

항공사 콜센터 내부서비스품질과 상담원의 직무만족 및 이직의도 연구

A Study on the Internal Service Quality of Airline Call Center's Agent on Job Satisfaction and Turnover Intention

최은주*

Eun-Joo Choi*

요 약

본 연구는 항공사 콜센터의 내부서비스품질요인이 상담원의 직무만족에 유의한 영향을 미치는지와 상담원의 직무만족은 이직의도에 유의한 영향을 미치는지를 실증 분석하여 텔레마케팅 운영 및 설계와 관련하여 항공사 관리자들에게 중요한 시사점을 제공하는 데 그 목적이 있다. 실증분석결과, 내부서비스품질 요인 중 유형성, 신뢰성, 권한성, 리더십이 상담원 직무만족에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 상담원의 직무만족 요인 중 직무자체, 경제적 보상, 교육훈련, 조직문화가 높을수록 이직의도가 낮아짐을 확인할 수 있었다.

Abstract

This study focuses on assessing the impacts of the internal service quality components at airline call center on the job satisfaction of agent and turnover intention for effective operation, thereby giving suggestions to managers on the design and the operation of call centers. The major finding of this study showed that intangibility, reliability, authority, leadership are found to have a great influence on the job satisfaction and job satisfaction did not influence on turnover intention.

Key words : Airline call center, Internal service quality, Job satisfaction, Turnover intention

I. 서 론

콜센터는 IT기술의 발전과 더불어 짧은 시간에 급속한 발전을 이루어 왔으며 기업 경쟁력의 한 부분으로 자리매김하고 있다. 21세기의 새로운 마케팅의 한 방법으로 콜센터가 등장함에 따라 기업들은 상당한 비용을 투자하여 콜센터를 운영하고 있다.

김영복(1998)에 의하면 오늘날 전 산업에 걸쳐 고객 접촉의 75-95%는 전화로 이루어지기 때문에 콜센

터는 마케팅 전략에 있어서 가장 중요한 부분이라고 하였다[3]. 서비스제공에 있어 점점 종업원들의 역할이 다른 산업보다 큰 비중을 차지하고 고객접점으로서의 콜센터는 마케팅에 있어 가장 강력한 경쟁수단으로 작용하며 콜센터 내부서비스품질은 기업의 비용 효율을 향상시키고 고객의 손실 비용도 절감시켜 주는 역할을 한다.

콜센터의 대부분의 연구는 주로 서비스 이용자측면에 관한 것이 대부분인데 최근에는 내부고객 측,

* 최은주(현, 경기대학교 관광대학 시간강사 전, 아시아나항공 근무)

· 제1저자 (First Author) : 최은주

· 투고일자 : 2009년 9월 23일

· 심사(수정)일자 : 2009년 9월 24일 (수정일자 : 2009년 10월 23일)

· 게재일자 : 2009년 10월 30일

종업원을 만족시키는 것이 서비스품질을 높인다는 연구도 이루어지고 있다. 즉, 서비스기업에 있어서 가장 중요한 사람은 고객이지만 고객과의 좋은 관계를 유지하기 위해서는 종업원의 필요와 욕구를 제대로 이해한 직무만족이 높아야 고객에게 만족스런 서비스를 제공할 수 있다.

서비스의 품질은 서비스를 제공하는 인적자원의 수준과 태도에 따라 달라지며 또한 서비스에 종사하는 사람들의 만족도가 높을수록 서비스의 수준과 품질이 높아지는 경향이 있다.

항공사 경영에 있어서도 치열해지고 있는 항공사 간 경쟁구도 속에서 차별화된 경영전략 및 마케팅 전략을 제시하여야 하는데 특성화되고 경쟁력 있는 항공서비스 기업으로 자리매김하기 위해서는 항공사 고객의 첫 접점인 콜센터 직원들의 서비스품질이 중요하다고 할 수 있다. 따라서 항공사 콜센터인 경우에도 고객서비스의 주체자인 콜센터 상담원이 느끼는 직무에 대한 만족감은 서비스 품질의 척도가 되는 것이다[4].

항공사 콜센터는 단순한 전화연결을 넘어서 고객으로부터 걸려오는 전화를 처리하는 일(Inbound)과 상품홍보 및 필요한 정보를 수집하기 위하여 고객에게 전화를 거는 일(Outbound)을 수행한다.

미국 Benchark Report 조사에 의하면 콜센터의 총 비용 중 62%를 상담원관련 비용이 차지하고 있다. 이는 상담원의 효율적인 관리가 시스템 장비, 각종 솔루션의 도입보다 더 중요함을 의미하는데 특히 우수한 상담원의 이직은 상담인력자원의 손실 뿐만 아니라 이직으로 인해 발생하는 선발, 채용, 교육비용 등의 직접적 비용 이외에도 생산성 저하 및 고객서비스 품질 저하 등의 간접비용을 발생시킨다.

따라서 지속적인 고객만족을 확보하려면 콜센터의 생산성측면도 중요하지만 고객과의 상호작용으로 서비스 품질을 결정하는 콜센터 상담원들에 대한 관심이 중요하다. 상담원의 만족 또는 갈등해소 없이는 외부고객에 대한 정확한 이해 및 이들의 서비스 태도를 결정짓는 요인에 관한 연구는 조직 구성원 및 조직 양자 모두를 위해 필수적으로 이루어져야 할 것이다[5].

