

ISO 9001/2000 인증요인이 서비스품질과 고객만족에 미치는 영향에 대한 연구

김재환[†]

나사렛대학교 경영학부

A Study on the Effects of ISO 9001/2000 Certification Factors on Performance of Service Quality and Customer Satisfaction

Kim Jae Hwan

Dept. of Business Administration, Korea Nazarene University

Key Words : ISO 9001.2000, Service Quality, Customer Satisfaction

Abstract

This paper first was focused on investigating the relative effect of each ISO 9001:2000 certification factors on service quality and customer satisfaction in service industry. The empirical tests was conducted in service industry.

The results are as follows. First, it shows that ISO 9001:2000 certification factors except requirements for quality management have a positive effect on service quality significantly. Second, it also indicates that service quality precedes customer satisfaction like other researches reported. Finally, different effects of ISO 9001:2000 certification factors on service quality are observed in the various industries.

1. 서론

ISO 9000 시리즈의 인증 규격은 제품 및 서비스의 품질시스템을 구비하기 위한 가이드 라인을 제공하는 표준화 규격으로 인증 규격의 획득은 품질경영시스템을 운용할 최

소한의 요건을 갖추었다는 인정이다.

ISO 9000 시리즈 인증시스템은 1987년 국제표준화 기구(International Organization for Standardization: ISO)에서 제정된 이후 1994년 1차 개정, 2000년 2차 개정을 실시하여 현재에 이르고 있으며 개정안의 핵심은 고객만족에 초점을 두고 어떠한 업종, 조직에게도 적용 가능하도록 확대되어 종전에 접근이 어려웠던 서비스업종에서도 활용이 가능케 되

[†] 교신저자 kimjh@kornu.ac.kr

* 본 논문은 2004학년도 나사렛대학교 학술연구비 지원에 의해 연구되었음

었으며 고객과의 직접 접촉이 많은 서비스업 중에서 그 활용성이 높게 개정되었다.

품질경영시스템 실행에 필요한 요구사항 인증 규격인 ISO 9001: 2000은 신청에 의해 인증심사를 통해 인증규격을 획득하게 되며 인증규격에 대한 인증추세는 상승세를 유지하고 있다.

Stevenson & Barnes(2002)에 의하면 전 세계의 인증추세는 상승하고 있고 점유비율은 북미 13.1%, 유럽 55%이상, 동아시아 16% 등 지속적인 상승추세를 유지하고 있으며 우리나라의 경우도 1992년 인증시스템을 도입한 이후 2004년 6월 현재 11,402사가 인증을 받고 있고(한국인정원, 2004) 국외인증까지 합치면 약 25,000개 이상의 업체가 인증을 획득하고 있는 범용성이 높은 인증 규격이다.

통계청(2004년) 자료에 의하면 우리나라의 경우 취업 종사자의 70%이상 및 국내 GDP의 57%이상이 서비스 산업이 차지하고 있다.

국가경쟁력 제고 측면에서 이처럼 높은 비중을 차지하고 있는 서비스업의 품질 경영시스템의 제고는 중요하다.

그러나 기존 연구들의 대부분은 제조업 중심의 ISO 9001: 2000 인증 규격과 성과에 대한 연구 혹은 효과 확대를 위한 품질경영 요인과의 연계성에 집중되고 있다.

전술한 것과 같이 서비스 산업의 비중 및 종사자의 비중이 증가함에도 불구하고 ISO 9001: 2000의 인증규격과 서비스 산업과의 관계에 대한 연구는 미흡하다. 특히 서비스 산업이 중시하고 있는 서비스 품질과 고객만족 간에 대한 관계에 대한 연구도 미진하다.

따라서 본 연구에서는 첫째, ISO 9001/2000 인증요인이 서비스 품질과 고객만족에 미치는 영향을 조사, 분석하고자 한다.

둘째, 상호작용과 고객화 정도에 따른 서비스 기업 유형에 따른 영향 정도의 차이점을 분석하여 관련 업계의 인증규격 운용에 대한 시사점을 제공하고자 한다.

2. 이론적 고찰

2.1 ISO 9001:2000 인증 요인

2000년 12월에 개정된 ISO 9001:2000 인증규격의 특징은 지난 1994년의 인증규격에 비해 제품의 개념을 확대시켜 서비스업 등에도 적합할 수 있도록 넓은 의미로 확대시켰으며 고객만족을 반영할 수 있도록 하고 있다.

개정된 인증규격의 주요개념은 고객만족 실현 및 고객요구사항의 반영, 변화하는 산업사회에 대한 부응, 과다한 문서관리보다 성과개선에 집중, 그리고 성과중심으로 지속적 개선, 다른 경영시스템(ISO 14000)과의 병용성 증대, 조직의 핵심프로세스에 대한 역량 집중을 통하여 조직의 가치를 부여하고 성과 달성과 지속적 개선 기회 제공에 중점으로 두고 있다.(www.kab.or.kr)

변경 주요내용 첫째, ISO 9001과 ISO 9004의 관계를 명확성, 적합성을 갖고 사용토록 하였고, 둘째, 종전의 ISO 9001과 9003을 통합하여 ISO 9001로 하였다. 셋째, ISO 14000 규격과의 양립성을 고려하였으며 넷째, 다양한 조직규모, 형태 등에 적용가능성을 확대하였고 다섯째, 품질, 품질경영에 대한 개요 체계를 재정리 하였다. 여섯째, 품질경영원칙을 품질경영 시스템 운영의 원칙으로 확정하였고 일곱째, 고객만족 ISO 9000 시리즈에 근거한 품질시스템

을 구축하더라도 고객만족의 관점에서 시스템 요구사항 및 권고사항을 기술하였으며 여덟째, 품질경영시스템의 구축, 실시, 개선 시 프로세스를 명확히 하고 일련의 프로세스시스템으로 적용하였다. 아홉째, 품질경영시스템의 운용 시 지속적인 개선으로 전면적으로 도입하였고, 열 번째, 최고경영자의 책임, 역할의 확대, 명확화, 최고경영자가 실시할 사항을 명확히 규정하였고 열한 번째, 품질경영 자원의 중요성을 인식하고 기

술에 충실하였다.

