

# 서비스교육이 자기효능감과 서비스 지향성에 미치는 영향에 관한 연구

- 항공서비스학과 학생을 대상으로 -

## A Study on the Effects of Service Training on Self-Efficacy and Service Orientation

- Centering on Students of Department of Airline Service -

정민주\*

Min-Joo Chung\*

### 요 약

본 연구는 서비스 교육이 항공서비스학과 학생들의 자기효능감과 서비스 지향성에 미치는 영향에 대해 연구하였으며 이를 통해 항공서비스 전공 학생들에 대한 효과적이고 실무중심적인 서비스교육을 실시하는데 그 목적이 있다. 선행연구를 바탕으로 서비스 교육은 크게 서비스 능력 교육과 서비스 성향 교육으로 구분하였으며 자기효능감은 인지적, 정서적, 사회적 자기 효능감의 하위요인으로 구분하였다. 서비스 지향성은 결과 지향과 과정 지향의 두 가지 요인으로 연구하였다. 실증분석 결과 서비스 교육은 자기효능감에 긍정적인 영향을 미치며 특히 인지적 자기효능감에 큰 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 그리고 서비스성향 교육은 서비스 지향성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 그러나 자기효능감은 서비스 지향성에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타나 자기효능감과 서비스 지향성은 유의한 관계를 가지지 않는 것으로 판명되었다.

### Abstract

Service training influences on students' attitude, working behavior, and the improvement of service performance skill. To raise self-efficacy and service orientation of students, it is necessary to create and maintain a motivating environment. In order to accomplish the purpose of this study, related theories are researched and analyzed through theoretical consideration and in order to understand the relationship between them, questionnaires about service training, self-efficacy and service orientation of students were prepared. The statistics analysis of the collected materials was made by use of the SPSS-WINDOWS 12.0 and AMOS 5.0 statistics package. When it comes to the summary of the results through the empirical analysis of this study, it is as follows: First, the service training have been positively effective to the students' self-efficacy. Second, the service training has been positively effective to the students' service orientation. Third, the students' self-efficacy has been positively effective to the service outcome orientation and service process one.

Key words : service training, self-efficacy, service orientation

---

\* 광주여자대학교 항공서비스학과 교수

- 제1저자 (First Author) : 정민주
- 투고일자 : 2011년 10월 7일
- 심사(수정)일자 : 2011년 10월 9일 (수정일자 : 2011년 12월 12일)
- 게재일자 : 2011년 12월 30일

## I. 서 론

항공서비스에서 인적 서비스는 고객만족에 가장 큰 영향을 미치는 부분이라고 할 수 있다. 일반적으로 항공서비스는 노동집약성이 높고 서비스를 제공하는 직원에 대한 의존도가 높다. 같은 서비스를 제공할지라도 서비스를 제공하는 직원에 따라 서비스의 내용이나 품질이 달라진다. 고객이 받은 서비스의 품질은 곧 직원이 제공하는 서비스의 품질이므로 서비스를 제공하는 직원의 역량은 서비스 품질 문제의 주요 원천이 된다. 즉, 항공서비스의 품질과 생산성 향상은 직원과 고객과의 상호관계에 의해 이루어지며 서비스 직원의 역할이 가장 크게 작용한다고 할 수 있다(김영택, 2008).

기내 서비스는 고객이 항공서비스에서 가장 핵심적인 서비스로 인지하는 것으로 항공 운송 서비스의 초점은 대부분 기내 서비스로 집중되고 있다. 특히 지속적으로 해외여행이 증가하고 있고, 항공 서비스 이용 고객의 증가 및 다양화와 생활수준의 향상에 따라 고객의 기대 수준과 요구사항을 충족시키는 것이 더욱 어려워지고 있다. 따라서 항공사의 인적자원에 대한 교육, 훈련, 보상과 같은 내부 서비스의 중요성이 강조되고 있으며 서비스 직원에 대한 교육과 관리가 여타 다른 산업에 비하여 훨씬 중요하게 여겨진다.

기업의 입장에서는 조직 내 인적자원이 잘 훈련되고 고도로 숙련될수록 생산성과 능률이 향상되고 고품질의 서비스를 제공할 수 있으므로 교육훈련의 중요성을 인식하여야 한다. 그러나 아직도 대부분의 서비스 직원들은 충분한 준비를 갖추지 못한 채 고객응대해야 하는 상황에 직면해있으며 최근 들어 학교 교육을 통하여 양성되고 배출되는 인력에 대한 문제로 현장적합성 결여가 많이 언급되고 있다. 학교 교육을 통해 배출되는 관광산업인력 또한 현장적합성이 결여되어있다는 점이 오래전부터 지적되어왔다. 기존의 교육 과정으로는 다양한 인력과 기술에 대한 수요를 충족하기 힘든 사회가 될 것이라는 것이 일반적인 견해이므로 앞으로의 교육 훈련은 교실에서 배운 것을 일터에서 얼마나 잘 활용할 수 있는가에 따라 교육의 내용과 효과가 평가되어야 하겠다. 과거의 내용 중심의 교육(content-based learning)보다는 업무

중심(working-based learning)교육을 통해 실질적인 서비스 수행 능력을 갖춘 인적 자원의 양성이 요구된다.(조영립, 2002)

본 연구는 첫째, 항공서비스 전공 대학생들이 기내 서비스에 대한 이론적인 지식과 기술의 습득과 함께 서비스에 임하는 자세, 태도 등 서비스 마인드에 대한 교육을 받음으로써 승무원으로서 기내 서비스를 잘 수행해 낼 수 있는 능력이 있으며 자신의 노력을 통해서 어떤 상황에서도 고객과 관련된 문제를 해결 해낼 수 있다는 자기효능감이 향상될 수 있음을 증명하고자 한다.

둘째, 학생들이 주어진 상황에서 서비스를 잘 수행해 낼 수 있다는 자기효능감이 학생들의 서비스 지향성에 영향을 미칠 수 있음을 증명하고자 한다.

셋째, 항공서비스 전공 대학생들이 서비스 능력교육과 성향교육을 통해 탁월한 서비스를 창출하고 전달하고자 하는 서비스 지향성이 향상될 수 있음을 증명하고자 한다. 또한 실무적응력을 높이고 서비스 지향성을 향상시키기 위한 서비스 교육의 내용과 방향을 제시하고자 한다.

본 연구를 위해 광주광역시 소재 광주여자대학교 항공서비스학과에서 지난 2011년 1학기에 기내서비스 실무라는 교과목을 수강한 2, 3, 4학년 학생들을 대상으로 설문을 받았으며 기내서비스실무교육은 기내서비스에 대한 지식과 기술을 전달함과 동시에 서비스 자세와 태도, 마인드에 대한 교육이 이루어졌다. 교육 방법은 이론에 대한 설명과 함께 학생들 개개인이 서비스 실습과 역할연기에 모두 참여하는 실습교육으로 진행되었다

## II. 이론적 배경

### 2-1 항공서비스

항공서비스란 항공기라는 하드웨어(hardware)를 이용하여 설정된 항공노선을 비행하면서 승객을 친절하고 안전하게 목적지까지 운송해주는데 있으며 이때 승객은 항공서비스를 구입하지만 그들이 목적지에 도착했을 때, 구매대가로 받은 유형재는 거의

없으며 단지 비행 중에 경험한 안락함과 쾌적성 그리고 기내승무원들의 정중한 서비스와 목적지에 무사히 도착한 안도감을 경험하게 된다. 즉 목적지까지의 편안하고 안전한 이동이 핵심 서비스가 되고 여기에 다소의 유형재와 기내식, 편의 시설, 엔터테인먼트 프로그램 등의 부가적인 서비스가 수반된 것으로 정의할 수 있다.(장대성, 2003)

유시정 등(2003)에 의하면 항공서비스는 다음과 같은 네 가지 특징을 갖는다.

첫째, 항공 서비스는 무형성과 노동 집약성이 높은 서비스이다. 이는 항공 서비스가 무형의 서비스이므로 고객이 직접 탑승한 후 경험하고 나서야 비로써 항공사의 서비스 품질을 인지할 수 있다는 것을 의미한다. 그러므로 고객에게 무형성에 따른 불확실성을 최소화하고 고객 애호도를 형성하기 위해 항공사의 사회적 평판과 이미지 구축을 위해 많은 노력을 기울여야 한다. 따라서 항공사는 운항 횟수, 운항 소요 시간, 목적지도착 시간, 중간 기착지 수, 기내 식음료, 기내 시설의 편리함과 안락함 등의 유형적 단서나 증거를 강조할 필요를 갖는다.

둘째, 항공 서비스는 생산과 소비의 비분리성을 갖는다. 이는 고객이 항공 서비스의 편익을 누리기 위해선 서비스 현장에 참여해야함을 의미하고 항공사가 운항 스케줄상의 운항 편을 모두 소화하지 않을 경우 판매 기회가 상실되고 기회 손실이 발생한다. 따라서 항공사는 좌석 이용률을 제고시키고 마케팅 프로그램의 적극적인 개발과 홍보를 추진해야한다.

