

대형쇼핑몰 보안서비스품질이 고객안전욕구충족 및 고객이용만족에 미치는 영향*

The Influence of Shoppers' Security Need Sufficiency and Customer Satisfaction on the Quality of Security Services in Large Shopping Centres

이 종 환** · 강 경 수***

〈 목 차 〉

I. 서론	IV. 연구결과
II. 이론적 배경 및 연구가설	V. 논의 및 제언
III. 연구방법	

〈요 약〉

이 연구는 대형 쇼핑몰 보안서비스 품질이 고객의 안전욕구의 충족 및 이용만족에 대한 관계를 규명하기 위해 2010년 2월 용인시 소재 대형쇼핑몰 2곳과 분당소재 대형쇼핑몰 2곳, 수원 소재 쇼핑몰 1곳, 총 5곳을 이용하는 일반시민을 대상으로 표집대상을 선정한 후 유의표집법 (purposive sampling method)을 이용하여 500명의 표본을 추출하였으나, 연구에 사용된 사례 수는 총 485명이다.

이 연구는 SPSS WIN 16.0을 이용하여 요인분석, 신뢰도 분석, 다중회귀분석, 경로분석을 실시하였다. 그에 따른 결론은 첫째, 표집대상인 일반인들이 인식하는 대형 쇼핑센터의 시설보안서비스품질과 보안요원의 서비스 품질은 심리적 안전욕구와 범죄예방욕구에 매우 유의한 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다.

둘째, 시설보안 서비스품질과 보안요원 서비스품질은 보안서비스만족과 경비시스템 운용만족에 매우 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 보안요원의 전문성은 보안서비스만족과 경비시스템 운용만족에 매우 유의한 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다.

셋째, 심리적 안전욕구와 범죄예방욕구는 보안서비스만족과 경비시스템 운용만족에 매우 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 보안서비스만족과 경비시스템 운용만족에 매우 유

* 이 논문은 2009년도 호서대학교의 재원으로 학술연구비 지원을 받아 수행된 연구임(20090221).

** 호서대학교 경호학과 교수(제1저자)

*** 용인대학교 경호학과 박사과정(공동저자)

의한 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다.

넷째, 시설보안서비스품질 보안요원서비스품질은 심리적 안전욕구와 범죄예방안전욕구에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

따라서 시설보안서비스품질, 보안요원서비스품질, 보안요원의전문성은 고객이용만족에 직접적인 영향을 미치고, 시설보안서비스품질, 보안요원서비스품질은 심리적 안전욕구와 범죄예방안전욕구를 통하여 고객이용만족에 간접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 대형마트의 보안서비스 품질은 고객의 안전욕구충족과 시설물에 대한 이용만족도에 영향을 미친다.

주제어 : 민간경비, 대형쇼핑몰, 보안서비스 품질, 고객만족, 안전욕구

I. 서 론

국가와 사회 그리고 개인모두가 사회질서 유지 및 공공의 안녕에 대한 공동책임의식을 갖는 것은 범죄에 대한 심각성을 인지하고 이에 대처하는 것이다. 그러나 경찰력은 장비와 예산 측면에서 범죄예방, 범죄감소, 치안유지를 위한 공공성은 이미 한계에 다다른 실정이다. 또한, 인력적인 측면에서도 국내 경찰 1인당 국민담당 인구수가 481명(2009년)에 불과한 탓에 범죄를 통제한다는 것은 현실적으로 불가능하다. 이러한 경찰력의 한계는 사회 전반적으로 범죄에 대한 두려움을 증가시키는 직간접적인 결정요인으로 작용하게 되어, '개인의 안전은 개인이 지킨다.'는 수요자의 증가와 영리를 목적으로 하는 공급자의 발생이 안전에 대한 계약관계로 이루어지게 되었고, 이는 곧 민간경비 산업을 성장시키는 원인으로 작용하게 되었다(김경식·김상진, 2009: 306).

이러한 이유로 국내 민간경비 산업은 발 빠른 양적 팽창을 이루어 왔으며 그 결과 현대인들의 민간경비 의존률은 더욱 증가하고 있는 추세이다. 이제 시큐리티 서비스는 더 이상 가진 자들만의 전유물이 아니라, 사회구성원 모두에게 일반화되어 가고 있다는 추세에 주목해야 한다. 보편적인 예로서 공항, 박물관, 은행 등 국가 및 경제의 중요시설물은 물론, 백화점, 편의점, 마트 등 일반 시민들의 생활권내에서 흔히 찾아볼 수 있다.

특히, 백화점이나 대형마트 들은 가격이 저렴하고 다양한 상품 공급과 더불어 쇼핑의 편의성을 제공하는 전략으로 양적성장과 범위를 넓혀가고 있기 때문이다(홍성우·이영재, 2002: 20). 이러한 이유로 시민들의 하루 생활권 영역에서의 대형쇼핑몰은 이미 매우 필수적인 장소로 자리매김 되어가고 있다.

대형쇼핑시설의 이용자들이 날로 증가함에 따라, 다중시설 이용객을 대상으로 보안에 대한 실증적인 연구가 시급하다고 볼 수 있다. 이제는 시설보안이 단순히 안전에 대한 부분만 강조되는 것이 아니라, 고객을 대상으로 심리적 안정감까지도 배려하는 차원에서 강조되고 있기 때문에 더 이상 경비주체에 대한 분석보다는 수요계층의 입장에서 보안서비스 이용에 대한 의식을 측정하는 것은 이 분야의 질적 발전을 위해서 적절한 방향선택이라고 할 수 있다.

그럼에도 불구하고 아직까지 실무적인 차원에서 고객을 대상으로 하는 것은 물론, 시설경비에 대한 직접적인 연구는 매우 부족한 실정이다(안황권·김상진, 2008: 201).¹⁾

1) 안황권·김상진(2008)이 분석한, 『경호경비학회지』 10년간(1997년~2007년)의 기고논문을 중심으로 연구경향을 분석한 결과, 순수 민간경비 업종별을 대상으로 논문을 게재한 분포도는, 신변보호 5건, 호송경비 1건, 기계경비 4건, 특수경비 3건, 시설경비가 1건으로써, 시설경비와 관련된 연구는 매우 미흡한 실정이다

따라서, 본 연구는 대형쇼핑몰을 이용하는 대다수의 불특정다수의 시민들을 대상으로 대형 쇼핑몰의 보안 서비스 품질과 고객의 안전욕구 충족 및 고객이용만족에 영향을 미치는 인과관계를 규명하는데 목적이 있다.

II. 이론적 배경 및 연구가설

1. 보안서비스 품질과 고객 안전욕구 충족의 관계

보안의 사전적인 정의는 한자로 사회의 안녕과 질서를 안전하게 보전한다는 뜻을 내포하고 있다. 즉, 보안은 개인이나 조직의 존립 및 발전을 위한 본능적인 보호 수단인 것이다(신순, 1998: 54).

