경영학석사 학위논문

물류서비스의 애로요인이 서비스몰입과 고객지향성에 미치는 영향

2007년 8월

부경대학교 대학원

국제통상물류학과

양 원

경영학석사 학위논문

물류서비스의 애로요인이 서비스몰입과 고객지향성에 미치는 영향

지도교수 조 찬 혁

이 논문을 경영학석사 학위논문으로 제출함.

2007년 8월

부경대학교 대학원

국제통상물류학과

양 원

양원의 경영학석사 학위논문을 인준함.

2007년 8월

주 심 경제학 박사 최 홍 석 (인)

위 원 경영학 박사 최 태 영 (인)

위 원 경영학 박사 조 찬 혁 (인)

< 목 차 >

표목차 ····· iii

그림목차 ····· iv

Abstract ····· v

제 1 장 서 론 ····· 1
제 1 절 연구배경 및 목적 ····· 1
제 2 절 연구의 범위 및 방법 ····· 2
제 3 절 논문의 구성 ····· 2

제 2 장 이론적 배경 ····· 4
제 1 절 애로요인 ····· 4
1. 구조문제 ····· 4
2. 비용문제 ····· 6
3. 지시문제 ····· 7
4. 특수상황 ····· 8
5. 동료문제 ····· 8

제 2 절 서비스몰입 ····· 10
1. 서비스몰입 ····· 10
2. 서비스가치 ····· 11
3. 직무몰입 ····· 13

제 3 절 고객지향성 ····· 16

제 3 장 연구모형 및 가설설정 ····· 19
제 1 절 연구모형 ····· 19
제 2 절 연구가설의 설정 ····· 20
제 3 절 변수의 조작적 정의 ····· 20
1. 애로요인 ····· 20
2. 서비스몰입 ····· 21

3. 고객지향성 ····· 21

제 4 절 표본선정 및 설문지 구성 ····· 22
1. 표본선정 ····· 22
2. 설문지 구성 ····· 22

제 4 장 가설검증 및 분석결과 ····· 24
제 1 절 자료의 분석 ····· 24
1. 설문 응답 기사의 일반 현황 ····· 24
2. 표본 및 자료의 측정 방법 ····· 26
3. 응답자료의 일반현황 ····· 27
4. 응답집단별 특성 ····· 33

제 2 절 실증분석의 결과 ····· 40
1. 신뢰성 검정 ····· 40
2. 타당성 검정 ····· 44
3. 상관관계 분석 ····· 46
4. 가설검증 ····· 48
5. 실증분석의 결과해석 ····· 57

제 5 장 결 론 ····· 60
제 1 절 연구결과의 의미 ····· 60
1. 연구결과의 요약 ····· 60
2. 연구결과의 시사점 ····· 61

제 2 절 연구의 한계 및 향후 연구과제 ····· 62

참 고 문 헌 ····· 64

설 문 지 ····· 70

< 표 목 차 >

[표 2-1] 에너지 세금체계 개편방향 ····· 6
[표 2-2] 직무몰입 대한 대표적 연구 ····· 15
[표 2-3] 고객지향성의 개념 ····· 18
[표 3-1] 설문지 구성 ····· 23
[표 4-1] 인구 통계적 특성 ····· 25
[표 4-2] 자료의 분석방법 및 사용목적 ····· 27
[표 4-3] 애로요인 기술통계의 결과 ····· 28
[표 4-4] 서비스몰입 기술통계의 결과 ····· 30
[표 4-5] 고객지향성 기술통계의 결과 ····· 32
[표 4-6] 연령집단 분산분석 ····· 33
[표 4-7] 학력집단 독립표본 T-검정 ····· 35
[표 4-8] 근속년수집단 독립표본 T-검정 ····· 37
[표 4-9] 근로형태집단 독립표본 T-검정 ····· 39
[표 4-10] 구조문제에 대한 신뢰성 검증 ····· 41
[표 4-11] 비용문제에 대한 신뢰성 검증 ····· 41
[표 4-12] 지시문제에 대한 신뢰성 검증 ····· 41
[표 4-13] 특수상황에 대한 신뢰성 검증 ····· 42
[표 4-14] 동료문제에 대한 신뢰성 검증 ····· 42
[표 4-15] 서비스가치에 대한 신뢰성 검증 ····· 42
[표 4-16] 직무몰입에 대한 신뢰성 검증 ····· 43
[표 4-17] 고객배려에 대한 신뢰성 검증 ····· 43
[표 4-18] 고객개별관계에 대한 신뢰성 검증 ····· 43
[표 4-19] 애로요인에 관한 타당성 분석결과 ····· 45

[표 4-20] 서비스몰입 및 고객지향성에 관한 타당성 분석결과 ····· 45
[표 4-21] Pearson 상관계수 분석결과 ····· 47
[표 4-22] 다중 회귀분석 결과: 서비스가치 ····· 49
[표 4-23] 다중 회귀분석 결과: 직무몰입 ····· 51
[표 4-24] 다중 회귀분석 결과: 고객배려 ····· 53
[표 4-25] 다중 회귀분석 결과: 고객개별관계 ····· 55
[표 4-26] 회귀분석 결과 종합 ····· 56
[표 4-27] 실증분석 결과요약 ····· 57

< 그 림 목 차 >

[그림 3-1] 연구 모형 ····· 19

The Effect of the Logistics Service Difficulties on Service Involvement and Customer Orientation

Yang Yuan

Department of International Commerce & Logistics
Graduate School of Business Administration,
Pukyong National University

Abstract

After the Korean Freight Union strike, the public began to pay attention to container drivers. Truck freight accounts for 85% of inland container transport in Korea, therefore truck drivers play an important role in inland transport in Korea. If the improvement of transportation circumstances become delayed, unfortunately there will be a deterioration of service involvement and customer orientation. However, according to the literature review, there are few studies on truck drivers and no studies on truck drivers' difficulties, service involvement and customer orientation.

The objectives of this research are as follows:

First, it intends to verify the relationship of logistics service's difficulties, service involvement and customer orientation.

Second, it intends to present the suggestions of promoting truck drivers' service involvement and customer orientation in order to improve logistics companies' performance.

The results of this study can be summarized as follows:

First, it turned out that structural problems and other special conditions have significant negative (-) influences on the service value. Cost problem and colleague conflict have significant positive (+)

influences on the service value. The hypothesis about the relationship between the difficulty factor and service value is supported partially.

Second, it turned out that structural problems have significant positive (+) influences on job involvement and customer consideration. Special conditions have significant negative (-) influences on job involvement and customer consideration. The hypothesis about the relationship between difficulty factors, job involvement and customer consideration is supported partially.

Third, it turned out that structural problems have significant positive (+) influences on the individual customer relationship. The hypothesis about the relationship between difficulty factors and individual customer relationships however is supported.

The implication of this study can be summarized as follows:

Firstly, structural problems, such as the gap between supply and demand, the price of increase oil and the overloading supervision and freight rate system are the most important factor.

Secondly, there are service values which drivers perceive as extremely low, on the other hand, they get comparatively strong involvement in their job. It's very important to improve the drivers' conditions in logistics companies, so drivers can realize the significance of job involvement.

Thirdly, to solve the problems of container drivers' service involvement and customer orientation, we must pay attention to the underlying structural problems.

Finally, the problems of container drivers' service involvement and customer orientation should be solved by the government. It is necessary that the government takes constructive measures to support their drivers.

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 배경 및 목적

한국은 지금 컨테이너 도로운송 부분을 개선하지 않으면 물류발전이 어려운 힘든 시기를 살고 있고, 도로운송 개선을 위해서는 컨테이너 운송기사의 서비스몰입 및 고객지향성이 필요하다. 화물연대 파업 이후 컨테이너 운전기사에 대한 관심이 고조되고 있으나 이들의 실상은 매우 어렵다.

첫째, 대부분의 조합원들은 98년 경제위기 이후 자본의 고용조정 등으로 인해 특수고용노동자가 되었다.

둘째, 주당평균 노동시간은 80.7시간 이다.

셋째, 낮은 운송수입과 높은 운송비용으로 인해 월평균소득이 큰 적자상태이다.

넷째, 생활형편(행복도 등)의 경우 현재가 2~3년 전에 비해 악화일로에 놓여 있다.

한국의 경우, 부문별 수송비 비중에서, 94%가 도로운송비용이다. 즉 물류비의 압도적인 비중이 수송비이고 한국 수출입물동량의 거래의 대부분이 육상도로운송에 의존하고 있다. 부산항 물동량의 경우 85%가 트럭운송이다.

그러나 운송여건의 개선지연으로 인해 트럭기사의 서비스몰입, 서비스가치가 악화한다는 것, 역시 대단히 걱정스럽게 느껴지는 상황이다.

그러나 선행연구를 살펴보면, 트럭기사에 대한 분석은 일부 있으나 트럭기사의 애로요인, 서비스몰입과 고객지향성에 관하여 체계적인 연구가 이루어지지 않았다. 이에 본 연구는 컨테이너 운전기사의 애로요인이 서

비스몰입과 고객지향성에 미치는 영향관계를 검증하고자 한다. 아울러 연구결과를 통해 물류 컨테이너 운전기사의 서비스몰입과 고객지향성을 향상시키기 위한 몇 가지 대안을 제시하고자 한다.

제 2 절 연구의 범위 및 방법

본 연구는 물류 기업 컨테이너 운전기사의 애로요인이 서비스몰입과 고객지향성에 미치는 영향을 살펴봄으로써 상호간의 관계를 검증하고자 한다.

본 연구에서는 컨테이너 운전기사의 애로요인이 기사의 서비스몰입과 고객지향성에 미치는 영향을 검증하기 위하여 최근 사회적으로 높은 주목을 받고 있는 부산항 컨테이너 운전기사를 연구대상으로 선정하였다.

수거된 데이터의 통계분석은 통계분석 팩키지 SPSS 12.0을 사용하였으며 분석 방법은 회귀분석을 비롯한 다양한 통계분석이 활용되었다. 본 연구에서는 통계분석으로 빈도분석, 기술통계, 분산분석, T-검정, 신뢰도분석, 요인분석, 상관관계분석 및 회귀분석을 통해 연구 과제를 검증한다.

제 3 절 논문의 구성

본 논문은 모두 5개의 장으로 구성되어 있으며, 각 장의 범위와 내용은 다음과 같다.

제1장에서는 연구의 배경과 목적 및 연구방법에 대해 기술하였다.

제2장에서는 컨테이너 운전기사의 애로요인 및 서비스몰입과 고객지향성에 관한 기존 문헌연구를 소개하였다. 또한, 본 연구의 이론변수인

애로요인, 서비스몰입과 고객지향성에 관한 전반적인 연구동향을 살펴보았다.

제3장에서는 문헌연구를 통해 도출된 애로요인, 서비스몰입, 고객지향성의 영향관계를 규명하기 위하여 연구모형과 가설을 설정하였다. 또한 연구에 사용되는 각각의 변수들에 대한 조작적 정의와 측정척도, 설문대상과 조사방법에 대하여 소개하였다.

제4장에서는 본 연구에서 설정한 가설의 검정 및 분석결과를 기술하였으며, 다양한 통계분석을 통해 연구가설에 대한 실증 분석결과를 설명하였다.

제5장에서는 연구결과에 대한 요약과 연구의 의의 및 향후 연구과제에 대해서 밝히고 있다.

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 애로요인

1. 구조문제

1997년 이후 운송 서비스 수요에 비해, 운송 서비스 공급은 크게 늘었다. 건설교통부 자료에 의하면, 1996년 20만 3천대이던 사업용 화물차는 2006년 36만 4천대로 증가했다. 같은 기간 시도별 화물수송량은 4억 9900만 톤에서 5억 2600만 톤으로 증가하는 데 그쳤다[1].

화물운송을 포함한 물류산업은 경기에 직접적으로 영향을 주는 산업이다. 현재 화물자동차의 공급이 시장의 운송수요를 크게 초과하고 있다. 이는 이전의 시장진입 규제완화로 차량의 공급이 대폭 증가한 것도 원인이지만 더 본질적으로 한국 경제 전반의 경기침체가 더 큰 원인이라고 생각된다.

안타까운 점은 이러한 문제는 정부가 직접 개입하기 어려운 시장의 문제라는 것이다. 일반적인 상품과 달리 화물차는 수급이 단기간에 조정될 수 없다. 때문에 최소한 5년 이상의 장래를 바라보고 수급정책을 수립해야 한다. 화물연대가 요구하는 면세유 공급은 다른 부분과의 형평성 문제가 있을 것 같고, 표준운임의 책정은 기존 운임 자유화 정책에 역행되기도 한다. 또 도입된다 하더라도 공급이 수요를 초과하는 현실에서 실질적인 효과가 있을까 하는 점에서 도입에 어려움이 있다[2].

---

1) http://www.moct.go.kr/DataCenter/StatisticData/06sta/statlist.htm?MID=MM066(2007.5.21(월)).

2) 윤보중, “해마다 반복되는 화물연대 파업, 왜?”, 「월간 말」, 2007.1, pp.136-139.

화물자동차산업의 수요자는 기업, 정부, 가계라고 할 수 있으나 기업의 측면이 가장 중요하다. 운송에 있어서 기업의 성격은 두 가지로 분류할 수 있다. 첫째는 자가용을 활용해서 화물을 운송하는 경우로 자가 운송기업이라 할 수 있고, 둘째는 화물운송업에 맡기는 운송 외주기업이라고 할 수 있다[3]. 그러나 실물경제를 충분히 반영하지 못한 요금체계는 운전기사의 대표적 애로요인 중 하나이다.

도로화물운송노동자로서 갖는 불만 중 가장 큰 것으로는 높은 경유가와 낮은 운임을 들고 있다. 특히 높은 경유가에 대한 불만 정도는 상대적으로 아주 높은데 향후의 경유가 인상 문제와 관련해서도 '적자 때문에 운송업계를 떠나야 할 것이다'는 견해를 강하게 갖고 있었다.

2001년 산업자원부가 단행한 '에너지세제개편'에 의하면, 사업용 차량에 사용되는 연료에도 특별소비세와 교통세를 부과하고 있고 특히 경유가격을 휘발유가격의 75%까지 끌어올린다는 정책(2006년 7월까지 460원)에 따라 2006년까지 단계적으로 교통세와 특별소비세를 올리게 되어 있다[4]. 국제유가변동은 유동적이지만 특별소비세법에 따라 경유가는 계속 인상되고 있다.

3) 김순태, "화물자동차 공차율 저감과 실차율 향상 방안에 관한 연구" 「물류학석사학위논문」, 명지대학교, 2003, p. 36.

4) 경유에 붙은 세금은 교통세, 교육세 등으로 구성되어 있음.

