

博士學位論文

障礙人 서비스 顧客滿足 決定要因에
관한 研究

濟州大學校 大學院

經營學科



제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

李 東 漢

1999年 12月

障碍人서비스의 顧客滿足 決定要因에 관한 研究

指導教授 金 炯 吉

李 東 漢

이 論文을 經營學 博士學位 論文으로 提出함

1999年 12月 日



제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

李東漢의 經營學 博士學位 論文을 認准함

審査委員長	金 範 國	
委 員	金 亨 植	
委 員	高 載 乾	
委 員	高 容 炫	
委 員	金 炯 吉	

濟州大學校 大學院

1999년 12月 日

A Study on the Determinant Factors
for
Customers' Satisfaction In the Disability Services

Dong-Han Lee

(Supervised by Professor Hyoung-Gil Kim)



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF DOCTOR OF
BUSINESS ADMINISTRATION

Doctor of Business Administration

DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION
GRADUATE SCHOOL
CHEJU NATIONAL UNIVERSITY

1999. 12.

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 문제의 제기 및 연구목적	1
제 2 절 연구방법	3
제 3 절 논문의 구성	4
제 2 장 고객만족 결정요인에 관한 이론적 배경	6
제 1 절 고객만족경영의 의의와 본질	6
1. 서비스와 고객만족의 본질	6
2. 고객만족경영의 절차와 효과	17
3. 서비스질의 결정요소	24
제 2 절 고객만족의 결정요인	32
1. 고객만족 결정요인의 변천	32
2. 외부고객의 특성	34
3. 서비스 접점	36
4. 서비스 관리시스템과 내부마케팅	41
5. 협력고객의 지원수준	49
제 3 절 고객만족의 측정과 평가모형	50
1. 서비스질의 측정	50
2. 고객만족의 측정모형	52
제 3 장 장애인서비스의 일반적 고찰	61
제 1 절 장애인서비스의 이해	61
1. 사회복지서비스와 장애인서비스	61
2. 장애인서비스의 특성과 과정	68

3. 장애인서비스 패러다임 변화	71
4. 장애인서비스 전달체제와 구축을 위한 원칙	80
제 2 절 장애인서비스 시설의 종류와 기능	84
1. 장애인서비스의 영역과 서비스시설의 종류	84
2. 장애인서비스 시설의 기능	89
제 3 절 장애인서비스와 고객만족에 관한 선행연구	90
1. 장애인서비스와 고객만족의 연구	90
2. 우리나라의 장애인서비스	94
제 4 장 연구모형 및 가설의 설정	101
제 1 절 연구모형	101
제 2 절 가설의 설정	102
제 3 절 조사설계	104
1. 설문지의 구성	104
2. 조사방법과 분석방법	106
3. 변수의 조작적 정의	108
제 5 장 고객만족 결정요인에 관한 실증분석	115
제 1 절 응답자의 인구통계적 특성	115
제 2 절 신뢰도와 타당성의 검증	120
1. 외부고객 설문항목의 신뢰도	120
2. 내부고객 설문항목의 신뢰도	121
3. 경영자 관련항목의 신뢰도	125
4. 타당성의 검증	126
제 3 절 가설검증	133
1. 외부고객의 특성과 고객만족 및 서비스질에 대한 가설	133
2. 내부고객과 외부고객만족 및 서비스질 평가에 관한 가설	139
3. 서비스 제공시스템 관리수준과 고객만족 및 서비스질 평가에 관한 가설 ..	145

4. 서비스접점과 고객만족 및 서비스질에 관한 가설	147
5. 협력고객의 지원수준과 고객만족 및 서비스질에 관한 가설	149
제 4 절 일반분석	151
1. 고객만족과 서비스질간의 관련성 분석	151
2. 고객만족과 결정변수간의 관련성 분석	153
3. 장애인서비스 이용행태 분석	155
4. 분석결과의 요약 및 마케팅 시사점	158
제 6 장 결 론	166
참고문헌	170
1. 국내문헌	170
2. 외국문헌	173
Abstract	178
설문지	184



표 차례

<표 2-1> 서비스의 제정의	8
<표 2-2> 업종별 서비스의 구성요소	10
<표 2-3> 서비스 행위의 성격에 대한 분류	11
<표 2-4> 기대가치와 고객의 인지상태	14
<표 2-5> 공정성 이론	15
<표 2-6> 사전가치와 지각의 상태	16
<표 2-7> 고객중심경영의 핵심요소	18
<표 2-8> 서비스 마케팅과정의 4단계 모델	20
<표 2-9> 서비스품질과 고객만족의 개념비교	27
<표 2-10> 품질의 5가지 개념	30
<표 2-11> 고객이 서비스질을 평가하는 10가지 차원	32
<표 2-12> SERVQUAL 모형의 결정변수	54
<표 2-13> 연구대상별 서비스차원의 비교	55
<표 2-14> SERVQUAL모형 연구들의 비교	56
<표 3-1> 장애범주의 국제비교	65
<표 3-2> 장애인서비스의 통합체계와 목적	68
<표 3-3> 재활패러다임과 독립생활패러다임의 비교	72
<표 3-4> 장애인서비스관련 연구	94
<표 3-5> 장애인 출현율의 국제비교	95
<표 3-6> 등록장애인수	95
<표 3-7> 사회복지 서비스 시설의 장애인 이용현황	98
<표 3-8> 장애인복지 예산 구성 비율	99
<표 3-9> 장애인서비스 사업 예산 용도	100
<표 4-1> 설문지의 구성	105
<표 4-2> 설문지의 배포량 및 회수량	106

<표 5-1> 장애인서비스 시설 외부고객의 특성	117
<표 5-2> 장애인서비스 시설 내부고객의 특성	118
<표 5-3> 장애인서비스 시설의 특성	119
<표 5-4> 고객만족 및 서비스질 그리고 서비스접점의 신뢰도	121
<표 5-5> 직무만족변수의 신뢰도	122
<표 5-6> 서비스수행능력 영향요소의 신뢰도	123
<표 5-7> 서비스 제공시스템 관리수준의 신뢰도	124
<표 5-8> 협력고객변수의 신뢰도	125
<표 5-9> 경영자지각변수의 신뢰도	125
<표 5-10> 서비스질 변수의 타당성	127
<표 5-11> 직무만족 변수의 타당성	129
<표 5-12> 서비스수행능력 영향변수의 타당성	130
<표 5-13> 경영자지각변수의 타당성	132
<표 5-14> 인구통계적 특성별 고객만족의 차이	133
<표 5-15> 인구통계적 특성별 서비스질의 차이	134
<표 5-16> 장애인서비스 시설의 이용행태별 고객만족도의 차이	135
<표 5-17> 장애인서비스 시설의 이용행태별 서비스질의 차이	136
<표 5-18> 서비스 대기시간 및 이용시간과 고객만족과의 관계	137
<표 5-19> 서비스대기시간이 고객만족에 미치는 영향	137
<표 5-20> 서비스이용시간이 고객만족에 미치는 영향	137
<표 5-21> 서비스 대기시간 및 이용시간과 서비스질과의 관계	138
<표 5-22> 서비스대기시간이 서비스질에 미치는 영향	139
<표 5-23> 직무만족이 고객만족에 미치는 영향	140
<표 5-24> 직무만족이 서비스질에 미치는 영향	140
<표 5-25> 직무만족이 서비스질의 신뢰성에 미치는 영향	141
<표 5-26> 직무만족이 서비스질의 편의성에 미치는 영향	141
<표 5-27> 직무만족이 서비스질의 유형성에 미치는 영향	141
<표 5-28> 직무만족이 서비스질의 접근성에 미치는 영향	142

<표 5-29> 경영자지각이 고객만족과 서비스질에 미치는 영향	143
<표 5-30> 경영자지각과 고객만족 및 서비스질간의 상관관계	143
<표 5-31> 서비스수행능력 영향변수가 고객만족 및 서비스질에 미치는 영향	144
<표 5-32> 서비스수행능력 영향변수와 고객만족 및 서비스질간의 상관관계	145
<표 5-33> 서비스제공시스템의 관리수준이 고객만족과 서비스질에 미치는 영향	146
<표 5-34> 서비스 제공시스템의 관리수준과 고객만족 및 서비스질간의 상관관계 ...	146
<표 5-35> 서비스접점이 고객만족과 서비스질에 미치는 영향	148
<표 5-36> 서비스접점이 서비스질 차원에 미치는 영향	148
<표 5-37> 협력고객의 지원수준이 내부고객만족 및 서비스질에 미치는 영향	150
<표 5-38> 협력고객의 지원수준과 고객만족 및 서비스질 사이의 상관관계	150
<표 5-39> 서비스질과 고객만족과의 관계	151
<표 5-40> 서비스질이 고객만족에 미치는 영향	152
<표 5-41> 고객만족과 영향요소들간의 상관관계	154
<표 5-42> 고객만족에 영향을 미치는 요소	154
<표 5-43> 가설검증의 요약	161

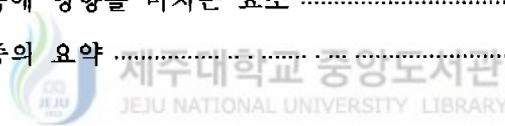


그림 차례

<그림 2-1> 고객의 품질지각과 고객만족	26
<그림 2-2> 고객만족의 주요 요소	33
<그림 2-3> 장애인서비스에 있어 진실의 순간 서클의 개념도	39
<그림 2-4> 서비스 관리시스템	41
<그림 2-5> 종업원 만족의 구성요인	49
<그림 2-6> 지각된 서비스질의 결정요소	53
<그림 3-1> 장애인서비스의 체계표	66
<그림 3-2> 장애의 사회적 갈등모형	75
<그림 3-3> 장애인의 사회통합 발전과정	76
<그림 3-4> 장애서비스 이용자의 신분적 변화	79
<그림 3-5> 장애인서비스의 일선 전달체계	81
<그림 3-6> 장애인서비스의 영역	86
<그림 4-1> 연구모형	102
<그림 5-1> 서비스질과 고객만족간의 관계	153
<그림 5-2> 고객만족과 그 영향요인간의 관계	155
<그림 5-3> 월평균 서비스 받는 횟수	156
<그림 5-4> 장애인서비스의 대기시간 및 이용시간의 인지도	157
<그림 5-5> 장애인서비스 이용자의 주요 교통수단	157

제 1 장 서 론

제 1 절 문제의 제기 및 연구목적

코틀러(P. Kotler)에 의해 비영리 마케팅이론이 제기된 후 오늘날 정치, 경제, 사회, 문화 등의 모든 영역에 마케팅이론이 도입, 응용되고 있다.¹⁾ 특히 고객만족은 최근에 이르러 많은 기관과 대부분 조직의 이념과 가치의 핵심운영 지표가 되고 있는데, 이러한 경영패러다임의 변화 요구는 한 나라 복지정책의 근간이며 토대가 되는 장애인서비스 분야에서도 적용될 필요가 있다 이러한 사실은 고객만족의 개념이 경영분야의 전유물이 아니라 사회복지에서도 그 수혜자들이 경험하는 낙인감(stigma)을 극복하기 위해 클라이언트가 아닌 이용자, 소비자 등의 개념을 쓰기 시작한 데서도 찾을 수 있다.²⁾

장애인의 탈시설화, 탈병원화, 지역사회중심의 재활 등이 복지정책의 새로운 근간으로 등장했던 1970년대 말부터 장애인을 수혜적 복지대상으로 보던 관점에서 벗어나 소비자로서의 복지주권을 인정해야 한다는 주장이 일어나게 되었다³⁾. 더구나 종래의 전문가가 일방적으로 지배하며 복지서비스를 펼치는 「재활패러다임」 시대에서 벗어나 장애인의 복지욕구에 부응하고 장애인 스스로가 선택 및 결정할 수 있는 소비자로서의 권리를 보장하는 「독립생활패러다임」이 새로운 이념으로 부상하게 된 것이다.

장애인이라 하더라도 가치있게 평가되는 사회적 역할을 잘 수행하기만 하면 개인의 속성이 높지 않아도 평가될 수 있음에도 불구하고 우리나라에 있어서는 아직까지도 장애인을 동정의 대상 정도의 「클라이언트」⁴⁾ 수준에 머물고 있으며, 장애인서비스

- 1) 현영하 역, 피터 드러커 “비영리 단체의 경영, 한국경제신문사, 1995
- 2) Noel Timms, 「The Receiving End」, *Consumer Accounts of Social Help for Children*, London, Rotledge & Kegan Paul, 1973.
- 3) E. M. Szymanski, and R. M. Parker, *Rehabilitation counseling*, Pro. ed, 1993, pp.109~111.
- 4) 사회복지분야의 장애인서비스에서 현재 사용하는 개념은 복지서비스를 이용하는 외부고객을 총칭하는 용어로 수동적이고 보호대상자로서의 의미가 담겨있다.

의 체계도 전근대적, 비합리적, 비효율적으로 운영되고 있는 실정이다. 뿐만 아니라 장애인서비스는 적어도 장애인의 정상화와 사회통합 나아가 독립생활이 목표점이 되고 그것을 위한 경영은 장애인을 고객으로 인식하고 그들의 만족을 중심으로 이루어져야 함에도 불구하고 아직도 장애인에 대한 부정적인 이미지와 잘못된 편견 때문에 장애인을 소비자나 고객으로 인식하지 못하고 있다. 따라서 이에 관련된 법이나 정책적인 분야는 물론 관련 기관의 운영과 관리 역시 이에 대한 인식이 매우 낮은 실정이다.

최근 장애인서비스 수요가 급격하게 증가하고 있으나 전문분야의 특수인력(재활 의학과, 언어치료사, 특수교사, 작업치료사, 직업재활상담사 등)이 매우 부족하여 장애인서비스 질의 저해요인으로 작용하고 있다. 또한 장애인서비스는 특수성과 전문성이 요구됨에도 불구하고 이를 사회복지의 한 영역으로 국한하여 인력을 양성하는 구조적인 문제를 안고 있다. 또한 장애인서비스 업무 종사자들에 대한 임금수준을 비롯한 근로조건이 열악한 것도 전문인력 확보를 어렵게 하는 요인으로 작용함으로써 장애인서비스가 종종 비전문가에 의해 제공되는 등 장애인서비스의 질 저하를 초래하고 있다.⁵⁾

다행히도 장애인 중심의 상담, 재활, 특수교육, 복지서비스 즉 고객중심의 TQM(Total Quality Management)⁶⁾등 다양한 복지서비스 모형이나 체계가 구축되어 감에 따라 사회복지분야에서도 TQM이 중요한 개념으로 부각되고 있다.⁷⁾

그동안 서비스질에 대한 연구는 글로벌 경제와 시장개방, 기업간 경쟁의 심화, 수요의 고도화 및 차별화, 소비자권리의 강화 그리고 환경보호에 대한 압력 등의 사회적 요구에 부응하여 그 중요성이 더욱 커져왔다. 미국의 3000개사의 자료를 보유하고 있는 데이터베이스를 기반으로 분석, 정리한 PIMS(Profit Impact of Marketing Strategy)보고서에서도 기업단위의 성과에 영향을 주는 가장 중요한 요

5) 김형식, 『'97년도 장애인복지관 실태조사』, 한국장애인시설연합회, 보건복지부, 1998.

6) A. J. Schwab, and T. W. Smith, and Diana Dinitto, "Consumer Satisfaction and Quality Rehabilitation", *Journal of Rehabilitation*, 1993, pp.17~25.

7) L.L.Martin, *Total Quality Management in Human Science Organizations*, London: Sage Publications, 1993.

C.Morgan & S.Mutgatroyd, *Total Quality Management in the Publish Sector*, Buckingham: Oram University Press, 1994.

인은 제품과 서비스품질의 경쟁우위로 밝혀지고 있는 바와 같이⁸⁾ 서비스질의 역할이 단순히 생산성과 관계된 것만이 아니라 수익성을 포함한 시장점유율, 직원사기 등에 이르기까지 지대한 영향을 미치고 있다.

그러므로 장애인서비스의 질을 향상시킴으로써 고객만족도를 높이기 위해서는 고객만족 경영의 도입이 절실히 요구된다. 금융기관, 호텔, 병원 등의 분야에서는 고객만족에 관한 다양한 접근이 이루어져 왔으나 사회복지 서비스분야 특히 장애인서비스 분야에 대한 국내외 연구는 거의 전무한 실정이어서 이 분야에 대한 연구가 필요한 실정이다.

이와같은 연구동향에 주목하면서, 본 연구는 장애인서비스의 경영에 최근 마케팅분야에서 활발히 연구가 진행되고 있는 고객만족 개념을 적용하여 장애인서비스의 “고객만족 결정요인(determinant variables for customers' satisfaction)”에 대한 연구를 하고자 한다.

이를 위해 본 연구에서는 장애인서비스의 고객만족에 영향을 미치는 결정변수로 마케팅 및 사회복지 분야에서 선행연구가 이루어진 “외부고객의 특성”, “관리시스템의 수준”, “내부마케팅의 제 측면”, “장애인서비스의 고객접점 수준” 그리고 “협력고객의 지원수준” 등을 선정하였다.

또한 이들 제 변수들과 장애인서비스의 고객만족에 관한 연구가설을 설정하고 검증하여 장애인서비스의 고객만족 제고방안을 제시하고자 한다.

제 2 절 연구방법

상기한 연구목적을 달성하기 위해, 본 연구에서는 문헌연구와 실증연구를 병행하였는데, 문헌연구에서는 고객만족경영과 결정요인 그리고 장애인서비스 등에 관련된 서적·논문 등의 선행 연구를 문헌을 통해 고찰하였다.

실증연구에서는 국내의 장애인서비스 제공기관, 장애인서비스 제공기관의 내부 고객 및 외부 고객을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

8) 원석희, 「서비스 품질경영」, 형설출판사, 1998, p.31.

회수된 설문은 FOXPRO라는 데이터베이스 프로그램을 통해 코딩하고, 가설검증을 위하여 사회과학 통계프로그램인 SPSS 8.0 FOR WINDOWS 및 AMOS, Lisrel 등을 이용하였다.

가설검증에 앞서 이용한 변수들의 신뢰성과 타당성을 검증하였는데, 독립변수로 이용된 서비스접점, 내부고객의 특성, 서비스제공시스템 관리수준, 협력고객의 영향요인 그리고 종속변수로 이용된 장애인서비스의 질 및 고객만족 변수 등에 대하여, 신뢰도 및 타당성이 필요한 변수별로 검증되었다.

분석방법은 먼저 자료의 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하여 빈도 및 백분비를 산출하였다. 둘째로 서비스질 및 고객만족 변수, 서비스 접점변수, 경영자 지각, 직무만족도, 서비스수행영향요인, 서비스제공시스템 관리수준변수, 정부시책, 예산, 법령, 감독직원수 등의 신뢰도 및 타당성을 검증하기 위하여 신뢰성분석(reliability)과 요인분석(factor analysis)을 하였으며, 가설검증을 위하여 고객만족과 서비스질간의 관계를 파악하기 위해 상관관계분석(correlation analysis) 및 회귀분석(regression analysis)을 하였다. 특히 고객만족과 서비스질, 서비스질과 서비스접점, 직무만족, 서비스제공시스템 관리수준, 협력고객 등과의 영향관계를 나타내기 위하여 Lisrel을 통하여 경로도형을 추가하였다 셋째로 명목척도가 포함된 응답자의 인구통계적 특성에 따라 서비스질과 고객만족에 차이를 보이고 있는지 검증하기 위하여 T-검증 및 ANOVA분석이 이루어졌다.

제 3 절 논문의 구성

본 논문의 연구 범위는 사회복지 분야 중 장애인서비스분야를 중심으로 연구하였다. 본 논문은 다음과 같이 6장으로 구성되어 있으며, 각 장별 내용은 다음과 같다.

제 1 장은 서론으로써 문제의 제기 및 연구목적, 연구방법 그리고 논문의 구성 등이 서술되었다.

제 2 장은 고객만족 결정요인에 관한 이론적 배경으로서, 고객만족 경영의 의의와 본질, 고객만족의 결정요인 그리고 고객만족의 측정과 평가모형 등을 다루어 제

4 장과 제 5 장의 이론적 배경을 제공하였다.

제 3 장은 본 연구의 분석 단위인 장애인서비스와 관련하여 이론적 배경을 형성하는 장으로서 장애인서비스의 이해, 장애인서비스 시설의 종류와 기능 그리고 장애인서비스의 고객만족에 관한 선행연구 등을 고찰하였다.

제 4 장에서는 장애인서비스의 고객만족 결정요인에 관한 연구모형과 가설의 설정 등을 다루었다.

제 5 장에서는 장애인서비스의 결정요인에 관한 실증분석으로서, 연구가설의 검증, 검증결과의 요약 및 마케팅시사점, 그리고 부가적으로 장애인서비스 이용행태 분석 등이 논의되었다.

제 6 장의 결론에서는 연구내용을 요약하고, 본 연구의 한계 및 향후 연구의 과제 등을 기술하였다.



제 2 장 고객만족 결정요인에 관한 이론적 배경

본 장은 제 4 장과 제 5 장 연구모형과 연구가설 설정의 이론적 배경을 이루는 장으로서 장애인서비스의 고객만족에 영향을 미치는 결정변수를 중심으로 하여 주로 다음과 같은 내용을 중점적으로 고찰하였다. 첫째, 고객만족 경영의 의의와 본질, 둘째, 고객만족의 결정요인 그리고 셋째, 고객만족의 측정과 평가모형 등을 검토하였다.

제 1 절 고객만족경영의 의의와 본질

1. 서비스와 고객만족의 본질

1) 서비스의 정의와 특성

서비스의 개념적 정의를 위해서는 우선 서비스라는 용어의 두 가지의 경우를 구별할 필요가 있다. 하나는 보통 유형의 재화와 동등하며 독립해서 판매, 거래의 객체가 되는 무형재로서의 서비스이고, 다른 하나는 유형재의 판매에 부수해서 구매자에게 제공되는 편의 또는 만족이라는 의미에서의 서비스이다. 이와 같이 서비스는 기본적인 제공물로서의 핵심적인 서비스와 부가적 제공물로서의 부가적인 서비스로 구분해 볼 수 있다.

미국마케팅학회에서는 서비스란 판매를 위해 제공되거나 또는 제품 판매에 수반되어 제공되는 행위, 효용, 그리고 만족이라고 정의한 바 있는데⁹⁾, 그 예로 오락 서비스, 호텔 서비스, 전력 서비스, 수송 서비스, 이발 및 미용 서비스, 수리 및 보수 서비스, 신용 서비스 등을 들고 있다. 이 정의에서는 '판매의 대상'이라는 측면과 고객의 효용 및 만족을 창출할 수 있는 '무형의 행위'라는 측면이 강조되고 있

9) AMA, Marketing Definition, *A Glossary of Marketing Terms*, Committee on Definition of AMA, 1960.

다. 이러한 서비스의 특징은 바로 고객과의 접촉관계를 통해서 고객의 효용 및 만족을 얼마나 충족시켰는가를 고객 스스로가 평가하고 그 가치를 가격으로 계산하여 지급한다는 점이라 할 수 있다.¹⁰⁾

AMA의 서비스 정의는 활동이라는 개념을 서비스에 사용하면서도 편익 및 만족과 병기되어 있고 또한 그 활동이 인간의 활동인지 유형재의 물적 활동인지를 명확히 구분하고 있지 못하고 있다. 활동은 과정중에 나타나는 것이고 편익이나 만족은 그 활동의 결과로서 나타나기 때문에 그 차원을 다르게 볼 수 있다.

스텐튼(W.J.Stanton)은 “서비스란 소비자나 업무상의 이용자에게 판매되어질 경우에 욕망에 대한 만족을 가져오는 무형의 활동이며 반드시 유형재나 타 서비스의 판매와 결부하지 않고 독립적으로 인식되어지는 것”이라고 정의하고 있다.¹¹⁾ 즉, 그는 서비스를 활동 그 자체로 파악하여 유형재와 비교해서 거래 객체로서의 서비스의 특성을 그 내용, 범위의 측면에서 명확히 하고 있다.

브로이스(K.J.Blois)는 서비스란 “현재의 형태에 물리적 변화를 일으키지 않고 판매에 제공되는 활동”¹²⁾으로 정의하고 있으며, 여기에서는 활동을 편익과 만족을 가져오는 과정으로서 파악하고 있어 AMA의 정의에서의 문제점을 개선하려하고 있다.

레쓰멜(Rathmell)은 서비스를 “시장에서 판매되는 무형의 상품”으로 정의하고 무형과 유형의 구분을 손으로 만질 수 있는냐의 여부에 따라 정의하였다. 이상의 내용을 다음의 <표 2-1>에 정리해 둔다.

10) 임종원, 「현대 마케팅 관리론」, 무역경영사, 1994, p.904.

11) W. J. Stanton, *Fundamental of Marketing*, 6th. McGraw-Hill, 1981, p.441.

12) K. J. Blois, “The Marketing of Service: An Approach”, *European Journal of Marketing*, Vol.8, No.2, 1974, pp.137~145.

<표 2-1> 서비스의 제정의

정의자	정의내용
AMA(1960)	판매를 위해 제공되거나 상품판매에 관련하여 준비되는 제반 활동, 편의, 만족
Regan(1963)	직접적으로 만족을 창출하거나 상품 또는 서비스를 구입할 때 결합하여 만족이 창출되는 무형의 것
Rathmell(1966)	시장에서 판매되는 무형의 제품
Judd(1968)	시장거래 대상에서 물질적 상품이외의 것
Bessom(1973)	소비자에게 판매를 통해 제공되는 가치있는 편의이나 만족을 제공하는 행위, 즉 소비자 자신이 직접 행할 수 없거나 수행할 기회가 없는 행위
Blois(1974)	제품의 형태를 물리적으로 바꾸지 않고 판매에 제공되는 활동
Rathmell(1974)	서비스를 하나의 행동과 재화로 봐야하며, 제품으로서의 서비스는 행위, 수행 노력
Hill(1977)	서비스는 관련당사자의 합의하에 혹은 그 재화를 소유한 경제단위의 합의하에 인간이나 재화의 상태에 어떤 변화를 초래하게 하는 것
Sasser(1978)	대중에 의해 요구되는 어떤 편의와 활동을 공급하기 위한 기구, 설비, 종업원의 조직화된 시스템 혹은 타인을 위한 일이나 의무의 수행
Berry(1980)	행위, 노력 혹은 수행과정
Stanton(1981)	소비자나 산업 구매자에게 판매될 경우 욕구를 충족시키는 무형의 활동으로 제품이나 다른 서비스의 판매와 연계되지 않고도 개별적으로 확인 가능한 것
Markin(1982)	시장거래에서 유형재의 소유권이전이 교환의 대상이 아닌 제품
Gronroos (1982)	고객과 서비스종업원간의, 재화간의, 서비스제공자의 시스템간의 상호작용에서 생기는 일련의 무형적 활동
Lehtinen(1986)	대인 접촉 또는 물리적 설비 장치와의 상호관계에서 발생하는 행위 또는 일련의 행위에 의해 소비자에게 만족을 제공하는 것
Kotler(1986)	본질적으로 무형이며 소유권에 귀착되지 않고 어떤 사람이 상대방에게 제공할 수 있는 행위 또는 만족으로 물리적 생산물과 결부될 수도 있고 없을 수도 있음
Johnson(1986)	구매에서 얻은 총가치의 50%이상인 것에서 나타날 때 그것을 서비스라 함
Payne(1993)	서비스는 무형적 요소를 가지고 있는 활동이며, 고객과의 상호작용 혹은 소유권과의 상호작용과 관련되나 본질적으로 소유권의 이전은 이루어지지 않는다. 상태의 변화가 일어날 수도 있으며 서비스의 생산은 물리적 제품과 밀접히 관련될 수도 있고 그렇지 않을 수도 있음
Dunham, Romanyshyn, Kadushin, Friedlander & Apte, 김종섭(1970년대)	국민개개인을 중시한 국민전체에 대하여 개인, 집단 등의 민간과 정부의 사회복지활동
김영모, 신상준, 장인협, 김상규 및 전재일(1980년대)	공공복지와 같은 의미로 나타나거나 평등, 인간의 사회적 적응력 등으로 사회복지활동의 주체와 그 대상이 주요한 개념으로 정의

레비트(Levitt)는 서비스를 주종관계에서와 같이 인간의 인간에 대한 봉사라고 보

는 것이 기존의 통설이라고 전제하고 현대적 서비스는 이런 전통적 발상에서 탈피해야 한다고 주장하면서 인간이 제공하는 봉사적 서비스를 인간으로부터 분리하여 인간 노동을 기계로 대체하여 서비스의 공업화를 통한 효율성 향상을 달성할 수 있다고 하였다.

사회복지에 있어서의 서비스는 1950년대 이전에는 공적인 면과 국가부조가 강조되어오다 1960년대에 들어서는 사회 각 분야의 정책을 포괄하게 되고, 1970년대에는 국민개개인을 대상으로 한 사회복지활동으로, 그리고 1980년대 이후에는 공공복지 및 평등, 인간의 사회적 적응력 등으로 발전되어 오고 있는데, 이러한 서비스의 정의는 과거의 양적인 측면에서 그 범위가 확대되다가 질적인 측면이 강조되는 경향을 보이고 있다.

이상과 같이 여러 연구자들을 통한 서비스의 개념을 살펴보면, 사회복지분야의 서비스개념은 그 수혜대상이 중요시 되어온 반면, 주로 경제시장에서 이루어지고 있는 서비스의 개념은 서비스 자체를 다루고 있으며, 일반적으로 서비스의 개념은 경제시장에서의 개념이 주류를 이루고 있음을 알 수 있다. 즉, 경제시장은 필요한 서비스에 대한 구매나 교환관계를 원칙으로 하고 필요한 서비스욕구가 구매력, 지불능력으로 보장된다. 반면, 사회복지측면에서는 교환관계는 장애인이 충족시켜야 될 욕구, 또는 서비스에 대한 수요가 반드시 지불능력으로 뒷받침되지 못한다는 사실¹³⁾을 염두해야 할 필요가 있다

따라서 경제시장과 사회시장의 맥락에서는 고객에 대한 처우, 서비스질, 서비스에 대한 접근 등에서 차이가 날 수 있으며, 근본적으로 사회시장에서 고객은 서비스의 접근, 질, 선택 등에서 제약을 받기 때문에 동등한 개념으로 보는 데는 고려의 여지가 남아있다.

서비스의 본질을 이해하기 위해서는 서비스가 무엇으로 구성되어 있으며 어떤 특성을 가지고 있는가 파악해야 한다.

서비스는 소비자가 유형재를 구입할 때와 동일하게 구입되는 패턴을 밟지 않는다. 예를 들면, 코틀러는 소비자에게 주어지는 제공 혹은 제공물에 순수유형재, 서비스수만 유형재, 약간의 제품과 서비스를 수반하는 서비스 그리고 순수서비스로 구분

13) R.M.Titmuss, *Commitment to Social Welfare*, London: Allen & Unwin, 1968, p20.

하였다. 여기서 서비스수반 유형제와 제품수반 서비스는 물리적 제품, 서비스제품, 서비스환경, 서비스 전달이라는 4가지 요소로 구성되게 된다. 이것은 서비스 업종에 따라 서비스의 구성요소가 달라질 수 있음을 의미하며, <표 2-2>는 그러한 예를 보여주고 있다.

<표 2-2> 업종별 서비스의 구성요소

업종	물리적 제품	서비스 제품	서비스환경	서비스전달
자동차생산업체	자동차	A/S보증 할부	전시장, 부지	시운전, 수리시간, 상담
호텔	샴푸, 음식	심부름, 셔틀버스 운행, 모닝콜	객실, 수영장, 로비	프론트업무수행, 객실청소, 룸서비스
대학교	졸업증서	전공과목, 직업소개	교실, 기숙사, 운동장	교육, 관리업무, 취업인터뷰
소매상점	상품	신용판매, 상품목록표	디스플레이, 조명, 음악	친밀성, 신속성, 박식함

자료 : 이상환 · 이재철, 『Service Marketing』, 삼영사, 1998, p.13.

서비스를 행위의 성격에 따라 서비스 산업을 분류할 수 있는데 이 분류에서는 서비스 행동이 누구에게 혹은 무엇에 전달되는가? 하는 질문과 서비스 행위가 유형적인가 혹은 무형적인가? 하는 질문에 대한 답에 따라 네 가지 차원으로 분류할 수 있으며 그 분류체계를 살펴보면 <표 2-3>과 같다.

<표 2-3> 서비스 행위의 성격에 대한 분류

서비스행위의 성격	서비스의 직접적인 대상	
	사 랫	사 물
유형적 행동	사람의 신체에 대한 서비스 예) 의료, 여객운송, 미용실, 헬스 클럽, 호텔, 물리치료원, 식당	제품이나 소유물에 대한 서비스 예) 화물운송, 장비수리 및 보수, 잔디관리, 소매업, 세탁, 가족치료 등
무형적 행동	사람의 정신에 대한 서비스 예) 광고, 경영자문, 교육, 방송, 정보서비스, 극장, 박물관 등	무형자산에 대한 서비스 예) 은행, 법률서비스, 회계, 증권, 보험, 조사 등

자료 : 이유재, 「서비스 마케팅」, 학현사, 1997. p.37.

서비스를 제품과 비교해 볼 때 서비스만이 가진 독특한 특성은 무형성(Intangibility), 생산과 소비의 비분리성(Inseparability), 이질성(Heterogeneity), 소멸성(Perishability) 등¹⁴⁾ 4가지로 요약할 수 있는데, 장애인서비스도 의료 및 교육 등이 주요서비스로 구성되어 있어 이와 같은 서비스의 특성을 가진다.

첫째로, 서비스의 무형성은 서비스가 추상적이며 만질 수 없고, 서비스를 제공받기 전에는 맛볼 수도, 냄새를 맡을 수도, 소리를 듣거나 샘플을 얻을 수도 없으며, 이에 따라 서비스의 가치를 파악하거나 평가하기가 어렵다는 것이다. 즉, 장애인은 의료서비스나 교육서비스를 받기 위해 직접 경험하지 않는 한 서비스의 무형성 때문에 그 가치를 파악하고 평가하기가 어렵다.

둘째로, 서비스는 생산과 소비가 동시에 일어나기 때문에¹⁵⁾ 서로 분리가 되지 않으며, 이 때문에 소비자는 서비스 생산과정에 참여하는 일이 발생하게 된다. 즉, 장애인서비스의 수혜자들은 서비스를 받기 위해 장애인서비스 시설을 방문하며, 이곳에서 서비스가 전달되는 동안 참여하게 되며, 각각의 서비스가 종료되면, 서비스전달도 종료되고, 이에 따라 서비스의 생산과정에 참여한 것도 동시에 끝나치게 된다.

셋째로, 서비스가 이질적이라는 것은 서비스가 비표준적이며 고도로 가변적이어

14) Valarie A Zeithaml, A. Parasuraman and Leonard L. Berry, "Problems and Strategies in Services Marketings", *Journal of Marketing*, Vol. 49(Spring), 1985, pp.33~46.

15) Williams J. Regan, "The Service Revolution", *Journal of Marketing*, 47(July), 1963, pp.57~62.

서 동일기업에서 구매하는 서비스도 서로 질이 다르며, 시간에 따라서도 차이를 발생시키는 이질적 요소를 가지고 있다. 즉, 서비스제공자가 동일하다 하더라도 서비스수혜자들은 서로 다른 서비스를 경험하게 되며, 또한 동일기관의 서비스라 할지라도 서비스제공자인 종사자에 따라 서비스가 달라질 수 있음을 말한다.

마지막으로, 서비스의 소멸성은 서비스가 재고형태로 보존할 수 없고, 수송이 불가능하며, 따라서 즉시 사용되지 않으면 안된다는 것을 의미한다. 즉, 치료서비스나 교육서비스가 이루어진 후 서비스전달은 종료됨으로 소멸하게 되며, 이 과정을 보관하여 다시 사용하기는 어렵다. 또한 생산과 소비가 동시에 이루어짐으로써 생산된 치료서비스나 교육서비스 등을 재고형태로 보관하여 가져갈 수는 없다.

이상에서 간단히 살펴본 서비스는 분명히 유형제품이 가지고 있지 않은 특성을 가지며, 서비스의 구성요소에도 과정이란 요소가 포함됨으로써 이들 내용이 서비스의 정의에 포함되는 것이 바람직할 것이다.

따라서 본 연구에서는 서비스는 “무형적이며, 생산과 소비가 동시에 일어나 소멸되고, 이질적 특성을 가지고 일정시간동안 인간이나 관련설비 등이 상호작용하는 과정을 포함한 것”이라고 정의하고자 한다.



2) 고객만족의 개념

고객만족을 효과적으로 추진하기 위해서는 고객이라는 개념을 단지 ‘상품이나 서비스를 구매하는 최종 가치 사용자라는 개념에서 고객의 만족에 영향을 줄 수 있는 가치 전달에 관련된 포괄적인 관여자로서의 고객인 중간고객(판매점, 원료공급원, 기업활동을 돕는 협력회사 등)과 고객의 욕구충족을 위한 가치를 생산하고 제공하는 조직의 구성원인 내부종업원까지도 고객의 범주에 포함시켜야 한다.¹⁶⁾

특히, 고객만족경영에서 고객만족을 위한 가치의 제공자인 종업원의 만족을 위해 인간존중경영이 더 한층 대두되고 있는데 일하는 모든 구성원 직책에 관계없이 기업의 성공을 위해서는 이들 모두가 중요하며 동일한 존경대상이 되어야 한다는 것이다.

16) 박충환·오세조, 「마케팅관리」, 박영사, 1999, p 11.

만족이란 욕구충족, 기쁨, 불쾌, 인지적 상태, 혹은 편익평가, 경험의 주관적 평가 등의 변수를 포함하는 복합개념이다. 고객만족에 대해 미국 소비자문제 전문가인 굤만(J.A.Goodman)은 고객의 욕구와 기대에 부응하여 그 상품, 서비스의 재구입이 이루어지고 아울러 고객의 신뢰감이 연속되는 상태라고 정의하였다.

또한 이와 같이 여러 학자들과 단체들은 고객만족 또는 고객만족 경영의 개념에 대한 정의를 제안했는데 이를 개괄하면 다음과 같다.

첫째, 고객의 필요, 욕구, 기대에 부응하거나 그 이상의 것을 제공하여 그 결과로 상품, 서비스의 재구입이 실시되며, 이것이 반복되어 고객의 충성도가 계속되는 상태¹⁷⁾

둘째, 고객들이 제품을 사용, 소비하는 과정에서 자신들의 경험에 의해 내린 좋고, 나쁜 정도의 평가¹⁸⁾

셋째, 회사가 제공하는 상품, 서비스, 기업이미지 등에 대하여 고객의 만족을 얻기 위해 정기적, 계속적으로 만족도를 조사하고 그 결과에 기초하여 불만족스러운 점을 신속히 개선해서 고객의 만족을 제고하는 경영활동 등이다.

고객만족을 설명하는 이론에는 다음의 이론들이 널리 지지되고 활용되고 있다.

첫째, 기대불일치 패러다임(expectation-disconfirmation paradigm)

기대불일치 패러다임은 스완(Swan), 파라슈라만(Parasuraman), 올리버(R.L. Oliver)¹⁹⁾ 등의 학자에 의해 70년대 후반부터 고객만족을 이해하는데 있어 기본적인 접근방법으로 널리 알려진 이론으로 상품 또는 서비스에 대한 고객의 기대가치와 사용가치 개념을 이용한 기대불일치모델이다. 이 이론은 고객이 제품이나 서비스에 대한 만족·불만족은 구매창출 이전의 기대와 실제경험의 결과의 함수라 가정하고 이 양자의 크기를 비교한 후 소비자들은 제품이나 서비스를 구입하기전에 의식적이든

17) 日本能率協會, 「顧客満足度-消費者の苦情を利益に變える企業戰略」, 1993, p.9.

18) David A. Aaker & S. Day, George, eds, *Cosumerism: Search for the Consumer Interest*, 3rd ed, 1978, pp.2~20; Robert A. Westbrook, "International Affective Influence on Consumer Satisfaction with Products", *Journal of Consumer Research*, (June, 1980), p.86.

19) R.L. Oliver, "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions", *Journal of Marketing Research*, Vol.17(Sep. 1980), pp.46~49.

무의식적이든지 마음속에 기대가치를 가지게 된다. 이러한 기대가치는 공식적·비공식적 커뮤니케이션 통로를 통해 획득된 정보에 의한 것인데 주로 그 상품의 사용경험, 광고, 소비자 보호단체의 분석자료, 그 상품을 사용해본 경험이 있는 주위의 다른 소비자들로부터의 조언 등을 통해서 형성되며, 실제 제품의 가치는 고객이 제품을 구입·사용하여 보고 이를 사전에 형성된 기대가치와 비교한 후 기대불일치 모델의 공식처럼 형성된다. 즉 제품의 사용가치가 고객이 가지고 있는 기대가치보다 적을 경우 고객은 불만족을 느끼게 되는 것이다. 제품이나 서비스 구입 사용 후 고객이 인지하는 고객만족의 형태에는 <표 2-4>와 같이 세종류가 있는데 사용가치가 기대가치에 비슷한 경우, 사용가치가 기대가치보다 큰 경우, 그 만족의 강도가 심화되어 고객은 놀랍과 기쁨을 느끼며 또한 제품 또는 서비스가 고객이 미처 예상하지 못했던 수준까지 사용가치를 제공함으로써 고객에게 감동을 주는 형태로 분류할 수 있다.

<표 2-4> 기대가치와 고객의 인지상태

고객의 가치상태	고객의 인지상태
기대가치 < 사용가치	① 고객 불만족(customer dissatisfaction)
기대가치 = 사용가치	② 고객 만족(customer satisfaction)
기대가치 > 사용가치	③ 고객 감동(기쁨, 놀라움 : customer delight, customer surprise)

자료: 고재건, 「서비스품질경영론」, 제주대학교출판부, 1999, p.115.

소비가 상품이나 서비스를 구매한 후의 단계가 이용한 결과의 만족이라든가 불만이라든가 평가와 관계된다. 만족이란 사전기대에 대한 충족의 정도라고 할 수 있다. 즉, 기대만큼 또는 기대이상이 만족이며 기대 이하는 불만상태가 되는데 이러한 만족 불만족을 결정하는 데는 사전기대의 높은 정도가 중요한 역할을 하게 된다.²⁰⁾

이런 기대 불일치이론이 소비자의 만족이 기대에 직접적인 영향을 미치느냐 하는

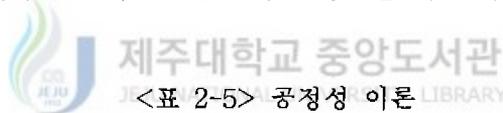
20) 佐野良夫, 「CS 顧客満足の 實際」, 日本經濟新聞社, 1988, pp.34~44.

문제로 비판을 받기도 하였지만 대부분의 연구에서 기대불일치가 고객만족의 중요한 선행요인으로 확인되고 있다. 다만 소비자의 기대, 실제성과 기대불일치 등이 고객만족에 미치는 효과면에 있어서 그 복잡한 상호작용의 메카니즘은 아직도 여전히 연구 과제로 남아있다 21)

둘째, 공정성이론(Equity Theory)

전술한 기대 불일치 모형과 다른 각도에서 소비자의 만족과 불만족과정을 설명하는 이론으로 소비자의 만족여부는 기대와 성과와의 차이에서 오는 것이 아니라 소비자가 서비스나 제품의 제공자로부터 공정한 대접을 받았다고 느끼느냐의 여부에 따라 결정된다는 이론이다. 즉 개인이 투입한 구매노력에 대해 정당한 보상이 주어졌느냐의 여부에 따라 소비자의 만족의 여부를 결정한다는 이론이다.

이와 같은 이론은 아담스(J.S Adams)²²⁾가 동기이론에서 주장한 공정성이론에 바탕을 두고 있는데 결국 소비자는 소비자의 순이익과 판매자의 순이익을 비교하여 소비자의 순이익이 판매자의 순이익보다 크다고 생각할 때 만족한다는 것이다.



<표 2-5> 공정성 이론

소비자와 판매자의 가치상태	고객의 인지상태
소비자의 순이익 < 판매자의 순이익	불만족
소비자의 순이익 = 판매자의 순이익	만족
소비자의 순이익 > 판매자의 순이익	만족

자료 : J. Stacy Adams, "Toward an Understanding of Inequity", *Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol. 67 (Nov. 1963), pp.422~436.

셋째, 가치-지각 불균형 이론(Value-Percept disparity Theory)

가치-지각 불균형이론은 웨스트브룩(Westbrook)과 레이레이(Reiley), 카도테(Cadotte), 우드루프(Woodruff), 젠킨스(Jenkins)등에 의해 기대불일치 이론의 대안으

21) Youjae Yi, "A Critical Review of Consumer Satisfaction" *Review of Marketing*, 1990, pp.68~123.

22) J Stacy Adams, "Toward an Understanding of Inequity", *Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol. 67 (Nov. 1963), pp.422~436.

로 제시되었는데 특히 혁신적인 제품에 대한 만족형성과정을 설명하는데 유용한 이론으로 인정받고 있다²³⁾.

기대불일치 이론과는 달리 소비자가 사전적으로 부여한 가치와 실제로 소비를 통해 지각한 결과의 일치여부를 통해 만족, 불만족이 결정된다는 이론이다. “사전기대”라는 막연한 개념 대신 구체적인 기대내용과 수준을 나타내는 “가치”를 기준으로 삼고 있고, “실제경험을 통한 제품성과”라는 개념 대신 소비자의 “내면적인 지각정도”를 도입했다는 점에서 진일보했다는 평가를 받기는 하지만 인지와 평가의 개념구분이 모호하기 때문에 어느 제품에 대해 당연히 그러해야 한다는 것이 제품의 기대치와 일치하지 않는다는 문제점이 있다.

가치 지각 불균형모형을 주장하는 학자들은, 기대불일치 모형은 고객의 만족수준은 제품을 구입하기 이전부터 형성되어 온 신념의 범위를 벗어나지 못하는 것으로 가정하고 있는데 실제로 고객들은 기대형성이 없어도 만족이나 불만족을 나타낸다고 하여 기대불일치이론을 비판하고 있다. 다시 말해 기대와 성과 사이의 불일치가 아니라 제품에 대한 지각 상태와 고객의 가치 사이에 불일치가 고객의 만족 여부를 결정한다는 것이다.



<표 2-6> 사전가치와 지각의 상태

사전가치와 지각의 상태	고객의 인지상태
소비자가 사전에 부여한 가치 > 소비를 통해 지각한 결과	불만족
소비자가 사전에 부여한 가치 = 소비를 통해 지각한 결과	만족
소비자가 사전에 부여한 가치 < 소비를 통해 지각한 결과	만족

자료 : 박치민, 고객만족과 종업원 만족이 은행생산성에 미치는 영향에 관한 연구, 서울대 대학원 석사학위논문, 1996, p.14.

또한 상품 및 서비스의 선택에 있어서 소비자에게 어느 만큼 선택방법이 주어지는가에 의해서 만족도는 크게 차이가 난다. 일반적으로 선택 방법이 많게 되면 만족

23) 박치민, “고객만족과 종업원 만족이 은행생산성에 미치는 영향에 관한 연구”, 서울대 대학원 석사학위논문, 1996, p.13.

도는 높게 되고 선택방법이 제한된다든지 전혀 없게 되면 만족도는 낮게 된다. 특히 만족·불만족이라는 것을 규정하거나 또 하나의 요소는 커뮤니케이션이다. 우리가 만족을 느끼게 되었을 때 그것을 입으로 전할 때에 더욱 감명 깊은 것이다. 다른 사람과의 대화 중에 그것을 화제로 할 때에 공감을 통하여 만족을 실감하고 만족이 증폭되는 것이다.

그러므로 고객만족경영의 범주에는 고객의 재구매와 기업이미지에 향상에 영향을 미치는 환경정보 및 조직사회에 대한 공헌 등 기업들이 그 동안 동한시 해왔던 기업의 사회적 책임에 관련된 폭넓은 영역까지도 고려해야 한다.

2. 고객만족경영의 절차와 효과

1) 고객만족경영의 원칙

고객만족경영의 실천을 위해서는 기존 경영체제의 모든 부분에서 고객만족개념을 고려해야 한다. 이를 위해서는 고객만족 경영은 다음과 같은 원칙이 필요하다.²⁴⁾

첫째, 경영활동 중에 기존에는 시장점유율이나 비용 지향적인 경영이 우선되었으나 고객만족이 우선되어야 하며 항상 고객위주로 생각하는 발상이 지배적이어야 한다.

둘째, 고객과 가까이 있는 점점요원을 중요시하고 그들을 우대해주는 관리체제로 전환되어야 한다

셋째, 고객만족도를 정기적으로 측정하여, 그 결과에서 문제점을 찾아내고 이를 개선하기 위한 활동에 주력해야 한다. 이 같은 고객만족 경영의 사이클이 반복 활용됨으로써 고객의 만족도가 높아지는 것이다.

이런 과정 중에 고객이 만족하는 상품과 서비스, 기업이미지를 계획하는 계획의 단계, 계획에 따라 실시하는 집행단계, 실시 결과에 따라 정기적이고 계속적으로 확인하는 확인단계가 있어야 한다. 또한 고객만족도 조사에서 발견된 문제점은 반드시 개선한다는 자세로 문제점 개선 조치의 집행단계가 뒤따라야 하며 이는 다시 계획단

24) 김영한, 「고객만족혁명」, 성림, 1993, pp 70~71.

계로 이어지는 피드백 사이클을 거치게 된다.

또한 고객만족경영의 추진을 위한 주요한 원칙을 다음과 같이 정리할 수도 있다.²⁵⁾

(1) 고객접점 최우선

고객의 관점에서 기업의 직접, 간접의 접점을 가장 중요시 해야 한다.

(2) 만족도의 정기, 정량, 완전측정

자사의 상품과 서비스에 대하여 고객만족에 관계되는 모든 요소를 포함한 만족도를 정량적으로 파악하고 이를 정기적이고 조직적으로 측정하여 기간, 부분 비교가 가능하도록 하며 통계적으로 신뢰를 받아야 한다.

(3) 경영자 주도

고객만족경영을 추진하기 위해서는 경영자가 솔선하여 전인차의 역할을 수행해야 하는데 특히 최 일선의 서비스제공자에게 깊은 관심을 갖고 상품과 서비스의 개선과 개혁을 직접 확인해야 한다.

<표 2-7> 고객중심경영의 핵심요소

핵심요소	내 용
비 전	전 종업원의 고객봉사에 대한 비전 공유
주인의식	전 종업원의 고객봉사에 대한 업무 및 문제해결 방안에 대한 주인의식 공유
조직, 프로세스 및 업무설계	고객을 위한 아이디어 창출과 개선을 위한 자율적 조직의 운영
팀	고객의 요구 변화를 예측하고, 기업 운영을 지원하는 정보 시스템 구축
정보시스템	고객의 요구 변화를 예측하고, 기업 운영을 지원하는 정보 시스템 구축
관리시스템	고객의 요구 변화를 빠르게 대처하는 기업
보상제도	고객을 위한 가치를 창출한 종업원을 위한 보상제도의 구축

자료 : 이상문, 「글로벌 시대의 초 인류 기업」, 명진출판, 1994, p.93.

25) 한치규, 「고객만족 전략과 실천」, 신세대, 1993. p.33.

2) 고객만족과 서비스 마케팅의 과정

(1) 고객

기업의 입장에서 고객에서 제품/서비스에 대해 고객만족을 주든지 더 나아가 고객기쁨과 고객감동을 주기 위해서는 기업 내에 다음과 같은 절차를 세우고 실천하여야 한다.²⁶⁾

- ① 우리 회사의 고객이 누구인지를 결정한다(고객의 정의).
- ② 제공할 제품이나 서비스에서 고객이 가장 중요하게 여기는 특성이 무엇인지 결정한다(고객의 평가요소의 이해).
- ③ 이 특성에 대해서 고객에 의해 정해진 중요도를 결정한다(중요도의 결정).
- ④ 각 특성들에 대해서 고객만족수준을 결정한다(고객만족도 조사).
- ⑤ 고객만족수준의 결과를 고객만족과정과 결합시킨다.
- ⑥ 업무를 수행하는 방법과 과정 내에서 성과에 가장 영향을 주는 부분을 나타내는 측정치들을 매트릭스(성과표)로 작성한다.
- ⑦ 조직 내에서 작성할 수 있는 가장 낮은 수준까지 측정치를 만들어 놓는다.
- ⑧ 특성의 중요도는 높는데, 고객만족의 정도는 낮은 과정을 개선하는 노력을 수행한다.
- ⑨ 고정 내에서 개선하기 가장 좋은 영역에 대해 수정노력을 한다.
- ⑩ 고객투입요소들을 새롭게 갱신하고 지속적으로 환류를 한다. 그러면 그 수행과정의 개선노력에 따라 고객만족의 개선된다. 그 다음으로 중요한 개선과정을 수행한다(지속적 개선).
- ⑪ 모든 관련자들과 허심탄회하고 지속적인 의사소통이 이루어지도록 유지한다.
- ⑫ 조직 전반에 걸쳐 지속적인 수정이 가능하도록 경영관점에 맞추어 매트릭스의 형태를 통합시킨다. 필요하면 조정한다.

26) 김기영 외, 「품질경영」, 박영사, 1999, p.57

(2) 서비스 마케팅의 과정

고객의 구매행동접근방법에서 서비스 마케팅의 다이내믹한 과정을 나타내는 서비스 마케팅과정의 4단계는 다음 <표 2-8>과 같다.

<표 2-8> 서비스 마케팅과정의 4단계 모델

구분	서비스 마케팅의 과정	마케팅 목표	마케팅 기능
제1단계 : 내부단계, 유효한 내부 조건의 구축	내부고객의 대응	고객지향과 서비스문화창조	내부마케팅
제2단계 : 고객의 정보탐색 과정	고객의 기대창조 에 부응	기업과 제공된 서비스에 대한 고객관심과 기대 창조	외부마케팅
제3단계 : 고객의 구매과정	고객의 구매과정 에 대응	고객관심과 기대 를 구매로 전환	외/내부마케팅
제4단계 : 고객의 소비과정	고객의 소비과정 에 대응	고객만족의 실현, 고객관계의 유지	상호작용마케팅

자료 : 최덕철, 「서비스마케팅」, 학문사, 1997. p.327.

최종고객의 욕구를 충족시키기 위해서 서비스 기업은 고객의 구매행동관점에서 고객욕구충족과 그 활동과정을 고려해야 한다.

① 제1단계는 외부고객과의 접촉 이전의 기업내부의 단계로 내부고객에 대한 대응(유효한 내부조건의 구축)을 대상으로 한다. 그러한 마케팅목표는 서비스 기업내의 구성원에 있으며 고객지향과 서비스 문화의 창조 유지이다. 직책원은 서비스 기업의 최초의 시장으로서 이들이 고객지향과 서비스지향을 갖고 있어야 한다. 서비스 기업이 그 기업의 사명, 전략, 서비스 제품 및 마케팅 캠페인을 종업원에게 팔지 않고서는 최종고객에게 서비스를 성공적으로 팔 수 없는 것이다.

내부마케팅은 노동집약적 서비스 기업에서 특히 중요하다. 그 이유는 그런 산업에 있어 종업원의 태도와 서비스 기능이 고객이 구입하는 서비스의 품질을 결정하기

때문이다. 예를 들어 호텔종업원의 무례를 고객은 그 호텔의 무례를 평가하기 때문이다. 서비스 기업의 조직전체가 효과적으로 기능하게 하려면 고객지향, 서비스 지향(내부 서비스 포함)이라는 서비스 문화의 형성, 유지가 중요하다 그 역할을 수행하는 수단이 바로 내부마케팅이다.

② 제2단계의 고객 정보탐색 과정에 대한 마케팅목표는 기업과 그 제공 서비스에 관한 고객의 관심과 서비스 품질에 대한 고객기대를 창조하는 것이다. 그런 것은 전통적인 외부마케팅이 담당한다. 광고, 판매촉진 및 PR, 인적판매, 직접마케팅 등의 기법이 활용된다.

③ 제3단계의 고객 구매과정에서는 기업과 서비스에 대한 고객의 일반적인 관심과 기대가 판매로 전환시키려는 노력을 하게 되므로 외부마케팅과 내부마케팅이 필요해 진다.

④ 제4단계는 소비(생산)과정으로 고객과 접촉하는接客원의 능력 및 태도, 인간미가 고객의 만족과 신뢰를 생기게 한다 이것이 재구매와 지속적인 고객관계를 형성시킨다 상호작용마케팅이 고객의 욕구를 만족시키기 위해서 발휘된다. 여기서는 현장서비스에 대한 의사결정, 서비스접근, 보조서비스, 고객과接客원의 상호작용 및 커뮤니케이션이 중요한 과제가 된다.

(3) 효과적인 고객서비스를 위한 지침

효과적인 고객서비스를 위해서는 고객과 대하는 종업원은 적합한 외모, 매너, 상냥한 미소와 목소리, 성격 등의 개인적 특성과 필요한 기술을 지니고 있어야 한다. 또한 종업원들에게 우선 요구되는 기술 수준을 얻도록 교육·훈련시켜야 한다. 복장, 행동, 언어 사용면과 올바른 전화응대 등 여러 예절은 물론 예상되는 여러 상황에 대처하는 기술을 개발해야 한다.

특히 고객들에게 문서, 안내판, 공고 등을 이용해 서비스와 서비스 이용법에 대한 정보를 제공할 수 있고 서비스 시설이 큰 경우에는 고객 서비스 창구 등을 마련해 고객의 문의나 문제에 도움을 주도록 해야한다. 기본적 예의는 고객의 분노를 누그러뜨리나 너무 지나친 친절이나 동정은 비효율적이 될 수 있으며 특히 여러 고객들이 기다리는 경우에는 이 효율성과 친절을 적절히 조화시키는 것이 필요하다.

