

중소기업을 위한 교육훈련이 고객만족과 행동의도에 미치는 영향에 관한 연구

구자활* · 김영형** · 오현승*** · 이세재* · 윤광식** · 조진형*[†]

*금오공과대학교 산업시스템공학과

**한국산업단지공단 중부지역본부

***한남대학교 공과대학 산업경영공학과

A Study on the Effect of Contribution to Customer Satisfaction and Behavioral Intentions by the Education and Training for Small and Medium Sized Firms

J.H. Koo* · Y.H. Kim** · H.S. Oh*** · S.J. Lee* · K.S. Youn** · J.H. Cho*[†]

*Department of Industrial and Systems Engineering, Kumoh National Institute of Technology

**Central Regional headquarter, KICOX

***Department of Industrial and Management Engineering, Hannam University

Technological innovation depends on the quality of workers, whose ability is the key component to raise business competitiveness. Our study evaluates how satisfactory is the training of workers at small and medium sized firms, and suggest how to improve upon it. We show the theoretical framework for the relation between customer satisfaction and their behavioral intent on the one side, and factors of training service quality. Our result show : (1) Factors affecting customer satisfaction are, in descending order of importance, expertise, policy, follow-up service, attitude and behavior, and convenience. (2) Contrary to established views on the service quality, satisfaction for training would not be the prerequisite variable for intent to act, in case of training service quality. (3) Satisfaction level for training depends on the type of organization in charge of training (government, university, or private sector.) It also varied among different types of business (L-type, A-type, and J-type.) Small and medium sized firms find it difficult to commit to training education due to lack of money and manpower. The recent expansion of free training service would address part of this problem. On the other hand, the outfit in charge of training could boost service quality by customizing their training program to the type of business they cater to.

Keywords : Small and Medium Sized Firms, Educational Satisfaction, Behavioral Intentions

논문접수일 : 2010년 01월 15일 논문수정일 : 2010년 01월 19일 게재확정일 : 2010년 03월 19일

[†] 교신저자 joy@kumoh.ac.kr

※ 본 논문은 금오공과대학교 연구지원에 의해 연구된 논문임.

1. 서 론

1.1 중소기업

일반적으로 중소기업의 범위는 상시 근로자 수나 자산액·자본금 또는 매출액 등과 같은 수량적인 기준에 따라 정하고 있다. 그러나 이러한 중소기업의 범위는 특정 국가의 경제발전 단계에 따라 상대적으로 파악되는 개념이므로, 일률적으로 적용되는 것이 아니라 경제상황, 여건 등에 따라 국가별, 시기별로 달라진다. 그리고 이것은 산업에서도 수평적 분류를 산업분류라 한다면 기업규모로 나누는 것은 수직적 분류라고도 볼 수 있다. 우리나라에서는 중소기업의 개념 정립이 제 2공화국 때 행정부 상공부 내에 중소기업과가 창설되면서 시작되었다. 그 후 제 3공화국 때는 국으로 승격되었고, 지금의 지경부 외청으로서 자리하고 있다. 우리나라의 중소기업 발전은 경제개발과 함께 특히 기계/전자 산업의 육성과 함께 이른바 ‘계열화’ (cf. 재벌의 계열)추진에서 중소기업에 대한 본격적 조명을 시작했다고 볼 수 있다. 중소기업의 정의는 제조업의 경우 자본금과 종업원 수로 정하는 것이 2공화국 출범 때 기준이었으나, 가파른 돈 가치 하락은 한동안 종업원 수 만이 기준으로 변하기도 했다. 초기의 종업원 기준은 200명이었다. 현재의 기준은 다음과 같다.

〈표 1〉 기업규모별 광공업통계(종업원 10명 이상)

기업규모	사업체수 (개)	종업원수 (명)	부가가치 (백만원)
전체	59,242	2,520,845	330,502,000
300 ~ 499명	343	129,383	18,703,928
500 ~ 999명	223	154,094	30,989,167
1000명 이상	111	497,405	145,946,351

우리나라에서는 중소기업기본법 제2조1항에 “중소기업자는 업종의 특성과 상시근로자수, 자산규모, 매출액 등을 참작하여 그 규모가 대통령령이 정하는 기준 이하이고, 그 소유 및 경영의 실질적인 독립성이 대통령령이 정하는 기준에 해당하는 기업을 영위하는 자”라고 정의하고 있다. 이에 따라 중소기업기본법 시행령에서는 중소기업의 규모와 독립성의 기준을 규정하고 있다. 각 업종별로 보면 제조업은 상시근로자수 300인 미만이거나 자본금이 80억 원 이하인 경우, 광업·건설업·운송업은 상시근로자수 300인 미만이거나 자본금 30억 원 이하인 경우, 도소매·서비스업은 세부업종별로 상세하게 구분하여 상시근로자수 기준은 300인부터 50인까지,

매출액 기준은 300억 원부터 50억 원까지로 중소기업 범위를 규정하고 있다. 또한 상시근로자수가 1천명 이상인 기업과 자산총액이 5천억 원 이상인 기업은 중소기업에서 제외하도록 하여 중소기업 상한 기준을 두고 있다. 중소기업이 존재할 수 있는 영역을 명기해 보면, 수십 년 전에는 IT는 유아(infant)업종으로 성장 가능성은 무궁하나 시작 시점에서는 시장 규모가 작은 산업부문이다. 그리고 하청, 하도급으로 일컫는 계열화 업종, 전통적인 산업으로 수요는 원래 많지 않은 부문의 고유업종, 산업구조에서 사라지기 전에 작은 규모로 존재하는 사양 산업인 전환업종 등으로 분류하기도 한다.

2007년 통계청에 의하면 <표 1> 광공업에서 10명 이상의 종업원을 가진 사업체(establishment)가 59,242개인데 이 중에서 중소기업의 사업체의 수는 많은 부문을 차지하지만 1000명 이상의 기업들의 역할이 우리나라의 광공업을 이끌고 있음을 알 수 있다. 이렇듯 한국 산업에서 중소기업이 차지하는 비중이 매우 높음에도 불구하고 여전히 자금난, 고급인력 부족, 판매부진, 기술혁신을 위한 인프라 부족 등 열악한 경영여건에 처해 있다[8].

