

해외직구에서 물류서비스품질에 따른 소비자만족에 관한 연구

김 민 균(서강대학교)

최 수 호(서강대학교)

해외직구에서 물류서비스 품질에 따른 소비자 만족에 관한 연구

서강대학교
경영학부 교수 김민균
경영학과 석사과정 최수호

목차

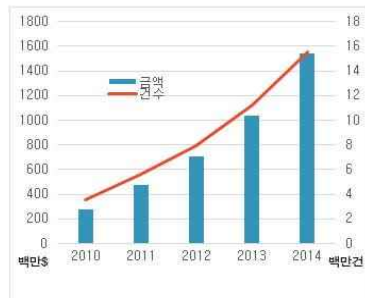


1. 서론
2. 이론적 배경 및 문헌연구
 - 2.1 해외직구
 - 2.2 물류서비스품질
 - 2.3 고객 만족
3. 연구모형 및 가설
4. 연구방법
5. 연구결과
6. 결론 및 시사점

1. 서론

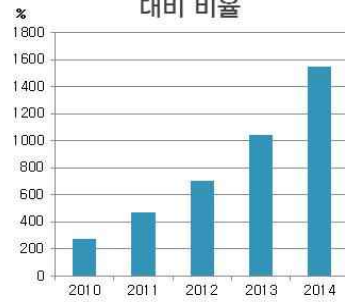
■ 해외직구 현황

해외직구 추세



자료 : 관세청

해외직구의 소매판매액 대비 비율



자료 : 현대경제연구원

해외직구가 소비에서 차지하는 비중이 빠른 속도로 상승하고, 소비회복을 견인하는 역할로 부상

1. 서론

■ 해외직구 성장배경

거래 인프라 발전

- 유통채널의 확장
- 정보통신기술의 발달
- 금융과 정보기술의 융합

- 기존 복잡한 절차의 간소화
- 온라인 쇼핑몰의 이용편리성

거래방법의 간소화

소비패턴 변화

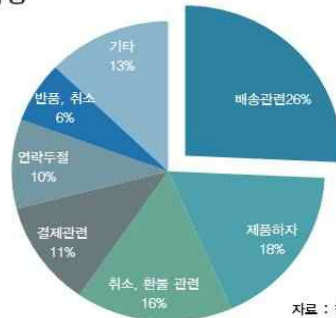
- 인터넷 기반의 온라인 쇼핑
- 정보의 비대칭의 해소

- 불량물품 교환 등의 불편 해소
- 고품질, 저가격 등의 혜택

해외직구에 대한 신뢰 형성

1. 서론

소비자 불만 유형



자료 : 한국소비자원 보도자료(14.1 ~ 15.3)

목적

- ① 해외 상품을 직접 구매하는 고객이 물류서비스 품질 속성에 따라 택배업체 만족도에 영향을 미치는지 조사
- ② 물류서비스 속성 중 해외배송에서 가장 중요한 요인이 무엇인지 파악

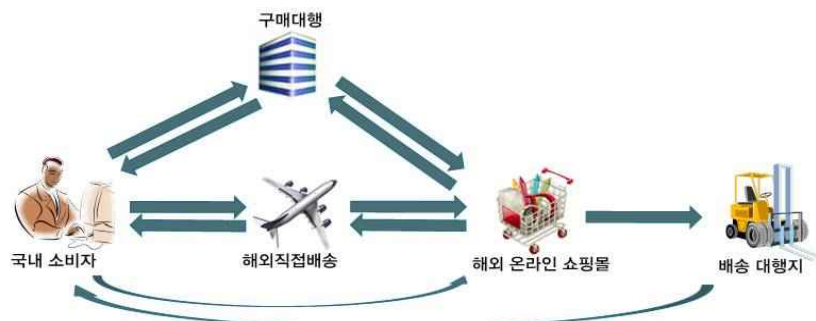
2. 이론적 배경 및 문헌연구

해외직접구매

신수지(2014) 해외직구는 '해외 직접구매'의 줄임말로 외국의 오픈 마켓 및 온라인쇼핑몰 등에서 제품을 직접 주문해 구매하는 것

김성 & 임재욱 (2015) 해외직구는 해외 인터넷 쇼핑이나 기업과 소비자 사이의 국제 전자상거래 또는 글로벌 전자소매거래

해외직접구매 유형



2. 이론적 배경 및 문헌연구

물류서비스품질

Lalinde & Zinszer
(2001)

물류서비스란 물류운영 전체 과정에서 발생하는 비용과 서비스 간의 상호작용에 영향을 미치는 요소들을 통합적이고 효율적으로 관리하는 기업의 철학

Stank et al (1999)

