

지연이 대기불안에 미치는 영향: 개인 특성변수의 조절효과를 중심으로

윤성욱¹, 박성용^{1*}
¹동아대학교 경영학과

The Effect of Delay on Waiting Anxiety: Focused on Moderating Role of Individual Characteristics Variables

Sung-Wook Yoon¹ and Sung-Yong Park^{1*}

¹Dept. of Business Administration, Dong-A University

요약 본 연구는 서비스지연이 대기불안에 미치는 영향력 및 대기불안에 대한 지연과 개인특성변수(성별, 쾌락성)의 조절효과를 확인하고자 하였다. 본 연구의 결과를 보면, 먼저 대기 중 지연시간이 증가하게 되면 대기불안 또한 증가하는 것으로 나타났다. 그리고 지연시간과 대기불안의 관계에 있어 성별의 조절효과는 존재하는 것으로 나타난 반면 서비스에 대한 쾌락성 지각수준에 따른 조절효과는 존재하지 않는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 토대로 결론에서는 지연에 대한 서비스기업에 대한 시사점과 연구의 한계점 및 향후 과제를 제시하였다.

Abstract The purpose of the study was to examine an effect of service delay on waiting anxiety and a moderating role of individual characteristics variables(gender, hedonics). The results of the study were as follows. When waiting time was increased, waiting anxiety was also increased. The data also showed a moderating effect of gender between delay and waiting anxiety, but a moderating effect followed by perceptive level of hedonics for service was nonexistent. In conclusion, the study suggested implications followed by the above results, its limitations and tasks to be solved after the study.

Key Words : Waiting Anxiety, Delay, Individual Characteristics, Gender, Hedonics, Moderating Effect

1. 서론

서비스는 생산과 소비가 동시에 이루어지는 비분리성 특성에 따라 구매과정에서 고객은 대기시간을 쉽게 경험하게 된다[15]. 특정 서비스 구매라는 목적을 달성하기 위한 기다림은 그 시간 동안 어떠한 행위를 하며 보내는 시간이 아니므로 무료함, 귀찮음 또는 불합리함이라는 부정적 감정을 수반하게 된다. 이러한 점을 고려하여 선행 연구에서는 대기시간이 고객의 감정변화, 서비스 품질평가, 그리고 애호도 등에 미치는 영향에 관한 연구가 진행 되어 왔다[14].

하지만 기존 연구에서는 대기시간을 고객이 서비스를

구매하기 위해 서비스 제공 장소에서 기다리기 시작한 시점부터 서비스를 제공받은 시점까지를 기준으로 연구가 진행되어 왔을 뿐, 대기지연이라는 상황에 대해서는 연구가 매우 미흡한 실정이다. 실제 서비스현장에서는 지연이라는 상황이 많이 발생하고 있으며, 특히 고객이 예상하지 못한 상황에서 대부분 발생된다는 점을 고려해 볼 때 고객은 지연시간이 발생 되는 순간 불안감이 유발 될 수 있다. 불안감은 현재 자신이 처한 부정적 상황을 통해 미래를 예측하며 형성되는 감정므로, 서비스 구매과정에서 발생하는 불안감은 서비스 만족에 부정적 영향을 미치게 될 것이다[5,12].

이렇듯 불안감이 서비스 만족요인에 부정적 영향을

본 논문은 동아대학교 학술연구비 지원에 의하여 연구되었음.

*교신저자 : 박성용(sungyong2003@hanmail.net)

접수일 11년 07월 12일

수정일 (1차 11년 08월 05일, 2차 11년 09월 02일)

게재확정일 11년 09월 08일

미치는 선행 요인임에도 불구하고 불안감에 대한 연구는 심리학에서 활발히 진행되어 왔을 뿐, 마케팅 분야에서는 매우 미흡한 실정이다. 특히 대기관련 연구를 보면 만족과 서비스 품질관리 등의 선행변수로 부정적 감정을 중심으로 진행되어 왔을 뿐 대기불안에 대한 연구는 미흡한 실정이다. 뿐만 아니라 서비스 구매 시 발생된 불안감이 서비스만족을 저해시키는 부정적 요인이라는 점을 고려해 볼 때, 기존 대기연구에서 사용된 부정적 감정 못지않게 중요한 요인이라 생각되므로 본 연구의 중요성은 높다고 본다[12, 14]. 그리고 지연상황에서 개인특성변수의 조절효과를 확인하는 연구 또한 중요한 부분이라 할 수 있다. 왜냐하면 동일한 자극에 의해 불안감이 발생된다 하여도 개인의 특성에 따라 불안감 인식수준은 차이가 존재할 것이며, 서비스기업은 불안을 인식하는 집단 간 차이를 고려하여 효율적이고 효과적인 마케팅전략을 모색할 수 있기 때문이다.

