

## 서비스접점에서의 고객 통제지각: 물리적 환경, 감정반응, 행위·의도와의 관계를 중심으로\*

윤만희

대구대학교 경영학과 교수  
(mhyyoon@daegu.ac.kr)

.....

고객은 인적 서비스가 지닌 비분리적 특성 때문에 서비스 전달과정에 참여하여 서비스 종업원과는 대인적 접촉을 그리고 서비스업체가 제공하는 서비스 세팅과는 물리적 접촉을 한다. 이 접촉과정에서 고객은 서비스접점 상황이나 환경에 대해 영향력이나 통제력을 갖고 싶어 하며, 자신이 인식하는 서비스접점에 대한 통제력 정도에 따라 서비스 경험에 대한 반응이 달라진다. 본 연구는 Bagozzi(1992)의 자기조절론적 태도이론(self-regulation process of attitude)에 기초하여 서비스접점에서 고객이 지각하는 물리적 환경과 혼잡성이 그들의 서비스접점 통제지각에 어떠한 영향을 미치며, 통제지각은 그들이 서비스 경험에서 느끼는 긍정/부정적 감정, 나아가 행동의도(재구매의도, 호의적 구진의도)와 행동(자발적 행동)에 대해 어떤 영향을 미치는지를 연구한다.

실증분석을 위해 2개 서비스 고객집단(한방병원 환자, 관공서의 행정 민원인)을 대상으로 제안모델을 평가하고 가설을 검증하였다. 분석결과, 두 집단 모두에서 고객의 통제지각이 서비스 접점에서 중요한 역할을 하고 있음을 확인할 수 있었다. 통제지각 변수는 선행변수인 물리적 환경요인은 물론 감정, 행동의도, 행동 변수와도 통계적으로 유의한 관계를 보여 주었으며, 유의성 패턴 또한 양 집단에 걸쳐 매우 비슷하였다. 구조방정식(SEM)에 따르면 통제지각은 긍정적 물리적 환경에 의해 강력한 정(+)의 영향을 받고 있으나 혼잡성으로부터는 유의한 영향을 받지 못하는 것으로 나타났다. 즐거움만을 다루었던 선행 연구와 달리, 본 연구에서 통제지각은 긍정적 감정에 대해서는 정(+)의 영향을 그리고 부정적 감정에는 부(-)의 영향을 미치는 것으로 세분되어 나타났다. 또한 통제지각은 행동의도와 행동 모두에 대해 정(+)의 영향을 미쳤다. 그간 논의된 바 없었으나 긍정적 감정과 고객의 자발적 행위 사이에는 강력한 연관성이 있음을 확인할 수 있었다. 이는 본 연구를 통해 확인된 중요한 발견으로 이들 관계에 대한 보다 많은 관심이 필요해 보인다.

주제어: 물리적 환경, 통제지각, 소비감정, 행동의도, 자발적 행위, 한방진료서비스, 정부행정서비스

.....

### 1. 서론

제품과 서비스를 구분하는 주요 특성 가운데 하나는 비분리성(inseparability)이다. 생산과 소비가 시간과 공간적으로 분리되는 유형적 제품과 달리 서비스는 대부분 생산과 동시에 소비되기 때문에 고객의 공동 생산(co-production)이나 참여 없이는 서비스 전달이 불가능하다. 이 서비스 참여과정 중에

고객은 종업원과는 대인적 접촉(interpersonal contact)을 그리고 서비스업체가 제공하는 서비스 세팅과는 환경 접촉을 함으로써 자신의 욕구를 충족한다. 이 접촉 과정에서 고객은 서비스 상황 혹은 환경에 대해 영향력이나 통제력을 과시하고자 하며, 자신이 서비스 과정과 결과에 얼마나 영향력을 행사할 수 있는가에 대한 인식에 따라 서비스 접점을 달리 평가한다.

그간 서비스 연구는 주로 서비스접점에 대한 고객

만족이나 서비스 품질에 영향을 미치는 요인이 무엇 인지를 확인하는데 주력해 왔다. 이를 위해 서비스 접점의 세팅이나 종업원 행동이 고객의 태도와 행동에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 각각적으로 연구하였다. 이를테면 물리적 환경이 고객에게 미치는 영향에 대해서는 서비스케이프(Bitner 1992)를 중심으로 포괄적으로 논의되었으며, 종업원과 고객의 접촉 과정에서 종업원의 태도와 행동이 고객의 서비스 평가에 미치는 영향은 직무만족(Netemeyer et al. 1997; Schneider and Bowen 1985), 조직몰입(MacKenzie et al. 1998), 역할갈등 및 모호성(Babin and Boles 1996; Hartline and Ferrell 1996), 노력(Yoon et al. 2001), 자발적 행위(Bettencourt 1997) 등과 같은 조직행위 변수를 통해 설명되었다.

이처럼 물리적 환경과 종업원이 고객의 서비스 평가에 미치는 영향에 대해서는 다양한 설명이 있었던 반면, 정작 고객이 이들 서비스접점 환경 요소에 대해 가지는 통제/영향력과 이의 인식이 그들의 서비스 평가에는 어떤 영향을 미치는지에 대한 연구는 상대적으로 빈약하다. 서비스가 지닌 무형성과 비분리성 속성상 고객의 환경에 대한 통제 욕구는 당연하다. 고객은 인간으로서 서비스접점 환경에 대해 인간 본능이라 할 수 있는 통제 욕구를 가지며, 그들의 환경 통제 혹은 영향력에 대한 인식은 환경심리적인 측면에서 서비스접점에 대한 감정반응과 이후의 행동을 결정하는데 중요한 역할을 한다. 고객이 서비스접점을 통제하는 것으로 인식하면 자신의 서비스 경험에 대해서 호의적인 감정과 행동을 가지게 된다(Hui and Bateson 1991; Proshansky et al. 1974).

서비스접점에서 차지하는 통제 역할의 중요성에 따라 본 연구는 고객의 통제 지각이 그들의 서비스

경험에서 어떤 역할을 하는지를 검토하고자 한다. 사실 통제욕구나 통제지각에 대한 연구는 지난 50년간 심리학에서 다양하게 진행되어 왔으며(Averill 1973; White 1959; Brehm 1966), 마케팅 분야에서도 슈퍼마켓(Langer and Saegart 1977; Lunardo and Mbengue 2009), 바(bar), 은행(Hui and Bateson 1991), 호텔 및 레스토랑(Namasivayam 2004; Ward and Barnes 2001), 항공사(Langeard et al. 1981), 소매점포(Söderlund 2007) 상황을 대상으로 광범위하게 검토되었다. 그리고 통제지각에 대한 선행요인과 결과변수에 대해서도 어느 정도 연구가 진행되었다. 이를테면 통제지각에 영향을 미치는 선행 변수로 조직 분위기(Yagil and Gal 2002), 선택(Chang 2008; Hui et al. 1991), 공간 밀도와 물리적 환경(Grewal et al. 2007; Hui et al. 1991) 등이 제시되었으며, 결과 변수로는 고객의 즐거움(Bateson 1985; Hui et al. 1991; Söderlund 2007; Ward and Barnes 2001), 행동의도와 행동(Ajzen 1991; Hui et al. 1991; Notani 1998), 고객만족(Natarajan and Angur 1997; Van Raaij and Pruyn 1998), 서비스품질(Grewal et al. 2007; Noone 2008; Yagil et al. 2002) 등이 논의되었다. 그러나 이상의 선행 연구에도 불구하고 서비스접점에 대한 고객의 통제 지각이 갖는 설명력을 감안할 때 통제지각에 대한 추가 논의는 여전히 필요해 보인다.

우선, 본 연구에서는 고객이 서비스접점에서 지각하는 물리적 환경이 그들의 행동과 미래 의도에 미치는 영향을 Bagozzi(1992)의 자기조절론적 태도 이론(self-regulation process of attitude)을 토대로 분석한다. 지금까지의 선행연구가 물리적 환경, 감정, 태도, 행동 사이의 특정 측면만을 단편적으로 다루어 왔다면, Bagozzi(1992)의 대안적 태

도이론은 이들 변수사이의 관계를 자기조절과정 즉 내부 혹은 상황적 조건에 대한 인지적 평가(cognitive appraisal) → 감정적 반응(emotional reactions) → 대응행위/의도(coping behavior/intention) 측면에서 포괄적으로 접근할 수 있게 해 준다. 이 이론적 틀에 기초하여 본 연구에서는 서비스접점의 물리적 환경에 대한 고객의 인지적 평가는 호의적 혹은 비호의적 감정 반응을 유발하며 이는 결국 행위 혹은 미래의 의도와 같은 대응 결과를 가져 온다고 본다.

둘째, 본 연구에서는 전술한 물리적 환경→감정반응 → 행위/의도 변수관계에 고객이 서비스접점에 대하여 가질 수 있는 통제지각을 추가함으로써 이들 변수들과의 관련성은 물론 통제지각 개념의 설명력을 확인하고자 한다. 고객의 서비스접점 통제지각은 그들이 서비스 접점에서 직면하는 물리적 환경으로부터 어떤 영향을 받으며, 서비스 경험에 대한 그들의 감정(consumption emotions), 행동 및 미래 행동의도에는 어떤 영향을 미치는지를 검토한다. 서비스접점의 환경 요인과 소비감정, 행동/의도 사이에서 어떠한 매개 역할을 하는지를 살펴본다.

셋째, 본 연구에서는 선행 변수인 물리적 환경요인을 다룸에 있어 긍정적인 요인뿐만 아니라 부정적인 요인 또한 포함하였다. 지금까지의 대부분 연구는 고객이 좋아할 긍정적인 환경요인과 싫어할 가능성이 높은 부정적인 환경요인 가운데 일면만을 고려하였으나 본 연구에서는 양면 모두를 포함하였다. 왜냐하면 실제 서비스접점 상황은 긍정적인 물리적 환경뿐만 아니라 부정적인 환경요인 또한 공존할 것이기 때문이다. 이를 위해 본 연구에서는 호의적인 물리적 단서뿐만 아니라 주요 부정적 환경요인에 대한 지각적 판단이라고 할 수 있는 혼잡성을 포함한다. 물리적 환경에 더하여, 본 연구는 서비스 경험에 대한 감정 반응 또한 부정과 긍정으로 구분한다. 이는

고객의 즐거움만을 고려한 선행 연구(Bateson 1985; Hui et al. 1991; Söderlund 2007; Ward and Barnes 2001)와 구별되는 것으로 긍정과 부정적 감정은 서로 별개(discrete)일 뿐만 아니라 서비스 현장에 공존할 수 있음을 반영한 것이다.

마지막으로 본 연구는 실제 서비스 현장에서 통제지각이 어떤 역할을 하는지를 분석한다. Thompson et al.(1993)에 따르면 통제 관련 대부분 연구는 실험실 상황에서 진행되었다. 그러나 실험 연구는 여러 가지 문제를 유발한다. 예를 들면 실험실 자극은 실제 환경의 자극에 비해 효과가 약할 수 있을 뿐만 아니라 실험 참가자는 자극 처리와 관련하여 선택의 여지가 없다. 실제 상황과 다르기 때문에 피실험자는 싫어도 자리를 피할 수 없는 문제를 안고 있다. 그리고 통제지각에 대한 정서적 결과를 검토함에 있어 지금까지는 주로 스트레스를 많이 받는 사람 이를테면 병원의 암환자나 양로원의 노인 등을 대상으로 하였다. 통제감이 없거나 심각한 통제 상실을 경험한 사람을 피실험자로 삼았기 때문에 일상적이고 평범한 현실 상황을 반영하지 못하였다. 이러한 문제점을 극복하기 위해 본 연구에서는 한방병원의 진료서비스와 관공서의 행정서비스를 대상으로 실증연구를 실시하였다. 앞에서 언급하였듯이 그간 통제 관련 연구는 은행, 호텔 및 레스토랑, 항공사, 슈퍼마켓 혹은 소매점포와 같은 고객통제 주도권이 상대적으로 강한 상황을 대상으로 진행되었다. 하지만 본 연구에서는 서비스종업원의 통제 주도권이 상대적으로 높을 수 있는 서비스업종을 대상으로 하였다. 관공서와 한방병원의 종업원은 그들이 가진 전문성 파워(expertise power)를 토대로 서비스접점에 대해 통제력이나 통제 행위를 보여 줄 수 있다. 그러나 통제의 상대적 주도권을 누가 갖고 있는 것과는 상관없이 이들 서비스의 고객은 서비스가 제공

되는 현실 서비스접점에 대해 어느 정도 영향력을 미치는지, 그리고 그들 자신의 통제력이 어느 정도 인지는 지각할 수 있다. 고객은 서비스 특성, 불확실성 감소, 욕구충족 때문에 서비스접점에 대해 그들 나름 영향력을 행사하고 싶어 할 뿐 아니라, 서비스 참여과정에 자신이 행사한 통제 혹은 영향력이 어느 정도인지를 알고 있다.

