

의류매장 판매원의 직무만족과 직업몰입 및 조직몰입이  
매출목표지향에 미치는 영향  
- 전라남도 중소도시를 중심으로 -

이 옥 희<sup>†</sup>

순천대학교 패션디자인학과

**The Effects of Job Satisfaction and Organizational and  
Job Commitment on Sale Goal Orientation**  
- Focused on Small and Medium-sized City of Jeollanam-do -

Ok-Hee Lee<sup>†</sup>

Dept. of Fashion Design, Suncheon National University

(2011. 3. 8. 접수일 : 2011. 4. 27. 수정완료일 : 2011. 8. 1. 게재확정일)

**Abstract**

Employees of sales departments of apparel makers play an important role in the success of a fashion-related business because they provide service through the direct contact with customers. This research tests several hypothesized relationships between internal marketing and its determinants, such as job satisfaction and organizational and job commitment, along with sales goal orientation. The subjects in this study were salespeople who worked at fashion stores in Yeosu and Suncheon. To measure the hypotheses, 200 questionnaires were handed out and 185 were collected. Finally, 163 questionnaires were used for the analysis, as 22 were found to be invalid. Frequency analysis, factor analysis, reliability analysis, and multiple regression techniques were used after coding and cleaning the data with the software SPSS 18.0. It was found that job satisfaction in the subjects is affected by organizational and job commitment and by their sales goal orientation. Second, it was found that both organizational and job commitment have a significant impact on sales goal orientation. According the results of this study, the higher the salesperson's job satisfaction, the higher the organizational and job commitment are. This was also true for their sales goal orientation. Moreover, higher organizational and job commitment was correlated with a stronger sales goal orientation. On the basis of the results, marketing strategies related to personal management can be established.

*Key words:* job satisfaction(직무만족), organizational commitment(조직몰입), job commitment(직업몰입), sale goal orientation(매출목표지향).

**I. 서 론**

패션기업은 종사원이 현장에서 고객과 대면하여 제품의 판매 활동을 할 때 종사원의 태도는 고객의 만족과 행동에 영향을 미치게 되는데, 최종 고객의

<sup>†</sup> 교신저자 E-mail : loh@suncheon.ac.kr

욕구를 충족시키기 위해서는 제품과 서비스가 외부적으로 고객에게 판매되기 전에 먼저 고객과 직접 대면하는接客요원의 욕구의 충족, 즉 직무만족이 먼저 선행되어야 한다.

이러한 직무만족은 개인의 욕구, 필요, 안전, 태도, 보상, 감정 등의 수준에 따라 직무환경에서 얻어지는 만족 상태이며<sup>1)</sup> 직무를 통하여 자신의 욕구 수준이 충족되고 있다고 지각하는 호의적 감정 상태이다. 자신의 직무 관계하여 선택된 업무에 대하여 느끼는 긍정적 정서 상태를 의미하는 직무만족은 조직 내에서 다양한 경험에 대한 평가에 의해서 결정되기 때문에,<sup>2)</sup> 조직구성원은 만일 자신이 경험한 근무상황에 대한 독자적 인지평가의 결과가 자신의 기대에 미치지 못할 경우, 그것은 사라진 비용을 형성하게 되며, 근무조직에 그리고 더 나아가서는 종사 직업에까지도 몰입하지 못하는 결과가 유발될 수도 있다.

Porter et al.<sup>3)</sup>은 조직을 위해 높은 수준의 노력을 기울이고자 하는 자세 즉, 조직구성원이 자신에게 주어질 역할을 수행하는 데 전념하고자 하며, 조직에 대하여 애착을 가지고 기꺼이 자신의 노력과 정성을 바치려는 충성심<sup>4)</sup>을 조직몰입이라 하였다. Steers<sup>5)</sup>는 종사자들은 그들의 필요와 욕구를 만족시키는 과정에서 조직에의 근속과 몰입을 증대시킨다고 하였다. 따라서 높은 직무만족이 높은 조직몰입을 유

도한다고 가정되며<sup>6,7)</sup>, 조직 내에서의 다양한 경험들의 평가라 할 수 있는 직무만족은 직업몰입의 수준에 영향을 미친다고 보고되고 있다.<sup>8,9)</sup>

이러한 연구 결과들을 통하여 직무에 만족하는 종사원은 능률적이고 창의적이므로 생산성 제고에 크게 기여할 것이라는 가정을 할 수 있다. 직무만족이 높아지면 긍정적 감정을 갖게 되며, 즐거운 직장생활이 유지되어 충성심과 원만한 인간관계가 형성되고 이직율과 결근율이 감소되어, 직장에 안정성을 느낌과 동시에 자부심과 사회적 책임이 강화된다.<sup>10)</sup>

오늘날 국내외적으로 예측이 어려울 정도로 급변하고 치열한 경쟁 환경 가운데서 기업이 목표를 성공적으로 달성하기 위해서는 새로운 경영방식이 필요하다. 특히 패션트렌드가 대세인 의류시장에서 제품 간 차별성이 적기 때문에 제품의 독특함만으로는 의류산업의 경쟁 우위를 선점하기 어려우며, 고객을 새롭게 유입하는 수단이 되지 못하고 있다.

의류기업이 수익을 창출하기 위해서는 고객을 배려한 의류매장의 시설과 적절한 상품 구색뿐만 아니라, 훌륭한 인적 서비스가 병행되어야만 목표에도달할 수 있다. 훌륭한 서비스가 창출되기 위해서는 특별히 의류매장에 종사하는 판매원이 자기의 일에 최선을 다할 수 있도록 환경을 조성해 주고 긍지를 가질 수 있도록 동기 부여가 필요하다.

