

보건소 이미지 척도 개발

이인영¹ · 김은미² · 배상수^{3,4}

¹강북구 보건소, ²구리시 보건소, 한림대학교 의과대학 ³한림사회의학연구소, ⁴사회학교실

Development of Public Health Center Image Scale

In Young Lee¹, Eun Mi Kim², Sang Soo Bae^{3,4}

¹Gangbuk-Gu Community Health Center, Seoul; ²Guri Health Center, Guri; ³Hallym Health Services Research Center, Hallym University College of Medicine, Seoul; ⁴Department of Social and Preventive Medicine, Hallym University College of Medicine, Chuncheon, Korea

Background: This study was aim to identify the specific words and to develop the scale for the public health center (PHC) image.

Methods: We collected 824 words from the previous studies and by open questions and reduced them by 77 words, then which were rated properly by 355 citizens of Seoul. We examined explanatory factor analysis for 69 words, and examined content validity test and confirmatory factor analysis (CFA) for the image structures (4 factors and 16 words). And then we developed the image questionnaire using them through council. We conducted a survey and retested the PHC image scales as the measuring tool targeting 2,000 persons, and compared the inexperience and experience persons for PHC usage.

Results: The image structures were consisted of 4 factors and 16 words such as ‘trustworthiness’ (warm, exemplary, faithful, service-mindedness, beneficial to health), ‘fairness’ (honesty, clear, consistent, ruled), ‘development possibility’ (changing, goal-directed, developmental, propulsive), and ‘flexibility’ (not authoritative, not perfunctory, not rigid) in total. Cronbach’s α values of all factors were above 0.7. As a result of CFA, model fit indexes yielded satisfactory results (root mean square error of approximation [RMSEA] 0.049, goodness of fit index [GFI] 0.937, and adjusted goodness of fit index [AGFI] 0.912). According to the result of retest for measuring tool by using other samples, Cronbach’s α values were above 0.8, and model fit indexes yielded satisfactory results (RMSEA 0.059, GFI 0.952, AGFI 0.933). RMSEAs of the inexperience and the experiences were each 0.59, 0.68.

Conclusion: A reliable, valid, and generalizable scale was created for PHC image.

Keywords: PHC image; Image scale; Image construct; Image characteristic word

서론

Belt와 Paolillo (1982)는 기업 이미지는 잠재고객의 상품선택과 이익창출을 촉진시키고, 인재영입을 통한 조직효율을 높이는데 영향을 미친다고 하였다. 1980년대 이후 많은 기업은 경쟁력을 위해 기업의 성과에 중요한 이미지(image)를 강화하고 발전시켰다(Winters, 1986). 1990년대 이후 환경, 노동, 인권, 윤리경영, 사회공헌 등에 대한 관심과 인터넷을 통한 확산은 기업 이미지의 중요성을 더욱 부각시켰다(Ha, 1999). 최근에 세계 국가들은 국가 간 자유무역과 시장의 동질화에 따라 시장경쟁력을 위한 국가정책 및 이미지의 중요성을 자각하였다(Keith/Kim, 2009). 우리나라 정부 역시 공

공서비스 품질의 차별화에 더하여 기업의 이미지 마케팅 전략을 도입하고 있으며, 이것은 정부정책, 서비스, 시스템 등으로 확산되고 있다(Im과 Gang, 1998; O 등, 2003; Park, 2004).

정부기관의 이미지 측정에 대한 필요성이 제기되면서, 정부기관의 이미지 구성요소와 척도개발을 위한 연구가 우리나라에서도 진행되고 있다(Cho, 2004; Park, 2004; Kim 등, 2006; Choe 등, 2007; Shin 등, 2008). 그러나 우리나라에서 기업 이미지 연구는 매우 다양하고 활발하나, 정부와 공공기관 이미지 척도에 대한 국내 연구는 수편에 불과하고(Kim 등, 2006; Oh 등, 2003), 보건소 이미지 척도에 관한 연구는 찾아 볼 수 없다.

Kim 등(2006)은 “기관별 각기 다른 기능을 가진 독립적인 조직은

Correspondence to: Sang Soo Bae

Hallym Health Services Research Center, Hallym University College of Medicine, 7 Beodeunaru-ro 7-gil, Yeongdeungpo-gu, Seoul 150-901, Korea
Tel: +82-2-2639-5128, Fax: +82-2-2634-2757, E-mail: ssbae@hallym.ac.kr

Received: September 25, 2013 / Accepted after revision: November 5, 2013

© Korean Academy of Health Policy and Management

저마다 다른 이미지를 형성하고 있을 것이기 때문에 특정 기관에 맞는 이미지 척도를 개발하여야 한다.”고 하였다. 보건소는 고유한 특성의 서비스를 제공하며 타 기관과 차별화된 이미지를 갖고 있으므로 정부기관이나 타 조직과 다른 보건소 이미지 척도가 필요하다.

타당하고 신뢰성 있는 보건소 이미지 척도는 보건소와 지역보건 정책에 대한 만족도와 성과를 객관적으로 평가하기 위한 도구가 될 수 있으며, 보건소 이미지에 영향을 미치는 요인들을 규명하여 이미지 개선 전략을 마련하는 용도로 사용할 수 있다. 이미지 평가는 대중과의 의사소통이라는 목적으로 시작되므로 평가의 내용 및 항목이 기관의 고유한 이미지를 함축하여야 명목타당도가 높다(Kim 등, 2006). 따라서 본 연구는 보건소의 이미지를 구성하는 특성용어들을 규명하고, 보건소 이미지 구성요소를 판별하며, 타당하고 신뢰성 있는 이미지 척도를 개발하는 것을 목적으로 수행되었다.

방 법

1. 이미지 척도 개발을 위한 이론적 틀

1) 이미지 특성용어

한 조직의 구성과 업무, 제품 등은 다른 조직과 구별되므로 조직 특성에 따라 이미지를 나타내는 용어도 다르다(Yoo, 1994; Aaker, 1997; Davis와 Chun, 2002; Kwon, 2006). 조직의 이미지에 적절한 특성용어를 ‘이미지 특성용어(image characteristic words)’라고 하는데, 일반 형용사와 의인화한 이미지 용어를 사용할 수 있다(Lee, 2005). 의인화를 이용한 이미지 측정은 응답자에게 인간의 개성이나 성격특징과 관련된 은유로 묻고 응답하게 하는 것으로 널리 활용된다(Aaker, 1997; Davies 등, 2001; Davies와 Chun, 2002). 이미지를 기술하는 형용사 또는 용어는 사전(dictionary)이나 고객의 연상반응을 통해 목록화(pool)되고, 이러한 목록은 탐색적 연구방법을 통해 차별화된 이미지 특성용어들로 축약된다.

2) 이미지 구성요소

특정 조직 또는 기관의 이미지 특성용어들 속에 내재하는 이미지 구조(structure)와 이미지 요인(factor)은 실험적 탐색방법과 이론적 결정방법을 통해 확인할 수 있다(Lee, 2005). 이미지 특성용어들은 탐색적 요인분석을 통해 유사한 요소를 가진 각각의 요인으로 분류된다. 선행연구와 전문가 자문을 통해 각 요인에 속한 항목들이 공통적으로 내포하는 의미를 요인의 이름으로 명명하게 된다. 이렇게 확인된 요인과 요인의 항목을 이미지 구성요소(image constructs)라고 한다(Park, 2004; Kim 등, 2006; Shin 등, 2008).

3) 이미지 척도

이미지 척도(image scales)는 이미지를 측정하고 평가하는 기준이다. 그런데 척도의 구성요소가 너무 많으면 중복 가능성과 시간

비용이 높고 불성실한 답변을 초래하며, 너무 적으면 충실한 측정이 안 될 수 있어 선행연구를 참고하여 적절한 항목 수를 결정하여야 한다. 따라서 이미지 구성요소에서 유도된 이미지 측정모형 중 적합도를 만족하고 간명도가 가장 높은 모형의 구성요소가 이미지 척도가 될 수 있다(Cho, 2004; Park 등, 2006).

2. 이미지 연구 사례

기술발달이 제품의 차별화 효과를 감소시킴에 따라 기업들은 이미지나 감성적 특징을 통해 소비자의 구매행동을 유도하는데 관심을 가지게 되었고, 사람특성(personality)을 반영한 이미지를 측정하는 연구가 발전되었다. Aaker (1997)는 이 분야의 초기연구가로 CNN, Hilton, Kmart, Diet Coke 등과 같은 브랜드의 이미지 특성을 연구하였다. Davies와 Chun (2002)은 사람특성의 지표를 사용하여 기업의 브랜드를 연구하였다. Yoo (1994)는 Han (1992)의 선행연구와 대학생을 통해 수집·압축된 기업 이미지 특성용어를 이용하여 5대그룹의 이미지를 측정하였다. 또한 Yoo (1995)는 Yoo (1994)의 연구에서의 기업 이미지 특성용어를 이용하여 모형을 개발하고 그룹이미지 다중비교를 실시하였다.