개정된 ISO 9001: 2000의 인증규격 요건과 관련 규격요건은 <표 2-1>과 같으며 품질 경영시스템 인증을 위하여 요구된 ISO 9001:2000 인증 요구사항 중 신규로 삽입한 요건은 5.2 고객중심, 5.4.2 품질경영시스템 기획, 5.5.3 내부 의사소통, 7.2.3 고객과의 의사소통, 8.2.1 고객만족, 그리고 8.5.2 지속적인 개선의 6개 문항이다.

<표 2-1> ISO 9001: 2000 인증규격 구성

규격	규격명	구성내용
ISO 9000:2000	품질경영시스템(기본 사항 및 용어)	1. 품질경영시스템 기본사항 2. 용어 및 정의
ISO 9001:2000	품질경영시스템요구사항	4. 품질경영시스템 4.1 일반요구사항 4.2 문서화 요구사항 5. 경영책임 5.1 경영의지 5.2 고객중심 5.3 품질방침 5.4 기획 5.5 책임, 권한 및 의사소통 5.6 경영검토 6. 자원관리 6.1 자원확보 6.2 인적자원 6.3 기반구조 6.4 업무환경 7. 제품실현 7.1 제품실현의 기획 7.2 고객관련 프로세스 7.3 설계 및 개발 7.4 구매 7.5 생산 및 서비스 제공 7.6 모니터링 및 측정장치의 관리 8. 측정, 분석 및 개선 8.1 일반사항 8.2 모니터링 및 측정 8.3 부적합 제품의 관리 8.4 데이터 분석 8.5 개선
ISO 9004:2000	품질경영시스템 지침	성과개선지침 이해관계자 성과개선지침
ISO 19011:2001	품질경영시스템 지침	심사지침

2.2 ISO 9001:2000과 성과에 대한 연구

ISO 9001:2000인증이 성과에 미치는 영향에 대한 기존 연구들은 대부분 긍정적인 연구들이 주류를 이루고 있으며 긍정적 효과확대를 위한 추가적인 연구들이 진행되고 있다.

인증규격의 개정 전의 연구들 중 일부 부정적인 견해가 제기되고 있으나 인증규격

효과의 전면적 부정보다는 규격요인이 가지고 있는 속성 중 고객만족 측면과 경쟁력 측면에 대한 고려의 부족을 지적하고 있다.

부정적 측면에 대한 연구 중 전술한 측면에서 대표적 연구로는 Stavros(1997)의 경우 인증규격이 신뢰성 있고 효율적인 제품 개발에 구체적인 방향을 제시하고 있지 못하기 때문에 표준이하의 제품이 생산되고

따라서 품질 제고에 도움을 주지 못한다는 결과를 제시하고 있으며 Sun(1999)은 노르웨이 내 인증기업들을 대상으로 한 연구에서 고객 불평 감소, 수익성, 그리고 생산성 증가와 같은 기업성과는 증대되지만 시장 위치 및 경쟁력 확보, 종업원 만족, 그리고 환경보호 등과 같은 기업성과에는 영향을 주지 못하는 것으로 분석하여 인증규격이 가지고 있는 문제점들을 제기하고 있다.

이에 비해 대부분의 연구들은 종업원들의 프로세스와 책무에 대한 이해 증진과 관리 통제 용이, 불량품 및 고객 불평 감소, 그리고 수익성과 생산성 증가 등 긍정적인 영향들을 제기하고 있으며 부가적으로 TQM과의 관계성 연구 등 관련 연구들을 확대하고 있다(Acharya & Ray;2000, Najmi & Kehoe; 2000, Pheng & Alfelor; 2000, 정승환과 우성근; 2003).

2.3 서비스품질과 고객만족에 대한 연구

2.3.1 서비스기업 유형

서비스기업 유형에 대한 분류는 Chase(1981)에 의해 고객의 접촉 정도에 따라 접촉 정도가 높은 고 접촉 서비스와 접촉 정도가 낮은 저 접촉 서비스로 분류하고 있으며 이후 Schmenner(1986)에 의해 제기된 서비스 프로세스 매트릭스로써 <그림 2-1>과 같이 상호작용과 고객화 정도와 노동집약도 정도라는 두 가지 주요 요소에 따라 분류하고 있으며 분류에 의하면 상호작용과 고객화의 정도와 노동집약도 정도에 따라 서비스공장, 서비스 샵, 대량서비스, 그리고 전문서비스로 분류하였다.

본 논문에서는 이 같은 분류에 근거해 서비스기업을 분류하였다.

	낮음	높음
노동집약도의 정도	낮음	서비스공장 항공사, 트럭운송 호텔
	높음	서비스 샵, 병원, 자동차정비소 기타 수리서비스
	낮음	전문서비스 의사, 변호사 회계사, 건축가
	높음	대량서비스 소매업, 도매업, 학교, 은행의 소매 분야

<그림2-1> 상호작용과 고객화 정도

2.3.2 서비스 품질에 대한 연구

서비스 품질 개념에 대한 접근은 대부분 서비스산업의 특징 때문에 Garvin(1984)의 품질에 대한 다섯 가지 접근방법 중 사용자 중심의 접근방법에 의해 정의하고 있으며 Dodds & Monroe(1985)는 서비스품질 구성개념에 대한 접근을 객관적 품질과 주관적 품질로 구분할 수 있다.

