

군수지원 분야 서비스품질 평가 및 재방문의도에 관한 연구

우광호* · 심상렬**†

* 광운대학교 방위사업학과
 ** 광운대학교 동북아대학 동북아통상학부

A Study on the Evaluation of the Service Quality and Revisit Intention in the Defense Logistics Support

Kwang-Ho Woo* · Sang-Ryul Shim**†

* Defense Acquisition Program Major, KwangWoon University
 ** College of Northeast Asia KwangWoon University

Key Words : Defense Logistics Support, Service Quality, SERVPERF, Revisit Intention, Support unit

Abstract

The purpose of this study is to suggest the direction of improving service quality in the defense logistics support. For this, this study compares and analyzes the perceived service quality between customer(using unit) and defense logistics support unit by using SERVPERF model. Supply, military meals, and maintenance are carrying out the mission as core function of defense logistics support and also encounter with customer. In this empirical analysis, the service quality is composed of four factors, and there are significant difference in perception level of service quality between them. Also, the relationship between factors of service quality and revisit intention shows significant difference statistically, and the customer orientation and responsiveness are key affecting factors on revisit intention.

1. 서 론

현대사회는 마케팅시대이며, 고객 지향성 시대로 고객의 만족이 무엇보다 중요시되는 시대라 할 수 있다. 이러한 마케팅의 활동범위는 공공기관, 사회단체 등 비영리조직체까지 확대되고 있으며, 영리기관 뿐 아니라 비영리기관도 고객만족을 통한 조직의 목적 달성을 위해서 고객중심의 서비스품질 중요성은 더욱 커지고 있다(김창준, 2008).

우리 군의 군수지원 분야에서도 전투부대인 사용자의 고객만족과 감동을 위해 주기적인 성과분석회의와 적극적인 추진보급 및 근접 정비지원을 활성화하고 있다.

또한 감시장비와 타격 무기체계의 상시 가동상태 유지를 위해 119 개념의 24시간 긴급 정비지원체계 구축

등 작전부대의 임무수행 여건을 보장하기 위해 다양한 노력을 기울이고 있다.

그러나 군수지원 서비스 측면에서는 아직도 군수지원부대 중심의 정량적 성과측정에 초점을 맞춘 결과, 사용자인 전투부대 측면에서의 군수지원 효과는 크게 개선되지 않고 있는 실정이다. 또한 학문적 이론에 기반을 둔 체계적인 군수지원 분야의 서비스품질 평가에 대한 연구가 매우 미흡한 실태다.

따라서 현존 전력의 성능 발휘 보장과 창끝부대 전투력 강화의 요체인 군수지원 분야에서의 서비스품질에 관한 연구가 절실히 요구되고 있다. 본 연구는 마케팅과 여러 분야에서 검증된 서비스 측정 척도인 SERVPERF 모델을 이용하여 내부고객인 지원부대와 외부고객인 사용부대의 양자적 접근을 통해 군수지원 분야 서비스 품질 차이를 평가하고, 재방문의도에 미치는 영향을 체계적으로 분석하는데 연구의 목적이 있다.

† 교신저자 srshim@kw.ac.kr

2. 이론적 배경

2.1 서비스품질에 대한 이론적 고찰

서비스품질에 관한 연구는 서비스가 지니고 있는 무형성, 이질성, 소멸성 등의 본질적 특성과 고객의 주관적인 평가와 가치의 다양성으로 학자들마다 해석의 차이가 있다.

Gronroos(1984)는 서비스 품질을 소비자에 의해 주관적으로 지각된 품질이라고 주장하면서 ‘고객의 지각된 서비스와 기대한 서비스를 비교 평가한 결과’라고 정의하였다(김창준, 2008).

반면 PZB(1985)는 서비스 품질을 ‘특정 서비스의 우수성에 대한 전반적인 판단이나 태도’로 정의하고, 서비스 품질의 수준은 고객의 지각과 기대와의 불일치 정도에 의해 결정되는 것이라고 주장하였다(배영식, 2004).

Cronin & Taylor(1992)는 지각된 서비스 품질이란 ‘특정 서비스에 대한 고객의 장기적이며 전체적인 평가’를 의미하는 것으로 서비스 품질이 고객 만족의 선행요인이라고 제시하였다.

이러한 여러 학자들의 서비스 품질에 대한 정의를 고려해 볼 때, 국방 분야에서의 군수지원 서비스 품질은 피지원부대에 대한 적극적인 보급과 정비지원을 하면서 고객인 사용부대에겐 편의를 제공할 수 있도록 군수부대의 유형적 시설의 개선 및 관리와 정확하고 신속한 서비스를 제공할 수 있는 능력과 자세, 나아가 서비스 대상자와 동질성을 갖고 근무하고 있다고 평가되어 지는 상태를 의미한다고 볼 수 있다.

2.2 서비스 품질의 구성차원

2.2.1. Gronroos의 연구

Gronroos(1984)는 서비스는 제공자와 고객의 상호작용 과정에서 고객에게 제공되며, 이러한 상호과정에서 일어나는 것들이 서비스 품질에 영향을 미치게 되므로 서비스의 품질을 기술적 품질과 기능적 품질의 두 가지로 구분하였다.

기술적 품질은 소비자가 서비스 기업과의 상호작용 결과, 서비스 제공과정에서 최종적으로 받는 결과물에 관한 품질로서, 서비스 성과가 나타난 이후에 평가되는 핵심적인 서비스라고 할 수 있다.

기능적 품질은 서비스가 고객에게 전달되는 과정에서 느끼는 품질로서 고객이 서비스를 얻는 방법적인 품

질을 의미한다. 따라서 고객과 접촉하고 있는 서비스 제공자의 친절성과 고객과의 상호교감이나 대응의 좋고 나쁨에 따라 고객은 만족과 불만족을 느끼게 된다.

