

공공서비스 조직의 서비스역량이 서비스품질에 미치는 영향관계 연구 : 주거복지서비스를 중심으로

Effect of Professional Competence of Public Institutions on Service Quality: Focused on Housing Welfare Service

박근석¹ · 이석제² · 김종림³ · 이현정⁴

Kun-Suk Park¹, Seok-Je Lee², Jong-Lim Kim³ and Hyun-Jeong Lee⁴

(Received June 30, 2012 / Revised July 18, 2012 / Accepted July 26, 2012)

요 약

공공서비스는 국민들이 더 바람직한 생활을 하도록 하기 위하여 공공적 목적으로 제공되는 재화나 인적 서비스로 정의할 수 있다. 본 연구에서는 공공서비스를 제공하는 조직의 서비스역량의 구성요인을 고객지향 문화역량, 지식공유역량, 점점직원역량으로 정의하고 있다. 공공서비스 조직의 서비스역량이 서비스품질에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 가정하고 공공 주거복지서비스를 제공하는 조직과 고객들을 대상으로 실증분석한 결과 고객지향 문화역량과 지식공유역량은 긍정적인 영향을 미치나 점점직원의 역량은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 한편, 공공서비스 조직의 서비스역량은 시너지 효과를 발휘하여 서비스품질에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 서비스에 대한 조직역량이 중요함을 보여주고 있다.

주제어 : 조직역량, 서비스품질, 공공서비스, 주거복지서비스, 고객지향문화, 지식공유, 점점직원

ABSTRACT

As the public sector has been facing many challenges arising from the global economy and experiencing major changes, public services are redefined and various modes to improve their quality are applied to the customer service area. This research addresses whether and to what degree the professional competence of public institutions affect the customer service, in particular the quality and delivery of housing welfare services. With the institutional competences consisting of three elements - customer centric culture of service delivery, information sharing, and service delivery channels, this study utilizes a questionnaire survey, and the collected data are analyzed by using the inferential statistics. The findings show that customer centric culture of service delivery and information sharing have positive impacts on the quality of housing welfare services while service delivery channels don't have any influence on it. The research results imply that the institutional competence in the public sector is critical in the quality and delivery of the housing welfare services.

Key words: Institutional Competence, Public Service, Quality of Housing Welfare Services, Customer Centric Culture, Information Sharing, Service Delivery Channels

1. 서 론

일반적으로 서비스는 그 정의가 다양하지만 공통적으로 무형성과 함께 생산과 동시에 소모된다는 특성이 있다. 서비스는 행위, 프로세스, 그리고 결과로 이루어져 있다. 또한 대체로 고객의 문제 해결을 위하여 다음의 요소들 사이에 상호

작용이 발생한다. 즉, 고객과 서비스 제공자의 인적자원과 물적자원, 서비스 제공 체계 사이에 상호작용이 일어난다는 것으로 정의할 수 있다(서비스경영연구회(역), 2004).

이에 반해 공공서비스에 대해서는 행정현상의 하나로 인간의 문제를 해결하고 보다 바람직한 환경을 조성하기 위하여 한 사회 내의 편익을 배분하게 되는 정부의 활동이라고

1) 한국토지주택공사 토지주택연구원 수석연구원(주저자: gracepks@lh.or.kr)
2) 한국토지주택공사 토지주택연구원 수석연구원(교신저자: sjlee1@lh.or.kr)
3) 한국토지주택공사 토지주택연구원 선임연구위원
4) 경희대학교 주거환경학과 조교수

정의한다. 또 이와는 다르게 어떤 서비스의 목표를 달성하거나 문제를 해결하기 위한 정부의 노력으로 정의하기도 한다(안병철 등, 2009). 또한 공공서비스란 국가사회 내 구성원의 문제를 해결하고 보다 바람직한 환경을 공급하기 위하여 한 사회 내의 편익을 배분하는 정부의 활동으로 정의할 수 있다(송건섭 등, 2005). 즉, 공공서비스는 사회공동체의 편익을 위하여 제공되는 재화와 용역을 포괄하는 개념으로 공공이 이용할 수 있게 제공되는 서비스이다. 이는 반드시 정부나 공공기관에 의해 제공되는 서비스만을 지칭하는 것은 아니며 민간부문에서 제공되더라도 비경합적¹⁾ 소비와 비배제성의 두 가지 특징을 가지고 있으면 공공서비스라 할 수 있다(안병철 등, 2009). 따라서 공공서비스는 정부와 공공부문 외에도 국민을 대상으로 공공의 목적을 위하여 제공하는 서비스 역시 공공서비스라고 할 수 있다.

이러한 정의들을 종합하여 공공서비스를 정의하면 국민들이 더 바람직한 생활을 하도록 하기 위하여 공공적 목적으로 제공되는 재화나 인적 서비스로 정의할 수 있다.

본 연구는 공공서비스 중에서 주거복지서비스에 제한한다. 최근 사회 패러다임의 변화와 함께 복지의 중요성이 부각되고 있으며, 복지 중에서도 국민의 주거권과 연계되는 주거복지에 대해서 국민적 관심과 기대가 점차 증대하고 있다.

공공 주거복지서비스는 현재 공공임대주택의 입주자들에게 주로 제공되므로 공공 주거복지서비스를 정의하면, 공공임대주택에 입주하거나 입주할 국민들을 대상으로 거주공간과 기타 생활복지와 관련된 서비스를 제공하는 인적/물적 서비스로 정의할 수 있다.

본 연구는 주거복지서비스를 제공하는 공공서비스 조직의 서비스 역량이 어떻게 구성되어 있으며 이러한 서비스 역량이 서비스품질에 어떠한 영향을 미치는가에 착안하고 있다. 주거복지서비스는 국민의 생활에 가장 밀접한 연관을 가지고 있는 공공서비스로서 주택의 분양, 임대, 주택관리 등에 관련된 서비스 제공을 말하며 이러한 서비스는 LH 등 공공기관에서 수행하고 있다.

서비스 제공을 잘 한다는 것은 서비스를 제공하기 위한 조직의 준비에 따라 다르게 나타날 것이며, 이는 조직의 서비스 역량으로 가늠할 수 있다. 즉, 조직의 서비스역량이 어느 정도 수준이냐에 따라서 국민들에게 공공서비스를 얼마나 만족스럽게 제공했는지가 나타나기 때문이다.

따라서 본 연구는 공공서비스를 제공하기 위한 구성요소인 공공조직의 서비스 역량이 무엇이며, 이것이 서비스품질 수준에 어떤 유의적 관계를 갖고 있는지를 분석하고자 한다.

2. 이론적 고찰과 선행연구

2.1 서비스품질

서비스 품질에 관련된 연구는 경영학 분야에서 시작 되었으며 Parasuraman 등(1988)이 SERVQUAL이라는 측정도구를 개발함으로써 본격적인 학술적 연구가 수행되어 왔고, 공공서비스 분야에서도 SERVQUAL을 활용하여 공공서비스 만족도, 주민만족도나 주거만족도 등의 서비스 품질을 측정하는 연구들이 시도되어 왔다(송건섭 등, 2005; 김종립 등, 2005; 박근석 등, 2010).

SERVQUAL 모형은 지각한 품질과 기대한 품질 개념의 차이를 점수화 하여 측정하는데 이 두 가지 인지적 품질 개념의 차이 자체가 개념적으로 모호하여 모형사용에 있어서 찬반 논란이 있었다. 그러나 Parasuraman 등(1988)은 선행연구에서 개발한 SERVQUAL 척도에 대한 심리적 특성을 재평가, 정제 및 재조사하고 다른 연구에서 사용되어진 부분들과 비교 평가한 결과, 결국 SERVQUAL 모형은 서비스 질의 토대가 되고 있는 기본 골격이기 때문에 가능한한 전반적으로 폭넓게 사용되어야 함을 주장하였다(최동궁과 추순진, 2000).

