

2009년 8월
박사학위논문

민원행정서비스 품질이 지방자치단체
지지도에 미치는 영향

조 선 대 학 교 대 학 원

행 정 학 과

이 종 헌

민원행정서비스 품질이 지방자치단체
지지도에 미치는 영향

A Study on the Effects of Local Civil Administration Service
Quality on the Support for Local Government

2009년 8월 25일

조선대학교 대학원

행정학과

이종헌

민원행정서비스 품질이 지방자치단체
지지도에 미치는 영향

지도교수 이 계 만

이 논문을 행정학 박사학위 신청 논문으로 제출함






2009년 4월

조 선 대 학 교 대 학 원

행 정 학 과

이 종 현

이종헌의 행정학 박사학위
논문을 인준함

위원장	중앙대학교 교수	허만형	
위 원	제주대학교 교수	김성준	
위 원	선문대학교 교수	권경득	
위 원	조선대학교 교수	강인호	
위 원	조선대학교 교수	이제민	

2009년 6월

조선대학교 대학원

목 차

ABSTRACT

제1장 서론	1
제1절 연구목적 및 필요성	1
제2절 연구범위와 방법	3
1. 연구대상 및 범위	3
2. 연구방법	4
제2장 이론적 논의	6
제1절 서비스품질과 고객만족의 개념 및 특성	6
1. 서비스의 개념 및 특성	6
2. 서비스 품질의 개념 및 특성	8
3. 고객만족의 개념 및 특성	13
4. 서비스 충성도의 개념 및 특성	18
제2절 민원행정서비스, 고객만족, 서비스 충성도 관계	20
1. 민원행정서비스의 이론적 배경	20
2. 민원행정서비스의 개념과 특징	23
3. 민원행정서비스품질·고객만족·서비스 충성도 관계	28
제3절 선행연구에 관한 논의	33
1. 선행연구모델에 관한 논의	33
2. 공공기관의 서비스품질 평가모형에 관한 논의	42
3. 선행연구의 시사점	48
제3장 연구모형의 설정	52
제1절 연구 분석틀 및 가설의 설정	52
1. 연구 분석틀 설정	52
2. 가설의 설정	53
제2절 변수의 조작화와 측정	55
1. 변수 및 문항의 구성	55
2. 독립변수의 조작화	55
3. 종속변수의 조작화	58
제4장 분석결과	60

제1절 응답의 특성 및 측정지표의 검증	60
1. 응답자의 일반적 특성	60
2. 측정도구의 타당성 및 신뢰도 분석	61
제2절 민원행정 서비스에 대한 집단간 차이분석	67
1. 민원행정 서비스품질에 대한 집단별 차이 분석	67
2. 서비스만족도/충성도 및 지방자치단체 지지 집단별 차이 분석	74
제3절 연구모형의 검증	78
1. 변수간 상관관계 분석 결과	78
2. 서비스품질이 서비스만족도에 미치는 영향분석	79
3. 서비스품질이 서비스충성도에 미치는 영향분석	83
4. 서비스만족도/서비스충성도가 지방자치단체 지지에 미치는 영향분석	86
5. 민원행정서비스품질이 지방자치단체 지지도에 미치는 영향분석	88
제4절 연구결과에 대한 논의	95
1. 개인적 특성에 따른 차이분석결과에 대한 논의	95
2. 민원서비스품질과 만족도/충성도/지방자치단체 지지의 관계	98
 제5장 결 론	 101
 참고문헌	 104
 부록 1. 민원행정서비스 품질이 지방자치단체 지지도에 미치는 영향에 관한 설문지	 111
부록 2. 독립변수에 대한 요인분석 결과	117

ABSTRACT

A Study on the Effects of Local Civil Administration Service Quality on the Support for Local Government

Lee Jong Heon

Advisor : Prof. Kyeman Lee. Ph. D.

Department of Public Administration

Graduate School of Chosun University

The goal of this study is to identify the effects of local civil service quality on support for local government. In addition to this analysis, the moderating effect of involvement between customer satisfaction and customer loyalty was studied also. This study seeks to problem about reflecting of weight according to the importance for the evaluation of local civil administration service customer satisfaction index and to show customer-oriented local civil administration service. So, the ultimate purpose of this study is to suggest the ways for the local administration to achieve support for local government and the to raise trust for the local government. For the purpose, this study, in chapter 2, reviewed theoretical backgrounds and literatures on the customer satisfaction and loyalty. In chapter 3, the research model and hypothesis were provided. Then, chapter 4 was analysis part.

For empirical study, people who visited local government service center in jeollanam-do were the object of stratified random sampling. Here, statistical techniques such as *t-test*, ANOVA, multiple regression and structural path analysis are used in data-processing with SPSS and Amos package. This model shows that each of the primary dimension of service quality(process, outcome, environment and social) has 11 subdimensions in total. and customer satisfaction and loyalty was measured with 4 subdimensions.

This study is very significant in that the researcher proposed an empirical study model of the factors of local civil administration service

influencing on customer satisfaction and loyalty. This study shows that local civil administration service quality impacts on customer satisfaction and loyalty directly and indirectly. And this study shows that customer satisfaction and loyalty impacts on support for local government directly and indirectly.

제1장 서론

제1절 연구목적 및 필요성

공공부문에서 고객의 개념이 적용되기 시작한 것은 공공관리의 패러다임 변혁기에 나타난 신공공관리론(NPM: New Public Management)이 등장하면서부터이다. 1990년대 정부혁신의 방향은 고객중심이라는 개념이 중요한 논제로 부각되기 시작하였으며, 이러한 논의를 중심으로 정부부문의 종합적 품질관리(TQM: Total Quality Management)제도가 도입되기 시작하였다(김용원, 2008; 김병국·김필두, 2006; 강금식, 1997).

공공부문에서 시민중심의 행정구현을 추구하는 이러한 일련의 변화는 한국행정에 있어서도 많은 변화를 가져왔다. 하지만 정부는 변화하는 시민들의 요구에 적절히 대응하지 못하고 있으며, 오늘날 정부활동의 태반을 차지하고 있는 행정서비스에 대한 불만과 불신으로 이어지고 있다. 이러한 시민들의 불만과 불신은 결국 행정에 대한 부정적인 이미지를 심어줄 수 있다는 점에서 행정서비스의 품질을 제고하기 위한 노력이 중요하다고 하겠다.

기업들은 좋은 이미지를 형성하여 경쟁력을 높이려는 시도를 끊임없이 전개하고 있으며, 가시적인 성과를 얻고 있다. 기업들의 이러한 이미지 관리기법에 대한 벤치마킹을 통해 행정의 이미지를 제고시킬 수 있을 것이다. 행정이미지 형성이나 관리에도 바람직한 행정이미지를 구축함으로써 모든 행정활동을 유기적으로 통합시켜 조직 내외의 신뢰도와 충성도를 제고(Fornell, 1992; Oliver, 1997; 허정옥·김영훈·김윤정, 2006)시킬 수 있을 뿐만 아니라 시민이 원하는 질 높은 행정서비스를 제공할 수 있을 것이다.

주민은 그동안 공무원들이 거대하고 정교한 행정메커니즘을 통해 만들어 놓은 공공재나 서비스의 수익자였으나, 주민이 공급받은 공공서비스는 주민이 지불하는 세금으로 이루어진다는 점에서 주민은 행정서비스의 고객으로서 응당 그들의 의사나 취향에 맞는 서비스를 제공받을 권리가 있다는 것이다.

이렇듯 행정서비스에 대한 고객으로서의 주민을 대하는 태도와 그로부터 얻어지는 품질은 행정의 능률성과 효과성을 제고할 수 있다는 측면에서 효율적인 관리가 필요하다고 하겠다. 특히, 행정서비스의 이미지를 제고함에 있어서 다양한 행정서비스 중 어떠한 분야를 주요한 논의대상으로 놓아야 하는가라는 문제에 직면하게 된다. 이와 관련해서 중요한 것은 주민과 직접적으로 접촉하면서 행정서비스를 제공하는 민원행정분야가 행정서비스의 이미지를 제고함에 있어서 중요한 역할을 담당하는 분야라는 것이다. 다시말해, 민원행정은 정

부가 주민을 대상으로 행정서비스를 공급하는 기능을 하며, 동시에 주민의 수요를 행정에 투입하는 기능도 수행하고 있어 중요한 행정의 업무라고 할 수 있다.

창구민원을 처리하는 과정에서 주민들은 공무원과 빈번하게 접촉하게 되고, 이러한 접촉과정을 통해 관청이나 정부에 대한 어떤 형태의 만족을 새롭게 획득하거나, 발전시키거나 혹은 기존의 만족수준을 수정하게 된다. 이렇듯 민원 행정서비스에 대한 만족수준의 수정은 결과적으로 그 지방자치단체에 대한 지지도에 대한 수정을 의미한다고 하겠다(강인호 외, 2001:46). 따라서, 본 연구는 민원행정 서비스품질이 지방자치단체 지지도에 어떠한 영향을 미치는지를 실증적으로 살펴보고자 한다. 다시말해, 서비스품질은 단일한 차원으로 구성되어 있다기 보다는 객관적인 품질과 개인의 인식에 기초한 주관적인 평가와 연결된 품질이라 하겠다(김병국, 1996; 권경득, 1997; 김병준, 1998; 최병대 외, 1999). 이러한 서비스품질은 고객의 만족수준에 영향을 미치게 되고 이로 인해 형성된 결과는 중국에 그 서비스를 제공한 자치단체에 대한 평가로 이어지게 된다. 자치단체의 평가는 자치단체가 수행하고 있는 정책에 대한 지지정도의 결과로 표출되게 된다는 점에서 민원행정 서비스품을 구성하는 요소에 대한 이해와 이들 구성요소가 고객의 만족에 어떠한 형태로 영향을 미치게 되는지에 대한 규명은 자치단체의 정책순응을 이끌기 위한 중요한 요소로 작용할 것으로 판단된다. 본 연구는 민원행정 서비스품을 구성하는 요소를 이론적 논의와 선행연구결과를 토대로 도출하고, 이들 요소들이 고객만족에 어떠한 영향을 미치며, 자치단체의 정책지지에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보고자 한다.

제2절 연구범위와 방법

1. 연구대상 및 범위

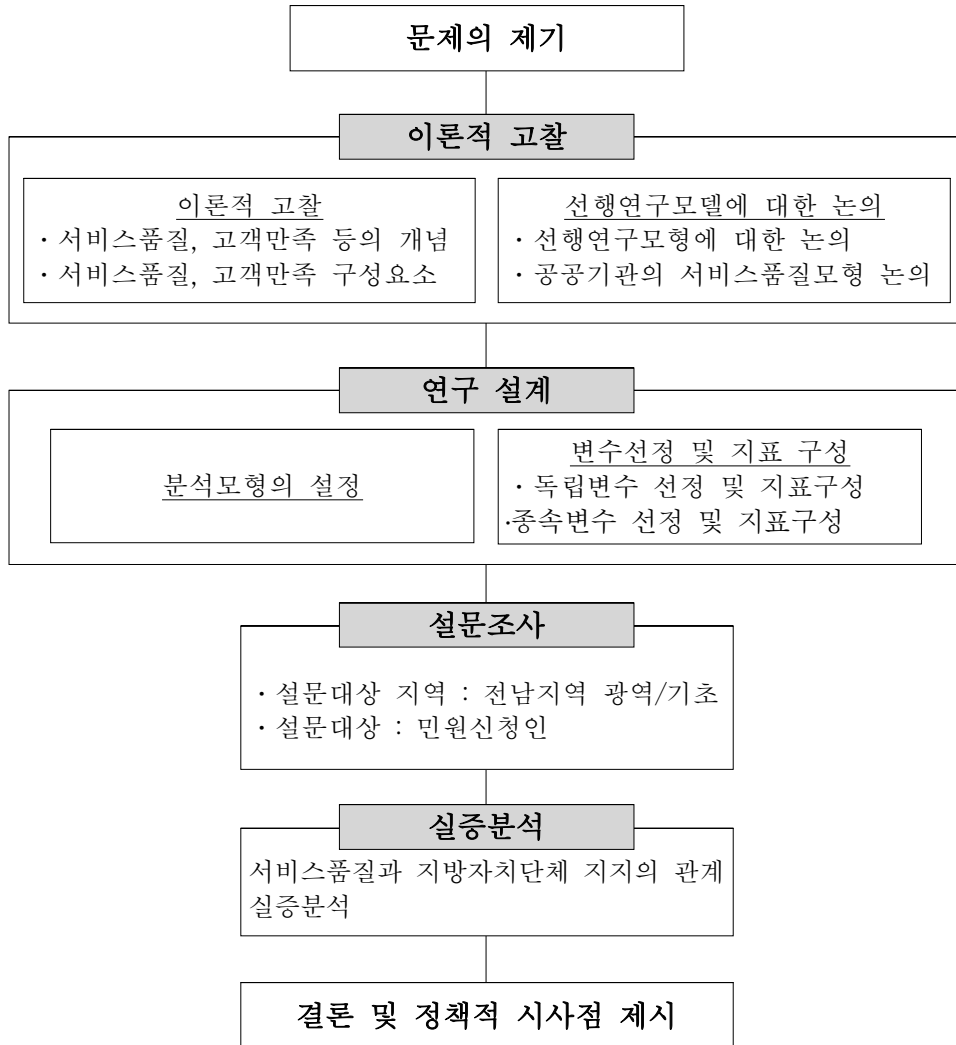
본 연구는 문헌연구와 실증연구를 병행하여 진행하고자 한다. 문헌연구에서는 서비스품질 및 고객만족, 고객충성에 대한 이론적 고찰을 통해 이론연구를 수행하고자 한다. 이와 같은 문헌연구를 바탕으로 실증분석을 수행하고자 한다. 이를 위해 민원행정서비스의 품질이 어떠한 차원으로 구성되어 있는지를 분석하고, 각각의 구성차원들이 고객만족 및 고객충성에 대하여 어떠한 영향을 미치는지 분석하고자 한다. 또한, 고객만족 및 고객충성이 지방자치단체의 지지도에 어떠한 영향을 미치는지 분석하고자 한다.

이러한 연구과제들을 수행하기 위하여 이론연구를 바탕으로 하여 서비스품질 구성차원에 대한 가설 및 서비스품질 구성차원과 고객만족 및 고객충성의 관계, 고객만족 및 고객충성과 지방자치단체의 지지도에 대한 가설을 도출하고자 한다.

본 연구의 내용적인 범위는 전라남도청과 22개 시·군의 민원인을 대상으로 민원행정서비스의 품질을 구성하는 제 요소에 대한 개인차원의 인식을 분석단위로 하였다.

제1장은 서론으로서 본 연구의 필요성과 목적, 내용 및 범위에 대하여 서술하였다. 제 2장에서는 이론적 배경으로서 서비스품질, 고객만족, 고객충성, 지방자치단체 지지 등에 관한 개념을 정리하고 선행연구에 대한 고찰을 다루었다. 제3장에서는 연구모형 및 연구문제 그리고 분석의 틀을 정리하였으며, 제4장에서는 민원행정서비스의 품질이 고객만족, 고객충성, 그리고, 지방자치단체의 지지에 어떠한 영향을 미치는지를 설문조사결과를 토대로 실증적인 분석을 수행하였다. 마지막으로 제 5장은 결론으로서 본 논문의 내용을 종합·요약하며 후속연구를 위한 제언을 하였다.

<그림 1-1> 본 논문의 체계



2. 연구방법

본 연구는 연구목적을 효율적으로 달성하기 위해 문헌연구와 설문조사방법을 통하여 이루어졌다.

먼저 활용된 문헌으로는 서비스품질 연구와 고객만족에 관련된 국내 국외 관련 전문 서적과 연구논문 등이며, 이들 선행연구들을 바탕으로 민원행정서비스의 품질이 고객만족, 고객충성, 그리고 지방자치단체 지지에 미치는 영향에 대한 관련변수를 선정하고 이의 조작적 정의를 포함하는 개념적 준거틀을 설

정하였다.

설문지는 본 연구의 분석모형에 포함된 변수들을 중심으로 구성되었으며, 선행연구에서 보편적으로 활용되고 있는 척도를 채택하여 작성하였다.

문항에 따라 5점 척도를 사용하였으며, 피설문자의 인구통계학적인 특성을 포함하여 49개 문항의 질문을 기본으로 하여 설문지를 구성하였다. 설문 조사는 2008년 10월 1일부터 10월30일까지 실시하였으며, 전라남도청과 22개 시·군의 민원실에서 민원인을 대상으로 설문조사를 수행하였다. 이렇게 수집된 자료는 SPSS 15.0과 AMOS를 활용하여 분석하였다.

분석방법을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 본 연구의 측정도구를 검증하기 위해 신뢰도 분석과 타당도 분석을 실시하였다. 신뢰성 분석은 크론바하 알파(Cronbach's Alpha) 계수를 산출하였고, 타당성 분석은 요인분석을 실시하였다.

둘째, 각 변수 측정항목에 대한 기술적 분석을 위하여 빈도분석과 개인적 특성 및 집단 간 평균차이를 알아보기 위한 독립표본 t검정과 분산분석(ANOVA)을 실시하였고, 본 연구의 주요 변수들 간에 인과관계를 검증하기 위한 사전절차로서 상관관계 분석을 실시하였다.

넷째, 본연구의 분석모형을 검증하기 위해 회귀분석과 구조경로분석(path analysis)을 실시하였다.

제2장 이론적 논의

제1절 서비스품질과 고객만족의 개념 및 특성

1. 서비스의 개념 및 특성

1) 서비스의 개념

서비스의 본질은 상대방의 입장에서 상대방이 요구하는 것을 제공하여 만족하게 해주는 것으로 이해된다(이정학, 2005; 송균석, 2000). 서비스는 그 종류가 다양하고 동종의 서비스 간에도 이질적인 요소가 포함되어 있으며, 사회발전과 과학기술의 발달은 새로운 종류의 서비스에 대한 요구와 이를 기반으로 한 지속적인 개발로 인해 서비스를 정의하는 관점은 학자들에 따라 다양한 것이 현실이다.

이러한 논의상의 어려움이 있으나, 먼저 서비스의 개념에 대한 정의를 살펴보면, 미국마케팅협회는 서비스를 판매목적으로 제공되거나 또는 상품판매와 연계해서 제공되는 제반활동, 편익, 만족이라고 정의하고 있다(Committee on Definitions, 1960). Kotler(1991)는 본질적으로 무형성을 지니고 있으며, 어느 한쪽이 다른 쪽에게 제공하지만, 어느 한쪽의 소유로도 귀결되지 않는 행위나 성과를 서비스라고 정의하고 있다. 또한 Berry(1980)는 물리적으로 소유가 불가능한 행위나 일의 수행 또는 어떤 노력을 포함하고 있는 무형의 제품이 서비스라고 정의하고 있다. Stanton(1984)은 독립적으로 식별할 수 있고 본질적으로 무형적인 욕구 충족 행위로서 제품이나 서비스의 판매가 반드시 결부될 필요는 없고 서비스 생산을 하기 위해 유형재의 사용이 반드시 요구되지 않으며, 유형재의 사용이 필요할지라도 그 소유권 이전은 수반되지 않는다고 정의하고 있다. Regan(1963)은 구체적으로 “서비스란 직접적으로 만족을 제공하는 유형, 무형의 것 또는 제품을 구입할 때 복합적으로 만족을 제공하는 것”이라고 정의하고 있다. Judd(1968)는 서비스를 “유형재의 소유권 이전을 제외한 모든 것들을 대상으로 하는 기업이나 기업가에 의한 시장거래”로 정의하고 있으며, Rathmell(1966)은 “서비스는 시장에서 판매되는 무형의 제품”이라고 정의하였다. 김정훈(2005:11)은 “서비스란 서비스 제공자가 고객의 요구를 충족시키기 위한 제반활동으로서 노동의 일부를 제공하여 생산하거나 서비스 제공자와 고객이 상호작용하여 산출하는 무형재로 정의하고 있다.

이렇듯 서비스에 대한 정의는 학자들 간에 서비스 용어 사용에 이질성이 강하고, 기술의 발달에 따른 새로운 서비스형태가 계속 개발되고 있으며, 현실적으로 경제활동 내에서 제품과 서비스를 명확하게 구분하기가 점차 어려워지고 있기 때문에 서비스의 해석과 정의가 다르게 나타나고 있다는 것을 알 수 있다. 중요한 것은 탁월한 고객가치를 전달하기 위해서 표적고객이 진정으로 기대하고 있는 서비스를 명확히 이해해야 한다는 점이다. 다시말해, 경쟁업체의 서비스보다 더 나은 서비스를 제공해야 하기 때문에 서비스에 대한 근시안적인 정의가 아닌 보다 분명하고 명확하게 서비스에 대한 정의를 내리는 것이 중요하다(김현희, 2005:31-32).

2) 서비스의 특성

서비스의 특성은 무형성, 생산과 소비의 비분리성, 이질성, 소멸성 등의 특성을 지닌다(김정훈, 2005:11-12.). 서비스의 특성 중 무형성은 유형재의 물리적인 실체성과 대비되는 것으로 그 실체를 만지거나, 보거나, 맡을 수 없다는 특성을 지니고 있다. 그렇기 때문에 서비스의 무형성은 서비스 자체가 어떤 것인가를 상상하기 어렵다는 주관적인 의미를 내포하게 된다. 서비스의 이러한 특성으로 인하여 저장이 불가능하며, 특허로 보호받기가 어려운 특징을 가진다.

생산과 소비의 비분리성은 서비스의 생산과 소비가 동시에 일어난다는 의미이다. 다시 말해, 물리적인 제품의 경우에는 생산과 소비가 분리되어 일단 생산한 후 판매되고 나중에 소비되지만, 서비스의 경우 생산과 소비가 동시에 발생하기 때문에 고객은 그들이 이용하고 있는 서비스의 성과에 적극적으로 참여하게 된다.

이질성은 같은 서비스업체에서도 서비스품질이 제공자에 따라, 또는 같은 종업원이라도 고객에 따라서 달라질 수 있으며, 다른 조건이 동일할지라도 시간에 따라서 제공되는 서비스의 이용이나 품질이 달라질 수 있다는 것을 의미한다. 다시 말해, 고객에게 제공된 서비스가 소비자가 기대했던 서비스와 차이가 날 수 있고, 시간의 경과와 고객의 욕구 등이 변화하는 조건에서 서비스 수준을 일관되게 유지하기가 어렵다는 것이다.

특히, 생산과 소비가 동시에 일어나는 서비스는 소멸성을 지니게 되어 한번 생산된 서비스는 저장되거나 다시 판매될 수 없다는 특성을 지닌다.

2. 서비스 품질의 개념 및 특성

1) 서비스 품질의 개념

서비스의 품질은 민간부문에서 물리적인 제품의 질에 초점을 두고 연구가 이루어졌다. 마케팅이나 경영학자들의 견해를 보면, Garvin(1988:41-46)은 질의 개념을 선험적, 생산적, 사용자의 가치 지향적인 측면에서 논하고 있다. 그는 사용자 측면에서 품질을 고객의 요구나 기대, 욕구 등을 만족시키기 위한 기준의 개념으로 정의하였으며, 가치 지향적인 측면에서 품질을 소비자가 수용할 수 있는 원가나 가격의 특성을 고려하여 고객에게 서비스를 제공하는 공급자의 측면에서 정의하였다(김인검, 2008:23).

Wagenheim & Reurinks(1991:59-72)는 질이나 공급자 입장에서 일반적으로 서비스를 제공하고 지시, 통제하기보다는 실제로 주민들의 기대에 부합하도록 업무상의 절차를 개선하는 것이라고 하였다. 한편 Walsh(1994)는 행정부문에서의 질이란 목적 적합성에 근거하여 평가된다는 점을 강조하면서 실제 생활속에서 나타나는 가치의 차이와 갈등으로 야기되는 부문을 의사결정과정에서 극복하는데 있다고 보았다(박광봉, 2002:29). 또한 Parasuraman, Zeithaml & Berry 등(1994:111-124)은 서비스의 질을 객관적인 질과 지각된 질로 구분하여 전자는 기계적 능률을 강조하는 것으로 물건, 사물 등 객관적인 특성을 지닌 것이라면, 후자는 지각된 서비스의 질로서 사람의 주관적인 반응을 포함하는 것으로 판단하는 사람에 따라 달라질 수 있는 상대적인 개념으로 보았다.

품질의 문제는 물리적인 제품에만 있는 것으로 생각될 수 있으나, 서비스에도 품질은 존재한다. 이러한 관점에서 볼 때 민원행정서비스와 같은 공공재에서도 당연히 품질이 존재한다고 할 수 있다. 다만, 물리적인 제품과 서비스에는 그 평가의 속성에 따라 차이가 있을 수 있다. 다시말해, 물리적인 품질은 객관적이고 유형적인 물리적 속성을 가지고 평가하지만, 서비스품질은 고객마다의 주관적인 기준으로 무형적인 것을 평가한다(주형근, 1999:28).

서비스품질의 개념에 대하여도 관점과 접근방법에 따라 여러 가지 의미로 접근할 수 있는데, 객관적으로 규명되는 측면을 강조한 것이 객관적인 품질이며, 개개인의 인식에 기초한 지각된 품질에 의한 주관적인 평가를 통한 품질로 구분할 수 있다. 객관적인 품질은 제품의 우수성이나 기술적인 우월성을 나타내는 개념으로 사용되며, 이러한 객관적인 품질은 이상적인 품질기준이나 표준에 의하여 측정가능하며 등급산출이 가능한 반면, 지각된 품질은 소비자의 판단으로 정의되는 특성을 가진다. 이러한 의미에서 지각된 서비스품질은 특정 서비스에 대한 장기적이고 전체적인 평가를 통한 서비스품질에 대한 인지한 당사자의 태도로 개념화되고 측정되므로 서비스품질은 소비자 만족의 선행요

인라고 할 수 있다(Cronin, et al., 1992:55-68).

2) 서비스품질의 특성

서비스품질의 특성은 인지된 품질로 과정과 결과를 포함하며, 기대와 성과간에는 차이가 발생한다는 특성이 있다(김정훈, 2005:18-19). 다시 말해, 인지된 품질은 객관적 내지는 실제적 품질과는 다르다. 인지된 품질은 구체적인 속성이기 보다는 추상적인 개념으로 볼 수 있다. 서비스품질은 객관적인 품질을 고려하되 이와는 다른 인지된 품질로서 실체에 대하여 고객이 판단한 보편적인 우월성으로 정의할 수 있다. 서비스 품질을 평가하는 객관적인 측정치를 구하기 힘든 상황에서 서비스 품질을 측정하는 적절한 접근은 품질에 대한 고객의 인지를 측정하는 것이다.

서비스품질의 평가에 대하여 Parasuraman 등(1985:41-50)은 물리적인 제품의 품질 평가보다 어렵다는 점, 서비스품질의 지각이 실제 서비스성과에 대한 고객의 기대와 비교하고 난 후에 결정된다는 점, 그리고, 서비스품질에 대한 전반적인 평가는 그 서비스가 전달되는 과정을 포함하고 있다는 점 등을 들어 물리적인 제품의 품질과 다른 특성을 지닌다고 주장하였다. 이러한 관점에서 이들은 서비스품질이란 서비스 기업이 제공하는 서비스에 대한 고객들의 기대와 실제로 제공한 서비스에 대해 고객들이 지각한 것과의 차이“로 정의하였다.

서비스 품질을 지각된 품질로 이해하였을 때 서비스 품질은 소비자의 지각을 측정하는 것이므로 고객지향적인 개념이라 할 수 있으며, 제품의 경우처럼 제품에 대하여 미리 평가할 수 있는 것뿐만 아니라, 제품구매나 사용과정에서 평가하는 경험적 품질 또는 신념적 품질의 성격이 강한 특성을 지닌다. 서비스 품질은 태도와 유사한 개념으로 만족이라는 개념보다는 지속적이고 장기적인 상태로 대상에 대한 전반적인 판단이며, 시간이 지남에 따라 동적으로 변화하는 역동적인 개념이다.

서비스 품질에는 과정과 결과의 두 가지 측면을 포괄한다. Grönroos (1984:36-44)에 의하면 서비스 품질은 기술적 품질과 기능적 품질의 결합으로 서비스 품질을 보고 있다. 기술적 품질이란 고객이 무엇을 얻을 것인가에 관한 것이고, 기능적 품질은 서비스 제공자가 어떻게 서비스를 수행하는가를 나타내는 것으로 기술적 품질이 기능적으로 고객에게 이전되는 과정을 의미한다. 그는 서비스 품질에 대한 고객의 인지는 서비스를 받기전의 기대와 실제로 받은 서비스 성과를 비교하여 형성된다고 하였다. 기대란 고객들의 바람이나 욕구로서, 서비스 제공자가 제공하리라고 생각하는 것이라기보다는 반드시 제공해야 한다고

생각하는 것으로 정의된다. 즉 고객이 기대하는 것으로서 그 충족의 정도에 따라 서비스품질의 수준이 결정되므로 사용자 중심적 관점에서 볼 때 또 하나의 품질 결정요인이 된다.

3) 서비스품질의 구성요소

서비스품질의 정의에 있어서 학자들 간의 다양한 의견이 존재하고 있으며, 서비스품질에 대한 분류도 학자들에 따라 다양하게 분류하고 있다. 일반적으로 서비스품질의 구성차원에 대한 주요한 접근법은 앞서 지적인 Grönroos의 관점으로 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

그는 서비스품을 기술적 품질과 기능적 품질로 구분하고 있다. 첫째, 기술적 품질은 우선 서비스 성과가 나타나 이후에 그 서비스가 평가되어지는 “What”의 측면이 있을 수 있으며, 이는 고객이 서비스로부터 실제로 받는 것 즉 기술적인 해결 등을 들 수 있다. 반대로 서비스 제공자에 의해 전달되어지는 것으로 제공자의 Know-how, 기술적 능력 및 전문지식, 고객정보시스템, 고객관계관리시스템(CRM: Customer relationship management), 고객의 소리 시스템(VOC: Voice of Customer) 등이 해당되며, 모든 기술적인 측면은 서비스를 제공하는 매우 핵심적인 부분이라고 할 수 있다.

둘째, 기능적 품질은 서비스가 전달되어지는 과정에서 서비스가 평가되어지는 “How”의 측면이 있을 수 있는데, 이는 서비스에 대한 접근의 용이성, 종업원의 태도, 서비스에 대한 열의, 외양 등이 이에 해당된다. 이러한 기능적 품질은 서비스가 고객에게 전달되어지는 과정이며, 서비스가 고객에게 왜, 어떻게, 언제, 어디서 전달되었는지에 대한 것이라고 할 수 있다. 하지만, 서비스 제공자의 능력을 고객의 입장에서 서비스구매 전후에 평가하기 곤란한 경우가 있다. 즉, 항상 그러한 것은 아니지만, 어떠한 서비스든 간에 “What”의 측면을 평가하기란 어려운 측면이 있어서 기술적인 품질을 객관적으로 평가하기는 곤란하기 때문에 고객들은 서비스가 전달되어지는 과정인 “How”와 관련된 품질속성들을 이용하여 평가하게 된다(Asubonteng et al., 1996.).

<표 2-1> 지각된 서비스품질의 6가지 기준

기준	내용
전문성과 기술	매우 전문적인 방안을 이용해서 서비스공급자, 종사원, 운영체제, 그리고 물리적인 자원들이 자신들의 문제를 해결하는데 필요한 지식과 기술을 가지고 있다고 고객들이 인식하는 것(결과와 관련된 기준)
태도와 행동	고객들과 접촉하는 서비스 종사원들이 매우 친절하고 자발적으로 고객들에 대해 관심을 기울이고 문제를 해결하는 관심을 기울인다고 고객들이 느끼는 것(과정과 관련된 기준)
접근성과 융통성	서비스공급자, 서비스기관의 위치, 운영시간, 종사원, 운영체제 등이 서비스 받기 쉬운 위치에 존재하도록 설계되고 운영되어지고, 고객의 바람과 수요에 따라 융통성 있게 조절되어질 수 있다고 고객들이 느끼는 것(과정과 관련된 기준)
신뢰성과 믿음	무슨 일이 벌어지든지 서비스공급자, 종사원과 운영체제 등이 약속을 잘 지키고 고객들에 대한 생각을 최우선 고려요인으로 서비스를 행할 것이라고 믿을 수 있다고 고객들이 알고 있는 것(과정과 관련된 기준)
서비스 회복	뭔가 잘못되거나 예측되지 못했던 일이 발생했다하더라도 서비스공급자가 즉각 그리고 능동적으로 바로잡으려고 노력하고 새롭고 수용가능한 해결대안을 찾아내려고 한다는 고객이 느끼는 것(과정에 관련된 기준)
평판과 신용	서비스공급자의 운영이 신뢰받고, 서비스 이용요금에 대해 가치를 부여할 수 있으며, 고객과 서비스공급자에 의해 그 서비스운영이 성과와 가치를 나타낸다고 공감할 수 있다고 고객이 믿는 것(이미지와 관련된 기준)

자료 : 김현희(2005: 46)에서 재인용.