객관적 품질이란 객관적인 평가에 의해 입증할 수 있는 우월성의 접근이며 주관적 품질이란 주관적 판단에 의해 인식하는 정도이다. 대부분의 서비스품질 구성개념에 대한 접근은 이 두 개념의 혼용으로 정의되고 있다.

Parasuraman, Zeithaml, Berry(1988)는 서비스 품질을 “서비스에 대한 소비자의 기대와 지각사이의 불일치 정도와 방향이며 지각된 품질은 제품에 대한 전반적 우수성이나 우월성에 대한 고객의 판단”으로 정의하고 있고 이 같은 정의에 기반을 두어 서비스 품질 요인을 유형성, 신뢰성, 반응성, 보증성, 그리고 공감성의 5가지 차원으로 구분하여 성과들과 기대간의 차이인 SERVQUAL모형으로 서비스 품질을 측정하였다.

이에 대해 Cronin & Taylor(1992)는 4개

의 서비스 산업을 대상으로 연구한 결과 성과만이 서비스 품질 측정에 안정적인 결과를 가져와 서비스 품질 측정 방법으로 성과만의 측정방법인 SERVPERF를 제기하고 있으며 성과 항목에 가중치를 부여하는 방법을 사용하였다.

이후에 전술한 두 방법에 대한 논란이 지속되어 왔으나(Desarbo, Huff, & Choi; 1994, Llosa, Chandon & Orsingher; 1998) 서비스 품질 구성차원의 분류는 일반적으로 과정품질과 결과품질로 분류하고 있으며 이유재, 이준엽(2001)의 연구에서도 SERVQUAL모형의 서비스 품질 구성 차원을 성과품질과 과정품질로 분류하고 있다.

Brady & Cronin(2001)은 상호작용품질, 결과품질, 그리고 물리적 환경으로 확대시켰고 이유재, 라선아(2003)도 금융업에서 서비스품질 측정을 상호작용품질, 결과품질, 그리고 물리적 환경 품질을 사용하였다.

이 같은 기존 연구들을 종합해 볼 때 서비스 품질의 구성 개념은 과정품질 차원과 결과 품질 차원 분류되며 최근 들어 물리적 환경 품질을 추가하고 있다.

2.3.3 고객만족에 대한 연구

고객만족은 제품이나 서비스를 사용한 경험에 의한 종합적 판단(Wesbrook, 1980)으로 정의하고 있으며 Oliver(1997)는 고객만족이란 불일치된 기대와 고객의 경험 및 기존에 가지고 있었던 느낌과 결합된 감정적인 반응으로서 충족상태에 대한 반응"으로 정의하고 있다.

Evan & Lindsay(1995)는 고객만족평가요소를 기업 내에서 고객만족관련 정보의 수용 정도와 수용 방법, 그리고 이에 대처하는 기업의 대처 정도를 보는 방법을 채택하

였다. 따라서 조직이 고객의 기대와 요구를 어떻게 파악하고 그리고 어떻게 잘 부각시키고, 전달시키는가와 어떻게 잘 고객만족을 판단하는가로 측정하고 있으며 부가하여 이유재, 라선아(2003)은 만족감과 즐거움으로 측정하고 있다.

이 같은 연구들을 통합해 볼 때 고객만족 측정 요인으로는 고객만족관련 정보의 수용 정도와 수용 방법, 그리고 이에 대처하는 기업의 대처 정도를 보는 방법을 채택되고 있다.

2.3.4 서비스품질과 고객만족과의 관계에 대한 연구

많은 학자들이 실증분석을 통해 서비스품질과 고객만족은 연관성이 있는 것으로 분석하였다(Cronin & Taylor; 1992, Bansal & Taylor; 1997).

전술한 바와 같이 서비스 품질은 과정 품질과 결과 품질 등의 차원에 의해 결정되지만 고객만족은 제품이나 서비스를 사용한 경험에 의한 종합적 판단으로 고객만족의 후행성을 제기하고 있다.

그러나 Shiv & Huber(2000)는 경험상 누적된 만족도 혹은 거래 서비스 기업에 대한 예상되는 만족도는 예상과정을 통해 만족도를 사전에 평가하여 결정하므로 서비스 품질에 선행하는 것으로 분석하고 있다.

그러나 최근의 연구들을 종합해 보면 서비스 품질은 반드시 경험을 요구하지 않으며 서비스 품질이 향상되면 고객만족이 증가하고 이 것이 성과에 많은 영향을 미치는 것으로 분석하여 서비스 품질을 선행성을 제기하고 있는 것이 일반적인 추세이다(이유재, 이준엽; 2001, Caruana; 2002).

3. 연구의 모형 및 방법

3.1 연구가설 설정 및 연구모형

전술한 ISO 9001:2000의 개정안의 핵심은 고객만족에 초점을 두고 어떠한 업종, 조직에게도 적용 가능하도록 확대 적용하고자 하였으며 종전에 접근이 어려웠던 서비스업 중에서도 활용이 가능하고자 함으로써 서비스 산업에 대한 긍정적 영향을 미칠 것을 간접적으로 시사하고 있으며 Hesan, Chang, Chan, (2002)연구에서도 ISO 9001:2000 인증이 품질경영에 영향을 미치고 있는 것으로 분석하였고 정승환, 우성근(2003)도 품질경영 실행 즉 TQM이 서비스 품질에 영향을 미치는 것으로 분석하여 명확하게 제시하고 있지는 않지만 긍정적인 영향 정도를 예측하게 한다.

따라서 가설 1은 다음과 같이 설정하였다.

가설1: ISO 9001:2000은 서비스 품질에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

Shiv & Huber(2000)는 경험상 누적된 만족도 혹은 거래 서비스 기업에 대한 예상되는

만족도 즉 예상과정을 통해 만족도를 사전 평가하는 것으로 분석하여 고객만족의 선행성을 제기하고 있으나 서비스 품질은 반드시 경험을 요구하지 않으며 서비스 품질이 향상되면 고객만족이 증가하고 이 것이 성과에 많은 영향을 미치는 것으로 분석하여 서비스 품질을 선행성을 제기하고 있다(Spreng & Maycoy; 1996, 이유재, 이준엽;2001, Caruana; 2002).

