

스마트폰 사용이 고객의 대기경험 및 서비스 품질 평가에 미치는 영향에 대한 연구

정준형* · 이종오** · 이선로***

A Study on the Effects of Customers' Smartphone Use on their Waiting Experience and Service Quality Evaluation

Jun Hyeong Jeong* · Jong-Oh Lee** · Sunro Lee***

Abstract

Recently, the service providers are making various attempts to provide smartphone applications for waiting information in order for customers to perceive waiting time short. This research, therefore, investigates the impact of smartphone use on the waiting experience and provide service organizations with effective measures for managing customers' waiting. As a result of this study, utilization of smartphone during the waiting period shows the positive impact on perceived waiting time, acceptability, and emotional response. Among these, the largest impact appears on the acceptability of waiting that has the largest impact on the perceived service quality. In addition, results reveal that smartphone users shows more positive waiting experience than non-users who read newspapers or magazines, watch TV, or do nothing.

Keywords : Smartphone, Utilization of Waiting Time, Perceived Waiting Time, Acceptability,
Emotional Response, Service Quality Measure

논문접수일 : 2014년 05월 04일 논문게재확정일 : 2014년 09월 03일

* 군장대학교 운영팀, e-mail : jun11024@naver.com

** 연세대학교 경영학부 교수, e-mail : jolee@yonsei.ac.kr

*** 교신저자, 연세대학교 경영학부 교수, e-mail : troylee@yonsei.ac.kr

1. 서 론

국내 통신시장에 스마트폰이 도입된 이후 스마트폰 가입자는 꾸준히 증가하여 2012년 기준 3천만 명을 넘어서고 있다[방송통신위원회, 2013]. 많은 스마트폰 사용자들은 일상생활에서 다양한 편의를 증가시켜주는 도구로써 스마트폰을 사용하고 있으며 실시간 정보 활용, 사회적 상호작용, 시간적 동반자, 업무상 편의 수단 등의 다양한 용도로 활용되고 있다[박신영, 2013]. 스마트폰 사용의 증가는 사용자의 일상생활의 변화를 가져와 관련 산업과 기업의 경쟁에 많은 영향을 미치고 있으며, 자동차, 교육, 소매, 광고 등 비관련 산업분야에서 스마트폰과 연계한 서비스를 제공함으로써 새로운 가치와 비즈니스 기회가 창출되고 있다[박신영, 2013; 권기덕 외, 2010]. 무형의 재화인 서비스의 거래가 이루어지는 은행은 스마트폰 애플리케이션을 활용해 고객이 영업점을 방문했을 때 발생하는 대기시간을 줄임으로써 서비스에 대한 만족을 향상시키고 있다. 이와는 반대로 지하철 광고대행사와 같은 경우에는 광고의 거래 시점에서의 고객의 관심이 매우 중요한데, 스마트폰의 사용이 증가하면서 고객들이 광고에 집중하지 않고 스마트폰에 집중하게 됨으로써 광고대행사의 수익이 감소하는 현상이 발생되고 있다. 이처럼 스마트폰의 활용은 서비스 산업에 대한 긍정적인 영향과 부정적인 영향이 동시에 존재한다고 볼 수 있다. 하지만 은행, 공항, 병원 등 서비스의 구매에서 대기가 발생하는 서비스 산업에서는 스마트폰 사용의 증가는 대기시간을 관리할 수 있는 새로운 기회가 생기는 것으로 볼 수 있다.

서비스 산업은 무형의 재화가 구매자와 공급자 사이에서 직접 거래되는 특성 때문에 구매시점에서 고객들은 대기를 경험하게 되며, 대기

경험에서 대기시간을 인지하고, 수용가능한지를 판단하며 이에 대한 감정적 반응을 형성하게 된다[김상철, 2009; 김주영, 유보미, 2010]. 따라서 고객의 대기경험에서 주의를 분산시킬 수 있는 방해효과(대기환경 개선 등)를 발생시킴으로써 기다리는 시간을 짧게 인식시킬 수 있을 뿐만 아니라, 기다리는 시간을 유용하게 활용할 수 있게 하는 방법을 제공함으로써 고객의 대기경험을 긍정적으로 만들 수 있다[윤성욱, 김수배, 2003]. 이러한 관점에서 고객의 대기시간 활용에서 스마트폰 사용은 서비스 기업에서 제공하는 것 이외의 새로운 즐길 것(할 일)이 생기는 것으로 볼 수 있다. 따라서 서비스 기업이 스마트폰 활용과 관련된 대기시간 활용 요소를 제공하여 대기에서 발생하는 부정적 감정을 줄이고 긍정적인 서비스 평가[Larson, 1987; Taylor, 1994]를 이끌어 내기 위한 전략이 필요하다고 판단된다. 이와 관련하여 기존의 선행연구들에서는 대기시간 활용에서 서비스 기업이 대기환경(TV, 신문, 잡지 등)을 제공하고 개선하여 고객에게 즐길 것을 제공함으로써 기다림을 지루하지 않게 만들기 위한 연구[Taylor, 1994; Pruyn and Smidts, 1998]가 진행되었으나, 대기경험에서 스마트폰의 영향을 검증한 연구는 부족한 실정이다.

본 연구는 목적은 다음과 같다. 첫째, 고객의 스마트폰 사용이 대기경험의 인지적·감정적 반응에 미치는 영향을 알아본다. 둘째, 고객의 대기경험에서 스마트폰 사용자와 비사용자 간의 대기경험과 서비스 품질 평가에서의 유의한 차이를 보이는지 알아본다. 마지막으로 스마트폰 사용을 통한 대기시간 활용이 대기경험에 구체적으로 어떠한 영향을 미치는지를 검증하여 서비스 기업들이 스마트폰을 주로 사용하는 고객층의 대기시간을 관리하기 위한 전략적 지침을 제공하기를 기대하는 바이다.

2. 이론적 배경

2.1 스마트폰의 정의 및 확산

스마트폰을 정의하는데 있어서 권기덕 외[2010]는 'PC와 같이 운영체제(Operating System)를 탑재하여 다양한 애플리케이션(응용 프로그램)을 설치 및 동작 시킬 수 있는 휴대폰을 통칭'한다고 하였고, 하태현[2010]은 '휴대폰 본연의 기능 이외에 컴퓨터와 유사한 수준의 고기능 환경 구현이 가능한 범용 운영체제를 탑재하여 사용자가 다양한 응용프로그램을 자유롭게 설치하는 등 확장성을 보장하는 고기능 이동통신 단말기'로 정의하고 있다. 스마트폰과 관련하여 일관성을 가지는 명확한 정의는 없지만, 단일 기기 하나로 인터넷, 음악 및 동영상 감상, 사무업무 기능 등을 동시에 이용 가능하다는 특징을 통해서 개념적인 정의가 내려지고 있다[한상연 외, 2011]. 박신영[2013]의 연구에서는 스마트폰의 특징을 스마트폰을 꾸미고 활용할 수 있도록 하는 환경을 제공하는 '개방성'과 다양한 목적의 서비스를 하나의 미디어 기기로서 이용할 수 있는 '편리성' 및 시공간의 제약 없이 인터넷 서비스를 이용할 수 있는 '이동성'에 있다고 하였으며, 이러한 특징으로 인해 모바일 시장의 성장, 새로운 비즈니스 모델의 창출 등 산업과 기업의 경쟁에 많은 영향을 미친다고 하였다.

스마트폰은 미국이나 유럽 등에서 2007년부터 도입이 시작되었으나 우리나라의 경우 관련 사업자의 이해관계가 엇갈리는 등의 이유로 2009년부터 스마트폰이 도입되기 시작하였다[손영준, 김옥태, 2011]. 스마트폰의 가입자 수는 2009년 80만 명에서 2012년 3,273만 명으로 증가하였으며[방송통신위원회, 2013], 기존 이동전화기 시장의 가입자가 포화상태에 이르렀음에도 불구하고 스마트폰으로의 전환이 빠르게 이루어지고 있다[한상연 외, 2011]. 이처럼 급속한 스마트폰

의 확산과 산업 전반에 미치는 파급력이 증대되면서 피쳐폰과 스마트폰을 구분하여 스마트폰에 중점을 둔 연구들이 증가하고 있으며[박신영, 2013], 스마트폰 사용으로 인한 사회적, 심리적, 물리적 효과 등에 관한 많은 연구가 이루어지고 있다. 성동규와 김민철[2010]은 스마트폰과 같은 미디어와 관련된 연구는 미디어 자체에 관한 연구, 미디어 이용 및 이용자에 관한 연구, 미디어의 효과에 관한 연구, 미디어를 개선할 수 있는 방식에 관한 연구의 순으로 이루어진다고 하였다. 국내의 스마트폰에 대한 연구는 1단계와 2단계 연구들이 복합적으로 이루어지고 있으며, 3단계인 미디어의 이용에 의해 야기되는 효과를 파악하고 사회적, 심리적, 물리적 효과 등에 관련된 연구들이 이루어지고 있다[박신영, 2013].

