

기계경비시스템의 서비스품질이 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구

A Study on the Effects of Service Quality in Machine Security Systems on Customer Satisfaction.

허경미* · 홍태경**

<목 차>

I. 서론	IV. 결과분석
II. 이론적 배경	V. 결론 및 정책적 제언
III. 조사설계	

<요 약>

기계경비시스템이 제공하는 서비스에는 유·무형의 서비스가 모두 포함되어 그에 대한 품질 평가가 쉽지 않은 것이 사실이다. 그럼에도 불구하고 본 연구는 서브퀄 모형을 도입하여 기계경비시스템의 서비스품질 구성차원을 확인하고, 서비스품질과 고객만족과의 관계를 실증적으로 검증하고자 하였다. 이를 위하여 대구지역에서 기계경비서비스를 이용하고 있는 소규모 상점을 대상으로 경험적 연구를 진행하였으며 연구결과와 시사점은 다음과 같다.

첫째, 서비스 품질을 구성하는 요인들이 고객만족에 영향을 주는지 검증한 결과, 서비스 품질의 4가지 구성요소는 모두 고객만족에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 그 영향력의 크기는 공감성, 확신·신뢰성, 응답성, 유형성의 순서로 확인되었다. 따라서 회사가 제공하는 최신식 설비·장비도 중요하지만 그보다는 고객에 대한 배려와 개별적 관심 및 신뢰성과 확신성을 심어줄 수 있는 직원들의 능력이 더욱 중요함을 알 수 있었다.

둘째, 서브퀄 모형을 도입하여 기계경비시스템의 서비스 품질을 측정하고자 하였으나 요인 분석결과 서비스 품질을 구성하는 차원은 확신·신뢰성, 공감성, 유형성, 응답성 4가지로 확인되었다. 따라서 향후의 연구에서는 확신성과 신뢰성의 개념을 보다 명확히 구분하는 한편, 국내 기계경비업체의 서비스 품질 평가에 보다 적합한 모형으로의 개발을 고려해보아야 할 것이다.

주제어 : 기계경비, 서비스품질, 고객만족, 서브퀄, 민간경비

* 계명대학교 경찰학부 교수(제1저자)

** 계명대학교 경찰학부 강사(공동저자)

I. 서 론

사회가 고도로 산업화되고 발전하면서 지역사회의 유대관계는 점점 약해지고 익명성은 증가하였다. 이에 편승하여 범죄는 더욱 빈번하게 발생하며 다양하고 치밀해지는 양상을 보인다. 결과적으로 현대인들의 범죄에 대한 두려움은 더욱 커지고 안전에 대한 욕구는 점점 증가하여 민간경비 산업의 급격한 성장을 가져왔다.

특히 경찰이 개개인의 안전과 재산을 실질적이고 완전하게 보호할 수 없을 것이라는 인식이 팽배해지고, 수익자부담 원칙에 대한 공감대가 형성되면서 민간경비 산업은 더욱 발전하였다. 이제 소규모 영업장에서도 민간경비업체의 서비스를 이용하는 것을 흔히 볼 수 있으며, 아이의 신변을 걱정하는 부모들이나 스토킹으로 고통 받는 사람들이 신변보호 서비스를 이용하는 등 민간경비 서비스에 대한 수요가 보편화·다양화되고 있다.

그러나 민간경비 산업이 양적·질적으로 발전하고 있음에도 불구하고, 민간경비업체가 제공하는 서비스 품질이 고객의 기대에 부응하고 있는지는 여전히 의심스럽다. 물론 서비스의 품질을 측정한다는 것은 쉽지 않다. 물건과는 다르게 서비스는 눈에 보이는 형태가 없을 뿐 아니라 제공하는 사람에 따라 서비스 품질이 달라질 수 있고, 받아들이는 사람에 따라 그 평가가 달라지기도 한다. 받아들이는 고객의 다분히 주관적 평가인 서비스품질은 고객의 과거 기억에 의존하여, 또한 정형화된 설문지를 통하여 측정한다는 것 자체가 한계를 가지기도 한다. 그럼에도 불구하고 서비스 품질을 측정하고, 측정하기 위한 도구를 개발하고, 그 개발된 도구를 수정·보완하는 이러한 일련의 작업들은 보다 나은 서비스를 제공하기 위하여 반복되어야 할 마땅한 노력일 것이다.

민간경비업체의 서비스 품질에 관한 연구는 우선 경비업체가 제공하는 서비스에 대해 고객들이 느끼는 전반적인 만족도를 파악할 수 있게 해줄 뿐만 아니라 피드백 과정을 거치면서 기존 고객들의 충성도를 높이고 신규고객을 창출하는 효과를 가져와 민간경비산업의 발전에 기여할 것으로 기대된다. 나아가 누적된 연구결과는 보다 개선된 서비스 평가 모형을 제시할 수도 있을 것이다.

본 연구는 기계경비시스템의 서비스 품질을 구성하는 하위요인을 확인하고, 서비스 품질이 고객만족에 어떠한 영향을 미치는지 영향력을 규명하는데 그 목적이 있다. 따라서 실제로 상업용 점포에서 기계경비 서비스를 이용하고 있는 이용자를 대상으로 경험적 연구를 진행하며, 서비스 품질을 측정하기 위하여 SERVQUAL(Parasuraman et al., 1991) 모형을 도입하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 기계경비 및 서비스 품질의 개념

1) 기계경비의 개념

경비업법 제2조 1호 규정에 의하면 경비는 시설경비, 호송경비, 신변보호, 기계경비, 특수 경비 등으로 구분된다. 기계경비는 인력경비에 대응되는 경비형태로서 기존의 인력에 의존 하던 경비방식에서 벗어나 첨단장비를 사용하여 사람 없이 경비하는 시스템을 말한다 (Berger, 1979: 11-12). 이러한 기계경비는 순수무인기계경비와 혼합기계경비로 나눌 수 있는데, 순수무인기계경비란 각종 감지기나 CCTV와 같은 감시기계를 설치하여 불법침입자 등을 감지하여 경보음을 울리게 하거나 연계된 자동전화를 통하여 경찰서 상황실 등에 알리는 형태이다. 한편 혼합기계경비는 인력경비와 기계경비가 복합적으로 이루어지는 형태로써 침입을 감지한 센서가 관제센터 등에 상황을 알리면 관제센터의 지령에 의해 순찰대원이 출동하는 형태이다(이윤근, 2001: 74-75).

즉, 기계경비시스템의 체계는 경비대상물이나 대상지역에 각종 감지장치를 설치한 후 중앙관제센터와 유·무선으로 연결하여 24시간 감시하다가 경보장치가 울리면 출동요원이 출동하여 이상유무를 확인하는 것이다. 이러한 기계경비는 중요시설이나 기업체, 학교나 개인 상점, 개인주택에 이르기까지 다양한 장소에 사용되고 있으며 최근에는 특히 개인상점이나 개인주택에의 사용이 점차 증가하고 있다.