보안이 안전과 동의어로 쓰이기도 하지만, 보안이라는 기술적 용어는 무언가가 안전하지 않으나 안전해야 함을 뜻한다. 일반적으로 보호해야하는 대상에 대해 접근제어를 통해 안전을 도모하는 경우 보안이라는 용어를 사용한다.²⁾

소득수준의 증대 및 소비 성향 또한 증가함으로써 백화점, 대형 할인점, 쇼핑센터, 소매점들의 판매시설에 대한 이용이 크게 늘어나고 있다. 이러한 판매시설의 이용증대에 기인하여 범죄 및 안전에 관한 위협요소도 증가하고 있어 최근에는 시설 내에서 발생하는 문제 등에 대한 체계적 관리 프로그램 및 절차가 운용되고 있다.

또한 서비스 품질은 민간부분에서 물리적 제품의 질적면에서 초점을 두고 연구가 이루어졌다. Garvin(1988: 41-46)의 연구에서는 질의 개념을 선행적, 생산적, 사용자의 가치 지향적인 측면에서 논하고 있다. 그는 사용자 측면에서 품질을 고객의 요구나 기대, 욕구 등을 만족시키기 위한 기준의 개념으로 정의하였으며, 가치지향적인 측면에서 품질을 소비자가 수용할 수 있는 원가나 가격의 특성을 고려하여 고객에게 서비스를 제공하는 공급자의 측면에서 정의하였다(이종현, 2009: 8 재인용).

따라서 보안 서비스 품질과 고객안전 욕구와의 관계를 볼 때 대형마트 및 상업시설의 시설 경비 업무 유의점은 시설주의 업태를 우선적으로 고려하여야 한다는 것이다. 사회적 환경이 변화되기 시작한 산업화 이후 인간은 기본적인 안전욕구 이외에 신체와 건강상의 문제를 가장 주된 관심사이자 목표로써 인식하고 있다. 현대적인 일상생활에서의 문화적 혜택은 양질의 편의와 활력 있는 건강 그리고 풍요로운 친환경적 문화생활을 추구하는 것이 삶의 목적이

(안황권·김상진, 2008: 201).

2) 인터넷검색, 백과사전 검색 사전적 의미

되고 있는 반면에 이러한 생활을 위협하는 인적요소와 자연 환경적 요인에 의한 예기치 못한 사고와 돌발적인 재난이 발생함에 따라 인명피해와 재산상의 손실 사고가 끊임없이 발생하고 있는 것이다(배대식, 2009: 54). 대형 마트 서비스품질 중 최우선적인 고려사항은 고객에 대한 친절 서비스라 해도 과언이 아니다. 예를 들어 물증이 없이 심증만으로 판단하여 범인으로 오인하여 체포할 경우에 인권 문제로 직결되어 물의를 일으킬 뿐만 아니라 대외적으로 시설주는 큰 이미지 손상을 입게 될 수도 있다는 것이다. 시설경비원은 이 점을 심사숙고 하면서 근무에 임해야만 한다. 현행법 외에 거동이 수상한 자에 대해서는 경비원이 근무하고 있다는 것을 직·간접적으로 인지하도록 하는 등의 노력을 강구하여야 할 것이다(김진욱, 2005: 18).

2. 보안서비스 품질과 고객이용만족의 관계

서비스 품질은 고객의 지각된 품질 개념으로서 태도와 유사한 전반적인 평가로 간주되지만 고객이용만족 문헌에서 만족의 개념이 기대 불일치 패러다임으로 설명되는 것처럼, 보안서비스 품질 개념도 기대서비스를 기준으로 한 지각된 서비스와의 차이로 정의되는 관계로 보안서비스 품질의 개념은 태도 및 만족의 개념과 그 구분이 명확해 보이지만 기존의 연구를 살펴보면 서비스의 품질과 고객만족은 상호 밀접한 관련성을 갖지만 분리된 개념이라는 데 동의하고 있다(Bitner & Hurbert, 1994: 357). 고객이용만족의 개념은 다양한 학자들에 의해서 이론적으로 정리되어 왔으며, 고객 마케팅적 측면에서 폭넓은 의미의 감정적인 반응으로 개념이 정의되어 왔다. 고객만족을 고객의 성취반응이 기대이상으로 충족되었을 때 느껴지는 감정적인 반응이며 기대를 충족하는 것으로 정의한다(Oliver, 1993: 418). 즉, 고객만족이란 고객의 욕구와 기대가 만족스러운 결과가 도출되었을 때 결과 밖으로 재구매로 이어질 수 있는 측면으로 설명 되는 것이다. 고객만족의 결과가 충성도와 밀접하게 연관되어 있다고 밝혔으며, 점포를 선택하는 고객만족도가 높을수록 재방문의 횟수가 증가하는 것이다(Oliver, 1993: 430).

기업과의 다양한 거래에서 비롯된 경험에 대한 평가는 향후 관계에 있어서 소비자의 행동을 예측하는데 유용하게 작용(김현경외, 2007: 82)하게 되는데 이유재(1995: 147-148)의 연구를 보면 고객이용만족은 2개 측면으로 요약된다고 설명 했다. 하나는 사용 후 결과(Outcome)에 강조를 두는 것이고 다른 하나는 사용하는 과정(Process)에 강조를 두는 것이었다. Westbrook and Newman(1978: 23-38)는 고객이 가지고 있는 감정에 대하여 고객이 경험적인 측면에서의 호의적 또는 비호의적인 감정을 고객만족·불만족으로 구분하는 부분이라고 하였다.

이러한 선행연구들을 바탕으로 고객만족을 고객이 소비를 한 후 느끼는 감정과 소비과정에서 나타나는 인지적 평가로 고객만족 입장을 정리하고 있으며 서비스 품질은 무형성, 이질성, 생산과 소비의 비분리성, 소멸성 등과 같은 서비스 고유의 제 특성으로 인하여 객관적인 품질의 평가와 용이한 유형문화재와는 달리 평가하기가 매우 어렵기 때문에 서비스품질은 일반적으로 절대적 개념의 객관적인 품질이 아니라 상대적 개념의 주관적 품질로 이해할 수 있으며 고객에 의해 지각된 서비스 품질로 정의 될 수 있다(김남수, 2008: 7).

따라서 최근 다수의 인원이 사용하는 대형쇼핑몰과 대형마트들도 고객만족과 시설의 이용시 따르는 불편사항을 최소화하고 양질의 보안서비스를 포함한 다양한 마케팅 활동 등을 진행하고 있다.

위를 종합해 보면 보안서비스 품질과 고객이용만족은 어떠한 만족의 효과보다는 상황에 덜 영향을 받는 비교적 지속적이고 일반적인 개념이라는 두드러진 차이점과 함께 만족 및 태도의 개념처럼 미래의 구매의도 및 행동을 예측하는데 지침이 되는 중요한 개념이라는 점에서 유사한 역할을 하고 있다는 것이다(강기두, 1997: 45-48).

