

교육서비스 품질이 지원 사업 충성도와 경영성과에 미치는 영향 : 사업체 형태를 중심으로*

박우석(아주대학교 석사과정)**

이 철(아주대학교 교수)***

임재익(아주대학교 교수)****

국 문 요 약

2009년부터 시작된 소상공인 조직화 지원 사업은 2013년 들어 소상공인 협업화 지원 사업으로 변하면서 정책적 위치를 확립해 나가고 있다. 이 지원 사업은 크게 두 가지 측면을 지원하고 있는데, 하나는 유통의 효율화를 위해 소상공인들을 조직화 하여 규모의 경제 측면을 강화시키는 것이고, 다른 측면은 방문교육을 통하여 경영을 개선하고 효율성을 제고하는 것이다. 본 연구에서는 소상공인 조직화 지원 사업의 두 가지 측면 중 방문교육의 영향에 대해서 연구한다. 세부적으로는 사업체 형태를 체인형 소상공인과 조합형 소상공인으로 나뉘 방문지도 교육의 품질이 경영성과 및 지원 사업의 충성도에 주는 영향을 실증적으로 분석하였다. 분석 결과, 지원 사업의 충성도에는 방문지도 교육의 품질이 사업체 형태에 상관없이 유의한 영향을 주는 것으로 분석되었다. 그러나 경영성과에는 조합형 소상공인의 사업장에서만 방문지도교육의 품질이 유의한 영향을 주는 것으로 분석되었다. 따라서 소규모 점포 조직화 지원 사업에 대한 충성도를 높여 계속적으로 지원 사업을 받게 하기 위해서는 방문지도교육의 품질을 높여야 하며, 소상공인들의 경영성과를 높이기 위해서는 사업체 형태를 고려해야 함을 시사하고 있다.

핵심주제어: SSM, 소규모 점포 조직화 지원 사업, 교육 지원 서비스 품질, 충성도, 경영성과

I. 서론

한 국가의 경제가 일정도의 성숙도를 갖추지 못하고 있는 경우에는 대부분 업종에서 공급이 수요를 충족시키지 못하여 재고의 위험이 낮은 판매자시장(Seller's Market)을 형성한다. 판매자시장에서는 프로모션이나 가격할인이 없더라도 수요가 많기 때문에 대부분 상품들의 재고가 남지 않는다. 반면, 산업이 고도화되고 공급이 과밀화되면 공급이 수요를 추월하는 구매자시장(Buyer's Market)이 형성된다(Ogata, 2002)구매자 시장에서는, 판매자 간 경쟁이 치열해지고 대체제가 많이 존재하게 되어 소비자의 요구를 파악하고 적절히 대비하지 못한다면 많은 어려움을 겪게 된다.

과거의 국내 소매업은 공급이 수요를 초과하는 전형적인 판매자 시장이었다. 계속된 인구 증가로 인해 새로운 수요의 창출이 기대될 수 있었으며 소매업의 주요 수요 대상은 소매업 주변의 상권을 중심으로 발달하였다. 하지만 1995년 유통 시장 개방 이후 유통 시장에 외국 자본의 도입으로 대형마트가 줄지어 등장하였으며 저렴한 제품을 찾는 소비 유형의 변

화로 소매업을 생계의 수단으로 삼고 있던 소상공인들은 경쟁력을 잃고 그 수가 계속 감소해 왔다. 또한 장거리 운송 능력과 통신 수단의 발달로 전국이 일일 생활권역에 돌입하면서 인터넷 쇼핑물, TV 홈쇼핑과 같은 신업태가 등장하였고, 이로 인해 소매업의 경쟁은 훨씬 치열해 졌다. 뿐만 아니라 대형마트의 전국적인 과점현상으로 인해 경쟁이 치열해지면서(Lotte Departmentstore Distribution Strategy Research, 2009), 기업형 슈퍼마켓(SSM, Super Super Market) 개설을 늘려 지역 소규모 슈퍼마켓이나 상가들이 줄지어 폐업하고 있어 전국적인 이슈로 떠올랐다(Sinsegae Distribution Industry Research, 2009). 이런 상황에서 정부는 대형유통업체로부터 소상공인을 보호하기 위하여 크게 2가지 방향으로 노력을 하고 있다.

첫 번째는 2010년 유통산업발전법과 대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률 개정으로서 전통시장이나 전통상점가 경계로부터 1km를 전통상업보전구역으로 지정해 소상공인의 상권을 보호하는 것을 목표로 한다.

그러나 이 법률은 SSM 등록을 제한하는 미봉책일 뿐이며 근본적인 해결 방안은 될 수 없다(Park and Sin, 2010). 또한

* 본 연구는 소상공인 진흥원에서 수행한 소규모점포 조직화 지원 사업 성과평가 및 개선방안에 대한 연구 지원으로 이루어졌음.

** 주저자, 아주대학교 경영대학 경영정보 석사과정, wspark84@gmail.com.

*** 교신저자, 아주대학교 경영대학 e-비즈니스 학부 교수, crhee@ajou.ac.kr

**** 저자, 아주대학교 경영대학 e-비즈니스 학부 교수, limjay@ajou.ac.kr

· 투고일: 2013-02-24 · 수정일: 2013-03-22 · 게재확정일: 2013-03-23

Nakamura and Church(2003)에 따르면 정부의 규제는 내용, 강도, 대상 등에 따라 이해당사자간 갈등을 초래할 수 있는데, Choi and Hong(2011)은 유통산업발전법과 대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률은 기존의 하향식 규제 결정으로서 대형 유통업체와 소상공인들의 갈등을 초래할 수 있다고 하였다.

두 번째는 소규모 점포 조직화 지원 사업(RSS: retailer support system)으로서, 중소소매업자들의 잇따른 폐업과 같은 문제들의 심각성을 인식하고 상생을 위한 경쟁력 제고를 위하여 소상공인 진흥원이 2009년부터 실시하고 있는 사업으로, 지역 중심의 소규모 슈퍼마켓이 체인본부 또는 조합을 중심으로 공동구매, 진열/재고/수발주 등 매장관리 효율화를 통해 어려운 경기 상황을 극복할 수 있도록 지원하며, 특히 기업형 슈퍼마켓과의 경쟁력을 높이는 데에 초점을 둔 사업이다. 사업 내용으로는 가맹점 현장지도 및 공동브랜드 활용을 위하여 전문가의 현장지도를 지원하고, 유통정보관리시스템의 구축을 지원하여 매장관리의 효율성을 제고하며, 점포주에 대한 방문지도 교육을 실시하여 합리적인 경영기법이 확산될 수 있도록 하였다. 그러나 소상공인 조직화 지원 사업에 관한 연구는 매우 부족한 실정이며, 특히 지원 사업의 가장 큰 측면 중 하나인 방문지도 교육 품질의 영향에 관한 연구는 전무한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 방문지도 교육의 품질이 소상공인들의 경영성과인 수익증대와, 소상공인들이 지원 사업을 자발적으로 계속 이용하게 하기 위한 충성도에 영향을 주는지 실증적으로 분석하였다. 세부적으로는 사업체 형태와 매장면적, 입지유형을 고려하여 분석하였고, 이에 따른 차별화된 제언을 통하여 향후 교육지도, 지원 등을 포괄하는 총체적 사업 계획 수립에 도움을 주고자 한다.

