

외식사업 프랜차이즈에서 공정성지각이 서비스품질에 미치는 효과

안 관 영*

*상지대학교 경영학과

The relationship between perceived justice and service quality in the franchise system of food service business

Kwan Young Ahn*

*Department of Business Administration, Sangji University

Abstract

This paper reviewed the relationship between perceived justice and service quality, and the moderating effect of gender in the franchise system of food service business. Based on the responses from 135 franchisees, the results of multiple regression analysis showed that distributive and procedural justice have positive relationships with almost service quality factors. The results of moderating analysis showed that male franchisees have more positive relationships with almost service quality factors than female franchisee while in distributive justice, and that female franchisees have more positive relationships with almost service quality factors than male franchisee while in procedural justice.

Keywords : franchise system, justice, service quality, gender

1. 문제제기 및 연구목적

오늘날 국내·외의 경제발전에 서비스산업의 비중이 매우 커지고 있으며, 미래사회에도 지속적으로 증가될 것으로 예측되며, 이러한 서비스산업의 경영방식의 하나로 프랜차이즈 시스템이 확산되고 있다. 프랜차이즈 시스템은 선진국에서 인기를 끌고 있는 선진국형 유통 형태이며, 유통시장 개방 이후 국내에서는 외국유명 브랜드를 중심으로 급속한 성장세를 보이고 있다. 이로 인해 국내 제조 및 유통업계에서는 미래유망업종으로 프랜차이즈시스템에 대한 관심이 커지고 있다[7].

외식업 프랜차이즈는 2002년 한 해 동안 약 11.18조 원, 2005년 24.7조원의 매출을 기록하여 프랜차이즈 매출액의 39.3%를 차지하였고 2002년 대비 2005년도 외식 프랜차이즈산업의 매출액 증감률이 115.3%로 크게 증가하였다. 또한, 국내 외식산업에서 가맹본부의 수는 2005년도 기준으로 1,194개로 2002년도에 대비하여 113.6%

증감하였고, 외식 가맹점의 수는 2005년도 기준으로 141,992개로 전체 프랜차이즈 가맹점의 50%를 차지하는 것으로 나타나, 외식업의 프랜차이즈 산업이 크게 발전하고 있음을 알 수 있다[8].

일반적으로 본부와 가맹점과 계약관계에서 사회적으로 정의된 역할 중 하나는 신뢰, 결속, 책임, 공정성 등과 같은 거래윤리이다[14]. 이들 거래 윤리 중 '공정성'은 상대적 약자인 가맹점이 본부에 기대하는 역할을 말하며, 최근 프랜차이즈 계약의 급증으로 그 중요성이 더욱 강조 되고 있다. 하지만 프랜차이즈산업의 성장에도 불구하고 본부와 가맹점간의 불공정거래 및 계약에 대한 시비가 빈발하며, 일부 영세한 가맹본부들은 직영점 하나 없이 가맹점 모집에만 급급해 수익을 챙기기 바쁜 경우도 있다. 이러한 프랜차이즈 본부와 가맹점간의 관계에서 나타나는 공정성 시비는 결국 가맹점의 관리부실과 서비스품질의 저하에 영향을 미치게 될 것이다.

† 교신저자: 안관영, 강원도 원주시 우산동 660 상지대학교 경영학과

M · P: 010-2745-3271, E-mail: kyahn@sangji.ac.kr

2008년 12월 접수; 2009년 2월 수정본 접수; 2009년 2월 게재확정

따라서 본 연구에서는 프랜차이즈 본부의 관리방식에 따른 가맹점의 공정성인지도가 서비스품질에 미치는 효과를 실증분석하고, 공정성인지도와 서비스품질의 관계에서 가맹점주의 성별에 따른 차이를 고찰하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 서비스품질의 개념과 구성요소

서비스는 산출물이 물적인 제품이나 구조물이 아니며, 일반적으로 생산되는 시점에서 소멸되고, 구매자에게 무형적인 형태의 가치를 제공하는 모든 경제적인 활동을 포함한다고 정의될 수 있다[22]. 이처럼 서비스의 개념은 추상적이어서 측정상의 어려움과 함께 서비스 품질의 정의 또한 다양하게 나타나고 있다. 따라서 서비스 품질은 애매하고 불명확한 개념으로 실무자나 연구자에 의해 쉽게 실체화되지 않고 있다. 이러한 이유로 서비스 품질은 객관적 측정치가 존재하지 않으므로 접근방법이 다양하다. 예를 들어 Garvin(1988)은 품질연구의 접근방법을 선택적 접근방법, 제품 중심적 접근방법, 사용자 중심적 접근방법, 제조 중심적 접근방법, 가치 중심적 접근방법으로 나누어 제시하였다. Klous(1985)는 접근방법을 제품속성차원과 고객만족차원으로 제시하였다[5].

