

Print ISSN: 1738-3110 / Online ISSN 2093-7717
<http://dx.doi.org/10.15722/jds.13.8.201508.91>

Effects of Child Welfare Service Quality Delivery and Customer Satisfaction from the Service Distribution Perspective

서비스 유통 관점에서 아동복지기관 서비스질의 전달에 대한 인식과 이용자 만족도에 미치는 영향*

Keung-Ho Um(엄경호)**, Jin-Woo Kim(김진우)***

Received: July 18, 2015. Revised: August 11, 2015. Accepted: August 15, 2015.

Abstract

Purpose - This study reviews the delivery of child welfare service quality and examines how the dimensions of the variables of customer satisfaction impact the results from a service distribution perspective. This study differs from existing research since it proposes that a recognized level of child welfare service quality is necessary to achieve customer satisfaction from the perspective of service distribution.

Research design, data, and methodology - This study explores child welfare service quality factors that affect customer satisfaction. The study examines and analyzes demographic variables, service quality dimensions, and the causal relationships between child welfare service quality and customer satisfaction. Data from 300 child welfare cases were collected from organizations in Korea in the areas of Busan and Gyeongsangnamdo. The methods of analysis are as follow. First, using descriptive analysis frequency, the percentages were evaluated to assess the demographic variables. Second, Cronbach's α was used to test reliability and to evaluate the internal consistency of the measuring of items. Third, multiple regression analysis was conducted to find out how much the independent variable can affect customer satisfaction.

Results - Five factors of child welfare service quality were identified in three categories: process quality (assurance, empathy), results quality (reliability, caring), and physical environment quality (tangibles). There were significant differences among the effects of the child welfare service quality factors on customer satisfaction. A multiple regression analysis was done

with process quality (assurance, empathy), results quality (reliability, caring) and physical environment quality (tangibles) to test the hypothesis: assurance ($t=2.434$, $p<0.05$), empathy ($t=3.677$, $p<0.001$), reliability ($t=3.271$, $p<0.05$), caring ($t=4.380$, $p<0.000$), and tangibles ($t=3.654$, $p<0.01$) had a positive influence on child welfare service quality from a service distribution perspective. Therefore, hypotheses 1, 2, 3, 4, and 5 were supported. In addition, multiple regression analysis on the effects of the variables showed that caring ($\beta=0.273$), empathy ($\beta=0.246$), tangibles ($\beta=0.265$), reliability ($\beta=0.152$), and assurance ($\beta=0.131$) all had a positive and strong influence on child welfare service quality from a service distribution perspective. Therefore, all child welfare service quality categories (process, results and physical environment quality) were positively statistically significant.

Conclusion - In this study, the main findings can be summarized as follows. First, the quality of service of child welfare consists of three dimensions of quality: process quality, results quality, and physical environment quality. The results of the multiple regression analysis also showed that caring and reliability were confirmed as more meaningful variables by the increasing loading factors. Second, the family members involved in child welfare proposed caring as the most important variable among the dimensions of service quality. Third, the results of the hypothesis testing using regression showed that all child welfare service quality factors had a positive impact on customer satisfaction. The results of the study could provide useful information to help increase the effectiveness of delivery strategies for child welfare service quality from a service distribution perspective

Keywords: Child Welfare, Service Quality, Recognition, Customer Satisfaction.

JEL Classifications: D30, M31.

* This study was supported by research fund from Kaya University.

** First Author, Professor, Department of Social Welfare, Kaya University, Korea. Tel: +82-55-330-1104. ukyungho@hanmail.net.

*** Second Author, Part-time Lecturer. School of Business, Yeungnam University. Korea. Tel: +82-53-810-7815. jinwookim@naver.com.

1. 서론

오늘날 우리 사회는 급속한 경제발전 및 사회환경의 변화로 인해 많은 사회문제가 발생되고 있으며, 그에 따르는 아동복지의 중요성도 점점 증가하고 있다. 아동복지법 제3조에 보면 “아동은 자신 또는 부모의 성별, 연령, 종교, 사회적 신분, 재산, 장애유무, 출생지역 등에 따른 어떠한 종류의 차별도 받지 않으며, 완전하고 조화로운 인격발달을 위해 안정된 가정환경에서 행복하게 자라나야 한다”라고 규정하고 있다. 또한 동법 제3항에는 “모든 국민은 아동의 권익과 안전을 존중해야 하고, 아동을 건강하게 양육해야 한다”라고 명시되어 있다. 이와 같이 아동의 권리를 인정하고 아동에게 필요한 보호와 복지증진을 위해 법과 제도가 정비되고 정책들이 마련되어 시행되고 있음을 알 수 있다. 사회복지 실천에 있어 가장 눈에 들어오는 특징은 사회복지서비스 이용자들의 권리 또는 인권에 대한 강조일 것이다.

