관광연구저널 제18권 제1호 2004 (201-210)

서비스 반응성(Responsiveness) 선행요인 탐색
-패밀리 레스토랑중심으로-

김영훈*·전병길**

The antecedent factors to responsiveness dimension

Kim, Young-Hoon·Chun, Byung-Gil

핵심용어 : SERVQUAL, 반응성, 물리적 환경요인, 서비스 공정

Abstract : Despite the popularity and continued use of the SERVQUAL model, managers hardly diagnoses and improve the quality of services under their control. Because SERVQUAL model failed to propose the specific clues for improving service quality. The goal of this study is to explore the antecedent factors of the five SERVQUAL dimensions, especially responsiveness dimension to improve the service quality. With intensive focus group interview of restaurant employees, authors found that Physical facilities and Service process are the antecedent factors of responsiveness dimension. The result of this study indicate that managers have to get attention on physical facilities and service process to improve the service quality.

Ⅰ. 서 론

고객이 서비스 품질을 평가함에 있어서 종사원이 고객을 돕고 신속한 서비스를 제공하려는 것을 의미하는 '반응성(Responsiveness)'은 많은 학자들 사이에서 하나의 중요한 서비스 품질 평가 차원으로 연구되고 있다. Parasuraman, Zeithmal, and Berry(1988 : 이하 PZB)가 제시한 SERVQUAL 모델을 살펴보면 서비스 품질을 평가하기 위한 척도로 5개 차원(유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성)을 제시하고 있다. PZB는 고객들이 서비스 품질을 평가 할 때 5개의 차원을 중요한 기준으로 보게되며, 각각의 5개 차원들의 상대적 중요성은 다르게 나타나고 있다고 주장한바 있다. 이들은 특정 서비스 분야에 관계없이 고객들이 서비스 품질을 평가할 때 가장 중요하게 여기는 차원은 신뢰성이며, 그 다음으로 중요하게 여기는 평가요인이 바로 '반응성' 이라고 하였다.

PZB는 SERVQUAL모델의 개발과정에서 서비스 품질을 통제할 수 있는 단서로서 서비스 품

* 경주대학교 관광학부 외식·조리학전공 전임강사
** 경주대학교 관광학부 외식·조리학전공 조교수

질에 대한 관리자의 지각과 고객에게 서비스를 제공하는 것 등의 4종류의 핵심적인 차이 혹은 괴리를 발견하였다. 그러나 그들의 연구를 살펴보면 핵심적 차이 및 괴리들은 서비스 품질 전체에 관한 결정요인을 부분적으로는 설명할 수 있으나, 반응성과 같은 개별 서비스 품질차원을 개선시킬 수 있는 구체적인 해결방안을 제시하고 있지는 못하였다. 이와 같은 사실로 인해 특정 산업의 서비스 품질측정에 관한 연구들로부터 도출되는 결론에 대해 연구자들의 심층적인 의미해석이 결여될 수 있으며, 결과적으로 품질개선을 위한 경영자들의 의사결정과정에 유용한 정보를 제공하기가 어려워진다.

