

콜센터 상담원의 직무태도와 이직의도에 관한 연구
A Study on the Caller's Attitude and Turnover Intention

이석인* · 이수화**

* 목포대학교 경영대학 조교수(silee@mokpo.ac.kr)

** 전남대학교 세계한상문화연구단 연구교수(suwhali@hotmail.com)

국문 요약: 콜센터 상담원은 고객 최 접점에서 고객만족 향상에 중요한 역할을 하고 있어 그 가치와 중요성이 증대되고 있다. 하지만 대부분의 상담원들은 비정규직으로 동종 산업에 비해 임금 수준이 낮고 승진 기회도 상대적으로 적어 직무 만족도가 낮고 이직률이 높은 편이다. 높은 이직률은 신규 상담원 충원과 교육 등 고비용을 발생시킬 뿐만 아니라 고객만족을 저하시켜 궁극적으로 기업에 대한 부정적 이미지를 가져다 줄 수 있다. 따라서 콜센터 상담원들의 이직을 최소화하는 방안이 요구된다. 본 연구에서는 광주지역 콜센터 상담원들을 대상으로 직무태도와 이직의도를 조사한 후 이직을 최소화 할 수 있는 몇 가지 시사점들을 도출하였다.

(핵심 주제어: 콜센터, 직무특성, 직무만족, 조직몰입, 직무 스트레스, 이직의도)

I. 서론

콜센터(Call Center)란 기업이 고객을 대상으로 정보안내, 고객의 문의, 고객의 불만 접수 및 처리 등 고객과의 커뮤니케이션 활동을 위해 마련된 기업의 온/오프라인 상의 채널을 말한다. 콜센터는 산업별, 기업별로 고객센터, 고객상담실, 소비자보호실, 민원실 등 각기 다양한 형태로 존재하면서 공공기관을 포함하는 전 산업 분야로 확산되고 있다.

콜센터는 그 운영방식에 따라 해당 기업이나 조직이 직접 콜센터를 설치하여 운영

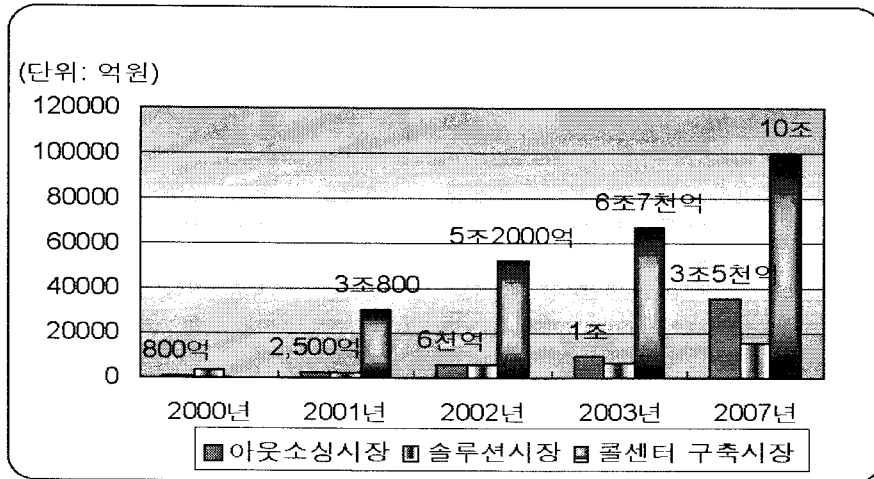
하는 직영(Inhouse) 콜센터와 외부 콜센터 운영대행업체에 외주를 주고 해당 기업은 이들 콜센터를 이용하는 외부위탁(Outsourcing) 콜센터로 구분할 수 있다. 또한, 수행기능에 따라 고객이 직접 전화를 걸어 애로 사항을 문의하는 인바운드(Inbound) 콜센터와 기업이 고객에게 직접 전화를 걸어 마케팅과 영업 활동을 전개하는 아웃바운드(Outbound) 콜센터로 나눌 수 있다.

콜센터는 전통적으로 금융업과 유통업을 중심으로 전개되었으며, 과거 콜센터의 활용에 소극적이었던 제조업 분야도 최근 내구성 소비재를 중심으로 많은 관심을 가지고 도입과 운용을 적극 추진하고 있다. 콜센터는 단순한 고객 응대의 기능을 넘어서 고객과 기업, 기업간, 부서간 비즈니스 커뮤니케이션의 주요 통로 역할을 하는 고객컨택센터(Customer Contact Center)와 수익센터(Profit Center)로 전환되고 있다. 고객과 기업의 커뮤니케이션이 활발히 진행되고 있는 상황에서 기업의 고객접촉 관문 역할을 하고 있는 콜센터의 의미는 더욱 중요해지고 있다.