- 1) 윤지환, 박영기, 김정만, “호텔 영업부서 직원의 직무만족과 매출목표지향간의 관계,” *관광학연구* 26권 4호 (2003), pp. 187-202.
- 2) D. A. Williamson, *Job Satisfaction in Social Service*, (N.Y.: Garland Publishing, 1996).
- 3) L. W. Porter, R. M. Steers, R. T. Mowday and P. V. Boulian, “Organizational Commitment, Job Satisfaction and Turnover among Psychiatric Technicians,” *Journal of Applied Psychology* Vol. 59 (1974), pp. 603-609.
- 4) B. Buchanan, “Building Organizational Commitment: The Socialization of Managers in Work Organizations,” *Administrative Science Quarterly* Vol. 19 (1974), pp. 533-546.
- 5) R. M. Steers, “Antecedents and Outcomes of Organizational Commitment,” *Administrative Science Quarterly* Vol. 22 (1977), pp. 46-56.
- 6) A. M. Saks, “A Psychological Process Investigation for the Effects of Recruitment Source and Organizational Citizenship Behavior,” *Personnel Psychology* Vol. 48 (1994), pp. 775-802.
- 7) 이은희, “유교적 근로가치가 직무관여, 직무만족 및 조직몰입에 미치는 영향,” *한국심리학회지: 산업 및 조직* 14권 1호 (2001), pp. 1-25.
- 8) J. Arnold, “Predictors of Career Commitment: A Test of Three Theoretical Models,” *Journal of Vocational Behavior* Vol. 37 (1990), pp. 285-302.
- 9) 김태희, 장경로, “스포츠조직 구성원의 조직시민행동 결정요인에 관한 연구,” *한국스포츠사회학회지* 18권 2호 (2005), pp. 195-210.
- 10) 김정배, “호텔기업 종사원의 직무만족과 그 영향요인에 관한 실증적 연구” (경남대학교 대학원 박사학위논문, 1993), pp. 26-27.

자신의 직무에 만족하여 적극적이며 고객지향적인 태도로 고객에 대해 정성과 열의를 가지고 수준 높은 서비스를 제공하는 판매원에게 고객은 긍정적 반응으로 구매와 재방문으로 이어져 궁극적으로 판매 성과에 영향을 주게 될 것이기 때문이다. 이러한 사실은 의류기업에 있어서도 직원만족의 중요성을 인식하고, 경영자들이 관심을 가져야 할 중요한 요인이라 할 수 있다. 따라서 직무만족이 조직에 대한 몰입과 직업에 대하여 몰입하게 하므로 인하여 매출액에 대한 목표지향성이 높아질 것을 가정하며, 본 연구에서의 구체적인 목표는 의류기업 혹은 의류매장의 판매원들의 직무만족이 조직몰입과 직업몰입에 영향을 미침과 동시에 매출 목표지향에 영향을 미치는지 파악하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 직무만족

직무만족은 각 개인이 자기의 직무와 관련하여 경험하게 되는 모든 감정의 총화, 또는 이와 같은 감정의 균형 상태에서 기인되는 태도라고 정의되고 있다.<sup>11)</sup> 또한 직무만족은 직무에서 얻어지거나 경험되어지는 욕구만족의 과정이며, 이는 개인적인 것<sup>12)</sup>으로 각 개인의 가치체계에 따라 상이한 형태를 나타낸다. 박경호<sup>13)</sup>도 직무만족이 일반적으로 판매원이 자신의 직무에 대해서 가지고 있는 일종의 태도를 의미하며, 직무를 통하여 자신의 욕구 수준이 충족되고 있다고 지각하는 호의적 감정의 정도라고 하였다.

즉, 직무만족은 조직구성원이 직무 및 조직 내의 현상이나 상황에 대하여 지각한 후 이를 평가해서

나타내는 정서적 반응의 상태로, 직무만족 수준이 높은 사람은 자신의 직무환경에 매우 긍정적인 태도를 갖고 있으며, 불만족한 사람일수록 직무환경에 대한 부정적인 태도를 갖게 된다.<sup>14)</sup> 이러한 직무만족은 직무 자체에 대한 만족과 과업에 대한 성취감, 개인의 성장 기회 등을 포함하는 내재적인 직무만족과, 직무에 대한 다른 측면의 만족으로 임금 인상, 작업 조건 등을 포함하는 외재적인 직무만족으로 구분할 수 있다.<sup>15)</sup>

종업원은 최전방에서 고객과 만나는 기업의 얼굴이며 또한 그들의 업무 수행은 고객만족을 유도하며 궁극적으로 기업의 목표 달성, 즉 매출액에 직접적으로 영향을 미친다고 볼 때, 종업원의 직무에 대한 만족의 고찰은 패션기업과 같은 서비스 기업에게 매우 중요한 시사점을 갖는다.

### 2. 조직몰입과 직업몰입

일반적으로 몰입은 개인이 주로 대상 집단(조직, 동료, 직업 등)과의 관계에서 대상 집단에 대하여 갖고 있는 일체감, 집착, 애착, 관여도, 충성도, 동일시, 소속감 등의 정도를 의미한다. 조직의 성과 달성 면에서 조직몰입과 직업몰입은 서로 일치하는 부분이 많은 것이 사실이며, 이에 따라 직업몰입을 조직몰입의 선행요인으로 제시하기도 한다.<sup>16,17)</sup> 한편 Fink<sup>18)</sup>는 몰입을 두 가지 측면에서 다차원적인 개념으로 파악해야 한다고 주장하면서, 첫째로 직업이나 동료관계에 대한 몰입이 조직성과에 상당한 영향을 미친다는 것과, 둘째로는 몰입에 대한 다차원적 접근을 통하여 구성원들이 단지 몰입되었는가와 같은 보다 중요한 정보를 파악함으로써 종업원 관리에 대한 분석 자료를 얻을 수 있다고 하

11) H. C. Smith, *The Measurement of Satisfaction in Work Retirement*, (Chicago: Rand McNally, 1969), p. 6.

12) J. Tiffin and E. J. McCormick, *Industrial Psychology*, 6th ed., (Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall Inc. 1974), pp. 298-299.

