

지방정부 특별교통 서비스품질이 이용자인족도와 이용자가치를 통해 기관이미지에 미치는 영향

김 종 역* · 황 찬 규**

The Effect of the Qualities of Special Transportation Services on the Image of the Organization through User Satisfaction and User Value

Kim Jongeok · Hwang Changyu

〈Abstract〉

The differentiation of this study is largely based on the above discussion. First, I would like to examine the main factors that affect the image of the local government's special transport agencies in terms of users and suggest strategic options for promoting the local government's special traffic. Second, a public service approach is very necessary considering the concept of new public transport such as local government special transport, individual use experience and social impact.

The purpose of this study is to demonstrate the characteristics of local government special traffic through the five important factors of the service quality which are not capable of objectively measuring the characteristics of the service.

Key Words : Image of the Organization, Local Government, The Qualities of Special Transportation Services, User Satisfaction, User Value

I. 서론

최근 4차 산업혁명의 시대를 맞이하여 사회경제적 발전과 삶의 질이 향상되었다고 할 수 있다. 하지만 이동에 불편을 겪고 있는 교통약자들의 이동권에 대한 제반적 여건은 여전히 미흡하다. 따라서 인구의 고령화와 교통약자수의 증가로 인해 교통약자의 이동 편의를 증진시키기 위한 시스템 마련이 필

요하며, 교통약자 이동편의에 대한 국가 역할 재정립과 새로운 정책 수립이 요구되고 있다. 이러한 현실에서 “장애인·노인·임산부 등의 편의증진 보장에 관한 법률” 과 “교통약자의 이동편의 증진법” 의 법제정으로, 장애인과 노인 그리고 임산부 등의 교통 접근을 용이하게 하고서 안전을 지킬 수 있는 시설 정비에 대한 법적 근거를 마련하고 있다. 이는 교통약자가 편리하고 안전하게 이동할 수 있도록 제공한다는 것이다. 제3차 교통약자 이동편의증진계획에서 사회적 여건변화 반영 및 계획의 중·장기적 일관성

* 서울벤처대학원대학교 융합산업학과 박사과정(주저자)

** 서울벤처대학원대학교 융합산업학과 교수(교신저자)

확보를 위해 교통약자 이동편의 증진계획 수립이 필요하다고 설명하고 있다[1]. 이는 2017년 고령사회에서 2024년 초고령 사회로 진입하는 현상이 나타남에 따라 이를 대비하기 위한 중장기적 이동편의 증진계획 마련이 필요하다. 따라서 교통수단, 시설, 보행환경 개선을 이동편의 계획과 이를 기반한 기타 이동 편의의 사업 추진에 필요한 투자 규모 산정과 재원조달방안을 마련하고 있다. 또한 이동편의 증진을 위한 현실 가능한 목표를 수립하여 지방정부의 교통약자 이동 편의를 확대할 수 있는 법적 근거 및 투자가 될 수 있도록 신경을 써야 한다.

한국교통연구원의 2016년 교통약자 이동편의 실태조사 연구에 따르면, 2016년 10월말 이동편의 시설의 기준 적합 설치율은 평균 72.5%이며, 교통수단 77.4%, 여객시설 67.8%, 보행환경 72.2%로 이동편의 시설 전체 기준 적합 설치율 72.5%가 교통약자가 이동하는 데 불편함을 겪는다고 설명하고 있다. 그리고 국토교통부의 2017년도 교통약자 이동편의 실태조사 연구에 따르면, '17년 말 기준으로 우리나라의 교통약자 인구는 4명 중 1명 이상으로 전체인구의 약 28.9%인 1,496만 명 수준이며, '16년에 비해 약 25만 명 증가했다. 교통약자 유형별로는 고령화 증가추세에 따라 고령자(65세 이상)가 736만 명으로 가장 높은 점유율(49.2%)을 차지했으며, 어린이, 영유아동반자, 장애인, 임산부 순으로 높게 나타났다[2].

정부에서 교통편의 시설에 대한 지속적인 개선으로 2016년도 보다 2017년이 더욱 개선되는 것으로 보이고 있다. 교통수단, 여객시설, 도로(보행환경)를 대상으로 한 이동편의시설의 기준적합 설치율은 8대 특별·광역시 평균 78.3%로 조사되었으며, 2016년도 결과에 비해 5.2%p 증가하여, 개선되고 있는 것으로 나타났다.

이를 계기로 서울과 지방정부의 교통편의 시설

및 교통약자 이동권에 대한 관심이 점차 증대됨에 따라교통편의 시설은 개선되고 있는 상황이나 현재 교통 편의 시설에 비해서는 규모나 서비스 품질 측면에서 매우 빈약한 실정이다. 이는 2017년도 항공과 여객선터미널 이동편의시설이 2016년 보다 교통편의 기준 적합률이 하락하고 있는 것으로 나타나 개선이 필요한 실정이다. 또한 지방정부 교통수단에서 울산광역시 여객시설 주변 보행환경 기준적합 설치율, 저상버스 보급률 등에서, 세종특별자치시는 특별교통수단 이용률, 교통복지행정 등에서, 대전광역시 특별교통수단 보급률, 고령자·어린이 안전도 등에서 낮은 평가를 받았기 때문에 사료된다. 따라서 지방정부의 특별교통의 서비스 활성화 방안에 대한 대책마련이 시급한 실정이나 지방정부 특별교통에 관련한 실증연구는 거의 없는 실정이다.

최근까지 진행된 지방정부 특별교통 선행연구들은 서비스 품질의 5가지 요인과 교통에서 중요한 요인들 간의 인과관계 연구가 거의 진행되지 않은 실정이며, 지방정부 특별교통의 특성 이론에 기반을 둔 요인을 선택하지 않고 법적·정책적인 특성에만 집중적으로 연구되었다. 그리고 지방정부 특별교통 정책에 관련된 연구들이 주를 이루어왔다. 또한 약자들의 교통편의 시설에 특성 및 현황만 초점이 맞추어졌다.

본 연구의 차별화는 이상의 논의를 바탕으로 크게 두 가지로 구분된다. 첫째, 이용자 측면에서 지방정부 특별교통의 기관이미지에 영향을 미치는 주요 요인들을 고찰하고, 국내 지방정부 특별교통 활성화 방안에 대한 전략적 대안을 제언하고자 한다. 둘째, 지방정부 특별교통 같은 새로운 공공 교통의 개념, 이동을 위해 특별교통수단을 이용할 수밖에 없는 개인의 이용 경험, 사회적 영향을 고려할 때 공공 서비스 접근 방법은 매우 필요하다.

본 연구의 목적은 지방정부 특별교통의 특성을

서비스 고유의 특성상 객관적으로 측정하기 어려운 추상적인 개념을 객관적으로 평가한 서비스 품질 (SERVQUAL)의 5가지 중요한 요인을 통해 지방정부 특별교통 이용자만족도와 이용자가치를 통해 기관이미지에 어떠한 영향을 미치는지 실증 검증하고자 한다.

본 논문의 구성은 다음과 같다. 제2장에서는 지방정부 특별교통, 서비스품질, 이용자만족도, 이용자가치, 기관이미지를 정리하였다. 제3장에서는 연구 모형 및 가설을 설정하였고, 제4장에서는 변수의 정의와 연구 대상 및 분석 단위를 기술하였다. 제5장에서는 가설 검증 및 결과 분석을 기술하였고, 마지막으로 제6장에서는 연구 결과 및 시사점, 향후 연구 방향에 대해 논의하였다.

II. 관련연구

2.1 지방정부 특별교통

지방정부 특별교통은 교통약자가 안전하고 편리하게 이동할 수 있도록 이동편의 증진정책의 기본 방향 및 목표를 제시하는 5년 단위 법정계획이라 할 수 있다. 이는 교통수단, 여객시설, 보행환경 개선을 통한 교통약자의 이동권을 확보하고 정책 추진 및 투자지원을 중장기적으로 일관성 있게 유지할 수 있도록 정책의 목표와 방향 및 과제를 제시하는 것이라 할 수 있다.