인터넷의 활성화에 따라 인터넷을 접목시킨 e-CRM은 거의 모든 업체들이 기업의 사활을 걸고 추진하는 마케팅 전략이 되고 있고, VoIP기반의 콜센터인 IPCC(Internet Protocol Contact Center)도 확산되고 있다.

국내 콜센터산업 규모는 2007년에 약 10조원으로 예상되고, 콜센터 수는 약 2,500여개로 추정되며 2008년까지 약 3,000여개로 증가할 것으로 예상된다. 또한 국내 콜센터 상담원 수는 약 30만명으로 추정되며 2008년에는 약 40만명에 이를 것으로 전망된다.

<그림 1> 국내 콜센터산업 규모



구분	2000년	2001년	2002년	2003년	2007년
콜센터시장	-	3조 800억	5조 2,000억	6조 7,000억	10조
아웃소싱시장	800억	2,500억	6,000억	1조	3조 5,000억
솔루션시장	3,000억	2,500억	5,500억	6,800억	1조 5,000억

* 자료 : 광주전남발전연구원 인적자원개발지원센터, 2006

콜센터는 고용창출효과(300~500명/1개 콜센터)와 지역경제과급효과(약 150억원/1개 콜센터)가 뛰어나 지자체들 간에 유치 경쟁이 심화되고 있다. 2006년 1월 현재 광주광역시 21개사 4,348석, 대구광역시는 18개사 2,868석, 부산광역시는 31개사 7,212석을 유치하였다.

콜센터산업의 인력수급 상황을 보면 상담 인력과 관리인력 모두 수요에 비해 공급이 부족한 실정이다. 한편, 콜센터 상담원은 이직률이 높은 직종으로 알려져 있다. 퍼듀대학교 조사(2001)에 따르면, 이직 관련 비용이 콜센터 총예산의 10.5%를 차지할 정도

로 중요한 이슈이다. 이직은 비용 발생뿐만 아니라 이직으로 인해 능숙하지 않은 신규 상담원 채용에 의해 고객 관리가 이루어질 때 많은 경우 고객만족을 저해하여 콜센터의 이미지에 부정적인 영향을 미치기도 한다.

따라서, 콜센터 상담원의 이직을 최소화하는 방안이 강구돼야 하나 이에 대한 신뢰할 만한 연구는 많지 않다(안톤과 록웰, 2004). 본 연구에서는 광주지역 콜센터 상담원들의 직무태도와 이직의도를 조사하여 상담원의 이직을 최소화하는데 도움이 될만한 시사점들을 도출하고자 한다.

<표 2> 콜센터산업 인력 수급 불균형

		2002	2003	2004	2005	2006	불균형을 (%)
상담 인력	공급	15만명	18만명	22만명	28만명	36만명	53%
	수요	30만명	36만명	43만명	51만명	62만명	
관리 인력	공급	3만명	3만6천명	4만3천명	5만명	6만2천명	63.4%
	수요	4만6천명	5만5천명	7만명	7만9천명	9만5천명	

* 자료 : 전남대학교 콜센터산업정보연구소, 2002

II. 콜센터 상담원 실태조사

2.1 일반현황 분석

설문조사는 광주지역 콜센터 상담원을 대상으로 2006년 1월 6일부터 16일까지 실시되었다. 상담원조사를 허락한 10개 업체의 상담원 수는 총 765명이며 이 중 251명(33%)이 설문에 응하였다. 응답자들의 일반현황을 살펴보면 <표 3>과 같다.

첫째, 상담원들의 연령은 26~30세가 57.4%로 가장 많았고, 다음으로 31~35세가 19.1%, 20~25세가 17.5%, 그리고 36세 이상도 6%를 차지하였다. 따라서 대다수 상담원(75.1%)은 20대 여성으로 특히 20대 초반보다 20대 중후반이 더 많았다.

둘째, 상담원들의 결혼유무를 조사한 결과 미혼이 71%, 기혼이 29%로 미혼여성이 더 많음을 알 수 있다.

