성격특성과 고객지향성이 직무만족 및 직무성과에 미치는 영향 -백화점 여성 의류판매원을 중심으로-

최경화 · 박광희*[†]

계명대학교 섬유패션학과, *계명대학교 패션마케팅학과

The Effects of the Personality Traits and Customer Orientation on Job Satisfaction and Job Performance -Focused on Female Apparel Salespeople in Department Stores-

Kyung Wha Choi · Kwang Hee Park*[†]

Dept. of Textile & Fashion, Keimyung University

*Dept. of Fashion Marketing, Keimyung University

접수일(2012년 7월 5일), 수정일(2012년 8월 17일), 게재확정일(2012년 9월 14일)

Abstract

This study explores the correlation between personality traits, customer orientation, job satisfaction, and job performance. This study examines the impacts of personality traits and customer orientation on job satisfaction and job performance. Data were collected using a questionnaire survey. A convenience sample was drawn from salespeople working for department stores in Daegu and Pohang between September 1st to 7th 2011. A total of 337 responses were complete and usable questionnaires. Data were tested through factor analysis, correlation analysis, and regression analysis, using SPSS 12.0. Three main points are shown through this study. First, the correlation of all five factors extracted from salespeople personality traits with customer orientation was statistically significant. Personality traits and customer orientation were partially correlated with job satisfaction or job performance. Second, the regression analysis was conducted to examine the influence of personality traits and customer orientation on job satisfaction; subsequently, only two factors extracted from customer orientation (consideration for customers and customer-centered thinking) were significant predictors of job satisfaction. Third, the result of the regression analysis between personality traits and job performance showed that the most influential predictor of job performance was conscientiousness, followed by likeability, openness and introversion. The most influential factor between customer orientation and job performance was competence in providing product information, followed by consideration for customers, customer-centered thinking, and a reliability-focused response.

Key words: Personality traits, Customer orientation, Job satisfaction, Job performance; 성격특성, 고객지향성, 직무만족, 직무성과

I. 서 론

[†]Corresponding author

E-mail: kwanghee@kmu.ac.kr

본 논문은 석사학위 논문의 일부임.

급속한 경제발전으로 소비자들의 라이프스타일이 변화되고 소비행태도 다양화됨에 따라 의류분야에서도 제

품의 고급화와 패션화가 가속화되고 있다. 이와 같은 소비행태의 변화 속에서 패션기업들은 소비자들의 요구에 부합되는 다양하면서도 패션성이 강한 의류의 생산뿐만 아니라 매장을 통한 서비스의 차별화를 요구받고 있다. 이러한 요구에 따라 최근 기업에서는 소비자의 구매행동을 적극적으로 유도하기 위하여 소비자의 욕구를 충족시킬 수 있는 판매환경을 조성하는 것이 필요하며, 고객의 욕구 변화와 급속하게 변화하는 시장환경에 탄력적이며 적극적으로 대응하기 위해서는 고객과 직접 접촉하는 판매원의 역할이 매우 중요하게 되었다. 특히 오늘날과 같이 의류제품시장의 과다경쟁시대에서 패션기업이나 의류점포가 경쟁력을 갖기 위해서는 다른 점포와의 차별화가 필요하며 이를 위한 하나의 방안으로 판매원의 차별화된 서비스를 들 수 있다.

패션기업이 기업에 대한 고객의 충성도를 확보하고 장기적으로 경쟁력을 유지하려면 기업의 고객지향적 사고와 서비스가 전제되어야만 하며, 특히 기업을 대표하여 고객과 접촉하는 판매원의 역할이 무엇보다 중요하다(Kim & Park, 2003). 또한 판매원은 고객이 구매의사 결정을 하는데 있어서 고객에게 유용한 정보를 전달하고 영향력을 행사함으로써 고객의 구매를 촉진하고 고객과의 장기적인 관계를 수립하고 유지하는 데 중요한 역할을 수행한다(Kim, 2005). 이와 같이 기업이 경쟁력 우위를 확보하기 위해서 필요한 것은 고객만족이기에 이를 위해서는 고객과 직접 접촉하는 판매원들의 직무에 대한 만족이 우선시 되어야 하며(Shin, 2008), 직무에 만족한 직원의 긍정적 행동은 고객에게 훌륭한 서비스를 제공하여 고객의 만족과 보다 나은 직무성과를 이끌어낼 수 있을 것이다(Hong, 2010).

선행연구에 따르면 서비스 업종 판매원의 성격특성은 고객서비스를 통해 고객만족과 기업 이미지 제고에 큰 영향을 미칠 뿐만 아니라 직무성과를 향상시킨다고 하였으며(Lee, 2005) 외향성, 성실성과 같은 성격특성은 직무만족과 관련이 높은 것으로 나타났다(Kim, 2004; Lee, 2011). 또한, 판매원의 고객지향적 태도가 높을수록 고객의 욕구가 무엇인지 파악하고 고객의 욕구에 대한 의견을 교환하여 새로운 지식이나 기술을 고객의 입장에서 학습하고 적용하려 하기에 직무만족뿐만 아니라 궁극적으로 직무성과를 높일 수 있게 된다(Heo, 2010; Kang, 2010; Kim et al., 2010; Kim, 2010).

