
호텔직원의 Big 5 성격요인, 직무몰입 및 고객지향성간의 영향관계

Relation Among Big 5 Personality Factors, Job Involvement and Customer Orientation of Hotel Employees

이채은*, 이진영**

세종대학교 호텔관광경영학과*, 국제대 관광경영계열**

Chae-Eun Lee(bacca75@hanmail.net)*, Jin-Young Lee(jincasino@nate.com)**

요약

본 연구는 호텔직원의 Big 5 성격요인과 직무몰입, 직무몰입과 고객지향성의 영향관계를 발견하는 것이며, 호텔직원의 성격요인을 조직에 어울리게 더욱 발전시키는 방법을 제공하는 것을 목적으로 한다.

첫째, Big 5 성격요인과 직무몰입의 회귀분석결과와 세부적인 검증결과는 다음과 같이 제시되었다. 직무애착은 외향성과 친화성에 유의한 영향을 주었다. 직무책임감, 직무중요성은 성실성과 안정성이 유의한 영향을 주었다. 둘째, 직무몰입과 고객지향성의 회귀분석의 결과와 세부적인 검증결과는 다음과 같이 제시되었다. 고객욕구충족의 경우는 직무애착과 직무책임감이 유의한 영향을 주었다. 고객응대서비스는 직무책임감과 직무중요성이 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다.

■ 중심어 : | Big 5 성격요인 | 직무몰입 | 고객지향성 |

Abstract

This study aims to find the influential relation amongst Big 5 personality factors, job involvement and customer orientation of hotel employees and to provide methods to develop their personality factors suitable for a organization

Firstly, detailed verification findings of regression analysis on Big 5 personality factors and job involvement were suggested as following; Job attachment of hotel employees influenced their extroversion and friendliness. Also, sincerity and stability had significant effects on job responsibility and task significance had significant. Secondly, regression analysis was performed to identify the results of job involvement and customer orientation and the detailed verification results are as following; Satisfaction of customers' needs had significant effect on job attachment and job responsibility. In addition, service for response to customers' contacts meaningfully influenced job responsibility and task significance.

■ keyword : | Big 5 Personality | Job Commitment | Customer Orientation |

1. 서론

호텔산업에 있어서 인적서비스가 그 호텔의 이미지와 성공을 대변하듯이 고객의 욕구와 만족을 이끌기

위해서는 친절한 태도나 행동이 자연스럽게 발생할 때 비로소 고객에게 그대로 전달되고 소비자의 만족을 유도할 수 있다. 이러한 행동이나 태도는 훈련이나 교육 등을 통해서 나타나기도 하지만 인간이 가진 성

접수번호 : #100405-002

접수일자 : 2010년 04월 05일

심사완료일 : 2010년 06월 01일

교신저자 : 이채은, e-mail : bacca75@hanmail.net

격특성과도 관련이 있다고 보인다. 개인의 성격을 나타내는 인성은 관광산업에 있어서 중요한 요인으로 작용할 수가 있다. 호텔산업은 다른 산업에 비해 인적의존도가 높고 직원의 고객응대서비스가 주요한 상품으로 경영성과에 커다란 영향을 주고 있기 때문에 고객에 대한 관심만큼 서비스를 제공하는 직원에 대한 관심도가 증가하고 있다. 서비스 직원과 고객이 접촉하는 중요한 시점에 호텔 직원의 성격특성으로 인하여 고객들이 그 기업에 대해 부정적인 이미지를 갖게 된다면 결국 그 호텔 기업은 고객부부이나 기업 성과 부분 등이 이미 제고에 있어서 큰 영향을 미칠 것이다. 따라서 서비스 기업의 대표적 산업인 호텔산업이 경쟁에서 성공할 수 있는 전략중 하나가 서비스 제공자의 질적인 면에서의 우수한 서비스의 제공이라고 할 수 있다.

조직규범상 정해진 감정을 표현해야 하는 서비스 기업인 호텔에서 직원들은 자신과 타인의 감정을 인식하고 자신의 감정을 적절하게 처리하고 변화시킬 수 있어야 한다. 호텔기업에서 직원의 역할은 호텔조직에 의하여 좌우되며, 호텔조직으로부터 각자에게 주어지는 직무와 직원의 성격에 따라 호텔 직원들의 업무과정에 미치는 영향의 정도는 개인마다 서로 다르다고 할 수 있다. 따라서 호텔 직원들의 개인마다 다른 성격을 토대로 하여 직무와 관련하여 어떠한 성격의 소유자가 호텔의 직무와 관련하여 효율적으로 대처할 수 있는지 살펴보는 연구가 필요하다[1]. 유희경과 동료들[2]의 연구에서 직원의 태도나 행동 또는 기업의 문화는 직원들의 성격에 의하여 결정되는 부분이 아주 크며, 외식기업 직원들의 성격요인은 고객성과에 유의한 영향이 있음을 밝혀냈다. 김석영과 전희원[1]의 연구에서는 호텔직원의 개인성격이 직무몰입에 유의한 영향을 미치고 있음을 제시했다. 이광옥과 동료들[3]의 연구에서도 호텔 직원의 성격특성에 따른 리더쉽과 직무몰입의 관계에서 성격특성은 중요한 변수가 되고 있음을 제시했고, 이채은[4]의 연구에서는 직무몰입이 고객지향성에도 유의한 영향을 미치고 있음을 밝혀냈다. 김권수[5]는 호텔직무형태에 따른 직원의 성격유형과 직무만족의 관계를 통해 성격유형이 유의한 영향을 주고 있음을 제시했다. 따라서 이러한 선행연구를 토대로 본 연구에서

호텔직원의 Big 5 성격요인, 직무몰입, 고객지향성간의 영향관계를 살펴보는 것은 기존의 연구의 범위를 더욱 확대하고 Big 5 성격요인이라는 변수를 통해 어떤 성격요인을 가진 직원들이 호텔에 더욱 필요한지를 발견해 보는 것에 의의가 있다고 할 수 있다.