고객의 불평이나 문의 처리시 반응 체계의 표준화를 통한 일정한 양식을 사용하면 고객서비스 요원이 신속하게 처리하고 컴퓨터에 입력시키는 데도 도움이 된다. 빠르게 일처리하는 것 뿐만 아니라 고객이 제기한 문제의 상황을 추적하는 것도 손쉽게 한다. 고객서비스 요원이 처리할 수 없는 문제는 신속하게 전문 부서로 위임해야 한다. 또한 효과적인 서비스 제공을 위해 우수 서비스를 제공한 종업원에게 보상을 해야 하는데 종업원의 피드백이나 제안을 장려할 때 서비스 수준이 향상된다. 특히 서비스제공 과정에서 문제가 발생한 경우 종업원의 재교육, 재배치, 작업환경의 재구성 등을 통해 신속한 시정조치를 취해야 하며, 모니터를 이용해 문제가 심각해지기 전에 미리 문제를 발견하고 처리해야 한다.

3) 고객만족 향상을 위한 조건

(1) 최고경영층의 리더쉽

고객만족과 전사적인 활동을 전개하기 위해서는 최고경영층의 리더쉽, 전 종업원의 의식개혁, 중간 관리자의 역할 변화의 세가지 과제가 있다.²⁷⁾ 이 중에서 가장 중요한 과제는 종업원의 의식개혁이다. 왜냐하면 대체로 고객만족의 추구가 기업경영과제로 중요하게 대두되었다 것은 고객의 지위가 크게 변화되었음을 의미한다. 그렇기 때문에 고객만족추구의 출발점에서 「고객이 평가기준을 결정한다」라는 규범이 변화된 것을 전 종업원이 인식할 필요가 있다. 그러나 이제까지 기업주도형 생각하는 사람들에게 그 기준을 전환시키는 것은 용이하지 않다.

이러한 것이 고객만족 경영은 바텀-업(bottom up)형이 아니고 탑-다운(top down)형이라고 말하는 이유이다. 고객만족 실현을 위해서는 고객과 접하는 일선의 종업원만 보지 말고, 그들을 지원하는 간접 부문의 종업원의 활동도 중요하며 전사적으로 조직을 동원할 필요가 있다. 튼튼 추진자로서 이들의 모든 사람들에게 고객만족의 중요성을 설명하고 행동의 변혁을 촉진시키지 않으면 안 된다.

27) 고재건, 「서비스품질경영론」, 제주대학교출판부, 1999, pp.121~125.

(2) 종업원의 의식개혁

고객만족은 기업과 고객과의 접점에 의해서 실현되므로 종업원이 항상 고객의 입장에서 행동한다는 의식을 가지고 행동할 필요가 있다. 그러기 위해서는 고객과의 접점에서 서비스를 제공하는 일선의 종업원에 대하여 다양한 고객의 서비스 욕구에 적절히 대응할 수 있는 충분한 권한을 위양하는 조직형태를 취하는 것이 전제가 되어야 한다.

또한 고객만족을 위한 조직형태에 있어서 중간관리직의 역할은 지시·명령이 아니고 부하의 의사결정에 도움을 주는 어드바이스 및 정보제공이 주된 역할이 된다. 중간관리직은 말하자면 지원자로서의 활동이 이루어져야 한다. 따라서 전선의 종업원만 아니고 중간관리직의 의식개혁도 고객만족 향상을 위해 중요한 과제가 된다.

(3) 고객정보 수집

기업들은 다양한 정보수집 기법들을 활용하여 고객이 무엇을 기대하는지에 대한 이해와 그들이 제품이나 서비스에 대하여 어떠한 만족이나 불만을 가지고 있는지를 지속적으로 조사할 필요가 있다.

(4) 관계마케팅

지속적인 고객과의 관계를 형성하고 개발, 유지 발전시키는 것을 강조하는 관계마케팅이 된다. 관계마케팅은 마케팅시스템 전체의 유기적인 협조체계를 구축하고 이를 통해 장기적이고 안정적인 마케팅성과를 도모하고자하는 기업활동이다. 특히 기업이나 서비스에 대해 호의적인 고객은 장기적으로 기업 수익력의 원천이 되며 기업이 제공하는 서비스 편익에 대해 지불하는 추가 가격 부담도 마다하지 않으며, 자신의 만족한 경험을 바탕으로 주위의 다른 사람들에게 이야기함으로써 구전 광고효과에도 기여하게 된다.

그러므로 이를 지속적이고 효과적으로 추진하기 위해서는 개개인의 고객에 대한 정보를 관리하는 데이터베이스마케팅의 운용이 필요하다.

4) 고객만족경영의 효과

기업에서 고객만족경영을 추진하면서 고객만족경영이 과연 투입되는 여러 가지 발생비용에 비해서 더 많은 이익을 낼 수 있는가와 그 효과를 어떻게 측정 할 것인가 하는 문제에 부딪친다. 그러나 고객만족경영은 자사상품 및 서비스에 대한 재구매 고객 창출, 고객의 충성심 향상, 긍정적인 구전효과와 장래의 매출액과 이익의 동향을 나타내는 선행지표 같은 효과를 가져다준다.²⁸⁾

3. 서비스질의 결정요소

서비스질이 고객만족에 영향을 미치고 있는 것으로 나타나고 있는데²⁹⁾, 서비스 고객만족 분야에서는 흔히 '고객만족'과 서비스질이란 용어가 혼용되고 있다. 이러한 두 용어의 의미 차이에 대한 초기의 논쟁에서 연구자들은 '만족'을 전반적 평가(예컨대, 패스트푸드체인에 대한 개인적 경험의 축적)가 아니라 개별적 거래(예컨대, 맥도날드에서 특별한 식사를 하는 것)에 대한 평가로 보았다. 이 논쟁은 아직 해결되지는 않았지만 최근 들어 서비스질과 고객만족 모두 개별적 서비스 수준이나 보다 거시적 수준에서 모두 사용할 수 있는 것으로 대체로 의견이 모아지고 있다. 그래서 서비스의 질과 만족은 분석수준에서는 다르지 않지만 두 개념의 원인과 결과는 근본적으로 다르다는 데 점차 의견일치를 보이고 있다. 설사 공통점이 있더라도, 만족은 '서비스의 구체적인 차원에 초점을 맞춘' 서비스질에 대한 평가보다 넓은 개념으로 봐야 한다. 이러한 관점에서 보면 지각된 서비스질은 고객만족 구성요소의 하나에 불과하다.³⁰⁾

이와같이 최근의 연구들을 살펴보면 서비스질과 고객만족은 상호 밀접한 관련성을 갖지만 분리된(즉, 독특한)개념이러는데 동의하고 있다.³¹⁾ 이와 관련하여 루스트

28) 고재길, 상계서, 1999, p.118.

29) 조광행, "소매업에서의 고객만족 및 전환장벽이 점포애호도에 미치는 영향에 관한 연구", 서강대학교 대학원 박사학위논문, 1997, p.109.

30) 전인수 옮김, Valarie A. Zeithaml & Mary Jo Bitner, 「서비스마케팅」, 석정, 1998, p.152.

(Rust)와 올리버(Oliver)는 고객만족은 특정 서비스 사건에 대한 총괄적인 인지적이고 감성적인 반응이다.(혹은 때때로 장기적인 서비스관계에 대한 반응이기도 하다.). 그리고 만족(혹은 불만족)은 서비스질의 접촉을 경험하고 기대했던 것과 접촉한 것을 비교함으로써 생겨나는 것이라고 하였다.

이러한 개념화는 이전에 올리버가 고객만족은 우선 고객의 충족에 대한 반응으로 간주된다고 하는 주장과 일치되는 것이다 그리고 올리버는 이에 덧붙여 만족이라고 하는 것은 단순히 만족만으로 제한되는 것이 아니고, 하나의 과정으로 언급되어질 수 있다고 하였으며, 또한 자신의 연구에서 만족 개념의 영역에 대한, 정의의 확장을 설명할 수 있는 고객만족모형을 실증적으로 입증함으로써 이러한 주장의 타당성을 입증해 내었다. 즉, 올리버의 고객만족모형에서 만족의 판단은 긍정/부정적인 감정적인 반응과 인지적인 불일치에 의해 영향을 받는다는 것이다.

서비스질에 대한 제반 연구들은 고객만족과는 독특한 개념이라는 입장을 취하고 있다. 실제로 수많은 연구들이 파라슈라만 등이 서비스질 개념은 고객이 서비스 접촉시 과거에 우수했던 것과 비교하는 것이라고 개념적인 정의를 내린 데 대해 광범위하게 지지하고 있다³²⁾

그러한 차이점은 또한 비트너(Bitner)와 허버트(Hurbert)가 서비스질에 대해 “고객들이 전반적으로 느끼게 되는 기업과 그 기업의 서비스에 대한 상대적인 우위/열위”라고 한 것과 일치한다.

이러한 사실을 토대로 서비스질과 고객만족을 구별하는 몇가지 주요 요소를 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 만족은 어떤 측면(품질과 관련되었건 되지 않았건 간에)으로부터도 도출될 수 있는 개념인데 반해, 품질을 판단하는데 토대가 되는 측면은 보다 구체적이다.

둘째, 서비스질에 대한 기대는 이상적인 것 혹은 훌륭한 것에 대한 지각에 토대를 두지만, 만족에 대한 판단을 형성하는 데는 품질과 관계없는 수많은 쟁점들이 영

31) 강기두, “서비스품질의 구성요인과 고객만족에 관한 연구”, 중앙대학교 대학원 박사학위논문, 1997 pp.45-46.

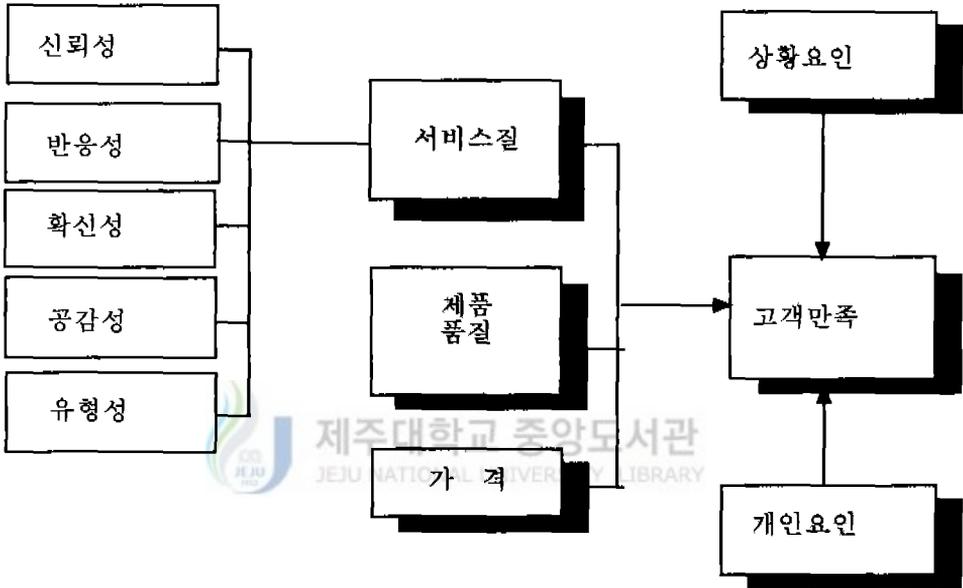
32) 상계논문, 1997. pp.45~46.

향을 미칠 수 있다.

셋째, 서비스질에 대한 지각은 서비스나 공급자와 관련한 경험을 필요로 하지 않지만, 만족은 이를 필요로 한다.

넷째, 품질은 만족에서처럼 개념상의 선행변수를 덜 필요로 한다

<그림 2-1> 고객의 품질지각과 고객만족



자료 : V. A. Zeithaml, and M. J. Bitner, *Service Marketing*, McGraw-Hill Co. Inc., 1996, p.123.

따라서 서비스 관련 문헌들을 전체적으로 종합해 보면 서비스품질과 고객만족은 소비자 의사결정과정에서 동등하게 다루어져서는 안될 독특한 개념으로서의 위치에 있다고 할 수 있다.

<표 2-9> 서비스품질과 고객만족의 개념비교

개념비교	서비스품질	고객만족
기대불일치개념상의 차이	※ 기대 : 기업이 제공해야만 한다고 소비자가 생각하는 성과 또는 성능 ※ 성과 : 소비자가 지각하는 서비스의 성과 또는 성능	※ 기대: 기업이 제공할 것이라고 소비자가 생각하는 성과 또는 성능(확률적 개념) ※ 성과: 실제나 객관적인 제품 및 서비스의 성과 또는 성능
시간적 위치	사후 결정	사후 결정
개념적 평가범위	비교적 지속적이고 전반적인 소비자평가	특정거래와 관련된 비교적 좁고 단기적인 소비자평가
상황지향성	덜 상황지향적임	매우 상황지향적임

자료 : 윤명숙 “서비스품질의 마케팅전략적 활용에 관한 실증적 연구”, 숙명여자대학교 대학원 박사학위 논문, 1991. p.65.

<표 2-9>와 <그림 2-1>은 이러한 두 개념 사이의 두드러진 차이점에 대해 잘 설명해주고 있는데, 서비스질은 서비스의 다섯 가지 구체적인 측면에 대한 고객들의 지각을 반영하고 있고 반대로 고객만족은 서비스질에 대한 지각뿐만 아니라 상황적인 요소와 개인적 요소에 의해 영향을 받는 등 훨씬 포괄적이라고 할 수 있다.

또한 서비스질과 고객만족을 구별짓는 두드러진 특징을 살펴보면 질에 대한 지각은 특정한 서비스공급자에 대한 경험이 없더라도 이루어질 수 있지만, 고객만족은 서비스공급자에 대한 실제 접촉경험이 있는 후에만 나타날 수 있는 것이다.

이상을 종합해 보면 서비스 품질의 개념은 만족과 같이 구매후 평가되는 사후³³⁾ 결정 개념이지만, 만족보다는 상황에 덜 영향을 받는 비교적 지속적이고 일반적인 개념이라는 두드러진 차이점과 함께 만족 및 태도 개념처럼 차기의 구매의도 및 행동을 예측하는데 지침이 되는 중요한 개념이라는 점에서 유사한 역할을 함을 알 수 있다.

서비스질에 대한 본격적인 연구는 지난 1980년대 이후에 주로 이루어져 왔다고 볼 수 있는데, 1978년에 사쎄(Sasser), 올센(Olsen)과 위코프(Wyckoff) 등이, 1982년에는 그론티스(Gronroos), 레티넨(Lehtinen)이 그리고 1983년에 루이스(Lewis)와 봄

33) 사후의 개념은 서비스마케팅에서 이용하는 결정적 순간(moment of truth) 혹은 서비스 접촉(service encounter)의 후라는 의미이다.

스(Booms)의 연구 등이다. 이들의 서비스질에 대한 초기연구는 대략 3가지 주제를 제안하고 있다고 볼 수 있다.³⁴⁾

첫째는 서비스질이 소비자에게는 유형상품보다 평가하기가 더 어렵다는 것이다. 즉, 유형상품을 구매할 때 소비자들은 품질이 좋은지 스타일이나, 견고함이나, 색깔, 라벨, 느낌, 포장 또는 자신에게 맞는지 등 눈으로 보이는 여러 가지 기준으로 판단의 근거를 삼지만, 서비스질은 이러한 여러 가지 기준이 제한되어 보이지 않게 된다. 따라서 소비자들은 다른 판단기준에 의존하게 된다. 이러한 의견중 맥코넬(McConnell)³⁵⁾, 오란더(Olander)³⁶⁾, 자이타믈(Zeithaml)³⁷⁾ 등은 서비스의 요금이 그 품질척도가 될 수 있다고 제안하였다.

둘째는 서비스질에 대한 인식은 실제적인 서비스 수행성과와 소비자 기대치의 비교결과로 나타난다. 루이스와 붐스³⁸⁾는 서비스질이 전달된 서비스수준이 소비자의 기대에 부응하는가의 측정치라고 하였다. 반면, 스미쓰(Smith)와 휴스턴(Houston)³⁹⁾은 서비스에 만족하는 것이 기대치의 확인이나 미확인과 관련된다고 하였다.

그리고 세 번째는 질에 대한 평가는 단지 서비스결과에 의해서만 결정되지 않는다는 것이다. 즉, 그러한 평가는 서비스가 전달되는 과정의 평가까지 포함하는 것이

-
- 34) A. Parasuraman, V. A. Zeithaml & L.L. Berry, "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, Vol 49(Fall 1985), p.42.
- 35) J D McConnell, "Effect of Pricing on Perception of Product Quality", *Journal of Applied Psychology*, 52(August 1968), pp.300~303.
- 36) F. Olander, "The Influence of Price on the Consumer's Evaluation of Products", in Pricing Strategy, B.Taylor and G.Wills, eds., Princeton, NJ: Brandon/Systems Press(1970) in "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", A.Parasuraman, Valarie, A.Zeithaml & L.L. Berry, *Journal of Marketing*, Vol.49(Fall 1985), p.42.
- 37) V.A.Zeithaml, "How Consumer Evaluation Processes Differ Between Goods and Services", in *Marketing of Services*, J.Donnely and W George, eds, Chicago: American Marketing, 1981, pp.186~190.
- 38) R.C.Lewis and B.H.Booms, "The Marketing Aspects of Service Quality", in *Emerging Perspectives on Services Marketing*, L.L.Berry, G.Shostack and G.Upah, eds., Chicago: American Marketing, 1989, pp.99~107.
- 39) R.A.Smith and M.J.Houston, "Script-Based Evaluations of Satisfaction with Services", in *Emerging Perspectives on Services Marketing*, L.Berry, G.Shostack and G.Upah, eds., Chicago: American Marketing, 1982, pp.59~62.

다.

사쎄, 올센, 위코프⁴⁰⁾는 서비스성과의 세 가지 서로 다른 측면을 논의했는데, 그것은 바로 재료측면, 시설측면 그리고 인력측면 등으로 서비스가 전달될 때의 방법도 포함되는 것이다. 그렌루스⁴¹⁾는 서비스시 소비자가 실질적으로 받게되는 것과 관련된 기술적 품질과 서비스가 전달될 때의 방법과 관련된 기능적 품질로 구분하였다. 또한 레티넨(U.Lehtinen), 윌레비(Uolevi), 레티넨(J.R.Lehtinen)⁴²⁾은 기본전제로서 서비스품질은 서비스조직의 구성요소들과 소비자간의 상호작용에서 발생한다고 하였다.

이상과 같이 서비스질에 대한 연구는 짧은 역사와 함께 유형상품에 대한 연구로부터 시작하여 서비스에 적용되고, 더불어 서비스만이 가진 무형성 등의 특성과 조화를 이루기 위한 시도가 있어왔으며, 언급한 바와 같이 서비스질 연구에 기여한 SERVQUAL모형을 통해 의료, 관광, 금융, 수리업 등 여러 분야에 적용되어오고 있다.

서비스가 소비자에게 전달되면, 소비자는 자신이 소비한 서비스에 만족하거나 또는 불만족 등 서비스 소비에 따른 반응이 있을 수 있다. 이러한 반응은 전달된 서비스의 질에 의해 크게 영향을 받을 수 있다. 따라서 서비스제공자는 소비자가 만족하는 서비스질을 파악할 필요가 있고 이것은 서비스제공자의 강력한 마케팅 경쟁수단이 되며, 다른 한편으로는 기업의 비용효율을 향상시키고 간접적으로 고객의 손실비용도 절감시켜주는 역할을 한다⁴³⁾

40) W.E Jr.Sasser, R P Olsen & D.D.Wyckoff, Management of Service Operations: Text and Cases, Boston Allyn & Bacon(1978) in "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", A.Parasuraman, Valarie, A.Zeithaml & L.L. Berry, *Journal of Marketing*, Vol.49(Fall 1985), p.42.

41) C.Gronroos, *Strategic Management and Marketing in the Service Sector*, Helsingfors: Swedish School of Economics and Business Administration, 1982, p.55.

42) U.Lehtinen, Uolevi and J.R.Lehtinen, "Service Quality: A Study of Quality Dimensions", unpublished working paper, Helsinki: Service Management Institute, Finland OY, in "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", A.Parasuraman, Valarie, A Zeithaml & L.L. Berry, *Journal of Marketing*, Vol.49(Fall 1985), p.42.

43) 최덕철, 「서비스 마케팅」, 학문사, 1997, p 337.

그러나 서비스 질은 동일한 서비스라 하더라도 서비스를 이용한 사람마다 다르게 평가할 수 있으며, 이는 각각이 서로 다른 견해를 가지고 있기 때문이다. 이러한 관점에 대해 가빈(Garvin)은 <표 2-10>에 보는 바와 같이 품질의 개념을 선험적 품질, 제품관점의 품질, 제조관점의 품질, 사용자 관점의 품질, 가치관점의 품질 등 다섯가지 관점을 제시하였다.

<표 2-10> 품질의 5가지 개념

구분	내용	특기사항
선험적 품질	정신도 물질도 아닌 독립적인 제3의 실체 절대적인 우수성으로서의 품질	선천적 장인의 우월성
제품관점의 품질	재화의 고유특성으로서의 품질 제품의 속성, 품질의 객관적 평가	제품의 유용성
제조관점의 품질	제품의 요구조건이나 시방과의 일치	생산자 입장
사용자 관점의 품질	고객의 요구와 욕구를 만족시키는 능력품질의 주관적 이해	개개인의 지각정도
가치관점의 품질	성능(특성)과 원가의 관계 (품질=성능/원가)	성능우수, 고품질

자료. D.A.Garvin, Managing Quality, 1988, 고재건, 「서비스품질경영론」, 제주대학교 출판부, 1999, p.24에서 재인용.

먼저 선험적 접근방법에 의하면 품질은 단지 경험을 통해서만 인지할 수 있는 분석 불가능한 개념이며, 제품 중심적 접근방법은 이와는 달리 품질을 분명하게 측정할 수 있는 변수로 간주하면서 품질상의 차이는 제품이 가진 혹은 요구되는 구성 성분이나 특성에 대한 함유량의 차이를 의미한다. 또한 품질은 보는 사람의 시각에 따라 다를 수 있으므로 소비자가 각기 다른 욕구와 필요를 가지며 그들의 필요와 욕구를 가장 잘 만족시키는 제품을 가장 좋은 품질을 가진 제품으로 간주하는 주관적 개념이 사용자 중심적 접근방법이며 반면, 공학적인 방법과 제조방법에 관한 것으로 공급자 지향적이고 주로 엔지니어링과 제조에 관심을 가지면 제조업자 중심적 접근방법이 된다. 한편 가치 중심적 접근방법은 성능과 가격을 대비해 봄으로써 품질을 실질적인 것으로 정의하고자 함으로써 좋은 제품은 만족스러운 가격에서 적합성을

제공하는 제품이라고 할 수 있다.

반면 파라슈라만(Parasuraman), 자이타블(Zeithaml), 베리(Berry)⁴⁴⁾는 소비자가 이렇게 지각한 서비스 품질의 개념을 서비스의 우수성과 관련한 전반적인 판단이나 태도로 정의하고 지각된 품질은 소비자의 지각과 기대 사이의 차이의 방향과 정도로서 나타난다고 함으로써 지각된 품질을 기대와 성과의 개념에 연결시키고 있다.

소비자들은 서비스질을 평가할 때에 한가지 차원에서 서비스질을 지각하기보다는 다차원적으로 평가하는데⁴⁵⁾, 파라슈라만⁴⁶⁾ 등은 신뢰성, 반응성, 보장성, 공감성, 유형성 등 다섯 가지 차원이 서비스 품질을 평가하는데 이용될 수 있다고 하였다.

결국 서비스의 질은 서비스의 특성, 소비자의 기대 그리고 평가기준의 복잡성 등 여러 가지 요소가 복합적으로 작용함으로써 그 개념을 하나로 정의하기란 곤란한 것이 사실이다. 그러나 많은 학자들이 파라슈라만 등의 연구결과를 수락하고 있는 이면에는 대체로 서비스를 이용하는 소비자들의 관점을 많은 부문에서 수용해주고 있기 때문에 본 연구에서도 그들의 서비스질 개념을 이용하였다.

파라슈라만⁴⁷⁾ 등은 서비스질에 영향을 주는 요인을 <표 2-11>에 나타난 바와 같이 10개 차원으로 구분하고 이들 차원이 서비스질에 영향을 준다고 하였다.

이 중 능력은 그렌루스가 구분한 기술적 차원에 속하며, 나머지는 대부분 기능적 차원에 속한다.⁴⁸⁾ 후에 이들은 실증분석을 통하여 중복되는 차원들, 즉, 의사소통, 신빙성, 안전성, 능력 및 예절이 설득성으로, 고객이해 및 접근성이 공감성으로 포함되어, 유형성, 신뢰성, 반응성 등과 함께 총 5가지로 축약하였다.

44) V.A.Zeithaml, L.L.Berry, and A.Parasuraman, "Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality," *Journal of Marketing Research*, 52(July 1988), p.16.

45) V A.Zeithaml, L.L.Berry, and A.Parasuraman, "Strategic Positioning on the Dimensions of Service Quality", in *Advances in Services Marketing and Management*, Vol.2 ed., T.A Swartz, D.E Bowen and S.W.Brown, Greenwich, Conn. JAI Press 1993, pp.207~228.

46) V A.Zeithaml, L.L.Berry, and A.Parasuraman, "SERVQUAL, A Multipleitem Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing* 64, (Spring 1988), pp.12~40.

47) V.A.Zeithaml, L.L.Berry, and A.Parasuraman, *op.cit.*, 1985, p.44.

48) 원석희, 전계서, pp.69~70.

<표 2-11> 고객이 서비스질을 평가하는 10가지 차원

서비스 차원	설명
신뢰성 (Reliability)	약속된 서비스를 정확하게 수행하는 능력
응답성/반응성 (Responsiveness)	직원의 서비스제공에 대한 의욕과 준비성
능력 (Competence)	서비스수행을 위해 필요한 기능과 지식의 보유
접근용이성 (Accesssibility)	서비스에 대한 접근가능성과 접촉용이성
예절 (Courtesy)	고객담당자의 정중, 존경, 사려, 친근감
의사소통 (Communication)	고객이 이해할수 있는 방법으로 정보를 제공하며, 고객의사를 경청
신용도 (Credibility)	서비스제공자의 진실성, 정직, 고객에 대한 최대의 이익제공 명심
안전성 (Security)	위험, 의심으로부터의 자유
고객이해 (Understanding the Customers)	고객과 그들의 욕구를 이해하려는 노력
유형성 (Tangibles)	서비스의 외형적 증거

자료 : V.A.Zeithaml, L.L.Berry, and A.Parasuraman, *op.cit.*, 1985, p.44.

제 2 절 고객만족의 결정요인

1. 고객만족 결정요인의 변천

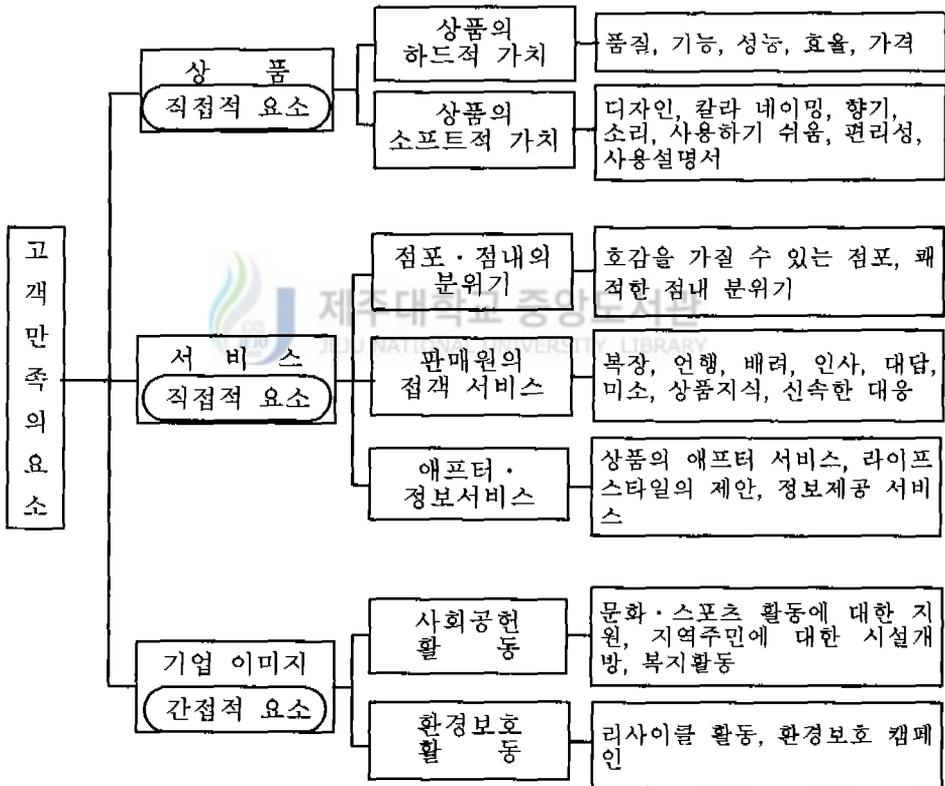
고객만족의 결정요인은 시대적으로 변천되어 왔는데 초기에는 상품의 하드적 가치관으로서의 품질·기능·가격 등의 비중이 크고, 상품의 품질이 좋고 가격이 싸면 그것으로 고객은 만족하였다. 그러나 풍요로운 시대가 되어 고객은 그것만으로는 만족하지 않고 상품의 소프트적 가치로서의 디자인과 사용감 등을 중시하는 경향을 띄어왔다. 또한 마음의 시대의 진전으로 상품 그 자체뿐만 아니라 구매시의 점포 분위기나 판매원의接客에도 관심을 갖게 됨으로써 차츰 서비스가 차지하는 비중이 높아지게 되었다. 따라서 기업으로서는 판매방법에도 세심한 주의를 기울이고 쾌적한 판매 방법을 취하지 않으면 고객의 만족을 얻을 수 없다.

그러나 최근에 와서는 상품의 질적인 측면에서는 각 기업간의 차이가 없어지면서 점차 고객만족의 비중이 상품에서 서비스로 옮겨지고 있는 경향이다. 또한 고객만족

도 조사의 항목도 이전에는 상품의 비율이 많았으나 최근에는 상품과 서비스가 거의 같은 비율을 차지하고 있다.

고객만족 결정요인의 직접적 요소는 상품과 서비스의 두 가지이지만 간접적인 요소로 앞으로 중시해야 할 것은 기업이미지이다. 기업이미지의 내용으로는 사회공헌 활동과 환경보호 활동 등을 들 수 있는데, 이들 활동을 적극적으로 함으로써 '사회와 환경의 문세에 진지하게 대응하는 기업'으로서의 이미지가 높아지고, 고객에게 좋은 인상을 주게 된다.

<그림 2-2> 고객만족의 주요 요소



자료 · KMAC CS 경영혁신센터, 「고객만족경영의 추진방법」, 平島康久, 21세기 북스, 1993, p.64.

2. 외부고객의 특성

고객만족의 결정요인에 관한 초기의 연구들은 주로 소비자의 인구통계학적 내지는 사회심리적 특성들을 중심으로 이루어졌다. 예를 들면, 피클(Pickle)과 브루스(Bruce)⁴⁹⁾는 나이와 교육정도를, 웨스트브룩(Westbrook)과 뉴만(Newman)⁵⁰⁾은 개인의 유능함을, 또 마손(Mason)과 히메스(Himes)⁵¹⁾는 가족 전체의 소득수준을 이용해 고객만족과 해당 변수와의 관계를 검토하였다. 이외에도 인종과 결혼상태가 고객만족과 관련이 있다는 연구도 제시되었다⁵²⁾. 그러나 고객만족과 이 인구통계적 변수 혹은 사회심리적 특성의 관계는 약한 것으로 밝혀졌다.

일반적으로 고객만족은 고객들의 기대에 대한 일치, 불일치와 같은 인지적 과정과 연속해서 제품성과의 판매후 평가에 초점을 맞추기도 하였다. 이런 연구들에서 기대와 일치, 불일치는 일관되게 제품성과의 평가에 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 또 다른 연구에 의하면, 기대의 증가는 제품성과의 평가에 호의적으로 만든다는 것이 밝혀졌다⁵³⁾. 그러나 고객만족에 대한 기대의 영향은 이렇게 단순하지만은 않다. 즉, 기대는 제품성과의 대한 지각을 상승시킬 뿐만 아니라 불일치의 상승확률도 높인다. 그러므로 기대의 효과는 고객만족에 대해 직접효과와 불일치를 통한 간접효과 모두를 함께 고려해야 한다. 이에 대한 주요이론을 정리하면 다음과 같다.

49) Hal B. Pickle and Robert Bruce, "Consumerism, Product Satisfaction/Dissatisfaction: An Empirical Investigation", *Southern of Business*, 7(Sep. 1972), pp.87~100.

50) Robert A. Westbrook, and Joseph W. Newman, "An Analysis of Shopper Dissatisfaction for Major Household Appliances", *Journal of Marketing Research*, 15(Aug), pp.456~466.

51) Joseph B. Mason and S. H. Himes, Jr., "An Exploratory Behavioral and Socioeconomic Profile of Consumer Action about Dissatisfaction with Selected Household Appliance", *Journal of Consumer Affairs*, 7(Winter 1973), pp.121~127.

52) Anita B. Pfaff, "An Index of Consumer Satisfaction", *Proceedings*, Iowa city, 1972, pp.713~737.

53) Anderson *Op.cit.*, 1973, pp.38~44.

Olshavsky and Miller *Op.cit.*, 1972, pp.19~21.

1) 대조이론(contrast theory)

대조이론은 “제품이나 서비스에 대한 기대가 실제성과 일치하지 않는 경우에 양자사이의 대조를 통해 소비자는 그 불일치를 과장하게 된다”고 가정한다⁵⁴⁾. 결과적으로 소비자들은 자신이 가지고 있던 기대가 현실과 일치되지 못하는 경우에 기대로부터 그들의 평가를 멀리 이탈시킨다는 것이다. 즉, 기대보다 지각된 제품성과가 커서 긍정적인 불일치가 발생한 경우, 소비자들은 제품성과를 더 크게 인식하고 반대로 긍정적인 불일치가 발생한 경우에는 제품성과를 더 작게 인식한다는 것이다.

코헨(Cohen)과 골드버그(Goldberg)⁵⁵⁾는 부정적인 불일치가 소비경험후 선호체계에 대한 부정적인 효과를 이끌어낸다고 밝혔다. 그러나 기대가 조작되지 않았고 불일치에 대한 규정도 없었다는 점이 한계로 지적되고 있다. 그렇기에 대조효과로 이해하는 데에도 문제가 제기될 수 있다. 게다가 긍정적인 불일치의 효과도 검토되지 않았다는 지적도 함께 받고 있다.

2) 동화-대조이론(assimilation-contrast theory)

동화-대조이론은 소비자의 지각에는 승인역과 기각역이 존재한다는 셰리프(Sherif)와 호프랜드(Hovland)⁵⁶⁾의 주장에 근거한다. 즉, 기대와 성과사이의 불일치가 작은 경우에는 채택영역에 위치하게 되어 소비자는 자신이 가지고 있던 기대에 제품 성과에 대한 평가를 동화시키게 되며, 반대로 기대와 제품성과 사이의 불일치가 커서 기각영역에 위치하게 되는 경우 대조효과가 발생하여 그 불일치를 과장해서 지각하게 된다는 것이다. 결국 기대수준이 높으면 높을수록 더 호의적인 평가가 유도된다는 주장이 나오게 된다.

54) Engel and Blackwell, *Consumer Behavior*, New York, 1982.

55) Joel B. Cohen and M. E. Goldberg, "The Dissonance Model in Post-Decison Product Evaluation", *Journal of Marketing Research*, 7(Aug 1970), pp.315~321.

56) M. Sherif and C. J. Hovland, *Social Judgement: Assimilation and Contrast Effects in Communion and Attitude, Change*, New Haven, 1961.

3) 부조화 이론(dissonance theory)

인지부조화이론에 따르면, 불일치된 기대는 부조화상태 즉 심리적인 불안정상태를 야기시킨다고 한다.⁵⁷⁾ 사람들은 서로 부조화된 두가지 생각을 제시받는 경우에 양자를 조화시켜자신의 정신적 불안감을 해소하려 한다. 그 경우, 제시된 두가지 생각중 하나 혹은 둘다 모두를 변화시킨다고 한다.

올센(Olson)과 도버(Dover)⁵⁸⁾는 제품속성에 대한 지각이 기대에 의해 영향을 받고 있다는 것을 발견하고 그 이론적 근거로 부조화이론을 인용했다

그러나 이 이론은 불이치가 과연 부조화상태를 끌어내는 지를 검토하기가 곤란하다는 단점을 지니고 있다. 부조화상태가 야기되기 위해서는 강력한 신념내지는 의지, 제품에 대해 공격적인 몰입상태, 명백한 불일치의 가능성, 그리고 불일치의 존재가 필요하다. 그렇지만 일반적인 실험의 상태에서 이 조건들을 만족시킬 수 있는 지는 의문이다. 또, 불일치의 존재가 부조화상태를 야기시키는 필요조건중 하나일 뿐이라는 것에도 주의해야 한다.

3. 서비스 접점



서비스 접점 만족과 서비스 질에 대한 주요초점은 이 주제들의 중요성과 복잡성에 있으며, 특히 고객만족은 직접적이고 즉각적으로 개별적인 서비스 접점을 관리하고 모니터링 하는데 달려있다고 많은 학자들이 제안하고 있다.⁵⁹⁾

특히 서비스질의 지각이 대부분 고객과 서비스 요원간의 접점에서 이루어지고⁶⁰⁾,

57) Leon, A. Festinger, *Theory of Cognitive Dissonance*, Stanford University Press, 1957.

58) Jerry C. Olson and Philip Dovor, "Effects of Expectation Creation and Disconfirmation of Belief Elements of Cognitive Structure" *Advances in Consumer Research*, 1976.

59) V.A.Zeithaml, L.L.Berry, and A.Parasuraman, *op.cit.*, 1985, pp.41~50.

G.L.Shostack, "Planning the Service Encounter", in *The Service Encounter*, John A Czepiel, eds., New York: Lexington Books, 1985, pp.243~254.

Michael R. Solomon, "Packaging the Service Provider", *Services Industries Journal*, 5(1), 1985, pp.64~71.

60) 고재건, "제공자중심의 서비스품질모형에 관한 연구", 제주대학교 산경논집 제13집, 1999, p.133.

서비스 접점이 고객만족에 중요한 역할을 함에 따라 이에 대한 의의 및 중요성도 검토할 필요가 있는 것이다.

수퍼난트(Surprenant)와 솔로몬(Solomon)⁶¹⁾은 서비스 접점이란 “고객과 서비스 제공자 사이의 상호작용”으로 정의하고 있다. 서비스 접점이란 용어를 이렇게 정의하는 것은 서비스 기업의 성과에 대한 대인관계적 요소에 초점을 맞추고 있는 것이다. 반면 쇼스택(Shostack)⁶²⁾은 “고객이 직접 서비스와 상호작용 하는 동안의 시간”으로 정의하고 있다 따라서 서비스 접점은 더 폭 넓은 정의를 가지고 있다. 즉, 이러한 정의는 서비스가 이루어지고 있는 동안 인적·물적 자원뿐만 아니라 기타 유형의 요소들을 포함하여 고객과 접촉하고 있는 서비스 업체의 모든 측면을 포함한다고 볼 수 있다.

서비스 산업이 경제에서 차지하는 비중이 계속 증가하고 있는 반면 서비스의 질은 계속해서 떨어지고 있다는 점은 바로 “서비스 접점” 또는 고객과 기업간의 상호작용이 일어나는 순간으로 표현되는 부분에 있어서의 질적 저하를 의미한다.

특히 접촉이 많은 서비스에 있어서 서비스 질을 단순히 서비스명세에 일치시키는 것으로 정의하는 것은 충분치 못한다, 이는 인간의 서비스접점이 완전하게 정의될 수 없기 때문이다.⁶³⁾

고객의 관점에서 보면 많은 경우 고객과 기업간의 상호작용이 바로 서비스로 인식되는 데도 불구하고 고객과 직접 접촉하는 종업원들은 고객을 이해하기 위한 훈련을 받지 않고 있을 뿐만 아니라 고객들이 효과적인 서비스로 인식되도록 하는데 필요한 자유나 재량권이 없는 경우가 많다. 특히 장애인서비스분야에서는 이점이 더욱 더 두드러지게 나타나는데, 그 이유는 장애인서비스의 이용자들이 고객으로서의 신분이 불투명하며, 서비스전달자들이 전문가집단이라는 사실 때문이다.

이러한 사실은 접점의 종업원들이 평균이하의 임금을 받고 훈련도 제대로 받지

61) Carol F. Surprenant, & Michael R Solomon, "Predictability And Personalization In The Service Encounter", *Journal of Marketing*, Vol.51(April 1987), pp.73~80.

62) G.L.Shostack, "Planning the Service Encounter", in *The Service Encounter*, John A. Czepiel, eds., New York: Lexington Books, 1985, pp.243~254.

63) R.B.Chase and D.A.Tansik, "The Customer Contact Model for Organization Design", *Management Science* 29 (1983), pp.1037~1050.

못했다는 사실에서 낮은 수준의 동기부여, 직무 불만족, 높은 이직률로 인해 불만족한 상황을 고객에게 유발하게 된다. 이러한 상황을 해결하기 위해 종업원들이 마케팅에서 차지하는 역할을 인식해야 한다. 기업들이 서비스 접점을 관리하는 것은 종업원들이 단순히 친절해야만 한다거나 신속하게 일을 처리한다는 그 이상의 어떤 것을 의미한다. 즉, 서비스 접점의 효과적인 관리는 극히 만족스러운 서비스 접점과 불만족스러운 서비스 접점을 만들어 낼 수 있는 종업원들의 복잡한 행동을 이해하고 종업원들이 이러한 행동을 하도록 유도하기 위한 훈련을 실시, 동기부여 및 보상제공 등 일련의 과정이 관련되는 것이다.⁶⁴⁾

이상의 결과를 볼 때, 서비스 접점의 핵심은 기본적으로 서비스가 과정임을 바탕으로 하며, 고객과 종업원의 상호작용을 전제로 하는 것을 알 수 있지만 장애인서비스에 있어서 고객은 복지기관의 종사자와 함께 작용하는 대상에 가깝다고 볼 수 있다. 특히 서비스접점에서 고객은 종업원의 친절한 행동을 긍정적으로 지각하면, 적극적으로 참여⁶⁵⁾하게 되므로, 종사자의 역할이 더욱 신중해질 필요가 있다.

서비스 접점의 중요성 인식은 특히 제공되는 서비스 전체의 내용물의 특성은 고객과 서비스제공자와의 상호작용으로 볼 수 있으므로 재화와 서비스가 동시에 전달되는 상황에서의 서비스 제공자와 고객간의 접촉은 판매자와 구매자 사이의 상호작용이 유형적 요소인 재화의 특성에 초점을 두어 종종 그 중요성이 인식되지 않아서 제품 그 자체에 소비자들의 인식이 모아지기도 한다. 재화의 교환이 거의 이루어지지 않는 순수 서비스에 가까운 상황에서는 서비스 질이 측정되기가 더욱 곤란하며 소비자의 만족과 반복적인 충성심은 개인과 서비스 기업간의 상호작용이 유일한 결정요소이다.

서비스 접점은 그 자체가 서비스 마케팅의 넓은 분야에서 핵심적인 역할을 하고 있는데, 이는 서비스 차별화, 품질측정/관리, 서비스 전달, 그리고 소비자 만족에 영향을 미칠 수 있는데 이것은 서비스 전달물의 중심은 서비스 접점에 그 초점을 맞출 수 있기 때문이다. 서비스 접점에 대해 솔로몬(Solomon), 스프레넌트(Suprenant), 카

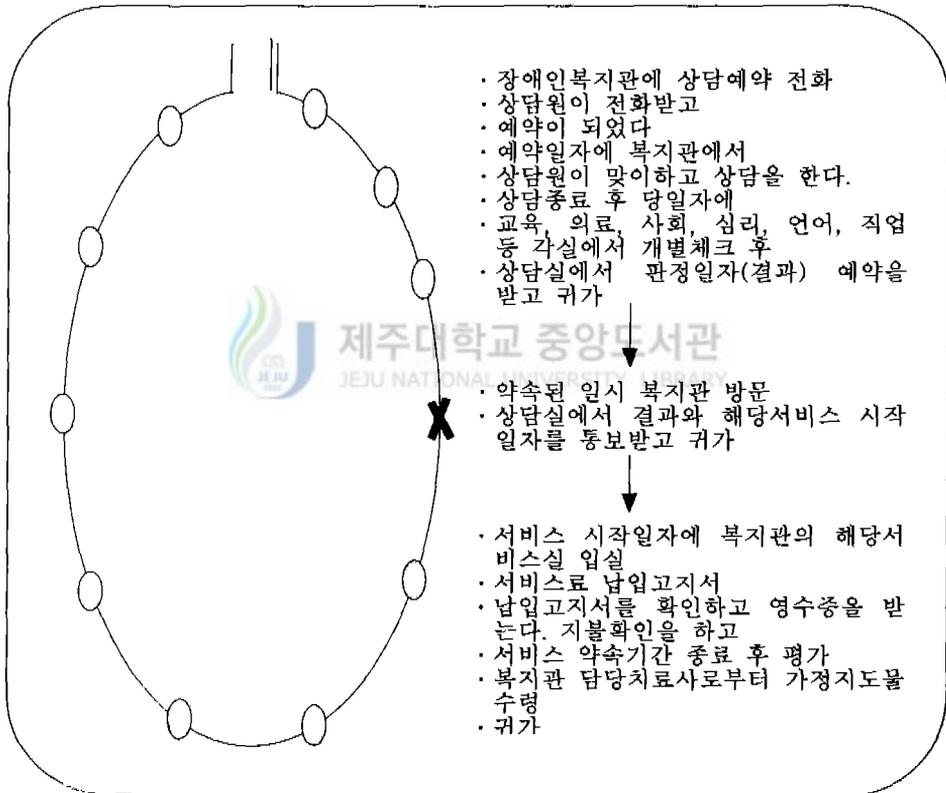
64) Mary Jo Bitner, B. H. Booms & Mary Stanfield Tetreault, "The Service Encounter Diagnosing Favorable & Unfavorable Incident", *Journal Of Marketing*, 54(Jan. 1990), pp 71~72.

65) 백운배, "서비스접점에서의 고객참여에 관한 연구", 대구대학교 대학원 박사학위논문, 1997, p.94.

제펠(Czepiel), 커트만(Cuttman) 등⁶⁶⁾은 서비스 제공기업이 고객의 만족뿐만 아니라 서비스 전달 및 품질관리 등에 영향을 미칠 수 있는 과정이므로<그림 2-3> 서비스 마케팅에 있어서 주요한 위치를 점하고 있다고 그 중요성을 강조하고 있다.

즉, 장애인서비스에 있어서도 서비스제공자와 고객으로써의 장애인이 서비스가 전달되는 동안 상담예약전화, 상담, 상담에 따른 교육, 의료 등의 확인, 해당서비스의 시작, 서비스요금의 납부 및 지불확인, 서비스종료후의 평가 등 다양한 접점을 경험하게 된다.

<그림 2-3> 장애인서비스에 있어 진실의 순간 서클의 개념도



자료 : 히라시마 야스히사, 「고객만족 경영의 추진방법」, 21세기북스, 1993, p.71에서
수정

66) Michael R. Solomon, Carol Surprenant, John A. Czepiel, And Evelyn G. Guttman, "A Role Theory Perspective On Dyadic Interactions: The Service Encounter", *Journal of Marketing*, Vol.49, (Winter 1985), pp.99~111.

앞서 언급한 바와 같이 쇼스택은 서비스 접점을 고객과 기업사이의 대인적 상호작용에만 국한시키지 않고 사실상 사람들 사이의 상호작용 요소가 전혀 없어도 서비스 접점이 발생할 수 있다는 것을 주장하며 다음과 같은 서비스 접점의 특징과 분류 방법을 제시하였다⁶⁷⁾.

첫 번째 특징은 서비스의 접점은 다양한 형태를 취하며 항상 한가지 또는 그 이상의 감각으로 경험된다는 것이다. 즉, 서비스 접점은 이해단계와 관련된 감각들을 분리함으로써 그 서비스에 대한 정의나 묘사가 가능할 수 있다는 것을 나타낸다.

두 번째는 서비스 접점은 전체 서비스에 고객이 노출되는 경우와 그렇지 않은 경우가 모두 가능하다는 것이다. 더욱이 서비스의 접점 그 자체만으로도 어떤 서비스의 한 부분이 될 수 있다. 이는 서비스 접점은 고객들이 보이지 않는 서비스의 일부를 추론할 수 있는 단서를 제공하는 역할도 한다는 것이다.

세 번째는 이러한 서비스 접점이 반드시 구매상황에서만 일어나는 것이 아니라는 점이다. 즉 보험상품과 같이 구매를 먼저 한 후에 서비스를 접하는 경우도 많다는 것이다.

네 번째로 서비스 접점은 다른 인적 요소(고객, 종업원)와 직접적으로 관련되지 않을 수도 있다. 대부분의 서비스가 인적 요소를 포함하고 있는 것은 사실이지만 정보 혹은 기술의 발전으로 인해 인간적인 접촉을 최소화하여 효율을 도모하는 서비스 접점도 증가하고 있다. 은행의 현금지급기(ATM)나 소매업의 DM 등이 그 예이다.

결론적으로 서비스 접점의 특성은 인간의 감각을 통해 이해되는 비가시적인 요소가 포함된 인적/ 비인적 상호작용의 장이라고 할 수 있으며, 서비스 접점은 서비스가 일어나는 그 순간부터 고객이 서비스에서 멀어지는 순간까지에서 일어나는 모든 상황 즉, 서비스 물리적 환경, 서비스의 내용, 서비스를 제공하는 사람, 서비스를 받는 사람 등을 포괄하는 개념이라고 할 수 있다. 그러므로 서비스 접점의 관리는 서비스 과정 그 자체에 대한 관리라는 말로 대체시킬 수 있으며 이에 따라 서비스는 총체적인 계획 및 디자인이 중요한 요소로 부각된다.

67) G.L.Shostack, *op.cit*, pp.243~254.

4. 서비스 관리시스템과 내부마케팅

1) 서비스 관리시스템의 구성요소

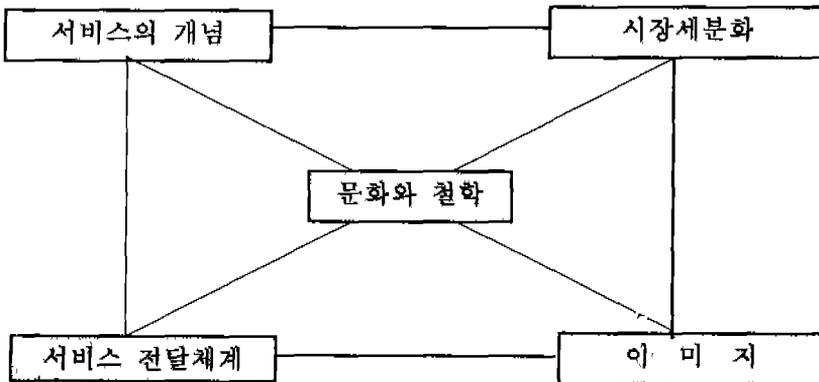
서비스 기업이 대규모로 발전하게 될 수 있었던 이유중의 하나는 서비스 재생방법의 개선 때문이다. 즉 서비스 생산을 산업화하려면 서비스 시스템을 반복적으로 재생할 수가 있어야 한다. 그러려면 서비스 시스템의 핵심적 요소를 파악하고 이런 요소들을 효과적으로 통제하고 재창조할 방법을 설계하는 것이 무엇보다 중요하다.

너무 복잡하고 불분명한 서비스 시스템은 재생할 수가 없고 또 특별한 문화적 혹은 환경특성에 크게 의존하는 서비스 시스템도 재생하기가 힘들다. 따라서 서비스 시스템은 복잡하더라도 기복적인 구조로 분할·분석될 수 있어야 한다.

서비스업에서의 핵심적인 성공 결정 요소를 발견하여 이들이 조직문화와 관리에 반영되도록 한다면 그런 서비스 시스템은 장기에 걸쳐 재생되며 체계적인 유지가 가능해진다. <그림 2-4>에 나타난 바와 같이 서비스 관리시스템은 세분시장, 고객에게 제공된 편익인 서비스개념, 서비스 전달체계, 이미지, 문화와 철학의 다섯 개의 요소로 구성된다.



<그림 2-4> 서비스 관리시스템



자료 : Richard Norman, *Service Management*, John Wiley & Sons, 1991, p.83.

2) 세분시장

전체 서비스 시스템이 지향하는 특정고객층을 말한다.

(1) 고객에게 제공된 편익인 서비스 개념

이는 분석하기 힘든 여러 가지 가치로 구성된다. 생리적 혹은 감정적 편익/핵심적 혹은 주변적 서비스/측정가능한 것과 측정불가능한 서비스 등이 있다.

(2) 서비스 전달체계

제조업의 생산 및 유통시스템과 유사한 서비스 전달체계는 종업원, 고객, 그리고 기술과 물적 자원이라는 하위구성요소를 갖고 있다.

(3) 이미지

서비스 이미지의 중요성은 정상화이론의 창시자인 울펜스버저(Wolfensberger)⁶⁸⁾에 의해 갈파된 바와 같이 고객, 종업원, 경영자 및 기타 자원보유자에게 영향을 미치는 정보도구이다.

이미지는 사람들이 어떤 개인이나 집단에 대해 마음속에 가지는 심상이며, 실체의 반영이고, 실체에 관한 정보를 나르는 운반자이다. 또한 이미지는 어떤 특정 대상에 대하여 사람들의 의식 속에 형성된 정신적 그림(mental picture)이라고 할 수 있다. 이러한 이미지는 그 속성상 이성적이라기 보다는 감성적인 면이 강하다. 따라서 대중들에게 어떤 이미지를 구축하기 위해서는 대중의 감정구조(emotional structure)에 효과적으로 호소할 수 있는 메시지가 필요하며 긍정적인 이미지의 구축을 위해서는 이미지 대상의 긍정적인 면을 크게 부각시키고 부정적인 면은 가급적 억제하는 기술이 요구된다.

부정적인 표찰은 지역사회외 한 일원으로 참여하기를 갈망하는 장애인에게 낙인이 붙여지고 이 낙인들로 인해 고립되고 소외된 곳에서 머무르게 하거나 점점

68) W.Wolfensberger, A Brief Introduction to Social Role Valorization, 2nd ed., Syracuse: N.Y: 1992.

되보하게 만들어 버리는 역할을 한다. 장애인에 대한 이미지는 관련종사자를 포함해서 국민대중 전체의 상호신뢰와 이해의 공통기반을 이룩하는데 필수적인 것이다. 장애인 당사자들에게만 이해와 신뢰를 받는다면 장애인서비스의 궁극적인 목표 즉, 사회통합을 이룩하는데 지장을 받게 된다. 그러므로 장애인에 대한 긍정적인 이미지는 대중의 일상생활 속에서 지속적으로 구축해 나갈 필요가 있다.

이미지 연상은 거의 무의식으로 만들어지지만 개인의 역할 기대나 사회적 가치 평가에 강한 영향을 미친다. 실제로 가치절하를 받고 있는 특정 사람들에 대한 많은 이미지는 세대를 거쳐 전승되어왔기 때문에 부정적인 이미지에서 긍정적인 이미지로 개선이 필요하다.

(4) 문화와 철학

서비스기업이 창출하는 가치와 기질의 전반적인 원리를 말한다.

3) 내부마케팅의 관리구조

외부 마케팅(External Marketing)에서 기업은 기업외부 고객인 소비자를 대상으로 그들의 욕구를 충족시킬 수 있는 제품이나 서비스를 제공하고, 그 대가로 소비자들로부터 화폐적 가치를 받는다. 커뮤니케이션은 주로 기업과 소비자 사이에 이루어지며 마케팅의 목표는 소비자를 만족시키는 것이다. 고객이 종업원과 접촉하는 순간적인 시점에 고객에게 제공하는 서비스를 효율적으로 계획하고 실행하는 것을 고객 접점 마케팅이라 한다(Encounter Marketing). 고객접점 마케팅에서는 기업외부 고객인 소비자를 대상으로 서비스를 제공하고 기업은 이에 대한 대가를 받는다. 커뮤니케이션은 종업원과 소비자간에 이루어지며 소비자에게 양질의 서비스를 제공하여 고객을 만족시키는 것이 고객 접점 마케팅의 목표가 된다. 이에 반해 내부 마케팅은(Internal Marketing)은 기업내부 고객인 종업원을 대상으로 한다. 기업은 직무(일)에 대한 보상물(임금 및 기타 복리 후생)을 종업원들에게 제공하고 종업원은 이의 대가로 자신의 노동력을 제공한다. 내부 마케팅을 통해 기업은 종업원과 원활한 커뮤니케이션 하기를 원하며 종업원의 고객 지향적 사고를 확립하고 최종적으로 고객을 만

족시키는 것을 목적으로 한다.

(1) 내부마케팅의 정의와 목적

이유재는 내부마케팅이란 기업내부의 종업원을 최초의 고객 또는 일차적 시장으로 보고 그들에게 서비스 마음이나 고객지향적 사고를 심어주는 또 다른 형태의 마케팅활동이라 정의하였다⁶⁹⁾.

또한 안광호는 고객에게 충분히 봉사할 수 있는 능력을 갖춘 종업원을 선발하고 교육, 훈련시키고, 동기를 부여하는 활동⁷⁰⁾으로, 베리와 파라슈라만은 자신의 욕구를 만족시키는 직무환경을 통하여 자격을 갖춘 종업원을 선발, 개발, 동기 부여시키고 유지하는 활동⁷¹⁾이라 정의하였으며, 코틀러와 암스트롱(Amstrong)은 서비스 기업이 고객과 접촉하는 종업원뿐만 아니라 모든 지원 서비스 요원들이 고객에게 만족을 제공할 수 있는 협력관계를 유지하도록 효과적으로 교육 및 동기부여하는 활동⁷²⁾이라고 정의하였다.

