

조직문화가 서비스품질에 미치는 효과 및 재직기간의 조절효과

안 관 영*

*상지대학교 경영학과

The relationship between organizational culture and service quality, and the moderating effect of tenure

Kwan-Young Ahn*

*Department of Business Administration, Sangji University

Abstract

This paper reviewed the relationship between organizational culture and service quality, and the moderating effect of tenure in service business. Based on the responses from 586 employees, the results of multiple regression analysis showed that rational culture and affiliation culture have positive relationships with all service quality factors. The results of moderating analysis showed that rational culture has more positive relationships with tangibleness, reliability, responsiveness, and empathy in which tenure is longer. Also progressive culture has more positive relationship with empathy in which tenure is longer.

Keywords : service quality, organizational culture, tenure

1. 문제제기 및 연구목적

서비스업은 물론 최근 제조업의 경우에도 서비스기능이 점차 중요시되고 있는 시점에서 무형의 서비스기능이 무엇보다도 중요한 역할을 하고 있음에도 불구하고 기업이나 사업장 단위의 서비스품질에 관한 연구는 비교적 많이 이루어지고 있으나 정작 현장에서 고객을 상대로 하는 종업원의 서비스품질에 관한 연구는 상대적으로 적은 편이다. 서비스업종이나 제조업종의 경우 점점 종업원들의 성과는 고객만족도에 의해 좌우된다 해도 과언이 아니다. 고객들이 인지하는 만족도는 결국 종사원들과의 접촉을 통하여 인지된다는 점에서 서비스품질의 중요도는 더해가고 있다. 문제는 종업원들의 서비스품질이 고객만족과 직결된다는 점에서 중요성이 커지고 있는 반면 서비스 품질을 구성하는 제 요인들이 종업원들의 직무행위로 정확하게 규정되어지기 어려우며, 또한 고객들과의 접촉상황에 따라 가변적이며, 제 3자가 관찰하기 어렵다는 점에서 종업원 각자의 자발성에

의존해야한다는 점이다. 서비스품질은 다른 노동과는 달리 감정노동이라는 특징을 갖고 있어 구성원들의 대고객에 대한 서비스가 자발적일 때 효과적이며, 고객에 대한 서비스 또한 다양해야하므로 다른 업종에 비하여 직무행위 외에 구성원 각자의 자발적 행위 내지 직무외적 행위에 대한 필요성이 크게 요구된다(안관영·이석준, 2007).

종업원들의 서비스품질과 같은 자발적 행동은 기업의 조직문화에 의해 많은 영향을 받는다. 조직문화는 구성원들이 공유하는 기업의 규범이나 분위기로써 강한 조직문화가 형성된 기업일수록 전반적인 성과가 높아진다는 연구결과(김광수, 2003; Denison, 1984)와 구성원과 조직의 적합성이 증가할수록 성과가 높아진다는 연구결과(Chow, Harrison, McKinnon, and Wu, 2002)를 바탕으로 본 논문에서는 조직문화 유형이 서비스품질에 미치는 효과를 실증분석하며, 조직문화와 서비스품질의 관계가 재직기간에 따라 어떤 차이가 있는가를 실증 분석함으로써 구성원들의 재직기간에 따른 시사점을 제공하고 한다.

† 교신저자: 안관영, 강원도 원주시 상지대학교 경영학과

M · P: 010-2745-3271, E-mail: kyahn@sangji.ac.kr

2010년 10월 20일 접수; 2010년 11월 27일 수정본 접수; 2010년 11월 30일 게재확정

2. 이론적 배경

2.1 서비스품질

일반적으로 서비스는 고객에게 만족을 주는 무형의 활동으로 소유권 이전을 수반하지 않고, 저장하거나 운반할 수 없으며, 주로 사람에 의해 전달되는 특성을 갖는다. 대체적으로 서비스는 서비스 제공자와 서비스를 받는 소비자와의 상호작용을 포함한다. 서비스는 일반 소비자와는 달리 무형의 특성을 가지고 있으므로 서비스 품질은 소비자에 의해 주관적으로 인지된다.

