



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

뷰티 종사자의 조직시민행동이
고객지향성과 조직유효성에
미치는 영향



한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

헤어디자인전공

최광임

석사학위논문
지도교수 어수연

뷰티 종사자의 조직시민행동이
고객지향성과 조직유효성에
미치는 영향

The Effect of Organizational Citizenship Behavior
of Beauty Workers on Customer Orientation and
Organizational Effectiveness



HANSUNG
UNIVERSITY

2018년 12월 일

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

헤어디자인전공

최 광 임

석사학위논문
지도교수 어수연

뷰티 종사자의 조직시민행동이
고객지향성과 조직유효성에
미치는 영향

The Effect of Organizational Citizenship Behavior
of Beauty Workers on Customer Orientation and
Organizational Effectiveness

위 논문을 뷰티예술학 석사학위 논문으로
제출함

2018년 12월 일

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과

헤어디자인전공

최 광 임

최광임의 예술학 석사학위 논문을 인준함

2018년 12월 일



심사위원장 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

국 문 초 록

뷰티 종사자의 조직시민행동이 고객 지향성과 조직유효성에 미치는 영향

한 성 대 학 교 예 술 대 학 원
뷰 티 예 술 학 과
해 어 디 자 인 전 공
최 광 임

본 연구는 뷰티종사자의 조직시민행동이 고객지향성과 조직 유효성에 미치는 영향을 분석함으로써, 뷰티종사자의 고객지향성과 조직 유효성을 극대화하기 위한 방안으로 조직시민행동을 긍정적으로 개선시킬 수 있는 방안을 제시하는데 그 목적이 있다.

본 연구는 실증조사를 위하여 서울, 경기지역에 종사하는 뷰티종사자를 대상으로 2018년 9월 10일부터 9월 29일에 걸쳐 총 580부의 설문지를 배포하여, 최종 504부를 분석 자료로 사용하였다. 수집된 자료는 SPSS 24.0의 통계프로그램을 사용하여 빈도분석, 요인분석, 신뢰도분석, 다중회귀분석을 실시해 보았다.

본 연구문제에 따른 연구결과를 요약한다면 다음과 같다

첫째, 통계자료에 따른 조사 대상자의 인구통계학적 특성을 알아본 결과, 기혼이며 중· 고졸의 학력을 가진 40세 이상의 여성으로 월 평균 400만원 이상의 소득을 가진 사람이 많은 것으로 나타났다.

둘째, 통계자료에 따른 조사 대상자의 근무형태를 알아본 결과, 아파트 단

지 및 주택가에 위치한 개인 미용실(원장포함 5인 미만)에 원장 직책을 가지고, 월 평균 4회 이하 휴일, 미용실 매출에 따른 급여 형태, 8시간이상 10시간미만으로 근무시간을 가진 사람이 많은 것으로 조사되었다.

셋째, 조직시민행동, 고객지향성, 조직 유효성에 대해 각각의 차원을 알아본 결과, 조직시민행동은 시민성, 양심성의 2가지 요인으로, 고객지향성은 대응성, 응대성은 2가지 요인으로, 조직 유효성은 직무만족, 이직의도, 조직몰입의 3가지 요인으로 분류되었다.

넷째, 조직시민행동이 고객지향성에 미치는 영향을 알아본 결과, 대응성은 시민성과 양심성이 높을수록 대응성이 높아지는 정의 관계로 나타났고, 응대성은 시민성과 양심성에 대한 성향이 높을수록 응대성이 높아지는 정의 관계로 나타났다.

다섯째, 조직시민행동이 조직 유효성에 미치는 영향을 알아본 결과, 시민성과 양심성이 높을수록 직무만족 높아 지는 것으로 나타났다. 이직의도 요인은 조직시민행동과 영향관계가 없는 것으로 나타났으나 시민성과 양심성이 높아질수록 조직몰입이 높아지는 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구결과를 통하여 뷰티종사자들의 근무특성과 조직구성원들의 직장내 조직시민행동의 실태, 그에 따른 근무환경, 고객에 대한 지향성 조직유효성의 만족도에 대한 인식의 차원을 파악할 수 있었으며, 조직시민행동이 고객지향성과 조직유효성에 미치는 영향 관계를 알 수 있었다.

연구결과에 따른 뷰티종사자들의 개선점 제시를 보면 다음과 같다.

첫째, 한 달에 한번 유급휴일을 제공하는 것이 필요하다.

둘째, 출, 퇴근 시간의 규정을 잘 지키는 직원들에게 월급 외 보너스를 지급하여 지각하는 다른 사람들과의 차별성을 두는 것이 필요하다.

셋째, 사업주와 종사자들의 한명 한명에게 꾸준한 관심과 세심한 배려가 필요하다.

넷째, 주기적으로 근무환경을 공유하고 서로 꾸준히 개선점을 제시하는 것이 필요하다.

다섯째, 교육을 통하여 직무에 대한 가치를 향상시켜 조직원들이 심리적인 만족감과 근무환경에 대해 자부심을 가질 수 있도록 해주어야 할 필요가 있다.

이렇게 뷰티종사자들에게 보다 나은 근무환경을 제공하고 이러한 환경에서 미용업에 대해 자부심과 소속감을 가지며 양질의 여가시간 활용으로 서비스의 품질을 높이도록 한다. 또한, 개인주의로 인해 조직구성원들의 조직시민행동이 부정적으로 표출되는 현 시점에서 상호협력을 강화하기 위한 연구가 앞으로 더 이루어져 다양한 부분에서 뷰티종사자의 근무환경의 질을 높이기 위한 노력이 지속되길 바란다.



목 차

I. 서 론	1
1.1 연구의 필요성 및 목적	1
1.2 연구문제	4
1.3 연구의 범위와 구성	5
II. 이론적 배경	6
2.1 조직시민 행동	6
2.1.1 조직시민 행동 정의	6
2.1.2 조직시민 행동 유형	9
2.2 고객지향성	11
2.2.1 고객지향성의 정의	11
2.2.2 고객지향성의 유형	14
2.3 조직유효성	15
2.3.1 조직유효성의 정의	15
2.3.2 조직유효성의 유형	18
III. 연구방법 및 절차	20
3.1 연구모형	20
3.2 조사대상 및 자료수집	21
3.3 설문지의 구성	22
3.4 분석방법 및 절차	25
IV. 연구결과 및 고찰	26
4.1 인구통계학적 특성 및 근무형태	26
4.1.1 인구통계학적 특성	26

4.1.2 근무형태	28
4.2 조직시민행동, 고객지향성, 조직유효성의 차원	30
4.2.1 조직시민행동의 차원	30
4.2.2 고객지향성의 차원	32
4.2.3 조직유효성의 차원	34
4.3 조직시민행동이 고객지향성에 미치는 영향	36
4.4조직시민행동이 조직유효성에 미치는 영향	38
V. 결론 및 제언	41
참 고 문 헌	45
부 록	50
ABSTRACT	55



HANSUNG
UNIVERSITY

표 목 차

(표 2-1) 조직시민행동의 정의	7
(표 2-2) 고객지향성의 정의	21
(표 2-3) 조직유효성의 정의	61
(표 3-1) 조사대상 표본	12
(표 3-2) 설문지의 구성	42
(표 4-1) 인구통계학적 특징	72
(표 4-2) 조사대상자의 근무형태	92
(표 4-3) 조직시민행동 요인분석	13
(표 4-4) 고객지향성 요인분석	33
(표 4-5) 조직유효성 요인분석	53
(표 4-6) 조직시민행동이 고객지향성에 미치는 영향	73
(표 4-7) 조직시민행동이 조직유효성에 미치는 영향	74

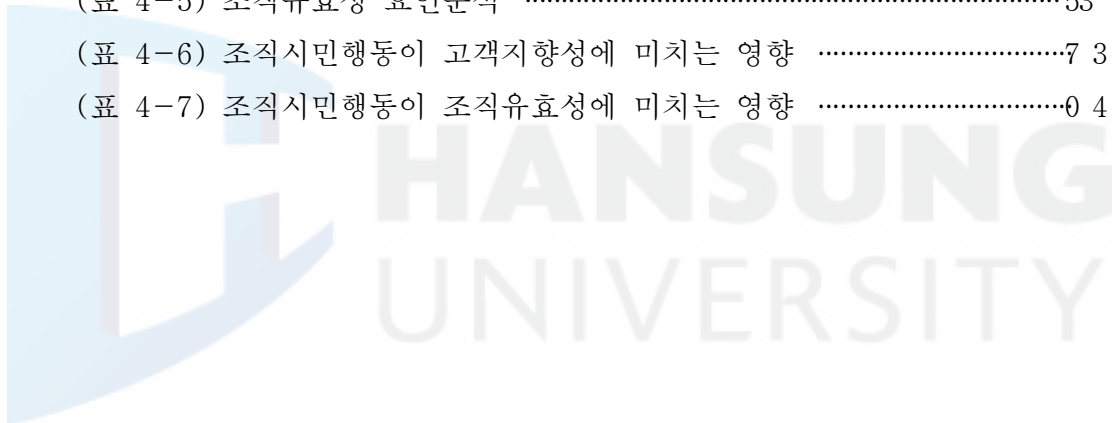


그림 목 차

그림 (3-1) 연구모형	02
---------------------	----



I. 서론

1.1 연구의 필요성 및 목적

서비스업이란 인간의 정서적인 것과 다양한 요구에 대한 고객 만족감을 향상시켜주는 서비스를 제공하는 업종을 일컫는다. 최윤정(2015)서비스라는 말의 어원은 라틴어로 노예를 뜻하는 “servus”에서 유래되었으며, 생산된 재화를 운반 혹은 배급하거나 생산소비에 필요한 노무를 제공하고, 개인적으로 남을 위하여 돕거나 봉사하는 행위¹⁾를 일컫는다. 즉, 이를 뷰티 서비스업과 관련해서 생각해 보면 뷰티서비스 산업은 뷰티산업을 활발하게 소비하며 아름다움을 추구하는 여성들의 다양한 요구에 맞는 제품과 서비스를 제공하여 고객 만족감을 향상시켜주는 서비스업으로 정의 될 수 있다.

김건우(2018)현재 뷰티 서비스업계에서는 여러 가지 트렌드를 선도하며 부가가치가 있는 유망업종으로 자리 잡게 되면서 급격하게 발전하였고, 이에 따라 전문성이 요구되면서 전문 업종이나 전문가의 수도 자연스럽게 증가했다. 최근에는 남성들 또한 뷰티서비스 산업에 대한 관심도가 높아져 여성 뷰티서비스 산업과 함께 급속도로 발전하고 있다.²⁾ 그로인해 미용서비스 시설이 포화상태이며 미용기술도 평준화됨으로써 과거와 같이 기술위주의 경영자세로는 미래에 생존하기 힘들 것으로 보여 진다. 따라서 이러한 흐름에 발맞춰 뷰티종사자들의 의식수준의 향상 또한 뷰티샵 운영에 있어 매우 중요한 요인이 되었다.

현재는 그전과 다르게 나의 모습이 타인에게 어떠한 모습으로 비춰지는지를 더욱 중요시여기는 시대가 되었다. 이런 변화로 인하여 현대인들에게는 차별화를 원하는 생활의 일부분으로 자리 매김하고 있고, 아름다움이나 개성을 추구하려는 욕구가 증가하면서 미용 산업은 성장가능성이 있는 산업 중에 하나이다. 이에 따라, 대부분의 대학에 미용학과가 많이 신설되어 우수한 인

1) 최윤정. (2015). “서비스업 기초안전보건교육의 실시방안에 관한 연구”. 부경대학교 산업대학원 석사학위 논문, p.5.

2) 김건우. (2018). “뷰티서비스업 종사자의 멘토링기능이 직무몰입에 미치는영향에 대한 직무만족의 매개효과”. 서경대학교 미용예술대학원 석사학위 논문, p.1.

적자원의 양성을 목표로 나날이 성장을 하고 있다. 뷰티산업이 성장하는 만큼뷰티샵 운영에 있어서 조직구성원의 효율적인 업무 수행과 이들에 대한 특성을 파악하는 것이 매우 중요하기에 개인과 개인을 둘러싼 조직 구성 원의 상호작용 등에 대한 연구들이 지속적으로 요구되어지고 있는 실정이다.

뷰티종사자들이 근무하는 미용실에서는 직업 특성상 장시간 기립상태로 작업을 해야 하고, 기술적, 신체적, 정신적 피로를 겪고 있는 실정이다. 이처럼 힘든 근무상태에서 조직구성원들이 고객 지향성과 조직의 유효성 향상을 위하여 조직구성원들이 자신을 희생하고 있기 때문에 이 시점에서 다양한 요인들 중 조직시민행동에 주목해야 한다. 즉, 조직 구성원들 사이에서 서로 간의 협력을 원활히 이루어질 수 있도록 역할 외 행동의 대표적인 형태인 조직시민행동에 대한 관심이 필요한 시점이다.

조직시민행동이란, 보상이 따르지 않고 스스로 자신의 의지로 행하는 것으로 필수적인 사항 이외에 자발적으로 행사에 참여를 하고 이 과정에서 규칙, 규정, 절차를 잘 준수하며, 동료구성원들을 존중해주고 주인의식을 갖는 것이다. 조직에서 공식적으로 주어진 역할만 할 경우 기대 이상의 성과를 올리는 것은 불가능하다. 즉 조직시민행동은 공식적으로 규정된 것은 아니지만 조직발전을 위해서는 바람직한 행동으로 볼 수 있다.

김영현(2014)조직 유효성은 조직이 얼마나 효율적으로 잘 운영되고 있는지를 확인하는 개념으로 조직이 갖는 목적기준에 따른 조직의 혁신을 위한 진단과 평가의 기준³⁾이 된다고 하였다. 또한, 고객의 입장에서 고객들의 욕구를 파악하여 조직구성원들이 만족스러운 서비스를 충족해 줌으로써 고객만족의 성과를 높이고 조직이 그에 맞게 대응하여 장기적인 수익을 목표로 하는 것이 고객 이익 중심의 마케팅 전략이라 할 수 있다.

이와 관련한 선행연구로는 문옥선(2013)의 커피바리스타의 심리적 자본이 직무만족, 조직시민행동, 고객지향성과의 영향관계,⁴⁾ 김병호(2010)

3) 김영현. (2014). “조직문화와 조직유효성과의 관계연구”. 경희대학교 대학원 박사학위논문, p.29.