공공서비스인 사회복지서비스 이용자들은 교육수준의 향상과 중산층 의식의 확산으로 높아진 인권인식으로 인해 단순히 소극적인 서비스 수혜자가 아니라 권리의 주체로서 그 역할과 위상이 변화하고 있으며, 양질의 서비스를 요구하고 있다(Park, 2008).

따라서 이러한 환경변화는 사회복지와 아동 인권 간 관계에서 침해적 상황이 발생한 경우에만 관심을 가지는 단편적인 사건중심적 관계에서 벗어나 이에 대한 해결을 포함해서 아동들의 인권옹호적 상황을 만들어 가는 관계중심적 관계로 변화해야 함을 의미한다.

그러나 아직까지 시설 아동에 대한 보호 수준이 아동의 욕구에 부응하지 못하고 있으며, 아동복지시설의 형태 및 서비스, 종사자의 근무 환경 등 시설의 운영에 많은 개선이 요구되고 있는 형편이다. 이러한 문제점을 해결하기 위해서는 시설 아동의 보호수준을 향상시키고, 효율적인 운영을 위해서는 제공 되어지는 전반적인 아동복지서비스질에 대한 이용자들의 인식을 살펴보는 것이 필요하다고 생각한다.

경영학에서와 마찬가지로 제품판매시나 고객 서비스 제공시 고객불만, 즉 서비스 실패(service failure)가 발생하지 않는 것이 바람직할 것이나 현실적으로 서비스 실패가 발생하게 된다(Kim and Bae, 2005). 적절한 서비스 회복은 서비스 실패로 인한 불만족한 고객을 충성고객으로 전환시킬 수 있고, 서비스 실패를 경험하지 않고 일상적인 서비스를 경험한 경우보다 기업에 대해 더 호의적인 이미지를 형성할 수 있다(Hart et al. 1990).

그 동안 서비스질과 관련된 선행연구들은 호텔, 레스토랑, 금융 서비스, 소매업 등의 영리를 추구하는 업종에 적용한 연구들이 대부분이었다. 최근에는 병원, 유치원과 대학을 비롯한 교육기관, 도서관과 행정기관을 중심으로 한 비영리조직으로 서비스질에 대한 연구가 확산되고 있으나, 서비스 유통관점에서 아동복지시설의 서비스질의 전달과 관련된 선행연구는 현재까지도 전무한 실정이다.

따라서 본 연구는 아동복지시설 이용자들을 대상으로 아동복지 서비스질의 전달에 대해 어떻게 인식하고 있는지 살펴보고, 전달되는 아동복지서비스질에 대한 인식들의 제차원들이 어떻게 아동 청소년 복지서비스 이용자들의 만족도에 영향을 미치는 가를 살펴보는 데 목적을 둔다.

2. 이론적 배경

2.1. 아동복지시설

‘아동·청소년’이란 일반적으로 신체적 정신적으로 미성숙해 혼자서 독립적인 생활을 하기 어렵기 때문에 성인의 도움을 필요로 하는 발달단계의 사람이라고 규정할 수 있다(Hyun, 2009), 아동복지 시설이란 아동의 권익과 복지를 최대한 보장할 수 있어야 하는 곳으로, 아동복지법 제2조 6항에 아동 및 임신부의 복지를 위한 시설로서 대통령령으로 정하는 시설로 규정되어 있으며, 동 법 제14조의 규정에 의해 설치된 시설로 규정하고 있다.

아동복지시설은 사회복지에 관한 제도를 기초로 설치되는데, 모든 아동의 발달과 복지를 보장하기 위해 직접 서비스를 제공하는 일정한 장소를 말한다. 최근에는 요보호 아동 뿐 아니라 일반 아동에 대한 보호 및 예방 등의 기능도 수행하고 있다(the Child Welfare Law Article 16).

