

지역사회서비스 이용자의 사회서비스 재구매 의도에 미치는 영향

이형하*, 최한수**

The Effect of Community Service Users' Intention to Repurchase Social Services

Hyoung-Ha Lee*, Han-Su Choi**

요약

본 연구는 사회서비스 이용자를 대상으로 사회서비스 재구매 의사를 규명하기 위한 시도이다. 이를 위해 서비스의 만족도와 서비스 효과 요인을 중심으로 어떤 변인들이 사회서비스 재구매 의도에 영향을 미치는지를 분석하였다. 본 연구의 대상은 G광역시 지역사회서비스투자사업 지역개발형 사업(시/구)에 참여중인 이용자이다. 조사방법은 제공기관에 방문하여 서비스를 이용하는 대상자의 자기기입식 설문방식으로 이루어졌다. 설문지 회수는 607부였으며 최종분석에는 553부가 사용되었다. 조사기간은 2013년 9월 9일에서 9월 24일에 이루어졌다. 분석결과, 사회서비스 재구매 의도는 3.62점(5점만점), 서비스 만족도는 3.97점(5점만점), 서비스 효과는 4.11점(5점만점)으로 매우 높게 나타났다. 사회서비스 재구매 의도에 대한 회귀분석 결과, 서비스만족도 요인중 '서비스 접근성'(B=.100, p<.01)과 서비스 효과 요인중 '서비스를 받은 후 일상생활에 더욱 잘 적응한다'(B=.206, p<.001), '현재 서비스는 나와 우리가족에게 필요한 서비스이다'(B=.475, p<.001)가 서비스 재구매 의도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이러한 연구결과를 바탕으로 사회서비스 재구매 의도를 높일 수 있는 실천적 제언을 제시하였다.

▶ Keywords : 사회서비스, 서비스만족, 재구매 의도, 회귀분석

Abstract

This study was conducted as an attempt to explain social service users' intention to repurchase social services. For this purpose, it analyzed variables affecting intention to repurchase social

•제1저자 : 이형하 •교신저자 : 이형하

•투고일 : 2014. 7. 12, 심사일 : 2014. 7. 23, 게재확정일 : 2014. 8. 28.

* 광주여자대학교 사회복지학과(Dept. of Social Welfare, Kwangju Women's University)

** 광주여자대학교 사회개발대학원 사회복지학과 석사(Graduate School of Social Welfare, Kwangju Women's University)

※ 이 논문은 2013년 한국컴퓨터정보학회 동계학술대회에서 발표한 논문("지역사회서비스 이용자의 재구매 의도에 미치는 영향")을 수정하고 확장한 것임.

services, focusing on service satisfaction and service effect. The subjects of this study were users participating in community service investment programs and local development projects (city/district) in G Metropolitan City. For the survey, the researcher visited institutions providing social services and had the subjects answer a self-administered questionnaire. A total of 607 questionnaires were recovered and 553 of them were used in the final analysis. The survey period was from the 9th to 24th of September, 2013. According to the results of analysis, intention to repurchase social services was relatively high as 3.62 out of 5. Service satisfaction was 3.97 out of 5, and service effect was as high as 4.11 out of 5. According to the results of regression analysis on intention to repurchase social services, intention to repurchase services was affected significantly by 'service accessibility' ($B=.100$, $p<.01$) among the factors of service satisfaction, and 'More adaptable to daily life after getting services' ($B=.206$, $p<.001$) and 'The current services are necessary for my family' ($B=.475$, $p<.001$) among the factors of service effect. Based on these results, practical suggestions were made for enhancing users' intention to repurchase social services.

▶ Keywords : Social Service, Service Satisfaction, Repurchase Intention, Regression Analysis

I. 서 론

최근 저출산고령화, 핵가족과 더불어 1인가구, 한부모 가정 등의 증가는 인구구조와 가족구조의 변화에 많은 영향을 미치고 있다. 특히 경제위기 상황의 지속에 따른 소득양극화 현상, 새로운 사회적 위험에 처한 취약계층의 증가, 노동시장에서의 상시적인 고용불안, 자녀양육과 노인부양의 부담증가 등이 주요 사회문제로 부각되고 있는 것이 현실이다. 이와 같은 현상은 전통적 사회위기와 구분하여 '신사회 위기'로 규정한다. 신사회 위기는 가족과 지역공동체가 담당하였던 일상적인 활동이 붕괴되면서 점증적으로 확대되고 있다. 이에 따라 소득과 건강중심의 전통적 사회복지정책의 강화뿐만 아니라 일상생활 분야를 지원할 수 있는 보편적 서비스 제공을 위한 새로운 정책 등이 요구되고 있다[1, 2, 3]. 이에 따라 사회적 제공을 위한 정책적 필요성이 강력하게 제기되었고, 사회서비스는 복지국가 정책의 핵심적인 문제로 떠오르고 있다[4].

