



저작자표시-동일조건변경허락 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.
- 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



동일조건변경허락. 귀하가 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공했을 경우에는, 이 저작물과 동일한 이용허락조건하에서만 배포할 수 있습니다.

- 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](#)

2023년 8월

교육학석사(무용교육) 학위논문

# 무용학원 지도자의 직무 외 활동이 서비스 및 고객지향, 학원이미지에 미치는 영향

조선대학교 교육대학원

무용교육전공

주 신 영

# 무용학원 지도자의 직무 외 활동이 서비스 및 고객지향, 학원이미지에 미치는 영향

An Influence on Services, Customer Orientation,  
and Educational Institute Image of the Activities  
except Duties of Dance Institute Leader's

2023년 8월

조선대학교 교육대학원

무용교육전공

주 신 영

# 무용학원 지도자의 직무 외 활동이 서비스 및 고객지향, 학원이미지에 미치는 영향

지도교수 임 지 형

이 논문을 교육학석사(무용교육) 학위 청구논문으로 제출함.

2023년 4월

조선대학교 교육대학원

무용교육전공

주 신 영

## 주신영의 교육학 석사학위논문을 인준함

위원장 조선대학교 교수 서 영



위원 조선대학교 교수 임지형



위원 조선대학교 교수 이숙영



2023년 6월

조선대학교 교육대학원

# 목 차

## ABSTRACT

<b>I. 서 론</b> .....	<b>1</b>
1. 연구의 필요성 및 목적 .....	1
2. 연구의 가설 .....	4
3. 연구모형 .....	5
4. 연구의 제한점 .....	6
5. 용어의 정의 .....	6
<b>II. 이론적 배경</b> .....	<b>8</b>
1. 직무 외 활동 .....	8
2. 서비스지향 .....	13
3. 고객지향 .....	19
4. 학원이미지 .....	21
<b>III. 연구 방법</b> .....	<b>23</b>
1. 연구대상 및 표집 .....	23
2. 조사도구 .....	24
3. 설문지의 타당도와 신뢰도 .....	25
4. 자료처리 .....	29
<b>IV. 연구 결과</b> .....	<b>30</b>
1. 인구통계학적 특성에 따른 직무 외 활동, 서비스지향, 고객지향, 학원이미지의 차이 .....	30

2. 무용 지도자들의 직무 외 활동과 서비스지향의 상관관계 .....	43
3. 무용 지도자들의 직무 외 활동과 고객지향의 상관관계 .....	46
4. 무용 지도자들의 직무 외 활동과 학원이미지의 상관관계 .....	47
<b>V. 논 의 .....</b>	<b>48</b>
1. 인구통계학적특성에 따른 직무 외 활동, 서비스지향, 고객지향, 학원이미지의 차이 .....	48
2. 무용 지도자들의 직무 외 활동과 서비스지향의 관계 .....	51
3. 무용 지도자들의 직무 외 활동과 고객지향의 관계 .....	52
4. 무용 지도자들의 직무 외 활동과 학원이미지의 관계 .....	53
<b>VI. 결론 및 제언 .....</b>	<b>55</b>
1. 결 론 .....	55
2. 제 언 .....	56
<b>참 고 문 헌 .....</b>	<b>57</b>
<b>부 록(설문지) .....</b>	<b>70</b>

## 표 목 차

표 1. 연구대상자의 인구통계학적 특성 .....	23
표 2. 설문지의 구성 내용 .....	25
표 3. 직무 외 활동의 탐색적요인분석 및 신뢰도 .....	26
표 4. 서비스지향의 탐색적요인분석 및 신뢰도 .....	27
표 5. 고객지향 및 학원이미지의 탐색적요인분석 및 신뢰도 .....	28
표 6. 성별에 따른 차이분석 .....	31
표 7. 연령에 따른 차이분석 .....	33
표 8. 최종학력에 따른 차이분석 .....	35
표 9. 근무기간에 따른 차이분석 .....	37
표 10. 거주지역에 따른 차이분석 .....	38
표 11. 전공에 따른 차이분석 .....	40
표 12. 각 변인 간의 상관분석 .....	42
표 13. 직무 외 활동과 서비스지향(서비스리더십)의 상관관계 .....	43
표 14. 직무 외 활동과 서비스지향(서비스접점)의 상관관계 .....	44
표 15. 직무 외 활동과 서비스지향(서비스시스템)의 상관관계 .....	45
표 16. 직무 외 활동과 고객지향의 상관관계 .....	46
표 17. 직무 외 활동과 학원이미지의 관계 .....	47



## 그림 목 차

그림 1. 직무 외 활동과 서비스 및 고객지향성, 학원이미지 관계에 대한 모형 .....	5
--	---

## ABSTRACT

### An Influence on Services, Customer Orientation, and Educational Institute Image of the Activities except Duties of Dance Institute Leader's

Ju, Shin Young

Advisor : Prof. Lim, Ji Hyung Ph. D.

Major in Dance Education.

Graduate School of Education,

Chosun University

On the target at dance institute leaders, this paper intends to analyze what influence on members' service orientation, customer orientation, and academic institute image the activities except voluntary activities excluding instructional guidance member management, program development and distribution as their intrinsic duties dance leaders cause. So, this paper attained the conclusions as follows.

First, as for the difference in demographical traits, dance leaders had not so big difference in services, customer orientation and academic institute images in addition to the activities except duties by sex, residence and major. But, old leaders, high education leaders, long experience leaders, regular position leaders, and high wage leaders had a high difference in activities except duties, services and customer orientations, and academic institute images.

Second, as for the relationship between the activities except duties and service orientation, dance leaders had an affirmative influence on service leadership in gentlemanly behaviors of the activities except duties and participant voluntary activities. Next, leaders had an affirmative influence on service contact in gentlemanly behaviors of the activities except duties and participant voluntary activities. At last, leaders had an affirmative influence on service system in gentlemanly behaviors of the activities except duties and participant voluntary activities.

Third, as for the relationship between the activities except duties and customer orientation, dance leaders had an affirmative influence on service attitude and behavior in gentlemanly behaviors of the activities except duties, consideration, and participant voluntary activities.

Fourth, as for the relationship between the activities except duties and institute image, dance leaders had an affirmative influence on academic institute image in consideration of the activities except duties and participant activities.

Key words : activities except duties, service orientation, academic institute image

# I. 서 론

## 1. 연구의 필요성 및 목적

조직의 경영자, 지도자, 일원으로 책임감 있는 임무수행은 해당조직의 목표달성과 경영 및 운영의 결정적인 역할을 한다. 기존의 과거사회에서는 본인에게 주어진 임무와 역할에 완벽히 수행하는 사람들은 해당 조직에서 능력인정과 더불어 최고의 평가를 받았다.

하지만 현대사회에서는 각자 주어진 임무에 대한 완수는 당연함으로 받아들이고 있고, 임무 외에도 다양한 부분에 있어서 만능주의자를 찾으려 함은 주지의 사실이다. 이러한 이유는 임무수행에 필요한 자동화된 시스템 구축, 소비자의 성향과 욕구추구의 지속적인 변화가 원인이 될 수 있다.

이에 조직에서는 해당 일원의 본인 직무활동은 물론 직무 외 다양한 활동이 원만히 이루어져야 조직의 목표 및 성과달성에 긍정적인 영향과 타 조직에 비해 차별화된 조직경영이 자연스레 운영된다고 보고 있다는 것이다.

곧, 조직은 규정되지 않는 행동을 요구하고 있고, 조직구성원이 공식적 직무행동만을 행한다면 조직 전반의 발전적 측면에 효과적으로 대응할 수 없을 것이다.

또한, 직무상 행동만으로는 직무성이나 조직유효성을 충분히 설명하지 못한다는 인식을 가지게 되면서 직무 외 행동에 관심을 경주하기 시작했다(Farh, Early, & Lin, 1997; Mornson, 1994; Organ & Ryan, 1995; Van Dyne, Guaham, & Dtenesch, 1994).

자발적 직무 외 행동에 관한 연구는 미국에서 1980년대 초부터 시작되면서 90년대에 이르러 활성화되었고, 국내에서는 자발적 직무 외 행동 연구는 90년대 중반부터 연구되고 있는 실정이다(이희자, 1998).

본 연구에서의 무용학원을 대상으로 소속 강사 즉, 지도자들이 직무 외 활동에 따른 다양한 변화 가능성에 초점을 두었다. 무용학원의 특성이라고 하면, 교육기관이라는 점과 회원들과 소통의 시간인 수업이 주로 실기적인 측면에서 이루어진다고 볼 수 있다.

이러한 점에서 지도자들의 자발적인 직무 외 활동이 회원 및 학원, 즉 인적·물적, 내적·외적관리 경영에 중요한 영향을 미칠 것으로 추측된다.

하지만 자발적 직무 외 행동에 관한 연구는 1980년대 초부터 시작되어 90년대에 이르러 활성화를 이룬 미국과 달리 국내에서의 자발적 직무 외 행동 연구는 90년대 중반부터 연구되고 있으나 자발적 직무 외 행동의 구성개념에 대한 합의도 이루어지지 못하고 있는 실정이다(강혜선, 서배배, 구자숙, 2015).

이에 조직 구성원들의 직무 외 활동에 대한 선행연구를 살펴보면, 장수복(2010)이 요양보호사의 자발적 직무 외 행동에 관하여 연구를 진행하였고, 정택철과 한동철(2007)이 의료서비스 고객에 대한 서비스 제공자의 자발적 직무 외 행동에 관하여 연구를 진행하였다. 이외에 자발적 직무에 관하여 강혜선, 서배배, 구자숙(2015), 강혜선, 성노현, 구자숙(2015)에 의해 연구가 진행된 바 있고, 체육분야에서는 김도담(2018)은 피트니스센터 지도자의 자발적 업무수행에 관하여 연구를 진행해 오고 있다. 전반적으로 ‘자발적인 직무 외 활동’에 관한 국내 연구는 양적으로 매우 미비한 실정이고, 무용분야는 물론 최근 소비자 욕구가 빠르게 변화하는 학원 및 학교 등, 교육서비스 관련 조직에서 진행된 연구는 거의 전무한 실정이다.

서비스지향에 관한 선행연구를 살펴보면 서재이(2017)는 내부서비스품질이 직무만족, 자기효능감, 서비스지향성의 관계 연구를 살펴보면 내부서비스품질은 서비스지향에 영향을 미쳤으며, 업무과정 중에서 동료들과의 상호작용을 띄고 있는 반응성, 신뢰성, 공감성, 보증성과 같은 내부서비스품질 요인은 자기효능감 형성에 영향을 미칠 것이라고 하였다. 정총화(2019)는 관광행정조직의 임파워먼트가 서비스지향성, 직무만족, 조직몰입에 관한 연구를 진행하였고, 박승배(2019)는 승강기 기업의 점검원을 대상으로 서비스지향성 교육프로그램의 성과요인을 규명에 관한 연구를 진행하여 교육프로그램 성과에 미치는 요인은 조직환경, 교육환경, 강사역량, 서비스 및 방법이라고 하였다.

고객지향에 관한 선행연구를 살펴보면 김정은(2023)은 서비스품토가 고객지향성에 미치는 관계 연구를 살펴보면 판매행동은 고객지향성에 긍정적으로 나타나 자신의 니즈를 표현한 것이 판매사원을 통해 효과적으로 받아들여졌을 때 높아진다고 하였다. 김지우(2016)은 고객센터 근무하는 종업원 대상으로 리더십과

임파워먼트가 고객지향성의 관계에 관한 연구를 진행한 결과 변혁적 리더십, 거래적 리더십, 임파워먼트와 유의한 관계가 있다고 하였으며, 최용석(2020)은 고객센터(콜센터) 상담사 대상으로 동기부여요인이 직무만족과 고객지향성에 관한 연구 결과 동기부여요인과 직무만족은 고객지향성과 관계가 나타났다.

학원이미지에 관한 선행연구는 조직 외 활동요인과 같이 미미한 실정이며, 직무와 관련되며, 학원이미지와 유사한 개념을 가진 조직이미지, 지도자이미지, 기업이미지 등으로 보고자 한다. 조직, 기업이미지에 관한 선행연구를 살펴보면 이상민(2016)은 재직자 대상으로 개인의 성격유형과 조직이미지, 이직의도 관계 연구 결과 조직이미지는 이직의도가 낮아진다고 하였으며, 조직이미지는 단기적으로 형성되는 것이 아니기 때문에 장기적 목표달성 하여야 하는 필수적 요소라고 하였다. 이영균(2019)은 윤리경영이 기업이미지, 조직시민행동, 조직성과에 관한 연구결과 기업이미지는 조직시민행동, 조직성과와 관계가 있었다. 중소기업의 임직원들을 대상으로 사회적책임이 경제적 성과에 미치는 관계에 관한 연구결과 사회적책임의 하위요인인 법적 책임, 자선적 책임, 환경적 책임, 경제적 책임이 기업이미지에 미친다고 하였다.

이에 본 연구에서는 무용학원 지도자를 대상으로 이들 본연의 직무인 수업지도 및 회원관리, 프로그램 개발 및 보급 등을 제외한 자발적인 직무 외 활동이 회원들로 하여 서비스지향성과 고객지향성, 나아가 학원이미지에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하고자 한다.

이를 통하여 얻어진 결과는 무용학원 지도자 또는 공급자들의 자발적인 직무 외 행동이 해당 학원의 목표달성의 부합하는 조직경영에 있어 어느 정도 영향력이 있는지 확인이 가능하며, 무용학원 경영자의 직무관점에 대한 변화와 지도자 채용에 해당하는 직무 범위를 재해석하는데 참고자료로 제공 및 활용 목적이 가능할 것이다.

## 2. 연구의 가설

본 연구에서는 무용학원 지도자의 직무 외 활동이 서비스지향과 고객지향, 학원 이미지에 미치는 영향을 분석함에 있어 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

**가설 I. 인구통계학적특성에 따른 직무 외 활동과 서비스지향, 고객지향, 학원 이미지의 차이가 있을 것이다.**

- I-1. 성별에 따라 직무 외 활동과 서비스지향성, 고객지향성, 학원이미지에 차이가 있을 것이다.
- I-2. 연령에 따라 직무 외 활동과 서비스지향성, 고객지향성, 학원이미지에 차이가 있을 것이다.
- I-3. 최종학력에 따라 직무 외 활동과 서비스지향성, 고객지향성, 학원 이미지에 차이가 있을 것이다.
- I-4. 근무기간에 따라 직무 외 활동과 서비스지향성, 고객지향성, 학원 이미지에 차이가 있을 것이다.
- I-5. 거주지역에 따라 직무 외 활동과 서비스지향성, 고객지향성, 학원 이미지에 차이가 있을 것이다.
- I-6. 전공에 따라 직무 외 활동과 서비스지향성, 고객지향성, 학원이미지에 차이가 있을 것이다.

**가설 II. 무용학원 지도자의 직무 외 활동은 서비스지향성에 영향을 미칠 것이다.**

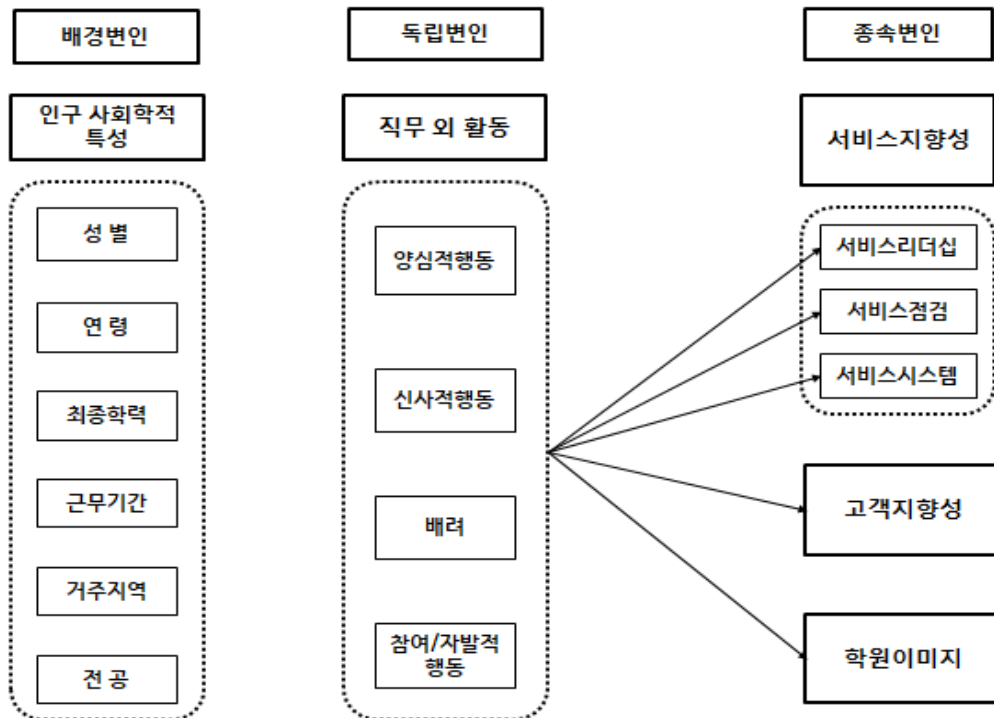
- II-1. 무용학원 지도자의 직무 외 활동이 서비스지향성의 서비스리더십에 영향을 미칠 것이다.
- II-2. 무용학원 지도자의 직무 외 활동이 서비스지향성의 서비스접점에 영향을 미칠 것이다.
- II-3. 무용학원 지도자의 직무 외 활동이 서비스지향성의 서비스시스템에 영향을 미칠 것이다.

**가설 III. 무용학원 지도자의 직무 외 활동은 고객지향성에 영향을 미칠 것이다.**

가설 IV. 무용학원 지도자의 직무 외 활동은 학원이미지에 영향을 미칠 것이다.

### 3. 연구모형

본 연구는 무용학원 지도자 직무 외 활동이 서비스 및 고객지향성과 학원 이미지가 어떠한 영향을 미치는지 분석하기 위해 <그림 1>과 같은 연구모형을 설정하였다. 독립변인은 직무 외 활동(양심적행동, 신사적행동, 배려, 참여/자발적행동)으로 설정하였고, 종속변인은 서비스지향성(서비스리더십, 서비스점검, 서비스시스템), 고객지향성, 학원이미지를 변인으로 설정하여 변인들간의 관계모형을 정립하였다.