아동복지시설은 지원적 서비스, 보조적 서비스, 대리적 서비스로 구분할 수 있다. 지원적 서비스는 부모와 아동이 그들 각자의 책임을 효율적으로 수행할 수 있도록 능력을 지원하고 강화시켜주는 서비스를 말한다. 보조적 서비스는 부모의 역할 일부를 보조하거나 대행하는 것을 의미하며, 대리적 서비스는 아동이 자신의 가족을 완전히 떠나서 타의에 의해 양육·보호되는 서비스를 말한다(Jang, 1992).

아동복지서비스는 구체적인 아동복지의 대상, 성격에 따라 실천 내용, 방법이 달라지는데, 예전에는 일부 보호가 필요한 아동에게 국한되었으나, 최근에는 전체 아동까지 대상에 포함됨에 따라 아동복지서비스는 다양화되었다.

아동복지시설은 기본적으로 투입될 수 있는 자원이 무한하지 않으므로, 주어진 가용자원내에서 최대한의 효과를 얻기 위해서는 서비스질을 향상시키는 노력을 통해 고객만족을 제공해야 하겠다.

2.2. 복지서비스질

서비스질에 대한 정의는 연구자들에 따라 다양하지만 비교적 유사하다고 볼 수 있다. Gronroos(1984, 1988)는 서비스질은 서비스를 평가하는 과정의 산출물이며, 기대된 서비스와 지각된 서비스와의 차이가 서비스질이라고 보았다. 유사하게 Parasuraman, Zeithaml and Berry(1985)는 서비스질은 고객이 받을 것이라고 기대하는 서비스의 정도와 실제로 수행된 서비스의 성과를 비교해 나타나는 차이로 보았다.

서비스질의 구성요인을 최초로 제안한 Parasuraman, Zeithaml and Berry(1985)는 SERVQUAL 척도를 제안하였으며, 서비스질의 구성요인을 신뢰성(reliability), 반응성(responsiveness), 능력(competence), 접근성(access), 예절성(courtesy), 의사소통(communication), 신용성(credibility), 안정성(security), 고객에 대한 이해(understanding/knowing the customer), 유형성(tangible) 10가지로 제안하였다.

이들은 후속연구에서 이들 10개 차원을 중복되는 개념을 통합해 신뢰성, 유형성, 반응성, 공감성, 확산성, 5개의 하위차원으로 제안하였다. 22개의 기대항목과 22개의 지각항목 총 44개 항목으로 고객이 기대한 서비스와 지각한 서비스 사이의 GAP모형을 제시하였다. 기대항목 문항에서 should의 ~해야 한다는 표현이 당위성을 강조하기 때문에 고객에게 부담을 줄 수도 있다고 하여, will의 ~일 것이라는 표현으로 수정하였고, 부정적인 문항 6문항을 수정해 측정항목의 신뢰도가 향상되었다.

서비스질을 결정하는 구성차원은 학자들마다 다양하게 정의되

고 범주영역 또한 다양하게 나타났다. 사회복지의 한 분야인 아동복지서비스질을 결정하는 연구들은 거의 찾아보기 힘들었다. 국내의 연구는 Lim(2007)은 정신보건사회복지사를 대상으로 서비스질 결정요인을 Parasuraman, Zeithaml and Berry(1985, 1988)와 Cronin & Taylor(1992, 1994)의 선행연구를 중심으로 유형성, 접근성, 신뢰성, 반응성, 보증성, 공감성의 6가지와 사회복지시설에 한정된 서비스 질 결정요인을 제시하였다. Kim(2007)은 장애인 복지시설 서비스 질의 결정에 관한 요인으로 기본권의 서비스 질, 기초생활서비스 질, 전문적 재활서비스 질의 3가지 차원에 24변수로 서비스 질 결정요인을 제시하였다.

일반적으로 서비스질이 높을수록 고객만족이 증가하는데(Cronin and Taylor, 1992), Gunther(1998) 등에 의하면, 사회복지시설에서 질 높은 서비스를 받았다고 믿는 이용자는 지속적으로 지지할 것이고, 지지는 자원봉사행위나 후원을 포함한 다양한 형태로 나타날 수 있다고 주장하였다. 이와 함께 높은 사회복지서비스 질은 단점도 적어서 이용자의 불만을 완화 또는 제거시키기 때문에 사회복지시설의 생산성을 증가시키고 잘못된 서비스를 시정하는데 비용을 줄이는 효과를 갖는다고 보고하였다.