호텔직원들의 성격을 파악하는 것은 호텔의 직원들과 호텔기업의 효율성을 증대시키고 인력관리를 효율적으로 할 수 있을 것이다. 인적자원의 의존을 많이 하는 호텔에서 성격특성에 따라 나타나는 직원의 직무몰입에 대해서 알아보려 하는데, 이것은 개개인의 능력을 어떻게 향상시킬 것인지의 관점에서 호텔직원의 성격규명은 매우 중요한 의미를 갖는다고 볼 수 있다. 직원은 개인마다 다양한 성격의 특성을 지니며 여러 가지 형태의 경험을 통해 자신만의 성격적 특성을 형성하고 이러한 직원의 성격특성은 직무몰입을 통해서 고객서비스를 수행하면서 고객지향성과 호텔기업의 이미지와 성공에 큰 영향을 미칠 수 있을 것이다. 하지만 호텔기업은 고객의 만족만을 위한 수준 높은 서비스만을 강조하고 있고 직원의 성격특성을 제대로 파악해서 채용, 배치, 훈련 등의 노력은 미비한 실정이다.

본 연구는 호텔직원들의 Big 5 성격요인과 직무몰입, 직무몰입과 고객지향성의 영향관계를 발견하는 것이다. 이것은 어떤 성격의 요인이 직무몰입에 영향을 미치는지를 발견해서 호텔직원을 채용할 때 조직에 알맞은 직원을 선별하는 것과 직무몰입이 고객지향성에 미치는 영향을 발견해서 고객에게 더 나은 고객서비스를 하기 위한 직무몰입의 요소를 발견하는 것이다. 그리고 호텔직원의 성격요인을 조직에 어울리게 더욱 발전시키는 방법을 제공하고자 하는 것에 본 연구의 목적이 있다.

II. 이론적 배경

1. Big 5 성격요인

Pervin과 John[6]은 성격을 다양한 시각과 상황에 걸쳐서 어느 정도 안정적이며, 다른 사람과 구별되는 특징적인 사고, 감정 및 행동양식이라고 정의하고 있다.

Wu, Foo와 Daniel[7]은 성격의 역할이 직원 관계의 친밀도와 직업의 성격에도 영향을 미치고 있음을 제시하고 있다. Turban과 Lee[8]는 성격이 발전적인 관계에도 영향을 미친다고 밝히고 있다. 이인석[9]은 McCrae와 Costa[10]의 Big 5 성격요인이 가장 포괄적인 모델로 평가받았으며, 현재까지 가장 많이 활용되는 모델로 평가하고 있다. 그러므로 Big 5 성격요인과 직무몰입과의 영향관계는 호텔직원 채용에 있어 중요한 시사점을 제공해 줄 수 있을 것이다.

각 요인에 붙여진 이름이 다를지라도 Big 5 성격요인을 정의하는 특성들에는 많은 공통점들이 있다. 첫째는 외향성과 내향성으로 널리 알려져 있는데, 대부분 외향성이라고 알려져 왔다[11]. 둘째는 정서적 안정성, 감성성, 신경증으로 불린다[12]. 셋째는 일반적으로 호감성으로 표현되어져 왔다[13]. 넷째는 성실성으로 사용되어져 왔다[11]. 그리고 마지막은 이지성으로 해석되었다.

2. 직무몰입

직무몰입은 직무 애착도라고 불리는 개념으로, 조혜선[14]은 직무몰입을 자신의 직무에 강하게 몰입하고 중요성을 부여하는 것으로 정의하고 있다. 즉 직무몰입이란 직무에 몰입하는 정도와 애착을 가지는 정도라고 할 수 있다.

직무몰입은 조직애착과 더불어 조직 유효성의 중요한 변수로서 학자들에 의해 연구의 초점이 되어왔다[15]. Pfeffer[16]도 직무 및 조직 재설계를 통해 직원들의 직무몰입을 자극하는 일은 기업의 경쟁 우위확보를 위한 핵심이라고 지적하면서, 직무몰입의 중요성을 강조하고 있다.

