

IT 서비스 상황에서의 심리적 기제 : 갈등, 만족, 신뢰 그리고 몰입*

박준기** · 이혜정*** · 이정우****

Explicating Moderating Effects of Conflict in the Psychological Mechanism in IT Service Engagement*

Jun-Gi Park** · Hyejung Lee*** · Jungwoo Lee****

■ Abstract ■

In IT service quality research, the relationship between the service quality and clients' satisfaction was the focus of many studies while in relationship quality research, the influence of trust and conflict on relationship commitment seems to be the focus. In this study, these two research streams are integrated and a theoretical research model is proposed consisting of IT service quality, satisfaction, trust and relationship commitment with conflict as a moderator for the overall psychological mechanism. As satisfaction represents emotional response while trust cognitive response, this research model integrated both emotional and cognitive aspects of relationship maintenance in the IT service context. Analysis of data collected from 262 employees of global IT service firm revealed the differential effects of reliability, responsiveness, assurance and empathy on satisfaction and trust. Also, depending upon the level of conflict, the effects of reliability and assurance were found to be moderated. Further analysis revealed more profound mechanism at work relating emotional and cognitive aspects in the psychology of relationship maintenance in IT service context. Practical implications are further discussed in the conclusion.

Keyword : IT Service, Service Quality, Satisfaction, Relationship Commitment, Trust, Conflict, Relationship Quality

논문투고일 : 2013년 10월 25일 논문수정완료일 : 2014년 03월 07일 논문게재확정일 : 2014년 03월 12일

* 본 논문은 2012년 정부(교육부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2012S1A3A2033474).

** 연세대학교 워크사이언스연구소 연구원

*** 연세대학교 박사과정

**** 연세대학교 교수, 교신저자

1. 서 론

기업의 경쟁력 강화를 위하여 비즈니스 프로세스를 최적화하고 IT 시스템을 통해서 지속적으로 유지·관리하는 것은 기업 활동의 중요한 일상이 되었다. 뿐만 아니라 기업 전체의 경영 전략을 최대한 지원할 수 있도록 IT 자원에 대한 종합적인 계획을 수립하는 활동인 ISP(Information Strategy Planning)나 증강기 IT 계획 수립은 중요한 활동이 되고 있다[3]. 이러한 현상은 기업이 보유한 대부분의 프로세스가 ERP(Enterprise Resource Planning)나 SCM(Supply Chain Management) 시스템과 같은 IT 시스템을 통해 운영·관리되는 데에 기인한다. 이때 IT 아웃소싱 기업이나 기업 내의 IT 부서는 서비스 제공자가 되고 시스템 사용자는 고객이 되어 IT 서비스 환경을 형성한다. IT 서비스 환경에서 서비스 제공자들은 사용자들이 인식하는 서비스 품질에 의해 평가를 받게 되는데, IT 서비스를 아웃소싱 하는 경우에는 이러한 서비스 품질 평가 결과가 계약관계를 결정짓는 중요한 요소가 되기도 한다. 이에 따라 IT 서비스 제공자들의 성공적인 업무 수행과 고객 만족을 이끌어내기 위한 중요한 선행요인으로서 IT 서비스 품질을 측정하고 개선하기 위한 연구들이 활발하게 이루어져 왔다[7, 22, 36, 42, 43]. 특히 IT 서비스 품질 연구에서 적용된 SERVQUAL의 경우 5개(유형성, 신뢰성, 응답성, 보증성, 공감성)로 구성된 복합요인을 하나의 IT 서비스 품질로 연구가 수행되었다. 그러나 IT 서비스 품질의 세부 구성요소들이 IT 사용자에게 어떻게 작용하는지에 대한 연구는 일부 Web-service나 전자상거래와 같이 한정되어 있고, 기업의 IT시스템 환경에서는 연구가 부족한 실정이다.

IT 서비스 제공자가 전문 서비스를 제공하더라도 그것만으로는 사용자의 신뢰를 얻고 지속적으로 관계를 유지하기는 쉽지 않다[58]. IT 서비스 환경은 서비스 제공자가 사용자들이 겪는 다양한 문제를 이해하고 해결하는 과정을 반복적으로 수행하게 되는데, 이때 사용자들의 반응을 확인하고

이것을 다시 IT 서비스에 반영하는 상호영향 관계가 형성 된다[15]. Lee and Kim[47]은 조직의 IT 서비스를 서비스 제공자와 사용자의 신뢰, 비즈니스 이해, 이익과 위험의 공유, 갈등, 몰입으로 이루어진 파트너십이라고 설명하고 있다. 즉, IT 서비스 관계는 신뢰와 몰입과 같이 긍정적 관계를 결정짓는 요인과 함께 상호 관계에서 발생하는 갈등과 같은 부정적 요인이 포함되어 복합적으로 작용하여 만들어진다[29]. 지식 기반 서비스인 IT 서비스에 있어서 고객으로 하여금 이러한 서비스 관계에 몰입하도록 유도하는 것이 IT 서비스의 지속성을 유지하는 데 있어서 중요한 전제조건임은 두말할 나위가 없다. 그리고 기업의 IT 서비스는 같은 장소, 같은 공간에서 동시에 업무를 진행하는 것이 아니라, 서로 다른 장소에서 시간과 공간을 초월하여 업무를 수행하게 된다. 따라서 IT 서비스 제공자와 사용자 간의 갈등 상황은 대면 조건의 일반적인 서비스 상황에 비해 더 영향을 주게 된다. 그럼에도 불구하고 IT 서비스에서 발생하는 갈등에 대한 연구는 프로젝트 상황에서 집단의 문화적 갈등[48], ERP프로젝트에서 현업의 IT 사용자의 갈등과 저항[51], 그리고 IT 프로젝트나 시스템 개발 상황과 같이 한정된 상황에서 발생하는 갈등에 초점이 맞춰져 있다[4, 9, 49]. 일반적으로 기업의 경우 IT 시스템을 통해 대부분의 업무를 수행하는 경우에는 IT 서비스 제공자와의 관계가 업무 수행에 영향을 주는 경우가 많다. 하지만 기업 내의 IT 시스템 프로젝트와 같이 한정된 환경보다는 IT 시스템의 사용 환경에서 발생하는 갈등관계가 사용자의 IT 서비스에 대한 행동과 태도를 결정할 수 있다.

따라서 본 연구는 인식된 IT 서비스 품질의 어떤 세부 요인이 사용자의 만족과 신뢰라는 반응에 영향을 주는지를 살펴보고, IT 서비스 제공자와 사용자의 관계에서 발생하는 갈등 수준이 IT 서비스에 대한 사용자 인식에 어떤 영향을 주는지를 살펴보고자 한다. 이를 위해 기존 연구를 살펴보고 가설과 연구 모델을 수립하여 설문 데이터를 통해 실증하였다.

2. 이론적 배경

2.1 IT 서비스 품질

서비스 품질에 관한 연구는 지각된 서비스 품질에 관한 개념적 모델을 제시한 Parasuraman, Zeithaml, and Berry[57]의 연구를 통해서 본격적인 주목을 받기 시작했다. Parasuraman et al.[57]는 서비스의 품질을 측정하기 위해 기대이론에 기반을 둔 기대한 서비스(E)와 지각된 서비스 성과(P)와의 차이(P - E)를 측정하는 갭(Gap)모델을 주장하였고, 실증 연구를 통해 서비스 품질을 평가하는 5개 요인(유형성, 신뢰성, 응답성, 보증성, 공감성), 22개 항목의 'SERVQUAL' 척도를 개발하였다. IT 서비스 환경에서 서비스 품질 연구도 SERVQUAL을 이용하여 IT 서비스의 성과 측정에 적용 가능한지를 실증하고, IT 서비스 분야에 적합한 측정지표를 확인하는 연구를 중심으로 진행되었다[6, 37, 38, 40, 41, 42]. Kettinger and Lee[40]는 사용자가 인식하는 IT 부서의 서비스 품질 평가를 위한 성과 측정 도구로서 SERVQUAL의 유용성을 확인하였다. 이는 다른 연구자들에 의해서도 확인되고 있는데, 마케팅 분야에서 사용하기 시작한 SERVQUAL의 측정지표가 서비스 품질을 측정하는데 있어서 일반화가 가능한 지표이기 때문에 IT사용자들에게도 IT 서비스 제공자의 성과를 비교할 수 있는 도구로 사용할 수 있다고 설명하고 있다[59].

SERVQUAL에 기반을 둔 IT 서비스 품질 측정은 IT 서비스 품질을 4개 혹은 5개 요인으로 구성된 다중개념으로 접근했다는 점에서 기본적으로 IT 서비스 품질은 다중요인을 하나의 개념으로 구성해서 측정된다[8, 37, 41]. 그러나 서비스 품질은 대상 서비스에 따라서 요인 구성이 다양하며[14, 38, 65], 몇몇 연구자들은 서비스 품질 구성 요인들에 따라 사용자의 태도와 행동이 다르게 영향을 준다는 점에 주목하기도 한다[21, 33]. 하지만, IT 서비스 환경에서 서비스 품질은

주로 서비스 품질을 하나의 개념으로 구성하여 연구는 진행되고 있으나, 상대적으로 IT 서비스 품질의 개별 구성 요인들의 영향을 살펴보는 연구는 전자상거래와 같이 웹 서비스에서만 주로 한정 되어 있다[39]. 따라서 정보시스템의 유지 관리에 기반을 두는 IT 서비스 제공자와 사용자 간의 관계에서 IT 서비스 품질을 구성하는 세부 구성요소들이 사용자에게 어떤 영향을 살펴볼 필요가 있다.