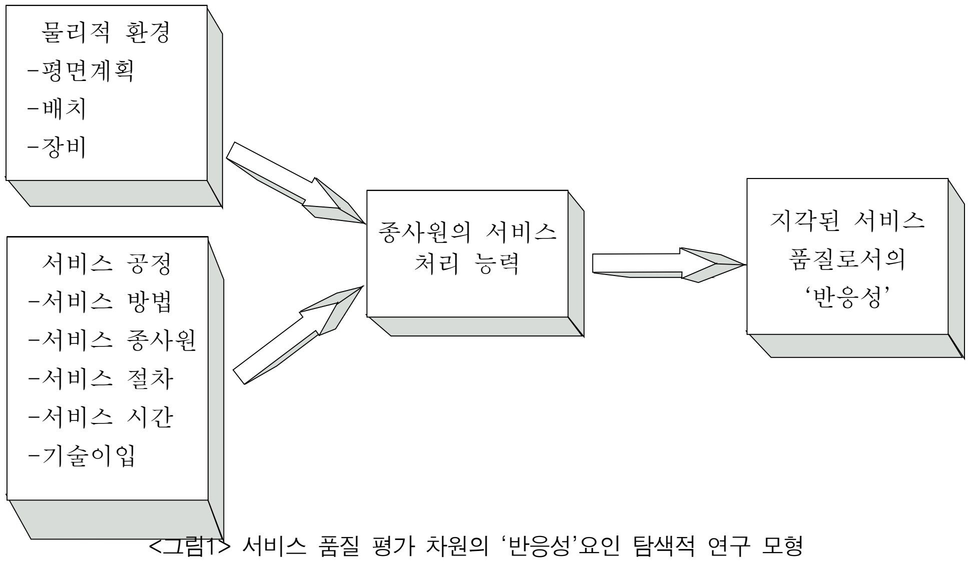
따라서 PZB에 의해서 제기된 지각된 서비스 품질 평가의 5가지 차원 즉, 신뢰성, 반응성, 공감성, 설득성, 그리고 유형성 등이 경영자와 마케팅 연구자들에게 의미를 갖기 위해서 다음의 두 문제를 해결할 수 있어야 한다. 첫 번째, 과연 신뢰성, 반응성, 공감성, 설득성 그리고 유형성의 구체적 대상은 무엇인가? 두 번째, 서비스를 제공함에 있어서 어떻게 신뢰적, 반응적, 공감적, 설득적, 그리고 유형적으로 제공할 수 있는가? 전자의 문제는 최근의 서비스 품질 개념화연구에서 탐색되고 있다. 구체적으로 Brady & Cronin(2001)은 서비스 품질지각구성을 상위 및 하위차원으로 나누는 서열식 다중 차원적 (Hierarchical Multidimensional)구조접근방법으로 9개의 서비스품질 하위차원을 제시하였으며, SERVQUAL의 5가지 차원을 이들 하위차원의 조정자(Modifier)로서 규정하였다. 즉 SERVQUAL의 5가지 차원은 하위차원이 평가되는 방법(예, 반응적인가? 비 반응적인가?, 공감적인가? 비 공감적인가? 등)임과 동시에 하위차원들은 5가지의 SERVQUAL차원의 대상(What)이 된다는 사실을 제시한다. 반면 두 번째 문제를 다룬 마케팅 연구들은 찾아보기가 힘들다. 이 문제를 해결하기 위해서는 5가지 서비스 품질차원에 대한 선행요인을 밝혀내야 하는데 이는 서비스 품질 관리방법(How)의 틀을 제시하는 것이다. 서비스 품질 선행요인의 구체적 파악은 서비스기업의 서비스 품질측정은 물론이거니와 서비스 품질개선행위에 있어서 전략적 접근법을 제시할 것이다.

이에 본 연구는 복잡한 서비스구조를 지닌 서비스산업인 레스토랑의 종사원들을 대상으로 SERVQUAL모델에 의해서 정의된 서비스 품질로서의 '반응성'에 영향을 주는 선행요인들을 추출함을 목적으로 한다. 특히 물리적 환경, 서비스 공정 등과 같은 요인들이 종사원들의 서비스 수행에 미치는 영향 - 즉 서비스품질로서 '반응성'에 대한 영향 - 을 탐색적으로 규명할 것이다. 그러나 본 연구에서는 연구의 범위를 명확히 하기 위해서 '반응성'의 개념에 포함된 인적요소(Personal Factors), 즉 종사원의 태도 및 행동 등의 내재적 요소를 제외시키며, '신속한 서비스제공 능력'과 관련한 외재적 또는 환경적 요인을 탐색하고자 한다.

Ⅱ. 연구방법

서비스 품질 선행요인에 관한 구체적 연구를 찾기가 어렵다는 사실은 이러한 주제와 관련하여 기술적이고 탐색적인 연구가 필요하다는 것을 의미한다. 따라서 본 연구자는 '반응성'의 선행요인을 정성적인(Qualitative) 연구기법인 표적집단면접(Focus Group Interview)을 활용하여 자료를 구하고 내용분석을 통하여 자료를 기술하고자 하였다.

표적 집단면접 대상은 국내 패밀리 레스토랑



<그림1> 서비스 품질 평가 차원의 '반응성'요인 탐색적 연구 모형

중 B업체를 선택하였고, B업체의 20매장 중 2개의 매장에서 고객과의 대인서비스 인카운터 관계를 형성하고 있는 서비스 종사원 각각 3명의 직원으로 2개 집단이 구성되었다. 원활한 면접 진행을 위해 1명의 연구자가 각 집단의 면접 코디네이터가 되어 2003년 9월중 매장에서 면접을 진행하였다. 두 집단에 구성된 종사원들은 평균 근무기간이 1년 6개월 이상의 경력이 있는 직원으로 이루어졌으며, 두 집단의 면접은 근무시간 이외에 각 집단이 근무하는 매장에서 약 2시간 정도 진행되었다. 두 집단 구성원들의 공통점은 고객에게 직접 서비스를 제공하는 서버(Server)의 역할을 수행하고 있으며, 모두 여직원들로 구성되었다. 면접대상자가 전부 여성으로 이루어진 가장 큰 이유는 현재 B업체의 경우 서버의 역할을 수행하는 직원의 남여 구성비율이 10:90으로 이루어져 있으며 경력 직원의 대부분이 여자 직원으로 이루어져있기 때문이다.