<그림 1> 직무 외 활동과 서비스 및 고객지향성, 학원이미지 관계에 대한 모형



## 4. 연구의 제한점

본 연구에서는 무용학원 지도자의 직무 외 활동으로 고객의 서비스 만족과 학원이미지에 미치는 영향을 규명 하는데 다음과 같은 제한점을 두었다.

첫째, 본 연구대상자의 근무지 또는 거주지역을 광주광역시와 전라남/북도로 제한하였다.

둘째, 현재 무용학원 및 관련 교육기관에서 근무하는 지도자들로 제한하였다.

셋째, 본 연구는 조사대상자들의 주관적인 측면에서 연구를 진행하였다. 이에 구체적인 내용을 토대로 한 결과 제시에는 다소 무리가 있다.

넷째, 지도자들의 개인적특성 또는 인구통계학적 특성에 대해서는 전혀 제한 또는 고려하지 않았다.

## 5. 용어의 정의

### 1) 직무 외 활동

행동에 대해 명백한 보상 또는 처벌에 의하지 않고, 직무기술서에 명시된, 행동을 위해 훈련받은 것이 아닌 개인의 행동을 의미한다(Bateman & Organ, 1983).

본 연구에서의 직무 외 활동은 무용학원 지도자들의 본연의 직무인 수업지도 및 회원관리, 프로그램 개발 및 보급 등을 제외한 활동을 의미한다.

### 2) 서비스지향

시장정보에 대한 전략적 반응으로 탁월한 서비스 창출과 전달을 확립하기 위한 기업의 조직적 활동이 집합이며, 전사적으로 수행되는 일련의 지속적인 조직의

정책, 관행 등이 전사적으로서 수용되고 있는 정도를 의미한다(Lytle, Hom, & Mokwa, 1998).

본 연구에서 서비스지향 또한 무용학원의 서비스리더십과 서비스접점, 서비스 시스템 등의 요인을 내포하고 있다.

### 3) 고객지향

종업원과 고객과의 상호작용 과정에서 고객욕구의 만족과 장기적 관계를 위한 마케팅 개념의 실행(Kotler, 1996)이고, 고객이 구매의사결정을 함에 있어 종업원이 구매에 도움이 되도록 노력하는 마케팅 개념의 수행정도이다(Saxe & Weitz, 1982).

그렇다면 본 연구에서는 고객지향은 무용학원과 교육생, 무용학원과 예비 교육생 간의 관계에서 발생하는 상호작용을 의미한다.

### 4) 학원이미지

특정한 무엇에 대하여 이루어진 감각적인 형상에 대하여 갖게 되는 생각 혹은 인상을 이미지라고 정의할 수 있으며, 대체적으로 시·공간적 형태 및 관계성을 갖춘 것을 의미한다(배민욱, 2016).

본 연구에서는 무용학원이미지는 수강생 및 외부인의 전반적인 평가 정도로 의미한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 직무 외 활동

#### 1) 직무 외 활동의 개념

직무 외 활동이라는 용어는 ‘협동하려는 의지’의 Barnard(1938)와 ‘술선 및 자발적 행동’의 Katz(1964)의 이론에 근간을 두고 Organ(1977)에 의해 처음 소개된 것이다(Bateman and Organ, 1983).

Organ(1988)은 자발적 직무 외 활동을 ‘직접적 혹은 명시적으로 조직의 공식적 보상을 받지 않지만 대체로 조직의 효과적 기능을 촉진시키는 개인의 자유재량(discretionary)적 행동’이라고 정의하였고 다섯 가지의 하위 구성 개념으로 정교화 하였다. 즉 이타주의(altruism), 양심성(conscientiousness), 스포츠맨십(sportsmanship), 예의성(courtesy), 공익성(civic virtue)이다.

이를 종합하여 범위를 초월한 자발적 직무 외 활동의 정의를 살펴보면, 행동에 대해 명백한 보상 그리고 처벌에 의하지 않고, 직무기술서에 명시된, 행동을 위해 훈련 받은 것이 아닌 개인의 행동을 의미한다(Bateman and Organ, 1983).

이러한 개념정의 또한 국내외 대부분의 학자들의 의해 채택되고 있으며, 개념정의 상 활용되는 용어가 다소 상이할지라도 ‘협력을 촉발하는 자발적 역할 외 행동’이라는 개념이 자발적 직무 외 활동을 설명하는 주축이 되고 있다(최소연, 2005).

1980년대에 자발적 직무 외 행동 연구가 풍성해지면서 그 개념의 다양화가 이루어졌으나 이는 각 연구 흐름의 논리적 명확성 그리고 일관성이 결여되었으므로 1990년대에는 이에 대한 비판과 함께 자발적 직무 외 행동의 구성개념에 관한 새로운 해석이 계획되고 있다.

초기의 자발적 직무 외 행동 연구자들은 자발적 직무 외 행동이 역할행동과 구별되는 것으로 정의하였기 때문에 자발적 직무 외 행동은 역할행동(extra-role behavior)과 조직을 위해 기능적인 행동의 두가지 면을 강조하였다.(Bateman &

Organ, 1983; Smith et al., 1983).

따라서 대부분의 실증적 연구에서도 역할내 행동과 역할외 행동이 상대적으로 구별할 수 있다는 암묵적 가정을 가지고 수행되었다(Fahr et al., 1990; Moorman, 1991; Podsakoff et al, 1990; Smith et al., 1983; Witt, 1991).

Graham(1991)은 이러한 두 가지 기준 때문에 오히려 연구자들은 혼돈을 일으킬 수 있다고 하면서 새로운 자발적 직무 외 행동 개념을 제안하였다. 즉 역할행동과 역할외 행동의 구별이 애매한데 그것은 사람, 직무, 그리고 조직에 따라서 그 결정이 불일치하며, 또한 직무 담당자가 같다 하여도 시간 및 상황에 따라 그 결정이 달라지기 때문이라고 주장하면서 Graham은 철학, 정치학, 사회 역사에서 이루어진 시민정신(civic citizenship)에 대한 이론적 연구를 토대로 광의의 자발적 직무 외 행동 개념을 제안하였다.

또한, 시민정신은 각 시민의 행동 중에서 그 지역사회와 단체에 합당한(community relevant) 모든 긍정적 행동을 포함하는 것이므로, 이 개념을 조직에 적용하였다. 즉, 광의의 자발적 직무 외 행동은 조직 성원들이 행하는 조직에 합당한 모든 긍정적인 행동을 포함한 것으로서 개념화하였으며, 그 내용은 전통적인 역할 관련에 직무행동 또는 조직을 위한 다양한 기능적 역할 외 행동, 그리고 책임감이 있는 조직 참가와 같은 정치적 행동 등이 모두 포함된다.

Graham은 자발적 직무 외 행동의 범주에 역할행동과 역할 외 행동 모두를 포함시킴으로써 Organ의 견해와 차이를 보이고 있다. 이에 대한 Graham의 역할행동과 역할 외 행동의 구별이 애매하다는 점을 설명하기 위해 Morrison(1994)은 역할 지각의 관점을 안내하고 있다. 즉 Morrison은 조직구성원들이 자신의 행동(자발적인 조직행동)을 역할행동으로 지각하는지 역할 외 행동으로 지각하는지에 대하여 자발적직무외 행동의 수행정도가 달라질 것이라는 가정하에 연구를 수행하였다.

그 결과 조직구성원의 자발적 직무 외 행동을 역할 행동으로 지각할 때 그 행동을 더 많이 한다는 것이 밝혀지면서 Morrison은 자발적 직무외 행동 개념연구에서 자발적 직무외 행동 구성개념의 명확성을 높이기 위해 역할지각개념을 반영할 것을 제안하고 있다.(Morrison, 1994).

Williams와 Anderson(1991)은 자발적 직무 외 행동 연구에 대하여 역할 외 행동(extra role behavior)과 역할 내(in role) 행동을 실증적으로 구별하지

못했다고 지적하였다. 그들은 자발적직무의 행동을 이타주의에 해당하는 개인적 자발적직무의 행동(Organizational Citizenship Behavior Individual)과 일반화된 순응에 해당하는 조직적 자발적직무의 행동(Organizational Citizenship Behavior Organization)으로 구분하였고, 자발적직무의 행동을 역할 내 행동척도와 함께 측정해 이 두 개념이 상호 구분되는 것을 실증적으로 검증하여 제시하였다.

Podsakoff 등(2000)은 자발적직무의 행동에 대한 관심이 증가함에도 불구하고 이 영역의 문헌고찰을 할 경우 구성체의 차원에 대한 합의가 부족함을 지적하면서 자발적직무의 행동에 대한 기존연구들을 검토했다.

그 결과 30여개의 잠정적인 다른 유형의 자발적직무의 행동을 설명하는 하위 구성체를 확인할 수 있음을 또한 보고하고, 자발적직무의 행동이 다양한 하위구성요소들을 개념적으로 공통된 차원에서 구분하여 7개의 범주로 분류하는 작업을 하였다. 이들이 분류한 7개의 범주를 구체적으로 살펴보면, 원조행동, 정당한 행동, 조직충성, 조직순응, 숭선행동, 구성원의 노력, 자기개발 등이 있다. 이 범주분류는 자발적직무의 행동에 대하여 많은 개념구성 또한 유사하거나 동일한 개념으로 묶일 수 있음을 시사한다.

현재 자발적 직무의 행동에 대한 개념에 있어서 대부분이 Organ의 정의를 채택해 있고, 이를 위해 이타주의, 양심적 행동, 정당한 행동, 예의 바른 행동, 구성원 노력 등의 5가지 하위개념구성이 활용되고 있지만, 그 하위개념을 측정하기 위해 여러 학자들이 제시한 정의를 다양하게 사용되고 있다. 조직구성원의 자발성은 조직성과의 리더십 및 동기부여에 관한 오랜 연구주제였으며, 최근 사회구성체의 상호의존성과 환경에 의한 불확실성이 격증함에 따라 협력과 혁신의 중요성이 강조되고 있다(양인덕, 2008).

상호의존성은 신뢰와 유기적 연계가 생존과 성장을 토대로 하는 점에서 조직의 역할과 성과개념을 보다 폭넓은 사회적 관점에서 파악하도록 주문하고 있으며(Kilduff et. al., 2006; Schuler & Cording, 2006), 환경의 불확실성은 조직의 주도적 자기변화를 발판으로 새로운 사업영역을 개척해나가는 것이 경영성증진과 사회적 책임이행이라는 두 가지 과제에 효과적으로 부응하는 방편이 됨을 인식시키고 있다(Bies et. al., 2007). 이와 동일한 관계에서 개인에 있어서도 타인과의 우호적 관계와 참여, 능동적 개선을 통해 스스로 성장하고자 노력하는

자세가 무엇보다도 중요한 덕목이 되었다(Grant, 2007; Parker, 2007).

이러한 사회적 현실은 협력과 혁신이 동시에 간구되고 있는 상황이지만 고용 관계에서 구성원의 자발적 행동에 관한 이론적 연구들은 통합된 관점을 갖지 못하고 있다(Griffin et. al., 2007).

직무외적 행동이란 종업원이 직무상 정해진 것 외에 추가적으로 자신의 조직을 위해 서비스 대상자에게 행하는 행동을 말한다. 이것은 종업원과 고객과의 관계(Dick and Basu, 1994; Garbarino and Johnson, 1999)가 중요해짐에 따라 서비스과정에서 고객의 참여를 증가시키고(Kelley, Donnelly, and Skinner, 1990; Bettencourt, 1997) 동시에 종업원의 직무외적 행동이 직무외적 활동으로 확대되면서 학문적으로 중요하게 나타나기 시작하였다.

다시 말하자면 서비스 대상에 대한 직무외적 행동(extra role behavior)은 고객의 서비스를 제공한 종업원에 자발적인 행동으로 공식적인 요구가 직무상의 행동 이상일 것이다(Bettencourt and Brown, 1997). 즉 직무 외적 활동은 조직구성원이 반드시 수행해야 하는 보상과 관련된 직무상의 행동(in role behavior)은 아니지만 보상을 바라지 않고 구성원 스스로 조직의 공적을 위해서 행하는 자발적 행동이라 이해할 수 있다(정택철, 한동철, 2007).

직무외적 행동은 두 가지 부분에서 중요시되고 있다. 첫째, 조직구성원 개인 차원에서의 중요성이다. 직무외적 행동은 특히 서비스 기업에서 구성원 개인을 평가하는데 영향을 주며(Podsakoff and MacKenzie 1994; MacKenzie, Podsakoff and Fetter 1991) 그 평가결과는 교육과 승진 및 보상결정에 영향을 주게 된다. 둘째, 직무외적 행동은 조직의 전체 차원에서 중요하다. 직무외적 행동은 조직구성원이 자신의 직무와 관련하여 반드시 수행하여야 하는 행동은 아니지만, 조직의 성공과 효과성 제고에 긍정적인 영향을 미치게 된다(George and Bettenhausen 1990; Podsakoff and MacKenzie 1994).

그 예로 의료서비스를 제공하는 병원은 간호사, 간호조무사, 의료보조원 및 고객을 직접 접하는 행정직원에 대한 의존도가 매우 높다. 병원을 찾는 환자 또는 보호자들은 육체적, 정신적으로 위로와 보호를 받기 원한다. 그들은 직원의 사소한 말 한마디와 행동에 민감하게 반응하며 병원 서비스의 질을 평가한다. 그들은 직원들의 행동을 평가할 때 이것은 직무와 관련되는 것이고, 저것은 직무와 관련되지 않은 것이라고 구분하여 평가하지 않으며, 그들이 받는 전체 서비스로 평가한다.

따라서 병원 직원들이 자신의 업무만을 충실하게 수행한다 하여 환자를 만족시키진 못할 것이다. 직원들이 자신의 업무가 아니라고 해서 불성실한 태도를 보인다면 병원의 성과에 악영향을 줄 수 있을 것이다. 그러므로 서비스 만족을 통한 병원의 성과향상을 위해서 고객접점에 있는 직원들의 고객에 대한 자발적 직무 외적 행동이 요구된다. 따라, 본 연구에서는 자발적 직무 외 행동을 자발적 직무 외 활동으로 사용할 것이다.

## 2) 직무 외 활동의 하위개념

직무 외 활동의 하위개념을 Smith, Organ 그리고 Near(1983)는 직무 외 행동을 이타주의(altruism), 그리고 일반화된 순응(generalized compliance)으로 구성한다고 보았다. 여기에서 이타주의는 업무관련 문제들을 갖고 있거나, 요청 하거나 또는 도움이 필요한 특정 개인을 도와주는 것이며, 일반화된 순응은 올바른 일을 하는 것에 양심으로서 특정 개인을 위한 것이 아닌 조직 전체를 위한 것이다.

Organ(1988)은 여기에 배려(courtesy)와 신사적 행동(sportsmanship)을 추가하였다. 배려는 사전통지, 설명, 확인 등을 통해 업무관련문제의 발생을 미연에 방지하려는 행동이며, 신사적 행동은 불평불만 자제, 사소한 불편사항의 인내, 작은일 부풀리기를 자제하는 것과 같은 행동을 말한다.

Graham(1991)은 여기에 다섯 번째 하위개념으로 거시적 수준의 참여적 행동(조직생활에 능동적이고 책임감 있게 참여하는 행동)을 추가하여 조직시민행동의 하위차원을 충성, 순응, 참여로 분류하였다. 충성(loyalty)은 개인이나 작업집단, 부서에 대한 몰입과 신의를 지키는 것이다. 그리고 순응(obedience)이란 조직구성원이 조직 내에서 규칙이나 규정을 준수하는 것을 의미한다. 참여(participation)는 조직운영에 적극적이며 능동적으로 참여하며 의견을 표출하는 것으로 강제적인 의무는 아니지만 조직의 발전에 기여하는 것이다.

Williams와 Anderson(1991)은 자발적직무외 행동을 개인지향의 자발적직무외 행동과 조직지향의 자발적직무외 행동으로 나누었다. 개인지향의 자발적직무외 행동은 특정 개인을 위한 행동이며 간접적으로는 조직에 공헌하는 것이고, 조직지향의 자발적직무외 행동은 조직에 전반적인 공헌을 행동으로 보았다.



## 2. 서비스지향

### 1) 서비스지향의 개념

기업이 시장요구의 변화를 예측하여 노력하는데 있어 마케팅의 관점이 아닌 조직과 고객의 관점에서 서비스지향성이라는 말이 강조되게 된다.

Parkington & Schneider(1979)는 서비스지향성은 경영진의 정책, 업무처리 절차 및 경영목적에 내포된 철학이라고 정의할 수 있다. 이들은 서비스지향성에 대해 크게 두 가지로 구분한다.

첫째, 조직이 인적 차원의 고객에게 서비스 제공을 하는 것보다는 시스템차원의 새로운 규칙과 절차를 만들어 실행하여 시스템 운영을 강조하는 조직중심적 서비스지향성(bureaucratic orientation)이다. 둘째, 조직이 고객에게 서비스를 제공에 있어 고객들과 유연하고 개방적인 형태의 관계를 유지하는 서비스 성향으로 사람과의 관계, 고객들에 대한 관심과 규칙, 유연한 운영의 중요성을 강조하는 고객중심적 서비스지향성(enthusiastic orientation)이다(Parkington & Schneider, 1979).

이러한 두 가지 관점도 조직구성원들이 조직에 대한 감정과 자세의 변화가 있어야 기업이 원하는 성과를 얻을 수 있으므로, 성과개선을 위해서는 무엇보다 철학을 조직구성원이 전사적으로 잘 공유하는 것이 매우 중요하다. 같은 맥락에서 Schneider, Parkington & Buxton(1980)은 서비스지향성은 조직의 종업원과 고객의 상호작용이 질에 영향을 미치는 일련의 태도와 행위라고 정의하였다.

더 나아가 Hogan & Busch(1984)는 서비스지향성에 대한 평가기준을 개발하였다. 그리하여 서비스지향성 지수(Service Orientation Index: SOI)는 서비스지향성에 도움을 주고 협조적이 되려는 경향을 갖는 개인들의 천부적인 태도로 여러 직무에 중요한 업무수행의 비 기술적인 면이라고 하였다.

기업의 성과를 개선하기 위해서는 조직의 전반적인 분위기가 매우 중요하다. 이에 서창적과 한원윤(2000)은 조직의 분위기 개선을 통해 기업이 의도했던 변화의 결과를 얻을 수 있다고 하였고, 조직의 서비스지향성에 대한 정의도 분위기 차원에서 이해되고 있다. 그리고 분위기는 조직의 관행, 절차, 보상 등에 대한



종업원들의 시각에 의해 만들어지며, 종업원들의 시각은 경영자의 행동과 조치에 기반을 둔다고 이해 할 수 있다.