이에 본 연구는 전 산업에 걸쳐서 급부상하고 있

는 콜센터를 대상으로 항공사 콜센터 내부서비스 품질을 측정하여 상담원의 직무만족도 수준을 파악하고 직무만족에 내부서비스품질의 어떤 요인이 유의한 영향을 미치는지에 대해 알아보하고자 한다. 그리고 콜센터 상담원의 이직의도에 직무만족의 어떤 요인이 유의한 영향을 미치는지에 대해서도 알아보하고자 한다. 따라서 항공사 콜센터 내부서비스품질 향상 및 콜센터 상담원의 직무만족도를 높일 수 있는 방안을 모색하여 궁극적으로는 타 업종에 비해 이직률이 높은 콜센터 조직의 안정화를 극대화하기 위함에 그 연구목적이 있다.

II. 이론적 배경

2-1 콜센터 내부서비스품질

콜센터는 기업의 고객들을 대상으로 상품이나 서비스에 대한 문의, 질의, 서비스 요청, 판매 등에 필요한 정보제공기능과 같은 각종 커뮤니케이션 기능을 담당하는 기업의 대 고객 전략적 마케팅 채널이다 [18].

Gans, Koole & Mandelbaum(2003)에 의하면 콜센터는 전통적인 전화서비스에 VRU(voice response units), 이메일, 팩스, 인터넷, 채팅과 같은 부가적인 멀티미디어 고객접촉이 강화된 CRM의 핵심 센터로 정의되고 있다[24].

이러한 콜센터는 정보통신의 발달로 인해 고객과의 채널이 다양해짐에 따라 단순한 고객전화문의에 대한 응대로부터 인, 아웃바운드 콜의 효율적 처리, 다양한 비대면 접촉 채널의 통합관리를 수행한다. 또한 고객만족과 고객유지를 통해 기업의 수익과 경영성과 창출을 위한 종합 고객서비스 센터로 그 기능과 역할이 확대되어 가고 있다.

콜센터는 수많은 고객정보가 수집되며 수집된 정보는 기업의 마케팅전략에 입각하여 재해석되고 이는 다시 고객접점에 활용되어 고객가치를 제고함으로써 기업의 성과 향상에 기여하는 조직이다.

따라서 콜센터는 음성대음성 서비스를 제공하는 고객접점이고 콜센터 서비스품질은 통화고객을 만족

시켜 기업에 좋은 이미지를 갖도록 서비스하는 것이다. 종합해보면 콜센터 서비스는 전화 등 통신매체를 통해 접촉한 고객을 대상으로 자동응답시스템을 통해 제공하는 기계적 상담서비스와 훈련된 전문 인력이 제공하는 인적 상담서비스로 나누어질 수 있다. 기업을 대표하는 최접점의 역할을 담당하는 콜센터의 서비스품질은 기업의 경쟁력확보에 매우 중요한 영향을 미치고 있으며 콜센터 서비스품질관리와 통화고객만족은 기업의 장기적 차원에서 매우 중요한 요소이다.

서비스품질은 서비스의 특성인 무형성, 이질성, 비분리성, 소멸성으로 인하여 서비스 품질을 연구하는 연구방법이나 연구목적이 각기 다르기 때문에 연구자나 실무자에 의해 폭넓게 연구되고 있으나 애매하고 명확하지 않은 개념으로 쉽게 실체화되지 않고 있다. 그러나 연구자들은 공통적으로 서비스품질은 고객에 의해 행해지는 주관적인 판단이며, 그 평가가 결과 지어지는 것이 아니라 서비스를 제공받는 전 과정에서 연속적으로 작용한다고 판단하고 있다 (Zeithaml, 1988).

서비스 품질을 측정하는데 있어서는 SERVQUAL과 SERVPERF가 가장 널리 사용된다. Parasuraman, Zeithaml & Berry(1988)가 제시한 SERVQUAL의 모형은 설문지를 통해 응답자들이 특정 기업의 서비스 특성에 관한 그들의 기대와 인식수준을 22개의 항목으로 구성하고 유형성(tangibles), 신뢰성(reliability), 응답성(responsiveness), 확신성(assurance), 공감성(empathy)의 총 5개의 하위차원으로 나누어 측정하였다[34]. 한편, Cronin & Taylor(1992)는 SERVQUAL식의 서비스 품질의 부적절성을 주장하며 SERVPERF의 제시를 통해 지각된 품질(성과)이 서비스 품질을 측정하는데 유용함을 밝히려고 하였다[23].