13) 박경호, “내부마케팅을 통한 호텔내부고객만족에 관한 연구” (경기대학교 대학원 석사학위논문, 2002).

14) 박기관, “직무만족 및 조직몰입의 결정요인에 관한 연구 -지방공무원의 직무스트레스를 중심으로-,” *지방행정연구* 22권 2호 (2008), pp. 171-202.

15) C. M. Futrell, A. Parasuraman, G. A. Churchill, Jr., N. M. Ford and O. C. Walker, Jr, “Organizational Climate and Job Satisfaction in the Sales Force,” *Journal of Marketing Research* Vol. 13 (1976), pp. 323-332.

16) R. Hall, “Professionalization and Bureaucratization,” *Sociological Review* Vol. 33 (1968), pp. 92-104.

17) F. M. Bartol, “Professionalization as a Predictor of Organizational Commitment, Role Stress and Turnover: A Multidimensional Approach,” *Academy of Management Journal* Vol. 22 No. 4 (1979), pp. 815-821.

18) L. S. Fink, *High Commitment Workplace*, (New York: Quorum Books, 1992), pp. 1-91.

였다.

조직몰입은 영업사원의 기업에 대한 관여(involve-ment) 및 헌신(dedication)의 정도 보여주는 개념으로,<sup>19)</sup> 조직구성원 개인이 조직과의 연계됨을 보여주는 것으로 조직의 가치관, 도덕, 목표를 내면화하고 조직을 위해 열심히 일하려는 성향<sup>20)</sup>이라고 할 수 있다. 조직몰입은 개념적으로 그 의미를 세 가지로 구분 지을 수 있는데<sup>21)</sup> 첫째는 조직의 목표와 가치에 대한 개인의 신념이나 수용성이 내재화되는 것을 말하고, 둘째, 조직을 대신하여 상당한 노력을 자발적으로 하려는 것, 세 번째는 조직구성원으로 남아 있고자 하는 어떤 바람, 즉, 조직 구성원 자격을 유지하려는 욕구를 의미한다.

조직몰입에 대한 연구는 활발히 진행되어 왔으나 직업몰입에 대하여는 경시되어 왔거나 비교적 연구 사례가 적은 편이다. Blau와 Ryan<sup>22)</sup>은 조직몰입과 직업몰입은 규범 및 가치가 근원적으로 서로 다르기 때문에, 양자 사이에는 갈등관계가 존재한다고 주장함으로써 직업몰입의 중요성과 의미를 재인식하게 하는 계기를 제공하였다. 안관영과 이규만<sup>23)</sup>은 능력주의 인사제도가 활발히 도입되고, 노동시장이 과거 기업을 중심으로 한 수직적 노동시장에서 직업능력을 중심으로 하는 횡단적 노동시장으로 개편됨에 따라 구성원들의 직업의식과 동시에 직업몰입은 구성원들의 관리에 있어서 중요

한 관심사가 된다고 하였다.

성공적인 기업이 되기 위해서는 종사원들이 소속된 기업에 몰입할 수 있도록 직무만족이 전제되어야 한다. 직무만족은 조직 내에서의 다양한 경험에 대한 평가에 의해서 결정되기 때문에 조직구성원은 만일 자신이 경험한 근무상황에 대한 독자적인지평의 결과가 자신의 기대에 미치지 못할 경우 그것은 사라진 비용을 형성하게 되며, 근무조직에, 그리고 더 나아가서는 종사 직업에까지도 몰입하지 못하는 결과가 유발될 수도 있다.<sup>24)</sup> 높은 직무만족이 높은 조직몰입을 유도한다고 가정되며,<sup>25,26)</sup> 조직 내에서의 다양한 경험들의 평가라 할 수 있는 직무만족은 직업몰입수준에 상당한 영향을 미친다고 보고되고 있다.<sup>27)</sup> MacKenzie et al.<sup>28)</sup>은 보험회사 영업사원들을 대상으로 한 영업사원 성과에 관한 연구에서 역할 내 직무만족이 조직몰입에 긍정적인 영향을 미친다는 결과를 제시하였다. 또한 영업사원의 직무만족의 선행변수와 결과변수를 메타분석을 통해 규명한 Brown과 Peterson,<sup>29)</sup> 전광호와 김상용<sup>30)</sup>도 직무에 대한 만족수준이 높은 영업사원일수록 조직에 대한 몰입이 높아졌다고 하였다. Meyer와 Allen<sup>31)</sup>은 몰입을 심리적인 상태라기보다 세 가지의 요소인 분위기, 의무, 필요성이 구분되어 있는 상태로 언급하면서, 조직몰입의 개념을 연장하여 직업몰입에도 적용하여 연구하였으며, 이 외에도 조

19) L. W. Porter, R. M. Steers, R. T. Mowday and P. V. Boulian, op. cit., pp. 603-609.

20) 박내희, *조직행동론*, (서울: 박영사, 1997), pp. 104-105.

21) J. Meyer, N. Allen, and C. Smith, "Commitment to Organizations and Occupations: Extension and Test of a Three-component Conceptualization," *Journal of Applied Psychology* Vol. 78 (1993), pp. 538-551.

22) G. Blau, and J. Ryan, "On Measuring Work Ethic: A Neglected Work Commitment Facet," *Journal of Vocational Behavior* Vol. 51 (1977), pp. 435-438.

23) 안관영, 이규만, "학교장의 리더십이 교사들의 조직몰입과 직업몰입에 미치는 효과," *직업교육연구* 21권 2호 (2002), pp. 1-18.

24) 김태희, 장경로, op. cit., pp. 195-210.

25) 이은희, op. cit., pp. 1-25.

26) A. M. Saks, op. cit., pp. 775-802.

27) J. Arnold, op. cit., pp. 285-302.

28) S. B. MacKenzie, P. M., Podsakff and M. Ahearne, "Some Possible Antecedents and Consequences of In-role and Extra-role Salesperson Performance," *Journal of Marketing* Vol. 62 (July, 1998), pp. 87-98.