따라서 본 연구는 지연상황에 대한 고객의 감정반응은 어떻게 변화하는지와 개인 특성변수인 성별, 쾌락성의 조절효과를 확인하고 결과에 따른 시사점, 향후 연구를 제시하고자 한다.

2. 이론적 배경 및 연구가설

2.1 지연 및 대기불안

대기는 서비스를 제공받기 위해 기다린 총체적 시간으로 고객이 서비스를 제공받기 위해 기다리기 시작한 시점부터 서비스가 제공되기 시작한 시점까지의 시간을 의미하는데, 이 시간은 상황에 따라 대기시간, 예정된 대기시간, 지연으로 구분하여 볼 수 있다[7,13-15]. 대기시간은 고객이 예정된 서비스제공 시점을 모르는 상태에서 기다린 총체적 시간이고 예정된 대기시간은 서비스 제공자가 서비스 제공시점을 알려준 시점까지 기다린 시간을 말하며 지연은 예정된 대기시간을 넘어 추가로 기다린 시간을 의미한다[7,13-15].

지연을 대기의 한 부분으로 볼 때 지연시간이 발생하게 되면 상대적으로 대기시간은 증가하게 되고 이는 고객의 감정반응 또한 부정적으로 변화하게 될 것이다. 윤성욱과 김수배[14]의 연구에 의하면, 고객의 지각된 대기시간이 증가하게 되면 부정적 감정과 수용가능성에 부정적 영향을 미칠 뿐만 아니라 서비스 품질평가, 애호도에 부정적 영향을 미치게 된다. 이후 윤성욱과 김수배[7,15]는 기존의 대기를 서비스제공 전·중·후로 구분하여 부정적 감정, 서비스가치, 고객만족 등에 미치는 영

향으로 연구를 확장하였다. 그 결과 서비스제공 전·중·후 대기는 영향력의 차이가 있음을 확인하였다. Taylor[13]는 서비스를 제공받기 위해 기다리는 동안 서비스 기업에 의해 예기치 못한 문제가 발생하고 그 지연 시간을 수용해야 한다면 고객은 화를 내며 서비스를 부정적으로 평가하게 된다고 주장하였다.

서비스 대기 중 지연시간이 발생되면 고객은 현재 부정적 상황에 의해 앞으로 자신이 올바른 서비스를 구매할 수 있을지 걱정하게 될 것이며, 받고자 하는 서비스 구매가능성을 낮게 인식하게 되는 만큼 고객의 불안감은 증가하게 될 것이다. 서비스 구매 전 고객이 느끼는 불안감은 구매 후 만족 또는 구매의도에 있어 부정적 선행요인으로 역할을 하게 되는데, 노희승과 최현자[11]의 연구를 보면 사이버 보험과 증권을 이용하지 않는 고객을 대상으로 비이용의 이유를 확인한 결과 보험의 경우 불안감, 증권의 경우 불안감 및 낮은 신뢰성을 가장 많이 지적한 것을 확인하였는데, 결국 고객은 가상의 공간에서 금융거래를 하는 것에 대한 불안감을 가지게 되면 이용하지 않으려 함을 알 수 있다. 그리고 서문식 등[12]의 연구에서도 환자가 의료서비스에 대한 불안감이 증가하게 되면 서비스 품질 또한 낮게 평가한다고 하면서 환자의 불안감을 감소시키기 위한 일환으로 환자에 대한 의사의 관심, 배려 등을 통해 환자로부터 치료에 대한 확신을 얻어 불안감을 감소시킬 필요가 있음을 강조하였다.

대기불안이 현재의 부정적 상황을 통해 앞으로 발생할 부정적인 결과를 예측하며 느끼는 좋지 못한 감정이라고 볼 때, 고객은 예기치 못한 대기지연을 수용하게 되면 앞으로 자신이 받고자 하는 서비스(또는 목적)를 올바르게 구매(또는 달성)하지 못할 것이라는 부정적인 생각을 하며 불안감은 높아질 것이다[5]. 이와 같은 선행연구들을 토대로 다음과 같은 가설을 도출하였다.

