

ISSN 1229-3490

호텔관광경영연구

Journal of Hotel and Tourism Management

2020. 02.(제37집 제1호)

세종대학교 관광산업연구소

Tourism Industry Research Institute
SEJONG UNIVERSITY

목 차

Journal of Hotel and Tourism Management

- 국내항공사와 국외항공사 객실승무원이 지각하는 직무역량의 중요도 비교
----- 윤이나 · 안윤영 /1
- 비즈니스호텔 직원이 지각한 직무특성이 직무몰입에 미치는 영향: 완벽
주의의 조절효과----- 윤보원 · 안윤영 /19
- 외식업소의 서비스 품질이 혼술 소비자의 만족도 및 재방문의도에 미
치는 영향에 대한 연구----- 윤성 · 김현강 · 황진수 /35
- 축제정보 모바일 앱 서비스 속성의 중요도-만족도 분석(IPA): 진주남강
유등축제----- 이은철 · 김형곤 /51
- 항공사 객실승무원 취업준비생의 취업스트레스에 영향을 미치는 요인
----- 이혜원 · 안윤영 /71

Contents

Journal of Hotel and Tourism Management

- Comparing the Importance of Job Competences Perceived by Cabin Crew between Domestic and Foreign Airline -----
----- Yoon, I-na · Ahn, Yoon-Young /1
- Job Characteristics Perceived by Business Hotel Employee Influencing Job Involvement: Moderating Effect of Perfectionism -----
----- Yoon, Bo-Won · Ahn, Yoon-Young /19
- A Study on the Effect of Service Quality of Restaurant Service on Satisfaction and Revisit Intention: Focusing on customers who drink alone ----- Yoon, Seong · Kim, Hyungang · Hwang, Jinsoo /35
- Importance-Performance Analysis of Festival Information Mobile App Service Attributes: Jinju Namgang Yudeung Festival -----
----- Lee, Eun-chul · Kim, Hyoung-Gon /51
- Factors Affecting on the Job-Seeking Stress of Airline Cabin Crew Applicants ----- Lee, Hye-Won · Ahn, Yoon-Young /71

국내항공사와 국외항공사 객실승무원이 지각하는 직무역량의 중요도 비교*

Comparing the importance of job competences perceived by cabin crew between domestic and foreign airline*

윤이나** · 안윤영***

Yoon, I-na · Ahn, Yoon-Young

Abstract

This study aims to examine the difference in the importance of job competences perceived by the Korean cabin crew who work in domestic and foreign airlines. The results can be summarized as follows. First, it showed that cabin crew of domestic airline considered external talent & attitude and professional spirit more important than those of foreign airline. Second, cabin crew of foreign airline considered cross-cultural understanding and foreign language skills more important than those of domestic airline. These findings imply that the understanding of differences in the importance of job competencies can help in restructuring the curriculums for training students who want to be a cabin crew. Moreover, these findings can present the keen insight into recruitment and selection activities.

주제어: 국내대형항공사(Korean FSC Airline), 외국대형항공사(Foreign FSC Airline) 객실승무원(Cabin Crew), 직무역량(Job Competence)

* 이 논문은 제 1저자의 세종대학교 관광대학원 석사학위논문의 계속연구로 진행된 것임.

** 세종대학교 일반대학원 호텔관광경영학과 박사과정 e-mail: with-yoonina@naver.com

*** 세종대학교 호텔관광대학 호텔관광경영학과 부교수, e-mail: koala@sejong.ac.kr

I. 서 론

최근 저비용항공사의 운항확대와 여객수송량 및 여객기 보유량의 증가 그리고 국제 노선의 확대 및 인천공항 터미널 2의 개장은 항공기 객실승무원 채용 인원을 증가하게 하고 있다. 2018년 항공통계보고에 따르면 에어필립을 포함 국내의 여객수송 9개의 항공사에서 2017년 약 3,375명 대비 약 23% 증가한 4,142명을 채용하였으며, FSC(Full Service Carrier) 항공사에서는 대한항공 1,083명, 아시아나 509명, LCC(Low Cost Carrier) 항공사에서는 제주항공 719명, 진에어 437명, 에어부산 365명, 이스타항공 352명, 티웨이항공 485명, 에어서울 131명, 에어인천 61명을 채용하였다(한국공항공사, 2018). 이 중 객실승무원 채용 대한항공 650, 아시아나항공 226, 제주항공 225, 진에어 240, 에어부산 187, 이스타항공 105, 티웨이항공 117, 에어서울 65, 총 1,815명을 채용하였다. 또한 한국에 취항하는 주요 외항사에서는 2018년에 약 320명의 한국인 객실승무원을 신규 채용하였다(한국공항공사, 2018).

이러한 객실승무원의 수요가 증가함에 따라 관련 교육 과정도 증가하고 있으며, 객실승무원에 대한 교육은 대학의 항공서비스학과뿐만 아니라 항공관련 교육기관에서 객실승무원 양성을 위한 다양한 교육을 진행하고 있다. 항공서비스 관련학과로는 항공관광학과, 항공서비스학과, 항공운항학과, 항공운항서비스학과, 항공경영학과 등이 있으며, 한국고용정보원의 보고에 의하면 2017년 4월 기준으로, 전국 항공관련 교육대학은 4년제는 48개, 전문대학교는 44개가 개설되어있으며, 그중 객실 승무원 양성학과는 4년제 23개, 2년제 28개가 있다(한국고용정보원, 2018).

이렇듯 객실승무원 채용에 있어서 국내항공사뿐만 아니라 외국항공사의 한국인 채용률도 지속적으로 높아짐에 따라 대학의 항공관련 학과와 관련 교육기관들도 함께 늘어나고 있으며, 승무원의 직무역량에 대한 교육의 중요성도 커지고 있다.

항공 서비스 산업은 외적 변화에 민감하며 단기적인 성과에 따른 직원의 역량 평가가 이루어진다는 특징을 고려할 때, 인재의 선발, 유지와 육성을 위한 역량중심의 교육이 이루어져야 한다(박혜영, 2006). 이는 항공사의 최일선에서 직접 고객을 상대하는 객실승무원의 고객 서비스에 따라 해당 항공사 서비스의 질과 고객의 만족도가 결정되고, 이는 곧 해당 항공사의 회사 이미지와 경쟁력에 큰 영향을 미치게 되기 때문이다.

현재까지의 국내항공사 승무원의 직무역량에 관한 선행연구들은 대부분 직무역량을 규명하거나, 직무역량의 모델을 제시하는 연구들이 주류를 이루었다. 하지만 외

항사의 국내 취항 노선이 늘어나고, 한국인 객실승무원 채용이 증가함에 따라 국내 항공사와 외국 항공사의 직무역량의 차이에 대한 연구의 중요성이 매우 커졌고 그동안 연구대상이 국내 및 외국 대형항공사만 국한되어 있었으나 저비용 항공사가 점차 증가하고 있어 연구대상을 국내 및 외국 저비용항공사까지 확대할 필요가 있다.

이에 본 연구에서는 국내외 저비용항공사를 연구대상에 포함하여 국내 항공사와 외국 항공사 객실 승무원으로 재직하고 있는 한국인 승무원이 중요하다고 지각하는 직무역량을 상호 비교분석하여, 객실 승무원을 준비하는 예비 승무원들에게 취업을 목표로 하는 항공사유형별로 중요시하는 직무역량에 차이가 존재하는지를 규명하고자 한다. 이를 통해 예비승무원을 양성하기 위한 교육기관에게 항공사별로 적합한 교육 내용에 대한 방향을 제시함으로써 객실승무원 양성 교육기관의 효율적이고 효과적인 교육과정 운영에 도움을 주고자함이 본 연구의 주된 목적이라 할 수 있다.

II. 이론적 배경

1. 역량과 직무역량

심리학에서 역량의 개념은 하버드대 심리학과 교수 McClelland(1973)가 처음으로 ‘우수 성과자가 평균의 성과자와 차이를 구별해주는 행태나 특성’이라 제시하였다. 직무수행에 있어서 지능검사보다는 개인이 수행하는 직무에서 성과로 나타나는 역량평가가 더 의미 있다고 주장하였으며, 직무역량은 개인이 직무의 역할을 수행하기 위하여 작업 형태로 제시된 직무수행에 필요한 능력으로써, 직무수행에 효과적인 성과 동기 지식과 기술 등을 의미한다고 하였다. 또한 개인이 수행하는 직무에서 성과로 나타나는 역량이 직무역량 평가의 대상이 되어야 한다고 주장하였다.

Boyatzis(1982)과 Dubois(1993)는 직무 수행의 성취 결과와 그 질적 수준에 초점을 맞추어 직무역량을 조직 환경에서 직무의 질적 목표를 이루는 조직 구성원의 능력으로 정의하였다. Parry(1996)는 직무역량을 조직에서 일반적으로 받아들여지는 성과의 기준에 대비하여 측정되고, 개발과 교육훈련을 통해 개인이 습득할 수 있는 기술과 지식을 포함한 태도의 집합체라고 정의하였으며, 이는 개인의 업무에 주요한 영향을 미친다고 주장하였다. 직무역량과 관련한 대표적인 선행연구들에서 직무역량은 직무성과를 창출하는데 반드시 필요한 직무수행 능력으로 정의하고 있다. 따라서 직무역량이란 직장 내에서 직무를 성공적으로 수행하기 위한 중요한 행동능력이라고 할 수 있다. 본 연구에서는 Parry(1996)의 교육 훈련을 통해 개선 될 수 있는

기술과 지식 태도의 집합체로 직무역량을 정의하고, 객실승무원의 직무역량을 살펴보고자 한다.

2. 객실승무원의 직무역량

1) 국내항공사 객실승무원의 직무역량

우리나라 항공법 제 2조 3항에 의하면 “객실승무원이란 항공기에 탑승하여 비상시 승객을 탈출시키는 등 안전업무를 수행하는 승무원을 말한다.”고 명시되어 있다. 항공사는 안전업무와 더불어 고객에게 서비스를 제공하는 기업의 형태를 띠고 있으므로 인적자원에 대한 의존도가 높다는 점을 고려하여 객실승무원의 직무역량이 항공사 서비스의 품질을 좌우한다고 할 수 있다.

항공사 승무원의 직무역량과 관련된 선행연구를 살펴보면 곽봉화(2016)는 대형항공사 객실승무원들이 인식하는 직무역량과 고객지향성에 관한 연구에서 자기관리, 대인관계 커뮤니케이션, 상황대처능력, 전문적 지식과 준비성을 승무원의 직무역량으로 규명하였다. 또한 가장 최근의 항공사 직무역량에 관한 연구인 박소정·전애은(2018)의 연구에서는 항공사 객실승무원의 직무역량을 개인특성, 자기관리, 대인관계, 상황대처능력으로 정의하였고, 개인특성과 자기관리 역량이 직무 만족에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다.

2) 외국항공사 객실승무원의 직무역량

외국 국적 항공사의 경우, 일반적으로 다양한 외국인 승무원들과 함께 업무를 수행하기 때문에 언어 적응, 혹은 문화 적응 정도에 따라 직무역량에 차이가 있을 수 있다. 외국 항공사에 근무하고 있는 승무원의 유형은 객실승무원, 인터프리터, 로컬 승무원 등의 3가지로 나눌 수 있다. 외국 항공사의 객실승무원은 해당 국가 본국 승무원과 비교할 때 정체성의 차이가 거의 없이 세계 각국 출신의 승무원들이 함께 근무하고 있으며, 인터프리터는 외국계 항공사가 특정 국가, 특정 노선을 취항하는데 있어서 자국민을 위한 서비스와 별개로 특정 국가의 마케팅을 목적으로 특정 노선의 승객을 위해 한국인 승무원을 채용하여 직무를 수행토록 한다. 또한 로컬 승무원은 인터프리터 개념에서 더 나아가 특정 노선에 맞추어 채용하는 인력으로 기내에 본국 승무원들과 두 세 명의 한국인 승무원이 탑승하여 함께 비행하며 서비스와 안전 그리고 인터프리터 역할을 담당하게 된다(이은백, 2014).

권성애(2015)는 한국인으로만 구성된 객실승무원에 비해 외국 승무원 동료들과 함께 구성된 객실승무원이 타문화를 긍정적으로 받아들일 수 있는 포용력과 이해,

그리고 다양한 문제가 발생할 수 있는 기내에서 자유롭게 소통할 수 있는 언어 능력 및 커뮤니케이션 스킬이 더 증진된다고 하였다. 권도희(2009)는 중동 국적 항공사 객실승무원의 역량에 대한 중요도 인식 연구에서 전문적 지식과 스킬을 제일 중요한 직무역량으로 보았는데, 세부적인 필요역량을 살펴보면, 유연성과 융통성, 외국어 능력과 국제적 감각, 전문적 지식과 세련된 매너와 정보수집이 중요하다고 하였다. 따라서 외국계 항공사는 체력유지를 위한 꾸준한 자기관리와 적극적이고 긍정적인 마인드를 통해 다양한 상황에 대한 문제해결에 보다 더 능동적으로 대처할 수 있고, 다른 문화를 배경으로 하는 승무원 및 승객들과의 열린 의사소통 능력을 갖춘 객실 승무원을 요구한다고 볼 수 있다.

앞에서 살펴본 객실 승무원의 직무역량과 관련된 선행연구들의 연구결과를 정리 해 보면 지금까지 객실승무원의 직무역량은 국내항공사 승무원에 대한 연구가 대부분이었으며, 외국 항공사 객실승무원의 직무역량은 연구 대상자가 모두 풀 서비스를 제공하는 대형항공사(FSC) 객실승무원으로 국한되었다. 하지만 최근 한국 국적의 승무원들은 풀 서비스를 제공하는 대형 항공사뿐만 아니라, 싱가포르 스콧항공, 베트남 비엠텍, 뱌부항공, 말레이시아 에어아시아 등 LCC 항공사에서도 많이 근무를 하고 있다. 따라서 본 연구에서는 최근의 항공사 승무원 취업 상황에 맞도록 연구 대상을 보다 확장하여 국내와 외국 대형항공사뿐만 아니라 저비용항공사 객실승무원을 모두 연구 대상으로 하였다. 또한 외국항공사에 근무하는 한국인 승무원의 경우, 다양한 국적의 승무원들과 함께 직무를 수행해야 하고, 이를 위해 다문화에 대한 이해와 상황별로 유연성이 요구되므로 이러한 근무 환경에서 승무원의 업무와 상황에 따라 직무역량에 차이가 있을 것으로 예상되므로 그 차이점을 알아보기 위해 본 연구에서는 국내·외 FSC 및 LCC 항공사에 근무하는 한국인 승무원을 대상으로 직무역량 중요도 인식에 차이가 존재하는지에 대한 분석을 진행하였다.

III. 연구 설계

1. 연구 대상 및 설문과정

본 연구는 국내 항공사와 외국항공사 간의 객실승무원의 직무역량의 중요도에 대한 비교분석을 위한 연구로서 연구 대상은 국내항공사에 재직 중인 한국인 국적 객실승무원 106명과 외국항공사에 재직 중인 한국인 국적 객실승무원 100명을 대상으로 하였다. 총 206부의 설문지를 배포하였으며, 응답문항에 대한 결측치 및 불성실

한 응답문항이 발생하지 않도록 연구자가 설문대상자들에게 양해를 구하고 회수한 설문지에 대한 검토를 설문 진행과 함께 실시하여 양질의 표본 응답을 확보하고자 노력하였다. 이에 배포한 206부 모두를 최종 유효 표본으로 실증분석에 투입하였다. <표 1>은 본 연구의 조사 설계를 간단하게 요약한 것이다.

〈표 1〉 연구 대상 및 설문과정

구분	내용
조사(표본)대상	설문응답일 현재 국내 항공사에 재직 중인 한국인 객실 승무원과 외국 항공사에 재직 중인 한국인 객실 승무원
조사기간 (시간적 범위)	2019년 2월 1일부터 2019년 3월 1일까지
설문지 배포 수 및 최종유효표본	배포 한 설문지 수 : 206 최종 유효 표본: 206

2. 설문지 구성

설문지는 크게 6개 영역으로 구성하였다. 직무역량과 관련한 5개 영역은 첫째, 외적 자질 및 태도에 관한 8문항, 둘째, 이문화 이해와 외국어 능력에 관한 4문항, 셋째, 적응 능력 및 직업 정신에 관한 8문항, 넷째, 대인관계능력에 관한 8문항, 다섯째, 상황대처능력에 관한 3문항으로 리커트 5점 척도를 사용하였다. 마지막으로, 인구통계학적 특성은 6문항으로 구성하고 명목척도로 측정하였다.

연구목적에 맞는 측정항목들을 구성하기 위하여 항공객실승무원의 역량과 관련한 연구들(이동희, 2006; 권도희, 2009; 박혜영, 2011)에 기초하여, 윤은숙·조명희(2014)의 객실승무원 역량요인 진단도구 연구를 바탕으로 측정항목을 도출하였다.

첫째, 자질 및 태도에 대한 설문은 친절한 태도, 상황에 대한 긍정적 사고와 태도, 인사성과 선배에 대한 예의, 솔선수범하는 적극성, 승무원으로서의 품위, 밝고 호감 가는 인상, 올바른 자세와 당당한 걸음걸이, 규정에 맞는 깔끔한 복장과 용모와 같은 항목의 외적 자질 및 태도에 관하여 질문하였다. 둘째, 이문화 이해와 외국어 능력에 관한 설문은 외국 식음료에 대한 지식, 영어 및 제 2외국어 능력, 이문화에 대한 지식과 구체적인 매너를 질문하였다. 셋째, 적응능력 및 직업정신에 관한 설문은 장시간 서서 근무 할 수 있는 체력, 기내 공간의 적응능력, 시차적응 능력, 고객지향성, 직업에 대한 이해, 항상 웃으면서 응대하는 태도, 고객의 요구에 대한 능동성, 서비

스 매뉴얼에 따른 정확성에 관하여 질문하였다. 장거리 비행이 없는 저비용 항공사 승무원을 고려하여 본래의 '8시간이상 서서 근무하는데 있어서 어려움이 없다'라는 항목을 '장시간 서서 근무 할 수 있는 체력으로 수정 하였다. 추후 결과 분석을 할 때는 직업정신과 적응능력의 2개 요인으로 분리하여 분석하였다. 넷째, 대인관계능력에 관한 설문은 후배의 의견을 잘 수렴하고 기회를 제공하는 태도, 상급자의 지시를 잘 따르고 수행하는 태도, 상대방의 이야기를 경청하고 본인의 의견을 잘 표현하는 커뮤니케이션 능력, 팀워크, 타인의 기분과 감정을 잘 파악하고 이해하는 공감 능력, 희생과 봉사정신, 사람을 좋아하고 붙임성 있는 친화력을 질문하였다. 이외에도 외국항공사 재직자의 커뮤니케이션 항목을 추가하였다. 다섯째, 상황대처능력에 관한 설문은 갑작스런 위기 상황에도 당황치 않고 민첩하게 대처하는 순발력, 상황을 체계적으로 분석하고 행동하는 판단력, 다양한 상황이나 사람에 대해 유연하게 적응하는 융통성에 관해 질문하였다.

여섯째, 인구통계학적인 질문사항은 연령, 결혼 여부, 학력, 직급, 근무 항공사 유형 등 총 6개 항목으로 구성하였다.

3. 연구과제 및 분석방법

본 연구는 항공사 객실승무원들이 중요하게 생각하는 직무역량이 무엇인지를 파악해보고, 이러한 직무역량 지각이 국내 대형항공사 승무원들과 국외 대형항공사 승무원들 간에 유의한 차이가 존재하는 지를 규명하는 것이다. 이에 다음과 같은 연구과제를 설정하였다.

[연구과제]

국내 대형항공사 소속 객실승무원과 국외 대형항공사 소속 객실승무원 간에 중요하다고 생각하는 직무역량에 유의한 차이가 존재하는 지를 검증해본다.

자기기입법 설문 조사를 통해 수집된 자료에 대해 SPSS통계패키지 18.0을 이용하여 빈도분석을 실시하였으며, 측정변수들의 타당성과 신뢰성을 확보하기 위해 요인분석 및 신뢰도 분석을 실시하였으며, 소속 항공사 유형별 객실승무원이 지각한 직무역량 중요도에 대한 집단 간 평균값 차이검정(t-test)을 실시하였다.

IV. 실증분석

1. 응답자의 일반적 특성

본 연구는 연구의 조사대상이 되는 표본의 인구통계학적 특성을 살펴보기 위한 빈도분석을 실시하였으며, 결과는 <표 2>와 같다.

<표 2> 인구통계학적 특성

구분		빈도(명)	비율(%)
연령	20세-25세	6	2.9
	26세-30세	70	34.0
	31세-35세	86	41.7
	36세-40세	39	18.9
	41세 이상	5	2.4
결혼여부	미혼	131	63.6
	기혼	75	36.4
학력	고졸	1	.5
	전문대졸	21	10.2
	대졸	164	79.6
	대학원이상	20	9.7
직급	승무원	148	71.8
	부사무장	40	19.4
	사무장	16	7.8
	기타	2	1.0
근무항공사	국내 대형항공사	80	38.8
	국내 저비용항공사	26	12.6
	외국 대형항공사	73	35.4
	외국 저비용항공사	27	13.1

구분		빈도(명)	비율(%)
근무기간	1년 미만	18	8.7
	1-3년 미만	45	21.8
	3-6년 미만	65	31.6
	6-9년 미만	50	24.3
	9년 이상	28	13.6
합계		206	100.0

응답자의 연령은 31-35세가 86명(41.7%)으로 가장 높은 응답률을 나타내었으며, 다음으로 26세-30세 70명(34.0%), 36세-40세 39명(18.9%), 20세-25세 6명(2.9%), 41세 이상 5명(2.4%)의 순으로 조사되었다. 결혼 여부는 미혼이 131명(63.6%)으로 기혼 75명(36.4%)보다 더 높은 응답률을 나타내었다. 학력은 대졸이 164명(79.6%)으로 가장 높은 응답률을 나타내었으며, 다음으로 전문대졸 21명(10.2%), 대학원 이상 20명(9.7%), 고졸 1명(0.5%)로 나타났다. 직급은 승무원이 148명(71.8%)로 응답률이 가장 높았으며, 다음으로 부사무장 40명(19.4%), 사무장 16명(7.8%), 기타 2명(1.0%)의 순으로 조사되었다. 근무항공사는 국내 대형항공사가 80명(38.8%)으로 가장 높은 응답률을 나타내었으며, 다음으로 외국 대형항공사 73명(35.4%), 외국 저비용항공사 27명(13.1%), 국내 저비용항공사 26명(12.6%)의 순으로 분석되었다. 근무기간은 3-6년 미만이 65명(31.6%)으로 가장 응답률이 높았으며, 다음으로 6-9년 미만 50명(24.3%), 1-3년 미만 45명(21.8%), 9년 이상 29명(13.6%), 1년 미만 18명(8.7%)의 순으로 조사되었다.

2. 타당성 및 신뢰성 검증

1) 외적자질 및 태도

외적자질 및 태도에 대한 8개 항목이 동일한 요인개념으로 분류되었으며, 8개 문항에 대한 크론바흐 알파 값은 0.866을 보고하여 비교적 높은 수준의 신뢰도를 확보하였다. 이하 요인분석에서는 요인 적재량은 0.5 기준으로 판단하였다. 외적자질 및 태도에 대한 요인분석 및 신뢰도분석 결과는 <표 3>과 같다.

〈표 3〉 외적자질 및 태도에 대한 요인분석 및 신뢰도분석

요인명	문항	요인 적재량	고유값	분산 설명력	Cronbach'α
외적자질 및 태도	1. 승무원으로서의 품위 (공공장소에서의 언행 등)	.822	4.178	52.227	.866
	2. 규정에 맞는 깔끔한 복장과 용모	.792			
	3. 언제나 올바른 자세를 유지하고, 자신감 있고 당당한 걸음걸이	.742			
	4. 서비스 분야에 맞는 친절한 태도	.727			
	5. 인사성이 바르고 선배에 대한 예의	.706			
	6. 항상 웃는 표정의 밝고 호감 가는 인상	.675			
	7. 주어진 일이나 과제에 솔선수범하는 적극성	.657			
	8. 상황에 대한 긍정적 사고와 태도	.640			
KMO=.863 , Bartlett의 구형성 검정 (카이제곱=687.225, df=28, p<.01)					

2) 이문화 이해와 외국어 능력

이문화 이해와 외국어 능력에 대한 요인분석결과 4개 문항이 동일한 구성개념으로 묶였으며, 크론바흐 알파값은 0.781을 보고하였다. 이문화 이해와 외국어 능력에 대한 요인분석 및 신뢰도분석결과는 <표 4>와 같다. 분산설명력은 52.611%로 나타나 4개 문항의 설명력은 약 52.6%를 보고하였다.

〈표 4〉 이문화 이해와 외국어 능력에 대한 요인분석 및 신뢰도분석

요인명	문항	요인 적재량	고유값	분산 설명력	Cronbach's α
이문화 이해와 외국어 능력	1. 이문화에 대한 지식과 구체적인 매너	.834	2.104	52.611	.781
	2. 외국 식음료에 대한 지식	.813			
	3. 외국인과의 의사소통이 가능한 영어구사능력	.703			
	4. (영어를 제외한) 제 2외국어 능력	.504			
KMO=.671 ,Bartlett의 구형성 검정 (카이제곱=164.092, df=6, p<.01)					

3) 직업정신 및 적응능력

직업정신과 적응능력에 대한 요인분석 결과, 2개 요인으로 분리되었다. 요인 추출 과정에 있어서 요인 적재량 .5이상을 판단기준으로 하여, “승무원의 직업에 대한 이해와 직업의식”은 삭제하였다. 이를 제외한 7개의 문항이 2개 요인으로 구분되었으며, 첫 번째 요인명은 4개 문항 직업정신으로 두 번째 요인명은 3개 문항 적응능력으로 명명하였다. 직업정신 및 적응능력에 대한 요인분석 및 신뢰도분석 결과는 <표 5>와 같다. 요인 1 직업정신의 크론바흐 알파값은 .758, 분산설명력이 31.508%이고, 요인 2 적응능력은 크론바흐 알파값은 .750을, 한편 총 분산설명력은 28.675%를 보고하였다.

<표 5> 직업정신 및 적응능력에 대한 요인분석 및 신뢰도분석

요인명	문항	요인 적재량	고유값	분산 설명력	Cronbach'α
직업 정신	1. 고객이 반복적으로 서비스를 요구하더라도 항상 웃으면서 응대하는 태도	.828	2.521	31.508	.758
	2. 승객의 어떠한 요청사항에도 응하는 고객지향성	.775			
	3. 고객의 요구를 미리 파악하고 능동적으로 처리하는 자발성	.762			
	4. 서비스 매뉴얼에 따라 기준과 원칙에 의해 수행하는 정확성	.562			
적응 능력	5. 기내라는 특수한 공간에서 일하는 것에 대한 적응력	.839	2.294	28.675	.750
	6. 장시간 서서 근무 할 수 있는 체력	.773			
	7. 시차적응 능력	.768			
KMO=.836 ,Bartlett의 구형성 검정 (근사 카이제곱=485.678, df=28, p=.000)					
Varimax 회전 후, 아이겐값이 1이 넘는 요인들을 추출함. 총 분산설명력은 60.183% 요인적재량이 0.5 미만인 문항은 삭제함.					

4) 대인관계능력

대인관계능력에 대한 8개 항목에 대한 요인분석결과, 모든 문항들의 요인적재량이 0.5 이상을 보고하였으며, 1개의 요인으로 묶였다. 크론바흐 알파값은 .806을, 총 분산설명력은 43.719%를 보고하였다. 대인관계능력에 대한 요인분석 및 신뢰도분석 결과는 <표 6>과 같다.

〈표 6〉 대인관계능력에 대한 요인분석 및 신뢰도분석

요인명	문항	요인 적재량	고유값	분산 설명력	Cronbach' α
대인관계 능력	1. 후배의 의견을 잘 수렴하고 후배의 성장을 위해 기회를 제공하는 태도	.708	3.498	63.719	.806
	2. 상급자의 지시를 잘 따르고 수행하는 태도	.655			
	3. 상대의 이야기를 잘 듣고 본인의 생각을 잘 표현하는 커뮤니케이션 능력	.506			
	4. 동료나 주변사람의 요구에 적극적으로 협력하려는 태도	.735			
	5. 개인보다 팀을 우선으로 하는 협동성 (팀워크)	.662			
	6. 타인의 기분과 감정을 잘 파악하고 이해하는 공감 능력	.731			
	7. 타인을 위한 희생과 봉사 정신	.683			
	8. 사람을 좋아하고 불임성 있는 친화력	.577			
KMO=.818, Bartlett의 구형성 검정 (카이제곱=462.337, df=28, p<.01)					

5) 상황대처능력

상황대처능력에 대한 3개 항목에 대한 요인분석 결과, 1개의 구성개념으로 묶였으며, 크론바흐 알파값은 0.765를 보고하였다. 총 분산설명력은 68.091을 보고하여 3개 문항이 상황대처능력을 약 68% 설명하고 있음을 알 수 있다. 상황대처능력에 대한 요인분석 및 신뢰도분석 결과는 <표 7>과 같다.