콜센터가 제공하는 서비스 품질 구성요소는 Brandy & Cronin(2001)이 제시한 자동응답시스템을 통한 서비스 품질, 상담원을 통한 인적서비스 품질, 고객이 콜센터를 접촉하여 원하는 것을 해결했는가로 확인되는 결과에 대한 서비스 품질이 있다[19]. 이는 콜센터 서비스 품질을 3가지 품질차원으로 나누어 연구한 김형수(2006)의 연구에서도 타당성이 입증되었으며[6], Burgers, Ruyter, Keen & Streukens(2000)의 연

구에서는 콜센터 상담원 행동을 고려한 서비스 품질 속성을 연구하였는데 4개의 속성 즉, adaptiveness(적응성), assurance(확신성), empathy(공감성), authority(권한성)와 13개의 하위속성들에 초점을 맞추어 음성 대 음성 서비스접점에서의 고객 기대를 기초로 하여 연구하였다[21].

박균철(2005)은 콜센터를 이용하는 통화자에 초점을 두고 이에 영향을 미치는 콜센터 서비스 품질 차원들을 병원과 전력회사의 콜센터를 대상으로 실증 분석을 하였으며[9], 김형수(2006)는 콜센터를 이용하는 통화고객의 만족에 초점을 두고 이들의 만족에 영향을 미치는 서비스 품질 요인을 밝혀내고 기존의 면대면 서비스 환경에서 지지되어 온 서비스 품질 차원→고객만족→고객충성도를 음성 대 음성 서비스 환경인 콜센터에 적용하여 실증 연구하였다[6].

이동진(2006)은 성공적인 콜센터 운영을 위한 서비스 품질경영의 핵심요인을 찾아내고 핵심요인 활동이 콜센터 종업원 및 서비스 성과에서 미치는 콜센터 종업원 만족과 서비스 성과간의 관계를 분석하고자 연구하였다[10].

본 연구자는 콜센터의 내부서비스 품질 또한 Parasuraman, Zeithaml & Berry(1988)의 서비스 품질의 결정요소와 무관하지 않다고 판단하여 이들이 제시한 서비스 품질 차원 중 유형성, 신뢰성, 확신성과 Burgers, Ruyter, Keen & Streukens(2000), 이동진(2006)이 제시한 콜센터 서비스 품질 차원 중 권한성, 리더십을 본 연구에 맞게 수정하여 설정하였다. 그리고 기존의 선행연구들을 바탕으로 항공사 콜센터 상담원이 인지하는 내부서비스 품질을 상담원의 직무만족과 이직의도간의 관계를 규명하고자 한다.

2-2. 직무만족

직무만족은 조직에서 구성원들이 직무를 수행하는 과정에서 개인의 내재적, 외재적 욕구가 어느 정도 충족되고 있는가에 대한 구성원들의 지각된 반응을 의미한다. 따라서 직무만족이란 직무에 대해 긍정적 혹은 부정적으로 느끼는 정도이며 종사원들이 수행하는 과업과 직무수행의 물리적, 사회적 조건에 대한 감정적 반응 혹은 태도를 의미한다[8].

Locke(1976)는 직무만족은 직무에 대한 태도로 감

정적 차원에서 개인이 직무를 평가하거나 직무를 통해서 얻게 되는 경험을 평가함으로써 얻어지는 유쾌하고 긍정적인 감정 상태라고 정의하였고 Beatty(1981)는 조직 구성원이 직무가치를 달성하고 촉진하는 것으로서 그의 직무에 대한 평가에서 얻어지는 감정적 상태라고 하였다[20],[28].

이러한 직무만족의 결정요인으로 많은 선행연구에서 승진, 급여, 근무시간, 안정감, 정책, 복리 후생, 교육훈련, 상사, 동료, 고객, 직무자체 및 전체적 만족 등을 제시하고 있다[29],[33]. 따라서 항공사 콜센터 상담원의 직무만족은 자신의 직무와 관련된 직무자체, 임금, 승진, 상사, 동료, 작업 조건 등과 같은 직무 조건에 대하여 얼마나 만족하느냐에 대한 감정적 표현이며 이는 종사원의 욕구충족과 태도에 밀접한 관련이 있다[4].

일반적으로 직무만족은 성과(performance)와 정(+)의 관계를 갖는 것으로 나타났지만 역할갈등, 역할모호성, 이직의도와는 부(-)의 관계를 갖는 것으로 나타나고 있다(Teas, 1983). 직무만족과 이직간의 상관관계는 비교적 낮지만 유의적인 상관관계를 갖고 있기 때문에 많은 이직 연구자들은 종사원이 이직할 의도가 있을 때 이직과 관련된 다른 요인들이 직무만족과 상호작용을 한다고 보고 있다.

2-3. 이직의도

조직은 보다 유능한 구성원을 확보하려 하고 개인은 자신의 욕구를 가장 많이 충족시켜주는 조직을 선호하므로 조직과 개인의 관계에서 서로 균형을 이루지 못할 때 이직이 발생한다[12]. 적정수준의 이직은 경영 환기상 환기작용을 위해 필요하지만 조직 구성원을 고용하고 그 위에 훈련을 시키기 위해서 투입된 경비와 시간 낭비 외에 인적구성 재편성 등 불필요한 노력을 요구하기 때문에 이직의 최소화가 요구된다. 또한 종업원이 이직해버리면 조직으로서 다른 종업원을 고용하고 훈련시키는 비용을 지불하는 길 이외에는 다른 방법이 없기 때문에 이직자체보다는 이직의도에 직접적인 관심을 가지는 것이 예방차원에서 필요하다[7].

