

물리적환경과 내부마케팅이 직원만족과 조직성과에 미치는 영향에 관한 연구

정상원*

연세대학교 정경대학 경영학부 석사

이주현**

연세대학교 창의융합대학 경영학부 교수

국문요약

우리나라 자동차산업에서의 정비서비스업은 After Market을 대표하는 중요한 업종이며, 상용트럭 또한 국가 물류와 건설현장에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 중요한 부문임에는 틀림이 없다. 본 논문의 목적은 상용트럭 딜러기업의 정비서비스분야에서 물리적 환경과 내부마케팅이 직원만족과 조직성과에 미치는 영향에 대한 영향력을 알아보는 것이다. 본 연구에서는 국내 및 수입 상용트럭 직영 및 딜러 종합정비업체 25개 직원들을 대상으로 하여 설문조사하고 실증 분석하였다. 주요한 연구결과는 다음과 같다. 첫째, 자동차 정비사업소의 물리적 환경은 직원만족에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 내부마케팅은 직원만족에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 직원만족은 조직성과에 유의한 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

핵심어: 양손잡이 전략, 기업가정신, 변혁적리더십, 학습민첩성, 다수준분석

1. 서론

오늘날과 같이 급변하는 환경 속에서도 기업경영은 생존과 지속가능한 성장이 무엇보다도 가장 중요하다. 기업의 생존과 지속가능한 성장은 소비자들에게 브랜드 가치와 고객의 만족도를 향상시켜 고객충성도를 확보했을 때만 가능하다(김중규·최화열, 2014). 고객들의 인식과 요구는 매우 다양하고 빠르게 변화하고 있다. 과거에는 고객의 만족도에 결정적 요소가 품질과 가격으로 구성되었다면 오늘날에는 종사하는 직원들의 태도, 물리적 환경 그리고 다른 서비스 경쟁력 등으로 더 복잡하게 확대되고 있다(이주현, 2021).

최근 산업구조가 제조업 중심에서 서비스 중심의 경제로 변화가 가속화되고 있다. 세계화로 국가 간 교역활동이 활발해지면서 기업 간 경쟁은 심화될 것이다. 제조업의 서비스화(Servitization)라는 새로운 패러다임(Paradigm)도 더욱 심화될 것이다(류지희 외, 2009). 즉, 제품과 서비스로 구분하지 않고 결합하여 복합적인 형태로 경쟁이 나타날 것

이다. 고객의 소비형태 변화함에 따라 서비스의 복잡성과 더불어 그 중요성도 점점 증가될 것이다.

우리나라 자동차 산업은 경제발전과 자동차 대중화가 이루어짐에 따라 짧은 시간 내에 세계 5위의 자동차 생산국이라는 업적을 달성하였다. 자동차 산업은 자동차 생산으로부터 신차판매, 부품, 정비서비스, 할부금융, 보험, 중고차 매입 및 판매, 폐차에 이르기까지 통합하여 한 곳에서 모든 것이 해결되는 윈스톱 서비스를 지향하고 있다(이성철, 2009).

자동차 정비업은 국민안전과도 밀접한 분야임에도 불구하고 정부와 학계의 무관심으로 거의 연구되지 않고 있다. 상용차와 관련한 연구는 대부분 해외에서 일부 이루어지고 있을 뿐 국내 연구는 전무한 상태이다. 상용트럭 정비서비스업은 일반 승용차 자동차정비와는 또 다른 법률적인 제약과 한층 복잡한 운영적 측면이 있다. 최근에 기술개발, 품질향상 등 많은 개선이 이루어지고 있지만 여전히 선진국과 비교해 많이 부족한 실정이다(이재학·송영태, 2005).

상용트럭 정비서비스 업체가 성공을 거두기 위해서도 조직성과에 영향을 미치는 요인들을 개선하는 것이 무엇보다

* jeongsangwon@volvotrucks.co.kr

** dardenlee@yonsei.ac.kr

다 중요하다. 따라서 본 연구에서는 상용트럭 정비서비스 기업의 조직성과를 위해서 직원들이 느끼는 중요한 변수들을 조사하고 이들 변수의 직원만족과 조직성과에 대한 영향을 연구하고자 한다.

