

인터넷 상점의 서비스 품질 측정방법 비교분석

박정훈* · 강기두* · 주희엽*

* 중앙대학교

Abstract

전통적으로 기업의 핵심역량(core competence)을 바탕으로 하는 경쟁우위는 기업이 생산해 내는 상품의 차별적인 품질이었다. 하지만 점차적으로 기술의 차별성이 사라짐에 따라 상품의 기술적인 품질 보다는 상품을 취급하는 상점에서 제공하는 서비스의 상대적 우수성이 기업의 핵심역량을 확보할 수 있게 해주는 주요요인이 되었다. 즉, 상점에서 제공하는 대고객(對顧客) 서비스의 수준이 소비자들의 구매의사결정에 영향을 미치는 중요한 요인이라고 할 수 있는 것이다.

이와 마찬가지로 현재 그 가능성이 크게 엿보이는 Cyber Shopping Mall(이하 CSM)의 경우 역시 소비자들이 해당 CSM을 방문하여 상품을 선택하고 구입하며 전달받는 과정에서 어떠한 서비스를 받을 수 있는지가 중요한 요인이 될 수밖에 없다. 이때 소비자들에게 제공되는 서비스의 품질은 각 CSM들이 경쟁우위를 확보하는데 있어 매우 중요한 요인이 될 수 있다.

서비스품질에 대해서는 주로 마케팅 영역에서 연구가 집중적으로 이루어져왔으나, 최근 들어 정보 시스템 이용자를 대상으로 한 서비스품질 평가에 대한 연구들이 MIS분야에서 활발하게 이루어지는 등 그 연구의 필요성이 크게 부각되고 있는 실정이다. 특히 서비스품질의 대표적인 측정방법인 SERVQUAL에 대한 여러 가지 논란, 즉 차이점수와 비차이점수의 타당성에 대한 논란과 함께 서비스 품질 평가방법에 대한 학문 및 실무적인 연구의 필요성을 크게 부각시키고 있다. 또한 SERVQUAL을 최초로 개발한 파라슈라만 등에 의해 제기된 “인내영역(zone of tolerance)”이란 개념의 실무적 유용성에 대한 논란이 크게 부각되고 있다. 인내영역이라는 개념은 파라슈라만 등이 새롭게 제안한 것으로 서비스품질에 대한 소비자의 기대를 어떻게 관리할 것인지에 대한 시사점 제공과 함께 현재 서비스품질의 구체적인 부족분을 제안해보기 위해 등장한 방법이다. 이 방안은 소비자들이 가진 서비스에 대한 기대는 두가지, 즉 충분서비스와 기대서비스가 있으며 두 범위사이에 실제 서비스가 제공될 경우 소비자들은 만족하게 될 것이라는 개념이다. 특히 이 방안은 구체적으로 결여되어있는 서비스 영역을 발견함으로써 서비스품질 개선의 기준을 마련하기 위한 것이다.

이에 본 연구에서는 향후 CSM의 주고객이 될 수 있는 대학생을 대상으로 한 설문조사를 통해 사용자들이 중요하게 여기는 서비스 속성에 대해 현재 국내에 구축되어 있는 CSM중 15곳을 무작위로 선

정하여 각 CSM 서비스품질의 수준을 알아보고자 하였고, 서비스품질 측정과 관련된 제 논란을 동시에 해결하기 위해 “사용자가 원하는 최저서비스 수준”, “사용자가 희망하는 서비스 수준”, “현재 상태 서비스 수준”으로 나누어 파악함으로써 SERVQUAL식의 차이점수 측정, SERVPERF식의 비차이점수 측정, 그리고 인내영역측정의 실무적 유용성을 파악해보고자 하였다. 또한 CSM의 특성에 맞춰 일부 문항의 경우 일부 문구를 가하거나, CSM 상황에 부적합한 문항은 제거한 상태에서 분석을 실시하였다. 이 결과를 통해 각 CSM은 사용자가 원하는 서비스 수준을 파악할 수가 있으므로 보다 효율적으로 운영할 수가 있다.

서비스품질의 측정방법으로서 지금까지 부각되어온 위 두가지 방안의 타당성 분석을 위해서 요인분석을 하게 되면 각 척도를 구성하는 항목들 중 각각 서로 다른 항목들이 제거될 가능성이 높다. 그리고 기존 연구를 통해 각 척도들은 타당성이 이미 어느 정도 입증되었기 때문에 본 연구에서는 각 척도의 설명력을 비교하는데 있어 비교가능성을 확보하기 위해 요인분석은 실시하지 않았다.

아울러 각 척도를 구성하는 항목들의 신뢰성분석에 있어서도 기존연구들에서 입증되어온 다섯 가지 하위 차원 - 유형성, 보증, 신뢰성, 반응성, 공감성 - 을 전제하고 각 차원별로 신뢰계수를 계산하였다. 분석결과 대부분의 척도들의 신뢰성이 있는 것으로 파악되었다.

그리고 각 척도들의 유용성을 비교하기 위해 전반적인 서비스 품질을 종속변수로, 다섯가지 차원들을 독립변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 이때 각 척도의 다섯 가지 차원은 다항목으로 측정하였으므로 평균값을 이용하였다. 본 연구에서는 CSM에서 제공하는 서비스에 대한 소비자 평가를 파악하기 위해 서비스품질 측정방법으로 제안되어온 SERVQUAL과 SERVPERF중 어떠한 방안이 보다 타당한지를 실증적으로 검토해보았다. 연구결과 차이점수를 이용한 SERVQUAL보다는 비차이점수 측정방법인 SERVPERF가 보다 타당한 것으로 나타났다. 아울러 서비스품질 측정방법으로 새롭게 부각되는 인내영역의 개념을 도입하여, 현 CSM 서비스에 대한 소비자들의 인내영역을 알아봄으로써, 향후 보다 나은 CSM 서비스를 전개해야할 영역이 어떤 부분인지를 파악해보고자 하였다.

이러한 연구결과에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 한계점을 지니고 있다. 우선 본 연구의 대상으로 한 CSM 선정의 문제로서 연구자가 나름대로 기준을 가지고 CSM을 선정하였지만, 연구 대상을 보다 확대할 필요가 있다. 그리고 현재 CSM의 주이용자 층을 대학생 층으로 사전에 규정하고 연구를 진행한 점은 연구의 일반화에 장애로 다가설 수 있다. 이와 같은 연구의 한계점을 제대로 극복해낸다면 보다 나은 CSM 서비스품질에 대한 연구결과를 도출할 수 있을 것이다.