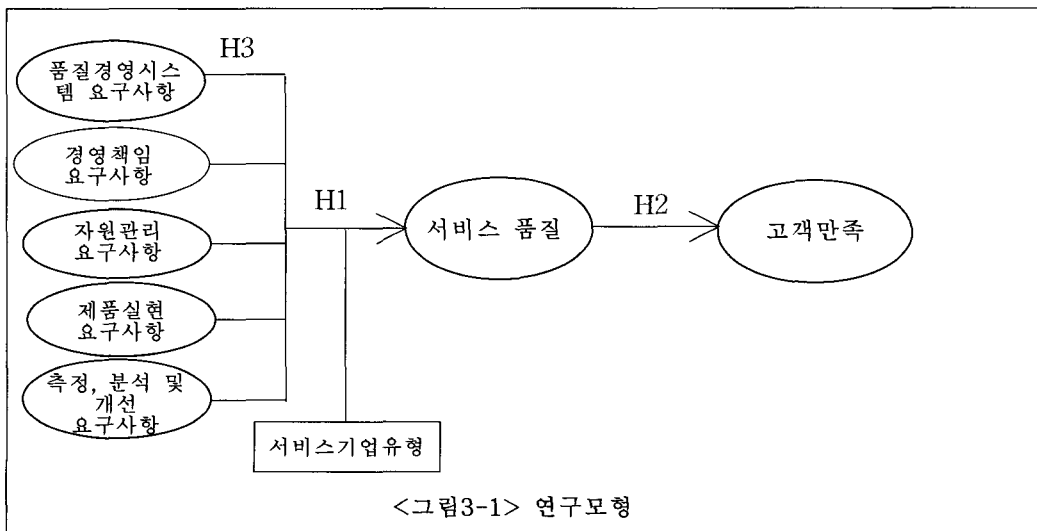
이 같은 논의들을 종합하여 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설2: 서비스품질은 고객만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

전술한 ISO 9001:2000은 서비스품질에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예측되어 가설 1을 설정하였으나 서비스기업에 있어서도 기업 종류에 따라 영향 정도는 다를 것이다. 따라서 Schmenner(1986)의 서비스기업 분류에 따라 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설 3: ISO 9001:2000 요구사항이 서비스 품질에 미치는 영향은 서비스 기업 분류에 따라 차이를 보일 것이다.

이 같은 가설을 종합하여 <그림3-1>과 같은 연구 모형을 제시하였다.



<그림3-1> 연구모형

3.2 변수의 조작적 정의 및 측정방법

본 연구 모형을 검증하기 위한 변수의 조작적 정의는 선행연구에서 제시된 것에 근거하여 이루어졌다.

독립변수는 ISO 9001:2000 요구사항에 근거하여 5가지 요인을 채택하였으며 측정항목은 각 요구사항 세부 항목들을 참조하여 작성하였다.

서비스 품질은 PZB(1988)가 제시한 SEVQUAL의 유형성, 신뢰성, 대응성, 보증성, 그리고 공감성의 22개 측정항목을 기반으로 Bell & Menguc(2002)의 측정 항목과 혼용하여 10개 항목을 선택하여 성과만을 측정하였고 고객만족은 이유재, 라선아(2003)의 연구에 근거하여 경쟁사와 비교한 고객만족, 만족도, 즐거움의 3개 항목을 선택하였다.

서비스 기업유형은 Schmenner(1986)의 분류기준에 의거하여 상호작용과 고객화 정도 따라 분류하였다.

본 연구는 고객 중심의 서비스품질과 고객만족과의 관계를 분석하는 경우이므로 노동집약도에 따른 분류의 경우는 생략하였다.

4. 실증분석결과 및 해석

4.1 조사대상의 선정

본 연구는 ISO 9001:2000 요구사항과 서비스품질, 그리고 고객만족과의 관계를 규명하고자하는 목적을 달성하기 위하여 서울 및 천안 권에 위치한 백화점, 금융기관, 호텔, 병원, 회계법인, 그리고 건설업들을 대상으로 품질관련 업무 경력자들을 대상으로

실증분석을 실시하였다.

조사에 사용된 설문지는 전술한 기존 연구에 기초하여 작성되었으며 응답대상자의 이해를 위하여 전문가 집단의 검토가 있었다.

설문조사 및 회수는 대면회수와 전자우편회수를 병행하여 총 280부를 확보하였다.

4.2 자료의 분석

4.2.1 응답자의 특성

분석에 사용된 표본은 총 214부이다. 분석과정에서 전체 280부의 표본 중 일부 결측치나 응답의 쓸림 등으로 인해 66부의 표본이 제거되었다.

분석에 사용된 응답자의 특성은 업종, 연령, 품질관련 인증 및 고객관련상 수상, 직책, 그리고 근무경력 등으로 구분하여 분석하였다. 설문 응답자의 인구통계학적 특성의 분포는 <표 4-1>과 같다.

설문응답자는 상호작용과 고객화가 낮은 업종에 근무하는 사람이 105명, 상호작용과 고객화가 높은 업종에 근무하는 사람이 109명으로 근무업종 간 비교적 균형을 이루고 있었다.