4) 문옥선. (2013). “커피바리스타의 심리적 자본이 직무만족, 조직시민행동, 고객지향성과의 영향관계”. 세종대학교 대학원 박사학위논문, p.20.

외식종사원의 조직시민행동이 고객지향성과 직무만족에 미치는 영향,⁵⁾ 문정남(2015)리조트기업의 내부 마케팅, 조직시민행동, 고객지향성과 직무성과 연구,⁶⁾ 이병열(2010)한국 여행사의 내부마케팅이 직무만족과 조직시민행동 및 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구,⁷⁾ 강영명(2011)전략적 인적자원관리관행과 조직시민행동 및 고객지향성 간의 관계에 관한 연구,⁸⁾ 양난희(2018)미용사의 조직공정성과 팔로워십이 조직시민행동과 조직유효성에 미치는 영향,⁹⁾ 박영국(2008)사회복지조직 관리자의 리더십이 조직시민행동과 조직유효성에 미치는 영향,¹⁰⁾ 유재숙(2014)뷰티서비스 산업의 윤리적 리더십, 상사신뢰, 조직시민행동, 조직유효성 간의 구조적 관계,¹¹⁾ 진광선(2013)상사의 변혁적 리더십과 신뢰, 조직시민행동이 조직유효성에 미치는 영향¹²⁾연구가 있었다. 이와 같이 선행연구들은 주로 조직시민행동, 고객지향성, 조직유효성에 대한 연구가 활발히 이루어지고 있지만 미용 업에서는 이러한 연구가 미비한 실정이다.

따라서 본 연구는 뷰티종사자의 조직시민행동이 고객지향성과 조직유효성에 미치는 영향을 알아봄으로써, 뷰티종사자의 고객지향성과 조직유효성을 극대화하기 위한 방안으로 조직시민행동의 개선방안을 제시하는 것이 목적이다.

-
- 5) 김병호. (2010). “외식종사원의 조직시민행동이 고객지향성과 직무만족에 미치는 영향”. 동의대학교 경영대학원 석사학위논문, p.5.
 - 6) 문정남. (2015). “리조트기업의 내부 마케팅, 조직시민행동, 고객지향성과 직무성과 연구”. 경기대학교 대학원 박사학위논문, p.41.
 - 7) 이병열. (2010). “한국 여행사의 내부마케팅이 직무만족과 조직시민행동 및 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구”. 상지대학교 대학원 박사학위논문, p.30.
 - 8) 강영명. (2011). “전략적 인적자원관리관행과 조직시민행동 및 고객지향성 간의 관계에 관한 연구”. 영남대학교 대학원 석사학위논문, p3.
 - 9) 양난희. (2018). “미용사의 조직공정성과 팔로워십이 조직시민행동과 조직유효성에 미치는 영향”. 서경대학교 대학원 박사학위논문, p.29.
 - 10) 박영국. (2008). “사회복지조직 관리자의 리더십이 조직시민행동과 조직유효성에 미치는 영향”. 대구대학교 대학원 박사학위논문, p.45.
 - 11) 유재숙. (2014). “뷰티서비스 산업의 윤리적 리더십, 상사신뢰, 조직시민행동, 조직유효성 간의 구조적 관계”. 대구가톨릭대학교 대학원 박사학위논문, p.21.
 - 12) 진광선. (2013). “상사의 변혁적 리더십과 신뢰, 조직시민행동이 조직유효성에 미치는 영향연구”. 남서울대학교 대학원 석사학위논문, p.21.

1.2 연구문제

본 연구는 뷰티종사자의 조직시민행동과 고객지향성에 따른 조직유효성에 차이를 알아봄으로써, 뷰티종사자의 고객지향성과 조직유효성을 위한 조직시민행동의 개선점 및 제시가 목적이므로, 그에 따른 연구문제는 다음과 같이 설정하였다.

연구문제 1. 조사 대상자에 대한 인구통계학적 특성에 대해 알아본다.

연구문제 2. 조사 대상자의 근무형태에 대해 알아본다.

연구문제 3. 조직시민행동, 고객지향성, 조직유효성 각각의 차원을 알아본다.

연구문제 4. 조직시민행동이 고객지향성에 미치는 영향을 알아본다.

연구문제 5. 조직시민행동이 조직유효성에 미치는 영향을 알아본다.

1.3 연구의 범위와 구성

본 연구는 뷰티종사자의 조직시민행동이 고객지향성과 조직유효성에 미치는 영향을 분석하기 위한 것이다.

연구는 뷰티종사자의 고객지향성과 조직유효성을 위한 조직시민행동의 개선점을 제시하는데 목적이 있고 또한 연구에 앞서 관련 선행 연구와 고찰을 통해 이론적 배경을 정립하였고 실증조사를 위한 자료 수집은 자기 기입식 설문지법을 통하여 이루어졌다.

본 연구는 총 5장으로 구성하여 구체적인 범위와 구성은 다음과 같다.

I 장 서론에서는 연구의 필요성 및 목적, 연구문제, 연구범위 및 구성을 서술하였다.

II 장 이론적 배경에서는 조직시민행동, 고객지향성, 조직유효성을 고찰하였다.

III 장 연구설계에서는 연구모형과 자료수집 및 분석방법, 설문지의 구성, 분석방법 및 절차에 대해 기술하였다.

IV 장 연구결과 및 고찰에서는 실증조사의 분석과 각각의 분석에 대한 시사점을 도출하였다.

V 장 결론 및 제언에서는 본 연구의 결과에 대한 요약과 개선방안을 제시하고, 후속연구를 위한 제언을 하였다.

II. 이론적 배경

2.1 조직 시민행동

2.1.1 조직 시민행동 정의

조직시민행동은 역할 외 행동들 중에 하나로 조직내에서 꼭 해야 되는 행동은 아니다. 그러나 조직에 이로운 행동으로 여겨지는 사소한 것들로 보상을 바라지 않는 자발적인 행위로써 조직에 긍정적인 영향을 주는 행동을 의미한다.

조직시민행동에 대한 선행연구에서 다양한 정의를 살펴보면 Smith, Organ과 Near(1983)는 조직 내에서의 직무수행과 관련한 구성원의 촉매제적 행동을 조직시민행동(OCB)이라고 명명하면서부터 본격적으로 시작¹³⁾되었으며, 김선영(2015)조직 내에서 공식적으로 규정되거나 보상체계에 포함되어 있지 않는 조직에 긍정적인 영향을 주는 자발적 행동¹⁴⁾이라고 정의하였고, 김용환(2014)조직시민행동은 자유재량의 행동으로서 정해진 규정 이상의 수행을 함으로써 조직이 효과적으로 수행하는데 기여하는 행동¹⁵⁾을 의미한다. 현재욱(2013)조직시민행동은 공식적으로 요구하지는 않지만, 조직의 효과적인 운영과 기능을 위하여 구성원 스스로 하는 역할 이외의 행동¹⁶⁾이라고 하였으며, 한봉주(2010)공식적인 보상시스템에 의해 직접적으로 인정하는 것이 아닌, 자유재량적인 행동이며 전체 조직의 기능을 효과적이고 자발적인 역할 왜 행동¹⁷⁾이라고 하였고, 문정남(2015)따로 공식적으로 명시된 역할 또는 계약에 의해

13) Smith, C. A., Organ, D. W., & Near, J. P. (1983). *Organizational citizenship behavior: Its Nature and Antecedents*. Journal of Applied Psychology, 68(4), pp.653-663.

14) 김선영. (2015). “미용사 윤리의식, 조직윤리풍토, 조직공정성, 조직시민행동, 반 생산적과 업행동간의 관계분석”. 대구가톨릭대학교 대학원 박사학위논문, p.9.

15) 김용환. (2014). “리더십 스타일이 조직시민행동에 미치는 영향”. 목포대학교 대학원 박사학위논문, p33.

16) 현재욱. (2013). “호텔 중간관리자의 리더십이 종사원의 조직시민행동에 미치는 영향”. 한성대학교 경영대학원 석사학위논문, p.16.

17) 한봉주. (2010). “조직문화, 리더십, 직무만족, 조직몰입, 조직시민행동간의 관계에 관한연구”. 서울산업대학 IT정책전문대학원 박사논문, p.51.

보장되지 않는 보상으로 조직에 이득이 되는 구성원의 자발적인 행동¹⁸⁾이라 하였으며, 노관석(2013)조직내에 공식적 포함되는 보상체계는 아니지만 개인이 자발적으로 양심적인 행동¹⁹⁾ 이라고 하였다.

조직시민 행동 정의는 (표 2-1)과 같다.

(표 2-1) 조직시민행동의 정의

연구자	정 의
Smith, Organ 과Near(1983)	조직 내에서의 직무수행과 관련한 구성원의 촉매제적 행동
김선영(2015)	조직 재에서 공식적으로 규정되거나 보상체계에 포함되어 있지 않는 조직에 긍정적인 영향을 주는 자발적 행동
김용환(2014)	조직시민행동은 자유재량의 행동으로서 공식적인 보상체계에 의해 인식되지는 않으나, 정해진 규정 이상의 수행을 함으로써 조직이 효과적으로 기능을 수행하는데 기여하는 행동
현재욱(2013)	조직시민행동은 공식적으로 요구하지는 않지만, 조직의 효과적인 운영과 기능을 위하여 구성원 스스로 하는 역할 이외의 행동
한봉주(2010)	공식적인 보상시스템에 의해 직접적인 또는 명백하게 인정된 것이 아닌, 자유재량이며 전체 조직의 효과적인 기능을 촉진하는 자발적이고 의욕적인 역할 왜 행동
문정남(2015)	공식적으로 명시된 역할에 의하여 명확하게 보장되지 않는 보상에 근거하지 않으며, 조직적으로 이득이 되는 구성원의 자발적인 행동
노관석(2013)	공식적 보상체계에 포함되지는 않지만 조직의 성과와 조직의 발전을 위해 개인이 자발적으로 양심을 지키며, 동료들을 돕고 조직 활동에 동참하여 규칙을 잘 지키는 예의바른 행동

18) 문정남. (2015). “리조트기업의 내부마케팅, 조직시민행동, 고객지향성과 직무성과 연구”. 경기대학교대학원 박사학위논문, p.38.

19) 노관석. (2013). "직업군인의 감성지능이 조직시민행동에 미치는 영향". 중앙대학교 대학원 박사학위논문, p.35.

이상의 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 조직시민행동을 강요에 의한 것이 아닌 자발적인 행동으로 그 어떠한 보상도 기대하지 않으며 조직구성원과의 활동에서 도움을 주기위한 행위라고 정의한다.

이러한 조직시민행동은 미용업에 있어서 미용사가 미용실의 정해진 규칙을 잘 따르고 보이지 않는 곳에서 본인의 양심에 따라 규정 등을 잘 준수하며, 구성원의 서로 협동과 화합이 잘 이루어 질수 있는 요소로 나타날 수 있고 또한 동료들 사이의 인간관계를 원만하게 유지하게 하기 위해서 서로 도움을 주는 행동을 뜻한다.



2.1.2 조직시민행동 유형

2.1.2.1 양심성

양심성은 구성원이 조직에 간접적으로 미치는 행동으로 구성원들의 갈등 상황이 발생하였을 때 개인적인 도움 보다는 간접적으로 도와 주는 행동이다. 장세준(2011)양심적 행동은 조직에 간접적으로 도움을 주는 행동으로 조직에 이익이 되는 자발적인 행위로 업무역할외 행동²⁰⁾을 말한다. 성시한(2014)구성원에게 요구하는 역할을 수행하는 행동으로 관리자가 없어도 직무에 있어 규정과 규칙을 잘 준수하는 행동이다.²¹⁾ 이처럼 양심성은 일반생활 속에서 접할 수 있는 행동으로 서로 다른 개체가 아닌 우리는 하나라는 인식을 가지고 스스로 규칙을 잘 지키는 것이다.

2.1.2.2 시민성

조직생활에 책임의식과 적극적인 참여 행동으로 건설적인 자세를 갖고 개인적인 시간과 부서 모임에 적극적으로 참여를 하여 몰입하는 행동이다. 강영철(2014)조직 활동에 관심과 책임의식을 갖고 적극적인 행위로 참여하는 행동²²⁾을 시민성이라고도 한다. 김남걸(2012)시민의식은 공식적인 업무는 아니지만 조직 내 다양한 공식적, 비공식적 활동에 관심을 갖고 조직의 발전을 위해 적극 참여하는 행동²³⁾을 말한다.

이처럼 시민성은 조직사회에서 단체 활동이나 구성원들이 인권

20) 장세준. (2011). “호텔직원의 셀프리더십과 LMX가 심리적 임파워먼트와 조직시민행동에 미치는 영향”. 세종대학교 대학원 박사학위논문, p.27.

21) 성시한. (2014). “우리나라 공공조직과 민간조직 구성원의 공정성 인식이 조직시민행동에 미치는 영향에 관한 비교연구”. 한성대학교대학원 박사학위논문. p.13.

22) 강영철. (2014). “비영리조직의 팔로워십 유형 및 후원인식이 조직시민행동에 미치는 영향”. 안양대학교 대학원 박사학위논문, p.47.

23) 김남걸. (2012). “기업시민행동이 조직신뢰, 조직몰입, 조직시민행동에 미치는 영향에 관한 연구”. 동명대학교 대학원 박사학위논문, p.48.

또는 권리를 침해하지 않으려 서로 노력하여 원만한 인간관계를 유지
를 하는데 도움이 되는 행동으로 조직이 요구하는 것은 없지만 조직
발전에 도움이 되도록 하는 것을 말한다.



2.2 고객지향성

2.2.1 고객지향성의 정의

고객지향성은 고객의 문제해결 및 욕구충족을 위하여 고객정보를 체계적으로 수집하여 고객 만족을 시켜주기 위한 이행수준으로 초기에는 인식되어졌으나 점차적으로 고객의 수준이 높아짐으로 인하여 서비스 제공자와 고객과의 이해가 부합하는 상호작용을 통해 고객들의 필요를 충족시키려 노력해 오고 있다. 이것은 아래와 같이 여러 학자들의 연구를 통하여 현재는 고객지향성에 대한 서비스를 제공하기 위한 것으로써 자신보다 고객을 먼저 인식하여 고객의 욕구를 충족 시켜주는 것으로 목표고객의 불편사항을 주시하여 고객의 만족도를 높여주는 서비스라고 할 수 있다.