3. 고객안전욕구와 고객이용만족의 관계

안전욕구(safety needs)란 안전·보호·공포와 혼란 및 불안으로부터의 해방 등을 추구하는 인간의 기본 욕구를 말한다. 이것은 외부 환경으로부터의 보호 및 장래에 대한 보장과 관련된 인간의 기본 욕구 가운데 하나다³⁾ 따라서 안전한 상태란 위험 원인이 없는 상태 또는 위험 원인이 있더라도 인간이 피해를 받는 일이 없도록 대책이 세워져 있고, 그런 사실이 확인된 상태를 뜻한다. 단지, 재해나 사고가 발생하지 않고 있는 상태를 안전이라고는 할 수 없으며, 잠재 위험의 예측을 기초로 한 대책이 수립되어 있어야만 안전이라고 할 수 있다.

그리고 이에 따른 안전욕구에 개념을 정리하면 인간의 욕구 중에서 가장 기본적인 요인으로서 외부의 물리적 침입과 폭력으로부터 보호 받음으로서 손실의 감소 및 예방, 재산의 보호, 정신적인 안정감을 느끼는 심리적 상태라 할 수 있다(김찬선, 2009: 18).

고객만족과 고객유지의 제고는 수익성 개선과 긍정적인 구전, 그리고 낮은 마케팅 비용지출이라는 이점을 가져다준다(Gehrt & Tan, 2004: 5-18). 최근 고객만족의 중요성이 증가되고 있는 상황에서 우리의 관심은 고객만족 개선을 통해 기업의 경제적 성과개선을 이끌어 내는 것이다(Anderson, 1996: 19-30). 소비자 영역에 있어서, 최근 만족에 대한 개념이 단순히 채운다는 것이라기보다 호감적 또는 비호감적 반응에 관한 것으로 보다 큰 범위를 나타내고 있다(Oliver, 1993: 418-430).

3) 인터넷검색, 백과사전 검색 사전적 의미

Howard and Sheth(1969)는 구매자가 경험을 통한 회생에 대하여 적절한 보상이 되어지는 구매자의 인지적 상태로 정의하였지만, Kotler(1974: 418-430)의 경우 기대와의 관계에서 제품의 지각된 성과의 비교 결과 지각된 기쁨 혹은 실망에 대한 한 사람의 느낌으로 정의하고 있다. 소비자 개개인은 그들의 구매경험에 영향을 받아 점포를 평가하게 되며 이를 통해 특정 점포의 긍정적 감정과 관계품질이 형성되고 나아가 행동의도를 형성한다고 볼 수 있다(이정란, 2008: 123-134).

이처럼 다양한 학자의 정의를 볼 때 고객의 안적욕구가 클수록 시설물에 대한 안전욕구가 높아질 수 있으며 그로인해 이용만족도의 변화도 예상 할 수 있는 것이다.

실로 우리가 접하는 대형 쇼핑몰의 이용은 극히 일상적인 생활의 일부이다. 그래서 그 일상생활 즉 대형 쇼핑몰 내에서 충분히 발생할 수 있는 사고 등을 미연에 방지하고, 불의의 재해나 돌발적인 사태가 발생했을 때에는 생명과 재산을 지키기 위해서 취해야 할 심신 양면의 행동을 지도할 목적과 이용자들의 안전욕구 충족을 위한 목적으로 보안요원의 안전교육 및 전문성 관련 교육이 절실한 것이다.

4. 연구가설

- 가설 1. 보안서비스품질이 높을수록 고객안전욕구충족은 높을 것이다.
- 가설 2. 보안서비스품질이 높을수록 고객이용만족은 높을 것이다.
- 가설 3. 고객안전욕구충족이 높을수록 고객이용만족은 높을 것이다.
- 가설 4. 보안서비스품질, 고객안전욕구충족, 고객이용만족 간에는 인과관계가 있을 것이다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구대상

본 연구는 2010년 현재 경기남부 지역(분당, 수원, 용인)소재 대형쇼핑몰(백화점 및 대형마트)을 이용하는 고객을 표집대상으로 선정한 다음 유의표집법(purposive sampling method)을 이용하여 표본을 추출하였다. 연구범위를 경기남부지역으로 제한을 둔 이유는 생활권의 범위가 비슷하고, 인구밀집도가 높아 소비가 타 지역에 비해 높을 것으로 판단되기 때문이다. 이 연구는 2010년 2월 20일부터 2월 26일까지 5개의 업체(용인소재 'ㅇ'마트, 용인죽전소재 '스'백화점, 분당소재 'A'백화점, 수원소재 'G'백화점, 분당소재 'ㅇ'마트)를 대상으로 100부씩 총 500부를 방문고객을 대상으로 배포하였다. 이 중에서 신뢰성이 없다고

판단되거나 극단치(outlier)가 있는 표본 15부를 제외한 총 485부가 최종 표본으로 사용하였다. 연구대상자의 사회인구학적 특성은 <표 1>과 같다.

<표 1> 사회인구학적 특성에 따른 빈도분석

구분		사례수(n)	백분율(%)
전체		485	100
성	1. 남자	110	22.7
	2. 여자	375	77.3
연령	1. 20~29	129	26.6
	2. 30~39	252	52.0
	3. 40~49	96	19.8
	4. 50세 이상	8	1.64
학력	1. 고졸	151	31.1
	2. 2년대졸	93	19.1
	3. 4년대졸	229	47.2
	4. 대학원졸 이상	12	2.5
월소득	1. 100만원 미만	13	2.7
	2. 100만원 이상~150만원 미만	18	3.7
	3. 150만원 이상~200만원 미만	58	11.9
	4. 200만원 이상~300만원 미만	261	53.8
	5. 300만원 이상	135	27.8
결혼여부	1. 미혼	175	36.0
	2. 기혼	310	64.0
직종	1. 전업주부	159	32.8
	2. 사무직 또는 전문직	271	55.9
	3. 생산직 또는 현장관리직	55	11.3

2. 측정도구

본 연구에서 사용한 설문지는 사회인구학적 특성 6개 문항, 보안서비스품질 16개 문항, 고객안전육구충족 13개 문항, 고객이용만족 11개 문항 등 총 46문항으로 구성되었다. 구체적으로 사회인구학적 특성은 가장 일반적인 내용으로써, 성, 연령, 학력, 월소득, 결혼여부,

직종 등으로 구성하였다. 보안서비스품질은 왕석원(2006)이 사용한 설문지를 본 연구에 맞게 수정·보완하여 시설보안서비스품질, 보안요원서비스품질, 보안요원의전문성 등 3개의 하위요인 16개 문항으로 구성되었다. 고객안전욕구충족은 김찬선(2008)이 개발한 설문지를 본 연구에 맞게 수정·보완하여 심리적안전욕구, 범죄예방안전욕구 등 2개의 하위요인 13개 문항으로 구성되었다. 고객이용만족은 김찬선(2008)이 사용한 설문지를 본 연구에 맞게 수정·보완하여 보안서비스 만족, 경비시스템 운용만족 등 2개의 하위요인 11개 문항으로 구성되었다. 보안서비스품질, 고객안전욕구충족, 고객이용만족 척도는 '매우 그렇지 않다(1점)'에서 '매우 그렇다(5점)'까지 리커트(Likert) 5점 척도로 구성하였다.

