

호텔기업의 조직문화가 직무만족, 조직몰입, 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구: 부산지역 호텔을 중심으로*

The Effects of Organizational Culture on Job Satisfaction, Organizational Commitment and Customer Orientation in Hotel Company: Focus on Hotels in Busan

문정남**

Junghnam Moon

ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate the relationship among Organizational Culture, Job Satisfaction, Organizational Commitment and Customer Orientation of hotel company in Busan. For the purpose of study, 237 survey questionnaires were distributed among the employees who are working for hotel company in busan from 11th Feb, 2019 to 25th Feb, 2019. Due to the reliability of data, 9 samples were discarded and 228 samples were put to actual analysis. In order to accomplish the purpose of the study, the researcher conducted and analyzed by using SPSS Ver. 21.0 statistics package. The results of the study are as follows. First, the organizational culture which is consist of relationship-oriented culture, innovation-oriented culture had significant effects on job satisfaction. Second, the organizational culture which is consist of relationship-oriented culture, innovation-oriented culture, task-oriented culture and rank-oriented culture had significant effects on organizational commitment. Third, the organizational culture which is consist of relationship-oriented culture, innovation-oriented culture and rank-oriented culture had significant effects on customer orientation. Fourth, job satisfaction had significant effects on customer orientation. Lastly, the organizational commitment had significant affect on customer orientation. This study shows that the establishment of the organizational culture suitable for the new flow is very important for the development of the hotel.

Key words : Organizational Culture. Job Satisfaction. Organization Commitment. Customer Orientation.

* 이 논문은 2018년도 동서대학교 " Dongseo Frontier Project " 지원에 의하여 이루어진 것임

** 동서대학교 관광학부 호텔경영학전공 교수(junghnam.moon@dongseo.ac.kr)

I. 서 론

기업들의 ‘일하는 방식의 혁신’에 대한 논의가 활발하다. 2018년 7월부터 시행된 ‘주 52시간 근로제’ 등 사회적 변화와 함께, ‘워라벨(Work and life balance)’이라는 신조어가 대변하는 ‘삶의 질’에 대한 구성원들의 요구가 어느 때보다 거세기 때문이다. Pok(2015)은 최근 고용 및 근무환경 변화에 따라 기업의 핵심 성장을 위한 동력의 자산으로 인적자산의 중요성에 대한 인식이 강화되고 있으며, 특히 환대기업은 인적자산 집약 산업으로 종사원이 기업의 핵심 성공 요인으로 작용하고 있다고 하였으며, 긍정적 조직문화는 조직성과 뿐만 아니라, 종사원의 직무만족에도 긍정적인 영향을 줌으로써 조직구성원들을 조직몰입으로 유도할 때 조직문화가 성과의 동인이 되는 긍정적인 역할을 할 수 있다(Lok and Crawford. 2001; Lauture et al. 2012)고 하였다. 또한 한봉주(2012)는 조직문화는 기업경영의 중요한 원천이고 무형자산이기 때문에 기업이 점차 맹렬해지는 경쟁 환경에 적응하고 존속하기 위해서는 주어진 상황 속에서 구성원들 하나하나를 기업중심으로 결속시키고 구성원들의 열성과 의욕을 끌어올릴 수 있는 조직문화의 형성이 필요하다고 하였다.

하지만, 대한상공회의소와 맥킨지의 2016년 1차 보고서에 이은 2018년 5월 발행된 2차 보고서에 따르면 최근 많은 기업이 그러하듯이, 국내 대기업들도 기업 문화개선을 위한 다양한 활동을 수행하고 있었지만, 응답자의 절반 수준 (53%)은 2016년 1차 조사 대비 전반적으로 기업문화에 개선이 있었다고 인식하고 있었으나, 반면 나머지 47%는 다양한 활동에도 불구하고 여전히 변화가 없거나 오히려 더 나빠졌다고 답했다(대한상공회의소·맥킨지. 2018). 이렇듯 기업문화에 대한 사회적 관심이 높아지고, 국내의 대표적 대기업들을 비롯한 많은 기업이 수평적, 자율적, 효율적 기업문화로의 변화 작업에 착수한 것은 매우 고무적인 현상이지만, 이러한 기업의 노력이 기업문화 및 조직 건강도에 실질적 개선 효과를 일으키지 못하는 것은 잘못된 방향설정이 그 원인일 수 있다. 이 때문에 실제로 호텔기업의 조직문화가 직원들에게 어떻게 작용하는지를 살펴보는 것은, 조직문화를 통해 다양한 조직 내의 현상들을 설명하고, 문제점을 개선시킬 수 있으며, 동시에 조직의 혁신과 문제해결에 상당히 유용할 것으로 생각한다.

따라서 본 연구의 목적은 호텔기업의 조직문화유형을 탐색하고, 그 결과를 바탕으로 조직문화와 직무만족, 조직몰입, 고객지향성간의 영향관계를 알아보는 데 있다. 즉, 본 연구를 통해 호텔기업이 가지고 있는 문화를 정확하게 진단하고, 그 진단결과를 중심으로 직무만족, 조직몰입, 고객지향성을 촉진시키는 조직문화를 유지·발전시키기 위한 체계적인 조직문화 관리방안을 모색하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 조직문화

Denison(1996)는 조직문화란 조직을 구성하는 조직원들이 일반적으로 생각하는 가치, 신념, 분위기 등을 일컫는 것으로 우리가 흔히 조직문화를 이야기할 때에는, 조직 내에서의 규칙, 절차 그리고 행동과 같은 부분을 의미한다고 하였으며, Korte(2007)는 조직문화를 각기 다른 조직의 구성원들을 하나로 묶어 주는 ‘공유된 인식모델’ 또는 ‘사회적인 접착제’ 라고 정의하였다. 결국, 조직문화는 조직구성원이 공유하고 있는 가치체계인 동시에 규범인 것이다(O'Reilly and Chatman, 1996). 또한, 이러한 조직문화에 따라 조직 내에서 인적 자원의 관리방식(배치, 채용, 보상 및 배상, 감독 등)이 달라지는데, 이는 조직문화풍토의 진화를 유발하고, 다시 진화된 조직문화풍토는 구성원의 행동적, 정서적 환경에 영향을 미치게 되어 동기부여와 동시에 직무만족의 변화로 이어지고 나아가 조직몰입에 까지 영향을 미친다고 하였다(Beatty and Schnider, 1981). 이렇듯 조직의 전략과 외부환경에 적응할 수 있는 조직문화가 조직 내에 깊숙이 자리 잡는다면, 조직의 전략을 성공적으로 수행하는 강력한 수단이 될 수 있지만, 반대로 그렇지 못한다면 조직의 전략을 실행함에 있어 걸림돌로 작용할 수 있다(Henderson et al. 2006). Cameron and Quinn(2011)는 원래 기존에 각기 독립적으로 연구되어왔던 조직유효성에 관한 다양한 모형들을 하나의 프레임 아래 통합시키려는 메타이론으로써 경쟁가치모형을 제시하면서 이를 조직문화를 규명하기 위한 분석체계로 변용하여 사용하였다. 현재 무수히 많은 조직문화의 유형 중에서도 최근에 가장 많이 활용되는 모형은 경쟁가치모형 (CVM: Competing Values Model)이라고 볼 수 있다(최항순, 2010). 즉, 경쟁 가치모형은 Quinn의 연구를 중심으로 이루어졌고, 처음의 출발은 조직 유효성 개념들을 정리하고 분석하기 위한 틀로서 제시되었으나, 현재는 조직문화의 분석과 진단을 위한 도구로 많이 활용되고 있는 실정이다(Kimberly and Quinn, 1984; Quinn and McGrath, 1985; Cameron and Quinn, 2011).