셋째, 항공 서비스는 수요 변동성이 높다. 항공 서비스는 시간, 요일, 월, 계절에 따라 수요 변동이 있다. 또한 해외 관광 여행의 경우, 외부 환경 요인인 기후, 경기 변동, 국내외 정세, 국민 생활 안전, 환율 시세, 정부의 해외여행 정책 등에 영향을 받는다. 따라서 항공사는 꾸준히 항공 수요가 발생하고 이를 수용할 수 있는 서비스 운영 및 서비스 능력 전략을 개발할 필요가 있으며 외부 환경 변화에 민감하게 반응하여야 한다.

넷째, 항공 서비스는 소멸성의 특징을 갖는다. 항공 서비스는 나중을 위해 보관하거나 다른 곳으로 이동시켜 놓을 수 없으므로 재고의 대상이거나 개념이 없다. 소멸성이란 과잉 생산으로 손실을 발생시킬 수

있는 매물 비용이 발생할 뿐만 아니라 과소 생산으로 이익 기회를 상실 시키는 기회비용도 발생하게 됨을 의미한다. 그러므로 항공사는 유휴 항공기의 보유, 직원의 다기능화, 대기나 예약제도 등을 통해 수요를 예측하고 수요와 공급을 일치시키기 위해 관리할 필요가 있다.

## 2-2 서비스 교육의 개념과 목적

서비스 교육은 서비스 인적 자원 개발에 있어 가장 중요하고 핵심적인 수단으로써 서비스 제공자의 자질을 개발하고 서비스 업무에 대한 적응성을 높임으로서 서비스 수행에 대한 자신감과 능력을 갖추고 생산성을 향상시킬 수 있도록 유도한다. 즉, 서비스 교육은 서비스 직원의 역량을 강화시킴으로서 보다 수준 높은 서비스를 수행할 수 있는 동기를 유발한다. 이로 인해 서비스 기업에서는 서비스 교육이 더욱 중요하게 인식되고 강화되고 있으며 서비스 교육에 대한 관심이 증가되고 교육 훈련 프로그램도 보다 다양하게 전문화되었다.

기업의 서비스 교육훈련은 경영자 측면에서는 직원이 서비스의 기능 및 기술과 지식, 태도를 습득하여 업무에 대한 올바른 자세를 확립토록 하여 업무능률을 향상시키고 고객 만족에 기여함으로써 이를 통해 기업의 유지, 발전 및 이윤 창출을 꾀한다. 서비스를 수행하는 직원은 교육 훈련을 통해 자기 개발의 욕구를 만족시키고 자기 발전의 기회를 획득함으로써 직무에 대한 자신감을 최대화하고 업무 수행력을 높이며 업무 수행을 성공적으로 해나갈 수 있다(장창권·한국·양경미, 2005).

대학의 항공서비스 관련학과에서 실시되는 서비스 교육은 항공사, 호텔, 리조트, 병원 등 서비스 기업이 필요로 하는 자질과 능력을 갖춘 서비스 전문인력을 양성하는데 그 목적을 두고 있으며 서비스 수행에 필요한 기본적인 이론과 지식, 외국어 구사능력, 서비스 마인드와 태도, 자세 등을 교육하는데 중점을 두고 있다.

## 2-3 서비스 교육의 효과와 필요성

Hass(1992)는 교육 훈련을 조직의 성과나 효율을

증대하기 위해 직원들의 업무관련지식이나 기술을 늘리는 수단을 넘어 조직과 개인적인 필요 모두에 기여하는 수단이라 하였다. 더 나아가 교육 훈련은 직원의 업무성과의 질과 양을 높임과 더불어 직원의 직무만족과 사기를 높이는 수단이라고 하였다. 즉, 교육훈련이 서비스 조직과 직원에게 미치는 영향은 직원의 능력을 개발하고 동기부여 하여 직무수행에 있어 긍정적인 행동, 태도, 의지로 변화되는 것을 말한다. 또한 이를 통한 기업의 경쟁력과 생산성 제고를 가져올 수 있는 인적자원관리의 개발이라고 할 수 있다.

Zeithaml & Bitner(1997)는 서비스 지향적인 인력 관리를 위해서는 책임자의 채용, 우수 직원의 확보와 인력 개발이 필요하다고 하였다. 즉, 직원의 채용에서부터 서비스역량과 성향이 적합한 자를 채용하여야 우수한 품질의 서비스를 제공할 수 있고, 우수한 직원의 확보를 위해서는 직원들에게 보상하고 직원들을 고객으로 대하며 전문기술 및 상호 작용 기술을 교육 훈련시키고 권한을 위임하는 등의 작업이 필요하다고 하였다.

최근의 서비스 교육은 실제로 서비스를 수행하는데 있어 적응력과 숙련도를 높여줌으로써 생산성과 서비스 품질에 기여할 수 있음을 인식하고 다양한 교육방법을 활용하고 있다. 전통적인 강의식 방법(lecture method)외에 데몬스트레이션(demonstration)기법, 시청각 교재 사용, 역할연기법(role playing)등 훨씬 효과적인 방법을 병행하고 있다. 한편 서비스 교육은 짧은 기간 내에 즉각적인 효과를 기대하기 어렵기 때문에 계획적이고 지속적으로 진행 되어야 한다.(유영진·이보연·정연국, 2005)

또한 서비스 교육은 서비스 교육을 받는 직원의 개인적인 성격특성에 따라 교육의 성과가 달라질 수 있으며 서비스 교육 실시 횟수가 교육 성과에 영향을 미친다.(김민주·박종우, 2011)

Bramley(1991)는 교육 훈련 내용을 크게 두 가지로 나누어 기술교육과 태도교육으로 구분하였으며 정민주(2005), 김완순(2009)은 서비스 교육을 능력교육과 성향교육으로 구분하여 연구하였다.

### 1) 서비스 능력(service competence)

서비스 능력이란 자신에게 주어진 업무를 제대로

수행하고 처리하며 고객 접점에서 발생할 수 있는 여러 가지 문제들을 해결하기 위해 필요한 이론적이고 기술적인 자질과 능력이라고 할 수 있다. 질 좋은 서비스를 수행하려는 직원들의 의지는 그들이 숙지하고 있는 기술 및 지식과 필연적으로 관련되어 있다. 교육은 강한 동기 부여요인인 자신감을 만들어내며 서비스를 제공하는 직원은 자연스럽게 자신이 잘할 수 있는 활동에 적극적으로 임하게 되고 반면 스스로 준비되어 있지 않은 부분은 피하게 된다. 실제로 서비스 제공자가 고객에게 서비스 하는 것을 피하는 경우, 그들이 할 수 없는 일인 경우가 많다.

Patton(2001)은 그의 연구에서 모든 서비스 교육은 업무를 정확하게 수행하는 기술로부터 시작해야 한다고 주장하였다. 서비스 수행에 있어 꼭 필요한 이론적 지식과 기술을 알지 못한다면 직원들은 그들이 해야 할 일에 대해 추측 할 수밖에 없으며 이는 표준화된 서비스 제공을 보장할 수 없다고 하였다. 직원들은 자신이 수행해야 할 업무에 대해 전문적으로 깊고 방대한 지식을 보유함으로써 이를 통해 업무에 대한 자신감을 높이고 고객에게 유용한 도움을 줄 수 있다. 또한 서비스 경영 전략과 방침을 이해하고 새로운 환경 변화에 적응하며 업무 생산성과 성취도를 향상시킬 수 있다.

### 2) 서비스 성향(service inclination)

서비스 성향이란 고객을 응대하고 서비스를 수행하는 데 있어 개인이 보여주는 태도, 및 자세, 마음가짐 등이라고 말할 수 있으며 서비스 교육 프로그램에는 단지 서비스 수행을 위한 기술뿐만 아니라 서비스 기업의 중요한 요소인 사람, 즉 고객과 내부직원을 다루는 기술도 포함되어야 한다. 직원들은 고객들에게 자신들이 일에 능숙하다는 인상을 주어야 하며 능숙한 대인 관계 능력은 직원들이 직무에 더 많은 만족과 즐거움을 느끼게 한다.

Schneider & Bowen(1995)은 서비스는 감성적인(emotional) 노동이며 서비스 접점직원들은 타인의 감정을 자극하고 움직이는 ‘감성노동자’라고 주장하였다. 이는 고객을 편안하게 대하고 다양한 상황에 대처할 줄 알며 고객의 요구를 알아채고 나의 의사를 효과적으로 전달할 줄 아는 대인 관계 능력이 필요함

을 의미하며 서비스 수행에 따른 실망과 피로, 고객의 부적절한 행동을 경험하더라도 항상 탁월한 서비스를 제공할 마음의 준비가 되어있어야 하고 높은 수준의 서비스를 제공할 것이 요구된다.

