https://doi.org/10.5392/JKCA.2017.17.05.192

호텔직원의 성장욕구와 직업존중감이 고객지향성에 미치는 영향: 심리적 주인의식의 매개효과를 중심으로

The Effects of Growth Needs and Job-esteem on Customer Orientation: The mediating Role of Psychological Ownership

임지은
중원대학교 경영학과

Ji-Eun Lim(oriya127@jwu.ac.kr)

요약

본 연구는 호텔직원의 성장욕구와 직업존중감이 고객지향성에 미치는 영향과 심리적 주인의식이 직원의 고객지향성의 관계에 미치는 매개효과에 대해 연구하였으며 서울지역에 소재한 특급호텔 직원을 대상으로 실증분석을 시행하였다. 그 결과, 직원의 성장욕구와 직업존중감이 고객지향성에 유의한 영향력이 있고 심리적 주인의식이 직원의 성장욕구와 직업존중감과 고객지향성의 관계에 완전한 매개효과를 미치는 것을 확인하였다. 이러한 연구결과를 바탕으로 호텔 인사담당자를 위한 직원관리에 대한 이론적 의미와 시사점 그리고 향후연구방향을 제시하였다.

■ 중심어 : | 성장욕구 | 직업존중감 | 심리적 주인의식 | 고객지향성 |

Abstract

The purpose of this study is to research service industry employees performance in Seoul's deluxe hotels can improve based on aspects of growth needs in professional development, job esteem, and customer orientation. How growth needs and job-esteem affect employees' customer orientation is important to try and discover the mediating effect that the employees' psychological ownership contributes to the relationship between growth needs, job-esteem, and customer orientation. According to the results, growth needs and job-esteem effect to customer orientation and an employees' psychological ownership has a mediating effect between growth needs, job-esteem and customer orientation. Based on these findings, critical theoretical and practical implications, as well as future research suggestions, have been provided for hotel managers to aid in employee management.

■ keyword : | Growth Needs | Job-esteem | Psychological Ownership | Customer Orientation |

I. 서 론

호텔산업은 전통적으로 인적자원을 기반으로 하는 산업으로[1] 호텔은 생산되는 상품이 무형의 인적 요소가 포함되어 있기 때문에 그 중요성이 크다고 할 수 있다[2]. 호텔직원들은 자신들의 업무로부터 요구되는 감

접수일자 : 2017년 02월 08일
수정일자 : 2017년 03월 13일
심사완료일 : 2017년 03월 13일
교신저자 : 임지은, e-mail : oriya127@jwu.ac.kr

정적 부조화로 인한 부정적 감정노동을 해야 하는 입장으로, 선행연구[4]에서 직업존중감이 높은 직원은 자신이 하는 일에 대한 자신감과 자부심을 가지고 업무에 종사하게 하고, 직무만족을 높여주어 종사원들이 고객에게 높은 수준의 서비스를 제공한다고 하였다. 또한 인간의 욕구와 욕구의 강도에는 개별적 차이가 있고, 그 차이에 따라 인간은 각기 다른 행동을 할 수 있고 이런 차이는 조직에서 직원들이 업무에 대해 어떻게 반응하는지에 대해서도 차이가 있다는 것을 의미한다[5]. 성장욕구가 높은 직원은 업무가 다차원적이고 전문지식과 기술을 필요로 하는 직무에서 독립적이며 책임감있는 태도를 나타낸다[6]. 이러한 성장욕구강도는 현재가 아닌 미래 직원들이 성장할 수 있다는 믿음과 관련하며, 개인의 차이는 있지만 미래지향적인 성장욕구와 이에 대한 충족에 따라 동기부여 및 행동에 차이가 발생할 수 있게 된다[5]. 이와 같은 주장으로 볼 때, 서비스 전달 직원이 가지고 있는 개인적인 특징과 태도는 서비스를 전달하는 프로세스 과정에서 고객만족을 위한 서비스품질수준에 중요하게 작용한다는 것을 알 수 있다.

