

경찰수사의 서비스품질이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구

A Study on the Effects of Service Quality in Police Investigation on Customer Satisfaction

하 승 우* · 이 희 선**

- I. 서론
- II. 기존문헌의 고찰
- III. 연구방법론
- IV. 분석결과
- V. 결론 및 정책적 함의

>> 국문요약 <<

본 연구에서는 경찰수사에 대한 고객만족에 영향을 미치는 서비스품질이 무엇인지 확인하고, 각 서비스품질이 얼마만큼 고객만족에 영향을 미치는지 상대적 비교를 하고자 한다. 이를 검증하기 위하여 2017년 2월 13일부터 2017년 3월 12일까지 경찰 수사부서를 방문한 경험이 있는 고소인·진정인 등 피해자를 대상으로 설문조사를 하였고, 설문응답을 토대로 다중회귀분석을 실시하였다.

연구결과, 경찰수사 서비스품질의 구성변수 중 편익성($\beta=.230$)이 고객만족에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 확인되었고, 다음으로 친절성($\beta=.218$), 쾌적성($\beta=.162$), 대응성($\beta=.129$), 전문성($\beta=.110$), 편리성($\beta=.071$) 순으로 고객만족에 유의미한 정(+)적 영향을 미치는 것이 확인되었으며, 신속성과 청렴성은 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 분석되었다.

이러한 연구결과를 통해 서비스품질 중 고객만족에 상대적으로 더 중요한 영향을 미치는 품질요인을 확인하고, 자원의 효율적인 배분과 효과성의 극대화를 위한 논거를 마련함으로써 실무적으로 유용한 정보를 제공할 수 있을 것으로 기대한다.

* 경찰청 특수수사과, 한양대학교 대학원 행정학과 박사과정, 주저자

** 한양대학교 행정학과 교수, 교신저자

● 주제어 : 경찰수사, 서비스품질, 고객만족

I. 서론

기존의 고객만족에 대한 연구는 주로 민간 기업에 초점이 맞추어져 있었으나 근래에는 연구대상이 공공서비스 분야로 확대되고 있다. 이는 정부의 국민에 대한 봉사 실천과 복지국가 이념을 구현하기 위한 고객 지향적 행정이 점차 강조됨에 따라 이에 대한 척도로 작용하는 고객만족이 중요한 의미를 가지게 되었기 때문이다. 또한 정부기관 역시 혁신활동에 동참하고, 향상된 대민서비스를 제공하는 등 끊임없는 발전을 추진해야 한다는 점에서 고객만족의 향상은 공공행정의 주요 성과목표라 할 수 있을 것이다.

이러한 추세에 따라 경찰도 ‘국민중심의 치안행정 구현’이라는 목표 아래, '07년부터 연 2회 치안서비스를 경험한 국민을 대상으로 「치안고객만족도」 조사를 실시하고 있다. 그런데 조사결과에서 수사·형사 기능의 경우, 줄곧 최하위의 점수를 기록하고 있는 현 상황은 문제점으로 지적된다.¹⁾ 수사·형사 기능은 다른 공공서비스와 달리 침익적 성격이 매우 강하고, 해당 서비스의 처리결과가 형사처벌의 유무를 결정한다는 점에서, 수사서비스의 과정 및 결과를 피해자와 피의자 모두에게 만족시키는 것은 상당히 어려운 것이 현실이다. 그럼에도 불구하고, 다른 대민기능 및 전체 만족도의 경우 점수가 소폭 상승하고 있는 반면, 수사·형사는 '07년 대비 '16년의 경우 오히려 4.4점이 하락하고 있는 현 추세는 개선이 필요하다고 판단된다.

민간과 공공분야에서 서비스품질 및 고객만족에 대한 활발한 연구가 있어 온 것과 달리, 경찰 치안서비스 특히 수사 서비스에 대한 서비스품질과 고객만족에 대한 연구는 극히 소수에 불과하다. 또한 기존 연구들의 경우, 전반적인 서비스품질이 고객만족

1) 치안고객만족도 조사 결과

구분	'07년	'08년	'09년	'10년	'11년	'12년	'13년	'14년	'15년	'16년
종합점수	71.5	65.8	65.1	69.9	77.3	79.6	80.1	76.8	76.5	77.3
민원	80.3	74.8	75.6	77.9	85.8	87.1	89.2	87.2	81.2	83.0
112 신고처리	74.6	61.2	59.0	65.7	76.5	78.6	76.7	74.7	76.3	78.8
교통조사	76.1	65.7	62.9	67.0	77.2	81.1	82.4	78.4	80.5	79.3
수사·형사	72.6	63.7	63.6	72.2	69.7	71.2	74.4	67.0	68.2	68.2

에 영향을 미치는지 여부에 중점을 두고 있어 서비스품질의 세부 구성변수들이 얼마나 고객만족에 영향을 미치는지에 대한 연구 성과는 미흡한 실정이다. 경찰수사 서비스는 인적·물적 한계가 있고, 각 서비스품질 간 상호배타적인 성격을 가지고 있어 세부변수들의 상대적 중요성을 확인할 수 없는 단순 연구는 정책적 의미에서 한계를 가질 수 밖에 없다.

이러한 관점에서 본 연구는 경찰수사에 대한 고객만족에 영향을 미치는 서비스품질이 무엇인지 확인하고, 각 서비스품질이 얼마만큼 고객만족에 영향을 미치는지 상대적 비교를 하고자 한다. 이를 통해 서비스품질 중 더 중요한 품질 요인을 확인하고, 자원의 효율적인 배분과 효과성의 극대화를 위한 논거를 마련함으로써 실무적으로 유용한 정보를 제공하고자 한다. 즉, 연구결과를 바탕으로 경찰수사에 있어 고객만족을 향상시킬 수 있는 정책 도출의 근거를 제공하는 것이 이 연구의 목적이라 할 수 있다.

본 연구는 기존의 이론적 논의 및 실증적 연구를 바탕으로 고객만족에 영향을 미치는 결정요인인 경찰수사의 서비스품질에 관심을 두고, “각 서비스품질들이 고객만족에 유의미한 영향을 미치는지?” 미친다면 “그 상대적인 영향력은 어느 정도인지?” 등을 연구문제로 하여 실증적으로 검증하고자 한다.

이를 위해 2017년 2월 13일부터 2017년 3월 12일까지 서울, 부산, 경기, 경남지역에 소속된 경찰 수사부서를 방문한 경험이 있는 고소인·진정인 등 피해자를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 연구방법으로는 선행연구 등에 대한 이론적 검토와 함께 설문조사를 통해 수집된 1차 자료를 이용하였고, 비실험설계방법으로 통계적 통제에 의해 자료를 분석하였다.

II. 기존문헌의 고찰

1. 경찰수사 서비스품질의 개념적 정의

서비스품질은 1980년대부터 서비스 기업의 주요 관심대상이 되어 왔다. 그 배경에는 종래와 같이 단순한 모방이나 가공된 서비스에 의지하는 것으로는 서비스품질에 민감해진 소비자의 특별한 욕구를 충족시킬 수 없게 되어 시장에서 지속적인 성장을 기대

할 수 없다는 인식이 뒷받침 된 것으로 볼 수 있다. 이에 서비스품질에 대한 다양한 연구들이 수행되었으며, 각 연구들은 서비스품질의 개념을 크게 3가지로 구분하고 있다. 첫째, '객관적 품질/주관적 품질' 개념은 서비스 품질을 객관적으로 확인되는 품질과 주관적으로 인식되는 품질로 구성된다고 정의하고 있다(Garvin, 1984; Holbrook & Corfman, 1985; Dodds & Monroe, 1985). 둘째, '결과품질/과정품질' 개념은 서비스 자체의 결과뿐만 아니라 제공되는 과정에 대한 평가가 서비스 품질을 구성하는 주요 요인이라고 정의하고 있다(Grönroos, 1982; 이유재·라선아, 2006). 셋째, '기대/성과' 개념은 서비스 품질은 기대와 성과의 비교를 통해 확인되는 개념이라고 정의하고 있다(Smith & Houston, 1983; Lewis & Bernard, 1983; Parasuraman et al, 1985; Zeithaml, 1988). 이러한 정의들을 종합하였을 때, 서비스 품질은 객관적 품질과 주관적 품질을 포괄하면서도, 결과뿐만 아니라 편의제공 과정의 전단계에 걸쳐 이루어는 평가이며, 기대와 성과를 비교함으로써 결정된다고 볼 수 있다.

