과 고객만족도의 개념 상 분리하기는 어려운 측면이 있다. 이러한 관계들은 서비스 품질을 연구하는 학자들이 고객만족도와 서비스 품질과의 선행관계를 연구하였다는 점에서도 찾을 수 있다(Cronin and Taylor, 1992; Gronroos, 1990; Zeithaml et al. 1993).

Cronin and Taylor(1992)는 인지된 서비스 품질이 고객만족으로 이끈다고 하여 서비스 품질이 고객만족의 선행조건임을 주장하였다. 서비스 품질과 고객 만족간의 관계는 Gronroos(1990) and Zeithaml(1993)에 의해서 서비스 품질이 고객 만족의 선행요인이라는 관계가 검증된 바가 있다.

Stafford(1998)등은 자동차 보험 가입자들을 대상으로 한 SERVQUAL, 고객만족간의 관계 검증에서 신뢰성 요인이 서비스 품질과 고객 만족에 가장 중요한 결정 요인인 것을 밝혔다. 따라서 본 연구에서는 위 논의를 근거로 사회복지서비스 품질과 복지관을 이용하는 고객만족과의 관계를 다음과 같은 가설을 설정한다.

가설 1 : 사회복지서비스 품질은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1 : 사회복지 서비스의 유형성 요인은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2 : 사회복지 서비스의 신뢰성 요인은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3 : 사회복지 서비스의 반응성 요인은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-4 : 사회복지 서비스의 확신성 요인은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-5 : 사회복지 서비스의 공감성 요인은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.2 사회복지 서비스 품질과 재이용의도와의 관계

소비자의 재이용의도는 서비스 또는 제품의 재 구매 가능성이 있거나 다른 사람에게 서비스 또는 제품의 우수성을 자발적으로 추천할 가능성이 높은 상태를 의미하는 것으로 서비스 이용자의 재 이용가능성과 다른 사람들에게 권유 가능성 등은 특정 서비스 업체에 대한 구매의도 형성으로 간주할 수 있다.

Cronin and Taylor(1992)는 서비스 품질이 소비자 만족을 매개변수로 하여 재 구매의도에 유의적인 간접적 또는 직접적 영향을 미친다고 하였고, 조선배(1995)는 지각된 서비스 품질, 소비자 만족, 서비스 가치가 구매의도와 구매행동에 영향을 미친다고 하였다. 따라서 사회복지 서비스 품질이 우수할수록 사회복지관에 대한 재이용의도는 높아질 것이다라는 가설을 세울 수 있다.

가설 2 : 사회복지서비스 품질은 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1 : 사회복지 서비스의 유형성 요인은 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2 : 사회복지 서비스의 신뢰성 요인은 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-3 : 사회복지 서비스의 반응성 요인은 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-4 : 사회복지 서비스의 확신성 요인은 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-5 : 사회복지 서비스의 공감성 요인은 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.3 고객만족 및 재이용의도와의 관계

고객만족과 재이용의도의 관계는 유의한 인과관계가 형성되고 있음이 많은 연구들을 통해서 밝혀지고 있다. 고객만족과 서비스 품질 및 재이용의도 간의 관계에 관한 연구로는 만족이 재이용의도에 영향을 미친다는 연구(Oliver, 1980; Labarbera and Mazursky, 1983)와 소비자 만족이 서비스 품질을 매개변수로 하여 간접적으로 또는 직접적으로 구매의도에 영향을 미치고 있음을 밝힌 연구(Bitner, 1990; Bolton and Drew, 1991), 이유재(1996)의 경우 서비스 질이 고객만족의 선행변수가 되며, 고객만족은 재 구매의도와 구전에 영향을 미친다는 연구결과를 보여주었다. 지각된 서비스 품질을 선행변수로 하여 소비자 만족이 재이용의도에 미치는 영향을 밝힌 연구(Cromin and Taylor, 1992) 및 물적환경→소비자만족→구매의도의 유의적 관계를 밝힌 연구(Bitner, 1990) 등이 있다. 따라서 고객만족이 높을수록 재이용의도는 높아질 것이다라는 가설을 세울 수 있다.

가설 3 : 고객만족은 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

제 3 절 변수의 정의와 측정

3.1 변수의 정의 및 측정방법

1) 서비스 품질

서비스 품질에 관한 측정 변수는 Parasuraman(1988) 등이 사용한 SERVQUAL의 10가지 차원 중에서 사회복지서비스에 적합하고 중복되지 않는 요인으로 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성 등의 5개 요인을 추출 분석하였다.

유형성은 설비, 장비, 직원, 그리고 의사소통 도구들의 유형적인 모습을 의미한다. 이러한 것들은 고객들이 품질을 평가할 때 필요한 물리적 환경과 이미지를 제공한다. 서비스 제공자는 이미지를 높이기 위해 시설을 방문하는 서비스 분야에서 강조된다.

신뢰성은 약속한 서비스를 고객의 입장에서 정확히 제공하는 능력을 의미하고, 서비스 품질을 인지하는데 가장 중요한 요소로서 항상 서비스를 실수 없이 정확한 시간에 제공되는 것을 의미한다. 즉, 신뢰성이란 서비스 제공자가 서비스 제공과정 등에서 직접적으로 한 약속이나 광고나 홍보 등에서 간접적으로 한 약속을 제대로 지키는 것이다. 고객들은 신뢰성 있는 서비스 제공자를 선호하며, 더구나 중요한 서비스와 관련된 약소일 경우 더욱 그렇다. 서비스 제공자가 고객에 대한 신뢰할 수 있는 서비스를 제공하지 못한다면 고객에게 외면당하게 된다.

반응성은 고객들에게 도움이 되고, 예기치 못한 다양한 고객의 기대에 대응할 수 있는 서비스를 제공하겠다는 의지를 의미한다. 명백한 이유 없이 고객을 기다리게 하는 것은 고객들에게 서비스 품질에 대한 불필요한 부정적인 인식을 만들게 되므로 이 차원에서는 고객의 요구, 불만, 질문, 문제 등을 처리하는 배려와 신속성을 강조한다. 즉 반응성은 도움, 질문에 대한 대답 및 문제해결을 하는데 기다리는 시간으로 고객에게 전달되고, 반응성에는 유연성과 고객의 요구에 서비스를 맞추어 가는 고객화란 개념도 포함된다.

확신성은 서비스 제공자의 지식수준과 예의, 믿음 그리고 확신을 전달해 줄 수 있는 능력으로 고객에 의해 위험이 높다고 인지되는 서비스나 증권, 보험, 은행 등의 서비스와 같이 결과를 평가할 능력에 대한 자신이 없을 때 특히 중요하다.