한편, 직원의 직무성과 및 조직유효성을 증대시키는 중요 개념으로서 심리적 주인의식이 있다[7]. 심리적 주인의식은 인지적이고 감정적 요인들이 복합적으로 구성되어 있는 심리적 상태로[1] 기업조직에 대해 구성원들이 소유의식을 갖는 것을 말한다[7]. 심리적 주인의식은 직원들이 공식적인 업무이외에도 추가적인 역할을 할 가치와 태도를 형성하며[8], 직원들이 지각하는 심리적 주인의식은 조직의 효과성에 영향을 주고 직원들의 근속을 촉진할 수도 있다[9]. 심리적 주인의식에 대한 선행연구들은 직원의 참여경영, 보상시스템, 임파워먼트, 조직내 과정특성인 분배적・절차적 공정성 등의 영향에 의해 심리적 주인의식이 증대되고 직무성과, 조직몰입, 혁신행동, 고객지향성과 같은 조직유효성에 영향을 미친다고 하였다[1][7][9][10].

이상과 같이 인적자원에 의해 고객에게 제공되는 서비스 품질이 중요하고 서비스 인카운터 과정에서 고객만족을 위해 직원의 최대역량 발휘가 중시되는 호텔에서[7] 직원의 성장욕구, 직업존중감 그리고 심리적 주인의식은 조직성과에 주요한 요인이 된다는 것을 알 수 있다. 하지만, 호텔직원들 각자가 가지고 있는 성장에 대한 욕구, 직업에 대한 내면적인 존중감이라는 개인적인 성향에 따른 직원의 고객지향성에 대한 구체적인 연구는 아직 미비하다고 할 수 있다. 더욱이 이런 개인적 성향들이 서비스산업에서 요구되는 심리적 주인의식을 통한 고객지향적 태도에 유용한 변수로 작용하고 있는지 분석할 필요가 있다. 따라서, 심리적 주인의식을 통한 서비스전달 직원의 성장욕구와 직업에 대한 존중감이라는 개별적 차이에 따른 영향관계를 개인 심리적 특성을 바탕으로 검증하고자 한다.

II. 이론적 고찰과 연구모형의 이론적 근거

1. 성장욕구와 고객지향성

호텔은 생산되는 상품이 무형의 인적 요소가 포함되어 있기 때문에 그 중요성이 크며, 경쟁적 환경에서 성장 할 수 있는 방법 또한 다양하다[2]. 대부분의 호텔의 핵심가치는 고객만족을 통한 이익창출을 목표로 두고 고객만족을 위해 고객이 표현하지 않은 기대와 요구까지도 충족시키며 정성어린 배려[3]를 요구하는 고객지향적 자세를 강조하고 있다. 고객접점 종사원의 관점에서 고객지향성은 조직이 요구하는 경영정책에 반하지 않으면서, 자신의 입장보다는 고객의 입장에서 생각하고 고객을 우선시하고, 고객의 필요와 욕구를 이해하고, 그들의 욕구를 충족시키려는 노력, 고객의 문제를 해결하려는 노력, 고객만족을 실현하려는 노력, 고객과의 장기적 관계를 구축하려는 일련의 제 행위와 관련된다[11].

Maslow의 욕구단계에서 제시한 것처럼, 성장욕구는 도전적인 일을 원하고, 새로운 직무에 대해 배우고 싶어 하며, 개인 능력발전과 성취감 및 자아실현을 추구하고자하는 욕구라 할 수 있다[2]. 이러한 성장욕구는 개인차이가 있을 수 있는데 성장욕구의 강함과 약함의 정도에 따라서 업무태도와 관점 그리고 동기부여의 강도와 그 정도는 다르게 나타난다[6]. 성장욕구는 직무에 있어 도전적이며 개인능력을 추구하고, 직무의 다양성과 새로움을 지향하는 정도[2]로 이해할 수 있으며 개

인이 직무로부터 얻을 수 있는 미래의 성장에 대한 욕구와 갈망으로 정의[6]할 수 있다.

이러한 성장욕구강도는 현재가 아닌 미래 직원들이 성장할 수 있다는 믿음과 관련하며, 개인의 차이는 있지만 미래지향적인 성장욕구와 이에 대한 충족에 따라 동기부여 및 행동에 차이가 발생할 수 있게 된다[5]. 성장욕구가 높은 직원은 업무가 다차원적이고 전문지식과 기술을 필요로 하는 직무에서 독립적이며 책임감있는 태도를 나타낸다[6].