정부기관의 국내의 이미지 연구는 많지 않지만 기관과 대중 간의 관계를 규정하고, 새로운 정책을 수용하도록 중간 연결망 역할을 한다. Park (2004)은 지방공기업에서의 공공조직 이미지 결정요인을 분석하고 이미지 개선 전략을 제시하였다. Cho (2004)는 정부를 여러 중앙행정기관이 총체적으로 모여 있는 통합체로 상정하고, 정부 브랜드를 연구하였다. Kim 등(2006)과 Shin 등(2008)은 교육 부를 대상으로 이미지 측정척도를 개발하고 측정하였다.

3. 연구과정 및 연구방법

연구과정 전체에 대한 개요는 Figure 1과 같다. 본 연구를 위해 우선 이미지 관련 해외 및 국내의 문헌을 검토하였다. 문헌탐색과 더불어 설문조사, 집단심층면접(focus group interview, FGI), 그리고 전문가 자문회의를 통해서 이미지 특성용어를 수집, 압축하였다. 압축된 특성용어에 대해 설문조사를 통해서 보건소 이미지 특성용어로서 적절한지에 대한 적절성 평가를 시행하였고, 적절하다고 평가된 특성용어에 대해 탐색적 요인분석(explanatory factor analysis), 내적 타당성(content validity) 검증, 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis)을 함으로써 보건소 이미지 구성요소 및 구성모형을 개발하였다. 보건소 이미지 구성모형에 포함된 특성용어를 기초로 전문가의 자문을 받아 보건소 이미지 측정을 위한 예비 도구인 설문지를 제작하였고, 도구에 대한 이해도 및 적절성을 검토하였다. 경기도민 100명을 대상으로 사전조사를 시행하여, 내적 타당성을 검증하고 본 조사를 위한 설문지를 완성하였다. 완성된 설문지로 서울시민 2,000명을 대상으로 본 조사를 시행하였고, 그 결과에 대해 탐색적 요인분석, 내적 타당성 검증, 확인적 요인분석

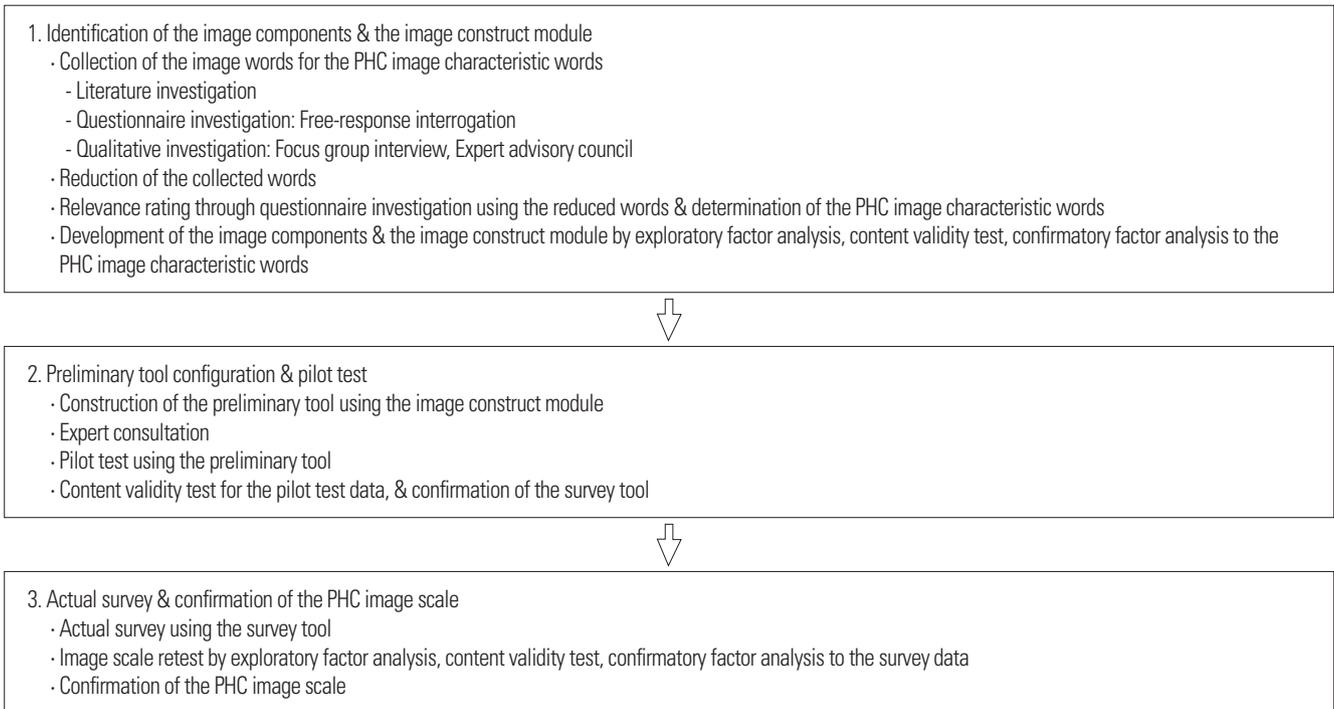


Figure 1. Study process. PHC, public health center.

을 시행하여 보건소 이미지 측정척도의 신뢰도와 타당도를 최종 검증하고 이미지 측정척도를 확인하였다.

1) 이미지 특성용어의 수집과 적절성 검토

보건소 이미지 특성용어는 문헌조사와 보건소 관계자와 이용자에 대한 설문조사를 통하여 수집되었다. 먼저 이미지 측정도구 관련 문헌조사를 통해 ‘사람의 특성’을 나타내는 용어 760개를 수집하였다. 또한 2008년 3월 25-26일 서울시 2개 구 보건소 직원과 보건소 내소 주민 104명을 대상으로 “보건소를 사람의 성격에 비유한다면 어떤 성격으로 표시하겠습니까?”, “보건소를 사람의 외모에 비유한다면 어떤 단어로 표시하겠습니까?”라는 질문에 대해 연상되는 용어를 3개씩 기록하게 하였다. 두 개의 설문문항에 대한 응답에 동일한 용어가 혼재된 경우가 많아 두 문항에 대한 응답을 통합하고 중복되는 용어를 정리하여 98개의 용어를 수집하였고, ‘사람의 특성’ 용어로 결과를 분석하였다.

두 조사를 통해 수집된 858개의 특성용어 중 중복되는 용어를 정리하여 824개가 남았고, 본 연구자와 보건전문가 1인이 의미가 유사한 것과 부정적 접두어를 사용하여 반대 의미로 표현된 것을 제거하여 209개로 줄였다. 선행연구를 고려하고, 지역주민 5명과 보건소 관리자 5명이 참여한 FGI를 시행하여 보건소 이미지를 6개 요인, 즉 전문성, 서비스 지향, 장래성, 변화가능성, 신뢰성, 공정성, 관료적 권위 요인으로 나열한 후, 용어가 편중되지 않도록 각 요인에 최소 5개 이상의 용어를 안배하였다. 비슷한 용어는 통합하고 이

미지 평가에 부적절한 용어를 제거하여 77개로 압축하였다.

압축된 77개 특성용어에 대해 이들 용어가 보건소 이미지를 묘사하는데 적절한가를, 2008년 4월 11-18일에 서울시 5개구 보건소 직원과 내소자, 민방위교육자, 대학생, 직장인, 교사, 주부단체 등 임의표본 355명을 대상으로, 자기기입식 설문조사를 통해 평가하였다. 설문은 “000이라는 용어를 보건소 이미지 평가에 사용할까요?”라고 질문하였으며, 평가는 “매우 그렇다”와 “전혀 아니다” 사이에 7점 척도를 사용하였다. 적절성 평가에서 ‘보통’ 이상으로 평가(평균 평점 4.0점 이상) 받은 용어 66개에 경영학, 심리학, 보건학 전문가들이 추가할 필요가 있다고 판단한 4점 미만인 권위적, 형식적, 경직의 3개 용어를 추가하여 총 69개 이미지 용어를 보건소 이미지를 측정하는데 적절한 용어로 결정하였다. Lee (2005)는 부정적 의미의 용어는 마케팅 분야에서 대조(contrast) 목적으로만 대부분 사용한다고 하였으나, 위의 세 용어는 정부기관 이미지·평판의 고객만족과의 관계에 대한 연구(Choe 등, 2007)의 6개 요인 중 ‘관료적·권위적’ 요인과 공공기관의 이미지 평가에 공통으로 포함되는 용어로 이미지 구성요소 분석에 포함시켜야 한다는 경영학, 심리학, 보건학 전문가의 의견이 있었다.

