



ISSN: 2288-7709 © 2023 KODISA
 JEMM website: <https://acom.s.kisti.re.kr/jemm>
 doi: <http://dx.doi.org/10.20482/jemm.2023.11.3.11>

The Effect of Perceived Value of Education Training for Small and Medium Sized Enterprise (SME) Cooperatives on Job Performance*

Byoung-Jo HWANG¹, Chang-ki HONG²

Received: May 16, 2023. Revised: May 16, 2023. Accepted: June 05, 2023.

Abstract

Purpose: This study empirically studied the effects of the perceived value of education and training on SME cooperative on job performance. **Research design, data and methodology:** From November 7 to 9, 2022, a survey was conducted targeting members and executives of SME cooperatives in their 20s and 60s across the country, and a total of 217 people were used for the final analysis. Verification of the research model was performed using SPSS & AMOS. Frequency analysis was conducted to examine the sample characteristics. **Results:** First, perceived value (functional value, service performance value, emotional value, convenience value) did not have a significant effect on organizational commitment. Second, perceived value (functional value, service performance value, emotional value, convenience value) were found to have a significant positive (+) effect on job satisfaction. Third, job satisfaction was found to have a significant positive (+) effect on organizational commitment. Fourth, organizational commitment was found to have a significant positive (+) effect on job performance. Fifth, job satisfaction was found to have a significant positive (+) effect on job performance. **Conclusions:** These results suggest that the perceived value of SME cooperative education and training can affect organizational commitment and job performance through job satisfaction, so it is necessary to strengthen online education and training to meet the emotional response of training subjects along.

Keywords : SME Cooperative, Perceived Value, Organizational Commitment, Job Satisfaction, Job Performance

JEL Classification Code : L30, L89, M53

1. Introduction

중소기업협동조합은 중소기업자가 서로 힘을 합하여 협동사업을 추진하는 협동 조직으로 중소기업협동조합법에 따라 설립된다(Lee & Seo, 2023).

중소벤처기업부(2022)는 동 법을 근거로 '제 3 차(2022~2024) 중소기업협동조합 활성화 3 개년 계획'을 수립 및 발표하였다.

이에 따르면, 디지털 전환, 탄소중립, 공급망 재편 등 경영환경 변혁 속에서 중소기업의 '미래대응' 역량이 생존 및 도약과 직결된다. 개별 중소기업은 '위기를 기회로 전환'하는데 혁신역량 취약, 구조적 인프라 열세, 네트워크 조성 제약 등 내재적 한계에 노출되어 있어, 부족한 역량을 채우면서 함께 성장하는 협업 네트워크 결성이 선제적 대응을 위해 필요하다.

* This thesis is a study conducted with the support of KBIZ's '2022 SME Cooperative Academic and Policy Research Contest'.

1 First Author. Ph. D. Student, Cooperative Course for Urban, Real Estate and Commercial Science, Sejong University, South Korea, Email: aseed@naver.com

2 Co-Author. Master's student, Department of Distribution Industry, Graduate School of Industry, Sejong University, South Korea, ysenna@naver.com

© Copyright: The Author(s)

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>) which permits unrestricted noncommercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

중소기업협동조합은 “중소기업의 경제적 지위 향상”과 “국민경제 균형발전 실현”을 위한 대안모델로 주목받고 있으며, 이는 중소기업협동조합의 조직화된 네트워크 및 플랫폼이라는 특성과 중소기업 정책집행의 효율성을 제고하는 정책 경로이며 사회적 자본 주제로써 그 역할이 충분히 가능하기 때문이다.

이에 따라, 중소벤처기업부는 중소기업협동조합을 ‘비즈니스 주체’이자 산업과 업종 경쟁력 향상을 위한 사회적 자본으로 인식하고, 이를 육성 및 활성화하는 방향으로 ‘중소기업협동조합 활성화 추진계획’을 마련하였다. 구체적인 추진전략은 다음과 같다. 첫 번째, 시장경쟁력을 강화한다. 혁신형 공동사업 신설과 강화, 원부자재 공동구매의 확대, 상생협력을 통한 민간 판로개척, 협업 가치사슬 확충에 집중한다. 두 번째, 협업 인프라 확충을 위하여 공동사업지원자금을 설치 및 확대, 조합 전문인력의 교육과 홍보 강화, 정부 및 지자체의 정책지원 기반구축, 공동사업 원스톱 지원체계의 마련을 추진한다. 세 번째, 신 산업 유입을 위한 제도개선으로 조합 설립규제 완화와 조합활성화에 필요한 법령 정비를 추진한다. 네 번째, 환경변화 대응력 제고를 위하여 효율적 탄소중립 대응을 지원하고 중소기업에 ESG 를 전파하며 스마트공장 확산 등에 노력한다.

이러한 정부정책에 발맞춰 중소기업협동조합의 경쟁력 제고를 위한 자구노력이 필요하다. 특히, 정부는 중소기업 협업 활성화 지원을 신설하여 공공구매 중심의 공동사업을 넘어 공동생산, 공동물류, 공동마케팅, 공동판매 등 가치사슬 전반의 공동사업 활성화를 시범 운영하며 협동조합 R&D 이후에는 특허권 등 제반권리를 조합원사와 공동 사용하는 ‘성과공유형 공동 R&D’를 2022년부터 새롭게 추진하고 있어 중소기업협동조합은 조합원과 임직원 등 이해관계자를 대상으로 업무역량 제고를 위한 교육훈련을 강화해야 한다.

정부는 2021년 4월, 중소기업협동조합의 중소기업 지위 인정 이후 기업부설연구소와 연구개발전담부서 인정 조합을 2022년 15개에서 2024년까지 30개로 확대할 계획인데 이를 위한 인적, 물적 및 제도적 인프라 개선이 수반되지 않는다면 그 목표를 달성하는 것은 어렵다.

물적 및 제도적 인프라 개선의 경우에는 대외 협력을 통해 가시적 성과를 달성하는 것이 어렵지 않은 반면에 인적 인프라 확충의 경우에는 조합원과 임직원을 새로운 공동사업 추진과 중소기업간 협업추진에 필요한 역량을 갖춘 인재로 육성하는 교육훈련 등 준비과정이 선행되어야 그 성과를 달성할 수 있다.

본 연구는 이와 같은 정부의 중소기업협동조합 정책동향과 사회적 가치창출을 요구하는 사회변화 등을 바탕으로 강조되고 있는 중소기업협동조합 교육훈련과 관련하여 조합원 및 임직원을 대상으로 보다 다양한 교육훈련이 전개될 상황임을 고려하여

직무성과에 영향을 미치는 다양한 요인들과의 관계를 살펴보는 것을 목적으로 하였다.

현재, 중소기업협동조합 교육훈련과 관련하여 이를 전반적으로 다룬 선행연구는 매우 부족한 현실로 Park et al. (2021)이 유일하다. 향후 중소기업협동조합 조합원과 임직원을 대상으로 교육훈련이 계속해서 증가되면 조합원과 임직원의 참여 기준과 인식 수준도 달라질 것이기 때문에 해당 교육훈련 대상자에 초점을 맞춰 직무성과에 영향을 미치는 요인을 지속적으로 파악할 필요가 있다. 본 연구는 이를 위한 첫 시도로 의미가 있다.

본 연구에서는 이론적 배경을 바탕으로 중소기업협동조합 교육훈련에 대한 조합원과 임직원의 지각된 가치와 조직몰입, 직무만족과의 관계를 연구하고 조직몰입과 직무만족이 직무성과에 미치는 영향을 포괄적으로 파악하고자 하였다. 정부와 중소기업중앙회는 중소기업협동조합 교육훈련의 체계를 개편하여 온라인교육을 강화하고 조합원사까지 교육훈련 대상을 확대할 계획이므로 이러한 교육훈련 강화가 직무성과에 미치는 영향을 파악하는 것은 매우 중요하다.

본 연구결과를 토대로 교육훈련 강화에 따른 중소기업협동조합 직무성과에 대한 보다 체계적이고 현실성 있는 지원체계가 마련되도록 유용한 실무적 시사점을 제공하고자 노력하였다.

