

공공서비스의 이질성 정도에 따른 고객만족형성과정 차이에 관한 연구

김영구* · 김정환** · 하영철***

(요 약)

본 연구는 고객만족에 있어서 전통적인 기대불일치 패러다임이 상황에 따라 변할 수 있다는 연구에 근거하여 고려되어 질 수 있는 상황을 밝혀보고자 하는 생각에서 출발하였다. 서비스의 주요 특징중의 하나인 이질성을 주요 상황으로 채택한 본 연구는 대상에 있어서도 공공서비스의 경우로 특정시켜 논의를 진행시켰다. SERVQUAL이 공공서비스에서도 서비스 품질을 측정할 수 있는 측정척도로써 사용 가능하다는 연구를 근거로 SERVQUAL의 차원을 이용하여 공공서비스의 기대, 성과, 불일치, 만족에 대한 측정을 하여 전통적인 기대불일치 패러다임이 공공서비스에도 적용되는지를 고찰했고, 다 항목으로 이질성의 지각정도를 측정하여 이질성을 높게 느끼는 집단과 낮게 느끼는 집단간에 비교를 통하여 이질성이 고객만족형성과정에 영향을 미치는지를 검증해 보았다.

본 연구에서 이론적으로 검토되고 개발된 모형은 실증모형을 통해 각 구성개념들로 측정되어 제시한 가설을 검증하는 근거로 사용되었다. 이 과정에서 변수간 다수의 인과관계를 동시에 고려하고, 또 이를 잠재요인과 연관하여 해석하는데 유용하게 쓰여지는 LISREL(공변량구조분석) 모형에 의해 실증적으로 이론모형과 측정변수들이 검증되었다.

본 연구 결과 우리는 다음과 같은 점을 발견하였다. 첫째, 상황에 따라 고객만족형성과정이 다르다는 것을 발견하였다. 이는 전통적으로 고객만족형성과정이 기대불일치 패러다임에 따라 설명되어 온 것에 대하여 상황 요인이 선행변수로 고려되어야 할 필요가 있다는 것이다. 둘째, 이러한 상황요인으로 우리는 서비스의 주요 특징 중의 하나인 이질성을 선행변수로 고려하였는데 고객의 서비스 이질성 지각 정도에 따라 고객만족형성과정이 차이가 남을 발견하였다. 셋째, 우리는 공공서비스에도 이와 같은 고객만족형성과정이 적용될 수 있음을 발견하였다.

I. 서 론

1. 연구배경 및 목적

오늘날의 기업들은 그 어느 때 보다도 더 혹독한 경쟁에 직면해있다. 이러한 현실 속에서 살아남고자 기업들은 끊임없이 고객들의 needs와 wants를 만족시키기 위하여

* 인제대학교 경영학부 교수

** 동주대학 강사

*** 인제대학교 경영학과 박사과정

노력하고 있고, 이것이 마케터들의 주된 임무로 여겨지게 되었다. 즉 이것은 고객을 만족시킴으로써 만족한 고객들로부터 기업의 부가 창출될 수 있다는 논리에서 마케터들로부터 관심의 대상이 되어 온 것이다. 그에 반하여 공공서비스의 경우는 그 같은 경쟁의 물줄기와는 항상 비켜있었다. 그러나 1992년 문민정부의 출범이후 지방정부의 장까지 선거로 선출하는 지방자치제가 실시되고 국민의 관심과 기대가 높아지기 시작하면서 공공서비스에 대한 주민들의 혹독한 비판도 함께 시작되었다. 이에 정부는 1996년 이래로 국무조정실을 중심으로 하여 중앙행정기관의 공공서비스에 대한 고객으로서의 민원인을 대상으로 한 만족도 조사를 실시하고 있고(박중훈, 2000) 각 지방자치단체에서도 민원인들을 상대로 한 고객만족도 조사를 지속적으로 실시하는 등 지속적인 관심을 보이고 있다. 그러나 대부분의 조사들은 공공서비스를 서비스의 주요 특징을 가진 보편적인 개념을 가진 서비스로서 접근한 것이 아니라 공공서비스의 특수성에 지나치게 얽매인 결과 설문문의 내용 등이 대부분 비슷하고 연구과정 등도 유사하다. 그러나 기업들이 제공하는 서비스의 경우에는 서비스의 다양한 측면에 기초한 고객만족에 관한 연구들이 이루어지고 있다.(김중의 이희정, 2000) 이에 따라 보다 다양한 관점에서 공공서비스분야의 고객만족을 접근해야 할 필요성이 제기되고 있다. 따라서 본 연구는 공공서비스의 서비스로서의 특징에 착안하여 공공서비스의 대상인 주민들의 만족을 제고하는 데 고려되어야 하는 요인을 밝히고 이를 근거로 실무상에는 어떤 시사점을 줄 수 있는지를 밝히는데 그 목적이 있다.

2. 이론적 배경

고객만족에 관한 연구는 과정 중심적 접근과 결과 중심적 접근으로 분류해 볼 수 있다. 결과 중심적 접근은 인구 통계적 특성과 사회 심리적 특성에 입각하여 서비스의 성과만으로 만족 여부가 판단될 것이라는 관점이다. 이에 반해 과정 중심적 접근은 소비자가 개별거래에 대한 제품 및 서비스의 성과를 기대와 비교함으로써 만족 여부가 판단될 것이라는 관점이다.(김중의, 이희정, 2000) 과정 중심적 접근으로 고객만족을 설명하려는 상당수의 연구가 기대 불일치 패러다임을 채택하고 있다.

기대불일치 패러다임에서 만족형성의 선행변수는 예측적 기대(expectation), 지각된 성과(perceived performance), 불일치(disconfirmation)라 할 수 있다. Iacobucci 등(1996)은 기존의 연구결과를 비교검토 한 후, 대부분의 연구에서 검증된 명제를 다음과 같이 네 가지로 요약하였다. 첫째, 소비자들은 구매 전에 기대를 갖는다. 둘째, 소비자들은 구매 후에 구매와 관련된 지각을 갖는다. 셋째, 소비자들은 그들이 가졌던 기대와 지각을 비교하는 과정을 가진다. 넷째, 이러한 비교 결과는 품질 평가 또는 만족/불만족으로 나타난다는 것이다. 이와 같이 선행 연구들을 분석해 보면 기대, 성

과, 불일치가 만족형성의 선행변수임에 동의하고 있다.

그러나 선행변수들 중 기대나 성과가 각각 만족에 직접적인 영향을 미치는지, 혹은 그들간의 불일치를 통해 만족에 간접적인 영향을 미치는지에 대해서는 연구상황에 따라 상이한 결과를 보이고 있다.

우선 기대의 만족에 대한 직접 영향을 검토한 연구를 살펴보면 Oliver and Bearden(1983)은 기대의 만족에 대한 유의한 효과를 얻지 못했는데, 이는 구순이(1996, 1999), 광동성, 김규동(1997) 그리고 김광수, 광원일(1998)의 연구결과와 일치하는 것이다. 반면, 이유재(1997)는 제품과 서비스 양자 모두에서 기대의 만족에 대한 직접효과를 얻었는데, 서비스의 기대효과가 제품의 기대효과보다 더 높게 나타났다. 그는 서비스에서 기대의 만족에의 직·간접효과가 모두 유의하게 나타났고 특히, 제품에서보다 서비스에서 효과가 보다 크게 나타난 것을 서비스의 무형성, 애매모호성 및 동화이론으로 설명하고 있다.

지각된 성과의 경우는 만족에 유의하게 직접적인 영향을 미치는 것으로 검증된 연구에 운동화와 식당을 비교한 이유재(1997)의 연구와 PC와 속옷을 비교한 광동성, 김규동(1997), 여성정장 의류를 대상으로 한 예종석, 장경혜(1999), 그리고 서비스 애매모호성을 기준으로 은행서비스와 의료서비스를 구분한 구순이(1999)의 연구 등이 있다. 구순이(1999)에서는 서비스 모호성이 높은 의료서비스에서는 성과의 만족에 대한 직접효과가 유의하지 않게 나온 반면 모호성이 낮은 금융서비스의 경우에는 성과의 직접효과가 유의적으로 나타났다. 특히, 예종석, 장경혜(1999)의 연구는 만족을 속성만족, 정보만족, 전체만족으로 세분화·확장하여 연구하였는데 성과가 만족에 미치는 유의한 직접 영향은 속성만족과 전체만족에서만 나타났고 정보만족에는 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다.

광동성, 김규동(1997)의 연구에서 속옷의 경우 일치→만족의 경로가 양(+)의 유의한 효과를 갖는 것으로 나타났으나, PC에서는 이 경로가 유의하지 못한 것으로 나타났다. 의류제품을 대상으로 한 김광수, 광원일(1998)의 연구에서도 불일치의 직접효과가 비유의적인 것으로 나타났다. 반면, 이유재(1997)의 연구에서는 불일치의 만족에 대한 직접경로가 서비스와 제품 모두 유의하게 나타났으며 제품의 경우가 서비스의 경우보다 불일치의 직접효과가 더 큰 것으로 나타났다.

즉, 국내외 문헌을 종합적으로 고찰해 보면 각 변수들간의 효과에 대한 연구가 일치된 결과를 보이지 못하고 있는 것이다.

