

한국철도 콜센터 이용자 및 운영자의 만족도 비교연구

The Comparison of The Korea Call-Centers on Consumer and Operator Satisfaction

박정수[†] · 김태호^{*}

Jung-Soo Park · Tae-Ho Kim

Abstract The study aims at providing an influential model with regard to the level of satisfaction over the call center users and its operator in the National Railroad Administration, while at the same time seeking for possible ways to improve service standards in the call centers for Korean railroads. As a result, it demonstrates that; in the aspect of callers, the call center personnel are required to improve their ability and reciprocating attitude toward the uses; in the aspect of the operator, they are in need of more qualified service providing including advanced facilities. In this context, it is of outstanding importance to take into account the need and demand by both of the user and the operator as for the call center.

Keywords : The Korea Call-Centers, Consumer Satisfaction, Regression Analysis

요 지 콜센터를 이용하는 이용자와 철도청 내부 직원(운영자)들의 만족도에 관한 영향모형을 개발하고, 한국철도 콜센터의 서비스 개선사항을 도출하였다. 분석결과 이용자와 철도청 내부 직원(운영자)간에 개선사항의 차이가 있는 것을 알 수 있었다. 이용자 측면에서는 민원처리를 직접 수행하는 직원들의 능력과 태도에 대한 개선을 필요로 하며, 운영자측면에서는 정보제공과 시설에 대한 개선이 필요한 것으로 나타났다. 따라서 철도콜센터 서비스 개선시 이용자와 운영자의 의견을 종합적으로 고려하는 것이 필요하다.

주요어 : 한국철도 콜센터, 고객만족도, 회귀분석

1. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

21세기 사회에서는 소비자의 다양한 욕구와 정보화의 발달에 따라 새로운 마케팅 전략의 한 방법으로 콜센터가 등장하게 되었다. 오늘날 산업 전 분야에 걸쳐 고객관리의 75~95%가 전화나 인터넷으로 이루어지고 있으며, 마케팅 전략에 있어 가장 중요한 부분 중 하나로 자리 잡게 되었다. 국내에서도 기업체뿐만 아니라 정부, 지방자치단체 등 대부분의 행정기관에서도 적극적으로 도입·활용하고 있다. 이러한 국내의 여건변화를 바탕으로 경영진의 콜센터에 대한

시각이 과거의 형식적 운영(Cost Center)에서 실질적이고 적극적인 고객서비스 만족을 위한 전략적 이익센터(Profit Center)로 인식하게 되었다. 그러나 이런 경영상의 인식변화에도 불구하고 콜센터에 대한 연구는 미흡한 실정이며, 일부 진행된 연구에서도 그 대상이 서비스 이용자 측면에 국한되어 있는 실정이다. 실질적으로 서비스 개선을 이루기 위해서는 이용자나 공급자의 특성을 동시에 고려할 수 있는 연구가 필요하다. 이에 본 연구는 이상의 문제의식을 바탕으로 콜센터를 이용하는 이용자와 철도청 내부 직원들의 고객만족 의식을 상호 비교분석하여 콜센터를 통한 고객만족의 효과를 실증 분석함으로써 콜센터의 문제점을 개선하고 고객만족에 기여하는 정도를 측정한다.

1.2 연구의 범위 및 방법

본 연구의 범위 및 방법은 국내외 콜센터 관련 선행연구의 문제점에 착안하여 다음과 같은 연구의 내용을 설정하였다.