2) 이미지 구성요소의 결정

선행연구에 의하면 정부기관 이미지 구성요인 수는 4-6개이었다(Cho, 2004; Kim 등, 2006; Park 등, 2006; Choe 등, 2007; Shin 등, 2008). 요인의 수를 결정하는 방법은 카이저의 eigen values-great-

er-than-one-rule과 Cattell의 scree test 등이 있으나 여러 방법으로 나온 결과를 보면서 종합적 판단을 하는 것이 가장 바람직하며, 연구자가 생각하는 것과 비슷한 요인의 수를 지정하고 분석을 할 필요가 있다(Tak, 1996). 경영학, 심리학 전문가의 자문 후 요인 수를 3, 4, 5, 6개로 지정하여 69개 이미지 특성용어에 대해 탐색적 요인 분석을 시행하였다. 분석결과 3개 요인은 요인 수가 너무 적어 이론적으로 동일한 성격이 아닌 용어가 포함되었고 전체설명변수 값이 50% 미만이며, 5개 또는 6개 요인은 전체 설명변수 값은 증가하나 공통성(communality)이 적어 부적절한 요인이 있었다. 따라서 탐색적 요인분석결과 4개 요인을 적합한 보건소 이미지 구성요인의 수로 결정하였고, 각 요인에 포함된 특성용어를 반영할 수 있도록 각 요인에 요인명을 명명하였다. 요인에 대한 문헌검토 결과 정부기관 및 기업 이미지의 공통적 요인은 '신뢰감·헌신·봉사', '성취지향·우수성·발전가능성', '관료적 권위·이해타산' 요인이 있으며, 공공기관에만 있는 요인은 '공정·합리성' 요인이었다(Yoo, 1994; Aaker, 1997; Davies와 Chun, 2002; Cho, 2004; Park, 2004; Kim 등, 2006; Kwon, 2006; Park 등, 2006; Choe 등, 2007; Shin 등, 2008). 선행연구를 반영하여 1요인은 수준 높은, 첨단적, 목표지향적, 발전적, 변화가능성, 추진력 등의 특성용어를 포괄하도록 '발전가능성' 요인으로 명명하였다. 2요인은 봉사, 친절, 따뜻, 신뢰, 모범, 성실 등을 포괄하도록 Park 등(2006)의 연구와 같이 '신뢰성' 요인이라 명명하였다. 3요인은 정직, 진실성, 일관성, 윤리적, 청렴, 원칙적 등을 포괄하도록 Shin 등(2008)과 Kim 등(2006)의 연구와 같이 '공정성' 요인이라 명명하였다. 4요인은 형식적, 권위, 의무적, 경직 등 부정적 의미의 용어들로 구성된 요인으로 이미지 평가 시 다른 세 요인과의 통일성을 위해 긍정적인 용어인 '유연성' 요인으로 명명하였다.

이미지 구성요소의 적합도를 높이기 위해 각 요인별 3-5개의 특성용어(항목)를 선정하여 16개 특성용어를 결정하였다. 요인에 포함되는 특성용어가 많으면 모형을 자료에 부합시키기 어렵고(Bentler, 1990), 용어가 2-3개 정도면 요인을 측정하기에 너무 빈약하여 3-5개의 용어가 적절하다(Lee, 1995). 본 연구에서는 '발전가능성' 및 '공정성' 요인에 각각 4개, '신뢰성' 요인에 5개, '유연성' 요인에 3개의 특성용어를 선정하였다. 용어선정은 요인부하량(factor loading)이 높은 것부터 선택하는 것이 일반적이나, 본 연구에서는 선행연구에서 가장 많이 선정되었고, 요인의 명칭을 잘 나타낼 수 있으며, 향후 기대하는 보건소 이미지를 나타내는 용어들을 고려하였다. 보건소 이미지 척도 연구모형을 구성하는 4개 요인, 16개 구성요소에 대해 광고 및 이미지, 보건 전문가의 자문을 받고, 내적 타당성을 검증하기 위한 신뢰도 검증과 연구모형에 대한 적합도 확인을 위해 확인적 요인분석을 실시하였다.

3) 이미지 척도의 개발과 검증

4개 요인, 16개 특성용어로 결정된 구성요소에 대해 이미지 측정

및 광고 전문가의 자문을 받아 이미지 측정척도인 설문지를 개발하였다. 각 설문은 Likert 7점 scale을 사용하였다. 개발된 설문지를 사전 검증하기 위해 2008년 7월 3-10일 사이에 경기도 2개 도시의 시민 100명을 대상으로 자기기입식 방법으로 설문조사를 실시하였다.

보건소 이미지 척도의 신뢰성과 적합성을 최종적으로 확인하기 위해 서울시민 2,000명에 대해 설문조사를 실시하였다. 조사표본은 보건소 이용 유무에 관계없이 25개 구별로 만 20세 이상 시민 각 70명을 인구 구성비에 따라 층화하고, 성·연령별 구성비에 따라 비례·할당하는 층화추출(stratified random sampling)법으로 1,750명을 추출하였다. 또한 2008년 상반기 중 서울시의 보건소를 2회 이상 이용한 만 20세 이상 시민을 보건소 방문목록을 활용한 계통추출(systematic sampling)법으로 구별 10명씩 250명을 추출하였다. 보건소 이용 유무와 관계없이 표본 추출된 1,750명에게 구조화된 설문지로 computer assisted telephone interview 시스템을 활용하여 전화면접조사를, 보건소 이용 경험이 있는 250명에게 대해서는 일대일 면접조사를 실시하였다. 조사는 2008년 8월 6일부터 20일까지 이루어졌다. 본 조사를 통해 수집된 자료에 대해 탐색적 요인분석과 Cronbach's α 값, 확인적 요인분석을 통해 보건소 이미지 척도의 신뢰도와 타당도를 검증하였다. 또한 보건소 서비스 이용 경험유무에 따라 보건소 이미지 척도의 적합도가 다를 것으로 가정하고 이용 무경험자와 유경험자를 구분하여 확인적 요인분석을 실시하였다.

3. 분석방법

SPSS ver. 15.0 (SPSS Inc., Chicago, IL, USA)을 이용하여 응답자의 일반특성과 특성용어 및 이미지 요인에 대한 기술통계와 탐색적 요인분석을 실시하였다. 또한 AMOS ver. 7.0 (IBM SPSS Inc., Chicago, IL, USA)을 이용하여 보건소 이미지 구성요소 4개 요인, 16개 항목에 대해 확인적 요인분석을 실시하여 보건소 이미지 척도의 적합성과 타당성을 평가하였다.

결 과

1. 보건소 이미지 특성용어의 결정

1) 이미지 특성용어 수집

이미지 측정도구 관련 문헌조사를 통해 '사람의 특성'을 나타내는 특성용어 760개가 수집되었다. '보건소 이미지'를 나타내는 특성용어를 수집하기 위해 104명을 대상으로 설문조사가 시행되었다. 설문대상자는 여성이 69.2%이었고, 연령은 10대 3.9%, 20대 21.2%, 30대 25.0%, 40대 33.7%, 50대 13.5%로 20-50대가 93.3%였고, 60대 1.9%이었으며, 직업은 공무원 40.4%, 주부 12.5%, 간호사 및 전문직 11.5%, 학생 9.6% 순이었다. 설문조사에서 총 98개 용어에 433건의 응답이 있었고, 55개 용어 257건(59.4%)은 긍정적 이미지를, 43

개 용어 176건(40.6%)은 부정적 이미지를 나타내는 용어가 수집되었다. 긍정적 이미지 용어는 친절 48건, 온순 17건, 수수 17건, 깨끗함 16건, 산뜻하다 11건, 포근함 10건, 단아한 10건의 순이며, 부정적 이미지 용어는 딱딱함 25건, 평범함 22건, 초라한 16건, 낡은 15건, 까칠한 10건의 순이었다.

2) 특성용어의 압축

문헌고찰과 설문조사로 수집된 858개의 특성용어 중 중복된 것을 제거하고 남은 824개를 의미가 유사한 것과 부정적 접두어를 사용하여 반대의미로 표현된 것을 제거한 결과 보건소 이미지를 표시하는 특성용어는 209개로 정리되었다. 선행연구를 고려하여 209개의 이미지 특성용어를 보건소 이미지를 표상하는 6개 요인으로 구분한 후 각 요인을 평가하는 용어로 부적절하거나 의미가 비슷한 용어를 추가로 제거한 결과 77개의 특성용어로 압축되었다.

3) 특성용어의 적절성 평가

압축된 77개 특성용어가 보건소 이미지를 적절하게 표시하는지를 알기 위해 서울시 5개 구 보건소 직원과 주민 355명에 대해 설문조사가 시행되었다. 대상자는 여성이 62.3%이었고, 고졸 이상 93.8%이었다. 직업은 공무원 22.8%, 회사원 13.8%, 학생 11.6%, 주부 10.4% 순이었다. 설문조사(7점 척도)의 결과 평균 5.0이 넘어 '적절함' 용어는 34개였고, 평균 4.0 이상-5.0 미만으로 적절성이 '보통'인 용어는 32개였으며, 평균 4.0 미만으로 '부적절'하다 평가된 용어는 11개였다. 보건소 이미지에 '적절함'이라고 평가된 용어 중 건강에 도움, 봉사적, 전문적은 의료기관과, 책임감, 질서, 청렴 등은 공공기관과, 친절함, 편안함, 청결함 등은 일반 기업의 이미지에 연관된다. 적절성이 '보통'으로 평가된 용어 중 우수함, 앞서나감, 수준 높은, 첨단적, 과학적 등은 우수성을 나타내는 용어이며, 일관성 있는, 공정한, 윤리적, 원칙적 등은 공공기관이 갖춰야 할 덕목을 의미하는 용어이다. 적절성이 '보통' 이상인 66개의 용어에 더하여 권위적, 형식적, 경직의 세 용어는 4점 미만을 받았으나 정부기관과 공공기관의 이미지 평가에 공통으로 포함되는 용어이므로 이미지 구성요소분석에 포함시켜야 한다는 전문가들의 의견을 참조하여 이미지 특성용어에 포함시켰다. 그 결과 보건소 이미지 구성요소 분석대상 용어로 69개가 선정되었다.