셋째, 상담원들의 학력수준을 살펴본 결과 전문대학 졸업자(46.2%)가 가장 많았고, 다음으로 4년제 대학교 졸업자(33.1%), 고등학교 졸업자(19.9%) 순이었으며, 대학원 이상의 학력은 0.8%로 거의 없었다.

넷째, 상담원들의 고용형태는 정규직이 59%, 비정규직이 41%로 정규직이 약간 높게 나타났다.

다섯째, 상담원들의 근무경력을 살펴본 결과, 6개월 이하가 30%로 가장 많았으며, 7개월에서 1년 미만도 14%를 차지하였는데 이것은 이직이 많은 상담원직의 특성을 반영한 결과로 해석된다.

여섯째, 상담원들의 직장이동 회수를 조사한 결과 2회 이동이 35.1%로 가장 많았고, 다음으로 1회 이동이 23.1%, 3회 이상이 15.1%를 차지하여 73.3%가 직장이동 경험이 있어 다른 직종에 비해 직장이동이 잦다는 것을 알 수 있다.

일곱째, 상담원들의 월평균 임금(기본급+상여금)은 91~110만원이 43.8%로 가장 많았고, 다음으로 111~130만원이 27.1%를 차지하였다. 이를 연봉액으로 환산하면 약 1100만원~1300만원 수준인데 비정규직이 많기 때문이겠지만 상담원의 80% 이상이 전문대학 졸업 이상이고, 주로 대기업 콜센터에 근무하고 있다는 점 등을 고려해 볼 때 다른 직종에 비해 임금수준이 낮은 편이었다. 한편, 90만원 이하도 11.2%를 차지하

였는데 이것은 6개월 미만자와 비정규직중 파트타임 근로자들로 해석되며, 130만원 이

상(15.7%)을 받는 대다수는 아웃바운드 상담원과 스텝인력으로 판단된다.

<표 2> 표본의 특성

구분	빈도	구분	빈도
연령	20~25세 17.5%	근무경력	6개월 이하 30%
	26~30세 57.4%		7개월~1년 미만 14%
결혼유무	31~35세 19.1%		1년~2년 미만 18%
	36세 이상 6.0%		2년~3년 미만 22%
학력	기혼 29%	직장이동회수	3년~4년 미만 11%
	미혼 71%		4년 이상 5%
고용형태	고졸 19.9%	월평균 임금	이동 없음 26.3%
	전문대졸 46.2%		1회 이동 23.1%
	4년대졸 33.1%		2회 이동 35.1%
	대학원졸 0.8%		3회 이상 15.1%
	정규직 59%		무응답 0.4%
	비정규직(풀타임) 38%		70만원 미만 0.8%
	비정규직(파트타임) 3%		70~90만원 10.4%
			91~110만원 43.8%
			111~130만원 27.1%
			131~150만원 10.4%
			151만원 이상 5.2%
			무응답 2.3%

2.2 상담원의 직무특성 지각

상담원들이 인식하는 상담업무의 직무특성을 직무 지식과 기술의 복잡성, 직무정체성, 직무중요성, 직무자율성 및 직무피드백 등 5가지 항목으로 조사하였는데 그 결과, 요구되는 직무지식과 기술이 복잡하다고 생각하는 상담원들은 전체의 54%였다. 한편, 상담업무가 회사전체에서 없어서는 안 되는 중요한 업무라고 지각하는 상담원들은 77%로서, 상당히 많은 상담원들은 자신들이 맡

은 업무가 회사전체에서 중요하고 의미 있는 업무라고 생각하고 있으며, 상담업무의 처음부터 끝마무리까지 상담원이 전체를 관할해야 하는 업무로 인식(직무정체성)하는 경우가 전체 중 69%를 차지하고 있다. 또한, 상담업무 수행에 있어서 상담원의 자율성이 없다고 응답한 상담원들이 77%를 차지하였으며, 상담업무에 대해 피드백을 잘 받고 있다고 응답한 상담원은 48%를 차지하였다.