사회서비스는 기본적으로 달성하고자 하는 사회적 목적을 갖고 있으며, 가치와 규범에 의해 규제받는 사회적 맥락에 놓여 있다[5, 6]. 또한 사회서비스는 국가의 전반적 사회복지 목표의 실현과 관련되어야 한다. 이를 반영하여 유럽 여러 국

가들은 공익적 사회서비스((Social Services of General Interest, SSGI)라는 용어를 공통적으로 사용하여 사회서비스의 공공성을 강조하는 경향을 보인다[6, 7]. 이와 더불어 사회서비스의 집합적 성격은 국가 개입을 강조하며, 국가 개입 형태는 복지체제에 따른 국가 역할의 수준에 따라 매우 다양하다. 즉, 국가는 사회서비스를 직접 제공하기도 하지만, 사회서비스 수요자 혹은 공급자에 대한 다양한 형태의 현금, 현물, 선택권, 인센티브 등을 제공함으로써 간접적으로 개입한다. 이렇듯 사회복지 정책 관련 논의에서 사회서비스는 중요한 위치를 점하고 있다.

넓은 의미에서 사회서비스는 사회구성원의 총체적 복지증진에 기여하기 위해 일정정도 공공부문이 개입하여 제공하는 보건, 의료, 복지, 교육, 문화, 일반 행정 서비스 모두를 포함하지만, 최근 구체적 논의의 대상이 되고 있는 것은 사회서비스는 노인, 아동, 장애인 등을 대상으로 하는 돌봄서비스(care service)와 기타 지원서비스를 주로 포함한다. 이러한 사회서비스는 서비스 공급자에 대한 노동수요 증대와 서비스 수급자에 대한 장기적 인적자본 축적 가능성 증대라는 두 가지의 효과를 동시에 창출할 수 있다는 점에서 정책적으로 큰 관심의 대상이 되고 있다[7].

한편, 사회서비스 재정지원 방식에도 변화가 나타났다. 이는 서비스 제공기관에 대해 위탁금이나 보조금을 지원해주던

기존의 방식을 크게 변화시킨 것으로, 서비스 이용자에게 재정을 직접 제공함으로써 이용자가 서비스를 선택할 수 있는 권한을 강화한 것이다[4]. 이에 우리나라 사회서비스 정책에 대한 선행연구들은 바우처(증서) 사업을 통해 이용자의 선택권 강화와 이용자의 만족도 중심의 성과평가를 주로 다루어왔다[8, 9, 10]. 사회서비스 바우처 제도는 사회서비스를 필요로 하는 사람에게 일종의 이용권을 발급하여 서비스를 받을 수 있도록 하고 서비스의 비용을 이용권으로 지불하는 현물과 현금의 혼합적인 제도이다.

사회서비스 시장은 2012년부터 기존의 허가제에서 등록제 시행으로 이용자를 중심으로 다수의 제공기관이 경쟁하는 구도에 접어들었다. 제공기관의 입장에서 공급인력의 고용안정성 측면과 기관의 생존에 있어서도 이용자의 재구매 의도는 매우 중요한 성과가 아닐 수 없다. 특히, 서비스 산업에서는 신규고객의 창출보다는 기존고객의 유지가 더욱 중요하며 이런 관점에서 고객만족 형성 이후의 구매 및 재구매 의도의 관련성을 강화하는 기업 활동이 더욱 중요해 지고 있다는 점을 상기할 때 사회서비스 재구매의도에 대한 연구는 사회서비스 사업의 활성화 뿐만 아니라, 지역사회서비스 사업 분야의 일자리 창출에도 시사점을 제공할 수 있을 것이다.

이에 본 연구에서는 이용자를 대상으로 사회서비스의 재구매 의도 수준을 분석하고, 사회서비스의 만족요인과 효과성이 재구매 의도에 얼마나 영향을 미치는지를 규명하고자 한다. 특히, 사회서비스 사업 중 지역사회서비스투자사업은 지역의 복지수요와 주민 욕구를 반영하여 지역사회가 주도적으로 사회서비스의 개발과 집행을 하는 사업으로서 지역복지의 체감도와 지역복지공급체계의 변화를 견인하고 있다. 사회서비스 재구매 의도에 대한 연구는 향후 사회정책 집행의 성과를 높이는 데도 기여할 것으로 예상된다.

II. 관련 연구

1. 관련연구

1. 사회서비스와 지역사회서비스투자사업

사회보장기본법과 사회복지사업법 등 사회복지 영역에서는 사회서비스를 사회복지서비스로 한정하여 협의의 개념으로 정의하는 경향이 있다. 그러나 강혜규(2008)는 사회서비스를 '사회적 보호를 비롯한 다양하고 포괄적인 개인 욕구에 대한 집합적 대처의 필요성에 따라 이루어지는 사회복지, 돌봄, 기초 의식주 보장, 보건의료, 교육, 고용 관련 개입이 이

루어지는 서비스'라고 정의하고 있는데 이는 광의의 개념정의에 해당한다[11].

