

구직자의 고용서비스품질과 취업성과 간의 인과관계에 관한 연구

오 성 욱

한국고용정보원

윤 성 준

경기대학교 경영학부 (교신저자)

A study on the causal model of employment service quality and
performance for job-seekers by job search intensity level

Oh, Seong Uk

Korea Employment Information Service

Yoon, Sung Joon

School of Business Administration, Kyonggi University (Corresponding Author)

Abstract

Public service quality is a recent trend in the context of public management. Since the 1990s, public service quality initiatives, especially public employment service quality, went into operation in the developed countries. This paper aims to identify predictor variables which influence service satisfaction and repatronage intention of such services, and confirm relationship between repatronage intention and the actual employment. For this purpose, this paper develops a model to measure the public employment service quality, and analyzes the relationship among public service quality dimensions, overall service quality, customer satisfaction, use intention and actual employment.

Data from 3,741 job-seekers were used to test the research model.

Confirmatory/exploratory factor analysis was conducted to examine the reliability and validity of measurement model. Structural equation modeling technique was adopted to test the research model and research hypotheses.

This study has derived significant findings on public service quality dimensions, overall service quality, customer satisfaction, use intention and the employment by job search intensity level.

Keywords: Employment service, Service quality, Customer satisfaction, Repatronage intention, Job search intensity

(논문투고일 2007. 12. 15 ; 게재확정일 2008. 1. 17)

I. 서 론

고용서비스의 목적은 가능한 가장 높은 수준의 고용유지와 성취를 위한 통합된 고용지원 프로그램을 제공하는데 있으며, 특히 노동시장의 효율적인 기능을 위해서 필요한 정책과 프로그램을 구축하고 발전시키는데 있다(Lecomte, 1983). 전통적인 의미에서 고용서비스가 일자리를 찾는 사람과 고용주를 만나게 하여 일자리 탐색과 채용 간에 존재하는 노동시장내의 불투명성과 마찰을 최소화하는데 초점을 맞추었다면 최근 들어 기술진보와 정보화, 소비자들의 잦은 기호변화 등으로 상품수요 패턴이 급변하고, 생산방식 역시 변화함에 따라 노동시장 역시 다원화되고 고용의 형태도 다양화되면서 새로운 고용서비스의 개념이 강조되고 있다. 즉, 직장, 가족, 학업 및 다양한 형태의 서비스 및 여가활동 등을 포함하여 직업은 보다 다양한 형태를 취할 뿐만 아니라 개인의 목표, 관심 및 가치를 충족시키는 역할을 하며 고용서비스는 직업의 공급과 수요를 연결하여주는 역할을 하는 것이다. 다시 말해서 구직자를 위한 고용서비스는 구직자에게 취업가능성 또는 취업경쟁력을 높일 수 있는 각종 취업촉진 프로그램 또는 사업 등을 개발하여 제공하는 노력을 말하는 것으로 이러한 서비스는 누가 필요로 하는지, 주요 고객들은 어디에 있는지, 그리고 그들은 무엇을 원하는지, 현재 고객들의 지각, 욕구 및 요구는 무엇인지 그리고 우리가 제공하는 서비스에 대해서 얼마나 고객이 만족하는가에 대한 대답을 요구하는 마케팅적인 요소가 강조되는 인적 서비스라고 말할 수 있다.

국내의 고용서비스에 대한 평가 연구들을 살펴보면, 구직자의 만족도를 다양한 차원으로 조사했다는 것을 알 수 있다. 최강식 외(2000)는 고용지원센터의 만족도 측

정을 위해서 서비스품질 측정차원을 "구직관련정보의 양, 구직관련 상담, 소개받은 사업체"로 구분하여 각각에 대한 만족수준을 조사하였으며 그 결과에 따르면 구직관련 정보의 양(3.15), 구직관련 상담(3.46), 소개받은 사업체(3.00)로 나타났다. 금재호(1999)는 직업안정서비스의 8개 항목에 대해서 구직자에 대한 만족도를 조사하였으며 그 결과에 따르면, 찾기 쉬운 위치(3.13), 근무직원의 친절(3.13), 업무내용 능력(2.98), 장소의 쾌적(3.04), 일자리의 다양한 정보(2.38), 신속한 서비스(2.55), 적합한 일자리(2.33), 충실한 상담(2.27)의 순서로 나타났다. 정인수(1999)는 고용지원센터 민원인을 대상으로 이용목적, 방문 및 민원업무 소요시간, 편의시설의 만족도에 대해서 직업상담, 직업훈련, 고용정보제공 및 직업적성검사로 분류하여 만족수준을 조사하였으며 조사결과를 살펴보면, 민원공간 확보(0.84), 대기시설(1.03), 부대편의 시설(0.83), 다양한 직업정보 획득(0.69), 업무처리절차 설명(1.00)으로 나타났으며, 직업상담의 전문성(0.23), 정보의 적정성(0.17), 충분한 상담시간(0.33), 적극적인 대응(0.05), 상담집중 가능성(0.22), 동일진술 반복(0.30), 종합적인 만족도(0.22)로 나타났다. 유길상, 임동진(2002)은 고용서비스품질 구성요소로 "구인구직 게시판의 정확성·다양성, 취업관련행사의 유용성, 고용정보전산망의 정보유용성, 제공받은 일자리의 기대치와 일치성, 직원의 전문적인 설명, 직원의 친절성" 등으로 분류하여 고객만족수준을 조사하였으며, 윤성준, 오성욱(2003)은 정확성, 효과성, 전문성, 공감성, 편리성, 쾌적성 등으로 분류하여 고용지원센터의 서비스만족수준을 평가하였다.

이상에서와 같이 구직자의 고용서비스는 G2C로 구인업체의 G2B와 구별되므로 구직자를 대상으로 고용서비스의 특성을 분석할 필요가 있다

우리나라의 노동부 고용지원센터에서는 2001년도부터 구직자 및 구인자를 대상으로 고객만족도를 조사하여 고용서비스 개선에 활용하고 있으며, 현행 노동부 고용지원센터의 고객만족을 조사하기 위한 서비스품질 구성요소는 "서비스의 내용만족, 유용한 정보제공, 적합일자리 알선, 직원의 전문성, 시설이용 편리성, 서비스의 실제도움 정도" 등으로 분류하여 사용하고 있다.

선진국에서도 1990년대부터 서비스품질 개념을 도입하여 고용서비스의 공공생산성 및 마케팅 측면을 강조하고 있으며 고객지향적 고용서비스 제공을 위한 고객만족 성향과 니즈를 파악하여 활용하고 있고, 공공고용서비스기관에서 생산되는 여러 가지 서비스를 보다 명확히 하며 서비스 품질 경영 문화 정착과 고용서비스의 효율성과 효과성 측면에서 기업적 접근성을 강화하고 있다. 미국 메사추세츠주 고용서비스기관에서 사용하고 있는 서비스품질차원은 구직자의 경우 "서비스의 내용만족, 유용한 정보제공, 적합한 일자리 알선, 직원의 전문성, 시설이용 편리성, 서비스 충족정도, 재정적 지원 및 참여기회" 등의 서비스만족수준을 측정한다(OECD, 2000). 아일랜드에서는 고용서비스사무소에 대한 고객만족도를 조사하여 이를 기관평가들에 활용하고

있는데 세부적인 조사내용을 살펴보면 직원의 만족정도, 직원의 친절성 및 공손함, 정중한 고객응대, 상담시 개인정보보호, 고객의 요구사항 도움정도, 고객의 필요사항 대처수준, 조언에 대한 실질적 도움, 서비스 받은 시간정도, 일자리에 대한 정보 유용성, 훈련 및 고용프로그램 정보 유용성, 사무실의 쾌적한 환경, 사무실의 개인정보보호정도, 사무실의 접근가능성 등을 조사한다(Roshin Sen, 2007).

기존 연구 사례에서 시사하는 바는 고용서비스의 전반적인 만족수준을 평가하기 위해서 고용서비스품질 구성요인을 구분하여 사용하였고 고객과 종업원간의 상호작용관계를 중요시 하고 있음을 알 수 있다. 그러나 고용서비스를 서비스 품질적 차원으로 접근한 연구는 많지 않으며(김성홍, 2006; 오성욱, 윤성준, 2005; 윤성준, 오성욱, 2003) 이에 더 나아가 고용 서비스의 만족과 성과간의 관계를 인과적으로 접근한 연구는 매우 부족한 것이 사실이다(오성욱, 윤성준, 2005).

