

서비스 품질 측정 개선에 대한 탐색적 연구

수리*, 김현수**

목 차

요약

- | | |
|---------------------|----------------------|
| 1. 서론 | 4. 탐색적 분석 |
| 2. 서비스품질 연구 | 4.1 표본 특성 |
| 2.1 서비스 품질 관련 선행 연구 | 4.2 척도의 타당성 및 신뢰도 검증 |
| 2.2 새로운 서비스품질 측정 요소 | 5. 결론 및 향후 연구 |
| 3. 신 서비스품질 요소 | References |
| 3.1 품질요소 개념 | Abstract |
| 3.2 품질요소 측정 | |

요약

서비스품질 연구는 서비스학의 주요주제로서 오랜 기간 다수의 연구가 진행되었다. 본 연구는 서비스품질 측정 요소를 개선하기 위한 탐색적 연구로서 서비스본질 특성인 관계성, 쌍방향성, 수평성, 조화성 등을 반영하여 연구를 수행하였다. 또한 그동안 개발된 서비스 품질 측정요소 중에서 환경적 품질, 결과 품질, 편의성 품질 등 주요 요소를 고려하여 본 연구 모형을 재구성하였고, 관계성과 쌍방향성을 상호작용품질로 통칭하는 품질요소를 재설계하였다. 설계된 서비스품질요소는 상호작용품질, 결과품질, 환경품질, 편의성품질, 조화성품질, 수평성품질 6개로 구성 하였으며, 6개 품질요소에 대해 전문가그룹 평가를 수행하여 18개의 측정항목을 도출하였다. 도출된 18개 측정항목의 타당성 검증을 위해 설문조사를 수행하였다.

설문분석 결과, 서비스 품질 측정 요소는 18항목 중에 6요인 15항목이 타당한 것으로 나타났다. 본 연구에서 제시된 서비스 품질 측정을 위한 여섯 개의 요소는 초기단계의 연구 결과이지만, 향후 서비스품질 요소 개선에 활용될 수 있을 것이며, 서비스경제에 부합하는 서비스 특성을 반영하였음에 의의가 있다. 특히 수평성품질과 조화성품질 요소는 기존 연구에서 언급되지 않은 새로운 요소로서 향후 세부 연구수행을 통한 검증이 필요하다. 서비스의 본질과 신서비스의 특징을 반영하여 서비스 품질 측정요소를 개선하는 후속 연구가 필요하다.

표제어: 서비스본질, 서비스품질, 관계성, 조화성, 수평성, 편의성품질, 환경품질, 결과품질

접수일(2018년 4월 29일), 수정일(1차:2018년 6월 7일), 게재확정일 (2018년 6월 14일)

* 국민대 대학원 경영학과 박사과정, suli0313@naver.com

** 교신저자, 국민대 경영대학 경영학부 교수, hskim@kookmin.ac.kr

1. 서론

서비스품질 개선을 위해서는 현대 서비스의 본질을 고려하여 서비스품질을 정확히 측정할 수 있는 도구가 필요하다. 즉 서비스본질인 관계성, 쌍방향성, 수평성, 조화성을 고려하여 서비스품질 측정요소 개선이 필요하다.

서비스품질에 관한 연구는 Parasuraman 등(1988)이 개발한 SERVQUAL모형, Grönroos(1984)의 2차원 모형, Rust and Oliver(1994)의 3차원 모형 등이 있는데, 이들이 개발한 주요 품질 요소는 유형성, 신뢰성, 공감성, 응답성, 확신성, 서비스기능, 서비스기술, 상호작용 품질, 물리적환경, 결과품질 등 다양하다.

본 연구에서는 서비스의 본질적 특성을 반영하여 서비스품질 측정 요소 개선을 수행한다. 서비스품질 측정에 관한 선행연구들을 고찰하여 정리하고, 새로운 품질요소를 정의하며, 정의된 새로운 품질요소의 타당성을 검증하는 순서로 연구를 수행하였다.