사회서비스의 수요자지원방식의 대표적인 정책수단은 바우처 방식이다. 바우처 방식의 효율성은 다수의 민간공급자들 사이에 발생하는 경쟁에 기반한다. 공급자는 더 많은 이용자를 확보하기 위해 이용자에 더욱 반응적이고 혁신적으로 변화하는 것이 강제된다. 바우처 이용자는 제공되는 구매력으로 서비스와 공급자를 선택하게 되는데, 이 때 씬스미에 민감한(cost conscious) 선택을 하게 되면서 효율이 높아진다. 또한 이용자 선택을 통해서 수익을 창출 되는 기관들이 이용자에게 선택받기 위해 서비스의 질을 놓고 경쟁하게 된다. 이론적으로 서비스 제공기관은 정부와 독립적인 관계를 가진다. 정부의 역할은 공급측면이 아니라 수요측면, 곧 이용자의 선정과 구매지원에 맞춰진다[12].

한편, 지역사회서비스투자사업은 지역 사회가 지역별 특성과 주민 욕구를 반영하여 지역 실정에 맞는 사회서비스를 주도적으로 개발·제공하도록 지원하는 사업이다. 이 사업은 지역별·가구별로 다양한 특성과 수요에 부합하는 차별적인 서비스를 지자체가 주도적으로 발굴·집행함으로써 지역 주민이 체감하고 만족하는 사회서비스를 제공하는데 있다. 또한, 이 사업의 목적은 시장 형성의 가능성이 높은 분야를 발굴, 수요자의 구매력을 보전함으로써 지속가능한 사회서비스 시장 형성과 일자리 창출을 도모하는데 있다. 그리고 인적자본 형성, 건강투자, 고령 근로 촉진 등 사회투자적 성격 사업을 집중 지원, 미래 성장 동력 확보와 사회경제적 자립 기반을 확충하는데 있다[13]. 결국 사회서비스는 중앙정부 주도의 전국을 대상으로 하는 일괄적인 서비스보다 그 지역의 특성과 주민수요에 부응하는 차별적인 서비스를 제공해야 하기 때문에 지방정부의 역할이 점점 중요해지고 있는 시점이다[14].

표1. 지역사회서비스투자사업의 사업군별 분포
Table 1. Business specific plans for distribution of Community Service Investment

연도	아동 재할	아동 역량 개발	아동 돌봄	노인, 장애인사 회참 여지원	신체 건강 관리	정신 건강 관리	가족 역량 강화	기타	계
2013	196 (26.5)	187 (25.3)	-	139 (18.8)	152 (20.5)	37 (5.0)	27 (3.6)	2 (0.3)	740 (100.0)
2012	188 (25.8)	166 (22.8)	8 (1.1)	93 (12.8)	179 (24.6)	34 (4.7)	52 (7.1)	8 (1.1)	728 (100.0)

출처 : 이형하 외(2013), 광주광역시 지역사회서비스투자사업 수요공급분석, p.3.

지역사회서비스투자사업은 이동재활, 노인장애인 사회참여지원, 신체건강관리, 정신건강관리, 가족역량강화 6대 사업군으로 구분된다. 2013년 전국 사업을 사업군별로 살펴보면, 재활 사업군이 전체 26.5%를 차지하고 있으며, 아동역량개발 25.3%, 신체건강관리 20.5% 순으로 나타나고 있다(표 1. 참조). 2013년 현재 지역사회서비스투자사업은 지역의 적극적인 아이디어를 통해 다양한 사회서비스를 창출하고, 품질향상과 경쟁을 통해 740개 사업이 진행되고 있다(표 1. 참조).

2. 이용자 선택과 재구매의도

공공서비스의 성과를 평가하기 위한 기준으로 최근에는 이용자 관점에서 이용자의 서비스 수요에 대한 대응성, 서비스 질에 대한 이용자의 평가, 이용자 만족도에 대한 평가, 이용자의 정신적인 상태나 태도 평가가 강조되고 있다. 이는 사회서비스에서 이용자의 선택(choice)은 이용자의 선택의 자유와 더불어 모든 사람이 자신의 삶의 주인으로서, 자신의 문제에 대해 스스로 결정할 수 있는 권한을 가진 존재로 존중되어야 한다는 의미의 자율성의 원칙에 기반하고 있다. 이러한 자율성은 일상생활에 개인의 선택과 통제권을 부여하는 것으로, 개인의 자립, 유연성, 사회참여 등을 강화시키는 것이 목적이다.

이처럼 사회서비스에서 이용자의 선택을 보장한다는 것은 어떤 서비스가 필요한지에 대한 욕구조사와 어떤 서비스가 제공될 것인가를 결정하는 과정에 이용자에게 의사결정 기회가 주어지고 존중되어야 한다는 것을 의미한다. 이러한 선택권 보장을 통해 이용자는 자신이 원하는 것을 직접 선택할 기회를 부여받게 되고 이로 인해 적절한 권력을 획득할 수 있게 된다(4).

한편, 재구매 의도는 '서비스 이용자가 미래에도 지속적으로 현재의 서비스나 재화를 반복하여 이용하게 될 가능성'(15), '현재의 서비스나 재화를 다음에도 다시 이용하고자 하는 의도'(16)로 정의한다. 또한, '소비자들의 상대적 혹은 호의적 의사로서 반복적 구매성향'(17)으로 정의되며, 해당 서비스에 대한 선호도 또는 심리적 몰입을 말한다(18, 19).

