
민간경호경비 회사의 시장지향성과 서비스품질 및 경영성과의 관계

Relationship between Market Orientation, Service Quality and Business Performance in the Firms of Private Security Guards

강민완

경기대학교 경호안전학과

Min-Wan Kang(kmw@kyonggi.ac.kr)

요약

본 연구의 목적은 민간경호경비 회사의 시장지향성과 서비스품질 및 경영성과의 관계를 규명하는데 있다. 이 연구는 2009년 서울 소재 민간경호경비 회사를 모집단으로 선정한 다음, 유의표집법을 활용하여 250명의 연구대상을 표집하였다. 그러나 응답이 불성실하고 무의미한 자료를 제외하고 최종분석에 사용된 사례수는 총 235명이었다. 이 연구에서는 설문지의 타당도 및 신뢰도를 검증하기 위하여 신뢰도분석의 알파값과 공변량구조분석의 최대우도법을 이용하였다. 설문지의 타당도는 외생변수의 경우 .675, 내생변수의 경우 .732이상으로 나타났으며, 설문지의 신뢰도는 Cronbach's α 값이 .732이상으로 나타났다. 이 연구에서는 신뢰도분석을 위해 SPSSWIN 16.0 프로그램을 활용하였으며, 확인적 요인분석과 공변량구조분석을 위하여 AMOS 5.0 프로그램을 적용하였다. 이상과 같은 연구방법 및 절차를 통해 이 연구에서 도출한 결론은 다음과 같다. 이 연구는 민간경호경비 회사의 시장지향성이 첫째, 간경호경비 회사가 시장지향적일수록 서비스품질은 향상된다. 둘째, 민간경호경비 회사가 시장지향적일수록 경영성과는 향상된다. 셋째, 서비스품질이 좋을수록 경영성과는 높아진다. 이상의 결론을 종합하면, 민간경호경비 회사의 시장지향성은 경영성과에 직접적인 영향을 미칠 뿐만 아니라, 서비스 품질을 통하여 경영성과에 간접적인 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.

■ 중심어 : | 민간경호경비 | 시장지향성 | 서비스품질 | 경영성과 |

Abstract

This study was to analyze the effect of market orientation on service quality and business performance in the firms of private security guards. To attain the goal of the study described above paragraphs, some peoples held in Seoul were set as a collected group. Then, using the purposive sampling method, finally drew out and analyzed 235 peoples in total. The material collection device was the brochure named <market orientation, service quality, business performance>. The result of reliability check up was here below; Chronbach' α =.732. To analyze materials, reliability analysis, SEM were used as statistic analysis techniques.

The conclusion based on above study method and the result of material analysis are here below. First, market orientation have influence on service quality. Second, market orientation have influence on business performance. Third, service quality have influence on business performance.

■ keyword : | Private Aecurity Guards | Market Orientation | Service Quality | Business Performance |

1. 서론

눈부신 경제 성장은 인간생활에 풍요로움과 편리함을 가져다 준 반면, 급속한 사회변화를 촉진시켜 다양한 사회문제를 야기하고 있다. 특히 각종 테러 및 범죄 등은 갈수록 포악해짐으로써 인간생활의 기본적인 안전마저 위협하고 있다. 이에 따라 현대인들의 안전욕구는 날로 증대되고 있으며, 이는 민간경호경비 또는 시큐리티 산업의 수요를 증대시키는 요인으로 작용하고 있다[3]. 민간경호경비 산업은 그간의 짧은 역사에도 불구하고 비약적인 양적 성장을 구가하여 왔으나, 질적 성장에서는 미흡한 것이 사실이다. 앞으로 민간경호경비 산업의 균형적인 양·질적 발전을 위해서는 경영환경 변화에 적극 부응해야 할 뿐만 아니라, 조직의 혁신적 경영 마인드 도입이 필요하다.