공감성은 서비스 제공자가 갖는 고객에 대한 관심과 배려로 이 차원의 핵심은 고객이 특성화되고 주문화된 서비스를 통해 고객 자신이 특별하고 독특하다는 것을 전달하는 것이다. 서비스 제공자는 고개의 이름과 개별적 욕구, 기호 등을 파악하여 이를 감안한 관계를 구축한다.

본 연구에서는 이와 같은 사회복지 서비스 품질 요인에 대하여 사회복지관을 이용

한 주민들을 대상으로 유형성 요인 4항목, 신뢰성 요인 5항목, 반응성 요인 4항목, 확신성 요인 4항목, 공감성 요인 5항목으로 측정하였다.

2) 고객만족

서비스에 대한 고객만족은 Lee and Yoo(1999)와 Oliver(1980), Spreng and Mackoy(1996) 등이 이용한 4개의 만족 측정항목들을 이용하였다. 질문 내용은 이 복지관을 이용하기로 한 이용결정에 대한 만족여부, 이 복지관의 서비스시설에 대한 만족, 이 복지관의 서비스방식에 대한 지각정도와 전반적인 복지관에 대한 만족정도 등의 항목에 대하여 5점 척도로 측정하였다.

3) 재이용의도

고객의 재이용 의도는 구문회(1995)가 호텔이용고객을 대상으로한 연구에서 사용한 도구를 수정보완하여 재방문 시 이용태도, 긍정적인 추천, 권유가능성 등 3문항으로 구성하고, 이를 Likert 5점 척도로 측정하였다.

3.2 분석방법

본 연구에서는 실증분석 모델에서 제시된 변수들 간의 상호 인과성을 검증하는데 그 주안점을 두었으므로 연구의 신뢰도를 높이기 위한 각 개념을 복수항목으로 측정하였으며, 이들 연구단위들의 관계검증을 위해 구조방정식 모델(Structure equation model)을 이용하였으며, 통계 패키지인 LISREL 8.30을 이용하였다.

척도정제를 위해 신뢰도분석을 실시 Cronbach's Alpha 값을 제시하였으며, 이후 각 구성개념(Construct)에 대한 탐색적 요인분석 및 확증적 요인분석을 실시하고, 정제된 변수들을 이용하여 가설을 검증하였다. 제안된 모형의 적합도를 평가하기 위해 여

러 가지 지표를 이용하였는데 이를 위한 기준으로 GFI(Goodness of Fit Index: > .90이 바람직함), AGFI(Adjusted Goodness-of-Fit Index; > .90이 바람직함), RMSR(Root Mean Square Residual; .05보다 작을수록 바람직함), CFI(Comparative Fit Index; > .90이 바람직함), χ^2(작을수록 바람직함), χ^2에 대한 p값(>= .05가 바람직함) 등을 이용하였다.

제 4 장 실증분석

제 1 절 연구대상과 표본설정

본 연구는 사회복지서비스를 이용한 경험을 보다 정확하게 측정하기 위해서 광주·전남지역의 사회복지관을 많이 이용하고 있는 노년층을 위주로 자료를 수집하였다. 자료수집 기간은 2009년 9월 10부터 9월 25일 까지 총 240부를 배포하여 220부의 자료를 수집한 후 자료를 검토하여 이상한 부분이나 중요한 변수에서 미응답이 있는 10부를 제외한 200부를 분석대상으로 실시하였다. 본 연구의 표본 추출방법은 편의추출(Convenience Sampling)로 하여 본인과 면접원이 설문취지를 설명한 후에 응답의사를 표명한 고객만을 대상으로 설문지를 배포하였으며, 배포한 후 기다렸다가 즉시 회수하는 방법으로 회수율을 높이도록 하였다.

<표 4-1> 표본의 특성

인구 통계적 요인	변수	응답 수	비율(%)	누적비율(%)
성별	남자	73	36.5	36.5
	여자	127	63.5	100
연령층	10대	5	2.5	2.5
	20대	2	1.0	3.5
	30대	7	3.5	7.0
	40대	11	5.5	12.5
	50대	53	26.5	39.0
	60대 이상	122	61.0	100
교육정도	중졸이하	146	73.0	73.0
	고재	3	1.5	74.5
	고졸	39	19.5	94.0
	대졸	11	5.5	99.5

	대학원 재	1	0.5	100
직업	고등학교 재학	4	2.0	2.0
	회사원	9	4.5	6.5
	자영업	16	8.0	14.5
	교수, 교사	1	0.5	15.0
	주부	121	60.5	75.5
	무직	49	24.5	100
월수입	100만원 이하	167	83.5	83.5
	101-200만원	17	8.5	92.0
	201-300만원	8	4.0	96.0
	301-400만원	5	2.5	98.5
	기 타	3	1.5	100

<표 4-1>에 의하면 성별은 남자가 36.5% 여자가 63.5%였으며, 연령은 50대와 60대 이상이 각각 26.5%, 61.0%로 주로 노년층이 많은 부분을 차지하였다. 또한 교육수준은 중학교(졸)가 73.0%, 직업은 주부가 60.5%로 가장 높게 나타났다. 월수입으로는 83.5%가 100만원 이하의 수입을 벌어들이는 것으로 나타났다. 위의 결과는 노년층 위주로 표본을 수집하였기 때문에 나타나는 결과라고 하겠다.

제 2 절 타당성 분석 및 신뢰도 분석

본 연구의 가설에 앞서 이루어져야 할 것은 가설검정에 필요한 각 개념들이 신뢰성과 타당성을 가지고 측정되었는지에 대한 분석이 필요하다. 신뢰성은 측정하고자 하는 개념을 반복하여 측정하였을 때에도 동일한 측정값을 얻을 가능성을 의미하는 것으로 결과가 얼마나 일관성이 있는가 하는 정도를 나타낸다.

내적 일관성 검정법은 같은 개념을 측정하기 위해 여러 개의 항목을 이용하는 경우 측정 도구 내의 항목별 평균적인 상관관계를 고려하여 신뢰성을 확인하려는 것으로 신뢰성을 저해하는 항목을 찾아내어 측정도구에서 제외시킴으로 측정도구의 신뢰성을 높이기 위

한 방법으로 Cronbach's Alpha계수를 이용하였는데, Cronbach's Alpha에 의한 신뢰성 검정은 위에서 제시한 문제점이 없고, 사용이 간편하기 때문이다.

타당성은 측정하려고 하는 개념이나 속성을 얼마나 정확하게 반영하고 있는가의 문제이다. 즉, 특정개념이나 속성을 측정하기 위하여 개발한 측정도구가 그 속성을 정확하게 반영하고 있는가의 문제이다.