이러한 기존연구에 더불어 Lytle, Hom & Mokwa(1998)는 서비스지향성은 시장정보에 대한 전략적 반응으로 탁월한 서비스의 창출과 전달을 확립하는데 상대적으로 지속적인 조직 활동의 집합이라고 정의하였다.

또한, 조직의 서비스지향성(Organizational Service Orientation: OSO)은 고객에게 우수한 서비스를 창출하여 제공하기 위한 조직의 정책과 실행, 절차 등을 포함한 개념으로 조직이 우수한 서비스 제공을 위해 얼마나 적극적인가를 나타내는 척도가 된다.

따라서 서비스지향적 조직이란 고객의 욕구를 충족하기 위해 탁월한 서비스를 최우선 전략우위로 두고 서비스가 고객가치 창출 및 고객만족, 경쟁우위, 성장성 및 수익성 등의 성과창출에 매우 큰 영향을 미친다는 신뢰를 서비스 제공 관행에 반영하고 있는 조직을 말한다(서창적 한원윤, 2000; 유정남 이영재 이용기, 2000).

서비스지향성의 구성요소가 서비스지향성에 대해서는 아직까지 많은 연구가 이루어지지 않았고, 최근 들어 활발하게 연구되기 지기 시작한 개념으로 학자들마다 조금씩 다르게 정의하고 있다.

Lytle et al.(1998)은 서비스지향성을 크게 네 가지 차원 즉, 서비스 리더십, 서비스접점, 서비스시스템, 인적자원관리로 구분하고, 이를 다시 세부적으로 열 가지 차원으로 구분하였다.

본 연구의 서비스지향성을 Lytle et al.(1998)이 정의한 내용을 토대로 '탁월한 서비스를 창출하여 전달하는 서비스 제공 행동을 지원, 보상하기 위해 전사적으로 수행되는 일련의 지속적인 조직의 정책, 관행 등이 조직 전반적으로 수용되고 있는 정도로 정의한다.

## 2) 서비스 리더십

Lytle et al.(1998)은 서비스 리더십을 서번트(servant) 리더십과 서비스비전, 두 가지로 구분하고 있으며, 본 연구에서는 보다 포괄적인 의미의 리더십으로서 서번트 리더십을 서비스 리더십으로 확대하여 논의하기로 한다.

서비스 리더십(service leadership)은 경영층이 조직을 위하여 서비스 방향을 정확히 설정하고, 자신들의 조직을 지휘하고 관리하는 리더십 스타일을 말한다(이영재, 1999).

경영자들은 서비스 품질향상에 노력을 기울이는데 중요성을 끊임없이 강조한다. 경영자의 태도와 행동은 조직의 서비스 분위기와 종업원의 서비스 마인드 형성에 지속적이며, 직접적으로 영향을 미쳐 서비스 품질의 과정통제가 가능해진다(Hartline & Ferrel, 1996). 이것은 고객만족의 가치를 극대화하기 위해 종업원의 가치에 대한 극대화라는 점에서도 중요하다. 경영자들의 역할은 고객의 욕구를 파악하고 고객만족과 고객충성도를 높이며 충성도가 높은 고객에게 높은 가치를 전달하기 위해 종업원에게 재량권을 주고 지원능력을 배양하는 것이라고 하고 있다(Heskett, Sasser & Schlesinger, 1997). 종업원들에게 높은 성과 기대를 동반한 신뢰감의 표현, 의사결정 참여 기회의 부여, 자율성의 보장, 비전의 제시 등의 리더십 요소가 종업원의 임파워먼트에 큰 영향을 미친다(Conger & Kanungo, 1988).

또한 경영자들이 종업원들에게 가지는 관심이나 격려, 지원 수준 등에 대한 지각 수준이 종업원의 직무성과에 긍정적영향이 있는 것으로 나타났다(Burk, Borucki, & Hurley, 1992).

불확실한 환경과 상호작용이 조직구성원의 리더에게 역경을 극복하기 위한 비전과 미션을 제시하고 어떻게 대처할지에 대한 명확한 해답을 기대하게 된다. 일상적인 상황 하에서 필요한 리더의 역량은 카리스마와 낙관적 사고, 관리능력을 갖춘 리더십의 발휘를 요구한다(조성용, 2006; Boin & Hart, 2003).

내부 마케팅(internal marketing)의 관점에서 서비스 리더십은 중요한 의미를 찾을 수 있다. 내부 마케팅은 종업원을 최초의 고객으로 보고 서비스 마인드나 고객지향적 사고를 심어 주며, 좋은 성과를 낼 수 있도록 동기부여 하는 활동을 조직 외부에 양질의 서비스를 제공하여 먼저 조직 내부에 양질의 서비스를 제공할 수 있는 체제를 구축해야 하는 것이 중요하다(Karl, 2001).

따라서 리더십이 효과적으로 발휘되면 종업원들이 경영자로부터 정당한 대우를 받을수록 고객들에게 우수한 서비스를 제공하게 된다는 것을 의미한다. 효과적이며, 능동적인 서비스지향성을 창출하고 유지하는데 필요한 요소로서 가장 중요한 요소이다.

## (1) 서비스 비전

조직의 서비스 비전(service vision)은 종업원간에 우수한 서비스를 제공하고 자 조직의 전반적인 열기(passion)를 조장하기 위한 중요한 요인이다(Heskett, Sasser & Hart, 1990). 이러한 열기는 조직의 고객들에게 탁월한 서비스 전달을 가능하게 하는 원동력이 된다. 경영자가 종업원들에게 지속적으로 서비스 비전에 대해 강조하여 종업원들은 탁월한 서비스품질과 고객만족을 중요한 요소로 생각하며 조직과 고객을 위한 고객가치를 창출할 수 있게 된다.

Heskett(1986)은 전략적 서비스 비전을 정의함에 있어 네 가지 관계 집단을 설정하여 설명한다.

첫째, 표적 시장이다. 시장 세분화의 일반적 특성, 인구통계학적 및 심리통계학적 요인, 세분 시장의 중요성과 욕구, 욕구의 처리 방법 등으로 구성된다.

둘째, 서비스 개념이다. 고객을 위하여 산출된 결과물을 고객에게 제공하는데 중요한 서비스 요소는 무엇이며, 이들 요소들이 표적 시장과 직원에게 어떻게 인식되는가 등의 요소이다.

셋째, 운영전략으로 전략의 주요 요소, 투자 분야, 품질과 비용 등 노력해야 할 대상, 기대되는 결과 등의 요소이다.

넷째, 서비스 전달 시스템이다. 서비스전달 시스템의 특징, 정상 등의 수준에서 갖춰야 할 서비스 능력, 서비스 제공 수준 등으로 구성되며 이러한 것을 고려해야 한다고 하였다.

## 3) 서비스 접점

서비스 접점(service encounter)은 수요와 공급, 즉 종업원과 손님과의 상호작용을 말한다. 일반적으로 조직이 자신들을 고객들에게 인식시키는 '진실의 순간(moment of truth)'라고 하였다. 서비스지향성 요소에서 서비스 접점은 매우 중요하게 자리매김하고 있다.

고객과의 접촉이 고객서비스 품질평가의 중요한 발판이 될 수 있기 때문이다(Zeithaml, Berry & Parasuraman, 1996).

## 4) 서비스 시스템

고객에게 서비스품질을 전달을 위해 서비스 제공자는 조직적이고 체계적인 노력이 필요하다(Treacy & Wiersema, 1993). 기업이 서비스 제공 과정에서 실수를 함으로써 고객에 대한 신뢰를 줄 수 없을 때 고객들은 더 이상 그 기업을 이용하지 않게 된다. 서비스의 특성상 문제점 중 하나가 품질의 일관성을 유지하기 어렵다는 것이다. 서비스품질 구성요인의 신뢰성(reliability)은 다른 요인 중에 가장 핵심적인 부분으로 대두된다(Parasuraman et al., 1988). 이러한 신뢰성, 즉 전달되는 서비스품질의 지속성은 부분적으로 서비스 창출 및 전달시스템이 얼마나 잘 설계되어 잘 작용하고 있는지에 달려있다.

### (1) 서비스 실패예방

서비스 실패예방(service failure prevention)은 서비스조직이 서비스전달 시스템의 설계와 운영에 있어서 얼마나 조직적, 체계적이며 이에 따른 노력을 하고 있는지를 파악하기 위함이다(Chase & Bowen, 1991; Heskett, Sasser & Hart, 1990). 즉, 서비스품을 만들고 전달하는 것은 다차원적인 요소를 포함하고 있으며 조직이 서비스를 만들고 전달하는 문제와 관련해 서비스 효율성, 서비스 기술, 서비스 복구 등의 문제를 얼마나 전략적인 고려를 하고 있는가를 평가하는 것은 중요하다. 서비스 점점직원들은 고객이 서비스품을 어떻게 평가하는지를 알고 있는 중요한 정보의 바탕이므로 서비스 설계를 통해 서비스 점점직원들을 관리하고 역량을 강화시키는 것이 조직이 해야 할 중요한 일이다(이용기, 1997; Chase & Bowen, 1991).

따라서 서비스지향성의 다차원적 요소를 평가하는 서비스 실패예방이 고객관점에서 설계하여 고객효율성과 만족을 얼마나 증대시키고 있는가를 평가하는 것이다(이용기, 1997). 서비스 실패예방 및 실패회복 활동을 위하여 서비스 시스템에 고객의 의견을 반영해 서비스품질 정보시스템의 활용에 대한 의견이 제시된다(Berry & Parasuraman, 1992, 1997). 이는 서비스 실패예방 및 회복활동이 재구매 및 이탈과 같은 고객의 사후행동에 있어 매우 중요한 영향을 주기 때문이다.

## (2) 서비스 실패회복

서비스 실패회복(service failure recovery)은 서비스가 실패하여 일어났을 경우 신속하게 대처해 고객들의 불만을 저하 시키는 활동이다(박성연, 1999). 이러한 서비스실패에 대한 회복 노력은 고객들에게 매우 중요한 요소임으로 고객 만족과 재구매 등의 의사를 결정하는데, 막대한 영향을 미친다고 볼 수 있다(Spreng, Harrell & Mackoy, 1995).

서비스 실패회복 속성으로 반응속도, 보상, 초기화, 사과 등을 제시하는데, 이러한 속성 요인들은 공정성과 관계를 통해 고객 만족수준에 어떠한 영향을 미치게 되어 실패 유형이나 정도에 따라서 달라질 수 있게 된다(Smith, Bolton & Wagner, 1999).

서비스 실패가 일어나더라도 즉각적이고 준비되어 있는 대처방안으로 고객 응대를 할 경우 불만족한 고객들의 이탈율은 최대한 5%까지 낮출 수 있다(Albrecht & Zemke, 1985).

## (3) 서비스 기술

서비스 기술(service technology)은 조직의 기술적 효율성과 기술기반 시스템을 의미하며 탁월한 고객가치를 창출하여 전달하는데 매우 중요한 요소이다(Bowen et al., 1989). 이러한 서비스 기술은 고객들이 반복적으로 실수하지 않도록 쉽고 간편하고, 서비스 기술의 관리는 고객의 욕구에 잘 파악하고 있어야 가능하며, 서비스시스템 전반에 걸친 기술적 지원은 서비스품질 경영활동에 꼭 필요한 요소이다.

## (4) 서비스 표준 커뮤니케이션

서비스 표준 커뮤니케이션(service standards communication)은 서비스조직이 조직 전반에 걸쳐서 서비스 표준과 정보를 얼마만큼 측정하고 통제하며 의사소통 시키는가를 의미한다.

현재 수행되고 있는 업무가 어떤 기준에 부합되고 있는지 그 여부를 점검하는 것은 서비스품질을 일정한 수준으로 유지하기 위한 필수 조건이기 때문에 품질

유지를 위한 품질수준, 서비스표준의 설정, 일치여부, 기준 이하의 결과에 대한 서비스품질 관리체계를 설정하여 점검하여야 한다(King, 1984).

### 3. 고객지향

고객지향성 핵심은 고객 초점에 있다. 고객의 욕구에 관심을 갖고 그 욕구를 충족시키기 위해 노력하는 조직은 고객이 원하는 높은 수준의 서비스와 상품을 제공하면 기업의 성과를 높일 수 있을 것이다.

고객지향성은 장기적 수익의 확보를 위해 다른 당사자의 이해를 제외하지 않은 상황에서 고객의 이익을 최우선으로 하는 신뢰의 집합이다(Deshpande et al., 1993).

#### 1) 고객지향의 개념

고객지향성(customer orientation)의 개념은 학자들에 따라 다양하게 정의되고 있다. 보편적으로 종업원과 고객 간의 상호작용 과정이라고 한다. 즉, 고객욕구 만족과 지속적 관계를 위한 마케팅 전략의 실행으로 볼 수 있다(Kotler, 1994).

다시 말해서 서비스기업과 고객 간의 관계 형성은 고객의 소리, 욕구 등에 관심을 갖고, 고객에게 관련 있는 정보 제공, 약속 등의 행동에 이루어진다(Berry & Parasuraman, 1991).

고객지향성은 고객이 구매의사 결정을 함에 있어 종업원이 구매에 도움이 되도록 노력하는 마케팅 개념의 수행정도이다(Saxe & Weitz, 1982).

종업원이 고객을 지향 할수록 장기적, 지속적, 점진적인 고객만족 증진에 목표를 두고 종사하며, 고객의 불만족을 일으킬 수 있는 행동은 피하게 된다(Day & Wensley, 1988).

고객지향성은 고객들의 욕구를 적극적으로 파악하여 고객들이 원하는 서비스를 정확하게 제공하며, 고객들의 편의, 혜택 등을 위해 행동하는 것을 의미한다(Hoffman & Ingram, 1992). Saxe와 Weits(1982)는 기업이 고객의 입장에서

사고하는 관점으로 기업활동 하는 것으로 정의했고, Narver와 Slater(1990)는 고객들의 대상으로 필요 부분과 욕구를 파악하여 경쟁자 보다 더 나은 필요와 욕구 충족시키는 활동에 맞추어 비교우위를 창출하고자 하려는 행동으로 정의하였다.

Saxe와 Welts(1982)는 고객지향성을 고객이 욕구를 충족하게 하는 구매의사 결정에 있어 구매에 도움이 되도록 노력하는 마케팅 컨셉의 수행정도라고 정의하였고, 조성암(2001)은 고객들로부터 주문을 받는 것뿐만 아니라, 고객만족을 획득해야 하는 것으로 확장하였다.

또한, 이영석(2002)은 고객이 보다 나은 가치를 이해, 충족 등을 시키려는 종업원의 고객만족 문화로 기업이 표방하는 서비스지향성의 수행정도로 정의하였다.

## 2) 고객지향관련 선행연구

고객지향은 다양한 분야에서 연구가 진행되고 있다. 고객지향성과 관련된 측정 도구는 다수의 연구자들이 선행연구를 통해 제시하고 있는데 이를 살펴보면 다음과 같다.

Kelly(1992)는 기존 고객지향성 연구의 대부분은 고객지향성의 정도와 측정에 초점이 맞춰 있어 여러 조직들에 의해 나타나고 있는 고객지향성 차원이나 특징의 차이에 대해서는 소홀하게 다루어져 왔다고 주장하고 있다.

또한, 이영석(2002)은 서울 시내의 특급 호텔과 대학병원을 중심으로 한 구성원의 서비스지향성이 경영 성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 종업원의 고객지향성은 곧 기업의 경영 성과에 이어져 있을 것으로 보여주고 있다.

박광태와 안용대(1996)의 연구에서 서점을 이용하는 소비자들이 인지한 고객 서비스품질은 고객만족에 긍정적인 영향을 준다고 나타났다. 또한 은행, 항공, 정유 등의 3개 업종을 대상으로 한 연구에서도 서비스품질과 고객만족에 영향을 주었으며, 은행, 홈쇼핑, 컴퓨터 간에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Swan, Trawick, Silva(1985)는 고객지향성은 고객의 욕구를 파악하고, 친절하고 신속하게 반응하여 고객의 욕구를 해결할 수 있는 능력을 갖고 있는 네 가지 차원으로 보았으며, 서비스 제공자가 고객의 이해를 우선으로 하고 고객에게 좋은 서비스를 전달하면 고객은 서비스품질에 대해 좋은 평가를 한다고 보았다.



## 4. 학원이미지

이미지는 모든 제품이나 시설, 서비스 등이 각기의 개성을 가지고 있다. 즉, 소비자들을 위한 아이디어 또는 학원의 이미지라 할 수 있다.

Kotler(1997)는 이미지를 상표에 대해 소비자가 가지고 있는 신념의 집합으로 파악했고, 소비자 평가의 합으로 표시될 수 있다고 하였다. Tucker(1975)는 이미지를 상표나 브랜드, 그 이외 소비자가 가지는 주관적 의미라고 정의하였고, Aaker와 Etrrar(1997)는 오랜 시간을 통해 형성되는 대상에 특성과 감정 그리고 기타 인상으로 파악하였다.

한편, Asseal(1998)은 이미지는 다양한 정보를 처리하는 시간의 과정에 따라 형성되는 대상에 전체적인 지각이라고 정의하고, Marks(1976)는 이미지를 부분의 합 이상인 전체적인 상으로 대상을 지각하는 여러 차원의 복합체로 파악하여 이미지는 제품에 대한 전체의 상의 복합체 지각된 것이라고 정의하고 있다.

따라서 소비자들은 제품이나 기업에 관한 지식을 기억구조 속에 저장하고 꺼낼 때 특정 편익이나 제품, 기업의 속성을 중심으로 형성된 연관 관계의 집합으로 이미지를 설명하고 있다.

오늘날 시장에는 무수한 상품이나 기업이 존재하는데 소비자에게 의미를 가지고 다가오는 것은 그러한 상품이나 기업에 대한 감정이 소비자의 욕구를 충족시키거나 필요하다고 느낀다. 그것을 사용함으로써 인해 편리함과 같은 혜택을 주기 때문이다.

기업이 중요한 부분은 전체 제품의 판매가 아니라, 동일한 제품 중에서 자사가 생산한 제품의 판매가 중요한 것이다. 이에 업은 자사 제품을 소비자에게 전달하는데 있어 어떻게 소비자의 심리적 구조에 위치하도록 하느냐에 마케팅 활동의 중점을 두게 되었다.

