

공연예술에서 기획과 파트너십 관계가 아웃소싱 만족도에 미치는 영향

한수아¹⁾

요약

공연예술의 성공과 대중화 그리고 비용절감을 위해 공연예술 관련 기업들은 자사의 취약부분을 보완하거나 전략적으로 핵심역량을 강화할 목적으로 기업기능이나 업무의 일부를 외부에 맡기는 아웃소싱을 하기 시작했다. 이에 본 연구는 공연예술에서 기획과 파트너십 관계가 아웃소싱 만족도에 미치는 영향을 파악하고, 이를 토대로 공연예술 분야의 아웃소싱 방안을 마련하고자 연구를 시도하였다. 본 연구는 수도권지역에서 공연기획사에 근무하고 있는 전문가들을 연구대상으로 설문조사를 하였다. 수집된 자료의 통계처리는 SPSS 20.0 for Windows 통계 패키지 프로그램을 활용하여 분석하였다. 분석결과, 첫째, 조직 역량과 파트너십 관계에서 조직역량의 조직커뮤니케이션 수준이 높을수록 상호 결속이 높아지는 것으로 나타났다. 또한, 공연기획능력이 높을수록 신뢰가 높아졌고, 조직자본 수준이 높을수록 상호의존성과 의사결정 참여가 많아진 것으로 나타났다. 둘째, 인적역량과 파트너십의 관계는 인적역량의 개인특성역량과 대인관계능력 수준이 높을수록 신뢰가 높아졌다. 또한, 인적역량의 기획지식과 대인관계능력 수준이 높을수록 의사소통이 향상되었고, 인적역량의 공연지식이 높을수록 상호의존성이 높아졌다. 아울러 인적역량의 대인관계능력 수준이 높을수록 의사결정 참여가 높았다. 셋째, 파트너십 관계와 아웃소싱 만족도의 관계는 상호결속, 신뢰, 의사소통 수준이 높을수록 아웃소싱 만족도 전체가 향상되는 것으로 나타났다. 따라서 과도한 경쟁상황에 놓여 있는 공연기획사가 장기적으로 존속하기 위해서는 무대제작, 홍보대행, 공연개발 등 분야별 파트너십을 구축하여 재정의 효율적인 관리방안을 마련해야 할 것이다.

핵심 되는 말 : 아웃소싱, 파트너십, 공연기획

1) 상명대학교 공연예술경영학과 박사과정. E-mail: sooa113@hanmail.net

I. 서론

오늘날 우리가 살아가는 21세기는 ‘문화의 시대’이다. 경제학자인 Drucker는 문화산업을 “21세기 각국의 승패가 결정될 국가 경쟁의 최후 승부처”라고 표현하며 21세기 성공을 이룰 산업임을 강조했다. 얼마 전까지만 해도 일반적으로 사용되지 않았던 문화산업, 문화콘텐츠 등 새로운 개념의 용어를 최근 자주 듣게 되었다.

더불어 IT산업과 인터넷이 발달되면서 네트워크가 구축되고, 이로 인한 글로벌 경향은 문화산업에도 직접적인 영향을 미치게 되었다. 즉, 경제적 소득이 증대되고 교육수준이 향상되면서 문화산업에 대한 관심이 증대되었고, 지식기반산업을 바탕으로 한 글로벌 경향은 문화산업의 고부가가치를 창출하는데 중요한 역할을 하게 되었다(정행득·이상호, 2014).

본 연구의 대상인 문화산업의 측면에서 공연예술은 공연활동을 통해 예술을 알리고 활성화시키는 역할 뿐 아니라 대중들에게 공연 관람의 기회를 부여함으로써 삶의 질을 향상시키고 작품을 감상하면서 얻을 수 있는 예술적 감흥과 함께 생활의 즐거움을 부여하는 재창조의 역할을 한다(송필석, 2007).

공연예술의 성공과 대중화를 위해서는 기획에서 제작에 이르기까지 다양한 노력과 많은 비용이 필요하다. 이에 공연예술 관련 기업들은 자사의 취약부분을 보완하거나 전략적으로 핵심역량을 강화할 목적으로 기업기능이나 업무의 일부를 외부에 맡기는 아웃소싱을 하기 시작했다. 즉, 대규모의 기획사를 제외한 영세한 기획사나 공연단체의 경우 효율적인 관리와 운영을 위해 필요한 분야를 외주업체에 아웃소싱을 주는 경우가 많아졌다. 아웃소싱을 통해 공연예술 단체나 기업은 조직을 슬림화하고 경쟁력을 강화하여 성장할 수 있게 된다(백진현, 2014).

따라서 급변하는 현대사회에서 신기술의 빠른 출현과 대체제의 출시, 글로벌한 경쟁구도의 형성, 고객 니즈의 증가, 시장 복잡성의 증가, 비즈니스 사이클의 단축 등 다양한 경영환경의 위협 요인 속에서 핵심적인 부분에 대한 집중과 비 핵심적인 부분의 아웃소싱에 대한 중요성은 증대하고 있다(김명재, 2014).

공연단체 또는 기획사의 장기이윤의 극대화를 도모하는 경영자는 인적·기술적·물리적·시간적 자원의 한계성을 극복하기 위하여 외부기관과의 상호협력 내지는 기술 제휴를 모색하게 되었다. 특히 공연예술이 지니는 방대한 소요자원 및 불확실성과 위험요소 등의 특성으로 인하여 공연예술의 기획, 홍보, 마케팅, 상품판매 등 다양한 분야의 아웃소싱이 필요하게 되었다. 이에 본 연구에서는 공연예술에서 기획과 파트너십 관계가 아웃소싱 만족도에 미치는 영향을 파악하고, 이를 토대로 공연예술 분야의 아웃소싱의 효율적 운영방안을 알아보려고 한다.

본고는 연구의 목적을 달성하기 위해 다음과 같이 연구문제를 설정하였다.

연구내용 1. 공연예술에서 기획과 파트너십 관계를 파악하고자 한다.

연구내용 2. 공연예술에서 기획과 파트너십 관계가 아웃소싱 만족도에 미치는 영

향을 파악하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 공연예술

예술은 다른 상품과 달리 반복적인 경험을 통해 일정한 기호가 형성되어야 소비가 시작되는 경험재(experience good)적 속성을 가지고 있으며 공연예술을 감상하러 직접 공연장에 가야하는 시간집약(time intensive)적 특성과 공공재(public good)적 성격을 지니며(박민호, 2011), 공연예술은 고정비용이 높은 산업이라는 특징을 지닌다. 여기서 경험재라 함은 소비자가 경험해 보기위해 선택하고 구매하는 제품으로 감각적 가치, 기쁨, 느낌, 감동과 감격을 갖는 것으로 공연관람이나 스포츠관람, 레저스포츠를 즐기는 행위를 포함한다. 감각적 소비의 대상이 되는 감각재는 다감각적이고 환상적인 제품경험과 관련된 소비자의 행동으로 영화, 뮤지컬, 연주회 등을 포함한다. 이러한 의미에서 공연예술상품은 경험재요 감각재에 속한다 하겠다(김주호·용호성, 2002). 즉, 예술상품의 특성은 다감각(multi-sensory)적 자극으로 감성적인 효용 (emotional utility)을 줌으로 감각적 욕구(hedonic needs)를 만족시키고, 한번 소비 후 소멸되는 경우가 많은 소비경험 그 자체가 목적이 되는 경험적(experiential) 지닌다. 또한 예술상품은 성장과정, 심리통계 같은 개인의 심리적 특성이 선호에 반영된다. 이처럼 인건비 절감이 어려우며 비탄력적이며, 경험재와 감각재의 성격을 띠는 공연예술 분야의 마케팅은 일반기업의 마케팅과는 달리 지극히 도구적인 개념으로 사용되었다고 할 수 있겠는데, 공연예술 마케터는 관객의 욕구와 취향, 선호를 파악하고, 관객에게 더 큰 만족을 줄 수 있도록 일반 마케팅과의 차이점을 인식하고 공연예술에 올바르게 적용할 때 성공적인 마케팅 효과를 거둘 수 있다고 여긴다. 왜냐하면 예술상품은 일반 상품과는 달리 실용성이나 예술성을 동시에 추구하여야 하며 예술적 개념과 경제적 개념이 균형과 조화를 이루어야 하기 때문이다.