29) S. P. Brown, and R. A. Peterson, "Antecedents and Consequences of Salesperson Job Satisfaction: Meta-analysis and Assessment of Causal Effect," *Journal of Marketing Research* Vol. 30 (Feb. 1993), pp. 63-77.

30) 전광호, 김상용, "영업사원의 직무성과, 만족, 조직몰입, 이직의도와와의 관계에서 대안 매력도의 역할," *유통연구* 9권 2호 (2004), pp. 45-73.

31) J. Meyer and N. Allen, "A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment," *Human Resource Management Review* Vol. 1 (1991), pp. 61-89.

직몰입의 개념을 연장하여 직업몰입에 적용한 연구들<sup>32,33)</sup>을 바탕으로 본 연구에서도 직무에 만족한 종업원은 조직에 몰입할 뿐만 아니라 직업에도 몰입할 것을 가설로 정하였다.

### 3. 매출목표지향

목표지향이란 목표성취를 향한 것 그 자체에 가치를 두는 것을 말하며, 목표지향의 핵심은 노력과 결과가 함께 한다는 신념으로, 시간이 흐름에도 불구하고 성취지향적인 행동을 지속하게 한다. 그리고 목표설정은 행동에 영향을 미치며, 목표는 개인을 동기화시키고, 목표달성 여부와 관련된 자신의 능력을 표출하게 된다. 또한 성취목표는 생각하는 방식 및 참여하는 태도를 결정짓는 동기 패턴을 결정하게 한다.<sup>34)</sup>

자신의 직무나 이를 통해서 얻게 되는 경험을 평가해서 나타내는 유쾌함이나 긍정적인 정서 상태를 의미하는 직무만족은 조직 내 구성원들의 태도 및 행동변수를 비롯하여 조직유효성 등 상당한 부분에서 다양하게 영향을 미치기 때문에 매우 중요한 변수로 다루어지고 있다. 김정배(1993)는 직원들의 만족을 증진시켜야 할 충분한 이유로, 직무에 만족하는 종사원은 능률적이고 창의적이므로 생산성 제고에 크게 기여한다고 하였으며, 윤지환 외(2003)도 직원의 업무만족이 매출목표지향에 가장 많은

영향을 미친다고 하였다. 따라서 직무에 대한 만족은 직무수행과 기업의 궁극적인 목표인 성과 즉, 매출목표지향성에 영향을 미칠 수 있다고 본다.

많은 연구들은 몰입된 종업원들은 조직을 위하여 자발적으로 노력하며,<sup>35,36)</sup> 몰입되지 않은 종업원들에 비하여 높은 성과를 보인다<sup>37,38)</sup>고 하였다. Morrow<sup>39)</sup>는 조직에 대한 몰입 수준이 높은 구성원은 기업의 목표나 가치에 대한 강력한 신념을 구축하며, 기업의 이익을 위해 기꺼이 노력은 기울이려는 특징을 지닌다고 주장하였다.

직업몰입이 높은 종업원은 일상의 업무수행과정에서 자기 직업에 대하여 높은 집중력을 갖추고 있어 업무외적인 것에 시간이나 노력을 낭비하지 않는다. 그들은 시간에 관계없이 업무를 수행하기 원하고 자기 직업을 통해 커다란 기쁨을 느끼며, 직업자체가 중요한 보상수단이 되고 있다. 더욱이 직업몰입의 수준이 높은 종업원은 업무성과의 질적 수준이 매우 높을 뿐 아니라 업무의 질을 더욱 개선시키기 위해 끊임없이 노력한다.<sup>40)</sup> 직업몰입이 높은 구성원은 다른 업무적 조건이나 외적 요인에 관계없이 직업적 소명을 갖추고 있어 상급자의 지시에 관계없이 자발적으로 조직발전과 직업적 소명을 다하는 방향으로 행동하게 될 것이므로,<sup>41)</sup> 직업몰입이 높은 종사원은 기업의 목표나 이익을 위해 기꺼이 노력은 기울인다고 할 수 있다.

32) J. Meyer, N. Allen and C. Smith, "Commitment to Organizations and Occupations: Extension and Test of a Three-component Conceptualization," *Journal of Applied Psychology* Vol. 78 (1993), pp. 538-551.

33) P. Irving, D. Coleman, and C. Cooper, "Further Assessment of a Three-component Model of Occupational Commitment: Generalization and Differences Across Occupations," *Journal of Applied Psychology* Vol. 82 (1997), pp. 444-452.

34) C. Ames, "Classroom: Goals Structure and Student Motivation," *Journal of Psychology* Vol. 84 (1992), pp. 261-271.

35) L. M. Shore and S. J. Wayne, "Commitment and Employee Behavior: Comparison of Effective Commitment and Continuance Commitment with Perceived Organizational Support," *Journal of Applied Psychology* Vol. 78 (1993), pp. 774-780.

36) S. L. Wagner and M. C. Rush, "Altruistic Organizational Citizenship Behavior: Context, Disposition, and Age," *Journal of Social Psychology* Vol. 140 No. 3 (2000), p. 379.

37) T. E. Bateman and D. W. Organ, "Job Satisfaction and the Good Soldier: The Relationship between Affect and Citizenship," *Academy of Management Journal* Vol. 26 (1983), pp. 587-595.

38) J. E. Mathieu and D. Zajac, "A Review and Meta-analysis of the Antecedents, Correlates and Consequences of Organizational Commitment," *Psychological Bulletin* Vol. 108 (1990), pp. 171-194.

39) P. C. Morrow, *The Theory and Measurement of Work Commitment*, (Greenwich, Connecticut: JAI Press Inc, 1993).

40) 이성만, "조직몰입과 직업몰입의 결정요인 및 갈등관계에 관한 연구" (상지대학교 대학원 박사학위논문, 2000).

41) 안관영, 김민환, "조직몰입 및 직업몰입에 따른 교사들의 직무특성과 조직시민행동의 관계에 대한 연구," *한국경영교육학회지* 34권 (2004), pp. 349-372.