2.2 IT 서비스 품질과 만족

사용자 만족에 대한 개념 정의에 대해서는 다양한 견해 차이가 존재하고 만족을 측정하는 척도와 측정방법에 대한 차이를 보이고 있어 쉽게 개념정의가 어려운 것이 현실이다[5]. 학자마다 사용자만족에 대한 관점은 다르지만 만족은 고객이 기업 혹은 서비스 제공자에 대한 전반적인 평가로서 관계의 장기화를 이끄는 중요한 요인으로 인식된다[11]. 또한 Oliver[55]는 사용자 만족은 불일치된 기대와 고객이 경험에 대해 사전적으로 가지고 있던 감정이 복합적으로 결합하여 발생한 종합적인 심리상태라고 개념화하였고, Anderson and Sullivan[10]는 만족을 시간의 경과에 따라 누적되는 거래와 서비스 경험에 의해 평가되는 것으로 정의 하였다. Gupta and Stewart[32]는 사용자 만족도를 측정하기 위해서 기대와 불일치 정도를 복잡하게 측정하기 보다는 소비자가 잠재변수들 간의 지각하고 있는 성과자체를 직접 측정하는 것이 더 유용하다고 제안했다. IT 서비스 환경에서도 사용자 만족을 측정하는 것은 제품이나 서비스에 대한 기대나 선호, 평가기준으로서의 경험이나 적응 수준, 서비스 품질, 관계 혜택 등에 따라 영향을 받게 되는 거래 후 평가 요인으로서 제시되고 있다[16]. 지식 공유 관점의 연구에서는 IT 서비스 품질이 서비스 만족을 통해서 이를 촉진시킨다는 연구 결과를 보고하고 있다[8]. 또 다른 연구에서는 IT 서비스에 대

한 만족이 IT 시스템의 지속적인 사용을 가능하게 하는 요인이라고 설명하고 있다[15]. 이처럼 IT 서비스 품질의 종속 변수로서 IT 서비스 만족은 폭넓게 측정되고 있다[7].

Parasuraman et al.[56, 57]은 높은 서비스 품질이 고객 만족을 증가시킨다고 했다. Kettinger and Lee[40]와 Venkatesh[64]에 따르면 IT 서비스 품질 측정은 정보시스템을 사용하는 사용자가 지각하는 품질 수준과 성과를 측정하는 것으로 사용자가 인식하는 서비스에 대한 지각은 사용자가 서비스를 수용하면서 얻는 만족 수준을 의미한다. Park et al.[58]의 연구에서는 IT 컨설팅 서비스 품질과 사용자 만족도와의 관계가 긍정적임을 보여주고 있다. 따라서 IT 서비스 품질의 세부요인과 서비스 만족의 관계는 긍정적인 영향 관계를 가질 것이다.

가설 1 : IT 서비스 품질은 서비스 만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1a : 신뢰성은 서비스 만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1b : 응답성은 서비스 만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다

가설 1c : 보증성은 서비스 만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1d : 공감성은 서비스 만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2.3 IT 서비스 품질과 신뢰

서비스 제공자와 사용자 간의 관계를 결정하는데 있어서 신뢰는 교환 상대의 정직성과 믿음에 대한 확신으로 관계 형성의 원인이 된다[23]. IT 아웃소싱 환경에서 당사자들 간의 신뢰는 모든 거래의 기본 틀이며[46], IT 서비스 제공자와 지속적인 관계를 유지하게 만드는 동력이다[58]. Montoya, Massey, and Khatri[53]는 IT 서비스 제공자에 대한 신뢰는 사용자가 인식하는 실질적인 이익과 사회적

영향력에 의해서 결정되는 요소로 봤다. 그들은 실제적인 이익은 IT 서비스 제공자가 얼마나 잘 교육되어 있고 기존에 서비스를 잘 운영했는지를 통해서 결정된다고 했다. 따라서 IT 서비스의 신뢰는 서비스 제공자에 대한 확신으로 개념화 할 수 있다. 서비스 품질은 서비스에 대한 전반적 평가로 사용자가 인식하는 평가결과는 사용자의 태도에 영향을 준다[66]. Sharma et al.[61]는 전문가 서비스를 지속적으로 받는 환경에서 서비스 품질이 신뢰에 직접적인 영향을 준다는 사실을 확인 했으며, 그 외에도 두 개념 간에 영향관계가 있음을 실증한 연구들이 다수 있다[16, 60]. Carr [15]의 연구에 따르면 IT 사용자가 인식하는 IT 서비스 품질과 IT 서비스 신뢰는 긍정적 영향관계가 존재하고 있다. 따라서 IT 서비스 품질의 세부요인과 서비스 신뢰의 관계는 긍정적인 영향 관계를 가질 것이다.

가설 2 : IT 서비스 품질은 서비스 신뢰에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2a : 신뢰성은 서비스 신뢰에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2b : 응답성은 서비스 신뢰에 긍정적인 영향을 미칠 것이다

가설 2c : 보증성은 서비스 신뢰에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2d : 공감성은 서비스 신뢰에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2.4 IT 서비스 만족, 신뢰 그리고 몰입

서비스 제공자와 사용자의 관계는 사용자 관점에서 교환 파트너의 진실성에 의존하여 미래 행동에 대해 확신을 가지게 만드는 요인들로 구성되어 있다[23]. 서비스 관계를 결정하는 요인에 관한 연구는 주로 관계 마케팅 분야에서 활발하게 진행되어 왔는데, 거래 당사자인 파트너에 대한 만족, 신뢰와 몰입을 대표적인 요인 변수로 설정하고

있다[60]. IT 서비스 분야 연구에서도 서비스 만족, 신뢰 그리고 몰입간의 관계는 사용자의 행동을 설명하는 중요 변수이다[8]. Chiu, Hsu, Lai, and Chang[20]은 IT 서비스에서 사용자 만족을 측정한다는 것은 고객가치와 평가에 관한 심도 있는 규명이 필요한 것으로 인식했다. 개인에 대한 신뢰는 서비스가 만족스러운 결과를 가져다 주는 경우에 얻어지는 것이다. 따라서 고객의 기대를 충족시켜주면 시간이 지남에 따라 서비스에 대한 만족이 형성되고 이로 인해 서비스 제공자의 신뢰가 강화되게 된다[39]. IT 서비스 환경에서는 만족이 서비스 신뢰의 선행요인이라는 관점이 넓게 받아들여지고 있다[45, 60]. 처음 IT 서비스를 사용하는 경우에는 사용자가 인지하는 과정은 사용에 따른 만족을 통해 제품과 서비스의 사용자의 태도가 변화하는 과정을 거치게 된다. 또한 계속 혹은 재사용하는 서비스의 경우에도 서비스를 받는 그 당시의 서비스 만족이 신뢰와 몰입을 선행하게 된다. 따라서 IT 서비스 만족이 서비스 신뢰에 선행해서 영향을 줄 것이다 [30, 45, 60].

가설 3 : IT 서비스에 대한 만족은 고객이 인식하는 신뢰에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

관계몰입은 서비스 제공자와 고객 간의 상호작용을 통해서 강화된다[44]. Sharma et al.[61]는 서비스 제공자의 서비스 성과를 인식하는 방법으로 고객이 서비스 제공자에게 가지는 관계몰입을 제시하고 있다. IT 서비스는 고객이 서비스 제공자를 한번 선택하면 일정기간 동안 쉽게 바꿀 수 없는 한계가 존재한다. 특히 기업의 정보시스템을 아웃소싱 하는 경우에는 서비스 제공자를 쉽게 바꿀 수 없기 때문에 더욱 관계 몰입의 영향이 커지게 된다[16]. 또한 관계몰입은 IT 서비스에 대한 고객의 자발적 참여를 결정짓는 최종 요인으로 고려되고 있다[15, 58]. Garbarino and Johnson[27]

은 만족과 몰입간의 관계는 관계지향성의 정도에 따라 다르게 나타날 것으로 가정했다. 즉, 관계지향성이 낮은 경우에는 만족이 몰입에 긍정적인 영향을 주지만, 관계지향성이 높은 경우에는 영향을 주지 않는다고 주장했다. Luarn and Lin[50]은 IT 서비스 환경에서 고객 만족도가 고객 몰입과 충성도에 대한 유의적인 영향을 준다는 사실을 확인했다. Carr[15]는 사용자 관계에 대한 연구를 통해 만족은 몰입에 긍정적인 영향 관계를 가지고 있는 것을 확인했다.

가설 4 : IT 서비스 만족은 관계 몰입에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

Gummesson[31]은 고객 서비스 접점에서 관계의 대응 상태로서 신뢰와 만족이 관계를 설명하는 핵심요소로 설정했다. Morgan and Hunt[54]은 서비스 교환 관계에 있어서 가장 핵심적인 변수는 신뢰-몰입이라고 주장하고, 신뢰가 몰입에 가장 중요한 선행변수라는 점을 명확하게 했다. 이와 같이 서비스 관계에서는 신뢰와 몰입의 관계가 긍정적인 영향을 준다는 일치된 결과를 주고 있다[23]. IT 서비스 제공자에 대한 신뢰 역시 관계를 형성하는데 핵심적인 역할을 수행하고 IT 서비스 제공자와의 관계를 강화시키고 유지시키는데 가장 기본적인 항목으로 작용한다[15, 58]. 따라서 IT 서비스 신뢰가 높아질수록 관계에 대한 몰입에 긍정적인 것일 것이다.

가설 5 : IT 서비스 신뢰는 관계 몰입에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2.4 IT 서비스의 관계 갈등

갈등이란 서로 다른 관점을 가지고 있거나 대인 관계의 대립을 가지고 있는 사람들이 가지는 지각(Perception)으로 정의 된다[34]. 갈등은 집단

구성원 상호가 인지한 차이점에 의해 긴장하게 된 결과 발생하는 것으로, 집단의 과업 수행에 영향을 미치는 중요한 요인으로 여겨지고 있다[24]. 일반적으로 갈등은 크게 세 가지 정도의 유형으로 구분되는데, 단기적인 관점에서 일의 내용이나 목표와 관련하여 불일치를 갖게 되는 과업 갈등(Task Conflict), 개인의 취향, 선호, 가치 등의 대립, 구성원들 사이에서의 긴장, 그리고 인간관계에서 발생하는 부정적인 감정 등과 같은 관계 갈등(Relationship Conflict), 그리고 역할 책임, 스케줄, 자원 요구 등의 이견이 초래하는 과정갈등(Process Conflict)으로 각각의 갈등 유형에 따라 조직에 미치는 영향이 상이하다고 알려져 있다 [24, 34, 35].