이와 같이 서비스 직종 판매원의 역할수행에 있어서 판매원의 성격특성과 고객지향성은 직무만족 또는 직무성과에도 영향을 미칠 것으로 예상할 수 있다. 또한 유통

업체에서 의류 또는 패션제품에 대한 판매비율이 지속적으로 증가하고 있는 상황에서 본 연구의 결과는 의류 또는 패션제품을 취급하는 판매원들의 직무만족과 직무성과에 대한 이해의 폭을 넓히는 데 도움을 줄 수 있으며 이러한 직무만족과 직무성과의 향상은 곧 소비자의 만족과 직결될 수 있기에 서비스 향상을 지향하는 유통업체의 마케팅 전략수립에 도움을 줄 수 있을 것이다.

이제까지의 선행연구들을 살펴보면 다양한 직종의 판매원을 대상으로 주로 조사되었으며 의류 또는 패션제품을 판매하는 판매원에 대한 조사는 미흡하며 특히 의류판매원의 성격특성과 고객지향성이 그들의 직무만족과 성과에 미치는 영향에 관한 연구는 매우 제한적이다. 따라서, 본 연구에서는 의류판매원의 성격특성, 고객지향성, 직무만족 및 직무성과 간의 관련성 등에 대해서 알아보고자 하였으며, 본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다. 첫째, 의류판매원의 성격특성, 고객지향성, 직무만족, 직무성과 간의 관련성을 알아본다. 둘째, 의류판매원의 성격특성과 고객지향성이 직무만족에 미치는 영향을 알아본다. 셋째, 의류판매원의 성격특성과 고객지향성이 직무성과에 미치는 영향을 알아본다.

II. 이론적 배경

1. 성격특성과 고객지향성 간의 관계

성격은 일반적으로 한 개인의 전체적인 심리체계의 성장과 발전을 의미하는 역동적 개념으로(Hutt et al., 1966) 사람들 간에 유사성과 차이점을 결정하는 비교적 안정적인 일련의 특성과 경향성이라고 정의된다(Hodgetts, 1984). 개인에게 형성된 성격은 쉽게 변하지 않는 안정적인 특징과 꾸준히 지속되는 일관적인 특징을 갖고 있기에 개인마다 독특한 특징을 보이게 된다. 일반적으로 성격특성은 개인의 성격을 나타내는 데에 사용되는 기본적인 단위로서 개인이 습관적으로 행하는 일관된 행동경향이라고 할 수 있다.

고객지향성은 판매원과 고객과의 상호작용 과정에서 고객욕구의 만족과 장기적 관계를 위한 마케팅 개념의 실행으로 정의되며, 판매원의 고객서비스의 향상은 판매원의 고객지향성을 통해 이루어질 수 있다. 판매원의 고객지향성은 장기적 고객만족 증대에 목표를 둔 행동으로, 단기적 판매기회를 증대시키기 위해 고객의 이익을 희생시키는 행동은 하지 않을 것이므로 오히려 판매성과에는 부정적인 영향을 미칠 수 있으나, 판매원의 고

객지향적인 행동은 결국 고객만족으로 이어지게 되어 고객과 기업 양자 모두에게 이익을 주게 된다(Kang, 2010). 이와 같이 고객을 만족시키고 고객과의 장기적인 관계를 증대시키기 위해서 판매원들은 고객이 원하는 것과 그들이 중요시하는 가치를 파악하여 이를 실현시켜줄 수 있어야 하는데 이러한 관점을 판매원의 고객지향성이라고 할 수 있다.

Kim(2004)은 호텔종업원의 성격특성이 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구에서 성격특성 중 외향성, 호감성, 성실성, 개방성이 고객지향성과 관계가 있다고 하였다. Lee(2008)는 외식창업자의 성격특성이 고객지향성, 직무만족 및 고객성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 성격특성 중 외향성, 성실성, 개방성이 높을수록 고객지향적이라고 하였다. Jeon(2008)은 서비스 지향성을 고객 중심적 서비스 지향성으로 정의하고 조직구성원의 성격특성이 서비스 지향성과 직무성과에 미치는 영향을 조사한 결과, 성격특성 중 성실성, 외향성, 호감성이 조직구성원의 서비스 지향성에 유의한 영향을 미친다고 하였으며, Heo(2010)는 미용실 종사자의 성격특성이 서비스 지향성과 직무만족에 미치는 영향에 관한 연구에서 성격특성 요인(성실성, 호감성, 개방성, 내향성, 정서적 불안정성) 모두 서비스 지향성에 영향을 미치며, 이 중 성실성, 호감성 요인이 종사자의 서비스 지향성에 가장 크게 유의한 영향을 미친다고 하였다. Lee and Lee(2010)는 호텔직원의 성격요인, 직무몰입 및 고객지향성 간의 관계 연구에서 성격요인 중 성실성과 안전성이 직무몰입에 유의한 영향을 미치고 이러한 직무몰입은 고객지향성에 유의한 영향을 미친다고 하였다. 이와 같은 선행 연구 결과를 통해 개인의 성격요인과 고객지향성의 관계는 서로 연관이 있음을 알 수 있다.

2. 성격특성과 직무만족 간의 관계

Lee(2002)는 직무만족이란 직무수준이나 직무환경에 대한 태도로 임금, 직무 그 자체, 승진기회, 감독 및 동료 등 여러 가지 요소들에 의해 결정된다고 하였다. J. H. Kim(2006)은 직무만족이란 판매원이 자신의 직무 경험을 통해 얻게 되는 직무에 대한 긍정적인 정서상태라고 하였고, Choi(2011)는 직무만족이란 개인이 직무에 대하여 느끼는 감정적 태도로서 직무수행 후 개인적으로 평가 시 느끼는 긍정적인 정서상태라고 하였다. 이와 같이 직무만족에 대한 정의는 다양하지만 이를 통해 공통적으로 도출할 수 있는 정의는 직무나 직

무수행과 관련하여 개인이 느끼는 정서상태와 욕구 충족에 관련되어 있다는 점이다.

