

패스트푸드업체 파트타이머 직원의 OJT 만족도가 자긍심과 고객지향성에 미치는 영향 - 피자외식업체를 중심으로

The Effect of OJT Satisfaction on Self-esteem and Customer Orientation of Part-timer Employees at Fast Food Companies - Focused on Pizza Restaurants

윤예자 · 정유경**

Yun, Ye Ja · Chong, Yu-Kyeong

Abstract

The purpose of this study was to find out how satisfaction with OJT by restaurant part-timers affects self-esteem and customer orientation. A theoretical review was conducted on the effect of OJT on pride and customer orientation, and based on this, research models and hypotheses were established, and questionnaires were developed. The data collection was conducted online for 3-months using Google Docs to 400 part-timers working at P-company stores. A total of 317 copies(79.25%) of valid samples were used for empirical analysis. The data were analyzed using SPSS 20.0, the demographics of the sample were examined by frequency analysis, and the validity and reliability of the measurement items were verified using factor analysis and cronbach's alpha value. In order to verify the research hypothesis, multiple regression analysis was conducted on the relationship between OJT and pride and customer orientation, and a simple regression analysis was conducted on the influence of pride on customer orientation. As a result of this study, part-timer's OJT, which plays an important role in restaurant companies, can be applied as a manpower management tool to improve job execution ability, and the importance of part-timer's OJT was emphasized once again to restaurant management companies or franchise self-employed managers.

주제어 : OJT(현장교육훈련), OJT만족도, 외식업체 파트타이머, 자긍심, 고객지향성

* 세종대학교 대학원 외식경영전공 박사수료, e-mail: cocopizza7@naver.com

** (교신저자) 세종대학교 호텔관광대학 외식경영전공 교수, e-mail: ykchong@sejong.ac.kr

I. 서론

사람의 노동력이 집중적으로 필요한 외식산업은 무형적인 인적서비스를 기본으로 하며 다른 산업에 비해 직원 의존도는 높은 편이며(이순구, 2015), 종사원의 조직몰입을 위한 서비스는 매우 중요하다(김윤경, 2021). 또한, 외식기업은 피플 비즈니스라고 표현할 만큼 인적자원이 중요한 역할을 하며(종즈천·유강석·하동현, 2022), 교육훈련을 통하여 생산성을 향상하고 고객 만족을 극대화하고자 한다(조영신, 2012; 윤희선·이영록·조용현, 2022). 특히 외식산업은 매년 높아지는 각종 제반 비용과 인건비 상승으로 효율적인 인원 채용 및 교육이 더욱 요구되고 있다. 따라서 교육된 인원의 배치하여 질 높은 고객서비스를 제공 하기 위해 외식산업에의 인적자원관리는 더욱 중요하다(강영욱, 2007; 권혁기·박봉규, 2010; 김혜미, 2012).

하지만 국내 비정규직 근로자 비율은 1997년 IMF 경제 위기 이후 급속하게 증가하였고, 비정규직 근로자는 2010년 33.2%에서 2019년 36.4%로 증가하였다(통계청, 2019). 최근 들어 코로나19로 고용 위기가 높아지며 비정규직의 증가와 플랫폼이나 특수형태의 일자리는 점차 증가하고 있어서 외부환경의 미래를 대비하기 위해 차별화된 인적 관리가 필요하다(성혜리·이형룡, 2022). 이러한 현상은 외식산업에도 나타나고 있다. 미국의 경우에는 외식업 근로자의 80%이상이 파트타임 근무자로 조사되었고(Thorsteinson, 2003). 국내 외식업체 및 글로벌 프랜차이즈의 업체들도 동일 수준의 파트타임 비율을 보여(Pizza hut 내부자료, 2015년), 외식업체는 파트타임의 의존도가 높다는 것을 알 수 있다. 파트타임의 비율이 높은 것에 비해 파트타임의 현장교육훈련은 정규직과 비교해 매우 저조하여, 적극적인 파트타임의 교육 활성화와 직무 관리를 통한 효율적인 교육훈련이 필요하다(장기룡·이은수, 2005; 최복수·이상경, 2008).

특히 외식산업은 학생, 청년, 여성, 실버, 장애인층 등 다양한 사람들에게 파트타임으로 취업 기회를 제공하지만 파트타임자들은 정규직 전일제 근무자보다 몰입도가 낮고, 이직률이 높아 조직기여도 역시 낮다고 인식되어왔다(Sobaih, 2011). 이러한 파트타임의 부정적 인식이 업무 현장 운영에 걸림돌이 되지 않고 생산성 높은 인재로 양성하려는 방안으로 교육훈련이 이루어지고 있다. 교육훈련은 교육 과정에 따라 전문 강사의 강의, 세미나, 워크숍 등으로 이루어지기도 하지만 비공식적으로 사업장 내에서 관리자와 직장 상사에 의해 직무에 관한 기능을 작업 과정에서 비 계획적으로 습득하며 이루어진다. 또한 교육훈련 장소에 따라서 사업장 내에서 이루어

지는 OJT(on-the job taining)와 사업장 외부에서 전문 강사에 의해 진행되는 OFF-JT(off-the job taining)로 나누기도 한다(문영만, 2019).

현장교육훈련(on-the job taining: OJT)은 외식기업에서는 매우 중요한 교육으로 인식되고 있다. OJT 교육은 상사 또는 선배가 부하직원이나 후배 팀원에게 1:1로 업무 지식과 기술을 개별적으로 지도하는 교육으로 교육비용이 적게 들면서 구체적인 직무 경험과 노하우를 습득하게 한다. 또한 문서나 말로 설명하기 어려운 업무 지식이 전수되어 신입직원이 현장 업무를 원활히 처리하도록 하는 교육방식으로 외식업체에서는 중요한 교육이다(황선영, 2003; 이애주·김순하, 2006; 정기영, 2006; 김혜미, 2012 손근·이창욱·장영철 2014).

OJT 교육을 실행하는 궁극적인 목적은 현장의 실무교육이 다른 교육훈련에 비해 성과 측면에서 효과적이고 훈련비용을 절감할 수 있기 때문이다(박경규·임효창, 2000). 또한 OJT 교육이 직무 능력 향상에 긍정적인 영향을 끼치고(전은지·송영선·이희수, 2011; 이계정, 2013), 고객지향성 향상 및 재구매 의도에 유의한 영향이 있었으며 교육 만족도는 직원이 인식하는 고객지향에도 높은 유의성을 보였다(권용주·신정하, 2006; 채예병, 2008; 신애경·유희경·이혁진, 2009; 전은지·송영선·이희수, 2011). 현장교육훈련 후 습득한 교육내용을 이용하여 업무처리 능력이 향상됨으로써 자긍심이 형성되고 고객지향성에도 영향을 주는 것으로 나타났다(강미라, 2014).

이에 본 연구에서는 파트타임 직원의 OJT 만족도가 자긍심 및 고객지향성에 어떤 영향을 미치는지 알아보는 데 목적을 두고, 이를 위하여 외식업체 파트타임 OJT를 위한 교육자의 자질, 교육내용 및 지원, 팀워크가 자긍심에 끼치는 영향, 외식업체 파트타임 OJT가 고객지향성에 미치는 영향, 외식업체 파트타임 직원의 자긍심이 고객지향에 미치는 영향을 알아보았다. 본 연구의 결과는 외식기업이나 프랜차이즈 자영업 관리자들에게 파트타임 직원의 OJT를 통한 빠르고 정확한 교육, 교육 시간 단축, 교육 만족도 향상을 통한 자긍심과 고객지향성 향상으로 인적자원 활용을 높이는 데 유용한 자료가 될 것이다. 또한 이를 통하여 외식산업의 주요 인력인 파트타임 OJT 교육이 업무실행 능력을 향상시킬 수 있는 인력관리 도구로 적용될 수 있는 단서를 제공할 것이라 기대한다.