국토교통부는 매년마다 교통약자 이동편의 실태조사 연구를 진행하고 있다. 국토교통부[1]의 2017년 교통약자 이동편의 실태조사 연구에 대한 과업지시서에 따르면 「교통약자의 이동편의 증진법」 제25조 및 동법 시행규칙 제11조에 국토교통부장관은 매년 전수조사 또는 표본조사의 방법으로 교통약자

이동편의 실태조사를 실시하도록 규정하고 있으며, 이러한 조사 자료는 교통약자 이동편의 증진을 위한 정책을 효과적으로 수립하는데 기초자료로 활용하고 있다. 또한 실태조사 내용을 살펴보면, 교통약자 인구현황, 이동 실태, 이동편의시설 설치·관리현황, 보행환경 실태, 교통수단, 여객시설, 이동편의시설 및 보행환경에 대한 교통약자의 만족도 등으로 구성되어 있다. 이를 통해 교통약자 이동편의 실태조사를 지속적으로 모니터링하고 이동편의 시설기준에 미 적합한 시설물에 대해서는 해당 교통 사업자에 개선을 권고하고, 이용자 만족도가 낮은 항목에 대해서는 다각적으로 개선을 유도할 수 있는 자료를 확보하여 제공한다.

2.2 서비스품질(SERVQUAL)

서비스품질은 서비스를 이용자가 주관적 판단에 의해 만족할 수준으로 받고 있다는 전반적인 평가를 의미한다[3,4]. 또한 서비스 품질은 고객이 제품에 대해 무조건 만족하기 보다는 자신이 생각하고 있는 기대치를 갖는 제품에 대해 만족하는 것이라 할 수 있다[5].

PZB[3]에 의해 처음으로 제안된 서비스품질 (SERVQUAL)은 Oliver[6]의 기대-일치이론 (Expectation-Confirmation Theory)을 기반하여 제품과 서비스에 대한 기대 및 성과가 일치하게 되면 고객은 만족하고, 구매로 이어진다고 할 수 있다. 자신의 제품과 서비스에 대한 기대와 성과는 제품과 서비스를 구매이용에 대한 자신의 느낌이라 할 수 있으며, 자신의 느낌이라는 것은 긍정적인 의미와 부정적인 의미가 포함된다. 이는 실질적으로 고객이 제품과 서비스에 대해 만족할 때 구매를 수행하는 결과와 평가하고자 하는 자신의 믿음이 연결된다고 볼 수 있다. PZB[3]의 연구에서는 서비스 품질을 주

관적 품질과 인지적 품질로 구분하여, 주관적 품질은 물리적으로 보이는 객관화된 상태를 의미하고, 인지적 품질은 고객이 원하는 품질을 제공할 수 있는 상태를 의미한다. PZB[3]의 서비스 연구를 기반으로 지각된 품질을 반영하는 요인에 초점을 맞추었다. 또한 SERVQUAL 척도는 여러 분야의 서비스 및 마케팅 연구에 학술적·실무적으로 적용되고 있다[6]. 정보기술의 발전에 따라 이용자들이 새로운 미디어 기술의 서비스품질이 측정이 중요하다는 것이다. 서비스 품질은 전반적으로 뛰어나거나 우수한 소비자들이 평가한 지각된 품질과 다른 태도의 유형이다[7].

PZB[7]의 연구에서는 원래 10개의 서비스 품질 차원의 변수인 유형성(Tangibles), 신뢰성(Reliability), 응답성(Responsiveness), 커뮤니케이션(Communication), 신용성(Credibility), 보안성(Security), 유능성(Competence), 정중성(Courtesy), 이해성(Understanding), 고객의 이해(Knowing Customers)라는 10개 요인을 개발하였고, 실증연구를 통하여 10개의 차원을 5개 차원으로 정리하였으며 여러 산업에서 공통적으로 적용되는 5가지의 품질 차원들을 유형성(Tangibles), 신뢰성(Reliability), 응답성(Responsiveness), 확신성(Assurance), 공감성(Empathy)의 변수들을 확정하였다. 유형성은 “물리적인 시설과 장비 그리고 개인의 인상”이라고 정의한다. 신뢰성은 “기업으로부터 약속된 서비스를 믿을 수 있고 정확하게 수행할 수 있는 능력”이라고 정의한다. 응답성은 “이용자들에게 도움을 주고 신속한 서비스를 제공하려는 의지”라고 정의한다. 확신성은 “직원의 지식과 예절 그리고 신뢰와 자신감을 전달하려는 능력”이라고 정의한다. 공감성은 “기업이 고객에게 제공하는 개별적인 배려와 관심”이라고 정의한다. SERVQUAL은 척도의 특성을 고려하여 SERVQUAL의 잠재적으로 다차원적 척도를

응용하여 본 연구 모형에 적용하고자 한다.

2.3 이용자만족도

이용자만족도는 거래와 서비스를 이용하는 고객이 감정적 반응을 통해 실제경험과 기대불일치로 발생하게 되는 심리상태를 의미한다[7,8]. 이는 고객이 지불한 값어치에 대해 적절하게 보상이 되었는지를 인지하는 상태를 의미한다고 할 수 있다. 적절하게 혹은 부적절하게 보상되었다고 느끼는 소비자의 인지적 상태를 말한다. 박철[9]은 이용자만족도에 대한 정의는 고객만족을 바라보는 관점에 따라 고객만족을 결과로 보는 입장과 과정으로 보는 입장으로 나눌 수 있다. 결과(Outcome)지향적의 측면에서 만족이란 소비자가 소비를 한 결과 가지게 되는 감정적(Affective)만족과 불만족의 판단으로 볼 수 있고, 과정 지향적(Process)의 측면에서의 만족이란 소비과정 중 나타나는 소비자의인지적(Cognitive)평가에 의한 만족 또는 불만족의 결정으로 볼 수 있다고 하였다.

2.4 이용자가치

이용자가치는 제품과 서비스가 소비자에게 제공되는 효용에 대한 전반적인 평가를 의미한다[10]. 이용자가치는 소비자의 목표를 달성하기 위해 촉진되는 것으로써, 제품과 서비스의 특징과 결과에 대한 소비자의 종합적인 평가라고 정의할 수 있다[11]. 이용자가치의 특징을 2가지로 구분할 수 있다. 단일차원 접근법과 다차원적 접근법으로 구분된다. 첫째, 단일차원 접근법은 소비자 개인이 가치를 알고 있다고 판단할 수 있다. 하지만 가치를 어떻게 평가하는지 충분한 정보제공을 못하는 단점이 있다[12,13]. 소비자의 의사결정단계는 복잡하기 때문에

단순하게 단일차원으로 접근하기 보다는 다차원적 접근법으로 접근하는 것이 소비자의 이용자 가치를 결정하는데 중요하다. 다차원적 접근법은 여러 세부 요인들을 추출하여 소비자의 제품과 서비스 이용에 대해 의사결정을 하는데 구체적으로 살펴보는 장점이 있다고 할 수 있다[14].