조직구성원이 자신의 직무를 수행하는 일에 중요성을 부여하고 최선의 노력을 기울이는 것은 조직의 커다란 자산이 될 것이다. 직무몰입은 상황요인과 직무관련 요인에 많은 영향을 받기 때문에 조직구성원의 행동을 예측하는데 유용하게 이용될 수 있다[17]. 이은송[18]은 직무몰입을 대체적으로 개인이 자신의 직무에 몰두하며 이에 대한 깊은 관심과 높은 가치를 부여하는 심리적 상태를 의미한다고 하였다. 직무몰입은 개인의 작업

활동에 대한 심리적 집중 또는 전념으로 작업 상황요인에 의해 개인적으로 많은 영향을 받는다[19]. 황윤용과 정진철[20]은 호텔 서비스직원들의 심리적 임파워먼트가 직무몰입을 통해 직무만족에 미치는 영향을 규명하고 조직차원의 체계적인 관리전략을 제시하였다. 그래서 성격요인이 직무몰입에 미치는 영향을 규명해 보는 것도 의미 있는 연구가 될 것이라고 보인다.

3. 고객지향성

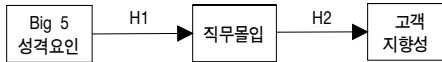
서비스 기업을 대상으로 한 연구에서 Berry와 Parasuraman[21]은 고객지향성을 고객의 소리를 듣고, 고객의 욕구에 대해 관심을 가지며, 고객에게 정확한 관련 정보를 제공하고, 고객과의 약속을 지키는 등의 활동으로 정의하였다. 직원의 고객지향성은 기업에게 있어 차별적인 핵심 역량이라 할 수 있으며, 고객지향성이 고객 만족을 증대시킴으로써 차별적 우위를 통해 호텔 기업의 이익향상을 도모하는 것이다. 그러므로 직무몰입을 통한 고객지향성의 영향을 확인해 봐야 하는 것이다.

고객지향성은 기업과 직원들이 고객입장에서 생각하고 행동하는 것을 말한다. 고객지향성은 직원들의 직무만족, 조직몰입을 통하여 향상시킬 수 있다고 제시하고 있다[22]. 내부마케팅 관점은 서비스 접점에서 고객과의 관계가 성공적이기 위해서는 우선 조직 내부적으로 조직 구성원들간의 관계 및 조직과 구성원의 관계가 성공적이어야 한다고 주장한다[23].

Hoffman과 Ingram[24]은 고객지향성을 고객의 욕구를 고객의 이해에 가장 부합되는 방향으로 충족시키는 것으로 정의하고 있다. 고객지향적인 행동은 기업 차원에서 마케팅 개념을 구체화한 시장 지향성 개념과 달리 직원 차원에서 즉, 직원 개개인의 수준에서의 마케팅 개념의 실천으로 구체화된 내용이다[25]. 고객지향성 수준이 높은 직원의 고객의 만족을 증가시키는 행동을 하게 되며, 이러한 고객지향적 행동은 기업과 고객 간의 장기적 관계를 개발하고 양자에게 모두 이익을 주게 된다[26]. 그래서 본 연구를 통해 직무몰입을 통한 고객지향성의 영향력을 알아봐야 할 것이다.

III. 연구의 설계

1. 연구모형



2. 가설

Price[27]는 개인의 특성변인과 인구통계학적 변인들이 직무몰입과 상관관계가 있다고 하였다. Noe와 Schmitt[28]의 연구에서는 학습자의 직무몰입은 동기 와 유의미한 상관관계를 가지며, 개인적 성격적 특성과 전반적으로 유의미한 상관관계가 있음을 밝혔다. 김석영과 전희원[1]은 호텔직원들의 개인성격이 직무몰입에 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였다. 이채은[4]의 연구에서는 호텔직원들의 직무몰입이 고객지향성에 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였다. 위의 연구결과를 기초로 하여 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

[가설 1] 직원들의 Big 5 성격요인은 직무몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[가설 2] 직원들의 직무몰입은 고객지향성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3. 설문지 구성

본 연구에서는 호텔 직원의 성격요인이 직무몰입과 고객지향성에 유의한 영향을 미치는지 알아보고자 선행연구를 토대로 설문지를 구성하였다. 설문지의 내용은 조사대상자의 인구통계학적 특성을 파악하기 위한 문항과 성격요인과 직무몰입과 고객지향성을 파악하기 위한 문항 등 총 네 부분으로 구성되었다.

성격에 대한 정의는 연구자의 관점이나 기준에 따라 다양하게 정의할 수 있다. McCrae와 Costa[10], Saucier[29]같은 연구자들은 일반적으로 5개의 기본적인 성격차원의 존재를 지지해 왔다. 호텔 직원의 성격요인은 Big 5 요인 모델에 의하여 외향성, 성실성, 개방성, 친화성, 안정성의 5가지 측면으로 구분하고 그 정도를 측정하였다. 성격요인은 [10]의 연구에서 제시한 Big 5 요인 모델의 분류에 따른 것이다. 성격요인은 [1][2]

[9][10]의 연구에서 이용된 문항들을 이용하였다. 총 13개의 항목으로 구성되어 있다.

직무몰입은 자신의 직무에 강하게 몰입하고 중요성을 부여하는 것[14]으로 정의를 내리고, Kanugof[30]의 연구를 중심으로 직무몰입 수준을 가장 잘 나타낼 것으로 판단되는 문항을 선정했다. 직무애착, 직무책임감, 직무중요성으로 총 7개 항목으로 구성되어 있다.