분은 대형마트나 편의점, 무점포와 같이 대기업의 자본을 앞장세운 대규모 업체이거나 새로운 형태의 신 업체들의 몫으로 돌아갔으며 도리어 이전까지 유통 산업의 대부분을 차지하고 있던 소상공인들은 점점 그 수와 규모가 줄어들고 있는 것을 알 수 있다.

<표 1> 유통 시장 개방 직후 발표된 연구

연구 주체	연구 제목	연구 내용 요약
(Daewoo Economic Research Institute, 1995)	「1996년 유통시장 전면 대외 개방에 따른 영향평가 및 대응방안」	개방 이후 국내 유통시장을 예측 (정부규제 완화, 첨단 유통서비스 도입, 업체 간 경쟁 심화, 유통시장에 대기업의 참여로 제조업체 지배형의 유통구조 붕괴, 유통시장 재편, 소비자 편의 증대 등)
(The Korea Chamber of Commerce & Industry, 1997)	「21세기 유통비전-유통산업의 발전전략」	긍정적 관점 (국내 유통업체들이 경쟁력 제고를 위해 조직화, 정보화, 시스템화와 같은 혁신 노력을 통해 유통비 절감, 고객 서비스 품질 향상과 같은 국내 유통산업 효율화에 기여) 부정적 관점 (외국 유통업체를 통한 외산품의 국내 시장 유입으로 대외 무역적자 악화, 대자본을 기반으로 하는 대형마트의 등장으로 서비스, 제품, 규모 경쟁력이 약한 국내 영세 유통업체에 상당한 타격)
(Korea Institute for Industrial Economics & Trade, 1999)	「21세기를 위한 유통산업 발전전략과 정책과제」	전문가를 대상으로 설문조사 결과 유통시장 개방으로 인해 신업체의 등장과 점포의 대규모화가 이루어져 기존의 낙후되고 영세한 유통산업을 개선함으로써 경쟁력을 높이는 분위기를 조성하여 산업 전반에 긍정적인 영향을 미치고 있다고 결론
(Suh and Bae, 2002)	「우리나라 유통 업체별 성장예측모형 연구」	대형화인점의 판매액은 IMF 이후 소비자들의 지출 추세와 무관하게 연 40% 정도의 고공성장을 계속해서 이루고 있어 다른 소매업체와는 차별되는 성장추세를 보임

II. 연구의 배경

2.1 유통시장 개방과 대형 유통업의 영향에 관한 연구

소상공인과 관련된 지원 사업이 시작된 계기는 유통시장 개방을 빼놓고 이야기 할 수 없다. 유통시장 개방은 유통업에 큰 파문을 일으키는 사건이었으며, 개방 이후 대형화인점의 점포개설이 급격하게 증가하면서 중소유통업체는 타격을 받아왔다(이정희, 2002). 유통시장 전면개방에 따른 국내 유통업에 대한 파급효과에 대한 연구는 개방 전부터 지속적으로 이루어져왔다.

1990년대 후반에서 2000년대 초반의 연구 자료들은 대개 유통개방 이후 3, 4년간의 데이터를 이용하였기 때문에 근시안적이고 장기적인 안목이 부족한 것이 사실이다. 그리고 유통개방으로 인한 국내 유통산업에 미친 부정적인 영향 보다는 긍정적인 측면에 초점이 맞춰져 있다. 물론 국내 유통산업은 1995년 유통시장 개방 이후에 비약적으로 발전하였고 고도화, 선진화를 이룰 수 있었다. 하지만 전체 유통업 성장의 대부

<표 2> 대형 유통업의 영향에 관한 연구

연구 주체	연구 제목	연구 내용 요약
(The Korea Chamber of Commerce & Industry, 2005)	「통계로 보는 유통개방 10년」	지난 10년간 소매업체의 생산성 격차 심화, 중견 소매업체의 열세, 업체별 수익구조 격차 심화와 같은 문제점 보고
(Korea Institute for Industrial Economics & Trade, 2006)	「유통산업 구조 변화와 업체별 핵심 이슈」	기존의 상권에 자리 잡고 있는 재래시장과 슈퍼마켓의 취약점이 대형마트가 확장하는데 도움 됨을 발견
(Lee, 2007)	「대형마트가 유통시장에 미치는 효과분석」	중소 유통업과 대형마트 간의 역학관계를 파악하는데 중점을 두고 있으며, 그 결과로 대형마트의 증가와 소매점 수의 감소는 밀접한 상관관계가 있다는 것이 도출되었으며, 이에 따른 유통 정책의 시사점을 제시
(Yun and Lee, 2009)	「국내 슈퍼마켓의 현황과 발전방향에 관한 연구」	기업형 유통점의 확대에 의해 슈퍼마켓이 처해 있는 문제점을 진단하고 슈퍼마켓의 발전 방향을 제시
(Mah and Ahn, 2012)	「대형마트 영업규제의 의미와 중소유통업과의 상생발전 방안」	대형마트와 SSM이 중소유통업체에게 미치는 부정적 영향을 정리하고 영업규제의 장단점을 밝혀 정책의 방향을 제시함

2000년도 이후의 유통시장 개방에 관한 연구들은 대형마트의 확장으로 인한 중소 소매업의 영향에 관한 연구들이 주를 이루고 있다. 세부적으로 대형마트의 확장에 따른 부정적인 측면들을 분석한 연구들이 주를 이루고 있으며, 이에 따른 중소 소매업체의 문제점과 발전방향에 대한 연구가 주를 이루었다. 대형마트의 확장에 따른 부정적인 측면들을 분석한 연구들은 크게 3가지 측면으로 나뉘볼 수 있다.