3. 설문지의 신뢰도 및 타당도

본 연구에서는 대형쇼핑몰 이용자의 보안서비스품질, 고객안전욕구충족, 고객이용만족 설문지에 대한 예비검사를 통하여 타당도 및 신뢰도를 검증하였다. 수집된 자료는 탐색적 요인 분석(exploratory factor analysis)을 이용하여 구성타당도(construct)를 검증하였으며, 신뢰도 분석(reliability analysis)을 통해 Cronbach's α 값을 산출하였다.

〈표 2〉은 보안서비스품질에 대한 요인분석 및 신뢰도 분석을 나타내고 있다. 〈표 2〉에서 나타난 바와 같이 보안서비스품질에 대한 요인분석 결과, 시설보안서비스품질(요인적재치: 663-808), 보안요원서비스품질(요인적재치: 530-819), 보안요원전문성(요인적재치: 749-835)으로 세 개의 다차원적인 하위개념으로 구성되었다. 신뢰도는 보안서비스품질 .864, 보안요원서비스품질 .830, 보안요원전문성 .664로 나타났다.

〈표 2〉 보안서비스품질에 대한 요인 및 신뢰도 분석

문항	성분			h ²
	요인1	요인2	요인3	
	시설보안 서비스품질	보안요원 서비스품질	보안요원 전문성	
a3. 내가 이용하는 쇼핑몰에 설치되어있는 보안시스템은 신뢰감을 준다.	.808			.696
a2. 내가 이용하는 쇼핑몰은 보안시스템(CCTV, 출입관리 등)이 잘 되어있다.	.759			.612
a5. 내가 이용하는 쇼핑몰의 보안시설은 안전감을 준다.	.746			.670
a4. 내가 이용하는 쇼핑몰에 설치된 보안시스템은 다른 쇼핑몰에 비해 거부감이 없다.	.697			.574

a1. 내가 이용하는 쇼핑몰의 보안시설은 최고라고 생각된다.	.690			.587
a6. 내가 이용하는 쇼핑몰의 보안시스템은 좋은 인상을 준다.	.663			.535
a12. 내가 이용하는 쇼핑몰의 보안요원들은 고객들에게 즉각적인 서비스를 제공해 준다.		.819		.706
a13. 내가 이용하는 쇼핑몰의 보안요원들은 고객중심에서 모든 서비스를 제공한다.		.704		.569
a11. 내가 이용하는 쇼핑몰 보안요원들의 서비스에 대해서 좋은 인상을 가지고 있다.		.680		.552
a10. 내가 이용하는 쇼핑몰 보안요원들의 서비스는 우수하다.		.645		.595
a15. 내가 이용하는 쇼핑몰의 보안요원들은 무엇보다도 고객의 이익과 안전을 우선시 한다.		.644		.521
a16. 내가 이용하는 쇼핑몰의 보안요원들은 문제발생시 빠른 시간 내에 해결해줄 것이다.		.530		.445
a9. 내가 이용하는 쇼핑몰의 보안요원들은 자신의 업무와 관련된 전문적 지식을 갖추고 있다고 판단된다.			.835	.775
a7. 내가 이용하는 쇼핑몰의 보안요원들은 자질이 우수하다.			.749	.657
전체	3.556	3.154	1.785	
분산	25.399	22.526	12.750	
누적	25.399	47.924	60.674	
Cronbach's α	.864	.830	.664	

〈표 3〉은 고객안전욕구충족에 대한 요인분석 및 신뢰도 분석을 나타내고 있다. 〈표 3〉에서 나타난 바와 같이 고객안전욕구충족에 대한 요인분석 결과, 심리적 안전욕구충족(요인적재치: 709-765), 범죄예방안전욕구(요인적재치: 687-781)로 두 개의 다차원적인 하위개념으로 구성되었다. 신뢰도는 심리적안전욕구충족 .761, 범죄예방안전욕구 .760으로 나타났다.

〈표 3〉 고객안전욕구충족에 대한 요인 및 신뢰도 분석

문항	성분		
	요인1	요인2	h ²
	심리적 안전욕구충족	범죄예방 욕구충족	
b7. 쇼핑몰의 보안시스템 및 보안요원은 범죄로부터 안전하다는 심리적 자신감을 높여준다.	.765		.619
b6. 쇼핑몰의 보안시스템 및 보안요원은 위급상황 발생 시 심리적인 안정감을 제공해줄 것이다.	.739		.563
b10. 쇼핑몰의 보안시스템 및 보안요원은 위급 상황 시 빠른 출동으로 나의 신체를 보호해줄 것이다.	.736		.587
b13. 쇼핑몰의 보안시스템 및 보안요원은 철저한 출입관리를 통해 안전한 방법서비스를 제공해준다.	.709		.569
b1. 쇼핑몰의 보안시스템(CCTV) 및 보안요원이 주변에 배치 또는 설치되어 있는 것만으로도 범죄의 접근을 막아줄 것이다.		.781	.620
b3. 쇼핑몰의 보안시스템은 감시로 인하여 취약지점에서부터 범죄발생을 줄여준다.		.743	.590
b2. 쇼핑몰의 보안시스템 및 보안요원은 범죄로부터 안전한 이용환경을 제공해준다.		.731	.624
b4. 쇼핑몰의 보안시스템 및 보안요원은 안전 환경을 제공해줌으로써 쇼핑에 대한 이용도를 만족시켜준다.		.687	.518
전체	2.359	2.330	
분산	29.483	29.129	
누적	29.483	58.611	
Cronbach's α	.761	.760	

〈표 4〉은 고객이용만족에 대한 요인분석 및 신뢰도 분석을 나타내고 있다. 〈표 4〉에서 나타난 바와 같이 고객이용만족에 대한 요인분석 결과, 보안서비스만족(요인적재치: 590-853), 경비시스템이용만족(요인적재치: 602-831)으로 두 개의 다차원적인 하위개념으로 구성되었다. 신뢰도는 보안서비스만족 .767, 경비시스템이용만족 .758로 나타났다.