원래 내부마케팅은 종업원들에게 새로운 제품이나 서비스를 도입하거나 새로운 마케팅활동을 시작했을 때 이들이 이런 내용을 충분히 이해하거나 수용하지 못한 것을 해결해주기 위해서 나온 측면도 강하다. 내부마케팅의 목적은 다음과 같이 요약할 수 있다.

- ① 종업원에 대한 동기부여, 고객지향과 서비스 의식이 있는 종업원의 개발.
- ② 기업의 사명, 전략, 서비스제품, 광고캠페인 등을 종업원에게 이해·수용시켜 종업원의 참가를 촉진하고 우수한 업무를 수행하게 한다.
- ③ 유능한 종업원을 모집하고 확보한다.

69) 이유재, 상계서, p.383.

70) 안광호 외, 「마케팅 : 시장전략적 접근」, 법문사, 1994.

71) L.L.Berry & A.Parasuraman, Marketing Services: Competing through Quality, New York, The Free Press. 1991, p.55.

72) Philip Kotler, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*, 7th ed. Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall, Inc. 1998.

(2) 내부마케팅의 역할

서비스 기업이 종업원지향 및 고객지향을 실현하려면 여러 기업의 내부활동이 통합적으로 구축되어야 한다. 이런 관점에서 내부마케팅의 역할은 다음과 같다.

① 조직내에서 서비스 문화의 창조와 유지

종업원이 서비스 마인드를 갖고 고객우선주의로 행동하게 하려면 그리고 다른 구성원들이接客원을 지원하게 하려면 서비스 문화의 구축이 필요하다. 강력한 서비스 문화를 확립한 기업은 권한이나 가치관, 규범이 모두 고객만족을 목적으로 이뤄지고 시행된다. 그러한 서비스 문화를 창조 유지하는데 있어 내부마케팅은 유효한 수단이 된다. 내부고객지향과 서비스 지향적인 서비스 생산어프로우치는 고객이 지각하는 정서적 품질을 높혀줄 뿐만 아니라 기능적 품질의 향상도 지원해 준다.

강력한 서비스 문화의 구축에 있어 마케팅부서가 주도적 리더쉽을 발휘해야 한다. 여러 내부활동을 고객지향과 내부지향으로 통합시키고 종업원들이 적극 참가하고 자기개발을 도모할 수 있게 조직을 탄력적으로 만들어야 한다.



② 서비스 품질의 향상과 유지

고품질의 서비스를 달성하여 유지하려면接客원의 태도와 그들의 기능수행이 절대 요구된다.接客원의 능력발휘에 있어 내부마케팅의 역할은 두 가지로 정리된다.

첫째, 종업원의 만족을 목표로 하는 내부제품(직무와 직무환경)을 제공하려면 동기부여를 높혀야 한다. 둘째,接客원이 고객의식을 갖고 고객에게 최상의 서비스를 제공하도록 개발하고 다른 부서가接客원을 지원할 수 있도록 내부서비스 체제를 갖춰야 한다. 내부서비스는 고객과 직접 접촉하여 서비스를 생산 배달하는接客원에게 서비스를 제공하는 것을 말한다. 이것은 서비스 조직내 업무를 향상시키는 동기으로써 의의가 있다.

현장의接客원이 최대로 그 역할을 발휘하게 하려면 문화, 조직, 리더쉽이라는 세 가지가 상승적으로 작용해야 한다. 중간관리자나 지원종업원과 현장接客원이 상호 협력하고 지원해 주어야 서로 자기임무를 원활히 수행할 수 있기 때문이다. 이는 연

극에서 배우가 아무리 연기를 잘 해도 무대장치, 조명, 음악, 의상 등과 같이 뒤에서 지원해 주는 스태프가 없으면 좋은 연극이 될 수 없는 것과 마찬가지로이다. 전구성원이接客원을 중심으로 공동운명체의 인식을 갖고 있어야 한다.

③ 조직적 통합

내부마케팅이 제대로 실천되려면 최고경영자의 지원과 내부활동의 통합이 필요하다. 실제로 조직 최고의 목적은 제일선에서 고객과 접촉하는接客원들을 지원하여 그들이 창조력과 열의를 갖고 일할 수 있게 만드는 것이다. 중간관리자는 협조성과 쌍방의 의사소통이 잘 되게 하고 필요한 것을 지원하는 책임이 있다. 제품에서는 마케팅의 전략과 전술이 전문스텝에 의해서 수립되지만 서비스에서는 전략은 전문스텝이 짜지만 전술적인 것은接客원에게 위임된다. 이러한 분리적 구상은接客원의 적극적인 참가와 창조성을 고취하고 열린 쌍방커뮤니케이션을 촉진하기 위해서이다. 서비스에서는 현장중시의 서비스 조직 즉, 역피라미트조직의 발상이 그래서 필요한 것이다.

서비스 기업의 서비스 질은 종업원의 숙련, 태도 등에 의해 크게 좌우되는 만큼 양질의 서비스 창출은 우수한 고객의 모집, 선발, 훈련, 동기부여와 밀접한 관계를 맺고 있다. 내부마케팅을 위한 서비스 기업의 활동에서 특히 마케팅조사, 시장세분화, 제품차별화, 커뮤니케이션 프로그램 등이 내부마케팅과 크게 관련되어 있다.

그랜루스는 내부마케팅은 전략적 측면과 전술적 측면에서 실천이 가능하다고 주장하면서 먼저 전략적 측면에서는 종업원간의 고객의식, 판매의식을 불러일으킬 내부환경을 조성하는 것이 중요하다고 했다. 전술적인 측면에서는 종업원에게 생산자원으로써 뿐만 아니라 마케팅자원으로써 그들 역할의 중요성을 인식시키는 것이 중요하다고 했다. 직무마케팅관리, 태도관리, 커뮤니케이션관리, 조직적 통합관리가 내부마케팅에서 제대로 이루어져야 고객지향과 서비스 지향적인 종업원이 확보될 수 있고 그런 관리가 서비스 관리자의 책임이 된다.

내부마케팅 관리구조 및 과제는 기업의 사명, 경영방법, 고객관계, 서비스 문화수준, 종업원의 직무환경에의 욕구 등에 따라 다르지만 대개 아래와 같이 요약된다.

④ 내부마케팅 관리구조 및 과제

㉞ 직무마케팅 관리

직무판매(job selling)는 내부마케팅의 핵심개념이다. 종업원을 대상으로 직무를 판매한다고 보면 된다. 외부고객의 욕구에 부응하는 제품이나 서비스를 제공하려면 계획이 필요한 것처럼 내부고객인 종업원의 욕구를 충족시킬 내부제품(직무와 직무환경)을 만들어 파는 일이다. 종업원이 매력을 느낄 수 있게 내부제품을 설계하고 이를 수용하게 만드는 일이 직무마케팅이다.

내부제품은 고객지향으로 종업원이 사고하고 행동할 수 있는 매력적인 직무나 동기를 부여할 수 있는 직무환경을 말한다. 여기에는 여러 가지 관리방법, 인사정책, 직무자체의 성격, 계획 및 실행과정 등이 다 포함된다.

㉟ 태도관리(서비스 문화관리)

종업원 특히接客원의 태도는 서비스질에 큰 영향을 미친다. 그래서 종업원의 태도관리는 높은 서비스질을 위해서 매우 중요한 것이다.接客원의 서비스마인드와接客태도는 강력한 차별화 수단이 된다. 그러나接客원의 태도는 표준화, 규격화가 힘들어 서비스 문화관리가 중요한 것이다. 개개 종업원에 있어 행동의 기준을 나타내는 기업문화가 있어야 서비스의 질관리가 가능하다. 서비스 문화의 창조 유지에는 내부마케팅이 유력한 수단이다. 조직내에 강력한 서비스 문화를 구축하기 위해서는 쌍방향 커뮤니케이션의 확립, 의사결정의 참가제, 교육 훈련 등 내부활동의 통합이 필요하다. 그런 것을 위해 경영자의 리더쉽의 발휘가 기대된다.

㊱ 커뮤니케이션 관리

종업원은 업무수행을 위해 다양한 정보를 필요로 한다. 경영자는接客원, 지원부서의 일을 이해하고 종업원은 제품, 서비스, 광고, 판매원에 대한 정보를 필요로 한다. 또 자신의 요구나 서비스 수행에 관한 것, 고객의견 등을 상급자나 다른 부서 사람에게 전달할 필요도 있다. 커뮤니케이션 관리는 커뮤니케이션 활동 전체의 통합적 관리틀 의미한다. 개인매체(직접우편, 전화, 비디오), 사내보, 팸프렛, 소책

자 등 다양한 수단을 계획적으로 개발하여 통합시킨다. Berry가 지적했듯이 종업원은 광고에서 제2의 청중이며 외부를 향한 커뮤니케이션은 종업원에게 큰 영향을 미친다. 고객에게 영향을 미칠 서비스, 광고, 기타 활동이 종업원에게 먼저 알려져야 한다. 종업원이 광고내용이나 특별활동내용을 모르고 있으면 고객의식이나 판매의식이 생길 수가 없기 때문이다.

특히 내부마케팅의 관리에서 최고경영층의 의식이 고객지향적인 것이 매우 중요하다. 이들의 관리운영 스타일이 종업원의 고객의식을 고취할 수 있어야 하고 이들 자체가 서비스를 철저히 이해하고 있어야 강력한 리더십을 발휘할 수가 있는 것이다. 그리고 서비스 배달시스템에서 주체인 종업원(특히 접객원)이 서비스를 창출할 때 창의력을 최대한 발휘할 수 있도록 기업내부의 모든 활동이 통합적인 지원체제를 갖춰야 한다. 이런 상황에서만이 종업원의 욕구가 충족될 수 있는 직무와 직무환경이 창출될 수 있기 때문이다. 또 종업원에 대한 교육, 훈련, 신서비스와 미래활동에 대한 이해와 수용을 높이기 위해 종업원이 계획과정에 적극 참여해야 한다. 그래야 열의를 갖고 일하며 책임의식이 생긴다.



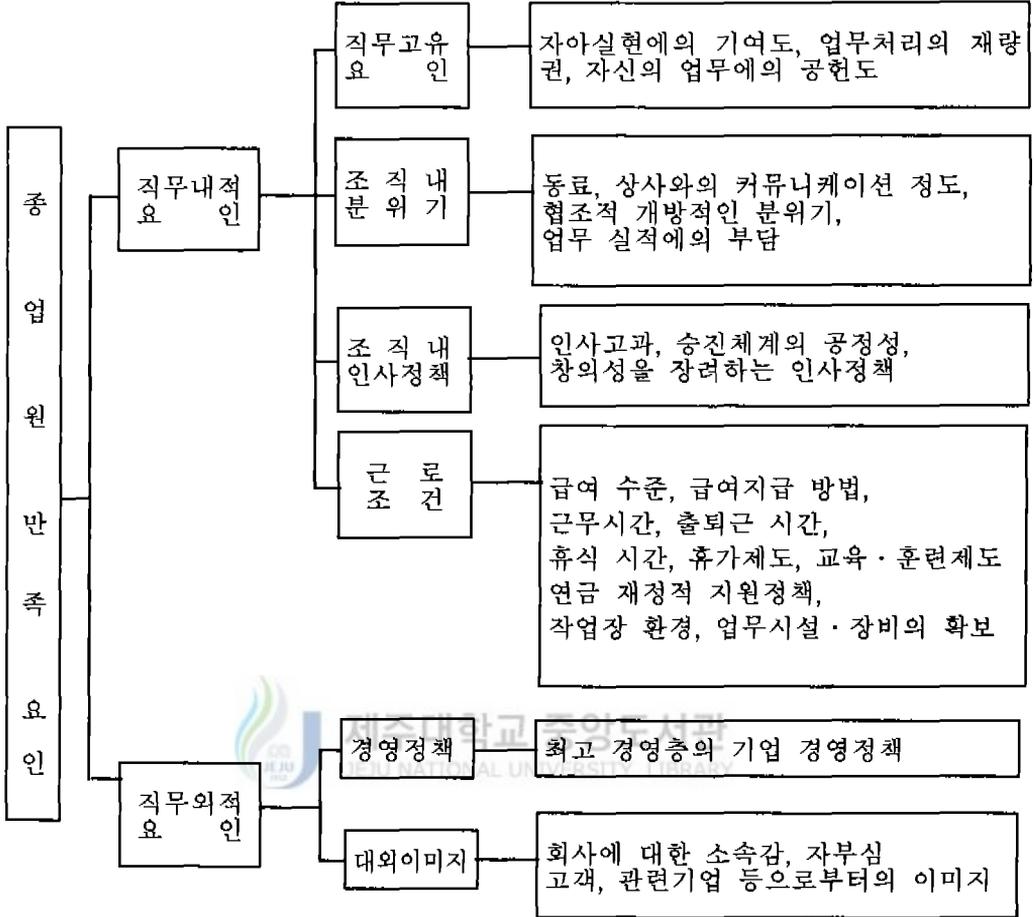
4) 종업원 만족의 결정요인

종업원 만족요인은 근로조건, 조직 분위기, 일에 대한 애착, 자아실현 가능성, 조직내 인간관계, 교육훈련, 재정적지원 등 다양하다.⁷³⁾ 특히 장애인서비스 시설의 종사자에 대한 급여수준, 근무시간, 교육·훈련제도, 작업장 환경 등 근로조건은 종업원들의 직무만족과 직간접적으로 관련되고, 이것이 서비스질 창출에 영향을 미칠수 있기 때문에 중요하지만, 장애인복지관의 이런 분야의 수준은 매우 열악한 편임을 감안하면, 서비스질 향상을 위해서는 이러한 전제조건이 사전에 충족되어야 하는 것은 당연하다고 볼 수 있다.

이유재 교수의 기준에 의해 정리해 보면 <그림 2-5>와 같다.

73) 이유재, 전게서, p.396.

<그림 2-5> 종업원 만족의 구성요인



자료 : 이유재, 「서비스마케팅」, 1994, 박치민, "고객만족과 종업원 만족이 은행생산성에 미치는 영향에 관한 연구", 서울대대학원 석사학위논문, 1996, p.25.에서 재인용.

5. 협력고객의 지원수준

장애인서비스 시설을 둘러싸고 있는 환경은 그 범위에 따라 시설내부에 존재하는 환경과 외부에 존재하는 환경이 있다고 볼 수 있다. 일반적으로 장애인서비스 시설에서 고객만족이 이루어지기 위해서는 고객만족에 관여하는 내부고객과 협력고객간의 역할이 중요한 요인이다. 특히 장애인서비스에 있어 이 분야에 관한 선행연구는

구체적으로 이루어지지 못하고 있지만 협력고객인 정부는 장애인서비스 시설에 대한 예산, 시책, 법령 및 지도·감독 그리고 법정 직원수의 선정, 전문가의 양성 등 장애인 시설에 직접적으로 영향을 끼친다. 그러므로 장애인서비스 정책에 장애인을 고객의 개념으로 인식하고 고객만족을 위한 TQM도입 등 고객만족 결정요인들을 장애인 서비스 관련기관의 지원수준을 결정하는 평가요소가 될 때 장애인서비스 제공기관의 고객만족 지향적 경영에 매우 도움이 될 것이다.

제 3 절 고객만족의 측정과 평가모형

1. 서비스질의 측정

파라슈라만 등의 연구에서 서비스 질은 고객이 기대하고 있는 서비스와 실제로 지각한 서비스의 차이에 의해 결정된다고 주장하였다. 여기서 기대 서비스와 지각된 서비스에 영향을 주는 요소들은 서비스 기업의 관리 및 통제 측면에서 볼 때 기대서비스에 영향을 주는 요소 중기업의 약속만이 통제가능하며, 개인적 욕구, 과거의 경험, 전통과 사상, 구전 및 커뮤니케이션 등은 소비자 각자의 개인적인 차원의 요인들이기 때문에 통제하기 힘든 요소들이다. 반면에 지각된 서비스에 영향을 주는 요소 중 물리적, 본원적 효용자원 및 대 고객 접촉요원, 참여고객은 통제가 가능한 요소들이다.

따라서 서비스 기업은 통제 불가능한 요소들의 영향을 받는 소비자들의 기대서비스에 대한 관리보다는 통제 가능한 지각된 서비스 품질을 관리하여 그 수준을 높이는 데 주력해야 할 것이다. 또한 서비스 품질을 대상으로 하는 대부분의 연구들은 통제 가능한 요소인 지각된 서비스 영향요소들을 대상으로 한다.

고텐루스는 고객에 의해 지각되는 서비스 품질은 기대서비스와 지각된 서비스의 두 가지 구성요소에 의해 결정된다고 주장⁷⁴⁾하고 있는 반면, 파라슈라만 등은 4가지의 상이한 형태의 서비스를 제공받고 있는 고객들을 상대로 하여 조사한 결과, 서비

74) C. Gronroos, " A Service Quality Model and It's Marketing Implications," *European Journal of Marketing*, No.4, 1984, p.36.

스 업종에 관계없이 서비스 품질을 평가할 때 사용하는 일반적 기준이 있음을 밝혀 내고 이러한 기준들을 “서비스질의 결정요인(Service quality determinants)”로 명명하였다.⁷⁵⁾

이러한 모형에 의하면 고객은 기대서비스와 지각된 서비스의 비교를 통해 서비스 품질을 평가하며 서비스 품질의 결정요인이 기대 서비스와 지각된 서비스에 영향을 미침을 알 수 있다. 지각된 서비스 품질은 기본적으로 기대 서비스와 지각된 서비스에 의해 결정된다. 따라서 이 두 기본 요소에 영향을 미치는 구체적인 요소를 분석해야 한다.

루이슨(Lewisson)에 의하면, 기대 서비스는 서비스 기업이 제공할 것으로 고객이 기대하는 것으로서⁷⁶⁾, 그 충족 정도에 따라 서비스 품질 수준이 결정되므로 기대 서비스는 사용자 중심적 관점에서 볼 때 또 하나의 서비스 품질 기준이 된다.

기대 서비스에 영향을 미치는 요소는 개인의 과거경험, 상표, 상징적 요소 등의 제품자체, 상황적 요소, 개인적 특성, 촉진활동, 타인의 경험 등 다양하게 거론되고 있는데, 파라슈라만 등은 구전 커뮤니케이션, 개인적 욕구, 과거경험 등⁷⁷⁾을, 그랜루스는 이러한 기대 서비스에 영향을 미치는 요소로 기업 측의 약속, 전통과 사상, 과거의 경험, 구전 커뮤니케이션, 개인적 욕구 등⁷⁸⁾을 그 영향요소로 주장하고 있는 바와 같이 대체적으로 기대서비스는 서비스이용자의 여러 가지 복합적 경험과 관련되어 있다.

지각된 서비스란 서비스 기업이 수행한 서비스에 대하여 고객이 인식한 결과이다 스완(Swan)과 콤(Comb)은 제품과 관련하여 지각된 성과를 도구적 성과(Instrumental performance)와 표현적 성과(Expressive performance)로 구분하였다.⁷⁹⁾ 제품의 도구적 성과는 제품의 본원적 효용을 말하는데 이것을 서비스에 적용

75) A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, & L. L. Berry, "SERVQUAL : A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing*, Vol.64, No.1, 1985, pp.41~50.

76) D. M. Lewisson, *Essentials of Retailing*, Merril Publishing Company, Columbus, Ohio, 1989, p.344.

77) A.Parasuraman, *op cit.*, 1985, pp.41~50.

78) C.Gronroos, "An Applied Service Marketing Theory," *European Journal of Marketing*, Vol.16. No.17, 1982, p.36.

시켜 보면 서비스 생산과정이 끝났을 때 고객에게 남는 본원적 효용 결과를 뜻하게 된다. 표현적 성과는 심리적인 면과 관계 있는 것으로 이것을 서비스에 적용시키면 서비스의 생산과정에서 고객과 기업의 여러 자원, 활동과의 상호작용과 관련되는 것이다. 따라서 기업이 고객에게 제공한 서비스에 대한 지각은 고객에게 제공된 산출의 결과일 뿐만 아니라 서비스가 제공되는 방법에도 영향을 미치는 요소로 기업의 물질적·본원적 효용자원, 대고객 접촉요원, 참여고객의 세 가지를 들고 있다.⁸⁰⁾ 그것을 운용하는 지식이나 기술이라 할 수 있다. 또한 대고객 접촉요원의 행동이나 태도에 따라서, 그리고 참여고객의 특성에 따라서도 고객은 제공받는 서비스를 다르게 지각할 것이다.

2. 고객만족의 측정모형

1) SERVQUAL 모형

서비스 질의 다양한 측면에 대한 고객만족을 측정하기 위해 파라슈라만 등은 SERVQUAL이라는 모형을 개발하여 서비스 품질을 '기대-성과'로 평가⁸¹⁾하고자 했는데, 이 모형은 설문지를 통해 응답자들이 특정 기업의 어떠한 서비스 특성에 관한 그들의 기대를 몇 개의 차원을 통해 완성하고 또한 그 기업의 동일한 특성에 대한 성과를 기록하게 된다. 이러한 특성을 통해 기대와 성과에 대한 차이를 비교하게 되며 여기서 인지된 성과가 기대수준보다 낮다면 이것은 서비스 품질이 낮다는 것이고, 그 반대는 좋은 서비스 품질을 나타낸다. 이들의 연구는 서비스를 구성하는 요소 및 이의 측정에 대한 통찰을 제공하고 있다.

서비스 질에 관한 대부분의 연구는 '사용자 중심적'이다. 파라슈라만 등은 포커스 그룹인터뷰를 통해 앞서 언급한 <표 2-11>에 나타난 바와 같이 고객이 서비스 품질을 평가하는 10가지 기준을 만들었다.⁸²⁾

79) J.E.Swan and L.J.Combs, "Product Performance and Consumer Satisfaction : A New Concept," *Journal of Marketing*, Vol 40(April, 1976), pp.25~33.

80) C.Gronroos, *op.cit.*, 1982, p.38.

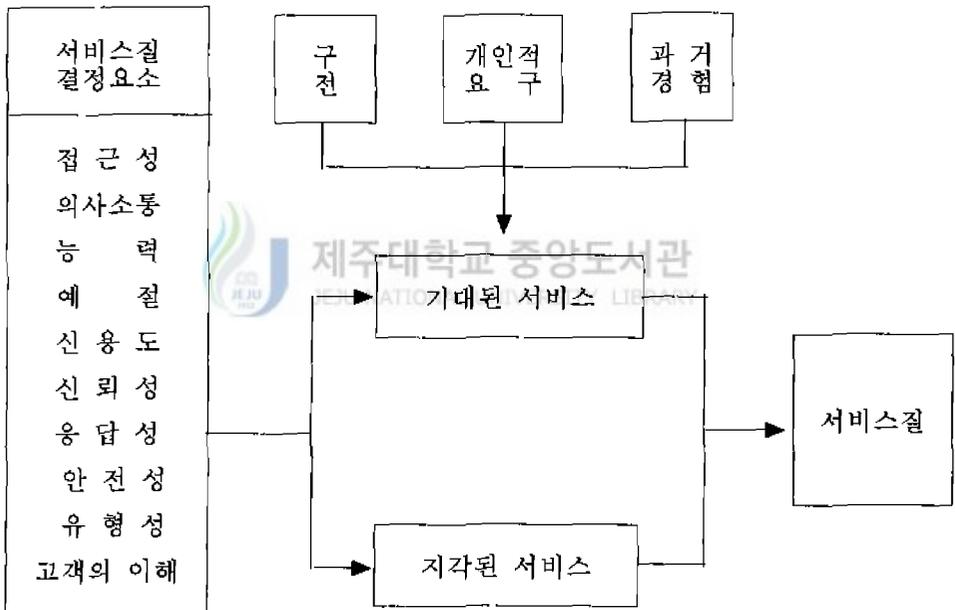
81) A.Parasuraman, V.A.Zeithaml, & L.L.Berry, *op.cit.*, 1988, pp.12~40.

82) A.Parasuraman, V.A.Zeithaml, & L.L.Berry, *op.cit.*, 1985 pp.41~50.

포커스그룹인터뷰는 탐색적이고 정성적인 조사방법이기 때문에 이상의 10개 요인은 신용도나 안정성이 중복되어 나타나, 정확하게 각 항목들이 독립된 것은 아니다. 이러한 중복되는 측정수단은 정량적인 방법을 통해 다시 추출해야 한다.

결국, SERVQUAL 모형에서 서비스 품질은 고객의 기대와 성과에 대한 지각 사이의 차이로 정의되고, 고객의 기대에 구전, 커뮤니케이션, 개인적 욕구, 과거의 경험, 외적 커뮤니케이션 등이 영향을 준다는 것이다. 또한 서비스 품질을 평가하는 일반적인 평가기준 10가지를 확인한 바, 이러한 연구를 통해 나타난 서비스 품질 모형은 <그림 2-6>과 같이 나타낼 수 있다.

<그림 2-6> 지각된 서비스질의 결정요소



자료 : A.Parasuraman, Valarie A Zeithaml and Leonard L. Berry, "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, Vol. 49(Fall), 1985, p.48.

이후의 연구에서 이들은 최종적으로 22개 항목으로 구성된 척도를 개발하였고, 22개항의 척도는 다음과 같은 다섯 개의 광범위한 차원으로 통합되었다

<표 2-12> SERVQUAL 모형의 결정변수

요인명	서비스 차원의 내용
유형성(tangibles)	기업의 외적 시설 및 설비 그리고 종업원의 용모
신뢰성(reliability)	기업이 약속한 서비스를 고객이 믿을 수 있고, 기업이 그들의 약속을 정확하게 이행할 수 있는 능력
응답성(responsiveness)	고객을 기꺼이 자발적으로 돕고 즉시 서비스를 제공하겠다는 마음가짐
확신성(assurance)	정중한 예절 및 고객에게 신뢰와 확신을 주는 직원들의 지식과 능력, 기업의 제반 안전과 신용
공감성(empathy)	기업이 고객에게 제공하는 개인적인 관심과 주의로써 쉽게 접근할 수 있고, 의사소통이 잘되며 고객을 잘 이해

자료 : A.Parasuraman, L.L.Berry and V.A.Zeithaml, *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perception and Expectations*, The Free Press, 1990, p.25.

이후 그들은 SERVQUAL의 유용성을 주장하면서도 몇 가지 문제점, 즉 부정문으로 질문한 항목이 갖고 있는 문제점, 항목 자체의 문제점을 지적하고 이에 개정된 22개의 척도를 새로이 제시하고 있다.⁸³⁾ 그리고 5개의 차원에 대해 총 100점으로한 점수할당식 설문조사를 통해 유형성, 신뢰성, 대응성, 보증성 및 공감성 등 5개의 차원이 각각 다른 차원과 구별되는 중요성을 띄고 있음을 입증하고 있다.

그러한 서비스 품질에 대한 인식은 모든 서비스 상품에서 공통적으로 중요도가 결정된다고 생각하기는 어렵다. 서비스 품질에 관한 연구를 각 서비스 산업별로 다르게 수행해야 한다는 주장은 일찍이 카르만(Carman)에 의해 제기되었다.⁸⁴⁾ 그는 서비스 품질에 관한 연구를 각 서비스 산업별로 다르게 수행해야 한다고 주장하였다. 그는 타이어가게, 대학의 구직센터, 의료서비스 등의 서비스산업에 대해 실증조사를 하였고, 그 결과 각 개별 산업에 대응하는 항목의 구성이 필요하다고 역설하였다.

<표 2-13>에 나타난 바와 같이 PZB의 유형성, 신뢰성, 대응성, 보증성 및 공감성 등 5개차원은 타이어가게에서는 유형성, 신뢰성, 대응성, 안전성, 정중함 및 접근성

83) A.Parasuraman, V.A.Zeithaml, & L.L.Berry, "Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale," *Journal of Retailing*, 67(Winter 1991), pp.42~50.
 84) J.M.Carman, "Consumer Perceptions of Service Quality' An Assessment of the SERVQUAL Dimensions," *Journal of Retailing*, 66(1), 1990, pp.33~55.

등 6개차원으로, 직업소개센터에서는 유형성, 신뢰성, 대응성, 안전성, 개별적 관심, 접근성 및 편의성 등 7개차원으로 그리고 치과에서는 유형성, 신뢰성, 안전성, 편의성 및 비용 등 5개차원으로 구성되어 있다. 특히 이러한 연구들에서 편의성이나 비용 등은 새로운 차원을 구성하고 있는 항목이다.

이 연구를 통해 카르만은 신뢰성이 요구된다면 어떤 차원을 설명하기 위해 SERVQUAL 모형에서 제시된 항목은 좀 더 추가되어야 한다고 주장하였다. 또한 그는 특정 서비스 산업에 있어 고객이 지각하는 항목에 중요도가 차이가 나기 때문에 이를 고려하여야 한다는 주장을 하였다. 즉, 서비스질은 $Q = \sum I_i (P_i - E_i)$, (I_i 는 서비스 속성 i 에 대한 중요도)와 같이 중요도를 고려해야 된다는 주장을 하였다. 그리고 일부 품질 속성이 좀 더 중요하기도 하기 때문에 서비스 제공자들은 SERVQUAL 차원의 상대적 중요성을 알아야 할 필요가 있다.

<표 2-13> 연구대상별 서비스차원의 비교

본래의 10개 서비스 차원	수정된 PZB	타이어 가게	직업소개 센터	치과	장애인서비스*
유형성 (Tangibles)	유형성	유형성	유형성	유형성	유형성
신뢰성 (Reliability)	신뢰성	신뢰성	신뢰성	신뢰성	신뢰성
대응성 (Responsiveness)	대응성	대응성	대응성		
의사소통 (Communication)	보증성	안전성			
신용도 (Credibility)			안전성	안전성	
안전성 (Security)					
능력 (Competence)					
정중함 (Courtesy)		정중함	개별적 관심		
고객이해 (Understanding)	공감성				
접근성 (Access)		접근성	접근성	접근성	
			편의성	편의성	
				비용	

자료 : J.M.Carman, "Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions", *Journal of Retailing*, Vol.66, No.1, (Spring, 1990), p.37.

주: * 장애인서비스는 본 연구결과를 요약한 것임.

1984년에 파라슈라만 등은 서비스질의 이해에 큰 기여를 한 PZB모형을 개발하였고, 1988년 봄에 22개 항목을 이용한 SERVQUAL모형을 발표하였다. 이어 1991년에 이 모형을 더 정교하게 하였는데, 그들은 이 연구에서 서비스에 10개의 차원이 있음을 제안하였고, 다시 실증분석을 통해 5개의 차원으로 축약하였다. 서비스질 측정을 위한 연구는 그 후에도 지속적으로 여러 학자들에 의하여 이루어졌으며, <표 2-14>는 SERVQUAL모형을 이용한 연구들을 비교해 볼 수 있다.

<표 2-14> SERVQUAL모형 연구들의 비교

구분	Parasuraman 등 (1991)	Babakus & Boller (1991)	Brensinger & Lambert (1990)	Carman (1990)	Finn & Lamb (1991)	본 연구*
표본집단	전화, 보험, 은행의 고객	전화 및 가스고객	자동차운반 서비스고객	치과, 직업소개센터, 타이어가게, 병원등의 고객	4개 유형의 소매점 고객	국내장애인 서비스 시설의 고객 및 종사자
표본규모 (개)	290~487	689	170	74~600	58~69	35~470
SERVQUAL 항목	20개+ 2개(NEW)	22	22	10~17	22	22
응답척도	7점	7점	7점	7점	5점	5점
설문조사 방법	우편	우편	우편	접점응답	전화	우편/전화
요인구조 평가방식	PCA분석과 사각회전	PCA분석과 사각회전 LISREL	PCA분석과 사각회전	PCA분석과 사각회전	5차원측정모델의 LISREL	PCA분석과 직각회전 AMOS
초기추출요인의 기준	5개 차원	5개 차원	5개 차원	1이상의 고유치를 가진 요인수	5개 차원	5개 차원/고유치1이상
신뢰도	.80~.93	.67~.83	.64~.88	평균 .75	.59~.83	.69~.95
최종요인수	5개 차원	불명확 5개 차원 리즈렐모델 적합도 빈약	5개 차원(고유치 1이상은 4개차원)	설정치에 따라 6~8개차원	5개차원에 대한 리즈렐모델 적합도 빈약	4개차원(고유치1 이상)
예측/동일 타당성	Q스코어 .57~.71	전반적 질과 .59의 상관	전반적 질에 0.39의 변량설명력	시험안함	시험안함	전반적 질과 0.58의 설명력

자료 : A.Parasuraman, V.A.Zeithaml & L.L. Berry, "Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale", *Journal of Retailing*, Vol.67(Winter 1991), pp.435~438.

주: * 본 연구의 연구방법임.

2) SERVPERF 모형

서비스 품질을 서비스의 수행결과에 기초해서 측정하고자 하는 시도는 크로닌(Cronin)과 테일러(Taylor)에 의해 정립되었다.⁸⁵⁾ 이들은 '서비스품질=성과(Performance)'라는 공식을 수립하고 SERVPERF라고 명명함으로써 서비스 품질을 서비스의 성과로서 측정하고자 하는 노력을 통합하면서 서비스품질 측정의 대명사적인 SERVQUAL에 대한 비판을 시도하였다.

올리버는 소비자들은 기대한 제품의 성과의 비교에 기초하여 기대했던 것보다 나은지 못한지만 결정한다고 하였다. 이것은 개념적으로는 소비자들이 기대와 성과를 비교하여 그 차이를 산술적으로 계산할 수 있다고 하더라도 실제 측정이 잘못되거나 노력이 많이 들며, 대부분의 성과변수들이 양적인 것이 아니기 때문⁸⁶⁾에 객관적인 것이 아니라는 이견이 있을 수 있다.

기대와 성과자료가 유용한 상황에서는 소비자의 불일치를 산술평균을 이용해 추론할 수 있다. 올리버 등은 요약 척도를 포함하는 모형들에서 이러한 추론적 척도의 변수들을 검사하였다. 그리고 이 요약 척도가 만족에 대한 추론적 척도의 영향을 매개한다는 것을 보여주었다. 이 맥락에서 SERVQUAL 개념도는 추론적 불일치와 유사하고 따라서 소비자가 품질 결정에서 사용할 요약, 비교, 판단의 불완전한 형태이다. 그래서 PZB가 1985, 1988년 논문에서 포커스그룹인터뷰를 통해 분명해진 질적인 증거에 기초한 서비스품질 평가에 만족 패러다임의 일반화를 시도한 것은 개념형의 유효성을 뒷받침하기 보다 서비스품질과 소비자 만족사이의 구분과 관련된 서비스품질 문헌에서 나타나는 일반적인 애매모호성을 반영하고 있다. 이런 애매모호성은 또 소비자와 경영자의 서비스품질과 소비자 만족차이에 대한 이해에서 나타나는 애매모호성도 반영한다. 애매모호성은 아마도 포커스그룹에서도 반영된다. 그러나 이런 애

85) J.J.Cronin, Jr. and Steven A. Taylor, "Measuring Service Quality; A Reexamination and Extension, " *Journal of Marketing*, Vol 56, 1992 pp.55~68.

86) Richard L. Oliver, "A Conceptual Model of Service Quality and Service Satisfaction : Compatible Goals, Different Concepts, " in *Advances in Service Marketing and Management, Research and Practice*, Vol 2, Teresa A. Swartz, David E. Bowen, and Stephen W. Brown, eds. Greenwich, CT:JAI Press, 1993.

매모호성은 관련문헌에서 일관된 정의가 나타나지 않고 있다.

크로닌과 테일러는 PZB를 비판하는 많은 문헌들을 생각할 때 그들의 접근형을 지지하는 이론적, 경험적 증거는 거의 없다는 것을 지지하고 있다.

SERVQUAL과 SERVPERF 척도는 서비스 품질을 측정하기 위한 도구로서 고안된 것이다. 즉 하나의 시점에서의 장기 태도의 측정을 위한 것이다. 실제로 성과에 기초한 서비스 품질 측정에 대한 개념적 옹호는 이러한 구별에서 비롯되었다. 특히, 기존 문헌에 대한 검토는 서비스품질과 소비자만족의 근본적인 구분이 있다는 것에 동의할 보여준다. 서비스품질은 장기적 태도이고 반면에 고객만족은 특정한 서비스 상황에서 나타나는 일시적인 것이다. 이런 구분은 관련구조들의 개념적 영역에서 반영된다. 서비스 품질 지각은 고객의 특정시점에서의 평가적 지각이다. 이와는 대조적으로, 고객만족판단은 최종 결과와 그 과정을 모두 포함하고 감정적, 인지적 요소를 모두 반영하기 때문에 본성상 경험적이다. 고객만족판단은 시간이 지남에 따라 전반적인 서비스 품질판단으로 되어버린다고 믿어진다. 그러나 기대불일치 판단은 소비자만족판단과 서비스품질지각 모두와 다르다. 그리고 계산되고 주관적인 형식을 포함하며 많은 대상물을 포함할 수 있다.

크로닌과 테일러는 이와 같이 SERVQUAL척도에 대한 비판을 하고 성과에 기초하여 서비스 품질을 측정하는 것이 장기적인 서비스 품질태도를 측정하는데 더 큰 유의성을 갖는다는 것을 실증연구를 통해 보여주었다.⁸⁷⁾ 즉, 크로닌과 테일러의 SERVPERF척도로 포착된 서비스품질의 성과-기초 측정은 서비스기업의 단골들의 서비스품질지각의 지표를 제공할 수 있다. 달리 표현하면, SERVPERF척도는 경영자들에게 시간과 특정 고객그룹에 관련해 계획되어질 수 있는 합계된 전반적 서비스 품질 점수를 제공할 수 있다. SERVPERF척도는 서비스관리자가 전반적 서비스품질 태도를 측정하는데 유용한 도구를 제공한다. 그러나 전략적 의사결정에서 SERVPERF척도를 사용하여 도출된 데이터로부터 특정정보를 도출하려는 시도에서 더 주의가 필요하고 볼 수 있으며, 서비스질 측정은 분명 서비스산업마다 다양한 요인구조를 보인다는 점을 염두할 필요가 있다.

87) J.J.Cronin, Jr. and Steven A. Taylor, "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension," *Journal of Marketing* Vol.56, 1992, pp.55~68.

3) 기타연구

기대와 지각간의 차이점수를 이용하여 서비스품질을 측정하는 것은 그 자체가 낮은 신뢰성과 낮은 타당성을 보일 수 있기 때문에 문제가 발생할 수 있다. 실제로 차이점수를 이용하여 서비스 품질을 측정한 SERVQUAL의 재응용 연구를 진행하였던 바바쿠스(Babakus)와 볼러(Boller; 1991)도 이러한 문제점을 제기하였다.

구체적으로 그들이 제기한 차이점수를 이용할 경우 발생할 수 있는 문제점은 ① 구성요소 점수간의 정의 상관관계가 차이점수의 신뢰성을 감소시킨다는 것, ② 판별 타당성의 문제, ③ 사람들이 기대항목에 대해 대개 높게 응답한다는 문, ④ 동일한 문항을 반복함으로써 발생하는 측정과정상의 문제점이다.

이러한 다변량분석상의 검토와 실제적인 검토를 토대로 서비스품질의 측정은 기대·지각간의 차이점수를 이용하기 보다는 성과에 대한 지각만을 측정함으로써 평가 가능하다는 입장을 정리하게 되었다.

앞서 지적한 바와 같이 파라슈라만 등이 개발한 SERVQUAL식의 서비스품질 측정방법에 대해서는 많은 학자들이 재응용연구 등을 통해 문제점을 지적하였고, 이에 대해 SERVQUAL을 개발한 파라슈라만 등은 여러 실증적인 연구들을 통해 자신들이 주장한 척도의 타당성을 입증하려 하였다.

그러나 차이점수를 이용한 측정방법인 SERVQUAL을 개발한 파라슈라만 등과 차이점수보다는 비차이점수, 즉 성과만을 이용한 서비스품질 측정의 타당성을 주장하는 학자들간의 끊임없는 논쟁속에서도 특히 ① 서비스 품질을 측정하는 데 있어서 기대의 실증적인 가치와 진단적 가치에 대한 것, ② 기대-성과간의 차이점수를 이용한 경우와 비차이점수를 이용하는 경우를 설명해주는 등식들간의 장·단점, ③ 측정항목들의 측면성에 대한 것은 뚜렷하게 해소되지 못하고 있는 실정이다.

이러한 논의 및 미해결사항들 중에서도 서비스품질 측정과 관련하여 가장 핵심적인 사항은 서비스 품질을 측정할 때 과연 기대를 측정할 것인지의 여부, 즉 기대와 지각간의 차이점수를 이용할 것인지 아니면 단지 성과에 대한 지각만을 직접 측정하는 비차이점수 방식을 이용할 것인지에 대한 것이다. 이에 대해 일반적으로 연구의

목적에 따라 어떤 측정방법을 이용할 것인지를 결정할 수 있다는 함의에 다다르고 있다.

그 내용을 살펴보면 종속변수에서의 변량, 즉 지각된 서비스품질에 대한 예측력 혹은 설명력을 알아보고자 하는 경우 성과에 대한 지각을 측정하는 것이 적절하고, 제공되어지는 서비스의 정확한 부족분을 측정하고자 할 때는 기대와 성과에 대한 지각을 함께 측정하는 것이 바람직하다는 것이다.



제 3 장 장애인서비스의 일반적 고찰

우리 나라에서 장애인서비스와 고객만족을 연계한 논문은 거의 찾아보기 힘들며, 관련된 논문도 장애인과 장애인서비스 시설에서 근무하는 종사원의 입장에서 장애인 서비스의 만족도를 조사, 연구한 논문은 없는 실정이다.

외국의 경우는 리글레스(Reagles), 윈터(Winter)와 케이쓰(Keith), 그린리(Greenley)와 쉐허(Schoenherr), 로스러(Roessler)와 볼튼(Bolton), 슈압(Schwab), 스미쓰(Smith), 딘토(Dinitto) 등이 장애인 만족도나 고객만족도에 대하여 연구를 하였으나, 여전히 선행연구는 풍부하지 못하다.

본 장에서는 장애인서비스와 고객만족에 관한 내용으로 장애인서비스의 정의와 장애인서비스의 개념과 특성, 서비스 시설의 종류와 기능, 장애인서비스와 고객만족의 상관관계에 대한 연구 동향, 우리 나라의 장애인서비스 현황 등을 고찰한다.

제 1 절 장애인서비스의 이해

1. 사회복지서비스와 장애인서비스

1) 사회복지서비스의 개념

장애인서비스의 개념을 이해하기 위해선 우선 사회복지서비스에 대한 개념적 이해가 선행되어야 한다. 사회복지서비스란 용어는 1960년대 중반에 대중적인 용어로 쓰이기 시작했는데, 1950년대 이전에 아보트(Abbott)⁸⁸⁾와 클라크(Clarke)⁸⁹⁾는 주로 공적인 면과 국가부조를 강조하고 있으며, 1960년대에 孝橋正⁹⁰⁾은 사회 각 분야의 정책을 포괄하는 개념으로, 티무스(Titmuss)⁹¹⁾는 서민의 복지를, 윌렌스키(Wilensky)

88) E.Abbott, *Social Welfare and Professional Education*, The University of Chicago, 1942, pp.76~85.

89) J.Clarke, *Social Welfare*, 1953, p.3.

90) 孝橋正, 「社會事業의 基本問題」, 미네르 書房, 1960. pp.32~45.

91) R M Titmuss, *Essays on the Welfare State*, London, George Allen & Unwin, 1963, p.43.

와 레뷰옥스(Lebeaux)⁹²⁾는 사회복지의 기능을 그리고 제13회 국제사회사업 회의보고서⁹³⁾에서는 인간의 행복 및 정부나 민간의 활동이 포함되어 사회복지활동주체가 민간으로 이전되어가고 있으며, 1970년대에는 던햄(Dunham)⁹⁴⁾, 로마니신(Romanyshyn)⁹⁵⁾, 카더신(Kadushin)⁹⁶⁾, 프리드랜더(Friedlander)와 아테(Apte)⁹⁷⁾, 김종섭⁹⁸⁾ 등은 사회복지의 개념을 국민개개인을 중시한 국민전체에 대하여 개인, 집단 등의 민간과 정부의 사회복지활동이라 정의하고 있다.

1980년대 이후에는 국내의 김영모⁹⁹⁾, 신상준¹⁰⁰⁾, 장인협¹⁰¹⁾, 김상규¹⁰²⁾ 및 전재일 등의 연구에서는 사회복지는 공공복지와 같은 의미로 나타나거나 평등, 인간의 사회적 적응력 등 주로 사회복지활동의 주체와 그 대상이 주요한 개념으로 정의하였다. 또한 로마니신은 사회의 변화에 따라 사회복지의 개념도 변화하는 것으로 인식하였는데, 그것은 보완적 개념에서 제도적 개념으로, 자선에서 시민권으로, 특수한 서비스에서 보편적 서비스로, 최저조건에서 최적조건으로, 개인적 개혁에서 사회적 개혁으로, 자발성에서 공공성으로, 그리고 빈민복지에서 복지사회로 변화하는 것으로 그 개념을 보았다

2) 장애인서비스의 개념

제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

(1) 장애인의 정의

현행의 국제규정에 따르면, '장애(Disability)'는 세계의 모든 국가에서 어느 누구

92) H Wilensky & C.N.Lebeaux, *Industrial Society and Social Welfare*, N.Y, The Free Press, 1965, p.138.

93) The 13th International Social Work Conference, "Pre-conference Report", Washington, September, 1966.

94) A Dunham, *The New Community Organization*, Thomas Y.Crowell, 1970, p.14.

95) J.M.Romanyshyn, *Social Welfare*, N.Y Random House, 1971, p.3.

96) A.Kadushin, "Developing Social Policy in Conditions of Dynamic Change", 1972, p.55.

97) W A.Friedlander and R.Z.Apte, *Introduction to Social Welfare*, 4th ed., Englewood Cliffs, N.J., Prentice Hall, 1974, p.4.

98) 김종섭, "복지행정의 실천적 이론구성에 관한 연구", 영남대 박사학위논문, 1974, pp.37~39.

99) 김영모, 「한국사회복지론」, 경문사, 1983, p.12.

100) 신상준, 「복지행정론」, 대구대학교 출판부, 1983, p.9.

101) 장인협, 「사회복지개론」, 한국사회개발연구원, 1984, p.8.

102) 김상규·전재일, 「사회복지론」, 형설출판사, 1991, p.12.

에게든지 발생할 수 있는 다수의 기능제한을 간략히 표현한 것이다. 사람들은 신체적, 지적, 감각적 손상, 의료조건 혹은 정신질환 등으로 인해서 장애인이 될 수 있다. 이러한 손상, 조건 혹은 질병은 특성상 영구적이거나 일시적일 수 있다.

‘핸디캡(Handicap)’은 다른 사람들과 동등한 수준에서 공동체 생활에 참여할 수 있는 기회의 상실 및 제한을 의미한다. 이는 장애인과 환경과의 접촉을 기술하는 용어이다. 이 용어의 목적은 장애인의 동등한 사회참여를 억제하는 환경과 사회내의 많은 조직활동에서의 결핍, 예를 들어, 정보, 의사소통, 교육 등에 있어서 결핍을 강조하고자 하는 데 있다.

이러한 정의는 ‘장애인 기회균등사업에 대한 UN 초기기준 규정’에서 찾아볼 수 있다. 이러한 것들은 “손상(impairment), 장애(disability), 핸디캡(handicap)에 대한 세계보건기구의 국제분류(The World Health Organization’s International Classification of Impairments, Disabilities and Handicaps; ICDH)”에서 제시하고 있는 정의들을 더욱 명확하게 해준다.¹⁰³⁾

그러나 1980년 이후 “국제장애인의 해”를 계기로 이러한 개념들은 1999년에 개정된 국제장애분류에서 새롭게 분류되었다. 즉, 종전의 장애는 보다 중립적 개념인 활동(activity)으로 대체되면서 활동제한의 면을 강조하고, 종전의 핸디캡은 참여(participation)로 대체되어 참여제한의 면을 강조하고 있다.¹⁰⁴⁾

(2) 장애인의 분류

장애유형은 <표 3-1>에 나타난 바와 같이 세계각국이 다소 다르게 구분하고 있으나, 우리나라는 크게 ① 지체장애인, ② 뇌병변장애인, ③ 시각장애, ④ 청각장애, ⑤ 언어장애인, ⑥ 정신지체인, ⑦ 발달장애인, ⑧ 정신장애인, ⑨ 신장장애인, ⑩ 심장장애인 등으로 구분하고 있다. 또한 우리 나라의 장애인복지법에는 장애등급을 1급에서 6급으로 분류하고 있다. 시각장애는 1급에서 6급, 청각·언어장애는 2급에서 6급, 정신지체는 1급에서 3급, 지체장애는 1급에서 6급 등으로 되어 있다. 일반적으로

103) 김형식, 「호주의 최초 장애정책, 한국아태장애인 10년 연구모임」, 1997, pp.30~35.

104) R Madder & T Hogan, "The Definition of Disability", *Australia Institute of Health and Welfare*, Canberra, 1997, p.18

로 1급에서 3급은 중증으로 4급에서 6급은 경증으로 진단·판별하는데, 그것의 가장 근본적인 기준이 되는 것이 신체적 일부가 없어졌다든지 하는 현상적·의학적 장애가 기준이 된다.

예를들어 대퇴부이하 절단된 휠체어 장애인이 있다면 이 지체장애인은 1-2급의 중증장애로 분류된다. 이 지체장애인이 만약 컴퓨터프로그래머(Computer programmer)로 일하는 직업능력을 갖추고, 「벤처산업」을 직접 운영하여도 이 장애인의 경우 1-2급의 중증장애인으로써 복지혜택과 처우를 받는다.

이에 비하여 보행이 가능한 뇌성마비로 지체장애 4급인 장애인이 손의 경직과 떨림으로 인하여 직장을 구하기 힘든 경우라도 경증장애로 분류된다. 직업적으로 볼 때 분명히 뇌성마비 4급 지체장애인이 절단된 1급 지체장애인보다는 중증장애인임에도 경증으로 취급된다

따라서 장애인의 등급기준에 다음과 같은 문제가 있음을 알 수 있다. 첫째, 교육적 등급으로서의 중증·경증에는 시각장애보다도 청각장애가 더 중증이라는 사실을 이해할 필요성이 있고 그것에 따른 분류법이 나와야 할 것이다. 둘째, 의료적 등급으로써의 중증·경증에는 현재의 4가지 영역의 장애분류가 아니라 보다 폭넓고 구체적인 장애 하나하나에 대한 분류와 등급이 나와야 할 것이다. 특히 교통사고로 장애를 입은 뇌손상장애인(Traumatic Brain Injury)등에 뇌변병장애인을 비롯하여 새롭게 장애영역으로 범위가 확대된 심장장애, 신장장애, 발달장애, 정신장애 등에 대한 분류체계와 등급을 재할과 복지를 전제로 규정·명시해야 할 것이다. 셋째, 장애인의 분류와 평가 그리고 등급은 전인적 재활(Total Human Rehabilitation)이라는 관점에서 이루어져야겠는데, 특히 직업적 중증을 중증의 가장 기본으로 삼아서 복지수준을 정하고 대책을 수립해야 할 것이다. 직업을 가지기 곤란한 장애라면 중증으로 그렇지 않고 비록 의료적·교육적 장애가 있어도 직업을 갖기 용이하면 경증으로 등급화하는 전문적·체계적·미래지향적 진단과 평가가 질높은 장애인서비스의 선결과제라 할 수 있을 것이다.

<표 3-1> 장애범주의 국제비교

국가	장 애 범 주
한국	지체장애, 시각장애, 언어장애, 청각장애, 정신지체
미국	신체장애: 지체장애, 시각장애, 청각장애, 언어장애, 외형적 추형 신경계, 근골격계, 감각기관 장애 정신장애: 정신질환, 정서장애, 학습장애, 알콜중독 내부장애: 생식기, 소화기, 비뇨기, 피부, 혈액 내분비, 암, AIDS 등
프랑스	신체장애: 지체, 시각, 청각, 언어, 기형, 추형(안면변형) 정신장애: 정신지체, 정신질환, 정서장애 내부장애: 심장, 신장, 호흡기, 소화기, 비뇨기, 내분비, 신진대사
스웨덴	신체장애: 지체장애, 시각장애, 청각장애, 언어장애 정신장애: 정신지체, 정서장애, 학습장애, 약물, 알콜중독 내부장애: 패질환, 심장질환, 알레르기, 당뇨 사회적장애: 언어장애가 있는 외국 이민자, 노동력 감소자, 타인의존
호주	신체장애: 지체장애, 시각장애, 청각장애, 언어장애, 추형, 기형 정신장애: 정신지체, 정서장애, 알콜중독 내부장애: 심장, 신장, 호흡기, 당뇨, 암, AIDS
독일	신체장애: 지체장애, 시각장애, 청각장애, 언어 음성장애 정신장애: 정신질환, 정신지체, 정서장애 내부장애: 호흡기, 심장순환기, 소화기, 비뇨기, 신장생식기, 신진대사, 혈관, 피부
대만	신체장애: 지체장애, 시각장애, 청각장애, 언어 음성장애 정신장애: 지능장애, 자폐, 노인치매 내부장애: 중요기관 기능상실자, 식물인간, 노인치매 등
일본	지체장애, 시각장애, 청각장애, 언어장애, 정신지체, 정신장애 내부장애: 심장, 호흡기, 신장, 방광, 직장, 소장기능 장애

자료 : 한국장애인복지시설협회, 「1997년도 장애인복지관 실태조사」, 1998, p.25.

(3) 장애인서비스의 정의

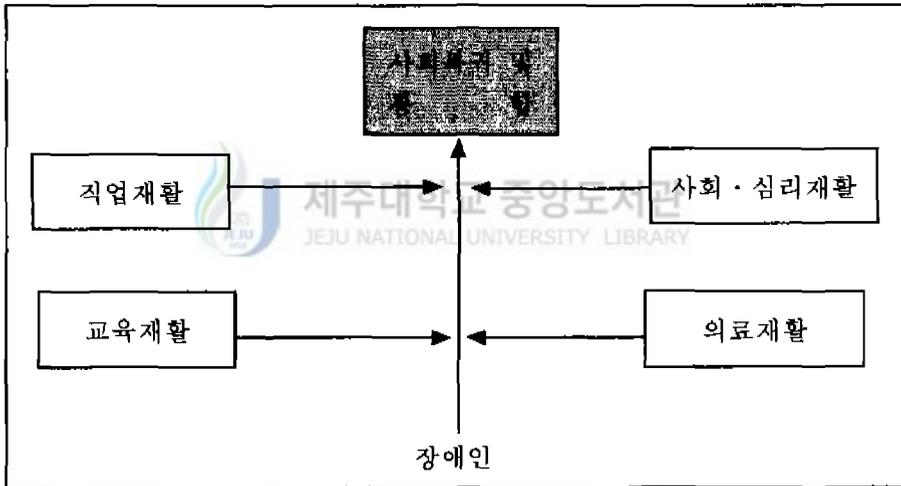
장애인서비스의 정의는 학자에 따라서 또는 대상이 되는 장애인의 유형이나 성격에 따라서 그리고 서비스를 수혜 받는 장애인들의 이해관계자 입장에서 정의될 수 있는데, 여기서 대표적인 장애인서비스 정의를 들어보면, 하나는 WHO(1976. 5. 22)는 장애인서비스를 의료적, 사회적, 교육적, 직업적 서비스를 통합적으로 사용하여 개인을 훈련시키고 재훈련시켜 개인의 기능적 능력을 가능한 최고의 수준으로 높이

는 것으로 정의하였다. 또한 미국의 국립재활전문위원회(National On Rehabilitation)는 장애인서비스를 장애인의 신체적·정신적·사회적·직업적·경제적 가용능력을 최대한으로 회복시키는 것이다라고 정의하고 있다¹⁰⁵⁾.

본 연구에서 장애인서비스란 “장애인을 위해서 제공되거나 장애인서비스에 관련하여 준비되는 제반 활동, 편익, 만족”이라고 정의하고자 한다.

<그림 3-1>에 나타난 바와 같이 한 장애인이 명실공히 사회에 복귀하여 통합된 복지사회에서 살아가려면 장애인을 기본적인 축으로 하여 의료재활, 교육재활, 심리·사회재활 그리고 직업재활 등의 과정을 거쳐 통합을 이루게 된다.

<그림 3-1> 장애인서비스의 체계표



자료 : 김종인, 재활복지의 최상적 실제, 이화여대 특수교육 연구소, 1998, pp.45~50.

원래 재활이 지니고 있는 근본적인 큰뜻은 장애인 스스로 독립생활에 도달할 수 있도록 장애인의 신체적·정서적 그리고 정신적 기능을 극대화시켜 주는 것이라 말할 수 있다. 하지만 사회재활의 초점이며 「하이라이트」는 장애인과 비장애인이 어떻게 하면 더불어 살며 조화롭게 통합하느냐는 것이다. 그러니까 장애인서비스의 이

105) 남상만·나운환·유명화, 「장애인복지개론」, 홍익제, 1998, p.17.

념과 목표, 그리고 지향점은 궁극적인 재활인 직업재활을 통해 사회의 주체로서 통합하는 것임을 알 수 있다.

그런데 이러한 장애인서비스속에서 몇가지의 책임과 의무소재를 구분할 필요가 있다.

첫째, 우리는 장애인서비스를 통한 재활 및 사회통합의 가장 1차적인 책임이 장애인에게 있으며, 얼마만큼 생물학적이고 기능적인 장애를 극복하고 의료, 교육, 사회심리, 직업재활을 하느냐가 중요한 관건이 된다.

둘째, 장애인서비스를 통해 장애인이 만족한 삶의 질을 유지하고 재활을 통한 사회통합을 하려면 분명히 존재하는 한 그룹이 있는데 그것은 비장애인이다. 비장애인의 의식이나 태도 그리고 통합해서 함께 살아가려는 의지가 있느냐 없느냐는 중요한 문제가 아닐 수 없다. 또한 장애인을 어떻게 평가하고 처우하느냐도 중요한 관건이다.