2. 보건소 이미지 구성요소의 결정

이미지 구성요소 분석대상 용어로 선정된 69개에 대해 탐색적 요인분석을 실시한 결과 적합한 이미지 구성요인은 4개로 결정되었다. 1요인은 아이겐 값(eigen value)이 12.769, 분산(variance)이 18.506으로 25개의 특성용어로 구성되었고, 각 용어의 요인부하량(factor

loading)은 수준 높은 0.731, 신선한 0.715, 앞서나감 0.669, 진취적 0.654, 목표지향적 0.652, 발전적 0.599, 변화하는 0.549, 추진력 있는 0.548 등이었다. 2요인은 아이겐 값이 12.491, 분산이 18.103으로 27개의 특성용어로 구성되었으며, 각 용어의 요인부하량은 봉사적 0.764, 친절함 0.723, 따뜻한 0.703, 신뢰가 있는 0.686, 모범적 0.648, 건강에 도움 0.590, 배려심이 있는 0.578 등이었다. 3요인은 아이겐 값이 7.480이고 분산은 10.841이고 12개 용어로 구성되었으며, 요인부하량은 정직한 0.697, 진실한 0.678, 질서 있는 0.575, 일관성 있는 0.562, 청렴한 0.482, 원칙적 0.467 등이었다. 4요인은 아이겐 값은 3.127이고, 분산은 4.532이며 5개 용어로 구성되었고, 요인부하량이 형식적 0.806, 권위적 0.740, 의무적 0.702, 경직된 0.659, 사무적 0.599이었다. 탐색적 요인분석결과 누적분산(cumulative variance)은 51.982였다. 각 요인에 포함된 특성용어를 반영할 수 있도록 1요인은 '발전가능성(development possibility)', 2요인은 '신뢰성(trustworthiness)', 3요인은 '공정성(fairness)', 4요인은 '유연성(flexibility)' 요인으로 명명하였다(Table 1).

이미지 구성요소의 적합도를 높이기 위해 각 요인별로 3-5개의 특성용어(항목)를 선정하였는데, '발전가능성' 요인에는 변화하는(changing), 목표지향적(goal-directed), 발전적(developmental), 추진력 있는(propulsive)이 포함되었고, '신뢰성' 요인에는 정서적인 면을 가장 잘 나타내는 따뜻한(warm), 모범적(exemplary), 신뢰 있는(faithful), 봉사적(service), 건강에 도움(beneficial to health)이 포함되었다. '공정성' 요인에는 공공조직의 분위기를 대표하는 용어로 정직한(honesty), 청렴한(clear), 일관성 있는(consistent), 원칙적(ruled)이 포함되었다. '유연성' 요인에는 공공기관이 주민을 대할 때 대표적으로 나타내는 부정적 이미지를 표시하는 용어인 권위적(authoritative), 형식적(perfunctory), 경직된(rigid)이 포함되었다. 보건소 이미지 구성요소의 각 요인과 항목들에 대해 신뢰도 Cronbach's α 값을 이용한 내적타당성 검증을 시행한 결과, 각 요인에 대한 Cronbach's α 는 '신뢰성' 요인이 0.863, '공정성' 요인이 0.776, '발전가능성' 요인이 0.837, '유연성' 요인이 0.745로 신뢰기준 0.6보다 높았다(Table 2).

또한 보건소 이미지 구성요소에 대한 적합도 확인을 위해 확인적 요인분석을 실시하였다. 이미지 구성요소에 대한 확인적 요인분석 결과 '신뢰성', '공정성', '발전가능성' 요인은 높은 상관관계를 보였다. '유연성' 요인은 나머지 3개 요인과 음의 관계를 보였다. 그래서 '유연성' 요인의 각 항목을 반대 의미로 바꾸고 측정값을 역으로 환산하여 분석하자 '유연성' 요인은 다른 3개 요인과 양의 상관관계를 보였다. 각 요인을 구성하는 항목 또는 변수들의 요인계수 추정치는 0.57-0.91로 각 요인에 대한 변수들의 수렴타당도는 높았다(Figure 2). 또한 이미지 척도 구성요소 적합도 검증¹⁾에서 $\chi^2 = 169.587$ ($p =$

1) 이론모형이 자료에 얼마나 잘 맞는가를 전체적으로 검증하는 방법은 χ^2 값, GFI, AGFI 및 잔여오차 평균제곱수(RMR or RMSR) 그리고 표준 적합지(normed fit index, NFI), 비표준 적합지(non-normed fit index), 임계수(critical N) 등이 있다(Lee, 1995).

Table 1. Results of exploratory factor analysis for image characteristic words (designated by 4 factors)

Factor 1		Factor 2		Factor 3		Factor 4	
Element	Factor loading	Element	Factor loading	Element	Factor loading	Element	Factor loading
Sophisticated	0.731	Service-mindedness	0.764	Honesty	0.697	Perfunctory	0.806
Fresh	0.715	Friendly	0.723	Thruthful	0.678	Authoritative	0.740
Go-ahead	0.669	Warm	0.703	Orderly	0.575	Obligatory	0.702
Up-to-date	0.662	Comfortable	0.692	Accurate	0.573	Rigid	0.659
Enterprising	0.654	Faithful	0.686	Humane	0.570	Businesslike	0.599
Zealous	0.653	Clean	0.650	Consistent	0.562		
Goal-directed	0.652	Genial	0.648	Stable	0.514		
Productive	0.651	Exemplary	0.648	Ethical	0.490		
Meticulous	0.646	Sincere	0.612	Clear	0.482		
Refined	0.642	Beneficial to health	0.590	Ruled	0.467		
Perfect	0.635	Thoughtful	0.578	Flexible	0.441		
New generation	0.632	Diligent	0.564	Homely	0.383		
Excellent	0.629	Efficient	0.544				
Ingenious	0.621	Practical	0.543				
Visionary	0.601	Burdenless	0.528				
Developmental	0.599	Consistent	0.526				
Active	0.590	Modern	0.519				
Systematic	0.576	Expeditious	0.496				
Professional	0.570	Distinct	0.490				
Changing	0.549	Sincere	0.483				
Propulsive	0.548	Planned	0.471				
Autonomous	0.544	Courteous	0.470				
Responsible	0.477	Scientific	0.461				
Rational	0.463	Fair	0.456				
Conative	0.452	Vital	0.414				
		Humble	0.359				
		Popular	0.330				
Eigen value	12.769	Eigen value	12.491	Eigen value	7.480	Eigen value	3.127
Variance (%)	18.506	Variance (%)	18.103	Variance (%)	10.841	Variance (%)	4.532
CV (%)	18.506	CV (%)	36.609	CV (%)	47.450	CV (%)	51.982
Cronbach's α	0.960	Cronbach's α	0.948	Cronbach's α	0.884	Cronbach's α	0.776

CV, Cumulative variance.

0.000)은 기준값($p > 0.05$)보다 작으나 표본이 클 경우에 적합성을 평가하는 root mean square error of approximation (RMSEA)가 0.049로 매우 근사적합의 기준인 0.05 미만을 만족하였다. RMR은 0.104로 기준치 < 0.05 보다 크나, 적합도 지수(goodness of fit index, GFI)가 0.937, 조정적합도 지수(adjusted goodness of fit index, AGFI)가 0.912로 기준치 > 0.9 를 넘어 적합하였다. 따라서 4개 요인 16개 항목으로 구성된 보건소 이미지 구성요소모형은 적합하였다(Table 2).

3. 보건소 이미지 척도의 개발과 검증

1) 설문지의 개발과 예비 검증

보건소 이미지 구성요소인 4개 요인, 16개 특성용어를 기반으로 이미지 척도인 설문지를 개발하였고, 경기도 2개 도시 시민 100명을 대상으로 사전조사를 실시하여 내적 타당성을 검증하였다. 대

상자는 남성이 53.0%, 연령은 20대 33.0%, 30대 45.0%, 40대 20.0%, 50대 2.0%였고, 직업은 사무관리직이 54.0%, 전업주부 10.0%, 대학대학원생이 7.0 순이었다. 보건소 이용 경험은 31.0%였다.

사전조사결과, 이미지 측정모형의 요인 평균값(mean)은 ‘공정성’ 요인이 4.263, ‘신뢰성’ 요인이 4.208, ‘발전 가능성’ 요인이 4.036이다. ‘유연성’ 요인은 4.184로서 부정적 의미의 용어로 질문하였기 때문에 점수가 높을수록 실제 이미지는 낮으며, 이 점수를 역으로 환산하면 3.816점이 되므로 4개 요인 중 가장 낮은 점수를 보인다 할 수 있다. 신뢰도 검증에서 4개 요인 모두 Cronbach's α 가 0.8이 넘어 신뢰도가 기준치보다 높았다.