서비스품질의 측정과 관련된 대부분의 연구들은 주로 과정적인 품질의 측면에 국한되어 있다. 그러나 과정적 품질만을 중심으로 전반적으로 지각된 서비스 품질, 행동의도, 행동 및 만족을 예측하기 어렵다는 점을 지적할 수 있다. 다시 말해, 서비스품질의 구성요인 중 기술적인 품질이 전반적으로 지각된 서비스 품질에 더 유의한 영향력을 미치며, 기술적인 품질을 추가하는 것이 보다 타당하다는 것이다(Baker, 1993). 이러한 의미에서 Grönroos(1990)는 서비스 품질을 구성하는 6개의 측면을 다음과 같이 제시하였다.

<표 2-2> SERVQUAL 서비스품질의 속성과 정의

구분	조작적 정의	
유형성	-물리적 이용시설 -서비스유형화	-서비스 시설내의 다른 고객들 -서비스를 제공하기 위한 설비, 도구
신뢰성	-청구서의 정확성 -서비스수행시간의 일관성	-장부기록의 정확성
응답성	-서비스의 시기 적절성 -신속한 서비스 제공	-거래상 실수에 대한 빠른 통지
확신성	-고객접촉요원의 접객태도 -위협, 의심의 제거	-고객이 인식하는 신뢰도
공감성	-서비스 이용의 용이성(대기시간) -고객과의 의사소통 -고객욕구평가의 이해노력	

자료 : Parasuraman, Zeithaml, and Berry(1990: 22-25).

SERVQUAL은 서비스품질을 신뢰성, 응답성, 공감성, 확신성, 유형성의 5가지 차원으로 구성하고 있으며, SERVQUAL의 정의에 따라 신뢰성 차원이 결과 품질에 속하고 다른 4개의 차원은 과정품질에 속하는 것으로 보고 있다(이유재·이준엽, 2001). SERVQUAL의 수정모형들은 대부분 기대의 측정을 생략하고 있으며, “과정품질”외에도 “결과품질”을 고려한 새로운 품질차원을 제안하고 있다. SERVQUAL의 5가지 품질 차원이 지나치게 과정품질에 초점을 맞추고 있다거나 또는 과정과 결과품질이 모호하게 섞여 있는 차원들이 존재한다는 지적이 있다(Llosa, et al., 1998).

3. 고객만족의 개념 및 특성

1) 고객만족의 개념

고객만족은 제품이나 서비스의 구매 및 사용의 결과와 경험에 대한 주관적인 평가에 있어서 호의성의 정도로 소비경험에 대한 감정적이며, 정서적인 반응으로 만족은 긍정적 감정을 의미하며, 불만족은 부정적인 감정을 의미한다(Swan & Oliver, 1989). 다시 말해, 고객만족은 고객의 성취반응으로 정해진 수준 이상으로 고객의 기대를 충족할 경우 만족하는 것을 말한다. 이러한 의미에서 품질은 인지되지만 만족은 보통 경험되는 것이므로 고객의 감정적인 과정에 의해 강하게 영향을 받게 된다. 만족은 이렇게 정해진 주관적인 기대 수준에 의해 좌우되므로 객관적으로 낮은 혹은 높은 품질로도 개인의 기대에 따라 만족을 얻거나 얻지 못할 수 있다. 따라서 고객만족이란 고객의 욕구와 기대에 최대한 부응한 결과 제품과 서비스 재구입이 이루어지고 아울러 고객의

신뢰감이 연속되는 상태라고 할 수 있다(원석희, 1998: 89-90).

고객만족은 결과적인 관점에서 보느냐, 과정적인 관점에서 보느냐에 따라 다르게 정의될 수 있다. 결과로 보는 입장은 소비자가 소비를 통해 경험한 결과적인 입장에서 만족 여부를 평가하는 것을 의미하며, 이러한 관점에서 Howard & Sheth (1979:145)는 “소비자가 지불한 대가에 대하여 적절히 보상되었는가 혹은 부적절하게 보상되었는가에 따라서 느끼는 소비자의 인지적 상태”라고 정의하고 있다. 또한, Oliver(1981: 25-28)는 “불일치된 기대로 인한 감정이 고객의 구매경험 전의 감정과 결합하여 발생하는 종합적 심리상태”라고 정의하였다. 반면에 고객만족을 과정으로 보는 입장에서 Hunt(1977:246)는 고객만족을 “소비경험이 최소한 기대되었던 것보다 좋았다는 평가”라고 정의하였으며, Engel & Blackwell(1985:87)은 “선택된 대안에 대한 사전적 신념과 일치되었다는 평가”라고 정의하였다(김정훈, 2005: 33-34).

고객만족을 과정지향적인 관점에서 이해하는 접근은 결과지향적 관점에 비하여 소비경험의 전체를 총괄한다는 점과 각 단계의 고유한 요소들을 측정하는 척도를 통해 고객만족으로 이어지는 중요한 과정을 규명할 수 있다는 점에서 유용하다고 볼 수 있다(Oliver, 1981). 그리고 고객만족은 소비경험을 통해 최소한 기대하였던 것만큼은 좋은 것이 되도록 조정된 평가, 선택된 대안에 대한 과거의 신념이 그 대안과 일치하게 되는 평가에 대한 고객의 반응 등으로 정의될 수 있다(이유재, 1981). 이러한 정의들은 평가과정을 고객만족의 저변의 중요한 요소로 제시하고 있다(김현희, 2005: 69).

또한 고객만족에 대한 정의는 정의되는 대상에 따라서 달라질 수 있다. 일반적으로 제품, 소비경향, 구매의사결정 경험, 종업원, 점포속성, 구매 전 경험에 대한 만족 등이 그 대상이 될 수 있다. 또한 고객만족은 특정한 거래 혹은 고객과 특정 기업과의 접촉을 통해서도 정의될 수 있으며, 누적된 거래 혹은 접촉을 통해 형성된 좀 더 포괄적인 의미의 만족으로도 정의될 수 있다(Bitner, 1990).

2) 고객만족의 결정요인

최근 연구들은 서비스품질과 고객만족은 상호 밀접한 관련성을 갖고 있지만, 분리된 개념이라고 보는 경향이 많다(Cronin & Taylor, 1992; Zeithaml & Bitner, 1996). Cronin & Taylor은 서비스품질과 고객만족은 구별된 개념으로 보고 있다. 두 개념사이의 차이에 대한 가장 보편적인 설명은 지각된 서비스품질이 태도의 한 형태이며 장기간의 전반적인 평가인 반면, 만족은 특정거래 중심의 평가라는 것이다. 아울러, Zeithaml & Bitner은 서비스품질과 고객만족을 구분하려는 기준을 제시하면서 서비스품질에 대한 지각은 특정한 서비

스공급자에 대한 실제경험이 없더라도 있을 수 있는데 반해 고객만족은 서비스공급자에 대한 실제 접촉경험이 있는 후에만 이루어진다고 하였다.

이렇듯 서비스품질과 고객만족은 개념상에 있어서 차이를 보인다. 고객만족은 고객이 제품이나 서비스에 사전적으로 가지고 있던 기대와 소비 후 지각된 실제성과간의 차이 평가에 보이는 반응이라고 정의할 때, 기대와 지각된 성과가 단순히 비교기준으로서의 역할만이 아닌 만족에 직접효과를 갖는 변수로 표출된다. 다시 말해, 고객만족에 대한 접근은 고객들의 제품구매 후 제품성과에 대한 고객의 기대수준과 실제 제품성과간의 차이, 즉 불일치에 대한 지각정도에 달려 있다는 것이다. 이와 같은 고객만족개념은 현재 이론적으로나 실무적으로 가장 폭넓게 받아들여지고 있는 기대-성과불일치 측면에서 구체적으로 설명될 수 있다. 또한 일반적으로 고객만족의 결정변수에 대한 연구는 크게 기대-불일치모형, 공정성모형, 귀인모형, 성과모형의 관점에서 다루어지고 있다(김현희, 2005:72-76).

(1) 기대-불일치모형

Oliver(1980)는 일반적으로 고객들은 구매이전에 제품성과에 대한 기대를 형성하고, 제품구매 및 사용을 통하여 경험한 실제제품성과를 자신의 기대수준과 비교한다는 것이다. 제품성과가 기대보다 못한 것으로 판단된 경우를 부정적 불일치, 제품성과가 기대보다 나았을 때 긍정적인 불일치, 기대했던 정도이면 단순한 일치라 한다. 따라서 단순한 일치 및 긍정적인 불일치의 경우에는 만족, 부정적인 불일치의 경우에는 고객은 불만족하게 된다는 것이다. Swan & Martin(1981)은 비교수준이론을 지지하면서 자동차에 대한 만족이 예측적인 기대의 불일치와는 관련되지 않고 대신 비교수준의 불일치에 관련된다고 주장하였으며, 고객들이 기대의 여러 원천을 사용한다는 주장을 확인할 수 있었다.

(2) 공정성모형

Huppertz 등(1978)에 의해 주도된 일련의 연구들은 최초로 고객의 상품구매 활동을 고객과 소매업자 사이의 하나의 교환활동으로 보고 공정성이론을 마케팅에 적용하였다. 비록 그들의 연구가 고객만족 자체를 설명하고 있지는 않지만 이후의 고객만족에 관련된 공정성의 연구들을 유발하였다는 점에서 그 의의가 있다. 이후 Mowen & Grove(1983)는 다른 고객을 비교대상으로 하여 고객의 가격투입과 정보탐색투입이 고객의 만족/불만족에 미치는 영향을 자동차구매를 대상으로 연구를 진행하였으며, 그 결과 마케팅적 의미로 바겐세일

의 광고나 특별할인이 가격에 대한 혜택을 받지 못하는 고객들에게 불공정성을 느끼게 하여 오히려 역효과를 낼 수도 있다고 지적하였다.

(3) 귀인모형

귀인과정은 어떤 결과나 현상이 나타났을 때 왜 그러한 결과가 나타났는지에 대한 원인과 이유를 추론하는 인간의 사고과정이라고 할 수 있다. 이에 근거한 귀인이론은 고객의 불평행동을 설명할 수 있는 중요한 이론의 하나가 되며, 불만족과 관련된 연구들을 이끌었다. Folkes(1984)는 고객들이 소비행위 결과에 대해 귀인을 할 때 안정성, 인과성의 위치, 그리고 통제가능성의 3개 요소가 영향을 미친다고 지적하였다. 귀인이론은 고객만족 보다는 불만족을 설명하는데 주로 이용되었으며, 만족에 영향을 미치는 구성요건(기대, 성과, 불일치, 공정성, 귀인)의 검증에서는 귀인이라는 차원이 가장 적은 효과를 미치는 것으로 분석되었다(Oliver & DeSarbo, 1988). 그러나 Folkes(1987)는 인과성과 만족도의 관계검증에서 인과성이 만족의 중요한 설명변수라는 것을 설명하고 있으며, 만족 시 외부귀인보다는 내부귀인을 하는 경향을 보인다고 주장하였다.

(4) 성과모형

성과이론은 구매 전에 형성되었던 기대수준이나 공정성, 그리고 귀인여부에 관계없이 실제 제품에 대한 성과자체가 고객만족을 결정한다는 이론이다. 따라서 고객이 제품의 성능이 형편없을 것이라는 기대하고 있을지라도 실제 제품의 성능이 형편없을 경우 불만족을 초래하게 된다. 이러한 경우에도 제품의 평가가 곤란할 경우 기대가 만족에 미치는 효과가 유의적이거나 애매 모호성이 낮은 경우에는 인지된 제품성과가 만족에 미치는 효과가 보다 유의적이라는 것이 성과이론의 주요 골자이다.

Churchill & Surprenant(1982)는 관여도가 높고 위험이 크다고 지각하는 내구재의 경우 불일치 경험이나 고객의 기대감이 고객만족에 전혀 영향을 주지 못했으나, 제품의 성과는 만족을 결정하는 요인이라는 것을 규명하였다. 또한, 비내구재의 경우에는 기대불일치 이론이 고객만족의 많은 부분을 설명한다고 주장하였다. 하지만, Tse & Wilton(1988)은 고객만족은 기대와 불일치만으로 충분히 설명될 수 없으며, 어떤 상황에서는 지각된 성과만으로도 고객만족에 대한 설명이 가능하다는 연구결과를 제시하였다. Oliver & DeSarbo(1988)의 연구에서도 만족을 예측하기 위해 사용된 기대, 지각된 제품성과, 불일치, 공

정성, 귀인 등의 5개 변수 중에서 지각된 제품성도가 불일치 다음으로 중요한 변수라고 주장하였다. Anderson & Sullivan(1993)은 고객만족이 불일치와 지각된 성과의 함수로 가장 잘 설명되며 기대는 만족에 직접적인 영향을 주지 못한다고 밝히고 있다. 이러한 연구결과들은 고객만족의 형성과정에 있어 지각된 제품성도를 하나의 독립적인 예측변수로 고려해야 함을 의미한다.

4. 서비스 충성도의 개념 및 특성

서비스 충성도라는 것은 고객의 재구매 행동, 시장점유율, 브랜드자산에 대한 최종적인 영향변수로서 서비스 마케팅에서 가장 중요한 개념이다(Caruana 2002). Czepiel & Gilmore(1987)는 서비스 충성도는 과거경험에 바탕을 두고 서비스 제공자와 교환관계를 지속시키는 고객의 특정한 태도로 보았으며, Gremler & Brown(1996)는 서비스 충성도는 고객이 한 서비스 제공자에게 반복구매 행동을 보이는 수준이며, 그 제공자에게 긍정적인 태도를 보유하고, 해당서비스에 대한 니즈가 촉발되었을 때 서비스 제공자만을 이용할 것을 고려하는 것으로 보았다. 이문규(1999)가 서비스 충성도는 고객이 과거의 경험과 미래에 대한 기대에 기초하여 현재의 서비스 제공자를 다음번에도 다시 이용하고자 하는 의도로 정의하였다. 이유재·안정기(2001)는 서비스 제공자에 대한 상대적 태도가 높고 동일 카테고리 내 경쟁적 대안에 비해 반복구매 비율이 높은 정도로 정의하고 있다.

<표 2-3> 주요 연구들에 나타난 서비스 충성도의 개념

연구자	서비스 충성도 개념
Czepiel & Gilmore (1987)	서비스 충성도는 과거경험에 바탕을 두고 서비스 제공자와 교환관계를 지속시키는 고객의 특정한 태도
Gremler & Brown (1996)	서비스 충성도는 고객이 한 서비스 제공자에게 반복구매 행동을 보이는 수준이며, 그 제공자에게 긍정적인 태도적 경향을 보유하고, 해당서비스에 대한 니즈가 생겼을 때 오직 이 서비스 제공자만을 이용할 것을 고려하는 것
이문규 (1999)	서비스 충성도는 고객이 과거의 경험과 미래에 대한 기대에 기초하여 현재의 서비스 제공자를 다음 번에도 다시 이용하고자 하는 의도
이유재, 안정기 (2001)	서비스 제공자에 대한 상대적 태도가 높고 동일 카테고리 내 경쟁적 대안에 비해 반복구매 비율이 높은 정도

자료 : 라선아(2005: 22).

이와 같이 정의된 충성도는 행동론적 접근법과 태도론적 접근법에 의해 연구가 진행되었다. 연구 초기에는 거의 모든 연구가 행동론적 측면에 초점을 맞추어 진행되었으나, Jacoby & Chestnut(1978)은 브랜드 충성도는 편향적이고, 행동적 반응(구매)이 있으며, 장기간에 걸쳐 어떤 의사결정 단위에 의해 표현되는 것으로 하나 또는 그 이상의 브랜드 집합에 대한 심리적 과정의 함수로 정의하면서 충성도에 대한 심리학적 접근법을 시도하였다. 라선아(2005:22-24)는 이와 같은 충성도가 인지적, 감정적, 의도적 요소를 모두 포함하는 것으로 보는 태도론적 접근법으로 규정하고 있다.

제2절 민원 행정서비스, 고객만족, 서비스 충성도 관계

1. 민원 행정서비스의 이론적 배경

1) 신공공관리론

신공공관리론은 민간시장의 경쟁원리와 민간기업의 경영에 적용되는 관리기법을 공공부문에 도입하고자 하는 논의로 공공부문의 성과와 실적을 중시하고 관리자의 개인적인 책임을 강조하는 특징을 가지고 있다. 신공공관리를 통하여 추구하는 공공부문의 개혁 목표와 사용하는 기법이 기본적으로 공공부문의 생산성과 능률성의 극대화를 추구하고 있다는 점에서 대체로 시장경제모형을 추구하고 있다. 이는 시민들의 요구에 대하여 수요자인 시민들의 입장에서 대응하지 않고, 공급자인 공무원 자신들의 입장에서 행정적인 편의성과 능률성을 중심으로 공공정책을 추진하려고 하는 관료들의 가치관에서 야기되었던 관료제의 병리현상과 형식주의를 극복하고자 하는 시도로 볼 수 있다. 따라서 공공부문혁신의 핵심적인 내용은 고객중심서비스, 성과지향적 계약체결, 자유경쟁, 시장유인, 규제완화 등이다(김용원, 2008: 61-62).

신공공관리론의 주요 이론적 기초는 신관리주의(neo-managerialism)와 경제학(economics)이다. 신관리주의는 신테일러주의와 상호교환적으로 이해되고, 과학적 관리법의 전통하에서 공공부문에 경영형 관리주의를 새롭게 적용한 것이라고 하겠다. 경제학 측면에서는 주로 미시경제학을 중심으로 한 공공선택이론, 주인-대리이론, 거래비용이론 등이 활용되고 있다. 따라서 신공공관리의 기본적인 이론의 틀은 관리주의와 공공선택이론, 주인-대리인이론, 거래비용이론 등이 상호 혼합된 복잡한 것이라고 할 수 있다(김병국·김필두, 2006).

<표 2-4> 전통적 행정시스템과 신공공관리 행정시스템 비교

전통적 행정시스템	신공공관리 행정시스템
법령, 규칙에 의한 관리	목표와 업적에 의한 관리
단일의 직무에 특화된 분업시스템 : 기능적 원리의 지배	서비스 공급의 효율화를 위한 유연한 조직운영 : 통합원칙의 중요성 증대
명확한 계층제 시스템 : 하향식 통제 원리	자율적인 업적평가의 단위인 소규모 조직간의 계약에 의한 관리 : 느슨한 구조에 의한 네트워크 관리 원칙
전략적인 관리의 결여 : 고객에 대한 온정주의적 관계	공급사이드에서 일방적인 의사결정을 하는 것이 아니고 고객 사이드의 수요를 반영한 관리
서비스 제공의 단일성 원리 : 형평성 원리	경제성, 효율성, 효과성을 추구하는 표적 대상별 제공 : 기업원리

자료 : Bellamy and Taylor(1992: 7).

2) 정책품질관리제도 TQM

정책품질관리제도로서의 TQM은 민간경영기법 뿐만 아니라 공공부문의 관리 수단으로 활용되고 있다. 그렇지만 TQM이 무엇인가에 대한 개념을 정의하는 것은 경영과 행정이 가지고 있는 근본적인 특성을 이해하는 것이 전제되어야 한다. TQM의 정의에서 제시하고 있는 기본적인 내용들은 연구자들에 따라서 다양하지만, 일반적으로 고객중심, 품질, 팀워크, 지속적 개선 등을 강조하고 있다.

TQM을 논의하는 과정에서 정부의 고객이 누구인가를 명확히 하는 것은 매우 중요하다. 일반적으로 TQM에서 제시하고 있는 고객의 개념은 조직체계의 외부뿐만 아니라 내부에도 있을 수 있다는 점이다. 정부의 고객은 정부의 산출물을 받거나 사용하는 사람이라고 할 수 있다. 내부고객으로서의 사용자는 조직 내에 있는 다른 부서나 사람이 될 것이며, 최종적인 산출물이나 서비스를 사용하는 사람은 외부고객이라고 할 수 있다(김용원, 2008:70-71).

또한 품질에 대해서 살펴보면, Nohanty and Lakhe(2002:5)은 사용자의 요구를 만족시킬 수 있는 요구조건에 대한 적합성을 품질로 보았으며, Hradesky(1994: 27)는 고객의 기대와 요구를 품질로 보았다. Oakland(2002: 3-4)는 고객의 요구조건을 단순히 충족시키는 것으로 품질을 보고 있다. 이러한 정부의 행정서비스나 정책에 대한 품질의 좋고 나쁨은 고객의 판단에 의하

여 결정된다고 할 수 있다.

이러한 TQM은 정책품질관리제도와 다소 차이를 보인다. 정책품질관리제도는 QC(Quality Control)과 보다 근접해 있다고 할 수 있다. 다시 말해, QC는 실제의 품질성과를 측정하고 이를 사전에 정한 표준과 비교하여 차이가 있으며 시정조치를 취하는 과정이라고 말할 수 있다(강금식, 1997:13). 이러한 측면에서 볼 때, QC는 많은 장점을 가지고 있으나, 신공공관리의 관점에서 본다면 TQM이 보다 시사하는 바가 크다고 하겠다. 즉 TQM의 원칙을 상당부분 도입한 통합된 품질관리모형이 정책품질관리부문에 도입된다고 볼 수 있다(김용원, 2008:76). 정책품질관리제도와 TQM을 비교하면 <표 2-5>와 같다.

<표 2-5> 정책품질관리제도와 TQM 비교

구분	정책품질관리제도	TQM
목적	정책실패 및 부실정책 평가	팀워크와 지속적인 품질개선을 통한 고객관리
고객	외부고객(국민)	외부·내부 고객
조직관리	-	지속적인 개선
조직구조	-	팀워크, 하부위임
관리범위	선정된 정책	조직전반
관리기법	모니터링, 홍보, 메뉴얼	용도에 따라 다름

자료 : 최길수(2005: 347-376).

2. 민원행정서비스의 개념과 특징

1) 민원행정서비스의 개념

민원행정이란 첫째, 국민이 원하는 행정, 둘째, 국민과 접촉을 갖는 집행적 성격의 행정, 셋째, 집행적·전달적 행정 가운데서 관계있는 국민의 요구 투입에 대응하는 행정, 그리고 고객의 특징적이고 직접적인 대면적인 청구행위에 대응하여 그것을 처리하는 행정 등으로 나누어 볼 수 있다(박영기, 1993:10-11;이혜경, 2006:19-24). 특히, 민원행정은 민원인의 구체적인 요구투입을 받아 이를 정부가 처리하고 그 결과를 민원인에게 전달해 주는 것과 관련된 일련의 행정을 의미한다. 한편, 행정이란 공동 목적을 달성함에 필요한 협동적 단체 활동이라는 측면에서 볼 때 민원행정은 행정기관이 국민과 직접 접촉하여 민원을 접수, 처리하는 직접적인 민원행정뿐만 아니라 민원사무처리의 확인, 감독, 감사업무, 그리고 민원에 대한 법규, 제도, 운영지침, 또는 민원사무와 관련된 주요 정책의 결정, 계획의 수립과 같은 간접적인 민원행정을 포함하는 개념이라고 하겠다(김인겸, 2008:9).

공공서비스 중에서도 민원행정서비스는 주민들이 가장 실감나게 행정의 수준과 질을 판단하는 기준이 될 뿐만 아니라, 정부자체의 대민행정이미지를 개선하고 홍보할 수 있는 중요한 행정서비스로 인식되고 있다(전영평, 1995:39). 민원행정은 주민이 행정기관과 직접 접촉하여 행정서비스를 체험하는 장소이기 때문에 시민과 행정과의 관계에 있어서 중요한 영역으로 인식되고 있다. 그러나 일반적으로 민원행정기관하면, 불친절한 곳, 많이 기다리는 곳, 서류를 많이 내는 곳 등의 부정적인 이미지로 인식되고 있다. 민원행정의 수행과정에서 경험하는 공무원들의 권위주의와 부정부패, 무반응, 전문지식 부족, 과중한 업무, 불친절, 불공정, 업무지연, 무책임 그리고 이들에 대한 대내외적인 통제의 부재 등은 민원행정에 대한 주민들의 불만을 가중시켜 온 것이 사실이다. 최근 행정기관들은 행정혁신을 통하여 행정기관에 대한 이미지를 향상시키려는 많은 노력을 하고 있지만, 주민들의 기대수준에는 미치지 못하고 있다. 그 이유는 행정기관 업무가 민원당사자의 필요에 의해서 운영되며, 독과점 품목처럼 당해 기관을 방문하지 않으면 해결할 수 없다는 점에서 그 원인을 찾을 수 있다. 또한 복잡한 법률체계와 잦은 정책변동으로 공무원들도 확신을 갖고 민원행정을 수행할 수 없다는 점도 작용하고 있다(허대중, 2005).

하지만, 최근에 와서 민원인들의 행정서비스에 대한 욕구가 강해지는 방향으로 인식이 많이 바뀌고 있으며, 고객만족 수준도 올라가고 있다. 이러한 민원인의 욕구를 만족시키기 위해서 정부는 고객지향적인 민원행정서비스체제로

가야하며, 민원행정서비스는 민원인의 수준에 맞추는 서비스로 끊임없이 변화를 추구하여야 한다. 이러한 노력이야말로 주민들이 갖고 있는 전통적인 행정에 대한 부정적인 이미지를 개선할 수 있다.

민원행정 또는 민원사무에 대한 정의를 살펴보면 다음과 같다. 박영기(1993:10-1)는 민원행정을 국민이 원하는 행정, 일반국민과 접촉을 갖는 집행적 성격의 행정, 집행적·전달적 행정 가운데서 관계있는 국민의 구체적인 요구투입에 대응하는 행정, 고객의 특정적이고 직접적인 대면적 청구행위에 대응하여 그것을 처리하는 행정 등으로 나누어볼 수 있다고 지적하였다. 박연호(2001:54)는 “민원행정이란 각급 행정기관이 민원인의 의사표시를 수용해서 친절, 신속, 공정하게 처리하여 시민이 겪고 있는 불편한 문제점을 근원적으로 제거하기 위하여 민원제도를 개선하고, 주로 민원실 및 민원창구로 구성되어 있는 민원행정기구를 국민편의 위주로 설치, 운영함으로써 대민봉사 행정의 실효를 거두기 위한 일련의 행정행위와 그 과정을 포괄하는 것”이라고 정의하였다. 또한 최창호(1999: 154)는 “민원행정은 시민이 행정으로부터 양질의 서비스를 받게 할 뿐만 아니라, 정부와 시민간의 대화창구의 기능을 행하며, 궁극적으로는 행정의 질적 수준과 시민의 자질 향상에도 이바지할 수 있다”고 정의하고 있다.

한편 법령에 구체적으로 예시된 민원사무에는 허가, 인가, 면허 또는 승인의 신청, 등록의 신청, 증명 또는 확인의 신청, 이의신청, 진정, 건의 또는 질의, 기타 행정기관의 특정한 행위를 요구하는 의사표시 등이 있다. 이를 바탕으로 권경석(1985: 17-27)은 민원을 일반민원(인가, 허가, 면허, 승인, 등록, 증명, 확인, 추천 등)과 기타민원(이의신청, 진정, 건의, 질의 등)으로 나누고, 일반민원을 다시 민원서류의 접수와 동시에 행정처분이 행하여지는 창구 즉결민원과 처리에 2일 이상이 소요되는 유기한 민원으로 분류하고 있다.

이러한 의미에서 본 연구는 민원행정을 민원실 및 민원창구로 구성되어 있는 민원행정기구를 국민편의 위주로 설치, 운영함으로써 대민봉사 행정의 실효를 거두기 위한 일련의 행정행위와 그 과정을 포괄하는 것으로 정의하고자 한다. 또한, 민원행정의 품질은 행정서비스 기관에서 제공하는 ‘객관적 산출물의 질’이라는 의미로 정의하고자 하며, 이는 고객이 느끼는 주관적 관점에서의 ‘서비스에 대한 느낌’을 의미한다고 하겠다.

2) 민원행정서비스의 특징

서비스가 본질적으로 무형적이고 상호작용적이기 때문에 이에 종사하는 일선 공무원들이 고객지향적인 마인드를 갖고 동기부여 해주지 않으면 이들에 의해

제공되는 서비스는 고객지향적일 수 없다(오세윤·박희서·노시평, 2000). 박성연(2000)은 조직이 고객서비스에 관심을 갖고 그들의 욕구를 파악하는데 노력할수록 고객의 만족도와 기업의 성과가 높아지는 것은 당연한 결과이며, 조직이 얼마나 고객지향적이고 서비스지향적인 문화와 시스템을 갖추고 있는냐에 따라서 서비스지향성에 큰 영향을 미칠 것이라고 하였다. Lytle 등(1008)은 조직의 서비스지향성이란 우수한 서비스를 창출하고 전달하는 서비스 제공과 보상하고자 하는 조직의 정책, 관행, 절차 등이 조직 전반에 걸쳐 수용되고 있는 정도라고 하였다.

또한 Schmit와 Allscheid(1995)는 종업원의 지각이 서비스의도에 영향을 미치고, 이는 결국 고객만족에 영향을 미친다고 하여 서비스지향성의 중요성을 지적하고 있다(허정옥·김영훈·김윤정, 2006:70-71).

이렇듯 서비스는 조직의 문화에 의해 그 지향성이 결정된다고 할 수 있다. 특히, 공공부문에서의 서비스는 더욱 서비스에 대한 고객의 만족이 중요한 영역으로 자리하고 있어 조직의 특성에 따른 서비스의 질이 결정된다고 할 수 있다. 특히, 민원행정서비스는 주민이 행정기관의 특정한 행위를 요구하는 의사표시에 대응하는 활동을 통해 발생하는 것을 의미하는 것이기 때문에 여러 가지 측면에서 다양한 특징을 지니고 있다(전영평, 1995:41). 첫째, 민원인의 민원제기라는 원인행위가 있을 때부터 발생한다. 따라서 정부가 사안을 인지하거나 개입하여 처리하는 행정행위는 민원행정서비스 범위에 속하지 않는다. 둘째, 공무원과 민원인과의 직접적인 접촉을 매개로하기 때문에 대면적인 관계가 중요시되는 행정이다. 이러한 접촉의 과정은 문제해결을 위한 과정에 지나지 않지만, 이 과정에서 공공행정과 공무원에 대한 인상이 형성되며 부정부패의 소지도 생겨난다. 셋째, 민원행정서비스는 정부의 재량적 행위에 의해 달성되는 경우가 대부분이다. 즉 법규나 규정을 명백히 위반하는 사항에 대해서는 행정적 해결이 불가능하다. 넷째, 민원행정서비스는 공무원들의 성실한 반응을 매우 중요시하는 행정의 영역이다. 민원행정서비스에는 기한이 정해져 있으며, 불성실하거나 불친절한 반응에 대해서는 비난이 많이 제기되는 행정영역이기도 하다. 다섯째, 민원행정은 그것이 대상으로 하는 시안의 범위가 엄청나게 넓다. 한마디로 사회의 모든 영역에서 발생하는 시민들의 고충이 모두 민원으로 몰려들기 때문에 이를 해결하고자 하는 행정의 범위도 거의 전 부서에 이를 정도로 광범위하다. 여섯째, 민원행정은 자치단체장이 자신들에 대한 지지획득을 위해서 매우 중요시하는 영역이다. 즉 주민으로부터 직접적 지지를 얻어야 하는 공무원일수록 민원행정에 대한 관심이 크고, 그러한 지지가 없어도 지위가 유지되는 공무원들에게는 관심이 적은 행정영역이다. 또한, 민원행정은 국민이 행정기관에 특정한 행위를 요구하는 의사표시에 대응하는 활동

을 의미하는 것으로 볼 때, 행정자치부의 견해를 살펴보면 다음과 같다(행정자치부, 2004: 12-13).