이렇게 연구되어진 선행연구로는 (Deshpande, Farley & Webster, 1993). 고객에게 지속적으로 목표한 가치를 창출하는 것으로 장기적 수익의 확보를 위해 고객의 이익을 최우선으로 하는 신뢰의 정도라고 정의하였고²⁴⁾, Ruekert, Rovert. W(1992)은 고객의 필요한 욕구를 만족시켜 줄 수 있는 전략을 개발하여, 고객에게 필요와 욕구에 부응할 수 있는 전략수행의 수준이 된다.²⁵⁾ 정일환(2018)직원이 고객욕구를 만족하게 하는 구매의사와 결정을 하는 것에 대하여 도움을 줄 수 있고, 이 행동을 조력하는 마케팅 개념의 수행정도²⁶⁾라 하였으며, 윤소정(2016)고객의 욕구를 그들의 이해에 가장 부합되는 방향으로 고객의 욕구를 충족시키고자 노력해 가는 서비스 제공자의 고객에 대한 행동과 태도로 정의²⁷⁾하였고, 이은지(2017)종사원이 조직내 행동을 긍정적으로 높

24) Deshpande, R., & Farley, J. U., & Webster, F. E. (1993). *Corporate culture, customer orientation, and innovativeness in Japanese firms: aquadrad analysis*. Journal of Marketing, 57(1), pp.23-47.

25) Ruekert, Rovert. W., *Developing a Market Orientation: An Organizational Strategy Perspective*, International Journal of Research in Marketing, 9(8), 192, p.25-246.

26) 정일환. (2018). “감정노동이 고객지향성에 미치는 과정에서 자기효능감의 조절효과 연구”. 경희대학교 경영대학원 석사학위논문, p.16.

27) 윤소정. (2016). “고객불량행동에 따른호텔종사원의 고객지향성에 관한 연구긍정심리자본의 조절효과 분석”. 경기대학교 대학원 석사학위논문, p36.

이면서 고객에 대한 욕구를 잘 파악하여 조직이 그에 맞게 대응하고 서비스를 제공하고자 하는 종사원의 태도²⁸⁾,라고 하였으며, 도희정(2018)고객지향은 고객의 요구나 가치를 가장 잘 부합하는 방향으로 접근하는 직원의 자세를 의미²⁹⁾한다라고 하였다.

고객지향성의 정의는 (표 2-2)와 같다.

(표 2-2) 고객지향성의 정의

연구자	정 의
Deshpande, Faley & Webster, (1993)	고객에게 지속적으로 목표한 가치를 창출하는 것으로 장기적 수익의 확보를 위해 고객의 이익을 최우선으로 하는 신뢰의 정도라고 정의
Ruekert, Rovert. W(1992)	고객의 필요한 욕구를 만족시켜 줄 수 있는 전략을 개발하여, 고객에게 필요와 욕구에 부응할 수 있는 전략수행의 수준
정일환(2018)	직원이 그들의 고객에게 고객욕구를 만족하게 하는 구매 의사결정을 함에 있어 구매에 도움이 되도록 조력하는 마케팅 개념의 수행정도
윤소정(2016)	고객의 욕구를 그들의 이해에 가장 부합되는 방향으로 고객의 욕구를 충족시키고자 노력해 가는 서비스 제공자의 고객에 대한 행동과 태도로 정의
이은지(2017)	조직 내 종사원이 긍정적인 행동을 높이면서 고객의 욕구를 파악하여 조직이 그에 맞게 대응하고 서비스를 제공하고자 하는 종사원의 태도
도희정(2018)	일반적으로 고객의 입장에서 생각하며 고객의 요구나 가치를 가장 부합하는 방향으로 접근하는 직원의 자세와 경향성을 의미

28) 이은지. (2017). “의료관광 코디네이터의 직무역량이 자기효능감과 고객지향성에 미치는 영향”. 경기대학교 대학원 석사학위논문, p.26.

29) 도희정. (2018). “경찰고객만족교육이 직무태도와 고객지향성에 미치는 영향”. 부경대학교 교육대학원석사학위논문, p.31.

이상의 선행연구를 살펴본 것과 같이 고객지향성은 학자마다 다르게 정의를 내린 것을 볼 수 있다. 본 연구에서는 선행연구를 토대로 고객의 만족과 혜택을 높이기 위하여 고객이 원하는 것을 적극적으로 파악하고 고객에게 만족을 줄 수 있는 서비스 종사자가 하는 태도와 자세라고 정의 할 수 있다.

뷰티종사자들은 고객서비스를 제공하는 동안 밝은 표정을 하고 있으며, 불편사항 발생 시 빠르게 대응하여 대처하려고 노력하여 안전에 주의를 기울여 고객과 종사자들과의 소통하는 중간 중간에 고객을 계속 주시하며 관심을 갖 고자 한다. 이 때, 고객응대에 대한 만족이 높아져 재방문으로 연결되어지기 때문에 요구사항을 신속히 만족시킬 수 있도록 조직구성원들의 효율성이 보다 내부적인 조직 구조의 중요한 측면이다..



2.2.2 고객지향성의 유형

2.2.2.1 대응성

고객의 욕구를 만족시키는 것으로 고객의 문제점을 빠르게 대처하고 필요로 하는 서비스를 미리 예측하여 대응함으로써 서비스의 대하는 태도는 종업원이 고객에게 대하는 자세를 보면 알 수 있다. 이것은 고객들의 매장에 대한 심리적 불안감을 감소시켜줄 수 있고 마음의 안정을 찾는데 도움을 줄 수 있다.

2.2.2.2 응대성

Ruekert(1992)는 조직구성원들이 고객의 욕구에 응대하는 전략을 수행하여 고객의 정보를 사용하여 고객의 욕구를 만족시키는 전략³⁰⁾이라고 하였다. 고객불만 사항과 문제점이 발견 되었을 때 빠르게 대처를 할 수 있어야 하고 고객과 응대할 때 종업원의 태도는 밝은 표정과 공손한 자세를 하여 고객에게 높은 서비스를 제공하여여 한다.

서비스가 중심이 되어 고객에게 관심을 가지고 고객의 욕구가 충족될 수 있도록 최선의 노력을하는 것이 장기적으로 볼때 수익을 회복 하도록 한다.

30) Ruekert, R. W.(1992). *Developing a market orientation: an organizational strategy perspective*. International journal of research in marketing, 9(3), 225-245.

2.3 조직유효성

2.3.1 조직유효성의 정의

조직 유효성은 효과적이면서 효율적으로 진단과 평가를 하는 기준으로 기업이 개방적인 관점에서 희소 가치가 있는 환경을 개척해 나아가 조직의 절대적이면서 상대적인 능력이며, 조직목표를 달성하기 위한 조직과정이다.

이와 관련한 선행연구로는, 하성호(2010)조직의 규범적이고 가치 지향적인 측면으로 조직을 목적과 목표라는 개념의 선행조건을 조직유효성이라 한다.³¹⁾ 김윤선(2016)조직이론 성과를 측정하고 평가하여 조직목표로 조직구성원에게 조직의 공헌과 이상을 제공함으로써 조직의 욕구를 만족 시킬 수 있는 능력과 기업의 수익성 및 구성원의 욕구충족에 대한 사회에 기여도³²⁾라고 하고, 이병동(2013)조직의 조직구성원의 욕구를 조직과정에 접목하여 욕구를 조직과정에 승화시켜 조직목표를 달성 하는 것이라 하였다.³³⁾ 허윤무(2018)조직이 자원이거나 수단을 오용하지 않으며, 또한 조직 구성원들에게 부당함과 긴장을 주지 않으며 조직의 목표달성을 잘 성취해 내는 정도라 하였고³⁴⁾, 이선미(2018)조직이 효율적이면서 효과적으로 잘 운영되고 있는지를 확인하여 조직이 얼마나 잘 되고 있는지 그리고 얼마나 효과적으로 운영되는지를 나타내는 것으로서 조직의 성과를 측정, 평가하는 기준³⁵⁾라 하였다. 권기완(2017)조직 구성원들이 자신의 직무와 결과에 만족하고 조직의 목표를 추구하기 위해 노력하는 것³⁶⁾이라고 한다.

31) 하성호.(2010). “조직문화유형이임파워먼트및조직유효성에미치는영향:건설산업을중심으로”. 호서대학교 벤처전문대학원 박사학위논문, p.57.

32) 김윤선. (2017). “미용종사자의 여가활동 태도가 직무스트레스와 조직 유효성 및 고객지향성 관계”.서경대학교 일반대학원 박사학위논문, p11.

33) 이병동. (2013). “경찰의 조직문화와 리더십이 조직유효성에 미치는 영향에 관한 연구”. 고려대학교 대학원 박사학위논문, p.25.

34) 허윤무. (2018). “상사의 비인격적 행동이 조직침묵과 조직유효성에 미치는 영향에 관한 연구”. 공주대학교 경영행정대학원 석사학위논문, p.19.

35) 이선미. (2018). “감성리더십이 조직유효성에 미치는 영향:신뢰의 매개효과를 중심으로”. 한양대학교 교육대학원 석사학위논문, p.6.

이처럼 조직 유효성은 조직의 목적이 갖고 있는 성격들에 따르는 다양한 정의가 나타나는 것은 조직에 따라 그 목적이 상이하고 내용도 다르기 때문이다.

조직 유효성에 대한 학자들의 정의는 (표 2-3)과 같다.

(표 2-3) 조직유효성의 정의

연구자	정 의
하성호(2010)	조직의 규범적이고 가치 지향적인 측면으로 조직을 목적과 목표라는 개념의 선행조건
김윤선(2016)	조직이론 성과를 측정하고 평가하여 조직목표로 조직구성원에게 조직의 공헌과 이상을 제공함으로써 조직의 욕구를 만족 시킬 수 있는 능력과 기업의 수익성 및 구성원의 욕구충족에 대한 사회에 기여도
이병동(2013)	조직의 조직구성원의 욕구를 조직과정에 접목하여 욕구를 조직과정에 승화시켜 조직목표를 달성
허윤무(2018)	조직이 자원이나 수단을 오용하지 않으며, 또한 조직구성원들에게 부담함과 긴장을 주지 않으며 조직의 목표달성을 잘 성취해 내는 정도
이선미(2018)	조직이 효율적이면서 효과적으로 잘 운영되고 있는지를 확인하여 조직이 얼마나 잘 되고 있는지 그리고 얼마나 효과적으로 운영되는지를 나타내는 것으로서 조직의 성과를 측정, 평가하는 기준
권기완(2017)	조직 구성원들이 자신의 직무와 결과에 만족하고 조직의 목표를 추구하기 위해 노력하는 것

36) 권기완. (2017). “조리사의 직원전문성, 직무스트레스, 조직유효성 관계연구-회복탄력성과 내외 통제성의 매개효과”. 세종대학교 대학원 박사학위논문, p.24.

이상의 선행연구를 종합하여 볼 때, 조직 유효성을 학자마다 다양하게 정의를 내린 것을 볼 수 있다. 본 연구에서는 선행연구를 토대로 조직 유효성이란 조직구성원의 욕구 충족과 조직의 목적 실현을 위해 얼마나 효과적으로 운영되고 있는지를 평가하는 것이라고 정의할 수 있다.



2.3.2 조직유효성의 유형

2.3.2.1 직무만족

서비스업에 종사하는 구성원들은 직무만족이 있어야 마음에서부터 우러나와야 밝은 미소와 친절한 서비스를 제공할 수 있다. 이것은 내부고객 만족에 영향을 주어 직무만족은 서비스 품질 개선에도 도움을 줄 수 있다.

Locke, E. A.(1976)직무만족은 직무에서 경험에서 생긴 상황과 포괄적인 감정평가로 조직원들의 환경에 따라 심리적, 생리적 상황에 대한 상태이며 직무에서의 욕구 충족이 높을수록 개인에 따라 직무만족도 또한 높아지는 상태³⁷⁾를 말한다. 박정원(2010)직무만족을 직무성취와 그 결과로 부여받는 보상에 대하여 직무환경에 개인이 느끼는 욕구충족이라 하고 또한 개인이 취하게 되는 태도³⁸⁾라고 할 수 있다.

이처럼 직무만족은 자신의 직무에 자부심과 소극감을 갖고 구성원끼리의 즐거움을 느껴 개인의 기대를 충족시켜주는 긍정적인 태도라고 한다.

2.3.2.2 이직의도

이직(turnover)은 조직으로부터 조직구성원들이 이탈하는 것으로, 조직 외부로의 이동뿐만 아니라 기회나 조건이 맞으면 목표달성을 위하여 조직 구성원이 직장을 떠날 생각으로 후임을 알아보고 다른 직장을 찾는 행위로 이직할 의사가 있는 것이라고 정의한다.

이직의도(turnover intention)는 조직 구성원이 조직을 떠나고 싶은 생각이나 결심을 말하는 것으로 현재의 불편한 상황에서 벗어나고자 하는 개인의 의도를 나타내는 것이라고 할 수 있다.

37) Locke, E. A.(1976). *The nature and causes of job satisfaction in dunete*, M(Ed). *Handbokof industrial and organizational psychology*, Rand McNally, chicago, IL. p.1290-1350.

38) 박정원(2010).“초등학교 교사의 감성지능과 직무만족과의 관계”, 대구교육대학교 교육대학원 석사학위논문, p.22.

라정현(2008)이직의 개념을 일반인들은 직장을 그만두는 형태로 이해하고 있지만, 실제로는 이직이 보다 더 포괄적인 개념으로 직업을 떠나는 형태까지도 포함 하며, 이직 의도는 직장을 떠나려는 모두를 포함³⁹⁾하고 있다.

이러한 이직 의도는 이직하기 전단계로 아직 행동으로 보여지진 않았지만 조직을 떠나기 위한 생각과 태도로 경영자의 측면에서 조직구성원들의 이직을 예방하는데 중요한 지표이다.

2.3.2.3 조직몰입

조직몰입은 조직과 개인과의 일체감 또는 애착이나 소속감과 충성심 정도를 의미하며, 이것은 조직구성원이 자신이 소속된 조직을 위하여 노력하려는 의지라고 할 수 있다.