교육 훈련을 통해 직원들은 타인에 대한 이해와 인내심을 기르고 친화력을 향상시키며 자신의 감정을 조절할 줄 알며 고객 지향적으로 변화할 수 있다. 이런 대인 관계 능력은 고객에게 제공하는 서비스 품질을 높이기 위해 필요한 협동성과 팀-워크를 함양시켜 주므로 상사나 부하 직원들을 대하는 데에도 적용된다. 서비스 인으로써의 자부심 향상 및 역할에 대한 중요성 인식, 긍정적이고 적극적인 서비스 자세 함양은 서비스 품질 향상에 매우 중요하다.

#### 2-4 항공서비스학과의 서비스 교육

항공 서비스는 인적자원에 대한 의존도가 매우 높으며 이로 인해 고객접점 현장에서 고객과 일대일로 상호작용하는 객실 승무원의 역할이 무엇보다 중요하다. 이러한 각각의 서비스 상호작용의 결과들이 항공사의 이미지 형성과 서비스 명성에 중요한 영향을 미치므로 서비스 수행 능력과 품성을 갖춘 서비스 전문 인력을 양성해야 한다.

대학입학 연령층, 즉 수험생들의 승무원이란 직업에 대한 매우 높은 선호도와 호기심으로 인해 국내 대학교의 항공서비스관련 학과는 항공운항서비스학과, 스튜어디스학과, 항공서비스학과, 항공관광과, 항공운항과 등의 유사한 이름으로 관련 학과 설립 및 지원과 투자가 증가되고 있다.

현재 2011년도 대학입시에서 항공서비스학과가 개설된 대학은 전국적으로 4년제 12개 대학, 2년제 33개 대학 등, 총 45개 대학이 있다. 각 대학마다 교과과정 및 교과내용은 차이가 있지만 항공서비스 전문가 배출을 목표로 대형 항공사 및 지역 항공사, 외국항공사 승무원과 공항 지상직 인력을 배출하기 위한 교육을 실시하고 있다.

지속적인 항공 수요의 급증과 해외여행의 증가로 인하여 항공서비스 전문 인력에 대한 수요가 늘어가는 추세이며 대학생들의 항공사 취업 선호도가 매우 높으므로 새로 항공관련학과를 신설하는 대학이 늘고 있는 실정이다.(장석우, 2011)

#### 2-5 자기효능감

자기효능감(Self-Efficacy)을 대표적으로 주장한 학자는 Bandura(1977)이며 그의 정의에 의하면 자기효능감(Self-Efficacy)이란 개인이 주어진 상황에서 어떤 행동을 하기 위해 필요한 동기와 자원, 행동 절차를 얼마나 잘 발휘할 수 있는가에 대한 자신의 판단 또는 신념을 말한다. 즉, 특정 업무를 성취하기 위해 필요한 행동을 조직하고 수행하는 자신의 능력에 대한 개인의 판단이며 특정 상황에서 특정 행위를 수행하는 능력에 대한 개인의 신념이다.

이러한 자기효능감은 행위자의 적극적인 작용, 특히 주관적, 인지적 특성이 중요함을 시사하며, 인간의 행동이란 결국 행위자 자신이 특정 행동을 해낼 수 있다는 기대에 따라 변화할 수 있음을 의미한다. 교육적인 맥락에서 자기효능감은 학습자가 소유하고 있는 지식과 기술을 효과적으로 적용하여 새로운 인지 기술을 학습할 수 있는 자신의 능력에 대한 학습자의 믿음이라고 정의된다.(Schunk,1989). 자기효능감은 자기조절, 인내심, 실패에 대한 대응, 내재적 흥미와 동기의 증진, 성취노력, 직업 선택과 같은 어려운 결정에 대한 대처 행동을 유발시킴으로서 수행에 영향을 준다. 즉, 학습자에게 있어서 자기효능감이란 학습자가 주어진 학습상황에 대처해서 성공적인 학업성취를 가져올 수 있다고 믿는 자기 믿음이며 학습에 대한 이러한 의욕과 끈기는 자기효능감에 의해 결정된다. 높은 수준의 자기효능감을 가지고 있는 학습자는 도전적인 목표를 세우고 어려움에 부딪혔을 때 쉽게 학습을 포기하지 않으며 학습을 성공적으로 마치기 위해 자신의 모든 노력을 기울이는 경향을 보인다. 그러나 자기효능감이 낮은 사람은 어려운 과제를 피하려고 하며 목표를 이루기 위해 덜 노력하는 경향이 있다(Bandura,1977).

Bandura(1982)의 연구에 의하면 자기효능감이 높은 사람일수록 자기가 맡은 일에 대해 더욱 몰입하고 헌신하려는 경향이 강하고, 도전적인 목표를 설정하고 이를 달성하려는 의지가 높다고 하였고 어려운 상황에 대처하고 극복하려는 신념을 자기효능감이라고 했을 때 자기효능감의 강도가 증가함에 따라 불안은 점차 감소한다고 하였다.

대학생들의 자기효능감과 삶의 질과의 관계연구

에서는 자기조절 학습 효능감, 사회적 효능감, 관계 효능감, 어려움 극복 효능감, 스트레스 대처 효능감은 삶의 질과 정(+)의 관계이고, 자기효능감이 높을수록 삶의 질이 높은 것으로 연구되었다(장우귀·김의철·박영신, 2007).

Decker와 Nathan(1985)은 행동모델링 훈련의 성공이 학습자의 자기효능감을 높이는 정도에 달려있다고 보았다. 즉 자기효능감은 앞으로의 성과를 예측하는 주요 변인으로 보았으며 Tayer와 Tajen(1984)의 연구에서 높은 자기효능감을 지닌 사람들은 낮은 자기효능감을 지닌 사람들보다 뛰어난 수행을 보이는 경향이 있기 때문에 자기효능감은 교육훈련 유효성에 영향을 미치는 중요한 변인으로 고려되어야한다고 주장하였다

위의 연구 결과들에서 알 수 있듯이 자기효능감은 인간의 행동을 결정해주는 주요한 변인들과 행동을 연관시켜주는 인지적 매개 역할을 하며 인간의 사고 유형, 정서행동 및 역할수행에 중요한 영향을 미친다고 할 수 있다.

교육훈련 상황에서의 자기효능감은 두 가지 형태로 규명되어왔다(Thayer & Teachout, 1995). 첫 번째는 교육훈련 참여자가 교육훈련에서 제공하는 내용을 학습할 수 있다는 자신의 능력에 대한 자신감을 의미하는 교육훈련 전 자기효능감(pre-training self efficacy)이 있으며 두 번째는 교육 훈련을 마친 후 현장에서 직무에 적용할 수 있다는 자신의 능력에 대한 자신감을 의미하는 교육훈련 후 자기효능감(post-training self-efficacy)이 있다. 본 연구에서는 학생들이 교육을 받은 후 현장에서 교육 내용을 잘 적용시킬 수 있다고 생각하는 자신에 대한 믿음을 의미한다.

## 2-6 서비스 지향성

Lytel(1994)은 “서비스 지향성은 시장 정보에 대한 전략적인 반응으로써 탁월한 서비스의 창출과 전달을 확립하기 위한 서비스 기업의 조직적 활동의 집합이다”라고 정의하였으며 Lytle, Hom & Mokwa (1998)는 “조직의 서비스 지향성이란 탁월한 서비스를 창출하고 전달하는 서비스 제공 행동을 지원하고 보상

하고자 하는 조직의 정책, 관행, 절차 등이 조직 전반에 수용되고 있는 정도”라고 정의 하고 있다. 즉 서비스 지향성은 서비스 기업이 탁월한 서비스를 최우선으로 한다는 믿음과 우월한 가치 창출, 고객 만족, 그리고 이러한 노력들이 경쟁 우위에 중대한 영향을 준다는 믿음을 나타내는 것이다.

Hogan과 Busch(1984)는 서비스 지향성 지수라 불리는 서비스 지향성 평가 기준을 개발하였다. 이들은 서비스 지향성을 도움을 주고 협조적이 되려는 경향을 갖는 개인들의 천부적인 태도로 정의하고 나아가 이를 여러 업무에서 중요한 업무 수행의 비기술적인 측면으로 규정하였다.

Jose & Teresa(2006)은 서비스 지향성을 서비스 우수성에 대한 조직의 전략적 애호 또는 선호라고 정의하였고 서창적·한원운(2000)은 서비스 지향성이 조직의 밑바탕에 깔려있는 기업의 경우, 다른 기업이 모방할 수 없는 내부 문화와 외부적 명성을 가지게 되며 훨씬 더 지속성이 강한 자원과 기술 수준을 유지하게 되므로 조직의 서비스 지향성은 기업의 경쟁우위 확보를 위해 반드시 고려해야하는 필수적인 요소라고 주장하였다.