<표 4> 상담원의 직무특성

응답내용	지식과 기술 복잡성	직무정체성	직무중요성	직무자율성	직무피드백
전혀 그렇지 않다	2%	-	-	33%	-
그렇지 않다	17%	10%	4%	44%	12%
보통이다	27%	21%	19%	17%	39%
그렇다	44%	57%	50%	6%	44%
매우 그렇다	10%	12%	27%	-	4%
합계	100%	100%	100%	100%	100%

2.3 상담원의 직무 자체와 전반적 직무만족도 지각

상담원의 직무 자체에 대한 만족도를 조사한 결과, 상담원들의 39%는 직무가 흥미롭고 도전할 만하다고 느끼고 있으나, 19%는 그 반대였다. 자신들의 직무에서 성취감을 느낀다고 생각하는 상담원들은 44%인

반면, 13%의 상담원들은 그렇지 못했다. 고객과의 최접점에서 고객을 만족시킬 수 있는 자신들의 업무가 가치 있다고 응답한 상담원은 73%인 반면, 9%는 부정적으로 생각하였다. 상담원들의 41%는 전반적으로 자신들의 직무에 만족하였으나, 14%는 그렇지 못했다.

<표 7> 상담원의 직무 자체와 전반적 직무만족도

응답내용	직무 흥미와 도전감	직무 성취감	직무 가치	전반적 직무만족
전혀 그렇지 않다	2%	1%	1%	1%
그렇지 않다	17%	13%	8%	13%
보통이다	42%	42%	18%	45%
그렇다	33%	37%	53%	39%
매우 그렇다	6%	7%	20%	2%
합계	100%	100%	100%	100%

2.4 상담원의 복리후생, 임금, 교육훈련, 동료 및 상사관계에 대한 만족도 지각

상담원의 임금 및 복리후생에 대한 만족도를 조사한 결과, 상담원들은 복리후생혜택에 대해 46%는 만족하지 못한 반면, 16%만이 만족한다고 응답하였다. 상담원들은 임금에 대해 61%는 만족하지 못하고 있는 반면, 8%만이 만족한다고 응답하였다. 상담

원들은 상담업무 관련 교육훈련 프로그램에 대해 40%는 만족하지 못한다고 응답한 반면, 14%만이 만족하였다. 상담원들의 84%는 업무수행 중에 발생하는 어려운 일에 대해서 동료간에 서로 도움을 주고받는다고 응답하였고, 79%의 상담원은 자신의 상사가 상담업무를 잘 수행할 수 있도록 필요한 정보를 제공하고 잘 도와준다고 응답하였다.

<표 8> 상담원의 직무 만족도1

응답내용	복리후생 만족도	임금 만족도	교육훈련 만족도	동료관계 만족도	상사관계 만족도
전혀 그렇지 않다	10%	17%	6%	0%	1%
그렇지 않다	36%	44%	34%	3%	5%
보통이다	38%	31%	46%	13%	15%
그렇다	16%	8%	14%	73%	66%
매우 그렇다	0%	0%	0%	11%	13%
합계	100%	100%	100%	100%	100%

2.5 상담원의 승진시스템, 근무환경, 근무시간, 직장생활에 대한 만족도 지각

상담원들의 30%는 승진이 공평하게 이루어진다고 응답하였으나, 그렇지 않다고 느끼는 상담원도 21%를 차지하였다. 상담원들은 조명, 실내온도, 소음 등의 근무환경에 대해 39%는 만족한다고 응답한 반면, 22%

는 그렇지 못하다고 응답하였다. 상담원들이 생각하기에 근무시간이 적당하는지에 대한 질문에 대해 만족하지 못하다고 응답한 비율이 40%인 반면, 26%는 근무시간에 만족한다고 응답하였다. 상담원들의 전반적인 직장생활 만족도를 조사한 결과 36%는 만족하였으나, 16%는 만족하지 못한 것으로 나타났다.

<표 9> 상담원의 직무 만족도2

응답내용	승진시스템 만족도	근무환경 만족도	근무시간 만족도	직장생활 만족도
전혀 그렇지 않다	6%	3%	6%	1%
그렇지 않다	15%	19%	34%	15%
보통이다	49%	39%	34%	48%
그렇다	28%	37%	24%	35%
매우 그렇다	2%	2%	2%	1%
합계	100%	100%	100%	100%

2.6 상담원의 조직몰입 지각

상담원 자신과 회사를 동일시하는 정도를 묻은 결과 31% 상담원은 그렇다고 대답한 반면, 그렇지 않다는 상담원들도 34%를 차지하였다. 회사의 성공을 위해 기꺼이 헌신할 용의가 있다고 응답한 상담원은 41%인 반면, 그렇지 않다고 응답한 상담원도 18%

를 차지하였다. 회사의 재정상태가 좋지 않더라도 계속 근무하겠다고 응답한 상담원은 23%인 반면, 다른 회사로 옮기고 싶다고 응답한 상담원은 34%를 차지하였는데, 이러한 결과는 상당수의 상담원들이 근무의지가 낮으며, 이직과 연결될 가능성이 높다는 것을 예측하게 한다.