본 연구에서는 선행연구들을 바탕으로 조직문화를 조직 구성원들이 조직 내에서 공유된 가치, 신념, 의식, 업무방식, 인간관계 등을 바탕으로 나타나는 일반적이면서 보편적인 특성이라고 정의한다. 또한 최근의 호텔 기업에 대한 다양한 요구와 조직을 둘러싼 환경의 역동성과 가변성을 고려해 조직문화의 유형에 대한 구분은 Cameron and Quinn(2011)의 경쟁가치모형을 기반으로 위계지향문화, 관계지향문화, 혁신지향문화, 과업지향문화로 구분하여 직무만족, 조직몰입과 고객지향성의 영향관계를 알아보고자 한다.

2. 직무만족

직무만족은 조직구성원들의 직무에 대한 태도에 바탕을 두고 있으며 자기가 맡은 직무에 대해 만족하는 정도라고 할 수 있는데, 이는 곧 직무에 대한 정서적 반응이므로, 개인이 직무에서 원하는 것과 실제 얻는 것의 비교를 통해 나타나는 주관적 개념이다. Yousef(2017)는 직무만족은 직무 종사자의 직업적 경험을 통해 충족된 긍정적이고 즐거운 감성 상태라고 정의하고, 동시에 직무를 대하는 전반적인 태도라고 하였다. 또한, 직무만족은 여러 요인들이 복합적으로 작용하여 결과가 나타나므로 직무만족에 영향을 주는 선행요인과 후행 요인을 살펴보고 규명하는 것은 조직 구성원의 직무만족 향상에 매우 중요하다(박보람, 2015).

한편 직무만족은 조직몰입과 더불어 조직성과 및 조직유효성을 결정하는 주된 결정요인이라는 보편적인 인식으로 인해 지금까지 많은 현장연구에서 관심을 받아왔으며(Lok and Crawford, 2001; 박진영 · 이성각, 2011; 최해수, 2015), 조직은 내부조직구성원들의 직무만족을 장기적인 전략과제의 핵심에 두고 새로운 조직문화를 지속해서 발전시키고 있다(Watson, 2008). 최근의 조직문화와 조직유효성(직무만족, 조직몰입)과의 영향관계에 관한 연구들은 조직문화의 유형에 따라서 조직유효성에 미치는 영향이 각기 다르다는 연구들이 주를 이루고 있다. 그러나 특정한 조직의 문화 유형이 모든 조직에 일괄적으로 적용되는 것이 아니라, 조직이 처한 여건에 따라 가장 적합한 조직문화를 선택해야 할 것이다(Wilkins and Ouchi, 1983). Schneider and Bowen(1995)은 서비스 기업 조직의 경우 고객에게 더 나은 서비스를 제공하기 위해서는 기업이 조직구성원들에게 경영층의 지원, 긍정적인 조직문화, 행정제도 등을 제공함으로써 실현 가능하며, 이를 통해서 조직구성원들의 직무만족도를 향상 시킬 수 있다고 하였다. 김정원 등(2017)은 GWP(Great Work Place) 조직문화는 직무만족에 유효한 영향을 미친다고 하였다. 따라서 호텔기업은 내부 구성원들의 직무만족과 고객만족, 충성도가 불가분의 관계를 형성하고 있다는 부분을 인지하고, 조직 구성원의 만족이 고객만족과 충성도로 이어지기 때문에 내부 구성원을 먼저 만족시키는 일이 선행되어야 한다(Heskett et al. 1994). 이에 본 연구에서는 직무만족을 직무와 관련된 개인의 긍정적인 반응으로서 조직구성원이 자신의 직무에 대한 유쾌하고 정적인 정서 상태로 직무와 관련하여 갖게 되는 감정적 만족감으로 정의하고 연구를 진행하고자 한다.

3. 조직몰입

조직몰입은 개인과 조직의 상호작용으로 조직의 구성원들이 조직에 대해 갖는 성향을 나타내고 이해하는 개념으로, 조직의 가치관, 도덕, 목표를 내면화하고, 조직을 위해 열심히 일하려는 성향을 나타낸다(박내희, 1997). Porter et al.(1974)은 조직몰입을 3가지 관점으로 표현하였는데, 첫째는, 일체감 관점에서 조직의 목표와 가치에 대한 강한 믿음과 수용으로, 둘째는, 관여도 관점으로 조직을 위하여 상당한 노력을 기울이려고 하는 의지로, 셋째는, 로열티 관점에서 조직의 멤버쉽을 유지하려는 욕망으로 구분하였다. Meyer and Allen(1991)은 조직몰입을 정서적 몰입(affective commitment), 지속적 몰입(continuance commitment), 규범적 몰입(normative commitment) 의 세 가지 차원으로 세분화하였다. 하지만, 대부분의 경우 조직특성과 관련하여 조직몰입은 다차원으로 구성하여 측정하기보다는 단일차원으로 구성하여 이루어진 연구가 주류를 이룬다(이목화 · 문형구, 2014).

관련된 선행연구를 살펴보면, 임재화 · 이규만(2001)은 집단문화가 조직몰입에의 영향력이 가장 크고, 그 다음 합의문화, 위계문화, 혁신문화 순이라고 주장했다. 박노현(2004)은 조직문화유형은 직무만족과 조직몰입 및 직무성과에 대해 유의적인 영향을 미치고 있음을 실증 연구로 제시하였다. 또한, GWP(Great Work Place) 조직문화는 결과 변수인 조직몰입에 유효한 영향을 미친다는 연구(신효진 · 고영희, 2015; 임재웅 · 장석인, 2017; 윤선미 · 권상집, 2017)가 보고되고 있다. 이에 본 연구에서는 조직몰입을 조직에 대한 개인의 동일시와 몰입의 정도 즉, 조직에 대한 감정적 애착을 가지고 있는 조직원으로서의 신분을 유지하려는 강한 의지, 혹은 심리적 바람으로 정의하고 연구를 진행하고자 한다.

4. 고객지향성

고객지향성에 대해 많은 연구자들은 종사원과 고객과의 상호작용 과정에서 고객욕구 실현과 장기적 유대관계를 위한 마케팅 개념으로 정의한다(Kotler, 1996; Saxe and Weitz, 1982). 최근은 시장의 경쟁이 심화되고 고도화됨에 따라 생존을 위한 전략으로써 기업은 고객들의 욕구와 필요를 파악하고 예측하여 충족시켜야 한다. 이러한 측면에서 고객지향성은 기업이 실천해야 하는 마케팅 전략의 기본적이면서도 핵심요소로서 서비스 제공자가 서비스제공 과정에서 일어나는 모든 행위를 자신보다는 고객의 욕구와 필요에 따라 행하는 것을 말한다(전현숙, 2004). 즉 고객지향성이 높은 종사원