2. 파트너십

아웃소싱 파트너십은 아웃소싱 관계 하나 혹은 그 이상의 외부 공급자 및 이들 사이의 관계로 구성된다. 파트너 선정은 기업의 경쟁력과 사업의 성패를 좌우할 만큼 중요하며, 파트너십은 장기간의 계약, 상호협력, 공유하는 위험과 이익 및 함께 참여하여 의사결정을 반영하는 등 활동 중인 관계를 의미한다. 마케팅이나 생산제조, 정보 시스템까지 다양한 분야에서 파트너십의 개념이며 이러한 파트너십에 대한 정의 역시 다양하게 나타나고 있다.

파트너십과 관련하여 Henderson(1990)은 “장기적 관여, 상호협동의 지각, 위험과 이

익의 공유 및 참여적 의사결정의 이론과 개념에 일치된 여타의 품질 등을 반영하는 관계”라고 하였다.

Mohr와 Spekman(1994)는 “목적은 공유하고, 상호이익을 추구하며, 고도의 상호의존성을 수용하는 독립적인 기업들 간의 의도적, 전략적 관계”라 정의하고 성공적 파트너십 조건을 제시하기 위해 성공과 관련된 파트너십의 특성을 논의 하였다. Anderson와 Narus(1990)은 파트너기업 각각의 최종 목적으로 고객시장의 욕구를 충족시키는데 초점을 맞추고, 조정된 노력을 제공하기 위해 활동을 수행하면서 각 기업의 성공이 부분적으로 다른 기업에 의존한다는 상호인식과 이해가 존재하는 범위라고 정의하고 있다. 또한 Lambert(1999) 등은 파트너십을 상호 신뢰성, 개방성, 위험 및 보상의 공유에 근거한 원만한 사업관계는 경쟁우위를 가져오고 개별기업들에 의해서 얻을 수 있는 것보다 더 큰 사업성과를 가져올 수 있는 것이라 정의하였다. 또한 Kodak-IBM-DEC나 USAA-IBM, Xerox-EDS 간의 파트너십 등의 예로 아웃소싱의 이점을 최대한 달성하기 위해 서비스 공급업체와 보다 유연한 관계를 추구하고자 하였다. 따라서 성공적 아웃소싱은 장기적 맥락에서 계약이 아닌 상호신뢰를 바탕으로 상호 이익이 되는 파트너십을 형성하는 것으로 이해할 수 있다. 즉, 파트너십을 보다 명확하게 이해하기 위해 파트너십의 정의는 참여하는 모든 사람들의 공동의 목표달성을 위해 참여하는 관계라고 정의할 수 있다.

3. 아웃소싱

아웃소싱(Outsourcing)이란 기업경영 업무의 일부를 외부 전문업체에 장기적으로 위탁하는 전략이라고 정의할 수 있다[11]. 기업의 역량을 핵심부문에 집중하면서 외부의 전문 분야를 활용하는 것이다. 기업의 자원을 전략적으로 중요하면서, 가장 잘할 수 있는 부분에 집중하고, 그 나머지의 것들은 외부전문 업체에 맡김으로써 기업의 경쟁력을 제고시키는 것이라고 할 수 있다. 이러한 아웃소싱(Out-sourcing)은 외부에서 조달한 각종 자원을 활용하여 자사의 핵심역량을 키워 나가는 경영전략으로서, 각 기업들이 자사만이 보유한 차별화 된 기술이나 기능, 즉 핵심 역량에 전력하기 위하여 핵심역량을 제외한 기타 부분의 업무를 외부전문 업체에 위탁하여 수행한다[12]. 이를 통해 자사 핵심부분의 강화와 함께 자원분야 업무 수행에 있어서도 전문성을 확보하고자 하는 회사 경영전략의 일환이다.

Mohr& Spekman(1994)등은 관계에서 성공적인 파트너십을 이루기 위한 요소를 파트너십 속성, 의사소통행위, 갈등기술로 보았는데 파트너십 속성은 위임(commitment), 조정(coordination), 상호의존(interdependence), 신뢰(trust)로 이루어진다고 하였다. 또한, 의사소통행위는 의사소통의 품질, 정보의 공유, 참여로 구성된다고 보았으며, 갈등해결기술은 공동문제해결(jointing solving), 설득(persuasion), 원활함(smoothing), 지

배(domination), 폭언(harsh words), 중재(arbitration)로 구성되었고 이 요소들과 파트너십 성공과의 관계를 밝히기 위해 만족(satisfaction)과 판매량을 파트너십 성공의 지표로 정하였다.

정범성(2012)은 기업들은 자사의 핵심역량의 강화와 위협의 감소와 분산, 경영효율화 추구, 외부전문선 활용을 위해 아웃소싱을 도입하고 있다고 하였다. 특히 다변화하는 국내외 기업의 환경은 과거와 같은 안정적인 기업의 환경을 찾아보기 힘든 상황으로 전개되고 있어 이러한 환경에서 세계의 기업들은 살아남기 해서 적극적 변화가 필요하다고 강조하였다.]

김병철 외(2006)에 의하면 외부의 전문적인 지식을 효율성 있게 활용함으로써 자사가 목적으로 하는 업무에 경영능력을 집중하는 경영 기법으로 자사의 경영방침과 이념을 확립하고, 그 위에 외부자원인 아웃소서를 유용하게 활용하고자 하는 사고방식에 가장 중요한 의미를 부여하고 있다.

공연예술분야에서 아웃소싱은 비용절감 효과, 외부자원 활용, 핵심역량 강화 등 공연단체나 기업의 경쟁력 강화 전략방안이 된다. 예를 들면, 기술력으로 일단 성공한 벤처기업이 관련 서비스에 대한 대처능력이 없어 실패하는 경우가 빈번하지만 아웃소싱으로 이를 보완할 때 벤처역량이 강화될 수 있다. 아웃소싱이 활성화되고 기업 간의 연결 재무제표, 분식회계 문제 등이 보완된다면 기업 투명성제고 가능성이 높게 되는 효과를 기대할 수 있다.

따라서 공연예술에서 아웃소싱의 접목은 공연예술 품질의 개선, 공연상품 가격인하 등의 긍정적 효과가 유발되어 관객의 만족도를 높이고 공연예술의 발전을 유도하는 효과를 가져 올 수 있다. 본 연구는 Mohr& Spekman(1994)이 제시한 아웃소싱의 구성요소를 토대로 공연예술의 파트너십을 고찰하기 위한 변인으로 선정하였다.