고객이 인지하는 서비스품질의 평가는 서비스 전달과정 중에 일어난다. 즉, 고객은 서비스의 본질을 느끼게 되는 진실의 순간이라고 불리는 고객접촉 순간에 서비스에 대한 만족 혹은 불만족을 평가하게 된다. 서비스품질 관점에서 고객 만족은 제공받으면서 느낀 서비스 수준과 서비스 받기 이전의 기대 수준을 비교하는 것으로 생각할 수 있다. 즉, 인지된 서비스 수준이 서비스 받기 이전의 기대 수준 이상인 경우 만족을 느끼는 것으로 정의할 수 있다(서비스경영연구회(역), 2004).

그러나 일반적으로 고객들이 서비스를 제공받은 후에 느끼는 만족 또는 불만족은 만족 또는 불만족의 지각만 남아 있을 뿐이고 서비스 받기 이전의 기대수준에 대해서는 지각하지 못하는 경우가 대부분이다. 따라서 본 논문에서는 진실의 순간인 고객접촉 순간에 고객이 느끼는 서비스 전달과정에서 바로 서비스품질이 결정된다고 보기로 한다.

이러한 서비스품질의 측정을 위해서 본 논문에서도 서비스품질 측정을 위한 기존연구들에서 일반적으로 활용하는 SERVQUAL 모형을 활용하기로 한다. SERVQUAL 모형의 구성은 학자에 따라서 약간씩 다르게 활용하였으나, 최근의 연구들에서는 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성, 유형성으로 활용하고 있다. 본 연구에서도 구성차원을 이와 같이 활용하기로 한다.

SERVQUAL 모형 구성 차원의 국내외 선행연구를 종합하여 정리하면 다음의 표 1과 같다.

1) 비경합성(Non-rivalness)은 다수인이 공동으로 소비하는데 한 사람의 소비가 다른 사람의 소비량을 감소시키지 않는 것을 의미하고, 비배제성(Non-consumption)은 서비스로부터 얻어지는 효용이 어느 특정인에게만 한정되지 않는 것을 의미한다.

표 1. SERVQUAL 구성차원의 국내외 선행연구

연구자	년도	구성차원
Parasuraman, Zeithaml, and Berry	1885 1888	신뢰성, 반응성(대응성), 보증성(확신성), 공감성(감정이입), 유형성
Dabholka, Shepherd, and Thorpe	2000	물리적 측면, 신뢰성, 개인적 상호작용, 문제해결, 정책
이형석	2005	유형성, 신뢰성, 대응성, 확신성, 공감성
서창작, 황혜미	2008	신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성, 유형성
라준형, 이승규	2008	유형성, 신뢰성, 반응성, 보장성, 공감성
김종립, 박근석	2005	신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성, 유형성
박근석 등	2010	신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성, 유형성

2.2 조직의 서비스 역량

2.2.1 조직의 서비스 역량

역량(competence)이라는 말은 여러 학문 분야에서 다양한 의미로 사용되어져 왔다. 하지만 기업경영과 인적자원관리와 관련해서 역량은 주로 조직이론이나 경영전략가들에 의해 개발되어 온 거시적 개념과 조직 및 산업심리학자들을 중심으로 발전되어 온 미시적 개념으로 구분될 수 있다. 전자가 조직전체를 하나의 유기체로 보고 기업전략의 관점에서 경쟁력을 확보해 줄 수 있는 원천으로 역량을 보고 있다면, 후자는 직원 개인의 관점에서 우수한 성과를 내는 개인의 특징을 그 분석 대상으로 한다는 차이는 있지만 양자가 모두 역량을 평균적인 성과를 초과하는 우수한 성과를 발휘하는 조직이나 개인이 보여주는 중요한 특질이나 능력으로 정의하고 있다는 점에서는 공통점을 보이고 있다(서창작과 황혜미, 2008).

Sparrow(1996)는 역량을 조직역량(핵심역량), 관리역량, 개인역량(직무역량)으로 구분하고 이러한 역량은 서로 관련되어 있으며, 중첩되어 있다고 보고 있다. 그의 구분에 있어 조직역량은 모든 직원이 공유해야 하는 역량이고, 관리역량은 개인직무가 아니라 다른 기업에서도 활용될 수 있는 역량이며, 개인역량은 개인의 직무수행 관련 역량을 의미한다.

서비스는 제품과는 달리 생산과 전달이 동시에 일어나기 때문에 서비스 접점에서 서비스 제공자와 고객의 상호작용은 서비스 조직의 성과에 매우 중요한 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 또한 서비스 기업의 경우는 서비스 품질을 측정할 때 고객중심의 프로세스와 직원이 고객에게 적합하게 대처하는 역량이 중시되고 있다. 김경한(2002)은 서비스역량은 고객접점에서의 역량이 중요하므로 서비스역량을 접점직원의 서비스 역량으로 설명하며 예절, 고객의 의사결정 과정을 지원할 수 있는 지식, 스킬 등으로 규정하고 있다. 이러한 연구들은 서비스 제공을 위한 조직과 접점직원 역량의 중요성을 말하고 있다.

최근 서비스 분야의 연구나 실무 분야 모두에서 서비스접점 종업원의 역할을 강조하고 있으며, 특히 종업원 만족을 양질의 서비스와 고객만족을 창출하기 위한 전략적 도구로 생각하는 내부마케팅은 접점종업원에 대하여 특별한 관심을 기울이고 있다(유필화와 권혁중, 1996). 이러한 최근의 연구들을 살펴볼 때 조직의 서비스역량을 논할 때 조직의 프로세스 측면과 서비스 접점직원 측면에서 논할 수 있다.

이러한 논의들을 종합해 볼 때 조직의 서비스역량은 서비스를 수행하기 위한 조직 역량과 개인 역량으로 분류될 수 있다. 왜냐하면, 고객만족은 고객의 만족과 이를 통해 고객이 가치를 창출하는 조직의 역량에서 창출되기 때문이다.

먼저 서비스역량에 포함되는 조직역량은, 여러 가지 차원에서 논의될 수 있으나 조직 차원에서 통제되는 변수를 의미하게 된다. 본 연구에서는 서비스의 조직역량으로 고객에 대한 구성원의 의식과 행동에 영향을 주는 고객지향문화역량과 서비스 제공에 필요한 조직지식의 공유역량을 설정하고자 한다.

고객지향문화역량과 지식공유역량은 유기적으로 연계되며 함께 조직차원에서 함양시켜야 할 역량이다. 지식사회에서는 기업의 경쟁우위의 원천으로서 지식의 중요성이 더욱 커지게 되고, 이에 따라 지식의 교환과 전달이 조직 내에서 원활히 이루어지도록 하는 것이 중요하다. 그러나 구성원들 사이의 지식 및 정보의 교환과 전달은 조직문화, 신뢰, 상호 존중의 문제로서 신뢰와 지식공유에 대한 조직문화가 없으면 지식공유가 어렵다는 것을 말하고 있다(유필화와 신재준, 2002). 고객에게 서비스를 제공하기 위한 지식으로는 고객이 원하는 지식이 전달되어야 하며, 전달과정에서 고객이 만족할 만한 의사소통 등의 접점 상황에서의 전달과정 자체에 대한 지식도 필요하다.