2. 서비스품질 연구

2.1 서비스 품질 관련 선행 연구

서비스는 용어 자체의 활용범위가 매우 다양하고, 서비스를 구성하고 있는 것에 관한 본질적인 정의가 쉽지 않다. Yi(1997)는 서비스의 네 가지 주요특성은 무형성, 이질성, 비분리성, 소멸성으로 구분할 수 있고, 서비스품질을 관리하고 정의하는 문제는 이러한 특성들과 밀접한 관련이 있다고 했다.

다수의 연구자들이 서비스품질은 단일척도로 측정될 수 없는 다차원개념으로 해석하고 있으며, 다속성 개념으로 서비스품을질을 정의하고 하였다.

Parasuraman 등(1988)은 서비스 품질을 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성 등 5개 요소로 구성하였으며, Grönroos(1984)는 서비스품질의 차원을 전

문성과 기술, 태도와 행동, 접근성과 융통성, 신뢰성 믿음, 서비스회복, 평판과 신용 등 6개 요소로 구성하였다. Brady and Cronin(2001)은 서비스 품질을 상호작용 품질(Interaction Quality), 결과 품질(Outcome Quality), 물리적 환경 품질(Physical Environment Quality)로 구분하였다. 그리고 Han and Lee(2012)는 B2B시장 상황에서 서비스품질의 특화된 차원들을 발견하고 이를 바탕으로 B2B시장에 특화된 서비스 품질 측정척도를 개발하였는데, 이를 B-SERVQUAL이라고 명명하고 최종적으로 경제적 품질, 기술적 품질, 과정 품질, 공감 품질, 편의성 품질 등 5개 차원으로 구성된 총 19개의 측정항목으로 제시하였다.

Yi and Lee(2014)는 Grönroos의 2차원 모형과 Rust and Oliver(1994)의 3차원 모형 및 Parasuraman 등(1988)의 SERVQUAL의 5차원 모형을 참고 하면서 산업별로 다르게 서비스품질 척도를 개발하였다.

본 연구에서는 Brady and Cronin(2001)이 발전시켰던 3차원 품질과 Han and Lee(2012)가 B2B시장 상황에서 개발한 5차원 모형을 참고하여 신서비스 특성을 반영한 서비스품질의 새로운 측정 척도를 개발하였다.

2.2 새로운 서비스품질 측정 요소

우선 관련 연구자들의 분석을 토대로 기존 서비스품질 측정 모델의 특징을 요약하면 아래<Tab. 2-1>와 같다. Yi and Lee(2014)는 SERVQUAL모형이 불일치 모델을 채택하여 기대와 성과를 측정함으로써 측정 점수가 안정적이지 못하고 각 차원의 판별 타당도가 낮으며 분산에 제약이 있기 때문에 척도론 문제가 있다고 지적하였다.

Tab. 2-1 Characteristics of existing service quality measurement models

기존 모델	특징	문제점
Parasuraman 등 (P Z B ; 1 9 8 8) SERVQUAL 모형	기대하는 서비스 수준과 실제로 지각된 서비스 수준 간의 차이가 서비스 품질을 결정	지나치게 과정품질에 초점을 맞추고 있다거나 또는 과정과 결과품질이 모호하게 섞여 있는 차원이 존재함
Grönroos의 2차원 모형	기술적 품질(서비스로부터 얻는 것)과 기능적 품질(서비스 상품을 얻는 전달과정의 품질) 중심	기존의 2차원 모형 ‘과정’, ‘결과’로만 양분하던 시각이 최근에 환경에 대한 소비자들의 관심증가에 따라 변화될 필요가 있음
Rust and Oliver(1994) 및 Brand and Cronin(2001) 3차원 모형	환경품질 차원을 서비스 전달과정에 속한 하나의 구성요소로만 보지 않고 추가로 독립적인 차원으로 고려	편리함에 대한 고객의 요구가 지속적으로 증가되고 있어 편의적 품질 차원도 측정 필요성이 높음.
Han 등 (2012)의 “B-SERVQUAL 모형	그동안 소비자 중심으로 연구되어 온 품질 모형을 B2B 분야에 적용할 수 있는 서비스 품질 모형으로 개발	서비스시대의 특징을 반영해야 하며, 범용성있는 모델로 발전 필요