이용자 및 이용장소에 따라 설치되는 기계설비나 제공되는 인력서비스 등에 차이가 있는 점을 감안하여 이 연구의 대상이 되는 기계경비시스템의 수요자는 소규모 상점의 상점주로 한정하였다. 물론 가정집에서도 기계경비시스템을 이용하는 경우가 있으나 그 사례가 많지 않아 유효표본수를 확보하기에 어려움이 많으므로 본 연구의 모집단을 기계경비시스템을 이용하고 있는 대구지역의 소규모 상점으로 선정하였다.

2) 서비스품질의 개념

Parasuraman, Zeithaml & Berry(1985)는 품질(Quality)을 정의하고 평가하려는 노력이 상품분야에서 유래되었다고 보았고, Crosby(1979)은 품질을 '요구(requirement)에 상응하는 정도'로 정의하였다. 그러나 상품의 품질에 대한 인식으로 서비스 품질을 이해하기는 쉽지 않다. 상품과는 다르게 서비스 품질은 다음과 같은 특성을 가지기 때문이다.

첫째, 서비스는 손으로 만지거나 볼 수 없다(intangibility). 서비스의 무형성이란 유형성과 대비되는 개념으로 계산되거나 측정되거나 목록화되거나 실험되거나 분류되기 어려운 특성을 가진다. 둘째, 서비스는 제공하는 사람에 따라 달라지는 이질성(heterogeneity)을 가진다. 즉, 서비스는 생산자마다, 고객마다, 날(day)마다 다를 수 있으며, 서비스 제공자의 행동의 일관성을 보장하기 어렵다. 셋째, 대부분의 서비스에서 생산과 소비는 분리될 수 없는 불가분의 성질(inseparability)을 가진다. 결국 서비스에 있어서의 품질은 상품처럼 공장에서 찍어낼 수 있는 것이 아니라 고객에게 직접 전달되며, 서비스가 전달되는 동안에 서비스 품질이 발생하는 특징을 보인다(Parasuraman et al., 1985: 42; Lehtinen & Lehtinen, 1982: 25).

Grönroos(1984)에 따르면 서비스 품질은 소비자의 지각된 서비스와 기대한 서비스의 비교평가의 결과이며, 기술적 품질, 기능적 품질, 이미지와 같은 제 변수와 함수관계가 있다고 주장하였다. 그리고 Miller(1972)는 서비스 품질을 특정 제품에 대한 전체적인 평가로서 태도와 유사한 개념으로 정의하였다. 이러한 서비스품질이라는 개념은 만족이라는 개념보다는 지속적이고 장기적인 상태로 대상에 대한 전반적인 판단이며 시간이 지남에 따라 변화하는 역동적인 개념이며, 구체적인 속성이라기보다 추상적이고 다차원적인 개념이다(김정훈, 2005: 17). 이와 같은 개념을 적용해 볼 때, 서비스품질이란 '대상서비스 전반에 대한 개인적인 판단'으로 볼 수 있으며, 본 연구의 대상이 되는 기계경비시스템의 서비스 품질은 '이용자들이 민간경비업체의 장비 및 시스템과 인적 서비스에 만족하는 정도'라고 정의할 수 있겠다.

서비스품질과 이용자만족의 개념과 관련하여, 일부학자들은 두 개념을 전혀 다른 별개의 것으로 보기도 하고, 한편으로는 기대불일치 이론에서 출발하는 같은 개념으로 인식하기도 한다. Manning(1986)은 서비스 품질을 고객만족으로 정의하였고, Leblanc(1992)도 두 개념 사이에 이론적 차이가 존재하지 않는다고 보았다. 한편 Fakeye와 Cropton(1991)은 만족은 경험으로부터 형성된 심리적인 결과인 반면, 서비스 품질은 그 자체의 속성과 관련되어 있어 두 구성개념이 서로 다른 것이라고 정의하였다(이두영, 김희전, 2003: 80에서 재인용). 서비스품질과 고객만족도가 서로 밀접하게 연관되어 있는 것은 사실이나 서비스품질에 대한 전체적이고도 개인적인 판단이 고객만족도로 나타나는 것이므로 서비스품질이 고객만족에 선행하는 변수라고 볼 수 있으며 따라서 동일한 개념으로는 볼 수 없다 할 것이다.

2. 서비스 품질의 측정을 위한 SERVQUAL 모형의 도입

서비스의 품질에 대한 개념적 정의도 중요하지만 이것을 측정하고 개념화하기가 쉽지 않

기 때문에 어떻게 측정할 것인가에 대한 연구 또한 중요하다. 이와 관련하여 기대와 성과 모두를 측정하는 SERVQUAL 모형과 성과만을 측정하는 SERVPERF 모형이 있다.¹⁾ Parasuraman et al.(1988)의 서브퀄 모형은 세계적으로 행정학, 경영학 등의 분야에서 서비스 품질 척도로 활용되고 있다(이강, 2004: 450). 최근 우리나라에서도 서비스 품질과 관련한 연구에서 다양하게 활용되고 있으며, 민간영역에서뿐만 아니라 공공행정 분야의 서비스측정 도구로 그 영역이 확대되었다.

서브퀄 모형은 보다 넓은 의미의 서비스 질을 연구하고 서비스를 질적으로 측정하고자 했던 연구자들(Sasser, Olsen & Wyckoff 1978; Gronroos 1982; Lehtinen & Lehtinen 1982)에 의해서 발전되었다(Parasuraman et al., 1988: 15). 서브퀄 척도는 서비스 품질 만족도를 측정하기 위해 지각된 서비스(Perceptive service)와 기대서비스(Expected service)를 각각 측정하여 그 차이(P-E)로 만족과 불만족의 정도를 알아낸다. 이러한 P-E모형은 갭(GAP)모형이라고도 하며, 주요 내용은 다음과 같다.

첫째, Parasuraman et al.은 1985년의 연구에서 서비스 품질을 측정할 수 있는 일반적인 기준이 있음을 밝히고, 서비스 품질을 측정할 10가지 차원의 97개 항목을 설정하였다. 그리고 1988년 후속 연구에서 실증적 연구를 기반으로 5개 차원의 22개 항목으로 축소·확정하여 서브퀄 모형을 완성하였다. 요약된 5가지 차원은 유형성, 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성이며 구체적 내용은 <표 2-1>과 같다.

둘째, 서비스는 회사가 고객에게 제공할 것이라고 기대되는 기대서비스와 실제로 고객이 서비스를 받고 느끼는 지각서비스 차원으로 구분된다. 서비스 품질을 측정하기 위해서는 기대서비스와 지각서비스를 각각 측정한 후 지각서비스에서 기대서비스를 뺀 수치의 합을 구하는데, 그것이 서비스 품질의 크기이다. 따라서 P-E값이 양의 값을 가지면 기대보다 높은 수준의 서비스를 제공받은 것이고 반대로 P-E값이 음의 값을 가질수록 실망스러운 서비스를 제공받은 것으로 간주할 수 있다.