따라서 본 연구에서는 국내의 구직자들을 대상으로 하여 SERVQUAL에 기반한 고용서비스품질의 구성요소를 규명하고 고용서비스 품질을 측정·관리하기 위한 모형을 실증적으로 모델의 적합성을 검증하고 이를 직업탐색강도에 따른 고용서비스품질이 전반적인 만족도와 재이용의도 및 취업간의 인과관계를 분석하고자 한다.

II. 이론적 고찰 및 연구가설

2.1. 서비스 품질의 측정항목

서비스품질의 성과에 대한 선행연구는 많지만 일반적으로 제품에 대하여 미리 평가할 수 있는 것뿐만 아니라 제품구매나 사용 과정에서 평가하는 경험적 품질 또는 신념적 품질도 포함하며 서비스 품질을 높게 인식하면 고객만족이나 행동의도인 고객애호가도가 증가하는 것으로 입증되었다(이유재, 이준엽, 2001; 이유재, 라선아, 2003; 윤성준 외, 2006). 서비스 품질이 기업 특히 서비스 조직에 중요하게 인식되는 것은 서비스 품질에 대한 중요성과 함께 서비스 품질 성과에 관심이 증가하고 있으며 기업의 성공을 좌우할 수 있는 요소로 인식되고 있기 때문이다. 서비스품질 성과와 관련한 연구에서는 주로 서비스품질수준과 고객만족도와 함께 재구매율이나 시장 점유율에 미치는 영향을 다루었으며, 기존연구에서도 대부분 고객만족과 서비스품질은 고객의 재구매와 시장 점유율 그리고 기업의 수익에 대한 유의하고 측정가능한 관계를 가지고 있음이 확인되었다(서창적, 2004).

최근 개발되고 있는 많은 서비스품질 연구에서는 업종의 특성을 반영한 다양한 수

정모델들이 개발되고 있으나 이론적으로는 Parasuraman et al.(1988), Grönroos (1984) 및 Rust & Oliver(1994)의 연구들에 토대를 두고 있으며 대부분의 서비스품질 측정항목은 Parasuraman et al.(1988, 1991)이 제시한 SERVQUAL 모형에 기반하고 있다. 우리나라에서 도입한 KS-SQI모델도 기본적으로 위 문헌에 기초하고 있다. 그러나 서비스품질 구성요소들이 상호간에 중복되는 내용을 포함하고 있어서 명확하게 인식되기 어려운 면이 있다. 따라서 대부분의 기존연구들은 고객의 욕구나 업종에 따라 구성요소들이 복합적으로 상호작용하여 서비스품질이 결정된다고 주장하였다(Carman, 1990). 그러므로 서비스품질 측정항목에 관해서 모든 서비스 업종에 적용되는 측정항목은 불가능하며 서비스업체가 속한 환경적, 문화적 배경에 따라 다르게 결정될 수 있다(장대성 외, 2004).

특히, 본 연구가 다루는 공공부문의 서비스품질도 다수의 문헌들이 위와 같은 특성을 반영하고 있으며 기존 문헌에서 공공서비스 품질을 측정하기 위해서 공통적으로 유형성, 신뢰성, 대응성, 보증성, 공감성 등을 활용하고 있다(김성홍, 2006). KS-SQI의 공공부문 측정항목을 살펴보면, 대면서비스의 경우에는 쾌적성, 편리성, 신뢰성, 적극성, 친절성, 공정성, 공공성, 접근성, 의사소통, 고객배려, 및 본원적 서비스에 대한 항목으로 구성되어 있으며, 비대면 서비스의 경우에는 심미성, 신뢰성, 적극성, 전문성, 공정성, 공공성, 개인정보보호, 접근성, 개인화, 고객배려 및 본원적서비스로 구성되어 있다. SSQI(Seoul Service Quality Index)는 쾌적성, 심미성, 신뢰성, 신속성, 친절성, 안전성, 편리성, 호감성, 욕구충족, 공공성으로 구성되어 있으며 PCSI(Public Customer Satisfaction Index)는 절차/과정, 내외부환경, 직원태도/행동, 시설정보이용 편리성, 사회적 책임과 역할, 공정성, 윤리성, 청렴성 등으로 되어있다. 김성홍(2006)은 공공서비스품질 측정과 관련하여 구성요인으로 본원적서비스, 공공서비스, 친절성, 적극지원성, 신뢰성, 절차적절성, 접근용이성, 이용편리성 및 환경쾌적성으로 하였으며 윤성준 외(2006)는 경찰서비스품질 측정과 관련한 구성요인에서 청결성, 유형성, 신뢰성, 정확성, 신속성, 자발성, 친절성, 고객욕구이해, 일관성, 편리성, 욕구충족, 공정성, 청렴성 등을 사용하였다.

또한 서비스품질차원에 대한 정의를 살펴보면, SSQI는 서비스품질차원을 과정품질, 결과품질, 환경품질, 사회품질로 구분하고 각 품질별로 품질요인을 정의하였으며, SKT-SQI도 서비스 품질을 인적요소, 절차, 및 물적요소로 구분하고 각 요소별로 품질요인을 정의하였다(김성홍, 2006). 최근 공공부문 연구에서도 김성홍(2006)은 공공서비스품질 차원을 결과품질, 인적품질, 절차품질, 환경품질로 구분하고 각 품질 하위요인을 정의하였으며 윤성준 외(2006)도 경찰서비스품질 차원을 과정품질, 결과품질, 환경품질, 사회품질로 정의하였다.

따라서, 본 연구에서는 공공고용서비스가 국가기관에서 제공하는 공공서비스의 하

나로 KS-SQI의 공공부문 서비스품질, 김성홍(2006)의 공공서비스품질, 윤성준 외(2006)의 경찰서비스품질 차원과 같이 핵심구성요인이 결과품질, 인적품질, 절차품질, 환경품질의 차원으로 구성되며 각 품질차원별 하위요인이 정의될 것으로 판단되어 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설 1: 결과품질(서비스충족, 공공성), 인적품질(전문성, 고객이해), 절차품질(신뢰성, 응답성), 환경품질(유형성, 접근가능성)은 고용서비스품질의 핵심구성요인을 구성할 것이다.

2.2. 서비스품질과 서비스만족간의 관계

품질과 만족사이의 관계와 관련한 이슈는 두 개념사이의 인과관계에 관한 것으로 품질이 만족의 선행변수라고 보는 견해와 만족이 품질의 선행변수로 보는 견해가 있어 많은 연구자들이 구매의도 형성에 있어서 서비스 품질과 만족 사이의 관계를 규명하려는 시도를 하여왔다. Cronin & Taylor(1992)는 서비스품질과 만족간의 관계를 평가하여 서비스품질이 만족의 선행변수임을 입증하였으며 서비스품질의 인과관계와 관련하여 고객만족이 서비스품질과 행위의도 간의 관계를 매개하는 것으로 보고 서비스품질이 향상되면 고객만족이 증가되고, 이것은 재구매의도와 구전의도로 연결되어 기업의 성과를 향상시키는 역할을 하는 것으로 관계를 정립하였다(이유재, 이준엽, 2001; Caruana, 2002; Dabholkar et al., 2000). 또한 서비스품을 고객만족의 선행변수로 보고 SERVQUAL의 차이(Gap-based) 척도가 아닌 성과만으로 서비스품을 측정하는 SERVPERF 모형에서 고객만족에 대한 서비스품질의 선행관계를 잘 설명한다는 것을 발견하였다(Brady et al., 2002).

본 연구에서는 고용서비스는 구직자에게 구직에 필요한 정보를 제공하고, 취업가능성을 향상시키기 위한 다양한 프로그램을 제공하는 것이 주요기능중의 하나임을 고려할 때(Lecomte, 1983), 구직자의 고용서비스가 무엇보다 중요하고 구직자의 서비스만족과 재이용의사가 고용서비스의 질 향상에 영향을 줄 것으로 판단되어 고용서비스품질이 서비스만족과 재이용의도에 영향을 미칠 것으로 보아 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설 2: 고용서비스품질은 전반적인 고용서비스만족에 유의한 정의 영향을 미칠 것이다.

가설 3: 고용서비스품질은 고용서비스의 재이용의도에 유의한 정의 영향을 미칠 것이다.

