

---

# 호텔기업의 조직지원과 직무만족이 서비스품질에 미치는 영향

지계웅\*, 한진영\*\*

## The Effect of Service Quality on Organizational Support and Job Satisfaction in Hotel Industry

Ji, Ke-Yung\*, Han, Jin-Young\*\*

**요약** 본 연구의 목적은 호텔기업 직원들이 인식하고 있는 인지된 조직지원, 직무만족, 그리고 서비스품질 간 인과적으로 미치는 영향 관계 등을 실증적으로 분석하여, 호텔 직원의 직무만족을 높이기 위한 조직지원의 효율적 방안과 고객들에 대한 서비스품질을 향상시킬 수 있는 방안을 모색하고자 하였다. 자료는 2011년 11월 1일부터 2011년 11월 30일까지 30일간 특급 호텔에 재직 중인 230명의 직원들을 대상으로 조사하여 217부(93%)를 최종분석에 사용하였다. 연구의 결과를 요약하면, 첫째, 개인가치지원에 있어서는 개인직무환경 만족, 근무환경지원 만족 모두에서 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 둘째, 고객에 대한 서비스품질을 향상시키지 위해서도 조직지원에 있어서도 업무환경 지원이 개인가치 지원보다는 더 많은 영향을 주고 있었다. 셋째, 직무만족 중 개인의 직무환경 만족이 대응성, 확신성, 유형성에 영향을 미치고 있음을 알 수 있고, 근무환경지원 만족은 확신성 및 유형성에만 영향을 미치고 대응성에는 영향을 미치지 않았으므로, 직원들의 고객에 대한 대응성을 높이기 위해서는 개인직무환경에 만족을 느낄 수 있도록 환경을 조성해야 할 것이다. 그러므로 호텔경영자들은 고객들에 대한 서비스품질을 향상시켜 경영성과를 높이기 위해서 호텔직원들에 대한 업무환경에 대한 지원을 강화하여 충성심을 갖을 수 있도록 해야 할 것이다.

**주제어** : 호텔기업, 조직지원, 직무만족, 서비스품질

**Abstract** The purpose of this study tried to find ways to improve service quality for customers and effective program of organizational support to increase the hotel employees' job satisfaction to empirically analyze causatively impacted relationship between the perceived organizational support, job satisfaction, and service quality in the hotel industry staff recognize. Data were collected from 217 and surveyed from 1 to 30 in November 2011 in hotel. To summarize the results of the study, first, satisfaction of individual job environment, satisfaction of work environment support concerned in support for personal values both was not affected significantly. Second, support for work environment was also affecting more than support for personal worth to improve the quality of customer service and in support for the organization Third, satisfaction of the individual's work environment affected adaptability, conviction, and corporality in job satisfaction variables while support satisfaction for working conditions effected conviction and adaptability without corporality. In order to enhance adaptability to customers who employees serve, it should be created work environment to make employees feel satisfaction in individual's work environment. Therefore, hotel managers have to entertain feelings of loyalty for their hotel and make employees satisfaction with their job and their duty by enhancing support for work environment of hotel employees in order to increase business performance by improving service quality for customers.

**Key Words** : Hotel industry, Organizational Support, Service Quality

---

\*관동대학교 관광의료복지대학 호텔관광학부

\*\*관동대학교 관광의료복지대학 호텔관광학부(교신저자)

논문접수: 2012년 8월 28일, 1차 수정을 거쳐, 심사완료: 2012년 10월 15일

## 1. 서론

호텔기업에서 제공하는 서비스에 대한 고객만족과 그를 통한 충성고객 확보는 호텔기업의 생존과 수익성에 밀접한 관련성을 가지고 있기 때문에 마케팅의 중요한 전략목표가 되고 있다[8]. 호텔기업들이 점차 치열해지는 경쟁 환경 속에서 차별화된 경쟁력을 확보하기 위해서는 고객들에게 보다 높은 수준의 서비스품질을 제공해야 하며, 호텔기업의 성패는 고객에 의해 좌우되는 만큼 고객 감동을 최우선 과제로 여겨야 할 것이다. 호텔기업의 이윤을 발생시키는 서비스품질의 향상과 고객만족의 증대는 내부고객인 직원들의 직무만족에 의해 결정되므로 호텔경영 정책 중 중요시해야 할 것은 내부고객의 만족을 중시하는 경영마인드이다.

호텔기업에서 조직지원은 조직활동의 기본요소로서 이를 잘 관리하고 운용해야 조직의 유효성을 높일 수 있으며[2], 고객접점 직원들은 자신들의 관리자로부터 어떻게 대우받느냐에 따라서 고객을 대우하며 고객접점 직원들을 도와주는 조직지원 서비스와 정책의 효과적인 운영이 직원들의 만족에 까지 영향을 줄 수 있다[10]. 고객만족을 결정하는 요소들은 다양하지만 제품과 서비스가 가장 직접적인 요소라 할 수 있으며, Taylor & Baker(1994)[22]는 지각된 서비스품질과 고객만족, 그리고 두 변수간의 상호작용이 구매의도에 영향을 미치고 있음을 주장하고 있다.

서비스품질은 고객만족에 영향을 주는 주요요인들 중의 하나이며, 이러한 서비스품질의 향상은 직원들의 직무만족이 선행되어야 한다. 직무만족은 고객욕구를 만족시키려는 종사원들의 의지를 나타내기 때문에 서비스종사원이 직무에 만족하지 못한다면 빈약한 서비스품질이 초래되며 서비스품질과도 상관관계가 있다[12]. 적절한 조직지원으로 종사원들의 직무만족도와 고객서비스품질이 높아진다면 경영자는 고객서비스 품질을 높이기 위한 여러 지원책들을 강구하여야 할 것이다.