### Ⅲ. 연구방법

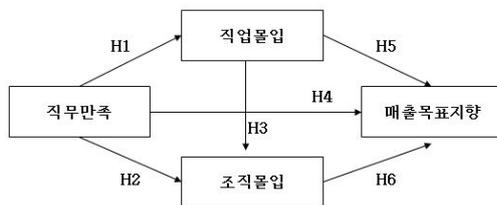
#### 1. 연구내용 및 가설

본 연구에서는 관련 문헌과 선행 연구를 토대로 패션 가두점 판매원의 매출목표지향에 영향을 미치는 요인으로 직무만족과 직업몰입, 조직몰입을 도출하였고, 이들의 상관관계를 알아보기 위해 <그림 1>과 같은 연구모형을 설계하고, 연구목적에 따른 [가설 1~6]을 설정하였다.

- 가설 1: 직무만족은 직업몰입에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2: 직무만족은 조직몰입에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3: 직업몰입은 조직몰입에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 4: 직무만족은 매출목표지향에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 5: 직업몰입은 매출목표지향에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 6: 조직몰입은 매출목표지향에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

#### 2. 변수의 조작적 정의 및 측정

직무만족은 직무를 통하여 자신의 욕구 수준이 충족되고 있다고 지각하는 호의적 감정의 정도로 이철우<sup>42)</sup>의 연구에서 사용한 6문항을, 조직몰입은 조직의 목표를 믿고 수용하는 것과 조직을 위해 높은



<그림 1> 연구 모형.

수준의 노력을 기울이고자 하는 자세로 서재현<sup>43)</sup>의 연구를 기초로 본 연구에 적합한 4문항을 측정하였다. 직업몰입은 박상윤 외<sup>44)</sup>의 연구에서 사용된 3문항을 선정하였고, 매출목표지향은 매출목표성취를 향한 것 그 자체에 가치를 두는 것으로 윤지환 외<sup>45)</sup>의 연구를 기초로 본 연구에 맞는 4문항을 사용하였으며, 변수를 위하여 선정된 문항은 모두 리커트 5점 척도로 측정하였다. 이외에도 연령, 성별, 근무년수 등 인구통계적 문항으로 6문항이 포함되었다.

#### 3. 자료수집 및 분석

조사대상자는 전라남도 순천과 여수시에서 소재하는 패션 매장에서 근무하는 판매원을 대상으로 하였다. 본 조사에 앞서 선행 연구를 토대로 작성된 설문항목들에 대하여 순천시 소재하는 3개 패션 매장의 판매원을 대상으로 사전 조사를 실시하여 설문항목들에 대한 용어의 적절성과 설문지의 구성 등에 대한 내용을 검토한 후 예비조사를 실시하여 그 결과에 따라 수정하였다. 본 연구의 자료는 2009년 2월 10일~28일 사이에 설문지를 편의추출방법으로 수집하였다. 200부의 설문지를 배부하여 175부를 회수하였으며, 부분적인 무응답 설문지와 불성실한 설문지를 제외한 163부의 설문지가 최종분석에 사용되었다. 자료 분석은 SPSS package를 이용한 신뢰성 분석과 요인 분석을 통한 타당성 분석을 실시하였고, 독립변수의 평균값을 이용한 회귀 분석을 통해 구성개념들 간의 관계를 검증하였다.

### Ⅳ. 결과 및 논의

#### 1. 신뢰성 및 타당성 분석

각 변수들의 신뢰성 검증과 요인 분석 결과는 <표 1>과 같이 나타났다. 직무만족, 직업몰입, 조직몰입, 매출목표지향에 관한 내용의 문항들은 모두 각각

42) 이철우, “호텔 조직구성원의 임파워먼트가 직무만족, 조직몰입, 이직의도에 미치는 영향에 관한 연구” (동아대학교 대학원 석사학위논문, 2001), pp. 24-30.

43) 서재현, “개인의 성향과 조직 내 경험이 경력몰입, 팀몰입 및 조직몰입에 미치는 영향에 관한 연구,” *인사관리연구* 26권 2호 (2002), pp. 61-87.

44) 박상윤, 김태희, 장경로, “기업의 CI(Corporate Identity) 통합전략을 통한 스포츠구단의 CI변경효과 분석 · SK나이스 사례연구,” *한국스포츠산업 · 경영학회지* 13권 3호 (2008), pp. 41-52.

45) 윤지환, 박영기, 김정만, op. cit., pp. 187-202.

<표 1> 변수들의 요인 분석 및 신뢰도

요인	요인 분석결과				Cronbach's $\alpha$	평균
	측정항목	요인 부하량	Eigen value	누적 변량		
직무 만족	나는 우리 회사 내에서 승진 기회에 만족한다.	0.80	3.310	55.31	.82	3.82
	나의 상사에 대해 만족한다.	0.80				
	나의 월급에 대해 만족한다.	0.79				
	나는 나의 업무에 전반적으로 만족한다.	0.72				
직업 몰입	나는 우리 매장의 고객에 대해 만족한다.	0.68	2.270	75.67	.84	3.85
	나의 동료에 대해 만족한다.	0.67				
	나는 현재의 직업에 계속 종사할 계획이다.	0.88				
	나는 나의 직업을 자랑스럽게 생각한다.	0.88				
조직 몰입	나의 현재의 직업에서 경력을 유지하는 것은 나에게 중요하다.	0.85	2.243	74.77	.83	3.80
	나는 이 매장에서 가족원의 일부라는 느낌을 갖는다.	0.88				
	이 매장이 나에게서는 커다란 개인적인 의미가 있다.	0.88				
	나는 앞으로도 계속 이 매장에서 보낸다면 매우 행복할 것이다.	0.84				
매출 목표 지향	고객이 우리 매장에 다시 방문할 수 있도록 최선을 다한다.	0.89	2.696	67.39	.84	4.28
	나는 우리 매장의 매출을 높이려고 노력한다.	0.88				
	반품이나 환불을 하지 않도록 고객에게 충분히 이해시킨다.	0.79				
	우리 매장의 필요 없는 경비 지출을 없애려고 노력한다.	0.72				

하나의 요인으로 묶였으며, 변수들의 신뢰성 계수는 모두 0.80 이상으로 높은 신뢰도를 보이고 있었다.