<표 10> 상담원의 조직몰입

응답내용	조직과 자신의 동일시 정도	조직에의 공헌의지	근속의지
전혀 그렇지 않다	5%	2%	9%
그렇지 않다	29%	16%	25%
보통이다	35%	41%	43%
그렇다	31%	40%	22%
매우 그렇다	0%	1%	1%
합계	100%	100%	100%

2.7 상담원의 자기효능감과 직무 스트레스 지각

상담원 스스로가 상담업무를 잘 수행하는데 필요한 기술과 능력을 갖추고 있다고 응답한 상담원은 45%인 반면, 그렇지 못하다고 응답한 상담원은 21%를 차지하였다. 자신이 고객센터 상담업무에 관해 전문가라고 응답한 상담원은 31%인 반면, 그렇지 않다고 응답한 상담원은 34%, 보통이라고 응답한 상담원은 35%를 차지하였는데, 이러한 결과는 상담업무의 특성에서 요구되는 전문성과 연결시켜 생각할 때 상담원의 약 70% 정도가 자기 능력에 대한 확신이 부족하다는 사실을 내포하고 있다. 한편, 예상치 못

한 문제에 부딪혔을 때 이를 잘 해결할 수 있는가에 대한 질문에 대해 잘 해결할 자신이 있다고 응답한 상담원은 31%인 반면, 그렇지 않다고 생각하는 상담원은 20%이며, 보통이라고 응답한 상담원이 49%로 절반정도를 차지하였다.

업무수행 중 설만한 여유가 없어 업무가 과다하다고 생각하는 상담원은 61%인 반면, 그렇지 않다고 응답한 상담원은 15%를 차지하였는데, 이러한 결과는 직무과다로 인해 상담원의 60% 이상이 직무 스트레스를 받을 수 있음을 예측할 수 있다. 역할모호성으로 인한 직무스트레스를 호소하는 상담원은 27%인 반면, 그렇지 않다고 응답한 상담원은 23%를 차지하였다.

<표 11> 상담원의 자기 효능감과 직무 스트레스

응답내용	자기 효능감			직무 스트레스	
	직무수행능력 보유 확신	상담 전문가로서의 자신감	일반적 자기 효능감	직무 과다	역할 모호성
전혀 그렇지 않다	1%	3%	1%	14%	2%
그렇지 않다	20%	31%	19%	1%	21%
보통이다	34%	35%	49%	24%	50%
그렇다	42%	30%	29%	19%	26%
매우 그렇다	3%	1%	2%	42%	1%
합계	100%	100%	100%	100%	100%

2.8 상담원의 이직의도

상담원들 중 34%는 종종 사직서 제출을 고민한다고 응답하였으나, 37%는 그렇지 않다고 응답하였다. 하지만 유보적인 상담원들도 29%를 차지하였다. 다른 회사에서 더 많은 임금을 준다고 제의하면 당장 직장을 옮길 것이라고 응답한 상담원은 33%인 반면, 그렇지 않다고 응답한 상담원도 33%를 차지하였고, 나머지 34%는 유보적이였다. 이러한 두 가지 결과를 통해 응답한 상담원의 3분의 1 이상이 이직의사가 있고 향후 좋은 기회가 오면 직장을 옮길 가능성이 높다는 것을 예측할 수 있다.

을 옮길 것이라고 응답한 상담원은 33%인 반면, 그렇지 않다고 응답한 상담원도 33%를 차지하였고, 나머지 34%는 유보적이였다. 이러한 두 가지 결과를 통해 응답한 상담원의 3분의 1 이상이 이직의사가 있고 향후 좋은 기회가 오면 직장을 옮길 가능성이 높다는 것을 예측할 수 있다.