가설 1 : 지연시간이 증가하게 되면 대기불안은 높아질 것이다.

2.2 성별

부정적 상황에 의해 발생하는 불안감은 성별에 따라 다르게 나타나는데, 예를 들어 정치적 문제를 접했을 경우 남성이 여성보다 사회에 대한 불안감을 더 높게 지각하는 반면 범죄에 대해서는 여성이 남성보다 불안감을 더 높게 지각하게 된다[2]. 동일한 부정적 상황이 주어졌을 때 사람마다 불안감이 다르게 나타나는 이유는 자신이 처한 문제(또는 다가올 문제)에 대한 대처능력과 연계될 것이다. 즉, 미래 자신이 처할 부정적 사건을 대처

할 수 있거나 위협을 감소시킬 수 있을 것이라는 대안이 있을 경우 불안감은 감소될 것이다. 시간관리 부분에 있어 Misra와 Mckean[9]의 연구에 의하면, 여성이 남성보다 시간 관리능력이 높다고 주장하였는데 이는 시간과 관련된 문제가 발생하고 그 심각성 또한 높아질 경우 여성보다 상대적으로 시간관리 능력이 낮은 남성의 불안감은 큰 폭으로 증가함을 예측할 수 있다. 이는 대기 지연에 의한 고객의 불안감은 시간관리 능력과 연관된다는 것이다. 즉 대기 중 지연이 발생 되었을 경우 남성과 여성의 불안감은 차이가 존재할 뿐만 아니라 지연시간이 증가함에 따라 불안감의 증가폭은 여성보다 남성이 더욱 크게 증가함을 예상할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 도출하였다.

가설 2 : 성별에 따라 지연이 대기불안에 미치는 영향력은 차이가 있을 것이다. 특히 여성보다 남성의 경우 지연시간이 증가함에 따라 불안감은 더욱 큰 폭으로 증가할 것이다.

2.3 쾌락성

고객이 즐거움을 추구하기 위해 특정 서비스를 구매하는 것을 쾌락적 가치구매라고 하며 대표적인 서비스로는 여행, 영화, 레저 등이 포함되는데, 이 쾌락적 가치는 고객이 쾌락성을 얼마나 지각하느냐에 따라 가치수준이 달라지는 주관적 특성을 가진다[1]. 예를 들어 영화를 무척 좋아하는 사람, 여행을 좋아하고 떠나고 싶은 마음이 간절할 사람은 서비스에 대한 쾌락적 가치를 높게 인식할 것이다.

쾌락적 가치의 지각수준은 서비스에 대한 만족도, 구매의도 등에 긍정적 영향을 미치게 되는데, 이 가치는 서비스가 가지는 특성에 대한 가치이며 거래에 대한 중요성 또한 높게 지각하게 된다는 것이다[10]. 김주영과 유보미[4]는 레스토랑에서 제공하는 서비스에 대해 중요성을 높게 지각하게 되면 서비스 구매를 위한 대기시간에 대한 수용가능성 또한 증가함을 보여 주었다. 그리고 Hui and Tes[3] 또한 고객이 서비스에 대한 중요성을 높게 지각할 경우 비록 대기시간이 증가한다 하여도 고객은 그 시간을 수용하려 한다고 주장한 바 있다. 김수진, 정명선[6]은 쇼핑에 대한 고객의 쾌락적 쇼핑성향이 높은 집단과 낮은 집단으로 구분하여 서비스 품질지각과 점포 충성도와의 관계를 연구한 결과, 쾌락적 쇼핑성향이 높은 집단의 경우 서비스 품질을 높게 지각하며 점포 충성도 또한 상대적으로 크게 증가하는 것을 확인하면서 점포충성도에 대한 서비스 품질지각과 쾌락적 쇼핑성향 간 조절효과를 입증하였다.

지금까지의 내용을 종합해 보면 고객은 서비스의 쾌락적 가치를 높게 지각하게 되면 대기시간에 의한 부정적 감정은 완화될 것임을 예측할 수 있다. 따라서 본 연구는 선행연구를 토대로 다음과 같은 가설을 도출하였다.