2. Theoretical Background

2.1. Perceived Value

가치는 인간 행동에 영향을 미친다는 측면에서 의견, 신념, 태도, 흥미 등 보다 포괄적 개념으로 정의되며, 동일한 행동을 평가하면서도 다른 관점에서 평가할 수 있는 근본적이고 광범위한 개념이다(Pizam & Calantone, 1987).

선행연구에서 가치는 고객이 지각하는 상품이나 서비스의 가치를 품질과 가격의 맞교환 형태로 개념화하여 ‘금전적 가치’만을 고려하였다(Bolton & Drew, 1991). Zeithaml (1988)은 가치는 낮은 가격이며, 지불 가격으로 내가 얻는 것 또는 품질이라고 정의하였으며, Holbrook and Corfman (1985)은 지각된 가치가 상호적이며 상대주의적 선호 경험으로, ‘어떤 대상과 상호작용을 통한 개인적인 경험’이라고 하였다. 다만, 고객이 지각하는 제품 또는 서비스의 궁극적 가치는 하나의 기준만으로 종합적으로 측정할 수 없으며, 다양한 가치를 고려해야 한다(Ho et al., 2011, Kim & Jeong, 2022).

따라서, 본 연구에서는 기능적 가치, 서비스성과 가치, 정서적 가치, 편의적 가치를 4개의 다각적 가치 속성으로 도입하여 지각된 가치를 연구하고자 한다. COVID-19 이후, 온라인

인과 오프라인 등 다채널 환경 속에서 중소기업협동조합 임직원 등에게 교육훈련과 관련하여 정부 및 중소기업중앙회가 다각적 가치를 제공할 계획이므로, 폭넓은 관점의 가치를 다양하게 확인하는 방법이 본 연구에서 적합하다고 판단했다.

Sheth et al. (1991)의 소비가치이론(Theory of Consumption Values)에 따르면 소비가치는 감정적 가치, 기능적 가치, 사회적 가치, 인식적 가치, 조건적 가치의 다섯 가지 소비가치로 구성되어진다(Awuni, & Du, 2016). 그 중 기능적 가치는 제품과 서비스에 대해 소비를 촉진하게 하는 호기심과 관련된 가치이다(Lee, 2020; Sheth et al., 1991). 즉, 소비자가 구매한 제품의 성능과 서비스 품질이 예상한 것과 동일하거나 그 이상이라고 생각될 경우 소비자는 구매행동에 대해서 만족을 느끼게 되며, 합리적이고 경제적인 소비가 될 거라 생각하여 기능적 가치가 높게 나타난다. 본 연구에서 기능적 가치는 교육훈련이 업무와 생활에 미치는 긍정적 영향의 정도를 의미한다.

Mittal and Sheth (2001)에 따르면 서비스와 관련하여 특정 서비스 속성은 고객에게 우수한 성과 가치를 제공하는데 중요하므로, 이에 따라 서비스성과 가치는 고품질과 혁신적인 서비스를 제공하는 것으로 개념화되었다(Barrutia & Gilsantz, 2013; O'Cass & Carlson, 2012). 본 연구에서 서비스성과 가치는 교육훈련이 기대에 상응하고 혁신적이며 고품질의 서비스를 제공하는 정도를 의미한다.

그리고, Russell and Mehrabian (1976)는 정서적 반응을 즐거움과 각성(arousal)으로 구분하였는데, 고객은 구매 또는 소비하는 품목을 기능적인 의미로 인지할 뿐만 아니라 즐거움과 각성이라는 경험을 함께하기 때문에 이와 관련한 정서적 반응을 검증할 필요가 있다. 따본 연구에서 정서적 가치는 교육훈련을 통해 생성된 정서적 반응(즐거움, 활력소, 재미)로 임직원 등이 받은 정서적 혜택으로 개념화하였다.

한편, 편리함은 시간 및 노력과 같은 비금전적인 비용을 감소시켜주는 중요한 요인으로 여겨져 왔다(Kotler & Zaltman, 1971). Berry et al. (2002)은 서비스 편의성은 구매 여부를 결정하는 순간부터 구매 후의 사후서비스를 이용하는 데까지 전반적 서비스 절차에서 발생하는 시간 및 노력에 관련된 비금전적 비용을 줄여주는 것으로 정의하였다. 본 연구에서 편의적 가치는 교육훈련과 관련하여 질의응답, 교육절차, 교육 등록 등의 사후 서비스에 대한 인식정도를 의미한다.

2.2. Organizational Commitment

Allen and Meyer(1990)는 조직몰입에 대해 조직구성원 자

신의 속해 있는 조직에 대한 일체감을 가지고 몰입하는 정도 정의하고, 조직의 가치와 목표를 수용하며 개인의 가치 및 목표가 유사하다고 믿는 정도이다. 그리고 이는 조직과 자신을 동일시하며 조직 일원으로 계속해서 남아있으려는 태도라고 하였다.

McCull-Kennedy and Anderson(2005)는 연구에서 직무 및 개인 특성이 조직몰입과 중요한 상관관계에 있다고 주장하였다. 급여나 승진과 같은 외재적인 보상보다 기술다양성, 피드백, 감독과 동료 등 내재적 보상이 조직몰입과 관련성이 높다는 것이다. Mowday et al. (1982)는 조직몰입을 조직 목표 및 가치에 대한 신뢰와 애착, 그리고 조직을 위해 충성할 수 있는 의지로 설명하고, 조직을 이해하는 구성원으로 계속해서 남아있으려고 하는 강한 욕구라 하였다. Angle and Perry (1981)는 조직몰입을 조직의 구성원으로서 혁신적이고 자발적인 역할을 수행하기 위한 행위이며, 구성원이 조직에 남아있고자 하는 의사 및 자부심이라고 하였다.

Steers (1977)는 조직몰입이 직무만족보다 이직의 성향을 매우 정확하게 예측하며 몰입이 높은 조직의 구성원은 그렇지 않은 조직의 구성원보다 성과가 높게 나타난다고 규명하였다.

2.3. Job Satisfaction

직무란 조직 구성원이 조직성과에 기여하는 방법을 의미하는 것으로 구성원에 의해 수행되는 중요하거나 의미 있는 업무로 정의되며(Kiyak et al., 1997), 직무만족(job satisfaction)은 현재 자신이 하고 있는 직업으로써의 일이나 직무에 만족하는 정도를 의미하는데, 구성원이 직무를 대하는 전반적 태도에서 보여지는 정서적 반응으로 주관적인 개념이라고 할 수 있다. 직무를 통해 종사자는 경제생활을 하고 삶의 질에 영향을 주기 때문에 직무만족은 삶을 살아가는데 있어 개인에게 중요한 영향을 미치는 요인이다(Lee, 2020).

직무만족은 종사원 개인의 가치 기준과 직무환경이 상호작용하여 생기는 것으로 직무를 통해 얻어지는 욕구 만족의 정도에 대한 개인적인 평가 또는 직무와 그에 대한 결과로 인해 느껴지는 유쾌하고 긍정적인 정서인데(Locke, 1976), 개인에 따라 직무만족의 정도가 다를 뿐만 아니라 각 개인의 가치체계에 따라 다른 형태를 나타낸다(Reitz, 1981; Tiffin & McCormick, 1965). 오늘날의 기업들은 내부 구성원들의 직무에 대한 만족을 장기적인 핵심과제로 정하고 이를 위한 새로운 조직문화 도입에 고심하고 있다(Watson, 2008).

높은 직무 만족은 조직의 성과와 개인의 가치 실현에 도움

을 주며, 기업의 매출 증가와 수익 창출에 근본적인 영향을 미치게 된다(Eum & Eu, 2020). 이처럼, 직무만족은 정신적 또는 신체적 건강에 대한 개인적 측면에서의 삶의 질과 행복에 중요한 요소가 되며 조직의 성과 및 조직에 대한 소속감 등의 조직적 측면에서도 그 중요성을 갖는다(Seo & Kim, 2022).

직무만족 구성요인은 전통적으로 임금, 승진, 직장동료, 근무시간, 복지 등으로 구성된 다차원적 영역을 포함하지만 한편 순수하게 직무 자체에 대한 전반적인 만족감과 직무수행으로 인한 기쁨과 보람, 직무를 통한 성취감 등의 측정항목을 이용하여 단일차원으로 측정된 연구가 있다(Cheon & Lee, 2012).