첫째, 민원행정은 그 내용이 다양하고 유동적이며 항상 새로운 조건하에서 결정되므로 다양성과 변동성을 가지며, 기관의 성격과 기능, 주민의 소득수준, 지역의 발전정도, 지역문화적 특성 등에 따라 그 내용을 달리하는 경우가 있다. 둘째, 민원행정은 그것의 처리나 해결을 위해서 통상 재정지출이 수반되는데, 대부분이 고가의 비용을 요구하지는 않지만, 그 종류 여하에 따라 많은 비용을 투입하지 않으면 해결될 수 없는 것들이 있다. 셋째, 민원행정은 양적인 팽창뿐만 아니라 질적으로 복잡한 양상을 보이고 있으며, 기대수준의 상승으로 인해 하나의 민원해결이 또 다른 해로운 민원을 야기하는 경우도 있다. 넷째, 제기된 민원의 처리에 있어서는 고도의 기술성과 전문적인 지식을 필요로 하며, 중앙과 지방, 지방상호간 그리고 여러 행정기관이 서로 협력하여 공동의 노력을 기울여야 하는 경우 역시 증대되고 있다.

이와 같은 민원행정의 다음과 같은 역할을 수행하고 있다(김인겸, 2008:12-13). 첫째, 정부와 주민과의 대화통로로서의 역할이다. 지방정부와 주민과의 대화 방법에는 다양한 것들이 있다. 대표적으로 각종 공청회, 간담회, 반사회, 주민과의 직접상담을 통한 건의 등이 있으나, 이러한 방법은 민원창구를 통해서 정부와 공개적으로 대화하는 한시적인 것이라 할 수 있다. 필요에 따라서 민원상담 또는 우편을 통한 간접적인 대화 등 다양한 방법으로 행정에 참여할 수 있는 통로인 점에서 민원창구의 역할은 정부를 이해하고 주민을 아는데 효과적인 방법이라 하겠다. 둘째, 행정의 홍보이다. 민원은 민원창구라는 매개체를 통하여 행정기관과 직접적으로 접촉함으로써 대민행정 과정을 눈으로 보고 피부로 느끼게 된다. 이로 인해 민원인에게 주는 인상은 바로 주민이 정부를 좋고 나쁨을 평가할 수 있는 계기가 되는 거울과 같은 역할을 한다. 셋째, 구체 절차에 따른 부담경감이다. 행정행위에 대한 민원해결방법으로 행정소송제도를 통하여 민원해결의 효과를 법적으로 보상받을 수 있으나, 여기에는 시간, 소송비용, 법적 규제에 따른 사회비용 등 다양한 부담이 수반된다. 반면 민원창구를 통한 민원처리는 저렴한 비용과 짧은 시간, 간단한 절차 등으로 주민의 권익을 보호하는 실질적 제도라는 점에서 실효성이 있다.

3. 민원행정서비스품질 · 고객만족 · 서비스 충성도 관계

1) 민원행정서비스품질과 고객만족 · 서비스충성도 관계

서비스와 고객만족에 관한 연구는 초기 경쟁시장에서 기업의 고객에 대한 중요성 인식으로부터 시작되었다(Anderson, et al., 1994). 초기 연구의 관심은 주로 제품과 서비스 판매에 영향을 미치는 품질 요소의 확인과 이들의 만족도에 대한 영향이었다(Parasuraman, et al., 1988; 홍재환, 2005). 그러나 최근 정부기관에서도 고객의 만족도가 주요시 되면서, 만족도 측정에 관한 연구가 이루어졌다. 공공부문에서의 고객만족에 관한 연구는 대체로 서비스 품질의 차원과 요소, 즉 특정 공공서비스의 접근성, 이용편의성, 업무태도, 친절도, 공정성, 책임성, 신속성, 정확성, 적정성 등이 고객만족도에 얼마나 기여하는가에 관한 것으로, 서비스 품질을 구성하는 요소들의 만족도에 대한 영향 확인을 통해 서비스 개선 정보를 얻고자 하는 것이었다(최승범·박홍식·Rosa Chun, 2007: 961). 서비스 질과 고객만족은 인과관계 및 구조적인 관련성에 대한 많은 연구들이 있어왔다. 서비스 이용자의 후속행동 발생과 관련하여 서비스 질과 고객만족간에 제기되는 주요 논쟁점은 상호 관계성에 집중되고 있다. 다시 말해, 서비스 질이 고객만족의 선행변수라고 보는 견해와 고객만족이 서비스 질의 선행변수라고 보는 견해이다. 또한 다른 일부에서는 서비스 질과 고객만족을 동일한 속성으로 보는 견해도 있다(우양호·홍미영, 2004:655). Westbrook & Reilly(1983)는 제품과 서비스의 사용결과로 나타나는 감정적 반응이라고 서비스만족을 정의하고 있으며, Bolton & Drew(1991)는 고객만족이 서비스 질의 선행변수라는 전제하에 태도로서의 지각된 서비스 질을 현재의 고객만족과 과거에 지각된 서비스 질의 함수로 규정하였다. Oliver(1993), Rust & Oliver(1994)는 서비스 질이 만족에 영향을 미치는 요인이라고 지적하고 있다. 아올러, Bloemer & Ruyter(1995)은 만족을 서비스 질의 상위적 개념으로 보고 서비스 질이 만족의 선행요소라고 주장하였다.

2) 고객만족과 서비스 충성도의 관계

서비스 충성도라는 것은 고객의 재구매 행동, 시장점유율, 브랜드자산에 대한 최종적인 영향변수로서 서비스 마케팅에서 가장 중요한 개념이라고 할 수 있다(Caruana, 2002). 고객충성도는 서비스 충성도보다 상위의 개념으로 그 대상이 무엇인가에 따라 브랜드를 대상으로 한 충성도라는 브랜드 충성도, 서비스 제공자를 대상으로 하면 서비스 충성도 등으로 구분된다고 할 수 있다(Oliver, 1997).

Czepiel & Gilmore(1987)와 Gremler & Brown(1996)은 충성도 개념을 무형 제품으로 확장하였다. 그들의 서비스 충성도에 대한 정의에는 충성도의 세 가지 구체적인 구성요소, 즉 구매, 태도, 인지의 세 요소를 포함하고 있다. 그들은 서비스 충성도는 고객이 한 서비스 제공자에게 반복구매 행동을 보이는 수준이며, 해당 서비스에 대한 니즈가 생겼을 때 오직 그 서비스 제공자만을 이용할 것을 고려하는 것이라고 정의하고 있다. 이문규(1999)는 서비스 충성도는 고객이 과거의 경험과 미래에 대한 기대에 기초하여 현재의 서비스 제공자를 다음번에도 다시 이용하고자 하는 의도로 정의하고 있다. 이유재·안정기(2001)는 서비스 제공자에 대한 상대적 태도가 높고 동일 카테고리 내 경쟁적 대안에 비해 반복 구매 비율이 높은 정도로 정의하고 있다.

라선아(2005:21-22)는 서비스 충성도는 행동론적 접근법과 태도론적 접근법에 근거하여 정의할 필요가 있다고 지적하고 있다. 행동론적 접근법에서는 고객이 무엇을 생각하는지는 중요하지 않으며, 단지 그의 행동이 서비스 충성도를 말해주는 기준이 된다고 정의하면서 서비스 충성도는 재구매행동, 재구매빈도, 동일 브랜드 선택 비중, 그리고 구매확률을 측정변수로 사용하고 있다. 하지만, 충성도는 행동적인 몰입과 태도적인 몰입의 두 가지 측면을 포함하고 있다고 보아야 한다. 다시 말해, 행동측면뿐만 아니라, 인지적, 감정적, 의도적 요소를 모두 포함해야 한다(Oliver, 1997)는 것으로 Oliver(1999)는 충성도란 선호하는 제품이나 서비스를 지속적으로 구매하게 만드는 해당 브랜드에 대한 깊은 몰입이라고 정의하였다.

따라서 주민의 행정서비스에 대한 충성도를 높이기 위해서는 주민을 고객으로 인식하고 주민들의 욕구를 좀더 이해하려는 노력과 그들의 문제를 해결하고자 하는 관심으로 주민만족도를 높임으로써 진정한 서비스충성도가 높은 주민으로 전환될 수 있다.

Fornell(1992)은 기업이 고객만족 수준을 높이면 고객충성도가 높아지게 된다고 지적하고 있다. 또한 Oliver(1997)는 품질이 고객만족에 영향을 주고 고객만족이 고객충성도에 영향을 주면 궁극적으로 기업의 이익이 높인다는 관계를 설정하였다. 허정옥·김영훈·김윤정(2006)은 주민만족도가 서비스충성도의 영향요인으로 보고 있다. 다시말해, 행정차원에서의 서비스품질은 주민만족도에 영향을 미치며, 이러한 주민만족도는 서비스충성도에 영향을 미치는 경로모형을 제시하고 있다.

이러한 논의들은 모두 고객만족이 높아지면 고객충성도가 높아지며, 궁극적으로 기업의 수익을 높인다는 것으로 고객만족→고객충성도→기업성과의 관계를 설정하고 있다. 실제로 고객만족과 관련된 많은 실증연구에서는 고객만족의 결과로서 고객의 만족도가 높으면 충성도가 높아지고, 재구매나 긍정적 구

전 등을 할 가능성이 높다고 밝히고 있다(이유재·이청림, 2007:85). 이러한 관점에서 볼 때 민원행정서비스에 대한 고객만족이 높아지면 고객충성도가 높아지며, 궁극적으로 지방자치단체에 대한 지지도가 높아지는 관계를 설정할 수 있다.

3) 민원행정서비스와 지방자치단체 지지의 관계

행정서비스에 대한 주민만족도 조사의 중요성은 서비스 제공의 주체인 공무원에게 그들이 속한 행정기관의 성과에 대한 주민의 인식과 평가에 관한 중요 정보를 제공해 주는 것이다(황명찬 외, 1997:141).

행정서비스품질에 대한 고객만족과 고객충성도는 고객인 시민들이 느끼는 ‘체감만족도’로 질적이며 주관적인 평가를 의미하며, 시민평가제(Citizen Evaluation)라고 하는 형태로 행정기관이 제공하는 공공서비스에 대하여 고객인 시민들을 대상으로 ‘시민(주민)만족도(Citizen Satisfaction) 조사’의 형태로 이루어지는 경우가 많다(최병대·권경득·강인호, 2000:31-32). 시민평가는 행정기관이 제공하는 서비스에 대한 시민의 느낌이나 만족도 등을 묻는 관계로 자연히 주관적 평가의 형태를 띠게 되기 때문에 대부분의 경우 ‘시민설문조사(Citizen Survey)’의 형태로 진행되는 것이 일반적이다(최병대 외, 1999:22).

이러한 시민평가제의 유형은 평가주체와 평가대상에 따라 다양하게 분류된다. 먼저 평가주체의 경우, 시민일반(general citizen)이 평가의 주체가 되는 시민일반평가(general citizen evaluation)와 행정기관(지방자치단체)의 구체적인 고객(specific clients)이 평가의 주체가 되는 고객평가(client evaluation)로 구분된다. 평가대상의 경우 행정서비스 활동 또는 행정서비스의 질에 대하여 전반적으로 평가하는 종합평가와 특정 기관의 행정서비스(기관평가) 또는 특정 행정서비스의 영역(영역평가)을 평가하는 부분평가로 나누어진다. <표 2-6>과 같이 평가주체와 평가대상의 차원을 매트릭스화하면 시민평가의 유형은 ①시민일반 종합평가, ②시민일반 부분평가, ③고객 종합평가, ④고객 부분평가 등으로 나누어진다(김병준, 1998:14-16).

<표 2-6> 시민평가제의 유형

평가대상 평가주체	행정전반	일부 기관·일부 서비스
시민일반	시민일반 종합평가	시민일반 부분평가 (시민일반 기관평가/시민일반 영역평가)
고객	고객 종합평가	고객 부분평가 (고객 기관평가/고객 영역평가)

자료: 최병대 외(1999: 15).

지방자치단체 주민을 고객으로 보는 중요한 수단중의 하나가 바로 시민평가제라고 볼 수 있으며, 시민평가제의 도입 필요성과 그 기능을 살펴보면 다음과 같다(김병국, 1996; 권경득, 1997; 김병준, 1998; 최병대 외, 1999).

첫째, 시민평가는 시민(주민)의 행정서비스에 대한 수요변화를 파악하여 시민(주민)복지의 질적 향상을 도모할 수 있는 기회를 제공하여 준다. 둘째, 시민평가는 행정기관과 서비스에 대한 평가를 통하여 공무원의 책임의식과 경쟁력을 확보하는 수단이 된다. 셋째, 행정서비스를 담당하는 각급 행정기관과 담당공무원에 대한 의식개혁과 행정혁신을 통하여 행정의 민주성과 능률성을 확보할 수 있다. 넷째, 시민평가의 적극적 활용을 통하여 지역주민의 행정에 대한 신뢰도와 정치적 지지를 확보할 수 있다(강인호 외, 2001:46).

시민평가는 행정서비스에 대한 만족수준을 측정하고 이를 개선하고자 하는 노력의 산물이라고 할 수 있다. 하지만, 보다 근본적으로 시민평가를 통해 행정에서 얻고자 하는 것은 지방자치단체가 추구하는 다양한 정책에 대한 지지를 높이는 방안으로 활용가능하다는 점이다. 다시 말해, 행정서비스에 대한 주민의 만족수준을 제고시킴으로써 이를 통해 지방자치단체에 대한 지지도를 제고하는 계기로 활용할 수 있다는 점이다. 따라서 시민평가의 적극적인 활용을 통해 지역주민의 행정에 대한 신뢰도와 정치적 지지를 확보해 나가는 것은 지방자치의 의의와도 일맥상통하는 것이라 하겠다.

제3절 선행연구에 관한 논의

1. 선행연구모델에 관한 논의

Osborne & Gaebler(1992)는 고객 지향적 행정의 실현을 위해 행정은 사용자 위주의 행정체계, 그리고 행정의 투명성, 전체성이 구성요소로 이루어져야 한다고 강조하였다. 특히, Parasuranman, Zeithaml & Berry(1985)는 선행연구에서 10가지 지표별 서비스 질을 구성하는 요인들을 제시하고 있다. 고객반응에 대한 분석에서는 서비스 질의 구성요소가 고객들이 기대하는 지표를 감안하여 유의성 있는 요소들로 묶어 서비스의 질을 측정할 수 있는 기준을 다섯 가지로 유형화하여 SERVQUAL모델을 제시하였다. 한국의 경우 한국산업의 고객만족도의 측정을 위해 한국능률협회컨설팅에 의해 NCSI가 개발되었다.

1) SERVQUAL 모델

기업의 서비스품질을 측정하는데 일반적으로 가장 많이 사용되고 있는 SERVQUAL을 이용하여 행정서비스의 품질 측정할 수 있다. SERVQUAL척도는 Parasuranman, Zeithaml & Berry(1985)가 서비스품을 소비자의 기대와 지각사이의 불일치 방향과 정도로 정의하면서 서비스 품질을 측정하기 위하여 개발하였다. 최종적으로 수정된 서비스품질의 결정요인으로 유형성, 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성의 5개 차원이 제시된다(허정옥·김영훈·김윤정, 2006:68-69). 유형성은 업무에 맞는 시설·분위기를 갖추고 있음 등 4개 항목, 신뢰성은 약속한 시간내에 업무를 처리함 등 5개 항목, 응답성은 언제까지 업무처리가 될 것인지 말해 줌 등 4개 항목, 확신성은 직원들을 신뢰할 수 있음 등 4개 항목, 공감성은 민원인에게 개별적인 관심을 기울임 등 5개 항목 등으로 구성되어 있다.

<표 2-7> 5개 차원 조작적 정의

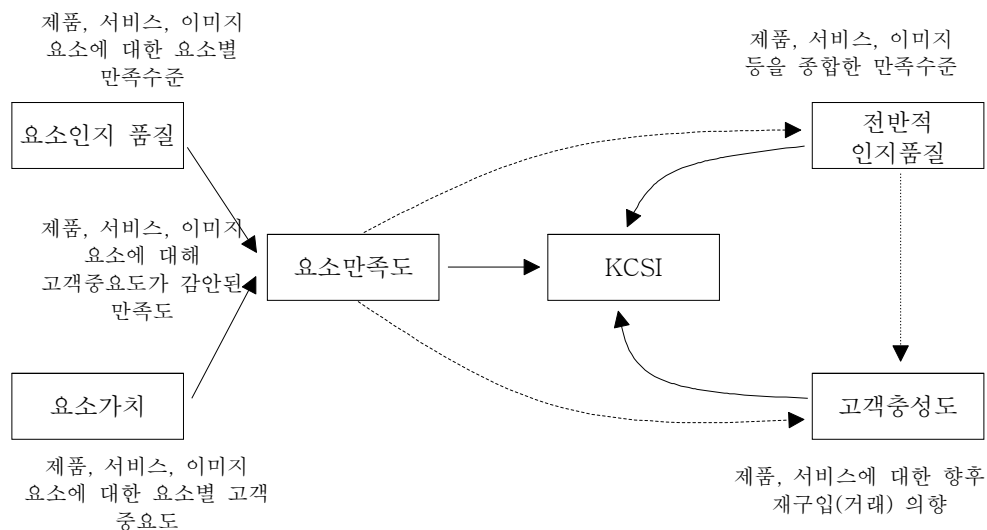
구분	조작적 정의
유형성	업무에 맞는 시설·분위기를 갖추고 있음 등 4개 항목
신뢰성	약속한 시간내에 업무를 처리함 등 5개 항목
응답성	언제까지 업무처리가 될 것인지 말해줌 등 4개 항목
확신성	직원들을 신뢰할 수 있음 등 4개 항목
공감성	민원인에게 개별적인 관심을 기울임 등 5개 항목

자료 : 허정옥·김영훈·김윤정(2006: 74).

2) KCSI 모델

KCSI모델은 한국산업의 고객만족도(Korean Customer Satisfaction Index)를 의미하는 것으로 한국능률협회컨설팅에 의해 개발된 NCSI보다 먼저 개발된 고객만족지수 측정방법으로 KCSI는 경제성장의 양적성장을 평가하는 GNP, GDP 등 생산성 지표와는 달리 국가산업경제의 질적 성장을 평가하는 지표이다(이학식·임지훈, 2005:142).

<그림 2-1> KCSI 모델



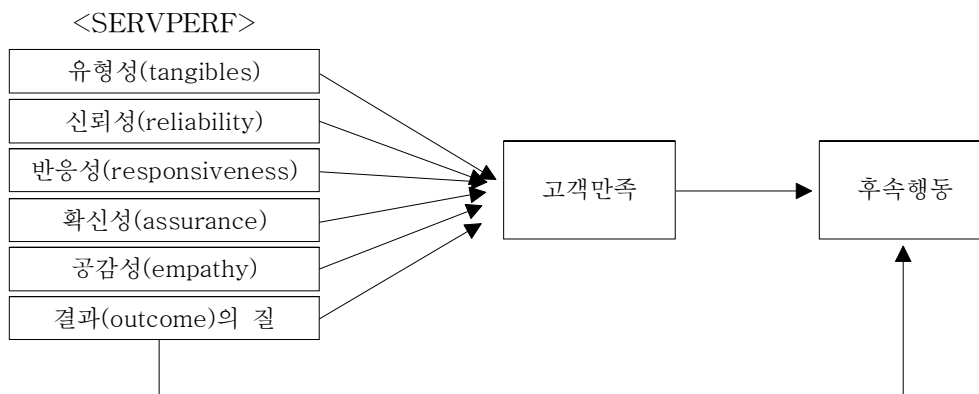
KCSI모델에서는 요소인지품질로서 제품, 서비스, 이미지 요소에 대한 요소별 만족수준, 요소가치로서 제품, 서비스, 이미지 요소에 대한 요소별 고객 중요도 등을 요소만족도를 측정하는 요인으로 제시하였으며, 요소만족도는 전반적인 인지품질(제품, 서비스, 이미지 등을 종합한 만족수준)과 고객충성도(제품,

서비스에 대한 향후 재구입(거래) 의향)로 표출된다는 모델을 제시하고 있다.

3) SERVPERF 모델

Cronin & Taylor(1992)는 한마디로 서비스 질을 곧 성과라고 주장하고, 서비스 질을 서비스의 수행결과에 기초해서 측정하고 하는 SERVPERF를 제시하면서 SERVQUAL에 대한 비판을 시도하였다. 그들은 서비스 기대와 지각된 성과간의 차이에 의해 서비스 질을 개념화하고 조작·측정하는 SERVQUAL 등의 선행연구들은 만족과 태도를 혼동하고 있기 때문에 서비스 질의 측정방법으로 부적합하다고 비판하였다.

<그림 2-2> SERVPERF 모델의 분석틀



구체적으로 SERVQUAL에서 개발된 5개 차원의 22개 항목을 사용하여 SERVPERF 모형의 상대적 우위성을 검증하는 실증연구를 수행하여 실증연구의 대상이 된 4개 민간서비스(은행, 해충방제, 세탁소, 패스트푸드업종)에서 수집된 표본자료를 회귀분석한 결과, 모형의 설명력이 4개 서비스 산업 모두 SERVPERF가 SERVQUAL보다 높게 나타나 SERVPERF 모형의 상대적 우수성을 검증하였다(우양호·홍미영, 2004:650-651). SERVPERF 모형은 지각된 서비스 질을 의미하는 것으로 이는 지각된 서비스 질은 서비스 제공 성과에 대한 평가로부터 얻는 고객의 만족과 서비스 수준의 판단이라고 할 수 있다(Cronin & Taylor, 1992;우양호·홍미영, 2004:657).

<표 2-8> SERVPERF의 구성요소

요인	측정지표
유형성	① 기관이 현대적 최신시설로 되어 있다 ② 기관의 시설이 매력적이고 좋게 보인다 ③ 직원들의 용모가 단정하고 깔끔하다. ④ 서비스관련 안내문/자료가 구비되어 있다.
신뢰성	① 문제를 제기할 시 성심껏 해결, 확인해 준다 ② 기관과 직원이 약속한 사항을 잘 이행한다. ③ 기관이 믿을만하고 서비스가 확실하다 ④ 약속한 제 시간에 서비스를 제공한다.
반응성	① 서비스가 제공될 때 고객에게 말해준다 ② 서비스를 신속하게 제공한다 ③ 직원은 고객에게 기꺼이 도움을 주려한다 ④ 직원은 고객의 요구에 신속히 응한다
확신성	① 직원들을 믿고 신용할 수 있다 ② 기관(직원)서비스에게서 여유와 안정을 느낀다 ③ 직원들이 고객에게 정중하다. ④ 직원들이 직무지식을 잘 갖추고 있다.
공감성	① 기관은 고객에게 개인적 관심을 보여준다 ② 직원은 고객에게 개인적인 배려를 해준다 ③ 직원들은 고객의 욕구를 잘 알고 있다. ④ 기관은 고객의 이익을 지켜주려 노력한다. ⑤ 기관의 이용시간은 모든 고객에게 편리하다
결과의 질	① 이 기관의 서비스를 이용한 목적이 달성된다. ② 내가 필요로 하는 서비스를 제공받는다 ③ 이 기관의 서비스는 나의 욕구를 충족한다. ④ 서비스 결과, 내가 추구하는 혜택이 제공된다.

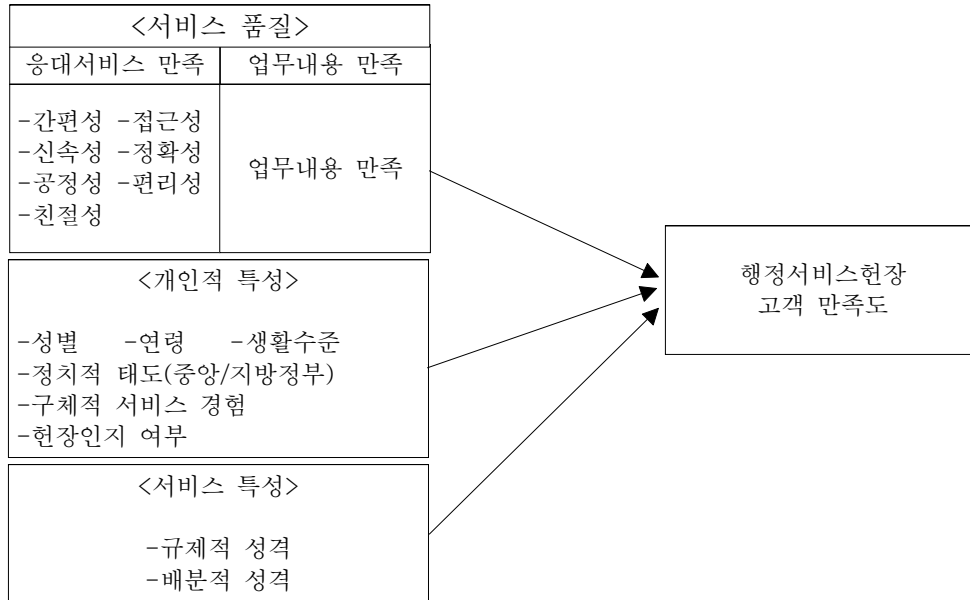
자료 : 우양호 · 홍미영(2004: 660).

SERVPERF의 구성요소는 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성, 결과의 질로 구성된다. 유형성은 “기관이 현대적 최신시설로 되어 있는가” 등 4개 지표, 신뢰성은 “문제를 제기할 시 성심껏 해결, 확인해 준다” 등 4개 지표, 반응성은 “서비스가 제공될 때 고객에게 말해준다” 등 4개 지표, 확신성은 “직원들을 믿고 신용할 수 있다” 등 4개 지표, 공감성은 “기관은 고객에게 개인적 관심을 보여준다” 등 5개 지표, 결과의 질은 “이 기관의 서비스를 이용한 목적이 달성된다” 등 4개 지표로 구성되어 있다.

4) 행정서비스의 고객만족도에 관한 연구결과

김인·우양호·조정현(2007:936)은 ‘부산광역시의 행정서비스 현장 고객만족도 영향요인에 관한 연구’에서 서비스품질, 개인적 특성, 서비스 특성이 행정서비스현장 고객만족도에 영향을 미치는 것으로 보았다.

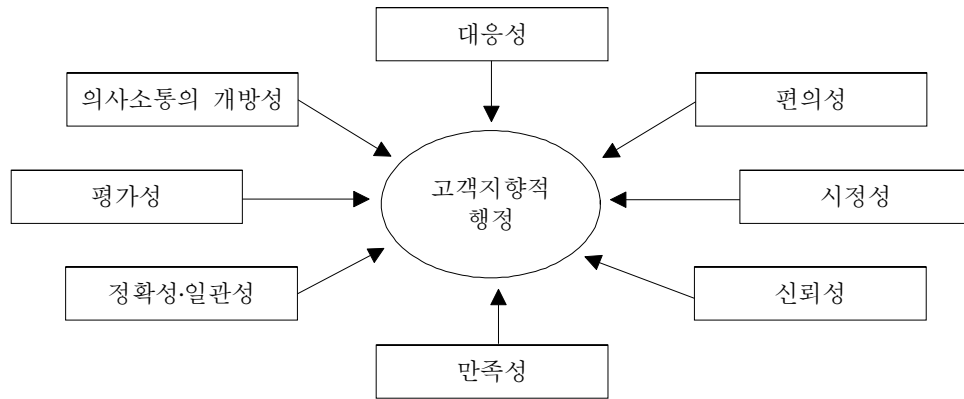
<그림 2-3> 행정서비스현장 고객만족도 영향요인 분석 모형



자료 : 김인·우양호·조정현(2007: 936).

고객응대서비스 만족도 측정지표는 사전정보 접근성, 안내 만족정도, 직원의 친절성, 업무처리의 간편성, 업무처리의 신속성, 업무처리 정확성, 업무처리의 공정성 등을 제시하고 있으며, 업무내용(이행기준 실천) 만족도 측정지표는 업무내용 이행기준1 실천 만족도, 업무내용 이행기준2 실천만족도, 업무내용 이행기준 실천 종합만족도를 제시하고 있다(김인·우양호·조정현, 2007:938). 성도경(2004:106-107)은 행정서비스의 고객지향성 평가에서 고객지향적 행정서비스의 분석모형과 고객지향적 행정과 관련된 세부평가 항목을 다음과 같이 제시하고 있다. 고객지향적 행정은 대응성, 편의성, 시정성, 신뢰성, 만족성, 의사소통의 개방성, 평가성, 정확성·일관성 등으로 구성된다고 보았다.

<그림 2-4> 고객지향적 행정서비스를 위한 분석모형



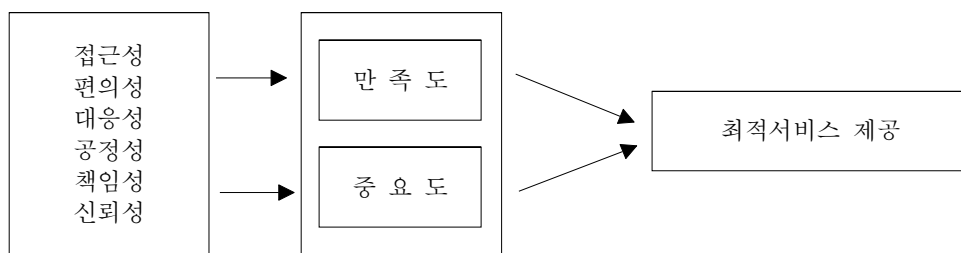
고객지향적 행정서비스를 측정하기 위한 지표로는 대응성은 주민 요구사항 파악 등 6개 지표, 만족성은 주민 만족 등 4개 지표, 의사소통의 개방성은 민원의 업무향상 도움 등 7개 지표, 편의성은 편리시간 서비스 제공 등 8개 지표, 평가성은 내부의 주기적 평가 등 4개 지표, 시정성은 시정절차와 보상절차 등 3개 지표, 정확성·일관성은 명확 정확한 서비스 등 2개 지표, 신뢰성은 업무처리활동 신뢰 등 1개 지표로 구성하였다.

<표 2-9> 고객지향적 행정과 관련된 측정지표 항목

요인	측정지표	
대응성	① 주민 요구사항 파악 ③ 주민 반응 관심 ⑤ 선례, 관습, 규칙 중요	② 주민요구 파악 노력 ④ 주민요구 행정과정 반영 ⑥ 행정 결정권은 주민
만족성	① 주민 만족 ③ 최상 서비스 제공	② 주민 기대수준 만족 ④ 차별 서비스 제공
의사소통 의 개방성	① 민원은 업무항상 도움 ③ 주민참여 많아져야 ⑤ 운영공개 업무항상 도움 ⑦ 주민참여 제고 노력	② 민원청취 노력 ④ 불만이나 건의 수용 ⑥ 운영상황 공개
편의성	① 편리시간 서비스 제공 ③ 서비스 제공시간 정확 ⑤ 원스톱 서비스 가능 ⑦ 서비스 내용, 절차 이해 용이	② 서비스 접근 용이 ④ 기대시간 내 서비스 처리 ⑥ 서비스 내용, 절차 간소 ⑧ 정보와 자료 획득 용이
평가성	① 내부의 주기적 평가 ③ 행정활동 평가 지식, 능력	② 주민의 주기적 평가 ④ 행정규칙, 관행 평가
시정성	① 시정절차와 보상절차 ③ 서비스 방식의 개선	② 불만, 개선사항 처리절차
정확성· 일관성	① 명확 정확한 서비스	② 일관성 있는 서비스
신뢰성	① 업무처리활동 신뢰	

이시경·이중화(108-109)는 지방자치단체 행정서비스의 주민만족도 측정방법의 재검토에서 측정지표구성과 중요도의 측정을 통해 주민만족도를 조사하였다. 행정서비스의 주민만족도에 영향을 미치는 요인으로서는 접근성, 편의성, 대응성, 공정성, 책임성, 신뢰성을 제시하였으며, 이상의 주민만족 영향요인은 만족도와 중요도에 영향을 미치며, 최적서비스를 제공하도록 한다고 주장하였다.