〈표 7〉 상황대처능력에 대한 요인분석 및 신뢰도분석

요인명	문항	요인 적재량	고유값	분산 설명력	Cronbach' α
상황 대처 능력	1. 갑작스런 위기 상황에도 당황치 않고 민첩하게 대처하는 순발력	.808	2.043	68.091	.765
	2. 상황을 체계적으로 분석하고 행동하는 판단력	.858			
	3. 다양한 상황이나 사람에 대해 유연하게 적응하는 융통성	.809			
KMO=.685 ,Bartlett의 구형성 검정 (근사 카이제곱=158.136, df=3, p<.01)					

3. 기술통계 분석결과

본 연구의 대표변수들인 외적자질태도, 이문화 이해와 외국어 능력, 직업정신, 적응능력, 대인관계능력, 상황대처능력의 기술통계 분석결과는 다음의 <표 8>과 같다.

〈표 8〉 연구변수들에 대한 기술통계 분석

변수명	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
외적자질태도	206	1.88	5.00	4.146	.567
이문화이해와 외국어 능력	206	2.00	5.00	3.704	.566
직업정신	206	1.00	5.00	3.890	.654
적응능력	206	1.00	5.00	4.332	.595
대인관계능력	206	2.75	5.00	4.109	.488
상황대처능력	206	2.67	5.00	4.374	.528

요인별 설문문항의 평균값에 대한 기술통계 분석 결과임

주요 연구변수들에 대한 기술 통계분석 결과, 상황대처능력 4.374, 적응능력 4.332 순으로 평균값을 보고하여 국내항공사와 국외항공사를 구분하지 않았을 때의 모든 응답자들은 평균적으로 가장 중요하게 생각하는 객실승무원의 직무역량을 상황대처 능력과 적응능력으로 지각하고 있음을 알 수 있다.

4. 국내 항공사와 외국 항공사 간의 객실승무원 직무역량 평균값 차이분석

1) 국내 대형항공사와 외국 대형항공사 승무원 간의 비교

국내 대형항공사와 외국 대형항공사 승무원들 집단 간에 외적자질 및 태도, 이문화 이해와 외국어 능력, 적응능력 및 직업정신, 대인관계능력, 상황대처능력에 유의한 차이가 존재하는 지를 알아보기 위해 독립표본 t-검정을 실시하였다. 표본 수는 국내 대형항공사 객실승무원은 80명, 외국 대형항공사 객실승무원은 73명으로 나타났다.

국내 대형항공사와 국외 대형항공사 간의 직무역량별 차이분석을 실시한 외적자

질태도에서는 국내 대형항공사(M=4.217)가 국외 대형항공사(M=4.010) 보다 높은 평균값을 보고하였으며, 5% 수준에서 통계적으로 유의한 양(+의 차이(t=2.204)를 보고하였다. 즉, 국외 대형항공사 객실승무원들은 국내 대형항공사 객실승무원들보다 외적자질 및 태도가 더 중요한 직무역량이라고 지각하고 있음을 알 수 있다. 이문화 이해와 외국어 능력에서는 국내 대형항공사(M=3.644) 보다 국외 대형항공사(M=3.846)가 더 높은 평균을 나타내었으며, 역시 5% 수준에서 통계적으로 유의한 음(-)의 차이(t=-2.277)를 보고하였다. 이는 이문화 이해와 외국어 능력이 중요한 직무역량이라고 지각하는 수준이 국내 대형항공사 소속 객실승무원 보다 국외 대형항공사 소속 객실승무원들이 더 높음을 의미한다. 직업정신은 국내 대형항공사(M=4.028)가 국외 대형항공사(M=3.781) 보다 더 높은 평균값을 보고하였으며, 5% 수준에서 통계적으로 유의한 양(+의 차이(t=2.407)를 나타냈다. 즉, 국외 대형항공사 보다 국내 대형항공사 소속 객실승무원들이 직업정신에 대한 중요도를 더 높게 지각하고 있는 것으로 판단된다.

하지만, 적응능력, 대인관계능력 및 상황대처능력에 대한 중요도 지각수준은 국내 대형항공사 소속 객실승무원들과 국외 대형항공사 소속 객실승무원들 간에 통계적으로 유의한 차이가 존재하지 않고 있음을 발견하였다. 지금까지의 분석결과는 다음 <표 9>에 제시하였다.

<표 9> 국내/외국 대형항공사 집단에 따른 평균값 차이 검정(T-test)

직무역량변수들	집단 구분	표본 수	평균(M)값	t값	p값
외적자질태도	국내 대형항공사	80	4.217	2.204*	.029
	국외 대형항공사	73	4.010		
이문화 이해와 외국어 능력	국내 대형항공사	80	3.644	-2.277*	.024
	국외 대형항공사	73	3.846		
직업정신	국내 대형항공사	80	4.028	2.407*	.017
	국외 대형항공사	73	3.781		
적응능력	국내 대형항공사	80	4.308	-.748	.456
	국외 대형항공사	73	4.374		
대인관계능력	국내 대형항공사	80	4.161	1.463	.146
	국외 대형항공사	73	4.048		
상황대처능력	국내 대형항공사	80	4.308	-.904	.367
	국외 대형항공사	73	4.384		

*: $p < .05$

2) 국내 항공사(대형+저비용)와 외국(대형+저비용) 항공사 승무원 간의 비교

본 절에서는 대형항공사 뿐만 아니라 저비용항공사 승무원까지 포함하여, 국내 항공사 승무원 집단과 외국항공사 승무원 집단 간에 외적자질 및 태도, 이문화 이해와 외국어 능력, 직업정신, 적응능력, 대인관계능력, 상황대처능력에 유의한 차이가 존재하는지를 알아보기 위해 독립표본 t-검정을 실시하였다. 표본 수는 국내항공사 승무원(대형+저비용)이 106명, 국외항공사(대형+저가) 승무원이 100명으로 나타났다. 직무역량 요인들의 차이분석을 실시한 결과는 <표 10>과 같다.

이문화 이해와 외국어 능력에서는 국외항공사(M=3.825)가 국내항공사(M=3.590)보다 더 높은 평균값을 보고하였으며, 1% 수준에서 통계적으로 유의한 음(-)의 차이($t=-3.042$)를 보였다. 즉, 저비용 항공사 승무원들까지 포함한 경우에도 이문화 이해와 외국어 능력을 국내항공사 소속 승무원들보다 국외항공사 소속 승무원들이 더 중요한 직무역량이라고 지각하고 있음을 알 수 있다. 직업정신에서는 국내항공사(M=3.986)가 국외항공사(M=3.788)보다 더 높은 평균을 나타내었으며, 5% 수준에서 통계적으로 유의한 차이($t=2.194$)를 보고하였다. 즉, 저비용 항공사 승무원들까지 포함한 경우에도 국외항공사보다 국내항공사 소속 승무원들이 더 중요한 직무역량의 하나라고 지각하고 있음을 의미한다.

하지만, 외적자질 및 태도, 적응능력, 대인관계능력, 상황대처능력에서는 저비용항공사 소속 승무원들까지 포함하더라도, 국외항공사 소속 승무원들과 국내항공사 소속 승무원들 간에는 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 보고되었다.

<표 10> 국내, 외국(대형+저비용) 항공사 집단에 따른 차이 분석 결과

영역	집단	사례수	평균(M)	t	p
외적자질태도	국내 항공사	106	4.210	1.682	.094
	국외 항공사	100	4.078		
이문화 이해와 외국어 능력	국내 항공사	106	3.590	-3.042**	.003
	국외 항공사	100	3.825		
직업정신	국내 항공사	106	3.986	2.194*	.029
	국외 항공사	100	3.788		
적응능력	국내 항공사	106	4.296	-.897	.371
	국외 항공사	100	4.370		
대인관계능력	국내 항공사	106	4.134	.781	.435
	국외 항공사	100	4.081		
상황대처능력	국내 항공사	106	4.314	-1.668	.097
	국외 항공사	100	4.437		

* : $p < .05$ 에서 유의하며, ** : $p < .01$ 에서 유의함

V. 결 론

1. 연구 결과 요약 및 시사점

본 연구는 국내항공사와 외국항공사에 재직 중인 한국인 승무원들이 중요하게 생각하는 직무역량을 비교해 보기 위해 국내, 외 항공사 객실승무원으로 재직하고 있는 206명의 유효한 설문조사를 바탕으로 그들이 인식하고 있는 직무역량의 중요도 간의 평균값 차이를 검증하였다. 비교한 직무역량은 외적자질 및 태도, 이문화 이해와 외국어 능력, 직업정신, 적응능력, 대인관계능력, 상황대처능력의 6가지 직무역량 요인들이다. 먼저 대형항공사 소속 승무원들만을 표본으로 한정하여, 국내항공사 소속 승무원집단과 외국항공사 소속 승무원 집단 간의 차이를 실시한 결과, 국내 항공사가 외국항공사보다 외적자질 및 태도, 직업정신과 관련한 직무역량에 대한 중요도를 더 높게 지각하고 있었다. 한편, 국외항공사는 국내항공사보다 이문화 이해 및 외국어 능력을 더 중요한 직무역량으로 지각하고 있었다. 또한, 저비용항공사 소속 승무원들까지 포함하여 직무역량의 평균값 차이를 분석한 결과, 대형항공사 소속 승무원들만을 대상으로 분석한 결과와 유사한 직무역량 차이가 존재하고 있음을 보고하였다. 하지만, 외적자질 및 태도와 관련한 직무역량은 국내 항공사와 국외 항공사 간에 유의한 차이를 보이지 않았다. 외적자질 및 태도와 직업정신에 대한 직무역량을 국내 대형항공사가 외국 대형항공사보다 더 중요하게 여기고 있는 것은 국외항공사에 비하여 국내의 경우, 헤어, 메이크업, 유니폼 착용 등의 규정이 엄격하며, 외국 항공사는 국내에 비해 외적용모에 대한 규제가 자유로운 편이기 때문이다. 또한 외적 자질 및 태도에 있어서 ‘상사에 대한 예의’ 관련 문항은 국외항공사와 비교할 때, 선배와 후배 간 예의를 중요시하는 국내항공사의 조직문화가 반영된 결과라 볼 수 있다. 이문화 이해와 외국어 능력은 국내항공사 보다 국외항공사에 근무하는 승무원들이 더욱 중요한 직무역량 요소라고 지각한 이유는 일반적으로 국내항공사 승무원들보다 영어 또는 소속항공사의 현지어로 커뮤니케이션을 하는 근무 환경의 영향 때문이라고 해석할 수 있다. 또한 국외항공사의 국적 문화를 반영한 기내 서비스를 제공해야 하는 등 이문화에 대한 지식과 이해 역량은 국외항공사 객실승무원에게 보다 요구되는 직무역량이기 때문 중요한 것으로 보인다.

본 연구결과에 기초하여 다음과 같은 시사점을 제시할 수 있다. 그동안 객실승무원의 직무역량은 대형항공사 승무원을 표본으로 한정된 연구가 대부분이었으나, 본 연구는 저비용항공사 객실승무원까지도 모두 설문 대상에 포함하여 국내항공사와

국외항공사 간에 중요하게 생각하는 직무역량이 무엇인지를 비교하였다. 이를 통해 국내항공사 및 국외항공사 객실승무원 취업을 목표로 준비하는 학생들과 이들의 교육을 진행하는 교육기관 담당자들에게 항공사별로 요구하는 직무역량에 어떠한 차이점이 있는지에 대한 해안을 제공하였다는데 본 연구의 의의가 있다. 최근 국외항공사의 신규 한국 취항 노선이 증가하고, 한국인 객실승무원 채용이 확대되는 추세에서, 국내 채용 뿐 아니라 open day 등을 통하여 외국에서 직접 채용을 찾아 나서는 객실 승무원 지원자가 증가하고 있다. 이들 국외 항공사 취업을 준비하는 객실 승무원 지원자들을 대상으로, 이문화의 이해와 외국어 능력을 키울 수 있는 체계적인 커리큘럼 편성이 필요하다 하겠다. 또한, 국내항공사의 경우, 외적 자질 및 태도와 직업 정신이 국외항공사보다 중요한 직무역량으로 인식되고 있기 때문에, 국외항공사에서 국내항공사로 이직하는 경력직 직원은 이러한 직무역량을 향상시킬 수 있는 전문교육 역시 필요하다 하겠다.

2. 한계점 및 후속 연구에 대한 제안

승무원의 직무역량은 대형항공사와 저비용항공사에 따라 요구하는 직무역량이 상이하게 나타날 수 있으며, 국외 항공사의 경우 국적이 상이함에 따라 가치관과 문화 역시 다양할 수 있으므로 이에 따라 요구되는 직무역량 역시 차별적으로 표출될 수 있다. 하지만 본 연구에서는 항공사의 규모 및 소속 항공사의 국적에 따른 차이를 통제하지 못하였다는 한계점이 존재할 수 있다. 따라서 후속 연구에는 연구 대상을 더욱 세분화하여 항공사의 규모 및 국적 또는 문화권 별로 구분하여 집단 간 직무역량의 차이를 비교 해 본다면 보다 흥미로운 연구가 될 수 있을 것이다. 또한 항공사 경영진이 중요하다고 지각하는 직무역량을 추가로 분석하여 승무원들과의 차이비교를 해보는 연구도 흥미로울 것이다.

이외에도 승무원 개인특성변수들로서 근속연수 및 직급에 따라 중요하게 인식하고 있는 직무역량 역시 상이하게 보고될 수 있다. 따라서 근속연수 및 직급별로 중요하게 생각하는 직무역량에 어떠한 차이가 있는지를 규명하는 연구도 흥미로울 것으로 기대된다.

참고문헌

- 곽봉화 (2016). 항공사 객실승무원의 직무역량이 고객지향성에 미치는 영향. 박사학위논문. 세종대학교 대학원.
- 권도희 (2009). 외국항공사 객실승무원 역량의 중요도-실행도에 관한 연구 : E항공사 객실승무원의 인식을 중심으로. 석사학위논문, 경희대학교 관광대학원.
- 권성애 (2015). 문화지능이 문화적응 및 직무만족에 미치는 영향. 석사학위논문, 세종대학 대학원.
- 박소정·전애은 (2018). 저비용항공사 객실승무원의 직무역량이 직무몰입과 이직의도에 미치는 영향. 관광연구논총, 30(3), 125-148.
- 박혜영 (2006). 항공사 객실승무원의 역량요인에 관한 실증적 분석. 경영연구, 21(3), 29-56.
- 박혜영 (2011). 항공사 객실승무원 역량에 대한 교육요구도 분석 : Borich 우선순위를 중심으로. 호텔관광연구, 13(2), 204-221.
- 윤은숙·조명희 (2014). 항공서비스 관련학과 재학생의 항공객실승무원역량 진단 및 교육 요구도 분석. 한국항공경영학회지, 12(6), 63-76.
- 이동희 (2006). 항공사 객실승무원의 공통역량과 역량 모델링에 관한연구. 관광연구저널, 20(2), 335-350.
- 이은백 (2014). 외국항공사 객실 승무원 취업 역량 강화 사례 연구. 석사학위논문, 광운대학교 경영대대학원.
- 한국고용정보원 (2018). 중장기 인력수급전망 2016-2026: 미래 일자리 세계의 변화, 한국고용정보원.
- 한국공항공사 (2018). 항공통계: 통계정보보고서, 한국공항공사.
- McClelland, D. C. (1973) Testing for Competence rather than for Intelligence. *American Psychologist*, 28(1), 1-14.
- Dubois, D. (1993). *Competency-Based Performance Improvement: A Strategy for Organization Change*. Amherst College. MA: HRD Press.
- Boyatzis, R. E. (1982). *The Competent Manager: A Model for Effective Performance*. New York: John Wiley & Sons.
- Parry, S. B. (1996). The Quest for Competencies. *Training*, 33(7), 48-56.
- 2019년 12월 29일 원고 접수
2020년 01월 24일 수정본 접수
2020년 01월 24일 최종 수정본 접수 및 게재확정
3인 익명심사 필

비즈니스호텔 직원이 지각한 직무특성이 직무몰입에 미치는 영향: 완벽주의의 조절효과*

Job characteristics perceived by business hotel employee influencing job involvement: Moderating effect of perfectionism

윤보원** · 안윤영***

Yoon, Bo-Won · Ahn, Yoon-Young

Abstract

We examined the effect of business hotel employee's perception levels of job characteristics on job involvement, and also investigated the moderating effect of perfectionism. We performed hierarchical regression analysis to verify the research hypothesis. The results of this study are summarized as follows. First, we found that business hotel employee's perceived level of job characteristics had a significantly positive effect on job involvement. Second, we found that perfectionism moderate negatively the relationship between skill variety and job involvement. Findings of this research have several implications to business hotel management. First, it can contribute to enhancing the importance and necessity of job characteristics. Second, it provides the right understanding of perfectionism.

주제어 : 직무특성(Job characteristic), 직무몰입(Job involvement),
완벽주의(Perfectionism)

* 이 논문은 제 1저자의 세종대학교 관광대학원 석사학위논문의 계속연구로 진행한 것임.

** (제 1저자)세종대학교 일반대학원 호텔관광경영학과 박사과정, e-mail: ybw7305@naver.com

*** (교신저자)세종대학교 호텔관광대학 호텔관광경영학과 부교수, e-mail: koala@sejong.ac.kr

I. 서 론

오늘날 산업사회는 급속한 기술진보, 무한경쟁의 심화 그리고 산업구조의 변화와 같은 환경의 변화로 기업들은 점점 더 치열한 경쟁 속에서 살아남기 위해서 노력을 기울이고 있는바, 특히 서비스기업간의 과도한 경쟁과 수많은 고객들의 니즈는 서비스기업들에게 차별화된 변화의 방향을 강하게 유도하고 있다. 이러한 변화를 통해 서비스기업은 동종 기업 간에 경쟁우위를 선점하고자 노력할 뿐만 아니라 지속적 고객만족을 통해 이윤을 창출하고자 한다. 서비스는 그 특성상 생산과 소비가 동시에 이루어지므로 서비스품질은 종업원과 고객 간의 상호작용이 이루어지는 시점에서 고객의 지각에 의해 결정됨으로, 서비스를 제공하는 기업들은 서비스품질에 대한 직접적인 관리의 어려움을 호소하고 있다(최영숙, 2014).

현대 사회의 특징 중 하나인 높은 기준과 목표를 설정하고 그것에 도달하려는 성향으로 인해, 단 기간 내에 보다 많은 성과를 내도록 강조하여 개개인으로 하여금 완벽을 추구하는 성향을 더욱 부추긴다(이정숙·조성호, 2011; 홍윤주, 2018). 특히 호텔기업은 주로 인적자원에 의존하는 산업으로 직원의 태도와 행동이 고객의 서비스품질 평가는 물론 고객만족 및 고객충성도, 더 나아가 수익성에 많은 영향을 미치기 때문에 인적자원 개발을 통해 서비스 제공에 있어서 완벽주의를 추구하려는 경향이 있다(김우진, 2010). 호텔 종사원은 현재보다 높은 기준의 목표를 세우고 과업을 수행하면서 조직으로부터 자신의 가치와 실력에 대한 인정 그리고 승진과 같은 다양한 보상을 얻기 위해 과업의 수준을 엄격하게 평가하고 수행하려고 한다(김민경·신제구, 2017; 홍윤주, 2018). 완벽성을 요구하는 조직풍토 속에서 개인마다 보유하고 있는 완벽주의 성향 수준은 개인의 목표 달성에 긍정적 요인이 될 수도 있으나, 모든 일을 항상 완벽하게 처리하는 것은 사실상 불가능하며 만약 그러한 태도를 계속 추구한다면 종사원은 심리적으로 많은 어려움을 겪게 될 수도 있다(Pacht, 1984). 즉, 조직 내에서 종사원이 지속적으로 표출해야하는 완벽주의 성향은 자신의 수행결과가 목표로 설정한 기준에 미치지 못한다고 지각할 때, 심리적 소진상태에 노출될 수도 있다(Hill et al., 2008). 현재까지 완벽주의 성향에 대한 연구대상은 주로 간호사, 사회복지사, 심리상담사, 교사, 그리고 병원 종사원 등을 대상으로 연구가 진행되어 왔을 뿐(Buick & Thomas, 2001), 인적 서비스를 대표하는 호텔종사원에 대한 연구는 미진하였다. 이에 본 연구는 호텔 종사원이 표출하는 완벽주의 성향 수준에 따라 조직유효성과 관련한 변수들의 인과관계에 어떠한 차이를 보이는지에

관한 실증분석을 실시하기로 한다. 높은 수준의 업무처리와 조직유효성 달성을 위해 호텔직원에게 완벽성을 요구하는 호텔기업의 기대와는 달리, 오히려 완벽성을 추구하는 성향이 조직성과에 항상 긍정적인 역할을 수행하는 것이 아니라는 결과가 도출될 수도 있다. 이러한 연구결과가 발견된다면 호텔직원의 완벽주의 성향을 요구하는 호텔기업 경영자의 인적자원 관리 방식에 대한 방향성과 방법론들이 재고되어야 한다는 주요한 실무적 시사점을 전달할 수 있을 것으로 기대된다. 본 연구에서는 호텔직원이 지각하는 직무특성이 직무몰입에 미치는 영향관계에 있어서 호텔직원 개인의 완벽주의 성향에 따라 유의한 차이(조절효과)가 보고되는지를 분석하는 것으로서, 독립변수는 직무특성변수이며 종속변수는 직무몰입, 조절변수는 완벽주의 성향이다.

II. 이론적 배경 및 연구가설

1. 직무특성

직무는 과업(task)을 기초로 하여 개인이 수행하는 모든 업무를 포함하는 광의의 개념이라고 할 수 있으며, 직무특성은 개인의 노력, 직무성과 및 보상의 관계에 영향을 미칠 수 있는 요소들로 직무 내 또는 직무 간에서 변화할 수 있는 요인들로 구성된 개념이라고 할 수 있다(이수화, 2006). 직무특성(job characteristics)은 특정한 직무특성이 종업원의 중요한 심리상태를 유발시키며, 이러한 심리상태가 개인의 동기부여와 직무만족에 긍정적인 영향을 미침으로써 조직의 생산향상성이라는 기업의 목표를 달성하게 된다(최영숙, 2014). Hackman & Oldham(1976)은 직원의 동기부여제고에 도움이 되는 직무설계를 위한 직무특성모형을 개발하였다. 이들의 주장을 직무특성이론이라고 하는바, 직무특성이 직원의 동기부여, 직무만족 및 조직유효성으로 대변되는 다양한 성과변수에 영향을 미친다는 주장이다. 5가지 핵심 직무특성은 기술다양성(skill variety), 과업정체성(task identity), 과업중요성(task significance), 자율성(autonomy), 피드백(feedback)으로 구성된다(Hackman & Oldham 1976). 기술다양성은 다양하고 상이한 기술과 재능이 요구되는 직무인지 여부로, 과업정체성은 타 직무와 구분되는 독립된 직무를 수행하는지 여부로, 과업중요성은 타인의 직무와 인생에 중요한 영향을 미치는 직무인지 여부로 정의할 수 있다. 자율성은 직원의 직무수행에 필요한 계획, 방법 및 절차를 결정하는데 있어 부여된 자유 또는 재량권의 정도를, 피드백은 직무수행과정 및 과업성과의 확인과 관련한 정보를 직원이

얼마만큼 이용할 수 있는지(회사로부터 제공받고 있는지) 여부를 의미한다. 기술다양성, 과업정체성, 과업중요성은 과업자체 및 과업의 의미에 대해 개인이 지각하는 특성을 의미한다. 한편, 자율성 및 피드백은 수직적 직무확대와 관련한 직무특성으로서 개인에게 권한이 얼마만큼 부여되고 위임되었는가를 의미한다. 본 연구는 개인이 지각한 과업의 특성요인들 중에서 개인이 표출하는 완벽주의 성향에 따라 유의한 차이가 존재하는지를 알아보기 위한 연구이므로, 완벽주의 성향에 따라 지각수준에 차이가 존재할 것으로 기대되는 과업자체 특성변수만 독립변수로 채택하였으며, 권한위임에 해당하는 수직적 직무확대와 관련한 특성은 배제하였다. 또한 최종 유효 표본에 대한 실증분석 이전에 비즈니스 호텔 직원 20명을 대상으로 파일럿 테스트 성격으로 인터뷰를 실시한 결과 과업정체성 보다는 과업난이도(과업도전성) 특성이 더 적합한 직무특성이라는 응답이 다수 있었기 때문에 본 연구에서는 독립변수인 직무특성을 과업중요성, 과업도전성, 기술다양성의 3가지 개념으로 구성하였다.

2. 직무몰입

Lodahl & Kejner(1965)는 직무몰입을 자신의 직무특성에 따라 발현되는 내적동기의 요인이며, 개인마다 심리적인 차이와 자존감의 욕구 만족에 따른 차이를 보인다(조일환, 2016). 직무몰입은 자기가치 개념의 지각하는 중요도에 따라 다르게 나타날 수 있으며(서현숙, 2006) 자신이 직무에 몰입하는 정도 및 직무에 적극적인 참여를 통하여 자신의 업무에서 성과로 보여주는 가치를 측정하는 것이라 말할 수 있다. 즉, 직무몰입은 자신의 직무에 대하여 심리적으로 일체감을 가지고 있는 정도와 자신에게 있어서 직무가 차지하는 중요도 및 직무에 자발적으로 참여하려는 의도를 의미한다고 정의할 수 있다(HRD 용어사전, 2010). 직무몰입에 대한 개념은 다양하지만, 공통적으로 나타나는 것은 직무에 대한 개인의 심리적 일체감 정도라는 개념을 강조하고 있다. 이러한 직무몰입의 개념은 직무와 관련하여 다음의 특성을 보인다. 첫째 직무몰입은 직무와 관련된 태도로써 현재의 직무와 관련되고 둘째, 직무몰입은 상황요인에 의해 어느 정도 영향을 받지만 그 정도는 강하지 않으며 어느 정도 안정된 개념으로써 오히려 개인의 직무특성에 대한 인식에 의해 영향을 더 강하게 받는다(Zalesney & Farace, 1988). 이에 본 연구에서는 직무몰입은 직무특성의 결과변수로 예측할 수 있으므로 종속변수로 채택하였다. 또한 직무몰입은 조직몰입 및 조직성과의 선행요인으로서 직무몰입의 제고는 조직유효성 극대화를 위해 중요한 원인변수가 되므로, 직무몰입을 종속변수로 채택한 배경역시 적절하다 하겠다.

3. 완벽주의

Hamachek(1978)가 완벽주의를 자신과 타인에게 현재의 상황이 요구하는 수행 보다 더 높은 수행을 위해 완벽을 추구하는 경향을 의미한다고 개념을 소개한 이후, Hewitt & Flett(1991)는 완벽주의 행동의 대상이 누구인가 또는 완벽주의 행동이 누구에게 귀인 되는가에 따라, 완벽주의를 자기지향적 완벽주의, 타인지향적 완벽주의, 사회지향적 완벽주의의 3차원으로 나누고 이를 반영하는 다차원적 완벽주의 척도를 개발하였다(조운수, 2001). Hamachek(1978)에 의하면, 완벽주의 성향이 높은 개인은 힘들게 노력하면서 진정한 기쁨을 느끼는 사람으로서, 높은 만족감과 자존감을 가지며 현실적인 목표를 세우고 주로 성공과 관련된 즐거움과 보상에 의해 동기화되어 자기 자신에게 높은 기준을 부과하고 이에 도달하려고 하며 다른 사람의 인정을 받는 것을 중요하게 여긴다. 이러한 성향은 완벽주의의 긍정적인 기능으로서, 지속적으로 일을 해 나가며 자기 향상을 촉진시킬 수 있다(조운수, 2001). 반면 항상 과도하게 자기가 도달할 수 없는 높은 기준을 부과하고 자신을 가혹하게 평가하고 실수에 대해 자신을 지나치게 비난하게 되는 경향이 있으므로, 자신이 설정한 높은 기준에 미치지 못한다고 생각하게 되면, 자신의 성취에도 불구하고 항상 만족하지 못하고 열등감을 경험하며 실패에 대한 두려움이 커서 새로운 일을 시작하기 전에 불안하고 혼란스러워 할 수도 있다(조운수, 2001). 따라서 완벽주의 성향은 역기능적인 역할도 수행할 수 있으므로, 긍정적인 측면과 부정적인 측면에 대한 기능은 실증분석을 통해 규명되어야 한다. 이에 본 연구에서도 직무특성이 직무몰입에 미치는 영향관계를 과연 완벽주의가 순기능적 역할을 수행하는지 혹은 역기능적 역할을 수행할지를 검증해보기로 한다.