첫째, 대형마트의 진출로 인해 지역경제가 황폐해 진다는 것이다. 2011년 지식경제부 자료에 따르면 대형마트의 매출액 대비 지방세 비율은 매출액의 1%에도 미치지 않으며, 대표적인 대형마트 3사의 매출을 보면 26조원에 달하나 지방세는 1000억 정도로 밝혀졌다. 이처럼 세금과 비용 등을 제외한 나머지 수익은 물품 일괄구매 등의 이유로 본사로 보내지고 있는 것이다. 이렇게 지방에서 유출된 자본은 다른 지역의 대형마트 입점을 위해 재투자 될 것이고, 이러한 자본 흡수가 여러 지역에서 발생하게 되는 것이다.

둘째, 대형마트는 순 고용효과를 감소시킨다. Won(2008)은 대형마트의 고용창출은 중소기업의 실업에 기반한 결과이며 그 비율은 1.8배로 대형마트의 고용이 늘어날수록 전체적인 실업률은 늘어난다고 하였다. 또한 대형마트는 절대 다수의 인력을 비정규직으로 채용하여 실제 고용에는 큰 도움을 주지 못한다(Kim, 2013).

해외에서는 대형마트의 고용에 관련된 비판적인 연구 결과가 예전부터 제기되었다. Jacques et al.(2003)는 급격한 성장에도 불구하고 매우 낮은 수준을 보이는 월마트의 임금수준을 지적하면서, 월마트의 낮은 가격 뒷면에는 노동 착취를 통한 노동자의 권익문제가 존재함을 주장했다. 실제로 월마트의 계약직 노동자들은 최저 임금을 받고 있으며 생활을 영위하기 위해서 두 개나 세 개까지 추가적인 일을 병행하고 있는 것으로 나타났다. 또한 Bianchi and Swinney(2004)도 그의 연구에서 월마트의 계약직 노동자들의 평균 임금(시간당 8.23 달러)이 일반적인 식료품점 노동자들의 평균 임금(시간당 10.35 달러)에 보다 낮았으며 한 가정이 최저 생활을 유지하는데 한참 못 미치는 것으로 나타났다. 또한 열악한 근무환경 등 대형 유통점이 비용을 절감하기 위해서 계약직 노동자의 희생을 강요하지만 정작 월마트의 임원들은 계속해서 부유해지고 있는 양극화를 초래하고 있다.

셋째, 대형마트는 중소 유통점에 불공정 거래를 강요한다. 대형할인점의 시장 집중현상은 중소 납품업체에 대한 영향력 강화로 이어지고, 이는 불공정 거래로 이어지게 된다(Shin, 2010). 공정거래위원회가 2009년 11월 51개 대형 유통업체와 8530곳 중소납품업체를 대상으로 불공정행위 실태조사를 벌인 결과 51개 업체 모두 부당반품, 경품제공, 저가반품 강요 등과 같은 불공정거래를 강요했다고 밝혔다.

2.2 중소 유통업 활성화를 위한 제도 및 연구

중소 유통업의 상권을 보호하고 활성화하기 위한 제도를 도

입하고 있는 흐름은 전 세계적으로 발생하고 있다. 대표적인 제도를 수행하고 있는 국외의 국가는 미국, 영국, 일본 등이다. 미국의 경우 1990년 이전부터 교외지역에 대형 쇼핑센터 및 편의시설이 집중됨에 따라 중심시가지의 공동화를 막기 위하여 상권개선구역(BID; Business Improvement District)제도를 시행하고 있다. BID는 이해관계자들이 조직화하여 자율성을 가지고 일정한 지역 내에서 자신들이 개선해 나갈 수 있는 프로그램을 운영, 관리하는 사회제도로서 많은 성공을 거두고 캐나다, 뉴질랜드, 남아공 등에서 벤치마킹하여 수행하고 있다(Hoyt, 2003).

영국의 경우 제조기반 산업의 하강과 지역사회 경쟁구도 형성의 해결점을 찾고자 1987년 타운센터매니저(TCM; Town Centre Management) 조직이 등장하였고 현재는 지속가능한 발전을 목표로 지역 특성에 맞는 경제활동, 문화 및 관광전략을 시행하고 있다(Park and Choi, 2006).

일본의 경우에도 1996년을 정점으로 계속해서 소매점포가 마이너스 성장세를 보이면서 1998년 중심시가지 활성화법을 제정하였고, 중심시가지에 상업 집적을 종합적으로 관리하는 도심관리조직(TMO; Township Management Organization)을 설치하여 상권을 관리하였다(Park and Choi, 2006).

각 정책별로 대표적인 연구를 살펴보자면 <표 3>과 같다.

<표 3> 제도별 해외 연구

제도명	연구 제목	연구 요약	참조
BID	Business Improvement Districts and the "New" Revitalization of Downtown	BID가 어떻게 도심지에 새롭게 활력을 주는지 실문을 통하여 검증, 도시의 크기에 따라 서비스 딜리버리가 달라짐	(Mitchell, 2001)
	Do Business Improvement District Organizations Make a Difference?	BID도입 여부에 따라 도시의 범죄율에 연관이 있음을 제시	(Hoyt, 2005)
TCM	Town centre management in the UK: a review, synthesis and research agenda	시내 중심 관리 제도의 자원 유래와 후속 결과 및 구조상의 관계를 개념화 하기 위한 프레임워크 제시	(Warnaby et al., 1998)
	Marketing town centres: retailing and town centre management	450개가 넘는 TCM조직들의 마케팅 차별화를 위한 방안을 모색하고 마케팅 내/외부적 요소들의 서열화 및 구조화함	(Warnaby et al., 2005)
	Town centre management and regeneration: the experience in four English cities	4개의 도시에서 수행된 TCM조직들을 비교하고 각 도시의 유형별로 도심 재건 방향을 예측할 수 있는 모형의 아웃라인을 제안함	(Otsuka and Reeve, 2007)

미국의 경우 1990년 후반에서 2000년 초반 BID의 효과 및 개선점에 대한 연구가 주를 이루었다가 2000년 중반에 들어서면 BID와 다른 사회적 상황과의 관계를 보는 연구로 연구의 방향이 바뀌고 있는 것을 알 수 있다. 영국의 경우에는 미국과는 다르게 지속적인 TCM의 개선점과 활성화 방안을 찾기 위한 연구가 주를 이루고 있다. 일본의 TMO에 관련된 연구는 정부의 역할이 매우 큰 만큼 우리나라와 상황이 매우 비슷하나 국제 저널에 소개된 연구는 매우 부족한 실정이다.