4. 파트너십과 아웃소싱 만족도의 관계

공연기획에서 파트너십과 아웃소싱 만족도의 관계를 고찰한 연구는 아직까지 없지만 물류분야나 외식산업, 연구분야 등에서는 활발히 연구가 진행되고 있다. 따라서 이 연구에서는 공연기획이나 공연예술분야는 아니지만 산업분야에서 파트너십과 아웃소싱 만족도를 연구한 선행연구를 토대로 고찰하고자 한다.

Cheon(1992)은 현장연구를 실시하여 정보시스템 아웃소싱의 의사결정에 영향을 미치는 요인과 정보시스템 아웃소싱의 성공에 영향에 관한 연구에서 의사결정 요인을 정보시스템 요소와 조직적 요소로 구분하였으며, 정보시스템품질, 정보시스템 비용효과성, 재무적성과, 정보기술의 조직적 역할 등의 요소가 아웃소싱에 영향을 미치고, 공급자의 서비스품질, 아웃소싱 파트너십의 특성이 아웃소싱의 성공과 연관되어 있다고 하였다.

Henderson(1990)은 정보시스템 서비스의 효과적인 운영을 위해서 기업간의 파트너십이 필요하고, 파트너십 인과모형의 연구에서 제시한 인과모형은 이익/위험의 공유정도, 결속정도 및 신뢰도를 아웃소싱의 성공을 좌우하는 중요한 요소들로 고려되어졌고, 파트너십 상황변수들이 사용자 만족도와 업무만족도 측면에서 아웃소싱 성공을 이끌 수 있는 중요한 변수들이 밝혀졌다. 또한 이 변수들은 조직 간의 전략적인 정보교환과 서로의 목표와 업무를 이해하기 위한 공동의 노력을 통해 이루어 질 수 있으며, 결국 조직이 경쟁우위를 얻을 수 있는 주춧돌이 될 것이라고 결과가 도출되었다.

김용숙(2009)은 외식기업에서의 정보시스템 활용으로 원가관리, 고객관리 등의 필수요소로 정보시스템을 활용하여야 하며, 정보시스템의 분야 중 가장 많이 이용하는 고객 관리를 위한 프로세스에는 고객선정, 고객확보, 고객유치, 시장관리, 고객 데이터 관리, 원가관리, 고객 접촉 기능 등이 있다. 특히 고객접촉 프로세스를 아웃소싱하기 위해서는 신기술을 이용한 인프라스트럭처, 훈련된 안내원, 온라인상의 정보자원 공유 등의 장치가 필요하며, 좋은 파트너십 관계는 더 높은 아웃소싱 성과를 낼 수 있어 성공적인 정보시스템 아웃소싱을 수행 할 수 있다고 하였다. 이교찬·김병필(2008)은 아웃소싱의 도입성과는 연령에 따라서 업무효율성과 경쟁력확보, 업무혁신에 유의한 것으로 나타났고, 업무효율성, 업무혁신, 재무성과, 비재무성과에 유의한 영향을 미치고, 경쟁력확보도 경영성과, 재무성과, 비재무성과 경영성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

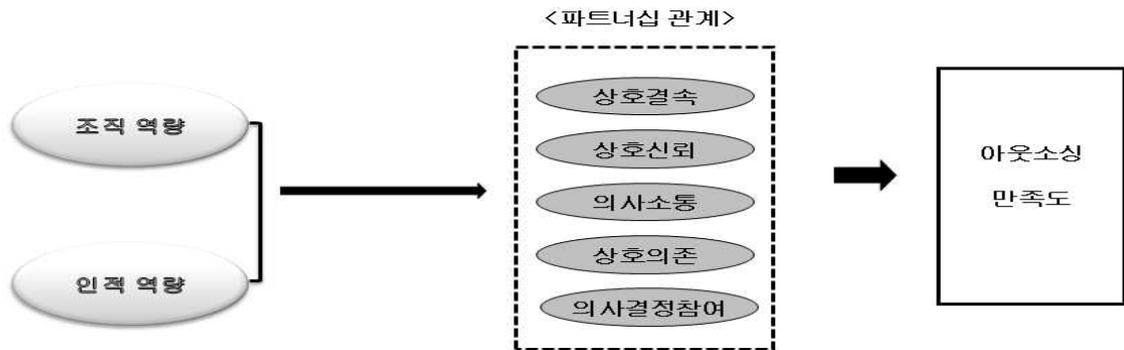
최충우(2011)는 정보시스템 아웃소싱 파트너십과 아웃소싱 만족도의 관계를 분석한 연구에서 정보시스템을 효과적으로 운영하기 위해 고객과 공급사는 상호간에 정보를 공유하고 신뢰를 바탕으로 지속적 파트너십관계를 유지하여야 한다고 밝혔다. 아울러 정보시스템 아웃소싱을 고려하는 기업들은 기술적 역량에 대한 수준을 판단하여 기술적 수준에 따라 투자하여 업무를 효율적으로 운영하고 또한 관리에 필요한 기술지식이 바탕이 되어야 하며, 공급사 역시 고객의 업무프로세스를 효과적으로 지원할 수 있는 높은 기술력을 필요로 한다고 지적하였다. 지금까지 고찰한 바를 토대로 공연예술 분야의 파트너십도 공연예술의 아웃소싱에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 보고 이들의 관계를 규명하고자 연구변인으로 선정하였다.

III. 연구방법

1. 연구모형 및 가설

본 연구는 기획과 파트너십 관계가 아웃소싱 만족도에 미치는 영향을 파악하여 공연예술에서의 효율적인 아웃소싱 운영방안을 위해 제시하고자 한다. 연구의 목적을 달성하기

위한 연구모형은 다음 <그림 1>과 같이 설정하였다.



<그림 1> 연구모형

위에서 제시한 연구모형을 검증하기 위한 연구가설은 다음과 같이 설정하였다.

가. 기획 역량과 파트너십 관계

김민수(2011)는 제휴에 참가하는 기업은 다른 기업과 협력관계에 기여할 수 있는 강하고, 가치 있는 무엇인가를 보유해야 한다고 강조했다. 실제로 파트너간의 기술 및 자원의 보완성이 존재할 때 파트너 능력을 강화하여 파트너십을 구축할 수 있게 한다고 주장하였다. 이렇듯 파트너십은 기업전략에서 매우 중요한 성공요인이며, 파트너간 의사소통, 협조정도, 신뢰 정도가 높을수록 위탁사의 요구사항이 잘 반영되고 조직 구성원들의 참여도가 높아진다(문송철, 2009; Mohr&Spekman).

가설 1. 조직 역량은 파트너십 관계에 유의한 영향을 미칠 것이다.

- 가설 1-1. 조직역량은 상호결속에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-2. 조직역량은 상호신뢰에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-3. 조직역량은 의사소통에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-4. 조직역량은 상호의존에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-5. 조직역량은 의사결정 참여에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 인적역량은 파트너십 관계에 유의한 영향을 미칠 것이다.