이상과 같은 문헌고찰을 통해 성장욕구는 직원의 고객지향성에 영향을 미칠 것으로 보고 다음과 같은 가설을 설정하고자 한다.

가설1: 호텔 직원의 성장욕구는 고객지향적 태도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2. 직업존중감과 고객지향성

직업존중감은 직무영역과 조직의 이미지 및 지위 등에 대해 부여하는 주관적 가치 평가를 포괄하는 개념으로[12] 조직인간이 자신의 직업과 직무에 대한 스스로의 평가로 이해할 수 있으며[27] 조직구성원이 가지고 있는 직업에 대한 가치인식과 직업관을 의미한다[4]. 또한 직업존중감은 자기의 직업에 대한 가치평가와 기대의 정도라고 판단하여 자신의 직업과 애착에 긍정적인 영향을 미치며[2] 판매직원의 업무수행 과정에서 나타날 수 있는 긍정적 태도에 영향을 미치는 요인으로 해석할 수 있다[13]. 서비스 종사자의 수행 영역은 직원이 감정노동과 같은 개인적인 순발력과 적극적인 고객배려의 마음을 필요로 한다[12]. 특히, 호텔업무 특성상 고객이 표현하지 않은 기대와 요구까지도 충족시켜야 하는 호텔직원의 고객지향적 자세는 고객만족을 위해 매우 중요한 역할을 하게 된다.

고객지향성은 고객의 욕구에 대한 직원의 이해정도와 고객의 욕구를 충족시키기 위하여 고객의 구매결정에 조력하는 직원의 태도[14]로 이해할 수 있다. 고객지향성에 대해서는 다양한 관점에서 볼 수 있는데 이를 마케팅적 개념으로 본다면 기업이 고객의 입장에서 생각하는 관점에서 기업 활동을 행하는 것을 의미하는 것으로 고객이익을 증진시키는 방향으로 나아가고자 하는 것이다[2]. 무엇보다도 고객지향성은 개인수준에서 서비스를 전달하는 직원의 고객지향적 마인드로[15] 서비스 기업의 직원이 직업존중감을 높게 지각할수록 고객에게 제공하는 서비스는 고객의 사전기대를 넘어 만족스러운 결과를 이끌어 낼 것으로 이해할 수 있으며 이는 고객에 대한 서비스지향성은 직무상황에서 고객의 욕구를 충족시킬 수 있는 직원의 의도 혹은 성향을 포함하는 것으로 해석되기 때문이다[12]. 김용철(2009)[2]은 직업존중감이 경력몰입을 통하여 직원의 고객지향성에 영향을 미쳐, 올바른 직업에 대한 존중감을 갖게 하는 것이 간접적인 고객만족을 이끌어 낼 수 있을 것이라고 주장한 바 있다.

이러한 관점에 따라서 직업에 대한 존중감이 높은 직원이 높은 고객지향성을 가지고 있을 것으로 추론할 수 있으며 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설2: 호텔 직원의 직업존중감은 고객지향적 태도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3. 심리적 주인의식의 매개효과

심리적 주인의식이란 개인이 공식적으로 소유의 대상이 보장되어있지 않아도 자신의 소유처럼 느끼는 심리적 상태[16]로 개인이 소유의 대상을 자신의 것처럼 또는 그들을 대상의 부분으로 느끼는 심리적 상태[9]이다. 심리적 주인의식은 특정 대상에 대한 개념을 경험하면서 갖게 되는 과정적 측면으로[17] 심리적 주인의식의 형성과정은 개인이 대상에 대한 통제를 할 수 있는 정도와 관계가 있다[9]. 따라서 심리적 주인의식에 대한 학자들의 공통점은 공식적 보유, 합법적 권리가 보장되어 있지 않더라도 발생하는 개인의 심리적 상태로서 소유대상을 자신의 것 혹은 자신의 일부분으로 느끼는 심리적인 상태를 의미하는 것으로 이해할 수 있다[16].