2) 보건소 이미지 척도의 타당도 검증

예비검증을 거친 보건소 이미지 척도의 타당도를 검증하기 위해

Table 2. Results of content validity test and confirmatory factor analysis by 4 factors & 16 characteristic words for image construct module

Dimension	Element	Value	Cronbach's α
Trustworthiness	Warm	5.36 ± 1.40	0.863
	Exemplary	5.19 ± 1.36	
	Faithful	5.45 ± 1.42	
	Service-mindedness	5.51 ± 1.39	
	Beneficial to health	5.81 ± 1.23	
Fairness	Honesty	5.12 ± 1.41	0.776
	Clear	5.05 ± 1.51	
	Consistent	4.97 ± 1.36	
	Ruled	4.64 ± 1.51	
Development possibility	Changing	5.07 ± 1.46	0.837
	Goal-directed	4.84 ± 1.59	
	Developmental	5.08 ± 1.41	
	Propulsive	5.03 ± 1.47	
Flexibility	Authoritative	3.32 ± 1.88	0.745
	Perfunctory	3.67 ± 1.73	
	Rigid	3.41 ± 1.71	
Model fit index*	CMIN	169.587	
	df	98	
	χ^2	1.730	
	p-value	0.000	
	RMSEA	0.049	
	RMR	0.104	
	GFI	0.937	
	AGFI	0.912	
PGFI	0.675		

Values are presented as mean ± standard deviation. CMIN/df, relative χ^2 ; RMSEA, root mean square error of approximation; RMR, root mean square residual; GFI, goodness of fit index; AGFI, adjusted GFI; PGFI, parsimony GFI. *The meanings and measured values of all items in 'flexibility' factor were conversely replaced before analysis.

서울시민 2,000명에 대해 예비 검증과 동일한 문항으로 설문조사를 실시하였다. 대상자는 남성이 47.2%였으며, 연령은 20대 19.0%, 30대 23.5%, 40대 19.7%, 50대 17.3%, 60세 이상 20.6%이었다. 직업은 전업주부 34.1%, 사무관리직 17.5%, 자영업 14.8%, 무직 12.1%, 대학·대학원생 9.7%, 판매·서비스직 5.6% 순이었다. 보건소 이용 경험은 25.5%였다.

수집된 자료에 대한 탐색적 요인분석을 하였고, 요인수를 4개로 지정하여 분석한 결과 이미지 구성요소모형과 동일한 요인으로 구성된 4개 요인으로 분류되었다. 이미지 척도의 요인을 구성하는 항목의 요인 부하량은 '신뢰성' 요인은 0.764-0.671, '공정성'은 0.797-

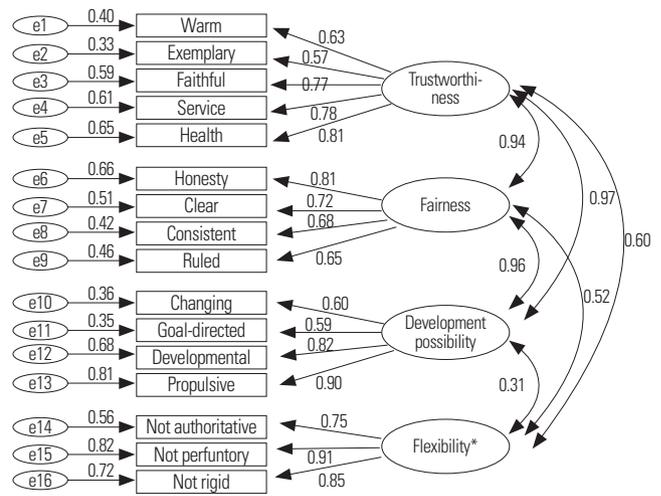


Figure 2. Results of confirmatory factor analysis by 4 factors & 16 characteristic words for image construct module. *The meanings and measured values of all items in 'flexibility' factor were conversely replaced before analysis. p-values for the coefficients of all covariances and regression weights of the image construct module: 0.000.

0.757, '발전 가능성' 0.789-0.745, '유연성'은 0.852-0.834이었고, 누적 분산은 74.68%이었다(Table 3). 4개 요인에 대한 요인별 Cronbach's α 값은 '신뢰성' 0.899, '공정성' 0.908, '발전가능성' 0.878, '유연성' 0.834로 요인별 신뢰도가 높았다. 또한 이미지 척도 전체의 Cronbach' α 값도 0.859로 신뢰도가 높았다(Table 4).

4개 요인, 16개 항목에 대한 확인적 요인분석결과(Figures 3, 4), 척도의 적합도를 검증하는 $\chi^2 = 785.8$ ($p = 0.000$),²⁾ RMSEA³⁾는 0.059으로 척도모형은 근사적합을 보였고, RMR⁴⁾은 0.049이며, GFI와 AGFI⁵⁾가 각각 0.952, 0.933으로서 보건소 이미지 척도의 적합성이 확인되었다(Table 4). 보건소 이용 무경험자는 전체 표본의 74.5%로서 RMSEA가 0.059로 전체 표본의 RMSEA와 동일하였으며, RFI⁶⁾ 0.942, IFI 0.965, CFI 0.965으로 기준치 0.90 이상이었다. 유경험자는 RMSEA가 0.068로 모형 적합성이 무경험자에 비해 낮았으나 근사적합을 보였고, NFI⁷⁾ 0.953, Tucker & Lewis index (TLI) 0.953으로 기준치 0.90 이상이었다(Table 4). 그런데 Akaike information criterion (AIC)⁸⁾는 무경험자가 711.801이고, 유경험자가 434.275로, 유경험자의 모형이 더 간명하였다(Table 4). 또한 보건소 이용 무경험자와 경험자의 공분산계수(covariance estimate)를 비교한 결과 무경험자는 '유연성' 요인과 다른 요인과의 공분산계수가 낮은 반면, 경험자는 요인 간 공분산계수도 증가하지만 특히

2) χ^2 에 따른 p-value ≥ 0.05 일 때 적합
 3) RMSEA ≤ 0.05 일 때 모형이 매우 근사적합, $0.5 < RMSEA \leq 0.08$ 모형이 근사적합
 4) RMR ≤ 0.05 일 때 모형이 매우 적합, $0.5 < RMR \leq 0.08$ 모형이 근사적합
 5) GFI 및 AGFI > 0.9 일 때 모형이 적합
 6) 무경험자는 $\chi^2 = (CMIN/df)$ 값이 6.161로 기준치 5를 넘기 때문에 RFI와 IFI, CFI 값을 지표로 사용
 7) 유경험자는 $\chi^2 = (CMIN/df)$ 값이 3.329으로 기준치 5 이하이므로 NFI와 TLI 값을 지표로 사용
 8) AIC: χ^2 통계량과 추정모수의 수에 의해 결정되는 지수(AIC = χ^2 값 + 2x(추정모수의 수)), 두 개 이상의 경쟁모형 비교 시 더 낮은 AIC를 갖는 모형이 더 나은 모형이다(Lee,1995).

Table 3. Results of exploratory factor analysis for image scale retest(designated by 4 factors)

Question item	Trustworthiness	Fairness	Development possibility	Flexibility*
PHC is warm	0.764	0.268	0.257	-0.196
PHC is a institution to have service-mindedness	0.760	0.287	0.227	-0.120
PHC is a exemplary health care facility	0.748	0.243	0.245	-0.140
PHC is beneficial to residents' health	0.722	0.293	0.296	-0.086
The services of PHC is faithful	0.671	0.370	0.287	-0.166
PHC follow the rules	0.293	0.797	0.301	-0.078
PHC promote honestly business	0.346	0.767	0.218	-0.120
The administration and services of PHC is consistent	0.325	0.762	0.268	-0.129
PHC is clear	0.308	0.757	0.299	-0.122
The development possibility of PHC is high in future	0.267	0.224	0.789	-0.078
The jobs of PHC is goal-directed	0.218	0.327	0.757	-0.101
The propulsive will of PHC about peoples' health promotion is high	0.325	0.248	0.752	-0.160
The changing possibility of PHC following residents' demands is high	0.271	0.220	0.745	-0.143
PHC is not rigid*	-0.180	-0.033	-0.167	0.852
PHC is not perfunctory about job performance*	-0.070	-0.132	0.007	0.841
PHC is not authoritative*	-0.153	-0.122	-0.184	0.834
Eigen value	3.458	3.114	3.024	2.351
Variance (%)	21.613	19.466	18.902	14.694
Cumulative variance (%)	21.613	41.079	59.981	74.675

PHC, public health center.

*The measured values and meanings of all items in 'flexibility' factor were conversely replaced before analysis.