또한, 사용빈도 즉, 경험을 토대로 형성되는 태도는 분석적으로 기업과 제품의 이미지라고 말할 수 있는데 이는 제품의 평가, 품질, 기능, 효용, 서비스 등 마케팅 요인으로 인해 형성된다. 기업의 이미지는 브랜드명의 고유의미, 청감으로부터 발생되는 브랜드 언어 이미지가 있다. 이처럼 다양한 기업 이미지를 총체적 기업 이미지라고 한다(노장오, 1997).

오늘날 기업은 이미지를 기업 가치를 창조하는 하나의 무형자산으로 인식하고



있다. 이에 따라 기업의 생존과 번영을 강력한 기업 이미지 확립을 통한 시장점유율 확대를 마케팅 목표로 그 중요성이 강조되고 있다(한국마케팅연구원, 2002).

스포츠센터의 이미지는 여러 원천에서 나온 정보를 처리하여 형성되는 스포츠센터에 대한 총체적 지각으로 일반적인 상, 영상, 심상 등으로 풀이된다. 이를 보다 심층적으로 보면 스포츠센터의 이미지는 과거의 경험을 토대로 구체적, 감각적으로 인간의 마음속에 재생되는 직접적인 감각 대상의 자극이 없이도 인간의 의식속에 만들어지는 스포츠센터에 대해 가지는 개인적인 무형의 형상을 의미한다.

즉, 소비자들은 여러 가지 차원으로 스포츠센터의 이미지를 지각하고, 지각된 속성을 기초로 스포츠센터 이미지에 대해 행동하게 되는 것을 말한다.

### Ⅲ. 연구 방법

#### 1. 연구대상 및 표집

본 연구대상자는 광주광역시와 전라남/북도의 무용학원 및 관련 교육기관에 근무 중인 지도자들을 모집단으로 선정하여 2020년 6월부터 2022년 12월까지 진행하였다. 표본추출은 무작위표본추출(Random Sampling Method)을 사용하였으며, 설문조사는 본 연구자와 설문지 조사 경험이 있고, 사전에 교육받은 연구 보조자 5명이 본 연구의 목적과 조사에 따른 취지를 설명한 후, 자기평가기입법(Self-Administrated Method)으로 설문조사에 응하도록 하여, 그 자리에서 회수하였다. 이와 같은 과정을 통하여 응답자 200명 가운데 불성실한 설문응답과 연구목적과 부합되지 않은 3명의 응답 자료를 제외한 총 197(98.5%)명의 자료를 최종 분석 자료로 사용하였다. 본 연구에 사용된 연구대상자의 인구통계학적 특성은 다음 <표 1>과 같다.

표 1. 연구대상자의 인구통계학적 특성

구분	요인	빈도(명)	구성비(%)
성별	남자	39	19.8
	여자	158	80.2
연령	20대	112	56.9
	30대 이상	85	43.1
최종학력	대학교 졸업	61	31.0
	대학원 재학 이상	136	69.0
근무기간	3년 미만	73	37.1
	3년 이상-6년 미만	70	35.5
	6년 이상	54	27.4
거주지역	광주광역시	162	82.2
	전라남도/전라북도	35	17.8
전공	현대무용	62	31.5
	한국무용	46	23.4
	발레	62	31.5
	생활무용	27	13.7
합 계		197	100.0

## 2. 조사도구

본 연구의 목적에 따라 변수들 간의 관계를 규명하기 위해 설문지를 측정도구로 활용하였고, 설문지의 모든 문항들은 연구의 목적에 부합되는 선행연구와 이론에 근거하여 구성하였으며, 직무 외 활동, 서비스지향, 고객지향, 학원이미지 변인 모두 ‘전혀 그렇지 않다 1점’, ‘그렇지 않다 2점’, ‘보통이다 3점’, ‘그렇다 4점’, ‘매우 그렇다 5점’의 5단계 Likert 척도를 사용하였다.

첫째, 직무 외 활동에 관한 척도는 Organ(1988)이 개발하여 Podsakoff 외 (1990)이 수정하여 사용하였고, 최근 최소연(2005), 장수복(2010) 등이 사회복지사 및 요양보호사를 대상으로 실시한 연구에서 사용하였고, 이를 본 연구의 목적에 맞게 수정 및 보완하여 ‘양심적행동(4문항)’, ‘신사적행동(4문항)’, ‘배려(4문항)’, ‘참여/자발적행동(6문항)’ 4개요인 총 18문항으로 구성하였다.

둘째, 서비스지향 척도는 Lytle et al.(1998), Meuter, Ostrom, Roundtree & Bitner(2000), 이관호(2007), 권현주(2013) 등이 사용하였고, 최근 김도담(2019)이 피트니스센터 지도자를 대상으로 진행한 연구에서 사용된 서비스지향성 설문을 본 연구의 목적에 맞게 수정 및 보완하였다. 구체적으로 살펴보면 ‘서비스리더십(5문항)’, ‘서비스접점(4문항)’, ‘서비스시스템(6문항)’, 3개요인으로 문항은 총 15문항으로 구성하였다.

셋째, 고객지향에 관한 척도는 Williams(1992)이 개발하였고, 이영석(2002), 김재구(2009) 등이 조직의 경영성과를 종속변인으로 두고 서비스지향성과 연계하여 고객지향성 설문을 사용하였고, 이를 본 연구의 목적에 맞게 수정 및 보완한 단일요인으로 총 6문항으로 구성하였다.

넷째, 학원이미지에 관한 척도는 Zeithaml(1988), Keller(1993), Aaker(1996)가 사용한 측정도구를 김혜정(2001)이 번안하여 최근 김도담(2019), 배민욱(2016) 등이 스포츠센터를 대상으로 사용하였으며, 이를 본 연구의 목적에 맞게 수정 및 보완한 단일요인으로 총 5문항으로 구성하였다.

본 연구에 사용된 설문지의 구성 내용은 다음의 <표 2>와 같다.

표 2. 설문지의 구성 내용

구성지표	구성 내용(문항 수)	문항수
인구통계학적 특성	성별, 연령, 최종학력, 근무기간, 거주지역, 전공	6
직무 외 활동	양심적행동(4문항), 신사적행동(4문항), 배려(4문항), 참여/자발적행동(6문항)	18
서비스지향	서비스리더십(5문항), 서비스접점(4문항), 서비스시스템(6문항)	15
고객지향	용모단정, 수강생 도움, 목표에 대한 용의, 문제 해결, 신뢰 받는 행동, 노력	6
학원이미지	고급스러움, 좋은 평가, 품위와 자부심, 긍정적인 느낌, 한결같은 이미지	5
	계	52

### 3. 설문지의 타당도와 신뢰도

요인분석의 타당도 검증은 변수들이 각각 분리되어 고유한 특성을 측정하고 있는지를 파악하는 것으로, 측정변수와 관련된 항목들이 잘 묶여있는지를 검증하기 위한 분석이다. <표 3>, <표 4>, <표 5>에서 나타난 바와 같이 측정도구의 타당도 검증을 위하여 각 항목들에 대한 구성타당도 검증으로 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis)을 실시하였고, 요인추출 방법으로는 주성분분석(Principle Component Analysis)을 실시하였으며, 요인의 연관성을 보다 더 효과적으로 규명하기 위하여 베리맥스(Varimax) 방식을 이용하였다. 통계상 유의성 확보를 위하여 요인분석에 의하여 추출된 요인행렬을 설명하는데, 요인 적재치의 기준은 .50 이상인 항목으로 설정하였으며, 고유치는 1.0 이상의 요인들로 구성하였다. 전체변량은 직무 외 활동은 73.758로 74%의 설명력을 보였고, 서비스지향성은 79.968로 80%, 고객지향성 및 학원이미지는 59.693으로 60%의 가까운 설명력이 나타나 설문문항의 내용이 전반적으로 타당하게 측정되었음을 보여주고 있다. 또한, 신뢰도 검증을 위해 Cronbach's  $\alpha$  계수를 산출하였다.

표 3. 직무 외 활동의 탐색적요인분석 및 신뢰도

요인	문항	성분			
		1	2	3	4
참여 자발적 행동	13. 나는 우리 학원의 변화에 뒤처지지 않도록 노력한다.	.806	.223	.052	.091
	16. 나는 우리 학원의 발전을 위해 노력한다.	.796	.076	.178	.134
	14. 나는 업무 외의 일이라도 학원의 이미지를 향상시킬 수 있는 일에 참여한다.	.774	.090	.296	-.196
	15. 나는 우리 학원의 모임에는 자발적으로 참여한다.	.746	.056	.218	-.382
양심적 행동	2. 나는 점심(휴식시간)을 절대로 장시간 사용하지 않는다.	.138	.897	.111	.072
	4. 나는 다른 사람이 보지 않더라도 학원의 규칙, 규정, 절차를 잘 지킨다.	-.002	.801	.311	-.182
	3. 나는 정해진 시간보다 더 많이 휴식을 취하지 않는다.	.084	.746	.019	.317
	1. 나는 지각하는 일 없이 정해진 시간에 출근한다.	.364	.615	.190	-.198
신사적 행동	8. 나는 상황의 부정적 면보다 긍정적 면에 초점을 둔다.	.135	.211	.892	.076
	5. 나는 학원의 문제에 대해 불평하지 않는다.	.253	.057	.797	.241
	7. 나는 지금 하는 업무를 그만두고 싶다는 말을 하지 않는다.	.317	.315	.591	-.025
배려	11. 나는 동료 지도자에게 나로 인해 문제가 생기지 않도록 노력한다.	.046	.085	.054	.898
	10. 나는 다른 지도자의 권리를 침해하지 않는다.	-.176	-.048	.204	.881
Eigen value		2.814	2.604	2.139	2.035
Variance(%)		21.646	20.030	16.453	15.655
Cumulative Variance(%)		21.646	41.676	58.129	73.785
Cronbach's $\alpha$		.0825	.813	.761	.798

표 4. 서비스지향의 탐색적요인분석 및 신뢰도

요인	문항	성분		
		1	2	3
서비스 시스템	12. 우리 학원은 지도자들의 서비스 제공을 위해 최신의 기술을 사용한다.	.867	.306	.217
	14. 우리 학원은 지도자들을 지원하기 위해 최고 수준의 기술을 이용한다.	.826	.254	.180
	13. 우리 학원은 최상의 서비스를 제공하기 위해 최신의 기술을 이용한다.	.817	.436	.089
	11. 우리 학원은 문제해결능력을 증가시키기 위해 문제해결 팀을 구성한다.	.740	.159	.437
서비스 접점	6. 우리 학원의 지도자는 수강생을 위해 최선을 다한다.	.133	.887	.180
	7. 우리 학원의 지도자는 수강생의 불편사항을 줄이기 위해 최선을 다한다.	.318	.787	.064
	9. 우리 학원의 지도자는 다른 지도자의 업무도 기꺼이 도와준다.	.293	.683	.290
	8. 우리 학원의 지도자는 동료의 힘든 업무를 잘 도와준다.	.480	.647	.247
서비스 리더십	1. 우리 학원의 지도자는 서비스의 중요성에 대해 끊임없이 강조한다.	.107	.271	.913
	2. 우리 학원의 지도자는 수강생의 의견을 파악하기 위해 노력한다.	.434	.147	.813
Eigen value		3.284	32.836	32.836
Variance(%)		2.759	27.590	60.426
Cumulative Variance(%)		1.954	19.541	79.968
Cronbach's $\alpha$		.917	.858	.862

표 5. 고객지향 및 학원이미지의 탐색적요인분석 및 신뢰도

요인	문 항	성 분	
		1	2
고객 지향	7. 나는 수강생에게 문제가 생겼을 때 해결하기 위하여 노력한다.	.834	.203
	3. 수강생이 이루고자 하는 목표를 반드시 이룰 수 있도록 도와줄 용의가 있다.	.834	.081
	9. 나는 수강생이 안심하고 무용수업을 할 수 있도록 항상 노력한다.	.745	.121
	1. 수강생과 접촉할 때 용모와 옷차림을 단정히 한다.	.693	.064
	2. 기꺼이 수강생을 도와줄 용의가 있다.	.630	.240
	8. 나는 수강생으로부터 신뢰 받는 행동을 한다고 생각된다.	.522	.123
	학원 이미지	3. 우리 학원은 나의 품위를 나타낼 수 있어 자부심을 느낀다.	.078
1. 우리 학원은 전반적으로 고급스럽게 느껴진다.		-.033	.848
4. 우리 학원을 통해 긍정적인 느낌(좋은 기분, 즐거운, 호의적)을 경험하게 한다.		.444	.690
2. 우리 학원은 수강생에게 좋은 평가를 받는 듯 하다.		.232	.680
5. 우리 학원의 이미지는 예전이나 지금이나 한결 같아서 좋다.		.556	.571
Eigen value		3.664	2.903
Variance(%)		33.305	26.388
Cumulative Variance(%)		33.305	59.693
Cronbach's $\alpha$		.800	.814

## 4. 자료처리

본 연구의 목적 달성을 위하여 수집된 자료 중 응답 내용이 불성실하거나, 연구 목적에 적절치 않은 자료와 신뢰성이 떨어지는 자료를 제외한 분석이 가능한 자료는 SPSS for Win Version 18.0 통계프로그램을 이용하였다.

연구대상자의 인구통계학적 특성은 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였고, 수집된 자료의 타당도를 검증하기 위해서 직교회전 방식 중 베리맥스(Varimax) 방식을 사용하여 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis: EFA)을 실시하였으며, 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach's  $\alpha$  계수를 산출하였다.

다음으로는 조사대상자의 인구통계학적특성에 따른 변인 간의 차이를 분석하기 위해 T-test와 일원변량분석(One-Way ANOVA)을 실시하였고, 사후검증은 Duncan을 실시하였다. 각 변인들 간의 관계분석에 앞서 Pearson's 상관계 분석(Correlation Analysis)을 실시하였으며, 직무 외 활동, 서비스지향, 고객지향, 학원이미지 변인 간의 영향력을 검증하기 위해 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis: MRA)을 실시하였다. 통계적 유의수준은  $\alpha=.05$  수준에서 검증하였다.



## IV. 연구 결과

### 1. 인구통계학적특성에 따른 직무 외 활동, 서비스지향, 고객지향, 학원이미지의 차이 분석결과

인구통계학적특성에 따른 직무 외 활동, 서비스지향, 고객지향, 학원이미지에서 성별, 연령, 최종학력, 거주지역을 T-test 실시한 결과 <표 6>, <표 7>, <표 8>, <표 10>과 같고, 근무기간, 전공을 One-Way ANOVA 실시 한 결과 <표 9>, <표 11>과 같다.

#### 1) 성별

<표 6>은 성별에 따른 직무 외 활동, 서비스지향, 고객지향, 학원이미지의 평균 차이분석을 실시한 결과이다.

직무 외 활동의 양심적행동, 신사적행동, 배려, 참여자발적행동, 서비스지향성의 서비스리더십, 서비스접점, 서비스시스템, 고객지향성, 학원이미지 모든 요인에서 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

표 6. 성별에 따른 차이분석

변인	요인	성별	N	M	SD	t(p)	
직무 외 활동	양심적행동	남자	39	4.44	.395	.367	
		여자	158	4.41	.487	(.714)	
	신사적행동	남자	39	4.03	.498	-.320	
		여자	158	4.06	.558	(.749)	
	배려	남자	39	4.60	.609	-.347	
		여자	158	4.64	.522	(.729)	
	참여자발적행동	남자	39	3.95	.588	-.094	
		여자	158	3.96	.604	(.925)	
	서비스 지향	서비스리더십	남자	39	4.12	.579	.169
			여자	158	4.09	.701	(.866)
서비스접점		남자	39	4.08	.554	-.663	
		여자	158	4.15	.585	(.508)	
서비스시스템		남자	39	3.58	.778	-.278	
		여자	158	3.62	.815	(.781)	
고객지향	남자	39	4.29	.397	-.398		
	여자	158	4.31	.393	(.691)		
학원이미지	남자	39	3.95	.496	-1.487		
	여자	158	4.11	.620	(.139)		

## 2) 연령

연령에 따른 직무 외 활동, 서비스지향, 고객지향, 학원이미지의 평균 차이분석을 실시한 결과는 <표 7>과 같다.

자세히 살펴보면, 먼저 직무 외 활동의 양심적행동( $t=-3.053$ ,  $p<.01$ ), 신사적행동( $t=-2.620$ ,  $p<.05$ ), 참여자발적행동( $t=-4.643$ ,  $p<.001$ )에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 유의한 차이를 보인 양심적행동, 신사적행동, 참여자발적행동 요인 모두 30대 이상 지도자가 20대 지도자보다 더 높게 나타났다.

다음으로는 서비스지향의 서비스리더십( $t=-2.830$ ,  $p<.01$ ), 서비스접점( $t=-3.735$ ,  $p<.001$ ), 서비스시스템( $t=-2.622$ ,  $p<.01$ )에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 서비스지향 모든 요인에서 30대 이상 지도자가 20대 지도자보다 더 높게 나타났다. 또한 고객지향의 서비스태도 및 행동( $t=-4.936$ ,  $p<.001$ )에서도 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 고객지향 요인에서도 30대 이상 지도자가 20대 지도자보다 더 높게 나타났다.

마지막으로 학원이미지( $t=-3.591$ ,  $p<.001$ )에서도 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 학원이미지에서는 30대 이상 지도자가 20대 지도자보다 높게 나타났다.

표 7. 연령에 따른 차이분석

변인	요인	연령	N	M	SD	t(p)	
직무 외 활동	양심적행동	20대	112	4.33	.496	-3.053 (.003)	
		30대 이상	85	4.53	.408		
	신사적행동	20대	112	3.96	.496	-2.620 (.010)	
		30대 이상	85	4.17	.588		
	배려	20대	112	4.62	.524	-.399 (.691)	
		30대 이상	85	4.65	.561		
	참여자발적행동	20대	112	3.79	.561	-4.643 (.000)	
		30대 이상	85	4.17	.583		
	서비스 지향	서비스리더십	20대	112	3.9821	.691	-2.830 (.005)
			30대 이상	85	4.2529	.630	
		서비스접점	20대	112	4.0022	.558	-3.735 (.000)
			30대 이상	85	4.3029	.562	
서비스시스템		20대	112	3.4799	.775	-2.622 (.009)	
		30대 이상	85	3.7794	.819		
고객지향	20대	112	4.1949	.371	-4.936 (.000)		
	30대 이상	85	4.4588	.373			
학원이미지	20대	112	3.9464	.583	-3.591 (.000)		
	30대 이상	85	4.2471	.581			

### 3) 최종학력

최종학력에 따른 직무 외 활동, 서비스지향, 고객지향, 학원이미지의 평균 차이 분석을 실시한 결과 다음 <표 8>과 같다.