2.3. 서비스만족과 재이용의도간의 관계

재구매 의도는 행동적 접근방법과 태도적 접근방법이 있는데 소비자가 특정 점포에 대해 일정기간 동안 보이는 호의적 태도 또는 그에 따른 반복 구매행동을 보이는 성향으로 정의된다(장대성 외, 2004; 서창적 외, 2001). 특정 서비스에 대하여 만족을 느낀 소비자들은 다음에 그 서비스를 이용하고자 할 때, 재구매할 가능성이 높다는 것을 의미한다. 즉 고객만족은 구매후 태도에 영향을 미치고 다시 재구매의도에 영향을 미친다는 것을 말하며(Oliver & Swan, 1989), 서비스품질은 고객만족에 영향을 미치며 이는 재구매에 직접적인 영향을 미친다 (Bitner, 1990; 서창적 외, 2001). 이유재, 라선아(2006)는 서비스품질과 고객만족이 개별적으로 행위의도에 영향을 미친다는 인과모형에서 고객만족이 매개변수로서의 역할 입증에 근거하여 서비스품질 → 고객만족 → 행위의도의 인과관계를 설정하였다. 또한 서비스에 대한 전반적인 만족이 같은 서비스 제공자에게 재방문하는 행동의도에 강력하게 관련이 있다는 것을 입증하였다(Bolton, 1998; Selnes, 1998). 장대성 외(2004)는 패스트푸드 프랜차이즈의 서비스품질과 고객만족 및 재구매의도에 관한 인과관계연구에서 서비스품질이 고객만족 및 재구매의도에 영향을 미친다는 사실을 실증적으로 입증하여 Cronin & Taylor(1992)의 연구결과를 뒷받침했다. 이상의 연구에 기초하여 다음과 같이 연구가설을 설정하였다.

가설 4: 고용서비스의 서비스만족은 재이용의도에 유의한 정의 영향을 미칠 것이다.

2.4. 재이용의도와 취업간의 관계

본 연구에서 서비스품질과 성과간의 개념에 대한 확장연구로서 재이용의도와 고용서비스성과와의 관계를 발견하고자 한다. 즉 이용의도는 실제 이용의 강력한 결정요인이므로 이용의도가 고용서비스 성과에 직접적 영향을 미친다는 가정을 설정하고자 한다. 이와 관련하여 Anderson(1992)은 고용서비스와 성과간의 관계에서 고용서비스의 프로그램이 실업률감소에 효과적이라는 연구결과(김태성 외, 1999)와 고용서비스품질요인이 취업성과에 유의미한 영향을 미쳤다는 연구결과들이 발견하였다(유길상·임동진, 2002; 오성욱·윤성준, 2005).

특히 유길상·임동진(2002)은 고용지원센터를 이용한 구직자들의 결정요인을 연구한 사례에서 객관적 서비스 전달상태요인으로 취업알선횟수, 상담횟수, 평균상담시간

등을 사용하여 상담횟수와 상담시간이 취업에 유의한 변수로 판명하였다.

구직자가 고용서비스를 받고자하는 것은 종국적으로 취업하고자 하는데 있다. 특히 구직자가 재이용의도를 갖는다는 것은 취업에 보다 적극적으로 대처하고자하는 의도가 포함된 것이라고 볼 수 있다. 이러한 행위의도를 뒷받침한 고용서비스가 이루어질 때 구직자의 취업에 영향을 주는 중요한 요인이 될 수 있을 것이다. 따라서 이와 관련하여 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설 5: 고용서비스의 재이용의도는 취업에 유의한 정의 영향을 미칠 것이다.

2.5. 직업탐색강도와 고용서비스성과간의 관계

구직자가 취업에 준비하는 행동을 직업탐색행동이라고 하는데 취업을 준비하고, 취직하여 적응하기 위해서 혹은 그 과정에서 이용되는 개인과 환경에 대한 정보를 얻기 위한 다양한 인지적, 행동수준의 활동을 의미한다(이지영 외, 2005).

직업탐색행동에 관한 연구는 실직자들의 직업탐색행동과 재취업에 관련한 연구들이 많이 이루어졌다(Kanfer & Hulin, 1985; Wanberg et al., 1996; 이지영 외, 2005). 직업탐색행동과 취업 및 재취업에 어떠한 관계가 있는지를 주로 다루었는데, 직업탐색강도(Job search intensity)가 취업의 가능성 및 속도와 긍정적인 관계를 갖고 있는 것으로 나타났다(Saks & Ashforth, 2002). 즉 직업탐색강도는 직업탐색의 빈도를 말하며, 직업탐색행동을 많이 하면 할수록 더 많은 입사 제의를 받게 되며 직업선택에 보다 많은 기회가 있기 때문이다(Schwab et al., 1987). 이는 구직자의 고용서비스품질이 서비스만족에 영향을 미치며 이는 다시 구직자의 재이용의도수준 즉 직업탐색의 빈도를 높임으로서 궁극적으로 취업에 긍정적인 영향을 미친다는 사실을 의미한다. 따라서 본 연구에서는 구직자의 고용서비스유형을 적극적 직업탐색을 지원하는 취업알선·취업정보제공서비스와 소극적 직업탐색을 지원하는 자가취업 정보탐색서비스로 구분하여 구직자의 취업성과에 따라 차이가 날 것으로 판단되어 다음과 같이 연구가설을 설정하였다.

가설 6 : 직업탐색강도에 따른 구직자의 고용서비스유형별 취업에 미치는 영향에 차이가 있을 것이다.

가설 6-1: 구직자의 적극적 직업탐색 고용서비스(취업알선과 취업정보탐색)는 취업에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 6-2: 구직자의 소극적 직업탐색 고용서비스(자가취업정보탐색)는 취업에 유

의한 영향을 미치지 않을 것이다.

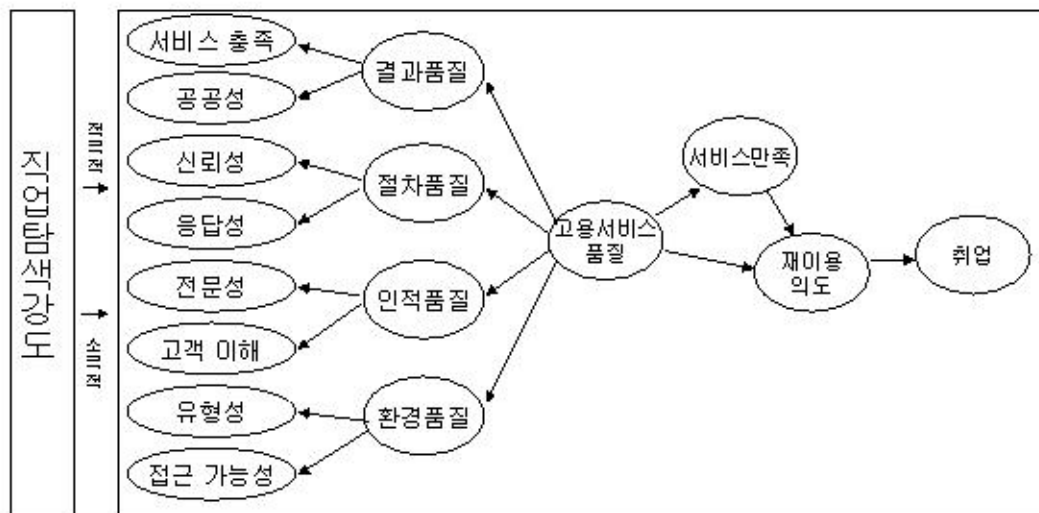
III. 연구방법

3.1. 연구설계

본 연구는 구직자의 기대 및 경험, 지각하는 서비스 품질과 고객만족, 재이용의도와 취업간의 인과관계를 규명하고 이에 따른 고용서비스에 관한 전략적 방향을 제시하기 위해 우리나라의 고용서비스기관을 대상으로 서비스 품질의 선행연구 결과들을 재검증하는 목적을 갖고 있다. 본 연구에서는 선행연구들의 결과들을 기초로 하여 서비스 품질은 서비스만족에 영향을 주고 서비스만족은 재이용의도에 영향을 주며 재이용의도는 취업에 영향을 미치는 연구모형을 아래 그림과 같이 구성하였다. 또한 직업탐색 강도에 따른 영향을 확인하기 위해서 연구모형에 이를 반영하였다.