1.2 중소기업의 교육현황

클러스터접근의 산업정책(cluster-based industrial policy)은 대부분 선진국에서는 1990년대 산업정책 방향의 전환이 이미 이루어졌으며 그 성과는 대체로 성공적인 것으로 평가되고 있다. 산업클러스터의 발전과정에서 중소기업은 혁신능력을 단계적으로 배양하며 궁극적으로는 혁신적 기업으로 성장하게 된다. 따라서 지역혁신정책의 주된 목적은 기업 혁신능력의 단계적 향상, 즉 단순하청형(non-technology firm), 환경대응형(technology follower), 전략경영형(technology leader)으로의 상향이동을 유도, 지원하는데 있다. 특히 기술변화에 수동적으로 대응하지만 신기술 정보를 파악하고 일정기간을 두고 추격할 수 있는 능력을 지닌 환경대응형 중소기업에 대한 집중적 지원을 통해 혁신적인 전략경영형 중견중소기업으로 성장하도록 하는데 중점을 두는 전략이 바람직하다.

Porter(1990)는 경제의 초점이 노동주도형 경제에서 혁신주도형 경제로 이행함에 따라 경쟁의 초점도 과거의 원가경쟁(cost down)에서 기술과 사람이 주도하는 가치지향형 경쟁(value up)으로 옮겨가야 한다고 하였다. 대기업은 이미 학습중심사회로 진입했고 이것이 기업경쟁력의 원천이 되고 있다. 따라서 중소기업도 학습중심사회로 진입할 수 있게 하는 것이 중소기업의 혁신역량을 강화시켜 부품경쟁력을 높일 수 있다. 대기업은 이미 학습중심 조직으로 진입하여 교육, 학습, 지식, 기술, 정보가 경쟁력의 주요한 수단으로 활용되고 있으며, 성공

한 대기업의 경우에는 교육이 특히 강조되어 왔다. 그러나 대다수의 중소기업은 아직 학습 중심 조직으로 진입하지 못하고 있으며, 구성원들에 대한 교육의 기회가 매우 제한적으로 이루어져 교육의 소외가 기업 혁신역량의 소외로 이어지고 있다[2]. 기술혁신은 기업을 구성하고 있는 인적자원의 능력에 의해 달성되는 것이며, 인적자원의 능력 개발은 곧 기업의 경쟁력을 결정하는 중요한 핵심요소이다[1, 3, 4].

〈표 2〉 한국고용정보원 등록 전국 교육훈련기관 현황
(직업능력개발훈련정보망)

(단위 : 개)

서울	경기	인천	강원	대전	충북	충남	광주
5,033	2,871	604	419	654	556	799	704
전북	전남	대구	경북	경남	부산	제주	울산
692	450	875	891	1,229	1,270	206	402

1997년 IMF 위기 이후 한국 경제가 위축되면서 많은 노동자들이 실직의 부담을 안고 있으며, 이를 해결하기 위해 정부차원에서 적극적인 고용유지 및 안정 정책을 수립하고 추진하여 왔다. 정부의 지원하에 운영되고 있는 민·관·학 등의 교육훈련기관을 통해 중소기업에서는 혁신역량 강화의 기반이라 할 수 있는 인적자원의 능력 개발을 위탁해 오고 있다. 최근들어 정부차원에서 기업 경쟁력 강화 차원과 종업원들의 능력개발을 통한 고용유지와 안정을 위해 교육훈련기관을 지정하여 유상 또는 무상으로 지원하고 있다. <표 2>에 노동부 한국고용정보원에 등록된 전국 교육훈련기관(직업능력개발훈련정보망, 2009)으로 등록된 교육훈련기관 또는 단체의 현황을 보면 약 17,000여 개로 그 규모를 대략 짐작할 수 있다. 본 연구에서는 외부교육훈련기관에 의해 수행되고 있는 교육훈련에 참여한 중소기업 근로자들의 교육만족도 수준을 평가하고, 이후 행동의도와와의 관계를 파악하여 향후 교육훈련기관의 중소기업 대상 교육훈련시 방향과 효율적 운영방안을 제시하고자 한다.

1.3 교육훈련 서비스 표준화

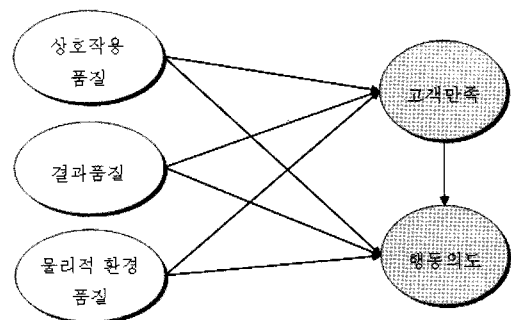
고객서비스를 차별화된 기업경쟁력으로 상승시키기 위해서 주요 MOT(moment of truth)별로 고객 프로세스 표준을 설정하고 전 직원이 일사불란하게 고객서비스를 실천함으로써 고객의 재방문을 유도하거나, 고객만족도를 높여 최종적으로 이미지 및 충성도를 높여나가기 위한 프로세스를 구성하는 일련의 인적, 물적 활동을 서

비스 표준화라 한다. 서비스 표준화를 통해 얻어지는 기준화에 의해 시스템의 정형화가 실현되어 인력의 전문화, 숙련화를 통해 고객 서비스 품질의 안정, 비용절감, 각 부분 간의 의사전달이 원활해지는 등의 효과를 얻을 수 있다. 하지만 획일화된 서비스로 인한 부작용이 발생 가능하므로 끊임없이 관리하여야 하며, 이를 위해서는 서비스 표준화의 설정, 실시상황의 확인, 최신 서비스 트렌드와의 적절성 여부, 개정과 같은 서비스 표준화에 대한 지속적인 관리를 필요로 한다. 2002년 세계무역기구의 서비스시장 개방협상에서 미국이 요구한 서비스 분야는 은행, 증권, 보험 등 금융분야부터 통신, 택배, 별률, 교육훈련에 이르기까지 모든 서비스분야를 포괄하고 있다. 국내에서는 범정부 차원에서 서비스 산업의 발전을 위해 2001년부터 서비스 품질 우수기업 인증제도를 시행하여 기업 및 국가경쟁력 제고와 더불어 소비자의 삶의 질 향상과 권익보호를 도모하고 있다. 서비스 업종의 특성상 표준화를 이루어 낸다는 것이 쉽지만은 않지만 서비스 경제시대로 진입과 세계적인 추세에 뒤떨어지지 않도록 하는 것이 필요하다. 특히 교육훈련 서비스 분야의 표준화에 대한 연구나 실적이 거의 없는 상태로 향후 많은 연구와 노력이 필요할 것이다.

2. 연구의 이론적 모형 및 가설설정

2.1 연구의 이론적 모형

본 연구에서는 교육훈련이 수요조사, 과정의 개설, 접수, 교육수행, 교육종료와 사후관리의 과정을 통해 수행되는 특성을 고려해서 서비스품질 위계구조 모형을 받아들여 각 차원을 상호작용 품질, 물리적 환경 품질, 결과품질로 구성하였다[19, 20].