II. 이론적 배경

2.1. 자동차산업과 상용트럭

우리나라의 자동차 역사는 1903년 고종황제 즉위 40주년을 기념하기 위해 미국공사 알렌을 통해 인천항으로 도입된 미국제 승용차로부터 시작되었다(최성희, 2005). 6·25전쟁이 끝난 직후 미군이 한국군에게 넘겨준 군용차량들 중 일부가 시중에 유통되었다. 일제 때 고물상 허가증으로 자동차를 수리할 수 있게 하였고 해방 후에도 한동안 고물상들이 자동차를 수리하였다.

자동차산업은 철강, 비철금속, 고무, 유리 등 다양한 재료들을 사용한 2만여 개의 부품을 조립하여 완성하는 대표적인 조립 산업이다(김창봉·임은정, 2009). 자동차 산업은 소재와 부품과 관련된 많은 산업과 밀접한 연관을 맺고 있고 이들 산업의 발전과 뒷받침이 없다면 자동차산업 또한 발전을 기대하기는 어렵다. 자동차산업은 완성차 업체와 부품제조, 정비, 유통, 금융, 보험, 운수업 등은 물론 고용창출, 국민경제, 수출 등에 미치는 영향이 매우 큰 중요한 산업이다(김현지 외, 2020). 자동차산업의 발전은 관련 산업의 생산성과 기술수준을 높이는 것은 물론이고 한 나라의 공산품 품질수준을 평가하는 척도가 되기도 한다. 또, 자동차의 보급대수와 보급률은 한 나라의 경제성장률과 생활수준을 가늠할 수 있는 매우 중요한 척도로 사용되기도 한다.

자동차관리법에서는 자동차의 종류를 승용자동차, 승합자동차, 화물자동차, 특수자동차로 크게 4가지로 구분하고 있다. 상용차는 상업활동과 관련된 여객 혹은 화물수송을 담당하는 자동차를 지칭하고 상용트럭은 화물을 운송하는 상업용 화물자동차를 말한다. 물류라는 용어는 관점에 따라 다양한 정의를 내릴 수 있지만 최근 포괄적 개념인 '로지스틱스(Logistics)'로 통칭되는 경향을 보이고 있다. 물류비용은 업종 그리고 기업의 사정에 따라 다르게 나타나지만 대체로 매출액의 4~5%에 달하고 있기 때문에 물류비용의 절감이 원가절감의 최대 이슈가 된다. 화물운송자의 입장에서는 이전보다는 더 효율적인 운송방법으로 비용을 줄여 소비자욕구를 충족해야하는 과제를 안게 되었다(이영재·선일석, 2014).

2.2. 자동차정비업

자동차정비업은 크게 자동차종합정비업, 소형자동차정비업, 자동차전문정비업, 원동기전문정비업의 4가지로 구분하고 있다. 자동차관리법에 따르면 자동차정비업은 각종 점검작업, 정비작업 또는 튜닝작업을 하는 것을 말한다. 국내 자동차정비업시장은 자동차제작자가 직접운영하거나 관여하는 직영정비사업소와 지정협력(딜러)업체 및 자동차제작자와 관계가 없는 일반정비업체로 구분할 수 있다. 송윤아·이해량(2013)의 연구에 따르면 승용차 메이커 직영정비사업소 및 지정정비업체는 약 4,130개로 전체 정비업체의 약 12%이고 대다수는 독자적으로 운영하는 정비업체이다.