자세히 살펴보면, 먼저 직무 외 활동의 신사적행동( $t=-2.507$ ,  $p<.05$ ), 배려( $t=-2.902$ ,  $p<.01$ ), 참여자발적행동( $t=-2.842$ ,  $p<.01$ )에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 유의한 차이를 보인 신사적행동, 배려, 참여자발적행동 요인 모두 대학원 재학 이상 학력을 가진 지도자가 대학교 졸업 학력을 가진 지도자보다 더 높게 나타났다.

다음으로는 서비스지향의 서비스접점( $t=-3.007$ ,  $p<.01$ )에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 유의한 차이를 보인 서비스지향성의 서비스접점 요인에서도 대학원 재학 이상 학력을 가진 지도자가 대학교 졸업 학력을 가진 지도자보다 더 높게 나타났다. 또한, 고객지향의 서비스태도 및 행동( $t=-2.654$ ,  $p<.01$ )에서도 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 고객지향의 서비스태도 및 행동 요인에서도 대학원 재학 이상 학력을 가진 지도자가 대학교 졸업 학력을 가진 지도자보다 더 높게 나타났다.

마지막으로 학원이미지( $t=-6.182$ ,  $p<.001$ )에서도 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 학원이미지에서도 대학원 재학 이상 학력을 가진 지도자가 대학교 졸업 학력을 가진 지도자보다 더 높게 나타났다.

표 8. 최종학력에 따른 차이분석

변인	요인	최종학력	N	M	SD	t(p)	
직무 외 활동	양심적행동	대학교 졸업	61	4.33	.610	-1.460 (.148)	
		대학원 재학 이상	136	4.46	.387		
	신사적행동	대학교 졸업	61	3.91	.499	-2.507 (.013)	
		대학원 재학 이상	136	4.12	.555		
	배려	대학교 졸업	61	4.45	.617	-2.902 (.005)	
		대학원 재학 이상	136	4.71	.481		
	참여자발적행동	대학교 졸업	61	3.78	.652	-2.842 (.005)	
		대학원 재학 이상	136	4.04	.559		
	서비스 지향	서비스리더십	대학교 졸업	61	4.02	.588	-1.033 (.303)
			대학원 재학 이상	136	4.13	.713	
		서비스접점	대학교 졸업	61	3.95	.629	-3.007 (.003)
			대학원 재학 이상	136	4.21	.536	
서비스시스템		대학교 졸업	61	3.55	.891	-.660 (.511)	
		대학원 재학 이상	136	3.64	.767		
고객지향		대학교 졸업	61	4.20	.413	-2.654 (.009)	
		대학원 재학 이상	136	4.36	.375		
학원이미지	대학교 졸업	61	3.71	.587	-6.182 (.000)		
	대학원 재학 이상	136	4.24	.532			

#### 4) 근무기간

<표 9>는 근무기간 따른 직무 외 활동, 서비스지향, 고객지향, 학원이미지의 평균 차이분석을 실시한 결과이다. 자세히 살펴보면 먼저 직무 외 활동의 양심적 행동( $F=6.561, p<.01$ ), 신사적행동( $F=9.784, p<.001$ ), 참여자발적행동( $F=22.043, p<.001$ )에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 직무 외 활동의 하위요인 모두 6년이상 근무한 지도자가 가장 높게 나타났고, 3년 이상-6년 미만, 3년 미만 순으로 나타났다.

다음으로는 서비스지향의 서비스접점( $F=21.218, p<.001$ ), 서비스시스템( $F=10.943, p<.001$ )에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 유의한 차이를 보인 서비스지향성의 하위요인 모두 6년이상 근무한 지도자가 가장 높게 나타났고, 3년 이상-6년 미만, 3년 미만 순으로 나타났다.

또한, 고객지향의 서비스태도 및 행동( $F=16.523, p<.001$ )에서도 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 고객지향성 요인에서도 6년이상 근무한 지도자가 가장 높게 나타났고, 3년 이상-6년 미만, 3년 미만 순으로 나타났다.

마지막으로 학원이미지( $F=13.776, p<.001$ )에서도 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 학원이미지에서도 6년이상 근무한 지도자가 가장 높게 나타났고, 3년 이상-6년 미만, 3년 미만 순으로 나타났다.

<표 9>를 살펴보면, 먼저 직무 외 활동의 양심적행동( $F=6.561, p<.01$ ), 신사적행동( $F=9.784, p<.001$ ), 참여자발적행동( $F=22.043, p<.001$ )에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 유의한 차이를 보인 양심적행동, 신사적행동, 참여자발적행동 요인 모두 6년이상 근무한 지도자가 가장 높게 나타났고, 3년 이상-6년 미만, 3년 미만 순으로 나타났다.

표 9. 근무기간에 따른 차이분석

변인	요인	근무기간	N	M	SD	F(p) DUNCAN
직 무 외 활 동	양심적 행동	3년 미만	73	4.28	.563	6.561 (.002) a<b,c
		3년 이상-6년 미만	70	4.45	.376	
		6년 이상	54	4.57	.387	
		합계	197	4.42	.470	
	신사적 행동	3년 미만	73	3.89	.458	9.784 (.000) a,b<c
		3년 이상-6년 미만	70	4.02	.499	
		6년 이상	54	4.30	.625	
		합계	197	4.05	.546	
	배려	3년 미만	73	4.66	.485	.810 (.446)
		3년 이상-6년 미만	70	4.56	.601	
		6년 이상	54	4.68	.524	
		합계	197	4.63	.539	
참여 자발적 행동	3년 미만	73	3.70	.540	22.043 (.000) a<b<c	
	3년 이상-6년 미만	70	3.92	.580		
	6년 이상	54	4.35	.501		
	합계	197	3.96	.600		
서 비 스 지 향	서비스 리더십	3년 미만	73	4.01	.574	1.183 (.309)
		3년 이상-6년 미만	70	4.13	.658	
		6년 이상	54	4.19	.814	
		합계	197	4.10	.677	
	서비스 접점	3년 미만	73	3.93	.522	21.218 (.000) a,b<c
		3년 이상-6년 미만	70	4.04	.584	
		6년 이상	54	4.52	.446	
		합계	197	4.13	.578	
	서비스 시스템	3년 미만	73	3.39	.806	10.943 (.000) a,b<c
		3년 이상-6년 미만	70	3.53	.809	
		6년 이상	54	4.01	.650	
		합계	197	3.61	.806	
고객지향	3년 미만	73	4.13	.372	16.523 (.000) a<b<c	
	3년 이상-6년 미만	70	4.35	.353		
	6년 이상	54	4.50	.372		
	합계	197	4.31	.393		
학원이미지	3년 미만	73	3.86	.568	13.776 (.000) a,b<c	
	3년 이상-6년 미만	70	4.05	.619		
	6년 이상	54	4.39	.476		
	합계	197	4.08	.599		

a:3년 미만 b:3년 이상-6년 미만 c:6년 이상



## 5) 거주지역

<표 10>은 거주지역에 따른 직무 외 활동, 서비스지향, 고객지향, 학원이미지의 평균 차이분석을 실시한 결과이다.

표 10. 거주지역에 따른 차이분석

변인	요인	거주지역	N	M	SD	t(p)	
직무 외 활동	양심적행동	광주광역시	162	4.43	.469	.639	
		전라남도/전라북도	35	4.37	.475	(.523)	
	신사적행동	광주광역시	162	4.05	.540	.037	
		전라남도/전라북도	35	4.06	.578	(.970)	
	배려	광주광역시	162	4.67	.517	1.889	
		전라남도/전라북도	35	4.46	.611	(.065)	
	참여자발적행동	광주광역시	162	3.96	.589	.074	
		전라남도/전라북도	35	3.95	.658	(.941)	
	서비스 지향	서비스리더십	광주광역시	162	4.09	.688	-.284
			전라남도/전라북도	35	4.13	.634	(.776)
		서비스접점	광주광역시	162	4.15	.555	1.087
			전라남도/전라북도	35	4.04	.676	(.278)
서비스시스템		광주광역시	162	3.60	.772	-.186	
		전라남도/전라북도	35	3.64	.961	(.853)	
고객지향	광주광역시	162	4.34	.374	2.387		
	전라남도/전라북도	35	4.17	.450	(.018)		
학원이미지	광주광역시	162	4.12	.583	2.478		
	전라남도/전라북도	35	3.85	.631	(.014)		

<표 10>을 살펴보면, 먼저 직무 외 활동과 서비스지향의 하위요인에서는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났고, 고객지향의 서비스태도 및 행동( $t=2.387, p<.05$ )에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 유의한 차이를 보인 고객지향성에서는 광주광역시에 거주하는 지도자들이 전남·북에 거주하는 지도자들 보다 더 높게 나타났다.

다음으로는 학원이미지( $t=2.478, p<.05$ )에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 학원이미지에서 광주광역시에 거주하는 지도자들이 전남·북에 거주하는 지도자들 보다 더 높게 나타났다.

## 8) 전공

<표 11>은 전공 따른 직무 외 활동, 서비스지향, 고객지향, 학원이미지의 평균 차이분석을 실시한 결과이다. 자세히 살펴보면 먼저 직무 외 활동의 양심적행동, 신사적행동, 배려, 참여자발적행동에서는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났고 서비스지향성의 서비스리더십, 서비스접점과 고객지향성의 서비스태도 및 행동에서도 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

반면, 서비스지향의 서비스시스템( $F=4.362, p<.01$ )과 학원이미지( $F=5.665, p<.01$ )에서는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 유의한 차이를 보인 서비스지향의 서비스시스템 요인과 학원이미지에서는 현대무용 전공 지도자가 가장 높게 나타났으며, 생활무용 전공 지도자가 가장 낮게 나타났다.

상관관계분석은 탐색적 연구에서 가설검증에 사용될 뿐 아니라 가설검증을 실시함에 앞서 모든 연구가설에 사용되는 중요 변수들 간의 관계의 강도를 제시함으로써 변인들 간에 대체적인 윤곽을 제시해 주는 선행 조건이다.

표 11. 전공에 따른 차이분석

변인	요인	근무기간	N	M	SD	F(p) DUNCAN
직 무 외 활 동	양심적 행동	현대무용	62	4.50	.387	1.663 (.176)
		한국무용	46	4.46	.415	
		발레	62	4.34	.468	
		생활무용	27	4.33	.676	
		합계	197	4.42	.470	
	신사적 행동	현대무용	62	4.20	.513	2.558 (.056)
		한국무용	46	3.99	.489	
		발레	62	3.99	.605	
		생활무용	27	3.93	.518	
		합계	197	4.05	.546	
	배려	현대무용	62	4.59	.540	.392 (.759)
		한국무용	46	4.70	.532	
		발레	62	4.64	.514	
		생활무용	27	4.59	.621	
		합계	197	4.63	.539	
	참여 자발적 행동	현대무용	62	4.11	.552	2.234 (.086)
		한국무용	46	3.85	.504	
		발레	62	3.94	.624	
		생활무용	27	3.83	.744	
		합계	197	3.96	.600	
서 비 스 지 향	서비스 리더십	현대무용	62	4.15	.766	.712 (.546)
		한국무용	46	4.16	.517	
		발레	62	4.06	.731	
		생활무용	27	3.96	.571	
		합계	197	4.10	.677	
	서비스 접점	현대무용	62	4.27	.533	2.259 (.083)
		한국무용	46	4.02	.561	

	발레	62	4.13	.574	
	생활무용	27	4.02	.668	
	합계	197	4.13	.578	
서비스 시스템	현대무용	62	3.87	.705	
	한국무용	46	3.49	.693	4.362
	발레	62	3.58	.842	(.005)
	생활무용	27	3.27	.961	a>b,d
	합계	197	3.61	.806	
	현대무용	62	4.36	.417	
	한국무용	46	4.25	.361	
	발레	62	4.28	.425	.897 (.444)
고객 지향	생활무용	27	4.35	.301	
	합계	197	4.31	.393	
	현대무용	62	4.23	.557	
	한국무용	46	4.02	.497	5.665
	발레	62	4.13	.613	(.001)
학원이미지	생활무용	27	3.70	.671	a,b,c<d
	합계	197	4.08	.599	

a:현대무용 b:한국무용 c:발레 d:생활무용

상관관계분석은 탐색적 연구에서 가설 검증에 사용될 뿐 아니라 가설 검증을 실시함에 앞서 모든 연구가설에 사용되는 중요 변수들 간의 관계의 강도를 제시함으로써 변인들 간에 대체적인 윤곽을 제시해주는 선행 조건이다. 직무 외 활동, 서비스 및 고객지향, 학원이미지 변인들 간의 관련 정보와 방향성을 알아보기 위하여 Pearson의 적률 상관관계를 산출한 결과는 <표 12>와 같다.

표 12. 각 변인 간의 상관분석

변인	요인	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX
직 무 외 활 동	양심적행동	1								
	신사적행동	.451***	1							
	배려	.030	.191**	1						
	참여자발행동	.328***	.491***	-.190**	1					
서 비 스 지 향	서비스리더십	.289***	.361***	-.084	.427***	1				
	서비스접점	.388***	.561***	.111	.693***	.511***	1			
	서비스시스템	.320***	.508***	-.235**	.715***	.572***	.676***	1		
	고객지향	.254***	.547***	.113	.645***	.417***	.619***	.475***	1	
	학원이미지	.282***	.432***	.081	.555***	.389***	.634***	.550***	.461***	1

\*\* $p < .01$     \*\*\* $p < .001$

상관관계를 분석한 <표 12>를 살펴보면, 모든 변인들 간에 정적인 상관관계를 보였다. 즉, 본 연구에서 사용된 모든 변인들의 하위요인들 간에는 상관성이 있는 것으로 나타났다. 또한, 본 연구에서는 다중공선성의 문제는 없는 것으로 제시되었다.

## 2. 무용 지도자들의 직무 외 활동과 서비스지향의 상관관계

무용 지도자들의 직무 외 활동이 서비스지향에 미치는 영향력을 검증하기 위해 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 실시한 결과, <표 13>, <표 14>, <표 15>와 같다.

### 1) 직무 외 활동과 서비스지향(서비스리더십)

지도자들의 직무 외 활동과 서비스리더십의 관계에서는 직무 외 활동의 신사적 행동( $t=2.214$ ,  $p<.05$ ,  $\beta = .182$ ), 참여자발적행동( $t=3.689$ ,  $p<.001$ ,  $\beta = .287$ ) 요인이 서비스리더십( $F=14.097$ ,  $p<.001$ ,  $R^2 = .227$ )에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 13. 직무 외 활동과 서비스지향(서비스리더십)의 상관관계

모형		서비스리더십			t(p)
		비표준화 계수		표준화 계수	
		B	표준오차	$\beta$	
(상수)		1.570	.593	-	2.648**
직무 외 활동	양심적행동	.165	.103	.114	1.594
	신사적행동	.226	.102	.182	2.214*
	배려	-.085	.086	-.068	-.992
	참여자발적행동	.324	.088	.287	3.689***

$R^2 = .227$   $adj.R^2 = .211$   $F=14.097^{***}$

\* $p<.05$  \*\* $p<.01$  \*\*\* $p<.001$

## 2) 직무 외 활동과 서비스지향(서비스접점)

지도자들의 직무외 활동과 서비스접점의 관계에서는 직무 외 활동의 신사적 행동( $t=3.005$ ,  $p<.01$ ,  $\beta = .182$ ), 배려( $t=3.727$ ,  $p<.001$ ,  $\beta = .188$ ), 참여자 발적행동( $t=10.587$ ,  $p<.001$ ,  $\beta = .606$ ) 요인이 서비스접점( $F=66.811$ ,  $p<.001$ ,  $R^2 = .582$ )에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 14. 직무 외 활동과 서비스지향(서비스접점)의 상관관계

모형		서비스접점			t(p)
		비표준화 계수		표준화 계수	
		B	표준오차	$\beta$	
(상수)		-.443	.372	-	-1.189
직무 외 활동	양심적행동	.125	.065	.102	1.931
	신사적행동	.192	.064	.182	3.005**
	배려	.201	.054	.188	3.727***
	참여자발적행동	.584	.055	.606	10.587***

$$R^2 = .582 \quad adj.R^2 = .573 \quad F=66.811***$$

\*\* $p<.01$     \*\*\* $p<.001$

### 3) 직무 외 활동과 서비스지향(서비스시스템)

지도자들의 직무 외 활동과 서비스시스템의 관계에서는 직무 외 활동의 신사  
 적행동( $t=4.354, p<.001, \beta = .266$ ), 배려( $t=-3.624, p<.001, \beta = -.184$ ), 참여자  
 발적행동( $t=9.353, p<.001, \beta = .540$ ) 요인이 서비스시스템( $F=64.631, p<.001,$   
 $R^2 = .574$ )에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 15. 직무 외 활동과 서비스지향(서비스시스템)의 상관관계

모형		서비스시스템			t(p)
		비표준화 계수		표준화 계수	
		B	표준오차	$\beta$	
(상수)		.211	.524	-	.403
직무 외 활동	양심적행동	.048	.091	.028	.527
	신사적행동	.392	.090	.266	4.354***
	배려	-.276	.076	-.184	-3.624***
	참여자발적행동	.726	.078	.540	9.353***

$$R^2 = .574 \quad adj.R^2 = .565 \quad F=64.631***$$

\*\*\*  $p<.001$



### 3. 무용 지도자들의 직무 외 활동과 고객지향의 상관관계

무용 지도자들의 직무 외 활동이 고객지향에 미치는 영향력을 검증하기 위해 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 실시 한 결과 <표 16>과 같다.

지도자들의 직무 외 활동과 서비스태도 및 행동의 관계에서는 직무 외 활동의 신사적행동( $t=3.991$ ,  $p<.001$ ,  $\beta = .260$ ), 배려( $t=3.191$ ,  $p<.01$ ,  $\beta = .173$ ), 참여자 발적행동( $t=9.229$ ,  $p<.001$ ,  $\beta = .569$ )요인이 서비스태도 및 행동( $F=50.967$ ,  $p<.001$ ,  $R^2 = .515$ )에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 16. 직무 외 활동과 고객지향의 상관관계

모형		고객지향			t(p)
		비표준화 계수		표준화 계수	
		B	표준오차	$\beta$	
(상수)		1.694	.273	-	6.212***
직무 외 활동	양심적행동	-.046	.048	-.055	-.969
	신사적행동	.187	.047	.260	3.991***
	배려	.126	.040	.173	3.191**
	참여자발적행동	.373	.040	.569	9.229***

$$R^2 = .515 \quad adj.R^2 = .505 \quad F=50.967^{***}$$

\*\* $p<.01$  \*\*\* $p<.001$

#### 4. 무용 지도자들의 직무 외 활동과 학원이미지의 상관관계

무용 지도자들의 직무 외 활동이 학원이미지에 미치는 영향력을 검증하기 위해 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 실시 한 결과 <표 17>과 같다.