다음으로 경찰수사에 대해 살펴보면, 수사라 함은 형사사건에 관한 공소제기 여부를 결정하기 위한 준비로서 범죄사실을 조사하고 범인 및 증거를 발견·수집·보전하는 수사기관의 일련의 활동을 말한다. 경찰수사의 법적근거는 「경찰법」 제3조 제2호와 「경찰관직무집행법」 제2조 제2호이며, 경찰의 임무와 직무범위로서 범죄의 진압과 수사를 규정하고 있는 등 수사는 사법경찰 작용으로서 경찰의 주된 임무에 해당한다. 이러한 수사를 담당하는 경찰 기능은 일반범죄 수사를 주임무로 하는 수사경찰(사이버포함)과 형사경찰이 있으며, 생활안전기능의 여성·청소년 대상 범죄 수사부서, 보안기능의 대공사범 대상 수사부서, 외사기능의 외국인 대상 수사부서, 교통기능의 교통사고 수사부서가 있다.

따라서 본 연구에서는 경찰수사 서비스품질의 개념을 경찰 수사부서가 수사서비스를 제공하는 전 과정에서 국민이 경험하는 유·무형의 서비스에 대한 누적된 주관적 평가라고 정의하고자 한다.

다음으로 서비스품질의 구성차원을 살펴보면, Grönroos(1984)는 서비스품질이 '결과품질'과 '과정품질'로 이루어지며, 결과품질은 고객들이 서비스로부터 얻는 것의 품질인 '무엇'(What)에 해당하는 품질이고, 과정품질은 고객들이 서비스 상품을 얻는 전달과정의 품질인 '어떻게'(How)에 해당하는 품질이라 정의했다. 아울러, Parasuraman, Zeithaml & Berry(1988)는 '신뢰성', '유형성', '응답성', '공감성', '확신성'의 5가지 차원 22개 항목으로 SERVQUAL 모형을 구성하였으며, 서비스품질의 인식과정은 5가지 차원에 대한 성과

와 기대 간의 차이에 의해 결정된다고 보았다.

이러한 전통적 접근법은 1990년대 중반 이후 SERVQUAL 모형이 과정품질에 치중해 있다는 비판과 함께 Grönroos의 2차원 모형이 재조명 받았고, 새로운 차원을 추가하는 방식으로 수정모형이 개발되었다.

Rust & Oliver(1994)는 Grönroos(1984)의 결과품질과 과정 품질을 차용하여 '서비스 상품'과 '서비스 전달' 품질이라 명명하고, 서비스 전달의 배경이라고 할 수 있는 '서비스 환경'을 추가한 3차원 모형을 구성하였다. 또한 3차원 모형을 이용한 후속연구들이 등장하는데 Brady & Cronin(2001)은 서비스 품질을 상호작용품질, 결과품질, 환경품질로 구성하였으며, 이들 세 차원이 각각 3개씩의 하위차원으로 이루어진 2단계 품질모형을 제안하는 등 서비스품질차원의 연구를 한층 발전시켰다. 이후 Bai et al.(2008)은 서비스 상품품질, 서비스전달품질, 서비스환경품질로 구성된 3차원 모형을 공공서비스 분야에 적용하여 모형의 타당성을 확인하였고, Driver & Johnston(2001)은 '대인적 품질'(Soft 품질)과 '비대인적 품질'(Hard 품질)로 모형을 구성하였다.

우리나라도 민간과 공적분야에서 서비스품질에 대한 활발한 연구가 진행되고 있고, 대표적인 조사모델로 한국서비스품질지수(Korea Standard-Service Quality Index, KS-SQI)와 공공기관 고객만족지수(Public-service Customer Satisfaction Index, PCSI)가 있다.

KS-SQI는 한국표준협회와 서울대학교 경영연구소가 공동 개발한 측정모델로, 측정요인은 SERVQUAL 모형을 재조정하는 방식으로 구성하였다. 총 7개의 구성요소로 이루어져 있으며, 성과차원으로 본원적 서비스, 예상외 부가서비스로 구성되며, 과정차원으로 신뢰성, 친절성, 적극 지원성, 접근용이성, 물리적 환경(매체 유형성)으로 구성하였다.

PCSI는 한국능률협회가 개발한 공공기관 고객만족수준 평가모형으로, 크게 서비스품질, 고객만족, 성과 부분으로 구분되며, 이들은 각각 위계적인 구조를 갖는 별개의 모형으로 구성되어 있다. 세부구성요소로 서비스 상품품질은 편익성, 전문성, 혁신성을, 서비스 전달품질은 지원성, 공감성, 대응성을, 서비스 환경품질은 쾌적성, 편리성, 심미성을, 사회품질은 공공성, 안전성, 청렴성을 가진다. 고객만족은 전반적 만족, 요소만족, 사회적 만족으로 구분하였으며, 성과부분은 기관자체가 갖는 성과와 사회적으로 기여하는 성과로 구분하고 있다.

2. 고객만족의 개념적 정의

1970년대 미국에서 고객만족(Consumer Satisfaction)이라는 개념이 도입된 후, 소비자 행동에 대한 예측 가능성 또는 잠재적 고객유치에 대한 영향력 등 소비에 있어 고객만족 이론의 가치로 인해, 기업 마케팅의 핵심요소로서 많은 연구가 학문적·실무적 차원에서 다각도로 진행되어 왔다.

고객만족은 기대와 경험의 차이를 통해 평가된다고 볼 수 있다. 연구자들은 소비결과에 중점을 두고 고객만족을 연구(Howard & Sheth, 1969; Oliver, 1981; Westbrook & Reilly, 1983)할 뿐만 아니라, 소비경험 전체를 각 단계별로 구분하여 주요 요소들의 만족과정을 확인하는 소비과정 중심의 연구(Hunt, 1977; Engel & Blackwell, 1982; Tse & Wilton, 1988)들도 다수 수행하고 있다. 특히 과정중심의 고객만족 연구는 소비자들이 만족감을 느끼는 지각적·평가적·심리적 과정 모두에 대한 검토를 가능하게 해 줌에 따라, 최근에는 소비과정에 중점을 둔 연구가 일반적 경향으로 나타나고 있다. 이러한 전반적인 만족은 누적된 개념으로 조직의 특성, 제품 및 서비스, 가격, 물리적 시설 등과 같은 다양한 측면에 대한 만족의 합으로 구성되어 있다고 볼 수 있다.

따라서 본 연구에서는 고객만족의 개념을 경찰수사에 대한 지속적인 직·간접적 이용경험에 근거하여, 이용 전의 기대와 사용 후 느끼는 전반적·구체적 성과 간의 불일치에 대한 주관적인 평가라고 정의하고자 한다.

3. 선행연구의 검토 및 종합적 논의

경찰수사에 한정한 서비스품질 또는 고객만족에 관한 연구는 이루어지지 않고 있으며, 경찰 서비스 전반에 대한 고객만족 연구 또한 많지 않은 실정이다. 따라서 먼저 경찰 이외의 공공기업체 또는 공공단체와 같은 공공기관 행정서비스품질과 고객만족에 관한 경험적 연구를 검토하고 아울러 경찰 서비스품질과 고객만족에 관한 연구를 검토함으로써 본 연구의 연구모형 및 측정도구를 구성하는데 참고하고자 한다. 우선 공공기관 행정서비스품질과 고객만족에 관한 선행연구 분석결과에 대해 살펴보면 아래 <표 1>과 같다.