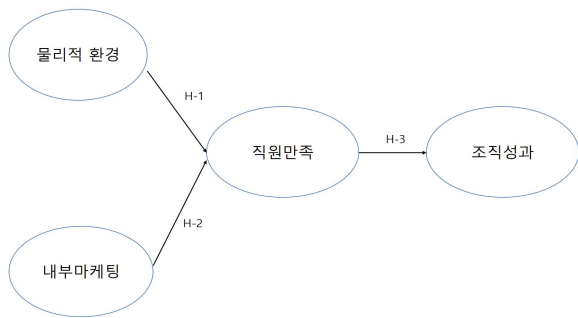
상용트럭 정비공장은 일반승용차 정비공장에 비하여 설립 자체부터 더 복잡하고 대상 차량의 차체 크기로 인해 법적 충족조건보다도 더 큰 규모의 부지 면적과 시설물 그리고 기계와 설비들이 갖추어져야 한다(문제윤, 2021). 상용트럭 정비업체 수는 정확하게 파악할 수 있는 통계가 현재로는 존재하지 않는다. 다만 업계에서 추산하는 바로는 종합정비업 350여개, 부분정비업 3,000개 정도이다. 김수도(2011)의 연구에 따르면 우리나라 정비업체의 현장정비직대 관리직 비율이 75%대 25%의 비율이고 월평균 1인당 정비직 전국 평균임금은 1,795,925원으로 나타났다. 국내 정비기술료가 선진국과 비교해 상대적으로 낮고 업체들 간 과당경쟁으로 수입이 낮은 것이 현장정비직의 저임금 원인으로 지목되고 있다. 최근 메이커 지정정비업체 중심으로 시설 및 환경 개선작업으로 근무환경이 많이 좋아지고 있으나 여전히 3D업종으로 취급되고 있고 이러한 부정적 인식으로 정비인력의 확보는 매우 어려운 상황이다(목학수 외, 2008).

III. 연구방법

3.1. 가설설정 및 연구모형

국내 자동차 정비산업은 3D업종이라는 인식으로 현장근로자들의 빈번한 이직과 자동차 관련학과 학생들의 기피로 정비인력부족에 직면하고 있다. 경제수준에 못 미치는 공임(기술료)으로 인해 유능한 정비기술자들이 업계에서 떠나는 현실로 자동차 정비서비스산업의 미래를 가늠하기조차 힘든 상황이다. 상용트럭 정비서비스 업체가 성공을 거두기 위해서도 조직성과에 영향을 미치는 요인들을 개선하는 것이 무엇보다 중요하다. 본 연구에서는 상용트럭

정비서비스 기업의 조직성과를 위해서 직원들이 느끼는 중요한 변수들을 조사하고 이들 변수의 직원만족과 조직성과에 대한 영향을 연구하고자 한다. 본 연구에서는 상용트럭 정비서비스 업계에서 종사하는 직원들을 대상으로 물리적 환경과 내부마케팅이 직원만족과 조직성과에 미치는 영향에 대해 살펴보는 것을 목적으로 한다. 상용트럭 정비서비스업의 물리적 환경, 내부마케팅, 직원만족, 조직성과 간의 관계를 확인하기 위한 연구모형을 <그림 1>에 제시하였다.



<그림 1> 연구모형

선행연구를 바탕으로 제시된 가설은 다음과 같다.

가설 1: 정비사업소의 물리적 환경은 직원만족에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

가설 2: 정비사업소의 내부마케팅은 직원만족에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

가설 3: 정비사업소의 직원만족은 조직성과에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

3.2. 연구방법

물리적 환경, 내부마케팅, 직원만족, 조직성과를 측정하기 위해 선행연구를 바탕으로 설문지 문항을 구성하였다. 물리적 환경은 직원과 고객이 거래 및 서비스가 이루어지는 내부 및 외부 환경요소를 말한다. 내부마케팅은 고객만족의 선결요건으로 직원을 만족시켜야 한다는 전제하에서 직원의 욕구를 충족시키는 노력을 하는 것이다. 내부마케팅 요인으로 경영충지원, 내부커뮤니케이션, 교육훈련, 보상, 권한위임 등이 제시되고 있다. 직원만족은 자신의 직무를 수행하면서 동기유발 요인들이 충족될 때 동료, 상관, 고객 등 기업전반에 대해 느끼는 감정상 및 태도이다.