물류서비스 품질 확보를 통해 유연성을 증가시키고, 고객 서비스의 수준과 질을 향상시키며, 비용절감을 성공적으로 이끌어내 경쟁우위를 확보

연구사례	물류서비스 품질요인	연구사례	물류서비스 품질요인
Mentzer et al (2001)	주문절차, 주문조건, 정보품질, 주문정확성, 주문처리량, 직원접촉품질, 적시성, 주문품질 및 주문불일치 처리	홍상태 (2001)	경제성, 신속성, 안전성, 정확성, 친절성, 편리성, 사후서비스
김재욱 외 (2003)	신속성, 경제성, 친절성, 안전성, 정확성, 편리성	LI (2003)	대응성, 전문성, 유용성, 신뢰성, 완결성
서창적 외 (2004)	유용성, 대응성, 신뢰성, 완결성, 전문성	조철호 (2005)	주문절차의 편리성, 배송정보, 서비스요원 품질, 적시성
박정식 (2005)	배송품질, 주문품질, 정확성, 사후서비스, 적시성	안현주 외 (2005)	경제성, 확산성, 응답성, 편리성
안아람 (2007)	전문성, 안전성, 정확성, 신뢰성	정현영 외 (2008)	전문성, 안정성, 정확성, 신뢰성

2. 이론적 배경 및 문헌연구

고객만족

Oliver (1981)

고객만족은 일반적으로 상품이나 서비스를 구매하여 사용해본 후에 고객의 태도나 반응으로 고객의 기대를 충분히 만족시키는 것을 의미함

Howard & Sheth
(1969)

제품을 이용해 본 소비자가 그 제품의 품질이 자신이 기대하는 기준 이하면 불만족스럽다고 느끼며 기대수준 이상일 경우에는 만족스럽다고 느낌

박명호 & 조영지
(1999)

고객만족은 고객의 욕구를 충족시키는 정도에 대한 평가, 고객의 기대와 실제 결과, 소비 경험에서 판단 가능한 일치나 불일치 정도 등 고객의 인지 과정에 대한 평가, 정서반응으로 보는 관점

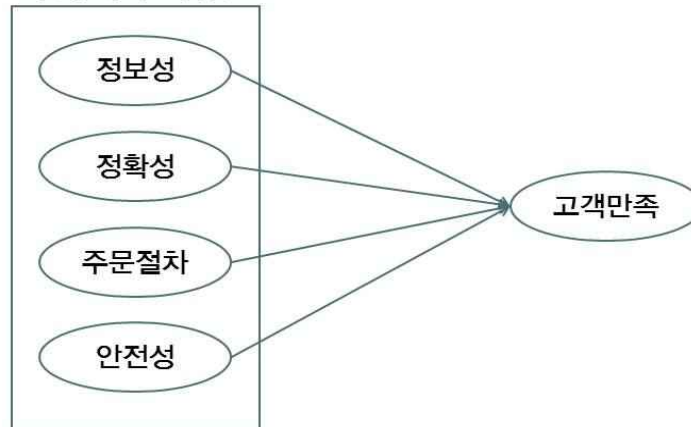
Hellier et al (2003)

고객 만족을 소비자들의 기대요 욕구를 충족시키기 위한 서비스의 결과로서 소비자가 지각하는 전반적인 즐거움

3. 연구모형 및 가설설정

연구모형

물류서비스 품질



3. 연구모형 및 가설설정

연구가설

Crosby et al
(1990)

서비스 마케팅에서의 기존 연구들은 서비스 품질의 구성요소들이 고객만족의 중요한 선행변수임을 보여주고 있음

Hsieh & Hsiang
(2004)

서비스 품질의 3가지 구성요소로 상호작용품질, 물리적 환경품질, 결과적 품질이 서비스 고객만족에 유의한 영향을 보여줌

이영재 & 선일석
(2014)

운송업체의 서비스 품질을 경제성, 편리성, 친절성, 정보성으로 구성하여 고객만족에 미치는 영향을 보여주고 있음

가설1. 물류서비스 품질 중 가시성은 배송업체에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2. 물류서비스 품질 중 정확성은 배송업체에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설3. 물류서비스 품질 중 주문절차는 배송업체에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설4. 물류서비스 품질 중 안전성은 배송업체에 대한 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

4. 연구방법

표본선정 및 자료수집

- 해외 직접구매 경험이 있는 고객을 대상으로 설문조사 실시
- 리커트 5점척도로 측정하였으며 크게 5개 부분으로 나누어져 선행연구를 바탕으로 22개의 문항으로 구성함
- 해외직접구매의 대상이 주로 20~30대로 서울지역 대학교 학생들을 대상으로 편의표본 추출방법을 이용하여 설문 데이터를 수집
- 2015년 10월 26일 부터 11월 13일까지 약 3주간 실시
- 265개의 설문지중 이용경험이 없거나 불성실한 설문지 39부를 제외한 226부 분석