지도자들의 직무 외 활동과 학원이미지의 관계에서는 직무 외 활동의 배려 ( $t=2.394$ ,  $p<.05$ ,  $\beta = .149$ ), 참여자발적행동( $t=7.074$ ,  $p<.001$ ,  $\beta = .500$ )요인이 학원이미지( $F=27.279$ ,  $p<.001$ ,  $R^2 = .362$ )에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 17. 직무 외 활동과 학원이미지의 상관관계

모형		학원이미지			t(p)
		비표준화 계수		표준화 계수	
		B	표준오차	$\beta$	
(상수)		.438	.477	-	.919
직무 외 활동	양심적행동	.067	.083	.053	.807
	신사적행동	.147	.082	.134	1.800
	배려	.166	.069	.149	2.394*
	참여자발적행동	.500	.071	.500	7.074***

$$R^2 = .362 \quad adj.R^2 = .349 \quad F=27.279^{***}$$

\* $p<.05$  \*\*\* $p<.001$

## V. 논 의

### 1. 인구통계학적특성에 따른 직무 외 활동, 서비스지향, 고객지향, 학원이미지의 차이

본 연구에서는 무용학원 지도자 대상으로 인구통계학적 특성에 따른 직무 외 활동, 서비스지향, 고객지향, 학원이미지의 차이를 분석하기 위해 인구통계학적 특성을 성별, 연령, 최종학력, 근무기간, 거주지역, 전공으로 구분하여 그 관계를 구분하였다. 무용학원 지도자에 특성에 따른 결과 부분적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

첫째, 성별에서 직무 외 활동의 양심적행동, 신사적행동, 배려, 참여자발적행동, 서비스지향의 서비스리더십, 서비스접점, 서비스시스템과 고객지향, 학원이미지 모든 요인에서 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

김도담(2018)의 피트니스센터 지도자대상으로 한 연구결과 성별에 따른 자발적 업무수행, 서비스 지향성, 고객 지향성, 센터이미지에서 유의한 차이가 나타나지 않는다고 하였다.

일반적으로 지도자의 성별은 학원생들에게 중요요인이기보다는 지도자의 인상과 수강생들에게 대하는 태도 및 행동, 전공에 대한 지식, 입시경험, 지도경험 등이 학원경영에 영향을 미치는 요인들이라 사료된다. 이에 성별을 떠나 학원경영의 효율성을 올리기 위해 강사 및 지도자들은 학원 시스템 및 원생들에게 능동적인 태도와 충성적인 모습을 보여야 하는 자세를 가져야 한다.

둘째, 연령에서는 직무 외 활동의 양심적행동, 신사적행동, 참여자발적행동에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 서비스지향의 서비스리더십, 서비스 접점, 서비스시스템에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 마지막으로 고객 지향과 학원이미지에서도 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 유의한 차이를 보인 모든 요인에서는 30대 이상 지도자가 20대 지도자보다 더 높게 나타났다. 즉, 나이가 많은 지도자일수록 직무 외 활동은 물론 서비스 및 고객지향, 학원 이미지에 높게 나타났음을 알 수 있다. 이는 20대 지도자는 30대 이상 지도자에

비해서 지도하는 방식과 사명감이 다르며, 학원뿐만 아니라 학교, 센터 등 다양한 수업을 한 경력이 쌓여 무용학원 지도자들은 수강생들이 원하는 서비스 환경과 불편사항 등에 대한 니즈를 파악하는데 있어 더 잘한다고 생각되어 30대 지도자가 더욱 이끌어 낼 수 있다고 사료된다.

셋째, 최종학력에서는 직무 외 활동의 신사적행동, 배려, 참여자발적행동에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 서비스지향의 서비스접점, 고객지향, 학원 이미지에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 유의한 차이를 보인 모든 요인에서는 대학원 재학 이상 학력을 가진 지도자가 대학교 졸업 학력을 가진 지도자보다 더 높게 나타났다. 즉, 고학력 지도자일수록 직무 외 활동, 서비스지향, 고객지향, 학원이미지에 높게 나타났다. 이러한 결과는 대학교에서 배우지 못한 학원 운영 시스템, 수강생 관리 등과 관련된 전문적인 이론적 지식 및 경험을 대학원 수업을 통해 배우게 되고, 대학원이라는 공간 안에 학원경영자 및 지도자들을 많이 만날 수 있는 자리 때문에 학원에 대한 문제, 지도에 필요한 자기개발, 수업지도 등에 관한 정보공유를 할 수 있는 기회가 많다고 본다. 또한, 교육수준이 높을수록 후천적 경험과 학습에 의해 점진적으로 향상되는 속성을 가지고 있으며(오성용, 2022), 경험이 많은 지도자 일수록 수강생들의 관계, 불편사항 등에 대해 이끌어 갈 수 있다고 보고 있다. 학력이 높은 지도자 일수록 학원 지도자 채용 후 체계적인 육성과정 커리큘럼과 수강생들의 자발적 수업을 이끌어 낼 수 있는 노하우가 높다고 사료된다.

넷째, 근무기간에서는 직무 외 활동의 양심적행동, 신사적행동, 참여자발적행동에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났고, 서비스지향의 서비스접점, 서비스 시스템에서도 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 고객지향과 학원이미지에서도 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 여기서 유의한 차이를 보인 모든 요인에서는 6년이상 근무한 지도자가 가장 높게 나타났고, 3년 이상-6년 미만, 3년 미만 순으로 나타났다. 근무경력이 많을수록 직무 외 활동, 서비스지향, 고객지향, 학원이미지에 높게 나타났다는 것으로 보인다. 하지만 본 연구와 반대로 김도담(2018)의 연구에서는 직무 외 활동, 서비스지향성, 고객지향성, 학원이미지의 근무기간에서 모두 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다. 또한, 최미선(2023)은 근무기간이 길수록 학원에 대한 자부심이나 사명감인 직무 외 활동에 낮은 인식이 나타났고, 근무기간에 따른 보상이 낮은 기대감과 함께 전문성에 대한 인정이 부족

하게 느껴져 실망감이 반영된다고 보고 있다. 이에 본 연구에서는 차이가 나타난 것으로 보아 지도자들은 근무기간이 많을수록 학원에 대한 사명감이 높아져 수강생들에게 진심으로 우러나오는 것으로 보인다. 또한, 지도자들에 따라 수강생들과의 관계, 학원이미지에 영향을 미쳐지기 때문에 지도자들의 사명감을 높여주기 위해서 학원에서 또한 적절한 보상과 전문성에 대해 인정을 해 주도록 노력해야 한다.

다섯째, 거주지역에서는 직무 외 활동과 서비스지향의 하위요인에서는 유의한 차이가 없는 것으로 나타났고, 고객지향과 학원이미지에서는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 이는 무용학원이 활성화되어 있는 지역일수록 학원마다 경쟁구조를 띄고 있어 지도자들은 무용 수강생과의 관계, 지도자의 이미지, 전문성 및 친절성 등에 대해 좀 더 신경쓰고 있고, 거주지역에 따라 교통이 편리한 학원일수록 접근하기가 쉬어(박종임, 2021) 거주지역에 따라 차이가 나는 것으로 사료된다. 이에 지도자의 노력과 개인적인 행동이 필요한 부분도 있지만 학원 경영자가 지도자에게 대하는 행동, 태도 또한 필요해 보인다.

여섯째, 전공에서는 서비스지향의 서비스시스템과 학원이미지에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 유의한 차이를 보인 요인에서는 현대무용 전공 지도자가 가장 높게 나타났으며, 생활무용 전공 지도자가 가장 낮게 나타났지만 전공에 따른 차이는 크게 나타나지 않았다. 이러한 결과는 수강생들에게 좋은 시스템과 이미지를 전달해 주기 위해 학원 지도자들이 조직적이며 체계적인 노력이 필요한 부분이 발생하게 된다. 이에 무용 전공 중 발레, 한국무용, 현대무용, 생활무용이 있지만 그중 현대무용 전공 특성상 다른 전공에 비해 단체로 맞춰야하는 작품이 많아 조직적이고 체계적일 수 밖에 없다. 따라 전공별 차이가 크게 나지는 않지만 현대무용 전공 지도자가 높게 나온 것이라고 사료된다.

이를 종합해보면 무용 지도자들은 성별, 거주지역, 전공은 직무 외 활동, 서비스지향, 고객지향, 학원이미지에 큰 차이가 없는 것으로 나타났다. 반면, 연령이 높은 지도자, 고학력 지도자, 근무기간이 많은 지도자일수록 직무 외 활동, 서비스지향, 고객지향, 학원이미지에 높게 나타났다. 이러한 결과는 무용 지도자들 대부분 지도 경력 및 연령이 높을수록 지도하고 있는 학원과의 상호·신뢰 관계가 형성되어 자연스럽게 학원에 대한 충성심이 생기는 것으로 나타날 수 있다.

## 2. 무용 지도자들의 직무 외 활동과 서비스지향성의 관계

무용 지도자들의 직무 외 활동과 서비스지향성의 관계를 살펴보면, 직무 외 활동의 신사적행동, 참여/자발적행동의 요인이 서비스리더십에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 직무 외 활동의 신사적행동, 배려, 참여/자발적행동 요인이 서비스접점과 서비스시스템에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 연구 결과는 김도담(2018)이 본 연구결과를 지지해주고 있다.

윤은혜(2022)의 연구에서는 태권도장의 서비스지향성이 조직시민행동에 유의한 영향을 미친다고 하였으며, 학원에서 갖추고 있어야 할 서비스에 대한 목표 수준 설정에 대한 공유 및 교육을 통해 지도자들에게 서비스지향성이 무엇인지를 인지할 수 있게끔 하여 직무 외의 활동을 수행함으로써 조직 기능에 긍정적인 영향을 미칠 것이라고 하였고, 정은주, 오창택(2015)은 지도자가 자신이 원했던 속성을 가지고 있다고 생각할수록 긍정적인 감정을 자주 경험하게 되면 자발성과 자신감을 갖게 되어 직무 내 활동을 넘어서 직무 외 활동을 자주 수행할 것이라고 하였다.

조직의 기준으로 하였을 때 조직원은 서비스지향성이 품질제고가 핵심조건이 되며, 내부 서비스품질의 증대로 인한 목표달성, 내/외부 서비스 품질 등의 성과 변수에 직접적으로 영향을 미친다고 하였다(노태범, 2011). 즉, 지도자가 서비스지향성의 핵심조건이 되며 수강생 모집, 내/외부 지도자 서비스품질 등이 직접적으로 영향을 미친다고 본다. 또한, 지도자가 서비스지향적임에 따라 수강생의 욕구를 완벽하게 충족시킬 수 있으며 수강생의 만족을 안겨준 지도자의 학원을 매우 친근하게 생각하고, 동일시의 감정을 느낀다고 본다. 이때 수강생들의 동일시는 지도자에 대한 충성, 타인에게 추천, 부정적인 정보의 회복 및 재수강으로 이어지는 것이라고 본다.

이러한 선행연구를 바탕으로 본 연구의 결과를 종합해보면 학원 경영자는 지도자들이 긍정적이 서비스지향성을 가지기 위한 환경조성을 해주어야 한다고 판단되며, 지도자가 서비스지향성에 관심도가 높을수록 수강생의 욕구 파악과 능력 향상 및 불편사항이 줄어들 수 있다. 또한, 지도자는 보상을 바라지 않고 스스로 학원의 공적을 높이기 위해 같이 협조하고 동참하게 될 것이다. 이에 지도자가 수강생을 대하는 태도에 있어 의견을 존중하고, 질문에 대한 신속한 피드백과

수강생의 진로, 취업관련정보에 대한 신뢰할 수 있는 유용한 정보를 제공한다면 수강생은 학원이미지, 지도자 평가가 긍정적일수록 서비스지향이 높아질 것으로 사료된다.

### 3. 무용 지도자들의 직무 외 활동과 고객지향의 관계

무용 지도자들의 직무 외 활동과 고객지향 관계를 살펴보면 직무 외 활동의 신사적행동, 배려, 참여/자발적행동 요인이 고객지향에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 직무 외 활동이 고객지향성에 영향을 미친다는 직접적인 연구 결과는 현재까지 제시되지 않아 Kelly&Hoffman(1977)의 직무 외 활동과 조직시민행동이 개념적 유사성을 갖고 있어 조직시민행동과 고객지향 간의 관계를 규명한 연구 결과와 비교하여 제시하였다. 선행연구 결과 특급호텔 종사원 대상으로 직무 외 활동은 고객지향성에 유의한 영향을 미친 안용기(2021), 여행사가 사회적 책임 활동을 통해 얻을 수 있는 이론적 시사점을 도출하기 위한 연구에서 조직시민행동이 고객지향성에 유의한 영향을 미친 김영주(2017)의 연구결과가 본 연구 결과를 뒷받침해주고 있다.

직무 외 활동인 조직시민행동은 지도자들의 고용형태와 연관되어 있으며, 학원에 대한 불만과 불평이 높아질수록 고객지향성도 함께 떨어진다고 하였다(안용기, 2021). 이병열(2011)은 고객지향성을 높이기 위해서는 지도자는 수강생의 요구를 파악하려고 노력해야 하며 수강생에게 문제발생시 친절과 진심으로 다가가 적극적으로 해결 할려는 의지, 좋은 관계 유지하려고 노력하게 된다고 보고 있다.

무용학원 지도자의 올바른 태도, 표정, 시선, 바른자세, 단정한 용모 등의 외적 요인이 수강생들에게 긍정적 감정과 친밀감, 유대감 형성하여 고객지향성에 중요한 작용을 할 수 있을 것이라 유추하였다(백승헌, 채훈화, 2019). 장인환, 김관용(2020)은 지도자 스스로 자기효능감이 높을수록 책임감을 가지고 수강생과의 관계에 대한 스트레스의 부정적인 영향을 조절하여 지도자로서의 역할을 무리 없이 수행함으로써 고객지향성에 영향을 미칠 것이라고 하였다.

또한, 지도자는 학원, 센터 등의 전문서비스 업종으로 지도자들은 수강생들의 요구에 맞추기 위한 개별화된 서비스와 관계, 그리고 정확한 업무처리 능력 등의



적격성이 중시되어야 한다고 본다. 즉, 무용 지도자가 수강생들의 취향을 알아야 하고 적절한 지도 서비스를 제공하기 위해서는 친절한 매너와 공손한 태도를 가지도록 노력해야 하며 전문적인 지식을 갖추고 수강생의 요구에 대응할 수 있는 적격성이 필요하다(허은숙, 2009).

이에 지도자들이 고객관리를 할 수 있게 환경조성이 필요하며 지도자들이 학원 외에서 학원과 개인의 업무, 환경 등이 부합된다고 느껴질 때, 수강생들과의 관계도 낮아지게 되며, 지도자 개인의 비전과 목표에 부합할 수 있도록 학원 경영자가 통합업무수행능력 향상을 위한 직무교육체계도 개발해주어야 할 것이다. 또한, 지도자와 수강생들 간의 친밀한 유대관계 형성 뿐만 아니라 수강자들 간의 원활한 교류를 촉진하여 수강생 개인이 무용학원의 일원이라고 인식할 수 있도록 워크숍, 단체여행 등과 같이 다함께 어울릴수 있는 지도자관계의 노력과 수강생들이 원하는 수업, 용모 등에 노력할 필요가 있다.

#### 4. 무용 지도자들의 직무 외 활동과 학원이미지의 관계

무용 지도자들은 직무 외 활동의 배려, 참여자발적행동에서 학원이미지 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 양심적행동, 신사적행동에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 류민아(2022), 이영균(2019), 정길상, 김학신, 강진형(2004), 윤은혜(2022)의 선행연구가 본 연구결과를 유사하게 지지해주고 있다.

이영균(2019)은 지도자가 일하고 있는 학원의 이미지는 지도자들이 학원에 대한 자부심이 있으며 이러한 자부심은 학원에 대한 신뢰와 연관이 되어서 직무 외 활동인 조직시민행동에 직접적인 영향을 준다고 하였다.

이에 학원이미지 향상을 위해 수강생을 대하는 지도자의 관리 및 서비스 향상과 개선이 방법은 수강생을 마주하는 지도자의 적극적인 태도와 배려, 공감의 학원이미지를 높여주는데에 영향을 미친다고 하였으며(한지은, 2023), 이상운(2019)은 학원의 학원이미지를 높이기 위해서 시민의식과 같이 자발적으로 참여하는 분위기를 조성할 수 있는 경영자의 노력도 필요하다고 하였다. 또한, 학원 이미지 개선을 위해서는 무용학원 내 지도자가 공감하려는 태도 및 관심의 역할이



무엇보다 중요함을 강조하였으며(정길상, 김학신, 강진형, 2004), 무용학원 지도자들이 수강생에게 지속적인 관심과 배려 등이 학원시설 못지않게 학원이미지에 중요한 영향을 미칠 수 있다 본다.

하지만 본 연구 결과와 같이 양심적 행동은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 양심적 행동은 자신의 역할을 최소한으로 요구되는 수준 이상의 업무를 수행하는 행동으로(김정식, 2012) 지도자의 지도의 역량을 키울 수 있는 직접적 행동이 아닌 학원의 효율을 높이기 위한 간접적인 행동을 띄고있다. 따라 양심적 행동을 행동 그 자체로 보았을 때 지도자에게 학원이미지는 직접적인 영향을 미치지 않을 것이라고 판단된다. 즉, 학원은 타인이 보지 않더라도 규정 및 절차를 지키는 행동, 학원에 대한 문제, 부정적 언어를 하지 않는 행동이 지도자에게 중요하지 않는 것으로 판단할 것이 아니라 업무에 필요한 기본인 행동과 자질을 인지한 후 지도자 자신의 업무에 대한 책임감을 가질 수 있도록 학원에서 규칙 및 규정을 만들어 주어야 된다고 사료된다.