가설 3 : 쾌락적 가치에 따라 지연이 대기불안에 미치는 영향력은 차이가 있을 것이다. 특히 쾌락적 가치를 낮게 지각하는 경우 지연시간이 증가함에 따라 대기불안의 증가폭은 커질 것이다.

3. 연구방법 및 변수측정

본 연구는 대기 중 지연상황을 토대로 연구가 진행되어야 하는 점을 고려하여 시나리오를 통한 실험설계를 실시하였다. 시나리오는 응답자를 대상으로 현재 여행을 떠나기 위해 열차서비스를 이용하는 상황을 상상하도록 하고 지연발생 정도를 구분하여 제시하였다. 지연시간은 5분과 30분 지연으로 구분하여 지연발생 수준을 고/저로 나누어 제시하였다.

쾌락성은 이철선과 방석범[8]의 연구를 참고하여 여행을 떠날 때 흥분과 즐거움의 정도, 여행을 일상의 탈출로 인식하는 정도, 기회가 주어진다면 언제든 여행을 떠나고픈 마음 등 4개 문항으로 측정하였으며, 중앙값을 기준으로 쾌락성이 높은 집단과 낮은 집단으로 구분하여 분석에 사용하였다. 대기불안은 김권수[5]의 연구에서 사용된 변수를 참고하여 전혀 불안하지 않음--매우 불안함, 전혀 초조하지 않음--매우 초조함, 전혀 걱정되지 않음--매우 걱정됨, 전혀 속상하지 않음--매우 속상함, 전혀 긴장되지 않음--매우 긴장됨 등 5개 문항에 대해 7점 척도(전혀 그렇지 않다 ~ 매우 그렇다)로 측정하였다.

4. 연구결과

4.1 인구통계적 특성

본 연구를 위해 부산지역 대학생을 중심으로 조사를 실시하였으며 배부된 설문지 390부 중 371부를 회수하였다. 이중 응답 내용이 불성실한 설문지 19부를 제외한 나머지 352부가 분석에 사용되었고, 응답자의 인구통계적 특성을 보면 다음과 같다.

먼저 남녀 비율을 보면 남성이 50.6% 그리고 여성이 49.4%로 나타나 남녀 간 비율은 고르게 분포되었음을

알 수 있다. 응답자 연령의 경우 대학생을 중심으로 이루어 졌기에 20세~25세(68.8%)의 비중이 가장 높은 것으로 나타났다. 그리고 열차이용 횟수의 경우 1년에 평균적으로 1회~2회이용하는 사람이 43.2%로 가장 많은 것으로 나타났다.

다음으로 본 연구에서 사용된 시나리오의 상황이 얼마나 현실성 있게 작성되었는지를 확인하기 위해 응답자로부터 시나리오에 대한 현실성, 발생가능성을 7점 척도로 질문하였다. 그 결과 각각에 대한 평균값은 5.9(현실성), 6.0(발생가능성)으로 나타나 본 연구에 사용된 시나리오에 큰 문제없이 작성되었음을 알 수 있다.

4.2 신뢰성 및 타당성 검증

본 연구는 앞에서 제시한 가설검정을 위해 조절변수인 쾌락성과 종속변수인 대기불안의 신뢰성과 타당성 분석을 실시하였으며 그 결과 표1, Table 1과 같이 나타났다. 먼저 신뢰도 분석을 보면 최초 쾌락성 4개 문항, 대기불안 5개 문항으로 구성되었으나 신뢰도 분석 결과 쾌락성 2개 문항이 제거되었으며, 각 요인의 Cronbach's α 계수를 보면 쾌락성 .871, 대기불안 .950으로 나타나 각 요인의 신뢰성은 확보되었음을 알 수 있다.