〈표 1〉 공공기관 행정서비스품질과 고객만족에 관한 선행연구 검토결과

연번	저자	연구대상	결정요인	연구방법	연구결과
1	김종국 (2010)	교통안전 공단	상품품질, 전달품질, 환경품질, 사회품질	다중회귀 분석	전달품질-환경품질-사회품질-상품품질 순으로 만 족도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.
2	감기대 (2011)	국립 과학수사 연구원	상품품질, 전달품질, 환경품질, 사회품질	다중회귀 분석, 경로분석	해당 연구기관의 경우 서비스의 특수성이 존재하 여 상품품질이나 전달품질이 고객만족에 크게 작 용하지 않는 반면, 환경품질과 사회품질은 유의미 한 영향을 미치고 있다.
3	함요상 (2011)	서울시 지하철	지하철 시설, 인적활동, 절차 및 시스템	확인인자 분석	지하철 시설의 개선과 절차 및 시스템은 고객만족 에 유의미한 영향을 주지 못하나 인적활동은 유의 미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.
4	이경옥 (2012)	장애인 복지관	서비스 전문성, 윤리성, 기관 이미지 및 환경, 이용자 욕구충족	다중회귀 분석	이용자 욕구충족과 서비스 전문성은 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 윤리 성과 기관 이미지 및 환경은 그렇지 못한 것으로 나타났다.
5	김경희 (2013)	한국 철도공사	상품품질, 전달품질, 환경품질, 사회품질	회귀분석	각 차원이 고객만족 모두에 유의미한 영향을 미치 는 것으로 확인되었고, 특히 절대적만족, 감정적만 족, 전반적 만족에서는 사회품질, 상대적 만족에서 는 상품품질의 영향력의 크기가 가장 큰 것으로 나타났다.
6	이건수 · 이기 동 (2015)	인천시 상수도	직원품질, 물리적 품질, 결과품질, 제품가격품질	회귀분석	결과품질-직원품질-제품가격품질-물리적 품질 순으 로 고객만족에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나 타났다.

다음으로 경찰의 치안·행정서비스에 있어 서비스품질과 고객만족에 관한 선행연구 분석결과에 대해 살펴보면, 〈표 2〉와 같다.

〈표 2〉 경찰 서비스품질과 고객만족에 관한 선행연구 검토결과

연번	저자	연구대상	결정요인	연구방법	연구결과
1	안정기 (2006)	경찰민원 행정 서비스	접근용이성, 응대친절성, 이용 편리성, 업무처리태도, 업무처리 편리성, 편의시설	다중회귀분석	업무처리태도-응대친절성-업무처리 편리성-편의시설-접근용이성-이용 편리성 순으로 고객만족에 높은 영향력을 미치는 것으로 나타났다.
2	김인겸 (2008)	경찰민원 행정 서비스	접근성, 편의성, 대응성, 공정성, 책임성, 신뢰성	다중회귀분석	대응성-책임성-편의성-접근성-공정성-신뢰성 순으로 고객만족에 높은 영향력을 미치는 것으로 나타났다.
3	박선영 (2012)	경찰 서비스	친절성·신속성, 물리적 품질, 전문성, 체계성	다중회귀분석	친절성·신속성-물리적 품질-전문성-체계성 순으로 경찰서비스의 주민만족도에 영향을 미치고 있다.
4	명도현 (2013)	치안 서비스	과정품질, 감성품질, 결과품질, 환경품질	다중회귀분석	과정품질, 결과품질, 감성품질에 대한 각각의 정도가 높을수록 경찰이 제공하는 치안서비스에 대한 만족도가 높아지는 강한 정의 영향관계에 있는 것으로 분석되나 환경품질은 영향력을 미치지 않는 것으로 나타났다.
5	고명석 (2014)	해양경찰 서비스	상품품질, 전달품질, 환경품질, 사회품질	다중회귀분석	전달품질-사회품질-상품품질-환경품질 순으로 고객만족도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.
6	안동현 · 김찬선 (2014)	치안 서비스	신속·전문성, 공익성, 공감성, 체계성, 쾌적성, 유형성, 접근성, 편리성, 보증성	다중회귀분석	체계성-공감성-접근성-유형성-공익성-신속 전문성 순으로 치안서비스만족에 정적영향을 미치는 것으로 나타났고, 쾌적성은 부적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 편리성과 보증성은 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

이와 같이 선행연구들을 종합해보면, SERVQUAL 모형을 기초로 각 연구의 특성에 맞게 변형하거나, 정부산하기관 고객만족도 평가모형인 PCSI 모델을 준거모형으로 하여 연구를 진행하였으며, 각 연구에서는 공히 서비스품질이 고객만족에 유의미한 영향을 미치는 것을 확인하였다.

특히 경찰서비스 만족도에 영향을 미치는 서비스품질의 각 차원을 살펴보면, 안정기

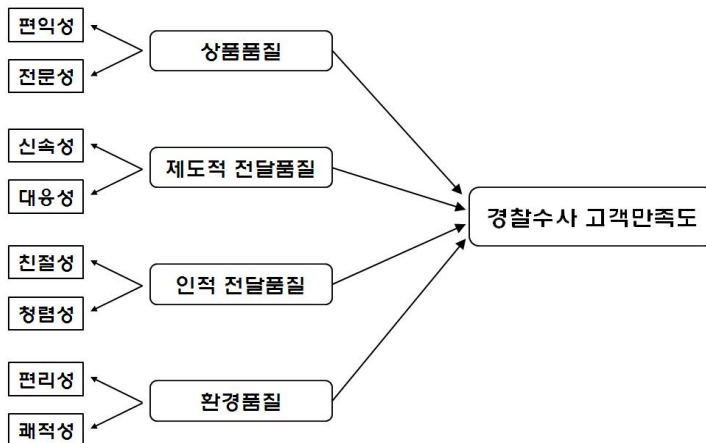
(2006)는 업무처리태도, 응대친절성, 김인겸(2008)은 대응성, 박선영(2012)은 친절성·신속성, 명도현은 과정품질, 고명석(2014)은 전달품질, 안동현·김찬선(2014)은 체계성, 공감성이 고객만족에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타나는 등 모든 연구에서 인적 또는 비인적 전달요소가 고객만족에 가장 큰 영향을 미친다는 공통점을 확인할 수 있다.

III. 연구방법론

1. 연구모형 및 가설설정

본 연구에서는 경찰수사 서비스품질이 고객만족에 미치는 영향을 실증분석하고자 한다. 이를 위해 서비스품질 및 고객만족에 대한 이론과 선행연구의 프레임워크를 가지고 개념적·추상적으로 먼저 분류하였다. 그리고 기존의 연구에서 사용한 항목들을 재분류하고 연구대상인 경찰수사서비스의 특성에 맞도록 수정·보완하는 방식으로 서비스품질의 구성변수를 설정하였다.

이를 통해 본 연구의 연구모형은 상품품질, 제도적 전달품질, 인적 전달품질, 환경품질 등 4개의 서비스품질에 대한 하위 차원인 편익성, 전문성, 신속성, 대응성, 친절성, 청렴성, 편리성, 쾌적성을 구성변수로 도출하는 방식으로 설계하였으며, <그림 1>와 같다.



<그림 1> 경찰수사 서비스품질이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구모형

본 연구모형의 구조적인 인과관계를 추정함에 있어서, 인과적인 폐쇄성을 가지고 있고, 단일 방향으로만 영향을 주는 비대칭적 인과관계를 지닌다는 것을 가정하였다.

이상의 변수설정과 연구모형 및 가정을 바탕으로 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

가설 1. 경찰수사서비스의 상품품질은 고객만족에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1. 편익성은 고객만족에 정(+적 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2. 전문성은 고객만족에 정(+적 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 경찰수사서비스의 제도적 전달품질은 고객만족에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1. 신속성은 고객만족에 정(+적 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2. 대응성은 고객만족에 정(+적 영향을 미칠 것이다.

가설 3. 경찰수사서비스의 인적 전달품질은 고객만족에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

가설 3-1. 친절성은 고객만족에 정(+적 영향을 미칠 것이다.

가설 3-2. 청렴성은 고객만족에 정(+적 영향을 미칠 것이다.

가설 4. 경찰수사서비스의 환경품질은 고객만족에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

가설 4-1. 편리성은 고객만족에 정(+적 영향을 미칠 것이다.

가설 4-2. 쾌적성은 고객만족에 정(+적 영향을 미칠 것이다.

2. 변수의 구성 및 측정

가. 상품품질

상품품질은 민원인에게 제공하는 경찰수사서비스 자체의 품질로 정의되며 구성변수로는 편익성과 전문성을 도출하였다. 편익성은 경찰수사서비스 자체가 제공하는 혜택 및 적정성을 의미하고, Brady & Cronin(2001)이 제시한 결과품질 중 유형성, KS-SQI의 본원적 서비스, PCSI의 편익성과 유사한 개념이다. 전문성은 경찰의 수사역량 보유 정도를 의미하며, Brady & Cronin(2001)은 과정품질로 분류하였지만 해당 공공기관의 전문적인 능력은 제공되는 서비스 상품자체와 연관된다는 Grönroos(1988)의 관점에 따라 상품품질로 분류하였다.

