

공급사슬 파트너십에서 수송이 물류서비스 품질과 장기지향성에 미치는 영향

(The Effect of Logistics Service Quality by the Role of
Carriers on Long Term Orientation In Buyer-Supplier
Partnership)

신종국*, 이상식**, 박민숙***

(Jong-Kuk Shin, Sang-Shik Lee, Min-Sook Park)

요약 본 연구는 물류서비스 품질과 파트너십의 장기지향성을 높이는데 수송의 역할이 중요하게 작용하고 있음을 검증하고 있다. 문헌고찰을 통해 도출한 수송의 역할 차원은 정보공유, 위험과 보상의 공유, 성과향상 노력 및 장기결속이다. 분석결과 이러한 수송의 역할 차원들은 물류서비스 품질 향상에 기여하고 있으며 유연성, 적시성, 상호작용성의 물류서비스 품질의 향상으로 인해 수송업자와의 파트너십을 장기적으로 유지하고자 하는 장기지향성이 높아지는 것으로 나타났다. 공급사슬 내의 수송업자의 역할에 대한 심층적인 분석결과를 통해 볼 때, 향후 공급사슬 내의 파트너십에서 실질적인 수송의 기능을 핵심적으로 고려해야 한다.

핵심주제어 : 공급사슬 파트너십, 수송, 물류서비스품질, 장기지향성

Abstract This paper investigated the role of transportation in increasing logistics service quality and effect of logistics service quality on the long term orientation of the supply chain partnership. Four primary dimensions were identified through a comprehensive literature review. The common dimensions included information sharing, the sharing of risks and rewards, cooperative continuous improvements on cost reductions and increased quality. The results of the data analysis indicated that transportation were perceived to play an important role in logistics service quality that effecting on the long term orientation. This provides useful insight for making further conclusions concerning the actual roles of transportation within partnerships.

Key Words : supply chain partnership, transportation, logistics service quality, long-term orientation

1. 서론

판매물류의 공급사슬에서 파트너십(partnership)은 구매자-판매자간에 공급자 제품의 주문과 물류유통

을 위해 목적, 정책, 그리고 절차에 동의한 유통업자와 독립된 공급자간의 지속성을 의미하는 것으로, 두 기업이 긴밀한 조정과 이해를 바탕으로 하나의 기업이 거래를 수행하는 것처럼 장기간에 걸친 영업활동이며 파트너십의 위험과 보상의 공유가 포함 된다고 볼 수 있다. 상호신뢰성, 개방성, 위험 및 보상의 공유에 근거한 원만한 파트너십은 경쟁우위

* 부산대학교 경영학부 교수
** 경성대학교 경영학부 교수
*** 부산대학교 경영학부 박사과정(교신저자)

를 가져오고, 개별기업들에 의해서 얻을 수 있는 것보다 더 큰 사업성과를 가져올 수 있다(Lambert, 1999). 이러한 성과를 높이기 위해서는 단속적이고 단기적인 거래가 아닌 당사자의 협상이나 의사교환에 의하여 상호이익을 바탕으로 장기적이고 반복적으로 거래가 중요하다. 최근 들어 많은 기업들의 공급사슬 파트너십은 협력을 강화하고 있는데, 이는 구매자와 공급자가 기업의 경쟁우위를 향상시킬 수 있다는 전략적인 측면을 이해하면서 구매자-공급자 파트너십을 강화하는 것이다(Mentzer et al., 2001). 이러한 형태를 판매물류의 공급사슬 파트너십이라고 할 수 있다.

기존 연구에서 판매물류상의 공급자가 제품을 공급할 때 물류역할을 수행하는 제3자 물류업체와의 파트너십에 관한 연구가 이루어지고 있으나 파트너 선정요인이나 서비스품질 연구에 한정되어 있으며, 공급사슬 파트너십에서 기존의 파트너십과 차별적인 요인으로 고려되어야 할 수송업자와의 관계나 성과에 관한 연구는 제한되어 있다(Hong, 2004). 특히 제3자물류업체나 종합물류업체가 제공하는 여러 서비스 중에는 수송서비스가 큰 비중을 차지하고 있지만, 직접 모든 수송수단을 소유할 수는 없기 때문에 실질적으로 제품의 수송을 담당하는 수송업자가 개입하게 된다. 즉, 종합물류업체가 모든 수송수단을 소유하고 있는 것이 아니므로, 수송의 기능을 다시 아웃소싱함으로써 실제 구매자와 공급자의 파트너십에서 물류업무의 접촉빈도가 높고 만족을 결정하는 중요한 요인이 된다. 또한 제3자 물류를 이용하는 기업의 비중보다 이용하지 않는 업체의 비중이 더 크며, 규모가 작은 제조업체의 경우, 종합물류업체보다 수송서비스만을 제공하는 수송업체와 거래, 파트너십을 강화하기 위한 노력을 하고 있다. 물류기능을 종합물류업체가 하든지, 외부의 수송업자가 하든지 간에 수송이라는 기능이 제대로 수행되어야지만 파트너십의 품질과 만족 등의 성과를 높일 수 있는 것이다. 따라서 전체 공급사슬 만족과 물류서비스 품질에 결정적인 역할을 수행하고 있는 수송업자의 역할이 고려된 공급사슬의 성과가 연구되어야 할 필요성이 제기되고 있다. 따라서 본 연구에서는 수송의 역할에 따른 물류서비스품질에 관해 검토하고자 한다. 특히 수송의 역할 차원을 분류하여 각 차원이 물류서비스 품질 차

원에 미치는 영향을 심층적으로 분석하고 이러한 영향이 수송업자와의 장기적인 파트너십과의 관련성을 검토하여 수송업자와의 장기적인 협력적 파트너십을 유지하는데 중요한 요소들을 발견하고자 한다.

2. 문헌고찰

2.1 공급사슬 파트너십에서 수송의 역할

수송은 물류시스템 가운데 가장 중요한 구성요소이다. 물품의 장소적 이동을 통하여 장소적 효용을 창출하는 활동이며, 로지스틱스 네트워크 중 원재료 공급지점, 생산지점, 배송지점 그리고 최종소비자의 각 접점을 물리적으로 결합해야 한다. 물품을 이동시킨다는 행위자체는 매우 단순하지만 실제 경제과정에서 기능하는 수송활동은 매우 복잡하고 다양한 형태를 띠고 있어 수송의사결정은 매우 신중하게 고려되어야 한다. 또한 적절하지 못한 수송서비스와 불확실한 운송시간의 문제로 인하여 많은 재고를 보유해야하는 문제 등 물류계획에 차질을 빚으며 물류서비스 품질을 저하시킴으로써 고객서비스 수준에 영향을 미칠 수 있다.

물류활동의 제후를 맺는 공급자 및 구매자의 경우 고객만족경영을 위해 고객욕구변화에 민감하게 반응하며, 이에 대응할 수 있는 물류서비스를 원한다. 수송업체와의 파트너십을 통해 효율적인 수·배송을 수행하여 제품이 적시적소에 정확히 납품되어 고객만족의 최적화를 위하여 수송에 관한 기획, 시스템 개발 등에 심혈을 기울여야 한다. 따라서 수송업체와의 파트너십을 확고히 하여 기능간 필요한 정보를 연계하고 장기적인 관점에서 계획과 실행을 함으로써 유연함을 가져야 한다.