[표 1] 신뢰성 및 타당성 검토
[Table 1] Reliability and Validity Result

구분	대기불안	쾌락성	공통성
대기불안	x2	.944	.891
	x3	.941	.888
	x1	.924	.854
	x5	.916	.839
	x4	.841	.707
쾌락성	x1	-.005	.887
	x2	.026	.887
Eigen Value	4.180	1.774	-
설명력	59.71	25.34	-

다음으로 신뢰성 분석에 사용된 쾌락성과 대기불안에 대한 타당성 분석을 위해 요인분석을 실시하였다. 요인분석은 주성분 분석에 의해 요인을 추출하였고 요인회전은 Varimax회전을 사용하였다. 분석 결과를 살펴보면 쾌락성과 대기불안의 공통성은 .707~.891로 나타났고, 각 요인의 요인적재치는 쾌락성 .941~.942, 대기불안 .841~.944로 나타난 반면 다른 요인으로 분류된 요인적재치를 보면 쾌락성 -.005~.026, 대기불안 -.027~.042로 나타나 변수의 집중 및 판별타당성이 입증되었다. 지금까지의 분석내용을 종합해 볼 때 본 연구에 사용된 측정 항목들은 신뢰성과 타당성이 확보되었음을 알 수 있다.

4.3 가설검정

앞에서 제시한 지연이 대기불안에 미치는 영향과 개인특성(성별, 쾌락성)의 조절효과를 확인하기 위해 이원배치분산분석을 실시하였으며 그 결과는 표2, Table 2와 같다.

[표 2] 가설검정 결과
[Table 2] Hypothesis Test Result

구분	대기불안			
	자유도	평균제곱	F값	P값
지연	1	66.869	37.312	.000
성별	1	39.506	22.044	.000
쾌락성	1	.165	.092	.762
지연*성별	1	7.779	4.340	.038
지연*쾌락성	1	.416	.232	.630

4.3.1 지연이 대기불안에 미치는 영향

서비스지연은 대기불안에 부정적 영향을 미칠 것이라는 가설1은 채택되었다($F=37.312, P=.000$). 구체적으로 살펴보면, 지연에 따라 불안감이 증가하는 것으로 나타났다($M_{low지연}=4.645 < M_{high지연}=5.523$). 이러한 결과는 대기 중 지연시간이 발생하게 되면 고객은 이 지연으로 인해 앞으로 자신이 달성하고자 하는 목적 또는 올바른 서비스구매를 하지 못할지도 모른다는 인식이 높아지게 되므로 그 만큼 대기불안 또한 증가하는 것을 볼 수 있다.

4.3.2 성별의 조절효과

지연이 대기불안에 미치는 영향력이 여성보다는 남성에게 더욱 현저할 것이라는 가설 2도 지지되었다($F=4.340, P=.038$). 지연시간이 증가 할수록 남녀 모두 불안감은 증가하는 것에서는 동일한 경향이 나타났다. 하지만 증가폭에 있어서는 남성이 여성보다 월등히 큰 것으로 나타났다 ($M_{여자/low지연}=5.14 < M_{여자/high지연}=5.71, M_{남자/low지연}=4.15 < M_{남자/high지연}=5.33$). 이의 성별에 따른 대기불안의 주 효과를 보면 유의한 차이($F=22.044, P=.000$)를 보였는데 여성이 남성보다 불안감을 높게 지각하는 것으로 나타났다($M_{남자}=4.744 < M_{여자}=5.424$).

여성이 남성에 비해 지연상황에 대한 불안감은 상대적으로 높은 반면 지연시간이 증가하게 되면 불안감 증가폭은 여성보다 남성이 상대적으로 크게 증가한다는 결과를 토대로 생각해 보면, 대기 중 지연시간이 발생되었을 경우 남성은 문제의 심각성을 그대로 받아드려 불안감이 그 만큼 증가하는 반면 여성은 남성보다 비교적 시간 관리능력이 뛰어나며 따라 많은 지연시간이 발생된다 하여도 상황에 따른 대안을 모색해 나가기 때문에

불안감의 증가폭이 낮은 것으로 볼 수 있다.

4.3.3 쾌락성의 조절효과

지연이 대기불안에 미치는 쾌락성의 조절효과를 예측한 가설 3은 기각되었다($F=.232, P=.630$). 기차여행의 쾌락적 가치를 높게 지각하면 할수록 대기지연을 짧게 지각하여 불안감이 감소 될 것을 예측하였다. 하지만 고객은 기차를 타고 여행을 떠나는 행위를 여행의 한 부분으로 지각하지 않고 여행을 위한 하나의 사전 과정으로 생각하기 때문에 대기불안에 쾌락성의 조절효과가 나타나지 않는 것으로 보여 진다.