이직의도는 이직행위 직전의 선행변수로 불만족하는 구성원은 이직에 대안적 직업이 가능한 경우 현

재 직장 대신 다른 직장을 선택하게 되고, 종사원은 현재 직장을 다른 직장과의 비교하여 남을 것인지 이직할 것인지를 결정하게 된다[35].

이직의 결정요인은 선행요인과 매개요인으로 구분되어지는데 이직에 영향을 미치는 선행변수인 개인특성요인으로는 연령, 근무년수, 성별, 결혼여부, 교육수준, 부양가족 수, 자아존중 등이 있다. 많은 연구결과에서 이직과 연령과는 부(-)의 관계임을 밝히고 있다[29].

또한 종사원의 이직결정은 개인특성, 조직특성 요인에 의하여 영향을 받을 뿐만 아니라 이직 용이성에 의해서도 영향을 받는다. 이직 용이성이란 조직외부의 직무기회 또는 직무대안을 의미하며 이직 용이성의 인지정도가 낮을수록 이직률이 낮아질 수 있다[11].

이직의 또 다른 결정요인인 매개요인으로는 직무만족, 조직몰입이 있는데 일반적으로 이직에 관한 연구에서 직무만족은 직무성과와 정(+)의 관계를 갖는 것으로 나타나지만, 이직의도와는 유의적인 부(-)의 관계를 갖는 것으로 나타나고 있다. 그러나 이러한 상관관계를 가지고 있기 때문에 많은 이직 연구자들은 종업원이 이직할 의도가 있을 때 이직과 관련한 다른 요인들이 직무만족과 상호작용한다고 보고 있다.

또한 Stumpf & Hartman(1984)등은 직무만족과 이직의도는 상호간에 상관관계가 있다는 연구결과를 제시하였으며 전반적인 직무만족도 이직의도에 영향을 미친다고 하였다[32].

III. 조사설계

3-1. 연구모형 및 가설

본 연구는 국내 A항공사 콜센터 상담원을 대상으로 콜센터의 내부서비스품질과 직무만족 및 이직의도간의 관계를 파악해보고자 하며 선행연구와 이론적 고찰을 토대로 하여 다음과 같은 연구모형과 가설을 설정하였다.

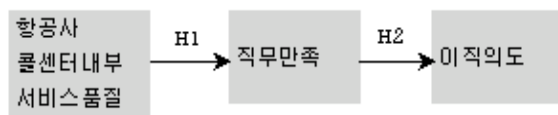


그림 1. 연구모형
Fig. 1. Study model

내부서비스품질과 종업원 직무만족과의 관계에 대한 연구에서 내부서비스품질이 종업원 직무만족의 선행변수라는데 있어서 일부 연구자들의 연구가 진행되었다.

Hallowell et al.(1996)은 그의 연구인 내부서비스품질과 고객만족, 직무만족에 관한 연구에서 내부서비스품질의 구성요소가 고객만족 및 종업원의 직무만족에 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 특히 내부서비스품질이 종업원의 만족을 이끌어 냄을 밝힘으로써 내부서비스품질과 내부고객만족과의 관계성을 입증하였다[27].

김정희·허정옥(2003), 주현식(2003), 이정자·최철호(2004), 강기두(2005) 등 국내 연구자들의 연구에서도 PZB의 SERVQUAL 5개 차원을 토대로 연구대상에 맞게 일부 수정한 후 내부서비스품질과 종업원만족과의 관계를 검증한 결과, 내부서비스품질이 종업원 만족에 정(+)의 영향을 미친다고 제시하였다 [1],[2],[14],[17].

이상의 연구를 종합하여 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 도출하였다.

가설1 : 항공사 콜센터 내부서비스품질은 상담원의 직무만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

많은 선행연구에서 종업원의 직무만족은 이직, 결근, 조직시민행동과 같은 결과변수에 영향을 주는 것으로 보고되고 있다[36],[38]. 특히 직무만족은 향후의 이직을 예측하는 중요한 변수로(Sousa-Poza & Sousa-Poza, 2007) 많이 연구되었다[31]. 직무만족은 이직의도에 부(-)의 영향을 미치고 있어[11], 직무만족도가 높을수록 이직의도는 낮아진다고 할 수 있다 [5],[22],[37]. 서비스접점 종업원인 호텔종사원을 대상으로 한 Ghiselli(2001)의 연구에서 직무만족은 이직의도에 영향을 주는 것으로 나타났[25]. 또한

Hom & Gaertner(2000)의 연구에서도 직무만족은 자발적 이직에 부(-)의 영향을 주고 있음을 밝혔다[26]. 국내학자 중 이희영 등(2002)의 연구에서는 D쇼핑에 근무하는 200명의 종업원을 대상으로 직무만족이 조직몰입이라는 매개변수를 통해 이직의도가 낮아지고 있음을 검증했다[15]. 본 연구의 대상인 항공사 콜센터에서도 상담원의 직무만족은 상담원의 이직의도에 직접적인 영향을 줄 것으로 기대된다.

이상의 연구를 종합하여 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 도출하였다.

