

연구 IT 서비스산업에서 고객만족도를 위한 서비스 품질변수 결정에 대한 연구

김정수*, 김재중**, 광계달***, 신승중****

*한양대학교 공학대학원 컴퓨터공학과

**한양대학교 신뢰성분석연구센터

***한양대학교 전기전자컴퓨터공학부

****한세대학교 IT 학부

e-mail : expersin@hansei.ac.kr

A Study about Service Quality Variables Deciding for Customer Satisfaction in IT Service Industry

Jung-Soo Kim*, Jae-Jung Kim**, Kae-Dal Kwack*** and Seung-Jung Shin****

*Division of Electronics and Computer Engineering, Hanyang University

**Reliability Analysis Research Center, Hanyang University

*** Dept. of Electronics and Computer Engineering, Hanyang University

****Dept. of Information Technology, Hansei University

요 약

이제 기업에서는 정보화 없이는 하루도 운영이 안 될 정도로 정보화의 역할과 중요도가 커지고, IT 를 사용하는 이용자는 확대되고 있다. 그러나 실제 IT 서비스를 이용하는 수혜자 입장에서의 만족도는 높지 않은 것으로 나와 있다. IT 서비스산업의 시스템 운영부문에 고객만족도를 위한 서비스 품질변수 결정에 대한 연구를 통해 고객만족도를 높일 수 있는 방법을 연구하였다

1. 서론

IT 서비스산업은 SI(System Integration)산업으로 익숙해져 있는데, 국내 SI 산업은 지난 20 여 년간 시장규모의 폭발적 증대와 많은 기술 발전을 이루어 왔다. SI 산업은 사용자의 환경과 요구에 가장 적합한 정보시스템을 구축하고 운영하기 위해서 컨설팅에서부터 시스템 설계, 개발, 통합, 구축, 관리, 교육, 유지보수 등을 전반적으로 수행하는 산업이다. 시스템 개발 후 시스템 운영부문에 정보서비스는 사용자인 고객과 밀접한 관계를 맺고 있다. 정보서비스에 대한 고객의 만족은 제공받는 정보 자체의 품질 뿐만 아니라, 정보서비스를 이용하는 총체적인 경험에서 형성된다는 점을 감안할 때, 고객 가치를 구성하는 세가지 요소로써 제품 또는 서비스 품질이나 비용뿐만 아니라 이것을 얻기 위한 적시성도 함께 고려하는 것이 중요하다.

본 연구에서는 고객 접점에서 유의미하게 발생할 수 있는 정보서비스의 주요 특성을 시스템 운영 관점에서 파악하고, 어떤 품질변수들이 고객만족도에 영향을 미치는지 파악하고자 한다. 이러한 연구노력은 정보서비스를 제공하는 기업에게 정보서비스의 영역에 따라 달라질 수 있는 고객만족도에 대한 영향요인을 구분해 줌으로써, 한정된 자원의 조정을 정보서비스의 특성에 따라 효율적으로 배분하여 향후 자사의 정보서비스를 개선시킬 수 있는 가이드 역할을 할 수 있을 것이다.

2. 서비스 품질 변수와 고객 만족

서비스 품질변수에 대한 고찰을 위해서는 우선 서비스가 제품과는 어떤 다른 특성을 갖고 있는지 이해하는 것이 필요하다.

<Table 1> 서비스의 특성

서비스특성	의 미
intangibility	만져질수도 없고 일정한 형태가 없다.
inseparability	생산과 소비가 동시에 일어난다.
heterogeneity	품질이 고르지 않다.
perishability	판매되지 않는 서비스는 사라진다.

고객접점에서 수행되는 정보서비스는 고객에게 제공하는 인지적인 품질(perceived quality)이라는 중요한 속성으로 평가 될 수 있다. 인지적 품질이란 구매 또는 사용하는 상품/서비스에 대한 탁월성과 우월성의 정도를 고객 관점에서 평가한 서비스 수준인데 이러한 품질 개념이 정보서비스에 적용되어 주로 정보 자체의 품질에 관한 연구와 마케팅 관점에서의 서비스 품질에 관한 연구로 나눌 수 있다.

정보품질이란 시스템이 생산해내는 정보의 품질이며, 정보품질은 정보시스템을 사용하는 내부 사용자의 직무 효율성 및 만족과 경영자의 의사결정 과정에서 중요성이 커지고 있다. 정보품질은 정보의 활용 형태와 용도에 따라

정확성, 이해가능성, 신뢰성, 적시성, 유용성 등 사용자의 관점을 고려한 다양한 품질속성으로 평가 할 수 있다.

정보서비스 품질에 대한 또 다른 중요한 연구의 축은 서비스 품질에 관한 연구를 들 수 있다. 마케팅분야에서 시작된 서비스 품질에 대한 연구는 gap model 에 기반하여 reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles 등 5 가지의 다차원 개념을 포함한 SERVQUAL 이라는 측정도구를 개발함으로써 연구가 수행되어 왔고, 정보시스템 분야에서도 SERVQUAL 을 활용한 품질측정 연구들이 시도되어 왔다.

