



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

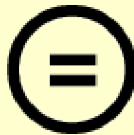
다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

직업훈련기관의 내부서비스품질이
서비스지향성 및 훈련성과에 미치는 영향



2014년

HANSUNG
UNIVERSITY

한성대학교 대학원

경 영 학 과

서비스운영관리전공

송 희 환

석사학위논문
지도교수 최강화

직업훈련기관의 내부서비스품질이 서비스지향성 및 훈련성과에 미치는 영향

The effect of Internal Service Quality on the
Service-orientation and Training achievement in the Job
Training Institution



2014년 12월 일

한성대학교 대학원

경 영 학 과

서비스운영관리전공

송 희 환

석사학위논문
지도교수 최강화

직업훈련기관의 내부서비스품질이 서비스지향성 및 훈련성과에 미치는 영향

The effect of Internal Service Quality on the
Service-orientation and Training achievement in the Job
Training Institution

위 논문을 경영학 석사학위 논문으로 제출함

2014년 12월 일

한성대학교 대학원

경 영 학 과

서비스운영관리전공

송 희 환

송희환의 경영학 석사학위논문을 인준함

2014년 12월

일

심사위원장 _____인

심사위원 _____인

심사위원 _____인

국 문 초 록

직업훈련기관의 내부서비스품질이 서비스지향성 및 훈련성과에 미치는 영향

한성대학교 대학원

경영학과

서비스운영관리전공

송 희 환

직업훈련기관의 가장 중요한 화두는 훈련생만족경영이라고 할 수 있다. 특히 내부고객인 훈련 교. 강사 및 행정직원의 만족은 외부고객인 훈련생의 만족에 영향을 주기 때문에 중요하다. 특히 직업훈련기관의 훈련 교. 강사 및 행정직원의 경우 대부분 훈련기관 내에서 외부고객과 직접적인 접촉을 하고 외부고객에게 제공되는 서비스의 품질에 직접적으로 영향을 주게 된다. 종업원이 어떠한 내부서비스품을 제공받는지에 따라 종업원 만족에 영향을 미치게 되며, 이는 궁극적으로 그들이 수행하는 외부서비스의 품질에 영향을 미쳐 훈련성과를 좌지우지하게 된다. 이러한 관점에서 본다면 내부고객에게 제공되는 내부서비스품질은 종업원의 만족은 물론 훈련기관의 성과향상을 위해 매우 중요한 요인이 된다.

따라서 본 논문에서는 직업훈련기관의 종사하는 훈련 교. 강사 및 행정직원을 대상으로 내부서비스지향성과 내부서비스품질, 내부고객만족, 서비스 지향성, 훈련성과 간의 관계를 실증적으로 분석 하고자 한다. 내부서비스지향성이 내부서비스품질과 내부고객만족에 서비스지향성 및 훈련성과에 영향을 주는 지 알아보기 위하여 내부서비스지향성의 하위변인으로 서비스리더십, 서비스접점, 서비스보상을 설정 하였고, 내부서비스품질의 하위변인으로 역할보호성(의사소통체계), 반응성, 신뢰성, 직원/직무적합성, 재량권지각(의사결정권한), 평가 및 보상(동기부여요인)으로 설정하였다.

그리고 내부서비스지향성이 내부서비스품질, 내부고객만족과 외부서비스지

향성과 훈련성과에 어떠한 관계를 가지는지 구조방정식을 통해 분석하였다.

이를 통하여 내부서비스품질 요인들 중 보다 영향력이 큰 요인을 찾아봄으로써 내부고객만족도를 높이는 방안을 제시하고 직업훈련기관의 발전과 성과향상을 도모하고자 한다.

주제어 : 실업자직업훈련, 내부서비스품질, 내부고객만족, 서비스지향성, 훈련성과



목 차

I. 서 론	1
1.1 연구의 목적	1
1.2 연구의 범위와 방법	3
II. 이론적 배경	5
2.1 직업훈련의 개요	5
2.2 내부서비스지향성	9
2.3 내부서비스 품질	15
2.4 내부고객 만족	19
2.5 서비스지향성	19
2.6 교육(훈련)성과	20
III. 연구방법론	21
3.1 연구모형	21
3.2 연구가설의 설정	22
3.3 변수에 대한 조작적 정의	28
3.4 자료의 수집 및 표본의 특성	32

IV. 연구결과	34
4.1 측정도구의 신뢰성 및 타당성 검증	34
4.2 구조방정식모형의 판단 지수	37
4.3 구조방정식에 의한 확인적 요인분석	39
4.4 상관관계 분석	44
4.5 가설의 검정	46
V. 결 론	54
참 고 문 헌	58
부 록	66
ABSTRACT	69

표 목 차

<표 1-1> 직업능력개발훈련 취업률	2
<표 2-1> 실업자 직업훈련의 종류	8
<표 3-1> 내부 서비스지향성의 선행연구 측정 항목	28
<표 3-2> 내부 서비스지향성 측정항목	29
<표 3-3> 내부 서비스품질 측정항목	29
<표 3-4> 내부 고객만족 측정항목	30
<표 3-5> 서비스지향성 측정항목	31
<표 3-6> 교육성과 측정항목	31
<표 3-7> 응답자들의 인구통계학적 특성(총 187명)	32
<표 4-1> 측정도구의 신뢰성 분석 결과	35
<표 4-2> 적합도 판단지수	38
<표 4-3> 외부변수의 확인적 요인분석 결과표	40
<표 4-4> 매개변수 및 종속변수 확인적 요인분석 결과표	42
<표 4-5> 확인적 요인분석 결과	43
<표 4-6> 상관관계 분석 결과	45
<표 4-7> 연구모형의 구조방정식 결과	48
<표 4-8> 요인별 간접효과 분석	51
<표 4-9> 요인별 직접효과 분석	52
<표 4-10> 요인별 총효과 분석	52

그 림 목 차

<그림 3-1> 연구모형의 설정	21
<그림 4-1> 매개변수 및 종속변수	39
<그림 4-2> 매개변수 및 종속변수	41
<그림 4-3> 연구모형의 구조방정식	46
<그림 4-4> 측정변수별 총 효과분석 모형	53

I. 서 론

1.1 연구의 목적

직업훈련, 즉 평생직업능력개발의 중요성은 아무리 강조해도 지나치지 않다. 직업훈련은 매우 중요한 적극적 노동시장 정책 수단이다. 실업자훈련은 실업에 따른 충격완화와 소득보전 등을 통해 사회 안전망으로 기능하며, 실업 기간 중 발생할 수 있는 인적자본의 손실을 방지하고 이를 보전. 개발함으로써 안정적인 일자리로의 재취업을 촉진하는 역할을 수행한다. 또한 고용가능성을 높임으로써 사회통합력을 제고하는 한편으로, 기업의 생산성 및 경쟁력 제고를 통해 지속가능한 성장을 뒷받침할 수 있을 것으로 기대된다. 그러나 우리나라의 경우 이러한 생산성이나 효과성 측면에서 얼마나 가시적인 성과를 거두었는지에 대해서는 아직 확실하게 언급할 수 있는 부분이 많지 않다. 여러 평가 연구 결과들이 서로 다른 엇갈린 결론을 제시하고 있기 때문이다 (채창균 외, 2010).

실업자훈련에 대해 채창균 외(2008)에서는 취업가능성 제고나 소득 증가 효과 등의 측면에서 훈련의 긍정적 효과가 제한적임을 보인 반면, 이병희 외(2009)는 실업자훈련의 취업성과가 단기적으로는 잘 나타나지 않지만 1년 이후부터 가시화되는 것으로 분석하였다.

이렇게 직업훈련의 긍정적 효과에 대한 공유된 결론이 아직 부재한 것은 직업훈련의 효과에 대한 평가 연구 자체가 충분히 축적되어 있지도 않았고, 이러한 평가를 가능하게 하는 자료의 구축 등이 미흡하기 때문이기도 하지만, 어떤 의미에서는 현행 직업훈련체제의 문제점이 여전히 적지 않게 존재 한다는 방증일 수 있다.

물론 이런 문제점을 완화하기 위해 그동안 평생직업능력 개발체제의 혁신 노력이 지속되어 왔다. 실업자 훈련에 직업능력 개발계좌제를 도입하고, 취약 계층대상 고용연계형 사업을 추진하며, 재직자 훈련에 중소기업 우대 지원 조치 및 현장훈련지원, 훈련컨설팅 도입 등을 시도하고 있는 것이 그 예이다.

또한, 산업별 인적자원개발 협의체, 노사공동훈련 등 훈련공급 주체의 다양화를 도모하고 있고, 지역별 훈련수요조사 실시, HRD-net 개편 등을 통해 훈련 정보 인프라의 개선을 추진하고 있다(채창균, 2008).

또한, 고용노동부 직업능력개발사업현황 2012, 2013년 자료를 살펴보면, 2011년도 직업능력개발사업(실업자, 재직자, 공공훈련) 예산은 1조2천7백억 원, 2012년도 1조2천6백억 원의 예산을 집행 하였다.

매년 막대한 예산을 투입하고 박근혜대통령의 공약이기도 하는 고용보험율 70%을 달성하기 위해 실업자훈련제도를 개편. 보장하고 있으나 한국고용정보원 직업능력개발 2011년 및 2012년 통계연보에 따르면 직업훈련의 주목적인 취업률은 크게 개선되고 있지 않는 실정이다.

<표1-1> 직업능력개발훈련 취업률

훈련의 종류	2011년 취업률	2012년 취업률
	취업자/수료자(취업률)	취업자/수료자(취업률)
직업능력개발 계좌제훈련	62,180/177,654명(35%)	55,380/163,362명(33.9%)
국가기간.전략산업직종훈련	16,157/21,971명(73.5%)	17,427/25,315명(68.8%)

주: 1)취업률 =(수료 후 취업자+조기취업자)/(훈련수료자/조기취업자)× 100

2)훈련종료 6 개월, 조기취업자 포함한 누적

직업훈련의 궁극적인 목적은 직업훈련서비스를 제공받은 이후 직업을 갖게 되고, 그러한 직업을 지속적으로 유지해 갈 수 있는 능력을 길러줌으로써 개인의 직업적 성공이 가능하도록 하기 위한 것이다. 이와 관련하여 정통적인 교육에서는 고등학생과 대학생 등을 대상으로 교육서비스에 관한 다양한 연구(박주성·김종호·신용섭, 2003; 신재익·정기한, 2007; 송민경·정희선·윤혜현, 2011)들이 수행되었다. 하지만 대부분의 연구들이 교육과 취업과의 관계를 다루기보다는, 교육 서비스를 통해 교육만족도가 향상되고 이는 구전효과나 재입학의도, 기부의향 등의 행동의도만 다루고 있다.

또한, 교육과 취업의 관계를 살펴본 연구에서도 교육서비스를 교육과정 또는 교육프로그램 단위로 가깝게 접근하여 취업과의 관계를 연구하기보다는, 취업을 하였다는 결과를 기준으로 어떠한 요인들이 취업을 이끌었는지에 대한 결과론적 접근을 하고 있어, 훈련기관을 운영하는 과정에서 취업성가에 영향을 미치는 내부서비스품질들을 직접적으로 살펴본 연구는 저조한 실정이다.

따라서 이 연구에서는 직업훈련의 성과를 보다 향상시킬 수 있는 방안 모색의 일환으로서, 내부서비스지향성은 내부서비스품질과 내부고객만족에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보고, 내부서비스 품질 중에서 어떠한 요인을 통해 내부고객만족이 향상되며, 내부서비스품질과 내부고객만족은 서비스지향성, 교육성가에 어떠한 영향을 주는지를 살펴봄으로써, 직업훈련 제도를 개선·강화하는데 유용한 시사점을 제공하고자 한다. 이러한 연구 목적을 달성하기 위하여 첫째, 훈련교사 등이 인식한 내부서비스지향성과 내부서비스품질, 내부고객만족을 규명하고, 둘째, 내부서비스 품질과 내부고객만족의 관계를 규명하고 셋째, 내부서비스품질과 서비스지향성 및 교육성과 넷째, 내부고객만족과 서비스지향성 및 교육성과의 매개효과를 규명하였다.

1.2 연구의 범위와 방법

1.2.1. 연구의 범위

본 연구는 훈련교사 등이 인식한 내부서비스 품질을 측정하기 위해서 두 개의 부분으로 한정하여 연구하게 된다.

첫째, 우리나라 직업능력개발사업은 사업주 능력개발지원, 근로자 직무능력 향상지원금, 재직자 내일배움카드제 훈련을 지칭하는 재직자훈련(향상훈련)과 국가기간전략직종훈련, 실업자직업훈련(계좌제), 공공훈련(폴리텍/한기대)을 지칭하는 실업자훈련(양성훈련)으로 구분 되어 진다. 실업자훈련 중 계좌제훈련 및 국가기간전략직종훈련만을 운영하고 있거나 계좌제훈련 및 국가기간전략직종훈련 모두를 운영하고 하는 훈련기관을 대상으로 한정하도록 한다.

둘째, 훈련교사 등이 제공하는 다양한 훈련서비스가 계속적, 연속적으로 제

공되는 훈련기관 이어야 하므로, 고용노동부로부터 시설지정을 받은 훈련기관만을 대상으로 하며, 학원 법에 의한 등록을 하고 직업훈련에 참여하고 있는 학원 등은 연구대상에서 제외하기로 한다.

1.2.2. 연구의 방법

본 연구는 시장경제와 발맞추어 진화하고 있는 직업훈련시장에서 직업훈련기관장의 내부서비스지향성 요인, 교직원의 내부서비스품질 요인들 중 핵심요인을 찾아 직업훈련정책결정 및 훈련기관 경영정상화에 목적을 두고 있으므로, 직업훈련기관에서 현재 훈련생을 적극적으로 지도하고 있는 훈련 교. 강사 및 행정직원(취업지원 전담직원 포함)들을 대상으로 설문조사하여 실증분석 한다.

본 연구의 목적을 효율적으로 달성하기 위하여 문헌연구와 실증연구 방법을 병행하여 연구를 진행하였다.

첫째, 문헌적 연구방법으로 이론적 기초와 현황 분석을 위하여 국내. 외의 서적, 논문, 간행물, 고용노동부 보고서 등을 참고 하였으며, 내. 외부 서비스 지향성, 내부서비스품질, 내부고객만족, 교육성과 등을 고찰하였으며, 문헌연구를 바탕으로 설정된 이론을 근거로 연구모형을 설정하고, 연구모형의 검증을 위하여 실증분석을 실시하였다.

둘째, 실증적 연구방법으로 직업훈련기관 훈련 교. 강사 및 행정직원을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 조사한 자료에 대한 분석 방법은 SPSS 18.0 과 AMOS 18.0 통계 프로그램으로 자료 분석을 실시하였으며, 빈도분석, 기술 통계분석, 상관관계분석과 탐색적 요인 분석 및 신뢰도분석을 실시하고, 가설검증은 구조방정식모형 분석을 통하여 실시하였다.

II. 이론적 배경

2.1 직업훈련의 개요

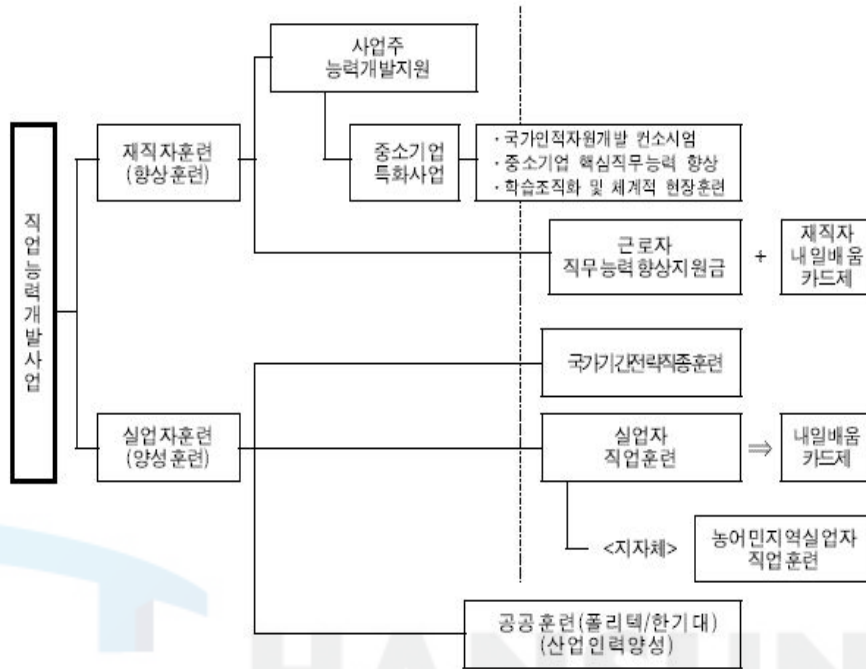
우리나라의 직업훈련제도는 1967년 ‘직업훈련법’의 제정으로 정식으로 도입되었으며, 1976년에 사업주에 대한 직업훈련의무제를 근간으로 하는 ‘직업훈련기본법’이 제정 시행됨으로써 직업훈련제도의 틀이 확립되었다. 이후 국내의 직업훈련 여건에 적극적으로 대처하고자 1995년 7월 고용보험에 의한 직업능력개발사업이 도입되었으며, 직업훈련의 중점도 기능인력양성에서 근로자의 평생직업능력제도로 확대·발전되었다. 1997년 12월 기존의 ‘직업훈련기본법’을 폐지하고, ‘근로자직업훈련촉진법’을 제정하여 이원화 체계로 운영하던 직업능력개발사업과 직업훈련의무제를 일원화하여 운영하고 있다.

우리나라에서 운영되고 있는 직업훈련은 크게 재직자훈련과 실업자훈련으로 구분된다. 재직자훈련은 근로자의 직무능력 향상을 위해 사업주가 근로자에게 훈련을 실시하거나, 근로자 스스로 훈련을 받는 경우, 정부가 비용을 지원하는 제도이다. 반면 실업자 훈련은 실업자의 취업능력 또는 기초 직무능력 향상을 위해 정부가 훈련기관에 실업자 훈련을 위탁하거나 실업자가 스스로 훈련을 받는 경우 정부가 비용을 지원하는 제도이며 개요는 <그림 2-1>과 같다.

아래 그림에서 알 수 있듯이 실업자 직업훈련은 고용노동부에서 운영하는 것으로서 ‘전직실업자’ 및 ‘신규실업자’, 취약계층을 대상으로 하는 ① 실업자 직업훈련과 ② 국가기간전략직종훈련, 지자체에서 운영하는 ③ 농어민 지역실업자 직업훈련 ④ 공공훈련이 있다.

먼저 ① 실업자 직업훈련은 그 대상에 따라 종류가 다양하다. 고용보험 가입이력이 있는 ‘전직실업자’를 대상으로 하는 i) 전직실업자 훈련과 고용보험 가입이력이 없는 ‘신규실업자’를 대상으로 하는 ii) 신규실업자훈련이 있다. 이에 더해 iii) 취약계층 특화훈련이 있는데, 이 훈련의 대상자는 여성가장, 영세자영업자, 북한이탈주민, 결혼이민자, 기초생활수급자, 건설일용근로자, 중소기업취업희망자 등 이다. 소위 자활직업 훈련은 이 중 기초생활수급

자들이 참여하는 훈련을 말한다.