따라서 본 연구의 목적은 호텔기업 직원들이 인식하고 있는 인지된 조직지원, 직무만족, 그리고 서비스품질 간 인과적으로 미치는 영향 관계 등을 실증적으로 분석하는 것이다. 이를 통해 호텔 직원의 직무만족을 높이기 위한 조직지원의 효율적 방안을 모색하고, 호텔 직원들에 대한 내부 마케팅을 통해 고객들에 대한 서비스 품질을 향상시켜 궁극적으로 호텔의 경영성과의 증진을 위한

효율적인 방안을 모색하고자 한다.

## 2. 이론적 논의

### 2.1 조직지원

조직지원은 조직이 구성원의 공헌을 가치있게 여기며, 조직 내에서 배려하는 정도에 대해 구성원이 가질 수 있는 전반적인 믿음으로 조직구성원이 자신의 공헌을 평가 받으며 배려하는 정도에 대해 가질 수 있는 전반적인 신념이다[14]. 조직지원은 직무수행자인 종업원이 조직으로부터 받는 지원에 대한 지각의 정도로 정의할 수 있으며[2], 지각된 조직지원은 구성원에 대한 조직의 태도를 구성원이 지각하는 것이고 종업원이 자신의 고용주가 자신의 안녕에 관심을 가지고 있다는 것을 믿는 정도로 조직에 대한 종업원의 태도반응(attitudinal response)이다 [21].

조직지원은 상호간의 호혜성을 기초로 교환행위가 나타나게 된다는 사회적 교환이론(social exchange theory)에 그 뿌리를 두고 있으며, 조직지원의 개념은 인식(perceived) 또는 수혜(received)의 개념으로 구분하기도 한다[11]. 조직지원은 조직과 구성원의 상호작용에 의하여 일체감을 조성하고 기업성공을 증대하려는 배려라 할 수 있다. 이에 따라 기업은 종업원에게 동기 부여할 수 있는 다양한 지원제도를 마련하고 있는데, 종업원의 성과는 업무수행과정에서의 지원에 따라 차이를 보일 수 있다[3].

조직의 지원만족은 자신의 업무에 대한 충분한 이해 속에서 이루어지는 일에 대한 흡족감 또는 서비스접점에서 감지하는 후방 지원조직에 대한 만족 및 불만족의 정도로 정의되고 있으며[18], 후방부서로부터의 지원이 적절성, 신속성, 효과성 등을 갖는 경우 그에 비례하여 만족 수준은 높아지며, 이러한 요인들이 조직문화로 구축될 경우 내부지원만족은 크게 확대될 수 있다[7]. 이에 따라 조직지원인식이나 고객성과에 중요한 영향을 미치는 영향요인들을 파악하여 조직지원을 강화할 수 있는 관리시스템을 마련할 필요가 있다.

조직지원을 형성하는 요인변수로는 인구통계적 특성 뿐만 아니라 다양한 복리후생제도, 교육훈련의 기회부여, 승진, 공정한 평가제도, 의사소통, 의사결정에의 참여, 피드백시스템, 제도의 공정성 등 관리시스템의 다양한 구

성요소를 고려할 수 있으며, 임금수준, 복리후생, 임금체계 등과 같은 기업의 물적인 지원도 될 수 있다[3]. 그러므로 본 연구에서는 호텔기업이 제공하는 조직지원에 대한 다양한 업무적, 개인적 지원요인들을 파악하여 어떠한 요인들이 직무만족 및 서비스품질에 더욱 많은 영향을 미치고 있는지를 파악하고자 한다.

## 2.2 직무만족

직무만족은 개인이 직무에서 얻어지거나 경험한 욕구만족(need satisfaction)에 대한 정도이며[19], 조직 및 직무에 대한 참여자들의 만족정도로 정의되고 있다[13]. 직무만족은 구성원에게 적극적인 만족을 줄 수 있는 요인을 발견해 이를 충족시켜줌으로써 구성원의 작업능률을 향상시켜야 한다는 비물질적인 요소가 강조된 개념으로 호텔의 조직유효성을 나타내는 요소 중의 하나라고 할 수 있다[5].

호텔직원들의 직무만족에 대한 연구의 대부분은 조직몰입, 서비스품질 등과 관계를 규명하고 있다. 송효분(2006)[7]은 외식기업의 내부고객의 만족과 외부고객의 서비스품질 지각과 외부고객만족 간의 인과관계를 규명하였는데, 내부고객만족은 서비스품질과 외부고객만족 간의 순차적 인과구조를 맺고 있음을 주장하고 있다. 또한 직무만족과 서비스품질 지각 간에 정의 인과관계가 존재하며, 직무를 통해 만족감을 얻게 된 내부고객은 외부고객에게 수준 높은 서비스를 제공하고 있음을 밝혀냈다. 원용희(1992)[4]는 호텔 내부고객의 직무만족이 서비스 제공수준(인적 서비스의 품질)과 성과 간의 상관관계가 있는지를 호텔조직을 대상으로 연구하였는데, 직무만족과 서비스 제공수준 간에는 상관관계가 있음을 밝히고 있다.

내부고객의 행동은 외부고객과 직접 상호접촉하는 상품의 품질적 특성으로 파악할 수 있으며[17], 외부고객이 지각하는 서비스품질은 서비스기업과 외부고객이 상호작용하는 ‘서비스 접점’ 또는 결정적 순간’에 큰 영향을 받게 된다[16]. 내부고객인 직원들의 직무만족과 외부고객이 지각하는 서비스품질 간에는 높은 상관관계가 성립한다[15] 이정실(2004)[2]은 호텔 식음료부서에서 커뮤니케이션이 조직에서 자신에게 지원하는 정도와 조직의 일원으로서 자긍심을 갖게 하는 조직몰입 그리고 직무만족이 서로 어떤 인과관계를 가지고 있는지를 파악하였는데, 조직커뮤니케이션에 만족한 종업원일수록 조직지원 지

각수준과 조직몰입, 그리고 직무만족이 높아짐을 주장하였다. 이와 같이 호텔기업 직원들의 직무만족은 조직지원이나 조직몰입, 그리고 외부고객과의 상호작용에 따라 인지하는 서비스품질 등 다양한 요인 등에 의해 영향을 받고 있음을 알 수 있다.