이때, 제공되는 서비스의 지각된 품질은 소비자가 제공받은 서비스에 대한 기대와 소비자가 제공받아 지각한 서비스, 즉 기대된 서비스와 지각된 서비스 두 가지 변수에 좌우된다. Gronroos(1984)는 소비자의 지각된 서비스와 기대 서비스와의 비교 평가 결과를 서비스품질이라 정의 내렸으며, 소비자의 기대, 기술적·기능적 특성, 이미지 등에 의해 영향을 받는다고 한다. 그는 서비스 품질을 소비자에 의해 주관적으로 인식되는 품질이라고 주장하면서 객관적인 품질과 구분하기 위해 주관적 품질을 '지각된 서비스품질'로 정의하였다. Parasuraman 등(1985; 1988)은 서비스 품질을 서비스의 우수성에 관련된 소비자의 전반적인 판단 및 태도라 정의하고, 기대와 지각개념을 지각된 품질개념과 연결하여 지각된 서비스 품질을 소비자의 지각과 기대 사이의 차이 정도 및 방향으로 정의하였다. 이들은 1985년에 서비스 품질을 측정하기 위한 구성요소를 유형성, 신뢰성, 반응성, 능력, 예절, 신용성, 안정성, 가용성, 의사소통, 고객이해의 열 가지를 제시하였다가 1988년에는 열 가지의 서비스 품질의 구성요소를 유형성(tangibles), 신뢰성(reliability), 반응성(responsiveness), 확신성(assurance), 공감성(empathy)의 다섯 가지 구성요소로 압축하여 제시하였다. 열 가지의 서비스 품질의 구성요소를 다섯 가지로 압축할 때에 확신성(assurance)은 능력, 예절, 신용성, 안정성을 포함하고, 공감성은 가용성, 의사소통(커뮤니케이션), 고객이해를 포함한다(이규용·송정수, 2008).

Cronin과 Taylor(1992)는 서비스 품질을 측정하는데 있어 gap이론에 문제를 제기하고 서비스 품질이 고객들의 태도와 유사한 개념이라고 보고 이를 문헌적 연구와 실증적 연구를 통하여 입증하였다. 구체적으로 이들은 서비스 품질 평가 방법 중 SERVQUAL이 적당한 방법인가와 서비스 품질, 고객만족, 행위의도와의 관계를 밝히는 연구를 수행하였다. 이들은 서비스 품질이 어떻게 개념화되고 측정되어야 하는가에 대하여 문헌적 고찰을 통해 분석결과 서비스 품질은 태도요인으로 개

념화되고 측정되어야 한다는 결론을 내렸다. 특히 그들은 서비스 품질이 일종의 고객들의 태도와 유사한 개념이라고 보고 이를 문헌적 연구와 실증적 연구를 통하여 입증하였다. 구체적으로 이들은 서비스 품질 평가 방법 중 SERVQUAL이 적당한 방법인가와 서비스 품질, 고객만족, 행위의도와의 관계를 밝히는 연구를 수행하였다. 이들은 서비스 품질이 어떻게 개념화되고 측정되어야 하는가에 대하여 문헌적 고찰을 실시하고 동시에 은행, 방역소, 세탁소, 패스트 푸드점을 대상으로 한 실증적 분석결과 서비스 품질은 태도요인으로서 개념화되고 측정되어야 한다는 결론을 내렸다.

구체적으로 이들은 서비스 품질의 개념에 대한 측정 방법을 SERVQUAL, 가중SERVQUAL, SERVPERF, 가중 SERVPERF 4가지로 제시하고, 가중치가 부과되지 않은(unweighted) SERVPERF의 적정성을 실증적으로 검증하였다. 이상의 4가지 측정방법 중 세 번째 척도인 가중치가 부과되지 않은 SERVPERF 척도가 다른 3가지 척도에 비하여 서비스 품질의 분산을 보다 많이 설명하고 있음을 검증하였다(Cronin & Taylor, 1992). 그리고 SERVQUAL에서의 주요한 측정요소인 기대에 대한 측정상의 문제점을 제기하는 후속 연구가 이어지면서 Cronin과 Taylor의 이러한 주장은 서비스 품질을 측정하는 유력한 수단으로 인정받고 있다(Babakus & Boller, 1992; Brown, Churchill, and Peter, 1993; Teas, 1994; 안관영·박노국, 2007).

2.2 조직문화와 서비스품질

서인덕(1986)은 우리 나라 기업을 대상으로 조직문화의 유형을 분석하기 위해 보존적 문화(maintainable culture)란 조직의 행동지향성이 안정 지향적이며 관련규정, 절차 등이 명확하고도 세밀하게 정해져 시행되고 업무의 흐름이 표준화, 관습화되어 일관성이 있으며, 질서와 서열의식이 뚜렷한 것으로 지각되는 문화형태라고 하였으며, 친화적 문화(affiliation culture)란 조직구성원이 그 조직의 전체적 조건 및 관행이 우의적, 공정성, 상호 협조적이고, 친근감을 주고, 상호관계 지향적이고, 집단의식, 합의성이 강하고, 개인이 존중받는 조직으로 지각되고 있는 문화 형태를 지칭하며, 진취적 문화(progressive culture)는 그 조직의 공유된 행동신념이 도전적, 모험적 지향성을 갖고 융통성 있는 태도로 규칙, 절차보다 신속한 행동을 지향하며 첨단성을 강조하는 것으로 지각되는 문화형태라고 하였으며, 합리적 문화(rationality culture)는 조직의 관행 및 운영성향이 실적, 결과, 목표달성위주로 하고 효율성, 수단성, 생산

성을 강조하는 것으로 지각되는 문화형태라고 하여 조직문화 유형을 네 가지 차원으로 구분하였다.