사회복지서비스질은 이용자의 욕구와 사회복지시설을 둘러싸고 있는 환경과 양자 사이에서 대응하는 적절한 관련 체계와 관련성이 깊다. 즉, 사회복지시설에서 서비스 질이란 조직환경의 요구와 이용자 욕구를 기반으로 하는 요구를 중심으로 사회복지시설의 관리체계를 형성해 나가는 것과 큰 관련성이 있다(Lewis, 2001; Kim, 2007).

2.3. 아동복지시설 이용자 만족

고객만족(customer satisfaction)은 현대기업 경영에 있어서 중추적인 개념으로, 고객의 재구매, 상표충성도, 구전, 불평행위 등과 같은 소비관련 행위에 영향을 줄 뿐만 아니라 기업의 수익성 및 성장에 영향을 미치는 것으로 연구되고 있다(Kim and Bae, 2005)

만족에 관한 개념적 연구는 크게 두 가지의 흐름으로 진행되어 왔다(Boulding, Staelin, Karla, and Zeithaml, 1993). 첫 번째 관점은 거래 상황에 제한된 관점으로써 고객만족은 특정한 구매상황에 대한 구매 후의 평가적 판단(Oliver, 1993)으로 보는 견해와, 이와는 대조적으로 누적된 고객만족의 관점은 제품 또는 서비스를 장기간에 걸쳐 구매하고 소비한 경험에 근거한 전반적인 평가로 보는 견해평가이다(Fornell, 1992; Johnson and Fornell, 1991)로 양분된다.

이용자 만족이란 Westbrook(1987)과 Oliver(1997)의 정의에 따르면 제품과 서비스 사용 후에 나타나는 고객의 충족상태를 의미하는 개념으로, 이러한 충족상태가 즐겁고 만족한 수준이라고 지각하는 사용자의 전반적인 평가를 말한다.

이용자 만족은 특정시간과 특정장소에서 측정되는 경향이 있으므로 정적인 개념으로 보이지만, 만족은 동적이며 다양한 요인에 의해 영향을 받는다. 특히 제품사용이나 서비스 체험이 시간의 경과에 따라 발생하는 경우, 만족은 고객이 중점을 두는 사용단계나 체험주기에 따라 매우 다양하게 나타날 수 있다(Zeithaml & Bitner, 2012).

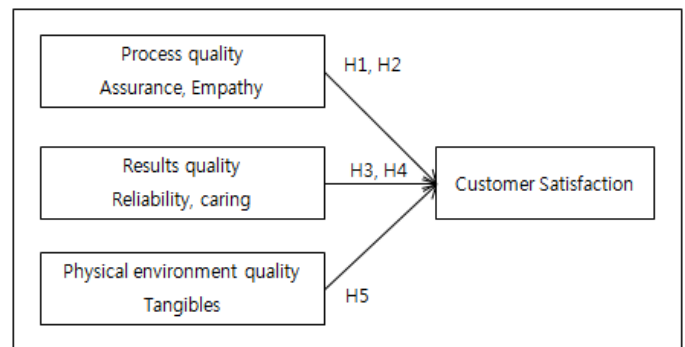
Oliver(1980)는 소매점포의 고객을 대상으로 실시한 연구에서 서비스를 재구매하고자 하는 의사는 고객의 만족수준에 따른 결과라고 밝히고 있다. 또한 Lapierre and Chebat(1999)도 서비스질이 고객만족에 영향을 미치며 만족은 구매 또는 재구매 의사에 영향을 미친다고 하였다(Kim, 2012).

3. 연구방법론

3.1. 연구모형

본 연구는 아동복지시설을 중심으로 아동복지서비스질의 전달에 대한 인식과 이용자 만족도에 미치는 영향력을 살펴보고자 하였다. 조사에 필요한 설문내용은 Parasuraman, Zeithaml & Berry(1985, 1988), Lee(2013)의 연구를 참조로 재구성하였다.

본 연구는 선행연구들 토대로 아동복지시설의 서비스질 하위차원을 SERVQUAL에 돌봄 차원을 추가해 신뢰성과 돌봄을 결과품질, 반응성, 확산성 및 공감성을 과정품질, 유형성을 물리적 환경품질로 재구성해 아동복지서비스 질을 3차원으로 구성하였다(Figure 1 참조).