1) Cronin과 Taylor(1992)는 단순 성과만을 측정하는 SERVPERF 모형과 성과 항목에 중요도를 적용하는 가중 SERVPERF(wieghted SERVPERF) 모형을 개발하여, 성과항목만으로 품질수준을 측정하는 것이 다른 측정항목에 비하여 우수하다고 주장하였다. 그러나 실제 서비스 품질을 연구한 많은 연구들이 이론적, 실증적으로 다른 결과를 도출하고 있어 SERVQUAL 모형과 SERVPERF 모형 중 어느 것이 우수한 방법인가는 아직 논쟁중이라고 볼 수 있으며(홍성태, 강명수, 2006: 80), 특히 연구자의 연구방법이나 적용되는 산업분야에 따라 모형 적합도는 상이하다고 보아야 할 것이다.

<표 2-1> 서비스 품질을 측정하는 5가지 차원

구성차원	구체적인 내용
유형성(tangible)	물리적인 시설, 장비, 직원들의 외모
신뢰성(reliability)	정확하고 신뢰할만하게 약속된 서비스를 수행하는 능력
응답성(responsiveness)	고객을 기꺼이 돕겠다는 의도와 신속한 서비스의 제공
확신성(assurance)	직원들의 지식과 공손함 그리고 신뢰와 확신을 주는 그들의 능력
공감성(empathy)	회사가 고객에게 제공하는 개별적 관심과 보살핌

자료 : Parasuraman et al.(1988). SERVQUAL: a multiple item scale for measuring customer perceptions of service quality, Journal of Retailing, 64: 23.

한편 서브컬 모형이 서비스의 질을 측정하고 개선방안을 도출하는데 유용한 도구임에도 불구하고 개개인이 느끼는 서비스라는 개념이 다분히 주관적이라는 점(Olivier Furrer et al, 2000: 357), 또한 P-E 모형을 적용함에 있어 경험 받지 못한 서비스를 측정해야한다는 점 등이 내제된 한계로 지적된다. 특히 기뻐함을 측정할 경우, 기뻐함과 관련한 설문문항 앞에 ‘우수한’ 또는 ‘제대로 된’이라는 표현이 포함되는데 이로 인해 기대서비스 문항은 대부분 높게 책정되고(대부분 6-7점), 실제로 제공받은 서비스에 대한 평가는 보다 낮게 책정되는 경향이 있다(이강, 2004: 456). 따라서 서브컬에서 P-E모형을 적용하면 서비스 값이 음의 값으로 나올 확률이 높다.

GAP분석이론에 의하면 GAP은 5가지 차원²⁾에서 발생하며, 그 발생원인도 각기 다르게 파악된다. 실제로 민간경비업체의 서비스 품질 측정을 위해 서브컬의 P-E모형 원형을 그대로 적용할 경우 연구방법과 해석은 다소 복잡한 양상을 띠게 될 것이다. 이에 본 연구에서는 서브컬 모형을 도입하되 P-E측정방법은 사용하지 않고 다만 5가지 영향요인이 서비스 만족에 어떠한 영향을 미치는 지를 연구하고자 하였다.³⁾ 실제로 본 연구의 주된 목적이 기계경비

2) Gap이론에 의하면, 만족스러운 서비스를 제공하기 위해서는 다음의 다섯 가지 갭을 극복해야 한다. Gap1은 서비스 제공자가 관리적 관점에서 파악한 고객의 기대와 실제 고객의 기대간의 수준차이이다. Gap2는 서비스 설계측면에서 서비스 질 내역과 고객기대간의 차이를 말하며 이것은 서비스 질에 대한 고객의 평가에 영향을 미칠 것이다. Gap3은 서비스 질 설명서(회사에서 마련한 서비스 기준 지침서)와 실제 전달과정에서 발생하는 갭을 말하며 이것은 고객 관점에서 보는 서비스 질에 영향을 미칠 것이다. Gap4는 실제 전달된 서비스와 회사가 외부로 표현했던 서비스 품질이 달라서 생기는 갭이다. 예를 들어 회사는 광고 등을 통해 외부로 서비스품질 수준을 전달하게 되는데 고객들은 이것들을 통해 기대서비스 수준을 정하기도 한다. 즉 회사가 외부로 표현한 의사전달과 소비자가 받아들이는 서비스가 다를 때 생기는 갭이다. Gap5는 소비자가 기대한 서비스와 지각된 서비스의 차이를 말한다. (Parasuraman et al, 1985: 44-46).

3) 서비스품질 측정방법과 관련한 이러한 문제는 서브컬을 둘러싼 주요한 쟁점 중 하나이다. 실제로 최근의 많은 연구들은 수정된 서브컬 모형을 제안하며 수정된 모형들은 대부분 기대측정을 생략하고 있다(라선아, 2003: 55-56). Parasuraman et al.(1988)은 기대불일치 패러다임에 토대를 두고 기대와 인지된 서비스의 차이점수(difference score)를 이용해야 한다고 주장하지만 지각된 서비스의 질

시스템을 이용하는 소비자들의 고객만족에 영향을 미치는 요인이 무엇인지 밝히는 것이고, 또한 서브퀵 모형을 적용한 기계경비업체의 서비스품질 연구가 많지 않음을 감안하여 Gap 측정을 생략하고 서비스품질 연구를 진행하고자 한다.

3. 선행연구

서브퀵 모형을 이용한 서비스 품질 측정은 민간 기업들의 서비스 품질 측정에서 시작되어 현재는 공공기관의 서비스 품질 측정에도 사용되고 있다. 그러나 서비스 품질에 대한 이해가 연구자마다 다르고 제공되는 서비스 품질이 다양하기 때문에 각 분야의 서비스 특성에 맞게 일부 수정되어 사용되기도 한다. 특히 서브퀵 모형을 적용한 연구가 활발한 분야일수록, 연구결과가 축적될수록 해당 분야에 적합한 모형으로 수정되고 있다. 아래 <표 2-2>는 서브퀵 모형을 이용하여 서비스 품질을 측정한 국내연구를 요약한 것이다.

<표 2-2> 서브퀵 모형을 적용한 선행연구

연구자	연도	서비스품질 구성요소	대상서비스	비고
이환범, 송건섭	2002	유형성, 신뢰성, 대응성, 보증성, 감정이입	지역축제	
이창근	2001	외형성, 접대능력, 편리성, 서비스시스템, 응대성, 확산성	패밀리레스토랑	갭측정
김인호, 김익중	1996	유형성, 신뢰성, 친절성, 감정이입	호텔산업	
이두영, 김희전	2003	유형성, 신뢰성, 응답성, 확산성, 공감성, 접근성	대학교서관	
배영식	2005	유형성, 신뢰성, 반응성, 보증성, 감정이입, 결과의질	대학행정	
홍성태, 강명수	2006	유형성, 신뢰성, 응답성, 확산성, 공감성	무인경비	
허정옥, 김정희	2000	유형성, 신뢰성, 응답성, 확산성, 공감성	행정서비스	갭측정
오세운	2000	유형성, 신뢰성, 반응성, 확산성, 공감성	행정서비스	갭측정
오창근	2006	유형성, 신뢰성, 대응성, 보증성, 동조성	사회복지관	
안정기, 윤영주	2006	접근용이성, 응대친절성, 이용편리성, 업무처리 태도, 업무처리 편리성, 편의시설	경찰민원행정	

이환범, 송건섭(2002)은 ‘세계유교문화축제’의 서비스 질을 평가하기 위하여 서브퀵 모형을 도입하였다. 서비스품질 측정을 위하여 감정이입, 유형성, 대응성, 보증성, 신뢰성의 5개 차원을 30개 항목으로 재구성하였으며, 서비스품질이 축제만족도와 지역이미지만족도, 지

만을 측정하는 비차이점수(non-difference score)가 보다 타당하다는 연구(Cronin & Tator, 1992)도 있다. 실제 많은 연구자들이 비차이점수 방식을 채택하고 있으며 일반적으로 연구의 목적에 따라 측정방법을 결정할 수 있을 것이다. 즉 지각된 서비스품질에 대한 예측력 혹은 설명력을 알아보고자 하는 경우에는 비차이점수 방식이 적절하고, 제공되어지는 서비스의 정확한 부족분을 측정하고자 할 때에는 차이점수 방식이 바람직하다는 것이다(허정옥, 김정희, 2000: 54-55).