고객지향문화역량을 설명하기 위해서 먼저 조직문화에 대한 개념을 살펴보기로 한다. 조직문화는 조직구성원의 활동에 영향을 미치는 공유된 가치와 신념의 체계로 조직 내에서 구성원들의 행위에 대한 규칙을 제공해 주는 공유된 신념 및 가치라고 하였다(Davis, 1984). 따라서 잘 갖춰진 조직문화로 인해 구성원들은 서비스에 대한 공유 가치를 갖게 되고, 행위에 대한 스스로의 규정을 갖게 된다. 그러나 이러한 문화역량은 오랜 기간 동안 조직 내에 축적된 보이지 않는 가치이다. 따라서 이러한 공유가치를 개발하여 스스로의 규정에 의해 공유된 가치를 행동으로 옮기는 것이 중요하다. 조직의 고객지향문화역량은 조직 구성원들의 가치와 행동규범이 고객만족을 지향하고 있으며, 이러한 분위기가 조직 전체에 퍼져 있는 것을 말한다. 이러한 문화역량은 어느 한 순간에 나타나기 보다는 조직의 문화개발 노력과 함께 구성원 모두가 꾸준히 쌓아 올린 노력의 결과로 나타난다.

다음으로 조직의 서비스역량에 조직의 지식공유역량이 포함되는 이유는 다음과 같다. 고객이 민원을 제기할 때 고객접

점 직원들이 응답하기 위해 가장 먼저 활용하는 것이 조직 내에 공유된 지식이다. 이 때 활용되는 지식은 담당 직원이 이미 숙지하고 있는 것일 수도 있지만 숙지하지 못하고 있는 경우도 있다. 그럴 때 조직 내에 축적되어 있는 지식을 빨리 검색하거나 알아내서 고객에게 대응하는 것이 중요하다.

현대 기업조직에서는 지식이 경영에 차지하는 비율이 점차로 커지고 있다. 지식을 관리하고 조직 내 공유된 지식을 어떻게 활용하는가에 따라 경영의 성패가 좌우되기도 한다. 이것이 고객과 관계된 지식이라면 중요성이 더욱 크다.

지식경영에 있어서 지식통합에 대한 이론을 강조한 학자들(Nonaka and Takeuchi, 1995; Kogut and Zander, 1992)은 지식통합에 있어서 조직의 일차적인 중요 역할은 지식창조보다는 지식 적용에 있으며 자원 및 역량상의 우위를 확보하기 위해서는 조직내 전문화된 지식들에 대한 접근과 통합이 이루어져야 하고, 조직 내의 개인 및 집단의 지식에 대한 전파와 공유이며 이러한 역량은 기업이 경쟁우위를 지닐 수 있는 기초가 된다고 주장한다. 이러한 지식공유역량에 대한 중요성은 점차 서비스 조직에 필요성이 더해가며 조직의 서비스 역량의 구성으로 포함시키기도 한다.

조직의 서비스 역량 중 개인역량은 조직 구성원들이 제공하는 서비스 접점에서 역량으로 개념화 할 수 있다. 서비스의 특성상 특히 서비스 접점에 있는 직원은 고객이 서비스를 평가하는데 있어 영향을 미친다. 이에 따라 서비스 접점 직원의 역량이 중요함을 제시하는 연구들이 수행되었다(곽원섭, 2001; 서창작과 황혜미, 2008). 대부분 서비스 조직에 있어 서비스는 고객과 접점종업원 사이의 상호작용-접촉을 통하여 전달되기 때문에 고객에 대한 접점종업원의 태도, 행위는 고객의 서비스품질 지각, 만족, 업무실적 등을 결정하게 된다.

이와 같은 연구결과를 볼 때 조직의 서비스 역량에서 서비스 접점 직원이 차지하는 비중은 매우 중요하며, 이들의 역량이 결국 서비스 품질에 영향을 주는 것으로 볼 수 있다.

본 연구에서는 공공서비스 조직의 서비스역량이 서비스 품질에 영향을 미칠 것인가에 연구명제를 두고 가설을 설정하였다. 또한 상기한 바와 같이 조직의 서비스역량의 구성요인들이 서비스품질에는 어떠한 영향을 미칠 것인가에 대한 가설을 설정하였다.

2.2.2 고객지향문화역량과 서비스역량의 관계

과거 1980년대부터 조직문화는 조직의 성과에 영향을 주는 주요 요인으로 많은 주목을 받아 왔다. 이러한 조직문화의 주요 성분이 무엇인가에 대해서는 학자마다 조금씩 차이를 보이고 있다. 그 중에서도 Peters and Waterman(1982)의 조직문화 구성요소 7S 모형을 일반적으로 많이 활용하고 있는바, 공유가치(Shared Value), 전략(Strategic), 구조(Structure), 관리시스템(System), 구성원(Staff), 관리기술(Skill), 리더쉽 S

타일(Style) 등이 포함된다.

조직문화, 특히 고객지향문화를 개발하기 위해서는 조직의 인적자원 관리 프로그램이 갖추어져 있어야 한다. Schneider and Bowen(1985)은 서비스 제공과정에 대한 종업원의 기술과 그 서비스에 대한 고객의 평가 간에는 유의미한 차이가 있음을 발견하였다. 특히 종업원이 조직의 인적자원 전략에 대해 호의적인 견해를 갖고 있을 때 고객은 서비스의 질을 보다 호의적으로 평가하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 조직의 인적자원 관리 프로그램이 종업원의 욕구와 서비스의 질 모두에 영향을 주는 중요한 도구임을 시사하는 것이다. 공식적인 인적자원관리방법이 전달된 정보와 유도된 행동을 통해 조직문화와 인지에 모두 영향을 줄 수 있음을 주장하였다. 즉, 조직구성원의 인지와 행위 모두에 영향을 주는 인적자원 관리방법에 의해 조직구성원들의 인지가 형성되며 집단적 의미에서는 조직문화가 개발되는 것이다(곽원섭, 1999).

곽원섭(2001)은 고객에게 서비스 제공을 책임지고 있는 고객접점 직원들은 기업의 가장 중요한 자원 중의 하나이므로 이들에 대한 효과적인 지원이 중요함을 주장하며 직속상사의 지원, 팀 동료의 지원, 타부서의 지원, 기술적 지원 등의 요인으로 접점직원과 서비스 수행과의 관계를 실증 분석한 결과 팀 동료의 지원과 상사의 지원이 서비스 수행에 유의하다는 결과를 도출하였다. 이러한 동료와 상사의 지원은 고객지향문화가 구축된 조직에서 가능할 수 있다.

이러한 연구들을 종합해 보면 고객지향문화를 개발하기 위하여 우선 조직 차원에서 구축되어야 할 것은 고객만족을 최우선의 가치로 여기면서 고객지향을 위한 인적자원 교육훈련, 서비스 프로그램 또는 프로세스 혁신 등이 필요하다. 그리고 서비스 프로세스 상에서 팀워크나 협력 등이 필요하다.

2.2.3 지식역량과 서비스역량의 관계

조직의 지식역량은 지식관리 역량으로 볼 수 있으며, 지식관리란 조직구성원들의 지식을 효과적으로 창출, 축적, 공유 활용하는 일련의 과정을 말한다. 이 중에서도 조직구성원들의 상호작용을 통한 지식공유는 조직의 경쟁우위 확보를 위한 핵심활동으로 간주된다(Kogut and Zander, 1992). 지식공유는 한 개인이 소유한 지식을 다른 구성원들도 활용할 수 있도록 조직지식으로 전환하기 위한 필수적인 과정이며, 이를 통해 조직의 경쟁력을 강화할 수 있기 때문이다(이홍재와 차용진, 2006). 이에 조직구성원들 간에 지식공유를 확산시키기 위한 노력이 지식관리의 중요한 과제로 대두되고 있다.

이러한 지식공유의 필요성 및 중요성에도 불구하고 구성원들 간의 지식공유는 쉬운 일이 아니다. 실제 공공서비스 부문에서 직원들 간의 지식공유는 그리 활발하게 이루어지지 않고 있다. 지식공유가 원활하게 이루어지지 않는 것은 지식을 공유하는 당사자인 사람의 문제일 수도 있고 이를 지원하

는 제도, 시스템, 문화 등 환경의 문제일 수도 있다(Pfeffer and Sutton, 1999).