<표 2-1> 에너지 세금체계 개편방향

단위: 원/ 리터

	휘발유	경유	LPG
2000.7	630	155	23
2001.7	-	185	67
2002.7	-	232	132
2003.7	-	276	189
2004.7	-	363	245
2005.7	-	412	301

자료: 라영재 • 김세진(2003), “사회운동이 정부정책 변화에 미치는 성공요인에 관한 연구”에서 재인용, 「한국행정학회 추계학술대회」, p. 399.

과적 역시 한국 물류체계의 구조적 관행 중 하나이다. 한백수 • 추창엽(2000)은 “우리나라 경제의 저속한 증가와 화물운송에 관련된 제도적 원인” 이 과적차량의 원인 중 하나라고 말했다[5]. 이들은 보다 근본적인 원인은 “화물차량운행 관련자들이 1회 차량운행에 적재정량 이상의 화물을 적재하여 경제적 이득”을 보고자 하는 잘못된 관행 때문이라고 지적했다.

2. 비용문제

지입제란 자동차 등록 및 사업의 면허는 모두 사업자의 명의로 되어 있으나 사실상 영업자(지입차주)가 자기의 책임 하에 사업을 행하여 경영의 효과가 명의사의 사업자에 귀속되지 아니하고 지입차주에 속하는

5) 한백수·추창엽, “화물자동차 운송의 과적차량 단속체계 개선방안에 관한 연구”, 「물류학회지」 Vol. 10, No.1, 한국물류학회, 2000, pp. 47-82.

제도이다.[6] 지입제의 경우 트럭운전기사는 명의를 보유한 사업자에게 지입료를 납부하고 차량을 운영한다. 이에 따라 과도한 지입료가 발생되고 다단계 운행이 성행할 뿐 재산권확보도 아니라 운송회사의 파산시 실질적인 제한적인 실정이다[7].

2006년 2월 고속도로 통행료는 평균 4.9% 인상되었다. 기본요금은 800원에서 862원으로, KM당 주행요금은 4톤 이상 특수화물차는 65.7원에서 68.0원으로 변경되었다[8]. 인상된 고속도로 통행료는 화물운송 직접비용의 상승을 초래하여 결과적으로 물류비 상승의 요인이 되고 있다.

현재 운송대금의 어음 결제비중이 높고, 많은 경우 장기어음으로 지급하고 있는 것으로 나타났다. 평균어음결제 비중은 30~70%, 평균어음만기일은 60~120일이다[9].

3. 지시문제

컨테이너 내륙운송기사가 겪게 되는 애로요인 중에는 CY측의 업무 비협조, 불공평한 배차원의 업무지시, 그리고 CY, CFS측의 불친절 등 현장중심 요인들도 있다.

가령, 불공평한 배차지시가 있을 때 우선 발생하는 폐단은 수입 감소이다. 배차지시에 따라 운송시간은 동일해도 운임수입이 달라지는 경우가 많다. 부산 지역 예로들을 볼 때 창원은 거리는 짧지만 시간이 오래

---

6) 윤영삼, “부산항 컨테이너 하역운송업의 노사관계 실태와 개선과제: ODCY 업체들의 경우”, 「해운물류연구」, 제42호, 한국해운물류학회, 2004.9, pp.97-124.

7) 건설교통부, 「화물자동차운수사업법령」, 2004, 6, p. 31.

8) http://www.hani.co.kr/arti/economy/consumer/99804.html(2007, 5, 23(금))

9) 홍갑선, "화물운송제도 개선방안", 「교통개발연구원」, 2003, p. 15

걸리고 대구, 김천등은 같은 시간이라도 높은 운임을 받는다. 그 외 CY, CFS등에서의 불친절은 컨테이너 운송기사가 일상적으로 겪는 애로요인과 깊은 연관이 있음은 물론이다.

본 연구에서는 현장 배차 관련 직원과의 인터뷰를 바탕으로 상기 요인들을 연구의제로 포함시켰다.

4. 특수상황

실제운송현장에서는 작업지에서 작업시간을 초과해도 화물차 대기료를 받지 못해 기사가 손해를 있는 일반적 사태가 자주 발생한다.

또한 Flat Rack Container, 냉동 컨테이너 등의 특수 컨테이너 및 중량 컨테이너를 운송해도 이에 대한 별도의 보상이 없으며 일반 컨테이너와 동일한 수입을 받는 경우가 허다하다. 이런 실무적 사항들은 기존 연구에서 거의 소개되지 않고 있는 요인들이다.

이에 따라 본 연구에서는 비록 기존 연구에서는 다루어 지지 않았지만 실증적인 검토가치가 있다는 현장 실무자들의 견해를 반영해 애로요인의 일부로 포함시켰다.

5. 동료문제

갈등(conflict)이란 단어는 '상대가 서로 맞선다'라는 의미의 라틴어 콘플리게레(confligere)에서 유래되었다.

리터러(J. A. Litterer)는 어떤 개인이나 집단이 다른 사람이나 집단과의 상호적용이나 활동으로 상대적 손실을 지각한 결과 대립·다툼·적대감이 발생하는 행동의 한 형태[10]라고 정의하였다. 로비스(S. P.

Robbins)는 목적을 달성하고 이익을 계속 추구하는데 있어서 한 사람이 의도적으로 상대방에게 좌절을 초래하는 방해활동을 하는 과정[11]이라고 정의하고 있다. 또한 토마스(K. W. Thomas)는 조직의 한 단위가 다른 단위가 다른 단위로 인해 자기의 관심사가 좌절되었거나 좌절될 것을 지각할 때 생기는 과정[12]이라고 정의하고 있다. 마일즈(R. R. Miles)는 '조직의 한 단위나 단위 전체구성원들의 목표지향적인 행동이 다른 조직단위 구성원들의 목표지향성적인 행동과 기대로부터 방해를 받을 때 표현되는 조건'[13]이라고 명명하고 있다.

폰디(L. R. Pondy)는 갈등을 하나의 에피소드로서 역동적인 과정으로 파악하여 잠재된 갈등, 지각된 갈등, 감지된 갈등, 명백한 갈등, 갈등의 결과로 5단계를 거친다[14]고 정의하고 있다.

이와 같이 다양한 갈등의 개념 속에서 공통점을 발견할 수 있는데,[15] 이는 첫째, 갈등은 당사자에 의하여 지각되어야 한다는 것이다. 갈등은 표면화되는 대립적 행동만을 지칭하는 것이 아니라 그러한 대립적 행동이 노출되지 않더라도 당사자들이 갈등상황을 지각하고 긴장·불안·적개심 등을 느끼기 시작하면 벌써 갈등이 있다고 보아야 한다. 둘째, 갈등은 갈등요인이 존재해야 한다. 셋째, 갈등상황에서는 둘 이상의 당사자들이 존재한다. 여기서 당사자는 개인이나 집단, 혹은 조직일 수 있다.

---

10) J. A. Litterer, "Conflict in Organization: A Reexamination", *Organization Behavior and Management*, Michigan State Univ. 1974, p. 322.

11) S. P. Robbins, *Organization Behavior,* Englewood Cliffs, N.J.: Prentice - Hall 1986, pp. 121-122.

12) K. W. Thomas, "Conflict and Conflict Management", *Handbook of Industrial and Organization Psychology*, Rand McNally. 1976, pp. 889-891.

13) R.. R. Miles, *Macro Organization Behavior*, Santa Monica, CA, Goodyear Pub. 1980, pp. 121-122.

14) L. R. Pondy, *Organization Conflict: Concepts and Model*, The University of Chicago Press, 1989, pp. 288-289.

15) 오석흥, 「조직이론」, 박영사(서울), 1999, pp. 633-634.

넷째, 갈등은 불일치에서 오는 심리적 대립감과 대립적 행동을 내포하는 동태적 과정이다. 다섯째, 갈등은 조직을 위해 유익한 것일 수도 있고 해로운 것일 수도 있다. 일반적으로 갈등은 조직에 있어서 역기능으로 이해되고 있으나 조직이 추구하는 목적이나 가치를 지원하는 것은 순기능적이며 건설적인 갈등이다.

컨테이너 운송기사 간 다양한 갈등요인이 있다고 한다. 본 연구에서는 컨테이너 운송기사 간 갈등 애로요인의 실체에 조금이라도 더 접근하기 위해 애로요인에 대한 실증분석을 시도하였다.

제 2 절 서비스몰입

1. 서비스몰입

우량고객을 유지하고 고객 애호도를 증진시키기 위해 서비스품질개선, 정보기술활용, 서비스보증, 저원가실현 등 다양한 전략이 고려되고 있다. 그러나 이처럼 기업들이 관계마케팅활동을 통해 고객과의 좋은 관계를 유지하기 위해서는 필수적으로 서비스종업원의 노력과 헌신이 요구된다[16].

이러한 서비스종업원의 고객에 대한 서비스의 헌신과 노력이 바로 서비스몰입이라고 할 수 있다. 사이몬 등(Simon, 2004)은 페케이·로젠탈(Peccei & Rosenthal, 1997)의 연구에 기초하여 서비스 몰입을 '고객의 편익을 위해 종업원들이 자신의 직무를 지속적으로 개선하고 실행하려는 노력의 상대적 성향'으로 정의하였다.

16) 지성구, "서비스기업의 사회적 책임활동이 종업원의 조직신뢰와 서비스몰입에 미치는 영향", 「대한경영학회지」, Vol. 19, No.5, 대한경영학회, 2006, pp. 1867-1893.

서비스몰입은 종업원이 고객서비스에 몰입하고자 하는 태도로써 고객의 이익을 위해 지속적 향상을 도모하고, 서비스에 노력을 기울이는 개인의 경향으로 정의한다(Peccei & Rosenthal, 1997).

서비스몰입은 직무몰입의 위하적인 개념으로 종업원이 고객에게 제공하는 서비스나 서비스 제공에 관련된 업무에 대하여 몰입한 상태 정도로 볼 수 있다.

서비스 기업에서 종업원들이 목표를 함께 하고, 공동의 가치를 나누면서 몰입과 서비스 정신이 발생하게 된다(Howard, 1990; Reardon & Enis, 1990). Moorman, Zaltman & Deshpande(1992)은 몰입을 '가치있는 관계를 유지하고자 하는 지속적인 열망'으로 정의하였다.

서비스몰입은 기존의 몰입과는 다른 대상에 초점을 둔 연구이며 몰입의 연구를 서비스영역으로 확장한다는 의미를 지니고 있다[17].

이에 본 연구에서는 서비스몰입을 '물류 기업 컨테이너 운전기사가 자신이 제공하는 서비스에 대해 높은 가치를 부여하고 서비스 제공과 관련된 업무에 구체적인 신념을 바탕으로 몰두하는 심리적 상태'라고 정의하고자 한다.

2. 서비스가치

Zeithaml(1988)은 마케팅 연구분야에서 사용되는 가치에 대하여 다음과 같이 설명하였다[18]. 첫째, 가치는 가격(Value is price)이라고 본다. 즉, 가치란 단순히 가격과 동일한 개념으로 볼 수 있다. 소비자 관점에

17) 이지만, 김레슬리, "고객서비스몰입의 결정요인과 서비스품질 지각에 관한 연구: 호텔 서비스 산업을 중심으로", 「연세대학교석사논문」, 2004, pp. 438-440.

18) 김종호, 신용섭, "서비스품질, 서비스가치, 만족, 관계의 질 및 재 이용의도의 구조적 관계"에서 재인용, 「마케팅과학연구」, 제8집, 한국마케팅과학회, 2001, pp. 1-23.

서 가격은 서비스 또는 제품을 얻기 위해 투자하는 희생이나 포기와도 관련된다. 둘째, 가치는 주고받는 것(What I get for What I give)으로 소비자가 지불한 요소를 단순히 금전적 요소에 한정하지 않고 시간, 노력 등의 모든 것을 고려하여 얻게 되는 것 전부라는 것이다. 셋째, 가치는 지각된 제품품질과 가격사이의 상쇄효과(trade-off)이다. 이러한 가치에 대한 의미는 교환과정에 있어서 가치의 핵심적인 역할을 나타내는 것으로, 비용과 편익사이의 상쇄효과를 설명하는 것이다. 마지막으로 가치란 모든 관련평가 기준을 고려한 상태에서 주관적 가치대상(subjective worth)에 대한 전반적인 평가이다.

Cronin et al.(1997)은 서비스가치를 정의해 온 선행연구들을 정리하고 실제 상황에서 소비자들은 복잡하고 치밀한 계산에 의해서가 아니라 보다 간단하고 친숙한 과정을 통해서 서비스가치를 지각한다고 주장하였다[19].

Ettinger(1998)는 제공받은 서비스에 대한 편익과 서비스를 제공받기 위해 지불한 비용간의 상쇄효과를 통하여 서비스에 대한 가치를 지각하게 된다고 성명하였다. 서비스가치는 소비자가 획득하는 편익(benefits)과 비용(costs)의 두 가지 측면에서 측정되는 것으로, 서비스품질만이 만족/구매의도를 결정한다기보다 '편익-비용'혹은 '편익/비용'의 관점에서 만족에 대한 선행변수이다. 즉, 소비자가 경험하는 서비스품질에는 반드시 상대적인 비용(cost)이 존재하며, 소비자들은 편익과 비용을 상쇄(trade-off)하여 만족/불만족을 느낀다는 것이다[20].

Haksever et al.(2000)은 가치를 고객의 욕구를 만족시키거나 고객에

---

19) 조철호, 강병서, "병원 웹사이트 서비스품질이 서비스가치와 고객만족에 미치는 영향", 「서비스경영학회지」, Vol. 7, No.4, 한국서비스경영학회, 2006, pp. 83-108.

20) 이용기, 장병집, 박영균, "대학 환경특성이 전반적 서비스품질, 서비스가치와 학생만족에 미치는 영향"에서 재인용, 「한국마케팅저널」, Vol. 4 No.1 한국마케팅학회, 2002, pp. 77-100.

게 편익을 제공하는 제품이나 서비스의 능력이라고 정의하였고 이들은 Zeithaml의 고객가치 모델을 토대로 시간을 추가하여 서비스가치모델을 제시하였다.

종합해 보면, 서비스가치는 서비스 프로세스에서 느끼는 총 소모된 유무형의 비용 대비 총 획득된 유무형의 대가적 편익의 상쇄효과에 대한 주관적 평가라고 정의할 수 있다.

3. 직무몰입

직무몰입은 한 개인의 자아정체성과 그가 수행하고 있는 직무가 병합되는 정도로서 이러한 병합의 정의가 클수록 그 사람의 시간과 에너지를 직무수행에 보다 많이 투입하고 자신이 맡고 있는 일이 인생 전체에서 차지하는 중요성을 높여주는 심리적 태도이다[21].

조직구성원들이 일과 관련하여 형성하고 있는 몰입은 조직행동 분야에서 오랫동안 관심을 가져온 것 중의 하나이다[22]. 종업원의 성과, 이직이나 결근, 그리고 만족 등과 같은 다양한 지표로 표현되는 조직유효성이 종업원들이 갖고 있는 몰입 정도에 따라 달라지는 것으로 받아들여지고 있다(Kanungo, 1982; Mowday, Poter, and Steers, 1982).