2.2 스마트폰 사용

한상연 외[2011]의 스마트폰 사용현황에 관한 조사에 따르면 스마트폰 사용자들은 하루에 5시간 이상 스마트폰을 사용하며 주당 5일 이상 스마트폰을 사용하고 있는 것으로 나타났다. 스마트폰 사용자들은 스마트폰을 이용하여 개인업무, 인터넷 정보검색, 소셜 미디어 이용과 같은 스마트 기능을 주로 사용하고 있으며[손영준, 김옥태, 2011], 인터넷 정보검색과 관련하여 하루에 5~10회 정보탐색을 위해 스마트폰을 사용하고 정보탐색을 하는데 걸리는 시간은 1회당 5~10분 미만, 주로 이용하는 장소는 교통수단, 길거리, 집, 상업시설 등의 순서로 나타났다. 이는 스마트폰 이용자들이 주로 이동하는 중 혹은 짧은 여유시간이 생겼을 때 스마트폰을 사용하는 것으로 볼 수 있다[오세나, 이지연, 2012].

스마트폰 사용자들은 스마트폰 서비스 사용에 익숙하다고 지각하는 정도인 사용자 친숙도와

사회체계 내의 한 구성원이 다른 구성원보다 먼저 혁신을 수용하려는 정도인 사용자 혁신성의 사용자 특성을 보인다[하태현, 2010]. 개인 혁신 성향이 높은 사용자는 스마트폰을 적극적으로 수용하려는 경향을 보이며[이문봉, 2011], 사용자 친숙도가 높은 사용자는 스마트폰을 선택할 가능성이 높다[김수현, 2010]. 이러한 스마트폰 사용의 동기로는 정보획득, 커뮤니케이션 및 사회적 관계, 서비스 통합성, 유행 및 과시, 상시적 정보 활용, 즉시성, 습관성, 이용 편리성의 8가지가 있으며[양일영, 이수영, 2011], 스마트폰을 사용하여 웹, SNS, 메신저 등 네트워크에 접속하는 기능과 일정관리, 다이어리 등의 유용한 편의기능을 주로 사용하고 있다[박신영, 2013].

한상연 외[2011]는 스마트폰 사용이 삶의 질 향상에 미치는 영향 분석 연구에서 스마트폰 활용 능력이 삶의 질 측정 요소 중 하나인 정서상태에 영향을 미친다고 하였다. 스마트폰 활용 능력이 높을수록 개인이 느끼는 일상생활에서의 패배감, 두려움, 분노, 스트레스 등이 줄어들어 개인의 정서상태에 긍정적인 영향을 미치게 되는 것이다. 또한 조휘형[2012]의 연구에 따르면 스마트폰을 사용하여 유용한 정보를 검색할 수 있다면 안전이나 안정과 같은 심리적 태도에 영향을 미친다고 하였다. 스마트폰을 휴대하고 사용하는 것이 환경에 대한 불확실성을 해소하기 위한 주요 수단으로 인식되어 심리적 안정감을 불러오는 것이다.

2.3 서비스 대기시간

대기는 고객이 서비스를 받을 준비가 되어 있는 시간부터 서비스가 개시되기까지의 시간을 의미한다[이유재, 2008]. 고객이 서비스를 구매하기 위한 결정을 하게 되면 구매를 위해 기다리

는 시간은 비용으로 인식되게 되며[Leclerc et al., 1995] 대기를 경험하면서 감정적 반응, 수용 가능성 등을 형성하게 되고 이는 서비스 품질에 대한 평가로 이어지게 된다[Taylor, 1994; 박유식, 2000; 윤성욱, 김수배, 2003; 김주영, 유보미, 2010].

Maister[1984]는 대기에 영향을 미치는 8가지 원칙을 제시하였다. 첫 번째는 사용되는 시간(occupied time)과 관련된 내용으로 기다리는 시간을 다른 것에 사용함으로써 아무것도 하지 않는 것보다 지각된 대기시간이 짧아진다는 것이다. 두 번째는 대기의 시점과 관련된 내용으로 서비스가 시작되었다고 느끼게 되면 구매하기 위해 기다리던 때보다 대기시간을 짧게 느끼게 된다는 것이다. 세 번째는 불안감(anxiety)을 느끼게 되면 대기시간을 더 길게 느끼게 된다는 것이다. 네 번째는 불확실성(uncertain)과 관련된 것으로 언제까지 기다려야할지 모르게 되면 대기시간을 더 길게 느끼게 된다는 것이다. 다섯 번째는 설명되지 않는(unexplained) 대기가 원인이 명확한 대기보다 지각된 대기시간이 더 길게 느껴진다는 것이다. 여섯 번째는 불공정한(unfair) 대기가 더 길게 느껴진다는 것이고, 일곱 번째는 서비스의 가치(valuable)가 적을수록 대기가 길게 느껴진다는 것이다. 마지막으로 혼자 기다리게 되면 다른 사람과 함께 기다리는 것보다 대기시간을 더 길게 느끼게 된다는 것이다.

Folkes et al.[1987]은 공항서비스에서 서비스 통제의 실패, 서비스 제공의 중요성, 서비스가 실패하지 않고 제공될 수 있는 안정성이 공항에 대한 부정적 감정 반응인 화에 영향을 미치고 결과적으로 불평, 불만이 증가하고 재구매 의도가 감소한다고 하였다. Taylor[1994]는 공항에서 발생하는 대기에서의 통제가능성, 대기시간 활용, 서비스의 지체(delay), 불확실성이 대기에 대한 감정적 반응 및 수용가능성에 영향을 미치고

이는 서비스 평가에 영향을 미친다고 하였다.

Larson[1987]은 TV와 잡지 등의 대기환경 제공을 통해 고객들이 즐길 것을 만들어 줌으로써 대기에서 발생하는 부정적 감정을 줄일 수 있다고 하였으며, Pruyn and Smidts[1998]는 TV의 존재여부와 같은 대기시간 중 고객이 활용할 수 있는 대기환경의 제공이 서비스 품질 평가에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. Katz et al.[1991]은 은행에서의 실제 대기시간과 지각된 대기시간이 고객만족에 미치는 영향을 연구하였다. 이를 통해 지각된 대기시간과 대기경험에서의 즐길 것은 고객만족에 영향을 미친다고 하였다. 하지만 대기행렬에서 예상되는 대기시간에 대한 정보를 제공하였을 때는 지각된 대기시간이 증가하였지만 고객만족에는 영향을 미치지 않았다. 이와 관련하여 Hui and Tse[1996]의 연구에서는 대기시간 정보와 대기행렬에 대한 정보는 지각된 대기시간에 영향을 미치지 않지만, 대기에 대한 정보제공은 대기의 수용가능성을 높여 대기에 대한 부정적 감정반응을 줄이는데 도움이 된다고 하였다.

국내 연구를 살펴보면, 박유식[2000]은 귀인 이론과 기대-기대불일치 이론을 통합하여 대기시간이 서비스 품질 평가에 미치는 영향을 연구하였다. 대기의 원인이 서비스 제공자에게 있을 때 고객들은 더 화를 내고 서비스 품질을 낮게 평가하게 된다. 원인의 통제가능성은 대기의 수용가능성에 영향을 미치고 결과적으로 서비스 품질 평가에 영향을 미치는 것이다. 또한 기대 대기시간은 부정적 감정 반응이 화에 간접적인 영향을 미치고, 화는 수용가능성에 영향을 미친다. 따라서 고객의 사전지식이나 경험, 대기관련 정보, 예약 등에 의해 형성되는 기대 대기시간을 조절함으로써 부정적인 감정반응을 줄일 수 있게 된다.