<그림 2-1> 직업능력개발사업의 체계

출처 : 직업능력개발사업현황(고용노동부, 2012)

국민기초생활보장법 내에서는 근로능력이 있는 자활대상자의 경우, 직업훈련 등의 자활사업에 참여해야만 생계급여를 받을 수 있는 조건부 수급자로 지정한다. 즉, 보건복지부에서 의뢰된 조건부 수급자 중 취업대상자가 자활직업훈련의 대상자가 된다. 이상의 구분은 대상에 따른 분류로서 각 훈련에서 지원받은 내용은 거의 동일하다. 이들이 직업훈련을 받기 위해서는 먼저 직업안전기관에 구직등록을 해야 하며, 훈련과정은 1개월에서 1년 이하의 기간으로 취업 전 3회까지 가능하다. 지원내용은 교통비(월 5만원)와 식비(월 6만6천원)가 있으며, 예외적으로 취약계층 훈련은 특성별 훈련 직종을 추가 허용한다.

2010년 9월부터 ② 국가기간전략직종훈련으로 명칭이 변경된 우선선정직종훈련은 직업안전기관에 구직등록을 한 15세 이상의 실업자, 인문계 고등학교

3학년 재학 중인 상급학교 비 진학자를 대상으로 한다. 승인받은 기관에서 훈련을 실시하며, 지원내용은 교통비와 식비 그리고 훈련수당이 지급된다.

③ 농어민 지역실업자직업훈련은 농어업인과 그 가족(고용보험 적용어부와 무관)을 대상으로 훈련이 진행되며, 지원내용은 전직실업자훈련과 동일하다.

마지막으로 ④ 공공훈련은 기능 인력의 양성을 지원하기 위해 고등학교 3학년 재학생 혹은 졸업자 중 상급학교 비진학 자를 대상으로 한국폴리텍 대학과 한국기술대학교와 협업하여 운영하는 기술자 양성 훈련과정이다. 전직·신규, 국가기간전략직종 직업훈련이 직업능력개발사업 내의 직업훈련 예산으로 책정되어 민간훈련기관에 의해 운영 되는 반면, 공공훈련은 정부의 출연금이나 지자체 보조금 등으로 공공기간(국가, 지자체, 공공단체)에 의해 운영되고 있다. 또한 공공훈련은 다기능·고속련 기술자의 양성을 위해 대학교에서 전문교수에 의해 훈련이 진행되는 하나의 (유사)학위과정이다. 이런 점에서 공공훈련은 직업능력개발사업의 실업자 훈련 통계에서 생략되어 별도로 측정되고 있다. 본 연구에서도 공공훈련을 제외하고 살펴보도록 하며, 이상에서 살펴본 실업자 직업훈련의 내용을 간략히 표를 제시하면 다음과 같다.

<표 2-1> 에서 살펴볼 수 있듯이 실업자 직업훈련은 2011년 이후 계좌제로 전면 개편 운영되고 있다. 직업능력 개발 계좌제란, 공급자 중심의 전달체계로 낮은 훈련참여율과 참여기회의 양극화, 취업률 미흡 등의 문제점을 개선하기 위해 도입된 훈련시스템으로, 훈련생에게 1인당 200만원 상당의 가상계좌를 지원하고, 그 범위 내에서 자율적인 훈련 참여를 허용하는 방식이다. 훈련참여자의 선택권을 확대하고, 훈련의 질을 제고하며, 정부는 심층상담과 정보제공 등 고용지원서비스와의 연계를 강화하여 훈련성과와 자원배분의 효율성을 제고하기 위해 도입되었다. 종전의 물량배정방식에서는 훈련기관에서 훈련생을 모집 선발하였으나, 계좌제 하에서는 훈련생이 훈련기관과 내용을 선택하게 된다. 또한 신중한 훈련선택 및 성실한 훈련수강을 위해 훈련비의 20%~50%에 대해서는 자비부담을 부과하였다(고용노동부, 2012).

<표 2-1> 실업자 직업훈련의 종류

훈련 종류	훈련대상	지원내용
전직실업자훈련	전직실업자 (고용보험 가입이력 有)	▶ 교통비(월5만원) 식비(월6만6천원)지원 ▶ 계좌를 사용하여 일정금액 (200만원/1인) 한도로 실훈련비를 지원 (직업능력개발계좌제로서 '내일배움카드제'명칭으로 운영 중)
신규실업자훈련	신규실업자 (고용보험 가입이력 無)	
농어민지역실업자 직업훈련	농업인과 그 가족	▶ 교통비(월5만원) 식비(월6만6천원)지원
취약계층 특화훈련	여성가장 영세자영업자 북한이탈주민 결혼이민자 기초생활수급자 건설일용근로자 중소기업취업희망자	▶ 내일배움카드제의 지원내용과 유사 ▶ 취약계층 특성별 예외적 훈련직종 추가허용
국가기간전략 직종훈련	직업안정기간에 구직등록한 만 15세 이상의 실업자 또는 인문계고등학교 3년 재학중인 상급학교 비진학 예정자	▶ 국가기간전략직종훈련을 승인받은 훈련기관에서의 훈련 ▶ 매월 훈련수당 20만원 ▶ 교통비(월5만원) 식비(월6만6천원)지원

출처 : 직업능력 개발 사업 현황(고용노동부, 2012)

본 연구에서는 이상에서 살펴본 실업자 직업훈련 중에서 공공훈련과 자활
직업훈련을 포함하는 취약계층 특화훈련, 농어민지역실업자직업훈련을 제외한
전직 및 신규실업자훈련(계좌제훈련)과 국가기간전략직종훈련을 대상으로 한
다.

2.2 내부서비스지향성

2.2.1. 내부서비스지향성의 개념

Lytle 등(1998)은 조직의 서비스지향성 요인을 서비스 리더십 관행, 서비스 접점 관행, 서비스 시스템 관행, 인적자원관리 관행으로 분류하고 세부적인 요인으로 10 가지를 제시하였다. 이는 종사원의 만족을 높이기 위해서는 서비스 리더십, 고객접점의 실행, 인적자원관리와 같은 서비스 지향적 조직풍토를 조직 내에 정착시키는 것이 필요하다는 점을 시사해 주고 있다. 서비스지향성과 경영성과간의 관계를 설명한 연구로는 Babin and Boles(1996)의 연구를 들 수 있는데, 이들은 인접 동료의 몰입과 서비스 제공자에 대한 감독자의 지원이 작업 성과와 직무만족에 미치는 영향을 파악하고자 하였다.

그리고 Challaga and Shervani(1998)는 감독의 차원과 유형이 판매원의 경영성과와 만족에 미치는 영향에 대한 연구를 수행 하였으며, Hatrtline and Ferrell(1996)은 서비스품질에 대한 경영자의 몰입, 권한위임, 직무만족, 서비스품질과 같은 변수간의 관계를 파악하고자 하였다.

박대환(1998)은 서비스지향성이 높을수록 직무만족과 조직몰입이 높아진다는 연구결과를 제시 하였다. 즉 서비스 기술, 종사원 권한, 서비스표준/커뮤니케이션, 서비스 실패/복구, 서비스 비전, 고객 대우 등의 변수가 직무만족에 영향을 미치고, 조직몰입에 서비스 보상/인센티브, 고객대우, 서비스 훈련, 서비스 실패/예방, 서비스 기술 등이 영향을 미치는 것으로 조직 가치와 서비스지향성이 높아질수록 직무만족과 조직몰입은 높아지는 것으로 연구 결과를 제시 하였다.

서성한 등(2001)은 의료기관의 서비스지향성이 종업원 직무만족, 종사원의 고객지향성과 전략적 지향성을 통해 고객만족에 어떠한 영향을 미치는지를 실증적으로 분석 하였다. 실증분석 결과 의료기관의 서비스지향성은 종사원의 직무만족에 긍정적인 영향을 미치고, 종사원의 직무만족은 종사원의 고객지향성을 통해 간접적으로 고객만족에 영향을 미치는 것으로 연구결과를 제시하였다. 그러나 의료기관의 서비스지향성은 종사원의 고객지향성에는 영향을 미

치지 않는 것으로 연구결과를 제시하였다.

이외에도 조직의 서비스지향성 요인과 경영성과간의 관계에 대한 연구는 지속적으로 수행되어 오고 있으나 서비스지향성 요인을 경영성과에 대한 변수로서 포괄적으로 다루고 있는 연구는 부족한 실정이다.

2.2.2. 서비스지향성의 구성요소

Lytle 등(1998)의 분류에서 크게 네 가지 차원으로 분류하면, 첫째 서비스 리더십 관행, 둘째 서비스접점 관행, 셋째 서비스 시스템 관행, 넷째 서비스 인적자원 관행 등을 말한다.

첫 번째인 서비스리더십 관행에는 관리자 리더십, 서비스 비전 등이 있으며, 두 번째인 서비스접점 관행으로는 고객 서비스, 종사원 권한위임, 종사원 간 협력 등의 요인이 있다. 세 번째인 서비스 시스템 관행은 서비스 실패예방, 서비스 실패회복, 서비스 기술, 서비스 표준에 대한 의사교환 등의 요인을 말하며, 네 번째로 인적자원관리관행은 서비스훈련, 서비스 보상 등의 관행이라고 할 수 있다.

1) 서비스 리더십(serviced leadership)

서비스리더십은 효과적이고 능동적인 서비스지향성을 창출하고 유지하는데 필요한 요소로서, 없어서는 안 될 가장 중요한 관행이라고 할 수 있다 (Heskett 등, 1997)

경영층이 조직을 위한 서비스 정책을 단순하게 설명하기 보다는 분명한 서비스의 예를 설정함으로써 자신들의 조직을 지휘하고 관리하는 리더십 스타일을 말한다.

관리자들의 태도와 행동은 조직의 서비스분위기 형성에 직접적으로 영향을 미친다(Heskett, 1990). Church(1995)의 연구를 보면 서비스조직 수준에서 나타나는 관리자의 리더십 행동이 서비스품질과 조직성과에 직접적인 영향을 미친다고 하였다.

(1) 관리자 리더십(servant-leadership)

Heskett 등(1997)은 고객의 충성 및 만족을 창출함으로써 기업의 수익성향상 및 성장을 위해 현장관리자의 리더십은 필수적이며 가장 중요한 요인이라고 하였다. 서비스전달과 저상 접점에 위치하는 종사원들을 관리하는 현장관리자들의 태도와 행동은 그들이 속한 조직의 분위기에 지속적이며, 직접적인 영향을 미치게 된다.

따라서 종업원들은 관리자로부터 정당한 대우를 받을수록 고객들에게 우수한 서비스를 제공하게 된다는 것을 의미한다. 또한 종사원들에게 가지는 관심이나 격려, 지원 수준 등에 대한 지각 수준이 종사원 등에 대한 수준이 종사원의 직무성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 연구결과도 제시되고 있다(Burk 등, 1992).

(2) 서비스 비전(service-vision)

서비스비전은 조직구성원들에게 우수한 서비스를 제공하고자 하는 조직전반적인 열망(passion)을 조장하기 위해 중요한 요인이며, 이러한 열망은 조직의 고객들에게 탁월한 서비스를 전달하는 것을 가능하게 하는 원동력이 된다(Heskett 등, 1990). 관리자가 종사원들에게 지속적인 서비스비전에 대해 강조함으로써, 종사원들은 조직을 위해 더 탁월한 가치를 창출하고 서비스품질 및 고객만족을 중요하게 고려한다.

Heskeet(1986)에 의하면 시장에서의 경쟁우위를 확보한 기업은 서비스비전의 세부적인 요소를 기반으로 한 전략을 가지고 있는데, 이러한 서비스비전은 기업의 목표를 더욱 명확하게 해줄 뿐만 아니라, 제공되는 서비스의 중요요소를 강조하는 역할을 하고, 고객을 위한 서비스 결과에 대해 종사원간에 의사교환을 할 수 있도록 도움을 준다. 이와 같이 서비스비전은 조직내부의 적절한 서비스행동을 위한 기반을 형성하도록 해준다고 할 수 있다.

2) 서비스 접점(service encounter)

서비스 접점이란 종사원과 고객 간의 상호작용을 말하는데, 일반적으로 조직이 고객의 마음에 자신들을 인식시키는 기회인 ‘진실의 순간(MOT : moment of truth)’으로 설명되고 있다. 서비스지향성 패러다임 하에서 서비스 접점은 매우 중요한 요소라고 할 수 있는데, 그 이유는 고객과의 단순한 접점이 고객 서비스품질 평가의 중요한 기반을 형성할 수 있기 때문이다 (Zeithaml 등, 1996). 이러한 서비스 접점 관행에는 고객서비스, 종사원권 권한위임, 종사원간 협력 등의 요인이 있다.

(1) 고객서비스(customer-treatment)

고객이 종사원에 의해 다루어지는 방법을 말하는 것으로, 서비스품질에 대한 정의, 의미, 평가 등이 고객에 의해 결정되기 때문에, 고객이 종사원에 의해 다루어지는 방법은 서비스 성과나 고객만족에 직접적인 영향을 미치게 된다. 따라서 조직은 서비스 성과에 대한 고객의 긍정적 지각이나 만족을 창출하기 위해, 서비스 접촉 상황에서의 고객에 대한 접대, 즉 서비스에 지속적으로 관심을 가져야한다.

(2) 종사원 권한위임(empowerment)

고객의 욕구를 가능한 신속하고 효과적으로 충족시키기 위해서는 종사원이 적절한 책임이나 권한을 가져야 함을 의미한다. 즉, 권한위임이란 직무와 관련된 행동에 대해, 종사원들이 즉각적인 결정을 할 수 있는 권한이 그들에게 주어져 있는 상태라고 할 수 있다(Bowen and Laxler, 1992).

1970년대에는 서비스부문의 비효율적 운영과 고객과 불만족 문제를 해결하기 위해 업무의 단순화나 자동화와 같은 생산적 라인(production-line)접근방법이 옹호 되었으나(Levitt, 1972), 1990년대 이후로는 종사원 권한위임적 접근방법이 더 많은 지지를 받고 있다.

이러한 이유는 고객과 직접 접촉하는 종사원에게 적절한 권한이 주어져 있

을 경우, 관리자들은 서비스 전달 프로세스의 많은 부분을 종사원에게 위임하게 되며, 이로 인해 종사원들은 고객의 욕구를 충족시키기 위한 의사결정에 유연성을 가질 수 있게 되기 때문이다.

결과적으로 조직은 권한위임을 통해 고객에 대한 종사원의 대응수준을 향상시킬 수 있고, 더 높은 생산성 수준을 달성하며, 고객의 불평을 더 빨리 처리할 수 있게 된다. 또한 종사원을 동기 부여시킬 수 있으며, 고객에게 더 높은 서비스품질을 제공할 수 있게 된다(Lytle 등, 1998).

(3) 종업원간 협력(employee-cooperation)

고객에게 서비스를 제공하는 시점에서 나타나는 종사원간 협력행동으로, 종사원간 협력이 서비스품질에 미치는 영향력은 Barbin and Boles(1996)의 연구와 Bettencourt and Brown(1997)의 연구에서 잘 나타나 있다.

Barbin and Boles(1996)는 소매 서비스작업 환경에서 동료 종사원의 관심에 대한 지각 수준, 즉 종사원간의 협력은 그들의 직무만족이나 직무 몰입도에 긍정적인 영향을 미침으로써, 고객의 만족도를 증가시킬 수 있는 서비스를 창출하도록 한다고 하였다.

3) 인적자원관리(human resource management)

인적자원관리란 여러 경영자원 중에서 종업원이라고 할 수 있는 인적자원을 효율적으로 관리하는 것이다. 인적자원도 기업의 자산이다. 결국 인적자원 관리란 마부가 말을 잘 다루듯이 종업원들을 잘 관리하는 경영을 의미하는 것이다. 기업에서 필요한 기계 설비를 잘 못 다룬다거나 자금을 잘 못 관리하면 기업은 실패할 위험이 커지게 된다. 이러한 측면에서 볼 때 인적자원 관리도 마찬가지이다. 인적자원도 자칫 잘못 관리하게 되면 사기가 저하되고 이직이 증가되면서 서로 갈등을 일으키게 되어 기업이 추구하는 목표달성이 어렵게 된다.

일의 성과는 능력과 태도에 의해서 결정된다. 일을 잘 하고자 하는 의욕이 아무리 높다 하더라도 능력을 갖고 있지 못하면 일을 잘 해낼 수 없다. 또한

아무리 능력이 있더라도 태도가 없으면 성과를 기대하기 힘들다.

조직은 인적자원에 대한 효율적이고 지속적인 관리를 통해 이익을 창출 할 수 있다. 기존연구에서 나타나고 있는 인적자원관리 관행으로는 Pfeffer(1998)의 연구에서 주장한 고용안정, 신입직원의 선별적 고용, 자율관리팀과 분권화, 보상, 훈련, 차별화 축소, 정보공유 등의 요인이나, Jauaram 등(1999)이 제시한 것처럼 최고경영자의 몰입, 목표에 대한 의사교환, 훈련, 다기능 팀 등의 요인이 있으며, 이러한 관행을 실천함으로써 조직은 장기적 성장을 이룰 수 있게 된다.

이러한 관행 중에서도 특히 탁월한 서비스품질 창출을 위한 인적자원관리 관행에 대한 관심은 서비스지향성에 관한 조직행동 관련 문헌에서 잘 나타나고 있다. 대부분의 연구에서 고객이 지각하는 서비스품질을 산출하는 조직의 능력은 내부적 서비스품질과 직접적인 관련이 있음을 주장하고 있으며, 조직의 성과 개선을 위해서는 종사원의 서비스지향적 행동을 위한 인적관리가 매우 중요하다고 말하고 있다.

Zeithaml and Bitner(1997)는 조직의 서비스지향적인 인력관리를 위해서는 책임자의 채용, 우수 직원의 확보와 인력개발이 필요하다고 하였다. 즉 종사원이 채용과정에서 서비스역량과 성향이 적합한자를 채용 하여야 우수한 품질의 서비스를 제공할 수 있고, 우수 종사원들을 보상하고 종사원을 고객처럼 대하며, 인력개발을 위해서는 전문기술 및 상호작용기술을 교육, 훈련시키고 권한을 위임하는 등의 작업이 필요하다고 하였다.

서비스지향적 조직이 갖추고 있는 인적자원관리 관행으로, 기존연구에서 특히 강조되고 있는 관행은, 탁월한 서비스를 제공하기 위한 종사원 훈련관행과 탁월한 서비스제공 행동에 대한 적절한 보상관행을 들 수 있다.

(1) 서비스 훈련(service training)

서비스훈련이란 고객에게 탁월한 서비스품질과 지각가치를 전달하도록 하기 위해 종사원들에게 적절한 훈련을 실시하는 것을 말한다. 조직은 종사원에게 문제해결 훈련이나 대인관계 훈련 등을 실시함으로써, 종사원의 고객에 대한 서비스 능력을 개선할 수 있다.

Schlesinger and Heskett(1991)은 선도적인 조직의 경우 장비에 대한 투자만큼이나 인적자원에 대한 투자의 가치를 파악하고 있다고 지적하고 있다. 특히 복잡한 고객의 요구사항을 충족시킬 수 있는 종사원의 능력향상을 위해 서비스 기술훈련에 대한 투자는 매우 중요하다고 하였다.