2.4. Job Performance

직무성과(job performance)는 동일 조직 내에서 개인 또는 구성집단이 달성한 질적, 양적 결과물을 의미하며(Schermerhorn, 1989; Um, 2019), 조직의 구성원이 자신이 맡은 직무와 관련한 목표를 달성하기 위해 노력한 결과(Miller, 1990)로써 직무 달성의 정도를 파악할 수 있고 일반적으로 제조기업의 생산성과 그 의미가 동일한 개념(Pincus, 1986)으로 사용되고 있으며, 조직의 구성원들이 이루고자 하는 직무수행의 바람직한 상태, 구성원 자신이 실현하고자 하는 목표 달성의 정도를 말한다(Lee et al., 2021; Tett & Meyer, 1993).

또한 직무성과는 조직 목표 달성을 위해 실행되는 모든 활동으로 개인의 능력과 특성, 조직 내 역할 등을 객관적으로 측정할 수 있는 직무 수행의 결과(Park et al., 2012)이므로, 조직관리의 유효성을 나타내는 지표로 이용할 수 있다(Lee, 2015; Tett & Meyer, 1993).

직무성과는 개인과 집단의 조직효과성을 판단하는 기준이 되며, 조직이 달성하고자 하는 목표의 결과로서 조직 목표에 관한 효율성의 차원을 포함하는 개념이다(Packard, 1989). 따라서 직무성과의 측정에 관한 연구에 있어 직무만족, 조직몰입, 조직시민행동 등의 변수들이 측정 기준으로 활용된다.

직무성과의 측정에서 있어 재무적 성과는 생산성, 수익성, 성장률 등 계량적 분석이 가능하여 신뢰성이 높지만, 종사원의 심리적인 조직몰입도나 성과, 애착도 등 질적 측면을 측정하기에는 어렵다는 단점이 있고, 비재무적 성과는 재무적 지표로 측정 곤란한 경우에 제한적으로 사용되고 있는데, 단기적 성과의 평가에는 부적합하며 구성원들의 직무만족, 조직몰입, 개별능력, 사기 등과 같은 용어로 다양하게 사용되기에 측정이 쉽지 않음에도 불구하고, 조직을 기준으로 종합적이며 포괄적인 조직성과의 설명이 가능하다고 알려져 있다

(Bucklin & Sengupta, 1993). 선행연구에서 직무성과를 높이기 위해서는 직무만족이 선행이 되어야 하며 직무만족과 직무성과가 높을수록 이직이 낮아진다는 결과를 제시하며 직무만족의 중요성을 강조한 바 있다(Koo & Lee, 2014).

3. Research Methods and Hypotheses Setting

3.1. Research Model

본 연구에서는 중소기업협동조합 교육훈련에 대한 조합원과 임직원의 지각된 가치가 조직몰입, 직무만족 및 직무성과에 미치는 구조적인 영향관계를 파악하고자 하였고, 이들 관계를 실증적으로 분석하고자 하였다. 선행연구를 토대로 하여 중소기업협동조합 교육훈련에 대한 연구에 부합하도록 각 변수의 개념을 정의하였다(Baek, 2023; Cho, 2018; Ha, 2002; Jeon, 2022; Joo, 2007; Jun et al., 2022; Jung et al., 2018; Jung et al., 2020; Kim, 2009; Kim, 2017; Kim & Im, 2019; Lee & Kim, 2012; Seo & Kim, 2022). 중소기업협동조합 교육훈련의 지각된 가치에 세부 요인은 기능적 가치, 서비스성과 가치, 정서적 가치, 편의적 가치의 4개 구성개념으로 최종 정의하였고, 이러한 중소기업협동조합 교육훈련의 지각된 가치가 조직몰입, 직무만족, 직무성과에 어떠한 영향을 미치는지를 알아보고자 연구모형을 설계하였다(see Figure 1).

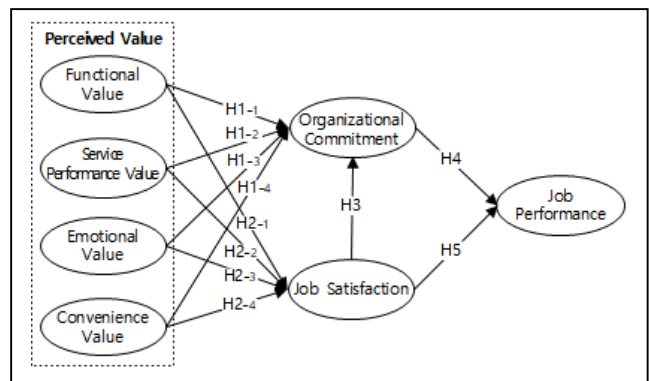


Figure 1: Research Model

3.2. Hypotheses Setting

중소기업협동조합 교육훈련과 관련하여 기능적 가치, 서비스성과 가치, 정서적 가치, 편의적 가치를 구성요인으로 설정하였다. 그리고 중소기업협동조합 교육훈련이 강화되고 있는 현재 시점의 상황을 고려하여 지각된 가치의 구성요인들과 조직몰입과의 관계를 살펴보았다. Quinn and Spreitzer (1991)

에 따르면 조직몰입은 사회학, 산업심리학 등에서 폭넓게 연구되고 있으며, 본 연구에서 설정한 가설은 다음과 같다.

H1 : 지각된 가치는 조직몰입에 대해 유의한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

H1-1 : 기능적 가치는 조직몰입에 대해 유의한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

H1-2 : 서비스성과 가치는 조직몰입에 대해 유의한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

H1-3 : 정서적 가치는 조직몰입에 대해 유의한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

H1-4 : 편의적 가치는 조직몰입에 대해 유의한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

직무만족은 구성원이 자신의 업무에 대해 만족하는 정도 또는 긍정적 감정의 태도로 선행연구(Jung et al., 2020)를 바탕으로 본 연구에서는 중소기업협동조합 교육훈련의 지각된 가치가 직무만족에 미치는 영향을 제시하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H2 : 지각된 가치는 직무만족에 대해 유의한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

H2-1 : 기능적 가치는 직무만족에 대해 유의한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

H2-2 : 서비스성과 가치는 직무만족에 대해 유의한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

H2-3 : 정서적 가치는 직무만족에 대해 유의한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

H2-4 : 편의적 가치는 직무만족에 대해 유의한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

한편, 선행연구(Jun et al., 2022; Jung et al., 2020)에 따르면 직무만족은 조직몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되어 본 연구에서는 중소기업협동조합 교육훈련과 관련한 직무만족이 조직몰입에 영향을 미치는지 살펴보았다. 이에 따라 설정된 본 연구의 가설은 다음과 같다.

H3 : 직무만족은 조직몰입에 대해 유의한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

선행연구에 따르면, 조직몰입은 직무성과, 결근율, 조직시민행동 등과 유의한 정(+)¹의 관계를 보이고 이직에는 영향을

주지 않는다고 하였다(Meyer & Allen, 1991). 또한 선행연구에서는 조직몰입이 직무성과, 결근율 등과 높은 수준의 상관관계가 있다는 연구 결과를 내놓았다(Cohen, 1991). 이와 같은 선행연구(Lee & Song, 2022)를 바탕으로 중소기업협동조합 교육훈련을 통한 조직몰입이 직무성과에 영향을 미치는지 살펴보았다. 이에 따라 다음과 같은 연구 가설을 설정하였다.

H4 : 조직몰입은 직무성과에 대해 유의한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

일반기업의 경쟁력 강화 요인은 내부 핵심역량(지식, 정보, 기술, 인사 등) 강화와 시장 경쟁력(브랜드 이미지, 가격, 고객관리 등) 강화로 분류할 수 있으며, 서비스 기업은 종사원의 긍정적 직무만족을 통하여 모든 경쟁력 요소들을 강화시킬 수 있다(Baek, 2023; Jeon, 2022; Kim & Jung, 2018; Seo & Kim, 2022). 따라서, 중소기업협동조합 교육훈련을 통한 직무만족이 직무성과에 영향을 미치는지를 살펴보았으며, 설정한 가설은 다음과 같다.