[†] 책임저자 : 정회원, 동양대학교 철도경영학과 교수

E-mail : pajs65@empal.com

TEL : (054)630-1098 FAX : (054)636-8523

^{*} 정회원, 한국도로공사 도로교통연구원 위촉책임연구원

E-mail : traffix@hanmail.net

- 철도서비스 개념 및 정의와 고객만족 관련 선행연구 고찰을 통하여 이용자, 운영자를 동시에 고려할 수 있는 기본 개념을 설정한다.
- 콜센터 분석을 위해 설정된 기본 개념을 바탕으로 평가항목들을 정리하고, 철도공사 콜센터 CS 담당 관련 직원과 철도공사의 콜센터를 이용한 경험이 있는 고객을 연구의 대상으로 하여 설문조사를 실시한다.
- 설문조사 결과의 적절성 및 신뢰성을 확보하기 위하여 신뢰성분석(Reliability Analysis), 상관분석(Correlation Analysis), 요인분석(Factor Analysis)을 수행하였다.
- 철도공사 CS 담당자(서비스 제공자, 운영자), 콜센터 이용자(서비스 수혜자, 이용자)의 계층별 서비스 특성의 영향관계를 파악할 수 있는 영향모형을 개발하였다. 모형개발시 적용된 분석방법은 요인분석을 이용한 단계별 다중회귀분석(Multiple-Regression)분석을 실시하였다.
- 영향모형 결과를 토대로 철도공사 CS 담당자(서비스 제공자, 운영자), 콜센터 이용자(서비스 수혜자, 이용자)간의 서비스 특성을 비교하고 시사점을 도출하였다.

2. 선행연구 고찰

2.1 철도 서비스 개념

철도산업은 사람 또는 물건의 장소적 이동을 위해 존재하는 운송 사업으로 고객 또는 기업의 필요와 욕구를 충족시켜줌으로서 고객에게는 편의를 제공하여 삶의 질을 높여주고, 여타 산업에는 운송비를 절감, 경제성장의 토대를 제공할 수 있는 역할을 담당하는 산업이다. 이러한 철도산업의 목적을 실현하기 위한 철도서비스의 개념은 국외에서는 P. Kotoera, W. J. Stanton, 국내에서는 김기찬 등이 정립하였다. 정립된 철도서비스의 개념은 인간의 사회·경제 활동에서 발생하는 장소적 불일치를 일치시키기 위한 것으로 열차라는 수단을 통하여 일정지점에서 다른 일정지점까지 운송하는 모든 단계의 행위를 말하며, 서비스의 생산을 위해 필요한 좌석 및 객실 내 점유 및 화차의 사용을 할 수 있지만 고객에 대한 소유권 이전은 없다즉, 철도운송서비스란 인간의 사회·경제활동에서의 욕구 발생과 충족 장소가 대부분 일치하지 않음에서 오는 거리의 극복, 즉 사람과 물건의 장소적 이동을 수행하는 핵심적 요소를 달성하기 위하여 열차라는 수단과 그에 부수되는 유, 무형의 마케팅 요소(기술, 기능, 제도)를 총체적으로 동원 일정지점에서 다른 일정지점까지 운송하는 모든 단계의 행위를 말한다고 할 수 있다.

2.2 고객만족 관련 선행연구 고찰

콜센터를 대상으로 수행한 고객만족 관련 선행연구를 고

찰하였으나, 국내 및 국외의 철도 콜센터와 관련된 연구는 전반적으로 미흡한 실정이며, 문주희(2003)의 연구를 살펴보면 다음과 같다.

문주희(2003)는 한국철도 콜센터의 기능 중 전화 상담에 대한 부분에 국한하여 설문조사(임직원, 이용자 구분)를 실시하였다. 설문조사를 바탕으로 기초통계분석 및 집단간 검증을 토대로 각 집단별로 인식하고 있는 문제점 및 개선방안을 언급하였다.

2.3 연구의 착안점

본 연구에서 국내 및 국외의 서비스 평가 문헌을 살펴보았으며, 그 결과를 토대로 다음과 같은 연구의 착안점을 도출하였다.

첫째, 연구의 대상에 대한 한계점을 들 수 있다. 철도를 대상으로 한 고객 만족도 연구는 미흡하며, 일부 연구들도 전화상담, 이용자에 초점이 맞추어 진행되었다. 따라서 인터넷과 같은 변화된 콜센터 환경 변화와 운영자를 동시에 고려할 수 있는 적절한 서비스 평가 항목 및 영향모형개발이 필요하다고 판단된다. 본 연구에서는 임직원(서비스 제공자, 운영자) 및 철도콜센터 고객(서비스 수혜자, 이용자)의 영향모형 개발을 하였다. 영향모형개발을 위해 요인별 회귀분석을(Regression Analysis)을 시행하였다.

셋째, 설문조사를 기반으로 하는 연구에서는 평가항목의 신뢰성 및 적절성을 검토할 수 있는 통계적 분석이 중요하며, 신뢰성 확보를 위한 신뢰성분석(Reliability Analysis) 상관분석(Correlation Analysis), 요인분석(Factor Analysis)을 실시하여 측정지표의 객관성 검토 및 종합화함으로써 고객만족도 연구에 대한 신뢰성을 높이는 방안을 강구하였다.