역관광만족도에 어떠한 영향을 미치는지, 또한 이러한 요소들이 재방문의도에 어떠한 영향을 미치는지 분석하였다. 분석결과 5개 차원 중 유형성은 추세만족도에 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

안정기, 윤영주(2006)는 경찰서 민원행정 서비스 품질이 고객만족에 미치는 영향을 분석하기 위하여 서브퀵 모형을 접근용이성, 응대친절성, 이용편리성, 업무처리 태도, 업무처리 편리성, 편의시설의 6개 차원으로 재설계하였다. 분석결과 6가지 모두가 고객만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

오세윤(2002)은 행정서비스 품질측정을 위하여 구(군)의 행정서비스를 이용한 경험이 있는 주민을 대상으로 설문조사하였다. 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성의 5가지 차원을 이용하여 구(군)의 행정서비스를 이용하기 전의 기대서비스와 이용후의 지각서비스를 측정하였다. 만족도(지각서비스-기대서비스)는 5가지 차원에서 모두 음의 값으로 나와 전반적으로 행정서비스에 불만족하는 것을 알 수 있었다. 이러한 음의 값이 통계적으로 유의미한 것인지 알아보기 위하여 t값과 유의확률을 검토한 결과 5개 차원 모두 유의미한 수준에서 기대서비스가 지각서비스보다 높은 것으로 나타났다.

홍성태, 강명수(2006)는 무인경비 서비스품질에 관한 연구에서 유형성, 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성으로 서비스 품질을 구성하였으며, 서비스품질이 고객만족과 재구매의도에 어떠한 영향을 미치는지 분석하였다. 연구결과 서비스품질이 만족에 미치는 영향과 만족이 재구매의도에 미치는 영향은 유의한 것으로 나타났지만 서비스품질이 재구매의도에 미치는 영향은 유의하지 않았다. 이 연구는 특히 SERVQUAL과 SERVPERF 모형을 비교하며 진행되었는데 무인경비 서비스의 품질을 측정하기에는 서브퀵 모형이 더 적합하다는 흥미로운 결과를 제시하였다.

한편 서브퀵 모형을 사용하지 않고 기계경비의 서비스 품질을 측정한 왕석원(2005)의 연구에서는 서비스품질을 업무수행노력 서비스, 시설기능적 서비스, 시설환경적 서비스, 전문적능력 서비스 4가지 차원으로 설정하고, 이러한 요인들이 고객만족도(매개변수)와 재구매 및 추천의사(종속변수)에 어떠한 영향을 미치는지 조사하였다. 분석결과 업무수행노력 서비스, 시설기능적 서비스, 시설환경적 서비스의 3가지 요인이 전반적인 만족도와 재구매에 유의미한 영향을 미쳤으며, 서비스 전반적인 만족도가 높을수록 재구매 및 추천의사가 높다는 것이 증명되었다.

기존의 연구들을 검토한 결과, 민간영역에서는 호텔 및 외식산업, 공공분야에서는 주로 일반행정 서비스에 대한 서비스품질 연구가 활발하게 진행되고 있음을 알 수 있었다. 이들 분야는 축적된 연구결과들을 토대로 해당산업에 적합한 서브퀵 모형을 만들어가고 있었으며 타당성을 담보할 수 있는 수준으로까지 발전하였다. 이에 반해 기계경비 분야에 대한 서비스

품질 연구는 아직 기초단계라 할 수 있으며, 서비스 품질을 구성하는 하위차원의 요소들도 연구자의 견해에 따라 상당한 차이를 보이고 있었다.

III. 조사설계

1. 연구모형과 가설

본 연구의 목적으로는 첫째, 서비스 품질이 고객만족에 미치는 영향을 파악하고자 하였다. 둘째, 기계경비시스템의 서비스품질 구성차원을 확인하여 서브퀵 모형이 기계경비분야에도 적용될 수 있는지 확인하고자 하였다. 서비스 품질을 구성하는 하위요인으로는 서브퀵 모형의 유형성, 신뢰성, 응답성, 확신성, 공감성을 사용하였으며 연구모형은 <그림 3-1>과 같다.



- * 가 설 : 서비스품질 수준이 높을수록 고객만족도는 높을 것이다.
- * 연구문제 : 서비스품질의 각 구성요소가 고객만족도에 미치는 영향력은 차이가 있을 것이다.

<그림 3-1> 연구모형

일반적으로 서비스품질이 고객만족에 유의미한 영향을 미친다는 가설은 이미 국내외의 많은 경험적 연구에서 검증된 바 있다. 그러나 서비스 품질을 구성하는 요인의 영향력에 대한 결과는 연구마다 상이하게 나타나고 있다. Parasuraman et al.(1988)이 은행, 신용카드 회사, 보수·관리회사, 장거리전화회사를 대상으로 서브퀵 모형을 적용한 결과, 서비스 품질에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 4개의 업종 모두에서 신뢰성으로 확인되었다. 따라서 본 연구에서는 기계경비업체의 서비스품질 하위요인들이 고객만족에 미치는 영향력의 크기는 어떠한지 검증하고자 하였다.

2. 조작적 정의

민간경비업체가 제공하는 서비스 품질을 측정하기 위하여 서비스품질을 구성하는 5개 차원을 18개 설문문항으로 구체화하였다. 각 항목은 기존연구들을 참고하여 기계경비업체의 서비스에 적합하도록 조작적 정의의 과정을 거쳤으며 그 내용은 <표 3-1>에 나타난 바와 같다. 종속변인인 서비스 품질은 3가지 문항으로 질문하였다. 이상의 21개 문항은 ‘전혀 그렇지 않다’에서 ‘매우 그렇다’에 이르는 5점 척도를 사용하여 측정하였다.

인구사회학적 특징으로 성별, 연령, 학력, 상점의 종류를 조사하였으며, 현재 이용하고 있는 업체와 계약할 때 가장 큰 영향을 미친 점은 무엇인지도 질문하였다.