이러한 조직문화유형의 도출은 한 축을 현실지각 차원(동태적-정태적)으로 하고 다른 한 축은 행동차원(유지지향-활동지향)으로 2분한 것인데, 여기서 진취적 문화는 도전성, 모험성, 창의성 그리고 신속성을 강조하는 조직문화를 지칭하며, 보존적 문화는 안정, 조정, 통제를 강조하고 표준화, 적정성 그리고 구성원 훈련 등에 조직활동의 초점을 둔 것이다. 그리고 합리적 문화는 능력, 목표, 능력 등의 성과관련 변수들을 중시하며 수단-목표 간의 인과관계에 초점을 두는 것이며, 친화적 문화는 집단의 응집력을 중시하며 우의적 행동, 관계지향적이고 협조적 행동이 선호되는 문화를 일컫고 있었다.

Kotter & Heskett(1992년)와 Stoner(1995)는 그들의 저서에서 강한 기업문화는 장기적 경제 업적으로는 커다란 영향을 미친다는 점을 발견하고 미래의 조직 성패는 강한 기업문화만이 그 문제를 해결할 수 있다고 주장하면서 조직문화의 순기능뿐만 아니라 역기능도 존재한다는 점을 강조하고 있다.

이처럼 조직문화는 구성원들의 가치관이나 신념에 영향을 미치며, 결과적으로 구성원들의 태도와 행동에 영향을 미치게 되어 기업성과로도 연계된다는 점에서 관심을 가져야 할 요인이다. Denison(1984)은 강한 문화는 조직구성원의 참여와 몰입을 고무시켜주는 것으로서 조직의 가장 중요한 자산이라 하였다. 이에 대하여 Chow et al.(2002)의 연구결과 회사의 조직문화가 구성원이 선호하는 문화와의 적합도가 높을수록 구성원들이 조직성과에 긍정적 영향을 미치는 서비스품질이나 조직몰입, 직무만족 등이 증가하는 것으로 나타났다. 항공사 승무원들에 박혜정 등(2009)의 연구결과 조직분위기나 조직문화는 개인의 행동과 태도에 영향을 미치는 주요한 요인으로서 직무만족이나 조직몰입에 영향을 미치며 궁극적으로 고객에 대한 서비스 제공시 친절성, 협조성, 신속성 등의 측면에서 높은 수준의 서비스를 제공하게 된다는 것이다. 이상과 같은 이론적 배경을 바탕으로 다음과 같은 가설을 제시하고 검증하고자 한다.

1) 가설 1: 조직문화는 구성원들의 서비스품질 수준에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

그런데 구성원들의 태도나 이들에 대한 관리기법이 행동에 미치는 효과는 구성원들의 인구 통계적 요인에 따라 차이가 있을 수 있다. 구성원들은 재직기간이 증가함에 따라 조직분위기에 익숙해지며, 담당업무에 대한 숙련도도 높아지게 된다. 그리고 조직에 대한 일체감이 증대하면서 조직몰입도가 높아지며 서비스품질

수준 미치는 효과도 증가할 것이다. 이러한 점에서 다음과 같은 가설을 설정하고자 한다.

2) 가설 2: 조직문화가 구성원들의 서비스품질 수준에 미치는 효과는 재직기간 수준에 의해 조절될 것이다.

3. 연구의 설계

3.1 자료수집 및 분석방법

본 연구의 가설을 검증하기 위하여 표본조사를 실시하였다. 표본조사는 일반적인 서비스업의 분류에 따라 서비스업을 숙박/요식업, 금융/보험업, 교통/통신업으로 분류하고, 각각 서비스업 유형에 따라 전국의 각 사업장(지점)에 근무하는 직원에게 설문지를 배포, 수거하는 방식을 취하였다. 설문은 2008년 8월 12일부터 8월 22일까지 약 2주간에 걸쳐 사전 설문을 배포하고, 분석을 통하여 설문문항을 최종 조정하였다. 본 설문은 2008년 12월 15일부터 2009년 1월 15일까지 1개월간 총 800부를 배포하여 이 중 662부를 회수하였다. 회수한 설문지 중 응답이 부실한 76부를 제외한 총 586부를 분석대상으로 하였다.