수송업자의 역할 수행 정도는 파트너십에서 다음의 역할을 어느 정도 수행하느냐에 따라 나누어 볼 수 있다(Gentry, 1996). 수송업자의 역할은 정보공유, 위험과 보상의 공유, 성과향상을 위한 노력, 장기결속 등의 4가지 차원으로 나누어 볼 수 있다. 정보공유차원의 역할은 수송업자가 다양한 수준에서 빈번히 커뮤니케이션에 참여하고 생산예측과 수송 스케줄링에 관여하며 수송업체와 파트너십 업체 간에 전산망으로 연계되어 있으며 함께 문제를 해

결하기 위해 노력하는 활동들이다. 위험과 보상을 공유하는 차원으로써 수송업자가 장비나 인력을 제공하고 수송업자와의 계약에 서비스 실패에 대한 책임부담을 규정해두고, 예측하지 못한 변화가 있거나 파트너 기업의 특별한 요구가 있을 때에는 수송업자가 수용하는 활동들이 포함된다. 품질향상노력 차원에는 수송업자가 파트너십의 비용절감에 적극 관여하며 지속적인 품질 향상을 위해 노력하는 활동이다. 마지막으로 장기결속차원은 전략적 계획 수립 과정에 참여하고, 장기경영성과에 필수적인 역할을 하며, 장기적으로 계약을 맺고 있는 것이다. 수송업자는 파트너십 내에서 이러한 역할들을 수행할 수 있으며, 위 역할의 수행 수준이 높은 경우(partnership carriers)와 낮은 경우(routinized carriers)로 나누어 공급자의 파트너십에서 수송업자의 유형을 분류하는 기준으로 활용될 수 있다.

2.2 물류서비스 품질

물류서비스는 원재료나 부품의 공급, 생산, 유통업자에 의한 배송 등 제품이 최종소비자에게 이르기까지의 총체적 과정으로서, 공급사슬에서의 물류 활동에는 많은 참여자들이 관련을 맺고 있어 물자의 흐름에 서비스부가는 필연적이며, 공급사슬의 경쟁력을 결정하는 주요 요소가 되었다(Ballou et al. 2000). 이러한 물류서비스 품질의 개념과 차원은 상황적 요인과 산업에 따라 여러 관점에서 다양하게 제시되고 있다(Keller et al., 2002).

물류서비스의 초기 연구에서는 제품가용성, 주문사이클 기간, 유연성, 정보, 시스템, 판매 후 제품관리, 재고수준, 시설의 위치, 네트워크 디자인, 즉시성, 주문처리의 정확성, 선적율, 오류수정속도, 일관주문가능성, 주문빈도, 주문처리인, 컴퓨터 주문인력 등의 요인이 검토되었다. 이후 연구에서는 기존의 서비스 품질 측정요인에 추가하여 서비스 실패회복, 사후서비스, 정보 요구에 대한 반응 등 개별고객의 요구 관리 요인이 고려되었다(Kent and Flint, 1997). 최근에는 기존의 물류서비스 품질요인을 체계적으로 검증하여 정보품질, 주문절차, 주문량, 적시성, 정확성, 주문품질, 주문조건 등등의 차원으로 분류하고, 주문을 하고 배송을 받는 과정품질(process quality)과 결과품질(output quality)로

나누어 성과변수와의 검증이 이루어지고 있다(Davis and Mentzer, 2006).

이러한 물류서비스 품질 차원 중에서도 수송을 통해 달성할 수 있는 물류서비스 품질 차원은 유연성, 적시성, 상호작용성 차원이다. 판매물류에 있어서 이러한 물류서비스 품질이 높아지기 위해서는 적시성, 유연성, 상호작용성을 강화할 수 있는 수송업자의 역할이 중요하다(Mentzer, Flint and Hunt, 2001). 물류의 여러 기능 중에서 이러한 서비스 품질을 결정하는 중요한 요소가 수송이기 때문이다. 공급사슬 파트너십의 한 유형인 JIT도입이 기업의 재무적 성과뿐만 아니라 물류부문에 있어 품질 및 시간, 비용, 고객서비스 부분의 개선도 있었음을 볼 수 있으며, 공급사슬 파트너십을 강화하는 경우 고객대응력 향상과 파트너십 만족 향상에 기여함을 증명한 연구들도 제시되고 있다(Leahy, Murphy, Poist, 1995). 또한 물류서비스 품질의 향상은 정시에 정확한 제품이 도착하고 대응성이 빨라지며 유연하게 대처할 수 있는 능력이 강화되는 것이다. 물류서비스는 제품에 대한 시간 및 장소효용을 창출하는데 있어서 물류시스템의 유효성을 측정하는 하나의 중요한 수단이 되고, 기업이 제공하는 물류서비스는 기존의 고객뿐만 아니라 잠재고객이 되도록 함으로써 구매거래관계를 증대 시키는데 중요하다(이준우, 2001).

3. 연구모형 및 가설

본 연구는 공급사슬 파트너십에서 수송의 역할이 높아질 때 물류서비스 품질에 미치는 영향과 파트너십의 성과요인인 장기지향성에 미치는 영향을 검증하고자 <그림 1>과 같은 연구모형을 제안하고 있다. 수송의 역할 수준은 정보공유, 위험과 보상의 공유, 성과향상노력, 장기결속의 네 차원으로 구성되어 있으며, 물류서비스품질은 유연성, 적시성, 상호작용성 차원으로 구성되어 있으며 각 차원은 수송업자와의 파트너십의 장기지향성을 향상시킨다.

3.1 수송의 역할과 물류서비스 품질

공급자와 구매자 파트너십에서 수송업자의 역할

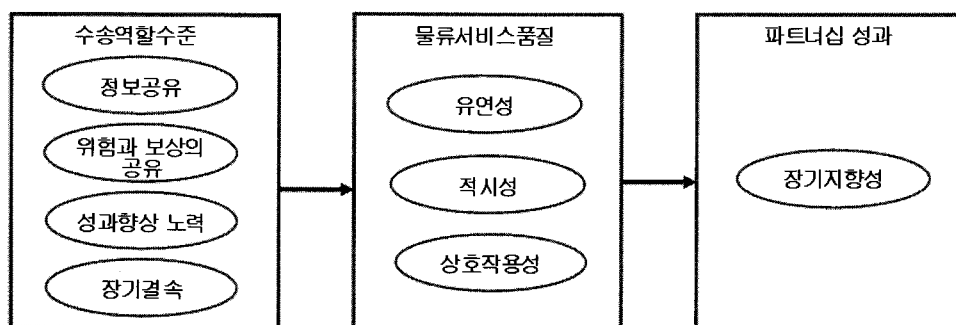
수행 정도가 증가하면 파트너 주체 모두에게 비용 절감이나 서비스 향상, 장비와 인력의 효율성 향상 등의 효과가 있을 것이며, 이것이 바로 지속적이고 성공적인 파트너십이 될 수 있다. Gentry(1996)는 상류(upstream)의 공급사슬인 원자재 공급자, 수송업자, 제조업체 간의 통합을 강화하면 이러한 인바운드(inbound) 공급 사슬의 모든 주체들이 품질 향상과 운영 효율성 증진에 협력함으로써 기존의 전략적 파트너십의 성과가 강화될 수 있음을 주장하면서 수송업체와의 통합도 함께 고려해야 함을 강조하였다. 이러한 결과들은 인바운드뿐만 아니라 아웃바운드 공급사슬에서도 중요하다. 고객이 원하는 시점에 제품이 제공되는 등의 고객서비스 품질이 향상되어야 하며 가격과 직결되는 비용을 절감하는 것이 아웃바운드 공급사슬의 핵심이기 때문에 수송의 역할이 더욱 중요하다 볼 수 있다. 판매물류에 있어서 이러한 물류서비스 품질이 높아지기 위해서는 적시성, 유연성, 상호작용성을 강화할 수 있는 수송업자의 역할이 중요하다 하겠다(Mentzer, Flint and Hunt, 2001).