민간경호경비 회사의 궁극적인 목표는 이윤창출을 통해 지속적으로 성장, 발전하는 것이다. 이를 위해서는 최대의 성과를 도출하기 위하여 효율적인 경영을 수행하는 것이 무엇보다 중요하다. 경영성과는 조직의 다양한 내외적 변수에 의해 영향을 받는 것으로 알려져 있다. 조직의 경영성과와 관련된 인과적 변수를 도출하기 위해서는 일반 사회과학 연구영역에서 수행된 선행 연구를 고찰해야 할 것이다. 왜냐하면 경호경비학 연구 영역에서는 학문적 역사가 상대적으로 짧으므로 이 분야에 대한 연구가 전문화되지 못했기 때문이다. 그동안 일반 사회과학 연구영역에서는 조직의 경영성과를 결정짓는 중요 변수를 밝혀내기 위하여 다양한 연구를 진행하여 왔다[1][4][8-11][13][18][19][24]. 이들 연구들은 주로 시장지향성이 서비스품질 및 조직의 경영성과에 의미 있는 영향을 미치는 것으로 보고하여 왔다. 특히 유동근 등(1998)은 서비스기업의 시장지향성과 성과에 관한 연구에서 시장지향성이 기업의 성과에 직접적인 영향을 미칠 뿐만 아니라, 서비스품질 및 고객만족의 매개변수를 통하여 간접적인 영향을 미친다고 보고함으로써 본 논제의 타당성을 뒷받침해주고 있다.

시장지향성은 어느 한 부서에 의해 주도되는 것이 아니라 조직 내의 전 부서가 참여하여 시너지 효과를 창출하고, 이를 통하여 고객의 가치를 창출하는 행위라

할 수 있다[9]. 시장지향성은 급변하는 기업환경에서 기업이 전략적으로 고객의 욕구를 충족시키기 위하여 90년대에 나타난 실천적이며, 전략적인 경영철학이라 할 수 있다[10]. Kohli, Jaworski와 Kumber[22]은 시장지향성을 현재 및 미래의 고객욕구를 반영하는 시장정보를 전사적 차원에서 창출하고, 창출된 정보를 조직전체에 교류시키며, 그 시장정보에 대해 전사적으로 반응하는 것으로 정의하였다. 이러한 시장지향성이 서비스품질과 고객만족을 통하여 경영성과에 직간접적인 영향을 미치고 있다면 이에 대한 구체적인 분석과 논의가 이루어져야 할 것이다.

대부분의 민간경호경비 회사는 영세업체이어서 장기적, 전략적 경영전략이 부재한 실정에 있다. 일반 선행 연구들로 볼 때 민간경호경비 회사 역시 일반 기업과 같이 시장지향적 경영을 수행할 경우 서비스품질을 향상시킬 수 있고, 나아가 경영성과를 제고시킬 수 있을 것으로 가정할 수 있다. 민간경호경비 회사의 시장지향성은 고객을 위한 서비스품질의 혁신내지 개선에 중점을 두고 있는 경영전략이라 할 수 있다. 이는 서비스품질이 회사의 경영성과를 판가름하는 중요한 요인으로 작용하기 때문이다. 기존의 선행연구들은 이러한 서비스품질의 중요성을 주지하여 경영성과와 관련하여 크게 두 가지 관점에서 연구를 진행하여 왔다. 즉, 고객을 대상으로 한 서비스품질 연구는 고객 자신이 직접 자신의 욕구, 만족과 불만족 등을 응답하도록 측정하고 있으나, 서비스제공자를 대상으로 한 서비스품질 연구는 서비스제공자의 관점에서 고객의 필요 및 욕구를 충족시키기 위하여 어느 정도 노력하고 있는가를 측정하고 있다. 서비스제공자 입장에서 서비스품질은 민간경호경비 회사의 시장지향적 태도나 노력 등에 의해 영향을 받게 되며, 결과적으로 경영성과를 결정짓는 중요한 변수로 작용하게 된다.

이와 같이 시장지향성, 서비스품질, 경영성과간의 관련성에도 불구하고 경호경비학 연구영역에서는 지금까지 이에 대한 구체적인 연구가 매우 미흡한 실정에 있다. 이에 이 연구는 민간경호경비 회사의 시장지향성이 서비스품질 및 경영성과에 미치는 영향을 규명함으로써 경호경비학 지식체 형성에 기여하는 물론, 민간경호

경비 회사 경영 혁신에 필요한 기초자료를 제공하는데 그 의의 및 필요성이 있다고 하겠다. 따라서 이 연구는 민간경호경비 회사의 서비스지향성과 서비스품질 및 경영성과에 관한 연구모형을 구축한 다음, 이론가꾸기(theory trimming)를 통해 현실 적합도가 높은 제안모형을 도출하고, 나아가 모형에 포함된 변수들간의 인과관계를 검증하고자 한다.

II. 연구모형 및 가설

1. 연구모형

이 연구는 민간경호경비 회사의 경영성과 관련 변수를 중심으로 이론적 가정 및 선행연구 결과에 기초하여 다음과 같은 연구모형을 설정하고자 한다.