3. 서비스 평가 항목 선정 및 설문조사

3.1 평가항목 선정 결과

서비스 평가항목 선정을 위해서 문주희(2003)의 변수를 종합하여 1차 평가항목을 선정하였으며, 철도관련 전문가 설문조사(지하철공사, 철도기술연구원 등)와 누적빈도분석을 통해서 최종적으로 평가항목은 총 6개와 측정지표 26개로 선정되었다. 자세한 평가항목은 표 1과 같다.

3.2 철도콜센터 설문 조사의 개요

1) 설문조사의 설계

본 연구에서는 한국철도콜센터가 위치한 서울역, 용산역에서 임직원 및 이용자에 대한 면접설문 조사를 실시하였다. 설문지를 통한 조사방법은 선정된 조사항목을 만족도에 따른 Likert 등간 척도를 이용하였고, 최고점수를 7점, 최

Table 1. Results of Consumer Satisfaction Items(Indexes)

평가항목	측정 지표 세부 설명
정보제공 및 시설요인	A101. 철도역을 방문시 관련 정보를 쉽게 접할 수 있었습니까? A102. 철도역 방문시, 안내를 쉽게 받을 수 있었습니까? A103. 담당자창구를 쉽게 찾을 수 있었습니까? A104. 철도청이나 역사의 고객편의시설에 대해 만족하십니까? A105. 직원을 만날 때 기다린 시간에 대해서는 만족하셨습니까?
콜센터 서비스 제공능력	A201. 철도청 콜센터 서비스를 이용해 본 경험이 있습니까? A202. 철도청 콜센터 제공서비스 종류를 알고 있습니까? A203. 철도청 민원은 콜센터를 통해서 해결하십니까? A204. 콜센터 직원이 귀하문제를 이해있다고 생각하십니까? A205. 콜센터 직원들이 민원에 대해서 적절히 대응했습니까? A206. 콜센터에 전화를 걸 경우 쉽고 빠르게 연결되었습니까? A208. 콜센터 직원이 전문적인 서비스를 하였다고 생각하십니까? A209. 콜센터직원이 신속히 업무처리를 하였다고 생각하십니까?
콜센터 업무능력	A207. 전화보다 인터넷으로 콜센터에 연결하는 것이 편합니까? A210. 콜센터 직원들의 업무처리가 친절하다고 생각하십니까? A211. 콜센터 직원들이 책임감 있게 일처리 한다고 생각하십니까?
민원 처리 태도 요인	A401. 콜센터 직원들이 고객에게 성의를 다해 임합니까? A402. 약속시간 내에 민원문제를 해결해줍니까? A403. 직원들은 업무에 대해서 자신감을 가지고 있습니까? A404. 전화응대태도가 공손합니까? A405. 고객의 말을 주의 깊게 경청 한다 A406. 업무내용을 잘 모를 경우 해당부서로 연결시켜 해결해 준다
민원 처리문제 해결능력	A409. 콜센터를 통해서 불평불만을 토로한 적이 있다 A410. 콜센터 직원이 해결하지 못한 문제가 있어서 다른 방법으로 해결한 적이 있다
민원 처리 환경요인	A407. 콜센터 전화(인터넷) 사용도중 통화 중 상태가 자주 발생합니까? A408. 전화(인터넷)의 통화품질이 불안정할 때가 많습니까?

Table 2. Results of Call-Center operator Satisfaction Items(Indexes)