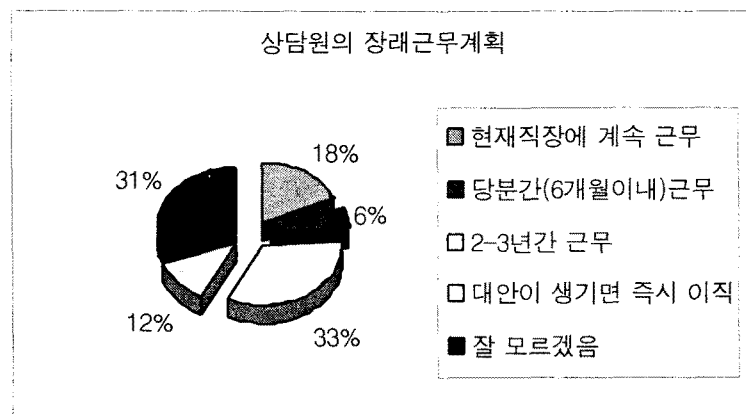
<표 12> 상담원의 이직의도

응답내용	사직서 제출고민	이직 희망
전혀 그렇지 않다	11%	6%
그렇지 않다	26%	27%
보통이다	29%	34%
그렇다	30%	22%
매우 그렇다	4%	11%
합계	100%	100%

상담원의 직장근무에 대한 구체적인 계획을 조사한 결과, 적어도 2~3년은 더 근무하겠다는 응답자가 33%로 가장 높았고, 현재의 회사에

계속 근무할 것이다가 18%, 대안이 생기면 즉시 이직하겠다는 응답자가 12%, 그리고 당분간만(6개월 이내) 근무하겠다는 응답자가 6%를 차지하였다.

<그림 2> 상담원의 장래 근무 계획

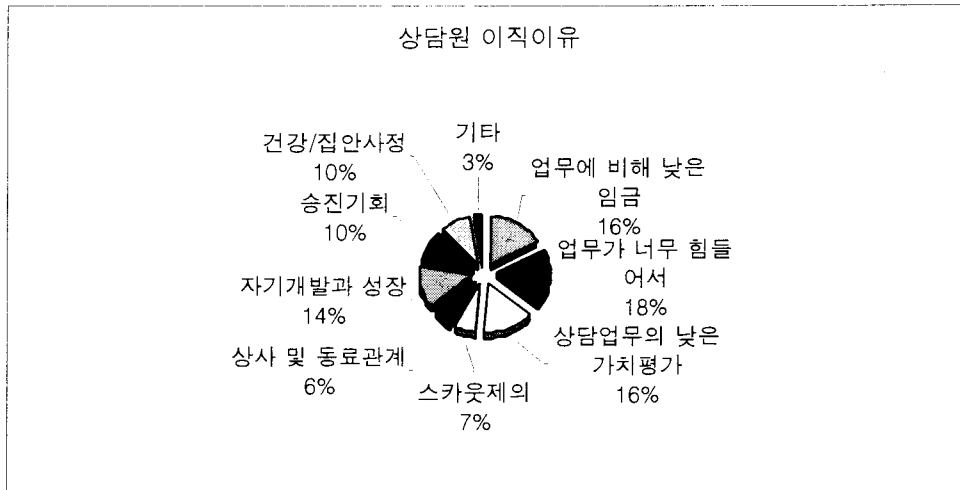


상담원들의 이직이유를 조사한 결과 업무가 너무 힘들어서가 18%로 가장 많았고, 업무에 비해 낮은 임금과 상담업무의 낮은

가치 평가가 각각 16%를 차지하였으며, 자기개발과 성장에 도움이 안 되기 때문이 14%, 승진기회가 없어서와 건강문제 또는

집안사정으로가 각각 10%를 차지하였다.

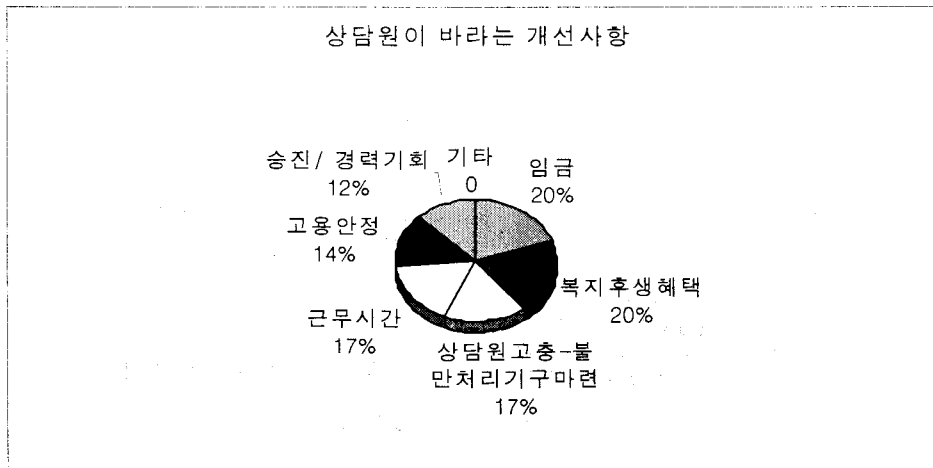
<그림 3> 상담원의 이직이유



현재의 근무조건 가운데 가장 우선적으로 개선해야할 사항에 대해서 임금과 복지후생 혜택이 각각 20%로 가장 많았고, 다음으로

근무시간과 고충 및 불만처리 기구가 각각 17%, 고용안정이 14%, 승진과 경력이동 기회가 12%를 차지하였다.