2.3 유통 조직의 유형

유통 분야에서의 조직은 크게 대규모 직영점형 체인과 프랜차이즈형 체인, 임의가맹점형 체인으로 나뉜다. 이 조직들을 살펴보면, 직영점형 체인이란 체인본부가 자기자본을 통하여 자기 점포를 독자적으로 운영하고, 모든 소매점포를 직영하는 사업체 형태를 의미하며, 대표적인 예로는 이마트, 홈플러스와 같은 대형 업체들이 이 분류에 속한다. 다음으로 프랜차이즈형 체인이란 체인본부가 가맹점들을 관리 및 감독하며 동일한 영업 방식 및 광고를 하는 사업체 형태를 의미하며, 대표적인 예로는 베스킨라빈스, BBQ치킨과 같은 직영점이 이 분류에 속한다. 마지막으로 임의가맹점형 체인이란 동일 업종의 소매점들이 공동구매, 판매 등의 사업을 같이 수행하는 사업체 형태를 의미하며, 세부적으로는 도매점 주체인 체인형 소상공인과 소매점 주체인 조합형 소상공인으로 분류된다(Jun, 2008).

위의 분류에서 알 수 있듯이, 소상공인 조직화 지원 사업에서 직영점형 체인과 프랜차이즈형 체인은 지원에서 제외된다. 그 이유는 직영점형 체인은 대규모 자본과 연결되어 소상공인과는 거리가 멀고, 프랜차이즈형 체인의 경우 본사의 경영기법을 가맹점이 따르는 형태로서 독립적 소상공인과는 거리가 멀기 때문이다.

따라서 소상공인 조직화 지원 사업에서 지원하는 유통 조직은 임의가맹점형 체인 중, 도매점 주체 체인형 소상공인과 소매점 주체 조합형 소상공인이다. 체인형 소상공인과 조합형 소상공인은 그 주체가 가맹점이고, 전체 가맹점이 수평적인 관계를 갖고 있다는 점은 동일하나, 체인형 소상공인은 하나의 도매상이 주가 되어 타인 자본의 점포를 체인화한 사업이며, 조합형 소상공인은 소매점 협동조합이 체인사업에 진출하여 공동구매 등의 영업을 함께 수행하는 것을 의미한다.

2.4 소규모 점포 조직화 지원 사업 관련 연구

앞선 연구들과 시장 동향을 통하여 설명하였듯이, 대형 유통점의 무분별한 확장은 소비자에게 저렴하고 질 좋은 서비스를 제공하여 긍정적인 측면도 있으나, 많은 부정적인 측면을 야기한다. 따라서 해외 사례에서처럼 우리나라에서도 중소 유통업의 경쟁력 강화를 위한 사업을 시행하고 있고, 이

에 대한 연구들이 이루어졌다.

<표 4> 소규모 점포 조직화 지원 사업 관련 연구

연구 주체	연구 제목	연구 내용 요약
(Kim et al., 2008)	소규모점포의 조직화 전략에 관한 연구	소규모 점포의 조직화 필요성을 역설하고, VC(Voluntary Chain)를 조직하여 규모의 이익을 얻을 수 있는 방안 제시
(Song and Beom, 2011)	「재래시장의 고객지향적인 상인조직화 연구」	SSM의 영향으로 축소되어 가는 중소소매상의 활성화를 위한 경영성과를 높여줄 수 있는 요인을 제시함. 상인조직의 특성에 따라 경영성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석됨

그러나 2009년 정책이 시행된 이후로 아직까지도 많은 연구가 이루어지지 않았고 소규모 점포 조직화와 관련된 국내 연구는 위 <표 4>와 같다.

III. 연구가설 및 연구모형

3.1 연구가설

3.1.1 지원 사업 충성도

자발적인 지원 사업 참가를 위해서는 지원 사업에 대한 충성도를 높일 필요가 있고, 그 원인 요소로서 방문지도 교육의 품질은 매우 중요한 요소이나, 기존 경영학 연구에서 지원 사업 교육 품질의 영향에 대한 연구들이 미비하다. 이에 본 연구에서는 서비스품질의 개념을 사용하여 교육서비스품질과 충성도의 관계에 대해서 실증적으로 분석하고자 하였다. 교육서비스와 충성도 관련 연구들은 여러 세부 분야별로 다양하게 이루어졌으며 교육서비스의 품질이 서비스를 제공하는 기관에 대한 수요자의 충성도를 높이는데 중요한 요인이라고 일관되게 설명하고 있다(Cha and Chung, 2008; Chang et al., 2010; Kang and Park, 2011).

방문지도 교육 품질 또한 지원 사업에 대한 충성도를 높이는 데 긍정적인 영향을 줄 것이라고 생각하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1. 방문지도 교육 품질은 지원 사업 충성도에 정의 영향을 미칠 것이다.

3.1.2 경영성과

교육 서비스의 품질이 기업의 경영성과에 영향을 주기 위해서는 다른 많은 변수들이 존재할 수 있기 때문에 인과관계에서 설명이 힘든 부분이 있고 연구 또한 그 수가 매우 적다. 하지만 Choi et al.(2011)은 기업의 교육서비스 품질이 경영성과에 영향을 주는 것을 밝혔으며 (Korea Institute of Finance, 2011)에서 밝힌 소상공인의 낮은 IT정보화수준과 고객 서비스 마인드의 부족은 좋은 품질의 교육서비스를 통해서 얼마

든지 개선이 가능하고 이에 따라 장·단기적인 경영 성과에도 영향을 줄 수 있다.

소규모의 소상공인들 역시 이러한 연구들과 일관적 결과를 보일 것으로 판단하여, 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 2. 방문지도 교육 품질은 경영성파에 정의 영향을 미칠 것이다.