조직구성원들이 일과 관련하여 형성하고 있는 몰입은 초점이 맞추어진 대상에 따라 직무몰입(job involvement), 근로윤리(work ethic endorsement), 경력/전문직종에 대한 몰입(career/professional involvement), 그리고 조직몰입(organizational involvement)의 네 가지

---

21) 노민구, 장한기, “교육전문직의 직무몰입도 선행변인 탐색”, 「지방교육경영」, Vol. 5, No.2, 한국지방교육경영학회, 2000, pp. 129-141.

22) 이유진, 이현수, “정규직과 비정규직 근로자의 직무특성이 직무몰입에 미치는 영향에 관한 연구”, 「인력개발연구」 Vol. 7, No.1, 한국인력개발학회, 2005, pp. 62-65.

형태로 분류된다(Morrow, 1993). 이 중 직무몰입은 Lodahl & Kejner(1965) 그리고 Kanungo(1982)에 의해 구체적으로 개념화되었다.

Lodhal & Kejner(1965)는 각자의 일상생활에서 일이 얼마나 중심적인 가치로 자리 잡고 있는지(work as a central life interest)를 직무몰입의 핵심적인 구성요소로 파악하고 있다. 이에 대해 Kanungo(1982)는 Lodhal & Kejner(1965)와 같이 그 개념에 지나치게 많은 의미를 담으려는 경향 때문에 직무몰입과 관련된 연구들이 혼란을 겪고 있다는 사실을 강조하였다.

Kanungo(1982)는 이런 문제점을 극복하기 위해 직무몰입을 '자신과 직무 사이의 관계에 대한 구체적 신념(a specific belief regarding one's relationship with one's job)'으로 규정하고, 이를 '전반적인 근로행위에 대한 몰입도 또는 생활에서 일이 차지하는 중심성에 관한 규범적 신념'을 나타내는 근로몰입(work involvement)과 구분하고 있다. Morrow(1993)가 지적한 바와 같이 직무몰입에 관한 최근의 연구에서는 kanungo(1979; 1982)의 개념이 보다 널리 받아들여진다.

<표 2-2> 직무몰입에 대한 대표적 연구

연구자	내용
Lodahl & kejner(1965)	종업원 자신이 직무와 심리적으로 동화되는 정도 또는 전체적인 자아 이미지 속에 일이 중요하다고 생각하는 정도.
Guion(1968)	직무를 극히 중요한 것으로 종업원이 지각하는 것에 의하여 특징지어진다.
Lawler & Hall(1970)	어떤 사람이 그의 전체적인 직무상황은 그의 중요한 욕구를 만족시켜 줄 수 있는 기회이기 때문에 그의 생의 중요한 부분이 되며 그와 그의 정체에 핵심이 되는 것으로 인식하는 정도.
Vroom(1970)	직무몰입이란 종업원이 자기의 직무 성과가 그의 자아개념에 중심이 되는 특성과 일치한다고 인식하는 정도라고 정의하였다.
Reitz & Jewell(1979)	인생 중에서 직무가 차지하는 중요성이다 동시에 직무표현과 기타직무 행위에 영향을 미친다.
Kanungo(1982)	자신과 직무 사이의 관계에 대한 구체적 신념으로 자신과 현재 담당하고 있는 직무를 동일시하고 그것에 모두 하는 상태를 나타낸다.
Blau(1985)	개인의 직무를 생활 흥취 중심과 개인 심리 인증과 직무로 생각한다.
Rabinowitz& Hall(1977)	상황요인에 의해서도 영향을 받지만 많은 개인의 자기정의에 의해 영향을 받기 때문에 직무만족처럼 쉽게 변하지 않는다.
Brown(1988)	개인생활에 있어 직장의 중요도.

본 연구에서는 직무몰입을 '자신과 현재 맡고 있는 직무간의 관계에 관한 구체적인 신념을 바탕으로 현재 직무에 몰두하고 있는 정도'로 정의한다.

이처럼 직무몰입이 대체적으로 안정적이기 때문에 컨테이너 운전기사의 행동을 예측하는 데에는 더 유용하게 이용될 수 있다.

제 3 절 고객지향성

고객지향성이란 기업이 고객의 입장에서 사고하는 관점에서 기업 활동을 행하는 것을 의미하는 것으로 기업의 마케팅 활동은 고객의 관점에서 인지되고 고객의 이익을 증진시키는 방향으로 나아가야 한다는 것이다. 고객지향적 사고는 기업이 시장에서 활동하고 하는 최종소비자, 경쟁자, 유통업자, 공급자와 같은 외부고객에 대해 시장정보를 획득하고 이를 기업의 전 부서에 확산하고 적극적인 대응을 통해 최종적 소비자에게 최상의 가치를 제공하고자 하는 시장지향적 사고의 세부적인 개념으로 고객뿐만 아니라 경쟁자에 대한 개념까지 다루는 시장지향성과 달리 최종소비자에 중점을 두는 것에서 차이가 있다고 볼 수 있다. 이러한 차이점 때문에 고객지향성에 관한 이전의 연구는 고객과 기업의 접점이라 할 수 있는 기업의 회전방향을 의미하는 판매원의 고객지향성에 관한 연구가 이루어 왔다.

고객지향성의 개념과 관련하여 기업 차원에서의 마케팅 컨셉의 실천은 시장지향성이고 개인차원은 고객지향성으로 보는 것이 일반적인 견해이다(Siguaw 등, 1994; Narver & Slater, 1990; Kohli & Jaworski, 1990)[23]. 즉, 마케팅 컨셉을 수행하는 집행 수단이 기업 차원에서 조명될 경우, 고객지향성이 시장지향성과 유사하게 다루어질 수 있고, 개인적인 차원에서 고객지향성이 판매원에 초점을 두어 다루어지게 되는 것이다.

고객지향성은 시장지향성과 같이 마케팅 컨셉과 관련하여 정의된다. Kotler(1991)에 의하면 마케팅 컨셉은 조직의 목표를 달성하기 위한 열

23) J. A. Siguaw, G. Brown, and R. E. Widing, "The Influence of the Market Orientation of the Firm on Sale Force Behavior and Attitudes", *Journal of Marketing Research*, Vol.31(February), 1994, pp. 106-116.

쇠로서 목표시장의 필요와 욕구를 결정하고 경쟁자보다 효율적이며 효과적으로 만족을 제공하는 것으로 이러한 마케팅 컨셉의 구성 개념 중 하나가 고객지향성이라고 지적하였다. 고객지향적인 사고는 기업으로 하여금 기업의 시각에서가 아닌 고객의 시각에서 고객의 욕구를 정의하는 것이라고 하였다.

Peters & Waterman(1982)은 고객지향성이 시장지향성에서 가장 중요한 요소라고 제시하였다[24]. Wensley(1988)는 경쟁자 지향성에 대한 고객지향성의 상대적인 중요성은 경쟁적 환경의 기능에 달려 있다고 하였다[25].

판매원에 초점을 둔 고객지향성은 판매원이 고객의 장기적인 욕구와 필요를 만족시키는 구매결정이 이루어지는 곳에서 고객을 지원하는 판매행동이다(Michaels & Day, 1985; Saxe & Weitz, 1982)[26]. 이들 중 Saxe & Weitz(1982)는 판매원의 고객지향성을 판매원이 그들의 고객에게 고객욕구를 만족하게 하는 구매의사결정을 함에 있어 구매에 도움이 되도록 조력하는 마케팅 컨셉의 수행정도를 나타내는 것으로 정의하였고, 판매원이 고객지향적일수록 장기적, 점진적인 고객만족 증진의 목표를 위해 종사하며 고객의 불만족을 일으킬 수 있는 행동을 피한다고 설명하였다[27]. 이러한 판매원의 고객지향성을 포함하여 이전의 고객지향성에 관한 연구를 정리하면<표 2-3>와 같다.

---

24) T. J. Peter and R. H. Waterman, *In Search for Excellence, Cambridge*, MA: Harper & Row Publishers Inc, 1982, pp. 1-50.

25) G. S. Day and R. Wensley, "Assessing Advantage: A Framework for Diagnosing Competitive Superiority", *Journal of Marketing*, Vol. 52(April), 1988, pp. 1-20.

26) R.. E. Michaels and R. L. Day, "Measuring Customer Orientation of Salespeople: A Replication with Industrial Buyers", *Journal of Marketing Research*, Vol. 22(November), 1985, pp. 443-446.

27) R.. Saxe and B. A. Weitz, "The SOCO Scale: A Measure of the Customer Orientation of Salespeople", *Journal of Marketing Research*, Vol. 22(August), 1982, pp. 343-351.

<표 2-3>의 개념들을 정리하면, 서비스지향성이 하나의 기업문화라고 볼 수 있다면 고객지향성은 종업원의 고객만족 문화라고 볼 수 있다. 결국 고객지향성은 '고객의 보다 나은 가치를 이해, 충족시키려는 종업원의 고객만족 문화로서 기업이 표방하는 서비스지향성의 수행정도'로 정의를 내릴 수 있겠다.

<표 2-3> 고객지향성의 개념

연구자	정의
Levitt(1980)	고객지향성은 목표고객을 충분히 이해하여 그들에게 지속적으로 우월한 가치를 창조하는 것
Saxe & Weitz (1982)	판매원의 고객지향성은 판매원이 그들의 고객에게 고객요구를 만족하게 하는 구매의사결정을 함에 있어서 구매에 도움이 되도록 노력하는 마케팅 컨셉의 수행정도
Day & Wensley (1988)	고객지향성은 구매자의 전반적 가치체인을 이해하는 것에서 출발하며 여기에는 미래에 대한 예측도 포함
Siman(1991)	고객지향성은 고객이 바라는 대로 해주려는 태도, 고객의 물음에 대한 재빠른 반응, 구성원들의 친절도 등을 의미
Deshpande 등(1993)	고객지향성은 장기적 수익의 확보를 위해 다른 이해 당사자들의 이해를 제외하지 않은 상황에서 고객의 이익을 최우선으로 하는 신뢰의 집합

자료원: R. Deshpande., J. U. Farly and F. E. Webster(1993), "Corporate Culture, Customer Orientation, and Innovativeness in Japanese Firm: A Quadrad Analysis," *Journal of Marketing*, Vol. 57(January), p. 30에서 연구자가 재구성

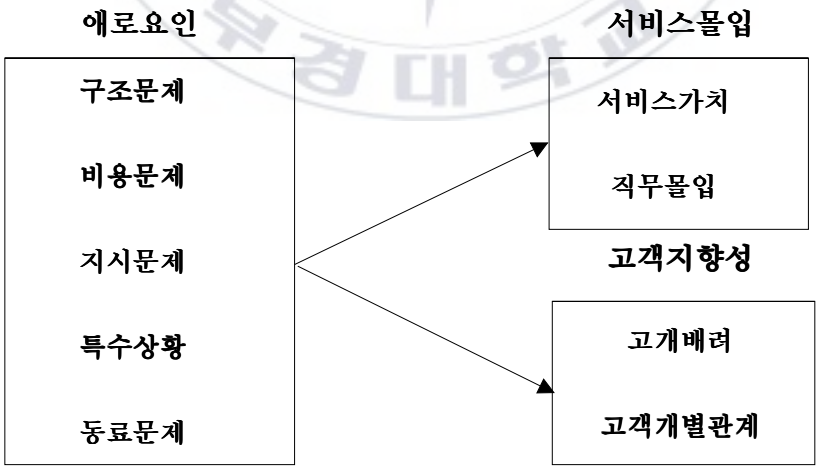
제 3 장 연구모형 및 가설설정

제 1 절 연구모형

본 연구에서는 연구주제와 관련한 컨테이너 운전기사의 애로요인이 서비스몰입과 고객지향성에 대한 선형연구를 검토하고 서비스몰입과 고객지향성을 위한 컨테이너 내륙운송에 있어 애로요인이 컨테이너 운전기사에 어떠한 영향을 미치는지 분석하였다.

이에 본 연구에서는 컨테이너 운전기사의 애로요인을 독립변수로, 컨테이너 운전기사의 서비스몰입과 고객지향성을 종속변수로 하여 이들 사이의 영향관계를 규명한다. 주요 항목의 상관관계를 파악하기 위하여 <그림 3-1>과 같은 연구모형을 제시할 수 있다.

<그림 3-1> 연구모형



제 2 절 연구가설의 설정

본 연구에서 구성된 연구모형을 검증하기 위하여 다음과 같이 가설을 설정하였다. 가설은 크게 애로요인과 서비스몰입, 고객지향성 변수들의 영향 관계와 차이 비교로 분류할 수 있다.

H1. 컨테이너 운전기사의 애로요인은 서비스가치에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.
H2. 컨테이너 운전기사의 애로요인은 직무몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H3. 컨테이너 운전기사의 애로요인은 고객배려에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H4. 컨테이너 운전기사의 애로요인은 고객개별관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

제 3 절 변수의 조작적 정의

본 연구에서는 측정변수로 애로요인, 서비스몰입, 고객지향성과 같이 크게 세 가지로 나누어 적용하고자 한다. 또 모든 변수들은 리커트 5점 척도를 사용하였으며, 각각의 변수들은 선행연구에서 제시된 개념적 정의를 바탕으로 다음과 같이 조작적 정의를 내렸다.

1. 애로요인

본 연구에서는 컨테이너 운송의 애로요인 연구를 통해서 컨테이너 기

사의 작업현상을 알아볼 수 있다. 애로요인의 해결을 통해서 컨테이너 기사의 서비스품질을 향상시킬 수 있다. 본 연구에서는 컨테이너 내륙 운송기사의 애로요인을 구조문제, 비용문제, 지시문제, 특수상황, 동료문제로 구분하여 접근하였다. 본 연구에서는 15항목을 5점 척도로 측정하였다.

2. 서비스몰입(Service Involvement)

서비스몰입은 고객의 편익을 위해 종업원들이 자신의 직무를 지속적으로 개선하고 실행하려는 노력의 상대적 성향으로 정의하였다(Simon et al. 2004).

본 연구에서는 Kanungo(1982)와 Thomas(1999)의 직무몰입에 대한 선행연구를 바탕으로 물류 기업의 적용에 적합하도록 직무몰입의 세부적인 개념 및 서비스몰입을 제시하였다. 또한, 서비스몰입의 구성개념으로 서비스가치와 직무몰입을 설정하고, 서비스 몰입은 "서비스 제공자가 자신이 제공하는 서비스에 대해 높은 가치를 부여하고 서비스 제공과 관련된 업무에 구체적인 신념을 바탕으로 몰두하는 심리적 상태"라고 정의하고자 한다. 본 연구에서는 서비스몰입을 '서비스가치' 및 '직무몰입'으로 세분한 후 11항목을 5점 척도로 측정하였다.