서비스품질 측정에 관한 연구는 1985년 Parasuraman, Zeithaml and Berry(PZB)가 ‘소비자가 지각하는 서비스 품질의 10가지 구성요소’를 추출하고, 이를 기반으로 1988년에 SERVQUAL이라는 서비스품질 측정도구를 개발하면서 본격적으로 논의되기 시작하였다. 이러한 PZB의 선구적인 주장을 일반화하는데 대하여 많은 학자들이 문제점을 제기하거나 회의를 표시하였다. 그러나 이들이 제기한 대안들도 SERVQUAL에 대한 전면적인 부정이거나 혁신적 관점의 제안이라기 보다는 SERVQUAL의 보완적 성격을 지닌다고 볼 수 있다[9, 19, 20]. 그리고 PZB는 이러한 이의 제기에 대하여 지속적으로 개선된 측정방식을 논문으로 발표하였다[6].

Cronin과 Taylor(1992)는 서비스 품질을 측정하는데 있어 gap이론에 문제가 있음을 지적하였다. 이들은 서비스 품질이 고객들의 태도와 유사한 개념이라고 보고 이를 문헌적 연구와 실증적 연구를 통하여 입증하였다.

구체적으로 이들은 서비스품질 평가방법 중 SERVQUAL이 적당한 방법인가와 서비스품질, 고객만족, 행위의도와와의 관계를 밝히는 연구를 수행하였다. 이들은 서비스품질이 어떻게 개념화되고 측정되어야 하는가에 대하여 문헌적 고찰을 실시하고 동시에 은행, 방역소, 세탁소, 패스트 푸드점을 대상으로 한 실증적 분석결과 서비스품질

은 태도요인으로서 개념화되고 측정되어야 한다는 결론을 내렸다[6].

2.2 공정성 지각과 서비스품질

Homans(1961)에 의해 소개된 분배공정성 개념은 아담스의 형평이론을 통해 정교화됨으로서 공정성을 본격적으로 연구할 수 있는 토대를 마련하였다. 이 후 형평이론에서의 투입과 결과에 대한 정량화가 가능하게 됨으로서 조직공정성에 대한 실증적 연구가 많이 이루어지게 되었다. 이 후 조직공정성에 대한 연구가 진행되면서 분배공정성에 대한 선행연구가 일반화 가능성에 대한 강한 의문이 제기되면서 임금지급절차, 고정처리절차와 같은 과정지향적 공정성에 대한 관심이 증가하였다. 그 결과 조직연구자들은 의사결정 규칙이나 과정에 대한 공정성을 다룬 절차공정성이란 주제에 대하여 많은 관심과 연구가 이루어졌다[2, 13].

Williams(1999)는 임금지급, 승진 또는 의사결정과정에서 구성원들의 참여가 장려되는 경우 구성원들은 높은 직무만족도를 나타내며, 동시에 조직에 대한 몰입도가 높아진다는 것이다. 이러한 과정은 분배공정성이 낮게 지각되는 경우 더욱 현저하게 나타남으로서 구성원들이 공정성 특히 절차공정성을 낮게 인지하는 경우 조직에 대한 충성도는 낮아지며, 대 고객에 대한 서비스도 낮아질 수 있음을 암시하였다.

그리고 조직공정성에 따른 구성원들의 만족과 조직몰입은 구성원들의 자발적 행위를 유발하며, 결과적으로 고객에 대한 서비스품질은 제고될 수 있다는 것이다. 이러한 과정은 절차공정성 뿐만 아니라 상호작용공정성의 경우에도 적용된다. 즉, 상급자의 공정한 대우는 부하 직원의 몰입에 직접적으로 영향을 미치며, 이러한 몰입은 구성원들의 서비스품질과 직접적으로 연계될 수 있는 것이다[3].