박성연(2000)은 직원의 서비스지향성은 서비스 제공 시의 직원의 태도와 행동이라고 정의하고 있으며, 또한 서비스지향성의 의의에서 언급한 바와 같이 서비스지향성은 크게 서비스를 제공하는 태도적인 측면과 서비스를 제공하는 직원들에게 내재된 정신적인 측면이라고 하였다. 즉, 직원의 서비스지향성은 직원이 고객에게 도움을 주고 협조하려는 정신 상태에서 발현되는 일련의 태도라고 정의 할 수 있다. 서비스직원들의 고객 중심적 서비스지향성은 고객의 만족을 높일 수 있을 뿐만 아니라 직원들의 고객 중심적 행동은 조직과 고객 모두에게 혜택이 되는 장기적 관계를 수립하는데 도움을 주게 된다.

본 연구에서는 Grönroos(1982)의 연구를 바탕으로 서비스 지향성을 결과 지향과 과정 지향의 두 가지로 구분하였다. 결과 지향은 고객이 기업과의 상호작용에서 무엇을 받느냐를 나타낸다. 이는 서비스와 관련해 고객과 기업과의 상호 작용이 끝난 뒤 고객에게 무엇이(what) 남았는지를 의미한다. 이는 객관적으로 평가할 수 있는 차원의 기술적인 해결인 경우가 많기

때문에 기술적 품질(technical quality)라고 한다. 과정 지향은 고객이 서비스를 어떻게 (how) 받는지 또는 어떻게 경험하는가와 서비스 직원이 어떻게 그 기능을 수행하는가를 나타내므로 기능적 품질(functional quality)이라고 한다. 한국 서비스 품질지수(Korean Standard-Service Quality Index)는 서비스 성과 측면의 차원들을 보강하여 결과와 과정 측면을 모두 8개 차원으로 구성하였다. 서비스 결과 품질 구성요소로는 본원적 욕구충족, 예상의 혜택, 약속 이행, 독창적 서비스 등이 있으며 서비스 과정 품질 구성 요소로는 고객 응대, 신뢰감, 접근 용이성, 물리적 환경 등이 있다.(이유재, 1995)

## 2-7. 서비스 지향성의 구성요소

Lytle, Hom & Mokwa(1998)의 연구에서는 서비스 지향성을 설명하는 하부 구성요소를 서비스 리더십, 서비스 접점, 인적자원관리, 그리고 서비스 시스템 등 크게 네 가지 차원으로 분류하고 서비스 관리자의 리더십, 서비스 비전, 고객 초점, 직원 권한, 서비스 훈련, 서비스 보상, 서비스 실패 예방, 서비스 실패 회복, 서비스 기술, 서비스 표준 커뮤니케이션 등의 10개의 요인으로 구분하여 설명하고 있다.

서비스 리더십은 효과적이고 능동적인 서비스 지향성을 창출하고 유지하는데 필요하며 없어서는 안 될 가장 중요한 요소라 할 수 있으며 요인으로 관리자 리더십(servant leadership), 서비스 비전(service vision) 등이 있다. Hartline과 Ferrel(1986)의 연구에서는 경영자들이 서비스 품질 수행에 기울이는 노력을 강조하였으며 경영자들의 노력이 서비스 접점에서 직원들의 태도와 행동에 영향을 주며 서비스 품질의 과정 통제가 가능해진다고 하였다.

서비스 접점이란 직원과 고객 간의 상호 작용을 말하는데, 일반적으로 조직이 고객의 마음에 자신들을 인식시키는 기회인 진실의 순간(moment of truth)으로 설명되어지고 있다. 서비스 지향성에 있어 서비스 접점은 고객의 서비스 품질 평가의 중요한 기반을 형성할 수 있으므로 매우 중요한 요소이다. 서비스 접점으로는 고객응대(customer treatment), 직원 권한 위임, 직원 간 협력 등의 요인이 있다.

서비스 시스템은 고객에게 절차가 서비스 시스템

내에 포함되어 있어야 함을 의미한다. 서비스 실패의 원인은 직원의 문제가 아니라 서비스 시스템의 문제인 경우가 많으므로 서비스 실패가 자주 발생하게 되면 직원들의 사과나 친절이 무용지물이 될 수 있기 때문이다. 서비스 시스템에는 서비스 실패 예방과 회복, 서비스 기술, 서비스 표준 커뮤니케이션 등의 요인이 있다.

서비스 인적 자원 관리는 서비스 기업이 인적 자원에 대한 효율적이고 지속적인 관리를 통해 경제적 이익을 창출할 수 있는데 서비스 훈련과 서비스 보상 등의 요인을 포함한다. 서비스 훈련이란 고객에게 탁월한 서비스 품질과 지각 가치를 전달하도록 하기 위해 직원들에게 적절한 훈련을 시키는 것을 의미하며 Heskett과 Schlesinger(1991)는 선도적인 서비스조직의 경우 장비에 대한 투자만큼이나 인적 자원에 대한 투자의 가치를 파악하고 있다고 지적하고 있다. 또한 서비스 보상이란 탁월한 서비스를 제공한 직원의 행동에 대한 보상을 의미하며 Benoy(1996)는 서비스와 관련된 직원의 행동은 특정한 보상 활동이나 프로그램에 의해 결정된다고 하였다. 한편, Dienhart, Gregorie와 Downey(1990)는 서비스 지향성의 구성 요소를 고객 지향성, 회사의 지원, 압박 상황에서의 서비스라는 세 가지 요소로 구분하였다.

국내 연구를 보면 박대환(1997)은 서비스 지향성 영향 요인으로써 조직 가치, 직원 만족, 그리고 기업 성과로 서비스 이미지와 재무적 성과의 영향 관계를 규명하였다. 특히 조직 가치 요인 중 체계적 서비스 활동, 고객 중심, 직원 중심, 모험성, 혁신 성 등이 높을수록 서비스 지향성이 높아지는 것으로 나타났다. 그리고 서비스 지향성이 높을수록 직원의 직무 만족과 조직 몰입이 높아지는 것으로 나타났다.

## III. 연구 모형 및 연구 가설

### 3-1 연구 모형

서비스 교육이 항공서비스 전공 대학생들의 자기 효능감과 서비스 지향성에 미치는 영향에 대해 알아보기 위해 다음과 같은 연구 모형을 설정하였다.

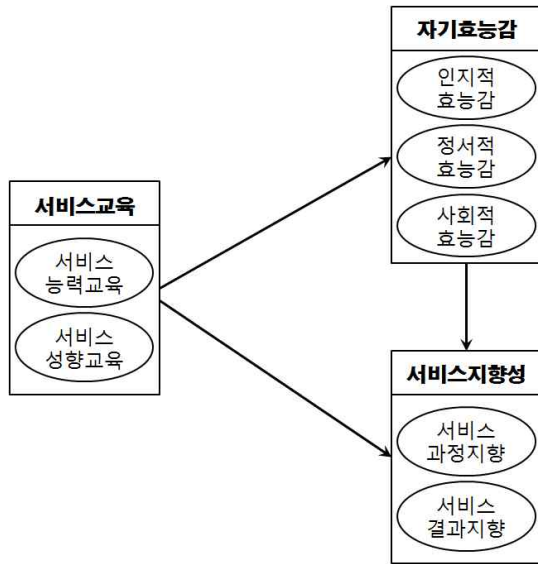


그림 1. 연구모형  
Fig. 1. Study Model

<그림 1>에 나타난 바와 같이 본 연구의 모형은 첫째, 항공서비스학과 학생들이 수강한 서비스 교육이 자기효능감에 미치는 영향, 둘째, 자기효능감이 서비스 지향성에 미치는 영향, 셋째, 서비스 교육이 서비스지향성에 미치는 영향에 대해 밝히기 위해 이러한 관계들을 실증적으로 검증하고자한다.

### 3-2 연구 가설

#### (1) 서비스 교육과 자기효능감과의 관계

서비스 교육은 인적 자원 개발에 있어 가장 중요하고 핵심적인 수단으로써 서비스 제공자의 자질을 개발하고 서비스 업무에 대한 적응성을 높임으로서 서비스 수행에 대한 자신감과 능력을 갖추고 생산성을 향상시킬 수 있도록 유도한다. 서비스 교육은 직원들에게 자신과 자신의 일에 자부심을 갖도록 하며 자신에 대한 자아 개념을 발전시키고 더욱 긍정적으로 생각하게 한다. 직원들은 그들이 배운 방법대로 고객들을 더욱 존중하고 배려하며 유용하고 친절하고 사려 깊은 행동을 통해 더욱 고객 지향적으로 변화할 수 있다.

이상준(2010)은 호텔 레스토랑 직원들에게 와인교육을 강화함으로써 직원들의 자기효능감을 높이고 효율적인 업무 수행에 도움이 되므로 특급호텔의 교육훈련의 중요성을 인지하고 체계적인 교육계획이

추가되어야한다고 주장하였다.