이상에서 제기한 이슈를 다루기 위해 본 연구에서는 먼저 통제지각 개념과 고객의 서비스접점 통제지각에 대해 논의하고, 이어서 관련 변수인 통제지각, 환경요인, 감정반응, 행동/의도 사이의 가설적 관계를 제시한다. 가설과 모델을 평가하기 위해 서로 다른 서비스 고객 집단(한방병원 환자, 관공서 민원인) 자료를 이용하여 구조방정식 모델로 실증분석을 실시한다. 그리고 실증분석 결과를 토대로 결과를 논의한 후 연구의 한계점과 아울러 미래 연구를 위해 몇 가지 제언을 하였다.

## II. 배경연구와 가설설정

### 2.1 통제지각

통제는 인간의 중요한 추동력(human driving force)으로, 환경에 대한 자신의 능력(competence), 우월성(superiority), 지배력(mastery)을 과시하고자 하는 인간 욕구를 말한다(White 1959). White (1959)는 통제개념을 주요 인간 욕구로 규정한 선구자라고 할 수 있다. 그에 따르면 통제는 환경과 관련한 다양한 인간 행동의 밑바탕으로 작용하는 추동 욕구로서 원초적인 생리적 욕구와는 구분된다. 이 통제 욕구는 주위 환경을 다루면서 가지는 일종의

효율성이나 장악력/능력에 대한 느낌이다. DeCharms (1968)의 인적 원인론(theory of personal causation)에 따르면 사람은 자신의 행동이나 환경적 결과를 통제하지 못하고 마치 인질처럼 떠밀리기 보다는 행동에 대한 주요 원인 혹은 중심점이 되고 싶어 한다. 그리고 Brehm(1966)은 심리적 반발이론(psychological reactance theory)에서 통제의 동기유발 역할을 강조하고 있다. 즉 사람은 행동의 자유를 위협받게 되면 환경에 대한 통제를 거듭 주장하도록 동기 유발된다.

이러한 이론적 시각 이외에도 통제지각에 대한 개념적 논의는 다양하다. 예컨대 Greenberger et al. (1989)은 통제지각(control perception)을 “환경에 대해 원하는대로 변화를 주거나 영향을 미칠 수 있는가에 대한 한 개인의 능력에 대한 신념”으로 정의한다. 이는 원하는 방향 즉 목표를 염두에 두고 환경에 접근한다는 뜻이다. 또한 Bandura(1997)에 따르면 통제지각은 하나의 심리적 구성개념으로 상황을 관리하기 위해 필요한 행동을 수행할 수 있는 능력에 대한 신념이다(Bandura 1997). 이 통제지각 개념은 능력에 대한 신념, 결과기대, 수단-목적에 대한 신념으로 구성된 복합적 개념이다(Grob 2000). 이러한 통제신념은 인간의 심리적 기능, 건강, 안녕을 조절하는데(Flammer 1995), 특히 작업 상황에서 통제신념은 업무 성취나 만족과 관련이 있을 뿐 아니라 실제 인지여부와 상관없이 행동에도 영향을 미치는 것으로 알려지고 있다(Langer 1983).

통제 지각은 여러 기준에 따라 분류될 수 있는데, 그 중 대표적인 것이 Averill(1973)에 의한 분류이다. Averill(1973)은 통제를 지각하는 인지적 방법에 따라 행위적 통제(behavioral control), 인지적 통제(cognitive control), 의사결정 통제(decision control)로 구분한다. 행위적 통제는 위협적 사건( 좋지 않은 일)의 객관적 특성에 대해 직접 영향을

미치거나 변화를 줄 수 있는 반응이 가능한지에 관한 것이다. 환경에 직접 행동을 취할 수 있는지에 관한 것이다. 이 개념과 관련하여, Ajzen(1991)은 인간 행동과 의도를 예측하기 위해 기존의 태도와 주관적 규범에 행동통제 요소를 추가함으로써 합리적 행동이론(TRA: theory of reasoned action)을 계획행동이론(TPB: theory of planned behavior)로 확장하였다. 인지적 통제는 해( 좋지 않는)가 될 사건을 해석하는 방법에 관한 것으로, 상황에 대한 예측가능성과 인지적 재해석으로 구분된다(Bateson 1985). 위협적일 수 있는 정보를 보다 긍정적으로(스트레스를 덜 받는 식으로) 해석할 수 있는지에 관한 것이다. 의사결정 통제는 여러 가지 행동대안 가운데 선택할 기회에 대한 것으로, 본인에게 열려 있는 선택안 혹은 선택의 자유를 뜻한다. 다양한 행동 대안 가운데서 선택안을 가질 수 있는 것에 관한 것이다.

## 2.2 서비스접점의 통제지각

그간 통제와 관련한 이슈는 주로 요양원이나 의료기관의 진료서비스 분야에서 다루었으나 Bateson(1985), Hui and Bateson(1991)의 경우에서 볼 수 있듯이 환경에 대한 통제지각 문제는 마케팅 분야 특히 서비스 접점에서도 논의되곤 하였다. 서비스 고객은 바람직한 결과를 얻기 위해 서비스접점 환경을 통제하거나 영향을 미치고 싶어 한다. 서비스접점에 대한 이런 통제욕구 및 인식은 서비스의 고유 특성을 생각해 보면 당연하다고 할 수 있다. 먼저 서비스의 비분리성(inseparability) 때문에 고객은 통제 욕구나 이를 의식하지 않을 수 없는 상황에 처해 있다. 서비스는 특성상 생산과 소비 과정에서 거래 당사자인 서비스 고객, 점점종업원, 서비스

업체는 일련의 상호접촉을 하게 되며 이 과정에서 당사자 각자는 상황을 통제하거나 영향을 미치고 싶어 한다. 특히 서비스 고객은 서비스접점을 구성하는 종업원과 대인적 접촉과 서비스업체가 제공하는 서비스 세팅이라는 환경과의 물리적 접촉을 통하여 자신의 욕구를 충족하고자 한다. 물론 고객의 개성과 서비스 업종에 따라 차이가 있겠지만, 이 접촉 과정에서 고객은 자신의 목표 달성을 위해 서비스 내용설계(specification), 과정(process, realization), 결과(outcome)에 대해 힘이나 영향력을 미치고자 하며(Van Raaij and Pruyn 1998), 이에 대한 인식 또한 존재하게 된다.

그리고 서비스의 무형성(intangibility) 혹은 경험속성(experience attribute) 또한 고객으로 하여금 서비스 상황에 대해 강한 통제 욕구와 지각을 가지게 한다. 경험속성 때문에 서비스 고객은 서비스 교환에서 제품보다 더 많은 불확실성과 위험을 느끼게 된다. 서비스 종업원의 무능, 비협조, 비숙련으로 인하여 원하는 서비스 상품을 제대로 생산하지 못할 위험이 있기 때문에(Rust et al. 2004), 고객은 구매전 지각하는 위험 가운데 특히 수행 위험(performance risk)을 지각할 가능성이 높다. 고객 자신이 서비스 생산과정에 투입한 정신적, 시간적, 금전적, 물리적 투자가 서비스 종업원의 서툰 행동으로 손실로 사라져 버릴지도 모른다는 불안감 때문에 고객은 서비스 상황에 대한 통제에 대해 더 많은 신경을 쓰게 된다(Namasivayam 2004). 이러한 이유 때문에 고객은 본인이 서비스접점을 통제한다고 생각하면 안심하게 되고 보다 편한 마음으로 서비스 생산 및 소비에 임하게 될 것이며, 이후의 서비스 경험에 대해서도 호의적인 감정과 행동을 가지게 될 것이다.

서비스접점에서는 Averill(1973)의 세 가지 통제

지각 가운데 행동적 통제와 의사결정 통제가 일어나기 쉽다. 왜냐하면 서비스 고객은 주로 종업원 행동을 통제 혹은 지배할 수 있는지에 관심을 가지며(행동적 통제), 어떤 것을 서비스 상품에 포함시킬 수 있는지, 그리고 본인 스스로 결정할 수 있는지(의사결정 통제)에 대하여 궁금해 하기 때문이다. 적합한 것을 선택하여 서비스 상품에 포함시킬 수 있는 능력이나 기회가 주어질 때 고객의 의사결정 통제 수준은 높아지게 된다(Natarajan and Angur 1997). 이와 관련 Namasivayam and Hinkin(2003)은 호텔과 레스토랑 상황에서 고객은 행동적 통제와 의사결정 통제를 지각하고 있음을 확인하였다. 그들에 따르면 서비스점점에서의 통제지각을 위한 첫째 조건은 선택으로, 고객이 원하는 서비스 상품에 필요한 부분을 선택할 수 있을 때이다(의사결정 통제). 예를 들어 레스토랑에서 주문 할 때 메뉴판에 있는 모든 것을 고객이 선택할 수 있어야 한다. 둘째 조건은 역량(capacity)에 관한 것으로 고객은 원하는 목적을 위해 서비스 종업원의 행동에 영향을 미칠 수 있는 능력을 본인이 가지고 있다고 믿을 때이다. 이는 행위적 통제에 관한 것으로 서비스종업원에게 원하는 서비스를 제공하게끔 유도할 수 있다고 생각하는 경우이다. 이들 통제에 비해 인지적 통제는 서비스전달 상황에서는 역할이 상대적으로 작으며, 오히려 구매후 상황 이를테면 서비스 실패에 대한 원인을 찾는 과정에서 작용하는 것으로 알려지고 있다. 구매할 특정 서비스 상품이 염려가 되면 고객은 구매예정 상품을 재해석하는 인지적 통제과정을 거치기보다 행동적 통제나 의사결정 통제로 더 많은 것을 얻으려 할 것이다.

