

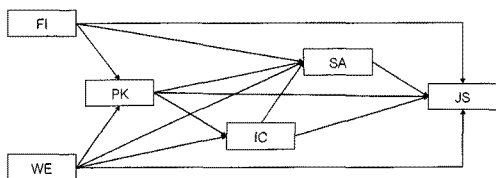
The Elements Affecting the Job Satisfaction of Fashion Salesperson

Chung, Ihn-Hee* · Choo, Ho-Jung

Kumoh National Institute of Technology · Hanyang University

CRM, a contemporary marketing concept suggests that a winning company should satisfy not only its buyers but also other stakeholders such as suppliers and employees. Internal marketing focuses on the satisfaction of employees especially. Among various kinds of employees, fashion salespersons are regarded as inevitable components for the success of business. Since fashion products have emotional properties, and at the point of purchases customers' emotion is largely affected by personal selling, the role of fashion salesperson in fashion business should never be disregarded. Thus, the satisfaction of fashion salesperson has gathered great amount of attention from both scholars and practitioners. The purpose of this study is to investigate the elements affecting the job satisfaction of fashion salesperson.

A hypothetical path model was developed as Figure 1. Job satisfaction of fashion salesperson was expected to be determined by subjective job aptitudinity, income, product knowledge, fashion involvement and work experience directly and/or indirectly. To test this model, empirical data were collected.

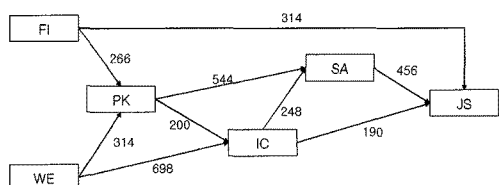


JS job satisfaction, SA subjective job aptitudinity, IC income, PK product knowledge, FI fashion involvement, WE work experience

Figure 1 Hypothetical path model on job satisfaction of fashion salesperson

A written instrument survey was conducted with 150 fashion salespersons during 2001 fall. 101 responses were finally analyzed. As results of a series of regression, final job satisfaction model was identified as Figure 2.

Job satisfaction of fashion salesperson was affected by subjective job aptitudinity, income and fashion involvement directly, and thereby when the values of these variables were high, job satisfaction also was high. Income affected job satisfaction via subjective job aptitudinity. As salespersons earned more income, they perceived their job aptitudinity better, and were more satisfied with their job. Product knowledge affected job satisfaction indirectly through income and subjective job aptitudinity. Product knowledge increased both income and subjective job aptitudinity. Fashion involvement affected job satisfaction directly and indirectly. Salespersons whose fashion involvement were high had much knowledge on fashion product. Work experience had positive causal effect on product knowledge and income, and indirectly affected job satisfaction.



JS job satisfaction, SA subjective job aptitudinity, IC income, PK product knowledge, FI fashion involvement, WE work experience

Figure 2 Final path model on job satisfaction of fashion salesperson

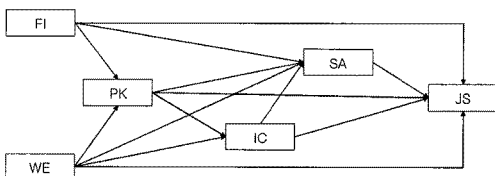
패션 판매원의 직무만족 영향 요인에 관한 연구

정인희* · 추호정

금호공과대학교* · 한양대학교

현재 주된 마케팅 철학으로 인정받는 CRM은 기업이 봉사해야 할 대상으로서의 고객을 구매자에 한정하지 않고 기업 활동에 관련된 공급자나 기업에 소속된 피고용인들까지 포함하는 확장된 개념으로 설명한다. 이로부터 내부마케팅이라는 개념이 발전하여 종업원, 즉 피고용인의 만족에 특별한 관심을 보이고 있기도 하다. 여러 유형의 기업 모두에서 피고용인의 역할이 중요하겠지만, 특히 패션 비즈니스에서의 판매원은 기업 마케팅 활동의 핵심을 차지하는 요소로 간주된다. 패션 제품은 감성적인 요소를 많이 포함하는 것으로서, 구매 과정 동안 구매자는 판매원의 영향을 많이 받게 되기 때문에 패션 판매원을 둘러싼 연구 주제는 학계와 업계 공통의 관심 대상이 되고 있다. 일반적으로 패션 판매원의 직무 만족이 높을 때 직무 성과도 높을 것이라 기대되므로 이들의 직무 만족에 대한 연구는 패션 리테일링의 관점에 있어서도 필수적이다. 따라서 본 연구는 패션 판매원의 직무 만족에 영향을 미치는 요소들을 규명하는 것을 목적으로 하여 수행되었다.

패션 판매원의 직무 만족에 대한 가설적 경로 모형을 Figure 1과 같이 개발하였다. 주관적 직무적합성, 소득, 제품 지식, 패션 관여와 판매 경력이 직무만족에 직·간접적 영향을 미치는 변수로 포함되었다. 본 가설적 모형을 검증하기 위해 실증적 자료를 수집하였다.

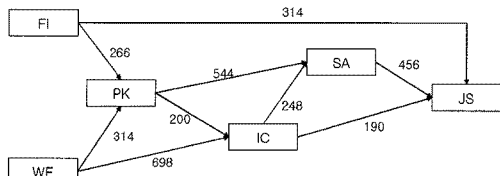


JS job satisfaction, SA subjective job aptitude, IC income, PK product knowledge, FI fashion involvement, WE work experience

Figure 1 Hypothetical path model on job satisfaction of fashion salesperson

조사는 2001년 가을에 150명의 패션 판매원을 대상으로 질문지를 이용하여 실시하였으며, 불완전한 응답을 제외하고 최종적으로 101부의 응답을 분석하였다. 경로 모형을 검증하기 위해 각각 직무만족, 주관적 직무적합성, 소득, 제품지식을 종속변수로 한 회귀분석을 실시하여 최종적으로 Figure 2와 같은 경로 모형을 얻었다.

영향 요인으로 설정한 변수 중 주관적 직무적합성과 소득, 패션 관여는 직무만족에 직접적인 영향을 주는 것으로 나타나서, 이들 변수 값이 높을 때 직무만족도 높아진다고 할 수 있다. 소득이 많은 패션 판매원들은 스스로의 직무적합성을 높게 지각하여 직무만족이 함께 높아지는 결과도 관찰되었다. 제품 지식은 직무만족에 간접적인 영향을 행사하였는데, 제품 지식이 많으면 소득과 주관적 직무적합성이 높은 것으로 나타났다. 패션 관여는 직무만족에 직접적인 영향을 미치는 한편, 제품 지식을 통한 간접적인 영향도 미쳤다. 패션 관여가 높은 판매원은 제품 지식도 더 많고, 또 관여가 높은 일에 종사함에 따른 직접적 만족도 높은 것으로 보인다. 판매 경력은 제품 지식과 소득에 직접적인 영향을 행사함으로써 직무만족에 간접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 결과는 패션 판매원의 직무만족 증대를 위한 기업의 방안 수립에 효율적으로 활용될 수 있을 것이다.



JS job satisfaction, SA subjective job aptitude, IC income, PK product knowledge, FI fashion involvement, WE work experience

Figure 2 Final path model on job satisfaction of fashion salesperson