정민주(2005)는 교육으로 인해 얻어진 서비스 기술과 태도 등은 직원들의 직장 안팎의 개인적인 삶에 적용되어 커뮤니케이션 및 인간관계에도 영향을 미치며 이러한 개인적인 이득으로 인해 일에 대한 자부심과 호감이 향상되고 자신감이 쌓이며 업무를 더욱 잘 해내고자 노력할 것이라고 하였다. 즉, 서비스 교육 훈련은 직원의 개인적인 성장 및 발전에 대한 욕구 충족 및 성취감, 역할의 중요성 인지, 직무에 대한 열정과 즐거움, 고객이나 동료로부터의 칭찬과 인정 등을 향상시켜주며 직원들의 경력과 능력개발에 도움을 줄 수 있다고 설명하였다.

Noe(1986)는 자기효능감과 기대이론 연구를 통해 교육훈련 프로그램을 학습하겠다는 학습자의 자기효능감이 높고, 임금인상, 승진, 인정과 같은 바람직한 보상을 얻을 수 있다고 생각하면 학습교육훈련 프로그램에서 제시된 행동, 지식, 기술을 배우고자 하는 학습동기가 높아질 수 있다고 주장하였다.

따라서 이러한 선행연구들을 토대로 다음과 같은 가설을 설정할 수 있다.

#### 가설 1. 서비스 교육과 자기효능감과의 관계

- 가설 1-1: 서비스 능력교육은 학생들의 인지적 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-2: 서비스 능력교육은 학생들의 정서적 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-3: 서비스 능력교육은 학생들의 사회적 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-4: 서비스 성향교육은 학생들의 인지적 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-5: 서비스 성향교육은 학생들의 정서적 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-6: 서비스 성향교육은 학생들의 사회적 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

#### (2) 자기효능감과 서비스 지향성과의 관계

자기효능감과 수행의 관계를 보면 Latham & Locke(1991)는 자기효능감과 수행은 서로 관련이 있는데 자기효능감이 높을수록 좋은 수행을 보인다는 것이다. 자기효능감은 모호하고 예측할 수 없고 스트



레스를 포함하는 상황을 처리하는데 요구되는 행동을 얼마나 잘 조직하고 수행하는지와 관련된다. 또한 자기효능감은 학업 성취에 유의한 영향을 미치며 사회적 영역에서 동료와의 상호관계에도 영향을 미친다. Gist et al.(1986)은 조직구성원의 행동을 이해하는데 자기효능감은 중요한 변수라고 주장하였으며 개인과 조직의 성과를 높이기 위해서 자기효능감의 증진이 필요하다고 하였다.

이상준(2010)은 자기효능감이 높은 직원이 직무만족과 직무성취에 유의적인 영향을 미친다고 할 수 있으며 본인의 업무에 적극적이고 열정적이며 회사에 대한 기여도가 높다고 주장하였다. 서창적 등(2010)은 고객 지향성 및 자기효능감이 서비스 성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 상담사의 자기효능감이 고객지향성에 유의한 영향을 미치며 자기효능감이 높은 직원이 고강도 업무 환경을 잘 극복하고 직무만족이 높으며 고객지향성도 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이승호(2011)의 항공사 객실승무원의 자기효능감이 서비스 지향성에 미치는 영향에 대한 분석에서 자기효능감이 서비스 지향성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

따라서 이상의 선행연구 고찰을 통해서 다음과 같은 가설을 설정할 수 있다.

#### 가설 2. 자기효능감과 서비스 지향성과의 관계

가설 2-1: 학생들의 인지적 자기효능감은 서비스 과정지향에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2: 학생들의 인지적 자기효능감은 서비스 결과지향에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-3: 학생들의 정서적 자기효능감은 서비스 과정지향에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-4: 학생들의 정서적 자기효능감은 서비스 결과지향에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-5: 학생들의 사회적 자기효능감은 서비스 과정지향에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-6: 학생들의 사회적 자기효능감은 서비스 결과지향에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

#### (3) 서비스 교육과 서비스 지향성과의 관계

서비스 지향성은 직원들의 태도에 의해서 나타나고 직원들의 행동으로 표현되어진다. 직원들의 태도와 행동은 조직과 고객 간의 상호 작용과 서비스 전달의 품질과 성격에 직접적으로 영향을 미친다. 최지혜(2008)는 서비스 교육의 만족도가 높을수록 교육대상자들의 태도와 행동을 의미하는 서비스 지향성에 크게 영향을 미친다고 설명하였다.

Lytle 등(1998)은 직원의 채용과 교육 훈련, 서비스 관련 행위에 대한 보상 등이 서비스 품질과 조직의 성과에 직접적인 영향이 있음을 주장하고 서비스 지향적인 인력 관리를 위해서는 서비스 교육 훈련과 서비스 성과에 대한 보상을 측정해야한다고 제시하였다. Mahoney(1984)는 기업의 생산성은 거의 인적 요소인 인간의 능력과 동기에 의해 결정되기 때문에 조직 구성원의 동기를 유발할 수 있는 교육 훈련이 이루어져야하며 이 때 교육 훈련은 생산성 향상에 매우 중요한 역할을 한다고 주장하였다.

이러한 선행연구들을 통해 다음과 같은 가설을 설정할 수 있다.

#### 가설 3. 서비스교육훈련과 서비스지향성 관계

가설 3-1: 서비스 능력교육은 학생들의 서비스 과정지향에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3-2: 서비스 능력교육은 학생들의 서비스 결과지향에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3-3: 서비스 성향교육은 학생들의 서비스 과정지향에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3-4: 서비스 성향교육은 학생들의 서비스 결과지향에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

## IV. 연구 방법

### 4-1 자료 수집

앞에서 도출된 모형과 가설을 검증하기 위해서 각 변수에 대한 문항을 작성하여 설문을 통해 자료를 수집하였다. 본 연구의 자료 수집 조사 대상자는 현재

광주광역시 소재 4년제 대학 항공서비스학과 학생들을 대상으로 하여 이루어졌으며 항공기 기내서비스 실무라는 과목을 수강한 2학년과 3학년, 4학년 학생들을 대상으로 이루어졌다.

총 253부의 설문지를 배포하여 253부의 설문지를 수집하였으며 이중 불성실한 답변을 한 응답자 3부를 제외하고 250부가 연구에 활용되었다. 표본의 주요 인구적인 특징은 다음과 같다. 항공기 승무원이라는 직업적 특수성과 여자대학이라는 공간적 특수성으로 인해 100% 모두 여학생이었으며 학생들의 학년은 2학년이 39.2 %, 3학년이 34.8 %, 4학년이 26 %였다.

현재 교과과정에 포함되지 않은 과목 중에서 가장 교육받기를 희망하는 교과목은 Wine & Liquor에 대한 교육이 46%로 가장 높았으며 그 다음은 항공기 구조와 기물에 대한 교육으로 18%를 차지하였다.

표 1. 인구통계학적 특성

Table 1. The Complexity of calculation.

구 분		빈도	%
성별	남	-	-
	여	250	100
학년	2학년	98	39.2
	3학년	87	34.8
	4학년	65	26
개설 희망 교육	Wine & Liquor	115	46
	기내 중국어	38	15.2
	기내식과 서양식	23	9.2
	항공기 구조 및 기물	45	18
	타문화에 대한 이해	29	11.6
취업 희망 항공사	대한항공	142	56.8
	아시아나항공	80	32
	저가항공사	9	3.6
	중국항공사	3	1.2
	외국항공사	16	6.4

항공서비스학과 전공 대학생들로서 전문적인 항공서비스 인이 되고자하는 목표를 가지고 있으며 특히 대부분 항공기 승무원이 되고자하므로 취업하고 싶은 항공사에 대한 답변에서 대한항공이 56.8%로 제일 높았으며 그 다음은 아시아나 항공이 32%이고

외국항공사도 16%를 차지하였다.

#### 4-2 변수의 측정과 조작적 정의

서비스 교육은 객실 승무원으로서 기내서비스 업무를 수행하는데 필요한 지식과 기술 및 태도를 향상시키기 위해 육체적이고 기술적인 내용을 학습하고 연마하는 것으로 정의하였으며 정민주(2005)와 박완순(2009)의 연구를 바탕으로 서비스 능력교육과 서비스 성향교육으로 구분하였다. 선행 연구에서 제시된 서비스 교육 속성 항목을 재구성하여 5점 리커트형 척도로 측정하였다.

자기효능감은 Bandura(1977)의 정의를 바탕으로 비행업무를 성취하기 위해 필요한 행동을 조직하고 수행하는 자신의 능력에 대한 개인의 판단이며 신념으로 정의하였으며 Sherer, Maddux, Mercandante, Prentice-Dunn, Jacobs, Rogers(1982), Chen et. al(2001), 홍혜연(2009)의 연구에서 사용한 자기효능감 척도를 재구성하였다. 하위 영역은 인지적 자기효능감, 정서적 자기효능감, 사회적 자기효능감으로 총 18문항으로 구성하였다.