평가항목	측정 지표 세부 설명
정보제공 및 시설요인	A101. 철도역을 방문시 관련 정보를 적절히 제공돼 있었습니까? A102. 철도역 고객 방문시, 안내를 친절하게 했었습니까? A104. 철도청이나 역사의 고객편의시설에 대해 만족한다고 생각하십니까? A107. 귀하가 생각하는 철도청의 서비스에 대해서 이용고객들이 어느 정도 만족하고 계십니까?
콜센터 서비스 제공능력	A201. 철도청 콜센터 업무에 대해 잘 알고 있습니까? A202. 철도청 콜센터제공서비스 종류를 알고 있다 생각하십니까? A204. 콜센터 담당직원은 철도청 제반업무를 이해있다고 생각하십니까? A207. 철도청 민원업무에 대해서 전문적인 서비스를 하였다고 생각하십니까? A208. 콜센터직원이 신속히 업무처리를 하였다고 생각하십니까?
콜센터 업무능력	A206. 전화보다 인터넷으로 콜센터에 연결하는 것이 편합니까? A209. 콜센터 직원들의 업무처리가 친절하다고 생각하십니까? A210. 콜센터 직원들이 책임감 있게 일처리 한다고 생각하십니까?
민원 처리 태도 요인	A401. 콜센터 직원들이 고객에게 성의를 다해 임합니까? A403. 직원들은 업무에 대해서 자신감을 가지고 임합니까? A404. 전화응대태도가 공손하게 임합니까? A405. 고객의 말을 주의 깊게 경청합니까? A406. 업무내용을 잘 모를 경우 해당부서로 연결시켜 해결 해 주었습니까?
민원 처리문제 해결능력	A402. 약속시간 내에 민원문제를 해결해줍니까? A409. 콜센터를 통해서 불평불만을 토로한 적이 있습니까? A410. 콜센터 직원이 해결하지 못한 문제가 있어서 다른 방법으로 해결해 주고 있습니까?
민원 처리 환경요인	A407. 콜센터 전화(인터넷) 사용도중 통화 중 상태가 자주 발생합니까? A408. 전화(인터넷)의 통화품질이 불안정할 때가 많습니까?

저점수를 1점으로 설정하였다.

2) 조사대상자의 인구통계학적 분포

설문조사는 임직원과 이용자를 대상으로 각각 300부씩 총 600부를 배포하여 결측치를 제외하고 498부를 회수하여 83%의 회수율을 보였다. 설문조사 대상자에 대한 인구통계학적 특성은 다음의 표 3과 같다.

Table 3. Distribution Composition rate of Sample

구 분		빈 도		백 분 율(%)	
		임직원	이용자	임직원	이용자
성별	남 자	165	112	65.7%	45.3%
	여 자	86	135	34.3%	54.7%
	합 계	251	247	100.0%	100.0%
나이	20~29	38	11	15.1%	4.5%
	30~39	120	129	47.8%	52.2%
	40~49	72	72	28.7%	29.1%
	50세 이상	21	35	8.4%	14.2%
	합 계	251	247	100.0%	100.0%

3.3 자료의 점검

1) 자료의 신뢰성 분석(Reliability Analysis)

설문조사의 신뢰성을 검토해 보면, 크론바하(Cronbach) α-계수 값이 평가기준(0.6) 이상이므로 신뢰할 수 있다고 판단된다.

Table 4. Results of Reliability Analysis

구 분	N of Item (측정항목 수)	Cronbach's Alpha (크론바하 α-계수)	신뢰성 평가기준
이용자	37	0.705	Cronbach's α >0.6 (신뢰성 있음)
임직원	37	0.818	

2) 평가항목의 검증

(1) 측정지표의 신뢰성 검증 및 종합화

분석결과 전반적인 상관계수 값이 0.40 이상으로 나타나 측정지표와 개념적인 항목 간에는 상관관계가 존재하는 것으로 나타났으며, 요인분석을 실시하였으며, 평가항목들내의 측정지표들이 분류된 평가항목으로 묶여 측정지표의 분류가 신뢰성이 있다고 나타났다.

3) 다중 공선성 검토

평가항목 및 측정지표 간 다중공선성 검토결과는 분산팽창계수(VIF)가 10이하, 공차한계(Tolerance Limit)는 0.1이상으로 평가항목들 간에 다중공선성이 없는 것으로 나타났다.

Table 5. Results of Correlation & Factor Analysis : C. S Consumer

평가항목 (잠재적 요인)	측정지표	상관 계수	요인 적재량	요인설명력 (%)
정보제공 및 시설요인 (Factor 1)	A-101	0.553	.553	68.77
	A-102	0.705	.705	
	A-103	0.756	.756	
	A-104	0.763	.763	
	A-105	0.694	.694	
콜센터 서비스 제공능력 (Factor 2)	A-201	0.697	.705	70.36
	A-202	0.748	.782	
	A-203	0.801	.789	
	A-204	0.822	.731	
	A-205	0.849	.683	
	A-206	0.703	.710	
	A-208	0.764	.642	
콜센터 업무능력 (Factor 3)	A-207	0.671	.627	69.68
	A-210	0.712	.647	
	A-211	0.873	.821	
민원처리 태도요인 (Factor 4)	A-401	0.785	.774	63.13
	A-402	0.741	.726	
	A-403	0.751	.709	
	A-404	0.680	.663	
	A-405	0.770	.772	
	A-406	0.661	.643	
민원처리 문제 해결 능력(Factor 5)	A-409	0.521	.907	89.89
	A-410	0.490	.940	
민원처리환경 요인(Factor 6)	A-407	0.485	.572	64.71
	A-408	0.476	.856	