Kim(2003)은 패밀리 레스토랑 종사원의 성격유형과 직무만족과의 관계 연구에서 성격유형이 외향형 또는 감정형인 종사원이 내향형 또는 사고형의 종사원보다 직무만족도가 더 높다고 하였다. Han(2010)은 서비스업 종사자의 정서지능 및 성격유형이 직무만족에 미치는 영향에 관한 연구에서 성격유형에서 외향성 수준이 높은 종사원과 타인을 이해하고 인간적인 친화와 온정을 중시하는 감정형의 종사원의 직무만족도가 높다고 하였다. Woo(2008)는 임상간호사의 대인관계성향 · 성격특성과 직무만족 · 조직몰입 간 관계에 관한 연구에서 성격특성 중 친화성, 성실성, 외향성은 직무만족과 유의한 상관관계가 있다고 하였다. Kim(2010)은 성격, 직무만족과 고객지향적 태도에 관한 연구에서 성격특성에 맞는 직무환경에서 근무하는 종업원은 그렇지 않은 종업원보다 성격이 직무만족에 유의한 영향을 미친다고 하였다.

Lim(2010)은 조직구성원의 성격과 조직성과 간의 관계에 관한 연구에서 성격요인 중 개방성, 외향성, 정직 겸손성이 직무만족에 유의한 영향을 미친다고 하였다. Choi(2011)는 개인적 특성이 직무스트레스와 직무만족에 미치는 영향에 관한 연구에서 성격특성, 성취욕구, 자기효능감 등의 개인적 특성이 직무만족에 유의한 영향을 미친다고 하였으며, Lee(2011)는 미용서비스업 종사자의 개인특성 및 정서노동 전략과 직무만족의 관계 연구에서 성격특성 요인인 성실성과 외향성이 높은 종사자는 그렇지 않은 종사자보다 쉽게 직무만족을 느낀다고 하였다. 이와 같이 선행연구를 살펴보면 개인의 성격특성과 직무만족은 서로 연관이 있음을 알 수 있다.

3. 성격특성과 직무성과 간의 관계

직무성과는 조직구성원의 직무가 어느 정도 성공적으로 달성되었는지의 여부를 나타내는 개념으로 일반적으로 조직구성원이 실현하고자 하는 일의 바람직한 상태나 조직구성원이 자신의 목표를 달성할 수 있는 정도를 의미한다(Woo, 2000). 직무성과는 일반적으로 인간의 능력과 동기부여의 상승작용에 의해 발휘되는 것으로 알려져 있다. 즉, 직무성과를 설명하는 두 가지 핵심적인 요소는 능력과 동기부여라는 것이다. 이 때 능력이란 주어진 과업의 수행과 관련하여 현재 발휘되고 있는 능력을 말하며, 동기부여란 능력을 가지고 과업을

수행하는 역동적인 과정을 이끄는 힘을 의미한다(Lee, 1994). 이와 같이 직무성과는 조직구성원의 능력과 동기부여의 상승작용에 의해 발휘되는 것으로 물리적 산출과 더불어 조직구성원의 성취를 이끌어내는 조직의 생명력을 이어가는 힘의 원동력이라고 할 수 있다.

Lee(2005)는 호텔종업원의 성격특성이 직무성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 성격특성 중 성실성, 개방성, 호감성이 직무성과에 유의한 영향을 미친다고 하였고, 이 중 성취력이 강하고 조직적이며 책임감이 강한 성실성이 가장 큰 영향력을 미치며 고객불평 등의 문제 해결능력이 뛰어난 개방성과 고객서비스에 큰 영향을 미치는 호감성도 직무성과에 긍정적 영향을 미친다고 하였다. H. J. Kim(2006)은 지방공무원의 조직몰입이 직무성과에 미치는 영향분석에서 개인적 성격특성 중 직무성과 요인에 유의한 영향을 미치는 변인은 성실성, 친화성, 창의성이라고 하였으며, Jeon(2008)은 조직구성원의 성격특성이 서비스 지향성과 직무성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 직무성과에 영향을 미치는 성격특성으로는 성실성과 함께 창의적이고 도전적이며 새로운 것에 지적으로 민감한 특성을 지닌 개방성이 직무성과에 유의한 영향을 미친다고 하였다.

Yang(2008)은 호텔종사원의 성격유형에 따른 직무성과 연구에서 성격유형 중 성실성, 친화성, 외향성 등이 직무성과에 유의한 영향을 미쳤으며, 이 중 성실성이 가장 높은 영향을 미쳤다고 하였다. Seo(2010)는 직무성과에 대한 인지적 능력과 비인지적 특성의 영향에 관한 연구에서 기업과 학교에서의 성과를 예측하는 공통의 변인으로써 성과와 가장 큰 관련이 되는 변인은 성실성이라고 하였다. Lim(2010)은 조직구성원의 성격요인과 조직성과 간의 관계 연구에서 조직구성원의 성격요인 중 개방성, 외향성, 정서성 등이 조직유효성 즉, 조직성과와 유의한 관계가 있다고 하였다. 따라서, 개인적 성격특성 요인인 성실성, 개방성, 호감성, 친화성, 외향성 등은 판매원의 직무성과와 관련이 있는 것으로 볼 수 있다.