면접이 진행되는 동안 각 집단의 면접 대상자들이 고객에게 서비스 제공자로서 자신들이 경험한 사실 혹은 주변에서 겪었던 경험들에 관하여 자발적으로 이야기 할 수 있도록 코디네이터가 유도하였다. 뿐만 아니라, 면접에 참여한 2개의 집단이 논의가 이루어지도록 유도하였다. 면접이 이루어지는 동안 코디네이터는 중요내용들을 속기하여 받아 적었으며, 기억 소멸 방지를 위해 면접이 끝난 직후 다른 연구자와 함께 면접과정에 있었던 내용을 통합 및 토론하고 의미 분석 후 자료를 재정리하였다.

두 연구자가 토론 내용의 의미 분석 과정 중 < 그림1 >과 같은 연구모형을 도출 할 수 있었다. 연구자는 이러한 연구모형을 활용하여 2개 집단의 자료를 내용분석 할 수 있었다. 모든 자료는 크게 두 가지 범주로 구분 할 수 있었다. 하나는 레스토랑의 디자인 및 기물 그리고 기물 배치 등의 물리적 환경범주였고, 다른 하나는 서비스 절차 및 방법 등의 서비스 공정으로 구분 할 수 있었다.

Ⅲ. 물리적 환경

Bitner(1992)의 물리적 환경개념 연구를 살펴보면 환경요소를 주변요소, 공간배치, 기능성 등 세 가지 요소로 구분하였다. '주변요소'는 온도, 조명, 소음, 음악, 전망 등의 환경의 배경적 특성이며, '공간배치'는 기계류, 장비, 그리고 가구 등이 배열되는 방법, 그들의 크기 및 모양, 그리고 그들 사이의 공간적 관계를 나타내며, 반면에 '기능성'은 기계류, 장비, 그리고 가구 등이 업무성과 및 목표달성을 촉진하도록 하는 능력이다.

다음의 사례는 서비스 종사원이 고객을 돕고, 고객에게 신속한 서비스를 제공하는데 있어서 발생하는 문제점을 제시해보라는 질문에 응답자들은 레스토랑의 물리적 환경에 대하여 언급한 사례들이다.

고객이 주문한 맥주를 빨리 전달하고 싶어도, 바(Bar)의 위치가 너무 멀어 아무리 직원들이 빨리 움직인다 해도 한계가 있다. 인테리어가 미적인 부분도 있지만 기능적인 면도 매우 중요하다고 생각한다. (F1, 여, 서버, 경력 2년)

바 위치뿐만 아니라 주방의 위치도 너무 멀어서 흡연석에 있는 테이블의 경우, 음식을 고객에게 전달하는데 1분 이상 걸린다. (F3. 여. 서버, 경력 1년)

매장 오픈 당시 서비스 바에서 맥주를 고객에게 제공할 수 있었는데, 서비스 바를 없애서 고객에게 맥주 서비스가 느려지고 있다. (F1, 여, 서버, 경력 2년)

서버 역할을 수행한지 2년 정도 되는 F1의 경우 물리적 환경 중 레스토랑 평면계획(layout)에 관하여 언급하고 있다. 레스토랑 평면계획은 단순히 미적인 부분만을 강조해서는 안 된다는 것이다. 고객을 위해 레스토랑의 미적인 요소를 충분히 고려하되, 레스토랑의 기능적인 부분을 간과해서는 고객에게 품질 높은 서비스를 제공하기가 어렵다는 것이다. 따라서 서비스 시간과 밀접한 관계가 있는 직원의 동선을 평면계획 시 반드시 고려해야 한다. 실제로 F1이 근무하는 매장의 경우 알코올음료가 제공되는 바(bar)와 고객이 선호하는 테이블사이의 거리가 약 40미터 정도였다. 고객에게 신속한 음료서비스를 제공하기 위해서는 반드시 직원들이 움직이는 동선을 충분히 고려한 후 레스토랑 평면 계획이 이루어져야 한다고 판단된다. F3 직원의 경우도 F1 직원과 마찬가지로 직원 동선에 관하여 의견을 제시하였다. 음식이 만들어지는 주방과 고객이 앉아 있는 테이블의 거리가 멀기 때문에 고객에게 신속한 서비스를 제공하기 어렵다고 평가하고 있었다.