정보 품질에 대한 연구와 서비스 품질에 대한 연구를 기반으로 최근에는 정보서비스 자체의 품질 측정을 하려는 시도가 이루어지고 있다. 정보서비스의 품질을 측정하기 위해 사용편리성, 내용의 유용성, 정보의 적절성, 접근성, 그리고 상호작용의 정도 등 5 가지 측정 개념을 선행 연구에서는 제시하였다.

3. 서비스 품질특성 및 항목

본 연구에서는 기업의 다양한 정보서비스가 경영효율과 성과창출에 기여한다고 가정하고, 어떤 정보서비스의 품질변수가 고객만족과 연계되는지를 살펴보고자 한다. IT 서비스산업의 운영부문(SM: System Management)에 대한 특징 중 하나는 내부고객과의 접점에서 대부분의 업무가 이루어지기 때문에 상호작용의 중요도 비중이 높다고 볼 수 있다. 앞서 언급한 정보서비스의 품질 특성 5 가지를 연구 목적으로 정의하면 사용편리성, 내용의 유용성, 정보의 적절성은 시스템 사용성으로, 정보의 접근성은 시스템 요청처리로, 상호작용성은 직원서비스로 나타낼 수 있고 여기에 장애대응 을 추가하여 시스템 운영부문의 서비스 품질 변수로 설정하였다

각 품질변수는 시스템사용성, 서비스요청, 장애대응, 직원서비스로 품질변수들에 속한 상세한 항목 구성과 정의를 통해 품질변수와 항목의 연계성을 기반으로 사용자의 인지적 품질 결정 요인을 제시 할 수 있다.

<Table 2> 시스템 사용의 측정항목 및 정의

품질 변수	측정 항목	정 의
시스템 사용	요구기능 구현	사용자의 요구기능이 모두 구현되었는지 정도
	빠른 처리결과	업무처리 결과의 빠른 산출
	처리편리성	업무처리의 편리성
	기능의 유용성	시스템에서 제공하는 기능은 유용한가의 여부
	안정성	시스템 운영의 안정성

<Table 3> 서비스 요청 측정항목 및 정의

품질 변수	측정 항목	정 의
서비스 요청	신청절차 편리성	서비스 요청(Service Request) 신청절차에 대한 편리성
	요구사항 이해	서비스 요청 관련 고객의 요구사항을 정확히 이해하는 정도
	요청처리	서비스요청이 사전에 요청한 대로 정확히 이루어진 정도
	납기준수	서비스요청에 대한 납기일정 준수

<Table 4> 장애대응 측정항목 및 정의

품질	측정	정 의
----	----	-----

변수	항목	정 의
장애 대응	연락용이성	장애발생시 연락이 용이한 정도
	처리신속성	장애발생시 신속한 처리
	처리정확성	장애처리의 정확성
	충분한 의사소통	장애처리시 사용자와 충분한 의사소통
반복장애 재발	동일시스템에 대한 반복장애가 발생하지 않은 정도	

<Table 5> 직원서비스 측정항목 및 정의

품질 변수	측정 항목	정 의
직원 서비스	친절성	정보서비스 제공자의 친절성
	적극성	고객 요청에 대한 적극성
	업무지식	업무와 관련된 풍부한 지식 보유
	업무환경 이해	고객의 업무 환경 이해도

4. 결론

본 연구를 통해 정보시스템 운영 환경에서 적용 가능한 정보서비스 품질 변수를 확인하였고 이에 따른 품질 변수 별 측정항목을 제시하였다. 실무적 측면에서는 정보서비스 제공환경에서 고객만족을 위한 서비스 품질 변수와 항목을 적용할 수 있을 것이다. 정보서비스 품질변수의 확인을 통해 고객만족으로 연계되는 인과관계에 대한 내용은 추후 연구로 진행되어야 할 것이다.

REFERENCES

[1] Hyung-Su Kim, Seungha Gim, Young-Gul Kim, "The Effect of Information Service Quality on Customer Loyalty : A Customer Relationship Management Perspective", *The Journal of MIS Research*, 2008

[2] RUST, R.T., Zeithaml, V.A. and Lemon, K.N., *Driving Customer Equity: How Customer Lifetime Value is Reshaping Corporate Strategy*, New York: The Free Press, 2000.

[3] Cronin J.J. and Taylor, S.A., "Measuring service quality: a re-examination and extension," *Journal of Marketing*, Vol.56, No.3,1992, pp. 55-68

[4] Zhu, F.X., Wymer, W. And Chen, I., "IT-based services and service quality in consumer banking," *International journal of service industry management*, Vol.13, No. 1, 2002, pp. 69-90

[5] Kettinger, W.J.. and Lee, C.C., "Perceived Service Quality and User satisfaction with the Information Service Function," *Decision science*, Vol. 25, No. 5/6, 1994

[6] Yang, Z., Cai, S., Zhou, Z. And Zhou, N., "Development and validation of an instrument to measure user perceived service quality of information presenting Web portals," *Information & management*, Vol. 42, No. 4, 2005, pp. 575-589

[7] Zeithaml V.A., "Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence," *Journal of Marketing*, Vol.52, No. 3, 1998, pp. 2-22