〈그림 1〉 연구의 이론적 모형의 틀

특히 서비스 환경품질 측면에 있어서 기존 연구활동들이 물리적 측면으로 이루어졌으나 정책적 부문을 포함한 광의적인 범위로 확대 구성하였다[9, 13]. 또한 교육훈련 서비스의 결과 고객만족이 행동의도에 선행하는 관계로 구성하였다. 품질의 대가인 Juran이 “교육훈련의 효과는 대체로 10년이란 기간이 걸린다”고 하였듯이 교육훈련이 끝난 시점에서 기업성과와의 관계를 평가하는 것은 어려움이 있다고 판단하여 교육훈련 서비스 품질 구성 요인이 교육만족 그리고 교육이후 구전의도나 재교육 등의 행동의도와 관련성을 분석하는데까지 그 범위를 정하였다. 이를 토대로 <그림 1>과 같이 본 연구에서 검증하고자 하는 연구의 이론적 모형의 틀을 구성하였다.

2.2 가설 설정

기존 연구결과들에서 서비스는 고유적으로 무형성과 비분리성의 특성으로 서비스 전달과정에서 발생하는 대인적 상호작용은 서비스품질 지각에 영향을 주며, 이 상호작용은 서비스를 제공하는 종업원과 고객과의 접점으로 확인되고 있다. 상호작용 품질은 ‘과정품질’[24, 25], ‘기능적 품질’[21]과 유사한 개념으로 고객과 종업원의 상호작용을 품행, 행동, 불미스러운 일에 대한 종업원의 기술의 3가지 측면으로 나눌 수도 있고[15], 고객 지각에 관여하는 하부요인으로 태도(친근성), 행동(신속한 응대)과 전문성(지식을 갖추)으로 나누기도 하였다[17, 18]. 한편 국내의 이동통신 서비스 이용자들을 대상으로 SERVQUAL의 5개 차원에 대해서 요인분석을 실시한 결과 신뢰성과 유형성은 독립적인 요인으로 존재하는 것을 확인하였으나, 응답성·확신성·공감성의 3개 차원은 동일한 요인으로 적재되어 있는 것으로 나타나 이를 함께 묶어서 ‘태도와 행동’이라 명명하고 기능적 품질에 유의한 영향을 미치는 것을 실증하기도 하였다[6, 7]. 본 연구에서는 기존의 연구 내용들을 종합하여 상호작용 품질 측면으로 ‘태도와 행동’, ‘전문적 기술’요인들이 고객만족과 행동의도에 영향을 미칠 것으로 생각되어 아래와 같이 가설을 설정하였다.

가설 I-1 : 태도와 행동은 고객만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 I-2 : 태도와 행동은 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 I-3 : 전문적 기술은 고객만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 I-4 : 전문적 기술은 행동의도에 유의한 영향을

미칠 것이다.

서비스의 결과물은 서비스 전달과정이 끝난 후 고객 평가에 영향을 미치는 것이다[26]. 결과품질은 과정품질과는 달리 산업에 따라 많은 차이가 존재할 수 있는데, 교육훈련의 서비스 결과 품질은 교육과정에서 교육시간이 끝나고 휴식시간에 대한 분배시간과 전체 과정이 끝난 후 과정 중에 이루어진 여러 가지 요청 사항에 대한 피드백 시간으로 선정하였다. 따라서 본 연구에서는 결과품질 측면에서의 교육훈련과정과 전체 과정이 끝난 이후의 사후관리 측면의 요인이 전반적인 서비스 품질과 고객만족에 영향을 미칠 것으로 생각하여 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설 II-1 : 사후관리는 고객만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 II-2 : 사후관리는 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

소매점에 대한 서비스품질 측정에 있어서 유형성 차원보다 더 광범위한 의미로 물리적 시설의 외관과 점포 내부의 배치가 고객에게 주는 편안함까지 포함한 물리적 측면의 차원을 소매 서비스 품질 차원으로 반영하기도 하였다. 또한 연구 결과에서 서비스 품질은 소매점의 정책에 의해 직접적인 영향을 받는다는 것이 보고되었다[20]. 본 연구에서는 서비스 환경품질 측면에서의 외부 요인의 물리적 환경과 내부요인의 정책 요인들이 고객만족과 행동의도에 영향을 미칠 것으로 생각하여 아래와 같이 가설을 설정하였다.

가설 III-1 : 편의성은 고객만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 III-2 : 편의성은 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 III-3 : 정책은 고객만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 III-4 : 정책은 행동의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

교육훈련의 서비스품질을 관리하고 개선하는 사람들에게는 교육훈련의 서비스품질 차원들의 유의성과 상대적인 영향력을 파악하여 품질차원을 구성하는 요인들을 우선순위화하여 실행함으로써 교육훈련의 서비스 품질 개선 활동을 효율적이고 효과적으로 수행할 수 있을 것이며, 노력 대비 고객만족의 효과도 높아질 것이다. 따라서 교육훈련의 서비스 자원의 효율적인 운영과 효과

성을 최대화하기 위해서 서비스 차원들이 고객만족에 상대적 영향의 차이 있는지를 가설로 설정하였다[12].

가설 IV : 교육훈련 서비스 품질의 각 요인들이 고객 만족에 미치는 영향은 차이가 있을 것이다.

교육훈련의 서비스를 받고 난 후 대부분의 고객들은 자사로 복귀하여 동료들과 교육훈련 결과에 대해 공유를 하게 된다. 또한 인터넷 매체 활용이 대중화되면서 고객들은 사이버 상으로 교육훈련의 서비스 정보 뿐만 아니라 고객들이 직접 경험한 교육훈련의 서비스 지각 내용을 적극적으로 공유함으로써 다른 사람들의 간접경험에 기존보다 더욱 큰 영향을 끼치고 있다. 따라서 본 연구에서는 전반적인 서비스 품질차원의 요인들은 고객 만족을 매개로 하여 행동의도에 영향을 미친다는 가설을 설정하였다.

가설 V : 고객만족은 행동의도에 선행요인으로 작용할 것이다.

대·중소기업의 양극화 문제는 중소기업의 역량개발을 지원할 수 있는 교육 프로그램 개발에서부터 시작되어야 한다. 또한 중소기업에 대한 정책과 전략에 있어서도 1차 협력업체 뿐만 아니라 2차 협력업체에까지 적용이 필요하며, 이때 모든 중소기업에 동일한 정책과 전략을 적용할 것이 아니라 중소기업이 가진 역량과 추구하는 방향에 적합한 유형화를 우선적으로 진행한 후 이러한 유형별로 각기 차별화된 정책과 전략의 도출과 적용이 이루어져야 할 것이다[2]. 따라서 중소기업 유형을 비롯하여 몇 가지 추가사항에 대한 가설을 아래와 같이 설정하였다.