고객지향성은 고객의 욕구를 고객의 이해에 가장 부합되는 방향으로 충족시키는 것[24]으로 정의하고, [31]의 연구를 본 연구에 적용하여, 연구에 맞게 수정했다. 고객 욕구 충족, 고객 응대 서비스로 총 5개 항목으로 구성되어 있다. 측정방법은 모두 5점 리커트를 이용하였다.

IV. 실증분석 결과 및 해석

1. 표본추출

본 연구의 실증분석의 연구 조사를 실행하기 위하여 선행연구들을 통하여 여러 학자들이 이용하였던 설문항목들을 바탕으로 설문서를 작성한 후 수정을 통해서 최종설문서를 작성하였다. 설문항목은 기본적인 설문 6 문항을 포함하여 31개의 문항으로 구성하였다. 설문조사는 서울시내 특 1급 호텔(L호텔, H호텔, R호텔)과 특 2급 호텔(P호텔, E호텔, R호텔, N호텔)의 모든 부서의 직원들을 대상으로 실시되었다. 설문조사는 2009년 1월 1일부터 1월 31일까지 한 달간에 걸쳐 실시되었으며, 설문지에 직원들이 직접 작성하는 방법으로 연구를 실시하였다. 총 300부의 설문지중 263부(87.6%)를 회수하고 응답이 불충분한 결과지를 제외하고 총 239부의 설문지가 연구 분석에 사용되었다.

2. 분석방법

본 연구는 응답자들의 인구통계학적 특성 파악을 위하여 첫째, 빈도분석을 실시하였고, 둘째, 측정도구의 타당성과 신뢰성을 검증하기 위하여 요인분석과 신뢰도 검증을 실시하였다. 셋째, 요인분석 결과 요인을 추출한 후 SPSS 13.0 for Window 프로그램을 통해서 회

귀분석을 실시하였다. 호텔직원의 성격요인과 직무몰입에 대해서 회귀분석을 실시하였으며, 호텔직원의 직무몰입과 고객지향성에 대해 회귀분석을 실시하였다.

3. 표본의 특성

표 1. 인구통계적 특성

구분	측정항목	빈도	구성비(%)
성별	남	128	53.6
	여	111	46.4
연령	30세 미만	67	28.0
	30대	88	36.8
	40대	52	21.8
	50세 이상	32	13.4
교육 수준	고졸 이하	16	6.7
	전문대졸	69	28.9
	대학교졸	102	42.7
	대학원 이상	52	21.7
근무 부서	객실부서	88	36.8
	식음료부서	77	32.2
	관리부서	36	15.1
	판매, 마케팅부서	29	12.1
	기타	9	3.8
근속 년수	3년 미만	58	24.2
	3년 이상 5년 미만	79	33.1
	5년 이상 10년 미만	64	26.8
	10년 이상	38	15.9
직급	사원	103	43.1
	주임	63	26.3
	과장	39	16.3
	차장	20	8.4
	부장급 이상	14	5.9

본 연구의 표본에 대한 일반적인 특성을 살펴보면, 아래의 [표 1]에서 제시되고 있는 것처럼, 남자가 128명(53.6%)으로 조금 높은 성별 구성을 하고 있으며, 연령별로는 30대가 88명(36.8%)으로 가장 많은 것으로 나타났다. 교육수준은 대학교 졸업이 102명(42.7%)이므로 가장 높은 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 다음으로, 근무부서는 객실부서가 88명(36.8%)로 가장 많았으며, 식음료부서가 77명(32.2%), 관리부서, 판매 및 마케팅부서, 기타의 순으로 나타났다. 직급은 사원이 103명(43.1%)으로 가장 많은 것으로 나타났다.

4. 변수의 신뢰성 및 타당성 검증

표 2. Big 5 성격요인의 요인분석 결과

요인명	측정항목	요인 적재량	신뢰성계수
요인1 2.889 ^a 성실성 (22.2%)	나는 설정된 목표를 달성하기 위해 노력한다.	.827	.772
	내 자신을 통제하고자 노력한다.	.823	
	나는 사람들을 잘 조직, 관리한다고 생각한다.	.774	
요인2 1.996 외향성 (15.4%)	나는 사람들과 잘 어울린다.	.808	.696
	나는 매사에 좋은 생각만 하려고 한다.	.787	
	나는 모든 일에 최선을 다한다.	.746	
요인3 1.694 안정성 (13.0%)	사람을 잘 믿는 편이다.	.942	.886
	나보다는 남을 먼저 생각한다.	.941	
요인4 1.331 개방성 (10.2%)	새로운 체험을 좋아한다.	.787	.617
	문화생활 및 여가를 즐긴다.	.783	
	늘 새로운 것을 생각한다.	.641	
요인5 1.217 친화성 (9.4%)	사람을 잘 믿는 편이다.	.874	.674
	나보다는 남을 먼저 생각한다.	.816	

a:아이겐 값, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)=0.742, Bartlett's Test of Sphericity=858,365, Sig=0.000, 주성분요인의 반복과 Varimax회전후 추출된 요인별 설명분산의 누적계수는 70.2%임.