2.5 기관이미지

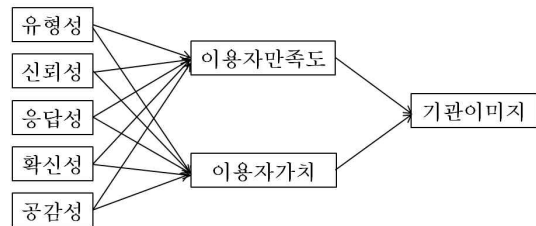
기관이미지는 국민이 공공기관의 다양한 정보를 제공받음으로써, 국민들 마음속에 형성한 신념, 생각 연상들이 상호작용하는 개념이라 할 수 있다[15]. 이는 국민이 마음속에서 형성하고 있는 신념과 생각 그리고 태도라 할 수 있다. 따라서 국민의 마음속에 형성된 신념과 생각 그리고 태도에 대한 역할은 다음과 같다. 첫째, 공공기관 이미지는 국민들에게 명확한 행정서비스를 제공하여 신뢰를 증대시켜야 한다. 둘째, 공공기관은 좋은 이미지를 형성하기 위해 공공기관의 활동 전반에 국민들과 소통을 통해 사회적 수용 및 지지를 용이하게 한다. 셋째, 공공기관의 성장을 위해 필요한 국민의 참여를 용이하게 한다. 넷째, 공공기관에 있는 공무원들은 사명의식을 가지고 공공기관 이미지가 국민들에게 좋게 인식되도록 노력해야 한다[16].

III. 연구모형 및 가설설정

3.1 연구모형

본 연구는 국 지방정부 특별교통의 특성을 서비스 고유의 특성상 객관적으로 측정하기 어려운 추상적인 개념을 객관적으로 평가한 서비스 품질(SERVQUAL)의 5가지 중요한 요인을 통해 지방정

부 특별교통 이용자만족도와 이용자가치를 통해 기관이미지에 어떠한 영향을 미치는지 실증 검증하고자 한다. 구체적으로 독립변수는 유형성(Tangibles), 신뢰성(Reliability), 응답성(Responsiveness), 확신성(Assurance), 공감성(Empathy)과 매개변수인 이용자만족도와 이용자가치로, 종속변수인 기관이미지에 대한 인과관계를 알아본다.



<그림 1> 연구모형

3.2 연구변수의 조작적 정의

본 연구는 선행연구들을 기반으로 도출된 지방정부 특별교통에 관한 각 요인들의 개념적 정의를 내리고 선행연구들의 측정항목을 수정하여 연구문항을 구성하였다. <표 4>는 변수의 조작적 정의 및 측정항목으로 독립변수인 지방정부 특별교통의 서비스품질의 5가지 영향요인과 매개변수인 이용자만족도와 이용자가치를 살펴보고 종속변수인 기관이미지를 정리한 것이다.

3.3 연구가설의 설정

3.3.1 지방정부 특별교통 서비스품질과 이용자 만족도

지방정부 특별교통의 서비스 품질 중 첫째, 유형성은 지방정부 특별교통의 평가를 위한 물리적 서비스 및 외형적인 시설을 보이는 정도라고 정의한다. 배영미·김희섭[17]의 연구에서는 어린이 도서관 웹

<표 1> 변수의 조작적 정의 및 측정항목

변 수	조작적 정의	선행연구
유형성	지방정부 특별교통의 평가를 위한 물리적 서비스 및 외형적인 시설을 보이는 정도라고 정의한다. 1. 특별교통수단 종사자의 옷차림새, 용모는 매력적이고 단정하다. 2. 특별교통수단 차량은 최신의 것이다. 3. 특별교통수단 요금카드 단말기는 사용하기 편리한 위치에 있다. 4. 특별교통수단 차량의 실내 및 외부는 깨끗하고 쾌적하다. 5. 특별교통수단 차량은 장애인의 편의를 위해 시설이 잘 갖추어져 있다.	PZB[7]
신뢰성	지방정부 특별교통을 이용하면서 약속된 서비스를 믿을 수 있고 정확하게 수행 할 수 있다는 것으로 정의 한다. 1. 특별교통수단 차량은 이용에 불편 없이 배차시간이 잘 이행되고 있다. 2. 특별교통수단 종사자의 업무처리는 신속하고 정확하다고 생각한다. 3. 특별교통수단은 이용자의 요구가 잘 반영되고 있다고 생각한다. 4. 특별교통수단 차량 요금산출의 근거는 정확하다.	PZB[7]
응답성	지방정부 특별교통을 이용하면서 이용자에게 신속한 서비스를 제공하는 정도라고 정의한다. 1. 특별교통수단 종사자의 안내는 정확하다. 2. 특별교통수단 종사자의 응대는 신속하다. 3. 특별교통수단 종사자는 이용자에게 편의를 제공하려는 의지가 높다. 4. 특별교통수단 종사자는 이용자의 불편사항에 대한 처리능력이 높다 5. 특별교통수단 종사자는 이용자의 요구사항에 즉각 대응 한다.	PZB[7]
확신성	지방정부 특별교통을 이용하면서 서비스에 대한 신뢰와 믿음을 전달하는 정도라고 정의한다. 1. 특별교통수단 종사자에게 신뢰감이 느껴진다. 2. 특별교통수단 종사자는 이용 시 정보를 정확히 알려주었다. 3. 특별교통수단 종사자는 예의바르고 정중하다. 4. 특별교통수단 종사자는 정확한 업무지식을 갖고 있다. 5. 특별교통수단 종사자는 안전의무(휴대폰사용금지, 짐 보관)등 을 잘 이행하고 있다.	PZB[7]
공감성	지방정부 특별교통을 이용하면서 공공이 이용자에게 제공하는 배려와 관심 정도라고 정의한다. 1. 특별교통수단 종사자는 이용자에 대해 세심하고 자상한 관심을 보인다. 2. 특별교통수단 종사자는 이용자의 실수로 인한 문제도 적극적으로 해결한다. 3. 특별교통수단 종사자는 이용자의 필요를 잘 이해하고 처리해 주고자 노력한다. 4. 특별교통수단 종사자는 이용자를 진심으로 배려하고 있다는 생각이 든다. 5. 특별교통수단 종사자의 이용자에 대한 이해의지가 느껴진다.	PZB[7]
이용자만족도	지방정부 특별교통 서비스에 대해 만족하는지에 대한 평가라고 정의한다. 1. 특별교통수단 차량의 편리한 이용과 배차에 만족한다. 2. 특별교통수단 종사자의 친절에 만족한다. 3. 특별교통수단을 이용하기 위한 접수방식(전화예약 등)에 만족한다. 4. 특별교통수단 종사자의 과속 및 난폭운전을 하지 않는 것에 만족한다. 5. 특별교통수단 차량의 인테리어와 시스템이 이용자 중심으로 되어있어 만족한다. 6. 특별교통수단은 기대 이상의 질 좋은 서비스를 제공한다. 7. 특별교통수단의 공정한 운영에 만족한다. 8. 특별교통수단의 적시(신속)성에 만족한다.	Oliver[6], 차성중[8]

변 수	조작적 정의	선행연구
이용자가치	지방정부 특별교통 서비스를 이용하면서 지방정부 특별교통의 특징과 결과에 대한 전반적인 평가라고 정의한다. 1. 용인시의 특별교통수단은 즐거움과 기쁨을 제공해 준다. 2. 용인시의 특별교통수단은 요금에 상응하는 혜택을 제공해 준다. 3. 용인시의 특별교통수단은 매력적이다 4. 용인시의 특별교통수단은 안정감을 갖게 해 준다. 5. 용인시의 특별교통수단은 호감을 갖게 해준다. 6. 용인시의 특별교통수단 이용은 사회적 위상을 높여 준다. 7. 용인시의 특별교통수단 이용은 인정받는 느낌을 준다. 8. 용인시의 특별교통수단 이용은 자존감 향상에 도움을 준다	Zeithaml V. A[10]
기관이미지	지방정부 특별교통 서비스를 이용하면서 마음속의 신념, 생각, 연상을 의미한다. 1. 용인시는 다른 자치단체와 비교하여 특별교통 서비스에 정립한 이미지를 갖고 있다. 2. 용인시가 제공하는 특별교통서비스는 신뢰 할 수 있다. 3. 용인시의 특별교통서비스에 대한 전반적인 이미지는 좋다. 4. 용인시는 특별교통서비스에 대하여 적극적인 기관이다 5. 용인시는 특별교통수단 서비스에 대하여 책임 있는 기관이다 6. 용인시의 특별교통수단 서비스는 존경 받을 만하다 7. 용인시의 특별교통수단 서비스는 변화하는 현실에 유연하게 대처한다. 8. 용인시는 특별교통수단 서비스 추진에 꼭 필요한 조직이다 9. 용인시는 특별교통수단 서비스를 실행할 능력이 있다 10. 용인시는 특별교통수단 서비스의 미래에 대한 비전을 제시한다.	정원철[15] 정예림[16]