5. 결론 및 시사점

5.1 연구결과 및 시사점

지금까지의 연구결과를 요약해 보면, 대기 중 지연은 대기불안을 증가시키는 것으로 나타났으며 대기지연과 대기불안의 관계에 있어 개인특성변수인 성별의 조절효과는 존재하며 특히 남성의 경우 지연시간이 증가 할수록 불안감은 여성보다 큰 폭으로 증가하는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 토대로 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째 지연 상황에서 성별의 조절효과를 확인하였다. 기존의 연구는 서비스를 제공받기 시작한 시점까지 기다린 대기시간을 중심으로 활발히 진행되어 왔지만 대기는 서비스 특성에 따라 예정된 대기과 지연으로 구분된다. 가령 항공, 영화, 연극, 콘서트 등의 서비스는 고객에게 서비스 제공시점을 사전에 알려주므로 예정된 대기과 지연이 명확하게 구분되어 발생된다. 이러한 서비스의 경우 지연에 대한 관심과 연구의 필요성이 높을 것이라 본다. 왜냐하면 고객은 원치 않는 지연이 발생 될 경우 그 시간에 대해 불합리한 시간, 불공정한 시간 등 부정적으로 생각하며, 이러한 부정적 경향은 지연발생 이전의 대기보다 높게 나타날 것이기 때문이다. 그리고 대기지연 중 고객의 불안감은 주관적이고 개인적이기 때문에 개인적 특성에 따라 차이가 존재할 것이나 기존 연구에서는 활발히 진행되지 않았던 지연발생 상황에서의 개인특성변수 조절효과를 확인한 것에 의의가 있다고 본다.

둘째 서비스 지연시간이 증가하게 되면 고객의 불안감 또한 높아진다는 것을 확인하였다. 예정된 대기시간이 명시되는 서비스의 경우 지연발생의 여지는 항상 존재한다. 대기 중 지연의 발생은 예정된 대기 중 감정보

다 부정적 경향이 상대적으로 크게 나타날 것이다. 이유는 지연이 예기치 못한 문제로 인해 자주 발생하게 되면 고객의 입장에서 불합리한 대기로 인식하기 때문이다. 따라서 서비스제공자는 지연발생을 최소화 할 수 있는 업무관리가 필요할 것이다. 예를 들면 기존의 지연발생 원인을 분석하여 원인예방을 위한 주기적 점검과 문제 발생에 대한 매뉴얼 준비 그리고 직원을 대상으로 한 대처교육과 시간에 대한 관리전략을 수립해야 할 것이다.

셋째 성별차이에 따른 대기지연 관리. 성별에 따라 지연이 대기불안에 미치는 영향력의 차이는 존재하였으며 특히 남성의 경우 지연이 증가하면 불안감이 크게 증가하는 것으로 나타났다. 본 연구에서 남성이 여성에 비해 불안감이 크게 증가하는 이유는 여성이 시간 관리적 능력이 상대적으로 높은 이유에 의한 것이라 본다. 따라서 서비스기업은 고객에게 서비스 제공 전 지연이 발생되었을 경우 지연에 대한 원인 설명과 시간 관리를 돕는 정보를 제공할 필요가 있을 것이며, 특히 지연발생 시 성별에 따른 차이를 고려하여 정보에 대한 제공수준을 달리하는 차별적 대응전략이 필요 할 것이다.

5.2 연구의 한계 및 시사점

본 연구의 한계점과 향후 연구방향에 대해 살펴보면 특정 산업을 대상으로 연구가 진행 된 점을 고려해 볼 때 일반화에 있어 한계가 존재한다. 다음으로 본 연구는 대기 중 지연을 중심으로 연구가 진행 되었다. 하지만 예정된 서비스제공 시간이 정해진 경우 예정된 대기과 지연이 함께 발생될 것이며 예정된 대기시간 중 고객의 심리적 반응과 지연시간 중 심리적 반응에는 차이가 존재할 것이므로 이에 대한 차이를 향후 연구에서 조사할 필요가 있을 것이다.