Table 4. Results of content validity test and confirmatory factor analysis for image scale retest

Factor	Element	Value	Factor mean	Cronbach's α
Trustworthiness	Warm	4.73 ± 1.27	4.919	0.899
	Exemplary	4.70 ± 1.36		
	Faithful	5.00 ± 1.33		
	Service-mindedness	5.26 ± 1.21		
	Beneficial to health	4.90 ± 1.33		
Fairness	Honesty	5.11 ± 1.24	5.074	0.908
	Clear	4.97 ± 1.23		
	Consistent	5.15 ± 1.20		
	Ruled	5.06 ± 1.25		
Development possibility	Changing	4.68 ± 1.37	4.877	0.878
	Goal-directed	4.79 ± 1.26		
	Developmental	5.11 ± 1.26		
	Propulsive	4.93 ± 1.28		
Flexibility	Not authoritative*	3.54 ± 1.46	3.703	0.834
	Not perfunctory*	3.80 ± 1.49		
	Not rigid*	3.78 ± 1.49		
Total			4.719	0.859

Division	CMIN	df	Absolute fit index						Incremental fit index					Parsimony fit index	
			$\chi^2=(CMIN/df)$	p-value	RMSEA	RMR	GFI	AGFI	RFI	IFI	CFI	NFI	TLI	AIC	
All	785.800	98	8.018	0.000	0.059	0.049	0.952	0.933							
Inexperience	603.801	98	6.161	0.000	0.059				0.942	0.965	0.965				711.801
Experience	326.276	98	3.329	0.000	0.068							0.953	0.953		434.275

Values are presented as mean ± standard deviation.

CMIN/df, relative χ^2 ; RMSEA, root mean square error of approximation; RMR, root mean square residual; GFI, goodness of fit index; AGFI, adjusted GFI; RFI, relative fit index; IFI, incremental fit index; CFI, comparative fit index; NFI, normed fit index; TLI, Tucker & Lewis index; AIC, Akaike information criterion.

*The meanings and measured values of all items in 'flexibility' factor were conversely replaced before analysis.

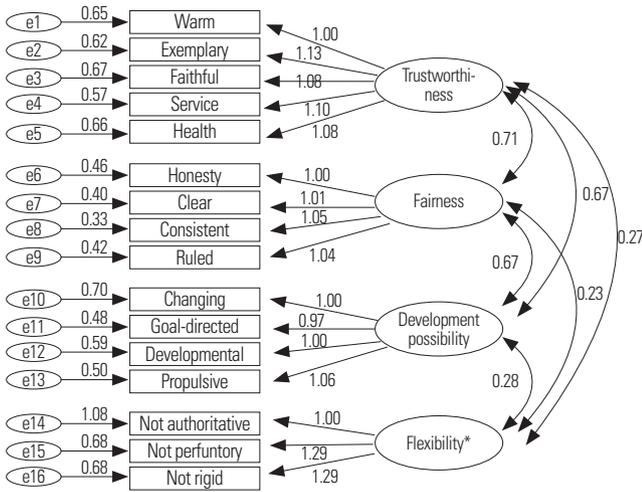


Figure 3. Results of confirmatory factor analysis for image scale retest (all or inexperienced samples). *The meanings and measured values of all items in 'flexibility' factor were conversely replaced before analysis. *p*-values for the coefficients of all covariances and regression weights of the image scale retest module: 0.000.

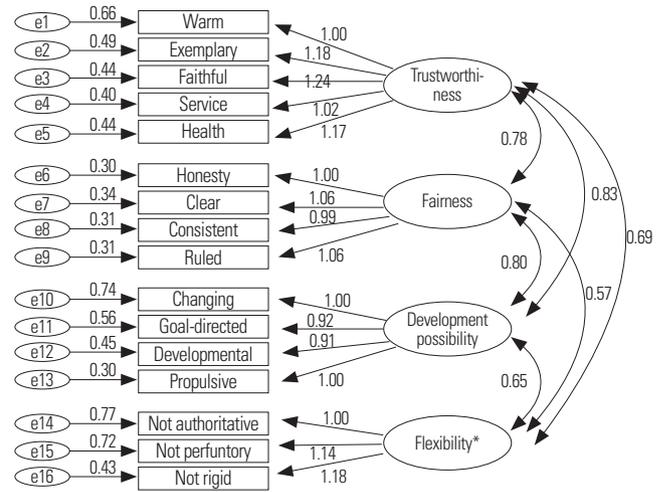


Figure 4. Results of confirmatory factor analysis for image scale retest (experienced samples). *The meanings and measured values of all items in 'flexibility' factor were conversely replaced before analysis. *p*-values for the coefficients of all covariances and regression weights of the image scale retest module: 0.000.

‘유연성’ 요인과 다른 요인의 공분산계수가 매우 증가하였다(Figures 3, 4).

고 찰

이 연구의 주요 목적은 보건소 이미지를 나타내는 특성용어를 규명하고 보건소 이미지 척도를 개발하는 것이다. 오늘날 홍보분야에서는 조직과 대중간의 관계성과 조직의 명성에 대한 논의가 활발히 이루어지고 있다. 이미지는 대중 관계이론에서 말하는 대중이 조직에 대해 가지는 태도, 평가적 요인을 포함하는 개념이다. 대중에게 특정 조직에 대한 총체적 이미지를 측정하는 것은 조직이 대중과 상호작용을 할 때 기준으로 삼을 수 있다는 점에서(Kim 등, 2006), 이미지에 대한 연구는 의미가 크다. 주로 저소득층이 이용하는 시설로 각인된 보건소 이미지를 탈피하기 위해서는 보건소 이미지 수준을 평가하고 개선시키려는 노력이 필요하다. 그러나 보건소 이미지 특성용어와 척도에 대한 연구는 아직 시도되지 않았다. 척도 개발을 위해서 보건소 이미지 특성용어들에 내재되어 있는 요인 구조를 탐색적으로 밝히고 요인구조의 타당성을 확인하였다는 점에서 본 연구의 의의가 있다. 또한 본 연구는 경영학의 기업 이미지 측정척도의 개발과 모델을 보건학에 도입하는 국내의 첫 연구로서, 앞으로 보건기관과 의료분야의 이미지 척도연구의 기초로서 개념과 절차를 제시하는데 선도적인 역할을 할 것으로 기대된다.

기업, 정부기관, 공공조직 이미지 척도에 관한 선행연구인 Yoo (1994), Kim 등(2006), Park (2004) 등의 검토와 설문조사를 통해 수집한 용어 858개를 전문가 자문과 FGI 등을 통해 77개 용어로

압축하였다. 이것을 355명에게 보건소 이미지 측정 용어로서 적절한 한지를 7점 척도로 평가하게 한 결과, 적절성이 평균 5.0 이상으로 ‘적절한’인 용어는 34개이고, 평균 4.0 이상 5.0 미만으로 ‘보통’인 용어는 32개이며, 평균 4.0 미만으로 ‘부적절한’ 용어는 11개였다. 보건소 이미지 특성용어로서 적절성이 가장 높게 평가된 것은 평균 평점 5.81인 ‘건강에 도움’으로서, 기업이나 공공기관 대상 선행연구에서 이미지 특성용어로 사용된 적이 없고 보건기관에만 적용되는 고유한 용어이다. 가장 부적절하다고 평가된 용어는 평균 평점 2.65를 받은 ‘공격적’으로, 이는 Park 등(2006)의 연구에서 ‘관료적 권위’ 요인의 구성요소로 분류된 용어였다. ‘공격적’이란 용어가 부적절하다고 평가된 것은 마케팅 분야에서 부정적인 의미는 대조로 사용하려는 목적 이외에는 취급하지 않는다고 한 Lee (2005)의 주장과 일치하는 면을 보여주었다.

보건소 이미지 특성용어로서 적절성이 ‘보통’ 이상으로 평가된 용어 66개와 부적절한 용어 중 전문가가 추천한 3개 용어를 합하여 총 69개 용어를 보건소 이미지 구성요소분석에 이용하였다. 4개 요인을 지정하여 탐색적 요인분석을 하였고, 보건소의 이미지 요인을 ‘신뢰성’, ‘공정성’, ‘발전 가능성’, ‘유연성’ 요인으로 명명하고, 선행 연구와 전문가의 조언을 받아서 요인 각각에 3-5개 항목을 포함시켜 4개 요인, 16개 항목으로 구성된 척도를 개발하였다. 기업, 정부기관, 공공조직 이미지 구성요소에 대한 선행연구(Yoo, 1994; Aaker, 1997; Davies와 Chun, 2002; Cho, 2004; Park, 2004; Kim 등, 2006; Kwon, 2006; Park 등, 2006; Choe 등, 2007; Shin 등, 2008)에서 제시된 요인의 수는 4-9개이고 항목의 수는 12-49개였다. 그 중 정부기관에 대한 선행연구인 Cho (2004), Kim 등(2006), Park 등(2006),