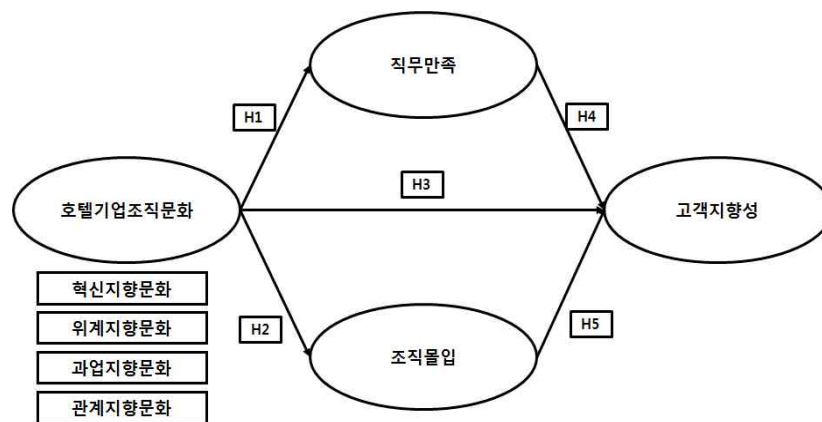
들이 고객만족을 증가시키기 위한 행동을 하게 되고 이는 고객과의 장기적인 관계를 향상시킴으로 결국 상호 이익을 추구하게 된다는 것이다(Dunlap et al. 1988). 따라서 높은 고객지향성은 기업이 시장의 경쟁체제에서 우위를 확보할 수 있는 중요한 수단 이 될 수 있다(Rindfleisch and Moorman. 2003). 관련 연구로 Hoffman and Ingram(1991)의 연구에 따르면 직무만족은 고객지향성에 긍정적이면서 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났고, 고객지향성에 있어서 가장 기본적이고, 결정적인 요인이라고 주장하였다. Mathieu and Zajac(1990)는 종사원의 조직몰입은 고객지향성의 선행요인으로, 종사원이 고객과 기업의 관계를 개선하고 유지하려고 노력하기 위해서는 조직에 대한 가치를 수용하고 소속감을 느끼는 조직몰입이 종사원에게 선행되어야 한다고 하였고, Pettijohn et al.(2002)도 종사원의 고객지향성에 긍정적인 영향을 미치는 선행변수는 직무만족과 조직몰입이라고 연구에서 밝혔다. 또한, 정태연(2014)은 항공사 객실승무원을 대상으로 직무만족과 조직몰입이 고객지향성에 미치는 영향관계에서 객실승무원의 직무만족과 조직몰입이 고객지향성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이에 본 연구에서는 고객 지향성을 고객의 욕구를 파악하여 충족시킴으로서 경쟁우위를 차지하고자 하는 행위로서 고객의 욕구를 충족시키기 위해 행하여지는 노력, 고객과의 원만한 관계, 고객에 대한 감정이입 등으로 정의하고 연구를 진행하고자 한다.

Ⅲ. 연구설계

1. 연구모형

본 연구는 호텔기업의 조직문화가 종사원의 직무만족, 조직몰입, 고객지향성에 미치는 영향 관계를 파악하여 올바른 호텔기업의 조직문화 방향 제시를 위한 시사점을 제공하고자 수행되었다. 이와 같은 연구의 목적을 달성하기 위해 이론적 고찰과 선행연구결과를 토대로 다음과 같은 연구모형을 설정하였다.

호텔기업의 조직문화가 직무만족, 조직몰입, 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구



[그림 1] 연구모형

2. 연구가설

본 연구에서는 호텔기업의 조직문화가 종사원의 직무만족, 조직몰입, 고객지향성에 미치는 영향 관계를 파악하고자 이론적 고찰과 선행연구결과를 바탕으로 다음과 같은 연구가설을 수립하였다.

1) 조직문화와 직무만족과의 관계

직무만족은 종사원 스스로 업무에 만족하는 정도 또는 감정적 태도이다. 즉, 종사원의 직무와 관련된 다양한 측면에서 긍정적인 느낌을 말하며, 태도, 가치, 욕구 등과 관계가 있다(양성운 외 2인, 2014). 최병란(2014)은 위계문화, 개발문화는 조직몰입, 직무만족, 이직의도에 유의한 영향을 미치고 있음을 제시하였고, 박노현(2004)은 조직문화유형은 직무만족과 조직몰입 및 직무성과에 대해 유의적인 영향을 미치고 있음을 실증 연구로 제시하였는데 구체적으로 인적자원문화, 개방체계문화, 위계서열문화, 생산중심문화는 조직몰입과 직무만족에 영향을 미치고 있다고 하였다. 또한, 김정원 등(2017)은 GWP(Great Work Place) 조직문화는 직무만족에 유효한 영향을 미친다고 하였다. 이러한 선행연구들의 결과를 바탕으로 호텔기업의 조직문화가 직무만족에 미치는 영향 문제를 제기할 수 있으며, 아래와 같이 가설 설정하였다.

가설 1 : 호텔기업의 조직문화는 직무만족에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2) 조직문화와 조직몰입과의 관계

조직몰입은 1960년대 이후 사회학, 산업심리학, 행동과학 등 여러 분야에서 폭넓게 연구되고 있다(권안용, 2010). Quinn and Spreitzer(1991)는 조직문화를 집단문화, 발전문화, 위계문화, 합리문화로 나누어 조직몰입 간의 관계를 연구한 결과, 집단문화와 발전문화는 조직몰입의 향상에 긍정적인 영향을 미치지만 위계문화와 합리문화는 조직몰입을 향상시키지 못한다고 했다(김막래, 2010). 또한 김희경(2013)의 항공사 승무원을 대상으로 한 연구에서도 조직문화가 임파워먼트와 조직몰입에 미치는 영향을 살펴본 결과 집단문화와 개발문화가 조직몰입에 정(+)의 방향으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, GWP(Great Work Place) 조직문화는 결과 변수인 조직몰입에 유의한 영향을 미친다는 것으로 나타났다(신효진·고영희, 2015; 임재웅·장석인, 2017; 윤선미·권상집, 2017). 이러한 선행연구들의 결과를 바탕으로 호텔기업의 조직문화가 조직몰입에 미치는 영향 문제를 제기할 수 있으며, 아래와 같이 가설 설정하였다.

가설 2 : 호텔기업의 조직문화는 조직몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3) 조직문화와 고객지향성과의 관계

최근들어 조직문화의 중요성이 주목받으면서 조직문화와 고객지향성에 관한 연구는 꾸준히 진행되고 있다. 조성일(2010)은 공공체육시설관리 조직을 대상으로 Quinn의 경쟁가치 모형을 이용한 연구에서 혁신지향문화와 관계지향문화요인은 고객지향성에 영향을 미치지 않았으나, 위계지향문화는 고객지향성에 영향을 준다고 하였다. 또한 김인용(2014)은 Parker and Bradley(2000)의 조직문화유형 분류에 따라 관계지향, 위계지향, 혁신지향 조직문화는 고객지향성에 영향을 미치지만 과업지향문화는 고객지향성에 유의한 영향을 미치지 않는다고 하였다. 이러한 선행연구들의 결과를 바탕으로 호텔기업의 조직문화가 고객지향성에 미치는 영향 문제를 제기할 수 있으며, 아래와 같이 가설 설정하였다.