윤성욱과 김수배[2003]는 의료서비스에서의 지

각된 대기시간이 서비스 품질 평가와 애호도에 미치는 영향을 연구하였다. 의료서비스에서 지각된 대기시간은 부정적 감정반응을 증가시키고 수용가능성을 낮게 만들고, 대기시간 배려는 부정적 감정반응을 줄이고 수용가능성을 높게 한다고 하였다. 하지만 기존 선행연구와는 달리 대기시간 활용정도가 부정적 감정반응이나 수용가능성에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 개개인의 대기원인과 예상시간이 모두 다른 상황에서 서비스 제공자의 집단적 배려가 불가능한 것이 원인이 된다고 하였다. 국내외 연구를 종합해 보면, 대기시간이 대기자의 부정적 감정을 높일 수 있으며, 효과적인 대기 관리를 통하여 대기자가 지각하는 서비스 품질에 대한 부정적 효과를 완화할 수 있다고 보고하고 있다[Chien and Lin, 2014; Voorhees et al., 2009].

2.4 서비스 품질 평가

서비스 품질은 서비스기업의 공정 및 결과에 대해 인식한 성과의 차이로 정의할 수 있으며 [Parasuraman et al., 1985; 윤성욱, 김수배, 2003], 지각된 서비스 품질은 제품에 대한 전반적 우수성이나 우월성에 대한 고객의 판단으로 정의할 수 있다[이유재, 2008]. 이유재와 이준엽[1997]은 이와 같은 서비스 품질을 고객의 지각과 관련된 고객 지향적인 개념으로 태도와 유사한 개념이라고 하였으며, 서비스 결과뿐만 아니라 전체적인 과정에 대한 평가로 정의하였다. 고객지향적인 개념인 서비스 품질을 측정하기 위한 모형에는 SERVQUAL 척도[Zeithaml et al., 1996], SERVPERF 모델 [Cronin and Taylor, 1992], EP 모델[Teas, 1994] 등이 있지만, 어떤 방법이 서비스 품질을 가장 정확하게 측정할 수 있는가에 대한 많은 논쟁이 있다[이유재, 이준엽, 1997].

3. 연구 모형 및 가설 설정

3.1 연구 모형

본 연구는 서비스 대기가 발생하는 상황에서 고객의 대기시간 활용이 매개변수인 지각된 대기시간과 수용가능성, 감정적 반응을 통해서 서비스 품질 평가에 미치는 영향에 대하여 알아보고, 스마트폰 사용과 비사용의 차이를 검증하고자 하였다. 아래 <그림 1>은 이를 분석하기 위한 연구모형을 도식화한 것이다.

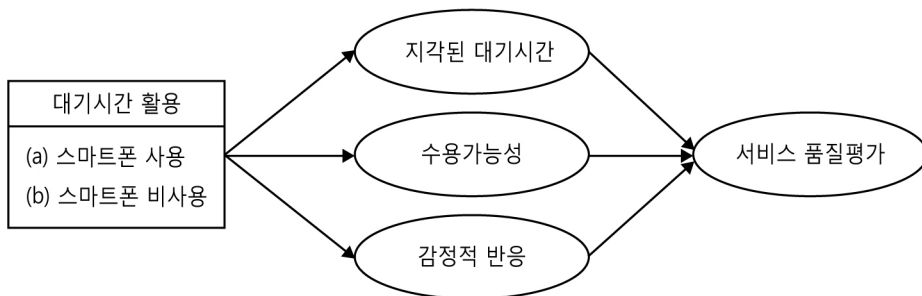
3.2 가설 설정

3.2.1 대기시간 활용과 지각된 대기시간, 수용가능성, 감정적 반응

대기시간 활용은 대기시간이 즐길 것(할 일)으로 채워져 있거나 비어있는 정도로 정의 할 수 있다[Taylor, 1994]. 고객의 대기시간 활용 정도에 따라 지각된 대기시간은 줄어들 수 있으며[윤성욱, 김수배, 2003], 서비스 기업에서는 고객에게 기다리는 동안 할 일을 제공하는 방법으로 대기환경을 조절하여 지각된 대기시간 및 수용가능성, 감정적 반응에 영향을 미칠 수 있다[Larson, 1987; Taylor, 1994; Pruyn and Smidts, 1998; 박유식, 2000; 윤성욱, 김수배, 2003].

대기시간은 객관적(절대) 대기시간과 지각된 대기시간으로 구분되는데 객관적 대기시간은 절

대적인 시간개념으로 일정하지만, 지각된 대기시간은 주관적 시간개념으로 대기상황과 주의정도에 따라 다르게 나타날 수 있다[박유식, 2000]. Zakay[1989]의 자원할당 모델에 따르면 지각된 대기시간은 인지시계에 의해 기록된 시간단위 합수로 시간에 특정한 자극이 주어지면 실제 시간보다 더 짧게 지각될 수 있다고 하였다. Maister [1984]는 대기에 영향을 미치는 8가지 원칙 중 첫 번째에서 대기시간을 다른 것에 사용함으로써 지각된 대기시간이 짧아진다고 하였다. 이와 같은 맥락으로 윤성욱과 김수배[2003]는 대기시간에 방해효과가 발생되면 실제 대기시간보다 지각된 대기시간이 짧게 느껴진다고 하였다. 대기 중 발생하는 방해효과(대기환경 개선 등)는 기다리는 시간을 짧게 인식시킬 수 있을 뿐만 아니라, 기다리는 시간을 유용하게 활용할 수 있게 도움을 줄 수 있으며, 대기의 수용가능성은 대기상황이 발생했을 때 고객이 이를 받아들이는 정도로 정의하였다. 대기의 수용가능성을 높이는 요인에는 대기정보, 원인의 통제가능성, 대기시간 배려 등이 있으며[Hui and Tse, 1996; 박유식, 2000; 윤성욱, 김수배, 2003], 이러한 요인들은 고객의 인지적 재평가를 통해 수용가능성을 높이게 된다[Hui and Tse, 1996]. Taylor[1994]는 공항에서 발생하는 대기에 대하여 연구하여 대기시간 활용정도가 수용가능성에 유의한 영향을 미친다고 하였으며, 윤성욱과 김수배[2003]의 연



<그림 1> 연구 모형

구에서는 대기시간 활용정도가 수용가능성에 영향을 미치지 않는 것으로 Taylor[1994]의 연구와는 다르게 나타났으나 개개인의 대기 원인과 예상시간이 다른 의료서비스의 성격이 이와 같은 원인이 될 수 있다고 하였다.

Taylor[1994]의 연구에 따르면 대기시간이 채워진 정도가 부정적 감정반응인 화에 유의미한 영향을 미친다고 하였으며, 대기시간이 채워져 있으면 고객은 대기에 덜 집중하게 되어 대기에서 느끼는 부정적 감정인 지루함, 불안감, 불필요한 시간이라는 감정들이 줄어들게 된다. 이와 관련하여 Larson[1987]의 연구에서는 고객이 대기 중에 경과한 시간에 집중하지 않고 TV를 시청하거나 방문한 기관의 인테리어 등의 서비스 기업에서 제공하는 것들을 즐기면서 기다린 시간을 낭비했다거나 지루하다고 느끼지 않게 된다고 하였다. 최근 Voorhees 외[2009]는 지각된 대기시간이 부정적 감정을 증가시키지만 대기 관리의 공정성, 서비스 제공자의 정서적 유대감 및 대기 환경 등이 그러한 부정적 감정을 완화시키는 조절효과를 검증한바 있다.

본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 대기시간 활용에서의 스마트폰 사용이 지각된 대기시간, 수용가능성, 감정적 반응에 미치는 영향을 알아보고자 하였다. 이상의 논의를 토대로 스마트폰을 사용한 대기시간의 활용은 지각된 대기시간을 짧게 느끼게 할 수 있고, 수용가능성과 감정적 반응에 긍정적 영향을 미칠 것으로 판단하여 아래와 같은 가설을 제시하였다.