Choe 등(2007), Shin 등(2008)에서는 이미지 척도가 4-6개 요인에 12-44개 항목으로 구성되었다. 이미지 구성요소의 요인 명은 연구자가 요인을 구성하는 항목들을 가장 잘 표현할 수 있는 용어로 명명하며, 동일한 의미라도 연구에 따라 다르게 명명될 수 있으므로 요인명으로 유사성을 논하는 것은 한계가 있다. 그러므로 항목들의 유사성을 기준으로 기업과 공공기관에 공통 적용되는 이미지 요인을 분류하면, 신뢰성 요인(신뢰·성실·안정·정직 등), 서비스 또는 마케팅 요인(따뜻·배려·진절·서비스품질·서비스 정신·광고·홍보 등), 장애·발전 가능성 요인(장애성·창의성·선도·비전·변화·미래지향적 등), 경영·관리능력요인(경영자 우수·경영자 존경·직원 우수·관리체계 등), 사회공헌요인(봉사·공헌도·환경 존중 등)으로 구분할 수 있다. 기업에 더 적용 가능한 요인은 기술·전문성 요인(기술 우수·연구개발력·신서비스 개발·전문성 등)과 영리·효율성 요인(영리·이윤추구·효율성·기회주의·비인간적 등)이고, 공공기관에 더 합당한 요인은 공정성 요인(공정·합리적·윤리적·청렴·원칙적 등)과 관료적 요인(관료적·권위적·경직성 등)이다(Yoo, 1994; Aaker, 1997; Davies와 Chun, 2002; Cho, 2004; Park, 2004; Kim 등, 2006; Kwon, 2006; Park 등, 2006; Choe 등, 2007; Shin 등, 2008). 분류된 이미지 요인을 고려할 때 본 연구에서 분류된 '신뢰성', '공정성', '발전 가능성', '유연성' 요인은 공공기관인 보건소의 이미지 구성요소 요인으로서 적합하다 판단된다. 이미지 구성요소의 신뢰도를 검증한 결과, 각 요인에 대한 신뢰도 Cronbach's α 는 모두 0.7 이상으로 내적 타당성이 입증되었고, 확인적 요인분석결과 RMSEA가 0.049, GFI 0.937, AGFI 0.912로, 4개 요인 16개 항목의 이미지 구성모형은 적합하였다.

이미지 척도의 검증을 위해 서울시민 2,000명 대상 설문조사자료에 대한 탐색적 요인분석결과, 이미지 구성요소모형과 동일한 요인과 요소로 구성된 척도모형을 나타냈으며, Cronbach's α 계수는 4개 요인 모두 0.8 이상으로 이미지 구성요소모형보다 내적 타당성이 증가되었다. 이미지 척도모형의 이미지 요인별 평균 점수는 '공정성' 요인이 5.07으로 가장 높았고, '신뢰성' 요인은 4.92, '발전가능성' 요인은 평균 4.88점을 보여 비교적 높은 점수를 보였다. 평가항목이 부정적 의미인 '유연성' 요인의 점수는 확인적 요인분석결과 음의 계수 값을 보였으므로, 7점 기준으로 역 치환 산정한 결과 평균 3.70으로 낮은 점수를 보였다. 이것은 보건소에 대해 일관되고 정직하며 공정한 업무를 추진하고 주민건강을 위해 따뜻한 봉사심을 가진 신뢰성과 발전 가능성을 가진 기관 이미지로 평가하고 있는 반면, 탈권위적이고 유연한 행태로 업무처리를 개선하여야 한다고 평가함을 의미한다. 그러나 '유연성' 요인을 구성하는 항목들이 부정적인 의미를 뜻하는 용어이므로 평가 시 어의 혼동으로 인해 실제와 다른 평가를 할 수 있고, 해석을 용이하게 하기 위해 7점 기준으로 측정값을 역 치환하여 분석하였으므로 해석에 주의가 필요하다. 따라서 후속연구는 용어 선정 시 부정적 용어보다 긍정적 용

어로 바꾸어 사용하는 것이 바람직할 것이다. 또한 이미지 척도에 대한 확인적 요인분석결과 척도의 절대적합도 RMSEA는 0.059로 척도모형의 적합도는 이미지 구성요소모형의 적합도보다 낮으나 근사적합모형이며, GFI와 AGFI가 각각 0.952, 0.933으로 이미지 구성요소모형보다 높은 적합도를 보여 교차 타당성이 검증되었고 일반화 가능성이 매우 높음을 시사하고 있다.

또한 보건소 무경험자와 경험자를 구분하여 시행한 확인적 요인 분석 결과 절대적합도 RMSEA는 각각 0.59, 0.68로 무경험자가 경험자의 적합도보다 높았다. 그런데 이미지 척도모형의 절대적합도 RMSEA가 구성요소모형의 절대적합도보다 낮은 것과, 보건소 이용 경험자의 이미지 척도모형의 절대적합도 RMSEA가 무경험자의 절대적합도보다 낮은 것은 설문조사대상의 표본추출방법과 표본의 생태학적 특성의 차이에 기인할 수 있다. 구성요소모형의 전체가 되는 특성용어의 적절성 평가 시의 조사대상은 임의표본으로 여성이 62.3%이고 60세 이상이 없이 주로 20-50대의 청장년층인 직장인들과 주부단체, 보건소 직원들로 구성되었고, 전업주부 비율이 10.4%인 반면, 본조사대상은 무작위 층화 및 계통 표본추출 표본으로 여성이 52.8%이고, 60세 이상 비율이 20.6%이며 전업주부 비율이 34.1%에 이르고 있다. 이것은 이미지 척도모형의 설문대상은 이미지 구성요소모형의 설문대상에 비해 보건소 이용도가 낮기 때문에, 이미지 구성요소모형에 기반하여 만들어진 이미지 척도모형은 이미지 구성요소모형에 비해 모형의 절대적합도가 낮을 수밖에 없고, 이미지 척도는 경험자보다는 무경험자에게 더 적합한 도구일 수 있다는 것을 의미할 수 있다. 또한 지역주민의 낮은 보건소 이용도에 비추어 볼 때 지역주민을 대상으로 하는 척도로서 타당하다고 할 수 있다. 그러나 보건소 서비스를 이용하는 주민이 주로 노인과 여성임을 비추어 볼 때 개발된 이미지 측정도구가 노인들이 생각하는 보건소 이미지를 제대로 반영한 것인지에 대한 제한점이 있을 수 있다.

그런데 모형의 간명성 결과인 AIC는 보건소 이용 무경험자가 711.801, 경험자가 434.275로서 경험자 모형이 더 간명하였다. 공분산계수를 비교한 결과 무경험자는 '유연성' 요인과 다른 요인과의 공분산계수가 낮은 반면, 경험자는 요인 간 공분산계수도 증가하지만 특히 '유연성' 요인과 다른 요인의 공분산계수가 매우 증가하였다 이것은 보건소 이용 경험자가 무경험자에 비해 '유연성' 요인 이 다른 3개 요인과 더 밀접히 연관되어 있다고 생각한다고 추측할 수 있다. 이러한 차이는 보건소 이미지 척도가 무경험자와 경험자에 대한 변별력이 있는 도구라고 할 수 있다.

본 연구는 보건소 이미지 척도를 개발하는 절차적 연구이다. 용어수집단계에서는 선행연구는 물론 사람의 특성을 나타내는 용어의 수집방법을 이용하였고(Aaker, 1997; Lee, 2005; Keith/Kim 역, 2009), 자유 응답식 설문조사를 통해 보건소 이미지 용어를 수집하였다. 평가 가능하도록 용어의 수를 압축하는 단계에는 전문가 자

문과 보건전문가의 주민에 대한 FGI를 통해 명목타당도를 높였다. 용어의 적절성 평가, 이미지 구성요소 및 모형의 개발단계에서는 탐색적 요인분석과 신뢰도 검증, 확인적 요인분석을 시행하여 모형의 적합성을 평가하였다. 적절성 평가를 위한 신뢰 표본 수는 문항수의 4배를 넘어야 하고 적어도 200명은 되어야 분석결과를 신뢰할 수 있다고 한다(Tak, 1996). 본 절차는 355명을 대상으로 모형을 개발한 결과로 신뢰기준을 충족한다고 평가할 수 있다. 예비설문지 구성단계에는 전문가 자문을 통해 문항을 구성함으로써 명목 타당도를 확보하였다. 상업적 용도의 도구를 개발할 때에 필요한 사전조사 표본 수는 100명이다(Tak, 1996). 전체문항에 대한 사전조사를 100명에 대해 시행함으로써 도구의 문제 유무, 문항에 대한 이해도, 조사 시간, 응답반응 정도 등을 평가하여 척도가 정확하게 개발되었는지 혹은 적용이 타당한지를 검증하였다. 또한 척도검증을 위한 표본추출에 있어 통계학적 결함이 없도록 설계하였으며, 보건소 이용 무경험자와 경험자의 표본을 각각 다른 방법으로 추출함으로써 두 집단 간 이미지 척도의 차이를 볼 수 있었다. 이것은 향후 보건소 이미지 개선전략의 차별화에 기여할 것으로 기대한다.