국내의 많은 연구들은 재구매 의도를 이용자만족의 결과변수로 다루고 있다. 즉, 이용자만족과 재구매 의도간 긍정적인 관계를 밝혀왔다(20, 21, 22, 23). Oliver(1980)는 기대와 불일치 그리고 만족과 태도 및 구매의도와의 관계를 밝히기 위해 경로분석을 실시한 결과, 고객만족이 구매후 태도에 영향을 미치며 이러한 태도는 계속해서 재구매 의도에 영향을 미친다고 하였다(21). 즉 고객의 만족정도가 재구매 의도를 증가시키는 것으로 고객만족이 재구매 의도나 상표전환 의도에 영향을 미치는 요인임을 시사하였다(24). 사회적 기업의

제품 재구매 의도에 관한 연구에서 사회적 기업 제품의 지각된 가치(기능적 가치, 감정적 가치)는 기업이미지와 제품 재구매 의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다(25). 이혜정(2014)의 사회서비스 품질요인과 재이용 의도에 관한 연구결과, 사회서비스 재이용 의도에 이용자 만족도, 품질요인 중 공감성, 신뢰성이 유의미한 영향력을 미치고, 특히 서비스 품질에 대한 이용자 만족도가 재이용을 유도하는 중요한 결정요인임을 밝히고 있다(26).

그러나 이유재안정기(2001)는 일반적으로 이용자만족의 결과변수로 재구매 의도를 들고 있지만, 현실적 측면에서 이용자만족이 재구매 또는 상표충성도로 직접 연결되는지에 의문을 제기하였다(27). 즉, 이용자와 서비스 제공자간 관계의 질이나 다양성 추구성향, 가격민감도, 소비자의 인지부조화 경험 등 별도의 요인들에 의해 달라질 수 있음을 시사하고 있다. 이에 더하여 조성숙허만세(2012)는 사회서비스 품질의 수준이 단선적으로 재이용 의사를 높이는 것이 아니고, 이 둘의 관계에 만족도와 같은 이용자들의 감정적 평가가 영향을 미치고 있음을 보고하고 있다(28).

III. 본 론

1. 연구대상과 자료수집

지역사회서비스투자사업은 서비스 수요가 비교적 고르게 분포되어 있거나 미래에 대한 선제적 투자 등 전국단위 공급 필요성이 높은 분야에 대해서 보건복지부가 개발한 사업을 지방자치단체가 선택하여 시행하는 '지역선택형' 사업과 지방자치단체가 주도적으로 서비스를 기획하여 시행하는 '지역개발형' 사업으로 구성되어 있다. 본 연구 대상자의 참여사업은 '지역선택형' 사업이다(29).

G광역시 지역사회서비스투자사업은 크게 시개발사업과 구개발사업으로 구분된다. 시개발 사업은 총 18개 중 아동·청소년 대상사업이 10개 가장 많은 비율을 차지하고 있고, 그 밖에 대상별로 1~2개의 사업이 진행되고 있다(표 2. 참조). 구개발사업은 해당 구민이 이용가능하며 총 14개이며, 노인 대상사업이 6개로 가장 많고, 아동·청소년과 가족 대상 사업은 각각 3개씩이고, 노인+임산부+장애인 대상 사업이 1개가 진행되고 있다(표 3. 참조).

표 2. 시개발사업 현황
Table 2. The overview of city development business

대상	사업명
아동 청소년 (10)	·아동정서발달지원서비스
	·아동청소년심리지원서비스
	·인터넷파몰아동청소년치유서비스
	·아동청소년문화예술집중서비스
	·지역사회방안아동돌봄서비스
	·아동청소년비전학습지원서비스(유형1,3)
	·찾아가는 놀이체험서비스
	·아동청소년비전형성지원서비스(체험통합형)
	·아동청소년의 현장체험형 진로직업교육서비스
·청소년스포츠포츠 활동과 진로코칭	
성인 (2)	·U-health시스템을 이용한 맞춤형운동서비스
	·맞춤형건강관리서비스
노인 (2)	·치매예방서비스
	·어르신맞춤형생활증진서비스
가족(1)	·가족역량강화서비스
노인+ 장애인 (3)	·장애인 노인을 위한 돌봄여행서비스
	·장애인건강증진서비스
	·장애인보조기기렌탈서비스

표 3. 구개발사업 현황
Table 3. The overview of agency development business

대상	사업명
아동 청소년 (3)	·영유아발달지원서비스
	·과학실습활동서비스
	·아동건강관리서비스
노인 (6)	·효사랑약손출동서비스
	·해피실버문화예술단서비스
	·노후생활지원서비스
	·건강미교청서비스
	·노인문화여가활동서비스
·자살 고위험군(노인)건강증진서비스	
가족(3)	·행복한기정아카데미 「희망수레비퀴」
	·건강한가족공동체만들기
	·출산 후 엄마학교
기타(1)	·맞춤형 운동처방서비스

본 연구의 대상은 G광역시 지역사회서비스투자사업 지역 개발형 사업(시/구)에 참여중인 이용자이다. 조사방법은 제공 기관에 방문하여 서비스를 이용하는 대상자의 자기기입식 설문방식으로 이루어졌다. 설문지 회수는 607부였으며 최종분석에는 553부가 사용되었다. 조사기간은 2013년 9월 9일에서 9월 24일에 이루어졌다.