이처럼 조직공정성은 구성원들의 태도에 영향을 미치며 결과적으로 구성원들의 직무행동에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 인사관리 관행과 조직시민행동, 종업원의 서비스품질과의 관련성에 대한 연구에 따르면 임금, 승진 등에 대한 공정한 인사관리 관행은 구성원들의 직무외적 행위에 영향을 미치며, 직무외적 행위는 구성원들의 서비스 품질을 제고시킨다는 것이다[18, 24]. 이상과 같은 이론적 배경을 근거로 다음과 같은 가설을 설정하고자 한다.

가설 1: 조직공정성은 서비스품질에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

조절변수로서 연구되고 있는 것으로는 일반적으로 환경요인과 같은 조직외적 요인이 주를 이루고 있으나 개인적 특성 또한 조절변수로서의 역할에 대하여 많은 연구가 이루어지고 있으며, 검증되고 있다[1].

성별에 따른 구성원의 행위와 태도의 차이는 주로 남녀간의 성향의 차이에 기인한다는 것이다. 구체적으로 남자는 여자에 비하여 단정적이고, 과업 지향적이며, 개인주의적이라는 것이다. 이에 대하여 여자는 남자에 비하여 인간 지향적, 헌신적, 순종적이라는 것이다. 따라서 이러한 성향의 차이는 구성원들의 행위와 태도에 반영되며, 또한 이러한 남녀에 대한 고정관념은 구성원들 간의 상호작용에서도 영향을 미치는 것으로 나타났다[4, 21]. 이러한 남성과 여성간의 성향차이는 공정성에 대한 인지와 이에 따른 서비스품질의 관계에도 영향을 미칠 것이다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하고자 한다.

가설 2: 조직공정성과 서비스품질의 관계는 성별에 따라 차이가 있을 것이다.

이를 모형으로 나타내면 다음과 같다.

<표 1> 연구변수간 무차 상관계수

	신뢰성	유형성	확신성	공감성	반응성	분배공정성	절차공정성	업종경험	연령	성
신뢰성	1									
유형성	.679*	1								
확신성	.623**	.686**	1							
공감성	.627**	.640**	.740**	1						
반응성	.530**	.534**	.622**	.570**	1					
분배공정성	.441**	.413**	.401**	.353**	.354**	1				
절차공정성	.462**	.379**	.405**	.435**	.383**	.689**	1			
업종경험	.102	-.085	.108	.204**	.124	.051	.130	1		
연령	.071	-.060	.087	.107	.037	.109	.338**	.371**	1	
성 ^{a)}	-.047	.021	-.081	-.074	-.036	-.008	-.042	-.103	-.135	1

a) 성의 경우 '남=1', '여=0'으로 코딩
* p < .05; ** p < .01

3. 연구의 설계

3.1 자료수집 및 분석방법

본 연구에서의 실증분석을 위한 자료수집은 설문에 의존하였다. 주로 강원 영서지역의 외식업 프랜차이즈에 소속된 가맹점주 210명에게 설문을 배부하였고, 이중 회수된 152부 중 누락과 중복응답이 많은 17부를 제외한 135부가 분석대상이 되었다.

또한 본 연구의 목적을 달성하기 위한 분석기법은 변수구성을 위하여 일차적으로 독립변수인 조직공정성에 대하여는 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 공통요인으로 묶여진 항목만을 대상으로 이차적인 확정적 요인분석을 실시하여 변수를 구성하였다. 다음으로 연구목적인 조직공정성과 서비스품질의 관계, 그리고 성별의 조절효과 검증을 위하여 위계적 다중회귀분석을 실시하였다.

3.2 설문의 구성 및 변수측정

본 설문지는 크게 두 부분으로 구성되어 있다. 첫째로는 조직공정성(분배공정성, 절차공정성)을 설문하기 위하여 8개 문항을 제시하였다. 둘째로는 서비스품질(신뢰성, 유형성, 확신성, 공감성, 반응성)을 20개 문항을 제시하였다. 그리고 인구통계적 특성을 알기 위하여 성별, 현업 경험기간, 연령을 설문하는 3개 문항을 제시하였다.