허갑수(2005)는 조직몰입을 행동적·정서적 행동으로 조직의 목표와 가치가 개인의 강한 신뢰도와 조직을 위하여 일을 하려는 의지이며⁴⁰⁾, 그리고 조직의 구성원으로 남고자 하는 욕구와 의지를 말한다. 또한 개인의 이직과 몰입이 상대적 관점에 있다는 데에서 출발하였고 이것은 개인이 한 조직에 얼마나 능동적으로 대처 하고 있는가에 있다. 그러므로 개인이 조직의 목표를 실현하기 위해 구성원으로서 어느 얼마나 뜨거운 열정을 보이고 있는지를 말하며 조직몰입은 조직구성원들이 예상한 목표를 이해함과 동시에 조직에 대한 본인 일체화를 통하여 올바른 방향으로 이끌게 하는 개인의 자발적 압박이라고 할 수 있다.

이러한 조직 몰입은 조직의 목표 달성과 장기적인 미래의 발전을 위하여 자의적인 행동으로 조직의 일원인 역할 수행을 다하는 것이 조직몰입의 상승을 유도한다.

39) 라정현.(2008). “태권도사범의 조직공정성, 직무만족, 조직 몰입 및 이직 의도의 영향관계분석”. 경희대학교 대학원 석사학위논문, pp.23-28.

40) 허갑수(2005). “병원조직의 직무특성과 조직 몰입에 관한 실증적 연구”. 『인적자원관리연구』 . 12(1), pp.21-46.

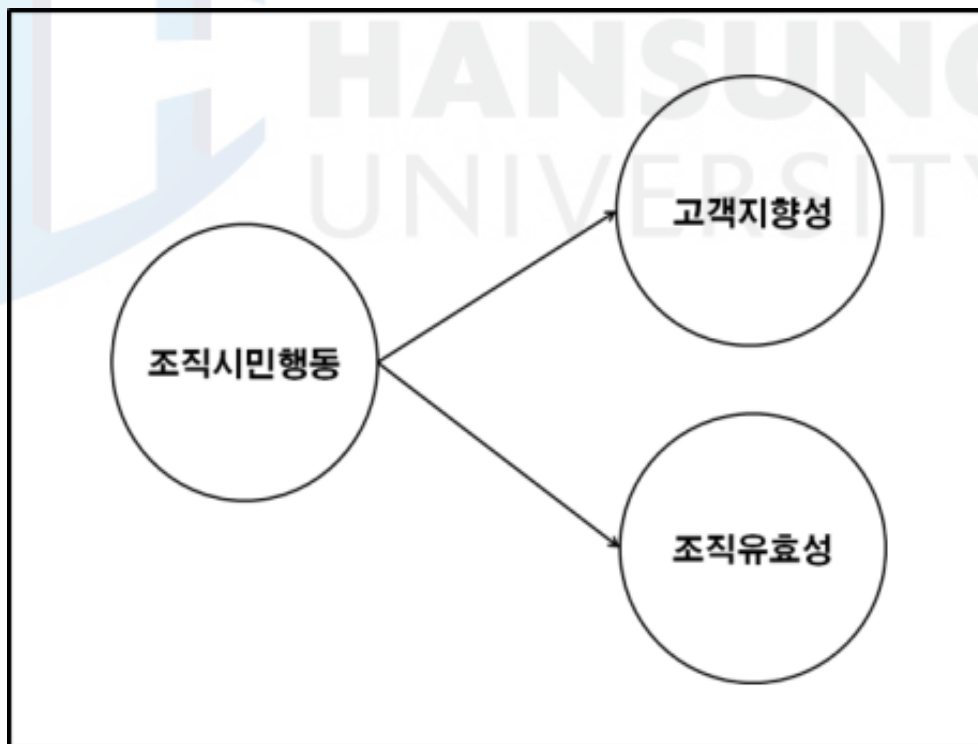
Ⅲ. 연구방법 및 절차

3.1 연구모형

본 연구는 뷰티종사자의 조직시민행동이 고객지향성과 조직유효성에 미치는 영향을 알아보기 위해서, 뷰티종사자들의 고객지향성과 조직유효성을 극대화하기 위한 방안으로 조직시민행동의 개선방안을 제시하는 것이 목적이므로 이 목적에 따라 선행연구에 대한 고찰과 실증연구를 병행하여 이에 따른 설문조사를 하였다.

이러한 조사내용의 연구모형은 그림(3-1)과 같다.

그림 (3-1)



3.2 조사대상 및 자료수집

본 연구의 실증조사를 위하여 수도권의 서울, 경기지역에 종사하는 뷰티종사자를 대상으로 설문조사를 실시하였다.

자료 수집은 자기기입식 설문조사 방법을 실시하였고, 2018년 9월 3일부터 2018년 9월 6일까지 50명의 사전 데이터로 예비조사를 실시하였고, 그것을 바탕으로 설문문항을 수정·보완하였다.

본 조사는 2018년 9월10일부터 2018년 9월 29일까지 이루어졌으며, 총 580부의 설문지를 배포하여 542부를 수거하였다. 그 중 자료로 사용하기에 부적합한 38부를 제외한 504부를 최종 데이터로 사용하였다.

자료 분석은 SPSS Ver. 24.0을 사용하였으며, 다음과 같이 순차적으로 분석이 이루어졌다.

첫째, 조사대상자의 인구통계학적 특성에 대하여 빈도분석이 사용되었다.

둘째, 조사대상자의 근무형태를 알아보기 위해 빈도분석이 사용되었다.

셋째, 조직시민행동, 고객지향성, 조직유효성에 대한 각각의 차원을 알아보기 위하여 요인분석, 신뢰도분석이 사용되었다.

넷째, 조직시민행동이 고객지향성에 미치는 영향에 대하여 다중회귀분석을 사용되었다.

다섯째, 고객지향성이 고객지향성에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중회귀분석이 사용되었다.

(표 3-1) 조사대상 표본

절 차	내용
조사 대상자	서울, 경기지역 뷰티종사자
자 료 수 집	자기기입식 설문조사
조 사 기 간	2018년 9월10일부터 2018년 9월 29일
설문지 배포 및 회수	배 포: 580부
	회 수: 542부
	제 외: 38부
	총사용 데이터: 504부

3.3 설문지의 구성

본 연구에 사용된 설문 문항은 총 66문항으로서, 크게 인구통계학적 특성, 근무형태, 조직시민행동, 고객지향성, 조직유효성이며 세부적인 구성은 다음과 같다.

첫째, 인구통계학적 특성은 이경아(2015)⁴¹⁾, 유경태(2015)⁴²⁾ 선행연구를 바탕으로 연구자의 의도대로 5문항으로 구성되었고 명목척도가 사용되었다.

둘째, 근무형태는 측정을 위하여 선행연구를 보았을 때 이지영(2015)미용사의 작업환경 실태에 따른하지통증 정도 연구⁴³⁾, 차우정(2015)미용사의 사회적 지지와 소진 유형에 따른 조직 유효성의 차이⁴⁴⁾, 김선영(2015)미용사 윤리의식, 조직윤리풍토, 조직공정성, 조직시민행동, 반생산적 과업행동 간의 관계분석⁴⁵⁾에서 추출된 9문항으로 구성되었고 명목척도가 사용되었다.

셋째, 조직시민행동은 측정을 위하여 선행연구를 보았을 때 이진아(2018) 대학 행정조직 관리자의 서번트 리더십과 구성원의 조직시민행동, 상사신뢰, 직무몰입의 구조적 관계⁴⁶⁾, 김경화(2018)간호단위관리자의 임파워링리더십이 간호사의 조직시민행동에 미치는 영향⁴⁷⁾, 구희철(2018)진성리더십과 조직공정성 인식이 조직시민행동에 미치는 영향⁴⁸⁾에서 추출된 18문항으로 구성되었고 5점 등간척도가 사용되었다.

41) 이경아. (2015). “헤어샵 CEO의 소통능력이 조직문화와 신뢰에 미치는 영향”. 가천대학교 경영대학원 석사학위논문, p.86.

42) 유경태. (2015). “헤어샵의 서비스 품질이 브랜드 자산 및 고객충성도에 미치는 영향”. 원광대학교 대학원 석사학위논문, p.69.

43) 이지영. (2015). “미용사의 작업환경 실태에 따른하지통증 정도 연구”. 건국대학교 대학원 석사학위논문, pp.42~43.

44) 차우정. (2015). “미용사의 사회적 지지와 소진 유형에 따른 조직 유효성의 차이”. 서경대학교 대학원 석사학위논문, p.83.

45) 김선영. (2015). “미용사 윤리의식, 조직윤리풍토, 조직공정성, 조직시민행동, 반생산적 과업행동 간의 관계분석”. 대구가톨릭대학교 대학원 박사학위논문, p.98.

46) 이진아. (2018). “대학 행정조직 관리자의 서번트 리더십과 구성원의 조직시민행동, 상사신뢰, 직무몰입의 구조적 관계”. 중앙대학교 글로벌인적자원개발대학원 석사학위 논문, p.96.

47) 김경화. (2018). “간호단위관리자의 임파워링리더십이 간호사의 조직시민행동에 미치는 영향”: 팔로워십의 매개효과. 충북대학교 대학원 석사학위, p.76.

48) 구희철. (2018). “진성리더십과 조직공정성 인식이 조직시민행동에 미치는 영향”. 경희대학교 경영대학원 석사학위 논문, p.64.

넷째, 고객지향성은 측정을 위하여 선행연구 보았을 때 허지영(2018)항공사의 내부마케팅이 승무원의 직무만족, 자존감 및 고객지향성에 미치는 영향⁴⁹⁾, 조석중 (2018)해운. 항만 종사자의 리더-구성원 교환관계가 고객지향성에 미치는 영향⁵⁰⁾, 이승주(2018)호텔종사원의 직무스트레스가 직무소진 및 고객지향성에 미치는 영향⁵¹⁾에서 추출된 18문항으로 구성되었고 5점 등간척도가 사용되었다.

다섯째, 조직유효성은 측정을 위하여 선행연구 보았을 때 오병한(2017)중국 호텔종사원들이 인식하는 기업의 사회적 책임 (CSR) 활동이 조직유효성에 미치는 영향⁵²⁾, 장학원(2017)중국 기업 근로자의 고용불안정이 조직유효성에 미치는 영향⁵³⁾, 양석원(2017)기업 윤리경영이 조직유효성에 미치는 영향에 관한 연구⁵⁴⁾에서 추출된 16문항으로 구성되었고 5점 등간척도가 사용되었다.

본 연구에 사용된 등간척도는 1번 매우 그렇지 않다 에서 5번 매우 그렇다의 범주를 가진다.

49) 허지영. (2018). "항공사의 내부마케팅이 승무원의 직무만족, 자존감 및 고객지향성에 미치는 영향". 경희대학교 관광대학원석사 학위논문, pp.71~72.

50) 조석중. (2018). "해운. 항만 종사자의 리더-구성원 교환관계가 고객지향성에 미치는 영향". 단국대학교대학원 박사학위논문, p.134.

51) 이승주. (2018). "호텔종사원의 직무스트레스가 직무소진 및 고객지향성에 미치는 영향". 안양대학교 일반대학원 석사학위논문, p.1.

52) 오병한. (2017). "중국 호텔종사원들이 인식하는 기업의 사회적 책임 (CSR) 활동이 조직유효성에 미치는 영향". 호남대학교대학원 석사학위, p.99.

53) 장학원. (2017). "중국 기업 근로자의 고용불안정이 조직유효성에 미치는 영향". 단국대학교 대학원 석사학위 논문, pp.85~86.

54) 양석원. (2017). "기업 윤리경영이 조직유효성에 미치는 영향에 관한 연구". 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 석사학위 논문, pp.89~90.

(표 3-2) 설문지의 구성

측 정 변 수	문 항 수	출 처	척 도
인구 통계학적 특성	5	이경아(2015) 유경태(2015)	명목척도
근무형태	9	이지영(2015) 차우정(2015) 김선영(2015)	명목척도
조직시민행동	9	이진아(2018) 김경화(2018) 구희철(2018)	등간척도
고객지향성	9	허지영(2018) 조석중(2018) 이승주(2018)	등간척도
조직유효성	6	오병한(2017) 장학원(2017) 양석원(2017)	등간척도
	4		

3.4 분석방법 및 절차

자료 분석은 SPSS Ver. 24.0을 사용하였으며, 다음과 같이 순차적으로 분석이 이루어졌다.

첫째, 조사 대상자에 대한 인구통계학적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석이 사용되었다.

둘째, 조사 대상자의 근무형태를 알아보기 위하여 빈도분석이 사용되었다.

셋째, 조직시민행동, 고객지향성, 조직유효성 각각의 차원에 대한 요인분석, 신뢰도분석이 사용되었다.

넷째, 조직시민행동이 고객지향성에 미치는 영향대해 다중회귀분석이 사용되었다.

다섯째, 고객지향성이 고객지향성에 미치는 영향에 대하여 다중회귀분석이 사용되었다.

요인추출법으로는 주성분법을 실시하였으며, 요인회전과 관련하여 베리맥스 회전을 실시하였다.

IV. 연구결과 및 고찰

4.1 인구통계학적 특성 및 근무형태

4.1.1 인구통계학적 특성

본 연구의 조사대상자를 상대로 인구통계학적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과는 (표 4-1)과 같다.

성별은 여자 83.9%, 남자 16.1% 순으로 나타났다.

연령은 40대 39.9%, 30대 30.6%, 20대 18.3%, 50대 이상 10.9%, 19세 이하 0.4% 순으로 나타났다.

최종학력은 중, 고등학교(재학, 졸업) 48.6%, 전문대 졸업(재학생 포함) 29.8%, 대학교 졸업(재학생 포함) 15.1%, 대학원 재학 이상 6.5% 순으로 나타났다.

결혼 상태는 기혼 56.5%, 미혼 34.5%, 기타(이혼, 사별, 별거 등) 8.9% 순으로 나타났다.

이러한 결과는 2016년 미용사를 대상으로 실증조사를 한 김철희의 연구에서 여성미용사는 72.4% 고졸 30.9% 미혼자 57.7%,⁵⁵⁾ 2017년 정다운 미혼 67.7% 자영업자가 많았으며 월수입 300~450만 미만⁵⁶⁾으로 나타나는 점을 보면 개인샵이 증가하고 있다는 것을 재확인되었다. 이러한 현상은 40대인 기혼여성이 많고 월소득이 400이상의 고소득인 것은 사회적으로 자리를 잡았기 때문에 이러한 결과가 나온 것으로 알 수 있다.

55) 김철희. (2016). “헤어샵 고객의 재방문의도와 결정요인에 미치는 영향”. 가천대학교 경영대학원 석사학위논문, p.37.