심리적 주인의식에 관한 선행연구들[18][19][24]은 조직내에서 구성원들의 심리적 주인의식 수준과 조직유효성간의 긍정적 상관관계를 제시하고 있다. 또한 심리적 주인의식에 대한 경영학적 관점에서 효과에 대해 Pierce et al.(2001)[20] 는 심리적 주인의식은 일종의 정

서적 애착으로 규정하고 이것에 영향을 미치는 중요한 요인은 개인의 효능감과 성장에 대한 성향이며 증대된 심리적 주인의식은 궁극적으로 조직에 몰입하고 긍정적인 태도를 나타낸다고 주장하였다. 무엇보다 심리적 주인의식은 특정대상에 대해 자아와 관련성을 확장하여 자아의 일부분으로[21] 이해할 수 있으며 직무노력을 증대시키려는 의지를 강화시키게 되는 근간으로서 고객욕구에 맞춘 직무수행 생산성이 중요시 되는 호텔기업에서 중요시되어야 하는 요소이다[7]. 심리적 주인의식은 직원의 인식과 조직몰입의 관계에서 매개적인 역할을 하며[22] 조직후원인식은 심리적으로 경험되고 인지된 소유감을 통해 조직시민행동과 같은 조직유효성에 긍정적인 영향을 미치는 것[23]으로 보고되고 있다. 이뿐만 아니라 심리적 주인의식은 직원의 심리적 자본과 조직몰입 관계에서 매개역할을 변수로 작용하고 있다[7].

이상과 같은 논의를 바탕으로 다음과 같은 가설을 제시하고자 한다.

가설3: 호텔 직원의 심리적 주인의식은 직원의 성장욕구, 직업존중감과 고객지향성의 관계를 정(+)적으로 매개할 것이다.

Ⅲ. 연구설계

1. 연구 모형

본 연구는 선행연구를 바탕으로 관계에 대한 연구 모형을 [그림 1]과 같이 설정하였다.

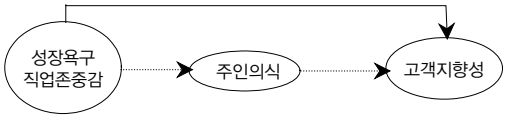

그림 1. 연구모형

2. 조사대상

본 연구의 대상자는 서울에 소재한 특급호텔 10개소 대고객 접점직원을 할당표본추출하여 연구대상자로 선정하였고 2016년 11월 1일부터 11월 30일까지 300부의 구조화된 설문지를 이용하여 자료를 수집하였다. 자료수집은 사전에 본 연구자와 자료수집에 동의 및 방문을 허락 받고 바쁘지 않은 시간에 연구목적을 설명하였으며 설문에 자기기입법을 통해 기입하도록 하였다. 배포된 300부의 설문지는 방문회수하거나 우편으로 회수하였고 232부가 수거되었으며 불성실한 응답을 제거하고 212부를 분석에 사용하였다. 설문구성은 정규직 직원의 성장욕구, 직업존중감, 고객지향성, 심리적 주인의식 그리고 인구통계적 특성으로 구성하였으며 연구의 구성요소를 검증에 앞서 요인분석과 신뢰도 분석, 상관관계 분석을 통해 측정도구의 타당성을 검증하고 구성개념간 관련성을 도출하기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

3. 변수의 조작적 정의 및 측정

본 연구에서는 직원의 성장욕구에 대한 측정은 선행연구[5]에서 개발한 설문문항을 호텔 상황에 맞게 수정・보완하여 총 4문항을 사용하였으며, 성장욕구는 선행연구[2]의 정의를 바탕으로 '호텔 서비스업무에 대한 도전적이며 개인능력을 추구하고, 직무의 다양성과 새로움을 지향하는 정도' 로 정의하였다. 직업존중감은 선행연구[4][12]에서 사용된 변수 중 타당성을 검증한 항목을 바탕으로 3개 문항을 호텔서비스제공 상황에 적절하게 수정하여 사용하였으며 '호텔서비스 전달자로서 직업에 대해 부여하는 가치평가와 기대'로 정의하였다. 고객지향성은 '직원의 고객에 대한 존중신념과 행동'으로 정의하고 지금까지 고객지향성을 측정하기 위해 개발된 다양한 척도 중 선행연구[1][14][25]에서 제시된 항목을 바탕으로 호텔의 상황에 적절하게 수정하고 4개 문항을 사용하였다. 심리적 주인의식은 '호텔직원이 호텔에 대한 주인의식을 갖는 심리적 애착'으로 정의하고 3개 문항을 선행연구[9][10]로부터 도출하였다.