Gronroos(1988)는 선행연구들을 통해 서비스 품질을 구성하는 6가지 차원인 전문성과 기술, 태도와 행동, 접근성과 융통성, 신뢰성과 믿음, 서비스 회복, 평판과 신용으로 제시하였다.

Gronroos가 제시한 서비스 품질 차원은 지각된 서비스 품질의 본질을 보다 구체적으로 이해할 수 있는 개념적인 틀을 제공하였다는데 그 의의가 있다.

2.2.2 PZB(Parasuraman, Zeithaml & Berry)연구

서비스 품질의 구성 차원을 실증적으로 연구한 PZB(1988)는 서비스 유형에 따라 서비스 품질 평가 항목들이 상대적 중요도에는 차이를 보이나, 기본적으로 유사한 평가기준을 가지고 있음을 밝혔다.

그리고 실증연구를 통하여 <표 1>과 같이 서비스 산업에 보편적으로 적용할 수 있는 유형성, 신뢰성, 대응성, 보증성 및 공감성 등 5가지 서비스 품질 차원을 제시하였다(배영식, 2004).

<표 1> 서비스 품질의 5개 차원

5개 차원	내 용
유형성 (Tangibles)	물리적 시설 및 장비, 단정한 용모
신뢰성 (Reliability)	약속한 서비스의 정확한 수행능력
대응성 (Responsiveness)	자발적인 도움과 즉각적인 서비스 제공
보증성 (Assurance)	종사원의 전문성 및 업무처리의 믿음과 확신
공감성 (Empathy)	이용시간 편리함과 고객에 대한 배려

이들 각 차원의 특성에 대해 살펴보면, 유형성은 물리적 시설과 장비를 갖추고 있고, 서비스요원의 단정한 용모와 안내로 정의할 수 있다. 신뢰성은 정확하게 약속한 서비스를 수행할 수 있는 능력을 말하며, 대응성은 고객을 기꺼이 도우려는 자세와 적시적인 서비스 제공을 의미한다.

보증성은 관련 종사원들의 전문적인 지식, 업무처리의 믿음과 확신을 줄 수 있는 능력을 말하며, 끝으로 공감성은 서비스 이용시간의 편리함과 같은 사용자에 대

한 배려와 개별적인 관심을 의미한다(윤기찬, 2004).

2.3 서비스품질 측정방법

2.3.1 PZB의 SERVQUAL 모델

PZB(1985)의 서비스품질 측정은 Oliver(1980)의 기대-불일치론 모델에 개념적 기초를 두고 있다. Oliver는 소비자는 실제 제품을 구매 후 기대수준과 제품성과와 비교하여 불일치 정도에 따라 만족과 불만족이 나타난다고 보는 기대-불일치 이론을 제시하였다.

이러한 Oliver의 이론을 바탕으로 측정도구로서 SERVQUAL(Service Quality)이라는 다항목 척도를 개발하여 서비스품질에 대한 만족도를 측정하기 위해 활용하였다.

$$\text{Satisfaction} = \sum(P_i - E_i)$$

Where, P_i = 성과, E_i = 기대수준,
 i = 만족도를 평가하는 구성요소

상기 수식에서 보는 바와 같이 실제 경험한 성과 - 기대수준 차이의 합이 서비스품질의 크기이며, 측정 결과 기대를 초과($E_s < P_s$)하게 되면 고객감동을 가져오고, 기대와 일치($E_s = P_s$)한다면 고객만족을, 만약 기대와 불일치($E_s > P_s$)의 경우에는 고객불만이 초래됨을 의미한다.

2.3.2 Cronin & Taylor의 SERVPERF 모델

SERVPERF(Service Performance)모형은 PZB의 SERVQUAL 기법이 갖는 측정상의 문제점을 극복하기 위해 Cronin & Taylor(1992)에 의해 제기되었다.

이들은 서비스품질은 성과 그 자체이므로 성과에 대한 소비자의 지각을 측정하는 것이 타당하다고 주장하였다. 또한 기대수준 측정은 설문대상자에게 각기 다른 유형으로 해석되어, 객관적인 측정을 방해하므로 측정이 불필요하다고 주장하면서 SERVPERF 모델을 제시하였다.

$$SQ = P$$

* SQ(Service Quality) : 서비스 품질,
 P(Performance) : 서비스 성과

상기 수식에서와 같이 서비스 질은 곧 서비스의 성과(Performance)임을 의미한다. 기대부분을 제외하고 측정함으로써 서비스 질에 대한 이용자의 태도를 더 잘

밝혀주고, SERVQUAL에 비해 상대적으로 예측력(결정 계수: R2)이 더 높다고 주장하였다.

2.4 군수지원 분야 서비스와 고객만족

2.4.1 군수의 정의와 기능

“작전은 전투를 승리로 이끌고, 군수는 전쟁을 승리로 이끈다.”라는 말이 의미하듯이 군수지원은 전승의 요체라 할 수 있다.

장차전 환경은 군사과학 기술의 발달로 전장이 확대되고, 대량 살상무기의 등장과 타격무기체계의 정밀화로 군수지원 소요가 대폭 증가하게 되므로 이러한 군수지원 소요를 전투부대가 요구하는 시간과 장소에 어떻게 지원할 수 있느냐가 전쟁의 승패를 결정한다고 해도 과언이 아니다.

군수란 군사목표를 달성하기 위해 부대의 임무수행에 필요한 모든 자원을 효과적, 경제적, 능률적으로 획득, 관리, 운용하여 군사작전을 지원하는 제반 활동을 말한다(야교 4-0 군수업무, 2009).