물류서비스 품질을 향상시키는 수송업자의 역할은 장기결속, 커뮤니케이션 및 정보공유, 비용절감과 품질향상을 위한 지속적인 협력 활동, 위험과 보상을 공유하는 차원 등 4가지가 있다(Gentry, 1996). 정보공유는 물류서비스 품질 향상 및 파트너십의 지속에 매우 중요한 요인으로 다루어지고 있다. 기업간 파트너십에 있어 정보교환은 가치 있고 시의 적절한 정보를 공식적, 비공식적으로 공유하는 것을 말하며 나아가서 파트너에게 유용한 정보를 호의적으로 제공하는 행위이므로 파트너간 정보교환을 필수적으로 본다(권영철, 2001; Heide and Jone, 1992; Anderson and Narus, 1990; Cummings, 1984). 또

한 정보를 공유하고 상대 조직에 관한 지식을 가짐으로써 지속적인 의사소통에 의한 정보의 교환과 문제 해결을 위한 공동노력 과정에서 물류서비스는 더욱 만족하게 되는 것이다. 물류아웃소싱 연구에서도 서비스 구매업체와 공급업체간에 정보교환이 높을수록 양측간 관계갈등이 낮은 것으로 나타났다(Moore, 1998). 따라서 수송업자가 다양한 수준에서 빈번히 커뮤니케이션에 참여하고 생산예측과 수송 스케줄링에 관여하며 수송업체와 파트너십 업체 간에 전산망으로 연계되어 있으며 함께 문제를 해결하기 위해 노력하는 활동들을 하게 되면 물류서비스 향상을 기대할 수 있다.

다음으로 위험과 보상의 공유는 수송업체와 파트너 기업간에 서로의 이익을 함께 한다는 공생공조의 정신에 입각한 보다 강력한 만족을 결정하는 중요한 요인이 된다. 이러한 위험과 보상의 공유는 협력관계가 제로섬(zero-sum)을 추구하기보다는 상호 윈-윈(win-win)을 지향하는 것으로, 단기적인 관계보다 장기적인 관계를 위해 매우 중요시된다(Lambert, Emmelhainz and Gardner, 1999). 따라서 수송업자가 계약에 서비스 실패에 대한 책임부담을 규정해두고, 예측하지 못한 변화가 있거나 파트너 기업의 특별한 요구가 있을 때에는 수송업자가 수용하는 활동과 같이 위험과 보상을 공유하게 되면 물류서비스 품질이 높아질 것이다. 또한 수송업자가 파트너십의 비용절감에 적극 관여하며 지속적인 품질 향상을 위해 노력하여 비용절감과 품질향상을 위해 지속적인 협력을 하는 경우에도 상호작용성 등의 물류서비스 품질을 향상시킬 수 있다.

마지막으로 수송업자 역할의 장기결속차원은 전략적 계획 수립 과정에 참여하고, 장기경영성과에 필수적인 역할을 하며, 장기적으로 계약을 맺고 있



<그림 1> 연구의 개념적 모형

는 것으로써, 장기결속을 통해 공급자와 구매자와의 파트너십에서 안정적으로 수송 역할을 담당하게 되어 적시성과 유연성을 높이는 중요한 요인이 될 수 있다.

따라서 이러한 연구결과를 토대로 볼 때, 수송업자가 장기결속, 커뮤니케이션 및 정보공유, 비용절감과 품질향상을 위한 지속적인 협력 활동, 위험과 보상을 공유하는 차원의 역할을 수행하게 되면 물류서비스 품질의 향상을 기대해 볼 수 있다. 따라서 다음의 가설을 제안한다.

- 가설 1: 수송의 정보공유, 위험과 보상의 공유, 성과향상노력, 장기결속이 높아질수록 물류서비스의 유연성이 높아질 것이다.
- 가설 2: 수송의 정보공유, 위험과 보상의 공유, 성과향상노력, 장기결속이 높아질수록 물류서비스의 적시성이 높아질 것이다.
- 가설 3: 수송의 정보공유, 위험과 보상의 공유, 성과향상노력, 장기결속이 높아질수록 물류서비스의 상호작용성이 높아질 것이다.

3.2 물류서비스 품질과 장기지향성

지난 수년간 공급자와 수요자들이 비즈니스의 실행과 이론에서 관계형성, 개발, 유지의 성공적인 관계로 발전되어 왔음을 볼 수 있다(Morgan and Hunt, 1994). 이러한 관계를 개발하고 유지하는 것은 공급자와 구매자 간에 장기적인 관계를 보장할 수 있다는 것에서 중요하다. 특히 효과적인 공급사슬 관리는 파트너십에 의해 결정되는데, 장기적인 관계를 형성하고 유지해나가야 하는 파트너십이 중요하기 때문이다(Mentzer et al., 2001). 게다가 공급사슬 관계 자체가 경쟁자가 쉽게 따라올 수 없는 경쟁우위가 되기도 한다(Day, 2000). 그러나 파트너십에 맺어진 파트너십은 항상 변화하는 속성을 가지고 있고, 지속적으로 원만한 관계를 유지하기 위해서는 끊임없는 노력이 필요하다. 이런 차원에서 Ellram과 Hendrick(1995)은 기업간에 형성된 파트너십은 동태적인 과정이므로 관리대상으로서의 파트너십을 강조하였다.

장기지향성(long term orientation)은 파트너십을

장기적으로 유지하고자 하는 의도로서, 특정한 소매업체와 장기지향성을 형성하고 있는 공급업체의 경우 단기적인 거래를 형성하고 있는 공급업체보다 장기간에 걸쳐 재고이용과 안정적인 공급, 장기계획의 설계 등으로 인해 비용을 절감하고 안정된 고객서비스 수준을 관리할 수 있다. 또한 산업체의 공급자와 소매상의 관계에서도 장기지향성이 양자 모두에게 이익을 주며 고객의 욕구를 더욱 충족시켜 준다는 점에서 성과에 중요한 결정적 변수로 연구되고 있다(Mavondo and Rodrigo, 2001). 이로 인해 기존의 전통적인 시장거래도 파트너간 비용을 최소화 시키고 고객서비스 수준을 최대화하기 위해 장기적인 파트너십 형태의 계약이 증가하고 있다(Stank, Keller and Daugherty, 2001).