- H1 : 스마트폰 사용을 통한 대기시간 활용은 지각된 대기시간에 긍정적 영향을 미칠 것이다.**
- H2 : 스마트폰 사용을 통한 대기시간 활용은 수용가능성에 긍정적 영향을 미칠 것이다.**
- H3 : 스마트폰 사용을 통한 대기시간 활용은**

감정적 반응에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

- H4 : 스마트폰을 사용하지 않는 대기시간 활용은 지각된 대기시간에 긍정적 영향을 미칠 것이다.**
- H5 : 스마트폰을 사용하지 않는 대기시간 활용은 수용가능성에 긍정적 영향을 미칠 것이다.**
- H6 : 스마트폰을 사용하지 않는 대기시간 활용은 감정적 반응에 긍정적 영향을 미칠 것이다.**

3.2.2 서비스 품질 평가

Taylor[1994]의 연구에서는 대기에 대한 수용가능성과 감정적 반응이 서비스 품질 평가에 유의한 영향을 미친다고 하였으나, Hui and Tse [1996]는 지각된 대기시간과 감정적 반응은 서비스품질 평가에 부정적인 영향을 미치지만 수용가능성은 고객의 인지적 재평가를 통해 감정적 반응에 영향을 미칠 뿐 서비스 품질 평가에는 영향을 미치지 않는다고 하였다. Pruyn and Smidts[1998]는 고객의 대기경험은 서비스 품질 평가에 영향을 미친다고 하였으며, 박유식[2000]의 연구에서도 대기에 대한 수용가능성과 감정적 반응이 서비스 품질 평가에 유의한 영향을 미친다고 하였다. 최근 Chien and Lin[2014]은 지각된 대기시간이 레스토랑 서비스 품질에 부정적 영향을 주고 있으나, 대기에 따른 긍정적인 감정적 반응은 서비스 품질에 긍정적인 영향을 줄 수 있다는 것을 보여주고 있다. 또한 대기예상 정보와 지각된 혼잡 정도는 대기자의 감정적 반응에 영향을 주고 있다는 것을 보여주었다.

이상의 논의를 바탕으로 지각된 대기시간, 수용가능성, 감정적 반응은 서비스 품질 평가에 긍정적 반응을 보일 것이라 판단하여 아래와 같은 가설을 제시하였다.

H7 : 지각된 대기시간은 서비스 품질 평가에 부정적인 영향을 미칠 것이다.

H8 : 수용가능성은 서비스 품질 평가에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H9 : 감정적 반응은 서비스 품질 평가에 부정적인 영향을 미칠 것이다.

3.2.3 대기시간 활용 정도에 따른 차이

Pruyn and Smidts[1998]는 서비스 기업에서 대기환경(TV 배치) 조성을 통해서 고객의 대기시간 활용 정도를 높게 하면 대기경험에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다고 하였다. 또한, Larson [1987]의 연구에서는 대기 중인 고객의 관심을 TV나 인테리어 등을 활용하여 대기시간이 아닌 다른 곳으로 유도하여 대기시간을 유용하게 보냈다고 느끼게 되면 지루함과 같은 대기에서 발생하는 부정적 감정이 줄어든다고 하였다. 하지만 윤성욱과 김수배[2003]의 연구에서는 고객이 대기시간을 TV, 신문, 잡지 등을 활용하여 보내거나, 아무것도 하지 않고 보내는 것이 수용가능성이나 감정적 반응에 큰 영향을 미치지 않는다고 하였다.

이와 같은 선행연구의 결과를 토대로 대기시간의 활용 정도에 있어서 스마트폰을 사용하여 대기시간을 보내는 것과 스마트폰을 사용하지 않고 대기시간을 보내는 것이 차이가 있을 것으로 판단하여 아래와 같은 가설을 제시하였다.

H10 : 스마트폰을 사용을 통한 대기시간 활용과 스마트폰을 사용하지 않은 대기시간 활용에는 유의미한 차이가 있을 것이다.

3.3 연구방법

본 연구는 선행연구를 바탕으로 본 연구에

적합하도록 재구성한 설문조사를 통해 이루어졌다. 인구통계학적 변수를 제외한 모든 측정문항은 리커트 5점 척도를 이용하여 1점(전혀 그렇지 않다)~5점(매우 그렇다)으로 측정하였다. 인구통계학적 질문은 성별, 연령, 최종학력, 직업에 대한 질문으로 이루어졌으며, 서비스를 받기 위해 방문했던 장소에 대한 질문을 추가하여 설문문을 실시하였다. 조사대상은 스마트폰 사용에 따른 대기경험에서의 차이를 파악하기 위해 서비스 구매력이 존재하는 소비자의 응답이 유용할 것으로 판단하여 주로 성인으로 한정하였다. 설문조사는 2013년 10월 28일부터 11월 5일까지 총 9일간 오프라인 및 온라인을 통해 이루어졌다. 설문지는 총 217부를 회수하여 심각한 결측치와 무성의 응답을 제외하고 최종 212부를 분석에 이용하였다. 수집된 설문으로부터 얻어진 자료는 SPSS 21.0과 AMOS 19.0 통계분석 프로그램을 이용하여 빈도분석, 신뢰도분석, 탐색적 요인분석, 확인적 요인분석, 구조방정식 모형분석을 실시하였다.

3.3.1 개념의 조작적 정의

본 연구에서는 대기시간 활용을 대기시간이 즐길 것(할 일)으로 채워져 있거나 비어있는 정도 [Taylor, 1994]로 정의하였고 대기시간에 스마트폰의 사용여부에 따라 집단을 구분하였다. 스마트폰 사용은 스마트폰의 정보검색, 엔터테인먼트, SNS 등 스마트 기능[손영,과 김옥태, 2011]을 사용하여 대기시간을 활용하는 집단으로 구분하였으며, 스마트폰 비사용은 TV, 신문, 잡지 등을 이용하여 대기시간을 활용하거나, 대기시간에 아무것도 하지 않는 집단으로 구분하였다 [윤성욱과 김수배, 2003]. 대기시간 활용의 측정항목은 Taylor[1994]와 윤성욱과 김수배[2003]의 연구 등에서 쓰인 변수를 본 연구의 주제에 맞게 재구성하였다.

지각된 대기시간은 절대적인 개념의 실제시간이 아닌 소비자가 주관적으로 느끼는 대기시간으로 정의하고 Hui and Tse[1996]와 Pruyn and Smidts[1998]의 연구를 바탕으로 설문문항을 구성하였다. 수용가능성은 대기시간에 대하여 고객이 이를 받아들이는 정도로 정의[Hui and Tse, 1996]하고 박유식[2000]과 윤성욱과 김수배[2003]의 연구를 바탕으로 설문문항을 구성하였으며, 감정적 반응은 서비스 접점에서 발생하는 화, 짜증, 불쾌감과 같은 부정적 감정으로 정의[박유식, 2000]하고 Folkes et al.[1987]와 박유식[2000], 윤성욱과 김수배[2003]의 연구를 바탕으로 본연구의 실정에 맞도록 재구성하였다.

서비스 품질 평가와 관련된 항목은 서비스 품질 평가에 초점이 있는 연구가 아님으로 대략적인 서비스 만족에 관한 사항을 측정[박유식, 2000; 윤성욱, 김수배, 2003]하기 위하여 Hui and Tse [1996]와 박유식[2000]의 연구를 바탕으로 설문문항을 구성하였다. 아래의 <표 1>는 측정변수의 조작적 정의를 나타낸 것이다.

각 개념은 참고한 이전 연구를 토대로 본 연구에 적합하도록 설문을 수정, 보완하여 작성되었으며, 이 중 대기시간 활용은 스마트폰 사용(1~4), 스마트폰 비사용(5~7)로 구분할 수 있다. 또한, 신뢰도분석과 탐색적 요인분석 과정에서 *의 문항들은 삭제되어 초기 25의 문항에서 최종 24개의 문항을 가지고 최종분석을 하였다.

<표 1> 변수의 조작적 정의

구성요인	측정항목		문항수	참고문헌
대기시간 활용	1. 스마트폰의 정보검색기능 사용 정도 2. 스마트폰의 엔터테인먼트기능 사용 정도 3. 스마트폰의 메신저기능 사용 정도 4. TV 등을 시청하며 보내는 정도 5. 신문, 책 등을 읽으며 보내는 정도 6. 동행인과 대화하며 보내는 정도* 7. 아무것도 하지 않고 보내는 정도		6	Taylor[1994] 윤성욱, 김수배[2003]
지각된 대기시간	1. 실제 대기시간의 지각 ^R 2. 지각된 대기시간의 길이 ^R 3. 기대한 대기시간의 길이 ^R		3	Hui and Tse[1996] Pruyn and Smidts[1998]
수용가능성	1. 대기에 대한 수용정도 2. 재방문시 대기에 대한 수용정도 3. 대기 발생 원인에 대한 수용정도		3	윤성욱과 김수배[2003] 박유식[2000]
감정적 반응	대기에서 발생하는	1. '화'에 대한 정도 ^R 2. '불쾌감'에 대한 정도 ^R 3. '스트레스'에 대한 정도 ^R 4. '지루함'에 대한 정도 ^R	4	윤성욱과 김수배[2003] Folkes et al.[1987] 박유식[2000]
서비스 품질 평가	1. 전반적인 서비스 품질에 대한 만족도 2. 전반적인 서비스 품질에 대한 느낌 3. 전반적인 서비스 수준의 정도		3	박유식[2000] Hui and Tse[1996]

^R : 역코딩 문항.