II. 이론적 배경

1. 패스트푸드 외식업의 파트타임 OJT

외식은 고객이 식사를 시작하면서 동시에 생산이 되며 판매와 소비가 함께 발생하고 식사 시간 외에는 생산, 판매, 소비감소로 매출이 감소한다. 외식업 운영자들은 인력이 집중되는 시간에 효율적인 인력관리를 위해 흔히 아르바이트라 불리는 파트타이머를 활용해왔고(장기룡·이은수, 2005), 외식 프랜차이즈 기업들은 경영 합리화를 위하여 파트타이머인 비정규직을 활용한 인적자원관리를 지속적으로 확산해왔다(조원희, 2014). 특히 패스트푸드 레스토랑은 주중과 주말의 점심시간과 주말의 저녁 시간에 주로 매출이 발생하고, 매출이 130~150% 이상 증가하는 방학 기간에는 학생 인력을 쉽게 확보하여 필요한 시간대에 한시적으로 파트타이머를 고용하는 인력관리로 비용을 절감하고 있다(권순식, 2014).

파트타이머는 실무교육이 절대적으로 필요하며 이는 주로 현장교육훈련(on the job training: OJT)으로 이루어진다(김주란, 2011). 훈련은 일정한 목표와 기준에 도달하게 하는 정신적, 육체적인 실제 교육활동을 말하며, 특정 업무를 수행하는데 필요한 지식과 기술을 습득하는 태도, 행동 및 문제해결을 위한 단기적인 변화를 추구하는 의미로도 사용된다(진이환·권문호, 2004). OJT는 업무를 실행하기 위한 훈련으로 종사원의 실무기술과 교육성을 높이기 위해 설계된 어떤 행위이며(Jacobs, 2009) 외식기업은 주로 OJT로 파트타이머를 교육한다. OJT는 직속 상사 직원이 교육생인 팀 동료에게 현장실무를 직접 개별지도를 하는 방식으로 상사의 지도하에 부하 팀원에게 업무 지식과 경험, 태도를 가르치며, 업무와 조직에 있어 팀원에 대한 업무의 부여 방법, 업무교환, 결과의 바른 평가, 팀원과의 접촉 그 자체가 부하 팀원의 지도와 인재 육성의 장이 되는 훈련 방법이다(박경규·임효창, 2000). 즉 직장 내 직속 상사가 부하직원에게 또는 선배가 후배에게 직접적으로 개별로 교육하는 것으로, 현장에서 업무수행을 수행할 때 필요한 기술, 지식 및 태도 등을 경험을 통한 코치 교육으로 훈련하는 것이라 정의할 수 있다(이애주·김순하 2006; 강영욱, 2007; 최혜진, 2008; 권혁기·박봉규, 2010; 김해광, 2010).

OJT는 신입직원을 전문가로 만들어 기업의 이익증대에 이바지할 수 있게 한다(정기영, 2006; 김주란, 2011; Jacobs, 2003). 그 외에도 긍정적인 측면으로는 팀원을 현장에 직접 투입하여 실제 업무를 진행하고 배우면서 성장하는 생산적인 훈련과정이고, 부정적 측면은 훈련기간 동안 생산성이 떨어지고, 실수나 과오로 인한 손실 발생 가능성이 있다는 점이다. 그러나 OJT 과정에서 실수는 직속 상사가 함께 있으므로 즉시 해결할 수 있어 부정적인 측면을 대체할 수 있다(장홍근, 2010). OJT 과정에서 경험과 숙련도가 낮은 신입 팀원은 반복훈련을 통해 기본부터 배워 업무숙련도가 향상되고, 업무별 피드백을 통해 잘한 점은 지속적으로 진행하고, 부족한 점은 반복적인 지도로 보완하게 된다(김주란, 2011).

외식업에서 OJT가 많이 사용하게 되는 이유는 현장 업무 교육이 단순히 1~2주일 사이에 배울 수 있는 단순한 업무이기 때문이다. 교육생과 교육자 간에 특별한 구분 없이 업무 진행이 순조롭게 이루어지도록 하는 단순한 목적을 가지고 추가적인 교육자나 복잡한 새로운 자료 등이 필요하지 않아 교육비용, 노력, 시간 면에서 체계적인 집체 교육보다 더 활용도가 높다(김혜미, 2012). 파트타임 OJT의 목적은 지식, 기술, 태도를 향상하여 개인과 조직의 목표 달성에 기여하도록 하는 것이므로 효과적인 OJT는 조직의 성과와 개인의 요구 및 교육생들의 숙련도를 적절하게 반영하여 계획되어야 한다. 파트타임의 교육성과는 해당 점포의 환경에 많은 영향을 받으므로 점포 내의 동료나 상사는 파트타임이 OJT 이후 업무에 익숙해 질 수 있도록 지속적으로 지원해야 하며(유정만, 2008) 이를 통해 교육생의 직무, 기술, 기능 및 태도 등을 향상시켜 효과적인 직무수행 및 자긍심을 가질 수 있도록 해야 한다(정기영, 2006).

2. 자긍심의 개념과 교육훈련

자긍심이란 본인 스스로에 대한 높은 가치의 느낌을 나타내는 자신을 가치 있는 사람으로 긍지를 가지는 것이며(Alvi et al., 2003), 자신을 다른 사람들이 어떻게 사고하는가를 반영하는 개인적 평가, 또는 개인이 자신의 능력 가치에 관한 판단을 반영하는 능력의 정도를 말한다(이은용·박수진·이수범, 2007). 즉 자긍심은 본인의 행동양식, 성취동기, 목표에 대한 계획실천 및 달성, 자아실현, 사회적 적응력에 영향을 미치는 태도로 개인의 사회적 행동과 역할을 결정하며, 자신을 중요시하며 높은 가치가 있다고 인식하는 정도로 정의된다(강미라, 2014).

Christopher(2006)는 Wells와 Marwell(1976)의 이론에 근거하여 자긍심을 역량(competence)과 가치(worthiness) 측면으로 구분하여 설명하고 있다. 예를 들어, 역량은 특별히 문제를 효과적으로 처리하고 중요한 개인 목표에 도달하는 측면에서 개인이 행동을 시작하고 성공적인 결론에 도달할 수 있는 정도에 기초한다. 따라서 역량은 동기부여, 자기효능감 및 실제 능력을 포함하며, 이들은 대체로 한 개인의 내적인 심리상태이다. 대조적으로 가치(worthiness)는 행동보다 감정에 가깝고, 결과에 따른 평가에 가깝고, 가치에 대한 주관적인 평가를 포함하여 ‘옳다’ 또는 ‘그르다’, ‘좋다’ 또는 ‘나쁘다’, ‘건강하다’ 또는 ‘건강에 해롭다.’ 등과 같은 대인관계 및 사회적 기반의 개념을 더 많이 포함한다(Christopher, 2006). 기업 조직 내에서 직원들의 내적인 역량과 대인 관계적인 가치를 확립하여 조직의 성과를 높이기 위한 노력은 자긍심을 높이기 위한 교육훈련의 효과로 나타나고 있다(이은용 등, 2007; 정명희·육홍숙, 2016). 조직에 기반을 둔 자긍심은 개인이 조직 내에서 자신에 대해 갖는 자기

인지적 가치로, 자신의 자긍심에 욕구가 조직 내에서 충족되고 있다고 느끼는 정도이다. 조직기반 자긍심이 높은 개인들은 자신들이 조직 내에서 중요한 의미가 있다고 느끼며 또한 가치가 있다고 느낀다(Pierce et. al., 1989).