조직공정성에 대하여는 Greenberg(1990)의 연구를 바탕으로 분배공정성에 대해서는 본부의 가맹점에 대한 이익 분배구조, 노력대비 수익정도, 본부의 가맹점 관리 등에 대한 공정성 정도를 설문하였다. 절차공정성은 본부와 가맹점간의 관계에서 일정한 절차나 내규의 존재유무, 정책의 일관성, 의사소통의 정도에 대하여 설문하였다.

서비스품질의 구성요인에 대하여는 Cronin & Taylor (1992)가 제시한 서비스품질의 측정도구 중 가장되지 않은 SERVPERF를 측정하기 위한 22개의 설문을 바탕으로 하여 구성하였다. 유형성은 적합한 시설과 장비 제공, 적합한 분위기제공, 직원들의 용모 등을, 신뢰성은 약속된 서비스를 정확하고 믿음만하게 수행할 수 있는 능력을, 반응성은 즉각적인 서비스의 제공과 고객의 요청에 도움을 줄 수 있는 능력을, 확신성은 직원의 예절과 지식 및 고객에게 확신과 믿음을 줄 수 있는 능력을, 그리고 정감성은 고객에게 개별적인 애정과 관심을 표시하는 정도에 대하여 설문하였다.

4. 조사결과의 분석

중속변수인 서비스품질과 독립변수인 조직공정성 및 가맹점주의 연령, 업계 경험기간, 성별의 관계를 알아보기 위하여 무차상관계수를 구한 결과는 <표 1>과 같다. 분배공정성과 절차공정성은 모두 서비스품질의 구성요소들인 신뢰성, 유형성, 확산성, 공감성, 반응성과 유의적인 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 그리고 중속변수인 서비스품질의 구성요소인 신뢰성, 유형성, 확산성, 공감성, 반응성간에는 비교적 강한 유의적 상관관계가 있으며, 분배공정성과 절차공정성간에도 강한 정의 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 그리고 인구통계적 특성인 업종경험, 연령, 성은 다른 변수들과 상관관계가 없거나 매우 미약한 관계를 갖는 것으로 나타났다.

다음으로 분배공정성과 절차공정성이 서비스품질에 미치는 효과를 검증하고, 두 변수들 간의 관계에서 성별의 조절효과를 검증하기 위해서 Cohen & Cohen(1983)이 제시한 위계적 다중회귀분석을 실시한 결과는 <표 2>와 같다.

각 중속변수별로 1단계 분석결과는 업종경험, 연령, 성을 통제변수로 하고 분배공정성과 절차공정성을 독립변수로 하는 다중 회귀분석결과이다. 신뢰성의 경우 분배공정성과 절차공정성의 표준화 회귀계수는 각각 0.232와 0.301로 유의수준 0.01 수준에서 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 분배공정성과 절차공정성은 유형성, 확산성, 반응성 모두 유의수준 0.01 수준에서 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다만, 공감성의 경우 절차공정성만 공감성에 정의 영향을 미치고 분배공정성은 유의적 영향을 미치지 않는 것으로

나타났다. 이상과 같은 분석결과 분배공정성과 절차공정성이 서비스품질에 정의 영향을 미칠 것이라는 가설 1은 “분배공정성 → 공감성”의 관계만 기각되었고 나머지 9개 경우는 모두 채택되었다.

다음으로 공정성(분배공정성, 절차공정성)과 서비스품질(신뢰성, 유형성, 확산성, 공감성, 반응성)의 관계에서 성의 조절효과를 검증하기 위하여 서비스품질의 각 구성요소를 중속변수로 하고 분배공정성, 절차공정성과 성을 곱한 상호작용항을 투입한 분석결과는 <표 2>에서 각 중속변수별 2단계의 결과와 같다. 분석결과 공정성과 서비스품질의 관계에서 7개의 경우는 성별에 따른 차이가 있으며(가설 채택), 3개의 경우에는 차이가 없는 것(가설 기각)으로 나타났다.