H5 : 직무만족은 직무성과에 대해 유의한 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

3.3. Measurement Variable

본 연구에서는 중소기업협동조합 교육훈련의 지각된 가치로 4개 구성요인과 조직몰입, 직무만족, 직무성과를 포함하여 전체 7개의 다항목 측정개념을 설정하여 사용하였다. 본 연구의 측정도구는 총 21개 설문 문항으로 구성하였으며, 문항의 척도는 리커트 5점 척도를 사용하였다. 그 밖에 중소기업협동조합 운영실태와 응답자의 기본적 사항을 총 18개 설문 문항으로 구성하여 총 39개 설문을 준비했다.

중소기업협동조합 교육훈련에 대한 구성요인은 기능적 가치, 서비스성과 가치, 정서적 가치, 편의적 가치로 구분하였다. 설문문항은 선행연구에서 개발하여 사용한 개념들을 토대로 4개 구성요인에 각 3개씩 총 12개의 항목으로 구성하였다. 기능적 가치는 교육훈련이 업무에 영향을 준다, 교육훈련이 생활에 영향을 준다, 교육훈련이 업무와 생활에 영향을 준다는 3개 항목으로 구성했다. 서비스성과 가치는 교육훈련은 고품질의 서비스를 제공한다, 교육훈련은 혁신적인 서비스를 제공한다, 교육훈련은 기대에 상응하는 서비스를 제공한다는 3개 항목으로 구성했다. 정서적 가치는 교육훈련을 통한 정보수집에 재미를 느낀다, 교육훈련을 받으면 즐겁다,

교육훈련의 경험은 생활의 활력소가 된다는 3개 항목으로 편의적 가치는 교육훈련은 교육등록이 수월하다, 교육훈련은 교육절차가 수월하다, 교육훈련은 Q&A 등 서비스 처리가 원활하다는 3개 항목으로 각각 구성했다.

그리고 조직몰입은 나는 조직에서 일하는 것에 커다란 보람을 느낀다, 이 조직은 내가 정열을 다해 열심히 일할 가치가 있다, 조직에 대해 개인적인 큰 의미를 갖고 있다는 3개 항목으로 구성하였으며 직무만족은 나는 현재 수행하고 있는 직무(일)에 만족한다, 교육훈련을 통해 나는 즐겁게 일하는 편이다, 내 직무와 일에 대해 자부심을 갖고 있다는 3개의 항목으로 구성하였다.

한편, 직무성과는 교육훈련으로 전반적인 우리 조합의 경쟁력이 높아졌다고 생각한다, 교육훈련으로 성과목표에 대한 달성도가 향상되었다고 생각한다, 교육훈련으로 우리 조합의 대내외 이미지가 향상되었다고 생각한다는 3개 항목으로 구성했다. 본 연구의 각 항목에 대해서는 '1=전혀 아니다', '5=매우 그렇다'의 5점 척도로 측정하였다.

3.4. Data Collection and Analysis Method

본 연구는 중소기업협동조합 교육훈련의 지각된 가치의 구성요인들이 조합원과 임직원의 조직몰입, 직무만족과 직무성과에 미치는 영향을 검증하기 위하여 2022년 11월 7일부터 9일까지 전국 20~60대(단, 65세 미만) 중소기업협동조합 조합원 및 임직원을 대상으로 설문조사를 실시하였고, 총 217명을 최종분석에 사용하였다. 그리고 수집된 표본 데이터는 SPSS와 AMOS 통계프로그램으로 실증분석을 실시하였다.

조사된 표본은 인구 통계적 특성 등을 살펴보고자 빈도분석을 실시하였다. 그리고 설문문항들의 타당성과 내적일관성을 확인하기 위하여 신뢰도 분석과 탐색적 요인분석, 확인적 요인분석을 실시했다. 구성 개념간의 타당성을 판단하기 위해 판별타당성분석을 실시하였으며, 연구가설과 모형 적합도를 검증하기 위하여 구조방정식모형으로 분석을 실시하였다.

4. Empirical Analysis Results

4.1. Socio-demographic Characteristics

본 연구의 217명 설문 응답자 중에서 남성이 94명(43.3%), 여성이 123명(56.7%)이었으며, 연령대는 30대가 90명(41.5%)으로 가장 많았으며 40대는 60명(27.6%), 20대는 34명(15.7%), 50대는 28명(12.9%), 60대는 5명(2.3%) 순으로 분포를 보였다.

다만, 60대는 관련법률 근거를 바탕으로 만 60세부터 64세만을 대상으로 구분하였다(see Table 1).

Table 1: Socio-demographic Characteristics

Dependent	Category	Frequency	Percent
Gender	Male	94	43.3
	Female	123	56.7
Education level	High school	17	7.8
	University graduation	171	78.8
	Master's degree	29	13.4
Age	20's	34	15.7
	30's	90	41.5
	40's	60	27.6
	50's	28	12.9
	60's	5	2.3
Number of families	1	33	15.2
	2~3	95	43.8
	More than 4	89	41.1
Average Monthly Household Income	Less than 5 million won	77	35.5
	5 million to less than 8 million won	87	40.1
	8 million to less than 10 million won	26	12.0
	More than 10 million won	27	12.4
Education Training	Offline	18	8.3
	Online	57	26.3
	Offline + Online	31	14.3
	No experience	111	51.2

4.2. Reliability and Validity Analysis

가설 검증에 선행하여 신뢰성과 타당성을 확인하였다. 측정 항목에 대한 내적일관성이 확보되었는지 확인하기 위하여 측정항목 간의 신뢰도에 있어서 Cronbach's Alpha 계수를 검증하였고, 확인적 요인분석을 통해 측정개념 간의 타당성이 확보되었는지를 확인하였다(see Table 2).

Table 2를 보면, 측정된 7개 항목의 Cronbach's Alpha 값은 모두 0.7 이상을 보여주기 때문에 내적일관성이 확보된 것으로 판단할 수 있다. 측정 항목들의 단일 차원 검증을 위한 확인적 요인분석(CFA)의 결과를 보면, $\chi^2=246.657$, $df=168$, $CMIN/DF=1.468$, $RMR=0.039$, $RMSEA=0.047$, $GFI=0.900$,

AGFI=0.863, NFI=0.932, CFI=0.977로 나타났다.

CMIN/DF값은 자유도 증감에 따른 χ^2 에 변화를 보여주는데 3보다 작으면 전반적인 적합도를 만족하며, 그 외 적합도 지수들도 전반적인 측정 결과들이 기준들을 수용할 수 있는 것으로 나타나 설정한 요인들에 의하여 수립된 이론적 모형의 전반적인 적합도는 양호하다고 볼 수 있다.

또한 본 연구의 측정 척도들이 개념들에 대해 대표성을 갖

는지 평가하는데, 구성개념들에 대한 신뢰계수(CCR; composite construct reliability) 및 평균분산추출(AVE; average variance extracted)값을 산출하여 확인하였다. Table 2에서 신뢰계수(CCR)는 가장 낮은 값이 0.829, 평균분산추출(AVE)값은 가장 낮은 값이 0.618로, 이는 선행연구에서 제시된 기준(CCR 0.6이상, AVE 0.5이상)값을 충족하는 것이다(Bagozzi & Yi, 1988).