고객의 요구에 신속하게 반응하는데 있어서 중요한 요인은 위의 사례에서 언급한 종사원의 동선 이외에 공간배치(furnishing)와 적절한 장비 보유 숫자 역시 고객 반응성의 중요한 선행요인임을 알 수 있었다. 다음사례는 장비 부족과 적절치 못한 공간배치로 인해 고객에게 신속한 서비스를 제공하기가 어려웠던 사례이다.

고객의 주문을 입력하기 위해 POS단말기 앞에 있으면 직원들끼리 부딪혀서 주문 입력하기가 너무 힘들다. 서비스 스테이션 공간이 부족하여 주문 입력하는 사람, 고객에게 필요한 기물을 챙기는 사람들이 서로 부딪힌다. 그리고 POS단말기가 부족하여 주문입력을 하려면 한참을 기다려야 한다. (F2. 여. 서버, 경력 1년 6개월)

종사원의 평가를 확인하여 볼 때 레스토랑에 있어서 공간배치(furnishing)가 매우 중요한 요인으로 판단할 수 있다. Bitner(1992) 역시 공간배치가 그 기업의 업무성과 및 목표달성을 촉진하는 매우 중요한 요인으로 판단하였다. 직원이 주로 사용하는 공간인 서비스 스테이션(station) 지역에서는 고객을 위한 여러 가지 업무가 수행된다. F2 직원이 종사하는 매장의 경우에는 서비스 스테이션지역에는 주문 입력용 POS 단말기가 설치되어있었고, 소다음료용 기계장비, 글라스(glass), 그리고 기타 소모품을 보고하고 있는 장식장 등 많은 장비와 기물들이 위치하고 있었다. 적절치 못한 공간배치로 인해 서비스가 제대로 이루어지지 못한 경우이다.

뿐만 아니라 F2 직원은 종사원들의 서비스 공간의 부족함을 호소하고 있었다. 이는 고객에게 질 높은 서비스를 제공하기 위한 종사원들의 서비스 공간이 부족하여 업무의 원활한 흐름이 이루어지지 못한 경우이다. 종사원들이 서비스 공간을 사용함에 있어 서로 부딪힐 정도로 서비스 공간을 제대로 확보하지 못할 경우, 고객에게 제공하는 서비스의 품질이 떨어질 뿐만 아니라, 종사원의 직무만족도에도 좋지 않은 영향을 줄 것이다.

공간배치는 기계류, 장비, 그리고 가구 등이 배열되는 방법, 그들의 크기 및 모양, 그리고 그들 사이의 공간적 관계를 나타내며, 반면에 기능성은 기계류, 장비, 그리고 가구 등이 업무성과 및 목표달성을 촉진하도록 하는 능력을 말한다(Bitner, 1992). 조직 행동론 분야 및 심리학에서의 많은 실증연구는 직원의 관점에서 공간배치 및 기능성차원의 효과를 보여주었다(Davis, 1984; Wineman, 1986; Sundstrom and Sundstrom, 1986). Bitner(1992)에 의하면 충분한 공간이 확보되는 상황에서 개인의 환경지배에 대한 지각이 증가되고, 시간의 압박을 느끼는 환경에 있는 종업원이나 고객이 효율적인 공간과 기능성하에서 업무를 수행한다면 더욱 자신의 업무를 쉽게 인식할 수 있으며, 또한 복잡한 업무를 수행할 경우에 공간배치와 기능성의 효율성은 업무가 단순할 때보다 더 중요하다. 예를 들어, 레스토랑 내의 테이블 간격이 좁게 배치될 경우, 서비스 종사원들이 서비스를 신속하게 수행하는데 불편을 느끼고 실제로 음식을 이동하는 중에 종사원 또는 고객들과 부딪혀 접시를 깨트릴 가능성이 높아진다. 또한 서비스 절차가 복잡한 테이블 서비스 레스토랑에서 서비스장비의 배치와 동선이 비효율적이면 종사원의 업무과중, 신속한 서비스 실패의 결과를 초래할 수 있다. 서비스 생산관리의 측면에서, 공간의 효율적인 배치는 서비스의 속도에 대한 기업의 전략을 지지할 수 있는 행위이며, 많은 서비스 생산단계를 제거함으로서 필요작업공간을 줄임과 동시에 서비스의 속도를 향상시킬 수 있을 것이다.(Chase et al., 1998).