* : 탐색적 요인분석 과정에서 제거된 변수.

4. 실증 분석

4.1 표본자료의 특성

본 연구는 응답자의 인구통계학적 특성을 파악하기 위하여 아래 <표 2>와 같은 빈도분석을 실시하였다. 응답자는 총 212명으로 남자 123명, 여자 89명이다. 나이는 20~29세(119명, 56.1%), 교육은 대학교 재학(94명, 44.3%), 직업은 학생(82명, 38.7%)이 가장 많은 비중을 차지하고 있다. 또한, 방문기관은 병원(62명, 29.2%)과 버스터미널(60명, 28.3%)으로 가장 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

4.2 측정도구의 신뢰도 분석과 탐색적 요인분석

구성변수들간의 단일차원성과 신뢰성 검증은

위해 크론바흐 알파와 탐색적 요인분석을 실시하였다. 모든 EFA분석에서 추출 방법은 주성분 분석을 사용했으며, 회전방법은 Kaiser 정규화가 있는 베리맥스를 이용하였다.

4.2.1 대기시간 활용의 신뢰도 분석과 EFA

<표 3>은 대기시간 활용에 대한 분석을 나타낸 표이다. 각 요인의 크론바흐 알파 값은 .798과 .755를 보이며 이는 .7 이상, Bartlett test에서 p값이 유의하다. 또한 고유값은 1보다 크며, 누적분산은 60% 이상이며, 공통성은 모든 측정변수가 .5 이상을 보이며, 로딩값은 .4 이상을 보이고 있다. 모든 요건을 충족하였으므로 EFA 결과 요인 간 단일차원성과 내적일관성이 확보되어, 이 분석 결과의 변수를 가지고 추후 분석을 진행할 근거가 된다[Hair et al., 2010].

<표 2> 응답자들의 인구통계학적 특성

구 분		빈도	비율(%)	구 분		빈도	비율(%)
성별	남자	123	58.0	직업	회사원	46	21.7
	여자	89	42.0		전문직	38	17.9
나이	20~29세	119	56.1		자영업	33	15.6
	30~39세	53	25.0		주부	7	3.3
	40~49세	27	27.0		학생	82	38.7
	50세 이상	13	13.0		기타	6	2.8
교육 정도	고등학교졸업 이하	58	27.4		방문 기관	병원	62
	대학교 재학	94	44.3	은행		29	13.7
	대학교 졸업	52	24.5	버스터미널		60	28.3
	대학원 이상	8	3.8	음식점		17	8.0
				극장		35	16.5
				공항		2	.9
				기타		7	3.3

<표 3> 대기시간 활용의 신뢰도 분석과 EFA

요인		측정항목	EFA로딩값		공통성	Cronbach' α
대기시간 활용	스마트폰 사용	sp1	.739		.736	.798
		sp2	.858		.736	
		sp3	.737		.753	
	스마트폰 비사용	N-sp1		.887	.789	.755
N-sp2			.744	.649		
N-sp3			.653	.612		
고유값			2.165	2.109		
누적분산			36.090	71.232		
KMO			.821			
Bartlett 구형성 검정			505.529(p = .000)			

4.2.2 대기경험의 신뢰도 분석과 EFA

<표 4>는 대기경험에 대한 분석을 나타낸 표이다. 각 요인의 크론바흐 알파 값은 .937과 .894와 .907을 보이며 이는 .7 이상, Bartlett test에서 p값이 유의하다. 또한 고유값은 1보다 크며, 누적분산은 60% 이상이며, 공통성은 모든 측정변수가 .5 이상을 보이며, 로딩값은 .4 이상을 보이므로 EFA결과 요인 간 단일차원성과 내적일관성이 확보되어 이 분석 결과의 수를 가지고 추후 분석을 진행할 근거가 된다[Hair et al., 2010].

4.2.3 서비스 품질 평가의 신뢰도 분석과 EFA

구성변수들간의 단일차원성과 신뢰성 검증을 위해 크론바흐 알파와 탐색적 요인 분석을 시행

하였다. <표 5>는 서비스 품질 평가에 대한 분석을 나타낸 표이다. 각 요인의 크론바흐 알파 값은 .937과 .894와 .907을 보이며 이는 .7 이상, Bartlett test에서 p값이 유의하다. 또한 고유값은 1보다 크며, 누적분산은 60% 이상이며, 공통성은 모든 측정변수가 .5 이상을 보이며, 로딩값은 .4 이상을 보이므로 EFA결과 요인 간 단일차원성과 내적일관성이 확보되어 이 분석 결과의 변수를 가지고 추후 분석을 진행할 근거가 된다[Hair et al., 2010].

4.3 타당성 분석과 확인적 요인분석

<표 6>은 각 개념들의 구성타당성을 검증하기 위해 확인적 요인분석을 실시한 결과이다.

<표 4> 대기경험의 신뢰도 분석과 EFA

요인		측정항목	EFA로딩값			공통성	Cronbach' α
대기경험	지각된 대기시간	p-wait1	.875			.879	.937
		p-wait2	.902			.913	
		p-wait3	.864			.865	
	수용가능성	accept1		.883		.865	.894
		accept2		.876		.876	
		accept3		.765		.725	
	감정적 반응	affect1			.756	.850	.907
		affect2			.771	.805	
		affect3			.796	.847	
affect4				.750	.764		
고유값			2.843	2.778	2.768		
누적분산			28.426	56.205	83.885		
KMO							.856
Bartlett 구형성 검정							1910.683(p = .000)

<표 5> 서비스 품질 평가의 신뢰도 분석과 EFA

요인	측정항목	EFA로딩값	공통성	Cronbach' α	
서비스 품질 평가	SQ1	.954	.909	.958	
	SQ2	.971	.942		
	SQ3	.958	.918		
고유값		2.769			
누적분산		92.299			
KMO					.768
Bartlett 구형성 검정					702.790(p = .000)

〈표 6〉 타당성 분석과 CFA 결과

요인		측정문항	CFA로딩값	t값	R ²	개념신뢰도	AVE		
대기시간 활용	스마트폰 사용	sp1	.869	-	.731	.789	0.563		
		sp2	.570	8.612	.325				
		sp3	.855	14.334	.754				
	스마트폰 비사용	N-sp1	.719	-	.456				
		N-sp2	.739	8.969	.546				
		N-sp3	.676	8.386	.517				
대기경험	지각된 대기시간	p-wait1	.902	-	.814	.926	0.806		
		p-wait2	.943	22.226	.889				
		p-wait3	.895	19.891	.800				
	수용가능성	accept1	.903	-	.815				
		accept2	.907	19.177	.822				
		accept3	.784	14.694	.615				
	감정적 반응	affect1	.923	-	.851			.872	0.631
		affect2	.857	18.338	.734				
		affect3	.867	18.833	.752				
		affect4	.717	13.035	.514				
	서비스 품질 평가	SQ1	.922	-	.851			.967	0.907
		SQ2	.970	27.960	.940				
SQ3		.930	24.509	.865					
Overall Model Fit		$\chi^2 = 456.725(df = 137)$, $\chi^2/DF = 3.324$, RMR = .093, AGFI = .747, GFI = .817, NFI = .875, CFI = .908							

〈표 7〉 구성개념의 상관분석 결과

요인	1	2	3	4	5	6
1. 스마트폰 사용	.750*					
2. 스마트폰 비사용	-.778	.711*				
3. 지각된 대기시간	.273	-.160	.898*			
4. 수용가능성	.653	-.539	.504	.828*		
5. 감정적 반응	.501	-.426	.637	.729	.795*	
6. 서비스 품질 평가	.547	-.394	.544	.657	.629	.953*

*Square root of AVE.

전반적 모형적합도는 $\chi^2 = 456.725(df = 137)$, $\chi^2/DF = 3.324$, RMR = .093, AGFI = .747, GFI = .817, NFI = .875, CFI = .908로 나타나 일반적인 기준치(χ^2 작을수록 좋음($p > .05$), χ^2/DF 는 5 미만, GFI = .8 이상, AGFI는 .8 이상, NFI는 .8 이상, CFI는 .9 이상, RMR은 .08 이하)를 대부분 충족하는 것으로 나타나 측정모형이 적합하다고 할 수 있다[Hair et al., 2010]. 또한, 모든 문항에 대한 요인적재량이 0.5 이상이며, 개념신뢰도가

기준인 .7 이상, 평균분산추출지수(AVE)가 .5 이상으로 나타나 구성개념들간의 수렴타당성이 수용할 만한 수준이라 판단된다[Hair et al., 2010].