사이트 이용자 만족도에 분석하였다. 연구결과 어린이 도서관 서비스 차원에서의 유형성은 이용자 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 오혜경·이문화[18]의 연구에서는 여성장애인 어울림센터의 서비스 질이 이용자 만족도에 어떠한 영향을 미치는지 알아보고자 하였다. 연구결과 여성장애인 어울림센터의 유형성은 이용자만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이동영·박경하[19]의 연구에서는 장애인활동 보조서비스품질에서의 유형성이 이용자만족도 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 신뢰성은 지방정부 특별교통을 이용하면서 약속된 서비스를 믿을 수 있고 정확하게 수행할 수 있다는 것으로 정의 한다. 배영미·김희섭[17]의 연구에서는 어린이 도서관 웹사이트 이용자 만족도에 분석하였다. 연구결과 어린이 도서관 서비스 차원에서

의 신뢰성은 이용자 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 오혜경·이문화[18]의 연구에서는 여성장애인 어울림센터의 서비스 품질중 신뢰성이 이용자만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이동영·박경하[19]의 연구에서는 장애인활동 보조서비스품질의 신뢰성이 이용자만족도 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 응답성은 지방정부 특별교통을 이용하면서 이용자에게 신속한 서비스를 제공하는 정도라고 정의한다. 배영미·김희섭[17]의 연구에서는 어린이 도서관 웹사이트 이용자 만족도를 분석하였다. 연구결과 어린이 도서관 서비스 차원에서의 응답성은 이용자 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 오혜경·이문화[18]의 연구에서는 여성장애인 어울림센터의 응답성이 이용자만족도에 유의

한 정(+)¹⁾의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이동영·박경하[19]의 연구에서는 장애인활동 보조서비스품질의 응답성이 이용자만족도 유의한 정(+)²⁾의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

넷째, 확신성은 지방정부 특별교통을 이용하면서 서비스에 대한 신뢰와 믿음을 전달하는 정도라고 정의한다. 배영미·김희섭[17]의 연구에서는 어린이 도서관 서비스의 확신성이 이용자 만족도에 유의한 정(+)³⁾의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 오혜경·이문화[18]의 연구에서는 여성장애인 어울림센터 서비스의 확신성이 이용자 만족도에 유의한 정(+)⁴⁾의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이동영·박경하[19]의 연구에서는 장애인활동 보조서비스품질의 확신성이 이용자만족도 유의한 정(+)⁵⁾의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다섯째, 공감성은 지방정부 특별교통을 이용하면서 공공이 이용자에게 제공하는 배려와 관심 정도라고 정의한다. 배영미·김희섭[17]의 연구에서는 어린이 도서관 서비스 차원에서 공감성은 이용자 만족도에 유의한 정(+)⁶⁾의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 오혜경·이문화[18]의 연구에서는 여성장애인 어울림센터의 공감성이 이용자만족도에 유의한 정(+)⁷⁾의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이동영·박경하[19]의 연구에서는 장애인활동 보조서비스품질의 공감성이 이용자만족도 유의한 정(+)⁸⁾의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이를 통한 지방정부 특별교통 서비스품질과 이용자만족도와와의 인과관계에 대한 가설은 다음과 같다.

가설 1: 지방정부 특별교통 서비스품질에서의 유형성은 이용자 만족도에 유의한 정(+)⁹⁾의 영향을 미칠 것이다.

가설 2: 지방정부 특별교통 서비스품질에서의 신뢰성은 이용자 만족도에 유의한 정(+)¹⁰⁾의 영향을

미칠 것이다.

가설 3: 지방정부 특별교통 서비스품질에서의 응답성은 이용자 만족도에 유의한 정(+)¹¹⁾의 영향을 미칠 것이다.

가설 4: 지방정부 특별교통 서비스품질에서의 확신성은 이용자 만족도에 유의한 정(+)¹²⁾의 영향을 미칠 것이다.

가설 5: 지방정부 특별교통 서비스품질에서의 공감성은 이용자 만족도에 유의한 정(+)¹³⁾의 영향을 미칠 것이다.

3.3.2 지방정부 특별교통 서비스품질과 이용자가치

박검수·이희선[20]의 연구에서는 주민자치센터 공공서비스품질이 가치 지각에 간접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 박명걸 외[21]의 연구는 은행 서비스품질이 관계지속과 가치일치성을 매개로 하여 은행명성과 고객만족 간의 인과관계에 대한 것이다. 연구결과 은행서비스품질은 가치일치성에 유의한 정(+)¹⁴⁾의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이제원 외[22]의 연구에서는 다이브 리조트의 서비스품질이 체험가치, 방문만족, 재이용의도에 대해 알아보고자 하였다. 연구결과 서비스 품질은 서비스를 제공하는 과정에서 발생하는 감정적 가치에 유의한 정(+)¹⁵⁾의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이를 통해 지방정부 특별교통에서의 서비스품질과 이용자가치의 인과관계에 대한 가설은 다음과 같다.

가설 6: 지방정부 특별교통 서비스품질에서의 유형성은 이용자가치에 유의한 정(+)¹⁶⁾의 영향을 미칠 것이다.

가설 7: 지방정부 특별교통 서비스품질에서의 신뢰성은 이용자가치에 유의한 정(+)¹⁷⁾의 영향을 미칠 것이다.

가설 8: 지방정부 특별교통 서비스품질에서의 응답성은 이용자가치에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다. 시

가설 9: 지방정부 특별교통 서비스품질에서의 확신성은 이용자가치에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 10: 지방정부 특별교통 서비스품질에서의 공감성은 이용자가치에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.3.3 이용자만족도와 기관이미지

문소윤·강인호[23]의 연구에서는 호텔 기업의 인턴십 만족도가 기업이미지와 진로결정에 어떠한 영향을 미치는지 알아보려고 하였다. 연구결과 인턴십 만족도가 기업이미지에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 김성혁 외[24]의 연구에서는 부산지역을 방문한 관광객들을 대상으로 해양관광 방문동기 시장세분화에 따른 해양관광활동 차이와 관광만족 및 관광지 이미지에 어떠한 영향을 미치는지 알아보았다. 해양관광활동에 대한 관광만족은 해양관광목적지 이미지에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 연구결과 이를 통해 지방정부 특별교통에서의 이용자가치와 기관이미지의 인과관계에 대한 가설은 다음과 같다.

가설 11: 지방정부 특별교통에서의 이용자만족도는 기관이미지에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.3.5 이용자가치와 기관이미지

류수정[25]의 연구에서는 항공사 객실승무원 취업준비생들의 직업가치와 객실승무원의 직업이미지

가 취업준비생들의 진로결정수준에 미치는 영향 관계와 직업이미지의 매개역할을 알아보려고 하였다. 연구결과 직업가치가 직업이미지에 미치는 영향관계에서 과시적 가치와 개방적 가치는 모두 국제 이미지와 유능 이미지에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 하효정·이연준[26]의 연구에서는 상업 브랜드 공간 중심으로 업사이클링 디자인적 가치요소가 브랜드 경험과 이미지에 어떠한 영향을 미치는지 알아보려고 하였다. 연구결과 소비자들은 업사이클링 디자인을 통한 브랜드 경험에서 새로운 가치로 나타났다. 이를 통해 지방정부 특별교통에서의 이용자가치와 기관이미지의 인과관계에 대한 가설은 다음과 같다.