4. 고객지향성과 직무만족과의 관계

Donovan et al.(2004)은 직무만족이 높은 서비스 종업원은 높은 수준의 고객지향성을 갖는다고 하였다. Kim(2010)은 종업원 직무만족과 고객지향적 태도에 관한 연구에서 직무만족은 고객지향적 태도에 유의한 영향을 미치며 직무만족이 높을수록 고객지향적 태도가 높다

고 하였고, Seo(2009)는 호텔종사원의 직무만족과 고객지향성의 관계 연구에서 호텔종사원의 내재적 직무만족인 동기부여와 직무자체 만족, 그리고 외재적 직무만족인 승진과 급여요인은 고객지향성에 유의한 영향을 미친다고 하였다. Heo(2010)는 미용실 종사자의 서비스 지향성은 직장 내 직무만족도에 유의한 영향을 미친다고 하였다. 이와 같은 선행연구를 통해 고객지향성과 직무만족은 서로 연관성이 있음을 알 수 있다.

5. 고객지향성과 직무성과와의 관계

Park(2004)은 백화점 판매원의 고객지향성과 판매원 교육이 판매원 성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 고객지향성이 조직몰입, 직무몰입, 직무기간, 직무만족, 서비스 품질지각, 고객만족, 점포 재방문 의도 및 판매원 성과에 영향을 미친다고 하였으며, Roh(2010)는 고객들이 인지하는 판매원의 고객지향성은 고객들이 지각하는 서비스 성과에 매우 긍정적이며 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나, 판매원들의 고객지향성이 실질적으로 그들이 수행하는 서비스 성과에 직접적인 영향을 미친다고 하였다. 또한 Kim et al.(2010)은 패션조직의 서비스 지향성이 고객접점 판매원의 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구에서 패션조직의 서비스 지향성이 높을수록 판매원의 고객지향성이 높아지게 되므로 패션조직의 서비스 지향성은 고객만족도는 물론 직접적인 판매성과에도 영향을 미친다고 하였다.

Choi(2003)는 의류업체의 시장지향성과 성과 간의 관계에서 판매원 만족과 고객만족의 매개적 역할에 관한 연구에서 직무에 만족하는 판매원은 고객지향적인 행동으로 제품 및 서비스를 제공함으로써 고객만족을 유도하고 고객의 제품이나 서비스에 대한 만족은 제품 구매나 충성도를 유발하여 매출증대에 영향을 미친다고 하였다. Kang(2010)은 기업의 시장지향성과 판매원의 고객지향성이 영업성과와 직무만족에 미치는 영향에 관한 연구에서 판매원의 고객지향적 태도가 높을수록 고객의 욕구가 무엇인지 파악하고 고객의 욕구에 대한 의견을 교환하여 새로운 지식이나 기술을 고객의 입장에서 적용하기에 직무성과와 직무만족이 높아진다고 하였으며, Oh(2008)는 기업의 시장지향성이 성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 기업의 시장지향성을 통해 판매원 관련 변수(고객지향성, 직무만족 등)들이 긍정적으로 증가되며 이는 고객에게 전해지는 서비스 품질, 고객만족, 그리고 고객충성도를 증가시킴으로써 성과

를 향상시킨다고 하였다. 따라서 고객지향성은 직무성과와 연관성이 있을 것으로 예상된다.

III. 연구방법 및 절차

1. 자료수집 및 분석방법

본 연구의 자료는 설문지에 의해 수집되었으며 설문지는 대구, 포항지역에 소재하는 롯데, 현대백화점의 총별 매장관리자를 통하여 의류매장에 근무하는 판매원들에게 2011년 9월 1일부터 353부가 배부되었으며 9월 7일 수거되었다. 이 가운데 무성의한 응답을 한 설문지를 제외한 337부를 분석에 사용하였다. 자료분석은 SPSS12.0 프로그램을 사용하였으며 성격특성, 고객지향성, 직무만족과 직무성과의 요인추출을 위하여 요인분석을 실시하였으며, 요인들의 신뢰도를 파악하기 위해 Cronbach's α 를 산출하였다. 성격특성, 고객지향성, 직무만족과 직무성과 간의 관계를 알아보기 위해서 상관관계분석을 실시하였다. 성격특성과 고객지향성이 직무만족 또는 직무성과에 미치는 영향을 알아보기 위해서 회귀분석을 실시하였다.

2. 용어 정의

본 연구에서 성격특성은 지속적이고 일관되게 나타나는 개인의 사고나 정서를 포함하는 독특한 행동유형을 의미한다. 판매원의 고객지향성은 고객을 만족시키고 고객과의 장기적인 관계를 증대시키기 위해 고객이 원하는 것을 파악하고 실현시켜주는 성향을 의미하며, 직무만족은 직무에 관한 태도의 하나로서 한 개인의 직무에서 발생하는 유쾌하고 긍정적인 정서상태를 의미한다. 직무성과는 조직구성원의 능력과 동기부여의 상승작용에 의해 나타나는 것으로 판매원의 매출성과, 업무달성도, 업무수행능력, 고객의 긍정적 평가 등이 얼마나 성공적으로 실현되었는지를 의미하는 것으로 판매원 스스로가 평가한 수준을 나타낸다.