위 <표 7>은 구성개념의 상관관계를 나타낸 것으로 AVE값의 제곱근이 각 구성 개념들 간의 상관계수 값보다 모두 큰 것으로 나타났다. 또한, AVE값을 이용한 판별타당성 분석은 가장 엄격한 분석방법 중 하나이므로, 본 연구에서의 판별 타당성은 충분히 확보되었다고 할 수 있다[Hair

et al., 2010]. 스마트폰 사용과 비사용간의 음의 상관관계수가 나타난 것은 일반적으로 대기시간을 활용하는데 있어 스마트폰과 TV, 신문 등을 동시에 사용하지 않는 응답자의 수가 대부분이라는 것을 추정할 수 있다. 따라서 이러한 반응은 대기활용방법 간의 반응차이검정을 가능하도록 하는 사전적 정보를 제공하고 있다.

4.4 가설검증

<표 8>은 본 연구의 가설검정을 위해 구조방정식 모형 분석을 실행한 결과이며, 지각된 대기 시간과 감정적 반응의 척도는 역(reverse)로 처리했기에 두 변수는 서비스 품질에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다.

4.4.1 스마트폰을 사용한 대기시간 활용이 대기 경험에 미치는 영향

스마트폰을 사용한 대기시간의 활용이 대기 경험에 미치는 영향(가설 1, 가설 2, 가설 3)의 분석결과 스마트폰을 사용한 대기시간 활용 → 지각된 대기시간(가설 1), 스마트폰을 사용한 대기시간 활용 → 수용가능성(가설 2), 스마트폰을 사용한 대기시간 활용 → 감정적 반응(가설 3)의 모

든 경로가 유의수준 1%에서 유의한 것으로 나타났다. 표준화계수는 각각의 경로가 .652, .861, .808로 나타났으며, 이를 통해 스마트폰을 사용한 대기시간의 활용은 지각된 대기시간, 수용가능성, 감정적 반응 모두에 강한 영향을 주는 것을 알 수 있다. 결과적으로 스마트폰을 사용한 대기시간의 활용은 대기경험에 긍정적인 영향을 미치고 있으며, 스마트폰을 사용한 대기시간의 활용이 주는 영향력의 크기는 수용가능성, 감정적 반응, 지각된 대기시간(.861, .808, .652)의 순서로 나타났다. 따라서 가설 1~가설 3은 모두 지지되었다.

4.4.2 스마트폰을 사용하지 않은 대기시간 활용이 대기경험에 미치는 영향

스마트폰을 사용하지 않은 대기시간 활용이 대기 경험에 미치는 영향(가설 4, 가설 5, 가설 6)의 분석결과 스마트폰을 사용하지 않은 대기시간 활용 → 지각된 대기시간(가설 4)과 스마트폰을 사용하지 않은 대기시간 활용 → 감정적 반응(가설 6)은 유의수준 1%에서 각각의 표준화계수가 .313, .160으로 유의한 것으로 나타났다. 하지만 스마트폰을 사용하지 않은 대기시간 활용 → 수용가능성(가설 5)은 기각되었는데, 이는 Taylor [1994]의 연구와는 다르게 나타났으나, 윤성욱과

<표 8> 가설 검증

가설	경로	표준화 경로계수	t값 (유의수준)	채택여부
가설 1	스마트폰을 사용한 대기시간 활용 → 지각된 대기시간	.652	8.729(***)	채택
가설 2	스마트폰을 사용한 대기시간 활용 → 수용가능성	.861	10.544(***)	채택
가설 3	스마트폰을 사용한 대기시간 활용 → 감정적 반응	.808	10.476(***)	채택
가설 4	스마트폰을 사용하지 않은 대기시간 활용 → 지각된 대기시간	.313	4.429(***)	채택
가설 5	스마트폰을 사용하지 않은 대기시간 활용 → 수용가능성	.052	.881	기각
가설 6	스마트폰을 사용하지 않은 대기시간 활용 → 감정적 반응	.160	2.607(***)	채택
가설 7	지각된 대기시간 → 서비스 품질 평가	.236	3.572(***)	채택
가설 8	수용가능성 → 서비스 품질 평가	.415	5.060(***)	채택
가설 9	감정적 반응 → 서비스 품질 평가	.201	2.545(**)	채택

***p < .01, **p < .05.

김수배[2003]의 연구결과와는 일치하였다. 이러한 이유는 대기의 원인과 예상 대기시간이 다른 다양한 서비스산업 특성이 원인이 될 수 있다[윤성욱과 김수배, 2003]. 결과적으로 스마트폰을 사용하지 않은 대기시간 활용은 대기경험 중 지각된 대기시간, 감정적 반응에 긍정적인 영향을 미치며, 영향력의 크기는 지각된 대기시간, 감정적 반응(.313, .160)으로 나타났다. 따라서 가설 4, 가설 6은 지지되었다.

4.4.3 대기경험이 서비스 품질 평가에 미치는 영향

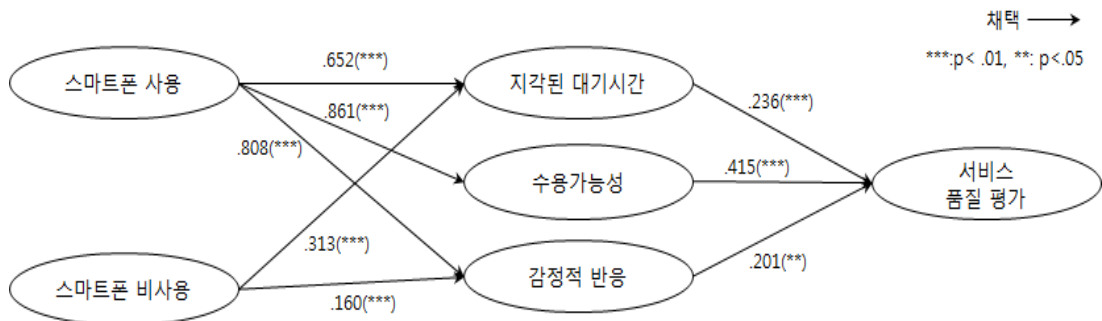
대기경험이 서비스 품질 평가에 미치는 영향(가설 7, 가설 8, 가설 9)의 분석결과 지각된 대기시간 → 서비스 품질 평가, 수용가능성 → 서비스 품질 평가는 유의수준 1%에서 유의한 것으로 나타났으며, 감정적 반응 → 서비스 품질 평가는 유의수준 5%에서 유의한 것으로 나타났다. 표준화계수는 각각의 경로가 .236, .415, .201로 나타나 수용가능성이 서비스 품질 평가에 가장 큰 영향을 주는 것을 알 수 있다. 결과적으로 대기경험은 서비스 품질 평가에 긍정적인 영향을 미치고 있으며, 영향력의 크기는 수용가능성, 지각된 대기시간, 감정적 반응(.415, .236, .201)의 순서로 나타났다. 따라서 가설 7~가설 9는 지지되었다. 아래 <그림 2>는 가설 1부터 가설

9까지의 결과를 도식화한 모형이다.

(4) 대기시간 활용 형태에 따른 차이

스마트폰 사용을 통한 대기시간 활용과 스마트폰을 사용하지 않은 대기시간 활용이 대기경험에 미치는 영향(가설 1, 가설 2, 가설 3)과 스마트폰을 사용하지 않은 대기시간 활용이 대기경험에 미치는 영향(가설 4, 가설 5, 가설 6)은 스마트폰 비사용과 수용가능성의 관계(가설 5)를 제외하고는 모든 경로가 채택되었다. 그런데 표준화경로계수 값을 보면 스마트폰 사용이 대기경험에 미치는 영향력의 크기가 스마트폰 비사용에 비해 현저하게 큰 값을 보이고 있음을 알 수 있다. 이러한 영향력의 차이가 통계적으로 유의한지를 알아보기 위해 일원배치 분산분석을 추가적으로 실시하였다.