가설 12: 지방정부 특별교통에서의 이용자가치는 기관이미지에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

IV. 표본수집방법

본 연구는 제시된 가설을 검증하기 위한 설문조사를 지방정부 특별교통을 이용한 경험이 있는 이용자들을 대상으로 실시하였다. 설문조사는 지방정부 특별교통을 이용한 경험이 있는 교통약자 중 용인 거주자 중증장애인을 대상으로 실시하였다. 중증장애인 설문은 지적, 자폐성, 정신장애가 아닌 장애인으로 설문조사를 실시하였다. 2018년 2월 19일부터 4월18일까지 8주간 실시되었다. 이 기간에 총 406부의 설문회수 및 자료 분석에 사용하였다.

V. 연구방법

5.1 표본의 기술적 특성

<표 2> 표본의 인구통계학적 특성

구분	항목	빈도(N=406)	비율(%)
성별	남성	236	58.1
	여성	170	41.9
연령	20대 이하	55	13.5
	30대	74	18.2
	40대	94	23.2
	50대 이상	183	45.1
직업	학생	33	8.1
	회사원	38	9.4
	주부	72	17.7
	자영업	19	4.7
	전문직	9	2.2
	기타	235	57.9
학력	고졸 미만	55	13.5
	고졸	217	53.4
	대졸	123	30.3
	대학원졸	11	2.7
장애등급	1급	63	15.5
	2급	184	45.3
	3급	107	26.4
	4급	26	6.4
	5급	14	3.4
	6급	12	3.0

<표 2>는 자료 분석에 사용된 총 406개 표본의 성별 분포, 연령 분포, 직업, 학력, 장애등급에 대한 응답자의 특성을 보여준다. 표본의 성별 분포는 남자가 236명(58.1%), 여자가 170명(41.9%)이며, 연령 분포는 20대 이하는 55명(13.5%), 30대는 74명(18.2%), 40대는 94명(23.2%), 50대 이상 183명(45.1%)으로 50대 이상이 높은 것으로 조사되었다. 직업은 학생 33명(8.1%), 회사원 38명(9.4%), 주부 72명(17.7%), 자영업 19명(4.7%), 전문직 9명(2.2%), 기타 235명(57.9%)로 기타가 많은 것으로 나타났다. 학력은 고졸 미만 55명(13.5%), 고졸 217명(53.4%), 대졸 123명(30.3%), 대학원졸 11명(2.7%)로 고졸이 높은 것으로 나타났다. 장애등급은 1급 63명(15.5%), 2급 184명(45.3%), 3급 107명(26.4%), 4급 26명(6.4%), 5급 14명(3.4%), 6급 12(3.0%)로 2급이 높은 것으로 나타났다.

5.2 측정모형(Measurement Model) 검증

가설 검증에 앞서 본 연구에서 사용된 변수들의 측정도구에 대한 신뢰성과 타당성을 검증하기 위해 확장적 요인 분석 도구인 PLS Graph version 3.0을 사용하였다. 이는 이론적인 구체성 및 표본의 수 그리고 설문자체개발을 통한 연구의 특성들을 고려한 것으로 모형 적합도와 개념의 설명력을 측정하고자 하는 MIS 관련 연구에서 PLS Graph version 3.0 분

<표 3> 연구 변수의 내적 일관성 검증

	성분(복합)신뢰도 (Composite Scale Reliability Index : CSRI)	크론바흐 알파 계수 (Cronbachs Alpha : CA)	평균분산추출 (Average Variance Extracted : AVE)
유형성	0.904	0.858	0.701
신뢰성	0.898	0.848	0.687
응답성	0.925	0.899	0.713
확신성	0.906	0.844	0.762
공감성	0.924	0.891	0.754
이용자만족도	0.930	0.909	0.688
이용자가치	0.945	0.931	0.743
기관이미지	0.944	0.926	0.770

<표 4> 연구 변수 교차적재량의 탐색적·확인적 요인 분석 : 확인적 요인분석

	유형성	신뢰성	응답성	확신성	공감성	이용자만족도	가치	기관이미지
유형성 1	0.842	0.587	0.586	0.690	0.625	0.698	0.575	0.598
유형성 3	0.818	0.573	0.549	0.606	0.566	0.641	0.550	0.592
유형성 4	0.852	0.700	0.665	0.661	0.615	0.702	0.652	0.665
유형성 5	0.837	0.653	0.594	0.622	0.554	0.649	0.555	0.608
신뢰성 2	0.673	0.832	0.669	0.574	0.625	0.646	0.617	0.609
신뢰성 3	0.606	0.855	0.712	0.537	0.613	0.629	0.597	0.577
신뢰성 4	0.563	0.806	0.653	0.557	0.583	0.599	0.512	0.560
신뢰성 5	0.644	0.820	0.701	0.615	0.630	0.656	0.591	0.606
응답성 1	0.619	0.711	0.838	0.597	0.697	0.665	0.598	0.633
응답성 2	0.586	0.675	0.838	0.625	0.707	0.657	0.623	0.664
응답성 3	0.611	0.687	0.853	0.577	0.657	0.625	0.612	0.607
응답성 4	0.621	0.726	0.867	0.628	0.665	0.684	0.634	0.628
응답성 5	0.586	0.686	0.825	0.535	0.643	0.594	0.615	0.580
확신성 1	0.708	0.614	0.631	0.893	0.709	0.751	0.595	0.651
확신성 2	0.661	0.571	0.571	0.866	0.703	0.679	0.535	0.631
확신성 3	0.649	0.619	0.636	0.859	0.723	0.684	0.611	0.676
공감성 1	0.624	0.627	0.667	0.717	0.846	0.683	0.640	0.682
공감성 2	0.622	0.652	0.696	0.725	0.888	0.687	0.652	0.677
공감성 3	0.606	0.641	0.715	0.696	0.874	0.696	0.649	0.645
공감성 4	0.598	0.651	0.694	0.694	0.865	0.667	0.627	0.667
이용만족도 1	0.622	0.632	0.600	0.626	0.609	0.797	0.589	0.599
이용만족도 2	0.708	0.653	0.658	0.755	0.709	0.866	0.672	0.721
이용만족도 4	0.675	0.591	0.608	0.712	0.665	0.849	0.651	0.678
이용만족도 5	0.645	0.572	0.594	0.597	0.603	0.792	0.623	0.633
이용만족도 6	0.711	0.687	0.686	0.703	0.701	0.868	0.733	0.734
이용만족도 7	0.636	0.664	0.657	0.616	0.621	0.801	0.676	0.681
이용자가치 3	0.658	0.625	0.663	0.632	0.671	0.743	0.873	0.748
이용자가치 4	0.636	0.632	0.660	0.590	0.663	0.678	0.858	0.714
이용자가치 5	0.648	0.633	0.637	0.618	0.650	0.707	0.869	0.732
이용자가치 6	0.572	0.546	0.598	0.541	0.601	0.652	0.862	0.690
이용자가치 7	0.580	0.621	0.637	0.565	0.645	0.700	0.868	0.715
이용자가치 8	0.504	0.560	0.574	0.484	0.591	0.619	0.842	0.663
기관이미지 2	0.691	0.627	0.689	0.709	0.712	0.777	0.752	0.881
기관이미지 3	0.608	0.625	0.644	0.626	0.639	0.700	0.706	0.866
기관이미지 4	0.624	0.642	0.636	0.632	0.680	0.685	0.741	0.891
기관이미지 5	0.682	0.641	0.633	0.679	0.676	0.716	0.696	0.882
기관이미지 6	0.624	0.584	0.633	0.633	0.665	0.696	0.723	0.868

척도구를 채택하고 있다. 그리고 측정모형의 검증은 통해 각 변수의 신뢰성과 타당성을 먼저 확인하였고 이를 위해 신뢰성, 내적 일관성, 집중타당성, 판별타당성을 분석하였다. 본 연구에서 사용한 측정항목은

연구변수에서의 다른 측정항목과 상관관계가 높기 때문에 반영항목으로 설정하여 분석하였다[27].