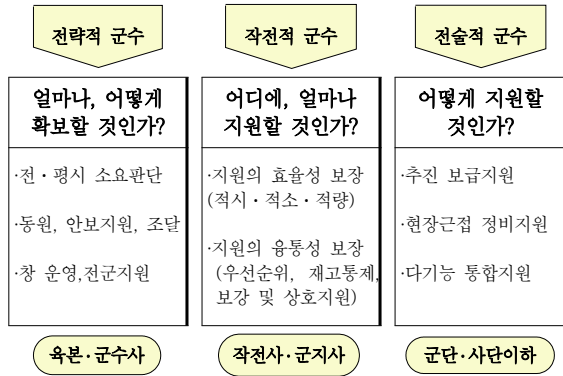
또한 군수기능은 군수를 구성하는 각 부분이 전체 속에서 맡고 있는 역할 또는 분야별 활동을 말하는 것으로 연구개발, 소요, 조달, 보급, 정비, 수송, 시설, 근무의 8대 기능으로 분류되며, 이들 기능은 군사목표 달성을 위해 군수관리와 군수지원 분야의 두 가지 군수영역으로 구분된다.

2.4.2 군수지원의 개념

군수지원은 전투부대가 최적의 군수지원을 보장받아 최상의 전투력을 발휘할 수 있도록 다기능 통합군수지원, 현장위주 보급지원, 기동화 정비지원, 통합 수송지원, 통합 근무지원에 주안을 두고 실시된다. 또한 군수지원은 지원제대 및 지원 성격에 따라 <그림 1>에서와 같이 전략적, 작전적, 전술적 군수지원으로 구분된다.

전략적 군수지원은 전략목표 달성을 위해 군수자원을 준비하고 전쟁지속능력 확보와 유지하는 활동으로, 주요 물자의 정확한 지원소요 판단과 조달을 통해 적정 재고를 확보 유지하는 것이다.

작전적 군수지원은 작전지속능력 확보를 위해 전투 및 전투지원부대의 소요와 가용자원을 비교하여 지원 우선순위를 판단하고, 확보된 물량의 보급에 중점을 두고 군수지원사령부 및 군단 군수지원단이 직할 기능부대를 통하여 예하 전투부대를 지원함으로써 수행된다.



<그림 1> 용병술 체계에 따른 군수지원 개념

자료 : 군수정책서(2008), 육군본부.

전술적 군수지원은 전투를 수행하는 전술부대의 전투력 발휘를 보장할 수 있도록 사여단의 기능대대가 전투현장 위주의 추진보급 지원과 현장 근접 정비지원을 제공함으로써 달성된다.

2.4.3 군 관련 마케팅 및 서비스에 관한 선행연구

일반적으로 군에서의 고객은 사용부대를 의미하며, 전투수행을 전담하는 전투부대를 핵심 고객으로 여기고 있다. 군에서 군수지원을 담당하는 부대는 크게 군수사, 군지사, 사단 기능부대로 구분되며, 이러한 지원부대들로부터 군수지원을 받는 부대들을 총칭해서 고객이라고 할 수 있다. 그러나 비영리기관의 군 특성상 군수지원부대 요원들은 전투부대 만족을 위한 서비스 제공의 중요성과 서비스대상에 대한 명확한 인식 등 마인드가 부족한 실태이며, 바람직한 서비스문화 형성 또한 현실적으로 매우 미흡한 실정이다.

현재 군의 마케팅과 고객만족 및 서비스품질 등에 초점을 두고 실시한 선행연구들을 살펴보면, 정대봉(2009)은 군수지원부대 조직원의 직무만족이 피지원부대 조직원에 미치는 연구를 통해 조직원의 직무만족도가 높아지면 서비스품질에도 영향을 미친다는 것을 제시하였다.

류우식(2008)은 속도중심 군수지원의 효익에 관한 실증연구에서 현대전은 과학기술의 발달로 작전템포가 급속히 증가됨에 따라 속도중심의 군수지원 능력이 전쟁 승패에 직접적인 영향을 미친다고 강조하였다.

손소영과 소형기(2002) 연구에서는 군의 병영생활의 질적 향상을 위한 연구에서 PZB의 SERVQUAL모델이 서비스산업뿐만 아니라 군 조직과 같은 특수한 환경과

공공기관 등에 다양하게 적용됨을 보여 주었다.

박태환(2001)은 군 급식에 대한 장병의 서비스품질과 만족도 향상 방안을 연구하였다.

따라서 본 연구에서는 선행연구들을 바탕으로 작전적 군수지원의 핵심기능이자 가장 고객과 접점에 위치하여 임무를 수행하고 있는 보급, 급양 및 정비분야를 대상으로 하였다.

보급 및 급양부대는 의·식·주 등 장병 피복류와 급식을 지원하는 부대이며, 정비부대는 상시 전투력 발휘보장을 위해 장비 가동률 향상에 직접적으로 관계되는 임무를 수행하므로 고객인 사용부대가 가장 피부로 느낄 수 있는 지원 분야인 것이다.

3. 연구 설계

3.1 자료수집 및 설문지 구성

본 연구의 실증분석을 위하여 고객인 사용부대와 군수지원부대 양자를 대상으로 설문을 구성하여 조사하였다. 사용부대의 경우에는 현재 보급거래선이 설정되어 군수지원을 받고 있는 보병, 기갑, 포병, 공병, 통신 등 다양한 부대를 포함토록 하였다.

설문지는 선행연구를 기초로 구성하였고, 군수지원분야 특성을 고려하여 완벽한 주문충족률, 군수품에 대한 신속한 사용자 불만처리 등 야전군수의 핵심지표를 특성에 맞게 4개 문항을 추가하였다.

