

지역사회기반 제공자 관점 소비자 참여수준 조사 연구

A Survey Study on Level of Customer Participation in Perspectives of
Community-Based Providers

이명수¹⁾, 성혜연¹⁾, 최지애¹⁾

Lee, Myeong-Soo, Seong, Hye-Yeon, Choi, Ji-Ae

초 록

- **연구목적** : 본 조사연구는 서울시 지역 정신보건기관에서 서비스를 기획, 수행, 평가하는 과정에 있어 소비자 참여정도에 대한 수준을 파악하고 현황 분석을 통해 소비자 참여 수준 확대를 위한 선진화된 정신보건서비스 체계를 구축하기 위한 기초 자료를 제공하기 위함임.
- **연구방법** : 2012년 개발한 4요인(정보제공 및 수렴, 참조, 연대, 파트너십) 16개 문항으로 구성된 제공자 관점의 소비자 참여 수준 측정 설문지를 통해 2013년부터 2015년까지 서울시 관내 정신보건기관을 대상으로 조사를 시행해 기관별 소비자 참여수준을 측정하고 연도별 변화추이를 모니터링함.
- **연구결과** : 개발된 지표를 서울시 관내 정신보건기관에 적용한 결과 소비자 참여수준은 가장 낮은 수준의 단계인 1레벨은 점차 감소하는 추세임 반면 알 권리 충족의 정보제공 차원보다 한 단계 높은 수준인 2레벨은 2015년 결과에서 가장 높은 비율을 나타냈고 소비자 욕구가 반영되기 시작하는 3레벨의 경우 2013년 14.6%, 2014년 15.7%, 2015년 18.4%로 해마다 그 비율이 증가하고 있는 것으로 나타남. 제공자와 소비자가 동등한 관계로 결정권을 행사하는 가장 높은 수준의 단계인 5레벨의 경우 소폭이긴 하나 해마다 그 비율이 증가하고 있음.
- **결론** : 정신보건영역에 있어 서비스의 기획, 수행, 평가과정 전반에 있어 소비자의 참여에 대한 필요성이 증대되고 있으나 실제 참여에 대한 수준은 알권리 대한 충족을 위한 정보제공을 하는 소극적 수준에 머물러있어 참여수준 향상을 위한 대안한 실정임. 또한 본 연구가 제공자 관점의 소비자 참여지표인 한계를 감안하여 추후 후속 연구로 소비자 관점의 소비자 참여지표개발을 위한 후속연구가 이루어져야 할 것으로 보임.
- **주요용어** : 소비자 참여

Abstract

- **Purpose** : The purpose of this survey study was to provide with primary data for expanding customers participation in services and establishing an advanced mental health service system through understanding the customer participation in planning, implementation, and evaluation of services of the local mental health centers in Seoul and analyzing the present condition.
- **Method** : This survey study used a questionnaire which was developed to be composed of 4 categories(provision and collection of information, reference, solidarity, partnership) with 16 questions in 2012 for measuring the level of customer participation in perspectives of providers, investigated the mental health centers in Seoul from 2013 to 2015, evaluated the level of customer participation of each center, and monitored their annual changes.
- **Result** : As a result of applying the developed indicator to 140 mental health centers in Seoul, the number of centers in level 1, the lowest customer participation level, had been gradually decreasing. On the other hand, in 2014, most centers were in level 2, one level higher than the provision of information just enough to satisfy the right to know. In 2012, 14.6% of centers were in level 3, the beginning of reflection on customer's needs. In 2013, 15.7% of centers were in level 3, and in 2014, 18.4% of centers were in level 3. This showed the ratio of level 3 had annually increased. The ratio of level 5, the highest level where providers and customers could exercise their rights to decide, had slightly increased in every year.
- **Conclusion** : Today, the necessity of the customer participation in planning, implementation, and evaluation of services is increasing, whereas the actual level of customer participation is staying at pevy passive level where customers are provided with information only enough to satisfy their rights to know. Therefore, it is necessary to improve the level of customer participation. Also, this study only provides a customer participation indicator in perspectives of providers, so the following studies should consider the limitation of this study, and develop a customer participation indicator in perspectives of customers.
- **Keyword** : Customer Participation

1) 서울시정신건강증진센터