〈표 4〉 고객이용만족에 대한 요인 및 신뢰도 분석

문항	성분		
	요인1	요인2	h ²
	보안서비스 만족	경비시스템 이용만족	
c10. 나는 쇼핑물의 보안요원들이 고객의 안전과 편의를 최우선시 하고 있다고 생각된다.	.853		.619
c11. 나는 쇼핑물 보안요원들의 전문성에 대해서 전반적으로 만족한다.	.797		.563
c3. 쇼핑물에 설치되어 있는 보안시스템은 고객을 위한 안전상의 편의를 제공해 준다고 생각한다.	.624		.587
c2. 나는 쇼핑물에 설치 및 배치된 보안시스템(CCTV)과 보안요원에 대하여 만족한다.	.590		.569
c7. 나는 쇼핑물의 보안시스템이 시설물의 파손을 막아 줄 것이라고 생각된다.		.831	.620
c6. 나는 쇼핑물의 보안시스템을 통하여 소매치기 및 도난 등의 위협으로부터 보호받을 수 있다.		.742	.590
c4. 나는 쇼핑물에 설치되어 있는 보안시스템이 범죄발생의 기회를 줄이고 생명을 보호하고 있다고 생각한다.		.651	.624
c5. 나는 쇼핑물의 보안시스템 및 보안요원을 통하여 시설 내에서 발생할 수 있는 사고와 위협으로부터 신변을 보호받을 수 있다고 생각한다.		.602	.518
전체	2.530	2.343	
분산	31.625	29.293	
누적	31.625	60.918	
Cronbach's α	.767	.758	

4. 조사절차 및 자료처리

본 연구에서는 대형쇼핑몰 이용자에게 설문지를 배부한 다음 자기평가기입법(self-administration method)으로 설문내용에 대하여 응답하도록 하였다. 설문 조사는 직접방문을 통하여 대형쇼핑몰 이용자에게 본 연구의 취지를 설명하고, 설문지에 응답하도록 하였다.

완성된 설문지의 자료처리는 SPSSWIN 16.0을 이용하여 첫째, 설문지의 타당도 및 신뢰도 검증을 위하여 요인분석과 신뢰도분석을 실시하였고, 둘째, 대형쇼핑몰 이용자의 보안서

서비스품질이 고객안전욕구충족 및 고객이용만족의 관계를 규명하기 위하여 다중회귀분석과 경로분석을 실시하였다.

IV. 연구결과

1. 변수간의 상관관계 분석

〈표 5〉은 회귀분석에 투입된 각성추구성향과 몰입경험 및 참가지속의도 간의 상관관계를 나타낸 결과이다.

〈표 5〉 회귀분석에 투입된 변수간의 상관관계

변인	1	2	3	4	5	6	7
1.시설보안 서비스품질	1						
2.보안요원 서비스품질	.568***	1					
3.보안요원의 전문성	.428***	.536***	1				
4.심리적인안전욕구	.517***	.643***	.405***	1			
5.범죄예방안전욕구	.447***	.477***	.335***	.497***	1		
6.보안서비스만족	.558***	.650***	.532***	.633***	.576***	1	
7.경비시스템 운용만족	.516***	.449***	.385***	.581***	.455***	.528***	1

***p<.001

〈표 5〉에서와 같이 시설보안 서비스품질은 심리적인안전욕구($r=.517$)·범죄예방욕구($r=.447$)·보안서비스만족($r=.558$)·경비시스템이용만족($r=.516$)과 상관관계가 높은 것으로 나타났고, 보안요원 서비스품질은 심리적인안전욕구($r=.643$)·범죄예방욕구($r=.477$)·보안서비스만족($r=.660$)·경비시스템이용만족($r=.449$)과 상관관계가 높은 것으로 나타났으며, 보안요원의 전문성은 심리적인안전욕구($r=.405$)·범죄예방욕구($r=.335$)·보안서비스 만족($r=.532$)·경비시스템 운용만족($.385$)과 상관관계가 높은 것으로 나타났다.

심리적인안전욕구충족은 보안서비스만족($r=.633$)·경비시스템 운용만족($r=.581$)과 상관관계가 높은 것으로 나타났고, 범죄예방안전욕구는 보안서비스만족($r=.576$)·경비시스템 운용만족($r=.455$)과 상관관계가 높은 것으로 나타났다.

2. 보안서비스품질과 고객안전욕구충족

본 연구에서 제시한 가설 1은 “대형쇼핑몰의 보안서비스품질은 고객안전욕구충족에 영향을 미칠 것이다”였다. 이를 규명하기 위하여 보안서비스품질과 고객안전욕구충족의 관계를 다중회귀분석을 통하여 검증하였다.

〈표 6〉 보안서비스품질이 고객안전욕구충족에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석

보안서비스품질 (독립변인)	고객안전욕구충족(종속변인)	
	심리적안전욕구	범죄예방욕구
시설보안 서비스품질	.215***	.248**
보안요원 서비스품질	.496***	.299***
보안요원의 전문성	.048	.069
R ²	.449	.276

p<.01, *p<.001

〈표 6〉에 제시된 바와 같이, 시설보안서비스품질은 심리적안전욕구($\beta = .215$)와 범죄예방욕구($\beta = .248$)에 매우 유의한 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 보안요원의 서비스품질은 심리적안전욕구($\beta = .496$)와 범죄예방욕구($\beta = .299$)에 매우 유의한 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다.

이와 같은 결과는 시설보안서비스품질과 보안요원 서비스품질이 높을수록 고객안전욕구충족은 높아진다는 것을 시사하고 있다. 회귀분석에 투입된 3개의 독립변인은 심리적안전욕구와 범죄예방욕구 전체 변량의 44.9%, 27.6%를 각각 설명해주고 있다.

3. 보안서비스품질과 고객이용만족

본 연구에서 제시한 가설2는 “대형쇼핑몰의 보안서비스품질은 고객이용만족에 영향을 미칠 것이다”였다. 이를 규명하기 위하여 보안서비스품질과 고객이용만족의 관계를 다중회귀분석을 통하여 검증하였다.

〈표 7〉 보안서비스품질이 고객이용만족에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석

보안서비스품질 (독립변인)	고객이용만족(종속변인)	
	보안서비스만족	경비시스템 운용만족
시설보안 서비스품질	.240***	.359***
보안요원 서비스품질	.397***	.170*
보안요원의 전문성	.217***	.141
R ²	.507	.316

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

〈표 7〉에 제시된 바와 같이, 시설보안 서비스품질은 보안서비스만족($\beta = .240$)과 경비시스템 운용만족($\beta = .359$)에 매우 유의한 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 보안요원 서비스품질은 보안서비스만족($\beta = .397$)과 경비시스템 운용만족($\beta = .170$)에 매우 유의한 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 보안요원의 전문성은 보안서비스만족($\beta = .217$)과 경비시스템 운용만족($\beta = .316$)에 매우 유의한 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다.

이와 같은 결과는 시설보안 서비스품질, 보안요원 서비스품질, 보안요원의 전문성이 높을 수록 보안서비스 만족과 경비시스템 운용만족도는 높아진다는 것을 시사하고 있다. 회귀분석에 투입된 3개의 독립변인은 보안서비스만족과 보안시스템 운용만족 전체 변량의 50.7%, 31.6%를 각각 설명해 주고 있다.