다음으로 F2 직원의 경우 고객의 주문을 입력하기 위한 POS장비가 부족하여 다음 서비스 절차를 수행하는데 있어서 어려움을 호소하고 있다. 적절한 숫자의 장비가 설치되지 못해서 종사원의 업무진행이 원활하게 이루어지지 못한 경우이다.

이상의 논거들을 요약하면 레스토랑의 서비스 종사원이 고객에게 신속한 서비스를 제공함에 있어서 물리적 환경이 매우 중요함을 알 수 있다. 미적인 요소와 기능성을 동시에 충족시킬 수 있는 평면계획, 효율적인 공간배치와 기능성 그리고 적절한 숫자의 장비 보유 현황 등의 물리적 환경(근무환경)이 서비스 반응성에 영향을 미치는 요인이라고 정리할 수 있다.

Ⅳ. 서비스 공정

서비스 공정(service process) 이라함은 '서비스가 전달되는 실질적 절차, 메커니즘, 그리고 행위들의 흐름'으로 정의되며 서비스기업의 전략을 시행하기 위한 하나의 새로운 마케팅 믹스로 규정될 수 있다(Bitner and Booms, 1981). 서비스기업의 서비스공정 시스템 향상이 '반응'시간을 줄이고 고객만족을 증가시킨다는 사실이 기존 연구들로부터 제시되었다(Martin 1986, Francese 1993, Field et al. 1997). 더욱이 서비스기업의 실제적인 경쟁우위는 기업의 서비스전달시스템에 의해서 획득될 수 있으며(Dierdonck and Brandt, 1988), 효과적인 기술적용과 서비스공정 디자인은 서비스 종사원의 업무를 완화시키고 고객만족을 향상시킨다.

다음의 사례는 서비스 공정 중 서비스 방법이 서비스 품질 평가 요인인 반응성에 어떠한 영향을 미치는가를 보여주고 있다.

현재 우리 매장에는 캐쉬어(cashier)가 따로 없다. 서버인 우리가 직접 해야 한다. 고객이 편안하게 테이블에서 계산 할 수 있도록 하는 것이 우리업체의 서비스 컨셉(concept)이다. 한가할 때는 별 문제가 없지만, 바쁠 때는 테이블에서 계산하는 것 때문에 다른 고객에게 서비스 타임을 놓치는 경우가 많다. (S1. 여. 서버. 경력 2년 2개월)

B레스토랑의 경우 고객에게 제공하는 서비스 방법 중 고객이 앉아 있는 테이블에서 직접계산 할 수 있는 서비스 시스템을 가지고 있다. B레스토랑이 추구하는 서비스 방법 즉 고객에게 질 높은 서비스를 제공함으로서 기업의 전략을 실현하기 위해 마련된 서비스 방법이 오히려 고객 서비스 실현에 장애가 되는 상황이다. 이러한 경우 고객은 서비스 품질에 관해서 만족하지 못할 것으로 판단된다.

서비스 방법 및 절차를 효과적으로 디자인하는 문제는 고객만족과 생산성 향상이라는 기업의 전략적 과제에서 중요한 위치를 차지하고 있다.(Chase et al., 1998). Sill(1994)은 서비스 디자인에 있어서 생산-공학에 의한 서비스 디자인은 품질향상, 신속한 고객서비스, 높은 생산성, 종사원의 업무스트레스 및 이직 감소, 그리고 인간공학적 측면에서의 업무수행방법 향상 등의 혜택을 제공한다고 주장하였다. 따라서 효과적이고 효율적으로 디자인 된 서비스 방법 및 절차가 고객만족을 실현하고, 생산성 향상을 도모할 것으로 판단된다.

서비스 공정 중 서비스 종사원에 관한 언급이 있었다. 서비스 산업에 있어서 종사원은 역할은 매우 중요하다. 서비스산업의 고객전환행위(switching behavior)에 관한 Keaveney(1995)의 주요사건(CIT)연구에서 고객이 전환행동을 일으키는 두 번째로 큰 원인 범주가 바로 서비스종사원의 행동, 태도, 그리고 지식(e.g. 부주의, 무례함, 무반응, 그리고 무지)에서 기인하는 서비스 인카운터 실패이기 때문인 것으로 나타났다. 다음의 사례는 종사원의 업무 지식이 부족하여 다른 종사원의 고객 서비스 업무를 방해해서 고객서비스가 제대로 이루어지지 못하고 있음을 보여준다.