자료: Yi and Lee(2014)의 선행연구를 토대로 연구자가 재정리

새로운 서비스품질 측정 모델은 서비스의 본질을 반영해야 한다. 서비스의 본질은 관계성, 쌍방향성, 수평성, 조화성으로 요약된다. 관계에 의해 서비스가 성립하며, 서비스 제공자와 서비스 사용자 간의 쌍방향성이 특징이다. 이러한 특징을 가지는 서비스는 수평성과 조화성 특징을 가질 때 활성화된다(Kim, 2018). 서비스를 경영할 때, 서비스의 주요 특징으로

거론되는 것은 서비스의 무형성, 비분리성, 비일관성, 무재고성이다. 새로운 서비스품질 측정 모델은 기존 산업모델의 패러다임이 아닌 서비스중심 경제의 서비스 모델을 반영해야 한다. 기존산업모델과 서비스모델 비교는 아래<Tab. 2-2>와 같다

Tab. 2-2 The industry model and The service model

산업 모델	서비스 모델
일방향 중심	쌍방향 중심
공급자 중심	수요자 - 공급자 공동 중심
가격/노동/자원/기술/지식	가치제안/정보/지식/상상/창의
농업, 제조업을 위한 서비스	농업, 제조업 포함 전 산업의 서비스화
갑을관계, “고객이 왕”의식, 양자계약중심	3자 계약, 서비스공급자 - 고객 간의 파트너쉽, 상호신뢰
제품판매/ 유형성	서비스판매/ 무형성

자료: Kim,(2018) 발췌 요약 구성

본 연구에서는 앞에서 살펴본 SERVQUAL 모형, 2차원 모형, 3차원 모형, B-SERVQUAL 모형을 참고하고, 서비스의 본질적 특성과 서비스경제사회의 특징을 반영하여 새로운 품질요소를 선정하였다. 구체적으로 상호작용품질, 결과품질, 물리적 환경품질 척도에서 3개 차원을 선정하고 추가적으로 산업서비스 품질차원인 편의성품질을 선정하였다.

그리고 초연결화 초지능화 시대인 제4차 산업혁명시대의 도래 상황과 서비스의 본질인 관계성, 쌍방향성, 수평성, 조화성을 반영하여 수평성 차원과 조화성 차원을 추가하였다. 서비스 제공자와 서비스 사용자 간의 수평성이 품질 요소로서 중요하다고 보았으며, 서비스는 고객과 공급자가 서비스플랫폼 위에서 하나의 시스템으로 운영되므로, 전체적 차원에서 서비스는 조화성을 가져야 가치를 가질 수 있다고 보았다.

그리하여, 본 연구에서는 서비스품질 요소를 관계성과 쌍방향성이라는 특징을 상호작용 품질로 통칭하면서, 결과 품질, 환경 품질, 편의성 품질, 수평성 품질, 조화성 품질과 더불어 6개 차원으로 선정하였다. 기존 서비스품질 <Tab. 2-1> 모델들의 특징 및 문제점과 <Tab. 2-2> 서비스모델을 반영하여 도출된 서비스품질 측정 개선모델은 <Tab. 2-3>과 같다.

Tab. 2-3 A new service quality measurement model

신품질모델	내용	연구자
상호작용 품질	서비스 제공자와 구매자 상호간의 소통, 태도, 행동을 통해 정의	Brady and Cronin(2001)
결과 품질	서비스 과정이 끝난 후에 결과적으로 고객이 만족하는 정도로 정의	Brady and Cronin(2001)
환경 품질	서비스를 제공하는 환경 관련 제반 품질	Brady and Cronin(2001)
편의성 품질	서비스 사용자가 구매한 서비스에 대해 편리하다고 인식하는 정도	Han and Lee (2012)
조화성 품질	서비스 제공자와 소비자, 제품과 서비스가 서로 잘 어울리는 정도	연구자 작성
수평성 품질	서비스제공자와 소비자가 성별, 등급이나 지위에 따른 차이가 없는 정도	연구자 작성

자료: 선행연구를 바탕으로 연구자가 작성.