가설 3 : 호텔기업의 조직문화는 고객지향성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

호텔기업의 조직문화가 직무만족, 조직몰입, 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구

4) 직무만족과 고객지향성과의 관계

기업의 경쟁력 강화는 지식과 인사조직, 정보기술과 같은 내부의 핵심역량 강화 요인과 가격경쟁력, 브랜드, 이미지, 고객관리와 같은 시장경쟁력 강화 요인으로 나뉘는데 서비스기업은 조직 구성원의 직무과정에서의 긍정적 만족을 통해 모든 경쟁력 요소를 전사적 차원에서 고객지향적으로 전환해야 한다(정태연·김정준, 2018)고 하였다. Saxe and Weitz(1982)는 종사원의 직무만족이 높을수록 고객지향성이 상당히 높아짐을 확인하였고, 김순하(2006)는 외식업직원을 대상으로 한 연구에서는 직무만족과 조직몰입은 고객지향성에 정(+)의 영향을 미친다고 하였다. 이러한 선행연구들의 결과를 바탕으로 종사원의 직무만족이 고객지향성에 미치는 영향 문제를 제기할 수 있으며, 아래와 같이 가설 설정하였다.

가설 4 : 종사원의 직무만족은 고객지향성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

5) 조직몰입과 고객지향성과의 관계

조직몰입은 여러 연구로부터 고객지향성에 긍정적인 영향을 미치는 변수로 인식되고 있다. 이순구와 박미선(2011)의 연구에서는 직무만족과 조직몰입이 고객지향성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이현섭 등(2013)는 높은 조직몰입도는 고객지향성에 정(+)의 영향을 미치는 것을 확인하였다. 이러한 선행연구들의 결과를 바탕으로 종사원의 조직몰입이 고객지향성에 미치는 영향 문제를 제기할 수 있으며, 아래와 같이 가설 설정하였다.

가설 5 : 종사원의 조직몰입은 고객지향성에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3. 조사 설계 및 설문구성

본 연구의 주요 측정변수는 호텔기업 조직문화와 직무만족, 조직몰입, 고객지향성으로 설정하였고 측정변수에 대한 설문 문항은 호텔기업의 조직문화를 알아보기 위한 척도로 Cameron and Quinn(2011), 한봉주(2009), 권한진(2011), 구연원(2005), 김영애(2014), 조상주(2015)의 항목을 수정하여 혁신지향문화 4문항, 위계지향문화 4문항, 과업지향문화 4문항, 관계지향문화 4문항 총 16문항을 사용하였다. 직무만족을 알아보

기 위한 척도는 Mobley(1994), 이종두(1996), 이준혁(2002), 장유경(2001)의 항목을 수정하여 4개 문항을 조직몰입을 알아보기 위한 척도는 Meyer and Allen(1991), 고종욱과 류철(2005)의 항목을 수정하여 4개 문항을 고객지향성을 알아보기 위한 척도는 Saxe and Weitz(1982), 어윤선(2007)의 연구에서 사용된 항목들을 수정·보완하여 총 5개 문항으로 재구성하였다. 마지막으로 일반적인 사항을 7문항으로 구성하여 총 36개 문항으로 구성하였다. 이를 위해 구성된 설문 문항은 <표 1>과 같다.

<표 1> 설문 문항의 구성

측정개념	측정내용	문항수		출처
호텔조직문화	혁신지향문화	4	16	Cameron and Quinn(2011), 한봉주(2009), 권한진(2011), 구연원(2005) 김영애(2014), 조상주(2015)
	위계지향문화	4		
	과업지향문화	4		
	관계지향문화	4		
직무만족	단일차원	4	4	Mobley(1994), 이종두(1996), 이준혁(2002), 장유경(2001)
조직몰입	단일차원	4	4	Meyer and Allen(1991), 고종욱·류철(2005)
고객지향성	단일차원	5	5	Saxe and Weitz(1982), 어윤선(2007)
인구통계학적 특성	성별, 연령, 학력, 부서, 직급, 근속년수, 연소득	7	7	

본 연구는 조사 목적을 달성하기 위하여 부산지역 호텔에 종사하고 있는 직원을 대상으로 조사하였으며 설문방식은 응답자의 자발적인 자기기입식 방법을 이용하였다. 조사 기간은 2019년 2월 11일부터 2월 25일까지 총 237부의 설문지를 배포하였다. 이 중 응답에 일관성이 없거나 불성실한 것으로 판단되는 9부의 설문지를 제외한 228부의 설문지가 분석에 활용되었다.

설문결과를 토대로 한 실증분석은 분석의 대상과 연구목적에 따라 SPSS Win 21.0 통계패키지 프로그램을 이용해 통계적 유의성을 검증하였다. 분석방법은 표본의 특성을 살펴보기 위한 빈도분석과 설문 문항 간의 신뢰성과 타당성을 검증하기 위한 신뢰도 분석과 요인분석을 시행하였다. 또한, 연구 가설들을 검증하기 위하여 SPSS 통계패키지를 활용하여 회귀분석을 시행하였다.

Ⅳ. 실증분석

1. 표본의 일반적 특성

<표 2> 표본의 인구통계학적 특성

구 분		명	%	구 분		명	%
성 별	남성	103	45.2	직 급	사원급	83	36.4
	여성	125	54.8		주임/계장	62	27.2
최 종 학 력	2년제 재학/졸업	82	36		대리	43	18.9
	4년제 재학/졸업	105	46.1		과장	28	12.3
	대학원 재학/졸업	41	18		부장급 이상	12	5.3
근 무 부 서	객실부	63	27.6	근 무 년 수	1년 미만	24	10.5
	식음료부	61	26.8		1-3년	81	35.5
	조리부	65	28.5		4-6년	75	32.9
	세일즈부/마케팅부	28	12.3		7-9년	28	12.3
	경영지원부	11	4.8		10-14년	12	5.3
연 령	25세 미만	39	17.1		15년 이상	8	3.5
	25-30세	76	33.3	연 소득	2,000만원 미만	35	15.4
	31-35세	53	23.2		2,000-3,000만원 미만	83	36.4
	36-40세	31	13.6		3,000-4,000만원 미만	52	22.8
	41-45세	18	7.9		4,000-5,000만원 미만	46	20.2
	46세 이상	11	4.8		5,000만원 이상	12	5.3

본 연구에서 최종분석 자료로 사용하게 된 총 228명의 응답자에 대한 인구통계학적 특성의 분석결과는 성별의 경우 남성이 103명(45.2%), 여성이 125명(54.8%)이며, 연령의 경우 25-30세 76명(33.3%)으로 가장 많았으며, 25세 미만 39명(17.1%), 31-35세 53명(23.2%), 36-40세 31명(13.6%), 41-45세 18명(7.9%), 46세 이상 11명(4.8%)이 응답하였다. 학력의 경우 2년제 재학/졸업이 82명(36%), 4년제 재학/졸업이 105명(46.1%), 대학원 재학/졸업이 41명(18%)으로 나타났다. 직급의 경우 사원급 83명(36.4%), 주임/계장급 62명(27.2%), 대리급 43명(18.9%), 과장급 28명(12.3%), 부장급 이상 12명(5.3%)으로 나타났다. 근무부서는 객실부 63명(27.6%), 식음료부 61명(26.8%), 조리부 65명(28.5%), 세일즈/마케팅부 28명(12.3%), 경영지원부 11명(4.8%)으로 나타났다. 근무년수는 1년 미만 24명(10.5%), 1-3년 81명(35.5%), 4-6년 75명(32.9%), 7-9년 28명(12.3%), 10-14년 12명(5.3%), 15년 이상 8명(3.5%)의 응답을 보였다. 마지막으로 연소득은

2,000만원 미만 35명(15.4%), 2,000-3,000만원 미만 83명(36.4%), 3,000-4,000만원 미만 52명(22.8%), 4,000-5,000만원 미만 46명(20.2%), 5,000만원 이상 12명(5.3%)으로 나타났다.