3. 측정도구

본 연구에서 사용된 설문문항들은 선행연구에서 사용된 것으로 성격특성은 Lee(2005)가 개발한 21문항(개방성, 정서적 불안정성, 내향성, 성실성, 호감성), 고객지향성은 Han(2010)이 사용한 24문항(고객중심적 사

고, 판매업무에 대한 열정, 상품제안, 상품정보 제공, 신뢰의 증시, 고객에 대한 배려, 판매 후 고객관리), 그리고 직무만족은 Lim(1997)이 사용한 9문항(임금, 성과급, 매장환경, 업무량, 근무시간, 인사, 업무 등의 만족여부)이 사용되었다. 직무성과는 Lee(2005)가 사용한 7문항(직무성과 달성도, 업무숙련도, 업무수행능력 등)이 사용되었으며, 위의 모든 문항은 6점 척도(전혀 그렇지 않다-매우 그렇다)로 측정되었다. 이외에도 인구통계학적 특성을 알아보기 위해서 성별, 연령, 결혼여부, 교육수준, 월소득, 판매경력기간 등에 관한 질문이 사용되었다.

4. 조사대상자의 특성

조사된 조사대상자의 인구통계학적 특성 가운데 결혼여부를 살펴보면 미혼이 55.2%(185명), 기혼이 44.8%(150명)로 미혼자가 약간 많았으며 연령에 있어서는 26~30세가 26.3%(87명)로 가장 많았으나 41~55세 21.1%, 18~25세 20.2% 순으로 나타나 연령대별로 고루 분포되었고 교육수준에 있어서는 고등학교 졸업이 50.9%(171명)로 가장 많았으며 전문대학 졸업이 35.4%(119명)로 그 다음으로 비중이 높았다. 월소득은 100~200만원 미만인 60.1%(199명)로 가장 비중이 높았고 다음으로 200~300만원 순으로 나타났으며 판매경력기간은 12년 이상이 24.5%(80명)로 가장 많았으나 상대적으로 고루 분포되어 있었으며 9년 이상의 경력자가 전체의 44.4%(145명)를 차지해 판매원의 경력이 대체로 높다는 것을 알 수 있었다. 이와 같이 판매원의 연령층은 연령대별로 고루 분포되어 있고 판매원으로서의 경력이 전체적으로 높았으며 학력은 대부분 고등학교 또는 전문대학교 졸업자로 비교적 소득이 높지 않은 것으로 나타났다.

IV. 연구결과

1. 성격특성, 고객지향성, 직무만족 및 직무성과에 대한 요인분석

성격특성 요인추출을 위하여 주성분 요인분석에 의한 Varimax 회전을 실시한 결과 eigen value가 1 이상인 5요인이 추출되었다. 요인분석 결과는 모든 문항이 척도개발자인 Lee(2005)가 분류한 5개 요인으로 그대로 묶였기에 개발자가 명명한 '개방성', '불안정성', '내

향성', '성실성', '호감성'으로 명명하였다. 이러한 5요인은 전체 분산의 62.72%를 설명하였으며 성격특성에 대한 신뢰도 계수는 0.75 이상으로 나타났다. 본 연구의 의류판매원에 대한 성격특성 5요인의 평균을 비교한 결과에서는 '호감성' 요인이 4.67로 가장 높게 나타났으며 '내향성' 점수가 가장 낮게 나타나 조사대상자들은 다정하고, 친절하고, 인정이 많으며 혼자 있기 보다는 남과 어울리는 것을 좋아하고 다른 사람들과 융화를 잘 하는 성격을 갖고 있다고 할 수 있다(Table 1).

고객지향성의 유사한 문항끼리 묶기 위해서 요인분석 및 Varimax 회전을 실시하였으며 신뢰도가 낮은 문항 또는 두 개의 요인에 높게 적재된 4문항을 제외시킨 후 다시 요인분석을 실시한 결과 4요인이 추출되었

다. 이러한 4요인은 전체 분산의 64.08%를 설명하였으며 내적 일치도를 나타내는 신뢰도 계수는 0.56 이상으로 나타났다. 요인 1은 판매 후 문제발생해결 노력, 고객불편의 신속한 대처 등에 관한 문항들로 구성되었으므로 '고객에 대한 배려'로 명명하였고 요인 2는 제품판매/서비스 노력, 구매고객의 만족 및 이익 우선 등에 관한 문항들로 구성되어 '고객중심적 사고'로 명명하였고 요인 3은 고객질문에 대한 정확한 답변, 패션에 대한 전문용어, 신상품 정보 인지 등에 관한 문항으로 구성되었으므로 '상품정보 제공능력'이라고 명명하였고 요인 4는 고객에 대한 솔직성 등에 대한 문항으로 구성되어 '신뢰성 중시'라고 명명하였다. 본 연구의 의류판매원에 대한 고객지향성 4요인의 평균을 비교한 결과

Table 1. Factor analysis and reliability of personality trait

Factor / Item	Factor loading	Cronbach's α (mean)	Eigen value (Variance %)
Factor1. Openness			
I am creative in general.	0.79	0.81 (4.27)	5.45 (25.94)
I enjoy art.	0.74		
I have a creative idea.	0.72		
I am imaginative.	0.62		
I enjoy beauty.	0.59		
I usually look for unique solutions to problems.	0.58		
Factor 2. Instability			
I am rather unpredictable.	0.83	0.81 (3.85)	3.07 (14.63)
I am a jealous person.	0.83		
I am the kind of person with severe mood swings.	0.78		
I am impatient.	0.65		
I am envious of others.	0.64		
Factor 3. Introversion			
I am shy to get along with others.	0.80	0.75 (2.52)	2.01 (9.62)
I do not feel the discomfort if I belong to some group.	0.78		
I do not get along with others very well.	0.77		
I like to be alone rather than belonging to a big group.	0.64		
Factor 4. Conscientiousness			
I am very meticulous and accurate in general.	0.83	0.78 (4.25)	1.49 (7.12)
I am a highly efficient person at work.	0.78		
I am well organized.	0.65		
Factor 5. Likability			
I am a warmhearted person.	0.85	0.85 (4.67)	1.14 (5.41)
I am a kind person.	0.78		
I am very generous.	0.71		

에서는 ‘고객에 대한 배려’가 4.84로 가장 높게 나타났으며 ‘고객중심적 사고’, ‘상품정보 제공능력’, ‘신뢰성 중시’ 순으로 나타났다(Table 2).