4. 직무특성이 직무몰입에 미치는 영향 및 완벽주의의 조절효과

직무특성요인들이 직무몰입에 유의한 영향을 미친다는 연구결과들(Ferris, 1987; 강혜경, 2004; 이인숙·윤혜연, 2010)에 의하면 일반적으로 기술다양성과 과업중요성 및 과업난이도로 대변되는 과업도전성은 직무몰입을 강화하는 긍정적인 기능을 수행하지만, 이들 직무특성에 대한 지각이 너무 높아지면 오히려 직무몰입에 부정적인 영향을 미칠 수도 있음을 보고하고 있다. 즉, 직무특성요인들이 직무몰입에 미치는 영향은 연구대상에 따라 상이한 방향성을 보고할 수 있으므로 이는 실증분석의 문제라 할 수 있다. 이러한 선행연구들의 결과에 기초하여 비즈니스 호텔직원이 지각한 직무특성은 직무몰입에 유의한 영향을 미칠 것으로 사료된다. 이에 다음과 같은

가설 1을 설정하였다.

H1. 직무특성은 직무몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.

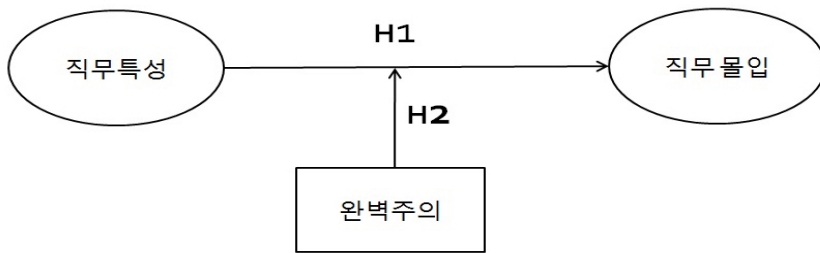
한편, 완벽주의 성향의 조절효과는 많은 선행연구결과에서 보고되었다. 완벽주의 성향이 높은 직원은 낮은 직원보다 자신에 대한 기대 수준이 높기 때문에 본인에게 주어진 직무에 대한 몰입수준이 높게 보고될 뿐 아니라(황혜리, 2001), 과도한 직무 스트레스 상황에서 보다 뛰어난 통제 능력을 보이고 직면한 문제에 대해서는 항상 최선을 다해 직무를 해결하려고 노력하는 긍정적인 모습을 보인다(Hewitt & Flett, 1991). 하지만, 지나치게 완벽주의 성향이 높은 개인은 자신이 설정한 높은 기대수준을 충족하기 위해, 심적 부담감이 증가하고 이로 인한 우울성향이 높게 나타날 수 있으므로 오히려 조직몰입에 부정적인 영향을 미칠 수도 있다. 이처럼 완벽주의의 조절효과가 어떻게 보고될지는 역시 실증분석의 문제라 할 수 있다. 이러한 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H2. 직무특성이 직무몰입에 미치는 영향은 완벽주의 성향에 따라 유의한 차이를 보일 것이다.

Ⅲ. 연구 설계

1. 연구모형

본 연구는 비즈니스호텔 직원이 지각한 직무특성이 직무몰입에 미치는 영향관계 및 이러한 영향관계에 있어서 완벽주의의 조절효과를 분석하는 것이다. 앞서 제시된 선행연구를 근거로 하여 직무특성을 독립변수로 하고 직무몰입을 종속변수로 하였으며, 완벽주의를 조절변수로 설정하였다. <그림 1>은 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 독립변수, 종속변수, 조절변수의 관계를 설정한 연구모형이다.



〈그림 1〉 연구모형

2. 조사 설계

1) 표본 설계

본 연구의 표본 집단은 서울에 위치한 비즈니스급 호텔(4성급 이하 관광호텔)의 객실부서 및 F&B부서에 근무하는 직원으로 선정하였으며, 설문지는 2018년 7월 1일에 배포하여 7월 31일까지 31일간 281부를 배포하여 회수하였다. 객실부서와 F&B부서 직원으로 국한한 이유는 타부서와 달리 직무특성에 대한 지각수준 및 요구되는 완벽주의 수준에 있어서 차이가 있을 것으로 기대했기 때문이다. 호텔고객에게 요구하는 이 중에서 불성실한 응답 및 결측치 29부를 제외하여 252부를 최종 유효 표본으로 실증분석에 투입하였다. 표본 설계를 다음 <표 1>과 같이 요약하였다.

〈표 1〉 표본설계

표본 집단	서울지역 4성급 이하의 호텔서비스직원(객실부서, F&B부서)
조사기간	2018년 7월 1일 ~ 7월 31일
표본의 크기	총 281부 배포-회수
최종 유효표본	252부 확보(90%)

2) 설문지 구성

본 연구모형에서 사용된 변수들은 다음과 같이 측정하였다. 우선 독립변수인 직무특성은 선행연구(Hackman & Oldham, 1976; 이수화, 2006)를 참고하여 리커트 5점 척도 10문항으로 구성하였다. 종속변수인 직무몰입은 선행연구(Kanungo, 1982)를

참고하여 5점 척도 4문항으로 구성하였다. 조절변수인 완벽주의는 선행연구(Hewitt & Flett, 1991; 한기연, 1993; 함진숙, 2014)를 참고하여 5점 척도 4문항으로 재구성하였다. 문항은 지면관계상 생략하였으나, 요인분석 결과표에 각 변수들 문항을 제시하였다.

IV. 결과분석

1. 응답자의 인구 통계적 특성

실증분석에 활용한 조사대상자의 인구 통계적 특성은 다음과 같다. 성별분포에서 남자가 170명(67.5%), 여자가 82명(32.5%)로서 남자비율이 높게 나타났고, 연령분포에서는 20대가 83명(32.9%), 30대가 84명(33.3%), 40대가 66명(26.2%), 50대 이상이 19명(7.5%)로 20대, 30대 비중이 비슷하게 높게 나타났다. 결혼여부에 따른 분포에서는 미혼자가 149명(59.1%), 기혼자가 96명(38.1), 기타가 7명(2.8%)로서 미혼자가 상대적으로 많은 것으로 나타났다. 학력분포에서는 고졸이하가 22명(8.7%), 전문대졸이 77명(28.6%), 대학졸업이 98명(38.9%), 대학원 이상이 60명(23.8%)으로 대부분이 전문대학졸업이상 학력으로 나타났다. 근무경력에서는 3년 미만이 102명(40.5%), 3년 이상 10년 미만이 73명(29%), 10년 이상이 77명(30.6%)으로 나타났다. 직급에서는 사원 76명(30.2%), 주임 40명(15.9%), 대리 31명(12.3%), 과장 30명(11.9%), 차장이 75명(29.8%)으로 나타났고, 소속 군에서는 영업군이 114명(45.2%), 비영업군이 138명(54.8%)으로 나타났다. 연봉에서는 3,000만원 미만이 121명(48%), 3,000만원 이상 - 5,000만원 미만이 76명(30.2%), 5,000만원 이상 - 7,000만원 미만이 31명(12.3%), 7,000만원 이상이 24명(9.5%)으로 나타났다.

2. 연구과제 검증을 위한 기초분석

1) 주요 연구변수별 요인분석 및 신뢰도 분석결과

직무특성에 대해 하위 요인이 어떻게 분류되는지 파악하고자 요인분석을 실시한 결과, 3개의 요인으로 분류되었다. 직무특성에 대한 요인분석과 신뢰도 분석결과는 다음 <표 2>와 같다.

〈표 2〉 직무특성에 대한 요인분석과 신뢰도분석

요인명 (Cronbach- α 값)	문항	요인 적재량	분산 설명력
과업중요성 ($\alpha=0.808$)	내가 하는 일은 회사입장에서도 중요한 일이다.	.831	42.027
	내가 어떻게 일하느냐에 따라서 많은 사람들이 영향을 받는다.	.813	
	내가 직무를 잘못 처리하면 회사의 손실이 크다.	.794	
	내가 하는 일은 동료들의 일과도 관련이 많다.	.605	
과업도전성 ($\alpha=0.745$)	나의 직무는 대체로 정신적인 부담이 크다.	.790	14.195
	나의 직무는 대부분 나의 능력이나 기술을 시험하는 도전적인 과제이다.	.730	
	나의 직무는 많은 생각과 문제해결 과정을 필요로 한다.	.730	
기술다양성 ($\alpha=0.674$)	나의 직무는 서로 성격이 다른 일들로 이루어져 있다.	.762	10.038
	나의 직무는 다양한 지식을 필요로 한다.	.703	
	나의 직무는 복잡한 기술을 사용한다.	.579	
총 분산 설명력 66.260%, KMO= 0.834, Bartlett's Test Sphericity: Approx. Chi-Square= 927.138 (p<.01)			

각 요인에 구성된 항목을 보면 첫 번째 요인에는 4개 항목이, 두 번째 요인은 3개 항목, 세 번째 요인은 3개의 항목이 포함되었다. 첫 번째 요인은 과업중요성, 두 번째 요인은 과업도전성, 세 번째 요인은 기술다양성으로 명명하였다. 신뢰도분석결과 크론바흐 알파값은 과업중요성에 관한 총 4문항이 0.808, 과업도전성 3문항이 0.745, 그리고 기술다양성에 관한 총 3문항이 0.674로 측정되어 본 연구의 주요 변수들의 신뢰도는 양호한 수준으로 판단되었다.

직무몰입에 대한 문항 4개에 대해서 요인분석을 실시한 결과 분산설명력은 72.862%로 나타났으며, 요인적재량은 모두 0.8이상으로 나타나, 전반적인 측정도구의 타당도를 충족하였다. 신뢰도분석결과 크론바흐 알파값은 0.875으로 측정되어, 신

회도 수준 역시 충분히 양호한 것으로 판단되었다. 직무몰입에 대한 요인분석과 신뢰도 분석결과는 <표 3>과 같다.

<표 3> 직무몰입에 대한 요인분석 및 신뢰도분석

요인 명 (Cronbach- α 값)	문항	요인 적재량	분산 설명력
직무몰입 ($\alpha=0.875$)	나는 현재하고 있는 직무를 지속할 것이다.	.868	72.862
	나는 나의 직무에 애착을 느낀다.	.865	
	중요한 만족은 내가 수행하는 직무에서 온다.	.847	
	주위사람에게 나의 직무를 추천한다.	.835	
총 분산 설명력 72.862%, KMO = 0.825, Bartlett's Test Sphericity: Approx. Chi-Square = 502.52(p<.01)			

완벽주의에 대한 측정문항 6개에 대해서 요인분석을 실시한 결과, <표 4>와 같이 4개 문항들의 완벽주의에 대한 설명력은 66.426%이고 크론바흐 알파값은 0.818을 보고하였다. KMO 값(0.795)과 Bartlett의 구형성 검증치(737,290, $p<0.01$)를 보고하여 타당도 및 신뢰도는 양호한 수준임을 알 수 있다.

<표 4> 완벽주의에 대한 요인분석 및 신뢰도분석

요인명 (Cronbach- α 값)	문항	요인 적재량	분산 설명력
완벽주의 ($\alpha=0.818$)	나는 일을 완벽하게 하는 것을 중요하게 생각한다.	.888	66.426
	나는 가능한 한 완벽해지려고 노력한다.	.874	
	나는 모든 업무에서 완벽하게 처리하고자 한다.	.845	
	나는 타인에게도 매우 높은 기준을 추구한다.	.760	
총 분산 설명력 66.426%, KMO = 0.795, Bartlett's Test Sphericity: Approx. Chi-Square = 737.290(p<.01)			

2) 가설 검증을 위한 분석

본 연구의 가설 1과 가설 2를 검증하기 위하여 직무특성이 직무몰입에 미치는 영향관계 및 조절변수인 완벽주의를 투입한 위계적 회귀분석을 실시하였다.

〈표 5〉 직무특성이 직무몰입에 미치는 영향관계에서 완벽주의의 조절효과

변수	1단계		2단계		3단계		
	β	t	β	t	β	t	
독립 변수	과업중요성	.435	10.731**	.426	10.579**	.423	10.620**
	과업도전성	.478	11.790**	.457	11.128**	.450	11.130**
	기술다양성	.417	10.292**	.395	9.599**	.399	9.826**
조절 변수	완벽주의			.104	2.466*	.096	2.265*
상호 작용 변수	과업중요성 * 완벽주의					.038	.935
	과업도전성 * 완벽주의					-.047	-1.179
	기술다양성 * 완벽주의					-.134	-3.395**
R ² (R ² 변화량)		.592		.596 (.004)		.614 (.018)	
F값		120.026		6.082		4.968	
F값의 유의확률		.000**		.014*		.002**	

*p<.05, **p<.01

1단계는 독립변수인 직무특성의 3가지요인인 과업중요성, 과업도전성, 기술다양성이 직무몰입에 미치는 영향관계를 알아보기 위한 다중회귀분석을 실시하였다. 2단계는 독립변수인 직무특성 3가지 요인과 함께 조절변수인 완벽주의를 투입하여 직무몰입에 미치는 영향관계를 알아보는 다중회귀분석이다. 3단계는 직무특성 3가지 요인과 조절변수인 완벽주의 및 독립변수 3가지 요인과 조절변수인 완벽주의 간의

상호작용 변수를 투입한 다중회귀분석을 실시하였다. 상호작용 변수는 과업중요성*완벽주의, 과업도전성*완벽주의, 기술다양성*완벽주의의 3가지 상호작용 변수를 생성하였으며, 이때 예상되는 다중공선성 문제를 완화하고자 평균중심화(mean-centering) 기법을 적용하여 상호작용변수를 도출하였다. 위계적 회귀분석결과는 <표 5>에 제시하였다. 분석결과, 1단계에서 직무특성의 하위요인인 3가지 변수들이 모두 직무몰입에 1% 수준에서 유의한 양(+)의 회귀계수를 보고하였다. 이는 비즈니스 호텔직원이 자신이 수행하는 과업이 중요하고 도전적이며 요구하는 기술이 다양하다고 지각할수록 직무몰입이 증가한다는 의미이다. 따라서 직무특성이 직무몰입에 유의한 영향을 미칠 것이라는 연구가설 1은 채택되었음을 알 수 있다.

한편, R^2 값의 변화는 2단계 0.596에서 3단계 0.614로 0.018 증가하였으며, F값 변화량의 유의확률은 3단계에서 1% 수준에서 유의하였다. 이는 3단계에서 나타나는 조절효과가 통계적으로 유의한 의미가 있다고 해석할 수 있는 통계수치이다. 위계적 회귀분석 결과 3단계에 투입된 상호작용변수들 중에서 기술다양성*완벽주의 변수의 회귀계수는 1% 수준에서 유의한 음(-)의 값을 보고하였다. 이는 자신이 수행하는 과업에서 요구하는 기술이 다양하다고 지각하면서 완벽주의 성향이 높은 직원의 경우, 완벽주의 성향이 낮은 직원보다 직무몰입에 미치는 양(+)의 효과가 작게 나타난다는 의미이다. 즉, 비즈니스 호텔직원이 지각한 직무특성이 직무몰입에 미치는 영향관계는 완벽주의에 따라 유의한 차이가 있을 것이라는 연구가설 2는 부분적으로 채택되었음을 알 수 있다.

V. 결 론

1. 연구 결과 요약 및 시사점

본 연구는 비즈니스호텔 직원이 지각한 직무특성이 직무몰입에 미치는 영향과 이러한 영향관계에 있어서 완벽주의가 과연 어떠한 조절효과를 보이는 지를 규명하는 것이다. 총 281부의 설문을 배포하여 회수하였으며, 분석에 부적절한 것으로 판단되는 응답치가 포함된 29부를 제외하고 최종 유효표본 252부를 실증분석에 사용하였다. 가설 검증을 위해서 변수들 간의 위계적 회귀분석을 실시한 결과, 첫째, 비즈니스호텔 직원이 지각한 직무특성의 3가지 하위 요인인 과업중요성, 과업도전성, 기술다양성 등 모든 요인이 직무몰입에 유의한 양(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 과업도전성이 가장 큰 영향을 미쳤으며, 과업중요성, 기술다양성 순으로 직무

몰입에 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 비즈니스 호텔기업경영자 및 인적 자원관리자는 직원들이 어느 정도 난이도가 있는 도전적인 과업으로 지각될 수 있도록 그리고 호텔성공을 위해 중요한 과업을 수행하고 있다는 인식이 되도록 직무를 설계(또는 재설계)해야 할 필요가 있다 하겠다. 둘째, 비즈니스호텔 직원이 지각한 직무특성이 직무몰입에 미치는 영향에 있어서 완벽주의의 조절효과를 검증한 결과, 직무특성의 하위 요인들 중 기술다양성이 직무몰입에 미치는 영향관계에 있어서 완벽주의는 유의한 음(-)의 조절효과를 보고하였다. 이는 완벽주의 성향이 높은 직원일수록 기술다양성이 직무몰입에 미치는 영향관계가, 완벽주의 성향이 낮은 직원보다 더 낮게 나타나고 있다는 의미이다. 본 연구에서 표본을 소속부서에 따라 구체적으로 세분화하여 분석하지 않아서 이러한 결과를 유추해석 할 수 밖에 없으나, F&B부서의 조리 팀에 근무하는 직원일수록 다양한 요리기술을 필요로 하는 과업을 수행한다고 지각할 확률이 높을 수 있다. 이들이 호텔고객에게 제공하는 다양한 메뉴를 조리하는 과정에서 지나치게 완벽한 성향을 보일수록 그렇지 않은 직원들에 비해 심리적 부담감과 조직성과에 긍정적인 영향을 미치지 않을 수도 있다는 불안감으로 인해 직무스트레스가 가중되어 궁극적으로는 직무몰입에 방해가 될 수도 있다. 따라서 많은 비즈니스급 호텔에서 추구하고 있는 대고객 고품질 서비스 제공이라는 목표를 달성하기 위해, 직원들에게 서비스 매뉴얼에 기초한 완벽한 업무처리를 요구하고 이에 기초하여 직원들에게 완벽주의 성향을 지속적으로 유지하도록 요청하는 것은 오히려 조직성과 달성에 부정적인 영향을 미칠 수도 있다는 점에 주목할 필요가 있다 하겠다.

2. 한계점 및 후속 연구에 대한 제안

본 연구는 다음과 같은 한계점이 제시될 수 있으며, 이러한 한계점을 극복하면서 향후 진행될 수 있는 후속연구에 대해서 함께 제안해보기로 한다.

첫째, 본 연구에서는 4성급 이하 호텔인 비즈니스급 호텔 직원들을 대상으로 하였기 때문에, 호텔직원들의 직무특성, 직무몰입 간의 인과관계 및 완벽주의의 조절효과를 일반화하는데 한계가 있다. 또한 5성급 호텔은 4성급 이하 호텔과는 달리 직무설계를 통해 직원들의 동기부여를 유도하는 시스템이 상이하며, 직원들의 역량차이로 인해 완벽주의 성향에 대한 인식수준 역시 4성급 이하 호텔을 대상으로 분석한 본 연구와 차별화된 결과가 도출될 수 있다. 따라서 후속연구에서는 4성급 호텔과 5성급 호텔을 비교해보는 연구도 의미가 있으리라 판단된다. 둘째, 호텔직원의 근무부서에 따라 요구하는 기술의 다양성 정도, 과업의 중요성과 도전성 정도 등 직무특

성에 대해 지각하는 수준에 차이가 존재할 수 있다. 이와 같은 부서별 차이를 본 연구에서는 고려하지 못하였다. 따라서 후속연구에서는 부서별로 유의한 차이가 존재하는지를 검증해보는 것도 흥미로울 것으로 사료된다. 셋째, 본 연구에서는 완벽주의의 조절효과를 검증함에 있어서 연속성을 가정한 다중회귀모형으로 분석하였으나, 호텔직원이 지각하고 있는 완벽주의 성향의 구간별로 직무특성이 조직몰입에 미치는 영향관계는 상이하게 나타나는 비선형을 가정할 수도 있다. 즉, 완벽주의 성향에 대한 특정 인식수준까지는 직무특성이 조직몰입에 미치는 영향관계를 강화하는 양(+)의 효과를 보이지만, 특정 인식수준을 초과하여 과도하게 완벽주의 성향을 보고하는 직원은 영향관계를 약화시키는 음(-)의 효과를 보일수도 있기 때문이다. 이에 호텔직원이 지각하는 완벽주의 성향을 구간별로 세분화하여 집단 간 차이를 분석하는 심도 깊은 후속연구도 흥미로울 것으로 판단된다. 이러한 한계점에도 불구하고 본 연구는 비즈니스호텔 직원을 대상으로 그들이 지각한 직무특성 요인들이 직무몰입에 미치는 영향관계 및 그러한 영향관계에 있어서 완벽주의 성향의 조절효과를 검증하여 비즈니스 호텔경영자 및 인적자원관리 담당자에게 직무특성을 고려한 직무설계 및 직무재설계의 필요성을 제시한 점과 지나친 완벽주의 성향을 보이는 호텔직원과 완벽성을 추구하는 비즈니스 호텔기업의 관리방식을 재고해야 함을 전달하였다는데 의의가 있다 하겠다.

참고문헌

- 강혜경(2004). 직무특성과 통제위치가 조직몰입에 미치는 영향에 관한 연구. 중앙대학교 석사학위논문.
- 김민경·신제구(2017). 조직 구성원의 평가염려 완벽주의가 통제적 동기를 매개로 직무열의 및 직무소진에 미치는 영향: 리더의 사회적 지지의 조절효과. 리더십연구, 8(4), 61-96.
- 김우진(2010). 호텔기업 종사원의 직무특성, 고용관계특성이 후원인식에 의하여 조직몰입, 조직시민행동에 미치는 영향. 호텔경영학연구, 19(1).
- 서현숙(2006). 직원의 서비스 지향성과 고객 인지 서비스 품질의 관련성에 관한 연구 -특급호텔 서비스를 중심으로. 경기대학교 박사학위논문.
- 이수화(2006). 직무특성모형에서 자아효능감과 공정성민감도의 조절효과에 관한 연구. 전남대학교 대학원 박사학위논문.
- 이인숙·윤혜현(2010). 외식종사원의 직무특성지각이 조직몰입에 미치는 영향 연구: 조직후원인식의 조절효과 검증. 외식경영연구, 13(3).

- 이정숙·조성호(2011). 완벽주의가 삶의 만족도에 미치는 영향 : 인정욕구, 자기강화, 성공-실패경험의 매개역할, *학생생활상담연구*, 29, 35-58.
- 조운수(2001). 완벽주의의 기능적 특성에 대한 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 조일환(2016). 호텔 종사원의 Job crafting이 직무몰입과 직무만족, 이직의도에 미치는 영향 : 서울 소재 특 1급 호텔 식음료 종사원을 대상으로. 단국대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 최영숙(2014). 직무특성과 사회적 지원이 호텔종사자의 조직몰입과 심리적 임파워먼트 및 서비스품질에 미치는 영향. 호서대학교 대학원 박사학위논문.
- 한기연(1993). 다차원적 완벽성: 개념, 측정 및 부적응과의 관련성. 고려대학교 박사학위논문.
- 함진숙(2014). 항공사 객실승무원의 완벽주의 성향이 자기효능감 및 조직몰입에 미치는 영향. 세종대학교 관광대학원 석사학위논문.
- 홍윤주(2018). 호텔·외식산업 종사원의 완벽주의 성향이 심리적 소진, 직무열의 및 이직의도에 미치는 영향. 동국대학교대학원 호텔관광경영학과 석사학위논문.
- 황혜리(2001). 적응적 완벽주의와 부적응적 완벽주의의 심리적 특성 비교. 고려대학교 석사학위논문.
- HRD 용어사전(2010). (사)한국기업교육학회.
- Buick, I., & Thomas, M.(2001). Why do middle managers in hotels burn out *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(6), 304-309.
- Ferris, G. R.(1987). The Validity of the Job Characteristics Model: A Review and Meta-Analysis. *Personnel psychology*, 40(2), 287-322.
- Hackman, J. R.& Lawler, E. E.(1971). Employee Reactions to job characteristics. *Journal of Applied Psychology*, 55(3), 259-286.
- Hackman, J. R. & Oldham, G. R.(1976). Motivation through the design of work. *Organizational Behavior and Human Performance*, 16(2), 250-279.
- Hamachek, D. E.(1978). Psychodynamics of normal and neurotic perfectionism. *Psychology: Journal of Human Behavior*, 15(1), 27-33.
- Hewitt, P. L. & Flett, G. L.(1991). Perfectionism in the self and social contexts: Conceptualization, assessment, and association with psychology. *Journal of personality and social psychology*, 60(3), 456-470.
- Hill, A. P., Hall, H. K., Appleton, P. R., & Kozub, S. A. (2008). Perfectionism and burnout in junior elite soccer players: The mediating influence of

- unconditional self-acceptance. *Psychology of Sport and Exercise*, 9(5), 630-644.
- Kanungo, R. N.(1982). Measurement of job involvement. *Journal of Applied Psychology*, 67(3), 341-349.
- Lodahl, T. M, & Kejner, M.(1965). The definition and measurement of job involvement. *Journal of Applied Psychology*, 49(1), 24-33.
- Pacht, A. R. (1984). Reflections on perfection. *American psychologist*, 39(4), 386-390.
- Zalesny, M. D. & Farace, R. V.(1988). Job Function, sex, and environment as correlates of work perceptions and attitudes. *Journal of Applied Social Psychology*, 18(3), 179-202.

2020년 01월 05일 원고 접수

2020년 01월 24일 수정본 접수

2020년 01월 24일 최종 수정본 접수 및 게재확정

3인 익명심사 필

외식업소의 서비스 품질이 혼술 소비자의 만족도 및 재방문의도에 미치는 영향에 대한 연구

A Study on the Effect of Service Quality of Restaurant Service on Satisfaction and Revisit Intention: Focusing on customers who drink alone

윤성*.김현강**.황진수***

Yoon, Seong · Kim, Hyungang · Hwang, Jinsoo

Abstract

This study tried to examine the importance of service quality in the context of consumer drinking alone. More specifically, this study proposed that six dimensions of service quality, such as alcoholic beverages, snack served with alcoholic beverages, economically feasible, accessibility, physical environment, and employee services quality, positively affect customer satisfaction. In addition, it was hypothesized that customer satisfaction plays an important role in the formation of revisit intentions. To assess the proposed hypotheses, 203 samples were collected in Korea. The data analysis results indicated that alcoholic beverages, economically feasible, physical environment, and employee services quality helps to enhance customer satisfaction. Furthermore, customer satisfaction has a positive influence on revisit intentions.

주제어 : 팀제(Team System), 팀 응집성(Team Cohesion), 팀 자율성(Team Autonomy), 팀 경쟁성(Team Competitiveness), 직무만족(Job Satisfaction), 집단주의 성향(Collectivism Propensity)

* 세종대학교, 생명과학대학 식품공학과, 학사과정생 (yoons1320@naver.com)

** 세종대학교, 호텔관광대학 외식경영학과, 학사과정생 (hyeongang97@gmail.com)

*** 세종대학교, 호텔관광대학 외식경영학과, 부교수, 교신저자 (jhwang@sejong.ac.kr)

I. 서론

1인 가구의 비율은 1980년 4.5% 수준에서 2000년 15.5%로 증가하였으며, 2017년 기준, 전체 가구 수에 대한 1인 가구 수의 비율은 28.6%로 꾸준히 증가하고 있음을 알 수 있다(통계청, 2019). 2030년에는 약 33.3%로 1인 가구의 비율이 전체 가구의 1/3을 차지할 것으로 예측되고 있다(통계청, 2019). 이러한 1인 가구의 증가로 인해 과거에는 부끄럽게 여겨졌던 ‘혼자’라는 개념은 당당하고 자신 있게 즐기는 ‘나홀로 문화’로 바뀌었고 혼밥(혼자 먹는 밥), 혼술(혼자 먹는 술)등을 즐기는 많은 ‘나홀로 족’을 탄생시켰다. 2006년 기준, 1인 가구의 소비지출 규모는 16조 원이었으나 2020년에는 약 120조 원으로 증가할 것이라고 통계청은 예측했다(통계청, 2019).

편의점은 이런 나홀로족을 잡기 위해 노력한 대표적인 주자이고, 그 결과 큰 성장을 보였다. GS25는 2015년 같은 기간과 비교했을 때 3분기 매출이 18% 증가하였고, 평균 매출도 전년도에 비해 6% 증가하였다(오수연, 2017). 잡코리아와 보혜양조가 함께 성인남녀 903명 대상으로 조사한 결과에 따르면 ‘혼술을 한다’고 답한 비율은 72.1%였고, 그 중 92.6%는 ‘집에서 혼술을 한다’고 답했다(중앙일보, 2016). 즉, 혼술을 즐기는 사람들은 많아지고 있지만, 이들 대부분은 홈술족(집에서 혼술을 하는 사람들)이기 때문에, 외식업소의 입장에서 이들을 외식업소들로 유인하기 위한 노력이 필요한 실정이다.

Cronin et al. (2000)은 서비스 품질은 만족을 이끌어내는 중요한 요인이라고 규명하였고, Richard & Arthur(1993)는 고객이 지각한 서비스 품질은 만족 및 불만족결과로 이어지며, 이는 향후 서비스기업의 경영성과에 직접적인 영향을 미칠 것이라고 주장하였다. 즉, 서비스 품질의 향상은 고객을 만족시킴으로써 신뢰를 쌓아 재방문을 유도하고, 구전효과로 이어져 외식업소의 경쟁력을 확보하며, 수익성을 향상시키기 때문에 매우 중요하다고 알려져 있으나(곽공호, 2015), 일반 소비자가 아닌 혼술 소비자를 대상으로 한 외식업소의 서비스 품질이 혼술 소비자의 만족도 및 재방문의도에 미치는 영향에 대해서는 선행연구가 전무한 실정이다.