3. 고객지향성(Customer Orientation)

Deshpande, Farley와 Webster(1993)는 고객지향성을 "장기적으로 수익성 있는 기업을 개발하기 위해 소유자, 관리자, 종업원들과 같은 모든 주주들을 배제하지 않고 고객의 관심을 최우선으로 하는 신념들의

집합체"로 정의하였다.

본 연구에서는 고객지향성을 물류 기업의 컨테이너 운전기사가 화주의 욕구를 파악하고 화주를 최우선으로 여기는 신념들의 집합체로 정의하고, Donavan 등 (2001)이 개발한 고객지향성의 측정도구를 이용한다. 본 연구는 고객지향성의 측정변수로 고객배려와 고객개별관계 두 가지로 설정한다. 본 연구에서는 8항목을 5점 척도로 측정하였다.

제 4 절 표본선정 및 설문지 구성결과 분석

1. 표본선정

본 연구에서는 실증분석을 위한 자료수집방법으로 설문지를 사용하였다. 그러나 설문지를 이용한 자료 수집은 응답 당시 응답자의 상태 등에 의해 정확한 측정이 이뤄지지 않을 수 있다. 본 연구의 표본은 부산항의 컨테이너 운전기사 들이다.

2. 설문지 구성

본 연구의 설문지는 39개 문항으로 구성되었다. 설문은 인구 통계학적 사항과 애로요인 사항, 서비스몰입 사항, 고객지향성 사항으로 구분하였다. 설문문항의 구성을 살펴보면 애로요인이 15 문항, 서비스몰입이 11 문항, 고객지향성이 8 문항, 인구통계가 5 문항으로 구성되었다. 이것들을 정리하면 다음의 <표 3-1> 과 같다.

<표 3-1> 설문지 구성

이론변수	측정변수	문항
서비스몰입	서비스가치	Ⅰ. 1-4
	직무몰입	Ⅰ. 5-11
고객지향성	고객배려	Ⅱ. 1-4
	고객개별관계	Ⅱ. 5-8
애로요인	구조문제	Ⅲ. 1-4
	비용문제	Ⅲ. 5-7
	지시문제	Ⅲ. 8-10
	특수상황	Ⅲ. 11-13
	동료문제	Ⅲ. 14-15
인구통계	성별, 연령 등	Ⅳ. 1-5

제 4 장 가설검증 및 분석결과

제 1 절 자료의 분석

1. 설문 응답 기사의 일반 현황

본 연구의 모집단은 컨테이너 내륙운송의 기사들로 한정하였다. 실증연구에 앞서 설문에 응답한 응답자들의 인구통계학적 특징을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였다. 설문지는 총 150부를 배포하여, 120부를 회수하였다. 그 중에서 응답이 불성실한 12부를 제외한 108부를 최종분석에 사용하였다. 설문 응답자들의 인구통계학적 특성은 아래 <표 4-1>과 같다.

<표 4-1> 인구 통계적 특성

구분		빈도	비율(%)
성별	남자	106	98.1
	여자	2	1.9
	합계	108	100
연령	20대	3	2.8
	30대	26	24.1
	40대	47	43.5
	50대 이상	32	29.6
	합계	108	100
학력	고졸	73	67.6
	전문대졸	30	27.8
	대졸	5	4.6
	대학원졸 이상	0	0
	합계	108	100
근속년수	1년 미만	6	5.6
	1~3년	6	5.6
	3~5년	19	17.6
	5년 이상	77	71.3
	합계	108	100
근로형태	정규직원(직영차)	10	9.3
	지입차(용차)	32	29.6
	위수탁차(관리차)	60	55.6
	용차 또는 위수탁 차의 기사	6	5.6
	합계	108	100

위이 표에서 남자가 전체 응답자 중 98.1%을 차지하였다. 연령은 40대와 50대 이상이 전체 응답자 중 73.1%을 차지하였다. 학력은 67.6%가 고졸이었다. 근속년수는 5년 이상이 71.3%로 나타났다. 근무형태는 55.6%가 위수탁차이었다.

2. 표본 및 자료의 측정 방법

설문항목은 컨테이너 운전기사의 서비스몰입과 고객지향성 기본사항, 컨테이너 내륙운송 구성모듈에 관한 애로사항 및 설문응답자의 인구통계학적 요소에 관한 애로사항과 서비스몰입, 고객지향성 각각의 변수(39개 항목)를 응답자가 판단하는 인식정도가 큰 순서로 리커트의 5점 척도를 적용하여 측정하였다.

수거된 데이터의 통계분석은 통계분석 팩키지 SPSS 12.0을 사용하였다. 분석 방법은 컨테이너 운전기사의 요인 분석을 활용하여 애로요인(구조문제, 비용문제, 지시문제, 특수상황, 동료문제)과 서비스몰입(서비스가치, 직무몰입), 고객지향성(고객배려, 고객개별관계)에 대한 각 요인 간의 관련성을 알아보았다.

인구 통계학적 분석에 대한 빈도분석과 각 요인 간의 관계에 대해서 기술통계적 분석을 활용 평균(M)과 표준편차(SD)를 산출하여 각각의 인식의 정도에 대해 알아보았다. 가설의 각 변수들의 신뢰도를 검증하기 위하여 신뢰성분석을 하였다. 또한 각 변수들의 구성개념 타당도를 검증하기 위하여 요인분석을 실시하였다. 또한 설정된 가설의 검증을 위한 분석기법으로는 변수들 간의 관계의 유의성을 살펴보기 위해 상관관계분석을 실시하였으며, 인과적 관계의 검증을 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

<표 4-2> 자료의 분석방법 및 사용목적

분석방법	사용목적
빈도분석(Frequency Analysis)	인구통계학적 변수들을 정리
기술통계(Descriptive Analysis)	변수들의 평균과 표준편차를 정리
분산분석 및 T-검정(ANOVA)	응답집단별 특성 정리
신뢰성분석(Reliability Analysis)	변수들의 내적 일관성을 검증
요인분석(Factor Analysis)	변수들의 구성개념 타당성을 검증
상관관계분석(Correlation Analysis)	변수들 간의 관계 검증
다중회귀분석(Regression Analysis)	변수들 간의 인과관계의 검증

3. 응답자료의 일반현황

(1) 애로요인

애로요인은 15개의 문항으로 구분하여 구조문제, 비용문제, 지시문제, 특수상황, 동료문제 5가지 요인에 대해 분석을 실시하였다. 구조문제 요인으로는 수급관계, 경유가격, 과적부담, 운송료로 구분하였다. 비용문제 요인으로는 운송료 어음지급 관행, 톨비 부담, 지입제의 문제점으로 구분하였다. 지시문제 요인으로는 배차 지시, 직원 불친절, 업무 비협조 구분하였으며, 특수상황 요인으로는 대기료 없음, 특수 컨테이너, 물량부재 구분하였으며, 동료문제 요인으로는 기사간 정보교환 미비 및 갈등 구분하였다.

<표 4-3> 애로요인 기술통계의 결과

구분		문항	평균값	표준편차
애로요인	구조문제	DF1(수요는 적은데 공급'차량'은 많다)	4.32	1.031
		DF2(경유값 부담이 크다)	4.69	0.773
		DF3(과적 부담이 크다)	4.27	0.923
		DF4(운송료의 비현실성)	4.58	0.727
		평균	4.46	0.605
	비용문제	DF5(운송료 어음지급 관행)	4.01	1.312
		DF6(고속도로 통행료'톨비 부담')	4.47	0.791
		DF7(지입제의 문제점이 크다)	4.29	0.880
		평균	4.27	0.781
	지시문제	DF8(불공평한 배차 지시)	3.70	0.932
		DF9(CY, CFS, 항만 및 작업지 직원들의 불친절)	3.85	0.975
		DF10(CY측의 업무 비협조)	3.65	1.113
		평균	3.74	0.777
	특수상황	DF11(작업지에서 작업시간을 초과해도 대기료를 못 받는다)	4.31	0.915
		DF12(특수 컨테이너'냉동 등' 운송해도 추가 할 증료가 적다)	4.18	0.928
		DF13(연결 물량의 부재)	3.97	0.895
		평균	4.13	0.783
	동료문제	DF14(트레일러 기사간 정보교환 미비)	3.49	0.931
		DF15(트레일러 기사간 갈등'트러블')	3.02	1.069
		평균	3.25	0.880
		전체평균	3.96	0.500

애로요인은 전체평균이 3.96로 서비스몰입 3.27과 고객지향성 3.66에 비해 높게 나타났다. 애로요인은 5가지 요인 중 구조문제가 평균 4.46로

높은 수치로 나타냈으며 구조문제의 문항 중 경유가격 부담 가장 높은 4.69로 나타냈다. 가장 낮은 항목은 동료문제 요인으로 평균 3.25의 다소 낮게 나타나고 있다. 이중 트레일러 기사간 갈등 문항 평균값 3.02로 나타냈다.

(2) 서비스몰입

본 연구에서 관심을 두는 서비스몰입 요인으로는 서비스가치와 직무몰입이다. 여기에서 서비스가치 요인으로는 운송보람, 운송계속, 직업추천 및 운송애착으로 구분하였으며, 직무몰입 요인으로는 운송중요, 적극서비스, 노력서비스, 화주중요, 관심화주, 기울 및 파악 화주의 요구를 구분하였다.

<표 4-4> 서비스몰입 기술통계의 결과

구분		문항	평균값	표준편차
서비스몰입	서비스가치	SI1(나는 컨테이너 내륙운송을 통해 보람을 느낀다.)	3.23	1.089
		SI2(나는 컨테이너 운송 업무를 계속하고 싶다.)	2.78	1.218
		SI3(나는 나의 직업을 주위에 적극 추천하고 싶다.)	2.26	1.223
		SI4(나는 컨테이너 내륙운송에 애착을 가지고 있다.)	2.99	1.060
		평균	2.82	0.920
	직무몰입	SI5(나는 화주에게 적극적인 서비스를 제공 한다.)	3.64	0.990
		SI6(나는 화주에게 보다 나은 서비스를 제공하고자 노력한다.)	3.62	1.048
		SI7(나는 화주에게 제공하는 컨테이너 운송 서비스가 매우 중요하다고 생각한다.)	3.88	1.133
		SI8(나는 화주에 대한 서비스 제공과 관련된 것들에 관심이 많다.)	3.39	0.998
		SI9(나는 작업지로 출발하기 전 화주의 요구사항을 미리 파악 한다.)	3.87	1.015
		SI10(나는 화주를 매우 중요하게 생각한다.)	3.92	1.051
		SI11(나는 화주의 요구에 귀를 잘 기울인다.)	3.63	0.972
		평균	3.70	0.840
		전체평균	3.27	0.680

서비스가치에 기술통계는 평균값 2.82로 보통으로 나타났으며 그중 직업 적극 추천은 평균 2.26로 가장 낮았다. 직무몰입에 기술통계는 평균값 3.70로 나타났으며 그중 화주중요는 3.92로 가장 높은 평균값을

나타냈다. 전체평균은 3.27 수준으로 나타났으며 표준편차도 0.680로 안정적인 집중현상을 나타냈다.

(3) 고객지향성

고객지향성은 8개의 문항을 별도로 구분 고객배려와 고객개별관계 2가지 요인에 대해분석을 실시하였다. 고객배려 요인으로는 화주의 이익 고려, 운송설명, 서비스 변화 시도 구분하였으며, 고객개별관계 요인으로는 화주의 상호기억, 분위기 유지, 작업지의 특성 구분하여 알아보았다.

PUKYONG NATIONAL UNIVERSITY 부경대학교

<표 4-5> 고객지향성 기술통계의 결과

구분		문항	평균값	표준편차
고개지향성	고객배려	CO1(나는 화주의 이익 및 목표에 대해 잘 알고 있다.)	3.28	1.151
		CO2(나는 화주에게 운송에 대한 설명을 잘 해준다.)	3.67	1.102
		CO3(나는 항상 화주의 이익을 우선 고려한다.)	3.41	1.042
		CO4(좀더 나은 서비스를 제공하기 위하여 새로운 변화를 항상 시도한다.)	3.48	0.942
		평균	3.46	0.857
	고객개별관계	CO5(나는 화주와의 운송약정 시간을 지킨다.)	4.11	0.868
		CO6(나는 화주의 상호를 잘 기억하고 있다.)	3.81	0.891
		CO7(나는 화주와 일하기 좋은 분위기를 조성하고 유지하고 있다.)	3.71	0.948
		CO8(나는 화주 작업지의 특성을 잘 알고 있다.)	3.78	0.960
		평균	3.85	0.737
		전체평균	3.66	0.703

결과는 전체 평균이 3.66으로 수준으로 나타났으며, 표준편차는 0.703으로 나타냈다. 가장 높은 문항은 “화주와의 운송약정시간을 지킨다” 4.11로 평균값 보다 매우 높게 나타냈다. 가장 낮은 문항으로는 “화주의 이익 및 목표에 대해 잘 알고 있다” 3.28로 나타났다.

4. 응답집단별 특성

(1) 연령집단

연령집단을 정리하여 40대미만, 40대, 50대 이상 세 집단으로 구분한 후 ANOVA을 이용해서 분석하였다. 분석 결과는 다음과 같다.

<표 4-6> 분산분석

		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
서비스가치	집단-간	3.166	2	1.583	1.905	.154
	집단-내	83.944	101	.831		
	합계	87.110	103			
직무몰입	집단-간	1.056	2	.528	.744	.478
	집단-내	73.766	104	.709		
	합계	74.821	106			
고객배려	집단-간	.623	2	.311	.419	.659
	집단-내	77.940	105	.742		
	합계	78.563	107			
개별관계	집단-간	.139	2	.069	.126	.882
	집단-내	57.991	105	.552		
	합계	58.130	107			
구조문제	집단-간	2.560	2	1.280	3.684	**.029***
	집단-내	34.743	100	.347		
	합계	37.303	102			
비용문제	집단-간	3.709	2	1.854	3.164	**.046***
	집단-내	59.197	101	.586		
	합계	62.906	103			
지시문제	집단-간	3.744	2	1.872	3.239	**.043***
	집단-내	57.796	100	.578		
	합계	61.540	102			
특수상황	집단-간	2.835	2	1.417	2.374	.099
	집단-내	57.322	96	.597		
	합계	60.157	98			
동료문제	집단-간	.139	2	.070	.088	.916
	집단-내	80.423	102	.788		
	합계	80.562	104			

* $p<0.05$

분석결과 일부항목에서 통계적으로 유의한 차이가 발견되었다. 연령별로는 구조문제, 비용문제, 지시문제에서 유의한 차이를 나타냈다. 다른 6개요인은 유의한 차이가 나타나지 않고 있다.

(2) 학력집단

학력별로는 고졸과 대졸(전문대졸포함) 두 가지 집단을 나누어 집단간 T-검정을 이용해서 분석하였다. 분석결과를 살펴보면, 고객배려, 비용문제, 지시문제와 학력 간에 유의한 차이가 있다.

