

서비스 제공자의 성격이 서비스 교육성과에 미치는 영향에 관한 연구

김민주* & 박종우**

승실대학교 경영대학원 승실대학교 경영학부 교수

본 연구는 서비스 교육성과에 미치는 영향으로 성격의 요인을 살펴봄으로써 서비스 지향적인 직원들의 채용 및 서비스 교육의 방향에 대해 연구하자 하였다. 최근 기업 간의 경쟁이 치열해 지면서 고객들에게 제품이외의 것을 제공하여 고객만족을 통한 차별화에 관심을 주기 시작 하였다. 이러한 기업들은 '고객만족'을 위해 물리적 자원과 서비스 제공자의 인적자원을 포함하여 광범위하게 노력을 기울였다. 그러나 변화무쌍한 고객의 기대에는 더 광범위한 노력이 필요하였다. 따라서 인적자원의 노력이 필요하였다. 특히 서비스를 제공하는 기업에는 고객의 접점에서 일하는 직원들의 수행능력이 고객의 기대에 만족을 줄 뿐만 아니라 기업의 이미지에도 영향을 미칠 수 있기 때문에 직원들의 고객 지향적 사고 및 행동은 고객만족에 영향을 주는 하나의 요소로 볼 수 있다. 특히 접점에서 대면하는 직원들의 지속적인 서비스 교육을 통해서 기본적인 고객응대와 고객 지향적인 사고를 전달하여 기업의 경쟁력을 향상시키고 변화하는 고객의 기대에 부응하고자 노력하고 있다.

이에 따라 본 연구에서는 이론적 근거를 토대로 연구모형을 설계하고 가설 검증을 하기 위해 유통서비스에서 1회 이상의 서비스교육을 받은 접점의 직원들을 대상으로 설문지를 배포하여 성격과 서비스 교육의 전과 후 성과 및 서비스 교육 횟수에 대해 조사하였다. 본 연구의 실증분석 결과는 다음과 같다. 첫째, 성격과 서비스 교육성과에 미치는 영향을 볼 때 성취지향성 (ambition), 배려성 (likeability), 신중성 (prudence)은 서비스 교육성과에 영향을 미친다고 나타났다. 이는 직원 채용에 있어 성격요인 분석을 할 필요성이 있을 것으로 생각된다. 서비스 지향적인 사고를 지니고 있고, 서비스 교육을 지속적으로 진행하는 기업의 특성에 맞는 직원을 채용함으로써 교육성과의 극대화와 기업의 이익창출 및 이미지제고의 긍정적인 영향을 줄 것으로 기대된다. 둘째, 서비스 교육 횟수가 성격과 서비스 교육성과 간의 조절 작용 여부를 검증할 결과 성취지향성 (ambition), 사회성 (sociability), 지적호기심 (intellectance)이 조절 작용을 하는 것으로 나타났다. 즉 직원의 특성에 맞는 적절한 교육 횟수에 대한 방안을 모색할 수 있을 것으로 기대된다. 또는 집단 안에서 비슷한 성격의 직원들로 구성하여 그 구성원들의 서비스 교육진행에 있어 교육 횟수를 조절한다면 서비스 교육의 성과를 극대화 할 수 있을 것으로 예상할 수 있다. 마지막으로, 교육생의 학력수준이 성격과 서비스 교육성과 간의 조절 작용 여부를 검증한 결과 학력과는 무관한 것으로 나타났으며, 이는 교육생의 학력수준으로 서비스 교육의 성과를 결정하는 요소가 아님을 알 수 있다.

**교신저자: jongpark7@ssu.ac.kr