나. 제도적 전달품질

제도적 전달품질은 경찰수사서비스의 전달과정에서 느끼는 비인적 품질로 정의되며, 구성변수로는 신속성과 대응성을 도출하였다. 신속성은 경찰 수사과정 전반의 업무처

리 신속성을 의미하는 바, 민원인들은 최대한 빨리 자신의 사건이 처리되는 것을 기대한다는 수사의 특수성을 반영하였다. 대응성은 민원인의 요구와 궁금증에 대한 제도적 대응 정도를 의미하고, Bai et al.(2008)의 고객관계 차원, PCSI의 대응성과 유사한 성격을 가진다고 할 수 있다.

다. 인적 전달품질

인적 전달품질은 경찰수사서비스의 전달과정에서 느끼는 인적 품질로 정의되며, 구성변수로는 친절성, 청렴성을 도출하였다. 친절성은 민원인에 대한 예의바른 행동 및 배려하는 태도로 정의되고, Brady & Cronin(2001)의 태도 차원, Bai et al.(2008)의 고객관계 차원, PCSI의 공감성과 유사한 개념으로 볼 수 있다. 청렴성은 경찰수사 업무처리의 투명성, 도덕성 및 공정성 정도를 의미하는데, PCSI에서의 청렴성과 동일한 개념이다.

라. 환경품질

환경품질은 경찰수사서비스의 제공시설 및 환경에 대한 품질로 정의되며, 구성변수로는 편리성과 쾌적성을 도출하였다. 편리성은 경찰수사서비스를 제공하는 환경과 시설의 편리한 정도로 정의되며, 이는 디자인과 유사한 개념으로 볼 수 있을 것이다. 또한 쾌적성은 경찰수사서비스를 제공하는 환경과 시설의 쾌적한 정도로 정의되며, Brady & Cronin(2001)의 대기조건과 유사한 개념이다.

마. 고객만족

고객만족은 경찰수사서비스에 대한 지속적 직·간접적 이용경험에 근거하여, 이용 전의 기대와 이용 후 느끼는 전반적·구체적 성과 간의 불일치에 대한 주관적 평가로 정의하였다. 이는 전체 소비경험 각 단계의 주요 요소들에 대한 만족과정을 확인하는 최근 연구 경향을 반영한 것이다. 또한 제품구매 시 기대와 실제의 차이에 대한 비교를 통해 긍정적 또는 부정적 불일치를 가져와 만족과 불만족을 초래한다는 Anderson et al.(1994)의 기대-불일치 이론을 반영하였고, 자신의 투입에 비해 산출되는 비율이 비교적 공정하다고 느낄 때 만족을 얻는다는 관점인 Huppertz et al.(1978)의 공정성 이론을 고려하였다.

그리고 인구사회학적 요인으로는 성별, 연령, 학력, 직업 등의 변수로 구성하였다. 서

비스품질의 각 구성변수 당 5개의 측정항목이 설정되었으며, 8개의 구성변수를 측정하기 위한 총 문항은 40개이다. 또한 종속변수인 고객만족을 측정하기 위한 설문문항은 6개로 구성하였다. 각 문항은 설문항목에 대해 응답자가 동의하는 정도를 측정하며, 리커트 5점 척도에 의한 총화평정법을 사용하였다. 변수의 측정문항은 <표 3>과 같다.

<표 3> 변수의 측정항목

변수	구성변수	측정항목	
상품품질	편의성	① 목적 달성 ③ 가치 있는 혜택 ⑤ 수사품질 개선 노력	② 기대 부응하는 서비스 제공 ④ 과정·결과의 적절성
	전문성	① 수사역량 보유 ③ 정확한 수사기법 사용 ⑤ 수사역량 향상 노력	② 전문 지식보유 ④ 과학수사를 위한 시설·장비 구축
제도적 전달품질	신속성	① 문의·요구에 즉시응대 ③ 사건접수시 신속한 수사개시 ⑤ 고소사건 처리기간(3개월) 준수	② 대기시간 최소화 ④ 접수사건의 신속히 처리
	대응성	① 수사이의제도 ③ 민원인의 건의사항 반영 ⑤ 사건처리결과 통지	② 이의제기시 적절한 조치 ④ 중간진행상황 적시 통지
인적 전달품질	친절성	① 인격 존중 ③ 알기 쉬운 용어 사용 ⑤ 과도한 요구에도 인내심 응대	② 친근하고 따뜻한 말투·표정 ④ 민원인 입장 충분한 고려
	청렴성	① 부당한 대가 요구 ③ 공정한 대우 ⑤ 객관적 수사진행	② 부당한 청탁 ④ 윤리적·도덕적 관점 부합
환경품질	편리성	① 사무실을 찾기 쉬움 ③ 사무실의 수사업무 적합성 ⑤ 고객편의시설	② 사무실의 면적배치 ④ 민원인 대기장소
	쾌적성	① 사무실 청결성 ③ 사무실 환기상태 ⑤ 고객편의시설 청결성	② 사무실 온도유지 ④ 사무실 소음정도
고객만족		① 전반적 만족 ③ 평소 기대한 수준 대비 만족 ⑤ 이용 후, 긍정적 평가 정도	② 직·간접 경험에 따른 만족 ④ 들인 노력 등 대비 만족 ⑥ 이용 후, 이미지 변화 정도

3. 표본추출 및 자료수집과 분석방법

본 연구는 경찰수사의 서비스품질이 고객만족에 미치는 영향에 대한 분석을 위한 것으로 표본추출은 할당표본추출방법²⁾을 활용하였으며, 2017년 2월 13일부터 2017년 3월 12일까지 설문조사를 실시하였다.

경찰수사부서의 방문경험이 있는 모든 국민을 대상으로 설문조사를 하여야 하나 시간적·지리적·비용적인 제약을 고려하는 한편 수도권 및 지방, 대도시 및 중소도시 등 지역적 특색을 모두 반영할 수 있도록, 서울, 부산, 경기, 경남지역에 소속된 경찰수사부서를 방문한 경험이 있는 고소인·진정인 등 피해자를 조사대상으로 하였다. 자료 수집은 연구자가 총 675부의 설문지를 각 지역의 총범죄 발생 비율에 따라 해당 지역의 수사경찰을 통해 배포하였고 그 결과, 누락된 153부를 제외한 522부를 회수하였으며, 그 중 통계분석에 사용하기 부적합한 22부를 제외하고, 500부를 분석하였다. 설문지 배부 및 회수현황은 <표 4>와 같다.

<표 4> 설문지 배부 및 회수현황

지역	계	서울	부산	경기	경남
배부현황	675	230	90	275	80
회수현황	522	178	76	208	60
회수율(%)	77.3	77.4	84.4	75.6	75.0
총범죄 발생건수 ³⁾ (전국 대비 지역 비율)	1,406,908 (57.1%)	356,575 (19.4%)	140,700 (7.7%)	430,790 (23.5%)	118,843 (6.5%)

본 연구에서는 연구문제 해결을 위해 다음과 같은 분석방법을 활용하였다. 첫째, 표본자료의 타당도와 신뢰도를 검증하기 위해 인자분석과 Cronbach's Alpha 계수를 이용하였다. 둘째, 설문 응답자의 인구통계학적 특성을 확인하기 위해 빈도분석을 하였고, 설문내용에 대한 기술통계분석을 실시하였다. 또한 종속변수인 고객만족에 대한 독립변수의 상관관계를 확인하기 위해 Pearson 상관계수를 사용한 상관관계분석을 실시했다. 셋째, 서비스품질의 구성변수인 편익성, 전문성, 신속성, 대응성, 친절성, 청렴성, 편리성, 쾌적성이 고객만족에 미치는 영향을 분석하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

2) 할당표본추출은 추출된 표본이 모집단의 특성을 잘 대표할 수 있도록 미리 모집단의 특성을 나타내는 하위집단별로 표본수를 배정한 다음 표본을 추출하는 방법이다.(남궁근, 행정조사방법론, 법문사, 2017, p.531.)

3) 2015년 경찰통계연보, 경찰청(www.police.go.kr)

IV. 분석결과

1. 타당도 및 신뢰도 분석결과

본 연구에서는 이론적 구성개념과 이를 측정하는 설문도구의 선정, 측정개념의 정의에 있어서 일치정도를 확인하기 위한 구성개념의 타당성을 검증하였으며, 이를 위해 인자(요인)분석을 실시하였다.