(2) 서비스 보상(service reward)

서비스보상이란 탁월한 서비스를 제공한 종사원의 행동에 대한 보상을 의미하는 것인데, Lytle 등(1998)은 종사원의 채용과 훈련, 서비스관련 행위에 대한 보상 등이 서비스품질과 조직의 성과에 직접적인 영향이 있음을 주장하였다.

Benoy(1996)는 서비스와 관련된 종사원의 행동은 특정한 보상 활동이나 프로그램에 의해서 결정된다고 하였다.

조직은 서비스 훈련이나 보상 등의 관행을 통해 기업의 경쟁우위 확보를 하기 위해서는 인적자원에 대한 전략적 관리를 해야 할뿐만 아니라, 종사원들의 우발적 상황에 대해 대처 능력을 향상시킬 수 있도록 하여야 한다. 또한 인적자원에 대한 과학적 관리가 요구되며, 고객만족을 위한 종사원 개인적 차원의 노력이 필수적인 것이다.

2.3 내부서비스 품질

고객만족경영을 위해서는 내부 고객만족이 중요하다. 내부고객인 종업원을 만족 시키려면 종업원에게 나은 서비스를 제공하여야 한다. 그렇다면 종업원 만족에 영향을 주는 내부 서비스 품질 요인에는 무엇이 있는 선행 연구들을 살펴보고자 한다.

내부마케팅은 고객접촉 종업원과 지원 스텝들이 한 팀으로 활동하도록 하기 위한 훈련과 동기부여를 통해 종업원들에게 고객지향적인 사고를 심어주는 것이며(Kotler and Armstrong, 1991), 고객지향성은 조직의 목표를 달성하기 위한 열쇠로서 목표시장의 필요와 요구를 결정하고 경쟁자보다 효율적이며 효과적으로 만족을 제공하는 마케팅의 구성개념 중 하나로 이해될 수

있다.

내부마케팅은 직원들 사이에 고객에 대한 인식을 도와줄 수 있는 내부 환경을 만들어 야하고 내부마케팅을 통해 보다 서비스 지향적이고 고객지향적인 종업원을 확보하게 되고, 이를 통해 고객만족과 고객충성 등을 달성할 수 있게 된다(George and Grönroos, 1991).

Heskett and Schlesinger(1994)는 내부서비스품질을 ‘사람들이 서로에 대해서 가지고 있는 태도이며 사람들이 조직 내에서 서로 대우하는 방법’이라고 정의하였다. 이러한 정의는 제공 받는 내부고객들에게 제공되는 내부서비스품질을 명확하게 인식할 필요가 있음을 제기한다. 따라서 외부고객에게 제공되는 서비스품질을 제고하기 위해 내부고객을 만족시킬 필요가 있다는 것이다. Heskett 등(1997)의 서비스수익 모델(Service Profit Chain)에서는 서비스기업이 성공하기 위해서는 종업원에 대한 관심이 증대되어야 한다고 하였다. 즉 서비스 이익 사슬에서는 종업원만족, 충성 및 생산성으로 대변되는 내부적 요소와 서비스 가치, 고객만족, 고객충성으로 대변되는 외부적 요소와의 연관관계를 나타내고 있다. 연관관계가 원활히 이루어질 때 기업의 수익이 증가하고 기업의 총체적인 평가가 증가하는 것을 보여주며, 이러한 연관관계의 시작은 내부서비스 품질과 내부고객 만족이라는 것이다.

Bruhn(2003)는 내부서비스품질이 내부고객의 만족에 기여하게 되며, 궁극적으로 외 부고객의 만족에 이르게 된다고 하였다.

Gremler 등(1994)은 ‘내부마케팅에서의 종업원을 내부고객으로 간주하였을 때, 조직 내에서 종업원이 다른 종업원에 게 서비스를 가지고 대우하는 것이 바로 내부서비스품질이다’라고 정의하였다.

서비스기업에 있어서 종업원만족과 동기부여 정도는 고객에게 제공되는 서비스품질을 결정할 때 매우 핵심적인 요인이며(Rosenbluth and Peters, 1992), 이러한 요인들을 위해서 기업의 입장에서 볼 때 내부고객에게 제공되는 내부서비스품질의 중요성이 강조 된다.

고객을 만족시키고자 하는 기업은 먼저 고객과 직접 접촉하는 종업원들에게 보다 좋은 서비스품질, 즉 양질의 내부서비스품을 제공할 필요가 있다.

2.3.1. 내부서비스품질 구성요소

Parasuraman 등(1985, 1988, 1991, 1994)의 연구에 서 SERVQUAL의 5가지 구성요소는 다양한 서비스 환경에서 수행된 후속연구에 사용되었다. 내부 서비스 품질 연구자들도 거의 대부분 SERVQUAL의 5가지 구성요소에 기반을 두고서 이들 내부 서비스 환경에 맞게 수정하여 연구를 수행하였다.

Reynoso and Moores(1995)는 위의 SERVQUAL를 기반으로 내부 서비스 품질의 측정도구를 개발하였는데 10개의 내부 서비스 품질 구성요소를 파악하였다. 이는 신뢰성, 대응성, 능력성, 의사소통, 이해성, 정중성, 신용성, 접근성, 유형성, 비밀성 등이다.

Mathews(1997)는 영국에서 2개의 국립병원을 대상으로 서비스 간부 관리자를 직접 면접하여 조사하였는데, 10개의 구성요소로서 내부 서비스 품질에 관한 구성차원을 제시하였다. 10개의 구성요소는 서비스 지향, 열린 의사소통, 유형성, 성과향상, 팀웍, 리더십, 내부그룹의 행동, 변화관리 능력, 조직적 지원, 그리고 개인 간의 관계이다.

Edvardsson 등(1997)은 내부 서비스 품질과 심리사회적 작업환경 간의 관계를 검증하였는데 여기서 내부 서비스 품질 측정 도구를 20문항으로 개발하였고 SERVQUAL를 기반으로 하였다. 이 연구에서 4개의 서비스 품질 구성요소를 확인하였는데 대응성, 물리적 작업환경, 대인간의 매력, 신뢰성 등이다.

White and Rudall(1999)는 내부 서비스 품질을 측정하기 위해 2개의 측정도구를 사용하여 설문조사를 실시하였다. 유형성, 신뢰성, 대응성, 보증성, 공감성의 5가지 요소와 21 문항의 SERVQUAL이며 다른 하나는 유형성, 신뢰성, 대응성, 보증성, 공감성, 의사소통, 유연성, 적절성 등의 8가지 요소와 26문항 INTSERVQUAL이다.

INTSERVQUAL은 Parasuraman 등(1988, 1994)등이 개발한 측정도구를 내부 서비스 환경에 맞게 수정한 것이다.

Manandhar and Tang(2002)는 태국은행 지점들을 대상으로 data구축의 중요성을 강조 하면서 내부 서비스 품질에 대한 4가지 구성요소 즉 시장성,

유연성, 내부조직의 효과성, 권한 부여 등을 제시하였다. 이들은 연구에서 은행 서비스 전달 시스템에서 데이터 구축의 중요성을 강조하면서 서비스의 물리적 환경과 유형성에 관계된다고 주장하였다.

강기두(2005)는 내부서비스품질은 ‘종업원들이 본인들의 직무를 수행하는데 있어 주위 종업원 혹은 부서로부터 제공받는 서비스에 대한 평가’로 정의하고 신뢰성, 보증성, 유형성, 공감성, 반응성 등 다섯 개 요인 22개 측정항목으로 내부서비스품을 측정하였다. 검증결과 내부서비스품질이 종업원만족에 긍정적인 영향을 미친다고 제시하였다.

Zeithaml 등(1990)은 내부서비스품을 서비스품질 격차 중 전달격차(Delivery Gap ; 서비스품질명세-서비스 전달 차이)와 관련된 것이라고 하고 이러한 격차를 해소하기 위한 수단으로서 팀워크, 종업원-직무적합성, 기술-직무적합성, 지각된 통제, 감독통제 시스템, 역할갈등, 역할모호성 등 일곱 가지 요인을 제시하였다.

Atkins 등(1996)이 병원 간호사들을 대상으로 조사한 결과 종업원의 욕구는 직무와 관련된 과업과 같은 내적요인과 임금, 신분안정, 감독, 역할 갈등, 조직구조, 직무분위기와 같은 직무의 외재적인 면을 포괄한 외적요인으로 구분한다. 그리고 외적요인은 다시 경제적요인과 비경제적 요인으로 구분하였다.

Hallowell 등(1996)의 연구에 따르면 종업원의 욕구는 크게 경제적인 욕구와 비경제적인 욕구로 구별할 수 있고 비경제적 요인이 경제적 요인보다 종업원만족에 상대적으로 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 종업원만족에 영향을 미치는 비경제적 요인들을 내부 서비스품질 이라고 규정 하면서 경제적 요인과의 상대적 영향력을 실증적으로 비교하였다.

내부서비스품질 구성요소로 정보체계와 관련한 도구, 정책과 절차, 팀워크, 관리지원, 목표공유, 커뮤니케이션, 보상과 인정, 효율적인 훈련 등 8가지를 제안하였다.

2.4 내부고객 만족

내부고객이라는 용어는 프로세스와 지속적인 향상이라는 관점 모두가 관련 되는 것으로 많은 조직들이 품질향상과 비용 절감을 동시에 이루고자 노력하는 시기인 1980년대 에 출현하였다(Davis, 1992).

내부고객만족은 부서 간 만족도라 불리 우며 서비스를 생산하는 과정의 적합성을 측정 하는 것이다. 즉 내부고객만족은 고객만족경영의 성공을 위해서 중요한 것으로 기업의 종업원을 대상으로 한다. 내부고객만족은 일선 지점 조직의 종업원이 느끼는 관련부서로부터 업무협조의 적절성, 합목적성, 신속성, 효과성을 측정하여 이를 진단하고 개선하는데 활용한다.

조직은 내부고객과 외부고객이 매우 빈번하게 상호작용을 한다. 내부고객이 경험하고 느끼는 것은 고객 접촉 시 고객에게 그대로 전달된다. 따라서 내부고객이 자신들의 직무에 대해 제대로 파악하고 있는지의 여부는 고객들이 서비스 품질을 어떻게 지각하는지에 통계적으로 유의한 영향을 미친다고 하였다(Schneider and Bowen, 1993).

내부고객만족을 위해서는 직무와 관련한 과업과 같은 내적요인과 조직구조, 직무 분위기, 임금, 신분보장, 감독, 역할갈등, 역할 모호성 같은 직무 외적인 면을 포함한 외적 요인을 고려해야 하며 외적요인은 경제적 요인과 비경제 요인으로 구분된다.

내부 만족에 대한 영향을 미치는 요인들 간에 상대적 영향력에 있어서는 외적요인이 내부고객만족에 높은 상관관계를 보이는 것으로 나타났다(Atkins 외, 1996). 외적 요인 중에서도 비경제적 요인이 내부고객만족에 상대적으로 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다(Hallowell 외, 1996).

2.5 서비스지향성

서비스 지향성은 경영진의 정책, 업무처리 절차 및 경영 목적에 내포된 철학이며 조직의 에너지를 고객에게 서비스를 제공하는 대인적 문제보다는 규칙, 절차와 시스템 관리를 강조하는 조직 중심적 서비스 지향성과 조직이 고

객에게 서비스를 제공하는데 있어 고객들과 유연하고도 개방적인 형태의 관계를 유지하려는 고객 중심적 서비스 지향성의 두 가지로 구분하였다(Parkington and Schneider, 1979)

Hogan and Busch(1984)는 서비스 지향성 지수(Service Orientation Index : SQI)라 불리는 서비스 지향성 평가기준을 개발하면서 서비스 지향성을 조직의 목표 달성을 위하여 조직 구성원 상호간에 도움을 주고 협조적이 되고자 하는 개인의 태도라 정의하였다.

서비스 지향성은 서비스 기업이 경쟁자들에 비하여 서비스 차별화 노력과 반응을 가정하는데, 이것은 서비스 지향성이 높은 기업일수록 경쟁자에 비하여 자신들의 고객들 에게 우월한 가치를 제공한다는 것을 의미한다(Berry 외 1994).

고객의 서비스 지각은 종업원의 서비스 지향성과 높은 관련이 있으며 이러한 점에서 서비스 지향성은 도움을 주고자 하며 사려 깊으며 섬세하고 협동적인 종업원의 경향이 라고 할 수 있으며, 서비스 지향적인 종업원은 고객의 욕구에 주의 깊으며 즐거우며 예의 바르게 반응하는 경향이 있다고 하였다(Schlesinger 외, 1980).

이학식(1998)은 서비스 지향성이 조직의 공통적 목표를 위해 일하게 할 수 있으며, 공통적인 목적 달성을 통하여 종업원들에게 기업에 기여하였다는 느낌을 주고 소속감을 갖게 한다고 하였다.

2.6 교육(훈련)성과

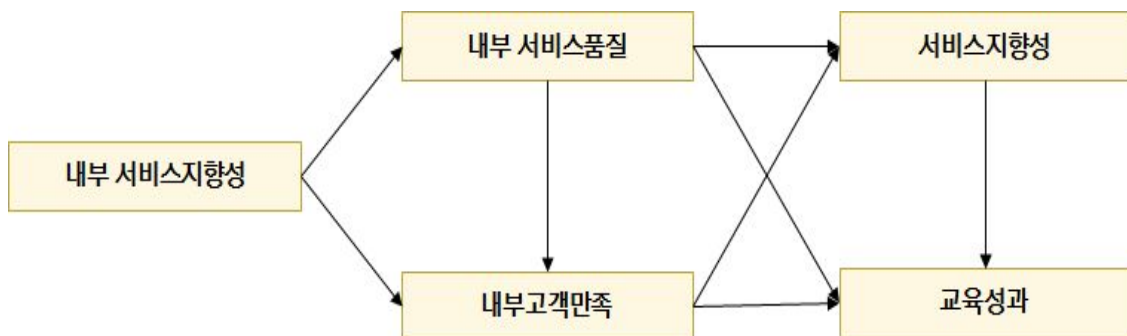
기업에서 교육훈련은 개인의 지식, 기능, 태도의 습득을 통하여 개인의 업무현장에 적용하고, 조직의 수행성과 향상에 기여하는 것을 목적을 하고 있다면, 직업훈련기관에서 구직자들을 대상으로 이루어지고 있는 직업훈련은 그들이 취업할 수 있도록 산업과 직업에서 요구하는 역량을 습득하는데 그 목적이 있다. 이에 구직자 대상 직업훈련(계좌제훈련, 국가기간, 전략산업직종훈련)에서의 훈련성과는 훈련생이 선택한 훈련과정에 참여하였을 때 훈련생이 이를 통해 취업을 성공하였는지 여부라 할 수 있을 것이다(정란, 2014).

Ⅲ. 연구방법론

3.1 연구모형

Carr(1990)은 고객을 직접 접촉하는 직원들이 고객과 같이 소중하게 인식되어 질 때만이 업무가 잘 수행되어질 수 있고, 관리자와 지원부서 직원들은 고객직접 접촉 직원들이 최종의 사용자인 고객들을 만족시킬 수 있도록 도와주어야 함을 지적하고 있다. 즉, 고객직접접촉 직원들의 만족은 분명히 효과적인 마케팅 전개를 위한 선결조건이다(McLeod, Iverson, and Bittigieg 1995). Rapert 등(1998)은 품질 지향적인 전략은 고객들의 만족과 기업에 대한 전반적인 이미지의 형성에 큰 영향력을 가지며, 특히 품질에 대한 고객들의 기대는 시장 점유율의 확대, 기업전반의 운영성과, 순 매출액의 증가 같은 재무적 측면에 대하여 다양한 영향을 미친다고 보았다. 또한, 서비스기업에 있어서 고객직접접촉 직원들의 만족과 동기 부여정도는 최종고객에게 제공되는 서비스품질을 결정할 때 매우 핵심적인 요인이며(Rosenbluth and Peters, 1992) 이러한 요인들을 위해서 기업의 입장에서 볼 때 내부고객에게 제공되는 내부서비스품질은 대단히 중요함이 강조된다.

내부서비스 품질의 측정모형은 Parasuraman 등 (1988)이 제안한 SERVQUAL 과 Parasuraman(1991)이 응용한 INTQUAL모형을 변형하여 사용하였다.



<그림 3-1> 연구모형의 설정

본 연구에서는 위 모형들을 토대로 하여 내부서비스지향성이 내부서비스 품질과 고객직접접촉 직원인 내부고객에 의하여 지각되는 내부고객만족의 기대 수준을 측정하고 지각된 서비스 기대수준이 외부서비스지향성과 교육성과에 어떠한 영향을 미치는지를 검증하기 위하여 <그림 3-1>과 같은 연구모형을 제시하였다.

3.2 연구가설의 설정

본 연구에서는 내부고객에 대한 서비스지향성을 발휘하여 그 효과로 인해 내부직원들의 서비스품질 및 만족이 증가한다는 가설에서 출발된다. 내부 서비스지향성은 최고경영자가 직원에게 서비스품질을 강화시키기 위한 교육 및 지원, 본인의 리더십으로 구분될 수 있다.

내부 서비스품질의 강화 및 만족한 직원들은 고객에 대한 서비스지향성이 증가할 것이며, 외부고객에 대한 서비스지향성은 결과적으로 교육성과(취업률)로 나타날 것임으로, 본 연구의 가설을 설정하고, 각 변수간의 관계를 밝히고자 한다.

3.2.1. 내부서비스지향성과 내부서비스품질과의 관계

조직의 서비스지향성의 중요성을 강조하기 위한 연구는 탁월한 서비스를 제공하기 위해 조직전반의 서비스에 대한 관심의 필연성에 대해 강조하고, 이러한 관심이 조직성파에 얼마나 중요하게 작용하는지를 설명하고자 한 연구들이다. 이러한 연구들 중 대표적인 연구로 Heskett 외(1994)의 연구를 들 수 있다. 그들은 서비스-수익 사슬(service-profit chain)을 제시하면서 조직내부의 서비스 품질과 기업의 매출액 성장이나 수익성간의 유기적 관계에 대해 연구하였다. 서비스-수익 사슬이란, 조직내부의 서비스 품질이 종업원만족에 영향을 미치고, 종업원 만족은 종업원 유지 및 생산성에 영향을 미치게 되며, 이는 고객의 지각가치에 영향을 주고, 고객의 지각가치는 고객만족에 영향을 주게 되는 선순환의 고리를 만들게 된다는 것이다. 즉 성공적인 서비스 관리

자가 되기 위해서는 조직의 수익성을 유도할 수 있는 요인에 관심을 가져야 한다고 하였으며, 이러한 요인들로는 종업원이나 기술, 훈련관행 및 보상과 같은 조직 내부적 측면에 대한 것이고 이에 대한 투자가 수익성을 이끌어 낼 수 있다고 하였다. Zeithaml and Bitner(1997)는 서비스지향성 시스템을 구축하기 위해서는 서비스지향적인 내부 프로세스, 기술과 장비의 이용과 더불어 내부서비스품질의 측정이 필요하다고 하였다. 즉, 고객이 만족할 수 있는 서비스 품질을 제공하기 위해서는 서비스를 제공하는데 거쳐야 하는 프로세스를 고객중심으로 설계해야 하며, 여기에는 기술과 장비의 이용이 필수적이다. 예를 들어 콜센터의 상담원들이 컴퓨터 모니터로 고객의 과거 기록을 보면서 상담을 하는 시스템을 갖추게 되면 기업은 초기에 상당한 투자비용을 감수해야 하지만, 상담시간을 단축할 수 있고 정확한 서비스의 제공이 가능해 진다. 조직의 종업원들은 업무의 흐름에 있어서 서로 연결되어 있으므로 다음 공정의 종업원이 이전 공정의 종업원에게는 내부고객이 된다. 그러므로 내부서비스 품질을 측정하고 관리하는 것은 내부고객의 만족을 높일 수 있는 수단이 되며, 결국에는 외부고객의 만족도 향상시킬 수 있게 된다. 또한 Lytle 외(1998)은 서비스 지향적 인력관리에 대해 종업원의 채용과 교육훈련, 서비스 관련 행위에 대한 보상 등이 서비스품질과 조직의 성과에 직접적인 영향이 있음을 주장하고, 서비스 지향적인 인력관리를 위해서는 서비스 교육훈련과 서비스 성과에 대한 보상을 측정해야 한다고 제시하였다(김재열, 2005).