<표 4-7> 독립표본 T-검정

		Levene의 등분산 검정		평균의 동일성에 대한 t-검정						
		F	유의확률	t	자유도	유의확률(양쪽)	평균차	차이의 표준오차	차이의 95% 신뢰구간	
									하한	상한
서비스가치	등분산이 가정됨	.097	.756	-.219	102	.827	-.04223	.19313	-.42531	.34085
	등분산이 가정되지 않음			-.211	60.048	.833	-.04223	.19983	-.44194	.35749
직무몰입	등분산이 가정됨	.016	.806	.040	105	.968	.00702	.17527	-.34050	.35455
	등분산이 가정되지 않음			.040	64.513	.968	.00702	.17524	-.34301	.35705
고객배려	등분산이 가정됨	.250	.618	-1.934	106	**.056**	-.33640	.17396	-.68129	.00849
	등분산이 가정되지 않음			-1.940	67.683	**.057**	-.33640	.17340	-.68244	.00964
개별관계	등분산이 가정됨	3.928	.050	-.678	106	.500	-.10294	.15192	-.40414	.19827
	등분산이 가정되지 않음			-.761	90.339	.449	-.10294	.13530	-.37172	.16585
구조문제	등분산이 가정됨	.912	.342	-.610	101	.543	-.07700	.12620	-.32733	.17334
	등분산이 가정되지 않음			-.633	76.083	.529	-.07700	.12162	-.31922	.16523
비용문제	등분산이 가정됨	1.775	.186	-1.949	102	**.054**	-.31194	.16001	-.62933	.00545
	등분산이 가정되지 않음			-2.082	81.718	**.040**	-.31194	.14981	-.60998	-.01390
지시문제	등분산이 가정됨	8.425	.005	-2.334	101	**.022**	-.37184	.15932	-.68788	-.05579
	등분산이 가정되지 않음			-2.636	89.789	**.010**	-.37184	.14107	-.65212	-.09156
특수상황	등분산이 가정됨	5.990	.016	.184	97	.855	.03062	.16665	-.30013	.36137
	등분산이 가정되지 않음			.199	83.204	.843	.03062	.15386	-.27539	.33663
동료문제	등분산이 가정됨	1.546	.217	-.430	103	.668	-.07857	.18292	-.44136	.28421
	등분산이 가정되지 않음			-.440	72.568	.661	-.07857	.17864	-.43464	.27749

(3) 근속년수집단

근속년수집단은 5년 미만과 5년 이상 두 가지 집단으로 구분하여 분석하였다. 두 가지 근속년수집단을 T-검정 이용해서 분석하였다. 분석결과를 살펴보면, 서비스가치, 구조문제, 비용문제, 특수상황과 근속년수 유의한 차이가 있다.

<표 4-8> 독립표본 T-검정

		Levene의 등분산 검정		평균의 동일성에 대한 t-검정						
		F	유의확률	t	자유도	유의확률(양쪽)	평균차	차이의 표준오차	차이의 95% 신뢰구간	
									하한	상한
서비스가치	등분산이 가정됨	1.421	.236	1.849	102	**.067**	.36374	.19675	-.02652	.75399
	등분산이 가정되지 않음			1.723	46.748	**.092**	.36374	.21112	-.06104	.78852
직무몰입	등분산이 가정됨	.621	.432	-.883	105	.379	-.15826	.17923	-.51364	.19713
	등분산이 가정되지 않음			-.874	54.508	.386	-.15826	.18115	-.52137	.20485
고객배려	등분산이 가정됨	.712	.401	.443	106	.659	.08106	.18295	-.28166	.44379
	등분산이 가정되지 않음			.419	49.555	.677	.08106	.19358	-.30783	.46996
개별관계	등분산이 가정됨	.618	.434	-1.571	106	.119	-.24466	.15572	-.55338	.06406
	등분산이 가정되지 않음			-1.682	64.664	.097	-.24466	.14542	-.53511	.04579
구조문제	등분산이 가정됨	17.158	.000	-2.806	101	**.006**	-.35282	.12574	-.60226	-.10338
	등분산이 가정되지 않음			-2.393	41.727	**.021**	-.35282	.14743	-.65040	-.05525
비용문제	등분산이 가정됨	7.269	.008	-1.950	102	**.054**	-.32229	.16530	-.65016	.00559
	등분산이 가정되지 않음			-1.711	43.750	**.094**	-.32229	.18836	-.70197	.05740
지시문제	등분산이 가정됨	1.031	.312	-1.382	101	.170	-.22954	.16612	-.55908	.10000
	등분산이 가정되지 않음			-1.449	63.658	.152	-.22954	.15843	-.54608	.08700
특수상황	등분산이 가정됨	3.965	.049	-3.483	97	**.001**	-.57110	.16396	-.89651	-.24569
	등분산이 가정되지 않음			-3.682	59.416	**.001**	-.57110	.15512	-.88145	-.26075
동료문제	등분산이 가정됨	.425	.516	-1.262	103	.210	-.23692	.18776	-.60931	.13546
	등분산이 가정되지 않음			-1.279	58.067	.210	-.23692	.18524	-.60771	.13386

(4) 근로형태집단

근로형태집단은 정규직원, 지입차, 용차또는 위수탁차의 기사는 비위수탁차으로 합병하였다. 비위수탁차과 위수탁차 두 가지 집단을 나눌 수 있다. 두 가지 근로형태집단이 T-검정 이용해서 분석하였다. 분석결과를 살펴보면, 비용문제항목에 대해서 근로형태 간 유의한 차이가 있다.

PUKYONG NATIONAL UNIVERSITY 부경대학교

<표 4-9> 독립표본 T-검정

		Levene의 등분산 검정		평균의 동일성에 대한 t-검정						
		F	유의확률	t	자유도	유의확률(양쪽)	평균차	차이의 표준오차	차이의 95% 신뢰구간	
									하한	상한
서비스가치	등분산이 가정됨	.001	.971	.129	102	.897	.02363	.18289	-.33912	.38639
	등분산이 가정되지 않음			.128	92.724	.898	.02363	.18395	-.34166	.38893
직무몰입	등분산이 가정됨	6.796	.010	-1.294	105	.198	-.21114	.16314	-.53461	.11232
	등분산이 가정되지 않음			-1.368	99.841	.174	-.21114	.15434	-.51736	.09507
고객배려	등분산이 가정됨	.463	.498	.056	106	.955	.00937	.16671	-.32115	.33990
	등분산이 가정되지 않음			.056	97.342	.956	.00937	.16809	-.32422	.34297
개별관계	등분산이 가정됨	6.142	.015	-1.214	106	.227	-.17292	.14242	-.45527	.10944
	등분산이 가정되지 않음			-1.272	101.512	.206	-.17292	.13589	-.44247	.09663
구조문제	등분산이 가정됨	.755	.387	-.329	101	.742	-.03966	.12039	-.27848	.19915
	등분산이 가정되지 않음			-.334	100.148	.739	-.03966	.11879	-.27534	.19601
비용문제	등분산이 가정됨	12.389	.001	-2.955	102	**.004**	-.43978	.14881	-.73494	-.14462
	등분산이 가정되지 않음			-3.094	98.979	**.003**	-.43978	.14214	-.72182	-.15774
지시문제	등분산이 가정됨	1.031	.312	-.741	101	.461	-.11429	.15429	-.42036	.19179
	등분산이 가정되지 않음			-.749	99.592	.456	-.11429	.15268	-.41721	.18863
특수상황	등분산이 가정됨	.322	.571	.473	97	.637	.07544	.15949	-.24111	.39200
	등분산이 가정되지 않음			.472	90.119	.638	.07544	.15968	-.24178	.39267
동료문제	등분산이 가정됨	.183	.670	1.261	103	.210	.21717	.17225	-.12444	.55878
	등분산이 가정되지 않음			1.250	94.751	.214	.21717	.17377	-.12783	.56217

제 2 절 실증분석의 결과

1. 신뢰성 검증

측정 도구의 신뢰성(Reliability Analysis)에 대한 검토는 측정값이 한 개념을 얼마나 일관성 있게 나타내는지를 판단하는 것이다(채서일, 2002). 대부분의 연구에서는 측정도구의 내적 일관성을 확보하기 위하여 크론바하 알파(Cronbach's α)를 활용하고 있으나, 이는 측정도구의 문항수가 많을수록 알파계수의 값이 올라가는 수식 상의 오류가 나타나는 한계점을 지니고 있다.

본 연구에서 사용된 5개의 독립변수와 4개의 종속변수 총 9개 변수에 대해 SPSS 12.0 통계패키지를 이용하여 신뢰성을 분석하였다. 분석결과를 요약하면 5개의 독립변수와 4개의 종속변수의 신뢰도 계수가 모두 0.6 이상으로 나타나 전체적으로 설문지의 신뢰성이 높은 것으로 분석되었다. 따라서 본 연구에서 사용한 각 변수들의 내적 일관성이 확보된 것으로 확인하였다. 즉, 각 변수의 신뢰도 계수가 0.6 이상으로 높은 것으로 밝혀져, 각 요인 내 구성변수의 내용상 동질성이 확보되었다.

(1) 애로요인에 대한 신뢰성 분석

<표 4-10> 구조문제에 대한 신뢰성 검증

	항목이 삭제된 경우 척도 평균	항목이 삭제된 경우 척도 분산	수정된 항목-전체 상관관계	항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파	Cronbach 알파
수급관계	13.51	3.076	.456	.518	
경유가격	13.14	3.530	.584	.436	.624
과적부담	13.56	4.013	.262	.659	
운송료	13.26	4.195	.369	.581	

*. 과적부담 삭제시 신뢰계수가 소폭 상승하나 개념상 중요성이 커 제외시키지 않았음.

<표 4-11> 비용문제에 대한 신뢰성 검증

	항목이 삭제된 경우 척도 평균	항목이 삭제된 경우 척도 분산	수정된 항목-전체 상관관계	항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파	Cronbach 알파
톨비부담	8.33	3.251	.556	.482	
어음지급	8.79	1.974	.486	.602	.652
지입제	8.50	3.379	.436	.598	

<표 4-12> 지시문제에 대한 신뢰성 검증

	항목이 삭제된 경우 척도 평균	항목이 삭제된 경우 척도 분산	수정된 항목-전체 상관관계	항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파	Cronbach 알파
비협조	7.57	2.404	.522	.472	
배차지시	7.51	3.252	.386	.652	.653
불친절	7.36	2.840	.493	.518	

<표 4-13> 특수상황에 대한 신뢰성 검증

	항목이 삭제된 경우 척도 평균	항목이 삭제된 경우 척도 분산	수정된 항목-전체 상관관계	항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파	Cronbach 알파
특수컨	8.23	2.588	.678	.711	
대기료	8.11	2.671	.662	.727	.807
연결부재	8.42	2.818	.624	.766	

<표 4-14> 동료문제에 대한 신뢰성 검증

	항목이 삭제된 경우 척도 평균	항목이 삭제된 경우 척도 분산	수정된 항목-전체 상관관계	항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파	Cronbach 알파
정보미비	3.01	1.144	.545	.(a)	.702
트러블	3.49	.868	.545	.(a)	

(2) 서비스몰입에 대한 신뢰성 검증

<표 4-15> 서비스가치에 대한 신뢰성 검증

	항목이 삭제된 경우 척도 평균	항목이 삭제된 경우 척도 분산	수정된 항목-전체 상관관계	항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파	Cronbach 알파
계속	8.52	7.359	.705	.723	
추천	9.02	8.038	.574	.790	.810
애착	8.28	8.494	.641	.758	
보람	8.08	8.479	.603	.774	

<표 4-16> 직무몰입에 대한 신뢰성 검증

	항목이 삭제된 경우 척도 평균	항목이 삭제된 경우 척도 분산	수정된 항목-전체 상관관계	항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파	Cronbach 알파
적극	22.28	25.543	.802	.897	
노력	22.30	24.664	.844	.892	
화주중요	21.99	25.481	.753	.901	
귀기울임	22.30	25.853	.792	.898	.915
운송중요	22.05	25.724	.659	.913	
관심	22.52	26.044	.741	.903	
파악	22.06	27.072	.615	.915	

(3) 고객지향성에 대한 신뢰성 검증

<표 4-17> 고객배려에 대한 신뢰성 검증

	항목이 삭제된 경우 척도 평균	항목이 삭제된 경우 척도 분산	수정된 항목-전체 상관관계	항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파	Cronbach 알파
이해	10.56	6.978	.567	.815	
고려	10.43	6.994	.666	.765	.821
변화시도	10.35	7.501	.651	.775	
설명	10.17	6.533	.710	.743	

<표 4-18> 고객개별관계에 대한 신뢰성 검증

	항목이 삭제된 경우 척도 평균	항목이 삭제된 경우 척도 분산	수정된 항목-전체 상관관계	항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파	Cronbach 알파
작업특성	11.63	5.151	.601	.788	
분위기	11.69	4.850	.705	.736	.817
상호기억	11.60	5.120	.689	.746	
약정시간	11.30	5.631	.560	.804	

2. 타당성 검증

구성개념 타당성은 측정지표의 실제측정결과가 본래 의도된 이론적 개념과 부합하는지를 평가하여 검증하는 타당성 측정방법으로서 이론연구를 하는데 있어서 가장 기본적인 것이다. 이러한 개념타당성을 검증하는데 있어서 주로 요인분석(Factor Analysis)을 이용하였다. 즉, 동일한 개념을 측정하기 위한 변수들 간에는 상관관계가 높아야 하므로 동일한 개념을 특정한 변수들이 동일한 요인으로 묶이는 지의 여부를 확인하므로써 측정도구의 타당성을 검증하는 것이다. 요인분석은 주성분분석(Principal Component Analysis)을 주로 이용하고 있다. 그리고 요인수의 결정방식은 보편적으로 고유값(eigen value)을 기준으로 결정하는 방법이며, 요인행렬의 회전방법은 직각회전 방식(varimax)이 가장 많이 사용되는 방법으로 알려져 있다. 본 연구에서는 주성분분석 방식과 직각회전 방식을 채택하였다.

타당성 검증은 각 변수가 각각 분리되어 고유한 특성을 측정하고 있는지를 파악하는 것이다. 즉, 특정 변수와 관련된 항목끼리 잘 묶여지는지를 검증하는 것이다. 이를 위하여 각 변수항목들에 대한 요인들의 Cronbach의 Alpha값을 사용하여 Nunally가 제시한 0.6을 넘는 것만 채택하였다.

따라서 2가지 특성요인별 변수들의 타당성을 검증하기 위하여 Varimax 방식으로 요인분석을 실시한 결과, 독립변수는 <표 4-19>로, 종속변수는 <표 4-20>와 같이 요소그룹으로 축소되어 나타났다. 결과는 0.5 이상의 요인적재량을 가지고 있어 특정 항목들이 특정의 구성개념과 관련이 있는 것으로, 판별타당성이 확보된 것으로 볼 수 있다.