이상에서 본 바와 같이 선행연구들에서는 기대, 성과, 불일치가 만족에 미치는 영향에 대해 혼재된 결과가 존재한다. 이와 같이 서로 혼재된 연구결과들을 통합하기 위해 최근에는 상황을 고려한 상황적 기대-불일치 패러다임의 연구가 진행되고 있기도 하다. Yi(1993) 같은 학자는 기존의 전통적 모형이 제시했던 기대나 지각된 성과가 고

객만족에 미치는 효과가 존재하는가라는 질문(Is-Question)에서 언제 존재하는가라는 질문(When-question)으로 바뀌어야 한다고 주장한다. 이렇듯 조정변수들에 대한 연구들로 연구의 범위를 옮겨가야 한다는 주장도 제기되어지고 있는 것이다. 그리고 상황변수를 조절변수로 도입하여 조절상황에 따라 기대불일치 패러다임이 달라짐을 보이는 연구가 진행되었으며, 기존에 상반되었던 연구결과들을 설명할 수 있는 많은 가능성을 보여주고 있다(김중의, 이희정, 2000)

전통적인 기대 불일치 패러다임에서는 지각된 성과는 기대와의 불일치를 통해 만족에 영향을 미치는 것으로 파악하였으나, 전술한 바와 같이 최근에 이르러서는 많은 연구들이 지각된 성과가 직접적인 영향을 만족에 미칠 수 있다는 결론에 도달하고 있다. 그러나, 이러한 연구들은 상황에 따라 지나치게 가변적이어서, 고객만족 형성과정 이 모든 상황에서 동일하지 않게 나타난다는 것을 알 수 있다. 따라서, 고객만족형성 과정에 영향을 미치는 선행요인들을 파악하기 위해서는 상황요인에 관해서 연구해야 한다는 필요성이 거듭 제기되고 있다. 이에 따라 본 연구에서는 상황요인으로서 서비스의 주요특징 중의 하나인 이질성에 초점을 맞추어 주관적인 이질성이 고객들의 만족 형성과정에 어떻게 영향을 미치는지 알아보고자 한다.

서비스의 생산 및 인도 과정에는 여러 가지 가변적인 요소가 많기 때문에 한 고객에 대한 서비스가 다음 고객에 대한 서비스와 다를 가능성이 있다. 즉, 누가, 언제, 어디에서 서비스를 제공하느냐에 따라 그 질이 달라진다고 할 것이다.(Kotler, 2000) 서비스의 구매자가 이 이질성에 대하여 인식하고 있다면, 서비스 제공자를 찾기 전에 다른 구매자들과 의견을 공유하려는 경향이 있다고 한다.(Kotler, 2000) 따라서 경쟁상태의 기업에서는 이 서비스를 동질화, 규격화, 표준화하기 위하여 많은 노력을 기울인다고 한다.

서비스의 이질성은 주로 고객들의 경험에서 비롯되는 주관적인 판단에 의존할 가능성이 높다(이유재, 1997).

Latour 와 Peat는 기대 불일치 모형이 고객만족의 주 결정요인으로 제조업자나 확실히 규정되지 않은 원천으로부터 창출된 예측적 기대를 가정하고 있다는 점을 지적하면서, 기대는 이와 같은 원천 외에도 고객의 과거 경험, 유사한 제품에 대한 다른 고객의 경험 같은 원천에서도 유도될 수 있다고 지적했다. 그들의 이론적 토대였던 비교수준이론을 수정하여 제품에 대한 비교에 있어 3가지 기본적 결정요인들을 제시했다.

첫째, 유사한 제품들에 대한 고객들의 사전적 경험, 둘째, 제조업자의 광고나 소매상의 촉진 등에 의해 형성된 상황적 기대, 셋째, 준거집단으로 채택된 다른 고객들의 경험 등이다. 이 세 가지 기대에 대한 개념 중에서 기대-불일치 패러다임은 상황적 기대만을 비교기준으로 사용하고 있다는 것이다.

Latour 와 Peat는 비교수준이론을 검증하기 위한 연구에서 사전적 경험, 상황적 기대, 다른 고객들의 경험 등이 고객만족에 어떤 효과를 가지는가? 에 대한 연구결과, 상황적 기대의 효과가 적게 나타난 반면, 사전적 경험에 기초한 기대의 효과가 큰 것으로 나타났다. 이 연구결과 고객들은 그들의 개인적 경험과 다른 고객들의 경험에 대한 관련 정보를 갖는 경우, 상대적으로 제조업자에 의해 제공된 정보에 더 작은 가중치를 준다는 것을 알 수 있다.

성과이론은 구매 전에 형성되었던 기대 수준이나 공정성, 그리고 귀인 여부에 관계 없이 실제 제품의 성과 자체에 의해 고객만족이 결정된다는 이론이다. 따라서 고객이 제품의 성능이 형편없을 것이라는 기대를 하였다 하더라도 실제 제품의 성능이 형편없을 경우에는 불만족을 초래한다는 것이다. 이러한 경우에도 제품의 평가가 곤란한, 즉 애매모호성이 높은 경우에는 기대가 만족에 미치는 효과가 유의적이거나 애매모호성이 낮은 경우에는 인지된 제품성과가 만족에 미치는 효과가 보다 유의적이라고 한다.

이와 같이 고객이 서비스의 이질성을 크게 지각할수록 고객이 느끼는 위협성 및 평가에 있어서 어려움은 높아지게 된다. 따라서 본 연구에서는 이질성을 상황변수로 고려하여 연구를 진행하고자 한다.

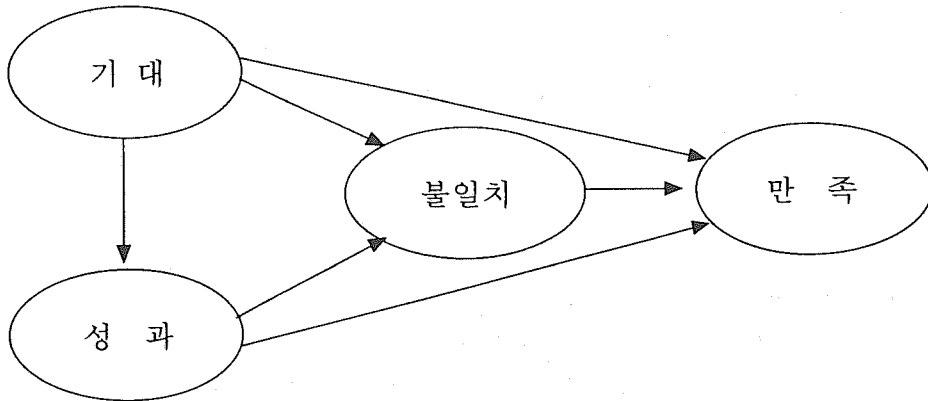
II. 연구모형 및 가설

전술한 기대 불일치 패러다임에 근거하여 볼 때, 고려대상이 되어질 주된 변수들은 크게 기대와 성과 그리고 기대와 성과간의 불일치여부 그리고 만족으로 나누어 볼 수 있다.(이유재, 2000) 본 연구에서는 전통적 기대 불일치 패러다임이 상황에 따라 변할 수 있다는 연구(Yi, 1993)에 근거하여 이질성을 그 상황요인으로 인식하여서 연구를 수행하고자 한다. 전술한 바와 같이 연구자에 따라 기대와 성과, 불일치, 만족에 이르는 경로가 다르게 나타나고 있기 때문이다. 따라서 본 연구는 방향성에 있어서는 기존의 연구들을 따르겠지만 경로에 있어서는 모든 가능성을 고려의 대상으로 삼았다. 즉, 기대가 성과와 불일치 그리고 만족에 직접적인 영향을 미칠 수 있다라는 가정과 성과 역시 불일치 및 만족에 직접적 영향을 미칠 수 있도록 모형을 설정하여 보았다.

모형의 분석을 통해 통계적으로 유의치 못한 항목에 대한 수정을 가하여 수정된 모형을 설정하고 이를 근거로 완성된 최종모형을 바탕으로 가설을 검증하여 결론을 도출하고자 한다.

최초의 고려대상이 되는 변수들의 이론모형은 <그림 1>과 같다.

〈그림 1〉 기대-불일치 패러다임에 근거한 이론 모형



본 연구는 전술한 이질성의 특성에 근거하여 다음의 연구가설들을 설정하여 보았다.

H1 : 이질성을 낮게 지각하는 집단의 경우, 지각된 성과는 만족에 직접적 영향을 미칠 것이다.

이질성을 낮게 지각한다는 것은 전술한 바와 같이 위험성과 평가에 있어서 애매모호성이 낮아진다는 것을 의미한다. 소비자가 제품 및 서비스에 대해 느끼는 애매모호함의 정도에 따라 고객만족 형성과정에 어떤 차이가 있는지에 대한 기존 연구결과에 의하면, 소비자들은 평가하기에 애매모호하다고 느낄수록 자신의 소비경험에 대한 확신이 더욱 커진다고 한다. 또한 서비스와 제품간의 고객만족 형성과정의 차이를 조사한 연구에 의하면 성과가 만족에 미치는 영향은 제품의 경우가 서비스보다 높은 것으로 나타났는데(이유재, 1997), 이는 소비자가 제품보다는 서비스에 대해 이질성의 정도를 더 높게 지각하고 있기 때문인 것으로 풀이할 수 있다.

이러한 현상은 가설검증이론에 의해 설명할 수도 있는데, 가설검증이론에 의하면 소비자들은 애매모호하지 않을 경우 소비경험의 해석에 있어 소비자가 갖고 있던 가설이나 개념보다는 경험 그 자체가 제공하는 자료가 더 중요한 역할을 하게 되며, 반대로 애매모호할 경우에는 자신의 경험보다는 가설이나 개념에 근거하게 된다고 한다(Hoch and Ha, 1986). 따라서 서비스의 이질성을 적게 지각하게 되면 서비스의 성과를 다른 요소가 아닌 자신의 경험에 비추어 보아서만 평가하게 되고 서비스의 성과에 대해 확신을 가지게 되기 때문에, 그들이 지각한 성과는 만족에 직접적인 영향을 미칠 수 있게 되는 것이다. 즉 자신의 서비스 이용경험의 해석에 있어서 평가의 어려움

이나 애매모호성 정도가 낮기 때문에 고객이 갖고 있던 가설이나 개념보다는 경험 그 자체가 제공하는 자료가 더 중요한 역할을 하게 될 것으로 생각된다. 이는 성과이론의 주장과 일치하는 것으로 이질성을 적게 지각하는 고객의 경우, 본 연구에서는 공공서비스를 제공받는 주민들의 경우, 지각된 성과는 만족에 직접적인 영향을 미칠 것으로 기대할 수 있다.