가설 VI-1 : 교육기관의 유형에 따라 고객만족의 차이가 있을 것이다.

가설 VI-2 : 기업규모에 따라 고객만족의 차이가 있을 것이다.

가설 VI-3 : 고객의 연령 차이에 따라 교육만족의 차이가 있을 것이다.

가설 VI-4 : 고객의 성별 차이에 따라 교육만족의 차이가 있을 것이다.

가설 VI-5 : 특허보유 유무에 따라 교육만족의 차이가 있을 것이다.

가설 VI-6 : 기업유형(고객사 수)에 따른 교육만족의 차이가 있을 것이다.

3. 연구 방법

3.1 자료수집

본 연구는 교육훈련의 서비스 품질에 대한 구성요인의 영향도와 고객만족과 행동의도에 대해 알아보기 위한 연구로서, 연구의 목적을 달성하기 위해 한국 내에 소개하고 있는 중소기업 종사자로서 2008년 1월부터 현재까지 외부교육훈련기관을 이용해 본 경험이 있는 사람들을 모집단으로 하여 설문을 하였다. 본 조사는 예비조사결과 정련된 설문지를 이용하였으며, 설문은 9월 5일부터 9월 16일까지 리서치 전문기관(한국리서치정보)에 의뢰를 하여 실시하였다. 전국에 걸쳐 총 213부가 수집되었고 이를 이용하여 분석을 하였다. 수집된 설문지의 기초자료에 대한 분석 내용은 <표 3>, <표 4>, <표 5>와 <표 6>과 같다.

<표 3> 연령별/성별 응답자 교차분석표

연령 성별	20대	30대	40대	50대	계
남	50	46	27	8	131
여	30	33	16	3	82
계	80	79	43	11	213

<표 4> 교육훈련 기관의 성격별/교육비용 지원 형태별 교차분석표

기관 비용	정부	대학	민간	기타	계
무상 + 지원금	13 6.10%	12 5.63%	15 7.04%	3 1.41%	43 20.2%
무상	3 1.41%	25 11.74%	18 8.45%	7 3.29%	53 24.9%
일부 유상	0 0.00%	13 6.10%	33 15.49%	10 4.69%	56 26.3%
유상	2 0.94%	14 6.57%	41 19.25%	4 1.88%	61 28.6%
계	18 8.5%	64 30.0%	107 50.2%	24 11.3%	213 100.0%

<표 5> 고객사 수에 따른 분류

구분	빈도	퍼센트	누적퍼센트	고객사 수
1	20	9.39	9.39	1개사
2	85	39.91	49.30	2개사
3	88	41.31	90.61	3개사
4	10	4.69	95.31	4개사
5	10	4.69	100.00	5개사 이상
합계	213	100		

〈표 6〉 교육훈련기관의 지역별/성격별 교차분석표

기관 지역	정부	대학	민간	기타	계
서울	7	20	48	18	93
경기	3.29%	9.39%	22.54%	8.45%	43.7%
강원	1	1	1	2	5
	0.47%	0.47%	0.47%	0.94%	2.3%
대전	5	5	16	1	27
충청	2.35%	2.35%	7.51%	0.47%	12.7%
광주	2	1	10	0	13
전라	0.94%	0.47%	4.69%	0.00%	6.1%
대구	0	11	14	0	25
경북	0.00%	5.16%	6.57%	0.00%	11.7%
부산	3	21	14	3	41
경남	1.41%	9.86%	6.57%	1.41%	19.2%
제주	0	5	4	0	9
	0.00%	2.35%	1.88%	0.00%	4.2%
전체	18	64	107	24	213
	8.5%	30.0%	50.2%	11.3%	100.0%

3.2 변수의 측정 및 분석방법

본 연구에서는 기존의 연구 내용들을 종합하여 상호 작용 품질 차원은 ‘태도와 행동(4항목)’, ‘전문적 기술(5항목)’, 결과 품질 차원은 서비스 전달과정이 끝나고 고객에게 남겨지는 것으로 ‘사후관리(4항목)’, 물리적 환경 품질 차원은 ‘정책(4항목)’, ‘편의성(4항목)’으로 하여 총 3개의 품질차원에 대해 5개 요인, 21개 항목으로 구분하여 구성하였다. 설문은 위의 내용을 기초로 하여 좀 더 많은 정보를 얻기 위하여 각 항목에 대해 Likert 7점척도(1: 전혀 그렇지 않다, 7: 매우 그렇다)를 이용하여 측정하였다[22, 23, 7, 28].

연구의 가설을 검증하기 위해 공변량구조모형(covariance structure modeling)을 이용하였고, 이를 위해 LISREL(linear structure relationship) 8.03윈도우 버전을 이용하였으며, 공변량구조모형 분석을 위한 사전 및 추가분석을 위해 SPSS 12.0윈도우 버전을 이용하였다. LISREL에서는 모델이 자료를 얼마나 잘 표현하는지의 부합도 평가를 위한 많은 지표들을 제공하게 되는데 이중 핵심적으로 이용한 부합지들을 살펴보면, 해의 검토를 위해 사용되는 모델내의 개별 모수추정치들 표준오차의 추정치로 나눈 값인 t-value를 사용하였다. 모델의 전반적인 부합도를 평가하기 위한 지표로 우선 자료에 변량, 공변량 가운데 예측된 변량, 공변량에 의해 설명되는 부분의 비율을 나타내는 기초부합치(GFI: goodness of fit index), 기초부합치를 자유도에 대해 수정한 수정부합치(AGFI: adjusted goodness of fit index), 모델이 설명할 수 없는 변량, 공변량의 크기를 의미하는 RMR(root mean

square residual)을 활용하였다[5, 10]. <그림 1>의 이론 모형을 구체화시키기 위해 각 품질차원에 해당하는 요인별 측정변수에 대해 요인분석한 결과는 <표 7>과 같다.