이론적 고찰에서 밝힌 바와 같이 서비스품질은 Parasuraman et al.(1988)의 5개 서비스품질 요인들과 본 연구에서 부가적으로 추가한 공공성, 서비스충족 등을 종합하여 4개 품질 차원과 8개 구성요인으로 구성하였다.

<그림 2> 연구의 기본모형



3.2. 설문지구성 및 변수의 측정

본 연구에서는 고용서비스품질을 고용지원센터를 이용하는 구직자가 인지하는 전반적 인상으로 정의하고 선행연구로부터 원용된 다항목을 활용하여 측정하고자 한다. 즉, 고용서비스품을 4가지 차원과 8가지 구성요인으로 구분하고 각 요인은 3개 내외의 항목을 활용하여 총 30개 항목을 측정하였다. 이에 대한 구체적인 내용은 앞 장에서 설명하였으며 <표 1>은 각 요인에 대한 조작적 정의를 보여준다. 그리고 고용서비스품질 측정항목에 대해서는 모두 1(전혀 그렇지 않다)에서 5(매우 그렇다)까지의 리커트 5점척도를 활용하였다.

<표 1> 고용서비스품질 구성요인의 조작적 정의

차 원	요 인	문 항	개념 정의
결과품질	서비스충족	3	고용서비스를 통해서 얻고자 하는 욕구 충족
	공공성	3	공공서비스로서 적합성
절차품질	신뢰성	5	고객이 고용서비스 제공자에게 느끼는 신뢰성
	응답성	4	고객을 돕고 즉각적인 서비스를 제공하는 의지
인적품질	전문성	3	고용서비스를 수행하는데 필요한 기술 및 지식
	고객이해	5	예의바르고 친절한 고객 응대 태도
환경품질	유형성	4	고용서비스평가를 위한 외형적 단서로서 물리적 환경
	접근가능성	3	시간적, 장소적 편리함

한편, 고용서비스품질 수준에 대한 전반적인 만족도와 재이용의도에 미치는 영향을 분석하기 위해서 전반적 만족도와 이용의도에 대한 조작적 정의를 전반적인 만족도는 전반적 서비스, 처리결과 및 기대와 실제서비스의 만족으로, 재이용의도는 재이용의사, 이용빈도 및 타인추천으로 정의하여 리커트 5점 척도로 측정하였다.

3.3. 자료수집 및 표본 특성

자료 수집은 고용지원센터에 등록된 구직자를 대상으로 실시하였다. 07년 4월부터 6월까지 Work-net에 등록된 구직자를 대상으로 하였으나 일부센터의 경우 표본수가 불충분한 관계로 구직자의 경우 7월 등록구직자도 포함하여 실시하였으며, 조사지역은 전국 71개 고용지원센터로 하였다.

총 표본 수는 3,741명이며 조사방법은 구조화된 질문지를 이용한 전화조사를 실시

하였으며 표본추출방법은 Work-net에 등록된 구인 및 구직자 명단리스트를 이용하여 임의 추출하였다. 조사기간은 설문조사전문기관인 (주)시스웨어에 의뢰하여 07년 10월 5일부터 11월 14일까지 설문조사가 실시되었으며 설문에 응답한 표본의 인구통계적 특성은 다음 <표 2>와 같다.

<표 2> 표본의 인구통계적 특성

구 분		사례수	비 율(%)
전 체		3,741	100.0
성 별	남 성	1,986	53.1
	여 성	1,755	46.9
연 령 별	29세 이하	1,183	31.6
	30대	1,984	53.1
	40대	402	10.7
	50세 이상	172	4.6
학 력 별	고졸 이하	1,515	40.5
	대졸 미만	1,343	35.9
	대졸 이상	883	23.6
취업여부	취 업	1,203	32.2
	미취업	2,538	67.8

IV. 실증적 분석

4.1. 고용서비스품질 측정도구의 단일차원성, 신뢰성 및 타당성 분석

Churchill(1979)은 신뢰성 및 타당성을 검토하고자 할 때에는, 검토 전에 측정항목들이 한 구성개념을 측정하는지를 알기 위해 각각의 척도에 대한 단일차원성(unidimensionality)의 평가가 선행되어야 한다는 점을 강조하였다. 따라서 본 연구에서는 설문항목을 통해 수집된 자료의 적합성을 검증하기 위해, 실증분석을 할 때 일반적으로 행해지는 신뢰성 및 타당성 검증 전에 단일차원성에 대한 평가도 같이 실시하였다. 우선 구성개념들에 대한 설문항목들의 단일차원성은 Churchill(1979)이 제시한 방법들인 개별항목 대 전체항목간 상관관계(item-to-total correlation), 항목이 삭제된 경우의 Cronbach α 값을 확인하여 다른 항목과의 단일성에 영향 여부를 확인하였으며 탈락한 변수들을 제외한 나머지 변수들에 대해 탐색적 요인분석을 실시

하였다. 본 연구에서는 측정도구의 구성개념 타당성(construct validity)을 검증하기 위하여 정보의 손실을 최대한 줄이면서 항목들을 가능한 한 적은 수의 요인으로 줄이는데 목적이 있는 주성분 분석(principal component analysis)을 실시하였으며, 이러한 단일 차원성 확보를 위해서 요인을 회전시키는 경우에 나타나는 요인의 순수성 상실을 피하기 위해서 회전되지 않은 요인 분석을 실시하여 단일 차원성을 확보하고 있지 못한 항목들을 제거하였다.

Nunnally(1978)에 의하면 신뢰성은 타당성을 주장하기 위한 필요조건으로(충분조건은 아님), 척도에 대한 신뢰성의 검증 없이는 어떤 측정도구들도 타당성을 가진 척도라고 주장할 수 없다고 하였다. 본 연구에서도 Cronbach α 계수를 측정하여 내적 일관성에 의한 신뢰성을 검증하였다. 여러 측정항목들로 구성된 척도의 경우 Cronbach α 계수가 가장 많이 사용되는 신뢰성 검증방법이며, α 계수가 신뢰성의 하한치를 의미하므로 보다 신뢰성이 높은 측정항목들을 제공하여 줄 수 있기 때문이다. 특히 Gerbing & Anderson(1988)은, Cronbach α 계수는 척도가 단일차원성을 충족시킬 경우에만 의미가 있으므로, 신뢰성 검증은 척도의 단일차원성 검증 후에만 해야 한다고 주장하였다. 본 연구의 측정항목들은 이미 단일차원성을 평가하였으므로, 단일차원성 평가에서 탈락하지 않은 항목들에 대해 Cronbach α 계수를 검토하였다. Cronbach α 계수는 .70이상이면 신뢰성이 있는 것으로 판단하였는데 본 연구에서도 각 요인의 내적 일관성을 알아보기 위해서 Cronbach α 계수를 통한 신뢰성을 검토하였다. 그리고 타당성검증을 위해서 주성분분석과 직각 회전요인분석(Varimax)방법을 선택하여 실시하였으며 변수 내에서 요인 결정은 일반적으로 아이겐 값(Eigen-value)이 1 이상이 되는 것만을 추출하였으며 요인적재치와 신뢰계수를 이용하여 이를 검증하였다.

또한, 측정항목의 내용타당성을 확보하기 위해서 본 연구에서는 일차적으로 기존문헌조사를 통해서 측정항목을 검토한 후 설문문항을 작성하여 관련분야 연구자들(경영학전공 교수)의 설문항목에 대한 검토를 거쳐 이를 반영함으로써 표면타당성(face validity)을 높이하고자 하였다.

한편, 탐색적 요인분석을 실행한 후 수렴타당성과 판별타당성을 조사하였다. 수렴타당성은 어떠한 구성 개념을 측정하고자 할 때 상이한 방법의 지표가 사용되는 경우에도 유사한 결과가 유의미한 값을 가져야 함을 의미하므로 본 연구에서는 확인적 요인분석을 AMOS 측정모형을 이용하여 실시하였다. 또한 판별타당성은 상이한 구성 개념간의 측정결과에 있어서의 상이한 차이를 의미하므로 이 또한 확인적 요인분석을 통해서 상관관계를 확인하였다.

4.1.1. 예비조사를 통한 단일차원성 분석 결과

고용지원센터에 2007년 1월에서 3월 사이에 구직등록 한 구직자 800명을 대상으로 전화조사를 실시하여 서비스품질차원, 요인 및 항목에 대한 단일차원성을 분석하였다.