2. 주요변수의 측정

2-1. 종속변수

본 연구의 종속변수는 재구매 의도이다. 재구매 의도에 대한 척도는 Taylor & Baker(1994)[30]가 개발하고, 김기탁(2007)[31]이 스포츠센터 고객의 재구매 의도에 대한 4문항(신뢰도는 .93)과 석유미(2004)[32]의 보험상품 서비스 품질과 재구매 의도에 관한 연구에서 사용한 2문항(신뢰도는 .58)의 설문지를 본 연구에 맞게 재구성하여 4문항으로 측정하였다. 설문지는 5점 리커트 척도로 구성하였다. 분석결과 재구매 의도의 신뢰도는 .614로 나타났다.

2-2. 독립변수

본 연구의 주요변수로는 사회인구학적 특성 변수, 서비스 만족도, 서비스 효과성 등이다. 시장경쟁에 의하여 운영하는 사회서비스의 공급 특성상 이용자 만족이 이루어지지 못하면 시장경쟁에서 살아남을 수 없기 때문에 이용자의 만족은 공급 기관들의 중요한 목표이다. 사회서비스 만족도 척도는 류선화 외(2012)[33]가 사용한 척도에 서비스에 대한 전문적 만족도 1문항을 추가하여 10문항을 사용하였다.

서비스효과 척도는 인천지역사회서비스지원단에서 사용한 서비스 효과 측정 2문항과 연구자가 추가한 1문항을 포함한 3문항으로 구성하였다. 분석결과 서비스만족도의 신뢰도는 .842이었으며, 서비스효과의 신뢰도는 .833으로 나타났다.

IV. 연구결과

1. 연구대상자의 및 주요 변수의 특성

연구대상자의 주요 특성은 다음과 같다(표 4 참조). 응답자의 성별 분석결과 남자 114명(20.7%), 여자 436명(79.3%)이었다. 연령대는 40대미만 249명(46.3%), 40대 이상~60대미만 142명(26.4%), 60대이상 147명(27.3%)이었다. 혼인상태는 미혼 119명(21.8%), 기혼(이별, 사별, 별거 포함) 427명(78.2%)이었다. 수급지위는 기초생활수급자 107명(19.7%), 차상위계층 115명(21.2%), 일반가구 320명(59.0%)이었다. 가정형태는 일반가정 476명(86.7%), 조손가정 7명(1.3%), 한부모가정 40명(7.3%), 기타 26명(4.7%)로 나타났다(표 4. 참조)

표 4. 연구대상자의 일반적 특성
Table 4. Summary of Resondent Characteristics

변수		빈도	비율(%)
성별	남자	114	20.7
	여자	436	79.3
연령대	40대미만	249	46.3
	40대이상~60대미만	142	26.4
	60대이상	147	27.3
혼인상태	미혼	119	21.8
	기혼(사별, 이혼, 별거 등)	427	78.2
수급지위	수급자	107	19.7
	차상위계층	115	21.2
	일반가구	320	59.0
가정형태	일반가정	476	86.7
	조손가정	7	1.3
	한부모가정	40	7.3
	기타	26	4.7

2. 주요 변수의 기술통계 분석결과

2-1. 서비스 만족도 분석결과

사회서비스 만족도 분석결과, 서비스 제공자의 친절성 4.37점(표준편차 .656), 제공자의 전문성 4.28점(표준편차 .634), 서비스 품질 4.25점(표준편차 .690) 순으로 나타났고, 서비스 신청절차 3.63점(표준편차 .808), 서비스 본인부담액은 3.38점(표준편차 1.020) 순으로 낮게 나타났다. 서비스 만족도의 전체평균은 3.97점(표준편차 .497)으로 비교적 높게 나타났다(표 5. 참조).

표 5. 서비스 만족도 분석결과
Table 5. The Result of Service Satisfaction

변수	최소 값	최대 값	평균	표준 편차
서비스 신청절차	1	5	3.63	.808
서비스 제공기간	1	5	3.79	.831
서비스 제공횟수	1	5	3.90	.722
서비스 본인부담액	1	5	3.38	1.020
서비스 내용	2	5	4.19	.645
제공자의 전문성	3	5	4.28	.634

제공자의 친절성	1	5	4.37	.656
서비스 품질	2	5	4.25	.690
서비스 접근성	1	5	4.01	.840
전체 평균	2.5	5.0	3.97	.497

2-2. 서비스 효과 분석결과

사회서비스 효과 분석결과, '현재 제공되고 있는 서비스가 본인과 가족에게 꼭 필요한 서비스이다' 4.29점(표준편차 .712), '신체적, 정신적으로 더 건강해졌다' 4.09점(.709), '서비스를 받고 난 후 일상생활에 더욱 잘 적응한다' 4.01점(표준편차 .705)으로, 전체평균 4.11점(표준편차 .614)으로 매우 높은 효과를 나타냈다(표 6. 참조). 이러한 결과는 사회 서비스 이용자의 일상생활상의 기능향상과 적응도가 높아지는 긍정적인 효과가 높음을 나타내고 있다.