<표 5> 연구 변수의 판별타당성 검증

주) *AVE 제곱근 값(Square Root of the AVE)

	유형성	신뢰성	응답성	확신성	공감성	이용자만족도	가치	기관이미지
유형성	0.837*							
신뢰성	0.752	0.829*						
응답성	0.716	0.826	0.844*					
확신성	0.771	0.689	0.703	0.873*				
공감성	0.706	0.740	0.798	0.815	0.868*			
이용자만족도	0.804	0.764	0.765	0.808	0.787	0.829*		
이용자가치	0.698	0.701	0.730	0.666	0.740	0.794	0.862*	
기관이미지	0.736	0.710	0.738	0.748	0.769	0.815	0.825	0.878*

5.3 측정모형(Measurement Model) 검증

본 연구에서는 신뢰성 검증을 위해 크론바흐 알파(Cronbach's Alpha)값과 유사한 종합요인 신뢰성 지수(Composite Scale Reliability Index, CSRI)값을 산출하였다. CSRI값이 0.7이상이면 변수의 측정이 내적으로 일관성이 있다고 판단된다[28]. <표 3>에서 알 수 있듯이 모든 변수의 종합요인 신뢰성 지수 값(CSRI)이 0.9이상이며, AVE는 0.6이상으로 분석되었다. 참고로 크론바흐 알파(Cronbach's Alpha)값도 모든 변수에 대하여 0.8이상이었다. 따라서, 본 연구의 측정항목들은 신뢰성이 있다고 볼 수 있다.

연구모형에 포함되어 있는 각 변수들의 측정항목에 대한 개념 타당성을 알아보기 위해 수렴 타당성과 판별 타당성을 조사하였다. 이를 위해 각 측정항목과 관련 변수와의 요인 적재값과 다른 변수와의 교차요인 적재값을 구하여 <표 4>에 정리하였다. <표 4>에서 보듯이 각 측정항목의 해당 변수에 대한 요인 적재값이 모두 0.7이상으로 이는 수렴 타당성이 있음을 보여주고 있다.

판별 타당성 측정을 위해 Fornell & Larcker[28]가 제안한 평균분산추출(Average Variance Extracted,

AVE)값을 사용하였다. <표 5>에서 별표(*)로 표시한 값은 AVE 제곱근 값이며 나머지 행렬에서의 값은 각 변수의 상관계수 값을 나타낸다. AVE 제곱근 값이 0.7이상이고, AVE 제곱근 값이 다른 변수의 상관계수 값보다 커야 판별 타당성이 있는 것으로 판단할 수 있는데, 본 연구에 사용된 항목들은 모두 0.7보다 큰 AVE 제곱근 값을 보여주고 있고, 나머지 변수간의 상관계수가 AVE 제곱근 값보다 작게 나타나 판별 타당성의 조건을 만족시키고 있다. 이상의 결과로 본 연구에서 사용한 측정항목은 개념적으로 타당하다고 할 수 있다.

PLS 모형의 적합도를 위해서 연구변수의 가외성(Redundancy), 공통성(Communality), 설명력(R-Square), 전체 적합도(Good-of-Fit)을 도출하였다. 연구모형의 적합도 검증결과는 <표 6>과 같다. R-Square값은 0.26이상이면 높은 설명력으로 판단할 수 있는데, 이용자만족도, 가치, 기관이미지 변수의 R-Square값이 모두 0.6보다 높은 것으로 나타났다. Redundancy값은 한 연구변수가 다른 변수의 분산을 설명하는 평균이 0보다 크면 예측적합도가 있는 것으로 판단하였다. 본 연구모형의 내생변수의 Redundancy값이 모두 0보다 큰 것으로 분석되어 예측 적합도가 있는 것으로 나타났다. 또한

<표 6> 연구모형의 적합도 검증 결과

	가외성 (Redundancy)	공통성 (Communality)	설명력 (R-Square)	전체 적합도 (Good-of-Fit)
유형성	·	0.476	·	0.618
신뢰성	·	0.456	·	
응답성	·	0.539	·	
확신성	·	0.478	·	
공감성	·	0.548	·	
이용자만족도	0.500	0.540	0.776	
이용자가치	0.438	0.607	0.631	
기관이미지	0.540	0.613	0.749	
평균	0.493	0.532	0.719	

Good-of-Fit방식도 PLS 모형의 적합도를 판단하는 기준으로 많이 사용되고 있는데, PLS 모형의 적합도 기준은 연구변수 R-Square값들의 평균값과 공통성(Communality) 평균값을 곱한 값의 제곱근 값을 통해 판단할 수 있다. 그 값이 0.36이상이면 높은 수준, 0.25~0.36 미만이면 중간수준, 0.1~0.25 미만이면 낮은 수준의 적합도라고 판단한다. 본 연구의 적합도는 0.618이므로 높은 수준으로 판단할 수 있다.

이상의 측정모형 분석 결과를 통해 측정항목의 신뢰성과 타당성이 검증되었다. 이 측정모형 하에서

각 변수간의 경로에 대한 유의성 검증을 실시하여 가설을 검증하였다. 연구모형의 경로분석 결과는 <표 7>과 같다.

먼저, 서비스품질 요인과 관련된 가설 결과를 살펴보면, 첫째, 유형성이 이용자 만족도와 이용자 가치에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 신뢰성이 이용자 만족도에는 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나 이용자 가치에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 셋째, 응답성은 이용자 만족도와 이용자 가치에는 유

<표 7> 연구모형의 경로분석 결과

***P<0.000, **P<0.001, *P>0.05

가설	인과관계	경로계수	표준오차	T값	P값	검증
H1	유형성 → 이용자 만족도	0.288	0.056	5.095	0.000	채택
H2	유형성 → 이용자 가치	0.242	0.060	4.035	0.000	채택
H3	신뢰성 → 이용자 만족도	0.138	0.052	2.643	0.008	채택
H4	신뢰성 → 이용자 가치	0.107	0.063	1.687	0.092	기각
H5	응답성 → 이용자만족도	0.127	0.054	2.352	0.019	채택
H6	응답성 → 이용자 가치	0.216	0.067	3.203	0.001	채택
H7	확신성 → 이용자 만족도	0.273	0.055	4.936	0.000	채택
H8	확신성 → 이용자 가치	-0.016	0.065	0.248	0.804	기각
H9	공감성 → 이용자 만족도	0.158	0.052	3.020	0.003	채택
H10	공감성 → 이용자 가치	0.331	0.071	4.646	0.000	채택
H11	이용자 만족도 → 기관 이미지	0.433	0.069	6.253	0.000	채택
H12	이용자 가치 → 기관이미지	0.481	0.070	6.923	0.000	채택

의한 정(+)¹의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 확산성은 이용자 만족도는 유의한 정(+)¹의 영향을 미치는 것으로 나타났으나 이용자 가치에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 다섯째, 공감성은 이용자 만족도와 이용자 가치에는 유의한 정(+)¹의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 여섯째, 이용자 만족도는 기관 이미지에 유의한 정(+)¹의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 일곱째, 이용자 가치는 기관 이미지에 유의한 정(+)¹의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

VI. 결론 및 시사점

본 연구는 지방정부 특별교통의 특성을 서비스 고유의 특성상 객관적으로 측정하기 어려운 추상적인 개념을 객관적으로 평가한 서비스 품질(SERVQUAL)의 5가지 중요한 요인을 통해 지방정부 특별교통 이용자만족도와 이용자가치를 통해 기관 이미지에 어떠한 인과관계가 있는지를 알아보고자 하였다. 그리고 지방정부 특별교통 이용자 만족도, 이용자가치가 기관 이미지에 영향을 미칠 것으로 예상되는 서비스의 우수한 성과와 전반적인 태도를 강조한 서비스 품질의 주요 변수들을 적용한 연구모형을 제시하였다. 그리고 위 연구모형을 실증적으로 검증하기 위해 지방정부 특별교통을 이용한 경험이 있는 교통약자들 중 용인에 거주 하는 중증 장애인을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

지방정부를 운영하는 기관장은 지역의 유권자들에 선택으로 당선된 사람들이기 때문에 유권자들에게 직·간접적으로 생활에 영향을 미칠 수 있는 행정 서비스를 가장 피부에 와 닿도록 제공하고자 하는 데 주력할 수밖에 없다. 민선시대가 열리면서 시민들의 눈은 지방정부의 행정에 대하여 그 어느 때 보다도

주목을 하고 있다. 이제 행정을 단순히 정해진 틀에서 운영하는 것을 탈피해서 행정을 경영적 사고로 접근하기 시작한 것이다.