H1 : 내부 서비스지향성은 내부 서비스품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2. 내부서비스지향성과 내부고객만족과의 관계

조직이 서비스지향성을 추구함으로써 궁극적으로 기대하는 효과는 사업성과의 제고라고 할 수 있는데, Kohli and Jaworski(1990)는 이를 내부구성원 만족 측면에서 설명하고 있다. 즉, 서비스지향성 정도가 높을수록 구성원들의 사기, 직무만족, 조직몰입이 향상된다는 것이다.

특히 Parasuraman 외(1988)은 서비스기업의 경우 구성원들의 사기는 사업 성과에 결정적인 역할을 하기 때문에 서비스품질을 향상시킴으로써 고객만족을 통해 성과를 제고시키기 위해서는 구성원만족을 유도해야 한다고 하였으며, 이는 서비스지향성을 추구함으로써 가능할 것이라고 하였다.

Siguaw 외(1994)의 연구결과에서도 서비스지향성 정도가 높아질수록 사원들의 사기, 직무만족 및 조직몰입 등과 같은 구성원만족 측면에도 영향을 주게 되어 결국 사업성과를 향상시키는 것으로 나타났다. 국내 연구로 이용기 등(1996)의 연구에서는 시장지향성 정도가 높을수록 사원만족이 높아지고, 사원만족이 높을수록 성과도 제고되는 것으로 나타나, 시장지향성과 성과간의 관계에 있어서 사원만족의 매개역할이 밝혀내었다. 그들은 사원들의 동기부여를 강조하는 내부마케팅 측면에 대한 최고경영자의 관심이 요구된다는 제안을 하였다.

H2 : 내부 서비스지향성은 내부고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.3. 내부서비스품질과 내부고객만족과의 관계

Hallowell 등(1996)은 내부서비스품질과 고객만족, 직무만족에 관한 연구에서 내부서비스품질의 구성요소가 고객만족 및 종업원의 직무만족에 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 특히 내부서비스품질이 직접적으로 고객만족에는 영향을 미치지 않을 지도 모르나 종업원의 만족을 이끌어 냄을 밝힘으로써 내부서비스품질과 내부고객 만족과의 관계성을 입증하였다.

Schlesinger and Heskett(1991)는 종업원들에게 제공되는 내부서비스품질은 외부고객에게 제공되는 외부서비스품질의 전제조건이라 할 수 있다. 따라서 고객을 만족시키기 위해서는 종업원만족을 달성해야만 한다. 종업원들이 자신의 직무에 만족하지 못할 경우 고객의 충성도와 기업의 수익성에 직접적인 영향을 미치는 고객만족을 이끌어내기가 어렵기 때문이다.

Rosenbluth(1991), Heskett and Schlesinger(1994)는 종업원들이 자신의 직무에 만족 하지 못할 경우 기업의 수익에 직접적인 영향을 미치게 된다고 하

였다. 또한 Hallowell 등(1996)은 내부고객의 직무만족도가 직무에 대한 몰입이나 이직의도 등에 영향을 미칠 뿐만 아니라 고객만족 성과나 재무적 성과에도 영향을 미친다고 주장하였다.

곽동성, 강기두(1999)의 연구에서도 종업원만족은 내부서비스품질에 의해 영향을 받는 것으로 간주되고 있고 특히 종업원들의 서비스능력과 만족에 경제적인 요인보다는 비경제적 요인 즉, 내부서비스품질의 영향력이 상대적으로 큰 것으로 나타나 효율적인 내부마케팅프로그램 전개의 필요성을 말하고 있다.

H3 : 내부 서비스지향성은 내부고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.4. 내부서비스품질과 서비스지향성과의 관계

품질은 기업생존의 밑거름으로 고객확보 및 유지, 그리고 수익성에 지대한 영향을 미치는 핵심적인 요소이다. 제품품질은 제품자체의 물리적 속성이나 기능과 관련된 객관적 품질(objective quality)과 구매자 개인의 지각과 관련된 주관적 품질(subjective quality)로 구성된다(Kotler, 1994). Holbrook and Corfman(1985)은 객관적 품질을 기계적 품질(mechanistic quality)로 주관적 품질을 인간적 품질(humanistic Quality)로 정의하기도 한다. 지각된 품질(perceived quality)은 제품의 우월성, 혹은 탁월성에 관한 소비자의 판단이다(Zeithamal, 1988). 이것은 객관적, 실질적 품질과는 구별되는 주관적 개념으로 소비자의 인식 구조 내에서 특정속성보다는 높은 수준의 추상적 개념(higher level abstraction)이고, 한 소비자의 환기상표군내에서 행해지는 제품에 대한 판단이라는 특성을 지니고 있다. 소비자의 품질지각은 제품 자체의 물리적 속성(맛, 성능, 색깔, 음질 등)과 제품품질 자체와 관련이 없는 외적인 속성(상표, 가격, 점포이미지 등)에 영향을 받는다(Jacoby and Olson, 1985). 특히 내재 단서의 이용이 가능하지 않은 초기 구매상황이거나 내재 단서를 평가하는데 그 단서의 가치보다 더 많은 시간과 노력을 요구할 경우, 그리고 품질을 평가하기가 어려울 때, 소비자들은 내재 단서보다 외재 단서

에 더 의존한다(Zeithamal, 1988).

서비스는 무형성의 특징을 가지고 있으므로 객관적으로 품질을 평가하는 것이 어렵기 때문에 소비자들이 인식하는 주관적 품질이 더 중요하다.

Grönroos(1984)는 서비스품질을 소비자들이 서비스를 제공받는 과정과 관련된 기능적 품질(과정품질)과 서비스의 결과로 고객들이 얻는 기술적 품질(결과품질) 등 두 개 차원으로 측정하였다. 이후 Parasuraman 외(1988)은 서비스 품질을 특정 서비스에 대한 전반적인 우수성의 판단으로 정의하고 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성 등 다섯 차원으로 구성된 기대-성과 모형인 SERVQUAL을 제안하였다. 그러나 이 모형은 이후의 여러 연구자들로부터 서비스 품질을 제대로 측정할 수 있는가에 대한 도전을 받게 되었다. Cronin and Taylor(1992)는 지각된 서비스 품질을 성과에만 의존하는 것으로 개념화한 SERVPERF를 제안하면서 SERVQUAL 보다 우수함을 보였고, Teas(1993)도 자신이 개발한 EP (Evaluated Performance) 척도가 SERVQUAL 보다 타당한 모형이라고 주장한 바 있다. 또한 이유재·라선아(2003)의 연구에서는 SERVQUAL을 활용한 연구들이 기대를 생략하고 측정함으로써 Cronin and Taylor(1992)의 모형처럼 결과품질에 중심을 두고 있다고 지적하였다. 이러한 논의는 서비스 품질의 측정에 있어서 과정적인 요소와 결과적인 요소를 함께 고려하는 Grönroos(1984)의 제안을 재평가하는 것으로 이해될 수 있다.

고객에게 우수한 서비스를 제공하는 기업은 시장에서의 성과가 향상되는데 시장점유율은 높고 (Bowen and Hedges, 1993 ; Philips 외 1983), 기업의 수익과 재무적 성과에도 긍정적인 영향을 미친다(Reichheld and Sasser, 1990 ; Rust 외 1995 ; Zeithaml 외 1996). 서비스분야의 연구들에서 고객만족의 선행변수로 논의된 것 가운데는 기업이 제공한 품질과 가치(Cronin 외 2000), 지각된 품질(Parasuraman 외 1988 ; Cronin and Taylor, 1992 ; Anderson and Sullivan, 1993) 등 품질과 관련된 변수들이 빈번하게 언급된다. 높은 서비스 품질은 고객만족을 증가시키고(Cronin and Taylor, 1992 ; Zeithaml 외 1996 ; Spreng and Mackoy, 1996) 이를 바탕으로 고객유지효과가 있다(Fomell and Wemerfelt, 1987). 유동근 외(1998)의 연구에서는 시

장지향성이 서비스품질에 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 이와 같은 선행연구들에 의하면 서비스품질과 고객만족 간의 관계는 명확해 보이고 일반적으로 많은 연구자들은 서비스품질이 고객만족의 선행요인이라는 데 동의하고 있는 것으로 보인다.

H4 : 내부 서비스품질은 서비스지향성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.5. 내부 고객만족과 서비스지향성과의 관계

Hoffman and Ingram(1991) 연구에서는 직무만족과 고객지향성과의 관계를 검증 하였는데, 직무만족이론과 고객지향성간의 관계를 사회교환이론(social exchange theory)으로 설명하였다. 이 연구 결과로 개인이 긍정적인 감정 상태를 가지고 있을 때 사회적으로 바람직한 행동들을 더 자주하게 된다는 결과를 얻었음을 강조하고 있다. 즉 직무 만족은 조직원들의 긍정적인 감정 상태를 측정하는 중요한 변수가 되며 직무만족도가 높은 종업원일수록 대인관계에서의 민감성이 높아 고객의 이야기를 경청하고, 고객의 욕구와 필요성을 빨리 파악하며, 친절한 태도를 보이게 된다는 것이다.

Browi and Peterson(1993)은 판매원의 직무만족에 영향을 미치는 요인에 관한 메타 분석을 하였는데 연구결과 직무만족이 고객지향성에 영향을 주는 것으로 나타났다.

H5 : 내부 고객만족은 서비스지향성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.6. 내부적 영향력이 훈련성과에 미치는 관계

내부 서비스지향성은 내부 서비스 품질 및 내부고객의 만족에 영향을 미치고, 그 결과 외부적인 서비스지향성에 영향을 미칠 것으로 판단하였다. 즉, 내부적 역량강화 및 체계화는 궁극적으로 외부의 고객들로 하여금 성과를 유발하기 위한 수단으로써, 내적 영역에 해당하는 변수와 외부의 결과와는 직접적

인 영향관계가 있다고 판단하였으며, 그에 따른 가설을 설정하였다.

H6 : 내부 서비스품질은 교육성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H7 : 내부고객만족은 교육성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H8 : 서비스지향성은 교육성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.3 변수에 대한 조작적 정의

3.3.1. 내부 서비스지향성의 측정 항목

Kohli and Jaworski(1990)는 시장지향성(내부서비스지향성) 정도가 높을수록 해당 기업의 사원들의 사기, 직무만족, 조직몰입이 향상되어 성과를 제고시킬 수 있다고 주장하였다.

김맹진 외(2010)는 ‘접객서비스’, ‘보상’, ‘종사원 권한’, ‘교육지원 및 훈련’, ‘서비스 실패회복’의 변수를 통해 내부 서비스지향성을 측정하였고, 이생노 외(2014)는 ‘서비스 리더십’, ‘서비스 접점’, ‘서비스 시스템’, ‘서비스 보상’에 대한 변수를 사용하였다. 이에 본 연구에서는 이생노 외(2014)의 연구를 기반으로 하여, ‘서비스 리더십’, ‘서비스 접점’, ‘서비스 보상’에 대한 변수를 사용하고자 한다.

<표 3-1> 내부 서비스지향성의 선행연구 측정 항목

비고	김맹진(2010)	이생노(2014)
변수	접객서비스 보 상 종사원 권한 교육지원 및 훈련 서비스 실패회복	서비스 리더십 서비스 접점 서비스 시스템 서비스 보상

<표 3-2> 내부 서비스지향성 측정항목

변수	측정항목	참고문헌
내부 서비스 지향성	*서비스 리더십: 경영층이 조직을 위한 서비스 정책의 분명한 설정 *서비스 접점: 동료 종사원의 관심에 대한 지각 수준 평가 *서비스 보상: 서비스에 대한 보상 및 인적자원 관리 평가	이생노 (2014)

3.3.2. 내부서비스 품질의 측정 항목

Reynoso and Moores(1995)는 위의 SERVQUAL를 기반으로 내부 서비스 품질의 측정도구를 개발하였는데 10개의 내부 서비스 품질 구성요소를 파악하였다. 이는 신뢰성, 대응성, 능력성, 의사소통, 이해성, 정중성, 신용성, 접근성, 유형성, 비밀성 등이다. 본 연구에서는 직업훈련학교와 관계성에서 중요한 변수를 3가지로 분류하여 조사하고자 하였다. 첫째로는 반응성으로 학교 내에 피 교육생과의 관계를 나타내고자 하였으며, 둘째로 신뢰성은 교사와 학생간의 믿음정도, 직무적합성은 직업훈련학교에서의 교육성과를 잘 달성할 수 있는 능력을 평가하고자 하였다.

<표 3-3> 내부 서비스품질 측정항목

변수	측정항목	참고문헌
내부 서비스 품질	*반응성: 고객에게 신속하고 즉각적인 서비스를 제공하려는 의지 *신뢰성: 약속한 서비스를 믿을 수 있고, 정확하게 이행하는 정도 *직무 적합성: 직원들의 기술과 그들 직무간의 조화	Reynoso and Moores (1995)

3.3.3. 내부고객만족의 측정 항목

내부고객만족의 개념에 대한 측정은 주로 직무만족도에 의하여 측정되고 있으며, 내부고객에 대한 직무만족도가 직무에 대한 몰입이나 이직의도 뿐만 아니라 고객만족성이나 재무적 성과 등에 미치는 영향에 대해 규명하고자 한 연구들이 활발하게 진행되어 왔다(Hallowell, Schesinger and Zornitsky, 1996). 일반적으로 직무만족을 구성하는 주요 요소는 직무 그 자체(work-itself), 급여(salary), 승진기회(promotional opportunities), 감독(supervision), 동료 작업자(co-workers)등이 있다. 따라서 관련변수를 종합하여 내부고객만족에 대한 변수를 설정하고 5점 리커트(Likert)척도로 측정하였다.

<표 3-4> 내부 고객만족 측정항목

변수	측정항목	참고문헌
내부 고객만족	*내부고객 만족: 내부고객의 급여 및 보상에 대한 만족 및 직원간 교사간 관계의 만족	Hallowell (1996)

3.3.4. 서비스지향성의 측정 항목

서비스지향성은 표적고객의 욕구를 파악하고 또 경쟁자보다 좋은 욕구충족 활동을 수행하여 경쟁우위를 창출하려는 철학이고 행동이다. 서비스지향성 활동은 교육생에게 직업훈련학교에서의 상호만족을 달성하려는 지속적인 관계 속에서 수립된다고 보았다. Naver and Slater(1990)과Williams(1992)는 6개 영역 즉 고객이 만족스러운 의사결정을 하도록 도우려는 욕구, 고객이 그들의 욕구를 평가 하도록 도와주고 고객의 욕구를 충족시킬 수 있는 제품의 제시, 제품의 정확하게 설명되도록 구성된 고객지향(Selling Orientation-Customer Orientation : SOCO)척도에 고객대표성, 양자승리철학, 사후관리항목을 추가

하여 9개의 고객지향성을 개발하였다. 이를 통해 본 연구에서는 종사자의 서비스지향성을 서비스제공 시 고객을 위한 종사자의 태도, 행동이라 정의하고 그 관계에 대해 5점 리커트(Likert)척도로 측정하였다.

<표 3-5> 서비스지향성 측정항목

변수	측정항목	참고문헌
서비스 지향성	*서비스 접점 노력: 고객과 접점 시 직원의 노력 여부 *자발적 서비스 노력: 고객을 향한 자발적인 노력	Naver and Slater (1990) Williams (1992)

3.3.5. 교육성과의 측정 항목

기업에서 교육훈련은 개인의 지식, 기능, 태도의 습득을 통하여 개인의 업무현장에 적용하고, 조직의 수행성과 향상에 기여하는 것을 목적을 하고 있다 면, 직업훈련기관에서 구직자들을 대상으로 이루어지고 있는 직업훈련은 그들이 취업할 수 있도록 산업과 직업에서 요구하는 역량을 습득하는데 그 목적이 있다. 따라서 취업률을 바탕으로 한 측정은 교육훈련학교의 가장 큰 성과의 목표라 할 수 있으므로, 변수로 설정하여 5점 리커트(Likert)척도로 측정하였다.

<표 3-6> 교육성과 측정항목

변수	측정항목	참고문헌
교육성과	*취업률: 직업훈련학교를 통한 자각된 취업의 성공여부로 측정	장혜정 (2011)

3.4 자료의 수집 및 표본의 특성

3.4.1. 자료의 수집 방법

본 연구는 직업전문학교에 종사하는 학교직원 및 강의를 담당하고 있는 교. 강사를 중심으로 표본을 선정하였다. 이들은 직업전문학교의 운영 및 과목별 상황을 정확히 알고 있으며 교원의 직무 실태를 파악하고 있고 직업전문학교 학생의 학교에 대한 반응에 대하여서도 가장 민감하게 파악하고 있으므로 설문지 질문에 대한 응답 의견을 종합하여 성의껏 답하여 줄 것을 유도하였다.

설문지는 전국을 대상으로 하였으며, 직업전문학교에 등록된 업체를 중심으로 각 지역을 무작위로 선정하여 각 학교에 방문 또는 우편, 인터넷을 통해 설문을 얻었으며, 9월 1일부터 9월 30일에 걸쳐 총 250부를 배포하였고 그 중 206부의 설문지를 회수하여 82.40%의 회수율을 보였다. 회수된 206부의 설문지 중 불성실하게 응답한 것으로 판단되는 19부의 설문지는 분석 대상에서 제외하여 187부를 실증분석에 사용하였다.

3.4.2. 표본의 특성

분석을 위해 전국의 직업전문학교의 전문교사 및 행정직원을 대상으로 한 설문에서, 187표본의 유효 표본을 선정하였으며, 인구 통계적 분석 결과, 남자, 40~49세가 가장 많이 나타났으며, 총 근무경력에는 10년 전후가 가장 많으며, 현 직장에서는 5년 미만이 높게 나타났으며, 좌석수 에서는 200석 미만이 가장 많으나, 500석 이상의 비율도 높게 나타났다.