<그림 2-5> 행정서비스의 주민만족도 측정의 분석 틀



또한, 행정서비스 영향요인으로 제시하고 있는 접근성은 필요 민원창구 파악 정도 등 4개 지표, 편의성은 민원창구의 편의시설 정리정돈 등 4개 지표, 대응

성은 담당자의 친절성 등 4개 지표, 공정성은 업무처리 순서 등 4개 지표, 책임성은 창구에서 대기 정도 등 3개 지표, 신뢰성은 민원인과의 약속 이행 정도 등 3개 지표로 구성하고 있다.

<표 2-10> 행정서비스의 주민만족도 측정지표

요인	측정지표	
접근성	① 필요 민원창구 파악정도 ③ 전화연결 성공정도	② 담당공무원의 면담 정도 ④ 서식의 간편성
편의성	① 민원창구 편의시설 정리정돈 ③ 민원창구 번거로움 정도	② 주차의 편리성 ④ 매체 이용의 편리성
대응성	① 담당자의 친절성 ③ 신속한 불만 해소	② 민원에 대한 관심과 배려 정도 ④ 알아듣기 쉬운 용어 사용 정도
공정성	① 업무 처리 순서 ③ 민원 처리 진행 상황 설명	② 규정에 따른 공정성 정도 ④ 친분에 관계없이 업무 처리
책임성	① 창구에서 대기 정도 ③ 민원처리 결과의 확실성	② 도움이 되는 정보제공 정도
신뢰성	① 민원인과의 약속 이행 정도 ③ 공무원에 대한 믿음 정도	② 민원담당자의 업무지식 충분성

이태근·안성수·양기근(2007)은 경남의 민원·보건·구조구급서비스에 대한 주민 만족도 실증분석을 위해 ①서비스 수행품질, ②서비스 만족품질, ③서비스 상황품질 등으로 요인을 구분하여 분석하였다(이태근·안성수·양기근, 2007:121).

<표 2-11> 경남의 민원·보건·구조구급서비스 주민만족 모델

요인	측정지표	
서비스 수행품질	-서비스 대기시간 -직원전문성 -공손도	-서비스 처리시간 -서비스 일관성 -자발성
서비스 만족품질	-서비스 정확성 -목적달성정도 -이용후 선호도	-요금적정성 -서비스 개선정도 -일반서비스와의 비교수준
서비스 상황품질	-정숙성 -이용편리성 -취약계층배려	-청결성 -위치안내(정도) -안전성(정도)

이동기(2006)는 소방행정서비스의 중요도 측정을 통한 만족도 분석에서 소방 행정서비스 부문의 종합만족도를 측정하기 위해 ①안내 및 접근 용이성, ②직원의 응대 친절도, ③이용편의성, ④업무처리 태도, ⑤업무처리 편리성, ⑥편의시설 및 쾌적성, ⑦만족도 등의 요인을 구성하였다.

<표 2-12> 소방행정서비스 부문의 종합 만족도

요인	측정지표
안내 및 접근 용이성	-담당 창구 위치파악 -신청과 처리절차 정보입수 -담당 직원과의 면접 -전화통화 용이성
직원의 응대 친절도	-담당직원 대면 친절도 -민원내용 적극적 청취 -담당 직원 쉬운 용어사용
이용 편의성	-서비스장치 활용의 용이성
업무처리 태도	-담당 직원의 민원 업무처리의 능숙·신속성 -담당 직원의 처리기한 준수도 -담당 직원의 착오발생시 시정자세 및 책임성 -민원 업무처리과정의 공정성
업무처리 편리성	-민원서식 간단 명료성 -민원구비 서류의 적정성 -민원처리시간 사전 고지 -정보제공 수준 -관련 업무 원스톱처리정도
편의 시설 및 쾌적성	-민원인 편의 시설 구비도 -사무실, 민원실, 휴게실, 화장실 등의 쾌적성
만족도	-요소별 만족도 -체감 만족도 -종합 만족도

라선아(2005)는 이중경로모형에서 서비스 품질을 과정품질, 결과품질, 환경품질로 구성하고 있음. 과정품질은 신속성, 신뢰성, 친절성을 포함하는 것으로 개념화하고 있으며, 결과품질은 서비스의 욕구충족성과 결과적으로 느끼는 가격의 적정성으로서 가치성 및 결과적 기분으로서 호감성을 포함함. 환경품질은 쾌적성, 편리성, 심미성의 세가지 요소로 구성된다(라선아, 2005:34).

<표 2-13> 이중경로모형의 서비스 품질 구성요소

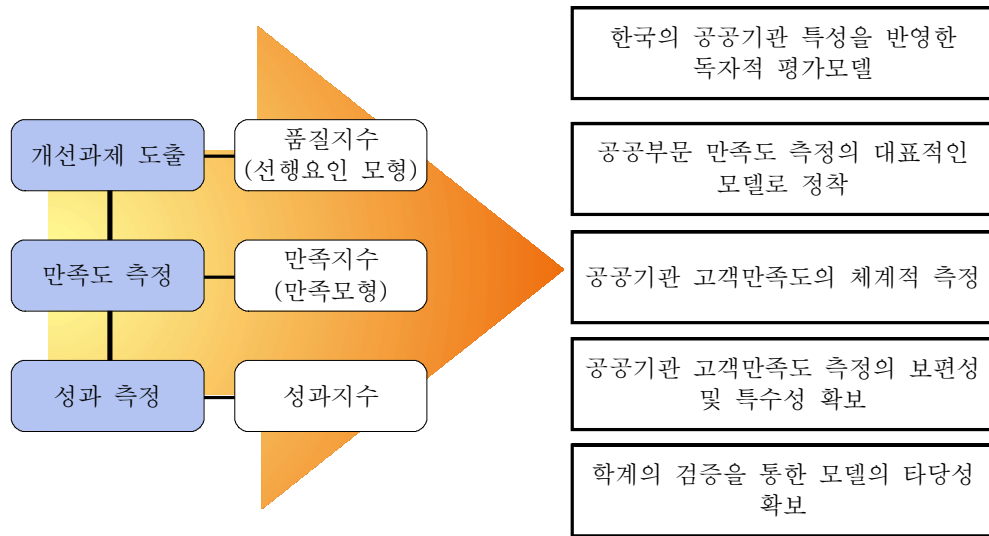
요인	측정지표	개념
과정품질	신속성	서비스가 전반적으로 신속하게 제공되는 정도, 대기 시간이 짧은 정도, 직원이 업무를 신속하게 처리하는 정도
	신뢰성	전반적으로 믿을 수 있는 정도, 직원의 업무처리 전문성, 늘 일관된 서비스를 제공하는 정도
	친절성	직원들의 전반적인 친절성, 공손함, 자발적으로 고객을 돕는 정도, 고객욕구의 이해 정도
결과품질	욕구충족성	원하던 서비스를 제공받은 정도, 원하는 상품혜택을 받은 정도, 수혜 이자율(은행) 또는 음식의 맛이 좋은 정도
	가치성	서비스 가격(은행: 수수료, 패밀리레스토랑: 가격)의 적정성
	호감성	서비스를 이용한 결과 대체로 기분이 좋은 정도
환경품질	쾌적성	환경이 대체적으로 쾌적한 정도, 환경이 대체적으로 청결한 정도
	편리성	서비스 점포의 입지가 편리한 곳에 입지한 정도, 시설의 이용 편리성, 안내표지가 구비된 정도, 편의시설이 구비된 정도
	심미성	서비스 환경이 전반적으로 아름다운 정도, 인테리어의 보기 좋은 정도

2. 공공기관의 서비스품질 평가모형에 관한 논의

1) 기획재정부의 서비스품질 평가모형

기획재정부(2007:7-15)의 PCSI(Potential Customer Satisfaction Improvement) 모델은 공공부문 고객만족도를 측정하는 대표적인 현장 실천형 모델로 정착되었으며, 이를 통해 산출된 공공기관의 고객만족 관련 분석자료는 공공기관 고객만족경영혁신 활동에 중요한 자료로 활용되고 있다.

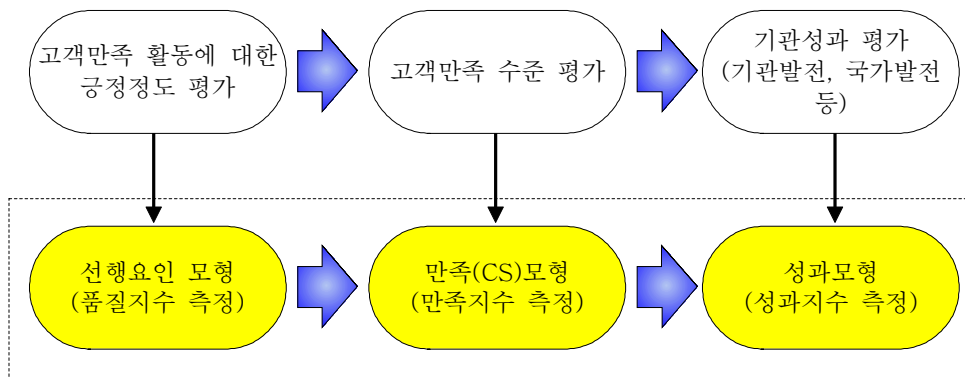
<그림 2-6> PCSI 평가 모델의 개요



자료 : 기획재정부(2007), 공공기관 고객만족도 조사모델 개편방안연구, p.17, 재구성.

PCSI 평가모델은 인과모형 방식으로 구성되어 있다. 다시말해, 공공기관의 고객만족도조사 모델은 기관의 고객만족활동에 대한 고객의 긍정 정도, 기관의 고객만족 활동에 대한 고객의 현재 만족수준, 그리고 고객만족 활동에 따른 기관의 성과를 측정하도록 구성되어 있음. 즉 “선행요인→만족→성과”의 논리적 흐름을 가지는 인과모형의 형태이다.

<그림 2-7> PCSI 개념적 모형



선행요인 모형의 관점에서 볼 때, PCSI의 품질지수는 서비스 상품품질, 서비스 전달품질, 서비스 환경품질, 사회품질 등의 차원에 대해 측정하도록 되어 있으며, 각 차원은 각각 3개(전체 12개)의 품질요소에 대해 측정하도록 되어 있다. 또한 각 품질요소는 기관의 특수적 업무영역 및 활동을 정확하게 측정할

수 있도록 하기 위해 기관별로 세부 측정항목들을 도출하여 구성하였다.

<표 2-14> PCSI 선행요인 모형의 구성요소

차원	구성요소	개념
상품품질 요인	편의성	해당기관의 서비스 상품 자체가 고객에게 제공하는 혜택 및 가치의 정도와 적절성
	전문성	서비스 상품을 제공하기 위한 능력의 보유 정도
	혁신성	고객을 위한 새로운 아이디어 또는 프로그램의 기획정도
전달품질 요인	대응성	고객을 응대하는 직원 및 시스템 또는 절차의 수준
	지원성	서비스에 대한 정보제공 활동 및 서비스 사후관리 정도
	공감성	고객을 이해하고 배려하는 정서적 태도 및 행동의 정도
환경품질 요인	쾌적성	서비스 제공환경과 시설의 쾌적하고 청결한 정도
	편리성	서비스 제공환경과 시설의 편리한 정도
	심미성	서비스 환경과 시설의 아름답고 단정한 정도
사회품질 요인	청렴성	업무처리의 투명성, 도덕성, 및 공정성의 정도
	공익성	해당 기관의 본질적인 역할이 공공이익에 도움되는 정도
	안전성	사회이익과 복지를 위한 사회환원과 사회봉사 활동정도

만족 모형의 측면에서 PCSI의 만족지수를 측정하는 요소는 전반적 만족, 요소 만족, 사회적 만족 3개 차원 12개의 하위 항목으로 구성하도록 되어 있다.

<표 2-15> PCSI 만족모형의 구성요소

차원	구성요소	개념
전반적 만족	절대적 만족	공공기관의 서비스를 이용후 전반적인 만족도
	상대적 만족	공공기관의 서비스에 대한 이용자의 기대대비 결과 및 투입대비 결과에 대한 만족도
	감정적 만족	공공기관 서비스 이용후 이용자의 감정적인 만족도
요소 만족	서비스 상품만족	공공기관의 핵심적인 서비스에 대한 이용자 만족도
	서비스 전달만족	공공기관의 서비스 제공 과정 전반의 인적·제도적 측면에 대한 만족도
	서비스 환경만족	공공기관의 서비스 시설 및 환경에 대한 만족도
사회적 만족	사회적 책임만족	공익기관으로서 본질적인 역할에 대한 만족도
	사회봉사 만족	사회환원 및 사회봉사에 대한 만족도

성과모형의 측면에서 PCSI의 성과지수를 측정하는 요소는 기관성과와 사회성과 2개 차원이며, 기관성과는 기관의 고객만족 활동이 기관의 신뢰, 지지, 인식전환에 미치는 영향에 대해 측정하며, 사회성과는 기관의 고객 만족활동이 국민행복과 국가발전에 미치는 영향에 대해 측정하고 있다.

<표 2-16> PCSI 성과모형의 구성요소

차원	구성요소	개념
기관성과	신뢰	해당기관이 제공하는 서비스 상품 자체가 주는 혜택의 정도
	지지	공공기관의 정책 또는 활동에 대해 지지하는 정도
	인식전환	공공기관의 평판과 이미지를 더 좋게 평가하는 정도
사회성과	국민 행복	공공기관의 서비스가 최종적으로 국민의 삶과 행복에 기여한 정도
	국가발전	공공기관의 서비스가 국가 및 사회발전에 기여한 정도

2) 조달청의 고객만족 평가모형

조달청(2007:12-13)은 “슈하트 사이클”(Dr. Deming이 1992년 개발)이라고 알려진 PDCA기법(Plan, Do, Check, Act)을 활용하여 조달청의 특색이 부합하는 종합쇼핑몰 계약상품 고객만족 측정모형을 개발하였다.

<표 2-17> PDCA모형을 활용한 고객만족 측정모형 접근

구분	단계	내용
계획(Plan)	측정모형 및 설문개발	고객만족도 측정모형 평가항목의 개발 및 자문
실행(Do)	사전조사 및 검증조사	수요기관 대상의 사전조사 사후검증조사를 위한 면접원 교육 조사과정에서의 고객만족도 모델 제고 및 신뢰성 확보
검토(Check)	측정모형의 적합성 검증	사전/검증 조사를 통한 모델의 적합성 검증
조치(Act)	합목적 측정모형 설정	측정모형의 검증을 통한 적합성 판정기준에 의거하여 차원 및 세부항목들의 수정 및 보완 계약상품 고객만족도 측정하여 최종모델 설정

세부적으로 Plan단계에서 측정모형 및 설문개발을 위해 조달청 실무진, 리서치랩 연구원, CS전문가와 자문과정을 거쳐 측정모형 1차안을 도출하였고, Do단계에서는 사전조사 및 검증에서 델파이와 조사를 위한 면접원교육을 실시하였다. Check단계에서는 측정모형의 적합성 검증에서 AMOS 적합도 판정기준 검토 및 신뢰성 분석을 통해 측정모형의 차원 및 세부항목의 객관성·신뢰성을 검토하여 지속적인 측정모형의 검토를 수행한다. Act단계에서 세부항목들의 수정보완을 통해 최종모델을 설정한다.

<표 2-18> 조달청 종합쇼핑몰 계약상품 고객만족도 측정모형의 세부내용

구성모형	차원	요소	조사내용
요인만족 모형	가격요인	가격적절성	(일반 쇼핑물 대비)구매물품 가격의 적절성
		가격신뢰성	(일반 쇼핑물 대비)구매물품 가격에 대한 신뢰정도
		가격대비가치	구매가격 대비 물품의 가치 정도
	품질요인	품질전문성	조달업체에서 제공하는 물품에 대한 전문성 정도(예: 인증마크, 업체 또는 브랜드 인지도, 제품하자 등)
		성능효율성	구매물품에 대한 효율 정도(예: 에너지효율 등급, 소비전력, 제품간의 호환성 등)
		사용편리성	구매물품에 대한 사용 편리성(예: 사용조작, 기능 이해 등)
	납기요인	배달기사 친절성	물품배달 기사의 친절정도(예: 인사, 표정, 말투 등)
		납품기한 적절성	납품기간의 적절성(예: 납품기한은 고객이 필요로 하는 기한을 적절하게 반영하여 제시했는가?)
		납품이행 정확성	주문한 내역에 맞는 납품 이행 정확성
전반만족 모형	전반적만족	전반적만족	구매물품에 대한 전반적인 만족도 수준
	기대대비만족	기대대비만족	물품 구매 이전에 가졌던 기대 수준 대비 만족도 수준
성과측정 모형	고객충성도	재이용의향	최근에 구입한 물품이나 해당 조달업체의 물품 재구매 의향 정도
		향후추천의향	최근에 구입한 물품이나 해당 조달업체에 대한 타인 추천의향 정도

주 : KOEP-CSI는 「Korea On-line E-Procurement CSI」의 영문약자임

3) 서울특별시의 고객만족 평가모형

서울특별시의 고객만족 평가모형은 SSQI(Seoul Service Quality Index)로 이는 SERVQUAL모형과 KS-SQI를 기초로 하여 ①결과 품질과 과정 품질 외에 필요한 품질을 추가, ②공공서비스의 특성 반영, ③공공서비스 내 업종의 특성 반영 등을 고려하여 개발하였다. SSQI Dimensions은 과정품질, 결과품질, 서비스 환경품질, 사회품질의 네 가지로 구성된다.

<표 2-19> SSQI의 서비스과정 품질의 평가항목

개념		평가항목	
과정품질	신속성	<ul style="list-style-type: none"> - 신속한 서비스 제공 - 부지런함 - 짧은 전달시간 - 시간중수, 적시처리 	<ul style="list-style-type: none"> - 즉각적 대응 - 짧은 대기시간 - 짧은 응답시간 - 신속한 복구
	친절성	<ul style="list-style-type: none"> - 개별적 관심 표현 - 예의바름, 정중함 - 자발적 대응 - 배려, 따뜻함, 친근함 - 인내 - 존경심 - 친화력, 고객환대 	<ul style="list-style-type: none"> - 고객 니즈에 대한 이해 - 진실을 보임 - 고객응대시간 - 공감 - 커뮤니케이션의 질 - 고객을 방해 안함 - 수행시간에 대한 관리
	신뢰성	<ul style="list-style-type: none"> - 약속한 스케줄, 방식엄수 - 문제해결능력 - 직원의 자부심 - 성실성, 정직, 공정, 정당 - 상호작용의 일관성 - 의지할 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> - 확신을 주는 행동 - 특별한 요구에 대응할 능력 - 스킬, 전문성, 지식, 업무능력 - 적은 실수 - 경험이 많음
결과품질	욕구충족성	<ul style="list-style-type: none"> - 고객목적 부합도 - 약속한 서비스의 정확한 제공 - 상품고유의 혜택의 정도 	<ul style="list-style-type: none"> - 본원적 욕구충족 - 창의적 아이디어 반영 - 고객요구가 반영된 상품 제공
	호감성	- 서비스 경험 후 전반적 느낌의 좋고 나쁨	
환경품질	쾌적성	<ul style="list-style-type: none"> - 주변환경 쾌적성 - 시설 청결성 - 직원 청결성 	<ul style="list-style-type: none"> - 상품포장 청결성 - 환경 청결성
	편리성	<ul style="list-style-type: none"> - 레이아웃과 배치 편리성 - 물리적 시설 편안함 - 고객에게 편리한 영업시간 	<ul style="list-style-type: none"> - 편리한 입지, 시설 위치 - 찾기 쉬운 포지, 안내, 게시판 이용성
	심미성	<ul style="list-style-type: none"> - 가구, 인테리어 매력성 - 서비스 관련 시설 아름다움 - 현대적 설비 	<ul style="list-style-type: none"> - 직원 용모 - 광고, 로고 등 시각적 요소 매력성
사회품질	공익성	<ul style="list-style-type: none"> - 모든 고객 평등하게 대우 - 합리적 가격에 서비스 제공 - 종업원의 사회적 책임의식 	<ul style="list-style-type: none"> - 모든 시민에 예상외 부가적 혜택 제공 - 윤리적 행동/윤리의식
	안전성	<ul style="list-style-type: none"> - 안전과 보호 받는 느낌 - 고객안전을 위한 노력 	<ul style="list-style-type: none"> - 고객안전을 위한 노력

서비스품질 결과모형에서 서비스 품질의 결과는 서비스충성도와 주관적 삶의 질에 영향을 미치는 것으로 개념화할 수 있다. 서비스충성도는 기업의 관점에서 보는 서비스 품질의 결과변수이고, 주관적 삶의 질은 소비자 관점에서 보는 서비스 품질의 결과라고 볼 수 있다. 이러한 관점에서 볼 때, 서비스충성도는 궁극적으로 기업의 성과로 이어지고 주관적 삶의 질은 궁극적으로 국민행복으로 이어지게 된다. 서울시의 서비스 품질의 결과는 시민지지와 시민행복으로 개념화할 수 있다.

<표 2-20> SSQI의 서비스결과 품질의 평가항목

개념		평가항목
시민지지	서울시 행정에 대한 옹호	- 서울시의 정책 또는 행동에 대한 지지
	서울시 거주의사	- 서울시에 계속 거주하고 싶은 의사
시민행복	삶의 질 향상	- 삶의 질은 삶의 여건과 관련 영역과의 상호작용에서 느끼는 삶의 전반에 관한 주관적인 만족감
	행복감	- 주관적으로 느끼는 행복감

3. 선행연구의 시사점

고객만족도와 관련한 선행연구들은 결론적으로 고객만족(CS)과 기관의 다양한 성과를 연계시키는 인과 내지는 과정적 측면으로 이해하면서 고객만족(CS)을 구성하는 다양한 요인과 고객만족(CS)의 최종적 성과와의 연계를 감안한 종합적 모델을 구축하고 있다. 학술적으로는 고객만족(CS)이 원인적 요소가 되어 기관의 다양한 성과에 영향을 주는 선행요인이 되는 것에 대한 완벽한 합의는 구축되어 있지 않다. 그러나 다양한 실증적 연구결과를 통해 고객만족(CS)이 기관의 다양한 측면의 성과에 영향을 미치는 것으로 밝혀지고 있다. 선행연구에서 관심을 집중해야 할 것으로 고객만족(CS)에 영향을 미치는 다양한 요인들의 유형화임. 이러한 다양한 요인들의 유형화는 단일차원과 다차원으로 구분하여 볼 수 있다.

5개 차원으로 시작한 SERVQUAL척도(유형성, 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성)에서 SERVPERF모델에서의 6개 차원(유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성, 결과의 질)으로의 1차원적 분류, 점차적으로 그 유형화가 발달되어 과정품질, 결과품질, 환경품질 등의 서비스 품질의 유형화를 통한 2차원적인 분류 등이 그 예이다.

<표 2-21> 고객만족도 구성요인의 차원적 분류

차원	세부 내용	
단일 차원	1. SERVQUL	유형성, 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성
	2. SERVPERF	유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성, 결과의 질
다 차원	1. KCSI	요소인지품질 제품, 서비스, 이미지 요소별 인지도
		요소가치 제품, 서비스, 이미지 요소별 중요도
		요소만족도 제품, 서비스, 이미지 요소별 만족도
	2. 경로모형	과정품질 신속성, 신뢰성, 친절성
		결과품질 욕구충족성, 가치성, 호감성
		환경품질 쾌적성, 편리성, 심미성
	3. 공기업만족	전반적 만족 편익성, 전문성, 혁신성
		조직만족 인지도, 쾌적성, 편리성
		전달체계만족 대응성, 친절성, 지원성
		사회적만족 공익성, 안정성, 청렴성
	4.민원/보건/구조	수행품질 서비스 대기·처리시간, 전문성, 자발성
		만족품질 서비스 정확성, 요금적정성, 선호도 등
		상황품질 정숙성, 청결성, 편리성 등

이러한 고객만족도와 관련한 선행연구들을 감안하면, 본 연구의 주민만족도 조사모델은 복합적이면서도 종합적으로 구성되어야 할 것이다. 「정부업무평가기본법」상의 국민만족도 평가체계는 기존의 연구모델에서 SERVQUL척도적인 분류로 인하여 기관의 다양한 성과와의 연계성을 파악하는 종합적 모델로서 적합성이 떨어진다. 그렇기 때문에 본 연구는 전라남도의 자치단체를 중심으로 주민만족도의 영향요인으로 추출하는 것이 목적이므로 전라남도의 자치단체의 특성을 감안한 과정·결과·환경적 요소들을 유형화 한 과정적 모델이 구축되어야 할 것이다.

즉, SERVQUL척도 유형과 SERVPERF모델에서 유형화된 1차원적인 척도를 관세청의 업무특성과 정책고객의 유형에 맞게 재분류하고, 그에 따라 2차원적으로 만족도와 관련된 요인들의 유형화를 통해 관세청에 부합하는 국민만족도 측정척도를 구성하여, 아직 완전한 합의가 이루어지지 않고 있는 인과적 모델 보다는 다수의 연구에서 검증되고 있는 과정적 모델로 구축하는 것이 유용할 것으로 판단된다.

공공기관 및 지방자치단체 고객만족도는 앞서 살펴본 기획재정부, 조달청, 서

울특별시의 사례에서 볼 수 있듯이, 「정부업무평가기본법」상의 국민만족도 평가항목을 더욱 세분화하여 과학적·체계적 접근을 하고 있는 것을 알 수 있다. 즉, 공공기관 및 지방자치단체의 자체 특성과 행정환경을 고려하여 행정서비스의 대상에 대한 분석을 통하여 민간기업에서 활용되고 있는 고객만족도 평가모델을 적극 응용하여 활용하고 있다. 이것은 행정패러다임의 변화를 적극적으로 수용하는 동시에 고객으로서 국민 내지는 시민을 인식하고, 민간기업에서 제공하는 서비스와 공공기관에서 제공하는 행정이라는 서비스가 큰 개념상으로 동일하다는 관념에서 출발하는 진일보된 노력이다.

기획재정부에서 활용하고 있는 PCSI(Potential Customer Satisfaction Improvement)모델은 공공부문 고객만족도를 측정하는 대표적인 현장 실천형 모델로 정착되고 있으며, 이 모델은 「정부업무평가기본법」상에서 국민만족도 평가로 구분하고 있는 주요 정책 만족도와 민원행정서비스 만족도를 통합하여 평가할 수 있는 종합적 모델로서 평가할 수 있음. 특히 선행요인(품질)→만족→성과의 인과모형으로 단계별·종합적 평가를 시행할 수 있도록 하고 있다.

조달청의 경우에서도 부처의 특성상 종합쇼핑몰 계약상품에 대한 고객만족도를 측정하기 위하여 KOEP-CSI(Korea On-line E-Procurement CSI)를 자체 개발하여 적용하고 있음. 조달청의 사례에서도 요인→만족→성과의 복합적이면서도 종합적인 측정이 가능하도록 하고 있다.

서울특별시는 민간영역에서 고객만족도 측정에 가장 많이 활용되는 SERVQUAL모형을 활용하여 SSQI(Seoul Service Quality Index)를 개발하면서, 과정품질, 결과품질, 서비스 환경품질, 사회품질의 고객만족도를 구성하는 다양한 측면의 평가항목들을 구축하고 있다.

이처럼 「정부업무평가기본법」상의 국민만족도 평가에 관한 큰 지침아래에서 몇몇 공공기관과 지방자치단체는 공공기관의 특성과 행정환경에 부합하는 자체적인 고객만족도 평가모델의 구축에 많은 노력을 기울이고 있다.

이것은 앞서 살펴본 「정부업무평가기본법」상의 국민만족도 평가항목의 간소화 및 평가 세부내용의 단순화로 인하여, 많은 노력과 인력, 시간을 투자하여 평가를 하고서도 평가결과의 환류에서 단점이 노출되는 측면을 보완하기 위하여 개별 공공기관과 지방자치단체에서의 자체적 노력이 반영된 결과이다. 본 연구에서 공공기관과 지방자치단체의 고객만족도 평가모델의 사례로 제시된 모델의 공통된 특징은 개별적으로 분리된 평가를 요인→만족→성과의 과정모형으로 연계하면서 종합적 평가를 가능하게 하고 있다는 것이다. 이러한 고객만족도 평가모델은 민간영역의 고객만족도 평가모델을 응용·발전시킨 노력의 산물이다.

물론 민간영역에서 성공한 기법들과 도구들을 공공영역에 적용시키는 과정에서의 위험성과 우려는 충분히 제기될 수 있는 사항이나 고객으로서의 국민, 행정서비스의 관념 등이 충분히 정착되고 있는 행정환경의 변화를 통해 국민만족도에 대한 평가의 종합화는 충분히 고려될 수 있을 것으로 판단된다.

고객만족도 평가의 목적이 정부업무 및 수행에 대한 고객만족도를 향상시키고, 궁극적으로 정부의 성과를 향상시키기 위함이기 때문에 고객만족도의 평가가 개별평가로 한정되어서는 안되며, 평가에 필수적으로 수반되는 시간·비용·노력을 감안한다면 종합적 평가에 대한 노력이 경주되어야 할 것이다.

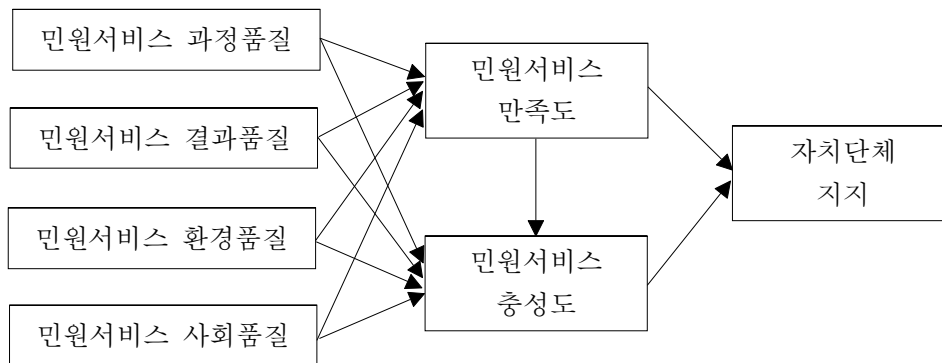
제3장 연구모형의 설정

제1절 연구 분석 틀 및 가설의 설정

1. 연구 분석 틀 설정

SERVQUAL 모델, KCSI 모델 등에서 제시하고 있는 서비스품질의 구성요소, 라선아(2005:36)가 제시한 서비스충성도 형성의 이중경로모형의 과정품질, 결과품질, 환경품질, 이태근·안성수·양기근(2007:121)이 제시한 지방행정서비스의 주민만족도 실증분석에서 사용한 주민만족모델의 서비스 수행품질, 서비스 만족품질, 서비스 상황품질, PCSI 선행요인 모형에서 제시하고 있는 상품품질요인, 전달품질요인, 환경품질요인, 사회품질요인, 그리고 SSQI 모형에서 제시하고 있는 과정품질, 결과품질, 서비스환경품질, 서비스사회품질 등의 서비스 품질을 구성하는 요소들 중 자치단체가 제공하는 민원서비스의 성격에 맞게 재구성하여 민원서비스 과정품질, 민원서비스 결과품질, 민원서비스 환경품질, 민원서비스 사회품질을 독립변수로 설정하였다.

<그림 3-1> 연구의 모형



서비스만족에 관한 연구는 주로 서비스만족이 서비스충성도에 미치는 영향을 다루는 종속변수나 혹은 다양한 요인이 고객만족에 미치는 영향을 다루는 종속변수로서 진행되어 왔다. 고객만족의 효과와 기업성과에 대해 Fornell 등 (1994)은 고객만족이 재구매와 좋은 구전홍보효과를 가져온다고 주장하였다.

또한 고객만족은 퇴출장벽으로도 작용하여 고객을 유지하는데 중요한 역할을 하게 된다. 민원서비스 고객은 민원서비스의 제공에 따라 그들이 원하는 바와 서비스가 그들의 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 가능성이라는 기대를 가지고 이를 실제 성과와 비교하여 서비스품질에 대한 만족도와 충성도를 표출하게 된다. 따라서 본 연구에서는 민원서비스 만족도와 민원서비스 충성도는 PCSI에서 제시하고 있는 전반적인 만족, 요소만족, 사회적 만족과 조달청 고객만족도 측정 모델에서 제시하고 있는 성과측정모형으로서의 서비스충성도에 기초하여 본 연구의 목적에 맞게 재구성하여 사용하였다.