Ⅳ. 실증분석

1. 조사대상자의 특성

설문에 응답한 212명의 특성으로, 먼저 남성 114명

(53.8%), 여성이98명(46.2%)으로 나타났고 연령은 30대가 98명(46.2%), 20대 60명(28.3%), 40대 이상 54명(25.5%) 순으로 많은 분포를 보였다. 학력은 대학졸업 183명(86.3%), 대학원 이상이 19명(9.0%), 기타가 10명(4.7%)순으로 나타났다.

2. 신뢰성 및 타당성 평가

본 연구는 조작적 정의를 토대로 각 연구 단위의 항목들에 대한 내적 일관성을 측정하고 타당성분석을 위해 varimax방식에 의해 주성분분석을 실시하였다. 분석결과 구성개념인 성장욕구, 직업존중감, 고객지향성 그리고 심리적 주인의식은 단일요인으로 추출되었으며 Cronbach's α도 모두 .7이상을 상회하는 것을 확인할 수 있었다.

표 1. 요인분석 및 신뢰도 분석 결과

요인	항목	적재치	고유값	α
성취욕구	존중과 사랑을 받는 일 선호	.880	2,839 (70,986)*	.863
	도전적이고 지적자극과 관련된 일 선호	.869		
	승진 관련 일 선호	.838		
	가치있는 일 선호	.780		
직업존중감	직업을 통해 즐거운 경험을 함	.835	2,173 (72,420)*	.809
	직업을 통해 성취감을 느낌	.810		
	나의 직업은 사회적으로 중요한 가치가 있을 것임	.784		
심리적 주인의식	호텔업무는 나의 일부라고 생각함	.909	2,197 (73,233)*	.813
	호텔은 나의 호텔이라고 생각함	.881		
	나는 이 호텔의 주인이라고 생각함	.772		
고객지향성	고객을 위해 최선을 다함	.849	2,826 (70,648)*	.861
	고객이 만족하면 나도 즐거움	.849		
	고객에게 항상 밝은 표정으로 인사함	.847		
	고객이 원하는 것을 제공해 주려고 노력함	.816		

( )=% 누적분산

본 연구에서 구성개념들에 대한 단일차원성을 측정한 후, 구성개념 간 관계의 방향성과 강도를 확인하기 위한 상관관계분석을 실시한 결과 유의미한 상관관계가 있음을 확인하였다($p < .01$).

표 2. 구성개념의 상관관계분석

구성개념	구성개념간 상관관계			
	1	2	3	4
1. 성장욕구	1			
2. 직업존중감	.574	1		
3. 고객지향성	.479	.524	1	
4. 심리적주인의식	.698	.693	.651	1

3. 가설의 검정

본 연구에서는 구성개념 간 영향관계를 검정하기 위해 회귀분석을 실시하였다.

가설1은 호텔 직원의 성장욕구와 고객지향성 간의 관계를 알아보기 위한 것으로, t 값이 3.827, p 값은 .000으로 가설 1은 채택되었다. 가설2는 호텔 직원의 직업존중감과 고객지향성과의 관계에 대한 것으로, t 값이 5.339, p 값은 .000으로 가설 2 또한 통계적으로 유의한 영향관계가 도출되었다. 또한 F값은 49.614($p< .001$)로 회귀선은 모델에 적합하며 독립변수와 종속변수의 상관계수가 .567로 32.2%를 설명하고 있다. Durbin-Watson는 1.723으로 기준값인 2에 매우 근접하고 0 또는 4에 가깝지 않기 때문에[26] 잔차들 간에 상관관계가 없는 것으로 판단된다.