Table 2: Reliability Test and Confirmatory Factor Analysis Results

Variables	Items	Std. loading	S.E.	t-value (C.R)	AVE	CCR	Cronbach's α
Functional Value	Affect life	0.871	-	-	0.698	0.873	0.866
	Affect work and life	0.906	0.066	16.605*			
	Affect work	0.718	0.068	12.142*			
Service Performance Value	Provide service that meets expectations	0.892	-	-	0.754	0.902	0.901
	Provide innovative services	0.840	0.062	16.316*			
	Provide high-quality service	0.873	0.058	17.455*			
Emotional Value	The pleasure of receiving training	0.931	-	-	0.758	0.904	0.899
	Education experience is the vitality of life	0.856	0.052	18.168*			
	Have fun in collecting information	0.821	0.052	16.733*			
Convenience Value	Smooth service processing such as Q&A	0.772	-	-	0.665	0.856	0.854
	The training process is easy	0.861	0.089	12.457*			
	Education registration is easy	0.811	0.085	11.907*			
Organizational Commitment	It means a lot to me personally	0.797	-	-	0.746	0.898	0.828
	Worth working hard	0.909	0.068	15.355*			
	It is a great pleasure to work in a cooperative	0.882	0.065	14.829*			
Job Satisfaction	I take pride in my job (work)	0.813	-	-	0.618	0.829	0.894
	Have fun working through training	0.799	0.072	12.693*			
	I am satisfied with my current job (job)	0.744	0.073	11.609*			
Job Performance	Combination competitiveness increased	0.869	-	-	0.777	0.912	0.911
	Achievement of performance goals also improved	0.925	0.054	19.099*			
	Improving the cooperative's internal and external image	0.776	0.068	16.419*			

Notes 1: $\chi^2=246.657$, $df=168$, $CMIN/DF=1.468$, $RMR=0.039$, $RMSEA=0.047$, $GFI=0.900$, $AGFI=0.863$, $NFI=0.932$, $CFI=0.977$

Notes 2: * $p<0.001$

Notes 3: AVE: Average Variance Extracted

Notes 4: CCR: Composite Construct Reliability

각 연구 개념들의 판별타당성과 법칙타당성을 측정하였다. 그 결과는 Table 3과 같다. 평균분산추출(AVE; average variance extracted)값, 상관계수(correlation coefficient), 상관계수에 대한 제곱값(squared value of correlation coefficient)을 계산하여, 이들 값을 기준으로 판별타당성과 법칙타당성을 확인하였다. 판별타당성은 평균분산추출(AVE)값이 상관계수의

제곱값(squared value of correlation coefficient)보다는 커야 하고, 법칙타당성은 잠재변수 간 상관관계에 있어 연구 가설과 동일한 방향으로 일치한다면 타당성 조건에 부합한다는 의미로 볼 수 있다. 따라서, 판별타당성은 평균분산추출(AVE)값과 상관계수 제곱값(squared value of correlation coefficient)의 크기를 서로 비교하는 것으로, 본 연구의 상관계수 제곱값

(squared value of corelation coefficient)들은 평균분산추출 (AVE)값보다 전반적으로 낮은 것으로 확인된다. 그리고 가설

에서 제시한 바와 같이 모든 상관계수의 부호가 정(+의) 결과값이므로 법칙타당성도 확보하였다고 볼 수 있다.

Table 3: Discriminant Validity by Correlation Analysis

Constructs	1	2	3	4	5	6	7
1. Functional Value	0.698						
2. Service Performance Value	0.648* (0.420)	0.754					
3. Emotional Value	0.659* (0.434)	0.670* (0.449)	0.758				
4. Convenience Value	0.458* (0.210)	0.575* (0.331)	0.629* (0.396)	0.665			
5. Organizational Commitment	0.548* (0.300)	0.515* (0.265)	0.522* (0.272)	0.364* (0.132)	0.746		
6. Job Satisfaction	0.612* (0.375)	0.572* (0.327)	0.651* (0.424)	0.512* (0.262)	0.844* (0.712)	0.618	
7. Job Performance	0.619* (0.383)	0.747* (0.558)	0.683* (0.466)	0.562* (0.316)	0.696* (0.484)	0.701* (0.491)	0.777
Mean	3.1582	2.8433	2.8833	3.0707	2.8694	3.0707	2.8510
Std. Deviation	0.782	0.838	0.961	0.757	0.927	0.807	0.860

Notes 1: The diagonal value is AVE.

Notes 2: *p<0.001

Notes 3: Parentheses (): Squared value of correlation coefficient

4.3. Analysis Results of Structural Equation Model

본 연구에 대한 구조방정식모형의 검증 분석을 통하여, 도출된 결과는 Table 4와 같다. 모델의 적합도 수치는 $\chi^2=213.861$, $df=165$, $CMIN/DF=1.296$, $RMR=0.040$, $RMSEA=0.037$, $GFI=0.916$, $AGFI=0.882$, $IFI=0.986$, $TLI=0.982$, $NFI=0.941$, $CFI=0.986$ 로 나타났다. 본 연구의 도출된 적합도 수치를 구조방정식모형의 평가 기준으로 삼는 수치 지표들과

비교하면 전반적인 측정 결과들이 기준에 수용될 수 있는 수준인 것으로 나타나므로, 연구 모형에 대한 적합도 기준을 전반적으로 충족하고 있는 것으로 확인하였다. 따라서 본 연구의 구조모형 적합도는 구성개념들 간 인과관계를 설명하는데 있어 충분한 것으로 판단된다.

Table 4: Hypothesis Test Results Using Path Analysis

Hypothesis	Path	Std. Estimate	S.E.	t-value (C.R)	Testing Results
H1-1	Functional Value → Organizational Commitment	0.128	0.112	1.142	Reject
H1-2	Service Performance Value → Organizational Commitment	0.089	0.094	0.954	Reject
H1-3	Emotional Value → Organizational Commitment	-0.029	0.079	-0.361	Reject
H1-4	Convenience Value → Organizational Commitment	-0.116	0.093	-1.250	Reject
H2-1	Functional Value → Job Satisfaction	0.157	0.073	2.142*	Accept
H2-2	Service Performance Value → Job Satisfaction	0.272	0.063	4.336***	Accept
H2-3	Emotional Value → Job Satisfaction	0.170	0.053	3.227***	Accept
H2-4	Convenience Value → Job Satisfaction	0.135	0.061	2.208*	Accept
H3	Job Satisfaction → Organizational Commitment	0.967	0.129	7.485***	Accept
H4	Organizational Commitment → Job Performance	0.363	0.096	3.784***	Accept
H5	Job Satisfaction → Job Performance	0.995	0.161	6.181***	Accept

Model Fit: $\chi^2=213.861$, $df=165$, $CMIN/DF=1.296$, $RMR=0.040$, $RMSEA=0.037$, $GFI=0.916$, $AGFI=0.882$, $IFI=0.986$, $TLI=0.982$, $NFI=0.941$, $CFI=0.986$

*p<0.05; **p<0.01; ***p<0.001

구체적인 분석 결과는 다음과 같다. 중소기업협동조합 교육훈련의 지각된 가치가 조직몰입에 어떠한 영향 관계를 갖는지를 분석한 결과 유의한 정(+)의 영향을 미친다는 가설은 기각되었다. 즉, 기능적 가치, 서비스성과 가치, 정서적 가치, 편의적 가치 등 4개 구성요인 모두 조직몰입에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 확인되었다.

한편, 기능적 가치, 서비스성과 가치, 정서적 가치, 편의적 가치 등 4개 구성요인은 모두 직무만족에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 경로계수를 기준으로 평가할 때 직무만족에 서비스성과 가치 0.272 (t-value=4.336; p<0.001), 정서적 가치 0.170 (t-value=3.227; p<0.001), 기능적 가치 0.157 (t-value=2.142; p<0.05), 편의적 가치 0.135 (t-value=2.208; p<0.05) 순으로 영향력을 보이고 있다. 이 결과는 선행연구(Jung et al., 2020)에서 제시한 바와 같이 교육훈련에 대한 지각된 가치가 직무만족에 유의한 영향을 미쳤음을 규명한 연구 결과와 일치하며, 중소기업협동조합 교육훈련에 있어서 기술적인 것보다는 감정적 반응과 관련하여 서비스성과나 정서적 가치를 조합원과 임직원이 지각하도록 하는 것이 직무만족에 가장 중요한 요인임을 알 수 있다. 이를 위해 기대에 상응하는 서비스를 제공할 수 있도록 고품질의 혁신적인 교육훈련 서비스 개발이 필요하며, 중소기업협동조합 조합원과 임직원 대상의 교육훈련이 즐거움과 생활에 활력소가 되도록 교육방식을 다양화하여 정보전달에 재미가 느껴지도록 체계화할 필요가 있다. 또한, 정부는 COVID-19 이후 활성화되고 있는 온라인 방식의 교육훈련을 중소기업협동조합에도 적용할 계획이므로 교육훈련 대상자들이 편의적 가치와 기능적 가치를 지각할 수 있도록 Q&A 등 서비스 처리가 원활히 이루어지도록 교육등록과 교육절차를 충분히 고려하여야 하며 이러한 교육훈련이 업무와 생활 모두에 영향을 미치는 긍정적 효과를 갖도록 세밀한 교육훈련 개발이 필요해 보인다.