4. 연구방법

변수의 조작적 정의

측정개념	측정항목	참고문헌
가시성	주문상품에 대한 배송정보를 빠르게 파악할 수 있다.(V1)	▪ mentzer et al ▪ Swaminathan J. M ▪ Jansen-Vullers et al
	주문한 상품에 대한 거래정보를 빠르게 파악할 수 있다.(V2)	
	구매한 상품에 대한 배송업체가 무엇인지 파악할 수 있다.(V3)	
	구매업체가 어떤 기업과 거래하고 있는지 알 수 있다.(V4)	
적시성	주문한 상품이 예정된 배송일자에 도착했다.(A1)	▪ mentzer et al ▪ Parasuraman et al
	도착장소에 상품이 신속하게 배송되었다.(A2)	
	상수기(열철 등)에도 약속된 시간에 배송되었다.(A3)	
	구매하는 사이트의 상품검색과 주문하기 편리했다.(O1)	
주문절차	배송의뢰 및 취소절차가 편리했다.(O2)	▪ Liu et al ▪ Molla, A et al
	상품에 대한 결제를 하는데 시간이 많이 걸리지 않았다.(O3)	
	원하는 정보(요금 및 관세)를 찾기가 편리했다.(O4)	
	관리자와의 쌍방소통이 잘 된다고 생각한다.(O5)	
안전성	배송되어 온 물품이 안전하게 포장되어 있다.(C1)	▪ mentzer et al ▪ 박정식
	배송되어 온 물품이 분실 없이 안전하게 배송되어 있다.(C2)	
	배송되어 온 물품이 주의사항을 잘 지키고 배송되어 있다.(C3)	
	배송되어 온 물품이 파손없이 잘 배송되었다.(C4)	
고객만족	택배서비스에 전반적으로 만족한다.(L1)	▪ Parasuraman et al ▪ Swaminathan J. M
	다른 택배업체와 비교하여 만족스러웠다.(L2)	
	택배서비스의 만족도가 기대했던것 이상이었다.(L3)	
	교환/환불에 대해서 만족스러웠다.(L4)	
	나는 이 택배서비스를 이용함으로써 유익한점이 많았다.(L5)	
	상품의 무게대비 요금이 적정했다고 생각한다.(L6)	

5. 연구결과

요인 분석

측정개념	측정변수	요인적재량					공동성	Cronbach's α
가시성	V1	.209	.162	.781	.089	.243	0.747	0.858
	V2	.204	.199	.759	.197	.142	0.716	
	V3	.229	.143	.785	.130	.126	0.722	
	V4	.056	.180	.718	.221	.098	0.609	
적시성	A1	.085	.148	.420	.164	.866	0.676	0.787
	A2	.055	.165	.103	.209	.784	0.699	
	A3	.118	.229	.168	.129	.790	0.735	
주문절차	O1	.340	.209	.265	.845	.013	0.645	0.818
	O2	.073	.239	.290	.708	.080	0.654	
	O3	.293	.101	-.006	.634	.256	0.564	
	O4	.269	.119	.120	.671	.232	0.605	
	O5	.004	.380	.187	.673	.125	0.647	
안전성	C1	.828	.071	.166	.151	.067	0.746	0.913
	C2	.854	.062	.178	.144	.090	0.794	
	C3	.805	.248	.155	.190	.065	0.774	
	C4	.808	.277	.151	.197	.049	0.794	
고객만족	L1	.497	.631	.102	.088	.314	0.762	0.875
	L2	.462	.649	.166	.129	.286	0.760	
	L3	.359	.644	.134	.188	.287	0.679	
	L4	-.038	.680	.244	.334	.197	0.674	
	L5	.359	.615	.273	.164	.049	0.610	
	L6	.043	.675	.184	.334	.075	0.608	

5. 연구결과

실증분석

가설	변수	R2	Adj R2	F값	비표준화 계수		표준화 계수	t값	유의 확률	VIF	채택 여부
					B	표준 오차					
가설1	가시성	0.584	0.576	77.166	.127	.048	.146	2.648	.009	1.606	지지
가설2	정확성				.218	.047	.241	4.609	.000	1.452	지지
가설3	주문 절차				.293	.051	.322	5.711	.000	1.678	지지
가설4	안전성				.236	.044	.278	5.386	.000	1.411	지지

6. 결론 및 시사점

■ 결론

- 해외 직접구매 시에 물류서비스 품질 요소인 가시성, 정확성, 주문절차, 안전성이 택배업체에 대한 고객만족에 영향을 미침
- 가시성을 제외하고 주문절차, 안전성, 정확성 순으로 고객들이 해외 직접구매 시에 중요하게 생각하는 물류서비스 품질 요소임

■ 시사점

- 해외직접구매에 관련한 기존연구가 소비자의 행동중심에 초점을 맞추었지만 본 연구는 배송업체의 물류서비스 품질에 초점을 맞췄음
- 배송업체는 서비스 품질요소인 가시성, 정확성, 주문절차, 안전성은 배송업체가 앞으로 서비스 품질 향상을 위해서 더욱 더 품질관리에 노력을 해야 할 필수적 요소임을 의미함
- 해외 배송서비스를 하는 배송업체는 주문절차와 안전성, 정확성 순으로 고객에게 더 좋은 서비스를 제공하기 위해 개선 해야 할 필요가 있음

THANK
YOU