표 6. 서비스 효과 분석결과
Table 6. The Result of Service Effect

변수	최소 값	최대 값	평균	표준 편차
일상생활에 더욱 잘 적응한다	1	5	4.01	.705
신체적, 정신적으로 더 건강해졌다	1	5	4.09	.709
현재 서비스는 나와 우리가족에게 필요한 서비스이다	2	5	4.23	.712
전체 평균	2.0	5.0	4.11	.614

2-3. 서비스 재구매 의도 분석결과

사회서비스 재구매 의도 분석결과, '현재 이용하고 있는 서비스를 주변사람에게 추천해 주고 싶다' 4.29점(표준편차 .665)으로 가장 높은 재구매의도를 나타냈고, '본인부담금이 많아져도 서비스를 계속 이용할 생각이 있다' 2.93점(표준편차 1.084)으로 가장 낮은 재구매 의도를 나타냈다(표 7. 참조). 즉, 지속적인 서비스 요구도 높고, 주변사람들에게 서비스를 추천하고자 하여 서비스의 신뢰도가 높다고 할 수 있다. 그러나 개별적인 부담금의 경제적 부담으로 인한 재구매 의도는 낮은 것으로 분석되었다.

표 7. 서비스 재구매의도 분석결과
Table 7. The Result of Service Repurchase Intention

변수	최소값	최대값	평균	표준 편차
현재 이용하고 있는 서비스가 종료된 이후에도 지속적으로 제공받고 싶다	1	5	4.22	.722
이용기간 종료 후, 전액 개인부담을 하더라도 서비스를 계속 이용할 생각이 있다	1	5	3.03	1.147
본인부담금이 더 많아져도 서비스를 계속 이용할 생각이 있다	1	5	2.93	1.084
현재 이용하고 있는 서비스를 주변사람들에게 추천해주고 싶다	2	5	4.29	.665
전체 평균	2.0	5.0	3.62	.632

2-4. 서비스 재구매 의도 회귀분석결과

회귀분석 실시전, 변수간 다중공선성 진단을 한 결과 VIF 계수는 1.214부터 3.177로 다중공선성의 문제는 없는 것으로 분석되었다(표 8. 참조).

사회서비스 재구매 의도에 대한 회귀분석 결과, 서비스만족도 요인중 '서비스 접근성'(B=.100, p<.01)과 서비스 효과 요인 중 '서비스를 받은 후 일상생활에 더욱 잘 적응한다'(B=.206, p<.001), '현재 서비스는 나와 우리가족에게 필요한 서비스이다'(B=.475, p<.001)가 서비스 재구매 의도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 분석되었다(표 8. 참조). 즉, 서비스 만족도 요인 9문항 중 '서비스 접근성'만이 재구매 의도에 유의미한 영향력을 나타내고 있어 수요자의 이용접근성이 매우 중요함을 시사하고 있다.

또한, 서비스 효과 요인 중 일상성의 적응력과 자신과 가족에게 필요한 서비스라는 필요도가 유의미한 영향력을 미치고 있어 향후 사회서비스 프로그램의 개설과 존속은 이러한 측면을 적극 반영하여야 할 것이다. 특히, 자신과 가족에게 필요한 서비스 필요도의 영향력(B=.475, p<.001)이 가장 높다는 점에 주목하여 지역선택형 사업에 대한 수요자 욕구조사 과정에 서비스의 필요도에 부응하는 체계적인 서비스 제공모형을 만들어 나가야 할 것이다.

표 8. 서비스 재구매의도 회귀분석 결과
Table 8. The Regression of Service Repurchase Intention

	B	B	t	VIF
(상수)	.969		6.435***	
서비스 신청절차	.034	.047	1.221	1.631
서비스 제공기간	-.012	-.016	-.407	1.800
서비스 제공횟수	-.002	-.002	-.053	1.729
서비스 본인부담액	.035	.061	1.713	1.407
서비스 내용	.005	.006	.122	2.480
제공자의 전문성	.031	.034	.629	3.177
제공자의 친절성	.070	.079	1.582	2.759
서비스 품질	.037	.044	.900	2.567
서비스 접근성	.070	.100	2.738**	1.452
일상생활에 더욱 잘 적응한다	.172	.206	4.309***	2.501
신체적, 정신적으로 더 건강해졌다	.066	.079	1.633	2.577
현재 서비스는 나와 우리가족에게 필요한 서비스이다	.241	.475	14.258***	1.214
	F = 47.833*** R ² = .513			

V. 결론

본 연구는 사회서비스 이용자를 대상으로 사회서비스 재구매 의사를 규명하기 위한 시도이다. 이를 위해 서비스의 만족도와 서비스 효과 요인을 중심으로 어떤 변인들이 사회서비스 재구매 의도에 영향을 미치는지를 분석하였다. 분석결과, 사회서비스 재구매 의도는 3.62점(5점만점)으로 비교적 높게 나타났다. 서비스 만족도는 3.97점(5점만점), 서비스 효과는 4.11점(5점만점)으로 매우 높게 나타났다. 사회서비스 재구매 의도에 영향을 미치는 요인으로 '서비스 접근성', '일상생활에 적응도를 높이는 서비스 효과성'과 '서비스 필요도' 등이 주요 영향변수임을 확인하였다.