<표 4-19> 애로요인에 관한 타당성 분석결과

	성분				
	1	2	3	4	5
특수컨	**.828**	.069	-.017	.149	.117
대기료	**.790**	-.034	.092	.229	.049
연결부재	**.735**	.121	-.023	.270	.144
톨비부담	.237	**.769**	.323	.052	-.013
어음지급	-.250	**.765**	.087	.117	.129
지입제	.240	**.673**	.149	.242	.073
수급관계	.025	.231	**.746**	-.036	-.161
경유가격	.173	.394	**.694**	.229	-.077
과적부담	-.158	-.051	**.638**	.161	.261
운송료	.437	.328	**.505**	-.004	.002
불친절	.217	.037	.184	**.739**	.038
배차지시	.180	.266	-.107	**.736**	-.011
비협조	.226	.107	.201	**.675**	.260
정보미비	.225	.203	-.073	-.068	**.839**
트러블	.056	-.036	.051	.246	**.828**

<표 4-20> 서비스몰입 및 고객지향성에 관한 타당성 분석결과

	성분			
	1	2	3	4
노력	**.799**	.226	.137	.321
적극	**.792**	.305	.039	.221
화주중요	**.763**	.164	.059	.299
귀기울임	**.712**	.474	-.043	.219
관심	**.656**	.311	.398	.201
운송중요	**.651**	.229	.011	.312
파악	**.585**	.479	.098	.032
이해	.219	**.731**	.004	.216
고려	.352	**.694**	.234	.107
변화시도	.225	**.679**	.279	.317
설명	.452	**.662**	.097	.224
계속	.219	-.090	**.853**	-.107
추천	-.317	.056	**.809**	.030
애착	.151	.151	**.765**	-.022
보람	.129	.287	**.701**	-.095
작업특성	.066	.301	-.219	**.764**
분위기	.394	.250	-.005	**.728**
상호기억	.447	.056	-.209	**.692**
약정시간	.348	.137	.144	**.625**

3. 상관관계 분석

상관관계분석은 측정변수 간의 상관관계, 즉 상호관련성 여부 및 관련성의 정도를 파악하고자 할 때 이용하는 분석이다.

연구모형을 통하여 설정된 가설을 검증하기 위하여 본 연구에서 사용된 9개의 연구변수들의 피어슨(Pearson) 상관관계분석 결과는 다음 <표 4-21>과 같다.

상관관계 분석결과를 살펴보면, 본 연구의 인구통계학적 변수를 제외하고 가설검증에 사용된 변수들 중에서 요인 간의 상관관계가 대체적으로 0.5이하의 수준으로 나타나 있고, 종속변수의 직무몰입과 고객배려의 상관관계가 0.741로 크게 나타나 있다. 그 이유는 다중공선성의 문제라기보다는 종속 변수 간의 관계가 매우 밀접하기 때문이다.

따라서 독립변수들 간의 다중공선성은 존재하지 않는 것으로 분석할 수 있었다. 이러한 독립변수들 간 상호 관련성이 제거된 가운데 종속변수에 각각 영향을 미치는 정도가 분석되었으며, 따라서 그 결과는 본 연구의 실증분석을 위한 회귀분석의 결과로서 의미가 있다고 할 수 있다.

<표 4-21> Pearson 상관계수 분석결과

	구조 문제	비용 문제	지시 문제	특수 상황	동료 문제	서비스 가치	직무 몰입	고객 배려	개별 관계
구조 문제	1.000								
비용 문제	.515**	1.000							
지시 문제	.305**	.311**	1.000						
특수 상황	.225*	.166	.486**	1.000					
동료 문제	.087	.175	.280**	.236*	1.000				
서비스 가치	-.067	.166	-.058	-.204*	.181	1.000			
직무 몰입	.443**	.298**	.047	-.135	-.038	.186	1.000		
고객 배려	.407**	.237*	.008	-.217*	.046	.268**	.741**	1.000	
개별 관계	.489**	.227*	.032	.005	-.036	-.092	.645**	.554**	1.000

유의 확률수준: *: P < 0.05 **: P < 0.01

4. 가설검증

앞에서 척도의 신뢰성과 타당성을 분석한 결과 변수의 내적 일관성과 구성항목의 적합성이 확인되었다. 본 연구에서는 컨테이너 운전기사의 애로요인들이 서비스몰입과 고객지향성에 미치는 영향을 도출하기 위한 연구목적을 달성하기 위하여 다중 회귀분석을 실시하였다. 다중 회귀분석결과를 토대로 제3장에서 설정한 4개의 연구가설을 검증하면 아래와 같다.

(1) 회귀분석 결과: 애로요인과 서비스가치

컨테이너 운전기사의 애로요인은 서비스가치에 부의 영향을 미칠 것이라는 연구가설 H1을 검증하기 위하여 다중 회귀분석을 실시한 결과, 컨테이너 운전기사의 애로요인은 서비스가치에 통계적으로 유의한 수준(확률: P<0.01)에서 크게 영향을 미치는 것으로 분석되었다. <표 4-22>을 살펴보면, 선형모형의 적합도를 측정하는데 이용되는 R제곱은 애로요인의 변수가 투입됨으로써, 서비스가치에 대한 전체 설명력이 16.9%라는 것을 보여 주었음을 의미한다. 이는 통계분석에 이용된 컨테이너 운전기사의 16.9%가 표본회귀선에 적합하다는 것을 의미한다. 한편 R제곱의 변화량에 대한 F변화량 값이 3.424이며 이때 유의확률 F변화량 값이 0.007이므로 유의수준 0.01에서 볼 때 R제곱의 변화량에 대한 통계적인 유의성이 존재한다고 볼 수 있다. 또한 개별 회귀계수와 상수항에 대해서 t분포를 이용한 유의도 검정에 필요한 t통계량과 귀무가설이 기각될 수 있는 유의 확율값이 연구변수별로 제시되어 있는데 애로요인의 지시문제 요인이외에는 모든 독립변수들이 유의한 영향을 미치고 있음을 알

수 있다. 구조문제와 특수상황은 서비스가치에 유의한 부(-)의 영향을 미친다. 비용문제와 동료문제는 서비스가치에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 따라서 컨테이너 운전기사의 애로요인과 서비스가치에 대한 가설은 부분채택 하였다.

<표 4-22> 다중 회귀분석 결과: 서비스가치

연구변수	회귀계수	t유의도	R^2	F값	F유의도
구조문제	-0.313	0.081*	0.169	3.424	0.007***
비용문제	0.398	0.005***			
지시문제	-0.131	0.334			
특수상황	-0.247	0.065*			
동료문제	0.246	0.025**			

유의 확률수준: *: P < 0.10 **: P < 0.05 ***: P < 0.01

모형 요약

모형	R	R제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	통계량 변화량				
					R 제곱 변화량	F 변화량	자유도 1	자유도 2	유의확률 F변화량
1	.411[a]	.169	.120	.831	.169	3.424	5	84	.007

α. 예측값: (상수), 동료문제, 구조문제, 특수상황, 비용문제, 지시문제

계수α

모형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
	B	표준 오차	베타			공차 한계	VIF
(상수)	3.159	.778		4.060	.000		
특수상황	-.247	.132	-.217	-1.871	.065	.737	1.356
비용문제	.398	.138	.347	2.874	.005	.678	1.476
구조문제	-.313	.177	-.211	-1.767	.081	.694	1.442
지시문제	-.131	.135	-.118	-.972	.334	.667	1.498
동료문제	.246	.107	.241	2.288	.025	.894	1.119

α. 종속변수: 서비스가치

(2) 회귀분석 결과: 애로요인과 직무몰입

컨테이너 운전기사의 애로요인은 직무몰입에 정의 영향을 미칠 것이라는 연구가설H2를 검증하기 위하여 다중 회귀분석을 실시한 결과, 컨테이너 운전기사의 애로요인은 직무몰입에 통계적으로 유의한 수준(확률: P<0.01)에서 크게 영향을 미치는 것으로 분석되었다. <표 4-23>을 살펴보면, 선형모형의 적합도를 측정하는데 이용되는 R제곱은 애로요인의 변수가 투입됨으로써, 직무몰입에 대한 전체 설명력이 23.5%라는 것을 보여 주었다. 한편 R제곱의 변화량에 대한 F변화량 값이 5.283이며 이때 유의확률 F변화량 값이 0.000이므로 유의수준 0.01에서 볼 때 R제곱의 변화량에 대한 통계적인 유의성이 존재한다고 볼 수 있다. 또한 개별 회귀계수와 상수항에 대해서 t분포를 이용한 유의도 검정에 필요한 t통계량과 귀무가설이 기각될 수 있는 유의 확율값이 연구변수별로 제시되어 있는데 애로요인의 비용문제, 지시문제, 도료문제 요인이외에는 기타 독립변수들이 유의미한 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 구조문제

는 직무몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 특수상황은 직무몰입에 유의한 부(-)의 영향을 미친다. 따라서 컨테이너 운전기사의 애로요인과 직무몰입에 대한 가설은 부분채택 하였다.

<표 4-23> 다중 회귀분석 결과: 직무몰입

연구변수	회귀계수	t유의도	R^2	F값	F유의도
구조문제	0.634	0.000***	0.235	5.283	0.000***
비용문제	0.013	0.912			
지시문제	0.063	0.608			
특수상황	-0.237	0.045**			
동료문제	-0.053	0.568			

유의 확률수준: *: P < 0.10 **: P < 0.05 ***: P < 0.01

모형 요약

모형	R	R제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	통계량 변화량				
					R 제곱 변화량	F 변화량	자유도 1	자유도 2	유의확률 F변화량
1	.485[a]	.235	.190	.747	.235	5.283	5	86	.000

α. 예측값: (상수), 동료문제, 구조문제, 특수상황, 비용문제, 지시문제

계수α

모형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
	B	표준 오차	베타			공차 한계	VIF
(상수)	1.718	.696		2.468	.016		
특수상황	-.237	.116	-.222	-2.038	.045	.753	1.329
비용문제	.013	.119	.012	.111	.912	.702	1.425
구조문제	.634	.155	.456	4.102	.000	.721	1.388
지시문제	.063	.122	.059	.514	.608	.667	1.500
동료문제	-.053	.093	-.057	-.573	.568	.887	1.128

α. 종속변수: 직무몰입

(3) 회귀분석 결과: 애로요인과 고객배려

컨테이너 운전기사의 애로요인은 고객배려에 정의 영향을 미칠 것이라는 연구가설H3을 검증하기 위하여 다중 회귀분석을 실시한 결과, 컨테이너 운전기사의 애로요인은 고객배려에 통계적으로 유의한 수준(확률: P<0.01)에서 크게 영향을 미치는 것으로 분석되었다. <표 4-24>을 살펴보면, 선형모형의 적합도를 측정하는데 이용되는 R제곱은 애로요인의 변수가 투입됨으로써, 고객배려에 대한 전체 설명력이 26.4%라는 것을 보여 주었음을 의미한다. 한편 R제곱의 변화량에 대한 F변화량 값이 6.232이며 이때 유의확률 F변화량 값이 0.000이므로 유의수준 0.01에서 볼 때 R제곱의 변화량에 대한 통계적인 유의성이 존재한다고 볼 수 있다. 또한 개별 회귀계수와 상수항에 대해서 t분포를 이용한 유의도 검정에 필요한 t통계량과 귀무가설이 기각될 수 있는 유의 확율값이 연구변수별로 제시되어 있는데 애로요인의 비용문제, 지시문제, 동료문제 요

인이외에는 기타 독립변수들이 유의미한 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 구조문제는 고객배려에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 반면 특수상황은 고객배려에 유의한 부(-)의 영향을 미친다. 따라서 컨테이너 운전기사의 애로요인과 고객배려에 대한 가설은 부분채택 하였다.

<표 4-24> 다중 회귀분석 결과: 고객배려

연구변수	회귀계수	t유의도	R^2	F값	F유의도
구조문제	0.626	0.000***	0.264	6.232	0.000***
비용문제	0.050	0.686			
지시문제	0.048	0.701			
특수상황	-0.407	0.001***			
동료문제	0.077	0.422			

유의 확률수준: *: P < 0.10 **: P < 0.05 ***: P < 0.01

모형 요약

모형	R	R제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	통계량 변화량				
					R 제곱 변화량	F 변화량	자유도 1	자유도 2	유의확률 F변화량
1	.514[a]	.264	.221	.771	.264	6.232	5	87	.000

α. 예측값: (상수), 동료문제, 구조문제, 특수상황, 비용문제, 지시문제

계수α

모형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
	B	표준 오차	베타			공차 한계	VIF
(상수)	1.728	.717		2.409	.018		
특수상황	-.407	.120	-.362	-3.397	.001	.744	1.344
비용문제	.050	.123	.045	.406	.686	.700	1.429
구조문제	.626	.159	.425	3.927	.000	.723	1.383
지시문제	.048	.125	.044	.385	.701	.659	1.517
동료문제	.077	.096	.079	.806	.422	.886	1.128

α. 종속변수: 고객배려

(4) 회귀분석 결과: 애로요인과 고객개별관계

컨테이너 운전기사의 애로요인은 고객개별관계에 정의 영향을 미칠 것이라는 연구가설H4를 검증하기 위하여 다중 회귀분석을 실시한 결과, 컨테이너 운전기사의 애로요인은 고객개별관계에 통계적으로 유의한 수준(확률: P<0.01)에서 크게 영향을 미치는 것으로 분석되었다. <표 4-25>을 살펴보면, 선형모형의 적합도를 측정하는데 이용되는 R제곱은 애로요인의 변수가 투입됨으로써, 고객개별관계에 대한 전체 설명력이 26.1%라는 것을 보여 주었음을 의미한다. 한편 R제곱의 변화량에 대한 F변화량 값이 6.152이며 이때 유의확률 F변화량 값이 0.000이므로 유의수준 0.01에서 볼 때 R제곱의 변화량에 대한 통계적인 유의성이 존재한다고 볼 수 있다. 또한 회귀계수와 상수항에 대해서 t분포를 이용한 유의도 검정에 필요한 t통계량과 귀무가설이 기각될 수 있는 유의 확율 값이 연구변수별로 제시되어 있는데 애로요인의 구조문제 요인이외에는

기타 독립변수들이 유의한 영향을 미치고 없음을 알 수 있다. 구조문제는 고객개별관계에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 따라서 컨테이너 운전기사의 애로요인과 고객개별관계에 대한 가설은 채택 하였다.

