

AHP기법을 활용한 건설기업 내부마케팅 구성요인 간의 성과관계 기초연구

A Basic Study on the Performance Relationship among Internal Marketing Factors in Construction Company by Using AHP Method

이 종 선* 김 부 영** 조 한 병*** 손 기 영****
Lee, Jong Sun Kim, Boo-Young Cho Han Byung Son, Kiyoung

Abstract

In recent years, the domestic construction business is continuously stagnated caused by housing depression, global financial crisis etc. To overcome these difficulties, the construction companies should reinforce the internal marketing like the service business. However, it is not easy to conduct active internal marketing reinforcement since the companies do not directly receive customers under special situation like construction. Therefore, it is necessary to resolve the urgent issue by selecting order of priority among internal marketing factors. To address this issue, the objective of this study is to analysis the internal marking factors by using Analytic Hierarchy Process.

키 워 드 : 내부마케팅, 내부 의사소통, 근무조건 및 환경

Keywords : Internal Marketing, Internal Communication, Working Condition and Environment

1. 연구의 배경 및 목적

국내 건설경기는 주택경기 침체, 글로벌 금융위기 등의 영향으로 2008년부터 본격적인 침체가 최근까지도 지속되고 있으며, 장기화되고 있다. 이러한 어려움을 타파하기 위해 건설기업에서도 서비스기업과 같이 내부마케팅 활동을 강화시켜야 한다. 하지만 건설기업은 기존의 서비스 기업과 달리 직접적으로 고객을 응대하지 않을 뿐 아니라 건설 현장이라는 특수한 상황에 처해 있어 적극적 내부마케팅 활동 강화가 쉽지 않은 상황이다. 따라서 내부 마케팅 활동 중 우선순위를 선정하여 가장 시급한 부분부터 개선해 나아가야 한다. 이에 본 연구에서는 기업들이 현실 속에서 내부마케팅 강화를 위해 노력하고 있는 다양한 활동들 중 가장 먼저 강화시켜야 할 활동이 무엇인지 규명하고자 한다. 이를 위해 건설기업에 20년 이상 근무하였으며, 건설기업 관련 전문직 종사자들을 대상으로 자신이 속한 기업의 내부마케팅 시스템을 평가하고, 나아가 선행적으로 강화시켜야 할 내부마케팅 요소가 무엇인지 파악하고자 하였다. 이러한 요인 선정을 위해서 본 연구에서는 AHP 분석 기법을 적용한다.

2. 연구의 범위 및 방법

본 연구는 2014년 8월18일부터 8월 22일까지 조사를 진행하였으며, 조사 대상은 건설기업(시공, CM, 설계, 감리, 등)에 근무하고 있는 임직원 25명을 대상으로 하였다. 기본적으로 조사자들의 평균 학력은 대졸 이상이며, 평균 근무 기간은 23년으로 나타났으며, 직업군으로는 기술사와 교수들로 구성 되어있다. 평가 항목은 계층적 의사결정론(AHP)에 맞게 서로의 상대적 중요도 정도를 짚을 지어 분석하도록 설계하였다.

3. AHP 분석모형

3.1 측정항목

먼저 제 1계층은 내부 의사소통과 교육훈련, 근무조건 및 환경 그리고 보상 및 포상으로 구성되어 있고, 각각의 내부마케팅 활동은 다시 계층으로 나누어진다. 내부 의사소통은 상사와의 의사소통, 동료와의 의사소통, 자유로운 토론과 개선점 제안 그리고 회사의 정책과 목표의

* (주)토펙엔지니어링건축사사무소, 공학박사

** 울산대학교 건축공학과 석사과정

*** 단국대학교 건축공학과 박사과정

**** 울산대학교 건축공학과 조교수, 공학박사, 교신저자(sky9852111@mail.ulsan.ac.kr)

제안으로 구성되어 있다. 교육훈련은 업무관련 교육기회 제공, 팀워크관련 교육제공, 해외연수 교육기회제공 그리고 회사의 교육훈련 내용의 유익으로 구성되어 있다. 근무조건 및 환경은 일일근무시간 전반적 만족과 작업환경의 안전에 만족, 전문업체의 기술능력, 작업시설 및 장비에 만족, 야간/돌팔/공휴일 근무만족 그리고 물리적 환경만족으로 구성되어 있다. 보상 및 포상은 수주기여 시 보상과 모범 사원제도와 같은 보상, 휴가 및 휴직제도 그리고 후생복지제도 및 시설로 구성되어 있다. 본 연구에서는 1계층을 분석하고 그 후 각 내부마케팅 활동을 개별적으로 분석하였다.

3.2 AHP 분석 결과

AHP 분석결과는 표 1과 같다. 제 1계층 분석결과는 가중치 값이 내부의사소통이 0.380로 가장 높게 나타났다. 하위 요인의 결과를 살펴보면 내부 의사소통은 상사와의 의사소통 0.251, 교육훈련은 업무관련 교육기회 제공 0.246, 근무조건 및 환경은 일일 근무시간 전반적 만족 0.310, 보상 및 포상 결과는 수주 기여 시 보상 0.343으로 가장 높게 나타났다. 전반적으로 일관성 비율이 0.1미만으로 나타나 신뢰성을 확보하였으나 교육훈련 분석 결과는 일관성 비율이 0.1이상으로 나타나 전문가 집단의 의견이 신뢰성이 떨어지는 것으로 나타났다. 따라서 교육훈련과 관련된 활동에 대해서는 보다 세밀하게 활동을 나누어 다시 평가를 해야 할 필요가 있다.

표 1. AHP분석 결과

변 수		중요도(전체 응답자 평균, n=25)
1계층	하위 항목	
내부마케팅 분석	내부의사소통	.380
	CI	.046
내부 의사소통 분석	상사와 의사소통	.384
	CI	.047
교육훈련	업무관련 교육기회 제공	.246
	CI	.213
근무조건 및 환경	일일 근무시간 전반적 만족	.310
	CI	.057
보상 및 포상	수주 기여시 보상	.343
	CI	.058

4. 결 론

AHP 분석 결과 제 1계층에서 내부 의사소통이 가장 우선적으로 강화시켜야 할 요소로 나타났으며, 그 다음으로 근무조건 및 환경으로 나타났다. 그 다음 각각의 상위 개념별 하위 활동을 보면 내부 의사소통에서 상사와의 의사소통을, 근무 조건에서는 일일 근무시간 전반적 만족을, 보상 및 포상에서는 수주 기여 시 보상으로 나타났다. 교육훈련에서는 전문가들의 의견 일치율을 보지 못하였다. 이러한 결과는 여타의 기업들이 변화와 혁신을 주도 하고 있을 때 건설기업들은 기본적인 의사소통과 일일근무 시간준수, 보상시스템이 잘 이루어지지 않고 있었다는 사실을 말하고 있다. 미래에는 건설시장은 사라지고 일반적인 시장에 수용될 것이다. 어느 업종이 더 시장(소비자)의 필요와 욕구를 잘 충족시켜주느냐가 관건이 될 것이다. 따라서 건설산업이 미래 성장산업으로 뻗어나가려면 서비스업으로의 변화가 필요하다.

감사의 글

본 논문은 2014년도 정부(미래창조과학부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (No. NRF-2014R1A1A1004288)

참 고 문 헌

1. 이종선, 건설기업의 내부마케팅 시행과 기업성과 간의 관계 연구, 울산대학교, 박사학위논문, 2014
2. 한진택, 건설기업의 재무적/비재무적 요인이 경영성과에 미치는 영향 분석, 동국대학교 대학원, 박사학위논문, 2012