인자와 문항의 선택기준은 고유값이 1.0 이상, 인자적재량의 절대값이 0.5 이상인 값을 기준으로 제시하고,⁴⁾ 변수들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되는 정도를 나타내는 KMO 값은 0.8 이상을 기준으로 하고자 한다.⁵⁾

우선 서비스품질의 구성변수인 편의성과 전문성, 신속성과 대응성, 친절성과 청렴성, 편리성과 쾌적성 개념의 타당도분석을 위해 인자분석을 진행하였으며, 그 결과는 다음 <표 5>와 같다.

모든 구성변수에 있어 고유값은 1.0이상, 인자적재량은 ± 0.5 이상, 분산 설명력은 70% 이상으로 나타났으며, KMO값은 0.8이상, Bartlett의 구형성 검정치는 유의수준 $\alpha = 0.05$ 보다 작으므로 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 이러한 인자분석 결과는 모든 구성변수에 대한 타당도에 문제가 없음을 보여준다.

아울러 각 변수의 측정항목에 대한 신뢰도를 분석하기 위해 내적 일관성을 측정하는 Cronbach's Alpha 계수를 이용하였다. 본 연구에서는 Cronbach's Alpha 계수 0.7이상을 기준으로 설정하였다.⁶⁾ 분석결과는 위 <표 5>와 같으며, 모든 항목에서 Cronbach's Alpha 값이 0.7 이상이며, 1에 매우 근사한 값으로 항목 내 신뢰도는 매우 높다고 할 수 있다.

4) 비회전인자분석의 인자적재량이 0.3 이상이면 최소한의 수준이고, 0.5 이상이면 실질적으로 유의한 것으로 고려할 수 있다.(신황용, "공공조직 조직성과의 결정요인에 관한 연구", 한양대학교 대학원 박사학위 논문, 2011, p.103.)

5) 일반적으로 사회과학분야에서 KMO 값이 1에 가까울수록 인자분석의 의미는 높아지지만 최소한 0.5이상은 되어야 한다. 이 값이 0.8이상이면 우수한 정도이고, 0.7 ~ 0.8이면 좋은 정도이며, 0.6 ~ 0.7 사이이면 보통이며, 0.5 ~ 0.6까지는 부족하지만 받아들일 수 있는 수준이다.(앞의 글, p.103.)

6) Cronbach's Alpha 값이 어느 정도일 때에 만족할 만한 값인가는 조사의 목적에 따라 달라지며, 기초연구의 단계에서는 0.6 이상이면 충분한 반면, 이러한 측정값을 토대로 중요한 결정을 내리고자 할 경우에는 0.9 정도의 신뢰도를 확보하여야 한다.(남공근, 행정조사방법론, p.460.)

〈표 5〉 서비스품질의 구성변수에 대한 타당도 및 신뢰도 분석결과

변수	문항	인자적재량	공통성	고유값	분산 설명력	KMO	구형성 검정	Cronbach's Alpha
편의성	①	0.869	0.756	3.963	79.255	0.902	p-value : 0.000***	0.934
	②	0.923	0.852					
	③	0.910	0.828					
	④	0.889	0.790					
	⑤	0.858	0.736					
전문성	①	0.880	0.775	3.822	76.435	0.886	p-value : 0.000***	0.923
	②	0.891	0.794					
	③	0.887	0.788					
	④	0.825	0.680					
	⑤	0.886	0.784					
신속성	①	0.860	0.739	3.678	73.560	0.881	p-value : 0.000***	0.910
	②	0.881	0.776					
	③	0.908	0.825					
	④	0.821	0.674					
	⑤	0.815	0.664					
대응성	①	0.893	0.798	4.063	81.264	0.890	p-value : 0.000***	0.942
	②	0.912	0.831					
	③	0.921	0.848					
	④	0.888	0.789					
	⑤	0.893	0.798					
친절성	①	0.882	0.777	3.927	78.547	0.893	p-value : 0.000***	0.931
	②	0.900	0.811					
	③	0.861	0.742					
	④	0.916	0.839					
	⑤	0.871	0.758					
청렴성	①	0.807	0.651	3.929	78.579	0.877	p-value : 0.000***	0.931
	②	0.890	0.791					
	③	0.910	0.829					
	④	0.923	0.853					
	⑤	0.898	0.806					
편리성	①	0.787	0.620	3.724	74.472	0.835	p-value : 0.000***	0.912
	②	0.885	0.783					
	③	0.896	0.802					
	④	0.871	0.759					
	⑤	0.872	0.760					
쾌적성	①	0.921	0.849	4.092	81.847	0.904	p-value : 0.000***	0.944
	②	0.896	0.802					
	③	0.917	0.842					
	④	0.873	0.762					
	⑤	0.915	0.837					

다음으로 종속변수인 고객만족에 대한 인자분석 및 신뢰도 분석을 하였으며, 그 결과는 <표 6>과 같다.

<표 6> 고객만족에 대한 타당도 및 신뢰도 분석결과

변수	문항	인자적재량	공통성	고유값	분산 설명력	KMO	구형성 검정	Cronbach's Alpha
고객만족	①	0.914	0.835	5.127	85.447	0.933	p-value : 0.000***	0.966
	②	0.939	0.881					
	③	0.926	0.857					
	④	0.924	0.854					
	⑤	0.917	0.840					
	⑥	0.927	0.860					

이를 보면 고유값은 1.0이상, 인자적재량은 ±0.5이상, 분산 설명력은 85.447%로 나타났다. KMO값은 0.933, Bartlett의 구형성 검정치는 유의수준 $\alpha=0.05$ 보다 작으므로 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 이러한 인자분석 결과는 고객만족에 대한 타당도에 문제가 없음을 보여준다. 또한 Cronbach's Alpha 값이 0.7 이상이며, 1에 매우 근사한 값으로 항목 내 신뢰도는 매우 높다고 할 수 있다.

2. 기술통계 분석결과

연구의 실증분석을 위해 수집된 서울, 부산, 경기, 경남 지역에서 경찰 수사부서를 방문한 경험이 있는 설문조사 응답자 총 500명에 대한 인구통계학적 특성에 관한 기술통계분석 결과는 아래 <표 7>과 같다.

먼저 응답자의 경찰 수사부서 방문횟수를 살펴보면, 1회가 282명(56.4%)로 가장 많았고, 둘째, 응답자의 성별의 경우, 남성이 329명(65.8%)으로 여성 171명(34.2%)보다 많았다. 셋째, 연령별로 살펴보면, 50대가 120명(24.0%)으로 가장 많았고, 넷째, 응답자가 방문한 경찰 수사부서의 소재 지역은 경기 191명(38.2%), 서울 177명(35.4%), 부산 75명(15.0%), 경남 57명(11.4%) 순으로 나타났다. 다섯째, 응답자의 학력의 경우 대졸이 303명(60.6%)로 가장 많았고, 마지막으로 응답자의 직업은 화이트칼라(관리직/사무직/전문직)가 247명(49.4%)으로 가장 많았다.

〈표 7〉 인구사회학적 속성에 따른 빈도분석 결과

구분	항 목	빈도(명)	비율(%)	구분	항 목	빈도(명)	비율(%)
방문 횟수	1회	282	56.4	학력	중졸 이하	5	1.0
	2회	96	19.2		고졸	118	23.6
	3회	58	11.6		대졸	303	60.6
	4회	13	2.6		대학원 이상	74	14.8
	5회 이상	51	10.2				
성별	남성	329	65.8	직업	관리직/사무직/전문직	247	49.4
	여성	171	34.2		판매/서비스/노무직/생산직	59	11.8
연령	20대 이하	112	22.4		공무원	58	11.6
	30대	118	23.6		주부	20	4.0
	40대	87	17.4		학생	55	11.0
	50대	120	24.0		기타/무직	61	12.2
	60대 이상	63	12.6				
지역	서울	177	35.4				
	부산	75	15.0				
	경기	191	38.2				
	경남	57	11.4				

본 연구에서 사용한 각 변수별 기술통계, 즉 평균 및 표준편차에 대한 분석결과는 〈표 8〉과 같다. 서비스품질 구성변수의 평균값 순위는 청렴성이 3.62으로 가장 높게 나타났다. 다음으로 전문성(3.47), 편익성(3.40), 쾌적성(3.37), 친절성(3.37), 신속성(3.28), 편리성(3.25), 대응성(3.21) 순으로 확인되었다. 또한 경찰수사 고객만족도의 경우 평균값이 3.34으로 나타나 전반적으로 긍정적인 인식이 더 높은 것을 확인 할 수 있었다.