H2: 이질성을 높게 지각하는 집단의 경우 지각된 성과는 만족에 직접적인 영향을 미치지 않고 기대와의 비교과정을 거쳐 불일치를 통한 간접적인 영향을 미칠 것이다.

이에 대한 근거는 전술한 H1의 근거와 같다. 고객이 서비스의 이질성을 높게 지각하게 되면 서비스의 성과를 평가하기가 어렵다고 느끼게 되고 동시에 자신이 판단한 경험, 성과에 대해 확신을 가질 수 없기 때문에, 그들이 지각한 성과는 만족에 직접적인 영향을 미치지 못하고 기대와의 비교과정을 거쳐 만족에 간접적인 영향을 미칠 것으로 생각할 수 있다. 즉 가설검증이론에서 설명된 바와 마찬가지로 기대에 영향을 미치는 여러 가지 가설, 개념 및 주위의 평판, 이미 서비스를 경험한 고객들의 개인적인 의견 등등의 여러 가지 다른 요인들이 자신이 경험한 성과와의 비교과정을 거쳐서 만족에 영향을 미친다는 것이다. 따라서 이질성의 정도를 높게 지각하는 고객들의 경우, 지각된 성과는 만족에 직접적인 영향을 미치지 않고 기대와의 비교과정을 거쳐 불일치를 통한 간접적인 영향을 미칠 것으로 기대된다.

Ⅲ. 연구방법

1. 조사대상

1) 표본의 선정 및 조사방법.

실증 분석을 위한 모집단은 연구의 편의상 부산광역시와 경상남도에 거주하는 주민들을 대상으로 하였다. 경상남도의 경우는 1차 산업에 종사하는 인구가 전국평균에 비해 높아 공공서비스에 대하여 특히, 郡에 거주하는 주민일수록 다양한 서비스를 제공받지 못한 경우가 많으므로 市에 사는 주민들을 대상으로 하였다. 이런 이유로 경상남도의 주요한 市 중에서 김해시와 양산시에 사는 주민들을 조사대상으로 하였다.

보다 원활한 연구를 위하여 공공서비스를 다양하게 경험해 본 주민들, 그 중에서도 30세 이상의 남, 여 주민들을 상대로 편의표본추출법(convenience sampling)에 의한

대인면접방식으로 표본조사를 실시하였다.

본 연구를 위하여 특별히 훈련된 면접원 6명을 각각 양산시와 김해시, 부산광역시에 할당하여, 양산시에서 300부, 김해시에서 100부, 부산광역시에서 200부 등 총 600부의 설문지를 사용하여 면접 조사하였다. 조사기간은 2001년 9월 3일부터 2001년 9월 14일까지 총 12일이 소요되었다. 그러나 설문지 중 23부가 미회수되어 577부만이 회수되었고 회수된 설문지 중에서도 불성실하거나 무응답이 많은 설문을 제외하여 최종적으로 양산시에서 240부, 김해시에서 96부, 부산광역시에서 198부 등 총 535부가 채택되어 분석대상이 되었다.

2) 설문지의 구성

설문지의 구성은 많은 공공서비스 중에서 교통, 도로, 주차 서비스, 세무민원서비스, 주택, 건축 서비스, 토지, 지적서비스, 호적서비스 등 다섯 가지를 선정하여 조사 대상자 각각에게 다섯 가지 서비스에 대한 질문이 한 세트로 배포될 수 있도록 하였다. 공공서비스에 대한 분류에 있어서도 연구자들의 편의적인 분류가 많았고(권경득, 1997), 공공조직에서도 그 분류를 실제 서비스를 담당하고 있는 주요 부서별로 구분하고 있는 실정이다. 때문에 대부분의 공공서비스에 있어서의 고객만족에 관한 연구들은 공공서비스를 분류하지 않고 전반적인 만족도에 대해서만 여러 항목으로 조사하거나(김재홍, 조경호, 1995) 지방자치단체의 서비스와 중앙행정기관의 서비스에 대해서 구분하는 정도(박중훈, 2000)가 대부분이다. 그러나 주민들이 경험하는 공공서비스를 전반적인 만족도에 초점을 맞출 경우 서비스별로 이질성을 지각하는 정도가 다름에도 불구하고 전체 공공서비스에 대한 선입견으로 연구의 본질을 흐릴 위험이 있고, 또한 본 연구의 목적이 공공서비스 중 개별 서비스의 이질성 지각정도가 고객만족 형성과정에 어떤 영향을 미치는지를 실증해 보기 위한 것이므로 공공서비스의 분류가 필수적이었다. 따라서 우선은 공공서비스를 제공하는 행정기관의 분류를 중심으로 본 연구의 대상 서비스를 삼았다. 1996년 12월 2일에 발표된 서울특별시 강동구청의 구민만족도 조사에 따르면, 공공서비스를 세무민원, 주택·건축, 토지·지적, 청소·환경, 공원·녹지, 교통·도로·주차, 보건위생, 문화시설, 산업민원, 사회복지, 호적, 상/하수도, 기타 서비스로 분류하여 20세 이상 59세 이하의 성인 남녀 1,000명을 대상으로 설문조사를 한 결과, 그 중 교통, 도로, 주차 서비스를 경험한 주민들이 전체의 31.2%, 세무민원서비스가 30.7%, 주택, 건축서비스가 17.9%, 토지, 지적 서비스의 경우는 16.8%, 호적 서비스는 12.4%를 경험하여 가장 많이 경험한 공공서비스로 조사되었다. 그 이외에도 보건위생서비스가 6.5%, 상/하수도 5.7%, 청소, 환경서비스 5.1% 정도로 조사되었고, 나머지 서비스는 상당히 미미한 정도의 부분만을 차지하였다.

본 연구에서는 주민들이 경험해 본 서비스를 대상으로 하여야만 하므로 강동구청의

대상 서비스 중 상위 5가지 서비스를 설문대상 서비스로 선정하여 설문지를 구성하게 되었다. 그렇게 하여 되도록 응답자들이 가능한 한 다섯 가지 서비스 모두에 대하여 대답할 수 있도록 대상 서비스 선정에 이 부분을 고려하였다.

설문지는 우선 응답자들을 공공서비스 이용상황을 상기시키기 위한 질문으로 구체적인 서비스의 개념과 서비스의 실제 이용 여부에 대한 지각 여부를 평가하였고, 해당서비스에 대한 이질성에 대한 지각 정도와 기대, 성과, 불일치에 대해 다 항목으로 측정하였으며 질문형식은 다섯 가지 서비스 모두 동일한 형식으로 구성되었다. 그리고 성별과 연령을 최종적으로 작성하도록 하여 응답자들의 조사대상 적합 여부를 측정할 수 있도록 하였다.

2. 변수의 정의 및 측정

주요 변수들의 개념 및 측정항목을 보면, 우선 기대는 예측적 기대로서 ‘주민들의 공공서비스를 제공받을 때, 성과에 대한 예측정도’로 조작적으로 정의하고 속성별 기대와 전반적 기대로 나누어 측정하였다. 속성별 기대는 전술한 바와 같이 SERVQUAL에서 분류한 서비스의 5가지 품질차원, 즉 유형성, 신뢰성, 반응성, 확산성, 공감성에 시간 및 금전적 비용의 적절성을 더하여 여섯 항목으로 구성하였다. 각 항목은 단 항목으로 측정하였으며, 7점 Likert 척도가 이용되었는데, “매우 좋지 않을 것이다 (1)”에서 “매우 좋을 것이다 (7)”에 이르고 있다.

성과는 지각된 성과를 의미한다. 지각된 성과는 ‘공공서비스를 제공받는 주민들이 주관적으로 지각하고 있는 서비스에 대한 평가’로 조작적으로 정의하였다. 측정을 위하여 지각된 성과도 기대와 마찬가지로 SERVQUAL에서 분류한 서비스의 5가지 품질차원(유형성, 신뢰성, 반응성, 확산성, 공감성)에 덧붙여 비용을 고려하여 속성별 성과를 우선 측정하였다. 물론 예측적 기대와 같이 전반적인 지각된 성과도 측정하였다. 측정은 7점 Likert 척도를 응답항목으로 이용하여 “매우 좋지 않았다 (1)”에서 “매우 좋았다 (7)”에 이르고 있다.

기대-성과 및 불일치에 대해서는 최근 많은 연구에서 지각된 불일치를 측정하기 위해 “기대보다 더 나은”, 또는 “기대보다 훨씬 나쁜”등의 측정도구를 사용하고 있다(김종의, 이희정, 2000). 따라서 본 연구에서도 지각된 불일치를 주민들이 제품 및 서비스 이용 후에 느끼는 “지각된 성과와 서비스를 제공받기 전에 공공서비스에 대해 가지고 있는 기대와의 일치정도”로 정의하고 각 개별 속성(유형성, 신뢰성, 반응성, 확산성, 공감성, 비용)에 대한 불일치를 단 항목으로 측정하고, 전반적 차원의 불일치를 1문항으로 측정하였다. 불일치 측정을 위하여 “예상보다 훨씬 좋지 않았다 (1)”에서 “예상보다 훨씬 좋았다 (7)”까지 이르는 7점 Likert 척도를 사용하였다.

주민들의 만족은 '주민들이 공공서비스 중 특정 서비스를 제공받으면서 서비스를 제공받기 전에 가지고 있었던 예측적 기대와 서비스를 제공받고 난 후 지각된 성과와의 차이에 대한 주민들의 평가'로 정의하고 이를 측정하였다. 만족도의 측정은 속성별 만족도와 전반적 만족도를 함께 측정하거나 전반적 만족도를 단일 혹은 다 항목으로 측정하는 방법을 사용할 수 있다. 국내의 대부분의 연구들은 고객만족을 복수의 측정 항목으로 측정하고 있다. 측정 항목들은 주로 전반적 만족도를 묻거나 속성별 만족도를 묻는 복수의 Likert척도이다.