또한, 중소기업협동조합 교육훈련을 통한 직무만족은 조직몰입에 대하여 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 경로계수를 기준으로 0.967 (t-value=7.485<0.001)의 영향력을 보이고 있다. 이 결과는 선행연구(Jun et al., 2022; Jung et al., 2020)에서 제시한 바와 같이 직무만족이 조직몰입에 유의한 영향을 미쳤음을 규명한 연구결과와 일치하며, 중소기업협동조합 교육훈련이 조합원과 임직원의 조직몰입에 영향을 미치기 위해서는 직무만족이 선행되어야 한다는 의미로 해석될 수 있다.

그리고 초중소기업협동조합 교육훈련에 대한 조직몰입과

직무만족이 직무성과에 대해 어떠한 영향 관계를 갖는지를 분석한 결과 조직몰입과 직무만족 모두 직무성과에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 경로계수를 기준으로 평가할 때 조직몰입 0.363 (t-value=3.784; p<0.001), 직무만족 0.995 (t-value=6.181; p<0.001)의 영향력을 보이고 있다. 이는 선행연구(Baek, 2023; Jeon, 2022; Jun et al., 2022; Lee & Song, 2022)에서 제시한 조직몰입과 직무만족이 직무성과에 유의한 영향을 미쳤음을 규명한 연구결과와 일치하며, 중소기업협동조합 교육훈련을 온라인과 조합원 대상으로 확대하려는 계획을 수립한 정부정책이 타당한 방향임을 뒷받침하는 것이다.

4.4. Research Results Summary

서론에서 살펴본 바와 같이, 중소기업협동조합 교육훈련은 기존의 오프라인과 조합 임직원을 중심으로 실시하던 방식에서 온라인의 교육방식을 확대하고 대상자도 조합원 등으로 다양화하는 방향으로 중소기업협동조합에 대한 정부정책이 수립되었다. 이미 대학교와 같은 교육분야에서는 COVID-19 이후 온라인 교육이 활성화되었으며 재택근무의 확산으로 비대면 문화가 보편화되고 있는 상황에서 기존의 중소기업협동조합 교육훈련의 새로운 발전방향을 모색할 때가 되었다.

특히, 중소기업협동조합은 중소기업 지위 인정, 기업부설연구소 설립 등과 같은 새로운 공동사업 추진이 가능한 사업화 환경이 조성된 현실과 사회적 가치 창출이 중요해진 세계 경영환경의 변화로 기능 강화와 체계적 육성을 위한 기반을 마련하는데 필요한 인프라를 '중소기업 협동조합 활성화 계획'을 중심으로 숨가쁘게 갖추어 나가야 할 시점이다.

따라서 본 연구에서는 중소기업협동조합 교육훈련과 관련하여 조합원과 임직원의 직무성과에 미치는 영향이 무엇인지 파악하기 위한 목적으로 실증연구를 실시하였으며, 특히 중소기업협동조합 교육훈련의 기술적 부분과 감정적 반응을 모두 살펴보기 위하여 기존의 중소기업협동조합 교육훈련에 대한 선행연구가 미흡한 점에서 착안하여 호텔, 항공 등과 같은 서비스분야 또는 공공분야의 조직몰입, 직무만족, 직무성과 등과 관련한 선행연구를 바탕으로 중소기업협동조합 교육훈련의 지각된 가치로 기능적 가치, 서비스성과 가치, 정서적 가치, 편의적 가치 등 4개 구성요인을 규정하고 각 구성요인들이 조직몰입, 직무만족에 어떠한 영향을 미치는지와 함께 이에 따른 조직몰입과 직무만족이 직무성과에 미치는 관계를 확인하고자 하였다.

첫째, 중소기업협동조합 교육훈련의 지각된 가치와 조직몰입과의 영향관계에 있어서는 서비스성과 가치, 기능적 가치, 정서적 가치, 편의적 가치 4개 구성요인은 조직몰입에 모두 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 확인되었다. 이와 같이 중소기업협동조합 교육훈련의 지각된 가치의 구성요인이 조직몰입에 모두 유의한 영향을 나타내지 못한 원인은 본 연구의 설문 응답자 상당수(88명, 40.6%)가 온라인 또는 하이브리드(온라인+오프라인) 교육훈련에 참여한 경험을 주로 가졌기 때문인 것으로 시간과 장소에 상관없이 교육훈련에 참여할 수 있는 온라인 또는 하이브리드 교육훈련에 주로 참여하고 있는 설문 응답자의 경우에는 자유롭게 교육훈련이 가능한 방식으로 인해 조직몰입과 관련한 영향관계에서 있어 지각된 가치와 조직몰입과의 영향관계에 대한 질문과 관련하여 차이를 크게 느끼지 못하는 것으로 해석할 수 있을 것이다.

둘째, 중소기업협동조합 교육훈련에 대한 지각된 가치는 직무만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 결과가 확인되었다. 서비스성과 가치, 정서적 가치, 편의적 가치, 기능적 가치 순으로 직무만족에 정(+)의 영향이 나타난 원인에 대해서는 앞서 살펴본 바와 같이 교육훈련 대상자에게는 기술적 가치보다 감정적 반응과 관련한 서비스성과 가치나 정서적 가치와 관련한 품질이 더욱 중요하다는 의미로 중소기업협동조합 교육훈련을 모두 업무와 생활에 영향을 주는 긍정적 요소로 대상자가 느끼지 위해서는 Q&A 등 서비스 처리가 원활하고 교육절차와 교육등록 모두 수월하도록 교육훈련 지원체계를 마련해야 하며, 교육훈련을 통해 즐거움과 생활의 활력소를 조합원과 임직원이 느끼는 만큼 다양한 정보수집을 위한 교육훈련 체계를 수립하고 교육훈련 대상자의 기대에 상응하는 서비스 제공을 위한 고품질의 혁신적인 서비스를 더욱 많이 제공토록 노력해야 할 것이다.

셋째, 중소기업협동조합 교육훈련과 관련하여 직무만족은 조직몰입에 대하여 유의한 영향을 미치는 것으로 결과가 확인되었다. 본 연구에서 직무만족이 조직몰입에 유의한 정(+)의 영향을 나타낸 원인은 선행연구를 바탕으로 직무만족을 직무(일)에 대한 자부심 보유, 교육훈련을 통한 일의 즐거움, 현재의 직무(일)에 대한 만족감과 같은 3개 항목으로 구성하여 서비스성과 가치, 정서적 가치, 기능적 가치, 편의적 가치 4개 구성요인의 중소기업협동조합 교육훈련에 대한 지각된 가치가 직무만족에 영향을 미치고 이러한 교육훈련 대상자의

지각된 가치로 인해 직무만족이 정열을 다해 일할 가치와 조직에서 일하는데 큰 보람 등을 느끼게 함으로써 조직몰입에 영향을 미치는 것으로 분석할 수 있을 것이다. 따라서, 중소기업협동조합 교육훈련의 기술적 부분과 감정적 반응이 직무만족에 긍정적 영향을 미치도록 균형감 있는 교육훈련 설계가 필요하며 이와 같은 직무만족이 조직몰입에 영향을 미치는지를 만족도 조사 등을 통해 수시로 확인함으로써 교육훈련 체계를 지속적으로 개선 및 발전시키는 노력이 필요할 것이다.

넷째, 중소기업협동조합 교육훈련과 관련하여 조직몰입은 직무성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 결과가 확인되었다. 본 연구에서 조직몰입이 직무성과에 대하여 유의한 정(+)의 영향을 나타낸 원인에 대해서는 선행연구를 바탕으로 경쟁력 제고와 성과목표 달성의 향상, 대내외 이미지 향상과 같은 3개 항목으로 구성하여 교육훈련을 통해 직무만족을 통해 조직몰입에 긍정적 영향을 받으면 이로 인해 직무성과가 향상되는 것으로 분석할 수 있을 것이다. 따라서, 지속적으로 직무성과에 조직몰입이 유의한 영향을 미치도록 중소기업협동조합 교육훈련 지원체계를 갖춰 나가야 할 것이며 반복적인 만족도 조사 등을 통해 교육훈련의 미흡한 부분을 보강해 나가야 할 필요가 있다.