<Figure 1> Research Model

3.2. 가설설정

선행연구에서(Cronin & Taylor, 1992; Kim & Shin, 2009) 서비스질의 각 차원에 대한 긍정적 지각이 이용자 만족에 긍정적인 영향을 미친다고 보고한 바, 이를 근거로 아동복지서비스질이 높을수록 이용자의 만족도는 높아질 것으로 가정할 수 있을 것이다.

따라서 연구모형을 토대로 연구가설을 다음과 같이 설정하였다.

<가설 1> 과정품질의 신뢰성은 아동복지서비스 이용자 만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

<가설 2> 과정품질의 감정이입은 아동복지서비스 이용자 만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

<가설 3> 결과품질의 신뢰성은 아동복지서비스 이용자 만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

<가설 4> 결과품질의 돌봄은 아동복지서비스 이용자 만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

<가설 5> 물리적 환경품질은 아동복지서비스 이용자 만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

4. 연구결과

4.1. 설문 개요 및 설문응답의 기본현황

연구를 위해 부산과 경남 지역으로 구분해 2014년 10월초부터 11월 말까지 조사를 진행하였다. 부산과 경남 지역에 소재한 아동복지시설을 대상으로 단순무작위표집법으로 조사대상자를 선정해

각 지역별로 150부씩 총 300부를 사용하였다.

설문담당자에게 설문조사 취지를 상세히 설명하고, 직접 설문지를 완성하도록 한 다음, 조사대상자들에게 현장에서 배부하고 회수하는 방식으로 조사를 진행하여 회수율과 설문지 작성에서 오는 오류를 제거하였다.

본 연구에 필요한 통계분석은 SPSS 22프로그램을 사용하였으며, 측정척도의 신뢰성과 타당성을 검토한 후, 변수들간의 인과관계를 살펴보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

응답자의 인구통계적 기본현황은 다음의 <Table 1>에서 보는 바와 같다.

<Table 1> Demographic Characteristics of the sample

		N	%
gender	males	132	44.00
	females	172	57.33
age	20	127	42.33
	30	114	38.00
	40	38	12.67
	50	21	7.00
	upper 60	0	0.00
education	high school	77	25.67
	junior college	101	33.67
	under graduate	92	30.67
	graduate school(MA)	25	8.33
	graduate school(Ph. D)	5	1.67
income	under 1million won	58	19.33
	between 100-199	67	22.33
	between 200-299	78	26.00
	between 300-399	41	13.67
	between 400-499	33	11.00
	between 500-599	15	5.00
	upper 600	8	2.67

조사결과, 남성이 132명에 44.00%, 여성이 172명에 57.33%로 월등이 많은데, 이는 아동복지서비스에 남성보다는 여성이 보다 더 많은 관심을 가지고 있기 때문으로 사료된다. 연령별로는 40대나 50대의 중장년층에서 이용자 수가 적은 것은 아동을 자녀로 두 사람들의 인구가 점차 줄어들기 때문이라고 할 수 있겠다.

4.2. 타당성과 신뢰성 검증

아동복지서비스질의 측정도구에 대한 타당성과 신뢰성을 검증하기 위해 먼저 탐색적 요인분석을 실시하였다. 일반적으로 요인 부하량이 크면 클수록 해당 요인과 상관이 높다고 보는데, 보통 기준은 ± 0.30 이상, 엄격한 기준은 ± 0.50 이상(Kim, 2010)을 적용하는데, 탐색적 요인분석 결과 요인 부하량은 가장 작은 값이 결과 품질의 0.537로 나타났으며 모든 요인이 엄격한 기준의 ± 0.50 이상의 값을 가지는 것으로 나타났다.

신뢰도의 분석에는 Cronbach의 α 계수를 이용해 측정하였는데, 일반적으로 0.9이상일 경우 신뢰성이 매우 높은 것으로 평가할 수 있으며, 일반적인 기준을 0.7(Nunnally, 1978)로 볼 때, 본 연구는

과정품질, 결과품질 환경품질 모두 기준을 충족하는 것으로 나타나, 각 요인의 문항들이 동일한 개념을 측정하는 것으로 판단할 수 있다.