따라서 본 연구의 세부적인 목적은 다음과 같다. 첫째, 외식업소의 서비스 품질이 혼술 소비자의 만족도 및 재방문의도에 미치는 영향에 대해 알아보고자 한다. 둘째, 혼술 소비자의 인구통계학적 특성에 따른 외식업소 서비스 품질 인식에 차이를 밝히고자 한다. 이를 통하여 왜 많은 사람들이 ‘홈술’은 하는데 외식업소에서 혼술은 꺼려했는지 파악하고, 이들을 외식업소로 유인하기 위한 효과적인 서비스 품질을 수립하는 데 도움을 주어 외식시장에서도 혼술 소비자들이 많아지길 기대한다.

II. 이론적 고찰

1. 서비스 품질

Lewis & Booms(1983)은 서비스 품질을 “인도된 서비스 수준이 고객의 기대와 얼마나 일치하는가의 척도”라고 정의하였다. 서비스 품질이란 고객이 인식하고 판단하는 주관적인 평가이며, 객관적으로 규명될 수 있는 실제 품질이 아닌 추상적 개념이고, 서비스를 받는 전 과정에 대한 평가라고 할 수 있다(한정훈, 2017). 즉, 구매 전에 평가가 가능한 탐색적 품질보다는 구매나 소비하는 과정 중에서 평가되는 경험적 품질의 특성이 더욱 강하다. 서비스 품질은 고객지향적 개념이고 태도와 비슷하며 기대와 성과의 비교에 의해 결정된다(한도경, 2015).

그렇기 때문에 서비스 품질을 측정하는 것은 어려울 수 있다. Parasuraman, Zeithaml, & Berry(1988)는 97개 항목으로 이루어진 SERVQUAL 모형을 처음 제시하여, 서비스 품질을 측정하기 위한 노력을 하였고, 이후에 5개의 큰 개념(유형성, 반응성, 신뢰성, 공감성, 확신성)하에 22개의 항목으로 감소시켰다. 이것은 신용카드 회사, 은행 등에 적용은 좋지만 위치, 가격, 맛 등의 측정항목이 없기 때문에 외식산업에 적용하기에는 어려움이 있었다. 그러나 서비스 품질 척도를 바탕으로 외식산업에 적합한 모델을 개발하여 호텔 뷔페 레스토랑, 패밀리레스토랑, 파인다이닝레스토랑, 한식당, 중식당, 커피전문점 등 외식산업의 다양한 분야에서 서비스 품질 측정에 대한 선행 연구가 수행되어 오고 있다(김홍빈·차석빈, 2017).

2. 고객만족도

고객만족은 사용 전 기대와 사용 후 느끼는 제품이나 서비스 성과 간의 인지된 불일치에 대한 고객의 평가과정이고 (Oliver, 1981) 이는 서비스에 대한 인지적 정서적 반응으로 (Rust & Oliver, 1994) 소비에 대한 주관적인 사후 평가 또는 성과의 정도이다(Paulssen & Birk, 2007; Ruyter & Bloemer, 1999).

외식산업과 같은 환대산업에서는 고객만족을 소비 후 평가가 기대에 부합될 때 얻게 되는 즐거움의 정도로 정의되어왔다(Giese & Cote, 2000; Pizam & Ellis, 1999). 즉, 고객의 만족 및 불만족은 서비스 경험과 기대의 비교에서 발생하는 것으로 볼 수 있고(황용철·송영식, 2013; 현종협·김경범, 2016), 고객들이 해당 제품 및 서비스에 대하여 자신들이 생각 한 기대와 비교하여 지니고 있는 긍정적인 마음의

상태를 의미한다(여호근·이미란·이연우, 2018). 소비자의 만족은 소비자 행동을 예측할 수 있는 변수이기 때문에 1970년대 이후 계속해서 학계 및 업계에서 중요한 이슈로 다루어져 왔다(최용석·김현영, 2015).

3. 재방문의도

재방문의도란 “고객이 서비스나 상품에 대한 구매 경험이 미래에도 반복적으로 이용할 수 있는 가능성”이라고 정의할 수 있으며, 이는 재구매 행동과 밀접한 관련이 있다(고범석·이수진, 2012; 배성일·한화석·심지숙, 2017; Ajzen & Fishbein, 1980). 고객의 만족과 불만족은 소비자의 재방문 의도에 가장 많은 영향을 미친다. 즉, 고객이 만족했으면, 재방문 의도가 높아지고, 고객이 만족하지 못했으면, 재방문 의도가 낮아지게 된다(이승익·2010·김영자·김동진, 2015). 서비스운영 주체에 있어서 고객만족을 통한 재방문은 수익증가를 야기하는 가장 중요한 과제이기 때문에, 환대산업의 많은 연구는 만족과 함께 재방문의도를 파악해왔으며(김주연, 2018). 기존의 연구들을 살펴보면 대체로 고객만족은 재방문의도에 긍정적인 영향을 보이고 있다.

4. 서비스품질이 만족도에 미치는 영향

한종현·서정운(2016)은 호텔기업의 식음료 서비스품질을 종사원 서비스, 시설, 신뢰성, 탁월성으로 구성하고, 이것들이 고객만족에 긍정적인 영향을 나타내는 것을 밝혀냈다. 한정훈·강미연·김건휘(2017)는 호텔 뷔페 레스토랑의 서비스 품질을 유형성, 신뢰성, 반응성, 확신성, 공감성으로 구성하고, 이것들이 고객만족에 긍정적인 영향을 나타내는 것을 밝혀냈다. 한도경(2015)은 커피전문점의 서비스 품질을 확신공감성, 신뢰성, 유형성, 반응성, 커피품질로 구성하고, 이것들이 고객만족에 유의한 영향을 미친다는 것을 밝혀냈다. 이선호(2016)는 저가 커피전문점의 상호작용, 물리적 환경, 저가메뉴 라는 서비스 품질이 브랜드이미지에 긍정적인 영향을 나타내는 것을 밝혀냈다. 이처럼 많은 선행연구에서 서비스 품질이 만족도에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 밝혀낸 점을 보아 서비스 품질이 높을수록 만족도가 높으리라는 것을 예상할 수 있다.

H1. 외식업소의 서비스 품질은 혼술 소비자의 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

- H1-1. 주류 품질은 혼술 소비자의 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H1-2. 안주 품질은 혼술 소비자의 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H1-3. 경제성은 혼술 소비자의 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H1-4. 접근성은 혼술 소비자의 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H1-5. 물리적 환경은 혼술 소비자의 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H1-6. 직원서비스는 혼술 소비자의 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

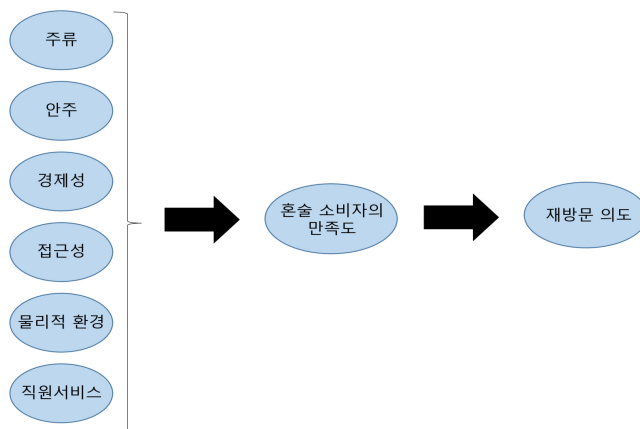
5. 만족도가 재방문에 미치는 영향

김정매·한규철·어윤선(2015)은 외식프랜차이즈 점포의 물리적 환경이 만족도와 재방문의도에 미치는 영향에 대한 연구에서 만족도가 재방문의도에 긍정적인 영향을 미치는 것을 밝혀냈다. 전정아(2018)는 외식업체 고객가치가 고객만족 및 행동의도에 미치는 영향에 대한 연구에서 고객만족이 재방문의도에 유의한 영향을 미친다는 것을 밝혀냈다. 양재장·이선경(2018)은 레스토랑의 혁신성이 고객만족, 브랜드 자산, 그리고 재방문 의도에 미치는 영향에 대한 연구에서 고객만족이 재방문의도에 유의한 영향을 미치는 것을 밝혀냈다. 본 연구에서는 일반 소비자가 아닌, 혼술 소비자의 만족도가 재방문의도에 미치는 영향에 대해 알아보고자 한다.

H2. 혼술 소비자의 만족도는 재방문의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

6. 연구모형

가설 1과 2를 바탕으로 다음과 같은 모형을 제시한다.



〈그림 1〉 연구모형

Ⅲ. 연구방법

1. 측정항목

본 연구는 여섯 개의 개념들 (주류 품질, 안주 품질, 경제성, 접근성, 물리적 환경, 직원 서비스)로 이루어진 외식업소의 서비스 품질을 측정하기 위해 기존의 선행연구들(한인수·이필수·이용기, 2016; 배성일·한화석·심지숙, 2017; 안혜림·손정민·최지미·김학선, 2015; 정지은·김정아, 2017)에서 이용된 측정항목들을 가져왔고, 혼술 소비자에게 적합한 서비스 품질을 측정하기 위하여, 외식경영학전공 교수들의 피드백을 통해 수정 및 보완하여 총 18개의 측정항목들을 이용하였다. 혼술 소비자의 만족도는 왕수오·이용기·김성환(2018)의 연구에서 3개의 측정항목을 수정 및 인용하였고, 재방문 의도는 김양훈·허용덕·주영환(2017)의 연구에서 4개의 측정항목을 인용하였다. 모든 문항은 리커트 5점 척도(1=매우 아니다, 5=매우 그렇다)를 이용하여 측정하였으며, 인구통계학적 특성을 측정하기 위한 6개의 문항과 혼술하는 이유, 어려움, 선호하는 주류 등 10개의 기타 문항을 설문지에 포함해 총 41개의 문항으로 설문을 구성하였다.

2. 자료수집 및 분석방법

본 연구의 모집단은 외식업소에서 혼술을 해본 경험이 있는 소비자이기 때문에, 설문 응답자들에게 첫 번째 스크리닝 질문으로 “최근 6개월 이내에 외식업소에서 혼자 술을 마신 경험이 있습니까?”를 물어보았으며, 이 질문에 “네”라고 응답한 응답자들만 설문에 참여할 수 있게끔 하였다. 조사 기간은 2019년 5월 25일부터 2019년 6월 7일까지 14일간 진행되었으며 편의 표본 추출 방법을 이용하여 배포한 링크 클릭 기반의 온라인 Google 설문을 통해 온라인으로 실시하였다. 그 결과 213명이 설문 응답을 완료하였으며 응답이 불충분하거나 부적합하다고 판단된 10부를 제외한 총 203부를 최종 분석에 사용했다.

본 연구의 자료는 SPSS Statistics(ver.24.0, IBM Inc., Armonk, NY, USA)을 이용하여 분석하였고 조사 도구가 타당한지 확인을 위하여 탐색적 요인분석과 Cronbach's α 계수를 통하여 신뢰도 분석을 진행했다. 다중 회귀 분석을 통하여 외식업소의 서비스 품질이 혼술 소비자의 만족도에 미치는 영향을 확인하였으며, 단순 회귀분석을 통하여 혼술 소비자의 만족도가 재방문 의도에 미치는 영향을 확인하였다.

IV. 분석결과

1. 인구통계학적 특성

203명 조사대상자의 인구통계학적 특성은 <표 1>과 같다. 성별로는 남성이 152명(74.9%), 여성이 51명(25.1%)으로 남성의 비율이 3배가량 더 많았다. 연령은 20대 초반(20~22세)이 17명(8.4%), 20대 중반(23~25세)이 64명(31.5%), 20대 후반(26~29세)이 87명(42.9%), 30대 이상이 35명(17.2%)으로 20대 후반이 가장 많았으며 20대 초반이 가장 적었다. 교육 수준의 경우 '4년제 대학교 재학'의 비율이 95명(46.8%)으로 가장 많았고 '4년제 대학교 졸업' 비율이 63명(31.0%)으로 두 번째로 많았다. 결혼 여부의 경우에는 미혼이 185명(91.1%), 기혼이 18명(8.9%)으로 미혼의 비율이 기혼의 비율에 비해 10배 이상 차이가 날 정도로 압도적으로 높았다. 한 달 개인 지출은 51만원~80만원이 70명(34.5%)으로 가장 많았다.

<표 1> 인구통계학적 특성 (n = 203)

	항목명	인원(명)	구성비(%)
성별	남성	152	74.9
	여성	51	25.1
나이	20대 초반 (20~22세)	17	8.4
	20대 중반 (23~25세)	64	31.5
	20대 후반 (26~29세)	87	42.9
	30대 이상 (30세~)	35	17.2
교육 수준	고등학교 졸업	8	3.9
	전문대 재학	4	2.0
	전문대 졸업	13	6.4
	4년제 대학교 재학	95	46.8
	4년제 대학교 졸업	63	31.0
	대학원 재학	9	4.4
	대학원 졸업	11	5.4
결혼 여부	미혼	185	91.1
	기혼	18	8.9

한달 개인 지출	20만원 이하	7	3.4
	21만원 ~ 50만원	52	25.6
	51만원 ~ 80만원	70	34.5
	81만원 ~ 110만원	38	18.7
	111만원 ~ 140만원	31	15.3
	141만원 ~ 170만원	3	1.5
	171만원 ~ 200만원	2	1
직업	학생	115	56.7
	관리/사무직(회사원, 공무원 등)	19	9.4
	판매/서비스직	26	12.8
	전문직	10	4.9
	생산/기능/노무직	8	3.9
	자영업/개인사업	9	4.4
	무직	16	7.9

2. 탐색적 요인분석

본 연구에서 제안된 외식업소의 서비스품질 및 혼술 소비자의 만족도와 재방문의도의 신뢰성과 타당성을 평가하기 위해서 탐색적 요인분석을 실시하였다. 탐색적 요인분석은 배리맥스(varimax) 회전 후 아이겐 값(eigen value)이 1.0 이상인 요인들만 추출하여 요인 적재량이 0.6 이상이면 통계적으로 유의한 것으로 판단하였다. 모든 항목은 공통성이 0.5 이상이었으므로 삭제된 항목은 없으며, 측정항목의 내적 일관성은 사회과학 분야에서 비교적 내적 일관성이 충분하다고 인정되는 Cronbach's alpha 값 0.6을 바탕으로 평가하였다.

<표 2>에서 보여지는 바와 같이 외식업소 서비스품질의 요인분석 결과를 보면 KMO(Kaise-Meyer-Olkin)값은 0.773, Bartlett의 구형성검증도 값은 $p < 0.001$ 으로 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 총 분산 설명력은 74.085%였으며 외식업소의 서비스 품질은 여섯 개의 개념들로 묶었다. 측정항목들의 내용을 바탕으로 이들을 “주류 품질”, “안주 품질”, “경제성”, “접근성”, “물리적 환경”, “직원 서비스”로 명명하였다. 여섯 개 개념들의 모든 측정항목은 요인적재량이 0.6을 넘었고, Cronbach's alpha 값은 0.623(주류 품질)에서 0.920(물리적 환경)사이로 나타나 사회과학 분야에서 충분한 것으로 인정되는 0.6 이상을 충족하며 모두 타당한 것으로 확인됐다.

<표 3>에서는 혼술 소비자 만족도의 요인분석 결과를 나타냈다. KMO(Kaise-Meyer-Olkin)값은 0.748, Bartlett의 구형성검증도 값은 $p < 0.001$ 로 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 총 분산 설명력은 82.156%로 나타났으며, 모든 측정항목의 요인적재량이 0.6을 상회했고, Cronbach's alpha 값은 0.890으로 나타나 신뢰도가 확인되었다.

<표 4>에서는 재방문의도의 요인분석 결과를 나타냈다. KMO(Kaise-Meyer-Olkin)값은 0.801, Bartlett의 구형성검증도 값은 $p < 0.001$ 로 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 총 분산 설명력은 78.140%로 나타났으며, 모든 측정항목의 요인적재량이 0.6을 상회했고, Cronbach's alpha 값은 0.905로 나타나 신뢰도가 확인되었다.

<표 2> 외식업소의 서비스 품질에 대한 탐색적 요인분석

요인 및 항목명	SFL	E	EV	CA
경제성 (Mean = 3.30, Standard deviation = .89)		2.708	15.042	.917
전반적으로 가격이 비싸지 않았다.	.902			
전반적인 가격이 합리적이었다.	.895			
전반적인 가격이 적당했다.	.863			
물리적 환경 (Mean = 2.79, Standard deviation = 1.11)		2.619	14.551	.920
혼술을 위한 실내 인테리어가 제공되었다.	.931			
혼술하기 좋은 실내 분위기를 갖추었다.	.909			
혼술하기 편한 좌석이 마련되었다.	.901			
접근성 (Mean = 3.65, Standard deviation = .78)		2.337	12.981	.836
위치가 좋았다.	.903			
접근성이 좋았다.	.902			
가게를 찾기 쉬웠다.	.736			
직원 서비스 (Mean = 3.76, Standard deviation = .67)		2.181	12.114	.757
종업원들이 신속하게 주문응대를 하였다.	.851			
종업원들이 친절했다.	.804			
종업원들이 전문적이었다.	.667			
주류 품질 (Mean = 3.83, Standard deviation = .62)		1.798	9.987	.626
주류의 온도가 적당했다.	.766			
소주잔, 맥주잔 등 잔이 위생적이었다.	.732			
주류가 맛있었다	.669			
안주 품질 (Mean = 3.80, Standard deviation = .65)		1.694	9.411	.669
안주가 맛있었다.	.846			
안주의 양이 적당했다.	.669			
안주의 온도가 적당했다.	.612			

1) KMO measure of sampling adequacy = .773. Bartlett's test of sphericity ($p < .001$).

2) Total explained variance = 74.085%

3) SFL= Standardized factor loadings, E=Eigenvalue, EV= Explained variance, CA= Cronbach's alpha

〈표 3〉 혼술 소비자의 만족도에 대한 탐색적 요인분석

요인 및 항목명	SFL	E	EV	CA
혼술 소비자의 만족도 (Mean = 3.78, Standard deviation = .75)		2.465	82.156	.890
이 곳에서 혼술경험에 대한 나의 평가는 긍정적이다.	.912			
이 곳에서의 혼술경험에 대해 만족한다.	.910			
이 곳에 대해 전반적으로 좋게 생각한다.	.897			

1) KMO measure of sampling adequacy = .748. Bartlett's test of sphericity ($p < .001$).

2) Total explained variance = 82.156%

3) SFL= Standardized factor loadings, E=Eigenvalue, EV= Explained variance, CA= Cronbach's alpha

〈표 4〉 재방문의도에 대한 탐색적 요인분석

요인 및 항목명	SFL	E	EV	CA
재방문의도 (Mean = 3.58, Standard deviation = .85)		3.126	78.140	.905
이 곳을 나중에 다시 이용하겠다.	.908			
향후에 이 곳에 다시 방문할 의사가 있다.	.900			
다음에도 나는 이 곳에 방문하여 혼술을 할 것이다.	.872			
혼술 할 외식업소 선택 시 이 곳을 우선적으로 고려할 것이다.	.854			

1) KMO measure of sampling adequacy = .801. Bartlett's test of sphericity ($p < .001$).

2) Total explained variance = 78.140%

3) SFL= Standardized factor loadings, E=Eigenvalue, EV= Explained variance, CA= Cronbach's alpha

3. 회귀분석

본 연구에서는 외식업소의 서비스 품질이 혼술 소비자의 만족도 및 재방문의도에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보기 위하여 회귀분석을 실시하였다. <표 5>에서는 가설1, 2, 3, 4, 5, 6을 검증하기 위해 다중회귀분석을 이용하였다. 그 결과, 주류 품질($\beta=.175$), 경제성($\beta=.158$), 물리적 환경($\beta=.247$), 직원 서비스($\beta=.410$) 등 네 개의 외식업소 서비스 품질은 $p<0.05$ 로 혼술 소비자의 만족도에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났지만, 안주 품질($\beta=.040$)과 접근성($\beta=.100$)은 $p>0.05$ 로 혼술 소비자의 만족도에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 즉, 가설 1-1, 1-3, 1-5, 1-6은 채택되었고, 가설1-2, 1-3는 기각되었다. <표 6>에서는 가설2

를 검증하기 위해 단순회귀분석을 이용하였다, 그 결과, 만족도($\beta=.742$)는 $p<0.05$ 로 재방문 의도에 통계적 수준에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 2는 채택되었다.

<표 5> 서비스품질이 만족도에 미치는 영향의 회귀분석 결과

	Independent Variable		Dependent Variable	Standardized Coefficients	t-value	F-value	R ²	채택 여부
H1-1	주류품질	→	만족도	.175	3.133*	36.507	.513	채택
H1-2	안주품질	→	만족도	.040	.696			기각
H1-3	경제성	→	만족도	.158	2.838*			채택
H1-4	접근성	→	만족도	.100	1.922			기각
H1-5	물리적 환경	→	만족도	.247	4.700*			채택
H1-6	직원 서비스	→	만족도	.410	7.189*			채택

* $p<.05$

<표 6> 만족도가 재방문의도에 미치는 영향의 회귀분석 결과

	Independent Variable		Dependent Variable	Standardized Coefficients	t-value	F-value	R ²	채택 여부
H2	만족도	→	재방문의도	.742	15.685*	246.019	.548	채택

* $p<.05$

V. 결론 및 시사점

본 연구에서는 외식업소의 서비스 품질이 혼술 소비자의 만족도 및 재방문의도에 미치는 영향을 파악하기 위하여 최근 6개월 이내에 외식업소에서 혼자 술을 먹는 경험이 있는 소비자들을 대상으로 통계분석을 실시하였다. 그동안 선행연구가 미흡했던 혼술 소비자를 대상으로 한 연구라는 점에서 기존의 연구들과 차별성이 있으며 의미 있는 결과를 도출해 내었다. 본 연구의 통계분석 결과에 따른 이론적 및 실무적 제언은 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서 제시한 여섯 개의 외식업소 서비스 품질들(주류 품질, 안주 품질, 경제성, 접근성, 물리적 환경, 직원 서비스)중 주류품질, 경제성, 물리적 환경, 직원 서비스는 혼술 소비자의 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 안주 품질과 접근성은 혼술 소비자의 만족도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 본 연구의 결과는 외식업소의 서비스 품질의 중요성을 입증했다는 점에서 기존 연구의 결과와 일치하며(이선호, 2016; 한도경, 2015; 한정훈·강미연·김건휘, 2017; 한종현·서정운, 2016), 기존 연구와 달리 혼술 소비자의 만족도에 직원 서비스, 물리적 환경, 주류품질, 경제성 순으로 중요한 영향을 미친다는 것을 밝혀냈다는 점에서 좀 더 중요한 의미와 시사점을 갖는다고 할 수 있다. 그러므로 혼술 소비자를 유인하려는 외식업소들은 위의 네 개의 서비스 품질을 향상 시키려는 노력을 해야 한다.

혼술 소비자들은 가게에 들어가는 순간부터, 주문, 식사, 계산에 이르기까지 혼자이기 때문에 직원의 서비스를 더 집중해서 느끼게 된다. 따라서 종업원들은 손님이 부르면 즉각 “네!”라고 대답하며 신속하게 주문 응대를 하는 것이 좋고, 손님이 들어올 때는 “어서 오세요”라고 인사하며, 계산 시에는 “음식은 입에 맞으셨나요?” 등의 질문을 함으로써 손님과의 유대감을 형성하여 항상 친절함을 나타내야 한다. 더 나아가, 혼술 소비자가 타인의 시선을 신경 쓰지 않고 더욱 편하게 자신만의 시간을 즐길 수 있도록 1인 테이블을 갖추어 혼술하기 좋은 인테리어와 분위기를 갖춰야 한다. 또한, 혼술 소비자들은 술을 먹으러 온 소비자들이기 때문에 주류의 품질이 낮으면 안 된다. 그러므로 주류의 종류에 따라 냉장고를 다르게 구비하여 주류마다 적합한 냉장온도를 유지해야 하며, 소주잔, 맥주잔 등 술잔의 세척과 건조를 철저히 관리하여 술잔의 상태가 항상 청결해야 한다. 특히, ‘외식업소에서의 혼술’은 ‘집에서 혼술’을 하는 것보다 비싸다는 인식이 강하므로, 1인 메뉴를 만들어 전반적으로 비싸지 않고 합리적인 가격설정을 해야 한다.

접근성의 경우 $p=0.056$ 으로, 유의하지는 않았지만 5%에 근접한 수치를 보여주었다. 이미 개업을 했으면 접근성을 수정하는 데에는 어려움이 있으나, 입간판 설치를 통해 접근성을 향상 시켜 소비자가 쉽게 가게를 찾게 할 수 있으며, 이는 혼술 소비자의 만족도 향상에 도움이 될 수도 있다. 더 나아가, 안주 품질은 혼술 소비자의 만족도에 유의한 영향을 나타내지 않았다. 외식업소에서 음주는 크게 두 가지 타입으로 나뉜다. 맛있는 음식을 먹으러 가서 술을 곁들이는 경우와 술을 먹으러 가서 안주로서 음식을 곁들이는 경우다. 혼술 소비자의 경우는 술을 먹으러 가서 안주로서 음식을 곁들이는 경우가 더 많기에 이런 결과가 나온 것이라고 볼 수 있다. 즉, 혼술 소비자는 안주에 크게 연연해 하지 않으므로 안주 품질의 중요성이 낮다고 할 수 있다.

둘째, 본 연구에서 혼술 소비자의 만족도는 재방문의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 혼술 소비자들이 외식업소에서 혼술 경험에 대한 평가가 긍정적이고 만족감을 느끼면 해당 외식업소를 재방문한다는 것으로 해석할 수 있다. 기존의 선행연구들은 소비자들의 만족도가 재방문의도에 긍정적인 영향을 미쳤다는 것을 입증한다(김정매·한규철·어윤선, 2015; 양재장·이선경, 2018; 전정아, 2018). 그러나, 본 연구에서는 기존의 선행연구들과 달리 일반 소비자가 아닌 혼술 소비자를 대상으로 만족도가 재방문의도에 긍정적인 영향을 미친다는 점을 밝혔기에 의미가 있다고 할 수 있다. 즉, 앞서 말한 방법대로 외식업소의 서비스 품질을 향상 시키면 혼술 소비자의 만족도가 오를 것이고, 이는 재방문으로 이어질 것이다.

본 연구는 의미 있는 이론적 및 실무적 시사점을 제시하고 있지만 다음과 같은 연구한계점들을 가지고 있다. 첫째, 본 연구는 SNS를 통하여 설문지를 배포하였기에 젊은 층의 혼술 소비자가 주로 응답했으므로 표본단위가 전체 혼술 소비자를 대표하기에는 다소 무리가 있을 수 있으며 표본의 수도 적다. 따라서 향후 연구에서는 폭 넓은 데이터 수집을 하여 이를 극복하여야 한다. 둘째, 본 연구에서는 혼술 소비자의 만족도의 결과변수로 재방문의도만을 확인하였지만 향후 연구에서는 구전의도 등 여러 결과변수를 활용한다면 혼술 소비자를 유인하고자 하는 외식업소에게 보다 다양한 정보를 제공할 수 있을 것이다.

참고문헌

-
- 고범석·이수진(2012). 커피전문점 서비스 스케이프가 고객만족, 재방문의도, 추천의도에 미치는 영향. 한국외식산업학회지, 8(2), 63-91.
- 곽공호(2015). 외식기업 서비스품질이 고객만족과 재방문의도에 미치는 영향. 관광연구저널, 29(9), 219-231.
- 김양훈·허용덕·주영환(2017). 외식업체의 서비스 스케이프, 전반적인만족도 및 재방문의도와 영향관계. 관광레저연구, 29(6), 83-101.
- 김영자·김동진(2015). 외식소비자가 지각하는 소셜커머스 특성, 신뢰, 고객만족 및 재구매 의도 간의 구조적 관계연구. 한국외식산업학회지, 11(1), 45-59.
- 김정매·한규철·어윤선(2015). 외식프랜차이즈 점포의 물리적 환경이 만족도와 재방문의도에 미치는 영향. 외식경영연구, 18, 187-202.
- 김주연(2018). 개인 커피전문점의 선택속성이 고객의 신뢰, 장기지향성, 만족 그리고 재방문의도에 미치는 영향. 한국외식산업학회지, 14(4), 7-19.