측정방법은 Likert 5-point 척도를 사용하였고 세부적인 설문지 구성내역은 <표 2>와 같다.

3.2 연구가설 설정

기존 선행연구를 토대로 전투력 강화의 요체인 군수분야에 있어서 내부고객인 지원부대와 외부고객인 사용부대들이 지각하는 서비스 품질차이를 평가하고, 나아가 재방문의도에 미치는 영향을 살펴보기 위하여 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

H1. 지원부대와 사용부대간의 서비스품질 요인은 차이를 나타낼 것이다.

H2. 서비스품질 요인은 재방문의도에 영향을 미칠 것이다.

<표 2> 설문지 구성

구분	변수 NO	측정질문	문항	출처	
서비스품질	유형성	1	현대화된 시설 및 장비	4	· Parasurama, Zeithaml & Berry(1985)
		2	깨끗한 시설과 정리정돈		
		3	담당관의 용모 및 복장		
		4	서비스에 적합한 다양한 시설		
	신뢰성	5	서비스 약속시간 준수	6	· Parasurama, Zeithaml & Berry(1985) · 야전교범4-0 군수업무 (2009.6.30)
		6	애로사항 해결에 대한 관심		
		7	한번에 완벽한 서비스 제공		
		8	약속한 시간에 서비스 제공		
		9	수행업무의 신뢰성		
		10	적시·적소·적량지원		
	대응성	11	서비스제공 시기 사전 홍보	7	· PZB(1985) · 류우식(2008), 박임굴(2009) · 군수지원 성과관리 훈령 1300호 (2010.12.31)
		12	신속한 서비스제공		
		13	애로사항 자발적 조치		
		14	고객요구에 신속한 대응		
		15	사용자불만 신속한 처리		
		16	주문 충족율		
		17	CWT단축		
보증성	18	업무처리의 믿음/확신성	4	· Parasurama, Zeithaml & Berry(1985)	
	19	서비스제공의 안정감			
	20	예의, 친절성 및 공손			
	21	전문성			
	22	개별적인 관심			
공감성	23	서비스 이용시간 편리성	5	· Parasurama, Zeithaml & Berry(1985)	
	24	인격적 존중			
	25	관심 및 진심성			
	26	고객의 요구 이해			
	27	개인정보 보호			
재방문의도	1	현 지원부대 다시 이용할 의향	4	· Binter(1990), Dodds(1991) · Oliver(1997)	
	2	보급거래의 지속성 의사			
	3	다시 방문하고 싶은 충동			
	4	현 지원부대 서비스만족해서 재방문			
응답자 특성		소속, 담당업무, 신분, 복무년수 등	7		

3.3 분석방법

인구통계학적 특성 분석을 위한 빈도분석과 측정도구의 타당성 분석을 위해 요인분석을 실시하였다. 그리고 각 요인별 내적 일관성 여부를 판단하기 위한 신뢰성 분석을 위해 Cronbach's Alpha 계수를 산정 사용하였다. 또한 t-test 분석을 통하여 군수지원부대와 사용부대 간의 서비스품질 차이를 분석하였고, 사용부대의 지각된 서비스품질이 재방문의도에 미치는 영향 분석을 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 이러한 제반 통계분석은 SPSS 17 프로그램을 이용하였다.

4. 실증분석

4.1 표본의 특성 분석

본 조사는 2012.2.13~2.24일까지 총 120부를 배포하여 회수된 설문지 중에서 무응답이나 불성실한 설문지를 제외하고 지원부대용 48부, 사용부대용 45부 등 총 93부를 최종 분석에 사용하였다. 유효표본의 인구통계학적 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 실시한 결과는 <표 3>과 같다.

<표 3> 응답자의 인구통계학적 특성

구분		빈도(명)	비율(%)
성별	남	87	93.5
	여	6	6.5
연령	20대	37	39.8
	30대	32	34.4
	40대	2	21.5
	50대 이상	4	4.3
	1년 미만	11	11.8
현 보직 기간	1~2년미만	25	26.9
	2~3년미만	24	25.8
	3년 이상	33	35.5
총 복무년수	5년 미만	34	36.6
	10년 미만	23	24.7
	20년 미만	24	25.8
	20년 이상	12	12.9
수행업무 분야	보급분야	34	36.6
	급양분야	22	23.7
	정비분야	37	39.8
신분	장교	16	17.2
	부사관	55	59.1
	군무원	21	22.6

성별로는 남성과 여성이 각각 93.5%와 6.5%로서, 군 특성상 남성이 대다수를 차지하였다. 연령분포는 20대가 39.8%로 가장 많았으나, 30대~50대가 약 60%로서 어느 정도 군 생활에 전문화된 중견 간부들이 설문에 참여하였음을 알 수가 있다.

현 직책의 보직기간은 3년 이상 근무가 35.5%로 가장 많았고, 총 군복무년수도 5년 미만은 36.6%를, 기타 나머지 5년 이상은 63.4%를 차지하고 있어 해당 업무에 숙달된 장기복무 중인 간부들을 알 수가 있다.

기능별 수행업무 내역을 살펴보면 정비 분야 39.8%로서 가장 많았으나, 지원부대 규모를 고려해 볼 때 보급, 급양, 정비 분야가 적절한 분포를 나타내고 있다. 신분별로는 부사관 59.1%, 군무원 22.6%, 장교 17.2% 순으로 군수지원부대의 인적구성 특성을 잘 보여주고 있다.

4.2 타당성 및 신뢰성 분석

본 연구에서는 서비스품질 측정항목에 대한 측정도구의 공통요인을 파악하고 변수 구성의 타당성을 검증하기 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. 모든 측정변수는 구성요인을 추출하기 위해서 주성분 분석을 사용하였으며, 요인적재량의 단순화를 위하여 직교회전방식(Varimax)을 채택하였다. 또한 내적 일관성을 파악하기 위해 Cronbach's α 를 산출하였고, 문항의 선택 기준은 고유값은 1.0 이상, 요인적재량은 0.6 이상을 기준으로 하였다.