<Table 2> Result of reliability

		items	α	discrimination index	ave	s.e
In Dependent var.						
process quality	assurance	3	.72	.54	4.10	.71
	empathy	3	.79	.63	4.13	.74
results quality	reliability	3	.77	.58	3.84	.79
	caring	3	.79	.64	3.99	.76
physical environment quality	tangibles	4	.81	.67	4.02	.75
Dependent var.						
Customer satisfaction		3	.76	.59	3.86	.67

4.3. 가설검정 결과

아동복지서비스 이용자 만족에 영향을 미치는 변인들을 살펴보기 위해 다중회귀분석을 실시한 결과는 다음의 <표 2>에서 보는 바와 같다. 분석결과, R^2 가 0.241이고 t값이 클수록 유의수준이 높아지는데, 확신성($t=2.434$, $p<0.05$), 공감성($t=3.677$, $p<0.001$), 신뢰성($t=3.271$, $p<0.05$), 돌봄($t=4.380$, $p<0.000$), 유형성($t=3.654$, $p<0.01$)로 각각 나타났다.

다중회귀분석 결과, 아동복지서비스질의 전체 차원들이 통계적으로 유의미하게 나타남에 따라, 아동복지서비스질의 전체 요인들이 고객만족에 긍정적인 영향력을 행사함을 알 수 있다. 따라서 앞에 제시한 가설(1, 2, 3, 4 및 5)들은 전부 받아들일 수 있는 증거를 마련하였다.

<Table 3> Result of multiple regression

Dep. var.	Indep. var	R ²	F	F sig	Beta	t-value	significant
customer satisfaction	assurance	0.241	8.698	*** 0.000	0.131	2.423	* 0.028
	empathy				0.246	3.677	*** 0.000
	reliability				0.152	3.271	* 0.013
	caring				0.273	4.380	*** 0.000
	tangibles				0.265	3.654	** 0.002

Note: * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

모델의 베타값은 각 변수들의 계수들을 표준화시킨 값으로 이 수치가 큰 변수들이 종속변수 값의 변화에 더 많은 영향력을 행사한다. 이용자 만족도에는 돌봄의 베타값이 0.273으로 가장 설명력

이 높은 변수이며, 그 다음은 공감성으로 베타값이 0.246, 그 다음은 유형성으로 베타값이 0.265, 그 다음은 신뢰성으로 베타값이 0.152, 마지막으로 확산성의 베타값이 0.131로 나타났다. 따라서 이용자 만족도에 가장 큰 영향력을 미치는 아동복지서비스질은 돌봄 차원임을 알 수 있다.

5. 연구결과 토론 및 시사점

최근 기업의 서비스산업 분야뿐만 아니라 공공서비스의 한 부분인 사회복지서비스 영역도 클라이언트에게 단순히 서비스를 제공하는 것만으로 만족하는 시대는 지나고, 이제는 고객이 만족하도록 사회복지 서비스를 제공해야 한다는 사고가 보편적으로 받아들여지는 단계에 접어들었다.

이에 따라 아동복지를 포함한 사회복지 서비스는 1980년대부터 급속한 팽창을 계속하고 있으며, 실천적 사회복지 서비스의 비중이 나날이 증가하고 있음에 따라 아동복지서비스질은 국가적으로도 중요한 과제가 아닐 수 없다.

지금까지 서비스품질에 대한 연구는 경영학 분야에서 많이 이루어져왔다. 그러나 아동복지 부문에서는 지금까지 서비스질과 관련된 선행연구가 이루어지지 않아서 학문적인 차원에서도 어떠한 차원들이 서비스질인지 명확히 규정하기에는 무리가 따른다.

따라서 이와 관련된 선행연구들의 부족으로 인해 아동복지서비스를 선택하는 고객들은 물론, 서비스를 제공하는 공급자도 실무적인 차원에서 아동복지시설의 서비스 품질을 선택하고 관리하는데 많은 어려움을 경험하고 있다.

본 논문은 이러한 문제의식에 출발해서 유통서비스의 관점에서 아동복지시설의 서비스를 선택하는 이용자와 서비스를 제공하는 공급자 모두에게 필요한 아동복지서비스질의 주요차원을 제안하고 서비스질과 이용자 만족 간 인과관계를 살펴보았다.

연구결과는 다음과 같다. 첫째, 아동복지서비스질을 3차원의 결과품질, 과정품질, 물리적 환경품질로 제안한다. 서비스질의 3차원은 기존의 사회과학 특히 경영학에서 이루어진 연구결과들(Rust and Oliver, 1994 Brady and Cronin, 2001)과도 일치하는 결과이다. 또한 기존 SERVQUAL에 돌봄의 변수를 추가해 3차원으로 구분됨을 확인하였는데, 신뢰성 차원에서 돌봄을 합한 변수의 요인적재량 비교에서 요인적재량 값이 더 높게 나타나 돌봄 변수를 추가한 것이 의미가 있다고 사료된다.