- 김홍빈·차석빈(2017). 커피전문점 서비스품질 속성이 전반적 만족도에 미치는 대칭 및 비대칭 분석-스타벅스와 이디야 비교 분석. *관광학연구*, 41(4), 95-113.
- 배성일·한화석·심지숙(2017). 파인다이닝 레스토랑의 서비스품질이 레스토랑 혁신적 이미지 및 지각된 가격공정성, 재방문의도에 미치는 영향. *관광연구저널*, 31(12), 177-192.
- 안혜림·손정민·최지미·김학선(2015). 프랜차이즈 패밀리레스토랑의 브랜드 포지셔닝에 관한 연구. *한국조리학회지*, 21(4), 339-348.
- 양재장·이선경(2018). 레스토랑의 혁신성이 고객만족, 브랜드 자산, 그리고 재방문 의도에 미치는 영향. *한국외식산업학회지*, 14(3), 123-141.
- 여호근·이미란·이연우(2018). 커피전문점의 감성이 신뢰와 만족, 재방문 및 추천의사에 미치는 영향. *관광레저연구*, 30(2), 347-366.
- 오수연(2017). 나 혼자 산다!. *마케팅*, 51(1), 56-61.
- 왕수오·이용기·김성환(2018). 프랜차이즈 레스토랑의 선택속성이 지각된 가치와 고객 만족 및 고객충성도에 미치는 영향. *프랜차이즈경영연구*, 9(4), 7-19.
- 이선희(2016). 저가 커피전문점의 서비스품질, 브랜드이미지, 재방문의도의 영향관계. *Culinary Science & Hospitality Research*, 22(3), 44-54.
- 이승익(2010). 외식기업 물리적 환경이 고객만족과 재방문 의도에 미치는 영향 연구. *호텔 리조트연구*, 9(1), 85-99.
- 전정아(2018). 외식업체 고객가치가 고객만족 및 행동의도에 미치는 영향. *관광연구저널*, 32(12), 107-120.
- 정지은·김정아(2017). 호텔뷔페레스토랑 소비자의 인구통계학적 특성에 따른 선택속성, 만족도 및 추천의도간의 영향 연구. *관광레저연구*, 29(9), 165-184.
- 중앙일보(2016). 성인남녀 72% “나는 혼술족”.
<https://news.joins.com/article/20783856>
- 최용석·김현영(2015). 호텔 조리종사자의 메뉴개발 시 조직학습역량이 혁신행동에 미치는 영향 연구. *『관광연구』*, 32(5), 117-136
- 통계청(2019).
http://kosis.kr/statisticsList/statisticsListIndex.do?menuId=M_01_01&vwcd=MT_ZTITLE&parmTabId=M_01_01
- 통계청(2019).
http://kosis.kr/visual/populationKorea/PopulationByNumber/PopulationByNumberMain.do?mb=N&menuId=M_1_1&themaId=A02
- 한도경(2015). 국내 커피전문점의 서비스품질이 고객만족과 고객충성도에 미치는 영향에 관한 연구. *외식경영연구*, 18(1), 189-209.

- 한인수·이필수·이용기(2016). 외식 프랜차이즈의 서비스 품질이 지각된 가치와 재방문 의도에 미치는 영향. 호텔리조트연구, 15(4), 611-629.
- 한정훈·강미연·김건휘(2017). 호텔뷔페레스토랑의 서비스품질이 고객만족과 구전의도에 미치는 영향. 관광레저연구, 29(4), 75-92.
- 한중헌·서정운(2016). 호텔 식음료 서비스품질 요인이 고객만족과 브랜드 애호도에 미치는 영향. Culinary Science & Hospitality Research, 22(5), 277-294.
- 현종협·김경범(2016). 지역축제 이미지가 방문객의 만족도, 재방문 및 추천의사에 미치는 영향. 한국콘텐츠학회논문지, 16(6), 493-506.
- 황용철·송영식(2013). “문화마케팅이 제주 도시브랜드 자산과 관광만족에 미치는 영향,” 상품학연구, 제 31권, 제5호, p.78

- Fishbein, M., Jaccard, J., Davidson, A. R., Ajzen, I., & Loken, B. (1980). Predicting and understanding family planning behaviors. In Understanding attitudes and predicting social behavior. Prentice Hall.
- Lewis, R.C. and Booms, H(1983), “The Marketing of Service Quality”, Emerging Perspectives on Service Marketing, eds, Berry, L., Shostack, G., and Upah, G., AMA, Chicago, 99-107.
- Parasuraman A., V. A. Zeithaml and L. L. Berry(1988), SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality, Journal of Marketing, 52(1), 12-4.

2020년 01월 01일 원고 접수

2020년 02월 02일 수정본 접수

2020년 02월 02일 최종 수정본 접수 및 게재확정

3인 익명심사 필

축제정보 모바일 앱 서비스 속성의 중요도-만족도 분석(IPA) - 진주남강유등축제 -

Importance-Performance Analysis of Festival Information Mobile App Service Attributes - Jinju Namgang Yudeung Festival -

이은철* 김형곤**

Lee, Eun-chul, Kim, Hyoung-Gon

Abstract

The purpose of this study is to analyze the differences between the importance and performance of the festival information application service factors at the Jinju Namgang Yudeung Festival. An on-site survey was conducted to the festival visitors using the festival information mobile application for 3 days from October 12th to October 14th, 2017 at the festival venue. A total of 177 questionnaires were used for the analysis. The results show that various attributes disproportionately allocated in the matrix. Specifically, the quadrant 1 domain(Keep up the good work) includes the items such as loading speed of the mobile application(fast access), stability of system(disconnection during loading), and so on. The quadrant 2(Concentrate here) includes the provision of latest information and the usefulness of the festival information. The quadrant 3(Low priority) includes the provision of tourism information according with my position and surroundings, diversity of tourism information and so on. Lastly, the easy installation of app and saving of the information search time appeared in the quadrant 4(Possible overkill).

주제어 : 모바일 관광정보, 축제정보 모바일 앱, IPA, 진주남강축제

* 세종대학교 호텔관광경영학과 박사과정, e-mail: eunchullee@naver.com

** 교신저자, 세종대학교 관광대학원 교수, e-mail: hkim@sejong.ac.kr

I. 서 론

문화체육관광부에서 발표한 자료에 따르면 2019년 기준 국내에서는 884개의 지역 축제가 개최되고 있다. 전국 지자체를 중심으로 매년 진행되고 있는 지역 축제는 정보화 기기의 발달에 따라 관광객에게 다양한 형태로 축제 정보 서비스를 제공하고 있고 과거에 활용하였던 축제 지도 및 정보 책자를 휴대하는 대신 스마트폰을 활용한 스마트 축제로 축제 패러다임의 전환기를 맞이하고 있다(정세훈 외, 2015). 2009년을 기점으로 스마트폰을 활용한 축제정보 서비스 앱 개발이 활성화 되고 있으며, 일부 축제들은 자체적으로 축제정보를 제공하는 모바일 앱을 만들어 제공하고 있다. 현재 서비스되고 있는 국내 관광정보나 지역축제 모바일 앱은 공급자 중심의 단순 정보 제공의 형식이 많기 때문에, 본 연구에서는 IPA 기법을 활용해 축제정보 모바일 앱에 대한 소비자 인식을 조사하고자 하였다.

한국문화관광연구원에서는 2013년 스마트관광의 추진현황 및 향후과제라는 연구 보고서를 통해 스마트관광 산업이 지속적으로 성장하기 위해서는 기술이라는 기본 틀보다 이 틀이 어떻게 사용되고 소비자의 어떤 요구를 채워줄 수 있는가를 더욱 중점적으로 고민할 필요가 있다고 하였다(최자은, 2013). 이처럼 관광정보를 제공하는 모바일 앱은 실제 사용하는 수요자 측면에서 연구되고 개선되는 과정이 필요하다. 본 연구에서는 진주남강축제라는 사례를 통해서 축제정보 모바일 앱의 서비스 속성에 대한 이해를 높여줄 수 있고, 더 나아가서는 국내 지역축제 모바일 앱의 개선항목과 우선순위의 방향성을 제시할 수 있을 것으로 기대한다.

II. 이론적 배경

1. 축제정보 모바일 앱

모바일 앱은 ‘모바일 애플리케이션’의 줄임말로써 스마트폰 앱으로 불리기도 한다. 넓은 의미에서 디지털 콘텐츠인 모바일 앱은 스마트폰과 태블릿 PC 등의 보급에 따라 그에 맞는 다양한 콘텐츠와 서비스를 제공하기 위해 만들어졌는데 영상, 그림, 채팅, 메시지 등 다양한 분야에서 응용되어 대량으로 생산되어지고 있다(정봉국, 2015). 스마트폰의 발전과 혁신을 통해 많은 변화와 발전을 이룬 산업 중 하나가 관

광분야라고 할 수 있는데, 스마트폰이 등장하면서 관광객은 편리한 이동성과 네트워크 접근성을 기반으로 관광 활동을 위한 많은 정보를 스마트폰 하나로 편하게 얻을 수 있는 상황이 되었다(Wang & Fesenmaier, 2013). 관광정보를 제공하는 모바일 앱은 모바일 앱을 통한 관광지의 위치, 숙박, 콘텐츠 등 관광 행위에 필요한 다양한 관광정보를 제공하는 서비스로 인식되고 있다(강영은 외, 2013). 본 연구에서는 축제 정보 앱을 모바일 관광정보 서비스의 한 형태로서 축제 주최 측에서 축제정보, 관광 정보 등 축제 방문객의 이용편의를 위해 제공되고 있는 모바일 앱으로 정의한다.

2. 모바일 관광정보 서비스 속성

모바일 관광정보 서비스 속성에 대해서는 선행연구에서도 고찰이 이루어지고 있다. 예를 들어, 김대연(2009)은 모바일 관광정보의 특성으로 시, 공간의 제약이 없는 즉시접속성, 무선인터넷에 접속할 수 있는 곳이라면 언제 어디서나 정보에 접근할 수 있는 편재성, 경제성, 지각된 비용, 멀티미디어에 대한 풍부함에 따른 오락성, 이용자가 어디에 위치해 있는지를 실시간으로 확인할 수 있는 위치확인성, 검색을 통한 사용의 편리성, 쌍방향 커뮤니케이션이 가능한 상호작용성, 사용자가 시스템을 편하게 이용할 수 있는 사용용이성을 제시하고 있다. 나종건(2012)은 모바일 관광정보의 품질 구성요소를 시스템적 품질, 정보적 품질, 서비스적 품질로 구분하고 있다. 시스템적 품질의 속성으로는 편재성, 편리성, 즉시접속성, 사용용이성을 중요 속성으로 구분하였고, 정보적 품질의 속성으로 유용성, 신뢰성, 다양성을, 서비스적 품질의 속성은 신속성, 상호작용성, 반응성으로 구분하였다. 신유리(2013)의 연구에서는 최신정보는 물론 신뢰성과 유익하고 적절한 정보서비스의 의미로서 서비스의 품질과, 이동성과 휴대성으로 사용자의 편의에 따라 시간과 공간의 제약을 받지 않고 사용할 수 있다는 유비쿼터스 속성, 정확성, 유용성, 위치인식성을 그 속성으로 구분하였다. 강성호·강신겸(2015)은 모바일 관광정보 서비스 속성이 관광목적지 선택과 만족에 미치는 영향에 대한 연구에서 모바일 관광정보 서비스의 속성을 시스템적 속성과 서비스적 속성으로 구분하여 시스템적 속성으로 편재성, 즉시접속성, 위치인식성, 사용용이성과, 사용자 식별성을, 서비스적 속성으로는 신속성, 상호작용성, 정보의 정확성, 유용성, 신뢰성과, 서비스의 능동성을 제시하였다. 선행연구들에서 사용한 모바일 관광정보 서비스 속성을 정리하면 <표 1>과 같다.

〈표 1〉 모바일 관광정보 서비스 속성에 대한 선행연구

연구자	모바일 관광정보 서비스 속성
김대언(2009)	편재성, 즉시접속성, 경제성, 오락성, 위치확인성, 편리성, 상호작용성, 사용용이성
나종건(2012)	시스템적 품질의 속성 : 편재성, 편리성, 즉시접속성, 사용용이성 정보적 품질의 속성 : 유용성, 신뢰성, 다양성 서비스적 품질의 속성 : 신속성, 상호작용성, 반응성
신유리(2013)	서비스의 품질, 유비쿼터스 속성, 정보의 정확성, 정보의 유용성, 위치인식성
강성호·강신겸(2015)	시스템적 속성 : 편재성, 즉시접속성, 위치인식성, 사용용이성, 사용자 식별성 서비스적 속성 : 신속성, 상호작용성, 정보의 정확성, 유용성, 신뢰성, 능동성

자료: 선행연구를 바탕으로 연구자 작성

3. IPA 기법

IPA(Importance performance Analysis)는 제품이나 서비스 성과에 대하여 기대했던 속성과 만족한 수준을 측정하기 위하여 이용 전의 속성 중요도, 이용 후의 성취도를 비교, 분석하는 것으로(Hammitt, Bixler, Noe & Francis, 1996; Raymond & Choi, 2000) Martilla & James(1997)에 의해 소개된 이래 기업의 마케팅과 다양한 연구 분야에서 활용되고 있다. 축제관광분야에서도 IPA를 활용한 도시축제 “원주 다이내믹페스티벌”의 서비스품질 평가 연구(황옥선, 2016), IPA를 활용한 문화관광 축제 서비스품질 평가(박수진·정봉현, 2016) 등 많은 연구에서 활용되어지고 있다. IPA는 이용자의 만족도를 측정하기 위해 이용 전에는 각 속성의 중요도를, 이용 후에는 만족도를 동시에 비교분석한다. 이 방법은 정해진 인력과 예산으로 우선적으로 해결해야 될 사안이나 관련 정보를 제공한다는 점에서 시간과 비용의 한계를 안고 있는 실무 담당자에게 매우 유용한 분석도구로 활용되고 있다(한학진·김영미, 2010) IPA는 각 성과지표의 우선순위를 결정할 수 있으며, 측정결과의 해석 및 분석이 용이하여 실무적인 활용도가 높다. IPA는 평가요소의 중요도(Importance)와 만족도(performance)를 측정하여 2차원의 도면에 표시하고 4분면의 위치에 따라 제 1사분면(좋은 실행도 지속유지: Keep up the good work), 제 2사분면(노력집중화 지향: Concentrate here), 제 3사분면 (낮은 우선순위: Low priority), 제 4사분면 (과잉노력지양: Possible overkill)으로 나누어 위치에 따라 서비스 품질 향상을 위한 투입

노력을 달리 할 수 있다(임향아, 2016). 본 연구에서는 축제정보 모바일 앱 서비스 이용자들을 대상으로 하여 이용자의 측면에서 보다 실질적이고 유용한 정보를 제공하기 위해 모바일 앱 서비스를 속성을 구성하고, IPA를 활용하여 이에 대한 중요도와 성취도를 알아보고자 한다.

4. 진주남강축제

올해로 18회를 맞이한 ‘2017 진주남강유등축제’는 국내 최초의 지방문화예술행사로 1949년부터 개최된 진주의 ‘개천예술제(전 영남예술제)’에서 특별 행사로 운영되던 유등놀이를 발전시켜, 2000년 10월 ‘진주남강국제등축제’로 출범하였다. 2002년부터는 ‘진주남강유등축제’로 개칭한 뒤 유등 띄우기 및 풍등 날리기 등의 체험행사를 본격적으로 실시하고 있다(네이버 시사상식사전, 2017). 2003년도에는 진주남강유등축제가 문화관광축제 예비축제에 선정되면서 지역 축제에서 벗어나 전국적인 축제로 발전하게 되었다. 그 후 진주남강유등축제는 2004년 육성축제, 2005년 우수축제, 2006년부터 2010년까지 최우수축제로 선정되었고 2011년, 2012년, 2013년 대한민국 대표축제로 선정되었으며, 지금은 글로벌 축제로 캐나다, 미국LA로 수출하는 등 세계적인 축제로 발돋움하고 있다(진주남강유등축제 공식 홈페이지, 2019). 진주남강유등축제는 재단법인 형태로 운영되는 자생적인 축제로 성장하고 있다. 2012년부터는 축제관광정보를 제공하는 모바일 앱을 방문객들에게 제공하고 있으며, 해당 앱은 축제정보, 관광정보, 주차장 정보, 셔틀버스 정보 등 축제를 찾는 방문객들에게 필요한 정보들을 포함하고 있다. 주최 측에서는 이벤트 등을 통해 축제 방문객들에게 모바일 앱 사용을 적극 권장하고 있고 매년 업데이트를 통해 서비스가 제공되고 있다.

Ⅲ. 연구 설계

1. 연구방법

본 연구에서는 선행된 연구들에서 제시한 이론적 배경과 연구결과를 바탕으로 IPA기법을 이용한 진주남강유등축제 모바일 앱의 서비스 속성에 대한 중요도와 만족도를 알아보기 위해 다음과 같은 연구 과제를 설정하였다.

연구과제 1. 이용자가 지각하는 축제정보 모바일 앱 서비스 속성의 중요도와 만족도의 차이를 알아보고 매트릭스를 통해 세부적인 차이를 이해한다.

연구과제 2. 이용자의 나이에 따른 모바일 앱 서비스 속성의 중요도와 만족도의 차이를 이해한다.

2. 조사방법 및 설문지 구성

본 연구는 축제관광정보 모바일 앱 서비스 속성의 중요도와 만족도의 차이를 실증적으로 분석하기 위해 2017년 10월 01일부터 10월 15일까지 15일간 개최되는 ‘2017 진주남강유등축제’ 방문객을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 축제에 참여한 축제참가자 중 진주남강유등축제 모바일 앱을 사용해 본 경험이 있는 축제참가자를 대상으로 설문지 작성을 요청하였다. 설문조사는 축제현장에서 주최 측의 허가를 받아서 부스를 설치하고 축제기간 중 3일에 걸쳐 실시하였으며, 설문에 참여한 190명 중 부실한 응답으로 통계적 활용이 불가능한 13부를 제외하고 총 177부를 최종 분석자료로 활용하였다. 설문지는 축제 방문객에 대한 사전 정보 수집을 위한 5문항, 축제정보 모바일 앱 서비스 속성의 중요도-만족도 설문 12문항, 인구통계학적 특성을 파악하기 위한 항목들로 구성하였다. 구체적으로 보면, 축제정보 모바일 앱 서비스속성에 대한 측정항목은 시스템적 속성 5개, 서비스적 속성 7개의 측정항목을 도출하였으며, 선행연구를 바탕으로 시스템적 속성은 즉시접속성, 위치인식성, 사용용이성, 시스템의 안정성, 편재성과 같은 내용을 포함하였고 서비스적 속성은 신속성, 상호작용성, 정보의 정확성, 신뢰성, 능동성을 측정하기 위한 항목들을 포함하였다. 조사방법은 <표 2>와 같고 설문항목의 구성 및 출처는 <표 3>과 같다.

〈표 2〉 조사방법

항목	내용
모집단	진주남강유등축제 방문객들
표본	진주남강유등축제 모바일 앱 사용자
표본 추출방법	판단표본추출법
표본크기	177부
조사방법	자기기입식 설문
조사기간	2017.10.12. ~ 2017.10.14

〈표 3〉 설문지 구성 및 출처

구분	설문항목	측정항목	선행연구	척도	문항 수
Part I	축제 방문객 일반적 특성			명목척도	5
Part II	모바일 앱 서비스 속성	시스템적 속성	즉시접속성 위치인식성 사용용이성 시스템의 안정성 편재성 김대언(2009) 나종건(2012) 신유리(2013) 김조영(2014) 김재은(2014) 강성호(2015)	5점 Likert	16
		서비스적 속성	신속성 상호작용성 정보의정확성 신뢰성 능동성 김대언(2009) 나종건(2012) 신유리(2013) 김조영(2014) 김재은(2014) 강성호(2015)		
Part III	축제와 모바일 앱에 대한 만족도			5점 Likert 명목척도	6
Part IV	인구통계학적 특성			명목척도	6

자료: 선행연구를 바탕으로 연구자 작성

IV. 분석 결과

1. 응답자의 인구통계학적 특성

설문 응답자들의 인구통계학적 특성은 다음의 <표 4>와 같다. 전체 응답자 중 성별의 분포는 남성이 71명(40.1%), 여성이 106명(59.9%)으로 여성의 비율이 다소 높았으며, 연령은 20대가 86명(48.6%)으로 가장 높게 나타났고, 30대 51명(28.8%), 40대 21명(11.9%), 50대 이상 16명(9.0%), 10대 3명(1.7%)순으로 나타났다. 설문 대상의 특성상 모바일 앱 사용 비율이 높을 것으로 예상되는 20대, 30대가 전체 응답자 중 137명(77.4%)으로 가장 높은 비중을 차지하였다. 결혼 여부는 미혼이 106명

(59.9%), 기혼이 71명(40.1%)으로 나타났으며 거주지는 경남 66명(37.3%), 진주 51명(28.8%), 경북 66명(37.3%)으로 전체 응답자 중 140명(79.1%)이 경상도 지역에서 방문한 것으로 나타났다. 경상도 이외의 지역은 서울 14명(7.9%), 경기도 11명(6.2%), 충남 6명(3.4%), 충북 2명(1.1%), 전북 2명(1.1%), 전남 2명(1.1%)순으로 나타났다. 응답자의 직업은 학생이 50명(28.2%)으로 가장 많았으며 사무직 26명(14.7%), 전문직 21명(11.9%), 교육직 15명(8.5%), 주부 15명(8.5%), 기타 13명(7.3%), 서비스직 11명(7%), 공무원 10명(5.6%), 생산/기술직 10명(5.6%), 자영업 6명(3.4%) 등으로 나타났다. 동반자는 가족/친척이 67명(37.9%)으로 가장 많았고 연인 51명(28.8%), 친구 41명(23.2%), 혼자 방문 10명(5.6%), 모임(동호회/단체) 5명(2.8%), 기타 3명(1.7%) 등으로 나타났다.

〈표 4〉 응답자의 인구통계학적 특성

구 분		빈도(명)	구성비(%)	구 분		빈도(명)	구성비(%)
성별	남자	71	40.1	거주지	진주	51	28.8
	여자	106	59.9		서울	14	7.9
결혼	미혼	106	59.9		경기도	11	6.2
	기혼	71	40.1		경남	66	37.3
연령	10대	3	1.7		경북	23	13.0
	20대	86	48.6		전남	2	1.1
	30대	51	28.8		전북	2	1.1
	40대	21	11.9		충남	6	3.4
	50대 이상	16	9.0		충북	2	1.1
					전문직	21	11.9
동반자	혼자 방문	10	5.6	직업	사무직	26	14.7
	가족/친척	67	37.9		공무원	10	5.6
	연인	51	28.8		생산/기술직	10	5.6
	친구	41	23.2		서비스직	11	6.2
	모임 (동호회/단체)	5	2.8		교육직	15	8.5
	기타	3	1.7		자영업	6	3.4
					주부	15	8.5
					학생	50	28.2
합 계		177	100		기타	13	7.3
				합 계		177	100

2. 축제관광과 모바일 관광정보 앱의 사용 경험 특성

표본의 축제관광과 모바일 관광정보 앱의 사용경험에 관한 일반적인 특성을 분석하기 위해 빈도분석을 실시하였으며 응답자의 사용경험 특성은 다음의 <표 5>와 같다.

<표 5> 축제관광과 모바일 관광정보 앱의 사용경험 특성

구 분		빈도(명)	구성비(%)	구 분		빈도(명)	구성비(%)
방문횟수	첫 방문	82	46.3	자주 이용하는 앱	자연관련	14	7.9
	2회	31	17.5		숙박관련	42	23.7
	3회	14	7.9		축제관련	37	20.9
	5회 이상	50	28.2		외식관련	44	24.9
이용경로	직접 검색	19	10.7		문화관련	9	5.1
	축제장 홍보	92	52.0	사용 중인 앱	레저관련	3	1.7
	타인 추천	22	12.4		교통관련	17	9.6
	인터넷 및 대중매체	22	12.4		추천관련	11	6.2
	SNS	16	9.0		0개	34	19.2
이용정도	기타	6	3.4		1개	64	36.2
	전혀 이용하지 않는다	51	28.8	사용 중인 앱	2개	48	27.1
	가끔 이용한다	73	41.2		3개	16	9.0
	보통이다	30	16.9		4개	3	1.7
	자주 이용한다	14	7.9		5개 이상	12	6.8
	매우 자주 이용한다	9	5.1				
합 계		177	100	합 계		177	100

전체 응답자의 진주남강유등축제 방문횟수는 첫 방문 82명(46.3%), 5회 이상 50명(28.2%), 2회 31명(17.5%), 3회 14명(7.9%)순으로 나타났다. 진주남강유등축제 모바일 앱을 알게 된 경로는 축제장 홍보가 92명(52%)으로 응답자의 절반 이상의 비중을 차지하였고, 타인 추천 22명(12.4%), 인터넷 및 대중매체 22명(12.4%), 필요에 의해서 직접 검색 19명(10.7%), SNS 16명(9%), 기타 6명(3.4%)순으로 나타났다. 관광활동을 위한 모바일 앱 이용 정도는 가끔 이용한다 73명(41.2%), 전혀 이용하지 않는다 51명(28.8%), 보통이다 30명(16.9%), 자주 이용한다 14명(7.9%), 매우 자주 이

용한다 9명(5.1%)순으로 관광활동을 위한 모바일 앱 이용 정도가 다소 낮다는 것을 알 수 있었다. 자주 이용하는 모바일 관광정보 앱에 대한 질문은 외식관련 44명(24.9%), 숙박관련 42명(23.7%), 축제관련 37명(20.9%), 교통관련 17명(9.6%), 자연관련 14명(7.9%), 추천관련 11명(6.2%), 문화관련 9명(5.1%), 레저관련 3명(1.7%)순으로 나타났다. 현재 사용 중인 모바일 관광정보 앱 수에 대한 질문에는 1개 64명(36.2%), 2개 48명(27.1%), 0개 34명(19.2%), 3개 16명(9%), 5개 12명(6.8%), 4개 3명(1.7%)순으로 나타났다. 현재 사용 중인 모바일 관광정보 앱이 0개 34명(19.2%)의 응답이 다소 많은 것으로 나타났는데 이는 모바일 관광정보 앱을 필요시에 잠시 사용만 하고 삭제를 하여 지속적으로 사용을 유지하지 않는다고 볼 수 있다.

3. 중요도와 만족도의 순위 분석

진주남강유등축제 모바일 앱 서비스 속성의 중요도와 만족도 순위를 분석한 결과는 다음의 <표 6>, <표 7>과 같다. 모바일 앱 사용전의 중요도의 평균을 보면 최신정보의 제공, 관광정보의 정확성, 모바일 앱의 실행 속도, 시스템의 안정성, 축제정보의 유용성, 간편한 사용방법, 앱의 간편한 설치, 나의 위치와 주변상황에 맞는 관광정보 제공, 정보탐색 시간의 절약, 관광정보의 다양성, 축제정보의 편의성, 흥미 유발 콘텐츠의 순으로 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

<표 6> 중요도의 평균과 순위

서비스 속성	중요도 평균	순위
최신정보의 제공	4.54	1
관광정보의 정확성	4.50	2
모바일 앱의 실행속도(빠른 접속 등)	4.45	3
시스템의 안정성 (실행 중 끊김 등)	4.45	3
축제정보의 유용성 (주차장 안내, 셔틀버스 안내 등)	4.40	5
간편한 사용방법	4.36	6
앱의 간편한 설치	4.33	7
나의 위치와 주변상황에 맞는 관광정보 제공	4.31	8
정보탐색 시간의 절약	4.29	9
관광정보의 다양성 (주변관광 안내 등)	4.19	10
축제정보의 편의성 (입장권 구매, 숙소 예약)	4.15	11
흥미 유발 콘텐츠 (앱을 통한 이벤트 등)	4.06	12

모바일 앱 사용 후의 만족도는 중요도와는 순위가 다르게 나타났는데, 모바일 앱의 실행 속도, 시스템의 안정성, 앱의 간편한 설치, 간편한 사용방법, 관광정보의 정확성, 최신정보의 제공, 정보탐색 시간의 절약, 축제정보의 유용성, 나의 위치와 주변상황에 맞는 관광정보 제공, 관광정보의 다양성, 흥미 유발 콘텐츠, 축제정보의 편의성의 순으로 나타났다.

〈표 7〉 만족도의 평균과 순위

서비스 속성	중요도 평균	순위
모바일 앱의 실행속도 (빠른 접속 등)	4.27	1
시스템의 안정성 (실행 중 끊김 등)	4.19	2
앱의 간편한 설치	4.16	3
간편한 사용방법	4.15	4
관광정보의 정확성	4.14	5
정보탐색 시간의 절약	4.05	6
최신정보의 제공	4.05	6
축제정보의 유용성 (주차장 안내, 셔틀버스 안내 등)	4.03	8
나의 위치와 주변상황에 맞는 관광정보 제공	3.95	9
관광정보의 다양성 (주변관광 안내 등)	3.89	10
흥미 유발 콘텐츠 (앱을 통한 이벤트 등)	3.87	11
축제정보의 편의성 (입장권 구매, 숙소 예약)	3.85	12

4. 중요도와 만족도의 차이 검정

진주남강유등축제 모바일 앱 서비스 속성의 중요도와 만족도에 대한 차이분석을 위하여 대응표본 t-검정을 실행하였고 그 결과는 다음 <표 8>과 같다. 진주남강유등축제 모바일 앱 서비스 속성의 중요도와 만족도 문항 12개는 모두가 $p < .05$ 로 유의적인 결과로 나타났다. 즉, 진주남강유등축제 방문객 중 모바일 앱 사용자들은 축제관광 모바일 앱 서비스 속성에서 중요하게 생각하고 있었던 것과 만족했던 것과는 전반적인 차이가 존재한다는 것이다. 모바일 앱 사용자들이 중요하게 생각하는 서비스 속성과 경험 후에 만족하는 서비스 속성에 차이가 존재한다면, 축제 주최자는 축제관광정보 모바일 앱 서비스 속성의 각 항목에 대하여 세부적으로 분석하여 축제 방문객들이 중요하고 만족하게 느낄 수 있는 서비스품질을 추출하여 집중함으로써 축제관광의 전반적인 만족도를 높일 수 있는 것이다.