2. 측정개념의 타당도 및 신뢰도 검증

〈표 3〉 측정도구에 대한 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석

설문항목		요인 적재량	고유값	분산 설명력	신뢰 계수
혁신 지향 문화	내가 근무하는 호텔은 역동적이며 새로운것에 대한 도전을 두려워하지 않는다.	.867	2.433	15.205	.909
	내가 근무하는 호텔은 직원들에게 독창성과 변화를 강조한다.	.852			
	내가 근무하는 호텔은 새로운 변화를 창조를 매우 중시 여긴다.	.846			
	내가 근무하는 호텔은 새로운 자원을 획득하고 새롭게 도전해 나가는 것을 강조한다.	.813			
위계 지향 문화	내가 근무하는 호텔을 원칙에 충실하며, 체계화 되어 규정된 절차에 따라 일한다.	.723	2.145	13.648	.867
	내가 근무하는 호텔은 체계적인 절차와 조직의 규율을 강조하고 효율성을 중요하게 여긴다.	.737			
	내가 근무하는 호텔은 고용의 안정을 중시하고 규칙적이고 예측 가능한 관리방식을 선호한다.	.653			
	내가 근무하는 호텔은 효율성 바탕으로 안정적인 일정관리 및 비용절감을 중시한다.	.861			
과업 지향 문화	내가 근무하는 호텔은 경쟁적이고 결과 지향적이며 업무실적을 중시한다.	.812	2.184	13.409	.829
	내가 근무하는 호텔의 인적자원관리방식은 높은 수준의 경쟁력, 목표달성으로 특징지어진다.	.806			
	내가 근무하는 호텔은 성취와 목표달성에 대한 강조가 우리를 하나로 묶는 응집원이다.	.697			
	내가 근무하는 호텔은 경쟁적인 활동과 목표를 정하고 시장점유율을 높이는것을 강조한다.	.841			
관계 지향 문화	내가 근무하는 호텔은 상호간의 친화와 참여를 중시한다.	.852	3.652	22.824	.898
	내가 근무하는 호텔은 사기와 응집성을 강조한다.	.845			
	내가 근무하는 호텔은 임직원간 상호 신뢰성을 강조한다.	.822			
	내가 근무하는 호텔은 개개인의 사기와 능력 개발을 중시한다.	.797			

총 분산설명력=65.087 KMO=.798 Bartlett의 구형성 검정=1999.874, 유의확률=.000

호텔기업의 조직문화가 직무만족, 조직몰입, 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구

직 무 만 족	나는 내 업무를 좋아하는 정도가 다른 사람들에게 뒤지지 않는다.	.851	2.909	72.734	.914
	나는 내 업무를 수행하면서 진정으로 즐거움을 발견한다.	.859			
	나는 내 업무에 대하여 만족하고 있다.	.850			
	나는 내 업무를 열정적으로 임한다.	.851			
총 분산설명력=72.734 KMO = .858, Bartlett의 구형성 검정 = 616.429, 유의확률 = .000					
조 직 몰 입	나는 진심으로 우리 호텔의 미래와 여러 문제들에 대해 관심을 갖고 걱정한다.	.644	2.165	64.133	.814
	나는 우리 호텔의 구성원임을 자랑스럽게 생각한다.	.748			
	나는 우리 호텔의 성공과 발전을 위해서라면 평소 이상의 노력을 기꺼이 할 수 있다.	.684			
	내가 만약 다른 호텔에서 근무하게 된다면 아쉬울 것이라고 생각한다.	.851			
총 분산설명력= 64.133 KMO = .794, Bartlett의 구형성 검정 = 316.575, 유의확률 = .000					
고객 지향성	나는 고객 응대 시 항상 공손한 태도를 유지한다.	.788	3.092	61.835	.889
	나는 고객이 편안함을 느끼도록 서비스를 제공한다.	.767			
	나는 고객이 원하는 것을 제공하려고 노력한다.	.730			
	나는 고객에게 가장 필요한 서비스를 제공해 준다.	.824			
	나는 서비스에 대한 고객의 요구에 신속히 대응한다.	.819			
총 분산설명력=61.835 KMO=.886, Bartlett의 구형성 검정=592.220, 유의확률=.000					

본 연구는 타당도 및 신뢰도 검증을 위해 SPSS 프로그램을 이용하였다. 타당도 검증을 위해 요인분석은 Eigen 값을 1로 지정하고 요인추출은 최대우도법, 요인회전은 직접 오블리민 회전방식으로 진행하여 요인적재량이 0.5보다 큰 값을 기준으로 하였고, 신뢰도 분석은 Cronbach α 계수를 활용하였다. 요인분석 및 신뢰도 분석 결과는 <표 3>와 같이 도출되었다. 고객 지향성의 설문문항인 ‘항상 단정한 용모 유지’ 1 문항이 요인 적재값이 0.3 미만으로 나타나 최종 분석에서 제외되었다.

3. 연구가설 검증

1) 조직문화가 직무만족에 미치는 영향(H1)

호텔기업의 조직문화가 직무만족에 미치는 영향에 관한 회귀분석 결과, R2 값은 .469로 나타나 46.9%의 설명력이 확인되었고, F검정의 결과 통계량은 37.565(p=.000)으로 회귀식은 전반적으로 유의하다. 조직문화 4개요인 중 혁신지향(t=4.976, p=.000), 관

계지향($t=7.026$, $p=.000$)이 직무만족에 정(+)에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 1은 부분 채택되었다.

〈표 4〉 조직문화가 직무만족에 미치는 영향

종속변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t	유의확률	공선성 통계	
		β	표준오차				공차	VIF
직무만족	상수	.854	.324		2.385	.017		
	혁신지향	.283	.061	.315	4.976	.000***	0.816	1.174
	위계지향	.015	.074	.009	1.812	.085	0.798	1.135
	과업지향	.078	.069	.75	1.286	.208	0.871	1.213
	관계지향	.455	.068	.457	7.026	.000***	0.887	1.135
$R^2=.469$, 수정된 $R^2=.454$, $F=37.565$, $p=.000$, Durbin-Watson=1.943								

주) * $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

2) 조직문화가 조직몰입에 미치는 영향(H2)

호텔기업의 조직문화가 조직몰입에 미치는 영향에 관한 회귀분석 결과, R^2 값은 .365로 나타나 36.5%의 설명력이 확인되었고, F검정의 결과 통계량은 71.486($p=.000$)으로 회귀식은 전반적으로 유의하다. 조직문화 4개요인 혁신지향($t=4.569$, $p=.000$), 위계지향($t=2.563$, $p=.002$), 과업지향($t=2.711$, $p=.001$), 관계지향($t=5.185$, $p=.000$)이 조직몰입에 정(+)에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 2는 채택되었다.