판매원들의 직무만족, 직업몰입, 조직몰입의 정도는 각각 그 평균이 3.82, 3.85, 3.80로 나타났으며, 매출목표지향의 평균은 4.28로 매우 높게 나타났다.

## 2. 직업몰입과 조직몰입에 대한 회귀분석

직무만족이 직업몰입과 조직몰입에, 그리고 직업몰입이 조직몰입에 미치는 영향을 알아보기 위해서 회귀분석을 실시하였다. 직무만족은 직업몰입 및 조직몰입과 정(+)의 상관관계를 가지고 있는 것으로 나타나, 첫 번째 가설과 두 번째 가설은 채택되었다. 직무만족이 직업몰입과 조직몰입에 미치는 영향력은 각각 30.0%와 41.0%로 높은 직무만

족은 자신의 직업과 몸 담고 있는 조직의 몰입에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 알 수 있었다. 이러한 결과는 높은 직무만족이 높은 조직몰입을 유도한다고 가정한 이은희<sup>46)</sup>와 Saks,<sup>47)</sup> Brown과 Peterson,<sup>48)</sup> 전광호와 김상용<sup>49)</sup> 등의 연구 결과를 지지한다. 그리고 직무만족이 직업몰입수준에 상당한 영향을 미친다고 보고한 Arnold<sup>50)</sup>의 주장과 일치한다. 또한 직업몰입이 조직몰입과 정(+)의 상관관계를 가지고 있는 것으로 나타나 가설 3도 채택되었으며, 그 영향력은 40.4%로 적성에 맞는 직업을 선택하고, 그 직업에 몰입할수록 조직에도 높은 몰입을 하게 된다는 것을 알 수 있다. 이는 조직몰입과 직업몰입간의 관계는 비교적 강한 정의 상관관계를 갖는다고 한 안관영과 이규만<sup>51)</sup>의 연구를 지지한다.

46) 이은희, op. cit., pp. 1-25.

47) A. M. Saks, op. cit., pp. 775-802.

48) S. P. Brown, and R. A. Peterson, op. cit., pp. 63-77.

49) 전광호, 김상용, op. cit., pp. 45-73.

50) J. Arnold, op. cit., pp. 285-302.

51) 안관영, 김민환, op. cit., pp. 349-372.

<표 2> 직업몰입과 조직몰입에 대한 회귀분석 결과

	Variables	F	Sig.	$\beta$	t	유의수준	
직업 몰입	Constant	70.336	0.000		11.055	0.000	$R^2=0.304$
	직무만족			0.551	8.387	0.000	Adjusted $R^2=0.300$
조직 몰입	Constant	113.593	0.000		5.058	0.000	$R^2=0.414$
	직무만족			0.621	10.049	0.000	Adjusted $R^2=0.410$
	Constant	110.845	0.000		7.207	0.000	$R^2=0.408$
	직업몰입			0.639	10.528	0.000	Adjusted $R^2=0.404$

**3. 매출목표지향에 대한 회귀분석**

독립변수들이 매출목표지향에 미치는 영향을 알아보기 위해서 회귀분석을 실시한 결과, 직무만족과 직업몰입, 조직몰입은 매출목표지향과 정(+)의 상관관계를 가지는 것으로 나타났으며, 가설 4, 5, 6은 채택되었다. 그리고 각각의 독립변수들이 매출목표지향에 미치는 영향력은 각각 25.6%와 22.2%, 29.3%로 나타났으며, 독립변수들 가운데 매출목표지향에 조직몰입이 가장 많은 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 다음은 직무만족, 직업몰입 순으로 나타났다. 직무에 만족하는 종사원은 능률적이고 창의적이므로 생산성 제고에 크게 기여한다고 한 김정배<sup>52)</sup>와 직원의 업무만족이 매출목표지향에 가장 많은 영향을 미친다고 한 윤지환 외<sup>53)</sup>의 연구 결

과를 지지한다. 또한 조직에 대한 몰입 수준이 높은 구성원은 조직을 위하여 자발적으로 노력하고, 기업의 목표나 가치에 대한 강력한 신념을 구축하며, 기업의 이익을 위해 기꺼이 노력은 기울이려는 특징을 지닌다고 한 선행 연구자들<sup>54~57)</sup>의 주장을 뒷받침하고 있다. 그리고 직업몰입의 수준이 높은 종업원은 업무성과의 질적수준이 매우 높을 뿐 아니라 업무의 질을 더욱 개선시키기 위해 끊임없이 노력하며, 자발적으로 조직 발전과 직업적 소명을 다하는 방향으로 행동하게 될 것이라고 한 이성만,<sup>58)</sup> 안관영과 김민환<sup>59)</sup>의 연구 결과와 일치한다.

직무만족이 직업몰입과 조직몰입에, 직업몰입이 조직몰입에 긍정적인 영향을 미치며, 그리고 직무만족과 직업몰입, 조직몰입이 매출목표지향에 긍정

<표 3> 매출목표지향에 대한 회귀분석 결과

	Variables	F	Sig.	$\beta$	t	유의수준	
매출 목표 지향	Constant	56.739	0.000		5.454	0.000	$R^2=0.261$
	직무만족			0.510	7.533	0.000	Adjusted $R^2=0.256$
	Constant	47.265	0.000		13.932	0.000	$R^2=0.227$
	직업몰입			0.476	6.875	0.000	Adjusted $R^2=0.222$
	Constant	68.161	0.000		11.915	0.000	$R^2=0.297$
조직몰입	0.545			8.256	0.000	Adjusted $R^2=0.293$	

52) 김정배, op. cit., pp. 26-27.