지식관리 프로세스는 지식자원을 관리하기 위한 일련의 활동들로 이해될 수 있으나 학계, 업계에서 저마다의 다양한 프로세스들이 제시되고 있다. Myers(1996)은 지식생성, 지식코드화, 지식전어로 정의하고, Davenport and Prusak(1998)은 지식 획득, 지식저장, 지식공유, 지식활용으로 정의하고 있다. 이러한 정의들을 고려해 볼 때, 지식관리 프로세스는 크게 지식의 창출(생성, 형상화, 개발, 획득, 창조), 지식의 공유(전이, 저장, 분배, 접근, 연결, 배분, 보존, 축적, 전송), 지식의 활용(응용, 이용, 적용, 문제해결)으로 구분될 수 있다(이승환 등, 2002).

Alavi and Leidner(2002)는 기업경쟁력을 결정하는 지식관리 능력으로 외부로부터 새로운 지식을 효과적으로 습득하는 학습능력, 습득한 지식을 기존의 지식과 잘 융합하는 능력, 기업의 지식을 공유하고 전파하는 능력, 적절한 기회에 기업 내 지식을 효과적으로 활용하는 능력 등을 들고 있다.

조직지식에 대해 많은 학자들이 다양한 관점에서 다양한 정의를 내리고 있다. 그러나 조직지식은 개인의 학습이나 경험을 통해 생성되는 경험지(Experiential knowledge)와 기존의 데이터와 정보의 분석을 통해 생성되는 분석지(Analytical knowledge)로 구분될 수 있다. 즉, 사실-방법은 경험지로, 유형-모형은 분석지로 분류될 수 있다(이승환 등, 2002).

이러한 지식관리의 속성 중 본 연구에서는 지식의 공유에 초점을 두고 있다. 지식의 창출을 통해 생성된 조직지식은 공유과정을 거쳐 조직 내에서 활용할 준비를 갖추게 되고, 이러한 공유지식은 고객에게 활용되고 또 다시 분석과정을 거쳐서 생성된 새로운 지식이 공유되고 고객 또는 내부 프로세스에 피드백 되어 활용되는 과정을 되풀이 하게 된다.

지식창출은 지식공유의 토대 위에서 발생할 수 있으며(Nonaka and Takeuchi, 1995), 기업의 경쟁우위 확보를 위해서는 지식의 창출과 동시에 조직원들의 상호작용을 통한 지식확산이 매우 중요하다. 따라서 지식공유 프로세스는 다른 지식관리 프로세스에 비해서 많은 연구가 진행되었고, 가장 많은 관심을 받고 있는 프로세스이다.

지식공유의 개념에 대해서 Nelson and Coopriider(1996)는 집단성과에 영향을 주기 위한 상호간의 과정이라고 하고 있고, Hensen(1999)은 타 부서 사람들과의 견고한 상호관계를 통해 이루어지는 과정이라고 하고 있다. 즉, 지식공유는 타 부서와의 네트워크를 통해 공유가 이루어지며, 집단성과에 영향을 주는 과정으로 볼 수 있다.

지식공유에 대한 연구는 국내에서도 활발하게 이루어져 왔다. 이승환 외(2002)는 지식공유에 영향을 미치는 요인에 대한 연구를 수행하여 지식공유에 가장 영향을 미치는 변수로 ‘학습지향성’을 실증적으로 분석하였다. 이정호 등(2006)는 지식창출 활동과 지식공유 활동이 조직성과에 미치는 영

향을 실증적으로 분석하여 지식공유가 조직의 지식품질과 지식경영의 사용자 만족도에 유의한 영향을 미친다는 결과를 도출하였다. 또한 이흥재와 차용진(2006)은 중앙행정기관을 중심으로 지식공유와 업무성과에 관한 실증연구를 통해 업무성과 향상을 위한 지식공유 활성화 방안을 제시하고 있다.

따라서 지식관리의 여러 활동 중 지식공유 능력이 핵심적인 역할을 한다고 할 수 있다. 구체적으로 조직의 지식공유 능력은 기업이 보유한 지식을 체계적으로 관리하여 지식 사용자들이 지식 재고현황을 알 수 있게 하고, 필요한 지식을 검색하여 적기에 활용할 수 있게 하는 능력을 의미한다(김경규 등, 2005).

이러한 연구결과를 볼 때 조직의 지식공유 요인이 지식경영의 중요한 요인이며 지식공유는 서비스의 성과에는 직접적으로 유의한 영향을 미치지 않지만, 조직 내부의 프로세스와 제공하는 서비스의 품질에 영향을 미쳐 결과적으로 고객성과에 영향을 미친다는 것을 유추할 수 있다.

또한 지식공유역량을 위해서는 조직 차원에서 부서간 지식공유체계와 직원간 필요지식의 전달체계가 구축되어 있어야 한다. 개인 차원에서는 서비스의 접점 직원이 지식을 보유하고 있어야 하며, 관련 직원들이 조직을 위하여 지식을 공유하려는 의식이 있어야 한다. 이는 고객지향문화역량과도 연계되어 있다.

2.2.4 접점직원의 역량과 서비스역량의 관계

고객만족은 고객이 요구하는 가치를 창출하는 프로세스로부터 창출되며, 프로세스의 성과는 장기적으로 이를 수행하는 직원과 조직의 역량에 의해 좌우된다. 즉, 서비스 조직은 고객과의 최초 접촉성과 장기적인 고객과의 관계 유지로 인해 서비스 접점부서 직원의 역량이 서비스품질과 고객만족의 결정적인 요인이 되고 있다. 이러한 현상은 공공서비스에서는 민원요청이라는 요구로 서비스조직에 여러 가지 채널로 들어오는데 이러한 민원에 얼마나 잘 대응하는 가는 접점 직원의 역량이 큰 비중을 차지한다. 또한 이러한 직원역량은 조직이 얼마나 서비스 체제를 갖추고 운영하는 데에 달려있다.

특히, 주거복지서비스 조직에서 서비스는 고객과 접촉하는 직원 간의 양자관계에서 발생하며 직원은 고객에게 민원해결과 함께 주거와 관련된 상담활동까지 담당하는 경우가 많다.

이 때 직원의 서비스 활동은 자신의 의지, 경험, 조직에의 기여, 책임감, 의사소통 방법, 지식전달 등의 인지적 요인과 행동적 요인이 복합적으로 작용하여 고객에게 전달된다. 고객이 직접 서비스에 참여하고 평가를 받는 접점의 순간에 고객은 서비스 품질을 인식하게 되기 때문에 접점직원의 역할과 그 중요성은 부각되는 것이다(서창작과 황혜미, 2008).

즉, 고객접점 직원은 서비스 조직의 서비스 품질을 전달하고 고객과의 강력한 관계를 형성할 수 있다는 점에서 매우

중요하다. 따라서 고객들은 고객접점 직원들의 행동과 태도에 의하여 서비스기업의 품질을 평가하고, 만족하게 될 것이다(이용기, 2001).

또한 서비스는 제품과는 달리 무형적인 것이기 때문에 제조업에서 사용하는 품질관리절차를 적용할 수가 없다(Parasuraman et al., 1985). 이러한 서비스의 특성으로 인해 대부분의 서비스기업들은 고품질의 서비스를 고객들에게 전달하기 위하여 서비스 제공자인 접점 종업원의 능력과 동기부여에 의존한다(Goodale et al., 1997, 이형석, 2005).

서창작과 황혜미(2008)는 서비스 접점 직원의 역량을 자기 조절 역량, 문제해결 역량, 팀원지향 역량으로 개념화하여 서비스품질에 미치는 영향을 실증분석한 결과 접점직원의 문제해결 역량이 서비스 품질에 영향을 주는 것으로 나타났다.