〈표 5〉 조직문화가 조직몰입에 미치는 영향

종속변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t	유의확률	공선성 통계	
		β	표준오차				공차	VIF
조직몰입	상수	.587	.165		3.645	.005		
	혁신지향	.184	.039	.235	4.569	.000***	0.816	1.174
	위계지향	.094	.045	.135	2.563	.002**	0.798	1.135
	과업지향	.148	.054	.153	2.711	.001**	0.871	1.213
	관계지향	.273	.042	.312	5.185	.000***	0.887	1.135
$R^2=.365$, 수정된 $R^2=.349$, $F=71.486$, $p=.000$, Durbin-Watson=1.769								

주) * $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

호텔기업의 조직문화가 직무만족, 조직몰입, 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구

3) 조직문화가 고객지향성에 미치는 영향(H3)

호텔기업의 조직문화가 고객지향성에 미치는 영향에 관한 회귀분석 결과, R2 값은 .562로 나타나 56.2%의 설명력이 확인되었고, F검정의 결과 통계량은 45.152(p=.000)으로 회귀식은 전반적으로 유의하다. 조직문화 4개요인 중 혁신지향(t=3.567, p=.001), 위계지향(t=2.136, p=.011), 관계지향(t=11.583, p=.000)이 고객지향성에 정(+)에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 3은 부분 채택되었다.

〈표 6〉 조직문화가 고객지향성에 미치는 영향

종속변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t	유의확률	공선성 통계	
		β	표준오차				공차	VIF
고객지향성	상수	.654	.215		2.797	.001		
	혁신지향	.159	.039	.181	3.567	.001**	0.816	1.174
	위계지향	.175	.076	.115	2.136	.011*	0.798	1.135
	과업지향	.069	.057	.089	1.243	.211	0.871	1.213
	관계지향	.513	.041	.653	11.583	.000***	0.887	1.135
R ² =.562, 수정된 R ² =.547, F=45.152, p=.000, Durbin-Watson=1.991								

주) *p<.05, **p<.01, ***p<.001

4) 직무만족이 고객지향성에 미치는 영향(H4)

호텔종사원의 직무만족이 고객지향성에 미치는 영향에 관한 회귀분석 결과, R2 값은 .489로 나타나 48.9%의 설명력이 확인되었고, F검정의 결과 통계량은 153.750(p=.000)으로 회귀식은 전반적으로 유의하다. 직무만족(t=14.986, p=.000)이 고객지향성에 정(+)에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 4는 채택되었다.

〈표 7〉 직무만족이 고객지향성에 미치는 영향

종속변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t	유의확률	공선성 통계	
		β	표준오차				공차	VIF
고객지향성	상수	1.031	.045		15.164	.000		
	직무만족	.452	.046	.695	14.986	.000***	1.000	1.000
R ² =.489, 수정된 R ² =.476, F=153.750, p=.000, Durbin-Watson=1.954								

주) *p<.05, **p<.01, ***p<.001

5) 조직몰입이 고객지향성에 미치는 영향(H5)

호텔종사원의 조직몰입이 고객지향성에 미치는 영향에 관한 회귀분석 결과, R² 값은 .195로 나타나 19.5%의 설명력이 확인되었고, F검정의 결과 통계량은 19.773(p=.000)으로 회귀식은 전반적으로 유의하다. 조직몰입(t=4.146, p=.000)이 고객지향성에 정(+)에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 5는 채택되었다.

〈표 8〉 조직몰입이 고객지향성에 미치는 영향

종속변수	독립변수	비표준화계수		표준화계수	t	유의확률	공선성 통계	
		β	표준오차				공차	VIF
고객지향성	상수	3.944	.163		41.845	.000		
	조직몰입	.302	.089	.256	4.146	.000***	1.000	1.000

R²=.195, 수정된 R²=.187, F=19.773, p=.000, Durbin-Watson=1.897

주) *p<.05, **p<.01, ***p<.001

V. 결 론

본 연구는 올바른 호텔기업의 조직문화의 방향성을 찾기 위해 조직문화 변수를 선행변수로 설정하고 이론적 고찰을 통해 도출된 호텔기업의 조직문화 요인이 직무만족, 조직몰입 그리고 고객지향성에 어떠한 영향을 주는지 실증적으로 파악하고자 연구를 진행하였으며, 실증분석을 바탕으로 가설을 검증하고 다음과 같은 연구결과와 시사점을 도출하였다.

첫째, 호텔기업의 조직문화 요인 중 혁신지향문화, 관계지향문화가 직무만족에 정(+)에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이는 최병란(2014)의 위계문화, 개발문화는 조직몰입, 직무만족, 이직의도에 유의한 영향을 미친다는 연구와 박노현(2004)의 인적자원문화, 개방체계문화, 위계서열문화, 생산중심문화는 조직몰입과 직무만족에 영향을 미친다는 연구결과와 부분적으로 일치하지만, 위계지향문화와 과업지향문화의 직무만족에 미치는 영향은 기각되었다. 이는 최근 사회 전반에 걸쳐 빠르게 번지고 있는 일과 삶의 균형을 중심으로 하는 문화의 흐름이 조직문화 속에도 반영되고 있다고 보이는 결과로써, 과거의 관료 지향적

조직문화인 위계지향문화, 과업지향문화는 더 이상 호텔기업의 장기적인 발전에는 걸림돌이 될 수 있다. 따라서 이와는 다른 혁신지향문화, 관계지향문화의 근무환경 조성이 호텔기업에 반드시 필요하다고 보인다. 예를 들면 경영진과 일반직원들과의 정기적인 간담회, VOC(Voice of Customer)게시판 등을 활용한 양방향 고충처리 시스템을 활용해서 조직구성원에 대한 의견을 수렴하고, 호텔이 계획하고 있는 주요 비전과 이슈에 대한 정보를 공유하려는 커뮤니케이션 노력을 증대시켜 조직에 대한 신뢰성 증대 및 창의적인 아이디어를 공유할 수 있으며, 동시에 다양한 커뮤니티 활동 지원을 통해 직원들 간의 유대관계도 증대할 필요가 있다

둘째, 호텔기업의 조직문화 요인은 조직몰입에 정(+)에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 김막래(2010)의 집단문화와 발전문화는 조직몰입의 향상에 긍정적인 영향을 미친다는 연구와 김희경(2013)의 집단문화와 개발문화가 조직몰입에 정(+)의 방향으로 영향을 미친다는 연구와 같은 맥락으로 이해할 수 있다.

셋째, 호텔기업의 조직문화 요인 중 혁신지향문화, 위계지향문화, 관계지향문화가 고객지향성에 정(+)에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 김인용(2014)의 관계지향, 위계지향, 혁신지향 조직문화는 고객지향성에 영향을 미치지만, 과업지향문화는 고객지향성에 유의한 영향을 미치지 않는다는 연구결과와 일치하는 결과로써, 호텔기업에서 과도한 업무 부담을 종사원에게 부여하는 과업지향문화는 서비스업의 본질인 인적서비스 품질의 향상에는 부정적인 영향을 미치는 것으로 이해할 수 있다. 이는 조직문화의 제도적 측면만을 개선할 것이 아니라 실제 맞춤형 인사관리 및 조직의 종사원 개개인의 몰입과 만족을 향상시켜 장기근속 및 자발적 역량 발휘를 촉진할 수 있는 맞춤형 인사관리의 중요성이 드러나는 부분으로 호텔기업은 올바른 조직문화의 정착을 위해서 꾸준히 종사원의 조직몰입, 직무만족, 고객지향성에 대한 진단, 평가를 병행하여 조직문화를 실질적인 조직의 역량 강화 및 지속가능성 확보를 위해 활용할 필요가 있다.

넷째, 호텔종사원의 직무만족은 고객지향성에 정(+)에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 Saxe and Weitz(1982)의 종사원의 직무만족이 높을수록 고객지향성이 상당히 높아진다는 연구결과와 김순하(2006)의 직무만족과 조직몰입은 고객지향성에 정(+)의 영향을 미친다는 연구결과와 일치하는 결과이다. 결국, 호텔 분야는 서비스 산업으로 인적 자원의 경쟁력이 곧 호텔의 경쟁력이므로 종사원의 직무만족을 위한 조직문화 형성은 반드시 필요하다고 볼 수 있다.