고객과의 더욱 장기적인 관계를 형성하는데 효과적인 방법 중의 하나가 물류서비스 능력이다(Bowersox, Mentzer and Speh, 1995). 물류서비스 품질을 향상시키는 것은 기업이 지속적으로 관리해야 하는 부분으로써 기업이 주도적으로 고객의 기대를 충족시키려 노력하지만, 항상 고객의 기대를 알아맞히기 어려우며, 또 알고 있다 하더라도 충족시킬 수 있는 것이 아니다. 비록 물류서비스 활동이 고객의 요구에 맞추어 수행되더라도 많은 기업들이 여전히 고객의 기대를 직접 알고자 노력하지 않고 기본적인 배송 요구에 맞추어 서비스를 개발하기 때문에 고객은 늘 만족하지 못하고 있다(Stank, Keller and Daugherty, 2001). 따라서 거래 파트너와의 협력적인 관계를 유지하기 위해서는 공급사슬에서의 물류서비스 품질에 대한 연구가 이루어져야 하며, 고객과의 관계를 장기간 유지하기 위한 대안이 제시될 수 있어야 한다. 최원균(2005)의 연구에서는 심리적 효익, 사회적 효익, 경제적 효익, 부가적 효익 등이 발생할 때 장기지향성이 강화된다는 것을 보여주고 있다. 따라서 공급사슬내에서 적시에 정확하게 유연한 물류서비스가 제공될 때 장기지향성이 높아질 것임을 알 수 있기에 다음의 가설을 제안한다.

- 가설 4: 물류서비스의 유연성, 적시성, 상호작용성이 높아질수록 수송업자와의 파트너십에 있어 장기지향성이 높아질 것이다.

<표 1> 조작적 정의

	변수	조작적 정의 및 척도	참고문헌
수송 역할	정보공유	수송업자와의 커뮤니케이션 및 정보공유의 정도로써, 정보시스템 구축 정도, 커뮤니케이션 빈도, 수송업체의 정보 제공 정도로 측정	Gentry(1996) Naim et al. (2006)
	위험과 보상의 공유	수송업자가 위험을 부담하는 정도와 보상을 공유하려는 정도로써, 수송업자의 서비스 실패 부담 정도, 갑작스런 변화에 대한 수용 정도, 특별한 요구 수용 정도로 측정	
	성과향상 노력	수송업자가 비용절감 및 서비스품질 향상에 기울이는 노력의 정도로써, 수송업자의 비용절감 노력 및 제안정도, 서비스 품질향상 노력 정도의 문항으로 측정	
	장기결속	수송업자와의 장기결속정도로써, 수송업체가 업무절차를 이해하는 정도, 수송계획 인식 정도, 장기계약정도로 측정	
물류 서비스 품질	유연성	환경 및 물류서비스의 변동에 유연하게 대처하는 정도	Mentzer, Flint and Hunt(2001) Seth, Deshmukh and Vrat(2006) Enquist et al. (2007)
	적시성	원하는 시간에 신속하게 물류서비스가 제공되는 정도	
	상호작용성	물류서비스 제공과정의 절차의 용이성 및 인적자원과의 상호작용 용이성의 정도	
장기지향성	수송업자와의 파트너십을 장기적으로 유지하고 싶은 정도로써 수송업자와의 장기적 파트너십 유지 이익 지각, 수송업체와의 파트너십 유지 의도, 파트너십 유지를 위한 노력 정도로 측정	Mavondo and Rodrigo(2001)	

4. 연구방법

4.1 조작적 정의

변수의 조작적 정의는 <표 1>과 같다. 수송업체의 역할은 Gentry(1996)와 Naim 등(2006)의 연구를 기반으로 수송업체와의 정보공유, 위험과 보상의 공유, 성과향상 노력 및 위험과 보상의 공유 등의 역할을 실행하는 정도에 대해 측정한다. 물류서비스 품질은 전반적으로 물류시스템이 제품의 시간 및 장소효용창출에 얼마나 공헌하고 있는 정도로써 수송서비스에서 제공될 수 있는 품질인 유연성, 적시성, 상호작용성 차원을 중심으로 측정한다. Mentzer, Flint와 Hunt(2001), Seth, Deshmukh와 Vrat(2006)의 문항을 본 연구에 맞추어 수정하였다. 장기지향성은 현재 파트너십을 장기적으로 유지하고자 하는 정도로, Mavondo와 Rodrigo(2001) 연구에서 사용된 문항을 수정하여 장기적 파트너십 유지 이익 지각, 수송업체와의 파트너십 유지 의도, 파트너십 유지를 위한 노력 정도로 측정한다. 모든 문항은 5점 리커트 척도로 측정하였다.

4.2 데이터 수집 방법 및 응답기업 특성

본 연구는 구매자와 공급자 간의 파트너십에 있어 수송의 역할 중요성을 검증하기 위한 것으로써, 파트너를 맺고 있는 공급자를 대상으로 설문을 실시하여 수송 역할 수준 및 구매자와의 파트너십 품질과 만족에 관해 분석하였다. 설문대상은 유통업체와 파트너십을 맺고 있으면서 수송업체 또는 물류업체와의 파트너십도 형성하고 있는 제조업체를 대상으로 하였으며, 물류 및 수송업무 담당자가 설문에 응답하도록 하였다. 총 500부의 설문지를 우편으로 송부하여 321부를 회수하였고, 유통업체와 수송업체 모두와 파트너십을 맺고 있지 않는 업체와 불성실한 응답을 제외하고 총 280부의 설문지가 최종분석에 이용되었다.

응답기업의 특징을 살펴보면, 매출액은 10억 이하가 29%, 10억 초과에서 30억 이하가 21%, 30억 초과에서 100억 이하가 25%, 100억 초과에서 800억 이하가 15%, 800억 초과기업이 11%로 분포하고 있어 다양한 기업의 규모를 보이고 있다. 업종에 있어서도 전자 및 전기분야가 6%, 기계, 금속 및 철강분야가 12%, 컴퓨터 및 정보통신 16%, 섬유와 의류분야가 16%, 의료 및 제약관련분야가 13%, 식음료 14%, 석유화학이 3%, 자동차관련분야가 12%, 기타 11%로 다양하게 분포하고 있다. 주로 사용하는 수송의 유형은 거의 복합적으로 사용되고 있어

복수 응답으로 분석한 결과 화물이 40%, 선박이 22%, 철도와 항공이 각각 19% 순으로 나타났다.

5. 실증분석 및 결과

5.1 신뢰성 및 타당성 검증

각 측정항목의 신뢰성과 타당성을 검증하기 위해

크론바하 α (Chronbach's Alpha)를 분석하고 <표 2>와 같이 확인적 요인분석을 실시하였다. 크론바하 α 계수는 모두 0.7을 상회하고 있어 내적 일관성이 확보되었다. 다음으로 측정모델에 대한 확인적 요인분석을 실시한 결과 $X^2=286.68(p=0.0029)$, $X^2/df=(286.68/224)=1.279$, NFI=0.89, CFI=0.97, IFI=0.97, RMR=0.042, GFI=0.92, AGFI=0.89로 나타나 전반적으로 구조모형의 적합도 지수가 양호한 것으로 평가된다.