## 2.3 서비스품질

서비스는 고객에게 만족을 주는 무형의 활동으로 소유권 이전을 수반하지 않고, 통상적으로 저장하거나 운송할 수 없으며, 주로 사람에게 전달되는 특성을 갖는다[6]. Parasuraman et al.(1994)[20]은 서비스품질이란 ‘특정 서비스의 우수성 혹은 탁월함에 대한 소비자의 전반적 판단’이며 이는 만족과는 구별되는 태도의 한 형태이며, 서비스품질 차원별 평가는 신뢰성(reliability), 확실성(assurance), 응답성(responsiveness), 유형성(tangibles), 공감성(empathy)으로 분류하여 모든 서비스산업에 이러한 차원들이 적용될 수 있다고 주장하고 있다.

장병주 외(2005)[8]는 호텔기업의 서비스 보증 전략이 서비스 보증의 매개변수인 지각된 위험과 서비스품질에 미치는 영향과 고객만족에 미치는 영향을 연구하였는데, 서비스 보증이 서비스품질에는 긍정적인 영향을 미치고 있으며, 또한 서비스품질도 고객만족에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것을 밝히고 있다. 정의선 외(2012)[6]는 호텔식음료 부문에 있어서 종사자의 창의성이 조직유효성과 서비스품질에 미치는 영향을 연구하였는데, 호텔 식음료부문 종사자들이 직무만족도가 높을 때 고객의 접점 과정에서 서비스품질에 크게 영향을 미칠 수 있음을 주장하고 있다. 또한 직무만족은 서비스품질 요인 중 ‘유형성’, ‘응답성’, ‘신뢰성’, ‘공감성’, ‘확실성’에 영향을 미치고 있었다.

강중현(2003)[1]은 호텔식음료부서에서 근무하고 있는 서비스종사원들로부터 측정된 측정도구들을 이용하여 조직지원, 조직몰입, 직무만족과 서비스품질의 인과관계를 평가하였는데, 조직지원이 직무만족과 서비스품질에 영향을 미치며 직무만족 또한 서비스품질에 영향을 미치고 있음을 밝히고 있다. 이와 같이 호텔에서 고객은 인지하는 서비스 품질은 호텔직원들이 인지하는 조직지원 및 직무만족과의 인과관계에 의해 영향을 받을 수 있으며, 성공적인 내부마케팅 관리에 의해 향상된 직무만족과 같은 내부고객의 긍정적인 태도는 외부고객의 기대와 욕구를 정확히 인지할 수 있는 효과적인 결정요인이

될 수 있음을 알 수 있다.

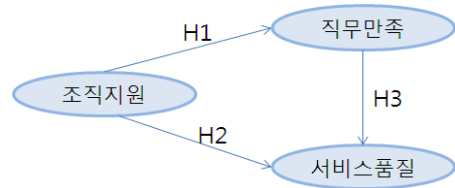
### 3. 연구방법

#### 1.1 가설설정 및 연구모형

본 연구는 호텔기업의 조직지원, 직무만족, 이 서비스 품질에 미치는 영향을 조사하기 위하여 호텔기업에서 직무수행과정에서 고객을 대상으로 업무를 수행하는 직원들을 대상으로 조사를 하였다. 본 연구에서는 호텔기업의 직원들이 직무 중 느끼는 조직 지원, 직무만족, 그리고 서비스품질관의 관계 등의 영향관계 등을 파악하기 위하여 다음과 같이 3개의 연구가설을 제시하였다. 이러한 연구과제의 실증적 분석을 통해 본 연구에서는 실무적·이론적 측면에서의 호텔기업의 조직지원, 직무만족, 서비스품질 간의 영향 등을 규명할 수 있으리라 사료된다.

- ◆ H 1 : 호텔기업의 조직지원은 직무만족에 영향을 미칠 것이다.
  - H1-1: 호텔기업의 업무환경지원은 직무만족에 영향을 미칠 것이다.
  - H1-2: 호텔기업의 개인가치지원은 직무만족에 영향을 미칠 것이다.
- ◆ H 2 : 호텔기업의 조직지원은 서비스품질에 영향을 미칠 것이다.
  - H2-1: 호텔기업의 업무환경지원은 서비스품질에 영향을 미칠 것이다.
  - H2-2: 호텔기업의 개인가치지원은 서비스품질에 영향을 미칠 것이다.
- ◆ H 3 : 호텔기업의 직무만족은 서비스품질에 영향을 미칠 것이다.
  - H3-1: 호텔기업의 개인직무환경 만족은 서비스품질에 영향을 미칠 것이다.
  - H3-2: 호텔기업의 근무환경지원 만족은 서비스품질에 영향을 미칠 것이다.

본 연구에서는 이러한 가설을 바탕으로 다음과 같은 연구모형을 설정하였다[<그림 1> 참조].



[그림 1] 연구모형

#### 2.1 조사설계

자료의 수집을 위하여 2011년 11월 1일부터 2011년 11월 30일까지 30일간 특급 호텔에 재직 중인 230명의 직원들을 대상으로 설문지를 배포하여 총 221부(96%)가 회수되었다. 이중 응답이 불성실하거나 일관성이 없다고 판단되는 응답자의 설문지 6부를 제외한 217부(93%)를 최종분석에 사용하였다. 설문조사는 조사원 4명이 특급호텔 3곳을 방문하여 책임자에게 조사목적과 취지를 설명하고 협조를 얻어 응답자들이 정확히 이해를 한 후 설문에 응할 수 있도록 하였고, 조사자의 충실한 응답을 받기 위해 설문 응답자에게 볼펜을 선물로 배부하였다.