3. 신서비스품질 요소

3.1 품질요소 개념

3.1.1 상호작용 품질

서비스를 거래하는 동안 생산된 구매자와 공급자 사이의 인적 상호작용은 서로의 서비스 품질 인식에 큰 영향을 준다. Brady and Cronin (2001)는 지각된 서비스 품질의 개념화에 있어서 상호작용 품질 차원을 포함하는 것이 필요하다고 주장하였다. 상호작용 품질이 중요한 이유는 많은 서비스 기업이 그들의 핵심 서비스만으로 그들 자신을 차별화시키기 어렵기 때문이라는 것이다. 본 연구는 앞서 언급한 3차원 모형에 따라 상호작용 품질을 채택하여, 인적상호작용 품질을 서비스 제공자와 구매자 사이의 서비스계약 및 실행과정에서 서로 간의 소통, 태도, 행동을 통해 평가되는 품질로 정의하였다.

3.1.2 결과적 품질

Grönroos(1984)가 제안한대로 기술적 결과품질은 과정품질과 함께 독자적인 품질구성개념으로 정의하는 것이 바람직하다. 일반적으로 결과적 품질이 높게 지각될수록 거래관계에 대한 만족이 증가한다.

Brady and Cronin(2001)는 ‘결과품질에는 핵심 서비스의 ‘욕구 충족성’ 과 결과적으로 느끼는 가격의 적정성으로서 ‘가치성’ 및 결과적 기분으로서 ‘호감성’ 을 포함한다고 했다. 본 연구에서는 결과 품질을 서비스과정이 끝난 후에 결과적으로 고객이 만족하는 정도로 정의하였다.

3.1.3 환경 품질

환경의 개념은 학자마다 다양하게 정의되어지고 있다. 소비자들은 특정 상품과 서비스 선택에 대한 의사결정을 위해 상품과 서비스의 물리적 환경을 통해 유형적 단서를 유추한다. 소비자의 반응을 유도하는 각종 시각적 요소, 청각적 요소, 후각적 요소를 포함하는 것은 물론이고 심미적 요소도 영향을 미친다. 따라서 환경품질은 서비스를 제공하는 환경 요소의 각종 아름다움과 고객과의 부합성으로 정의할 수 있다.

3.1.4 편의성 품질

서비스의 편의성으로 인한 업무의 단순화가 가치를 제공한다는 견해도 있으며, 편의성이 관계를 발전시키거나 유지하는데 중요한 역할을 하고 있다는 주장도 있다. 서비스의 편의성은 서비스 사용자가 구매한 서비스에 대해 편리하고 다양하게 접근할 수 있도록 하는 등 사용 가치를 증대시킬 수 있으므로, 서비스 품질 요인으로 고려될 필요가 있다.

3.1.5 조화성 품질

‘조화(調和)’는 ‘서로 모순되는 것이나 어긋나는 것이 없이 잘 어울린 것’을 의미한다. 조화성 품질은 서비스 수요자와 공급자, 서비스 환경과 서비스 실행 내용, 서비스에 활용되는 제품과 수행되는 서비스가 얼마나 서로 잘 어울리고 있는가를 판단하는 품질 척도로 정의한다.

3.1.6 수평성 품질

수평성 품질은 서비스를 수행함에 있어 성별, 등급이나 지위에 따라 다르지 않고 서로 동등한 정도로 정의한다. 고객은 ‘왕이 아니고’ 대등한 관계에서 서비스를 주고 받는 것이며, 수평성 품질을 유지하면 더 큰 가치를 창출할 수 있다.

3.2 품질요소 측정

품질요소 측정을 위한 항목 개발은 본 연구자가 제시한 품질요소 정의와 초안 측정항목을 전문가들에게 제시하고, 수정 보완의견을 받는 방식으로 진행되었다. 전문가 설문 대상은 서비스학 연구자 20명, 대학교수 3명, 서비스업체 대표 7명, 연구원 1명 등 모두 31명을 선정하고 서비스품질 요소를 1차 검증하였다. 서비스품질 차원들이 가진 정의와 개념을 잘 반영하는지에 대해 질문하였으며 33개 초안 측정항목에 대해 질문하였다. 그 결과 33개 항목이 18개의 측정항목으로 정제되었다. 각 서비스품질 차원에

서 중복된 표현이나 모호함이 있는 항목들이 제거되었다. 상호작용품질 2개, 결과품질 4개, 환경품질 2개, 편의성품질 2개 항목이 제거되었다. 또한 너무 포괄적인 의미를 가지는 수평적 품질 1개, 조화적 품질 2개 항목도 추가로 제거되었다. 그 결과 아래와 같이 각 측정요소에 대해 각각 3개씩의 측정항목으로 구성되었다.