4. 고객안전욕구충족과 고객이용만족

본 연구에서 제시한 가설3은 “대형쇼핑몰의 고객안전욕구충족은 고객이용만족에 영향을 미칠 것이다”였다. 이를 규명하기 위하여 고객안전욕구충족과 고객이용만족의 관계를 다중회귀분석을 통하여 검증하였다.

〈표 8〉 고객안전욕구충족이 고객이용만족에 미치는 영향에 대한 다중회귀분석

고객안전욕구충족 (독립변인)	고객이용만족(종속변인)	
	보안서비스만족	경비시스템 운용만족
심리적안전욕구	.460**	.472***
범죄예방욕구	.347**	.220***
R ²	.492	.374

***p<.001

〈표 8〉에 제시된 바와 같이, 심리적안전욕구는 보안서비스만족($\beta = .460$)과 경비시스템 운용만족($\beta = .472$)에 매우 유의한 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 범죄예방욕구는 보안서비스만족($\beta = .347$)과 경비시스템 운용만족($\beta = .220$)에 매우 유의한 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다.

이와 같은 결과는 심리적안전욕구와 범죄예방욕구에 대한 충족도가 높을수록 고객은 보안서비스와 보안시스템 운용에 대한 만족도가 높아진다는 것을 시사하고 있다. 회귀분석에 투입된 2개의 독립변인은 보안서비스만족과 경비시스템 운용만족 전체 변량의 49.2%, 37.4%를 각각 설명해 주고 있다.

5. 보안서비스품질, 고객안전욕구충족, 고객이용만족 간의 인과관계

본 연구에서 제시한 가설4는 “대형쇼핑몰 이용자의 보안서비스품질은 고객안전욕구충족 및 고객이용만족 간에 인과관계가 있을 것이다”였다. 이 연구에서는 보안서비스품질, 고객안전욕구충족, 고객이용만족 간의 인과관계를 분석하기 위하여 경로분석(path analysis)을 실시하였다. 〈표 9〉은 보안서비스품질, 고객안전욕구충족, 고객이용만족 간의 인과관계를 경로분석을 통하여 나타낸 결과이다. 〈표 9〉에 의하면 시설보안서비스품질($\beta = .131$), 보안요원서비스품질($\beta = .208$), 보안요원의 전문성($\beta = .189$), 보안서비스만족($\beta = .237$), 경비시스템운용만족($\beta = .237$)은 보안서비스만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

〈표 9〉 보안서비스품질과 고객안전욕구충족 및 고객이용만족에 대한 경로분석

독립변인	종속변인			
	고객이용만족		고객안전욕구충족	
	보안서비스 만족(β)	경비시스템 운용만족(β)	심리적안전욕구(β)	범죄예방안전욕구 (β)
시설보안 서비스품질	.131*	.241***	.215**	.248**
보안요원 서비스품질	.208**	-.062	.496***	.299***
보안요원의 전문성	.189***	.112	.048	.069
심리적안전욕구	.237***	.376***	--	--
범죄예방안전욕구	.237***	.152*	--	--
R ²	.596	.427	.449	.276

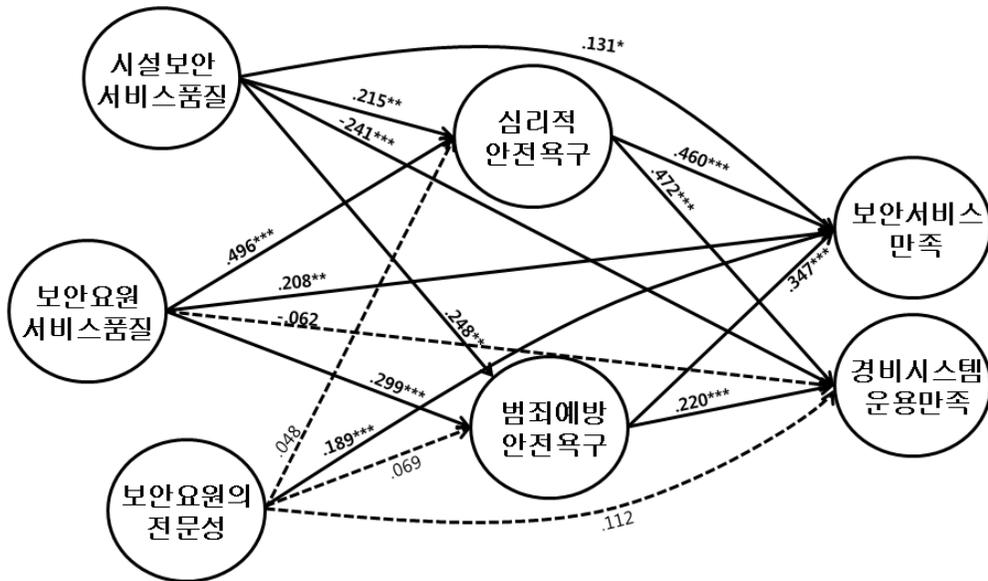
p<.01, *p<.001

경로분석에 투입된 독립변인은 보안서비스 전체변량에 59.6%의 설명력을 보이고 있다. 그리고 시설보안서비스품질($\beta = .241$), 보안서비스만족($\beta = .376$), 경비시스템이용만족($\beta = .152$)은 경비시스템이용만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 경로분석에 투입된 독립변인은 경비시스템이용만족 전체변량에 42.7%의 설명력을 보이고 있다.

또한, 시설보안서비스품질($\beta = .131$), 보안요원서비스품질($\beta = .208$)은 심리적안전욕구에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 경로분석에 투입된 독립변인은 심리적안전욕구 전체변량에 44.9%의 설명력을 보이고 있다. 그리고 시설보안서비스품질($\beta = .248$), 보안요원서비스품질($\beta = .299$)은 범죄예방안전욕구에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 경로분석에 투입된 독립변인은 범죄예방안전욕구 전체변량에 27.6%의 설명력을 보이고 있다.

〈그림 1〉은 〈표 9〉의 결과를 경로 모형으로 도식화 한 것이다. 〈그림 1〉에서 제시한 바와 같이, 시설보안서비스품질, 보안요원서비스품질, 보안요원의전문성은 고객이용만족에 직접적인 영향을 미치고, 시설보안서비스품질, 보안요원서비스품질은 심리적 안전욕구와 범죄예방안전욕구를 통하여 고객이용만족에 간접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 고객안전욕구충족은 보안서비스품질과 고객이용만족에 중요한 매개변인이라 할 수 있다.