이러한 연구내용들을 종합해 보면, 접점직원은 고객과 직접 접촉하는 중요한 역할을 담당하므로 접점직원의 역량은 고객이 인지하는 서비스품질에 영향을 주는 것으로 볼 수 있다.

고객들과 서비스를 통해 접하게 되는 서비스접점은 대해서는 고객과 서비스 제공자간의 상호작용으로 정의한다(Norman, 1984). 이러한 서비스 접점에서 신속하지 못하고 불필요한 직원들의 행동들이 고객의 부정적인 반응을 불러일으키게 된다. 이것은 서비스 실패나 고객의 특정 요구에 대한 대응 실패 등의 서비스 실패 그 자체에 의해서만 불만족이 야기되는 것이 아니라 실패상황에 반응하는 직원들의 언어 또는 비언어적인 태도에 의해서도 불만족이 발생함을 의미한다(서문식과 조상리, 2006). 이는 핵심서비스가 실패하더라도 종업원의 적절한 대응은 고객의 불만족을 감소시킬 수 있음을 나타낸다.

접점직원의 역량은 문화개발역량과 지식공유역량과 같이 고객이 바로 인지하는 서비스가 아닌 추상적이고 간접적인 인식에 도움을 주는 조직전체의 서비스역량과는 달리, 고객과 직접 대화 또는 대면 상태에서 서비스를 제공하는 요인으로 고객의 서비스품질 평가에 직접 영향을 주는 요인이기 때문에 그 중요성이 더 크다고 볼 수 있다.

상기와 같은 연구결과를 볼 때 본 연구에서는 이러한 접점 직원의 역량을 다음과 같이 정의한다. 접점직원은 우선 고객 지향적 사고를 가지고 있어야 하며, 많은 고객을 응대하고 관련 지식의 공유를 위하여 원만한 대인관계가 필요하며 업무에 대한 지식이 있어야 하고, 뜻하지 않은 상황에 대처하기 위한 분석적 사고능력을 지니고 있어야 한다.

3. 연구의 설계

3.1 연구모형

본 연구에서는 서비스품질에 영향을 주는 독립변수로 조직의 서비스역량 요인으로 정의하였다. 따라서 그동안 개별적으로 논의 되었던 조직의 서비스역량을 정의하였으며, 조



그림 1. 연구모형

직의 서비스역량에 포함되는 구성요인은 고객지향문화역량과 지식공유역량, 접점직원역량으로 정의하였다. 조직의 서비스역량에 대한 선행연구의 검토를 통하여 조직의 서비스역량과 서비스품질의 영향관계에 대한 연구모형을 그림 1과 같이 제안하였다. 본 연구의 분석 대상 서비스 조직은 공공서비스 조직으로 제한하고 그 중에서도 주거복지서비스 조직을 대상으로 한다.

3.2 가설 설정

본 연구에서는 공공서비스 조직의 서비스역량, 서비스품질에 대한 선행연구를 토대로 개념적 연구모형의 타당성을 검증하기 위하여 공공서비스 조직의 서비스역량, 즉 고객지향문화역량, 지식공유역량, 접점지원역량과 서비스품질과의 관련성에 대한 연구가설을 다음과 같이 설정하였다.

연구모형은 관찰변수(observed variable)와 잠재변수(latent variable)간의 관계를 나타내는 측정모형(measurement model)과 잠재변수간의 관계를 나타내는 구조모형(structural model)으로 구분할 수 있다. 또한 각 요인들은 2차 요인들로서 각 요인별 측정모형을 가지고 있다. 이들 사이의 관계를 가설로 표현하면 다음과 같다.

- 가설 1. 공공서비스 조직의 서비스역량은 서비스품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2. 공공서비스 조직의 고객지향문화역량은 서비스품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3. 공공서비스 조직의 지식공유역량은 서비스품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 4. 공공서비스 조직의 접점직원역량은 서비스품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.3 변수의 조작적 정의

3.3.1 공공서비스 조직의 서비스역량 요인

공공서비스 조직의 서비스역량의 조작적 정의는 기존의 연구들을 바탕으로 본 연구에서는 고객지향문화역량, 지식공유역량, 접점지원역량의 3가지 요인으로 구성하였다. 조직의 서비스역량 요인의 3가지 구성요소에 대한 조작적 정의는 다음과 같다.

- (1) 고객지향문화역량 : 고객지향의 교육훈련, 서비스 혁신을 위한 프로그램 설계, 팀워크나 협력을 통한 고객업무 지향, 고객만족이 최우선의 가치 등 4개 항목으로 측정하였다.
- (2) 지식공유역량 : 점점부서 직원의 지식보유, 관련직원의 지식공유 의도, 관련 부서간 지식공유체계, 점점부서 직원간 필요지식의 전달체계 등 4개 항목으로 측정하였다.
- (3) 점점직원역량 : 대인관계, 고객지향적 사고, 업무지식, 분석적 사고 등 4개 항목으로 측정하였다.

3.3.2 서비스품질 요인

서비스품질 요인은 기존의 연구들을 활용하여 본 연구에서 다음과 같이 조작적 정의하였다.

- (1) 신뢰성 : 믿을 수 있고 정확한 서비스 제공, 약속대로 착오없이 서비스 제공, 시간에 늦지 않게 서비스 제공 등 3개 항목으로 측정하였다.
- (2) 대응성 : 서비스 요청에 신속한 대응, 고객의 요구 및 불만 등에 유연한 대처, 서비스 늦음에 대한 양해 구함 등 4개 항목으로 측정하였다.
- (3) 확신성 : 태도가 정중하고 따뜻하고 자세함, 고객에게 신뢰 주는 정도, 구성원의 예의바름과 공손함 정도 등 3개 항목으로 측정하였다.
- (4) 공감성 : 고객에게 주는 인간적인 관심도, 고객을 이해하는 정도, 고객의 사소한 것에도 관심, 성실한 정도 등 4개 항목으로 측정하였다.
- (5) 유형성 : 시설 및 장비 등 물리적 환경의 편리함, 서비스 시설 및 공간의 쾌적함, 서비스를 위한 최신 시설 및 장비의 구비 등 3개 항목으로 측정하였다.

4. 실증분석

4.1 자료수집 및 방법

본 연구는 국내 공공 주거복지서비스 조직의 서비스역량과 서비스 품질에 대한 내용을 다루고 있기 때문에 조사대상이 되는 표본을 주거복지서비스를 수행하고 있는 공기업의 전국 지역별 사업조직과 수도권 및 대전 지역의 공공임대주택단지 관리소 조직 단위로 추출하였으며, 설문대상은 각 조직에서 서비스 업무에 종사하고 있는 직원들에게 조직 서비스역량 부분을, 그 직원들에게 서비스를 제공받은 고객에게 서비스품질을 조사하였는바, 당장 조사가 어려운 고객들에게는 추후 전화조사를 통해 자료를 수집하였다. 설문항목은 5점 척도로 응답하도록 구성되어 있다.

표 2. 조사기관 업종/업무 유형

업종	기관수	비율	업무분야	빈도	비율
임대관리소	116	57.7	관리	18	9.0
분양사업	21	10.5	회계(부금)	25	12.4
주거복지사업	44	21.9	기술	65	32.3
유지보수사업	4	2.0	행정	20	10.0
임대사업	16	8.0	A/S	13	6.5
			상담	56	27.9
			무응답	4	4.0
계	201	100	계	201	100

조사기간은 2009년 4월 1일부터 4월 30일까지 이루어졌으며, 단위 조직에서 1-2부 조사하였으며, 분석에 부적합하다고 판단된 설문을 제외하고 201부를 최종분석에 활용하였다.

본 연구에서 실증분석을 위해 수집한 데이터의 특성을 살펴보면 표 2와 같다.