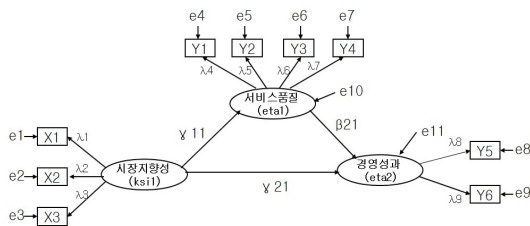


그림 1. 민간경호경비 회사의 시장지향성과 서비스품질 및 경영성과 구조모형

표 1. 모형의 설명

구분	이론변수	측정변수	
외생 변수	시장지향성	<ul style="list-style-type: none"> 정보창출(X1): 고객 요구파악 위해 고객접촉, 회의, 타사의 직원과의 교류, 관련기관과의 교류, 사업환경 변화에 대한 주기적 조사 정보확산(X2): 환경변화에 대한 회의 개최, 실무자의 고객요구와 선호에 대한 논의, 고객 정보 파악 가능한 정기간행물 구독, 전 직원의 고객불만 인지, 전 직원의 고객정보 공유 정보반응(X3): 고객의 요청에 대한 수용여부, 고객서비스에 대한 고객과의 공동 관리, 핵심고객의 차별화된 서비스, 고객요구 부응한 서비스제공 	
		서비스품질	<ul style="list-style-type: none"> 정감성(X1): 업무시간 이후 고객요청 수용 및 관심, 개별적 관심, 고객만족 노력 반응성(X2): 곤란한 요청 최선 노력, 고객요청 관계없이 고객 도움, 고객 요청시 자신있게 처리함. 신뢰성(X3): 서비스 제공시기 알림, 서비스제공 약속시간 엄수, 고객문제 해결 노력 유형성(X4): 경쟁사와의 차별화된 서비스, 고객육구중족 프로그램운영, 고객세분화 통해 고객서비스, 부가가치서비스
			경영성과

[그림 1]에 의하면, 민간경호경비 회사의 시장지향성은 서비스품질과 경영성과에 영향을 미치는 것으로 가정하였다.

민간경호경비 회사의 경영성과에 관한 구조모형의 측정구조에 있어서 외생변수(독립 잠재 측정변수) 및 내생변수(종속 잠재 측정변수)의 정의는 [표 1]과 같다.

2. 연구가설

민간경호경비 회사의 시장지향성과 서비스품질 및 경영성과를 규명하기 위해 이 연구에서는 다음과 같은 가설적 명제를 설정하고 이를 검증하고자 한다.

- 가설1. 민간경호경비 회사의 시장지향성은 서비스품질에 영향을 미칠 것이다.
- 가설2. 민간경호경비 회사의 시장지향성은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.
- 가설3. 민간경호경비 회사의 서비스품질은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

III. 연구방법

1. 연구대상

본 연구는 2009년 서울 소재 민간경호경비 회사에 재직하고 있는 민간경호경비 요원을 연구대상으로 선정

한 후 유의표집법(purposive sampling method)을 이용하였다. 이 표집방법은 연구자가 표본의 구성을 잘 알고 있거나 무작위로 표본을 추출하였을 때, 선정된 모집단을 적절히 대표할 경우 매우 효과적인 수 있다[2].

표 2. 조사대상의 사회인구학적 특성

구분	사례수(N)	백분율(%)
성	남성	194 82.6
	여성	41 17.4
연령	25세이하	69 29.4
	26세 이상	166 70.6
	고졸이하	60 25.5
학력	전문대졸	116 49.4
	대졸이상	59 25.1
직위	사원급	158 67.2
	팀장급 이상	77 32.8
	100만원이하	44 18.7
월수입	101~150만원	117 49.8
	151~200만원	52 22.1
	201만원이상	22 9.4
	시설	82 34.9
근무형태	호송	14 6.0
	기계	11 4.7
	특수	15 6.4
	신변	40 17.0
	기타	73 31.1
	전체	235 100

조사대상자의 사회인구학적 특성은 [표 2]에서 제시한바와 같이 연구에 사용된 인원은 총 235명의 표본을 추출하였다. 구체적으로 이 연구에서는 경찰청에 등록된 경비업체로서 50인 이상 근무하고 있는 업체 5개소를 대상으로 하였으며, 1개소 업체에 50명씩 총 250부를 배부하여 235명의 표본을 회수하였다.