56) 정다운. (2017). “일반 미용실과 남성전문 헤어샵 서비스품질에 대한 인식이 만족도에 미치는 영향”. 건국대학교 산업대학원 석사학위 논문, p.15.

(표 4-1) 인구통계학적 특성

(N=504, %)

	항목	빈도(N)	백분율(%)
성 별	남자	81	16.1
	여자	423	83.9
연 령	19세 이하	2	.4
	20대	92	18.3
	30대	154	30.6
	40대	201	39.9
	50대 이상	55	10.9
최종학력	중, 고등학교(재학, 졸업)	245	48.6
	전문대 졸업(재학생 포함)	150	29.8
	대학교 졸업(재학생 포함)	76	15.1
	대학원 재학 이상	33	6.5
결혼 상태	미혼	174	34.5
	기혼	285	56.5
	기타(이혼, 사별, 별거등)	45	8.9
월 평균 소득	100만원 미만	12	2.4
	100만 원 이상~200만원 미만	86	17.1
	200만 원 이상~300만원 미만	144	28.6
	300만 원 이상~400만원 미만	103	20.4
	400만 원 이상	159	31.5
합계		504	100.0

4.1.2 근무형태

본 연구의 조사대상자들에 대한 근무형태를 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과는 (표 4-2)와 같다.

뷰티샵 형태는 개인 미용실(원장 포함 5인 미만) 66.7%, 프랜차이즈 미용실(원장 포함 5인 이상) 17.5%, 개인 미용실(원장 포함 5인 이상) 10.9%, 프랜차이즈 미용실(원장 포함 5인 미만) 5.0% 순으로 나타났다.

직원 수는 5인 미만 68.8%, 5명 이상에서 10명 미만 20.2%, 10명 이상에서 15명 미만 5.6%, 15명 이상 5.4% 순으로 나타났다.

뷰티샵 위치는 아파트단지 및 주택가 46.2%, 상가주변 38.3%, 학교근처 9.1%, 쇼핑몰, 백화점 내 6.3% 순으로 나타났다.

현재 직장 근무기간은 5년 이상 31.2%, 1년 이상에서 3년 미만 27.4%, 1년 미만 24.4%, 3년 이상은 5년 미만 17.1% 으로 나타났다.

직급은 원장 54.4%, 디자이너 31.0%, 초급디자이너에서는 1년 이상에서 3년 미만이 11.9%, 스텝 2.8% 순으로 나타났다.

하루 평균 근무시간은 8시간 이상에서 10시간미만 54.8%, 10시간 이상에서 12시간 미만 29.2%, 8시간미만 13.1%, 12시간 이상 3.0% 순으로 나타났다.

월 평균 휴일은 4회 이하 41.1%, 5회 33.3%, 6회 14.7%, 8회 이상 7.7%, 7회 3.2% 순으로 나타났다.

급여 형태는 원장(매출에 따라) 51.8%, 100% 인센티브 18.1%, 기본급보장+인센티브 14.7%, 월급제(기본급) 13.5%, 시급제 2.0% 순으로 나타났다.

미용경력은 10년 이상 47.6%, 5년 이상에서 10년 미만 29.4%, 3년 이상에서 5년 미만 15.5%, 1년 이상에서 3년 미만 6.3%, 1년 미만 1.2% 순으로 나타났다.

이러한 조사결과를 보면 고등학교를 졸업후 바로 취업을 하여 많은 경험과 경력들을 쌓아서 개인샵을 오픈하여 소수의 직원과 함께 종사하고 있는 오너가 많은 것을 알 수 있다.

(표 4-2) 조사대상자의 근무형태

(N=504, %)

항목		빈도(N)	백분율(%)
뷰티샵 형태	개인 미용실(원장 포함 5인 미만)	336	66.7
	개인 미용실(원장 포함 5인 이상)	55	10.9
	프랜차이즈 미용실(원장 포함 5인 미만)	25	5.0
	프랜차이즈 미용실(원장 포함 5인 이상)	88	17.5
직원 수	5명 미만	347	68.8
	5명 이상~10명 미만	102	20.2
	10명 이상~15명 미만	28	5.6
	15명 이상	27	5.4
뷰티샵 위치	아파트단지 및 주택가	233	46.2
	학교근처	46	9.1
	상가주변	193	38.3
	쇼핑몰, 백화점 내	32	6.3
현재 직장 근무기간	1년 미만	123	24.4
	1년 이상~3년 미만	138	27.4
	3년 이상~5년 미만	86	17.1
	5년 이상	157	31.2
직급	스텝	14	2.8
	초급디자이너(1년 이상~3년 미만)	60	11.9
	디자이너	156	31.0
	원장	274	54.4
하루 평균 근무시간	8시간 미만	66	13.1
	8시간 이상~10시간미만	276	54.8
	10시간 이상~12시간미만	147	29.2
	12시간 이상	15	3.0
월 평균 휴일	4회 이하	207	41.1
	5회	168	33.3
	6회	74	14.7
	7회	16	3.2
	8회 이상	39	7.7
급여 형태	월급제(기본급)	68	13.5
	기본급보장+인센티브	74	14.7
	100% 인센티브	91	18.1
	시급제	10	2.0
	원장(매출에 따라)	261	51.8
미용 경력	1년 미만	6	1.2
	1년 이상~3년 미만	32	6.3
	3년 이상~5년 미만	78	15.5
	5년 이상~10년 미만	148	29.4
	10년 이상	240	47.6
합계		504	100.0

4.2 조직시민행동, 고객지향성, 조직유효성의 차원

4.2.1 조직시민행동의 차원

조직시민행동을 알아보기 위해 빈도분석을 실시한 결과는 (표 4-3)와 같다.

조직시민행동에 대한 18개 문항에 대하여 타당성을 검증하고 공통요인을 찾아내어 요인분석을 실시하기에 적절한지 알아보았다.

요인추출법으로는 주성분법을 실시하였으며, 요인회전과 관련하여 베리맥스 회전을 실시하였다.

Bartlett의 단위행렬을 점검한 결과 χ^2 값은 2416.956(df=36, Sig.=0.000), KMO 표본적합도는 0.875, 공통성은 0.581 이상으로 나타나 요인분석을 하기에 적절한 것으로 나타났다.

요인분석을 실시한 결과 2가지 차원이 도출되었고, 그 과정에서 요인을 구성하기에 연관성이 부족한 9문항이 제거되었다.

요인들의 전체설명력을 65.5%로 나타냈고, 신뢰도계수는 0.736 이상으로 나타났다.

각 요인을 구성하는 문항들의 중심개념을 바탕으로 요인1을 ‘시민성’, 요인2를 ‘양심성’로 명명하였다.

(표 4-3) 조직시민행동 요인분석

조직시민행동 측정문항	시민성	양심성	공통성
동료의 권리를 침해하지 않으려고 노력한다.	.859	.122	.752
주어진 업무에 다른 동료가 피해 보지 않도록 한다.	.829	.159	.713
회사의 업무절차를 잘 준수한다.	.759	.297	.663
동료들을 항상 존중한다.	.732	.316	.636
회사의 규칙을 잘 지키는 편이다.	.701	.299	.581
동료들과 원만한 인간관계를 유지하고 있다.	.603	.378	.506
업무시간에 오락, 흡쇼핑 등을 하지 않는다.	.093	.811	.666
회사 행사에 자발적으로 참여한다.	.307	.788	.716
회사의 좋은 이미지에 도움 되는 일에 참여한다.	.472	.666	.667
고유치	3.717	2.184	
설명변량(%)	41.298	24.266	
누적변량(%)	41.298	65.564	
신뢰도계수 Cronbach's α	0.882	0.736	

4.2.2 고객지향성의 차원

고객지향성을 알아보기 위해 빈도분석을 실시한 결과는 (표 4-4)와 같다. 고객지향성에 대한 18개 문항에 대하여 타당성을 검증하고 공통요인을 찾아내어 요인분석을 실시하기에 적절한지 알아보았다.

요인추출법으로는 주성분법을 실시하였으며, 요인회전과 관련하여 베리맥스 회전을 실시하였다.

Bartlett의 단위행렬을 점검한 결과 χ^2 값은 3173.393(df=66, Sig.=0.000), KMO 표본적합도는 0.933, 공통성은 0.524 이상으로 나타난 것을 중심으로 요인분석을 하기에 적절한 것으로 나타났다.

요인분석을 실시한 결과 2가지 차원이 도출되었고, 그 과정에서 요인을 구성하기에 연관성이 부족한 6문항이 제거되었다.

요인들의 전체설명력을 62.0%로 나타냈고, 신뢰도계수는 0.867 이상으로 나타났다.

각 요인을 구성하는 문항들을 바탕으로 요인1을 ‘대응성’, 요인2를 ‘응대성’로 명명하였다.

(표 4-4) 고객지향성 요인분석

고객지향성 측정문항	대응성	응대성	공통성
고객과 점점 친해지는 걸 좋아한다.	.775	.187	.636
고객의 문제점에 관심을 갖고 같이 해결하려고 한다.	.733	.271	.611
고객이 원하는 서비스를 잘 받고 나면 뿌듯함을 느낀다.	.730	.278	.610
서비스의 회복을 위해 최선을 다한다.	.702	.360	.622
고객에게 행복을 제공하고 만족감을 느낀다.	.689	.316	.574
고객이 필요한 서비스를 미리 예측하려고 노력한다.	.680	.341	.579
고객과 함께하는 것 자체가 즐겁다.	.642	.333	.524
고객 응대 시 항상 공손한 태도를 유지한다.	.284	.821	.755
항상 단정한 용모를 하고 있다.	.224	.762	.631
고객이 편안한 시간이 되도록 배려해준다.	.364	.752	.698
고객을 맞이할 때 밝은 표정으로 인사한다.	.309	.742	.647
고객이 필요로 하는 모든 정보를 제공해준다.	.371	.649	.559
고유치	4.009	3.437	
설명변량(%)	33.411	28.639	
누적변량(%)	33.411	62.05	
신뢰도계수 Cronbach's α	0.883	0.867	

4.2.3 조직유효성의 차원

조직유효성을 알아보기 위해 빈도분석을 실시한 결과는 (표 4-5)와 같다.

조직유효성에 대한 16개 문항에 대하여 타당성을 검증하고 공통요인을 찾아내어 요인분석을 실시하기에 적절한지 알아보았다. (표 4-5)

요인추출법으로는 주성분법을 실시하였으며, 요인회전과 관련하여 베리맥스 회전을 실시하였다.

Bartlett의 단위행렬을 점검한 결과 χ^2 값은 5160.051(df=120, Sig.=0.000), KMO 표본적합도는 0.903, 공통성은 0.543 이상으로 나타난 것을 볼때 요인분석을 하기에 적절한 것으로 나타났다.

요인분석을 실시한 결과 3가지 차원이 도출되었고, 그 과정에서 요인을 구성하기에 연관성이 부족한 1문항이 제거되었다.

요인들의 전체설명력을 69.8%로 나타냈고, 신뢰도계수는 0.782 이상으로 나타났다.

각 요인을 구성하는 문항들을 중심으로 바탕으로 요인1을 '직무만족', 요인2를 '이직의도', 요인3을 '조직몰입'로 명명하였다.

(표 4-5) 조직유효성 요인분석

조직유효성 측정문항	직무 만족	이직 의도	조직 몰입	공통성
나는 이 일과 대표 동료들을 좋아한다.	.845	-.128	.196	.770
내가 현재 이 조직 현장에서 많은 애착을 느낀다.	.821	-.194	.212	.757
나는 현재 이 조직에서 일을 하고 있는 게 기쁘다.	.816	-.182	.212	.744
나는 이직하기보다 회사를 더 성장하도록 노력할 것이다.	.761	-.324	.116	.697
우리 회사 대표는 직원들에게 많은 도움을 준다.	.757	-.097	.007	.582
나는 직장의 동료들과 잘 토론을 한다.	.734	.020	.245	.600
나는 동료들 간의 유대감에 만족한다.	.617	-.055	.399	.543
나는 얼마 후 직장을 그만둘 생각을 하고 있다.	-.120	.896	-.012	.817
나는 회사를 그만두기 위해 후임을 알아보고 있다.	.053	.817	-.050	.673
나는 가끔 이직을 생각한다.	-.268	.808	-.048	.728
나는 직장생활에 대해 싫증이 나는 중이다.	-.177	.788	-.155	.676
나는 좋은 조건을 직장이 생기면 바로 이 직장을 떠날 것이다.	-.172	.778	-.053	.638
나는 이직을 위해서 구직 광고를 보고 있다.	-.099	.769	-.039	.603
나는 미용 업에 대해 자부심을 가지고 있다.	.178	-.094	.875	.807
나는 미용 업에 대하여 만족하고 있다.	.275	-.099	.839	.789
나는 미용 업에 대해 많은 소속감을 느낀다.	.245	-.045	.829	.750
고유치	4.453	4.168	2.552	
설명변량(%)	27.83	26.052	15.949	
누적변량(%)	27.83	53.882	69.83	
신뢰도계수 Cronbach's α	0.907	0.905	0.782	

4.3 조직시민행동이 고객지향성에 미치는 영향

조직시민행동이 고객지향성에 미치는 영향에 대하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 (표 4-6)와 같다.

첫째, 대응성 요인은 시민성, 양심성 요인에 의해 약 13.9% 설명되며, ($F=41.518^{***}$) 세부적으로 살펴보면 시민성, 양심성 요인에 대한 성향이 높을수록 대응성 요인은 각각 0.248, 0.284배씩 높아지는 정의 관계로 나타났다.

이러한 연구결과는 조직시민행동이 양심적인 시민행동으로 조직 내의 적극적인 참여를 유도하여 고객지향성에 유의미한 영향을 미치는 것에 대해 검증하는 것이다. 이것은 뷰티종사자들이 서로 타인을 배려하고 도와주며, 직장과 관련된 행사에 자발적으로 참석하고 규칙을 잘 준수 했을 때 고객에 대한 서비스에도 높은 영향을 준다는 것을 의미한다. 또한, 조직의 구성원이 직장생활을 하는데 동료 및 직장상사와의 편안하고 우호적인 관계를 통하여 서로가 긍정적인 소통과 근무여건에 대한 개선책 등에 관한 것을 교류함으로써, 보다 더 효율적인 업무의 진행과 더불어 자기 자신의 가치를 긍정적으로 생각하는 자아존중감과 자기만족적 측면에도 긍정적인 영향을 미친다는 것을 의미한다.