사용부대에 대한 서비스품질 요인의 타당성 및 신뢰성을 분석한 결과는 <표 4>에서 보는 바와 같다.

서비스품질은 최초 5개 차원에서 군 특수성으로 공

<표 4> 사용부대 서비스품질 타당성과 신뢰성 분석결과

구 분		요 인 분 석					신뢰도분석
		대응성	고객지향성	신뢰성	유형성	공통성	Cronbach's α
대응16	주문충족율	0.828				0.74	0.869
대응12	신속한 서비스 지원	0.812				0.73	
대응17	속도중심의 군수지원	0.767				0.68	
대응11	서비스 제공 사전통보	0.755				0.64	
대응15	사용자불만 처리 신속성	0.739				0.62	
공감24	배려와 인격적 존중		0.843			0.77	0.868
공감26	고객요구 이해		0.763			0.72	
공감25	고객 편의 및 이익 배려		0.701			0.72	
공감23	서비스사용의 편리성		0.651			0.70	
공감22	개별적인 관심		0.649			0.68	
보증20	예의 및 친절성		0.620			0.65	0.891
신뢰9	업무수행의 신뢰감			0.904		0.89	
신뢰5	서비스 약속시간 준수			0.851		0.79	
신뢰6	애로사항 조치			0.838		0.86	
신뢰10	적시·적소·적량지원			0.742		0.68	0.620
유형3	용모 및 복장 단정성				0.839	0.72	
유형2	시설의 청결성				0.755	0.67	
Eigen-value		3.789	3.436	3.187	1.818		
분산설명(%)		22.286	20.122	18.746	10.695		
누적 분산설명(%)		22.286	42.498	61.244	71.939		

감성과 보증성이 동일 요인으로 구성됨에 따라 이를 고객지향성이라고 명명하였다.

요인1은 대응성으로 고유치가 3.789로 설명변량은 22.286%였으며, 신뢰도는 Cronbach's α 값이 0.869로 매우 높게 나타났다.

요인2는 공감성과 보증성이 하나의 요인으로 구성되었으며, 고유치는 3.436, 설명변량은 20.212%였고, 신뢰도는 Cronbach's α 값이 0.868로서 역시 높은 값을 보여주고 있다.

요인3은 신뢰성 관련 요인으로 고유치는 3.187, 설명변량은 18.746%였으며, 신뢰도는 Cronbach's α 값이 0.891로서 가장 높은 값을 나타냈다. 요인4의 유형성을 포함한 전체 요인들의 누적 분산설명 변량은 71.939%로 나타내어 군수지원 분야 서비스품질을 측정하기 위한 적합한 도구로서 구성의 타당성과 신뢰성을 확보하였다.

특히 요인2의 고객지향성의 경우, 공감성과 보증성은 지원부대나 사용부대의 인지가 하나의 공통 요소로 나타났다. 즉, 군 특성상 해당 분야에 충분한 근무경험을 가진 직업군인들이며, 기능 병과에서 분야별 전문적인 지식과 다양한 제대를 순환 보직하는 군의 제도적 특성이 반영된 결과라고 볼 수 있다.

Cronin & Taylor(1992)의 연구에서도 서비스품질이 PZB의 5가지 품질 유형을 반드시 따르지는 않는다는 것을 밝혔으며, 많은 산업 분야에서 서비스품질이 다양하게 나타남을 제시하였다(김영환,2006).

황인호(2005)의 연구에서도 서비스품질 차원이 서비스산업의 다양한 특성으로 인해 서로 차이가 발생하고, 서비스산업에 따라 적절히 추가되거나 조정될 수 있음을 보여주었다.

<표 5>는 재방문의도에 대한 요인분석과 신뢰도 분석결과를 제시하였다. 4개 변수가 단일 요인으로 추출되었고, 고유치는 3.285, 재이용 의사에 대한 설명변량은 82.134%를, Cronbach's α 값은 0.926로 높은 설명력을 가지고 있다. 그리고 Bartlett도 유의확률 값을 보이고 있어 요인분석을 위한 변수들의 선정이 상당히 좋은 편으로 나타났다.

4.3 지원부대와 사용부대 서비스품질 수준

지원부대와 사용부대의 두 집단 간의 서비스품질 지각 차이가 있을 것이라는 연구가설1을 검증하기 위하여 독립표본 t-test를 이용하여 평균차이를 분석한 결과는 <표 6>과 같다.

<표 5> 재방문의도에 대한 요인 및 신뢰도 분석

요인	변수	요인 적재량	공통성	Eigen-value	분산 설명 (%)	Cronbach's α
재방문의도	재이용할 의향	0.932	0.868	3.285	82.134	0.926
	거래의 지속성	0.908	0.800		7.514	
	재방문 충동	0.894	0.793		6.902	
	서비스만족에 따른 재방문	0.891	0.824		3.450	
KMO=0.815				Bartlett=0.000		

<표 6> 지원 및 사용부대간의 서비스품질 수준

차원	지원부대		사용부대		t-value	p-value
	Mean	SD	Mean	SD		
고객지향성	3.73	0.55	3.87	0.59	-1.179	.241
대응성	3.78	0.64	3.93	0.51	-1.287	.201
신뢰성	3.76	0.53	4.05	0.65	-2.381	.019*
유형성	3.08	0.71	3.86	0.64	-5.487	.000*

*p<.05

업무처리에 대한 신뢰감이나 고객에 대한 개별적 관심을 의미하는 고객지향성과 즉각적인 서비스제공 및 자발적 도움을 의미하는 대응성은 통계적 유의수준인 .05 하에서 차이가 없는 것으로 나타났다.