가설3은 호텔 직원의 성장욕구와 직업존중감과 고객지향성 간의 영향관계에서 심리적 주인의식의 매개작용에 관한 것으로, 3단계 매개회귀분석을 실시하였다. 성장욕구와 고객지향성간의 관계에서 심리적 주인의식은 1단계 회귀계수 .479(t=7.908, $p< .01$), 2단계 회귀계수 .698(t=14.135, $p< .01$), 3단계 회귀계수 .502(t=10.291, $p< .01$)로 2단계 회귀계수가 3단계 회귀계수보다 크게 나타나 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다. 또한 직업존중감과 고객지향성 간의 관계에서 심리적 주인의식은 1단계 회귀계수 .524(t=8.912, $p< .01$), 2단계 회귀계수 .693(t=13.910, $p< .01$), 3단계 회귀계수 .485(t=9.371, $p< .01$)로 나타났으며 단계별 설명력도 점차 높게 나타났다. 2단계 회귀계수가 3단계 회귀계수보다 높게 나타나 심리적 주인의식은 매개효과가 있음을 의미하고 있으며 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있다. 따라서 성장욕구, 직업존중감과 고객지향성의 관계에서 심리적 주인의식은 완전한 매개작용을 하고 있는 것으로 판단할 수 있으며 가설 3은 채택되었다.

표 3. 성장욕구, 직업존중감이 고객지향성에 미치는 영향분석

		고객지향성
가설1	성장욕구	.266(3.827)
가설2	직업존중감	.371(5.339)
Adj. R^2		.315
F(p)/ Durbin-Watson		48.614(.000)/ 1.723

( )= t value

표 4. 성장욕구, 직업존중감과 고객지향성 간의 영향관계에서 심리적 주인의식의 매개효과

독립/매개/종속변수	매개효과 검정단계	Sta. β	t value	p	R^2
성장욕구/ 심리적 주인의식/ 고객지향성	단계1	.479	7.908	.000	.229
	단계2	.698	14.135	.000	.488
	단계3	.502	10.291	.000	.617
직업존중감/ 심리적 주인의식/ 고객지향성	단계1	.524	8.912	.000	.274
	단계2	.693	13.910	.000	.480
	단계3	.485	9.371	.000	.594

V. 결 론

본 연구는 호텔의 조직관리 측면에서 심리적 주인의식에 대한 중요성을 재조명함으로써 실제적인 인적자원에 대한 관리방안을 제시하고자 성장욕구, 직업에 대한 내면적인 존중감이 고객지향성에 미치는 영향과 심리적 주인의식의 매개효과에 관한 실증분석을 하였다. 그 결과 첫째, 호텔 직원의 성장욕구가 고객지향성에 정(+)의 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있었다. 이는 선행연구 김용철(2009)[2]이 호텔기업의 열악한 직무여건이나 직무환경으로 인해 성장욕구와 고객지향성의 영향관계가 없다고 판단하였던 것과는 반대로 본 연구에서는 성장욕구가 높은 직원은 고객에 대한 긍정적인 태도에 영향을 미치고 있음을 확인하였다. 이는 도전적이고 지적자극을 주는 일을 선호하고 성장에 도움이 된다고 판단되는 가치를 추구하는 성향이 강한 직원은 적극적인 고객지향적 태도가 형성된다는 것을 의미하며, 직무설계나 관리과정에서 직원들의 가치성향과 성장욕구를 먼저 고려해 보고 직무수행시 피드백정보를 늘리고 교육프로그램에 성장욕구를 고취시킬 수 있는 자기개발과정을 개설하는 방안도 도움이 될 것으로 판단된다.

둘째, 호텔 직원의 직업존중감은 고객지향성에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 선행연구[2][12]를 지지하는 결과로서 호텔의 경영측면에서 시사하는 점은 다음과 같다. 직원이 자신의 직업을 통해 성취감을 느끼고 사회적으로 가치있는 일을 한다는 스스로의 평가가 높으면 어려운 상황에서 혹은 자신의 공식적인 업무가 아니어도 고객을 위해 최선을 다하는 고객지향적 자세를 취하게 된다는 것을 의미한다. 따라서 호텔의 인적자원과 조직관리 측면에서 직원의 직업존중감을 확산시키기 위해 직원이 현제 일하는 호텔의 서비스 전달자로서의 사명감과 고객의 행복과 만족이 직업을 통해 얻을 수 있는 성취감이며 가치있는 일이라는 인식을 고정적 서비스교육 프로그램을 통해 인식시킬 필요가 있다.