예비조사에서 우선 분석대상변수인 독립변수 30개 변수에 대해서 상관관계분석을 실시한 결과 상관계수값이 0.3에서 0.6사이로 0.3이하 및 0.8이상의 범위를 벗어난 변수는 없는 것으로 확인되었다. 이어서, 각 변수의 상관관계를 확인 후 단일차원성을 확인하기 위해서 Cronbach α 값, 표준편차, 항목간 상관관계, 수정된 항목-전체상관관계 및 항목이 삭제된 Cronbach α 를 검토한 결과 다른 항목과 다른 성격의 항목을 가지는 항목이 확인되어 응답성 요인의 “소요시간 짧음”, 접근가능성 요인의 “교통여건 편리”, 공공성 요인의 “고객안전 최선” 등 총 3개 항목을 제외시켰다.

다음으로 탐색적 요인분석을 실시한 결과를 살펴보면, 공통성이 모두 0.6이상으로 나타났으며 고객이해, 전문성, 신뢰성, 서비스충족, 공공성, 접근가능성, 유형성, 응답성 모두 동일한 요인에서 .50이상의 높은 적재치를 보였으나 신뢰성 요인의 “약속한 시간내 서비스”, “약속한 서비스 정확도”, 고객이해 요인의 “상황고려 유연한 처리” 등 총 3개 문항은 다른 항목에 대해서도 $\pm .40$ 이상의 요인 적재치를 가지고 있는 항목이거나 같은 요인으로 분류되지 않는 항목들로서 부적절한 항목으로 평가하여 탈락시켰다(남기성, 2006). 본 조사에서는 예비조사에서 나타난 결과를 기초로 24개 항목을 대상으로 본 조사를 실시하였다.

4.1.2. 신뢰성 및 타당성 검증

예비조사결과에 포함된 변수들을 측정하고 척도의 타당성을 검증하기 위해서 요인 분석을 통한 판별 및 개념적 타당성을 검증하였다. 요인추출방법으로는 주성분분석방식을 이용하였고, 요인 수의 결정은 고유값이 1이상인 요인만을 선택하였다. 또한 요인적재치를 확인하여 그 유의성을 판단하였으며, 요인행렬의 회전은 직각회전(Varimax)방식을 택하였다. 또한 사용된 척도의 내적 일치성을 평가하기 위해서 신뢰도분석을 실시하였으며 Cronbach α 값을 통해서 이를 확인하였다.

구직자의 고용서비스품질을 확인한 결과 8개 요인이 추출되었으며 총 분산 설명도가 87.648%로 나타났으며 요인적재치가 0.662이상의 높은 적재치를 보였다. 또한 신뢰성 분석을 통해 각 요인의 Cronbach α 값을 확인한 결과 모든 요인이 0.899이상의 높은 값을 보여 충분한 신뢰성이 있는 것으로 분석되었다. 매개 및 종속변수의 타당성과 신뢰성을 분석한 결과, 총 분산 설명도가 88.850%이고 요인적재치가 0.780이상의 높은 값을 보였으며 Cronbach α 값도 0.947, 0.924로 매우 높아 타당성과 신뢰성이 충분한 것으로 판단된다<표3 참조>.

<표 3> 타당성 및 신뢰성분석 결과

요 인	항 목	성 분								Cronbach α
		1	2	3	4	5	6	7	8	
고객이해	B	.788	.238	.177	.188	.219	.220	.160	.161	0.948
	A	.782	.244	.155	.174	.219	.219	.140	.139	
	C	.758	.237	.169	.172	.206	.238	.149	.217	
	D	.739	.206	.200	.189	.221	.248	.198	.209	
유형성	C	.171	.837	.117	.151	.131	.128	.131	.129	0.899
	B	.273	.763	.127	.159	.109	.159	.026	.165	
	A	.153	.748	.160	.202	.167	.148	.210	.098	
	D	.176	.746	.215	.225	.147	.109	.214	.108	
신뢰성	B	.162	.147	.817	.228	.200	.160	.157	.130	0.921
	C	.203	.213	.782	.259	.202	.173	.179	.127	
	A	.187	.220	.771	.244	.196	.152	.151	.130	
서비스충족	B	.207	.249	.284	.800	.177	.161	.134	.132	0.943
	A	.202	.260	.214	.795	.202	.166	.112	.143	
	C	.200	.251	.294	.774	.187	.171	.154	.133	
응답성	B	.265	.209	.286	.226	.756	.201	.175	.142	0.940
	A	.313	.229	.228	.221	.741	.214	.132	.178	
	C	.331	.208	.258	.227	.696	.259	.178	.166	
전문성	B	.338	.229	.209	.195	.218	.747	.156	.197	0.937
	A	.331	.227	.220	.207	.230	.726	.157	.193	
	C	.404	.214	.206	.215	.261	.662	.155	.185	
접근가능성	A	.242	.279	.235	.174	.179	.167	.791	.184	0.943
	B	.247	.255	.242	.176	.186	.172	.788	.201	
공공성	A	.287	.234	.188	.187	.183	.215	.192	.794	0.952
	B	.295	.238	.183	.182	.191	.215	.202	.786	
고유치		3.696	3.464	2.830	2.728	2.401	2.277	1.824	1.819	
설명된 분산		15.386	14.432	11.792	11.366	10.005	9.488	7.602	7.577	
누적			29.818	41.610	52.976	62.981	72.469	80.071	87.648	

<표 4> 매개변수/종속변수의 타당성 및 신뢰성 분석 결과

요 인	항 목	성 분		Cronbach α
		1	2	
서비스만족	센터의 서비스는 전반적 만족	.891	.350	0.947
	센터의 업무처리결과 전반적 만족	.876	.355	
	전반적으로 기대에 부응한 서비스 제공	.873	.376	
재이용의도	다시 이용할 의사	.326	.898	0.924
	계속 이용할 예정	.340	.897	
	다른 사람 이용 추천	.421	.780	
고유치		2.721	2.610	
설명된 분산		45.342	43.508	
누적			88.850	

4.1.3. 구성요인간의 상관관계 분석

상관관계분석을 실시한 결과 서비스충족, 고객이해, 응답성, 신뢰성, 전문성, 공공성, 접근가능성, 유형성 등 8개요인 모두 유의미한 상관관계를 갖고 있음을 확인할 수 있었다.

또한 본 연구의 구성개념들의 판별타당성(discriminant validity)을 확인하기 위하여 요인분석에서 얻어진 요인들 간의 상관관계를 분석한 결과, 분석 matrix에서 ϕ 계수의 신뢰구간($\phi \pm 2$ S.E.)에서 1.0을 초과하는 계수가 없으므로 요인들이 서로 동일하다고 할 수 없으므로 판별 타당성을 확보하고 있음을 확인하였다.

<표 5> 구성요인간 상관변환행렬표

성 분	고객이해	유형성	신뢰성	서비스 충족	응답성	전문성	접근 가능성	공공성
고객이해	.446	.404	.363	.356	.344	.334	.273	.275
유형성	-.591	.370	.402	.440	-.117	-.324	.049	-.196
신뢰성	.063	.783	-.502	-.223	-.258	-.085	.058	.066
서비스충족	-.199	-.057	.308	-.552	-.075	-.129	.663	.309
응답성	.050	.245	.257	-.494	.500	-.011	-.164	-.592
전문성	.458	.013	.430	-.081	-.715	.022	-.072	-.286
접근가능성	-.360	.146	.260	-.255	-.127	.534	-.518	.382
공공성	.258	.046	.203	-.097	.136	-.688	-.424	.456

* 요인추출 방법: 주성분 분석, 회전 방법: Kaiser 정규화가 있는 베리맥스.

4.1.4. 확인적 요인분석

고용서비스품질차원을 결과품질, 인적품질, 절차품질 및 환경품질 차원으로 분류하여 이들 차원의 적합성을 판단하고 이어서 결과품질의 하위요인은 서비스충족과 공공성, 인적품질의 하위요인은 고객이해와 전문성, 절차품질의 하위요인은 신뢰성과 응답성, 환경품질의 하위요인은 유형성과 접근가능성을 측정변수로 하는 4개 품질차원에 8개 측정변수로 구성된 모형의 적합도를 확인하기 위해서 확인적 요인분석을 실시하였다.