약속된 서비스의 정확한 수행능력을 나타내는 신뢰성의 경우에는 t값이 -2.381이고, 유의수준은 .019로써 지원부대와 사용부대 간 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다.

집단 통계량에서도 지원부대 평균값 3.76에 비하여 사용부대는 4.05로 사용부대가 더 높게 지각하고 있음을 알 수 있다.

물리적 시설구비 정도를 의미하는 유형성은 t값이 -5.487이고, 평균값 역시 지원부대는 3.08에 비해 사용부대가 3.86으로서 서비스의 질이 더 높게 나왔으며, 통계적으로도 유의미한 차이를 나타내고 있다.

그리고 서비스품질 구성차원 중 통계적으로 유의한 차이를 보이는 신뢰성과 유형성에 대한 세부 측정 항목들의 차이를 분석한 결과는 <표 7>과 같다.

전반적인 서비스품질에 대한 평가는 5점 등간척도에서 지원부대가 3.50에 비해 사용부대가 3.95로서 더 높았다.

<표 7> 세부 요인별 서비스품질 분석 결과

차 원	항목별	지원부대		사용부대		t-value	p-value
		Mean	SD	Mean	SD		
유형성	현대적 시설 및 장비 구비	2.42	0.96	3.16	0.92	-3.761	.000*
	시설의 청결성	3.31	0.82	3.71	0.86	-2.263	.026*
	용모 및 복장 단정성	3.58	0.73	4.02	0.62	-3.107	.003*
	안내시설 구비정도	3.04	0.94	3.47	0.81	-2.317	.023*
	소 계	3.31	0.68	3.86	0.64	-4.003	.000*
신뢰성	서비스 약속시간 준수	3.77	0.55	4.00	0.70	-1.744	.084
	애로사항 조치	3.98	0.66	4.04	0.90	-0.394	.695
	완벽한 서비스 제공	3.65	0.63	4.02	0.65	-2.809	.006*
	서비스 제공의 신뢰성	3.73	0.61	3.98	0.78	-1.714	.090
	업무수행의 신뢰감	3.88	0.57	4.16	0.76	-2.010	.047*
	적시·적소·적량지원	3.75	0.70	4.02	0.62	-1.987	.050*
	소 계	3.69	0.54	4.05	0.65	-2.868	.005*
합 계	3.50		3.95				

*p<.05

유형성의 경우 현대적 시설 및 장비 구비정도 항목이 지원부대의 유형성 중에서 가장 낮은 서비스품질을 나타냈다. 반면에 사용부대는 3.16으로서 상대적으로 높게 나왔다.

관련 종사자들의 용모 및 복장의 단정 여부에 관해 묻는 문항은 사용부대가 유형성 중에서 가장 높은 4.02를 보이고 있다. 유형성 전체적인 면에서 지원부대와 사용부대는 각각 3.31과 3.86으로서 사용부대가 지원부대에 비해 서비스품질이 높았고, 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.

신뢰성에 대해 살펴보면, 처음부터 완벽한 서비스제공 여부 측면에서는 지원부대와 사용부대는 각각 3.65와 4.02로 두 집단 모두 서비스 품질이 대체로 높았으며, 5% 유의수준 하에서 사용부대의 서비스품질이 더 높게 평가되었다.

또한 군수지원부대의 업무수행의 신뢰감을 묻는 항목에서는 통계적으로 사용부대의 서비스품질이 신뢰성 중에 가장 높게 나타났다.

마지막으로 적시·적소·적량의 신속한 지원여부 질문항목에 대해서는 사용부대가 4.02로서 지원부대에 비해 통계적으로 서비스품질이 더 높았다.

신뢰성 전체를 종합해 보면 지원부대는 3.69인데 반해 사용부대는 4.05로 상대적으로 높은 값을 나타냈으며, 통계적으로도 유의미한 차이를 보였다.

<표 7>에서와 같이 신뢰성과 유형성에서 세부 서비스품질은 지원부대보다는 사용부대가 지각한 수준이 더 높게 나타났다. 이러한 특성은 다음과 같은 군 특수성이 반영된 결과라고 볼 수 있다.

첫째, 부대임무 및 편제상 상대적 차이를 들 수 있다. 지원을 받는 사용부대 입장에서는 군수지원시설부대가 자신의 부대 근무여건에 비해 더 뛰어난 정비능력과 유형적인 시설을 갖추고 있다.

또한 간단없는 지원을 위해 일정량의 보급수준 물량을 저장관리 하는 등 규모나 취급물동량에도 월등한 차이를 보이고 있어 지원부대 요원들에 비해 더 관대한 평가에 영향을 받는다는 점이다.

둘째, 군수지원 특성상 지역지원 개념으로 평시에 특정 지원시설부대와 보급거래선이 설정되어 있어서, 고정된 지원부대의 서비스와 최종 결산이 이루어지므로 서비스품질 수준 판단에 융통성이 제한된다는 점이다.

셋째, 이와 반면에 지원부대입장에서는 근무요원들이 보급, 급양 및 정비 분야의 다양한 군수제대 근무경

힘을 가지고 있다. 전략적 군수지원을 담당하는 보급창 및 정비창들과의 비교를 통하여 판단에 융통성이 가능하다는 점이다.

특히, 첨단화된 민간 물류 및 정비센터와 비교 시 군의 상대적 낙후성으로 인하여 엄격하게 서비스품질 수준을 평가한 결과라고 볼 수 있다.