호텔종사원에 대한 교육훈련의 효율성은 종사원의 업무수행 수행 정도의 능력에 대한 신뢰와 조직의 일원이라는 자긍심을 높이는데 긍정적인 역할을 하였으며(이병철, 2012), 중국 호텔종사원의 교육훈련의 효율성과 자긍심 간에도 영향 관계가 나타났다(방홍, 2011). 항공사 승무원에게 실제 현장에서 진행되고 있는 교육훈련은 자긍심에 긍정적인 결과를 보여주었다(이은용 등, 2007). 고객과 직접적인 접점에서 서비스가 이루어지는 일대일 서비스 현장에서는 실행이 주가 되는 점을 감안하면 고객 접점에 있는 종사원들에게 OJT, 즉 현장교육훈련은 자긍심을 부여할 수 있는 중요한 필수 요소라 할 수 있다(강미라, 2014).

3. 고객지향성

Kotler는 기업이 시장 내에서 최종소비자, 경쟁자, 유통업 관계자, 공급자와 같은 외부관계자에 대해 시장정보를 얻어 기업 목표시장의 욕구를 타 경쟁자보다 효율적이고 효과적으로 달성하기 위한 마케팅 개념 중 하나로 고객지향성을 들었으며, 이를 직원의 시각에서 고객의 욕구를 파악하고 정의하는 것이라 하였다(Kotler, 2012). 즉 고객지향성은 고객의 욕구 충족을 위한 행동에 우선으로 초점을 두고 기업이 목표로 하는 제품과 서비스 생산공정과 직원의 대고객 서비스의 눈높이를 고객의 입장으로 맞추는 일련의 행위로서(김석영·김은숙·조선평, 2012; 조선평·손일락, 2014), 기업과 직원이 고객 입장을 고려하여 기업의 역량을 사고하고 고객의 욕구에 적용하여 고객 만족을 이루려는 제반 활동을 의미한다(김은주·오홍철, 2013; 박병길, 2014; 박종철·권봉헌, 2014; 전현모·김지희, 2014; 손성곤·김형철·윤종록, 2015; Alt, Abramowicz, & Demirkan, 2010). 고객지향성은 기업이 고객과의 관계를 높이고 고객과 믿음을 구축하여 욕구와 필요를 찾아 충족시킬 수 있는 좋은 제품과 서비스를 제공함으로써 고객의 만족도를 극대화하여 기업 목표를 달성하려는 고객을 중심으로 한 경영철학이라 할 수 있다(이철, 1995; 박지홍, 2013).

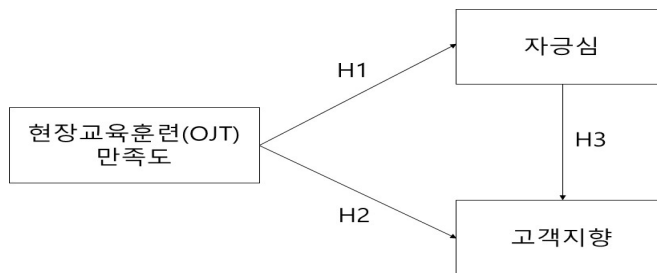
고객지향성은 고객과의 장기적인 유대관계 향상으로 상호 이익을 얻어 경쟁우위를 차지하는데 필수적인 요인이다(김정수·박지형·최성환, 2014). 또한 고객과 직원과의 관계에서 고객에게 편의를 제공하거나 돕고자 하는 모든 이타적 행위이기도 하나 경제적인 이익을 달성하고자 하는 의도에서 고객에게 영향력을 끼치려는 의도적 행위이다(Mohannad, 2013). 직원의 업무 만족도가 상승하면 고객만족도가 높은 서비스가 제공되며, 고객 불만 처리를 위한 시간 낭비나 직원의 사기 저하 등의 부정

적 요인은 감소한다. 요약하면, 고객지향성은 고객에게 서비스를 제공하기 위한 모든 행위를 의미하며 생존전략으로 발전된 개념이며, 고객지향성이 높은 직원은 고객 만족을 최우선으로 여겨 치열한 외식시장의 경쟁에서 꼭 필요한 생존전략으로 인식되고 있다(황대욱·박영아, 2014).

III. 연구방법

1. 연구모형과 가설

본 연구에서는 많은 기업에서 시행되고 있는 종사원 OJT에 대하여 외식업체 파트타임 직원의 OJT 만족도와 자긍심과 고객지향성 간의 영향 관계를 분석하고자 하였으며, 이론적 고찰을 바탕으로 <그림 1>과 같이 연구모형을 설정하였다.



<그림 1> 연구모형도

1) 현장교육훈련

기업의 직원들은 현장실무교육 즉 OJT를 통해 직무 기술과 지식의 80% 이상을 습득하므로 OJT는 현장실무를 훈련하기 위한 교육으로 활용되어왔다(Carnevale & Gainer, 1989). OJT는 Off JT 교육과 비교해 별도의 교육장, 장비 등이 필요치 않아 경제적이며, 직접 현장에 투입되어 일하면서 배우기 때문에 업무를 쉽게 익힐 수 있고, 즉시 피드백이 가능하다(노용진·정원호, 2006). OJT가 긍정적일수록 자긍심과 업무성과에 높은 영향을 끼치며(정기영, 2006), 다수의 요인으로 형성된 자긍심은 목표 달성 및 성과에도 긍정적인 영향을 끼친다(최혜진, 2008).

또한 OJT는 고객지향성 향상 및 재구매 의도에 유의한 영향을 끼쳐 교육 만족도가 높은 직원은 고객지향도 높다는 결과를 보였다(권용주·신정하, 2006; 채예병,

2008; 신애경·유희경·이혁진, 2009). 즉 OJT를 마친 후 훈련을 통하여 습득한 교육내용을 활용하여 어떤 업무처리 능력을 갖추으로써 자긍심이 형성되는데, 이는 고객지향성에 영향을 준다는 관계를 설명하고 있다(강미라, 2014). OJT에 대한 만족도가 높으면 자긍심과 고객지향성에 긍정적인 영향을 준다는 선행연구에 근거하여 외식업체 파트타임어의 OJT 만족도와 자긍심 및 고객지향성의 관계를 검증하기 위해 다음과 같은 가설을 도출하였다.

가설 1. 외식업체 파트타임어 현장교육훈련(OJT)에 대한 만족이 자긍심에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 외식업체 파트타임어 현장교육훈련(OJT)에 대한 만족이 고객지향성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2) 자긍심과 고객지향성의 관계

서비스는 무형적이며 상호작용적인 부분으로 이루어지며 서비스를 제공하는 종사원의 태도나 행동이 기업의 서비스품질을 평가하는 척도이며 고객이 원하는 것을 먼저 파악하여 고객의 만족을 높이려고 하는 고객지향성은 서비스 제공자의 자긍심에 의해 영향을 받는다(Donava, Brwon, & Mowen, 2004). 서비스 제공자의 OJT에 대한 교육 만족도와 교육을 통해 형성된 자긍심은 고객지향성에 유의한 영향을 주었으며 결국 향상된 고객지향성은 서비스 제공 수준에 영향을 끼쳐 고객 만족을 높이는 결과를 가져오는 것이다(윤기열·노민경, 2003; 권용주·신정하, 2006; 채예병, 2008; 신애경·유희경·이혁진, 2009). 교육훈련 후 현장실무 처리 능력이 향상됨으로써 자긍심이 형성되고 고객지향성을 높이고, 결국 고객 만족을 이루게 된다(Zhao, Mattila, & Tao, 2007). 서비스 제공자인 직원이 높은 고객지향성을 지각할수록 고객의 요구에 친절하고 신속하게 응대한다(황대욱·박영아, 2014)는 선행연구에 따라 다음과 같이 가설 설정하였다.