셋째, 아무리 통합해서 살아가려고 해도 사회의 구조적인 모순과 결함이 있으면 통합은 어렵게 된다. 즉, 사회적 장애와 불리를 제거해야 한다. 특히 그 국가의 이념과 정책노선 그리고 정책방향이 어떠하느냐에 따라 장애인의 권리운동과 통합된 사회의 성패가 가늠될 것이다.

넷째, 장애인서비스는 일반적으로 재활이념이 근본인 ㉠기회균등의 보장 ㉡인간은 전인격의 존재 ㉢모든 인간은 독특한 존재라는 것을 포함하고 있어야 한다

다섯째, 장애인서비스는 재활의 유무나 장애정도와 관계없이 인간존엄을 바탕으로 평생복지, 생애복지가 되어야 한다.

이상 다섯가지의 철학적·이념적 내용을 바탕으로 장애인서비스를 통한 만족도가 높은 사회통합의 가능성을 찾는 데에는 개별화 과정상에 전인격체인 개인에게 서비스 제공과 함께 법적·제도적·의식적 등 사회의 구조환경의 제면에서의 다양한 접근방법에 의한 전문가와 자원의 총괄적 통합이 요구되는 것이다. 뿐만 아니라 장애인이 주체가 되어 비장애인을 이끌고 나가는 장애인서비스를 근간으로 삼아야 한다.

좀더 구체적으로 장애인서비스의 통합체계의 개념과 목적은 장애인이 생물학적으로나 기능적으로 가지고 있는 장애(impairment)와 능력장애(disability)는 있을지라도 사회적불리(disadvantage)를 없애줌으로써 장애인 인권보장과 통합을 촉진시킬 수

있다는 것이다. 아울러 개인적으로 느끼는 신체장애나 의식장애가 있겠고, 사회적으로 느끼는 물리적·문화적 장애 등 여러 가지 환경적인 장애가 있겠는데 이 두가지 영역의 장애를 극복하도록 여러 가지의 개발과 개선을 수단으로 장애인서비스가 역할과 기능을 할 때 고객만족의 장애인서비스가 실현될 수 있을 것이다.

<표 3-2> 장애인서비스의 통합체계와 목적

장애인서비스의 분석과 통합조건		장애인서비스의 분석과 통합체계		장애인재활의 목적			
통합 ↔ 분석		통합 ↔ 분석		수단적 목표	궁극적 목표		
사회적불리	개인적장애	재활·복지	개인능력개발부분	①의료재활영역	전인적 능력개발	^질높은 인간다운 사회통합 및 복귀 삶의보장 V	
				②교육재활영역 ③직업재활영역			
	④심리재활영역 ⑤사회재활영역						
	사회적장애		사회개발부분	⑥물리적환경개선영역			사회환경개선
				⑦문화적환경개선영역			
				⑧사회심리적환경개선영역			

자료 : 권도용, 「현대장애인복지개론」, 홍익재, 1998, pp.78~80.

2. 장애인서비스의 특성과 과정

1) 장애인서비스의 특성

오늘날의 사회복지란 앞서 사회복지의 정의에 나타난 바와 같이 사회복지활동의 주체가 민간이든 국가든 간에 개인의 복지에 직접적으로 영향을 미치는 공공적 성격을 가지고 있으므로 무엇보다도 사회적 책임과 주관성의 특성을 가진다.¹⁰⁶⁾

또한 사회복지 서비스는 공공적인 목적으로 이루어지고 있으므로 공식적인 조직

106) 김상규·전재일, 「사회복지론」, 형설출판사, 1991, pp.23~26

이 구성되어 조직적 활동성이 이루어져야 하는 특성이 있으며, 이외에도 사회복지 서비스는 인간의 소비욕구에 직접 관계하는 이용자와의 직접적 관계성을 가지고, 인간의 복지가 무엇보다도 우선하게 된다. 사회복지서비스의 이러한 특성에 반해 사회복지 서비스의 운영주체에 따라 그 특성¹⁰⁷⁾을 찾아볼 수 있다.

첫째, 민간부문의 사회복지 서비스는 정부차원의 복지서비스보다 적고, 내용도 한정적이지만 민간부문의 독자적 특성을 가진다. 둘째로 민간의 사회복지 서비스는 시범적이고, 융통성이 있으며 전문적이면서 봉사적인 특성을 가진다. 이것은 정부의 복지서비스가 법에 의거하여 실천된다는 점을 감안하면 민간의 사회복지 서비스의 이점을 활용할 수 있는 계기를 찾을 수 있다. 셋째로 민간의 사회복지 서비스는 수혜 대상자에게 주는 부정적인 영향을 최소화할 수 있다는 것이며, 마지막으로 민간의 사회복지 서비스는 다수의 참여자를 형성할 수 있어 사회복지 서비스에 대한 의식의 확대에도 기여한다는 특징을 가진다. 이와 같이 민간과 정부의 역할분담이 조화롭게 이루어질 때 사회복지 서비스의 질은 향상될 것이다.

특히 장애인서비스는 장애를 갖고 있는 특정인을 대상으로 서비스를 제공하기 때문에 독특한 특성을 가질 수 있는데 장애인서비스의 특성은 장애인 문제의 복잡성, 종합성, 역동성, 책임성 등으로 요약해 볼 수 있다.¹⁰⁸⁾

(1) 장애인 문제의 복잡성

장애는 손상부위에 따라서 지체, 시각, 청각, 언어, 정신지체 등으로 분류하고, 손상 정도에 따라 6등급으로 분류되며, 재활서비스 측면에 따라 장애는 다시 정의되는 뿔 장애유형도 다양하고 장애로 인해 파생되는 여러 가지 문제도 다양하다는 것이다. 이러한 여러 가지 문제의 다양성과 복잡성이 장애인서비스도 다양하고 독특한 특성을 지니게 한다.

107) 서기환, “사회복지시설 서비스에 관한 연구”, 대구대학교 사회개발대학원, 석사학위논문, 1990, pp.9~10.

108) 남상만·나운환·유명화, 전계서, 1998., pp.18~19.

(2) 장애인서비스의 종합성

장애 문제는 다양하고 복합적이기 때문에 이의 서비스도 다양하고 종합적으로 강구되어야 한다는 것이다. 장애인서비스는 단순한 사회복지 차원에서 뿐만 아니라 의료적, 직업적, 사회적, 환경적 차원과도 관련되어 있는 종합성이 요구되는 복지서비스로서 장애인서비스는 결코 어느 한 특정 분야의 전문성만 가지고는 달성하지 못한다는 사실이다. 따라서 장애인서비스는 전문분야의 특성을 팀으로 조직화하여 접근하여야 한다.

(3) 장애인서비스의 역동성

선진국에서 장애인서비스가 처음 실시될 때는 위정자나 전문가를 중심으로 한 일부 소수들에 의해 다루어지고 움직였으나 점차 장애인 자신들의 의식이 높아지고 사회의 경제적인 수준이 상승되어가고 장애요인의 증가 등으로 인해 장애인서비스의 공감대 형성은 장애인서비스를 시대나 상황에 따라 역동적으로 움직이게 하고 있다.

(4) 장애인서비스의 책임성

장애인서비스는 한 인간의 재활문제를 다루는 공고적 성격을 띤 복지서비스이기 때문에 반드시 책임성이 뒤따른다. 그 책임의 한계는 첫째, 장애인 개인을 대상으로 한 책임성이다. 장애인의 재활문제는 한 인간의 삶과 연관된 문제이기 때문에 거기에는 책임이 따라야 한다. 둘째, 후원자에 대한 책임으로 최근에는 국가에서 뿐만 아니라, 민간 특히 장애인서비스 제공기관에서 수행되는 경우가 많다. 이러한 기관은 반드시 후원자에 대한 책임성을 입증할 수 있어야만 운영이 가능하다. 셋째, 사회적 책임성이다. 장애인서비스는 개인이나 사적이 아닌 공적, 사회적 목적에 의해 규정하는 활동이라는 점에 대한 책임성을 입증할 수 있어야 할 것이다.

이러한 관점에서 볼 때 장애인서비스는 장애인 본인이나 가족에게만 국한된 것이 아니라 사회와 국가가 협동해야 할 성질의 것이고 또한 장애인의 개인적 복지를 실현하기 위해서는 각종 전문분야 서비스들의 다각적인 접근을 통하여 종합적, 통합적으로 수행될 때 그 효율성이 보장될 수 있을 것이다.

2) 장애인서비스의 과정

장애인서비스의 과정을 장애인 재활서비스를 중심으로 살펴보면 복지관 시설을 중심으로 내적서비스 과정과 외적서비스 과정으로 분류하여 설명 할 수 있다. 내적 서비스 과정은 장애인이 복지관에 접수(예약)하면 초기 상담을 거쳐 교육, 의료, 사회, 심리, 언어, 직업 등의 종합 진단을 받고 이를 토대로 종합 판정을 하게 된다. 그 후 이를 근거로 하여 재활상담, 조기교육, 언어치료, 교육 부모교육, 심리치료, 직업훈련 알선, 보호작업, 사회적응 훈련, 집단지도 등의 재활서비스를 받는다. 재활서비스 종료후에는 이를 평가하고 사후지도를 한다.

외적서비스 과정으로는 지역사회 장애예방계몽, 권익향상을 위한 방안모색과 지역사회 자원조직 및 활동·조사연구 사업 서비스를 병행한다. 이와같이 내·외적 서비스과정의 지향목표는 사회통합이다.

3. 장애인서비스 패러다임 변화

1) 장애인서비스의 양대 패러다임

장애인서비스를 지배하고 있는 패러다임은 크게 두 가지로 요약할 수 있는데, 패러다임에 대한 이론적 접근은 시대적 배경이나 그 나라와 집단과 개인이 처한 환경적 상황에 따라 다르지만 장애인 복지정책을 지배하고 있는 큰 물줄기는 재활패러다임(Rehabilitation paradigm)과 독립생활패러다임(Independent Living paradigm)이다. 이 두 패러다임은 70년대 이후 장애인서비스에 상존하고 있는 패러다임으로써 <표 3-3>과 같이 요약, 정리해 볼 수 있다.

<표 3-3> 재활패러다임과 독립생활패러다임의 비교

항 목	재활 패러다임 (rehabilitation paradigm)	독립생활 패러다임 (independent living paradigm)
문제의 정의	신체적 손상/ 직업기술의 부족	전문가, 친척, 등에 의존
문제의 위치	개인에게	환경안에;재활과정에
문제의 해결	의사, 물리치료사, 작업치료사, 직업재활상담원등에 의한 전문적 개입	동료상담, 옹호, 자조, 소비자주권, 장애제거
사회적 역할	환자/ 클라이언트	소비자/고객
누가 통제하는가	전문가	소비자/고객
원하는 결과	최대한의 ADL(일상생활 훈련) 유급취업	독립적생활

자료 : Szymaski, E. M. & Parker, R. M. *Rehabilitation Counseling Texas*, Pro, ed, U.S.A. 1993, pp.103~133.

(1) 문제의 정의

문제의 정의를 재활패러다임은 신체적 손상이나 결함, 작업기술의 부족과 미숙을 해결해야할 문제로 보는 것이라면 독립생활패러다임에서는 전문가나 가족, 친척 등에 의존하는 것을 문제로 보는 패러다임이다.

(2) 문제의 위치

문제의 위치라는 관점에서 볼 때 재활패러다임에서는 개인에게 절대적으로 문제가 있다는 것이다. 개인의 의지나 치료나 훈련 노력여부에 따라 장애 극복이 가능하다고 보는 것이다. 독립생활패러다임에서는 그 개인이 처한 환경이나 여건 그리고 재활해 나가는 과정상에 문제가 위치하고 있다는 것이다. 환경이나 구조의 개선으로 독립생활이 가능해진다는 것이다.

(3) 문제의 해결

문제를 해결하는 방법에서 재활패러다임은 전문가의 개입이 그 방안이라면 독립생활패러다임에서는 장애인스스로의 해결이라 할 수 있다.

의사, 물리치료사, 작업치료사, 직업재활상담사 등 전문가의 전문적 개입 없이 문제해결은 불가능하다고 보는 것이 재활패러다임의 견해인것에 반해 자기권리주장, 자조, 동료상담, 소비자로서 주권 확보와 함께 장애장벽을 제거해 주는 것이 문제해결의 “바로메타”로 보는 것이 독립생활패러다임의 문제해결 방책이다.

(4) 장애인의 사회적 역할

재활패러다임에서의 장애인의 사회적 역할은 치료나 교정을 받아야할 환자나 재활이나 복지의 대상으로써의 클라이언트라고 한다면 독립생활패러다임에서는 재활이나 복지를 선택할 수 있는 소비자 즉 「컨슈머」라는 것이다.

(5) 통제의 주체

재활패러다임에서는 통제의 주체가 전문가가 된다면 독립생활 패러다임에서는 소비자인 장애인자신이 통제의 주체가 되는 것이다. 즉 이것은 장애인에게 자기결정권과 선택권을 부여함을 의미한다.



(6) 예상 기대 및 원하는 결과

재활패러다임에서의 원하는 결과는 궁극적으로 직업재활 및 고용에 있다. 장애가 중증·중복장애인일 경우 신변자립이나 최대한의 일상생활의 삶을 영위할 수 있게 하는 것도 목표이겠지만 아무리 심한 장애인일지라도 직업을 갖게해 주는 것을 기대하면서 재활시스템을 개발하고 시행하는 것이다.

이에 비하여 독립생활패러다임에서의 원하는 결과는 독립적생활이다. 어떤 장애인의 경우는 장애가 너무 심해서 재활서비스 조차 받을 수 없지만 독립적인 생활을 하고 있다는 사실에 주목하지 않을 수 없다는 것이다.

2) 우리나라 장애인서비스 패러다임의 변화 필요성

1998년도 정부의 장애인 복지시책의 주요 내용을 보면 장애인서비스 정책의 궁극

적 목표를 장애인의 완전한 사회참여와 평등에 두고 있으며 앞으로의 장애인 이용시설의 중요성을 강조하고 있다.

즉, 사회적 참여의 방해가 되는 요소를 제거하려는 노력이 바로 사회통합과제가 되어야 한다는 것이다. 사회통합을 방해하는 요소는 여러 가지가 있겠지만 '낙인론'이라는 이론적 관점에서 하나의 중요한 요인을 예로 들어 볼 수 있다.

장애인의 사회통합을 방해했던 요인을 사회학적인 관점에서 본다면 우리에게 친숙한 희생양 또는 낙인론에서 찾아볼 수 있다. 즉, 이러한 이론의 시사점은 인간관계에 있어서 이해하기 어렵거나 불편한 상황을 어떻게 처리했는가를 설명해 줄 뿐만 아니라 이러한 사회학적 과정이 얼마나 그 당사자들에게 치명적인가를 설명해 준다.

사자스(Szasz)¹⁰⁹⁾의 정의에 의하면, 한 집단이 사회에서 '희생양'으로 낙인 찍히기 위해서는 다음과 같은 특성을 소유해야만 한다.

첫째, 희생양들은 정치적으로 조직화되어 있지 않기 때문에 방어능력이 없다.

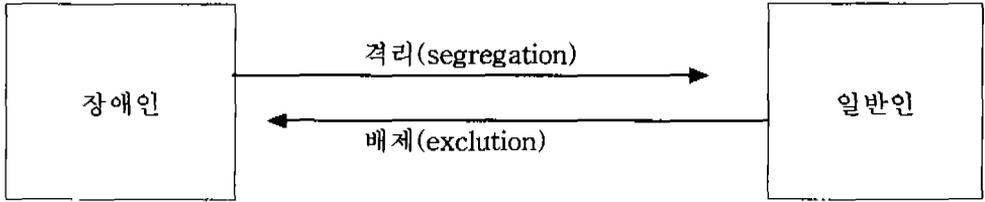
둘째, 희생양들은 행동 또는 신체적으로 '장애' 또는 '질병'에 준 하는 특성을 가지고 있다.

셋째, 이러한 특성은 그들로 하여금 인도주의적인 미명하에 '감금'이나 '치료'를 받도록 요구하며, 결과적으로 희생양들에게 상처를 주거나 해를 입힌다.

비교적 오래된 문헌에서 '희생양' 이론을 도입할 수밖에 없었던 것은 그만큼 우리 사회에는 사회통합을 어렵게 하는 요소를 많이 가지고 있다는 것을 설명하기 위해서이다. 우리는 '희생양'과 같은 이론을 다시 접하면서 과거의 얼마나 많은 분류와 낙인이 역기능적으로 장애인의 사회통합과 참여를 저해했는지를 상기하지 않을 수 없다. 치료와 보호라는 미명하에 장애인들을 '문제집단'이나 '문제를 가진 개인'으로 낙인찍어 결국에는 서비스 대상자들이 거의 반영구적인 보호대상자로, 또한 의존적인 존재로 전락시켜 사회통합과는 거리가 먼 삶을 영위하게 했음을 알 수 있다. 사회적 인식 및 가치관의 차원에서 사회통합이 얼마나 어려운가 하는 것을 그림과 같이 나타낼 수 있다.

109) T.Szasz, "Drug and Politics: Scapegoating Military Addicts", *The Helping Hand Strikes Again*, Transaction, 9, Jan. 1972.

<그림 3-2> 장애의 사회적 갈등모형



자료: 김형식, "장애학생의 사회통합을 위한 여건개선", 특수교육원 개원5주년 기념학회 발표논문, 1999.5, p.90.

이 그림이 의미하는 것은 장애인들이 사회통합을 희망하지만 '일반사회'의 배제 때문에 부득이 소외된 사회생활을 할 수 없다는 것이다. 같은 맥락에서 사자스의 이론에 나타난 바와 같이 아무리 장애인들이 사회통합을 원한다고 해도 일반사회에서 정상적인 성원으로 용납할 수 있는 기회와 공간을 만들어주지 않고 격리한다면 당연히 사회로 접근하지 못하고 격리된 생활패턴을 취할 수밖에 없다는 것이다. 통합을 희망하는 장애인구와 통합을 거부하는 일반사회와의 관계는 하나의 지속적인 갈등관계로 밖에 표현될 수 없으며, 방어력이 없고 힘이 없는 격리집단은 다수이며 힘있는 정상인들에 의해서 계속 격리당할 수 밖에 없다 110)

우리사회에서 40-50년 전만 하더라도 장애인의 사회통합은 교육이나 사회복지 전문가들의 과제로 인식되지 않았으며, 그 시대의 관심사는 "보호"였다. 1980년대 들어 오면서 사회복지를 위한 "준비"라는 의제로 전환되었고, 1990년대 들어오면서 "사회통합"이라는 과제가 대두되었다.

일생을 패러다임에 대해서 연구해 오고 있는 쿤(Kuhn)은 "한 패러다임을 거부하기로 하는 결정은 동시에 다른 패러다임을 수용하기로 하는 결정"이라고 주장하고 있지만 다른 측면에서 보면 재활패러다임이 의료재활과 직업재활에 비중을 두는 것과 함께 분석의 틀로 활용되는 반면 사회재활과 사회통합은 독립생활 패러다임의 영향을 받은 것으로 풀이할 수 있다.

사실 장애인서비스의 이념(Mission)은 장애인을 시설이나 병원에 장기간 수용·

110) Swan, J. et al, Disabling Barriers-Enabling Environments, London: Sage Publications(in Association with the Open University), p.1993.

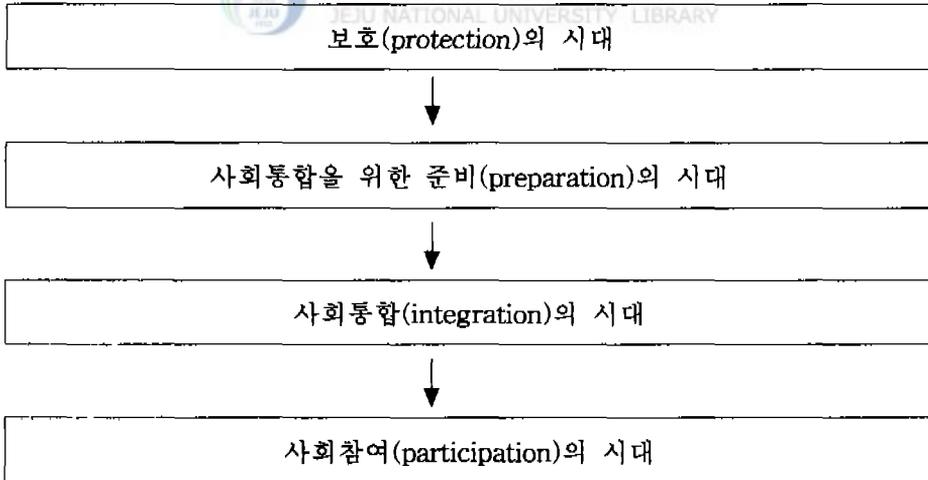
보호·재활하는 것이 아니라 가능한한 지역사회내에서 정상화와 함께 사회통합 시키는 것으로 탈시설화(Deinstitutionalization), 탈병원화(Demmedicalization)라는 개념을 새롭게 창출시킨 것이다.

미국의 경우 1970년대 말부터 본격적으로 이러한 운동이 일어나는 한편 지역사회 중심재활(Community Based Rehabilitation)이 새로운 형태의 장애인정책 패러다임으로 나오게 된 것이다.

우리나라에서도 1981년 세계장애인의 해 “완전한 참여와 평등”이라는 슬로건과 함께 심신장애자복지법(현재 장애인복지법)이 제정·시행되면서 미흡하지만 장애인 재활 패러다임을 수용하게 되었다. 장애인서비스 시설은 정신지체·지체장애·시가장애·청각장애 등 크게 4가지 장애인재활시설과 요양시설, 근로시설, 점자도서관 등을 법적으로 명시하게 된 것이다.

이제 21세기에는 사회통합을 넘어서 “사회참여”로 이어져야 하며¹¹¹⁾, 이러한 변화의 과정을 다음의 그림은 잘 요약해 주고 있다.

<그림 3-3> 장애인의 사회통합 발전과정



자료 : E. Cocks, "Encouraging a Paradigm Shift in Services for People with Disabilities", Edith Cowan University: Australia, 1994.

111) Hauritz, M., et al., *Justice for People with Disabilities: Legal and Institutional Issues.*, Sydney: The Federation Press, 1998.

(1) 시혜적 복지패러다임에서 생산적 복지패러다임으로 전환

지금까지 우리나라의 장애인서비스는 재활패러다임도 독립생활패러다임도 아닌 시혜적 복지패러다임이 정착되어 왔음을 부인할 수 없다. 장애인을 보는 시각과 장애인서비스 사업에 대한 견해가 자선적(慈善的), 자혜적(慈惠的), 사회방위적(社會防衛的) 입장을 고수하는 소위 「복지패러다임」으로 정책이 입안·의결·집행되어 왔던 것이다¹¹²⁾.

정책을 입안할 때 장애인 자신의 욕구(Needs)가 제대로 반영되지 않았을 뿐 아니라 전문가의 견해 또한 정확히 개진되지 못하는 관 주도의 복지패러다임으로 일관해 온 것이다.

따라서 각종 할인제도를 통한 소득보장정책이나, 일방적·소비적·비전문적 복지 시혜적 복지패러다임에 대한 개혁의 목소리가 높은 것이 사실이며, 근래에 들어서 생산적 복지패러다임으로 전환해야 한다는 것이다. 현행 우리나라의 생산적 복지는 민주주의와 시장경제를 토대로 분배정의를 실현하는 것으로 나타나지만, 이는 지식기반 산업화에 필요한 노동력의 공급에 공적부조와 연결시키는 영국의 적극적 복지와는 달리 취약집단의 생활보호를 강화시킴과 동시에 계층간의 사회적 평등과 세대간 환경권적 평등을 증진시키는 것을 목적으로 한다.

생산적 복지로 패러다임을 전환하는 것은 아무리 심한 중증·중복장애인 일지라도 일방적 수당이나 연금 지급보다는 직업재활과 고용 즉 일을 주고 부족한 노동력 만큼 지원을 해주는 복지를 강구하는 방향으로 패러다임을 전환시켜야 한다는 것이다. 사회보장차원에서 일방적으로 지원하는 연금이나 공적부조제도에 의존하는 것이 아니라 지원고용 등의 고용 프로그램을 개발·시행하되 부족한 노동력만큼 지원해 주고 세금내는 국민으로 신분을 바꾸어 주는 것이 생산적 복지라는 것이다.

(2) 클라이언트에서 컨슈머로의 전환

재활패러다임에서는 장애인을 클라이언트로 평가했다면 독립생활패러다임에서는 컨슈머로 인식하고 있는 것은 앞절에서 본 바와 같다.

112) 김종인, “장애인복지정책의 패러다임”, 한국맹인복지연합회 주최 세미나 발표문, 1999.

우리 나라에서 지금까지 장애인을 복지의 수혜자로 여기고 시혜적 복지대상의 클라이언트로 인식함으로써, 재활패러다임에서의 클라이언트로써 기본권도 보장받지 못하고 있다는 것이다.

인권 및 교육관련입법을 따라서 우리 나라 헌법정신의 맥락에서 본다면 장애인의 사회통합은 단순한 사회학적 사회관계나 갈등의 문제가 아니라 헌법(제10조)에서 “보장하는 모든 국민은 행복을 추구할 권리를 가진다.”고 규정했으며, 34조 1항에서는 “모든 국민은 인간다운 생활을 할 권리를 가진다.”고 규정되어 있다. 즉, 헌법의 행복추구권, 평등권, 재산권, 교육권, 근로권, 노동3권, 사회보장권, 환경권, 남녀평등권, 보건권 등과 맥락을 같이 하는 ‘시민적 권리’로 이해할 수 있다.

통합을 저지하고 격리를 고수한다면 헌법이 보장하는 ‘시민적 권리’를 거부하는 행위라고까지 할 수 있으므로, 다른 차원에서 본다면 장애인과 일반 사회인의 관계를 특징지우는 격리는 한 마디로 불평등하고 배타적인 관계이며, 헌법정신은 물론 사회정의의 원칙에도 위배된다고 할 수 있다.

그러나 우리나라 장애인서비스 시설의 입소체계를 한 예로 보면 여전히 버려진 장애인, 유기된장애인, 영세장애인, 즉 요보호대상 장애인을 우선 입소하도록 되어있다. 버리고, 유기시켜야 입소가 우선 가능하도록 되어있는 장애인서비스 시설 운영 시스템은 클라이언트로서의 인간존엄이나 최소한의 윤리적인 접근이나 재활상담이 이루어질 수 없는 것이다.

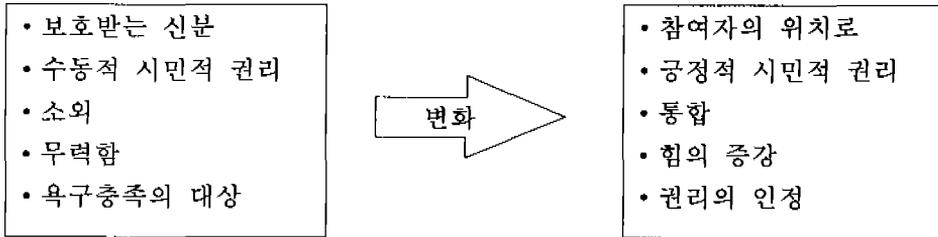
독립생활패러다임의 가장 큰 핵심이 바로 장애인을 소비자로 인정하는 것이다. 여기서의 컨슈머는 장애인에게 자기결정권을 부여하는 것은 물론 장애인 자신의 재활에 필요한 시설입소나 각종 행동수정, 보육, 의료, 심리, 사회, 직업재활 등 모든 프로그램에 스스로 선택할 수 있게 주권을 인정한다는 것이다.

장애인서비스 제도가 발전하기 위해서는 장애인이 주체가 되어 다양한 재활·복지프로그램을 선택하고 참여가 완전히 보장될 때 장애인인권이 실질적으로 신장되고, 개체 장애인도 한 인격체로 이 사회에 통합할 수 있을 것이다. 따라서 장애인을 소비자로 인식하는 새로운 패러다임이 정립되어야 할 것이다.

이러한 패러다임의 정립은 장애인의 신분적 변화로서의 사회통합이 선행되어야 한다. 즉, 성공적인 사회에로의 전환은 사실 교육적 차원을 초월한 사회성원으로서의

의미있는 신분적 변화, 즉, 의미있는 통합을 선행조건으로 한다. 장애인의 사회통합은 몇가지 신분적 변화를 수반한다는 점에서 그 의미를 찾아볼 수 있는데, 다음의 그림은 이러한 변화내용을 나타내고 있다.

<그림 3-4> 장애서비스 이용자의 신분적 변화



자료: 김형식, "장애학생의 사회통합을 위한 여건개선", 특수교육원 개원5주년 기념학회 발표논문, 1999.5.

현행 장애인서비스 시설이나 장애인 복지관에서 펼쳐지고 있는 장애인 교육·재활·복지 프로그램은 운영주체자인 시설장이나 기관장이 주도로 다분히 정부지원으로 이루어지고 있어 장애인의 욕구에 부응여부는 상관이 없는 것으로 되어 있다. 장애인이 소비자로서의 사회적 지위를 얻기 어려운 이유중의 하나가 바로 <그림 3-4>에 나타난 보호, 수동적 시민적 권리, 소외, 무력함, 욕구충족대상 등이므로 이러한 신분이 참여자, 공정적 시민적 권리, 통합, 힘의 증강, 그리고 권리의 인적으로 바뀌어 갈 때, 소비자로서의 지위를 얻는데 진일보 할 것이다.

더불어 장애인에게 금전적으로 필요한 프로그램비를 지원해 주고 「컨슈머」로써 선택할 수 있는 새로운 프로그램개발 및 정책 패러다임이 변혁·시행된다면 시설장이나 기관장이 당연히 장애인을 컨슈머로 보고 장애인 중심의 복지시설운영과 프로그램을 개발·시행할 것이다.

4. 장애인서비스 전달체계와 구축을 위한 원칙

1) 장애인서비스의 전달체계

장애인서비스는 욕구체계와 자원체계, 전달체계라는 세가지 하위체계로 구성된다.¹¹³⁾ 욕구체계란 서비스를 제공받는 사람을 중심으로 욕구발생 및 그것으로 인한 비복지(diswelfare)의 상태와 관련된 욕구발견 및 욕구진단의 체계로서 복지욕구의 소재지라고 볼 수 있다. 자원체계란 욕구해결을 시도함에 있어서 필수적으로 요구되는 인적, 물적 자원의 동원 및 확보 기능과 관련된 체계를 의미한다. 전달체계란 욕구체계와 자원체계의 연결고리를 말하는 것으로서 서비스의 제공 기능과 직접적으로 연관되는 체계이다. 이처럼 욕구와 자원간의 상호작용이 발생하는 장(setting)을 전달체계라고 한다. 장애인서비스라는 전체 체계가 원활한 기능을 발휘하기 위해서는 세가지의 하위체계들 중 어느 하나에도 결함이 있어서는 안된다.

욕구 발생의 원인파악, 욕구소지자의 실태파악, 욕구소지자들이 경험하고 있는 비복지의 실태파악 등 욕구체계의 기능이 발휘되면 그 다음으로 자원체계가 적절하게 작동되어야 한다. 욕구해결에 소요될 충분한 자원의 확보가 중요한 과제로 등장하는 것이다. 그러나 욕구가 파악되고 자원이 확보되었다고 해서 욕구해결이 자동적으로 보장되는 것은 아니다. 욕구가 있을 때 그것을 해결하기 위한 서비스가 적절한 시기에 적절한 장소에서 제공될 수 있는지의 문제는 결국 서비스의 전달체계 즉 서비스의 전달과 관련된 행정구조, 전문인력, 전달창구의 소재지 등의 질적 수준에 따라 좌우되는 것이다. 따라서 이러한 이유때문에 전달체계의 중요성이 더욱 부각되는 것이다.

장애인서비스의 전달체계는 장애인들이 필요로 하는 서비스를 누가 어떠한 경로를 통하여 대상자에게 제공, 전달하는가 하는 조직적 관계¹¹⁴⁾를 말하는데, 이는 주로 서비스의 제공과 관련된 체계이다. 전달체계내에서 활약하는 전문 인력들은 서비스의 제공뿐만 아니라 자원의 개발 및 동원 그리고 대상자의 욕구의 발견 및 진단의

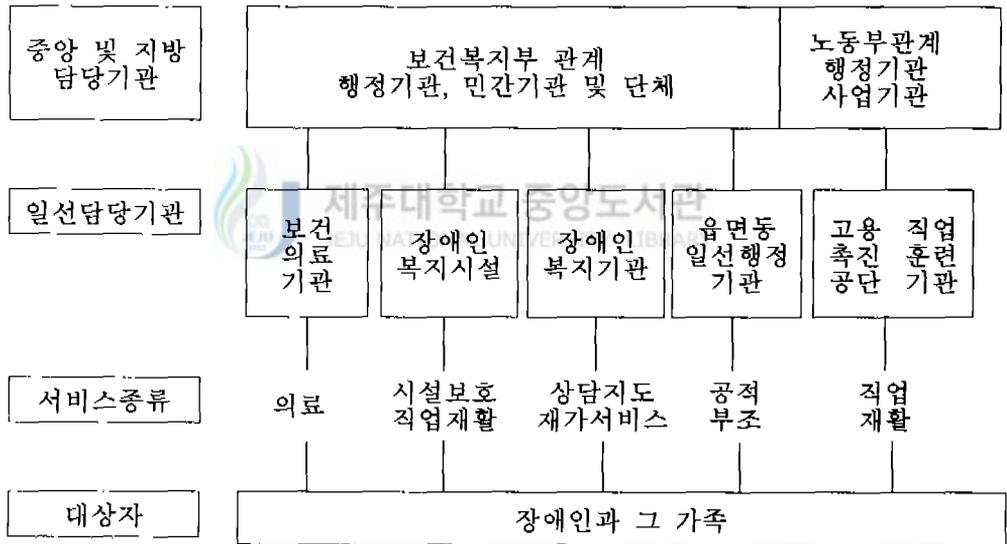
113) 오혜경, "장애인복지시책", 「장애인복지학 입문」, 아시아미디어리서치, 1998, p.297.

114) 차홍봉, "장애인복지서비스의 전달체계", 「아·태장애인10년에 대처할 국가적 장기전략 및 정책대안 모색을 위한 연구논문집」, 한국아·태장애인10년연구모임, 1995, p.405.

기능도 하기 때문에 장애인서비스의 성패를 가늠하는 핵심요소가 전달체계라고 할 수 있다. 전달체계를 보다 구체적으로 고찰하면 결국 전문가들의 전문 과업 수행의 체계라고 말할 수 있게 된다. 특히 장애인서비스의 경우 관련된 서비스의 종류는 다양하며 관련된 전문가도 다양하기 때문에 관련 전문기관 및 단체의 다양화는 불가피하다. 따라서 장애인서비스는 다양한 재할 전문가들이 조직적으로 활동할 수 있는 환경 여하에 따라 좌우되는 전달체계의 질에 의해서 결정되는 것이다.

<그림 3-5>는 장애인서비스의 전달체계를 보여주고 있다. 즉, 장애인과 그 가족이 서비스의 대상이 되며, 서비스 종류에 따라 일선담당기관과 연계되고, 이는 다시 중앙 및 지방담당기관과 연계되는 전달체계이다.

<그림 3-5> 장애인서비스의 일선 전달체계



자료: 차홍봉, "장애인복지서비스의 전달체계", 「아·태 장애인 10년에 대처할 국가적 장기전략 및 정책대안 모색을 위한 연구논문집」, 한국아·태 장애인 10년 연구모임, 1995, p.413.

2) 장애인서비스 전달체계 구축원칙

장애인서비스 전달체제란 장애인서비스의 공급자와 장애인과 그의 가족과 같은 소비자간을 연결시켜 주는 조직적 장치¹¹⁵⁾이다. 일반적으로 사회복지 전달체계 구축의 중요원칙은 접근용이성, 전문성, 통합성으로 요약 할 수 있는데, 장애인서비스의 전달체계 역시 이를 벗어나서 생각할 수 없다.

첫째, 접근용이성의 원칙이란 장애인서비스에 있어서는 접근이 용이해야하기 때문에 가장 중요한 요소라 할 수 있다. 접근용이성이란 서비스와 그것을 필요로 하는 욕구의 연결상태를 의미한다. 구체적인 제안은, 서비스 제공의 장소가 자기의 거주지로부터 교통의 편리한 곳에 위치 할 뿐만 아니라(지리적 장애제거), 심리적으로도 소외의식이나 차별적인 대우가 없다는 느낌을 줄 수 있는 곳이라야 한다(심리적 장애). 뿐만 아니라 서비스 대상자를 선정할 때, 자산조사를 엄격히 하거나 장시간의 대기하는 등 신청 절차상의 장애, 물품의 부족이나 상담자의 부족 등이 제거되어야 한다. 이상적인 서비스전달체계는 복지대상자의 기관에 대한 접근과 기관의 복지대상자에 대한 접근이 용이하도록 만들어져야 한다.

둘째, 전달체계의 전문성이란 장애인서비스에 전문가의 개입을 의미한다. 전문직의 속성으로는 체계화 된 지식기반과 기술의 정립, 전문적 권위의 발전과 수용, 전문직으로서의 사회적 승인, 고유한 윤리강령, 공유된 전문적 가치와 규범 등이 제시되고 있다. 이 가운데에서 전문가로서의 가치 지향과 체계적인 지식과 기술이다. 전문직이 사회의 진보에 기여할 수 있기 위해서는 체계적인 기술과 지식에 기반하여 사회의 공동선을 구축 할 수 있어야 하는 것이다.

셋째, 전달체계의 통합성의 원칙은 장애인의 경우, 문제가 복합적이고, 상호연관되어 있기 때문에 이러한 해결을 위한 서비스들도 상호연관되어야 한다는 것이다. 장애인들의 욕구는 다양하다. 그러므로 장애인들이 필요로 하는 서비스도 다양해 질 수밖에 없다. 예를 들면, 교육, 의료, 주택, 소득, 사회적응 등 서비스의 종류가 다양할 뿐 아니라 예방을 목적으로 하는 서비스가 있는가 하면 치료를 목적으로 하는 서비스가 존재하는 등 서비스의 성격도 다양해 진다. 따라서 이상적인 장애인서비스

115) 오혜경, 전개논문, 1998, p.298.

전달체계는 장애인의 다양한 욕구를 통합적으로 처리할 수 있도록 구성되어야 한다.¹¹⁶⁾

3) 현행 우리나라 장애인서비스 전달체계

중앙정부에서 제공되는 장애인서비스는 보건복지부를 중심으로 재활, 소득보장, 의료 등의 서비스와 노동부 중심의 직업훈련, 고용, 산업재해 장애인서비스, 교육부 중심의 특수교육서비스 등이 있으며, 그밖에 국방부, 보건처, 총무처 등에서 개별 법률에 따른 행정서비스를 제공하고 있다. 보건복지부의 장애인서비스는 내무부 지방행정조직을 통해 집행되며, 시·도 단위에서는 시민복지국 혹은 보사환경국 사회과 또는 가정복지국에서 시·군·구 단위에서는 사회복지과 또는 사회과의 사회계 또는 장애인복지계에서 읍·면·동 단위에서는 사회계, 복지계 및 사회담당이 관장하고 있다. 이외, 각 시·도의 장애인복지관과 지역사회복지관을 통해서도 서비스가 전달되고 있다.

장애인서비스에 관한 중앙정부의 부처는 보건복지부 장애인복지심의관실과 그 아래 있는 장애인제도과와 재활지원과인데, 1996년까지만 하더라도 장애인복지과 하나만 있었으나 1997년에 장애인복지심의관실이 새로이 설치되면서 장애인서비스업무를 담당하는 과가 장애인제도과와 재활지원과로 양분되었다

장애인제도과의 주요 업무로는 장애인서비스행정에 관한 종합계획의 수립과 조정, 장애인서비스 관련법령의 제정, 개정 및 제도의 개선, 장애인서비스 관련위원회의 운영에 관한 사항, 장애인재활시설, 근로시설, 보호작업장의 운영지원, 장애인에 관한 조사 및 연구, 장애인 생활안정지원에 관한 사항, 장애인고용, 특수교육관련 등 타부처 협조사항, 장애인 등록 및 장애인 판정위원회에 관한 사항 등이 있다.

재활지원과의 주요 업무는 장애인 편의시설 법령, 설치 및 관리에 관한 사항, 장애인 이용시설의 운영지원, 장애인 유형별 재활프로그램의 개발 및 지원, 장애인 보장구의 개발보급, 장애인의 체육 및 문예에 관한 사항, 장애인 관련 행사에 관한 사항, 장애인 인식개선 및 홍보에 관한 사항, 장애인서비스 관련단체의 지도와 감독,

116) 오혜경, 「장애인복지학 입문」, 아시아미디어리서치, 1998, pp.297~299.

장애인 재활정보센터 운영, 장애인 생산품 공판장 운영, 장애인 결연사업, 재활전문
요원 양성 및 관리 등이다.

장애인과 관련되어 있는 중앙부처로는 보건복지부 이외에도 노동부와 교육부가
있고, 이외에 국가보훈처, 국방부 등에서도 장애인 관련업무를 수행하고 있다. 노동
부에서는 장애인의 고용과 관련된 업무와 산재보상보험법에 의한 장애보상업무를 담
당하고 있으며, 교육부에서는 특수교육업무와 사립학교 교원연금법에 의한 폐직보상
업무를 담당하고 있다. 이밖에 국가보훈처에서는 국가유공자 등 예우 및 지원에 관
한 법률에 의한 상이보상업무를 담당하고 있으며, 국방부에서는 군인연금법에 의한
상이연금 및 장애보상금 관련업무를 담당하고 있다.

지방정부의 경우 광역자치단체인 서울특별시와 서울특별시와 사회과 재활지원계에서, 광역시와
도는 대부분 사회과 사회계, 또는 사회복지과 장애인계에서 담당하며, 기초자치단체
의 경우에는 사회(복지)과 사회계나 장애인계에서, 읍·면·동에서는 사회복지전문요
원, 사회계 또는 복지계에서 담당한다. 1995년부터 시범사업을 실시하고 있는 사회복
지서비스의 전달조직인 보건복지사무소가 전국적으로 설치, 운영될 경우에는 시·
군·구의 장애인서비스업무는 보건복지사무소에서 담당하게 될 것이다. 보건복지사
무소 내에는 복지사업과 또는 복지사업계가 있고 장애인서비스업무를 담당하는 인력
이 배치되게 된다.

제 2 절 장애인서비스 시설의 종류와 기능

1. 장애인서비스의 영역과 서비스시설의 종류

1) 장애인서비스 영역

장애인서비스는 사회복지법에서 정하는 분야중의 하나로 경제발전과 더불어 어느
나라에서나 관심을 가지고 있으며, 우리 나라에서도 장애인복지법에 나타난 바와 같
이 장애인서비스대책을 종합적으로 추진, 도모하고 있다.

장애인서비스는 장애의 범주 내에 있는 장애에 대응하는 과정¹¹⁷⁾이라고 정의할
수 있는데, 우리 나라의 장애인복지법에서 장애인은 지체장애, 시각장애, 청각장애,

언어장애, 정신지체 등 정신적 결함으로 인하여 장기간에 걸쳐 일상생활이나 사회생활에 상당한 제약을 받는 자로서 대통령령으로 정하는 기준에 해당되는 자¹¹⁸⁾로 정의하고 있는데, 이는 여러 나라들이 신체장애를 포함해 정신장애, 내부장애 등 각 장애에 대하여 광범위한 범주를 가지고 있는데 비해 우리나라의 장애 범주는 상대적으로 그 개념이 협소한 편이었으나, 2000년 1월 1일부터 시행예정인 개정 장애인복지법에서는 장애범주를 지체, 뇌병변, 시각, 청각, 언어, 정신지체, 발달, 정신, 신장, 심장 등 10종류의 장애인으로 확대하였다.

장애인서비스 영역은 <그림 3-6>에 나타난 바와 같이 개인차원과 사회차원의 성격으로 나누어지고, 개인차원의 장애에 대응하는 임상영역의 복지과정과 사회적 차원의 장애에 대응하는 사회재활영역의 복지과정이 존재하며 사회적 자기실현을 주체적으로 할 수 없는 정도의 중증 장애자를 위한 보호영역으로 구성되어 있음을 볼 수 있다.

개인의 사회적 능력을 약화시키거나 상실시키는 신체장애나 능력장애와 같은 개인차원의 장애요인에 대응하는 임상영역은 장애인서비스의 전문영역으로 분화된다. 즉 임상영역에서는 개인차원의 의료적, 사회적, 심리적 및 정신적 임상과정을 통해서 신체적 기능을 회복하고, 주체의식을 회복함으로써 사회적 능력을 가지게 되어 비로소 사회구성원으로서 장애인의 평등한 사회생활이 가능하게 되어갈 수 있게 된다. 따라서 임상영역에서는 전문가의 도움을 얻어 사회적 능력을 갖도록 지원해주는 서비스영역인 것이다.

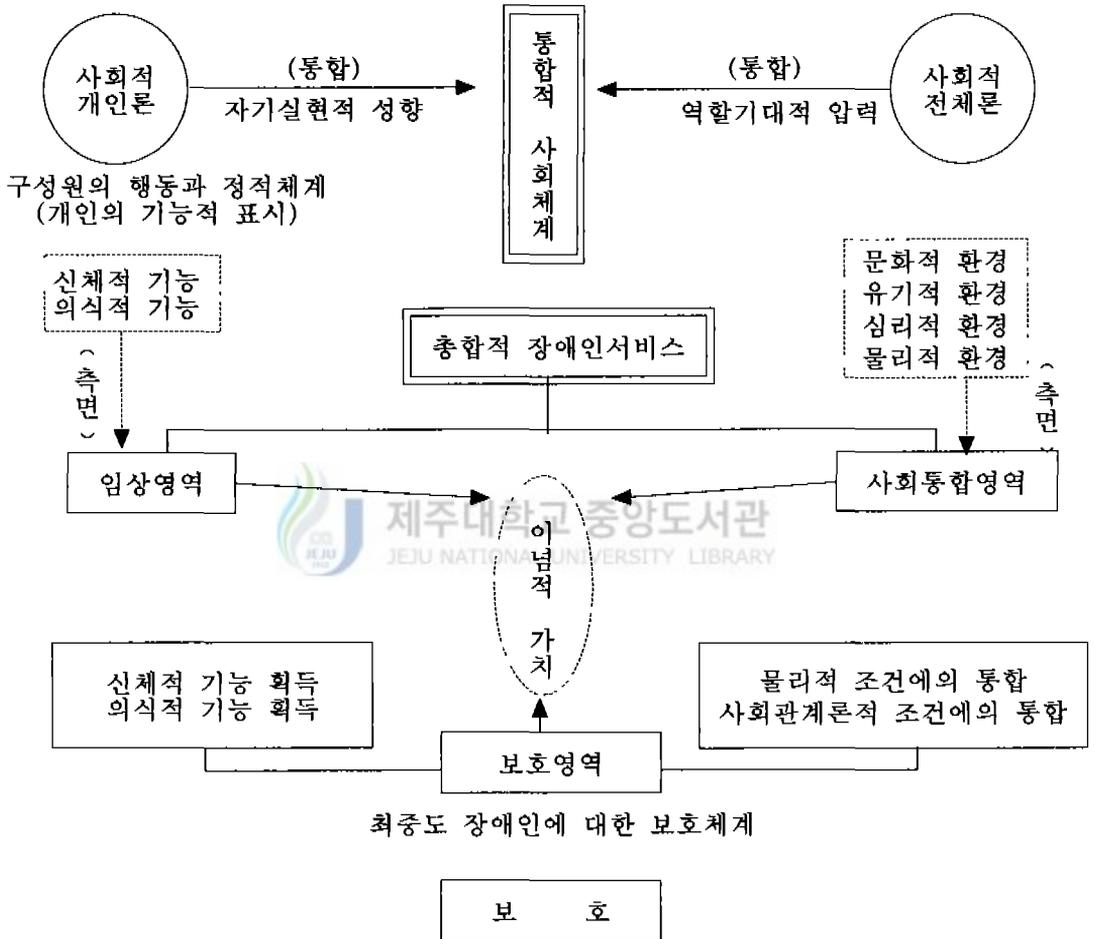
이와 함께 사회재활영역은 능력장애와 사회적 요인으로 구성되는 사회적 불리를 대상으로 임상영역과 상호교환관계를 유지하면서 장애인의 사회통합에 필요한 사회적 조건을 제공하는 영역이다. 반면 신체부분 중 대뇌부분의 장애로 정신기능이나 지능이 저하되어 주체적 사회생활이 곤란한 중증 장애인에 대해서는 임상영역이나 사회재활영역의 궁극적 목표인 사회적 자립의 달성과는 달리 그 대상이 되는 장애인을 보호하는 것이 그 목표가 되는 복지서비스의 영역이라고 할 수 있다.

117) 최영욱·권도용·김범수·김수영·김형길·박석돈·박태영·이종복·전광현 공저, 「사회복지시설론」, 범문사, 1997, p.197.

118) 장애인복지법 제1장 제2조.

이외에도 장애인서비스 영역으로는 장애상담에서부터 일상생활훈련, 위탁양육, 일시보호소운영 등 보육서비스가 있다.

<그림 3-6> 장애인서비스의 영역



자료 : 최영욱의 8인, 「사회복지시설론」, 범문사, 1997, p.203.

의료재활서비스로는 장애인인에 대한 분석 및 예방대책, 물리치료, 작업치료, 언어치료 등 재활치료서비스가 포함된다.

교육재활서비스로는 조기교육, 직업전교육, 평생교육, 전환교육 등이 있다. 특히

장애학생과 비장애학생이 통합하는 「메인스트림(mainstream)」교육이 사회통합의 전제조건이라 할 수 있다.

심리·사회재활서비스로는 지능(IQ), 사회성숙도(SQ), 감성(EQ)검사 등 각종 심리검사에서부터 심리재활프로그램이 있다. 특히 장애인가족지원 서비스와 운영체계를 개발해야 한다. 정신지체 등 발달장애인의 경우 고객으로서의 주권을 주장하지 못할 경우에는 부모 등 보호자를 통해 고객으로서의 만족을 누리도록 가족지원 서비스를 개발·운영해야하는 것이다.

태도의 장벽, 의사소통의 장벽, 건축물의 장벽 등 세가지 유형의 장애장벽 제거 운동과 함께 장애인의 이동권·접근권·독립생활권을 복지서비스로 보장해야 할 것이다.

직업재활서비스로는 장애인의 직능평가, 직종개발, 직업배치, 취업, 사후관리까지 일련의 서비스가 종합적으로 이루어져야 한다. 직업훈련과 교육이 특수학교와 복지시설에서 이루어지면, 보호작업장, 근로시설 등에서의 보호고용 서비스가 있다.

우리나라에서는 이같은 장애인과 비장애인 통합고용의 한 형태로 장애인고용촉진 등에 관한 법률이 시행된 90년이래 의무고용을 제정·시행하고 있다. 현재 300인 이상 근로자를 고용하는 기업은 2%만큼 장애인을 고용할 의무를 지니고 있다. 98년 말 현재 의무고용률의 27%밖에 고용하지 않을 만큼 직장에서의 어려움을 겪고 있는 것이 현실이고 정신지체, 자폐증 등 직업적 중증장애인은 아예 고용의 기회를 찾지 못하고 있는 실정이다.

미국의 경우 지원고용제(supported employment)가 시행되고 있다. 이 지원고용제는 ①중증장애인이면서 ②비장애인과 함께 일하는 회사나 사업장에서의 고용을 말하며 ③1주 20시간이상 정상적인 주급이나 월급을 받고 일을 하며 정부에서의 계속적인 지원(ongoing support)을 하는 것을 말한다 그러니까 한 장애인이 80%만큼의 노동·생산능력이 없을 경우 20%만큼 정부에서 지원해줌을 의미한다. 대부분 나라들이 대통령직속 장애인고용대책위원회가 구성되어 있는가 하면 전문직종개발, 직업훈련, 직업평가 등 직업재활에 많은 투자와 정책을 시행하고 있다.

한편 2000년 7월 1일 시행예정인 “장애인 고용촉진 및 직업재활법”의 제정목적은 장애인의 고용촉진과 직업재활 및 직업안정의 도모를 근간으로 하여, 노동부, 보건복

지부간의 긴밀한 협조로 장애인의 고용촉진 및 직업재활을 위한 기본계획을 수립하도록 하고 있다. 또한 이 법에서는 고용형태에서 지원고용과 보호고용제도 등 선진국형 제도를 도입하고 있다.

미국의 경우 직업재활(Vocational Rehabilitation : VR)은 주와 연방정부가 가장 심혈을 기울이면서 추진하고 있는 국가정책중의 하나이다. 대통령산하의 장애인고용위원회라는 행정위원회를 통해 장애인의 고용을 위한 각종 연구사업, 행정지원, 협조체계를 구축하도록 하는 것은 정책시행의 중요성을 짐칠 수 있다.

미국장애인법(ADA)에 따라 1994년 7월 16일이래 15인이상 고용기업에서는 장애인의 고용을 차별이나 거부할 수 없도록 되어 있는 등 특히 중증장애인의 직업재활을 통한 취업과 진정한 복지의 실행을 위해 미국의 州나 연방정부의 다면적인 연구와 노력을 하고 있다. 특히 직업에 대한 코치의 기능으로 직업개발(job development), 내담자 및 소비자 사정(consumer assessment), 직무배치(job placement), 직업훈련현장(job site training), 지속적인 사정과 평가, 그리고 사후관리를 들 수 있겠는데 모든 재활정책이 일을 통한 복지의 실현으로 귀결되고 있다.



2) 장애인서비스 시설의 종류

장애인서비스 시설은 장애인서비스사업을 주요 목적사업으로 사회복지법인이나 기타법인에서 설치한 재활, 요양시설과 장애인이용시설을 포괄한다.¹¹⁹⁾ 즉, 장애인서비스시설은 장애인을 수용하거나 장애인의 시설을 동원하여 재활에 필요한 상담, 치료교육, 훈련 및 요양 등 장애인서비스를 위한 시설을 말하는데, 장애인서비스 시설의 종류는 수용보호서비스 시설과, 이용서비스시설로 대별해 볼 수 있으며, 구체적인 내용은 다음과 같이 정리할 수 있다.¹²⁰⁾

(1) 수용보호서비스 시설

경제적, 가족적 기능의 결여 등으로 인해 스스로의 자립생활이 어려운 심신의 장

119) 권도용 외2인, 「현대장애인복지개론」, 홍익재, 1998, p.357.

120) 한국장애인복지시설협회, 「1997년도 장애인복지관 실태조사」, 1998. p.7.

애를 지닌 사람들에게 생활, 치료, 교육, 재활 상의 모든 서비스를 제공하여 그들의 생존권을 보장해주는 시설을 말한다.

(2) 이용서비스 시설

재가장애인에게 치료, 교육훈련, 재활에 필요한 사람들에 대한 보호와 원근 서비스를 제공하는 공공시설인 반면에 이용시설은 수용보호 시설의 한계를 보완하는 탈시설화의 경향에 따라 발전한 것이다.

2. 장애인서비스 시설의 기능

장애인서비스 시설의 대별된 유형에 따라서 장애인복지법 제37조(장애인복지시설)에 근거한 각 서비스시설의 기능을 보면 다음과 같다.¹²¹⁾

1) 장애인 재활시설

지체장애, 시각장애, 청각장애, 언어장애, 정신지체 등 동일 또는 유사한 장애를 가진 장애인을 입소 또는 통원하게 하여 그 재활에 필요한 상담, 치료 또는 훈련을 행하는 시설이다.

2) 장애인 요양시설

장애인으로서 항상 돌보아 주어야 할 자를 입소하게 하여 상담, 치료 또는 요양을 행하는 시설이다.

3) 장애인 유료 서비스시설

장애인에게 상담, 치료, 훈련 또는 요양을 행하고 이에 소요되는 일체의 비용을 입소 또는 통원한 자로부터 수납하게 하여 운영하는 장애인 재활시설과 요양시설이다.

121) 한국장애인복지체육회, 「주요 국외 장애인 복지기본법」, 1995, p.11.

4) 장애인 이용시설

무료 또는 저렴한 요금으로 장애인을 통원하게 하여 상담, 치료, 훈련 사회와의 교류 촉진 및 여가 활용 등의 편의를 제공하는 시설이다.

5) 장애인 직업재활시설

장애인을 입소 또는 통원하게 하여 직업을 주어 자활시키는 장애인 근로시설과 취업이 곤란한 장애인에게 필요한 훈련을 행하여 직업을 주는 보호작업장을 말한다.

6) 점자도서관

무료 또는 저렴한 요금으로 시각장애인에게 점자 간행물 또는 녹음도서를 열람하게 하는 시설을 말한다.

7) 점자 또는 녹음도서 출판시설

무료 또는 저렴한 요금으로 시각장애인에게 점자간행물 및 녹음도서를 제공하기 위하여 이를 출판하는 시설을 말한다.

1999년 개정된 장애인복지법의 시행규칙에는 생활재활시설, 직업재활시설, 수련시설 등 장애인서비스 시설의 형태가 전문화·세분화되고 있는 추세이어서 앞으로는 장애인의 이용욕구에 부응하는 시설모형이 기대된다.