<표 2> 확인적 요인분석

정보 공유 (0.758)	X1	수송업체의 업무절차 이해	0.71	11.81	0.50	유연성 (0.849)	Y1	수송계획 변화에 유연하게 대처	0.82	16.05	0.34
	X2	수송업체의 수송계획 인식	0.77	12.91	0.59		Y2	갑작스런 변화를 수용하는 정도	0.86	17.28	0.41
	X3	수송업체의 장기계약 정도	0.67	11.03	0.45		Y3	특별한 요구를 수용하는 정도	0.76	14.25	0.36
위험과 보상의 공유 (0.778)	X4	수송업체와 정보시스템 정도	0.67	10.49	0.45	적시성 (0.739)	Y4	주문조건이 정확하게 이행되는 정도	0.76	12.92	0.57
	X5	수송업체와 커뮤니케이션 빈도	0.70	11.03	0.49		Y5	대응 속도의 신속성	0.82	14.03	0.67
	X6	수송업체의 정보제공 정도	0.57	8.83	0.33		Y6	계획한 시간에 배송되는 정도	0.54	8.82	0.29
성과 향상 노력 (0.804)	X7	수송업체의 비용절감 노력	0.79	13.98	0.62	상호 작용성 (0.876)	Y7	문제발생시 원활한 해결	0.85	17.16	0.67
	X8	수송업체의 비용절감 제안	0.74	12.97	0.55		Y8	인적자원과의 원활한 의사소통	0.80	15.68	0.74
	X9	수송업체의 품질향상 노력	0.75	13.12	0.56		Y9	절차의 용이성	0.86	17.36	0.57
장기 결속 (0.805)	X10	수송업체의 서비스 실패 부담	0.79	14.10	0.63	장기 지향성 (0.739)	Y10	파트너십의 중요성 인식 정도	0.59	8.97	0.73
	X11	수송업체가 갑작스런 변화 수용	0.81	14.41	0.65		Y11	파트너십의 이익달성 노력 정도	0.64	9.87	0.65
	X12	수송업체가 특별한 요구를 수용	0.70	12.11	0.49		Y12	파트너십 장기 유지 의도	0.60	9.23	0.74

<표 3> 상관관계 분석

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12
X1	1.00																							
X2	0.54	1.00																						
X3	0.51	0.49	1.00																					
X4	0.05	0.21	0.12	1.00																				
X5	0.14	0.23	0.21	0.49	1.00																			
X6	0.16	0.24	0.09	0.41	0.35	1.00																		
X7	0.11	0.16	0.08	0.27	0.31	0.24	1.00																	
X8	0.14	0.12	0.08	0.22	0.23	0.21	0.58	1.00																
X9	0.10	0.11	0.11	0.18	0.21	0.18	0.58	0.57	1.00															
X10	0.14	0.26	0.13	0.24	0.25	0.18	0.11	0.07	0.09	1.00														
X11	0.17	0.23	0.22	0.20	0.21	0.13	0.11	0.10	0.10	0.64	1.00													
X12	0.16	0.17	0.09	0.14	0.18	0.11	0.21	0.16	0.17	0.55	0.56	1.00												
Y1	0.15	0.21	0.14	0.11	0.13	0.08	0.33	0.33	0.35	0.12	0.14	0.18	1.00											
Y2	0.19	0.20	0.13	0.23	0.16	0.22	0.23	0.20	0.21	0.14	0.18	0.23	0.35	1.00										
Y3	0.22	0.18	0.22	0.03	0.10	0.14	0.15	0.09	0.18	0.10	0.11	0.12	0.33	0.43	1.00									
Y4	0.20	0.23	0.13	0.08	0.32	0.26	0.22	0.13	0.15	0.24	0.27	0.25	0.18	0.15	0.14	1.00								
Y5	0.23	0.33	0.25	0.21	0.31	0.28	0.22	0.15	0.11	0.23	0.24	0.19	0.21	0.16	0.11	0.63	1.00							
Y6	0.10	0.28	0.21	0.23	0.23	0.24	0.24	0.11	0.13	0.15	0.18	0.23	0.18	0.14	0.15	0.39	0.43	1.00						
Y7	0.22	0.31	0.19	0.18	0.19	0.22	0.27	0.20	0.30	0.22	0.22	0.20	0.29	0.30	0.33	0.26	0.26	0.28	1.00					
Y8	0.26	0.37	0.29	0.19	0.20	0.24	0.25	0.21	0.21	0.25	0.23	0.24	0.29	0.33	0.34	0.31	0.28	0.25	0.73	1.00				
Y9	0.27	0.22	0.26	0.08	0.17	0.18	0.24	0.23	0.29	0.18	0.18	0.16	0.31	0.41	0.39	0.24	0.21	0.19	0.59	0.64	1.00			
Y10	0.21	0.30	0.26	0.24	0.20	0.27	0.23	0.22	0.24	0.25	0.24	0.25	0.30	0.32	0.30	0.31	0.29	0.28	0.64	0.63	0.57	1.00		
Y11	0.18	0.33	0.25	0.20	0.19	0.18	0.18	0.20	0.14	0.21	0.22	0.22	0.26	0.28	0.28	0.27	0.25	0.22	0.53	0.54	0.50	0.70	1.00	
Y12	0.23	0.29	0.28	0.24	0.30	0.31	0.27	0.19	0.24	0.27	0.32	0.32	0.29	0.35	0.30	0.35	0.34	0.31	0.56	0.62	0.59	0.71	0.71	1.00

<표 4> 가설검증 결과

가설	경로	경로명칭	경로계수	t-값	결과
H1-1	정보공유(ζ1)→유연성(η1)	γ11	0.44	5.96	채택
H1-2	위협과 보상의 공유(ζ2)→유연성(η1)	γ21	0.06	0.73	기각
H1-3	성과향상노력(ζ3)→유연성(η1)	γ31	0.28	3.78	채택
H1-4	장기결속(ζ4)→유연성(η1)	γ41	0.15	2.12	채택
H2-1	정보공유(ζ1)→적시성(η2)	γ12	0.29	3.68	채택
H2-2	위협과 보상의 공유(ζ2)→적시성(η2)	γ22	0.31	3.19	채택
H2-3	성과향상노력(ζ3)→적시성(η2)	γ32	0.07	0.82	기각
H2-4	장기결속(ζ4)→적시성(η2)	γ42	0.17	2.23	채택
H3-1	정보공유(ζ1)→상호작용성(η3)	γ13	0.38	5.34	채택
H3-2	위협과 보상의 공유(ζ2)→상호작용성(η3)	γ23	0.17	1.96	채택
H3-3	성과향상노력(ζ3)→상호작용성(η3)	γ33	0.19	2.65	채택
H3-4	장기결속(ζ4)→상호작용성(η3)	γ43	0.19	2.83	채택
H4-1	유연성(η1)→장기지향성(η4)	β11	0.49	4.84	채택
H4-2	적시성(η2)→장기지향성(η4)	β21	0.05	0.63	기각
H4-3	상호작용성(η3)→장기지향성(η4)	β31	0.21	2.44	채택

다음으로 변수들 간의 상관관계 분석을 통한 타당성을 검증한 결과 다음 <표 3>과 같이 나타났다. 개념들 간의 상관관계를 보면 각 요인간의 관계가 가설에서 설정한 바와 같은 방향으로 나타났으며 상관관계수가 매우 높은 관계(0.9 이상)가 아니다. 또한 모든 변수간의 관계에서 표준오차를 두 배하여 상관계수를 더하면 1보다 작게 나타나는 것으로 확인되어 구성개념 간 판별타당성이 있다고 할 수 있다.