본 연구에서는 각 개념들의 신뢰성과 타당성을 확인하기 위해서 우선 요인분석을 통해 변수들의 일차원성을 검토한 후에 이들의 신뢰성을 Cronbach's Alpha값을 통하여 확인한다. 요인분석(Factor analysis)은 여러 변수들의 저변에 존재하는 하나의 혹은 여러 개의 요인(factor)들을 찾아내는 통계적 기법으로 여러 개의 변수들을 그 보다 적은 수의 요인으로 정리한다는 점에서 요인분석은 자료를 축소하고 요약하는 기능을 갖는다. 한편 변수들을 요인별로 정리한다는 점에서 분류의 기능도 가지고 있다.

요인분석은 탐색적(exploratory) 요인분석과 확증적(confirmatory) 요인분석으로 나뉘는데, 탐색적 요인분석은 연구 대상의 저변에 존재하는 잠재요인을 찾아보거나, 자료를 요인으로 축소하여 살펴보는데 사용한다. 반면 확증적 요인분석은 잠재요인에 대한 가정을 계량적으로 확인하는데 사용한다. 그렇다고 이 둘 사이의 경계가 항상 명확한 것은 아니다. 다만 확인적 요인분석을 실행하기 위해서는 통상 연구 대상에 많은 사전적 지식을 갖고 있어야 한다(SPSS 사회조사분석, 1999). 그러므로 본 논문은 탐색적 요인분석과 확증적 요인분석을 실시할 것이며, 이 과정에서 적절한 요인으로 묶이지 않거나, 전체 항목간의 상관관계를 검토한 결과 수정된 총 점수와의 상관관계가 낮고 Alpha값을 상당히 개선시키는 항목은 최종분석에서 제외되었다.

2.1 사회복지 서비스 품질의 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석

탐색적 요인분석에 있어서 요인추출은 정보의 손실을 최소화하면서 요인 수를 줄이

기 위한 주성분분석(Principal Component Analysis) 방식을 사용하였으며, 요인의 회전에는 직각회전(Varimax) 방식을 사용하였다.

<표 4-2> 사회복지 서비스 품질의 요인분석 및 신뢰도 분석

항목	공감성	유형성	반응성	확신성	신뢰성
공감성5	**0.76**	0.11	0.21	0.18	0.37
공감성2	**0.73**	0.20	0.15	0.18	-0.12
공감성4	**0.67**	0.16	0.21	0.09	0.45
공감성6	**0.64**	0.28	0.50	0.20	-0.02
공감성1	**0.63**	0.31	0.19	0.25	0.13
유형성1	0.25	**0.83**	0.20	0.17	0.06
유형성2	0.27	**0.80**	0.21	0.26	0.09
유형성3	0.16	**0.69**	0.28	0.28	0.23
반응성3	0.20	0.10	**0.83**	0.12	0.02
반응성2	0.21	0.24	**0.82**	0.21	0.16
반응성1	0.23	0.33	**0.77**	0.07	0.18
확신성1	0.25	0.31	0.10	**0.80**	0.13
확신성2	0.26	0.17	0.26	**0.78**	0.17
신뢰성4	0.13	0.12	0.10	0.45	**0.75**
신뢰성2	0.15	0.59	0.17	-0.06	**0.61**
고유치	2.829	2.721	2.642	1.871	1.479
설명분산	18.860	18.141	17.612	12.475	9.857
누적분산	18.860	37.001	54.613	67.088	76.945
Cronbach's Alpha	.858	.873	.863	.814	.643

사회복지 서비스 품질에 대한 요인분석결과는 <표 4-2>에서 나타난 바와 같이 5개의 요인으로 나타났다. 각 요인별로 적재치(Factor loading)를 살펴 0.6이상인 변수들만 추출하였는데, 그 결과 15개의 서비스 품질이 5개의 요인으로 공감성, 유형성, 반응성, 확신성, 신뢰성으로 명명하였다.

공감성를 설명해 주는 설명분산은 18.86%였으며, 유형성 및 반응성을 나타내 주는

분산비율은 각각 18.14%과 17.61%이었다. 전체적인 누적 분산 설명비율은 76.95%로 나타났다. 또한 도출된 차원들의 내적 신뢰성 검증을 위한 Cronbach's Alpha 분석결과 모든 차원들이 일반적으로 기준값 0.6을 초과함으로써 각 문항에 대한 신뢰성을 확보하였다. Cronbach's Alpha 분석결과 공감성 α=.858, 유형성은 α=.873, 반응성 α=.863, 확신성은 α=.814, 신뢰성 α=.643으로 나타났다.

2.2 내생변수의 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석

내생변수인 고객만족 및 재이용의도 관한 요인분석 결과 7개의 문항 중 1개의 문항을 제외한 나머지 6개의 문항이 2개의 요인으로 구분되었다.

<표 4-3> 내생변수의 요인분석 및 신뢰도 분석

항 목	재이용의도	만족도
재이용의도2	**0.87**	0.22
재이용의도3	**0.85**	0.13
재이용의도1	**0.73**	0.46
만족도3	0.12	**0.91**
만족도4	0.25	**0.87**
만족도1	0.46	**0.66**
고유치	2.300	2.293
설명분산	38.336	38.214
누적분산	38.336	76.549
Cronbach's Alpha	.827	.828

<표 4-3>에서 나타난 바와 같이 본 연구의 내생변수와 관련하여 각 요인을 측정하기 위해 사용된 설문문항들의 요인 적재치(Factor loading)가 요인별로 높게 나와 개념적으로 도출된 요인인 고객만족 및 재이용의도가 명확히 구분되었다.

이 요인들을 설명해 주는 누적분산비율은 76.55% 이었으며, 고객만족 설명분산 비율이 38.34%로 나타났으며, 고객만족 설명분산 비율 또한 38.21%로 나타났다. Cronbach's Alpha 분석결과 만족도는 α=.828, 재이용 의도는 α=.827 이었다.

2.3 전체단위에 대한 확증적 요인분석

다음의 <표 4-4>은 전체 연구 단위들의 확증적 요인분석을 결과를 보여주고 있다.

χ^2=331.09 자유도(d/f)=169 p=0.000, GFI=0.88, AGFI=0.84, RMSR=0.050, NFI=0.90, CFI=0.94로 구조모형을 분석하는데 무리가 없는 것으로 나타났으며, 연구단위들에 대한 표준 부하량(Standardized loadings)이 모두 유의적으로 나타나 집중타당성이 입증되었다. 각 연구들에 대한 경로계수 값들을 살펴보면 모두 99% 신뢰수준에서 매우 유의적인 것으로 나타남에 따라 모든 예측 변수들이 자신의 고유개념에 유의적으로 관련되어 있어 척도의 수렴타당성이 입증되었다.