2. 연구도구

민간경호경비 회사의 시장지향성과 서비스품질 및 경영성과의 관계를 규명하기 위하여 이 연구는 크게 사회인구통계학적 특성, 시장지향성, 서비스품질, 경영성과로 구성하였다. 사회인구통계학적 특성은 성, 연령, 학력, 직위, 월수입, 근무형태 등 6개의 문항으로 측정하였다. 시장지향성은 민간경호경비 회사가 지속적인 경쟁우위와 월등한 수익성을 내기 위하여 시장요구에 경쟁사보다 더 잘 대응해야 하며, 시장요구의 변화를 예측하기 위한 일련의 노력으로 규정할 수 있다[8]. 시

장지향성 설문지는 Kohli, Jaworski와 Kumber[22], 배희성, 이치일[7] 등에 의해 사용된 척도로서, 정보창출(4개 문항), 정보확산(5개 문항), 정보반응(4개 문항)의 하위요인으로 측정하였다. 서비스품질은 민간경호경비요원이 평가하는 자사의 서비스 질을 말한다. 서비스품질 척도는 노동연[5] 등에 의해 사용된 설문지로서, 정감성(5개 문항), 반응성(3개 문항), 신뢰성(3개 문항), 유형성(3개 문항) 등 4개의 하위요인으로 구성하였다. 경영성과는 한지희[12] 등에 의해 사용된 설문지로서, 고객성과(4개 문항)과 재무성과(4개 문항)의 하위요인으로 측정하였다([표 1] 참조). 시장지향성, 서비스품질, 경영성과는 ‘매우그렇지않다(1점)’에서 ‘매우그렇다(5점)’까지 5단계 리커트 척도로 측정하였다.

3. 설문지의 타당도 및 신뢰도

타당도는 연구자가 측정하고자 하는 개념이나 속성을 정확히 측정하고 있는가를 의미한다. 즉, 특정 개념이나 속성을 측정하기 위해서 개발된 측정도구가 해당 속성을 정확히 반영하고 있는가와 관련된 문제이다[2]. 이 연구에서는 구조모형을 검증하기에 앞서 외생변수와 내생변수를 대상으로 확인적 요인분석(CFA: confirmatory factor analysis)을 실시하여 최종 타당도를 검증하였다.

다음의 [표 3]은 측정모형의 타당도 및 신뢰도를 검증한 결과이다.

표 3. SEM 최대우도법에 의한 외생내생 변수의 요인 부하량과 신뢰도계수

구성개념/측정척도	표준치(λ)	측정오차(e)	Cronbach's α
【시장지향성】			
정보창출(X1)	.675***	.149***	.822
정보확산(X2)	.971***	.025**	.765
정보반응(X3)	.955***	.033***	.754
【서비스품질】			
정감성(Y1)	.784***	.211***	.786
반응성(Y2)	.732***	.265***	.740
신뢰성(Y3)	.812***	.141***	.732
유형성(Y4)	.728***	.162***	.770
【경영성과】			
고객성과(Y5)	.860***	.094***	.835
재무성과(Y6)	.769***	.137***	.770

*** p<.001

[표 3]에 제시된 바와 같이, 본 연구에서는 설문지의 타당도를 검증하기 위하여 공변량구조분석의 최대우도법을 이용하였다. 요인분석을 실시한 결과, 외생변수의 경우 .675, 내생변수의 경우 .732이상으로 나타났다. 측정모형의 적합도 지수는 CMIN 또는 $\chi^2(33.362)$, df(18), 유의도(.015), AGFI(.930), RMSEA(.059), NFI(.980), CFI(.990)가 적합기준을 충족시키는 것으로 나타났다. 설문지의 신뢰도는 Cronbach's α 값이 .700이상으로 나타났다.

4. 조사절차 및 자료처리

설문지 조사는 본 연구자와 보조연구원이 해당 시설을 직접 방문하여 경영자의 협조를 받은 다음 실시하도록 하였다. 본 연구에서는 설문지의 응답결과를 기입한 자료를 회수한 후 응답 내용이 부실하거나 신뢰성이 없다고 판단되는 자료를 분석대상에서 제외시켰다. 입력된 자료는 SPSSWIN 16.0과 AMOS 5.0 프로그램을 활용하여 자료분석의 목적에 따라 전산처리 하였다. 이 연구에서는 자료처리방법으로 첫째, 설문지의 타당도 및 신뢰도를 검증하기 위하여 요인분석과 신뢰도분석을 실시하였으며, 둘째, 연구모형 적합도와 가설을 검증하기 위하여 공변량구조분석(SEM: structural equation model)의 통계기법을 활용하였다.