서비스 지향성은 박성연(2000)의 연구를 바탕으로 기내 서비스 제공 시, 탁월한 서비스를 창출하고 제공하고자 하는 태도와 행동이라고 정의하였으며, Grönroos 서비스 품질평가모형과 한국서비스품질 지수(KSQ-I)를 근거로 총 14 개의 문항으로 구성되어 있다.

### V. 분석결과

#### 5-1. 측정변수의 타당성과 신뢰성 검토

본 연구의 타당도를 검증하기 위하여 실시한 서비스 교육에 대한 탐색적 요인분석의 결과는 <표 2 >와 같다. 모든 구성요인을 추출하기 위해 주성분 분석을 사용하였으며, 요인 적재치의 단순화를 위하여 직교 회전방식(varimax)을 채택하였다.

요인 적재치는 각 변수와 요인간의 상관관계의 정도를 나타낸다. 그러므로 각 변수들은 요인적재치가 가장 높은 요인에 속하게 된다. 또한 고유값은 특정

요인에 적재된 모든 변수의 적재량을 제공하여 합한 값을 말하는 것으로, 특정 요인에 관련된 표준화된 분산을 가리킨다. 일반적으로 사회과학 분야에서 요인과 문항의 선택 기준은 고유값(eigen value)이 1.0 이상, 요인 적재치는 0.40 이상이면 유의한 변수로 간주하며 0.50이 넘으면 아주 중요한 변수로 본다. 따라서 본 연구에서는 이들 기준에 따라 고유값이 1.0 이상, 요인적재치가 0.40 이상을 기준으로 하였다.

서비스능력교육에서 1문항을 제거하고 총 15문항을 분석에 이용하였다. 신뢰도 분석결과 Cronbach' α값이 모든 요인에서 0.800 이상으로 나타났다. 일반적으로 0.6 이상이면 신뢰도가 있다고 판단한다.

표 2. 서비스교육의 타당성 및 신뢰성 분석 결과  
Table 2. Exploratory factor & reliability analysis of service training.

요 인		요인 적재치	고유값	분산	Cronbach'α
서비스능력교육	전문지식 습득	.765	3.264	46.629	.800
	서비스 기술 향상	.816			
	개인적인 성장과 개발	.772			
	새롭고 다양한 환경적응	.638			
	문제해결 능력 향상	.675			
	명확한 인식과 구분	.571			
	업무수행능력 향상	제거			
서비스성향교육	이해와 인내심 향상	.611	3.820	42.440	.829
	표정과 외모관리	.616			
	긍정적/적극적 서비스자세	.657			
	서비스태도의 자극/재충전	.650			
	업무의 중요성/가치 인식	.673			
	고객 지향적 마인드 향상	.644			
	서비스 마인드 형성	.690			
	서비스인으로서 자부심	.670			
	의사소통/대인관계 능력	.648			

자기효능감의 타당성과 신뢰성을 분석한 결과 선행연구와 동일하게 인지적 효능감, 정서적 효능감, 사회적 효능감 등 3개의 요인으로 구분되었으며 모

두 고유값이 1.0 이상이고 요인적재치는 0.50 이상을 기준으로 하였다. 인지적효능감에서 1문항, 사회적효능감에서 1문항 등 총 2개의 문항이 이론 구조에 맞지 않게 적재되어 제거하고 최종적으로 16문항을 분석에 이용하였다. 신뢰도 분석결과 Cronbach' α값이 모든 요인에서 0.800 이상으로 나타났으므로 신뢰성을 확보하였다.

표 3. 자기효능감의 타당성 및 신뢰성 분석 결과  
Table 3. Exploratory factor & reliability analysis of self-efficacy.

요 인		요인 적재치	고유값	분산	Cronbach'α
인지적효능감	목표 달성 의지	.700	3.759	46.983	.802
	실제 상황에 대한 자신감	.539			
	문제해결 능력	.602			
	계획 실행	.755			
	중요한 것을 얻는 능력	.769			
	계획 실행 지속 의지	.710			
	어려움 극복 의지	제거			
어렵고 복잡한 일 시도	.587				
정서적효능감	자신감	.743	3.118	62.355	.842
	포기하지 않는 용기	.830			
	절망 극복	.851			
	불안감 극복	.729			
	다른 일에 영향 받지않음	.787			
사회적효능감	사회생활 적응	.813	2.543	63.569	.804
	친화력	.852			
	적극적인 친교	.750			
	타인에 대한 지속적 관심	.852			
	사교성	제거			

서비스지향성에 대한 타당성과 신뢰성을 분석한 결과 서비스결과지향에서 1문항을 제거하여 총 13개 문항을 분석에 이용하였다. 고유값이 1.0 이상이고 요인적재치는 0.60 이상이며 신뢰도 분석결과 Cronbach' α값이 모든 요인에서 0.800 이상으로 비교적 신뢰도가 높은 것으로 나타났다.

표 4. 서비스지향성의 타당성 및 신뢰성 분석 결과  
Table 4. Exploratory factor & reliability analysis of service-orientation.

요 인		요인적 재치	고유값	분산	Cronbach' α
서 비 스 과 정 지 향	서비스에 대한 열의와 최선	.734	3.410	48.718	.819
	서비스 수행에 대한 신뢰감	.630			
	서비스의 물리적 환경	.743			
	외모와 표정 관리	.742			
	고객에 대한 존중과 예의	.746			
	고객정보/취향에 따른 서비스	.670			
	고객과 친근한 관계 유지	.607			
서 비 스 결 과 지 향	서비스 지식 및 기술	제거	3.506	50.079	.836
	기대 이상의 서비스 제공	.725			
	고객 요구 사전 파악과 대비	.740			
	유연하고 융통성있는 서비스	.744			
	창의적 서비스 제공	.729			
	고객의 불평/불만 해결 능력	.755			
	정확하고 철저한 서비스수행	.729			

이러한 결과를 통계적으로 검증하기 위하여 <표 5>와 같이 각 요인별로 확인요인분석을 실시하였다. 확인요인분석 결과 <표5>와 같이 나타났으며, 이중 SMC(squared multiple correlations)값은 0.4이상의 값

을 보이면 잠재변수는 해당 측정변수들의 변량을 잘 설명하는 것으로 해석할 수 있다. 확인요인분석 결과 서비스능력교육에서 2개의 변수, 서비스성향교육에서 5개의 변수, 인지적 효능감 변수에서 2개의 변수, 정서적 효능감에서 1개의 변수, 서비스과정지향에서 3개의 변수, 서비스결과지향에서 1개의 변수가 SMC 값이 0.4 이하로 설명력이 낮은 것으로 나타나 이들 변수를 제외한 후 최종 분석을 실시하였다.

확인요인분석결과를 토대로 연구모델의 적합도 검정을 실시하였다. <표 6>의 연구 모델 적합도 검정 결과를 살펴보면 카이스퀘어 검정 결과(p=.000<.005)와 GFI/AGFI의 경우 기준에 적합하지 않은 결과가 나타났다. 이는 표본 특성에 기인한 비일관성으로 인하여 영향을 받을 수 있기 때문에 표본특성으로부터 보다 자유로운 CFI값을 권고하고 있다는 점에서 CFI를 비롯한 TLI, IFI, RMR, RMSEA 등의 결과를 종합적으로 판단한 결과 연구 모델이 신뢰할 수 있는 수준이라 판단하여 적합하다고 판정하였다.

가설 검정 결과 서비스 능력 교육과 성향교육은 자기효능감에 정 (+)의 영향을 미치는 것으로 밝혀져 가설 1은 모두 채택 되었다.

그러나 자기효능감과 서비스지향성과의 관계에 대한 가설은 가설 2-1의 계수 값이 -1.842, C.R이 -1.724로 나타나 기각되었으며 가설 2-2는 계수 값이

표 5. 확인요인분석결과  
Table 5. Confirmatory factor analysis

척도		문항	χ <sup>2</sup>	p	cmin/DF	RMR	GFI	AGFI	CFI	NFI	IFI	RMSEA
서비스능력 교육	초기	6	29.862	.000	3.318	.022	.964	.917	.953	.935	.954	.096
	최종	4	5.391	.052	2.965	.013	.988	.939	.987	.981	.987	.089
서비스성향 교육	초기	9	133.878	.000	4.958	.036	.894	.824	.831	.800	.833	.126
	최종	4	15.718	.000	7.859	.022	.971	.857	.938	.931	.939	.166
인지적 효능감	초기	7	73.400	.000	5.243	.033	.929	.857	.878	.856	.880	.131
	최종	5	11.190	.048	2.238	.018	.983	.950	.982	.969	.983	.071
정서적 효능감	초기	5	53.674	.000	10.735	.058	.922	.767	.910	.903	.911	.198
	최종	4	5.658	.059	2.829	.017	.989	.947	.991	.986	.991	.086
사회적 효능감	초기	4	8.923	.012	4.462	.027	.982	.909	.979	.973	.979	.118
	최종	4	8.923	.012	4.462	.027	.982	.909	.979	.973	.979	.118
서비스과정 지향	초기	7	75.795	.000	5.414	.028	.918	.836	.884	.863	.885	.133
	최종	4	6.002	.050	3.001	.009	.988	.941	.986	.980	.987	.090
서비스 결과 지향	초기	6	44.091	.000	4.899	.025	.942	.864	.931	.916	.932	.125
	최종	5	35.818	.000	7.164	.027	.942	.826	.924	.914	.925	.157

표 6. 최종연구모델의 적합도 검정 결과

Table 6. Fit measures

	p	CMIN/DF	RMR	GFI	AGFI	CFI	NFI	IFI	TLI	RMSEA
분석결과	.000	1.806	.029	.878	.845	.927	.852	.928	.915	.057
기준	>.05	2이하	<.05	>.9	>.9	>.9	>.9	>.9	>.9	<1.0
적합여부	부적합	적합	적합	부적합	부적합	적합	부적합	적합	적합	적합

-1.051, C.R이 -1.362로 역시 기각되었다.