다섯째, 중소기업협동조합 교육훈련과 관련하여 직무만족은 직무성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 결과가 확인되었다. 본 연구에서 직무만족이 직무성과에 유의한 정(+)의 영향을 나타낸 원인에 대해서는 다양한 선행연구를 통해 직무성과에 영향을 미치는 요인 중에 하나가 직무만족이라는 것을 다시 한번 확인할 수 있었다는 것을 의미하는 것뿐만 아니라, 직무성과에 가장 큰 영향을 미치는 것이 직무만족이므로 모든 중소기업협동조합 교육훈련이 대상으로 하여금 일상적으로 직무만족을 느낄 수 있도록 설계되어 다양한 방식으로 제공되어야 할 것이다. 특히, 정부정책과 사회변화 등 다양한 대내외 환경변화로 중소기업협동조합에 대한 관심이 집중되고 중요도가 증대되고 있는 만큼 조합 경쟁력 제고, 성과목표 달성 향상, 대내외 이미지 개선 등 소기의 직무성과를 달성할 수 있도록 중소기업협동조합 교육훈련에 대한 면밀한 검토가 필요하다 할 것이다.

본 연구는 '제3차 중소기업협동조합 활성화 3개년 계획'에 따라 중요한 정책과제로 떠오른 중소기업협동조합 조합원과 임직원에 대한 교육훈련과 관련하여 대상자들의 직무성과에

5. Conclusions

5.1. Implications

영향을 미치는 요인을 살펴보기 위하여, 선행연구를 바탕으로 지각된 가치의 4가지 구성요인으로 서비스성과 가치, 기능적 가치, 정서적 가치, 편의적 가치를 도출하고 조직몰입과 직무만족의 영향관계 분석을 통해 향후 중소기업협동조합 교육훈련에 필요한 부분이 무엇인지 살펴본 첫 시도라는 점에서 의미가 있다. 실증분석을 통해서 중소기업협동조합 교육훈련과 관련하여 기술적 부분과 감정적 반응과 관련한 4가지 구성요인으로 서비스성과 가치, 기능적 가치, 정서적 가치, 편의적 가치를 제시함으로써 다각적인 방향으로 후속 연구를 추진하는 기반을 제공하였으며 이러한 지각된 가치와 조직몰입, 직무만족 및 직무성과에 있어 중요한 인과관계를 확인하였다는 점에서 학문적 의미가 있다고 할 수 있다.

실무적 시사점으로는 중소기업협동조합 교육훈련과 관련하여 주로 업무를 수행하고 있는 중소기업중앙회의 다양한 교육훈련에 대한 대상자들의 지각된 가치의 속성을 파악하고 이를 대상으로 각 변인들의 미치는 영향을 확인하여 조합 경쟁력 제고, 성과목표 달성 향상, 대내외 이미지 개선과 같은 직무성과를 제고하기 위한 방안을 제시함으로써 교육훈련 대상자의 기대에 상응하는 서비스가 제공되도록 수요를 면밀히 파악하고 혁신적인 고품질의 교육훈련이 제공되도록 노력할 필요가 있다는 점을 재차 확인하였으므로, 중소기업중앙회는 Q&A 등 서비스 처리, 교육절차, 교육등록이 원활하게 처리되도록 교육훈련 지원체계를 개편하는 방향으로 교육훈련 계획을 수립하여 이행한다면 중소기업협동조합의 직무성과를 높이는 데 큰 도움이 될 것이다.

5.2. Limitations and Future Research Directions

금번 연구는 학문적 기여와 실무적 시사점에도 불구하고 몇 가지 한계점을 지니고 있으므로, 향후 연구에 있어서 이를 검토할 필요가 있다. 먼저 중소기업협동조합 교육훈련이 조합원으로 확대되고 온라인으로 강화되는 점 등을 고려하여 다양한 표본 집단을 대상으로 보다 폭넓게 직무성과에 영향을 미치는 요인을 추가적으로 조사할 필요가 있다. 특히, 기술수용모형(TAM) 등을 이용한 온라인 교육훈련에 대한 대상자의 수용태도와 같은 기술적 요인과 함께 고객경험, 이용동기, 상호작용성, 자기효능감, 서비스품질과 같은 감정적 반응에 영향을 미치는 요인과 관련한 학문적 이론을 적용하여 연구를 진행하는 한편 지각된 가치의 다른 구성요인으로 경제적 가치, 사회적 가치 또는 기업가 정신, 창업가 역량, EGS와 같은 다양한 변수들과의 관계를 분석한다면 중소기업협동조합 교육훈련이 체계적으로 발전해 나가는데 필요한 보다 다

각적인 연구 결과를 기대할 수 있을 것이다.

한편, 중소기업중앙회는 최근 정부정책 변화에 발맞춰 협동조합포털을 개편하고 온라인 동영상 콘텐츠를 제작, 협동조합에 대한 홍보강화, 업종별 맞춤형 교육훈련 제공 등을 추진하는 등 중소기업협동조합 교육훈련 경쟁력 제고를 위한 다양한 자구노력을 추진 중이다. 이에 따라, 중소기업협동조합 교육훈련에 영향을 미치는 속성을 세부적으로 파악하는 등의 후속 연구를 통해 중소기업중앙회 교육훈련에 대한 새로운 시사점을 제시하고 직무성과를 재무적 성과, 비재무적 성과 등을 세분화하는 등 다양한 변수들을 추출하여 다양한 관점에서 검증하는 연구를 앞으로 진행한다면 보다 의미 있는 결과를 기대하여 볼 수 있을 것이다.

Reference

- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of occupational psychology*, 63(1), 1-18.
- Angle, H. L., & Perry, J. L. (1981). An empirical assessment of organizational commitment and organizational effectiveness. *Administrative science quarterly*, 26(1), 1-14.
- Awuni, J. A., & Du, J. (2016). Sustainable consumption in chinese cities: green purchasing intentions of young adults based on the theory of consumption values. *Sustainable Development*, 24(2), 124-135.
- Back, S. Y. (2023). The Effect of personality characteristics of hotel cooks on trust, satisfaction, and job performance. *Journal of Foodservice Management*, 26(1), 7-33.
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.
- Barrutia, J. M., & Gilsanz, A. (2013). Electronic service quality and value: do consumer knowledge-related resources matter?. *Journal of Service Research*, 16(2), 231-246.
- Berry, L. L., Carbone, L. P., & Haeckel, S. H. (2002). Managing the total customer experience. *MIT Sloan management review*, 43(3), 85-89.
- Bolton, R. N., & Drew, J. H. (1991). A multistage model of customers' assessments of service quality and value. *Journal of consumer research*, 17(4), 375-384.
- Bucklin, L. P., & Sengupta, S. (1993). Organizing successful co-marketing alliances. *Journal of marketing*, 57(2), 32-46.
- Cheon, D. H., & Lee, H. J. (2012). A study on the effects of burnout, job satisfaction and turnover intention by job insecurity and emotional labor among travel agency workers-. *Journal of Hotel & Resort*, 11, 221-238.
- Cho, H. S. (2018). The influence of flight attendant job environment on job satisfaction and job performance. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 30(7), 23-37.
- Cohen, A. (1991). Career stage as a moderator of the relationships between organizational commitment and its outcomes: A meta-analysis. *Journal of occupational psychology*, 64(3), 253-268.