가설 1과 2를 검증하기 위하여 위계적 다중회귀분석(hierarchical multiple regression)을 실시하였다. 이 방법은 독립변수와 종속변수간의 관계가 조절변수의 수준에 따라 차이가 있는가, 즉 조절효과를 검증하는데 적합한 기법이다(Baron & Kenny, 1986).

3.2 변수의 측정 및 신뢰도

본 연구에서 분석대상이 되고 있는 주요 변수로서 조직문화는 선행연구에서 검증된 것을 연구목적에 맞도록 수정하여 사용하였다. 조직문화 유형의 분류는 변화와 안정, 내부지향과 외부지향이라고 하는 상충하는 가치를 축으로 하고 있다. 그리하여 이 두 가치차원의 교차 및 경쟁에 근거하여 조직문화를 분류할 수 있다.

진취적 문화는 외부환경에 적응과 변화는 중시하는 것으로서, 개인 창의성, 모험성, 도전성 등의 가치를 중시하고, 합리적 문화는 조직의 관행, 운용 성향이 실적, 결과, 목표달성 위주, 수단성, 생산성을 강조한다. 친화적 문화는 구성원들 간의 정서적 유대관계를 중시하는 것으로서 집단의식과 합의를 중시하며, 보존적 문화는 관례나 전통을 중시하는 것으로서 안정지향성을 추구하는 문화로 볼 수 있다. 본 연구에서는 서인덕(1986)

과 이규재(2005)의 연구에서 사용되었던 설문문항을 재구성하여 리커트의 5점 척도로 측정하였다. 최초 제시했던 문항 중에서 요인적재량이 0.5이상인 문항만을 대상으로 확정적 요인분석을 실시한 결과는 <표 1>과 같다. 각 요인별 아이겐값과 분산설명력은 표와

같으며, 전체 분산설명력은 61.549%로 집계되었다. 그리고 Cronbach- α 로 산정한 신뢰도는 모두 0.7이상인 것으로 나타나 추후 분석에 적절한 것을 알 수 있다.

서비스품질의 구성요인에 대하여는 Cronin & Taylor(1992)가 제시한 서비스품질의 측정도구 중 기중되지 않은 SERVPERF를 측정하기 위한 설문을 바탕으로 하여 구성하였다. 최초

<표 1> 조직문화에 대한 요인분석 및 신뢰도분석

요인명	설문내용	적재값	신뢰도	아이겐값	분산설명
친화적문화	-직원 상호간의 관계가 우호적임 -동료들간의 협조적 분위기를 중시함 -동료들간의 결속력과 사의양양을 중시 -문제 발생시 동료들 간 감싸주려는 분위기 -구성원들간의 팀워크를 중시하는 편임	.682 .777 .683 .756 .747	.854	3.255	18.086%
진취적문화	-새로운 아이디어를 중시하는 분위기 -신기술이나 신제품의 창출을 중시 -새로운 도전에 대한 실패에 대해 관용적임 -남보다 앞서 가는 것을 중시 -새로운 것에 대한 도전을 중시	.764 .755 .630 .667 .641	.808	2.803	15.574%
합리적문화	-업적평가는 주로 실적에 의존하는 편임 -규정과 절차를 중시하는 편임 -개인적 욕구보다 과업을 우선시하는 분위기 -생산성과 능률을 중시하는 분위기	.769 .718 .792 .691	.792	2.606	14.481%
보존적문화	-상사와 부하들간의 서열의식이 강한 편임 -대부분 업무처리하는 엄격한 결재과정을 거침 -변화보다는 관례를 중시하는 분위기 -전임자의 업무처리 방식을 중시하는 편임	.804 .819 .719 .644	.755	2.397	13.318%