이상의 논의를 종합해 볼 때 서비스점점에 대한 고객의 통제지각은 서비스품질, 과정, 서비스 종업원의 행동에 미치는 영향력과 서비스 제공방식에 대한

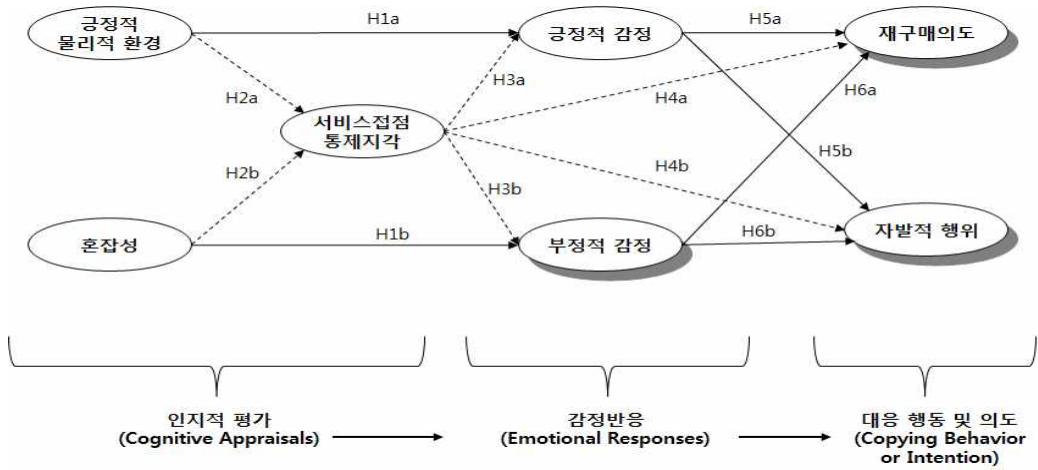
선택의 자유에 관한 것이라 정의할 수 있다(Bateson 1985; Namasivayam et al. 2003; Yagil et al. 2002). 즉 양질의 서비스를 제공받을 목적으로, 서비스 점점에서 고객 자신이 제공받는 서비스의 품질에 대해 얼마나 영향을 미칠 수 있는지, 그리고 제공받는 방식을 얼마나 자유로이 선택할 수 있으며, 점점 종업원의 행동에 대해 어느 정도 영향을 미칠 수 있는지에 대한 믿음(belief)이라고 할 수 있다.

### 2.3 연구모델과 가설

통제에 대한 지각은 인간의 행동과 감정을 이해하는데 널리 활용되고 있다. 실증 결과에 따르면 물리적 환경에서 통제 지각은 생리적 반응(Averill 1973), 과업수행(Burger 1987) 고통과 좌절에 대한 인내(Sherrod et al. 1977), 고난과 근심(Paterson and Neufeld 1995)과 같은 인간의 물리적, 심리적 안녕에 필요한 것으로 알려지고 있다. 일부 서비스 연구에서 밝혀졌듯이 서비스 상황에서도 고객이 서비스 점점에 대해 통제감을 가지게 될 때 서비스 경험에 대해 감정과 행동에 영향을 미친다. <그림 1>에서 볼 수 있듯이 본 연구에서는 자기조절적 태도 이론(Bagozzi 1992)의 틀에서 물리적 환경, 고객의 서비스점점 통제지각, 감정적 반응, 행위 및 미래 의도 사이의 관계를 종합적으로 살펴본다. 서비스 점점에서 고객이 지각하는 호의적 물리적 분위기와 혼잡성이 점점통제 지각에 미치는 영향과 이들 통제 지각이 긍(부)정적 소비 감정, 재구매 의도와 자발적 행위에 미치는 영향을 종합적으로 분석한다.

#### 2.3.1 물리적 환경요소와 소비감정

서비스점점의 좋은 물리적 자극은 고객을 긍정적



\*제안모델에서 점선 경로는 서비스접점 통제지각으로 말미암아 추가된 관계를 뜻한다.

〈그림 1〉 제안모델

감정 상태로 이르게 한다. 환경심리학(Mehrabian and Russell 1974; Russell and Pratt 1980)에 따르면 서비스 고객은 물리적 환경이라는 자극에 대해 긍정 혹은 부정적 감정 반응하게 되며, 이들 감정에 따라 접근(approach) 혹은 회피(avoidance)하는 행동 결과를 보여주게 된다. 고객이 서비스접점에 머물고 있는 동안 지각하는 실내의 쾌적함, 적당한 조명, 청결, 색상, 조용함, 향기 등은 고객으로 하여금 즐거움과 같은 긍정적인 감정 상태에 이르게 한다. 이러한 현상은 다소의 정도 차이는 있겠지만 소매점포, 호텔, 병원, 은행, 레스토랑 등 여러 서비스업체에 걸쳐 발견할 수 있다. 호의적인 물리적 자극은 경험하게 될 서비스에 대한 메시지를 사전에 전달해 주는 역할 뿐 아니라 고객이 원하는 좋은 감정을 경험하게끔 해 주는 매체 구실을 한다.

고객 각자가 느끼는 긍정 혹은 부정적 감정은 음악, 향, 조명 등과 같은 환경적 단서에 대한 인지적 평가에 따라 달리 생겨나게 된다. 서비스접점의 물리적 요소에 대한 고객의 지각과 소비감정 사이의

관계는 감정의 인지평가론(cognitive appraisal theory of emotions)으로 설명될 수 있다. 사람의 감정이란 자신의 안위(wellbeing)와 연관이 있는 어떤 것(referent)(예를 들면, 특정 사건, 행동, 상황, 환경, 혹은 사고)에 대한 인지적 평가에 따른 반응으로 생겨난다(Lazarus 1991). 이 이론에 따르면 고객의 경험, 목적과 연관성을 갖고 있는 서비스 접점의 물리적 환경에 대한 주관적 평가는 고객으로 하여금 감정을 유발하게 한다. 여기서 이야기하는 감정 유발은 특정의 물리적 환경 그 자체가 아니라 이들 물리적 환경을 평가하고 해석하는 사람 고유의 심리적 판단에 의해 일어난다. 구체적으로 고객 자신이 물리적 환경과 어떤 개인적 연관성이나 이해관계(personal stake)가 있는지에 대한 목적연관성(goal relevance)과 물리적 환경이 자신의 목적 혹은 이익달성을 원활/촉진시켜 주는지 아니면 방해하는지에 대한 목적부합성(goal congruence)을 평가한다(Bagozzi et al. 1999). 고객 자신의 목적달성에 물리적 환경요인이 도움이 되는지 아니면 해방

하는지에 따라 긍정적 혹은 부정적인 감정 반응이 나타난다.

이 감정인지평가론에 따르면 고객 자신의 목표달성에 도움이 되는 물리적 단서는 호의적인 환경으로 평가되어 긍정적인 감정반응을 유발하는 반면, 목표달성에 방해가 되는 물리적 단서는 비호의적 환경으로 부정적인 감정을 유발한다. 이를테면 쾌적한 실내 공기, 좋은 조명, 청결한 공간, 색상, 조용함, 향, 인테리어 등과 같은 서비스접점의 물리적 자극은 호의적인 물리적 환경요소로서 고객 자신의 욕구충족(목표)과 연관성이 있을 뿐 아니라 욕구충족을 원활하게 해 주는 것(referent)으로 판단되기 때문에 긍정적인 감정 결과를 유발하게 된다. 이와는 대조적으로 고객이 물리적 환경에서 느끼는 혼잡성은 자신의 구매 목표라고 할 수 있는 양질의 서비스나 만족의 경험을 저해한다고 판단할 수 있기 때문에 부정적인 감정반응을 가져올 수 있을 것이다. 이상의 논의를 토대로 다음의 가설을 설정한다.

H 1a: 호의적 물리적 자극은 긍정적 감정에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H 1b: 혼잡성은 부정적 감정에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 2.3.2 물리적 환경요소와 서비스통제지각

서비스 상황의 물리적 요소가 통제 지각에 미치는 영향은 새롭게 부각되고 있는 주제이다(Berry and Bendapudi 2003; Grewal et al. 2007). 서비스 접점의 호의적 물리적 자극은 고객의 통제 지각에 매우 중요한 역할을 한다. 물리적 환경을 구성하는 쾌적한 실내 분위기와 서비스접점의 장비, 시설, 인테리어, 분위기 등과 같은 물리적 자극에 대한 고객

의 호의적인 지각은 그들의 통제를 원활하게 해 준다(Van Raaij and Pryun 1998). 마음에 들고 기분이 좋은 인테리어는 사람의 환경 통제에 대한 지각을 조성한다. 특히 병원과 같은 서비스 상황에서의 유형적 요인은 중요한 시각적 단서로서 고객으로 하여금 점점 환경이 그들 필요에 부합하는지 여부를 평가할 수 있다. 유형적 상황의 단서가 서비스 품질 및 전달 그리고 서비스전달 과정에 대한 통제 지각을 얼마나 호의적으로 설명해 주는지, 그리고 물리적 환경이 고객에게 서비스 품질의 예측을 가능하게 하고 선택 기회를 허용하는지에 따라 서비스 접점에 대한 고객의 통제 인식은 달라진다(Grewal et al. 2007).

이와 같은 긍정적인 물리적 자극과는 대조적으로 서비스접점에서 지각하는 혼잡성은 통제 지각에 부정적인 영향을 미칠 가능성이 높다. 밀도는 공간면적당 사람 수를 의미하는 환경의 물리적, 공간적 개념인 반면, 혼잡성은 공간의 인식된 면적이 부적당하다고 보는 주관적, 심리적 평가이다(Hui and Bateson 1991; Rapoport 1975). 높은 밀도는 반드시 혼잡성을 의미하지 않으며, 밀도가 사람의 활동을 방해하거나 업무수행 능력을 감소시킬 때 혼잡성을 지각한다. 쾌적하고 청결한 물리적 단서와 달리 혼잡성은 부정적인 환경 요소로서 고객의 통제 지각을 감소시킬 가능성이 높다. 고객의 서비스접점에 대한 정보처리과정에서 인식하는 혼잡성은 고객의 정보 처리량을 제한할 뿐 아니라, 분주해 보이는 종업원을 상대로 무엇을 물어보고 요구하기가 쉽지 않다. 그리고 혼잡한 상황에서는 선택의 여유가 없으며 어쩔 수 없이 선택하게 될 수도 있다. 이처럼 혼잡성을 인식하게 될 경우 목적 달성을 위한 환경에 대한 통제욕구는 방해받거나 위축될 수밖에 없으며 통제 인식 또한 강하게 작용할 수 없게 될 것이다.

H 2a: 긍정적 물리적 환경은 서비스접점 통제지각에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H 2b: 혼잡성은 서비스접점 통제지각에 부(-)<sup>2</sup>의 영향을 미칠 것이다.

### 2.3.3 서비스 통제지각과 소비감정

소매 점포나 서비스접점에서 고객 자신이 통제감을 느낄 때 즐거움과 같은 긍정적인 감정을 느낀다(Hui and Bateson 1991; Ward and Barnes 2001). Ward and Barnes(2001)에 따르면 서비스접점 상황이란 고객 자신의 욕구 충족이나 목표 달성을 위해 필요한 수단이기 때문에 고객은 이 상황에 대한 통제를 원하며, 자신이 상황을 통제하거나 영향을 미칠 수 있다고 생각하면 물리적 환경이 자신의 목표 달성을 원활하게 해 줄 것이라 판단하기 때문에 긍정적인 감정을 보일 가능성이 높아진다. 의료 서비스의 예를 들면, 양로원에서 노인들이 환경에 대한 통제를 가진다고 인식할 때 주관적 안녕을 보다 많이 느끼며(Greenberg et al. 1989), 진료 상황에 대해 통제할 수 있다고 느끼는 환자는 통증을 적게 느끼는 것으로 밝혀지고 있다(Thompson 1981). 또한 온라인 쇼핑 상황에서 통제 인식을 향상시켜주는 물리적 단서에 따라 고객의 환경에 대한 반응이 결정된다. 사용자가 쉽게 통제하도록 설계된 웹 사이트에서는 고객이 활동에 완전 몰입하는 상태 즉 플로(flow)의 경험에 쉽게 이르게 된다. 그리고 마케팅에서는 패스트푸드점과 같은 소매 환경에서 고객으로 하여금 본인이 원하는 대로 하게끔 하면 긍정적인 소비감정을 경험하게 된다.

그러나 반대로 통제 상실은 부정적인 소비감정을 느끼게 한다. 오랜 대기, 형편없는 선택과 무관심한 응대, 혼잡스러움 등으로 통제 상실을 경험하는 고

객은 환경에서 일어나는 것이 무엇이든 수동적으로 받아 드릴 수밖에 없으며, 속수무책, 체념, 좌절, 무기력감, 소외감과 같은 부정적인 감정이 생기게 된다(Navasimaym and Hinkin 2003). 하지만 본인이 통제할 수 있다고 생각하는 경우 부정적인 감정은 줄어들게 된다. 특히 병원이나 요양원의 경우처럼 고객의 서비스접점에 대해 통제지각이 늘어나면 긍정적 감정을 증가시킬 뿐 아니라 접점에서 경험하는 스트레스, 우울함, 불편한 감정을 완화시키게 될 것이다.