가설2 : 항공사 콜센터 상담원의 직무만족은 이직의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3-2. 연구방법

설문조사 기간은 2009년 7월 10일부터 2008년 7월 20일까지 국내 항공사인 A항공사 콜센터 상담원을 대상으로 총 300부를 배포하여 유효표본수 251부를 분석에 이용하였다. 조사된 설문은 통계적 분석은 SPSS 12.0프로그램을 사용하였으며 빈도분석, 신뢰도검증, 타당성검증, 회귀분석 등의 기법을 사용하였다.

VI. 분석결과

4-1. 조사대상자의 인구통계학적 특성

본 연구의 조사대상자의 인구통계학적 특성은 다음의 <표 1>과 같다.

4-2. 측정변수의 타당성과 신뢰도 검토

4-2-1. 서비스품질에 대한 타당성과 신뢰도

서비스품질에 대한 타당성 검증 결과, 5개의 요인으로 추출되었으며, 추출된 고유값은 모두 1.0이상이었으며, 총 누적분산은 76.461로서 요인분석의 설명력이 76.461%인 것으로 나타났다. 그리고, 각 요인의 신뢰도 검증 결과, Cronbach's Alpha값이 0.7이상으로 신뢰도가 있는 것으로 나타났으며, 변수들은 문항의

표 1 . 인구통계학적 특성

Table 1.The complexity of calculation.

구 분		빈도	%	구 분		빈도	%	
성별	남	30	12.0	콜센터 근무경력	1년미만	18	7.2	
	여	221	88.0		1년이상-3년미만	74	29.5	
연령	20-29세	89	35.5		3년이상-5년미만	43	17.1	
	30-39세	133	53.0		5년이상-10년미만	50	19.9	
	40-49세	27	10.8		10년이상-15년미만	56	22.3	
	50-59세	2	.8		15년이상20년미만	10	4.0	
결혼여부	기혼	115	45.8		상담 1건당 평균 통화시간	1분미만	4	1.6
	미혼	136	54.2			1분이상-3분미만	99	39.4
학력	고졸	6	2.4			3분이상-5분미만	100	39.8
	2년제대졸	151	60.2			5분이상-10분미만	31	12.4
	4년제대졸	90	35.9	10이상-15분미만		4	1.6	
	대학원졸	4	1.6	잘모르겠다		13	5.2	
직급	사원	124	49.4	total		정규직	198	78.9
	대리	58	23.1			비정규직	53	21.1
	과장	69	27.5					
						total	251	100.0

표 2. 내부서비스품질의 탐색적요인 및 신뢰성분석

Table 2. Exploratory factor & reliability analysis of internal service quality

요 인		공통성	요인적재량	고유값	분산	누적분산	Cronbach's Alpha
유형성	콜관련적절한시설과장비	.794	.868	1.611	14.645	14.645	.750
	정돈된분위기에서고객응대	.683	.740				
	콜센터관리에필요한시스템구축및활용	.740	.836				
신뢰성	고객과정해진시간에업무처리	.654	.718	1.853	16.848	31.493	.707
	고객의서비스를정확하게기록	.662	.710				
	믿을 수 있는 회사	.616	.684				
확신성	고객에게필요한지식과기술보유	.853	.893	1.419	12.898	44.391	.760
	회사의이익을위해항상진실함	.680	.639				
	고객안전확보를위해노력	.601	.619				
권한성	관리자의허락없이도의사결정할수있음	.832	.846	1.620	14.729	59.120	.700
	고객에게서비스제공시충분한권한있음	.808	.813				
리더십	경영진의콜센터서비스에대한관심도	.731	.848	.1835	17.351	76.471	.796
	경영진의지속적인서비스품질측정	.703	.823				
	콜센터의비전,사명,가치등이 명확	.767	.817				
	경영진의상담원능력강화노력	.687	.776				

주) KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)=0.835>0.6, Bartlett의 구형성 검증 $X^2=725.151***$

산술평균을 산출하여 분석에 사용하였다.

4-2-2. 직무만족에 대한 타당성

직무만족에 대한 타당성 검증 결과, 4개의 요인으로 추출되었으며, 추출된 고유값은 모두 1.0이상이었으며, 총 누적분산은 67.035로서 요인분석의 설명력이 67.035%인 것으로 나타났다. 그리고, 각 요인의 신뢰도검증결과, Cronbach's Alpha 값이 0.7이상으로 신뢰도가 있는 것으로 나타났으며, 변수들은 문항의 산술평균을 산출하여 분석에 사용하였다.

4-2-3. 이직의도에 대한 타당성과 신뢰도

이직의도에 대한 타당성 검증 결과, 1개의 요인으로 추출되었으며, 추출된 고유값은 2.350이었으며, 총 누적분산은 78.330으로서 요인분석의 설명력이 78.330%인 것으로 나타났다. 그리고, 요인의 신뢰도 검증 결과, Cronbach's Alpha 값이 0.8이상으로 신뢰도가 있는 것으로 나타났으며 변수들은 문항의 산술평균을 산출하여 분석에 사용하였다.