## VI. 결론 및 제언

### 1. 결 론

본 연구에서는 무용학원 지도자를 대상으로 이들 본연의 직무인 수업지도 및 회원관리, 프로그램 개발 및 보급 등을 제외한 직무 외 활동이 회원들로 하여금 서비스지향성과 고객지향성, 더 나아가 학원이미지 어떠한 영향을 미치는지를 분석하고자 한다. 이에 다음과 같은 결론을 얻었다.

첫째, 인구통계학적 특성에 따른 직무 외 활동과 서비스지향, 고객지향, 학원 이미지 차이 결과 성별에서는 유의한 차이가 없었으며, 연령에서는 직무 외 활동의 양심적행동, 신사적행동, 참여자발적행동과 서비스지향의 서비스리더십, 서비스접점, 서비스시스템에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 최종학력에서는 직무 외 활동의 신사적행동, 배려, 참여자발적행동에서 서비스지향의 서비스접점, 고객지향, 학원이미지에 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 근무기간에서는 직무 외 활동의 양심적행동, 신사적행동, 참여자발적행동에서 서비스지향의 서비스접점, 서비스시스템에서 유의한 차이가 나타났으며, 거주지역에서는 직무 외 활동과 서비스지향에서는 유의한 차이가 나타나지 않았으며, 고객지향과 학원 이미지에 유의한 차이가 나타났다. 마지막으로 직무 외 활동, 고객지향에서는 유의한 차이가 나타나지 않았으며, 서비스지향의 서비스시스템과 학원이미지에 유의한 차이가 나타났다.

둘째, 직무 외 활동과 서비스지향성의 상관관계에서 직무 외 활동의 신사적행동, 참여자발적행동 요인 모두가 서비스리더십에, 직무 외 활동의 신사적행동, 배려, 참여자발적행동 요인이 서비스접점과 서비스시스템에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 직무 외 활동과 고객지향의 상관관계에서는 직무 외 활동의 신사적행동, 배려, 참여자발적행동 요인에서 고객지향에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

넷째, 직무 외 활동과 학원이미지의 상관관계에서 직무 외 활동의 배려, 참여자

발적행동 요인에서 학원이미지에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이를 종합해보면, 무용 지도자들의 성별, 거주지역, 전공 등에 있어서 직무 외 활동은 물론 서비스 및 고객지향성, 학원이미지에 큰 차이가 없는 것으로 나타났다. 반면, 연령이 높은 지도자, 고학력 지도자, 근무경력이 많은 지도자, 정규직 지도자, 급여가 많은 지도자일수록 직무 외 활동, 서비스 및 고객지향성, 학원이미지에 높게 나타났다. 또한, 무용 지도자의 직무 외 활동의 신사적행동, 배려, 참여자발적행동 요인들을 중심으로 서비스지향성, 고객지향성, 학원이미지 등에 긍정적인 영향을 미친다고 볼 수 있다.

## 2. 제 언

본 연구에서는 후속연구를 위해 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

첫째, 본 연구는 조사대상자가 광주, 전남북 지역으로 한정하였다. 이에 본 연구 결과를 전국적으로 일반화하기에는 다소 무리가 있다. 또한, 무용이라는 특수성을 고려한다면 후속연구에서는 지도자들의 개인적 특성을 세부적으로 고려할 필요가 있다고 판단된다.

둘째, 본 연구의 양적연구 한계점을 넘어 무용 지도자들로 하여금 면접 또는 관찰 등의 심층 분석이나 주관적 연구를 통해 보다 현실적인 연구가 필요하다.

즉, 이러한 연구 결과를 통해 무용학원 경영전략에도 기여가 가능하다.

## 참 고 문 헌

- 강미숙(2006). **케어기술**. 서울: 교육과학사.
- 강은나(2002). **조직공정성이 사회복지사의 조직시민행동에 미치는 영향에 관한 연구**. 연세대학교 대학원 미간행 석사학위논문.
- 강혜선, 서배배, 구자숙(2015). 잡 크래프팅의 선행요인과 일 관련 결과에 대하여: 자발적 직무변화의 통합적 모형. **노동정책연구**, 15(3), 29-61.
- 강혜선, 성노현, 구자숙(2015). 성취목표 성향에 따른 잡 크래프팅(자발적 직무변화) 행동 이 직무결과에 미치는 차별적인 영향에 관한 연구. **한국인사·조직학회**, 20(3), 11-33.
- 고수정(2005). **사회복지 전문 인력의 직무만족 및 조직몰입 영향요인에 관한 연구**. 영남대학교 대학원 미간행 박사학위논문.
- 구본용(2007). **노인장기요양보험제도와 케어복지실천의 이해**.
- 구원근(2007). **동료의 조직시민행동과 자신의 이직의도 및 직무태도의 관계에 관한 연구**. 서울대학교 대학원 미간행 석사학위논문.
- 권현주(2013). **조직의 서비스지향성이 직무만족, 조직몰입 및 고객지향성에 미치는 영향: 종합리조트 H사 사례 중심으로**. 연세대학교 대학원 미간행 석사학위논문.
- 김금주(2009). **노인요양시설 요양보호사 직무스트레스가 서비스질에 미치는 영향**. 전북대학교 대학원 미간행 석사학위논문.
- 김남현(2009). **노인요양시설 종사자의 직무만족에 영향을 미치는 요인**. 대구대학교 대학원 석사학위논문.
- 김남현, 박봉규, 송경수(1999). 조직구성원의 조직시민행동과 개인특성, 직무특성 및 태도간의 관계에 관한 연구. **한국인사관리학회**, 23(1), 51-88.
- 김도담(2018). **피트니스센터 지도자의 자발적 업무수행이 서비스지향성, 고객지향성 및 센터 이미지에 미치는 영향**. 조선대학교 대학원 미간행 석사학위논문.
- 김미혜(2004). **임파워먼트의 매개성과 조절성에 관한 탐색: 사회복지 기관 내 변혁적 리더십과 조직시민행동의 관계에 있어**. 이화여자대학교 대학원 미간행 석사학위논문.

- 김원형(2000). 조직공정성과 직무만족이 조직시민행동에 미치는 영향. **사회과학 논문집**, 19(2), 157-183.
- 김윤진(2008). 노인장기요양보험에 대한 요양보호사의 인식과 직무만족도에 관한 연구. 원광대학교 대학원 미간행 박사학위논문.
- 김재구(2009). 휘트니스센터 경영관리자의 서비스지향성이 종사자의 고객지향성과 경영성과에 미치는 영향. 건국대학교 대학원 미간행 박사학위논문.
- 김정식(2012). DISC행동유형과 직무만족, 조직몰입 및 조직시민행동과의 관계에 대한 연구-군무원을 중심으로. 관동대학교 대학원 미간행 박사학위논문.
- 김정은(2023). 소매유통점의 서비스품트가 고객지향성에 미치는 영향 : 관리자 모니터링의 조절효과를 중심으로. 숭실대학교 대학원 미간행 박사학위 논문.
- 김종재(1998). **조직행동론**. 서울: 박영사.
- 김지우(2016). 고객센터 관리자의 리더십과 임파워먼트가 고객지향성에 미치는 영향. 전남대학교 대학원 미간행 석사학위논문.
- 김진애(2009). 요양보호사 직무만족도에 관한 연구. 동국대학교 대학원 미간행 석사학위논문.
- 김진태(2009). 재가시설종사 요양보호사와 입소 요양시설종사 요양보호사의 직무 만족도 비교연구. 명지대학교 대학원 미간행 석사학위논문.
- 김혜정(2001). 패션브랜드자산의 형성과정에 관한 연구: 캐주얼 브랜드를 중심으로. 이화여자대학교 대학원 미간행 박사학위논문.
- 남석훈(2007). 사회복지조직에서 변혁적 리더십이 조직시민행동에 미치는 영향. 숭실대학교 대학원 미간행 박사학위논문.
- 노장오(1997). **브랜드 워크아웃**. 서울: 한얼.
- 노태범(2011). 서비스조직의 서비스지향성이 고객지향성과 서비스성과 및 고객 동일시에 미치는 영향. 숭실대학교 대학원 미간행 박사학위논문.
- 류민아(2022). 스포츠브랜드의 ESG활동이 소비자의 자기결정성, 자발적 행동의도, 브랜드이미지, 브랜드신뢰에 미치는 영향. **한국스포츠학회지**, 20(2), 79-89.
- 문인권(2005). 노인전문요양시설 종사자의 직무만족도 결정요인에 관한 연구. 진주 산업대학교 대학원 미간행 석사학위논문.

- 문형구, 김경석(2006). 조직시민행동(OCB) 연구에 대한 비판적 고찰. **경영학연구**, 35(2), 609-643.
- 박성연(1999). 종업원의 직무만족과 조직의 서비스지향성이 종업원의 서비스지향성에 미치는 영향에 관한 연구. **한국마케팅저널**, 2(1), 99-117.
- 박수희(2001). **사회복지사의 직무만족에 관한 연구**. 건국대학교 대학원 미간행 석사학위논문.
- 박승배(2019). **기업 서비스지향성 교육프로그램 성과 영향요인 규명 및 영향력 분석**. 연세대학교 교육대학원 미간행 석사학위논문.
- 박승택(2006). **전북지역 사회복지사의 직무 만족도에 관한 연구**. 원광대학교 대학원 미간행 석사학위논문.
- 박영국(2009). 사회복지사의 직무만족, 직무성과, 조직몰입이 조직시민행동에 미치는 영향. **한국행정논집**, 21(2), 539-565.
- 박종임(2021). 무용학원 활성화를 위한 이요자의 중요도 및 만족도 분석. **한국엔터테인먼트산업학회논문지**, 15(1), 75-85.
- 박찬일(2007). **조직의 공정성과 신뢰성에 대한 지각이 직무만족·조직몰입, 조직 시민행동에 미치는 영향에 관한 연구**. 경희대학교 대학원 미간행 석사학위논문.
- 박철민, 김대원(2004). 공정성과 조직시민행동의 행정서비스 질에 대한 영향 분석: 제안모형과 경쟁모형의 적용. **한국행정학보**, 38(1), 115-136.
- 박태영(2004). **노인복지시설 운영**. 서울: 현학사.
- 배민욱(2016). **스포츠센터의 공중관계성과 홍보에 대한 태도가 스포츠센터의 이미지와 고객충성도에 미치는 영향**. 대구대학교 대학원 미간행 석사학위논문.
- 백승현, 채훈화(2019). 무용학원 지도자의 의사소통능력에 따른 참여자의 행동체계연구: 참여자의 가치-태도-행동(VAB)체계를 중심으로. **대한무용학회논문집**, 77(3), 87-104.
- 보건복지부(2009). **요양보호사 표준교재**.
- 서재이(2017). **항공사 지상직 직원의 내부서비스품질이 서비스지향성에 미치는 영향**. 숭실대학교 대학원 미간행 석사학위논문.
- 서창적, 한원윤(2000). 응용논문 / 조직의 서비스지향성이 기업성과에 미치는 영향. **품질경영학회지**, 28(4), 161-180.

- 손규태(2015). 대기업 종사자가 인식한 직무성과와 경력개발지원, 조직몰입, 경력몰입 및 조직시민행동의 인과적 관계. 서울대학교대학원 미간행 석사학위논문.
- 송경수, 최만기, 박봉규(1999). 직무만족과 조직몰입의 조직시민행동에 대한 매개 역할에 대한 탐색적 연구. **인사조직연구**, 7(2), 139-189.
- 송경수, 최만기, 박봉규(2003). 조직시민행동의 결정요인 및 조절요인에 대한 메타 분석. **경영학연구**, 32(4), 1103-1126.
- 송승훈(2009). 노인 장기요양보험제도에서의 요양보호사 전문성 확보 방안 연구. 동국대학교 대학원 미간행 석사학위논문.
- 심우극(2015). 교육서비스 품질과 서비스 가치, 고객만족, 브랜드 이미지, 자발적 행동의도 간의 구조적 관계에 관한 연구 : 가치일치의 조절 효과를 중심으로. 공주대학교 대학원 미간행 박사학위논문.
- 안용기(2021). 특급호텔 종사원의 셀프리더십이 고객지향성에 미치는 영향-조직 시민행동의 매개효과를 중심으로-. **한국의식산업학회**, 17(3), 261-276.
- 양인덕(2008). 조직공정성이 구성원의 자발적 행동에 미치는 영향에 관한 연구. 청주대학교 대학원 미간행 박사학위논문.
- 유정남 이영재 이용기(2000). 호텔기업의 서비스지향성이 종업원만족에 미치는 영향: 등급별 분석을 중심으로. **관광학연구**, 23(2), 138-155.
- 윤은혜(2022). 태권도장의 내부마케팅이 서비스지향성, 조직시민행동, 직무성과에 미치는 영향. 경희대학교 체육대학원 미간행 석사학위논문.
- 이관호(2007). 골프장의 서비스 지향성과 조직유효성 및 경영성과간의 인과관계. 단국대학교 대학원 미간행 박사학위논문.
- 이문휘(2008). 정신요양시설 종사자의 근무환경이 직무만족도에 미치는 영향에 관한연구. 한성대학교 대학원 미간행 박사학위논문.
- 이병열(2011). 한국 여행사의 내부마케팅이 직무만족과조직시민행동 및 고객 지향성에 미치는 영향에 관한 연구. 상지대학교 대학원 미간행 박사학위 논문.
- 이상민(2016). 기업체 직원의 에고그램 자아상태와 조직이미지가 이직의도에 미치는 영향. 한양대학교 교육대학원 미간행 석사학위논문.
- 이상윤(2019). 리더십 유형이 조직몰입, 조직시민행동 및 직무성과에 미치는

- 영향에 관한 연구.** 경희대학교 대학원 미간행 박사학위논문.
- 이상하(2001). **브랜드 이미지 강화전략에 관한 연구.** 인하대학교 대학원 미간행 석사학위논문.
- 이성윤(2002). **노인복지기관 사회복지사의 직무만족과 이직의사 간의 상관관계에 관한 연구.** 단국대학교 대학원 미간행 박사학위논문.
- 이영균(2019). **윤리경영이 기업이미지, 조직시민행동, 조직성장에 미치는 영향.** 위덕대학교 대학원 미간행 박사학위논문.
- 이영석(2002). **구성원의 서비스지향성이 경영성장에 미치는 영향에 관한 연구.** 경희대학교 대학원 미간행 박사학위논문.
- 이영재(1999). **관광호텔의 서비스지향성이 고객애호도에 미치는 영향에 관한 실증적 연구.** 경기대학교 대학원 미간행 박사학위논문.
- 이용기(1997). 서비스지향성이 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향. **논문집**, 32(1), 439-466.
- 이희자(1998). **조직구성원의 자발적 조직행동에 관한 연구.** 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 장수복(2010). **요양보호사의 자발적직무의 행동에 영향을 미치는 요인에 관한 연구.** 백석대학교 대학원 미간행 박사학위논문.
- 장인환·김관용(2020). **호텔 종사원의 고객관계 스트레스가 업무적, 자발적 고객지향성에 미치는 영향-자기효능감의 조절효과 중심으로-.** 동북아관광연구, 16(3), 253-274.
- 정길상, 김학신, 권은택(2004). 사회체육학: 시민 생활스포츠시설 서비스품질 만족유형이 이미지와 재방문에 미치는 영향. **한국체육학회**, 43(5), 657-666.
- 정은주, 오창택(2015). 개인-조직부합과 개인-직무부합이 고객지향성과 서비스지향적 조직시민행동에 미치는 영향: 이직의도의 매개효과와 조절효과. **한국사회복지행정학**, 17(2), 127-152.
- 정충화(2019). **관광행정조직의 임파워먼트가 서비스지향성, 직무만족, 조직몰입 관계 연구.** 전주대학교 대학원 미간행 박사학위논문.
- 정택철, 한동철(2007). 의료서비스 고객에 대한 서비스 제공자의 자발적 직무외적 행동의 결정요인에 관한 연구. **한국고객만족경영학회지**, 9(3), 1-12.



- 조성용(2006). 역경극복리더십이 조직유효성에 미치는 영향력 연구. 경희대학교 대학원 미간행 박사학위논문.
- 최소연(2005). 사회복지사의 조직시민행동에 관한 연구: 공정성, 상사 신뢰, 조직, 냉소, 정서적 몰입의 관계를 중심으로. 이화여자대학교 대학원 미간행 박사학위논문.
- 최용석(2020). 고객센터 상담사의 동기부여요인이 직무만족과 고객지향성에 미치는 영향: Alderfer의 ERG이론을 중심으로. 전남대학교 대학원 미간행 석사학위논문.
- 추정완(2022). 중소기업의 사회적책임이 경제적 성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 기업이미지와 직무만족의 매개효과를 중심으로. 호서대학교 벤처대학원 미간행 박사학위논문.
- 한국마케팅연구원(2002). 브랜드 마케팅. 서울: 동화인쇄공사.
- 한지은(2023). 복합문화공간의 서비스 품질이 기업 이미지와 재방문의도에 미치는 영향. 중앙대학교 대학원 미간행 석사학위논문.
- 허은숙(2009). 생활무용 프로그램에 따른 커뮤니케이션 유형이 지도자 서비스 평가에 미치는 영향. 계명대학교 대학원 미간행 박사학위논문.
- Aaker, D. A.(1996). Building strong brands. New York: The Free Press.
- Adams, J. S.(1963). Wage Inequity, Productivity & Work. *Industrial Relations Quarterly*, 3.
- Adams, J. S.(1965). Inequity in Social Exchange, in L. Berkowitz(ed). *Advances in Experimental Social Psychology*, N. Y.:Academic Press.
- Albrecht, K., & Zemke, R.(1985). Service America!: Doing business in the new economy. *Homewood*, III: Dow Jones-Irwin.
- Altimus II C. A. & Tershine, R. J.(1973). Chronological age and job satisfaction: The young blue worker. *Academy of management Journal*, 16.
- Asseal, H.(1998). Consumer behavior and marketing action, 6th ed, South-Western college publishing.