셋째, 호텔 직원의 성장욕구와 직업존중감과 고객지향성 간의 영향관계에서 심리적 주인의식은 완전 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 이는 기존 연구에서 성장욕구와 직업존중감, 고객지향성의 순차적 관계에 따른 심리적 주인의식의 매개효과를 검증한 연구가 전무했다는 점에서 학술적 가치와 실무적 시사점에 기여도가 크다고 할 수 있다. 특히 성장욕구가 심리적 주인의식을 통해 고객지향성에 영향을 미친다는 것은 의미있는 결과라고 할 수 있다. 또한 심리적 주인의식의 매개효과에 대한 결과가 호텔경영 측면에 시사하는 점은 직원의 성장욕구와 직업존중감이 고객지향성에 직접적인 영향을 주는 요인이긴 하지만 호텔 업무가 자신의 일부이며 주인이라는 의식을 관리하고 고취하면 고객이 원하는 것을 제공하는 고객지향적 태도를 직·간접적으로 향상시키게 된다는 것을 의미한다. 따라서 직원의 심리적 주인의식을 높일 수 있는 시스템 구축을 위해 대고객 접점 직원에게로 권한을 분산하여 조직균형을 이루는 수평적 권력구조를 조성하고 사원지주제도를 도입하여 법적관계를 배분하는 것도 필요하다고 할 것이다.

끝으로 본 연구가 갖는 한계점은 연구의 대상을 지역적으로 서울지역에 소재한 호텔을 국한한 점과 직원관점에서 주관적이고 단편적인 인식만을 조사하였다는 것이다. 따라서 연구의 범위, 시기, 대상 등 좀 더 객관적으로 설정하고 호텔부서별 특성을 반영하여 보다 발전적인 연구가 이루어지길 기대한다.

참 고 문 헌

[1] 서경도, 이정은, "호텔종사원의 임파워먼트, LMX, 심리적 주인의식과 심리적 자본이 고객지향성 관계에 미치는 영향," 관광레저연구, 제26권, 제9호,

pp.5-24, 2014.

[2] 김용철, "호텔종사원의 성장욕구, 직업존중감이 경력몰입과 고객지향성에 미치는 영향," 대한경영학회지, 제22권, 제6호, pp.3831-3849, 2009.

[3] 김혁수, "서비스접점 종사원의 감정노동이 직무만족과 고객지향성에 미치는 영향," 호텔경영학연구, 제24권, 제7호, pp.133-143, 2015.

[4] 김새롬, 조효연, "호텔 조직구성원들의 자아존중감과 직업존중감이 직무만족에 미치는 영향에 관한 연구," 관광레저연구, 제24권, 제3호, pp.361-380, 2012.

[5] 함상우, "현재의 보상만족도와 미래의 보상기대감이 조직몰입에 미치는 영향 성장욕구강도의 조절효과," 한국경영학회 통합학술발표논문집, Vol.8, pp.3166-3185, 2014.

[6] J. R. Hackman and G. R. Oldham, "Motivation through the design of work: Test of a theory," Organizational Behavior and Human Performance, Vol.16, No.2, pp.250-279, 1976.

[7] 강상묵, 신정하, 유양호, "호텔기업 종사원 참여경영과 조직몰입의 관계에서 심리적 주인의식의 매개효과," 한국콘텐츠학회논문지, 제10권, 제10호, pp.408-417, 2010

[8] M. G. Pratt and J. E. Dutton, "Owning up or opting out: The role of identities and emotions in issue ownership," Emotions in Organizational Life, pp.103-129, 2000.

[9] 김용순, "호텔기업에서 조직 내 과정특성이 심리적 주인의식과 직무성과에 미치는 영향," 관광레저연구, 제25권, 제1호, pp.403-417, 2013.