- 가설 2-1. 인적 역량은 상호결속에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2-2. 인적 역량은 상호신뢰에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2-3. 인적 역량은 의사소통에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2-4. 인적 역량은 상호의존에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2-5. 인적 역량은 의사결정 참여에 유의한 영향을 미칠 것이다.

나. 파트너십 관계와 아웃소싱 만족도

파트너 관계에서 의사소통은 파트너간에 서로의 욕구를 파악하고 의사를 올바르게 전달하며 거래환경을 정확하게 파악하여 상호만족을 얻게 한다.[24] 특히 시의적절한 의사소통은 논쟁과 갈등을 해결하고, 지각과 기대를 결합함으로써 상호 신뢰 구축에 일조하며 나아가서 상호작용과 이해를 촉진시켜 기업간 관계 몰입과 결속도 증진된다.[25]

이에 대해 Morgan와 Hunt(1994)는 신뢰와 몰입에 선행되어야 하는 주요한 것은 의사소통이라고 지적하였다. 나인강(2008)은 파트너와의 의사소통 능력은 협력과 만족도를 향상시킨다고 하였다. 그 외 수의 선행연구에서는 파트너십이 아웃소싱의 성과인 만족도에 중요한 영향을 미친다고 하였다(Brown, 2000; Crosby & Cowles, 1990). 또한 Roche(2009)의 연구에서도 벤더사와의 협력을 통한 파트너십이 성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 발견하였다(Roche, 2009). 이를 바탕으로 본 연구에서는 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설 3. 파트너십 관계는 아웃소싱 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

- 가설 3-1. 상호결속은 아웃소싱 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3-2. 상호신뢰는 아웃소싱 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3-3. 의사소통은 아웃소싱 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3-4. 상호의존은 아웃소싱 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3-5. 의사결정참여는 아웃소싱 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

2. 설문지 구성

본 연구는 선행연구를 토대로 설문지를 구성하였고, 측정도구는 5점 리커르트 척도를 이용하여 검증하였다. 이에 대한 자세한 내용은 다음 <표 1>과 같다.

<표 1> 설문지 구성

영역		문항 번호	연구자
기획 역량	조직 역량	I. 1-9	김치현(2003), 윤명희(2006)
	인적 역량	I. 10-21	
파트너십 관계	상호결속	II. 1-4	김수옥 외(2005), 권순재(2006), Anderson 외 (1990)
	신뢰	II. 5-8	
	상호의존	II. 9-13	
	의사결정참여	II. 14-17	
	의사소통	II. 18-22	
아웃소싱 만족도		III. 1-12	김영민(2000), 서아영(2003)
일반적사항	평균거래기간 등	IV. 1-5	

3. 연구대상

본 연구를 위한 연구의 대상은 서울지역에 위치한 공연기획사 종사자 276명을 최종 선정하였다. 설문조사는 e-mail과 직접 방문방식으로 이루어졌고, 직접 방문방식은 본인이 직접 설문조사를 진행하였다. 설문조사 기간은 2016년 2월 20일부터 2016년 4월 20일까지 약 2개월간 진행되었다. 배포된 400부의 설문지 중 회수된 설문지는 290부였고, 회수율은 72.5%였다. 이중 불성실한 설문지 14부를 제외한 276부가 유효 설문지였다.

4. 분석방법

본 조사에서 수집된 자료의 통계처리는 데이터 코딩(data coding)과 데이터 크리닝(data cleaning) 과정을 거쳐 SPSS 20.0 for Windows 통계 패키지 프로그램을 활용하여 다음과 같은 방법으로 분석한다.

첫째, 표본의 일반적 특성을 파악하기 위하여 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시한다.

둘째, 측정도구의 세부항목들을 영역별로 분류하기 위하여 요인분석(Factor Analysis)을 실시하였으며 측정도구의 신뢰도를 파악하기 위하여 Cronbach's α 계수를 산출한다.

셋째, 가설을 검증하기 위하여 회귀분석(Regression Analysis)을 사용한다.

IV. 분석결과

1. 일반적 사항

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 276명이 최종 분석에 사용되었다. 이들의 일반적 사항인 <표 2>를 살펴보면, 거래처와의 평균 거래기간은 5년 이상-10년 미만이 27.9%, 3년 이상-5년 미만이 23.6%, 2년 이상-3년 미만이 18.5%, 1년 이상-2년 미만이 17.8%였다. 공연기획경력은 5년 이상-10년 미만이라고 답변한 응답자가 35.9%로 가장 많았고 그 다음으로 3년 이상-5년 미만이 23.6%, 10년 이상이 14.9%로 나타났다. 거래업체와의 의사소통 수단으로 가장 많이 사용하고 있는 방법으로는 전화 통화가 51.4%로 가장 많았고 E-mail이 26.8%, 대면이 19.2% 등의 순으로 조사되었다.

<표 2> 응답자의 일반적 사항

	구 분	빈도(명)	백분율(%)
거래처와 평균 거래 기간	1년 미만	17	6.5
	1년이상-2년 미만	49	17.8
	2년이상-3년 미만	51	18.5
	3년이상-5년 미만	65	23.6
	5년이상-10년 미만	77	27.9
	10년 이상	16	5.8
공연기획 경력	1년 미만	14	5.1
	1년이상-2년 미만	20	7.2
	2년이상-3년 미만	37	13.4
	3년이상-5년 미만	65	23.6
	5년이상-10년 미만	99	35.9
	10년 이상	41	14.9
의사 소통 수단	대면	53	19.2
	전화 통화	142	51.4
	E-mail	74	26.8
	기타	7	2.5
	합계	276	100.0

2. 타당성 및 신뢰도 분석

본 연구에서는 타당성 분석을 위하여 요인분석(factor analysis)을 실시하였으며, 신뢰도 분석을 위하여 특정변수를 측정하기 위하여 복수로 설계된 설문항목간의 신뢰도를 평가하는 가장 대표적인 방법인 내적일치도(Cronbach's α)를 적용하고자 한다.

1) 조직역량에 대한 타당성 및 신뢰도 분석

조직역량에 대한 요인분석 결과 <표 3>와 같이 이론적으로 설정한 요인과 상이하게 묶인 문항을 제거하고 최종 3개 요인이 추출되었고, 3개 요인군의 전체 설명변량은 80.51%이었다. 이를 구체적으로 살펴보면 1요인은 조직자본, 2요인은 조직커뮤니케이션, 3요인은 공연기획능력이라 명명할 수 있다. 신뢰도 분석 결과 모두 0.6이상으로 나타나 신뢰도는 충족되었다.

<표 3> 조직역량에 대한 타당성 및 신뢰도 분석

문항 번호	요인 1 조직자본	요인 2 조직커뮤니케이션	요인 3 공연기획능력
문항 8	.739	.178	.224
문항 9	.719	.328	-.067
문항 6	.171	.803	.245
문항 7	.389	.775	.189
문항 2	-.031	.278	.816
문항 4	.678	.071	.715
고유치	1.733	1.624	1.487
설명 변량	27.99	28.40	24.12
누적 설명 변량	27.99	56.39	80.51
신뢰도	.715	.791	.718

2) 인적역량의 타당성 및 신뢰도

다음으로 인적역량에 대한 요인분석 결과는 다음 <표 4>와 같다. 이론적으로 설정한 요인과 상이하게 묶인 문항을 제거하고 최종 4개 요인이 추출되었다. 4개 요인군의 전체 설명변량은 90.42%이었다. 이를 구체적으로 살펴보면 1요인은 대인관계능력, 2요인은 기획지식, 3요인은 개인특성역량, 4요인은 공연지식이라 명명할 수 있다. 신뢰도 분석 결과 모두 0.6이상으로 나타나 신뢰도는 충족되었다.