둘째, 응대성 요인은 시민성, 양심성 요인에 의해 약 22.4% 설명되며, ($F=73.721^{***}$) 세부적으로 살펴보면 시민성, 양심성 요인에 대한 성향이 높을수록 응대성 요인은 각각 0.416, 0.233배씩 높아지는 정의 관계로 나타났다.

이러한 연구결과는 김병호(2010)외식종사원의 조직시민행동이 고객지향성과 직무만족에 미치는 영향연구에서 동료들을 도와주고 회사를 위해 적극 참여 하는 종사원들이 그렇지 않은 종사원들 보다 고객지향적인 행동을 하는 것⁵⁷⁾으로 나타나 본 연구결과와도 일치하며, 김영주(2017)여행사 사회적 책임활동 연구에서는 시민행동으로 직무에 적극적인 참여와 활동이 고객지향성에 높은 영향을 미치는 것⁵⁸⁾으로 나타나 본 연구와 일치한다. 이러한 이유는 조직 구성원이 고객 응대시 공손한 태도를 보이고 밝은 표정으로 인사를 하면 서비스를 받는 고객들과의 또한 서비스를 받을 동안 상호관계가 좋아지기 때문에 이것은 결과적으로 근무환경에 만족을 얻을 수 있다.

57) 김병호. (2010). "외식종사원의 조직시민행동이 고객지향성과 직무만족에 미치는 영향". 동의대학교경영대학원 석사학위논문, p.43.

58) 김영주. (2017). "여행사 사회적 책임활동 연구". 전주대학교 일반대학원 박사학위 논문, p.96.

고객만족 서비스를 통하여 직장의 매출과도 연관되어지며 조직 구성원들의 삶의 질도 정적인 영향을 미칠것으로 보이며, 이것은 이병열(2010)한국 여행사의 내부마케팅이 직무만족과 조직시민행동 및 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구결과와도 일치하여 본 연구의 결과를 지지한다. 종사자의 서비스로 인한 고객만족은 곧 시민성과 양심성으로 이어져 동료들에게 피해를 보지 않도록 하며 규칙을 잘 지키는 등 고객지향성은 조직시민행동에 직접적인 영향을 미치는 것이 비슷하다. 이로 인하여 종사자가 고객으로부터 더 나은 결정을 하도록 하여 높은 결과의 고객만족을 줄 수 있을 것으로 사료된다.

이러한 연구결과를 볼 때 직업을 막론하고 모든 조직시민행동은 조직구성원들을 이롭게하는 것으로 판단된다. 따라서 본 연구결과와 선행연구결과를 바탕으로 미용사의 조직시민행동의 높은 신뢰를 얻기 위해서 뷰티종사자들의 공정한 보상이나 종사원들 간의 협력을 높이기 위한 방안이 필요하며, 고객지향성을 높게 하기위하여 조직식민행동의 대한 개선방안이 필요하다고 판단된다.

(표 4-6) 조직시민행동이 고객지향성에 미치는 영향

종속변수 (고객지향성)	독립변수 (조직시민행동)	B	β	t	R ²	수정된 R ²	F
대응성	(상수)	-3.796		.000			
	시민성	.248	.248	6.001 ***	0.142	0.139	41.518 ***
	양심성	.284	.284	6.857 ***			
응대성	(상수)	4.742		.000			
	시민성	.416	.416	10.598 ***	0.227	0.224	73.721 ***
	양심성	.233	.233	5.926 ***			

*** $p < 0.001$

4.4 조직시민행동이 조직유효성에 미치는 영향

조직시민행동이 조직유효성에 미치는 영향대하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 (표 4-7)와 같다.

첫째, 직무만족 요인은 시민성, 양심성 요인에 의해 약 13.5% 설명되며, ($F=40.177^{***}$) 세부적으로 살펴보면 시민성, 양심성 요인에 대한 성향이 높을수록 시민성 요인은 각각 0.130, 0.348배씩 높아지는 정의 관계로 나타났다.

이러한 연구결과는 조직시민행동이 조직유효성에 높은 영향을 미친다는 것은 홍기향(2017)미용사의 감성역량과 심리적 자본이 조직유효성과 조직시민행동에 미치는 영향⁵⁹⁾결과와 일치하며, 본 연구의 시민성, 양심성에 대한 조직시민행동 요인에 정적인 영향을 미친다는 것을 보았을때, 본 연구결과를 지지한다. 박진현(2016)미용 기업의 독서지식경영이 조직유효성과 조직시민행동에 미치는 영향에 관한 연구⁶⁰⁾결과도 본 연구결과와 일치하므로, 조직유효성의 직무만족이 조직시민행동의 요인인 시민성 양심성으로 명명한 요인에 정적인 영향을 미친다는 본 연구결과를 지지한다. 그 이유는 박진현의 조사대상인 'J'기업 종사자의 조사결과를 보면 직무만족, 조직몰입 모두 조직시민행동의 시민성 양심성 예의성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

기업은 이러한 종사자들을 스스로 경험지식을 쌓게하여 고객을 직접 상담하고 서비스를 하는 주체로 방향을 잡아주어 경험이 부족한 뷰티종사자들의 상담과 기술을 통해 고객과의 원활한 소통이 되도록 관계를 형성되어져야 비로소 자신에게도 만족하고 삶 또한 긍정적인 생각을 할 수 있도록 만들어 주어야 한다.

이것은 오너와 직원의 직무에 관련한 문제점을 업무 성과 달성 등의 주제를 가지고 동료들과 토론을 하며, 매장이 더 성장할 수 있도록 노력한다. 이로 인하여 본인의 직업에 대해 소속감을 느낌과 동시에 만족감을 가지고 현장에 대한 애착심을 높일 수 있을 것으로 보인다.

59)홍기향. (2017). “미용사의 감성역량과 심리적 자본이조직유효성과 조직시민행동에 미치는 영향”. 서경대학교 대학원 박사학위논문, p.73.

60) 박진현. (2016). “미용 기업의 독서지식경영이 조직유효성과 조직시민행동에 미치는 영향”. 건국대학교 대학원 박사학위 논문, p.138.

둘째, 양심성 요인은 조직시민행동과 영향관계가 없는 것으로 나타났다.

이러한 연구결과는 조직유효성에서 이직의도의 요인들이 조직시민행동에 영향관계가 없는 결과를 미루어 볼 때 뷰티종사자의 시민성과 양심성의 좋고 나쁨에 대해서 직원들이 이직의도가 있고 없고를 연장지어 생각해서는 안 될 것으로 판단된다. 이것은 임정숙(2016)조직 지원인식이 조직몰입, 조직시민행동, 이직의도에 미치는 영향⁶¹⁾ 연구에서 조직시민행동이 이직의도에 부의 영향을 미치는 것으로 본 연구와 일치한다. 그리고 원하는 것을 얻거나 제공해 주는 것이 직무만족과 조직몰입에 긍정적인 영향을 미치는 요소가 된다는 것을 알 수 있다.

셋째, 조직몰입 요인은 시민성, 양심성 요인에 의해 약 7.4% 설명되며, ($F=21.053^{***}$) 세부적으로 살펴보면 시민성, 양심성 요인이 높을수록 조직몰입 요인은 각각 0.216, 0.176배씩 높아지는 정의 관계로 나타났다.

이러한 연구결과는 조직시민행동의 시민성과 양심성에 대한 성향이 높을수록 조직몰입에 영향을 미친다는 홍기향(2017)의 미용사의 감성역량과 심리적 자본이 조직유효성과 조직시민행동에 미치는 영향 연구⁶²⁾와 일치하며, 본 연구의 조직유효성과 조직몰입이 높아지는 정적인 영향을 미친다는 본 연구와 일치하므로 본 연구결과를 지지한다.

넷째, 유재숙(2014)뷰티서비스 산업의 윤리적 리더십, 상사신뢰, 조직시민행동, 조직유효성 간의 구조적 관계⁶³⁾에 관한 연구와 박정길(2018)외식업체 중간관리자의 리더십 유형에 따른 종사원의 조직시민행동과 조직유효성에 미치는 영향연구⁶⁴⁾에서 조직시민행동이 높을수록 조직유효성이 높은 것으로 나타나 본 연구결과와 일치한다.

61) 임정숙. (2016). "조직지원인식이 조직몰입, 조직시민행동, 이직의도에 미치는 영향". 경기대학교 서비스경영전문대학원 석사학위논문, p54.

62) 홍기향. 전계서, p.91.

63) 유재숙. (2014). "뷰티서비스 산업의 윤리적 리더십, 상사신뢰, 조직시민행동, 조직유효성 간의 구조적 관계". 대구가톨릭대학교 대학원 박사학위논문, p.56.

64) 박정길. (2018). "외식업체 중간관리자의 리더십 유형에 따른 종사원의 조직시민행동과 조직유효성에 미치는 영향". 한성대학교 경영대학원 석사논문, p.98.

따라서 본 연구결과와 선행연구결과를 바탕으로 뷰티종사자의 조직시민행동의 높은 신뢰를 얻기 위해서 사업주와 중간관리자를 위한 방안이 필요하다고 사료된다.

(표 4-7) 조직시민행동이 조직유효성에 미치는 영향

종속변수 (조직유효성)	독립변수 (조직시민행동)	B	β	t	R ²	수정된 R ²	F
직무만족	(상수)	-1.394		.000			
	시민성	.130	.130	3.125 **	0.138	0.135	40.177 ***
	양심성	.348	.348	8.402 ***			
이직의도	(상수)	9.617		.000			
	시민성	.017	.017	.377	0.001	-0.003	0.249
	양심성	.027	.027	.596			
조직몰입	(상수)	-1.028		.000			
	시민성	.216	.216	5.029 ***	0.078	0.074	21.053 ***
	양심성	.176	.176	4.101 ***			

*** $p < 0.001$

V. 결론 및 제언

본 연구는 뷰티종사자의 조직시민행동이 고객 지향성과 조직 유효성에 미치는 영향을 분석함으로써, 뷰티종사자의 고객 지향성과 조직 유효성을 극대화 하기 위한 방안으로 조직시민행동을 긍정적으로 개선시킬 수 있는 방안을 제시하는데 그 목적이 있다.

본 연구는 실증조사를 위하여 서울, 경기지역에 종사하는 뷰티종사자를 대상으로 2018년 9월 10일부터 9월 29일에 걸쳐 총 580부의 설문지를 배포하여, 최종 504부를 분석 자료로 사용하였다. 수집된 자료는 SPSS 24.0 통계프로그램을 이용하여 빈도분석, 요인분석, 신뢰도분석, 다중 회귀분석을 실시하였다.

본 연구를 종합해보면, 뷰티종사자의 조직시민행동이 고객 지향성 및 조직 유효성에 직접적인 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 매장의 규모, 직원의 수, 지역과 관계없이 조직시민행동은 뷰티샵 성공에 반드시 필요한 요소라는 사실을 알 수 있었다. 특히 경기침체와 최저임금 상승으로 인력을 많이 채용할 수 없는 현 시점에서는 더욱 조직시민행동의 성장시키는 것이 조직력 강화와 구성원들의 성장 방향성을 제안하는 데 필수적인 요소로 여겨 질 수 있다. 또한, 뷰티샵 종사자의 성공을 성과(매출)로 보고 있는 현실에서 자신의 성장만을 위한 것이 아닌 조직 전체의 발전을 위해 자신의 여러 희생을 요구한다는 것은 어려운 과제이지만 조직 구성원 모두 조직시민행동의 성장을 돕기 위한 정기적인 상담 또는 교육을 받아야 할 필요가 있다.

본 연구는 이론상 오톤나 종사자 중 당연히 오톤에게 뷰티종사자의 조직 시민행동이 고객 지향성과 조직 유효성에 미치는 영향이 높을 것이라고 생각했지만, 본 연구자는 다시 한 번 학문적으로 통계를 실시하였다.

조직시민행동이 고객 지향성에 미치는 영향의 결과를 보면 조직시민행동의 시민성, 양심성 요인은 ($F=41.518^{***}$)높아지는 정의 관계로 나타났으며, 그리고 조직시민행동이 조직유효성에 미치는 영향의 결과에서는 직무만족은 조직시민행동의 요인인 시민성, 양심성에 대한 성향이($F=40.177^{***}$)높을수록 정의 관계로 나타나 이는 이직의도에서 양심적 행동은 조직시민행동과 영향 관계가 없는 것으로 나타났다. 이것은 뷰티종사자의 시민성과 양심성의 좋고

나쁨에 대해서 이직의도와 연장지어 생각해서는 안 될 것으로 사료된다.

조직몰입 요인은 시민성, 양심성 요인에 의해($F=21.053^{***}$) 정의 관계로 나타난 것을 통계결과로 알 수 있었다. 이러한 연구 결과는 설문응답자에서 원장 54.4% 종업원이 45.7%인 결과로 봤을 때 8.7%편차가 나타난 것을 알 수 있었다.

본 연구는 뷰티종사자의 고객 지향성과 조직유효성을 극대화하기 위한 방안으로 조직시민행동의 개선 방안을 제시하고자 하였다.

본 연구의 연구문제에 따른 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 인구통계학적 특성을 알아본 결과 월 평균 소득이 400만원 이상으로 40대 기혼 여성이 많았으며 중, 고등학교 졸업자가 많았다.

둘째, 조사대상의 근무형태를 알아본 결과, 아파트단지 및 주택가에 위치한 5인 미만의 직원이 근무하는 개인 미용실이 많았다. 그리고 현 직장 근무지에서 5년 이상의 경력을 가진 원장과 디자이너로 급여 형태는 미용실 매출에 따라 급여를 받으며, 근무는 비 교대 근무형태로 대부분 8시간 이상 10시간 미만, 휴일은 월 4회이하가 많았다.

셋째, 조직시민행동, 고객 지향성, 조직유효성 각각의 차원을 알아본 결과, 조직행동은 시민성, 양심성의 2가지 요인으로, 고객 지향성은 대응성, 응대성의 2가지 요인으로, 조직유효성은 직무만족, 이직의도, 조직몰입의 3가지 요인으로 분류되었다.