<표 4-4> 전체 연구단위들에 대한 확증적 요인분석 결과

요 인		측정항목	표준화 경로계수	표준오차	t - value
사회복지 서비스 품질	유형성1	LX11	0.78*	-	-
	유형성2	LX12	0.82	0.07	15.66
	유형성3	LX13	0.81	0.09	11.58
	신뢰성1	LX21	0.71*	-	-
	신뢰성2	LX22	0.69	0.11	8.48
	반응성1	LX31	0.85*	-	-
	반응성2	LX32	0.91	0.07	15.65
	반응성3	LX33	0.72	0.07	11.64
	혁신성1	LX41	0.82*	-	-
	혁신성2	LX42	0.86	0.09	11.91
	공감성1	LX51	0.82*	-	-
	공감성2	LX52	0.72	0.08	10.83
	공감성3	LX53	0.71	0.07	12.71

	공감성4	LX54	0.80	0.08	12.43
	공감성5	LX55	0.59	0.09	8.41
고객만족	만족1	LY11	0.72*	-	-
	만족2	LY12	0.82	0.12	6.33
	만족3	LY13	0.85	0.13	6.67
재이용 의도	재이용1	LY21	0.91*	-	-
	재이용2	LY22	0.75	0.07	11.08
	재이용3	LY23	0.61	0.08	8.66
GFI	0.88	CFI	0.94		
AGFI	0.84	IFI	0.93		
NFI	0.90	RMSR	0.050		
NNFI	0.92	Chi-square/df	331.09/169(p=0.00)		

* FIX=1.00 고정, *모든 변수들은 P<0.001에서 유의적임

2.4전체단위에 대한 상관관계분석

확증적 요인분석 결과 단일 차원성이 입증된 각 연구단위별 척도들에 대하여 서로의 관계가 어떤 방향이며, 어느 정도의 관계를 갖는지를 알아보기 위하여 상관관계 분석을 실시하였다.

분석결과, 〈표 4-5〉와 같이 연구 단위들 간에는 유의적인 정(+)의 관계를 갖고 있는 것으로 나타나 본 연구에서는 사용된 연구 단위들은 추후 분석을 위한 타당성이 있다고 하겠다.

<표 4-5> 전체 연구단위들에 대한 상관관계분석

요인	평균	유형성	신뢰성	반응성	확신성	공감성	만족도	재이용의도
유형성	3.27	1.00						
신뢰성	3.31	0.59	1.00					
반응성	2.95	0.57	0.43	1.00				
확신성	3.25	0.59	0.49	0.47	1.00			
공감성	3.14	0.61	0.51	0.62	0.59	1.00		

만족도	3.34	0.66	0.63	0.45	0.46	0.64	1.00	
재이용의도	3.29	0.39	0.50	0.38	0.51	0.55	0.58	1.00

모든 요인에 대한 상관관계 **p<.001에서 유의함

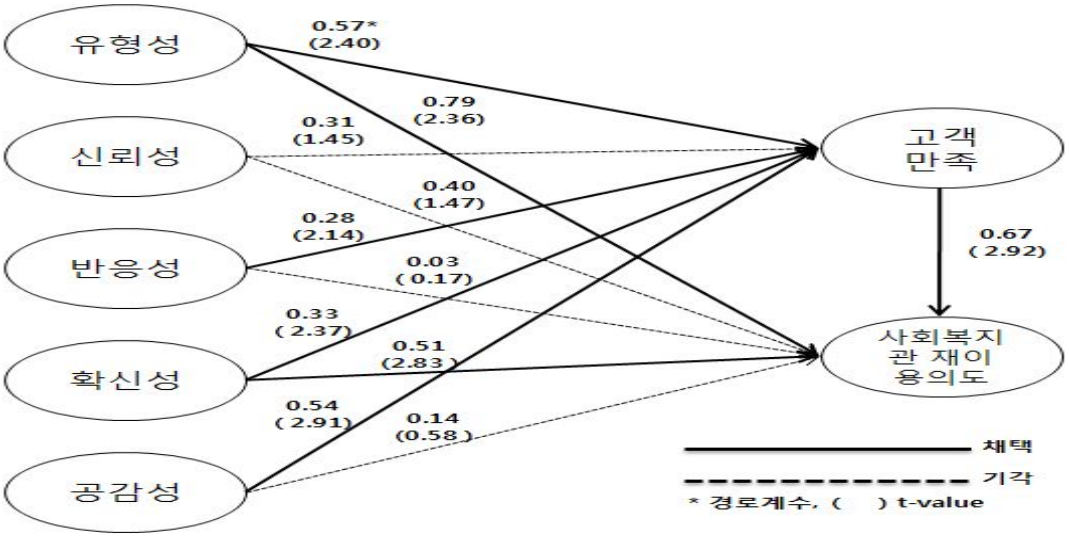
제 3 절 가설검증

본 연구의 전체적인 구조모형(Overall model)을 검증한 결과 χ^2=331.09 자유도(d/f)=169 p=0.00, GFI=0.88, AGFI=0.84, RMSR=0.050, NFI=0.90, CFI=0.94로 구조모형을 분석하는데 무리가 없는 것으로 나타났다.

이 모형은 앞서 언급한 구조방정식에서 일반적인 평가기준으로 삼는 지표들과 비교할 때 χ^2값에 대한 p값, AGFI 값은 기준을 충족시키지 않으나, NFI가 .90이상이며 CFI 지수가 .90이기 때문에 분석에는 무리가 없을 것으로 판단된다(Hair et al. 1995).

사회복지 서비스품질 요인인 유형성, 신뢰성, 반응성, 혁신성, 공감성, 고객만족 및 재이용의도 등 연구 단위들 간의 관계에 대한 가설을 검증하기 위하여 분석한 결과는 <그림 4-1>와 같다.

〈그림 4-1〉 사회복지 서비스 품질과 결과변수들 간의 인과관계 연구모형



Lisrel 추정치를 기초로 하여 가설을 검증한 결과는 다음과 같다.

먼저 사회복지 서비스 품질이 좋을수록 고객만족이 영향을 미칠 것이라는 가설 1을 검증하기 위해 구조방정식 구조모형으로 세부가설을 분석한 결과 가설 1-1의 유형성이 고객만족에 미치는 경로계수 값은 γ_{11}=0.57, t=2.40으로 사회복지 서비스 품질의 유형성은 고객만족에 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 세부가설 1-1은 채택되었으며, 가설 1-2의 세부가설을 검증한 결과 신뢰성이 고객만족에 미치는 경로계수 값은 γ_{12}=0.31, t=1.45로 사회복지 서비스 품질의 신뢰성은 고객만족에 유의적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 세부가설 1-2는 기각되었다.

사회복지 서비스 품질인 반응성이 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 1-3을 검증한 결과 경로계수 값은 γ_{13}=0.28, t=2.14로 사회복지 서비스 품질의 반응성은 고객만족에 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 세부가설 1-3은 채택되었으며, 가설 1-4인 확신성과 고객만족과의 관계를 분석한 결과 경

로계수 값은 γ_{14}=0.33, t=2.37로 사회복지 서비스 품질의 확신성은 고객만족에 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1-4는 채택되었다.