직무만족에 대한 요인분석을 실시한 결과 하나의 요인으로 묶였으며, 신뢰도가 낮은 2문항을 제외한 7문항이 직무만족의 52.3%의 분산을 설명하였고 요인 적재치는 0.58 이상으로 나타났다. 내적 일치도를 나타내는 신뢰도 계수는 0.85이었으며 평균값을 산출한 결과 3.80으로 직무에 대한 만족은 중간 정도인 것으로 나타났다. 직무성과에 대한 요인분석 결과 7문항이 하나의 요인으로 묶였으며 직무성과의 63.4%의 분산을 설명하였고 요인적재치는 0.68 이상이었으며 신뢰도 계수는 0.90으로 나타났다. 평균값을 산출한 결과 4.40으로 나타나 판매

원들은 자신의 직무성과에 대해 긍정적으로 평가한다고 볼 수 있다.

2. 성격특성, 고객지향성, 직무만족과 직무성과 간의 상관관계분석

성격특성과 고객지향성의 상관관계를 알아보기 위해서 피어슨의 적률상관계수를 산출한 결과, ‘개방성’은 ‘고객중심적 사고’, ‘상품정보 제공능력’과 ‘불안정성’은 ‘신뢰성 중시’와 ‘내향성’은 ‘고객에 대한 배려’와 ‘성실성’은 ‘고객에 대한 배려’, ‘고객중심적 사고’, ‘상품정보 제공능력’과 그리고 ‘호감성’은 ‘고객에 대한 배려’, ‘고객중심적 사고’와 유의한 상관관계가 나타났다

Table 2. Factor analysis and reliability of customer orientation

Factor / Item	Factor loading	Cronbach's α (mean)	Eigen value (Variance %)
Factor1. Consideration for customers		0.90 (4.84)	7.52 (41.80)
I try to take care of problems when there are problems with the products or services I provided.	0.75		
I quickly respond to customer complaints.	0.74		
I pay attention to customers as well as companions.	0.73		
I let the customers look around the product with enough time.	0.73		
I use friendly words and gestures which the customers feel comfortable.	0.73		
I treat my customer with a friendly and bright smile.	0.71		
I try to give an added assurance of product fitness to customers after they purchase them.	0.70		
I treat my customer visiting for A/S or exchange more friendly.	0.63		
Factor 2. Customer oriented thinking		0.78 (4.66)	1.47 (8.17)
I enjoy selling the product and servicing customers.	0.76		
I take care of my stress in my own way.	0.71		
I think that the customer satisfaction is more important than just selling more products even if I can only sell one at that time.	0.66		
I try my best to help the customer.	0.59		
I try to help the customer kindly even if they ask for unreasonable demand.	0.58		
Factor 3. Competence in providing product information		0.86 (4.43)	1.28 (7.12)
I can answer correctly to customer's questions about products.	0.84		
I know many technical terms used in the fashion industry.	0.83		
I have many new product information (material, design characteristics, and washing methods).	0.75		
Factor 4. Reliability-focused response		0.56 (4.41)	1.26 (6.99)
I do not recommend unnecessary items to customers to make extra sales.	0.82		
I usually tell my customers frankly when the product does not fit very well on them.	0.75		

Table 3. Correlation coefficients among personality traits, customer orientation, job satisfaction, and job performance

		Customer orientation				Job satisfaction	Job performance
		Consideration for customers	Customer-centered thinking	Competence in providing product information	Reliability-focused response		
Personality traits	Openness	0.11	0.19**	0.29**	-0.01	0.13*	0.29**
	Instability	-0.03	-0.15	0.01	-0.12*	-0.09	-0.08
	Introversion	-0.17*	-0.03	0.06	0.04	-0.04	0.04
	Conscientiousness	0.28**	0.25**	0.23**	0.06	0.15*	0.45**
	Likability	0.27**	0.17*	0.08	0.01	0.11*	0.27**
Job satisfaction		0.14*	0.39**	0.08	-0.07	1	0.16**
Job performance		0.45**	0.31**	0.52**	0.16**	0.16**	1

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

(Table 3). 즉 개방성이 높을수록 고객중심적 사고와 상품정보 제공능력이 뛰어났고 안정성이 높을수록 신뢰를 중시했으며 외향성이 높을수록 고객에 대한 배려가 높았고 성실성이 높을수록 고객에 대한 배려, 고객중심적 사고, 상품정보 제공능력이 높았으며 호감성이 높을수록 고객에 대한 배려, 고객중심적 사고가 높은 것을 의미한다. 이러한 결과는 외향성, 성실성, 개방성이 높을수록 고객지향적이라는 Kim(2004)의 연구결과를 지지한다고 볼 수 있다.