<그림 4> 상담원이 바라는 개선사항



III. 결론

최근 고객만족경영이 확산되는 추세에서

기업에서의 콜센터의 역할이 더욱 중요해지고 있다. 콜센터산업은 지식기반서비스산업의 한 분야인 비즈니스서비스산업으로 지역경제파급효과와 고용창출효과가 큰 산업이다. 이에 많은 지자체들이 콜센터를 경쟁적으로 유치하고 있으나 수요에 비해 공급이 부족한 인력수급 불균형 현상을 보이고 있다. 한편, 콜센터 상담원은 가장 이직률이 높은 직종 중의 하나이다. 이러한 상황에서 본 연구에서는 콜센터 상담원의 직무태도와 의직의도를 조사함으로써 이직을 최소화할 수 있는 방안을 모색하고자 하였다.

본 연구의 주요 조사 결과는 다음과 같다. 첫째, 상담원들은 정규직이 59%, 비정규직이 41%로 비정규직 비율이 매우 높게 나타났으며, 이처럼 고용의 불완전성은 이직률을 높이는 이유가 되고 있다. 둘째, 월평균 임금은 91~110만원이 43.8%를 차지하고 있어 임금수준이 높지 않음을 알 수 있다. 셋째, 상담원들의 근무경력을 보면, 1년 미만이 44%(6개월 미만자가 30% 포함)를 차지하고 있으며, 4년 이상자는 5%에 불과했다. 한편, 직장이동 횟수를 조사한 결과 73.3%가 직장이동 경험이 있는 것으로 나타났다. 넷째, 상담원들의 54%는 상담에 요구되는 직무지식과 기술이 복잡하다고 인식하였으며, 77%는 상담업무가 회사 내에서 중요한 업무라고 인식한 반면, 77%가 업무에 자율성이 없다고 생각하고 있다. 다섯째, 상담원들은 직무에 대한 도전감(39%), 성취감(45%), 가치(73%), 전반적 만족도(41%), 직장생활 만족도(36%)를 느끼는 반면, 복지후생(46%), 임금(61%), 교육훈련프로그램(40%), 승진(21%), 근무환경(22%), 근무시간(40%)에 대해서는 불만을 표시하였다. 여섯째, 상담원들은 동료들간의 협력(84%), 상사의 업무 지원(79%)에 대해서는 대 만족을 표시하였다. 일곱째, 상담원들은 조직에 공헌하려는 의지(41%)를 갖고 있으나 회사와 자신을 동일시하지 못하고(34%) 있으며, 회사가 재정적으로 어려울 때 다른

회사로 이직하려는(34%) 생각을 많이 갖고 있는 것으로 나타났다. 여덟째, 상담원들 중 34%는 종종 사직서 제출을 고민하고 있고, 33%는 더 좋은 조건을 제시하면 직장을 옮기고 싶어 하며, 12%는 대안이 생기면 즉시 이직할 의사가 있다. 아홉째, 상담원들의 이직이유는 업무가 너무 힘들어서(18%), 업무에 비해 낮은 임금과 상담 업무의 낮은 가치평가(각각 16%), 자기계발과 성장에 도움이 안되어서(14%), 승진기회가 없어서(10%) 등으로 나타났다. 마지막으로 상담원들이 바라는 개선사항은 임금과 복지후생(각각 20%), 근무시간과 고충분만처리기구(각각 17%), 고용안정(14%), 승진과 경력이동 기회(12%)를 차지하였다.