<표 6> 각 고용서비스 품질 차원에 대한 확인적 요인분석 결과

단 위		CFA 항목수	GFI	AGFI	NFI	TLI	CFI	RMR	RMSEA	χ^2	$\chi^2/\text{d.f.}$
결과품질	서비스충족	3									
	공공성	2									
		5	0.998	0.992	0.999	0.998	0.999	0.006	0.033	20.187	5.047
인적품질	고객이해	4	0.957	0.786	0.979	0.938	0.979	0.013	0.102	308.469	154.234
	전문성	3									
		7	0.959	0.911	0.981	0.970	0.981	0.017	0.104	535.666	41.205
절차품질	신뢰성	3									
	응답성	3									
		6	0.994	0.983	0.997	0.994	0.997	0.011	0.046	71.182	8.898
환경품질	유형성	4	0.997	0.983	0.997	0.992	0.997	0.006	0.056	25.534	12.767
	접근가능성	2									
		6	0.986	0.964	0.991	0.983	0.991	0.016	0.071	156.720	19.590
전 체		24	0.938	0.927	0.972	0.973	0.975	0.030	0.044	3507.318	8.351

4.2. 고용서비스품질 측정도구 경로분석 검증결과

구조방정식 모델을 검증하기 위해서 활용한 통계패키지는 AMOS(4.0)을 이용하였으며 구조방정식모델을 검증하기 위해 최대우도법(maximum likelihood method)을 활용하였으며, 모형의 적합성을 평가하기 위해서 보편적으로 사용되는 기준($\chi^2/\text{d.f.}$, RMR, GFI, AGFI, NFI, TLI, CFI, RMSEA)을 사용하였다.

구직자 고용서비스 품질 측정모델에 대한 경로분석을 실시한 결과를 살펴 보면, 본 모델의 적합도를 분석한 결과 $\text{Chi-Square}=571.030$, $\text{d.f.}=40$, $\text{RMR}(0.0344)$, $\text{GFI}(0.973)$, $\text{AGFI}(0.955)$, $\text{NFI}(0.986)$, $\text{CFI}(0.987)$, $\text{RMSEA}(0.0596)$ 등 대부분

적합도 지수 기준을 충족하고 있어 제시된 측정모델은 적합한 것으로 판단된다.

고용서비스품질 측정 항목인 8개 요인과 4개 차원의 구성은 적절한 것으로 확인되었으며 요인적재량도 0.788에서 0.904의 높은 적재치를 보였다. 고용서비스품질에 대한 기여도는 인적품질(전문성, 고객이해), 절차품질(응답성, 신뢰성), 결과품질(서비스충족)순으로 나타났다. 또한 고용서비스 품질이 전반적인 서비스만족과 재이용의도에 유의한 영향을 미치고 있으며 전반적 서비스만족과 재이용의도간에도 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 고용서비스 성과요인인 취업에 대해서는 재이용의도는 유의미한 결과를 나타내지 않았다.

<표 7> 구조공분산 경로 추정치

개념간의 경로	표준계수	Critical Ratio	p	비 고
결과품질 → 서비스충족	0.799			
결과품질 → 공공성	0.793	46.361	0.000	
절차품질 → 신뢰성	0.816			
절차품질 → 응답성	0.877	48.453	0.000	
인적품질 → 전문성	0.904			
인적품질 → 고객이해	0.899	59.910	0.000	
환경품질 → 유형성	0.788			
환경품질 → 접근기능성	0.819	41.320	0.000	
고용서비스품질 → 결과품질	0.994			
고용서비스품질 → 절차품질	0.980	48.300	0.000	
고용서비스품질 → 인적품질	0.943	48.184	0.000	
고용서비스품질 → 환경품질	0.952	39.126	0.000	
고용서비스품질 → 서비스만족	0.909	52.437	0.000	
고용서비스품질 → 재이용의도	0.444	11.612	0.000	
서비스 만족 → 재이용의도	0.320	8.580	0.000	
재이용의도 → 취업	0.010	0.570	0.569	기 각

4.3. 구직자 직업탐색강도에 따른 고용서비스 유형별 경로분석 검증결과

가설 5에서 제기한 바와 같이 직업탐색강도에 따라 취업에 미치는 영향이 다르게 나타날 것이라는 논리에 기초하여 직업탐색강도 수준에 따라 취업에 미치는 영향을 확인하기 위해서 구직자의 고용서비스를 취업알선·취업정보제공과 자가취업정보탐색 형태의 고용서비스 제공으로 구분하여 직업탐색강도수준이 높은 적극적 직업탐색 고

용서비스인 취업알선·취업정보탐색과 소극적 직업탐색 고용서비스인 자가취업정보탐색이 취업에 미치는 영향을 조사하였다.

<표 8>에서 확인한 바와 같이 취업알선·취업정보탐색의 경우 재이용의도가 취업에 유의미한 영향을 미쳤으나 자가취업정보탐색의 경우는 재이용의도가 취업에 유의미한 영향관계가 확인되지 않는다는 사실을 알 수 있었다.

<표 8> 구조공분산 경로 추정치

개념간의 경로	취업알선·취업정보탐색			자가취업 정보탐색			비고
	표준계수	Critical Ratio	p	표준계수	Critical Ratio	p	
결과품질 → 서비스충족	0.796			0.781			
결과품질 → 공공성	0.796	13.525	0.000	0.776	22.444	0.000	
절차품질 → 신뢰성	0.855			0.798			
절차품질 → 응답성	0.885	14.810	0.000	0.852	22.622	0.000	
인적품질 → 전문성	0.946			0.902			
인적품질 → 고객이해	0.925	19.365	0.000	0.881	27.980	0.000	
환경품질 → 유형성	0.803			0.772			
환경품질 → 접근가능성	0.800	11.951	0.000	0.802	19.656	0.000	
고용서비스품질 → 결과품질	0.993			0.995			
고용서비스품질 → 절차품질	0.966	12.653	0.000	0.999	20.966	0.000	
고용서비스품질 → 인적품질	0.948	14.580	0.000	0.937	23.457	0.000	
고용서비스품질 → 환경품질	0.945	11.419	0.000	0.953	18.844	0.000	
고용서비스품질 → 서비스만족	0.901	15.156	0.000	0.916	25.994	0.000	
고용서비스품질 → 재이용의도	0.418	3.822	0.000	0.511	6.054	0.000	
서비스 만족 → 재이용의도	0.423	3.966	0.000	0.223	2.726	0.006	
재이용의도 → 취업	0.119	2.139	0.032	0.003	0.081	0.935	일부 채택

<표 9> 구조공분산 모형 적합도 지수

구분	GFI	AGFI	NFI	TLI	CFI	RMR	RMSEA	χ^2 /d.f.
상담알선, 취업정보탐색	0.842	0.814	0.919	0.946	0.951	0.035	0.063	2,385
자가취업 정보탐색	0.920	0.906	0.960	0.970	0.973	0.031	0.045	2,950

4.4. 검증결과 및 시사점

본 논문에서는 고용서비스품질의 구성요인을 확인하고 고용서비스품질이 전반적 만족과 재이용의도에 미치는 영향을 검증하기 위해서 구조방정식모델을 활용하여 분석하였다. 고용서비스품질은 8개요인과 4개 차원으로 구성된 계층적 모형을 활용하여 보다 정확하게 측정될 수 있었으며 이러한 모형을 통해 고용서비스 품질을 측정한 결과에 따라 고용서비스품질 수준을 파악하여 부분별 개선사항을 파악하여 서비스 개선에 활용할 수 있음을 확인할 수 있었다. 즉 서비스품질요인으로 서비스충족, 공공성, 신뢰성, 응답성, 전문성, 고객이해, 유형성 및 접근가능성과 같은 8개 요인을 활용하고 각 요인 간 상관관계가 높기 때문에 이들 8개 요인을 다시 결과품질, 인적품질, 절차품질, 환경품질과 같은 4개 차원으로 재구성하는 것은 타당한 것으로 확인되었다.