3.2.1 상호작용 품질

본 연구에서는 상호작용 품질 관련 기존의 문헌을 종합적으로 정리하여 측정 항목을 채택하였다. 상호작용 품질의 하위 차원을 ‘서비스 직원이 친절하고 공손하게 서비스를 제공하는 정도’, ‘서비스 직원이 업무를 신속하게 처리 하는 정도’, ‘서비스 직원이 열정적으로 고객의 요구를 받아들인 정도’ 등 3개 항목으로 구성하였다.

3.2.2 결과 품질

본 연구에서는 기존 문헌을 종합적으로 정리하여 결과 품질의 하위 차원을 ‘서비스 경험에 대한 사후적 인식 만족 정도’, ‘서비스 이용 후에 호감을 가지는 정도’, ‘지불한 것 대비 만족스러운 정도’ 등 3개 항목으로 구성하였다.

3.2.3 환경 품질

본 연구에서는 기존의 문헌을 종합적으로 정리해서 환경 품질의 하위 차원으로 ‘서비스 제공 환경의 시설이 사용하기에 용이한 정도’, ‘서비스 제공 환경의 내/외부가 청결한 정도’, ‘서비스 제공 환경의 매력 정도’ 등 3개 항목으로 구성하였다.

3.2.4 편의성 품질

본 연구에서는 기존 문헌을 종합적으로 정리하여 편의성 품질의 하위 차원으로 ‘서비스가 다양한 방법으로 접근이 가능한 정도’, ‘제공한 서비스 정보를 편리하게 이용가능한 정도’, ‘서비스의 접근

용이성 정도' 등 3개 항목으로 구성하였다.

3.2.5 조화성 품질

본 연구에서는 기초연구로서 조화성 품질의 하위 차원을 '서비스 수행상의 시스템 구성이 조화로운 정도', '제품 등 서비스 인프라와 서비스가 잘 어울리는 정도', '서비스와 제품의 융합이 만족스러운 정도' 등 3개 항목으로 구성하였다.

3.2.6 수평성 품질

본 연구에서는 기초연구로서 수평성 품질의 하위 차원을 '서비스 제공자와 서비스 이용자가 성별, 지위에 상관없이 서로 존중하는 정도', '서비스 제공자가 고객의 신분에 관계없이 공정한 대우를 하는 정도', '서비스 이용자가 성별, 지위에 상관없이 서비스 제공자를 배려하는 정도' 등 3개 항목으로 구성하였다.

도출된 품질요소와 측정항목을 탐색적으로 검증하기 위해 일반인을 대상으로 인터넷 설문조사를 실시하였다.

4. 탐색적 분석

4.1 표본 특성

본 조사의 응답자 수는 105명이며, 불성실한 응답을 제외하여 분석에는 102부가 유효 표본으로 사용되었다. 설문 조사는 2016년 12월 3일부터 2016년 12월 30일까지 4주 동안 수행되었으며, 유효 표본에 대한 응답자의 인구통계적 특성은 아래와 같다.

성별의 경우 남성 53명(52%), 여성 49명(48%)이고, 연령별 분포는 20대가 23명(22.5%), 30대가 38명(37.3%)으로 가장 많았으며, 40대가 25명(24.5%), 50대가 11명(10.8%), 60대 이상이 5명(4.9%)의 순서로

나타났다.

4.2. 척도의 타당성 및 신뢰도 검증

본 연구의 타당성 검증은 구성영역의 확인을 통해 실시하였는데, 18개 항목을 요인분석 하였다. 측정변수는 척도 순화과정을 통하여 일부항목을 제거하였다. 먼저 타당도 검증을 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 모든 측정변수는 구성요인을 추출하기 위해서 주성분 분석(principle component analysis)을 사용하였으며, 요인 적재치의 단순화를 위하여 직교회전방식(varimax)을 채택하였다.