넷째, 조직시민행동이 고객 지향성에 미치는 영향을 알아본 결과, 통계적으로 유의미한 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다섯째, 조직시민행동이 조직유효성에 미치는 영향을 알아본 결과, 통계적으로 유의미한 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구결과를 통해 현재 뷰티샵 종사자는 조직시민행동이 고객 지향성과 조직유효성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 뷰티 종사자의 조직시민행동의 구성요인인 시민성, 양심성의 수준이 높아질수록 조직유효성의 요인인 직무만족, 조직몰입의 반응이 모두 정의 영향을 미치는 것으로 나타나 뷰티샵 종사자의 조직시민행동이 곧 고객지향에도 유의미한 영향을 미치는 것으로 도출되었다. 이것은 항상 고객을 주시하고 관찰하며 불편한 것이 있는지

에 대해 관리가 필요한 것으로 높은 서비스는 고객의 재방문으로 이어지기 때문에 조직구성원간의 조직시민행동은 중요한 요소로 볼 수 있다.

뷰티샵 근무형태결과를 보면 원장 포함 5인 미만이 336명(66.7%)로 서로 권리를 침해하지 않으려 노력하고 고객에게 공손한 태도를 보이며 이 일에 자부심을 갖고 있는 것으로 분석되었다. 그러나 뷰티종사자들을 공급 채용할 수 있는 인원이 적어서 소규모로 운영하고 있는 종사자들이 많았고 (두 문장 사이에 내용연결 어색함.)또한, 어느 정도 경력 있는 뷰티종사자들이 개인 샵 오픈이 많아지고 있기 때문에 그 결과 포화상태를 부추기는 요인으로 보여 진다.

결과를 바탕으로 개선점을 다음과 같이 제시한다.

첫째, 뷰티샵 종사자의 조직시민행동의 구성요인이 높아질수록 고객 지향성의 요인 또한 높아졌다는 것은 뷰티샵의 효과적 운영과 이윤창출에 긍정적인 요소임이 검증되었다. 나아가 조직발전을 위한 바람직한 행동이 뷰티샵 운영에 매우 필요하기 때문에 한 달에 한번 우수사원을 선정해 개인 매출 외에 전체 매출에 대한 인센티브를 제공하고, 고객 불만 사항을 일정 횟수 이상 해결해 연말 한 해 동안 계획된 미션수행에 성공 하였을 때, 보상품의 제공과 더불어 종사자 자신이 원하는 교육의 기회 제공, 미용 관련 제품 혹은 도구의 제공 등으로 뷰티샵 종사자의 조직에 대한 바람직한 행동과 주인의식을 유도할 필요성이 제기된다.

둘째, 뷰티샵 종사자의 조직시민행동의 구성요인이 높아질수록 조직유효성의 요인 또한 높아졌다는 점은 조직시민행동이 조직의 화합과 이직의도에 긍정적인 요소임이 검증되었다는 것을 의미하며, 이는 조직발전을 위한 바람직한 행동이 조직구성원의 효율적인 관리에 매우 필요하다는 것이 검증 되었다는 것을 의미한다. 이는 동료 간의 의사소통과 토론을 통한 문제점의 개선하고, 한 달에 한번 팀 워크샵을 통한 조직의 화합 도모는 유대감과 친밀감을 형성하는 것이 매우 중요할 것으로 사료된다. 또한, 뷰티샵 종사자의 출, 퇴근 시간의 준수를 유도하기 위하여 뷰티샵의 경제에 손실이 적은 범위 내에서 출, 퇴근 시간의 규정을 잘 지키면 하루정도의 휴가를 제시하는 인센티브를 제공하는 것도 고려해볼 여지가 있을 것으로 사료된다.

셋째, 여러 명이 아침부터 밤까지 같이 생활을 하는 밀폐된 공간 안에서 조직 구성원들은 동료들 간의 인권과 권리를 침해하지 않도록 합리적인 규정을 정하고, 고객에게 최상의 서비스를 제공해야 하는 종사자가 될 수 있도록 선임 종사자들은 후임 종사자들에게 바람직한 조직시민행동의 방향과 사례를 전달해야 한다. 여기서 불만 사항을 해소하는데 오는 스트레스를 풀기 위해 문화적 여가를 누릴 수 있는 복지를 제공하는 것도 필요하다.

넷째, 뷰티샵 내에 종사자들에게 경영권 공유(지분 참여)도 방법이 될 수 있다. 오너쉽을 스스로 갖기 위해서는 자신이 원장이고, 사장이라는 상황을 만드는 것이 가장 중요하기 때문에 법적인 지분 참여 계약을 통해 종사자들의 상황을 개선하게 된다면 뷰티샵 성장에 긍정적인 요소가 될 수 있을 것으로 생각한다.

다섯째, 본 연구는 서울, 경기도권의 뷰티샵에 종사하는 뷰티샵 종사자를 대상으로 하였기에 차후 연구에서는 대상의 범위를 확대하여 다른 지역의 거주자의 설문을 수집, 연구 결과의 일반화를 유도하는 것도 필요할 것으로 사료된다.

현대인들의 개인주의 성향이 짙어짐에 따라 조직력 강화를 위한 조직시민행동에 관련한 연구의 필요성이 더욱 강조되는 실정이므로, 후속연구에서는 연구대상을 사업주와 종업원으로 구분하여 둘의 영향관계를 증명하는 것 또한 의미 있을 것으로 사료된다.

－참고문헌－

1. 국내문헌

- 강영철. (2014). “비영리조직의 팔로워십 유형 및 후원인식이 조직시민행동에 미치는 영향”. 안양대학교대학원 박사학위논문.
- 강영명. (2011). “전략적 인적자원관리관행과 조직시민행동 및 고객지향성 간의 관계에 관한 연구”. 영남대학교 대학원 석사학위논문.
- 김남걸. (2012). “기업시민행동이 조직신뢰, 조직몰입, 조직시민행동에 미치는 영향에 관한 연구”. 동명대학교 대학원 박사학위논문.
- 구희철. (2018). “진성리더십과 조직공정성 인식이 조직시민행동에 미치는 영향”. 경희대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 권기완. (2017). “조리사의 직업전문성, 직무스트레스, 조직유효성 관계연구-회복탄력성과 내외통제성의 매개효과”. 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 김선영. (2015). “미용사 윤리의식, 조직윤리풍토, 조직공정성, 조직시민행동, 반생산적 과업행동간의 관계분석”. 대구가톨릭 대학교 대학원 박사학위논문.
- 김영주. (2017). “여행사 사회적 책임활동 연구”. 전주대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 김윤선. (2017). “미용종사자의 여가활동 태도가 직무스트레스와 조직 유효성 및 고객지향성 관계”. 서경대학교 일반대학원. 박사학위논문.
- 김건우. (2018). “뷰티서비스업 종사자의 멘토링기능이 직무몰입에 미치는영향에 대한 직무만족의 매개효과”. 서경대학교 미용예술대학원 석사학위논문.
- 김영현. (2014). “조직문화와 조직유효성과의 관계연구”. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 김선영. (2015). “미용사 윤리의식, 조직윤리풍토, 조직공정성, 조직시민행동, 반생산적 과업행동 간의 관계분석”. 대구가톨릭 대학원 박사학위논문.
- 김경화. (2018). “간호단위관리자의 임파워링리더십이 간호사의 조직시민행동에 미치는 영향”. 충북대학교 대학원 석사학위논문.
- 김병호. (2010). “외식종사원의 조직시민행동이 고객지향성과 직무만족에 미치는 영

- 향". 동의대학교 경영대학원 석사학위 논문.
- 김영주. (2017). "여행사 사회적 책임활동 연구". 전주대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 김용환. (2014). "리더십 스타일이 조직시민행동에 미치는 영향". 목포대학교 대학원 박사학위논문.
- 김철희. (2016). "헤어샵 고객의 재방문의도와 결정요인에 미치는 영향". 가천대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 노관석. (2013). "직업군인의 감성지능이 조직시민행동에 미치는 영향". 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 도희정. (2018). "경찰 고객만족교육이 직무태도와 고객지향성에 미치는 영향". 부경대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 라정현. (2008). "태권도사범의 조직공정성, 직무만족, 조직 몰입 및 이직 의도의 영향 관계분석". 경희대학교 대학원 석사학위논문.
- 문정남. (2015). "리조트기업의 내부마케팅, 조직시민행동, 고객지향성과 직무성과 연구". 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 박정길. (2018). "외식업체 중간관리자의 리더십 유형에 따른 종사원의 조직시민행동과 조직유효성에 미치는 영향". 한성대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 박정원. (2010). "초등학교 교사의 감성지능과 직무만족과의 관계". 대구교육대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 박진현. (2016). "미용 기업의 독서지식경영이 조직유효성과 조직시민행동에 미치는 영향". 건국대학교 대학원 박사학위 논문.
- 박영국. (2008). "사회복지조직 관리자의 리더십이 조직시민행동과 조직유효성에 미치는 영향". 대구대학교 대학원 박사학위논문.
- 성시한. (2014). "우리나라 공공조직과 민간조직 구성원의 공정성 인식이 조직시민행동에 미치는 영향에 관한비교 연구". 한성대학교 대학원 박사학위논문.
- 이지영. (2015). "미용사의 작업환경 실태에 따른하지통증 정도 연구". 건국대학교 대학원 석사학위논문.
- 이승주. (2018). "호텔종사원의 직무스트레스가 직무소진 및 고객지향성에 미치는 영향". 안양대학교 대학원 석사학위논문.

- 이진아. (2018). “대학행정조직 관리자의 서번트 리더십과 구성원의 조직시민 행동, 상사신뢰, 직무몰입의 구조적관계”. 중앙대학교 글로벌디자인자원개 발대학원 석사학위논문.
- 양석원. (2017). "기업 윤리경영이 조직유효성에 미치는 영향에 관한 연구". 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 석사학위논문.
- 양난희. (2018). “미용사의 조직공정성과 팔로워십이 조직시민행동과 조직유효성에 미치는 영향”. 서경대학교 대학원 박사학위논문.
- 윤소정. (2016). "고객 불량행동에 따른 호텔종사원의 고객지향성에 관한 연구공정심 리자본의 조절효과 분석". 경기대학교 대학원 석사학위논문.
- 오병한. (2017). "중국 호텔종사원들이 인식하는 기업의 사회적 책임 (CSR) 활동이 조직유효성에 미치는 영향". 호남대학교 대학원 석사학위논문.
- 유재숙. (2014). "뷰티서비스 산업의 윤리적 리더십, 상사신뢰, 조직시민행동, 조직유효 성 간의 구조적 관계". 대구가톨릭대학교 대학원 박사학위논문.
- 유경태. (2015). “헤어샵의 서비스 품질이 브랜드 자산 및 고객충성도에 미치는 영향”. 원광대학교 대학원 석사학위논문.
- 이경아. (2015). “헤어샵 CEO의 소통능력이 조직문화와 신뢰에 미치는 영향”. 가 천대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 이은지. (2017). "의료관광 코디네이터의 직무역량이 자기효능감과 고객지향성에 미치 는 영향". 경기대학교 대학원 석사학위논문.
- 이병동. (2013). "경찰의 조직문화와 리더십이 조직유효성에 미치는 영향에 관한 연 구". 고려대학교 대학원 박사학위논문.
- 이병열. (2010). “한국 여행사의 내부마케팅이 직무만족과 조직시민행동 및 고객지향 성에 미치는 영향에 관한 연구”. 상지대학교 대학원 박사학위논문.
- 이선미. (2018). "감성리더십이 조직유효성에 미치는 영향". 한양대학교 교육대학원 석 사학위논문.
- 임정숙. (2016). “조직지원인식이 조직몰입,조직시민행동,이직의도에 미치는 영향”. 경 기대학교 서비스경영전문대학원 석사학위논문.
- 진광선. (2013). “상사의 변혁적 리더십과 신뢰, 조직시민행동이 조직유효성에 미치는 영향연구”. 남성울대학교 대학원 석사학위논문.

- 조석중. (2018). "해운. 항만 종사자의 리더-구성원 교환관계가 고객지향성에 미치는 영향". 단국대학교 대학원 박사학위논문.
- 정일환. (2018). "감정노동이 고객지향성에 미치는 과정에서 자기효능감의 조절효과 연구". 경희대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 장학원. (2017). "중국 기업 근로자의 고용불안정이 조직유효성에 미치는 영향". 단국대학교 대학원 석사학위논문.
- 장세준. (2011). "호텔직원의 셀프리더십과 LMX가심리적 임파워먼트와 조직시민행동에 미치는 영향". 세종대학교 대학원 박사학위 논문.
- 정다운. (2017). "일반 미용실과 남성전문 헤어샵 서비스품질에 대한 인식이 만족도에 미치는 영향". 건국대학교 산업대학원 석사학위 논문.
- 차우정. (2015). "미용사의 사회적 지지와 소진 유형에 따른 조직 유효성의 차이". 서경대학교 대학원 석사학위논문.
- 최윤정. (2015). "서비스업 기초안전보건교육의 실시방안에 관한 연구". 부경대학교 산업 대학원 석사학위논문.
- 현재욱. (2013). "호텔 중간관리자의 리더십이 종사원의 조직시민행동에 미치는 영향". 한성대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 한봉주. (2010). "조직문화, 리더십, 직무만족, 조직몰입, 조직시민행동간의 관계에 관한연구". 서울산업대학 IT정책전문대학원 박사학위논문.
- 하성호.. (2010). "조직문화유형이임파워먼트및조직유효성에미치는영향:건설산업을 중심으로". 호서대학교 벤처전문대학원 박사학위논문.
- 허갑수. (2005). "병원조직의 직무특성과 조직 몰입에 관한 실증적 연구". 『인적자원 관리연구』 . 12(1), pp.21-46.
- 허윤무. (2018). "상사의 비인격적 행동이 조직침묵과 조직유효성에 미치는 영향에 관한 연구". 공주대학교 경영행정대학원. 석사학위논문.
- 허지영. (2018). "항공사의 내부마케팅이 승무원의 직무만족, 자존감 및 고객지향성에 미치는 영향". 위논문경희대학교 관광대학원 석사학위논문.
- 홍기향. (2017). "미용사의 감성역량과 심리적 자본이조직유효성과 조직시민행동에 미치는 영향". 서경대학교 대학원 박사학위논문.