H 3a: 통제지각은 긍정적 감정에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H 3b: 통제지각은 부정적 감정에 부(-)<sup>2</sup>의 영향을 미칠 것이다.

### 2.3.4 서비스 통제지각과 행동의도 및 자발적 행위

서비스접점에 대한 통제지각이 늘어나면 고객은 서비스 경험으로부터 더 많은 즐거움과 행복을 느끼며, 이런 긍정적 소비감정으로 고객은 기분이 좋아지고 결국 이 기분에 맞는 정보처리를 하게 된다. 좋은 감정 상태이기 때문에 서비스접점에 대해 긍정적인 사고를 가지게 된다. 이를테면 서비스품질을 높게 평가할 뿐 아니라 서비스 종업원을 고객 자신이 원하는 중요한 것을 얻는데 도움을 주는 사람으로 인식하게 된다(Grewal et al. 2007). 그리고 이러한 인식은 고객의 재구매 의도와 회사를 위한 자발적 행위를 가능케 할 수 있다. Klein and Helweg-Larson(2002)의 지적처럼 통제지각은 낙관적 편향(positive bias)과 연관이 있다. 고객은 서비스접점이나 결과에 대해 자신이 큰 통제권을 가진 것으로 지각하면 서비스에 대해 더욱 낙관적이 된다. 그

리고 이러한 낙관적 편견은 재구매 의도와 같은 구매 후 행동의도의 가능성을 높인다.

서비스 통제지각이 재구매 의도에 미치는 영향은 적응수준이론(adaptation level theory)에 의해서도 설명된다. 이 이론에 따르면 초점 자극(focal stimulus)은 사람의 판단이나 의사결정에 영향을 미칠 가능성이 높다(Brown and Reich 1971). 초점 자극인 통제지각은 사람이 구매 후 판단하게 하는 여러 인지과정 부분에 영향을 미치며 결국에는 행동 의도 즉 서비스 재구매 의도에도 영향을 미치게 된다. 즉 서비스 과정에 대한 통제는 향후의 인지(cognition)에 중대한 영향을 미친다(Thompson 1993). 그리고 통제지각이 행동의도에 미치는 영향은 Ajzen(1991)의 계획행동이론(TPB: theory of planned behavior)에 의해서도 설명된다. 이 이론에 따르면 고객의 행위적 통제에 대한 지각은 기존의 행위에 대한 태도와 주관적 규범에 추가하여 행위의도와 행위를 설명하는데 중요한 역할을 한다. 관련 실증 연구 또한 자연적인 상황에서 많은 통제권을 부여해 주었을 때 고객은 더욱 행복해지고 흔쾌하게 활동에 참여하는 것으로 나타났다(Langer and Rodin 1976).

서비스접점에 대한 고객의 통제지각은 이들이 자발적 행위를 할 가능성을 높여 준다. 고객은 통제를 지각하는 환경을 좋아하며 이러한 느낌은 그들로 하여금 환경에 더욱 접근(approaching)하게 만든다. 자신을 환경에 더욱 노출시키며 단골 구매 행위를 보여 주거나, 보다 적극적으로 환경에 몰입하는 행태를 보여 준다. 즉 고객은 서비스 환경을 보다 깊이 탐구하고 환경 속으로 들어가 무엇인가를 해 보려는 적극성을 가지게 될 것이다(Ward and Barnes 2001). 이런 몰입된 행위로는 반복 구매 뿐 아니라 고객이 보여 줄 수 있는 여러 가지 자발적 행위도 포함된다. 고객에게 부여된 역할 이상의 자발적

행동 이를테면 건설적 제안, 문제개선, 호의적 구전, 업무부담 경감, 서비스 규칙 및 방침 준수 등으로 서비스 환경에 보다 적극적으로 기여할 수 있을 것이다. 지금까지 연구에서는 통제지각과 자발적 행동 사이의 관계에 대해 논의된 바 없으나 본 연구는 이들 관계를 실증적으로 분석하고자 한다. Söderlund(2007)의 주장처럼 통제는 개념적으로 의지/의욕(volition), 자유(freedom), 자주(autonomy), 의식(consciousness)과 밀접한 연관성이 있음을 감안한다면 자발적 행위와의 관계 또한 검토해 볼 필요가 있다. 만약 고객이 서비스접점에서 통제 상실을 지각하게 되면 불편감, 우울함, 무기력감 등과 같은 부정적 감정을 느끼게 될 뿐 아니라 재구매 의도와 자발적 행위는 위축될 것이다.

H 4a: 통제지각은 행동의도에 정(+ )의 영향을 미칠 것이다.

H 4b: 통제지각은 자발적 행위에 정(+ )의 영향을 미칠 것이다.

### 2.3.5 소비감정의 결과: 행동의도 및 자발적 행위

서비스 소비경험에서 생기는 감정은 정서적 기억(affective memory)의 흔적을 남기게 되며 이는 통합·처리과정을 거쳐 서비스 소비후 평가 형태를 갖추어, 결국에는 평가에 일치하는 행동의도와 행동을 보여주게 된다. 즉 서비스 고객은 통제지각 혹은 물리적 환경으로부터 긍정적인 감정을 경험하면 그 감정에 일치하는 방향으로 행동의도와 행동을 보여 준다. 감정조절이론(ACT: affect control theory)에 따르면 인간은 그들의 기분과 감정을 확인시켜주는 식으로 행동한다(Chebat and Slusarczyk 2005). 만약 부정적인 감정을 가지게 된다면 서비스접점을

향한 적극적인 행위를 중지하게 될 것이다. Bagozzi (1992, 1999)의 자기조절론적 태도이론에서 볼 때 이러한 행위/의도는 부정적 감정(예를 들어, 화, 슬픔, 짜증, 공포 등)을 대처하는 반응(coping responses)으로써 불균형 상태에 빠져 있는 고객은 정상 상태(normal state)로 돌아가게 해 준다.

그리고 환경심리학에서 언급하듯이 소비 상황에서 느끼는 감정은 고객의 회피(avoidance) 혹은 접근(approach) 행위에 영향을 줄 수 있다(Chebat and Michon 2003). 서비스접점에 느끼는 감정에 따라 고객은 오래 머물고 싶어 하거나(그렇지 않거나) 더 많은 것을 구매 혹은 이용하고자 할 것이다. 그러나 부정적인 감정을 경험하게 되면 행동의도의 위축과 자발적 행위의 감소와 같은 회피 행동을 보여주게 될 것이다. 일부 연구에 따르면 감정변수인 즐거움과 환기는 여러 상황에서 선택의도, 구매행위와 같은 소비자의 접근행동에 영향을 미치는 것으로 알려지고 있다(Babin and Darden 1996; Chebat and Slusarczyk 2005). 그러나 고객만족에 미치는 영향과 마찬가지로 고객의 소비감정이 행동의도와 행위에 미치는 영향에 대해서는 실증 연구가 그리 많이 진행되지 않은 실정이다(Mattila and Wirtz 2000).

H5: 긍정적인 소비감정은 a) 행동의도, b) 자발적 행위에 정(+ )의 영향을 미칠 것이다.

H6: 부정적 소비감정은 a) 행동의도, b) 자발적 행위에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

### III. 조사방법

#### 3.1 조사대상과 자료수집

본 연구는 실증분석을 위해 한방병원 의료서비스와 정부관공서의 민원서비스를 사용하였다. 이들 서비스는 전형적인 인적 서비스로서 비분리성이 내포되어 있다. 제공되는 서비스와 제공자 사이 물리적으로 연결되어 있을 뿐만 아니라 생산과정에 고객이 참여하게 된다. 이들 서비스는 예컨대 미용실, 의료서비스, 풀서비스 레스토랑, 세무조정 및 신고, 광고물 제작에서처럼 중간이상의 고객참여가 필요하다. 이들 서비스는 맞춤형 서비스상품을 위한 공동생산처럼 참여수준이 높지는 않지만 적어도 단순 출현 이상은 되어야 한다. 서비스로부터 원하는 결과를 얻기 위해 고객은 서비스 전달과정에 다양한 인지적(정보)·감정적·행동적 자원(resources)을 투입(input)하며, 이 과정을 거치는 동안 고객은 서비스접점에 대한 자신의 통제 혹은 영향력을 인식하거나 이를 행사하고 싶은 욕구를 가질 수 있다. 이들 서비스에서 고객이 그들의 서비스접점에 대해 얼마나 통제를 지각하고 있는지에 대해서는 <부록 A>를 통해 확인할 수 있다. 민원서비스의 경우 고객이 지각하는 점점통제 수준은 평균 4.53, 표준편차 .76이며, 한방진료 서비스는 평균 4.81, 표준편차 .86으로 7점 척도의 평균 4점을 상회하는 것으로 나타났다. 이는 본 연구의 서비스 고객이 그들이 경험했던 서비스접점에 대해 보통 수준 이상의 영향력을 미쳤다고 인식하고 있음을 보여 주는 것이다.<sup>1)</sup>

1) 본 연구에서는 분석하지 않았지만, 고객을 상대로 서비스를 제공한 서비스종업원의 통제 지각 수준은 고객의 통제지각 보다 약간 높았으며(관공서 행정서비스(n=75): 평균=5.02, 표준편차=.99; 한방진료 서비스(n=94): 평균=5.73, 표준편차=.91), 종업원 통제와 고객의 통제지각 사이에는 한계 수준의 양(+ )의 상관관계가 존재함을 보여 주었다(관공서 행정서비스:  $r=.21$ ,  $p=.07$ ; 한방진료 서비스:  $r=.18$ ,  $p=.08$ ).

실증분석을 위해 한방병원의 외래환자와 관공서의 민원인을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문지 자료 수집을 위해 한방병원과 공공기관을 방문하여 조사목적과 설문지 내용을 설명하였다. 서비스접점의 종업원(한의사, 공무원) 각 1명이 고객(내원환자, 행정민원인) 5명에게 연속하여 설문지를 배부하여 응답하도록 하였다. 서비스 종업원들에게 설문지 작성과 배포에 관한 상세한 협조문을 첨부하였으며 회수절차 등을 상세히 안내하였다. 응답자에게 설문자료의 기밀을 보장하기 위해 응답 설문지는 밀봉할 수 있도록 해당 설문지마다 봉인 봉투를 함께 제공하였다.

설문지는 한방병원의 경우 한의사를 통해 환자들에게 배포된 전체 570부 가운데 470부가 회수되었으며 이 가운데 불성실하게 응답한 27부를 제외한 443부를 통계 분석을 위해 활용하였다. 공공행정기관은 해당 업무를 담당하는 공무원들을 통해 400부를 민원인에게 배포하여 375부를 회수하였다. 이들 가운데 부적합한 응답 설문지 17부를 제외한 358부를 분석을 위해 사용하였다.

본 조사에 응답한 한방병원 내원환자 표본집단 가운데 남자가 40% 여자가 60%를 차지하였으며, 연령 분포는 20~30세가 20.9%, 30~40세가 28.6%, 40~50세가 26.3%로 나타났으며, 학력은 대졸 혹은 그 이상이 33%로 제일 많았다. 그리고 직업은 사무직(21%), 개인사업(22%), 전업주부(16%) 등이 주류를 이루고 있었으며, 환자가 한의사와 관계 기간은 1년 미만인 65%로 가장 많은 것으로 나타났다. 그리고 관공서 방문 민원인의 특성은 남자가 56%로 여자 44%보다 많았으며 연령은 20~30세가 17.3%, 30~40세 40.7%, 40~50세 31%로 나타났다. 대졸 혹은 그 이상의 학력이 46%로 가장 많았으며 직업별로는 사무직(38%), 전문직(13%),

개인사업(11%) 이 대부분을 차지하였다. 방문 고객이 해당 공공 기관의 직원과의 관계기간은 1년 미만인 34.4%, 1~3년 34.4%, 3~5년 15.7%로 나타났다.