〈표 8〉 기술통계 분석 및 구성변수와 고객만족 간 상관관계 계수

구분	평균	표준편차	편익성	전문성	신속성	대응성	친절성	청렴성	편리성	쾌적성	고객만족
편익성	3.40	0.985	1								
전문성	3.47	0.966	.789***	1							
신속성	3.28	1.011	.739***	.764***	1						
대응성	3.21	1.006	.747***	.784***	.851***	1					
친절성	3.37	0.997	.681***	.721***	.783***	.801***	1				
청렴성	3.62	0.987	.643***	.669***	.747***	.728***	.804***	1			
편리성	3.25	0.958	.539***	.598***	.633***	.655***	.620***	.579***	1		
쾌적성	3.37	0.900	.540***	.578***	.634***	.640***	.622***	.615***	.753***	1	
고객만족	3.34	0.960	.781***	.782***	.799***	.818***	.808***	.748***	.684***	.707***	1

*p < .05, **p < .01, ***p < .001

다음으로 고객만족과 서비스품질의 구성변수 간의 상관관계를 살펴보면 위 <표 8>과 같으며, 두 변수간 상관관계는 $p < .001$ 의 유의수준에서 모두 유의미한 것으로 나타났다.

3. 가설검증 결과

경찰수사 서비스품질의 구성변수가 고객만족에 미치는 영향력을 비교하기 위하여 회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 <표 9>와 같다.

<표 9> 경찰수사 서비스품질의 각 구성변수가 고객만족에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석 결과

독립변수		종속변수	고객만족			
			B	β	t	VIF
(상수)			-.324		-3.693***	
상품품질	편의성		.233	.230	6.699***	3.108
	전문성		.116	.110	2.958**	3.651
제도적 전달품질	신속성		.069	.067	1.601	4.623
	대응성		.127	.129	2.950**	5.072
인적 전달품질	친절성		.220	.218	5.500***	4.148
	청렴성		.068	.066	1.884	3.256
환경품질	편리성		.077	.071	2.245*	2.670
	쾌적성		.177	.162	5.105***	2.668
F			268.679			
p-value			.000***			
adj- R^2			.811			

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

모형의 유의확률 값은 유의수준 $\alpha = .05$ 보다 작으므로 모형은 통계적으로 유의하였으며, 모형의 설명력은 .811로 현재 모형을 통하여 종속변수인 고객만족 값을 81.1% 정도 설명할 수 있다고 할 수 있다. 아울러 모형 내에 구성변수들 간의 다중공선성 존재 여부를 VIF 값을 통하여 확인해보면, 모든 구성변수의 VIF값은 10보다 작게 나타났으므로, 모형 내에 구성변수들 간의 다중공선성은 존재하지 않음을 알 수 있다. 각 구성변수 중 편의성, 친절성, 쾌적성은 $p < .001$ 으로 통계적으로 유의미한 정(+)적 영향을 미치

는 것으로 나타났고, 전문성, 대응성은 $p < .01$ 으로 편리성은 $p < .05$ 으로 유의미한 정(+)적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 하지만 신속성은 정(+)적 영향($\beta = 0.69$)을 미치고 있으나 $t = 1.601$ 로 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 분석되었고, 마찬가지로 청렴성도 정(+)적 영향($\beta = 0.68$)을 미치고 있으나 $t = 1.884$ 로 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

또한 모형 내에서 독립변수들의 종속변수에 주는 영향력을 비교하기 위하여 β 값을 살펴본 결과, 편익성이 $\beta = .230$ 으로 가장 높은 값을 가지고 있었으며, 다음으로 친절성($\beta = .218$), 쾌적성($\beta = .162$), 대응성($\beta = .129$), 전문성($\beta = .110$), 편리성($\beta = .071$), 신속성($\beta = .067$), 청렴성($\beta = .066$)의 순으로 나타났다.

이상의 분석에 따라 가설을 검증한 결과는 다음 <표 10>과 같다.

<표 10> 가설검증 결과

구분	가설	효과	채택여부
가설 1-1	편익성은 고객만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	.230***	채택
가설 1-2	전문성은 고객만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	.110**	채택
가설 2-1	신속성은 고객만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	.067	기각
가설 2-2	대응성은 고객만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	.129**	채택
가설 3-1	친절성은 고객만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	.218***	채택
가설 3-2	청렴성은 고객만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	.066	기각
가설 4-1	편리성은 고객만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	.071*	채택
가설 4-2	쾌적성은 고객만족에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.	.162***	채택

경찰수사 서비스품질의 각 구성변수인 편익성, 전문성, 대응성, 친절성, 편리성, 쾌적성이 고객만족에 대해 정(+)적 영향을 미친다는 가설은 통계적으로 유의미하게 나타났으므로 채택하였으나, 신속성과 청렴성은 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타나 가설을 기각하였다.

또한 상대적 기여도를 살펴보면, 편익성이 현재 모형에서 고객만족에 가장 큰 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 다음으로 친절성, 쾌적성, 대응성, 전문성, 편리성 순으로 고객만족에 영향을 미치는 더 중요한 구성변수임이 확인되었다.

한편, 연구결과에 따르면 서비스품질의 구성변수인 신속성과 청렴성이 고객만족에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 이러한 결과에도 불구하고 설문응답을 살펴보면, 고객만족의 점수 편차와 상관없이 신속성 점수는 3점대가 유지되는 것이 확인되는 바, 이는 경찰의 사건처리기간이 형사소송법에서 규정한 3개월을 기준으로 큰 차이가 없어 민원인마다 느끼는 신속성에 대한 편차가 크지 않기 때문으로 판단된다. 또한 청렴성의 경우 경찰이 어느 정도의 청렴수준에 이미 도달했기 때문에 그 점수편차가 크지 않은 것을 볼 수 있다. 이러한 결과는 그동안 신속성과 청렴성에 대한 경찰의 개선노력이 일정부분 성과를 달성하였다는 근거가 될 수 있을 것이다.

따라서 정책적 우선순위를 결정하는데 있어 영향력이 높다고 확인된 구성변수들을 향상시키는데 조직역량을 집중시켜야 한다. 아울러 신속성과 청렴성이 충족되지 못한다면, 고객만족에 치명적인 악영향을 미칠 것이라는 점도 간과해서는 안 될 것이다.

V. 결론 및 정책적 함의

본 연구에서는 경찰수사 서비스품질이 고객만족에 미치는 영향에 대해 인과관계를 검증하였으며, 실증분석한 결과를 종합하면 다음과 같다.

첫째, 상품품질의 구성변수인 편익성, 전문성 모두 고객만족에 유의미한 정(+)적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 김종국(2010), 박선영(2012), 이경옥(2012), 김경희(2013), 명도현(2013), 고명석(2014) 등에서 밝힌 공공서비스 자체의 결과품질이 고객만족에 긍정적 영향을 미친다는 분석 결과와 일치하는 것이다.

둘째, 제도적 품질의 구성변수인 대응성은 고객만족에 유의미한 정(+)적 영향을 미치는 것으로 나타난 반면, 신속성은 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 이는 김인겸(2008), 김종국(2010), 김경희(2012), 박선영(2012), 고명석(2014) 등에서 밝힌 공공서비스의 전달과정에서 작용하는 비인적 요소가 고객만족에 긍정적 영향을 미친다는 분석 결과와 일치하는 것이다. 다만, 박선영(2012)의 친절성·신속성, 안동현·김찬선(2014)의 신속·전문성의 경우 고객만족에 유의미한 정(+)적 영향을 미치는 것으로

나타났으나, 본 연구에서 신속성이 고객만족에 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타난 것은 다른 연구와 차이를 보인다고 할 수 있다.