3.1.3 사업체 형태

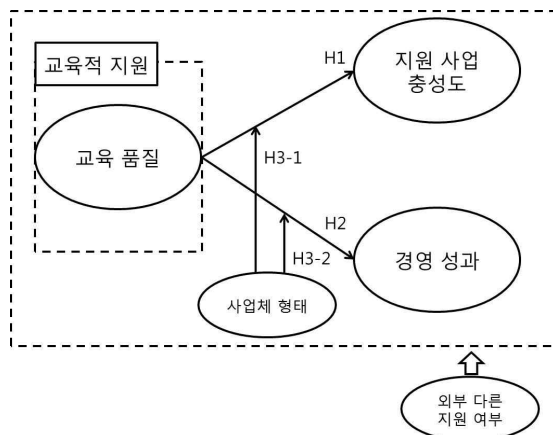
소상공인 조직화 지원 사업에서 지원을 받고 있는 소상공인 사업체는 임의가맹점형 체인 업체들이고, 세부적으로는 도매점 주재 체인형 소상공인과 소매점 주재 조합형 소상공인으로 나눌 수 있다(Jun, 2007). 두 사업체 형태에 따라 구매력(Buying Power)면에서 큰 차이는 나지 않지만, Jun(2007)에 따르면 성과집단별로 특성의 차이가 분명히 존재하고, 조합에서의 지원과 체인에서의 지원은 그 차이가 존재하기 때문에 본 연구에서는 사업체 형태에 따라 충성도, 경영성파에 대한 교육품질의 영향에서 조절효과를 보일 것으로 생각하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 3-1. 방문지도 교육 품질과 충성도와의 관계에서 사업체 형태는 조절효과를 가질 것이다.

가설 3-2. 방문지도 교육 품질과 경영성파의 관계에서 사업체 형태는 조절효과를 가질 것이다.

3.2 연구모형

앞선 가설들을 토대로 본 연구에서는 다음과 같은 연구모형을 도출하였다.



<그림1> 연구모형

연구 모형은 방문지도 활동의 교육품질이 지원 사업에 대한 충성도와 경영성파에 각각 영향을 주는데 그 영향에서 사업체 형태가 조절변수 역할을 한다는 모형이다. 외부 다른 지원여부는 각 사업체 형태에 따라 소상공인이 개별적으로 받은 지원이 따로 있으므로, 통제변인으로 넣어서 연구의 객관

성을 높였다.

3.3 연구방법

본 연구는 지원 사업에서 방문교육의 품질과 충성도 및 경영성파를 측정하기 위하여 기존의 선행연구를 고찰하였고 다음과 같은 측정항목들을 구성하였다.

교육서비스는 서비스 제공자의 특성에 따라 다르게 나타날 수 있으며(Solomon, 1998), 공급자와 수요자 간의 상호작용에 의해 이루어지기 때문에 기존의 서비스 품질과 그 문맥적 의미를 같이 한다. 따라서 본 연구에서 사용된 교육서비스품질은 서비스품질 측정에서 이용되는 항목들을 본 연구의 특성에 맞게 재 구성하였다.

충성도는 기존의 마케팅분야에서 사용되는 충성도의 개념으로서, 지원 사업 서비스 경험에 의해 지속적으로 관계를 유지하며 호의적인 행동을 보이는 것을 의미한다. 따라서 본 연구에서 사용된 지원 사업에 대한 충성도는 마케팅 분야에서 활용되는 충성도의 개념을 본 연구의 특성에 맞게 재 구성하여 사용하였다.

<표 4> 측정 항목

구분	측정 항목	참고 문헌
교육 서비스 품질 구성요소	주1회 방문을 철저히 준수한다	(Zimmerman, 1985)
	방문지도 교육은 현재 사업에 적용 가능하다	(Gronroos, 1984)
	방문지도 교육의 내용은 현실적으로 적합하다	(Zimmerman, 1985)
	방문지도 교육의 내용은 전문적이다	(Park, 2000)
	방문지도 교육의 내용은 현재 사업에 적절하다	(Zimmerman, 1985)
	방문지도 슈퍼바이저는 친절하다	(Park, 2000)
	방문지도 슈퍼바이저는 적극적이다	(Park, 2000)
충성도 구성요소	향후 본 지원 사업을 다시 이용하겠다	(Zeithaml et al., 1996)
	지원 사업에 대해서 다른사람에게 추천하겠다	
경영성파	순이익 증가분	

IV. 실증분석

4.1 표본 구성

본 연구는 중소 유통업의 문제제점인 경영의 비효율성, 낮은 IT정보화수준, 고객 서비스 마인드 결여를 개선하기 위한 지원 사업을 수행한 소규모 점포를 대상으로 실시하였다. 지원 사업을 수행한 전국에 있는 764개의 소규모 점포 중 219개의 점포를 선정하여 설문은 수행하였다. 설문은 교육서비스의 품질과 사업체 형태가 상호작용하여 충성도와 경영성파에 어

떠한 영향을 미치는가를 측정하고, 소상공인들의 심층적인 불만사항들을 구하기 위해서 직접 방문하여 수행하였다. 본 연구에서 설문 문항은 교육서비스 품질과 충성도, 경영 성과에 관한 문항들로 구성되었으며, 7점 Likert척도를 사용하였다. 표본 구성은 <표 5>와 같다.

<표 5> 표본 구성

구분		점포수(개)	계 %
전 체		219	100.0
사업체 형태	체인형	57	26.0
	조합형	162	74.0
매장면적	15평 미만	40	18.3
	16평-30평 미만	93	42.5
	31평-45평 미만	37	16.9
	45평 이상	49	22.4
입지유형	재래시장	20	9.1
	아파트 상가	67	30.6
	주택가 단독점포	115	52.5
	집합상가	8	3.7
지역 1	광역시	84	38.4
	지방도	135	61.6
지역 2	수도권	142	64.8
	충청권	2	0.9
	전라권	37	16.9
	경상권	38	17.4

표본이 되는 점포는 체인 가맹점(26.0%)과 협동조합 점포(74.0%)로 협동조합 점포들이 더 많이 분포되어 있으며, 대부분 45평 미만(77.6%)의 소규모 업체들이다. 입지유형은 주택가 단독점포의 경우가 가장 많고(52.5%), 아파트 상가(30.6%), 재래시장(9.1%) 순으로 입지하고 있으며 집합상가 유형(3.7%)이 가장 적었다. 지역은 광역시(38.4%), 지방도(61.6%)로 비교적 균등하게 분배되어 있으며, 세부적으로 수도권(64.8%)에 가장 많이 존재하고 있고, 전라권과 경상권이 17%로 비슷하고, 충청권이 0.9%로 가장 적었다.

4.2 신뢰성 및 타당성 분석

신뢰성 및 타당성 분석은 순이익 증감을 표준화하여 척도로 사용한 경영성과를 제외한 모든 변수들을 검증하였다. SPSS19.0을 이용하여 분석을 실시하였으며, 세부적으로 요인 분석은 주성분 분석과 varimax방법을 사용하여 분석하였다. 요인분석의 적합성을 판단하기 위해 KMO와 Bartlett의 검정

을 실시한 결과, KMO측도는 0.887로 높아 요인분석을 위한 변수 선정이 적절한 것으로 분석되었으며, Bartlett의 구형성 검정 결과근사 카이제곱값이 1532.779이며 유의확률이 0.000으로 나타나 요인분석 모형이 적합한 것으로 판단되었다.