<표 4> 인적역량의 타당성 및 신뢰도

문항 번호	요인 1 기술지식	요인 2 기획지식	요인 3 개인특성역량	요인 4 공연지식
문항 17	.374	.204	.759	.173
문항 18	.174	.330	.764	.254
문항 16	.371	.275	.701	.262
문항 14	.188	.313	.208	.813
문항 15	.301	.271	.352	.765
고유치	2.404	2.340	2.149	1.628
설명 변량	24.85	23.27	22.51	19.79
누적 설명변량	24.85	48.12	70.63	90.42
신뢰도	.811	.813	.829	.871

3) 파트너십 관계에 대한 타당성 및 신뢰도 분석

파트너십 관계에 대한 요인분석 결과 <표 5>와 같다. 이론적으로 설정한 요인과 상이하게 묶인 문항을 제거하고 최종 5개 요인이 추출되었다. 5개 요인군의 전체 설명변량은 80.72%이었다. 이를 구체적으로 살펴보면 1요인은 의사소통, 2요인은 신뢰, 3요인은 의사결정참여, 4요인은 상호의존, 5요인은 상호결속이라 명명할 수 있다. 신뢰도 분석 결과 모두 0.6이상으로 나타나 신뢰도는 충족되었다.

<표 5> 파트너십 관계에 대한 타당성 및 신뢰도 분석

문항 번호	요인 1 기술지식	요인 2 기획지식	요인 3 개인특성역량	요인 4 공연지식
문항 21	.856	.178	.227	.137
문항 19	.779	.252	.164	.214
문항 20	.754	.101	.382	.158
문항 10	.239	.803	.257	.105
문항 12	.070	.796	.191	.312
문항 11	.257	.774	.225	.246

문항 번호	요인 1 의사소통	요인 2 신뢰	요인 3 의사결정참여	요인 4 상호의존	요인 5 상호결속
문항 22	.709	.151	.247	.150	.134
문항 20	.717	.299	.312	.157	.246
문항 21	.745	.141	.198	.310	.088
문항 19	.711	-.014	.216	.191	.213
문항 18	.704	.398	.211	.137	.094
문항 6	.119	.844	.266	.152	.124
문항 7	.109	.807	.147	.228	.135
문항 5	.167	.796	.139	.134	.144
문항 8	.198	.727	.130	.126	.341
문항 15	.176	.058	.755	.287	.133
문항 14	.287	.261	.728	.078	.057
문항 16	.355	.173	.70	.193	.187
문항 17	.420	.231	.550	.345	.105
문항 11	.166	.187	.192	.767	.145
문항 12	.186	.169	.221	.712	.138
문항 10	.288	.226	.133	.697	.031
문항 3	.201	.269	.081	.168	.807
문항 4	.205	.239	.199	.115	.798
고유치	3.545	3.211	2.588	2.412	1.721
설명 변량	20.21	18.55	19.54	12.41	10.01
누적 설명 변량	20.21	38.76	58.30	70.71	80.72
신뢰도	.819	.865	.805	.721	.779

4) 아웃소싱 만족도에 대한 타당성 및 신뢰도 분석

아웃소싱 만족도는 하위 영역 없이 전체 만족도로 분석하고자 하였으며 따라서 요인분석은 실시하지 않았다. 전체 신뢰도 분석 결과 아웃소싱 만족도는 .917로 신뢰도는 충족되었다.

2. 가설검증

1) 조직역량이 파트너십의 관계에 미치는 영향

가. 조직역량이 상호 결속에 미치는 영향

조직역량이 상호 결속에 미치는 영향에 대한 가설 1-1, 가설 2-1의 회귀분석 결과는 다음 <표 6>과 같다. 분석결과, 회귀식의 유용성을 판단하기 위한 F의 유의확률 p값이 .000으로 회귀 식은 의미가 있었다. 설명량은 19.7%였으며 유의한 영향을 미치는 변수는 조직커뮤니케이션($B=.215$, $p<.01$)으로 나타났다. 즉, 조직역량의 조직커뮤니케이션 수준이 높을수록 상호 결속이 높아지는 것으로 나타났다.

< 표 6> 조직역량이 상호 결속에 미치는 영향

구 분	비표준화 계수		표준화 계수	t	p	
	β	SE	Beta			
(상수)	1.687	.268		6.245	.000	
조직역 량	공연기획능력	.016	.074	.018	.223	.826
	조직커뮤니케이션	.277	.063	.215	2.722	.007**
	조직자본	.032	.069	.027	.303	.741
인적 요인	기획지식	.071	.086	.062	.757	.452
	공연지식	.119	.1991	.112	1.303	.196
요인	개인특성역량	.153	.195	.144	1.484	.141
	대인관계능력	.111	.081	.013	.131	.888
		$R^2 = .196$	$F = 8.442$	$p = .000***$		

** $p<.01$, *** $p<.001$

나. 조직역량이 신뢰에 미치는 영향

조직역량이 신뢰에 미치는 영향에 대한 가설 1-2, 가설 2-2의 회귀분석 결과는 <표 7>과 같다. 이 회귀식의 유용성을 판단하기 위한 F의 유의확률 p값이 .000으로 회귀식은 의미가 있었다. 설명량은 38.5%였으며 유의한 영향을 미치는 변수는 공연기획능력($B=.177$, $p<.01$), 개인특성역량($B=.231$, $p<.01$), 대인관계능력($B=.148$, $p<.05$)으로 나타났다. 즉, 조직역량의 공연기획능력, 인적역량의 개인특성역량과 대인관계능력 수준이 높을수록 신뢰가 높아졌다.

<표 7>조직역량이 신뢰에 미치는 영향

	구 분	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
		β	SE	Beta		
	(상수)	1.388	.176		7.030	.000
조직역량	공연기획능력	.148	.054	.177	2.736	.007**
	조직커뮤니케이션	.080	.047	.115	1.745	.082
	조직자본	-.036	.050	-.045	-.671	.503
인적역량	기획지식	.053	.064	.063	.846	.399
	공연지식	.089	.067	.095	1.226	.217
	개인특성역량	.197	.072	.231	2.776	.006**
	대인관계능력	.124	.063	.148	2.063	.040*
		$R^2 = .385$	$F = 21.243$	$p = .000***$		

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

다. 조직역량이 의사소통에 미치는 영향

조직역량이 의사소통에 미치는 영향에 대한 가설 1-3, 가설 2-3의 회귀분석 결과는 <표 8>과 같이 도출되었다. 회귀식의 유용성을 판단하기 위한 F의 유의확률 p값이 .000으로 회귀식은 의미가 있었다. 설명량은 37.1%였으며 유의한 영향을 미치는 변수는 조직자본($B = .363$, $p < .001$), 기획지식($B = .158$, $p < .05$), 대인관계능력($B = .151$, $p < .05$)으로 나타났다. 즉, 조직역량의 조직자본과 인적역량의 기획지식과 대인관계능력 수준이 높을수록 의사소통이 높아졌다.