53) 윤지환, 박영기, 김정만, op. cit., pp. 187-202.

54) L. M. Shore and S. J. Wayne, op. cit., pp. 774-780.

55) S. L. Wagner and M. C. Rush, op. cit., p. 379.

56) T. E. Bateman and D. W. Organ, op. cit., pp. 587-595.

57) J. E. Mathieu and D. Zajac, op. cit., pp. 171-194.

58) 이성만, “조직몰입과 직업몰입의 결정요인 및 갈등관계에 관한 연구” (상지대학교 대학원 박사학위논문, 2000).

59) 안관영, 김민환, op. cit., pp. 349-372.

<표 4> 가설 검증 결과

가설		경로	채택 여부
번호	방향		
H1	+	직무만족 → 직업몰입	채택
H2	+	직무만족 → 조직몰입	채택
H3	+	직업몰입 → 조직몰입	채택
H4	+	직무만족 → 매출목표지향	채택
H5	+	직업몰입 → 매출목표지향	채택
H6	+	조직몰입 → 매출목표지향	채택

적인 영향을 미친다고 하는 가설 1~6은 모두 채택되었다.

### V. 결 론

본 연구는 급변하는 마케팅환경 가운데 패션기업의 경쟁우위 창출을 위한 인적관리의 중요성을 인식하고, 인적자원의 관리와 역량의 개발 및 제고를 위해 판매원들의 직무만족과 조직몰입이 어떠한 관계를 나타내는지와 함께, 매출목표지향에 영향을 미치는 선행변수로서 어떠한 영향을 미치는지 밝히고자 하였다. 이론적인 연구를 토대로 패션가두점 판매원의 직무만족이 직업몰입과 조직몰입에 준다는 것과, 직업몰입과 조직몰입이 매출목표지향에 영향을 준다는 것을 가설로 설정하고, 선행 연구를 근거로 작성한 질문지를 사용하여 결과를 분석하였다.

판매원들의 직무만족, 직업몰입, 조직몰입의 정도는 3.80 이상으로 나타났으며, 매출목표지향의 평균은 4.28로 패션매장의 판매원들의 매출액에 대한 목표지향적 성향이 매우 높은 것으로 나타났다. 연구 결과, 연구모형에서 여섯 가지의 가설을 세웠으며 가설 검증 결과, 직무만족이 직업몰입과 조직몰입에, 직업몰입이 조직몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되어 가설 1과 2, 3은 채택이 되었다. 직무만족과 직업몰입, 조직몰입이 매출목표지향에 영향을 미치는지에 대하여 알아본 결과, 모두 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 4, 5, 6도 채택되었다. 따라서 패션가두점 판매원의 직무

만족이 직업몰입과 조직몰입을 높이는 동시에 매출목표지향에 대하여 긍정적인 영향을 미친다는 것을 알 수 있다.

소매업자들은 그들 점포에서 충분한 매출액과 이익을 달성하기 위하여 충성도가 높은 고객들을 창조하고 동시에 계속 유지하기를 바란다.<sup>60)</sup>

본 연구의 결과에 의해 추론 할 수 있는 직무만족과 매출목표지향과의 관계는, 패션기업 혹은 고객과의 직접적인 접점에 있는 종업원들은 자신이 속한 곳의 직무만족이 높을수록 그러한 만족을 제공해준 조직 및 직업에 반응하게 되어 기업의 성과, 즉 매출목표지향행동을 보다 높게 나타낸다고 해석할 수 있을 것이다. 패션산업의 재무적 성과인 매출액과 이익의 증대는 자금이나 시설, 원자재 등의 물적 자원관리의 효율성뿐만 아니라 이들 경영요소를 관리하는 주체가 되는 인적자원의 효율적인 활용에 달려 있다고 할 수 있다. 오늘날 패션제품의 차별화만으로는 어렵기 때문에 고객의 지각된 서비스품질은 매우 중요한 성공의 조건이 될 수 있다. 따라서 판매원이 제공하는 서비스품질은 기업의 생존과 직결된다고 할 수 있으므로 서비스 품질을 높일 수 있는 방안의 모색은 어느 때보다 중요하다 할 수 있으며, 종사원의 동기 부여와 능력 발휘가 직무만족과 불가분의 관계에 있으며, 소비자인 고객과의 상호작용이 빈번한 판매원의 직무만족과 조직 및 직업몰입이 기업의 경영성과에 크게 영향을 미친다고 하는 결과를 토대로 인적관리에 보다 구체적인 전략을 계획하고 실행해야 할 것을 제안한다. 본 연구는 전남지역 중소도시인 순천과 여수의 가두점을 중심으로 집단표본이 대상이었으므로 본 연구의 실증분석 결과를 일반화시키기에는 한계가 있으므로 후속 연구에서는 중소도시의 백화점을 포함한 모집단의 특성을 충분히 반영할 수 있는 표본프레임을 구성하는 것이 바람직하다고 본다.

### 참고문헌

김정배 (1993). “호텔기업 종사원의 직무만족과 그

60) A. C. Samli, and M. J. Sirgy, “A Path Analytic Model of Store Loyalty Involving Self-concept, Store Image, Geographic Loyalty, and Socioeconomic Status,” *Journal of the Academy of Marketing Science* Vol. 13 (Summer, 1985), pp. 265-291.