Table 6. Results of Correlation & Factor Analysis: C. S Operator

평가항목 (잠재적 요인)	측정지표	상관 계수	요인 적재량	요인설명력 (%)
정보제공 및 시설요인 (Factor 1)	A-101	0.781	.781	66.11
	A-102	0.811	.811	
	A-104	0.649	.649	
	A-107	0.745	.745	
	A-201	0.784	.784	
콜센터 서비스 제공능력 (Factor 2)	A-202	0.879	.879	75.26
	A-204	0.837	.837	
	A-207	0.764	.764	
	A-208	0.769	.769	
	A-206	0.734	.734	
	A-209	0.886	.836	
	A-210	0.631	.631	
콜센터 업무능력 (Factor 3)	A-401	0.749	.749	69.22
	A-403	0.606	.606	
	A-404	0.834	.834	
민원처리 태도요인 (Factor 4)	A-405	0.803	.803	68.51
	A-406	0.439	.439	
	A-402	0.879	.879	
	A-409	0.636	.636	
	A-410	0.760	.760	
	A-407	0.945	.945	
	A-408	0.945	.945	
	A-408	0.945	.945	

Table 7. Results of Co-linearity Test: C. S Consumer

평가항목 (잠재적 요인)	Collinearity Statics		측정 지표	Collinearity Statics	
	Tolerance	VIF		Tolerance	VIF
정보제공 및 시설요인 (Factor 1)	0.544	1.837	A-101	0.838	1.193
			A-102	0.693	1.443
			A-103	0.663	1.508
			A-104	0.652	1.534
			A-105	0.704	1.421
콜센터 서비스 제공능력 (Factor 2)	0.624	1.603	A-201	0.624	1.602
			A-202	0.502	1.991
			A-203	0.392	2.552
			A-204	0.290	3.450
			A-205	0.250	3.996
			A-206	0.631	1.585
			A-208	0.424	2.360
			A-209	0.300	3.331
콜센터 업무능력 (Factor 3)	0.729	1.371	A-207	0.801	1.249
			A-210	0.455	2.198
			A-211	0.404	2.474
민원처리 태도요인 (Factor 4)	0.500	2.000	A-401	0.474	2.112
			A-402	0.608	1.643
			A-403	0.525	1.906
			A-404	0.671	1.491
			A-405	0.578	1.732
			A-406	0.714	1.401
민원처리 문제 해결능력 (Factor 5)	0.753	1.328	A-409	0.363	2.751
			A-410	0.363	2.751
민원처리환경요인 (Factor 6)	0.934	1.071	A-407	0.913	1.095
			A-408	0.913	1.095

Table 8. Results of Co-linearity Test: C. S Operator

평가항목 (잠재적 요인)	Collinearity Statics		측정 지표	Collinearity Statics	
	Tolerance	VIF		Tolerance	VIF
정보제공 및 시설요인 (Factor 1)	0.492	2.034	A-101	0.621	1.609
			A-102	0.561	1.782
			A-104	0.782	1.279
			A-107	0.676	1.479
			A-201	0.512	1.954
콜센터 서비스 제공능력 (Factor 2)	0.343	2.918	A-202	0.246	4.066
			A-204	0.293	3.418
			A-207	0.571	1.750
			A-208	0.512	1.954
			A-206	0.725	1.379
콜센터 업무능력 (Factor 3)	0.646	1.548	A-209	0.609	1.643
			A-210	0.815	1.227
			A-401	0.648	1.544
민원처리 태도요인 (Factor 4)	0.500	1.999	A-403	0.658	1.521
			A-404	0.443	2.257
			A-405	0.470	2.128
			A-406	0.901	1.110
			A-402	0.832	1.202
민원처리 문제 해결능력 (Factor 5)	0.583	1.715	A-409	0.711	1.407
			A-410	0.611	1.638
			A-407	0.381	2.625
민원처리환경요인 (Factor 6)	0.653	1.532	A-408	0.381	2.625

4. 요인분석을 이용한 회귀분석 결과

4.1 한국철도 콜센터 이용자 영향모형개발 결과

이용자 및 운영자에 대한 영향모형 개발을 수행하며, 최종적으로 Fig. 1과 같은 모형의 검증 절차를 거쳐 통계적으로 유의한 모형을 제시한다.