요인은 2개로 모두 고유값(Eigen value)이 1.0 이상으로 추출하였고, 2개 요인의 설명력은 75.73%로 나타났다.

<표 6> 신뢰성 및 타당성 분석

측정항목	Component		Cronbach α	
	1	2		
교육서비스 품질	주1회준수	.788	.178	.936
	적용가능성	.865	.151	
	현실성	.834	.234	
	전문성	.840	.235	
	적절성	.798	.333	
	친절성	.819	.147	
충성도	재이용의도	.144	.914	.808
	추천의도	.274	.865	
아이겐 값		5.570	1.246	
총 분산		61.888	13.841	

4.3 회귀모형 분석

방문지도교육의 품질이 지원 사업 충성도에 정의 영향을 미친다는 가설1과, 방문지도교육의 품질이 경영성과에 정의 영향을 미친다는 가설2의 검증을 위하여 실시한 회귀분석 결과는 <표 7>과 같다.

먼저 가설1을 검증하기 위하여 지원 사업 충성도를 종속변수로 설정하고, 체인가맹점이나 조합본부에서 실시한 별도의 지원 사업과 사업체형태를 통제변수로 하여, 방문지도교육의 품질이 지원 사업 충성도에 미치는 영향을 분석한 결과는 모형1-2와 같다. 방문지도교육품질에 의한 지원 사업 충성도의 설명력(R²)는 .379로 비교적 높게 나타났으며, 교육품질은 지원 사업 충성도에 정의 영향을 미치는 것으로 나타나($\beta = .428, t=6.757$) 가설1은 채택되었다. 또한 방문지도교육의 품질이 경영성과에 미치는 영향을 분석한 결과인 모형2-2를 보면, 설명력(R²)은 .137로 높지 않지만, 교육품질이 경영성과에 정의 영향을 미치는 것으로 나타나($\beta = .221, t=2.966$) 가설2도 채택되었다.

가설3의 조절효과는 Baron and Kenny(1986)과 Cohen and Cohen(1975)을 참조하여 분석하였고 그 결과는 <표>의 모형1-3과 2-3에 정리되어 있다. 모형 1-3과 2-3에서는 통제변수인 외부 지원 여부와 독립변수인 방문지도교육품질과 조절변수인 사업체 형태와 함께 독립변수와 조절변수의 곱으로 이루어진 상호작용항을 예측변수로 하여 각각의 종속변수에 대해 회귀분석을 실시하였다. 이 때, 독립변수와 조절변수의 곱으로 이루어진 상호작용항의 표준화 회귀계수가 유의적인 경우

상호작용효과가 존재한다고 할 수 있다(Cohen and Cohen, 1975; Baron and Kenny, 1986).

모형 1-2와 모형 1-3을 비교했을 때, R²변화량은 .002로서 설명력의 증가분은 유의하지 않은 것으로 분석되었다. 따라서 방문지도교육의 품질과 충성도의 관계에서 사업체형태의 조절효과는 없는 것으로 분석되었고 가설 3-1은 기각되었다.

다음으로 모형 2-2와 모형 2-3을 비교했을 때, R²변화량은 .027(p<.05)으로서 유의한 것으로 나타났다. 이러한 결과는 상호작용항과 종속변수와와의 표준화회귀계수가 유의한 결과로 분석된다. 따라서 방문교육품질과 경영성파의 관계에서 사업체형태에 따라 차이가 있을 것이라는 가설 3-2는 채택되었다.

<표 7> 회귀모형 분석 결과

변수	지원 사업 충성도			경영성파		
	모형 1-1	모형 1-2	모형 1-3	모형 2-1	모형 2-2	모형 2-3
상품진열지 원여부	-.003	.009	.009	.234**	.232**	.231**
판촉물지원 여부	-.010	-.007	-.006	-.154*	-.155*	-.159*
홍보지원 여부	-.016	-.014	-.012	.058	.058	.051
리베이트 지원여부	.157*	.163**	.161**	.006	.005	.014
자금지원 여부	.067	.066	.065	-.007	-.007	-.001
시장정보 지원여부	.133*	.131*	.131*	-.004	-.004	-.001
자체교육 지원여부	.149*	.115	.111	.025	.030	.048
교육품질	.423***	.428***	.501***	.222**	.221**	-.073
사업체형태		.102	.276		-.016	-.718**
교육품질 x 사업체형태			-.192			.772**
R ²	.370***	.379***	.381***	.137***	.137***	.164***
ΔR ²		.009	.002		.000	.027**

(*p<.05, **p<.01, ***p<.001)

이러한 분석결과를 요약하면 방문지도교육의 품질은 지원 사업 충성도와 경영성파에 모두 유의한 영향을 미치며, 방문지도교육의 품질이 높아지면 지원 사업에 대한 충성도와 경영성파 모두 향상될 수 있다고 할 수 있다. 그리고 사업체형태에 따른 조절효과는 지원 사업에 대한 충성도에는 영향이 없으나 직접적인 순이익 증대에는 영향이 있는 것으로 나타났다. 체인점 형태의 사업체보다 협동조합형 사업체에서 방문지도교육의 품질이 경영성파에 더 큰 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

V. 결론

5.1 연구의 결론 및 시사점

SSM의 유통업 진입과 관련하여 정부의 두 가지 대응 방안

은 규제와 소규모 점포 조직화 지원 사업으로 나눌 수 있다. 본 연구는 두 가지 대응방안 중 경쟁력 강화를 통한 원천적 해결 방안이라 할 수 있는 소규모 점포 조직화 지원 사업부분에 집중하였고, 그 중에서도 방문지도 교육의 효과성을 검증하였다. 이를 위해 현장지원 사업의 사업체 형태에 따른 방문지도교육의 품질 및 지원 사업 충성도, 경영성파를 조사하였고 세부 항목을 실증적으로 분석하였다. 본 연구의 시사점은 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서 분석한 방문지도교육의 품질은 소상공인을 위한 정책에 충성도를 높이는데 큰 영향이 있는 것으로 분석되었고, 앞으로의 지원 사업에서 방문지도교육품질의 향상을 통해 소상공인의 더 많은 자발적 참여를 이끌 것으로 예상된다. Kim and Ryu(2010)에 따르면 정부에 의한 강제적인 참여보다는 자발적인 참여가 혁신적 영향력이 크다고 밝힌 바가 있다. 하지만 2009년 실시된 소상공인 지원 사업 성과평가 및 개선방안 보고서에 따르면 지원 사업에 참가하게 된 경위가 관계선에 의해 비자발적으로 참가한 경우가 많았다(63.9%). 따라서 이런 한계를 뛰어넘기 위해서는 재참여의도와 구전의도를 척도로 하는 소상공인들의 충성도를 높일 필요가 있고, 소상공인들이 계속적인 자발적 참여와 주변에 알리는 선순환 고리가 정착된다면 소상공인 지원 사업이 소상공인의 경쟁력 향상에 좀 더 큰 도움이 될 수 있을 것이다.