〈표 7〉 교육훈련 서비스 품질 차원의 요인분석 결과

항 목	성 분				
	F1	F2	F3	F4	F5
X5	.805	.055	.250	.129	.122
X6	.792	.016	.149	.186	.113
X7	.792	.158	.101	.221	.020
X8	.775	.038	.130	.153	.143
X9	.678	.241	.040	.146	.180
X10	.232	.787	.009	.009	.047
X11	.150	.757	.126	.023	.006
X12	.063	.735	.152	.146	.196
X13	.074	.547	.080	.171	.265
X1	.207	.020	.802	.090	.136
X2	.153	.031	.792	.023	.127
X3	.095	.281	.523	.325	.092
X4	.218	.284	.429	.189	.038
X14	.053	.141	.010	.770	.005
X15	.297	.070	.005	.601	.078
X16	.327	.132	.447	.576	.129
X17	.330	.154	.427	.520	.181
X18	.136	.254	.210	.094	.759
X19	.051	.056	.205	.100	.684
X20	.438	.111	.066	.162	.659
X21	.156	.207	.048	.426	.597
교유치	6.310	2.087	1.587	1.431	1.385
%분산	30.047	9.940	7.559	6.813	6.594
요인 명	전문적 기술	사후관리	태도 행동	정책	편의성
품질 차원	상호작용 품질	결과 품질	상호작용 품질	물리적 환경 품질	

4. 실증분석 및 평가

4.1 측정변수의 신뢰성 검증

교육훈련 서비스 품질 항목에 대한 신뢰성 검증은 <표 8>에 요약하였다. 서비스 품질 차원을 구성하는 요인별 항목에 대한 신뢰도 분석을 실시하였는데, 내적일관도를 나타내는 Cronbach's α 계수를 사용하였다. Cronbach's α 계수의 값은 연구의 목적에 따라 차이가 있지만 보통 0.6 이상이 되면 비교적 신뢰도가 높다[14]. <표 8>에서 α 계

수가 가장 낮은 '태도 및 행동'의 α 계수가 0.67 수준으로 비교적 신뢰도가 높다고 볼 수 있다.

<표 8> 교육훈련 서비스 품질 차원 및 신뢰도 검증

차원	요인	변수	항목	α
상호작용 품질	태도 및 행동	X1	직원의 즉각적 대응	0.672
		X2	직원친절도	
		X3	고객 개개인에 대한 배려	
		X4	고객의 문제 인식 노력	
	전문적 기술	X5	강사의 전문지식	0.859
		X6	강의 스킬	
		X7	행정적 준비 능력	
		X8	강의 내용 준비 정도	
		X9	질의 응답의 능력	
결과 품질	사후 관리	X10	휴식시간의 분배정도	0.731
		X11	직원의 고객 대응 일관성	
		X12	교육후 약속 이행 정도	
		X13	인적 네트워크 형성 정도	
물리적 환경 품질	정책	X14	편의시설의 보유	0.714
		X15	직원의 강의 참여 정도	
		X16	교육 비용의 지원	
		X17	부대 비용의 지원	
	편의성	X18	교육시설의 고급성	0.717
		X19	교육시설의 편의성	
		X20	교육의 안락함	
		X21	숙박시설의 편의성	

4.2 가설검증 및 평가

4.2.1 공변량구조모형에 의한 검증(가설 I, II, III, IV, V)

이론적 모형의 틀을 기초로 측정모형을 만들고 이론적 모형과 측정모형을 결합하여 변량구조모형을 수립하였다. 공변량구조모형 분석에 사용된 측정변수들간의 상관행렬표와 분석결과는 <부록 1>과 <부록 2>에 각각 나와 있으며, 분석시 측정변수들간에 상관계수가 높은 변수 4개를 제외한 후 공변량구조모형 분석을 실시하였다. 그리고 <표 9>에 부합도를 나타내는 지표들을 요약하였다.

<표 9> 분석결과 부합도 지표의 요약

χ^2	df	P값	Q	GFI	AGFI	NFI	RMR
508.86	188	0.00	2.71	0.83	0.78	0.77	0.09

χ^2 값이 유의한 차이가 있더라도 제안모델이 자료를 잘 적합시키는 좋은 모델일 가능성도 있기 때문에 χ^2 값에 전적으로 의존하는 것은 바람직하지 않다. 또한 기초부합치(GFI)는 보편적으로 권장하는 수용수준은 0.90 이상이지만 수용가능성에 대한 절대적인 기준은 없다[5,

10]. <표 9>를 보면, 기초부합치(GFI)가 0.83으로 나왔다. 부합도 지표를 보면 확률값이 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 비록 서비스 품질의 기존 연구 결과와 부합되지 않아 연구의 이론 모형을 수정하였고, 수정된 이론모형에 대한 부합도가 다소 떨어지고 있지만 기초이론과 저자의 경험을 토대로 보았을 때 위의 수정된 이론 모형이 수렴되었고, 분석과정이 모형의 확인적 과정이라 보기보다는 탐색적 과정의 성격이 더 강하기 때문에 모형이 부합되었다고 판단한다. 따라서 위에서 검증된 모형에 대한 해석을 내려 보면 다음과 같다.

1) 교육훈련 서비스 품질 차원이 교육만족에 미치는 요인에 대한 해석

분석결과를 보면, 교육훈련의 서비스 품질 차원을 구성하는 상호작용 품질, 결과 품질, 물리적 환경 품질 모두 고객만족에 영향을 주는 것으로 나타났다. 상호작용 품질 차원 중에서는 “전문적 기술”, 물리적 환경 품질에서는 “정책”, 그리고 결과 품질의 “사후관리”가 고객만족에 영향을 주는 것으로 나타났다. 반면 상호작용 품질의 “직원의 태도나 행동”, 물리적 환경 품질의 “편의성”은 고객만족에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 이는 교육훈련의 목적과 내용적인 측면에서 교육훈련과 직접적으로 연관이 있는 전문적 기술과 사후관리, 경제적 여건에 불리한 중소기업 입장에서의 교육훈련 비용과 관련된 정책이 고객만족에 핵심요인으로 나타났다고 볼 수 있다.

2) 교육훈련 서비스 품질 차원이 교육만족에 미치는 영향도에 대한 해석

고객만족에 영향도의 우선순위를 보면, “전문적 기술 > 정책 > 사후관리 > 편의성 > 태도와 행동”의 순서로 나타났다. 교육훈련 과정에서 대부분의 시간은 교육훈련이 이루어지는 과정이다. 그런 의미에서 보면 강사의 전문성(전문지식과 강의스킬 등)을 포함한 전문적 지식이 가장 중요한 서비스 품질 요인인 것이다. 그리고 경제적으로 불리한 여건에 놓여 있는 중소기업의 입장에서 교육의 비용을 포함한 정책이 두 번째로 중요한 서비스 품질 요인으로 나타났다고 볼 수 있다. 세 번째로 중요한 서비스 품질 요인으로는 교육과정 중의 필요한 자료 혹은 행정적 요청과 회사 복귀 후 금급한 사항에 대한 추가 질의 등에 대한 피드백의 시간을 포함한 사후관리가 중요한 것으로 나타났다. 편의성은 유의하지 않지만 음(-)의 관계로 나타났는데 외부교육기관을 이용하는 경우 대부분의 고객들은 인적 네트워크 구축, 고단한 업무에서의 탈출 등을 이유로 해서 교육과정 후 교육기관 밖에서 즐기는 것을 원하는 경우가 많다. 따

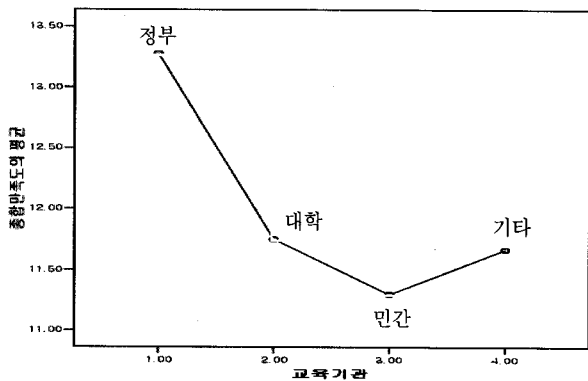
라서 숙박시설의 공급 등은 고객만족에 음(-)의 관계로 나타났다고 판단된다. 이상 검증 결과를 토대로 가설 I~V에 대한 검증 결과를 요약하면 <표 10>과 같다.

