

# 물류기능을 포함한 서비스품질이 고객신뢰, 만족과 충성에 미치는 영향요인 분석연구: 중국소비자의 한국 직구매와 한국소비자의 국내 온라인쇼핑 간의 비교연구

왕고봉\* · † 신창훈

\* 한국해양대학교 대학원, † 한국해양대학교 물류시스템공학과 교수

## A Study on the Impact of Service Quality on Customer Trust, Satisfaction and Loyalty: A Comparative Study of Korean and Chinese Customers

GAO FENG-WANG\* · † Chang-Hoon Shin

\* Graduate School of Logistics System, Korea Maritime and Ocean University, Busan 606-791, Korea

† Department of Logistics Engineering, Korea Maritime and Ocean University, Busan 606-791, Korea

**요 약** : 한국경제의 장기 침체로 인해 한국 소비자들 중 양질의 제품을 보다 싼 가격에 구매하기 위해 해외에서 직접 구매하는 이용자가 증가하고 있다. 중국의 경우 ‘한류’의 영향으로 한국제품을 직접 구매하는 중국 소비자들도 증가하고 있다. 국제 결제시스템의 등장과 같은 전자상거래의 발전과 함께 비용효율적인 물류시스템의 구축으로 이들 국가 소비자들의 해외 직접구매행위는 앞으로 증가할 것이다. ‘전자상거래’와 ‘물류’ 양자를 종합적으로 본 서비스품질에 관한 연구가 드문 상태에서 한국과 중국 간의 전자상거래 해외 직구매에 관련된 연구도 매우 부족한 상태이다. 본 연구는 물류 서비스관점에서 서비스품질과 고객관계품질, 고객만족, 고객충성 간의 관계를 검증하였으며 …… (중략) ……

**핵심용어** : 해외직구, 국내온라인쇼핑, 물류서비스, 구조방정식분석, 한중 비교

### 1. 서 론

(중략)……

中國電子商務研究中心(2013)에 따르면 2018년까지 중국의 해외직구 시장은 연평균 60%씩 성장해 약 180조원 규모로 확대된다고 예측하고 있다. 한류의 열풍으로 인해서 중국 소비자들이 한국 온라인쇼핑몰을 통해 한국 화장품이나 식품과 같은 한국직구도 뜨겁게 증가하고 있다. ……(중략)……

### 2. 이론적 고찰

#### 2.1 서비스품질

서비스품질은 서비스 학계와 실무자들에게 중요한 주제이라고 거듭 강조하고 있다. 강한 서비스품질 지향을 보이는 기업들은 다른 경쟁자가 도저히 따라잡을 수 없으며 ……

#### 2.2 고객신뢰

Gefen et al.(2003), Reichheld and Scheffler(2000) 등은 마케팅에서 모든 거래관계의 중심을 신뢰가 위치하고 있다고 언급하였다. ……(중략)……

#### 2.3 만족

만족이라는 개념은 정보시스템 분야에서도 정보시스템의 효과성을 측정하는 결과 변수로서 많이 활용되고 있다 (Delone and Mclean 2003). ……(중략)……

#### 2.4 충성

고객의 충성은 온라인마케팅 환경에서 기업이나 제품들을 계속적으로 반복하여 이용하고자 하는 태도로 정의되며 기업

\* wanggaofeng@naver.com 051)410-4930

† 교신저자 : chshin@kmou.ac.kr 051)410-4333

의 수익에 많은 영향을 주는 변수로 인식하고 있다 (Bustos-Reyes and González-Benito, 2008).……(중략)…….

### 3. 연구모형과 가설

본 연구는 SCM관점에서 서비스품질을 보는 만큼 소비자가 온라인쇼핑몰을 통해서 주문부터 제품을 받을 때까지의 온라인의 전자상거래 서비스품질과 오픈 라인의 전반적 물류 서비스 품질을 포함한 전 과정의 서비스 품질에 관한 연구이다.……(중략)…….

### 4. 실증분석

측정문항을 최종 선정하고, 문항의 신뢰성과 타당도를 확보하기 위하여 개발된 문항들의 표현이 구성개념을 잘 나타내며 표현이 적절한지, 조작적 정의를 잘 구현하였는지 확인하기 위하여 ……(중략)…….

Table 1 연구변수의 신뢰도

Constructs	Indicator	Cronbach's alpha
디자인	des1	.817
	des2	
	des3	
정보품질	inf1	.856
	inf2	
	inf3	
편의성	cov1	.877
	cov2	
	cov3	
	cov4	
안전성	saf1	.898
	saf2	
	saf3	
친절성	kin1	.896
	kin2	
	Kin3	
커뮤니케이션	com1	.911
	com2	
	com3	
배송성	trs1	.828
	trs2	
	trs4	
개인화 서비스	trs5	.898
	trs6	
	trp1	
배송비	trp3	.790
	af1	
	af2	
사후성	af3	.900
	ref2	
	ref3	
반품성	ref4	.894
	tru1	
	tru2	
고객신뢰	tru3	.883
	sti1	
	sti2	
만족	sti3	.866
	Lov1	
	Lov2	
충성	Lov3	.899

## 5. 결 론

본 연구가 한국소비자와 중국소비자를 대상으로 설문조사를 실시해 자료를 수집하여 구조방정식을 적용해 중국소비자의 한국 직구매와 한국소비자의 국내온라인쇼핑구매간의 서비스품질이 고객신뢰, 만족, 충성에 미치는 영향요인을 실증적으로 비교분석하여, 중국소비자의 한국직접구매 및 한국소비자의 국내온라인쇼핑의 현황을 파악하여 그 문제점을 탐색해서 벤치마킹할 수 있는 대안을 ……(중략)…….

## 참 고 문 헌

中國電子商務研究中心(2013. 07. 23),“【海外數據】2018年多國…  
<http://www.100ec.cn/detail-6113969.html>”  
 ……(중략)…….