이상의 조사 결과를 바탕으로 상담원의 이직 최소화를 위한 몇 가지 방안을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 상담원들의 고용불안을 해소하고 동종 기업 수준에 맞는 임금 재조정과 성과급 도입 및 복리후생제도 확충이 요구된다. 비정규직을 정규직으로 변환시켜 불공정한 근로조건을 해소하는 한편, 노동시장과 경쟁기업의 임금수준에 준하는 임금체계를 확립하고, 체육시설, 운동 및 오락시설, 출퇴근 버스 운행, 간식지원, 연차·유급휴가, 병가·조퇴제도 마련 등 복리후생제도를 확충할 필요가 있으며, 공정하고 투명한 직무평가제도와 성과급제도를 마련하여 승진과 임금인상에 반영할 필요가 있다. 둘째, 상담원들의 근무시간 조정과 휴식시간의 확대가 필요하다. 출퇴근시간은 정확히 지켜져야 하고, 지속적 콜 대기는 과도한 스트레스를 유발하기 때문에 근무시간 중 휴식시간 배정이 필요하며, 주 5일근무제 실시가 요구되고, 업무 이외의 잡무(조회 등)를 최소화할 필요가 있다. 셋째, 상담원의 자기계발 프로그램 지원이 요구된다. 다양한 학습과 경력관리 프로그램 뿐만 아니라 동호회 운영 등도 지원하되, 근무시간 이후에 하는 교육훈련은 부담과 불만을 키우기 때문에 근무시간 내에 이루어

어지도록 배려하는 것이 필요하다. 넷째, 많은 상담원들이 업무의 복잡성으로 인한 스트레스를 호소하기 때문에 기본 상담업무와 민원 및 불만상담업무를 구분하여 가칭 '민원처리팀' 구축이 요구된다. 또한, 관리자와의 의사소통채널과 같은 상담원 고충처리기구의 마련이 요구된다. 다섯째, 상담원과 상담업무의 가치를 재평가해 자부심을 느끼도록 해야 한다. 고객센터의 상담업무는 기업의 중요한 핵심업무임에도 불구하고 가치가 저평가 되어 저임금과 낮은 지위로 연결되고 있는 것이 현실이어서 이에 대한 기업의 임원과 관리자들과의 인식전환이 요구된다. 또한, 반복되는 업무에 대한 스트레스를 해소할 수 있도록 업무 자율성을 확대하고, 장비나 기술시스템의 편리성을 제고하여 업무 불편요인들을 제거할 필요가 있다.

본 연구는 콜센터 상담원들의 직무태도와

이직의도에 관한 조사를 통해 여러 가지 시사점들을 도출하였으나 다음과 같은 한계도 갖고 있다. 첫째, 종업원의 직무태도와 이직의도에 관한 이론적 고찰을 생략하고 이에 대한 보완이 요구된다.

둘째, 이 연구는 광주지역에 소재해있는 콜센터 상담원들만을 대상으로 연구함으로써 연구 결과를 일반화하는데 제약을 갖고 있다. 향후의 연구에서는 전국을 대상으로 하거나 수도권, 대구경북권, 호남권 등 콜센터가 주로 입지해 있는 광역 단위에서 자료를 수집할 필요가 있다.

셋째, 콜센터는 금융업, 유통업, 통신업 등 다양한 업종에서 활발하게 성장하고 있다. 따라서 향후의 연구에서는 이들 업종별로 상담원의 직무태도와 이직의도의 차이를 비교 분석하는 연구도 필요하겠다.

< 참고 문헌 >

1. Frost & Sullivan, "Unleashing the Potential Of the Interaction CRM Markets", 2004.
2. 마커스 버킹엄, 커트 코프만, "First, Break All the Rules", 시대의 창, 2002. 7.
3. 대구전략산업기획단, 한국텔레마케팅협회, "대구지역 컨택센터 서비스 산업 활성화 방안 연구", 2005. 11.
4. 산업연구원, "지식기반서비스산업", 2003. 10.
5. 이석인, "지역 콜센터 인력수급 실태조사", 광주전남발전연구원 인적자원개발지원센터, 2006.
6. 존 안톤, 안티아 록웰, "상담원 이직의 최소화", 안톤컨설팅, 2004. 5.
7. (주)아웃소싱타임스, "한국 콜센터 아웃소싱기업 BEST10", 2005.
8. 한국노동연구원, "연봉제 도입의 실태와 과제", 2000. 1.
9. 한국전산원, "공공부문 콜센터 도입전략 연구", 2004. 7.
10. 한국콜센터산업정보연구소, "콜센터설립등 민원처리 효율화방안 연구", 2005. 9.
11. 한국콜센터산업정보연구소, "콜센터기술경영저널: 아웃소싱 특집", 2006. 1.
13. <http://www.callcenter.co.kr>
14. <http://www.ctiworld.co.kr>
15. <http://www.incoming.com>
16. <http://www.kwu.ac.kr>