<표 8> 조직역량이 의사소통에 미치는 영향

	구 분	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
		β	SE	Beta		
	(상수)	.604	.232		2.605	.010
조직역량	공연기획능력	-.050	.064	-.051	-.787	.433
	조직커뮤니케이션	.021	.056	.025	.381	.705
	조직자본	.310	.059	.363	5.238	.000***
인적역량	기획지식	.154	.074	.158	2.076	.039*
	공연지식	.085	.077	.085	1.111	.271
	개인특성역량	.041	.084	.042	.489	.623
	대인관계능력	.153	.072	.151	2.133	.034*
		$R^2 = .371$	$F = 20.079$	$p = .000***$		

* $p < .05$, *** $p < .001$

라. 조직역량이 상호의존에 미치는 영향

조직역량이 상호의존에 미치는 영향에 대한 가설 1-4, 가설 2-4의 회귀분석 결과는

<표 9>와 같다.

<표 9> 조직역량이 상호의존에 미치는 영향

구 분	비표준화 계수		표준화 계수	t	p	
	β	SE	Beta			
(상수)	1.618	.249		6.720	.000	
조직 역량	공연기획능력	-.122	.068	-.025	-.342	.733
	조직커뮤니케이션	.067	.155	.085	1.166	.245
	조직자본	.224	.161	.281	3.673	.000***
인적 역량	기획지식	-.003	.077	-.003	-.041	.966
	공연지식	.162	.083	.164	1.989	.048*
	개인특성역량	-.004	.086	-.001	-.014	.990
	대인관계능력	.144	.071	.144	1.805	.073
		$R^2 = .257$	$F = 11.134$	$p = .000***$		

* $p < .05$, *** $p < .001$

이 회귀식의 유용성을 판단하기 위한 F의 유의확률 p값이 .000으로 회귀 식은 의
미가 있었다. 설명량은 25.7%였으며 유의한 영향을 미치는 변수는 조직자본($B=.281$,
 $p < .001$), 공연지식($B=.164$, $p < .05$)로 나타났다. 즉, 조직역량의 조직자본과 인적역량의
공연지식이 높을수록 상호의존이 높아졌다.

마. 조직역량이 의사결정 참여에 미치는 영향

조직역량이 의사결정 참여에 미치는 영향에 대한 가설 1-5, 가설 2-5의 회귀분석
결과는 <표 10>과 같다. 이 회귀식의 유용성을 판단하기 위한 F의 유의확률 p값이
.000으로 회귀 식은 의미가 있었다. 설명량은 28.7%였으며 유의한 영향을 미치는 변수
는 조직자본($B=.177$, $p < .05$)과 대인관계능력($B=.168$, $p < .05$)으로 나타났다. 즉, 조직역
량의 조직자본과 인적역량의 대인관계능력 수준이 높을수록 의사결정 참여가 높았다.

<표 10> 조직역량이 의사결정 참여에 미치는 영향

구 분	비표준화 계수		표준화 계수	t	p	
	β	SE	Beta			
(상수)	1.125	.252		4.463	.000	
조직 역량	공연기획능력	-.043	.069	-.044	-.614	.540
	조직커뮤니케이션	.033	.059	.040	.556	.579
	조직자본	.146	.064	.177	2.276	.024*
인적 역량	기획지식	.054	.081	.055	.663	.508
	공연지식	.102	.084	.103	1.210	.227
	개인특성역량	.126	.091	.128	1.382	.168
	대인관계능력	.175	.078	.168	2.240	.026*
		$R^2 = .287$	$F = 11.069$	$p = .000***$		

* $p < .05$, *** $p < .001$

2.2. 파트너십의 관계가 아웃소싱 만족도(성과)에 미치는 영향

파트너십의 관계가 아웃소싱 만족도 전체에 미치는 영향에 대한 가설 3의 회귀분석 결과는 <표 11>과 같다.

<표 11> 파트너십 관계가 아웃소싱 만족도에 미치는 영향

구 분	비표준화 계수		표준화 계수	t	p	
	β	SE	Beta			
(상수)	.65	.224		2.810	.005	
상호결속	.116	.054	.130	2.155	.032*	
신뢰	.213	.067	.201	3.188	.002**	
상호 의존	.089	.063	.091	1.425	.159	
의사결정참여	.118	.070	.127	1.685	.094	
의사소통	.261	.069	.215	3.791	.000***	
		$R^2 = .451$	$F = 38.871$	$p = .000***$		

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

이 회귀식의 유용성을 판단하기 위한 F의 유의확률 p값이 .000으로 회귀식은 의미가 있었다. 설명량은 45.1%였으며 유의한 영향을 미치는 변수는 상호결속($B=.130$, $p < .05$), 신뢰($B=.201$, $p < .01$), 의사소통($B=.215$, $p < .001$)으로 나타났다. 즉, 상호결속, 신뢰, 의사소통 수준이 높을수록 아웃소싱 만족도 전체가 향상되는 것으로 나타났다.

지금까지 검증한 가설결과를 토대로 이상의 결과를 요약하면 다음 <표 12>와 같다.

<표 12> 분석 결과 요약

가설 내용	기각/채택여부
가설 1. 조직역량은 파트너십 관계에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 1-1. 조직역량은 상호결속에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 1-2. 조직역량은 상호신뢰에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 1-3. 조직역량은 의사소통에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 1-4. 조직역량은 상호의존에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 1-5. 조직역량은 의사결정 참여에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 2. 인적역량은 파트너십 관계에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 2-1. 인적역량은 상호결속에 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
가설 2-2. 인적역량은 상호신뢰에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 2-3. 인적역량은 의사소통에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 2-4. 인적역량은 상호의존에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 2-5. 인적역량은 의사결정 참여에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 3. 파트너십 관계는 아웃소싱 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 3-1. 상호결속은 아웃소싱 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 3-2. 상호신뢰는 아웃소싱 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 3-3. 의사소통은 아웃소싱 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 3-4. 상호의존은 아웃소싱 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각
가설 3-5. 의사결정참여는 아웃소싱 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각

V. 논의 및 결론

1. 논의

과거에는 순수공연예술을 무대에 올린다는 긍지와 만족감으로 영위해 왔지만 현대 사회에서 공연은 더 이상 예술가의 자아실현이나 보호·육성의 대상만은 아니며 경쟁력을 강요받는 시장의 질서에 노출되어 있다는 점이다. 공연이 경영의 원리를 필요로 하는 것은 바로 이 때문이다.

이 연구는 파트너십을 이용한 공연기획이 아웃소싱 만족도에 미치는 영향력을 파악하기 위해 연구를 진행하였다. 가설검증을 통해 제시된 실증분석 결과와 의미를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 가설 1. ‘조직 역량은 파트너십 관계에 유의한 영향을 미칠 것이다.’를 분석한 결과는 다음과 같다. 먼저, 조직역량이 상호 결속에 미치는 영향을 분석한 결과, 조직역량의 조직커뮤니케이션 수준이 높을수록 상호 결속이 높아지는 것으로 나타났다. 조직역량이 신뢰에 미치는 영향은 조직역량의 공연기획능력이 높을수록 신뢰가 높아졌다. 조직역량이 의사소통과 상호의존성에 미치는 영향을 분석한 결과는 조직역량의 조직자본 수준이 높을수록 의사소통능력과 상호의존성이 높아졌다. 이러한 연구결과는 선행연구와도 일치하는 것으로 김영환(2013)은 공공 공연장의 재원조성 활성화 방안 연구를 통해 별도의 조직이나 전문가 필요, 외부전문 대행사를 활용한 아웃소싱 방안이 필요하다고 지적하였다. 그리고 김명재(2014)도 공연예술의 안정적인 운영을 위해 공연장 자원 확보와 조직 및 인력 전문화가 매우 중요하다고 강조하였다. 따라서 파트너십을 활용한 공연기획의 성공을 위해서는 재정확보에 대한 구체적인 마케팅 전략과 파트너십 활용을 통해 효과적인 공연기획전략을 구축해야 할 것이다.