IT 서비스 제공자와 사용자간의 갈등은 프로그램 개발 및 운영 과정에서 주로 발생한다. IT 서비스를 개발하는 과정에서는 개발자와 사용자들이 일정한 책임과 의무를 가지고 과업을 수행할 때 상호간 의사소통과 개발 산출물에 대한 평가, 승인하는 일련의 과정 속에서 영향력을 주고받으면서 갈등이 발생한다[9, 13]. IT 운영 및 유지관리의 경우에는 운영자와 사용자간의 관계 요인과 업무차이에 기인하는 업무 요인 그리고 과업을 수행하는 가치의 차이에 따라 갈등의 원인이 발생한다 [9]. 또한, IT 프로젝트 팀 내 갈등 현상에 대한 사례 연구에서 구성원이 과업을 인식하는 가치 방식의 차이가 갈등의 주요 원인이라고 설명하고 있다[4]. 즉, IT 서비스에서 갈등은 서비스 제공자와 사용자 간의 상호 관계 속에서 업무 수행 상에서 발생하는 활동, 목표, 자원의 부조화가 나타나는 정도로 개념화 할 수 있다. 특히, IT 운영 시에는 IT 서비스 담당자가 사용자의 요청사항에 대해 충분한 협의와 관심여부에 사용자는 서비스에 대한 가치를 확인하고 관계를 유지하고자 한다는 점에서 IT 서비스에 대한 사용자 인식이 갈등의 원인이 될 수 있다[15, 58].

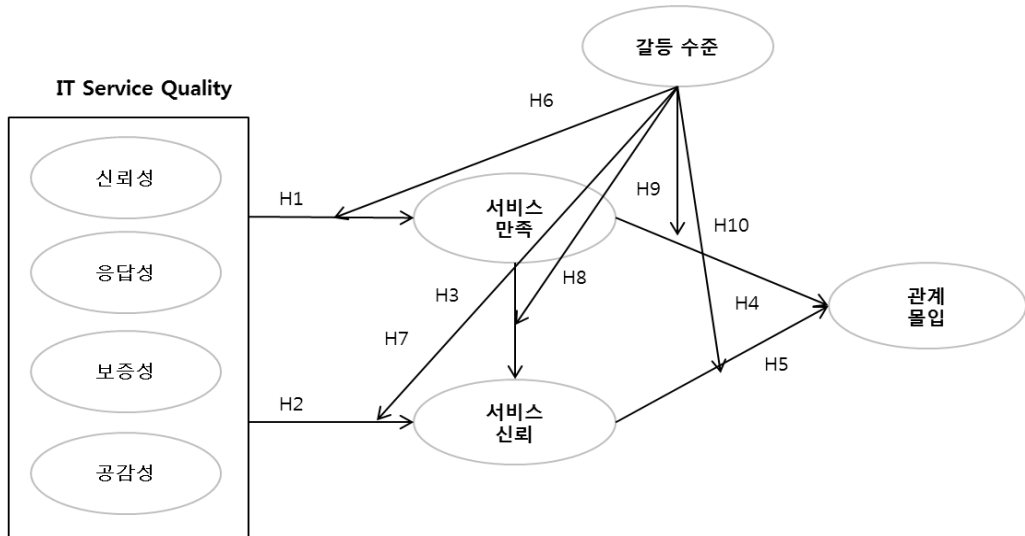
갈등은 집단 내 전반의 참여자들의 인식에 영

향을 주게 된다. 계획된 행위 이론에 따르면, 현재 인식되는 참여자간의 관계에 대한 인식은 행동에 영향을 주게 된다. 성공적인 서비스 관계가 유지된 상태에서는 차후에 서비스가 더 좋을 것이라고 기대하게 되고, 충족될 경우 신뢰가 높아지게 된다. 반대의 경우에도 기대한 서비스가 낮은 상태에서 발생한 갈등관계에서는 향후의 서비스가 더 좋지 않을 것으로 기대하게 된다. 또한, 서비스 결과에 대한 고객의 인식이 기대한 것에 미치지 못하면 서비스 제공자에 대한 불만이 만들어지고 이를 통해 서비스 제공자와 갈등관계가 형성하게 된다[4]. IT 서비스와 같이 높은 수준의 지식을 요구하는 서비스에 문제가 발생했을 경우 사용자의 의존성이 높아지게 되며, 이런 과정에서 상호간의 갈등이 발생할 수 있다[2]. 기대-만족 이론에 따르면 서비스에 대한 만족과 사용자에게 영향을 주는 태도의 관계는 사용자의 경험을 토대로 영향이 된다[26]. 따라서 현재 갈등이 존재하는 경우 서비스 품질에 대한 기대수준이 낮아지고 만족을 원하는 수준이 낮다. 하지만 높은 서비스 품질을 제공할 경우 상대적으로 높은 만족을 경험하게 된다. 즉 기존의 갈등 수준에 따라 품질과 성과에 대한 기대 수준이 달라진다. 이러한 선행연구 결과를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 6 : 갈등수준에 따라 IT 서비스 품질이 서비스 만족에 미치는 영향은 차이가 있을 것이다.

가설 7 : 갈등수준에 따라 IT 서비스 품질이 서비스 신뢰에 미치는 영향은 차이가 있을 것이다.

갈등은 집단의 효과성을 떨어트리고 몰입에 부정적인 영향을 미치며, 의사결정에도 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다[34]. Simons



[그림 1] 연구 모델

and Peterson[62]은 기업 내의 의사결정 과정에서 갈등 수준에 따라 신뢰는 조절된다고 했다. 현재 갈등 수준이 높으면 신뢰는 더 낮아지게 되고 수준이 낮으면 신뢰는 더 높아지게 된다. 높은 갈등은 조직관점에서 몰입을 하는데 방해로 주고 조직 만족에도 부정적 영향을 준다[1]. 지속적인 관계를 유지하는 조직의 경우 갈등수준에 따라 관계를 유지하는데 최적의 상황으로 갈등을 관리해야 한다는 점을 강조한다[4]. 즉 IT 서비스와 같이 서비스 교환관계에서는 갈등이 필연적으로 발생하게 되며, 갈등수준에 따라 IT 서비스 참여자(제공자와 사용자)간의 관계는 차이가 발생할 것이다. 따라서 다음과 같이 가설을 설정하였다.

- 가설 8 : 갈등수준에 따라 서비스 만족이 서비스 신뢰에 미치는 영향은 차이가 있을 것이다.
 가설 9 : 갈등수준에 따라 서비스 만족이 관계 몰입에 미치는 영향은 차이가 있을 것이다.
 가설 10 : 갈등수준에 따라 서비스 신뢰가 관계 몰입에 미치는 영향은 차이가 있을 것이다.

본 연구는 앞에서 설정한 가설을 바탕으로 갈등

정도에 따라 서비스 품질이 만족과 신뢰 그리고 관계몰입의 관계에 영향을 미치는 정도가 차이 존재 할 것이라는 가설을 설정하여 [그림 1]과 같은 연구 모델을 구성하였다.

3. 연구방법 및 설계

3.1 자료 수집 및 분석 방법

본 연구는 글로벌 전자 기업 3개사의 IT 시스템 사용자를 기준으로 하였다. 3개의 기업은 매출규모로 6조에서 60조에 이르는 대규모 기업집단으로 다양한 시스템을 보유하고 운영한다는 점에서 충분한 샘플 다양성을 확보 한 것으로 판단했다. 설문대상인 IT 사용자는 2012년 1월부터 6월까지 IT 개발 프로젝트 참여 경험이 있는 사용자중 무작위로 총 300명을 선정하였고, 설문지는 2012년 9월에 배포하였다. 총 응답자는 285명이 설문에 응답하였다. 결측치나 분석에 적합하지 않는 설문지는 제외하고 총 262명의 자료를 분석에 사용하였다. 응답자 특성을 살펴보면 갈등수준의 평균값(2.67)을 기준으로 고수준 갈등집단(총 132명)과 저수준 갈등 집단

〈표 1〉 응답자 특성

특성	전체		고수준 갈등		저수준 갈등		
	인원	%	인원	%	인원	%	
업무영역	마케팅/영업	43	16.4%	26	19.7%	17	13.1%
	연구개발	105	40.1%	57	43.2%	48	36.9%
	기획/경영	40	15.3%	23	17.4%	17	13.1%
	생산/제조	74	28.2%	24	18.2%	50	38.5%
업무경력	5년 미만	147	56.1%	72	54.5%	75	57.7%
	5~10	68	26.0%	38	28.8%	30	23.1%
	11~15	26	9.9%	13	9.8%	13	10.0%
	16~20	12	4.6%	3	2.3%	9	6.9%
	21년 이상	9	3.4%	4	3.0%	5	3.8%
주 사용 시스템	데이터 분석	44	16.8%	19	14.4%	25	19.2%
	ERP	86	32.8%	43	32.6%	43	33.1%
	SCM(공급망관리)	33	12.6%	14	10.6%	19	14.6%
	지식관리	25	9.5%	15	11.4%	10	7.7%
	HR시스템	39	14.9%	26	19.7%	13	10.0%
	CRM(고객관리)	12	4.6%	6	4.5%	6	4.6%
	회계관리	9	3.4%	3	2.3%	6	4.6%
	기타	14	5.3%	4	3.0%	10	7.7%
총합	262	100	132	100	130	100	

(총 130명)으로 구분하여 정리하였다. 전체 응답자는 업무 영역으로 연구개발 105명(40.1%), 생산/제조 74명(28.2%의 순으로 구분되었으나, 저수준 갈등 집단의 경우는 생산/제조 50명(38.5%), 연구개발 48명(36.9%)의 순으로 생산/제조 직군의 분포가 높았다.