가설 2-3, 2-4, 2-5, 2-6 역시 자기효능감이 서비스 지향성에 정(+)의 영향을 미치지 못하는 것으로 나타나 모두 기각되었다. 서비스 교육이 서비스 지향성에 정(+)의 영향을 미친다는 가설 3은 서비스 성향 교육만 서비스 과정지향과 결과 지향에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 밝혀져 가설 3-3과 3-4만 채택되었으며 가설 3-1과 3-2는 기각되었다.

## VI. 결 론

### 6-1 연구 결과의 요약 및 시사점

본 연구는 연구자의 서비스교육에 관한 선행 연구의 후속연구로써 더욱 심도있는 연구를 위해 항공서비스학과 전공 대학생들이 받은 서비스 교육이 자기효능감과 서비스 지향성에 미치는 영향에 대해 밝히고자 하였다. 서비스 교육의 효과와 만족도를 극대화함으로써 이를 통해 학생들의 자기효능감과 서비스

표 7. 구조방정식 모형의 경로계수 및 가설검정

Table 7. Path coefficient and hypothesis testing of structural equation model

가 설		표준화계수	C.R	채택여부
가설 1	서비스교육훈련과 자기효능감의 관계			채택
1-1	서비스 능력교육 → 인지적 자기효능감	3.296	2.075	채택
1-2	서비스 능력교육 → 정서적 자기효능감	3.125	2.104	채택
1-3	서비스 능력교육 → 사회적 자기효능감	2.144	1.960	채택
1-4	서비스 성향교육 → 인지적 자기효능감	3.798	2.431	채택
1-5	서비스 성향교육 → 정서적 자기효능감	3.517	2.410	채택
1-6	서비스 성향교육 → 사회적 자기효능감	2.590	2.403	채택
가설 2	자기효능감과 서비스 지향성과의 관계			기각
2-1	인지적 자기효능감 → 서비스 과정지향	-1.842	-1.724	기각
2-2	인지적 자기효능감 → 서비스 결과지향	-1.051	-1.362	기각
2-3	정서적 자기효능감 → 서비스 과정지향	-.503	-1.452	기각
2-4	정서적 자기효능감 → 서비스 결과지향	-.280	-1.035	기각
2-5	사회적 자기효능감 → 서비스 과정지향	.219	1.702	기각
2-6	사회적 자기효능감 → 서비스 결과지향	.223	1.812	기각
가설 3	서비스교육훈련과 서비스 지향성과의 관계			부분채택
3-1	서비스 능력교육 →서비스과정지향	8.937	1.795	기각
3-2	서비스 능력교육 →서비스결과지향	6.258	1.730	기각
3-3	서비스 성향교육 →서비스과정지향	10.531	2.059	채택
3-4	서비스 성향교육 → 서비스결과지향	7.454	1.993	채택

지향성을 향상시켜 지식과 기술뿐만 아니라 태도와 서비스 마인드를 겸비한 우수한 서비스 인적자원을 양성하는데 기여하고자 하였다. 다음과 같이 본 연구 결과를 요약할 수 있다.

첫째, 서비스 교육을 통해 학생들의 자기효능감을 향상시킬 수 있는데 특히 인지적 자기효능감에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다.

이는 서비스 교육을 통해 학생들의 문제해결 능력과 서비스 수행방법과 기술, 수행 의지가 향상될 수 있음을 의미한다. 김성혁(1994)은 서비스 교육이 서비스에 대한 지식이나 단순히 보여지는 행동에 초점을 맞추기 보다는 실질적인 기능에 중점을 두는 것이 효과적이라고 주장하였으며 서비스 교육을 통해 서비스 수행의 적절한 방법과 기술을 익히고 무엇을 해야 하고 어떻게 해야 하고 어느 정도까지 할 수 있는지를 아는 것이 중요하다고 하였다.

서비스 교육을 통해 고객에게 제공하는 서비스에 대한 바른 지식과 정확한 정보, 서비스 전달과정에서 발생하는 문제에 대한 해결방법 등에 대해 제대로 인지하고 있다면 실제 기내에서 서비스를 수행하는데 있어 자신감을 가지고 응대할 수 있을 것이다.

이를 위해 교과목 편성 시, 현장에서 필요로 하는 유용한 교과목인지 검토하여 실무 위주의 교육을 하는 것이 학생들로 하여금 학습 동기를 불러일으킬 수 있다.(박내희, 2005)

즉, 단순한 지식과 기술보다는 실무적용에 더 응용될 수 있도록 교육하는 것이 교육에 대한 긍정적인 지각을 가져올 수 있으며(Alliger et al, 1997) 이를 위해 교육 방법에 있어서도 강의식 교육과 더불어 실제 상황을 연출하여 현장 적응력을 높이는 역할연기법, 현장 체험, 비행 연수 등의 활동이 이루어져야 한다. 둘째, 자기효능감은 서비스 지향성에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 서비스를 수행하기 위해 필요한 행동을 조직하고 수행할 수 있다는 자신의 능력에 대한 개인의 판단과 신념은 우수한 서비스를 창출하고 제공하고자 하는 서비스 직원의 태도와 행동과는 유의한 관계가 없는 것으로 판단되었다.

셋째, 서비스 성향 교육은 학생들의 서비스 지향성에 영향을 미치지 않지만 서비스 능력 교육은 서비스 지향성에 정(+의 영향을 미치지 않는 것으로 나타났

다. 이는 서비스 지향성을 통해 서비스 품질을 향상시키기 위해서는 서비스 태도와 자세, 마인드와 같은 서비스 성향교육이 이루어져야함을 의미한다.

나운서·김홍범(2010)의 항공사 객실승무원의 교육훈련 프로그램 개발에 대한 연구에서 중요성 도출에 관한 가중치 산정 결과 마음에서 우러나오는 서비스 수행에 대한 동기부여가 가장 높은 순위를 차지하였다. 또한 현장 전문가가 제시한 교육훈련 프로그램을 보면 승무원 서비스 마인드 향상 등 기본 자세와 태도 교육이 매우 중요함을 시사하고 있다. 이는 고객에게 우수한 서비스를 제공하기 위해서는 서비스 직원의 서비스 수행 의지와 태도가 우선 형성되어야 함을 의미하며 서비스 지식과 기술보다는 학생들의 서비스 마인드와 태도 및 자세를 변화시키는 교육에 중점을 두어야함을 의미한다.

이를 위해 학생들에 대한 인성 및 예절 교육, 서비스 인으로서의 태도와 자세에 대한 소양 교육이 반드시 이루어질 필요가 있다.

또한 서비스 교육을 담당하는 강사는 학생들에게 롤 모델이 되므로 강사의 태도와 자세가 학생들의 태도에 영향을 미칠 수 있다. 따라서 강사의 역량과 자질이 매우 중요하다고 할 수 있다.(김성혁, 1994) 그리고 학생들의 개인적인 성향과 태도는 쉽게 바뀌거나 개선되기 어렵기 때문에 지속적인 관심과 조언이 필요하다. 서비스 교육 실시 횟수가 교육성과에 영향을 미칠 수 있으므로(김민주·박종우, 2011) 반복적이고 지속적인 교육을 통해 서비스 태도를 향상시킬 수 있다고 하겠다.

## 6-2 연구의 한계 및 향후 과제

본 연구를 통해 항공서비스 전공 대학생들에 대한 서비스 교육훈련이 자기효능감과 서비스지향성에 큰 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 본 연구는 다음과 같은 한계점 및 향후 연구 과제를 가지고 있다.

첫째, 본 연구는 광주여자대학교 항공서비스학과 학생들을 대상으로 조사되었으므로 동일 집단 및 동일 지역에 대한 특성과 한계를 가지고 있다. 연구를 일반화시키기 위해서 전국의 타 대학 항공서비스학과 학생들을 대상으로 보다 폭넓은 연구가 진행될 필요가 있다. 또한 항공서비스학과 학생들뿐만 아니라

항공사 승무원에 대한 연구도 이루어진다면 서비스 교육의 실제적인 효과와 영향에 대해 알아볼 수 있을 것이다.