<표 10> 가설 I~V 검증 결과 요약

가설	I				II		III				IV	V
	1	2	3	4	1	2	1	2	3	4		
채택 여부	x	x	o	x	o	x	x	x	o	o	o	x

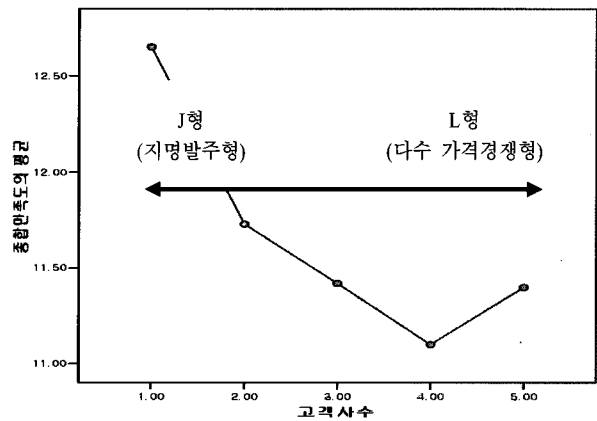
4.2.2 회귀분석에 의한 검증(가설 VI)

가설 VI에 대한 분석은 회귀분석(stepwise)을 이용했으며, 그 결과는 <표 11>과 같다. 분석결과, 교육기관의 성격(정부기관, 대학기관, 민간기관 등)에 따른 차이가 있는 것으로 분석되었다. 이는 앞서 공변량구조모형분석의 결과와 일치하는 결과로 해석할 수 있다. 즉 중소기업의 교육비용과 관련된 정부나 교육훈련기관의 정책이 교육만족도에 영향을 미치는 것으로 나왔듯이 대부분의 정부기관이나 대학기관을 이용할 경우 교육비용적인 측면에서 민간기관보다 더 많은 혜택이 주어지기 때문이라 판단된다<그림 2>.



<그림 2> 교육기관 성격에 따른 만족도 차이 분석 결과

고객사 수에 따른 고객만족도도 차이가 있는 것으로 분석되었다. 고객사 수는 기업유형으로 보는 것이 좋다. 즉, 고객사 수가 적은 쪽은 J형(지명발주형), 고객사 수가 중간정도이면 A형(소수 기술경쟁형), 고객사 수가 많으면 L형(다수 가격경쟁형)으로 볼 수 있다[2]. J형(다수 가격경쟁형)은 범용제품을 만들어 다수의 경쟁자와 입찰에 의해 제품을 납품하기 때문에 고객사의 수가 많다. 따라서 전문성이 결여되어 교육훈련과정에 대한 열의나 관심이 다소 떨어질 수 있다고 볼 수 있다. J형(지명발주형)의 경우 핵심기술을 보유하고 하이테크 제품을 만들기 때문에 고객사의 수가 적다. 하지만 고객사와의 거래가 중장기적으로 안정적인 것이 특징이다. 따라서 핵심기술 위주의 제품을 만들기 때문에 교육에 대한 집중도나 열의가 높은 유형으로 분류할 수 있을 것이며 이는 중소기업의 유형에 따라 고객 요구수준이 다르다는 것을 의미한다. 교육훈련기관에서는 교육훈련생의 모집과 시행에 있어 중소기업의 유형을 고려하여 모집할 필요가 있을 것이다<그림 3>.



<그림 3> 고객사 수에 따른 고객만족도 차이 분석 결과

이상 가설 VI에 대한 검증결과를 <표 12>에 요약하였다. 또한 전체 검증 결과를 <표 13>에 요약하였다.

<표 11> 가설 VI에 대한 검증 결과(회귀분석 Stepwise 적용)

변수	분석	B	베타	t	P값	VIF
(상수)		13.616		25.588	0.000	
교육기관성격		-0.458	-0.196	-2.924	0.004	1.009
고객사수(기업유형)		-0.298	-0.145	-2.166	0.031	1.009
R-square = 6.5% df 1 = 2 df 2 = 210 F = 7.28 P값 = 0.001						
종속변수 : 고객만족도 독립변수 : 교육기관, 기업규모, 연령, 성별, 특허보유유무, 고객사수(기업유형)						

<표 12> 가설 VI 검증 결과 요약

가설	VI					
	1	2	3	4	5	6
채택여부	채택	기각	기각	기각	기각	채택

<표 13> 전체 가설검증 결과 요약

가설	내용	채택	방법	
I	1 태도와 행동 → 고객만족	×	공변량 모형 분석	
	2 태도와 행동 → 행동의도	×		
	3 전문적 기술 → 고객만족	○		
	4 전문적 기술 → 행동의도	×		
II	1 사후관리 → 고객만족	○		
	2 사후관리 → 행동의도	×		
III	1 편의성 → 고객만족	×		
	2 편의성 → 행동의도	×		
	3 정책 → 고객만족	○		
	4 정책 → 행동의도	○		
IV	서비스 품질 요인이 고객만족에 미치는 영향도 차이	○		
V	고객만족이 행동의도의 선행요인	×		
VI	1 교육기관 유형에 따라 고객만족의 차이 있음	○		회귀 분석
	2 기업규모에 따라 고객만족 차이	×		
	3 고객 연령에 따라 고객만족 차이	×		
	4 고객 성별에 따라 고객만족 차이	×		
	5 특허보유 유무에 따라 고객만족 차이	×		
	6 기업유형(고객사수)에 따라 교육만족 차이	○		

5. 결론 및 향후 연구과제

이상의 실증 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 기존 서비스 품질의 연구결과와 다르게 교육훈련의 서비스 품질에서는 교육만족이 행동의도의 선행변수가 아니라는 것이다. 교육만족은 교육훈련결과 기업의 성과로 이어지는 요인으로 볼 수 있으며, 행동의도는 구전이나 재교육 등으로 교육훈련을 실행하는 기관의 성과 요인으로 볼 수 있다. 현재 교육훈련결과 교육만족이 행동의도로의 매개역할을 하지 않는 것으로 나타났다며 행동의도에 영향을 주는 것은 정책뿐이며 이는 재정적으로 열악한 환경에 있는 중소기업의 입장에

서는 비용을 포함한 정책적인 요소에 따라 구전 및 재교육의 행동으로 나타난다는 것을 의미하고 있다. 이는 아직 교육을 실행하는 기관의 교육수준이 크게 차이가 나지 않기 때문이다. 따라서 교육기관에서는 교육을 받는 교육생들의 만족도 향상 뿐만 아니라 교육실행기관의 성과로 유도하기 위한 보다 차별화된 전략이 필요하다고 사료된다.