본 연구에서 지방자치단체의 고객만족도 평가에서 제시된 모델의 공통적인 특징이라 할 수 있는 <요인→만족→성과>의 과정모형에 기초하여 <서비스품질→만족(충성)→지방자치단체 지지>라는 민원서비스의 고객만족 수준에 따른 지방자치단체에 대한 지지도의 관계를 측정하는 모델을 제시하였다. 이러한 고객만족도 평가모델은 기존의 민간영역과 공공영역에서 개발된 고객만족도 평가모델을 응용·발전시킨 것으로 고객만족도 평가의 목적이 지방자치단체 업무 및 수행에 대한 고객만족도를 향상시키고, 궁극적으로 지방자치단체에 대한 지지도를 높이기 위한 목적으로 활용 가능할 것으로 판단된다.

2. 가설의 설정

선행요인이라고 할 수 있는 민원서비스 품질은 고객의 만족에 영향을 미치며, 이러한 만족의 수준에 따라 조직의 성과가 도출된다는 인과모형으로 단계별·종합적인 민원서비스에 대한 평가가 이루어져야 민원서비스가 추구하는 궁극적인 목적의 달성에 부합한다고 할 수 있다.

따라서 본 연구는 <그림 3-1>과 같이 민원서비스 품질이라는 외생변수가 내생변수인 민원서비스 만족도와 민원서비스 충성도에 어떠한 영향을 미치는지 1차적으로 규명하고자 하며, 민원서비스 만족도와 민원서비스 충성도가 자치단체에 대한 지지도에 어떠한 영향을 미치는지를 규명하기 위해 각각의 요인들을 구조경로모형으로 제시하였다.

이상의 구조경로모형에서 제시하고 있는 각각의 외생변수가 내생변수에 어떠한 영향을 미치는지를 다음과 같이 가설로 설정하면 다음과 같다.

<가설 I> 민원서비스 품질이 높을수록 고객의 민원서비스 만족도가 높을 것이다.

- ① 민원서비스 과정품질이 높을수록 고객의 민원서비스 만족도가 높을 것이다.
- ② 민원서비스 결과품질이 높을수록 고객의 민원서비스 만족도가 높을 것이다.

- ③ 민원서비스 환경품질이 높을수록 고객의 민원서비스 만족도가 높을 것이다.
- ④ 민원서비스 사회품질이 높을수록 고객의 민원서비스 만족도가 높을 것이다.

<가설 II> 민원서비스 품질이 높을수록 고객의 민원서비스 충성도가 높을 것이다.

- ① 민원서비스 과정품질이 높을수록 고객의 민원서비스 충성도가 높을 것이다.
- ② 민원서비스 결과품질이 높을수록 고객의 민원서비스 충성도가 높을 것이다.
- ③ 민원서비스 환경품질이 높을수록 고객의 민원서비스 충성도가 높을 것이다.
- ④ 민원서비스 사회품질이 높을수록 고객의 민원서비스 충성도가 높을 것이다.

<가설 III> 민원서비스 만족도와 민원서비스 충성도가 높을수록 자치단체에 대한 지지도가 높을 것이다.

- ① 민원서비스 만족도가 높을수록 민원서비스 충성도도 높을 것이다.
- ② 민원서비스 만족도가 높을수록 자치단체에 대한 지지도가 높을 것이다.
- ③ 민원서비스 충성도가 높을수록 자치단체에 대한 지지도가 높을 것이다.

제2절 변수의 조작화와 측정

1. 변수 및 문항의 구성

본 연구는 민원서비스의 품질이 민원서비스 만족도와 충성도에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보기 위해 <표 3-1>과 같이 각 요인별로 변수와 문항을 구성하였다.

<표 3-1> 변수의 구성

구분	요인	변수	문항수
독립변수	서비스 과정품질	신속성(7), 친절성(10), 신뢰성(11)	28
	서비스 결과품질	욕구충족성(4), 호감성(1)	7
	서비스 환경품질	쾌적성(4), 편리성(5), 심미성(5)	14
	서비스 사회품질	공익성(5), 안전성(2)	7
종속변수	서비스만족	전반적 만족(2), 사회적 만족(2)	5
	서비스충성	행동적 서비스충성도(3), 태도적 서비스충성도(3)	8
	기관에 대한 지지	기관지지(2)	2
합계			71

2. 독립변수의 조작화

1) 서비스 과정품질

본 연구에서는 다음과 같이 측정지표를 구성하였다.

신속성을 측정하기 위한 문항으로는 ①신속한 서비스 제공, ②즉각적 대응, ③부지런함, ④짧은 대기시간, ⑤짧은 전달시간, ⑥짧은 응답시간, ⑦시간준수를 구성하였다. 친절성을 측정하기 위한 문항으로는 ①개별적 관심 표현, ②고객 니즈에 대한 이해, ③예의바름(정중함), ④진실을 보임, ⑤자발적 대응, ⑥고객 응대시간, ⑦배려(따뜻함, 친근함), ⑧커뮤니케이션의 질, ⑨존경심, ⑩친화력(고객환대), ⑪수행시간에 대한 관리를 구성하였다. 신뢰성을 측정하기 위한 문항으로는 ①약속한 스케줄(방식 엄수), ②환심을 주는 행동, ③문제해결능력, ④특별한 요구에 대응할 능력, ⑤직원의 자부심, ⑥전문성(스킬, 지식, 업무능력), ⑦성실성(정직, 공정, 정당), ⑧적은 실수, ⑨상호작용의 일관성, ⑩경험이 많음, ⑪의지할 수 있음을 구성하였다.

<표 3-2> 서비스 과정품을 구성하는 변수와 지표

변수	지표	
신속성	①신속한 서비스 제공 ③부지런함 ⑤짧은 전달시간 ⑦시간준수	②즉각적 대응 ④짧은 대기시간 ⑥짧은 응답시간
친절성	①개별적 관심 표현 ③예의바름(정중함) ⑤자발적 대응 ⑦커뮤니케이션의 질 ⑨친화력(고객환대)	②고객니즈에 대한 이해 ④진실을 보임 ⑥배려(따뜻함, 친근함) ⑧존경심 ⑩수행시간에 대한 관리
신뢰성	①약속한 스케줄(방식 엄수) ③문제해결능력 ⑤직원의 자부심 ⑦성실성(정직, 공정, 정당) ⑨상호작용의 일관성 ⑪의지할 수 있음	②환식을 주는 행동 ④특별한 요구에 대응할 능력 ⑥전문성(스킬, 지식, 업무능력) ⑧적은 실수 ⑩경험이 많음

2) 서비스 결과품질

서비스 결과품질은 욕구충족성, 호감성으로 구성된다. 욕구충족성은 ①고객목적 부합도, ②본원적 욕구충족(바라는 서비스의 제공, 원하는 목적 완수), ③약속한 서비스의 정확한 제공, ④창의적 아이디어 반영(서비스 혁신, 독창적 서비스), ⑤상품고유의 혜택의 정도, ⑥고객요구가 반영된 상품 제공으로 구성된다. 호감성은 ①서비스 경험 후 전반적인 느낌이 좋거나 나쁨의 정도로 구성된다.

<표 3-3> 서비스 결과품을 구성하는 변수와 지표

변수	문항
욕구충족성	①고객목적 부합도 ②본원적 욕구충족(바라는 서비스의 제공, 원하는 목적 완수) ③약속한 서비스의 정확한 제공 ④창의적 아이디어 반영(서비스 혁신, 독창적 서비스)
호감성	①서비스 경험 후 전반적인 느낌이 좋거나 나쁨의 정도

3) 서비스 환경품질

서비스 환경품질은 쾌적성, 편리성, 심미성으로 구성된다. 쾌적성은 ①주변환

경 쾌적성, ②시설 청결성, ③환경 청결성, ④직원 청결성로 구성된다. 편리성은 ①레이아웃과 배치 편리성, ②편리한 입지(시설 입지), ③찾기 쉬운 표지(안내, 게시판 이용성), ④물리적 시설 편리성, ⑤고객에게 필요한 영업시간으로 구성된다. 심미성은 ①가구(인테리어) 매력성, ②직원 용모, ③서비스 관련 자료(포장, 시설 아름다움), ④광고(로고, 심볼 등 시각적 요소 매력성), ⑤현대적 설비로 구성된다.

<표 3-4> 서비스 환경품질을 구성하는 변수와 지표

변수	문항	
쾌적성	①주변환경 쾌적성 ③환경 청결성	②시설 청결성 ④직원 청결성
편리성	①레이아웃과 배치 편리성 ③찾기 쉬운 표지 ⑤고객에게 필요한 영업시간	②편리한 입지 ④물리적 시설 편리성
심미성	①가구 매력성 ③서비스 관련 자료 ⑤현대적 설비	②직원 용모 ④광고

4) 서비스 사회품질

서비스 사회품질은 공익성, 안전성으로 구성된다. 공익성은 ①모든 고객을 평등하게 대우, ②모든 시민을 위한 예상외 부가적 혜택 제공, ③합리적 가격에 서비스 제공, ④윤리적 행동 및 모든 행위에 대한 윤리의식, ⑤종업원의 사회적 책임의식으로 구성된다. 안전성은 ①안전과 보호 받은 느낌, ②고객안전을 위한 노력으로 구성된다.

<표 3-5> 서비스 사회품질을 구성하는 변수와 지표

변수	문항
공익성	①모든 고객을 평등하게 대우 ②모든 시민을 위한 예상외 부가적 혜택 제공 ③합리적 가격에 서비스 제공 ④윤리적 행동 및 모든 행위에 대한 윤리의식 ⑤종업원의 사회적 책임의식
안전성	①안전과 보호 받은 느낌 ②고객안전을 위한 노력

3. 종속변수의 조작화

1) 서비스만족

서비스만족은 전반적 만족과 사회적 만족으로 구성된다. 전반적 만족을 측정하기 위한 문항으로는 ①공공기관의 서비스를 이용하고 난 후의 전반적인 만족도, ②공공기관의 서비스에 대한 이용자의 기대대비 결과와 투입대비 결과에 대한 만족도, ③공공기관 서비스를 이용한 후에 느끼는 이용자의 감정적인 만족도로 구성하였다. 사회적 만족을 측정하기 위한 문항으로는 ①공공기관으로서 본질적인 역할에 대한 만족도, ②공공기관으로서 사회 환원 및 사회봉사에 대한 만족도로 구성하였다.

<표 3-6> 서비스 만족을 구성하는 변수와 지표

변수	문항
전반적 만족	①공공기관의 서비스를 이용하고 난 후의 전반적인 만족도 ②공공기관의 서비스에 대한 이용자의 기대대비 결과와 투입대비 결과에 대한 만족도 ③공공기관 서비스를 이용 후 느끼는 이용자의 감정적인 만족도
사회적 만족	①공공기관으로서 본질적인 역할에 대한 만족도 ②공공기관으로서 사회환원 및 사회봉사에 대한 만족도

2) 서비스충성

서비스충성은 행동적 서비스충성도와 태도적 서비스충성도로 구성된다. 행동적 서비스충성도를 측정하기 위한 문항으로는 ①지속적 이용가능성, ②재구매 의도, ③상대적 구매빈도로 구성하였으며, 태도적 서비스충성도를 측정하기 위한 문항으로는 ①애정, ②친밀감, ③추천의도로 구성하였다.

<표 3-7> 서비스충성을 구성하는 변수와 지표

변수	문항
행동적 서비스충성도	①지속적 이용가능성 ②재구매 의도 ③상대적 구매빈도
태도적 서비스충성도	①애정 ②친밀감 ③추천의도

3) 지방자치단체에 대한 지지

서비스만족과 서비스충성에 의해 지방자치단체에 대한 지지가 결정된다고 할 때 지방자치단체에 대한 지지는 공공기관의 정책 또는 활동에 대한 지지의 정도를 의미한다고 할 수 있으며, 이를 측정하기 위해서 본 연구에서는 ① 정책에 대한지지, ②활동에 대한지지를 측정문항으로 구성하였다.

<표 3-8> 기관에 대한 지지를 구성하는 변수와 지표

변수	문항
기관에 대한 지지	①정책에 대한지지 ②활동에 대한 지지

제4장 분석결과

제1절 응답의 특성 및 측정지표의 검증

1. 응답자의 일반적 특성

본 설문지의 응답자는 전라남도청과 22개 시·군에서 민원서비스를 제공받은 주민을 대상으로 조사하였으며, 총 200부를 배부하여 173부를 회수하여 86.5%의 회수율을 보였다. 173부 중 분석에 부적합한 설문지 15부를 제외한 158부를 대상으로 분석하였다. 본 설문지의 응답자에 대한 일반적인 특성은 <표 4-1>에서 보는 바와 같다.

결측 값을 제외한 전체 응답자를 기준으로 했을 때, 전체 158명의 응답자 중 성별 분포를 살펴보면, 남자 85명(56.3%), 여자 66명(43.7%)이었고, 연령대는 20대가 18명(11.4%), 30대가 46명(29.1%), 40대가 45명(28.5%), 50대가 35명(22.2%), 60대 이상이 14명(8.9%)으로 나타났다. 주거형태에 대해서는 단독주택이 57명(36.1%), 아파트가 86명(54.4%), 연립주택이 13명(8.2%), 기타가 2명(1.3%)으로 나타났다. 월평균소득에 대해서는 100만원미만이 26명(17.6%), 100만원-200만원미만이 46명(31.1%), 200만원-300만원미만이 40명(27.0%), 300만원-400만원미만이 26명(17.6%), 400만원이상이 10명(6.8%)으로 나타났다. 최종학력에 대해서는 고졸이하가 33명(21.2%), 전문대졸이 35명(21.2%), 4년제 대학졸이 77명(49.4%), 대학원이상이 11명(7.1%)으로 나타났다.

<표 4-1> 응답자의 개인적 특성

항목	구 분	빈도	비율	항목	구 분	빈도	비율
성별	남성	85	56.3	주거 형태	단독주택	57	36.1
	여성	66	43.7		아파트	86	54.4
	Total	151	100		연립주택	13	8.2
연령	20대	18	11.4		기타	2	1.3
	30대	46	29.1		Total	158	100
	40대	45	28.5	월평균 소득	100만원미만	26	17.6
	50대	35	22.2		100만원-200만원미만	46	31.1
	60대이상	14	8.9		200만원-300만원미만	40	27
	Total	158	100		300만원-400만원미만	26	17.6
직업	농림축산업	17	10.8		400만원 이상	10	6.8
	자영업	26	16.5		Total	148	100
	행정/사무	43	27.2	최종 학력	고졸이하	33	21.2
	생산/건설	10	6.3		전문대졸	35	22.4
	전문/기술직	12	7.6		4년제 대학졸	77	49.4
	학생	5	3.2		대학원이상	11	7.1
	주부	25	15.8		Total	156	100
	무직	9	5.7				
	기타	11	7				
	Total	158	100				

2. 측정도구의 타당성 및 신뢰도 분석

1) 측정도구의 타당성 분석

본 연구에서 사용한 척도의 타당성과 신뢰도를 검증하기 위하여 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다. 요인분석(Factor Analysis)은 많은 측정변수들을 공통적인 요인으로 수렴화시켜 자료의 복잡성을 줄이고 측정된 변수들이 동일한 구성 개념을 측정하고 있는지를 파악하기 위한 방법이다. 타당성(validity)은 검사도구가 측정하고자 하는 것을 얼마나 충실히 측정하였는가

를 의미한다.

우선, 표본 상관행렬의 적절성을 검증하기 위해 표본 적절성 측정치(KMO)와 Bartlett의 구형성 검증을 실시하였다. KMO값이 작다는 것은 변수쌍의 상관이 다른 변수에 의해 설명되지 않는다는 것을 의미하며 KMO값이 1에 가까울수록 요인분석하기에 적합함을 의미한다. Bartlett의 구형성 검증은 변수들 간의 상관이 0인지를 검증하는 것으로서 구형성 검증 통계치가 크고 그에 따른 유의확률이 작을수록($p < .05$) 요인분석하기에 적합함을 나타낸다.

그 후 주성분분석(Principal Component Analysis)을 통해 요인간의 독립성을 유지한 상태에서 해를 개선하는 회전방법인 직각회전(orthogonal rotation)에 입각하여 해를 개선하였으며, 변수들이 여러 요인에 비슷하게 요인 적재량을 나타낼 경우 변수들을 각 요인에 쏠리도록 하기 위해 하나의 요인에 높게 적재하는 변수의 수를 줄여서 요인의 해석에 중점을 둔 방식인 VARIMAX방식을 채택하였다. 요인추출과정에서 고유값(Eigen value)을 기준으로 적용하여 1보다 큰 것을 요인으로 추출하였다.

요인분석으로 추출된 요인을 중심으로 신뢰도(Reliability)분석을 실시하여 요인의 Cronbach α 계수와 항목의 Cronbach α 계수를 비교하여 항목을 제거하여 요인의 Cronbach α 계수가 높아지는 경우 항목을 제거하는 방법으로 요인의 신뢰성을 확보하였다. 일반적으로 Cronbach α 계수가 0.6 이상의 값을 나타내면 척도의 신뢰도가 양호한 것으로 인정한다.

(1) 독립변수의 타당성 분석

먼저, 표본 상관행렬의 적절성을 검토한 KMO값과 Bartlett의 구형성 검증은 KMO값이 0.846로서 높은 수준을 보이고 있으며, Bartlett의 구형성 검증은 변수들 간의 상관이 0인지를 검증하는 것으로서 구형성 검증 통계치가 크고 그에 따른 유의확률이 작을수록($p < .05$) 요인분석하기에 적합함을 나타낸 결과 Bartlett의 구형성 검증도 유의확률이 0.000으로 유의한 결과를 보이고 있어 요인분석에 적합한 것으로 분석되었다.

<표 4-2> 독립변수에 대한 표본 상관행렬 적절성 분석결과

항 목		값
KMO 측도		0.936
Bartlett의구형성검정	근사카이제곱	7562.921
	자유도	1431
	유의확률	0.000

각 요인에 대한 타당성을 분석한 결과 고유값이 1이상인 요인 8개가 추출되었다. 각 요인이 설명하는 분산 값이 클수록 그 요인은 전체요인 구성에서 차지하는 비중이 크다는 것을 의미하는데, 본 연구에서는 추출된 3개 요인의 총 분산설명력은 73.078%로 나타났다.

<표 4-3> 설명된 총분산 결과

	초기 고유값			추출 제곱합 적재값		
	전체	% 분산	% 누적	전체	% 분산	% 누적
1	27.168	50.311	50.311	27.168	50.311	50.311
2	3.442	6.374	56.685	3.442	6.374	56.685
3	2.174	4.026	60.711	2.174	4.026	60.711
4	1.747	3.234	63.945	1.747	3.234	63.945
5	1.45	2.684	66.63	1.45	2.684	66.63
6	1.267	2.346	68.976	1.267	2.346	68.976
7	1.123	2.08	71.056	1.123	2.08	71.056
8	1.092	2.022	73.078	1.092	2.022	73.078
9	0.973	1.801	74.879			

독립변수에 대한 요인분석결과를 살펴보면, 서비스과정품질의 경우 신속성, 친절성, 신뢰성1, 신뢰성2의 요인으로 구분되었다. 선행연구에서 신뢰성은 단일한 요인으로 구성되었으나, 본 연구에서는 두 요인으로 구분되어 이를 분석에 활용하도록 하였다. 서비스결과품질은 욕구충족성과 호감성으로 유형화되었으며, 욕구충족성의 “창의적 아이디어 반영” 문항은 욕구충족성을 구성하는 요인에서 탈락하였다. 서비스환경품질은 편리성, 심미성, 쾌적성으로 요인이 구분되었으며, 서비스사회품질은 안전성과 공익성이 단일한 요인으로 구성되었으나, 선행연구 결과에 따라 두 요인으로 구분하였다.

(1) 종속변수의 타당성 분석

먼저, 표본 상관행렬의 적절성을 검토한 KMO값과 Bartlett의 구형성 검증은 KMO값이 0.846로서 높은 수준을 보이고 있으며, Bartlett의 구형성 검증은 변수들 간의 상관이 0인지를 검증하는 것으로서 구형성 검증 통계치가 크고 그에 따른 유의확률이 작을수록($p < .05$) 요인분석하기에 적합함을 나타낸 결과 Bartlett의 구형성 검증도 유의확률이 0.000으로 유의한 결과를 보이고 있어 요인분석에 적합한 것으로 분석되었다.

<표 4-4> 내생변수에 대한 표본 상관행렬 적절성 분석결과

항 목		값
KMO 측도		0.907
Bartlett의구형성검정	근사카이제곱	1843.426
	자유도	78
	유의확률	0.000

각 요인에 대한 타당성을 분석한 결과 고유값이 1이상인 요인 3개가 추출되었다. 각 요인이 설명하는 분산 값이 클수록 그 요인은 전체요인 구성에서 차지하는 비중이 크다는 것을 의미하는데, 본 연구에서는 추출된 2개 요인의 총 분산설명력은 70.346%로 나타났다.

<표 4-5> 설명된 총분산 결과

	초기 고유값			추출 제곱합 적재값		
	전체	% 분산	% 누적	전체	% 분산	% 누적
1	8.071	62.085	62.085	8.071	62.085	62.085
2	1.074	8.261	70.346	1.074	8.261	70.346
3	0.878	6.755	77.101			

서비스만족, 서비스충성, 자치단체 지지를 구성하는 문항은 서비스충성의 행동적 충성의 “민원실 방문의 꺼림”을 제외하고 모두 단일한 요인으로 구성되었다. 따라서 본 연구에서는 “민원실 방문의 꺼림”을 제외한 나머지 문항을 서비스만족, 서비스충성, 자치단체 지지 요인으로 구분하여 분석하였다.

2) 측정도구의 신뢰도 분석

(1) 독립변수의 신뢰도 분석

요인분석을 통해 추출된 서비스과정품질(3개 요인), 서비스결과품질(2개 요인), 서비스환경품질(3개 요인), 서비스사회품질(2개 요인)을 대상으로 신뢰도 분석을 실시하였다. 그 결과 모든 요인에 대한 신뢰도 계수(Cronbach α)가 0.7이상으로 나타나고 있어 모든 문항을 분석에 사용하였으며, 서비스결과품질(호감성), 서비스사회품질(안전성)은 문항이 2개이하로 신뢰도분석에서 제외하였다.

<표 4-6> 독립변수의 신뢰도 분석결과

변 수		측정지표	신뢰도 계수 (Cronbach α)
서비스과정 품질	신속성	신속한 서비스 제공, 즉각적 대응, 부지런함, 짧은 대기시간, 짧은 전달시간, 짧은 응답시간, 시간준수	0.934
	친절성	개별적 관심 표현, 고객니즈에 대한 이해, 예의바름, 진실을 보임, 자발적 대응, 배려, 커뮤니케이션의 질, 존경심, 친화력, 수행시간에 대한 관리	0.943
	신뢰성1	직원의 자부심, 환심을 주는 행동, 문제해결능력, 특별한 요구에 대응할 능력, 약속한 스케줄	0.880
	신뢰성2	경험이 많음, 전문성, 의지할 수 있음, 상호작용의 일관성, 성실성, 적은 실수	0.900
서비스결과 품질	욕구충족성	고객목적 부합성, 본원적 욕구충족, 약속한 서비스의 정확한 제공	0.865
	호감성	서비스 경험후 호감성	-
서비스환경 품질	편리성	레이아웃과 배치 편리성, 편리한 입지, 찾기 쉬운 표지, 물리적 시설 편리성, 고객에게 필요한 영업시간	.891
	심미성	인테리어 매력성, 직원 용모, 서비스 관련 자료, 광고, 현대적 설비	.918
	쾌적성	주변환경 쾌적성, 시설 청결성, 환경 청결성, 직원 청결성	.908
서비스사회 품질	공익성	모든 고객을 평등하게 대우, 예상외 부가적 혜택 제공, 합리적 가격의 서비스 제공, 윤리적 행동 등 윤리의식, 종업원의 사회적 책임의식	.894
	안전성	안전과 보호 받은 느낌, 고객안전을 위한 노력	-

(1) 종속변수의 신뢰도 분석

요인분석을 통해 추출된 서비스만족도(2개 요인), 서비스충성도(2개 요인), 자치단체 지지(1개 요인)을 대상으로 신뢰도 분석을 실시하였다. 서비스만족도의 전반적 만족과 사회적 만족에 신뢰도 계수(Cronbach α)가 0.7이상으로 나타나고 있어 모든 문항을 분석에 사용하였으며, 서비스충성도의 행동적 충성의 경우 “재구매의도”를 제외할 경우 신뢰도 계수(Cronbach α)가 0.771로 나타나고 있어 이 문항을 제외하였다. 태도적 충성의 경우 신뢰도 계수(Cronbach α)가 0.927로 높게 나타났으며, 자치단체지지의 경우 2개 이하의 문항으로 구성되어 있어 모든 문항을 분석에 사용하였다.

<표 4-7> 종속변수의 신뢰도 분석결과

변 수		측정지표	신뢰도 계수 (Cronbach α)
서비스만족도	전반적만족	전반적 서비스 만족도, 기대대비 결과 및 투입대비 결과 만족도, 이용후 감정적인 만족도	.904
	사회적만족	본질적 역할에 대한 만족, 사회환원 및 사회봉사에 대한 만족	-
서비스충성도	행동적충성	지속적 이용가능성, 재구매의도*, 상대적 구매빈도	.557(.771)
	태도적충성	애정, 친밀감, 추천의도	.927
자치단체지지		정책에 대한지지, 활동에 대한 지지	-

참조 : ()의 값은 *의 문항을 제거시 신뢰도 계수임.

제2절 민원행정 서비스에 대한 집단간 차이분석

1. 민원행정 서비스품질에 대한 집단별 차이 분석

1) 성별에 따른 서비스품질에 대한 인식차이

성별에 따른 서비스품질에 대한 인식차이를 분석한 결과 서비스과정품질의 경우 신속성($t=3.726$, $p=0.000$)과 친절성($t=2.721$, $p=0.007$)에서 남성이 여성에 비해 높게 인식하는 것으로 분석되었다. 이는 민원서비스 자체에 대한 인식에 있어서 남성이 여성에 비해 긍정적임을 의미하는 것으로 여성 민원인에 대한 서비스 제공시 보다 신속하고 친절한 태도는 전체적인 민원서비스의 품질을 높이기 위한 수단으로 활용될 수 있을 것으로 판단된다. 하지만, 서비스과정품질 중 신뢰성 부문은 성별에 따른 인식의 차이가 없는 것으로 나타났다. 서비스결과품질의 경우 호감성($t=1.692$, $p=0.093$) 부문에 있어서 남성이 여성에 비해 긍정적으로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 하지만, 욕구충족성 부문은 성별에 따른 인식의 차이가 없는 것으로 분석되었다. 다시말해, 민원서비스와 관련한 본원적인 욕구충족에는 성별에 따른 차이가 있으나, 서비스 경험 후 전반적인 느낌의 정도에는 차이가 없음을 의미하는 것으로 민원서비스 제공에 있어서 서비스의 본원적인 목적에 부합하도록 신속하고 친절하게 제공하는 방안을 강구해야 성별에 따른 인식의 차이를 줄일 수 있을 것으로 판단된다.

서비스환경품질의 경우 쾌적성, 편리성, 심미성 부문에서 성별에 따른 인식의 차이가 없는 것으로 분석되었으며, 평균 역시 타 영역에 비해 높게 나타나고 있어서 민원서비스를 제공하기 위한 외부환경에 대한 인식에 있어서는 매우 긍정적이지만, 보다 근본적인 서비스 자체의 질에 대한 인식이 낮음을 의미하는 것으로 서비스의 내용적 품질을 높이는 것이 향후 필요할 것으로 판단된다. 서비스사회품질의 경우 공익성과 안전성 부문 모두 성별에 따른 인식의 차이가 없는 것으로 분석되었다.

<표 4-8> 성별에 따른 서비스품질에 대한 인식차이

구분		성별	표본수	평균	t값	유의수준
서비스 과정품질	신속성	남성	84	3.7494	3.726	.000***
		여성	66	3.3232		
	친절성	남성	84	3.552	2.721	.007***
		여성	66	3.263		
	신뢰성1	남성	85	3.4388	1.406	.162
		여성	66	3.2848		
	신뢰성2	남성	85	3.5941	1.473	.143
		여성	66	3.4439		
서비스 결과품질	욕구충족성	남성	85	3.5098	1.602	.111
		여성	66	3.3131		
	호감성	남성	84	3.5833	1.692	.093*
		여성	66	3.3485		
서비스 환경품질	쾌적성	남성	85	3.9912	1.149	.252
		여성	66	3.8674		
	편리성	남성	85	3.7382	.946	.346
		여성	66	3.6303		
	심미성	남성	85	3.6094	1.486	.139
		여성	66	3.4258		
서비스 사회품질	공익성	남성	85	3.5394	1.957	.052
		여성	66	3.3182		
	안전성	남성	85	3.5765	1.945	.054
		여성	66	3.3258		

참조 : *p<0.10, **p<0.05, ***p<0.01

2) 연령에 따른 서비스품질에 대한 인식차이

연령대별로 서비스품질에 대한 인식의 차이를 살펴본 결과 서비스과정품질에 대해서는 연령대별로 인식의 차이가 없는 것으로 분석되었다. 서비스결과품질의 경우 호감성부문에서 20대가 2.9444로 다른 연령대에 비해 낮게 인식하고 있었으며, 40대의 경우 3.6444로 가장 높게 인식하고 있는 등 그 차이가 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다($F=2.705$, $p=0.033$).

서비스환경품질의 경우 쾌적성부문에서는 60대이상의 경우 3.625로 다른 연령대에 비해 낮게 나타났으며, 50대의 경우 4.1로 가장 높게 나타나는 등 연령대별로 쾌적성에 대한 인식의 차이가 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다($F=2.031$, $p=0.093$). 또한 심미성부문에 있어서는 20대가 3.2778로 가장 낮았으며, 40대의 경우 3.6822로 가장 높았으며, 이러한 결과는 통계적으로

유의미한 것으로 분석되었다($F=2.531$, $p=0.043$).

<표 4-9> 연령에 따른 서비스품질에 대한 인식차이

구분		연령	표본수	평균	F값	유의수준
서비스 과정품질	신속성	20대	18	3.3095	1.867	.119
		30대	46	3.4286		
		40대	45	3.7079		
		50대	35	3.6816		
		60대이상	13	3.3736		
		Total	157	3.5469		
	친절성	20대	18	3.183	1.785	.135
		30대	46	3.344		
		40대	45	3.541		
		50대	35	3.544		
		60대이상	13	3.215		
		Total	157	3.416		
	신뢰성1	20대	18	3.1667	1.526	.197
		30대	46	3.3043		
		40대	45	3.4889		
		50대	35	3.4714		
		60대이상	14	3.1429		
		Total	158	3.3639		
	신뢰성2	20대	18	3.3870	.879	.478
		30대	46	3.5036		
		40대	45	3.5889		
		50대	35	3.6181		
		60대이상	14	3.3357		
		Total	158	3.5251		
서비스 결과품질	욕구충족성	20대	18	3.0370	1.671	.160
		30대	46	3.3841		
		40대	45	3.5481		
		50대	35	3.4857		
		60대이상	14	3.2857		
		Total	158	3.4051		

구분		연령	표본수	평균	F값	유의수준
서비스 결과품질	호감성	20대	18	2.9444	2.705	.033**
		30대	45	3.4222		
		40대	45	3.6444		
		50대	35	3.5714		
		60대이상	14	3.2143		
		Total	157	3.4459		
서비스 환경품질	쾌적성	20대	18	3.7083	2.031	.093*
		30대	46	3.9130		
		40대	45	3.9833		
		50대	35	4.1000		
		60대이상	14	3.6250		
		Total	158	3.9256		
	편리성	20대	18	3.5556	1.908	.112
		30대	46	3.6522		
		40대	45	3.8567		
		50대	35	3.7543		
		60대이상	14	3.3429		
		Total	158	3.6946		
	심미성	20대	18	3.2778	2.531	.043**
		30대	46	3.5043		
		40대	45	3.6822		
		50대	35	3.6514		
		60대이상	14	3.0857		
		Total	158	3.5247		
서비스 사회품질	공익성	20대	18	3.1222	2.988	.021**
		30대	46	3.3228		
		40대	45	3.6622		
		50대	35	3.5143		
		60대이상	14	3.2286		
		Total	158	3.4307		
	안전성	20대	18	3.1111	2.384	.054*
		30대	46	3.3370		
		40대	45	3.6556		
		50대	35	3.6143		
		60대이상	14	3.2857		
		Total	158	3.4589		

참조 : *p<0.10, **p<0.05, ***p<0.01

서비스사회품질의 경우 공익성부문에 있어서는 20대가 3.1222로 가장 낮았으며, 40대가 3.6622로 가장 높았다. 이러한 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다($F=2.988$, $p=0.021$). 또한, 안전성부문에서는 20대가 3.1111로 가장 낮았으며, 40대가 3.6556으로 가장 높았다. 이러한 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다($F=2.384$, $p=0.054$).