본 연구에서 문항의 선택기준은 고유값과 요인 적재치를 사용하였다. 서비스품질 측정 요소는 6개의 요인으로 구분되었으며, 총 18개 문항 중 3개 문항이 구조에 맞지 않게 적재되어 제거되고 최종적으로 15개 문항, 즉 수평적 품질(3문항), 상호작용 품질(3문항), 조화적 품질(3문항), 환경품질(2문항), 편의성품질(2문항), 결과품질(2문항)을 분석에 이용하였다. 그 결과 전체 누적 퍼센트는 77.041%로 나타났다. 제거된 3 항목은 환경품질의 '서비스 제공 환경의 내/외부가 청결한 정도', 편의성 품질의 '제공한 서비스 정보를 편리하게 이용가능한 정도', 결과품질의 '서비스 경험에 대한 사후적 인식 만족 정도' 등인데, 항목 자체의 유의성이 낮다기 보다는 타 항목에서 이러한 특성이 부분적으로 고려되었기 때문에 분석된다.

본 연구에서는 요인분석을 실시하였고, 요인추출 모델로는 주성분 분석을 사용하여 분석결과 <Tab. 4-1>과 같이 KMO 척도의 값이 .745로서 적당한 값으로 나타났다.

Tab. 4-1 Result of KMO and Bartlett

표준형성 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도.		.745
Bartlett의 구형성 검정	근사 카이제곱 자유도 유의확률	626.065 105 .000

상호작용품질의 신뢰도 분석결과 Cronbach α 값은 0.786, 수평성 품질의 신뢰도 분석결과 Cronbach α 값이 0.887, 조화성 품질의 신뢰도 분석결과 Cronbach α 값이 0.762, 환경 품질의 신뢰도 분석결과 Cronbach α 값이 0.623, 결과 품질의 신뢰도 분석결과 Cronbach α 값이 0.604 등으로 나타났다.

본 연구에서 개발된 척도는 기존의 척도와 차이가 있다. 기존연구는 상호작용 품질, 결과 품질, 환경 품질, 편의성 품질 등으로 서비스품질 척도를 구성하였지만 본 연구에서는 이들에 추가하여 새로운 척도로서 수평성 품질과 조화성 품질 등 두 차원을 추가하였다. 탐색적 분석 결과, 수평성 품질과 조화성 품질 두 차원은 모두 유의한 수치를 나타냈다.

5. 결론 및 향후 연구

현대 서비스경제시대에 부합하는 서비스품질 측정 척도 개선 필요성이 큰 상황에서, 본 연구는 신 경영 패러다임 맞는 서비스품질을 측정할 수 있는 도구 개발을 시도하였다. 특히 기존 연구들에서 관심 받지 못한 서비스의 수평성 측면과 조화성 측면을 새로운 서비스품질 차원으로 도입하였다. 실무적 측면에서 본 연구결과는 서비스 이용자와 서비스 공급자에게 그들의 관계성과를 평가하고 개선시키는데 유용한 개념적 틀을 제공할 수 있다.

본 연구는 편의추출법을 사용함으로써 결과를 일

반화하는데 한계점이 존재하며, 인터넷 응답 방식으로 설문지를 배포, 회수하는 과정에서 응답자들이 긍정적인 응답을 하였을 가능성이 존재한다. 본 연구는 탐색적 연구로서 의미를 가지며, 향후에 보다 정밀한 분석을 수행할 필요가 있다. 반복적인 검증 연구를 통하여 척도의 적용가능성 여부를 다각도로 규명해야 할 것이다.