본 연구에서는 전반적인 만족도를 단일 항목으로 측정하고자 한다. '공공서비스에 대한 제공받은 결과 전반적으로 흡족하였느냐'라는 질문에 "전혀 그렇지 않다 (1)"에서 "매우 그렇다 (7)"에 이르는 7점 Likert 척도가 사용되었다.

서비스의 이질성을 측정하기 위하여 본 연구에서는 공공 서비스의 이질성에 대해 주민들이 지각하는 심리적인 면에 초점을 맞추어 '주민들이 제공되어 지는 서비스에 대해 사람, 시간, 장소 등의 상황적 요인에 의거하여 다르게 제공되어 질 수 있다고 생각하는 주관적인 정도'로 조작적으로 정의하고 이를 측정하였다.

측정척도는 서비스가 달라질 수 있는 상황에 대해 언급한 여러 연구들에 근거하여 (이유재, 2001; Kotler 2000) 주민들의 지위, 나이, 외모에 대한 차이에 따라, 그리고 시간 및 순서에 따라, 담당 공무원에 따라, 마지막으로 공공서비스를 제공하는 행정기관의 종류에 따라 서비스가 다르게 제공되어 질 수 있다고 생각한다' 라는 4가지 항목을 질문문항으로 하여 "전혀 그렇지 않다 (1)"에서 "매우 그렇다 (7)"에 이르는 7점 척도를 사용하였다.

인구통계학적 분석에는 설문문항의 비중을 별로 두지 않았고, 다만, 여러 가지 공공 서비스를 비교적 많이 제공받았을 것으로 생각되는 30대 이상을 조사대상으로 삼기 위해 나이를 조사했고, 남녀 성별에 대한 기초적인 조사 정도만을 측정할 수 있도록 구성하였다.

IV. 분석 및 분석결과의 논의

1. 기초통계 분석 및 분석결과의 논의

분석된 자료는 교통·도로·주차서비스 508부, 세무민원서비스 457부, 주택·건축서비스 428부, 토지·지적서비스 388부, 호적서비스 508부로서 총 2289부이다. 이는 강동구청에서 실시한 조사와 비교해 볼 때, 다른 서비스를 배제하고 다섯 가지 서비스만을 비교했을 때 서비스를 제공받은 빈도순으로 볼 때 호적서비스를 제외하고는 일

치한다고 볼 수 있다. 강동구청의 조사에는 호적서비스의 빈도가 현저히 적었는데, 이번 조사에서는 교통·도로·주차 서비스와 동일한 응답률을 보임으로써 주민들에게 가장 밀접한 서비스 중의 하나라는 결과가 나왔다. 이는 강동구청의 조사에서는 문항의 질문자체가 구청에서 받은 서비스라는 구절이 들어감으로써 하급 및 상급 공공기관에서 제공해 주는 서비스에 대하여 주민들이 고려하지 않았기 때문이라 사료된다.

변수들의 문항 작성은 전술한 바와 같이 SERVQUAL의 척도에 따른 5가지 차원에 비용이라는 한가지 항목을 첨부하여 6가지 항목을 설정하여 세부속성별 측정항목으로 삼았다. 설문지의 신뢰성을 파악하기 위하여 이질성의 4항목, 속성별 기대와 속성별 성과, 속성별 불일치에 해당하는 6항목을 각각 신뢰도 측정을 해본 결과 교통·도로·주차 서비스의 경우 각 개념 또는 이론변수의 신뢰도는 이질성의 경우, 0.8481 기대 0.8897, 성과 0.9148, 불일치 0.9111 등을 보였다. 또한 세무민원 서비스의 경우에는 이질성 0.9596, 기대 0.9053, 성과 0.9070, 불일치 0.9180 등의 신뢰도를 보여 분석에 적합함을 보였다. 주택·건축 서비스는 이질성의 신뢰도 계수인 cronbach's alpha 수치가 0.9082, 기대의 경우는 0.8998, 성과의 경우는 0.8982, 불일치는 0.9139를 나타내고 있다. 토지·지적 서비스의 경우 신뢰도는 이질성의 경우, 0.9735의 높은 치수를 보였고, 기대와 성과의 경우는 각각 0.9240과 0.9234, 불일치를 묻는 항목의 α 는 0.9269를 보여서 높은 신뢰도를 보였다. 결국치가 예상보다 적었던 호적 서비스의 경우는 신뢰도에 있어서 이질성의 경우는 0.9304 기대에 대한 설문문항들은 0.9035, 성과는 0.9224, 불일치에 대해서는 0.9264를 보임으로써 높은 신뢰도를 보였다. 또한 전체 서비스를 통합하여 분석해 본 결과 이질성의 경우는 신뢰도분석에서 α 값이 0.8809, 기대의 경우는 0.9033, 성과와 불일치의 α 값은 각각 0.9139와 0.9192를 나타냄으로써 전체적으로도 측정개념에 대해 분석에 적합한 상당히 높은 신뢰도를 보이고 있어 그대로 분석에 사용하였다. 이상의 신뢰도 분석 결과를 표로 나타내면 다음과 같다.

〈표 1〉 신뢰도 분석 결과(Cronbach's α)

측정개념(문항수)	교통·도로·주차 서비스	세무민원 서비스	주택·건축 서비스	토지·지적 서비스	호적 서비스
이 질 성 (4)	0.8481	0.9596	0.9028	0.9735	0.9304
기 대(6)	0.8897	0.9053	0.8998	0.9240	0.9035
지각된 성과(6)	0.9148	0.9070	0.8982	0.9234	0.9224
지각된 불일치(6)	0.9111	0.9180	0.9139	0.9269	0.9264

공공서비스의 지각된 이질성을 측정하기 위해 4항목으로 질문한 결과 신뢰도가 비교적 높게 나왔기 때문에 지각된 이질성은 4항목의 평균값을 채택하였다. 전체 공공서비스에 대한 설문지 2,289부에 대한 공공서비스 이질성 평균값을 중심으로 이질성을 높게 지각하는 집단(이하 고이질성 집단)과 이질성을 낮게 지각하는(이하 저이질성 집단)으로 분류하였다. 분류를 위하여 전체 공공서비스의 이질성에 해당하는 값의 평균과 각각의 공공 서비스의 이질성에 해당하는 값의 평균과 각 서비스에 해당하는 저이질성 집단의 수와 고이질성 집단의 숫자는 다음 <표 2>와 같다.

<표 2> 이질성에 따른 집단의 분류

	교통·도로·주차 서비스	세무민원 서비스	주택·건축 서비스	토지·지적 서비스	호적 서비스	공공서비스 전체
평균 값	4.06	4.21	4.13	4.05	3.80	4.04
고이질성 집단의 수	267	263	220	214	247	1,211
저이질성 집단의 수	241	194	208	174	261	1,078
전 체	508	457	428	388	508	2,289

공공 서비스 전체의 이질성에 대한 평균은 4.05로 7점 척도인 점을 감안할 때 전체적으로 이질성을 조금 높게 지각하는 것으로 나타났다. 고이질성 집단의 전체 수는 1,211부이고 저이질성 집단의 수는 1,078부로 전체 2,289부에서 각각 53%와 47%를 차지하였다.

2. 가설의 검증

전통적인 기대 불일치이론에 입각하여서는 기대와 성과는 불일치 과정을 통해서만 만족에 영향을 미친다라는 결론에 도달한다. 그러나 본 연구에서는 전술한 바와 같이 이질성이라는 상황에 따라 다른 결과를 나타낼 것이라는 가설을 도출하였다. 이질성을 낮게 지각할 경우 성과가 직접적으로 만족에 영향을 미칠 수 있을 것으로 본 것이다. 이에 모형의 적합도를 평가하기 위하여 LISREL모형을 사용하였다.

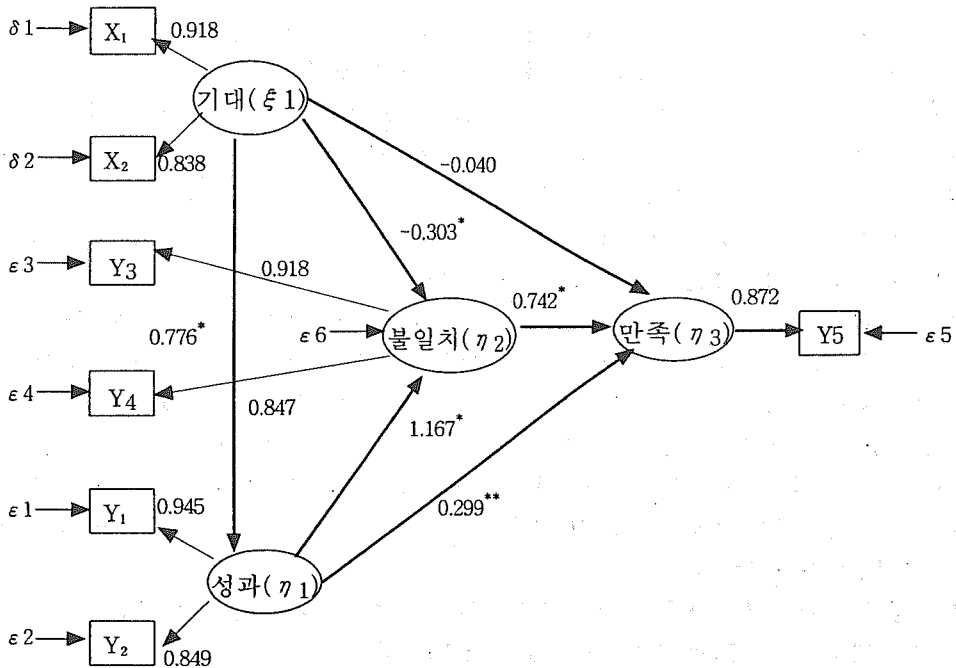
LISREL(Linear Structural Relations) 모형은 공변량구조분석을 일컫는 말로써 공변량 구조모형을 처음으로 발표하고 또 최초의 컴퓨터 분석프로그램인 LISREL을 만든 Jöreskog와 Sörbom에 의해서 사용된 것이다. 소프트웨어의 이름과 동일시하는 것은 문제가 있지만 그렇게 많이 사용하고 있다. 이 모형은 측정심리학에서 많이 활용되어 온 확인적 요인분석과 계량경제학에서 많이 활용되어 온 구조방정식 모형을 하나의

모형으로 통합한 것으로 다수의 인과관계를 동시에 고려하고, 또 이를 잠재요인과 연관하여 해석한다는 점에서 가장 포괄적인 분석 방법이라고 할 수 있다. 본 연구에서는 AMOS 4.0을 이용하여 분석을 하였다.