5.2 연구모형 및 가설 검증

본 연구에서 제시한 연구가설을 검증하기 위해 구조모형분석을 실시하였다. 연구모형에서 구성개념의 구조적 관계를 설명하고 있는 구조모형에 대한 적합도가 $X^2=422.93(p=0.000)$, 자유도 231로, X^2 가 3배를 넘지 않는 것으로 확인되었으며 NFI=0.84, CFI=0.92, IFI=0.92, RMR=0.071, GFI=0.89, AGFI=0.85로 나타나 전반적으로 구조모형의 적합도를 평가하는데 비교적 무리가 없는 것으로 나타났다. 다음으로 가설검증결과를 살펴보면, <표 4>에서와 같이 가설1-2, 2-3, 4-2를 제외한 모든 가설이 채택되었다.

먼저, 가설1에서는 정보공유, 위험과 보상의 공유, 성과향상노력, 장기결속의 수송역할차원이 향상될 때 물류서비스의 유연성이 향상된다는 가설로, 위험과 보상의 공유차원은 기각되었음을 볼 수 있고, 정보공유, 성과향상노력, 장기결속의 순으로 유연성을 높이는 것으로 나타났다. 즉, 물류서비스의 유연성을 높이기 위해 수송업자와의 정보를 공유하는 것이 무엇보다 중요하겠다.

다음으로 정보공유, 위험과 보상의 공유, 성과향상노력, 장기결속의 수송역할차원이 향상될 때 물류서비스의 적시성이 향상된다는 가설2를 검증한 결과 성과향상노력을 제외한 모든 차원이 적시성 향상에 기여하고 있으며, 적시성차원에도 수송업자와의 정보공유가 가장 큰 영향요인임을 볼 수 있다.

가설 3에서는 정보공유, 위험과 보상의 공유, 성과향상노력, 장기결속의 수송역할차원이 향상될 때 물류서비스의 상호작용성 향상에 대한 가설을 검증하였는데, 모든 세부가설이 채택되었음을 볼 수 있으며 정보공유, 장기결속, 성과향상노력, 위험과 보상의 순으로 큰 영향을 미치고 있다. 이러한 결과

들을 볼 때, 수송의 역할 차원 중에서 정보공유를 통해 유연성과 적시성, 상호작용성을 높이는 전략이 가장 중요한 것을 알 수 있다.

또한 공급자와 구매자의 파트너십에서 물류서비스 품질의 향상은 정확한 제품이 정시에 도착하고 대응성이 빨라지며 유연하게 대처하는 능력이 강화되는 것이라 볼 수 있는데 수송이 이러한 물류서비스 품질을 결정짓는데 매우 중요한 역할을 하고 있음을 두말할 나위가 없다. 특히 판매물류는 조달물류나 생산물류에 비해 보다 전방에 위치하고 있는 물류의 흐름으로써 고객서비스 수준을 결정짓는데 직접적인 영향을 미치고 있는데, 구매자인 유통업자에 대한 제품 공급의 적시성, 유연성, 고객대응성을 강화할 수 있는 수송업자의 역할이 매우 중요하다고 볼 수 있다.

정보공유차원은 정보시스템 등의 경로를 통해 지속적으로 수송정보 및 계획을 공유하게 하는데, 수송업자 차원에서는 공급자와 구매자 간의 정보를 공유함으로써 수송계획의 안정성과 예측력을 높일 수 있으며, 공급자와 구매자 측면에서는 수송업자의 수송정보 및 계획을 토대로 안정적인 수급계획과 고객대응력 등에 대한 고객서비스 수준을 관리할 수 있게 됨으로써 물류서비스의 정시성과 상호작용성을 향상시켜 서로에게 결정적인 성과를 달성하게 하는 중요한 요인임을 알 수 있다.

이익과 위험의 공유는 수송업자의 서비스 실패 부담의 정도와 갑작스런 변화 및 특별한 요구에 대한 수송업자의 수용정도이다. 이는 서비스 실패 시에 수송업자가 부담해야 하는 정도를 미리 규정해 놓음으로써, 실패 발생을 미리 예방하는 안전장치로서의 작용도 하고 있으며 실제 서비스 실패가 일어났을 경우에도 신속하게 갈등을 줄이면서 해결할 수 있게 하는 요인이 되어 물류서비스 품질 향상에 기여한다고 볼 수 있겠다. 그리고 갑작스런 변화가 발생하게 되는 경우 또는 특별한 요구를 하는 경우에 수송업체가 수용하는 정도가 높아지게 되면 신속하게 처리되며 안정정인 공급이 유지될 수 있다는 측면에서 그 중요도가 높다고 하겠다.

성과향상노력 차원은 수송업자가 비용절감 및 서비스 향상을 위해 노력하는 정도로, 수송업자의 비용절감 노력 및 제안, 서비스 품질 향상 노력 정도에 관한 내용으로 측정되고 있다. 이 차원은 적시

성에는 영향을 미치지 못하고 있는데, 비용절감과 관련된 노력으로써 다소 영향력이 낮게 나타나고 있다고 볼 수 있다.

수송업자의 장기결속 차원은 수송업체가 업무절차를 제대로 이해하고 수송계획을 인식하고 있으며 장기적인 계약을 맺고 안정적으로 배송이 이루어질 수 있는 기반이 되기 때문에 물류서비스 품질을 결정하는데 중요한 요인이라 볼 수 있다.

마지막으로 물류서비스 품질 차원이 수송업자와의 파트너십을 장기적으로 유지하고자 하는 장기지향성에 관한 가설 4를 검증한 결과 유연성과 상호작용성은 유의한 영향을 미치고 있는데 반해, 적시성은 영향이 없는 것으로 나타나 기각되었다. 기존 연구들은 파트너십의 유지보다도 파트너십이 결정이론에 더욱 관심을 가져왔는데, 파트너십의 결정적인 성과는 파트너들간의 적합성도 중요하겠지만, 이미 형성된 파트너들간의 협력을 통해 성과를 향상시키기 위한 노력과 관리방안을 찾아내는 것도 중요하다고 볼 수 있다. 공급사슬에서의 장기지향성은 이러한 측면에서 중요하게 다루어지고 있다. 장기지향성은 파트너십을 장기적으로 유지하고자 하는 의도인데, 이러한 장기지향성을 가진 파트너십은 단기거래에 비해 장기간에 걸친 재고이용과 안정적인 공급, 장기계획 설계라는 측면에서 중요한 변수로 다루어지고 있다. 이러한 장기지향성을 유지하는데 있어 결정적인 물류서비스는 유연성과 상호작용성이다. 적시성의 경우는 물류서비스 제공의 결과 적절한 시간에 제대로 배송되었느냐 하는 것으로 이것은 경쟁우위요소라기 보다는 기본적인 요소로 다루어지고 있어 다른 요소들 보다 영향관계가 낮게 나타났다고 볼 수 있다. 유연성이나 상호작용성의 경우에는 직접적으로 고객서비스 수준을 향상시키는 경쟁우위로 활용될 수 있으며 특히 급변하는 환경에서 원활한 커뮤니케이션을 할 수 있는 상호작용성과 변화에 빨리 적응하고 대처해 나가는 유연성이 중요 요인으로 꼽히고 있는 것이다.