마지막으로 사회복지서비스 품질인 공감성이 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 1-5를 검증한 결과 경로계수 값은 γ_{15}=0.54, t=2.91로 사회복지 서비스 품질의 공감성은 고객만족에 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 1-5는 채택되었다. 따라서 사회복지 서비스 품질의 5개요인 중 신뢰성을 제외한 나머지 4개 요인은 고객만족에 모두 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 1은 부분 채택되었다.

가설 2인 사회복지 서비스 품질이 좋을수록 사회복지관 재이용의도에 영향을 미칠 것이라는 가설을 검증하기 위해 구조방정식 구조모형으로 분석한 결과 가설 2-1의 유형성이 사회복지관 재이용의도에 미치는 경로계수 값은 γ_{21}=079, t=2.36으로 사회복지 서비스 품질의 유형성은 사회복지관 재이용의도에 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 세부가설 1-1은 채택되었으며, 가설 2-2의 세부가설인 신뢰성이 사회복지관 재이용의도에 미치는 영향관계를 알아본 결과 경로계수 값은 γ_{22}=0.40, t=1.47로 사회복지 서비스 품질의 신뢰성은 사회복지관 재이용의도에 유의적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 세부가설 2-2는 기각되었다.

사회복지 서비스 품질인 반응성이 사회복지관 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 2-3을 검증한 결과 경로계수 값은 γ_{23}=0.03, t=0.17로 사회복지 서비스 품질의 반응성은 사회복지관 재이용의도에 비 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 세부가설 2-3은 기각되었으며, 가설 2-4인 확신성과 사회복지관 재이용의도와의 관계를 분석한 결과 경로계수 값은 γ_{24}=0.51, t=2.83으로 사회복지 서비스 품질의 확신성은 사회복지관 재이용의도에 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 2-4는 채택되었다.

마지막으로 사회복지서비스 품질인 공감성이 사회복지관 재이용의도에 정(+)의 영

향을 미칠 것이라는 가설 2-5를 검증한 결과 경로계수 값은 γ_{25}=0.14, t=0.58로 사회복지 서비스 품질의 공감성은 고객만족에 비 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 2-5는 기각되었다. 따라서 사회복지 서비스 품질의 5개요인 중 유형성과 확신성만이 사회복지관 재이용의도에 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 2 는 부분 채택되었다.

가설 3인 고객만족이 높을수록 사회복지관의 재이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 3을 검증한 결과 β_{12}=0.67, t=2.92로 고객만족과 재이용의도에 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 3은 채택되었다. 이러한 결과는 Bolton and Drew(1991)의 주장과 일치되는 연구결과를 보였다.

<표 4-6> Lisrel 분석결과 및 가설검증

가설		경로 및 방향	LISREL 추정치	표준 오차	t-value	표준화 추정치	검증
가설 1	1-1	유형성 ----> 고객만족	0.73	0.31	2.40	0.57	채택
	1-2	신뢰성 ----> 고객만족	0.44	0.31	1.45	0.31	기각
	1-3	반응성 ----> 고객만족	0.33	0.15	2.14	0.28	채택
	1-4	확신성 ----> 고객만족	0.40	0.17	2.37	0.33	채택
	1-5	공감성 ----> 고객만족	0.66	0.23	2.91	0.54	채택
가설 2	2-1	유형성 ----> 재이용의도	0.92	0.39	2.36	0.79	채택
	2-2	신뢰성 ----> 재이용의도	0.51	0.35	1.47	0.40	기각
	2-3	반응성 ----> 재이용의도	0.03	0.17	0.17	0.03	기각
	2-4	확신성 ----> 재이용의도	0.56	0.20	2.83	0.51	채택
	2-5	공감성 ----> 재이용의도	0.15	0.27	0.58	0.14	기각
가설 3		고객만족 ----> 재이용의도	0.61	0.21	2.92	0.67	채택

제 5 장 결 론

제 1 절 연구의 요약

본 연구는 사회복지서비스 기관인 사회복지관을 대상으로 고객만족에 영향을 미치는 서비스 품질요인을 파악하고 이를 이해하기 위한 포괄적인 개념인 개념적 구조를 제시하고 검증하는데 의의를 두었으며 따라서 사회복지 서비스 품질과 고객만족과의 관계, 고객만족을 지속시킬 수 있는 재이용의도와의 인과관계는 어떠한지 연구하고자 하였다. 세부 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 사회복지서비스의 평가 및 측정척도로 SERVPERF 같은 기업의 서비스 품질 척도가 그대로 적용가능한지 그 신뢰성과 타당성을 검증하였고, 그 결과 공분산구조분석을 통해 모형검증을 실시한 결과 비 영리기업인 사회복지관 또한 Cronin and Taylor(1992)가 제시한 측정도구인 SERVPERF가 적합한 것으로 나타나 사회복지 서비스 평가에 적합한 것으로 확인되었다.

둘째, 사회복지 서비스 품질이 고객만족에 어떠한 영향을 미치는지 검증한 결과 신뢰성을 제외한 나머지 4개 항목인 유형성, 반응성, 확신성, 공감성이 사회복지관 이용자 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 유형성인 사회복지관의 설비, 장비, 직원의 차림, 의사소통의 도구들인 물리적 환경이 높을수록 복지관 시설을 이용하는 고객들의 만족도는 증대될 것이며, 반응성 요인인 복지관을 이용하는 고객들의 기대에 대응하는 서비스를 제공하겠다는 의지 및 고객의 요구, 불만, 질문, 문제 등을 처리하는 배려와 신속성 등이 높아진다면, 복지관을 이용하는 고객들의 만족도 또한 높아질 것이다. 확신성 또한 복지관 이용 고객만족에 영향을 미쳤는데, 서비스 제공자인 복지관 직원의 지식수준과 예의, 믿음 그리고 확신을 전달해 줄 수 있는 능력이 높을수록 복지관에 대한 만족도가 증대된다는 것을 알 수 있었다. 공감성 또한 복

지관 이용고객의 만족도에 긍정적인 영향을 미쳤는데, 이는 서비스 제공자인 복지관 직원의 고객에 대한 관심과 배려가 높아진다면 복지관 이용고객의 만족도가 높아질 것이라는 결론을 도출 할 수 있다. 마지막으로 사회복지 서비스 품질 중 신뢰성은 복지관 고객 만족도에 영향을 주지 못했다. 신뢰성은 서비스 제공자가 서비스 제공과정 등에서 직접적으로 한 약속이나 광고나 홍보 등에서 간접적으로 한 약속을 제대로 지키는 것으로 고객들은 신뢰성 있는 서비스 제공자를 선호하며, 서비스 제공자가 고객에 대한 신뢰할 수 있는 서비스를 제공하지 못한다면 고객에게 외면당하게 되므로 복지관 담당자들은 고객들의 신뢰성을 확보하기 위한 대안 마련이 필요할 것이다.