IV. 결과분석

1. 모형 적합도 검증

1.1 연구모형 검증

[표 4]는 연구모형에 대한 적합도를 나타내고 있다. [표 4]에 의하면, 이 연구에서 설정한 연구모형은 CMIN값이 87.395로 크며, 통계적으로 유의하여($\alpha = .000$) 현실에 적합하지 않는 것으로 나타났다. 또한 AGFI, RMSEA 지수 역시 적합기준에 미달하고 있어 만족할만한 수준이 아닌 것으로 밝혀졌다. 분석결과를 탐색한 결과, 연구모형이 적합치 않은 이유는 추정오차항간의 공분산(covariance)이 발생하고 있기 때문이다. 민간경호경비 회사의 성과를 설명하는데 있어서 현실적으로 적합하지 않은 모형의 적합도와 변수간의 관계를 논의하는 일은 무의미한 것으로 사료된다. 이러한 경우에는 모형 개발 제안 과정을 따라야 한다[14]. 모형 가꾸기를 위해 이 연구에서는 e1과 e4, e4과 e5, e5과 e6 사이에 발생한 공분산 오차항간에 화살표를 연결하여 공변량을 자유화시키고자 한다.

1.2 수정모형

이 연구에서는 모형 수정 조치로 오차항 간의 공변량을 단계적으로 자유화시킨 결과, 수정모형은 CMIN값이 19.093, 자유도(df) 20, 이의 유의도 $\alpha = .516$ 로 나타났

표 4. 구조모형의 적합도 검증을 위한 전반적 지수

전반적 지수	CMIN(df) / p CMIN/DF	기초부합 지수(GFI)	조정부합 지수(AGFI)	근사원소평균 자승오차(RMSEA)	표준부합 지수(NFI)	비교부합 지수(CFI)
구조모형	87.395(24) / ..000 3.641	.960	.855	.104	.946	.960
적합기준	p>.05 / 5이하	≥ .90	≥ .90	≤ .08	≥ .90	≥ .90
판정결과	부적합 /양호	적합	부적합	부적합	적합	적합

표 5. 수정모형의 적합도 평가

모형	수정	CMIN(df) / p CMIN/DF	GFI	AGFI	RMSEA	NFI	CFI
수정모형	공변량 자유화	19.093(20) / .516 .955	.983	.961	.000	.988	.999
연구모형과 수정모형의 비교	$\chi^2 = \chi^2_1 - \chi^2_2$ 87.395-19.093=68.302 df= 24-20 = 4	$\nabla(\nabla) / \Delta$ ∇	Δ	Δ	∇	Δ	Δ
판정결과		적합 적합	적합	적합	적합	적합	적합

다. 수정모형은 연구모형에 비해 카이사승치(χ^2)가 매우 낮고 자유도에 근접한 값을 지니고 있으며, 통계적으로는 유의하지 않은 것으로 나타났다(표 5 참조).

[표 5]에 의하면, 이 연구는 연구모형과 수정모형을 비교하여 모형 채택여부를 결정하고자 한다. [표 4]의 결과는 수정모형이 연구모형에 비해 적합도 측면에서 비교적 우수한 모형임을 보여주고 있다. 또한 수정모형은 적합도 지수(χ^2 , GFI, AGFI, RMSEA, NFI, CFI)가 연구모형에 비해 크게 향상된 것으로 나타났다. 따라서, 이 연구에서는 수정모형을 최종적인 민간경호경비 회사의 시장지향성과 서비스품질 및 경영성과 모형으로 제안하고자 한다.

2. 가설검증

민간경호경비 회사의 시장지향성은 서비스품질($\gamma=.773$)과 경영성과($\beta=.206$)에 유의한 영향을 미치며, 서비스품질은 경영성과($\beta=.869$)에 정적 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 따라서 가설 1, 2, 3은 채택된다([표 6] 참조).

표 6. 가설검증

가설	가설 경로	경로 계수	유의도	가설채택 여부
가설1	시장지향성 → 서비스품질	.773	.000	채택
가설2	시장지향성 → 경영성과	.206	.003	채택
가설3	서비스품질 → 경영성과	.869	.000	채택

[표 6]의 결과를 토대로 하여 측정모형과 구조모형을 결합시킨 제안모형을 제시하면 다음과 같다.