업무경력은 전체적으로 5년 미만 147명(56.1%)이며 5~10년 경력(26%, 68명)과 11~15년 경력(9.9%, 26명) 순으로 분포되어 있다. 응답자의 주 사용시스템을 구분해 보면, 전체적으로는 ERP(32.8%, 86명)가 가장 높고 다음으로 데이터 분석(16.8%, 44명), HR시스템(14.9%, 39명)순이었으나 고수준 갈등집단의 경우는 ERP(32.6%)-HR시스템(19.7%)-데이터 분석(14.4%)이었고, 저수준 갈등집단은 ERP(33.1%)-데이터 분석(19.2%)-SCM(14.6%)순으로 조사되었다. 자세한 응답자 특성과 통계치는 <표 1>에 제시하였다. 수집된

자료는 분석을 위해 SPSS 15.0과 SMARTPLS를 사용하였다.

3.2 변수의 조작적 정의

연구모형을 검증하기 위해 설문조사 방법을 사용하였으며 타당성이 검증된 설문항목을 토대로 연구목적에 맞게 수정하였다. 설문항목은 총 31개로 모두 5점 리커트 척도로 측정되었다. IT 서비스 품질은 Parasuraman et al.[57]의 서비스 품질에 대한 정의를 바탕으로 “IT 서비스의 우수성에 대한 개인의 전반적 판단 혹은 태도”로 정의하고 이 개념을 측정하기 위해서 Kettinger and Lee[41]에서 제시한 IT 서비스 품질을 기반으로 박준기 등[7]의 16개 설문 항목을 사용하였다. 그 외 본 연구에서 사용된 변수들의 측정항목을 정리하면 <표 2>과 같다.

〈표 2〉 변수의 조작적 정의와 측정항목

변수		측정항목		참고문헌
서비스 품질	신뢰성	REL1 REL2 REL3 REL4	<ul style="list-style-type: none"> • IT 서비스 담당자는 특정한 시간에 약속하면, 꼭 약속을 준수한다. • IT 서비스 담당자는 제공하기로 한 시간 내에 처리한다. • IT 서비스 담당자는 한 번에 정확하게 실행한다. • IT 서비스 담당자는 수행하기로 한 시간에 서비스를 제공한다. 	[7, 41]
	응답성	RES1 RES2 RES3 RES4	<ul style="list-style-type: none"> • IT 서비스 담당자는 아무리 바빠도 내 요구에 응대한다. • IT 서비스 담당자는 나에게 도움을 기꺼이 제공한다. • IT 서비스 담당자는 즉시 서비스를 제공한다. • IT 서비스 담당자는 요청된 서비스가 언제 완료되는지 여부를 알려준다. 	
	보증성	ASS1 ASS2 ASS3 ASS4	<ul style="list-style-type: none"> • IT 서비스 담당자의 행동은 IT 서비스에 대해 확신을 준다. • IT 서비스 담당자는 나에게 항상 예의 바르다. • IT 서비스 담당자는 나의 질문에 응답할 만한 전문성을 가졌다. • IT 서비스 담당자는 나의 문제를 해결할 능력을 가졌다. 	
	공감성	EMP1 EMP2 EMP3 EMP4	<ul style="list-style-type: none"> • IT 서비스 담당자는 나에게 진지한 관심을 제공한다. • IT 서비스 담당자는 개개인에 대해 집중한다. • IT 서비스 담당자는 개인적인 관심에 집중해 준다. • IT 서비스 담당자는 나의 특별한 요구사항을 이해한다. 	
서비스 신뢰	TRT1 TRT2 TRT3 TRT4	<ul style="list-style-type: none"> • IT 서비스를 믿을 수 있다. • IT 서비스의 결과는 믿을 수 있다. • IT 서비스는 충분히 신뢰할 만 하다. • IT 서비스는 의지할 만 하다. 	[58]	
서비스 만족	SAT1 SAT2 SAT3 SAT4	<ul style="list-style-type: none"> • 나는 IT 서비스에 대해 만족한다. • 나는 기대했던 IT 서비스를 제공받는다. • 제공받는 IT 서비스는 나의 요구사항을 해결해준다. • 내가 경험한 IT 서비스를 다른 동료에게 추천한다. 	[15]	
관계몰입	CMM1 CMM2 CMM3 CMM4	<ul style="list-style-type: none"> • 나는 IT 서비스 담당자와 관계를 형성하는데 관심이 많다. • 나에게 IT 서비스 담당자와의 관계는 매우 중요하다. • 나는 IT 서비스 담당자를 배려하고자 노력한다. • 나는 IT 서비스 담당자와 관계를 발전시키기 위해 최대한 노력한다. 		
갈등	COF1 COF2 COF3	<p>나와 IT 서비스 담당자는 갈등이 있다.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 왜냐하면 자원(업무지원을 위한) 할당 문제 때문이다. • 왜냐하면 업무처리 순서에 대해 다르게 생각하기 때문이다. • 왜냐하면 업무에 대한 의견과 문화가 다르기 때문이다. 	[47, 52]	

4. 데이터 분석 및 결과

연구에 적합하다.

본 연구에서는 구조방정식을 기반으로 PLS(Partial Least Square) 분석방법을 사용하여 가설을 검증하였다. PLS 분석의 경우, 표본크기와 잔차 분포에 대한 요구사항이 엄격하지 않아 상대적으로 적은 표본의 경우 적용이 가능한 분석 방법이다 [28]. 또한 이론적인 구조모형에 대한 평가와 측정 모형에 대한 평가를 동시에 할 수 있다 [17, 19]. 따라서 본 연구와 같이 이론적 모델에 대한 탐색적

4.1 측정모형 분석

PLS를 이용하여 분석할 경우, 집중타당성(Convergent Validity)과 판별타당성(Discriminant Validity)의 검토는 필수적이다. 확인적 요인분석은 개념타당성을 확인하는 방법으로 신뢰성(Reliability), 집중타당성과 판별타당성의 검증을 위해 수행하였다 [63].

확인적 요인분석을 통해 각 측정항목의 관련 변수에 대한 요인 적재 값의 크기를 조사하였다. 측정항목과 변수간의 적재값이 0.7 이상 이면 측정항목의 개념적 타당성을 확보한 것으로 평가한다 [19]. 측정 결과는 <표 3>과 같이 관련된 모든 적재값이 0.7 이상을 나타냈다. 신뢰성은 구성개념을 측정하는데 있어 측정도구가 가지는 내적 일관성을 의미한다. 일반적으로 조합신뢰도의 검토를 통해서 평가될 수 있다. 집중타당성은 이론적으로 밀접한 관계를 갖는 개념이 서로 통계적으로 유의한

상관관계를 보이는 경우를 의미한다. 집중타당성은 각각의 잠재개념에 대한 측정 변수들이 유의한 t값을 가지고 적재되어야 한다는 의미이다. 집중타당성은 측정에러에 상대적인 구성개념 분산의 양을 의미하는 평균분산추출값(Average Variance Extracted : AVE)을 계산해서 검토한다. 검토된 모든 구성개념들의 개념신뢰도와 Cronbach's α 는 0.8을 상회하였고, 평균분산추출값도 모두 측정기준치인 0.5보다 높게 나타나 변수들의 신뢰성이 높은 것으로 판단된다[12].

<표 3> 확인적 요인분석 결과

구성 개념		관측변수				조합신뢰도 (Composite Reliability)	Cronbach's Alpha
		항목	평균	표준편차	요인적재값		
서비스 품질	신뢰성	REL1	3.626	0.907	0.896	0.931	0.900
		REL2	3.622	0.988	0.898		
		REL3	3.508	0.964	0.887		
		REL4	3.511	0.956	0.828		
	응답성	RES1	3.321	1.072	0.901	0.942	0.918
		RES2	3.290	1.030	0.896		
		RES3	3.508	1.010	0.907		
		RES4	3.359	1.153	0.881		
	보증성	ASS1	3.706	0.921	0.879	0.941	0.916
		ASS2	3.721	0.982	0.874		
		ASS3	3.821	0.896	0.898		
		ASS4	3.870	0.864	0.923		
	공감성	EMP1	3.485	1.076	0.923	0.950	0.929
		EMP2	3.389	1.071	0.890		
		EMP3	3.366	1.120	0.915		
		EMP4	3.546	1.050	0.904		
서비스 신뢰	TRT1	3.706	0.896	0.849	0.924	0.890	
	TRT2	3.802	0.846	0.894			
	TRT3	3.523	0.956	0.833			
	TRT4	3.721	0.892	0.893			
서비스 만족	SAT1	3.374	0.868	0.870	0.920	0.900	
	SAT2	3.237	0.940	0.865			
	SAT3	3.550	0.884	0.837			
	SAT4	3.588	0.956	0.871			
관계몰입	CMM1	3.317	1.009	0.873	0.928	0.897	
	CMM2	3.527	0.919	0.903			
	CMM3	3.580	0.937	0.888			
	CMM4	3.420	0.873	0.831			
갈등	COF1	2.416	1.048	0.873	0.920	0.886	
	COF2	2.550	1.054	0.842			
	COF3	2.454	1.054	0.955			