4.2 변수의 타당성 및 신뢰성 검증

본 연구의 변수들을 측정하기 위하여 사용된 측정항목의 내용은 선행연구들을 바탕으로 본 연구의 특성에 맞게 구성하였다. 변수의 타당성 검증을 위하여 아모스 7.0을 활용하여 2차 확인적 요인분석 방법²⁾을 시행하였다. 요인분석 결과는 표 3과 같다. 결과를 살펴보면, 독립변수인 조직의 서비스역량 요인과 종속변수인 서비스품질 요인은 전반적으로 유의³⁾한 것으로 나타났으며 요인값도 전반적으로 높게 나타나 변수의 구성타당성은 있는 것으로 보인다.

본 연구에서 검증하고자 하는 독립변수는 조직의 서비스역량으로 명명하고 서비스역량 요인은 고객지향문화역량, 지식공유역량, 점점직원역량 요인으로 하위요인을 구성한다. 종속변수는 서비스품질 요인으로 명명한다.

측정도구의 신뢰도를 검증하기 위하여 자료의 내적 일관성을 나타내는 Cronbach's α 값을 이용하였는바 그 결과는 표 4와 같다. 분석결과로 나타난 각 하위변수별 신뢰도 계수를 확인해보면 모든 척도에서 0.8 이상으로 나타나 신뢰도계수가 합당한 수준에 이르고 있다고 볼 수 있다. 즉, 전반적으로 내적 일관성이 있는 척도라고 할 수 있다.

개념타당도를 평가하기 위하여 집중타당도를 살펴보면, 표준화 요인 적재량이 0.8 이상이고, AVE 0.5 이상, 개념 신뢰도 0.5 이상이기 때문에 집중타당도가 있으며, AVE 값이 r^2 보다 크기 때문에 판별타당도도 있다고 볼 수 있다. 개념신뢰도는 모두 0.7 이상으로 양호하게 나타났다.

2) 확인적 요인분석 방법을 사용한 이유는 탐색적 요인분석 방법으로는 할 수 없는 2차 잠재요인까지도 추출이 가능하기 때문임
3) C.R.(Critical Ratio) 값이 ± 1.96 이상

표 3. 요인분석 결과

항목	요인명	Estimate	S.E.	C.R.	P	요인값
cul-con	Org-Ser (서비스역량)	.519	.060	8.714	***	.836
know-con		.577	.058	9.959	***	.896
sev-con		.493	.052	9.496	***	.771
문화역량1	cul-con (고객지향문화역량)	1.000				.706
문화역량2		1.018	.105	9.653	***	.771
문화역량3		1.143	.110	10.391	***	.839
문화역량4		.983	.098	9.988	***	.801
정보역량1	know-con (지식공유역량)	1.000				.763
정보역량2		.935	.092	10.135	***	.729
정보역량3		1.286	.105	12.221	***	.860
정보역량4		1.293	.104	12.492	***	.878
직원역량1	sev-con (접점직원역량)	1.000				.837
직원역량2		.902	.076	11.889	***	.776
직원역량3		.868	.072	12.121	***	.788
직원역량4		.999	.078	12.821	***	.821
신뢰성	SERVQUAL (서비스품질)	1.000				.780
대응성		.985	.133	7.409	***	.765
보장성		.902	.122	7.401	***	.778
공감성		.882	.119	7.417	***	.741
유형성		.422	.102	4.139	***	.382
신뢰성1	신뢰성	1.000				.870
신뢰성1		1.063	.065	16.401	***	.916
신뢰성1		.987	.071	13.848	***	.813
대응성	대응성	1.000				.811
대응성		.872	.079	11.073	***	.790
대응성		.957	.084	11.417	***	.817
보장성	보장성	1.000				.778
보장성		.921	.094	11.587	***	.857
보장성		1.149	.091	12.665	***	.888
공감성	공감성	1.000				.838
공감성		1.215	.079	11.587	***	.772
공감성		1.051	.080	13.087	***	.868
유형성	유형성	1.000				.721
유형성		1.215	.114	10.697	***	.896
유형성		1.203	.114	10.565	***	.838

표 4. 측정항목 신뢰도 분석

요인	신뢰계수	문항수	AVE ⁴⁾	개념간 상관계수
고객지향문화역량	0.855	4	0.61	↔지식공유 0.740
지식공유역량	0.885	4	0.67	↔접점직원 0.654
접점직원역량	0.879	4	0.65	↔고객지향 0.703
신뢰성	0.891	3	0.75	신뢰↔대응 0.618
				신뢰↔보장 0.621
대응성	0.844	3	0.65	신뢰↔공감 0.577
				신뢰↔유형 0.351
보장성	0.871	3	0.71	대응↔보장 0.611
				대응↔공감 0.562
공감성	0.866	3	0.68	대응↔유형 0.327
				보장↔공감 0.624
유형성	0.850	3	0.68	보장↔유형 0.269
				공감↔유형 0.262

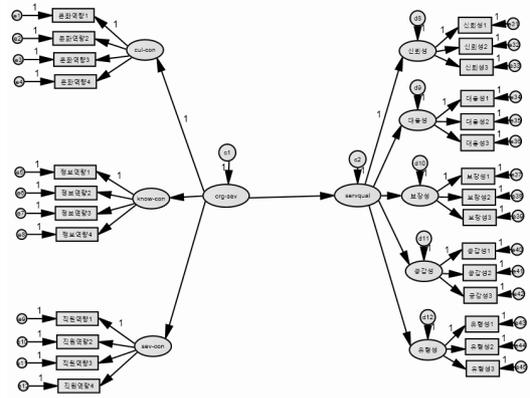


그림 2. 서비스역량과 서비스품질 요인의 영향관계 분석모형

이 있다⁵⁾. 구조방정식 모형은 그림 2와 같으며 분석결과는 다음과 같다.

그림 2의 모형은 $X^2=468.91(df=315)$ 가 얻어지며, ‘조직 서비스역량 → 서비스품질’ 경로의 비표준화 회귀계수는 0.711 (S.E.=.121, C.R.=5.855(>±2.56)), 표준화 회귀계수는 0.639로 유의적으로 나타나고 있다.⁶⁾

4.3.2 서비스역량 개별요인과 서비스품질과의 영향관계 분석

조직의 서비스역량의 구성요인인 고객지향문화역량, 지식공유역량, 접점지원역량이 서비스 품질(신뢰성, 대응성, 보장성, 공감성, 유형성)에 미치는 영향 관계를 구조방정식 모형

5) SPSS를 활용한 요인분석과 회귀분석을 사용해도 가설검증은 가능하나, SPSS 활용 방법은 요인분석시 2차 잠재요인을 찾기가 어려우며, 요인들간의 관련성을 밝히는 회귀분석을 각각 여러번 분석해야 하는 단점이 있음

6) 모형적합도는 RMR=0.42, GFI=0.823, IFI=0.952, CFI=0.952로 나타나 양호한 수준으로 나타났다.