제 3 절 장애인서비스와 고객만족에 관한 선행연구

1. 장애인서비스와 고객만족의 연구

그랜루스(1984)는 기대된 품질과 지각된 품질의 차이에 의해서 서비스질 평가모형이 가능하다고 하였고, 파라슈라만(1985, 1988) 등은 이러한 평가모형을

SERVQUAL이라는 측정방식을 개발하였다. 이와 유사한 연구는 브라운(S.W.Brown)과 스와츠(T.A.Swartz; 1989), 볼튼(R.N.Bolton)과 드루(J.H.Drew; 1991) 등이 있으며, 특히 이들은 서비스질 평가와 관련된 관련개념의 영역을 확장시켰다. 볼딩(W.Boulding), 칼라(A.Kalra), 스탈린(R.Staelin)과 자이타믈(V.A.Zeithaml; 1993)은 서비스질 평가에 서비스접점 개념을 포함하여 이에 따라 기대가 변함으로써 서비스질 지각과정을 추적하고, 행위의도와 관련지어야 한다는 모형을 제시하였다. 이들의 관점에서 존슨(R.L.Johnson), 츠로스(M.Tsiros)와 란시오니(R.A.Lancioni; 1995)은 서비스접점 과정에 따른 평가항목의 중요도를 고찰하여 기업의 실무자에게 구체적인 서비스질 관리의 항목을 제시하였다. 프라이스(L.L.Price), 아몰드(E.J.Arnold) 그리고 티에미(P.Tiemey)는 서비스접점의 구체적인 내용을 분석하여 서비스질과 고객만족의 영향정도를 검토하였다. 한편, 구이리(M.Guiry)는 서비스접점 역할에 따라서 서비스질과 만족의 정도가 다르다는 점을 지적하고, 고객과 종사자의 상호작용이 서비스질 평가에 중요하다고 보고 있다.

그러나 우리 나라에서 장애인서비스와 고객만족을 연계한 논문은 <표 3-4>에 관련연구를 제시한 바와 같이 거의 찾아보기 힘들다.

김종인(1996)이 300인이상 근로자가 있는 의무고용대상 기업을 대상으로 실시한 장애인 근로자와 비장애인 근로자의 직업만족도 연구와 이은주(1993)의 직업재활에 대한 만족효과 등 장애인 직업만족도에 관련된 연구는 있지만 장애인과 장애인서비스 시설에서 근무하는 종사원의 입장에서 장애인서비스의 만족도를 조사, 연구한 논문은 없는 실정이다.

리그레스(Reagles; 1970) 등의 연구에서는 고용의 동기가 있는 장애인 클라이언트가 예비 재활프로그램에 참여할 때 높은 만족도를 보여주고 있다. 또한 긍정적인 만족도의 변수로 작용한 것으로는 가족지원프로그램, 직업을 얻는 것과 직업을 유지하는 프로그램 등을 제시하고 있다

윈터(Winter)와 케이스(Keith; 1988)는 장애인 고객의 특징과 장애인 고객의 만족도가 상관관계가 있다고 밝혀는데, 장애영역별, 장애정도별로 만족에 대한 항목과 수치가 유의하게 차이를 제시했다. 나이가 많은 장애인고객이 젊은 고객보다도 만족도가 높았으며, 교육을 많이 받은 장애인고객의 만족도가 상대적으로 교육을 적게 받

은 장애인 고객보다 만족도가 낮았다 특히 이들의 연구에서는 영리법인과 비영리법인, 병원 등에서의 고객만족도가 차이가 있음을 밝혔는데, 비영리법인, 영리법인, 병원 순으로 나타났다. 또한 이 보고에서는 치료가 더 필요한 사람의 만족도가 낮은 것으로 집계되었다.

그린리(Greenley)와 쇼헨러(Schoenherr; 1981)¹²²⁾는 2개의 재활기관을 포함하여 11개의 사회복지 서비스기관을 대상으로 클라이언트의 만족도를 면접조사했다. 총 441명의 클라이언트를 그들이 이용하는 사회복지서비스 기관과 클라이언트의 집에서 면접을 각각 실시했다. 이 조사연구의 결과는 면접조사의 장소에 따라서 만족도가 유의한 차가 있음을 제시해 주고 있는데, 면접조사는 집에서 한 사람이 사회복지 서비스 기관에서 한 사람보다 높은 만족도를 보였다. 이 연구에서는 특히 클라이언트의 개인적인 특성에 따라 만족도가 차이가 있었고, 조직체제와 운영의 경직성도 만족도에 크게 영향을 미치는 것으로 분석됐다.

로스러(Roessler)와 볼튼(Bolton; 1985)¹²³⁾의 연구에서는 길 높은 직업재활훈련에 관련된 서비스가 실시될 때 고객만족도가 높은 것으로 조사됐다.

슈왑(Schwab), 스미쓰(Smith), 디니토(Dinitto; 1993)¹²⁴⁾가 공동연구한 고객만족도와 직업재활 서비스의 질에 대한 연구에서는 Total Quality Management(TQM)의 이론과 실제를 적용함으로써 장애인서비스와 경영이론을 새롭게 접목시켜 주목이 된 바 있다. 슈왑 등이 조사 연구 발표한 이 논문은 미국 텍사스 재활위원회에서는 재활기관에서 서비스를 받는 2,400명의 장애인중 무작위로 추출한 표본 54명을 대상으로 조사, 연구한 고객만족도에서는 직업재활에 성공한 고객이 직업재활에 성공하지 못한 고객보다 전반적으로 높은 만족도를 나타냈다.

26명의 재활에 성공한 케이스와 28명의 재활에 성공하지 못한 케이스로 1990년 10월부터 1991년 4월 30일까지 조사한 이 연구에서는 텍사스 재활위원회에서 시행하

122) Greenley, J.R., & Schoenherr, R.A. "Organization effects on client satisfaction with humaneness of service". *Journal of Health and Social Behavior*. 22, 1981, pp.2~18.

123) R. Roessler, & B. Bolton, Employment pattern of former vocational rehabilitation clients and implications for rehabilitation practice. *Rehabilitation Counseling Bulletin*. 28(3), 1985, pp.179~187.

124) A.J.Schwab, T.W.Smith & Diana Dinitto, "Consumer Satisfaction and Quality Rehabilitation", *Journal of Rehabilitation* 1993, pp.17~25.

고 있는 직업재활동 재활프로그램에 대해 5가지 영역의 질문과 10개 부분의 만족도를 조사했던 것이다.

첫째 예절, 존경 인간적 대우에 있어서 조사대상 고객 92.8%가 있어서 긍정적인 만족을 표시했는데 직업재활에 성공한 장애인은 94.3%로 아주 높은 만족도를 보였고, 직업재활에 성공하지 못한 장애인은 88.6%라는 비교적 높은 만족도를 보였다.

둘째, 시간예약제에 대해서는 고객의 85.2%가 만족하다고 대답했는데, 직업재활에 성공한 장애인은 87.1%를 직업재활에 성공하지 못한 장애인은 80.1%의 만족도를 평가했다.

셋째, 당신이 상담자에게 당신의 욕구를 얘기할 때 그가 어떻게 느낀다고 생각하십니까라는 이 질문에 대한 답으로는 84.8%가 메너에 만족하다고 표했다.

이 경우도 직업재활에 성공한 장애인은 87.6%가 메너에 만족을 표시한 반면 직업재활에 성공하지 못한 장애인은 76.9%가 만족한 것으로 응답했다.

넷째, 당신이 전화했을 때 응답을 한 사항에 대해서는 80.9%가 만족을 표했는데, 직업재활에 성공한 고객은 83.3%이었고, 성공하지 못한 고객은 74.1%에 불과했다.

다섯째, 서비스에 대한 고객의 참여 및 결정권에 대해서는 79.5%가 만족으로 나타났는데, 직업재활에 성공한 고객은 82.3% 그러지 못한 고객은 71.6%에 머물렀다.

이상 모든 것을 종합한 텍사스 재활위원회의 재활·복지서비스를 받는 고객의 만족도는 78.2%로 집계되었다. 직업재활에 성공한 고객은 82.5%가 만족 혹은 매우만족으로 나타나 반면 직업재활에 성공하지 못한 고객은 66.2%로 나타났는데, 결과적으로 이 연구는 직업재활에 성공적인 장애인이 직업재활에 성공하지 못한 장애인보다 높은 고객만족도를 보이고 있는 것과 함께 1차적으로 상담자의 상담에 대한 태도나 의식등이 고객만족도에 크게 상관관계가 있음도 분석되었다.

이외에도 장애인서비스중에서도 직업재활서비스를 받는 장애인고객의 만족도가 높은 것으로 나타났다.(Greenley & Schoenherr, 1981 ; JWK¹²⁵⁾ Internationnal Corporation, 1980 ; Moriarity, 1977 ; Winter & Keith, 1988) 더구나 직업재활에 성공한 장애인의 경우가 더 높은 만족도를 나타낸 것으로 보고되고 있다.(JWK

125) JWK International Corporation. Follow-Up of Former Vocational Rehabilitation Clients. Annandate, VA:Author, (September 1980)

International Corporation, 1980) 이는 장애인의 직업재활은 장애인서비스의 핵심요소로써 장애인들도 직업을 갖고 경제적으로 자립이 될 때 고객으로써의 위상이 확보되고 자기결정권을 주장할 수 있기 때문이라는 분석이다.

<표 3-4> 장애인서비스관련 연구

연구자	연도	주요 연구내용
Winter and Keith	1988	장애인고객의 특징과 만족도간 상관관계
Reagles	1970	고용동기여부에 따른 재활프로그램참여만족도
Moriarity	1977	직업재활서비스를 받는 장애인의 만족도
JWK Internationnal Corporation	1980	직업재활서비스를 받는 장애인의 만족도
Greenley & Schoenherr	1981	면접장소에 따른 클라이언트의 만족도
Winter & Keith	1988	직업재활서비스를 받는 장애인의 만족도
Schwab, Smith & Dinitto	1993	직업재활의 성공여부에 따른 고객만족도와 직업재활서비스의 질
이은주	1993	직업재활에 대한 만족효과
김종인	1996	장애인근로자와 비장애인근로자간의 직업만족도

2. 우리나라의 장애인서비스



1) 장애인의 인구현황

장애인서비스정책에 있어서 무엇보다 먼저 근간을 이루고 있는 것은 장애인에 대한 현황을 정확히 파악하는 것이다. 그런데 우리 나라에서는 정책설정의 가장 기본이 되는 장애인에 대한 수는 전수(全數)조사를 한 것은 한번도 없고 표본조사를 통해 조사한 것인데 1985년 915,000명, 1990년 956,000명, 1995년 1,053,000명으로 나타났다.

한국보건사회연구원에서 매5년 단위로 조사·발표한 이같은 수치는 전인구대비 약 2.35%로 <표 3-5>와 같이 장애인 출현율의 국제비교로도 제일 낮은 비율을 나타내고 있다.

<표 3-5> 장애인 출현율의 국제비교

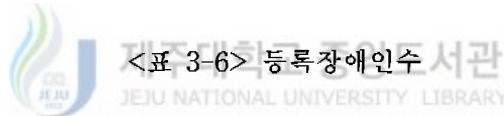
(단위 : %)

구분	호주	독일	일본	한국
	1987년	1991년	1991년	1995년
장애인출현율	15.6	8.4	3.5	2.35

자료 : U.N. Disability Statistics Database, 1992,
 일본, 厚生省, 厚生白書, 1995,
 한국보건사회연구원, 1995년도 장애인 실태조사

미국의 경우는 전인구 2억 5천만명 중에서 장애인수의 중앙정부발표와 교과서에서의 통계는 4천 3백만으로 20%를 상회하고 UN의 통계수치도 그 나라 인구수의 10%로 보는 것이 일반적인 장애인수라는 견해이다.

더구나 우리나라에서는 장애인등록제가 실시되고 있는데 등록된 장애인이 1998년 12월 31일 현재 <표 3-6>과 같이 527,250명으로 보훈대상자 55,663명을 합치면 총 582,913명으로 추정장애인수 1,053,000명의 55.3%로 나타났다.¹²⁶⁾



<표 3-6> 등록장애인수

(98. 12. 31. 현재)

추정 장애인수	등록 장애인수	장 애 종 별				보훈 대상자	등록율
		지체	시각	청각·언어	정신지체		
1,053,000	527,250	371,328	34,548	52,501	68,873	55,663	55.3%

자료 : WWW.MOH.W.GO.KR

그런데 이 같은 수치는 1996년 등록장애인 362,475명(34.4%)보다 무려 16명이 늘어난 것으로 IMF시대 이후에 장애인등록이 더욱 급격히 증가한 것이다. 이는 경제적·가정적 위기상황에서 서비스혜택을 수혜받으려는 인구가 늘어난 것으로 풀이된다. 하지만 우리나라의 장애인 인구가 다른 나라에 비해 적게 집계되고 있는 데에는 여러 가지 요인이 있다.

126) 한국보건사회연구원, 「장애인구대상별 특성과 정책과제」, 1996.

2) 법적 현황

일반적으로 정책의 결정과 시행에 있어서 가장 기준이 되는 것은 법과 제도라 할 수 있다. 또한 복지사업이 효율적·실질적으로 집행되기 위해서도 바람직한 장애인 서비스관련법과 제도가 있어야함은 두말할 나위 없다.

우리 나라 장애인재활과 복지관련 법적 체계를 보면 모법이라고 할 수 있는 헌법이 있고, 그 아래에 95년 제정된 사회보장기본법이 있다. 그리고 사회보장기본법 아래에 사회복지사업법이 있다. 이 사회복지사업법의 하위법으로 장애인복지법을 비롯하여 아동복지법, 노인복지법, 영유아보육법, 생활보호법, 입양특례법과 작년 제정되어 올해부터 시행되는 공동모금법 등 14개의 법이 있다.

이 사회복지사업법은 그동안 사회복지법인과 시설에 관한 내용이 핵심이었는데, 이것은 다분히 사회복지사업을 관리·통제하기 위한 법으로써 그 역할을 해왔다고 할 수 있다.

1997년에 개정되어 1998년 7월 1일부터 시행되는 이 사회복지사업법에서는 30명 이상 복지수혜대상자를 수용하고 약 5억원이상의 운영기금이 있을 때 법인설립을 허가해 주던 것을 신고제로 바꾸었다. 수용인원도 10명을 하한기준으로 정했지만 복지대상영역별로 5명으로도 법인신고를 할 수 있도록 개정된 것이다. 그러니까 「그룹홈」으로도 법인신고가 가능하다는 얘기가 된다.

또 하나 1998년 7월부터 개정·시행하는 사회복지사업법에는 사회복지전문인력의 자질향상을 위해 1급 사회복지사는 2003년부터 자격시험을 검정하도록 규정하고 있다. 하지만 지금까지 우리나라 장애인서비스사업은 시설복지위주의 정책시행으로 재가복지에 대한 법적 준거가 제대로 마련되어 있지 못하고 있다.

물론 장애인복지법이 있긴하지만 이 법 자체도 시설장애인 즉 요보호 대상 장애인 중심의 법적 보호체계를 보이고 있다. 특히 현실적으로 우리사회에 가장 큰 문제가 되고 있는 것은 기아장애인이나 생활보호대상장애인을 중심으로 입소되는 현행 입소체계부터 문제가 있다. 사실 버려져야만 입소가 가능하도록 되어있기 때문에 시설에서의 재활서비스와 복지프로그램이 필요한 장애인의 욕구나 상담 그리고 재활프

로그래의 전문적·체계적으로 시행하고 있지 못한 실정이다.

1999년말 현재 우리나라 수용시설의 현황을 보면 재활시설이 119개소, 요양시설 68개소, 근로시설 12개소 등 총 199개소에 16,640명의 장애인생이 있다. 이 인원은 근로시설 이용자는 제외된 수치로 증가추세에 있다. 시설정원의 30%범위내에서 생활보호대상자가 아닌 장애인의 입소가 허용되고 있긴 하지만 실비입소자는 1,211명으로 8%에 불과한 실정이다. 그러니까 92%가 유기된 장애인 아니면 생활보호대상자라는 얘기다. 바로 이런 입소체계의 비전문적·반인륜적 요소 때문에 우리나라 장애인 서비스 시설의 재활·복지수준의 한계점을 노출하고 있다는 것이다.

사실 우리 나라 장애인서비스 시설을 비롯한 사회복지시설은 복지수혜대상자의 재활이나 자립 그리고 사회통합에는 그다지 신경을 쓰지 않아도 된다. 왜냐하면 복지시설 운영의 거의 대부분이 재정적·경제적 지원을 정부로부터 받기 때문이다. 다시말해 재활프로그램을 개발하지 않아도 되고, 수용원생의 욕구를 무시해도 무방하며 행정관청의 눈치만 보면 된다는 것이다.

1980년대 이후 재가장애인 재활복지향상을 위해 장애인복지관 등 이용시설이 총 71개소(1999년 12월 현재)가 설치·운영되고 있지만 실질적으로 장애인의 욕구에 부응하고 재활복지의 궁극적인 목표인 사회통합과 독립생활에 이르는 법적체계를 갖추지 못하고 있어 효과성과 실효성에 문제를 던져주고 있다. 그룹홈의 설치 권장 등 수용·보호 및 주거형태의 변화와 재가 재활복지 프로그램시행에 걸맞는 법의 정비 가 있어야 할 것이다.

또한 우리 나라에서는 특수교육의 증진과 장애아동 교육권보장을 위한 특수교육진흥법이 1979년부터 시행되고 있고, 장애인의 직업재활과 고용촉진 등 전반적 노동권을 보장하기 위한 장애인고용촉진 등에 관한 법률이 시행되고 있는데 이것 또한 많은 문제를 갖고 있다.

우선 특수교육진흥법에는 유치교육과 직업교육, 그리고 전환교육 등에 관한 구체적이고 실제적인 조항이 없고 개별화된 교육프로그램이 없으며 고용촉진법에는 중증장애인 직업재활이 미흡하며 지원고용 등에 관한 규정이 없는 실정이다. 그리고 작년 제정되어 올해 4월 11일부터 시행되고 있는 「장애인·노인·임산부 등의 편의증진보장을 위한 법률」이 시행되고 있지만 그것의 시행여부는 정부의 법 집행의지

와 시민들의 적극적 참여의식에 달려있다고 하겠다.

<표 3-7> 사회복지 서비스 시설의 장애인 이용현황

구분	장애유형					성별		합계
	지체	시각	청각언어	정신지체	기타	남	여	
1990	3,424	948	1,370	5,625	1,392	7,729	5,030	12,759
	26.8%	7.4%	10.7%	44.1%	10.9%	60.6%	39.4%	100.0%
1991	3,504	857	1,255	5,048	2,467	7,941	5,190	13,131
	26.7%	6.5%	9.6%	38.4%	18.8%	60.5%	39.5%	100.0%
1992	3,507	711	1,200	5,027	2,937	8,052	5,330	13,382
	26.2%	5.3%	9.0%	37.6%	21.9%	60.2%	39.8%	100.0%
1993	3,329	674	1,108	5,122	3,300	8,216	5,317	13,533
	24.6%	5.0%	8.2%	37.8%	24.4%	60.7%	39.3%	100.0%
1994	3,122	642	1,068	5,459	3,645	8,426	5,510	13,936
	22.4%	4.6%	7.7%	39.2%	26.2%	60.5%	39.5%	100.0%
1995	3,012	657	1,044	5,544	4,583	9,052	5,788	14,840
	20.3%	4.4%	7.0%	37.4%	30.9%	61.0%	39.0%	100.0%
1996	3,192	645	949	5,437	5,017	8,224	6,016	15,240
	20.9%	4.2%	6.2%	35.7%	32.9%	54.0%	39.5%	100.0%
1997	3,456	898	896	9,247	1,483	9,592	6,388	15,980
	21.6%	5.6%	5.6%	57.9%	9.3%	60.0%	40.0%	100.0%

자료 : 한국보건사회연구원, 「한국의 보건복지지표」, 1998, pp.328~339.

3) 장애인복지 예산의 현황

서구 복지국가의 경우 사회보장비가 GNP의 20~30% 이상을 차지하고, 미국이나 일본의 경우도 약 15%인데 반해 우리나라의 장애인복지 예산현황은 GNP중 1%수준에 불과하다.¹²⁷⁾

사회보험, 공적부조, 사회복지 서비스를 포함한 사회보장예산은 매년 꾸준히 증가하고 있으나 아직 사회보장예산은 국가예산의 6% 수준이며, 더구나 사회보장예산 중 사회복지 예산이 차지하는 비율은 10%대이며, 장애인서비스 예산이 차지하는 비율은 약 2% 수준에 불과하다. 사회복지예산 중 장애인서비스 예산이 차지하는 비율은 약

127) 유동철, "우리나라 장애인복지의 현황과 과제", 「한국사회복지의 현황과 쟁점」, 인간과복지, 1999, p.301.

20% 수준인 셈이다.

<표 3-8> 장애인복지 예산 구성 비율

(단위: %)

구 분	1994	1995	1996
국가예산/GNP	14.2	14.3	15.0
사회보장/GNP	0.9	0.8	0.9
사회보장/국가예산	6.0	5.9	6.1
사회복지서비스/사회보장예산	9.2	10.3	10.7
장애인서비스/국가예산	0.13	0.13	0.13
장애인서비스/사회보장예산	2.1	2.2	2.1
장애인서비스/사회복지서비스	22.8	21.1	19.5

자료 : 박옥희, 「장애인복지의 이론과 실제」, 학문사, 1999, p.156

장애인서비스 사업의 일반회계 예산은 1988년 2,026,700만원, 1990년 3,031,000만원, 1992년 3,899,800만원, 1994년 5,517,700만원, 1996년 6,738,300만원, 1998년 9,915,400만원 등으로 절대액이 꾸준히 증가하고 있다. 이밖에 재특자금과 국립재활원 예산이 따로 배정된다. 장애인복지 일반회계 예산이 쓰이는 용도는 <표 3-9>와 같다.

특수교육의 일반회계예산은 주로 특수학교 인건비, 운영비, 시설개조비 지원 등에 쓰여지고, 이외에 점역교과서 공급비, 특수학교 행사지원비, 국립특수학교 육성회 지원, 국립특수교육원 운영비 등으로 상용된다. 노동부 소관으로 편성되어 있는 장애인 고용관련 예산은 장애인고용촉진기금과 일반회계예산으로 구성된다. 일반회계예산은 주로 행정경비로 사용되고 실질적인 장애인고용사업예산은 장애인고용촉진기금을 활용하는데, 공공자금예탁분을 제외한 나머지 자금은 장애인고용업체에 대한 재정지원과 시설개선 지원, 차량구입 용자, 고용지도 및 기술연구, 장애인 교육 및 직업훈련, 기금관리비 등으로 이용하고 있다

<표 3-9> 장애인서비스 사업 예산 용도

용 도	세 부 용 도
장애인서비스 시설 보호사업	종사자 인건비, 종사자수당, 장애인 보호비(재활비), 장애인재활시설·용양시설·근로시설·보호작업장 신증축·행정비
재가장애인복지사업	장애인 등록사업, 생계보조수당 지급, 장애인복지관 운영, 재가복지봉사센터 운영, 재활병의원 운영, 보장구 교부, 의료비 지원, 자녀 학비 지원, 주간 및 단기보호 시설 운영, 장애인 이용시설 신증축, 체육관 운영, 행정경비
장애인 민간단체 육성지원	장애인재활협회, 장애인복지체육회, 장애인복지시설협회, 지체장애인협회, 장애인부모회, 맹인복지연합회, 농아복지회, 정신지체인애호협회, 장애우권익문제연구소
사회행정(일반수용비)	

자료 : 박옥희, 「장애인복지의 이론과 실제」, 학문사, 1999, p.156.

제 4 장 연구모형 및 가설의 설정

본 장에서는 이론적 배경을 토대로 연구의 가설을 설정하고 이들과의 관련 변수들을 고려하여 연구모형을 구축하였다. 더불어 실증조사를 위한 변수의 조작적 정의, 설문지의 내용과 조사방법, 분석방법 등을 제시하였다.

제 1 절 연구모형

파라슈라만 등의 선행연구에 근거하여 장애인 서비스질의 측정과 고객만족 향상을 연구하기 위해 본 연구에서는 <그림 4-1>과 같은 모형을 설정하였다.

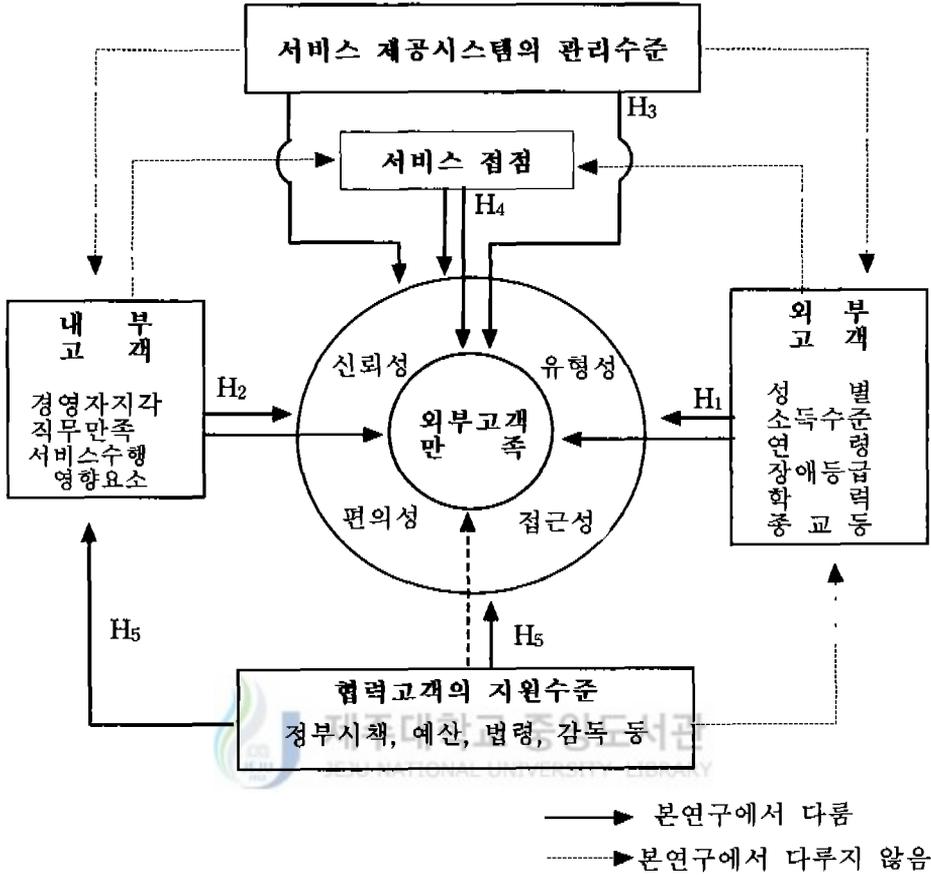
이론적 연구에서 살펴본 바와 같이 서비스질은 유형성, 신뢰성, 반응성, 보증성 및 공감성 등의 차원을 가지고 있는데, 서비스분야마다 그 차원이 다를 수 있으므로 본 연구에서는 기존의 10개 서비스 차원변수를 도입하여, 장애인서비스 차원의 요인을 추출하였다. 또한 추출된 장애인 서비스질의 차원은 고객만족과의 관계성을 파악하기 위한 변수로, 외부고객의 특성, 내부고객의 특성, 서비스제공시스템의 관리수준, 서비스 접점, 협력고객의 지원수준 등을 결정변수로 고려하였다.

또한 협력고객의 지원수준에 따라 내부고객만족도(즉, 직무만족도)가 어떻게 나타나는가를 가설검증을 통하여 부가적으로 검토하여 보았다.

특히 말콤볼드리지 모형은 고객만족이라는 목적지에 도달하기 위한 구체적 방법을 체계적으로 제시하고 있는데¹²⁸⁾, 이는 고객만족을 달성하기 위해 제품이나 서비스의 질 자체가 좋고 사업성과도 좋아야 하며, 그것은 기업의 시스템이 제대로 될 때 가능하다. 따라서 서비스제공시스템 관리수준이 전체적인 서비스질에 영향을 주기 때문에 이 변수를 도입하였으며, 이 외에 내부고객 즉, 서비스 종사자의 직무만족 수준과 협력고객의 지원수준으로서의 정부의 장애인서비스 정책 등의 고객만족의 결정변수를 고려하였다.

128) 손광수의 3인, 「어떻게 경영품질을 높일 것인가」, 명진출판, 1996, p.21.

<그림 4-1> 연구모형



제 2 절 가설의 설정

본 연구의 <그림 4-1>을 중심으로 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

가설1 : 외부고객의 특성과 고객만족 및 서비스질에 대한 가설

- 1-1. 외부고객의 특성에 따라 외부고객만족은 다를 것이다.
- 1-2. 외부고객의 특성에 따라 서비스질에 대한 평가는 다를 것이다.

서비스의 질 평가는 서비스를 받는 사람에 따라서도 달라지는 등 서비스의 이질

성이라는 특성이 존재하게 된다. 즉, 서비스제공기관이나 서비스제공자가 일정한 장소에서 일정시점에 일정한 서비스수준으로 서비스를 제공하더라도 이를 제공받는 고객은 고객마다의 다양한 인구통계적 특성이나 각 고객의 상황적 상황특성에 따라 다르게 받아드리고 평가하게 된다. 따라서 장애인서비스를 이용하는 고객의 다양한 특성에 따라 서비스의 질이 달라지는가를 검증하기 위하여 설정되었다.

가설2 : 내부고객과 고객만족 및 서비스질에 대한 가설

2-1. 내부고객은 외부고객만족에 영향을 줄 것이다.

2-2. 내부고객은 외부고객의 서비스질 평가에 영향을 줄 것이다.

경영자를 포함한 서비스제공자와 내부고객은 서비스질의 수준에 직접적으로 관련되어 있다 이것은 서비스가 그들에 의하여 생산되어 고객에게 전달되기 때문이다. 서비스는 서비스의 제공뿐만 아니라 서비스가 고객에게 전달되어 고객의 좋은 평가를 받기까지 전 과정이 중요하다 따라서 서비스 생산 및 전달에 관여하는 서비스제공기업의 경영자 및 종사자의 특성은 그들의 서비스제공과 관련된 모든 분야에 영향을 미칠 것이며, 아울러 직무와 관련된 활동에도 영향을 주어 결국 고객만족 및 서비스질에까지 영향을 미칠 것이다.

가설3 : 서비스제공시스템과 고객만족 및 서비스질에 대한 가설

3-1. 서비스 제공시스템의 관리수준이 외부고객만족에 영향을 줄 것이다.

3-2. 서비스 제공시스템의 관리수준에 따라 외부고객의 서비스질에 대한 평가가 다를 것이다.

말콤볼드리지의 평가기준에서는 서비스의 질을 회사의 질로 전환시키면서 질을 창출하는 회사의 시스템을 포함시켰다. 이 시스템에는 프로세스의 관리, 인적자원개발과 관리, 전략적 품질계획 그리고 정보와 분석이 포함되었다.¹²⁹⁾ 따라서 이 가설에서는 이러한 시스템의 수준을 파악하고, 그 수준에 따라 고객만족과 서비스질이 달라지는지를 검증하기 위한 것이다.

129) 상계서, 1996, pp.46~47.

가설4 : 서비스접점과 고객만족 및 서비스질에 대한 가설

4-1. 서비스 고객접점에서의 만족수준에 따라 외부고객만족에 영향을 줄 것이다.

4-2. 서비스 고객접점에서의 만족수준에 따라 서비스질에 대한 평가가 다를 것이다.

서비스는 항상 일정한 수준을 유지하지 않고 시간과 장소에 따라서도 달라진다. 장애인서비스를 받는 경우, 고객은 서비스제공자와의 접촉을 통해 욕구를 충족시켜 나가게 된다. 스칸디나비아항공사(SAS)의 사례에서 알 수 있는 바와 같이, 서비스 제공자와 고객과의 접점인 진실의 순간(Moment of Truth)이 장애인서비스 이용자의 서비스 질 평가에도 영향을 주는가에 관한 가설이다. 장애인서비스 시설에서 서비스를 제공하는 사람은 의사, 치료사 또는 교사, 사무담당직원 등과 외부고객이 서비스 접점을 어떻게 경험하는가에 따라 자신이 받은 서비스의 질을 평가하게 될 것이다. 이와 같은 실제적인 검증을 위하여 <가설 5-1>과 <가설 5-2>가 설정되었다.

가설5 : 협력고객 지원수준과 내부고객만족에 대한 가설

5-1. 협력고객의 지원수준은 내부고객의 만족에 영향을 줄 것이다.

5-2. 협력고객의 지원수준은 서비스질의 평가에 영향을 줄 것이다.

장애인서비스 시설에 대한 제도적 지원을 해주는 정부는 내부고객의 만족에 영향을 주는 협력고객으로서 장애인서비스업무와 관련될 것이며, 나아가 고객만족 및 서비스의 질에도 영향을 미칠 것이다.

제 3 절 조사설계

1. 설문지의 구성

서비스질에 관한 연구에서 파라슈라만 등은 서비스질을 향상시키기 위하여 소비자의 기대에 대한 경영자지각의 괴리를 줄이고, 이들 경영자의 지각을 서비스질 사양으로 정확하게 바꾸며, 마련된 사양을 신속정확하게 고객에게 전달하고 이러한 서비스의 전달과 고객의 의사소통의 차이를 없애줌으로써 결국 서비스의 질적인 향상을 가져올 수 있다.

따라서 이와 관련된 설문은 크게 3종류로 구성하였는데, 그것은 장애인서비스 시

설을 이용하는 고객과 장애인서비스 시설내에서 근무하는 종사자 그리고 이를 운영하는 경영자를 각각 그 응답대상으로 하였기 때문이다.

설문의 내용은 <표 4-1>에 나타난 바와 같이 외부고객에 대해서는 서비스질의 10개 차원에 관련된 문항, 이들의 인구통계적 특성문항, 장애인서비스 시설의 이용상태문항, 서비스접점 문항 그리고 전반적인 서비스만족도 등에 관하여 질문되었고, 종사자에 관해서는 장애인서비스 시설의 내부고객인 종사자들의 인구통계적 특성, 서비스수행 영향요소 및 직무만족도, 서비스 제공시스템의 관리수준 측정문항 그리고 협력고객에 대한 평가 등이 질문되었다. 끝으로 경영자에 대한 설문은 시설에 대한 일반적인 현황과 마케팅리서치, 상향커뮤니케이션 및 관리단계 등 고객에 대한 경영층의 인식, 서비스질 향상을 위한 노력, 홍보, 권한위임 그리고 업무스타일 등이 설문되었다.

<표 4-1> 설문의 구성

		구 분	설문번호	척도	응답대상
종속 변수	고객의 만족도	서비스 질 전반적	Ai1~35	등간	외부고객
		서비스 만족도	Aiv1~4		
독립 변수	서비스제공기관의 관리수준	정보수집과 분석 전략적 품질계획 인적자원개발과 관리 프로세스관리	Biv1~5 Biv16~17 Biv6~10 Biv11~15	"	내부고객
	직무만족	능력활용/독창성, 작업환경, 보수/승진, 동료관계/성취감	Biii1~20	"	"
	서비스수행영향 요인	팀워크, 직원/직무적합도, 기술/직무적합도 등	Biil~27	"	"
	종사자의 특성	성별, 직위, 자격증여부, 고용형태, 주거형태, 종교, 학력, 연령, 전공, 가족수, 업무영역	Bi1~11	명목/ 비율	"
	서비스이용자의 특성	성별, 연령, 소득수준, 학력, 장애등급, 주거형태, 종교, 거주지역, 장애유형 등	Aiil~10	"	외부고객
	협력고객 요인	정부시책, 예산, 법령, 감독 직원수 등	Bv_1~7	등간	내부고객
	서비스접점	질문에 대한 응답, 반응, 설명	Aiii1~4	"	외부고객
	복지시설 정보	운영주체, 시설형태, 예산, 직원, 시설규모 등	Ci1~10	등간/ 명목	경영자
	경영자지각	마케팅리서치, 상향커뮤니케이션, 관리단계, 서비스노력, 홍보, 권한위임, 업무스타일 등	Cii_1~14	등간	경영자

2. 조사방법과 분석방법

1) 조사방법

본 연구에 이용된 설문은 3종류, 즉, 외부고객용, 내부고객용 그리고 경영자용 등으로 구성되었으며, 이들 설문은 제주지역 장애인서비스 시설을 대상으로 1999년 6월 1일~6월 15일까지 2주에 걸쳐 예비조사를 한 후, 설문을 분석하고 정교화 하여, 국내의 장애인서비스 시설을 대상으로 모두 1999년 8월 1일~1999년 9월 15일까지 1개월 45일동안에 걸쳐 조사하였다.

시간적, 공간적인 제약으로 국내 장애인서비스관련 시설 131곳을 대상으로 배포된 설문은 직접 방문하지 못하고 우편을 통해 이루어졌으며, 이에 따라 평균회수율은 33.1%이며, 배포량 대비 최종이용매수 비율은 28.6%인 1,071매인데, 전체배포량 및 회수량은 <표 4-2>에 나타난 바와 같다.

<표 4-2> 설문의 배포량 및 회수량

구분	배포량	회수량	회수율	불성실응답매수	최종이용매수 (이용/배포량)
외부고객용	2100	602	28.7	95	507(24.1%)
내부고객용	1510	594	39.3	71	523(34.6%)
경영자용	131	43	32.8	2	41(31.3%)
합계(평균)	3741	1239	(33.1)	168	1071(28.6%)

2) 분석방법

본 연구의 실증분석은 자료의 특성을 파악하기 위해 먼저 장애인서비스 시설을 이용한 외부고객, 종사자 그리고 경영자 등의 일반적 특성을 빈도 및 백분비를 통해 서술하고, 가설검증에 이용할 서비스질, 고객만족 등의 종속변수와, 서비스점점, 경영자지각, 직무만족, 서비스 수행영향요소, 서비스 제공시스템의 관리수준, 협력고객 등의 변수에 대하여 먼저 살펴보았다.

가설검증에 앞서 이용한 변수들의 신뢰성과 타당성을 검증하는데는 내적일관도를 보기 위해 Cronbach's alpha계수를 이용하여 신뢰도를 파악하였다. 즉, 장애인서비스

의 질과 전반적인 만족도 그리고 서비스접점에 관련된 변수들의 신뢰도 및 타당성을 알아보기 크론바하 α 값과 요인분석을 통한 개념타당성을 이용하였다.

요인분석의 모형을 통해 서비스질 차원을 구분하며, 그 기준은 고유값이 1이상이며, 공통성이 0.5이상인 변수들을 이용하며, 요인분석시 각 변수별로 해당된 요인에 실린 적재값 재검의 분산이 최대가 되도록 회전시키는 직각회전을 통해 이루어졌다. 또한 변수간 부분상관계수값이 작은지를 검증하는 것으로 표본추출 적합검증 척도인 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)의 값이 제시되고 요인분석모형이 적합한지를 나타내주는 Bartlett테스트¹³⁰⁾를 하였다.

가설검증에 이용된 분석방법은 평균차이검증과 회귀분석을 실시하였다. 특히 성별과 같이 2개 유목간에 서비스질에 대한 차이는 t-test를 이용하였고, 3개이상의 유목간에는 일원변량분석(Oneway ANOVA)를 실시하였다. 더불어 다수의 유목간 차이를 사후검증하기 위해서 Scheffe검증을 하고, 이를 참조하였다.

회귀분석은 서비스접점변수가 서비스질 차원에 미치는 영향을 파악하기 위해 실시되었는데, 서비스접점변수의 값이 높은 집단과 낮은 집단을 구분하여 양집단간의 서비스질에 대한 차이를 살펴볼 수도 있으나, 이 변수가 이미 등간척도로 조사되었으므로 회귀분석을 한 것이다. 즉, 종속변수인 서비스질에 대하여 독립변수인 서비스접점변수가 1개이므로 단순회귀분석을 이용하였다. 또한 장애인서비스질 차원변수가 고객만족에 미치는 영향을 파악하기 위해서는 다중회귀를 실시하고, 독립변수의 투입방법은 동시투입방식을 이용했다.

또한 경로분석을 위해서는 독립변수와 종속변수가 서로 다른 차원의 설문내재하고 있어, 3가지 유형에 대한 공통적인 특성을 반영하여 새로운 원자료를 생성한 후 이용하였다. 즉, 서비스질, 고객만족, 서비스접점 등의 문항은 외부고객의 설문내재 있으며, 서비스수행영향요인, 직무만족, 관리수준 그리고 환경적 요인 등의 변수는 내부고객용 설문내재 있으며, 마지막으로 고객의 기대에 대한 경영자지각에 관련된 설문은 경영자용 설문내재 각각 포함되어 있다. 따라서 이들 독립변수 및 종속변수가 하나의 데이터를 구성할 필요가 있는데, 각 유형마다 사례수가 다르다. 이를 처리하기 위해 사례별 연결고리가 되는 식별부호를 각 설문마다 할당하였다. 즉 A복지시설에

130) 김홍규, 「사회과학통계분석」, 나남출판, 1997, p.374.

서 조사한 외부고객용 설문과 A복지시설 종사자 설문 그리고 A복지시설의 경영자 설문을 하나의 사례로 보고 이를 데이터화 한 결과 3종류 모두에 유효설문이 있어 이용가능한 경우가 총 32개로 나타났으며, 여기에 포함된 표본은 외부고객용 337매, 내부고객용 359매 경영자용 32매 등 총 728매로 설문대상 평균 242.6개의 설문이 이용된 셈이다.

3. 변수의 조작적 정의

분석에 이용된 변수들의 조작적 정의의 내용은 다음과 같다.

1) 서비스질

파라슈라만 등의 연구에 의하면 서비스질은 일반적으로 5개차원으로 구분하였다. 그러나 카멘이 제기한 바와 같이 대상업종에 따라 그 차원은 달라질 수 있다. 본 연구에서는 초기 파라슈라만 등의 연구에서 이용한 10차원 모두에 관련된 설문을 이용하여, 장애인서비스 분야에 적용한 결과 4개 차원으로 구분되었다. 이들 변수는 문항에 대하여 긍정적일수록 5점에 가깝게 응답하고 부정적일수록 1점에 가깝도록 한 후 요인분석을 통해 구분되었는데, 첫 번째 요인은 신뢰성으로 명명되었고, 두 번째 요인은 편리성, 세 번째 요인은 유형성 그리고 네 번째 요인은 접근성 등으로 각각 명명되었다. 특히 신뢰성변수는 파라슈라만 등의 연구에서 나타난 대응(반응)성, 신뢰성, 예의 및 능력 등의 변수가 포함되었는데, 본 연구에서는 이를 신뢰성 변수라 명명하였다. 또한 안전성, 신뢰성, 접근성 등의 일부 변수가 새로운 요인으로 구분됨에 따라 이들을 편의성이라 명명하였고, 이는 앞서 살펴본 바와 같이 직업소개센터나 치과 등을 대상으로 한 연구에서 나타난 변수와 동일하다. 그 외 유형성 및 접근성 변수는 기존의 연구와 동일하며, 이들 변수는 다음의 조작적 정의에서 서술한 바와 같은 문항들로 구성되었다.

(1) 신뢰성

신뢰성은 담당자의 장애인 문제해결을 위한 노력, 관심, 편한 관계, 친절성 및 호

의성, 장애인의 의견청취, 담당자의 장애인에 대한 신뢰, 평등한 위치에서의 대우, 해당분야에 대한 전문지식, 장애인의 특성 배려행동, 약속된 시간애의 서비스 진행, 체계적이고 과학적인 진단·치료·교육의 수행, 신속한 업무처리, 최선의 서비스기술 파악/적용 등으로 구성된다.

(2) 편의성

편의성은 장애인서비스 시설의 편안한 이용, 시설에 대한 좋은 평판, 장애인서비스 시설의 편리성, 시설이용절차의 간단성 등으로 구성된다.

(3) 유형성

유형성은 장애인 진료시설 및 장비의 현대식 정도, 복지시설의 편의시설 구비여부, 장애인서비스 시설 내/외부의 꾸며진 정도 등으로 구성된다.

(4) 접근성



접근성은 장애인서비스 시설의 적절한 거리, 장애인서비스 시설까지의 교통수단 편리성 등으로 구성된다.

2) 서비스접점

서비스 접점에 대한 변수는 장애인서비스 시설을 이용하는 외부고객이 장애인서비스 시설내에서 서비스를 받는 동안 접하게 되는 동안만으로 한정하였다. 따라서 이들 변수는 모두 서비스제공자와 함께 있는 동안 발생할 수 있는 내용에 관한 것들이며 문항수는 총 4개인데, 이들 문항은 통계프로그램에서 합한 후 문항수로 나누어 주었다. 각 문항에 대한 답은 해당문항에 긍정적일수록 5점에 가깝게 응답하고, 부정적일수록 1점에 가깝게 응답하도록 하였다.

서비스접점의 구체적인 내용은

서비스 이용중 담당자의 정중한 서비스 제공정도, 고객의 질문에 대한 명확한 응

답, 고객의 요구에 대한 대응, 주의사항의 친절함 설명여부 등이 포함된다.

3) 고객만족

일반적으로 고객만족과 서비스질은 혼용되어 사용되었으며, 초기의 논쟁에서도 고객만족은 전반적 평가가 아니라 개별적 거래에 대한 평가로 보았다. 그러나 최근 들어 서비스질과 고객만족은 보다 거시적인 수준에서 모두 사용할 수 있는 것으로 의견이 모아지고 있다.¹³¹⁾

따라서 본 연구에서도 고객만족은 장애인서비스의 전반적인 평가로 이루어졌으며, 총 4개의 문항으로 구성되었고, 모두 5점척도이며, 문항에 대하여 긍정적이면 5점, 부정적이면 1점에 가깝게 점수를 부여하도록 하였다. 조사된 4개 문항은 통계프로그램에서 합한후 문항수로 나누어 주었다.

고객만족설문의 구체적인 내용에는 시설의 재이용 의도, 시설의 전반적인 서비스질, 만족도, 추천의도 등이 포함되었다.



4) 직무만족

직무만족은 개인의 직무에 대한 호의적인 태도를 말하는 것으로 자신의 직무생활에 대해 긍정적인 감정을 가진 개인의 심리상태¹³²⁾를 말하는데 종사자의 직무만족은 고객만족에도 영향¹³³⁾을 미친다. 즉, 직무만족이 곧 조직유효성과 긍정적인 관계를 가짐으로써 궁극적으로 고객만족으로 이어질 수 있기 때문에 본 실증분석의 독립변수의 하나로 이용하였다.

직무만족에 영향을 미치는 요인은 조직전체적인 요인과 작업환경요인, 직무내용요인 그리고 개인적 요인 등 여러 가지로 구분된다. 본 연구에서는 이와 관련하여 20개의 문항을 각 문항에 긍정적이면 5점에 가깝게, 그리고 부정적이면 1점에 가깝

131) 전인수, 전게서, 1998, p.152.

132) 김법국·김희철, 「조직행위론」, 제주대학교출판부, 1998, p.94.

133) 박정화, “호텔의 전사적 품질경영이 고객만족과 종사원 직무만족에 미치는 영향에 관한 연구”, 세종대학교 대학원 박사학위논문, 1996, p.112.

도록 응답하도록 하였고, 조사된 자료는 요인분석을 통해 능력활용 및 독창성, 작업 환경, 보수 및 승진 그리고 동료관계 및 성취감 등 4개 요인으로 분석에 이용하였다.

5) 서비스 제공시스템의 관리수준

장애인서비스 시설에 대한 서비스제공시스템의 관리수준이 높으면 그 만큼 서비스질도 좋으며, 반대로 관리수준이 좋지 않으면 이 시설에서 창출하는 서비스질도 좋지 못할 것이다. 이에 따라 본 연구에서 이들 장애인서비스 시설의 서비스제공시스템 관리수준을 파악하여 실질적으로 서비스질에 영향을 주고 있는지 파악하기 위해 본 항목이 포함되었다.

품질경영의 전개는 서비스질에 국한된 강조보다는 업무프로세스품질과 인적자원 품질 등의 전개도 아울러 고려하는 고객만족의 추구가 요구된다.¹³⁴⁾ 따라서 본 연구에서도 서비스제공시스템 관리수준은 MB(Malcolm Baldrige)상 평가기준 중 시스템과 관련된 항목인 프로세스 질의 관리 5개 문항, 인적자원 개발과 관리 5개 문항, 전략적 품질관리 2개 문항 그리고 정보와 분석 5개 문항 등 총 4개 부문에 17개 문항을 통하여 문항에 긍정적일수록 경우 5점에 가깝게, 부정적일수록 1점에 가깝게 각각 응답하도록 하였다. 해당부문의 문항은 각각 모두 합한 후 항목수로 나누어 주었다.

6) 협력고객의 지원수준 관련요인

장애인서비스 시설을 둘러싸고 있는 환경은 그 범위에 따라 시설내부에 존재하는 환경과 외부에 존재하는 환경이 있다고 볼 수 있는데, 본 실증분석에서는 이러한 요인이 서비스질과 고객만족에 영향을 미칠 것으로 보고 독립변수로 하였다.

즉, 협력고객인 정부는 장애인서비스 시설에 대한 예산, 시책, 법령 및 지도·감독 그리고 법정 직원수의 선정 등이 장애인서비스 시설에 직접적으로 영향을 미친다. 따라서 본 연구에서는 이들 사항에 대하여 장애인서비스 시설의 종사자들이 가

134) 신상대, "품질경영과 고객만족의 관련성 연구", 영남대학교 대학원 박사학위논문, 1995, p.152.

지는 태도를 조사함으로써 협력고객의 영향정도를 평가하였는데, 각 문항에 대하여 만족스러우면 5점에 가깝게 응답되고, 불만스러우면 1점에 가깝도록 답하도록 하였다.

7) 경영자지각

장애인서비스 시설의 이용고객의 욕구를 경영자가 적합하게 파악하고 있지 못하다면 이로부터 발생하는 오해는 서비스의 질적 저하를 가져올 것이다. 즉 고객의 기대와 경영자의 고객기대에 대한 지각의 차이가 적을수록 더 적합한 서비스를 제공할 수 있을 것이다. 특히 서비스는 정의가 명확한 단어나 유형적인 단서가 없기 때문에 서비스기업의 이러한 괴리(gap)는 제조업체보다 더 클 수 있으므로¹³⁵⁾ 수준높은 서비스를 제공키 위해 경영자는 이와 관련된 내용을 충분히 인식하고 있어야 한다.

이에 따라 본 연구는 이와 관련된 요인을 크게 마케팅리서치 지향성 2개 문항, 상향커뮤니케이션 3개 문항 그리고 관리의 단계 등으로 나누어 설문하였다. 여기서 마케팅 리서치 지향성은 공식적 또는 비공식적 정보수집 활동을 통해서 경영자들이 고객의 욕구와 기대를 이해하기 위해 노력을 하는 정도를 말하며, 상향커뮤니케이션은 최고경영자가 하위근로자들로부터의 정보의 흐름을 촉진하고 자극하며 알아보려고 하는 노력의 정도이며, 관리의 단계는 최고위와 최하위간의 관리단계수를 말한다.

8) 외부고객의 특성

장애인서비스 시설을 이용하는 외부고객은 장애인으로 등록된 경우도 있고 그렇지 않은 경우도 있으며, 연령이 취학전인 경우도 포함되었다. 이들의 특성을 자세히 파악하기 위해 본 연구에서는 다음과 같은 변수가 포함되었다.

(1) 성별: 남성과 여성으로 구분하였다.

(2) 월평균소득: 가계소득수준을 질문하였으며, 50만원 미만으로부터 시작하여 50만원 단위로 총 251만원 이상 등 총 6개 유목으로 응답하도록 하였다.

(3) 장애등급: 장애등급은 법정등급을 이용하였으며, 응답자의 등급별 분포

135) 김진국·김완석, 「고객만족-서비스품질의 측정과 개선」, 서울포럼, 1993, p.85.

를 참조하여 1급과 2급은 설문대로 두고 3급~6급을 하나의 유목으로 재부호화하였고, 기타 등급외 및 미등록을 하나의 유목으로 묶었다.

(4) 학력: 장애인서비스를 이용하는 외부고객중에는 학령기에 들지 않은 사람도 있어 취학전의 유목을 포함시켰고, 초졸/재학, 중졸/재학, 고졸/재학, 대졸 이상/재학 그리고 기타 등 6개 집단으로 구분하였다.

(5) 주거형태: 주거형태는 자가, 전세, 기타 등 3개 집단으로 구분하였으며, 기타에는 친척집, 기숙사, 월세 등이 포함되었다.

(6) 종교: 장애인서비스 이용자의 종교는 개신교, 불교, 천주교 및 기타로 구분하였는데, 무종교는 기타에 포함시켰다.

(7) 거주지역: 거주지역은 특별시, 직할시 등이 포함된 광역시 이상과 중소도시 그리고 기타로 구분하였으며, 군이하는 기타에 포함시켰다.

(8) 연령: 연령은 장애인서비스 시설의 이용자중에 10세미만의 연령층이 많음에 따라 10세미만부터 10세 단위로 10대미만, 10대, 20대, 30대, 40대 그리고 50대 이상 등 모두 6개 집단으로 구분하였다.

(9) 장애인의 가족수: 이 변수는 응답자가 직접 자신을 포함해 기입하도록 하였다. 즉, 비율척도로 조사된 것은 응답결과를 참조하여 3명 이내, 4명, 5명, 6명 이상 등 4개 집단으로 구분하였다.

9) 외부고객의 장애인서비스 시설 이용행태

(1) 서비스 받는 횟수: 월평균 서비스받는 횟수를 비율척도로 직접기입하도록 한 후, 이를 5회이하, 6-10회, 11-15회, 16-20회, 21-25회 그리고 26회 이상 등 모두 6개집단으로 명목화 하였다.

(2) 서비스 대기시간: 서비스대기시간은 서비스종류별로 나누어 응답하도록 하였는데, 여기에는 치료서비스, 교육서비스, 상담서비스 그리고 훈련서비스 등이 포함되었다. 이들 변수는 모두 5점척도로조사되었는데, 기다린 시간이 매우 길면 1점, 매우 짧으면 5점에 가깝게 응답하도록 하였다.

(3) 서비스이용시간: 서비스대기시간에 대한 의견에서 이용한 서비스종류가

역시 이용되었으며, 각각의 서비스에 대해 1회평균 이용시간이 매우 길면 1점, 매우 짧으면 5점을 주도록 하였다.

(4) 주요 교통수단: 교통수단은 자가운전, 지하철이나 버스 등의 대중교통, 택시, 복지관차량 기타 등으로 구분하였다.

(5) 복지관까지 걸리는 시간: 이 변수는 일반적인 대중교통수단을 이용하여 걸리는 시간을 분단위로 기입하도록 하여 설문조사후 30분이내, 1시간이내, 1시간 이상으로 구분하였다.



제 5 장 고객만족 결정요인에 관한 실증분석

제 1 절 응답자의 인구통계적 특성

본 연구의 실증분석을 위해 설문에 응한 장애인서비스를 이용하는 외부고객들의 인구통계적 특성은 <표 5-1>에 요약되어 있다

응답자는 주로 저소득층의 취학전 1급장애인이면서, 2~5명의 가족을 이룬 10대 미만의 광역시 거주자가 높은 비율을 보였는데, 구체적으로 보면, 전체응답자 507명 중 성별로 63.1%가 남성이고, 월평균 가계소득은 50~150만원 사이가 전체의 절반에 달하고 있으며, 장애등급은 1급인 경우가 32.1%로 가장 많았고, 이어 2급이 29.4%였으며, 등급의 및 미등록인 경우도 15.6%에 달했다. 학력별로는 취학전인 경우가 41.4%로 가장 많았고, 주거형태로는 자가인 경우가 53.6%로 절반을 상회하였으며, 종교는 개신교(기독교)가 32.5%를 차지했고, 거주지역별로는 특별시 및 직할시 등이 포함된 광역시가 58.7%로 높았다. 반면 군이하지역에 거주하는 응답자는 7.3%에 불과하였다. 연령별로는 10세미만의 이용자가 주요 서비스이용자로 여러 조사¹³⁶⁾에서 나타난 바와 같이 10대미만이 47.9%로 거의 절반에 육박한 반면, 50대 이상은 7.7%로 저연령층일수록 높은 비율을 차지하는 경향을 보였으며, 이들의 가족수는 4명인

136) 서울장애인복지회관: 75.7%(1983~1992년 평균), 서울장애인종합복지관, 「서울장애인복지관 10년사」, 1993, p.101.

전라남도장애인종합복지관: 33.0%(1991~1996년 평균), 전라남도장애인종합복지관, 「사업보고서(1991~1996)」, 1997, p.14.

전라북도립장애인종합복지관: 79.15%(1998년 평균(10~12세도 포함)), 전라북도립장애인종합복지관, 「사업보고서(1997~1998)」, 1999, p.22.

안양시장래인종합복지관: 64.7%(1998년 평균(10~12세도 포함)), 안양시장래인종합복지관, 「사업보고서(1998)」, 1999, p.25.

경남장애인종합복지관: 72.3%(1998년 평균(10~12세도 포함)), 경남장애인종합복지관, 「98 사업보고서」, 1999, p.7.

경우가 45.0%로 가장 많았다.

본 실증분석에 이용된 장애인서비스 시설 종사자의 인구통계적 특성을 보면 성별로는 여성이 61.0%로 남성보다 많으며, 학력은 대졸이상이 대다수인 80%를 넘고 있으며, 종교는 개신교가 37.1%로 가장 많다. 또한 연령별로는 47.9%로 높은 비율을 보여 30대 이하가 전체의 86.4%를 차지하고 있고, 이들의 가족수는 3명이하인 경우가 46.7%로 가장 많이 나타났으며, 내부종사자들의 직위는 4급이 45.1%로 가장 많았다. 관련자격증의 유무에서는 있다는 응답이 70.9%로 나타났으며, 응답자의 90.4%가 정규직이었고, 장애인서비스 시설의 특성상 전공은 사회복지계열 42.3%와 의학계열 32.2% 등 이 두 분야가 74.5%로 대부분을 차지하고 있으며, 이는 이들이 일하는 업무영역에서도 유사하게 나타나고 있다. 즉 의료서비스분야와 교육 및 훈련서비스가 전체응답자의 73.0%를 차지하고 있다.