마지막으로 호텔종사원의 조직몰입은 고객지향성에 정(+)에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 이순구·박미선(2011)의 직무만족과 조직몰입이 고객지향성에

정(+)'의 영향을 미친다는 연구결과와 일치하는 지점으로 고객지향성 향상을 위해 종사원의 조직몰입도를 높이기 위한 다각적인 노력을 호텔기업에서는 기울여야 할 것이다.

본 연구는 기업들의 ‘일하는 방식의 혁신’에 대한 논의가 활발한 시점에 호텔기업의 올바른 조직문화 방향성을 제시하였다는 점에서 시사하는 바가 크다고 사료되는 바이나, 몇 가지 한계점을 가지고 있으며 이를 통해 향후의 연구 방향을 제시하고자 한다. 첫째, 본 연구가 호텔의 유형별로 유의미한 차이가 있을 것으로 사료되나 연구가 거기까지 미치는 못했다는 한계가 있다. 둘째, 호텔종사원 중 정/비정규직 차이에 따른 차이를 확인하지 못하였다. 마지막으로 표본의 대표성에 대한 문제로 연구의 대상을 부산지역으로 한정시킴으로써, 전체 호텔로 일반화 시키는 데에는 한계가 있다. 본 연구결과를 좀 더 확장해서 일반화시키기 위해서는 후속연구에서 이런 점들을 보완하면 바람직한 호텔조직문화에 대한 학문적·실무적 방향을 구체적으로 제시할 수 있을 것이다.

참고문헌

- 고종욱·류철(2005). “분배, 공식절차 및 상호작용 공정성이 호텔종사자의 직무만족, 조직몰입 및 상사신뢰에 미치는 상대적 영향력에 대한 연구”. 『관광학연구』. 28(4). pp.193-212.
- 구연원(2005). “조직문화 유형과 리더십 유형이 조직유효성에 미치는 영향에 관한 연구”. 박사학위논문. 용인대학교 대학원.
- 권안용(2010). “호텔종사원의 경영진 신뢰가 직무불안감과 조직몰입의 관계에 미치는 매개효과 연구”. 『관광경영연구』. 44(0). pp.1-24.
- 권한진(2011). “조직문화유형이 조직유효성에 미치는 영향에 관한 연구-변혁적 리더십과 거래적 리더십의 조절효과를 중심으로”. 박사학위논문. 동신대학교 대학원.
- 김막래(2010). “조직문화가 조직몰입에 미치는 영향: 국공립대학과 사립대학의 비교 연구”. 박사학위논문. 광운대학교 대학원.
- 김순하(2006). “외식업 직원이 인식하는 조직유효성이 고객지향성에 미치는 영향에 관한 실증적 연구”. 『호텔관광연구』. 8(4). pp.112-125.

호텔기업의 조직문화가 직무만족, 조직몰입, 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구

- 김인용(2014). “의료기관 조직문화와 서비스 및 고객지향성이 경영성과에 미치는 영향”. 박사학위논문. 호서대학교 대학원.
- 김영애(2014). “조직문화가 지식경영활동 및 업무효과성에 미치는 영향에 관한 연구”. 석사학위논문. 경희대학교 대학원.
- 김정원 · 김동철 · 슈렝크롤 (2017). “GWP 조직문화 인식이 직무만족에 미치는 영향과 고용불안정성의 조절효과 분석”. 『대한경영학회지』. 30(5). pp.765-785.
- 김희경(2013). “항공사 조직문화가 임파워먼트와 조직몰입에 미치는 영향: A사와 K사 비교”. 석사학위논문. 경기대학교 대학원.
- 대한상공회의소 · 맥킨지(2016). 『한국 기업의 조직건강도와 기업문화 보고서』. 2016. 03. 15.
- 대한상공회의소 · 맥킨지(2018). 『대한상의 · 맥킨지 한국 기업문화 및 조직 건강도 2차 진단 보고서: 한국기업문화의 근본적 혁신을 위한 제언』. 2018. 05. 15.
- 박노현(2004). “조직문화유형과 조직유효성 관계에 있어서 조직특성 변수의 조절효과: 공사립 치매 요양병원을 중심으로”. 석사학위논문. 대전대학교 대학원.
- 박내희(1997). 『조직행위론』. 박영사.
- 박보람 (2015). “심리적 자본이 호텔 종사원의 직무만족, 조직몰입 및 조직시민행동에 미치는 영향”. 박사학위논문. 영산대학교 대학원.
- 박진영 · 이성각(2011). “호텔종사원의 직무만족이 조직몰입과 조직시민행동에 미치는 영향”. 『관광연구』. 26(5). pp.315-328.
- 신효진 · 고영희(2015). “GWP 조직문화가 긍정심리자본, 조직몰입, 조직시민행동에 미치는 영향: 제조, 서비스, 금융업 종사자 간 비교 분석”. 『인적관리연구』. 22(2). pp.295-321.
- 양성윤 · 김영택 · 김기범(2014). “리조트 서비스스케이프가 종사원이 직무만족 및 이직의도에 미치는 영향”. 『관광경영연구』. 18(4). pp.277-299.
- 어윤선(2007). “외식업체 직원의 공감적 요소가 감정부조화와 고객지향성에 미치는 영향”. 석사학위논문. 세종대학교 관광대학원.
- 윤선미 · 권상집(2017). “국내 공기업의 GWP 조직문화가 직무 스트레스와 직무열의에 미치는 영향: 정서적 몰입의 매개 효과”. 『기업교육과 인재연구』. 19. pp.23-51.

- 이목화·문형구(2014). “국내 조직몰입 연구의 현황과 향후 방향”. 『조직과 인사관리연구』. 38(2). pp.143-221.
- 이순구·박미선(2011). “호텔기업 관리자의 감성리더십이 조직유효성과 고객지향성에 미치는 영향”. 『관광·레저연구』. 23(1). pp.122-140.
- 이종두(1996). “조직문화와 직무만족의 관련성에 관한 연구”. 박사학위논문. 충북대학교 대학원.
- 이준혁(2002). “경영형태별 조직문화유형이 호텔식음료부문 조직유효성에 미치는 영향에 관한 연구”. 박사학위논문. 세종대학교 대학원.
- 이현섭·지재훈·배성운(2013). “병원 서비스케이프가 종사자의 조직유효성과 고객지향성에 미치는 영향”. 『Journal of Digital Interaction Design』. 12(3). pp.57-71.
- 임재웅·장석인(2017). “GWP (Great work place) 조직문화가 긍정심리자본과 조직몰입에 미치는 영향에 대한 연구: 대전·충청지역 자동차 부품 제조업체를 중심으로”. 『기업경영리뷰』. 8(2). pp.79-104.
- 임재화·이규만(2001). “조직문화와 직무태도간의 관계 및 개인특성의 조절효과”. 『한일경상논집』. 21. pp.143-167.
- 장유경(2001). “호텔조직문화 유형에 따른 직무만족과 성장가능성 인식에 대한 연구”. 석사학위논문. 세종대학교 대학원.
- 전현숙(2004). “기업의 서비스지향성과 조직시민행동 이 종업원 만족과 고객지향성에 미치는 영향”. 박사학위논문. 동아대학교 대학원.
- 정태연(2014). “항공사 승무원의 직무스트레스가 조직유효성과 고객지향성 및 이직의도에 미치는 영향: 국내 대형항공사, 저비용항공사, 외국항공사 비교”. 박사학위논문. 경기대학교 대학원.
- 정태연·김정준(2018). “항공사 객실승무원의 서비스교육이 직무만족과 고객지향성에 미치는 영향”. 『관광경영연구』. 83(0). pp.773-788.
- 조상주(2015). “중소기업 조직문화가 지식경영, 경영혁신에 미치는 영향: 기업가정신의 조절효과를 중심으로”. 박사학위논문. 상지대학교 대학원.
- 조성일(2010). “공공 체육시설의 조직문화 조직 환경이 서비스지향성과 고객지향성에 미치는 영향”. 박사학위논문. 건국대학교 대학원.
- 최병란(2014). “간호 관리자의 리더십이 이직의도에 미치는 영향”. 석사학위논문. 원광대학교 대학원.
- 최항순(2010). 『신행정조직론』. 대명출판사.