가설 3. 외식업체 파트타임어의 자긍심은 고객지향성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2. 표본설계

본 연구는 외식업체 파트타임어의 현장교육훈련(OJT)이 자긍심과 고객지향성의 영향 관계를 분석하기 위하여 피자 전문 외식업체 피자헛의 파트타임어를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 자료수집은 충청, 경기, 서울 일부 P사 매장 40개에서 근무하는 파트타임어 400명에게 구글 독스(Google Docs)를 이용하여 3개월 동안 온라인

설문조사로 진행하였다. 피자헛 팀메이트에게 설문지 총 400부를 배포하여 343부(85.7%)가 회수되었고, 회수된 설문지 중 미완성된 설문지 26부를 제외하고 총 317부(79.25%)의 유효표본이 실증분석을 위해 사용되었다.

3. 변수의 조작적 정의와 측정문항

파트타이머의 주요 업무는 고객 응대와 서비스 업무로 실무교육은 매우 중요하다. 파트타이머의 OJT는 기업이 실행하고 있는 실무교육 훈련 중심으로 시행되는 교육으로 교육 후 성과가 직접적으로 나타나야 한다. 따라서 선행연구(노용진·채창균, 2009)를 참고하여 본 연구에 맞는 문장으로 수정 보완 후 20문항을 구성하였다.

자긍심은 매장 팀원이 업무에 대해 자신감을 가지고 직무를 실행하고 업무능력을 향상하는 것으로 팀원의 업무나 경험의 평가 결과로 얻게 되는 유쾌하고 긍정적인 감정의 결과로 정의된다(김미정, 2009). 이에 대한 측정항목은 윤장열(2010) 연구에서 활용된 9문항을 사용하여 자긍심을 측정하였다.

고객지향성은 기업이 추구하는 경영 목표의 제품과 서비스 제공방식이 고객 입장을 고려한 고객의 욕구 충족을 위한 방향으로 초점을 두는 행위로 고객에게 맞추어진 서비스를 제공하는 것으로 정의된다(조선배·손일락, 2014).

본 연구에서는 이러한 고객지향성의 정의가 잘 반영한 연구(최경화·박광희, 2012)에서 사용한 15문항을 본 연구에 맞도록 문맥과 문장을 수정, 보완하였다. 본 연구에서 사용된 OJT 만족도, 자긍심, 고객지향성의 측정항목은 모두 리커트 5점척도(1: 전혀그렇지않다~5: 매우그렇다)를 사용하여 점수가 높을수록 높게 인식하는 것으로 측정하였다.

4. 자료의 분석방법

수집된 자료는 데이터코딩 후 SPSS Statistics 20.0을 활용하여 분석하였다. 설문 대상자의 인구통계적 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 하였고, 설문지 항목의 이론적 배경을 바탕으로 요인의 타당성 분석을 위해 주성분 분석방법의 베리맥스 직교회전법을 이용한 탐색적 요인분석, Cronbach's alpha 계수를 활용한 신뢰도 검정을 시행하였다. 마지막으로 회귀분석을 이용하여 현장교육훈련이 자긍심과 고객지향에 미치는 연구가설을 검증하였다.

IV. 실증분석

1. 표본의 인구통계적 특성

본 연구에서는 표본의 인구통계적 특성을 알아보고자 빈도분석을 하였고 결과는 <표 1>에 제시된 바와 같다. 남자 파트타이머가 181명(57.1%)으로 여자(136명, 42.9%)보다 많이 참여하였으며, 20대가 82.0%(260명)로 대부분이었고 40대 이상(6%)과 10대(6.3%)도 포함하고 있었다. 대학생들의 아르바이트 비중이 높았으므로 20대가 많게 나타난 것으로 사료된다. 미혼(283명, 89.3%)이 기혼(34명, 10.7%)보다 많았으며, 고졸이 184명(58.0%)으로 절반 이상이었고, 대졸(18.3%)과 전문대졸(17.4%)도 35.7% 정도 되었다. 각자 배치되어 일하고 있는 영역은 주방(37.2%), 홀(34.7%), 배달(28.1%)의 순으로 주방에서 가장 많이 일하고 있었으며, 파트타이머들이므로 3개월 미만 근무자가 32.2%, 1년 이상 근무자들은 28.7%로 나타났다.

<표 1> 표본의 인구통계적 분포(N=317)

구분		빈도	퍼센트	구분		빈도	퍼센트
성별	남자	181	57.1	결혼	미혼	283	89.3
	여자	136	42.9		기혼	34	10.7
연령	10대	20	6.3	학력	고졸	184	58.0
	20대	260	82.0		전문대졸	55	17.4
	30대	18	5.7		대졸	58	18.3
	40대 이상	19	6.0		고재	20	6.3
포지션	홀	110	34.7	근속 기간	1개월~3개월 미만	102	32.2
	주방	118	37.2		3개월~6개월 미만	75	23.7
	배달	89	28.1		6개월~1년 미만	49	15.5
					1년 이상	91	28.7

2. 측정항목의 타당성과 신뢰성

요인분석은 측정하는 개념이 정확하게 얼마나 측정되었는가를 파악하면서 동일한 요인의 측정항목들이 동일한 요인으로 묶이는지 확인 후 타당성을 판정하였다. 주성분 분석(principal component analysis)추출방법을 이용하여 베리맥스(varimax)를 직각회전방식을 사용하였다(채서일, 2016). 요인적재량은 0.4 이상, 고유치(eigen value)는 1.0이상을 기준으로 요인을 선택하였다. Bartlett의 구형성 검정치와 KMO 측도를 이용한 요인분석의 적합성과 표본 적합성을 확인하여 KMO값은 0.5 이상을

기준으로 하였다(차석빈 등, 2008).

측정항목의 신뢰도 검증을 위해 내적일관성 측정계수인 Cronbach's alpha를 산출하였으며 보편적으로 0.6 이상이면 신뢰할 만하고, 0.5 이상이면 분석하는 데 큰 문제가 없다고 판단하여 이 기준을 적용하였다(원태연·정성원, 2010). 신뢰도 분석은 응답자로부터 측정하고자 하는 개념이 일관성 있게 측정되었는가를 확인하는 것으로서 동일 개념을 반복적으로 측정하였을 때 동일한 측정값을 나타내는 가능성을 의미하여, 요인분석을 실행 후 추출된 각 요인의 구성이 동질적인 구성개념인가를 확인할 때 이용된다(박정식·윤영선·박래수, 2014; 채서일, 2016).

1. 현장교육훈련(OJT) 측정항목에 대한 타당성과 신뢰도

파트타이머 OJT에 대한 만족도 측정항목의 요인분석 결과는 <표 2>와 같다. 요인은 3개로 나뉘었으며 첫 번째 요인은 성과평가 방식, 교육방법 자료준비, 교육자의 교육내용, 교육내용에 맞는 진행, 교육 열정, 전문적 기술과 지식, 교육생의 관심 유도, 지도능력 등의 항목으로 「교육자 자질」로 명명하였다.