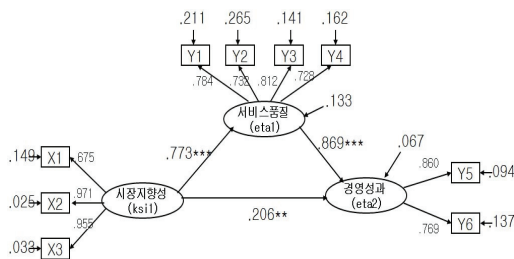


그림 2. 민간경호경비 회사의 시장지향성과 서비스품질 및 경영성과 구조모형

구조방정식 모형에서 인과효과는 직접효과(direct effect)와 간접효과(indirect effect)로 구분된다. 직접효과는 시장지향성 → 경영성과(.206)에 미치는 영향이며, 간접효과는 시장지향성 → 서비스품질 → 경영성과(.773×.869=.671)에 미치는 영향이다. 총 인과효과는 직접효과와 간접효과를 합산한 값(.206 + .671= .877)이다. 여기서 중요한 결과는 시장지향성이 서비스 품질을 통하여 경영성과에 간접적인 영향을 미치고 있다는 점이다.

V. 논의 및 결론

1. 논의

최근 민간경호경비 산업은 사회가 불안해짐에 따라 시민들의 기본 욕구인 안전 욕구가 위협을 받으면서 더욱 발전하고 있는 영역이라 할 수 있다. 오늘날 민간경호경비업은 경쟁업체가 날로 증가함에 따라 치열한 경쟁무대에 놓이게 되었다. 이같이 치열한 경쟁무대에서 낙오되지 않고 지속적인 발전을 구가하기 위해서는 장기적인 측면에서 경쟁우위를 선점할 수 있는 시장지향적 경영 전략이 필수적으로 요구된다. 시장지향적 경영 전략이 중요함에도 불구하고 경호경비학 연구영역에서는 이에 대한 체계적인 연구가 매우 미흡한 실정이라 할 수 있다. 따라서 이 연구는 민간경호경비 회사를 대상으로 하여 시장지향성과 서비스품질 및 경영성과의 관계를 규명하고자 하였다.

첫째, 민간경호경비 회사의 시장지향성과 서비스품질의 관계를 분석한 결과, 시장지향성은 서비스품질에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 민간경호경비 회사가 정보창출, 정보확산, 정보반응 등의 시장지향적 경영을 수행할수록 서비스품질 또한 향상될 수 있음을 시사하고 있다. 바꾸어 말하면, 서비스 품질을 향상시키기 위해서는 장기적이고도 철저한 시장지향적 경영을 수행해야 한다는 것이다. 이를 위해서는 민간경호경비원들을 대상으로 한 표준화된 교육프로그램의 개발과 함께 주기적인 교육이 필요하다. 일례로, 민간경호경비원들을 대상으로 한 정기 교육 시 교육프로그램에 시큐리티 경영론과 같은 과목을 배정할 수 있을 것이

다. 시장지향적 노력을 많이 기울이는 민간경호경비 회사는 고객만족을 증대시키기 위하여 질적 서비스를 매우 중요한 요소로 지각하게 된다. 이러한 민간경호경비 회사는 다른 경쟁사보다 고객의 필요 및 요구에 더 감응적일 것이며, 고객에게 서비스품질이 높게 지각될 것이 자명하다. 시장지향성이 높을수록 서비스품질이 향상된다는 것은 경험적, 이론적으로 타당한 결과라 할 수 있다[15]. 유동근 등[8]은 서비스기업의 시장지향성과 서비스품질의 관계 연구에서 시장지향성을 높을수록 서비스품질 또한 높다고 보고함으로써 본 연구의 결과를 일치된 맥락에서 지지해 주고 있다.