따라서 본 연구의 주요 연구결과와 시사점, 국내 지방정부 특별교통의 활성화 방안에 대한 전략적 대안은 다음과 같다. 첫째, 유형성이 이용자만족도와 가치에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 지방정부 특별교통이 장애인들에게 원하는 서비스를 제공해주면서 장애인들의 욕구를 잘 반영한다고 볼 수 있다. 시각적 호감과 물리적 환경에서의 이용자가 이용하는 시설, 공간에서의 쾌적함과 장비의 편리함 등은 기관이미지를 변화시키는 요인으로 작용하는 것을 볼 때 향후에도 지속적인 시설 투자가 필요하다고 하겠다.

둘째, 신뢰성이 이용자만족도에는 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나 가치에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 지방정부 특별교통이 약속된 교통 서비스를 신속하고 편리하게 제공하고 있다는 것이다. 또한 이용자의 요구에 의한 정확한 정보제공으로 약속된 서비스 내용의 이행과 업무처리능력이 기관 이미지에 긍정적인 영향을 미친다는 것이다. 하지만 이용자들이 느끼는 가치는 전반적으로 신뢰성에 미흡하게 나타나, 이를 위해서는 이용자의 자존감을 높이면서 즐거움과 기쁨을 줄 수 있도록 특별교통수단을 이용하고자 처음 대하는 콜센터를 이용자들이 호감을 갖고 쉽게 이용할 수 있는 체계를 마련해야 할 것이다.

셋째 응답성은 이용자만족도와 가치에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 이용자에 대한 신속한 응대와 정확한 안내, 이용자 불편사항에 대한 처리능력과 편의 제공의 적극성 등은 기관 이미지에 영향을 미친다는 것을 알 수가 있다. 앞으로도 특별교통수단을 이용하는 이용자가 인정받고 있다는 느낌과 호감을 가질 수 있도록 종사자들의 관심과 보

다 세심한 배려가 필요하다.

넷째, 확신성은 이용자만족도는 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나 가치에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 이용자를 대하는 종사자의 업무에 대한 전문지식과 공손함, 안전의무 등의 이행을 통해 기관이미지를 판단하고 있다. 이용자가 확실성에 대한 가치를 느낄 수 있도록 하기 위해서는 안정감과 매력적인 특별교통수단이 될 수 있도록 하는 방안이 강구되어야 한다.

다섯째, 공감성은 이용자만족도와 가치에는 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 기관이 이용자에 대해서 진심으로 관심을 갖는지, 사회적 약자인 이용자를 잘 배려하고, 요구사항을 바르게 이해하면서 진정한 마음으로 이용자를 대하고 있는지를 통해 특별교통 서비스가 기관 이미지에 매우 중요한 영향을 미치고 있다는 것을 알 수가 있다. 앞으로 좀 더 다양한 교감의 소통방법들을 통해 이용자와의 간극을 좁혀야 한다.

여섯째, 이용자 만족도는 기관 이미지에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 서비스품질이 높을수록 이용자 만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설을 분석한 결과 유형성, 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성은 이용자 만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 지방정부의 특별교통 서비스의 신속하고 정확한 정보제공과 사용자에 대한 세심한 배려와 교감이 만족할 만한 수준이라고 판단하여 전반적으로 영향을 미친 것으로 보인다. 향후에도 이용자 만족도를 지속적으로 높이기 위해서는 이용자 요구의 반영과 이용자 중심의 특별교통 수단 서비스가 필요하다.

일곱째, 이용자 가치는 기관이미지에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 서비스품질이 높을수록 이용자 가치에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설은 유형성, 응답성, 공감성은 이용자 만족에 긍정적

인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 신뢰성과 확신성은 지지되지 않았다. 이러한 결과는 아직까지 특별교통서비스의 가치에 대한 이용자의 인식부족과 서비스제공시간이나 내용에 대해 정확히 알 수가 없으며 오히려 종사자의 세심한 배려 활동이 불편하다고 느낄 수 있지 않았나 하는 판단이 되어 진다.

본 연구는 학문적·실무적 의의를 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 학문적 의의는 지방정부 특별교통의 특성을 연구자 자의적으로 변수를 추출하여 설계하는 연구들이 주를 이루어왔다. 하지만 SERVQUAL 해석의 새로운 영역 확대 가능성을 촉진시켰다고 판단한다. 제품을 생산해서 이윤을 추구하는 기업의 서비스품질과 국민의 삶에 가치를 두고 공익을 우선하는 행정 서비스 품질은 기업의 서비스 품질과는 그 의미가 다르기 때문이다. 본 연구는 서비스 고유의 특성상 객관적으로 측정할 수 있는 서비스 품질 이론 도입하여 지방정부 특별교통의 적용했다는 것에 대해 학문적 의의가 있다고 할 수 있다. 둘째, 실무적 의의는 고객만족이나 고객가치가 높으면 기관 이미지도 좋아지는 것을 본 연구에서는 확인하였다. 이용자에게 직접적인 혜택이나 즐거움 기쁨이 이용자가치를 높이는 방법이다. 이용요금보다 배려와 소통을 통한 서비스를 제공할 때 이용자들은 자존감을 가지고 감동하였다. 지방정부의 특별교통수단은 사용자의 특성을 이해하고 여기에 맞는 서비스 품질을 제공함으로써 기관의 명성뿐만 아니라 이용자의 충성도로 이어져 기관이미지를 높이는 결과로 나타난다.

따라서 지방정부의 특별교통서비스에 우수한 품질 제공은 많은 이용자들이 반복적으로 이용하고 장애인에 대한 이동권 확대가 긍정적인 구전 활동을 하는 이용자를 확보하게 될 것이므로 향후 지방정부는 특별교통서비스에 이용자만족 및 이용자가치를 높이는데 지속적인 관심을 가지고 추진전략을 수립

하여야 할 것이다.

연구의 한계점 및 향후 연구 방향은 다음과 같다. 연구의 한계점은 첫째, 본 연구의 특성상 교통약자 중에서 특별교통수단만으로 이동을 할 수밖에 없는 중증장애인으로 설문대상을 한정하였다. 이 중에서도 수도권에서 서울시와 비슷한 면적을 가지고 있는 용인시에 거주하는 중증장애인들을 대상으로 용인시가 운영하고 있는 특별교통수단센터와 장애인 복지관을 이용하는 장애인들을 대상으로 개별 면담으로 실시하였다. 해당 특별교통수단을 실제 이용하는 이용자를 대상으로 측정하였지만 응답자가 중증장애인으로 정확히 측정하는 데는 어려움이 있었다. 예를 들어, 해당 특별교통수단 이용자의 가족과 도우미를 통한 경우, 이용자의 정확한 이용의도를 파악하는 데는 다소 무리가 있었다. 둘째, 본 연구의 분석결과는 특별교통수단을 이용하는 교통약자들에게 영향을 줌으로서 기관 이미지에 모두 긍정적인 영향을 미쳤다. 이에 따라 향후 교통약자에 대한 이동권이 더욱 확대 될 수 있도록 특별교통수단에 공격적인 재정적 투자가 필요하다 하겠다.