〈표 8〉 중요도와 만족도의 차이 분석 결과

진주남강유등축제 모바일 앱 서비스 속성	중요도		만족도		t
	평균	표준편차	평균	표준편차	
1. 모바일 앱의 실행 속도 (빠른 접속 등)	4.45	.592	4.27	.687	2.980**
2. 시스템의 안정성 (실행 중 끊김 등)	4.45	.592	4.19	.663	4.409**
3. 나의 위치와 주변상황에 맞는 관광정보 제공	4.31	.804	3.95	.845	4.649**
4. 간편한 사용방법	4.36	.719	4.15	.732	3.583**
5. 앱의 간편한 설치	4.33	.744	4.16	.770	2.502*
6. 정보탐색 시간의 절약	4.29	.734	4.05	.701	3.427**
7. 관광정보의 정확성	4.50	.667	4.14	.803	5.711**
8. 최신정보의 제공	4.54	.715	4.05	.834	6.951**
9. 관광정보의 다양성 (주변관광 안내 등)	4.19	.764	3.89	.794	4.169**
10. 흥미 유발 콘텐츠 (앱을 통한 이벤트 등)	4.06	.844	3.87	.833	2.563*
11. 축제정보의 편의성 (입장권 구매, 숙소 예약)	4.15	.750	3.85	.805	3.884**
12. 축제정보의 유용성 (주차장 안내, 셔틀버스 안내 등)	4.40	.725	4.03	.801	5.458**

*p<.05, **p<.01

5. 모바일 앱 서비스 속성의 IPA 매트릭스 분석

모바일 앱 사용자들이 서비스 속성에 대하여 중요하다고 기대했던 것과 이용 후의 만족도의 차이를 분석하여 축제관광 모바일 앱 개발 시 어떠한 서비스 속성에 집중해야 하는지를 찾기 위하여 IPA 매트릭스 분석 방법을 활용하였다.

1) 제 1사분면 (좋은 만족도 지속 유지)

제 1사분면 영역은 중요도와 만족도가 모두 높아 좋은 만족도를 지속 유지하는 영역이다. 축제정보 모바일 앱 서비스 속성의 IPA 결과 제 1사분면 영역에 해당하는 부분은 모바일 앱의 실행 속도(빠른 접속 등), 시스템의 안정성(실행 중 끊김 등), 간편한 사용방법, 관광정보의 정확성이 해당하였다. 주로 시스템적인 속성들인데 축제관광 모바일 앱을 운영하는 주체는 서버의 안전성 유지와 정확한 정보의 제공 등

을 통해 지속적으로 좋은 만족도를 이끌어낼 수 있도록 노력해야 할 것이다.

2) 제 2사분면 (노력 집중화 지향)

제 2사분면 영역은 중요도가 높지만 만족도는 낮기 때문에 노력 집중화가 필요한 영역이다. IPA 결과 최신정보의 제공, 축제정보의 유용성(주차장 안내, 셔틀버스 안내 등)의 속성들이 해당된다. 위 속성들의 만족도를 높이기 위해서는 보다 효율적이고 정확한 정보 제공을 위해 빠른 업데이트와 다양한 축제정보 콘텐츠의 생산 등이 필요하다.

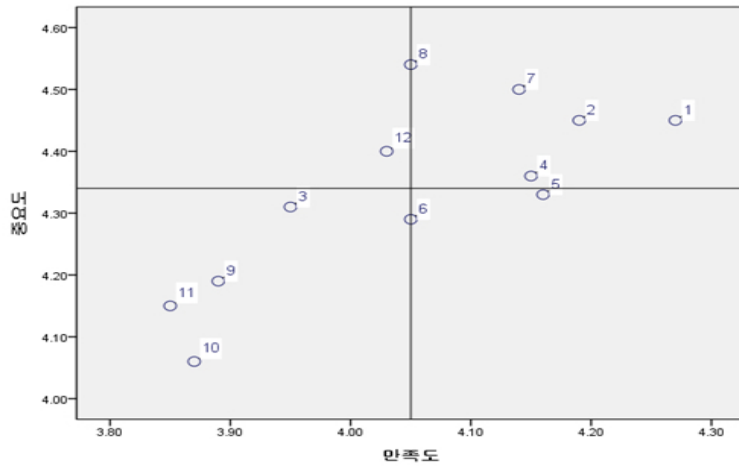
3) 제 3사분면 (낮은 우선순위)

제 3사분면 영역은 중요도와 만족도가 모두 낮은 영역이다. 본 연구에서는 나의 위치와 주변상황에 맞는 관광정보 제공, 관광정보의 다양성(주변관광 안내 등), 흥미 유발 콘텐츠(앱을 통한 이벤트 등), 축제정보의 편의성(입장권 구매, 숙소 예약)이 해당하는 것으로 나타났다. 이는 축제 방문객들이 실질적으로 축제관광을 즐길 수 있는 축제정보의 본질적인 요소 이외에는 크게 중요하게 여기지 않는다는 것을 알 수 있으며, 축제관광에 직접적으로 영향을 줄 수 있는 요소에 좀 더 자원을 집중할 필요가 있다는 것을 알 수 있다.

4) 제 4사분면 (과잉노력 지양)

제 4사분면 영역은 중요도는 낮는데 만족도가 높은 과잉노력이 투입된 부분이다. 본 연구에서 제 4사분면에 해당하는 서비스 속성은 앱의 간편한 설치, 정보탐색 시간의 절약이다. 이러한 속성들은 실질적으로 모바일 앱을 사용하는 방문객들이 중요하게 생각하고 있지는 않으나 만족도는 높은 부분이다. 중요도는 낮지만, 만족도나 높기 때문에 지속적으로 유지하기 위해 많은 자원이 투입된다면 비용이나 자원의 낭비가 예상된다. 많은 자원의 투입이 필요 없는 속성이 이 영역에 있는 것은 권고할 만하나, 많은 자원이나 노력이 투입되어야 하는 속성이 이 영역에 위치한다면 그 자원을 제 2사분면에 위치한 속성에 투입하는 것이 보다 효과적이다.

축제정보 모바일 앱 서비스 속성의 IPA 매트릭스는 <그림 2>와 같고, IPA 결과에 대한 각 사분면에 속한 서비스 품질 속성에 대한 분석표는 <표 9>와 같다.



〈그림 2〉 모바일 앱 서비스 속성의 IPA 매트릭스

〈표 9〉 IPA 결과

2 사분면	1 사분면
8. 최신정보의 제공 12. 축제정보의 유용성 (주차장 안내, 셔틀버스 안내 등)	1. 모바일 앱의 실행 속도 (빠른 접속 등) 2. 시스템의 안정성 (실행 중 끊김 등) 4. 간편한 사용방법 7. 관광정보의 정확성
3 사분면	4 사분면
3. 나의 위치와 주변상황에 맞는 관광정보 제공 9. 관광정보의 다양성 (주변관광 안내 등) 10. 흥미 유발 콘텐츠 (앱을 통한 이벤트 등) 11. 축제정보의 편의성 (입장권 구매, 숙소 예약)	5. 앱의 간편한 설치 6. 정보탐색 시간의 절약

6. 축제참가자 연령에 따른 IPA 매트릭스 분석

본 연구의 주제인 축제정보 모바일 앱의 특성상 연령에 따라 중요도와 만족도의 차이가 발생할 수 있기 때문에 그 차이를 알아보고자 축제참가자의 연령에 따른 IPA 매트릭스 분석을 실시하였다. IPA 결과 축제정보 모바일 앱 서비스 속성에 대해 연령에 따라 차이가 있음을 알 수 있었다. 다음은 각 사분면에 대하여 연령에 따른 공통점, 차이점과 그에 따른 분석 결과이다.

연령에 따른 IPA 결과에 대한 각 사분면에 속한 서비스 속성에 대한 분석표는 <표 10>과 같다.

<표 10> 연령에 따른 IPA 결과

		2 사분면	1 사분면
20대		3. 나의 위치와 주변상황에 맞는 관광정보 제공 8. 최신정보의 제공	1. 모바일 앱의 실행 속도 (빠른 접속 등) 2. 시스템의 안정성 (실행 중 끊김 등) 4. 간편한 사용방법 7. 관광정보의 정확성
		3 사분면	4 사분면
		6. 정보탐색 시간의 절약 9. 관광정보의 다양성 (주변관광 안내 등) 10. 흥미 유발 콘텐츠 (앱을 통한 이벤트 등) 11. 축제정보의 편의성 (입장권 구매, 숙소 예약) 12. 축제정보의 유용성 (주차장 안내, 셔틀버스 안내 등)	5. 앱의 간편한 설치
		2 사분면	1 사분면
30대		7. 관광정보의 정확성 12. 축제정보의 유용성 (주차장 안내, 셔틀버스 안내 등)	1. 모바일 앱의 실행 속도 (빠른 접속 등) 2. 시스템의 안정성 (실행 중 끊김 등) 4. 간편한 사용방법 5. 앱의 간편한 설치 6. 정보탐색 시간의 절약 8. 최신정보의 제공
		3 사분면	4 사분면
		3. 나의 위치와 주변상황에 맞는 관광정보 제공 9. 관광정보의 다양성 (주변관광 안내 등) 10. 흥미 유발 콘텐츠 (앱을 통한 이벤트 등) 11. 축제정보의 편의성 (입장권 구매, 숙소 예약)	
		2 사분면	1 사분면
40대 이상		6. 정보탐색 시간의 절약 11. 축제정보의 편의성 (입장권 구매, 숙소 예약)	1. 모바일 앱의 실행 속도 (빠른 접속 등) 2. 시스템의 안정성 (실행 중 끊김 등) 12. 축제정보의 유용성 (주차장 안내, 셔틀버스 안내 등)
		3 사분면	4 사분면
		3. 나의 위치와 주변상황에 맞는 관광정보 제공 4. 간편한 사용방법 5. 앱의 간편한 설치 8. 최신정보의 제공	7. 관광정보의 정확성 9. 관광정보의 다양성 (주변관광 안내 등) 10. 흥미 유발 콘텐츠 (앱을 통한 이벤트 등)

1) 제 1사분면 (좋은 만족도 지속 유지)

20대는 모바일 앱의 실행 속도(빠른 접속 등), 시스템의 안정성(실행 중 끊김 등), 간편한 사용방법, 관광정보의 정확성이 나타났고 30대는 모바일 앱의 실행 속도(빠른 접속 등), 시스템의 안정성(실행 중 끊김 등), 간편한 사용방법, 앱의 간편한 설치, 정보탐색 시간의 절약, 최신정보의 제공까지 절반 이상의 서비스 속성이 1사분면에 많이 몰려 있는 것으로 나타났다. 40대는 모바일 앱의 실행 속도(빠른 접속 등), 시스템의 안정성(실행 중 끊김 등), 축제정보의 유용성(주차장 안내, 셔틀버스 안내 등)이 나타났다. 모든 연령대가 전체 결과와는 조금씩 다르게 나타났으며 모바일 앱의 실행 속도(빠른 접속 등), 시스템의 안정성(실행 중 끊김 등)은 모든 연령대에서 만족도가 높은 것으로 확인되었다. 이 같은 결과로 보아 30대가 다른 연령대에 비해 축제정보 모바일 앱에 대한 전반적인 만족도가 높다는 뜻이라고 해석할 수 있을 것이다.

2) 제 2사분면 (노력 집중화 지향)

분석결과 2사분면은 연령대마다 결과가 다르게 나타났다. 20대는 나의 위치와 주변상황에 맞는 관광정보 제공, 최신정보의 제공, 30대는 관광정보의 정확성, 축제정보의 유용성(주차장 안내, 셔틀버스 안내 등), 40대는 정보탐색 시간의 절약, 축제정보의 편의성(입장권 구매, 숙소 예약)이 나타났다. 이 같은 결과로 보아 연령에 따라 중요하게 생각하는 속성이 다르다는 것을 알 수 있다.

2사분면에 해당하는 항목은 노력 집중화를 지향해야 하지만 연령대마다 결과가 다르게 나타났으므로 축제정보 모바일 앱의 서비스 속성을 보다 면밀히 분석하여 모든 연령대에서 만족도가 더 높아질 수 있도록 해야 할 것이다.

3) 제 3사분면 (낮은 우선순위)

20대는 정보탐색 시간의 절약, 관광정보의 다양성(주변관광 안내 등), 흥미 유발 콘텐츠(앱을 통한 이벤트 등), 축제정보의 편의성(입장권 구매, 숙소 예약), 축제정보의 유용성(주차장 안내, 셔틀버스 안내 등)까지 가장 많은 항목이 나타났다. 30대는 나의 위치와 주변상황에 맞는 관광정보 제공, 관광정보의 다양성(주변관광 안내 등), 흥미 유발 콘텐츠(앱을 통한 이벤트 등), 축제정보의 편의성(입장권 구매, 숙소 예약)이 나타나 전체 결과와 동일하였고 40대는 나의 위치와 주변상황에 맞는 관광정보 제공, 간편한 사용방법, 앱의 간편한 설치, 최신정보의 제공이 결과로 나타났다.

4) 제 4사분면 (과잉노력 지양)

20대는 앱의 간편한 설치로 나타났고 30대는 전체 결과와 다르게 4사분면에 해당 하는 항목이 하나도 나타나지 않았다. 40대는 관광정보의 정확성, 관광정보의 다양성(주변관광 안내 등), 흥미 유발 콘텐츠(앱을 통한 이벤트 등)가 결과로 나타났다. 이 같은 결과로 보았을 때 20대, 30대가 모바일 앱을 보다 적극적으로 사용하기 때문에 대부분의 속성들에 대해 중요하게 생각하지만 만족도가 높지는 않다는 것을 알 수 있다.

V. 결 론

국내에서는 매년 전국적으로 약 884개 이상의 지역축제가 열리고 있다. 축제는 지역발전과 더불어 내국인 관광 활성화와 인바운드 관광객에게도 주요 관광지를 벗어나 국내의 다양한 지역과 관광을 즐길 수 있는 좋은 관광 상품이지만 새로운 축제 콘텐츠를 만들 수 있는 전문가가 부족하고 전국적인 홍보의 부족 등 아직은 지역축제의 한계를 벗어나지 못하고 있는 실정이다. 공공기관, 지자체 등에서도 모바일을 통해 축제정보를 제공하고는 있지만 현재 서비스 되고 있는 대부분의 축제정보 모바일 앱은 품질이 떨어지는 경우가 많고 특별한 콘텐츠가 없이 비슷한 정보만을 제공하고 있다. 본 연구는 이와 같은 축제모바일앱에 대한 문제점을 인식하고 축제참가자들의 인식관점에서 모바일앱에 대한 이해를 높이기 위해 진행되었다. 특히, 본 연구는 진주남강유등축제를 중심으로 축제정보 모바일 앱 서비스 속성의 중요도와 만족도의 차이를 분석하였다. 선행연구를 바탕으로 축제정보 모바일 앱 서비스 속성의 요인을 추출하여 측정항목을 도출하였고, 축제정보 모바일 앱 서비스 속성에 대한 중요도와 만족도의 차이를 분석하여 이론적 근거를 제시하였다. 지난 몇 년간 비교적 우수한 품질의 축제정보 모바일 앱을 운영하고 있는 진주남강유등축제를 중심으로 모바일 앱 서비스 속성의 중요도-만족도간의 차이를 분석한 결과를 바탕으로 한 본 연구의 시사점은 다음과 같다.

첫째, 축제정보 모바일 앱 서비스 속성에 대한 중요도가 만족도에 비해 전체적으로 높은 것은 모바일 앱 이용자들이 모바일 앱 콘텐츠와 품질에 대한 기대가 높은 것을 의미한다. 다시 말하면, 아직은 축제정보 모바일 앱 이용자의 기대를 충족시키지 못했다는 것이라고 볼 수 있다. 따라서 축제정보 모바일 앱 이용자들의 기호와 욕구를 분석하고 충족시킴으로서 만족도를 향상시킬 필요가 있음을 시사한다.

둘째, 모바일 앱의 실행 속도(빠른 접속 등), 시스템의 안정성(실행 중 끊김 등), 간편한 사용방법, 관광정보의 정확성에 대한 항목은 높은 중요도와 만족도를 이끌어 내었다. 이는 이미 좋은 성과를 인정받은 부분이며, 앞으로도 지속적으로 높은 만족도를 유지해나가기 위하여 노력하고 강화해 나가야하는 부분이라고 할 수 있다.

셋째, 최신정보의 제공, 축제정보의 유용성(주차장 안내, 셔틀버스 안내 등)의 속성들은 중요도에 비해 비교적 낮은 만족도를 유지하고 있으므로 이 속성들의 이용자 만족도를 높이기 위해서는 보다 효율적이고 빠른 정보 제공과 다양한 축제정보 콘텐츠 생산이 필요하다.

넷째, 나의 위치와 주변상황에 맞는 관광정보 제공, 관광정보의 다양성(주변관광 안내 등), 흥미 유발 콘텐츠(앱을 통한 이벤트 등), 축제정보의 편의성(입장권 구매, 숙소 예약)은 중요도와 만족도가 모두 낮게 나타났다. 중요도는 낮은 항목이지만 만족도를 더 높일 수 있도록 보다 다양한 관광정보 제공이 필요할 것으로 보인다.

다섯째, 앱의 간편한 설치, 정보탐색 시간의 절약은 실질적으로 모바일 앱을 사용하는 방문객들이 중요하게 생각하고 있지는 않으나, 만족스럽게 생각하는 부분이다. 현재의 서비스 품질 상태를 잘 유지해야 할 것이다.

여섯째, 몇 가지 서비스 속성에 대하여는 연령에 따라 차이가 있는 것으로 나타났다. 본 연구의 응답자 중 77% 이상은 20대, 30대였지만 실제 축제 방문객은 40대, 50대 이상도 많이 차지한다. 앞으로의 축제정보 모바일 앱은 특정 연령층만 이용하기 보다는 모든 연령대가 쉽고 간편하게 이용할 수 있는 서비스가 되어야 할 것이다. 또한 모바일의 장점을 활용해 위치기반의 정보 제공, 사진이나, 영상 등의 다양한 콘텐츠를 만들어 제공한다면 축제 방문객들이 보다 적극적으로 축제관광을 즐길 수 있을 것이다.

마지막으로 본 연구는 실증분석을 위해 도출한 축제정보 모바일 앱 서비스 속성의 측정항목 이외에도 축제정보 모바일 앱 서비스 속성에 있어서 영향을 미치는 핵심요소가 더 존재할 수 있다는 한계성을 지니고 있다. 본 연구에서 적용된 전통적 IPA는 응답자가 중요도와 만족도를 함께 측정하기 때문에 높은 중요도로 응답하는 항목에 대해 높은 만족도가 나타나는 경향이 나타난다. 이후의 연구에서는 수정된 IPA 기법 등 보다 다양한 분석방법을 활용하여 연구의 신뢰성을 높일 필요가 있다. 앞으로 모바일 관광정보나 축제정보에 대한 많은 연구가 진행된다면 보다 더 세분화된 영향 요인을 분석하기 위한 측정항목을 도출할 수 있을 것이다. 이를 통해 다양한 측정항목을 적용한 연구를 진행한다면 축제정보 모바일 앱 서비스 속성의 품질을 개선하기 위해 적용할 수 있는 보다 유용한 연구 결과를 얻을 수 있을 것이다.

참고문헌

- 강성호 · 강신겸.(2015). 모바일 관광정보서비스속성이 관광목적지 선택과 만족에 미치는 영향. 관광산업연구, 9, 246-266.
- 강영은 · 박미정 · 김은자(2013). 농촌관광 활성화를 위한 모바일 농촌 자원정보 앱(App) 수용태도 및 이용의도 연구. 관광연구, 28(4), 195-216.
- 김대언(2009). 모바일관광정보 속성이 관광자 만족에 미치는 영향: 스마트폰 이용자를 중심으로. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 나종건(2012). 모바일 관광정보서비스 품질이 소비자 행동의도에 미치는 영향: 관광지 친숙도의 조절효과를 중심으로. 한양대학교 대학원 석사학위논문.
- 문화체육관광부(2017). 전국 문화관광축제현황, 2017년 지역축제 개최계획.
- 박수진 · 정봉현(2016). IPA를 활용한 문화관광축제 서비스품질 평가 : 광주 추억의 충장축제를 대상으로. 한국지역개발학회지, 28(2), 131-152
- 신유리(2013). 스마트폰을 이용한 관광정보서비스가 관광지선택 속성에 미치는 영향 : 위치인식성 조절효과를 중심으로. 세종대학교 대학원 석사학위논문.
- 임향아(2016). 단체국외여행상품에서 국외여행인솔자 서비스 속성의 중요도-만족도 분석 (IPA). 세종대학교 관광대학원 석사학위논문.
- 정봉국(2015). 모바일 앱 수준과 환경 분석을 통한 공항 모바일서비스 발전 방안 연구: 인천공항 모바일 앱의 발전 방안을 중심으로. 서울대학교 행정대학원 석사학위논문.
- 정세훈 · 박선민 · 심춘보(2015). 위치 정보기반의 지역 축제 콘텐츠 활성화를 위한 모바일 커머스 및 정보 알림 시스템에 관한 연구. Journal of Korea Multimedia Society Vol, 18(6), 780-791.
- 최자은(2013). 스마트관광의 추진현황 및 향후과제. 한국문화관광연구원.
- 한학진 · 김영미(2010). IPA 분석기법을 적용한 강원지역 MICE 산업 인식과 활성화 방안. 호텔관광연구, 38(단일호), 13-28.
- 황옥선(2016). IPA 를 활용한 도시축제 “원주 다이내믹페스티벌”의 서비스품질 평가 연구. 호텔리조트연구, 15(3), 145-162.
- 진주남강유등축제. 네이버시상식사전. 2017. 5. 22 <https://c11.kr/vht>
- 축제의 연혁. 진주남강유등축제 공식홈페이지. 2017. 05. 22 http://www.yudeung.com/sub_1_3

Hammitt, W. E., Bixler, Noe, D. & Francis, P.(1996). Going beyond important performance analysis to analyze the observance-influence of park

- impact. *Journal of park and Recreation Administration*, 14(1): 45-62.
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-performance analysis. *The journal of marketing*, 77-79.
- Wang, D., & Fesenmaier, D. R. (2013). Transforming the travel experience: The use of smartphones for travel. In *Information and communication technologies in tourism 2013* (pp. 58-69). Springer Berlin Heidelberg.

2020년 01월 06일 원고 접수
2020년 01월 31일 수정본 접수
2020년 01월 31일 최종 수정본 접수 및 게재확정
3인 익명심사 필

항공사 객실승무원 취업준비생의 취업스트레스에 영향을 미치는 요인*

Factors Affecting on the Job-Seeking Stress of Airline Cabin Crew Applicants

이혜원** · 안윤영***

Lee, Hye-Won · Ahn, Yoon-Young

Abstract

The purpose of this study is examining the determinants of the job-seeking stress of airline cabin crews applicants. Based on the prior studies, five factors affecting the job-seeking stress were derived and adopted as independent variable. Five factors are appearance satisfaction, employment preparation behavior, self-efficacy, major satisfaction, and economic difficulties. And three dummy variables are additionally put into the analysis to investigate whether the difference is exists between the high group and low group divided by dummy variables' frequency ratio. Three dummy variables are the number of taking a private educational institute course, the number of job failure experience and the type of airline targeting. It shows that a higher level of satisfaction with appearance, self-efficacy, major and a lower level of economic difficulties contribute to lessening the job-seeking stress. Moreover, the job-seekers who experienced more job failure perceived higher level of job-seeking stress.

주제어 : 취업스트레스(Job-Seeking Stress), 외모만족도(Appearance Satisfaction), 전공만족도(Major Satisfaction)

* 이 논문은 제 1저자의 세종대학교 관광대학원 석사학위논문의 계속연구로 진행한 것임.

** (제 1저자)세종대학교 일반대학원 호텔관광경영학과 박사과정, e-mail: suoo4595@naver.com

*** (교신저자)세종대학교 호텔관광대학 호텔관광경영학과 부교수, e-mail: koala@sejong.ac.kr

I. 서 론

원하는 일자리를 구해 사회로 진출하는 것은 청년층의 생애주기에 있어 앞으로의 삶의 질에 영향을 주는 중요한 요소 중 하나다. 선호되는 한정적인 일자리에 대한 구직활동으로 인한 취업스트레스가 개인을 넘어 사회문제로 대두되고 있다. 최근 고용시장의 악화로 인한 취업난과 실업률의 증가는 대학생들이 직업을 얻는데 필요로 하는 준비기간을 길어지게 하고, 취업포기나 졸업유예 등의 문제가 나타나고 있다(이한샘, 2014). 따라서 대학생의 취업스트레스의 요인을 알고 성공적인 사회진출을 위한 준비를 돕는 것은 매우 중요한 과제라 할 수 있다.

통계청이 전체 실업률과 별도로 15세에서 29세에 해당하는 청년 실업률을 매년 발표하는바, 통계청의 고용동향에 의하면 2018년 9월 기준 청년실업률은 1999년 외환위기(10.7%) 이후 역대 최고치(10.0%)를 보고하였다. 이처럼 우리나라 청년들은 좁은 취업문을 두드리기 위해 학점관리, 자격증 준비 등을 하며 극심한 취업스트레스를 겪고 있다(통계청, 2018). 또한 124명의 4년제 대학을 졸업한 취업준비생을 대상으로 설문 조사를 실시한 결과, 전체 응답자 중 15.3%가 취업스트레스로 자살을 생각해 본적이 있다고 답한 것으로 나타났다. 대학을 졸업하고 취업준비를 하고 있는 취업준비생들 7명 가운데 1명은 취업스트레스 때문에 극단적인 선택을 생각한 적 있다는 것이다. 특히 사회에 첫발을 내딛는 대학생은 학업, 가치관 및 진로 등 다양한 문제에 직면하게 되면서 이에 따른 우울감 등의 심리적 문제를 경험할 확률이 매우 높다(아주경제신문, 2018). 최근 경제 악화, 장기불황과 같은 사회적 문제로 인해 겪게 되는 취업준비생들의 취업난은 미래에 대한 불안감을 높이면서 우울증을 유발하게 하는 바, 취업스트레스 등으로 유발되는 우울감은 학업과 진로선택 등에 부정적인 영향을 주며 더 나아가 자살 등 극단적인 결과의 원인으로 작용할 수 있어 취업스트레스의 효율적인 관리가 매우 중요하다(정의석·노안영, 2001).

이에 본 연구는 항공사 객실승무원을 희망하는 취업 준비생들의 취업스트레스 관리에 도움을 주기 위하여, 취업스트레스에 영향을 미친다고 알려진 외모만족도, 진로결정 자기효능감, 취업준비행동, 전공만족도, 그리고 경제적 어려움 중에서 어떠한 요인이 과연 항공사 객실승무원 취업을 희망하는 학생들의 취업스트레스에 영향을 미치는지에 대해 알아보고자한다. 또한 취업스트레스 결정요인을 규명함에 있어서 취업준비생의 학원수강횟수, 취업실패횟수 그리고 목표하는 항공사에 따른 차이가 존재하는지를 추가로 검증하여 항공사 객실승무원 취업준비생들을 위한 효과적인 취업스트레스 관리방안에 도움이 되는 정보를 제공하는 것이 본 연구의 목적이다.

II. 이론적 배경

1. 취업스트레스

취업스트레스(job-seeking stress)란 ‘미취업스트레스증후군’으로 대학에 진학중인 학생, 졸업예정자 또는 최근에 대학을 졸업한 사람이 취업준비과정에서 주관적으로 경험하는 신체적, 심리적 불안감과 긴장감을 느끼는 상태로 정의할 수 있다(류미화, 2003; 정의석 외, 2001). 한정신 외(1991)의 연구에서는 대학생 2,131명을 대상으로 ‘한국 대학생문제 집단검사’를 개발하였으며, 개발한 검사지를 통해 대학생들이 경험하고 있는 문제영역을 조사하였는바, 취업관련 문제가 가장 시급하고 중요한 사안인 것으로 나타났다. 또한 김봉민(1991)의 연구에서도 대학생의 스트레스 요인을 조사한 결과, 취업 및 진로관련 스트레스가 대학생들에게 가장 큰 스트레스를 유발하는 요인임을 보고하였다.