신뢰도가 있는 것으로 나타났으며, 변수들은 문항의 산술평균을 산출하여 분석에 사용하였다.

표 3. 직무만족의 탐색적요인 및 신뢰성분석

Table 3. Exploratory factor & reliability analysis of job satisfaction

요 인		공통성	요인 적재량	고유값	분산	누적분산	Cronbach's Alpha
직무 자체	직무에 대한 흥미와 자부심	.846	.859	2.901	20.722	20.722	.8589
	나의 능력과 적성에 잘 맞는 직무	.755	.842				
	현재 직무만족	.783	.840				
	자율적인 업무 권한 가지고 있음	.564	.683				
경제 보상	급여만족	.779	.868	2.543	18.165	38.887	.7846
	업무량에 비해 고한 급여만족	.769	.852				
	다양한 복리후생제도	.590	.651				
	목표 달성 시 적절한 금전적 보상 있음	.577	.629				
조직 문화	회사 동료 신뢰	.757	.865	1.650	11.785	50.672	.7135
	좋은 나의 인간관계	.509	.690				
	조직 분위기만족	.581	.631				
교육 훈련	교육 훈련만족	.785	.839	2.291	16.362	67.034	.8147
	현재의 교육 훈련 충분함	.784	.836				
	교육 훈련을 업무에 잘 반영함	.605	.737				

주) KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)=0.799>0.6, Bartlett의 구형성 검증 $X^2=1509.252^{***}$

표 4. 이직의도의 탐색적요인 및 신뢰성분석

Table 4. Exploratory factor & reliability analysis of turnover intention

요 인		공통성	요인 적재량	고유값	분산	누적분산	Cronbach's Alpha
이직 의도	회사를 그만 둘 생각 있음	.799	.894	2.350	78.330	78.330	.8603
	회사를 옮기고 싶은 생각 있음	.793	.891				
	다른 회사의 담당자와 접촉한 적 있음	.758	.871				

주) KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)=0.734>0.6, Bartlett의 구형성 검증 $X^2=348.205^{***}$

4-3. 가설검증결과

4-3-1. 서비스품질이 직무만족에 미치는 영향분석
서비스품질이 직무만족(전체)에 미치는 영향을 분석한 결과, R Square값이 0.349로서 회귀모형의 설명력이 34.9%로 나타났으며, F=26.267로 회귀모형이 유의수준 0.1%에서 유의한 것으로 나타났다. 독립변수들의 영향력을 보면, 유형성과 공감성이 유의수준 0.1%에서 직무만족(전체)에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Beta값을 보면, 공감성이 유형성보다 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 5. 가설1의 검증

Table 5. Hypothesis 1 tests result

구분	B	Beta	R Square	F, p	t	p
(Constant)	1.239		.349	26.267** *.000	6.206	.000
유형성	.162	.208			3.619***	.000
신뢰성	.175	.149			2.363*	.019
확신성	.026	.034			.527	.599
권한성	.209	.353			5.843***	.000
리더십	.297	.425			7.151***	.000

* : p<.05, *** : p<.001

4-3-2. 직무만족이 이직의도에 미치는 영향 분석
직무만족이 이직의도에 미치는 영향을 분석한 결과, R Square값이 0.365로서 회귀모형의 설명력이 36.5%로 나타났으며, F=35.415로 회귀모형이 유의수준 0.1%에서 유의한 것으로 나타났다.

표 6. 가설2의 검증

Table 6. Hypothesis 2 tests result

구분	B	Beta	R Square	F, p	t	p
(Constant)	6.739		.365	35.415*** .000	17.613	.000
직무자체	-.534	-.388			-6.565***	.000
경제보상	-.352	-.248			-4.314***	.000
조직문화	-.256	-.133			-2.403*	.017
교육훈련	-.358	-.237			-3.318*	.026

* : p<.05, *** : p<.001

독립변수들의 영향력을 보면, 직무자체, 경제보상은 유의수준 0.1%, 조직문화와 교육훈련은 유의수준 5%에서 이직의도에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Beta값을 보면, 직무자체, 경제보상, 교육훈련, 조직문화의 순으로 이직의도에 영향을 미치고 있었다.

IV. 결 론

본 연구는 항공사 콜센터 내부서비스품질과 상담원의 직무만족과의 영향관계를 밝히고 상담원의 직무만족과 이직의도와의 영향관계를 밝혀 항공사의 효율적인 텔레마케팅 및 관리의 시사점을 제시함으로써 항공사 콜센터의 경쟁력에 기여하고자 하였다. 그 결과, 항공사 콜센터의 내부서비스 품질을 구성하고 있는 5개 요인 중 상담원의 직무만족에 영향을 주는 요인으로는 유형성, 신뢰성, 권한성, 리더십으로 나타났다. 이는 상담원의 직무에 대한 만족을 높이기 위해서 경영진들은 콜센터 관련하여 적합한 시설과 장비, 시스템 구축 등이 우선시되어야 하며 믿을 수 있는 회사가 될 수 있도록 관리가 효율적으로 이루어져야 하겠다. 또한 관리자의 허락 없이도 고객 서비스에 대한 충분한 권한이 상담원에게 이루어질 수 있는 권한부여, 경영진의 콜센터에 대한 지속적인 관심과 서비스품질 측정, 상담원의 능력을 강화시킬 수 있는 전략이 필요하다.