References

- [1] Brady, M. K. and Cronin, Jr. J. J.(2001), "Some New Thoughts on conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach," *Journal of Marketing*, 65(July), 34-49.
- [2] Grönroos, C(1984) " A service Quality Model and It's Marketing Implications," *European Journal of Marketing*, Vol.18, No.4. pp. 36-44.
- [3] Han, Sang-Lin, Lee, Seong Ho(2012), B-SERVQUAL: Development of Service Quality Scale for B2B Markets. *Marketing Research*, 27(4), pp.17-45 (한상린, 이성호(2012), "B-SERVQUAL: B2B시장에서의 서비스품질 척도 개발, 마케팅연구, 27(4), pp. 17-45).
- [4] Kim, Hyunsoo (2018), *New Management of Management*, Kookmin University Press, (김현수, 경영의 신경영, 국민대학교 출판부, 2018)
- [5] Parasuraman, A. Zeithaml. V. A. & Berry, L. L.(1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- [6] Rust, Roland T. and Richard L. Oliver(1994), "Service Quality: Insights and Managerial Implications from the Frontier," in *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*, Roland T. Rust and Richard L Oliver(Eds), Thousand Oake, CA: Sage Publications, 1-19.

- [7] Yi, You Jae and Lee, Cheonglim(2014), 'Recent Research on Service Marketing: A Critical Review and Future Priorities', Marketing Management Research, 19(2), pp. 1-43. (이유재, 이청림(2014), '서비스품질 연구에 관한 종합적 고찰: 최근10년(2004-2013)의 연구를 중심으로'. 마케팅관리연구, 제19권 제2호, pp. 1-43).
- [8] Yi, You Jae(1997), 'Problems with the nature of the service and response strategy', Marketing, 31 (6), pp.30- 41 (이유재(1997). '서비스의 특성에 따른 문제점과 대응전략'. 마케팅, 제31권 제6호, pp.30-41).

Su, li (suli0313@naver.com)



Su, Li is a Ph. D. Student of Service Management at Kookmin University in Seoul, Korea. She majored in Korean literature and business administration at Kookmin University and earned her Master's degree in service management from The Graduate School of Kookmin University. Her research interests include areas in Service Quality, Service Innovation, as well as Service Management in China.

Kim, HyunSoo (hskim@kookmin.ac.kr)



Kim, Hyunsoo is a Professor of Service Management at Kookmin University in Seoul, Korea. He majored in nuclear engineering at Seoul National University and earned his Master's degree in management science from The Korea Advanced Institute of Science and Technology. He obtained his Ph.D. from the University of Florida with concentration in business administration. Currently he served as the chairman of the Society of Service Science, and the chairman of the Korea Research Institute of Service Industry as well as the Co-chairperson of Service Science National Forum. Based on those experiences and knowledge on Service Industry and academia, he devotes himself to the researches on Service Science and Service Innovation.

A Study on the Improvement of Service Quality Measurement

Li Su*, Hyunsoo Kim**

ABSTRACT

Service quality research has been the subject of service studies for many years. This study is an exploratory study to improve the service quality measurement factor, and the research has been carried out reflecting the nature of the service; relationship quality, interactivity, horizontality, and harmony. Also, among the developed service quality measurement factors, the research model is reconstructed considering the major factors such as environmental quality, result quality, and convenience quality. Relationality and interactivity redesigned the quality factor, which is called interactive quality. The redesigned service quality factors consisted of interaction quality, result quality, environmental quality, convenience quality, harmonious quality, and horizontal quality. Experimental group evaluation was conducted on the quality factors and 18 measurement items were derived.

A questionnaire was conducted to verify the validity of the 18 items. As a result of the questionnaire analysis, 6 factors and 15 items among the 18 items of service quality measurement factor were found valid. The six factors for the service quality measurement presented in this study are the results of the early stage research, but they can be used to improve the service quality factor in the future. However, this is significant because it reflects the characteristics of services that are consistent with the service economy. In particular, the horizontal quality and harmony quality factors are new factors not mentioned in the previous studies and need to be verified through further detailed studies. Further research is needed to improve the service quality measurement factors reflecting the nature of services and the characteristics of new services.

Keywords: Service Quality, Nature of Service, Relationship, Harmonicity, Horizontality, Convenience Quality, Environmental Quality, Result Quality

* First Author, Ph.D. Student, Department of Business Administration, Graduate School of Kookmin University, suli0313@naver.com

** Corresponding Author, School of Business Administration, Kookmin University, hskim@kookmin.ac.kr