상호작용과 고객화가 낮은 업종에 근무하는 사람들의 경우 연령의 경우는 30대 이상이 87%, 품질관련 인증 및 고객관련상 수상 경험이 있고 5개 이상 수상한 업체 근무자가 65%, 4년 이상 근무자가 85%를 차지하여 대부분 품질개념에 대한 인지와 근무경험이 있는 특징을 보였다. 상호작용과 고객화가 높은 업종의 경우는 응답자 연령이 30대 이상이 80%, 품질관련 인증 및 고객관련상 수상 경험이 있는 업체 근무자가 98%, 4년 이상 근무자가 75%를 차지하여 대부분 품질개념에 대한 기본적인 지식과 관련 업무 처리 경험이 있는 것으로 나

<표 4-1> 인구통계학적 특성

변 수	상호작용과 고객화가 낮은 업종				상호작용과 고객화가 높은 업종				
	백화점	금융기관	호텔	계	병원	회계법인	건설업	계	
연령	29세 이하	0	12	2	14(13%)	4	0	18	22(20%)
	30-39세 이하	7	34	11	52(50%)	12	4	32	48(44%)
	40세 이상	14	12	13	39(37%)	5	8	26	39(36%)
	소계	21	58	26	105	21	12	76	109
품질관련 인증 및 고객관련상 수상	0	0	0	0	0	0	2	0	2(2%)
	1-5	6	19	12	37(35%)	8	10	42	60(55%)
	5 이상	15	39	14	68(65%)	13	0	34	47(43%)
	소계	21	58	26	105	21	12	76	109
직책	팀원	16	42	18	76(72%)	18	10	42	70(64%)
	팀장급	5	16	8	29(28%)	3	2	34	39(36%)
	소계	21	58	26	105	21	12	76	109
근무경력	1년 미만	2	0	2	4(4%)	2	0	5	7(6%)
	1년-4년미만	5	2	5	12(11%)	6	3	11	20(18%)
	4년-7년미만	6	18	9	33(31%)	5	4	24	33(30%)
	7년 이상	8	38	10	56(53%)	8	5	36	49(45%)
	소계	21	58	26	105	21	12	76	109

타났다. 따라서 이 같은 결과들을 근거로 볼 때 본 연구 표본 설계에는 무리가 없는 것으로 판단되었다.

4.2.2 측정도구의 신뢰성 및 타당성

4.2.2.1 정확절차 및 단일 차원성 확보

정확절차를 개별항목 대 전체 항목 간 상관관계는 모두 상관계수가 0.3 이상이었다. 단일 차원성 검증을 위한 비회전 요인분석을 실시한 결과 모든 측정항목의 요인적재량이 0.6을 넘는 것으로 나타나 각 측정항목들은 모두가 단일 차원에 속하는 것으로 나타났다.

4.2.2.2 신뢰성 검증

본 연구의 질문항목은 개념의 조작적 정의를 기초로 다 항목에 의해 측정되었으며 신뢰성 분석을 위해서 개념의 내적 일관성을 확인할 수 있는 Cronbach's α 계수를 사용하였다.

<표 4-2> 신뢰성 검증 결과

상호작용과 고객화가 낮은 업종			상호작용과 고객화가 높은 업종		
개념	문항수	Cronbach's α 계수	개념	문항수	Cronbach's α 계수
품질경영 시스템	3	.7012	품질경영 시스템	3	.7142
경영책임	6	.8415	경영책임	6	.8675
자원관리	4	.7844	자원관리	4	.7963
제품실현	6	.8826	제품실현	6	.8973
측정, 분석 및 개선	5	.7932	측정, 분석 및 개선	5	.8023
서비스품질	10	.9518	서비스품질	10	.9251
고객만족	3	.7824	고객만족	3	.7683

각 변수들의 신뢰성 검증 결과는 <표 4-2>와 같다. Cronbach's α 계수가 모두 0.7 이상이므로 본 연구에서 사용된 측정도구들은 신뢰성이 있는 것으로 판단되었다.

4.2.2.3 타당성 검증

본 연구에서는 측정도구 자체를 측정하

<표 4-4> 각 요인간 상관관계분석

상호작용과 고객화가 낮은 업종								상호작용과 고객화가 높은 업종							
항목	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	항목	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7
품질경영시스템(A1)								품질경영시스템(A1)							
경영책임(A2)	.18							경영책임(A2)	.19						
자원관리(A3)	.27	.28						자원관리(A3)	.23	.27					
제품실현(A4)	.30	.31	.24					제품실현(A4)	.29	.33	.29				
측정,분석 및 개선(A5)	.29	.34	.28	.41				측정,분석 및 개선(A5)	.21	.32	.29	.34			
서비스품질(A6)	.15	.33	.42	.40	.45			서비스품질(A6)	.18	.35	.38	.40	.38		
고객만족(A7)	.11	.34	.33	.38	.28	.34		고객만족(A7)	.11	.32	.39	.34	.27	.35	

고자 하는 속성이나 개념을 적절하게 측정할 수 있도록 추출하고, 내용 타당성을 유지하기 위해 기존 연구의 설문항목을 토대로 이를 본 연구에 적합하도록 전문가집단의 심층면접을 통해 수정하였으며 사전조사를 통하여 재차 문구의 조정을 실시하여 작성하였다.

본 연구에 사용되는 변수들에 대한 타당성 검증은 확인요인분석을 실시하였다.

확인요인분석은 특정가설을 설정하고 이 자료에서 관찰되는 관계를 어느 정도 잘 설명하고 있는지의 정도를 나타내는 기법으로 분석과정에서 사전지식이나 이론적인 결과를 가지고 가설형식으로 모형화하고 행렬의 일부 원소 값을 제약한다.

각 단계별로 항목의 최적상태를 도출하기 위하여 GFI(Goodness-of Fit Index; ≥ 0.90 이 바람직), AGFI(Adjusted Goodness-of Fit Index; ≥ 0.90 이 바람직), RMR(Root Mean Square Residual; 0.05 보다 작을수록 바람직), NFI(Normed Fit Index; ≥ 0.90 이 바람직), χ^2 (작을수록 바람직), χ^2 에 대한 p 값(≥ 0.50 이 바람직) 등을 이용하였다.