연령대별로 서비스품질에 대한 인식은 서비스결과품질의 호감성, 서비스환경품질의 쾌적성, 심미성, 서비스사회품질의 공익성, 안전성 부문에서 차이가 나타나는 것으로 분석되었으며, 20대의 경우 대체로 인식이 다른 연령대에 비해 낮은 것으로 분석되고 있어 서비스품질의 제고를 통해 젊은 계층의 민원서비스에 대한 인식을 전환시킬 필요가 있을 것으로 판단된다.

3) 소득에 따른 서비스품질에 대한 인식차이

소득에 따른 서비스품질에 대한 인식의 차이가 있는지를 분석한 결과 서비스과정품질의 경우 신속성, 친절성, 신뢰성²에서 차이가 있는 것으로 분석되었다. 신속성의 경우 소득수준이 낮을수록 인식이 낮았으며($F=4.024$, $p=0.004$), 친절성의 경우 소득수준이 낮을수록 인식이 낮았다($F=3.698$, $p=0.007$). 또한 신뢰성²의 경우 소득수준이 낮을수록 인식이 낮았다($F=2.200$, $p=0.072$).

서비스결과품질의 경우 욕구충족성부문에서 소득수준에 따른 인식의 차이가 있는 것으로 분석되었다. 욕구충족성부문의 경우 소득수준이 낮을수록 인식이 낮은 것으로 분석되었다($F=4.697$, $p=0.001$).

서비스환경품질의 경우 편리성부문에서 소득수준이 낮을수록 인식이 낮은 것으로 분석되었다($F=2.956$, $p=0.022$). 또한 서비스사회품질의 경우 공익성부문에서 소득이 낮을수록 인식이 낮은 것으로 분석되었다($F=2.141$, $p=0.079$). 본 연구결과 소득에 따른 서비스품질에 대한 인식에 있어서 서비스과정품질의 신속성, 친절성, 신뢰성², 서비스결과품질의 욕구충족성, 서비스환경품질의 편리성, 서비스사회품질의 공익성 부문에 있어서 소득수준이 낮을수록 인식이 낮게 나타나는 특징을 보였다.

<표 4-10> 소득에 따른 서비스품질에 대한 인식차이

구분		소득	표본수	평균	F값	유의수준
서비스 과정품 질	신속성	100만원미만	26	3.1648	4.024	.004***
		100만원-200만원미만	45	3.4804		
		200만원-300만원미만	40	3.6536		
		300만원-400만원미만	26	3.8993		
		400만원이상	10	3.6429		
		Total	147	3.5569		
	친절성	100만원미만	26	3.062	3.698	.007***
		100만원-200만원미만	45	3.356		
		200만원-300만원미만	40	3.481		
		300만원-400만원미만	26	3.685		
		400만원이상	10	3.630		
		Total	147	3.415		
	신뢰성1	100만원미만	26	3.1385	1.435	.225
		100만원-200만원미만	46	3.3391		
		200만원-300만원미만	40	3.4225		
		300만원-400만원미만	26	3.5538		
		400만원이상	10	3.3200		
		Total	148	3.3628		
	신뢰성2	100만원미만	26	3.3013	2.200	.072*
		100만원-200만원미만	46	3.4087		
		200만원-300만원미만	40	3.6458		
		300만원-400만원미만	26	3.6923		
		400만원이상	10	3.5833		
		Total	148	3.5155		
서비스 결과품 질	욕구충 족성	100만원미만	26	2.8846	4.697	.001***
		100만원-200만원미만	46	3.5217		
		200만원-300만원미만	40	3.5500		
		300만원-400만원미만	26	3.6154		
		400만원이상	10	3.5333		
		Total	148	3.4347		
	호감성	100만원미만	26	3.1923	1.535	.195
		100만원-200만원미만	45	3.3556		
		200만원-300만원미만	40	3.6500		
		300만원-400만원미만	26	3.5000		
		400만원이상	10	3.7000		
		Total	147	3.4558		

구분		소득	표본수	평균	F값	유의수준
서비스 환경품질	쾌적성	100만원미만	26	3.8462	1.461	.217
		100만원-200만원미만	46	3.8207		
		200만원-300만원미만	40	3.9250		
		300만원-400만원미만	26	4.1154		
		400만원이상	10	4.2250		
		Total	148	3.9324		
	편리성	100만원미만	26	3.4769	2.956	.022**
		100만원-200만원미만	46	3.5478		
		200만원-300만원미만	40	3.7588		
		300만원-400만원미만	26	3.9385		
		400만원이상	10	4.0600		
		Total	148	3.6956		
	심미성	100만원미만	26	3.2577	1.769	.138
		100만원-200만원미만	46	3.4478		
		200만원-300만원미만	40	3.6350		
		300만원-400만원미만	26	3.7538		
		400만원이상	10	3.5800		
		Total	148	3.5277		
서비스 사회품질	공익성	100만원미만	26	3.2538	2.141	.079*
		100만원-200만원미만	46	3.3130		
		200만원-300만원미만	40	3.4863		
		300만원-400만원미만	26	3.7231		
		400만원이상	10	3.5800		
		Total	148	3.4395		
	안전성	100만원미만	26	3.3654	1.619	.173
		100만원-200만원미만	46	3.3696		
		200만원-300만원미만	40	3.4375		
		300만원-400만원미만	26	3.5962		
		400만원이상	10	4.0000		
		Total	148	3.4696		

참조 : *p<0.10, **p<0.05, ***p<0.01

2. 서비스만족도/충성도 및 지방자치단체 지지 집단별 차이 분석

1) 성별에 따른 서비스만족도/충성도 및 지방자치단체 지지에 대한 인식차이

성별에 따른 서비스만족도, 서비스충성도, 그리고 지방자치단체 지지에 대한 인식의 차이가 있는지를 분석한 결과, 서비스만족의 전반적 만족부문에서 남성이 여성에 비해 만족도가 높은 것으로 나타났으며, 이러한 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다($t=2.426$, $p=0.016$). 서비스충성도 중 태도적 충성도에서 남성이 여성에 비해 충성도가 높은 것으로 나타났으며, 이러한 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다($t=1.826$, $p=0.07$). 반면 지방자치단체에 대한 지지도에는 성별에 따른 차이가 없는 것으로 분석되었다. 전반적으로 남성이 여성에 비해 민원행정서비스에 대한 만족도와 충성도가 높게 나타났으나, 지방자치단체에 대한 지지도에는 성별이 영향을 미치는 않는 것으로 나타나고 있다는 점은 여성 민원인에 대한 세심한 배려가 서비스만족과 충성도를 높이는 방법이라 하겠다.

<표 4-11> 성별에 따른 서비스만족도/충성도 및 지방자치단체 지지에 대한 인식차이

구분		성별	표본수	평균	t값	유의수준
서비스만족도	전반적 만족	남성	85	3.6059	2.426	0.016**
		여성	66	3.298		
	사회적 만족	남성	85	3.5235	0.515	0.607
		여성	66	3.4621		
서비스충성도	행동적 충성	남성	85	3.5235	1.299	0.196
		여성	66	3.3712		
	태도적 충성	남성	85	3.5294	1.826	0.07*
		여성	66	3.2929		
지방자치단체 지지		남성	85	3.3176	1.301	0.195
		여성	66	3.1288		

참조 : * $p<0.10$, ** $p<0.05$, *** $p<0.01$

2) 연령에 따른 서비스만족도/충성도 및 지방자치단체 지지에 대한 인식차이

연령에 따른 서비스만족도, 서비스충성도, 그리고 지방자치단체 지지에 대한 인식의 차이가 있는지를 살펴본 결과 서비스만족 중 전반적 만족부문에서 연령대가 높을수록 만족수준이 높은 것으로 나타났다. 하지만, 60대 이상의 연

령층에서는 만족도가 다소 낮아지는 경향을 보였다($F=3.953$, $p=0.004$). 하지만, 사회적 만족도에서는 연령에 따른 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 4-12> 연령에 따른 서비스만족도/충성도 및 지방자치단체 지지에 대한 인식차이

구분		연령	표본수	평균	F값	유의수준
서비스만족도	전반적 만족	20대	18	3.1667	3.953	0.004***
		30대	46	3.2246		
		40대	45	3.6741		
		50대	35	3.7333		
		60대이상	14	3.369		
		Total	158	3.4715		
	사회적 만족	20대	18	3.3611	1.619	0.172
		30대	46	3.3913		
		40대	45	3.5778		
		50대	35	3.6714		
		60대이상	14	3.2143		
		Total	158	3.4873		
서비스충성도	행동적 충성	20대	18	3.3333	1.715	0.15
		30대	46	3.3804		
		40대	45	3.6111		
		50대	35	3.5143		
		60대이상	14	3.1071		
		Total	158	3.4462		
	태도적 충성	20대	18	3.0926	3.268	0.013**
		30대	46	3.1957		
		40대	45	3.6074		
		50대	35	3.6476		
		60대이상	14	3.3571		
		Total	158	3.4156		
지방자치단체 지지	20대	18	3.0833	1.981	0.1*	
	30대	46	3.0652			
	40대	45	3.4889			
	50대	35	3.2571			
	60대이상	13	2.8846			
	Total	157	3.2166			

참조 : * $p<0.10$, ** $p<0.05$, *** $p<0.01$

서비스충성도 중 태도적 충성에서 연령이 높을수록 만족수준이 높은 것으로 분석되었다. 하지만, 60대 이상에서는 다소 만족도가 낮아지는 경향을 보였다. 이러한 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다($F=3.268$, $p=0.013$). 또한 지방자치단체 지지에 대한 연령대별 차이가 있는지를 살펴본 결과 연령대가 60대 이상의 경우 평균이 2.8846으로 다른 연령 대에 비해 매우 낮게 나타났다으며, 이러한 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다.

서비스만족도 중 전반적 만족도와 서비스충성도 중 태도적 충성에서 연령대가 높을수록 만족한 것으로 분석되었으나, 지방자치단체에 대한 지지도에 있어서는 60대 이상이 매우 낮게 나타나고 있다는 점은 서비스만족과 지방자치단체에 대한 지지도에 있어서 60대 이상의 연령층에서는 차이를 보이고 있어 지방자치단체에 대한 지지도를 높이기 위해서는 60대 이상의 연령층에 대한 세심한 배려와 지방자치단체에 대한 지지를 높일 수 있는 방안이 강구되어야 할 것이다.

3) 소득에 따른 서비스만족도/충성도 및 지방자치단체 지지에 대한 인식차이

소득에 따른 서비스만족도, 서비스충성도, 그리고 지방자치단체 지지에 대한 인식의 차이를 분석한 결과 서비스만족 중 전반적 만족부문에서 소득이 높을수록 만족도가 높은 것으로 나타났으며, 이러한 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다($F=3.204$, $p=0.015$). 하지만, 사회적 만족부문에서는 소득에 따른 만족수준에 차이가 없는 것으로 분석되었다.

서비스충성도 중 행동적 충성부문에서 소득이 높을수록 충성도가 높은 것으로 나타났으나, 400만원이상의 경우 행동적 충성도가 낮아지는 경향을 보였다. 이러한 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다($F=2.53$, $p=0.043$).

또한, 지방자치단체 지지에 대해서는 소득수준인 높을수록 지방자치단체에 대한 지지도가 높게 나타났으나, 400만원이상의 소득계층에서는 다소 낮아지는 경향을 보였다. 이러한 결과는 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다($F=2.007$, $p=0.097$).

<표 4-13> 소득에 따른 서비스만족도/충성도 및 지방자치단체 지지에 대한 인식차이

구분		소득	표본수	평균	F값	유의수준
서비스 만족도	전반적 만족	100만원미만	26	3.1026	3.204	0.015
		100만원-200만원미만	46	3.4348		
		200만원-300만원미만	40	3.475		
		300만원-400만원미만	26	3.7628		
		400만원이상	10	3.9		
		Total	148	3.4764		
	사회적 만족	100만원미만	26	3.3846	0.981	0.42
		100만원-200만원미만	46	3.4348		
		200만원-300만원미만	40	3.5		
		300만원-400만원미만	26	3.7115		
		400만원이상	10	3.7		
		Total	148	3.5101		
서비스 충성도	행동적 충성	100만원미만	26	3.1538	2.53	0.043
		100만원-200만원미만	46	3.4022		
		200만원-300만원미만	40	3.5		
		300만원-400만원미만	26	3.7692		
		400만원이상	10	3.45		
		Total	148	3.4527		
	태도적 충성	100만원미만	26	3.2949	1.115	0.352
		100만원-200만원미만	46	3.3116		
		200만원-300만원미만	40	3.4833		
		300만원-400만원미만	26	3.6795		
		400만원이상	10	3.4667		
		Total	148	3.4302		
지방자치단체 지지		100만원미만	26	2.9615	2.007	0.097*
		100만원-200만원미만	46	3.0978		
		200만원-300만원미만	40	3.2625		
		300만원-400만원미만	25	3.62		
		400만원이상	10	3.3		
		Total	147	3.2211		

참조 : *p<0.10, **p<0.05, ***p<0.01

제3절 연구모형의 검증

1. 변수간 상관관계 분석 결과

독립변수간의 상관성을 분석하여 각 변수별로 상관관계의 수준을 측정하기 위해 상관분석을 실시하였다. 독립변수는 서비스과정품질, 서비스결과품질, 서비스환경품질, 서비스사회품질로 구분하였으며, 각 요인의 변수를 대상으로 상관관계분석을 실시하였다. 서비스과정품질의 신속성, 친절성, 신뢰성1, 신뢰성2의 경우 심미성, 공익성과 상관성이 높은 것으로 분석되었으며, 서비스결과품질의 욕구충족성, 호감성은 공익성과 상관성이 높은 것으로 분석되었다. 서비스환경품질의 쾌적성, 편리성, 심리성의 경우 심리성의 서비스과정품질과의 높은 상관성을 보였으나, 쾌적성, 편리성은 다른 변수와의 상관성이 높지 않은 것으로 분석되었다.

<표 4-14> 독립변수간 상관관계분석

구분	신속성	친절성	신뢰성1	신뢰성2	욕구충족성	호감성	쾌적성	편리성	심미성	공익성	안전성
신속성	1										
친절성	.768(**))	1									
신뢰성1	.725(**))	.839(**))	1								
신뢰성2	.689(**))	.770(**))	.775(**))	1							
욕구충족성	.632(**))	.673(**))	.645(**))	.688(**))	1						
호감성	.590(**))	.645(**))	.595(**))	.687(**))	.739(**))	1					
쾌적성	.510(**))	.557(**))	.512(**))	.512(**))	.427(**))	.493(**))	1				
편리성	.484(**))	.580(**))	.595(**))	.559(**))	.411(**))	.406(**))	.694(**))	1			
심미성	.586(**))	.701(**))	.713(**))	.671(**))	.544(**))	.542(**))	.608(**))	.750(**))	1		
공익성	.680(**))	.756(**))	.757(**))	.738(**))	.658(**))	.669(**))	.565(**))	.647(**))	.720(**))	1	
안전성	.555(**))	.661(**))	.639(**))	.666(**))	.573(**))	.627(**))	.477(**))	.524(**))	.648(**))	.786(**))	1

참고 : * <0.05 , ** <0.01

2. 서비스품질이 서비스만족도에 미치는 영향분석

서비스품질이 서비스만족도에 어떠한 영향을 미치는지 분석하기 위해 본 연구에서는 회귀분석¹⁾을 실시하였다.

회귀분석에서는 분석을 통해 도출된 회귀모형의 타당성 검증이 중요하다. 이를 위해 일반적으로 논의되는 회귀분석의 기본가정을 충족시킬 필요가 있다 (김태진, 2006:222-223.). 첫째, 회귀모형이 정확히 설정되어야 한다. 즉 독립변수와 종속변수의 관계는 선형관계여야 하며, 모형에 포함해야 할 중요한 변수를 포함시키지 않거나 잘못된 변수를 포함시켜도 안된다. 또한 중요한 변수가 회귀모형에서 빠져 있을 때 종속변수를 측정하는데 독립변수가 설명하지 못하는 부분이 생긴다. 오차는 독립변수가 종속변수를 설명하지 못하는 부분이므로 이를 만족시키기 위해서는 오차항의 분포가 정규분포라는 가정을 만족시켜야 한다.

둘째, 독립변수와 종속변수는 모두 등간척도 및 비율척도 이상이어야 한다. 다만, 다중회귀분석에서는 독립변수가 명목척도로 측정되었다 하더라도 더미(dummy)변수를 이용한 회귀분석을 통해 분석이 가능하다.

셋째, 독립변수들 간에는 높은 상관관계가 존재하지 않아야 한다. 즉 다중공선성이 존재할 경우 회귀계수를 잘못 추론할 수 있다.

넷째, 주어진 독립변수들의 값에서 나타나는 오차들은 서로 관계가 없어야 한다. 즉, 오차항 간에 자기상관이 존재하지 않아야 한다.

다섯째, 독립변수의 변화에 따라 나타나는 종속변수의 분산은 모두 동일해야 한다는 등분산성을 만족시켜야 한다.

이상의 전제조건에 입각해서 서비스과정품질(신속성, 친절성, 신뢰성1, 신뢰성2), 서비스결과품질(욕구충족성, 호감성), 서비스환경품질(쾌적성, 편리성, 심미성), 서비스사회품질(공익성, 안전성)이 서비스만족도(전반적 만족, 사회적 만족), 서비스충성도(행동적 충성, 태도적 충성)에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보기 위해서 회귀분석을 실시하였다. 그 결과 회귀모형의 다중공선성 진단

1) 본 회귀분석에서는 이론적으로 X 와 Y 의 결합분포(joint distribution)가 이변량정규분포(bivariate normal distribution)를 따른다면 Y 의 조건부 기대치 $E(Y|X)$ 는 X 의 선형함수(linear function), 즉 직선이 된다. 실제로 많은 경우가 이에 해당하므로 특별한 이론적 반증이 없을 때에는 직선의 회귀모형을 사용하는데 큰 무리가 없을 것으로 판단되어 독립변수와 종속변수의 관계가 선형을 가정한 회귀식을 설정하였다.

결과²⁾ VIF값은 5.0이하의 값을 가지는 것으로 나타나고 있어서 독립변수간의 다중공선성의 문제는 없는 것으로 나타났다.

우선, 서비스품질이 전반적 만족에 미치는 영향분석에서 모형의 적합도를 설명하는 R^2 값은 0.603으로 독립변수인 서비스품질의 제 요인의 변동이 종속변수인 전반적 만족의 변동을 설명하는 능력은 60.3%로 나타났다. 회귀모형은 통계적으로 적합한 것으로 나타났다($F=19.845$, $p<0.01$).

개별독립변수의 통계적 유의미성을 살펴본 결과 서비스과정품질 중 신뢰성²는 t 값이 $-2.28(p=0.024)$, 서비스결과품질 중 욕구충족성은 t 값이 $2.461(p=0.015)$, 서비스사회품질 중 공익성은 t 값이 $2.159(p=0.032)$ 로 각각 나타나고 있어 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다.

이러한 분석결과를 통해 알 수 있는 것은 서비스과정품질의 신뢰성² 요인은 “경험이 많음,” “전문성,” “의지할 수 있음,” “상호작용의 일관성,” “성실성,” “적은 실수,” 등으로 구성된 요인으로 전반적인 서비스 만족도에 부정적인 영향을 미치는 요인으로 나타났다. 서비스결과품질 중 욕구충족성은 “고객목적 부합성,” “본원적 욕구충족,” “약속한 서비스의 정확한 제공,” 등으로 구성된 요인으로 전반적 서비스만족도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 서비스사회품질 중 공익성은 “모든 고객을 평등하게 대우,” “예상외 부가적 혜택 제공,” “합리적 가격의 서비스 제공,” “윤리적 행동 등 윤리의식,” “종업원의 사회적 책임의식,” 등으로 구성된 요인으로 전반적인 만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

특이한 것은 서비스과정품질의 신뢰성² 요인이 전반적인 만족에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다는 점이다. 신뢰성²와 전반적인 만족간의 상관계수는 0.565로 나타나고 있어서 정(+)의 상관성을 나타내고 있으나, 인과관계에서는 부(-)의 관계로 나타나고 있어서 다중공선성의 문제를 의심해 볼 수 있으나, VIF값이 3.591로 낮게 나타나고 있어 다중공선성의 문제를 의심할 수 있는 상황은 아닌 것으로 나타났다. 그렇다면, 실제로 두 변수간의 인과관계는 부(-)의 관계로 신뢰성이 높을수록 전반적인 서비스 만족이 낮아지는 경향을 보인다는 견해를 받아들여야 할 것으로 판단된다.

서비스 품질과 고객만족은 인과관계 및 구조적인 관련성이 있다는 선행연구의 논의를 토대로 볼 때, 본 연구의 실증분석 결과는 그 의미하는 바가 크다고 하겠다. 다시 말해, 전반적인 만족이라는 종속변수에 영향을 미치는 서비스 품질

2) 일반적으로 공차의 한계값은 최대가 1이고, 다중공선성이 낮을수록 공차의 한계값은 높게 나타난다. 또한 분산팽창인자(VIF)은 10이상일 경우 다중공선성이 높은 것으로 보고 있다.

은 서비스 과정품질의 신뢰성2, 서비스결과품질의 욕구충족성, 서비스사회품질의 공익성 등으로 나타났다는 점이다. 이들의 서비스품질은 긍정적이든 부정적이든 전반적인 만족에 영향을 미치고 있다는 점에서 민원행정의 수행하는 공무원의 입장에서 전반적인 만족도를 향상시키기 위해서는 서비스품을 개선하고자 하는 노력이 필요하다는 것이다.

<표 4-15> 서비스품질이 전반적 만족에 미치는 영향분석

변수		비표준화계수		표준화 계수	t	유의확률	VIF
		B	표준오차				
(Constant)		0.054	0.289		0.186	0.853	
서비스 과정품질	신속성	0.084	0.096	0.077	0.876	0.382	2.825
	친절성	0.148	0.136	0.125	1.088	0.278	4.775
	신뢰성1	0.047	0.13	0.041	0.366	0.715	4.435
	신뢰성2	-0.286	0.126	-0.227	-2.28	0.024**	3.591
서비스 결과품질	욕구충족성	0.236	0.096	0.215	2.461	0.015**	2.773
	호감성	0.101	0.082	0.111	1.237	0.218	2.911
서비스 환경품질	쾌적성	0.126	0.094	0.106	1.339	0.183	2.25
	편리성	0.094	0.107	0.083	0.882	0.379	3.194
	심미성	0.016	0.101	0.015	0.154	0.878	3.46
서비스 사회품질	공익성	0.271	0.125	0.242	2.159	0.032**	4.547
	안전성	0.141	0.087	0.145	1.616	0.108	2.909
R ²		.603					
F값		19.845(p=0.000)					

참고 : *p<0.10, **p<0.05, ***p<0.01

서비스품질이 사회적 만족에 미치는 영향을 살펴본 결과 서비스과정품질 중 신뢰성1, 서비스결과품질 중 욕구충족성, 서비스환경품질 중 편리성, 서비스사회품질 중 안전성이 사회적 만족에 영향을 미치는 요인으로 분석되었다. 회귀 모형의 다중공선성 진단결과 VIF값은 5.0이하의 값을 가지는 것으로 나타나고 있어서 독립변수간의 다중공선성의 문제는 없는 것으로 나타났다.

우선, 서비스품질이 사회적 만족에 미치는 영향분석에서 모형의 적합도를 설명하는 R²값은 0.587로 독립변수인 서비스품질의 제 요인의 변동이 종속변수인 사회적 만족의 변동을 설명하는 능력은 58.7%로 나타났다. 회귀모형은 통계적으로 적합한 것으로 나타났다(F=18.594, p<0.01).

개별독립변수의 통계적 유의미성을 살펴본 결과 서비스과정품질 중 신뢰성1은

t값이 1.741(p=0.084), 서비스결과품질 중 욕구충족성은 t값이 2.549(p=0.012), 서비스환경품질 중 편리성은 t값이 2.71(p=0.008), 서비스사회품질 중 안전성은 t값이 1.909(p=0.058)로 각각 나타나고 있어 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다.

<표 4-16> 서비스품질이 사회적 만족에 미치는 영향분석

변수		비표준화계수		표준화 계수	t	유의확률	VIF
		B	표준오차				
(Constant)		0.288	0.273		1.056	0.293	
서비스 과정품질	신속성	-0.031	0.091	-0.031	-0.345	0.731	2.825
	친절성	0.014	0.129	0.013	0.112	0.911	4.775
	신뢰성1	0.213	0.122	0.196	1.741	0.084*	4.435
	신뢰성2	-0.016	0.119	-0.014	-0.136	0.892	3.591
서비스 결과품질	욕구충족성	0.231	0.09	0.227	2.549	0.012**	2.773
	호감성	-0.037	0.077	-0.044	-0.479	0.632	2.911
서비스 환경품질	쾌적성	-0.035	0.089	-0.032	-0.395	0.693	2.25
	편리성	0.274	0.101	0.259	2.71	0.008***	3.194
	심미성	0.19	0.095	0.198	1.99	0.048	3.46
서비스 사회품질	공익성	-0.041	0.119	-0.039	-0.345	0.73	4.547
	안전성	0.157	0.082	0.174	1.909	0.058*	2.909
R ²		0.587					
F값		18.594(p=0.000)					

참고 : *p<0.10, **p<0.05, ***p<0.01

사회적 만족은 ①공공기관으로서 본질적인 역할에 대한 만족도와 ②공공기관으로서 사회환원 및 사회봉사에 대한 만족도를 의미한다. 이러한 사회적 만족은 공공기관이 추구하는 본질적인 역할에 대한 만족과 지역사회에 대한 봉사자로서의 역할에 대한 만족을 의미하는 것으로 사회적 만족을 이끄는 변수로는 서비스과정품질의 신뢰성1, 서비스결과품질의 욕구충족성, 서비스환경품질의 편리성, 서비스사회품질의 안전성 등인 것으로 나타났다. 그중 서비스사회품질의 안전성이라는 요인이 사회적 만족에 영향을 미친다는 점은 시사하는 바가 크다. 즉 민원행정서비스의 품질 중 안전성이라는 ①안전과 보호 받는 느낌과 ②고객안전을 위한 노력에 대한 인식이 높을수록 민원행정서비스가 제공하는 사회적 만족의 수준도 높게 나타난다는 것으로 주민은 지역사회로부터

보호를 받고 있다는 느낌을 받을 때, 비로소 정서적인 안정과 함께 서비스 제공자가 제공하는 서비스에 대한 사회적인 만족도가 높아짐을 알 수 있다.

3. 서비스품질이 서비스충성도에 미치는 영향분석

서비스품질이 서비스충성도 중 행동적 충성에 미치는 영향을 살펴본 결과 서비스과정품질 중 친절성, 서비스결과품질 중 욕구충족성, 서비스환경품질 중 심미성이 사회적 만족에 영향을 미치는 요인으로 분석되었다. 회귀모형의 다중공선성 진단결과 VIF값은 5.0이하의 값을 가지는 것으로 나타나고 있어서 독립변수간의 다중공선성의 문제는 없는 것으로 나타났다.

우선, 서비스품질이 서비스충성도 중 행동적 충성에 미치는 영향분석에서 모형의 적합도를 설명하는 R^2 값은 0.681로 독립변수인 서비스품질의 세 요인의 변동이 종속변수인 서비스충성도 중 행동적 충성의 변동을 설명하는 능력은 68.1%로 나타났다. 회귀모형은 통계적으로 적합한 것으로 나타났다($F=27.94$, $p<0.01$).

개별독립변수의 통계적 유의미성을 살펴본 결과 서비스과정품질 중 친절성은 t 값이 2.138($p=0.034$), 서비스결과품질 중 욕구충족성은 t 값이 2.98($p=0.003$), 서비스환경품질 중 심미성은 t 값이 2.423($p=0.017$)로 각각 나타나고 있어 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다.

주민의 행정서비스에 대한 충성도를 높이기 위해서는 주민을 고객으로 인식하고 주민들의 욕구를 좀더 이해하려는 노력과 그들의 문제를 해결하고자 하는 관심으로 주민만족도를 높임으로써 진정한 서비스충성도가 높은 주민으로 전환될 수 있다는 점에서 민원행정서비스의 품질이 행동적 충성도에 긍정적인 영향을 미친다는 본 연구의 실증분석결과는 사사하는 바가 크다. 다시말해, 서비스과정품질의 친절성, 서비스결과품질의 욕구충족성, 서비스환경품질의 심미성 등은 서비스의 수혜자인 주민이 행동적인 충성도를 제고하는데 긍정적인 영향을 미친다는 점이다. 이는 친절한 서비스와 그로 인한 욕구충족 및 서비스가 제공되는 기관의 심미성 향상은 주민의 행동적인 충성도를 높일 수 있는 요소로 작용한다는 것을 의미하는 것으로 지방자치단체는 주민의 행동적인 충성도를 높이기 위한 방안 중 민원행정서비스 분야에서의 실천적 노력의 방향성을 제공해 준다고 하겠다.

<표 4-17> 서비스품질이 행동적 충성에 미치는 영향분석

변수		비표준화계수		표준화 계수	t	유의확률	VIF
		B	표준오차				
(Constant)		0.122	0.237		0.513	0.608	
서비스 과정품질	신속성	-0.028	0.079	-0.028	-0.35	0.727	2.825
	친절성	0.239	0.112	0.22	2.138	0.034**	4.775
	신뢰성1	0.136	0.107	0.126	1.273	0.205	4.435
	신뢰성2	-0.124	0.103	-0.108	-1.206	0.23	3.591
서비스 결과품질	욕구충족성	0.234	0.079	0.234	2.98	0.003***	2.773
	호감성	0.049	0.067	0.058	0.723	0.471	2.911
서비스 환경품질	쾌적성	0.031	0.077	0.029	0.405	0.686	2.25
	편리성	0.048	0.088	0.045	0.541	0.59	3.194
	심미성	0.201	0.083	0.212	2.423	0.017**	3.46
서비스 사회품질	공익성	0.133	0.103	0.129	1.29	0.199	4.547
	안전성	0.047	0.072	0.053	0.659	0.511	2.909
R ²		0.681					
F값		27.94(p=0.000)					

참고 : *p<0.10, **p<0.05, ***p<0.01

서비스품질이 서비스충성도 중 태도적 충성에 미치는 영향을 살펴본 결과 서비스과정품질 중 신속성과 신뢰성2, 서비스결과품질 중 욕구충족성, 서비스사회품질 중 안전성이 태도적 충성에 영향을 미치는 요인으로 분석되었다. 회귀 모형의 다중공선성 진단결과 VIF값은 5.0이하의 값을 가지는 것으로 나타나고 있어서 독립변수간의 다중공선성의 문제는 없는 것으로 나타났다.

우선, 서비스품질이 서비스충성도 중 태도적 충성에 미치는 영향분석에서 모형의 적합도를 설명하는 R²값은 0.589로 독립변수인 서비스품질의 제 요인의 변동이 종속변수인 서비스충성도 중 태도적 충성의 변동을 설명하는 능력은 58.9%로 나타났다. 회귀모형은 통계적으로 적합한 것으로 나타났다(F=18.75, p<0.01).

개별독립변수의 통계적 유의미성을 살펴본 결과 서비스과정품질 중 신속성은 t값이 1.676(p=0.096), 신뢰성2는 t값이 -1.878(p=0.062), 서비스결과품질 중 욕구충족성은 t값이 2.587(p=0.011), 서비스사회품질 중 안전성은 t값이 2.473(p=0.0015)로 각각 나타나고 있어 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다.