<표 3-1> 22개 항목에 대한 조작적 정의

번호	차원	조작적 정의
1	유형성	내가 이용하는 경비업체는 최신식 설비를 갖추고 있다.
2		경비업체가 우리 매장에 설치한 기계설비가 좋아 보인다.
3		업체직원은 단정하고 깔끔한 복장과 용모를 갖추고 있다.
4		업체에서 제공한 안내책자나 팸플릿이 보기에 좋다.
5	신뢰성	업체는 계약한 서비스 내용을 정확하게 제공하는 편이다
6		문제를 해결하는 업체의 태도에 믿음 간다.
7		매장에 설치해 놓은 기계·장비를 보면 마음이 든든하다.
8	응답성	문제 발생 시 약속한 시간 내에 출동하는 편이다.
9		출동이나 AS에 대한 대응이 신속하고 정확하게 이루어지는 편이다.
10		직원은 고객을 돕고자 하는 적극적인 자세를 가지고 있다.
11	확신성	직원들이 일처리 하는 것을 보면 신뢰감이 간다.
12		문의사항에 대하여 직원들이 명확하고 자세하게 설명해준다.
13		직원들은 공손하고 예의바르다.
14	공감성	직원들은 자신의 업무와 관련된 전문적 지식을 갖추고 있다.
15		내가 이용하는 업체는 고객 개개인에게 관심을 가지고 있다.
16		업체는 내가 서비스에 만족하는지 관심을 가지고 있을 것이다.
17		직원이 안부를 묻거나 가게가 잘 운영되는지 관심을 가지기도 한다.
18	고객만족도	직원이 불편사항이나 개선사항을 물어본 적이 있다.
19		경비업체 직원들이 제공하는 서비스가 만족스럽다.
20		내가 이용하는 업체의 장비 및 설비 수준이 만족스럽다.
21		전반적으로 지금 이용하고 있는 경비업체에 만족한다.

3. 조사 및 분석방법

본 연구는 대구지역에서 실제로 기계경비업체를 이용하고 있는 사업장을 연구대상으로 삼았다. 표집방법은 다단계 층화 집락표집을 사용하였다. 대구지역 7개의 구에서 지역경제와 생활수준, 주거환경 및 도심의 정도를 고려하여 중구, 달서구, 수성구, 서구를 선정하고 각 구에서 무작위로 2개 이상의 동을 선정한 후 상점은 편의표집하였다. 설문 신뢰도를 높이기 위하여 민간경비업체를 6개월 이상 사용하고 있는 상점만을 연구대상으로 선정하였으며, 설문 응답하는 자도 해당 사업장에서 6개월 이상 근무한 직원과 상점주로 한정하였다.

설문은 2008년 6월 10일부터 7월 10일까지 진행하였으며, 조사원이 직접 설문지를 배부하여 현장에서 설문지에 응답하게 한 후 수거하는 방식으로 진행되었다. 총 200부를 배부하여 응답이 부실한 설문지를 제외하고 최종 170부를 분석에 사용하였다.

IV. 결과분석

1. 조사대상자의 일반적인 특성

조사대상자들의 일반적인 특성은 <표 4-1>와 같이 요약되었는데, 성별은 남성이 42.9%, 여성이 57.1%로 나타나 여성이 다소 많은 편이었다. 연령은 30대가 45.3%로 가장 많은 비율을 차지하였고 다음으로 40대, 20대, 50대 이상의 순서로 나타났다. 응답자의 학력은 대졸이 68.2%, 고졸이 27.6%, 대학원 이상이 2.9%, 중졸이하가 1.2%로 나타나 대학졸업 이상이 상당한 비율을 차지하고 있었다. 이러한 현상은 1990년대 이후 비교적 대학진학이 보편화된 시기에 대학에 입학하였을 30대의 연령 비중이 높기 때문으로 추정된다. 또한 병원·약국을 운영하는 의사나 약사는 반드시 대학교를 졸업해야 하므로 상점 중 병원·약국의 비중이 높은 것도 대학졸업자의 비율을 높이는 요인으로 작용하였을 것이다. 상점종류에 있어서는 기타가 30.6%로 가장 많은 비율을 보였고, 병원·약국이 18.8%, 전자통신이 13.5%, 식음료와 마트·편의점이 각각 11.8%로 조사되었다. 한편 귀금속이 3.5%로 가장 낮은 비율을 보였는데, 실제로 소규모 귀금속 상점이 많이 감소하고 있어 표본으로 선정하는데 어려움이 있었다.

경비업체를 선택할 때 가장 영향을 미친 요인에 대한 질문에는 회사의 인지도 때문이라는 응답이 39.4%로 가장 높게 나타났다. 또한 주변인의 권유와 저렴한 비용 때문이라는 응답도 각각 18.2%와 10.6%로 조사되었다. 실제로 설문조사 중 인터뷰를 병행한 결과 응답자의

다수가 경비업체 회사의 인지도와 회사의 규모를 중요하게 생각한다고 응답하였다.

<표 4-1> 조사대상자의 일반적 특성

변수	구분	빈도수	비율(%)
성별	남	73	42.9
	여	97	57.1
연령	20대	32	18.8
	30대	77	45.3
	40대	40	23.5
	50대 이상	21	12.4
학력	중졸이하	2	1.2
	고졸	47	27.6
	대졸	116	68.2
	대학원 이상	5	2.9
상점종류	키금속	6	3.5
	병원·약국	32	18.8
	전자통신	23	13.5
	식음료	20	11.8
	마트·편의점	20	11.8
	의류	17	10.0
	기타	52	30.6
경비업체 선택 시 영향을 미친 요인	회사의 인지도	67	39.4
	TV광고나 전단지	12	7.1
	저렴한 비용	18	10.6
	업체직원의 권유	7	4.1
	주변인의 권유	31	18.2
	기타	18	10.6
	무응답	17	10.0

2. 요인분석 및 신뢰도 분석

본 연구는 기계경비시스템의 서비스품질이 고객만족에 미치는 영향을 파악하기 위하여 서브윌 모형의 5가지 요인을 사용하였다. 이에 각 차원을 구성하고 있는 질문문항이 각각 공통적인 내재적 요인을 가지고 있는지 확인하기 위하여 요인분석을 실시하였다. 요인추출방법으로는 주요인분석을, 요인회전방법으로는 요인회전은 베리맥스(varimax) 직각회전법을 사용하였다. 또한 사용한 척도들의 신뢰성을 평가하기 위하여 Cronbach's alpha 계수를

이용한 내적 일관성 분석방법을 사용하였다. 요인분석결과 서비스 품질을 구성하는 요인은 4가지로 확인되었다.

<표 4-2> 독립변수에 대한 요인분석 및 신뢰도 분석

문항	요인 1 (확신·신뢰성)	요인 2 (공감성)	요인 3 (유형성)	요인 4 (응답성)	신뢰도
직원의 공손함과 예의바름	.805	.117	.154	.192	.904
직원의 명확·자세한 설명	.786	.119	.239	.088	
직원의 일처리에 대한 신뢰감	.752	.340	.182	.212	
직원의 적극적인 자세	.673	.142	.145	.467	
업체의 문제해결태도	.654	.220	.279	.360	.796
설치된 기계에 대한 신뢰	.604	.311	.212	.175	
약속된 서비스의 정확한 제공	.515	.377	.204	.323	
안부 및 가계운영에 관심	.068	.864	.055	.214	
불편사항과 개선사항 관심	.222	.704	-.048	.369	.767
고객 개개인에 대한 관심	.262	.688	.416	-.136	
서비스만족에 대한 관심	.304	.670	.200	-.022	
설치된 기계의 시각적 호감	.189	.145	.811	.186	
최신식 설비	.220	.019	.774	.247	.803
직원의 전문적 지식	.331	.352	.601	.132	
약속한 시간 내에 출동	.302	.122	.293	.749	
출동 및 AS 신속 정확	.396	.157	.265	.714	

서비스 품질을 측정하기 위해 18개의 문항을 구성하였으나 타당성이 담보되지 않은 문항은 제외하고 총 16개의 문항을 최종분석에 이용하였다.