4개차원의 고용서비스품질에 대한 기여도를 각 차원의 요인적재량을 기준하여 볼 때 결과품질(0.994), 절차품질(0.980), 환경품질(0.952), 인적품질(0.943)순으로 나타났다으며 각 차원에 대한 8개 요인의 기여도를 확인한 결과 결과품질은 서비스충족(0.799)이, 절차품질은 응답성(0.877)이, 인적품질은 전문성(0.904), 환경품질은 접근가능성(0.819)이 보다 높은 것으로 나타났다. 한편, 8개 요인과 4개 차원을 통해 산출된 고용서비스품질이 전반적인 만족 및 재이용의도에 유의미한 영향을 미쳤으며, 전반적인 만족이 재이용의도에도 유의미한 영향을 미친 것으로 나타났다. 또한 구직자의 고용서비스유형중 취업알선·취업정보탐색서비스 수혜 구직자의 경우는 취업에도 유의미한 영향을 미치는 것을 확인하였다.

따라서 구직자가 취업정보를 습득하고 취업가능성을 향상시키는데 도움이 되는 고용서비스를 제공함에 있어서 구직자들이 만족하도록 하며 구직자의 직업탐색서비스를 강화하여 취업을 높일 수 있도록 고용서비스를 강화할 필요가 있음을 시사하고 있다.

V. 결 론

본 연구에서 실증적인 분석을 통해 고용서비스 품질을 구성하는 차원, 요인 및 항목을 활용하여 고용서비스품질 측정 모형을 개발할 목적으로 단일차원성 분석, 신뢰성 및 타당성 검증, 확인적 요인분석, 상관관계분석 및 경로분석을 통해 고용서비스 품질을 8개요인 4개 차원 및 24개 항목으로 구성요소를 체계화 하였으며, 적합도가 검증된 고용서비스품질 특정모형을 개발하였다는데 의의가 있다고 할 것이다. 또한 고용

서비스품질 측정 모형을 4개 차원과 8개요인의 2단계 계층으로 구성하여 구성요소의 구조적 구성타당성(construct validity)을 검증하였을 뿐만 아니라 이 모형을 활용하여 고용서비스품질 수준을 기준으로 부분별 업무개선을 도출하는 모델을 제시하였다는 점에서 실무적 효용성이 높다고 말 할 수 있다.

또한 고용지원센터의 고용서비스 경험이 있는 구직자를 대상으로 조사한 본 연구는 제안된 측정모형이 적합한 것으로 검증되었고 전반적인 서비스만족과 재이용의도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이같은 결과는 기존 연구결과를 지지하고 있음을 알 수 있다.(Bitner, 1990; 서창적 외, 2001; 장대성 외, 2004; 이유재·라선아, 2006; 김성홍, 2006; 윤성준 외, 2006)

또한 구직자의 고용서비스유형중 취업알선·취업정보탐색서비스 수혜 구직자의 경우는 취업에도 유의미한 영향을 미치는 것으로 확인되어 기존 연구결과를 뒷받침하고 있음도 확인되었다(이지영, 2005; Saks & Ashforth, 2002; Schwab et al., 1987).

최근 실업이 사회이슈화 되면서 적극적 노동시장정책의 핵심수단인 고용서비스의 중요성이 크게 증가되었다. 2006년도에 노동부 고용지원센터를 통해서 구인등록인원이 915,178명이었고 구직등록자는 연인원으로 1,872,668명에 달하였으며 485,285명이 취업하는 등 우리나라 노동시장의 인력수급 조절의 중추적 역할을 하고 있지만 고용안정 인프라 등 하드웨어 측면에 비해 서비스의 질적 향상을 위한 전략적 역량이 더 많이 요구되는 실정이다. 산업구조변화에 따른 노동시장의 유연화가 확대되면서 무엇보다 중요한 것이 고용중개 등을 통한 원활한 인력수급의 조정일 것이다. 따라서 이를 담당하고 있는 고용지원센터의 고용서비스에 대한 질적 평가를 위해 이를 이용하는 외부고객을 통해서 평가하고 검증하는 것은 매우 중요하다할 것이다. 실증분석을 통해 확인한 결과에서 알 수 있듯이 고용지원센터의 고용서비스를 제공함에 있어서 고용서비스품질을 고려하여 서비스가 이루어지면 고객만족뿐만 아니라 이용 확대에도 기여할 것으로 판단된다. 따라서 고용서비스품질차원이 서비스제공과정에 초점을 맞추어 서비스가 제공되어야 할 것이며 서비스 성과를 높이기 위한 다각적인 접근 방법도 강구되어야 할 것이다.

고객만족 등의 성과지표는 구직자를 위해서 어떠한 서비스가 얼마만큼 이루어졌는가 등의 성과를 확인하는데 매우 중요한 지표중의 하나이며 노동시장에서 파악한 변화를 보다 쉽게 파악할 수 있으며 고용서비스를 받은 사람들도 쉽게 이해할 수 있다. 따라서 고용서비스의 생산과정의 여러 단계에 대한 세심한 이해는 수요자와 공급자의 상호작용의 파악을 보다 용이하게 할 수 있으며 고용서비스기관에서 근무하는 직원의 생산성 향상에도 기여할 것이다.

특히 공공 고용서비스는 특성상 부가가치를 측정하는 것이 쉽지 않고 이용자에게 쉽게 제공됨으로 인해 서비스 유경험자의 지속적인 서비스 평가에 기반한 서비스의

생산성과 효과성을 사용자 중심으로 평가하여야 할 필요성을 제기한다. 또한 구직자뿐만 아니라 구인업체에 대한 서비스 경험 또한 중요한 평가자료로 사용되어야 할 것이다.

이와 같은 노력은 고용서비스기관에서 생산되는 여러 가지 서비스를 보다 고객중심적으로 전환하고 이들 서비스의 제공과정을 명확히 함으로써 서비스품질 경영 문화 정착에 기여할 것이며 서비스 제공자와 수여자간의 상호이해 증진을 꾀할 수 있으며 행정지향적인 관료조직에서 고객지향적인 조직 문화를 바꾸는데도 기여할 수 있을 것이다. 따라서 고객 니즈와 기대에 부응한 서비스과정을 개발하기 위해서 모든 공공고용서비스기관의 전략적 서비스품질 개발이 필요하며 공공 고용서비스기관과 고객간의 보다 성과지향적인 관계구조를 형성할 수 있을 것이다. 그러나 서비스품질개발이 성공하기 위해서는 근본적으로 지역단위에서 이루어져야 하며 국가단위에서는 제한된 범위 내에서의 조정과 촉진이 필요하다. 고객만족의 극대화는 당초 수립된 목표 성취와 자연스럽게 조화가 이루어지는 것이 아니기 때문에 이를 잘 조절할 수 있도록 서비스 제공자의 고객지향적 인식 전환이 필수적이다. 또한 조직차원에서 볼 때 서비스 관리자의 강력한 지지와 서비스 절차에 대한 고객지향적 사고가 요구되며 서비스 제공자들의 적극적인 관심과 자기개발이 필요하다(Lahti-Finland, 1999).

본 연구에서 고용서비스 품질차원에서의 중요한 마케팅 관리적 시사점을 확인할 수 있었으나 분석결과에도 확인할 수 있는 바와 같이 구직자에게 효과적인 취업서비스 요인을 구체화하지 못하였으며 고용서비스의 주요고객중의 하나인 구인업체에 대한 조사가 이루어지지 못한 한계가 있다. 따라서 향후연구에서는 구직자의 효과적인 취업서비스 요인을 발굴하고 구인업체의 고용서비스품질 측정 등 효율적이고 효과적인 고용서비스 제공을 위한 측정모형을 개발하여 이를 활용할 필요가 있다.