4.3 가설 검증

4.3.1 조직의 서비스역량과 서비스품질의 영향관계 분석

조직의 서비스역량(고객지향문화역량, 지식공유역량, 접점지원역량)이 서비스 품질(신뢰성, 대응성, 보장성, 공감성, 유형성)에 미치는 영향 관계를 구조방정식 모형으로 분석하였다. 구조방정식 분석방법은 최근 사회과학 분야에서 많이 사용하고 있으며 요인분석과 회귀분석이 결합된 형태로 확인적 요인분석을 통해 1차 및 2차 잠재요인(Latent factor)을 발견하고 잠재요인들 간의 관계를 한 번에 측정할 수 있는 장점

4) 평균분산추출(Average Variance Extracted)은 개념에 대해 지표가 설명할 수 있는 분산의 크기를 나타냄.0.5 이상이면 집중타당도가 있는 것으로 해석함

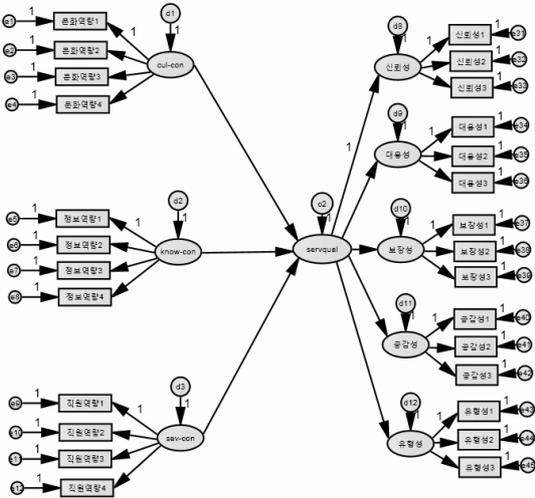


그림 3. 서비스역량 구성요인과 서비스품질 요인의 영향관계 분석모형

으로 분석한 결과를 살펴보면 아래와 같으며 구조방정식 모형은 그림 3과 같다.

모형을 실행하면 $X^2 = 669.83(df=316)$ 가 얻어지며, ‘고객지향문화역량 → 서비스품질’ 경로의 비표준화 회귀계수는 0.243 (S.E.=.069, C.R.=3.524(>±2.56)), 표준화 회귀계수 0.301, ‘지식공유역량 → 서비스품질’ 경로의 비표준화 회귀계수는 0.382 (S.E.=.079, C.R.= 4.851(>±2.56)), 표준화 회귀계수는 0.445로 유의적으로 나타나고 있다. 그러나 ‘점점직원역량 → 서비스품질’ 경로의 비표준화 회귀계수는 0.007 (S.E.=.066, C.R.= 0.106(<±1.96)), 표준화 회귀계수는 0.008로 나타나 유의하지 않은 것으로 나타났다⁷⁾. 즉, 독립변수인 고객지향문화역량과 지식공유역량은 서비스품질에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났으나, 점점직원역량은 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 볼 수 있다.

우선, 조직의 서비스역량 변수는 서비스품질에 유의한 영향관계를 보이고 있다. 그러나 조직의 서비스역량 변수의 구성요인은 고객지향문화역량과 지식공유역량은 유의한 영향관계를 보이고 있으나, 점점직원역량은 유의한 영향관계를 보이지 않고 있다. 따라서 가설1, 2, 3은 채택되었으나, 조직의 점점직원역량은 서비스품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설4는 기각되었다.

가설검증 결과를 살펴보면 조직의 서비스역량 중 고객지향문화역량과 지식공유역량은 조직적 차원에서 함양시켜야 할 역량이고 점점직원역량은 개인적 차원의 역량으로 볼 수 있다. 즉, 개인적 역량이 아무리 뛰어나도 조직 차원의 역량이 뒷받침 되지 않으면 서비스 품질을 증진시키는데 한계가 있음을 보여주고 있다. 공공서비스 조직에서는 조직 차원의

표 5. 가설검증 결과

가설	검증결과
가설 1. 공공서비스 조직의 서비스역량은 서비스 품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 2. 공공서비스 조직의 고객지향문화역량은 서비스 품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 3. 공공서비스 조직의 지식공유역량은 서비스 품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 4. 공공서비스 조직의 점점직원역량은 서비스 품질에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각

역량이 중요함을 알 수 있으며 조직의 서비스역량을 증진시키기 위해서는 조직 차원의 역량에 대한 고려가 먼저 있어야 함을 알 수 있다.

5. 결론

본 연구는 공공서비스 조직의 서비스역량이 어떻게 구성되어 있는지 구성요인을 밝히고 이러한 조직의 서비스역량과 서비스역량의 구성요인이 서비스품질에 미치는 영향을 실증적으로 검증하는 것이다. 특히, 공공부문에서 사용되지 않았던 서비스품질 평가를 위한 SERVQUAL 모형을 공공에 적용 가능한지를 검증하였다. 본 연구의 주요 분석결과와 시사점을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 각 변수별 확인적 요인분석 결과를 살펴보면, 공공서비스 조직의 서비스역량은 고객지향문화역량, 지식공유역량, 점점직원역량 요인으로 분류되었으며 요인 적재치와 신뢰성이 높은 수준으로 나타났다. 따라서 공공서비스 조직의 서비스역량은 고객지향문화역량, 지식공유역량, 점점직원역량을 구성요인으로 사용할 수 있음을 보여주고 있다. 둘째, 독립변수인 공공서비스 조직의 서비스역량은 구성요인 전체가 모였을 때 서비스품질 요인에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나고 있어 가설1을 지지하고 있다. 즉, 조직의 서비스역량은 고객지향 문화역량, 지식공유역량, 점점직원역량이 모여 시너지 효과를 발휘할 때 서비스 품질에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 조직 서비스역량의 하위 구성요인 각각이 서비스품질에 미치는 영향관계를 살펴보았을 때 고객지향 문화역량과 지식공유역량은 서비스품질에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 점점직원의 역량은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 고객지향문화역량과 지식공유역량은 조직 차원의 역량으로 볼 수 있으며, 점점직원역량은 개인 차원의 역량으로 볼 수 있다. 이는 앞의 선행 연구결과와는 대조적인 결과로 본 연구의 대상인 공공부문의 서비스를 위해서는 조직차원의 역량이 중요함을 알 수 있다. 따라서 점점직원의 개인역량이 뛰어나더라도 조직 차원의 역량이 뒷받침 되지 않으면 효과가 나타나지 않는다는 것을 의미한다.

7) 모형적합도는 RMR=0.54, GFI=0.801, IFI=0.890, CFI=0.889로 나타났다.

공공서비스 조직에서 고객지향 문화역량과 지식공유역량은 조직 차원의 서비스역량으로써 조직 차원에서 육성·발전시켜야 할 역량임을 증명하고 있다. 광원섭(1999)은 구성원이 조직에서 경험하는 문화적 가치는 고객이 구성원들로부터 경험하는 가치로 전이되기 때문에 조직문화는 서비스 수행에 영향을 미친다고 하였으며, 이러한 결과들을 토대로 할 때 공공서비스 조직에서 고객서비스 개선을 위한 근본적인 해결은 강한 조직문화의 구축을 통해서 가능하다 할 수 있겠다. 또한 지식공유역량은 조직의 역량을 강화하는 활동으로 전략적 중요성이 매우 크므로(Grant et al, 1995) 이를 효과적으로 육성시킬 방안을 강구해야 할 것이다. 조직에서 지식공유는 주로 대면접촉, e-mail(채팅), 인터넷 등을 통해 이루어진다. 그러나 이러한 지식공유 틀들은 지식전파의 범위가 좁고 영구적 저장이 어렵기 때문에 새로운 지식의 재창출이 어려워지므로(김재전 등, 2003), 조직 차원에서 시스템을 통한 해결이 필요하다.

본 연구는 서비스 이론에 근거하여 공공서비스 조직 중에서도 주거복지서비스 조직에 초점을 두고 공공조직의 서비스역량을 이론적으로 규명하였다는 데에 의의가 있으며, 조직 서비스역량의 구성요인들이 서비스품질에 미치는 영향관계를 실증적으로 검증하였다는 점에서 의의가 있다. 또한 공공서비스 조직에서 향후 어떠한 방향으로 서비스를 함양시켜야 할지에 대한 시사점을 제시한다는 것에 또 다른 의의가 있다. 공공서비스 측면에서 볼 때 주거복지서비스는 국민의 주거권과 주거생활 증진에 대한 노력을 기울여야 하기 때문에 여러 가지 복잡한 양상을 지니고 있다. 따라서 주거복지서비스는 우선 고객지향문화와 지식공유를 위한 조직적 측면의 서비스 증진에 대한 노력을 수행하고 이를 통해 점점직원들의 역량을 제고하는 것이 필요하다는 점을 시사하고 있다.