수집된 자료의 분석을 위해서 SPSS Version 18.0 통계패키지 프로그램을 이용하였으며 실증연구를 위해 다음과 같은 분석을 실시하였다. 본 연구의 수행을 위하여 응답자의 인구통계학적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였으며, 연구변수들의 개략적인 이해를 돕기 위해 기술통계량을 산출하였다. 개념타당도 분석을 위해서는 요인분석을 실시하였으며 베리맥스(varimax) 회전방식과 주성분 분석(principle component analysis) 방법을 이용하여 요인을 추출하였다. 추출된 요인들의 항목 간 내적 일관성은 크론바하 알파값(cronbach's alpha)를 이용하여 확인하였으며, 수집된 자료가 요인분석에 적합한 지 여부를 판단하기 위하여 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)값을 이용하였다. 호텔기업 직원들이 업무 중 인지한 조직지원, 직무만족, 서비스품질 간의 영향관계 등을 알아보기 위하여 회귀분석을 실시하였다.

### 4. 분석결과

#### 4.1 표본의 일반적 특성

호텔기업 직원의 조직지원과 직무만족이 서비스품질에 미치는 영향을 알아보기 위한 표본의 일반적 특성을 분석한 결과는 다음 <표 1>과 같다.

〈표 1〉 표본의 일반적 특성

호텔기업 직원(N=217)		
구분	항목	빈도(%)
성별	남성	103(47.5)
	여성	114(52.5)
연령	20-30세	109(50.2)
	31-40세	67(30.9)
	41-50세	30(13.8)
	50세 이상	11(5.1)
	고졸 이하	4(1.8)
학력	2년제 대졸	28(12.9)
	4년제 대졸	163(75.1)
	대학원 이상	22(10.1)
결혼	미혼	57(26.3)
여부	기혼	160(73.7)
	1년 미만	41(18.9)
근속연수	1년 이상-3년 미만	146(67.3)
	3년 이상-5년 미만	15(6.9)
	5년 이상	15(6.9)

호텔기업에 근무하는 총 217명의 응답자 중 성별은 남성이 103명(47.5%), 여성이 114명(52.5%)으로 나타났으며, 연령은 20-30세가 109명(50.2%)으로 가장 많은 응답 비율을 보이고 있으며 31-40세 67명(30.9%), 41-50세 30명(13.8%), 50세 이상 11명(5.1%) 순으로 나타났다. 학력에 있어서는 4년제 대졸이 163명(75.1%)로 가장 높은 비율을 보이고 있으며, 2년제 대졸 28명(12.9%), 대학원 이상 22명(10.1%) 고졸 이하 4명(1.8%) 순으로 나타났다. 결혼여부에 있어서 기혼이 160명(73.7%), 미혼이 57명(26.3%)로 나타나 직원의 대다수가 기혼인 것으로 나타났다. 근속연수에 있어서는 1년 이상-3년 미만이 146명(67.3%)으로 가장 높았으며, 1년 미만 41명(18.9%), 3년 이상-5년 미만과 5년 이상이 각각 15명(6.9%) 순으로 나타났다.

## 4.2 호텔기업의 조직지원, 직무만족, 서비스 품질에 대한 요인화

### 4.2.1 조직지원에 대한 요인화

호텔기업에 근무하면서 느끼는 직원들의 조직지원에 대한 13개 항목에 대하여 요인분석 한 결과는 <표 2>에서 보는 것과 같다. 직원들의 조직몰입에 대한 요인분석의 적합성을 알아보기 위하여 Bartlett의 구형성 검증을 한 결과, Chi-square=1070.846(p<0.000)로 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 또한 표본의 적절성을 결정하는 KMO=0.821로 요인분석을 하기에 적합한 것으로 판단되

었다. Varimax를 이용한 주성분 분석 결과 eigen값이 1 이상인 2개의 요인이 추출되었으며, 이들 요인의 전체 분산에 대한 설명력은 58.08%로 나타났다.

조직지원에 대한 제 1요인은 OSU 8(우리회사는 나의 업무와 관련된 모든 정보에 쉽게 접근 할 수 있도록 해준다), OSU 13(우리회사의 인력충원 수준과 업무량은 적절한 조화를 이루고 있다), OSU 11(우리회사는 제대로 업무를 수행하는데 필요한 자질을 가지고 있는 충분한 인력을 가지고 있다), OSU 7(우리회사는 변화가 일어나기 전 나에게 변화와 관련된 정보를 제공해 준다), OSU12(우리회사는 사정이 허락한다면 나의 작업환경을 개선시켜 줄 것이다), OSU 10(우리회사는 내가 업무를 수행하는데 사용하는 비품이 부족하거나 고장났을때 빨리 수리해 주거나 대처해준다)의 측정변수를 포함하고 있어 ‘업무환경 지원’으로, 제 2요인은 OSU 3(우리회사는 나의 복지에 진정으로 관심이 있다), OSU 1(우리회사는 나의 목표와 가치를 사려 깊게 고려한다), OSU 5(우리회사는 나의 의견을 중요시 여긴다), OSU 6(우리회사는 나에게 영향을 미치는 의사결정을 할 때 나의 관심사항을 고려하는 편이다), OSU 2(우리회사는 회사에 대한 나의 공헌을 중요시 여긴다), OSU 4(우리회사는 내가 직장에서 얻게되는 일반적 만족에 관심이 있다)의 항목으로 구성되어 있어 ‘개인가치 지원’으로 각각 명명하였다. 신뢰도 계수(Cronbach’s α)는 요인 순으로 각각 0.869, 0.834로 나타나며 따라 요인들의 내적 일치성은 양호한 것으로 판단된다.