태도적 충성은 ①애정, ②친밀감, ③추천의도 등으로 구성된다. 다시

말해, 지방자치단체에 대한 애정과 친밀감, 그리고 제공받은 서비스를 대한 타인에게 추천하고자 하는 의도 등은 지방자치단체에 대한 지지도를 높이기 위한 요소로서 중요한 역할을 수행하게 된다. 따라서, 태도적 충성을 높이기 위한 요인을 민원행정서비스 품질에서 찾아본다면, 서비스과정품질의 신속성, 신뢰성², 서비스결과품질의 욕구충족성, 서비스사회품질의 안전성 등으로 이들 요인들은 민원행정서비스 제공에 따른 태도적 충성도를 제고하는데 영향을 미치는 요인이라고 하겠다. 단 신뢰성²의 경우 태도적 충성을 제고하는데 부정적인 요인으로 작용하고 있는 것으로 분석되었다. 이러한 결과를 토대로 지방자치단체가 향후 민원행정서비스의 품질개선을 통해 태도적 충성을 제고할 수 있으며, 이는 지방자치단체에 대한 지지도를 제고하는데 긍정적인 요소로 작용할 것으로 판단된다.

<표 4-18> 서비스품질이 태도적 충성에 미치는 영향분석

변수		비표준화계수		표준화 계수	t	유의확률	VIF
		B	표준오차				
(Constant)		-0.081	0.299		-0.27	0.787	
서비스 과정품질	신속성	0.166	0.099	0.151	1.676	0.096*	2.825
	친절성	0.041	0.141	0.034	0.289	0.773	4.775
	신뢰성1	0.212	0.134	0.178	1.58	0.116	4.435
	신뢰성2	-0.244	0.13	-0.19	-1.878	0.062*	3.591
서비스 결과품질	욕구충족성	0.256	0.099	0.23	2.587	0.011**	2.773
	호감성	-0.056	0.085	-0.06	-0.656	0.513	2.911
서비스 환경품질	쾌적성	0.156	0.097	0.128	1.599	0.112	2.25
	편리성	0	0.111	0	-0.002	0.999	3.194
	심미성	0.128	0.105	0.122	1.226	0.222	3.46
서비스 사회품질	공익성	0.12	0.13	0.105	0.921	0.358	4.547
	안전성	0.223	0.09	0.225	2.473	0.015**	2.909
R ²		0.589					
F값		18.75(p=0.000)					

참고 : *p<0.10, **p<0.05, ***p<0.01

4. 서비스만족도/서비스충성도가 지방자치단체 지지에 미치는 영향분석

서비스만족도와 서비스충성도가 지방자치단체 지지에 미치는 영향을 살펴본 결과 서비스만족 중 전반적 만족과 서비스충성도의 행동적 충성, 태도적 충성이 지방자치단체 지지에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 회귀모형의 다중공선성 진단결과 VIF값은 5.0이하의 값을 가지는 것으로 나타나고 있어서 독립변수간의 다중공선성의 문제는 없는 것으로 나타났다.

우선, 서비스만족과 서비스충성도가 지방자치단체 지지에 미치는 영향분석에서 모형의 적합도를 설명하는 R^2 값은 0.61로 독립변수인 서비스만족도와 서비스충성도의 제 요인의 변동이 종속변수인 지방자치단체 지지의 변동을 설명하는 능력은 61.0%로 나타났다. 회귀모형은 통계적으로 적합한 것으로 나타났다($F=59.456$, $p<0.01$).

개별독립변수의 통계적 유의미성을 살펴본 결과 서비스만족 중 전반적 만족은 t 값이 3.123($p=0.002$), 서비스충성도 중 행동적 충성은 t 값이 2.498($p=0.014$), 서비스충성도 중 태도적 충성은 t 값이 4.136($p=0.000$)로 각각 나타나고 있어 통계적으로 유의미한 것으로 분석되었다.

서비스만족도와 서비스충성도가 지방자치단체에 대한 지지도를 제고하는데 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다는 점에서 본 연구에서 살펴보고자 하였던 지방자치단체에 대한 지역주민의 지지도를 제고하기 위한 방안으로서의 민원행정서비스 품질제고는 긍정적인 요소로 작용하고 있음을 알 수 있다. 지방자치단체는 다양한 정책을 통해 지역주민의 요구에 대응한다. 그중에서 일선행정기관에서 제공하는 민원행정서비스는 지역주민의 지방자치단체에 대한 지지를 표명할 수 있도록 유도할 수 있는 장치로서의 활용가치가 높음을 의미하는 것으로 지역주민을 고객으로 응대하는 서비스 품질개선 노력은 향후 지방자치단체에 대한 지지도를 제고하는데 긍정적인 영향을 미친다고 볼 수 있다.

<표 4-19> 서비스만족도/충성도가 지방자치단체 지지에 미치는 영향분석

변수		비표준화계수		표준화 계수	t	유의확률	VIF
		B	표준오차				
(Constant)		-0.276	0.243		-1.135	0.258	
서비스 만족도	전반적만족	0.292	0.094	0.254	3.123	0.002***	2.572
	사회적만족	0.028	0.101	0.022	0.273	0.785	2.574
서비스 충성도	행동적충성	0.301	0.12	0.24	2.498	0.014**	3.591
	태도적충성	0.395	0.096	0.349	4.136	0.000***	2.768
R ²		0.61					
F값		59.456(p=0.000)					

참고 : *p<0.10, **p<0.05, ***p<0.01

5. 민원행정서비스품질이 지방자치단체 지지도에 미치는 영향분석

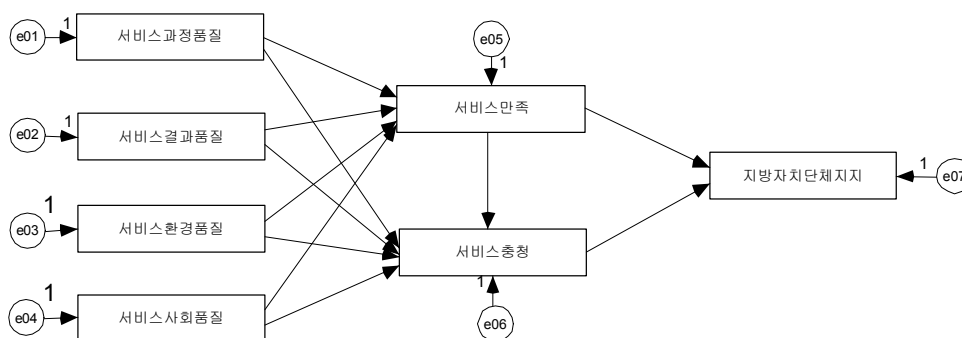
1) 모형의 구성

본 연구에서 포함된 내생변수의 수는 4개로 서비스과정품질, 서비스결과품질, 서비스환경품질, 서비스사회품질이다. 그리고 외생변수는 서비스만족도, 서비스충성도, 지방자치단체 지지로 구성되었다. 내생변수 중 서비스과정품질은 신속성, 친절성, 신뢰성1, 신뢰성2, 서비스결과품질은 욕구충족성, 호감성, 서비스환경품질은 편리성, 심미성, 쾌적성, 서비스사회품질은 공익성, 안전성 측정변수로 측정되었으며, 내생변수 중 서비스만족도는 전반적만족, 사회적 만족, 서비스충성도는 행동적 충성, 태도적 충성을 측정변수로 측정되었다.

<표 4-20> 모형 검증을 위해 구성된 변수

변수구분		측정변수
내생변수	서비스과정품질	신속성, 친절성, 신뢰성1, 신뢰성2
	서비스결과품질	욕구충족성, 호감성
	서비스환경품질	편리성, 심미성, 쾌적성
	서비스사회품질	공익성, 안전성
외생변수	서비스만족도	전반적 만족, 사회적 만족
	서비스충성도	행동적 충성, 태도적 충성
	지방자치단체 지지	지방자치단체 지지

<그림 4-1> 가설적 모형의 설정



2) 모형의 적합도 검증

본 연구에서 가설적 모형의 적합도를 검증하기 위하여 다음과 같은 일반적인 것으로 추천되는 전반적인 적합도 지수를 사용하였다. 절대적 적합도지수 중에서 χ^2 을 기술해야 한다. χ^2 은 자유도, 표본크기 및 p값 등을 같이 제시해야 한다. 자료가 다변량정규성을 이탈한 경우에는 Satorra-Bentler scaled χ^2 및 강건한 표준오차(robust standard error)가 제시되어야 한다.

Amos 추정법에는 ①최대우도법(maximum likelihood : ML), ②일반최소자승법(generalized least square : GLS), ③비가중최소자승법(unweighted least square : ULS), ④척도자유최소자승법(scale-free least square), ⑤점근 분포자유법(asymptotically distribution-free : ADF) 등이 있다(배병렬, 173). ML 추정량은 척도불변이라는 바람직한 특성 및 통계적 검정이 가능한 특성을 갖고 있다. 또한 관측변수의 다변량정규성을 가정하고 있다. 특히, 정규 분포에서 크게 벗어나지 않는 경우에는 모수의 추정을 위해 사용할 수 있는 특징을 가지고 있어 본 연구에서는 ML방식으로 추정량을 산출하고자 한다.

모형의 적합도를 살펴보기 위해 <표 4-21>에서 제시되고 있는 적합도 지수를 활용하고자 한다.

<표 4-21> 일반적으로 추천되는 전반적 적합도 지수

지수	관련문헌	내용	적용범위
χ^2	Bollen(1989) Satorra & bentler(1994)	모델에 가한 과대식별로부터 야기된 적합도 결여의 통계적 검정	χ^2 과 임계치 비교
TLI/NFI	Bentler & Bonett(1980)	적합도값은 독립모델에 대한 제안모델의 자유도당 상대적 개선 정도를 추정	0.9이상 우수
CFI	Bentler(1990)	독립모델 대 제안모델의 비중심 χ^2 에 의해 추정된 적합도 결여의 상대적 감소량을 측정	0.9이상 우수
RMSEA ³⁾	Brown & Cudeck(1993)	모델을 표본이 아닌 모집단에서 추정하는 경우에 기대되는 적합도	0.05이하 우수
GFI	Jöreskog & Sörbom(1989)	모델에 의해 설명되는 관측된 분산과 공분산의 상대적 정도를 측정	0.9이상 우수

자료 : 배병렬, Amos7에 의한 구조방정식 모델링(서울: 도서출판 청람), p.252.

3) Steiger는 이 값이 0.10이하이면 자료를 잘 적합시키고, 0.05이하이면 매우 잘 적합시키고, 0.01이하이면 가장 좋은 적합도라고 하였다.

가설적 모형의 모형적합도는 $\chi^2=437.8(df=10)$, $p=0.000$, $TLI=0.086$, $CFI=0.565$, $RMSEA=0.524$, $GFI=0.530$ 등으로 분석되었다. <표 4-22>에서 제시한 적합도 지수의 관점에서 살펴보았을 때, χ^2 값이 작고 확률값이 크면 ($p>0.10$) 모형이 적합하다고 평가하고, 반대로 χ^2 값이 크고 확률값이 작으면 ($p<0.10$) 모형이 적합하지 않다고 평가한다. 본 가설적 모형은 이러한 관점에서 볼 때 모형이 적합하지 않다고 평가할 수 있다. GFI, CFI, RMSEA 값이 모형의 적합도에서 우수한 판정을 받고 있을 만큼의 결과가 나오지 못하였다. 또한 χ^2 이 높게 나온 것은 표본의 수가 다소 적은 것에서 오는 문제로 보이며, 본 연구주제와 관련한 선행연구의 부족으로 인해 이론에 근거한 모형을 구성함에 있어서 다소 부족한 점이 있었던 것에서 오는 문제로 판단된다. 하지만, 탐색적 연구에서는 모형의 적합도가 다소 낮게 나오더라도 경로 모형을 구성해 보는 것도 연구의 의의라 판단된다.

3) 구조모형의 평가

구조모형의 평가는 모형개념화에 의해 설정된 이론적 관계가 자료에 의해 지지되는지를 검토하는 것이 주된 목적이다. 첫째, 추정계수의 유의성을 검토하는 일로 Amos는 자유모수에 대해 ①회귀가중치(regression weight estimate), ②표준오차(standard error), ③C.R.(회귀가중치를 표준오차로 나눈 값), ④p값 등의 4가지 정보를 통해 구조모형을 평가하게 된다. ML을 사용한 본 연구에서는 각각의 추정계수에 대해 통계적 유의성 검증을 위해 유의수준을 0.05수준에서 사용하였다.

서비스과정품질은 서비스만족도, 서비스충성도에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 서비스결과품질은 서비스만족도, 서비스충성도에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 또한 서비스환경품질은 서비스만족도, 서비스충성도에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 또한, 서비스만족도가 서비스충성도에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 서비스만족도와 서비스충성도는 지방자치단체 지지에 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

<표 4-22> 회귀가중치

구분			Estimate	S.E.	C.R.	P
서비스만족	<---	서비스과정품질	0.178	0.05	3.548	***
서비스만족	<---	서비스결과품질	0.193	0.041	4.664	***
서비스만족	<---	서비스환경품질	0.32	0.049	6.537	***
서비스만족	<---	서비스사회품질	0.263	0.043	6.129	***
서비스충성	<---	서비스환경품질	0.072	0.047	1.515	0.13
서비스충성	<---	서비스사회품질	0.081	0.041	1.994	0.046
서비스충성	<---	서비스과정품질	0.202	0.044	4.541	***
서비스충성	<---	서비스결과품질	0.065	0.038	1.736	0.083
서비스충성	<---	서비스만족	0.604	0.068	8.823	***
지방자치단체지지	<---	서비스만족	0.324	0.135	2.402	0.016
지방자치단체지지	<---	서비스충성	0.706	0.131	5.406	***

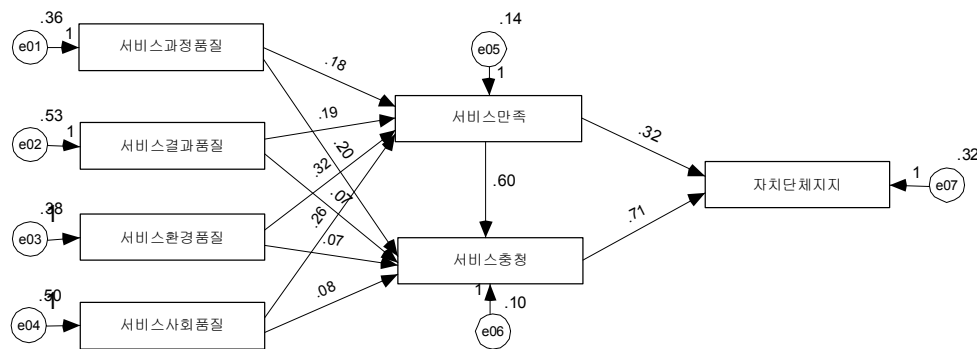
<표 4-23> 총효과, 간접효과, 직접효과

총효과		서비스 사회품질	서비스 환경품질	서비스 결과품질	서비스 과정품질	서비스 충성도	서비스 만족도
총 효 과	서비스충성도	0.263	0.32	0.193	0.178	0	0
	서비스만족도	0.24	0.265	0.182	0.309	0.604	0
	지방자치단체지지	0.255	0.291	0.191	0.276	0.751	0.706
표준화 총효과	서비스충성도	0.373	0.397	0.283	0.216	0	0
	서비스만족도	0.329	0.318	0.259	0.363	0.584	0
	지방자치단체지지	0.239	0.239	0.186	0.222	0.497	0.483
직접 효과	서비스충성도	0.263	0.32	0.193	0.178	0	0
	서비스만족도	0.081	0.072	0.065	0.202	0.604	0
	지방자치단체지지	0	0	0	0	0.324	0.706
표준화 직접 효과	서비스충성도	0.373	0.397	0.283	0.216	0	0
	서비스만족도	0.112	0.086	0.093	0.237	0.584	0
	지방자치단체지지	0	0	0	0	0.215	0.483
간접 효과	서비스충성도	0	0	0	0	0	0
	서비스만족도	0.159	0.193	0.116	0.107	0	0
	지방자치단체지지	0.255	0.291	0.191	0.276	0.426	0
표준화 간접 효과	서비스충성도	0	0	0	0	0	0
	서비스만족도	0.218	0.232	0.166	0.126	0	0
	지방자치단체지지	0.239	0.239	0.186	0.222	0.282	0

간접효과는 독립변수가 종속변수에 미치는 영향이 하나 이상의 매개변수에 의해 매개되는 것을 의미한다. 간접효과는 매개변수의 비표준화추정치를 곱해서 얻는다. 총효과는 간접효과와 직접효과를 더해서 얻는다.

이상의 결과를 종합하여 서비스사회품질, 서비스환경품질, 서비스결과품질, 서비스과정품질은 서비스충성도, 서비스만족도에 직접효과를 주었으며, 서비스충성도와 서비스만족도는 지방자치단체 지지에 직접효과를 주는 것으로 분석되었다. 총효과로 볼 때 모든 내생변수가 정의 효과를 주는 것으로 나타났으며, 그중 서비스과정품질의 경우 서비스충성에 가장 많은 효과를 주는 것으로 분석되었다. 서비스만족도에 가장 큰 효과를 주는 내생변수는 서비스환경품질로 나타났으며, 지방자치단체 지지에 가장 큰 효과를 주는 것은 서비스충성도인 것으로 분석되었다.

<그림 4-2> 가설적 모형의 경로도해



4) 연구가설의 검증

(1) 민원서비스품질이 민원서비스만족도에 미치는 영향

- ① 민원서비스 과정품질이 높을수록 고객의 민원서비스 만족도가 높을 것이다.
- ② 민원서비스 결과품질이 높을수록 고객의 민원서비스 만족도가 높을 것이다.
- ③ 민원서비스 환경품질이 높을수록 고객의 민원서비스 만족도가 높을 것이다.
- ④ 민원서비스 사회품질이 높을수록 고객의 민원서비스 만족도가 높을 것이다.

민원서비스과정품질이 민원서비스만족도에 미치는 영향을 살펴보기 위해 회귀계수를 살펴본 결과 0.178(C.R.=3.548)로 나타났으며, $p < 0.05$ 로 통계적으

로 유의미한 관계에 있는 것으로 분석되었다. 민원서비스 결과품질이 민원서비스만족도에 미치는 영향을 살펴보기 위해 회귀계수를 살펴본 결과 0.193(C.R.=4.664)로 나타났으며, $p<0.005$ 로 통계적으로 유의미한 관계에 있는 것으로 분석되었다. 민원서비스 환경품질이 민원서비스 만족도에 미치는 영향을 살펴보기 위해 회귀계수를 살펴본 결과 0.32(C.R.=6.537)로 나타났으며, $p<0.005$ 로 통계적으로 유의미한 관계에 있는 것으로 분석되었다. 민원서비스사회품질이 민원서비스 만족도에 미치는 영향을 살펴보기 위해 회귀계수를 살펴본 결과 0.263(C.R.=6.129)로 나타났으며, $p<0.005$ 로 통계적으로 유의미한 관계에 있는 것으로 분석되었다.

(2) 민원서비스품질이 민원서비스 충성도에 미치는 영향

- ① 민원서비스 과정품질이 높을수록 고객의 민원서비스 충성도가 높을 것이다.
- ② 민원서비스 결과품질이 높을수록 고객의 민원서비스 충성도가 높을 것이다.
- ③ 민원서비스 환경품질이 높을수록 고객의 민원서비스 충성도가 높을 것이다.
- ④ 민원서비스 사회품질이 높을수록 고객의 민원서비스 충성도가 높을 것이다.

민원서비스과정품질이 민원서비스충성도에 미치는 영향을 살펴보기 위해 회귀계수를 살펴본 결과 0.202(C.R.=4.541)로 나타났으며, $p<0.05$ 로 통계적으로 유의미한 관계에 있는 것으로 분석되었다. 민원서비스 결과품질이 민원서비스충성도에 미치는 영향을 살펴보기 위해 회귀계수를 살펴본 결과 0.065(C.R.=1.736)로 나타났으며, $p<0.005$ 로 통계적으로 유의미한 관계에 있는 것으로 분석되었다. 민원서비스 환경품질이 민원서비스 충성도에 미치는 영향을 살펴보기 위해 회귀계수를 살펴본 결과 0.072(C.R.=1.515)로 나타났으며, $p<0.005$ 로 통계적으로 유의미한 관계에 있지 않은 것으로 분석되었다. 민원서비스사회품질이 민원서비스 충성도에 미치는 영향을 살펴보기 위해 회귀계수를 살펴본 결과 0.081(C.R.=1.994)로 나타났으며, $p<0.005$ 로 통계적으로 유의미한 관계에 있는 것으로 분석되었다.

(3) 민원서비스만족도/충성도가 지방자치단체 지지에 미치는 영향

- ① 민원서비스 만족도가 높을수록 민원서비스 충성도도 높을 것이다.
- ② 민원서비스 만족도가 높을수록 자치단체에 대한 지지도가 높을 것이다.
- ③ 민원서비스 충성도가 높을수록 자치단체에 대한 지지도가 높을 것이다.

민원서비스만족도가 민원서비스 충성도에 미치는 영향을 살펴보기 위해 회귀 계수를 살펴본 결과 0.604(C.R.=8.823)로 나타났으며, $p<0.05$ 로 통계적으로 유의미한 관계에 있는 것으로 분석되었다. 민원서비스만족도가 지방자치단체 지지에 미치는 영향을 살펴보기 위해 회귀계수를 살펴본 결과 0.324(C.R.=2.402)로 나타났으며, $p<0.05$ 로 통계적으로 유의미한 관계에 있는 것으로 분석되었다. 민원서비스충성도가 지방자치단체 지지에 미치는 영향을 살펴보기 위해 회귀계수를 살펴본 결과 0.706(C.R.=5.406)로 나타났으며, $p<0.005$ 로 통계적으로 유의미한 관계에 있는 것으로 분석되었다.

제4절 연구결과에 대한 논의

본 연구는 민원행정 서비스품질이 고객만족에 미치는 영향에 대해서 살펴보고자 하였다. 서비스품질은 단일한 차원으로 구성되어 있다기 보다는 객관적인 품질과 개인의 인식에 기초한 주관적인 평가와 연결된 품질로 인식해야 한다는 점에서 본 연구에서는 개인의 인식에 기초한 주관적인 관점에서의 민원서비스 품질을 논하였으며, 그 결과 민원서비스의 품질을 민원서비스 과정품질, 결과품질, 환경품질, 사회품질로 설정하였다.

이러한 서비스품질은 고객의 만족수준에 영향을 미치게 되고 이로 인해 형성된 결과는 중국에 그 서비스를 제공한 자치단체에 대한 평가로 이어지게 된다는 점에서 경로모형을 설정하였다. 경로모형의 내생변수는 민원서비스품질(과정품질, 결과품질, 환경품질, 사회품질)로 설정하였으며, 외생변수는 민원서비스 만족도, 민원서비스 충성도, 지방자치단체 지지로 설정하였다. 이상의 모형에 대한 분석결과에 대해 살펴보면 다음과 같다.

1. 개인적 특성에 따른 차이분석결과에 대한 논의

민원서비스 품질을 구성하는 4개 요인을 측정하기 위한 변수를 대상으로 성별, 연령, 소득수준 등 개인적 특성에 따른 차이를 살펴보았다.

먼저, 성별에 따른 차이를 살펴본 결과 민원서비스 과정품질의 신속성과 친절성에서 성별에 따른 차이가 나타났다. 특히, 남성이 여성에 비해 보다 높게 인식하고 있는 것으로 나타나고 있어 서비스의 신속성과 친절성을 제고하기 위한 방안을 강구할 필요가 있는 것으로 나타났다. 서비스결과품질의 경우 호감성에서 성별에 따른 차이가 있는 것으로 나타났으며, 남성이 여성에 비해 높게 인식하고 있었다. 호감성에 대해 여성이 남성에 비해 보다 민감하게 반응함을 의미하는 것으로 여성 민원인의 민원서비스 만족도를 제고하기 위해서는 호감성을 높이기 위한 방안이 필요할 것으로 판단된다.

연령에 따른 차이를 살펴본 결과 민원서비스의 결과품질 중 호감성에서 연령이 높을수록 호감성이 높게 나타나는 것으로 분석되었으나, 60대 이상에서는 호감성이 떨어지는 것으로 분석되었다. 민원서비스의 제공에 있어서 20-30대의 청년층에 대한 호감성을 높여나가야 하며, 특히 60대 이상의 노인계층에 대한 호감성을 높여나가야 할 것으로 판단된다. 서비스환경품질의 경우 심미성에서 연령이 높을수록 긍정적으로 인식하고 있는 것으로 분석되었으나, 60대 이상에서 심미성에 대한 인식이 낮아지는 경향을 보였다. 이는 60대 이상

의 노인계층을 위한 민원실의 내부환경을 개선해 나가야 함을 의미하는 것으로 서비스의 환경에 대한 관심이 필요할 것으로 보인다. 서비스사회품질의 경우 공익성과 안전성에서 연령이 높을수록 긍정적으로 인식하고 있었으나, 60대 이상의 노인계층에서는 다소 낮아지는 경향을 보였다. 민원서비스가 가지고 있는 공익성과 안전성을 제고하기 위한 방안이 필요할 것으로 판단된다.

<표 4-24> 개인적 특성과 서비스품질에 대한 인식의 관계

구분		성별	연령	소득
서비스 과정품질	신속성	***	-	***
	친절성	***	-	***
	신뢰성1	-	-	-
	신뢰성2	-	-	*
서비스 결과품질	욕구충족성	-	-	***
	호감성	*	**	-
서비스 환경품질	쾌적성	-	*	-
	편리성	-	-	**
	심미성	-	**	-
서비스 사회품질	공익성	-	**	*
	안전성	-	*	-

참고 : *p<0.10, **p<0.05, ***p<0.01

소득에 따른 민원서비스 품질에 대한 인식차이를 살펴본 결과 서비스과정품질의 경우 신속성과 친절성에서 소득이 높을수록 긍정적으로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 서비스결과품질의 경우 욕구충족성에서 소득이 높을수록 긍정적으로 인식하고 있었으며, 서비스환경품질의 경우 편리성에 대해서 소득이 높을수록 긍정적으로 인식하는 경향을 보였다. 또한 서비스사회품질의 경우 공익성에서 소득이 높을수록 긍정적인 인식을 하고 있는 것으로 나타났다.

서비스만족도, 서비스충성도, 지방자치단체 지지에 대한 인구통계학적 특성에 따른 차이를 살펴본 결과 서비스만족도 중 전반적 만족에서 남성이 여성에 비해 긍정적인 경향을 보였으며, 서비스 충성도 중 태도적 충성에서 남성이 여성에 비해 긍정적인 경향을 보였다. 연령에 따른 서비스만족도, 서비스충성도, 지방자치단체 지지의 인식차이를 살펴본 결과 서비스만족 중 전반적 만족에서 연령이 높을수록 긍정적인 경향을 보였으나, 60대 이상에서는 낮아지는 경향을 보였다. 서비스 충성도 중 태도적 충성에서는 연령이 높을수록 긍정적인 경향을 보이다가 60대 이상에서 다소 낮아지는 경향을 보였다. 지방자치단체 지지에 대해서는 연령이 높을수록 긍정적인 경향을 보이다가 60대 이상에서 급격히 부정적인 인식을 갖는 것으로 분석되었다. 소득수준에 따른 차이를 살펴

본 결과 서비스만족 중 전반적 만족에서 소득이 높을수록 긍정적인 경향을 보이는 것으로 분석되었으며, 서비스 충성도 중 행동적 충성에서 소득이 높을수록 긍정적인 경향을 보이다가 400만원이상에서 다소 낮아지는 경향을 보였다. 지방자치단체 지지에 대해서는 소득이 높을수록 긍정적인 경향을 보이다가 400만원이상에서 다소 낮아지는 경향을 보였다.

<표 4-25> 개인적 특성과 서비스만족, 서비스충성, 지방자치단체 지지의 관계

구분		성별	연령	소득
서비스 만족도	전반적만족	**	***	-
	사회적만족	-	-	-
서비스 충성도	행동적충성	-	-	-
	태도적충성	*	**	-
지방자치단체 지지		-	*	-

참고 : *p<0.10, **p<0.05, ***p<0.01

2. 민원서비스품질과 만족도/충성도/지방자치단체 지지의 관계

서비스와 고객만족에 관한 연구는 초기 경쟁시장에서 기업의 고객에 대한 중요성 인식으로부터 시작되었다(Anderson, et al., 1994). 초기 연구의 관심은 주로 제품과 서비스 판매에 영향을 미치는 품질 요소의 확인과 이들의 만족도에 대한 영향(Parasuraman, et al., 1988; 홍재환, 2005)이었으나, 최근 정부 기관에서도 고객의 만족도가 중요시 되면서부터 만족도 측정에 관한 연구가 이루어졌다. 공공부문에서의 이러한 고객만족에 관한 연구를 통해 서비스 품질을 구성하는 요소들의 만족도에 대한 영향 관계를 측정하고, 서비스 개선 정보를 얻고자 하였다.

서비스 질과 고객만족의 관계를 연구한 다양한 논의들(Bolton & Drew, 1991; Oliver, 1993; Rust & Oliver, 1994; Bloemer & Ruyter, 1995)과 서비스 질과 고객충성도의 관계를 살펴본 연구들(Fornell, 1992; Oliver, 1997; 허정옥·김영훈·김윤정, 2006; 이유재·이청립, 2007:85)의 관점에서 볼 때 민원행정서비스에 대한 고객만족이 높아지면 고객충성도가 높아지며, 궁극적으로 지방자치단체에 대한 지지도가 높아지는 관계를 설정할 수 있다.

아울러, 행정서비스에 대한 주민만족도 조사의 중요성은 서비스 제공의 주체인 공무원에게 그들이 속한 행정기관의 성과에 대한 주민의 인식과 평가에 관한 중요 정보를 제공해 준다(황명찬 외, 1997:141)는 점에서 지방자치단체 주

민을 고객으로 보는 중요한 수단중의 하나가 바로 시민평가제(김병국, 1996; 권경득, 1997; 김병준, 1998; 최병대 외, 1999)를 활용할 수 있으며, 행정서비스에 대한 주민의 만족수준을 제고시킴으로써 이를 통해 지방자치단체에 대한 지지도를 제고하는 계기로 활용할 수 있다는 점이다. 따라서 시민평가의 적극적인 활용을 통해 지역주민의 행정에 대한 신뢰도와 정치적 지지를 확보해 나가는 것은 지방자치의 의의와도 일맥상통하는 것이라 하겠다.

본 연구에서는 이상의 선행연구에서 제시하고 있는 논의들을 기초로 내생변수인 민원서비스의 품질은 민원서비스과정품질(신속성, 친절성, 신뢰성1, 신뢰성2), 민원서비스결과품질(욕구충족성, 호감성), 민원서비스환경품질(쾌적성, 편리성, 심미성), 서비스사회품질(공익성, 안전성)로 구성하였으며, 민원서비스만족도는 전반적 만족, 사회적 만족, 민원서비스 충성도는 행동적 충성, 태도적 충성, 그리고 지방자치단체 지지를 외생변수로 구성하였다.

민원서비스 품질이 각각의 외생변수에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보기 위해 회귀분석을 실시한 결과 서비스과정품질 중 신뢰성2, 서비스결과품질 중 욕구충족성, 서비스사회품질 중 공익성은 전반적 만족에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 또한 사회적 만족에 대해서는 서비스과정품질의 신뢰성1, 서비스결과품질의 욕구충족성, 서비스환경품질의 편리성, 서비스사회품질의 안전성이 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

서비스 충성도에 대한 영향요인을 살펴본 결과 서비스충성도의 행동적 충성에 영향을 미치는 요인으로는 서비스과정품질 중 친절성, 서비스결과품질 중 욕구충족성, 서비스사회품질 중 공익성으로 나타났다. 서비스 충성도 중 태도적 충성에 영향을 미치는 요인으로는 서비스과정품질 중 신속성, 신뢰성2, 서비스결과품질 중 욕구충족성, 서비스사회품질 중 안전성으로 나타났다.

지방자치단체에 대한 지지에 영향을 미치는 요인으로는 서비스만족 중 전반적 만족, 서비스 충성도 중 행동적 충성과 태도적 충성인 것으로 분석되었다.