<표 2> 파트타이머 OJT 만족도 측정항목의 타당성과 신뢰도

요인	측정항목	요인적재량	아이젠값	분산설명력	Cronbach's α
교육자 자질	성과 평가 방식	0.954	7.153	35.765	.979
	교육방법 자료준비	0.890			
	내용교육	0.878			
	목표에 맞는 진행	0.875			
	교육에 대한 열정	0.873			
	전문적 기술과 지식	0.871			
	교육생의 관심 유도	0.870			
	열의와 지도능력	0.851			
교육내용과 지원	실무에 활용성	0.842	5.726	28.630	.942
	교육장소 만족	0.839			
	현장실무교육으로 숙련도 상승유도	0.832			
	직무수행에 경험자료 제공	0.814			
	교육내용에 대한 난이도	0.785			
	교육 후 실무지식이 향상	0.778			
	교육수행 시 주어지는 업무	0.767			
	물품,책자,기물 등의 자원 제공	0.756			
팀워크	적당한 교육시간	0.755	3.308	16.539	.912
	팀원들의 우호적인 분위기	0.953			
	실무관련 구체적인 노하우 제공	0.948			
	실습교육시 부서내 동료들의 지원	0.860			

Bartlett의구형성 검정치= 11025.044, KMO측도=0.934, df=190, 누적분산설명력=80.934%, p=.000

두 번째 요인은 실무활용성, 교육장소 만족, 현장실무교육으로 숙련도 상승유도,

직무수행 경험자료 제공, 교육내용 난이도, 실무지식 향상 효과, 교육 수행 시 주어지는 업무, 물품, 책자 등 제공, 교육 시간 등의 항목들로 「교육내용과 지원」, 세 번째 요인은 팀원들의 우호적인 분위기, 실무 관련 노하우 제공, 부서 내 동료들의 지원 등으로 「팀워크」으로 명명하였다. 표본 적합성을 판단하는 KMO는 0.934, 측정항목 간 상관행렬에 의한 단위행렬 여부를 검증하는 Bartlett의 구형성 검정 결과 근사카이제곱이 11025.044로, $p < 0.05$ 에서 요인분석 수행이 적합한 것으로 나타났다. 총 누적 분산설명력은 80.934%이었으며, Cronbach's α 값은 0.979, 0.942, 0.912로 모두 측정항목 간 내적일관성이 있어 신뢰도를 확인할 수 있었다.

2. 자긍심과 고객지향성 측정항목에 대한 타당성과 신뢰도

자긍심과 고객지향의 측정항목에 대한 요인분석과 신뢰도는 <표 3>에 제시하였다. KMO값이 .932, Bartlett검증은 $p < 0.001$ 수준에서 7984.804로 항목간의 상관행렬은 요인분석을 하기에 적합한 것으로 나타났다. 자긍심과 고객지향성은 각각 하나의 요인으로 묶였으며 총 누적 분산설명력은 67.711%이었다.

<표 3> 자긍심과 고객지향성 측정항목의 타당성과 신뢰도

요인	측정항목	요인적재량	아이겐값	분산설명력	Cronbach's α
자 긍 심	어려운 일 극복	.913	9.403	39.181	.941
	능력이 있다고 생각	.867			
	상황 좋지 않아도 잘 할수있음	.860			
	어려움을 성공으로 극복	.852			
	타인보다 더 잘 할 수 있다는 확신	.821			
	노력하면 성공할수 있다는 믿음	.773			
	스스로 세운 목표달성	.643			
	어려운 일들을 잘 할 수 있다고 확신	.643			
	나의 일에 자부심	.563			
고 객 지 향 성	고객이 원하는 서비스 제공시 뿌듯	.867	6.847	28.530	.961
	고객을 편안하게 대하려고 노력	.839			
	항상 최고 서비스 제공에 자신 있음	.839			
	약속된 서비스 제공즐거움	.834			
	고객에게 유용한 정보를 주려고 노력	.803			
	고객에게 필요한 서비스 예상	.779			
	나의 고객임을 느낄 때 보람 느낌	.771			
	친분을 맺는 것을 좋아함	.770			
	고객과 관계를 중요하게 생각	.747			
	고객 이름 기억하는 것 좋아함	.733			
	고객의 문제는 나에게도 중요	.720			
	한사람 한사람에게 특별한 관심	.713			
	고객을 관리하는 것이 즐거움	.678			
	고객이 취하는 의사표현을 경청	.648			

Bartlett의 구형성 검정치 = 7984.804 KMO측도=0.932, df=276, 누적분산설명력=67.711%, $p=0.000$

3. 연구가설의 검증

본 연구는 구성개념들의 요인분석 및 신뢰도 검증 결과를 토대로 각 구성개념의 하위요인 설정 후 다중회귀분석을 이용하여 가설에 대한 통계적 유의성을 검증하였다. 사회과학에서는 연구가설 검증에 대한 채택 여부를 일반적으로 $p < 0.05$ 유의수준에 따르므로 본 연구도 이 기준을 적용하였다(채서일, 2016; 박정식 외, 2014).

가설 1. 파트타이머 OJT에 대한 만족은 자긍심에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1의 검증을 위해 요인분석을 통해 파트타이머 OJT 만족의 3개 요인인 교육자의 자질, 교육내용과 지원, 팀워크를 독립변수로 사용하였고, 자긍심을 종속변수로 하여 다중회귀분석을 실시한 결과를 <표 4>에 제시되었다. 종속변수인 소비 만족에 대한 F값은 52.744, $p < 0.05$ 로 유의하였으며, 수정된 R^2 는 32.9%의 설명력을 보여주었다. 파트타이머 OJT에 대한 만족의 하위구성 개념별로 살펴보면, 교육자의 자질은 자긍심에 유의하지 않았으며, 교육내용과 지원, 팀워크는 자긍심에 5% 유의수준에서 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. OJT의 만족이 파트타이머 자긍심 영향을 주는 것은 교육자의 자질 영향보다 교육내용과 지원이나 팀워크 영향이 미쳤으며, 팀워크의 영향력이 가장 큰 것으로 나타났다.

<표 4> OJT에 대한 만족과 자긍심의 관계

종속 변수	독립변수	비표준화 계수		표준화계수	t값	유의확률	VIF
		B	표준오차	Beta			
자긍심	(상수)	2.026	.176		11.532		
	교육자의 자질	.060	.059	.079	1.020	.309	2.864
	교육내용과 지원	.146	.072	.158	2.035	.043*	2.858
	팀워크	.293	.045	.404	6.535	.000***	1.802

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

$R = .579$ $R^2 = .336$ Adj- $R^2 = .329$ $F = 52.744$

가설 2. 파트타이머 OJT에 대한 만족은 고객지향성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2의 외식업체 파트타이머의 OJT에 대한 만족과 고객지향성의 영향관계를 분석하기 위해 다중회귀분석을 실시하였고, 그 결과는 <표 5>와 같이 OJT에 대한

만족 요인 중 팀웍 요인만 $p < 0.05$ 유의수준에서 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것을 알 수 있었다. 이 모형에 대한 수정된 R^2 는 .0577로서 5.7%의 설명력을 보이고 있었다. 파트타이머 OJT에 대한 만족의 하위구성 개념별로 살펴보면, 교육자의 자질과 교육내용과 지원은 고객 지향성에 유의하지 않았지만 팀웍은 자긍심에 5% 유의수준에서 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 2는 부분채택 되었다.

<표 5> OJT에 대한 만족과 고객지향성의 관계

종속 변수	독립변수	비표준화 계수		표준화계수	t값	유의확률	VIF
		B	표준오차	Beta			
고객 지향성	(상수)	3.028	.201		15.049		
	교육자의 자질	-.007	.068	-.010	-.109	.913	2.864
	교육과정 및 내용	.116	.082	.131	1.146	.158	2.858
	팀웍	.113	.051	.161	2.199	.029*	1.659

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

$R = .256$ $R^2 = .066$ Adj- $R^2 = .057$ $F = 7.336$

가설 3. 자긍심은 고객지향성에 유의한 정(+)의 영향을 끼칠 것이다.