둘째, 교육훈련 서비스 품질 요인 중 고객만족에 미치는 영향은 “전문적 기술>정책>사후관리>태도와 행동>편의성” 순서로 나타났다. 이는 교육훈련을 주관하는 기관의 입장에서 대 고객 서비스의 중요도를 어디에 두느냐를 의미하는 것이다. 한 가지 주의사항을 언급한다면, 본 연구에서 조사된 영향도가 절대적인 것은 아니다. 서비스 품질의 특성상 시간이 지나면 고객의 기대치가 달라지기 때문에 서비스 품질요인의 영향도와 순위가 바뀔 수 있다는 것을 인식하여야 한다.

셋째, 회귀분석 결과, 교육훈련기관의 유형(정부, 대학, 민간 등)에 따라 교육만족의 차이가 나타났고, 기업의 유형(L형, A형, J형)에 따라 교육만족의 차이가 있다고 나타났다. 중소기업은 상대적으로 자금적 여유가 없고 인력의 부족 등으로 인해 교육훈련에 참가한다는 것이 쉽지는 않다. 최근 무료교육이 확대되면서 이러한 부분은 어느 정도 해결될 것으로 생각된다. 또한 교육훈련을 주관하는 기관에서는 교육훈련생 모집과 시행과정에서 참가자가 속한 기업의 유형에 따라 교육훈련에 대비를 한다면 대 고객 서비스의 품질이 높아질 것으로 판단된다.

마지막으로, 현재 전국적으로 교육훈련기관이 무려 17,000여 개로 <표 2> 그 수가 적지 않다. 따라서 이러한 교육기관을 지역, 기관 성격, 규모 등에 따라 교육훈련과정의 차별적 운영으로 내용적으로나 질적으로나 개선된 교육훈련 서비스를 제공한다면 고객만족은 물론 중소기업의 경쟁력을 향상시키는데 도움이 될 것으로 사료된다.

참고문헌

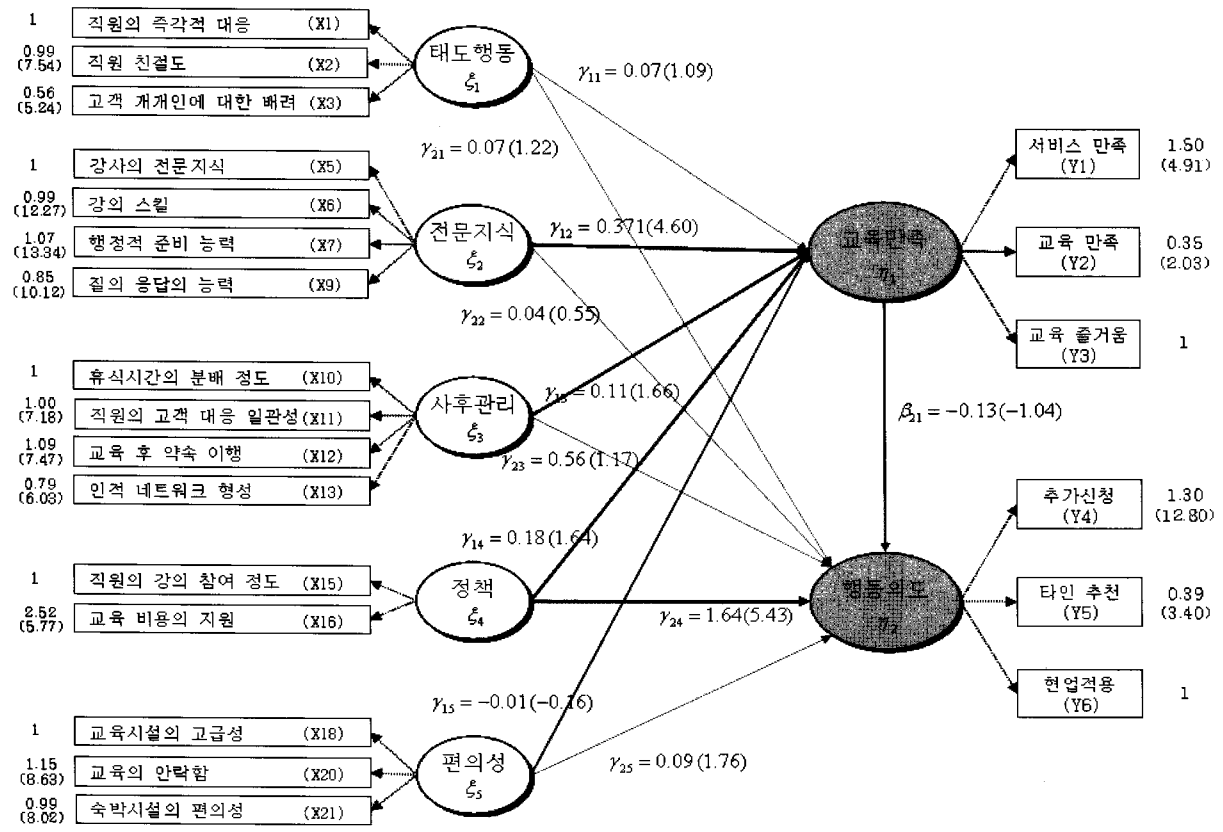
- [1] 김기영 외; “품질경영”, 박영사, 2005.
- [2] 김기찬 외; “대·중소기업 상생협력의 이론적 모형 설계”, 중소기업연구, 28(3) : 381-410, 2006.
- [3] 김연성 외; “품질경영”, 박영사, 1999.
- [4] 김영조; “중소기업의 기술협력 활동이 기술혁신 성과 및 재무성과에 미치는 영향”, 중소기업연구, 27(3) : 123-154, 2005.
- [5] 배병렬; “LISREL 구조방정식모델”, 청람, 2006.
- [6] 장형섭, 강도원; “이동통신 서비스품질과 고객만족에 관