둘째, 항공서비스학과 학생들의 자기효능감과 서비스지향성 뿐만 아니라 서비스 교육훈련에 대한 교육 만족도와 교육 전이 등 교육성과에 대한 측정이 이루어진다면 매우 효과적인 교육방법과 교육 환경, 교수법을 제시할 수 있을 것이다.

셋째, 서비스 교육훈련을 받기 전의 자기효능감과 서비스 지향성의 측정과 함께 서비스 교육훈련을 받은 후의 자기효능감과 서비스 지향성의 변화를 측정하여 연구해봄으로서 서비스 교육 훈련이 학생들의 자기효능감과 서비스 지향성에 어느 정도의 영향을 미쳤는지 파악할 수 있으므로 매우 의미 있는 연구가 될 것으로 기대된다.

#### 참 고 문 헌

- [1] 김민주·박종우, “서비스 제공자의 성격이 서비스 교육성과에 미치는 영향에 관한 연구,” *품질경영학회지*, 제39권, 제1호, pp.1-14, 2011.
- [2] 김영택, “항공사의 기내 인적 서비스 품질과 고객 만족에 관한 연구,” *서비스 경영학회지*, 제9권, 제1호, pp.131~146, 2008.
- [3] 김연선·김성혁, “특급호텔 직원의 셀프리더십, 팀워크, 자기효능감, 직무만족, 조직몰입 및 직무성과에 관한 인과관계 연구,” *호텔관광연구*, 제12권, 제2호, pp. 97-108, 2010.
- [4] 나운서·김홍범, “항공사 객실 승무원의 교육 훈련 프로그램 개발,” *한국항공경영학회 춘계학술 발표대회*, 2010.
- [5] 박대환, “호텔 기업의 서비스 지향성에 관한 실증적 연구 : 조직 가치, 종업원 만족, 성과간의 영향을 중심으로,” *경남대학교 대학원 박사학위논문*, pp. 7-3, 1997.
- [6] 박성연, “종업원의 직무만족과 조직의 서비스지향성이 종업원이 서비스지향성에 미치는 영향에 관한 연구,” *한국마케팅저널* 제2권, 제1호, pp. 99-117, 2000.
- [7] 박원순, “항공사 서비스 교육훈련이 고객지향성에 미치는 영향: 서비스 능력 및 성향의 매개효과를 중심으로,” *호서대학교 벤처대학원*, 박사학위논문, 2009.
- [8] 손원상, “항공 서비스의 마케팅 전략에 관한 연구,” *산업과학연구*, 제9호, pp. 4-5, 2000.
- [9] 서창적·김효정·이호택·장하다, “고객지향성 및 자기효능감이 서비스성과에 미치는 영향,” *서비스경영학회지*, 제11권, 제1호, pp. 285-308, 2010.
- [10] 서창적·한원윤, “조직의 서비스 지향성이 기업성과에 미치는 영향,” *품질경영연구*, 제28권, 제4호, pp.161-184.
- [11] 유시정·심송자·차현수, “항공사 점점 종업원의 서비스 지향성에 관한 연구,” *서비스 경영학회지*, 제4권, pp. 6-9, 2003.
- [12] 유영진·이보연·정연국, “외식산업 종사원에 대한 서비스 교육방법에 관한 이론 연구,” *관광정보연구*, 제19권, 제3호, pp. 77-96, 2005.
- [13] 이상준, “호텔 식음료 종사원의 와인교육훈련이 자기 효능감과 와인 판매의 동기에 미치는 영향,” *경기대학교 대학원 석사학위논문*, 2010.
- [14] 이승호, “항공사 객실승무원의 셀프리더십이 서비스 지향성에 미치는 영향- 자기효능감의 매개효과를 중심으로,” *세종대학교 대학원*, 석사학위논문, 2011.
- [15] 이유재, 서비스마케팅, *학현사*, 1995.
- [16] 장대성, “항공사 서비스 품질 측정방법의 비교 연구,” *품질경영학회지*, 제31권, 제4호, pp. 36~54, 2003.
- [17] 장석우, “항공산업 관련 기업과 관련 학과에서의 다문화 교육,” *극동대학교 사회복지연구소*, pp.3, 2011.
- [18] 장우귀·김의철·박영신, “자기효능감과 삶의 질,” *한국심리학회 발표대회 논문집*, 2007.
- [19] 장창권·한국·양경미, “항공사 승무원의 서비스 교육 성과에 관한 연구,” *한국표준협회 한국서비스대상 수상 논문*, pp. 3-5, 2005.
- [20] 정민주, “서비스교육훈련이 직원만족과 서비스지향성에 미치는 영향에 관한 연구,” *경기대학교 대학원*, 석사학위 논문, 2005.

- [21] 조영림, “산학실습 프로그램 개발의 필요성에 대한 연구,” *경기대학교 대학원 석사학위 논문*, p.1, 2002.
- [22] 홍혜연, “서비스 교육훈련이 자이존중감과 자기효능감 및 직무만족에 미치는 영향,” *경희대학교 관광대학원 석사학위논문*, 2009.
- [23] Alliger, G. M., Tannenbaum, S., Bennet. W., Traber, H., & Shotland, A., "A Meta-Analysis of the Relations among Trainig Criteria," *Personnel psychology*, vol.50, pp. 341-358. 1997.
- [24] Bandura, A., "A Self-Efficacy: toward a unifying theory of behavioral change," *Psychological Review*, vol.82, no.2, pp.191~215. 1977.
- [25] Bramley, P., *Evaluating training effectiveness theory into practice*, McGraw-Hill book company, London, 1991.
- [26] Bandura, A., "Self Efficacy Mechanism in Human Agency," *American Psychologist*, vol.37. no.2, pp.122-147. 1982.
- [27] Dienhart, J. R., Gregorie, M. B. & Downey, R. G., "Service Orientation of Restaurant Employees Paper Presentation at the 1991 Annual Conference of the Council of Hotel," *Restaurant and Institution Education*, TX. 1990.
- [28] Grönroos. C., "A Service Quality Model and Its Marketing Implication," *European Journal of Marketing*, vol.18, no.4, p.40. 1982.
- [29] Hass, P. J., "A Comparison of Training Priorities of Local Government Employee and Their Supervisors," *Public Personnel Management*, vol.20, no.2, pp. 225-247, 1991.
- [30] Hartline, M. & Ferrell, O., "The Management Customer-Contact Service Employees: A Empirical Investigation," *Journal of Marketing*, vol.60, October, pp.52-70, 1986.
- [31] Hogan, J. & Busch, R. "How to Measure Service Orientation," *Journal of Applied Psychology*, vol.69, no.1, 1984.
- [32] Heskett, J. L. & Schlesinger, L. A., "The Service Driven Service Company," *Harvard Business Review*, vol.69, no.5, pp.71-81, 1991.
- [33] Jose, V. G. & Teresa, G. G., "Structural Relation ships between organizational service orientation contact employee job satisfaction and citizenship behavior," *Journal of service industry management*, vol.17, no.1, pp.23-50, 2006
- [34] Larsen, S. & Bastiansen, T., "Service Attitudes in Hotel and Restaurant staff and Serviceman," *International Journal of Hospitality Management*, vol.4, no.2, pp.27-31. 1991.
- [35] Latham, G. P & Locke, E. A., "Work motivation and satisfaction: light at the end of the tunnel," *psychological science*, 1991.
- [36] Lytle, R. S., Hom, P. W., & Mokwa, M. P., "SERVQUAL: A Managerial Measure of Organization Service-Orientation," *Journal of Retailing*, vol.74, no.4, 1998.
- [37] Mahoney, F. X., *Human Resource Management : Handbook of Human Resource Development*, 2nd ed, p.314, 1984.
- [38] Patton, M. E., *How to Teach an Elephant to Dance*, 서울: 가산출판사, pp.280-285, 2001.
- [39] Schneider, B. S. & Bowen, D. E., *Winning the Service Game*, Boston: Havard Business Press, 1995.
- [40] Sherer, M., Maddux, J. E., Mercandante, B., Prentice-Dunn, S., Jacobs, B. & Rogers, R. W., "The Self-Efficacy scale: Construction and validation," *Psychological Reports*, vol.51, pp. 663~671. 1982.
- [41] Zeithaml, V.A.& Biter, M. J., *Service Marketing*, The McGraw-Hill Co. 1997.

### 정민주 (鄭珉珠)

경기대학교 서비스 경영전공

경기대학교 서비스 창업 & 컨설팅경영전공

1993년 11월~2010년 8월 : 아시아나 항공 객실승무원

2010년 9월~현재 : 광주여자대학교 항공서비스학과  
전임교수

관심분야 : 서비스 교육훈련, 서비스 커뮤니케이션, 서비스  
품질, 서비스 인적자원관리, 서비스 이미지메이킹