셋째, 사회복지 서비스 품질이 재이용의도에 어떠한 영향을 미치는지 검증한 결과 유형성과 확신성을 제외한 나머지 3개 항목인 신뢰성, 반응성, 공감성이 사회복지관 이용자 만족도에 영향을 미치지 못했다. 이는 유형성인 사회복지관의 설비, 장비, 직원의 차림, 의사소통의 도구들인 물리적 환경이 높을수록 복지관 시설을 이용하는 고객들이 재이용할 확률이 높아진다는 의미이며, 또한 확신성 서비스 제공자인 복지관 직원의 지식수준과 예의, 믿음 그리고 확신을 전달해 줄 수 있는 능력인 확신성이 높을수록 복지관의 이용정도가 높아진다는 것을 알 수 있었다.

넷째, 사회복지 서비스 품질 중 고객만족을 매개하여 재이용의도에 영향을 미치는 요인으로 유형성 및 확신성이 고객만족을 매개하는 것으로 나타났다. 즉, 반응성 및 공감성은 고객만족에는 영향을 미쳤으나, 재이용의도에는 영향을 미치지 않아, 고객만족과는 직접적인 영향을 미치지만 간접적으로는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 사회복지 서비스 품질인 유형성과 확신성의 경우 단기적인 고객만족을 넘어 지속적인 관계유지가 가능하지만, 반응성과 공감성의 경우 고객만족에만 영향을 미쳐, 단순한 고객만족 수준에 머물고 있어, 복지관을 재이용하고 지속적으로 이용할 수 있도록 복지관 이용고객을 위한 사회복지관의 서비스 관련 및 업무의 전문성 직원교육이 절실히 필요하겠다.

다섯째, 서비스 품질에 관한 선행연구를 살펴보면, 주로 표본의 대상이 주로 영리기업을 대상으로 이루어졌으나, 본 연구는 비 영리단체인 사회복지관을 대상으로 연구하고 분석하였다는데 그 의의가 크다고 하겠다.

제 2 절 연구의 한계점

본 연구는 다음의 몇 가지 점에서 한계를 가지고 있다.

첫째, 본 연구는 광주·전남지역의 사회복지관을 이용하는 주로 노년층을 대상으로 하여 도출된 연구 결과이기 때문에 본 연구에서 사용한 사회복지 서비스 품질의 평가모형을 일반화하는데 한계가 있다.

둘째, 본 연구의 표본이 가지고 있는 분포상의 한계로 연구결과를 일반화 시키는데 다소 무리가 따를 수 있다는 것이다. 표본 추출상의 한계로 등에서 고른 분포를 보이지 않아서 다소 설문조사의 결과가 공평성을 완전히 담보하지 못하는 점도 하나의 한계라 할 수 있다.

셋째, 사회복지 서비스 마케팅 모형의 설정에 있어서 본 연구가 취한 연구모형은 서비스 마케팅의 일반이론에서 고려되는 다양한 범주의 개념 중 사회복지 서비스 품질의 인식, 복지관 이용 고객만족, 재이용의도만으로 한정하였다는 점에 그 한계가 있다할 수 있다. 사회복지 서비스가 이루어지고 있는 제반 차원의 변인들을 고려할 경우 이들 개념 외에도 내부마케팅, 직무만족과 직무몰입, 그리고 경쟁력향상과 같은 더욱 넓은 범위의 개념을 도입하여 포괄적인 마케팅모형이 설정될 수 있을 것이다.

넷째, 본 연구는 일반 서비스산업에서 적용되어오던 SERVPERF척도를 기초로 하여 사회복지 서비스 마케팅 모형을 구축하기 위한 연구이다. 향후 연구에서는 전국 단위의 사회복지관을 대상으로 보다 다양한 층을 포괄할 수 있는 광범위한 연구를 수행함으로써 사회복지 서비스 마케팅 모형에 대한 신뢰성과 타당성을 확보하고 각 지역에서 제공하는 사회복지 서비스 품질의 강·약점을 파악함과 동시에 비교분석을 통하여

보다 경쟁력 있는 교육 서비스를 제공할 수 있는 전략적 지침을 확보할 수 있을 것이다.

참고문헌

구문회(1995). **“관광호텔서비스업의 관계마케팅에 관한 연구.”** 경영학박사학위논문, 경기대학교

김경희(1993), “사회복지관 방향정립”, **제6회 전국사회복지사대회보고서**, 한국사회복지사협회, p.108.

김만두(1981), “지역사회복지 증진을 위한 사회복지관의 역할”, **사회복지관관리자반 교재**, 국립사회복지연수원, pp.7-10.

김만두(1992), “지역사회에서의 바람직한 사회복지관의 역할”, **제 1회 서울시사회복지관협회 세미나 자료집**, 서울시사회복지관협회, p.38.

김상균(2004), **「사회복지학개론」**, 파주: 나남출판, p.49.

김상균(2006), **「사회복지개론」**, 파주: 나남출판, p.46.

김성이·오정수·전광현·황성철(1997), “비교지역사회복지”, **제5회 전국사회복지관 세미나,** 한국사회복지관 협회, p.394.

김영모(1985), **「지역사회복지론」**, 한국복지정책연구소, p.4.

남세진(1981), “사회복지관 사업의 토착화 과제”, **제 1회 사회복지관협의회 워크숍**, 한국사회복지관협의회, p.41.

문인숙·남경현(1980), 미국사회복지관협회 편 “사회복지관의 기준”, **사회복지관논문집**, 이화여자대학교 사회복지관, p.5.

박만원(2005), **“지방정부의 사회복지전달체계 개선방안에 관한 연구”**, 대구대학교 사회복지대학원석사학위논문.

박종무 · 이은주(1998) “은행 이용고객의 서비스품질 지각과 만족도에 관한 연구”, **소비문화연구**, 제1권 제1호, p. 25.

박중환(1999), “호텔서비스에 대한 고객태도 변수들간의 관계연구,” **관광학연구**, 제22권 제3호, pp. 54-72.

배병렬(2002), **「구조방정식모델의 이해와 활용」**, 대전: 대경.

이수광(1997), “호텔서비스품질과 고객만족 · 구매의도의 상관성에 관한 연구,” **관광학연구,** 제21권 제1호, pp. 102-118.