<표 4-25> 다중 회귀분석 결과: 고객개별관계

연구변수	회귀계수	t유의도	R^2	F값	F유의도
구조문제	0.664	0.000***	0.261	6.152	0.000***
비용문제	-0.098	0.326			
지시문제	-0.015	0.882			
특수상황	-0.018	0.855			
동료문제	-0.057	0.465			

유의 확률수준: *: P < 0.10 **: P < 0.05 ***: P < 0.01

모형 요약

모형	R	R제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	통계량 변화량				
					R 제곱 변화량	F 변화량	자유도 1	자유도 2	유의확률 F변화량
1	.511[a]	.261	.219	.623	.261	6.152	5	87	.000

α. 예측값: (상수), 동료문제, 구조문제, 특수상황, 비용문제, 지시문제

계수α

모형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
	B	표준 오차	베타			공차 한계	VIF
(상수)	1.654	.580		2.853	.005		
특수상황	-.018	.097	-.020	-.184	.855	.744	1.344
비용문제	-.098	.099	-.109	-.988	.326	.700	1.429
구조문제	.664	.129	.559	5.161	.000	.723	1.383
지시문제	-.015	.101	-.017	-.149	.882	.659	1.517
동료문제	-.057	.077	-.072	-.734	.465	.886	1.128

α. 종속변수: 고객개별관계

<표 4-26> 회귀분석 결과 종합

		서비스몰입		고객지향성	
		서비스가치	직무몰입	고객배려	고객개별관계
애로요인	구조문제	-0.313 (0.081*)	0.643 (0.000***)	0.626 (0.000***)	0.664 (0.000***)
	비용문제	0.398 (0.005***)			
	지시문제				
	특수상황	-0.247 (0.065*)	-0.237 (0.045**)	-0.407 (0.001***)	
	동료문제	0.246 (0.025**)			

유의 확률수준: *: P < 0.10 **: P < 0.05 ***: P < 0.01

<표 4-27> 실증분석 결과요약

가설기호	가설내용	유의여부	분석결과
H1	컨테이너 운전기사의 애로요인은 서비스가치에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.	유의	부분채택
H2	컨테이너 운전기사의 애로요인은 직무몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	유의	부분채택
H3	컨테이너 운전기사의 애로요인은 고객배려에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	유의	부분채택
H4	컨테이너 운전기사의 애로요인은 고객개별관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	유의	채택

5. 실증분석 결과해석

종속변수와 독립변수의 영향요인 간의 상호 관련성을 파악하기 위하여 독립변수와 종속변수를 하나로 묶어서 다중회귀분석을 실시하여 연구가설을 검증하였다. 앞에서 분석한 연구가설의 실증분석 결과를 근거로 독립변수 각각에 연구가설의 실증분석 내용을 물류 기업의 현실적 상황에 비추어 해석하면 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 애로요인과 서비스가치의 관계

구조문제요인은 서비스가치에 부(-)의 영향을 미친다. 본 연구에서 서비스가치는 '운송에 대한 애착 정도, 업무를 계속 적극 하고 싶다는 느낌 '으로 측정 하였다. 운송량의 감소 및 과적 부담 등에 의하여, 기사의 부담이 증가되고, 따라서 운송에 대한 애착이 감소하는 것으로 나타났다. 그리고 당초 예상과 같이 회귀계수의 부호도 정확히 일치했다.

비용문제요인은 서비스가치에 정(+)의 영향을 미친다. 낮은 운송료 및 통행료가 증가에 의하여, 트럭 기사가 겪는 애로 정도는 날로 심화되고 있다. 비용요인이 날로 악화되는 상황이니, 이럴수록 서비스 가치에라도 더욱 강한 집중력을 높여 가는 것으로 해석된다. 그러나 당초 예상과 달리 회귀계수의 부호가 달라 가설은 기각되었다.

특수상황요인은 서비스가치에 부(-)의 영향을 미친다. 본 연구에서 특수상황은 '대기료를 못 받는다, 특수 컨테이너 할증료가 적다, 연결 물량의 부재'로 측정 하였다. 이러한 상황에 의하여, 기사의 부담이 증가되고, 그래서 특수상황요인은 서비스가치에 부(-)의 영향을 미친다.

동료문제요인은 서비스가치에 정(+)의 영향을 미친다. 본 연구에서 동료문제는 '기사 간 정보교환 미비, 갈등'으로 측정 하였다. 이러한 상황에 의하여, 기사는 업무량 증가를 위하여, 이전 보다 더욱 적극적인 작업을 한다. 동료 간의 어려움은 운송기사들의 경쟁력을 자극하고 이는 다시 서비스 가치에 더욱 높은 집중력을 기울이는 것으로 해석된다. 따라서 컨테이너 운전기사의 애로요인과 서비스가치에 대한 가설은 부분채택 하였다.

둘째, 애로요인과 직무몰입의 관계

구조문제요인은 직무몰입에 정(+)의 영향을 미친다. 본 연구에서 직무몰입은 '화주에게 제공하는 서비스의 적극정도, 화주에 대한 중시정도 '로 측정하였다. 운송업 내부의 치열한 경쟁 및 과적부담, 지속적인 경유가 인상구조 등이 심화될수록 기사들은 더욱 더 자신들의 직무에 몰입하는 성향을 보인다.

특수상황요인은 직무몰입에 부(-)의 영향을 미친다. 본 연구에서 특수상황은 '대기료를 못 받는다, 특수 컨테이너 할증료가 적다, 연결 물량의 부재'로 측정 하였다. 이러한 상황에 의하여, 기사의 부담이 증가되고,

그래서 특수상황요인은 직무몰입에 부(-)의 영향을 미친다. 따라서 컨테이너 운전기사의 애로요인과 직무몰입에 대한 가설은 부분채택 하였다.

셋째, 애로요인과 고객배려의 관계

구조문제요인은 고객배려에 정(+)의 영향을 미친다. 본 연구에서 고객배려는 '화주의 이익을 우선 고려하고, 화주의 이익 및 목표에 대해 잘 알고 있다'로 측정하였다. 트럭 운송기사들은 운송환경이 악화될수록 고객배려에 심혈을 기울이고 있으며 보다 나은 서비스 제공을 위해 최선을 다하는 것으로 해석할 수 있다. 치열한 운송환경이 오히려 고객배려 및 서비스 제고, 고객 욕구 만족 성향을 자극하고 있다.

특수상황요인은 고객배려에 부(-)의 영향을 미친다. 본 연구에서 특수상황은 '대기료를 못 받는다, 특수 컨테이너 할증료가 적다, 연결 물량의 부재'로 측정 하였다. 이러한 상황에 의하여, 기사의 부담이 증가되고, 그래서 특수상황요인은 고객배려에 부(-)의 영향을 미친다. 따라서 컨테이너 운전기사의 애로요인과 고객배려에 대한 가설은 부분채택 하였다.

넷째, 애로요인과 고객개별관계의 관계

구조문제요인은 고객개별관계에 정(+)의 영향을 미친다. 본 연구에서 고객개별관계는 '화주와 좋은 분위기를 유지 및 작업지의 특성을 숙지정도'로 측정 하였다. 구조적 문제의 심화가 오히려 고객개별관계 및 고객화, 고객지향성에 강한 영향을 주고 있다. 따라서 컨테이너 운전기사의 애로요인과 고객개별관계에 대한 가설은 채택 하였다.

제 5 장 결 론

본장에서는 실증연구결과를 간략히 요약하고, 이와 함께 본 연구의 시사점, 그리고 연구의 한계 등을 제시하고자 한다.

제 1 절 연구결과의 의미

1. 연구결과의 요약

본 연구의 목적은 물류 기업의 컨테이너 운전기사의 애로요인과 서비스몰입 그리고 고객지향성의 영향관계를 검증하는 것이다. 분석 결과는 물류 기업의 컨테이너 운전기사의 애로요인은 서비스몰입에 유의한 영향을 미치며, 그리고 애로요인은 고객지향성에도 유의한 영향을 미친다는 것이다.

본 연구를 통해 얻은 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 실증분석결과는 구조문제와 특수상황은 서비스가치에 유의한 부(-)의 영향을 미치고, 비용문제와 동료문제는 서비스가치에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 따라서 애로요인과 서비스가치에 대한 가설은 부분채택 하였다.

둘째, 구조문제는 직무몰입과 고객배려에 유의한 정(+)의 양형을 미치고, 특수상황은 직무몰입과 고객배려에 유의한 부(-)의 양형을 미친다. 따라서 애로요인과 직무몰입, 고객배려에 대한 가설은 부분채택 하였다.

셋째, 구조문제는 고객개별관계에 유의한 정(+)의 영향을 미친다. 따라서 애로요인과 고객개별관계에 대한 가설은 채택 하였다.

2. 연구결과의 시사점

본 연구에서 나타난 컨테이너 운전기사의 애로요인에 대한 연구결과를 통해 다음과 같은 시사점을 제시하고자 한다.

첫째, 컨테이너 운전기사에 영향을 미치는 요인으로 구조문제, 비용문제, 지시문제, 특수상황 및 동료문제 구성된 애로요인을 채택하였다. 구조문제(수급불균형, 경유가 인상구조, 과적단속, 운임체계)가 가장 큰 애로요인이며, 두 번째가 비용문제(운송료, 도속도로 통행료, 지입제), 세 번째가 특수상황(대기료, 할증료, 연결 물량)으로 나타났다. 지시문제와 동료 간 문제는 그리 심각한 문제가 아니다. 위에서 서술한 바를 종합하면 구조문제 해결이 가장 중요하다.

둘째, 기사들이 지각하는 서비스 가치는 극히 낮다. 자신들의 업무에 전혀 애착을 갖고 있지 않다. 반면, 자신들의 직무에는 비교적 강한 몰입을 보이고 있다. 일반인의 생각과는 달리 화주들을 매우 중시 여기고 있다. 따라서 관리자는 컨테이너 운전기사의 처우개선을 통해 컨테이너 운전기사가 자신업무의 중요성을 인식하고 몰입할 수 있도록 유도하는 것이 중요하다.

셋째, 한국 컨테이너 운전기사의 서비스몰입 및 고객지향성은 결국 구조적, 환경적 문제의 해결에서 출발하는 것으로 생각된다. 본 논문을 통해 구조적 문제는 서비스가치를 포함한 모든 연구과제에 유의한 영향을 미치는 등 가장 중요한 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 구조적 문제가 컨테이너 운전기사들의 서비스가치에 엄청난 부의 영향을 미치는 데서도 구조적 문제의 심각성을 알 수 있다. 비용문제 역시 당장 구조적 문제만큼 유의한 영향이 적었지만 동 요인 역시 매우 중요한 변수가 되고 있다.

특히 특수상황과 관련된 변수가 서비스몰입 및 고객지향성에 부의 영향을 미친 점도 결코 그 중요성이 가볍지 않다. 그동안의 물류 활동에서 특수컨테이너의 이동, 중량물 운송, 냉동컨테이너 등 불리하거나 여건이 좋지 않은 배차의 경우에도 기사들은 거의 미미한 보상밖에는 받지 않았다. 워낙 경쟁상황이 치열한데다 화주 및 운송업체 모두 추가적인 지원 및 보상을 꺼리는 이유 때문이다.

넷째, 컨테이너 운전기사의 서비스몰입 및 고객지향성은 상당부분 정부 측에서 풀어야 할 문제들로 구성되어 있다. 무엇보다 이번 조사에서 밝혀진 것처럼 수급 조정을 위한 중장기 계획 및 경유가 지원 대책, 과적 부담에 대한 화주 징계방안 등을 철저히 수립과 함께 특수 컨테이너 운송시의 지원 방안 등을 위한 대책을 강구하는 등 보다 적극적인 지원 대책이 필요하다.

제 2 절 연구의 한계 및 향후 연구과제

본 연구가 갖는 한계점과 이에 따른 향후 연구방향을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 컨테이너 도로운송 합리화를 위한 정부의 역할에 대한 세부 연구가 필요하다. 향후 연구에서는 정부 측에서 화물운송에 대한 법률 및 정책이 기사에게 미치는 영향을 연구할 필요가 있다.

둘째, 연구의 대표성을 높이기 위해서는 보다 많은 표본의 확대가 필요하다. 본 연구에서는 부산항 컨테이너 운전기사를 연구대상으로 선정하였다. 향후 연구에서는 표본을 한국의 다른 지역 화물운송노동자를 조사할 필요가 있다.

셋째, 서비스 평가에 있어서 화주의 만족도를 조사하지 못했다는 한계

점이 있다. 연구의 일반화와 이론적 확장을 위하여 화주 집단의 만족도에 대한 비교연구가 필요하다. 향후 연구에서는 서비스몰입 및 고객지향성을 화주를 대상으로 조사할 필요가 있다.

넷째, 중국과의 비교연구가 필요하다. 트럭운송은 한국에서 매우 중요한 운송수단이지만 아마도 그 중요성은 중국에도 마찬가지일 것이다. 중국 트럭기사를 대상으로 실증조사한 후 한중비교분석을 실시하면 유익한 결론이 도출될 수 있을 것이다.

PUKYONG NATIONAL UNIVERSITY
부경대학교

참 고 문 헌

건설교통부, 「화물자동차운수사업법령」, 2004, 6, p. 31.

김남재 · 강병서 · 유경환, “서비스 종업원의 역할보호성이 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구”, 「경영학연구」, Vol. 31, No.5, 2002, pp. 1165-1183.

김순태, “화물자동차 공차율 저감과 실차율 향상 방안에 관한 연구”, 「물류학 석사학위논문」, 명지대학교, 2003, p. 36.

김종호 · 신용섭, “서비스품질, 서비스가치, 만족, 관계의 질 및 재이용의도의 구조적 관계”, 「마케팅과학연구」, 제8집, 한국마케팅과학회, 2001, pp. 1-23.

김태룡, “공무원의 정보격차구조가 고객지향적 행정에 미치는 영향에 관한연구”, 「한국행정학보」, Vol. 37, No.2, 한국행정학회, 2003, pp. 307-331.

김혜원 · 박경애, “백화점 판매원의 고객지향성이 고객만족도에 미치는 영향: 판매원관점 대 고객관점”, 「한국의류학회지」, Vol. 27, No.11, 한국의류학회, 2003, pp. 1270-1278.

노민구 · 장한기, “교육전문직의 직무몰입도 선행변인 탐색”, 「지방교육경영」, Vol. 5, No.2, 한국지방교육경영학회, 2000, pp. 129-141.

박봉규, “호텔종업원의 고객지향과 그 결정요인에 관한 연구”, 「관광레저연구」, Vol. 10, No.1, 한국관광레저학회, 1997, pp. 7-29.

박성엽, “종업원 만족이 종업원의 고객지향에 미치는 영향에 관한 연구”, 「서울대학교 석사학위논문」, 1997.

배병렬 · 이민우, “서비스제공자의 고객지향성이 관계질 및 재구매의도에 미치는 영향”, 「한국마케팅저널」, Vol. 3, No.2, 2001, pp. 21-40.

서창적 · 안성혁, “종업원의 서비스몰입과 고객지향성이 서비스품질에 미치는 영향 -정규직과 비정규직의 비교를 중심으로-”, 「서비스경영학회지」, Vol. 5, No.3, 한국서비스경영학회, 2004, pp. 77-105.