- 한 연구”, 한국상품학회, 상품학연구, 27 : 225-250, 2002.
- [7] 정동성, 강기두; “서비스 품질지각에 대한 개별구성요인의 영향력과 고객만족과의 관련성에 관한 연구”, 한일경상론집, 15 : 133-161, 1998.
- [8] 정연승, 권선주, 안병립; “중소기업 적정범위에 관한 연구”, 중소기업연구, 30(2) : 79-101, 2008.
- [9] 안영진, 안천의; “애프터 서비스 품질과 고객만족과의 관계에 관한 실증연구”, 한국전문경영인학회지, 2(1) : 121-145, 1999.
- [10] 양원일; “서비스 품질혁을 위한 서비스 표준화에 대한 고객 지각 연구”, 경희대학교 대학원, 석사학위논문, 2005.
- [11] 윤윤규 외; 지역산업 육성과 지역혁신 체계 구축에 관한 연구, KDI, 2004.
- [12] 이순목; “공변량구조분석”, 성화사, 1990.
- [13] 이유재, 라선아; “서비스 품질의 각 차원이 CS에 미치는 상대적 영향에 대한 연구”, 마케팅연구, 18(4) : 67-97, 2003.
- [14] 이재준, 조진형, 구자활; “애프터서비스 품질 요인이 고객 불만족 해소에 미치는 영향에 관한 연구”, 산업경영시스템학회지, 32(1) : 137-146, 2009.
- [15] 채서일; “사회과학조사방법론”, 학현사, 1999.
- [16] 통계청; 각종통계지표 <http://www.kostat.go.kr>, 각년도
- [17] Bitner, M. J.; “Servicescapes : The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees,” *Journal of Marketing*, 56 : 57-71, 1992.
- [18] Brady, M. K. and Cronin, J. J.; “Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality : A Hierarchical Approach,” *Journal of Marketing*, 65 : 34-49, 2001.
- [19] Cronin, J. J. and Taylor, S. A.; “Measuring Service Quality : A Reexamination and Extension,” *Journal of Marketing*, 56 : 55-68, 1992.
- [20] Dabholkar, P. A., Shepherd, C. D., and Thorpe, D. I.; “A Comprehensive Framework for Service Quality : An Investigation of Critical Conceptual and Measurement Issues Through a Longitudinal Study,” *Journal of Retailing*, 76(2) : 136-173, 2000.
- [21] Dabholkar, P. A., Thorpe, D. I., and Rents, J. O.; “A Measure of Service Quality for Retail Stores : Scale Development and Validation,” *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24(1) : 3-16, 1996.
- [22] Gronroos, C.; “An Applied Service Marketing Theory,” *European Journal of Marketing*, 16(7) : 30-41, 1983.
- [23] Likert, R.; “A Technique for the Measurement of Attitudes,” *Archives of Psychology* 140, 1932.
- [24] Milton, L.; “Magnitude Scaling, Quantitative Measurement of Opinions,” *Sage Series*, 25 : Sage Publications, 1981.
- [25] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L.; “A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research,” *Journal of Marketing*, 49 : 41-50, 1985.
- [26] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L.; “SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality,” *Journal of Retailing*, 64(1) : 12-37, 1988.
- [27] Rust, R. T. and Oliver, R. L.; “Service Quality : Insights and Managerial Implications from the Frontier,” in *Service Quality : New Direction in Theory and Practice*, Roland T. Rust and Richard L. Oliver, Sage Publications, 1994.
- [28] Siegel, S.; “Nonparametric Statistics for Behavioral Sciences,” McGraw-Hill, 1956.
- [29] Uebbersax J. S.; “Likert scales : dispelling the confusion,” *Statistical Methods for Rater Agreement website*, 2006.

<부록 1> 상관행렬표]

	X1	X2	X3	X5	X6	X7	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X18	X20	X21	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
X1	1.000																							
X2	0.589	1.000																						
X3	0.286	0.278	1.000																					
X5	0.385	0.316	0.168	1.000																				
X6	0.251	0.252	0.079	0.640	1.000																			
X7	0.223	0.209	0.130	0.654	0.720	1.000																		
X9	0.221	0.206	0.119	0.569	0.479	0.558	1.000																	
X10	0.080	0.054	0.207	0.187	0.205	0.258	0.315	1.000																
X11	0.139	0.176	0.215	0.162	0.119	0.201	0.237	0.520	1.000															
X12	0.155	0.171	0.299	0.183	0.139	0.250	0.261	0.451	0.435	1.000														
X13	0.164	0.116	0.149	0.163	0.080	0.121	0.095	0.318	0.301	0.394	1.000													
X14	0.017	0.094	0.118	0.115	0.091	0.101	0.148	0.105	0.078	0.232	0.226	1.000												
X15	0.072	0.069	0.182	0.309	0.282	0.307	0.223	0.063	0.098	0.017	0.076	0.278	1.000											
X16	0.357	0.370	0.359	0.426	0.433	0.434	0.326	0.204	0.211	0.324	0.177	0.356	0.394	1.000										
X18	0.283	0.280	0.281	0.233	0.261	0.234	0.280	0.200	0.242	0.425	0.256	0.096	0.207	0.345	1.000									
X20	0.095	0.170	0.126	0.445	0.388	0.368	0.440	0.068	0.220	0.220	0.176	0.064	0.227	0.285	0.544	1.000								
X21	0.169	0.229	0.280	0.265	0.285	0.273	0.353	0.220	0.157	0.297	0.267	0.315	0.244	0.352	0.438	0.550	1.000							
Y1	0.265	0.256	0.191	0.514	0.457	0.601	0.403	0.145	0.135	0.198	0.096	0.001	0.117	0.298	0.146	0.224	0.166	1.000						
Y2	-0.030	0.045	0.076	0.055	-0.016	0.021	0.089	0.051	0.008	0.169	0.169	0.904	0.219	0.272	0.012	-0.022	0.248	-0.054	1.000					
Y3	0.189	0.110	0.308	0.241	0.140	0.217	0.343	0.181	0.239	0.268	0.267	0.170	0.337	0.403	0.327	0.327	0.262	0.118	0.124	1.000				
Y4	0.353	0.346	0.342	0.379	0.376	0.368	0.277	0.184	0.209	0.314	0.232	0.307	0.359	0.904	0.346	0.299	0.305	0.278	0.219	0.421	1.000			
Y5	0.086	0.121	0.136	0.194	0.302	0.248	0.372	0.228	0.174	0.268	0.133	0.195	0.141	0.241	0.337	0.344	0.367	0.055	0.120	0.262	0.185	1.000		
Y6	0.337	0.363	0.397	0.418	0.456	0.408	0.385	0.179	0.226	0.268	0.243	0.366	0.237	0.677	0.366	0.331	0.360	0.285	0.271	0.387	0.622	0.436	1.000	

<부록 2> 완전구조모형



* ()안의 값은 t-value.