이유재(1995), “관계마케팅으로의 대전환”, **한국마케팅연구원.**

유삼희(2003), **“사회복지서비스의 품질요인에 관한 연구”**, 서울대학교 대학원 경영학석사학위논

문
장인협(2006), **「사회복지행정론: 이론과 실무」**, 서울: 서울대학교 출판부, pp.1-2.
전기환(1998). **"여행사의 관계마케팅 영향요인에 관한 연구."** 경영학박사학위논문, 세종대학교
정인숙(2008), **"사회복지서비스 전달체계 개선방안에 관한 연구"**, 석사학위논문, 동국대학교 불교대학원
조재완(1998). **"호텔서비스의 고객만족과 재 구매의도의 관계에 관한 연구."** 경영학박사학위논문, 동아대학교.
조흥식(1996), "빈곤 세습방지를 위한 사회복지관과 정부의 역할", **제 6회 전국사회복지관세미나**, 한국사회복지관협회, p.14.
주형근(1999). **"고객서비스품질이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구:대형 할인점의 고객서비스품질을 중심으로."** 경영학박사학위논문, 동덕여자대학교
채서일(1997), **「사회과학조사방법론」**, 서울: 학현사.
최일섭(1987), "외국의 사회복지관 실태", **사회복지관 관리자반**, 국립사회복지연수원, p.3.
최일섭(1991), "지역사회복지증진을 위한 사회복지관의 역할과 기능", **제 1회 전국사회복지관 세미나자료집**, 한국사회복지관협회, pp.8-9.
최일섭·김통원·박광준·정부성·황성철(1988), "사회복지관평가모형개발연구", **한국사회복지관협회**, pp.43-44.
최일섭·류진석(1997), **「지역사회복지론」**, 서울대학교출판부, pp.34-35.
한국사회복지관협회(1999), **「사회복지관백서」**, pp.51-52.
한국사회학회, **「SPSS 사회조사분석」**, 서울 : 고려 정보산업, 1999.
홍대식(1993), **「사회심리학」**, 서울: 양영각, p.274.
홍종희(1999), **"사회복지관 운영의 개선방안에 관한 연구"**, 석사학위논문, 동국대학교 행정대학원
Anderson, E. W, Claes Fornell and Donald R Lehmann(1994), "Customer Satisfaction Market Share and Profitability: Findings from Sweden," *Journal of Marketing*, 54(3), pp.56-78.
Baker, Julie, Michael Levy, and Dhrur Grewal(1992), "An Experimental Approach to Making Retail Store Environmental Decisions," *Journal of Retailing*, 68(4), pp. 445-460.
Bitner, Mary J.(1990), "Evaluating service encounters : the effects of physical surroundings on employee responses," *Journal of Marketing*, 54(2), pp. 69-81.

Bolton, Ruth N., James H. Drew(1991), "A Longitudinal Analysis of the Impact of Service Changes on Customer Attitudes," *Journal of Marketing*, 55(January), pp.1-9.

Churchill and Carol Surprenant(1982), "An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction," *Journal of Marketing Research*, 19(November), 491-504.

Cronin, J. J. Jr and S. A. Taylor(1992), "Measuring Service Quality: a reexamination and extension," *Journal of Marketing*, 58(1), pp.125-131.

Czepiel, Larry J. Rosenberg, and Adebayo Akerlele(1974), "Perspectives on Consumer Satisfaction" in *AMA Educators' Proceedings.* Chicago : American Marketing Association, pp.119-23.

Gronroos, C.(1990), "Relationship Approach to Marketing in Service Context : The Marketing and Organizational Behavior Interface," *Journal of Business Research*, 20, p. 5.

Hair, Joseph F., Rolph E. Anderson, Ronald L. Tahtam and William C. Black(1995), *Multivariate Data Analysis With Readings*, 4th ed., Englewood Cliffs: Prentice Hall.

Hakansson, H.(1982), *International Marketing & Purchasing of Industrial Goods : An Interaction Approach,* New York, NY : John Wiley and Sons.

Jackson, Barbara Bund(1985), *Winning and Keeping Industrial Customers: The Dynamics of Customer Relationships*. Lexington, MA: Lexington Books.

Kotler, Philip(1990), Principle of Marketing, Prentice-Hall, p.9.

Labarbera, Priscilla A. and David Mazursky(1983), "Longitudinal Assessment of Consumer Satisfaction/Dissatisfaction: The Dynamic Aspect of the Cognitive Process", *Journal of Marketing Research*, 20 November, p.393-404

Lee, Haksik, Yongki Lee, and Dongkeun Yoo(1999), "Determinants of Perceived Quality and Its Relationship with Satisfaction," *The Journal of Services Marketing.*

Levitt, Theodore(1981), "Marketing Intangible Products and Product Intangibles", *Harvard Business Review*, vol. 59. May-June, pp. 95-102.

Mittal, Vikas, William T. Ross Jr., and Patrick M. Baldasare(1988)," The Asymmetric Impact of Negative and Positive Attribute-Level Performance on Overall Satisfaction and Repurchase Intentions," *Journal of Marketing*, 62(January), pp.33-47.

Oliver, R. L.(1980), "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions," *Journal of Marketing Research*,17(Nov), pp.460-469.

Oliver, R. L.(1986), "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of

Satisfaction Decision," *Journal of Marketing Research*, 17(September), pp. 46-49.

Parasuraman, A., V. A. Zeithaml and L. L. Berry(1991), "Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale," *Journal of Retailing*, 67(win), pp.134-154.

Parasuraman, A., V. A. Zeithaml and L. L. Berry(1994), "A Reassessment of Expectations as a Comparative Standard in Measuring Service Quality: Implications for Future Research," *Journal of Marketing*, 58(Jan), pp.446-449.

Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry(1985), "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing,* Fall, 1985, pp.41-50.

Parasuramann, A., Zeithaml, V., and Berry, L(1988), "SERVQUAL : A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality," *Journal of Retailing*, Vol.64, pp.12-40.

Ruth N. Bolton and James H. Drew(1991), "A Multistage Model of Customer's Assessments of Service Quality and Value," *Journal of Consumer Research*, Vol.17, pp.374-384.

Spreng, Richard A. and Robert D. Mackoy(1996), "An Empirical Examination of a Model of Perceived Service Quality and Satisfactions," *Journal of Retailing,* 72(2), pp.254-278.

Westbrook, Robert A.(1981), "Sources of Consumer Satisfaction With Retail Outlets", *Journal of Retailing,* vol. 57, Fall, pp. 68-85.

Yi, Youjae(1991), "A Critical Review of Consumer Satisfaction," In Valarie A. Zeithaml (Ed.). *Review of Marketing chicago*, IL: American Marketing Association. pp.68-123.

Zeithaml V. A., Parasuraman, A. and L. L. Berry(1985), " Problems and Strategies in Service Marketing" *Journal of Marketing*, 49(Spring), pp.33-46.

Zeithaml, V. A., L. L. Berry and A. Parasuraman(1993), "The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21(1), pp.1-22

Zeithaml, Valarie A.(1988), "Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence", *Journal of Marketing,* 52(July), pp.2-21.

설 문 지

안녕하십니까?