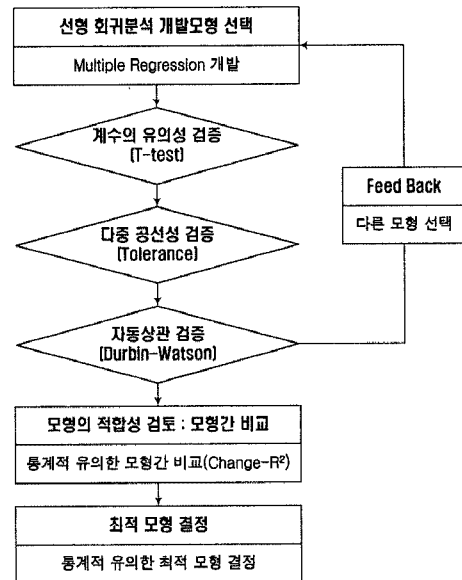


Fig. 1. Statistical test of Regression flowchart

이용자 종합만족도를 이용한 모형개발을 수행하였으며, 계수의 유의성, 적합도를 바탕으로 도출된 최적의 모형은 다음과 같다.

$$Y = 2.970 + .111X_1 + .248X_2 + .167X_3 + .165X_4 + .109X_5 + .076X_6$$

(11.894) (28.294) (20.648) (16.884) (13.627) (10.670)

이용자 만족도 = 2.970 + 0.111(정보제공 및 시설요인) + 0.248(콜센터 서비스제공능력) + 0.167(콜센터 업무능력) + 0.165(민원처리태도요인) + 0.109(민원처리 문제해결능력) + 0.076(민원처리환경요인)

$R^2 : 0.894, Adj-R^2 : 0.884, F-Value : 24.53$

이용자 측면에서 콜센터의 서비스수준에 가장 많은 영향을 주는 변수로는 콜센터의 서비스 제공능력(0.248), 민원처리태도(0.165), 콜센터 업무능력(0.167)과 같은 민원처리를 직접적으로 수행하는 직원들의 능력과 태도에 많은 영향을 받는 것으로 나타났다.

콜센터의 서비스 제공능력에 가장 많은 영향을 받는 원인은 Internet과 같은 On-Line상의 서비스 요구를 많이 하기 때문으로 판단된다.

이는 콜센터 자체가 가지고 있는 업무처리, 고객에 대한 직원의 태도와 같은 직원들의 기본 임무와 더불어 변화하

는 시대의 흐름을 반영할 수 있는 새로운 방식의 서비스 개선이 필요함을 알 수 있다.

4.2 한국철도 콜센터 임직원 영향모형개발

임직원 종합만족도를 이용한 모형개발을 수행하였으며, 계수의 유의성, 적합도를 바탕으로 도출된 최적의 모형은 다음과 같다.

회귀계수를 이용하여 회귀방정식을 도출하면 다음과 같다

$Y = 4.008 + .130X_1 + .069X_2 + .070X_3 + .094X_4 + .013X_5 + .111X_6$ <p>(13.104) (5.789) (8.034) (9.523) (4.389) (12.877) (4.149)</p>
임직원 만족도 = 4.008 + 0.130(정보제공 및 시설요인) + 0.069(콜센터 서비스제공능력) + 0.070(콜센터 업무능력) + 0.094(민원처리태도요인) + 0.013(민원처리문제해결능력) + 0.111(민원처리환경요인)
$R^2 : 0.784, Adj-R^2 : 0.773, F-Value : 12.43$

임직원 측면에서 콜센터의 서비스수준에 가장 많은 영향을 주는 변수로는 정보제공 및 시설요인(0.130), 민원처리환경(0.111)과 같은 콜센터 정보제공 관련 서비스 내용과 고객편의시설에 관련된 부분에 많은 영향을 받는 것으로 나타났다.

이용자 측면의 분석결과에 비해, 임직원들의 태도보다는 정보제공 및 시설요인과 같은 하드웨어적인 측면의 개선이 이루어져야 콜센터의 서비스수준이 좋아질 것이라 생각하는 것으로 나타나, 향후 콜센터 서비스 개선시 임직원의 태도와 정보제공시설을 동시에 개선해 주어야 이용자와 임직원 모두 입장에서 개선이 되는 것을 알 수 있다.