<표 5-1> 장애인서비스 시설 외부고객의 특성

구 분		장애인서비스 시설 외부고객		
		빈도 (명)	백분비 (%)	누적백분비 (%)
성별	남성	320	63.1	63.1
	여성	187	36.9	100.0
월평균 가계소득	50만원 미만	98	19.3	19.3
	50-100만원	131	25.8	45.1
	101-150만원	121	23.9	69.0
	151-200만원	96	18.9	87.9
	201-250만원	32	6.3	94.2
	251만원 이상 무응답	27 2	5.3 .5	99.5 100.0
장애 등급	1급	163	32.1	32.1
	2급	149	29.4	61.5
	3급-7급	116	22.9	84.4
	등의및미등록	79	15.6	100.0
학력	취학전	210	41.4	41.4
	초졸/재학	68	13.4	54.8
	중졸/재학	42	8.3	63.1
	고졸/재학	122	24.1	87.2
	대졸이상/재학	35	6.9	94.1
	기타	30	5.9	100.0
주거 형태	자가	272	53.6	53.6
	전세	150	29.6	83.2
	월세및기타	85	16.8	100.0
종교	개신교	165	32.5	32.5
	불교	137	27.0	59.6
	천주교	76	15.0	74.6
	무종교및기타	129	25.4	100.0
거주 지역	광역시	297	58.6	58.7
	중소도시	172	33.9	92.7
	군이하및기타	37	7.3	100.0
연령	10대 미만	243	47.9	47.9
	10대	53	10.5	58.4
	20대	87	17.2	75.5
	30대	50	9.9	85.4
	40대	35	6.9	92.3
	50대 이상	39	7.7	100.0
가족수	3명 이내	136	26.8	26.8
	4명	228	45.0	71.8
	5명	104	20.5	92.3
	6명 이상	39	7.7	100.0
합 계		507	100.0	100.0

<표 5-2> 장애인서비스 시설 내부고객의 특성

구 분		장애인서비스 시설 내부고객(명, %)		
		빈도	백분비(%)	누적백분비
성별	남성	204	39.0	39.0
	여성	319	61.0	100.0
학력	고졸	77	14.7	14.7
	대졸이상	419	80.1	94.8
	기타	27	5.2	100.0
주거형태	자가	267	51.1	51.1
	전세	178	34.0	85.1
	월세및기타	78	14.9	100.0
종교	개신교	194	37.1	37.1
	불교	57	10.9	48.0
	천주교	109	20.8	68.8
	무종교및기타	163	31.2	100.0
연령	20대미만	251	48.0	48.0
	30대	201	38.4	86.4
	40대이상	71	13.6	100.0
가족수	3명 이내	244	46.7	46.7
	4명	128	24.5	71.1
	5명	74	14.1	85.3
	6명 이상	77	14.7	100.0
직위	사무국장	5	1.0	1.0
	1급(부장)	15	2.9	3.8
	2급(과장)	28	5.4	9.2
	3급(주임)	66	12.6	21.8
	4급(복지사동)	236	45.1	66.9
	5급(사무원)	92	17.6	84.5
	기타	81	15.5	100.0
자격증	있다	371	70.9	70.9
	없다	152	29.1	100.0
고용형태	정규직	494	94.5	94.5
	계약직	20	3.8	98.3
	일용직	9	1.7	100.0
전공	의학계열	154	29.4	32.2
	사회복지계열	202	38.6	68.0
	경영행정계열	77	14.7	82.7
	이공계열	24	4.6	87.3
	인문계열	16	3.1	90.4
	기타	5	1.0	91.4
	무응답(0)	45	8.6	100.0
업무영역	의료서비스	117	22.4	22.4
	교육훈련서비스	265	50.7	73.0
	관리행정서비스	90	17.2	90.2
	기타서비스	51	9.8	100.0
합 계		523	100.0	100.0

한편 본 연구의 설문에 응답한 장애인서비스 시설의 특성을 보면 <표 5-3>에 나타난 바와 같이 장애인서비스 시설의 위치는 해당지역의 도심에서 약 6.6Km정도 떨어져 있으며, 법인이 운영주체인 경우가 위탁운영이나 자치단체직영보다 높은 56.1%를 나타냈고, 수탁운영주체인 경우에는 사회복지법인이 78.9%로 가장 많다. 또한 법정 시설형태는 가형이 53.1%로 반이상을 차지했으며, 장애인서비스 시설 및 근로시설의 평균 자부담예산은 평균 20.9%이고 정부의 보조는 68.6%로 나타났으며, 인력면에서는 법정직원수는 28.3명이고, 총직원수는 이보다 다소 적은 27.5명으로 나타났다. 또한 시설규모는 대체로 총대지의 면적이 약 1,700여평에 이르고 있으며, 총건평은 평균 800여평에 이르는 것으로 조사되었다.

<표 5-3> 장애인서비스 시설의 특성

구 분		응답시설수	빈도	비율(%)	누적백분비
도심과의 평균거리		38	6.58km		
운영주체	자치단체직영	41	1	2.4	2.4
	위탁운영		17	41.5	43.9
	법인		23	56.1	100.0
수탁운영주체	사회복지법인	38	30	78.9	78.9
	재단법인		1	2.6	81.6
	사단법인		4	10.5	92.1
	종교법인		2	5.3	97.4
	기타		1	2.6	100.0
시설형태	가형	32	17	53.1	53.1
	나형		5	15.6	68.8
	다형		2	6.3	75.0
	기타		8	25.0	100.0
예산	자부담	41	20.90%		
	정부보조		68.61%		
	기타		8.66%		
직원수	법정직원수	39-40	28.33명		
	총직원수		27.48명		
시설규모	총대지	37	1783.46평		
	총건평		810.76평		

제 2 절 신뢰도와 타당성의 검증

1. 외부고객 설문항목의 신뢰도

실증분석에 이용된 설문문항의 측정척도상의 신뢰도를 검증하기 위해 크론바하 알파(Cronbach's Alpha)값을 산출하였는데, <표 5-4>는 외부고객을 대상으로 한 고객만족, 서비스질 그리고 서비스접점 등의 변수에 대한 신뢰도 분석 결과이다.

먼저 고객만족변수는 4개의 항목으로 구성되어 있는데, 이 요인의 α 값은 90.7%로 매우 높은 내적 일관성을 보여주고 있으며, 구성항목중 고객만족변수에 대한 기여도가 가장 큰 항목은 재구매의도로 나타나고 있다.

또한 서비스질 차원은 크게 4개의 요인으로 구성되어 있는데, 이 중 신뢰성의 신뢰도는 95.3%로 가장 높게 나타났고, 편의성 83.5%, 유형성 75.7% 그리고 접근성 69.4% 등 모든 요인이 양호한 신뢰성을 보여 항목별 일관성이 매우 높은 것으로 나타났다. 특히 장애인서비스서비스의 신뢰성에 가장 큰 기여를 하고 있는 항목은 담당자가 장애인의 의견을 잘 청취한다는 것이며, 반대로 신뢰성변수에 대한 기여도가 가장 낮은 항목은 체계적이고 과학적인 진단 및 치료와 교육수행이었다. 마찬가지로 편의성에 가장 큰 기여를 하고 있는 변수를 보면, 장애인서비스 시설을 편안하게 이용할 수 있는가이며, 상대적으로 가장 낮은 기여도를 가진 항목은 장애인서비스 시설의 이용절차였다. 또한 유형성에 있어서는 잘된 편의시설이 가장 중요한 항목이었고, 반면 현대적인 진료시설 및 장비는 유형성의 구성항목중에서 상대적으로 낮은 기여도를 가진 것으로 나타나고 있다.

한편 서비스 접점변수는 4개의 항목으로 구성되어 있는데, 이 변수의 크론바하 α 값은 표에 나타난 바와 같이 89.9%로 높은 신뢰도 보였다. 변수간의 기여도가 유사하지만 그 중에서 가장 기여도가 큰 항목은 전반적인 서비스 질로 나타나고 있다.

<표 5-4> 고객만족 및 서비스질 그리고 서비스점점의 신뢰도

구성항목		항목 평균	삭제시 Alpha	Alpha	문항 갯수	
고객만족	AIV1	다음기 회에도 타시설보다는 이 시설을 이용	4.0361	.9053	.9073	4
	AIV2	전반적인 서비스질은 좋다	3.8855	.8660		
	AIV3	전반적인 서비스에 만족한다	3.8414	.8700		
	AIV4	시설의 이용을 주변사람에게도 추천하고 싶다	4.0562	.8792		
신뢰성	AI12	담당자는 장애인의 문제를 도와려고 노력한다	4.2144	.9476	.9530	13
	AI9	장애인에게 관심을 보여준다	4.2932	.9486		
	AI11	장애인과 담당자들과의 관계는 편하다	4.1619	.9486		
	AI27	담당자는 장애인에게 친절하고 호의적이다	4.2385	.9479		
	AI14	담당자는 장애인의 의견을 잘 청취한다	4.0635	.9473		
	AI16	담당자는 장애인의 신뢰를 받고 있다	4.0656	.9485		
	AI26	담당자는 장애인을 평등한 위치에서 대한다	4.0963	.9486		
	AI15	해당분야에 대해서는 전문지식을 가지고 있다	4.1050	.9502		
	AI28	담당자는 장애인의 특성을 배려하여 행동한다	4.1816	.9491		
	AI23	담당자는 약속된 시간에 서비스를 진행한다	4.1619	.9499		
	AI8	체계적이고 과학적인 진단 및 치료, 교육수행	3.6477	.9530		
	AI24	담당자들은 신속하게 업무를 처리한다	4.0460	.9492		
AI6	최신의 서비스기술을 파악/적용한다	3.6280	.9515			
편의성	AI32	장애인서비스 시설은 편안하게 이용할 수 있다	3.9525	.7585	.8346	4
	AI31	이 장애인서비스 시설의 이미지(평판)은 좋다	3.8347	.7964		
	AI19	이 장애인서비스 시설은 장애인에게 편리하다	3.7913	.7913		
	AI18	장애인서비스 시설의 이용절차는 간단하다	3.6012	.8173		
유형성	AI21	장애인 진료시설 및 장비는 현대식이다	3.2234	.7790	.7574	3
	AI34	서비스시설은 편의시설이 잘 되어 있다	3.3443	.6022		
	AI35	장애인서비스 시설의 내/외부는 잘 꾸며져 있다	3.4898	.6336		
접근성	AI5	장애인서비스 시설은 거리상 적절하다	2.9939	-	.6936	2
	AI13	장애인서비스 시설까지의 교통수단이 편리하다	2.9635	-		
서비스점	AMI1	담당자는 정중하게 서비스를 제공했다	4.1907	.8646	.8990	4
	AMI2	담당자는 고객의 질문에 명확히 답해주었다	4.1785	.8703		
	AMI3	고객의 요구에 잘 응해 주었다	4.0791	.8625		
	AMI4	주의할 사항을 잘 설명해 주었다	4.0771	.8812		

2. 내부고객 설문항목의 신뢰도

1) 직무만족요인의 신뢰도

<표 5-5>는 직무만족도를 측정하기 위한 변수들인데, 요인분석을 통해 요인을 추출하여 각 요인의 신뢰도를 분석한 결과, 능력활용 및 독창성은 α 값이 .8839이며, 작업환경은 .8651, 보수 및 승진 .7977이며, 동료관계 및 성취감 .7981로 각각 나타나 모두 높은 신뢰도를 보이고 있다.

능력활용 및 독창성 요인에 대하여 가장 기여도가 큰 항목은 독창성을 발휘할 수 있는 기회였으며, 작업환경 요인에 대해서는 상사가 직원들을 관리하는 방법, 보수 및 승진 요인에 대해서는 직무수행에 따른 평가나 인정이 그리고 동료관계 및 성취감요인에 대해서는 수행하고 있는 일의 인정이 각각의 구성변수중에서 가장 큰 기여를 하고 있다.

<표 5-5> 직무만족변수의 신뢰도

구성항목		항목 평균	삭제시 Alpha	Alpha	문항 갯수	
능력활용 및 독창성	BIII5	새롭고 독창적인 일	3.1836	.8584	.8839	6
	BIII6	능력 활용기회	3.2945	.8453		
	BIII7	독창성 발휘기회	3.2620	.8439		
	BIII8	안정적인 직무	3.2524	.8852		
	BIII9	지시할 기회	2.8279	.8863		
	BIII18	직무수행시 독창적인 일 적용기회	3.2141	.8586		
작업환경	BIII1	근무처의 정책/방침이 시행되는 방법	2.9006	.8383	.8651	6
	BIII2	상사가 직원들을 관리하는 방법	2.7419	.8222		
	BIII3	능력과 기술을 발휘할 수 있는 기회	2.9675	.8337		
	BIII4	양심적으로 일할 수 있는 기회제공	3.5851	.8461		
	BIII15	나의 작업환경	3.0707	.8639		
	BIII17	상사의 전문지식 및 업무능력	3.2811	.8483		
보수 및 승진	BIII13	직무에서 승진할 기회	2.4570	.7556	.7977	4
	BIII14	다른 직장과 비교한 보수	2.5870	.7983		
	BIII19	나의 직무나 지위	3.1128	.7236		
	BIII20	직무수행에 따른 평가나 인정	3.1071	.7082		
동료관계 및 성취감	BIII10	직무에서 느끼는 성취감	3.4837	.7350	.7981	4
	BIII11	업무에 대한 보람	3.6883	.7279		
	BIII12	수행하고 있는 일의 인정	3.3595	.7159		
	BIII16	동료들과 서로 친근하게 지내는 것	3.9331	.8033		

2) 서비스수행능력 영향요인의 신뢰도

서비스수행능력에 영향을 주는 요소는 종업원 및 경영자지각을 대상으로 하고 있는데, <표 5-6>은 종업원을 대상으로 한 것이다. 따라서 장애인서비스 시설의 내부 고객인 종업원들의 서비스 수행에 영향을 미치는 요인의 신뢰도를 보면, 역할모호성이 .8182, 직무적합도/통제에 대한 지각 .8110, 팀웍 .6636, 교육필요성.7293 그리고 역할갈등요인이 .5010을 각각 나타냈는데, 이중 역할갈등요인의 신뢰도가 낮아 분석에서 의미 부여하지 않았다.

역할모호성 요인에 대해서는 업무처리지침이나 방법이 가장 중요한 변수이며, 직무적합도 및 통제에 대한 지각요인에 대해서는 담당직무의 통제 및 수행항목이, 팀

웁요인에 대해서는 상급자들의 진심어린 보호항목이 가장 중요한 것으로 나타났으며, 마지막으로 교육필요성 요인은 2개의 항목으로 구성됨으로써 알파계수가 산정되지 않고 있다.

<표 5-6> 서비스수행능력 영향요소의 신뢰도

구성항목		항목 평균	삭제시 Alpha	Alpha	문항 갯수	
역할모호성	BII18	서비스시설의 운영방침이나 목표	3.2734	.7512	.8162	5
	BII19	업무처리지침이나 방법	3.2734	.7508		
	BII20	직무성과의 평가방법에	2.9943	.7696		
	BII21	운영지침,업무처리,직무성과 평가방법	3.4895	.7849		
	BII6	업무내용에 대한 상급자들의 고려	3.5143	.8359		
직무적합도 /통제에 대한 지각	BII9	담당직무를 스스로 통제/수행	3.9426	.7611	.8110	5
	BII8	기자재들의 전문적 취급	3.8031	.7926		
	BII10	고객에게 적절한 응통성	4.1224	.7698		
	BII5	직무수행 역량	4.1874	.7791		
	BII4	직무 몰입	4.1816	.7693		
팀웍	BII27	권한위임	3.0612	.6697	.6636	4
	BII1	직원에 친절	4.0325	.5776		
	BII2	상급자들은 진심어린 보호	3.6367	.5161		
	BII3	동료들과 협력	4.3174	.6136		
교육필요성	BII23	직무에 대한 복지관 내외의 교육	4.1319	-	.7293	2
	BII24	고객이해를 위한 교육	4.2199	-		
역할갈등	BII15	과중한 업무	3.8528	.4689	.5010	3
	BII16	과중한 각종 절차	3.3824	.1453		
	BII17	서비스 지침과 운영의 불일치	2.9866	.5300		

3) 서비스 제공시스템 관리수준의 신뢰도

서비스 제공시스템 관리수준은 말콤볼드리지상의 평가기준으로 이용된 항목들인데, 요인별로 α 계수값을 보면, 프로세스관리가 0.7751, 인적자원 개발 및 관리가 0.8035, 전략적 품질계획 요인이 0.8346 그리고 정보와 분석요인은 0.7868로 각각 나타나 모두 60%의 신뢰수준을 훨씬 상회하고 있어 항목들의 요인에 대한 내적일관성을 높다고 볼 수 있다. 그러나 항목의 평균에서 나타나는 바와 같이 전체적으로 항목의 평균이 5점 만점에서 3점을 약간 상회하거나 하회하고 있어, 관리수준이 전반적으로 높다고 볼 수는 없다. 특히 이들 평균을 말콤볼드리지상의 평가기준점수로 환산하면 프로세스관리는 140점 만점중 82점에 해당하며, 인적자원개발과 관리는 150점 만점에서 86점, 전략적 품질계획은 60점 만점에서 36점 그리고 정보와 분석은

75점 만점에서 47점을 각각 나타내 총 425점 만점에서 252점을 보이고 있다. 이는 일본의 서비스기업 평균점수¹³⁷⁾보다 대체로 높은 편이지만 전략적 품질계획 점수는 일본의 45점보다 훨씬 낮은 점수를 보이고 있다.

<표 5-7> 서비스 제공시스템 관리수준의 신뢰도

구성항목			항목 평균	삭제시 Alpha	Alpha	문항 갯수	MB환 산점수
프로세스 관리	BIV1	데이터베이스의 보유	2.8222	.7167	.7751	5	82 (140)
	BIV2	고객정보시스템/고객용 DB보유	2.5946	.7632			
	BIV3	다양한 정보원을 통한 정보입수	3.1912	.7301			
	BIV4	타기관과 비교평가 실시	2.7170	.7426			
	BIV5	고객상황이해, 문제중요도고려	3.3977	.7156			
인적자원 개발관리	BIV6	직원교육이나 개발계획	3.3346	.7506	.8035	5	86 (150)
	BIV7	의사결정의 융통성	2.7725	.8114			
	BIV8	교육, 훈련의 실시	3.1759	.7316			
	BIV9	인력양성의 도모	2.8260	.7250			
	BIV10	종업원 만족도조사	2.2581	.8008			
전략적 품질계획	BIV11	고객만족을 설계단계부터 반영	3.1931	.8170	.8346	5	36 (60)
	BIV12	부서내의 연구모임활동	2.8623	.7850			
	BIV13	사업 및 운영의 평가, 개선시스템	2.8222	.7884			
	BIV14	관내의 서비스지침 전개 및 적용	3.1874	.8247			
	BIV15	부서간 연구모임활동	2.7878	.7887			
정보와 분석	BIV16	고객만족도결과, 실무자의 의견반영	3.1281	-	.7868	2	47 (75)
	BIV17	실행계획의 중요도 검토	3.1683	-			

주) 괄호안은 MB상평가기준의 만점.

4) 협력고객 지원수준 요인의 신뢰도

협력고객인 정부의 정책에 대한 장애인서비스 기관의 종사자들이 어떻게 느끼는가로 협력고객의 영향을 파악하였는데, 여기에 이용된 항목들이 협력고객의 요인으로 적절하게 신뢰도를 조사한 결과, 크론바하 α 값이 0.7339로 높게 나타났으며, 특히 정부가 장애인서비스 시설에 대한 시책이 중요한 항목으로 나타나고 있다. 그러나 5개 항목에 걸친 만족도 평균이 모두 3점이하로 낮게 나타나고 있어 장애인서비스 시설의 종사자들이 정부의 정책에 대하여 만족스럽지 못함을 보여주고 있다.

137) 손광수의 3인, 전게서, 1996, p.271.의 점수를 환산.

<표 5-8> 협력고객변수의 신뢰도

구성항목		항목 평균	삭제시 Alpha	Alpha	문항 갯수
협력고객 만족도	BV1 장애인서비스 시설에 대한 예산지원	2.0918	.6565	.7339	5
	BV2 장애인서비스 시설에 대한 시책	2.2275	.6227		
	BV3 장애인서비스 시설에 대한 법령	2.4054	.6556		
	BV4 장애인서비스 시설에 대한 지도/감	2.4474	.6817		
	BV5 장애인서비스 시설의 법정직원수	2.6119	.7978		

3. 경영자 관련항목의 신뢰도

경영자 지각과 관련한 항목의 신뢰도는 <표 5-9>에 나타난 바와 같이 3개의 요인이 요인분석에 의하여 추출되었는데, 커뮤니케이션 및 서비스질 향상 노력변수가 .8847, 권한위임 및 홍보 .7641 그리고 마케팅리서치 및 관리단계 변수가 .5911을 각각 나타내 신뢰수준 60%를 넘거나 근접하게 나타나고 있다.

표에 나타난 바와 같이 커뮤니케이션 및 서비스질 향상노력에 대한 경영자 지각은 항목별 평균으로 보아 매우 높게 나타나고 있으며, 권한위임 및 홍보, 마케팅리서치 및 관리단계도 대부분 높게 인식하고 있는 것으로 조사되었다. 그러나 경영자의 이러한 지각은 종사자의 그것과 괴리가 있을 수 있음을 간과해서는 안된다.

<표 5-9> 경영자지각변수의 신뢰도

구성항목		항목 평균	삭제시 Alpha	Alpha	문항 갯수
커뮤니케 이션 및 서비스질 향상노력	CI13 직원들과의 의사소통	4.2683	.8567	.8847	4
	CI14 직원들로부터의 고객정보	4.1463	.8573		
	CI15 직원들과의 심도있는 의사소통	4.0976	.8438		
	CI17 서비스질에의 투자비중	3.6829	.9043		
	CI18 서비스질 향상을 위한 공식적 논의	4.0976	.8495		
	CI10 고객들이 서비스 만족에 대한 믿음	3.9268	.8760		
권한위임 및 홍보	CI12 서비스가용활성화 위한 홍보	4.4146	.7183	.7641	3
	CI13 권한위임	3.9756	.6046		
	CI9 일정 서비스질 유지 지침	3.8780	.7229		
마케팅리 서치 및 관리단계	CI1 고객의 욕구파악을 위한 마케팅조사	3.6098	.2511	.5911	3
	CI2 조사한 자료의 적극적인 반영	4.0244	.3255		
	CI6 일선직원과 경영자간의 관리단계	2.6585	.8413		

4. 타당성의 검증

본 실증분석에 이용한 변수중 요인분석을 통해 요인을 구분한 변수는 서비스질, 직무만족, 서비스수행능력 영향요인 그리고 경영자지각 등이며, 이들 변수의 타당성 분석 결과는 다음과 같다.

장애인서비스질 변수의 타당성분석을 위해 요인분석한 결과 <표 5-10>에 나타난 바와 같은 결과를 얻었다. 고유값이 1이상이며, 공통성이 0.5이상인 변수들을 이용하였고, 기준에 미달되는 변수는 제거한후 요인분석한 결과, 파라슈라만 등의 연구에서 대응성, 신뢰성, 예의 및 능력에 부분적으로 해당되는 13개의 변수가 제1요인으로 묶였으며, 요인이름은 신뢰성으로 하였다. 제2요인은 장애인서비스 시설 이용상의 편리성과 관련한 문항이 묶여, 편의성으로 하고, 제3, 제4요인은 기존연구와 마찬가지로 유형성과 접근성의 항목이 묶여 각각 유형성과 접근성으로 명명하였다.

요인분석에서 동일요인으로 묶이는 변수간 상관관계는 높고, 요인간 상관관계는 적은 것이 특징이며, 특히 요인간 상관관계를 부분적으로 허용하는 사각회전이 아닌 직각회전을 통해 분석되어 요인분석을 통한 서비스질 차원의 변수는 타당성이 있다고 볼 수 있다.

요인분석은 자료를 축약하는 만큼 정보의 손실이 발생되는데, 일반적으로 자료의 손실이 40%를 넘어서면 안되므로, 총분산이 최소한 60%는 상회하여야 하는데, 본 연구에서는 68.6%로 이러한 요건을 충분히 충족시키고 있다.

또한 요인분석의미는 KMO값이 1에 가까울수록 높으며, 이 값이 0.8이상이면 우수한데, 본 연구의 서비스질에 대한 요인분석 결과는 0.953으로 매우 우수한 수준이다. 요인분석모형의 적합성 테스트인 Bartlett테스트에서도 유의적인 것으로 나타났다.

<표 5-10> 서비스질 변수의 타당성

구성변수 및 변수내용	요인적재치				공통성 Communality
	1	2	3	4	
AI12 담당자는 장애인의 문제를 도우려고 노력한다	.8312	.2410	.0792	.0454	.757
AI9 장애인에게 관심을 보여준다	.8041	.2375	.0779	-.0143	.709
AI11 장애인과 담당자들과의 관계는 편하다	.7864	.2444	.0799	.1296	.701
AI27 담당자는 장애인에게 친절하고 호의적이다	.7664	.3728	.0957	-.0061	.735
AI14 담당자는 장애인의 의견을 잘 청취한다	.7616	.3703	.1639	.1390	.763
AI16 담당자는 장애인의 신뢰를 받고 있다	.7476	.2717	.1907	.1365	.688
AI26 담당자는 장애인을 평등한 위치에서 대한다	.7470	.3251	.1572	.0659	.693
AI15 해당분야에 대해서는 전문지식을 가지고 있다	.7429	.0781	.2683	.1216	.645
AI28 담당자는 장애인의 특성을 배려하여 행동한다	.7254	.3613	.1416	-.0155	.677
AI23 담당자는 약속된 시간에 서비스를 진행한다	.6566	.4564	.0868	.0583	.650
AI8 체계적이고 과학적인 진단 및 치료, 교육수행	.6468	-.0723	.4566	.1652	.659
AI24 담당자들은 신속하게 업무를 처리한다	.6435	.4982	.1115	.0755	.680
AI6 최신의 서비스기술을 파악/적용한다	.6402	.1030	.4209	.1853	.632
AI32 장애인서비스 시설은 편안하게 이용할 수 있다	.3184	.7270	.2212	.1713	.708
AI31 이 장애인서비스 시설의 이미지(평판)은 좋다	.3514	.6838	.1420	.1624	.638
AI19 이 장애인서비스 시설은 장애인에게 편리하다	.3121	.6382	.2873	.2105	.632
AI18 장애인서비스 시설의 이용절차는 간단하다	.3567	.6276	.0644	.2134	.571
AI21 장애인 진료시설 및 장비는 현대적이다	.2086	.1143	.7447	.1614	.637
AI34 서비스시설은 편의시설이 잘 되어 있다	.1717	.4679	.6715	.1761	.730
AI35 장애인서비스 시설은 잘 꾸며져 있다	.1347	.5490	.6173	-.0286	.701
AI5 장애인서비스 시설은 거리상 적절하다	.1051	.1657	.1023	.8461	.765
AI13 장애인서비스 시설까지 교통수단이 편리하다	.0581	.1977	.1576	.8137	.729
요인명 설정	신뢰성	편의성	유형성	접근성	-
고유치(Eigen value)	7.547	3.636	2.191	1.729	-
분산율(총분산)	34.034	16.527	9.960	7.857	(68.648)
KMO값(Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.)					.953
바틀렛검정(Bartlett's Test of Sphericity)	Approx. Chi-Square				6600.295
	d.f.				231
	Sig.				.000

<표 5-11>에 나타난 바와 같이 직무만족도 항목의 경우도 KMO값이 0.936으로 매우 우수한 수준이며, Bartlett테스트에서도 유의적인 것으로 나타났는데, 직무만족은 아이겐값이 1이상이며, 커뮤넨리티값이 0.4이상인 변수를 이용했을 때, 최종적인 요인은 4개로 나타났다.

첫 번째 요인은 새롭고 독창적인 일의 기회, 독창성을 발휘할 기회, 직무수행시 독창적인 일을 적용할 기회, 능력을 활용할 수 있는 기회, 타인에게 해야할 일을 지시할 기회 및 직무의 안정성 등의 변수가 하나의 요인으로 묶여, 능력활용 및 독창성으로 명명하고, 이와 같은 방식을 통해 두 번째 요인은 작업환경, 세 번째 요인은 보수 및 승진 그리고 네 번째 요인은 동료관계 및 성취감으로 각각 명명하였다.

이들 요인들의 총분산은 65.6%였으며, 제1요인은 20.3%, 제2요인은 17.7%, 제3요인은 13.9% 그리고 제4요인은 13.8%를 각각 나타냈다.

한편 종사자들의 서비스수행능력시 영향을 미치는 요인은 5가지로 추출되었는데, 이들 요인의 총분산은 61.5%로 나타났고, KMO값은 .810으로 높은 편이었으며, Bartlett테스트에서도 유의적인 것으로 나타났다.



<표 5-11> 직무만족 변수의 타당성

구성변수 및 변수내용	요인적재치				공통성 Communality
	1	2	3	4	
BIII5 새롭고 독창적인 일을 할 수 있어 만족스럽다	.7831	.3101	.0991	.1059	.730
BIII7 독창성을 발휘할 기회에 만족스럽다	.7647	.3038	.1849	.2515	.775
BIII18 직무수행시 독창적인 일을 적용할 기회	.7094	.2520	.1897	.2783	.680
BIII6 능력을 활용할 수 있는 기회에 만족스럽다	.7052	.4430	.1816	.2100	.771
BIII9 타인에게 해야할 일을 지시할 기회	.5153	.1173	.5061	.0673	.540
BIII8 나의 직무는 안정적이어서 만족스럽다	.3676	.3234	.2937	.3587	.455
BIII2 상사가 직원들을 관리하는 방법에 만족한다	.2188	.8197	.2622	.0401	.790
BIII1 근무처의 정책/방침이 시행되는 방법	.2783	.6931	.2389	.1134	.628
BIII17 상사의 전문지식 및 업무능력에 만족한다	.1663	.6905	.1776	.2552	.601
BIII3 능력과 기술을 발휘할 수 있는 다양한 기회	.5077	.6444	.1955	.0496	.714
BIII4 양심적으로 일할 수 있는 기회에 만족한다	.3948	.6304	-.0031	.2626	.622
BIII15 나의 작업환경이 만족스럽다	.0803	.4735	.4532	.3972	.730
BIII14 다른 직장과 비교해 보수는 만족스럽다	-.0884	.2269	.7958	.1084	.622
BIII13 이 직무에서 승진할 기회가 있어 만족스럽다	.3351	.2088	.6526	.1654	.609
BIII19 나의 직무나 지위가 만족스럽다	.3724	.1050	.6343	.2561	.618
BIII20 직무수행에 따른 평가/인정에 대해 만족한다	.4090	.2742	.5528	.3569	.675
BIII16 동료들과 친근하게 지내는 것에 만족한다	-.0319	.2277	.0960	.7683	.652
BIII11 업무에 대한 보람을 느끼는 것에 만족한다	.2613	.0216	.1564	.7507	.657
BIII12 수행하는 일이 인정받고 있어 만족스럽다	.4014	.2284	.2840	.6155	.673
BIII10 직무에서 느끼는 성취감이 만족스럽다	.4751	.1230	.2157	.5926	.639
요인명 설정	능력활용 /독창성	작업환경	보수 /승진	동료관계 /성취감	-
고유치(Eigen value)	4.055	3.534	2.784	2.754	
분산율(총분산)	20.273	17.668	13.922	13.769	(65.632)
KMO값(Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.)					.936
바틀렛검정(Bartlett's Test of Sphericity)	Approx. Chi-Square				6229.478
	d.f.				190
	Sig.				.000

파라슈라만 등의 꺾모형에서는 팀웍 등 8개의 요인을 이용하였으나 본 연구에서는 <표 5-12>에 나타난 바와 같이 5가지로 나타났다.

<표 5-12> 서비스수행능력 영향변수의 타당성

구성변수 및 변수내용	요인적재치					공통성 Communality	
	1	2	3	4	5		
BII19 업무처리지침이나 방법	.850	.016	.029	.009	.054	.726	
BII18 복지시설운영방침이나 목표	.820	.161	.078	-.020	.050	.708	
BII20 직무성과의 평가방법	.805	.095	-.017	-.070	.118	.676	
BII21 운영지침,업무,성과 등 평가방법	.680	-.055	.349	.072	-.107	.604	
BII6 업무내용에 대한 상급자의 고려	.470	.139	.370	.021	-.133	.395	
BII9 담당직무를 스스로 통제/수행	.083	.793	.102	.089	-.117	.668	
BII8 기자재들의 전문적 취급	.092	.756	.013	.022	-.089	.589	
BII10 고객에게 적절한 융통성	.076	.748	.132	.245	-.027	.644	
BII5 직무수행 역량	-.028	.662	.337	-.112	.216	.612	
BII4 직무 몰입	.076	.608	.518	.003	.183	.677	
BII1 직원에 친절	.039	.242	.730	.049	.043	.598	
BII3 동료들과 협력	.023	.267	.698	.067	.057	.566	
BII2 상급자들은 진심어린 보호	.399	.012	.677	.021	-.195	.657	
BII27 권한위임	.356	-.078	.440	.004	-.366	.461	
BII23 직무에 대한 복지관내외의 교육	-.041	.046	.048	.860	.108	.758	
BII24 고객이해를 위한 교육	-.033	.127	.027	.840	.046	.725	
BII16 과중한 각종 절차	.197	.197	-.022	.160	.742	.620	
BII17 서비스 지침과 운영의 불일치	-.168	-.018	-.044	-.023	.727	.560	
BII15 과중한 업무	.295	.072	.102	.366	.443	.433	
요인명 설정	역할모호성	직무적합도/통제지각	팀웍	교육필요성	역할갈등	-	
고유치(Eigen value)	3.200	2.790	2.365	1.705	1.167		
분산율(총분산)	16.841	14.687	12.447	8.972	8.511	(61.458)	
KMO값(Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.)						0.810	
바틀렛검정(Bartlett's Test of Sphericity)						Approx. Chi-Square	3860.180
						df.	171
						Sig.	.000

제1요인은 업무처리지침이나 방법, 복지시설운영방침이나 목표, 직무성과의 평가 방법, 운영지침, 업무성과 등 평가방법 그리고 업무내용에 대한 상급자의 고려 등을 하나로 묶어 요인명은 역할보호성으로, 제2요인은 담당직무의 자체 통제 및 수행, 기차재들의 전문적 취급, 고객에게 적절한 융통성 발휘, 직무수행 역량 그리고 직무 몰입 등을 묶어 직무적합도 및 통제에 대한 지각으로, 제3요인은 직원에 대한 친절, 동료들과 협력, 상급자들의 진심어린 보호, 권한위임 등을 팀웍으로, 제4요인은 직무에 대한 복지관내외의 교육, 고객이해를 위한 교육 등을 교육필요성으로 하였고, 마지막으로 제5요인은 과중한 각종 절차, 서비스 지침과 운영의 불일치, 과중한 업무 등을 역할갈등으로 각각 명명하였는데, 이중 제4요인은 갯모형에서 사용하고 있는 변수와 다르며, 제5요인은 요인의 신뢰도가 60%를 하회하여 분석에서 의미를 두지 않았다.

경영자지각에 관한 것은 <표 5-13>에 나타난 바와 같이 3개요인으로 나타났는데, KMO값은 0.793으로 높은 편이었으며, Bartlett테스트에서도 유의적인 것으로 나타났고, 충분산도 70.2%로 나타났다.

이들 요인의 이름은 요인별 구성변수를 참조하여 제1요인은 직원들로부터의 고객 정보, 직원들과의 심도있는 의사소통, 서비스질 향상을 위한 공식적 논의, 직원들과의 의사소통, 서비스질에의 투자비중, 고객들이 서비스 만족에 대한 믿음 등이 하나의 요인으로 묶임에 따라 커뮤니케이션 및 서비스질 향상노력으로, 제2요인은 서비스이용활성화 위한 홍보, 권한위임, 일정 서비스질 유지 지침 등이 하나로 묶여, 권한위임 및 홍보로 그리고 제3요인은 고객의 욕구과약을 위한 마케팅조사, 일선직원과 경영자간의 관리단계, 조사한 자료의 적극적인 반영 등의 항목이 한 요인으로 묶여, 마케팅리서치 및 관리단계로 각각 명명하였다.

<표 5-13> 경영자지각변수의 타당성

구성변수 및 변수내용	요인적재치			공통성 Communality
	1	2	3	
CII4 직원들로부터의 고객정보	.864	.034	.162	.774
CII5 직원들과의 심도있는 의사소통	.820	.306	.202	.807
CII8 서비스질 향상을 위한 공식적 논의	.789	.413	.040	.794
CII3 직원들과의 의사소통	.769	.325	.127	.713
CII7 서비스질에의 투자비중	.679	-.068	.280	.544
CII10 고객들이 서비스 만족에 대한 믿음	.656	.452	-.262	.703
CII12 서비스이용활성화 위한 홍보	.045	.894	.044	.803
CII13 권한위임	.305	.796	.146	.747
CII9 일정 서비스질 유지 지침	.484	.517	.382	.647
CII1 고객의 욕구파악을 위한 마케팅조사	.277	.318	.713	.687
CII6 일선직원과 경영자간의 관리단계	-.049	-.081	.690	.485
CII2 조사한 자료의 적극적인 반영	.481	.232	.655	.714
요인명 설정	커뮤니케이션 서비스질 향상노력	권한 위임 및 홍보	마케팅리서치 및 관리 단계	-
고유치(Eigen value)	4.164	2.441	1.815	
분산율(총분산)	34.703	20.338	15.121	(70.162)
KMO값(Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.)				0.793
바블렛검정(Bartlett's Test of Sphericity)	Approx. Chi-Square			283.773
	df.			66
	Sig.			.000

제 3 절 가설검증

1. 외부고객의 특성과 고객만족 및 서비스질에 대한 가설

- 1-1. 외부고객의 특성에 따라 외부고객만족은 다를 것이다.
 1-2. 외부고객의 특성에 따라 서비스질에 대한 평가는 다를 것이다.

1) 외부고객의 인구통계적 특성과 고객만족 및 서비스질 평가

서비스는 서비스만의 특성, 무형적이고, 이질적이며, 생산과 소비가 동시에 일어나고 소멸해 버리는 특성들 때문에 서비스를 이용하는 고객에 따라 그 고객만족 및 서비스의 질이 다를 수 있다. 본 항에서는 이러한 고객만족과 서비스의 질이 서비스 이용자의 인구통계적 특성과 어떠한 관계를 가지고 있는지 파악해 본다. 특히 인구통계적 특성변수들이 명목척도로 조사됨에 따라 가설은 일원변량분석 및 T-검증을 통해 검증한다

인구통계적 특성 변수에 따라 고객만족의 차이가 있는지 검증한 결과 <표 5-14>에 나타난 바와 같이 학력, 종교 및 연령에 따라 고객만족도가 통계적으로 다르게 나타나고 있다 특히 연령별로는 젊은 층인 20대 연령층보다는 50대의 장년층이 장애인서비스에 대해 더 만족하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 그 외의 변수인 성별, 소득, 장애등급, 학력, 주거형태, 거주지역 그리고 가족수 등에 따라서는 고객만족의 차이가 통계적으로 유의하지 않게 나타났다.

<표 5-14> 인구통계적 특성별 고객만족의 차이

구분	성별	소득	장애등급	학력	주거형태	종교	거주지역	연령	가족수
F비(t값)	.500	1.609	1.435	2.818**	.741	3.447**	.481	4.118***	2.296*
p.	.617	.156	.232	.016	.477	.017	.619	.001	.077

주) * p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01

<표 5-15>는 장애인서비스질의 4개 차원이 인구통계적 특성에 따라 통계적으로 차이가 있는지를 보여주고 있다. 즉, 성별, 소득, 장애등급, 주거형태, 종교 그리고 가족수 등의 유목간에는 장애인서비스의 질적 차원에 대한 통계적인 차이를 보이지 않고 있다. 반면, 학력, 거주지역, 연령에 따라서는 장애인서비스의 차원에 따라 질적 차이를 보이고 있다.

먼저 학력별로 보면, 학력에 따라 장애인서비스의 신뢰성 및 접근성에 대한 질적 차이를 나타냈다. 거주지역별로는 장애인서비스의 신뢰성과 접근성에 대해 질적 차이를 나타냈는데, 중소도시에 거주하는 사람들이 광역시이상이나 군이하의 지역 응답자보다 신뢰성의 질을 높게 나타냈고, 접근성에 있어서는 중소도시에 거주하는 응답자보다는 광역시이상에 거주하는 응답자들이 접근성의 질이 더 높은 점수를 나타냈고 이러한 결과는 $\alpha=0.01$ 수준에서 유의적인 차이를 보인다. 한편 연령에 따라 살펴보면, 20~30대 연령층보다 10대미만의 연령층이 신뢰성의 질이 높게 나타났고, 30대 연령층보다 50대이상의 연령층이 역시 통계적으로 더 높은 서비스질을 나타냈다. 편의성에 있어서는 50대이상의 연령층이 20~30대의 연령층보다 더 높은 서비스질을 나타냈고, 접근성에 있어서는 10대미만보다 40대의 연령층이, 그리고 30대이하의 연령층보다 50대의 연령층이 더 높은 서비스질을 나타내, 연령이 높을수록 장애인서비스의 접근성에 대한 서비스질의 평가는 호의적인 것으로 나타나고 있다.

<표 5-15> 인구통계적 특성별 서비스질의 차이

종속변수 독립변수	신뢰성		편의성		유형성		접근성	
	F비	p.	F 비	p.	F 비	p.	F 비	p.
성별(t값)	.524	.601	1.246	.213	-.341	.733	.313	.754
소득	1.639	.148	.828	.530	.864	.505	1.514	.184
장애등급	.904	.439	.904	.439	1.729	.160	.206	.892
학력	2.813**	.016	1.986*	.079	.983	.427	3.942***	.002
주거형태	.074	.929	.342	.711	.648	.523	.144	.866
종교	.606	.611	.532	.661	.612	.607	.549	.649
거주지역	4.690**	.010	.790	.454	.590	.555	6.193***	.002
연령	5.619***	.000	4.498***	.001	1.920*	.090	8.710***	.000
가족수	1.529	.206	.403	.751	1.909	.127	1.163	.323

주) * $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

2) 외부고객의 이용행태와 고객만족 및 서비스질 평가

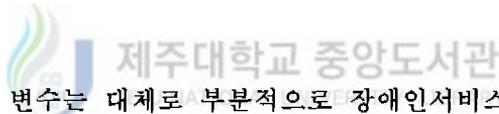
장애인서비스 이용행태변수에 따라 서비스의 질이 달라지고 있는지 검증하기 위하여 월평균 서비스이용횟수, 이용하는 교통편 그리고 집에서 복지관까지의 소요시간 등의 변수를 이용하여 장애인서비스 차원에 대한 고객만족 및 서비스질의 차이가 있는지 검증한 결과는 <표 5-16>과 <표 5-17>에 나타난 바와 같다.

이들 변수에 대해 고객만족변수를 종속변수로 하여 고객만족도의 차이를 검증한 결과 <표 5-17>에 나타난 바와 같이 서비스횟수에 따라서만 차이를 보이고 있으며, 교통편이나 소요시간 등은 유의적인 차이를 보이지 않고 있다.

<표 5-16> 장애인서비스 시설의 이용행태별 고객만족도의 차이

구분	서비스횟수	교통편	소요시간
F비	2.335**	.986	1.714
p.	.041	.414	.181

주) ** $p < 0.05$



또한 이상의 3개 변수는 대체로 부분적으로 장애인서비스질에 차이를 보이고 있는데, 먼저 서비스횟수에 따라 살펴보면, 서비스횟수에 따라 신뢰성과 편의성 그리고 유형성에 대하여 서비스질의 차이를 보이고 있다. 특히 장애인서비스를 월평균 5회 이하 이용하는 집단이 6회~15회 이용하는 집단보다 신뢰성에 대한 서비스질 평가가 낮게 나타났고, 편의성에서는 5회이하의 집단이 11~15회인 집단보다 서비스질 평균이 더 낮으며, 유형성에서는 11회~15회의 집단이 16회~20회인 집단보다 유형성에 대한 서비스질의 평균이 낮게 나타나고 있다.

교통편에 따라 장애인서비스의 차이가 있는지 검증한 결과, 대중교통을 이용하는 응답사보다는 복지시설의 버스를 이용하는 집단의 접근성에 대한 서비스질이 더 높다. 한편 소요시간에 따라 살펴보면, 역시 접근성에 있어 서비스질의 차이를 보이는데, 즉, 복지관까지 도착하는 시간이 30분이내인 집단이 30분 이상 걸린다고 한 집단보다 접근성에 대해 더 높은 평균을 나타냈다. 이것은 장애인서비스 시설이 30분이상의 거리에 있을 때에는 불만족요소로 작용될 수 있음을 의미한다.

<표 5-17> 장애인서비스 시설의 이용행태별 서비스질의 차이

종속변수 독립변수	신뢰성		편의성		유형성		접근성	
	F 비	p.	F 비	p.	F 비	p.	F 비	p.
서비스횟수	5.393***	.000	3.482***	.004	3.402***	.005	1.838	.104
교통편	1.284	.276	1.043	.385	.621	.648	6.596***	.000
소요시간	.196	.822	.155	.857	.226	.798	17.605***	.000

주) *** p<0.01

3) 서비스이용과 고객만족 및 서비스질간의 관계

우리나라의 현실상 장애인서비스를 이용하기 위해서는 상당기간 기다려야 하는 것이 현실이다. 따라서 본 항에서는 장애인서비스를 이용하기 위해 기다려야 하는 시간 및 1회 이용시간과 고객만족변수 및 서비스질과의 관계를 분석하였다.

(1) 서비스이용행태와 고객만족간의 관계

서비스 대기시간이 고객만족에 미치는 영향을 파악하기 위해 두 변수간의 관계를 보면 <표 5-18>에 나타난 바와 같이 교육서비스를 제외한 서비스종류, 즉 치료서비스, 상담서비스, 훈련서비스 등과 약하지만 관계가 있는 것으로 나타났다. 이에 따라 고객만족변수를 종속변수로 하고 서비스대기시간을 독립변수로 하여 다중회귀분석을 실시한 결과 <표 5-19>와 같은 결과를 얻었다.

F=3.574로 나타났으며 이는 유의수준 0.01에서 유의적이므로 회귀모형은 통계적으로 의미가 있는 것으로 나타났고, 결정계수 $R^2=.125$ 로 나타났다. 독립변수중 고객만족에 가장 큰 영향을 미치는 변수는 치료서비스였으며, 다음은 교육서비스로 나타났다. 그러나 교육서비스는 고객만족변수와는 부적인 영향을 미치고 있는 것으로 분석되었다.

반면 <표 5-20>에 나타난 바와 같이 서비스이용시간을 독립변수로 하고 역시 고객만족변수를 종속변수로 하여 회귀식을 설정한 결과, 통계적인 유의성은 없는 것으로 나타나 서비스이용시간은 고객만족에 영향을 미치지 않는다고 할 수 있다.

<표 5-18> 서비스 대기시간 및 이용시간과 고객만족과의 관계

구분		대기시간				이용시간			
		치료 서비스	교육 서비스	상담 서비스	훈련 서비스	치료 서비스	교육 서비스	상담 서비스	훈련 서비스
고객만족	피어슨상관	.093(*)	.036	.128(**)	.142(**)	.040	.007	-.022	-.045
	Sig.(2-tailed)	.037	.415	.004	.001	.372	.876	.623	.314
	사례수(N)	507	507	507	507	507	507	507	507

<표 5-19> 서비스대기시간이 고객만족에 미치는 영향

구분	비표준화 계수		표준화 계수	t	Sig.
	B	S.E.	Beta		
상수	2.983	.386	-	7.724	.000
치료서비스	.213	.124	.237	1.719	.089
교육서비스	-.332	.138	-.340	-2.402	.018
상담서비스	.184	.166	.166	1.113	.268
훈련서비스	.206	.169	.204	1.217	.227
$R^2=.125$ $F=3.574^{***}$ $df= 4/100/104$ $p=.009$					

<표 5-20> 서비스이용시간이 고객만족에 미치는 영향

구분	비표준화 계수		표준화 계수	t	Sig.
	B	S.E.	Beta		
상수	3.889	.582	-	6.678	.000
치료서비스	-.0024	.221	-.019	-.109	.913
교육서비스	.0055	.249	.043	.225	.822
상담서비스	.112	.186	.094	.605	.547
훈련서비스	-.150	.243	-.111	-.615	.540
$R^2=.007$ $F=-.143$ $df= 4/77/81$ $p=.965$					

(2) 서비스이용행태와 서비스질과의 관계

<표 5-21>에 나타난 바와 같이 치료서비스에 대한 대기시간은 서비스질의 차원 중 편의성, 유형성과 정적인 상관관계가 있으며, 교육서비스 및 훈련서비스에 대한 대기시간은 편의성과 정적인 상관관계를 가지고 있는 것으로 나타났다. 즉, 치료서비

스에 대한 대기시간이 짧을수록 장애인서비스의 편의성과 유형성의 질은 높은 것으로 나타났고, 교육서비스 및 훈련서비스에 대한 대기시간이 짧을수록 역시 장애인서비스의 편의성에 대한 서비스질이 더 높은 것으로 나타났다.

반면 장애인서비스의 이용시간과 서비스질 차원간에는 접근성을 제외하고는 상관관계를 보이지 않고 있다. 치료서비스의 이용시간과 서비스질의 접근성은 서로 상관관계가 있으나 그 관계는 부적인 것으로 나타났다. 즉, 치료서비스의 시간이 길수록 접근성에 대한 서비스질은 높은 것으로 나타났다.

<표 5-21> 서비스 대기시간 및 이용시간과 서비스질과의 관계

구분		신뢰성	편의성	유형성	접근성	
대기 시간	치료서비스	피어슨 상관 Sig. (2-tailed)	-.010 .877	.237(**) .000	.196(**) .001	.095 .121
	교육서비스	피어슨 상관 Sig. (2-tailed)	-.052 .416	.183(**) .004	.052 .416	.023 .726
	상담서비스	피어슨 상관 Sig. (2-tailed)	.109 .123	.148(*) .036	-.078 .274	.034 .632
	훈련서비스	피어슨 상관 Sig. (2-tailed)	.086 .306	.217(**) .009	.174(*) .037	.039 .640
이용 시간	치료서비스	피어슨 상관 Sig. (2-tailed)	.001 .991	.011 .866	.022 .736	-.176(**) .005
	교육서비스	피어슨 상관 Sig. (2-tailed)	.016 .818	-.018 .793	-.058 .401	-.120 .081
	상담서비스	피어슨 상관 Sig. (2-tailed)	-.143 .090	-.095 .263	-.150 .075	-.039 .650
	훈련서비스	피어슨 상관 Sig. (2-tailed)	-.073 .429	-.114 .217	-.160 .082	.001 .991

이러한 상관관계를 바탕으로 서비스질을 종속변수로 하여 서비스의 종류에 따라 대기시간이 미치는 영향을 분석한 결과, <표 5-22>에 나타난 바와 같이 결정계수 $R^2=.0.39$ 로써 유의적인 회귀식이 성립하였다. 즉, 이들 변수중 치료서비스의 대기시간이 서비스질에 미치는 영향이 큰 것으로 나타났고, 교육서비스나 상담서비스, 훈련서비스 등은 상대적으로 영향력이 낮은 것으로 분석되었다.

<표 5-22> 서비스대기시간이 서비스질에 미치는 영향

구분	비표준화 계수		표준화 계수	t	Sig.
	B	S.E.	Beta		
상수	2.842	.198		14.365	.000
치료서비스	.117	.040	.145	2.905	.004
교육서비스	-.011	.044	-.013	-.260	.795
상담서비스	.019	.052	.018	.373	.709
훈련서비스	.109	.063	.089	1.734	.084
R ² =0.39		F=5.156***	df= 4/502/506	p=.000	

주) *** p<0.01

2. 내부고객과 외부고객만족 및 서비스질 평가에 관한 가설

- 2-1. 내부고객은 외부고객만족에 영향을 줄 것이다.
 2-2. 내부고객은 외부고객의 서비스질 평가에 영향을 줄 것이다.

1) 종사자의 직무만족과 고객만족 및 서비스질

장애인서비스 시설 종사자 만족수준에 따라 서비스의 질이 향상되어 고객만족으로 이어지는지 검증한 결과가 <표 4-23>과 <표 5-24>에 나타나 있다.

먼저 직무만족이 고객만족에 미치는 영향을 분석한 결과, <표 5-23>에 나타난 바와 같이 회귀식도 유의적이었으며, 결정계수도 $R^2=.401$ 로 높은 편이었으며, 특히 작업환경작업은 변수가 고객만족에 미치는 영향이 가장 큰 변수로 분석되었다.

또한 <표 5-24>에 나타난 바와 같이 $F=4.836$ 으로 유의수준 0.05에서 유의한 것으로 나타나고 있어 회귀식이 성립될 수 있음을 보여주고 있으며, $R^2=.417$ 로 매우 높게 나타나고 있어 직무만족도가 높으면 서비스질은 향상된다고 볼 수 있다. 특히 상사가 직원들을 관리하는 방법, 근무처의 정책 및 방침 시행방법, 상사의 전문지식 및 업무능력, 능력과 기술을 발휘할 수 있는 기회, 양심적으로 일할 수 있는 기회, 작업환경 등 복지시설내에서의 작업환경이 서비스질에 가장 큰 영향을 미치고 있으며, 다음으로 능력활용 및 독창성에 대한 만족여부가 서비스질에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 5-23> 직무만족이 고재만족에 미치는 영향

구분		비표준화 계수		표준화 계수	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
직무만족 요인	상수	1.667	.726		3.298	.030
	능력활용/독창성	-.204	.379	-.172	-.538	.595
	작업환경	1.208	.417	.988	2.894	.007
	보수/승진	-.611	.288	-.565	-2.120	.043
	동료관계/성취감	.260	.303	.203	.858	.399
$R^2=.401$		$F=4.515^{***}$		$df=4/27/31$	$p=.006$	

주) *** $p < 0.01$

<표 5-24> 직무만족이 서비스질에 미치는 영향

구분		비표준화 계수		표준화 계수	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
직무만족 요인	상수	2.648	.600		4.413	.000
	능력활용/독창성	-.934	.313	-.940	-2.981	.006
	작업환경	1.405	.345	1.370	4.072	.000
	보수/승진	-.471	.238	-.520	-1.980	.058
	동료관계/성취감	.247	.250	.230	.986	.333
$R^2=.417$		$F=4.836^{***}$		$df=4/27/31$	$p=.005$	

주) *** $p < 0.01$

한편 직무만족이 장애인서비스의 내용에 어떠한 영향을 미치는지 구체적으로 살펴보면, <표 5-25>에 나타난 바와 같이 서비스질의 신뢰성은 $R^2=0.275$ 로 나타나고 있는데, 능력활용 및 독창성과 작업환경이 신뢰성에 가장 큰 영향을 미치며, 보수 및 승진은 상대적으로 그 영향정도가 적게 나타났다. 장애인서비스의 편의성에는 <표 5-26>에 나타난 바와 같이 작업환경이 가장 큰 영향을 미치고 있으나, 회귀식은 유의하지 못하다.

유형성에 대한 영향은 <표 5-27>에 나타난 바와 같이 $R^2=0.373$ 으로 높게 나타나고 있으며, 작업환경이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 분석되었다. <표 5-28>에 나타난 바와 같이 접근성에 대한 직무만족의 영향에 있어서도 작업환경요인 영향이 가장 크게 나타나고 있다.

<표 5-25> 직무만족이 서비스질의 신뢰성에 미치는 영향

구분		비표준화 계수		표준화 계수	t	Sig.
		B	S.E.	Beta		
직무만족 요인	상수	2.501	.645		3.880	.001
	능력활용/독창성	-.613	.337	-.641	-1.822	.080
	작업환경	.614	.371	.622	1.657	.109
	보수/승진	-.208	.256	-.238	-.813	.423
	동료관계/성취감	.593	.269	.574	2.205	.036
$R^2=.275$		$F=2.560^*$		$df=4/27/31$	$p=.061$	

주) * $p<0.1$

<표 5-26> 직무만족이 서비스질의 편의성에 미치는 영향

구분		비표준화 계수		표준화 계수	t	Sig.
		B	S.E.	Beta		
직무만족 요인	상수	2.467	.866		2.847	.008
	능력활용/독창성	-.837	.452	-.681	-1.850	.075
	작업환경	.996	.498	.785	1.999	.056
	보수/승진	-.283	.344	-.252	-.823	.418
	동료관계/성취감	.461	.361	.347	1.275	.213
$R^2=.206$		$F=1.750$		$df=4/27/31$	$p=.168$	

<표 5-27> 직무만족이 서비스질의 유형성에 미치는 영향

구분		비표준화 계수		표준화 계수	t	Sig.
		B	S.E.	Beta		
직무만족 요인	상수	3.710	.771		4.810	.000
	능력활용/독창성	-.639	.403	-.519	-1.587	.124
	작업환경	1.677	.444	1.320	3.782	.001
	보수/승진	-.506	.306	-.450	-1.651	.110
	동료관계/성취감	-.537	.322	-.404	-1.668	.107
$R^2=.373$		$F=4.013^{**}$		$df=4/27/31$	$p=.011$	

주) ** $p<0.05$

<표 5-28> 직무만족이 서비스질의 접근성에 미치는 영향

구분		비표준화 계수		표준화 계수	t	Sig.
		B	S.E.	Beta		
직무만족 요인	상수	1.795	1.077		1.666	.107
	능력활용/독창성	-1.633	.562	-.947	-2.904	.007
	작업환경	2.244	.619	1.261	3.623	.001
	보수/승진	-.842	.428	-.535	-1.970	.059
	동료관계/성취감	.524	.449	.281	1.167	.253
$R^2=.377$		$F=4.089^{**}$		$df.=4/27/31$	$p=.010$	

주) ** $p < 0.05$

2) 경영자지각과 고객만족 및 서비스질

고객의 기대에 대한 경영자지각이 서비스질에도 영향을 미치는지 분석하기 위해 다중회귀를 실시했으나, <표 5-29>에 나타난 바와 같이 서비스질에 대한 설명력은 5.9%, 고객만족에 대한 설명력은 8.3%에 불과하다.