〈표 2〉 조직지원에 대한 요인분석

요인명	변수명	공통성	요인 적재량	Eigen value	KMO	설명력 (%)
F1: 업무환경 지원	OSU 8	.709	.840	3.838	0.821	58.08
	OSU 13	.637	.795			
	OSU 11	.619	.785			
	OSU 7	.567	.753			
	OSU 12	.579	.751			
	OSU 10	.545	.737			
F2: 개인가치 지원	OSU 3	.618	.782	3.132		
	OSU 1	.601	.774			
	OSU 5	.604	.774			
	OSU 6	.549	.736			
	OSU 2	.473	.687			
	OSU 4	.468	.678			

4.2.2 직무만족에 대한 요인화

호텔기업에 근무하면서 느끼는 직원들의 직무만족에 대한 9개 항목에 대하여 요인분석 한 결과는 <표 3>에서 보는 것과 같다. 직원들의 직무만족에 대한 요인분석의 적합성을 알아보기 위하여 Bartlett의 구형성 검증을 한 결과, Chi-square=1024.818(p<0.000)으로 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 또한 표본의 적절성을 결정하는 KMO=0.893로 요인분석을 하기에 적합한 것으로 판단되었다. Varimax를 이용한 주성분 분석 결과 eigen값이 1 이상인 2개의 요인이 추출되었으며, 이들 요인의 전체 분산에 대한 설명력은 68.583%로 나타났다. 직무만족에 대한 제 1요인은 JSATI 2(나는 근무환경에 대해 전반적으로 만족한다), JSATI 3(나는 일에 흥미를 느낀다), JSATI 4(내가 하고 있는 일은 가치있는 일이라 생각한다), JSATI 1(나는 직무에 대해 전반적으로 만족한다), JSATI 5(이곳에 일하는 것을 다른 사람에게 말하는 것이 자랑스럽다)의 측정변수를 포함하고 있어 ‘개인적 직무환경 만족’으로, 제 2요인은 JSATI 7(이 직장을 계속 다니는 것은 경제적 이유 때문이다), JSATI 6(채용, 승진제도는 능력에 따라 공정하게 운영된다), JSATI 9(직원들을 위한 회사의 복지후생시설에 만족한다), JSATI 8(교육 및 훈련의 기회가 공정하게 주어진다)의 측정항목으로 구성되어 있어 ‘근무환경지원 만족’으로 각각 명명하였다. 신뢰도 계수(Cronbach’s α)는 요인 순으로 각각 0.8980, 0.7967로 나타남에 따라 요인들의 내적 일치성은 양호한 것으로 판단된다.

<표 3> 직무만족에 대한 요인분석

요인명	변수명	공통성	요인 적재량	Eigen value	KMO	설명력 (%)
FF1: 개인적 직무 환경 만족	JSATI 2	0.724	0.830	3.865	0.893	68.583
	JSATI 3	0.730	0.823			
	JSATI 4	0.700	0.818			
	JSATI 1	0.689	0.804			
	JSATI 5	0.667	0.789			
FF2: 근무환경 지원 만족	JSATI 7	0.721	0.849	2.307		
	JSATI 6	0.664	0.783			
	JSATI 9	0.647	0.626			
	JSATI 8	0.630	0.613			

4.2.3 서비스품질에 대한 요인화

호텔기업에 근무하면서 느끼는 직원들의 서비스품질에 대한 21개 항목에 대하여 요인분석 한 결과는 <표 4>에서 보는 것과 같다. 직원들의 조직몰입에 대한 요인분석의 적합성을 알아보기 위하여 Bartlett의 구형성 검증을 한 결과, Chi-square=2494.356(p<0.000)로 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 또한 표본의 적절성을 결정하는 KMO=0.777로 요인분석을 하기에 적합한 것으로 판단되었다. Varimax를 이용한 주성분 분석 결과 eigen값이 1 이상인 5개의 요인이 추출되었으며, 이들 요인의 전체 분산에 대한 설명력은 69.49%로 나타났다.

<표 4> 서비스품질에 대한 요인분석

요인명	변수명	공통성	요인 적재량	Eigen value	KMO	설명력 (%)
F1: 신뢰성	SER 6	.787	.878	.4995		
	SER 7	.781	.868			
	SER 8	.789	.861			
	SER 5	.757	.846			
	SER 9	.736	.830			
F2: 공감성	SER 19	.817	.902	3.003		
	SER 20	.787	.880			
	SER 21	.704	.816			
	SER 18	.817	.716			
F3: 대응성	SER 13	.766	.845	2.978	0.777	69.49
	SER 10	.756	.829			
	SER 11	.641	.757			
F4: 혁신성	SER 12	.531	.685	2.350		
	SER 16	.722	.815			
	SER 17	.711	.799			
	SER 14	.643	.766			
F5: 유형성	SER 15	.589	.716	1.266		
	SER 2	.765	.862			
	SER 4	.688	.820			
	SER 1	.596	.750			
	SER 3	.466	.469			