5. 결론 및 향후연구과제

본 연구는 한국철도 콜센터를 통한 텔레마케팅을 이용하는 철도 서비스 이용자와 철도청 내부 고객인 직원들의 고객만족 의식을 상호 비교 분석하여 콜센터를 통한 고객 만족도에 대한 실증 분석함으로써 콜센터의 효율적인 고객만족 방안을 모색하고자 하였다. 연구의 방법으로는 철도청 내부 임직원 측면과 이용자 측면에서 상호 비교를 위한 영향모형을 개발하여 제시하였으며, 결론은 다음과 같다.

첫째, 이용자를 대상으로 개발된 영향모형을 살펴보면, 콜센터의 서비스 제공능력(0.248), 민원처리태도(0.165), 콜센터 업무능력(0.167)과 같은 민원처리를 직접적으로 수행하는 직원들의 능력과 태도에 많은 영향을 받는 것으로 나타났다.

둘째, 임직원 측면에서 콜센터의 서비스수준에 가장 많은 영향을 주는 변수로는 정보제공 및 시설요인(0.130), 민원처리환경(0.111)과 같은 콜센터 정보제공 관련 서비스 내용과 고객편의시설에 관련된 부분에 많은 영향을 받는 것으

로 나타났다.

지금까지 살펴본 영향모형 결과를 바탕으로 살펴보면, 이용자의 경우 민원을 직접적으로 처리할 수 있는 직원들에 대한 서비스 제공을 요구하고 있는 것으로 나타났으나, 철도공사 내부직원들의 경우 정보제공과 관련된 시설에 대한 보완을 하는 것이 고객들의 만족도에 긍정적인 영향을 미친다고 나타났다.

본 연구를 통하여 서비스의 수혜자인 이용자와 서비스를 제공하는 공급자간에는 서비스 특성에 차이가 있는 것으로 나타났다. 이용자는 직접적인 서비스 개선을 원하는 것으로 나타나 서비스 응대를 하는 직원들의 서비스 교육이 필요하다. 운영자는 직접적인 서비스 보다는 간접적인 정보제공이나 시설적인 부분의 개선이 필요하다는 것을 인식하고 있는 것으로 나타났다.

따라서, 이러한 하는 것이 적절하고 생각하고 있어 이러한 부분을 종합적으로 고려하는 것이 필요하다.

본 연구를 진행하면서 나타난 연구의 한계점은 다음과 같다.

첫째, 이용자 및 서비스 제공자에 대한 보다 신뢰할 수 있는 분석을 수행하기 위해서는 Gap분석과 함께 추가적인 변수도입(SERVQUAL, SERVPERP의 평가지표)을 통한 영향모형의 향상이 필요한 것으로 판단된다.

둘째, 이용자 및 서비스 제공자에 대한 표본수 산정시 인구통계학적측면(성별, 연령, 근무경력 등)을 적절히 고려하여 보다 일반화 될 수 있는 연구가 필요하다고 판단되며, 일반화 연구시 상수항(Constant)에 의해 설명하지 못하는 부분을 대체할 수 있는 추가 변수도입도 필요한 것으로 판단된다.

참 고 문 헌

1. 김기찬, 서비스 마케팅의 전략적 전개, 마케팅연구 제2권 1호, 한국마케팅학회, 1987.
2. 강병준, CTI 기술동향, 전자신문, 1998.
3. 최훈, 철도산업의 혁명, 문예창작, 1999.
4. 김은정, 박양규, 박중재 공저, 윈도우용 SPSS 통계분석 10, 21세기사, 1999.
5. 문주희, 한국철도콜센터가 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구, 명지대학교 석사학위논문, 2003.
6. 김태호, 윤상훈, 도시철도 이용고객 증대를 위한 서비스특성 비교분석에 관한 연구(서울시중심), 도시철도공사는문공모집, 2007.
7. W. J. Stanton, Fundamentals of Marketing 7th-ed, McGrawHill Book Co, 1984.
8. P. Kotler, Principles of Marketing, Prentice Hall, 1991.
9. Jones, T.O., E. Sasser, Why satisfied customers defect, Harvard Business Review, 1995.

접수일(2008년 1월 26일), 수정일(2008년 7월 7일), 게재확정일(2008년 7월 29일)