먼저 ‘직원들의 지식 그리고 신뢰·확신을 주는 직원들의 능력’을 나타내는 확신성과 ‘정확하고 신뢰할만하게 약속된 서비스를 수행하는 능력’을 나타내는 신뢰성이 하나의 요인으로 요약되었다. 두 요인의 개념을 살펴보면 ‘고객에게 신뢰성을 주는 업무능력’이라는 점에서 공통점을 발견할 수 있어 두 요인을 구분하지 않고 확신·신뢰성 요인으로 묶어 사용하기로 하였다. 공감성을 측정한 4개의 문항은 설계당시와 마찬가지로 하나의 요인으로 요약되었으며 α 계수는 .796으로 나타났고, 유형성은 3개의 문항으로 구성되었으며, α 계수는 .767로 나타났다. 마지막으로 응답성은 2개의 문항으로 요약되었으며, α 계수는 .803으로 나타났다.

한편 ‘직원의 전문적 지식’을 측정한 문항이 설계당시와 다르게 유형성으로 요약되었다.

원래 유형성이란 ‘물리적인 시설, 장비, 직원들의 외모’에 대한 측정이었으나 후속연구 (Parasuraman et al., 1991: 423)가 진행되면서 의사소통도구의 외형(appearance of communication materials; 예를 들면 팜플렛이나 안내설명서)⁴⁾까지로 그 범위가 확대되었다. 넓은 의미에서 ‘직원들의 전문적 지식’이 의사소통에 기여하고 있다고 볼 수 있는데, 실제 직원들이 안내설명서를 제공할 때 구체적인 설명을 추가하게 되거나 혹은 안내설명서 등이 제공되지 않고 직원들의 설명만으로 기계작동방법 등을 알려주는 경우도 있으므로 ‘직원들의 전문적인 지식’이 유형성과 관련이 있다고 추정하였다. 또한 ‘직원의 적극적인 자세’라는 문항도 응답성에 대한 측정이라고 예상하였으나 요인분석 결과 확신·신뢰성 요인으로 요약되었다. 확신성에 대한 정의를 고려하여 볼 때, 이 문항은 확신성의 의미에 보다 적합하다고 생각되어 요인분석 결과를 그대로 사용하기로 하였다.

<표 4-3>은 종속변수인 고객만족도 요인분석 결과이며 α 계수가 .851로 비교적 높은 수준으로 나타났다. 신뢰도 분석결과 독립변수 4가지와 종속변수 1가지 요인 모두 Cronbach’s alpha 계수가 .7 이상으로 나타나 신뢰도는 높은 것으로 조사되었다.

<표 4-3> 종속변수에 대한 요인분석 및 신뢰도 분석

문항	요인 1 (고객만족)	신뢰도
직원들의 서비스에 대한 만족	.890	.851
업체의 장비 및 설비 수준에의 만족	.880	
전반적인 만족	.868	

3. 서비스품질 척도의 차이

<표4-4>은 고객만족에 영향을 미치는 4가지 요인에 대한 기술적 분석의 결과이다. 독립변수 중 확신·신뢰성에 대한 평균값이 3.47, 응답성이 3.42로 비교적 높게 나타났으며 반면 공감성에 대한 평균값이 3.03으로 가장 낮게 나타났다. 즉 기계경비를 이용하고 있는 소규모 상점주인들은 기계·설비 수준이나, 출동 및 AS, 업체가 주는 신뢰성 수준에 비하여 직원이 상점에 보여주는 개인적관심이나 인간적 배려에 불만족하고 있는 것으로 나타났다.

4) 연구자마다 차이는 있으나 의사소통도구를 유형성에 포함시키기도 한다(Mike Donnelly et al, 2006: 97; Olivier Furrer et al, 2000: 357).

<표 4-4> 기술통계치

구분	사례수	평균	범위	표준편차
확신·신뢰성	170	3.47	1.14~4.86	.62
공감성	170	3.03	1.00~5.00	.72
유형성	170	3.38	1.33~5.00	.58
응답성	170	3.42	1.00~5.00	.78

4. 상관관계 분석

회귀분석을 실시하기 전 독립변수의 각 요인들이 종속변수와 상관관계를 가지는지 여부를 검증하기 위해 상관관계분석을 실시하였다. <표 4-5>는 독립변수간 그리고 독립변수와 종속 변수간의 상관관계를 나타내고 있으며 분석결과 각 변수들이 유의적인 관계를 형성하고 있음을 알 수 있었다.

<표 4-5> 주요 변수들 간의 상관관계분석

	성	연령	학력	확신·신뢰성	공감성	유형성	응답성	고객만족
성	1							
연령	.130*	1						
학력	.159*	-.297**	1					
확신·신뢰성	-.047	.230**	-.171*	1				
공감성	.087	.173*	-.134	.000	1			
유형성	-.130	-.051	-.116	.000	.000	1		
응답성	-.037	-.118	-.035	.000	.000	.000	1	
고객만족	.087	.135	-.197*	.436**	.502**	.215**	.291**	1

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

분석결과, 성별과 연령은 고객만족도와 관련이 없는 것으로 나타났고, 학력과 관련하여서는 이용자가 고학력자일수록 서비스에 불만족하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 학력수준이 높을수록 서비스에 대한 기대수준이 높기 때문에 나타나는 결과로 추정된다. 그리고 서비스 품질을 구성하는 4가지 요인, 확신·신뢰성, 공감성, 유형성, 응답성은 모두 고객만족과 정적인 상관관계를 보여주었다. 그러나 <표 4-5>의 상관관계 결과는 다른 요인을 전혀

통제하지 않은 상태에서 단순히 하나의 변수와 또 다른 변수간의 관계를 나타내는 것에 불과하므로 보다 정확한 인과관계를 파악하기 위하여 다중회귀분석을 실시할 필요가 있다.

5. 고객만족에 대한 영향요인

<표 4-6> 서비스품질이 고객만족에 미치는 영향

	고객만족	
	B	β
상수	.187	
성별	.221	.118
연령	-.047	-.043
학력	-.067	-.035
확신· 신뢰성	.445***	.445
공감성	.495***	.495
유형성	.224***	.224
응답성	.290***	.290
N	170	
OLS R ²	.586	

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

<표 4-6>은 서비스품질이 고객만족에 어떠한 영향을 미치는지 파악하기 위하여 다중회귀 분석을 실시한 결과이다. 분석 시 통제변인으로 사용된 인구사회학적 특성은 성, 연령, 학력이다. 분석에 있어서 독립변수간의 다중공선성 문제가 있는지를 확인하기 위하여 VIF(Variance Inflation Factor)값을 살펴본 결과 공선성 문제는 발생하지 않는 것으로 확인되었다.