내생변수와 외생변수간의 관계를 구조경로모형으로 분석한 결과 민원서비스 품질의 각 요인인 서비스과정품질, 서비스결과품질, 서비스환경품질, 서비스사회품질은 서비스만족도와 서비스충성도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 서비스만족도와 서비스충성도는 지방자치단체 지지에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

이상의 결과로 민원서비스의 품질은 서비스에 대한 만족도를 결정하는 요인으로 작용하고 있다는 것을 알 수 있으며, 민원서비스에 대한 만족도와 충성도는 지방자치단체 지지를 결정하는 중요한 요인으로 작용한다는 것이다. 하지만, 구조경로모형에서 제시하고 있는 모형의 적합성이 결여되고 있는 점은 표본수가 매우 적은 관계로 발생한 문제로 표본수를 증가시킬 경우 이러한 문제가

해소될 것으로 판단된다.

아울러, 행정실무에 있어서 민원인의 욕구를 충족시킬 수 있는 방향으로 민원 행정을 수행하는 것은 공무원의 본분이라고 하겠다. 하지만, 실제에 있어서 민원행정서비스의 품질제고를 위한 노력이 민원인의 욕구를 충족시키지 못하는 경향이 발생하곤 한다. 이는 서비스 품질의 문제라고 할 수 있겠으나, 근본적으로는 민원행정서비스를 제공하는 공무원의 태도와도 관련이 있다고 판단된다. 따라서 본 연구에서 제시된 다양한 민원행정서비스 품질 중에서도 민원행정서비스 과정품질의 중요성은 무엇보다 우선되어야 할 것이며, 민원인에 대한 신뢰성 제고와 친절성을 높이기 위한 다양한 시책의 개발이 필요할 것으로 판단된다.

제5장 결 론

민원행정서비스는 정부와 주민이 만나는 대민 접점의 최일선이라고 할 수 있다. 따라서 민원행정은 정부가 주민을 대상으로 행정서비스를 공급하는 기능을 하며, 동시에 주민의 수요를 행정에 투입하는 기능도 수행하게 된다. 창구민원을 처리하는 과정에서 공무원과 주민들이 가장 빈번하게 접촉하게 되므로, 접촉과정을 통해 관청이나 정부에 대한 어떤 형태의 만족을 새롭게 획득하거나, 발전시키거나 혹은 기존의 만족수준을 수정하게 된다. 그것은 사람에 따라 그리고 상황에 의해 물론 다르게 나타나지만 그 이미지속에는 제도로써 행정본연의 자체 그 자체가 필연적으로 투영되어 있으며, 그 결과로서 정부에 있어서의 행정의 관념이나 운영방식을 반영하게 된다.

이렇듯 민원행정은 지역주민의 지방정부의 정책에 대한 긍정적인 인식을 높여 나갈 수 있는 방안으로 가장 기초적으로 활용될 수 있는 것으로 그 중요성이 높다고 하겠다.

공공기관 및 지방자치단체 고객만족도는 「정부업무평가기본법」상의 국민만족도 평가항목을 더욱 세분화하여 과학적·체계적 접근을 하고 있다. 하지만, 민원행정서비스의 품질을 구체화하여 제시하고 있지 못하다는 점에서 이를 수정하여 실증적인 분석을 통해 인과관계를 규명할 필요가 있다.

본 연구는 이상의 민원행정서비스에 대한 논의를 위해 문헌연구와 실증연구를 병행하여 진행하였다. 문헌연구에서는 서비스품질 및 고객만족, 고객신뢰에 대한 이론적 고찰을 통해 이론연구를 수행하였으며, 이와 같은 문헌연구를 바탕으로 실증분석을 수행하였다. 실증분석은 전라남도와 광주시의 민원창구를 방문한 민원인을 대상으로 하였으며, 이들을 주관적으로 인식하고 있는 민원서비스의 품질과 이에 따른 만족도/충성도/지방자치단체 지지 등의 관계를 분석하였다.

본 연구에서 지방자치단체의 고객만족도 평가에서 제시된 모델의 공통적인 특징이라 할 수 있는 <요인→만족→성과>의 과정모형에 기초하여 앞서 제시한 민원서비스에 대한 고객만족도 측정모델을 제시하였다. 이러한 고객만족도 평가모델은 기존의 민간영역과 공공영역에서 개발된 고객만족도 평가모델을 응용·발전시킨 것으로 고객만족도 평가의 목적이 정부업무 및 수행에 대한 고객만족도를 향상시키고, 궁극적으로 정부의 성과를 향상시키기 위한 목적으로 활용가능할 것으로 판단된다.

요인의 영역에는 개인의 인식에 기초한 주관적인 관점에서의 민원서비스품질로 민원서비스 과정품질, 결과품질, 환경품질, 사회품질로 설정하였다. 만족은 민원서비스 만족도, 민원서비스 충성도로 설정하였으며, 성과는 지방자치단체

지지로 설정하였다. 이상의 모형에 대한 분석결과에 대해 살펴보면 다음과 같다.

민원서비스 품질이 각각의 외생변수에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보기 위해 회귀분석을 실시한 결과 서비스과정품질 중 신뢰성², 서비스결과품질 중 욕구충족성, 서비스사회품질 중 공익성은 전반적 만족에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 또한 사회적 만족에 대해서는 서비스과정품질의 신뢰성¹, 서비스결과품질의 욕구충족성, 서비스환경품질의 편리성, 서비스사회품질의 안전성이 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 서비스 충성도에 대한 영향요인을 살펴본 결과 서비스충성도의 행동적 충성에 영향을 미치는 요인으로는 서비스과정품질 중 친절성, 서비스결과품질 중 욕구충족성, 서비스사회품질 중 공익성으로 나타났다. 서비스 충성도 중 태도적 충성에 영향을 미치는 요인으로는 서비스과정품질 중 신속성, 신뢰성², 서비스결과품질 중 욕구충족성, 서비스사회품질 중 안전성으로 나타났다. 지방자치단체에 대한 지지에 영향을 미치는 요인으로는 서비스만족 중 전반적 만족, 서비스 충성 중 행동적 충성과 태도적 충성인 것으로 분석되었다. 내생변수와 외생변수간의 관계를 구조경로모형으로 분석한 결과 민원서비스품질의 각 요인인 서비스과정품질, 서비스결과품질, 서비스환경품질, 서비스사회품질은 서비스만족도와 서비스충성도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 서비스만족도와 서비스충성도는 지방자치단체 지지에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

본 연구의 한계로는 이론적 논의에 있어서 선행연구결과에 대한 심도있는 논의과정보다는 선행연구에서 제시하고 있는 민원행정서비스의 품질을 구성하는 요소가 무엇인가에 대해 보다 초점을 맞추고 있어서 비판적인 관점에서 측정지표에 대한 논의가 이루어지지 못한 점을 지적할 수 있으며, 그 결과 본 연구에서 도출된 민원행정서비스품질은 탐색적 의미에서의 요인으로 제시되었으며, 각각의 품질요인이 서비스만족, 서비스충성, 지방자치단체 지지에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보았다.

또한, 구조경로모형을 통한 실증적 분석을 위해서는 유효한 최소표본수를 충족하지 못함으로 인해 모형의 적합성이 결여된 결과가 발생하였다. 이러한 결과는 설문조사과정에서 보다 많은 표본을 확보하지 못함으로 인해 발생한 결과로 향후 이러한 문제를 해소하고 보다 충실한 연구논의가 진행되어야 할 것으로 판단된다.

<참고문헌>

1. 국내문헌

1) 서 적

- 강금식, 품질경영, 서울:박영사, 1997.
- 권경석, 한국행정론, 서울: 대왕사, 1985.
- 기획재정부, 공공기관 고객만족도 조사모델 개편방안연구, 2007.
- 김병국·김필두, 지방자치단체 정책품질관리제도 도입 및 정착방안, 한국지방행정연구원, 2006.
- 김용원, 국내 HS 품목분류정책의 품질 결정에 관한 실증 연구, 건국대학교 박사학위논문, 2008.
- 김인겸, 경찰민원행정서비스의 주민만족도에 관한 연구, 동국대학교 박사학위논문, 2008.
- 김정훈, 경찰행정의 서비스품질과 고객충성도 결정요인에 관한 연구, 경기대학교 박사학위논문, 2005.
- 김태진, 행정계량분석의 이론과 활용, 서울: 대영문화사, 2006.
- 김현희, 제조기업의 서비스품질이 고객만족 및 충성도에 미치는 영향에 관한 연구, 청주대학교 박사학위논문, 2005.
- 박광봉, 지방정부 행정서비스에 대한 주민만족도 연구 : 충청북도 주민의식을 중심으로, 상지대학교 박사학위논문, 2002.
- 박연호, 행정학신론, 서울: 박영사, 2001.
- 박영기, 효율적인 민원행정체계 확립방안, 한국행정학회 보고서, 1993.
- 배병렬, Amos7에 의한 구조방정식 모델링, 서울: 도서출판 청람.
- 원석희, 서비스운영관리-고객만족(CS)을 통한 가치창출, 서울: 형설출판사, 1998.
- 이혜경, 행정이미지의 형성요인과 제고방안에 관한 연구-민원행정서비스를 중심으로, 경기대학교 박사학위논문, 2006.
- 조달청, 종합쇼핑몰 계약상품 고객만족도 측정모델 개발용역, 2007.
- 주형근, 고객서비스품질이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구, 동덕여자대학교 박사학위논문, 1999.

최병대 외, 시민평가제 도입방안 연구, 서울시정개발연구원 보고서, 1999.
 최창호, 행정학, 서울: 삼영사, 1999.
 허대중, 공무원 서비스교육훈련이 교육만족과 민원행정서비스 품질에 미치는 영향, 전주대학교 박사학위논문, 2005.
 홍재환, 민원행정서비스 고객만족도 조사분석, 서울: 한국행정연구원, 2005.

2) 논 문

강인호·안형기·김중수·현근, 지방행정서비스에 대한 주민만족도분석 -경기도를 중심으로, 한국지방자치학회보, 제13권 제1호, 2001.
 권경득, “지방행정서비스에 대한 지역주민의 인식과 평가에 관한 연구: 아산시의 사례,” 정책연구 제2권, 1997.
 김병국, “지방자치단체의 민원행정서비스에 대한 주민만족도 조사설계(안),” 고객지향적 정부구축을 위한 대토론회 발표논문집, 1996,
 김병준, “시민평가제의 기능과 도입방안,” 21세기를 여는 민선2기 지방자치의 역할과 임무, 서울시정개발연구원 6주년 기념세미나 보고서, 1998.
 김인·우양호·조정현, “행정서비스 현장 고객만족도 영향요인-부산광역시 민원행정서비스를 중심으로,” 한국행정논집, 제19권제4호, 2007.
 라선아, “서비스 충성도 형성의 이중경로 모형-내재적 경로와 외재적 경로의 상대적 영향력 비교를 중심으로,” 마케팅연구 제20권 제4호, 2005.
 박성연, “종업원의 직무만족과 조직의 서비스지향성이 종업원의 서비스지향성에 미치는 영향에 관한 연구,” 한국마케팅저널, 제2권 제1호, 2000.
 성도경, “행정서비스의 고객지향성 평가,” 한국사회와 행정연구 제14권 제4호, 2004. 2.
 오세윤·박희서·노시평, 고객지향적 행정의 구현 전략에 관한 연구, 한국사회와행정연구, 제11권 제2호, 2000.
 우양호·홍미영, “공공서비스질 측정의 타당성 평가에 관한 연구-SERVPERF 모형의 적용가능성 탐색,” 한국행정논집, 제16권 제3호, 2004.
 이동기, “소방행정서비스의 중요도 측정을 통한 만족도 분석,” 한국지방자치학회보 제18권 제2호, 2006.6.

- 이문규, “서비스충성도의 결정요인에 관한 연구, 마케팅연구, 14(1), 1999.
- 이시경·이중화, “기초자치단체 행정서비스의 주민만족도 측정방법의 재검토:측정지표구성과 중요도의 측정을 중심으로”.
- 이유재·이청림, “고객만족이 기업성장에 미치는 영향에 있어서 고객충성도 변수의 역할,” 마케팅연구, 2007.
- 이태근·안성수·양기근, “지방행정서비스에 대한 주민만족도 실증분석: 경남의 민원·보건·구조구급서비스를 중심으로,” 한국정책과학학회보, 제11권 제2호, 2007.6.
- 이학식·임지훈, “고객만족도 측정: NCSI와 KCSI의 평가와 새로운 지수개발 방안,” 마케팅연구 제20권 제3호 2005년 9월.
- 전영평, “서비스행정과 민원공무원: 민원행정의 존재이유와 민원공무원의 갈등 해결방안,” 한국행정연구, 4(2), 1995.
- 최병대·권경득·강인호, “지방자치단체 시민평가제의 효과적인 도입방안에 관한 연구,” 한국지방자치학회보, 제12권 제1호, 2000.
- 최승범·박홍식·Rosa Chun, “정부기관 이미지·평판의 고객만족과의 관계에 관한 연구,” 한국행정논집, 제19권 제4호, 2007.
- 허정옥·김영훈·김윤정, “행정서비스의 주민만족도가 서비스충성도에 미치는 영향에 관한 연구,” 마케팅관리연구 제11권 제3호, 2006.

2. 외국문헌

1) 서 적

- Committe on Definitions, Marketing Definitions, AMA, Chicago, 1960.
- Engel, J. F., R. D. Blackwell & P. W. Miniard, *Consumer Behavior*, 8th ed., Chicago: The Dryden Press, 1985.
- Garvin, A. D., *Managing Quality : The Strategic and Competitive Edge*, New York: Free Press, 1988.
- Grönroos, C., *Service Management and Marketing : Managing the Truth in Service Competition*, Lexington Book, 1990.
- Howard, J. A., & Schth, J. N., *The Theory of Buyer Behavior*, New York: John Wiley & Sons, 1979.
- Hradesky, John L., *Total Quality Management Handbook*, McGraw-Hill, Inc., 1994.
- Hunt, H. K., *CS/D-Overview and Future Research Direction in*

- Conceptualization and Measurement of Customer Satisfaction and Dissatisfaction*, MA: Marketing Science Institute, 1977.
- Kotler, P., *Principles of Marketing*, 7th ed., Prentice-Hall International Editions, 1991.
- Mohanty, R. P., and R. R. Lakhe, *TQM in Service Sector*, Jacio Publishing House, 2002.
- Oakland, John S., *Total Quality Management*, Butterworth Heinemann, 2002.
- Oliver, R. L., *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, New York: McGraw-Hill, 1997.
- Osborne, D. & Gaebler, T., *Reinventing Government: How the Entrepreneurial Spirit is Transforming the Public Sector*, New York: Plum Books & Penguin, 1992.
- Stanton, W. J., *Fundamentals of Marketing*, 7th ed., New York: McGraw-Hall Book, 1984.
- Walsh, K., *Public Service and Market Mechanisms : Competition, Contracting and the New Public Management*, London: Macmillan, 1994.

2) 논 문

- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R., "Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden," *Journal of Marketing*, 58(1), 1994.
- Bellamy C. and Taylor J. A., "Information and new Public Management: An Alternative Agenda for Public Administration," *Public Policy and Administration*, 1992.
- Berry, L. L., "Service Marketing is Different," *Business Magazine*, May-June, 1980.
- Bloemer, Jose & Ruyter, Ko de, "Integrating Service Quality and Satisfaction: Pain in the Neck or Marketing Opportunity," *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, Vol. 8, 1995.

- Caruana, Albert, "Service Loyalty: The Effects of Service Quality and the Mediating Role of Customer Satisfaction," *European Journal of Marketing*, 36(7/8), 2002.
- Cronin, J. J., & Tayler, S. A., "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension," *Journal of Marketing*, Vo.56(July), 1992.
- Czepiel John, A. and Robert Gilmore, "Exploring the Concept of Loyalty in Services," in *The Services Challenge: Integrating for Competitive Advantage*, J. A. Czepiel, C. A. Congram and J. Shanahan(Eds.), Chicago, IL: American Marketing Association, 1987.
- Fornell, C., E. W. Anderson, and D. R. Lehmann, "Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Finding from Sweden," *Journal of Marketing*, 1994.
- Gremler, D. D., and S. W. Brown, "Service Loyalty: Its Nature, Importance and Implications," in B. Edvardsson, S. W. Brown, R. Johnston, and E. E. Scheuing(Eds.), *Proceedings American Marketing Association*, 1996.
- Grönroos, C., "A Service Quality Model and Its Marketing Implications," *European Journal of Marketing*, Vo.18. No.4, 1984.
- Lytle, R. S. Hom and M. P. Mokwa, "SERVOR: A Managerial Measure of Organizational Service-Orientedness," *Journal of Retailing*, 74(4), 1998.
- Oliver, R. L., "Measurement and Evaluation of Satisfaction Process in Retail Setting," *Journal of Retailing*, Vol.57, 1981.
- _____, "Whence Consumer Loyalty?" *Journal of Marketing*, 63, 1999.
- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, L. L. Berry, "Delivering Quality Service," The Free Press, 1990.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L., "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research," *Journal of Marketing*, Vol.4(Fall), 1985.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L., "SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality," *Journal of Marketing*, 52, 1988.

-
- _____, "Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Services Quality : Implications for Further Research," *Journal of Marketing*, 58(1), 1994.
- Schmit, M. J., and S. P. Allscheid, "Employee Attitude and Customer Satisfaction: Making Theoretical and Empirical," *Connections Personnel Psychology*, 48(3), 1995.
- Wagenheim, G. D. & Reurinks, J. H., "Customer Service in Public Administration," *Public Administration Review*, 51(3), 1991.

<부록 1>

민원행정서비스 품질이 지방자치단체 지지도에 미치는 영향

안녕하십니까?

이 설문 조사는 지방자치단체가 제공하고 있는 민원행정의 서비스 품질이 지방자치단체 지지도에 미치는 영향에 관한 연구를 위하여 순수한 학술 목적으로 작성된 것입니다.

민원행정서비스는 정부와 주민이 만나는 대민 접점의 최일선에 위치하고 있습니다. 따라서 민원행정은 지방정부가 주민을 대상으로 행정서비스를 공급하는 기능을 하며, 동시에 주민의 수요를 행정에 투입하는 기능도 수행하고 있습니다. 이러한 민원들이야말로 주민의 일상적인 생활과 직결된 결코 가볍게 다루어서는 안되는 행정의 주요업무라고 하겠습니다.

본 설문조사를 통하여 지역주민이 민원행정서비스를 제공받으면서 자치단체 지지수준이 어떠했는가를 조사하기 위해 설문지가 설계되었으며, 본 설문조사의 결과는 학술적 연구목적 이외에는 어떤 목적으로도 사용되지 않을 것이오니 업무에 바쁘시더라도 부디 성의껏 답변해 주시면 고맙겠습니다.

2008. 10

지도교수 : 이계만(조선대학교 행정복지학부 교수)

연구자 : 이종현(조선대학교 대학원 행정학과 박사과정)

연락처 : 011-608-5678/ 010-3633-6727

※ 아래 설문문항을 읽고 귀하의 생각을 가장 잘 반영하고 있는 칸에 체크(✓) 하여 주시기 바랍니다.

I 민원행정서비스의 품질에 관한 질문

1. 귀하께서 느끼신 민원행정서비스의 처리과정에 대한 질문입니다.

설문문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1) 나는 오늘 신속하게 민원서비스를 제공받았다.	①	②	③	④	⑤
2) 나의 민원서비스 요구에 대해 민원담당공무원이 즉각적으로 대응하였다.	①	②	③	④	⑤
3) 나의 민원서비스 요구에 대해 민원담당공무원이 부지런하게 대응하였다.	①	②	③	④	⑤
4) 내가 제기한 민원서비스를 처리하기 위한 대기시간이 짧았다.	①	②	③	④	⑤
5) 내가 제기한 민원서비스를 처리하기 위한 의사전달이 매우 신속하게 이루어졌다.	①	②	③	④	⑤
6) 내가 제기한 민원서비스를 처리하기 위해 걸린 시간이 무척 짧았다.	①	②	③	④	⑤
7) 내가 제기한 민원서비스를 처리하기 위해 민원담당공무원은 시간을 준수하려 노력하였다.	①	②	③	④	⑤
1) 민원담당공무원은 나에게 개별적인 관심을 적극적으로 표현하였다.	①	②	③	④	⑤
2) 민원담당공무원은 내가 어떠한 민원서비스를 원하고 있는지에 대해서 정확하게 이해하고 있었다.	①	②	③	④	⑤
3) 민원담당공무원은 나를 예의바르고 정중하게 대우해 주었다.	①	②	③	④	⑤
4) 민원담당공무원은 나를 진실하게 대우해 주었다.	①	②	③	④	⑤
5) 민원담당공무원은 내가 제기하는 민원에 대해서 자발적으로 대응해 주었다.	①	②	③	④	⑤
6) 민원담당공무원은 나를 따뜻하고 친근하게 배려해 주었다.	①	②	③	④	⑤
7) 민원담당공무원은 내가 제기한 민원에 대해서 잘 이해하고 있는 것 같았다.	①	②	③	④	⑤
8) 민원담당공무원은 나에게 대해서 존경심을 표현하고 있었다.	①	②	③	④	⑤
9) 민원담당공무원은 나를 고객으로서 환대해 주었다.	①	②	③	④	⑤
10) 민원담당공무원은 내가 제기한 민원을 신속히 처리하기 위해 처리시간을 단축시키려 노력하였다.	①	②	③	④	⑤
1) 내가 제기한 민원에 대해서 민원담당공무원은 절차에 맞추어 잘 처리해 주었다.	①	②	③	④	⑤
2) 내가 제기한 민원에 대해서 민원담당공무원은 잘 처리될 것이라는 확신을 주는 행동을 하였다.	①	②	③	④	⑤
3) 내가 제기한 민원에 대한 민원담당공무원의 문제해결능력이 탁월하였다.	①	②	③	④	⑤

설문문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
4) 민원담당공무원은 내가 특별한 특별한 요구하여도 잘 대응해 주었다.	①	②	③	④	⑤
5) 민원담당공무원은 자신이 행하는 업무에 대해서 자부심을 느끼고 있어 보였다.	①	②	③	④	⑤
6) 내가 제기한 민원에 대해서 민원담당공무원은 전문적인 지식을 보유하고 있었다.	①	②	③	④	⑤
7) 내가 제기한 민원에 대해서 민원담당공무원은 성실하고 공정하게 처리하고자 노력하였다.	①	②	③	④	⑤
9) 내가 제기한 민원에 대해서 민원담당공무원은 실수를 하지 않고 잘 처리하기 위해 노력하였다.	①	②	③	④	⑤
9) 내가 제기한 민원에 대해서 민원담당공무원은 일관성을 가지고 민원을 처리하려 노력하였다.	①	②	③	④	⑤
10) 내가 제기한 민원과 관련하여 민원담당공무원은 경험이 풍부한 것처럼 느껴졌다.	①	②	③	④	⑤
11) 나는 내가 제기한 민원이 담당공무원에 의해 잘 처리될 것이라고 의지할 수 있었다.	①	②	③	④	⑤

2. 귀하께서 느끼신 민원행정서비스의 결과에 대한 질문입니다.

설문문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1) 내가 제기한 민원에 대한 처리결과가 내가 요구한 결과에 부합하였다.	①	②	③	④	⑤
2) 내가 제기한 민원과 관련하여 바라는 서비스의 제공되었으며, 원하는 목적이 달성되었다.	①	②	③	④	⑤
3) 내가 제기한 민원과 관련하여 민원담당공무원은 약속한 서비스의 정확히 제공해 주었다.	①	②	③	④	⑤
4) 내가 제기한 민원과 관련하여 독창적인 서비스를 제공해 주거나 서비스 혁신을 위해 노력하였다.	①	②	③	④	⑤
1) 내가 제기한 민원서비스에 대한 경험 이후 전반적으로 기분이 좋았다.	①	②	③	④	⑤

3. 귀하께서 느끼신 민원행정서비스와 관련한 주변 환경에 대한 질문입니다.

설문문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1) 나는 민원실 주변의 환경이 쾌적하다는 인식을 받았다.	①	②	③	④	⑤
2) 나는 민원실의 시설이 청결하다는 인식을 받았다.	①	②	③	④	⑤
3) 나는 민원실의 환경이 청결하다는 인식을 받았다.	①	②	③	④	⑤
4) 나는 민원실의 공무원이 청결하다는 인식을 받았다.	①	②	③	④	⑤

설문문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1) 나는 민원실내의 가구나 시설물이 잘 배치되었다는 인상을 받았다.	①	②	③	④	⑤
2) 나는 민원실이 민원인이 민원을 제기하기에 편리한 곳에 위치하고 있다는 인상을 받았다.	①	②	③	④	⑤
3) 나는 민원실을 안내하는 게시판이 잘 구비되어 있었다는 인상을 받았다.	①	②	③	④	⑤
4) 나는 민원실내의 가구나 시설물이 민원인을 배려하여 편리하게 잘 갖추어져 있다는 인상을 받았다.	①	②	③	④	⑤
5) 나는 민원실의 운영시간이 적절하게 잘 운영되고 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
1) 나는 민원실내의 가구의 인테리어가 매력적이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
2) 나는 민원실의 공무원의 용모가 단정하다는 인상을 받았다.	①	②	③	④	⑤
3) 나는 민원실의 민원행정서비스 관련한 자료가 잘 구비되어 있다는 인상을 받았다.	①	②	③	④	⑤
4) 나는 민원실을 표현하는 로고나 심볼이 시각적으로 잘 구성되어 있어 좋았다.	①	②	③	④	⑤
5) 나는 민원실이 현대적인 설비를 잘 갖추고 있다는 인상을 받았다.	①	②	③	④	⑤

4. 귀하께서 느끼신 민원행정서비스의 사회적 의미에 대한 질문입니다.

설문문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1) 나는 민원담당공무원이 모든 고객에 대해서 평등하게 대우하고 있다는 인상을 받았다.	①	②	③	④	⑤
2) 나는 민원인을 위해 예상외 부가적인 서비스를 제공해 주어서 좋은 인상을 받았다.	①	②	③	④	⑤
3) 나는 내가 제기한 민원에 대해 지불한 금전적 지출이 합리적으로 책정되었다는 인상을 받았다.	①	②	③	④	⑤
4) 나는 민원담당공무원의 윤리적으로 행동하고 있다는 인상을 받았다.	①	②	③	④	⑤
5) 나는 민원담당공무원이 사회적인 책임의식을 가지고 민원을 처리하고 있다는 인상을 받았다.	①	②	③	④	⑤
1) 나는 민원담당공무원으로부터 안전과 보호를 받고 있다는 인상을 받았다.	①	②	③	④	⑤
2) 나는 민원담당공무원이 고객의 안전을 위해 노력하고 있다는 인상을 받았다.	①	②	③	④	⑤

II 민원행정서비스의 만족에 관한 질문

1. 귀하께서 느끼신 민원행정서비스의 만족도에 대한 질문입니다.

설문문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1) 나는 민원행정서비스를 이용하고 난 후 전반적으로 서비스질에 대해서 만족한다.	①	②	③	④	⑤
2) 나는 내가 제기한 민원행정서비스에 대한 기대에 부합하는 결과에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
3) 나는 내가 제기한 민원행정서비스에 대해 매우 기분이 좋았으며, 만족한다.	①	②	③	④	⑤
1) 나는 자치단체의 민원행정서비스가 공공기관으로서 본질적인 역할을 수행하고 있다고 생각해 만족한다.	①	②	③	④	⑤
2) 나는 자치단체가 공공기관으로서 사회환원 및 사회봉사를 행하는 모습에 만족한다.	①	②	③	④	⑤

2. 귀하께서 느끼신 민원행정서비스의 충성도에 대한 질문입니다.

설문문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1) 나는 앞으로도 민원서비스를 제공받기 위해 기분 좋게 이 민원실을 방문할거 같다.	①	②	③	④	⑤
2) 나는 앞으로 민원서비스를 제공받기 위해 이 민원실을 찾기가 매우 꺼려진다.	①	②	③	④	⑤
3) 나는 동일한 민원서비스를 제공하는 다른 공공기관이 있다고 하더라도 이곳에서 민원서비스를 받고 싶다.	①	②	③	④	⑤
1) 내가 제기한 민원에 대해 잘 처리해준 자치단체에 고마운 마음이 든다.	①	②	③	④	⑤
2) 내가 제기한 민원에 대해 잘 처리해준 자치단체에 친밀감이 느껴진다.	①	②	③	④	⑤
3) 내가 제기한 민원에 대해 잘 처리해준 자치단체에 대해 좋게 홍보해 주고 싶다.	①	②	③	④	⑤

III 지방자치단체 지지에 관한 질문

1. 귀하께서 느끼신 자치단체의 지지수준에 대한 질문입니다.

설문문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1) 나는 내가 제기한 민원과 관련이 있는 자치단체의 정책을 적극 지지한다.	①	②	③	④	⑤
2) 나는 내가 제기한 민원과 관련이 있는 자치단체의 활동을 적극 지지한다.	①	②	③	④	⑤

IV 인구통계학적 특성

1. 귀하의 성별은 무엇입니까?

- ①남성 ②여성

2. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

- ①20대 ②30대 ③40대 ④50대 ⑤60대이상

3. 귀하의 직업은 무엇입니까?

- ①농림축산업 ②자영업 ③행정/사무 ④생산/건설 ⑤전문/기술
직
⑥학생 ⑦주부 ⑧무직 ⑨기타(_____)

4. 귀하의 거주지는 어디입니까? ()시·도 ()시·군

5. 귀하의 주거형태는 무엇입니까?

- ①단독주택 ②아파트 ③연립주택 ④기타(_____)

6. 귀하의 월평균 소득은 어느정도입니까?

- ①100만원미만 ②100만원 ~ 200만원미만 ③200만원 ~ 300
만원미만
④300만원 ~ 400만원미만 ⑤400만원이상

7. 귀하의 최종학력은 어떠합니까?

- ①고졸이하 ②전문대졸 ③4년제 대학졸 ④대학원 이상

설문에 응해주셔서 대단히 감사합니다 !

<부록 2> 독립변수에 대한 요인분석 결과

문항			요인							
			1	2	3	4	5	6	7	8
서비스과정 품질	신속성	즉각적 대응			0.808					
		부지런함			0.786					
		신속한 서비스 제공			0.711					
		짧은 대기시간			0.686					
		짧은 응답시간			0.663					
		짧은 전달시간			0.646					
		시간준수			0.616					
	친절성	존경심	0.698							
		친화력	0.654							
		커뮤니케이션의 질	0.639							
		개별적 관심 표현	0.624							
		진실을 보임	0.623							
		수행시간에 대한 관리	0.6							
		자발적 대응	0.589							
		배려	0.584							
	신뢰성1	고객니즈에 대한 이해	0.576							
		예의바름	0.576							
		직원의 자부심	0.586							
		환심을 주는 행동	0.487							
		문제해결능력	0.481							
	신뢰성2	특별한 요구에 대응할 능력	0.474							
		약속한 스케줄	0.449							
		경험이 많음							0.711	
		전문성							0.632	
		의지할 수 있음							0.521	
		상호작용의 일관성							0.467	
		성실성							0.457	
		적은 실수							0.431	0.415
서비스결과 품질	욕구충족성	고객목적 부합성						0.837		
		본원적 욕구충족						0.74		
		약속한 서비스의 정확한 제공						0.718		
		창의적 아이디어 반영								
	호감성	서비스 경험후 호감성						0.472		
서비스환경 품질	편리성	물리적 시설 편리성		0.743						
		찾기 쉬운 표지		0.653						
		고객에게 필요한 영업시간		0.616						
		편리한 입지		0.49						
		레이아웃과 배치 편리성		0.422						
	심미성	서비스 관련 자료		0.711						
		현대적 설비		0.703						
		광고		0.691						
		직원 용모		0.631						
		인테리어 매력성		0.627						
	쾌적성	시설 청결성					0.857			
		주변환경 쾌적성					0.848			
		환경 청결성					0.826			
		직원 청결성					0.554			
서비스사회 품질	안전성	안전과 보호 받은 느낌				0.719				
		고객안전을 위한 노력				0.659				
	공익성	윤리적 행동 등 윤리의식				0.637				
		종업원의 사회적 책임의식				0.628				
		모든 고객을 평등하게 대우				0.58				
		합리적 가격의 서비스 제공				0.574				
		예상의 부가적 혜택 제공				0.543				