한편, 콜센터 상담원의 직무만족과 이직의도와의 관계에서 직무만족은 이직의도에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 자신들의 직무에 만족할수록 현재 근무하고 있는 항공사를 그만두거나 이직할 의도가 없다고 할 수 있겠다.

본 연구는 전 산업에 걸쳐서 급부상하고 있는 콜센터를 대상으로 항공사 콜센터 서비스 품질을 측정하여 상담원의 직무만족을 높이기 위한 효율적인 방안을 제시하였다는 점에 의의를 가지고 있다. 그러나 본 연구는 국내 A항공사 콜센터 상담원만을 대상으로 분석하였기 때문에 본 연구 결과를 모든 항공사 콜센터서비스 분야에 적용하기에는 다소 부족한 점이 있다. 따라서 타 국내항공사, 외국항공사 콜센터

등을 대상으로 한 후속 연구가 필요할 것이다.

둘째, 콜센터 내부서비스품질 요인은 항상 일정한 것이 아니라 상황에 따라 변화될 수 있으므로 후속 연구에서는 좀 더 다양한 내부서비스품질요인으로 구분하여 실증분석 한 연구가 필요할 것이다.

셋째 본 연구는 직무만족과 이직의도에 대하여만 검증하였는데 향후 연구에서는 직무와 관련된 좀 더 다양한 특성들로 구분하여 연구를 해 볼 필요가 있을 것이다.

마지막으로 항공사를 포함한 서비스기업들이 경쟁력을 확보하려면 외부고객뿐만 아니라 내부고객 즉, 상담원(직원)에 대한 구체적이고 실행력 있는 서비스품질방안이 연구되어야 할 것이다.

참 고 문 헌

- [1] 강기두, "내부서비스품질과 관련 변수들과의 관계에 관한 연구," *품질경영학회지*, 제33권, 제3호, pp. 1-18, 2005.
- [2] 김정희·허정옥, "유통환경에서 외부서비스품질의 결정요인; 내부서비스품질, 직무성과, 직무만족, 삶의 만족," *마케팅관리연구*, 제8권, 제1호, pp. 23-54, 2003.
- [3] 김영복, "CTI콜센터를 이용한 마케팅 전략에 관한 연구," *홍익대학교 석사학위논문*, 1998.
- [4] 김영덕, "항공사 콜센터 아웃소싱 의사결정 사례 및 구성원 직무만족에 관한 연구," *한국항공대학교 박사학위논문*, 2008.
- [5] 김관영, "여행서비스 제공자의 역할 스트레스와 서비스 회복 성과, 직무만족과의 관련성," *서비스경영학회지*, 제8권, 제4호, pp. 89-110, 2007.
- [6] 김형수, "콜센터 서비스품질이 충성도에 미치는 영향," *전남대학교 박사학위논문*, 2004.
- [7] 김형섭, "호텔종사원의 직무스트레스, 직무만족, 조직몰입과 이직의도와의 관계 연구," *대한관광경영학회*, 제19권, 제3호, pp. 203-225, 2005.
- [8] 김대권, "호텔종사원 직무만족 요인에 관한 이론적 고찰," *한국관광정책학회*, vol. 6, no. 3, pp. 179-202, 2000.
- [9] 박균철, "콜센터의 서비스품질이 고객만족에 미치는 영향," *한성대학교 박사학위논문*, 2005.
- [10] 이동진, "콜센터 서비스품질경영 핵심요인이 서비스성과에 미치는 영향," *청주대학교 박사학위논문*, 2006.
- [11] 이보영, "호텔내부마케팅이 종사원 직무만족 및 이직의도에 미치는 영향," *호텔리조트카지노연구*, 제5권, 제1호, pp. 145-161, 2006.
- [12] 이승로, "경호원의 직무스트레스가 이직의도와 직무만족에 미치는 영향," *연세대학교 대학원, 박사학위논문*, 2004.
- [13] 이수연, "콜센터 상담원의 감정노동과 감정소진 및 이직의도에 관한 연구," *호서대학교 박사학위논문*, 2008.
- [14] 이정자·최철호, "백두산지역 관광호텔 내부서비스품질과 종사원 직무만족에 관한 연구," *호텔경영학연구*, 제13권, 제4호, pp. 1-18, 2004.
- [15] 이희영, 이병국 "쇼핑센터종업원의 개별 직무특성과 이직의도간에 관계에 대한 직무만족과 조직몰입의 매개작용," *마케팅과학연구*, 제10권, 제1호, pp. 1-17, 2002.
- [16] 윤시내, "콜센터의 직무환경, 감정노동, 소진 및 고객지향성의 관계에 관한 연구," *경기대학교 석사학위논문*, 2004.
- [17] 주현식, "내부서비스품질이 컨벤션 종사원의 직무만족과 참가자만족에 미치는 영향관계," *관광레저연구*, 제14권, 제1호, pp. 165-182, 2002.
- [18] Anton, J. "The Past, Present and Future of Customer Access Centers," *International Journal of Service Industry Management*, vol. 11, no. 2, pp. 120-130. 2000.
- [19] Brandy, M. K., & Cronin, J. J., "Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach," *Journal of Marketing*, vol. 65, no. 3, pp. 34-49, 2001.
- [20] Beatty, E. E., & Schneider, C. E. "Personnel Administration: An Experimental Skill Building Approach(2nd ed), New York: Addison Wesley Publishing," p. 392, 1981.