〈표 4〉 판별타당성 분석 결과

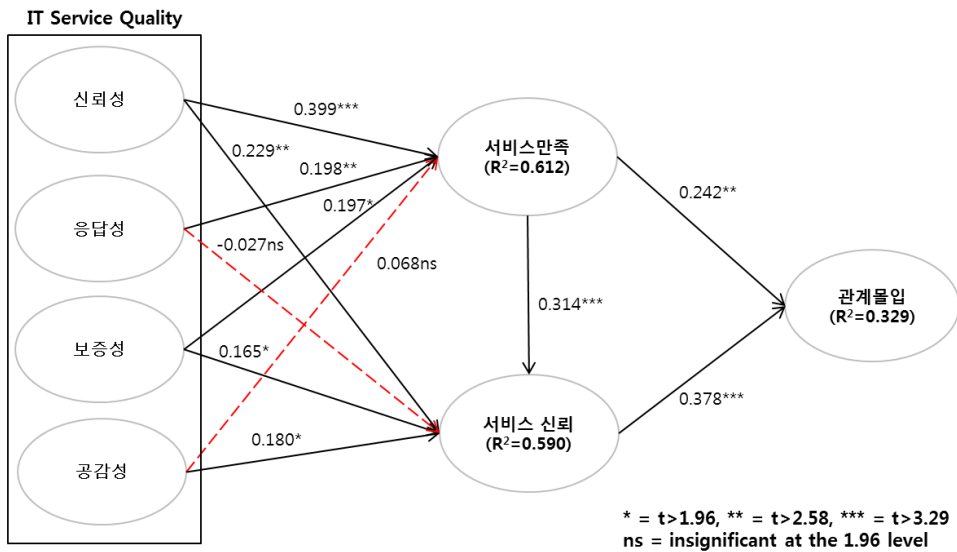
구성개념	AVE	REL	RES	ASS	EMP	TRT	SAT	CMM	COF
신뢰성	0.770	0.877							
응답성	0.803	0.734	0.896						
보증성	0.798	0.753	0.739	0.893					
공감성	0.825	0.705	0.712	0.770	0.908				
서비스 신뢰	0.753	0.693	0.607	0.675	0.651	0.868			
서비스 만족	0.741	0.741	0.685	0.696	0.642	0.696	0.861		
관계몰입	0.764	0.553	0.513	0.583	0.535	0.544	0.502	0.874	
갈등	0.794	-0.221	-0.174	-0.172	-0.236	-0.218	-0.312	0.057	0.891

판별타당성은 서로 상이한 개념이 있는 경우, 다른 개념을 측정하였을 때 얻어진 측정치들 간에는 상관관계가 매우 낮은 경우를 나타낸다. 잠재변수의 상관계수가 적절한 패턴의 적재값을 나타내야 하며, 측정변수는 할당된 요인에 높게 적재되어야 한다. PLS에서는 판별 타당성이 적합한지를 알아보기 위해 AVE의 제곱근 값이 변수간의 상관계수보다 높은 것으로 검증할 수 있다[25]. <표 4>의 오른쪽 행렬은 각 변수의 상관관계 계수 값을 나타내고 있고, 대각선 행렬은 AVE의 제곱근 값이다 제곱근한 AVE 값이 다른 상관계수 값보다 크게 나

타나고 있어 판별 타당성의 조건을 만족하고 있다.

4.2 구조모형 분석

측정모형 분석결과, 연구모형에 대한 신뢰성과 타당성이 확보되었으므로 구조모형을 이용하여 가설검증을 실시하였다. 구조모형은 모형의 잠재변수들 간의 의존적 관계를 나타낸다. 변수들 간의 상관관계를 나타내는데 사용되며, 측정 계수뿐만 아니라 각 계수의 표준오차와 t값을 나타낸다. 가설 검증 결과를 [그림 2]에 정리하여 제시하였다.



[그림 2] 구조모형 분석 결과

구조모형 분석 결과를 자세히 살펴보면 다음과 같다. IT 서비스 품질과 서비스 만족도 간의 관계를 설명하기 위해 설정한 가설 1은 4개의 하부요인별로 가설을 확인하였다. 가설 1a인 신뢰성과 서비스 만족의 관계($\beta = 0.399$, $t = 6.823$)와 가설 1b인 응답성과 서비스 만족 관계($\beta = 0.198$, $t = 2.757$), 가설 1c인 보증성과 서비스 만족의 관계($\beta = 0.197$, $t = 2.399$)는 통계적으로 유의하게 나와 가설이 지지 되었으나, 가설 1d인 공감성과 서비스 만족($\beta = 0.068$, $t = 0.976$)은 통계적으로 유의하지 않아 가설이 기각되었다. 가설 2의 서비스 품질과 신뢰의 관계 역시 4개의 하부 요인별로 가설을 확인했다. 가설 2a인 신뢰성과 서비스 신뢰의 관계($\beta = 0.299$, $t = 3.200$)와 가설 2c인 보증성과 서비스 신뢰($\beta = 0.165$, $t = 2.056$) 그리고 가설 2d인 공감성과 서비스 신뢰 관계($\beta = 0.180$, $t = 2.324$)는 통계적 유의한 결과로 가설을 뒷받침 했으나, 가설 2b인 응답성과 서비스 신뢰의 관계($\beta = -0.027$, $t = 0.363$)과 통계적으로 유의하지 하지 않아 가설이 기각되었다. 한편 서비스 만족, 신뢰 그리고 관계몰입과 관련된 가설을 분석한 결과는 다음과 같다. 가설 3의 서비스 만족과 신뢰는 $\beta = 0.314$ ($t = 4.216$)로 통계적으로 유의한 것으로 분석 되었다. 또한 가설 4의 서비스 만족과 관계몰입 $\beta = 0.242$ ($t = 3.381$), 그리고 가설 5의 신뢰와 관계 몰입은 $\beta = 0.378$ ($t = 5.146$)으로 두 가설 모두 통계적으로 유의한 결과가 나타났다.

4.3 조절 효과 분석

본 연구의 중요한 연구 과제인 갈등 수준에 따른 IT 서비스 품질 항목과 만족, 신뢰, 몰입 관계에서 조절 효과가 존재하는지를 분석하였다. 일반적으로 갈등 수준이 높은 관계는 IT 서비스에 대한 인식과 만족, 신뢰 그리고 몰입 전반에 걸쳐 갈등수준이 낮은 관계에 비해 방어적이다. 따라서 IT 서비스 품질수준이 높다고 해도 서비스 신뢰와 만족에 상대적으로 낮은 상관관계가 나타날 수 있다. 이러한 갈등 수준에 대한 관계의 차이를 살펴보기 위해

서 본 연구는 갈등수준에 대한 평균값을 이용하여 갈등수준 고갈등 그룹과 저갈등 그룹으로 구분하여 분석을 수행했다. 집단별 경로계수의 차이는 Chin, Marcolin, and Newsted[18]이 제시한 다음의 공식을 사용하였다.

아래 공식을 계산하기 위한 고갈등 그룹과 저갈등 그룹에 대한 구조모형 분석결과는 <표 5>에 나타나 있으며, 이 식에 대한 경로계수의 비교 및 가설 검증내역은 [그림 3]에 나타나 있다.

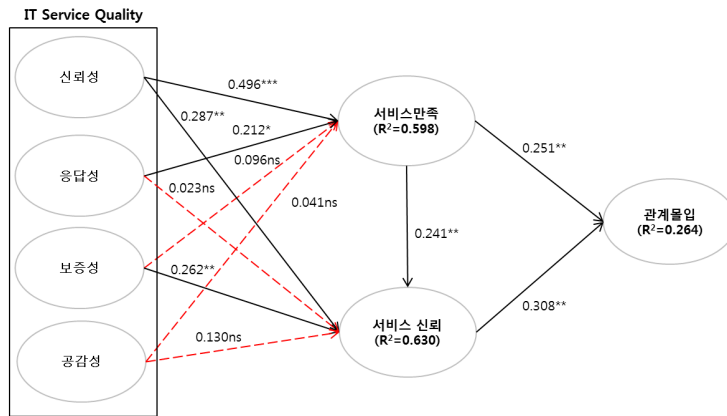
$$t_{ij} = \frac{p_1 - p_2}{\sqrt{\left(\frac{n_1 - 1}{n_1 + n_2 - 2} \times SE_1^2 + \frac{n_2 - 1}{n_1 + n_2 - 2} \times SE_2^2 \right) \times \sqrt{\left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

p_i : i 번째 경로계수

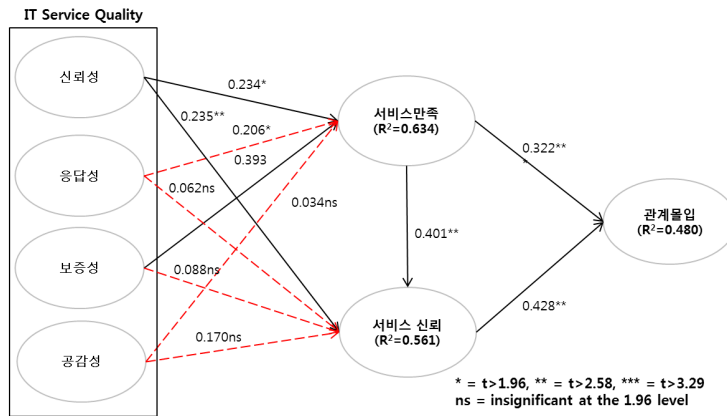
n_i : i 번째 표본크기

SE_i : i 번째 경로계수의 표준오차

갈등 수준에 따른 차이검증 분석결과는 <표 5>에 정리하였다. 고갈등 그룹과 저갈등 그룹에 대한 경로의 비교 분석결과 다음과 같은 몇 가지 특성을 발견 할 수 있었다. 먼저, 신뢰성이 서비스 만족에 주는 영향은 고갈등 그룹($\beta = 0.496$)이 저갈등 그룹($\beta = 0.234$)에 비해 큰 것을 알 수 있었다. 즉, 갈등수준이 높은 경우 IT 서비스 자체에 대한 믿을 만한 행동에 대해 저갈등 그룹보다 더 크게 영향을 준다고 인식하는 것이다. 반면에 보증성이 서비스 만족에 주는 영향은 저갈등 그룹($\beta = 0.393$)이 고갈등 그룹($\beta = 0.096$)에 비해 큰 것을 확인할 수 있다. 기존의 갈등 수준이 높은 경우는 IT 서비스 제공자의 신뢰 행동이 만족에 큰 영향을 주고 갈등 수준이 낮은 경우는 IT 서비스에 대한 확신을 줄 수 있는 행동이 만족에 큰 영향을 주는 것으로 나타났다. 따라서 가설 6a와 가설 6c는 유의한 차이가 존재하는 것으로 나타나서 가설이 채택되었다. 한편 IT 서비스 품질과 신뢰의 관계에 있어서는 보증성과 서비스 신뢰의 관계에 있어 고갈등 그룹($\beta = 0.262$)이 저갈등 그룹($\beta = 0.088$)보다 높은 경로계수를 가진다.