성격특성과 직무만족과의 상관관계를 알아본 결과 성격특성 중 ‘개방성’과 ‘성실성’, ‘호감성’이 직무만족과 유의한 상관관계가 나타났다. 즉 개방성, 성실성, 호감성이 높을수록 직무만족이 높은 것을 의미하며 이러한 결과는 성격특성 중 친화성과 성실성이 직무만족과 유의한 상관관계가 있었다는 Woo(2008)의 연구결과와 성실성과 호감성이 직무만족에 기여도가 크다는 Heo(2010)의 연구결과를 지지한다고 볼 수 있다. 또한 고객지향성과 직무만족과의 상관관계를 알아본 결과 고객지향성 가운데 ‘고객에 대한 배려’, ‘고객중심적 사고’가 직무만족과 유의한 상관관계가 나타났다. 고객에 대한 배려, 고객중심적 사고가 높을수록 직무만족이 높은 것을 의미하며 이러한 결과는 판매원의 고객지향적 태도가 높을수록 직무만족이 높아진다는 Kang(2010)의 연구결과를 지지한다고 볼 수 있다.

성격특성과 직무성과의 상관관계를 알아본 결과 성격특성 중 ‘개방성’, ‘성실성’, ‘호감성’이 직무성과와 유의한 상관관계가 나타났으며, 이는 개방성, 성실성, 호감성이 높을수록 직무성과가 높은 것을 의미하며 이러한 결과는 성격특성 중 성실성, 개방성, 호감성이 직무

성과에 유의한 영향을 미친다는 Lee(2005)의 연구결과를 지지한다고 볼 수 있다. 또한 고객지향성과 직무성과간의 상관관계를 알아본 결과 고객지향성 4요인 모두 직무성과와 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 이는 판매원이 고객지향적일수록 직무성과가 높게 나타난다는 것을 의미하며 이러한 결과는 판매원의 고객지향성이 높아지면 고객만족도는 물론 판매성과에도 영향을 미친다는 Kim et al.(2010)의 연구결과를 지지한다고 볼 수 있다. 또한 직무만족은 직무성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 직무만족이 높을수록 직무성과가 높은 것을 의미한다.

3. 성격특성과 고객지향성이 직무만족에 미치는 영향에 관한 회귀분석

성격특성의 5요인과 고객지향성의 4요인이 직무만족에 미치는 영향을 알아보기 위해서 회귀분석을 실시하였다. 독립변수들 간의 상관관계가 존재하여 다중공선성의 문제가 예상되기에 회귀분석방법 가운데 stepwise 방법을 사용하였으며 그 결과는 <Table 4>와 같다. R^2 값이 0.16로 나타나 고객지향성 요인이 직무만족 분산의 16%를 설명하는 것으로 고객지향성 중 ‘고객중심적 사고’, ‘고객에 대한 배려’가 직무만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 고객지향성이 높을수록, 다시 말하면 고객중심적 사고를 많이 하고 고객에 대한 배려가 많을수록 자신의 직무에 대한 만족도가 높은 것을 의미한다. 이러한 결과는 서비스 지향성은 직장 내 직무만족도에 유의한 영향을 미친다는 Heo(2010)의 연구결과를 지지한다고 할 수 있다.

Table 4. Multiple regression analysis result of job satisfaction

		(standardized) β	t value
Customer orientation	Consideration for customers	0.39	7.79***
	Customer-centered thinking	0.14	2.73***
F value	34.04***		
R ²	0.16		

*** $p < .001$

4. 성격특성과 고객지향성이 직무성과에 미치는 영향에 관한 회귀분석

성격특성의 5요인과 고객지향성의 4요인이 직무성과에 미치는 영향을 알아보기 위해서 stepwise방법을 이용한 회귀분석을 실시한 결과는 <Table 5>와 같다. R² 값이 0.62로 나타나 성격특성, 고객지향성 요인이 직무성과 변량의 62%를 설명하는 것으로 성격특성 중 ‘개방성’, ‘내향성’, ‘성실성’, ‘호감성’이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 고객지향성 요인인 ‘고객에 대한 배려’, ‘고객중심적 사고’, ‘상품정보 제공능력’, ‘신뢰성 중시’ 모두가 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이를 구체적으로 살펴보면 첫째, 성격특성 중 ‘성실성’이 직무성과에 가장 많은 영향을 미쳤으며, ‘호감성’, ‘개방성’, ‘내향성’ 순으로 직무성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 성격특성이 개방적일수록, 외향적일수록, 성실할수록 또는 호감적일수록 직무성과를 높게 평가하는 것을 의미한다. 그러나 성격특성 가운데 ‘불안정성’은 직무성과에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

둘째, 고객지향성 모든 요인이 직무성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 성격특성 요인보다 고객지향성 요인의 회귀계수가 모두 높게 나타나 직무성과에 미치는 영향은 성격특성보다 고객지향성이 더 높다고 할 수 있다. 고객지향성 중 ‘상품정보 제공능력’이 직무성과에 가장 많은 영향을 미쳤고 ‘고객에 대한 배려’, ‘고객중심적 사고’, ‘신뢰성 중시’ 순으로 직무성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 고객지향성이 높을수록, 다시 말하면 고객에 대한 배려가 많을수록, 고객중심적 사고를 많이 할수록, 상품정보 제공능력이 뛰어나고 신뢰성을 중시할수록 자신의 직무성과를 높

Table 5. Multiple regression analysis result of job performance

		(standardized) β	t value
Personality traits	Openness	0.08	2.02*
	Introversion	-0.07	2.17*
	Conscientiousness	0.18	4.66***
	Likability	0.09	2.39*
Customer orientation	Consideration for customers	0.38	10.05***
	Customer-centered thinking	0.23	6.32***
	Competence in providing product information	0.45	12.03***
	Reliability-focused response	0.14	4.18***
F value	69.40***		
R ²	0.62		

* $p < .05$, *** $p < .001$

게 평가하는 것을 의미한다. 이러한 결과는 성실성, 개방성, 호감성이 높을수록 직무성과에 유의한 영향을 미친다는 Lee(2005)의 연구결과와 패션조직의 서비스 지향성이 높을수록 판매원의 고객지향성이 높아지고 이는 판매성과에도 영향을 미치게 될 것이라는 Kim et al.(2010)의 연구결과를 지지한다고 볼 수 있다.