이러한 현상은 실제 야전부대 현장토의 및 간담회를 통하여 품질 지각수준을 확인할 수가 있었다. 실제로 지원부대요원들은 자신들이 생각하고 제공하고자 하는 서비스의 기대수준은 높은 반면, 군수지원부대의 제반 시설 및 서비스제공 여건은 매우 열악하다고 인지하고 있었다.

따라서 지원부대와 사용부대간의 서비스품질 수준의 지각 차이는 군수부대 지휘관과 관리자들에게 있어서, 현재 군에서 가장 핵심적으로 추진 중인 전투부대 중심의 군수지원 서비스에 대해 시사하는 바가 크다는 점에서 본 연구의 의의가 있다고 할 수 있다.

그러므로 사용부대와와의 품질 지각 차이를 극복하기 위한 노력이 최우선적으로 필요하고, 이를 통하여 향상된 서비스 제공으로 군수지원태세 완비는 물론 전투부대의 전승을 보장할 수 있는 것이다.

4.4 서비스품질 요인이 재방문의도에 미치는 영향

사용부대가 지각하는 서비스품질이 재방문의도에 영향을 미친다는 연구가설2를 검증하기 위하여 다중회귀 분석을 실시한 결과는 <표 8>과 같다.

<표 8> 서비스품질과 재방문의도간의 관계

종속 변수	독립 변수	표준 오차	β	t-value	p-value	공차 한계
재방문의도	상수	0.716	-	0.903	.372	-
	고객 지향성	0.176	0.526	3.510	.001*	0.554
	대응성	0.188	0.351	2.529	.015*	0.646
	신뢰성	0.137	-0.075	-0.586	.561	0.757
	유형성	0.133	-0.141	-1.153	.256	0.829
	R=0.709, R ² =0.503, F=10.104, P=.000, Durbin-watson=1.223					

*p<.05

회귀모형은 독립변수인 서비스품질과 재방문의도간의 상관관계는 0.709로써 매우 높은 상관관계를 보이고 있다.

Durbin-watson은 1.223로서 2에 가까운 수치로 잔차들의 상관관계가 없어 회귀모형이 적합하다고 해석할 수 있다. 또한 공차한계가 모두 0.1 이상의 수치를 보이기 때문에 독립변수간 다중공선성에는 문제가 없는 것으로 분석되었다.

<표 8>에서 보는 바와 같이 재방문의도에는 4가지 구성 요인 중 고객지향성과 대응성이 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이중 고객지향성은 $\beta=0.526$ 으로 가장 큰 영향을 주고 있음을 알 수 있다. 기타 신뢰성, 유형성 및 인구통계학적 특성들은 의미 있는 영향을 미치지 못하는 것으로 분석되었다.

여기서 신뢰성과 유형성이 비록 작은 값이지만 재방문의도에 음(-)의 영향을 미치고 있는 것으로 분석되었다.

지원부대 입장에서는 보급지원실적 향상과 약속된 서비스 이행을 위해서 사용부대의 부대운영 여건을 고려하지 않은 무리한 추진보급 실시와 사전 통보되지 않은 이동정비지원 등은 사용부대에게 도리어 부담과 역효과를 초래하고 있음을 의미하는 것이다. 그러므로 사용부대의 연동식 부대운영 주기를 고려한 탄력적인 서비스 제공이 무엇보다도 필요하다.

또한 물리적 시설을 나타내는 유형적인 측면에 주력하기 보다는 자발적으로 고객을 돕고 원활한 의사소통으로 고객의 요구를 사전 파악하여 조치하는 노력이 더 필요하다고 볼 수 있다.

따라서 지원부대 요원들이 사용부대 입장에서 고객의 요구를 이해하고, 개별적인 관심과 친절성이 크면 클수록 재방문의도는 높게 인식됨을 알 수 있다.

즉, 평시에 정확한 소요판단과 조달 및 획득으로 적정 재고수준을 유지하면서 사용부대 청구에 대해 재고 고갈 없이 최대한 100% 직불 조치하려는 노력과 신속하고 정확한 보급 및 정비지원, 나아가 사용자불만과 애로사항에 대한 적극적인 조치가 병행된다면, 군수지원부대는 한 단계 격상된 서비스품질 향상은 물론, 부정적인 이미지 쇄신에도 큰 역할을 할 수가 있을 것이다.

5. 결론 및 시사점

본 연구는 SERVPERF 모델을 이용하여 고객인 사용부대와 이를 지원하는 군수지원부대 간의 양자적 접근을 중심으로 두 집단 간의 인지된 서비스 품질을 비교

분석함으로써 한 차원 격상된 군수분야 서비스품질 향상에 대한 방향을 제시하고자 하였다.

이를 위해 군수 핵심 기능 분야에 대해 실증분석을 실시한 결과는 다음과 같다.

첫째, 요인 및 신뢰도분석 결과, 사용부대와 지원부대의 서비스품질 차원은 군 특성상 공감성과 보증성이 동일차원으로 인지되어 고객지향성과 대응성, 신뢰성, 유형성 등 4개 차원으로 구성됨을 확인할 수가 있었다.

둘째, 사용부대와 지원부대 간의 서비스품질 수준 차이를 분석한 결과 신뢰성과 유형성에서 통계적 유의한 차이를 보이고 있다. 따라서 사용부대가 요구하는 보급 및 정비지원에 대하여 적가적소·적량을 완벽하게 서비스를 제공함으로써 신뢰감을 획득하는 것이 중요하다는 점을 알 수 있었다.

이와 병행하여 지원부대 입장에서도 보급분야의 경우는 노후화된 저장시설 현대화와 물류체계의 혁신이 요구되고, 정비 분야에서는 첨단 장비 정비를 위한 현대화된 정비시설 구축과 정비인력 전문화가 선행되어야 할 것이다.