- [21] Burger, Arjan, Ruyter, Cherie Keen & Sandra Streukens, "Customer expectation dimension of voice-to-voice service encounters: a scale-development study," *International Journal of service Industry Management*, vol. 11, no. 2, pp. 142-161, 2000.
- [22] Chen, C. F., "Job Satisfaction, Organizational Commitment and Flight Attendants Turnover Intentions: A Notes," *Journal of Air Transport Management*, vol. 12, pp. 274-276.
- [23] Cronin, J. J., & Taylor, S. A. "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension," *Journal of Marketing*, vol. 56, no. 7, pp. 56-68, 1992.
- [24] Gans, N., Koole, G., & Mandelbaum, A. "Telephone Call Centers: Tutorial, Review and Research Prospects," *Manufacturing and Service Operations Management*, vol. 5, no. 2, 2003.
- [25] Ghiselli, R. "Foodservice Equipment Trends," *Journal of Nutrition in Recipe & Menu Development*, vol. 3, no. 2, pp. 67-74, 2001.
- [26] Hom, P. W., & Gaertner, S. "Meta-Analysis of Antecedents and Correlates of Employee Turnover: Update, Moderator Tests, and Research Implication for the Next Millennium," *Journal of Management*, vol. 26, no. 3, pp. 463-488, 2000.
- [27] Hallowell, R., L. A. Schlesinger, & J. Zornitsky, "Internal Service Quality Customer and Job Satisfaction: Linkages and Implications for Management," *Human Resource Planning*, vol. 2, no. 2, pp. 20-31, 1996.
- [28] Locke, E. A. "The Nature and Causes of Job Satisfaction, Handbook of Industrial and Organizational Psychology. IL: Rand McNally, p. 58, 1976.
- [29] Meyer, J. P., Stanley, D. J., Herscovitch, L., & Topolnytsky, L. "Affective Continuance and Normative Commitment to the Organization: A Meta-analysis of Antecedents, Correlates and Consequences." *Journal of Vocational Behavior*, vol. 61, pp. 20-52, 2002.
- [30] Schwepker Jr., C. H. "Ethical Climates Relationship to Job Satisfaction, Organizational Commitment and Turnover Intention in the Salesforce." *Journal of Business Research*, vol. 54, pp. 39-52, 2001.
- [31] Sousa-Posa, A. & Sousa-Posa, A., "The Effect of Job Satisfaction on Labor Turnover by Gender: An Analysis for Switzerland", *The Journal of Socio-Economics*, vol. 36, pp. 895-913, 2007.
- [32] Stumpf, Stephen A. & Hartman, K, "Urban Geographic Factors and Location Satisfaction Following a Personnel Transfer," *Academy of Management Journal*, vol. 26, no. 3, pp. 520-526, 1983.
- [33] Wu, L.& Norman, I. J. "An Investigation of Job Satisfaction, Organizational Commitment and Role Conflict and Ambiguity in a Sample of Chinese Undergraduate Nursing Students." *Nurse Education Today*, vol. 26, no. 4, pp. 304-314, 2006.
- [34] Parasuraman, A., Betty, L. L., & Zeithaml, V. A. "SERVQUAL: A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, vol. 64, no. 1, pp. 12-37, 1988.
- [35] Mobley, W. H. "An Evaluation of Precursors of Employee Turnover". *Journal of Applied Psychology*, vol. 63, 1978.
- [36] Robbins, S. P, "Organizational behavior," 11th ed., Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, 2005.
- [37] Vidal. M. V. & Valle, R. S. & Aragon, M. I. B, "Antecedents of Repatriates' Job Satisfaction and its Influence on Turnover Intentions: Evidence from Spanish Repatriated Managers", *Journal of Business Research*, vol. 60, pp. 1272-1281, 2007.
- [38] Wagner, J. A., & Hollenbeck, J. R, "Organizational Behavior: Securing Competitive Advantage, 5th ed., Mason. Ohio: South-Western, pp. 135-140, 2005.
- [39] Zeithaml, V. A. "Consumer Perception of Price

and Value: a Mean-End Model and Synthesis of Evidence," *Journal of Marketing*, vol. 52, no. 7, pp. 2-22, 1988.

최 은 주 (崔銀周)

계명대학교 관광경영학과 (관광학사)

경기대학교 여행·항공·크루즈경영전공 (관광학석사)

경기대학교 이벤트·국제회의학전공 (관광학박사)

2006년 3월~현재 : 경기대학교 관광대학 시간강사

1996년 1월~2006년 4월 : 아시아나 항공(주)근무

관심분야 : 항공서비스, 항공사광고, 항공사 사회공헌 활동, 항공사 촉진전략, 항공사이벤트 등