성도경, “행정서비스의 고객지향성 평가”, 「한국사회와 행정연구」, Vol. 14, No.4, 2004, pp. 97-122.

오석홍, 「조직이론」, 박영사(서울), 1999, pp. 633-634.

윤보중, “해마다 반복되는 화물연대 파업, 왜?”, 「월간 말」, 2007.1, pp.136-139.

윤영삼, “부산항 컨테이너 하역운송업의 노사관계 실태와 개선과제: ODCY 업체들의 경우”, 「해운물류연구」, 제42호, 한국해운물류학회, 2004.9, pp.97-124.

윤영삼 · 백두주, “특수고용직 노동자의 조직화에 관한 연구”, 「산업노동연구」, 제9권, 제2호, 2003, pp. 1-34.

윤영삼, “화물운송노동자의 노동실태와 생활실태”, 「민주노총 주최 정책토론회 발표문집」, 2003b, pp. 1-20.

윤영삼, “우리나라 도로화물운송체계의 현황과 문제점”, 「비정규노동」, 5월호, 2003c, pp. 10-17.

윤영삼, “부산지역 화물자동차운수업의 동향과 개혁방안”, 부산경남지역사회연구센터(편)「지역혁신과 부산지역의 산업네트워크」, 2004b, pp. 354-381.

오세윤 · 노시평 · 박희서, “고객 지향적 행정의 구현전략에 관한 연구 -공무원들의 심리구조 개발을 중심으로-”, 「한국사회와 행정연구」, Vol. 11, No.2, 2000, pp. 157-171.

이영재 · 오정석, “조직구성원의 직무만족과 고객지향성에 관한 연구”, 「한국지적정보학회지」, Vol. 6, No.1, 2004, pp. 63-84.

이용기 · 장병집 · 박영균, "대학 환경특성이 전반적 서비스품질, 서비스가치와 학생만족에 미치는 영향”, 「한국마케팅저널」, Vol. 4, No.1, 한국마케팅학회, 2002, pp. 77-100.

이유진 · 이현수, “정규직과 비정규직 근로자의 직무특성이 직무몰입에 미치는

영향에 관한 연구", 「인력개발연구」, Vol. 7, No.1, 한국인력개발학회, 2005, pp. 62-65.

이지만 · 김레슬리, "고객서비스몰입의 결정요인과 서비스품질 지각에 관한 연구: 호텔 서비스 산업을 중심으로", 「연세대학교 석사논문」, 2004, pp. 438-440.

조철호 · 강병서, "병원 웹사이트 서비스품질이 서비스가치와 고객만족에 미치는 영향", 「서비스경영학회지」, Vol. 7, No.4, 한국서비스경영학회, 2006, pp. 83-108.

정호희, "육상운송비용 절감과 화물노동자 권리 보장", 「민주노총 주최 정책토론회 발표문집」, 2003, pp. 21-37.

지성구, "서비스기업의 사회적 책임활동이 종업원의 조직신뢰와 서비스몰입에 미치는 영향", 「대한경영학회지」, Vol. 19, No.5, 대한경영학회, 2006, pp. 1867-1893.

최낙환, "판매원의 고객지향성에 대한 조직몰입과 적응성의 매개적 역할", 「마케팅연구」, Vol. 12, No.2, 한국마케팅학회, 1997, pp. 43-65.

최낙환 · 나광진 · 이진렬, "관계지향적 고객의 구전 및 재구매의도에 대한 전반적 만족과 신뢰 및 몰입의 매개적 역할에 관한 연구", 「한국마케팅저널」, Vol. 2, No.4, 2001, pp. 13-35.

한백수 · 추창엽, "화물자동차 운송의 과적차량 단속체계 개선방안에 관한 연구", 「물류학회지」, Vol. 10, No.1, 한국물류학회, 2000, pp. 47-82.

홍갑선, "화물운송제도 개선방안", 「교통개별연구원」, 2003, p. 15.

홍부길 · 김성국, "직무만족과 고객지향성간의 관계의 관한 실증적 연구", 「경영논총」, Vol. 12, 이화여자대학교 경영연구소, 1994, pp. 25-39.

A. K. Kohli and B. J. Jaworski, "Market Orientation: The Construct Research Propositions and Managerial Implication", *Journal of Marketing*, Vol. 54, April, 1990, pp. 1-18.

B. J. Babin and J. S. Boles, "The Effects of Perceived Co-Worker Involvement and Supervisor Support on Service Provider Role Stress, Performance Job Satisfaction", *Journal of Retailing*, Vol. 72, No.1, 1996, pp. 57-75.

B. J. Dunlap, M. J. Dotson and Terry M. Chambers, "Perceptions of Real-Estate Brokers and Buyers: A Sales-Orientation, Customer-Orientation Approach", *Journal of Business Research*, Vol. 17(September), 1988, pp. 175-187.

D. Bowen, C. Siehl and B. Schneider, "A Framework for Analyzing Customer Service Orientation in Manufacturing", *Academy of Management Review*, Vol. 14, No.1, 1989, pp. 75-95.

D. T. Donavan, T. J. Brown and J. C. Mowen, "The Consequences of Service Worker Customer Orientation: Job Satisfaction, Commitment and Performance", *Working Paper*, Kansas State University, 2001.

F. Cornish, "Building a Customer-Oriented Organization", *Journal of Marketing*, Vol. 52, 1988, pp. 92-98.

G. S. Day and R. Wensley, "Assessing Advantage: A Framework for Diagnosing Competitive Superiority", *Journal of Marketing*, Vol. 52(April), 1988, pp. 1-20.

J. A. Litterer, "Conflict in Organization: A Reexamination", *Organization Behavior and Management*, Michigan State Univ. 1974, p. 322.

J. A. Siguaw, G. Brown and R. E. Widing, "The Influence of the Market

Orientation of the Firm on Sale Force Behavior and Attitudes", *Journal of Marketing Research*, Vol.31(February), 1994, pp. 106-116.

K. Kawamura, "Perceived Value of Time for Truck Operators", *Transportation Research Record*, 2000, pp. 31-36.

K. W. Thomas, "Conflict and Conflict Management", *Handbook of Industrial and Organization Psychology*, Rand McNally. 1976, pp. 889-891.

L. R. Pondy, *Organization Conflict: Concepts and Model*, The University of Chicago Press, 1989, pp. 288-289.

R. E. Michaels and R. L. Day, "Measuring Customer Orientation of Salespeople: A Replication with Industrial Buyers", *Journal of Marketing Research*, Vol. 22(November), 1985, pp. 443-446.

R. N. Kanungo, "Measurement of Job and Work Involvement", *Journal of Applied Psychology*, Vol. 67, No.3, 1982, pp. 341-349.

R. R. Miles, *Macro Organization Behavior*, Santa Monica, CA, Goodyear Pub. 1980, pp. 121-122.

R. Saxe and B. A. Weitz, "The SOCO Scale: A Measure of the Customer Orientation of Salespeople", *Journal of Marketing Research*, Vol. 22(August), 1982, pp. 343-351.

S. P. Robbins, *Organization Behavior,* Englewood Cliffs, N.J.: Prentice - Hall 1986, pp. 121-122.

T. J. Peter and R. H. Waterman, *In Search for Excellence,* Cambridge, MA: Harper & Row Publishers Inc, 1982, pp. 1-50.

http://www.hani.co.kr/arti/economy/consumer/99804.html(2007, 5, 23(금))

http://www.moct.go.kr/DataCenter/StatisticData/06sta/statlist.htm?MID=MM066(2007.5.21(월)).

설 문 지

NO.(　　)

-컨테이너 운전기사-

안녕하세요?

저는 부경대학교 대학원 국제통상물류학과 석사과정 학생입니다. 여러 가지로 바쁘실텐데 소중한 시간을 할애해 주셔서 감사드립니다.

본 설문지는 **물류서비스의 애로요인이 서비스몰입과 고객지향성에 미치는 영향**을 위해 작성되었습니다.

귀하의 소중한 응답은 익명으로 통계처리되며, 본 조사의 내용은 연구 목적으로만 사용될 것입니다.

각 문항에 대한 정답이 없으므로, 귀하의 생각하신 바를 그대로 응답해주시면 감사하겠습니다.

다시 한번 귀하의 도움에 깊은 감사를 드립니다.

지도교수: 부경대학교 국제통상물류학과 조 찬 혁 교수

연구자: 부경대학교 국제통상물류학과 석사과정 양　원

휴대전화: 010-5821-0218

E-mail: yangyuan18@hanmail.net

Ⅰ. 아래 항목들은 컨테이너 운전기사의 **서비스몰입**에 관련된 것입니다. 각 항목에 대하여 '전혀 그렇지 않다(1점)' 에서부터 '매우 그렇다(5점)' 까지의 보기 중에서 귀하의 생각과 느낌이 가장 가까운 곳에 표시(√)해 주십시오.

	항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통 이다	그런 편이다	매우 그렇다
서비스가치	1. 나는 컨테이너 내륙운송을 통해 보람을 느낀다.	1	2	3	4	5
	2. 나는 컨테이너 운송 업무를 계속하고 싶다.	1	2	3	4	5
	3. 나는 나의 직업을 주위에 적극 추천하고 싶다.	1	2	3	4	5
	4. 나는 컨테이너 내륙운송에 애착을 가지고 있다.	1	2	3	4	5
직무몰입	5. 나는 화주에게 제공하는 컨테이너 운송 서비스가 매우 중요하다고 생각한다.	1	2	3	4	5
	6. 나는 화주에게 적극적인 서비스를 제공 한다.	1	2	3	4	5
	7. 나는 화주에게 보다 나은 서비스를 제공하고자 노력한다.	1	2	3	4	5
	8. 나는 화주에 대한 서비스 제공과 관련된 것들에 관심이 많다.	1	2	3	4	5
	9. 나는 화주를 매우 중요하게 생각한다.	1	2	3	4	5
	10. 나는 작업지로 출발하기 전 화주의 요구사항을 미리 파악한다.	1	2	3	4	5
	11. 나는 화주의 요구에 귀를 잘 기울인다.	1	2	3	4	5

Ⅱ. 아래 항목들은 컨테이너 내륙운송기사의 **고객지향성**에 관련된 것입니다. 각 항목에 대하여 '전혀 그렇지 않다(1점)' 에서부터 '매우 그렇다(5점)' 까지의 보기 중에서 귀하의 생각과 느낌이 가장 가까운 곳에 표시(√)해 주십시오.

	항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통 이다	그런 편이다	매우 그렇다
고객배려	1. 나는 항상 화주의 이익을 우선 고려한다.	1	2	3	4	5
	2. 나는 화주의 이익 및 목표에 대해 잘 알고 있다.	1	2	3	4	5
	3. 나는 화주에게 운송에 대한 설명을 잘 해준다.	1	2	3	4	5
	4. 나는 좀더 나은 서비스를 제공하기 위하여 새로운 변화를 항상 시도한다.	1	2	3	4	5
고객개별관계	5. 나는 화주와의 운송약정 시간을 지킨다.	1	2	3	4	5
	6. 나는 화주의 상호를 잘 기억하고 있다.	1	2	3	4	5
	7. 나는 화주와 일하기 좋은 분위기를 조성하고 유지하고 있다.	1	2	3	4	5
	8. 나는 화주 작업지의 특성(회전반경, 진입로폭, 교통상황 등)을 잘 알고 있다.	1	2	3	4	5

Ⅲ. 컨테이너 운전기사의 **애로사항**

귀하의 컨테이너 운송 업무 중 가장 힘들다고 인식하고 있는 분야는?

항목	전혀 힘들지 않다	별로 힘들지 않다	보통 이다	힘든 편이다	매우 힘든 다
수요는 적은데 공급(차량)은 많다	①	②	③	④	⑤
경유비 부담이 크다	①	②	③	④	⑤
과적 부담이 크다	①	②	③	④	⑤
운송료의 비현실성	①	②	③	④	⑤
운송료 어음지급 관행	①	②	③	④	⑤
고속도로 통행료(톨비 부담)	①	②	③	④	⑤
지입제의 문제점이 크다	①	②	③	④	⑤
불공평한 배차 지시	①	②	③	④	⑤
CY,CFS, 항만 및 작업지 직원들의 불친절	①	②	③	④	⑤
CY측의 업무 비협조	①	②	③	④	⑤
작업지에서 작업시간을 초과해도 대기료를 못 받는다	①	②	③	④	⑤
특수 컨테이너(오픈탑, 냉동 등)를 운송해도 추가 할증료가 적다	①	②	③	④	⑤
연결 물량의 부재	①	②	③	④	⑤
트레일러 기사 간 정보교환 미비	①	②	③	④	⑤
트레일러 기사 간 갈등(트러블)	①	②	③	④	⑤

Ⅳ. 아래는 통계적 분류를 위한 문항입니다. 본인이 해당되는 곳에 표시(√)해 주십시오.

1) 성별 ① 남자 ② 여자

2) 연령 ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 이상

3) 학력 ① 고졸 ② 전문대졸 ③ 대졸
④ 대학원졸 이상

4) 근속년수 ① 1년 미만 ② 1~3년 ③ 3~5년 ④ 5년 이상

5) 근로형태 ① 정규직원(직영차) ② 지입차(용차)
③ 위수탁차(관리차) ④ 용차 또는 위수탁 차의 기사

6) 운송회사명 ( )

감사의 글

석사과정의 시작부터 끝까지 늘 격려와 지도를 해주신 조찬혁 교수님, 주심을 맡아주신 최홍석 교수님, 논문의 완성도를 높여주신 최태영 교수님, 좋은 강의를 해주신 부경대 교수님들께 심심한 감사의 말씀을 드립니다.

나에게 스스로 사고하면서 학문의 길을 찾게 해줌과 동시에 연구에 대한 접근 방법의 폭을 넓혀주었고, 사물을 보는 눈을 더욱 트이게 하였습니다. 영원히 이 고마운 만남의 인연을 잊지 못할 것입니다.

내가 아는 한국인에게 특히, 나에게 따뜻한 미소로 친절을 아끼지 않았던 그분들에게 감사를 드립니다.

그리고 내가 보았던 한국의 풍경과 문화, 풍습 등을 영원히 기억하면서 동경할 것입니다.

내가 이 영광스러운 석사학위를 받기까지 언제나 헌신적으로 나를 지켜주고 응원 해준 외할머님, 부모님, 이모님께 감사 드립니다. 공부만 해서 뒷바라지하기 힘들다고 푸념을 늘어놓는 남편 조광철에게 고맙고 한편으로 나만 공부한 것 같아 미안한 마음도 함께 어우러집니다.

배움은 항상 새롭다는 것을 일깨워주셨으며 이렇듯 분에 넘친 많은 사랑과 은혜를 제게 베풀어주신 분들께 조금이나마 보답하기 위해 저도 더욱 정진하고 노력하겠습니다.

머지않아 세상에 나오는 나의 아이에게 이 논문을 선사합니다.