- Bateman, T. S., & Organ, D. W.(1983). Job satisfaction and the good soldier: The relationship between affect and employee citizenship. *Academy of Management journal*, 26, 587-595.
- Benoy, J. W.(1996). Internal marketing builds service quality. *Journal of Health Care Marketing*, 16(1), 54-59.
- Berry, L. L., & Parasuraman, A.(1992). Prescriptions for a service quality revolution in America. *Organizational Dynamics*, 20(4), 5-15.
- Berry, L. L., & Parasuraman, A.(1997). Listening to the customer-the concept of a service-quality information system. *Sloan Management Review*, 38(3), 65-76.
- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A.(1994). Improving service quality in America: lessons learned. *The Academy of Management Executive*, 8(2), 32-45.
- Bettencourt, L. A., Brown, S. W.(1997). Contact Employee: Relationships Among Workplace Fairness, Job Satisfaction and Prosocial Service Behaviors. *Journal of Retailing*, 73(1), 39-61.
- Bitner, M. J., Booms, B. H., & Tetreault, M. S.(1990). The service encounter: diagnosing favorable and unfavorable incidents. *Journal of Marketing*, 54(1), 71-84.
- Boin, A., & Hart, P. T.(2003). Public leadership in times of crisis: mission impossible?. *Public Administration Review*, 63(5), 544-553.
- Bolino, M. C., Turnley, W. H., & Niehoff, B. P.(2004). The other side of the story: Reexamining prevailing assumptions about organizational citizenship behavior. *Human Resource Management Review*, 14(2).
- Bolino, M. C., Turnley, W. H.(2006). The impact of impression management tactics on supervisor ratings of organizational citizenship behavior. *Journal of organizational behavior*, 27(3).
- Bowen, D. E., & Lawler III, E. E.(1992). The empowerment of service workers: what, why, how, and when. *Sloan Management Review*, 33(3), 31-39.

- Burke, M. J., & Day, R. R.(1986). A cumulative study of the effectiveness of managerial training. *Journal of Applied Psychology*, 71(2), 232-245.
- Burk, M. J., Borucki, C. C., & Hurley, A. E.(1992). Reconceptualizing psychological climate in a retail service environment: a multiple-stakeholder perspective. *Journal of Applied Psychology*, 77(5), 717-729.
- Chase, R. B., & Bowen, D. E.(1991). Service quality: multidisciplinary and multinational perspectives. Lexington Books.
- Conger, J. A., & Kanungo, R. N.(1988). The empowerment process: integrating theory and practice. *Academy of Management Review*, 13(3), 471-482.
- Farh, J., Early P. C., & Lin S.(1997). Impetus For Action: A cultural analysis of justice and organizational citizenship behavior in Chinese society. *Administrative Science Quarterly*, 42, 421-444.
- Gilmore, A., & Carson, D.(1996). Management competences for services marketing. *Journal of Services Marketing*, 10(3), 39-57.
- Greenberg, J.(1987). A Taxonomy of organizational justice theories. *Academy of Management Review*, 12, 9-22.
- Gröroos, C.(1990). Service management and marketing: managing the moments of truth in service competition. Lexington; Lexington Books.
- Gröroos, C.(2001). Service management and marketing. New York: Wiley.
- Harel, G. H., & Tzafrir, S. S.(1999). The effect of human resource management practices on the perceptions of organizational and market performance of the firm. *Human Resource Management*, 38(3), 185-199.
- Hartline, M. D., & Ferrel, O. C.(1996). The management of customer-contact service employees: an empirical investigation. *Journal of Marketing*, 60(4), 52-70.

- Heskett, J. L.(1986). *Managing in the service economy*. Boston: Harvard Business Press.
- Heskett, J. L., Sasser, W. E., & Hart, C. W.(1990). *Service breakthroughs: changing the rules of the Game*. New York: The Free Press.
- Heskett, J. L., Sasser, W. E., & Schlesinger, L. A.(1997). *The service profit chain: how leading companies link profit and growth to loyalty, satisfaction, and value*. New York: The Free Press.
- Hogan, J., Hogan, R., & Busch, C. M.(1984). How to measure service orientation. *The Journal of Applied Psychology*, 69(1), 167.
- Jain, A. K., & Etrar, M.(1997). Measuring store image trough multidimensional scaling of free response data, *Journal of Retailing*, 53(4), Winter, 61-70.
- Katz, D. S., Kahn, R. L.(1966). *The Social Psychology Organizations*. New York, John Wiley & Sons. Kilduff, M. and W. Tsai, Social Networks and Organizations, *Management Learning. The Journal for Managerial and Organizational Learning*, 37(1).
- Keller, K. L.(1993). Conceptualizing, measuring, managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing Research*, 57(1), 1-22.
- Kelley,S.W.,& Hoffman,K.D.(1997). An investigation ofpositiveaffect,prosoci albehaviorsandservicequality. *Journal of Retailing*, 73(3), 407-427.
- King, C. A.(1984). Service-oriented quality control. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 25(3), 92-98.
- Konovsky, M. A., Organ, D. W.(1996). Dispositional and Contextual Determinants of Organizational Citizenship Behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 17, 253-266.
- Kotler, P.(1996). *P rinciple of Marketing*, 7th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P.(1997). *Marketing Management*. N.Y: Prentice-Hall.
- LePine, J. A., Erez, A., & Johnson, D. E.(2002). The nature and dimensionality of organizational citizenship behavior: A critical

- review and meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 87, 52-65.
- Locke, E. A.(1976). The Nature and Cause of Job Satisfaction, in M.Dunnette(ed.). *Handbook of Industrial and Organization Psychology*, Chicafo: Rand McNally Co.
- Lytle, R. S., Hom, P. W., & Mokwa, M. P.(1998). SERV\*OR: A managerial measure of organizational service-orientation. *Journal of Retailing*, 74(4), 455-489.
- Marks, R. B.(1976). Operationalizing the concept of store image. *Journal of Retailing*, 52(3), Fall, 35-42.
- McNeely, B. L., Meglino, B. M.(1994). The Role of Dispositional and Situational Antecedents in Prosocial Organizational Behavior; An Examination of the Intended Beneficiaries of Prosocial Behavior. *Journal of Applied Psychology*, 79(6), 836-844.
- Meuter, M. L., Ostrom, A. L., Roundtree, R. I., & Bitner, M. J. (2000). Self-service technologies: Understanding customer satisfaction with technology-based service enxounters. *Journal of Marketing*, 64, 50-64.
- Morrison, E. W.(1994). Role Definitions and Organizational Citizenship Behavior: The Importance of the Employee's Perspective. *Academy of Management Journal*, 37, 1543-1567.
- Netemeyer, R. G., Boles, J. S., McKee, D. O., & McMurrian, R.(1997). An Investigation Into the Antecedents of Organizational Citizenship Behaviors in a Personal Selling Context. *Journal of marketing*, 61(3), 85-98.
- Neihoff, B. P., Moorman, R. H.(1993). Justice as A Mediator of the Relationship Between Methods of Monitoring and Organizational Citizenship Behaviors. *Academy of Management Journal*, 36(June), 527-556.
- Organ, D. W., & Ryan, K.(1995). A Meta-Analytic Review of Attitudinal

- and Dispositional Predictors of Organizational Citizenship Behavior. *Personnel Psychology*, 48(4), 775-802.
- Organ, D. W.(1988a). Organizational Citizenship Behavior. The Good Soldier Syndrome, Lexington, MA, Lexington books.
- Organ, D. W.(1990). The Motivation Basis of Organizational Citizenship Behavior in B. M. Staw and L. L. Cummings, ed. *Research in Organizational Behavior*, 12, 43-72.
- Organ. D. W.(1988b). Organizational Citizenship Behavior, The Good Soldier Syndrome, Lexington, MA, Lexington books.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L.(1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L.(1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parkington, J. J., & Schneider, B.(1979). Some correlates of experienced job stress: a boundary role study. *Academy of Management Journal*, 22(2), 270-281.
- Pfeffer, J.(1998). Seven practices of successful organizations. *California Management Review*, 40(2), 96-124.
- Podsakoff P. M., MacKenzie, S. B., Paine, J. B., & Bachrach, D. G.(2000). Organizational Citizenship Behavior: A Review of theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of Management*, 26, 513-563.
- Poter, L. W., Lawler, E. E.(1986). Managerial Attitude and Performance. Homewood IL. :Richard D. Irwin Ramaswami, S. N. Singh, J.(2003), "Antecedents and Consequences of Merit Pay Fairness for Industrial Salespeople". *Journal of marketing*, 67(4), 46-66.
- Saxe, R., & Weitz, B. A.(1982). The SOCO scale: a measure of the customer orientation of salespeople. *Journal of Marketing Research*,

- 19(3), 343-351.
- Schlesinger, L. A., & Heskett, J. L.(1991). The service-driven service company. *Harvard Business Review*, 69(5), 71-81.
- Schneider, B., Parkington, J. J., & Buxton, V. M.(1980). Employee and customer perceptions of service in banks. *Administrative Science Quarterly*, 25(3), 252-267.
- Schuler, D. A., Cording, M.(2006). A Corporate Social Performance-Corporate Financial Performance Behavioral Model or Consumers. *The Academy of Management review*, 31(3).
- Smith, C A., Organ, D. W., Near. J. P.(1983). Organizational Citizenship Behavior: Its Nature and Antecedents. *Journal of Applied Psychology*, 68, 653-663.
- Sweeney, P. D., McFarlin, D. B.(1993). Workers' Evaluations of the Ends and Means': An Examination of Four Models of Distributive and Procedural Justice. *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, 55, 23-40.
- Tucker, W. T.(1975). Foundations for a theory of consumer behavior, New York: Holt, Reinehart & Winston.
- Van Dyne, L., Guaham, J. W., & Dienesch, R. M.(1994). Organizational Citizenship Behavior: Construction Redefinition, Measurement and Validation. *Academy of Management Journal*, 37, 765-802.
- Webster, F. E.(1988). The rediscovery of the marketing concept. *Business Horizons*, 31(3), 29-39.
- Williams. M. R.(1992). Organizational Culture as a predictor of Level of Salespersons Customer Oriented Behavior. Oklahoma state Univ.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A.(1996). The Behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J.(1996). Services marketing. Nueva York: McGraw Hill.

Zeithaml, V. A.(1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A mean-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L.(1985). Problems and strategies in service marketing. *Journal of Marketing*, 49(2), 33-46.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L.(1990). *Delivering quality service*. Nova Yorque: The Free Press.



## 부 록

<b>ID</b>			
-----------	--	--	--

---

## 설 문 지

---

안녕하십니까?

귀중한 시간을 할애하여 주셔서 감사합니다.

본 설문지는 **무용학원 지도자의 직무 외 활동이 서비스 및 고객지향, 학원이미지에 미치는 영향**을 분석하여, 지도자들이 직무 외 활동이 무용학원 경영전략의 다각적 필요 및 중요 정도를 알아보기 위한 설문지입니다.

본 설문지를 통해 얻어진 자료는 통계법 제8조 및 제9조의 규정에 의하여 오직 학문적인 연구 목적으로만 사용될 것이며, 응답에는 맞고 틀리는 것이 없으므로 귀하가 생각하시는 의견을 솔직하게 표시하여 주십시오.

귀하의 솔직한 응답은 본 연구 목적을 달성하는데 커다란 도움이 될 것입니다.

다시 한 번 설문에 응해 주신데 대하여 깊은 감사를 드립니다.

**2020년 09월**

---

연구자 : 조선대학교 교육대학원 무용교육전공 주 신 영

연락처 : wntlsdud2@naver.com

---

■ 다음은 “직무 외 활동”에 관한 질문입니다. 각 질문의 내용에 대해 자신이 느끼는 정도와 가장 가깝다고 생각되는 곳에 “V”표 해주십시오.

문 항		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
양 심 적 행 동	1. 나는 지각하는 일 없이 정해진 시간에 출근한다.	①	②	③	④	⑤
	2. 나는 점심(휴식시간)을 절대로 장시간 사용하지 않는다.	①	②	③	④	⑤
	3. 나는 정해진 시간보다 더 많이 휴식을 취하지 않는다.	①	②	③	④	⑤
	4. 나는 다른 사람이 보지 않더라도 학원의 규칙, 규정, 절차를 잘 지킨다.	①	②	③	④	⑤

문 항		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
신 사 적 행 동	5. 나는 학원의 문제에 대해 불평하지 않는다.	①	②	③	④	⑤
	6. 나는 업무상의 작은 문제를 확대하지 않는다.	①	②	③	④	⑤
	7. 나는 지금 하는 업무를 그만두고 싶다는 말을 하지 않는다.	①	②	③	④	⑤
	8. 나는 상황의 부정적 면보다 긍정적 면에 초점을 둔다.	①	②	③	④	⑤

문항		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
	9. 나는 업무 혹은 의사결정에 문제를 예방하기 위해 다른 지도자와 의논한다.	①	②	③	④	⑤
배 려	10. 나는 다른 지도자의 권리를 침해하지 않는다.	①	②	③	④	⑤
	11. 나는 동료 지도자에게 나로 인해 문제가 생기지 않도록 노력한다.	①	②	③	④	⑤
	12. 나는 어떤 중요한 행동을 취하기 전 상관에게 알린다.	①	②	③	④	⑤
	13. 나는 우리 학원의 변화에 뒤처지지 않도록 노력한다.	①	②	③	④	⑤
참 여 / 자 발 적 행 동	14. 나는 업무 외의 일이라도 학원의 이미지를 향상시킬 수 있는 일에 참여한다.	①	②	③	④	⑤
	15. 나는 우리 학원의 모임에는 자발적으로 참여한다.	①	②	③	④	⑤
	16. 나는 우리 학원의 발전을 위해 노력한다.	①	②	③	④	⑤
	17. 나는 내 업무가 아니라도 자발적으로 수강생을 돕는다.	①	②	③	④	⑤
	18. 나는 수강생이 요구하지 않아도 자발적으로 수강생을 돕는다.	①	②	③	④	⑤

■ 다음은 “서비스지향성”에 관한 질문입니다. 각 질문의 내용에 대해 자신이 느끼는 정도와 가장 가깝다고 생각되는 곳에 “V”표 해주십시오.

문	항	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
서 비 스 리 더 쉽	1. 우리 학원의 지도자는 서비스의 중요성에 대해 끊임없이 강조한다.	①	②	③	④	⑤
	2. 우리 학원의 지도자는 수강생의 의견을 파악하기 위해 노력한다.	①	②	③	④	⑤
	3. 우리 학원의 지도자는 지속적으로 서비스 품질을 측정한다.	①	②	③	④	⑤
	4. 우리 학원의 지도자는 수강생의 능력향상을 위해 노력한다.	①	②	③	④	⑤
	5. 우리 학원의 지도자는 진정한 서비스를 하기 위해 몰입한다.	①	②	③	④	⑤

문	항	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
서 비 스 접 점	6. 우리 학원의 지도자는 수강생을 위해 최선을 다한다.	①	②	③	④	⑤
	7. 우리 학원의 지도자는 수강생의 불편사항을 줄이기 위해 최선을 다한다.	①	②	③	④	⑤
	8. 우리 학원의 지도자는 동료의 힘든 업무를 잘 도와준다.	①	②	③	④	⑤
	9. 우리 학원의 지도자는 다른 지도자의 업무도 기꺼이 도와준다.	①	②	③	④	⑤

문항		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
	10. 우리 학원은 수강생의 불평을 처리하기 위한 탁월한 체제를 유지하고 있다.	①	②	③	④	⑤
서 비 스 시 스 템	11. 우리 학원은 문제해결능력을 증가시키기 위해 문제해결 팀을 구성한다.	①	②	③	④	⑤
	12. 우리 학원은 지도자들의 서비스 제공을 위해 최신의 기술을 사용한다.	①	②	③	④	⑤
	13. 우리 학원은 최상의 서비스를 제공하기 위해 최신의 기술을 이용한다.	①	②	③	④	⑤
	14. 우리 학원은 지도자들을 지원하기 위해 최고 수준의 기술을 이용한다.	①	②	③	④	⑤
	15. 우리 학원은 수강생의 불편사항을 알아차릴 수 있는 기준을 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤

■ 다음은 “고객지향성”에 관한 질문입니다. 각 질문의 내용에 대해 자신이 느끼는 정도와 가장 가깝다고 생각되는 곳에 “V”표 해주십시오.

문항		매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
서 비 스 태 도	1. 수강생과 접촉할 때 용모와 옷차림을 단정히 한다.	①	②	③	④	⑤
	2. 기꺼이 수강생을 도와줄 용의가 있다.	①	②	③	④	⑤
	3. 수강생이 이루고자 하는 목표를 반드시 이룰 수 있도록 도와줄 용의가 있다.	①	②	③	④	⑤

	문항	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
서 비 스 행 동	7. 나는 수강생에게 문제가 생겼을 때 해결하기 위하여 노력한다.	①	②	③	④	⑤
	8. 나는 수강생으로부터 신뢰 받는 행동이라고 생각된다.	①	②	③	④	⑤
	9. 나는 수강생이 안심하고 무용수업을 할 수 있도록 항상 노력한다.	①	②	③	④	⑤

■ 다음은 “학원이미지”에 관한 질문입니다. 각 질문의 내용에 대해 자신이 느끼는 정도와 가장 가깝다고 생각되는 곳에 “V”표 해주십시오.

	문항	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
학 원 이 미 지	1. 우리 학원은 전반적으로 고급스럽게 느껴진다.	①	②	③	④	⑤
	2. 우리 학원은 수강생에게 좋은 평가를 받는 듯하다.	①	②	③	④	⑤
	3. 우리 학원은 나의 품위를 나타낼 수 있어 자부심을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
	4. 우리 학원을 통해 긍정적인 느낌(좋은 기분, 즐거운, 호의적)을 경험하게 한다.	①	②	③	④	⑤
	5. 우리 학원의 이미지는 예전이나 지금이나 한결 같아서 좋다.	①	②	③	④	⑤

■ 다음은 귀하의 “인구통계학적특성”에 관련된 질문입니다. 해당되는 번호에 “V”표 해주십시오.

1. 귀하의 성별은?

- ① 남자      ② 여자

2. 귀하의 연령은?

- ① 20대      ② 30대      ③ 40대      ④ 50대 이상

3. 귀하의 최종학력은?

- ① 고등학교 졸업 이하      ② 대학교 졸업      ③ 대학원 재학 이상

4. 귀하의 근무기간은?

- ① 3년 미만                      ② 3년 이상-6년 미만  
 ③ 6년 이상-9년 미만      ④ 9년 이상

5. 귀하의 고용형태는?

- ① 정규직      ② 계약직      ③ 파트타임(아르바이트)

6. 귀하의 월 평균소득은?

- ① 150만원 미만      ② 150만원 이상-300만원 미만      ③ 300만원 이상

7. 귀하의 거주지역은?

- ① 광주광역시      ② 전라남도/전라북도      ③ 기타

8. 귀하의 전공은?

- ① 현대무용      ② 한국무용      ③ 발레      ④ 생활무용