### 3.2 측정척도

본 연구를 위해 사용한 측정척도는 마케팅과 심리학 분야의 선행연구에서 개발된 것이다. 본격적인 설문조사에 앞서 한방병원의 한의사와 관공서 민원서비스 분야에 종사하는 공무원을 대상으로 측정항목의 연관성, 중요성, 가독성 등을 면밀히 사전 검토하였다. 이 과정을 통해 상당수의 측정항목을 현실 상황에 맞도록 조정하였으며, 일부 항목은 척도순화 과정을 통해 척도에서 제거하였다. 척도순화를 위해 항목-척도상관관계, Cronbach  $\alpha$ , 탐색요인분석을 실시하였다. 척도순화 과정을 거친 후 실증분석을 위해 최종적으로 사용한 모든 측정항목은 출처와 함께 기초통계량, 요인적재치를 <부록 A>에 수록하였다.

본 연구의 측정척도는 재방문 의도와 호의적 구전 의도로 구성된 행동의도(behavioral intention) 개념을 제외하고 모두 단차원 개념이다. 그리고 서비스접점 통제를 측정하기 위해 7점 척도(①매우적극적-⑦매우많이)를 사용하였으며 나머지 측정 항목은 Likert 7점 척도를 사용하였다.

## IV. 분석결과

### 4.1 측정척도평가

본 연구를 위해 사용된 측정척도의 내적일관성(신

뢰성, 수렴타당성)과 판별타당성을 평가하였다. 두 집단 모두 확인요인분석 결과 측정모델은 만족스러운 자료 적합도를 보여 주었다(한방의료서비스:  $\chi^2=499.16$ ,  $df=271$ ; TLI =.99, NFI=.98; CFI =.99; GFI=0.92; RMSEA=.085; 관공서 행정서비스:  $\chi^2=587.36$ ,  $df=271$ ; TLI =.98, NFI =.97; CFI=.98; GFI=0.89; RMSEA=.057). 그리고 척도의 신뢰성과 타당성 모두 수용 가능한 수준을 보여 주었다.

〈표 1〉에서 볼 수 있듯이 한방병원 의료서비스의 경우 Cronbach  $\alpha$ 계수가 .76이상으로 만족스러운 신뢰도를 보여 주었다. 그리고 구성개념 신뢰도는 .86이상으로 권고치 .70을 상회하였다. 척도분산에 대한 특성 분산(trait variance)의 비율을 나타내는 AVE(average variance extracted)(Fornell and Larcker 1981)에서도 모든 척도는 수렴타당

성을 위한 권고치 .50값을 상회하는 만족스러운 결과를 보여 주었다(.61~.93). 한방병원 의료서비스와 마찬가지로 행정서비스 또한  $\alpha$ 계수와 구성개념 신뢰도 모두 .82이상으로 만족스러운 신뢰도를 보여 주었다. AVE값의 경우 모든 척도가 .53을 상회하였다(.53~.88). 그리고 〈부록 A〉에서 볼 수 있듯이 두 집단 모두 측정항목의 요인 적재치는 통계적으로 유의할뿐 아니라 계수치 또한 높았다. 이처럼 높은 수준의 요인적재치,  $\alpha$ 계수, 구성개념 신뢰도, AVE값을 종합해 볼 때 본 연구의 측정척도는 내적일관성을 지닌 것으로 판단된다.

척도의 판별타당성은 2가지 방법으로 평가하였다. 첫째, Fornell and Larcker(1981)에 따라 AVE 값이 구성 개념간 상관계수의 제곱 값을 상회하는지 여부를 검토하였다. 〈표 1〉에서 각 집단의 모든 상관계수 이 기준을 충족시키고 있는 것으로 나타났

〈표 1〉 구성개념간 상관관계 및 신뢰도

척도	구성개념간 상관관계 <sup>a</sup>								(행정서비스)			
	1	2	3	4	5	6	7	8	$\alpha$	CR	AVE	
1. 긍정적 물리적 단서	1.00	-.36	.56	.66	-.38	.56	.65	.51	.89	.82	.53	
2. 혼잡성	-.34	1.00	-.25	-.29	.36	-.31	-.28	-.16	.82	.82	.69	
3. 통제지각	.42	-.17	1.00	.72	-.20	.49	.59	.62	.84	.85	.65	
4. 긍정적 감정	.59	-.12	.50	1.00	-.29	.52	.64	.60	.92	.92	.75	
5. 부정적 감정	-.47	.36	-.37	-.48	1.00	-.55	-.42	-.09	.94	.94	.83	
6. 재구매의도	.55	-.11	.43	.72	-.50	1.00	.82	.42	.94	.94	.88	
7. 구원의도	.53	-.05	.44	.71	-.42	.94	1.00	.58	.90	.90	.82	
8. 자발적 행위	.40	.05	.54	.60	-.25	.61	.64	1.00	.88	.89	.68	
(한방의료서비스)												
Cronbach $\alpha$	.91	.76	.92	.94	.95	.93	.95	.93				
CR	.86	.87	.92	.94	.95	.96	.96	.93				
AVE	.61	.77	.79	.81	.87	.93	.92	.78				

a. 대각선 아래는 한방병원서비스 표본의 상관계수이며 대각선 위는 행정서비스 표본의 상관계수이다. 계수값의 크기가 .09보다 작은 상관관계는 .05수준에서 유의하지 않음.

\* CR=구성개념 신뢰도(construct reliability), AVE=average variance extracted,  $\alpha$ =Cronbach  $\alpha$

다. 둘째, 각 상관계수의 95% 구간추정치가 구성개념간의 상관 계수 값 1을 포함하는지 여부를 파악하였다. 이 또한 28개 상관계수의 구간 추정치 어느 것도 1을 포함하지 않는 것으로 나타났다. 이러한 결과에서 볼 때 본 연구의 측정척도는 판별타당성을 지니고 있는 것으로 볼 수 있다.

#### 4.2 연구모델평가 및 가설검증

가설적 관계로 구성된 구조모델을 LISREL로 추정함으로써 제안모델을 평가하고 가설을 검증하였다. <표 2>에서 볼 수 있듯이, 한방병원 의료서비스의 경우 제안모델은  $\chi^2$ 측면에서 볼 때 통계적으로 유의하였으나 매우 만족스러운 자료적합도를 보여주었다( $\chi^2=605.61$ ,  $df=239$ ,  $p < .05$ ; NNFI=.98; NFI=.98; CFI=.98; GFI=.89; RMSEA=.061). 전체적으로 모델은 내생변수의 분산을 상당 부분 설명해 주었다. 긍정적 감정과 부정적 감정의 분산은 43%, 25%가 설명되었으며, 행동의도와 자발적 행위는 보다 높은 56%, 47%의 분산이 선행 내생변수(통제, 긍정·부정적 감정)에 의해 설명되었다. 공공기관 행정서비스 또한 만족스러운 자료적합도를 보여 주었으며 한방병원 의료서비스와 비슷한 수준이었다( $\chi^2=596.18$ ,  $df=239$ ,  $p < .05$ ; NNFI=.97; NFI=.98; CFI=.98; GFI=.88; RMSEA=.064). 그리고 내생변수 분산을 설명함에 있어 긍정적 감정은 62%로 한방병원보다 높았으나 부정적 감정은 다소 낮은 16%였다. 행동의도와 자발적 행위에 대한 분산 설명은 60%, 46%로 한방병원과 비슷한 수준이었다.

<그림 2>의 경로추정치와 관련 t-value에서 볼 수 있듯이, 양 집단 모두에서 전체 12개 가설 가운데 2개(혼잡성→통제지각, 부정적 감정→자발적 행위)를

제외한 나머지 모든 가설이 통계적으로 유의하였다. 우선 한방병원의 경우, 가설의 기대대로 호의적 물리적 단서는 긍정적 소비감정에 대해(H1a:  $\beta=.46$ ,  $t=9.51$ ), 그리고 혼잡성은 부정적 감정에 대해(H1b:  $\beta=.32$ ,  $t=6.64$ ) 강한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 호의적 물리적 단서는 통제지각(H2a)에 대해 강한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났으나( $\gamma=.43$ ,  $t=7.95$ ), 혼잡성(H2b)은 통제 지각에 대해 부정적인 추정치를 보여 주었으나 기대와 달리 통계적으로는 유의하지 않았다( $\gamma=-.00$ ,  $t=-.03$ ). 고객이 지각하는 통제는 긍정적인 소비감정에 대해서는 정(+)의 영향을 미치는 반면(H3a:  $\beta=.31$ ,  $t=6.74$ ), 부정적인 감정에 대해서는 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다(H3b:  $\beta=-.34$ ,  $t=-7.17$ ). 그리고 통제지각은 행동의도(H4a)에 대해서는 .10수준에서 한계적으로 유의하였으며( $\beta=.08$ ,  $t=1.71$ ), 자발적 행동(H4b)에 대해서는 강력한 영향을 미치는 것으로 나타났다( $\beta=.34$ ,  $t=6.72$ ). 통제지각과 달리 서비스 접점에서 고객이 느끼는 긍정적인 소비감정은 행동의도(H5a)과 고객시민행위(H5b)에 대해 강력한 정(+)의 영향을 미쳤다( $\beta=.65$ ,  $t=14.82$ ;  $\beta=.48$ ,  $t=9.88$ ). 그러나 부정적 감정은 가설대로 행동의도(H6a)에 부(-)의 영향을 미쳤으나( $\beta=-.16$ ,  $t=-4.19$ ), 자발적 행위(H6b)에 대해서는 기대와 달리 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다( $\beta=.11$ ,  $t=2.59$ ).

한방진료서비스와 마찬가지로 관공서의 행정서비스에서도 호의적 물리적 단서와 혼잡성은 긍정적 감정(H1a)과 부정적 감정(H1b) 각각에 대해서 매우 유의하였다( $\gamma=.36$ ,  $t=6.58$ ;  $\gamma=.33$ ,  $t=5.48$ ). 그러나 호의적 물리적 단서(H2a)는 통제지각에 대해서는 강한 정(+)의 영향을 미친 반면( $\gamma=.57$ ,  $t=9.19$ ), 혼잡성(H2b)은 부(-)의 추정치임에도

불구하고 통계적으로 유의하지 않았다( $\gamma = -.05, t = -.77$ ). 그리고 가설대로 통제지각은 긍정적 감정(H3a)에 대해서는 정(+의 영향을, 부정적 감정(H3b)에 대해서는 부(-)의 영향을 미쳤다( $\beta = .52, t = 8.83; \beta = -.15, t = -2.56$ ). 또한 서비스접점에서의 고객의 통제지각은 행동의도(H4a)와 자발적 행위(H4b)에 유의한 영향을 미치며( $\beta = .32, t = 4.30; \beta = .43, t = 5.29$ , 긍정적 소비감정 또한 이들 결과

변수에 대해 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다(H5a: $\beta = .32, t = 4.55; H5b: \beta = .32, t = 4.25$ ). 하지만 부정적 소비감정은 행위의도(H6a)에 대해서는 예측대로 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 자발적 행위(H6b)에 대해서는 가설과 반대로 정(+의 방향에서 유의하였다. 이러한 기대 밖 결과는 한방진료서비스의 경우에도 동일하게 발생하였다.