서비스품질에 대한 제 1요인은 SER 6(우리회사는 고객문제에 대한 해결에 최선을 다한다), SER 7(우리회사의 고객은 우리회사를 믿고 의지한다), SER 8(우리회사는 고객에게 서비스를 약속한 시간에 정확히 제공한다), SER 5(우리회사는 고객에게 서비스제공 하는데 업무처리시간을 잘 준수한다), SER 9(우리회사는 서비스제공에 대한 업무기록을 정확하게 유지한다)의 측정변수를 포함하고 있어 '신뢰성'으로, 제 2요인은 SER 19(우리회사는 개별고객에게도 관심을 갖는다), SER 20(우리회사의 직원들은 고객의 요구를 잘 이해한다), SER 21(우리회사의 직원들은 고객의 이익을 충분히 고려한다), SER 18(우리회사의 직원들은 개별고객에게 관심을 갖는다)의 항목으로 구성되어 있어 '공감성'으로 각각 명명하였다. 제 3요인은 SER 13(우리회사의 직원들은 고객의 요구에 신속하게 대응한다), SER 10(우리회사는 서비스제공시 예약을 통해 업무처리를 한다), SER 11(우리회사는 고객에게 신속한 서비스를 제공한다), SER 12(우리회사의 직원들은 고객에게 서비스를 제공하는데 자발적이다)의 측정항목을 포함하고 있어 '대응성'으로, 제 4요인은 SER 16(우리회사의 직원들은 공손하다), SER 17(우리회사의 직원들은 개별고객에게 관심을 갖는다), SER 14(우리회사는 직원의 업무처리에 대해 신뢰한다), SER 15(우리회사의 서비스제공은 안정적인이다)의 항목으로 구성되어 '확신성'으로, 제 5요인은 SER 2(우리회사는 서비스제공에 있어 적합한 물적시설을 갖추고 있다), SER 4(우리회사는 서비스제공에 적합한 시설과 분위기를 갖추고 있다), SER 1(우리회사는 서비스를 제공하는데 최선의 장비를 갖추고 있다), SER 3(우리회사는 서비스제공 직원의 옷차림과 용모가 준수하다)의 측정항목을 포함하고 있어 '유형성'으로 각각 명명하였다. 신뢰도 계수(Cronbach's  $\alpha$ )는 요인 순으로 각각 0.925, 0.853, 0.832, 0.797, 0.752로 나타남에 따라 요인들의 내적 일치성은 양호한 것으로 판단된다.

### 4.3 호텔기업의 조직지원, 직무만족, 서비스품질 간의 영향분석

#### 4.3.1 조직지원이 직무만족에 미치는 영향

호텔기업의 업무환경지원, 개인가치지원 등 조직지원이 직무만족에 미치는 영향을 분석한 결과는 <표 5>에서 보는 것과 같다. 분석결과, 조직지원 중 업무환경지원은 개인직무환경 만족에 1% 수준에서 유의한 영향을 미

치는 것으로 나타났으며, 근무환경지원 만족에도 5% 수준에서 유의한 영향을 미치고 있다. 그러나 개인가치지원에 있어서는 개인직무환경 만족, 근무환경지원 만족 모두에서 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이것은 가설 1의 H1-1인 호텔기업의 업무환경지원은 직무만족에 영향을 미칠 것이라는 가설만 채택되었고 H1-2인 호텔기업의 개인가치지원은 직무만족에 영향을 미칠 것이라는 기각되었음을 나타낸다. 이러한 결과는 호텔기업의 업무환경에 대한 적극적인 지원이 개인의 가치에 대한 지원보다 개인직무 및 근무환경 등 직무만족에 더욱 영향을 주고 있음을 알 수 있다.

<표 5> 조직지원이 직무만족에 미치는 영향

종속 변수 수	독립 변수 수	비표준화계수		표준화계수	t값	p-value
		B	표준오차	베타		
개인직무환경만족	(상수)	-0.001	.056		.000	1.000
	업무환경지원	.569	.056	.569	10.134	.000***
	개인가치지원	.020	.056	.020	.351	.726
R= .570, R2=.325, df=2, F=51.409, Sig.=.000						
근무환경지원만족	(상수)	-.001	.067		.000	1.000
	업무환경지원	.192	.067	.192	2.867	.005**
	개인가치지원	-.008	.067	-.008	-.114	.909
R= .192, R2=.037, df=2, F=4.116, Sig.=.018						

주: \*, \*\*, \*\*\*는 각각 10%, 5%, 1% 수준에서 유의함

#### 4.3.2 조직지원이 서비스품질에 미치는 영향

호텔기업의 업무환경과 개인가치 등 조직지원이 서비스품질에 미치는 영향을 분석한 결과는 <표 6>에서 보는 것과 같다. 분석결과, 업무환경 지원은 서비스품질 중 신뢰성, 대응성, 확신성, 유형성에 있어 1% 수준에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 조직지원 중 개인가치 지원에 있어서는 유형성에만 5% 수준에서 유의한 영향을 미쳤다. 이것은 가설 2의 호텔기업의 조직지원은 서비스품질에 영향을 미칠 것이다가 부분 채택되었음을 알 수 있다. H2-1의 호텔기업의 업무환경지원은 서비스

품질에 영향을 미칠 것이다에 있어서는 신뢰성, 확산성, 유형성에 있어서만, 그리고 H2-2의 호텔기업의 개인가치지원은 서비스품질에 영향을 미칠 것이다에 있어서는 유형성에 있어서만 부분채택 되었다.

〈표 6〉 조직지원이 서비스품질에 미치는 영향

종속 변수	독립변수	비표준화계수		표준화 계수	t값	P-value
		B	표준 오차			
신뢰성	(상수)	-1.001	.066		.000	1.000
	업무환경 지원	.226	.067	.226	3.401	.001***
	개인가치 지원	.023	.067	.023	.344	.731
R= .228, R2=.052, df=2, F=5.843, Sig.=.003						
공감성	(상수)	1.191	.068		.000	1.000
	업무환경 지원	-.034	.068	-.034	-.504	.614
	개인가치 지원	-.024	.068	-.024	-.348	.728
R= .042, R2=.002, df=2, F=.188, Sig=.829						
대응성	(상수)	1.157	.061		.000	1.000
	업무환경 지원	.427	.061	.427	6.945	.000***
	개인가치 지원	.098	.061	.098	1.602	.111
R= .438, R2=.192, df=2, F=25.400, Sig.=.000						
확신성	(상수)	-1.216	.063		.000	1.000
	업무환경 지원	.366	.064	.366	5.764	.000***
	개인가치 지원	-.034	.064	-.034	-.542	.588
R= .368, R2=.135, df=2, F=16.757, Sig.=.000						
유형성	(상수)	8.869	.066		.000	1.000
	업무환경 지원	-.190	.066	-.190	-2.856	.005**
	개인가치 지원	.142	.066	.142	2.137	.034**
R= .237, R2=.056, df=2, F=6.361, Sig.=.002						

주: \*, \*\*, \*\*\*는 각각 10%, 5%, 1% 수준에서 유의함

### 4.3.3 직무만족이 서비스품질에 미치는 영향

호텔기업에 근무하는 직원들의 직무만족이 서비스품질에 미치는 영향을 분석한 결과는 <표 7>에서 보는 것과 같다.