둘째, 가설 2인 ‘인적역량은 파트너십 관계에 유의한 영향을 미칠 것이다.’를 분석한 결과는 다음과 같다. 인적역량이 신뢰에 미치는 영향은 인적역량의 개인특성역량과 대인관계능력 수준이 높을수록 신뢰가 높아졌다. 인적역량이 의사소통에 미치는 영향을 분석한 결과는 인적역량의 기획지식과 대인관계능력 수준이 높을수록 의사소통이 높아졌다. 인적역량이 상호의존에 미치는 영향은 인적역량의 공연지식이 높을수록 상호의존성이 높아졌다. 그리고 인적역량이 의사결정 참여에 미치는 영향을 분석한 결과, 인적역량의 대인관계능력 수준이 높을수록 의사결정 참여가 높았다. 이는 선행연구 결과와 흐름을 함께 하는 것으로 공연기획의 성공을 위해서는 기획관계자들의 역량 강화와 인력관리가 중요함을 시사하고 있다. 이와 관련하여 김소곤(2009)은 지역문화재단 공연장의 효율적 운영방안 연구에서 고양문화재단을 중심으로 고양문화재단의 경영의 문제점 및 해결방안을 조직 및 인력관리의 측면에서 전문적인 이사회의 구성, 인력 양성 프로그램의 개발 및 시행, 합리적이고 안정적인 인력관리 요구를 들었다.

따라서 전문적인 공연기획과 파트너십 관계 구축을 위해서는 이를 잘 활용할 수 있는 인력관리와 전문성 증진이 우선 되어야 함을 검증할 수 있었다.

셋째, 가설 3인 ‘파트너십 관계는 아웃소싱 만족도에 유의한 영향을 미칠 것이다.’를 분석한 결과, 파트너십 관계요인 중 상호결속, 신뢰, 의사소통 수준이 높을수록 아웃소싱 만족도 전체가 향상되는 것으로 나타났다. 이혜련 외(2015)는 컨벤션기획자와 서비스공급자의 사업관계유형에 따른 파트너십의 성과를 분석한 결과, 사업관계유형 모두가 파트너십 요소 즉, 소통, 협력, 신뢰 등 파트너십의 3개 차원 모두와 전반적 만족에 긍정적인 영향을 미쳤다고 보고하였다.

이상의 분석결과를 살펴보면, 공연예술과 관련한 아웃소싱 공급사는 아웃소싱 만족도를 충족 해주어 공연기획사와의 파트너십을 유지하고 아웃소싱의 효율성을 높여야 할 것이다.

파트너십 관계와 아웃소싱 만족도는 다양한 요인에 의해 영향을 받지만 근본적으로 상호결속, 원활한 의사소통을 구축하여 서로간의 파트너십에 대한 만족도를 높여야 한다. 이는 상호간에 정보를 공유하고 의사소통을 원활함과 결속을 통한 아웃소싱 만족도에 영향을 미친다고 보는 것이다. 즉, 의사소통을 원활히 하여 파트너십 관계를 충족함으로써 효율성을 높인다 하겠다.

공연기획에서 파트너십 관계에 따른 아웃소싱 만족도의 연구를 고찰한 선행연구는 없지만 다른 분야의 선행연구에서는 파트너십 관계형성이 바람직한 성과를 가져오는 것으로 보고하고 있다. 따라서 우후죽순으로 설립되어 과도한 경쟁상황에 놓여 있는 공연기획사가 장기적으로 존속하기 위해서는 무대제작, 홍보대행, 공연개발 등 분야별 파트너십을 구축하여 재정의 효율적인 관리방안을 마련해야 할 것이다.

2. 결론

공연예술은 이제 단순히 보여주기 위한 행위가 아니라 미디어의 개념을 가진 창작 활동으로의 종합예술활동이다. 이를 기획하기 위해서는 시간적, 공간적, 정신적, 물질적, 인력적, 재정적인 투자가 전제되어야 한다. 어떤 공연, 전시 또는 문화물을 세상에 내놓을 것이며 누구를 위한 작품을 만들 것인지(target 설정), 어떤 방법(마케팅 믹스)을 통하여 전달할 것이고 가격을 어떻게(price 전략)라는 문제를 고려하여야 한다.

이에 본 연구는 공연예술의 활성화를 위해 공연기획사와 파트너십 관계에 있는 업체간의 파트너십에 따른 아웃소싱의 만족도를 파악하고, 이를 토대로 보다 효율적인 공연기획과 파트너십 구축에 대한 자료를 제공하였다는데 연구의 의의가 있다.

이를 통해 다음과 같이 결론을 도출 할 수 있었다.

첫째, 조직역량의 조직커뮤니케이션 수준이 높을수록 상호 결속이 높아지는 것으로 나타났다. 조직역량이 신뢰에 미치는 영향은 조직역량의 공연기획능력이 높을수록 신뢰가 높아졌다.

조직역량이 의사소통과 상호의존성에 미치는 영향을 분석한 결과는 조직역량의 조직자본 수준이 높을수록 의사소통능력과 상호의존성이 높아졌다.

둘째, 인적역량이 신뢰에 미치는 영향은 인적역량의 개인특성역량과 대인관계능력 수준이 높을수록 신뢰가 높아졌다. 인적역량이 의사소통에 미치는 영향을 분석한 결과는 인적역량의 기획지식과 대인관계능력 수준이 높을수록 의사소통이 높아졌다. 인적역량이 상호의존에 미치는 영향은 인적역량의 공연지식이 높을수록 상호의존성이 높아졌다. 그리고 인적역량이 의사결정 참여에 미치는 영향을 분석한 결과, 인적역량의 대인관계능력 수준이 높을수록 의사결정 참여가 높았다.

셋째, 파트너십 관계요인 중 상호결속, 신뢰, 의사소통 수준이 높을수록 아웃소싱 만족도 전체가 향상되는 것으로 나타났다.

이러한 연구의 결과에도 불구하고, 본 연구는 시간적, 공간적 한계점과 연구진행에서 오는 한계점을 내포하고 있는 관계로 향후 연구에서는 다음과 같은 사항들을 고려하여 연구를 진행해야 할 것이다.

첫째, 서울·경기지역의 기획사 관계자들만을 대상으로 조사한 자료만을 활용한 관계로 한정된 자료의 보편성, 일반성을 확보하려고 노력하였으나 우리나라 전체로 일반화하기에는 한계점을 지니고 있다. 따라서 향후에는 전국에 위치한 공연기획사 관계자들을 대상으로 연구를 진행하여 자료의 일반화와 보편화를 확대하도록 하여야 할 것이다.