1) 저이질성 집단

먼저 이질성을 낮게 지각하는 집단을 대상으로 ML법에 의해 모형을 추정해 보았다. 카이사승치가 168.038, (df. 9, $P=0.0$)이며, GFI는 0.952, AGFI는 0.851 그리고 RMR은 0.030으로 측정되었다. 따라서, 모형의 부합도는 좋은 것으로 나타났다.

<그림 2> 저이질성 집단에 대한 LISREL 모형분석의 결과



* : P값이 $\alpha = 0.05$ 수준에서 유의적임

** : P값이 $\alpha = 0.1$ 수준에서 유의적임

$$\chi^2 = 168.038 \text{ (df. 9, } P = 0.000), GFI = 0.952, AGFI = 0.851, RMR = 0.030$$

<그림 2>는 저이질성 집단의 주민만족 형성과정을 보여주는 경로도형으로서 이 경로도형에는 설정한 변수간의 인과관계에 대한 경로계수들이 이론변수 및 측정변수에 대해 제시되어 있다. 여기의 경로계수는 표준화된 계수로 나타나 있다. 기대에서 성과

에 이르는 경로와 기대에서 불일치에 이르는 경로의 경우는 P값이 각각 0.00으로 $\alpha = 0.05$ 수준에서 판단했을 때 통계적 유의성을 가지는 것으로 판명되어지지만, 예측적 기대에서 주관적 만족으로 연결되어 지는 경로는 P값이 0.514라는 큰 값으로 분석되어 $\alpha = 0.05$ 수준에서 귀무가설이 채택되어지고, 통계적으로는 유의하지 못한 결과라는 결론에 도달하게 된다. 따라서 기대에서 만족에 이르는 경로계수를 그대로 사용할 수가 없는 것이다.

지각된 성과의 경우를 살펴보면, 지각된 성과는 불일치와 만족에 직접적인 영향을 주는 두 가지 경로를 가지고 있다. 이번에는 먼저 두 경로의 P값을 살펴보면, 각각 0.00과 0.086임을 알 수 있다. 성과에서 불일치로의 경로는 $\alpha = 0.05$ 수준에서 유의한 것으로 인정되어 지지만 성과에서 만족에 이르는 경로는 동일한 수준에서는 귀무가설이 채택되어 통계적으로 유의하지 않은 것으로 받아들여진다. 그러나 이 수치 역시 상당히 낮은 수치로 $\alpha = 0.1$ 수준에서는 당연히 통계적 유의성을 보장받게된다. 따라서 이 경로에 대한 통계적 유의성을 확보하기 위한 모형의 수정이 필요하다고 할 것이다. 성과에서 불일치와 만족으로 가는 경로의 경로계수는 이 모형에서 각각 1.167과 0.299를 기록하여 모두 양(+의) 방향성을 가지는 것으로 나타났다. 예측적 기대와 지각된 성과의 비교과정인 불일치의 경우는 만족에 이르는 경로만이 β 값을 가지고 있다. 이 경로의 P값은 0.00으로 $\alpha = 0.05$ 수준에서 유의하며, 경로계수도 0.742로 만족과 양(+의) 방향성을 가진다는 것을 알 수 있었다.

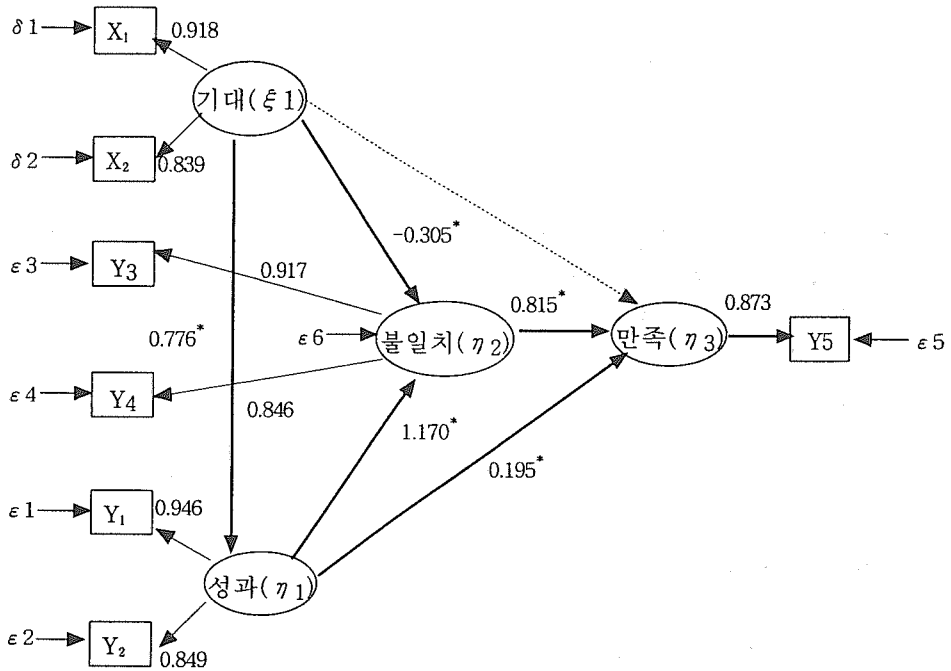
이 모형을 그대로 사용할 경우, $\alpha = 0.05$ 수준에서는 성과가 만족에 이르는 경로의 경우 유의하지 못한 것으로 나타나기 때문에 저이질성 집단의 경우에도 고객만족에 이르는 경로는 기대와 성과의 비교과정인 불일치를 거쳐서 만족이 형성된다는 전통적 기대-불일치 패러다임이 지지된다. 즉, H1이 기각되는 것이다. 그러나 $\alpha = 0.1$ 의 수준에서는 H1이 채택되어 지각된 성과가 만족에 직접적인 영향을 미치는 것으로 결론이 나고, 이질성이 공공서비스의 경우 고객만족형성과정에 영향을 주는 상황이 되는 선행변수로서 인정된다.

다중상관치(SMC)의 경우도 전반적인 만족의 경우 0.761을 타냄으로써 이 모형이 전반적인 만족의 76.1%를 설명하고 있는 것으로 판단된다.

2) 저이질성 집단모형의 수정

저이질성 집단의 경우 기대에서 만족에 이르는 경로는 완전히 유의하지 못했으나 성과에서 만족에 이르는 경로의 경우는 유의수준에 따라 통계적 유의정도가 달라졌다. 따라서 본 연구는 이론적 근거에 의하여 도출된 가설모형을 수정된 모형으로서 규정하고 분석을 실시하였다.

(그림 3) 수정된 저이질성 집단에 대한 LISREL 모형분석의 결과



* : P값이 $\alpha = 0.05$ 수준에서 유의적임

$\chi^2 = 168.437$ (df. 10, P = 0.000), GFI = 0.952, AGFI = 0.866, RMR = 0.030

수정된 모형의 경우는 카이제곱치가 168.437, 자유도는 10 그리고 P값이 0.000으로 $\alpha = 0.05$ 에서도 유의한 것으로 결과값이 나왔다. 모형의 적합성을 평가하는 RMR은 0.030, GFI 0.952, AGFI 0.866으로 AGFI가 다른 수치에 비해 다소 낮게 나왔지만 대체로 상당히 좋은 수치를 기록하고 있어 모형 자체는 상당히 적합한 것으로 판명되었다. 특히, 지각된 성과에서 만족으로 이르는 경로의 경우 수정된 저이질성 모형에서는 P값이 0.01로 $\alpha = 0.05$ 수준에서도 유의한 것으로 나타났다. 경로계수는 0.195로 양(+)의 방향성을 가지며 직접적으로 영향을 미치는 것으로 판명났다. 따라서 이 모형을 그대로 사용할 경우, 성과도 직접적으로 만족에 영향을 미친다라는 가설을 채택하는 것으로 이질성이라는 서비스의 특징 역시 만족에 직접적인 영향을 주는 선행변수로서 작용할 수 있다라는 것을 확인해 준 결과이다.

다중상관치(SMC)의 경우도 전반적인 만족의 경우 0.762를 나타냄으로써 이 모형이 전반적인 만족의 76.2%를 설명하고 있는 것으로 판단된다.