분석결과 확신· 신뢰성, 공감성, 유형성과 응답성 모두 유의수준 .001에서 고객만족에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 기계경비서비스를 제공하는 업체가 고객에게 확신· 신뢰성, 공감성을 느끼게 할수록 고객만족 수준은 높아질 것이다. 또한 업체의 설비· 기계가 최신신이며 시각적인 호감을 줄수록 만족도는 높아지며, 신속하고 정확한 출동 및 AS를 제공할 때 고객만족도가 높아지는 것을 확인할 수 있었다.

4가지 요인의 영향력의 크기는 공감성, 확신· 신뢰성, 응답성, 유형성의 순서로 나타나 고객만족에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 공감성으로 확인되었다. 이러한 결과는 기존의 연구결과⁵⁾와도 상이할 뿐만 아니라 연구 설계당시에도 예상하지 못한 결과였다. 다수의 소

5) 전술한 바와 같이 Parasuraman et al.(1988)의 연구에서는 서브윌 요인 중 신뢰성이 고객만족에 가장 영향력을 미치는 것으로 나타났고, 강민완, 장예진, 이영선(2005)의 연구에서는 시설서비스, 보안서비스, 직원서비스 중 시설서비스가 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

규모 상점에서 기계업체를 이용하는 주목적이 범죄의 예방에 있고, 다음으로는 불법침입이 발생한 경우 즉각적으로 대응하기 위함이라고 할 수 있다. 따라서 유형성이나 응답성 및 확신·신뢰성이 고객만족에 더 큰 영향력을 미칠 것이라고 예상했으나 회귀분석 결과 공감성이 가장 영향력 있는 요인으로 확인되었다. 다시 말해 기계경비회사가 제공하는 신속·정확한 서비스보다 고객 개개인에게 보이는 인간적인 배려나 관심 및 직원과 상점주인들 간의 긍정적인 관계가 고객만족에 더 큰 영향을 미친다는 것이다. 이러한 결과는 이성적이고 합리적인 판단보다 '정'에 약하고 인간관계를 중시하는 한국인의 정서적 특성에 기인한 결과로 추정된다. 특히 대인관계를 중요하게 여기는 정서로 인하여 기계경비업체에서 제공하는 시설이나 보안관련 서비스보다 대인적 서비스인 직원서비스가 더욱 중요하게 작용했을 것으로 보인다.

분석결과를 종합하여 볼 때, '서비스품질 수준이 높을수록 고객만족도는 높을 것이다.'라는 가설과 '서비스품질의 각 구성요소가 고객만족도에 미치는 영향에는 차이가 있을 것이다.'라는 연구과제가 지지되고 있음을 확인할 수 있었다. 또한 모형 설명력을 나타내는 R²값을 살펴본 결과 .586으로 연구에 사용된 요인들이 종속변수인 고객만족을 약 58%를 설명하고 있음을 알 수 있었다.

V. 결론 및 정책적 제언

기계경비시스템은 업체가 제공하는 기계·설비뿐만 아니라 직원들의 순찰과 출동 등 인적 서비스가 동반되는 상품이다. 기계경비시스템에 대한 고객만족도는 눈에 보이지 않는 무형의 서비스에 대한 측정이기도 하며, 따라서 이와 같은 연구는 보다 많은 어려움과 한계를 가진다. 그럼에도 불구하고 본 연구는 서브퀵 모형을 도입하여 기계경비시스템의 서비스품질 구성차원을 확인하고, 서비스품질과 고객만족과의 관계를 실증적으로 검증하고자 하였다. 연구결과와 시사점은 다음과 같다.

첫째, 서비스 품질을 구성하는 요인들이 고객만족에 영향을 주는지, 그 영향력에는 차이가 있는지 검증한 결과, 서비스 품질의 4가지 구성요소 모두 .001 수준에서 고객만족에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 공감성, 확신·신뢰성, 응답성, 유형성의 순서로 그 영향력이 큰 것으로 나타났다. 즉, 고객만족도를 높이기 위해서는 최신식 설비나 장비도 중요하지만 그보다는 고객에 대한 세심한 배려와 개별적 관심 및 신뢰성과 확신성을 심어줄 수 있는 직원들의 능력과 노력이 더욱 중요하다는 것을 알 수 있었다. 따라서 향후 경비업체들은 기계나 설비에 대한 투자 못지않게 직원들의 서비스교육 및 인성교육을 강화하여야 할 것이며, 또한 상황에 따른 대처방안을 매뉴얼 화하여 보다 정확하고 일관성 있는 서비스를

제공할 수 있도록 노력하여야 할 것이다.

둘째, 서브퀵 모형을 도입하여 기계경비시스템의 서비스품질을 측정하고자 하였으나 요인 분석 결과 5가지 요인이 4가지 요인으로 요약되어 서브퀵 모형을 원형 그대로 적용시키기에 는 무리가 있는 것으로 나타났다. 서브퀵 모형이 국외에서 개발되었고, 개별산업마다 제공하는 서비스내용이 다른 점을 감안하여 국내 기계경비업체에 보다 적합한 모형으로의 변형을 고려해보아야 할 것이다. 또한 조작적 정의가 완전하지 못했을 가능성과 신뢰성과 확신성의 개념구분이 모호한 측면도 이와 같은 결과에 영향을 미쳤을 수 있다. 구체적으로 기계경비분야에 서브퀵 모형을 도입하여 서비스 품질을 측정한 연구를 찾아보기 힘들 현실에서 국외논문과 타산업 분야의 연구를 참고하여 조작적 정의를 거친 점이 이와 같은 결과를 초래하였을 가능성을 배제할 수 없다. 한편 <표 2-1>에 제시된 바와 같이 신뢰성과 확신성은 개념적으로 뚜렷하게 구별하기 어려운 측면이 존재한다. 특히 '신뢰와 확신을 줄 수 있는 경비업체 직원들의 능력'은 신뢰성과 확신성의 내용 모두에 부합한다고 할 수 있다. 따라서 향후의 연구에서는 확신성과 신뢰성의 개념을 보다 명확히 구분하고 조작적 정의에 심혈을 기울일 필요가 있겠다.

분석결과를 종합하여 볼 때, 기계경비시스템을 이용하는 이용자들의 고객만족에 가장 큰 영향을 미치는 것은 '회사가 고객에게 제공하는 개별적 관심과 보살핌'을 의미하는 「공감성」으로 확인되었다. 이러한 결과는 시설서비스와 직원서비스가 함께 제공되었을 때 오히려 직원서비스가 고객만족에는 더 큰 영향을 미친다는 것을 보여주는 결과이며 특히 인간관계를 중요하게 여기는 한국인의 정서적 특성이 반영된 결과로 볼 수 있겠다. 따라서 기계경비서비스를 이용하는 고객의 만족도를 향상시키기 위해서는 직원들이 고객 개개인의 가계운영이나 불편사항 등에 관심을 쏟고 인적 유대관계를 돈독하게 유지하는 것이 무엇보다 중요하다 하겠다.