셋째, 인적 전달품질의 구성변수인 친절성이 고객만족에 유의미한 정(+)적 영향을 미치는 것으로 나타난 반면, 청렴성은 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 이는 안정기(2006), 함요상(2011), 박선영(2012), 명도현(2013), 이견수·이기동(2015) 등에서 밝힌 공공서비스의 전달과정에서 작용하는 인적 요소가 고객만족에 긍정적 영향을 미친다는 분석 결과와 일치하는 것이다. 다만, 김인겸(2008)의 경우 공정성이 고객만족에 유의미한 정(+)적 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 동일 개념인 청렴성이 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나는 차이가 있었다.

넷째, 환경품질의 구성변수인 편리성, 쾌적성 모두 고객만족에 유의미한 정(+)적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 안정기(2006), 김인겸(2008), 김종국(2010), 감기대(2011), 김경희(2013), 고명석(2014) 등에서 밝힌 공공서비스 제공시설 및 환경이 고객만족에 긍정적 영향을 미친다는 분석 결과와 일치하는 것이다.

끝으로 본 연구모형의 분석 결과, 서비스품질의 구성변수들이 고객만족에 영향을 미치는 상대적 기여도는 편의성($\beta=.230$), 친절성($\beta=.218$), 쾌적성($\beta=.162$), 대응성($\beta=.129$), 전문성($\beta=.110$), 편리성($\beta=.071$) 순으로 영향력이 큰 것이 입증되었다.

본 연구는 경찰수사에 대한 고객만족에 영향을 미치는 서비스품질의 상대적 영향력을 실증적으로 확인하였다는데 큰 의미가 있다. 이러한 분석 결과를 바탕으로 경찰수사에 있어 고객만족 향상을 위한 정책적 함의를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 상품품질의 구성변수인 편의성과 전문성 모두 고객만족에 가장 큰 기여를 하는 품질 요인임을 실증적으로 규명하였다. 이러한 결과를 바탕으로 우선, 범죄 검거율을 향상시켜야 할 것이다. 특히 국민들은 사안의 경중을 떠나 '내 사건'을 해결해 주기를 더 바라는 경향이 있어 그동안 상대적으로 경찰수사가 미흡했으나 발생비율이 높은 자전거·오토바이 절도, 점유이탈물 횡령, 재물손괴, 소액 사기 등 비교적 경미한 사건에 까지 경찰이 정성을 다해 수사할 수 있는 제도적 기반을 마련할 필요가 있다.

둘째, 그 다음으로 인적 전달품질, 특히 친절성이 고객만족을 향상시키는 효과적인 방안으로 확인되었다. 경찰은 치안고객만족도를 성과평가의 지표에 포함하는 등 친절성 향상을 위해 노력하고 있다. 다만, 다른 기능에 비해 여전히 해당 점수가 낮은 것도 현실임에 따라, 지속적인 직원교육과 함께 인력증원, 인센티브 제도마련이 시급할 것으

로 판단된다.

셋째, 환경품질 또한 고객만족에 많은 영향을 미치는 것으로 확인되었으며, 시설·환경의 쾌적성과 편리성 모두 향상이 필요한 과제로 나타났다. 경찰관서 중 노후화된 곳이 많고, 특히 다수가 출입하는 개방된 공간에서 동시에 여러 사람을 조사하는 현 방식은 사건관계인의 프라이버시 보장이 어려울 뿐만 아니라, 소음 등으로 인해 민원인과 수사관 모두 집중도가 저하 될 수밖에 없다. 따라서 경찰수사 과정의 국민 편익을 향상시키기 위해 사무공간과 조사공간을 분리하는 등 수사부서 사무환경 개선을 지속 실시해야 할 것이다.

넷째, 제도적 전달품질 중 민원인의 요구에 대한 제도적 대응정도를 향상시킬 필요성이 있는 것으로 판단된다. 이에 현재는 형식적·기계적 방식에 그치고 있는 사건통지 제도를 구체화하는 작업이 필요할 것으로 판단된다.

한편, 본 연구는 연구결과의 시사점에도 불구하고 몇 가지 한계점을 가지고 있으며 이를 극복하기 위해서는 후속적 연구가 필요할 것이다. 첫째, 모집단의 대표성에 관한 문제로서, 경찰수사부서 방문경험이 있는 모든 국민을 대상으로 설문조사를 하여야 하나, 본 연구에서는 시간적·지리적·비용적인 제약을 고려하여 모집단의 범위를 한정하였고, 표집방법도 조사의 편익을 위해 할당표본추출을 하였기에 연구결과를 일반화하려는 데에는 한계가 있다.

둘째, 민간을 대상으로 하는 서비스품질과 고객만족의 인과관계에 대한 연구들은 서비스 품질이 향상되면 고객만족이 증가되고, 재구매 의도와 구전의도로 연결되어 기업의 성과를 향상시키는 역할을 한다는 것을 입증하였다. 또한 공공부문에 대한 연구에서도 서비스 품질을 독립변수로 하고 고객만족을 매개로 하여 기관이나 사회적 성과를 측정하는 경우가 있다. 그러나 본 연구에서는 고객만족을 종속변수 한정하였다는 점에서 한계가 있다고 판단된다.

셋째, 본 연구는 일반 국민들을 대상으로 설문측정 하였으므로 일반국민들이 쉽게 인식·판단할 수 있는 측정문항을 설정하여야 하나, 상품품질의 구성변수인 전문성의 경우, 측정문항 중 과학수사를 위한 시설·장비 구비여부, 수사역량 향상을 위한 노력 유무 등은 일반인들이 쉽게 알기 곤란하다는 점에 있어 한계가 있는 것으로 판단된다.

따라서 향후 후속연구에서는 이러한 한계점을 극복하기 위한 치밀한 연구 설계가 필요하고, 연구결과의 인과관계에 대한 일반화를 위해 심층적이고 다양한 연구가 진행될

것을 기대한다.

〈 논문접수 2017. 11. 18, 심사개시 2017. 11. 28, 게재확정 2017. 12. 20. 〉

K C I

참고문헌

I. 단행본

1. 국내문헌

김영신, 고객만족론, 한국학술정보, 2008.

남궁근, 행정조사방법론, 법문사, 2017.

이석환, UFO : 신뢰받는 정부와 기업을 위한 전략적 성과관리, 법문사, 2008.

이유재, 라선아, 한국기업의 서비스품질 평가제도 변천과정, 서울대학교출판문화원, 2006.

최현철, 사회통계방법론, 나남, 2007.

2. 국외문헌

Dodds, William B. & Monroe, Kent B., *The Effect of Brand and Price Information on Subjective Product Evaluations*, in NA - Advances in Consumer Research, 12, eds. Elizabeth C. Hirschman and Morris B. Holbrook, Provo, UT: Association for Consumer Research, 1985.

Engel, F. & Blackwell, R. D., *Consumer Behavior*, 4th ed. New York : The Dryden Press, 1982.

Grönroos, C., *Strategic Management and Marketing in Service Sector*, Marketing Science Institute, Cambridge, MA, 1982.

Holbrook, M. B. & Corfman, K. P., *Quality and Value in the Consumption Experience*, Phaedrus Rides Again. In Jacoby, J. and Olson, J. (Eds.), in *Perceived Quality: How Consumers View Stores and Merchandise*. NY : Lexington Book, 1985

Howard, J. A. & Sheth, J. N., *The Theory of Buyer Behavior*, New York : John Wiley and Sons, Inc, 145, 1969.

Hunt, H. K., *CS/D-Overview and Future Research Direction, in Conceptualization and*

Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction, H. Keith Hunt, ed., Cambridge, MA: Marketing Science Institute, 1977.

Lewis, R. C. & Bernard, B. H., *The Marketing of Service Quality*, Berry, L., Shostack, G. and Upah, G., In *Emerging Perspective on Service Marketing*, American Marketing Association, 1983.

Rust, R. T. & Oliver, R. L., *Service Quality : Insights and Managerial Implications from the Frontier*, in *Service Quality : New Directions in Theory and Practice*, Roland R. T. and Oliver R. L. (Eds.), Thousand Oaks, CA : Sage Publications, 1994.

Smith, R. A. & Houston, M. J., *Script-Based Evaluation of Satisfaction With Service*, In Berry, L. I., Shostack, G. L. and Upah, G. (Eds). *Emerging Perspectives on Service Marketing*, IL : American Marketing Association, 1983.