고객을 안내하는 호스트 직원이 한 섹션(section)으로 고객을 집중적으로 안내하는 경우가 있다. 이런 경우에는 정신이 없다. 고객이 나가시고 난 후 테이블을 정리해야하는데 제대로 준비 할 시간도 없다. 새롭게 도착한 고객과 테이블에서 식사를 하고 있는 고객을 동시에 케어

(care)하기가 정말 힘들다. (F2. 여. 서버, 경력 1년 6개월)

정말 그렇다. 호스트가 홀 흐름을 제대로 읽어내지 못하면 서버가 많이 힘들어진다. 그리고 내가 맡은 섹션(section)에서 같이 일하는 직원이 컨디션이 좋지 않거나, 기분이 좋지 않을 때 같은 섹션에서 근무하기 때문에 내가 다른 고객을 다 케어 해야 한다. (F1, 여. 서버. 경력 2년)

너무 바쁠 때에는 고객의 요구사항을 기억하지 못할 경우도 있다. 너무 바쁘면 집중력이 떨어진다. (F3. 여. 서버, 경력 1년)

다른 서비스 산업도 마찬가지겠지만, 특히 레스토랑의 경우 종사원들이 올바르게 서비스 업무를 수행하기 위해서는 올바른 업무지식과 다른 종사원과의 팀워크(teamwork)가 필수적이다. 고객이 레스토랑을 방문해서 레스토랑의 상품을 경험하게 되는 과정 중에는 오로지 한 명의 직원 혹은 하나의 기능이 서비스에 투입되지 않기 때문이다. 고객을 맞이하는 호스트(host)직원, 고객이 식사를 진행하는 동안 고객을 도와주는 서버(server) 직원, 그리고 고객이 주문한 음식을 만드는 주방 직원과 기능 등이 모두 조화롭게 이루어져야 고객은 질 높은 서비스를 경험하게 되기 때문이다. 따라서 종사원들의 팀워크를 향상시키기 위해서는 서비스 기업의 관리자는 모든 종사원들이 자신의 직무에 관한 지식을 갖출 수 있도록 종사원의 교육 및 훈련을 강화해야 할 것이고, 기업 조직의 공통된 조직문화 및 서비스 풍토를 조성하여 팀워크를 강화해나가야 할 것이다.

다음의 예는 서비스 절차의 복잡성이 반응성에 영향을 주는 요인임을 보여준다.

현재 우리 회사가 가지고 있는 서비스 매뉴얼(manual)은 너무 복잡하다. 직원들이 매뉴얼대로 업무를 수행하게 되면 어떤 경우는 고객이 원하는 서비스 타이밍과 맞지 않을 수도 있다. 예를 들어 음식에 관해서 고객의 불만을 표시할 때 항상 매니저에게 보고하고 매니저가 문제를 해결하고 있다. 불만처리가 늦어질 수밖에 없다. 차라리 고객을 직접 응대하는 우리들에게 업무 권한을 주면 훨씬 더 빨리 문제를 해결 할 수 있을 것이다. (S3. 여. 서버. 경력 2년 3개월)

종사원이 고객에서 서비스를 제공함에 있어 서비스 업무와 절차가 복잡하여 고객에게 신속한 대응을 하기가 어려운 상황이다. 매장 근무 경력이 2년 3개월 정도가 되는 S3 직원은 고객의 요구에 신속한 응대를 하기 위한 방법으로 종사원 업무 권한 확대 및 이양을 주장하고 있는 것이었다. 실제 이 종사원이 종사하는 B업체는 고객의 불만을 해결함에 있어서 고객 불만을 접수한 직원이 불만사항을 매니저에게 보고하고, 매니저가 직접 해결하거나, 혹은 해결 방안을 직원에게 지시하고 있었다. 직원에게 문제를 해결할 수 있는 업무권한이 이양되어 있지 않고 있는 상황이다. 고객이 제공된 상품 혹은 서비스에 대해서 불만을 표시할 경우, 기업에서는 고객의 입장에서 모든 사항을 고려하고 신속하게 즉각적인 조치가 이루어져야 할 것이다. 고객과 관련한 문제를 해결함에 있어 복잡한 절차가 내부 규정에 정해져 있고, 내부 규정 준수를 종사원들에게 요구 할 경우 더욱 심각한 문제가 발생할 수 있다.