〈그림 1〉 경로모형



V. 논의 및 제언

1. 논의

경호경비 학문이 시작 된지 약 15년 동안 이 분야는 많은 분야별로 연구가 다양하게 진행되고 발전되어 왔다. 그러나 실증적 연구의 경우 연구대상이 대부분 민간경비 주체에 한정하여 연구가 진행되어 왔을 뿐, 수요층인 고객에 대해서는 간과되어 왔다. 최근 사회적으로 이슈화되고 있는 큰 특징 중에 한 가지를 꼽는다면, 모든 산업이 갈수록 대형화 추세로 연계되어진다는 것이다. 현대인들의 생활가운데 이제는 가장 대중성이 있으면서도 빈번하게 방문하고 있는 시설이 대형쇼핑몰이다. 그러므로 이에 대한 보안시설 및 안전유지에 대한 부분이 소홀히 지나쳐서는 안 된다. 이러한 측면에서 이 연구는 대형쇼핑몰에 설치·운영되고 있는 보안서비스 품질에 대한 고객의 인식도와 이에 따른 고객안전요구충족 정도 및 고객이 용만족에 미치는 인과관계를 분석하였다. 여기서는 통계적으로 의미 있는 결과를 중심으로 논의하고자 한다.

첫째, 보안요원의 서비스품질에 따른 고객안전요구에 대한 관계를 살펴본 결과, 대형 쇼핑몰에서 제공되는 보안 서비스 품질이 고객들에게 높게 인지될수록 고객들은 안전에 대한 요구충족이 매우 긍정적으로 나타나는 것으로 나타났다. 즉, 시설에 대한 보안서비스와 보안요원들의 서비스 품질이 높을수록 고객안전요구 충족은 높아진다는 것을 나타내고 있는데, 이는 대형쇼핑몰 시설물에 설치되어 있는 CCTV로 절도행위를 비롯한 범죄행위의 감시기능 서비스를 제공하고 있고, 보안요원들은 현장에서 즉각적으로 고객의 안전에 대한 위협으로부터 사전에 예방해주거나 제거 또는 대처를 해줄 수 있는 기능이 있을 것으로 고객들은 인식하고 있기 때문에 심리적인 안전 상태를 유지한 상태에서 쇼핑을 즐길 수 있는 것이다. 그러므로 보안요원들의 복장은 일반인들과 구분되고, 태도는 좋은 인상과 친절한 서비스를 제공할 수 있도록 해야 할 것이다.

둘째, 고객들이 인식하는 보안서비스 품질이 높을수록 대형쇼핑몰을 이용하는 고객들의 이용만족은 높은 것으로 나타났다. 즉, 시설에 설치되어 있는 보안시스템 품질과 보안요원들의 빠른 서비스 제공 및 보안요원의 높은 전문성이 고객들에게 가시화 될 때 고객들에게 보안서비스의 만족도와 경비시스템의 전반에 걸친 운영만족도는 높게 인지하게 되는 것을 말한다. 현대인들은 무엇보다 일상생활 전반에 걸쳐서 시대의 발전에 따른 혜택을 크게 인식하고 누릴려는 웰빙(Well-bing)문화가 깊게 작용하고 있다(배대식, 2009: 54). 이러한 결과는 대형쇼핑몰 이용자들이 고객만족에 영향을 미치는 서비스 요인에 대하여 조사한 임종섭(2007: 187)은 매장시설, 매장 분위기, 직원의 반응성 등의 순서라고 하면서, 매장 시설과

같은 물리적인 서비스 품질 요인이 시설물 이용에 대한 고객만족에 많은 영향을 미치는 것으로 분석 되었다. 이는 시설보안과 보안요원의 반응성 즉, 친절한 태도, 성실한 태도, 즉각적인 태도 등에 따라 고객이 쇼핑을 하고 시설물을 원활하게 이용하는데 도움을 준다고 할 수 있다. 이러한 양상은 과거와 다르게 갈수록 흉폭화되어 가고 있는 범죄의 불안 심리를 보안서비스를 통하여 경감시켜주는 것이 쇼핑몰의 필수적인 시대적 환경에 부합한 산물로 나타나고 있는 것으로 묘사할 수 있다.

셋째, 고객안전욕구충족 가운데 범죄예방욕구는 보안서비스 만족과 경비시스템 운용만족에 매우 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 심리적 안전욕구와 범죄예방 욕구에 대한 충족도가 높을수록 고객은 보안서비스와 보안시스템 운용에 대한 만족도가 높아진다는 것을 시사하고 있다. 이와 관련하여 대형유통점의 물리적환경과 고객만족에 대하여 조사한 최철순(2006: 64)의 연구에서도 고객서비스를 위한 차별화된 물리적 환경 제공은 고객만족에 더 많은 의미를 부여한다는 결과가 나타났는데, 이는 본 연구의 물리적 보안서비스를 제공에 대한 고객이용만족과 관련하여 같은 맥락을 이루고 있다. 갈수록 대형쇼핑몰이 각 지역에 크게 입점하고 있는 추세이므로, 각 쇼핑몰의 경쟁력은 차별화된 물리적 환경이라는 점에서 보안서비스 품질은 시설물 차원, 보안요원(경비원)의 질적·양적 차원에서 매우 중요한 환경적 요소로 발전될 소지가 높을 것으로 추측된다. 그러므로 대형쇼핑몰은 경영상에 있어서 고객의 관점에서 현 시대적 불안요소를 반드시 참고하여야 할 것이다.

2. 제언

지금까지 대부분의 민간경비 분야의 연구들은 업무영역의 확충, 공경비와 민간경비 비교에 다른 협력방안 등 실무중심적인 연구가 아니라 이론적 측면에서의 연구가 대다수였고 지금까지도 그러한 연구가 계속되고 있다.

민간경비가 발전한 시점부터 지금 현재에 이르기 까지 사회구조 등의 변화와 문명의 혜택으로 인해 사회적으로 일어나는 현상이 항상 빠르게 변질되고 있고, 이에 수많은 업무 영역을 담당하는 민간경비 각각의 분야에 전문성이 강조되어 채용 전, 후에 전문교육을 거쳐 사회현상에 대응할 수 있는 전문적인 민간경비원이 필요한 것이다.

또한 최근의 현실은 민간경비원의 자질적인 부분과 민간경비원 교육적인 부분이 심각한 문제점으로 지적되고 있으며, 민간경비 업무영역 중 시설 경비업무에 해당하는 대형 쇼핑몰 보안 시스템에 대한 국내 연구가 미흡한 이유는 민간경비 영역별 전문성에 대한 강조가 미흡한 이유에서 찾을 수 있다.

따라서 보안서비스 품질의 향상을 위해서는 특수경비업무, 시설경비업무, 신변보호업무,

호송경비업무 기계경비업무의 영역에 대한 전문성 등 그에 따르는 교육을 각각 따로 구분하여 실시할 필요성이 제기된다.

현재 경비업법상의 교육은 특수경비업무를 제외한 나머지 영역은 그 구분에 상관없이 실시되고 있는 실정이다. 이는 각각의 영역에서 일어날 수 있는 현상에 대한 대응별 조치보다는 형식적인 교육에 불과하다는 것을 증명하는 것이다.