본 연구는 다음과 같은 면에서 한계를 갖는다. 첫째, 공공서비스에 대한 조사 대상을 주거복지서비스에 한정하여 조사하여 전체 공공서비스에 본 연구결과를 적용하기에는 한계가 있을 수 있다. 둘째, 조사대상 공공서비스 제공 기관은 공공기관 서비스만족도 평가 대상기관으로서 본 연구가 요구하는 서비스에 대한 개념이 어느 정도 형성되어 있는 기관이다. 그러나 이러한 고객만족도 평가가 없는 다른 공공기관들을 대상으로 조사를 하면 다른 결과가 나타날 수도 있을 것이다. 따라서 이러한 기관들에 대한 서비스역량과 서비스품질의 차이를 알아보는 연구도 의미가 있으리라 생각된다. 셋째, 본 연구의 서비스 측정 대상 조직이 공공 주거복지서비스 조직으로 서비스를 제공받는 고객은 일부를 제외하고는 주로 저소득층을 대상으로 하고 있다. 그러나 고객들의 유형이 다르고 여러 계층의 다른 고객을 대상으로 측정하게 된다면 서비스역량이나 고객들이 인지하는 서비스품질에 차이가 나타날 수도 있을 것으로 생각된다.

참고문헌

1. 광원섭(1999), “서비스 기업의 조직문화, 인적자원관리, 그리고 고객지향적 서비스 수행의 관계”, 『한국심리학회지: 산업및조직』, 12(2): 195~206.
2. 광원섭(2001), “고객접점 종업원에 대한 조직지원과 서비스수행의 관계”, 『한국심리학회지: 산업및조직』, 14(2): 95~114.
3. 김경규, 김범수, 송세정, 신호경(2005), “지식공유 의도와 지식관리시스템의 사용”, 『경영정보학연구』, 15(3): 65~90.
4. 김경한(2002), 『서비스 품질혁신 로드맵』, 아이앤아이컨설팅.
5. 김재전, 유일, 공희경(2003), “지식공유 영향요인이 지식관리시스템 성과에 미치는 영향”, 『한국정보전략학회지』, 6(2).
6. 김종림, 박근석, 한수진(2005), 『국민임대주택의 관리 효율화 방안 연구』, 주택도시연구원.
7. 라준영, 이승규(2008), “공공부문의 서비스품질과 고객만족: 과정품질, 결과품질, 고객만족의 인과모형 분석”, 『서비스경영학회지』, 9(1): 181~205.
8. 박근석, 박은규, 김환준(2010), 『보증자리 임대주택의 효율적 관리 방안 연구』, 토지주택연구원.
9. 서문식, 조상리(2006), “서비스접점에서 발생한 부정적 감정이 고객의 관계단절행동에 미치는 영향”, 『마케팅관리연구』, 11(2): 55~80.
10. 서창작, 황혜미(2008), “서비스 점점직원의 역량이 노동생산성 및 서비스품질에 미치는 영향”, 『경영학회 하계통합학술대회』.
11. 송건섭, 이근수, 윤종갑(2005), 『공공서비스 성과평가와 측정』, 대명.
12. 안병철, 김정렬, 이도형(2009), “공공서비스의 역사적 변천과 특성”, 『한국거버넌스학회지』, 16(2): 287~317.
13. 유필화, 권혁중(1996), “기업의 내부고객에 대한 세분화 전략과 제품정책의 결정에 관한 연구”, 『경영학연구』, 25(2).
14. 유필화, 신재준(2002), 『기업문화가 회사를 말한다』, 한인.
15. 이승한, 유성호, 김영걸, “지식관리시스템을 활용한 지식공유행위에 영향을 미치는 요인에 관한 연구”, 『지식경영연구』, 제3권 제1호 2002.
16. 이용기(2001), “고객접점 종업원의 친사회적 행위에 대한 고객 지각이 종업원 서비스품질 평가, 고객만족과 고객의 자발적 행위에 미치는 영향”, 『마케팅연구』, 16(3).
17. 이정호, 김영걸, 김민용(2006), “지식활동이 조직성과에 미치는 영향에 관한 연구: 지식창출 활동과 지식공유 활동을 중심으로”, 『지식경영연구』, 7(1).
18. 이형석(2005), “서비스접점 종업원에 대한 보상과 권한위임이 서비스품질 인식에 미치는 영향에 관한 연구”, 『서비스경영학회지』, 6(2): 215~240.
19. 이흥재, 차용진(2006), “지식공유와 업무성과에 관한 실증연구”, 『한국행정논집』, 18(2): 515~538.
20. 최동궁, 추순진(2000), “서비스접점에서의 고객반응: 문헌고찰 및 미래 연구방향”, 『마케팅관리연구』, 5(3): 29~53.
21. 서비스경영연구회(역)(2004), 『서비스경영』, 한경사 (Fitzsimons, J. A. and M. J. Fitzsimons (2000), *Service Management*, 3rd ed., McGraw-Hill).
22. Alavi, M. and D. E. Leidner (2002), “Studying Knowledge Management in Information System Research: Discourses and

- Theoretical Assumptions”, *MIS Quarterly*, 26(3), Sep.
23. Dabholkar, P. A., C. D. Shepherd, and D. I. Thorpe, (2000), “A Comprehensive framework for service quality: an investigation of critical conceptual and measurement issues through a longitudinal study”, *International Journal of Retailing*, 76(2): 139~173.
 24. Davenport, H. T. and L. Prusak (1998), *Working Knowledge; How Organizations Manage What They Know*, Harvard Business Press.
 25. Davis, S. M. (1984), *Managing Corporate Culture*, Ballinger Pub. Co.
 26. Grant, W. A. and L. A. Schlesinger (1995), “Realize Your Customer’s Full Profit Potential”, *Harvard Business Review*, Sep.-Oct., pp. 59~72.
 27. Goodale, J. C., M. Koerner, and J. Roney (1997), “Analyzing the impact of service provider empowerment on perceptions of service quality inside an organization”, *Journal of Quality Management*, 12(2).
 28. Hensen, M. T. (1999), “The Search - Transfer Problem: The Role of Weak Ties in Sharing Knowledge across Organization Subunits”, *Administrative Science Quarterly*, 44(1).
 29. Kought, B. and U. Zander (1992)., “Knowledge of the Firm, Combinative Capabilities and the Replication of Technology”, *Organization Science*, 3(3).
 30. Myers, P. S. (1996), *Knowledge Management and Organizational Design*, Boston: Butterworth-Heinemann.
 31. Nelson, K. M., and J. G. Coopriider (1996), “The Contribution of Shared Knowledge to IS Group Performance”, *MIS Quarterly*, 20(4).
 32. Nonaka, I. and H. Takeuchi (1995), *The Knowledge Creating Company*, Oxford University Press.
 33. Norman, R. (1984), *Service Management*, John Wiley & Sons, New York.
 34. Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, and L. L. Berry (1985), “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”, *Journal of Marketing*, 49(Fall 1985): 41~50.
 35. Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, and L. L. Berry (1988), “SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality”, *Journal of Retailing*. 64(1): 12~40.
 36. Peters, T. J. and A. A. Jr. Waterman (1982), *In Search of Excellence*, Addison-Wesley.
 37. Pfeffer, J. and Sutton, R. I. (1999), “Knowing to do is not Enough: Turning Knowledge into Action”, *California Management Review*, 42 (Issue 1).
 38. Schneider, B. and David E. Bowen (1985), “Employee and customer perceptions of service in banks: Replication and extension”, *Journal of Applied Psychology*, 7(3): 423~433.
 39. Sparrow, P. (1996), “Too good to be true”, *People Management*, 2(24): 22~27.