2. 국외문헌

- Deshpande, R., & Farley, J. U., & Webster, F. E. (1993). *Corporate culture, customer orientation, and innovativeness in Japanese firms: a quadrat analysis*. Journal of Marketing, 57(1), pp23-47.
- Locke, E. A. (1976). *The nature and causes of job satisfaction in industry*, M(Ed). *Handbook of industrial and organizational psychology*, Rand McNally, Chicago, IL. p.1290-1350.
- Ruekert, R. W. (1992). *Developing a market orientation: an organizational strategy perspective*. International journal of research in marketing, 9(3), 225-245.
- Yuchtman, E. & Seashore, S. E. (1967), *A system resource approach to organizational effectiveness*, American Sociological Association, 32(6), pp891-903.
- Smith, C. A., Organ, D. W., & Near, J. P. (1983). *Organizational citizenship behavior: Its Nature and Antecedents*. Journal of Applied Psychology, 68(4), 653-663.

부 록 (설문지)

안녕하십니까?

본 설문지는 ‘뷰티종사자의 조직시민행동이 고객지향성과 조직유효성에 미치는 영향’에 대해 알아보기 위해 작성되었습니다.

본 조사의 결과는 연구목적 이외에 다른 목적으로는 절대 이용되지 않을 것이며, 질문에 대한 응답은 평소에 생각하시던 대로 솔직하게 기입해주시면 감사드리겠습니다. 다시 한 번 본 연구에 협조해주신 여러분께 진심으로 감사드립니다.

2018년 9월

한성대학교 예술대학원

뷰티예술학과 석사과정

연구자: 최 광 임

지도교수: 어 수 연

I. 다음은 귀하의 조직시민행동에 관한 질문입니다. 귀하의 의견과 일치하는 곳에 ☒ 표 해주십시오.

문 항	매우 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
회사의 규칙을 잘 지키는 편이다.	①	②	③	④	⑤
회사의 업무절차를 잘 준수한다.	①	②	③	④	⑤
업무 부담이 많은 동료의 일을 도와주는 편이다.	①	②	③	④	⑤
새로 입사한 사람들을 잘 적응할 수 있도록 도와준다.	①	②	③	④	⑤
무거운 걸 들고 가는 동료가 있으면 같이 나누어들어준다.	①	②	③	④	⑤
동료의 여러 가지 고민을 잘 들어준다.	①	②	③	④	⑤
회사의 좋은 이미지에 도움 되는 일에 참여한다.	①	②	③	④	⑤
시간을 항상 잘 지킨다.	①	②	③	④	⑤
업무시간에 오락, 흡쇼핑 등을 하지 않는다.	①	②	③	④	⑤
회사 행사에 자발적으로 참여한다.	①	②	③	④	⑤
보는 사람이 없어도 규칙, 규정, 절차를 준수한다.	①	②	③	④	⑤
직장과 관련된 회의에 적극 참여한다.	①	②	③	④	⑤
동료들과 원만한 인간관계를 유지하고 있다.	①	②	③	④	⑤
직장에서의 단체 활동에 잘 동참한다.	①	②	③	④	⑤
직장 내 변화에 적응하려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤

주어진 업무에 다른 동료가 피해보지 않도록 한다.	①	②	③	④	⑤
동료의 권리를 침해하지 않으려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤
동료들을 항상 존중한다.	①	②	③	④	⑤

II. 다음은 귀하의 고객지향성에 관한 질문입니다. 귀하의 의견과 일치하는 곳에
✓ 표 해주시요.

문 항	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
고객을 맞이할 때 밝은 표정으로 인사한다.	①	②	③	④	⑤
항상 단정한 용모를 하고 있다.	①	②	③	④	⑤
고객 응대 시 항상 공손한 태도를 유지한다.	①	②	③	④	⑤
고객이 편안한 시간이 되도록 배려해준다.	①	②	③	④	⑤
고객이 필요로 하는 모든 정보를 제공해 준다.	①	②	③	④	⑤
고객이 필요로 하는 것보다 더 많이 제공해주려고 한다.	①	②	③	④	⑤
고객에게 행복을 제공하고 만족감을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
고객과 함께하는 것 자체가 즐겁다.	①	②	③	④	⑤
고객이 원하는 서비스를 잘 받고나면 뿌듯함을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
고객이 필요한 서비스를 미리 예측하려고 노력 한다	①	②	③	④	⑤
고객과 점점 친해지는 걸 좋아한다.	①	②	③	④	⑤
고객의 문제점에 관심을 갖고 같이 해결하려고 한다.	①	②	③	④	⑤
서비스의 회복을 위해 최선을 다한다.	①	②	③	④	⑤
고객의 안전에 주의를 기울인다.	①	②	③	④	⑤
고객의 요구에 신속하게 움직인다.	①	②	③	④	⑤
흥분한 고객에게 문제점에 대해 빠르게 대처할 수 있도록 노력한다.	①	②	③	④	⑤
고객이 계시는 동안 잡담하지 않는다.	①	②	③	④	⑤
고객이 모든 서비스를 다 받고 나가실 때까지 미소를 띠고 있다.	①	②	③	④	⑤

Ⅲ.다음은 귀하의 **조직유효성**에 관한 질문입니다. 귀하의 의견과 일치하는 곳에
 ✓ 표 해주십시오.

문 항	매우 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
나는 이직을 위해서 구직광고를 보고 있다.	①	②	③	④	⑤
나는 가끔 이직을 생각한다.	①	②	③	④	⑤
나는 얼마 후 직장을 그만둘 생각을 하고 있다.	①	②	③	④	⑤
나는 회사를 그만두기 위해 후임을 알아보고 있다.	①	②	③	④	⑤
나는 좋은 조건을 직장이 생기면 바로 이 직장을 떠날 것이다.	①	②	③	④	⑤
나는 직장생활에 대해 싫증이 나는 중이다.	①	②	③	④	⑤
나는 미용 업에 대해 자부심을 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤
나는 미용 업에 대해 많은 소속감을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
나는 미용 업에 대하여 만족하고 있다.	①	②	③	④	⑤
나는 미용 업을 다른 사람들에게 권유하고 싶다.	①	②	③	④	⑤
나는 동료들 간의 유대감에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
우리 회사 대표는 직원들에게 많은 도움을 준다.	①	②	③	④	⑤
내가 현재 이 조직 현장에서 많은 애착을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
나는 직장의 동료들과 잘 토론을 한다.	①	②	③	④	⑤
나는 이 일과 대표 동료들을 좋아한다.	①	②	③	④	⑤
나는 이직하기보다 회사를 더 성장하도록 노력할 것이다.	①	②	③	④	⑤

IV. 다음 귀하의 근무형태에 관한 질문입니다. 한 문항도 빠짐없이
기입해주시면 감사하겠습니다.

1. 귀하가 근무하는 미용실 형태는 무엇입니까?

- ① 개인미용실(원장포함 5인 미만)
- ② 개인미용실(원장포함 5인 이상)
- ③ 프랜차이즈미용실(원장포함 5인 미만)
- ④ 프랜차이즈미용실(원장포함 5인 이상)

2. 귀하가 근무하는 뷰티 샵 직원 수는 몇 명입니까?

- ① 5명 미만 ② 5명 이상~10명 미만
- ③ 10명 이상~15명 미만 ④ 15명 이상

3. 귀하가 근무하는 뷰티 샵 위치는 어디입니까?

- ① 아파트단지 및 주택가 ② 학교근처
- ③ 상가주변 ④ 쇼핑몰, 백화점 내

4. 귀하의 현재 직장의 근무기간은 어떻게 되십니까?

- ① 1년 미만 ② 1년 이상~3년 미만
- ③ 3년 이상~5년 미만 ④ 5년 이상

5. 귀하의 직급은 무엇입니까?

- ① 스텝 ② 초급디자이너(1년 이상~3년 미만)
- ③ 디자이너 ④ 원장

6. 귀하의 하루 평균 근무 시간은 어떻게 되십니까?

- ① 8시간미만 ② 8시간 이상~10시간미만
- ③ 10시간 이상~12시간미만 ④ 12시간 이상

7. 귀하의 월 평균 휴일은 몇 회입니까?

- ① 4회 이하 ② 5회 ③ 6회 ④ 7회 ⑤ 8회 이상

8. 귀하의 급여 형태는 어떻게 되십니까?

- ① 월급제(기본급) ② 기본급보장 +인센티브
- ③ 100% 인센티브 ④ 시급제
- ⑤ 원장(매출에 따라)

9. 귀하의 미용경력은 어떻게 되십니까?

- ① 1년 미만 ② 1년 이상~3년 미만
- ③ 3년 이상~5년 미만 ④ 5년 이상~10년 미만
- ⑤ 10년 이상

V. 다음의 질문에 대한 응답은 통계처리에만 이용되며, 절대 개별 공개되지 않습니다. 한 문항도 빠짐없이 기입해주시면 감사하겠습니다.

1. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- ① 남자 ② 여자

2. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

- ① 19세 이하 ② 20대
- ③ 30대 ④ 40대
- ⑤ 50대 이상

3. 귀하의 최종학력은 어떻게 되십니까?

- ① 중, 고등학교(재학, 졸업) ② 전문대 졸업(재학생포함)
- ③ 대학교 졸업(재학생포함) ④ 대학원 재학 이상

4. 귀하의 결혼 상태는 어떻게 되십니까?

- ① 미 혼 ② 기 혼 ③ 기 타(이혼, 사별, 별거 등)

5. 귀하의 월평균 소득은 어느 정도 입니까?

- ① 100만원미만 ② 100만원이상 ~ 200만원미만
- ③ 200만원이상 ~ 300만원미만 ④ 300만원이상 ~ 400만원미만
- ⑤ 400만원이상

ABSTRACT

The Effect of Organizational Citizenship Behavior of Beauty Workers on Customer Orientation and Organizational Effectiveness

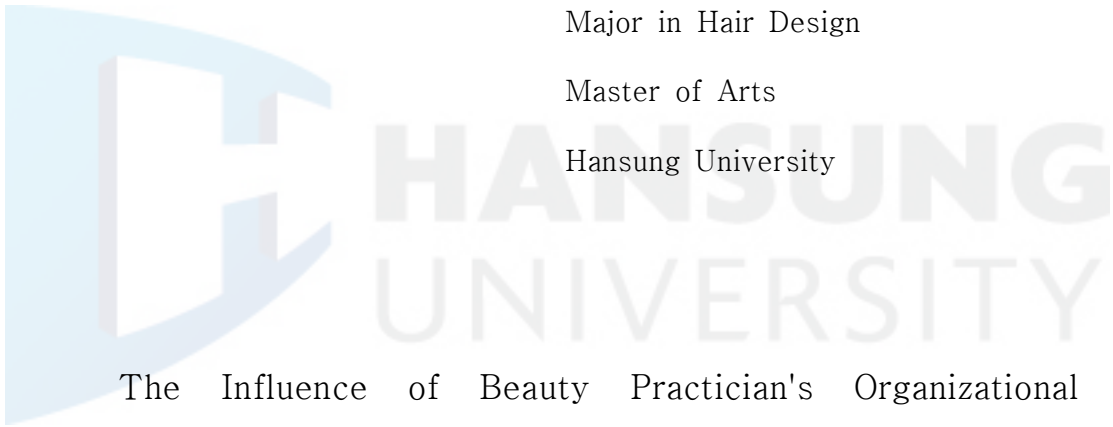
Choi, Gwang-Im

Beauty Art & Design

Major in Hair Design

Master of Arts

Hansung University



The Influence of Beauty Practitioner's Organizational
Citizenship Behavior on Customer Orientation and
Organizational Effectiveness

The purpose of this study is to propose a way to positively improve the organizational citizenship behavior as a way to maximize customer orientation and organizational effectiveness of beauty practitioners by analyzing the influence of organizational citizenship behavior on customer orientation and organizational effectiveness.

For the purpose of empirical investigation, a total of 580 surveys were distributed from September 10 to September 29, 2018 among beauty

workers in Seoul and Gyeonggi Province, and 504 of them were used for final analysis. The collected data were applied to the statistical program of SPSS 24.0 for frequency analysis, factor analysis, reliability analysis, and multiple regression analysis.

The following is a summary of the research results with regard to the subject of research .

First, the demographic characteristics of those surveyed according to the statistics indicate that the majority of women over the age of 40 with married status and highest level of education of middle or high school diplomas earn an average income of more than 4 million won per month.

Second, analysis of the work patterns of those surveyed according to the statistics indicates that a majority of them hold a director position at a private hair salon (less than five employees including the director) located in an apartment complex or residential areas, have four or fewer holidays per month on average, monthly salary based on sales at the salon, and work more than eight hours and less than 10 hours on average per day. Third, according to the dimensional analysis of organizational citizenship behavior, customer orientation and organizational effectiveness, organizational citizenship behavior was classified based on two factors: citizenship and conscientiousness; customer orientation was classified based on two factors: responsiveness and correspondence; and organizational effectiveness was classified based three factors: job satisfaction, turnover intention and organizational commitment.

Fourth, according to the research results of the impact of organizational citizenship behavior on customer orientation, responsiveness showed a positive correlation with citizenship and conscientiousness, and correspondence showed a positive correlation with higher propensity of citizenship and conscientiousness.

Fifth, according to the research results of the impact of organizational citizenship behavior on organizational effectiveness, it was found that higher citizenship and conscientiousness correlated with higher job satisfaction levels. Although no correlation was observed between turnover intention and organizational citizenship behavior, it was found that higher level of citizenship and conscientiousness positively correlated with higher level of organizational commitment.

Through this research, we were able to understand the work characteristics of beauty practitioners and the status of the organizational citizenship behavior of the members within the workplace, the consequential working environment, and the recognition dimension of the satisfaction of customer orientation and organizational effectiveness; also, we were able to understand the impact relation of organizational citizenship behavior on customer orientation and organizational effectiveness.

The proposed points of improvement for beauty practitioners in accordance with the results of the study are as follows.

First, there is a need to for provision of paid holiday once a month.

Second, there is a need to differentiate punctual employees from tardy employees by giving extra bonuses in addition to regular monthly salary.

Third, there is a need for constant attention and careful consideration for each of the beauty practitioners and the proprietors of the business.

Fifth, there is a need to enhance job value so that members can have psychological satisfaction and take pride in their work environment.

Likewise, quality of service is to be augmented by provision of better working environment for beauty practitioners, inculcation of a sense of pride and belonging for the beauty industry, and high-quality utilization of leisure times.

In addition, at a time when organizational citizenship behavior is negatively expressed by individualism of the organization members, we hope that further research will be conducted to enhance mutual cooperation and further efforts to be made in order to improve the quality of working environment for beauty practitioners in various areas.

Keywords : Organizational Citizenship Behavior, Customer Orientation, Organizational Effectiveness, Service Quality, Work Characteristics