<표 3-7> 응답자들의 인구통계학적 특성 (총 187명)

(단위:명 %)

구분	항목	인원	비율
성별	남자	119	63.64
	여자	68	36.36

<표 3-7> 응답자들의 인구통계학적 특성 (총 187명)

(단위:명 %)

구분	항목	인원	비율
연령	20~29세	11	5.88
	30~39세	66	35.29
	40~49세	80	42.78
	50~59세	19	10.16
	60세 이상	11	5.88
총 근무경력	5년 미만	58	31.02
	5년 ~ 10년	58	31.02
	10년 ~ 15년	48	25.67
	15년 ~ 20년	16	8.56
	20년 ~ 25년	4	2.14
	25년 이상	3	1.60
현기관 근무경력	5년 미만	104	55.61
	5년 ~ 10년	57	30.48
	10년 ~ 15년	22	11.76
	15년 ~ 20년	3	1.60
	20년 ~ 25년	1	0.53
좌석수	100석 미만	41	21.93
	100~200석 미만	56	29.95
	200~300석 미만	20	10.70
	300~400석 미만	15	8.02
	400~500석 미만	9	4.81
	500석 이상	46	24.60

IV. 연구결과

4.1 측정도구의 신뢰성 및 타당성 검증

4.1.1. 측정도구의 신뢰성 검증

신뢰성(reliability)은 측정도구의 정확성이나 정밀성을 나타내는 것으로 안정성(stability), 일관성(consistency) 혹은 동질성(homogeneity), 예측 가능성(predictability) 그리고 정확성(exactness)과 동일한 의미를 갖는다. 신뢰성 분석(reliability analysis)은 동일한 개념이나 대상을 독립된 측정방법으로 여러 번 측정하거나 한 가지 측정도구로 반복 측정했을 때 일관성 있는 결과(consistent result)를 산출하는 정도와 관련이 있다.

일반적으로 자료의 신뢰성 분석을 위한 방법으로는 재측정법(test-retest method), 대체적 형태법(alternative form method), 항목이분법(split half method) 그리고 내적일관성법(internal consistency method) 등이 있다. 이들 중 크론바하 알파(Cronbach's α ; Cronbach's coefficient alpha)라는 신뢰계수(reliability coefficient)를 이용하는 내적일관성법이 가장 일반적으로 사용된다.

본 연구에서는 내적일관성(internal consistency reliability)에 의거하여 신뢰도를 검증하였다. 내적일관성법이란 동일한 개념을 측정하기 위하여 여러 개의 항목을 이용할 경우 신뢰성을 저해하는 항목을 식별하여 이를 측정도구에서 제외시킴으로써 측정도구의 신뢰성을 높이는 방법이며 크론바하 알파(Cronbach's Alpha: α)값을 이용하여 분석하였다.

Nunnally(1978)는 탐색적인 연구 분야에서는 크론바하 알파값이 0.6이상이면 충분하고, 기초연구 분야에서는 0.8 이상 그리고 중요한 결정이 요구되는 응용연구 분야에서는 0.9 이상이어야 한다고 주장하였다.

크론바하 알파(Cronbach's Alpha: α)값의 분포는 내부만족이 0.919로 가장 높으며 서비스지향성 중 자발적 서비스의 경우 0.678로 가장 낮게 나타났다. 그러나 Nunnally(1978)의 연구에서 탐색적인 연구 분야에서 크론바하 알

과값이 0.6이상이면 충분하다는 주장에 따라, 충족하였다고 할 수 있으며, 자발적 서비스 변수를 제외하고는 신뢰계수는 <표 4-1>과 같이 0.8 이상으로 나타나 측정도구의 신뢰성이 높은 것으로 나타났다.

<표 4-1> 측정도구의 신뢰성 분석 결과

요인		변수	Cronbach의 알파
내부 서비스지향성	서비스리더십	2	0.874
	서비스접점	3	0.911
	서비스보상	3	0.890
내부서비스품질	반응성	3	0.908
	신뢰성	3	0.871
	직무적합성	2	0.878
내부고객만족		4	0.919
서비스지향성	서비스지향접점 노력	3	0.893
	자발적서비스 노력	2	0.678
교육성과	취업률	2	0.870

4.1.2. 측정도구의 타당성 검증

타당성(validity)이란 측정하고자 하는 개념을 얼마나 정확히 측정하였느냐 하는 문제로 평가 방법에 따라 내용 타당성(content validity), 기준에 의한 타당성(criterion-related validity), 개념 타당성(construct validity) 세 가지로

나누어 볼 수 있다(Kerlinger and Howard, 1999).

내용 타당성이란 측정도구 자체가 측정하고자 하는 개념을 정확히 반영하고 있는가를 의미한다. 그러나 내용 타당성은 실제 추론에만 의존할 뿐 구체적으로 평가할 수 있는 방법이나 절차가 제시되지 않고 있어 실제 사용상 제약이 있다.

기준 타당성은 한 개념의 측정치가 미래의 다른 개념의 상태변화를 예측할 수 있는 정도를 측정하는 것으로 예측 타당성(predicted validity) 이라고도 한다. 따라서 특정한 변수 사이의 통계적인 관계를 규명하는 것으로 측정도구에 의해 얻어진 측정치와 기준과의 상관관계가 그 정도를 결정하게 된다. 그러나 실제 조직 연구에서 기준관련 변수가 존재하지 않는 경우가 많아 사용상 제약이 따른다.

개념 타당성은 연구자가 측정하고자 하는 추상적인 개념을 조작적 정의를 통해 선정된 측정도구가 얼마나 적절히 측정 할 수 있는가의 문제이다. 이러한 개념타당성을 측정하는 방법으로는 다속성 다측정 방법(multitrait multimethod matrix)과 요인분석을 이용한 방법 등이 있다. 요인분석의 기본 원리는 항목들을 상관관계가 높은 것끼리 묶어 내어 하나의 요인을 형성하게 하여 형성된 요인들을 상호 독립적이 되도록 하는 것이다.

본 연구에서는 문헌연구와 실무자 및 전문가 그룹과의 면담을 통해 설문항목을 수정 조정하는 절차를 거쳤으며 결과적으로 내용 타당성은 확보되었다고 판단 할 수 있다.

측정항목에 대한 통계적인 검정을 위하여 Amos 18.0 패키지를 이용한 확인적 요인분석을 실시하였다.

본 연구모형의 변수는 독립변수, 매개변수 및 종속변수로 분류되며 독립변수는 내부 서비스지향성을 측정하였으며, 외생변수로 서비스리더십, 서비스접점, 서비스보상 요인을 확인하였다. 독립변수와 인과관계가 설정되어있는 매개변수, 종속변수에 대해 일괄적으로 타당성 검토를 실시함으로써, 변수들 간의 다중공선성을 최소화 할 수 있게 설계하였으며, 모든 외생변수와 내생변수에 대한 확인적 요인분석을 실시하였고, 요인 적제값이 0.5이하인 변수에 대해서는 제거하는 과정을 거쳤다.

4.2 구조방정식모형의 판단 지수

구조방정식모형(Structural Equation Modeling; SEM)은 구조모델(structural model)과 측정모델(measurement model)로 구성되어 있다. 구조모델의 경우 잠재변수(latent variable) 간의 인과관계를 나타내는 반면에 측정모델의 경우 잠재변수와 이를 측정 해주는 관측변수(observed variable) 간의 관계를 나타내는 모형이라고 할 수 있다.

확인적 요인분석은 기존의 이론이나 경험적인 연구결과로부터 분석대상이 되는 변수에 관한 사전 지식이나 이론적 결과를 가지고 그 내용을 가설 형식으로 모델화하기 위한 방법이다. 또한 특정 가설을 설정하고 자료에서 관찰되는 관계를 어느 정도 잘 설명하고 있는가를 살펴본다. 연구자는 기존의 이론이나 경험적인 연구 결과로부터 분석대상이 되는 변수에 관하여 사전 지식이나 이론적인 결과를 가지고 있어 그 내용을 가설의 형식으로 모형화 한다(노형진, 2005).

설정한 연구가설을 검정하려면 모델이 어느 정도 수용될 수 있는지를 판정하는 것이 요구되는데, 본 연구에서는 일반적으로 활용되고 있는 카이제곱 통계량(χ^2 검정)과 적합지수를 활용하였다. 구조방정식 모형의 적합도를 판단하는 기준은 <표 4-2>와 같다.

χ^2 검정은 모형의 양호도 혹은 불량도의 척도이다. 모형의 완전성 즉 모형이 모집단 자료에 완전하게 적합하다는 귀무가설을 검정한다. 통계적으로 유의한 χ^2 는 귀무가설을 기각하여 모형이 적합하다는 가능성을 시사한다. 따라서 자유도와 비교하여 χ^2 가 크면 적합도가 낮고, χ^2 가 작으면 적합도가 높다고 할 수 있다. p-value는 0.05보다 크거나 같으면 통계적으로 유의함을 의미한다. χ^2 는 표본의 수에 따라 변화하는 모습을 보이고 값의 경우 표본크기에 민감하게 반응하기 때문에 항상 옳은 것만은 아니다.

또한 모형의 적합도를 살펴보는 적합지수는 기초적합지수(Goodness Fit Index; GFI), 수정적합지수(Adjusted Goodness Fit Index; AGFI), 비표준적합지수(Normed Fit Index; NFI) 그리고 비교적합지수(Comparative Fit

Index; CFI)등은 0.9 이상이고 1에 가까울수록 바람직하며, 잔차제곱평균 제곱근(Root Mean Square Residual; RMR)은 0.05(또는 0.07)이하이거나 0에 가까울수록 양호하다. 근사제곱근 평균제곱오차(Root Mean Square Error of Approximation; RMSEA)는 0.05에서 0.08 사이 값이면 양호하고 0.05 이하이면 매우 좋다. 그러나 1 이상의 값이 나오면 검토 해 보아야 한다.

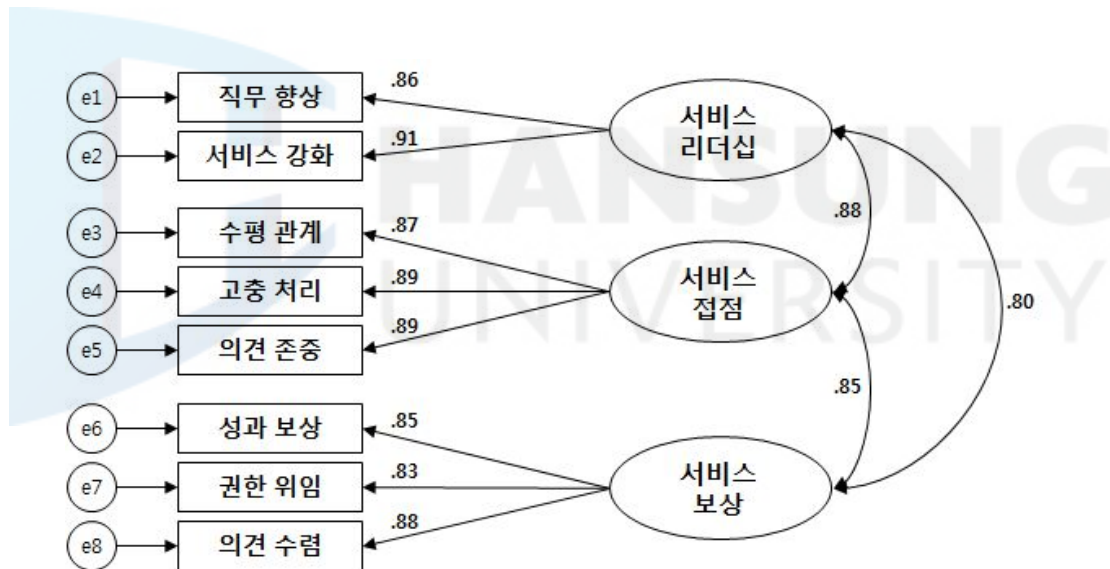
<표 4-2> 적합도 판단지수

	적합지수	수용성	해석기준
절대 적합 지수	- χ^2 (카이제곱 통계량)	χ^2 통계 표임계 치	χ^2 값은 작을수록 양호, p값 ≥ 0.05 ; 좋다
	-GFI : Goodness Fit Index (기초적합지수)	0-1	0.9이상
	-RMSEA : Root Mean Square Error of Approximation (근사제곱근평균제곱오차)	0-0.1	0.1-0.08 보통 0.08-0.05 양호 0.05이하 좋음
	-RMR : Root Mean Square Residual(잔차제곱평균 제곱근)	0-1	0.05이하 양호 0에근접 매우좋음
증분 적합 지수	-NFI : Normed Fit Index (표준적합지수)	0-1	0.9이상
	-CFI : Comparative Fit Index (비교적합지수)	0-1	0.9이상
간명 적합 지수	-AGFI : Adjusted Goodness Fit Index(수정 적합 지수)	0-1	0.9이상

4.3 구조방정식에 의한 확인적 요인분석

확인적인 요인분석(Confirmatory Factor Analysis: CFA)은 이론적인 배경 하에서 변수들 간의 기존 관계를 설정하고 요인분석을 이용하여 그 관계가 성립하는지 여부를 확인하는데 사용되는 방법으로 확정적인 목적을 갖는 방법이다. 본 연구에서 확인적인 요인분석은 다음과 같다.

내부 서비스지향성의 외생변수에 대한 확인적 요인분석 결과는 <그림4-1>과 같다. χ^2 가 32.812(df=17, p=0.012)이고, p-value는 유의하게 나타났다. χ^2 , p-value는 표본의 수에 따라 변화하는 모습을 보이고(Jöreskog and Sörbom, 1993) 표본수가 큰 경우에 χ^2 가 같이 커지는 경향이 있고 p-value는 0에 가까워지므로(강병서, 2002) 적합도 판정에 심각한 영향을 주지 못한다.



<그림 4-1> 매개변수 및 종속변수

Model	CMIN	DF	P	RMR
Default model	32.812	17	0.012	0.018

GFI	AGFI	NFI	CFI	RMSEA
0.962	0.920	0.974	0.987	0.071

0.9 이상의 값을 가져야 바람직한 GFI는 0.962, AGFI는 0.920, NFI는 0.974, CFI는 0.987이다. 또한 0.05 이하의 값이 바람직한 RMR이 0.018이

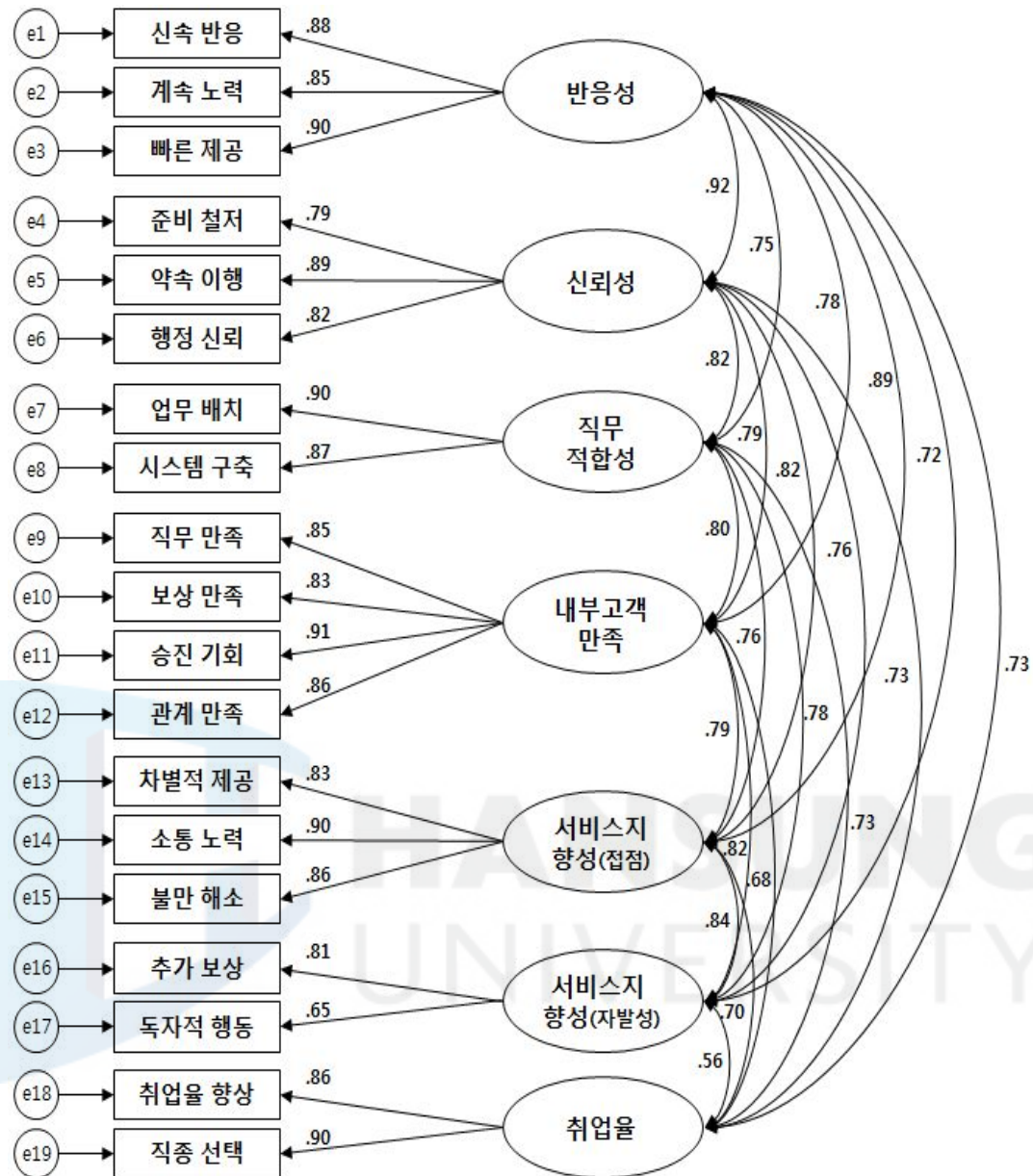
며, 0.05에서 0.08 사이 값을 가지면 양호한 RMSEA는 0.071이다. 공분산 구조방정식에 의한 것임을 감안할 때 적합도는 만족할 만한 수준을 확보하였다고 할 수 있다.

그리고 <표 4-3> 외생변수의 확인적 요인분석 결과표에서 보는바와 같이 이들 요인의 p-value가 0.05 이하로 유의하게 나타났다. 그리고 Standard Estimate를 S.E.으로 나눈 C.R(t-value)이 모두 1.965 이상이다. 또한 Standard Estimate이 서비스보상이 가장 낮은 0.830으로 나타나고 있어 적합도는 확보되었다.

<표 4-3> 외부변수의 확인적 요인분석 결과표

변수			Estimate	S.E.	C.R.	P
서비스 강화	←	서비스리더십 요인	0.906			
직무 향상	←		0.858	0.059	15.380	0.000
의견 존중	←	서비스접점 요인	0.893			
고충 처리	←		0.892	0.066	17.752	0.000
수평 관계	←		0.867	0.070	16.728	0.000
의견 수렴	←	서비스보상 요인	0.882			
권한 위임	←		0.830	0.063	14.480	0.000
성과 보상	←		0.847	0.066	14.992	0.000

교육서비스품질, 내부고객만족, 서비스지향성, 교육성과에 대한 확인적 요인분석 결과는 <그림4-2>과 같다. χ^2 가 201.911(df=129, p=0.000)이고, p-value는 유의하게 나타났다. 0.9 이상의 값을 가져야 바람직한 GFI는 0.902, AGFI는 0.855, NFI는 0.938, CFI는 0.976이다. 또한 0.05 이하의 값이 바람직한 RMR이 0.019이며, 0.05에서 0.08 사이 값을 가지면 양호한 RMSEA는 0.055이다. 공분산 구조방정식에 의한 것임을 감안할 때 적합도는 만족할 만한 수준을 확보하였다고 할 수 있다.