집단은 스마트폰 사용과 비사용과의 평균 점수 차이를 계산하여 양(+)의 값을 가진 응답자는 스마트폰 사용에 할당, 음(-)의 값을 가진 응답자는 스마트폰 비사용에 할당함으로써 집단을 구분하였다. 스마트폰 사용과 비사용의 점수 차이가 0인 응답자는 9명으로 합리적인 집단 배분을 위해 삭제하였으며, 9명의 결측은 본 연구의 총 샘플수인 212개에 비해 미비한 수준이므로 이러한 과정이 연구의 적합성을 해치지 않을 것이라 판단하였다.



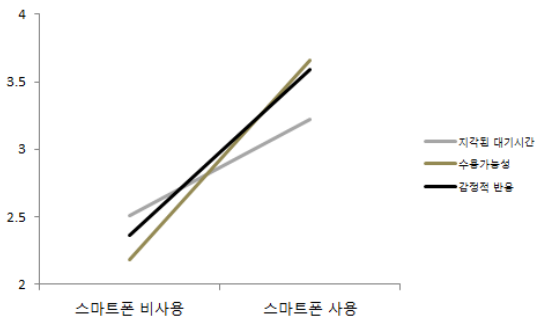
<그림 2> 가설 검증

〈표 9〉 일원배치 분산분석

		제공합	df	평균 제곱	F	유의확률
지각된 대기시간	집단-간	14.472	1	14.472	13.610	.000
	집단-내	213.730	201	1.63		
	합계	228.203	202			
수용가능성	집단-간	61.538	1	61.538	78.878	.000
	집단-내	156.814	201	.780		
	합계	218.352	202			
감정적 반응	집단-간	42.922	1	42.922	44.736	.000
	집단-내	192.852	201	.959		
	합계	235.775	202			

따라서 스마트폰 사용에 대한 요인 설계는 스마트폰 사용 vs. 비사용 두 수준(169명 vs 34명)으로 구분되며, 이러한 수준이 대기경험(지각된 대기시간, 수용가능성, 감정적 반응)에서 어떠한 차이를 보이는지, 이러한 차이가 통계적으로 유의한지를 검증하였다. 지각된 대기시간에 대하여 스마트폰 비사용자는 평균 2.509(SD = .6421), 스마트폰 사용자는 평균 3.24(SD = 1.091), 수용가능성에 대하여 스마트폰 비사용자는 평균 2.186(SD = .748), 사용자는 평균 3.660(SD = .907), 감정적 반응에 대하여 스마트폰 비사용자는 평균 2.360(SD = .855), 사용자는 평균 3.591(SD = 1.002)로 나타났다.

〈표 9〉는 분산분석의 결과표이다. 집단 간의 평균이 같다는 귀무가설을 기각하였으므로($p = .000$), 스마트폰 사용과 비사용간의 유의한 차이가 있다고 할 수 있다. 따라서 가설 10은 지지



〈그림 3〉 일원배치 분산분석의 평균도표

되었다.

〈그림 3〉은 위 결과를 도식화 한 것이다.

이전 가설들(가설 1~가설 9)에 확인된 바와 같이 지각된 대기시간, 수용가능성, 감정적 반응 모두가 서비스 품질 평가에 유의한 영향을 미친다. 특히, 이 중 수용가능성은 다른 변수들에 비해 서비스 품질 평가에 가장 큰 영향을 주는 것으로 확인되었다. 위 그림에서 또한 스마트폰 비사용과 스마트폰 사용간의 대기 경험의 차이에서 수용가능성에 대한 차이가 가장 큰 것으로 나타났다. 즉, 서비스 품질 평가에 있어 수용가능성은 가장 큰 영향요인이며, 이러한 결정적 요인에 스마트폰 사용이 현격한 차이를 발생시킨다. 결과적으로 스마트폰 사용은 대기 경험 중 가장 영향력이 큰 수용가능성을 매개로 하여 서비스 품질 평가에 영향을 주기 때문에, 대기 상황에 있어 스마트폰 사용의 효과성은 매우 중요하다고 판단된다.

5. 결론 및 한계점

본 연구는 첫째, 스마트폰 사용이 대기경험의 인지적·감정적 반응에 미치는 영향, 둘째, 대기경험에서 스마트폰 사용자와 비사용자 간의 대기경험과 서비스 품질 평가에서의 차이를 알아보고 마지막으로 스마트폰 사용을 통한 대기시간 활용이 대기경험에 구체적으로 어떠한 영

향을 미치는지를 검증하였다. 본 연구의 결과에 따른 실무적 시사점은 다음과 같다.

첫째, 스마트폰 사용을 통한 대기시간의 활용은 지각된 대기시간, 수용가능성, 감정적 반응 모두에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 스마트폰 사용을 통한 대기시간 활용은 수용가능성에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 감정적 반응, 지각된 대기시간의 순서로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 스마트폰의 사용은 개인의 정서상태에 영향을 미칠 수 있음으로[한상연 외, 2011; 조희형, 2012] 고객의 대기경험에서 인지적·감정적 반응에 영향을 미친 것으로 볼 수 있다. 따라서 서비스 기업에서는 이러한 결과를 바탕으로 대기환경 개선에서 스마트폰을 편리하게 사용할 수 있는 인프라를 제공함으로써 고객의 대기경험을 긍정적으로 만들 수 있는 전략을 개발할 수 있다. 예를 들면, 적절한 충전 시설 지원이나 대기 진행 도중 인지할 필요가 있는 정보를 제공할 수 있는 앱 지원 등을 들 수 있다.

둘째, 스마트폰 사용을 통한 대기시간 활용과 스마트폰을 사용하지 않는 대기시간 활용을 비교해 보면 지각된 대기시간, 수용가능성, 감정적 반응 모든 요인에서 유의한 차이가 있는 것을 확인하였다. 이 중 스마트폰 사용을 통한 대기시간 활용이 가장 큰 차이를 보이는 요인은 수용가능성으로 나타났다. 대기의 수용가능성은 고객의 인지적 재평가를 통해 감정적 반응에 영향을 미치는 요인[Chien and Lin, 2014; Hui and Tse, 1996]으로 작용하고, 이는 서비스 품질 평가로 연결되기 때문에 대기경험에서 매우 중요한 요인이라고 할 수 있다. 따라서 서비스 기업에서는 이를 고려하여 대기관리를 위한 전략을 수립할 필요가 있다. 예를 들면, 모바일 서비스 제고를 위한 서비스 스케이프[Reimer and Kuehn, 2004] 디자인과 대기 공정성 및 대기시간 알림

서비스[Voorhees et al., 2009] 등을 위한 모바일 정보 키오스크 설치 등을 고려해 볼 수 있다.

셋째, 스마트폰 사용자의 대기경험은 서비스 품질 평가에 긍정적인 영향을 미치는 것을 확인하였다. 이는 스마트폰의 사용은 대기에 대한 방해효과로 작용[윤성욱, 김수배, 2003]하여 대기시간에 대한 집중력을 약화시키고 대기시간에 집중하지 않게 됨으로써 긍정적인 대기경험이 형성되어 서비스품질 또한 긍정적으로 평가하게 되는 것으로 볼 수 있다. 스마트폰 비사용자의 대기경험과 비교했을 때 수용가능성 요인에서 가장 큰 차이가 나타나고 있으며 지각된 대기시간 및 감정적 반응에서도 유의한 차이가 나타났다. 따라서 대기 중 고객의 스마트폰 사용은 다른 대기시간 활용과 비교하였을 때 서비스 품질 평가에 미치는 영향이 더 크다고 할 수 있다.

연구의 한계점은 다음과 같다. 첫째, 샘플링 방법에서 편의표본 추출을 사용하여 수집된 데이터가 모집단을 대표하는데 있어서 한계가 있을 수 있다. 이러한 한계점은 연구대상의 범위를 확장하고 표본의 수를 늘림으로써 이후 연구에서 보완할 필요가 있다고 판단된다. 예를 들면, 나이, 직업, 및 학력에 따른 집단간 차이를 분석함으로써 보다 실무적 시사점을 제시할 수 있을 것으로 판단된다. 둘째, 현재 본 연구에서는 서비스의 특성을 구분하여 분석하고 있지 않기 때문에 서비스별 대기시간 활용 지원 전략을 제시하고 있지 못하고 있다. 예를 들면, 확정된 서비스 제공 시간의 유(극장, 공항, 터미널)/무(병원, 은행)에 따른 대기 경험이 차이가 있을 수 있다고 보여진다. 따라서 후속 연구로 이러한 서비스 특성을 포함하여 고객 충성도, 거래중요도, 지각된 혼잡도, 사용된 모바일 앱 유형 등과 같은 상황요인적 변수를 포함하여 검증해 볼 필요가 있다. 셋째, 본 연구의 대상은 대기자 관점에서 본 대기 현상만을 분석하고 있으나,

서비스 제공자 관점에서 대기현상을 분석할 필요도 있다. 예를 들면, 대기 현장에서 대기자의 감정적 반응이 자제되고, 대기수용 정도가 긍정적으로 나타날 경우 서비스 제공자(감정 노동자 포함)의 감정 노동 강도와 직무 만족도에 어떠한 영향을 미칠 수 있는지 조사해 볼 필요가 있다고 사료된다.