〈표 2〉 구조모델의 LISREL 추정결과

구조경로	가설	한방병원 진료서비스 (n=443)		관공서 행정서비스 (n=358)	
		계수추정치	t-value	계수추정치	t-value
긍정적 물리적 단서 → 긍정적 감정	H1a	.46	9.51***	.36	6.58***
혼잡성 → 부정적 감정	H1b	.32	6.64***	.33	5.48***
긍정적 물리적 단서 → 통제지각	H2a	.43	7.95***	.57	9.19***
혼잡성 → 통제지각	H2b	-.00	-.03	-.05	-.77
통제지각 → 긍정적 감정	H3a	.31	6.74***	.52	8.83***
통제지각 → 부정적 감정	H3b	-.34	-7.17***	-.15	-2.56**
통제지각 → 행동의도	H4a	.08	1.71*	.32	4.30***
통제지각 → 자발적 행위	H4b	.34	6.72**	.43	5.29***
긍정적 감정 → 행동의도	H5a	.65	14.82***	.32	4.55***
긍정적 감정 → 자발적 행위	H5b	.48	9.88***	.32	4.25***
부정적 감정 → 행동의도	H6a	-.16	-4.19***	-.37	-8.02***
부정적 감정 → 자발적 행위	H6b	.11	2.59***	.09	1.98**
R <sup>2</sup> (통제지각)		.19		.35	
R <sup>2</sup> (긍정적 감정)		.43		.62	
R <sup>2</sup> (부정적 감정)		.25		.16	
R <sup>2</sup> (행동의도)		.56		.60	
R <sup>2</sup> (자발적 행동)		.47		.46	
자료적합도: $\chi^2$ (df)		605.61(239), p < .05		596.18(239), p < .05	
NNFI/NFI/CFI/GFI/RMSEA		.98/.98/.98/.89/.061		.97/.98/.98/.88/.064	

\* p < .10 \*\* p < .05 \*\*\* p < .01

### 4.3 간접효과와 매개역할의 평가

통제지각과 소비감정의 간접효과와 매개역할을 평가하기 위해 Sobel test(1982)와 SEM방법(James et al., 2004; MacKinnon et al., 2002)을 사용하였다. 이들 방법은 회귀분석 결과에 근거한 Barron and Kenny(1986) 방법의 대안으로 공분산 상황에서의 매개효과 평가방법이라 할 수 있다. Sobel test의 통계량(z)에 따르면<sup>2)</sup>, (a)호의적 물리적 단서 → 통제지각 경로, (b)통제지각 → 긍정적 감정 경로 사이에는 매개성에 충분한 유의한 간접효과가 존재하는 것으로 나타났다(진료서비스:  $z=5.96, p < .01$ ; 행정서비스:  $z=8.28, p < .01$ ). SEM에 따르면 경로(a)와 (b) 모두 통계적으로 유의할 뿐만 아니라 호의적 물리적 단서와 긍정적 감정 변수 사이의 직접경로 또한 유의하기 때문에 통제지각은 이들 변수 사이에서 부분매개 역할을 하고 있음을 확인할 수 있었다.

이런 현상은 통제 지각과 행동의도와 자발적 행동 관계를 매개하는 긍정적/부정적 감정에서도 발견할 수 있었다. 통제지각 → 긍정적 감정 → 행동의도, 통제지각 → 긍정적 감정 → 자발적행동 경로 두 두 유의한 간접효과를 보여 주었으며(진료서비스:  $z=11.79, p < .01$ ; 행정서비스:  $z=5.09, p < .01$ ); 진료서비스:  $z=8.59, p < .01$ ; 행정서비스:  $z=5.09, p < .01$ ), 긍정적 감정의 부분매개 역할 또한 확인하였다. 그러나 부정적 감정의 경우 행동의도에 대해 간접적인 효과와 매개 역할을 하였으나(진료서비스:  $z=3.27, p < .01$ ; 행정서비스:  $z=10.99, p < .01$ ), 자발적 행동에는 어떠한 매개 역할도 하지 못하는

것으로 나타났다.

## V. 결론

### 5.1 요약과 논의

본 연구에서는 통제지각을 고객이 서비스 전달과정에서 지각하는 서비스품질에 대한 영향력, 제공 방식에 대한 선택의 자유, 상대방의 행동에 대한 통제 능력으로 정의하고, 이 통제지각이 물리적 환경, 감정, 행동/의도 변수들과 가지는 이론적 관계(nomological network)를 Bagozzi(1992)의 자기조절론적 태도 관점에서 검토하였다. 서비스접점의 호의적 물리적 단서와 혼잡성이 통제지각에 미치는 영향과 통제지각이 행동의도와 자발적 행위에 미치는 영향을 한방병원 의료서비스와 관공서 행정서비스 접점상황을 통해 실증적으로 분석하였다.

본 연구의 제안모델은 만족스러운 자료 적합도를 보여 주었다. 제시한 가설 12개 가운데 6개가 통제지각과 관련된 가설이었으며, 혼잡성 → 통제지각 관계를 제외한 나머지 11개 가설 모두가 지지되었다. 실증분석을 통해 확인된 주요 내용은 다음과 같다. 우선, 서비스접점의 물리적 단서에 대한 호의적인 지각(서비스 장소의 쾌적함, 좋은 실내조명, 청결함, 색상, 조용함, 좋은 향기)은 긍정적인 소비감정에 대해 직·간접적인 효과를 미치고 있음을 확인할 수 있었다. 직접적인 효과는 여러 선행 연구(Mehrabian and Russell 1974; Walsch et al.

2)  $z = \frac{ab}{\sqrt{a^2s_a^2 + b^2s_b^2}}$ , where a, b 경로추정치;  $s_a, s_b$  경로추정치 a, b의 표준오차

2010)의 결과와 일치하는 것이다. 환경심리학에서 물리적 자극(단서)에 대한 호의적인 인지는 즐거움(pleasure)과 같은 호의적 감정 결과를 가져오는데 따른 것이다. 그러나 본 연구에서 호의적인 물리적 단서는 고객의 통제 지각을 통해 간접적으로도 긍정적 소비 감정을 유발하고 있음을 발견하였다. 두 집단 모두 물리적 단서에 대한 호의적 지각은 통제지각에 대해 그리고 통제지각은 긍정적 소비감정에 대해 강력하고 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이들 변수사이에서 간접효과는 통계적으로 유의하였으며, SEM식 접근을 통해 통제지각은 구매역할을 하고 있음을 확인할 수 있었다. 이는 본 연구에서 확인된 새로운 발견이라고 할 수 있다. 호의적인 물리적 단서의 인식은 고객의 서비스접점에 대한 통제인식을 활성화시키며 이를 통해 즐거움을 한층 증대시키는 역할을 하고 있다는 사실을 주목할 필요가 있다.

둘째, 호의적인 물리적 단서와 달리 서비스 접점에서 고객이 지각하는 혼잡성은 부정적인 소비감정을 유발하였으나, 통제지각에 대해서는 기대와 달리 유의한 영향을 미치지 못하였다. 공간밀도에 대한 부정적인 주관적, 심리적 평가는 고객의 통제 의식을 위축시킬 것으로 예상하였으나 두 집단 모두 통계적으로 유의하지 않았다. 이 때문에 본 연구에서 통제지각은 혼잡성-부정적 감정 사이에서 매개변수 역할을 할 수 없었다. 그럼에도 불구하고 통제지각은 부정적 감정을 감소시키는데 중요한 역할을 하였다. 고객의 공간에 대한 혼잡성 인식은 기분을 좋지 않게 하는 반면 통제지각은 이런 부정적인 감정을 완화시켜주는 요소로 작용하고 있다고 할 수 있다. 이를 통해 서비스 통제지각은 서비스 접점에서 고객이 느끼는 긍정적인 감정은 증가시켜 주고 부정적인 감정은 감소시켜주는 중요한 인지작용(cognition)

을 하고 있음을 확인할 수 있었다.

셋째, 앞에서 언급한 것처럼 통제지각은 감정 결과에 대해 직접적인 영향을 미칠 뿐 아니라 고객의 행동의도에 대해서도 직·간접적인 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있었다. 두 집단 모두 통제지각은 재구매 의도와 호의적 구전의도로 특징되는 행동의도에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 긍정(부정)적 소비감정의 증대(감소)를 통해 행동의도에 간접적인 영향을 미치고 있음을 확인하였다. 이는 통제 지각이 고객의 구매후 평가와 행동에 대해 중요한 역할을 보여 주는 것이다. 고객이 서비스접점에서 자신의 통제를 인식하게 되면 이로부터 보다 긍정적인 감정경험과 편향(bias)을 갖게 되며, 서비스접점을 향하여 접근(approach)하고 보다 몰입(engaging)하는 적극적인 활동을 보여 주게 된다. 이는 서비스 관리자에게 중요한 실무적 시사점을 제시한다. 서비스 전달과정에서 고객으로 하여금 통제 인식을 깨달을 수 있도록 서비스를 설계할 필요가 있다. 특히 전문서비스와 같은 종업원 주도적인 서비스접점에서는 고객에게 힘을 부여하거나(empowering) 이를 인식시킴으로써 고객으로 하여금 서비스 전달과정에 더욱 몰두하여 당면 서비스로부터 품질과 만족을 확보함은 물론 향후의 관계 또한 발전시킬 수 있도록 할 필요가 있다.

넷째, 통제지각은 기대대로 건설적 제안 및 건의, 부담경감, 서비스 운영규칙과 정책 준수 등과 같은 고객의 자발적 행위에 대해 강한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 긍정적 소비감정 또한 동일한 결과를 보여 주었다. 그간 즐거움과 같은 긍정적 소비 감정이 행위에 미치는 영향에 대해서는 일부 연구가 있었지만(Hui and Bateson 1991), 적극적인 행위적 반응이라고 할 수 있는 자발적 행위에 대해서는 아직 검토된 바 없다. 그리고 통제인식이 자발적

행위에 미치는 영향에 대해서는 논의조차 없는 실정이며 이에 대한 실증결과 또한 확인된 바 없다. 이런 사실을 비취 볼 때 자발적 행위에 대한 통제지각의 직·간접적 효과의 발견은 본 연구의 기여라고 할 수 있을 것이다. 이와는 대조적으로 부정적 감정은 자발적 행위에 대해 유의한 결과를 보여주지 못하였다. 가설과 반대로 두 집단 모두 부정적 감정은 자발적 행위에 대해 정(+ )의 영향을 주는 것으로 나타났다. 부정적 감정이 자발적 행위의 위축을 가져 오는 것이 아니라 오히려 증대시킨다는 것이다. 이에 대한 추가적 논의가 필요할 것으로 보인다.

다섯째, 본 연구에서는 고객의 감정과 통제지각에 영향을 미치는 물리적 환경을 호의적 물리적 단서와 부정적인 혼잡성으로 구분하고, 이들 두 환경 변수가 고객의 소비감정과 행동에 대해 개별적 혹은 종합적으로 어떤 영향을 미치는지를 검토하고자 하였다. 이러한 접근은 선행 연구에서 찾아 볼 수 없는 시도임에도 불구하고 일부에서는 추가적 논의가 필요해 보인다. 예를 들면 본 연구에서는 혼잡성과 통제 지각 사이에서 유의한 부정적 관계를 발견하지 못하였다. 이에 대해서는 측정척도와 연구 대상 등 여러 가지 이유에 기인할 수 있다. 그리고 물리적 환경요소의 감정반응에 미치는 양면적 효과 또한 고려해 볼 필요가 있을 듯하다. 감정인지평가론에 따라 본 연구에서는 물리적 환경 요인을 대상(referent)의 목적연관성(goal relevance)과 목적부합성(goal congruence) 평가에 따라 호의적 혹은 비호의적 물리적 환경으로 구분하고 이들 환경요인이 긍정적 혹은 부정적 감정반응에 미치는 영향을 검토하였다. 그러나 향후 연구에서는 호의적(비호의적) 환경요소가 긍정적(부정적) 감정을 유발할 뿐만 아니라 부정적(긍정적)인 감정의 발생을 억제하는 효과를 검토해 볼 필요가 있을 듯하다. 사후 분석을 위해 이들

교차관계(호의적 물리적 단서 → 부정적 감정, 혼잡성 → 긍정적 감정)를 제안모델에 추가한 후 구조방정식모델을 재추정한 결과 양 집단 모두에서 호의적 환경요소는 부정적 감정유발에 대해 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한방진료 서비스의 경우 혼잡성이 긍정적 감정에 비록 정(+ )의 영향을 미치는 것으로 나타났으나( $\gamma = .11, t = 2.52$ ), 호의적 물리적 단서는 부정적 감정에 대해 강력한 한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다( $\gamma = -.33, t = -6.16$ ). 관공서 행정서비스에서는 혼잡성은 긍정적 감정에 대해 유의하지 않았으나( $\gamma = -.04, t = -.89$ ), 호의적 물리적 단서는 부정적 감정에 대해 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다( $\gamma = -.33, t = -4.56$ ).