참고문헌

- 금재호 (1999), “직업, 취업 및 훈련정보에 대한 수요자의 욕구조사,” 노동부.
- 김성홍 (2006), “공공서비스품질 구성요인과 측정모형 연구,” 『서비스경영학회지』, 제7권 제3호, pp. 3-28.
- 김태성, 조흥식, 김진구 (1999), “고용보험과 실업률과의 관계에 관한 연구,” 서울대학교 사회과학연구원.
- 남기성 (2006), 「SPSS를 이용한 통계분석은 어떻게」, 자유아카데미.
- 서창적, 지성구 (2001), “패밀리 레스토랑의 점포충성도 결정요인,” 『한국서비스경영학회발표 논문집』, pp. 189-207.
- 서창적 (2004), “종업원 만족이 서비스품질에 미치는 영향,” 『서비스경영학회지』, 제5권 제3호, pp. 159-176.
- 서창적, 이세영 (2006), “한국서비스품질지수(KS-SQI) 모델의 개선에 관한 연구,” 『서비스경영학회지』, 제7권 제2호, pp. 99-121.
- 오성욱, 윤성준 (2005), “데이터베이스를 이용한 고용서비스성과의 결정요인에 관한 실증적 연구,” 『인사관리연구』, 제29권 제2호, pp. 81-118.
- 유길상, 임동진 (2002), “공공직업안정서비스 고객만족도 평가 및 결정요인,” 『한국지방자치학회보』, 제14권 제1호, pp. 257-280.
- 윤성준, 오성욱 (2003), “고용서비스에 있어서의 고객만족에 대한 고찰,” 『서비스경영학회지』, 제4권 제2호, pp. 3-31.
- 윤성준, 최동춘, 김정훈 (2006), “경찰서비스의 서비스품질과 고객애호도 결정요인에 관한 연구,” 『서비스경영학회지』, 제7권 제1호, pp. 95-123.
- 이곤수, 송건섭 (2005), “기초자치단체의 행정서비스 품질지수 측정,” 『한국행정논집』, 제17권 제2호, pp. 359-384.
- 이유재, 라선아 (2006), “한국기업의 서비스품질 평가제도 변천과정,” 서울대학교출판부.
- 이유재, 라선아 (2003), “서비스품질의 각 차원이 CS에 미치는 상대적 영향에 대한 연구: 기존고객과 잠재고객의 비교를 중심으로,” 『마케팅연구』, 제18권 제4호, pp. 67-97.
- 이유재, 이준엽 (2001), “서비스 품질의 측정과 기대효과에 대한 재고찰: KS-SQI 모형의 개발과 적용,” 『마케팅연구』, 제16권 제1호, pp. 1-26.
- 이지영, 장재운, 김명언 (2005), “대학 4학년생들의 진로미결정, 직업탐색행동 및 구

- 직성과 간의 관계,” 『한국심리학회지: 사회문제』, 제11권 제1호, pp. 1-23.
- 장대성, 신충섭, 김민수 (2004), “패스트푸드 프랜차이즈의 서비스품질과 고객만족 및 재구매의도에 관한 인과관계 연구,” 『경영학연구』, 제33권 제6호, pp. 1711-1733.
- 정인수 (1999), “직업안정인프라 구축,” 노동부.
- 최강식, 김훈식, 남재량 (2000), “노동시장의 매개기능 활성화를 통한 고용확대방안,” 노동부.
- 홍승욱, 김광용 (2000), “한국 서비스산업의 서비스품질지수(KS-SQI) 조사 결과에 관한 연구,” 『서비스경영학회지』, 제1권 제1호, pp. 163-181.
- 한국표준협회 (2007), 「2006년 한국서비스품질지수 KS-SQI 종합보고서(상, 하)」, 한국표준협회.
- Anderson, P. M. (1992), “Time-varying effects of recall expectation, a reemployment bonus, and job counseling on unemployment durations,” *Journal of Labor Economics*, Vol. 10 No. 1, pp. 95-115.
- Bitner, M. J. (1990), “Evaluating service encounters: the effects of physical surroundings and employee responses,” *Journal of Marketing*, Vol. 54 No. 2, pp. 69-82.
- Bolton, R. N. (1998), “A dynamic model of the duration of the customer’s relationship with a continuous service provider: the role of satisfaction,” *Marketing Science*, Vol. 17 No. 1, pp. 45-65.
- Brady, M. K., Cronin, J. J. and Brand, R. R. (2002), “Performance-only measurement of service quality: a replication and extension,” *Journal of Business Research*, Vol. 55 No. 1, pp. 17-31.
- Carmana, J. M. (1990), “Consumer perception of service quality: an assessment of the SERVQUAL dimensions,” *Journal of Retailing*, Vol. 66 No. 1, pp. 33-55.
- Caruana, A. (2002), “Service loyalty: the effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction,” *European Journal of Marketing*, Vol. 36 No. 7/8, pp. 811-828.
- Churchill, G. A. (1979), “A paradigm for developing better measures of marketing constructs,” *Journal of Marketing*, Vol. 16 No. 1, pp. 64-73.
- Crosby, P. B. (1979), *Quality is Free: the Art of Making Quality Certain*, New York: New American Library. pp. 35-50.
- Cronin, J. J. and Taylor, S. A. (1992), “Measuring service quality: a

- reeexamination and extension," *Journal of Marketing*, Vol. 56 No. 3, pp. 55-68.
- Cronin, J. J. and Taylor, S. A. (1994), "SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance-based and perceptions- minus- expectations measurement of service quality," *Journal of Marketing*, Vol. 58 No. 1, pp. 125-131.
- Dabholkar, P. A., Shepherd, C. D. and Thorpe, D. I. (2000), "A comprehensive framework for service quality: an investigation of critical conceptual and measurement issues through a longitudinal study," *Journal of Retailing*, Vol. 76 No. 2, pp. 139-173.
- Grönroos, C. (1984), "A service quality model and its marketing implications," *European Journal of Marketing*, Vol. 18 No. 4, pp. 36-44.
- Jones, T. O. and Sasser, W. E. (1995), "Why satisfied customers defect," *Harvard Business Review*, (November-December), pp. 88-99.
- Kanfer, R. and Hulin, C. L. (1985), "Individual differences in successful job searches following lay-off," *Personnel Psychology*, Vol. 38 No. 4, pp. 835-847.
- Lahti-Finland (1999), "Review of quality management in PES," European Union, (사이트주소: eu.europa.eu)
- Lecomte, C. (1983), "Counselling psychology of the future: toward a process for all seasons," NATCON, 5, Ottawa: Employment and Immigration, Canada.
- Nunnally, J. C. (1978), *Psychometric Theory*, New York: McGraw-Hill.
- Oliver, R. L. and Swan, J. E. (1989), "Consumer perceptions of interpersonal equity and satisfaction in transactions: a field survey approach," *Journal of Marketing*, Vol. 53 No. 2, pp. 21-35.
- OECD (2000), *The Public Employment Service in the United States*, OECD Publications.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1985), "A conceptual model of service quality and its implications for future research," *Journal of Marketing*, Vol. 49 No. 4, pp. 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1988), "SERVQUAL: a multi-item scale for measuring consumer perception of service quality," *Journal of Retailing*, Vol. 64 No. 1, Spring, pp. 12-37.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1991), "Refinement and

- reassessment of the SERVQUAL scale,” *Journal of Retailing*, Vol. 67 No. 4, pp. 420–450.
- Roshin, S. (2007), *2006 Employment Services Customer Satisfaction Survey, Planning & Research*, F&S Publications.
- Rust, R. T. and Oliver, R. L. (1994), “Service quality: insights and managerial implications from the frontier,” in *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*, Roland T. Rust and Richard L. Oliver(Eds.), Thousand Oaks, CA: Sage Publications, pp. 1–19.
- Saks, A. M. and Ashforth, B. E. (2002), “Is job search related to employment quality? It all depends on the fit,” *Journal of applied Psychology*, Vol. 87 No. 4, pp. 646–654.
- Schwab, D. P., Rynes, S. L. and Aldag, R. J. (1987), “Theories and research on job search and choice,” *Research in personnel and Human Resources Management*, Vol. 5, pp. 129–166.
- Selnes, F. (1998), “Antecedents and consequences of trust and satisfaction in buyer–seller relationships,” *European Journal of Marketing*, Vol. 32 No. 3/4, pp. 305–322.

* 저자소개 *

· 오 성 욱 (ohosung1@korea.com)

경기대를 졸업하고 성균관대에서 행정학석사와 고려대에서 경영학석사를 취득하였으며, 경기대학교에서 경영학박사학위를 취득하였다. 한국산업인력공단, 경기대학교 강사 등의 경력과 현재 한국고용정보원에서 부연구위원으로 재직중에 있으며 주요관심분야는 HR비즈니스, 고용서비스, e-service 등이다.

· 윤 성 준 (교신저자: sjyoon@kuic.kyonggi.ac.kr)

고려대학교 영문학과를 졸업하고 미국 Purdue University에서 경영학석사(MBA)를 취득하였으며, Wayne State University에서 경영학박사학위를 취득하였다. 현재 경기대학교 부교수로 재직중이며, 주요관심분야는 온라인소비자행동, 광고와 소비심리, 마케팅성과, 인터넷마케팅 등이다.