2. 취업스트레스에 영향을 미치는 선행요인

1) 외모만족도

외모만족도(Appearance Satisfaction)는 얼굴과 몸매에 관련된 겉모습으로 즉 용모에 대한 만족감의 정도를 나타내는 것이다(김균량 외, 2008). 외모에 대한 만족은 시대와 사회가 추구하는 가치에 따라 변화하는 속성을 가지고 있는바, 일반적으로 신체적 모습과 의복을 포함한 체격, 얼굴, 옷, 화장, 체취 등 시각에 감지되는 총체를 의미한다(김미옥, 1995; 성영신, 1997; 조혜란 외, 2007). 즉, 외모만족도는 스스로 생각하는 외모에 대한 자신의 이미지와 타인이 생각하는 자신의 외모에 대한 주관적이고 포괄적인 평가로 볼 수 있다(조혜란 외, 2007). 자신의 용모, 신체 상태에 대한 평가를 통해 형성된 외모만족도는 정신건강에 많은 영향을 준다. 특히 자신이 원하는 외모에 도달하지 못할 경우 자아 존중감이 낮아지게 되고, 심리적 불안감과 스트레스, 우울증과 같은 정신적 건강문제의 원인이 될 수 있다. 청소년을 대상으로 하는 연구에서는 신체적 조건에 대해 불만족할 때, 정신적 스트레스가 높았으며 외모에 대한 만족도는 우울감이나 불안감과 상관관계가 있었다. 즉 외모만족도가 청소년의 심리건강 및 스트레스에 중요한 요인으로 작용할 수 있다(한준상 외, 2000).

2) 취업준비행동

이제경·김동일(2004)의 연구에서 취업준비행동이란 자신이 원하는 직업을 갖거나 기업에 취업하기 위해 행동하는 일련의 준비과정으로 보았다. 직업탐색행동보다는 취업행동은 포괄적인 개념이며, 직업탐색활동과 진로준비행동의 중간적인 개념이라 정의하였다. 임연경(2017)은 취업준비가 부족하다고 지각하는 취업준비생일수록, 취업에 대한 부담감과 불확실성을 느끼므로 취업스트레스에 영향을 미친다고 하였다. 즉, 취업조건을 충족시키기 위해 갖추어야 할 다양한 자격조건, 학점관리, 자격증 취득, 진로와 취업 결정에 대한 동기 및 탐색 행위 등 취업준비생들의 취업준비행동이 부족하다고 지각할수록 취업스트레스가 증가하고 있음을 의미한다.

3) 진로결정 자기효능감

진로결정 자기효능감은 개인이 자신의 진로에 대해 목표를 성취 할 수 있다고 생각하는 신념으로 정의할 수 있다. 대학생으로 국한하면, 전공을 선택하거나 직업을 선택하는 등 진로를 결정하기 위한 행동을 성공적으로 수행할 수 있는 본인의 능력에 관한 인지수준을 의미한다(이현주, 2000). 진로결정 자기효능감은 진로를 결정하는데 매우 중요한 영향을 미치며, 진로결정의 과정에서 높은 진로결정 자기효능감을 가진 개인은 진로와 관련된 계획을 수립하고 이러한 수행을 성공적으로 완수할 가능성이 높다. 이종찬(2013)은 진로결정 자기효능감은 개인의 미래 삶을 결정하고 이끌어 가는데 작용하는 긍정적인 심리적 기제이며, 미래를 위한 진로를 결정을 위한 필수적 자격요건이라 하였다. 특히 대학생들이 치열한 취업전선에 뛰어들기 전, 자신의 진로에 대한 자신감 즉, 건강한 진로결정 자기효능감이 풍부할수록 스스로의 행동을 자주적이고 긍정적으로 이끌어 내서 목표에 적합하고 효율적인 진로 및 취업행동을 할 수 있다(이종찬, 2013). 따라서 진로결정 자기효능감이 부족할수록 성공적인 취업을 위한 준비행위가 미흡하게 되어 궁극적으로는 취업스트레스에 부정적인 영향을 미칠 것으로 기대된다(고영희·박윤희, 2018).

4) 전공만족도

전공만족도는 개인이 선택한 전공에 대한 전반적인 만족이다. 만족은 주관적 안녕(subjective well-being) 개념과 밀접한 관련이 있으며, Diener(2000)는 특정 대상에 대한 만족을 개인 스스로의 평가라고 규정하였으며, 정서적인 평가뿐만 아니라 인지

적인 평가까지 진행되어 전반적인 만족개념으로 의미가 확대되었다. 전반적인 삶의 만족은 일, 가정, 여가활동, 사회적 관계 등의 다양한 요소가 복합적으로 반영되어 결정되는 것이지만 성인의 전반적인 삶의 만족에 가장 큰 영향을 미치는 요소는 바로 직장 및 직업과 관련한 만족이다(Pavot & Diener., 2004). 따라서 특정 직장과의 직업을 결정하는데 영향을 미친다고 알려져 있는 전공만족에 대한 중요성이 대두되었다.

전공만족도와 취업스트레스 간의 관계를 검증하는 선행연구에 의하면 전공만족도는 취업스트레스에 유의한 음(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 전공만족도가 높아지면 취업스트레스 감소로 연결되었으며, 전공만족도가 높을수록 진로 결정 수준 역시 안정된 모습을 보임으로써 취업스트레스가 함께 감소하는 경향을 보였다(김치성, 2012).

5) 경제적 어려움

Conger et al.(1999)은 청소년을 대상으로 본인이 경제적 어려움을 경험하게 되면, 통제감이 저하되고 우울과 불안과 같은 내적 문제가 나타남을 예측하였다. Lempers et al.(1989) 역시 청소년이 경제적 어려움을 겪게 되면 우울증과 같은 정서적 문제로 나타나서 스트레스에 유의한 영향을 미친다고 보았다. 청소년이 느끼는 경제적 어려움 수준이 높을수록 학교생활 만족도가 낮아지고 학교적응에 어려움을 겪으면서 진로준비행동 수준 역시 감소하므로 취업스트레스에 영향을 미치는 원인변수로 기대될 수 있다(김수지·이정자, 2013; 김진주·권현용, 2015).

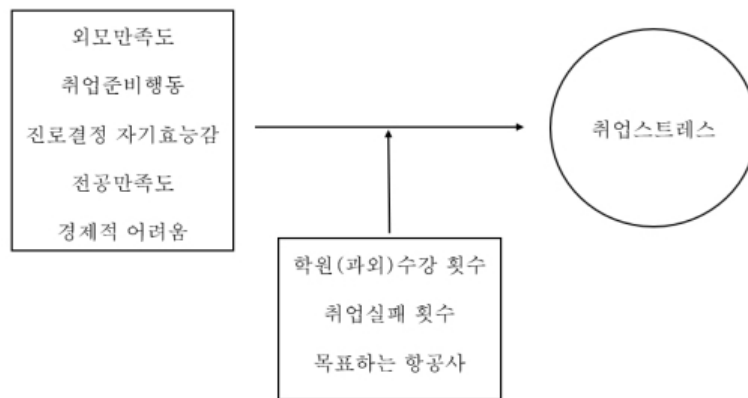
본 연구에서는 지금까지 선행연구들에서 취업스트레스에 영향을 미칠 것으로 기대되는 외모만족도, 취업준비행동, 진로결정 자기효능감, 전공만족도 및 경제적 어려움이 과연 항공사 객실승무원 취업 준비생들에게도 유의한 원인변수로서 작용하고 있는지를 탐색적으로 검증해보고자 한다. 또한, 이러한 영향관계에 있어서 학원수강횟수, 취업실패횟수 및 목표항공사에 따라 유의한 차이를 보일 것으로 기대되어 조절변수로 투입하여 조절효과를 검증하고자 한다. 학원수강횟수가 전무하고 취업실패횟수가 많고 목표항공사가 대형항공사인 경우 항공사 취업준비생이 지각하는 취업스트레스 수준은 반대의 경우보다 높게 형성될 것으로 기대되었기 때문이다.

Ⅲ. 연구 설계

1. 연구모형 및 가설

1) 연구모형

본 연구는 항공사 객실승무원 취업준비생의 취업스트레스에 영향을 미치는 선행 요인들을 탐색해보고 각 요인들이 취업스트레스에 어떠한 역할을 수행하는지 규명하기 위하여 다음 <그림 3-1>와 같은 다중회귀분석 연구모형을 설정하였다. 취업스트레스가 종속변수이며, 선행요인들로 분류된 5가지 변수들(외모만족도, 취업준비행동, 진로결정 자기효능감, 전공만족도, 경제적 어려움)이 독립변수이다. 한편, 조절효과가 기대되는 학원수강 횟수, 취업실패 횟수 및 목표하는 항공사를 조절변수로 설정하여 다중회귀분석에 투입하였다.



<그림 1> 연구모형

2) 연구 가설

이론적 배경에서 언급한 논거에 기초하여 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

- H1. 항공사 객실승무원 취업준비생들의 외모만족도, 취업준비행동, 진로결정 자기효능감, 전공만족도, 경제적 어려움은 취업스트레스에 유의한 영향을 미칠 것이다.

- H1-1. 항공사 객실승무원 취업준비생들의 외모만족도는 취업스트레스에 유의한 음(-)의 영향을 미칠 것이다.
- H1-2. 항공사 객실승무원 취업준비생들의 취업준비행동은 취업스트레스에 유의한 음(-)의 영향을 미칠 것이다.
- H1-3. 항공사 객실승무원 취업준비생들의 진로결정 자기효능감은 취업스트레스에 유의한 음(-)의 영향을 미칠 것이다.
- H1-4. 항공사 객실승무원 취업준비생들의 전공만족도는 취업스트레스에 유의한 음(-)의 영향을 미칠 것이다.
- H1-5. 항공사 객실승무원 취업준비생들의 경제적 어려움은 취업스트레스에 유의한 양(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2. 항공사 객실승무원 취업준비생들의 학원수강횟수, 취업실패횟수 및 목표하는 항공사에 따라 취업스트레스에 미치는 영향은 유의한 차이를 보일 것이다.

2. 조사 설계

1) 표본 설계

본 연구의 표본 집단은 서울소재 국내외 항공사 취업전문 학원에서 수강중인 취업준비생을 대상으로, 조사대상자가 직접 설문지에 기입하는 자기기입식 설문조사 방법으로 실시하였다. 설문지는 2019년 3월 10일부터 2019년 4월 10일 동안 항공사 객실승무원을 희망하는 취업준비생들에게 총 232부를 배포하였으며, 결측치 혹은 불성실 응답이 되지 않도록 연구자가 응답자들에게 사은품을 제공함과 동시에 성실한 응답을 독려하였으며, 회수시점에 최종적으로 유효한 설문응답인지를 확인하는 절차를 수행하였다. 이에 배포한 232부가 모두 최종 유효 표본으로 분석에 투입될 수 있었다.

〈표 1〉 표본설계

구 분	내 용
조사대상	국내외 항공사 객실승무원 취업을 준비하는 취업준비생
조사기간	2019년 3월 9일 ~ 4월 10일
표본 크기	총 배포 설문지 및 유효표본 232부

2) 설문지 구성

본 연구에 사용된 설문지의 측정항목 및 문항들은 다음 <표 2>와 같다.

외모만족도 5문항, 취업준비행동 6문항, 진로결정 자기효능감 5문항, 전공만족도 4문항, 경제적 어려움 5문항, 개인적 특성 3문항의 총 6부문, 28문항으로 구성하였다. 설문지의 구성은 <표 2>와 같다. 한편 외모만족도 5문항에 대한 응답결과는 추후 역 코딩(de-coding)을 하여 분석에 투입하였다. 지면관계상 생략한 종속변수인 취업 스트레스는 “졸업 후 취직을 못할 것 같아 걱정하였다”, “대학을 졸업하더라도 가족들의 기대만큼 취업하지 못할 것 같아 고민하였다” 등의 8개 문항으로 측정하였다.

<표 2> 측정항목 및 문항소개

측정항목 (출처)	문항
외모 만족도 (조혜란 외, 2007)	내 외모(얼굴, 키, 몸매)는 내 마음에 들지 않는 부분이 많다.
	나는 외모(얼굴, 키, 몸매) 때문에 남들 앞에 자신 있게 나서지 못한다.
	나는 나의 외모(얼굴, 키, 몸매)에 만족하지 않고 있다.
	나는 내 외모(얼굴, 키, 몸매) 때문에 부끄러울 때가 있다.
	나는 외모(얼굴, 키, 몸매) 때문에 자신감이 없다.
취업준비 행동 (임연경, 2017)	나는 취업에 도움이 되기 위해 학점관리를 열심히 하고 있다.
	나는 취업에 도움이 되는 교과목 또는 전공 관련 특강 등을 수강하고 있다.
	나는 취업에 도움이 되는 자격증 취득준비를 하고 있다.
	나는 취업에 도움이 되는 어학(외국어)공부를 하고 있다.
	나는 취업에 도움이 되는 구체적인 경력(인턴, 자원봉사 등)을 쌓고 있다.
진로결정 자기 효능감 (이종찬, 2013)	나는 나의 목표를 이루기 위해 앞으로 5년간의 계획을 세울 수 있다
	나는 내가 선택한 진로를 성공적으로 완료하기 위한 계획을 세울 수 있다.
	나는 좌절을 겪더라도 취업과 관련한 노력을 계속 할 것이다.
	나는 내가 원하는 진로가 무엇인지 결정 할 수 있다.
	나는 내가 선택한 진로에 대하여 확신할 수 있을 것이다.

전공만족도 (김치성, 2012)	내 전공의 교과내용에 흥미를 느낀다.
	내 전공에서 배우는 교과목이 나와 잘 맞다.
	내 전공에 대해서 전반적으로 만족한다.
	나는 내 전공에서 무언가 가치가 있는 것을 배우고 있다고 느낀다.
경제적 어려움 (김진주·권 현용, 2015)	우리 집에 돈이 없어서 돈을 많이 벌 수 있는 직업을 선택해야만 한다.
	가정형편이 좋지 않아서 원하는 직업을 갖지 못할 것이다.
	내가 원하는 직업을 갖기 위해서는 돈이 많이 들어 고민이 된다.
	취업을 생각하면 돈 걱정이 앞선다.
인구 통계적 특성	학비가 부족해 휴학을 하거나 학자금 대출을 받은 적이 있다.
	성별, 연령, 전공분야, 학원수강 횟수, 취업실패 횟수, 목표로 하고 있는 항공사

IV. 결과분석

1. 응답자의 일반적 특성

본 연구의 대상자인 항공사 객실승무원 취업준비생 232명의 일반적 특성을 살펴 보면 성별은 남성이 24명(10.3%), 여성이 208명(89.7%)으로 나타났다. 연령의 경우 20-25세가 124명(53.4%)로 가장 많았으며, 26-30세 87명(37.5%), 31-35세 21명(9.1%) 순으로 나타났다. 전공의 경우 인문·어문계열이 102명(44.0%)로 가장 많게 나타났다. 학원(과외) 수강 횟수의 경우 1-3회 미만 123명(53.0%), 3회 이상 81명(34.9%), 없음 28명(12.1%)으로 나타났다. 취업실패 횟수의 경우 없음 82명(35.3%), 3회 이상 79명(34.1%), 1-3회 미만 71명(30.6%)으로 나타났다. 목표하는 항공사의 경우 국내 대형항공사가 142명(61.2%)으로 가장 많았으며, 외국 대형항공사 70명(30.2%), 국내 저비용항공사 20명(8.6%)으로 나타났다.

2. 연구과제 검증을 위한 분석

본 연구에서는 측정도구의 타당성 중 구성개념 타당성을 확보하기 위한 절차로 먼저 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다. 요인 수의 결정은 정보의 손실을 최대

한 줄이면서 가능한 많은 수의 변수들을 가장 적은 수의 요인으로 줄이는데 그 목적이 있는 주성분 분석 방법 및 Varimax 회전 방법을 사용하였다. 요인분석을 통하여 고유값이 1.0 이상인 공통요인을 추출하였으며, 최종 문항의 선택에 있어 요인적재량 기준은 0.4 이상의 변수들로 추출하였다. 요인분석을 실행하기에 앞서 기초 사전 검정으로 전체 문항의 상관행렬을 살펴보았으며 모두 0.3 이상으로 변별력에 문제가 없는 것으로 나타나 요인분석을 실시하였다. 본 연구에서 사용된 이론적 측정 변수들의 내용 신뢰성 확인을 위해 신뢰도 분석을 실시하였다. 변수들의 신뢰성 검증은 Cronbach's Alpha 계수에 의해 평가하였다. Cronbach's Alpha 계수가 0.6 이상일 때 신뢰성 있는 측정도구의 구성이 이루어졌다고 판단한다.

1) 취업스트레스 선행요인들에 대한 요인분석 및 신뢰도분석

취업스트레스 선행요인들에 관해 요인분석을 실시한 결과, KMO 값은 0.787로 좋은 수준으로 나타났으며 Bartlett's χ^2 역시 3219.996 ($p < .001$)로 유의하게 나타나 요인분석을 위한 측정도구로써 타당함을 알 수 있었다. <표 3>과 같이 총 5개 요인이 추출되었으며, 요인 1을 외모만족, 요인 2를 진로결정 자기효능감, 요인 3을 전공만족도, 요인 4를 경제적 어려움, 요인 5를 취업준비행동으로 명명하였다. 이에 본 연구는 모든 요인별 설문문항의 평균값을 측정하여 독립변수로 분석에 투입하였다. 취업스트레스 선행요인들에 대한 요인분석 결과는 <표 3>과 같다.

〈표 3〉 취업스트레스 선행요인들에 대한 요인분석 및 신뢰도분석 결과

요인명 (Cronbach's alpha)	문항	요인 적재량	분산 설명력
외모 만족도 (0.927)	나는 나의 외모(얼굴, 키, 몸매)에 만족하지 않고 있다.	0.875	16.081
	나는 외모(얼굴, 키, 몸매) 때문에 자신감이 없다.	0.871	
	나는 내 외모(얼굴, 키, 몸매) 때문에 부끄러울 때가 있다.	0.864	
	나는 외모(얼굴, 키, 몸매) 때문에 남들 앞에 자신 있게 나서지 못한다.	0.863	
	내 외모(얼굴, 키, 몸매)는 내 마음에 들지 않는 부분이 많다.	0.851	
진로 결정 자기 효능감 (0.871)	나는 내가 원하는 진로가 무엇인지 결정 할 수 있다.	0.847	13.462
	나는 내가 선택한 진로를 성공적으로 완료하기 위한 계획을 세울 수 있을 것이다.	0.843	
	나는 나의 목표를 이루기 위해 앞으로 5년간의 계획을 세울 수 있다	0.809	
	나는 내가 선택한 진로에 대하여 확신할 수 있을 것이다.	0.781	
	나는 좌절을 겪더라도 취업과 관련한 노력을 계속 할 것이다.	0.758	

전공 만족도 (0.910)	내 전공에서 배우는 교과목이 나와 잘 맞다.	0.898	13.383
	내 전공에 대해서 전반적으로 만족한다.	0.882	
	내 전공의 교과내용에 흥미를 느낀다.	0.874	
경제적 어려움 (0.767)	나는 내 전공에서 무언가 가치가 있는 것을 배우고 있다고 느낀다.	0.804	10.716
	우리 집에 돈이 없어서 돈을 많이 벌 수 있는 직업을 선택해야만 한다.	0.776	
	취업을 생각하면 돈 걱정이 앞선다	0.753	
	가정형편이 좋지 않아서 원하는 직업을 갖지 못할 것이다	0.712	
	내가 원하는 직업을 갖기 위해서는 돈이 많이 들어 고민이 된다.	0.685	
취업 준비 행동 (0.669)	학비가 부족해 휴학을 하거나 학자금 대출을 받은 적이 있다.	0.641	9.526
	나는 취업에 도움이 되는 자격증 취득준비를 하고 있다.	0.721	
	나는 취업에 도움이 되는 어학(외국어)공부를 하고 있다.	0.669	
	나는 취업에 도움이 되기 위해 학점관리를 열심히 하고 있다.	0.578	
	나는 취업에 도움이 되는 교과목 또는 전공 관련 특강 등을 수강하고 있다.	0.578	
	나는 취업에 도움이 되는 구체적인 경력(국, 내외 인턴, 자원봉사 등)을 쌓고 있다.	0.519	
	나는 취업에 도움이 되는 면접훈련 및 자기소개서 작성 연습 등을 하고 있다.	0.498	
총분산설명력 KMO=.787, Bartlett's $\chi^2=3219.996$ (p<.001)			

한편 지면관계상 생략하였으나 취업스트레스 8개 문항에 대한 요인분석 결과, 8개 문항 모두 1개의 요인으로 묶였으며 총 분산설명력은 71.352%, 크론바흐 알파값은 0.752를 보고하여 취업스트레스 문항들에 대한 타당도와 신뢰도는 높은 수준임을 알 수 있었다.

2) 가설 검증을 위한 분석

가설검증을 위한 다중회귀분석을 실시하기 전, 변수들 간에 상관관계 분석을 실시하였다. 그 결과, <표 4>에서 보는 바와 같이 외모만족도, 진로결정 자기효능감, 전공만족도, 경제적 어려움, 취업준비행동과 취업스트레스와의 관계에 대해 살펴보면 외모만족도, 진로결정 자기효능감, 전공만족도 및 취업준비행동은 모두 취업스트레스와 1% 수준에서 유의한 음의 상관관계를 보였다. 한편, 경제적 어려움은 취업스트레스와 1% 수준에서 유의한 양(+)의 상관관계를 보였다. 이는 항공사 객실승무원 취업준비생들이 외모 및 전공에 만족할수록, 진로결정 자기효능감이 충분하고 경제적 어려움이 높지 않을수록, 취업준비행동을 충실히 수행할수록 낮은 수준의 취업스트레스를 보고할 것으로 기대되는 변수들 간의 상관관계이다.

〈표 4〉 외모만족도, 자기효능감, 전공만족도, 경제적 어려움, 취업준비행동과
취업스트레스 간의 상관관계

	1	2	3	4	5	6
	r (p)	r (p)	r (p)	r (p)	r (p)	r (p)
1. 외모만족도	1					
2. 진로결정 자기효능감	.096 (.143)	1				
3. 전공만족도	.018 (.788)	.188** (.004)	1			
4. 경제적 어려움	-.309** (<.001)	-.093 (.160)	-.134* (.042)	1		
5. 취업준비행동	.105 (.111)	.171** (.009)	.330** (<.001)	-.087 (.188)	1	
6. 취업스트레스	-.328** (<.001)	-.245** (<.001)	-.289** (<.001)	.335** (<.001)	-.237** (<.001)	1

*: $p < .05$ **: $p < .01$

취업스트레스에 영향을 미칠 것으로 기대되는 선행변수들인 외모만족도, 취업준비행동, 진로결정 자기효능감, 전공만족도, 경제적 어려움을 독립변수로 취업스트레스를 종속변수로 설정한 다중회귀분석 결과는 다음 <표 5>와 같다. 회귀분석 전에 오차항의 정규성, 등분산성을 파악하였다. 표준화 잔차 히스토그램 등을 통해 오차항의 정규성이 만족함을 확인하였고 표준화 잔차 산점도를 통해 등분산성이 충족됨을 확인하였다. VIF 값은 모두 2미만의 값을 보고하여 독립변수들 간의 다중공선성 문제도 심각한 수준이 아니었다. 다중회귀분석 결과, 외모만족도, 진로결정 자기효능감 및 전공만족도는 취업스트레스에 유의한 음(-)의 회귀계수를 보고하였다. 이는 주관적인 외모만족도가 높을수록, 진로결정 자기효능감이 높을수록, 전공만족도가 높을수록 취업스트레스가 감소하고 있음을 의미한다. 한편, 경제적 어려움은 1% 수준에서 취업스트레스에 유의한 양(+)의 회귀계수를 보고하여 취업준비생들이 겪는 경제적 부담은 취업스트레스 증가를 유발하고 있음을 알 수 있었다. 하지만 취업준비행동은 취업스트레스에 비유의적인 영향을 미치고 있다. 독립변수들의 취업스트

레스에 대한 총 설명력은 약 26.5%로 나타났다. 이와 같은 결과에 비추어볼 때, 항공사 취업준비생들을 대상으로 교육을 실시하는 대학 및 교육기관 담당자들에게 시사하는 바가 크다 하겠다. 취업스트레스를 완화하기 위하여 취업준비생들의 다양한 개별전공에 대한 만족도 및 주관적인 외모만족도가 고양될 수 있도록 주기적인 면담 및 교육프로그램을 운영할 필요가 있다. 또한 진로결정 자기효능감이 제고될 수 있도록 멘토링 기법을 실시하거나 진로결정에 도움이 되는 취업관련 정보 등을 체계적으로 제공해줄 필요가 있다. 또한 경제적 어려움을 겪는 경우 취업스트레스가 증가하므로 다양한 장학금 제도 또는 유예납부 및 분할상환 등 다양한 학자금 지원 제도를 운영하는 것도 도움이 될 것이다.

〈표 5〉 Model 1: 취업스트레스에 영향을 미치는 선행요인들에 대한 다중회귀분석

	Model 1				VIF
	비표준화 계수		표준화 계수	t	
	B	표준오차 (SE)	β		
(상수)	4.620	.369		12.514**	
외모만족도	-.170	.044	-.233	-3.854**	1.122
취업준비행동	-.117	.068	-.105	-1.723	1.148
진로결정 자기효능감	-.145	.057	-.148	-2.523*	1.060
전공만족도	-.135	.043	-.193	-3.143**	1.162
경제적 어려움	.180	.051	.214	3.535**	1.128
$R^2(adj\ R^2)=.265(.249)$, $F=16.288(p<.01)$					

*: $p < .05$ **: $p < .01$

학원(과외)수강횟수, 취업실패횟수, 목표항공사 더미변수를 모형에 추가하여 다중회귀분석을 추가로 실시한 결과는 <표 6>과 같다. 학원(과외)수강횟수와 취업실패횟수는 3회 이상인 경우 1의 값을, 3회 미만인 경우 0의 값으로 변환하여 투입하였다. 한편, 목표항공사는 대형 항공사인 경우 1의 값을, 그 외 항공사는 0의 값으로 변환하여 분석에 투입하였다. 분석결과, 취업스트레스에 영향을 미치는 방향 및 유의수준은 <표 6>의 결과와 대동소이한 모습을 보였다. 추가로 투입된 더미변수 중

취업실패횟수만이 취업스트레스에 5% 수준에서 유의한 양(+)의 영향을 미치고 있었다. 이는 취업실패횟수가 많은 취업준비생일수록 독립변수들이 취업스트레스에 미치는 영향이 더 높게 나타나고 있음을 의미한다. 한편 학원수강횟수 및 목표항공사 유형별로는 취업스트레스에 미치는 영향관계는 유의한 차이를 보고하지 않고 있음을 알 수 있다. 따라서 취업실패횟수가 많은 취업준비생들을 대상으로 특별한 관심과 집중 관리가 필요함을 제시하는 분석결과이다.

〈표 6〉 Model 2: 조절변수까지 포함하여 취업스트레스에 영향을 미치는 선행요인들에 대한 다중회귀분석

	Model 2				VIF
	비표준화 계수		표준화 계수	t	
	B	표준오차 (SE)	β		
(상수)	4.500	.413		10.909**	
외모만족	-.173	.044	-.237	-3.922**	1.128
취업준비행동	-.110	.068	-.099	-1.617	1.151
진로결정 자기효능감	-.150	.057	-.153	-2.612*	1.064
전공만족도	-.132	.043	-.190	-3.065**	1.185
경제적 어려움	.166	.051	.198	3.239**	1.150
학원(과외)수강횟수	-.016	.059	-.016	-.276	1.037
취업실패횟수	.092	.047	.117	1.981*	1.068
목표항공사터미	.004	.079	.003	.056	1.051
$R^2(adj\ R^2)=.278(.252)$, F=10.719(<.01)					

*: $p < .05$ **: $p < .01$

V. 결론 및 제언

1. 연구 결과 요약 및 시사점

본 연구는 항공사 객실승무원 취업을 준비하는 취업준비생을 대상으로 외모만족도, 진로결정 자기효능감, 전공만족도, 경제적 어려움, 취업준비행동이 취업스트레스에 어떠한 영향을 미치는지를 검증하였다. 항공사 객실 승무원 취업을 경쟁률과 불합격율이 높아지는 가운데(임연경, 2017; 정민주·박인혜, 2015), 본 연구의 결과는 항공사 취업준비생의 취업스트레스 유발요인을 효과적으로 이해하고, 취업준비생들의 교육을 담당하고 있는 대학교 및 학원 담당자에게 취업준비생들에 대한 교육관리 방안에 있어서 해안을 제공하였다는데 의의가 있다 하겠다.