따라서 경영자의 커뮤니케이션 및 노력, 권한위임 및 홍보 그리고 마케팅리서치 및 관리단계에 대한 지각은 외부고객들의 서비스질에 대해 직접적으로 영향을 미치는 것은 아니므로 분석된다. <표 5-30>에 나타난 바와 같이 경영자지각과 관련한 변수들이 서비스질과 고객만족 변수와 상관관계가 있는지 파악한 결과 상관관계의 정도가 약하거나 없는 것으로 나타나고 있는데, 커뮤니케이션 및 서비스 향상노력, 권한위임 및 홍보에 대한 경영자지각은 고객만족과 약한 상관관계를 가지며, 그 방향은 부적인 것으로 나타났고, 마케팅리서치 및 관리단계에 대한 경영자지각은 서비스질과 약한 상관관계를 가진 것으로 분석되었다. 또한 서비스질중 유형성과 약한 상관관계가 있는 변수는 커뮤니케이션 및 서비스 향상노력, 마케팅리서치 및 관리단계 변수이며, 접근성과 약한 상관관계를 가진 변수는 권한위임 및 홍보, 그리고 마케팅리서치 및 관리단계 변수인 것으로 분석되었다.

<표 5-29> 경영자지각이 고객만족과 서비스질에 미치는 영향

종속변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t	Sig
		B	S.E.	Beta		
고객만족	상수	5.041	0.740	0.000	6.816	0.000
	커뮤니케이션 및 노력	-0.136	0.178	-0.160	-0.765	0.451
	권한위임 및 홍보	-0.186	0.177	-0.228	-1.052	0.302
	마케팅리서치 및 관리단계	0.067	0.132	0.109	0.510	0.614
			$R^2=0.083$	$F=0.848$	$df=3/28/31$	$p=.479$
서비스질	상수	3.046	0.628	0.000	4.848	0.000
	커뮤니케이션/서비스 향상노력	0.029	0.151	0.040	0.190	0.851
	권한위임 및 홍보	-0.010	0.150	-0.015	-0.067	0.947
	마케팅리서치 및 관리단계	0.119	0.112	0.230	1.065	0.296
			$R^2=0.059$	$F=0.583$	$df=3/28/31$	$p=.631$

<표 5-30> 경영자지각과 고객만족 및 서비스질간의 상관관계

구 분		커뮤니케이션 및 서비스 향상노력	권한위임 및 홍보	마케팅리서치 및 관리단계
고객만족	피어슨상관	-0.22	-0.25	-0.07
	Sig.	0.24	0.17	0.72
서비스질	피어슨상관	0.13	0.11	0.24
	Sig.	0.48	0.54	0.19
신뢰성	피어슨상관	-0.09	-0.05	0.02
	Sig.	0.61	0.80	0.93
편의성	피어슨상관	0.09	-0.08	0.01
	Sig.	0.61	0.66	0.94
유형성	피어슨상관	0.23	0.08	0.29
	Sig.	0.21	0.65	0.11
접근성	피어슨상관	0.12	0.26	0.29
	Sig.	0.51	0.15	0.10

3) 서비스수행능력 영향요인과 고객만족 및 서비스질

장애인서비스 시설의 종사자들이 서비스수행능력시 영향을 받는 요소들이 서비스 질과 고객만족에 직접적인 영향을 주고 있는지 검증한 결과, <표 5-31>에 나타난 바와 같이 역할모호성, 직무적합도 및 통제에 대한 지각, 팀웍, 교육필요성, 역할갈등

등의 변수가 서비스질이나 고객만족과 함수식이 성립되지 않는 것으로 나타났다.

한편 호텔서비스를 대상으로 근무만족이나 팀웍등이 서비스질을 결정짓는 중요한 요인으로 작용하고 있었으나¹³⁸⁾ 장애인서비스를 대상으로 한 경우에는 회귀식이 성립하지 못했다. 그러나 이들 변수가 서비스질 및 고객만족과 상호 관계성을 가지고 있는지 파악해보기 위해 상관관계분석한 결과, <표 5-32>에 나타난 바와 같이 고객만족 및 서비스질은 역할모호성 및 팀웍과 정적인 상관관계를 가지고 있다. 특히 신뢰성은 역할모호성, 직무적합도 및 통제에 대한 지각, 팀웍 등과 정적인 상관관계를 가지고 있으며, 이중 팀웍의 상관관계는 높은 것으로 나타났으며, 접근성은 역할모호성과 약한 상관관계를 가지고 있다.

<표 5-31> 서비스수행능력 영향변수가 고객만족 및 서비스질에 미치는 영향

종속변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t	Sig
		B	S.E.	Beta		
고객만족	상수	2.045	2.050	0.000	0.998	0.328
	역할모호성	0.181	0.306	0.172	0.590	0.560
	직무적합도/통제에 대한 지각	-0.094	0.365	-0.055	-0.257	0.799
	팀웍	0.444	0.463	0.280	0.960	0.346
	교육필요성	0.013	0.300	0.009	0.044	0.965
	역할갈등	-0.021	0.318	-0.014	-0.066	0.948
			$R^2=0.155$	$F=0.954$	$df=$	5/26/31
서비스질	상수	2.672	1.643	0.000	1.626	0.116
	역할모호성	0.401	0.245	0.455	1.635	0.114
	직무적합도/통제에 대한 지각	0.070	0.292	0.049	0.240	0.812
	팀웍	-0.015	0.371	-0.012	-0.041	0.967
	교육필요성	0.146	0.240	0.116	0.608	0.548
	역할갈등	-0.385	0.255	-0.304	-1.512	0.143
			$R^2=0.228$	$F=1.538$	$df=$	5/26/31

138) 김형길·고재건·최병길, "관광산업에서 서비스질의 평가요인과 서비스질의 개선방안에 관한 연구", 한국생산성학회 제10권 Vol.10, No.1, 1995, p.27.

<표 5-32> 서비스수행능력 영향변수와 고객만족 및 서비스질간의 상관관계

구분	역할모호성	직무적합도/통제에 대한 지각	팀웍	교육필요성	역할갈등	
고객만족	피어슨상관	0.35(**)	0.13	0.37(**)	0.06	0.08
	Sig.	0.05	0.48	0.04	0.74	0.66
서비스질	피어슨상관	0.38(**)	0.21	0.31(**)	0.16	-0.10
	Sig.	0.03	0.25	0.09	0.37	0.58
신뢰성	피어슨상관	0.39(**)	0.38(**)	0.43(**)	0.12	0.08
	Sig.	0.03	0.03	0.01	0.50	0.67
편의성	피어슨상관	0.37(**)	0.21	0.27	0.17	0.20
	Sig.	0.04	0.24	0.13	0.36	0.27
유형성	피어슨상관	0.14	-0.18	0.01	-0.08	-0.28
	Sig.	0.44	0.32	0.95	0.68	0.13
접근성	피어슨상관	0.31(**)	0.26	0.27	0.25	-0.18
	Sig.	0.08	0.15	0.14	0.16	0.31

3. 서비스 제공시스템 관리수준과 고객만족 및 서비스질 평가에 관한 가설

- 3-1. 서비스 제공시스템의 관리수준이 외부고객만족에 영향을 줄 것이다.
 3-2. 서비스 제공시스템의 관리수준에 따라 외부고객의 서비스질에 대한 평가가 다를 것이다.

<가설 3-1>과 <가설3-2>는 서비스제공기관인 장애인서비스 시설이 서비스제공시스템 관리수준에 따라 서비스 질의 평가와 고객만족 수준이 다르게 나타나는지 검증해 보려는 것이다. <표 5-33>에 나타난 바와 같이 결정계수 $R^2=0.116$ 으로 낮게 나타나고 있으며, $F=0.882$ 로써 유의하지 않은 것으로, 그리고 고객만족에도 $R^2=0.062$ 로 낮고, $F=0.447$ 로써 유의적이지 못해 직접적인 영향은 없는 것으로 분석되었다.

<표 5-34>는 서비스제공시스템 관리수준과 서비스질 및 고객만족간의 상관관계를 분석한 것인데, 서비스제공시스템 관리수준의 변수중 정보와 분석은 서비스질과 약한 상관관계를 가지고 있으며, 특히 프로세스관리와 인적자원개발 및 관리변수는 서비스질중 신뢰성 및 편의성과 상관관계가 있고, 정보와 분석은 접근성과 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

<표 5-33> 서비스제공시스템의 관리수준이 고객만족과 서비스질에 미치는 영향

구분		비표준화 계수		표준화 계수	t	Sig.
		B	S.E.	Beta		
고객만족	상수	3.363	.745		4.516	.000
	프로세스관리	.168	.307	.187	.547	.589
	인적자원개발관리	-.222	.429	-.217	-.516	.610
	전략적품질계획	.295	.312	.280	.944	.354
	정보와분석	-.074	.403	-.060	-.184	.856
	R ² =.062		F=.447	df=4/27/31	p=.773	
서비스질	상수	2.839	.607		4.681	.000
	프로세스관리	.072	.250	.095	.287	.777
	인적자원개발관리	.198	.350	.232	.566	.576
	전략적품질계획	-.186	.254	-.211	-.732	.470
	정보와분석	.182	.328	.177	.554	.584
	R ² =.116		F=.882	df=4/27/31	p=.488	

<표 5-34> 서비스 제공시스템의 관리수준과 고객만족 및 서비스질간의 상관관계

구분		프로세스관리	인적자원개발/관리	전략적품질계획	정보와분석
고객만족	피어슨상관	0.16	0.10	0.21	0.08
	Sig.	0.37	0.58	0.25	0.67
서비스질	피어슨상관	0.27	0.29	0.14	0.30(**)
	Sig.	0.14	0.11	0.43	0.09
신뢰성	피어슨상관	0.43(**)	0.33(**)	0.25	0.27
	Sig.	0.01	0.07	0.17	0.13
편의성	피어슨상관	0.36(**)	0.30(**)	0.11	0.17
	Sig.	0.04	0.10	0.54	0.34
유형성	피어슨상관	0.00	0.08	0.09	0.14
	Sig.	0.98	0.64	0.63	0.45
접근성	피어슨상관	0.14	0.22	0.05	0.32(**)
	Sig.	0.44	0.22	0.79	0.08

4. 서비스접점과 고객만족 및 서비스질에 관한 가설

4-1, 서비스 고객접점에서의 만족수준에 따라 외부고객만족에 영향을 줄 것이다.

4-2, 서비스 고객접점에서의 만족수준에 따라 서비스질에 대한 평가가 다를 것이다.

서비스접점에서의 만족수준이 서비스질과 외부고객만족에 영향을 미치는지 회귀 분석을 통해 검증해 본다.

먼저 서비스접점이 서비스질에 미치는 영향은 <표 5-35>에 나타난 바와 같이 F비가 15.674로 회귀모형이 유의적이며, 종속변수인 서비스질을 34.3%정도 설명하고 있는 것으로 나타났다. 고객만족을 종속변수로 하여 그 영향정도를 파악한 결과, F비가 44.151로 역시 회귀모형이 유의적이며, 종속변수인 서비스질을 59.5%나 설명하고 있어 서비스접점이 서비스질보다는 고객만족을 더 잘 설명하고 있다.

구체적으로 서비스접점이 서비스질의 차원에 각각 어느 정도의 영향을 미치는지 다중회귀분석을 한 결과, <표 5-36>에 나타난 바와 같다. 즉, 유형성을 제외한 장애인서비스의 신뢰성, 편의성, 접근성 등과 서비스접점과의 회귀식은 모두 유의적으로 나타나고 있으며, 장애인서비스의 신뢰성은 서비스접점에 의해 73.7%나 설명되고 있고, 편의성은 40.6%, 그리고 접근성은 16.0%가 각각 설명된다.

따라서 서비스접점에서의 만족은 장애인서비스의 신뢰성, 편의성, 유형성에 대해 긍정적인 영향을 미치는 것은 물론이고, 그 영향정도도 매우 큰 것으로 볼 수 있다.

반면, <표 5-36>에 나타난 바와 같이 서비스접점변수는 장애인서비스의 유형성에 대해서는 회귀식이 기각됨에 따라 서비스 접점에서의 만족여부가 장애인서비스질의 유형성에 영향을 미치고 있다는 가설은 기각된다.

<표 5-35> 서비스접점이 고객만족과 서비스질에 미치는 영향

종속변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	Sig.
		B	S.E	Beta		
고객만족	상수	.912	.460		1.985	.056
	서비스접점	.737	.111	.772	6.645	.000
	R ² =.595 F=44.151*** df= 1/30/31 p=0.000					
서비스질	상수	1.604	0.491		3.267	0.003
	서비스접점	0.469	0.119	0.586	3.959	0.000
	R ² =0.343 F=15.674*** df= 1/30/31 p=0.000					

주) *** p<0.01

<표 5-36> 서비스접점이 서비스질 차원에 미치는 영향

종속변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t	Sig
		B	S.E.	Beta		
신뢰성	상수	1.294	0.299	0.000	4.328	0.000
	서비스접점	0.663	0.072	0.859	9.177	0.000
	R ² =0.737 F=84.221*** df= 1/30/31 p.=0.000					
편의성	상수	1.138	0.577	0.000	1.970	0.058
	서비스접점	0.632	0.139	0.637	4.530	0.000
	R ² =0.406 F=20.520*** df= 1/30/31 p.=0.000					
유형성	상수	3.057	0.748	0.000	4.086	0.000
	서비스접점	0.079	0.181	0.080	0.440	0.663
	R ² =0.006 F=0.193 df= 1/30/31 p.=0.663					
접근성	상수	0.699	0.964	0.000	0.725	0.474
	서비스접점	0.556	0.233	0.400	2.388	0.023
	R ² =0.160 F=5.701** df= 1/30/31 p.=0.023					

주) * p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01

5. 협력고객의 지원수준과 고객만족 및 서비스질에 관한 가설

5-1. 협력고객의 지원수준은 내부고객의 만족에 영향을 줄 것이다.

5-2. 협력고객의 지원수준은 서비스질의 평가에 영향을 줄 것이다.

서비스 제공자에 대해 협력고객이 미치는 영향요인, 즉 정부의 예산, 시책, 법령 및 지도감독과 같은 정부정책은 서비스질과 고객만족과의 회귀식이 유의하지 않은 것으로 나타났다.

<표 5-37>은 예산, 시책, 법령 및 지도감독 등 협력고객이 장애인서비스 시설에 대하여 행하는 정부정책과 서비스의 질 및 고객만족과의 관계를 회귀분석한 결과인데, 장애인서비스질을 10%정도만 설명해 주며, 고객만족은 14%정도 설명해 주고 있어 직접적인 영향을 미치지 않고 있다.

회귀식이 추정되지는 못하지만 이들 협력고객지원수준 관련변수와 서비스질 및 고객만족간의 관계가 있는지 살펴보기 위해 상관관계분석을 한 결과는 <표 5-38>에 나타난 바와 같다. 즉, 서비스질이나 고객만족은 협력고객의 지원수준과 관련한 이들 변수와 관계가 없는 것으로 나타나고 있으며, 다만 서비스질중 유형성만이 정부의 지도감독과 약한 상관성을 보이고 있다. 이는 정부의 지도 및 감독에 따라 장애인서비스 시설의 유형적인 것들이 영향을 받고 있음을 반영하고 있는 것으로 분석된다.

<표 5-37> 협력고객의 지원수준이 내부고객만족 및 서비스질에 미치는 영향

종속변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t	Sig
		B	S.E.	Beta		
고객만족	상수	3.164	1.056	0.000	2.996	0.006
	예산지원	0.388	0.403	0.256	0.962	0.345
	시책	-0.906	0.573	-0.528	-1.581	0.126
	법령	0.908	0.613	0.423	1.483	0.150
	지도/감독	-0.127	0.489	-0.081	-0.260	0.797
	법정직원수	0.048	0.269	0.035	0.179	0.859
			$R^2=0.142$	$F=0.857$	$df=5/26/31$	$p=.0522$
서비스질	상수	3.834	0.906	0.000	4.234	0.000
	예산지원	0.081	0.346	0.063	0.233	0.818
	시책	0.214	0.491	0.148	0.434	0.668
	법령	0.337	0.525	0.187	0.641	0.527
	지도/감독	-0.455	0.420	-0.343	-1.084	0.288
	법정직원수	-0.258	0.231	-0.225	-1.119	0.273
			$R^2=0.102$	$F=0.592$	$df=5/26/31$	$p=.0706$

<표 5-38> 협력고객의 지원수준과 고객만족 및 서비스질 사이의 상관관계

구분		예산지원	시책	법령	지도/감독	법정직원수
고객만족	피어슨상관	0.06	-0.13	0.13	-0.04	0.03
	Sig.	0.76	0.48	0.48	0.84	0.88
서비스질	피어슨상관	0.05	0.02	0.03	-0.13	-0.21
	Sig.	0.80	0.92	0.89	0.49	0.24
신뢰성	피어슨상관	-0.07	-0.03	0.09	0.02	0.03
	Sig.	0.69	0.88	0.62	0.93	0.87
편의성	피어슨상관	0.15	0.11	0.19	0.06	-0.02
	Sig.	0.40	0.54	0.29	0.74	0.93
유형성	피어슨상관	-0.14	-0.11	-0.08	-0.30(**)	-0.29
	Sig.	0.44	0.56	0.68	0.09	0.11
접근성	피어슨상관	0.17	0.06	-0.05	-0.11	-0.26
	Sig.	0.36	0.73	0.79	0.54	0.15

제 4 절 일반분석

1. 고객만족과 서비스질간의 관련성 분석

서비스질과 고객만족은 공통된 점이 있으나, 근래에는 서비스질이 고객만족 구성요소로 인식하고 있다.

서비스질과 고객만족간에는 <표 5-39>에 나타난 바와 같이 정적인 상관관계를 보이고 있다. 즉, 고객만족과 장애인서비스질과의 상관계수는 0.59로 매우 높게 나타나고 있다. 구체적으로 장애인서비스질의 각 차원과 고객만족과의 관계를 보면, 신뢰성과는 상관계수가 0.74로 다른 차원에 비해 가장 높고, 다음은 편의성이 0.60이며, 유형성은 0.32 그리고 접근성은 0.31의 순으로 나타나 모든 차원이 고객만족과 높은 상관관계를 나타내고 있어, 서비스질이 높아지면 고객만족도 높아짐을 알 수 있다.

<표 5-39> 서비스질과 고객만족과의 관계

구 분		서비스질	신뢰성	편의성	유형성	접근성
고객만족	피어슨상관	0.59(**)	0.74(**)	0.60(**)	0.32(**)	0.31(**)
	Sig.	0.00	0.00	0.00	0.07	0.08

<표 5-40>은 장애인서비스의 질이 고객만족에 어느정도 영향을 미치는지 다중회귀분석한 결과이다. 서비스질 차원을 독립변수로 하고 고객만족을 종속변수로 하여 회귀모형을 검증한 결과, $F=9.302$ 로 나타났고, 유의수준 0.01이내에서 유의적이어서 회귀식은 통계적으로 유의적이었다. 결정계수인 $R^2=.579$ 로 높게 나타났고, 접근성은 영향력이 거의 없는 반면 신뢰성의 베타값은 0.620으로 나타나 고객만족에 가장 큰 영향력을 미치는 것으로 분석되었다.

<표 5-40> 서비스질이 고객만족에 미치는 영향

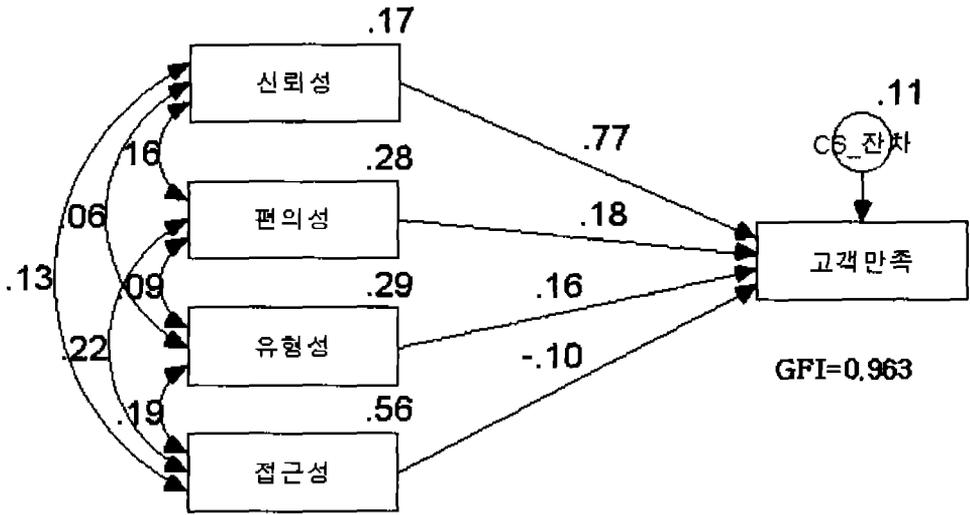
구분	비표준화계수		표준화계수	t	Sig
	B	S.E.	Beta		
상수	-0.073	0.685	0.000	-0.107	0.915
신뢰성	0.768	0.221	0.620	3.474	0.002
편의성	0.179	0.188	0.186	0.953	0.349
유형성	0.163	0.137	0.170	1.188	0.245
접근성	-0.097	0.113	-0.142	-0.863	0.396
R ² =0.579		F=9.302***	df=4/27/31	p=0.000	

주) *** p<0.01

이상과 같은 서비스질이 고객만족에 미치는 영향을 경로분석을 통해 파라슈라만 등에 의해 개념화된 서비스질과 같이 도식화 해보면 <그림 5-1>과 같다. 이 경로도형은 AMOS에서 서비스질 차원의 변수를 독립변수로 하고 고객만족을 종속변수로 한 것이므로 <표 5-40>의 결과와 차이가 없다.

주어진 모형이 자료의 분산/공분산을 얼마나 잘 설명해 주는지를 나타내는 지표가 기초부합지수(GFI)이며, 이는 일반적으로 0~1사이의 값을 갖는데, 본 연구에서는 0.963으로써 이상치인 0.9보다 크게 나타나고 있다.

<그림 5-1> 서비스질과 고객만족간의 관계



2. 고객만족과 결정변수간의 관련성 분석

고객만족과 상관관계를 가지는 변수는 <표 5-41>에 나타난 바와 같이 사회과학 분야에서 상관계수가 0.6을 넘어서면 높은 것으로 본다는 점을 감안하면, 서비스 접점이 피어슨 상관계수가 0.77로 매우 크게 나타나고 있으며, 다음은 서비스질(0.59) 그리고 직무만족(0.43) 순으로 나타나고 있다. 그러나 시스템관리수준이나 협력고객의 지원수준, 서비스 제공시스템 관리수준 및 경영자지각 등은 고객만족과 상관성을 보이지 않고 있다.

서비스질은 서비스 접점(0.59)과 가장 높은 상관관계를 보이고 있으며, 서비스수행능력 영향요소(0.32)와도 약한 상관성이 있다. 서비스접점은 서비스수행능력 영향요소(0.48), 직무만족(0.42) 서비스 제공시스템의 관리수준(0.31) 등의 순으로 상관관계의 정도가 나타났으며, 직무만족과는 서비스수행능력 영향요소(0.60)와 서비스 제공시스템 관리수준(0.56)과 밀접한 관계가 있다. 마지막으로 서비스수행능력 영향요소는 서비스 제공시스템 관리수준(0.69)과 높은 상관관계가 있음을 알 수 있다.

즉, 서비스 제공시스템의 관리수준이 고객만족이나 서비스질에 직접적으로 영향을 미치지 않는 반면, 장애인서비스 시설 종사자들의 직무만족과 서비스수행능력에

상당한 영향을 미치고 있다는 것을 볼 수 있다. 한편 협력고객인 정부는 고객만족 및 서비스질 등 다른 변수에 직접적인 영향을 나타내는 상관관계는 보이지 않고 있다.

<표 5-41> 고객만족과 영향요소들간의 상관관계

구분		서비스질	서비스 접점	직무 만족	서비스수행능 력영향요소	경영자 지각	시스템 관리수준	협력고객 지원수준
고객 만족	피어슨 상관	0.59(**)	0.77(**)	0.43(**)	0.32(**)	-0.21	0.16	0.01
	Sig.	0.00	0.00	0.01	0.07	0.26	0.40	0.96

이러한 상관관계를 바탕으로 고객만족을 종속변수로 하여 이들 변수들의 영향정도를 파악하기 위해 다중회귀분석한 결과 <표 5-42>에 나타난 바와 같이 결정계수 $R^2=0.8993$ 로 높게 나타나고 있으며, 회귀식도 유의한 것으로 분석되었다. 독립변수들의 영향정도를 표준화시켜 나타내주는 베타값을 보면, 서비스접점의 영향이 고객만족에 큰 영향을 미치고 있으며, 다음은 서비스질 그리고 직무만족 등의 순으로 나타나고 있다. 반면 경영자지각, 서비스수행능력영향요소, 서비스 제공시스템의 관리수준 그리고 협력고객의 지원수준은 그 영향이 미미한 것으로 나타나고 있다.

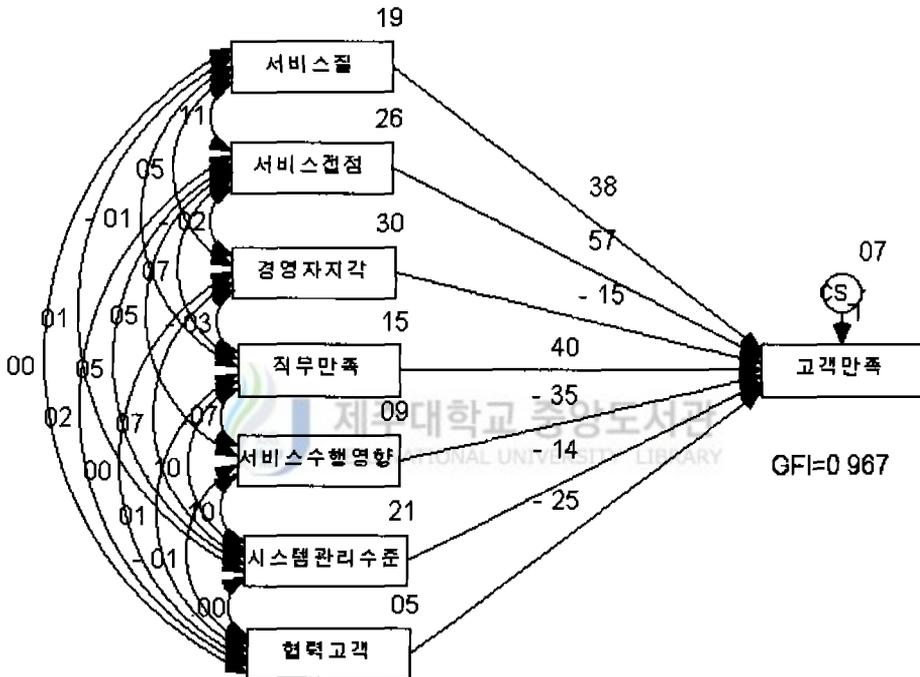
<표 5-42> 고객만족에 영향을 미치는 요소

구분	비표준화계수		표준화계수	t	Sig
	B	S.E.	Beta		
상수	2.215	1.453	0.000	1.525	0.140
서비스질	0.380	0.173	0.318	2.191	0.038
서비스접점	0.567	0.151	0.593	3.743	0.001
경영자지각	-0.147	0.120	-0.157	-1.225	0.233
직무만족	0.401	0.199	0.307	2.013	0.056
서비스수행능력영향 요소	-0.351	0.324	-0.199	-1.083	0.289
시스템관리수준	-0.141	0.201	-0.122	-0.700	0.490
협력고객 지원수준	-0.255	0.264	-0.115	-0.967	0.343
$R^2=0.724$		$F=8.993^{***}$	$df=7/24/31$	$p=0.000$	

주) *** $p<0.01$

독립변수로 이용하고 있는 서비스질, 서비스접점, 직무만족, 서비스수행능력영향 요소, 경영자지각, 시스템관리수준 그리고 협력고객의 지원수준 등과 고객만족간의 관계를 경로화하면, <그림 5-2>와 같이 나타낼 수 있으며, 기초부합지수(GFI)는 0.967로 나타나 경로모형이 적합함으로 보여주고 있다.

<그림 5-2> 고객만족과 그 영향요인간의 관계

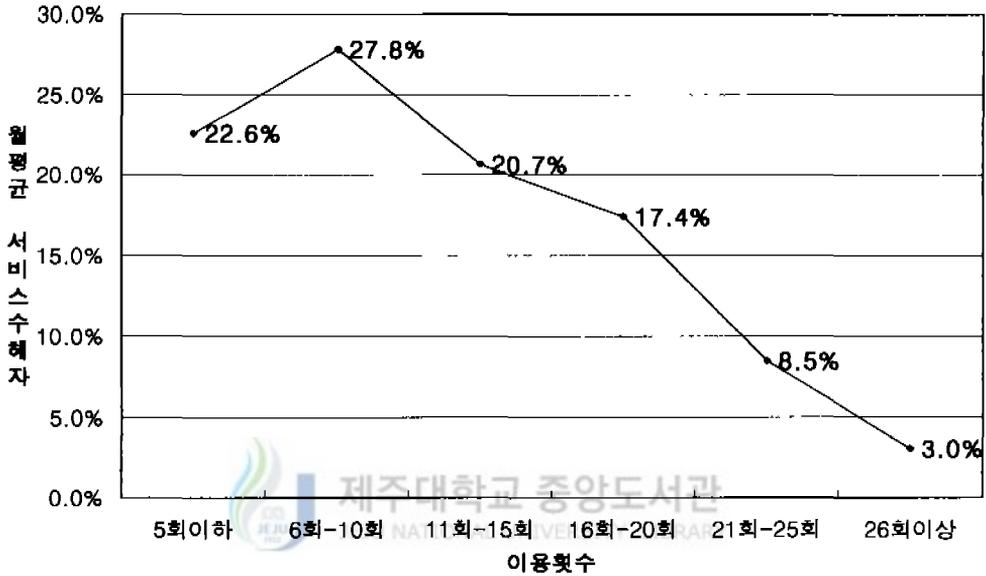


3. 장애인서비스 이용행태 분석

응답자들은 장애인서비스를 월평균 11.7회 받고 있는 것으로 조사되었다. <그림 5-3>에 나타난 바와 같이 월평균 서비스받는 횟수를 5회단위로 구간화 시켜보면, 이들 중 가장 높은 빈도를 보인 구간은 6회~10회 사이인데, 이들 집단은 무응답자를 제외한 전체 응답자의 27.8%를 차지하고 있으며, 다음으로는 5회이하인 경우가 22.6%를 차지하고 있다. 서비스 받는 횟수는 6~10회에서 정점을 이룬후 이용횟수가

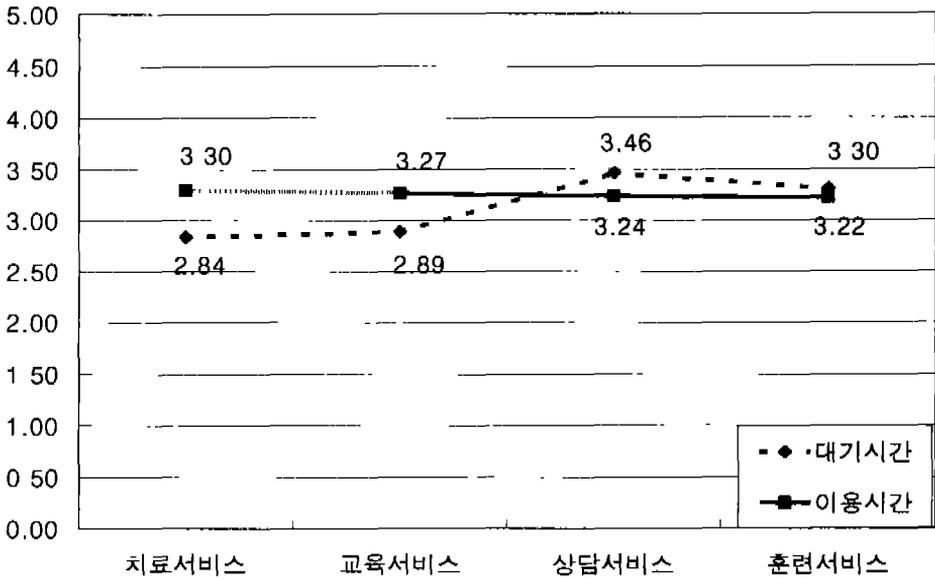
많아질수록 비율이 낮아지며, 마지막으로 월평균 26회 이상인 경우가 3.0%를 차지하고 있는데, 이것은 하루에 2회를 받는 경우도 포함되어 있기 때문인 것으로 추정된다.

<그림 5-3> 월평균 서비스 받는 횟수

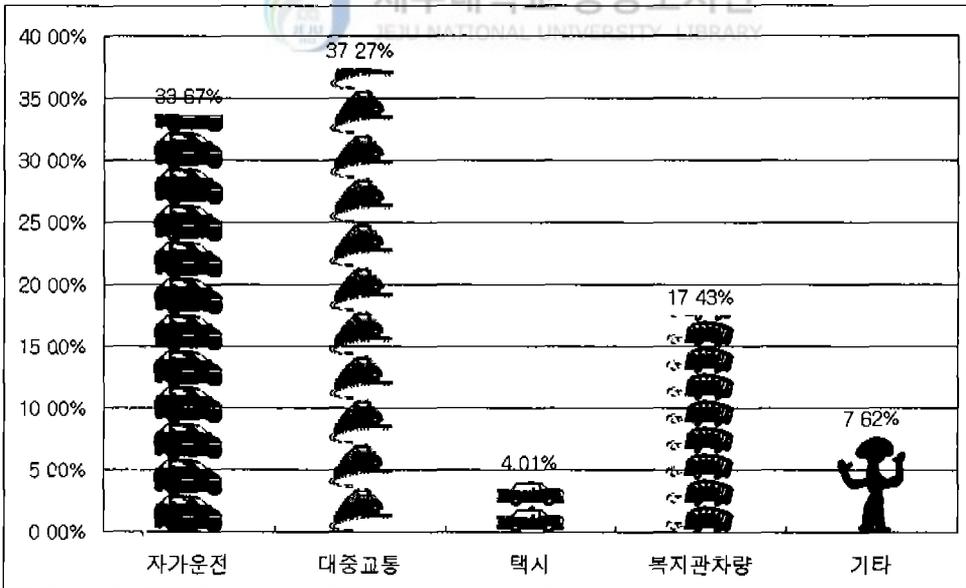


서비스 대기시간 및 1회당 서비스 이용시간과 관련하여 그 의견을 설문한 결과 <그림 5-4>에 나타난 바와 같이 전반적으로 대기시간과 이용시간이 5점척도상에서 중간을 전후해서 나타나고 있다. 대기시간은 평균점수가 높을수록 대기시간이 짧음을 나타내며, 이용시간은 평균점수가 높을수록 이용시간이 길다는 것을 의미하는데, 이용시간은 서비스종류에 상관없이 3점대를 약간 상회하고 있어, 짧은 편이라는 경향을 띠고 있는 반면, 대기시간에 대해서는 다소 차이를 보이고 있다. 즉, 치료서비스의 대기시간이 평균 2.84로 다른 서비스에 비해 대기시간이 가장 길다는 응답을 하였고, 나머지는 교육서비스로 2.89를 나타냈다. 반면, 상담서비스나 훈련서비스는 모두 3점대를 상회하여 대기시간이 짧은 편이라는 응답결과를 보였다.

<그림 5-4> 장애인서비스의 대기시간 및 이용시간의 인지도



<그림 5-5> 장애인서비스 이용자의 주요 교통수단



장애인서비스 이용자들이 복지시설을 이용할 때, 이용하는 교통수단을 보면, <그

림 5-5>에 나타난 바와 같이 대중교통을 이용하는 비율이 응답자의 37.3%로 가장 많고, 자가운전(보호자운전 포함)인 경우가 그 다음으로 33.7%를 차지하고 있다. 또한 응답자의 17.4%는 장애인 복지관에서 운영하는 차량을 이용하고 있으며, 택시를 이용하는 경우도 4.01%, 도보 등 기타수단을 이용하는 경우가 7.6%로 조사되었다.

4. 분석결과의 요약 및 마케팅 시사점

1) 분석결과의 요약

장애인서비스질을 향상시키기 위해서는 파라슈라만 등의 개념형에서 나타난 바와 같이 고객의 기대에 대한 경영자 지각차이를 비롯하여 발생가능한 모든 겹을 줄여나가는 것이다. 이러한 측면에서 본 연구는 장애인서비스 시설에 종사하는 내부고객을 대상으로한 설문조사를 실시하였다. 서비스질을 향상시키고 나아가 고객만족을 이루기 위해 본 항에서는 지금까지의 실증분석결과를 요약하고 시사점을 언급하기로 한다.

장애인서비스에 대한 설문분석의 결과를 요약하면 다음과 같다.

① 장애인서비스질 차원은 신뢰성, 편의성, 유형성 그리고 접근성 등 4개 차원으로 구분되었고, 총분산은 68.6로 상당히 높게 나타났다.

② 서비스질 차원의 신뢰도는 신뢰성이 0.9530, 편의성이 0.8346, 유형성이 0.7574 그리고 접근성이 0.6936 등으로 모두 높은 내적일관성을 유지하였다. 또한 서비스 접점변수의 α 값은 89.9%이며, 고객만족변수는 90.7% 등으로 나타났고 그 외 직무만족도 요인, 서비스수행능력에 영향을 주는 요인, 경영자지각과 관련한 변수 등이 모두 60%이상의 신뢰도를 확보하였다. 다만 서비스수행능력에 영향을 주는 요인중 역할갈등요인은 60%미만 이었다.

③ 장애인서비스 시설의 이용고객특성을 보면 주로 저소득층의 취학전 1급장애인이면서, 2~5명의 가족을 이룬 10대 미만의 광역시 거주자가 높은 비율을 보였다.

④ 장애인서비스 시설 종사자들의 응답자는 여성이 남성보다 많았으며, 학력은 대졸이상이 대다수를 차지하고 주로 종교를 가지고 있다. 연령별로는 30대 이하가 대부분인데, 3명이하의 가족을 가진 경우가 많다. 직위는 4급이 주종을 이루며, 응답

자의 70.9%가 자격증을 가지고 있고, 90.4%가 정규직이다. 이들의 전공은 사회복지계열과 의학계열이 대부분을 차지하고 있으며, 이는 이들이 일하는 업무영역에서도 유사하게 나타나고 있다. 즉 의료서비스분야와 교육 및 훈련서비스가 전체응답자의 73.0%를 차지하고 있다.

한편 본 연구의 설문에 응답한 장애인서비스 시설은 해당지역의 도심에서 약 6.6Km정도 떨어져 있으며, 법인이 운영주체인 경우가 많고, 대부분 사회복지법인이며, 법정 시설형태는 가형이 반이상을 차지한다. 또한 이들 시설은 평균 20.9%를 자부담하고, 68.6%는 정부가 보조해 준다. 장애인서비스 시설의 법정직원수는 평균 28.3명인데, 총직원수는 이보다 다소 적은 27.5명으로 나타났다. 시설규모면에서 약 1,700여평이 대지이고, 총건평은 평균 800여평에 이른다.

⑤ 장애인서비스를 받는 고객들은 장애인서비스 시설에서 월평균 11.7회의 서비스를 받고 있으며, 6~10회인 경우가 가장 많다.

⑥ 장애인서비스의 종류별 대기시간을 보면 치료 및 교육서비스에 대한 대기시간이 길다고 느끼고 있으며, 반면 상담서비스나 훈련서비스는 상대적으로 빠른 것으로 보고 있다. 또한 서비스 이용시간에 대해서는 짧지도 길지도 않은 중간정도로 나타나고 있다.

⑦ 장애인서비스를 받기위해 가장 많이 이용하는 교통수단은 대중교통으로 37.3%이며, 자가운전도 33.7%에 이른다.

⑧ 서비스질과 고객만족간에는 정적인 상관관계를 보이고 있으며, 장애인서비스 차원중 접근성은 영향력이 거의 없는 반면 신뢰성이 고객만족에 가장 큰 영향력을 가지고 있다.

⑨ 서비스 접점이 고객만족과 가장 큰 상관관계를 가지고 있으며, 이어 서비스질 그리고 직무만족 순으로 나타나며, 서비스 제공시스템 관리수준이나 협력고객, 경영자지각과는 상관정도가 미약하거나 없다.

⑩ 고객만족 및 서비스질 등과 본 연구에서 독립변수로 이용하고 있는 변수간의 관계를 경로분석한 모형이 적합한 것으로 볼 수 있다.

⑪ <가설1>의 성별, 소득, 장애등급, 주거형태, 종교 그리고 가족수 등의 유목간에는 장애인서비스의 질적 차원에 대한 통계적인 차이가 없는 반면, 학력, 거주지역,

연령에 따라서는 장애인서비스의 차원에 따라 서비스의 질적 차이가 있다. 또한 월 평균 서비스이용횟수, 이용하는 교통편 그리고 집에서 복지관까지의 소요시간 등의 장애인서비스 시설의 이용행태에 따라서도 서비스 질의 차이가 있다. 한편 고객만족도는 종교 및 연령그리고 서비스횟수에 따라서만 통계적인 차이를 보이며, 서비스질과 고객만족도간에는 정적인 상관관계가 있으며, 특히 서비스질 차원중 신뢰성의 영향과 편의성의 영향이 크게 작용하고 있다.

⑫ <가설2>의 검증 결과, 직무만족도가 높으면 서비스질도 향상되며, 작업환경은 서비스질과 고객만족에 가장 큰 영향을 미친다. 작업환경 변수가 고객만족에도 가장 큰 영향을 미친다. 특히 유형성이나 접근성에 대해 직무만족요인중 작업환경의 영향이 가장 크다. 한편 경영자지각은 서비스질이나 고객만족에 직접적인 영향을 미치지 않으며, 종사자의 서비스수행능력영향변수도 서비스질과 고객만족에 대한 회귀식에 유의성이 없다. 그러나 고객만족 및 서비스질과 약한 상관관계를 가지고 있는 서비스수행능력 영향요인은 역할모호성과 팀웍이 있고, 특히 서비스질 차원중 신뢰성은 팀웍과 강한 상관관계를 가지고 있다.

⑬ <가설3>의 검증 결과, 서비스스 제공시스템 관리수준은 서비스질 및 고객만족에 직접적인 영향을 미치지 않는으나, 서비스 제공시스템 관리수준의 변수중 정보와 분석은 서비스질, 프로세스관리와 인적자원개발 및 관리변수는 서비스질 차원중 신뢰성과 편의성과 상관관계가 있고, 정보와 분석은 접근성과 상관관계가 있다.

⑭ <가설4>의 검증 결과, 서비스접점에서의 만족이 장애인서비스질 차원인 신뢰성, 편의성에 정적인 영향을 미치고 있으며, 유형성 및 접근성에 대해서는 영향력이 적거나 없으며, 고객만족에도 영향을 미치므로 중요한 변수이다.

⑮ <가설5>를 검증한 결과, 협력고객의 지원수준은 서비스질이나 고객만족에 직접적인 영향을 미치고 있지 않다. 서비스질의 상관관계도 유형성과 협력고객의 지도감독과 약한 상관관계가 있다.

⑯ 서비스종류별 대기시간은 서비스질과 부분적으로 상관관계가 있다. 즉, 치료서비스에 대한 대기시간은 서비스질의 차원중 편의성, 유형성과, 교육서비스 및 훈련서비스에 대한 대기시간은 편의성과 정적인 상관관계를 가지고 있어, 훈련서비스나 상담서비스는 상대적으로 중요하지 않지만 치료서비스나 교육서비스의 대기시간은 짧

을수록 고객만족은 향상되는 것으로 나타났다. 반면 장애인서비스의 이용시간과 서비스질 차원간에는 접근성을 제외하고는 상관관계를 보이지 않고 있다. 치료서비스의 이용시간과 서비스질의 접근성은 서로 상관관계가 있으나 그 관계는 부적이다. 특히 치료서비스의 대기시간이 서비스질에 미치는 영향이 크다.

⑰ 서비스대기시간은 고객만족에 영향을 준다. 특히 치료서비스에 대한 대기시간의 영향과 교육서비스 대기시간의 영향이 상대적으로 크며, 서비스이용시간이 고객만족에 영향을 미치지 않는다.

이상의 분석결과를 정리하면 <표 5-43>과 같다.

<표 5-43> 가설검증의 요약

독립변수	종속변수	고객만족	서비스질			
			신뢰성	편의성	유형성	접근성
인구통계변수 (H1)	성별(t값)	.500	.524	1.246	-.341	.313
	소득	.1609	1.639	.828	.864	1.514
	장애등급	1.435	.904	.904	1.729	.206
	학력	2.818**	2.813**	1.986*	.983	3.942***
	주거형태	.741	.074	.342	.648	.144
	종교	3.447**	.606	.532	.612	.549
	거주지역	.481	4.690**	.790	.590	6.193***
	연령	4.118***	5.619***	4.498***	1.920*	8.710***
	가족수	2.296*	1.529	.403	1.909	1.163

독립변수	종속변수	고객만족	서비스질			
			신뢰성	편의성	유형성	접근성
직무만족 (H2)	능력활용/독창성	-0.538	-1.822*	-1.850*	-1.587	-2.904***
	작업환경	2.894***	1.657	1.999*	3.782***	3.623***
	보수/승진	-2.12**	-0.813	-0.823	-1.651	-1.970*
	동료관계/성취감	.858	2.205	1.275	-1.668	1.167
	회귀식검증	4.515***	2.560*	1.750	4.013**	4.089**
경영자지각 (H2)	커뮤니케이션/서비스 향상노력	0.851	0.190			
	권한위임 및 홍보	0.947	-0.067			
	마케팅리서치 및 관 리단계	0.296	1.065			
	회귀식검증	0.848	0.583			
	역할보호성	0.590	1.635			
서비스수행 능력 영향요소 (H2)	직무적합도/봉제지각	-0.257	0.240			
	팀웍	0.960	-0.041			
	교육필요성	0.044	0.608			
	역할갈등	-0.066	-1.512			
	회귀식검증	0.954	1.538			

독립변수	종속변수	고객만족	서비스질			
			신뢰성	편의성	유형성	접근성
관리수준 (H3)	프로세스관리	.547	1.697	1.656	-.822	-.466
	인적자원개발관리	-.516	.115	1.084	.051	.493
	전략적 품질계획	.944	-.378	-1.397	.365	-.974
	정보와 분석	-.184	-.315	-1.028	.784	1.417
	회귀식검증	.447	1.614	1.862	.326	1.196
서비스접점 (H4)	서비스접점	6.645***	9.177***	4.530***	0.440	2.388**
	회귀식검증	44.151***	84.22***	20.520***	0.193	5.701**
협력고재 (H5)	예산지원	0.962	0.233			
	정부시책	-1.581	0.434			
	법령	1.483	0.641			
	지도 및 감독	-0.260	-1.084			
	법정직원수	0.179	-1.119			
	회귀식검증	0.857	0.592			

주) * p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01

2) 마케팅 시사점

이론적 분석과 실증적 분석을 기반으로 장애인서비스질의 향상방안을 위한 마케팅 시사점을 기술하면 다음과 같다.

(1) 장애인서비스 시설기관의 마케팅 시사점

첫째, 고객만족(TCS)은 몇 사람이 한두 가지만을 개선한다고 이루어지는 것은 아니다. 서비스질은 최고경영자가 관심을 가지는 고객의 구매의도와도 정의 상관관계¹³⁹⁾를 가지므로 장애인서비스 시설에서 서비스의 질을 향상시키고 고객만족도를 높이기 위해서는 총체적품질경영(TQM : Total Quality Management)의 도입이 절실히 요구된다.

TQM은 고객만족을 위해 지속적인 품질개선의 사상을 가지고 내외부고객, 공급자, 종업원, 경영자, 과정 및 방법에 초점을 맞추어 이루어지는데,¹⁴⁰⁾ 장애인서비스에서의 TQM의 3요소는 인적서비스 요소(시설경영자 및 전문인력종사자)와 물적서비스 요소(시설환경 및 의료·직업재활장비) 및 서비스 이용료와 서비스제공시기로 구성된다.

둘째, 장애인서비스 시설에서는 저소득층이면서 취약한 어린 장애인들에게 효율적으로 접근 할 수 있는 다양한 장애인 프로그램을 개발하여 제공해 주어야 한다.

셋째, 장애인서비스의 질을 개선하기 위해서는 신뢰성, 편의성, 유형성 그리고 접근성 등이고, 각각은 차원은 조작적 정의에 나타난 바와 같은 변수들로 구성되어 있으므로 장애인서비스질의 차원을 파악하여 그 결과를 활용하여야 한다.

넷째, 장애인서비스 시설의 주요 이용고객이 저소득층이고 취약계층이며, 1등급인 점을 감안하여 장애인이 이용하기위한 시설을 갖춘 교통편의 제공 및 정부나 사회복지기관의 지원이 강화될 필요가 있다.

다섯째, 장애인서비스 이용고객의 이용시간을 소폭 하향조정하고 대신 대기시간을 일부 단축시켜갈 필요가 있다.

139) 윤명숙, "서비스품질의 마케팅전략적 활용에 관한 실증적 연구-의료서비스를 중심으로", 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문, 1991, p.118.

140) 이순룡, 「제품·서비스 생산관리론」, 법문사, 1999, p.136.

여섯째, 가설4에서 나타난 바와 같이 서비스접점은 장애인서비스질 차원중 신뢰성에 속하는 변수들, 즉, 장애인의 문제를 도우려는 노력, 관심, 편안한 관계, 친절하고 호의적인 태도, 의견의 청취, 대등한 위치에서의 상호커뮤니케이션, 장애인의 특성을 고려한 행동, 약속의 준수, 적절한 최신기술의 적용 등을 특히 중시해야 하며, 아울러 현대적인 진료시설 및 장비, 복지시설의 각종 편의시설, 장애인서비스 시설의 잘 꾸며진 내/외부 등도 고객과의 만남을 성공적으로 이끄는 데 영향을 주고 있으므로 그 실천방안을 강구할 필요가 있다.

일곱째, 가설2의 분석결과 처럼 직무만족도가 높으면 서비스질도 향상됨을 실증적으로 나타냄으로써 내부고객의 직무만족이 곧 외부고객을 만족시킬수 있는 서비스질을 향상시킨다는 사실을 명심하며, 특히 상사가 직원들을 관리하는 방법이나 작업장의 정책/방침이 시행되는 방법, 상사의 전문지식 및 업무능력, 능력과 기술을 발휘할 수 있는 기회, 기타 작업환경의 개선이 뒤따라야 하며, 이는 종사자의 직무만족을 위해서도 가장 먼저 고려되어야 한다. 또한 고객만족 업무에 관련되어 동기부여를 할 수 있도록 제도적으로 정립·시행해야 한다.

여덟째, 학력, 거주지역, 연령과 같은 인구통계학적 특성에 따라 서비스질에 차이가 나므로 외부고객의 학력, 거주지역, 연령 등의 특성에 따라 세분화된 프로그램의 적용으로 서비스질을 심화시켜나갈 필요가 있다. 또한 장애인서비스의 이용행태에 따라서도 서비스질에 대한 차이가 나고 있으므로, 서비스이용횟수를 신중하게 결정할 수 있는 기준을 만들거나, 고객의 집과 장애인서비스 시설까지 걸리는 시간을 고려하여 주기적으로 교통편을 조정할 필요가 있다.

(2) 정부정책상의 마케팅 시사점

첫째, 장애인을 시혜의 대상으로 보는 관점에서 소비자 주권을 가진 주체로 인정하여 소비자가 도심에서 접근이 용이한 근접한 곳에 시설설치를 유도하여야 하며, 다양한 유형의 소비자가 선택할 수 있는 복지서비스 품목과 재활프로그램, 경제적자주성을 확립할 수 있는 정책을 개발하고 이를 이용할 수 있도록 소비자(장애인)중심 복지정책으로의 패러다임 전환이 빨리 이루어져야 한다. 특히 장애인들의 재활이 경제적 독립을 추구하는 외국의 사례를 도입할 필요가 있다.

둘째, 협력고객의 영향이 시설종사자의 직무만족에 영향을 미치며, 시설종사자의 직무만족은 서비스질 및 고객만족에 영향을 줌으로, 시설종사자의 직무만족을 높이는 것은 서비스질 향상요인에 절대적인 바 전문종사자들의 사기를 진작시키기 위하여 금전적 보상이 정부 공공기관 시설과 병행하여 장애인서비스 관련 종사자들이 사회적 우대를 받을 수 있는 지원책을 강구해야 한다.

셋째, 장애인서비스에 필요한 특수인력의 적정자원 수급체계를 세워 전문인력의 종사자 확충이 서비스질과 고객만족에 관련되어 있으므로 장애인의 다양한 수요증가에 맞춰 공급되어야 장애인서비스의 질을 향상시킬 수 있다. 현재의 특수인력(재활의학과, 언어·작업치료사, 직업재활상담사 등) 배출체계는 일부대학에 한정되어 있으므로 이를 위한 복지정책과 교육정책의 연계 및 수급조절을 통해 복지수요에 부응해야 한다.

(3) 소비자(장애인)측면의 마케팅 시사점

첫째, 소비자는 자기의사를 정당하게 표현하고 자기를 실현할 수 있는 소비자로서의 주권이 헌법에 분명히 제시되어 있음을 알고 평등한 권리요구를 중앙정부와 지방정부에 할 수 있어야 한다.

둘째, 소비자는 사회의 정치, 경제, 사회, 문화등의 여러 영역에 완전참여를 지향하여 소비자 중심의 정책전환을 유도할 수 있도록 소비자 주권운동을 지속적으로 벌여야 한다.

제 6 장 결 론

고객만족이란 모든 조직구성원들의 상호보완적이어서 긍정적인 결합이 이루어질수록 시너지 효과를 가져올 수 있다. 그러므로 입체적인 고객에 대한 서비스의 제공은 고객에게 감동으로 전달 될 수 있다.

그리고 조직구성원들의 고객에 대한 인식과 행동을 변화시키는 마인드의 혁신을 포함한 기업문화 혁신이 일어나야 한다. 고객지향적인 마인드를 전 직원이 갖고 내가 고객을 위해 무엇을 할 것인가를 생각해 내야 한다. 특히 외부고객 가까이 있는 접점요원들을 우대하는 기업 풍토를 만들어 가야 한다.

또한 장애인서비스의 고객만족을 위해서는 서비스 혁신이 추진되어야 하며 근본적으로 고객만족형의 서비스가 개발되어야 경쟁력을 갖게 된다. 그리고 고객의 접점에서 고객만족에 결정적인 영향을 끼치는 사람들의 의식개혁과 태도변화가 이루어져야 하고, 고객밀착형의 서비스제공과 고객감동을 주는 서비스를 통해 고객을 만족시켜야 한다. 그리고 지속적으로 일어나 경영의 노하우를 변화시키는 과정의 혁신과 관리혁신이다. 서비스기관은 사람에 의해서 운영되기 때문에 종사자들의 만족을 위한 관리제도의 혁신과 업무처리 방법의 개선이 뒤따라야 한다.

경영자는 고객만족에 관한 투철한 이해와 추진은 물론이고, 기업전체의 조직이 고객만족을 위해 필요한 시설과 시스템을 구성하고 구성원들의 전체가 고객이야말로 기업과 내 자신이 존재하는 이유라는 고객만족 지향적인 확고한 태도의 형성을 위한 전사적이 혁신이 있어야 하는 것이다.

본 연구의 실증분석에서는 파라슈라만, 자이타물, 베리 등의 서비스질 측정모형 및 갭(Gap)모형, 말콤볼드리지상의 시스템관리수준 등을 근간으로 장애인복지기관의 서비스제공시스템 관리수준과 협력고객으로서의 정부의 정책분야를 고려하여 장애인 서비스질에 영향을 미치는 요인과 이에 영향을 주는 변수를 검증하였다. 또한 서비스질이 서비스를 생산하고 전달하는 데 관련된 종사자와 경영자의 영향이 있는 것으로 보고 종사자, 고객, 경영자 등 TQM요소를 포함하여 각각의 설문을 조사하고 이들을 서로 유기적으로 결합하여 분석하였다.

본 연구는 기존의 선행연구와 비교하여 여러 가지 점에서 공통점과 차이점을 가지는데, 이를 간단히 정리하면 다음과 같다.

첫째, 서비스의 차원은 SERVQUAL모형의 차원을 도입하였으나, 지각서비스와 기대서비스의 차이로 서비스의 질을 보는 대신 지각된 서비스를 통해 서비스질을 측정하였다.

둘째, 본 연구는 장애인서비스의 고객만족 결정요인을 외부고객의 특성, 내부고객 그리고 장애인서비스 제공기관의 서비스 제공시스템의 관리수준, 서비스접점, 경영자의 지각, 협력고객인 정부의 정책과 지원수준 등 5가지 요인을 고려하였다.

셋째, 장애인서비스의 제공기관이 정부의 예산 등의 지원하에 운영됨으로 서비스 질 및 고객만족에 영향을 미치는 변수로 협력고객을 포함시켰으며, 또한 서비스제공 시스템 관리수준도 포함되었다.

넷째, SERVQUAL모형을 장애인서비스에 적용하였다. 이 모형의 적용이 다양한 산업에 적용되어, 다양한 서비스차원이 나타나는 바와 같이 장애인서비스에서는 신뢰성, 편의성, 유형성, 접근성 등 4개 차원이 나타났고, 이들 차원이 서비스질 및 고객만족에 미치는 영향이 다르게 나타나고 있다.

장애인서비스에 대한 가설검증 결과를 요약하면 다음과 같다.

먼저, 장애인서비스의 서비스질 차원은 신뢰성, 편의성, 유형성 그리고 접근성 등 4개 차원으로 구분되었다.

가설검증결과, 서비스접점이 장애인서비스질 차원중 신뢰성, 편의성 및 유형성에 정적인 영향을 미치고 있으며, 접근성에 대해서는 영향력이 없는 것으로 분석되었으며 성별, 소득, 장애등급, 주거형태, 종교 그리고 가족수 등의 유목간에는 장애인서비스의 질적 차원에 대한 통계적인 차이가 없는 반면, 학력, 거주지역, 연령에 따라서는 장애인서비스의 차원에 따라 서비스의 질적 차이가 있는 것으로 나타났다. 월평균 서비스이용횟수, 이용하는 교통편 그리고 집에서 복지관까지의 소요시간 등의 장애인서비스 시설의 이용행태에 따라서도 서비스 질의 차이가 있는 것으로 나타났으며 서비스질과 고객만족도간에는 정적인 상관관계가 있으며, 특히 서비스질 차원중 신뢰성의 영향과 편의성의 영향이 크게 작용하고 있다.