(1) 고갈등 그룹



* = $t > 1.96$, ** = $t > 2.58$, *** = $t > 3.29$
 ns = insignificant at the 1.96 level

(2) 저갈등 그룹

[그림 3] 갈등수준에 따른 구조모형 분석 결과

<표 5> 집단간 차이검증 분석 결과

가설	경로 명칭	고갈등 그룹(N = 132)		저갈등 그룹(N = 130)		경로계수 차의 t값	검증
		경로계수	표준오차	경로계수	표준오차		
H6a	신뢰성 → 서비스 만족	0.496	0.080	0.234	0.091	4.289***	채택
H6b	응답성 → 서비스 만족	0.212	0.088	0.206	0.113	0.088	기각
H6c	보증성 → 서비스 만족	0.096	0.099	0.393	0.123	-3.878***	채택
H6d	공감성 → 서비스 만족	0.041	0.094	0.034	0.085	0.100	기각
H7a	신뢰성 → 서비스 신뢰	0.287	0.105	0.235	0.093	0.667	기각
H7b	응답성 → 서비스 신뢰	0.023	0.097	0.062	0.117	-0.522	기각
H7c	보증성 → 서비스 신뢰	0.262	0.099	0.088	0.141	2.217*	채택
H7d	공감성 → 서비스 신뢰	0.130	0.108	0.170	0.106	-0.494	기각
H8	서비스 만족 → 서비스 신뢰	0.241	0.074	0.401	0.123	-2.635**	채택
H9	서비스 만족 → 관계몰입	0.251	0.097	0.322	0.093	-0.978	기각
H10	서비스 신뢰 → 관계몰입	0.308	0.101	0.428	0.091	-1.597	기각

주) * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$.

즉, 기존 갈등수준이 높은 경우에는 IT 서비스에 대한 확신을 가질 수 있도록 지원을 해줘야 서비스 신뢰가 더 높아진다는 것이다. 따라서 가설 7c는 집단 간 차이가 유의한 것으로 나타났기 때문에 가설이 채택되었다. 서비스 만족과 서비스 신뢰의 관계에서도 고갈등 그룹($\beta = 0.241$)보다 저갈등 그룹($\beta = 0.401$)이 높은 영향을 가지고 있다. 가설 8은 채택 되었다. 즉, 갈등이 낮은 수준으로 유지되는 경우는 만족과 신뢰의 관계가 매우 높지만, 갈등이 높은 경우에는 IT 서비스에 대한 만족이 높아도 상대적으로 신뢰에 영향을 주는 것은 낮은 것으로 분석되었다.

이상의 결과를 통해서 살펴보면 고갈등 그룹의 경우 갈등이 높은 상태이기 때문에 IT 서비스 담당자의 신뢰 있는 행동이 서비스 만족에 상대적으로 높은 영향을 주고 IT 서비스 담당자의 보증할 만한 행동이 서비스 신뢰에 영향을 높게 주는 것으로 나타난 반면에 저갈등 그룹의 경우는 상대적으로 기존의 갈등관계가 적기 때문에 IT 서비스 담당자의 보증만으로도 서비스를 만족하게 되고 서비스 만족이 쉽게 서비스 전반의 신뢰로 넘어가는 것으로 판단되었다.

5. 결론 및 시사점

IT 서비스 품질은 고객의 만족에 긍정적인 영향을 미치고 서비스 제공자와의 관계를 지속적으로 유지할 수 있게 한다. 본 연구에서는 고객이 인식하는 신뢰와 만족을 구분하여, IT 서비스 품질의 각각의 세부 구성 요소들이 어떻게 작용하는지 실증 분석하였다. 이때, 서비스 제공자와 고객 의 관계에서 발생할 수 있는 갈등을 함께 고려하여 변수 간 영향 관계의 차이를 분석하였다.

먼저, 연구 결과 기존 문헌들에서와 같이 고객이 인지한 IT 서비스 만족과 신뢰는 관계 몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 본 연구에서도 확인되었다. 이때, 서비스 만족은 관계 몰입에 직접적인 영향뿐만 아니라, 서비스 신뢰에도 긍정적인 영향

을 미치는 것으로 나타났으며, 만족보다 신뢰가 관계 몰입에 더 강한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 본 연구 결과를 통해 고객과의 관계를 지속적으로 유지하는데 있어서 IT 서비스에 대한 고객 만족도 제고와 함께 고객의 신뢰의 중요성을 확인할 수 있었다.

두 번째로, IT 서비스 품질의 네 가지 구성요소인 신뢰성(Reliability), 응답성(Responsiveness), 보증성(Assurance), 공감(Empathy)이 선행요인으로서 어떠한 영향을 미치는지를 분석한 결과, 서비스 만족과 신뢰에 영향을 미치는 데에 차이가 발생하는 것으로 분석되었다. 신뢰성과 보증성은 각각 서비스 만족과 신뢰 모두에 긍정적인 영향을 미치는데, 신뢰성의 경우 나머지 세 요인 중에서 가장 강한 영향력을 가진 것으로 나타났다. 응답성은 서비스 만족에는 긍정적인 영향을 미치지만 고객의 신뢰에는 유의미한 영향력이 없는 것으로 분석되었고, 반대로 공감성은 IT 서비스에 대한 고객의 만족에는 영향이 없는 것으로 나타났으나 신뢰를 얻는 데에는 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 따라서 고객에게 IT 서비스를 제공할 때에는 약속한 일정과 내용을 준수하는 신뢰성이 고객의 만족과 신뢰를 얻는데 다른 무엇보다 중요하며, 고객이 서비스 제공자의 전문성과 문제 해결능력에 확신을 가질 수 있도록 보증성을 강화하는 것 또한 만족과 신뢰 모두를 높일 수 있음을 기억해야 한다. 본 연구 결과에 따르면, 서비스 측면에 주목하여 고객의 요구에 공감하고 관심을 갖는 것이 중요하지만 이는 직접적으로 서비스에 대한 만족을 높일 수는 없으며, 고객이 찾을 때 응답하고 실시간으로 서비스를 제공하는 것은 만족을 높일 수는 있지만 고객의 신뢰를 얻는 데에는 한계가 있음을 알 수 있었다.

세 번째로, 서비스 제공자와 고객 사이에는 신뢰와 만족 같은 긍정적인 요인만 있는 것이 아니라 갈등과 같이 부정적인 변수가 생길 수 있음에 주목하여 고객이 인지한 갈등 정도에 대하여 함께 측정하였다. 갈등 정도를 높은 그룹과 낮은 그룹으로 그 수준에 따라 구분하여 갈등의 조절효과와 차이

에 대하여 분석한 결과, 선행요인으로서 IT 서비스 품질 가운데 신뢰성과 보증성이 서비스 만족에 영향을 미치는 경우와 보증성이 신뢰에 영향을 미칠 때 갈등의 조절효과가 있는 것으로 분석되었다. 그리고 매개 변수인 서비스 만족이 신뢰에 영향을 미치는데 있어서도 갈등의 조절효과가 나타났다. 세부적으로 살펴보면, 갈등이 낮을 때보다 갈등이 심할 때 신뢰성이 높으면 고객의 만족을 더욱 높여주기 때문에 고객과 서비스 제공자간의 갈등이 심할 경우에 IT 서비스 담당자가 약속을 준수하고 기한 내에 정확하게 수행한다면 오히려 고객의 만족을 더욱 높여줄 수 있음을 의미한다. 보증성의 경우, 갈등이 높을 경우에는 고객의 서비스 만족에 영향을 미치지 못하지만 신뢰에는 긍정적인 영향을 미치고, 갈등이 낮을 경우에는 그 반대로 신뢰와는 무관하지만 서비스 만족에는 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 갈등에 의해서 IT 서비스 품질이 만족과 신뢰에 영향을 미치는 역할이 바뀌는 것이다. 고객과 서비스 제공자간에 갈등이 낮은 경우에 서비스 제공자가 전문성을 보여주고, 문제를 해결할 능력이 있음을 고객이 인지하게 되면 기존 문헌들의 연구결과와 같이 자연스럽게 서비스에 대한 만족으로 이어지게 된다. 하지만, 갈등이 심할 경우에는 서비스 제공자의 보증성이 높거나 낮음에 상관없이 만족에 영향을 미치지 못하는 결과를 보여준다. 이 때문에 갈등이 고객의 만족을 저해하는 부정적인 요인으로 기존문헌들에서 분석되어 온 것으로 보인다. 하지만 본 연구 결과는 갈등이 높은 상황에서는 오히려 서비스 제공자의 전문성과 태도, 능력에 대해 고객이 높게 인지하게 되면 서비스에 대한 만족을 개선하지는 못하지만 신뢰를 높이는 데는 유의미한 영향력이 생기기 때문에 관계 몰입에까지 긍정적인 영향을 미칠 수 있음을 실증하고 있다. 고객이 인지한 서비스 만족이 신뢰에 영향을 미치는 관계의 경우, 갈등이 낮은 그룹에서 서비스 만족이 신뢰에 영향을 미치는 정도가 더 높고 갈등이 심화되면 그 영향력을 줄여주는 부의 조절효과가 있는 것으로 나타났다.