<그림 4-2> 매개변수 및 종속변수

Model	CMIN	DF	P	RMR
Default model	201.911	129	0.000	0.019

GFI	AGFI	NFI	CFI	RMSEA
0.902	0.855	0.938	0.976	0.055

본 논문에서의 매개변수 및 종속변수에 대한 확인적 요인분석을 한 결과에 대한 Estimate값은 <표 4-4>과 같이 나타났다.

<표 4-4> 매개변수 및 종속변수 확인적 요인분석 결과표

변수			Estimate	S.E.	C.R.	P
신속 반응	←	반응성	0.879	0.054	17.785	0.000
계속 노력	←		0.851	0.051	16.551	0.000
빠른 제공	←		0.900			
준비 철저	←	신뢰성	0.787	0.085	12.465	0.000
약속 이행	←		0.890	0.079	14.874	0.000
행정 신뢰	←		0.821			
업무 배치	←	직무적합성	0.904	0.064	15.718	0.000
시스템 구축	←		0.867			
직무 만족	←	내부고객만족	0.851	0.064	15.251	0.000
보상 만족	←		0.829	0.073	14.559	0.000
승진 기회	←		0.906	0.064	17.101	0.000
관계 만족	←		0.863			
차별적 제공	←	서비스지향성접점	0.826	0.072	14.237	0.000
소통 노력	←		0.898	0.067	16.461	0.000
불만 해소	←		0.858			
추가 보상	←	자발적서비스	0.810	0.156	8.803	0.000
독자적 행동	←		0.652			
취업률 향상	←	교육성과	0.859	0.07	13.765	0.000
직종 선택	←		0.900			

본 논문에서 사용되는 모든 변수의 확인적 요인분석 결과를 요약하면 <표 4-5>과 같다.

<표 4-5> 확인적 요인분석 결과

요인		문항	χ^2 p-value	GFI	RMSEA	RMR	NFI	AGFI	CFI
내부 서비스지 향성	서비스리더십	2	32,812 df=17 P=0.012	0.96 2	0.07 1	0.01 8	0.97 4	0.92 0	0.98 7
	서비스접점	3							
	서비스보상	3							
서비스품질	반응성	3	201.911 df=129 P=0.000	0.90 2	0.05 5	0.01 9	0.93 8	0.85 5	0.96 7
	신뢰성	3							
	직무적합성	2							
내부만족		4							
서비스지향성	서비스지향접점	3							
	자발적서비스	2							
교육성과		2							

χ^2 는 작을수록 바람직(p -value ≥ 0.05 이면 바람직), RMR: 0.05이하, RMSEA: 0.08이하, GFI: 0.900이상, AGFI: 0.900이상, CFI: 0.900이상, NFI: 0.900이상, t -value: 1.965이상, (t -value, C.R. = 비표준화 계수/ 표준오차)

4.4 상관관계 분석

확인적 요인분석을 실시한 후 각 요인으로 묶여진 변수들을 대상으로 상관관계 분석(correlation analysis)을 실시하였다. 상관관계 분석은 가설검정을 실시하기에 앞서 모든 변수들 간의 관계의 강도를 제시함으로써 변수 간 관계성에 대한 체계적인 윤곽을 제시해 준다(신영철, 2006).

Pearson상관계수 값은 각 변수와 요인 간의 상관관계의 정도를 나타내는 것으로 ± 0.5 이상이면 매우 높은 상관성을 가진 것으로 본다.

본 연구에서 사용된 변수들 간의 상관관계 분석결과는 <표 4-8>과 같다.

독립변수 상호 간의 상관관계는 서비스 리더십과 서비스 접점 간에 관계가 높게 나타났다($r < 0.786$). 다음으로 높은 상관관계를 보여주고 있는 것은 서비스 접점과 서비스 보상 간의 관계($r < 0.759$), 교육서비스품질의 반응성과 신뢰성간의 관계는 ($r < 0.820$)으로 높게 나타났다.

그러나 이러한 변수 간의 상관관계는 그 특성상 동질성은 있으나 내용적인 면과 방법상에서 보는 개념의 차이가 큼으로 각각의 변수로서 사용하는 데에는 무리가 없다고 판단된다.

<표 4-6> 상관관계 분석 결과

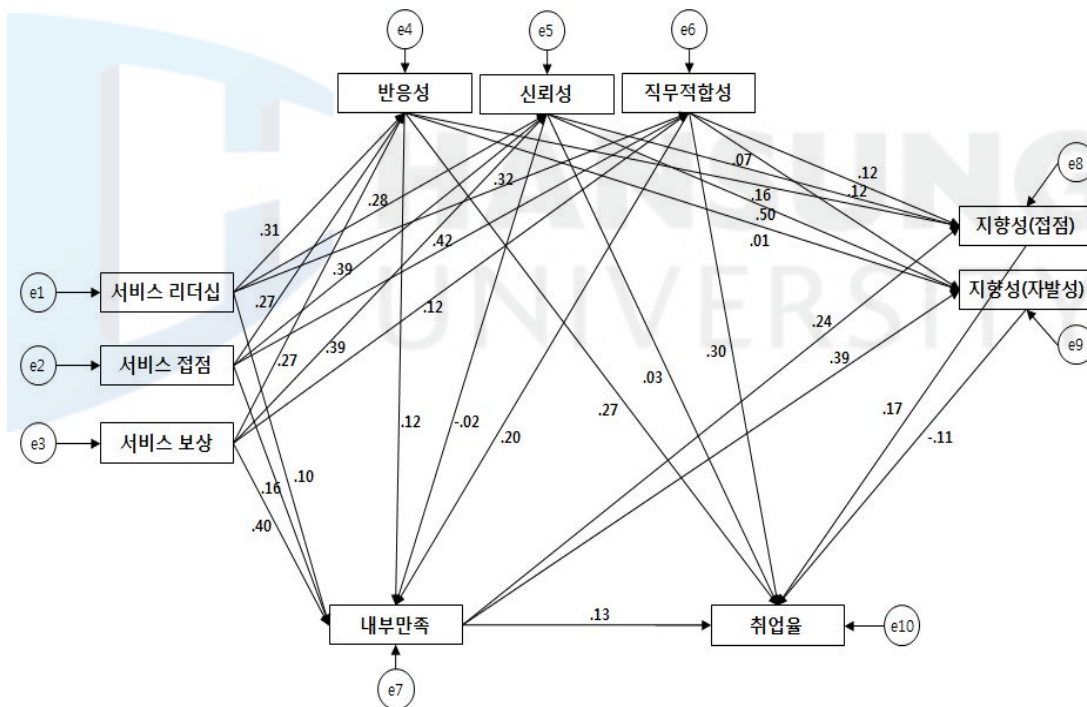
요인	서비스 리더십	서비스 접점	서비스 보상	반응성	신뢰성	직무 적합성	내부만족	서비스 지향접점	자발적 서비스	취업률
서비스리더십	1									
서비스접점	.786**	1								
서비스보상	.706**	.759**	1							
반응성	.718**	.725**	.701**	1						
신뢰성	.666**	.727**	.732**	.820**	1					
직무적합성	.635**	.640**	.689**	.661**	.713**	1				
내부만족	.718**	.753**	.811**	.716**	.709**	.719**	1			
서비스지향접점	.675**	.697**	.709**	.808**	.737**	.674**	.735**	1		
자발적서비스	.554**	.616**	.686**	.573**	.609**	.628**	.675**	.671**	1	
취업률	.601**	.598**	.544**	.657**	.612**	.635**	.609**	.632**	.451**	1

Pearson 상관계수(양쪽 검증): p -value: $p < 0.05$ 이하로 모두가 유의 함

4.5 가설의 검정

본 연구에서는 가설 검정의 경우 다수의 독립변수, 매개변수, 종속변수들 간의 인과관계를 알아보기 위한 모형의 경로들을 검정하기 위하여 Amos 18.0을 통한 구조방정식 분석(Structural Equation Modeling; SEM)을 실시했다.

구조방정식 분석을 위한 연구 표본의 크기에 대해서는 여러 가지 주장이 있으나 일반적으로 표본의 수가 100개에서 200개 정도면 가장적합하다. 따라서 본 연구에 사용된 표본 수는 187개로 표본크기에 대한 구조방정식 전제조건에는 문제가 없다고 판단된다.



<그림 4-3> 연구모형의 구조방정식

<i>Model</i>	<i>CMIN</i>	<i>DF</i>	<i>P</i>	<i>RMR</i>
<i>Default model</i>	<i>17.843</i>	<i>9</i>	<i>0.037</i>	<i>0.010</i>

<i>GFI</i>	<i>AGFI</i>	<i>NFI</i>	<i>CFI</i>	<i>RMSEA</i>
<i>0.982</i>	<i>0.888</i>	<i>0.990</i>	<i>0.995</i>	<i>0.073</i>

모형의 적합도를 평가하기 위하여 χ^2 , χ^2 에 대한 자유도(df)와 p-value, GFI, AGFI, NFI, CFI, RMR, RMSEA 등을 이용하였다.

연구된 구조방정식 모형에서는 <그림 4-3>에서 보여주는 바와 같이 GFI가 0.982, NFI가 0.990, CFI는 0.995로서 0.9 이상이며 AGFI만이 0.888로 양호한 기준 수치와는 차이가 근소하였다. 또한 RMR은 0.010, RMSEA는 0.073로 나타나고 있어 종합적으로 판단할 때 모형의 적합도는 충분히 확보되었다.

4.5.1. 구조방정식 결과에 따른 가설 검정

본 연구의 가설 검정은 연구모형의 적합도가 충분히 확보되어 이를 기초로 하였다. 수정 연구모형의 구조방정식 분석 결과에 따른 경로계수와 이에 대한 유의성 검증 결과는 <표 4-7>과 같다

<표 4-7> 연구모형의 구조방정식 결과

변수			Estimate	S.E.	C.R.	P	가설검증
반응성	←	서비스리더십	0.310	0.069	4.040	0.000	채택
신뢰성	←		0.135	0.071	1.758	0.079	기각
직무적합성	←		0.226	0.082	2.657	0.008	채택
반응성	←	서비스접점	0.272	0.071	3.265	0.001	채택
신뢰성	←		0.324	0.072	3.884	0.000	채택
직무적합성	←		0.144	0.084	1.561	0.118	기각
반응성	←	서비스보상	0.276	0.062	3.793	0.000	채택
신뢰성	←		0.391	0.064	5.371	0.000	채택
직무적합성	←		0.420	0.074	5.214	0.000	채택
내부만족	←	서비스리더십	0.101	0.065	1.539	0.124	기각
	←	서비스보상	0.403	0.061	6.144	0.000	채택
	←	서비스접점	0.158	0.065	2.227	0.026	채택
	←	반응성	0.124	0.078	1.729	0.084	기각
	←	신뢰성	-0.016	0.079	-0.212	0.832	기각
	←	직무적합성	0.205	0.059	3.555	0.000	채택
서비스지향접점	←	반응성	0.496	0.072	6.804	0.000	채택
	←	신뢰성	0.072	0.074	0.950	0.342	기각
	←	직무적합성	0.122	0.058	1.966	0.049	채택
자발적서비스	←	반응성	0.013	0.099	0.139	0.889	기각
	←	신뢰성	0.162	0.101	1.640	0.101	기각
	←	직무적합성	0.224	0.079	2.762	0.006	채택
서비스지향접점	←	내부고객만족	0.241	0.059	3.743	0.000	채택
자발적서비스	←		0.389	0.080	4.623	0.000	채택
교육성과	←	반응성	0.267	0.106	2.518	0.012	채택
	←	신뢰성	0.028	0.097	0.279	0.780	기각
	←	직무적합성	0.297	0.077	3.612	0.000	채택
	←	내부고객만족	0.134	0.082	1.501	0.133	기각
	←	서비스지향접점	0.170	0.100	1.725	0.084	기각
	←	자발적서비스	-0.110	0.073	-1.460	0.144	기각

첫째, 내부서비스지향성이 내부서비스품질에 대체적으로 긍정적인 관계를 갖는 것으로 나타났다. 서비스리더십, 서비스접점, 서비스보상이 내부서비스품질에 유의한 정(+)의 관계를 가졌으며, 서비스리더십이 신뢰성($p : 0.079$), 서비스접점이 직무적합성($p : 0.118$)에 미치는 영향은 기각되었다.

2011년 내일배움카드훈련이 본격화 되면서 훈련기관 난립, 훈련생 모집 저조로 전국의 많은 훈련기관들이 재정난 해결책으로 정규직보다는 상대적으로 급여부담이 적은 비정규직(시간강사 등)채용이 늘어나면서, 교직원들을 위한 선진기술 습득을 위한 내·외부 직무교육 및 인센티브나 보상, 격려 등 보상체계에 대한 서비스리더십이 신뢰성에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

또한 내일배움카드훈련은 차기연도 과정운영에 대한 연속성을 보장해 주지 못하였다. 서비스직종(미용, 요리, 제과제빵, 사무관리 등)은 과정개발에 특별한 문제점이 없음에도, 과다직종(훈련기관, 훈련생)이라는 사유로 정부는 과정승인을 불허하여, 훈련교사 및 행정직원의 많은 이직을 초래한 결과를 낳았다. 교직원의 갖은 이직은 교직원과의 수평적인 관계, 신속한 불만처리, 교직원의 인격과 의견 존중을 나타내는 서비스접점의 요인이 직무접합성에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

둘째, 내부서비스지향성이 내부만족에 미치는 영향은 서비스보상과 서비스접점요인은 내부만족에 영향을 미치는 것으로 나타났고 서비스리더십은 내부만족($p : 0.124$)에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

직업훈련기관에서도 인센티브나 보상, 격려, 권한위임 등 서비스보상과 신속한 불만해소, 수평적관계, 인격존중 등에 대한 서비스접점을 강화하면 높은 내부만족을 기대할 수 있는 것을 확인할 수 있다는 결과이다.

그러나 교직원의 직무능력향상을 위해 연간계획에 의한 교직원의 직무능력향상과 교직원의 서비스 강화해도 교직원은 업무량 증가와 휴식시간의 반납이라는 하나의 요인으로만 생각하여 내부만족에는 긍정적인 영향을 주는 것이 아니라는 연구 결과가 나타났다.

셋째, 직업훈련기관의 내부서비스품질 중 직무적합성은 내부고객만족에 유의한 정(+)의 관계를 가졌으며, 교육생 요구에 신속한 서비스를 제공하는 반응성($p : 0.084$), 연간 교수계획서에 기반한 강의제공, 믿을만한 신속한 행정업무 처리 등을 나타내는 신뢰성($p : 0.832$)은 내부고객만에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

담임교사는 차기연도 훈련과정 개발, 훈련생 선발을 위한 홍보, 중도탈락방지 및 훈련성과(취업률, 수료율 등)달성을 위한 목표가 명확한 훈련생 선발,

훈련개시 1주일 전까지 교수계획서 작성, 직업상담사와 더불어 취업지원, 수료 후 6개월간 미취업자 및 조기퇴직자를 위한 사후관리 등 과분한 직무에 비해 훈련기관의 열악한 재무상태 때문에 보수는 많지 않은 실정이다.

또한 직업훈련교사 양성을 슬로건으로 설립된 한국기술교육대학교 졸업자들 또한 민간훈련기관 훈련교사로서의 재직을 기피하는 것으로 나타나고 있다. 분명한 것은 훈련생 민원과 관련된 내부서비스품질 중 반응성, 신뢰성은 직업훈련의 훈련성과(취업률, 수료율)를 달성하고 직업훈련기관의 경영성과를 개선하는데 가장 중요한 변수라 아니 할 수 없다. 훈련교사의 직무를 분담하는 차원에서 홍보팀 신설, 취업을 전담하는 취업지원팀 운용 등 반응성과 신뢰성을 개선할 수 있는 연구가 필요하다 하겠다.

넷째, 내부서비스품질 중 반응성과 직무접합성은 서비스지향점점노력에 정(+)의 관계를 가졌으나, 신뢰성($p : 0.342$)은 기각되었다.

신뢰성은 훈련생에게 양질의 교육서비스를 제공하기 위한 사전노력과 훈련생의 만족도와 교육성과(취업률)를 향상시키기 위한 훈련 중 정확한 약속 이행 등은 의미 있는 내부서비스품질 요소 중 하나이다. 실업자훈련생들의 인구통계학적 요소 즉, 성별, 연령, 학력 등은 무척 다양하고, 실업상태에 있는 훈련생들의 불안정한 심리상태 등으로 인하여 불만 요소 또한 아주 다양하며, 극히 개인적인요소들이 많아 훈련 교. 강사, 행정직원들과의 마찰이 끝이지 않고 발생한다. 훈련생들과의 원활한 의사소통 및 신속한 불만해소 등은 교육성과에 지대한 영향을 미칠 것이다. 그러나 신뢰성 있는 교육서비스 제공은 교직원의 서비스점점노력과는 아무런 관련이 없는 것으로 판명 되었다.

다섯째, 내부서비스품질 중 직무적합성은 자발적 서비스 노력에 정(+)의 관계를 갖지만, 반응성($P : 0.889$)과 신뢰성($P : 0.101$)은 기각 되었다.

여섯째, 내부고객만족은 서비스지향성에 유의한 정(+)의 관계를 미치는 것으로 나타났다.

일곱째, 내부서비스품질중 반응성과 직무접합성은 교육성과에 정(+)의 관계를 가졌으나, 교수계획서에 의한 직업훈련, 행정직원의 신속한 반응 등을 나타내는 신뢰성은 교육성과(취업률) 개선에 큰 도움이 되지 않는 것으로 분석되었다.

여덟째, 내부고객만족($p : 0.133$)과 외부서비스지향성($p : 0.084$), 자발적서비스($p : 0.144$)은 교육성과에 영향을 미치지 않는 것으로 기각되었다.

4.5.2. 요인별 효과분석

요인별 간접효과를 살펴본 결과, 서비스 보상은 자발적서비스(0.363), 서비스지향점점(0.341), 교육성과(0.297)에 가장 큰 간접효과를 나타냈다. 이는 직업훈련학교가 비정규직(시간강사)의 형태로 고용의 안정성이 낮아 급여에 대한 민감도가 높게 나타난 결과이다.

<표 4-8> 요인별 간접효과 분석

변수	서비스 보상	서비스 접점	서비스 리더십	직무 적합성	신뢰성	반응성	내부만족	자발적 서비스	서비스 지향점점
직무적합성									
신뢰성									
반응성									
내부만족	0.114	0.058	0.082						
자발적서비스	0.363	0.173	0.148	0.080	-0.006	0.048			
서비스지향점점	0.341	0.228	0.235	0.049	-0.004	0.030			
교육성과	0.297	0.173	0.202	0.023	-0.008	0.099	-0.002		

간접효과에와 마찬가지로 서비스 보상은 직무적합성(0.420), 신뢰성(0.391), 내부만족(0.403)의 영향을 미쳐 가장 주요한 변수로 작용하고 있으며, 서비스 접점의 경우 신뢰성(0.324)의 영향, 서비스 리더십은 반응성(0.310)의 직접효과가 나타나 구분되었다. 특히, 서비스지향점점이 반응성(0.496)으로 나타난 것은 내부의 상호작용 효과가 외부 고객에게 직접적인 형태로 나타난다는 것을 의미하며, 이러한 반응성 또한, 서비스리더십에 직접적인 영향으로 기인한다는 것을 확인할 수 있다.