본 연구는 이상의 실증적 발견을 토대로 몇 가지 실무적 시사점을 제시한다. 우선 서비스관리자는 서비스접점 통제에 대한 고객의 욕구와 인식에 대한 현실적 이해가 필요하다. 서비스의 무형성, 변동성 특성 때문에 고객은 서비스 수행과 결과에 대해 위험 부담을 느끼며, 이와 관련하여 서비스 설계, 진행, 결과에 대해 통제 욕구를 가진다. 그리고 그들의 통제 인식은 서비스접점에 대한 고객의 좋은 소비감정을 진작하고(부정적 감정을 억제하며), 행동과 미래 의도 전반에 활력을 불어 일으키는 순기능 역할을 하고 있음을 명심할 필요가 있다. 아울러 고객의 통제 지각을 높일 수 있는 여러 서비스 전략을 모색할 필요가 있다. 이를테면 서비스접점에서 고객의 선택 기회(choice)를 확대시켜 주는 것처럼, 서비스 전달과정에서 고객 몰입과 참여를 확대할 수 있는 기업차원(환경, 서비스절차 및 원칙)과 종업원 차원(응대방법)에서 여러 가지 방안을 강구할 필요가 있다.

## 5.2 연구의 한계와 미래연구

본 연구는 서비스접점에서 고객이 지각하는 통제 의 역할을 환경인식-감정반응-대응행동의 관계구조 하에서 포괄적으로 분석함으로써 관련 연구의 이론적 범위를 확장하고 실무적 의미를 더하고자 하였다. 이러한 시도에도 불구하고 미래 연구를 위해 본 연구의 문제점과 한계를 정리할 필요가 있다.

첫째, 본 연구에서는 혼잡성과 통제지각의 관계에서 통제적 유의성을 확보하지 못하였다. 향후 연구에서는 혼잡성이 물리적 단서에 대한 부정적 지각개념으로 통제지각에 영향을 미치게 되는지 아니면 통제지각에 따라 감소될 수 있는 개념인지에 대한 추가적 논의가 필요해 보인다. 이와 관련, 향후 연구에서는 물리적 환경을 보다 현실성있게 반영하기 위해 긍정적 물리적 단서뿐 아니라 소음, 좁은 공간과 같은 부정적 물리적 환경에 대한 연구를 확대할 필요가 있어 보인다.

둘째, 본 연구에서는 한방병원 의료서비스와 관공서 행정서비스를 대상으로 실증분석을 실시하였으며 두 집단 모두 유사한 결과를 보여 주었다. 적어도 본 연구의 두 서비스업종은 일치된 실증 결과를 보여 주었다. 하지만 보다 다양한 서비스 환경과 상황을 대상으로 추가 연구를 실시할 필요가 있다. 특히 서비스접점에 대한 통제의 주도권이 다른 서비스를 대상으로 연구할 필요가 있다. 서비스 업종에 따라 서비스접점 통제를 주도하는 당사자(서비스고객, 종업원, 서비스업체)가 다를 수 있으므로 이를 고려한 비교분석이 필요할 것이다. 비록 본 연구에서 고객(한방병원 환자, 관공서 민원인)의 서비스접점에 대한 통제지각이 높은 수준으로 나타났으나 한방병원 의사와 관공서 공무원 모두 고객에 비해 높은 통제 주도권을 가지고 있을 것이기 때문에 향후 연구에서

는 고객이나 기업이 주도권을 가지는 서비스를 대상으로 분석할 필요가 있어 보인다.

셋째, 본 연구의 중심 개념은 서비스접점에 대한 통제 지각으로, 공동생산자(혹은 부분 종업원)로서 고객의 직무와 관련한 통제지각(job-related control)이라고 할 수 있다. 통제에 대한 보다 포괄적인 이해를 위해서는 Yagil(2002)처럼 직무 통제 뿐 아니라 개성(personality)으로서의 통제 특성(control trait)을 고려할 필요가 있다. 왜냐하면 환경을 통제하고자 하는 성향은 한 인간의 개성이기 때문에 사람에 따라 차이가 있다. 어떤 사람은 대상 혹은 환경을 통제하거나 주도하는 성향을 지니고 있지만 다른 사람은 성격상 이를 주저할 수 있다.

넷째, 본 연구에서는 고객 시각에서 서비스접점의 통제 지각을 접근하였다. 향후 연구에서는 서비스접점 통제에 대해 다면적 시각으로 접근할 필요가 있을 것이다. 현상을 보다 포괄적으로 설명하려면 서비스접점 관련 당사자 즉 고객, 점점종업원, 서비스업체의 통제지각을 모델에 반영할 필요가 있다. 서비스 종업원과 고객의 통제지각과 서비스업체가 통제를 위해 조성한 조직분위기나 환경에 대한 논의와 더불어 이들 통제 변수에 대한 선행 요인과 결과를 검토할 수 있을 것이다. 서비스 지향적 분위기, 업무 효율성 분위기, 공정성, 서비스품질, 고객만족 등과 같은 개념을 고려한다면 보다 풍부한 이론적, 실증적, 실무적 결과를 기대할 수 있을 것이다.

## 참고문헌

- 이유재, 김우철 (1998), "물리적 환경이 서비스 품질 평가에 미치는 영향에 관한 연구: 이업종간 비교," **마케팅연구**, 13(1), 61-86.
- Ajzen, Icek (1991), "The Theory of Planned Behavior," *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Averill, James R. (1973), "Personal Control over Aversive Stimuli and Its Relationship to Stress," *Psychological Bulletin*, 80(4), 286-303.
- Babin, Barry J. and William R. Darden (1996), "Good and Bad Shopping Vibes: SPending and Patronage Satisfaction," *Journal of Business Research*, 35 (3), 201-206.
- Bagozzi, Richard P. (1992), "The Self-Regulation of Attitudes, Intentions, and Behavior," *Social Psychology Quarterly*, 55, 178-204.
- Bagozzi, Richard P., Mahesh Gopinath, and U. Nyer Prashanth (1999), "The Role of Emotions in Marketing," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27, 184-206.
- Bandura, Albert (1997), *Self-Efficacy: The Exercise of Control*, New York: W. H. Freeman.
- Barron, Reuben M. and David A. Kenny (1986), "The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations," *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182.
- Bateson, John E. G. (1985), "Perceived Control and the Service Encounter," in *The Service Encounter: Managing Employee/Customer Interaction in Service Business*, John A. Czepiel et al., Lexington, MA: Lexington, 67-82.
- Berry, Leonard L. and Neeli Bendapudi (2003), "Cluing in Customers," *Harvard Business Review*, 6, 100-106.
- Bettencourt, Lance A. (1997), "Customer Voluntary Performance: Customers As Partners in Service Delivery," *Journal of Retailing*, 73 (3), 383-406.
- Bitner, Mary Jo (1992), "Servicescapes: The Impacts of Physical Surroundings on Customers and Employees," *Journal of Marketing*, 56, 57-71.
- Brehm, Jack W. (1966), *A Theory of Psychological Reactance*, New York: Academic Press.
- Brown, DR and CM Reich (1971), "Individual Differences and Adaptation-Level Theory," in *Adaptation Level Theory: Symposium*, M. H. Appley ed. New York: Academic Press, 215-232.
- Burger, Jerry M. (1987), "Increased Performance with Increased Personal Control: A Self-Presentation Interpretation," *Journal of Experimental Social Psychology*, 23(4), 350-360.
- Chang, Chia-Chi (2008), "Choice, Perceived Control, and Customer Satisfaction: The Psychology of Online Recovery," *CyberPsychology and Behavior*, 11(3), 321-328.
- Chebat, Jean-Charlers and R. Michon (2003), "Impact of Ambient Ordors on Mall Shopper's Emotions, Cognition, and Spending: A Test of Competitive Causal Theories," *Journal of Business Research*, 56, 529-539.
- Chebat, Jean-Charlers and Witold Slusarczyk (2005), "How Emotions Mediate the Effects of Perceived Justice on Loyalty in Service Recovery

- Situations: An Empirical Study," *Journal of Business Research*, 58, 664-673.
- DeCharms, R. (1968), *Personal Causation*, New York: Academic Press.
- Faranda, William T. (2001), "A Scale to Measure the Cognitive Control Form of Perceived Control: Construction and Preliminary Assessment," *Psychology Bulletin*, 66(5), 297-333.
- Flammer, August (1995), "Developmental Analysis of Control Beliefs," Self-Efficacy in Changing Societies, A. Bandura ed., Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Fornell, Claes and David F. Larker (1981), "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error," *Journal of Marketing Research*, 18 (1), 39-50.
- Greenberger, David B., Stephen Strasser, Larry L. Cummings, and Randall B. Dunhan (1989), "The Impact of Personal Control on Performance and Satisfaction," *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 43(1), 29-51.
- Grewal, Dhruv, Gopalkrishnan R. Iyer, Jerry B. Gotlieb, and Michael Levy (2007), "Developing a Deeper Understanding of Post-Purchase Perceived Risk and Behavioral Intentions in a Service Setting," *Academy of Marketing Science*, 35, 28-45.
- Grob, Alexander (2000), "Dynamics of Perceived Control across Adolescence and Adulthood," in *Control of Human Behavior, Mental Processes and Consciousness*, W. J. Perrig and A. Grob eds, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Hartline, Michael D. and O.C. Ferrell (1996), "The Management of Customer-Contact Service Employees: An Empirical Investigation," *Journal of Marketing*, 60, 52-70.
- Hui, Michael K. and John E. G. Bateson (1991), "Perceived Control and the Effects of Crowding and Consumer Choice on the Service Experience," *Journal of Consumer Research*, 18, 174-184.
- James, L. R., Mulaik, S. A., and J. M. Brett (2004), "A Tale of Two Methods," Working paper, Department of Psychology, Georgia Institute of Technology, Atlanta.
- Klein, Cynthia T. F. and Marie Helweg-Larson (2002), "Perceived Control and the Optimistic Bias: A Meta-Analytic Review," *Psychology and Health*, 17(4), 437-446.
- Langeared, Eric, John G. E. Bateson, Christopher H. Lovelock, and Pierre Eiglier (1981), *Marketing of Services New Insights from Consumers and Managers*, Cambridge, MA: Marketing Science Institute, Report, 81-104.
- Langer, Ellen J. (1983), *The Psychology of Control*, Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Langer, Ellen J. and Judith Rodin (1976), "The Effects of Choice and Enhanced Personal Responsibility for the Aged: A Field Experiment in an Institutional Setting," *Journal of Personality and Social Psychology*, 34 (2), 191-198.
- Langer, Ellen J. and Susan Saegart (1977), "Crowding and Cognitive Control," *Journal of Personality and Social Psychology*, 35(3), 175-182.
- Lazarus, R. S. (1991), *Emotion and Adaptation*, Oxford University Press.
- Lunardo, Renaud and Ababacar Mbengue (2009), "Perceived Control and Shopping Behavior:

- The Moderating Role of the Level of Utilitarian Motivational Orientation," *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16, 434-441.
- MacKenzie, Scott B., Philip M. Posdakoff, and Michael Ahearne (1998), "Some Possible Antecedents and Consequences of In-Role and Extra-Role Salesperson Performance," *Journal of Marketing*, 62 (July), 87-98.
- MacKinnon, D.P., C.M. Lockwood, J.M. Hoffman, S.G. West, and V. Sheets (2002), "A Comparison of Methods to Test Mediation and Other Intervening Variables Effects," *Psychological Methods*, 7, 83-104.
- Mehrabian, Albert and James A. Russell (1974), *An Approach to Environmental Psychology*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Mattila, Anna S. and Jochen Wirtz (2000), "The Role of Preconsumption Affect in Post-Purchase Evaluation of Services," *Psychology and Marketing*, 17(7), 587-605.
- Milgram, Stanley (1963), "Behavioral Study of Obedience," *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67(4), 371-378.
- Namasivayam, Karthik (2004), "Action Control, Proxy Control, and Consumers' Evaluation of the Service Exchange," *Psychology and Marketing*, 21(6), 463-480.
- Namasivayam, Karthik and Timothy R. Hinkin (2003), "The Customer's Role in the Service Encounter: The Effects of Control and Fairness," *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 44, 26-36.
- Natarajan, Rajan and Madhukar G. Angur (1997), "Perceived Control in Consumer Choice: A Closer Look," in *European Advances in Consumer Research Conference Proceedings*, 3, 288-292.
- Netemeyer, Richard G., James S. Boles, Daryl O. McKee, and Robert McMurrian (1997), "An Investigation into the Antecedents of Organizational Citizenship Behaviors in a Personal Selling Context," *Journal of Marketing*, 61 (July), 85-98.
- Notani, Arti S. (1998), "Moderators of Perceived Behavioral Control's Predictiveness in the Theory of Planned Behavior: A Meta-Analysis," *Journal of Consumer Psychology*, 7, 247-271.
- Noone, Breffni M. (2008), "Customer Perceived Control and the Moderating Effect of Restaurant Type on Evaluations of Restaurant Employee Performance," *International Journal of Hospitality Management*, 27, 23-29.
- Paterson, RJ and RW Neufeld (1995), "What are My Options? Influences of Choice Availability on Stress and the Perception of Control," *Journal of Research in Personality*, 29, 145-167.
- Pine, B. Joseph and James H. Gilmore (1999), *The Experience Economy*, Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Proshansky, Harold M., William H. Ittelson, and Leanne G. Rivlin (1974), "Freedom and Choice in a Physical Setting," *Environmental Psychology*, Eds, Harold M. Proshansky et al., NY, Holt, Rinehart and Winston, 18, 170-181.
- Rapoport, Amos (1975), "Toward a Redefinition on Density," *Environment and Behavior*, 7(2), 133-158.
- Russell, James A. and Geradine Pratt (1980), "A Description of the Affective Quality Attributed to Environment," *Journal of Personality*

- and *Social Psychology*, 38(2), 311-322.
- Rust, Roland, Katherine N. Lemon, and Valarie A. Zeithaml (2004), "Return on Marketing: Using Customer Equity to Focus Marketing Strategy," *Journal of Marketing*, 68 (January), 109-127.
- Schneider, Benjamin and David Bowen (1985), "Employee and customer Perceptions of Services in Banks: Replication and Extension," *Journal of Applied Psychology*, 70 (3), 423-433.
- Sherrod, Drury R., Jaime N. Hage, Philip L. Halpern, and Bert S. More (1977), "Effects of Personal Causation and Perceived Control on Responses to an Adversive Environment: The More Control, The Better," *Journal of Experimental Social Psychology*, 13 (1), 14-27.
- Sobel, M. E. (1982), "Asymptotic Confidence Intervals for Indirect Effects in Structural Equation Models," In S. Leinhardt (Ed.), *Sociological Methodology*, San Francisco: Jossey-Boss: 290-212.
- Söderlund, Magnus (2007), "Consumers as Masters and Slaves in the Store: An Examination of Perceived Control, Emotion, and Loyalty," *European Retail Digest*, 54, 42-47.
- Thompson, Suzanne C., Alexandria Sobolew-Shubin, Michael E. Galbraith, Lenore Schwankovsky, and Dana Cruzen (1993), "Maintaining Perceptions of Control: Finding Perceived Control in Low Control Circumstances," *Journal of Personality and Social Psychology*, 64 (2), 293-304.
- Van Raaij, W. Fred and Ad Th. H. Pruyn (1998), "Customer Control and Evaluation of Service Validity and Reliability," *Psychology and Marketing*, 15(8), 811-832.
- Wakefield, Kirk L. and Jeffrey G. Blodgett (1996), "The Effect of The Servicescape On Customers' Behavioral Intentions in Leisure Service Settings," *Journal of Services Marketing*, 10(6).
- Walsh, Gianfranco, Edward Shiu, Louise M. Hassan, Nina Michaelidou, and Sharon E. Beatty (2010), "Emotions, Store-Environmental Cues, Store-Choice Criteria, and Marketing Outcomes," *Journal of Business Research*, 63, XXX-XXX.
- Ward, James C. and John W. Barnes (2001), "Control and Affect: The Influence of Feeling in Control of the Retail Environment on Affect, Involvement, Attitude, and Behavior," *Journal of Business Research*, 54, 139-144.
- White Robert W. (1959), "Motivation Reconsidered: The Concept of Competence," *Psychological Review*, 66 (5), 297-333.
- Yagil, Dana (2002), "The Relationship of Customer Satisfaction and Service Workers' Perceived Control: Examination of Three Models," *International Journal of Service Industry Management*, 13, 382-398.
- Yagil, Dana and Iddo Gal (2002), "The Role of Organizational Service Climate in Generating Control and Empowerment among Workers and Customers," *Journal of Retailing and Consumer Services*, 9, 215-226.
- Yoon, Mahn Hee. Sharon E. Beatty, and Jaeboem Suh (2001), "The Effects of Work Climate on Critical Employee and Customer Outcomes: an Employee-Level Analysis," *International Journal of Service Industry Management*, 12(5), 500-521.

〈부록 A〉 측정척도의 기초통계와 요인적재치

구성개념/설문항목 <sub>a</sub>	한방병원 의료서비스			관공서 행정서비스		
	평균	표준 편차	요인 적재치	평균	표준 편차	요인 적재치
<b>물리적 환경(Bitner(1992), Wakefield et al.(1996), 이우재·김우철(1998))</b>						
서비스 장소의 실내공기는 쾌적하였다.	5.11	1.15	.84	4.85	1.21	.83
서비스 장소의 실내조명은 좋았다.	5.32	1.07	.83	4.99	1.15	.80
서비스 장소는 청결하였다.	5.40	1.06	.83	5.25	1.06	.78
서비스 장소의 색상은 마음에 들었다.	5.19	1.13	.81	4.82	1.08	.76
서비스를 제공하는 실내는 조용하였다.	5.20	1.15	.73	4.78	1.23	.65
서비스를 제공하는 실내의 향기(냄새)가 좋았다.	4.99	1.30	.74	4.51	1.17	.72
<b>혼잡성 지각(Hui and Bateson 1991)</b>						
서비스를 제공하는 장소가 혼잡스럽게 느껴졌다.	2.94	1.53	.90	3.49	1.45	.87
서비스 장소에 사람이 많아서 답답하게 느껴졌다.	2.97	1.53	.85	3.57	1.50	.79
<b>통제지각(Yagil 2002; Yagil and Gal 2002)</b>						
귀하는 제공받는 서비스의 품질에 어느 정도 영향을 미쳤다고 생각하십니까?	4.85	1.20	.88	4.56	1.13	.85
귀하는 서비스 제공방식을 얼마나 자유롭게 선택했다고 생각하십니까?	4.75	1.20	.87	4.44	1.17	.73
귀하는 서비스 직원의 행동에 어느 정도 영향을 미쳤다고 생각하십니까?	4.79	1.24	.92	4.57	1.17	.83
<b>긍정적 감정(Söderlund 2007)</b>						
나는 서비스를 제공받는동안 즐거웠다.	5.04	1.06	.93	4.70	1.11	.92
나는 서비스를 제공받는동안 기분이 좋았다.	5.06	1.10	.93	4.71	1.09	.92
나는 서비스를 제공받는동안 힘이 생겼다.	5.06	1.10	.84	4.41	1.23	.81
나는 서비스를 제공받는동안 편안하였다.	5.10	1.11	.89	4.75	1.13	.81
<b>부정적 감정(Söderlund 2007)</b>						
나는 서비스를 제공받는 동안 기분이 처졌다.	2.22	1.18	.89	2.89	1.35	.90
나는 서비스를 제공받는동안 우울하였다.	2.11	1.16	.96	2.67	1.35	.93
나는 서비스를 제공받는동안 기분이 좋지 않았다.	2.06	1.17	.95	2.79	1.38	.91
<b>재방문 의도(Söderlund 2007)</b>						
필요할 경우 다시 이 서비스를 이용할 것이다.	5.12	1.20	.96	5.28	1.18	.94
나는 다음에도 이곳을 이용할 것이다.	5.11	1.32	.97	5.24	1.23	.94
<b>호의적 구전의도(Söderlund 2007)</b>						
이곳 이용을 다른 사람에게 추천할 것이다.	4.98	1.26	.95	4.96	1.19	.90
이곳에 대해 다른 사람에게 좋게 이야기할 것이다.	5.01	1.33	.97	5.09	1.15	.91
<b>고객의 자발적행위 (Bettencourt, 1997)</b>						
서비스 개선을 위해 이 부서(조직)에 건설적인 제안을 한다.	3.96	1.42	.87	4.42	1.27	.85
서비스 개선을 위해 좋은 아이디어가 있으면 이를 담당부서/직원에게 얘기한다.	3.92	1.50	.91	4.40	1.40	.91
불편이나 문제를 경험하면 이를 개선하기 위해 담당 부서/직원에게 알린다.	3.99	1.55	.92	4.40	1.33	.84
이 부서 직원의 업무 부담을 덜어주기 위해 애쓴다.	4.17	1.46	.82	4.49	1.35	.67

a. 통제지각 항목에 대해서는 7점 척도(매우적극(1)-(7)매우 많이), 나머지 항목은 리커트 7점 척도를 사용하였음.

## Customer's Perceived Control in the Service Encounter: Relationships with Physical Environment, Emotion, and Behavior/Intention\*

Mahn Hee Yoon\*\*

### Abstract

This paper explores the conceptual characteristics of perceived control and its applications in the service encounter setting. This study examines the environmental antecedents of control perceptions and its effects on emotional and behavioral outcomes. In the concrete, it is proposed that the physical environment and crowding, which service customers perceive, take effects on service perception, which, in turn, influence both consumption emotions (positive and negative) in service encounter and behavioral intention or voluntary behaviors.

For the empirical study, we used 443 outpatients from oriental-medical hospitals and 375 customers from government service offices. Our empirical results provided strong support for the proposed model in two service settings and showed that customer's control perception plays a key role in the theoretical network of variables working in service encounter. It was found in both settings that customer's control perception in the service encounter is influenced by physical environment and take effects on emotion and behavior/intention. Specifically, while physical environment had a significant, positive effect on control perception but crowding had not, both environmental factors had strong impact on their corresponding positive (negative) emotion. In addition to emotions, customer's control showed strong influence on his/her repurchase intention and customer's voluntary behaviors. Although not explored in previous studies, our results indicate that when a customer perceives control in service encounter or feels positive emotions in service experience, s/he is strongly motivated to do voluntary works for service organization. This is a new and important finding.

Key words: Control Perception, Consumption Emotions, Behavioral Intention, Voluntary Behaviors, Oriental-medicine Service, Government Service

---

\* This research was supported by the 2012 Daegu University Research Grant.

\*\* Professor, Department of Business Administration, Daegu University