서비스 상품이 고객에게 제공되어지는 실제 시간(actual time)보다 고객이 인지하고 지각하는 시간이 더 중요하다. 어떤 고객은 음식을 주문한지 10분도 채 안되어도 음식이 늦게 나온다고

불만을 이야기하는 경우도 있다. (S2. 여. 서버. 경력 2년)

맞다. 나 역시 근무하면서 그런 경우가 있었다. 고객은 아주 자기 주관적이다.(S3. 여. 서버. 경력 2년 3개월)

위의 사례는 서비스 시간에 대한 고객의 주관적 지각을 나타내는 사례이다. 소비자들은 자신의 판단이나 행동은 주어진 정보에 대한 주관적인 지각에 근거하기 때문에 서비스를 제공받는 고객의 반응에 영향을 미치는 의미한다. 가령 고객이 요구하는 서비스를 종사원이 제공하는데 30초 정도의 시간이 필요하다고 가정해보자. 종사원은 고객에게 최선의 서비스를 제공했다고 평가했지만, 고객은 실제시간 30초를 1분 이상의 시간 소요되었다고 판단하고, 자신의 요구에 종사원이 제대로 응대하지 않은 것으로 평가하였다면, 고객은 서비스 품질이 좋지 않은 것으로 인지하게 될 것이기 때문이다. 이에 현장의 관리자들은 이러한 고객의 주관적 판단 및 인지를 예견하고 고객의 서비스 시간 지각관리를 위한 방안을 모색해야 할 것이다. 여러 가지 방안이 있겠지만, 그 중 한 가지는 종사원으로 하여금 고객에게 서비스가 제공되는 시간을 사전에 충분히 인지시킬 수 있도록 하는 종사원 교육이다. 종사원이 고객에게 서비스가 제공되는 시간을 사전에 친절하고 자상하게 알려준다면 고객은 서비스가 제공되는 시간에 대한 정보를 가지게 되기 때문이다. 그리고 이에 앞서 고객과 직원사이에 신뢰관계가 형성되도록 노력해야 할 것이다. 고객이 자신에게 서비스 상품을 제공하는 직원을 신뢰하고 사전 충분한 정보를 가지게 될 경우고객의 주관적 판단과 인지를 최소화 할 수 있을 것이다.

서비스 인카운터에서의 기술이입은 직원들을 더 효과적이고 능률적으로 일할 수 있도록 하고, 고객의 욕구에 훨씬 '반응적'일 수 있다. 이러한 논리를 입증 할 수 있는 사례가 있었다.

한번은 바쁜 저녁시간에 정전이 되는 경우가 있었죠. 정전되니까 컴퓨터 장비인 POS장비를 쓸 수가 없었죠. 손님이 계산서를 요구하는데 일일이 손으로 다 작성해야했죠. 손님은 빨리 계산서 달라고 하죠........ 정말 정신 없었어요. (S2. 여. 서버. 경력 2년)

정보기술(Information Technology)의 발달이 서비스 속도를 증가시키고 생산성을 향상에 크게 기여하고 있음을 보여주는 사례인 것이다. 정전으로 인해 컴퓨터 시스템을 전혀 사용할 수 없게 되자 직원들은 모든 작업을 일일이 수작업으로 진행하게 된 것이다. 컴퓨터라는 전자 장비 그리고 전산 시스템이 레스토랑의 서비스 상품의 전달 속도를 크게 증가시키고 있음을 알 수 있었다. 이외에 레스토랑에서 활용되고 있는 기술적인 부분을 확인하여 보면 테이블-관리 시스템과 같은 정보기술은 레스토랑 종사원들 사이 커뮤니케이션을 향상시킨다(Kimes et al., 1998). 테이블-관리 시스템은 주방에서 음식이 준비됐음을 서비스 종사원들이 컴퓨터 모니터를 통해 알게 함으로서 음식이 신속하게 고객의 테이블로 전달되도록 하며, 고객들이 계산을 끝낸 테이블을 모니터 상에서 확인할 수 있음으로서 서비스 보조원들이 테이블을 정리하고 신속하게 다음 고객을 맞을 수 있도록 한다.

이와 같은 정보기술은 서비스의 속도를 증가시킴으로서 고객들로 하여금 서비스종사원이 매우 '반응적'이라고 지각하게 하며, 이를 통해서 고객의 서비스품질지각 향상은 물론이고 생산성을 향상에 기여하게 된다.