각 연구 단위들에 대한 확인 요인분석 결과는 <표 4-3>과 같다.

분석결과 상호작용이 높은 업종이나 낮은 업종 모두 품질경영시스템 요구사항을 제외하고 모든 요인들이 적합도 평가기준을 만족하는 것으로 나타났다. 품질경영시스템

<표 4-3> 각 요인별 확인요인분석 결과

상호작용과 고객화가 낮은 업종								상호작용과 고객화가 높은 업종							
요인	항목	GFI	AGFI	RMR	NFI	χ^2	P	요인	항목	GFI	AGFI	RMR	NFI	χ^2	P
품질경영시스템	3	0.915	0.903	0.012	0.942	48.3	0.04	품질경영시스템	3	0.923	0.912	0.015	0.947	47.8	0.05
경영책임	6	0.989	0.978	0.032	0.978	49.5	0.12	경영책임	6	0.988	0.979	0.041	0.981	51.2	0.10
자원관리	4	0.973	0.970	0.015	0.968	31.2	0.09	자원관리	4	0.983	0.984	0.013	0.972	34.6	0.08
제품실현	6	0.958	0.948	0.035	0.962	55.2	0.21	제품실현	6	0.949	0.952	0.038	0.972	61.4	0.29
측정,분석 및 개선	5	0.914	0.909	0.029	0.931	39.6	0.11	측정,분석 및 개선	5	0.918	0.910	0.035	0.942	41.5	0.16
서비스품질	10	0.984	0.981	0.047	0.979	68.9	0.85	서비스품질	10	0.991	0.994	0.049	0.981	75.2	0.94
고객만족	3	0.942	0.934	0.011	0.951	19.2	1.18	고객만족	3	0.952	0.948	0.021	0.964	25.3	1.43

요구사항의 경우 p 값이 일부 0.04로 평가 기준보다 낮게 나타났지만 GFI, AGFI, RMR, NFI 값 등이 만족스러운 것으로 나타나 문제가 없는 것으로 판단했다. 확인 요인분석을 통해 집중타당성, 판별타당성과, 그리고 단일차원성이 검사되었다.

4.2.2.4 상관관계분석

기준타당성은 하나의 속성이나 개념의 상태에 대한 측정이 미래시점에 있어서의 다른 속성이나 개념의 상태변화를 예측하는 능력으로 각 요인들 간의 상관관계 분석을 통해 유의성을 검증하였다.

각 요인별 서로의 관계방향과 관계성을 입증하기 위한 상관관계 분석을 실시한 결과는 <표 4-4>와 같다.

상관관계분석의 경우 결과와 같이 대부분의 변수들 간에 유의적인 관계를 갖고 있는 것으로 나타나 기준타당성을 만족한다고 할 수 있다.

4.3 가설의 검증

구성개념들 간의 인과관계의 형성여부를 검증하기 위하여 공분산 구조 분석을 하였으며 이를 위해 AMOS 5.0 패키지를 사용하였다.

4.3.1 전체업종

조사대상 전체를 대상으로 측정변수들을 도입하여 실증분석한 결과는 <표 4-5>와 같다.

분석결과 전체적인 구조모형의 적합도는 χ^2 에 대한 p 값이 0.086, GFI=0.943, AGFI=0.951, RMR=0.41, NFI=0.958로 나타

나 전체업종에 대한 연구 모형은 적합도 기준에 적합한 것으로 나타났다.

가설 1은 “ISO 9001:2000은 서비스 품질에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.”로 이 연구 가설과 관련된 경로계수 추정치들은 품질경영시스템 요구사항을 제외하고 나머지 요구사항은 유의하여 부분 채택되었으며 보완된 사항인 경영책임요구사항과 측정 분석 및 개선 요구사항은 보다 중요한 요인으로 분석되었다.

<표4-5> 전체 서비스업종의 분석결과

가설	가설경로	경로계수	t 값	sig
H1	품질경영시스템 요구사항 →서비스품질	0.08	1.83	0.062
	경영책임 요구사항 →서비스품질	0.457	4.254	0.000
	자원관리 요구사항 →서비스품질	0.234	3.125	0.001
	제품실현 요구사항 →서비스품질	0.362	2.268	0.001
	측정 분석 및 개선 요구사항 →서비스품질	0.457	4.963	0.002
H2	서비스품질→고객만족	0.437	4.879	0.000
$\chi^2 = 332.121$, GFI=0.943, AGFI=0.951, RMR=0.41, NFI=0.958, p=0.086				

가설 2는 “서비스품질은 고객만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.”로 분석결과 경로계수 값이 0.437, t값 4.879로 통계적으로 유의하여 채택되었으며 Spreng & Maycoy(1996), 이유재, 구준엽(2001), Caruana(2002)의 연구결과와 일치 하였다.

4.3.2 상호작용과 고객화가 낮은 업종

상호작용과 고객화가 낮은 업종은 Schmenner(1986)의 분류기준에 의해 백화점, 금융기관, 호텔을 대상으로 분석하였다.

<표4-6> 상호작용과 고객화가 낮은 서비스업종의 분석결과

가설	가설경로	경로계수	t 값	sig
H1	품질경영시스템 요구사항 →서비스품질	0.07	1.67	0.051
	경영책임 요구사항 →서비스품질	0.471	4.154	0.000
	자원관리 요구사항 →서비스품질	0.245	3.231	0.001
	제품실현 요구사항 →서비스품질	0.371	2.315	0.001
	측정 분석 및 개선 요구사항 →서비스품질	0.447	4.936	0.002
H2	서비스품질→고객만족	0.434	4.868	0.000
$\chi^2=211.33$, GFI=0.943, AGFI=0.948, RMR=0.46, NFI=0.952, p=0.078				

분석결과 <표 4-6>과 같이 전체적인 구조 모형의 적합도는 χ^2 에 대한 p 값이 0.078, GFI=0.943, AGFI=0.948, RMR=0.46, NFI=0.952로 나타나 적합도 기준에 적합한 것으로 나타났고 경로계수를 보면 전체 서비스업종의 분석결과 같이 품질경영시스템 요구사항을 제외하고 나머지 요인은 서비스품질에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

4.3.3 상호작용과 고객화가 높은 업종

상호작용과 고객화가 높은 업종은 병원, 회계법인, 건설업을 대상으로 분석하였으며 분석결과는 <표 4-7>과 같다.