이러한 연구결과를 바탕으로 사회서비스 재구매 의도를 높일 수 있는 실천적 제언을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 사회서비스의 만족도 요인 중 제공인력의 전문성과 친절성과 같은 관계적 속성이 중요함을 시사한다. 그러나 서비스의 신청절차의 번거로움과 본인부담금에 대한 부정적인 견해는 지속적인 개선의 노력이 필요하다. 특히, 전국가구 평균 이하의 가구에서는 본인부담금에 대한 경제적 부담을 고려한다면 향후 본인부담금에 대한 경감대책 등을 마련해 나가야 할 것이다.

둘째, 서비스 접근성을 높이기 위해서는 서비스 이용자의 생활권역 내에 복수의 제공기관이 있어야 하며, 주요 대중교통 노선에서 접근하기 쉬운 시설을 설치하도록 유도하는 노력이 필요하다.

셋째, 서비스 효과성 측면에서 실제 사회서비스를 받고 난 후 이용자가 일상생활을 더욱 잘 적응하는 성과가 있어야 재구매 의도가 높아짐을 알 수 있다. 즉, 이용자의 입장에서 경쟁과 선택의 의미보다는 자신들의 서비스 욕구를 해결해 줄 수 있는 사회서비스의 확대와 제공이 더 중요한 의미를 가진다는 선행연구(34)와 맥을 같이 한다.

넷째, 사회서비스 효과성을 지속적으로 모니터링하고 품질을 총체적으로 관리하는 역할은 수행하는 기관이 필요하다. 현재 광역자치단체의 사회서비스지원단의 역할 중 '사회서비스사업에 대한 모니터링 및 평가' 기능이 있다. 보다 체계적이고 지속적인 모니터링과 품질평가를 위한 광역사회서비스민관학 연계평가단의 운영도 적극 도입할 필요가 있다.

본 연구는 사회서비스 재구매 의도에 영향을 미치는 다양한 인구사회학적 특성을 충분히 반영하지 못한점, 시계열적 연구방법을 적용하여 이용자의 재구매 경향성 분석하는데 일정한 연구의 제한점이 있다.

참고문헌

- [1] P. Taylor-Goodby, *New Risks and Social Change*, in Taylor-Goodby(ed). *New Risks, New Welfare: The Transformation of the European Welfare State*. London: Oxford Univ. Press. 2004.
- [2] G. Esping-Anderson, *Towards the Good Society. Once Again?* in Esping-Anderson(ed). *Why We Need a New Welfare State*. London: Oxford Univ. Press. 2002.
- [3] J. M. Seo, "A Study on Economic Effects of Social Services," *Korean society and public administration*, Vol 24, No. 3, pp.33-54, 2013.
- [4] E. A. Jeong, "The Effects of User's Choice and Awareness of Importance of Choice in Community Social Services on User's Satisfaction-Focusing on Choice of Providing Organization and Providers," *Journal of Social Services Study*, Vol. 4, No. 1, pp.5-57, 2013.
- [5] T. Bahle, "The Changing Institutionalization of Social Services in England and Wales, France and Germany: Is the Welfare State on the Retreat?," *Journal of European Social Policy*, Vol. 13, No. 1, pp.5-20, 2003.
- [6] Y. J. Yoon, "Concept and Characteristics of Social Service," *Journal of Social Services Study*, Vol. 1, pp.9-32, 2010.
- [7] E. J. Kim, "Changes in Financial Supporting Flow on Social Service Areas and Quality-related Policy Issues," *Social Welfare Policy*, Vol 35, pp.141-168, 2008.
- [8] I. Kim, "Effectiveness and Customer Satisfaction of Caretaker Voucher Service for Postpartum Women and Infants," *The Korean Journal of Local Government Studies*, Vol. 13, No. 4, pp.127-152, 2009.
- [9] J. W. Lee, "Development Process and Revitalization Agenda for Social Service Policy: Social Service e-Voucher Program," *The Korean Journal of Local Government Studies*, Vol. 15, No. 4, pp.333-359, 2011.