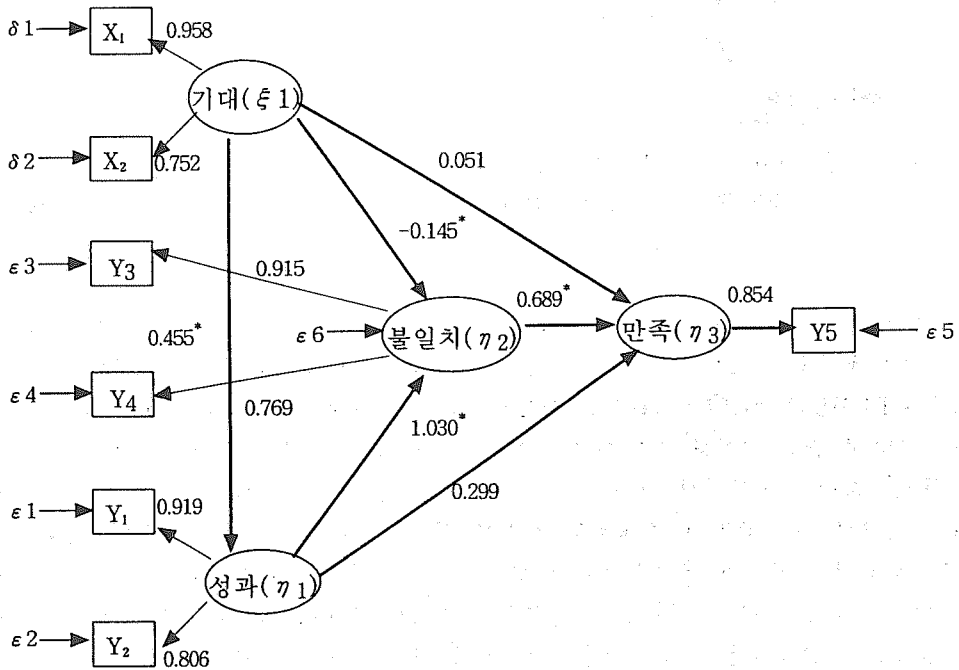
3) 고이질성 집단

고이질성 집단의 경우 이론모형에 입각하여 저이질성 집단과 동일한 모형을 적용시켜보았다. 고이질성 집단의 분석모형에서는 카이자승치가 210.594, 자유도 9, P값이 0.00으로 유의한 결과임이 밝혀졌고, RMR은 0.036, GFI는 0.949, AGFI 0.841로 모형은 적합한 것으로 판단되어졌다.

예측적 기대가 지각된 성과에 이르는 경로의 경우 P값이 0.00으로 $\alpha = 0.05$ 의 수준에서 유의한 것으로 판명되었고, 경로계수는 0.455로 양(+)의 방향성을 가지고 있었다. 이것은 저이질성과 유사한 결과로서 기대에서 성과에 이르는 경로는 이질성과는 크게 연관이 없는 것으로 판단된다.

예측적 기대가 불일치에 영향을 미친다는 경로는 P값이 0.00으로 역시 $\alpha = 0.05$ 의 수준에서 유의하다고 할 것이다. 그리고 경로계수는 -0.145로 음(-)의 방향성을 가지고 있어 기대와 불일치의 상호 반비례 사실을 확인할 수 있다.

<그림 4> 고이질성 집단에 대한 LISREL 모형분석의 결과



* : P값이 $\alpha = 0.05$ 수준에서 유의적임

$\chi^2 = 210.594$ (df. 9, P = 0.000), GFI = 0.949, AGFI = 0.841, RMR = 0.036

저이질성 집단에서는 예측적 기대가 만족에 직접적인 영향을 미치지 못한 것으로 나타난 것과 마찬가지로 고이질성 집단에서도 P값이 0.268을 기록해 $\alpha = 0.05$ 수준에서 귀무가설이 채택된다는 사실이 확인되었다. 또한 예측적 기대에서 만족에 이르는 경로계수도 0.051로 낮게 나왔다. 즉, 기대에서 만족에 이르는 경로의 경우는 유의하지 못한 것으로 판명난 것이다.

예측적 기대로부터 직접 영향을 받은 지각적 성과의 경우 먼저, 불일치에 이르는 경로의 P값이 0.00으로 유의한 결과를 나타냈고, 경로계수의 경우도 1.030으로 높은 수치를 기록했다. 이것은 양(+)의 방향성을 나타내는 성과와 불일치간의 경로가 밀접한 관련성을 가지고 있다는 것을 나타내는 것이다.

지각된 성과와 만족간의 경로를 살펴보면, P값이 0.267로 상당히 높게 나타난 것을 알 수 있다. 이것은 $\alpha = 0.05$ 수준을 훨씬 뛰어넘는 것으로 유의하지 않은 결과라는 것을 나타내는 것이다. 성과에서 만족에 이르는 경로의 경로계수가 0.299를 나타내고는 있지만 P값에 의해 유의하지 않은 것으로 판명났기 때문에 경로에 대해 의미를 부여하기는 힘들게 되었다.

예측적 기대와 지각된 성과에 직접적 영향을 받은 불일치의 경우는 만족에 이르는 경로의 P값이 0.007로 기준인 $\alpha = 0.05$ 보다 훨씬 낮게 나타나 통계적으로 유의한 것으로 판단되어진다. 더욱이 경로계수가 0.689로 양(+)의 방향성을 가지며 상당히 높은 수치를 가지고 있으므로 해서 불일치와 만족이 직접적이고 밀접한 관계를 가지고 있다는 것을 설명해주고 있다. 다중상관치(SMC)의 경우도 전반적 만족의 수치가 0.730으로 나타나서 73%의 설명력을 가지는 것으로 나타났다.

4) 고이질성 집단모형의 수정

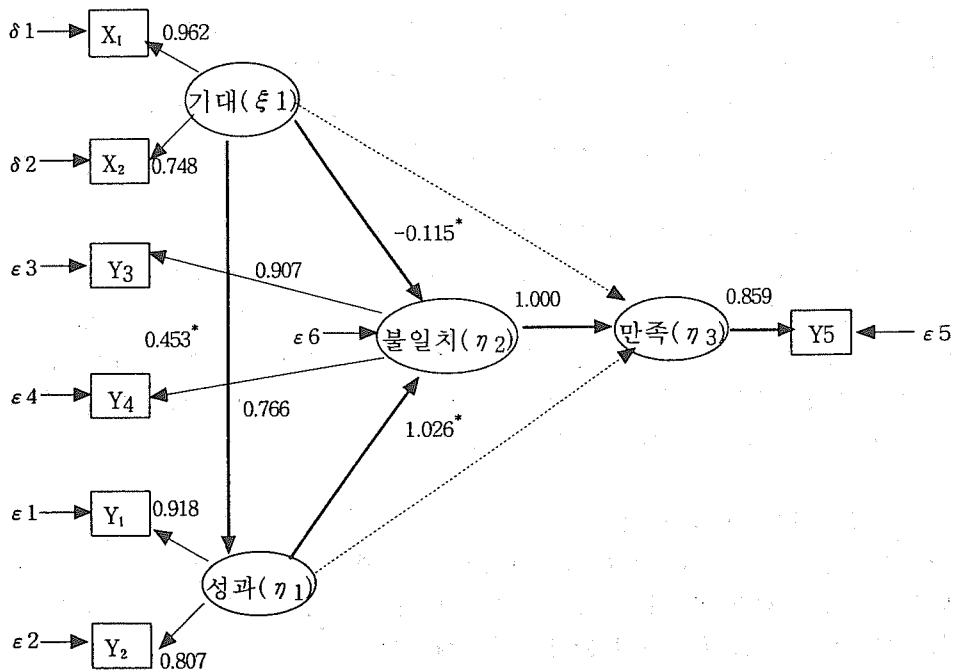
고이질성 집단의 모형을 살펴보면, 예측적 기대에서 만족에 이르는 경로와 지각된 성과가 만족에 직접적 영향을 미친다는 경로의 경우 P값이 통계적으로 유의하지 않게 나왔으므로 이 경로를 제거하여 모형을 수정해 보았다.

이에 대한 근거는 이질성이 높을 경우 고객들의 애매모호함이 늘어나 고객들의 만족형성 과정이 전통적인 기대-불일치 패러다임을 따를 것이라는 가설모형 도출의 논리이다. 수정된 고이질성 모형의 경우 카이제곱치가 228.428, 자유도 11, P값이 0.00으로 나타났다. sample size가 1,211인 점을 감안하면 카이제곱치는 상당히 좋게 나타난 것으로 볼 수 있다. 또한 GFI의 수치가 0.946, AGFI가 0.863, RMR이 0.039로 나타나 모형의 부합도는 좋은 것으로 나타났다.

변수간의 관계에 대한 가설을 검증하기 위해 경로계수 및 유의도를 조사해 보았다. 우선 예측적 기대는 지각된 성과와 불일치에만 각각 영향을 미치고 만족과는 직접적인 경로설정이 되어 있지 않다(점선으로 표시). 기대가 지각된 성과에 이르는 연결을

살펴보면, P값은 0.00으로 $\alpha = 0.05$ 수준에서 유의한 것으로 판명났고, 경로계수도 0.453으로 양(+)의 방향을 가지는 것으로 결과가 나왔다. 이에 반해 예측적 기대에서 불일치에 이르는 경로의 경우는 다른 집단에서와 마찬가지로 통계적으로는 유의한 것으로 판명났으나, 음(-)의 방향성을 가지는 - 0.115의 경로계수를 나타냄으로써 기대와 불일치는 반비례관계를 알 수 있다. 이것은 다른 모든 경우에서도 마찬가지로 일반화해도 무리는 없을 것이라고 사료된다.

〈그림 5〉 수정된 고이질성 집단에 대한 LISREL 모형분석의 결과



* : P값이 $\alpha = 0.05$ 수준에서 유의적임

$\chi^2 = 228.428$ (df. 11, P = 0.000), GFI = 0.946, AGFI = 0.863, RMR = 0.039

기대로부터 직접 영향을 받은 지각된 성과가 불일치에 영향을 준다는 경로는 P값이 0.00으로 통계적으로 유의하며, 경로계수도 1.026으로 양(+)의 부호와 함께 상당히 높은 수치를 나타내는 것을 알 수 있다.