가설 3을 검증하기 위해 외식업체 파트타이머의 자긍심이 고객지향성에 미치는 영향 단순회귀분석으로 알아보았으며 <표 6>에 그 결과를 제시하였다. 자긍심은 고객지향성에 유의한 영향력($t = 14.334$, $p < .001$)을 보여주고 있으며, F 값은 205.476, $p < 0.05$ 로 유의하였으며, 수정된 R^2 은 39.3%의 설명력을 보여주었다.

<표 6> 자긍심과 고객지향성의 관계

종속 변수	독립변수	비표준화 계수		표준화계수	t값	유의확률	VIF
		B	표준오차	Beta			
고객 지향성	(상수)	1.476	.172		8.562		
	자긍심	.607	.042	.628	14.334	.000***	1.976

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

$R = .628$ $R^2 = .395$ Adj- $R^2 = .393$ $F = 205.476$

V. 결 론

본 연구는 충청, 경기, 서울 일부 피자헛 40개 매장에서 근무하는 파트타이머들에게 입사할 때 실시되었던 OJT에 대하여 설문조사를 실시하여 연구를 진행하였다. 총 400부의 설문지를 배포하여 343부가 회수되었으며 불성실한 응답 26부를 제외한

317부를 실증분석에 사용하였다.

연구의 결과를 크게 세 가지로 요약할 수 있다. 첫째, 외식업체 파트타이머의 OJT에 대한 만족과 자긍심의 관계에서 교육내용과 지원, 팀워크에 유의한 (+)정의 영향을 미치는 것으로 나타났고 교육자의 자질은 통계적으로 유의한 영향을 나타내지 않았다. 이러한 이유는 교육자들이 성과나 평가방식, 교육방법의 자료준비 등을 강조하는 것은 직원들의 자긍심 상승에 크게 영향을 끼치지 못하지만, 실무에 잘 활용하도록 하는 내용, 숙련도를 상승할 수 있도록 노력하거나 하는 교육내용이나 교육을 위한 지원과 팀원들의 우호적인 분위기나 실무 관련 구체적인 노하우를 제공해 주는 팀워크는 어려운 일을 극복하여 스스로 능력이 있다고 생각하게 하는 자긍심 향상에 긍정적인 영향을 주고 있는 결과이다. 이러한 결과는 외식업체를 대상으로 한 선행연구(김주란, 2011; 강미라, 2014)와 유사한 결과를 나타내 외식업체 파트타이머에게 OJT의 중요성을 다시 한번 더 강조할 수 있겠다. 반면 호텔 신입사원 OJT 교육에 관한 연구(김혜미·이형룡, 2012)에서는 교육내용과 환경, 교육 강사의 자질 모두가 심리적 주인의식에는 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 신입사원이나 훈련생들에 대한 OJT도 조직의 상황에 따라 그 성과가 다소 다를 수 있음을 보여준다.

두 번째로 외식업체 파트타이머 OJT에 대한 만족 중 팀워크 요인은 고객지향성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 부서 내에서 동료들과 우호적인 분위기를 갖고 동료들끼리 지원해 주고, 노하우를 제공해 주는 팀워크 같은 요인은 고객이 원하는 서비스를 제공하면서 뿌듯하게 느끼고, 고객에게 더욱 편안한 최고의 서비스를 제공하고자 하는 고객지향성을 높이는 데 영향을 준다는 결과이다. 하지만 교육자의 자질과 교육 과정 및 내용은 통계적으로 유의한 영향을 나타내지 않았다. 이러한 이유는 OJT 교육이 현장에 직접 투입되어 현장의 상황을 이해하면서 노하우를 전수받는 교육임으로 예상된다.

마지막으로 세 번째 결과는 외식업체 파트타이머의 자긍심이 높을수록 고객지향성이 높아지는 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 자긍심 즉, 무슨 일이든 극복할 수 있다고 생각하고 나쁜 상황에서도 잘 할 수 있다고 믿는 마음은 결국 고객에 대한 서비스의 질을 향상하는 고객지향성에 미치는 긍정적인 영향을 주는 것이다. 이러한 연구 결과는 외식 업체 파트타이머 현장교육 훈련에 대한 만족이 고객지향에 유의한 정(+)의 영향을 미친다는 연구로 고객지향성의 관계를 다룬 선행연구(윤종록·김호정, 2004)와 현장교육 훈련의 특정 변수와 고객지향성을 다룬 선행연구(정기영, 2006) 처럼 외식업체 파트타이머의 현장 실습 교육에 대한 만족의 하위요인인 교육자, 교육환경, 교육내용에서 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타

났다(박규원, 2010). 그러나, 본 연구에서는 기존 선행연구와는 달리 현장교육 훈련에서 고객지향에 미치는 영향에서 팀웍에서만 유의한 정(+)의 영향을 끼치는 것으로 조사되었고, 교육자의 자질은 유의한 영향이 나타나지 않았다. 이러한 결과는 외식업체 파트타이머들의 현장교육 훈련은 자긍심과 고객지향성에 유의한 정(+)의 영향을 미친다는 선행연구(김성혁·황수영·김형준, 2008; 강미라, 2014)에서도 나타난 연구 결과이다.

본 연구의 결과는 외식을 경영하는 기업, 프랜차이즈 자영업 사업자들에게 점점 치열해지는 외식시장에서 고객 만족을 높이면서 경영에 효율적으로 도움이 되는 파트타이머의 현장교육 훈련의 중요성을 확인하고, OJT를 통한 교육 시간 단축, 숙련도 상승의 효과적인 운영전략을 이루게 할 수 있는 기초 자료를 제공하였다는 점에서 큰 의미가 있다고 볼 수 있다. 특별히 외식업체 파트타이머 317명을 대상으로 연구를 진행하였다는 점에서 연구 결과가 더욱 학문적인 의의가 있다고 볼 수 있다. 연구 결과를 토대로 정규직 신입사원 외에 종업원의 80%이상 차지하는 외식업체의 파트타이머 교육에서도 OJT 교육이 중요한 교육임을 확인할 수 있었으며, 교육을 통하여 자긍심과 고객지향성을 높여 현장에 투입된다면 정규직 직원과 큰 차이 없이 파트별 근무를 할 수 있음을 제시하고 있다.

다양한 선행연구에서 OJT 교육 만족도 하위요인 중 교육자의 자질, 교육내용, 교육환경 3가지 하위요인이 교육생에게 가장 많은 영향이 미치는 것으로 나타났으나, 외식업체 파트타이머 OJT 훈련에 관한 본 연구에서는 교육자의 자질보다는 교육내용 및 지원, 팀웍 2가지 요인의 만족도가 높을수록 자긍심이 높아지는 것으로 나타나, 외식업체 파트타이머들의 OJT 교육내용을 전달하는 과정에서 팀웍을 높일 수 있는 지원과 교육내용 개발이 필요하다는 점을 시사하고 있다. 이러한 팀웍은 고객지향성에도 영향을 미치므로 교육생이 조직의 일원으로 팀웍 형성이 강하게 된다면 자긍심과 고객지향성을 모두 높일 수 있으므로 교육생이 조직의 일원임을 빠르게 느낄 수 있도록 하는 점포 분위기 조성에도 노력하면 파트타이머의 업무성과는 더 높아질 것으로 사료된다. 성공적인 현장교육 훈련은 원활한 실무교육과 높아진 자긍심으로 고객지향성에 영향을 나타낸다는 논리를 제시하며 외식 인력 운영시 파트타이머 현장 실습 교육이 활용된다면, 외식업에서 채용되는 파트타이머 운영이 더욱 원활히 이뤄질 것이다.