표 3. 직무몰입의 요인분석 결과

요인명	측정항목	요인 적재량	신뢰성계수
요인1 2.343 ^a 직무애착 (30.1%)	개인적 목표들은 대부분 직무와 연관되어 있다.	.772	.591
	내 시간의 대부분을 직무에 할애한다.	.735	
	직무속에서 즐거움과 행복을 느낀다.	.694	
요인2 1.311 직무책임감 (22.3%)	내가 한 직무에 기꺼이 책임을 진다.	.911	.773
	공동업무에서 타인의 일도 맡아야 한다.	.861	
요인3 1.155 직무중요성 (18.5%)	인생에 일어난 중요한 일들은 직무와 관련 있다.	.858	.625
	자신의 직무는 중요하게 여겨져야 한다.	.819	

a:아이겐 값, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)=0.634, Bartlett's Test of Sphericity=304,105, Sig=0.000, 주성분요인의 반복과 Varimax회전후 추출된 요인별 설명분산의 누적계수는 68.7%임.

본 연구는 분석표본의 신뢰성과 타당성을 검증하고 자료에 대한 가치 있는 정보를 얻기 위해 요인분석을 실시하였으며, 요인회전 방식은 배리맥스(varimax)방식을 사용하였고, 요인추출 기준은 고유값(eigenvalue) 1이상을 기준으로 하였다. 먼저, 13개의 Big 5 성격요인에 대한 요인분석을 실시한 결과 성실성, 외향성, 안정성, 개방성, 친화성의 5개 요인이 추출되었으며, 분석결과는 [표 2]와 같다. 이 요인들은 전체 입력변수들이 가지는 총분산의 70.2%를 설명하는 것으로 나타났다. 분석결과 각 설문문항들은 직원의 성격요인의 요인분석 결과 신뢰도가 0.6이상으로 제시되어 있다. 두 번째, 7개의 직무몰입에 대한 요인분석을 실시한 결과는 직무애착, 직무책임감, 직무중요성의 3개의 요인이 추출되었으며, [표 3]과 같다. 직무몰입의 요인들은 전체 입력변수들이 가지는 총분산의 68.7%를 설명하는 것으로 나타났다. 분석결과 각 설문문항들은 직무몰입의 요인 분석결과 신뢰도가 0.5이상으로 제시되어 있다.

표 4. 고객지향성의 요인분석 결과

요인명	측정항목	요인 적재량	신뢰성 계수
요인1 2.058 ^a 고객욕구 충족(34.8%)	고객이 무엇이 필요한지 고객의 마음을 읽을 수 있다.	.776	.646
	고객의 의사표현을 유심히 듣는다.	.773	
	고객이 원하는 서비스를 하면 마음이 뿌듯하다.	.720	
요인2 1.172 고객응대 서비스(29.8%)	고객을 관리하는 것이 즐겁다.	.837	.605
	고객의 문제는 나에게도 중요하다.	.822	

a:아이겐 값, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)=0.665, Bartlett's Test of Sphericity=168.737, Sig=0.000
주성분요인의 반복과 Varimax회전후 추출된 요인별 설명분산의 누적 계수는 64.6%임.

세 번째, 5개의 고객지향성에 대한 요인분석을 실시한 결과 고객욕구충족, 고객응대서비스의 2개의 요인이 추출되었으며, [표 4]와 같다. 고객지향성의 요인들은 전체 입력변수들이 가지는 총분산의 64.6%를 설명하는 것으로 나타났다.

5. 가설 검증결과

5.1 직원의 Big 5 성격요인과 직무몰입에 대한 회귀분석 결과

호텔직원의 성격요인과 직무애착에 대한 회귀분석 결과는 [표 5]에서 알 수 있듯이, 외향성과 친화성이 $p<0.01$ 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 28.4%의 수정된 설명력을 나타내고 있으며, 추정된 회귀식에 대한 F값이 19.901이므로 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 외향성의 표준회귀계수가 0.437로 직무애착에 있어서 가장 중요한 역할을 하는 것으로 나타났다. 호텔직원의 성격요인과 직무책임감에 대한 결과는 성실성이 $p<0.01$ 수준에서 유의했고, 안정성이 $p<0.05$ 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 8.6%의 다소 낮은 수정된 설명력을 나타내고 있지만, 추정된 회귀식에 대한 F값이 5.481이므로 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 호텔직원의 성격요인과 직무중요성에 대한 결과는 성실성이 $p<0.01$ 수준에서 유의하며, 안정성이 $p<0.05$ 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 24.5%의 수정된 설명력을 나타내고 있으며, 추정된 회귀식에 대한 F값이 16.450이므로 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 성실성이 표준회귀계수가 0.425로 나타나 가장 중요한 역할을 하는 것으로 나타났다.

표 5. Big 5 성격요인이 직무몰입에 미치는 영향에 대한 회귀 분석 결과

종속 변수	독립 변수	표준회귀 계수	t	유의도
직무 애착	성실성	0.043	0.729	0.466
	외향성	0.437	7.715	0.000**
	안정성	0.091	1.569	0.118
	개방성	0.008	0.145	0.885
	친화성	0.191	3.299	0.001**
$R^2=0.299$, 수정된 $R^2=0.284$, $F=19.901$, $Sig=0.000$ **				
직무 책임감	성실성	0.185	2.789	0.006**
	외향성	-0.006	-0.094	0.925
	안정성	0.170	2.598	0.010*
	개방성	0.047	0.746	0.456
	친화성	0.089	1.366	0.173
$R^2=0.105$, 수정된 $R^2=0.086$, $F=5.481$, $Sig=0.000$ **				
직무 중요성	성실성	0.425	7.049	0.000**
	외향성	0.005	0.078	0.938
	안정성	0.129	2.171	0.031*
	개방성	0.059	1.042	0.299
	친화성	0.075	1.257	0.210
$R^2=0.261$, 수정된 $R^2=0.245$, $F=16.450$, $Sig=0.000$ **				