본 연구 결과 외모만족도, 진로결정 자기효능감 및 전공만족도가 높아지면 취업스트레스가 낮아진다고 보고되었다. 이러한 이유로는 외모만족도, 진로결정 자기효능감 및 전공만족도가 높은 취업준비생일수록 자존감이 높게 형성되어 취업의 성공과 실패와 관련한 미래불확실성으로 야기되는 취업스트레스 인식수준이 낮게 형성된 것으로 해석이 가능하다. 특히 주목할 부분은 취업준비생의 취업스트레스가 고조되고 면접의 중요성이 대두되면서 남녀 지원자를 불문하고 취업 준비를 위한 외모관리, 면접을 위한 외적인 이미지 형성 등에 노력하고 있다(조미경 등, 2013). 실제로 항공사 채용 면접에서 면접관들은 항공분야의 업무에 필요한 전문지식은 채용 후 충분히 개발 시킬 수 있다고 판단하기 때문에 면접에서 가장 중요도가 낮은 부분이라 밝히고 있으며, 지원자의 첫인상, 언어표현력 등 외적 측면을 면접에서 가장 중요한 요소로 고려하고 있다(이동희 2014). 이러한 취업환경을 반영하듯 외모만족도를 높게 지각하는 객실승무원 취업준비생일수록 취업스트레스가 낮게 나타나는 것은 간호사를 대상으로 진행된 최숙희(2019)와 유사한 연구결과를 보고한 것은 흥미로운 발견이라 할 수 있다. 이러한 항공사의 외모중시 풍조는 취업준비생들의 헤어관리 및 메이크업 관리 등 외적용모를 관리하기 위한 다양한 지출을 추가로 요구하기 때문에 경제적 부담이 가중되고 있다. 이와 같은 경제적 부담은 학원수강료 이외의 추가적인 지출로서 타인보다 외적용모 관리가 부담이 될 수 있는 경제적 어려움을 지각하게 되면 취업스트레스 증가로 연결이 되었다고 볼 수 있다(김병숙 등, 2009). 또한 취업스트레스의 선행변수들 영향력은 취업실패 경험이 많은 취업준비생일수록 높게 보고되었다. 반복적인 취업실패는 자아존중감에 부정적인 영향을 끼치며 과거에 투입한 금전적, 시간적인 낭비도 취업준비생의 스트레스를 높이는데 주요 원인

이 되고 있음을 의미한다. 또한 객실승무원은 채용시험 응모의 기회가 한정적이기 때문에 경쟁률이 매우 높은 상황에서 지속적인 탈락은 취업준비생에게 엄청난 취업 스트레스를 야기할 수 있다(정민주·박인혜, 2014).

본 연구를 통해 밝혀진 객실승무원 취업준비생들의 취업스트레스에 영향을 미치는 선행요인들의 체계적인 관리를 위한 교육이나 지원프로그램을 진지하게 모색할 때이며, 취업실패를 경험한 취업준비생들에 대한 사후 관리 프로그램이 더욱 절실히 요구된다 하겠다.

2. 한계점 및 후속 연구에 대한 제안

본 연구의 한계점 및 후속연구에 대한 제안은 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서 시도하지는 않았으나, 항공사 객실승무원 취업 결정요인에 대한 후속연구를 통해, 항공사 객실승무원 취업에 영향을 미치는 결정요인들을 밝혀낸다면 본 연구에서 고려하지 않은 또 다른 취업스트레스에 영향을 미칠 것으로 기대되는 다양한 잠재적 변수들을 대상으로도 후속연구가 진행될 수 있다. 따라서 본 연구결과를 일반화하기 위해서는 객실승무원 취업준비생의 취업스트레스에 영향을 미칠 것으로 기대되는 다른 변수들을 추가하여 이에 대한 검증을 실시할 필요가 있다 하겠다. 둘째, 항공업 객실승무원의 독특한 성별 비중 때문에, 본 연구에서도 표본 대상에서 남성의 수가 여성의 수보다 현저하게 적었다. 표본 수가 많지 않은 관계로 남성 승무원들도 전체 유효 표본에 포함을 하였으나, 추후 연구에서는 남성승무원과 여성승무원을 구분하여 대응표본 집단 간 차이분석을 수행하는 작업도 흥미로울 것으로 기대된다. 마지막으로 항공사 객실승무원 취업은 대형항공사가 저비용항공사보다 진입장벽이 더 높을 것으로 기대되는바, 후속연구에서는 대형항공사 취업을 목표로 하는 표본과 저비용항공사 취업을 목표로 하는 표본 간의 취업스트레스 지각 수준 및 이에 영향을 미치는 선행요인들의 집단 간 차이분석을 수행하는 것도 의미가 있을 것으로 사료된다. 이러한 한계점에도 불구하고 본 연구는 항공사 객실승무원 취업준비생들을 대상으로 취업스트레스에 영향을 미치는 요인이 무엇인지를 실증적으로 분석하여 교육기관 담당자에게 실무적으로 유용한 정보를 제공하였다는데 의의가 있다 하겠다.

참고 문헌

- 고영희·박윤희(2018). 대학 고학년생의 진로결정 자기효능감과 진로성숙도가 취업스트레스에 미치는 영향, 디지털 융복합연구, 16(1), 73-83.
- 김병숙·김보인·이보비(2009). 대학생의 취업준비비용 지출의지 및 정도와 구직 효능감 분석, 진로교육연구 22(4), 39-61.
- 김수지·이정자(2013). 진로장벽, 진로결정 자기효능감이 진로준비행동에 미치는 영향. 재활심리연구, 20(1), 119-136.
- 김영진·임연우(2017). 취업준비 과정에서 승무원 이미지와 취업결정과의 관계, 한국 산학기술학회 논문지, 18(2), 681-688
- 김진주·권현용(2015). 고등학생의 진로장벽, 진로자기효능감과 학교적응간의 관계분석. 동서정신과학, 18(1), 67-82.
- 김치성(2012). 졸업예정자의 직업가치, 전공만족도, 공인자격이 취업스트레스에 미치는 영향. 한양대학교 교육대학원석사학위논문.
- 유미정·최애경(2008). 진로장벽, 진로결정 자기효능감이 진로준비행동에 미치는 영향에 관한 연구-전문대학 비서학 전공생을 중심으로. 상업교육연구, 19, 129-153.
- 이동희(2014). 항공사 객실승무원 채용 및 선발에 관한 델파이 연구, 한국외식관광경영학회 23(6), 77-94
- 이제경·김동일(2004). 한국대학생의 취업준비행동과 발달적 특성.
- 이종찬(2013). 대학생의 진로결정 자기효능감에 관한 이론적 고찰 및 연구성과의 비교분석. 취업진로연구, 3(1), 49-66.
- 이현주. (2000). 대학생의 진로결정 수준에 따른 인지양식 차이. 교육학연구, 38, 235-257.
- 이한샘(2014). 대학생이 인식하는 주요 발달과업과 대학생의 적응에 대한 연구. 연세대학교 대학원 박사학위논문.
- 이현주(2000). 대학생의 진로결정 수준에 따른 인지양식 차이. 교육학연구, 38, 235-257.
- 임연경(2017). 외모만족도, 자존감, 취업준비도가 취업스트레스에 미치는 영향. 세종대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 정민주·박인혜(2015). 항공서비스 전공 대학생의 전공만족도가 진로준비행동에 미치는 영향에 관한 연구. 관광레저연구, 27(1), 213-232.
- 정의석·노안영(2001). 대학생의 취업스트레스와 우울증, 자아존중감 및 신체건강과의 관계 연구. 전남대학교 학생생활연구, 33, 85-101.
- 조미경·최은지·이지원·이유나·채지영(2013). 대학생의 성별에 따른 외모와 취업 스

- 트레스 및 취업불안과의 관계. *Perspectives in Nursing Science*, 10(2), 141-150.
- 주영주·김동심(2014). 특성화고교생의 경제적 스트레스, 학교소속감, 진로결정자기효능감, 진로성숙도, 학교만족도의 관계규명. *교육과학연구*, 45(1),
- 최숙희 (2019) 간호대학생의 자아탄력성, 외모만족도, 진로동기가 취업스트레스에 미치는 영향, *한국산학기술학회 논문지* 20(3), 386-393
- 아주경제신문, (2018. 05. 20). ‘취준생 우울증에 자살 생각까지 인문·사회 전공, 학자금 대출자 더 심각’
- Lempers, D., Clark, D., & Simons, L. (1989). Economic hardship, parenting, and distress in adolescence. *Child development*, 25-39.
- Conger, D., Conger, J., Matthews, S., & Elder, H. (1999). Pathways of economic influence on adolescent adjustment. *American Journal of Community Psychology*, 27(4), 519-541.
- Diener, E., & Lucas, E. (2000). Personality and Subjective Well-Being Across the Life Span. In *Temperament and Personality Development Across the Life Span*. Psychology Press.
- Pavot, W., & Diener, E. (2004). The subjective evaluation of well-being in adulthood: Findings and implications. *Aging International*, 29 (2), 113-135.

2020년 01월 01일 원고 접수
2020년 01월 24일 수정본 접수
2020년 01월 24일 최종 수정본 접수 및 게재확정
3인 익명심사 필

관광산업연구소 개요

관광산업연구소는 연구소의 설립목적을 구현하기 위해, 1975년 9월 세종대학교 학칙 제3조에 근거해서 설립되었다. 설립후 연구소는 1984년 호텔관광경영연구를 발간하기 시작해서 2019년 현재까지 36집 연구논문을 발간해왔으며, 호텔·관광분야에 있어서 각종 프로젝트를 수행해 왔고, 또한 관련 분야의 다양한 세미나를 개최하고 있다.

『호텔관광경영연구』 연구논문집 발행·투고 기준에 관한 통합규정

1989년 12월 1일 제정, 2006년 9월 1일 개정, 2007년 2월 1일 개정
 2007년 8월 1일 개정, 2009년 10월 1일 개정, 2011년 2월 1일 개정
 2011년 12월 16일 7차 개정

I. 『호텔관광경영연구』 연구논문집 발행규정

제1조(목적)

이 규정은 세종대학교(이하“본교”라 한다)관광산업연구소 호텔관광경영연구 간행에 관한 사항을 규정함을 목적으로 한다.

제2조(명칭 및 종류)

본 연구논문집의 명칭은 ‘호텔관광경영연구’(Journal of Hotel and Tourism Management)며, 연구 논문집의 종류는 관광·레저·호텔관련 논문 총서로 규정한다.

제3조(주관부서)

본 연구소 연구논문집 편집은 연구소장과 편집위원회 주관하에 한다.

제4조(발행일)

본 연구소 연구논문집은 1년에 2회 간행하며, 발행인은 매년 2월 말일, 11월 말일

로 한다.

단, 기 날짜가 주말이나 휴일인 경우 전일을 발행일로 한다.

제5조(편집위원회 구성)

편집위원회는 편집위원장, 편집위원, 부편집장 등 30명 이하로 구성하며, 필요에 따라 편집고문, 편집간사 등을 둘 수 있다.

부편집장은 편집위원장이 임명하며, 필요시 필진업무의 일부를 담당하며, 편집위원장의 유고시 업무를 대리한다.

편집위원은 기존 편집위원의 추천에 의해 편집위원장이 임명한다.

편집위원은 박사급 또는 이에 상응하는 자격회원으로 하되, 전공분야와 지역안배를 고려하여 전국적으로 고르게 선발한다.

제6조(회원가입)

본 연구소의 연구논문집 발행취지에 동의하고 회원가입신청서를 제출하여 편집위원장의 승인을 얻어야 한다.(단 회원 가입비는 무료로 한다.)

자격조건은 국내외에서 관광·레저·호텔·외식 관련분야에 대해 연구하는 자로 한다.

제7조(회원의 의무와 권리)

이 법인의 회원은 공히 다음 ①,②,③의 의무를 다해야 한다.

- ① 이 연구논문집 발행 규정의 정관 및 제규약을 성실히 준수해야 한다.
- ② 편집위원회의 결의사항을 성실히 이행해야 한다.
- ③ 회원은 근무지 또는 주소지 변경시 즉시 본 편집위원회에 이 사실을 유선, 전자 메일 등으로 통보하여 우편물이 반송되지 않도록 하여야 한다.

제8조(심사)

- ① 논문의 심사는 편집위원과 논문의 성격에 따라 외부편집위원을 포함하여 3명으로 위촉한다.
- ② 논문을 심사할 때 정하여진 양식에 따라 엄격히 규제하여 통일성을 갖도록 하여야 한다.
- ③ 논문 게재를 위하여 제출된 원고는 편집위원장이 주재하는 논문집 편집위원회에서 논문의 게재 여부를 최종 심의한다.
- ④ 논문 게재를 위하여 원고를 제출할 때에는 3명 이상의 논문 심사평을 첨부하여

야 한다.

- ⑤ 논문심사의 판정은 「무수정 게재가」, 「수정 후 게재가」, 「수정 후 재심」, 「게재 불가」의 4등급으로 판정하며, 최종 판정에 대한 이의제기는 인정하지 않는다.
- ⑥ 논문심사는 제6조에서 회원으로 등록한 자에 한하여 진행할 수 있다.
- ⑦ 논문심사를 하는 심사위원에게는 본 편집위원회가 정한 소정의 심사비를 지급한다.

제10조(심사료 및 게재료)

- ① 논문의 심사료 및 게재료는 무료로 한다.

제11조(논문게재 제한 및 연구윤리규정)

- ① 논문은 다른 학술지에 발표되지 않은 것이라야 하며, 세종대학교 관광산업연구소 연구윤리 규정에 저촉되지 않아야 한다. 기타 세부 연구윤리에 관한 사항은 세종대학교 관광산업연구소 연구윤리 규정에 따른다.
- ② 논문은 연구논문, 연구노트, 서평, 기타 기사로 하되, 언어는 국문 또는 영문, 일문으로 한다.
- ③ 국문논문은 영문초록, 영문, 일문 논문은 국문초록 15~20줄로 제한한다.

제12조(간행요구)

연구논문집의 간행요구는 발행일 1개월 이전에 다음의 서류를 갖추어 연구진흥팀을 경유하여 출판원에 의뢰한다.

- ① 학장 또는 연구소장 명의의 발간신청서(별지 제1호 서식)
- ② 게재를 원하는 논문원고
- ③ 심사평(별지 제2호 서식) 3명이상
- ④ 논문집 표지 도안
- ⑤ 판권원고

제13조(편집·교정)

- ① 연구논문집의 편집과 교정은 논문집의 편집 주관부서에서 출판원의 협조를 얻어 행한다.
- ② 연구논문집의 규격, 내용 및 참고주석의 양식은 본 편집위원회가 정한 양식을 사용해야 한다. 또한 심사 후 ‘게재가’를 받은 연구논문은 연구자가 수정한 최종 원

고파일을 제출하여야 하며, 연구자는 발행하기 전 본 편집위원회에서 편집과 교정 작업을 마친 연구논문에 대하여 반드시 확인 작업을 해야 된다. 발행 후 발생한 편집 및 교정책임은 본 편집위원에서지지 않는다.

- ③ 연구논문집에 수록하는 논문은 본문과 외국어의 요지와 참고주석이 반드시 있어야 한다.
- ④ 원고의 채택여부 및 게재순서는 편집위원회의 결정에 따른다.

제14조(판권)

- ① 연구논문집의 발행인은 총장이 되며, 편집인은 학장 또는 연구소장이 되고 발행처는 출판원이 된다.
- ② 연구논문집에는 논문집 제호, 발행권소와 호수, 발행인, 편집인, 발행처, 인쇄인, 인쇄일 및 발행일을 판권란에 명기하고 편집위원 명단을 논문집에 게재하여야 한다.

제15조(휘장)

논문집에는 본교 휘장을 표지와 내지에 표기하여야 한다.

제16조(배포)

- ① 논문집의 배포는 배포명단에 따라 관계 편집 주관부서에서 한다.

II. 투고자 연구윤리 규정과 준수 의무

본 연구논문집 투고자는 창의적인 자세로 연구논문을 작성하여야 하며, 이를 준수하지 않을 시 해당자에게는 본 학회 편집위원회가 정한 제재를 따른다.

1. 본 학회의 논문게재를 신청하는 투고자는 다음과 같은 사항에 준수하여야 한다.

- ① 타인의 글을 무단 표절하지 않는 논문이어야 한다(타인표절 금지).
- ② 다른 매체에 게재한 본인의 글이라도 정당한 사유가 없는 한 표절하지 않는 논문이어야 한다(자기표절 금지).
- ③ 다른 매체에 게재한 제목 혹은 내용과 동일·유사하지 않은 논문이어야 한다.

2. 심사과정중의 논문 혹은 이미 게재된 논문이 위 1조에 해당되어 연구윤리 규정을 심각하게 위반하였다고 본 편집위원회가 판정한 경우, 그 경중에 따라 다음과 같은 제재를 가한다.

- ① 심사 중인 논문은 게재불가 판정을 하며, 향후 본 연구논문집 논문투고를 최저 3년간 금지한다. 투고자에게는 편집위원장 명의로 1차 경고한다.
- ② 이미 본 학회지에 게재되어 발표된 논문인 경우, 해당 논문을 취하하고 논문목록에서 삭제하며 이 사실(표절사실 및 논문취하사실)을 본 연구논문집 홈페이지에 공지한다. 이후 회원자격을 박탈하며, 최저 4년간 본 연구논문집 논문 투고를 금지한다.

3. 편집위원회는 최초논문 투고 시 필자에게 ‘투고자 윤리 서약서’ 제출을 요구하며, 정당한 이유 없이 서약서를 제출하지 않은 경우 게재불가 판정을 내린다.

- ① 투고자 윤리 서약서는 다음과 같이 정한다(별지 제3호 서식).

Ⅲ. 투고양식

제1조(원고제출)

- ① 연구논문의 전체분량은 B5(편집양식 참조) 20쪽 이내로 한다.
- ② 원고의 표지에는 논문제목(국·영문), 저자이름(국·영문), 저자의 소속기관 및 직위, 이메일주소 등을 명기한다.
- ③ 저자 표기는 *로 구분하여 각주로 처리하고, 각주 내용으로는 소속기관 및 직위가 포함되며, 연락처와 E-mail 주소를 명기한다.
- ④ 공동저자의 경우 제1저자 *로, 제2저자 **로, 제3저자 ***로 각각 표시하며 제4저자 이상일 경우 *를 추가적으로 붙여서 구분한다. 교신저자 명기 필요성이 있을 경우 * 다음 ‘교신저자’로 표기하고 소속과 직위를 명기한다.
- ⑤ 제출된 원고는 편집위원회 주관 하에 소정의 심사를 거쳐 게재여부를 결정하며, 그 과정에서 편집위원회는 저자에게 수정을 요구 할 수 있다.
- ⑥ 원고는 다음의 편집양식에 의거하여 반드시 컴퓨터(한글 hwp 2007이상)로 작성하고 이메일로 제출한다.

관광산업연구소 공식메일주소: happyleelab2018@gmail.com

제2조(본문주)

1. 인용·참고한 자료의 출처를 밝히는 참고주(reference)는 다음과 같이 본문 중에 괄호를 사용하여 처리하고 그 자료의 내역을 정리한 참고문헌은 논문의 말미에 첨부한다.
 - 1) 저자가 본문의 일부로 언급되는 경우 :
예 : 안중윤(1993)에 의하면 …… ; 안중윤·손대현·이연택·이충기(1994)의 연구에서도 …… ; 김홍운(1985)은 …… ; 오미숙(1994) ……의 분류에 따라 …….
 - 2) 저자가 본문과 분리되어 있는 경우 :
예 : ……의 입장을 취하고 있다(Weaver, 1991; Turner, 1975) ; ……새로운 시각에 ……을 제시하였다(Graburn & Jafari, 1991). ; …… 이라고 간주하였다(Cho, 1994). ; ……이라고 생각한다(Richard, 1980).
 - 3) 3인 이상의 인용시 첫 인용은 모든 저자를 다 언급하고, 두 번째 인용부터 국문은 ‘김형곤 외(2007)’, ‘(김형곤 외, 2007)’의 형식을 취하고, 국외 인용은 ‘Lee

et al.(2007)', '(Lee et al., 2007)'과 같이 인용한다.

2. 본문의 내용에 설명을 부여하기 위한 内容註(content notes)는 해당 부분의 오른쪽 위에 논문전편을 통해서 일련번호를 매기고(예 : 하였다.1)), 페이지 하단에 각주로 처리한다.

제3조(참고문헌)

참고문헌은 기본적으로 APA 스타일을 참고하며, '호텔관광경영연구' 투고안내 참고문헌 양식을 따른다.

1. 본문에 인용 또는 언급된 참고문헌은 국내문헌과 외국문헌으로 구분하되 저자의姓을 기준으로 전자는 가나다 순으로 후자는 알파벳 순으로 배열한다.
2. 참고문헌은 저자, 출판년도, 제목, 출판사항의 순으로 배열한다.
 - ① 단행본의 경우: 김홍운(1985). 한국관광지리(개정판). 서울: 형설사.
 - ② 학술지의 경우:

이영란·김형곤·오치옥(2013). 캠핑 전문화수준에 따른 제약요인인식과 제약협상전략의 차이. 관광학연구, 03(108), 213-232.
 - ③ 학위논문의 경우:

오미숙(1994). 한국호텔 경영리더의 경력개발에 관한 연구. 박사학위논문. 세종대학교 대학원.
 - ④ 학술회의(학술대회, 심포지엄) 발표 논문집의 경우

이영진·김형곤(2006, 7월). 축제체험 소비행위 유형: 춘천 마임축제 방문객을 대상으로. 학술연구발표 논문집 I, 한국관광학회 제60차 학술심포지엄 및 연구논문발표대회. 용평리조트, 강원도.
 - ⑤ 번역서의 경우: 원서는 이탤릭 체

하버마스, J.(1990). 공론장의 구조변동: 부르주아 사회의 한 범주에 관한 연구, *Habermas, J., Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft(2nd ed.)*(한승환(2001) 역). 경기도: 주나남출판.
 - ⑥ 보고서의 경우

한국관광공사(1999). 국민해외여행 실태조사. (보고서 99-2).
 - ⑦ 영문 단행본의 경우: 서적명 이탤릭 체, 지역: 출판사

Cho, Min-ho(1994). *Predicting Business Failure in the Hospitality Industry: An Application of Logit Model(2nd ed.)*. New York: Wiley.
 - ⑧ 영문 정기간행 학술지의 경우: 저널명 이탤릭 체

Buhalis, D.(2003). eTourism: information technologies for strategic tourism management. *International Journal of Tourism Research*, (Publications in Review), 5(6), 465-466.

Bieger, T., & Laesser, C.(2004). Information Sources for Travel Decisions: Toward a Source Process Model. *Journal of Travel Research*, 42(May), 357-371.

⑨ 영문 저자 3인: 저자1, 저자2 &저자3(연도)

Choi, S., Lehto, X. Y., & Morrison, A. M.(2006). Destination image representation on the web: content analysis of Macau travel related websites. *Tourism Management*, 28(1), 118-129.

제4조(기타)

1. 연구논문은 제목(국문제목 아래에 영문제목을 표기), 저자, Abstract (Keyword), 국문요지(열쇳말), 차례, 본문, 참고문헌의 순으로 구성한다.
2. 목차의 계층을 나타내는 기호체계는 I, 1, 1), (1), ①, 가, 가), ㉔의 순서를 따르며 연결제목은 -를 사용하고(예, 1-1), 좌측 끝에서부터 시작한다.
3. 논문의 내용은 문단으로 나누며 각 문단의 첫째 단어는 좌측으로부터 5칸을 띄어 표기하고 국문의 표현은 20%내의 한자를 사용하기로 한다.
4. 표와 그림의 제목은 각각 논문의 전편을 통해서 일련번호를 매겨(예: <표1>, [그림1]) 표의 윗부분의 중앙에 쓰고 그림은 그림의 아랫부분 중앙에 쓴다. 자료의 출처는 좌측 아랫부분에 밝힌다(예:자료: 한국관광공사, '94 한국방문의 해 결과 보고서).
5. 표나 그림에 대한 주는 개별주 (a), b), c))의 기호사용, 확률주(*P<.05, **P<.01, ***P<.001), 일반주('주 : '로 표시하고 기재)의 순으로 자료 출처의 윗부분에 달아준다.

<별지 제1호 서식>

<제00호 호텔관광경영연구 게재신청논문 심사평가표>

논문명: 00에 관한 연구

※ 해당란에 체크(√) 바랍니다.

평가 항목	매우 미흡	미흡	보통	우수	매우 우수
연구주제의 창의성					
내용전개의 명확성					
연구방법의 적합성					
문헌연구 및 인용의 적합성					
결론 및 연구제안의 타당성					
새로운 이론개발(혹은 실무분야) 공헌도					

■ 게재여부(게재여부 판정기준 참고)

- ① 무수정 게재가() ② 수정 후 게재가()
 ③ 수정 후 재심() ④ 게재불가()

[게재여부 판정기준]

※ 논문심사의 판정은 「무수정 게재가」, 「수정 후 게재가」, 「수정 후 재심」, 「게재 불가」의 4등급으로 판정한다.

무수정 게재가	- 연구방법, 분석내용, 결론 등 전반적 내용이 수정할 필요가 없는 완전한 논문 - 단어기술상의 미미한 실수 등 간단히 문맥을 고칠 수 있거나 우수한 것으로 판정되는 논문은 ‘무수정 게재가’로 판정
수정 후 게재가	- 연구방법, 분석내용 결론 등에 다소의 잘못이 발견되어 적어도 얼마간의 수정노력이 가해져야하는 논문, 혹은 방법·내용상의 하자가 없더라도 문장표현상의 잘못이 많이 발견되는 논문, 연구문제·가설·연구방법·결과해석상 적지 않은 오류가 발견되어 수정 노력을 요하는 논문은 ‘수정 후 게재가’로 판정한다.
수정 후 재심	- 연구문제, 가설, 연구방법상 꽤 중대한 오류가 발견되어 필자가 이를 수정했더라도 다시 심사하여 그 타당성·적합성을 판정받아야 한다고 판단되는 논문
게재 불가	- 연구문제, 가설, 연구접근 방법상 치명적인 오류가 발견되어 본인의 수정노력에 관계없이, 본 연구소의 학문적 기준에 맞지 않는, 혹은 게재로 인해 호텔관광경영연구의 품위를 손상시킬 수 있다고 판단되는 논문

관 광 산 업 연 구 소 장

심사판정표

심사자 판정결과				최종판정
유형	심사위원A	심사위원B	심사위원C	
1	무수정 게재가	무수정 게재가	무수정 게재가	무수정 게재가
2	무수정 게재가	무수정 게재가	수정 후 게재가	
3	무수정 게재가	무수정 게재가	수정 후 재심	수정 후 게재가
4	무수정 게재가	무수정 게재가	게재 불가	
5	무수정 게재가	수정 후 게재가	수정 후 게재가	
6	무수정 게재가	수정 후 게재가	수정 후 재심	
7	무수정 게재가	수정 후 게재가	게재 불가	
8	수정 후 게재가	수정 후 게재가	수정 후 게재가	
9	수정 후 게재가	수정 후 게재가	수정 후 재심	
10	무수정 게재가	수정 후 재심	수정 후 재심	수정 후 재심
11	무수정 게재가	수정 후 재심	게재 불가	
12	수정 후 게재가	수정 후 게재가	게재 불가	
13	수정 후 게재가	수정 후 재심	수정 후 재심	
14	수정 후 게재가	수정 후 재심	게재 불가	
15	수정 후 재심	수정 후 재심	수정 후 재심	
16	무수정 게재가	게재 불가	게재 불가	게재 불가
17	수정 후 게재가	게재 불가	게재 불가	
18	수정 후 재심	수정 후 재심	게재 불가	
19	수정 후 재심	게재 불가	게재 불가	
20	게재 불가	게재 불가	게재 불가	

<별지 제2호 서식>

투고자 연구윤리 서약서

본인(공동저자 포함)은 금번 투고된 원고가 연구윤리 규정과 준수 의무 1조 (타인표절 금지, 자기표절 금지, 중복게재 금지)를 충실히 준수하였으며, 만약 이를 위반한 경우 제2조에 명시된 제재조항을 감수할 것임을 서약합니다.

20

서약자	제1저자	성명	(인)
	제2저자	성명	(인)
	제3저자	성명	(인)

호텔관광경영연구 편집위원회.연구윤리위원회 귀중

『호텔관광경영연구』 편집위원회

- 편 집 위 원 장 김형곤(세종대학교 관광대학원)
- 부 편 집 장 이충훈(세종대학교 호텔관광외식경영학부)
- 편 집 위 원 박재민(동신대학교 관광경영학과)
 송영민(안양대학교 관광경영학과)
 심창섭(가천대학교 관광경영학과)
 오치옥(전남대학교 문화전문대학원)
 이희찬(세종대학교 호텔관광외식경영학부)
 이슬기(세종대학교 호텔관광외식경영학부)
 이 훈(한양대학교 관광학부)
 허 진(한국방송통신대학교 관광학과)
- 편 집 간 사 강지현(관광산업연구소 연구원)

호텔관광경영연구 제37집 제1호

2020년 2월 6일 인쇄

2020년 2월 7일 발행

발행인 : 김형곤

편집부 : 세종대학교 관광산업연구소

발행처 : 서울특별시 광진구 군자동 98번지

세종대학교 광개토관 521호

전화: 02)3408-3340

논문투고 메일: happyleelab2018@gmail.com