- [10] J. K. Jung, "The Effects of the Relational Benefit on the Public Social Service User's Satisfaction," *Social Welfare Policy*, Vol 36, No. 3, pp.495-520, 2008.
- [11] H. K. K.ang, "Social Service Policy and the Community Social Service Provision Systems in Korea," *Critique of social policy*, Vol. 25, pp.67-98, 2008.
- [12] N. J. Yang, "Analysis on the Social Service Provision in Korea: Focusing on the methods of Grants and Voucher," *Social Welfare Policy*, Vol 38, No. 3, pp.191-219, 2011.
- [13] J. S. Ryu, "On the Characteristics and Issues of Community Social Service Investment Program in Daejeon," *Journal of Social Science Studies*, Vol. 21, No. 2, pp.85-108, 2010.
- [14] H. K. Moon and H. H. Lee, *A Study of Alternatives to Activating Community Social Service Investment Program(CSI) in Gwangju*, Gwangju Development Institute, 2013.
- [15] I. K. Jong and C. J. Park, "A Study of the Effects of the Customer Value and Switching Barriers on the Repurchase Intention in Internet Shopping Malls," *Asia Pacific Journal of Information Systems*, Vol. 14, No. 1, pp.185-209, 2004.
- [16] S. H. Oh, "Customer Value , Customer Satisfaction , Switching Costs , and Attractiveness of Alternatives - The Determinants of Repurchase Intentions in the Service Industry," *Korea Marketing Review*, Vol. 17, No. 2, pp.25-55, 2002.
- [17] A. S. Dick and K. Basu. "Customer loyalty: Towards an integrated conceptual framework". *Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol. 22. No. 3. pp.99-113. 1994.
- [18] R. L. Oliver, *Satisfaction a behavioral perspective on the consumer*, New York: McGraw-Hall, 1997.
- [19] W. H. Lee, "The Effect of Interpersonal and Non-Interpersonal Attributes of Flight Attendant on In-Flight Service Quality and Repurchase Intention," *Journal of Hospitality and Tourism Studies*, Vol. 14, No. 2, pp.268-282, 2012.
- [20] D. Halstead and T. J. Page, "The Effects of Satisfaction and Complaining Behaviour on Consumer Repurchase Intentions," *Journal of Consumer Satisfaction. Dissatisfaction and Complaining Behaviour*, Vol. 5, pp.1-11, 1992.
- [21] R. L. Oliver, "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decision," *Journal of Marketing Research*, Vol. 17, November, pp.460-469, 1980.
- [22] S. L. Kim and O. N. In, "The Impact of Travel Agency's Website Quality on Customer Satisfaction and Repurchase Intention," *Journal of The Korea Society of Computer and Information*, Vol. 18, No. 5, pp.121-131. 2013.
- [23] D. G. Kim and I. Ryu, "The Study on the Relationship of Logistics Service Quality, Relationship Orientation, and Customer Satisfaction for the Repurchase Intention in On-Line Shopping Mall," *Journal of The Korea Society of Computer and Information*, Vol. 13, No. 2, pp.251-258. 20008.
- [24] H. Kim, "The Moderating Role of Variety Seeking in the Effect of Service Satisfaction on Repurchase Intention," *Journal of Marketing Management Research*. Vol. 14, No. 2, pp.123-138, 2009.
- [25] E. J. Kim and J. W. Kim, "A Study on Repurchase Intention for the Products of Social Enterprise," *Korea Society of Industrial Information Systems*, Vol. 17, No. 1, pp.105-115. 2012.
- [26] H. H. Lee, "Study on the Effect of Service Quality of Social Service for the Elderly on Service Satisfaction and Re-Utilized Intention of Users: Focusing on the Rehabilitative Treatment and Services for Children with Disabilities," *Journal of Social Science Studies*, Vol. 25, No. 2, pp.655-676, 2014.
- [27] Y. J. Yi and J. K. Ahn, "Effects of Service Loyalty and Pseudo-Loyalty on Repurchase

- Intentions," Journal of Consumer Studies, Vol. 12, No. 1, pp.53-74, 2001.
- [28] S. S. Cho and M. S. Hoe, "An Analysis of the Mediating Effect of Satisfaction on the Relationship between Service Quality and Resue Intension-Focusing on the Children's Economical Development Support Services in Daegu-," Seoul Studies, Vol. 13, No. 1, pp.127-148, 2012.
- [29] Ministry of Health & Welfare, Community Services Investment Business Guide, 2009.
- [30] S. A. Taylor and T. L. Baker, "An assesment of the relationship between service quality and customer satisfaction in the formation of consumers' purchase intention," Journal of Retailing, Vol. 70, No. 2, pp.163-178, 1994.
- [31] K. T. Kim, "The role of consumption experience in structural relationship among emotion, satisfaction, and repurchase intention," The Korean Journal of Physical Education, Vol. 46, No. 4, pp.211-220, 2007.
- [32] Y. M. Suk, "An Investigation on How the Service Quality and the Corporate Image Influence the Repurchase Intention - Focusing on Car Insurance-(Doctoral disssertation)," Gradute of Sookmyung Women's University, 2004.
- [33] S. H. Ryu et al., Survey of Community Services Report in Daejeon. Daejeon Social Service Assistance Group, 2012.
- [34] C. H. Shin, "A Study on the Factors Affecting Social Service Satisfaction Using Voucher," Korean Journal of Social Welfare, Vol. 64, No. 4, pp.137-161, 2012.

저 자 소 개



이 형 하

2004: 동신대학교
 사회복지학과 사회복지학박사
 현 재: 광주여자대학교
 사회복지학과 부교수
 관심분야: 사회복지정책, 다문화복지
 Email : hhlee62@kwu.ac.kr



최 한 수

2014: 광주여자대학교
 사회개발대학원 사회복지학과
 사회복지학 석사
 관심분야 : 사회복지정책
 Email : smcar00@naver.com