예측적 기대와 지각된 성과로부터 직접적인 영향을 받은 불일치의 경우 주관적 만족에 이르는 유일한 경로로 현 모형에서는 설정되어 있는데, P값도 0.00으로 통계적으로 유의하며, 경로계수의 경우도 1.00으로서 양(+)의 방향성을 가지는 것으로 밝혀졌

다. 다중상관치(SMC)의 경우도 전반적 만족의 수치가 0.737로 나타나서 73.7%의 설명력을 가지는 것으로 보여진다.

이질성을 높게 지각하고 있는 집단을 전체적으로 분석해 보면, 이 집단의 경우 기대와 지각된 성과는 만족에 직접적인 영향을 미치기보다는 기대와 성과간의 지각된 불일치를 통해 만족에 간접적인 영향을 미치는 것이다. 따라서 이질성을 높게 지각하는 경우, 만족의 대부분은 기대와 성과간의 비교과정인 불일치를 통해 형성된다. 이로써 고이질성의 경우 지각된 성과는 만족에 직접적인 영향을 미치지 않고 기대와의 비교를 통한 간접적인 영향을 미칠 것이라는 H2의 가설은 지지되었다.

V. 결 론

1. 연구 결과의 논의 및 전략적 시사점

1) 연구결과의 요약 및 논의

본 연구는 고객만족에 있어서 전통적인 기대불일치 패러다임이 상황에 따라 변할 수 있다라는 연구에 근거하여 고려될 수 있는 상황을 밝혀보고자 하는 생각에서 출발하였다. 서비스의 주요 특징중의 하나인 이질성을 주요 상황으로 채택한 본 연구는 대상에 있어서도 공공서비스의 경우로 특정시켜 논의를 진행시켰다. SERVQUAL이 공공서비스에서도 서비스품질을 측정할 수 있는 측정척도로써 사용 가능하다는 연구를 근거로 SERVQUAL의 차원을 이용하여 공공서비스의 기대, 성과, 불일치, 만족에 대한 측정을 하여 전통적인 기대불일치 패러다임이 공공서비스에도 적용되는지를 고찰했고, 다 항목으로 이질성의 지각정도를 측정하여 이질성을 높게 느끼는 집단과 낮게 느끼는 집단 간에 비교를 통하여 이질성이 고객만족형성과정에 영향을 미치는지를 검증해 보았다.

이러한 연구내용을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 공공서비스를 SERVQUAL의 다 차원 속성으로 조사하여 기대불일치 패러다임에 적용되는 예측적 기대와 지각된 성과, 불일치, 그리고 만족의 정도를 설문문을 통하여 측정하였다. 이를 통하여 공공서비스의 경우도 일반서비스와 동일하게 기대불일치 패러다임이 적용될 수 있음을 고찰하였다.

둘째, 기대불일치 패러다임이 상황에 따라 변경되어 질 수 있다는 사실을 주지하고, 영향을 미칠 수 있는 상황에 이질성을 포함시켜 주관적인 이질성의 정도를 다 항목으로 측정하였으며, 이질성의 지각정도를 기준으로 주민들을 분류하였다.

셋째, 본 연구에서 이론적으로 검토되고 개발된 모형은 실증모형을 통해 각 구성개

념들로 측정되어 제시한 가설을 검증하는 근거로 사용되었다. 이 과정에서 변수간 다수의 인과관계를 동시에 고려하고, 또 이를 잠재요인과 연관하여 해석하는데 유용하게 쓰여지는 LISREL(공변량구조분석) 모형에 의해 실증적으로 이론모형과 측정변수들이 검증되었다.

본 연구 결과 우리는 다음과 같은 점을 발견하였다. 첫째, 상황에 따라 고객만족형성과정의 다르다는 것을 발견하였다. 이는 전통적으로 고객만족형성과정의 기대불일치 패러다임에 따라 설명되어 온 것에 대하여 상황 요인이 선행변수로 고려되어야 할 필요가 있다는 것이다.

둘째, 이러한 상황요인으로 우리는 서비스의 주요 특징 중의 하나인 이질성을 선행변수로 고려하였는데 고객의 서비스 이질성 지각 정도에 따라 고객만족형성과정의 차이가 남을 발견하였다.

셋째, 우리는 공공서비스에도 이와 같은 고객만족형성과정의 적용될 수 있음을 발견하였다.

2) 실무적 시사점

문민정부에 이어 국민의 정부 출범과 함께 1995년 7월 지방자치제도가 전면적으로 시행되면서 공공기관은 전례 없이 주민의 다양한 수요에 직면하게 되었고, 주민의 공공서비스에 대한 욕구는 날로 고급화 다양화되어지고 있다. 특히 민영화 및 규제완화의 급진적 움직임은 공공기관의 경쟁력을 제고시키지 않으면 공공기관도 도태되어 질 수 있다는 새로운 행정환경의 변화로까지 이어지고 있다. 따라서 공공기관은 경쟁력을 제고하는 방안으로 시장경제원리를 도입하고 주민들의 만족을 향상시키는 여러 가지 방안을 강구하고 있다. 따라서 본 연구에서 논의되어진 구체적 개념과 검증된 결과들은 주민들의 공공서비스에 대한 만족형성과정을 구체화시킴으로써 공공서비스 관리자의 관리지침 및 전략수립에 도움을 줄 수 있을 것으로 기대된다.

본 연구에서 발견된 점과 시사점을 요약하면, 첫째 주민들은 이질성을 적게 느낄수록 제공받은 서비스의 성과에 대해서 높은 신뢰성을 보인다. 반면에, 이질성을 많이 느끼는 주민일수록 제 3 자의 서비스에 대한 구전, 공공서비스 기관의 유형적 분위기, 환경, 편견 등의 서비스를 제공받기 전의 선입견과 구체적으로 제공받은 서비스와의 비교과정을 거쳐게 되어 공공기관이 이러한 선입견을 불식시키기 위하여 또 다른 노력을 기울여야 한다는 것이다. 따라서 주민들의 이질성을 적게 느끼도록 한다면 현재 제공하고 있는 서비스에 대한 질적 개선만으로도 주민들의 만족을 이끌어 낼 수 있게 되는 것이다.

둘째, 주민들의 공공서비스에 대한 인식이 SERVQUAL에서 제기된 것과 같이 기대와 성과 그리고 이것에 대한 비교·분석의 과정에 있어 추상적인 것으로 국한된 것이

아니라 상당히 구체적인 것을 알 수 있었다. 즉, 공공서비스에 대한 전반적인 개념을 파악하는데 있어서 여러 가지 차원(유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성, 비용의 적절성)을 모두 고려하고 있는 것이다. 따라서 공공서비스의 관리자들도 공공서비스를 제공할 때, 이러한 차원을 고려할 수 있는 분석적 사고가 필요하다는 것을 보여준다 할 것이다.

셋째, 주민들의 공공서비스에 대한 만족은 예측적 기대를 갖게되는 과정과 실제로 서비스를 제공받고 난 후의 지각된 성과 그리고 이에 대한 주관적 비교 분석과정인 불일치 과정을 거쳐서 만족의 정도를 결정한다라고 하는 일반적인 기대불일치 패러다임이 공공서비스에도 동일하게 적용된다는 것을 인식하고 고객만족을 이끌어 내기 위한 지침을 마련하는데 참고할 수 있을 것이다.

서비스는 이질적일 수밖에 없다. 그러나 그 정도를 낮게 할 수는 있을 것이다. 이상의 연구결과를 토대로 공공서비스 관리자의 교육지침을 제시해보면,

첫째, 공공서비스제공자들은 주민들이 이질성을 적게 지각할 수 있도록 표준화된 서비스를 제공해야한다.

둘째, 서비스의 질을 향상시키기 위해서는 공공서비스의 경우에도 서비스 속성의 다차원적인 면을 모두 고려해야 한다.

셋째, 주민들이 서비스에 대해 만족을 느끼는 과정을 이해함으로써 예측적 기대와 지각된 성과 그리고 그에 대한 비교 분석과정 각각에 대한 질적 향상 대책을 마련해야한다.

2. 연구의 한계 및 앞으로의 연구방향

전통적 기대불일치 패러다임은 여러 가지 상황적 제약을 가진다는 점은 많은 학자들로부터 지적되어왔다. 그 중 이질성이라는 한 가지 상황에 초점을 맞추어 연구하였으나, 상황은 다양하게 있을 수 있을 것이다. 이에 대한 연구가 계속 이루어져야 할 것이다.

본 연구는 다음과 같은 한계점을 지닌다.

첫째, 본 연구에서 정의한 이질성은 상당히 주관적인 개념으로 이질성을 느끼는 상황 즉 사람, 시간, 장소라는 본 연구에서 언급한 큰 특징 이외에도 개인에 따라 많은 차이가 있다 할 것이다. 특히 본 연구에서는 이질성에 대한 기존 연구가 미비하여 이에 대한 근거가 다소 약한 점이 한계로 지적되고 있다. 따라서 서비스의 주요특징 중의 하나인 이질성에 대한 구체적 연구가 이루어져야 할 것이다.

둘째, 본 연구에서는 기대와 성과, 불일치 등은 모두 SERVQUAL에 근거한 복수항목으로 측정하였으나, 만족에 대해서는 단 항목으로만 측정하였다. 단 항목 측정의 본

질적인 한계에 대해서는 많은 연구에서 지적하고 있는 바 주민만족에 대해서도 복수 항목의 측정이 필요할 것으로 본다.