본 연구 결과를 토대로 갈등의 역할에 대하여 다시 한 번 생각해 보아야 한다. 갈등이 높다고 해서 무조건 고객의 만족이 낮아지거나 신뢰를 해치는 것과 같이 부정적인 요인으로만 작용하는 것이 아니라는 점이다. 고객이 인지한 서비스의 만족이 서비스 제공자에 대한 신뢰에 영향을 주는 크기가 갈등으로 인해 줄어들기는 하지만 여전히 정의 영향력을 미친다. 오히려 신뢰성이나 보증성과 같은 IT 서비스 품질 요인을 강화하면 만족과 신뢰가 높아질 수 있다는 사실을 본 연구를 통해 확인되었음에 주목해야 한다. 갈등이 발생했다고 해서 무턱대고 부정적으로 평가하고 갈등을 줄이기 위해서만 노력할 것이 아니라 갈등이 높은 상황에서 지킬 수 있는 일정과 과업을 제시하고 기한 내에 정확하게 수행하는 신뢰성 높은 서비스를 통해 오히려 고객이 기대 이상의 서비스라고 인지하도록 하여 만족을 높일 수 있을 것이다. 또한 비록 갈등이 높아 불편한 상황이라 할지라도 서비스 제공자가 예의 바른 태도로 고객을 대하고, 고객에게 전문가로서의 면모를 보여줌으로써 보증성을 높게 인식하도록 한다면 고객의 만족을 직접적으로 얻지 못하더라도 고객의 신뢰를 얻음으로써 관계를 지속적으로 유지할 수 있고 갈등이 낮아졌을 때에는 만족으로도 이어질 수 있다는 것을 기억해야 한다.

지금까지 IT 서비스 환경에서 고객 관계를 지속적으로 유지하기 위하여 서비스 품질과 만족, 그리고 신뢰와 갈등의 역할들에 대해 기업의 IT 서비스 이용자를 대상으로 실증 분석한 연구결과를 설명하였다. 본 연구에는 다음과 같은 몇 가지 한계가 존재한다. 우선, 글로벌 전자기업의 IT 시스템 사용자들을 대상으로 자료를 수집하였기 때문에 이를 전체 IT 서비스 환경의 모든 사용자들의 특성이라고 일반화 하는데에는 한계가 있다. 그리고 IT 시스템 사용자들만을 대상으로 하였기 때문에 갈등이나 신뢰, 그리고 관계 몰입에 있어서 제공자들의 인식이 반영되어 있지 못하다. 향후 연구에서는 다양한 종류의 IT 서비스 기업을 대상으로 하여 연구를 수행하거나, IT 서비스 제공자들을 포함

하여 관계 요인에 대한 인식의 차이를 함께 고려한다면 이론을 일반화하는데 기여할 수 있을 것으로 판단된다.

두 번째로 본 연구는 IT 서비스의 선행 요인을 총 네 가지 요인으로 구분하여 조사하였다. 주요 결과 가운데 보증성의 경우, 갈등이 높을 경우 신뢰에 긍정적인 영향을 미침을 확인하고 있는데 이때 보증성을 측정하는 항목 중에서도 예의바른 행동과 전문성을 보여주는 항목 간에 어떤 요인이 신뢰에 직접적으로 영향을 미치는지에 대해 보다 세분화하여 추가적인 분석을 수행한다면 실제 상황에서 참고할 수 있는 의미 있는 결과를 도출할 수 있을 것으로 보인다.

마지막으로 본 연구는 단일 기간 동안 대상의 인식을 조사하였는데, 향후 장기간 시계열 연구를 통하여 신뢰가 형성되는 과정에 영향을 미치는 요인이나, 갈등이 발생하고 영향을 미치는 변화에 대한 연구가 필요하다. 갈등이 높아졌다가 낮아지거나, 갈등이 심한 상황에서 이를 개선해가는 등의 변화에 영향을 미치는 요인들에 대해서도 함께 연구한다면 IT 서비스 환경에서의 관계 품질 요인들에 대하여 보다 풍부한 설명과 이해를 도모할 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

- [1] 강규산, 탁진국, “팀 내 경쟁과 팀 몰입, 팀 만족의 관계 : 관계갈등의 매개효과를 중심으로”, 『한국심리학회 : 산업 및 조직』, 제24권, 제1호(2011), pp.147-181.
- [2] 김상훈, 최점기, “조직간 정보시스템 통합을 위한 갈등관리모형 : 은행업종의 인수 합병을 중심으로”, 『한국SI학회지』, 제5권, 제1호(2006), pp.83-95.
- [3] 남기찬, 정태석, 함용석, “정보시스템 아웃소싱의 성공요인에 관한 연구”, 『한국IT서비스학회지』, 제1권, 제1호(2002), pp.149-159.
- [4] 박상희, 조남재, “IT 서비스 프로젝트에서의 팀 내 갈등현상에 관한 비교사례연구”, 『Journal of Information Technology Applications and Management』, 제16권, 제4호(2009), pp. 109-134.
- [5] 박소영, 배상욱, “핵심 서비스 품질과 관계해택이 고객의 이탈의도와 추천의도에 미치는 영향에 관한 연구 : 고객만족과 전환장벽을 매개로”, 『마케팅 관리 연구』, 제15권, 제1호(2010), pp. 75-106.
- [6] 박준기, 박용기, 장준범, “서비스 제공자의 전문성과 고객의 사회성이 지속적 사용의도에 미치는 영향 : IT 서비스를 중심으로”, 『서비스경영학회지』, 제13권, 제5호(2012), pp.203-220.
- [7] 박준기, 윤정인, 이정우, “IT 서비스에 있어서 서비스 품질이 지식공유의도에 미치는 영향에 관한 연구”, 『정보시스템연구』, 제19권, 제3호(2010), pp.237-261.
- [8] 박준기, 윤정인, 이정우, “IT 서비스 품질과 관계품질이 지식공유 활동에 미치는 영향”, 『한국콘텐츠학회논문지』, 제10권, 제7호(2010), pp. 355-365.
- [9] 조동환, 이호근, 이증정, “아웃소싱을 통한 정보시스템 개발성과 향상방안 : 갈등 및 갈등해결 촉진을 중심으로”, 『한국경영과학회지』, 제33권, 제1호(2008), pp.71-105.
- [10] Anderson, E. W. and M. W. Sullivan, “The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firms”, *Marketing Science*, Vol.12, No.2(1993), pp.125-143.
- [11] Anderson, J. C. and J. A. Narus, “A Model of Distributor Firm and Manufacturer Firm Working Partnerships”, *Journal of Marketing*, Vol.54, No.1(1990), pp.42-58.
- [12] Bagozzi, R. P. and Y. Yi, “On the evaluation of structural equation models”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.16, No.1(1988), pp.74-94.
- [13] Barki, H. and J. Hartwick, “User Participation, Conflict, and Conflict Resolution : The

- Mediating Roles of Influence”, *Information Systems Research*, Vol.5, No.4(1994), pp.422-438.
- [14] Benlian, A., “Effect Mechanisms of Perceptual Congruence Between Information Systems Professionals and Users on Satisfaction with Service”, *Journal of Management Information Systems*, Vol.29, No.4 (2013), pp.63-96.
- [15] Carr, C. L., “RECIPROCITY : The Golden Rule of IS-User Service Relationship Quality and Cooperation”, *Communications of the ACM*, Vol.49, No.6(2005), pp.77-83.
- [16] Chakrabarty, S., D. Whitten, and K. W. Green, “Understanding Service Quality and Relationship Quality in IS Outsourcing: Client Orientation and Promotion, Project Management Effectiveness, and the Task-Technology-Structure Fit”, *Journal of Computer Information Systems*, Vol.48, No.2 (2008), pp.1-15.
- [17] Chin, W., “Issues and opinion on structural equation modeling”, *Management Information Systems Quarterly*, Vol.22, No.1(1998), pp.7-16.
- [18] Chin, W., B. Marcolin, and P. Newsted, “A partial least squares latent variable modeling approach for measuring interaction effects : results from a Monte Carlo simulation study and voice mail emotion/adoption study”, *Information systems research*, Vol.14, No.2(2003), pp.189-217.
- [19] Chin, W. W., *The partial least squares approach for structural equation modeling*, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, Mahwah, NJ, 1998.
- [20] Chiu, C. M., M. H. Hsu, H. Lai, and C. M. Chang, “Re-examining the influence of trust on online repeat purchase intention : The moderating role of habit and its antecedents”, *Decision Support Systems*, Vol.53, No.4(2012), pp.835-845.
- [21] Cho, J. E., H. Hu, “The effect of service quality on trust and commitment varying across generations”, *International Journal of Consumer Studies*, Vol.33, No.4(2009), pp.468-476.
- [22] Cronin, J. J. Jr, and S. A. Taylor, “Measuring Service Quality : A Reexamination and Extension”, *Journal of marketing*, Vol.56, No.3 (1992), pp.55-68.
- [23] Crosby, L. A., K. A. Evans, and D. Cowles, “Relationship quality in services selling : An interpersonal influence perspective”, *Journal of marketing*, Vol.54(1990), pp.68-81.
- [24] De Dreu, C. K. W., L. R. Weingart, “Task versus relationship conflict, team performance, and team member satisfaction : A meta-analysis”, *Journal of Applied Psychology*, Vol.88, No.4(2003), pp.741-774.
- [25] Fornell, C. and D. F. Larcker, “Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error”, *Journal of marketing research*, Vol.18(1981), pp.39-50.
- [26] Furnell, S. M. and T. Karweni, “Security implications of electronic commerce : a survey of consumers and businesses”, *Internet Research*, Vol.9, No.5(1999), pp.372-382.
- [27] Garbarino, E. and M. S. Johnson, “The Different Roles of Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer Relationships”, *Journal of Marketing*, Vol.63, No.2(1999), pp.70-87.
- [28] Gefen, D., “E-commerce : the role of familiarity and trust”, *Omega*, Vol.28, No.6(2000),