- 영향요인에 관한 실증적 연구.” 경남대학교 대학원 박사학위논문.
- 김태희, 장경로 (2005). “스포츠조직 구성원의 조직 시민행동 결정요인에 관한 연구.” *한국스포츠 사회학회지* 18권 2호.
- 박기관 (2008). “직무만족 및 조직몰입의 결정요인에 관한 연구 -지방공무원의 직무스트레스를 중심으로-.” *지방행정연구* 22권 2호.
- 박내희 (1997). *조직행동론*. 서울: 박영사.
- 서재현 (2002). “개인의 성향과 조직 내 경험의 경력 몰입, 팀몰입 및 조직몰입에 미치는 영향에 관한 연구.” *인사관리연구* 26권 2호.
- 안광영, 김민환 (2004). “조직몰입 및 직업몰입에 따른 교사들의 직무특성과 조직시민행동의 관계에 대한 연구.” *한국경영교육학회지* 34권.
- 안광영, 이규만 (2002). “학교장의 리더십이 교사들의 조직몰입과 직업몰입에 미치는 효과.” *직업교육연구* 21권 2호.
- 윤지환, 박영기, 김정만 (2003). “호텔 영업부서 직원의 직무만족과 매출목표지향간의 관계.” *관광학연구* 26권 4호.
- 이성만 (2000). “조직몰입과 직업몰입의 결정요인 및 갈등관계에 관한 연구.” 상지대학교 대학원 박사학위논문.
- 이은희 (2001). “유교적 근로가치가 직무관여, 직무만족 및 조직몰입에 미치는 영향.” *한국심리학회지; 산업 및 조직* 14권 1호.
- 이철우 (2001). “호텔 조직구성원의 임파워먼트가 직무만족, 조직몰입, 이직의도에 미치는 영향에 관한 연구.” 동아대학교 대학원 석사학위논문.
- 전광호, 김상용 (2004). “영업사원의 직무성과, 만족, 조직몰입, 이직의도와외의 관계에서 대안 매력도의 역할.” *유통연구* 9권 2호.
- Ames, C. (1992). “Classroom: Goals Structure and Student Motivation.” *Journal of Psychology* Vol. 84.
- Arnold, J. (1990). “Predictors of Career Commitment: A Test of Three Theoretical Models.” *Journal of Vocational Behavior* Vol. 37.
- Bartol, K. M. (1979). “Professionalization as a Predictor of Organizational Commitment, Role Stress and Turnover: A Multidimensional Approach.” *Academy of Management Journal* Vol. 22, No. 4.
- Bateman, T. E. and D. W. Organ (1983). “Job Satisfaction and the Good Soldier: The Relationship between Affect and Citizenship.” *Academy of Management Journal* Vol. 26.
- Blau, G. and J. Ryan (1977). “On Measuring Work Ethic: A Neglected Work Commitment Facet.” *Journal of Vocational Behavior* Vol. 51.
- Brown, S. P. and R. A. Peterson (1993). “Antecedents and Consequences of Salesperson Job Satisfaction: Meta-analysis and Assessment of Causal Effect.” *Journal of Marketing Research* Vol. 30(Feb.).
- Fink, L. S. (1992). *High Commitment Workplace*. New York: Quorum Books.
- Futrell, C. M., A. Parasuraman, G. A. Churchill, Jr., N. M. Ford and O. C. Walker, Jr. (1976). “Organizational Climate and Job Satisfaction in the Sales Force.” *Journal of Marketing Research* Vol. 13.
- Hall, R. (1968). “Professionalization and Bureaucratization.” *American Sociological Review* Vol. 33.
- Irving, P., D. Coleman and C. Cooper (1997). “Further Assessment of a Three-component Model of Occupational Commitment: Generalizability and Differences Across Occupations.” *Journal of Applied Psychology* Vol. 82.
- MacKenzie, S. B., P. M. Podsakff and M. Ahearne (1998). “Some Possible Antecedents and Consequences of In-role and Extra-role Salesperson Performance.” *Journal of Marketing* Vol. 62 (July).
- Mathieu, J. E. and D. Zajac (1990). “A Review and Meta-analysis of the Antecedents, Correlates and Consequences of Organizational Commitment.” *Psychological Bulletin* Vol. 108.
- Meyer, J. and N. Allen (1991). “A Three-component Conceptualization of Organizational Commitment.” *Human Resource Management Review* Vol. 1.
- Meyer, J., N. Allen and C. Smith (1993). “Commitment to Organizations and Occupations: Extension and Test of a Three-component Conceptualization.” *Journal of Applied Psychology* Vol. 78.

- Morrow, P. C. (1983). "Concept Redundancy in Organizational Research: The Case of Work Commitment." *Academy of Management Review* Vol. 8 (July).
- Morrow, P. C. (1993). *The Theory and Measurement of Work Commitment*. Greenwich, Connecticut: JAI Press Inc.
- Porter, L. W., R. M. Steers, R. T. Mowday and P. V. Boulian (1974). "Organizational Commitment, Job Satisfaction and Turnover among Psychiatric Technicians." *Journal of Applied Psychology* Vol. 59.
- Saks, A. M. (1994). "A Psychological Process Investigation for the Effects of Recruitment Source and Organizational Citizenship Behavior." *Personnel Psychology* Vol. 48.
- Samli, A. C. and M. J. Sirgy (1985). "A Path Analytic Model of Store Loyalty Involving Self-concept, Store Image, Geographic Loyalty, and Socio-economic Status." *Journal of the Academy of Marketing Science* Vol. 13 (Summer).
- Shore, L. M. and S. J. Wayne (1993). "Commitment and Employee Behavior: Comparison of Effective Commitment and Continuance Commitment with Perceived Organizational Support." *Journal of Applied Psychology* Vol. 78.
- Smith, P. C., L. M. Kendall and C. I. Hulin (1969). *The Measurement of Satisfaction in Work Retirement*. Chicago: Rand McNally.
- Steers, R. M. (1977). "Antecedents and Outcomes of Organizational Commitment." *Administrative Science Quarterly* Vol. 22.
- Tiffin, J. and E. J. McCormick (1974). *Industrial Psychology*, 6th, ed., Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Wagner, S. L. and M. C. Rush (2000). "Altruistic Organizational Citizenship Behavior: Context, Disposition, and Age." *Journal of Social Psychology* Vol. 140, No. 3.
- Williamson, D. A. (1996). *Job Satisfaction in Social Service*. N. Y.: Garland Publishing.