<표 2> 서비스품질에 대한 요인분석 및 신뢰도분석

요인명	설문내용	적재값	신뢰도	아이겐값	분산설명
신뢰성	-평소 업무기록을 정확하게 하는 편임 -비교적 고객들이 믿고 따르는 편임 -고객과의 약속을 준수하는 편임 -업무는 정해진 시간 내에 처리하는 편임	.886 .813 .919 .856	.900	3.197	15.983%
반응성	-고객에게 문제발생시 관심을 보여줌 -고객의 요청에 대하여 신속하게 대응함 -다른 업무중이라도 고객요청에 우선적 반응 -고객불만 발생시 우선적으로 해결하고자 함	.799 .794 .856 .863	.872	3.025	15.124%
유형성	-고객 접대시 용모나 옷차림을 단정히 함 -고객에 대한 업무처리시 매너를 중시 -고객에게 설명시 가급적 근거자료를 활용 -고객 대기시 차와 음료를 권장	.736 .855 .844 .820	.840	2.765	13.825%
확신성	-업무처리의 소요시간을 알려줌 -고객관계에서는 가급적 긍정적인 표현을 사용 -고객접대시 가급적 자신감을 보여줌 -고객 설명시 설득력있는 언행을 하는 편임	.748 .633 .817 .778	.788	2.642	13.211%
정감성	-고객들과는 비교적 친근한 언행을 사용 -고객 서비스시 개인적인 관심을 보임 -고객의 개인적 요청에 대하여 관심을 보여줌 -고객의 편의를 위해 개인적 희생도 가능	.630 .847 .799 .843	.818	2.602	13.008%

제시했던 문항 중에서 요인적재량이 0.5이상인 문항만을 대상으로 확정적 요인분석을 실시하였으며 결과는 <표 2>와 같다. 각 요인별 아이젠값과 분산설명력은 표와 같으며, 전체 분산설명력은 71.151%로 집계되었다. 그리고 Cronbach- α 로 산정한 신뢰도는 모두 0.7이상으로 나타나 비교적 양호한 것을 알 수 있다.

4. 조사결과의 분석

연구변수들 간의 대략적인 관계를 알아보기 위해 무차상관관계계수를 분석한 결과는 <표 3>과 같다. 표의 결과에 따르면, 종속변수인 서비스품질의 구성요소인 유형성, 신뢰성, 반응성, 확산성, 정감성간에는 비교적 높은 유의적 상관관계가 존재하는 것으로 나타났다. 이러한 분석결과는 서비스품질의 각 구성요소에 대하여 높게 인지하는 종업원일수록 다른 구성요소에 대한 인지도도 높은 것을 알 수 있다.

다음으로 조직문화와 서비스품질의 구성요소간의 관계를 살펴보면, 친화적 문화와 합리적 문화는 서비스품질의 모든 구성요소인 유형성, 신뢰성, 반응성, 확산성, 정감성과 비교적 안정적인 정의 관계를 갖는 것으로 나타났으며, 진취적 문화와 보존적 문화는 서비스품질의 구성요소들과 비교적 낮은 정의 상관관계를 갖는 것으로 나타났다.

조직문화의 유형들 간에는 진취적 문화와 친화적 문화간에 비교적 강한 상관관계가 존재하며, 다른 조직문화 유형들 간에는 비교적 미약한 상관관계가 존재하는 것으로 나타났다. 성별의 경우는 서비스품질이나 조직문화와 상관관계가 존재하지 않거나 낮은 관계를 가지며, 재직기간은 서비스품질과 약한 정의 상관관계를 갖는 것으로 나타나 여성의 경우가 남성에 비하여 서비스

품질의 수준을 높게 인지하는 것을 알 수 있다.

조직문화가 서비스품질에 미치는 효과에 대한 가설 1과 조직문화와 서비스품질의 관계에서 재직기간의 조절 효과에 관한 가설 2를 검증하기 위하여 위계적 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 4>와 같다.

먼저 조직문화와 서비스품질의 관계에 대한 가설 1을 검증하기 위하여 다중회귀분석한 결과는 각 종속변수별 1단계의 분석결과와 같다. 유형성의 경우 친화적 문화($\beta=.264, p<.01$)와 합리적 문화($\beta=.348, p<.01$)가 각각 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 진취적 문화와 보존적 문화는 유형성에 유의적 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 신뢰성의 경우 친화적 문화($\beta=.207, p<.01$), 진취적 문화($\beta=.079, p<.05$), 합리적 문화($\beta=.378, p<.01$)가 각각 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 보존적 문화는 유의적 영향을 미치지 않는 것으로 분석결과 나타났다. 반응성의 경우는 친화적 문화($\beta=.215, p<.01$), 합리적 문화($\beta=.326, p<.01$)가 각각 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 진취적 문화와 보존적 문화는 유의적 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 확산성의 경우 친화적 문화($\beta=.251, p<.01$), 합리적 문화($\beta=.344, p<.01$)가 각각 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 진취적 문화와 보존적 문화는 유의적 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 정감성의 경우 친화적 문화($\beta=.205, p<.01$), 합리적 문화($\beta=.292, p<.01$), 보존적 문화($\beta=.078, p<.05$)가 각각 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 진취적 문화는 유의적 영향을 미치지 않는 것으로 분석결과 나타났다. 이상의 분석결과 4개 조직문화 유형과 5개 서비스품질의 구성요소간의 관계는 부분적으로 가설을 채택 또는 기각하는 것으로 나타났다.