- pp.725-737.
- [29] Goo, J., R. Kishore, H. R. Rao, and K. K. Nam, "The role of service level agreements in relational management of information technology outsourcing : an empirical study", *MIS Quarterly*, Vol.33, No.1(2009), pp.119-145.
- [30] Gounaris, S., S. Dimitriadis, and V. Stathakopoulos, "An examination of the effects of service quality and satisfaction on customers' behavioral intentions in e-shopping", *Journal of Services Marketing*, Vol.24, No.2 (2010), pp.142-156.
- [31] Gummesson, E., "Making Relationship Marketing Operational", *International Journal of Service Industry Management*, Vol.5, No.5(1994), pp.5-20.
- [32] Gupta, K. and D. W. Stewart, "Customer satisfaction and customer behavior : The differential role of brand and category expectations", *Marketing Letters*, Vol.7, No.3 (1996), pp.249-263.
- [33] Jamal, A. and K. Anastasiadou, "Investigating the effects of service quality dimensions and expertise on loyalty", *European Journal of Marketing*, Vol.43, No.3(2009), pp.398-420.
- [34] Jehn, K. A., "A Multimethod Examination of the Benefits and Detriments of Intragroup Conflict", *Administrative Science Quarterly*, Vol.40, No.2(1995), pp.256-282.
- [35] Jehn, K. A., G. B. Northcraft, and M. A. Neale, "Why Differences Make a Difference : A Field Study of Diversity, Conflict, and Performance in Workgroups", *Administrative Science Quarterly*, Vol.44, No.4(1999), pp.741-763.
- [36] Jia, R., B. H. Reich, and J. M. Pearson, "IT Service Climate : An Extension to IT Service Quality Research", *Journal of the Association for Information Systems*, Vol.9, No.5 (2008), pp.294-320.
- [37] Jiang, J. J., G. Klein, and C. L. Carr, "Measuring Information System Service Quality : Servqual From The Other Side", *MIS Quarterly*, Vol.26, No.2(2002), pp.145-167.
- [38] Kang, H. and G. Bradley, "Measuring the performance of IT services : An assessment of SERVQUAL", *International Journal of Accounting Information Systems*, Vol.3, No.3(2002), pp.151-164.
- [39] Kassim, N., "The effect of perceived service quality dimensions on customer satisfaction, trust, and loyalty in e-commerce settings : a cross cultural analysis", *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol.22, No.3(2010), p.351.
- [40] Kettinger, W. J. and C. C. Lee, "Perceived Service Quality and User Satisfaction with the Information Services Function", *Decision Sciences*, Vol.25, No.5(1994), pp.737-766.
- [41] Kettinger, W. J. and C. C. Lee, "Pragmatic Perspectives on the Measurement of Information Systems Service Quality", *MIS Quarterly*, Vol.21, No.2(1997), pp.223-240.
- [42] Kettinger, W. J. and C. C. Lee, "Replication of Measures in Information Systems Research : The Case of IS SERVQUAL", *Decision Sciences*, Vol.30, No.3(1999), pp.893-899.
- [43] Kettinger, W. J., S. H. Park, and J. Smith, "Understanding the consequences of information systems service quality on IS service reuse", *Information and Management*, Vol.46, No.6(2009), pp.335-341.

- [44] Kumar, N., L. K. Scheer, J.-B. E. M. and Steenkamp, "The Effects of Supplier Fairness on Vulnerable Resellers", *Journal of Marketing Research*, Vol.32, No.1(1995), pp.54-65.
- [45] Lee, H., J. Kim, and J. Kim, "Determinants of success for application service provider : An empirical test in small businesses", *International Journal of Human-Computer Studies*, Vol.65, No.9(2007), pp.796-815.
- [46] Lee, J.-N., M. Huynh, and R. Hirschheim, "An integrative model of trust on IT outsourcing : Examining a bilateral perspective", *Information Systems Frontiers*, Vol. 10, No.2(2008), pp.145-163.
- [47] Lee, J.-N. and Y.-G. Kim, "Effect of Partnership Quality on IS Outsourcing Success : Conceptual Framework and Empirical Validation", *Journal of Management Information Systems*, Vol.15, No.4(1999), pp.29-62.
- [48] Leidner, D. E. and T. Kayworth, "Review : a Review of Culture in Information Systems Research : Toward a Theory of Information Technology Culture Conflict", *MIS Quarterly*, Vol.30(2006). pp.357-399.
- [49] Liu, J. Y., J. C. Chiang, M.-H. Yang, and G. Klein, "Partnering effects on user-developer conflict and role ambiguity in information system projects", *Information and Software Technology*, Vol.53, No.7(2011), pp.722-729.
- [50] Luarn, P. and H. H. Lin, "A Customer Loyalty Model for E-Service Context", *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol. 4, No.4(2003), pp.156-167.
- [51] Meissonier, R. and E. Houz e, "Toward an 'IT Conflict-Resistance Theory' : action research during IT pre-implementation", *European Journal of Information Systems*, Vol. 19, No.5(2010), pp.540-561.
- [52] Mohr, J. and R. Spekman, "Characteristics of partnership success : Partnership attributes, communication behavior, and conflict resolution techniques", *Strategic Management Journal*, Vol.15, No.2(1994), pp.135-152.
- [53] Montoya, M. M., A. P. Massey, and V. Khatri, "Connecting IT Services Operations to Services Marketing Practices", *Journal of Management Information Systems*, Vol. 26, No.4(2010), pp.65-85.
- [54] Morgan, R. M. and S. D. Hunt, "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing", *Journal of Marketing*, Vol.58, No.3 (1994), p.20.
- [55] Oliver, R. L., "A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions", *Journal of Marketing Research*, Vol.17, No.4(1980), pp.460-469.
- [56] Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, Vol.49, No.4 (1985), pp.41-50.
- [57] Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, "SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol.64, No.1(1988), pp.12-40.
- [58] Park, J., J. Lee, H. Lee, and D. Truex, "Exploring the impact of communication effectiveness on service quality, trust and relationship commitment in IT services", *International Journal of Information Management*, Vol.32, No.5(2012), pp.459-468.
- [59] Pitt, L., R. Watson, and C. Kavan, "Service

- Quality : A Measure of Information Systems Effectiveness”, *MIS Quarterly*, Vol.19, No. 2(1995), pp.173-187.
- [60] Roberts, K., S. Varki, and R. Brodie, “Measuring the quality of relationships in consumer services : an empirical study”, *European Journal of Marketing*, Vol.37, No.1 (2003), pp.169-196.
- [61] Sharma, N. and P. Sharma, Patterson, “The impact of communication effectiveness and service quality on relationship commitment in consumer, professional services”, *The Journal of Services Marketing*, Vol.13, No. 2(1999), pp.151-170.
- [62] Simons, T. L. and R. S. Peterson, “Task conflict and relationship conflict in top management teams : the pivotal role of intragroup trust”, *Journal of applied psychology*, Vol. 85, No.1(2000), p.102.
- [63] Spanos, Y. E. and S. Lioukas, “An Examination Into The Causal Logic of Rent Generation : Contrasting Porter’s Competitive Strategy Framework And The Resource-Based Perspective”, *Strategic Management Journal*, Vol.22(2001), pp.907-934.
- [64] Venkatesh, V., “Determinants of Perceived Ease of Use : Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model”, *Information System Research*, Vol.11, No.4(2000), pp.342-365.
- [65] Yoon, S. and H. Suh, “Ensuring IT Consulting SERVQUAL and User Satisfaction : A Modified Measurement Tool”, *Information Systems Frontiers*, Vol.6, No.4(2004), pp. 341-352.
- [66] Zeithaml, V. A., “Consumer perceptions of price, quality, and value : a means-end model and synthesis of evidence”, *The Journal of Marketing*, Vol.52, No.3(1988), pp.2-22.

◆ 저 자 소 개 ◆



박 준 기 (warren.pak@gmail.com)

서울시립대에서 공학사, 연세대 정보대학원에서 석사 및 박사 학위를 받았으며, 현재 연세대학교 워크사이언스연구소 소속 객원연구원이다. 청강문화산업대, 배화여대에서 강의를 했고, 현재 LG이노텍에서 IT전략 및 혁신활동을 수행 중이다. 관심분야는 Knowledge Management, 디지털 생존전략, 모바일 컨버전스, 프로젝트 관리, 서비스 전략과 품질이다.



이 혜 정 (h.jlee@yonsei.ac.kr)

고려대학교 경영학과에서 학사를 마친 후 한국정보화진흥원(NIA) 연구원으로 재직할 경력과 있고, 연세대학교 정보대학원에서 석사를 마치고 현재 동대학원 박사과정에 재학 중이다. 주요 관심분야는 IT와 일의 변화를 중심으로 하는 스마트 워크, 스마트 기술 및 서비스, 전자정부 및 스마트 도시 서비스, IT 프로젝트 관리 등이다.



이 정 우 (jlee@yonsei.ac.kr)

미국 Georgia State University에서 경영학 석·박사(컴퓨터 정보시스템) 학위를 받았다. University of Nevada Las Vegas를 거쳐 현재 연세대학교 교수로 재직 중이다. 정보통신기술로 인한 개인, 팀, 조직, 그리고 사회에 있어서 일어나는 변화가 주 관심분야이고 세부적으로는 스마트워크, 전자정부, 스마트도시, 그리고 IT경영에 관해서 연구와 교육을 하고 있다. 이 주제들을 포괄하여 연구하는 워크사이언스연구센터를 설립하여 국제적인 학술활동을 하고 있다.