비록 본 연구가 대구지역의 이용자들을 표본대상으로 삼았다는 점과 표본수가 작아 그 대표성을 주장하기 어렵다 점에서 한계를 가지고 있으나, 아직은 연구가 활발하지 못한 기계경비시스템의 서비스 품질을 평가하고 그 영향요인을 밝히고자 한 점, 또한 기계경비분야에 적합한 서비스평가 모형이 아직 갖추어지지 않은 상태에서 서브퀵 모형을 도입하여 서비스평가 모형의 틀을 제시하고자 시도한 점에서 그 의의를 찾을 수 있겠다. 더불어 본 연구의 결과가 향후 기계경비산업의 서비스 품질연구 및 민간경비산업의 발전에 기여하기를 기대해 본다.

참 고 문 헌

- 장민완·장예진·이영선(2005). “경호·경비업체의 서비스 품질과 고객만족”. 『경호경비연구』, 10: 1-14.
- 김명현·안황권·김종렬(2005). “민간경비 서비스 질이 고객만족에 미치는 영향”. 『경호경비연구』, 10: 35-52.
- 김인호·김익중(1996). “호텔산업의 서비스품질 평가 척도에 관한 연구”. 『관광정책연구』, 2-1: 33-53.
- 김정훈(2005). 『경찰행정의 서비스품질과 고객충성도 결정요인에 관한 연구』. 박사학위논문, 경기대대학원 .
- 라선아(2003). 『Service Loyalty 형성과정의 Daul Path 모형에 관한 연구』. 박사학위논문, 서울대대학원.
- 박주현(2005). “민간경비서비스 이용의 결정요인에 관한 연구”. 『한국치안행정논집』, 1-2: 43-71.
- 배영식(2005). 『대학행정서비스 질이 고객만족과 이미지 및 구전홍보에 미치는 영향. : SERVQUAL 모형을 중심으로』. 박사학위논문, 대구대대학원.
- 안정기·윤영주(2006). “경찰 민원행정서비스의 고객만족 영향요인에 관한 연구”. 『한국자세행정학보』, 20-1: 27-51.
- 오세윤(2000). “SERVQUAL척도를 활용한 행정서비스 만족도 평가”. 『정책분석평가학회보』, 10-2: 73-90.
- 오창근(2006). “SERVQUAL 모형을 이용한 사회복지관 서비스 평가”. 『복지행정논총』, 16-2: 199-226.
- 왕석원(2005). 『기계경비의 서비스품질이 고객만족 및 고객충성도에 미치는 영향』. 박사학위논문, 경기대대학원.
- 이 강(2004). “SERVQUAL모형의 활용실태 및 개선방안”. 『한국사회와 행정연구』, 15-1: 449-470.
- 이두영·김희전(2003). “SERVQUAL과 SERVPERF를 이용한 대학도서관 서비스 품질평가에 관한 연구”. 『정보관리학회지』, 20-2: 73-91.
- 이운근(2001). 『민간경비원론』. 서울: 엑스퍼트.
- 이창근(2001). “패밀리 레스토랑 서비스품질평가의 결정요인에 관한 연구: SERVQUAL & System Approach 모형을 중심으로”. 『관광·레저연구』, 13-1: 255-268.
- 이환범·송건섭(2002). “서브퀵(SERVQUAL)요인을 이용한 지역축제의 서비스 질 평가: 세계유교문화축제를 중심으로”. 『한국행정학회』, 36-3: 249-268.
- 허정옥·김정희(2000). “SERVQUAL을 이용한 행정서비스의 품질 측정”. 『마케팅관리연구』, 5-2: 51-78.
- 홍성태·강명수(2006). “무인경비 서비스의 서비스품질 차원과 측정에 관한 연구: 서비스 운

영 전략에 대한 시사점을 중심으로”. 『한국생산관리학회』, 17-4:75-96.

Parasuraman A., Zeithaml V. A. & Berry L. L.(1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*. 49: 41-50.

(1988). SERVQUAL: a multiple item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*. 64: 12-40.

(1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing*. 67: 420-450.

Parasuraman A., Zeithaml V. A. & Berry L. L.(1993). More on improving service quality measurement. *Journal of Retailing*. 69:140-147.

Cronin, J. J. & T. S. Taylor.(1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing*. 56(3):55-68.

Grönroos C.(1978). A Service-Oriented Approach to Marketing of Services. *European Journal of Marketing*. 12(8):558-601.

Grönroos C.(1984). A Service Quality Mode and Its Implication. *European Journal of Marketing*. 18(4):36-44.

Lehtinen, U. & Lehtinen, J. R.(1982). *Service Quality: A Study of Quality Dimensions unpublished working paper*. Helsinki: Service Management Institute, Finland OY.

Berger, D. L.(1979). *Industrial Security*. Boston: Butterworth Publishers. Inc.

Mike D., Neil J. K., Russell R. & Edward M. S.(2006). Assessing the quality of police services using SERVQUAL. *Policing*. 29:92-105.

Crosby, P. B.(1979). *Quality Is Free: The Art of Making Quality Certain*. New York: New American Library.

Berry, L. L.(1980). Services Marketing Is Different. *Business*. 30:24-28.

Olshavsky, R. W. & Miller, J. R.(1972). Consumer Expectation, Product Performance and Perceived Product Quality. *Journal of Marketing Research*. 9-1:19-21.

Furrer, O., Ben Shaw-Ching L. & Sudharshan, D.(2000). The Relationships between Culture and Service Quality Perceptions: Basis for Cross-Cultural Market Segmentation and Resource Allocation. *Journal of Service Research*. 2:355-371.

ABSTRACT

A Study on the Effects of Service Quality in Machine Security Systems on Customer Satisfaction.

Huh, Koungh-Mi · Hong, Tae-Kyung

Quality rating of machine security systems is difficult because both tangible and intangible services are included. However, still, the research template applied the SERVQUAL model with the intention of confirming machine security systems' service quality formation and experimentally inspecting the relationship between service quality and customer satisfaction. Therefore, the following highlights the experimental research outcomes and their implications for small-scale businesses utilizing machine security systems in the Daegu region.

First, after observing whether the determining factors constitute service quality, four components were found to have significant influence on customer satisfaction. Additionally, in observing any differences in their influences, the following in order were observed as having influence on customer satisfaction: empathy, assurance · reliability, responsiveness, and tangibility. Moreover, though companies' newest facilities and equipment are important, it can be concluded that a company employees' prudent consideration, individual interest, reliability, and assurance for the customer carry greater importance.

Secondly, though we intended to survey machine security systems by employing the SERVQUAL model, determinant factor analysis results found applying SERVQUAL model in its original state a challenge. According to results from determinant factor analysis, the basis for forming service quality is determined by assurance · reliability, empathy, tangibility, and responsiveness. Furthermore, in future research, while more accurately distinguishing between assurance and reliability, a more appropriate model must also be considered for modification in domestic machine security system industry's service quality evaluation.

Key Word : Machine Security System, Service Quality, Customer Satisfaction, SERVQUAL, Private Security Industry.