<표 3> 연구변수간의 무차상관계수표

	유형성	신뢰성	반응성	확산성	정감성	친화문화	진취문화	합리문 화	보존문 화	성별	재직기 간
유형성	1										
신뢰성	.776**	1									
반응성	.708**	.741**	1								
확산성	.773**	.794**	.785**	1							
정감성	.702**	.721**	.746**	.792**	1						
친화적문화	.333**	.281**	.313**	.332**	.310**	1					
진취적문화	.130**	.100*	.182**	.151**	.197**	.432**	1				
합리적문화	.421**	.451**	.412**	.435**	.407**	.235**	.186**	1			
보존적문화	.108**	.115**	.082*	.116**	.164**	.123**	.223**	.239**	1		
성별a)	-.079	-.086*	-.077	-.073	-.088*	-.122**	-.036	.002	.019	1	
재직기간	.184**	.253**	.262**	.253**	.288**	.074	.077	.208**	-.059	-.187**	1

a) 성별은 남=1, 여=2로 코딩

* p < .05, ** p < .01

<표 4> 위계적 다중회귀분석결과

종속변수 단계 예측변수	유형성		신뢰성		반응성		확신성		정감성	
	1단계	2단계	1단계	2단계	1단계	2단계	1단계	2단계	1단계	2단계
성별 ^{a)}	-.033	-.025	-.035	-.027	-.018	-.014	-.015	-.011	-.025	-.024
재직기간	.092*	-.851	.161**	-.563	.172**	-.497	.165**	-.308	.210**	-.033
친화적문화	.264**	.186	.207**	.212	.215**	.101	.251**	.222	.205**	.154
진취적문화	.060	.006	.079*	.039	.018	.109	.039	.018	.020	.174
합리적문화	.348**	.247	.378**	.225	.326**	.237	.344**	.263	.292**	.149
보존적문화	.012	-.070	.027	-.015	-.016	-.038	.022	0.020	.078*	.109
친화*재직기간		.360		-.008		.502*		.138		.226
진취*재직기간		.218		.168		.355		.224		.576**
합리*재직기간		.517*		.754**		.440*		.411		.685**
보존*재직기간		.343		.199		.124		.178		-.074
ΔR2		.019**		.017**		.015*		.007		.020**
R2	.247**	.266**	.268**	.286**	.250**	.265**	.273**	.280**	.262**	.282**

a) 성별은 남=1, 여=2로 코딩

* p < .05, ** p < .01

그리고 1단계의 분석결과 통제변수로서 사용된 성별의 경우는 종속변수인 서비스품질의 모든 구성요소에 대하여 유의적 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

그리고 재직기간의 경우는 유형성(β=.092, p<.05), 신뢰성(β=.161, p<.01), 반응성(β=.172, p<.01), 확신성(β=.165, p<.01), 정감성(β=.210, p<.01) 모두에서 유의적이며 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 재직기간이 길수록 서비스품질 수준을 높게 인지하는 것을 알 수 있다.

다음으로 조직문화와 서비스품질의 관계에서 재직기간의 조절효과를 검증하기 위해 위계적 다중회귀분석을 실시하였다. 위계적 다중회귀분석은 독립변수와 종속변수간의 관계에서 조절변수에 의한 체계적 변화를 검증하기 위한 분석방법이다. 이 방법을 적용한 이유는 Fisher의 Z'계수를 이용한 방법의 단점이 조절변수를 하위집단으로 구분함으로써 정보의 손실이 생길 수 있으며, 각 조절변수의 하위집단별로 독립변수의 분산이 동일하다는 것을 전제로 하여야 한다는 것이다(Cohen & Cohen, 1983; Baron & Kenny, 1986).