* $p<0.05$, ** $p<0.01$

5.2 직원의 직무몰입과 고객지향성에 대한 회귀분석 결과

직무몰입과 고객욕구충족에 대한 회귀분석 결과는 [표 6]에서처럼, 직무애착이 $p < 0.01$ 수준에서 유의하며, 직무책임감은 $p < 0.05$ 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 40.7%의 수정된 설명력을 나타내고 있으며, 추정된 회귀식에 대한 F값이 55.410이므로 통계적으로 유의하다. 직무애착이 표준회귀계수가 0.595로 상대적 기여도가 높은 것으로 나타났다. 직무몰입과 고객응대서비스에 대한 회귀분석 결과는 직무책임감, 직무중요성이 $p < 0.01$ 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 27.2%의 수정된 설명력을 나타내고 있으며, 추정된 회귀식에 대한 F값이 30.599이므로 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

표 6. 직무몰입이 고객지향성에 미치는 영향에 대한 회귀분석 결과

종속 변수	독립 변수	표준회귀 계수	t	유의도
고객욕구 충족	직무애착	0.595	11.379	0.000**
	직무책임감	0.108	2.036	0.043*
	직무중요성	0.045	0.876	0.382
R ² =0.414, 수정된 R ² =0.407, F=55.410, Sig=0.000**				
고객응대 서비스	직무애착	0.075	1.290	0.198
	직무책임감	0.387	6.590	0.000**
	직무중요성	0.250	4.389	0.000**
R ² =0.281, 수정된 R ² =0.272, F=30.599, Sig=0.000**				

*p<0.05, **p<0.01

V. 결론

본 연구는 호텔직원의 Big 5 성격요인을 이용하여 직무몰입의 영향관계와 직무몰입과 고객지향성과의 영향 관계를 규명하기 위한 것이 연구의 목적이었다. 본 연구에서 가설을 검증하기 위한 분석방법으로 회귀분석을 실시하였다.

연구결과, 첫째, 성격요인이 직무몰입에 미치는 회귀분석 결과를 살펴보면, 성격요인과 직무애착에 대한 결과는, 외향성과 친화성이 직무애착에 유의한 영향을 주

었다. 성격요인과 직무책임감에 대한 결과는 성실성과 안정성이 유의한 영향을 주었으며, 성격요인과 직무중요성에 대한 결과도 성실성과 안전성이 유의한 영향을 주었다. 김석영과 전희원[1]의 연구결과처럼 개방성 요인은 직무몰입에 유의한 영향을 주지 않는 것이 본 연구를 통해 재확인되었으며, 호텔기업의 직원들을 위한 내부마케팅의 자료로 제공할 수 있을 것이다. 둘째, 직무몰입이 고객지향성에 미치는 영향에 대한 결과를 살펴보면, 직무몰입이 고객욕구충족에 미치는 영향에 대한 결과는 직무애착이 유의적인 영향을 주었으며, 직무몰입과 고객응대서비스에 대한 분석 결과는 직무책임감과 직무중요성이 유의한 영향을 주고 있는 것으로 나타났다. 반면에, 직무중요성은 고객욕구충족에 유의한 영향관계를 보이지 않았는데, 이것은 고객보다 직원 스스로에 대해 더욱 관심을 가지고 있는 것이기 때문에 고객욕구충족에는 영향을 보이지 않는 것으로 해석할 수 있을 것이다. 직무애착이 고객응대서비스에 유의한 영향을 보이지 않는 것이 의외의 결과로 보이는데, 직원들이 직무에 대한 애착은 있지만, 고객응대에 대한 부분까지 연결되지 않는 것으로 볼 수 있다. 이것은 직무책임감과 직무중요성보다는 고객을 대하는 태도에 있어서 덜 관심을 보이는 부분이라고 할 것이다. 하지만 직무의 즐거움이 고객을 관리하는 것이 즐거움으로 연결되도록 고객응대서비스에 최선을 다해야 할 것이다. 이채은[4]의 연구에서도 제시되었던 직무몰입이 고객지향성에 유의한 영향관계가 있다는 연구결과가 본 연구에서도 재확인되었다는 것에 이론적 시사점이 있다고 할 것이다.

이상과 같은 연구결과를 토대로 몇 가지 시사점을 제시해보면 다음과 같다.

첫째, 직원의 외향성과 친화성은 직무애착에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타난 것은 직무를 수행하면서 행복을 느끼기 때문에 호텔직원으로서의 꼭 필요한 부분이므로 좋은 직장 분위기 조성과 고객을 위한 서비스를 하기 위해서 호텔기업이 필요로 하는 인재의 성격이라는 것을 시사하고 있다.