〈표 7〉 직무만족이 서비스품질에 미치는 영향

종속 변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t값	P-value
		B	표준 오차			
신뢰성	(상수)	-1.001	.068		.000	1.000
	개인직무환경 만족	.110	.068	.110	1.622	.106
	근무환경지원 만족	-.084	.068	-.084	-1.246	.214
R= .138, R2=.019, df=2, F=2.091, Sig.=.126						
공감성	(상수)	1.216	.068		.000	1.000
	개인직무환경 만족	.002	.068	.002	.028	.977
	근무환경지원 만족	.069	.068	.069	1.006	.316
R= .069, R2=.005, df=2, F=.506, Sig.=.604						
대응성	(상수)	1.329	.061		.000	1.000
	개인직무환경 만족	.433	.062	.433	7.021	.000***
	근무환경지원 만족	-.021	.062	-.021	-.337	.736
R= .433, R2=.188, df=2, F=24.706, Sig.=.000						
확신성	(상수)	-4.501	.016		.000	1.000
	개인직무환경 만족	.358	.016	.358	22.042	.000***
	근무환경지원 만족	.903	.016	.903	55.659	.000***
R= .971, R2=.944, df=2, F=1791.862, Sig.=.000						
유형성	(상수)	7.763	.065		.000	1.000
	개인직무환경 만족	-.212	.066	-.212	-3.227	.001**
	근무환경지원 만족	.182	.066	.182	2.776	.006**
R= .279, R2=.078, df=2, F=9.062, Sig.=.000						

주: \*, \*\*, \*\*\*는 각각 10%, 5%, 1% 수준에서 유의함

분석결과, 직무만족이 신뢰성과 공감성 등의 서비스품질에 미치는 영향은 모형이 성립되지 않았다. 개인직무환경 만족은 대응성, 확산성, 유형성에 있어 1% 수준에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 근무환경지원 만족은 확산성에서 1%수준에서, 그리고 유형성에서는 5% 수준에서 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 이것은 가설 3의 호텔기업의 직무만족은 서비스품질에 영향을 미칠 것이다에 있어 H3-1의 호텔기업의



개인직무환경 만족은 서비스품질에 영향을 미칠 것이라는 대응성, 확산성, 유형성에 있어 부분채택되었고, H3-2의 호텔기업의 근무환경지원 만족은 서비스품질에 영향을 미칠 것이라는 기각되었다.

이러한 결과는 직무만족 중 개인의 직무환경 만족이 대응성, 확산성, 유형성에 영향을 미치고 근무환경지원 만족은 확산성 및 유형성에만 영향을 미치고 고객의 요구 및 신속하고 자발적인 서비스를 제공하는 대응성에는 영향을 미치지 않았음을 알 수 있다. 그러므로 직원들의 고객에 대한 대응성을 높이기 위해서는 개인직무환경에 만족을 느낄 수 있도록 환경을 조성해야 할 것이다.

## 5. 결론 및 시사점

호텔기업에서 고객과의 서비스접점에 있는 직원들에 대한 조직지원과 직무만족이 고객만족 경영에 있어 점차 치열해지는 환경 속에서 경쟁력을 갖출 수 있는 중요한 요인이 되고 있다. 본 연구는 호텔기업 직원들이 인식하고 있는 인지된 조직지원, 직무만족, 그리고 서비스품질 간 인과적으로 미치는 영향 관계 등을 실증적으로 분석하여, 호텔 직원의 직무만족을 높이기 위한 조직지원의 효율적 방안과 고객들에 대한 서비스 품질을 향상시킬 수 있는 방안을 모색하고자 하였다. 본 연구를 위하여 특급 호텔에 재직 중인 직원들을 대상으로 연구를 수행하였으며 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 호텔기업의 업무환경지원, 개인가치지원 등 조직지원이 직무만족에 미치는 영향을 분석한 결과, 조직지원 중 업무환경지원은 개인직무환경 만족에 1% 수준에서, 근무환경지원 만족에는 5% 수준에서 유의한 영향을 미치고 있었다. 그러나 개인가치지원에 있어서는 개인직무환경 만족, 근무환경지원 만족 모두에서 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 그러므로 호텔기업은 조직지원에 있어 개인가치 지원보다는 근무환경지원에 좀 더 많은 관심과 개선에 노력을 기울여야 할 것이다.

둘째, 호텔기업의 업무환경과 개인가치 등 조직지원이 서비스품질에 미치는 영향을 분석한 결과, 업무환경 지원은 서비스품질 중 신뢰성, 대응성, 확산성, 유형성에 있어 1% 수준에서, 조직지원 중 개인가치 지원에 있어서는 유형성에만 5% 수준에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러므로 고객에 대한 서비스 품질을 향상시키

기 위해서도 조직지원에 있어서도 업무환경 지원이 개인가치 지원보다는 더 많은 영향을 주고 있음을 알 수 있는 결과이다.