유형성의 경우 조직문화와 재직기간의 상호작용효과를 알아보기 위해 1단계에서 성별, 재직기간, 4개 조직문화 유형(친화적 문화, 진취적 문화, 합리적 문화, 보존적 문화)를 예측변수로 하며, 유형성을 종속변수로 하는 다중회귀분석을 실시한 결과이다. 다음으로 2단계에서 상호작용효과를 알아보기 위해 1단계에서 투입된 변수에 재직기간과 각 조직문화 유형의 곱으로 이루어

진 4개 상호작용항(친화적 문화*재직기간, 진취적 문화*재직기간, 합리적 문화*재직기간, 보존적 문화*재직기간)을 예측변수로 투입하여 다중회귀분석을 실시하였다. 실시결과 예측변수들의 종속변수인 유형성에 대한 설명력(R2)은 .266으로 1단계에서 보다 .019만큼 증가하였으며, 설명력 증가분(ΔR2)은 p<.01 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 그리고 4개 상호작용항의 표준화 회귀계수 중 '합리적 문화*재직기간' 항만이 유형성에 유의적 영향력이 있는 것으로 나타났으며(β=.517, p<.05), 다른 3개 상호작용 항의 경우는 유의적 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

이상과 같은 방식으로 분석한 결과 신뢰성의 경우에는 '합리적 문화*재직기간' 항(β=.754, p<.01)이 유의적이며, 반응성의 경우는 '친화적 문화*재직기간' 항(β=.502, p<.05)과 '합리적 문화*재직기간' 항(β=.440, p<.05)이 유의적인 것으로 나타났다. 확신성의 경우는 유의적인 상호작용 항이 없으며, 정감성의 경우는 '진취적 문화*재직기간' 항(β=.576, p<.01)과 '합리적 문화*재직기간' 항(β=.685, p<.01)이 유의적이며 나머지 2개 상호작용 항은 유의적이지 않은 것으로 나타났다.

5. 결론 및 제언

본 연구는 서비스업에 종사하는 구성원들을 대상으로 조직문화가 서비스품질에 미치는 효과를 검증하고, 조직문화와 서비스품질의 관계에서 재직기간의 조절효과를 검증하고자 하였다. 조사결과를 요약하고, 이를 바탕으로 서비스 종사자들의 서비스품질 수준을 제고하기 위한 방안을 제시하고자 한다.

먼저 조직문화의 구성요소와 서비스품질의 관계를 분석한 결과 합리적 문화는 모든 서비스품질 구성요소에 대하여 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 기업은 경쟁력제고가 왜 필요한가에 대한 이해와 합의를 바탕으로 효율성과 생산성을 강조하는 문화를 형성하는 것이 바람직 할 것이다. 다음으로 친화적 문화의 경우도 서비스품질의 모든 구성요소에 대하여 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 구성원들의 인간관계를 돈독히 하고 집단 의식을 배양하며, 구성원들 간의 유대감을 높일 수 있는 방안을 활용하는 것이 바람직하다. 이에 비하여 보존적 문화와 진취적 문화는 서비스품질에 미치는 효과가 미미한 것으로 나타났다.

재직기간의 경우는 그 자체로도 서비스품질의 모든 구성요소에 대하여 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 이러한 결과는 재직기간이 길수록 일반적으로 본인이 소속해 있는 집단이나 조직에 대하여 애착심과 소속감을 가지며, 자발적 행동을 하기 때문으로 풀이된다.

조직문화와 서비스품질의 관계에서 재직기간의 조절 효과에 대한 분석결과 서비스품질에 대한 영향이 재직기간과의 상호작용을 통하여 가장 많이 이루어지는 경우는 합리적 문화로 나타났다. 구체적으로 합리적 문화는 재직기간과 상호작용하여 유형성, 신뢰성, 반응성, 정감성에 긍정적 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이는 합리적 문화가 모든 서비스품질의 구성요소인 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 정감성에 긍정적 영향을 미치는데, 특히 재직기간이 길수록 단기재직자에 비하여 유형성, 신뢰성, 반응성, 정감성에 미치는 효과가 크음을 의미한다. 따라서 서비스품질의 수준을 제고함에는 합리적 문화를 조성하는 것이 바람직하며, 특히 장기재직자가 많을수록 효과가 있음을 의미한다. 또한 부분적으로 재직기간이 길수록 친화적 문화가 반응성에 미치는 효과가 크며, 진취적 문화는 정감성에 영향을 미치지 않지만 장기재직자의 경우에는 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이상의 분석결과 조직문화 중에서 합리적 문화와 친화적 문화가 서비스품질의 제고에 긍정적 기여를 하며, 그러한 긍정적 효과는 장기재직자일수록 크음을 알 수 있다.

이상과 같은 연구결과는 주로 강원 영서지역과 수도권 일부 지역에 위치한 서비스산업 분야의 접점종사원들을 상대로 설문조사한 결과를 바탕으로 이루어진 것이다. 따라서 연구결과를 지역적으로 일반화하는데 한계가 있을 것이다. 그리고 실증분석의 자료는 전적으로 응답자들의 주관적 판단에 근거한 설문조사를 바탕으로 하는 횡단적 조사에 의존하였다. 이러한 분석방법의 장점은 일정기간 내에서 다수에 대한 정태적 상황을 반영할 수 있다는 것이지만, 응답자들의 시간적 흐름에 따른 의식의 변화와 같은 동태적인 특성을 반영하지 못한다는 단점이 있다. 따라서 추후 연구에서는 이러한 점들이 보완되어야 할 것이다.