이와 같은 노력을 통해 궁극적으로 양자 간의 서비스 품질의 지각 차이를 해소한다면 더 많은 서비스품질 향상을 가져올 수 있다는 점에서 군수부대 지휘관 및 관리자들에게 시사하는 바가 크다. 셋째, 서비스품질 요인과 재방문의도 간의 관계에서는 고객지향성과 대응성이 유의미한 차이를 보이고 있다. 따라서 현재 추진 중인 전투부대 중심의 군수지원 서비스 체계의 조기 정착으로 사용부대의 재방문의도와 긍정적인 평가 유도로 군수부대 이미지 쇄신에도 크게 기여할 것으로 판단된다.

넷째, 바람직한 서비스문화 형성 및 제도적 정립 노력과 함께 관리자들은 사용부대가 지각하는 서비스 품질을 주기적으로 평가하여 향상 방안을 지속적으로 강구할 필요가 있다.

끝으로 이러한 시사점에도 불구하고 본 연구에서 사용된 유효 설문은 총 93부로 제한되어 충분한 분석에는 다소 미흡한 것이 연구의 한계점으로 남는다. 향후 연구에서는 충분한 자료를 바탕으로 군수지원 전반에 걸쳐, 범용적으로 적용할 수 있도록 서비스품질 구성차원을 재조명할 필요성 있으며, 나아가 작전지속지원 기능인 인사 및 동원분야에도 확대 적용이 필요하다.

또한 서비스 제공자와 실제로 서비스를 최종 사용하는 부대원들의 서비스품질과 만족도에 관한 후속 연구가 이루어져야 할 것이다.

본 연구는 체계적이고 학문적 기반이 미흡한 군수지원 분야의 서비스 품질을 평가하고 재방문의도에 미치는 영향관계를 분석함으로써, 한 차원 격상된 서비스 품질 향상과 향후 군수 전반에 걸친 서비스 품질 연구를 촉진시키는 기반을 마련했다는 데 의의가 있다고 할 수 있다.

참고문헌

- [1] 김성혁, 권상미(2010), “서비스 품질의 연구동향 : 1989-2008”, 「관광연구」, 제25권 제1호, pp. 205-223.
- [2] 김창준(2008), “도시호텔과 리조트호텔 간의 서비스품질 평가와 만족도에 관한 비교 연구”, 강릉대학교 박사학위논문.
- [3] 김형욱, 이영관, 신선호(2011), “서비스유형별 복합화에 따른 서비스가치와 고객만족도의 관계에 관한 연구”, 「품질경영학회지」, 39권, 4호, pp. 556-564.
- [4] 류우식(2008), “속도중심 군수지원의 효익에 관한 실증 연구”, 한남대학교 박사학위논문.
- [5] 박병호, 이동원, 김연성(2005), “경영컨설팅 서비스품질 측정에 관한 연구”, 「품질경영학회지」, 33권, 3호, pp. 47-58.
- [6] 배영식(2004), “대학행정서비스 질이 고객만족과 이미지 및 구전홍보에 미치는 영향”, 대구대학교 박사학위논문.
- [7] 박태환(2001), “해군 장병 급식 서비스 만족도에 관한 연구”, 한남대학교 석사학위논문.
- [8] 야전교범 4-0(2009), 「군수업무」, 육군본부.
- [9] 윤기찬(2004), “SERVPERF를 이용한 사회복지 서비스의 질 측정 및 만족도 영향요인 분석”, 「행정논총」, 42권, 4호, pp. 134-161.
- [10] 정대봉(2009), “군수지원 분야의 직무만족이 서비스품질과 고객만족에 미치는 영향”, 동양대학교 박사학위논문.
- [11] 조철호, 강병서(2006), “P2P파일공유에서 신뢰가 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향”, 「품질경영학회지」, 34권, 2호, pp. 33-47.
- [12] 조철호, 강병서(2007), “블로그 서비스품질이 서비스가치와 고객만족에 미치는 영향”, 「품질경영학회지」, 35권, 1호, pp. 35-51.
- [13] 황인호(2005), “교육서비스 품질의 측정과 학생 만족의 구조적 인과관계에 관한 연구”, 경상대학교 박사학위논문.
- [14] Bitner, Mary J.(1990), “Evaluating Service Encounters: The Effect of Physical Surroundings and Employee Response”, *Journal of Marketing*, Vol. 54, pp. 69-82.

- [15] Cronin, J. J. and Taylor, S. A.(1992), "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension", *Journal of Marketing*, Vol. 56, July, pp. 55-68.
- [16] Dodds, W. B., Monroe, K. B. and Grewal, D.(1991), "Effect of Price, Brand and Store Information on Buyer's Product Evaluations", *Journal of Marketing Reserach*, Vol. 28(3), pp. 307-325.
- [17] Garvin, A. David(1984), "What Does Product Quality Really Mean", *Sloan Management Review*, Vol. 26(1), pp. 25-26.
- [18] Gronroos, C.(1984), "A Service Quality Model and Its Implication", *European Journal of Marketing*, Vol. 18(4), pp. 36-44.
- [19] Oliver, R. L.(1980), "A Congnitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions", *Journal of Marketing Reserach*, November, pp. 460-469.
- [20] Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L., (1985), "A Conceptual Model of Service Quality and Implications for Future", *Journal of Marketing*, Vol. 49(Fall), pp. 41-50.
- [21] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L., (1988), "SERVQUAL: A Multiple I-tem Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol. 64(Spring), pp. 12-40.
- [22] So Young Sohn and Hyoung Ki So(2002), "Quality Improvement of Barrack Life in the Republic of Korea Army", *Total Quality Management*, Vol. 13, No. 3, pp. 323-334.

2012년 3월 16일 접수, 2012년 5월 7일 수정, 2012년 5월 8일 채택