둘째, 민간경호경비 회사의 시장지향성은 경영성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 민간경호경비 회사가 시장지향적일수록 경영성과는 향상되었다. 이러한 결과는 민간경호경비 회사가 시장지향적 경영을 수행할 때 조직의 경영성과가 높아질 수 있음을 의미한다. 시장지향성은 전사적 차원의 시장정보 창출, 회사내 시장정보교류, 시장정보에 대한 전사적 반응으로 규정할 수 있는데[22], 정보창출, 교류, 반응 등의 시장지향성은 고객의 필요 및 욕구를 충족시키기 위한 전략적 개념으로서, 조직의 최종목표인 경영성과를 높이는데 기여한다. 시장지향적인 민간경호경비 회사는 시장환경 변화에 잘 적응하여 고객의 필요 및 욕구를 충족시켜 고객의 만족을 높여줌으로써 경영성과를 달성하고 있음을 알 수 있다. 오늘날과 같이 민간경호경비 회사가 급증하여 시장이 포화상태에 놓여 있을 때에는 고객지향적 또는 시장지향적 경영을 수행해야 경영성과를 높일 수 있고 치열한 경쟁무대에서 생존할 수 있다. 급변하는 시대에 제대로 대처하지 못한다면 적자생존의 법칙에 의하여 시장에서 낙오되는 사태에 직면하게 될 것임은 자명하다. 유동근 등[8]은 서비스기업의 시장지향성이 경영성과에 의미 있는 영향을 미친다고 보고함으로써 본 연구의 결과를 뒷받침 해주고 있다.

셋째, 민간경호경비 회사의 서비스품질과 경영성과의 관계를 분석한 결과, 서비스품질은 경영성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 서비스품질이 경영성과를 결정짓는 주요 변수임을 의미한다. 그동안 고객의 입장에서 지각된 서비스품질에 관

한 연구들은 서비스품질이 고객만족을 통해 고객충성도를 강화시키는 매우 중요한 설명변수라고 보고하여 왔다. 직원의 입장에서 접근한 서비스품질에 관한 연구 또한 고객의 입장에서 진행된 연구와 별반 다르 않다. 서비스품질은 고객충성도와 같은 경영성과에 의미 있는 영향을 미치는 변수라는 점이다. 오늘날의 모든 시장환경은 공급자 중심에서 수요자 중심으로 변화하면서 고객만족 경영을 요구하고 있다. 결국, 고객만족을 위해서는 고객의 필요 및 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 다양한 서비스가 제공되어야 한다. 서비스 제공시 그 품질이 고객만족을 결정짓는 중요한 변수가 되는 것은 당연한 이치이다. 고객들에게 탁월한 서비스를 제공하는 민간경호경비 회사는 높은 시장점유율을 달성할 수 있으며 [16], 시장점유율 증대와 가격의 프리미엄을 통한 수익도 누릴 수 있다[17]. 이러한 사실은 이미 여러 선행연구[6-8][20][23][25]를 통해서도 밝혀진 바 있다.

이상의 결과 및 논의를 종합해 보면, 시장지향성이 민간경호경비 회사의 성과에 직접 영향을 미칠 뿐만 아니라, 서비스 품질을 통하여 간접적인 영향을 미친다는 결과는 이론적, 경험적으로 타당하다고 볼 수 있다. 앞으로의 후속연구에서는 기업특성이나 벤치마킹 등과 같은 설명변수를 고려하여 민간경호경비 회사의 경영성과에 관한 이론적 모형의 완성도를 높여야 할 것이다.

2. 결론

이 연구에서 설정한 모형은 반복적인 수정 과정을 통하여 현실 적합도가 높은 것으로 판정되었으며, 가설 검증 결과를 중심으로 도출한 결론은 다음과 같다.

첫째, 민간경호경비 회사의 시장지향성은 서비스품질에 영향을 미친다. 즉, 민간경호경비 회사가 시장지향적일수록 서비스품질은 향상된다.

둘째, 민간경호경비 회사의 시장지향성은 경영성과에 영향을 미친다. 즉, 민간경호경비 회사가 시장지향적일수록 경영성과는 향상된다.

셋째, 민간경호경비 회사의 서비스품질은 경영성과에 영향을 미친다. 즉, 서비스품질이 좋을수록 경영성과는 높아진다.

이상의 결론을 종합하면, 민간경호경비 회사의 시장

지향성은 경영성과에 직접적인 영향을 미칠 뿐만 아니라, 서비스품질을 통하여 경영성과에 간접적인 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.