본 연구의 의의는 다음과 같다. 첫째, 보건소 이미지를 나타내는 신뢰성과 타당도를 갖춘 구성요소와 척도를 개발한 최초의 절차적 연구라는 점이다. 개발된 척도는 향후 보건소 이미지 특성을 체계적으로 연구하는 도구가 되며, 영향을 미치는 변수들에 대한 연구도 가능해질 것이다. 둘째, 다양한 지역과 계층의 사람들을 조사대상자로 포함하여 각 그룹이 지닌 보건소 이미지가 어떻게 다른지를 밝히는 도구로서 이용될 수 있다. 이를 통해 보건소는 대상별 이미지 개선을 위한 차별화 전략을 수립하는 것이 가능할 것이다. 셋째, 그동안 보건소나 보건사업 평가에서 사용해 왔던 만족도지표를 대신하여 보건소 이미지의 변화를 추적함으로써 보건정책의 실행에 따른 결과 측정도구로서 사용될 수 있다. 넷째, 대도시지역 외에 다른 지역의 보건소 이미지를 측정하는데 이 연구에서 사용한 개념과 절차를 적용할 수 있을 것이다.

보건소 이미지 척도개발을 위해 향후에 보완할 과제는 첫째, 본 연구에서는 포함되지 않았지만 보건소에 대한 자유 연상 이미지 중 많은 응답 용어인 저렴하다와 예방접종이나 무료진료, 건강검진 등 '기능적 이미지' 요인의 구성요소들을 추가하고 어떤 요인과 관련이 있는지를 밝힐 필요가 있다. 또한 최근 이슈가 되고 있는 건강증진과 만성질환관리 등 새로운 서비스에 대해서 보건소와 민간의료기관에 대한 변별력을 가진 구성요소를 추가할 필요가 있다. 둘째, 부정적 용어로 구성된 '유연성' 요인은 평균값이 낮고, 확인적 요인분석결과 음의 계수 값을 보이므로, 분석과 해석을 용이하게 하기 위해서 권위적은 민주적 또는 허용적, 형식적은 진심 어린 또는 적극적, 경직성은 유연성 등과 같이 긍정적 용어로 바꾸어서 측정 모형을 만들고 재검정할 필요가 있다. 그러나 권위적, 형식적, 경직의 세 용어는 일반주민이 아닌 행정적 관리나 규제를 받는 의료기

관, 약국, 음식점 등의 사람들이 생각하는 이미지와 보건의료서비스를 받는 일반주민이 생각하는 이미지와 다를 것이므로 변별력을 갖도록 긍정적 용어로 바꾸는데 있어서 주의가 필요하다. 셋째, 보건소 이미지를 나타내는 특성용어들의 요인구조를 밝힌 선행연구가 절대적으로 부족하므로, 본 연구의 척도에 대해 다른 연구자의 척도와 부합도 검증을 통해 발전시켜야 한다. 넷째, 정량적 평가에 더하여 기관 간 비교평가가 용이하도록 보건소 종합이미지 지수 개발에 대한 노력이 필요하다. 다섯째, 본 연구결과와 발전적 활용방안으로서 보건소 이미지 개선전략을 개발하기 위해서는 보건소 서비스 만족도와 재이용 의사, 타인에게 권유 의사, 비용의 증가에도 불구하고 지속적으로 이용하려는 의도 등같이 애호도에 영향을 미치는 구성요소에 대한 연구가 더 필요하다. 여섯째, 본 연구에서 개발된 척도는 도시지역을 대상으로 개발된 척도로서 도시와 농촌의 보건소 특성 차이가 반영되지 않아 농촌지역 보건소의 이미지 측정에 사용하는데 한계가 있을 수 있으므로, 후속연구에서 이러한 지역적 특성의 차이에 대한 변별력을 가진 척도개발을 위한 연구가 필요하다. 일곱째, 본 연구는 이미지 구성요소개발을 위한 설문대상에 보건소의 주요 이용자인 노인이 포함되지 않아 보건소 이미지 평가에 제한점이 있을 수 있으므로, 후속연구에서는 이미지 척도개발과정의 각 단계에서 조사대상의 표본추출 시 충분한 검토가 필요하다. 최근 마케팅 분야에서 브랜드 이미지 연구가 활발히 진행되는 것과 같이 구체적이고 역동적이며 변화가능성이 높은 보건소 이미지에 대한 연구가 활발히 진행된다면 보건소 이미지의 개선전략은 더욱 실효성이 있을 것이다.

결론적으로, 보건소는 고유한 특성의 서비스를 제공하며 타 기관과 차별화된 이미지를 갖고 있으나 지금까지 보건기관에 대한 이미지 모형이나 척도가 아직 개발되지 않고 있다. 본 연구는 보건소의 이미지를 구성하는 특성용어들을 규명하고, 보건소 이미지 구성요소를 판별하며, 타당하고 신뢰성 있는 이미지 척도를 개발하는 것을 목적으로 수행되었다. 연구는 1) 이미지 특성용어의 수집과 정리, 2) 탐색적 요인분석과 이미지 구성요소의 결정, 3) 전문가의 자문을 통한 이미지 척도의 개발, 4) 설문조사를 실시하고, 이 자료를 이용하여 확인적 요인분석을 실시함으로써 개발된 이미지 척도의 신뢰성과 타당도를 검증하는 단계로 진행되었다. 본 연구는 보건소 이미지를 나타내는 신뢰성과 타당도를 갖춘 구성요소와 척도를 개발한 최초의 연구로서 개발된 척도는 향후 보건소 이미지 특성과 이에 영향을 미치는 요인을 체계적으로 연구하는 도구로 사용될 수 있다. 그 결과, 보건소의 대상자별 이미지 개선을 위한 차별화 전략의 수립, 보건소 이미지의 변화를 추적함으로써 보건정책의 실행에 따른 결과측정 등이 가능해질 수 있어 보건사업의 발전에 기여할 수 있을 것이다.

REFERENCES

- Aaker JL. Dimensions of brand personality. *J Mark Res* 1997;34:347-56.
- Belt JA, Paolillo GP. The influence of corporate image and specificity of candidate qualifications on response to recruitment advertisement. *J Manag* 1982;8(1):105-112.
- Bentler PM. Comparative fit Indexes in structural model. *Psychol Bull* 1990; 107(2):238.
- Bernstein D. *Company, image & reality: a critique of corporate communications*. London: Holt, Rinehart and Winston Ltd.; 1984.
- Cho EH. Scale development study on government brand image. *Korean Policy Sci Bull* 2004;8(4):205-226.
- Choe SB, Park HS, Chun R. The study of the relationship between the image reputation and the customer satisfaction of the government agency. *Korean Public Admin Q* 2007;19(4):955-985.
- Davies G, Chun R. Gaps between the internal and external perceptions of the corporate brand. *Corp Reput Review* 2002;5(2-3):144-158.
- Davies G, Chun R, da Silva RV. The personification metaphor as a measurement approach for corporate reputation. *Corp Reput Rev* 2001;4(2):113-127.
- Ha BJ. Study of corporate image factors affecting purchasing intention. *Advert Res* 1999;3:42-51.
- Han DW. Ratings of usability, likability, and social desirability of personality-trait words. *Korean J Psychol* 1992;11(1):147-171.
- Keith D. *Nation branding: the strategic management of nation brand*. Kim YK, translator. Paju: Nanam Publisher; 2009.
- Kwon DS. Development of lifelong education institution image scale and comparison of image among them. *Korean J Lifelong Educ* 2006;12(3):125-148.
- Kim CA, Jo SS, Shin HC. The development of measurement scale to assess the government agency image: focusing on the Ministry of Educational and Human Resources Development. *Advert Res* 2006;73:43-60.
- Lee JH. *Marketing scoring*. Seoul: Adbook Publisher; 2005.
- Lee SM. *Factor analysis I*. Seoul: Hakjisa Publisher; 1995.
- Lim TY, Kang GB. C.I.P study for the image enhancement of public institutions: focused image investigation for Jinhae C.I.P. *Korean J Vis Des Forum* 1998;3:28-39.
- O MY, Park JM, Jang JH. A study on factors of affecting country image. *Korean J Advert* 2003;14(1):149-177.
- Park YC. Determinants of public organizational image: the case of local public enterprise. *Korean Soc Admin Res* 2004;15(3):1-21.
- Park HS, Choe SB, Chun R, editors. *The brand image and identity of government organization, and the relation of customer satisfaction measurement*. Proceedings of Autumn Academic Conference of Korean Association of Public Administration; 2006 Nov; Seoul, Korea. Seoul: Korean Association of Public Administration; 2006.
- Shin HC, Jo SS, Kim CA. The development of measurement scale to assess the government agency image. *Korean J Advert Public Relat* 2008;10(1): 268-291.
- Tak JG. *Psychologic testing: understanding of development and evaluation*. 2nd ed. Seoul: Hakjisa publisher; 1996.
- Winters LC. The effects of brand advertising on company image: implications for corporate advertising. *J Advert Res* 1986;26:5-56.
- Yoo TY. Exploratory study on factor structure of trait adjectives describing corporate image. *Korean J Psychol* 1994;7(1):29-54.
- Yoo TY, Lee JG. Development of model for measurement of college image and comparison of image between colleges. *Korean J Psychol* 1997;10(2): 31-54.