신뢰성이 경우에는 분배공정성과 절차공정성은 성과 상호작용하여 신뢰성에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 즉, 조절효과가 없는 것으로 나타났다. 이에 대하여 유형성의 경우에는 분배공정성의 경우 여성 가맹점주에 비하여 남성 가맹점주가 분배공정성이 증가할수록 유형성정도의 증가정도가 큰 것으로 나타났으며, 절차공정성이 증가하는 경우에는 남성 가맹점주에 비하여 여성 가맹점주의 유형성이 증가정도가 큰 것으로 나타났다. 이러한 분석결과는 확산성과 공감성의 경우에도 비슷한 결과를 나타내었다. 즉 여성 가맹점주는 남성 가맹점주에 비하여 절차공정성에 대하여 민감한 반응을 나타내었으며, 남성 가맹점주는 여성 가맹점주에 비하여 분배공정성에 민감한 반응을 보여 확산성과 공감성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반응성의 경우에는 분배공정성의 경우만 성별과 상호작용하여 반응성에 긍정적 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

<표 2> 서비스품질에 대한 위계적 다중회귀분석결과

종속변수 단계 투입변수	신뢰성		유형성		확신성		공감성		반응성	
	1 단계	2 단계	1 단계	2 단계	1 단계	2 단계	1 단계	2 단계	1 단계	2 단계
업종경험	.060	.061	-.089	-.102	.064	.062	.167	.165	.077	.089
연령	-.045	-.045	-.102	-.096	-.017	-.015	-.045	-.044	-.004	-.008
성 ^{a)}	-.029	-.226	.008	-.066	-.069	-.298	-.050	-.366	-.014	-.559
분배공정성	.232**	.114	.275**	.062	.237**	.062	.104	-.120	.174*	-.023
절차공정성	.301**	.380	.219**	.453	.229**	.367	.346**	.515	.254**	.316
분배공정성*성		.565		1.043**		.851**		1.084**		.934**
절차공정성*성		-.360		-.976**		-.654*		-.756**		-.360
△R ²		.009		.037**		.021*		.033**		.027**
R ²	.276**	.285**	.239**	.276**	.229**	.250**	.250**	.283**	.200**	.227**

a) 성의 경우 ‘남=1’, ‘여=0’으로 코딩

* p < .05; ** p < .01

5. 결론 및 제언

우리나라의 프랜차이즈 산업은 외형적으로 크게 성장하고 있으며, 이 중 외식 프랜차이즈 산업은 규모나 성장면에서 두드러진다. 이러한 외형적 성장에도 불구하고 프랜차이즈 본부와 가맹점간의 불공정 거래와 갈등은 프랜차이즈 산업의 성장에 걸림돌이 되고 있다.

본 연구에서는 본부와 가맹점 거래간에서 인지하는 공정성이 서비스품질에 미치는 효과를 검증하였다.

분석결과 가맹점주들이 인지하는 분배공정성과 절차공정성은 서비스품질에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 프랜차이즈 본부는 가맹점 관리면에서 가맹점을 고려하는 수익분배구조를 제시하고, 가맹점의 노력에 대하여 보상이 이루어지도록 배려하며, 중요한 의사결정시 가맹점주들의 의견을 고려하도록 배려하는 것이 필요하다.

그리고 공정성과 서비스품질의 관계에서 성별의 조절효과 검증결과 남성은 여성에 비하여 분배공정성에 대하여 중요하게 생각하고 있으며, 서비스품질에도 더욱 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 여성은 남성에 비하여 절차공정성에 대하여 민감한 반응으로 보여, 절차공정성이 높다고 인지할수록 서비스품질 수준의 증가정도가 상대적으로 큰 것으로 나타났다. 따라서 가맹점주들의 관리면에서 남성에 대하여는 주로 분배공정성을 제고하려는 노력이 효과적이며, 여성에 대하여는 절차공정성을 제고하려는 노력이 효과가 있을 것이다.

본 연구를 위한 자료수집이 강원 영서지역에 한정되었으며, 주로 주관적 설문에 의존하였다는 점에서 연구 결과를 일반화하는 데는 한계가 있을 것이다.