<표 4-9> 요인별 직접효과 분석

변수	서비스 보상	서비스 접점	서비스 리더십	직무 적합성	신뢰성	반응성	내부만족	자발적 서비스	서비스 지향접점
직무적합성	0.420	0.144	0.226						
신뢰성	0.391	0.324	0.135						
반응성	0.276	0.272	0.310						
내부만족	0.403	0.158	0.101	0.205	-0.016	0.124			
자발적서비스				0.224	0.162	0.013	0.389		
서비스지향접점				0.122	0.072	0.496	0.241		
교육성과				0.297	0.028	0.267	0.134	-0.110	0.170

직업훈련학교에서 가장 궁극적인 목표인 교육성과에 미치는 영향을 직접원인과 간접원인을 합한 총 영향을 살펴본 결과, 교육성과에 가장 영향을 많이 미친 내부변수로는 반응성(0.367), 직무적합성(0.320)이 가장 높게 나타났다.

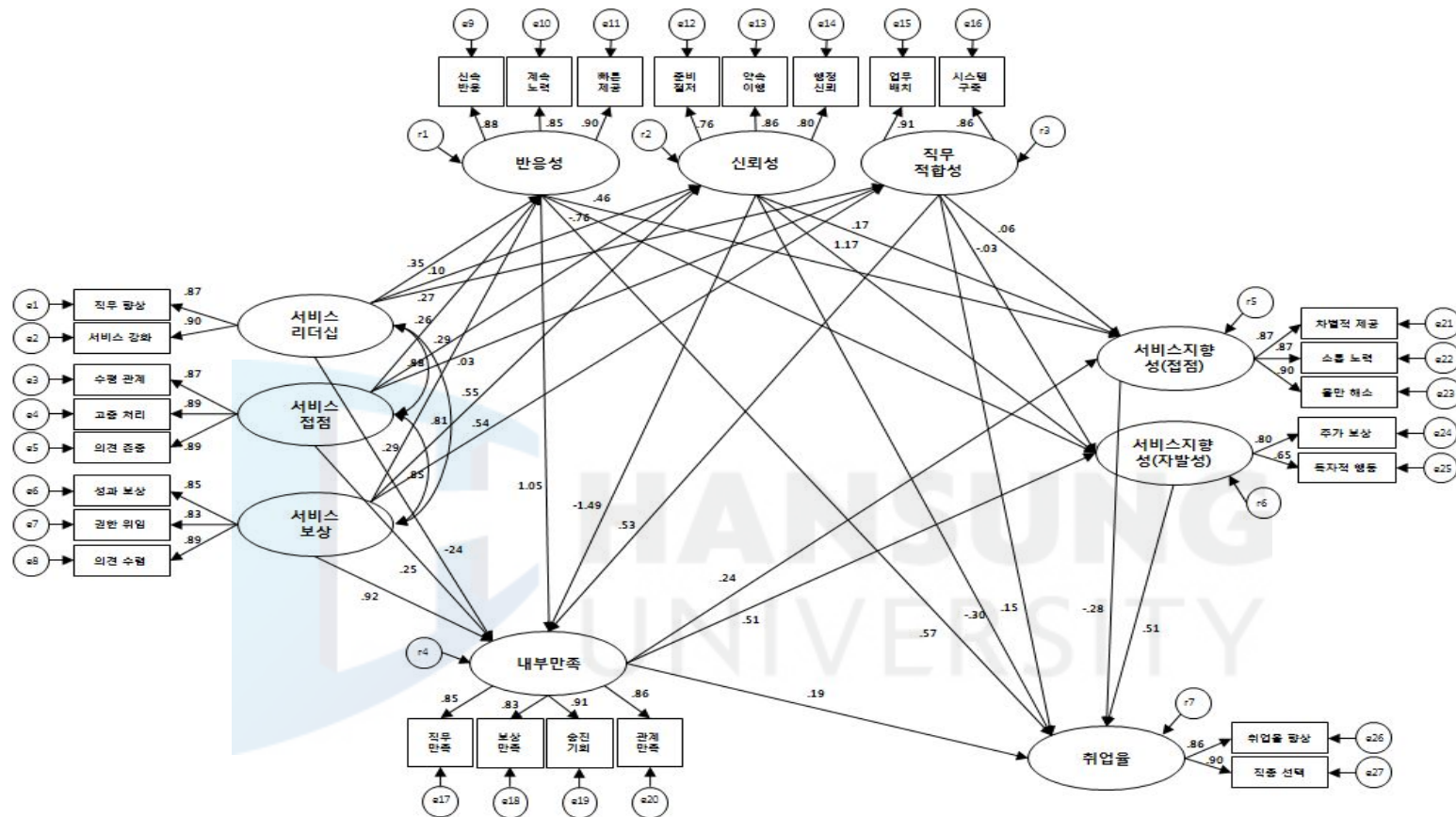
이는 취업을 준비하고 있는 학생들에게 강사의 자질과 자세가 가장 큰 영향력을 미치는 결과라고 하겠다. 또한, 서비스지향접점에는 반응성(0.526), 서비스보상(0.341)이 높은 것으로 분류되었다. 교육이라는 행위는 일방향성의 가르침이 아니라, 취업이라는 관문 앞에 그 노하우, 직업에 대한 상호이해, 전문성에 대한 교육이 중요하다고 하겠다.

자발적 서비스에는 서비스보상(0.363), 직무적합성(0.304)이 높게 나타나 강사의 전문성을 고려한 배치가 중요하다고 판단된다.

내부고객 만족에는 서비스보상이(0.517)로 나타나, 계속적 고용이 담보되지 않은 불안정한 직업훈련시장의 특성을 잘 보여주는 결과라 할 수 있다.

<표 4-10> 요인별 총효과 분석

변수	서비스 보상	서비스 접점	서비스 리더십	직무 적합성	신뢰성	반응성	내부만족	자발적 서비스	서비스 지향접점
직무적합성	0.420	0.144	0.226						
신뢰성	0.391	0.324	0.135						
반응성	0.276	0.272	0.310						
내부만족	0.517	0.216	0.184	0.205	-0.016	0.124			
자발적서비스	0.363	0.173	0.148	0.304	0.156	0.062	0.389		
서비스지향접점	0.341	0.228	0.235	0.171	0.068	0.526	0.241		
교육성과	0.297	0.173	0.202	0.320	0.020	0.367	0.132	-0.110	0.170



<그림 4-4> 측정변수별 총 효과분석 모형

Model	CMIN	DF	P	RMR
Default model	418.791	287	0.000	0.021

GFI	AGFI	NFI	CFI	RMSEA
0.862	0.819	0.916	0.972	0.050

V. 결 론

직업훈련기관이 경쟁력을 확보하기 위해서 교직원의 만족이 선행되어야 하며 훈련기관의 성과를 높이기 위해서는 기관장의 서비스지향성을 바탕으로 한 내부서비스품질이 전제조건이 되어야 한다는 기본 틀 안에서 본 연구를 진행하였다. 본 연구를 통하여 훈련기관장의 서비스지향성이 훈련기관의 가치를 생산해 내는 교직원들의 내부서비스품질과 내부고객만족 요인을 측정하고 내부서비스품질과 내부고객만족이 외부서비스지향과 훈련기관 성과간의 영향 관계를 검정하였다. 연구를 통해 얻은 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 내부서비스지향성이 내부서비스품질에 대체적으로 긍정적인 관계를 갖는 것으로 나타났다. 서비스리더십, 서비스접점, 서비스보상이 내부서비스품질에 유의한 정(+)의 관계를 가졌으며, 서비스리더십이 신뢰성, 서비스접점이 직무접합성에 미치는 영향은 기각되었다.

2011년 내일배움카드훈련이 본격화되면서 훈련기관 난립, 훈련생 모집 저조로 전국의 많은 훈련기관들이 재정난 해결책으로 정규직보다는 상대적으로 급여부담이 적은 시간강사 채용이 늘어나면서, 교강사들을 위한 선진기술 습득을 위한 내·외부 직무교육 및 인센티브나 보상, 격려 등 보상체계에 대한 서비스리더십이 신뢰성에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

또한, 내일배움카드훈련은 차기연도 과정운영에 대한 연속성을 보장해 주지 못하였다. 서비스직종(미용, 요리, 제과제빵, 사무관리 등)은 과정개발에 특별한 문제점이 없음에도, 과다직종(훈련기관, 훈련생)이라는 사유로 정부는 과정승인을 불허하여, 훈련교사 및 행정직원의 많은 이직을 초래한 결과를 낳았다. 교직원의 갖은 이직은 교직원과의 수평적인 관계, 신속한 불만처리, 교직원의 인격과 의견 존중을 나타내는 서비스접점의 요인이 직무접합성에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

둘째, 내부서비스지향성이 내부만족에 미치는 영향은 서비스보상과 서비스접점요인은 내부만족에 영향을 미치는 것으로 나타났고 서비스리더십은 내부만족에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

직업훈련기관에서도 인센티브나 보상, 격려, 권한위임 등 서비스보상과 신속한 불만해소, 수평적 관계, 인격존중 등에 대한 서비스접점을 강화하면 높은 내부만족을 기대할 수 있는 것을 확인할 수 있다는 결과이다.

그러나 교직원의 직무능력향상을 위해 연간계획에 의한 교직원의 직무향상과 교직원의 서비스 강화해도 교직원은 업무량 증가와 휴식시간의 반납이라는 하나의 요인으로만 생각하여 내부만족에는 긍정적인 영향을 주는 것이 아니라는 연구 결과가 나타났다.

셋째, 직업훈련기관의 내부서비스품질 중 직무적합성은 내부고객만족에 유의한 정(+)의 관계를 가졌으며, 교육생 요구에 신속한 서비스를 제공하는 반응성, 연간 교수계획서에 기반한 강의제공, 믿을만한 신속한 행정업무 처리 등을 나타내는 신뢰성은 내부고객만족에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

담임교사는 차기연도 훈련과정 개발, 훈련생 선발을 위한 홍보, 중도탈락방지 및 훈련성과(취업률, 수료율 등)달성을 위한 목표가 명확한 훈련생 선발, 훈련개시 1주일 전까지 교수계획서 작성, 직업상담사와 더불어 취업지원, 수료 후 6개월간 미취업자 및 조기퇴직자를 위한 사후관리 등 과분한 직무에 비해 훈련기관의 열악한 재무상태 때문에 보수는 많지 않은 실정이다.

또한, 직업훈련교사 양성을 슬로건으로 설립된 한국기술교육대학교 졸업자는 민간훈련기관 훈련교사로서의 재직을 기피하는 것으로 나타나고 있다. 분명한 것은 훈련생 민원과 관련된 내부서비스품질 중 반응성, 신뢰성은 직업훈련의 훈련성과(취업률)를 달성하고 직업훈련기관의 경영성과를 개선하는데 가장 중요한 변수할 수 없다. 훈련교사의 직무를 분담하는 차원에서 홍보팀 신설, 취업을 전담하는 취업지원팀 운용 등 반응성과 신뢰성을 개선할 수 있는 연구가 필요하다 하겠다.

넷째, 내부서비스품질 중 반응성과 직무적합성은 서비스지향접점노력에 정(+)의 관계를 가졌으나, 신뢰성은 기각되었다.

이는 교직원의 과중한 업무와 열악한 근무환경, 장래성 부족으로 인한 교직원의 반응이 훈련생 민원해결에 소극적인 것으로 나타났다. (사)전국직업학교협회, 한국기술교육대학교를 주축으로 훈련교사 처우에 관한 연구가 활발하게

이루어지고 있는 것으로 알고 있다. 반듯이 법률로 제정되어 정기적인 교직원의 인성강화교육, 직무향상교육, 중·고등학교 교사정도의 안정된 생활보장이 가능한 장기적인 정부차원의 체계적인 훈련교사양성이 선행 된다면 충분히 개선될 것이다.

다섯째, 내부서비스품질 중 직무적합성은 자발적 서비스 노력에 유의한 정(+)의 관계를 갖지만, 반응성과 신뢰성은 기각 되었다.

여섯째, 내부고객만족은 서비스지향성에 유의한 정(+)의 관계를 미치는 것으로 나타났다.

일곱째, 내부서비스품질 중 반응성과 직무접합성은 교육성과에 정(+)의 관계를 가졌으나, 신뢰성은 교육성과(취업률) 개선에 큰 도움이 되지 않는 것으로 분석 되었다.

취업률이 향상되기 위해서는 직업훈련기관의 서비스도 중요하지만 훈련생 개인의 마음가짐, 과거학력 및 경력, 경제적 환경, 국가경제상황 등이 맞아 떨어져야 한다. 신뢰성이 있는 내부서비스품질 만으로는 취업률 향상에 큰 도움이 되지 않는 것으로 조사된 사항이라 하겠다.

여덟째, 내부고객만족과 외부서비스지향성, 자발적서비스는 교육성과에 영향을 미치지 않는 것으로 기각 되었다.

정선정(2014)의 직업훈련생의 훈련서비스품질과 훈련만족도의 관한 연구를 살펴보면 훈련서비스품질, 시설과 및 장비, 수업내용, 교강사 교수역량, 행정지원등은 취업률(고용가능성)에 간접적인 영향을 미치고, 다양한 훈련서비스 중에서 수업내용과 진로지도는 훈련생의 훈련만족도가 높을수록 고용가능성이 높은 것으로 조사 되었다. 또한, 고용가능성은 훈련생 개인적인 환경 및 직무수행능력 과 기업들의 구인시기 및 경제적환경과 맞물려 있는 문제이기도 하다.

본 연구의 한계점으로 설문응답자들의 응답훈련기관이 어느 특정훈련기관, 즉 응답자들이 소속된 훈련기관이 동일 훈련기관이 아니고, 응답자의 직종 역시 어느 특정 직종이 아닌 다양한 직종에 소속되어 있으며, 또한, 다양한 연령대 분포를 구성하고 있기 때문에 응답자가 처해 있는 개인적 환경에 따른 응답의 편차가 발생하였다는 점이며 종단적 조사가 아닌 횡단적적인 조사를

하게 됨에 따라 정확한 측정이 되지 않을 수도 있다는 위험을 가지고 있다.

그럼에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 의의를 지니고 있다고 할 수 있는데 기존의 선행연구들에 고찰을 통해 내부서비스지향성 $\Rightarrow$ 내부서비스품질 $\Rightarrow$ 내부고객만족 $\Rightarrow$ 외부서비스지향성 $\Rightarrow$ 훈련성과 라는 연구모형을 도출해냄으로써 기관장의 내부서비스지향성이 훈련기관의 내부서비스품질 수준을 결정하고 궁극적으로는 훈련기관의 성과라는 결과에 영향을 미치는 과정을 설명 하였다.

또한, 연구결과로 인해 내부고객 만족도를 향상시키기 위해, 내부서비스품질을 개선하기 위해 훈련기관이 관심을 더 쏟아야 할 분야가 어디인지에 대해 알 수 있으며 내부서비스품질이 개선됨으로서 얻을 수 있는 잠재 이익은 훈련기관과 정부차원에서 장기적으로 내부고객의 도덕성과 열정을 소양시켜 내부고객들의 잦은 이직 방지 및 훈련교사로서의 자존감을 향상 시키고 결국 훈련기관의 성과향상 및 실업률 감소라는 거시적성과를 올릴 수 있음을 입증한 것이라고 하겠다.



참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 강기두. (2005). 『내부서비스품질과 관련 변수들과의 관계에 관한 연구』. 품질경영학회지, Vol. 33. No. 3. pp. 1-18.
- 강병서. (2002). 『인과분석을 위한 연구 방법론』. 무영경영사.
- 강순희. (2002). 『청년층의 학교교육과 직무의 일치』. 서울: 한국산업인력공단 중앙정보원.
- 고용노동부. (2011). 『2011 직업능력개발 사업현황』. 직업능력정책과.
- _____. (2012). 『2012 직업능력개발 사업현황』. 직업능력정책과.
- 곽동성, 강기두. (1999). 『내부서비스품질이 종업원만족과 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구』. 한국마케팅저널, Vol. 1. No. 4. pp. 24-46.
- 김재열. (2005). 『병원의료 서비스지향성과 재무적 성과와의 관계』. 회계학연구, Vol. 30, 특별호 No. 1.
- 노형진. (2005). 『다변량분석』, 형설출판사.
- 박대환. (1998). 『서비스지향성의 영향요인과 결과의 구조적 관계』. 마케팅과 학연구. Vol. 1.
- _____. 박영균. (1998). 『시장지향성, 선행요인, 매개요인, 그리고 성과간의 구조적 관계』, 마케팅 연구, Vol. 11. No. 2. pp. 161-181.
- 박세정. (2011). 『2011 직업능력개발 통계 연보』. 한국고용정보원.
- _____. (2012). 『2012 직업능력개발 통계 연보』. 한국고용정보원.
- 박유식, 한창희. (2012). 『내부·외부시장지향성이 서비스품질 및 내부·외부 고객만족에 미치는 영향』. 한국기업경영학회.
- 박주성, 김종호, 신용섭. (2003). 『대학교육 서비스품질 요인이 학생만족, 재입학의도 및 구전효과에 미치는 영향』. 한국마케팅저널, Vol. 4. No. 4. pp. 51-74.

- 송민경, 정희선, 윤혜현. (2011). 『조리전공 고등학생들의 인지된 교육서비스 학교만족도와 추천의도에 미치는 영향』. 한국조리학회지, Vol. 17. No. 4. pp.1-12.
- 신영철. (2006). 『병원 직원의 조직시민행동에 관한 연구』. 한성대학교 대학원 박사학위 논문.
- 신재익, 정기한. (2007). 『교육기관의 서비스품질, 학생만족, 구전 간의 관계에 관한 연구』. 학습자중심교육과교육연구, Vol. 7. No. 1. pp. 231-156.
- 유동근, 강성단, 이용기. (1998). 『서비스기업의 시장지향성과 성과: 벤치마킹, 서비스품질 및 고객만족의 인과적 역할』. 마케팅연구(한국마케팅학회), Vol. 13. No. 1. pp.1-25.
- 이맹진, 서진우(2010). 『커피전문점 종사원의 서비스 지향성과 직무만족, 조직몰입 및 고객지향성간의 다차원 관계』. 관광연구, Vol. 25. No. 4. pp. 297-315.
- 이병희 외. (2009). 『직업능력개발훈련 이수자 실태조사』. 노동부.
- 이생노, 박철호, 한수정. (2014). 『호텔종사원의 서비스지향성, 직무만족, 경영성과간의 관계 연구』, 관광연구저널, Vol. 28, No. 3, pp. 207-219
- 이유재, 라선아. (2003), 『서비스 품질의 각 차원이 CS에 미치는 상대적 영향에 대한 연구』. 마케팅 연구(한국마케팅학회), Vol. 18, No. 4, pp. 67-97.
- 채창균 . (2010). 『평생직업능력개발 체제의 혁신(Ⅲ)』. 한국직업능력개발원.
- _____. (2008). 『실업자직업훈련의 성과제고를 위한 근로자직업능력개발법 개정방향』. 고용노동부.