6. 참고 문헌

- [1] 김광수(2003), 호텔기업의 조직문화와 임파워먼트가 조직유효성 및 서비스품질에 미치는 영향, 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- [2] 도운섭(1999), 지방정부조직문화가 조직 효과성에 미치는 영향에 관한 연구, 영남대학교, 박사학위 논문.
- [3] 박노운(1997), "조직문화와 전략의 관계에 관한 탐색적 연구," 경영학연구, 26(2), pp. 303-329.
- [4] 박혜정·김미주·김영미(2009), "항공사 객실팀의 조직분위기, 팀승무원의 조직몰입, 조직시민행동이 서비스수행에 미치는 영향," 관광연구 제24권 제5호, pp. 149-173
- [5] 서인덕(1986), 한국기업의 조직문화 유형과 조직특성간의 관련성 연구, 박사학위 논문, 서울대학교.
- [6] 안관영·박노국(2007), "정보통신분야 종사자의 내부마케팅노력이 서비스품질에 미치는 효과", 품질경영학회지 제35권 제4호, pp. 78-88.
- [7] 안관영·이석준(2007), "조직시민행동과 서비스품질 제고방안 : 행동수정모형의 적용을 중심으로", 대한안전경영과학회지 제9권 제5호, pp. 147-156.
- [8] 이규용·송정수(2008), "조직공정성과 서비스품질의 관계에 있어 심리적 임파워먼트의 매개효과", 서비스경영학회지 제9권 제2호, pp. 29-56.
- [9] 이규재(2005), 구성원의 지각된 조직문화유형이 성과에 미치는 영향에 대한 리더십 유형의 조절효과, 영남대학교, 박사학위 논문.
- [10] Babakus, E., and Boller, G. W. (1992), "An empirical assessment of the SERVQUAL scale," Journal of Business Research, Vol. 24, pp. 253-268.
- [11] Baron, R. M., and D. A. Kenny (1986), "The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychology Research: Conceptual, Strategic, and Statistical

- Considerations," *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- [12] Brown, T. J., Churchill, G. A. and Peter, J. P.(1993), "Improving the measurement of service quality," *Journal of Retailing*, Vol. 69, 127-139.
- [13] Chow, C. W., Harrison, G. L., McKinnon, J. L., and Wu, A.(2002), "The Organizational Culture Accounting", *Organizations and Society*, Vol. 27(4/5).
- [14] Cohen, J, and P. Cohen(1983), *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral science*, Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- [15] Cronin, Jr., J. J., and S. A. Taylor(1992), "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension", *Journal of Marketing*, vol. 56, pp 55-68
- [16] Denison, D. R.(1984), "Bring corporate culture to the bottom line", *Organizational Dynamics*, Autumn.
- [17] Gronroos, C.(1984), "A Service Quality Model and Its Marketing Implication," *European Journal of Marketing*, Vol. 18, No. 4, pp. 37-55.
- [18] Karambayya, R.(1989). *Organizational Citizenship Behavior: Contextual Predictors and Organizational Consequences*. Northwestern University, Ph.D. Dissertation.
- [19] Kotter J. P., and Heskett J. L.(1992), *Corporate Culture and Performance*, Free Press.
- [20] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1985), "A conceptual model of service quality and its implications for future research," *Journal of Marketing*, Vol. 49(Fall), pp. 41-50.
- [21] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988), "SERVQUAL: A Multiple- Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing*, Vol. 64, No.1, pp. 12-40.
- [22] Stoner J. A.(1995), *Management*, Prentice- Hall.
- [23] Teas, R. K.(1994), "Expectation as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: An Assessment of a Reassessment", *Journal of Marketing*, Vol. 58, pp. 132-139.

저 자 소 개

안 관 영



현재 상지대학교 경영학과 교수로 재직 중이다. 청주대학교에서 경영학사, 서울대학교에서 경영학 석사, 인하대학교에서 경영학 박사 학위 취득하였고, 인사·조직이 주 전공이면서 이를 바탕으로 서비스품질, 안전경영, 직업탐색 등에 대한 행위론적 접근에 많은 관심을 갖고 연구 중이다.

주소: 강원도 원주시 우산동 660 상지대학교 경영학과