6. 참고 문헌

- [1] 김호정(1989), "한국관료의 직무특성과 직무만족의 관계 및 그 조절변수로서 행정문화에 관한 연구", 한국행정학보, 제 23 권, 제 2 호, 653-679.
- [2] 변태수(2000), 조직공정성 지각이 조직유효성에 미치는 효과에 대한 연구, 상지대학교 대학원 박사학위논문.
- [3] 서철현(1997), 여행상담 서비스품질에 대한 직무관련 요인의 영향과 심리적 요인의 매개역할에 관한 연구, 대구대학교 대학원 박사학위논문.
- [4] 안관영·이병직(2002), "집단주의와 성취욕구가 조직시민행동에 미치는 효과 및 성의 조절효과에 관한 연구", 『경영학연구』 제 31권 5호, pp. 1165-1183.
- [5] 안관영·곽영환(2003), "호텔종사원의 조직시민행동과 서비스품질의 관계 및 직무자율성과 피드백의 조절효과", 『서비스경영학회지』 제 4권 1호, pp. 29-55.
- [6] 안관영·박노국(2007), "정보통신분야 종사자의 내부마케팅노력이 서비스품질에 미치는 효과", 품질경영학회지 제35권 제4호, pp. 78-88.
- [7] 오세조, 김상덕, 조현식, 강보현(2003), "프랜차이즈 본부와 가맹점 간의 결속이 가맹점의 매출에 미치는 영향," 연세경영연구, 40(1), 23-46.
- [8] 한국프랜차이즈협회(2006), 프랜차이즈산업 실태조사 결과, 한국프랜차이즈협회 홈페이지.
- [9] 한숙영·김민주(2006), "관광산업의 서비스품질 측정 연구에 관한 비판적 소고: 국내 호텔서비스품질에 관한 연구를 중심으로", 대한관광경영학회, 제12권 2호, pp. 213-233.
- [10] Cohen, J, and P. Cohen(1983), Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral science, Hillsdale, New Jersey: Laerence Erlbaum Associates.
- [11] Cronin, Jr., J. J., and S. A. Taylor(1992), "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension", Journal of Marketing, vol. 56, pp. 55-68.
- [12] Garvin, D. A.(1988), Managing Quality: The Strategic and Competitive Edge, The Free Press.
- [13] Greenberg, J.(1990), "Organizational justice: yesterday, today, and tomorrow," Journal of Management, vol. 16, pp. 399-432.
- [14] Gundlach, Gregory T. and Patrick E. Murphy(1993), "Ethical and Legal foundations of Relationship Marketing Exchanges," Journal of Marketing, 57(4), 35-46.
- [15] Homans, G. C.(1961), Social Behavior: Its Elementary Forms, Harcourt, Brace, and World.
- [16] Klaus, P. G(1985), "Quality Heremoni: The Conceptual Understanding of Quality in Face to Face Service Encounter", in J. A. Czepiel, et al.(eds), Managing Employee/ Customer Interaction in Service Business, Lexington Books.
- [17] Lerner, M. J.(1977), "The justice motive: Some hypotheses as to its origins and forms", Journal of Personality, Vol. 45, pp. 1-52.
- [18] Morrison, E. W.(1996), "Organizational citizenship behavior as a critical link between HRM practices and service quality," Human Resource Management, vol. 35, no 4, pp 488-512.
- [19] Parasuraman, A, Zeithaml, V. A., and Berry, L.(1985), "A conceptual model of service quality and its implication for future research", Journal of Marketing Vol. 49(Fall), pp 41-50.
- [20] Parasuraman, A, Zeithaml, V. A., and Berry, L.(1988), "SERVQUAL: a multiple item scale for measuring

consumer perceptions of service quality", *Journal of Retailing*, Vol. 64(Spring), pp. 12-40.

- [21] Pulkkinen, L.(1996), "Female and Male Personality Styles: A Typological Developmental Analysis", *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 70, 1288-1306.
- [22] Quinn, J. B., J. J. Baruch, and P. C. Paquette(1987), "Technology in Services", *Scientific American*. New York, Vol.257(Dec), Iss.6, 5.
- [23] Williams, S.(1999), "The Effects of Distributive and Procedural Justice on Performance", *The Journal of Psychology*, vol. 133(2), pp. 183-193.
- [24] Zenke, R. & Schaaf, D.(1989), *The service edge: 101 companies that profit from customer care*, New York: New American Library.

저 자 소 개

안 관 영



현재 상지대학교 경영학과 교수로 재직 중이다. 청주대학교에서 경영학사, 서울대학교에서 경영학 석사, 인하대학교에서 경영학 박사 학위 취득하였고, 인사·조직이 주 전공이면서 이를 바탕으로 서비스품질, 안전경영, 직업탐색 등에 대한 행위론적 접근에

많은 관심을 갖고 연구 중이다.

주소: 강원도 원주시 우산동 660 상지대학교 경영학과