따라서 향후 연구방향은 특별교통의 서비스 품질 및 기관 이미지뿐만 아니라 다양한 각 변수간의 인과관계를 밝힐 수 있는 새로운 변수를 추가한 연구를 통해서 특별교통서비스품질이 기관 이미지 형성에 미치는 구조요인을 파악할 수 있을 것으로 판단한다.

특히 중증장애인에 대한 특별교통의 독특한 특성이 돋보일 수 있는 서비스 품질 변수를 개발하여 연구를 진행한다면 지방정부가 추진하고 있는 교통약자에 대한 구체적이고 실질적으로 의미 있는 연구가 될 수 있을 것으로 판단한다.

또한 SERVQUAL과 기술수용모형(TAM)을 융합한 교통약자시스템에 대한 연구가 추후 연구에 진행이 되어야 하겠다[29,30].

참고문헌

- [1] 국토교통부, “제3차 교통약자 이동편의증진계획,” 국토교통부, 2016.
- [2] 한국교통연구원, “교통약자 이동편의 실태조사,” 한국교통연구원, 2016.
- [3] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L., “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research,” *The Journal of Marketing*, Vol. 49, No. 4, 1985.
- [4] 이성석, “교통약자의 교통복지 서비스 품질 만족에 관한 연구,” 한국교통대학교, 2017.
- [5] 나준희, “서비스 품질이 교통기업의 문화 이미지에 미치는 영향,” *문화산업연구*, Vol. 15, No. 3, 2015, pp.1-7.
- [6] Oliver, R. L.(1997), “Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer,” McGraw-Hill.
- [7] Parasurman A., V. A. Zeithaml and L. L. Berry, “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality,” *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, 1988.
- [8] 차성중, “우리나라 공공도서관의 이용자만족도에 관한 연구 : 2010 공공도서관 운영 평가 이용자 만족도 조사 결과를 중심으로,” *情報管理學會誌*, Vol. 28, No. 1, 2011, pp.285-308.
- [9] 박철, “온라인 소비자행동 연구의 현황과 과제,” *소비자학연구*, Vol. 21, No. 2, 2010, pp. 289-320.
- [10] Zeithaml V. A., “Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence,” *Journal of Marketing*, Vol. 52, No. 0, 1988, pp.2-22.
- [11] Woodruff, R. B., “Customer Value: The Next Source for Competitive Advantage,” *Journal of*

- the Academy of Marketing, 1997.
- [12] 권혁근, 서상혁, “과학기술정보이용자의 지속사용의지 영향요인 분석 - 정보품질, 고객가치 및 상황요인을 중심으로,” 기술혁신학회지, Vol. 16, No. 3, 2013, pp.784-808.
- [13] 서상혁, 이선영, 이병희, “국가 R&D정보 이용자의 고객가치 및 고객만족도 영향요인 분석,” 기술혁신학회지, Vol. 15, No. 4, 2012, pp.837-861.
- [14] 김민정, 이수범, “외식 배달 어플리케이션 서비스 이용자의 지각된 혜택 및 희생이 지각된 가치와 행동의도에 미치는 영향 - 가치기반수용모델(VAM)을 중심으로,” 관광연구저널, Vol. 32, No. 2, 2018, pp.217-233.
- [15] 정원철, “정부이미지 측정 및 비교에 관한 실증적 연구,” 중앙대학교 석사학위논문, 2001.
- [16] 정예림, “중앙행정기관의 이미지 제고를 위한 행정브랜드의 통합형마케팅커뮤니케이션(IMC)에 관한 연구 : 현황 및 실무자 인식조사를 중심으로,” 홍익대학교 석사학위논문, 2008.
- [17] 배영미·김희섭, “어린이도서관 웹사이트 이용자 만족도 분석,” 情報管理學會誌, Vol. 30, No. 2, 2013, pp.7-33.
- [18] 오혜경, 이문화, “여성장애인 어울림센터의 서비스 질이 이용자 만족도에 미치는 영향,” 재활복지, Vol. 16, No. 2, pp.81-105.
- [19] 이동영, 박경하, “장애인활동보조서비스에 대한 이용자 만족도 연구 : 서비스 품질요인 및 서비스 가치와의 인과모형 분석,” 사회보장연구, Vol. 27, No. 4, 2011, pp.81-109.
- [20] 박겸수, 이희선, “주민자치센터의 공공서비스품질이 참여지속의사에 미치는 영향,” 한국공공관리학보, Vol. 31, No. 1, 2017, pp.1-28.
- [21] 박명걸, 강만수, 박상규, “은행서비스품질이 관계지속과 가치일치성을 매개로 은행명성과 고객만족에 미치는 영향 연구,” 고객만족경영연구, Vol. 15, No. 2, 2013, pp. 67-85.
- [22] 이제원, 고성은, 하홍열, “다이브 리조트의 서비스품질이 체험가치, 방문만족, 재이용의도에 관한 연구,” 고객만족경영연구, Vol. 14, No. 2, 2012, pp.1-17.
- [23] 문소윤, 강인호, “호텔 기업의 인터넷 만족도가 기업이미지와 진로결정에 미치는 영향,” 관광연구, Vol. 27, No. 1, 2012, pp.107-130.
- [24] 김성혁, 김용일, 오재경, “해양관광 방문동기 시장세분화에 따른 해양관광활동 차이와 관광만족 및 관광지 이미지에 미치는 영향 연구 : 부산 지역을 방문한 관광객들을 대상으로,” 관광연구, Vol. 27, No. 1, 2012, pp.17-36.
- [25] 류수정, “직업가치와 직업이미지가 진로결정수준에 미치는 영향 : 항공사 객실승무원 취업준비생들을 중심으로,” 관광연구저널, Vol. 32, No. 3, pp.143-156.
- [26] 하효정, 이연준, “업사이클링 디자인적 가치요소가 브랜드 경험과 이미지에 미치는 영향 - 상업 브랜드 공간 중심으로 -,” 브랜드디자인학연구, Vol. 15, No. 1, 2017, pp.17-26.
- [27] Wixom, B. & Watson, H. “An Empirical Investigation of the Factors Affecting Data Warehousing Success,” MIS Quarterly, Vol. 25, No. 1, 2001, pp.17-41.
- [28] Fornell, C. & Larcker, D. F. “Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error,” Journal of Marketing Research, Vol. 18, No. 1, 1981, pp.39-50.
- [29] 이종만, 장주병, 박은미, “정보기술수용모형(TAM)의 관점에서 인터넷 쇼핑몰 이미지결정요인과 e-Loyalty에 관한 연구,” 디지털산업정

보학회논문지, Vol. 1, No. 1, 2005, pp. 65-75.

- [30] 이종만, 장주병, 박은미, “소셜TV 서비스품질 요인이 수용의도에 미치는 영향 : 기술수용모형(TAM)을 중심으로,” 디지털산업정보학회논문지, Vol. 11 No. 3, 2015, pp.201-218.

■ 저자소개 ■



김종억
(Kim Jongeok)

2018년 7월~현재
서울벤처대학원대학교 융합산업학과
박사과정
2007년 8월 아주대학교 교통공학과 (박사수료)
2005년 8월 아주대학교 교통공학과 (석사)
2001년 2월 강남대학교 법학과(법학사)
관심분야 : IT기술 교통정책, DRON. ITS
E-mail : lbcs@naver.com



황찬규
(Hwang Changyu)

2004년 3월~현재
서울벤처대학원대학교 융합산업학과
교수
1999년 2월 코벨대학교 토목환경공학과
(공학박사)
1990년 2월 서울대학교 토목공학과(공학석사)
1998년 2월 서울대학교 토목공학과(공학사)
관심분야 : 유비쿼터스 및 IT기술
E-mail : hwang@svu.ac.kr

논문접수일 : 2018년 07월 30일
수정일 : 2018년 08월 15일
게재확정일 : 2018년 08월 17일