Westbrook, R. A. & Reilly, M. D., *Value-Percept Disparity : An Alternative to the Disconfirmation of Expectation Theory of Consumer Satisfaction*, in *Advances in Consumer Research*, Richard P. Bagozzi and Alice M. Tybout, eds., Ann Arbor, MI: Association of Consumer Research, 1983

II. 논문

1. 국내문헌

감기대, “공공기관의 서비스품질과 고객만족 결정요인에 관한 연구”, 부산대학교 대학원 박사학위논문, 2011.

고명석, “공공서비스 품질이 고객만족도와 조직성과에 미치는 영향에 관한 연구”, 인하대학교 대학원 박사학위논문, 2014.

김경희, “철도서비스품질이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구”, 서울대학교 행정대학원 석사학위논문, 2013.

김광용, “KS-SQI, NCSI, KCSI 평가모형의 비교 연구”, 경희대학교 경영대학원 석사학위논문, 2007.

김인겸, “경찰민원행정서비스의 주민만족도에 관한 연구”, 동국대학교 대학원 박사학위논문, 2008.

- 김종국, “공공기관 서비스품질이 고객만족에 미치는 영향”, 대전대학교 대학원 박사학위 논문, 2010.
- 김지영, “공공기관 고객만족도 점수의 결정요인”, 『재정학연구』, 제5권 제3호(통권 제74호), 2012.
- 김학회, “공공기관 인터넷 사이트의 행정서비스 품질 평가에 관한 연구”, 『디지털융복합연구』, 제5권 제1호, 2007.
- 명도현, “경찰의 치안서비스 품질 측정지표 개발과 적용에 관한 연구”, 원광대학교 대학원 박사학위 논문, 2013.
- 박경호 · 이강인, “공공기관의 행정서비스품질 평가에 관한 실증적 연구”, 『한국컴퓨터정보학회논문지』, 제14권 제9호(통권 제66호), 2009.
- 박선영, “경찰서비스의 주민만족도 결정요인 연구”, 『한국경찰연구』, 제11권 제1호, 2012.
- 신황용, “공공조직 조직성과의 결정요인에 관한 연구”, 한양대학교 대학원 박사학위논문, 2011.
- 안동현 · 김찬신, “경찰의 치안서비스품질과 서비스만족 및 생활만족의 관계”, 『정보·보안논문지』, 제14권 제3호, 2014.
- 안정기, “경찰 민원행정서비스의 고객만족 영향요인에 관한 연구”, 동신대학교 대학원 박사학위논문, 2006.
- _____, 문종범, “공공서비스의 고객만족도와 서비스품질 향상 방안에 관한 연구”, 『경영건설연구』, 제11권 제1호, 2011.
- 이건수 · 이기동, “인천시 상수도서비스 품질평가에 관한 연구”, 『디지털융복합연구』, 제13권 제3호, 2015.
- 이경옥, “장애인복지관의 서비스 품질에 관한 연구”, 원광대학교 대학원 석사학위논문, 2012.
- 이상준 · 심문보, “공공기관 행정서비스의 향상방안 모색을 위한 실증분석”, 『공공행정연구』, 제13권 제2호, 2012.
- 이유재 · 이준엽, “서비스품질의 측정과 기대효과에 대한 재고찰 : KS-SQI 모형의 개발과 적용”, 『마케팅연구』, 제16권 제1호, 2001.

- 이은지, “고객만족지수에 관한 종단적 연구 : 서비스산업의 KCSI, KS-SQI, NCSI를 중심으로”, 『대한경영학회지』, 제27권 제11호(통권121호), 2014.
- 이청림·이유재, “공공기관 고객만족지수 모형의 개발과 적용: PCSI (Public-service Customer Satisfaction Index)를 중심으로”, 『아시아마케팅저널』, 27권 4호, 2012.
- 한인섭, “성과지표와 고객만족도의 연계성에 관한 연구”, 『한국행정학보』, 제43권 제2호, 2009.
- 함요상, “공공서비스의 고객만족 영향요인과 공공성에 관한 연구”, 『한국지방자치학회보』, 제23권 제2호(통권 제74호), 2011.

2. 국외문헌

- Anderson, E. W., Fornell, C. & Lehmann, D. R., Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability : Finding From Sweden, *Journal of Marketing*, 58(July), 1994.
- Bai, Changhong, Fujun Lai, Ye Chen and Joe Hutchinson, Conceptualising the Perceived Service Quality of Public Utility Services: A Multi-level, Multi-dimensional Model, *Total Quality Management*, 19(10), 2008.
- Brady, M. K. & Cronin, J. J. Jr., Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality : A Hierarchical Approach, *Journal of Marketing*, 65(July), 2001.
- Driver, Carole & Robert Johnston, Understanding Service Customers : The value of Hard and Soft Attributes, *Journal of Service Research*, 4(November), 2001.
- Garvin, D. A., What Does Product Quality Really Mean, *Solan Management Review*, 26(1), 1984.
- Grönroos, C., A Service Quality Model and Its Marketing Implication, *European Journal of Marketing*, 8(4), 1984.
- _____, New Competition in the Service Economy : The Five Rules of Service, *International Journal of Operations and Production Management*, 8(3), 1988.
- Huppertz, J. W., Arenson, S. J. & Evans, R. H., An Application of Equity Theory to Buyer-Seller Exchange Situations, *Journal of Marketing Research*, 15, 1978.

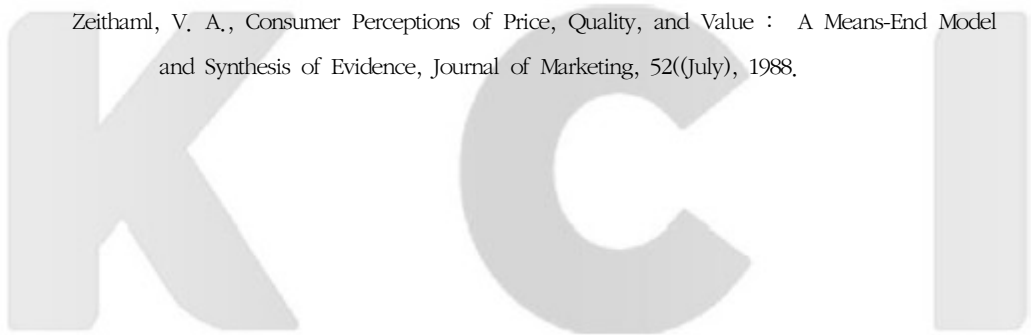
Oliver, Measurement and Evaluation of Satisfaction process in Retail Settings, Journal of Retailing, 57, 1981.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L., A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, Journal of Marketing, 49(Fall), 1985.

_____, SERVQUAL : A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, Journal of Retailing, 64(Spring), 1988.

Tse, D. K. & Wilton, P. C., Models of Consumer Satisfaction : An Extension, Journal of Marketing Research, 25, 1988.

Zeithaml, V. A., Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value : A Means-End Model and Synthesis of Evidence, Journal of Marketing, 52(July), 1988.



A Study on the Effects of Service Quality in Police Investigation on Customer Satisfaction

Ha, Seung Woo* · Lee, Hee Sun**

This research aims to investigate the types of service quality which influences customer satisfaction level toward criminal case investigation, and make a comparative analysis on how each service quality element and detailed variables influences customer satisfaction level. Throughout this research, a questionnaire survey was conducted from February 13, 2017 to March 12, 2017. The questionnaire target only included people who have individual experiences visiting one of the investigation department of police stations.

As a result of the analysis, first focusing on the impact of the police investigation service quality factor constituent variables on customer satisfaction, the level of convenience was the largest influential factor. Also, the kindness proved to be an important variable. The following is the order of importance of these service quality factors: comfort, correspondence, professionalism and the convenience. Whereas, rapidity and impartiality seemed not to have any statistically significant influence on customer satisfaction.

Secondly, focusing on the impact of police investigation service quality factors on customer satisfaction, the quality of products became clear as the most important element. In sequence, the human quality of transmission was confirmed as a quality factor that should be managed in focus in order to improve customer satisfaction. In sequence, the environmental quality and non-human transmission quality are identified as influential factor.

Based on the analysis of this research, we hope to identify the relatively important quality factor of service quality, and to provide useful information by establishing a rationale for efficient allocation of resources and optimization of its effectiveness.

○ Key Words : Police Investigation, Service Quality, Customer Satisfaction

* Graduate School of Public Administration, Hanyang University, Seoul, Korea

** Professor, Department of Public Administration, Hanyang University, Seoul, Korea

КСІ