둘째, 아동복지시설 서비스를 제공하는 공급자들에게 신규 고객 유치와 현재 고객유지를 위해 어떤 서비스질을 개발하고 관리해야 하는가에 대한 근거를 제시하였다. 그동안 아동복지서비스에 대한 연구결과가 없어서 아동복지시설에 적합한 서비스질 관리에 어려움이 있었다. 따라서 본 연구결과를 토대로 아동복지서비스질에 있어서 가장 중요한 품질은 돌봄으로 나타남에 따라 이에 대한 적합한 서비스계획을 세우고 관리할 필요가 있다고 생각한다.

셋째, 아동복지시설 서비스를 선택하는 고객들은 서비스를 직접 이용하지 않고 선택해야 하는 어려움이 있다. 이와 함께 서비스를 이용한 경험이 전무한 상태에서 어떠한 아동복지시설이 좋은지를 안다는 것은 불가능한 일이다. 따라서 본 연구결과를 토대로 아동복지시설의 선택에 있어서 어떠한 곳이 좋은 곳인지를 구분할 수 있는 기준을 활용해 합리적인 의사결정을 내릴 수 있을 것으로 생각한다.

References

- An, Seong-Beom, Song, In-Am, & Hwang, Hee-Joong (2013). The Influence of the Car Master' Recognized Core Capability level in Achieving Customer Satisfaction: Emphasis on Mediating Effect of Moment of Truth Quality. *Journal of Distribution Science*, 11(4), 37-49.
- Boulding, William, Kalra, Ajay, Staelin, Richard, & Zeithaml, Valerie A. (1993). A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectations to Behavioral Intentions. *Journal of Marketing Research*, 30(February), 7-27.
- Carman, J. M. (1990). Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions. *Journal of Retailing*, 66(1), 33-55.
- Churchill, Gilbert A. J., & Surprenant, C. (1982). An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19(Nov), 491-504.
- Cronin, J. J. Jr., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality : A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(July), 55-68.
- Cronin, J. J. Jr., & Taylor, S. A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL : Reconciling Performance Based and Perception-Minus-Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing*, 58(Jan), 125-131.
- Fornell, Claes (1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 56(January), 6-21.
- Friedlander, W. A., & Apte, R. Z. (1980). *Introduction to Social Welfare*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Gates, B. (1980). *Social Program Administration: The Implementation of Social Policy*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Gilbert, Neil, & Terrell, P. (2002). *Dimensions of Social Welfare Policy*. Boston: Allynand Baco.
- Gronroos, C. (1984). A service Quality Model and Its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 35-44.
- Gronroos, C. (1988). Service Quality: The Six Criteria of Good Service Quality. *Review of Business*, 9(Winter), 10-3.
- Hart, C. W. L., Heskett, J. L., & Sasser, W. E. (1990). The Profitable Art of Service Recovery. *Harvard Business Review*, (July-August), 14-28.
- Holbrook, M. B., & Corfman, K. P. (1985). Quality and Value in the Consumption Experience. In Phaedrus Rides Again. I. J. Jacobyog J. C. Olson (Eds). *Perceived Quality: How Consumers View Stores and Merchandise*, (pp.31-57), Lexington, MA: D. C. Heath.
- Hyun, Young-Yeul (2009). A Study on the Human Rights Recognition and the Job Satisfaction of Social Workers in Child and Adolescent Welfare Institutions. Seoul, Korea: Thesis for Doctorate in University of Seoul.
- Jang, In-Hyup (1992). *Social Welfare*. Seoul: Seoul University Press.
- Johnson, Michael D., & Fornell, Claes (1991). A Framework for Comparing Customer Satisfaction Across Individuals and