반응성의 선행요인으로 서비스 공정을 요약하면 다음과 같이 다섯 가지로 정리 할 수 있다. 첫째, 서비스 방법, 둘째, 서비스 종사원 (업무지식, 팀웍 등), 셋째, 서비스 절차(복잡성), 네 번째, 서비스 시간(고객이 인지한 주관적 시간), 마지막으로 기술이입 정도 등이라고 정리 할 수 있다.

V. 결과

이상의 사례들을 분석함으로서 고객의 지각된 서비스 품질 차원에서의 반응성에 물리적 환경과 서비스 공정이 직접적으로 영향을 주는 선행요인이 됨을 확인 할 수 있다. 평면계획, 공간적 배치, 장비 등의 물리적 환경의 구성요소가 종사원들의 업무수행능력에 영향을 미치는 것을 확인 할 수 있었다. 따라서 효과적이고 효율적인 물리적 환경관리는 종사원과 업무 수행능력과 성과향상을 촉진하여 서비스 처리속도가 향상됨으로서 고객들에게 신속한 서비스가 전달된다. 그 결과 반응적 서비스 수행으로 인한 고객들의 긍정적인 서비스 품질 지각은 고객만족 뿐만 아니라, 재 구매, 고객 애호도, 그리고 구전효과 등의 서비스기업성과향상으로 이어지게 될 것이다.

그리고 물리적 환경요소와 더불어 서비스 공정 역시 반응성에 영향을 주는 요인으로 확인되었다. 서비스 방법, 서비스 종사원의 충분한 업무지식 및 직원 상호간의 팀워크, 서비스 절차, 고객의 서비스 시간 지각, 기술이입 등의 요인들 역시 직원들로 하여금 고객들에게 신속한 서비스를 제공하는데 중요한 요인임을 알게 되었다.

향후 후속 연구에서는 지금까지 도출된 요인을 활용하여 서비스 품질차원으로의 반응성을 측정하는 척도가 구성되어야 할 것이고, 서비스 품질차원으로서의 반응성이 레스토랑 운영 성과에 어떠한 영향을 미치는가에 대한 실증적 연구가 진행되어야 할 것이다.

참고문헌

Bitner, Mary J. (1992), "Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees", Journal of Marketing, Vol. 56, April, pp. 57-71.

Booms, Bernard H. and Bitner Mary J. (1981), "Marketing Strategies and Organization Structures for Service Firms," in Marketing of Services: American Marketing Association, pp. 47-52.

Chase, Richard B., Aquilano, Nicholas J. and Jacobs, Robert F. (1998), " Production and Operations Management: Manufacturing and Services", 8th ed. Irwin McGraw-Hill Company, Inc.

Davis, Tim R. V. (1984), "The Influence of Physical Environment in Offices", Academy of Management Review, Vol. 9(2), pp. 271-283.

Dierdonck, R. and Brandt, G. (1988), " The Focused Factory in Service Industry," International Journal of Operations and Production Management, Vol. 8, pp. 35-39.

Francese, Paula (1993), " Breaking the Rules: Delivering Responsive Service," Hospitality Research Journal, Vol. 16. No. 2, pp. 55-74.

Field, Arthur, McKnew, Mark and Kiessler, Peter

(1997)," A Simulation Comparison of Buffet Restaurants: Applying Monte Carlo Modeling," Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Vol . 38, No. 6, June, pp. 68-79.

Keaveney, Susan M. (1995), "Customer Switching Behavior in Service Industries: An Exploratory Study", Journal of Marketing, Vol. 59, April, pp. 71-82.

Kimes, Sheryl E., Chase, Richard B., Choi, Sunmee, Lee, Philip Y., and Ngonzi Elizabeth N. (1998), "Restaurant Revenue Management: Applying Yield Management to the Restaurant Industry", The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Vol. 39, No. 3, June, pp. 32-39.

Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie A., and Berry, Leonard L. (1988), "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," Journal of Retailing, Vol 64. Spring, pp. 12-40.

Sundstrom, Eric and Sundstrom, Mary G. (1986), "Work Places", Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Wineman, Jean D. (1986), "Behavioral Issues in Office Design", New York: Van Nostrand Reinhold Co.

Zeithaml, Valarie A. and Bitner, Mary J. (2000), "Service Marketing", McGraw-Hill, Boston, MA.

2003년 12월 1일 원고접수
2004년 4월 25일 1차 수정본 접수
2004년 6월 16일 2차 수정본 접수
2004년 6월 21일 최종 수정본 접수
3인 익명심사 畢