본 연구는 피자헛 외식업체 한 브랜드의 파트타이머를 대상으로 연구를 진행하였으므로 자료수집 대상자가 일반적이지 못하다는 한계를 가지고 있으나 여러 외식업체의 파트타이머를 대상으로 연구를 진행하였다면 연구에 참여한 파트타이머가 교육받은 OJT의 내용이나 관련된 모든 조건이 업체마다 같지 않기 때문에 연구의 결

과를 해석하는데 일부 어려움이 있었을 것으로 판단된다. 다양한 외식업체마다 새로운 신입직원들을 교육하는 교육내용이나 방법이 모두 같을 수 없으므로 이러한 조건들을 일치시키는 그것보다는 한 업체에서 대상 직원들을 연구하는 것이 한계의 폭이 더 적은 것으로 판단되었다. 하지만 앞으로 다른 곳의 외식업체의 파트타임어도 함께 연구하면서 OJT 교육의 조건 등도 같이 고려해 본다면 외식업체 파트타임어 OJT 교육을 대표할 수 있는 요인들을 제시할 수 있을 것이다.

한계점으로는 외식산업의 특성상 시간대별, 요일별 매출이 다름으로 매출에 따른 근무 인원수가 다양하여 시간제, 요일제 단시간 근무하는 파트타임어들에게 근무 시간대나 근무 요일을 나누어 조사하지 못하였고, 근무 개월에 맞는 교육훈련에 대한 추가적인 교육내용을 조사하지 못하였다. 향후 관련 연구를 진행한다면 응답자의 요일별, 시간대별에 따라 달라질 수 있는 점도 고려해 보는 것이 필요할 것이다. 추후 이러한 내용을 고려하여 연구를 진행한다면 외식업체 파트타임어 OJT 교육에 대하여 더 구체적이고 다양한 결과를 도출할 수 있을 것으로 사료 된다.

참고문헌

- 강미라(2014). 교육서비스품질이 자긍심 및 서비스지향성에 미치는 영향에 관한 연구. *로고스경영연구*, 12(2), 39-58.
- 강영욱(2007). 호텔기업의 전략적 인적자원 관리와 조직성과간의 관계 개인 특성의 차이 효과를 중심으로. *관광연구저널*, 21(1), 339-357.
- 권순식(2014.). 정규직과 비정규직의 인적자원관리 통합요인에 관한 탐색적 연구. *산업경제연구*, 27(1), 507-535.
- 권용주·신정하(2006). 호텔종사원 교육훈련의 학습특성과 전이특성이 전이성장에 미치는 영향 - 조직 학습지원 조절효과를 중심으로. *호텔관광연구*, 21(단일호), 27-43.
- 권혁기·박봉규(2010). 변혁적 리더십과 자기효능감이 직무만족에 미치는 영향-일목 입과 조직몰입의 매개효과, *인적자원관리연구*, 17(2), 203-218.
- 기획재정부·고용노동부. (2021. 10. 28.). 올해 비정규직 증가, 코로나 19 및 고용·산업구조 재편 등 복합 작용...임금수준은 조금씩 개선. www.korea.kr(대한민국 정책브리핑).
- 김미정(2009). 여행사의 서비스지향성이 직무만족, 고객지향성 및 경영성과 지각에 미치는 영향. 세종대학교 대학원 석사학위논문.
- 김석영·김은숙·조선배(2012). 패밀리레스토랑의 윤리경영이 조직신뢰와 조직몰입 및

- 고객지향에 미치는 영향. *외식경영연구*, 15(2), 59-75.
- 김성혁·황수영·김형준(2008). 베이커리 직원의 조직유효성이 직무성과와 고객지향성에 미치는 영향. *관광연구저널*, 22(4), 201-216.
- 김윤경(2022). 내부마케팅과 팀 유효성, 고몰입 인적 자원 관리간의 구조적 인과관계 분석. *문화와 융합*, 44(1), 589-616.
- 김은주·오홍철(2013). 호텔윈스톱 서비스품질이 서비스 제공자 만족과 고객지향성에 미치는 영향에 관한연구. *동북아관광연구*, 9(2), 19-38.
- 김정수, 박지형, 최성환(2014). 서비스 품질이 고객가치, 고객만족, 행동의도에 미치는 영향. *관광레저연구*, 26(5), 155-176.
- 김주란(2011). OJT(직장 내 교육)이 교육만족에 미치는 영향 연구 : 교육자주체에 따른 조절효과. 세종대학교 대학원 석사학위논문.
- 김해광(2010). 신입사원 OJT 특성요인과 직무만족의 관계에서 변혁적 리더십의 조절효과. 고려대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 김혜미(2012). 특1급 호텔 직원의 개인특성변수에 따른 임금공정성, 고용불안정성 및 이직의도의 비교연구. 세종대학교 관광대학원 석사논문.
- 김혜미·이형룡(2012). 호텔 신입사원의 OJT(직장 내 교육)에 대한 만족이 조직몰입에 미치는 영향. *관광연구*, 27(2), 95-114.
- 노용진·정원호(2006). 기업의 노동: 기업내 교육훈련의 생산성 효과와 조절변수. *산업노동연구*, 12(1), 165-191.
- 노용진·채창균(2009). 기업내 교육훈련의 경영성과 효과. *노동정책연구*, 9(2), 67-93.
- 문영만(2019). 재직자의 교육훈련이 임금, 직무만족도, 이직에 미치는 영향. *노동정책연구*, 19(2), 103-133.
- 박경규·임효창(2000). OJT의 도입효과-Off-JT와의 비교를 중심으로. *산업관계연구*, 10(2), 95-125.
- 박규원(2010). OJT 특성요인이 OJT성과인식에 미치는 영향. 경희대학교 대학원. 석사학위 논문.
- 박병길(2014). 레지던스 호텔종사원의 임파워먼트, 직무만족, 조직몰입 및 고객지향성의 구조적관계. *호텔리조트연구*, 13(1), 207-228.
- 박정식·윤영선·박래수(2014). *현대통계학*, 5판, 서울: 다산출판사.
- 박종철·권봉헌(2014). 호텔기업의 문화마케팅유형에 따른 조직신뢰가 고객지향성 및 조직몰입에 미치는 영향. *호텔리조트연구*, 13(2), 25-49.
- 박지홍(2013). 관광호텔 종사원의 고객지향성이 라포 및 관계의 질에 미치는 영향에 관한 연구. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 방홍(2011). 서비스 교육훈련이 중국 호텔종사원의 자긍심, 조직몰입과 고객지향성에