참 고 문 헌

- [1] 권기덕, 임태윤, 최우석, 박성배, 오동현, “스마트폰이 열여가는 미래”, *CEO Information*, 제741호, 삼성경제연구소, 2010.
- [2] 김상철, “서비스 목적에 따른 대기관리 영향 요인 : 병원서비스를 중심으로”, *유통과학연구*, 제7권 제2호, 2009, pp. 45-61.
- [3] 김수현, “스마트폰에 대한 지각특성이 스마트폰 채택의도에 미치는 영향”, *한국콘텐츠학회논문지*, 제10권 제9호, 2010, pp. 318-326.
- [4] 김주영, 유보미, “고객의 개인적 요소가 대기 시간 경험에 미치는 영향에 대한 탐색적 연구”, *Asia Marketing Journal*, 제12권 제1호, 2010, pp. 1-30.
- [5] 박신영, “스마트폰 사용자의 이용 동기와 이용 정도에 따른 플로우 경험”, *방송통신연구*, 제81호, 2013, pp. 97-126.
- [6] 박유식, “대기시간이 서비스 품질 평가에 미치는 영향”, *마케팅연구*, 제15권 제1호, 2000, pp. 1-25.
- [7] 방송통신위원회, “2012년도 방송통신위원회 연차보고서”, 2013.
- [8] 성동규, 김민철, “2000년 이후 국내 휴대전화 연구경향 분석 : 커뮤니케이션 학술지에 게재된 논문을 중심으로”, *한국방송학보*, 제24권 제6호, 2010, pp. 246-288.
- [9] 손영준, 김옥태, “스마트폰 이용자의 이용경험 구입동기가 스마트폰 유용성 용이성 인식에 미치는 영향에 관한 연구”, *한국언론학보*, 제55권 제5호, 2011, pp. 286-311.
- [10] 양일영, 이수영, “이용 동기에 기반한 스마트폰 초기 이용자 유형에 관한 탐색적 연구”, *한국언론학보*, 제55권, 제1호, 2011, pp. 109-139.
- [11] 오세나, 이지연, “스마트폰 이용자들의 정보 탐색행태에 관한 연구”, *정보관리학회지*, 제29권 제1호, 2012, pp. 191-209.
- [12] 윤성욱, 김수배, “의료서비스접점에서 대기 시간이 서비스 품질 평가와 애호도에 미치는 영향”, *Asia Marketing Journal*, 제5권 제1호, 2003, pp. 1-22.
- [13] 이문봉, “스마트폰 사용 의도에 영향을 미치는 요인 연구”, *한국산업정보학회논문지*, 제16권 제4호, 2011, pp. 139-149.
- [14] 이유재, 서비스 마케팅, 제4판, 학현사, 2008.
- [15] 이유재, 이준엽, “서비스 품질에 관한 종합적 고찰 : 개념 및 측정을 중심으로”, *서울대학교 경영론집*, 제31권 제3-4호, 1997, pp. 249-283.
- [16] 조휘형, “스마트폰의 지각된 특성이 심리적 태도에 미치는 영향-안도감과 의존감을 중심으로”, *디지털정책연구*, 제10권 제9호, 2012, pp. 175-184.
- [17] 하태현, “스마트폰 사용자 특성에 관한 탐색적 연구”, *디지털정책연구*, 제8권 제4호, 2010, pp. 177-184.
- [18] 한상연, 마은정, 최수건, 홍대순, “스마트폰 사용이 삶의 질에 미치는 영향 분석연구”, *정보와 사회*, 제20권, 2011, pp. 49-84.
- [19] Chin, S. and Lin, Y., “The effects of the service environment on the perceived waiting time and emotions”, *Human factors and Ergonomics in Manufacturing and Service Industries*, 2014, pp. 1-10.

- [20] Cronin Jr, J. J. and Taylor, S. A., "Measuring Service Quality : A Reexamination and Extension", *Journal of Marketing*, Vol. 56, No. 3, 1992, pp. 55-68.
- [21] Folkes, V. S., Koletsky, S., and Graham, J. L., "A field study of causal inferences and consumer reaction : The view from the airport", *Journal of Consumer Research*, Vol. 13, No. 4, 1987, 534-539.
- [22] Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E., *Multivariate Data Analysis*, 7th ed, New Jersey, Prentice Hall, 2010.
- [23] Hui, M. K. and Tse, D. K., "What to Tell Consumers in Waits of Different Lengths : An Integrative Model of Service Evaluation", *Journal of Marketing*, Vol. 60, No. 2, 1996, pp. 81-90.
- [24] Katz, L. K., Larson, B. M., and Larson, R. C., "Prescription for the waiting-in-line blues: entertain, enlighten, engage", *Sloan Management Review*, Vol. 32, No. 2, 1991, pp. 44-53.
- [25] Larson, R. C., "Perspectives on Queues : Social Justice and the Psychology of Queuing", *Operations Research*, Vol. 35, No. 6, 1987, pp. 895-905.
- [26] Leclerc, F., Schmitt, B. H., and Dube, L., "Waiting time and decision making; is time like money?", *Journal of Consumer Research*, Vol. 22, No. 1, 1995, pp. 110-119.
- [27] Maister, D. H., *The psychology of waiting lines*, www.davidmaister.com., 1984.
- [28] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L., "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, Vol. 49, No. 4, 1985, pp. 41-50.
- [29] Pruyn, A. and Smidts, A., "Effects of waiting on the satisfaction with the service : Beyond objective time measures", *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 15, No. 4, 1998, pp. 321-334.
- [30] Reimer, A. and Kuehn, R., "The impact of servicescape on quality perception", *European Journal of marketing*, Vol. 39, No. 7/8, 2005, pp. 785-808.
- [31] Taylor, S., "Waiting for Service : The Relationship between Delays and Evaluations of Service", *Journal of Marketing*, Vol. 58, No. 2, 1994, pp. 56-69.
- [32] Teas, R. K., "Expectations as a comparison standard in measuring service quality : an assessment of a reassessment", *Journal of Marketing*, Vol. 58, No. 1, 1994, pp. 132-139.
- [33] Voorhees, C. M., Baker, J., Bourdeau, B. L., Bocato, E. D., and Cronin, J. J., "It depends- Moderating the relationships among perceived waiting time, anger, and regret", *Journal of Service Research*, Vol. 12, No. 2, 2009, pp. 138-155.
- [34] Zakay, D., "Subjective time and attentional resource allocation : An integrated model of time estimation", *Advances in Psychology*, Vol. 59, 1989, pp. 365-397.
- [35] Zeithaml, V. A., Berry, L. L., and Parasuraman, A., "The Behavioral Consequences of Service Quality", *Journal of Marketing*, Vol. 60, No. 2, 1996, pp. 31-46.

■ 저자소개



정 준 형

연세대학교 경영정보학과 졸업하고, 현대경제연구원에서 RA로 근무하였다. 현재 군장대학교에 재직 중이다. 주요 관심분야는 스마트 기기의 이용행태

및 산업에 미치는 영향 등이다.



이 종 오

연세대학교에서 경영학 박사 학위를 취득하고, 명지대학교에서 경영학과 마케팅 전공 교수로 재직한 바 있으며, 현재 연세대학교 경영학부 교수로 재직 중

이며, 주요 관심분야는 혁신 기술 수용, 하이테크 제품 마케팅 전략, 스마트폰 앱 기술 진화 등이다.



이 선 로

미국 Rensselaer Polytechnic Institute(RPI)에서 경영정보학 박사학위를 취득하고 홍콩과학기술대학에서 조교수로 재직한 바 있으며, 현재 연세대학교 경

영학부 교수로 재직하고 있다. 주요 연구분야는 온라인 커뮤니티 전략, 정보기술 수용 및 생산성 평가, 디자인 씽킹을 통한 혁신 비즈니스 모델 개발 등이며 관련 논문을 국내외 주요 학술지에 발표해 오고 있다.