둘째, 공연기획과 파트너십관계에 따른 아웃소싱 만족도의 관계를 연구변인으로 선정하였으나, 한정적인 변인만을 연구모형에 적용하였기 때문에 변인의 한계점을 지니고 있다. 따라서 향후에는 다양한 변인에 대한 연구뿐만 아니라 지역적 특색과 개인적 특성 등을 고려한 연구가 진행될 필요가 있다.

셋째, 본 연구에서는 회귀분석을 통해 연구가 진행되었으나 향후에는 양적연구 외에도 질적 연구와 인터뷰를 통한 심층적인 분석이 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

- 김명재(2014), “통합기초문화재단의 운영형태 발전방안 연구: 창원문화재단을 중심으로”, 한세대학교 박사학위논문
- 김민수(2011), “호텔기업의 노사파트너십이 보상제도 및 조직성장에 관한 연구”. 경기대학교 박사학위논문
- 김병철·정중영(2006), “자료포락분석을 이용한 보험회사의 효율성 분석”, **Journal of the Korean Data Analysis Society**, 8(2), 685-696
- 김소곤(2009), “지역문화재단 공연장의 효율적 운영방안 연구: 고양문화재단을 중심으로”, 한남대학교 석사학위논문
- 김영환(2013), “공공 공연장의 재원조성 활성화방안 연구”, 중앙대학교 석사학위논문
- 김용숙(2009), “외식기업의 경영정보시스템 상황변수가 아웃소싱 성과에 미치는 영향 연구”, 경기대학교 박사학위 논문
- 김주호·용호성(2002), **예술경영**, 김영사
- 나인강(2008), “협력적 노사관계와 기업의 성과에 관한 실증분석”, **한국인적자원관리학회**, 15(1). 53-67
- 문송철(2009), “기업의 IT 아웃소싱 수행의사에 영향을 미치는 위험요인분석”, **한국컨텐츠학회 논문지**, 10(2). 341-348
- 박민호(2011), “한국 복합공연장 운영현황과 개선방안 연구: 서울시 소재 5개 복합공연장을 중심으로”, 고려대학교 박사학위논문
- 백진현(2014), “한국공연예술단체를 위한 문화예술 공동체 형성에 관한 연구”, 신라대학교 박사학위논문.
- 송영지(2007), “기업의 효과적 디자인 아웃소싱 활용전략에 관한 연구”, **한국디자인문화학회지**, 12(2). 126-138
- 송필석(2007), “공연예술 관객만족도에 관한 실증연구”, 경성대학교 박사학위논문
- 이교찬·김병필(2008), “호텔산업의 아웃소싱 도입이 경영 성과에 미치는 영향에 관한 연구”, **한국외신산업학회지**, 4(1). 199-225
- 이혜련·권순우·윤유식(2015), “컨벤션기획자와 서비스 공급자의 사업관계 유형에 따른 파트너십 및 성과차이 분석연구”, **한국과학예술포럼**, 20. 365-378,
- 장효강·류황건·배성권(2009), “병원 아웃소싱 직원과 정규직원의 조직문화 인식이 직무에 미치는 영향”, **한국컨텐츠학회논문지**, 9(2). 279-288
- 정범성(2012), “아웃소싱 전략과 파트너 선정요인이 아웃소싱 성공도 및 BSC 성과에 미치는 영향에 대한 연구”, 창원대학교 박사학위논문

- 정행득 · 이상호(2014), “문화콘텐츠 산업이 국민경제에 미치는 경제효과분석”, *문화산업연구*, 14(3). 83-92
- 최충우(2011), “아웃소싱 파트너십의 관계가 만족도에 미치는 영향”, 건국대학교 석사학위논문
- Anderson, J. C. & Narus, J. A.(1990), A Model of Distributor Firm and Manufacture Firm Working Partnerships, *Journal of Marketing*, 54, 42-58
- Brown, W.(2000), "Putting Partnership into Practice in Britain", *British Journal of Industrial Relations*, 38(3). 299-316
- Crosby. R. A., K. R. Evans, and D. Cowles.(1990), "Relationship Quality in service Selling: An Interpersonal Influence Perspective". *Journal of Marketing*, 54(7) , 68-81
- Grover, V., Cheon, M.J. & Teng, J.T.C(1996), "The Effect of Service Quality and Partnership on the Outsourcing of Information System Function", *Journal of Management Information Systems*, 12(4) .89-116
- Henderson, J. C.(1990), "Plugging into Strategic Partnership: The Critical IS Connection", *Sloan Management Review*, 31(3), 7-18.
- Henderson, J.C., & Venkatraman, N.(1993), "Strategic Alignment: Leveraging Information Technology for Transforming Organizations," *IBM Systems Journal*, 32(1), 4-16
- Lambert, D. M. & Emmelhainz, M. A. & Gardner, J. T.(1999), Building Successful Logistics Partnerships, *Journal of Business Logistics*, 20(1), 7-24
- Mohr, J. & Spekman R.(1994), "Characteristics of Partnership Success: partnership Attributes, Communication Behavior, and Conflict Resolution Techniques", *Strategic Management Journal*, 15(2), 135-153
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D.(1994), "The commitment trust theory of relationship marketing", *Journal of Marketing*, 58(3). 20-38
- Roche, William K.(2009). Who gains from work place partnership? *International Journal of Human Resource Management*, 20(1). 1-33

- 최초 접수일 : 2016년 7월 9 일
- 논문 심사일 :
 - 1차 외부심사일 : 2016년 7월 11일 ~ 7월 20일
 - 2차 편집위심사일 : 2016년 8월 20일
- 게재확정일 : 2016년 8월 20 일

Abstract

The Influences of the Relation between Planning and Partnership in Performance Art on Outsourcing Satisfaction

Han, Soo-a

For the purpose of the success and popularization of performance art and its cost-down, performance-related companies began to do outsourcing to commit the function of the company or the part of business on the outside companies to supplement the vulnerable part of its own corporation or reinforce core competence strategically.

In this research we conducted questionnaire survey targeting the specialists who reside in the metropolitan area and work for production agencies. We analyzed the statistic treatment of collected data by utilizing SPSS 20.0 for Windows statistical program. As the result of analysis, first, it appeared in the relation between organization capacity and partnership that the higher the level of organization communication of organization capacity was, the higher the reciprocal solidarity became. And, the higher performing production ability was, the higher reliability got, and that the higher the level of organization capital was, the more the mutual reliance and the decision-making participation became. Second, in the relationship between human capacity and partnership, the higher individual characteristic capacity of human capacity and the level of interpersonal ability were, the higher the reliability got. And communication improved as the planning knowledge of human capacity and the level of interpersonal relation ability got higher, and the mutual reliance got higher as the performing knowledge of human capacity got higher. In addition, the higher the level of interpersonal ability of human capacity was, the higher the participation of decision making got. Third, in the relation between partnership and outsourcing satisfaction, it appeared that the higher the level of mutual solidarity, reliability, communication was, the higher the overall outsourcing satisfaction improved.

Therefore, if a performance agency in the excessive competition situations intends to exist in the long term, the agency shall have to construct the partnership by the area such as stage production, publicity agency, performance development etc. and prepare the efficient management plan of the finance.

Key words : performance planning, outsourcing satisfaction, partnership