설문문항은 인구통계학적 문항을 제외하고는 모두 리커트 5점 척도로 구성되었다. 인구 통계학적 특성을 묻는 문항은 응답자의 개인적 신상을 질문하여 미칠 수 있는 부정적 영향을 고려하여 맨 마지막에 구성하였다. 본 연구에서는 실증분석을 위한 표본으로 50개의 정비업체에 연구 조사를 위하여 사전 설명과 협조를 요청하였다. 이들 중 긍정적 협조를 약속한 25개의 정비업체를 대상으로 하여 설문지를 배포하고 응답하게 하였다.

IV. 실증분석결과

정비사업소의 물리적 환경이 직원만족에 미치는 영향을 회귀식: $Y1 = \beta_0 + \beta X1$ 로 회귀계수값 $\beta = .473$ 로 긍정적 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 회귀식의 설명력은 22.3%로 나타났으며, 물리적 환경이 높은 경우 직원만족이 높다는 것을 알 수 있다. 따라서 가설 1이 채택되었음을 알 수 있다.

정비사업소의 내부마케팅이 조직성과에 미치는 영향을 회귀식: $Y1 = \beta_0 + \beta X2$ 로 회귀계수값 $\beta = .478$ 로 긍정적 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 회귀식의 설명력은 22.8%로 나타났으며, 내부마케팅이 높은 경우 조직성과도 높다는 것을 알 수 있다. 따라서, 가설 2도 채택되었음을 알 수 있다.

정비사업소의 직원만족이 조직성과에 미치는 영향을 회귀식: $Z1 = \beta_0 + \beta Y1$ 로 회귀계수값 $\beta = .605$ 로 긍정적 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 회귀식의 설명력은 36.5%로 나타났으며 직원만족이 높은 경우 조직성과도 높다는 것을 알 수 있다. 따라서, 가설 3이 채택되었음을 알 수 있다.

참고문헌

김수도(2011). 우리나라 자동차 정비사업의 발전 방향에 관한 연구. 석사학위논문, 고려대학교 정책대학원.
 김중규·최화열(2014). 브랜드의 지각된 품질, 브랜드 신뢰와 고객만족과 충성도에 관한 연구. *벤처창업연구*, 9(4), 163-173.
 김창봉·임은정(2009). 한국 자동차산업의 GSCM 구축과 정보역량 결정에 관한 실증연구. *e-비즈니스연구*, 10(1), 159-177.
 김현지·김성진·김한국(2020). 뉴스 데이터를 활용한 텍스트 감성 분석에 따른 지역 산업생태계 위기 예측-광주 지역 자동차 산업을 중심으로. *한국콘텐츠학회논문지*, 20(8), 1-9.
 류지희·박광태·김홍일·임호순(2009). 기업 생태계 관점에서 고찰한 제조업의 서비스화 이론 및 사례연구. *한국생산관리학회지*, 20(4), 151-181.
 목학수·전창수·한창효·송민준·박병선·곽현수·박상진(2008). 자동차

- 부품 재제조산업에 관한 연구. *한국자동차공학회논문집*, 19(6), 184-191.
- 문제운(2021). 도시계획시설과 주차장의 부대시설-내곡동 아우디 정비센터 사례를 중심으로. *건설법연구*, 5, 59-75.
- 송윤아·이혜랑(2013). 이슈: 공정한 정비요금을 위한 선결조건: 자동차 제작자의 정비기술정보 제공의무 강화 필요. *KIRI 리포트(포커스)*, 243, 1-16.
- 이성철(2009). 자동차 산업의 가치사슬 변화와 고객서비스의 새로운 트렌드. *오토저널*, 31(2), 100-103.
- 이재학·송영태(2005). 국내 화물자동차운송업의 경쟁우위 결정요인에 관한 실증적 연구. *물류학회지*, 15(1), 165-190.
- 이영재·선일석(2014). 정기화물 운송업체의 서비스 품질요인이 고객만족에 미치는 영향에 대한 실증연구. *물류학회지*, 24(1), 43-63.
- 이주현(2021). 반려동물 온라인 쇼핑몰의 서비스품질이 고객만족과 충성도에 미치는 영향에 관한 연구. *벤처창업연구*, 16(4), 179-193.
- 최성희(2005). 한국의 자동차정비산업(1). *오토저널*, 27(1), 116-122.