6. 결 론

본 연구는 수송의 역할수준에 따른 물류서비스품질 향상이 수송업자와의 장기지향성을 높임을 검증

함으로써 장기적인 파트너십에서 중요한 수송의 역할 차원을 심층적으로 분석하였다. 물류서비스 품질은 파트너십에 결정적인 요소로 작용하고 있으며, 고객서비스 수준을 결정짓는 핵심성공요인이자 차별화 요인으로 부각되고 있다. 따라서 물류서비스는 고객의 욕구를 파악하여 차별화된 경쟁전략으로 활용되고 있으며 그 자체가 시장점유율과 이익증대에 중요한 영향을 미치고 있다.

본 연구의 시사점으로는 첫째, 공급사슬 파트너십에서 수송업자의 중요성을 검증하는 시도를 통해 공급사슬 관리 및 평가에 수송업자의 역할이 중요한 변수임을 검증하였다. 기존의 연구들은 단순히 공급자-구매자, 또는 공급자와 제3자 물류기업과의 2자 관계를 중심으로 파트너십을 연구해 왔으나 (Stuart et al., 2000; Hong, 2004), 공급사슬 파트너십은 일반 기업의 파트너십과 달리 수송업체가 개입하게 된다는 점을 간과해 왔으며, 여러 주체간의 관계를 검증하기 어렵다는 이유로 회피해왔던 것이 사실이다(Gentry, 1996). 또한 제3자 물류기업을 활용하는 국내 기업은 38.8%에 불과하며, 제3자 물류기업을 통해 수송을 한다하더라도 이들이 수송 수단을 모두 소유하고 있는 것이 아니기 때문에 실제 수송수단을 소유하고 있는 수송업체에 다시 아웃소싱을 하고 있는 실정이다. 이러한 상황에서 실제 수송을 담당하고 물류서비스 접점에서 중요한 역할을 하고 있는 수송업체와의 파트너십이 고려되지 않는다면 향후 파트너십 관리와 물류서비스 품질 향상을 위한 연구는 제한적일 수밖에 없다. 이에 본 연구는 공급자와 구매자의 파트너십에서 수송업자의 역할을 고려하여 그 중요성을 밝히고 있다는 것이다. 연구결과 수송업자의 역할 수준이 높아질수록 품질 향상에도 기여하고 있는 것으로 나타났다. 그러므로 실무에서는 이러한 수송업체와의 파트너십 강화를 위한 노력을 시도해야 할 것이며, 수송업체의 관점에서 자사의 전략적 중요성을 인식하고 상생의 관계를 형성할 수 있는 시각을 유지해야 함을 보여주고 있다. 이처럼 수송의 역할을 물류서비스 품질을 높이기 위한 요인뿐만 아니라 기존의 파트너십 관계를 강화하는데 전략적으로 활용하기 위한 방안으로 고려되어 검토되고 있다는 점에서 수송업자 역할에 대한 이론적 기초가 마련되었다.

둘째, 공급사슬 파트너십에서 수송업자의 역할 중요성 검증과 함께 수송업자의 역할차원을 분류하였다. 기존 연구에서는 인터뷰 등의 질적연구를 통해 수송업자의 역할차원을 분류하는 시도를 하고 있으나 이러한 차원들의 중요성과 다른 변수들간의 관계를 검증하는 데는 한계가 있었다. 본 연구는 그러한 탐색적 연구들 토대로 도출된 수송업자의 역할 차원을 분류하고 실증분석을 통해 장기결속, 정보공유, 성과향상 노력, 위험과 성과의 공유하는 차원으로 분류하고 주요 변수들과의 관계검증을 시도함으로써 수송업체 역할차원에 대한 이론적 배경을 마련했다고 볼 수 있다. 이러한 역할들이 실무적인 차원에서 개별측정항목으로는 검증되어왔으나 구성개념으로 개발되어 검증되었다는 점에서 의의가 있겠다. 이를 기반으로 수송업자의 역할에 대한 보다 심층적인 연구가 수행되어야 할 것이다.

이것은 실무적으로도 수송업자의 역할 차원을 분류하여 수송업자의 전략적 활용도를 높이고 있다. 현재 수송업자들은 비용을 절감하여 보다 효율적인 수송방안을 연구하는 데만 주의를 기울이고 있다. 그러나 중요한 것은 이제 판매물류에 있어 수송역할이 차별화의 주요인으로 활용되고 있으며 경쟁우위 요소로 부각되고 있다는 점이다. 이러한 시점에서 수송업체들은 기존의 비용우위 관점에서 벗어나 서비스 수준 향상과 고객만족이라는 차원을 함께 고려하여 전략적 우위를 만들어 가야 한다. 이러한 점에서 본 연구는 수송업자의 역할 차원을 제시하고 있어, 수송업자의 전략적 차원에 반영할 수 있는 기반이 되고 있다. 수송업자의 주요 역할 차원으로는 장기결속, 정보공유, 성과향상 노력, 위험과 보상의 공유인데, 이러한 요인들은 단기적인 시각에서는 비용이 많이 들거나 바로 성과를 내기 어려운 부분들이 많다. 이제 장기적인 시각에서 전략적 투자를 할 수 있는 노력을 아끼지 말아야 할 것이며, 본 연구의 기준을 적극 활용할 수 있을 것이라 기대한다.

셋째, 공급사슬 파트너십의 관리 방안에 대한 장기적 관점의 연구의 기반을 만들고 있다. 지금까지 연구가 주로 공급사슬 파트너십에서 파트너를 선정하는 기준과 특성에 관해 초점을 뒀으로써 초기 파트너십 형성에는 많은 이론적 배경이 되어왔으나 파트너십 형성 이후에 관리할 수 있는 방안이나 구

체적인 검증과 관련된 연구는 제한되었다. 이것은 파트너십 선정 못지않게 파트너십 관리와 유지를 통한 장기지향성 추구가 성과와 직결된다는 점이 간과되었던 것이다. 장기지향성은 공급사슬 파트너십에서 안정적인 공급과 장기계획 설계라는 차원에서 성과를 향상시키고 구성원들에게 모두 이익을 준다는 점에서 보다 심층적으로 연구되어야 한다. 본 연구는 장기적인 관점에서 공급사슬 구성원들의 장기지향성을 향상시킬 수 있는 파트너십 만족 요인과 물류서비스 품질의 영향 및 관계를 실증적으로 분석함으로써, 향후 공급사슬 파트너십에서 중요하게 다루어져야 할 변수를 제안하고 있다는 점에서 의의가 있다.