- Product Categories. *Journal of Economic Psychology*, 12(2), 267-286.
- Kelly, Janet M., & Swindell, David (2002). A Multiple-Indicator Approach to Municipal Service Evaluation: Correlating Performance Measurement and Citizen Satisfaction across Jurisdictions. *Public Administration Review*, 62(5), 610-621.
- Kim, In, & Shin, Hakgene (2009). Effects of Service Quality to Service Satisfaction and Decision Making in Elderly Care Facility. *Journal of the Korean Gerontological Society*, 29(2), 579-591.
- Kim, Moon-Dong (2007). A Study on the Determinants of Service Quality in Welfare Institutions for the Handicapped - Focused on the Socialization of Institution. Seoul, Korea: Thesis for Doctorate in Hanyang University.
- Kim, P. S. (1998). Revolution in Public Service Delivery. *International Journal of Organization Theory and Behavior*, 1(2), 129-161.
- Kim, Soon-Hong (2012). A Study on the Impact of Customer Equity on Customer Loyalty in the Korean Retail Industry: Mediation of Customer Satisfaction and Switching Costs. *Journal of Distribution Science*, 19(11), 79-88.
- Kim, Suk-Woo (2010). *SPSS AMOS*. Seoul : Hak Ji Sa.
- Kim, Yong-Han, & Bae, Mu-Eun (2005). The Effect of Perceived Justice on Customer Satisfaction and Repurchase Intention in the Discount Stores Service. *Journal of Distribution Science*, 3(1), 23-42.
- Lapierre, J. P., & Chebat, J. C. (1999). Value Strategy Rather Than Quality Strategy: A case of Business-to-Business Professional Services. *Journal of Business Research*, 45, 235-246.
- Lee, Jung-Wan, & Kwag, Michael (2013). Green Growth and Sustainability: The Role of Tourism, Travel and Hospitality Service Industry in Korea. *Journal of Distribution Science*, 11-7, 15-22.
- Llosa, Sylvie, Chandon, Jean Louis, & Orsingher, Chiara (1998). An Empirical Study of SERVQUAL's Dimensionality. *The Service Industries Journal*, 18(2), 16-44.
- Nunnally, J. C. (1978). *Introduction to Psychological Measurement*. New York: McGraw-Hill.
- Oliver, R. L. (1981). Measurement and Evaluation of Satisfaction Process in Retail Setting. *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48.
- Oliver, R. L. (1993). A Conceptual Model of Service Quality and Service Satisfaction. In Teresa A. Swartz, David E. Bowen, and Stephen W. Brown (eds). *Advances in Services Marketing and Management* (pp.65-86). Greenwich, CT: JAI Press.
- Oliver, R. L., & Swan, J. E. (1989). Consumer Perceptions of Interpersonal Equity and Satisfaction in Transactions: A Field Survey Approach. *Journal of Marketing*, 53(Apr), 21-35.
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(Nov), 460-469.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction : A Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(Fall), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: a Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Reassessment of Expectation as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research. *Journal of Marketing*, 58(Jan), 111-124.
- Park, J. W., Robertson, R., & Wu, C. L. (2006). Modeling the Impact of Airline Service Quality and Marketing Variables on Passengers' Future Behavior Intentions. *Transportation Planning and Technology*, 29(1), 359-381.
- Perason, A., Hocking, S., Mott, S., & Riggs, A. (1993). Quality of Care in Nursing Homes: from the Resident's Perspective. *Journal of Advanced Nursing*, 18, 20-24.
- Powwaka, Samart (1996). The Role of Outcome Quality as a Determinant of Overall Service Quality in Different Categories of Services Industries: An Empirical Investigation. *The Journal of Service Marketing*, 10(2), 5-25.
- Rust, R. T., & Oliver, R. L. (1994). Service Quality: Insights and Managerial Implications from the Frontier. In Roland T. Rust and Richard L. Oliver (Eds.). *Service Quality: New Directions in Theory and Practice* (pp.1-19). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Sanjeev, Prashar, Adeshwar, Raja B., Parasaran, V. S., and Kumar, Vijay V. (2015). Factors Prompting Impulse Buying Behavior: Shoppers in Dubai. *East Asian Journal of Business Management*, 5(3), 5-15.
- Van Ryzin, C. G., & Gregg, G. (2004). The Measurement of Overall Citizen Satisfaction. *Public Performance and Management Review*, 27(3), 9-28.
- Westbrook, R. A. (1987). Product Consumption-Based Affective Responses and Repurchase Processes. *Journal of Marketing Research*, 9(4), 5-17.
- Williams, M. R. (1993). The Influence of Salespersons' Customer Orientation on Buyer-seller Relationship Development. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 13(3), 271-287.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2012). *Services Marketings* (6ed). Boston ; London : Irwin/ McGraw-Hill.