호텔기업의 조직문화가 직무만족, 조직몰입, 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구

최해수(2015). “호텔기업의 직무요구가 조직몰입과 직무만족에 미치는 영향: 인지된 조직지원의 조절효과”. 『관광연구』. 30(2). pp.173-190.

한봉주(2009). “조직문화, 리더십, 직무만족, 조직몰입, 조직시민행동 간의 관계에 관한 연구”. 박사학위논문. 서울산업대학교 대학원.

한봉주(2012). “조직의 리더십이 구성원의 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향 분석: 위계적 선형 모형(HLM)을 이용한 분석수준별 비교를 중심으로”. 『인적자원관리연구』. 19(2). pp.147-166.

Beatty, R. W. and Schnier, C. E(1981). *Personnel Administration: An Experimental Skill Building Approach*. New York: Addison-Wesley.

Cameron, K. S. and Quinn, R. E.(2011). *Diagnosing and changing organizational culture. 3rd ed.* MA: Addison-Wesley.

Denison, D. R(1996). What is the difference between organizational culture and organizational climate? A native's point of view on a decade of paradigm wars. *Academy of management review*. 21(3). pp.619-654.

Dunlap, B. J., Dotson, M. J. and Chambers, T. M(1988). Perception of Real-Estate Brokers and Buyers: A Sales-Oriented, Customer-Oriented Approach. *Journal of Business Research*. 17(2). pp.175-187.

Henderson, M., Thompson, D. and Henderson, S(2006). *Leading through values: Linking company culture to business strategy*. Auckland: Harper Collins.

Heskett, J. L., Jones, T. O., Loveman, G. W., Sasser Jr. W. E. and Schlesinger, L. A(1994). Putting the Service-Profit Chain to Work. *Harvard Business Review*. 72(2). pp.164-174.

Hoffman, K. D. and Ingram, T. N(1991). Creating Customer-Oriented Employees: The Case in Home Health Care. *Journal of Health Care Marketing*. 11(2). pp.24-32.

Korte, R. F(2007). *Changing organizational culture with scenario planning*. National Emergency Training Center.

Kimberly, J. R. and Quinn, R. E(1984). *Managing Organizational Transitions*. Homewood: R. D. Irwin.

Kotler, P(1996). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Lauture, R., Amewokunu, Y., Lewis, S. and Lawson-Body, A(2012). Impact of Culture on the Organizational Commitment of Public-Sector Employees in Haiti. *International Business & Economics Research Journal*. 11(3). pp.331-342.

- Lok, P. and Crawford, J(2001). Antecedents of Organizational Commitment and the Mediating Role of Job Satisfaction. *Journal of Managerial Psychology*. 16(8). pp.594-613.
- Mathieu, J. E. and Zajac D. M(1990). A Review and Meta-Analysis of the Antecedent, of Consequence and Correlates Organizational Commitment. *Psychological Bulletin*. 108(2). pp.171-194.
- Meyer, J. P., Bobocel, R. and Allen, N. J(1991). Development of organizational commitment during the first year of employment: A Longitudinal Study of Pre- and Post-Entry Influences. *Journal of Management*. 17(4). pp.717-733.
- Meyer, J. P. and Allen, N. J(1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human resource management review*. 1(1). pp.61-89.
- Mobley, G.M., Jaret, C., Marsh, K. and Lim, Y. Y(1994). Mentoring job Satisfaction, gender and the legal profession. *Sex Roles*. 31(1,2). pp.79-98.
- O'Reilly, C. A. and Chatman, J, A(1996). Culture as Social Control: Corporations, Cults and Commitment. *Research in Organizational Behavior*. 18. pp.157-200.
- Parker, R. and Bradley, L(2000). Organizational Culture in the Public Sector: Evidence from six organizations. *Internal Journal of Public Sector Management*. 13(2). pp.67-91.
- Pettijohn, C. E., Pettijohn, L. S. and Taylor, A. J(2002). The Influence of Salesperson Skill, Motivation, and Training on the Practice of Customer-Oriented Selling. *Psychology and Marketing*. 19(9). pp.743-757.
- Pok, E(2015). *The Advantages of the "Great Place to Work" Award for Companies in the Tourism Industry and its' Role in Job Application and Job Choice Decisions of Applicants in the German-Speaking Countries*. In ISCONTOUR 2015-Tourism Research Perspectives: Proceedings of the International Student Conference in Tourism Research(p. 151). BoD-Books on Demand.
- Porter, L. W., Steers, R. M., Mowday, R. T. and Boulian, P. V(1974). Organizational commitment, job satisfaction, and turnover among psychiatric technicians. *Journal of Applied Psychology*. 59(5). pp.603-609.
- Rindfleisch, A. and Moorman, C(2003). Interfirm Cooperation and Customer Orientation. *Journal of Marketing Research*. 40(4). pp.421-436.

호텔기업의 조직문화가 직무만족, 조직몰입, 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구

- Quinn, R. E. and McGrath, M. R(1985). *The Transformation of Organizational Cultures: A Competing Values Perspective*. In P. J. Frost et al.(eds.). Organizational Culture. Beverly Hills: Sage Publications.
- Quinn, R. E. and Spreitzer, G. M(1991). The psychometric of the competing values culture instrument and an analysis of the impact of organizational culture on quality of life. *Research in Organizational Change and Development*. 5. pp.1-21.
- Saxe, R. and Weitz, B. A(1982). The SOCO Scale: A Measure of the Customer Orientation of Salespeople. *Journal of Marketing Research*. 19(3). pp.343-351.
- Schneider, B. and Bowen, D. E(1995). *Winning the Service Game*. Boston: Harvard Business School Press.
- Watson, L. M(2008). Factors Influencing Job Satisfaction and Organizational Commitment. *Radiologic Technology*. 80(2). pp.113-122.
- Wilkins, A. L. and Ouchi, W. G(1983). Efficient Cultures: Exploring the Relationship between Culture and Organizational Performance. *Administrative Science Quarterly*. 28(3). pp.468-481.
- Yousef, D. A(2017). Organizational Commitment, Job Satisfaction and Attitudes toward Organizational Change: A Study in the Local Government. *International Journal of Public Administration*. 40(1). pp.77-88.

2019년 3월 4일 원고접수. 2019년 3월 12일 1차수정본 접수.

2019년 3월 23일 최종수정본 접수.

3인 익명심사 畢