둘째, 방문지도교육의 품질은 협동조합형 사업체에서만 경영성파(순이익 증대)에 유의한 영향을 주었고(R²=0.196, p<.001)체인형태의 사업체에서는 경영성파에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다(R²=.050).두 그룹을 비교하였을 때, 지원 전·후의 순이익 변화량의 차이가 없고, 방문지도교육의 품질에 대한 차이가 존재하지 않는데 설명력의 차이가 존재한다는 점은 협동조합의 경우와는 달리 체인형 사업체는 순이익 증대에 좀 더 많은 원인들이 존재함을 알 수 있다. 이는 체인형 사업체의 경우 기존의 유통적, 경영적 측면에서 도매점과의 연계로 계속적인 협력체를 이끌어 왔었기 때문에 방문지도 교육의 경영성파에 대한 영향이 적은 것으로 고려된다. 따라서 이를 토대로 지원 사업을 시행함에 있어 사업체 형태에 따라 좀 더 전략적인 지원 사업 정책 수립이 필요함을 알 수 있다.

5.2 연구의 한계점 및 향후 연구방향

본 연구는 소상공인진흥원에서 실시한 ‘소규모 점포 조직화 지원 사업’을 바탕으로 지원 사업의 가장 큰 축 중 하나인 방문지도 교육의 효과성을 검증하는 것을 목표로 하였다. 그러나 본 연구의 특성상 다음과 같은 한계점이 존재한다.

첫째, 정부의 지원 사업을 바탕으로 탐색적인 수단을 통해 진행되어 이론적인 접목이 다소 부족한 점이 존재한다.

둘째, 전국에 산재되어 있는 소상공인들의 설문을 구하는 본 연구의 특성상, 시간적, 거리적 한계로 인하여 사업체 형태의 비율이 치우친 경향이 있다는 점이다.

셋째, 독립변수와 종속변수(충성도)가 분석대상의 자기보고 형식으로 진행되어 CMB(Common Method Bias)가 발생했을 가능성이 있다는 점이다.

넷째, 경영성과에는 고객 측면의 인식 변화와 소상공인 측면의 고객 수 변화등과 같은 좀 더 다양한 변수들이 존재할 수 있다는 점이다.

따라서 다음과 같은 향후 연구 방향을 제시하고자 한다.

첫째, 소상공인의 경영성과에 영향을 줄 수 있는 요인들을 추가로 파악할 필요가 있으며, 좀 더 장기적인 연구를 통해 정확한 순이익 증가 및 고객 수 변화 등을 검증할 필요가 있다.

둘째, 방문지도 교육 품질의 성과분석을 위해 단기적 관점에서 설문하는 것이 아닌 장기적인 관점에서 지역별, 상권별, 업태별로 충성도와 매출성과를 파악하여 연구할 필요가 있다.

셋째, 경영 성과에서 순이익 증가뿐만이 아니라, 고객의 만족도와 같은 고객 측면과, 순이익/고객 수 증가와 같은 소상공인 측면으로 나눠서 좀 더 다차원 적이며 심층적인 연구를 수행할 필요가 있다.

넷째, 소상공인들의 재 참여의도와 구전의도를 넘어 지원 사업에 대한 자발적인 참여를 이끌 수 있는 좀 더 많은 영향 요인들을 밝히고 이를 통해 더 많은 성과를 이끌 수 있는 연구가 필요하다.

Reference

- Baron, R. M., & Kenny, D. A.(1986), The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations, *Journal of personality and social psychology*, 51(6), 1173.
- Bianchi, D., & Swinney, D.(2004), *Wal-Mart: A destructive force for Chicago communities and companies*, Center for Labor and Community Research. Available September 7, 2005 from http://www.clcr.org/publications/pdf/walmart_impact_analysis.pdf
- Cha, S. B., & Chung, Y. R.(2008), The Impact of Service Quality in Higher Education on Students' Satisfaction and Loyalty: A Case Study of Tourism-related Graduate School, *Korean Journal of Tourism Research*, 23(2), 139-155.
- Chang, D. S., Chae, G. J., & Kim, M. S.(2010), A Study of Service Encounter Type between Business Education Service and Students' Satisfaction and Loyalty in Korean Universities, *The Korean Academic Association of Business Administration*, 23(2), 813-831.
- Choi, J. S., & Hong, S. M.(2011), The Roles of Government and the Effectiveness of Regulatory Negotiation - A Case of SSM Conflict, *The Korean Governance Review*, 18(2), 181-205.
- Choi, M. S., Han, K. S., & Jeung, J. A.(2011), A Study on how quality of education service impacts employee's job satisfaction and management performance, *Journal of the Korea Management Engineers Society*, 16(3), 159-181.
- Cohen, J., & Cohen, P.(1975), *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences*, Hillsdale, NJ; Lawrence Erlbaum Associates.
- Korea Institute of Finance.(2011), *Weekly financial briefs*, 20, 10-11.
- Gronroos, C.(1984), A Service Quality Model and its Marketing Implications, *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
- Hoyt, L. M.(2003), *The business improvement district: an internationally diffused approach to revitalization*, Available from http://centercityphila.org/BIDclass/docs/04_hoyt.pdf
- Hoyt, L. M.(2005), Do Business Improvement District Organizations Make a Difference?, *Journal of Planning Education and Research*, 25(2), 185-199.
- The Korea Chamber of Commerce & Industry.(1997), *Vision for 21st Century Distribution Industry-Distribution Industry Development Strategy*, Seoul; Author.
- The Korea Chamber of Commerce & Industry.(2005), *The Open Policy of Distribution Industry seen in statistics*, Seoul; Author.
- Daewoo Economic Research Institute.(1995), *Impact assessment and countermeasures of market open to the outside world in 1996*, Seoul; Daewoo.
- Jacques, P., Thomas, R., Foster, D., McCann, J., & Tunno, M.(2003), Wal-Mart or World-Mart? A Teaching Case Study, *Review of Radical Political Economics*, 35(4), 513-533.
- Jun, I. W.(2007), *Policy Direction and the Presentation of the Organization and Cooperation Model for SME*, Seoul; Korea Small Business Institute.
- Jun, I. W.(2008), *Challenges and Policy Direction to Improve the Competitiveness of small business in Seoul*, Seoul; Korea Small Business Institute.
- Kang, M. S., & Park, S. K.(2011), Assessing the Effects of Service Quality on Student Satisfaction, Trust, Commitment and Loyalty: The Case of University Education, *The Academy of Customer Satisfaction Management Journal*, 13(1), 129-149.
- Kim, G. P., Lee, S. J., & Yoon, K. C.(2008), Studies on the organizing strategies of smallµ stores, *Proceedings of Conference on Korea Trade Research Association*, 123-135.
- Kim, H. S.(2013, February 4). *All kinds of non-regular workers, all located in the large Mart*, The Kyunghyang Daily, E1.
- Kim, S. Y., & Ryu, S. W.(2010), A study on the influence of the choice of policy tools on the Small Business Innovation-Focused on the Manufacturing Company, *The Korean Association for Policy Science*, 14(2), 65-90.
- Lee, J. H.(2002), A study on Effectiveness and countermeasures for opening of the Korean Distribution service market, *Proceedings of Conference on Journal of Channel and Retailing*.
- Lee, J. H.(2007), The Influence of Large Retailers in the