서비스종류별 대기시간은 서비스질과 부분적으로 상관관계가 있다. 즉, 치료서비스에 대한 대기시간은 서비스질의 차원중 편의성, 유형성과, 교육서비스 및 훈련서비스에 대한 대기시간은 편의성과 정적인 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 반면 장애인서비스의 이용시간과 서비스질 차원간에는 접근성을 제외하고는 상관관계를 보이지 않고 있다. 치료서비스의 이용시간과 서비스질의 접근성은 서로 상관관계가 있으나 그 관계는 부정적으로 분석되었다.

서비스대기시간은 고객만족에 영향을 주는 것으로 나타났는데, 특히 치료서비스에 대한 대기시간의 영향과 교육서비스 대기시간의 영향이 크며, 교육서비스는 고객만족변수와는 부적인 영향을 미치고 있다. 반면 서비스이용시간이 고객만족에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

이상의 분석결과를 토대로 장애인서비스의 고객만족을 위한 마케팅 시사점을 간략히 제안하면 다음과 같다.

첫째로 장애인서비스 기관이 장애인서비스의 질을 개선하고 고객만족을 실현하기 위해서는 우선 장애인서비스질의 차원을 파악해야 한다. 장애인서비스는 신뢰성, 편의성, 유형성 그리고 접근성의 네가지 차원으로 구성되었다.

또한 장애인서비스 시설의 주요 이용고객이 저소득층이고 취약전아동이며, 1등급인 점을 감안하여 장애인이 이용하기 위한 시설을 갖춘 교통편의 제공 및 시설확충과 같은 지원이 강화될 필요가 있다. 특히 장애인서비스 이용고객의 이용시간을 소폭 하향조정하고 대신 대기시간을 일부 단축시켜갈 필요가 있으며 주로 장애인서비스의 이용행태에 따라 서비스질에 대한 차이가 나고 있으므로, 서비스이용횟수를 신중하게 결정할 수 있는 기준을 만들고, 고객의 집과 장애인서비스 시설까지 걸리는 시간을 고려하여 주기적으로 교통편을 조정할 필요가 있다.

장애인서비스 수혜자들의 오랜 대기시간과 프로그램의 불충분성은 서비스질의 불만족을 초래하므로 정부는 장애인서비스 시설의 확충에 충분한 예산을 할당하여 지원을 해주어야 한다.

장애인들에게 직접 서비스를 제공하는 시설종사자들의 근로조건의 개선을 위한 정책을 강구해야 한다. 특히 장애인서비스분야의 인적 서비스의 질향상을 위해서는

주요영역의 전문가의 체계적인 배출이 필요하다. 특히 그동안 정부의 장애인복지정책이 단기성과지향적 정책에서 예산이 뒷받침된 장기적 비전을 제시한 정책방향으로 바뀌어야만 장애인들에게 서비스제공을 담당하고 있는 내부고객, 즉 시설종사자들의 서비스 질을 향상시켜 고객만족을 실현할 수 있다.

둘째로 장애인서비스의 고객만족 향상을 위한 정부의 역할은 장애인서비스 시설이 서비스 질 향상 원천인 혁신의지, 다양한 프로그램개발, 전문성제고의 확보를 적극 유도하고 지원할 수 있는 시책을 장애인 중심의 관점에서 마련하여 시행하는 것이 되어야 할 것이다.

셋째로 장애인들도 소비자로서의 자기의사와 권리를 정당하게 표현하고 제시하는 주체성을 고양하며, 사회의 구성원으로서의 정치, 경제, 사회, 문화적 영역에 완전참여를 지향하고 소비자 주권운동의 전개를 통해 정부의 소비자중심주의 정책으로 전환할 수 있도록 노력해야 한다.

본 논문의 실증연구에서 고객의 기대서비스와 인지한 서비스를 따로 조사하지 않고 인지한 서비스만을 이용하였는데, 장애인서비스는 상당히 장기간에 걸쳐 이루어진다는 점을 감안하여 기대서비스와 인지서비스를 따로 조사하는 것도 의미가 있을 것이다.

또한 장애인서비스를 이용하는 주요계층이 저연령층임을 고려하여, 고연령층의 성인을 대상으로한 연구도 의미가 있을 것이며, 아울러 장애인서비스를 이용하는 고객을 대상으로 설문조사할 때에, 해당기관의 관여없이 조사가 이루어질 때, 더 정확한 고객의 응답을 이끌어낼 수 있을 것이다. 또한 향후의 연구에서는 장애유형별 고객만족에 관한 연구와 국제간 비교연구도 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

1. 국내문헌

1) 국내서적

- 고재건, 「서비스품질경영론」, 제주대학교출판부, 1999.
- 권도용, 「장애인의 재활복지」, 홍익재, 1995.
- 권도용, 오길승, 박희찬, 「현대 장애인복지개론」, 홍익재, 1998.
- 김상규·전재일, 「사회복지론」, 형설출판사, 1991.
- 김기영 외, 「품질경영」, 박영사, 1999.
- 김범국·김희철, 「조직행위론」, 제주대학교출판부, 1998.
- 김영모, 「한국사회복지론」, 경문사, 1983.
- 김영한, 「고객만족혁명」, 성림, 1993.
- 김충련, 「SAS라는 통계상자」, 데이터리서치, 1994.
- 김형식, 「호주의 최초 장애정책」, 한국아태장애인 10년 연구모임, 1997.
- 김홍규, 「사회과학통계분석」, 나남출판, 1997.
- 남상만, 나운환, 유명화, 「장애인복지개론」, 홍익사, 1998.
- 박옥희, 「장애인복지의 이론과 실제」, 학문사, 1999.
- 박충환·오세조, 「마케팅관리」, 박영사, 1999.
- 손광수의 3인, 「어떻게 경영품질을 높일 것인가」, 명진출판, 1996.
- 송인섭, 「통계학의 이해」, 학지사, 1994.
- 송인숙, 제미경, 김정아옴김, Nigel Hill, 「기업을 살리는 고객만족 측정」, Book Park 1998.
- 신상준, 「복지행정론」, 대구대학교 출판부, 1983.
- 안광호, 「마케팅 : 시장전략적 접근」, 법문사, 1994.
- 원석희, 「서비스 품질경영」, 형설출판사, 1998.
- 이상문, 「글로벌 시대의 초 인류 기업」, 명진출판, 1994.

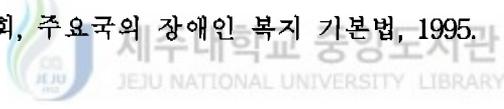
- 이상환 · 이재철, 『Service Marketing』, 삼영사, 1998.
- 이성재, 『장애인정책 입문』, 장애인권익문제연구소, 1997.
- 이유재, 『서비스마케팅』, 학현사, 1997.
- 임종원, 『현대 마아케팅 관리론』, 무역경영사, 1994.
- 장인협, 『사회복지개론』, 한국사회개발연구원, 1984.
- 전인수, 『서비스마케팅』, 도서출판 석정, 1998.
- 조성모, 김영일, 이창석, 이춘호, 『장애인 복지활동과 시설계획』, 학문사, 1997.
- 채서일, 『마케팅조사론』, 학현사, 1992.
- 최덕철, 『서비스 마케팅』, 학문사, 1997.
- 최영욱 · 권도용 · 김범수 · 김수영 · 김형길 · 박석돈 · 박태영 · 이종복 · 전광현 공저
『사회복지시설론』, 범문사, 1997.
- 한치규, 『고객만족 전략과 실천』, 신세대, 1993.
- 허만형, 『SPSS와 통계분석』, 교학사, 1994.
- 현영하 역, 피터스 러커, 『비영리단체의 경영』, 한국경제신문사, 1995.
- KMCA CS경영혁신센터 역, 히라시마 야스히사, 『고객만족 경영의 추진방법』, 21세기
기북스, 1993.

2) 국내논문 및 자료

- 장기두, “서비스품질의 구성요인과 고객만족에 관한 연구”, 중앙대학교 박사학위논문, 1997.
- 고재건, “제공자중심의 서비스품질모형에 관한 연구”, 제주대학교 산경논집 제13집, 1999.
- 권도용 위2인, 『현대장애인복지개론』, 홍익재, 1998.
- 김경호, “영구 대인사회복지서비스의 전개과정에 관한 연구”, 부산대학교 박사학위논문, 1997.
- 김종섭, “복지행적의 실천적 이론구성에 관한 연구”, 영남대 박사학위논문, 1974.

- 김종인, “장애인 복지정책 형성에 관한 연구”, 장애인복지정책세미나 자료, 1988.
- _____, “장애인복지정책의 패러다임”, 한국장애인복지연합회 주최세미나발표자료, 1999.
- _____, “재활복지의 최상적 실제”, 이화여대 특수교육연구소, 1998.
- 김형길·고재건·최병길, “관광산업에서 서비스질의 평가요인과 서비스질의 개선방안에 관한 연구”, 한국생산성학회 제10권 Vol.10, No.1, 1995.
- 김형식, “장애학생의 사회통합을 위한 여건개선”, 특수교육원 개원5주년 기념학회 발표논문, 1999.
- 박정화, “호텔의 전사적 품질경영이 고객만족과 종사원 직무만족에 미치는 영향에 관한 연구”, 세종대학교 대학원 박사학위논문, 1996.
- 박진호, “고객만족의 결정요인에 관한 연구”, 서울대학교대학원 석사학위논문, 1994.
- 박치민, “고객만족과 종업원만족이 은행생산에 미치는 영향에 관한 연구”, 서울대학교대학원 석사학위논문, 1996.
- 백운배, “서비스점점에서의 고객참여에 관한 연구”, 대구대학교 대학원 박사학위논문, 1997.
- 보건복지부, 장애인복지법, 1999.
- 보건복지부·교육부·노동부, 장애인 복지발전 5개년 계획, 1997.
- 서기환, “사회복지시설 서비스에 관한 연구”, 대구대학교 사회개발대학원, 석사학위논문, 1990.
- 신상대, “품질경영과 고객만족의 관련성 연구”, 영남대학교 대학원 박사학위논문, 1995.
- 오혜경, “장애인복지시책”, 「장애인복지학 입문」, 아시아미디어리서치, 1998.
- 유동철, “우리나라 장애인복지의 현황과 과제”, 「한국사회복지의 현황과 쟁점」, 인간과복지, 1999.
- 윤병숙, “서비스품질의 마케팅전략적 활용에 관한 실증적 연구-의료서비스를 중심으로”, 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문, 1991.
- 이연호, “한국사회복지행정조직체계의 개선방안에 관한 연구”, 경희대학교 대학원 박사학위논문, 1987.

- 이준혁, “호텔 서비스 품질평가에 관한 연구, 세종대학교 대학원 박사학위논문, 1997.
- 조광행, “소매업에서의 고객만족 및 전환장벽이 점포애호도에 미치는 영향에 관한 연구”, 서강대학교 대학원 박사학위논문, 1997.
- 전주형, “여행업의 서비스품질 평가에 관한 연구”, 경기대학교 대학원 박사학위논문, 1996.
- 차홍봉, “장애인복지서비스의 전달체계”, 『아·태장애인10년에 대처할 국가적 장기전략 및 정책대안 모색을 위한 연구논문집』, 한국아·태장애인10년연구모임, 1995.
- 홍주빈, “서비스품질과 고객만족이 재구매의도와 구전의도에 미치는 영향에 관한 실증적 연구”, 동국대학교 대학원 박사학위논문, 1997.
- 한국보건사회연구원, 한국의 보건복지 지표, 1998.
- 한국아·태장애인 10년 연구모임, 일본의 최근정책 자료집, 1996.
- 한국장애인복지시설협회, 1997년도 장애인복지관 실태조사, 1998.
- 한국장애인복지체육회, 주요국의 장애인 복지 기본법, 1995.



2. 외국문헌

1) 외국서적

- Abbott, E., *Social Welfare and Professional Education*, The Univ. of Chicago, 1942, Chap.III.
- Albrecht, G.L., *The Disability Business*, Sage library of Social Research 190 International, Sage Publications, 1997.
- AMA, *Marketing Definition*, A Glossary of Marketing Terms, Committee on definition of AMA, 1960.
- Clarke, J. *Social Welfare*, 1953.

- Dunham, A, *The New Community Organization*, Thomas Y.Crowell, 1970.
- Friedlander, W.A. and Apte, R.Z. *Introduction to Social Welfare*, 4th ed., Englewood Cliffs, N.J., Prentice Hall.
- Garvin, D.A. *Managing Quality*, 1988,
- Gronroos, C. *Strategic Management and Marketing in the Service Sector*, Helsingfors: Swedish School of Economics and Business Administration.
- Lewison, D.M., *Essentials of Retailing*, Merrill Publishing Company, Columbus, Ohio, 1989.
- Madder, R & Hogan, T, "The Definition of Disability", *Australia Institute of Health and Welfare*, Canberra, 1997.
- Noel Timms, 「The Receiving End」, *Consumer Accounts of Social Help for Children*, London, Rotledge & Kegan Paul, 1973.
- Romanyshyn, J.M. *Social Welfare*, N.Y.Random House, 1971.
- Stanton,W.J., *Fundamental of Marketing*, 6th. McGraw-Hill, 1981.
- Szymanski, E.M. & Parker, R. M., *Rehabilitation Counseling*, Texas; pro.ed.U.S.A., 1993.
- Titmus, R.M. *Essays on the Welfare State*, London, George Allen & Unwin, 1963.
- , *Commitment to Social Welfare*, London: Allen & Unwin, 1968.
- Wilensky, H. & Lebeaux, C.N. *Industrial Society and Social Welfare*, N.Y, The Free Press, 1965.
- Wolfensberger, W, *A Brief Introduction to Social Role Valorization*, 2nd ed., Syracuse: N.Y: 1992.

2) 외국논문

- Bitner, Mary Jo, B. H. Booms & Mary Stanfield Tetreault, "The Service Encounter Diagnosing Favorable & Unfavorable Incident", *Journal Of Marketing*, 54, 1990.

- Blois, K.J., "The Marketing of Service: An Approach", *European Journal of Marketing*, Vol.8, No.2, 1974.
- Carman, J. M., "Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions," *Journal of Retailing*, 66(1), 1990.
- Chase, R.B. and Tansik, D.A. "The Customer Contact Model for Organization Design", *Management Science* 29, 1983.
- Cronin, J. Joseph Jr. and Steven A. Taylor, "Measuring Service Quality; A Reexamination and Extension, " *Journal of Marketing* Vol.56, 1992.
- Gronroos, C., "An Applied Service Marketing Theory," *European Journal of Marketing*, Vol. 16. No. 17, 1982.
- Jr.Sasser, W.E. Olsen, R.P. & D.D.Wyckoff, "Management of Service Operations: Text and Cases", Boston: Allyn & Bacon(1978) in "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", A. Parasuraman, Valarie, A.Zeithaml & L.L. Berry, *Journal of Marketing*, Vol.49, 1985.
- Kadushin, A, "Developing Social Policy in Conditions of Dynamic Change", 1972.
- Lehr, D.H. & Brown, F., "People with Disabilities who Challenge the System International"; Paul, H.Bookers, 1996.
- Lehtinen, U. Uolevi and Lehtinen, J.R. "Service Quality: A Study of Quality Dimensions", unpublished working paper, Helsinki: Service Management Institute, Finland OY, in "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", A.Parasuraman, Valarie, A.Zeithaml & L.L. Berry, *Journal of Marketing*, Vol.49, 1985.
- Lewis, R.C. and Booms, B.H. "The Marketing Aspects of Service Quality", in *Emerging Perspectives on Services Marketing*, L.Berry, G.Shostack and G.Upah, eds., Chicago: American Marketing
- McConnell, J.D. "Effect of Pricing on Perception of Product Quality", *Journal of Applied Psychology*, 52, 1968.

Olander, F, "The Influence of Price on the Consumer's Evaluation of Products", in Pricing Strategy, B.Taylor and G.Wills, eds., Princeton, NJ: Brandon/Systems Press(1970) in "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", A.Parasuraman, Valarie, A.Zeithaml & L.L. Berry, *Journal of Marketing*, Vol.49, 1985.

Oliver, Richard L., "A Conceptual Model of Service Quality and Service Satisfaction ; Compatible Goals, Different Concepts, " in *Advances in Service Marketing and Management; Research and Practice*, Vol.2, Teresa A. Swartz, David E. Bowen, and Stephen W. Brown, eds. Greenwich, CT:JAI Press, 1993.

Parasuraman, A. Zeithaml & L.L. Berry, "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, Vol.49, 1985.

"Problems and Strategies in Services Marketings", *Journal of Marketing*, Vol. 49, 1985.

"Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality," *Journal of Marketing Research*, 52, 1988.

"Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale," *Journal of Retailing*, 67, 1991.

"SERVQUAL, A Multipleitem Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing* 64, 1988.

"Strategic Positioning on the Dimensions of Service Quality", in *Advances in Services Marketing and Management*, Vol.2 ed., T.A.Swartz, D.E.Bowen and S.W.Brown, Greenwich, Conn. JAI Press 1993.

Regan, Williams J., "The Service Revolution", *Journal of Marketing*, Vol.47, 1963.

- Shostack, G.L. "Planning the Service Encounter", in *The Service Encounter*, John A. Czepiel, eds., New York: Lexington Books, 1985.
- Smith, R.A and Houston, M.J. "Script-Based Evaluations of Satisfaction with Services", in *Emerging Perspectives on Services Marketing*, L.Berry, G.Shostack and G.Upah, eds., Chicago: American Marketing, 1982.
- Solomon, M.R. "Packaging the Service Provider", *Services Industries Journal*, 5(1), 1985.
- Solomon, M.R. Carol Surprenant, John A. Czepiel, And Evelyn G. Guttman, "A Role Theory Perspective On Dyadic Interactions: The Service Encounter", *Journal of Marketing*, Vol.49, 1985.
- Surprenant, Carol F. & Solomon, M.R. "Predictability And Personalization In The Service Encounter", *Journal of Marketing*, Vol.51, 1987.
- Swan, J.E., and Combs, L.J., "Product Performance and Consumer Satisfaction : A New Concept," *Journal of Marketing*, Vol 40, 1976.
- The 13th International Social Work Conference, "Pre_conference Report", Washington, September 1966.
- Zeithaml, V.A. "How Consumer Evaluation Processes Differ Between Goods and Services", in *Marketing of Services*, J.Donnely and W.George, eds., Chicago: American Marketing, 1981.

WWW.MOHV.GO.KR

孝橋正一, 「社會事業の 基本問題」 ミネル 書房, 1960.

佐野良夫, 「CS 顧客満足の 實際」, 日本經濟新聞社, 1988.

Abstract

A Study on the Determinant Factors for Customers' Satisfaction In the Disability Services

Dong-Han Lee

Department of Business Administration

Graduate School

Cheju National University

Ever since Kotler advocated the relevance of applying marketing theories to the non-profit organizations, they have penetrated into the political, socio-cultural and economic fields. In particular, the concept of client satisfaction has been accepted as the central mission and core performance indicator by the mainstream organizations. The necessity for a paradigm shift which accommodates the concept of 'customer' is also evident in the field of disability services as a way of reducing the element of stigma often experienced by people with disabilities.

Even people with disabilities can expect to be valued as normal citizens so long as they perform recognized social roles. Yet, such recognitions is denied and they remain as 'welfare clients' or objects of charity. The systems of disability services operate with such pre-modern outlook that they are retain irrational and inefficient characteristics.

It is encouraging to note the introduction of Total Quality Management in the areas of disability, special education, rehabilitation and welfare services with emphasis upon 'customer' satisfaction.

This study aims to test a set of hypotheses which have been developed

around the concept of 'customers' satisfaction' as applied to disability services. The variables which are known to have significant influence on the customers' satisfaction and also considered to have relevance to the field of social services have been used in formulating hypotheses and they are: the characteristics of the external customer; the level of support of the cooperative customer; the level of management system; aspects of internal marketing and the level of access for disability services.

Research was undertaken to empirically test the hypotheses as found on pages(pp.104~106) and the data analysis was carried out by using statistical packages such as SPSS 8.0 for Windows, AMOS and Lisrel. The following table summarizes the results of the hypotheses.

<Table 1> The Results of the Hypotheses

Independent Variables \ Dependent Variables		Customers' Satisfaction	Service Quality			
			Reliability	Convenience	Tangibles	Access
H1 Population Variables	Gender(t-value)	.500	.524	1.246	-.341	.313
	Income	.1609	1.639	.828	.864	1.514
	Disability Classification	1.435	.904	.904	1.729	.206
	Education	2.818**	2.813**	1.986*	.983	3.942***
	Mode of Accommodation	.741	.074	.342	.648	.144
	Religion	3.447**	.606	.532	.612	.549
	Residential Area	.481	4.690**	.790	.590	6.193***
	Age	4.118***	5.619***	4.498***	1.920*	8.710***
	No. of Family Members	2.296*	1.529	.403	1.909	1.163

Dependent Variables Independent Variables		Customers' Satisfaction	Service Quality			
			Reliability	Convenience	Tangibles	Access
H2_1 Job Satisfaction Variables	Skills Application/Initiative	-.538	-1.822*	-1.850*	-1.587	-2.904***
	Work Environment	2.894***	1.657	1.999*	3.782***	3.623***
	Salary/Promotion	-2.12**	-.813	-.823	-1.651	-1.970*
	Sense of Achievement	.858	2.205	1.275	-1.668	1.167
	Regression Analysis	4.515***	2.560*	1.750	4.013**	4.089**
H2_2 Management Variables	Communication / Efforts for Service Improvement	0.851	0.190			
	Delegation & Publicity	0.947	-0.067			
	Marketing Research & Management Levels	0.296	1.065			
	Regression Analysis	0.848	0.583			
H2_3 Service Performance Variables	Role Ambiguity	0.590	1.635			
	Job Suitability/Control	-0.257	0.240			
	Team Work	0.960	-0.041			
	Need for Education	0.044	0.608			
	Role Conflict	-0.066	-1.512			
	Regression Analysis	0.954	1.538			

Dependent Variables Independent Variables		Customers' Satisfaction	Service Quality			
			Reliability	Convenience	Tangible	Access
H3 Management Level	Process Management	.547	1.697	1.656	-.822	-.466
	Human Resources Management & Development	-.516	.115	1.084	.051	.493
	Strategic Quality Improvement Planning	.944	-.378	-1.397	.365	-.974
	Information Analysis	-.184	-.315	-1.028	.784	1.417
	Regression Analysis	.447	1.614	1.862	.326	1.196
H4 Service Encounter	Service Encounter	6.645***	9.177***	4.530***	0.440	2.388**
	Regression Analysis	44.151***	84.22***	20 520***	0.193	5.701**
H5 Cooperative Customer	Budget Support	0.962	0.233			
	Government Policy	-1.581	0.434			
	Legislation	1.483	0.641			
	Supervision/Control	-0.260	-1.084			
	No. of Requires Staff	0.179	-1.119			
	Regression Analysis	0.857	0.592			

Note: * Significant at $p < 0.1$, ** Significant at $p < 0.05$ and ***

Significant at $p < 0.01$

The research findings which cover three major areas may be summarized as follows:

1. Aspects of disability service organizations

1) The introduction of TQM would be a critical requirement to improve the overall quality of disability services.

2) Disability services will have to improve access to their services by

developing a variety of services which are directed to low income preschool children.

3) Variables such as Reliability, Convenience, Tangible Accessibility should be taken into consideration to improve disability services and the discussions for each variable are found under the heading of definitions(pp.110~111).

4) Given the findings that the majority of disability service users are low income preschool children with category I disabilities, it appears critical to improve transport facilities supported either by statutory or voluntary bodies.

5) It would be desirable to reduce the customers' waiting-time by shortening the actual service-delivery time.

6) As the tested hypothesis shows, service encounter appears to have an important bearing upon the variables linked with aspects of Reliability.

7) Once it is recognized the fact that there appears to be a critical linkage between Job Satisfaction and the Quality of Services, it should be borne in mind that the job satisfaction of the internal customer will lead to the quality of services which would in turn improve the satisfaction of external customers.

8) Since population variables such as education, areas of residence and age do impact upon the differences in the quality of services, development of programs should take those variables into considerations.

2. Policy Aspects

1) People with disabilities should be seen not as objects of charity but as respectable citizens with customer rights and accordingly services should be located in the urban centers with ease of access.

2) The disability policy should be shifted to focus on people with disabilities as the major customers.

3) Since the influence of Cooperative Customers do impact upon the job satisfaction of service workers and the job satisfaction of the service workers in turn influences the customer satisfaction, policy initiatives, including monetary rewards, should be made to improve the social status of the disability service workers.

4) Since the adequate supply of appropriately trained disability services workers is critical to maintain the quality of services and customer satisfaction, it seems imperative to plan for an adequate supply of relevant human resources.

3 Customer Aspects

1) The customers, the people with disabilities in the context of this research, should recognize that their rights as customers are guaranteed by the national Constitution and hence should push for implementation of such rights through central and local governments without undue prejudices.

2) Customers should take part in political, economic, cultural and social activities for a fuller participation to effect shifts in policy directions.

This research came upon with some ideas for further research as noted below.

1. It might be useful to undertake a comparative analysis of 'expected services' and 'perceptive services'.

2. Since the majority of disability service users are younger aged groups, next round of research may focus upon the older age group.

3. It may be advisable to come up with a research strategy which minimize the influence/intervention of people who represent the service organizations.

4. Customer satisfaction in accordance with disability classifications with an element of cross-national comparison would be useful.

설문지

안녕하십니까?

저는 제주대학교대학원 박사과정에 재학중인 제주도장애인종합복지회관관장 이동한 입니다.

저의 학문연구를 위한 이 설문조사로 인하여 선생님의 귀한 시간을 할애받게 됨을 대단히 죄송스럽게 생각합니다.

이 연구는 장애인서비스기관을 이용하는 장애인들이 원하는 서비스유형을 찾아내어 수요자 중심의 관점에서 이용자의 편익과 고객만족 향상 모형을 제시함으로써, 복지행정의 능동적 발전과 유연성 제고에 조그만 자료의 씨앗을 제공하고자 함을 그 목적으로 하고 있습니다.

이 설문조사의 자료는 순수한 학문 연구목적으로만 사용될 것임을 약속드리오며, 선생님의 솔직한 답변을 부탁드립니다.

바쁘신 시간에 이 설문조사에 응해주신 선생님께 깊은 감사를 드리오며 선생님의 건강과 가정에 행운이 가득하길 바랍니다.



제주대학교 중앙도서관
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

1999년 8월 일

지도교수 : 제주대학교 경영학과 교수
경영학박사 김형길

연구자 : 제주대학교 대학원 경영학과
박사과정 이동한

◎설문응답요령

- A. 고객대상의 설문 : 장애인서비스 시설을 이용하는 장애인을 대상으로 하며, 장애인 본인이 대답하기 곤란한 경우는 보호자가 대신하여도 좋습니다.(응답자의 적정인원수는 시설당 20~25명으로 하며, 서비스분야별로 고루 안분하여 주시기 바랍니다.)
- B. 장애인서비스 시설 종사자 대상의 설문 : 시설 종사자를 대상으로 합니다.
- C. 장애인서비스 시설 경영자에 대한 설문 : 시설장을 대상으로 합니다.

A. 고객대상의 질문

※ 여기서 담당자란 진료담당 의사, 사회복지사, 치료교육담당자, 직업재활담당자, 기타 장애인서비스기관의 직원을 의미합니다.

I. 서비스의 질

해당문항에 어느 정도 동의하시는지 해당번호에 ○이나 √을 표시해 주십시오.

질문내용	안그렇다	그렇다			
	<1--2--3--4--5>				
1. 담당자의 서비스에 대한 믿음을 준다.	1	2	3	4	5
2. 장애인서비스 시설은 장애인의 기록을 잘 보관하고 있다.	1	2	3	4	5
3. 서비스를 받는 양이나 시간대는 편리하다.	1	2	3	4	5
4. 담당자의 업무처리는 정확하다.	1	2	3	4	5
5. 장애인서비스 시설은 거리상 적절하다.	1	2	3	4	5
6. 담당자는 최신의 서비스기술을 파악·적용한다.	1	2	3	4	5
7. 담당자는 어려운 용어를 쉽게 설명해 준다.	1	2	3	4	5
8. 담당자는 진단 및 치료, 교육을 체계적이고 과학적으로 수행한다.	1	2	3	4	5
9. 담당자는 장애인에게 관심을 보여준다.	1	2	3	4	5
10. 장애인에 대한 서비스 대기시간이 짧다.	1	2	3	4	5
11. 장애인과 담당자들과의 관계는 원만하다	1	2	3	4	5
12. 담당자는 장애인의 문제를 도우려고 노력한다.	1	2	3	4	5
13. 장애인서비스 시설까지의 교통수단이 편리하다.	1	2	3	4	5
14. 담당자는 장애인의 의견을 잘 들어준다.	1	2	3	4	5
15. 담당자는 해당분야에 대해서는 전문지식을 갖추고 있다.	1	2	3	4	5

질문내용	안그렇다	그렇다
	<-1--2--3--4--5->	
16. 담당자는 장애인으로부터 신뢰를 받고 있다.	1--2--3--4--5	
17. 담당자는 서비스 결과나 업무처리 결과를 잘 설명해준다.	1--2--3--4--5	
18. 장애인서비스 시설의 이용절차는 간단하다.	1--2--3--4--5	
19. 이 장애인서비스 시설은 장애인에게 편리하다.	1--2--3--4--5	
20. 이 장애인서비스 시설의 시설물 및 장비배치는 적절하게 되어 있다.	1--2--3--4--5	
21. 장애인 진료시설 및 장비는 현대식이다.	1--2--3--4--5	
22. 장애인서비스 시설의 담당자들은 깨끗하고 단정하다.	1--2--3--4--5	
23. 담당자는 약속된 시간에 서비스를 제공한다.	1--2--3--4--5	
24. 담당자들은 신속하게 업무를 처리한다.	1--2--3--4--5	
25. 장애인서비스 시설의 이용을 위해 전화예약이 가능하다.	1--2--3--4--5	
26. 담당자는 장애인을 평등한 위치에서 대한다.	1--2--3--4--5	
27. 담당자는 장애인에게 친절하고 호의적이다.	1--2--3--4--5	
28. 담당자는 장애인의 특성을 배려하여 행동한다.	1--2--3--4--5	
29. 담당자는 수행하는 서비스, 비용, 문제해결 확신감 등을 설명해 준다.	1--2--3--4--5	
30. 담당자는 장애인의 개인적 비밀을 보장해 준다.	1--2--3--4--5	
31. 이 장애인서비스 시설의 사회적 이미지(평판)는 좋다.	1--2--3--4--5	
32. 이 장애인서비스 시설은 편안하게 이용할 수 있다.	1--2--3--4--5	
33. 이 장애인서비스 시설은 이동하는데 편리하다.	1--2--3--4--5	
34. 이 장애인서비스 시설은 편의시설이 잘 되어 있다.	1--2--3--4--5	
35. 이 장애인서비스 시설의 내·외부는 잘 꾸며져 있다.	1--2--3--4--5	

II. 고객의 사회통계학적 특성

다음은 분석에 필요한 응답자의 일반적인 특성에 대한 물음입니다. 장애인을 대신하여 응답하는 경우에도 대리인에 대한 내용이 아니라 장애인에 대하여 해당란에 ○이나 √을 표시해 주십시오.

1. 귀하(장애인)의 성별은?

- ①()남성 ②()여성

2. 귀댁(장애인 가정)의 월평균 소득수준은?

- ①()50만원미만 ②()50~100만원 ③()101~150만원
④()151~200만원 ⑤()201~250만원 ⑥()251만원 이상

3. 귀하(장애인)의 장애 등급은?

- ①()1급 ②()2급 ③()3급 ④()4급
⑤()5급 ⑥()6급 ⑦()등급외 ⑧()미등록

4. 귀하(장애인)의 최종학력은?

- ①()취학전 ②()초졸/재학 ③()중졸/재학
④()고졸/재학 ⑤()대졸이상/재학 ⑥()기타

5. 귀댁(장애인 가정)의 주거형태는?

- ①()자가 ②()전세 ③()월세
④()친척집 ⑤()기타

6. 귀하(장애인)나 귀댁의 주요 종교는 다음 중 어디에 속합니까?

- ①()기독교 ②()불교 ③()천주교 ④()없음 ⑤()기타

7. 귀하(장애인)의 거주지역은 다음 중 어디에 해당됩니까?

- ①()광역시 이상(광역시, 특별시, 직할시 등) ②()중소도시
③()군이하지역 ④()기타

8. 귀하(장애인)의 연령은?

- ①()10세미만 ②()10대 ③()20대
④()30대 ⑤()40대 ⑥()50대이상

9. 귀하(장애인)를 포함하여 현재 함께 거주하고 있는 가족수는?

(총 _____ 명)

10. 귀하의 장애유형은?

- ①()지체장애 ②()시각장애 ③()청각장애
④()언어장애 ⑤()정신지체

11. 귀하가 복지관에서 받고 있는 서비스는 월 평균 몇 회나 됩니까?
 (여러개인 경우 그 중 대표적인 것) (월평균 _____ 회)

12. 귀하(장애인)가 서비스를 최초로 신청한 후 실제로 서비스를 받을 때까지 기다려야 했던 기간은 몇 개월 정도였으며, 기다린 기간이 어떠하다고 생각하십니까?
 (자신에게 해당되는 서비스에 대해 각각 응답해 주십시오)

		매우길다 1	긴편이다 2	보통이다 3	짧은편 4	매우짧다 5
1) 치료서비스	(약 _____ 개월)	← 1	— 2	— 3	— 4	→ 5
2) 교육서비스	(약 _____ 개월)	← 1	— 2	— 3	— 4	→ 5
3) 상담서비스	(약 _____ 개월)	← 1	— 2	— 3	— 4	→ 5
4) 훈련서비스	(약 _____ 개월)	← 1	— 2	— 3	— 4	→ 5

13. 다음의 서비스 중 1회당 서비스 이용시간은 얼마나 됩니까?

		매우길다 1	긴편이다 2	보통이다 3	짧은편 4	매우짧다 5
1) 치료서비스	(약 _____ 시간 _____ 분)	← 1	— 2	— 3	— 4	→ 5
2) 교육서비스	(약 _____ 시간 _____ 분)	← 1	— 2	— 3	— 4	→ 5
3) 상담서비스	(약 _____ 시간 _____ 분)	← 1	— 2	— 3	— 4	→ 5
4) 훈련서비스	(약 _____ 시간 _____ 분)	← 1	— 2	— 3	— 4	→ 5

14. 장애인서비스 시설에 가기 위해 장애인이 주로 이용하는 교통수단은?

- ① 자가운전 ② 대중교통(지하철이나 버스 등)
 ③ 택시 ④ 복지관 차량 ⑤ 기타

15. 집을 출발하여 복지관에 도착할 때까지 걸리는 시간은 평균 얼마나 됩니까?
 (_____ 시간 _____ 분)

III. 서비스 점검

다음은 서비스를 이용하는 중에 자신과 담당자 사이에 발생한 상황을 파악하고자 하는 문항입니다. 해당란에 ○이나 √를 이용해 표시해 주십시오.

질문내용	안그렇다	그렇다
	<--1--2---3---4--5-->	
1. 서비스 이용중에 담당자는 친절하게 서비스를 제공했다.	1---2---3---4---5	
2. 서비스 이용중에 담당자는 고객의 질문에 명확히 답해주었다.	1---2---3---4---5	
3. 서비스의 이용중에 고객의 요구에 잘 응해 주었다.	1---2---3---4---5	
4. 서비스의 이용중에 주의할 사항을 잘 설명해 주었다.	1---2---3---4---5	

IV. 전반적인 서비스 만족도

다음은 장애인서비스 시설의 서비스를 이용한 후 느끼신 전반적인 만족도를 해당란에 ○이나 √를 이용해 표시해 주십시오.

질문내용	안그렇다	그렇다
	<--1--2---3---4--5-->	
1. 다음 기회에도 타시설보다는 이 시설을 이용할 것이다.	1---2---3---4---5	
2. 이 시설의 전반적인 서비스 질은 좋다.	1---2---3---4---5	
3. 이 시설의 전반적인 서비스에 만족한다.	1---2---3---4---5	
4. 이 시설의 이용을 주변 사람들에게도 추천하고 싶다.	1---2---3---4---5	

V 장애인서비스 시설에서 장애인을 위해 시정해야할 사항 3가지만 적어주십시오

- 1.
- 2.
- 3.

-끝까지 답해주셔서 대단히 감사합니다.-

B. 장애인서비스 시설 종사자에 대한 질문

※ 장애인서비스 시설의 종사자들이 차지하는 비중은 매우 높습니다. 이에 따라 본 연구의 설문조사도 종사자를 대상으로 한 경우에 가장 많은 질문항목이 포함되었습니다. 끝까지 귀하의 성원을 부탁드립니다. 각 문항에 어느 정도 동의하시는지 해당란에 ○이나 √을 표시해 주십시오.

I. 종사자의 사회통계학적 특성

1. 귀하의 성별은? ①()남성 ②()여성
2. 현재 귀하의 직위는?
①()관장 ②()사무국장 ③()1급(부장)
④()2급(과장) ⑤()3급(주임) ⑥()4급(복지사등)
⑦()5급(사무원) ⑧()기타
3. 현재 귀하는 담당업무와 직접적으로 관련된 자격증을 가지고 있습니까?
①()예 ②()아니오
4. 현재 귀하의 고용형태는?
①()정규직 ②()임시(계약)직 ③()일용직
5. 귀하의 주거형태는?
①()자가 ②()전세 ③()월세
④()친척집 ⑤()기타
6. 귀하의 종교는 다음 중 어디에 속합니까?
①()기독교 ②()불교 ③()천주교 ④()없음 ⑤()기타
7. 귀하의 최종학력은?
①()초등학교졸 ②()중졸 ③()고졸 ④()대졸이상 ⑤()기타
8. 귀하의 연령은?
①()10대 ②()20대 ③()30대 ④()40대 ⑤()50대 ⑥()60대이상
9. 귀하의 전공은 구체적으로 무엇입니까(전공이 없는 경우엔 직무내용)?
(전공명_____)
10. 귀하를 포함하여 현재 함께 거주하고 있는 가족수는?
(총_____명)

11. 귀하의 업무영역은?

- ①() 재활의학전문의 ②() 사회복지 ③() 심리치료 ④() 특수교육
 ⑤() 언어치료 ⑥() 물리치료 ⑦() 작업치료 ⑧() 직업훈련
 ⑨() 사회교육 ⑩() 근로기사 ⑪() 영양사 ⑫() 보육사
 ⑬() 간호사 ⑭() 전산교육 ⑮() 관리행정사무 ⑯() 기타

II. 종사자의 직무관련 요인

다음은 장애인서비스 시설 내에 종사하는 종사자들의 업무에 관한 설문입니다.

해당란에 ○이나 √을 표시해 주십시오.

질문내용	안그렇다	그렇다
	<--1--2--3--4--5-->	<--1--2--3--4--5-->
1. 나는 장애인서비스 시설내의 모든 직원과 장애인에게 친절히 대한다.	1---2---3---4---5	
2. 나의 상급자들은 진심으로 나를 돌봐주려 한다.	1---2---3---4---5	
3. 나는 동료들과 경쟁하기 보다는 협력하려 한다.	1---2---3---4---5	
4. 나는 평소 직무에 몰두하고 있다.	1---2---3---4---5	
5. 나는 내게 주어진 직무를 수행할 자질과 능력이 있다.	1---2---3---4---5	
6. 현재 나의 상급자들의 많은 고려가 있는 것으로 생각한다.	1---2---3---4---5	
7. 나의 직무를 수행하는데 필요한 사무기기 등 각종 기자재들이 충분하다.	1---2---3---4---5	
8. 나는 나의 업무처리를 위해 필요한 기자재들을 전문적으로 다룰수 있다.	1---2---3---4---5	
9. 내가 담당하는 직무를 스스로 통제하면서 수행한다.	1---2---3---4---5	
10. 고객에게 서비스할 때에는 적절한 융통성을 발휘한다.	1---2---3---4---5	

질문내용	안그렇다	그렇다
	<--1--2--3--4--5-->	<--1--2--3--4--5-->
11. 고객에게 서비스하는 시간대나 요일 등을 잘 알고 있다.	1--2--3--4--5	1--2--3--4--5
12. 내가 직장에서 행하는 업무의 가치는 그 결과보다 하는 과정을 중시한다.	1--2--3--4--5	1--2--3--4--5
13. 내가 담당하고 있는 업무는 처리방법이 상사의 관찰에 의해 평가된다고 생각한다.	1--2--3--4--5	1--2--3--4--5
14. 고객이 요구하는 것과 장애인서비스 시설이 요구하는 것이 가끔 일치하지 않는다.	1--2--3--4--5	1--2--3--4--5
15. 고객을 위한 서비스를 위해 처리할 업무가 너무 많다.	1--2--3--4--5	1--2--3--4--5
16. 고객 서비스를 위해 각종 절차들이 번잡하다.	1--2--3--4--5	1--2--3--4--5
17. 고객 서비스 지침과 장애인서비스 시설의 운영지침이 일치하지 않는다고 생각한다.	1--2--3--4--5	1--2--3--4--5
18. 나는 상사로부터 장애인서비스 시설의 운영방침이나 목표등에 대해 자주 듣는다.	1--2--3--4--5	1--2--3--4--5
19. 나는 상사로부터 업무처리지침이나 방법 등에 대해 자주 듣는다.	1--2--3--4--5	1--2--3--4--5
20. 나는 직무성과의 평가방법에 관해 상사로부터 자주 듣는다.	1--2--3--4--5	1--2--3--4--5
21. 상사로부터 듣는 운영지침이나 업무처리, 직무성과 평가 방법 등은 도움이 된다.	1--2--3--4--5	1--2--3--4--5
22. 나는 내가 담당하고 있는 직무의 내용에 대해 완벽하게 이해하고 있다.	1--2--3--4--5	1--2--3--4--5
23. 직무에 대해 복지관 내외의 교육이 필요하다고 생각한다.	1--2--3--4--5	1--2--3--4--5
24. 나는 고객을 잘 이해하기 위해 교육이 필요하다고 생각한다.	1--2--3--4--5	1--2--3--4--5
25. 타부서의 직원들은 필요시 우리부서와 사전협의를 한다.	1--2--3--4--5	1--2--3--4--5
26. 장애인 복지관내 각종 정보를 잘 파악하고 있다.	1--2--3--4--5	1--2--3--4--5
27. 우리기관은 권한위임이 잘 되어 있다.	1--2--3--4--5	1--2--3--4--5

III. 종사자의 직무만족정도

다음은 복지시설내에 종사하는 종사자들의 직무만족에 관한 설문입니다. 해당란에 ○이나 √을 표시해 주십시오.

질문내용	안그렇다	그렇다
	<--1--2--3--4--5-->	<--1--2--3--4--5-->
1. 근무처의 정책과 방침이 시행되는 방법에 만족한다.	1--2--3--4--5	
2. 상사가 직원들을 관리하는 방법에 만족한다.	1--2--3--4--5	
3. 능력과 기술을 발휘할 수 있는 다양한 기회에 만족한다.	1--2--3--4--5	
4. 양심적으로 일할 수 있는 기회제공에 만족한다.	1--2--3--4--5	
5. 새롭고 독창적인 일을 할 수 있어 만족스럽다.	1--2--3--4--5	
6. 나의 능력을 활용할 수 있는 기회가 잘 주어지고 있어 만족스럽다.	1--2--3--4--5	
7. 스스로 독창성을 발휘하여 일할 수 있는 기회에 만족스럽다.	1--2--3--4--5	
8. 나의 직무는 안정적이어서 만족스럽다.	1--2--3--4--5	
9. 다른 사람에게 해야할 일을 지시할 기회에 대해 만족스럽다.	1--2--3--4--5	
10. 직무에서 느끼는 성취감이 만족스럽다.	1--2--3--4--5	
11. 업무에 시달려도 보람을 느끼는 것에 대해 만족한다.	1--2--3--4--5	
12. 수행하고 있는 일이 인정받고 있어 만족스럽다.	1--2--3--4--5	
13. 이 직무에서 승진할 기회가 있어 만족스럽다.	1--2--3--4--5	
14. 다른 직장과 비교해 보수는 만족스럽다.	1--2--3--4--5	
15. 나의 작업환경이 만족스럽다.	1--2--3--4--5	
16. 동료들과 서로 친근하게 지내는 것에 만족한다.	1--2--3--4--5	
17. 상사의 전문지식 및 업무능력에 만족한다.	1--2--3--4--5	
18. 직무수행시 새롭고 독창적인 일을 적용할 기회에 대하여 만족한다.	1--2--3--4--5	
19. 나의 직무나 지위가 만족스럽다.	1--2--3--4--5	
20. 직무수행에 따른 평가나 인정에 대해 만족한다.	1--2--3--4--5	

IV. 장애인서비스 시설의 관리수준 측정

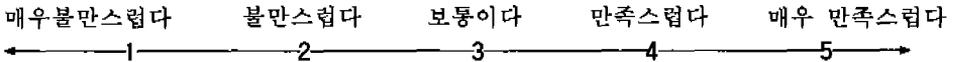
다음의 문항은 본 질문 중 가장 어려운 내용들입니다. 서비스시설의 관리수준을 측정하기 위한 질문인데, 귀하의 생각과 가장 근접한 해당란에 ○이나 √를 사용하여 표시해 주십시오.

질문내용	안그렇다	그렇다
	<--1--2--3--4--5-->	<--1--2--3--4--5-->
1. 우리 장애인서비스기관은 서비스, 협력기관정보, 비용 및 재무정보, 인사정보, 고객문의 및 불만정보 등에 대한 자료관리가 잘되고 있다.	1--2--3--4--5	
2. 고객에 대한 정보시스템(인터넷 등)이나 고객용 데이터베이스는 갖추어져 있다.	1--2--3--4--5	
3. 서비스 질을 개선하기 위해 각종자료, 교육수강, 세미나참석 등 다양한 정보원 을 통해 정보를 얻고 있다.	1--2--3--4--5	
4. 서비스의 질적 개선을 위해 타기관이나 타부서와 비교평가를 실시하고 있다.	1--2--3--4--5	
5. 우리 장애인서비스 시설은 고객의 상황을 이해하고, 문제의 중요도를 고려하여 항상 개선책 을 마련한다.	1--2--3--4--5	
6. 직원들의 질적 향상을 위한 교육이나 능력개발계획 을 추진하고 있다.	1--2--3--4--5	
7. 고객만족도 향상을 위해 점점담당자가 상사의 지시를 받지 않고 의사결정을 할 수 있는 융통성 이 있다.	1--2--3--4--5	
8. 고객만족을 향상시키기 위한 교육, 훈련 을 실시하고 있다.	1--2--3--4--5	
9. 고객만족을 측정, 평가, 분석할 수 있는 인력을 중요시하고 이런 인력의 양성을 도모하고 있다.	1--2--3--4--5	
10. 종사자 만족도 조사를 실시하고 있다.	1--2--3--4--5	
11. 서비스 질의 향상을 위해 업무계획 단계부터 고객만족이념 을 정립하고 있다.	1--2--3--4--5	
12. 점점에서 서비스의 질적 향상을 위해 부서내의 연구모임 활동 을 잘 하고 있다.	1--2--3--4--5	
13. 장애인서비스 시설내의 사업이나 운영을 평가, 개선하는 시스템이 잘 구축되어 있다.	1--2--3--4--5	
14. 서비스 제공 측면에서 장애인서비스기관내의 서비스 지침 을 마련하여 적용하고 있다.	1--2--3--4--5	
15. 서비스의 질 향상을 위하여 부서간 연구모임 활동 을 하고 있다.	1--2--3--4--5	
16. 사업계획 수립시 고객만족도 조사 결과나 서비스 관련 실무자의 의견 등이 잘 반영 되고 있다.	1--2--3--4--5	
17. 서비스의 질 향상 및 고객 측면에서 이 분야의 선두가 되기 위해 장·단기계획상의 전략 을 추진하고 있다.	1--2--3--4--5	

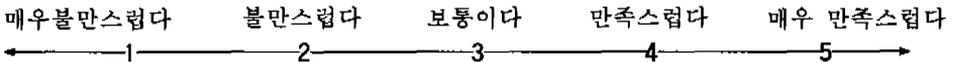
V. 내·외부 환경적인 요인에 대한 인식

다음은 장애인서비스 시설 내·외에 존재하는 각종 환경요소에 관한 질문입니다.
동의하시는 해당란에 ○이나 √을 표시해 주십시오.

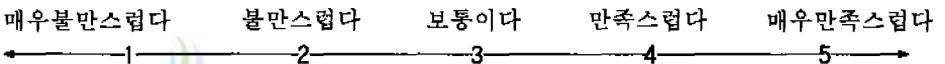
1. 정부의 장애인서비스 시설에 대한 예산지원에 대해 어떻게 생각하십니까?



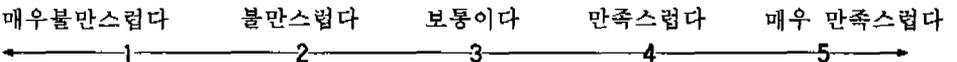
2. 정부의 장애인서비스 시설에 대한 시책에 대해서는 어떻게 생각하십니까?



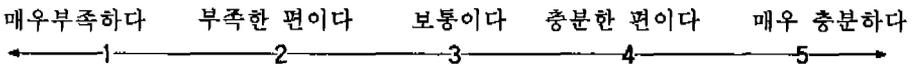
3. 정부의 장애인서비스 시설에 대한 법령에 대해서는 어떻게 생각하십니까?



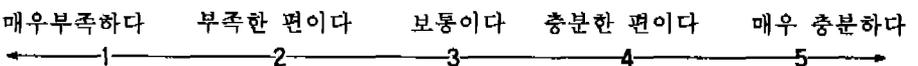
4. 정부의 장애인서비스 시설에 대한 지도·감독에 대해서는 어떻게 생각하십니까?



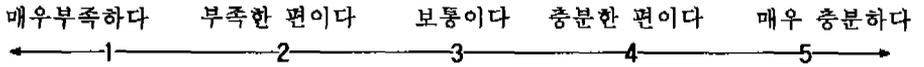
5. 귀 시설의 인건비를 부담하는 법정직원수는?



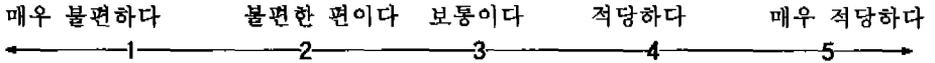
6. 귀 시설에서 부담하는 직원수는?



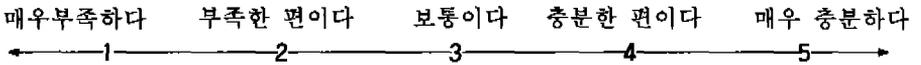
7. 현재의 총 직원수는?



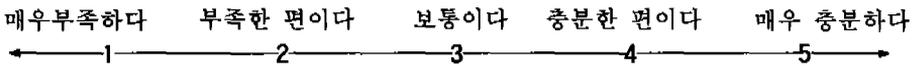
8. 귀 시설의 위치는 이용하시기에 어떻다고 생각하십니까?



9. 귀 시설의 주차장은 이용하시기에 충분히 확보되어 있다고 생각하십니까?



10. 귀 시설의 외관은 항상 청결하게 관리된다고 생각하십니까?



VI. 장애인서비스 시설에서 장애인을 위해 시정해야 할 사항 3가지만 적어주십시오

오

1.

2.

3.

-귀하와 더불어 귀 시설의 무궁한 발전을 기원합니다.-

C. 장애인서비스 시설 경영자에 대한 질문

I. 시설에 대한 일반적 현황

※ 다음은 귀시설에 대한 일반적인 현황에 관한 문항입니다. 문항별로 정확한 답을 해주시면 감사하겠습니다.

1. 귀 시설의 개관연도 (19____년도)
2. 귀 시설의 소재지역 (____광역시 또는____도)
3. 귀 시설과 도심과의 거리 (약____km)

※ 도심은 주변의 시가지의 중심이 되는 지역을 의미함.

4. 귀 시설의 운영주체는?
 ①()자치단체 직영 ②()위탁운영 ③()법인체
5. 귀시설의 수탁운영주체는?
 ①()사회복지법인 ②()재단법인 ③()사단법인
 ④()종교법인 ⑤()기타
6. 귀 시설의 형태는?
 ①()가형 ②()나형 ③()다형 ④()기타
7. 귀 시설의 예산은 다음의 기준에서 대략 어느 정도씩입니까?

① 자부담	%
② 정부보조	%
③ 후원금 등 기타	%
합 계	100 %

8. 귀 시설의 법정직원수 총 몇 명입니까? (명)
9. 귀시설의 현재 총 직원수는 몇 명입니까? (명)
10. 귀 시설의 규모는?
 (총 대지 평, 또는 m'
 (총 건평 평, 또는 m'
 (각종 기자재 만원 정도(장부가액 기준)

II. 경영자의 업무관련 사항

다음은 장애인서비스 시설에 관련된 업무를 수행하시면서 다음 문항별 주제에 대하여 어느정도에 동의하시는지 해당란에 ○이나 √을 표시해 주십시오.

질문내용	안그렇다	그렇다
	<---1---2---3---4---5-->	<---1---2---3---4---5-->
1. 고객의 욕구파악을 위해 수시·정기적으로 조사를 실시한다.	1---2---3---4---5	1---2---3---4---5
2. 조사한 자료는 경영에 적극 반영한다.	1---2---3---4---5	1---2---3---4---5
3. 직원들과 고객의 불만사항을 자주 협의한다.	1---2---3---4---5	1---2---3---4---5
4. 직원들로부터 고객에 대한 정보를 많이 얻는다.	1---2---3---4---5	1---2---3---4---5
5. 직원들과의 의사소통을 매우 심도있게 다룬다.	1---2---3---4---5	1---2---3---4---5
6. 실무담당자의 의견반영을 위해 거쳐야할 단계가 많다.	1---2---3---4---5	1---2---3---4---5
7. 비용절감이나 단기이익등과 비교하여 서비스질에 대한 투자비중은 매우 높다.	1---2---3---4---5	1---2---3---4---5
8. 서비스의 질 향상을 위한 공식적 논의가 자주 있다.	1---2---3---4---5	1---2---3---4---5
9. 고객에 대한 서비스의 질을 일정하게 유지하기 위한 지침 등을 엄격히 적용하고 있다.	1---2---3---4---5	1---2---3---4---5
10. 고객들은 서비스를 받고 만족할 만한 결과를 얻고 있다고 믿는다.	1---2---3---4---5	1---2---3---4---5
11. 서비스의 질을 향상시키고 미래의 경쟁에 대비하기 위하여 시설과 업종의 확장은 꼭 필요하다.	1---2---3---4---5	1---2---3---4---5
12. 시설의 서비스 이용활성화를 위해 홍보 등이 필요하다.	1---2---3---4---5	1---2---3---4---5
13. 종사자들에 대한 권한위임은 잘되고 있다.	1---2---3---4---5	1---2---3---4---5
14. 나는 과업지향적(업무중시)이기 보다는 관계지향적(인간관계중시)이다.	1---2---3---4---5	1---2---3---4---5

III. 장애인서비스 시설에서 장애인을 위해 시정해야할 사항 3가지만 적어주십시오.

- 1.
- 2.
- 3.

-귀하와 귀시설의 무궁한 발전을 기원합니다.-

감사의 글

3살 때 소아마비로 지체 장애인이된 아들을 한평생 지고지순한 사랑 하나로 이 사회에서 인간다운 몫을 하도록 성장시켜 주신 지금은 故人이 되신 어머니 영전에 머리 숙여 기쁜 마음으로 이 글을 올립니다.

7살 때 지팡이에 의지해 처음으로 두발로 서서 대문 밖 세상을 구경했고, 그후 성장하면서 나와 같은 장애인들을 위해 지팡이가 되어 고민을 함께 나눌 수 있는 일을 하여야겠다는 소박한 꿈을 간직했습니다. 이같은 생각이 씨앗이 되어 17년 전부터 장애인 복지사업을 시작하게 되었습니다.

이 복지사업 수행과정에 한 차원 더 높은 장애인서비스에 대한 욕구가 생기게 되었으며 이로 인한 연구의 필요성도 느끼게 되었습니다. 이러한 연구의 바탕이 되어 준 것에 대하여 모든 장애인분들께 감사드립니다.

이 연구 논문을 시작할 때 저는 망망한 학문의 大海위에서 일엽편주에 몸을 싣고 어느 방향으로 노를 저을지 모르는 순간, 그간 따뜻한 사랑과 지도와 격려로서 이끌어 주신 김형길 지도 교수님, 현학순 교수님, 고재건 교수님, 황용철 교수님, 또한 학문적 의미를 깨우쳐 주시고 많은 도움을 주신 제주대학교 경상대학 교수님, 산업정보대학 유제광 교수님, 나사렛대학교 김종인 교수님께 깊은 감사를 드립니다.

특히; 이 논문의 심사를 맡으셔서 세세한 부분 하나 하나 살펴주시고 지도해 주신 제주대학교 경상대학교 교수님이신 김범국 심사위원장님, 중앙대학교 사회복지대학원 교수님이신 김형식 부위원장님께 깊은 감사를 드립니다.

논문연구를 진행하는 동안 바쁜 업무중에도 끝까지 자신들의 일처럼 이해하고 도와주신 사회복지법인 춘강 전 직원 여러분께도 깊은 감사를 드립니다.

아울러 설문에 응해주시고 격려해주신 전국의 장애인복지시설의 시설장, 직원 모든 분들께도 깊은 감사를 드립니다.

끝으로 부족한 아빠를 이해해 주고 강인한 아빠로 용기를 북돋아 준 사랑하는 나의 가족과 이 기쁨을 함께 나누고자 합니다.

1999년 12월

연구자 이 동 한