본 설문에 응해주신 귀하께 감사드립니다.
본 설문은 사회복지관의 서비스정도 및 현재 이용하고 계시는 복지관에 대한 만족정도를 알아보기 위한 것입니다.

귀하께서 제공해 주시는 응답은 오직 학문적 연구 목적으로만
이용되며, 통계로 일괄 처리되므로 익명성이 보장됩니다.
평소에 귀하께서 가지고 있던 생각이나 경험을 떠올리시면서 답해 주십시오.
모든 문항에는 정답이 따로 있지 않습니다. 귀하께서 느끼신 그대로를 ∨ 표시해주시면 많은 도움이 되겠습니다.

귀하와 가정에 건강과 행운이 항상 함께 하시기를 기원합니다.
바쁘신 중에도 시간을 할애해주신 것에 대하여 다시 한번 감사 드립니다.

2009. 9. .

조선대학교 경영대학원 경영학과 석사과정 정 상 진
연락처(☎) : 010-3612-4670
조선대학교 경상대학 경영학과 교수 김 종 호

Ⅰ. 다음 설문항목은 *현재 또는 과거에 이용했던 사회복지관에 대한 귀하의 생각이나 느낌을 묻는 질문*입니다. 다음의 보기와 같이 귀하가 동의하는 정도와 일치하는 번호에 ◯표 또는 ∨표시를 해주시기 바랍니다.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1. 이 시설의 내부환경(불유쾌한 냄새의 유무 등)은 쾌적하다.	1	2	3	4	5
2. 이 시설구조(화장실 등)는 사용하기 편리하다.	1	2	3	4	5
3. 이 복지관의 직원의 옷차림과 용모가 단정하다.	1	2	3	4	5
4. 이 시설의 외관(도색, 정리전돈)은 깨끗하다.	1	2	3	4	5
5. 이 복지관은 정해진 시간에 약속된 서비스나 프로그램은 반드시 지킨다.	1	2	3	4	5
6. 이 복지관은 나에게 문제가 생겼을 때 관심을 가지고 해결해 줄 것이라는 믿음이 있다.	1	2	3	4	5
7. 이 복지관은 안내 및 홍보의 내용과 실제의 실시내용이 완전히 일치한다.	1	2	3	4	5
8. 이 복지관의 프로그램 나에게 도움이 된다.	1	2	3	4	5
9.이 복지관의 서비스는 지역주민을 위하여 하는 존재 한다.	1	2	3	4	5
10. 이 복지관은 언제 서비스(프로그램)를 제공해 줄 것인지 잘 안내한다.	1	2	3	4	5
11. 이 복지관의 직원은 나에게 언제나 내가 원할 때 즉각적으로 서비스를 제공해 준다.	1	2	3	4	5
12. 이 복지관의 직원은 항상 자발적으로 나를 도와준다.	1	2	3	4	5
13. 이 복지관의 직원은 아주 바쁠 때라도 나의 요구에 신속하게 대응한다.	1	2	3	4	5

14. 이 복지관에 오면 마음이 좋고 편안하다.	1	2	3	4	5
15. 이 복지관은 내가 안심하고 이용할 수 있도록 안전하다.	1	2	3	4	5
16. 이 복지관의 직원들은 예의가 바르고 공손하다.	1	2	3	4	5
17. 이 복지관의 직원들은 나의 질문에 답변할 충분한 지식을 가지고 있다.	1	2	3	4	5
18. 이 복지관의 서비스는 내가 접근하기 쉽고 내가 서비스를 받기 쉽다.	1	2	3	4	5
19. 이 복지관은 내가 편리하게 이용할 수 잇도록 이용시간을 맞추어 준다.	1	2	3	4	5
20. 이 복지관의 직원들은 나에게 개인적인 관심을 기울인다.	1	2	3	4	5
21. 이 복지관의 프로그램은 이용자들의 욕구가 잘 반영되어 있다.	1	2	3	4	5
22. 이 복지관의 직원은 내가 필요로 하는 것을 이해한다.	1	2	3	4	5

Ⅱ. 다음은 <u>현재 또는 과거에 복지관을 *이용하시는 귀하의 생각이나 느낌을 묻는 질문*</u> 입니다. 다음의 보기와 같이 귀하가 동의하는 정도와 일치하는 번호에 ○표 또는 ∨표 시를 해주시기 바랍니다.

1. 나는 이 복지관의 서비스 제공자들을 신뢰한다.	1	2	3	4	5
2. 이 복지관의 서비스 제공자들은 작업을 하면서 진지하다.	1	2	3	4	5
3. 나는 이 복지관의 서비스 제공자들에게 인간적인 호감을 느낀다.	1	2	3	4	5
4. 나는 이 복지관의 서비스 제공자들을 잘 알고 있다.	1	2	3	4	5

5. 나는 이 복지관 서비스의 제공자들과의 안면 때문에 이용 한다.	1	2	3	4	5
6. 나는 이 복지관의 서비스 제공자와의 친분관계 유지를 위해 이용 한다.	1	2	3	4	5
7. 나는 이 복지관을 이용하기로 한 결정에 대해 만족한다.	1	2	3	4	5
8. 나는 이 복지관의 서비스 시설에 대해 만족한다.	1	2	3	4	5
9. 나는 이 복지관 분위기에 대해 만족 한다.	1	2	3	4	5
10. 나는 이 복지관에 대하여 전반적으로 만족한다.	1	2	3	4	5
11. 나는 이 복지관을 다시 이용할 것이다	1	2	3	4	5
12. 나는 다른 사람들에게 이 복지관을 이용하라고 권할 것이다	1	2	3	4	5
13. 나는 이 복지관을 자주 이용할 것이다	1	2	3	4	5

Ⅲ. 다음의 항목은 응답자와 관련된 내용입니다. **각 문항에 대하여 해당 번호에 √표 또는 0표를 기입하여 주십시오.**

1. 귀하의 성별은? (　　)
   ① 남　　② 여

2. 귀하의 연령층은? (　　)
   ① 10대　② 20대　③ 30대　④ 40대　⑤ 50대　⑥ 60대 이상

3. 귀하의 교육수준은? (　　)
   ① 중졸이하　② 고재　③고졸　④ 대재　⑤ 대졸　⑥ 대학원 재　⑦ 대학원 졸

4. 귀하의 직업은?
① 고등학생 ② 대학생 ③ 대학원생 ④ 회사원 ⑤ 공무원 ⑥ 자영업
⑦ 교수, 교사 ⑧ 주부 ⑨ 무직

5. 귀하의 월 소득은? ( )
① 100만원 이하 ② 101~200만원 ③ 201~300만원 ④ 301~400만원
⑤ 401~500만원 ⑥ 501~1000만원 ⑦ 1000만원 이상 ⑧기타_____

★ 설문에 응해 주셔서 감사합니다.