실제적으로 민간경비 영역별 전문성을 위한 각각의 교육과 훈련을 실시한다면 실무자들은 직무에 자부심을 가질 수 있고 또한 이용자들의 신뢰도가 높아질 수 있으며, 그에 따라 수요가 높아져 업체에서도 경비원들에 대한 복지 등 삶의 질을 높일 수 있는 기회가 제공되어 정당하고 실질적인 경비 서비스 업무를 수행할 수 있는 긍정적 효과를 기대 할 수 있다.

위에서 언급 했듯이 대형 쇼핑몰에서 이루어지는 보안서비스로 인해 고객들은 안전욕구에 대한 충족과 시설물에 대한 이용에 만족감을 나타내는 결과를 볼 때 각각의 민간경비 영역의 전문성에 대한 실질적인 서비스는 필연적이다.

사실 대형 쇼핑몰 시설에서의 범죄등 사고 발생률은 일상적으로 다른 분야의 업무와 운집되는 다수의 인원에 비해 사고 발생률은 적다고 할 수 있다. 이러한 분위기에 경비업체는 안전불감증 및 사고발생에 대한 불감증이 증가해 형식적인 채용과 관리만 되풀이 되고 있어 이러한 관리 체계를 하루빨리 탈피하고 이용자 고객이 쇼핑몰에 설치되어있는 보안시스템에 신뢰감을 줄 수 있도록 하여야 한다.

고객이 이용하는 쇼핑몰의 보안요원들은 자신의 업무와 관련된 전문적 지식을 갖추게 하여 이용하는 고객이 쇼핑몰의 보안요원들을 신뢰할 수 있도록 하고 전문성에 대해서 전반적으로 만족 할 수 있는 시스템 개발과 연구가 지속 되어야 할 것이다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 강기두(1997). 「서비스 품질의 구성요인과 고객만족에 관한 연구」. 석사학위논문, 중앙대학교 대학원.
- 김경식·김상진(2009). 시큐리티 요원의 직무스트레스와 사회적지지 및 주관적 안녕감의 관계. 『컨텐츠학회논문지』, 9: 306.
- 김남수(2008). 「항공서비스 품질, 가치지각, 고객만족, 행동의도와의 관계」. 박사학위논문, 계명대학교 대학원.
- 김진욱(2005). 「테러리즘 확산에 따른 시설경비 대책방안」. 석사학위논문, 경운대학교 산업정보대학원.
- 김찬선(2009). 「기계경비시스템 이용자의 안전욕구 충족과 이용만족 및 생활만족의 관계」. 박사학위논문, 경기대학교 대학원.
- 김현경·조현진(2007). 고객 만족과 결속이 재 구매 의도에 미치는 영향. 『유통연구』, 10(2): 82-102.
- 배대식(2009). 「대학캠퍼스의 생활안전 위기관리 체계연구」. 박사학위논문, 충북대학교 대학원.
- 신 순(1998). 「정보보호 중심의 시설보안에 관한 연구」. 석사학위논문, 한양대학교 행정대학원 정보.
- 안황권·김상진(2008). 한국경호경비학의 연구경향 분석: 한국경호경비학회지 기고논문(1997-2007)을 중심으로. 『한국경호경비학회지』, 15.
- 왕석원(2006). 「기계경비의 서비스 품질이 고객만족 및 고객충성도에 미치는 영향」. 박사학위논문, 경기대학교 대학원.
- 이유재(1995). 고객만족의 정의 및 측정에 관한 연구. 『경영논집』, 29(1): 147-148.
- 이정란(2008). 대형할인점의 점포속성이 고객의 행동의도에 미치는 영향. 『유통정보연구학회지』, 11(1): 123-134.
- 이종현(2009). 「민원행정 서비스 품질이 지방자치단체 지지도에 미치는 영향」. 박사학위논문, 조선대학교 대학원.
- 임종섭(2007). 대형마트의 서비스 품질이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구. 『유통정보연구학회지』, 10(4): 187.
- 최철순(2006). 「대형유통점의 비교분석을 통해 물리적 환경에 따른 고객만족도에 관한 연구」. 석사학위논문, 명지대학교 대학원.
- 홍성우·이영재(2002). 대형할인점의 피난대책 및 소방시설 개선방안에 관한 연구. 『한국화재·소방학회지』, 16(4): 20.

2. 국외문헌

- Anderson, E. W.(1996). Customer Satisfaction and Price Tolerance. *Marketing Letters*. 7(3): 19-30.
- Bitner & Hurbert(1994). Critical Service Encounter: the Quality and Value. *Journal of consumer Research*. 17(3): 357.
- Dick, A. S. & K. Basu(1994). Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 22(Spring): 91-99.
- Garvin, A. D.(1998). Managing Quality : The Strategic and Competitive Edge, New York: Free Press.
- Gehrt, K. & R. Tan(2004). Situational, consumer, and retailer factors affecting internet, catalog, and store shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management*. 32(1): 5-18.
- Howard, J. A. & J. N. Sheth(1969). The Theory of Buyer Behavior, New York : John Wiley.
- Kotler, P.(1974). Marketing Management, Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall.
- Oliver, R. L.(1993). Cognitive, Affective and Attribute Bases of the Satisfaction Response. *Journal of Consumer Research*. 20(3): 418-430.
- Westbrook, R. A. & J. W. Newman(1978). An Analysis of shopper Dissatisfaction for major Household Appliance. *Journal of marketing Research*. 15: 23-38.

Abstract

The Influence of Shoppers' Security Need Sufficiency and Customer Satisfaction on the Quality of Security Services in Large Shopping Centres

Lee, Jong-Hwan · Kang, Kyoung-Soo

This study aimed to assess the relationship between shoppers' security need sufficiency and customer satisfaction on the quality of security services in Shopping Mall. This study gathered data from 485 citizen in five shopping centres at KyungKi areas.

Collected data was analysed by factor analysis, reliability analysis, path analysis and multiple regression analysis with SPSS WIN 16.0. The results of the study yielded the following four perspectives.

First, secure equipment and the service quality of security officers in the shopping malls have a decisive effect on customers psychological stability and crime prevention.

Second, they are a strong influence upon customer satisfaction and operational security. Especially, the professionalism of the staff has a marked effect.

Third, the service quality of security officers and secure equipment in the malls have an effect on operational security services and efficiency of secure services.

Finally, this dissertation showed that the quality of secure equipment services and officers' mild In summary, the conclusion of this study is that secure equipment service, officers' mild manner and professionalism of the security officers affect the customer satisfaction measurement directly. They also affect customer satisfaction through psychological stability and the prevention of crime indirectly. In other words, the good quality of security in the shopping centres affects the using of facilities definitely.

Key Word : Private security, Large Shopping Mall, Quality of Security Service, Safety Need, Customer Satisfaction