둘째, 직원의 성실성과 안정성이 직무책임감과 직무중요성에 유의한 영향을 미치는 부분은 설정된 목표를

달성하기 위해 노력하는 성격과 흥분을 하지 않는 성격이 직무에서 공동업무에서 타인의 일도 맡기도 하고, 자신의 직무는 중요하게 여기는 것에 영향을 주고 있는데, 성실성은 호텔에서뿐만 아니라 모든 기업에서 원하는 성격요인임을 다시 확인할 수 있는 것이다. 유희경과 동료들[2]의 연구에서도 본 연구의 결과처럼 외식기업의 직원들을 대상으로 성격요인이 고객성과에도 유의한 영향을 미치는 것으로 제시되었는데, 이것은 채용에 있어서 심층면접과정에서 안정감이 높은 사람들을 채용하는 것이 조직과의 융화 가능성을 높이고 고객성과 제고에도 높은 기여를 할 수 있다고 보인다.

셋째, 직원의 개방성은 유의한 영향을 주지 않는 것으로 나타나고 있는데, 이것은 적당한 문화생활과 여가, 체험 등은 직무몰입에 도움이 되지만, 과도한 것은 직무몰입에 도움이 되지 않는다고 볼 수 있을 것이다.

넷째, 직무애착과 직무중요성이 고객욕구충족에 영향을 미치는 것은 목표가 대부분 직무와 연관되어 있고, 직무를 수행하면서 즐거움과 행복을 느끼기 때문에, 고객이 원하는 서비스를 하면 직원 스스로가 행복해진다고 볼 수 있는 부분이다.

다섯째, 직무책임감과 직무중요성이 고객응대서비스에 영향을 미치는 것은 직무에 책임을 지고, 중요하게 생각하기 때문에 고객의 문제는 직원에게도 중요하게 생각되는 것이다. 직무몰입은 고객지향성에 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다.

기업의 문화도 많은 부분들이 직원들의 성격에 의해 형성되기 때문에, 호텔기업의 관리자들은 직원들의 성격유형을 파악한 후에, 훈련과 교육 등을 통하여 조직에 어울리게 더욱 발전시키기 위하여 기업이 원하는 인재로 바꾸기 위한 개선활동을 해야 하는 것이다. 본 연구의 결과를 통해 기업이 만들어 가길 희망하는 기업문화를 형성하고 기업이 원하는 성과를 이룰 수 있도록 호텔직원의 성격에 대한 관심과 직원과 호텔 기업의 분위기가 조화되도록 호텔기업이 제도적으로 뒷받침하는 것이 필요하다고 본다.

본 연구는 Big 5 성격요인을 이용하였는데, 제한적인 척도만 사용해서 직무몰입에 대한 영향관계에 대한 분석을 한 것이 한계점이라고 할 수 있다. 연구 대상이 특

급 호텔을 위주로 이루어졌는데, 전체 호텔등급을 대상으로 비교 분석과 정규직 직원과 비정규직원의 비교 분석이 이루어졌다면, 성격요인에 대한 더 깊은 연구가 이루어졌을 것이다. 또한 직원의 성격에 대한 심층인터뷰를 통한 질적 연구도 함께 이루어진다면 직원의 내면의 소리에 대한 연구를 할 수 있을 것으로 사료된다. 차후의 연구는 이러한 것들을 보완한 후속연구가 필요하다고 할 것이다.

참 고 문 헌

- [1] 김석영, 전희원, “호텔종사원의 개인성격이 직무몰입과 경력몰입에 미치는 영향: 성격 5요인을 바탕으로”, 관광연구, 제23권, 제2호, pp.239-257, 2008.
- [2] 유희경, 김미연, 정희경, “외식기업 종업원의 Big 5 성격요인, 조직지원인식과 고객성과의 관계분석”, 호텔경영학연구, 제16권, 제5호, pp.201-219, 2007.
- [3] 이광옥, 여운승, 이운호, “호텔 종사원의 성격특성에 따른 리더쉽과 직무몰입과의 관계”, 관광연구저널, 제21권, 제2호, pp.355-369, 2007.
- [4] 이채은, “호텔직원의 조직시민행동이 직무몰입과 고객지향성에 미치는 영향: 특 2급과 1급 호텔의 조직시민행동을 중심으로”, 고객만족경영연구, 제11권, 제2호, pp.49-63, 2009.
- [5] 김권수, “호텔직무형태에 따른 종사원의 에니어그램 성격유형과 직무만족의 관계”, 호텔관광연구, 제9권, 제4호, pp.272-287, 2007.
- [6] L. A. Pervin and O. P. John, *Personality: Theory & Research*, New York: John Wiley & Sons, 1996.
- [7] P. C. Wu, M. D. Foo, and D. B. Turban, “The Role of Personality Closeness, Developer, Assistance, and Career Success,” J. of Vocational Behavior, Vol.73, pp.440-448, 2008.
- [8] D. B. Turban and F. K. Lee, *The Role of*