넷째, 수송업체의 역할은 주문의 정확성과 배송의 유연성, 적시성, 상호작용성의 물류서비스 품질을 높일 수 있음을 검증하였다. 또한 이러한 물류서비스 품질 향상은 공급자와 구매자의 파트너십을 강화하는 요인으로도 작용하고 있어, 파트너십에 결정적인 요인이 됨을 볼 수 있다. 이처럼 수송업자의 역할이 파트너십 만족과 물류서비스 향상에 중요한 역할을 하고 있기에 초기 파트너십 계획에 수송업체를 참여시켜 적극적인 활동과 장기적인 결속을 강화하여 파트너십을 강화해가야 함을 보여주고 있다. 수송업자의 역할에 따른 물류서비스 품질의 향상 및 파트너십 만족을 강화의 결과들은 공급사슬 파트너십 성과향상에 수송업자가 미치는 영향에 관한 이론적 토대가 될 것이다.

향후 연구에서는 물류서비스 품질의 차원을 보다 세분화 하여 분류함으로써 심층적인 관계를 검증한다면 보다 구체적인 전략방안을 모색할 수 있을 것이다. 본 연구에서 파트너십 품질차원인 유연성, 적시성, 상호작용성 등의 차원은 기능적(functional) 품질 차원을 중심으로 구성되어있는데, 서비스 품질의 기술적(technical) 품질 및 이미지 차원을 기준으로 분류하고 있는 Enquist 등(2007) 연구를 적용하여 보다 심층적으로 분석하고 수송업자의 역할과 각 품질과의 관계를 심도 있게 분석한다면 각 품질 요인이 파트너십만족요인과 시장지향성을 강화하는 중요도를 평가할 수 있을 것이며, 물류서비스 품질을 높이기 위한 구체적 전략적 방안으로 활용할 수 있을 것이다. 또한 물류서비스 품질의 경우 물류서비스 제공의 기반이 되는 수송수단이나

저장장소라는 서비스 환경요소가 중요하게 다루어 질 수 있다는 특징이 있기 때문에 이러한 물리적 특성이 반영된 연구가 진행될 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

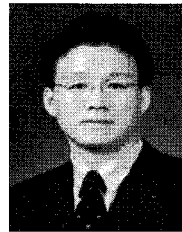
- [1] Lambert, D. M. M. A. Emmelhainz and J. T. Gardner(1999), "Building Successful Logistics Partnership," *Journal of Business Logistics*, 20(1), 165-181.
- [2] Mentzer, J. T., D. J. Flint and G. M. Hunt(2001), "Logistics Service Quality as a Segment-Customized Process," *Journal of Marketing*, 65(October), 82-104.
- [3] Hong, Junjie(2004), "Firm-Specific Characteristics and Logistics Outsourcing by Chinese Manufacturers," *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 16(3), 110-128.
- [4] Gentry, Julie J.(1996), "The Role of Carriers in Buyer-Supplier Strategic Partnership: A Supply Chain Management Approach," *Journal of Business Logistics*, 17(2), 35-55.
- [5] Ballou, R. H., S.M. Gillbert and A. Mukherjee(2000), "New Managerial Challenge from Supply Chain Opportunities," *Industrial Marketing Management*, 29, 7-18.
- [6] Keller, Scott B., Katrina Savitskie, Theodore p. Stank, Daniel F. Lynch, and Alexander E. Ellinger(2002), "A Summary and Analysis of Multi-Item Scales Used in Logistics Research," *Journal of Business Logistics*, 23(2), 83-282.
- [7] Kent, John L., Jr. and Daniel J. Flint (1997), "Perspectives on the Evolution of Logistics Thought," *Journal of Business Logistics*, 18(2), 15-30.
- [8] Davis, Beth R. and John T. Mentzer (2006), "Logistics Service Driven Loyalty: An Exploratory Study," *Journal of Business Logistics*, 27(2), 53- 73.
- [9] Mentzer, J. T., D. J. Flint and G. M. Hunt(2001), "Logistics Service Quality as a Segment-Customized Process," *Journal of Marketing*, 65(October), 82-104.
- [10] Leahy, S. E, P. R. Murphy, R. F, Poist (1995), "Determination of Successful Logistics Relationships : A Third-Party Provider," *Transportation Journal*, Winter, 6-20.
- [11] 이준우(2001), "물류서비스 품질 만족도에 관한 연구-음료유통시장의 물류를 중심으로," 명지대학교 대학원 경영학박사학위논문.
- [12] Gentry, Julie J.(1996), "The Role of Carriers in Buyer-Supplier Strategic Partnership: A Supply Chain Management Approach," *Journal of Business Logistics*, 17(2), 35-55.
- [13] Mentzer, J. T., D. J. Flint and G. M. Hunt(2001), "Logistics Service Quality as a Segment-Customized Process," *Journal of Marketing*, 65(October), 82-104.
- [14] Gentry, Julie J.(1996), "The Role of Carriers in Buyer-Supplier Strategic Partnership: A Supply Chain Management Approach," *Journal of Business Logistics*, 17(2), 35-55.
- [15] Lambert, D. M. M. A. Emmelhainz and J. T. Gardner(1999), "Building Successful Logistics Partnership," *Journal of Business Logistics*, 20(1), 165-181.
- [16] Day, George S.(2000), "Managing Market Relationships," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 24-31.
- [17] Ellram, Lisa M. and Tomas E. Hendrick (1995), "Partnering Characteristics : A Dyadic Perspective," *Journal of Business Logistics*, 16(1), 41-64.
- [18] Mavondo, Felix T. and Elaine M. Rodrigo (2001), "The Effect of Relationship Dimensions on interpersonal and Interorganizational Commitment on Organizations Conducting Business Between Australia and China," *Journal of Business Research*, 52, 111-121.

- [19] Stank, T., Keller, S., and Daughherty, P. (2001), "Supply Chain Collaboration and Logistical Service Performance," *Journal of Business Logistics*, 22(1), 29-48.
- [20] Bowersox, Donald J., John T. Mentzer, and Thomas W. Speh(1995), "Logistics Leverage," *Journal of Business Strategies*, 12(2), 36-49.
- [21] Gentry, Julie J.(1996), "The Role of Carriers in Buyer-Supplier Strategic Partnership: A Supply Chain Management Approach," *Journal of Business Logistics*, 17(2), 35-55.
- [22] Mentzer, J. T., D. J. Flint and G. M. Hunt(2001), "Logistics Service Quality as a Segment-Customized Process," *Journal of Marketing*, 65(October), 82-104.
- [23] Enquist, Bo, Bo, Edvardsson and Samuel Petros Sebhatu(2007), Value-Based Service Quality for Sustainable Business, *Managing Service Quality*, 17(4), 385-403.



신 종 국 (Jong-Kuk Shin)

- 1985 부산대학교 경영학 학사
- 1994 한양대학교 경영학 박사
- 1995-현재 부산대학교 경영학 부 교수
- 관심분야: 유통 및 물류관리, SCM, 마케팅관리



이 상 식 (Sang-Shik Lee)

- 1986 서강대학교 경제학과 졸업
- 1996 미국 University of Nebraska -Lincoln Ph.D
- 1997-현재 경성대학교 경영학과 교수
- 관심분야: 지식경영, 경영혁신기법, 글로벌소싱전략, SCM, 성과관리(BSC)



박 민 숙 (Min-Sook Park)

- 2002 경성대학교 경영학 학사
- 2004 부산대학교 경영학 석사
- 2004-현재 부산대학교 경영학 박사과정
- 2006-현재 부산대학교 경영학부 강사
- 관심분야: 유통 및 물류관리, SCM, 마케팅관리