2. 국외문헌

- Anderson, E. W. and Sullivan, M. W. (1993). "The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firms," *Marketing Science*, Vol. 12. No. 2. pp. 125–143.
- Atkins, P. M., Marshall, B. S. and Javalgi, R. G. (1996). "Happy Employees Lead to Loyal Patients," *Journal of Health Care Marketing*, Vol. 16. No. 4. pp. 15–23.
- Barbin, B. J. and Boles, J. S. (1996). "The Effects of Perceived Co-Worker Involvement and Supervisor Support on Service Provider Role Stress. Performance and Job Satisfaction," *Journal of Retailing*. Vol. 72. No. 1. pp. 57–75.
- Bettencourt, L. and Brown, S. (1997). "Contact Employees : Relationship Among Workforce Fairness, Job Satisfaction and Service Behavior," *Journal of Retailing*. Vol. 73(Spring). pp. 39–61.
- Berry, L., and Parasuraman, A. (1991). "Marketing Service—Competing Through Quality", New York, Free Press, 151.
- Benoy, J. (1996). "Internal Marketing Builds Service Quality," *Journal of Health Care Marketing*. Vol. 16. No. 1, pp. 54–59.
- Berry, L. and Parasuraman, A. (1991). Marketing Research : Research : Methodological Foundation, 5th ed., The Drydsn Press, Fl.
- Bowen, C., Siehl, C. and Schneider, B. (1989). "A Framework for Analrzing Customer Service Orientations in Manufacturing," *Academy of Management Review*. Vol. 14. No. 1, pp. 75–95.
- Bowen, J. W. and Hedges, R. B. (1993). "Increasing Service Quality in Retail Banking," *Journal of Retail Banking*, Vol. 15. No. 3. pp. 21–28.

- _____. and Peterson, R. A. (1993). "Antecedents and Consequences of salesperson Job Satisfaction : Meta–Analysis and Assessment of Causal Effects," *Journal of Marketing Research*, Vol. 30. February, pp.63–77.
- Bruhn, M. (2003). "Internal Service Barometers: Conceptualization and Empirical Result of a Pilot Study in Switzerland," *European Journal of Marketing*, Vol. 37. No. 9. pp. 1187–1206.
- Carr, C. (1990). *Front–Line Customer Service: 15 Keys to Customer satisfaction*, John Wiley, New York. NY.
- Challagalla. G. N. and Shervani, T. A. (1996). "Dimensions and Types of Supervisory Control Effect on Salesperson Performance and Satisfaction," *Journal of Marketing*. Vol. 60. No. 1. pp. 89–105.
- Crompton, F., George, W. R., Grönroos, C and Karvinen, M. (1987). "Internal Marketing In Czepiel, J. A. et al. (eds), *The service Challenge. Integrating for Competitive Advantage*", American Marketing Association, Chicago, IL.
- Cronin, J. J. and Taylor, S. A. (1992). "Measuring Service Quality: A Re–examination and Extension." *Journal of Marketing*, Vol. 56. No. 3. pp. 55–68.
- Davis, T. R. V. (1992). "Satisfying Internal Customers Planning Review", *Strategy & Leadership*, Vol. 20. No.1, pp. 34–37.
- Edvardsson, B., Larsson, G. and Setterlind, S. (1997). "Internal Service Quality and the Psychological Work Environment: An Empirical Analysis of Conceptual Interrelations," *The Service Industries Journal*, Vol. 170. No. 2. April, pp. 252–263.
- George, W. R., and C. Grönroos. (1991). "Developing Customer

- Conscious Employee at Every Level Internal Marketing", in the AMA Handbook of Marketing for the Service Industries, Carol A. Congram, ed, New York: AMACOM, PP. 85–100.
- Gremler, D. D., Bitner, M. J. and Evans, K. R. (1994). "The Internal Service Encounter," *International Journal of Service Industry Management, Vol. 5. No. 2. pp. 34–56.*
- Grönroos, C. (1984). "A Service Quality Model and Its Marketing Implications," *European Journal of Marketing, Vol. 18. No. 4. pp. 36–44.*
- Hallowell, R., Schelsinger, L. A. and Zornitsky, J. (1996). "Internal Service Quality, Customer and Job Satisfaction: Linkages and Implications for Management," *Human Resource Planning, Vol. 19. No. 2. pp. 20–31.*
- Haynes, R. M. and Thies, E. A. (1991). "Management of Technology in Service Firms," *Journal of Operations Management. Vol. 10. No. 3. pp. 388–397.*
- Hartline, M. D. and Ferrell, O. (1996). "The Management of Customer–Contact Service Employees : An Empirical Investigation," *Journal of Marketing. Vol. 60. pp. 52–70.*
- Heskett. J. L.(1986). *Managing in the Service Economy*, Boston ; Harvard Business School Press.
- _____, Sasser, W. E. and Schlesinger, L. A. (1997). "The Service–profit Chain: How Leading Companies Link Profit and Growth th Loyalty, Satisfaction and Value", New York : The Free Press.
- _____, and Schlesinger, L. A. (1994). "Putting the Service–profit Chain to Work," *Harvard Business Review, Vol. 72. No. 2. March, pp.*

164–174.

- Holbrook, M. B. and Kim, P. C. (1985). "Quality and Value in the Consumption Experience: Phaedrus Rides Again," in *Perceived Quality*, J. Jacoby and Olson (eds.). Lexington, Massachusetts: Lexington Books, pp. 31–57.
- Jacoby, J. and Olson, J. C. (1985). *Perceived Quality*, Lexington, Lexington Books, Ma.
- Jayaram, J., Droge and Bickery, S. K. (1999). "The Impact of Human Resource Management Practices on Manufacturing Performance," *Journal of Operation Management*, Vol. 18. No. 2. pp. 1–20.
- Kohli, A. K. and Jaworski, B. J. (1990). "Market Orientation: The Construct, Research Pro-positions, and Managerial Implications," *Journal of Marketing*, Vol. 54. No. 2. pp. 1–18.
- _____, Ajay K. and Bernard J. Jaworski. (1990). "Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications." *Journal of Marketing* No. 54. pp.1–18.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (1994). *Principles of Marketing*, 7th ed., Prentice–Hall, Englewood Cliffs, N. J.
- _____, P. and Armstrong, G. (1911), *Principles of Marketing*, 5th ed., Englewood Cliffs, NJ : Prentice–Hall, p. 607.
- Lytle, R. S., Hom, P. W. and Mokwa, M. P. (1998). "SERVQUAL: A Managerial Measure of Organizational Service–Orientation," *Journal of Retailing*, Vol. 74. No. 4. pp. 455–489.
- Mathews, B. and Murry, C. (1997). "Quality Determinants: The Relationship Between Internal and External Services," *Managing Service Quality*, Vol. 3, pp. 11–34.

- Parasuraman, A., Zeithamal, V. A. and Berry, L. (1988). "SERVQUAL: A Multi-item Scale of Measuring Consumer Perceptions of the Service Quality," *Journal of Retailing*, Vol. 64. No. 1, pp. 12-40.
- _____, Zeithamal, V. A., Valarie, A. and Berry, L. (1985). "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research," *Journal of Marketing*, Vol. 49. pp. 41-50.
- Rapert, M. I., and Wren, B. M. (1998). "Service Quality as a Competitive Opportunity," *The Journal of Marketing*, Vol. 12. No. 3. pp. 223-240.
- Reichhold, F. F. and Sasser, W. E. (1990). "Zero Defections: Quality Comes to Services," *Harvard Business Review*, Vol. 68. No. 5. pp. 105-111.
- Reynoso, J. and Moores, B. (1995). "Towards the Measurement of Internal Service Quality", *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 6. No. 3. pp. 64-83.
- Rosenbluth, H., and Peters, D. M. (1992). *Customer Comes Second and Other Secrets of Exceptional Service*, New York, Morrow.
- Rust, R., Zahorik, A. and Keiningham, T. L. (1995). "Return on Quality(ROQ): Making Service Financially Accountable," *Journal of Marketing*, Vol. 59. No. 2. pp. 58-70.
- Schlesinger, B., Parkington, J. J. and Buxton, V. M. (1980). "Employee and customer Perceptions of Service in Banks," *Administrative Science Quarterly*, Vol. 25. No. 20. pp. 252-287.
- Schneider, B, and Bowen, D. E. (1993). "The Service Organization: Human Resources Management is Crucial," *Organizational Dynamics*, Vol. 21. No. 4. pp. 5-23.
- Siguaw, J. A., George B., and Robert E. W.(1994). "The Influence of the

- Market Orientation of the Firm on Sales Force Behavior and Attitudes,” *Journal of Marketing Research*, Vol. 31. pp. 106–116.
- Smith, A. K., Bolton, R. N. and Wagner, J. (1999). “A Model of Customer Satisfaction with Service Encounter Involving Failure and Recovery,” *Journal of Marketing Research*, Vol. 36. No. 3. pp. 356–372.
- Tax, S. S. and Brown, S. W.(1998). “Recovering and Learning from Service Failure”. *Sloan Management Review*. Vol. 39. No. 1, pp. 75–88.
- Treacy, M. and Wiersema, F.(1993). “Customer intimacy and Other Value Disciplines,” *Harvard Business Review*, Vol. 81(Jan–Feb), pp. 81–93.
- White, C. and Rudall L. (1999). "INTSERVQUAL: an investigation of the dimensions and measurement of internal service quality in the hospitality industry," *Australian Journal of Hospitality Management*, Vol. 6. No. 2. pp. 13–22.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. and Parasuraman, A. (1996). “The behavioral consequences of service quality,” *Journal of Marketing Management*, Vol. 60. pp. 31–46.
- _____, V. A. (1988). “Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Mean–End Model and Synthesis of Evidence,” *Journal of Marketing*, Vol. 52. No. 3. pp. 2–22.
- _____, V. A., Parasuraman, A. and Berry, L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing customer perceptions and expectation*, The Free Press.
- _____, and Bitner. M. (1997). *Services Marketing*. The MacGraw–Hill Book Co.

부 록

통계법 33조(비밀의 보호)에 의거 본 조사에서 개인의 정보에 속하는 사항은 엄격히 보호됩니다.
서울특별시 성북구 삼선교로 16길 116 TEL : 010-3770-1190

	직업훈련기관의 내부서비스품질이 서비스지향성 및 훈련성과에 미치는 영향	응답자 ID				
---	---	-----------	--	--	--	--

안녕하세요? 저는 한성대학교 일반대학원 경영학과 석사과정에 재학 중인 송희환입니다.
본 설문지는 귀하의 직업교육훈련학교의 내부서비스품질이 훈련성과 및 서비스 지향성에 미치는 영향을 평가 및 분석하기 위한 기초자료로써 연구 자료를 수집할 목적으로 작성된 것입니다.
여기에서 얻어지는 정보는 일체 공개하지 않을 것이며, 순수 학문 연구 목적으로만 사용될 것입니다.
귀하께서 성의 있게 응답해 주신 본 자료는 직업훈련학교에 종사하는 모든 경영자에게 효율적인 경영 방안을 마련하는 데 많은 도움이 될 것입니다. 여러분의 소중한 의견을 부탁드립니다.
바쁘시더라도 직업훈련의 발전을 위해 적극적으로 설문에 응해주시면 감사하겠습니다.

2014년 10월

연구자 : 한성대학교 일반대학원 석사과정 서비스운영관리전공 송희환 / TEL : 010-0000-0000
지도교수 : 한성대학교 경영학과 교수 최강화

※OO님이 근무하시는 직업훈련학교 및 정책에 대해 응답해 주시기 바랍니다.

SQ1) OO님이 근무하시는 직업훈련학교의 주 소재지는 어디입니까?

1. _____도, 시 _____시, 군, 구

SQ2) OO님이 근무하시는 직업훈련학교의 정책은 어떠합니까?

1. 정책 : _____

- 설문 개요 -

서비스품질, 성과, 서비스 지향성 등 모든 사항에 대해 정답은 없으며, 응답자의 주관적인 견해를 기입해 주시기
바라며, 정답이 없는 만큼 **빈칸이 발생하지 않도록 기입**해 주시면 감사하겠습니다.

다음은 귀하의 직업훈련학교의 내부서비스 지향성에 관한 질문입니다.

QA. 귀하가 근무하는 직업훈련학교의 내부서비스 지향성에 대해 어떻게 생각하십니까?

비고	문항	← 부정적 긍정적 →				
		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
QA1	직업전문학교 학교장은 교직원의 직무향상에 큰 관심을 가지고 있다.					
QA2	직업전문학교 학교장은 교직원의 서비스 강화를 위해 노력하고 있다.					
QA3	직업전문학교 학교장은 교직원과 수평적인 관계를 가지려 노력한다.					
QA4	직업전문학교 학교장은 교직원의 불만을 신속하게 처리한다.					
QA5	직업전문학교 학교장은 교직원의 인격과 의견을 존중시 한다.					
QA6	직업전문학교 학교장은 직무성과에 따라 보상을 해준다.					
QA7	직업전문학교 학교장은 교직원의 업무 역량에 따라 권한을 위임하고 있다.					
QA8	직업전문학교 학교장은 교직원의 의견을 수렴하여 경영에 적극 반영한다.					



다음은 귀하의 교육서비스품질에 관한 질문입니다.

QB. 귀하가 근무하는 직업훈련학교의 교육서비스품질에 대해 어떻게 생각하십니까?

비고	문항	← 부정적 긍정적 →				
		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
QB1	본 직업전문학교는 교육생의 요구에 신속하게 응답한다.					
QB2	본 직업전문학교는 교육생에게 도움을 주고자 노력한다.					
QB3	본 직업전문학교는 교육생에게 신속한 서비스를 제공한다.					
QB4	본 직업전문학교는 교수 계획서에 기반을 둔 강의를 제공하고 있다.					
QB5	본 직업전문학교는 약속한 사항을 잘 이행하고 있다.					
QB6	본 직업전문학교는 교육관련 행정업무에 대해 믿을 만하다.					
QB7	본 직업전문학교는 교직원의 역량에 적합한 업무를 배치하고 있다.					
QB8	본 직업전문학교는 교직원의 적절한 업무관리 시스템이 존재한다.					
QB9	본 직업전문학교는 교직원이 원하는 직무에 종사할 기회가 주어진다.					

다음은 귀하의 내부고객 만족에 관한 질문입니다.

QC. 귀하가 근무하는 직업훈련학교의 내부고객 만족에 대해 어떻게 생각하십니까?

비고	문항	← 부정적 긍정적 →				
		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
QC1	본 직업전문학교 교직원은 전반적으로 직무에 만족하고 있다.					
QC2	본 직업전문학교의 보상에 대해 만족하고 있다.					
QC3	본 직업전문학교는 승진 및 발전기회를 제공하고 있다.					
QC4	본 직업전문학교 내 교직원간의 관계 및 역할에 만족하고 있다.					

다음은 귀하의 직업훈련학교의 서비스 지향성에 관한 질문입니다.

QD. 귀하가 근무하는 직업훈련학교의 서비스 지향성에 대해 어떻게 생각하십니까?

비고	문항	← 부정적 긍정적 →				
		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
QD1	본 직업훈련학교는 교육생에게 개별화된 서비스를 제공하고자 노력하고 있다.					
QD2	본 직업훈련학교는 교육생과 정보소통의 시간을 가지기 위해 노력한다.					
QD3	본 직업훈련학교는 교육생의 불만을 해소하기 위해 노력한다.					
QD4	본 직업훈련학교는 탁월한 서비스에 대한 추가적인 보상이 제공된다.					
QD5	본 직업훈련학교는 서비스를 제공하기 위한 독자적 행동의 권한이 있다.					
QD6	본 직업훈련학교는 교육생 응대를 위해 효율적인 방안을 찾고자 노력한다.					

다음은 귀하의 직업훈련학교의 훈련성장에 관한 질문입니다.

QE. 귀하가 근무하는 직업훈련학교의 훈련성장에 대해 어떻게 생각하십니까?

비고	문항	← 부정적 긍정적 →				
		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
QE1	본 직업훈련학교 졸업생의 취업률은 높다.					
QE2	본 직업훈련학교 졸업생은 원하는 직종에 취업하고 있다.					
QE3	본 직업훈련학교의 훈련과정은 취업에 적극적인 도움이 된다.					

다음은 귀하의 인구통계에 관한 질문입니다.

SQ3) 귀하의 <u>성별</u>은? ① 남자 ② 여자 SQ4) 귀하의 올해 <u>연령</u>이 어떻게 되십니까? ① 20~29세 ② 30~39세 ③ 40~49세 ④ 50~59세 ⑤ 60세 이상 SQ5) 귀하는 <u>타 직업훈련학교 포함하여 총 학교에 어느 정도 근무</u>하셨습니까? ① 5년 미만 ② 5년 ~ 10년 ③ 10년 ~ 15년 ④ 15년 ~ 20년 ⑤ 20년 ~ 25년 ⑥ 25년 이상	SQ6) 귀하는 근무 중인 <u>직업훈련학교(원)에 어느 정도 근무</u>하셨습니까? ① 5년 미만 ② 5년 ~ 10년 ③ 10년 ~ 15년 ④ 15년 ~ 20년 ⑤ 20년 ~ 25년 ⑥ 25년 이상 SQ7) 직업훈련학교의 <u>수강생 분포는(중복응답 가능)</u> 어떠합니까? ① 비진학 청소년 ② 신규실업자 ③ 전직실업자 ④ 주부 ⑤ 전역 군인 ⑥ 정년 퇴직자(베이비부머) SQ8) 직업훈련학교의 <u>수강생 좌석 수</u>는 어떻게 되십니까? ① 100석 미만 ② 100~200석 미만 ③ 200~300석 미만 ④ 300~400석 미만 ⑤ 400~500석 미만 ⑥ 500석 이상 설문에 응해주셔서 대단히 감사합니다.
---	--

ABSTRACT

The effect of Internal Service Quality on the Service-orientation and Training achievement in the Job Training Institution

song, hee hwan

Major in Service Operations Management

Dept. of Business Administration

The Graduate School

Hansung University

The most important topic of job training institution is trainee satisfaction management. Especially satisfaction of internal customers like training lecturers and administrative staffs is important because it affects satisfaction of external customers like trainees. Particularly, the majority of training lecturers and administrative staffs directly contacts with external customers in the training institution and affects directly service quality which is provided for the external customers. What service quality employees were provided affects the satisfaction of employees. Then ultimately, employees can influence the external service that they provide and can control the training achievement. In this perspective, internal service quality provided to the internal customers is crucial factor not only for employees' satisfaction but also for improvement in achievement of training institution.

Therefore, this study aims to analyze the relations empirically

between internal service quality and internal customer satisfaction / internal service orientation / service orientation / training achievement. In order to check how much internal service orientation affects internal customers' satisfaction & internal service quality and service orientation & training achievement, we set service leadership / service encounter / service compensation as lower facts of internal service orientation. And we also set role ambiguity (communication system) / reactivity / reliability / employees' duty compatibility / awareness of discretionary power (decision-making authority) / assessment & reward (motivation factor) as lower factors of internal service quality.

Therefore, the purpose of this paper is to investigate of effects among internal service orientation, internal service quality, internal customer satisfaction, service orientation, and vocational performance using the SEM(structural equation model).

This paper find a causal relationship between the related job training service quality factor and training performance, thereby conforming the more influential factor in the context of internal service quality.

Key words: Reemployment Training Program, Internal Service Quality, Internal Customer Satisfaction, Training Performance.