- Personality Relationships: Formation, Dynamics, and Outcomes.* In B. R. Ragins & K. E. Kram(Eds.), *The Handbook of Mentoring*, Thousand Oaks, CA: Sage, pp.21-50, 2007.
- [9] 이인석, "Big 5 모델의 성격요인 및 윤리적 가치 관과 조직성과간의 관계", *경영학연구*, 제32권, 제6호, pp.1593-1621, 2003.
- [10] R. R. McCrae and P. T. Costa, Jr, "Updating Norman's 'Adequate Taxonomy': Intelligence and Personality Dimensions in Natural Language and in Questionnaires," *J. of Personality & Social Psychology*, Vol.49, pp.710-721, 1987.
- [11] M. D. Botwin and D. M. Buss, "Structure of act-report data: Is the Five-factor Model of Personality Recaptured?," *J. of Personality & Social Psychology*, Vol.56, pp.988-1001, 1989.
- [12] M. Lorr and T. T. Manning, "Higher-order Personality Factors of the ISI," *Multivariate Behavioral Research*, Vol.13, pp.3-7. 1978.
- [13] O. P. John, *Towards a Taxonomy of Personality Descriptors*, In Buss D. M. Cantor N(Edss), *Personality Psychology: Recent Trends and Emerging Directions*. New York: Springer-Verlag, 1989.
- [14] 조혜선, "사회적 성 역할과 노동태도의 형성: 직무만족과 조직몰입을 중심으로", *한국사회학*, 제35권, 제3호, pp.191-208, 2001.
- [15] M. A. Huselid and N. E. Day, "Organizational Commitment, Job Involvement and Turnover: A Substantive and Methodological Analysis," *J. of Applied Psychology*, Vol.76, pp.380-391, 1991.
- [16] J. Pfeffer, *Competitive Advantage Through People: Unleashing the Power of the Work Force*. Boston: Harvard Business School Press, 1994.
- [17] 정승언, "조직 직무몰입의 변별타당고와 인적서비스에 미치는 영향", *호텔외식경영학연구*, 제5권, 제2호, pp.231-252, 1996.
- [18] 이은송, *조직 지원인식과 보상이 조직몰입, 경력몰입, 직무몰입에 미치는 영향에 관한 연구*, 한국외국어대학교 석사학위 논문, 2001.
- [19] B. Buchanan, "Building Organizational Commitment: the Socialization of Managers in Work Organizations," *Administrative Science Quarterly*, 19, pp.533-546, 1974.
- [20] 황운용, 정진철, "심리적 임파워먼트가 직무만족에 미치는 영향력에 대한 직무몰입 조절역할 - 호텔 서비스 종사원을 중심으로", *산업경제연구*, 제18권, 제4호, pp.1541-1564, 2005.
- [21] L. L. Berry and A. Parasuraman, *Marketing Service: Competing through Quality*, New York: The Free Press, 1991.
- [22] 김순하, "외식업 직원이 인식하는 조직유효성이 고객지향성에 미치는 영향에 관한 실증적 연구", *호텔관광연구*, 제8권, 제4호, pp.112-125, 2006.
- [23] W. R. George, "Internal Marketing and Organizational Behavior: A Partnership in Developing Customer-conscious Employees at Every Level," *J. of Business Research*, Vol.20, pp.63-70, 1990.
- [24] K. D. Hoffman and T. N. Ingram, "Service Provider Job Satisfaction and Customer-oriented Performance," *The J. of Service Marketing*, Vol.6, No.2, pp.68-78, 1992.
- [25] R. Saxe and B. A. Weitz, "The SOCO Scale: A Measure of the Customer Orientation of Salesperson," *J. of Marketing Research*, Vol.19, pp.343-351, 1982.
- [26] B. J. Dunlap, J. D. Michael, and M. C. Terry, "Perceptions of Real-Estate Brokers and Buyers: A Sales-Oriented, Customer-Oriented Approach," *J. of Business Research*, Vol.17(September), pp.175-187, 1988.
- [27] J. L. Price, "A Role of Demographic Variables in the Study of Absenteeism and Turnover,

Recruitment, Selection and Retention," An International Journal, Vol.7, pp.26-32, 1995.

[28] R. A. Noe and N. Schmitt, "The Influence of Trainee Attitudes on Training Effectiveness," Academy of Management review, Vol.11, pp.736-749, 1986.

[29] G. Saucier, "Mini-makers: A Brief Version of Goldberg's Unipola Big Five Makers," J. of Assessment, Vol.63, No.3, pp.506-516, 1994.

[30] R. N. Kanugo, "Work Alienation and Involvement Problems and Prospects," International Review Applied Psychology, Vol.30, pp.1-15, 1982.

[31] D. T. Donovan, T. J. Brown, and J. Mowen, "Internal Benefits of Service-Worker Customer Orientation : Job Satisfaction, Commitment and Organizational Citizenship Behaviors," J. of Marketing, Vol.68, pp.128-146, 2004.

이진영(Jin-Young Lee)

정회원



- 2005년 2월 : 경희대학교 관광경영학과(경영학석사)
- 2010년 3월 ~ 현재 : 경희대 호텔관광학과 박사과정
- 2010년 3월 ~ 현재 : 국제대학 관광경영계열 교수

<관심분야> : 카지노산업, 여행상품개발, 호텔경영

저자소개

이채은(Chae-Eun Lee)

정회원



- 1999년 12월 ~ 2005년 8월 : 호텔 프론트데스크 근무
- 2004년 8월 : 세종대학교 호텔관광경영학과(관광경영학전공)
- 2009년 8월 ~ 현재 : 세종대학교 호텔관광경영학과 박사수료

<관심분야> : 호텔직원관리, 마케팅전반, 여행상품개발, 고객관계관리