셋째, 호텔기업에 근무하는 직원들의 직무만족이 서비스품질에 미치는 영향을 분석한 결과, 개인직무환경 만족은 대응성, 확산성, 유형성에 있어 1% 수준에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 근무환경지원 만족은 확산성에서 1%수준에서, 그리고 유형성에서는 5% 수준에서 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 이는 직무만족 중 개인의 직무환경 만족이 대응성, 확산성, 유형성에 영향을 미치고 있음을 알 수 있고, 근무환경지원 만족은 확산성 및 유형성에만 영향을 미치고 대응성에는 영향을 미치지 않았으므로, 직원들의 고객에 대한 대응성을 높이기 위해서는 개인직무환경에 만족을 느낄 수 있도록 환경을 조성해야 할 것이다.

그러므로 호텔경영자들은 고객들에 대한 서비스 품질을 향상시켜 경영성과를 높이기 위해서 호텔직원들에 대한 업무환경에 대한 지원을 강화하여 직원들이 자신의 직무에 만족할 수 있도록 하고, 자신이 근무하고 있는 호텔에 대해 충성심을 갖출 수 있도록 해야 할 것이다.

## 참고 문헌

- [1] 강종현(2003). 호텔 식음료부서에서 조직지원, 조직몰입, 직무만족과 서비스품질의 인과관계 평가, 『한국조리과학회지』, 19(2): 155-164.
- [2] 이정실(2004). 호텔 식음료 종사원의 조직 커뮤니케이션, 조직지원, 조직몰입 그리고 직무만족과의 관계, 『관광연구』, 19(2): 36-53.
- [3] 유희경·김미연·정희경(2007). 외식기업 종업원의 Big 5 성격요인, 조직지원인식과 고객성과의 관계분석, 『호텔경영학연구』, 16(5): 201-219.
- [4] 원용희(1992). 호텔종사원의 직무만족과 서비스제공 수준 및 성과에 관한 연구, 세종대학교 대학원 박사학위 논문.
- [5] 장정훈·조문수(2012). 호텔 직원의 인지된 적합성, 경력개발, 직무만족, 조직몰입의 영향관계 연구: 제주특별자치도 특1등급호텔 직원을 대상으로, 『관광학연구』, 36(2): 241-260.
- [6] 정의선·김상욱·김선일(2012). 식음료부문 종사자의 창의성과 조직유효성 및 서비스품질 간의 확인적 역

인분석: 서울지역 특1급 호텔을 중심으로, 『관광학 연구』, 36(3): 79-101.

[7] 송효분(2006). 외식기업의 내부고객 만족이 외부고객의 서비스품질 지각과 만족에 미치는 영향: 호텔 레스토랑과 패밀리 레스토랑을 대상으로, 『외식경영 연구』, 9(3): 63-85.

[8] 장병주·박진영·장경수(2005). 호텔기업에 있어서 서비스보증과 지각된 위험, 서비스품질, 고객만족의 구조적 관계 연구, 『관광·레저연구』, 17(3): 211-229.

[9] Babin, B. J. & Boles, J. S.(1998). Employee Behavior in a Service Environment: A Model an Test of Potential Differences Between Men and Women, *Journal of Marketing*, 62.

[10] Berkley, B. and Gupta, A.(1995). Identifying the Information Requirements to Deliver Quality Service. *International Journal of Service Industry Management*, 6: 16-35.

[11] Bolger, N. & Amarel. D.(2007). Effects of Social Support Visibility on Adjustment to Stress: Experimental Evidence, *Journal of Personality and Social Psychology*, 92: 458-475.

[12] Boshoff, C. & Tait, M.(1996). Quality perceptions in the financial services sector, *International Journal of Service Industry Management*, 7(5): 5-31.

[13] Dewer, R. & Werbel, J.(1979). Universalistic and Contingency Predictions of Employee Satisfaction and Conflict. *American Satisfaction Quarterly*. 24(1): 427-433.

[14] Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S. and Sowa, D.(1986). Perceived Organizational Support, *Journal of Applied Psychology*. 71: 500-507.

[15] Hartline, M. D. & Ferrell, O. C.(1996). The Management of Customer-Contract Service Employees: An Empirical Investigation, *Journal of Marketing*, 60(Oct.), 52-69.

[16] Heskett, J. L., Thomas, O. J., Gary, W. L., Sasser, W. E., and Schlesinger, L. A.(1994). Putting the Service-Profit Chain to Work. *Harvard Business Review*. 72: 164-175.

[17] King, V. A.(1983). Service-Oriented Quality Control., *The Cornell H. R. A. Quarterly*, 25(3), 95.

[18] Lovelock, C. H. & Wright, L.(1999). Principles &

*Service Marketing and Management*. NJ: Prentice-Hall.

[19] McCann, J. & Tiffin, J.(1974). *Industrial Psychology*. 6th ed. New Jersey: Prentice-Hall Inc.

[20] Parasuraman, A., Zeithamal, V.A., & Berry, L. L.(1994). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research. *Journal of Marketing*, 31(1), 111-124.

[21] Shore, L. M. and Tetrick, L. E.(1991). A Construct Validity Study of the Survey of Perceived Organizational Support. *Journal of Applied Psychology*. 76(5): 637-643.

[22] Taylor, S. A. & Baker, T. L.(1994). An Assessment of the Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumer's Purchase Intentions, *Journal of Retailing*, 70(2): 163-178.

### 지 계 응



- 1995.8~1997.8: Florida International University 호텔 & 레스토랑 경영학석사
- 1998.3~2002.2: 경기대학교 대학원 관광학 박사
- 2002~현재: 관동대학교 호텔관광학부 교수

- 관심분야: 호텔경영, 외식경영, 의료관광
- E-mail: wlrdnd@kd.ac.kr

### 한 진 영



- 2001.3~2003.8: 경희대학교 관광대학원 국제회의산업학과(국제회의이벤트학 전공)
- 2004.3~2007.8: 세종대학교대학원 호텔관광경영학 박사
- 2009~현재: 관동대학교 호텔관광학부 교수

- 관심분야: 컨벤션, 호텔관광, 의료관광
- E-mail: jyhan@kd.ac.kr