모형의 적합도는 χ^2 에 대한 p 값이 0.081, GFI=0.945, AGFI=0.951, RMR=0.48, NFI=0.946로 적합도 기준에 적합한 것으로 나타났다.

경로계수를 보면 품질경영시스템 요구사항과 제품실현 요구사항이 서비스 품질에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타나 상호작용과 고객화가 낮은 업종의 경우와는 다

르게 나타났다.

따라서 가설 3의 “ISO 9001:2000 요구사항이 서비스 품질에 미치는 영향은 서비스 기업 분류에 따라 차이를 보일 것이다.”는 가설은 채택되었다.

<표4-7> 상호작용과 고객화가 높은 서비스업종의 분석결과

가설	가설경로	경로계수	t 값	sig
H1	품질경영시스템 요구사항 →서비스품질	0.07	1.77	0.043
	경영책임 요구사항 →서비스품질	0.480	4.175	0.000
	자원관리 요구사항 →서비스품질	0.253	3.345	0.001
	제품실현 요구사항 →서비스품질	0.313	1.823	0.001
	측정 분석 및 개선 요구사항 →서비스품질	0.454	4.955	0.002
H2	서비스품질→고객만족	0.445	4.879	0.000
$\chi^2=21.43$, GFI=0.945, AGFI=0.951 RMR=0.48, NFI=0.946, p=0.081				

5. 결론

본 연구에서는 ISO 9001: 2000 요구사항이 서비스 품질과 고객만족 간의 관계를 실증분석하였다. 제안된 연구모형에서는 ISO 9001: 2000 요구사항에 기초하여 품질경영시스템 요구사항, 경영책임 요구사항, 자원관리 요구사항, 제품실현요구사항, 그리고 측정, 분석 및 개선 요구사항의 5개 요인을 설정하였으며 성과요인으로 서비스 품질 5개 요인, 고객만족 2개 요인을 설정하였다.

주요 연구결과와 시사점을 요약하면 다음과 같다.

첫째, ISO 9001: 2000 규격사항은 품질경영시스템 요구사항을 제외하고는 서비스 품

질에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

영향을 미치지 못하는 것으로 분석된 품질경영시스템 요구사항인 일반요구사항과 문서화 요구사항은 서비스 산업에 있어 필요한 사항임에도 불구하고 서비스 산업 종사자의 인식 등이 아직 품질경영 측면에서 인식이 부족한 것으로 나타났다. 서비스 품질 제고를 위해서는 품질경영실시에 기본적으로 필요한 품질경영시스템 요구사항에 대한 준비가 필요하나 서비스 산업 종사자들을 대상으로 한 설문분석 결과가 영향을 미치지 못하는 것으로 나타나 서비스 품질의 한 단계 높은 발전을 위해서는 서비스 품질 종사자에 대한 품질경영시스템에 대한 기본적 인식 및 교육 등이 필요한 것으로 분석되었다.

둘째, 서비스품질은 고객만족에 선행하는 영향을 미치는 것으로 분석되어 Spreng & Maycoy(1996), 이유재, 구준엽(2001), Caruana(2002) 등의 기존 연구 연구결과를 지지하는 결과를 가져왔으며 서비스 품질이 향상되면 고객만족이 증가하는 것으로 나타났다.

셋째, ISO 9001:2000 규격요인이 서비스 품질에 미치는 영향에 대하여 상호작용과 고객화가 낮은 업종인 백화점, 금융기관, 호텔과 상호작용과 고객화가 높은 업종은 병원, 회계법인, 건설업을 비교한 결과 일부 요인에서 차이가 있는 것으로 나타났다.

따라서 업종에 따라서 규격요인의 유연성 있는 대응이 필요한 것으로 나타났다.

상호작용과 고객화가 높은 업종의 경우 품질경영시스템 요구사항과 제품실현 요구사항이 영향을 미치지 못하는 것으로 분석되었으며 제품실현 요구사항인 제품실현의 기획 및 고객관련 프로세스, 설계 및 개발,

구매, 생산 및 서비스 제공, 그리고 모니터링 측정장치의 관리의 경우 서비스 종류가 고객에 따라 다양한 경우인 고객화가 높은 업종에 있어서는 서비스 프로세스의 표준화 정착이 부족한 것으로 나타났다.

이 같은 연구결과들을 종합하면 현행 ISO 9001: 2001 인증은 서비스업종의 서비스 품질 및 고객만족 제고에 도움을 주는 것으로 분석되어 국내 산업의 상당한 비중을 점유하고 있는 서비스산업 경쟁력 확보를 위해 인증 확대가 필요한 것으로 나타났다.

그러나 일부 요인은 영향을 미치지 못하는 것으로 분석되어 서비스 품질의 한 단계 상승을 위해서는 서비스산업 종사자들의 품질 경영시스템 기본에 대한 인식 등이 필요한 것으로 나타나 향후 서비스 기업의 품질 관리 방향에 있어 새로운 품질관리 방향을 제기하여 주고 있다.

본 연구에서는 설문지로 얻어진 자료만을 분석에 이용하였다. 따라서 설문 응답자의 태도에 따라 조사결과가 달라지는 경향을 피하기 어려운 한계점을 갖고 있다. 뿐만 아니라 본 연구는 횡단적 조사에 의존하고 있어 변수들 간의 인과관계를 명확하게 파악하기에는 한계점이 있을 수 있다.