References

- [1] Holbrook, Morris. B and Elizabeth C. Hirschman, "The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun," *Journal of Consumer Research*, Vol. 9, No. 2, pp. 132-140, 1982.
- [2] Hong, Young-Oh, Kwan-Jae Song, Su-Ae Park, Hye-Jin Lee and Jae-Chang Lee "Social Anxiety in Korean Society," *Korean Journal of Psychological and Social Issues*, Vol. 12, No. 1, pp. 129-160, 2006.
- [3] Hui, M. K and D. K. Tes, "What to Tell Consumers in Waits of Different Lengths: An Integrative Model of Service Evaluation," *Journal of Marketing*, Vol. 60,

- No. 2, pp. 81-90, 1996.
- [4] Kim, Ju-Young and Bo-Mi Yoo, "An Exploratory Study on Customers' Individual Factors on Waiting Experience," Korean Journal of Marketing, Vol. 12, No. 1, pp. 1-30, 2010.
- [5] Kim, Kwon-Soo, "A Study on the Factors Affecting on Waiting Anxiety in the Service Industry: Based on Limousin-Service from Hotel to Airport," Journal of Tourism Sciences, Vol. 29, No. 3, pp. 67-84, 2005.
- [6] Kim, Soo-Jin and Myung-Sun Chung, "The Effect of Perceived Service Quality and Symbolic Store Image on Store Loyalty in Apparel Product Purchasing -Focusing on the Moderating Effect of Hedonic Shopping Orientation-," Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles, Vol. 30, No. 1, pp. 48-58, 2006.
- [7] Kim, Su-Bae and Sung-Wook Yoon, "Antecedents and Consequences of the Types of Waiting Times in Medical Services," Korean Journal of Hospital Management, Vol. 12, No. 2, pp. 69-92, 2007.
- [8] Lee, Cheol-Seon and Suk-Baum Pahng, "The Effects of Shopping Value on Online Purchasing Intention: Focus on Product Attribute Importance as Intervening Variable," Korean Marketing Review, Vol. 19, No. 2, pp. 41-69, 2004.
- [9] Misra, R and M. Mckean, "College Students' Academic Stress and its Relation to Their Anxiety, Time Management, and Leisure Satisfaction," American Journal of Health Studies, Vol. 16, No. 1, pp. 41-51, 2000.
- [10] Park, Jong-Hee and Yi-Hwan Jin, "The Influence of Hedonic Value in Tourism Shopping Behavior," Korean Journal of Tourism Research, Vol. 21, No. 4, pp. 121-138, 2007.
- [11] Roh, Hee-Seung and Hyun-Cha Choe, "The Study of Consumer's Usage Behavior and Satisfaction in Cyber Financial Services," Journal of Consumer Studies, Vol. 13, No. 2, pp. 25-46, 2002.
- [12] Suh, Mun-Shik, Young-Han Suh and Myung-Hwan Chun, "The Influence of Physician's Affective Behavior on Patient's Anxiety," Journal of Marketing Management Research, Vol. 3, No. 1, pp. 211-231, 1997.
- [13] Taylor, Shirley, "Waiting for Service: The Relationship Between Delays and Evaluations of Service," Journal of Marketing, Vol. 58, No. 2, pp. 56-69, 1994.
- [14] Yoon, Sung-Wook and Su-Bae Kim, "The Effects of Waiting Time on Service Quality Evaluation and

- Goodwill at Medical Service Encounter," Korean Journal of Marketing, Vol. 5, No. 1, pp. 1-22, 2003.
- [15] Yoon, Sung-Wook and Su-Bae Kim, "The Effect of Customer Orientation and Relative Influence of Pre-Service, In-Service, and Post-Service Waiting Time on Evaluation of Medical Service Quality," Journal of Consumer Studies, Vol. 17, No. 4, pp. 171-192, 2006.

윤성욱(Sung-Wook Yoon)

[정회원]



- 1997년 5월 : University of Alabama(경영학 박사)
- 1997년 8월 ~ 2000년 7월 : North Carolina 주립대학교 경영대학 교수
- 2000년 9월 ~ 현재 : 동아대학교 경영학과 교수
- (사)한국소비문화학회 회장, 동아대학교 국제교류교육 원장 및 입학처장 역임

<관심분야>

서비스마케팅, 소비자행동론, 조사방법론

박성용(Sung-Yong Park)

[정회원]



- 2006년 3월 ~ 현재 : 동아대학교 경영학과 박사과정
- 2011년 3월 ~ 현재 : 동아대학교 경영문제연구소 특별연구원
- 2011년 8월 ~ 현재 : '고신대학교 시간강사, 경남정보대학 시간강사'

<관심분야>

서비스마케팅, 인터넷마케팅, 마케팅관리