- Distribution Industry. *Proceedings of Conference on Journal of Channel and Retailing*.
- Mah, S. Y., & Ahn, J. P.(2012), *The Meaning of Large Mart Business Regulation and Harmony With the Development Plan*, Seoul; Gyeongnam Development Institute Policy Focus.
- Mitchell, J.(2001), Business improvement districts and the "new" revitalization of downtown. *Economic Development Quarterly*, 15(2), 115-123.
- Nakamura, R. T., & Church, T. W.(2003), *Taming regulation: Superfund and the challenge of regulatory reform*, Washington, D.C.; Brookings Inst. Press.
- Ogata, T.(2002), *Grasping Customer Demand with Tanpin Kanri*, Tokyo; Office 2020 Publishing.
- Otsuka, N., & Reeve, A. (2007), Town centre management and regeneration: the experience in four English cities. *Journal of Urban Design*, 12(3), 435-459.
- Park, C. Y.(2000), A Study of Satisfaction of Customers to the Small Business Development Center in Korea. *The Asia Pacific Journal of Small Business*, 22(1), 26.
- Park, Y. S., & Choi, S. H.(2006), *A Study on the Revitalization of Town Centers: Focused on the Small Retail Development in Korea*. Seoul; Korea Small Business Institute.
- Lotte Department store Distribution Strategy Research.(2009), *2010 Retail outlook*, Seoul; Author.
- Sinsegae Distribution Industry Research.(2009), 2010 retail outlook, Seoul; Author.
- Shin, H. S.(2010), *A Study on the Effect of Large-scale Discount Stores upon Local Economy and Its Countermeasures - focusing on the Pyeongtaek City*, Master's thesis, HanKyong University Anseong.
- Solomon, J. K.(1998), *Academic and Service Quality in Distance Education*. Doctoral Dissertation, the College of Education, University of Denver.
- Song, K. S., & Beom, S. K.(2011), The Study of Customer-oriented Merchant Organization of Conventional Market, *Journal of Korean Distribution and Management*, 14(2), 23.
- Suh, Y. G., & Bae, S. K.(2002), Forecasting Model of Korean Retail Industry, *Journal of Channel and Retailing*, 6(2), 41-64.
- Korea Institute for Industrial Economics & Trade.(1999), *Distribution industry development strategy and policy issues for 21th*, Seoul; Author.
- Korea Institute for Industrial Economics & Trade.(2006), *Key issues and changes in the industrial structure by type of distribution*, Seoul; Author.
- Warnaby, G., Alexander, A., & Medway, D.(1998), Town centre management in the UK: a review, synthesis and research agenda, *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 8(1), 15-31.
- Warnaby, G., Bennison, D., & Davies, B.J.(2005), Marketing town centres: retailing and town centre management, *Local economy*, 20(2), 183-204.
- Won, J. M.(2008), *Analysis of the Effect of regulation of Large Mart on the small and medium-sized distribution industry*, Seoul; National Assembly Secretariat of Republic of Korea.
- Park, J. Y., & Sin, K. D.(2010), How to Increase Small Retailers' Competitiveness Against Super-Supermarket(SSM). [How to Increase Small Retailers & quot; Competitiveness Against Super-Supermarket(SSM)], *Journal of Channel and Retailing*, 15(5), 1-18.
- Yun, J. K., & Lee, Y. C.(2009), Research on Current Status of Domestic Supermarkets and Development Direction, *Korean Journal of Management Consulting Research*, 9(4), 19-44.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A.(1996), The behavioral consequences of service quality, *The Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.
- Zimmerman, C. D.(1985), Quality: Key to service productivity. *Quality Progress*, 18(6), 32-35.

Quality of Retailer Education Program and its Effect on Loyalty and Business Performance

Park, Woo Seok*

Rhee, Cheul**

Lim, Jae Ik***

Abstract

In 2013, the small retailer organized support service, which commenced in 2009, has been expanding its place in the policy by transforming into a small retailer cooperating support service. This support service supports two main sides. One of them is strengthening the financial aspects of the scale by organizing the small retailers in order to make the distribution efficient. The second is improving the management and enhancing the efficiency through visitation education. This research focuses on studying the effects of the visitation education which is one of the two aspects of small retailers support service. Empirical analysis on the effects of the visitation education's quality on the loyalty of support service and business performance was performed in detail by dividing the structure of the companies into chain form and combined form of small retailers. According to the results of the analysis, the visitation education's quality positively affected the support service's loyalty without any restrictions on the structures of the retailers. However in the business performances, the visitation education's quality only showed positive effects on the combined form of small retailers. Therefore, it is implied that in order to continuously receive support program by increasing the loyalty of the retailers, the quality of the visitation education must be increased and the retailer support service need to be considering the structure of the companies in order to improve small retailer's business performance.

Key Words: SSM(Super Super Market), RSS(Retail Support System), Education Support Service Quality, Loyalty, Business Performance

* First Author, Master's course, Dept. of Management Information, College of Business, Ajou University.

** Corresponding Author, Professor, Dept. of e-Business, College of Business, Ajou University.

*** Co-Author, Professor, Dept. of e-Business, College of Business, Ajou University.