- 미치는 영향. 한국국제대학교 경영행정관광대학원 석사학위 논문.
- 성혜리·이형룡(2022). 항공사 객실승무원의 그릿이 잡 크래프팅과 직무만족에 미치는 영향: 일의 의미의 조절된 매개효과를 중심으로. *호텔경영학연구*, 31(2), 149-168.
- 손근·이창욱·장영철(2014). 서비스종사자의 서번트 리더십지각이 조직시민행동에 미치는 영향관계 연구: 직무특성지각의 조절효과를 중심으로. *산업혁신연구*, 30(1), 1-36.
- 손성곤·김형철·윤종록(2015). 외식업종업원의 고객지향성 역량과 고객서비스 몰입, 경영성과 간의 구조적관계. *경영컨설팅연구*, 15(1), 73-85.
- 신애경·유희경·이혁진(2009). 관광통역안내사의 학습특성과 교육훈련이 업무성과에 미치는 영향분석. *호텔경영학연구*, 18(2), 241-258.
- 원태연·정성원(2010). *통계조사분석*. 서울: 한나래 아카데미.
- 유정만(2008). 기업 신입직원 OJT 특성 요인이 OJT 성과인식에 미치는 영향. 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 윤종록·김호정(2004). 지식경영이 조직구성원의 조직몰입에 미치는 영향에 관한 연구. *지식연구*, 2(2), 61-87.
- 윤희선·이영록·조용현(2022). 호텔직원의 학습동기와 직무성과의 관계에서 자기주도 학습과 지각된 교수실재감의 이중매개효과. *관광연구*, 37(6), 45-64.
- 이계정(2013). 중소기업의 체계적 현장직무교육훈련(S-OJT)의 운영모델 구축에 관한 실증적 연구. 명지대학교. 박사학위논문
- 이병철(2012). 호텔기업의 교육훈련 구성요인이 고객지향성에 미치는 영향. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 이선규·이다정·김두열·남유진·정재규(2010). 고용형태에 따라 직무특성요인이 직무만족에 미치는 영향에 관한연구. *디지털융복합연구*, 8(4), 83-95.
- 이순구(2015). 국가직무능력표준(NCS) 활용을 통한 호텔현장실습 프로그램 개선방안에 관한 연구. *관광레저연구*, 27(12), 411-425.
- 이애주·김순하(2006). 호텔한식당직원의 교육훈련에 대한 지각이 직무만족과 조직몰입이 고객지향성에 미치는 영향. *호텔경영학연구*, 15(5), 119-135.
- 이은용·박수진·이수범(2007). 항공사 기내승무원의 인지된 서번트리더십, 교육훈련 관련요인과 고객지향성 및 자긍심과의 관련성 분석. *관광연구저널*, 21(1), 83-99.
- 이철(1995). 고객지향 컨셉 설정이 시장조사에 있어 우선과제. *마케팅*, 29(5), 32-35.
- 장기룡·이은수(2005). 이직율이 다른 패스트푸드업장에 근무하는 비정규직원의 직무만족도 분석. *외식경영연구*, 8(1), 49-66.

- 장홍근(2010). 포스코의 직무훈련체계와 OJT. *월간 노동리뷰*, 17-30.
- 전은지·송영선·이희수(2011). 중소기업의 체계적 현장직무교육 프로그램 특성이 조직 몰입과 이직의도에 미치는 영향. *중소기업연구*, 33(4), 177-199.
- 전현모·김지희(2014). 커피전문점 직원의 조직시민 행동이 직무만족과 고객지향성에 미치는 영향: 체인브랜드를 중심으로. *호텔리조트연구*, 13(3), 73-90.
- 정기영(2006). 신입사원 OJT 교육훈련이 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향에 관한 연구. *경희대학교 대학원 석사학위논문*.
- 정명희·육홍숙(2016). 요양보호사의 직무교육만족도가 고객지향성에 미치는 영향: 자공심의 조절효과를 중심으로. *한국노인복지학회노인복지연구*, 71(4), 177-201.
- 조선배·손일락(2014). 점점종사원만족(조직, 직무, 관계)이 고객지향성에 미치는 영향: 외식업을 중심으로. *관광연구저널*, 28(5), 91-101.
- 조영신(2012). A 항공사국제선객실승무원교육훈련전이에 관한 연구. *호텔관광연구*, 14(2): 299-314.
- 종즈천·유강석·하동현(2022). 호텔종사원의 고객관련 스트레스 요인, 감정소진, 내면 행동, 고객지향성 간의 구조적 관계. *관광연구*, 37(2), 23-43.
- 진이환·권문호(2004). 호텔 중간관리자의 교육훈련 전이성과. *관광연구저널*, 18(2), 233-247.
- 차석빈·김홍범·오홍철·윤지환·김우곤·(2008). *사례를 통해 본 다변량 분석의 이해*. 서울: 백산출판사
- 채서일(2016). *사회과학조사방법론*, 4판, 서울: 비앤엠북스.
- 채예병(2008). 카지노딜러의 교육훈련이 직무성장에 미치는 영향 연구. *관광연구저널*, 22(3), 253-267.
- 최경화·박광희(2012). 성격특성과 고객지향성이 직무만족 및 직무성장에 미치는 영향: 백화점 여성의류판매원을 중심으로. *한국의류학회지*, 36(9), 979-990.
- 최복수·이상경(2008). 호텔종사원의 조직공정성 지각수준에 따른 인적자원 관리가 조직성장에 미치는 영향. *관광연구*, 22(4), 301-325.
- 최혜진(2008). OJT, OFF-JT, 온라인교육훈련이 훈련전이에 미치는 영향관한 연구: 상황변수의 조절효과를 중심으로. *서울대학교 대학원 경영과 석사학위논문*
- 통계청. (2019). 비정규직 고용동향. https://www.index.go.kr/potal/main/EachDtlPageDetail.do?idx_cd=2477.
- 황대욱·박영아(2014). 호텔 내부고객의 직무만족과 고객지향성이 외부고객이 지각한 서비스품질, 만족도, 충성도에 미치는 영향. *관광연구*, 29(5), 55-75.
- 황선영(2003). 문제중심학습 (PBL) 이 간호학생의 학업성취도, 비판적 사고력, 학습 태도 및 동기에 미치는 효과. *전남대학교 대학원 박사학위논문*.

- Alvi, H. R. & Askaripur, M. R.(2003). The relationship between self-esteem and job satisfaction of personnel in government organizations. *Public Personnel Management*, 32(4), 591-600.
- Alt, R., Abramowicz, W. & Demirkan, H.(2010). Service-orientation in electronic markets. *Electron Markets*, 20: 177 - 180, Published online, 16 November.
- Carnevale, A. P. & Gainer, L. J.(1989). *The learning enterprise*. The American Society for Training Development. U.S. Department of Labor Employment of Training Administration.
- Christopher, J. M.(2006). *Self-esteem research, theory, and practice: Toward a positive psychology of self-esteem*, 3rd ed, New York, NY: Springer Publishing Company.
- Donavan, D. T., Brown, T. J., & Mowen, J. C.(2004). Internal benefits of service-worker customer orientation: Job satisfaction, commitment, and organizational citizenship behaviors. *Journal of Marketing*, 68(1), 128-146.
- Jacobs, R. L. (2003). *Structured on the job training: Unleashing employee expertise in the workplace(2nd ed.)*. San Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers.
- Jacobs, R. L.(2009). Theory of structured on-the-job training and application to the workplace. *Paper presented at the International HRD conference*, Seoul, Korea.
- Kotler, P.(2012). *Kotler on marketing*, New York, NY: Simon and Schuster.
- Mohammad, R. D.(2013). A study of the effects of internal marketing on customer-oriented social and prosocial behaviors. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(11), 253-269.
- Pierce, J. L., Gardner, D. G., Cummings, L. L., & Dunham, R. B.(1989). Organization-based self-esteem: Construct definition, *Academy of Management Journal*, 32(3), 622-627.
- Sobaih, A. E. E. (2011). Half job-half training? Management perceptions of part-time employee training in the hospitality industry. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 10(4), 400-420.
- Thorsteinson, T. J. (2003). Job attitudes of part time vs. full time workers: a meta analytic review. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 76(2), 151-177.
- Wells, E. L., & Marwell, G. (1976). *Self-esteem: Its conceptualization and measurement*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Zhao, X.,Mattila, A. S., Tao, L-S. E.(2007). The role of post-training self-efficacy in

customers' use of self service technologies. *International Journal of Service Industry Management*, 19(4), 492-505.

2022년 12월 19일 원고 접수

2023년 1월 16일 수정본 접수

2023년 1월 30일 최종 수정본 접수 및 게재확정
3인 익명심사 필