- Eum, H. S., & Eu, Y. S. (2020). A study on the effects of communication vitalization on the creative behavior and job satisfaction of employees in franchise companies. *Food Service Industry Journal*, 16(2), 145-155.
- Ha, H. K. (2002). The effect of values-based training on job satisfaction-centered on mediating variables of hospitality values & job esteem. *The Study of Tourism And Leisure*, 13(2), 25-44.
- Ho, S. H., Song, J. H., & Shim, K. Y. (2011). The effects of educational service orientation and service value on student satisfaction and university image: the strengthening plan of competitiveness in university educational service. *Journal of Marketing studies*, 19(4), 23-42.
- Holbrook, M. B., & Corfman, K. P. (1985). Quality and value in the consumption experience: phaedrus rides again. *Perceived Quality*, 31(2), 31-57.
- Jeon, S. K. (2022). Influence of rapport between hotel chefs, affective commitment, continuance commitment, job satisfaction, and innovative behavior. *Journal of Hospitality and Tourism Studies*, 24(4), 5-20.
- Joo, H. S., Yoon, S. H., & Kim H. K. (2007). Research articles: the impact of convention center employee job characteristics on organization commitment, job satisfaction, and citizenship behavior. *International Journal of Tourism Management and Sciences*, 21(4), 43-60.
- Jun, H. J., Kim, G. D., & Cheon, D. H. (2022). The effect of international medical tourism coordinator's professionalism on job satisfaction, organizational commitment and management performance. *Journal of Convergence Tourism Contents 2022*, 8(3), 117-132
- Jung, H. K., Kim, H. J., & Chung, N. H. (2020). A Study on the influence of quality of educational service on perceived value, job satisfaction and organizational commitment for hotel employees. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 32(6), 199-214.
- Jung, H. K., Kim, H. R., & Han, H. S. (2018). Testing the relationships among flight attendants' organization culture, organizational commitment, job satisfaction, and job performance. *Korean Journal of Hospitality & Tourism*, 27(1), 123-141.
- Kim, J. H., & Im, J. H. (2019). The effect of entrepreneurship on the job performance of small businesses: focused on mediating effects of job satisfaction & moderating effects of managers/worker status. *Korean Journal of Business Administration*, 32(7), 1181-1197.
- Kim, J. J., & Jung, T. Y. (2018). The influence of service education for flight crew on job satisfaction and customer orientation. *Journal of Tourism Management Research*, 83, 773-788.
- Kim, K. H., & Jeong, J. S. (2022). A Study on the relationship between mobile shopping characteristics, perceived value and satisfaction of middle-aged and senior citizens: - moderating effect of uncertainty avoidance tendency -. *Management Information Systems review*, 41(1), 77-101.
- Kim, M. S., & Lee, H. T. (2017). The effects of job satisfaction on customer satisfaction and job performance in service industry. *Korean Corporation Management Review*, 24(3), 137-150.
- Kim, S. H., Kwon, S. M., & Yang, H. K. (2009). The effect of leadership and followership types of hotel employee on organizational commitment, job satisfaction and turnover intention. *Korea Academic Society of Hospitality Administration*, 18(3), 81-97.
- Kim, Y. K. (2017). The relationships between high-performance work systems, job satisfaction, and job performance. *Int J Tour Hosp Res*, 31(12), 101-115.
- Kiyak, H. A., Namazi, K. H., & Kahana, E. F. (1997). Job commitment and turnover among women working in facilities serving older persons. *Research on Aging*, 19(2), 223-246.
- Koo, D. W., & Lee, S. M. (2014). The effect of general manager's authentic leadership in hotel on employee's job satisfaction, commitment, and job Performance. *Korean Journal of Hospitality & Tourism*, 23(5), 197-219.
- Kotler, P., & Zaltman, G. (1971). Social marketing: an approach to planned social change. *Journal of Marketing*, 35(3), 3-12.
- Lee, C. S., & Seo, J. S. (2023). Policy tasks for revitalization of small and medium sized enterprise (SME) cooperatives. *The Korean Journal of Cooperative Studies*, 41(1), 1-28.
- Lee, E. J. (2020). The effects of restaurant experiences on customer satisfaction: focused on mediating role of perceived value. *Culinary Science & Hospitality Research*, 26(1), 32-41.
- Lee, G. S. & Song, K. S. (2022). The effect of personnel management of army civilian employee on job performance: mediating effect of job satisfaction and commitment. *Korean Local Government Review*, 24(3), 27-51.
- Lee, H. G. (2020). A study on the effect of DISC behaviour type to performance of financial institution worker in korea - mediated effect of the organizational commitment and job satisfaction -. *Global Economic Review. Asia-European Future Society*, 17(3), 215-240.
- Lee, H. T. (2015). A study on the effects of organizational justice in local governments performance-oriented human resource management on civil servants job satisfaction, organizational commitment and job performance - focused on busan -. *The Korean Journal of Local Government Studies*, 19(3), 53-75.
- Lee, S. G., Jo, H. J., & Koo, D. W. (2021). Structural relationships of emotional leadership, organizational engagement, resilience and job performance in the hotel industry. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 33(2), 131-152.
- Lee, S. H., & Kim, M. S. (2012). The effects of hotel employees' work value on job satisfaction and turnover intention: focused on 5 star hotels in seoul. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 24(3), 381-399.
- Lee, Y. H., & Seo, Y. W. (2022). The effect of consumer attribution on purchase intention on corporate social responsibility (CSR) activity: focusing on functional value and social connectedness. *Korean Journal of Business Administration*, 35(7), 1397-1418.
- Locke, E. A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. *handbook of industrial and organizational psychology. Chicago: RandMc Nally*, 2(5), 360-580.
- McColl-Kennedy, J. R., & Anderson, R. D. (2005). Subordinate-manager gender combination and perceived leadership style influence on emotions, self-esteem and organizational commitment. *Journal of Business Research*, 58(2), 115-125.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human resource management review*, 1(1), 61-89.
- Miller, K. D. (1990). Correlation-based models of neural development. *Neuroscience and connectionist theory*, 1, 267-353.

- Mittal, B., & Sheth, J. N. (2001). *Valuespace: winning the battle for market leadership*. McGraw Hill Professional.
- Mowday, R. T., Porter, L. W., & Steers, R. (1982). Organizational linkages: the psychology of commitment, absenteeism, and turnover.
- O'Cass, A., & Carlson, J. (2012). An e-retailing assessment of perceived website-service innovativeness: implications for website quality evaluations, trust, loyalty and word of mouth. *Australasian Marketing Journal*, 20(1), 28-36.
- Packard, T. (1989). Participation in decision making, performance, and job satisfaction in a social work bureaucracy. *Administration in Social Work*, 13(1), 59-73.
- Park, C. Y., Park, H. J., & Jung, J. W. (2012). A study on the effect of a mentoring role on cooks' work outcomes and job satisfaction. *Culinary science & hospitality research*, 18(2), 1-18.
- Park, S. C., Kim, Y. S., & Kim J. S. (2021). The effect of network cooperation, educational training of SME cooperatives members on satisfactions in the relationship between corporate entrepreneurship. *Korea Research Academy of Distribution and Management Review*, 24(4), 39-59.
- Park, Y. J., & Park, J. H. (2021). Effect of hotel organizational culture on employee job satisfaction and job performance. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 33(11), 161-181.
- Pincus, J. D. (1986). Communication satisfaction, job satisfaction, and job performance. *Human communication research*, 12(3), 395-419.
- Pizam, A., & Calantone, R. (1987). Beyond psychographics—values as determinants of tourist behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 6(3), 177-181.
- Quinn, R. E., & Spreitzer, G. M. (1991). The psychometrics of the competing values culture instrument and an analysis of the impact of organisational culture on quality of life (Vol. 5).
- Reitz, H. J. (1981). Behavior in organizations (rev. ed.). *Homewood, IL: Richard D. Irwin*.
- Russell, J. A., & Mehrabian, A. (1976). Environmental variables in consumer research. *Journal of Consumer Research*, 3(1), 62-63.
- Schermerhorn, J. R. (1989). *Management for Productivity* (3rd Ed.). NY: John Wiley and Sons.
- Seo, M. k., & Kim, H. S. (2022). The effect of the hotel operating system characteristic on job satisfaction and perceived job performance: the moderating impact of hotel type. *Korean Journal of Hospitality & Tourism*, 31(5), 1-14.
- Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). Why we buy what we buy: a theory of consumption values. *Journal of Business Research*, 22(2), 159-170.
- Steers, R. M. (1977). Antecedents and outcomes of organizational commitment. *Administrative Science Quarterly*, 22(1), 46-56.
- Tett, R. P., & Meyer, J. P. (1993). Job satisfaction, organizational commitment, turnover intention, and turnover: path analyses based on meta-analytic findings. *Personnel Psychology*, 46(2), 259-293.
- Tiffin, J., & McCormick, E. J. (1965). *Industrial psychology*.
- Um, S. P. (2019). Analysis on the relationship between organization identification, job satisfaction and job performance of hotel employees. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 31(12), 181-200.
- Watson, L. M. (2008). Factors influencing job satisfaction and organizational commitment. *Radiologic technology*, 80(2), 113-122.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.