셋째, 본 연구에서 조사 대상으로 삼은 공공서비스는 공공기관에서 주민에게 제공하는 많은 서비스들 중 일부분에 지나지 않는다. 뿐만 아니라 분류도 공공기관의 편의적 분류를 그대로 빌려왔으므로 공공서비스를 제공받는 주민들의 입장에서 지각하는 공공서비스의 분류와는 차이가 많을 수 있다. 실례로 서비스의 빈도에 있어서 강동구청의 경우는 호적서비스가 낮게 조사되었으나, 실제 설문에서는 상당히 많은 주민들이 경험한 것으로 나타나 인위적으로 공공서비스를 분류한 조사들마다 차이가 남을 알 수 있었다. 때문에, 조사된 공공서비스가 공공서비스 전반을 대표하기에는 다소 무리가 있을 수 있고 분류자체의 타당성도 확보하기 힘들다는 지적도 가능하다. 따라서 앞으로의 연구에는 전체 공공서비스를 대표하는 분류와 서비스 항목의 선정에 대한 연구가 이루어질 필요가 있다.

넷째, 본 연구의 설문대상으로 삼은 주민들은 부산, 경남 일원에 해당하는 주민들에 한정되었고, 설문문항의 서비스를 비교적 많이 경험했을 30대 이상으로 범위를 축소 한 결과 인구통계학적 대표성 면에서 한계를 지닌다고 할 것이다. 따라서 지역과 대상을 국한시키지 않는 연구가 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

- 강기두, "서비스품질의 구성요인과 고객만족에 관한 연구", 중앙대학교 대학원 경영학과 박사학위논문.
- 강동구청 (1996), 주민만족도 조사, 서울시 강동구청, 12월.
- 경상남도 (2001), 경상남도 홈페이지(<http://www.provin.kyongnam.kr>). 8. 30.
- 고재건, 김형길 (1995), "제주지역 호텔 이용객의 지각된 서비스 질에 관한 연구", 사회발전연구, 제주대학교 지역사회발전연구소, 11월 : 9-31.
- 곽동성, 김규동 (1997), "소비자만족 형성과정에 영향을 미치는 상황변수에 관한 연구 -고관여시 제품평가 용이성의 개념을 중심으로-", 마케팅연구, 12(1) : 163-206.
- 구순이 (1996), "의료서비스에 대한 소비자 만족에 관한 연구", 마케팅연구, 11(2) : 67-90.
- 권경득 (1997), "지방정부의 행정서비스에 대한 지역주민의 평가에 관한 연구 - 아산시를 중심으로 -", 정책연구, 한국정책과학학회, 321-339.
- 김계수 (2001), AMOS 구조방정식 모형분석, SPSS 아카데미, 343-344.
- 김광수, 곽원일 (1998), "소비자만족 형성과정에 대한 감정 반응의 역할", 한국마케팅

- 저널, 1(1) : 14-61.
- 김재홍, 조경호 (1995), "지방행정 행정서비스에 대한 시민의 의식과 평가 - 울산시를 중심으로 -", 한국행정연구, 한국행정학회, 133-154.
- 김중의, 이희정 (2000), "서비스의 무형성 정도에 따른 고객만족 형성과정 차이에 관한 연구", 고객만족경영연구, 한국고객만족경영학회, 2(1) : 1-18
- 박명호, 조형지 (1999), "고객만족개념의 재정립", 한국마케팅저널, 1(4) : 125-150
- 박중훈 (2000), "중앙행정기관의 민원행정 서비스 현황 및 개선방향", 한국행정연구, 한국행정학회, 553-568.
- 예종석, 장경혜 (1999), "소비자 만족 결정 요인 등의 상대적 영향력에 관한 연구 - Spreng, Mackenzie와 Olshavsky 모델의 직접효과검증을 중심으로", 소비자학연구, 10(4) : 75-91.
- 이유재 (1995), "고객만족의 정의 및 측정에 관한 연구", 경영논집, 29(1,2): 145-168.
- 이유재 (1997), "고객만족형성과정의 제품과 서비스간 차이에 대한 연구", 소비자학연구, 8(1) : 101-108.
- 이유재 (2001), 서비스마케팅 제2판, 학현사, 5, 23-33.
- 이유재, 이준엽 (1998), "서비스 품질에 관한 종합적 고찰 : 개념 및 측정을 중심으로", 경영논집, 서울대학교, 249-283.
- 이학식, 김영, 정주훈 (1999), "실용적/쾌락적 쇼핑가치와 쇼핑만족 : 구조모델의 개발과 검증", 경영학연구, 28(2) : 505-538.
- 조광행, 박봉규 (1999), "점포충성도에 대한 전환장벽과 고객만족의 영향력에 관한 실증적 연구", 경영학연구, 28(1) : 127-149.
- 허정욱, 김정희 (2000), "SERVQUAL을 이용한 행정서비스의 품질 측정", 마케팅관리연구, 한국마케팅관리학회, 5(2) : 51-78.
- Babakus, E., G. W. Boller (1996), "An Empirical Assessment of the SERVQUAL Scale", *Journal of Business Research*, 24 : 253-268.
- Babakus, E., G. W. Mangold (1992), "Adapting the SERVQUAL Scale to Hospital Services : An Empirical Investigation", *Health Service Research*, 26(6) : 767-786.
- Baker, J. A., C. W. Lamb jr. (1993), "Measuring Architectural Design Service Quality", *Journal of Professional Services Marketing*, 10:1, 89-106.
- Bitner, M. J. (1990), "Evaluating Service Encounters : The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses", *Journal of Marketing*, 54(4) : 69-82.
- Bowers, M. R., Swan, J. E. and W. F. Koehler, " What Attributes Determine

- Quality and Satisfaction with Health Care Delivery?", *Health Care Management Review*, 19:4, 49-55.
- Brown, T. J., Churchill, G. A., J. P. Peter (1993), "Research Note : Improving the Measurement of Service Quality", *Journal of Retailing*, 69(1) : 126-139
- Brown, S. W., T. A. Swartz (1989), "A Gap Analysis of Professional Service Quality", *Journal of Marketing*, 53(4) : 92-98.
- Granroos C. (1982a), "An Applied Service Marketing Theory", *European Journal of Marketing*, 16:7, 36.
- Headley, D. E., S. J. Miller (1993), "Measuring Service Quality and It's Relationship to Future Consumer Behavior", *Journal of Health Care Marketing*, 13(4) : 32-41.
- Hoch, Stephen J. and Y. Ha, "Consumer Learning: Advertising and the Ambiguity of Product Experience," *Journal of Consumer Research*, 1986, 13(September) : 221-233.
- Lam, K. (1995), "Measuring Service Quality : An Empirical Analysis in Hong Kong", *International Journal of Management*, 12(2).
- Mangold, W. G., E. Babakus (1991), "Service Quality : The Front-Stage Vs. The Back-Stage Perspective", *Journal of Service Marketing*, 5:4, Fall, 59-70.
- McAlexander J. H., Kaldenberg D. O., H. F. Koenig (1982), "Service Quality Measurement", *Journal of Health Care Marketing*, 5(Fall) : 59-70.
- Oliver, Richard L. (1981), "Measurement and Evaluation of Satisfaction Process in Retail Setting", *Journal of Retailing*, 57(Fall) : 25-48.
- Parasuraman A., Berry L. L. and V. A. Zeithaml (1985), "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, 49(Fall) : 41-50.
- Parasuraman A., Berry L. L. and V. A. Zeithaml (1988), "SERVQUAL : A Multi-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of the Service Quality", *Journal of Retailing*, 64(1) : 12-40.
- Parasuraman A., Berry L. L., V. A. Zeithaml (1994), "Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality : Implications for Further Research", *Journal of Marketing*, 58 : 111-124.
- Peter, P. J., G. A. Churchill Jr., T. J. Brown, "Caution in the use of difference scores in consumer research", *Journal of Consumer Research*, 1993, 19 : 655-662.

- Philip Kotler (2000), *Marketing Management* 10th ed, P-H 34.
- Reidenbach. E. R., B. Sandifer-Smallwood, "Exploring perception of hospital operations by a modified SERVQUAL approach", *Journal of Health Care Marketing*, 1990, 10(4) : 47-55.
- Richard, M. D., A. W. Allaway (1993), "Service quality Attributes and Choice Behavior", *Journal of Service Marketing*, 7:1, 59-68.
- Walbridge, S. W., L. M. Delene (1993), "Measuring physician attitudes of service quality", *Journal of Health Care Marketing*, 13(1) : 7-15.
- Westbrook, Robert A. (1980), "A Rating Scale for Measuring Product/Service Satisfaction", *Journal of Marketing*, 44(Fall) : 68-72.
- Woodside, A., L. Frey, R. Daly (1989), "Linking service quality, customer satisfaction", *Journal of Health Care Marketing*, 9 : 5-17.
- Yi, Youjae (1993), "The Determinants of Consumer Satisfaction : The Moderating role of Ambiguity", *Advances in Consumer Research*, 20 : 502-506.
- Zeithaml V. A., Berry L. L., A. Parasuraman (1996), "The Behavioral Consequences of Service Quality", *Journal of Marketing*, 60 : 31-46.

〈Abstract〉

A Study of the Moderating Role of Heterogeneity in the Process of Customer Satisfaction Formation on Public Services

Kim, Young Ku* · Kim, Kyoung Hwan** · Ha, Young Chul***

Many customer satisfaction studies have accepted the confirmation/disconfirmation paradigm, but the findings as the antecedents of consumer satisfaction are mixed. So rather than asking whether or not there is a direct effect of a certain variable on satisfaction, it is necessary asking when does a certain variable have a direct effect on satisfaction.

According to this result, we assume that the situation has a direct effect on satisfaction.

So this study has investigated the moderating role of perceived heterogeneity as a unit of situation, in the process of customer satisfaction formation, especially on public service.

We have found such thing as follows. 1) situation has an effect on customer satisfaction. 2) perceived heterogeneity of the customers, as a situation variable, lets the process of their satisfaction formation differ. 3) through these studies, the confirmation/disconfirmation paradigm are able to extend on public services.

* Professor, Inje University, Kimhae, Korea, 621-749

** Instructor, Dongju College, Busan, Korea, 604-715

*** Doctoral Student, Inje University, Kimhae, Korea, 621-749