[10] 이유안, 김인신, 노호정, "호텔 기업의 개인-환경 적합성과 보상 시스템이 심리적 주인의식, 지식공유행동 및 혁신행동에 미치는 영향 분석: 변혁적 리더십의 조절효과와 함께," 호텔경영학연구, 제24권, 제1호, pp.147-162, 2015.

[11] 김혁수, "호텔 경영분석에 관한 사례 연구," 호텔경영학연구, 제22권, 제1호, pp.79-94, 2013.

[12] 고동우, 서무일, 문상정, "직업존중감이 조직몰입과 서비스지향성에 미치는 영향," 관광연구, 제30권, 제4호, pp.93-115, 2005.

[13] A. Dubinsky and S. Skinner, "Going the Extra Mile: Antecedents of Salespeople's Discretionary Effort," Industrial Marketing Management, Vol.31, No.7, pp.589-598, 2002.

[14] 지윤호, 정삼권, 변정우, "호텔기업 종사자의 감정노동이 고객지향성에 미치는 영향," 호텔경영학연구, 제21권, 제4호, pp.35-51, 2012.

[15] D. Donavan, T. Brown, and J. Mowen, "Internal Benefits of Service-Worker Customer Orientation: Job Satisfaction, Commitment, and Organizational Citizenship Behaviors," Journal of Marketing, Vol.68, No.1, pp.128-146, 2004.

[16] J. Pierce, S. Rubenfeld, and S. Morgan, "Employee Ownership: A Conceptual Model of Process and Effects," The Academy of Management Review, Vol.16, No.1, pp.121-144, 1991.

[17] L. Van Dyne and J. L. Pierce, "Psychological ownership and feelings of possession: three field studies predicting employee attitudes and organizational citizenship behavior," Journal of Organizational Behavior, Vol.25, No.4, pp.439-460, 2004.

[18] J. L. Pierce, L. Van Dyne, and L. Cummings, "Psychological ownership: A conceptual and operational exploration," In Southern Management Association Proceedings, Vol.203, p.211, 1992.

[19] D. Vandewalle, L. Van Dyne, and T. Kostova, "Psychological ownership: An empirical examination of its consequences," Group & Organization Management, Vol.20, No.2, pp.210-226, 1995.

[20] J. Pierce, T. Kostova, and K. Dirks, "Toward a Theory of Psychological Ownership in Organizations," The Academy of Management Review, Vol.26, No.2, pp.298-310, 2001.

[21] R. Belk, "Possessions and the Extended Self," Journal of Consumer Research, Vol.15, No.2,

pp.139-168, 1998.

[22] J. Coyle Shapiro, P. C. Morrow, R. Richardson, and S. R. Dunn, “Using profit sharing to enhance employee attitudes: A longitudinal examination of the effects on trust and commitment,” Human Resource Management, Vol.41, No.4, pp.423-439, 2002.

[23] 장동인, "조직후원인식과 조직시민행동 간의 관계에서 심리적 주인의식의 매개효과에 관한 연구," 대한경영학회지, 제28권, 제3호, pp.855-875, 2015.

[24] 하용규, 강상묵, "호텔 종사원의 심리적자본이 조직몰입에 미치는 영향," 한국콘텐츠학회논문지, 제11권, 제9호, pp.485-495, 2011.

[25] 강천국, "병원내부마케팅이 고객지향성 및 충성도에 미치는 영향," 한국콘텐츠학회논문지, 제16권, 제2호, pp.174-185, 2016.

[26] 송지준, *논문작성에 필요한 SPSS/AMOS 통계분석방법,* 21세기사, 2011.

[27] 김운신, “계선조직 관리자의 리더십 스타일이 직원의 직업존중감 및 조직행위에 미치는 영향,” 한국컴퓨터정보학회 학술발표논문집, 제25권, 제1호, pp.93-96, 2017.

저 자 소 개

임 지 은(Ji-Eun Lim) 종신회원

- 2005년 2월 : 강릉원주대 관광경영학과(관광석사)
- 2008년 8월 : 강릉원주대 관광경영학과(관광박사)
- 2009년 3월 ~ 현재 : 중원대학교 경영학과 교수

<관심분야> : 소비심리, 마케팅, 서비스마케팅, 마케팅관리, 외식경영, 호텔경영, 마케팅사례연구