이러한 한계점을 바탕으로 향후 연구방향을 제시하면 다음과 같다.

제한된 업종만을 대상으로 분석하여 다양한 업종별 분석에 따른 일반화에는 미흡하였다. 따라서 후속연구에서는 조사방법론 상에서 이 같은 점을 보완하여 보다 광범위한 연구를 통해 연구의 보완이 이루어져야 할 것이다.

또한, 고객만족요인과 향후 구매에 미치는 연구까지 보다 다양한 요인들도 연구되어야 할 필요가 있다.

참고문헌

- [1] 정승환 · 우성근(2003), "TQM이 서비스 품질에 미치는 영향에 대한 연구", 「한국생산관리학회지」, 제13권, 제3호.
- [2] 이유재 · 라선아(2003), "서비스 품질의 각 차원이 CS에 미치는 상대적 영향에 대한 연구", 「마케팅연구」, 제18권, 제4호.
- [3] 이유재 · 이준엽(2001), "서비스 품질의 측정과 기대효과에 대한 재고찰: KS-SQP모형의 개발과 적용", 「마케팅연구」, 제18권, 제4호.
- [4] 한국인정원(2004): www.kab.or.kr.
- [5] Acharya UH, Ray S.(2000), ISO 9000 Certification in Indian Industries: A survey. *Total Quality Management*, Vol. 11, pp. 261-266.
- [6] Bansal Harvir S. & Shirley Taylor (1997), *Developments in Marketing Science*, Hair Eds. pp. 304-313.
- [7] Bell, Simon J. and Bulent Menguc (2002), "The Employ Organization Relationship, Organizational Citizenship Behavior, and Superior Service Quality," *Journal of Retailing*, Vol. 78, pp. 131-146.
- [8] Brady, Michael K. and J. Joseph Cronin Jr(2001), "Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach," *Journal of Marketing*, Vol. 65, July, pp. 34-49.
- [9] Caruana, Albert(2002), "Service Loyalty: The Effects of Service Quality and the Mediating Role of Customer Satisfaction," *European Journal of Marketing*, Vol. 36, pp. 811-828.
- [10] Chase, R. B.(1981) "The Customer Contact Approach to Services: Theoretical Bases and Practical Extensions," *Operations Research*, Vol. 29, No. 4, pp. 698-705.
- [11] Cronin J. Joseph Jr. and Steven A. Taylor(1992), "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension," *Journal of Marketing*, Vol. 56, July, pp. 55-68.
- [12] Desarbo. Wayne S., Leonard Huff. Marcello M. Rolandeli, and Jungwhan Choi(1994), *On the Measurement of Perceived Service Quality: A Conjoint Analysis Approach*, Service Quality: New Directions in Theory and Practice, Roland T. Rust and Richard L. Oliver Eds.
- [13] Dodds, William B. and Kent B. Monroe(1985), "The Effect of Brand and Price Information on Subjective Product Evaluations," *Advances in Consumer Research*, Vol. 12, pp. 85-90.
- [14] Evans, J. R., Lindsay, W. M.(1995), *The Management and Control of Quality*, 3th Eds., West Publishing, New York, NY.
- [15] Garvin, David A.(1984), "What Does Product Quality Really Mean ?" *Sloan Management Review*, Vol. 26, No. 1, pp. 25-43.
- [16] Hesani A. Quazi, Chang Wing Hong & Chan Tuck Meng(2002), "Impact of ISO 9000 certification on quality

- management practices: A comparative study," *Total Quality Management*, Vol. 13, pp. 53-67.
- [17] Llosa, Sylvie, Jean Louis Chandon, and Chiara Orsinher(1998), "A Emperical Study of SERVQUAL's Dimensionality," *The Service Industries Journal*, Vol. 12, No. 2, pp. 16-44.
- [18] Najmi, M., Kehoe, D.F.(2000), "An integrated framework for post-ISO 9000 quality development," *International Journal of Quality and Reliability Management*, Vol. 17, No. 3, pp. 226-258.
- [19] Oliver, Richard L.(1997), *A Conceptual Model of Service Quality and Service Satisfaction: Compatible Goals, Different Concepts*, Teresa A. Swartz. David H Brwen and Stephen W. Brown Eds.
- [20] Pheng, L. S., Alfelor, W. M.(2000), "ISO 9001: 2000. Cross-cultural influences on quality management systems: Two case studies," *Work Study*, Vol. 49, No. 4, pp. 134-144.
- [21] Parasuraman, A. Valerie A. Zeithaml, and Leonard L Berry(1988), "SREVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Jouranl of Retailing*, Vol 64, No. 1, pp. 12-40.
- [22] Schmenner, R W.(1986), "How Can Service Businesses Survive and Prosper?" *Sloan School Management Review*, Vol. 27, No. 3, p. 25.
- [23] Shiv, Baba and Joel Huber(2000), "The Impact of Anticipating Satisfaction on Consumer Choice," *Journal of Consumer Research*, Vol. 27, Sept. pp. 202-216.
- [24] Stavros, D.A.(1997), "ISO 9000-guidelines to Increased Costs & Reduced Product Quality," *Cost Engineering*, Vol. 36, No. 6.
- [25] Sun, H.(1999), "Diffusion and Contribution of the Total Quality Management: An Emprirical Study in Norways," *Total Quality Management*, Vol. 10, pp. 901-914.
- [26] Thomas H. Stevenson, Frank C. Barnes(2002), "What Industrial Marketers need to Know Now about ISO 9000 Certification A Review, Update, and Integration with Marketing," *Industial Marketing Management*, Vol 31, pp. 695-703.
- [27] Westbrook, Robert A.(1980), "International Affective Influence on Consumer Satisfaction with Products," *Journal of consumer Research*, June
-