참고 문헌

- [1] 권영철, "시장지향성이 성과에 미치는 영향: 수출 기업의 경우", 마케팅연구, 제11권, 제1호, pp.35-48, 1996.
- [2] 김경식, 스포츠과학 연구방법론. 무지개출판사, 2005.
- [3] 김경식, 김찬선, 이광렬, 김평수, "시큐리티 요원의 여가관 분석", 한국콘텐츠학회지, 제9권, 제1호, pp.388-399, 2008.
- [4] 김용준, 김진수, "서비스기업의 시장지향성, 고객만족도, 기업성과에 관한 모델 설정과 실증 연구", 한국소비자학회 학술대회 논문집, 1996.
- [5] 노동연, "스포츠센터 조직의 서비스지향성이 경영성과", 한국체육학회지, 제44권, 제2호, pp.417-427, 2004.
- [6] 민재기, 시큐리티 기업의 시장지향성과 서비스품질 및 조직성과의 관계, 박사학위논문, 경기대학교 대학원, 2008.
- [7] 배희성, 이치일, "한국 통관업체의 기업특성, 시장지향성 및 물류정보시스템의 활용이 서비스품질과 성과에 미치는 영향", 산업경제연구, 제21권, 제5호, pp.2063-2090, 2008.
- [8] 유동근, 강성단, 이용기, "서비스기업의 시장지향성과 성과: 벤치마킹, 서비스품질 및 고객만족의 인과적 역할", 마케팅 연구, 제13권, 제1호, pp.1-25, 1998.
- [9] 이용기, 유동근, 이학식, "시장지향성: 선행요인, 매개요인, 그리고 성과간의 구조적 관계", 마케팅 연구, 제11권, 제2호, pp.161-181, 1996.
- [10] 이학식, 김영, 이용기, "시장지향성과 성과: 사원만족, 고객만족, 기업이미지의 매개적 역할", 경영학연구, 제27권, 제1호, pp.157-184, 1998.
- [11] 전인수, 한재용, "시장지향성이 사업성과에 미치는 영향에 관한 연구", 마케팅연구, 제9권, 제1호, pp.75-91, 1994.
- [12] 한지희, 조직의 서비스 지향성과 종업원의 고객지향성이 기업 성과에 미치는 영향에 관한 연구, 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원, 2001.
- [13] S. Agarwal, M. K. Erramilli, and C. S. Dev, "Market orientation and performance in service firms: Role of innovation," The Journal of Service Marketing, Vol.17, No.1, pp.68-82, 2003.
- [14] J. C. Anderson and D. W. Gerbing, "The effect of sampling error on convergence, improper solutions, and goodness-of-fit indices for mazimum likelihood confirmatory factor analysis," Psychometrika, Vol.49, pp.155-173, 1998.
- [15] K. Atuahene-Gima, "An exploratory analysis of the impact of market orientation on new product performance: A contingency approach," Journal of Product Innovation Management, Vol.35, No.2, pp.93-103, 1995.
- [16] J. W. Bowen and R. B. Hedges, "Increasing service quality in retail banking," Journal of Retail Banking, Vol.15, pp.21-28, 1993.
- [17] R. D. Buzzell and T. G. Bradley, *The PIMS principles - linkin strategy to performance*, New York: The Free Press, 1987.
- [18] T. Z. Chang and S. J. Chen, "Market orientation, service quality and business profitability: A conceptual model and empirical evidence," The Journal of Services Marketing, Vol.12, No.4, pp.246-264, 1998.
- [19] G. E. Greenley, "Forms of market orientation in UK companies," Journal of management Studies, Vol.32, No.1, pp.47-66, 1995.
- [20] D. Greising, "Quality: How to make it pay," Business Week No.8, pp.54-59, 1995.
- [21] A. Kohli and B. J. Jaworski, "Market

- orientation: The construct, research, propositions, and managerial implications," *Journal of Marketing*, Vol.54, No.4, pp.1-18, 1995.
- [22] A. Kohli, B. J. Jaworski, and A. Kumar, "MARKOR: A measure of market orientation," *Journal of Marketing Research*, Vol.30, pp.467-477, 1995.
- [23] M. T. Koska, "High quality care and hospital profits: Is there a link?" *Hospitals*, Vol.64, No.5, pp.62-63, 1990.
- [24] J. C. Naver and S. F. Slater, "The effect of a market orientation on business profitability," *Journal of Marketing*, Vol.54, pp.20-35, 1990.
- [25] V. A. Zeithaml, L. B. Leonard, and A. Parasuraman, "The behavioral consequences of service quality," *Journal of Marketing*, Vol.60, No.4, pp.31-46, 1996.

저 자 소 개

강 민 완(MIn-Wan Kang)

정회원



- 1977년 2월 : 경기대학교 체육학과(체육학사)
- 1986년 2월 : 경기대학교 체육학과(체육학석사)
- 1998년 8월 : 경기대학교 체육학과(이학박사)
- 1999년 3월 ~ 현재 : 경기대학교 경호안전학과 부교수

<관심분야> : 경호, 경비, 시큐리티경영, 경호무도