V. 요약 및 제언

본 연구에서는 의류판매원의 성격특성, 고객지향성, 직무만족, 직무성과 간의 관련성을 알아보고, 또한 성격특성과 고객지향성이 직무만족 및 직무성과에 미치는 영향을 알아보았으며 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 의류판매원의 성격특성, 고객지향성, 직무만족과 직무성과 간의 관계를 알아보기 위해서 상관관계 분석을 실시한 결과 성격특성 5요인 모두 고객지향성과 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 따라서 판매원의 성격특성 중 개방성, 안정성, 외향성, 성실성, 호감성이 높을수록 고객지향적인 태도를 갖는다고 볼 수 있다. 또한 성격특성 중 ‘개방성’, ‘성실성’, ‘호감성’과 고객지향성 중 ‘고객에 대한 배려’, ‘고객중심적 사고’가 직무만족과 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 즉, 성격특성 중 개방성, 성실성, 호감성과 고객지향성 중 고객에 대한 배려, 고객중심적 사고가 높을수록

직무만족도가 높은 것을 의미한다. 성격특성, 고객지향성 및 직무만족과 직무성과와의 관계에서는 성격특성 중 ‘개방성’, ‘성실성’, ‘호감성’이 직무성과와 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났으며, 이는 개방성, 성실성, 호감성이 높을수록 직무성과가 높다는 것을 의미한다고 볼 수 있다. 또한 고객지향성 4요인 모두 직무성과와 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났으며, 이는 판매원이 고객지향적일수록 직무성과가 높다는 것을 알 수 있다. 또한 직무만족이 직무성과와 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타나 직무만족이 높을수록 자신의 직무성과도 높이 평가하는 것을 알 수 있다.

둘째, 성격특성 5요인과 고객지향성 4요인이 직무만족에 미치는 영향을 알아보기 위해서 회귀분석을 실시한 결과 고객지향성 가운데 ‘고객중심적 사고’와 ‘고객에 대한 배려’가 직무만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 판매원이 일의 처리에 있어 고객을 편안하게 하는 고객에 대한 배려와 고객의 이익을 먼저 생각하는 고객중심적 사고에 대해 긍정적인 태도를 가질수록 직무만족을 더 높게 평가한다고 볼 수 있다.

셋째, 성격특성 5요인과 고객지향성 4요인이 직무성과에 미치는 영향을 알아보기 위해서 회귀분석을 실시한 결과 성격특성 5요인 중 ‘불안정성’을 제외한 ‘개방성’, ‘내향성’, ‘성실성’, ‘호감성’이 직무성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이 중에서 ‘성실성’이 가장 큰 영향을 미쳤고 다음으로 ‘호감성’, ‘개방성’, ‘내향성’ 순으로 직무성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구의 연구결과를 토대로 몇 가지 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 의류판매원의 성격특성 5요인 모두는 고객지향성과 관련이 있는 것으로 나타났기에 고객들의 서비스에 대한 기대치가 높아지고 있는 상황에서 의류판매기업은 판매원 선발 시 지원자의 성격특성을 중요한 항목으로 고려해야 할 것이다.

둘째, 성격특성 5요인 중 개방성, 성실성, 호감성은 직무만족과 관련이 있는 것으로 나타났기에 판매원 채용 시 독창성과 창의성이 풍부하며 매사에 정확하고 조직적인 사람과 친절하고 다정다감한 사람을 채용하는 것이 직무만족을 높일 수 있으며 결과적으로 판매성과와 매장이미지 제고에도 기여할 것으로 사료된다. 따라서, 관리자들은 판매원들의 성격유형을 파악하고 인성교육 등을 통하여 판매원 업무에 적합한 인재로 바꾸기 위한 개선활동을 지속적으로 실시할 경우 결과적으로 이

직률을 저하시키고 조직성과 향상에 도움이 될 것이라 생각된다.

셋째, 고객지향성 4요인 중 고객에 대한 배려와 고객중심적 사고가 직무만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 판매원이 고객의 불편에 신속히 대처하고 고객을 편안하게 하며, 서비스를 제공하는 일을 즐기면서 고객의 이익을 먼저 생각하는 판매원의 긍정적인 태도가 직무만족에 영향을 미친다는 것을 의미하는 것으로 판매원에 대한 지속적인 고객서비스 교육 등을 통하여 판매원들의 서비스 수행능력을 향상시킴으로써 직무만족을 증대시킬 수 있을 것이다.

넷째, 불안정성을 제외한 성격특성 4요인과 고객지향성 4요인 모두 직무성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났기에 앞서 언급한 것과 같이 판매원 채용 시 성격특성을 고려해야 할 것이며 고객지향성을 높일 수 있는 방안을 모색하고 실행함으로써 직무만족을 높일 수 있고 더 나아가 직무성과에 대해서도 더 긍정적인 평가를 가져오게 될 것이다.

다섯째, 성격특성 요인과 고객지향성 요인이 직무성과에 미치는 영향의 정도를 비교해 볼 때 성격특성 요인보다 고객지향성 요인이 미치는 영향이 큰 것으로 나타났다기에 다각적인 교육프로그램과 체험학습 등을 통해 판매원의 고객지향성 향상에 주력해야 할 것이다.

이와 관련한 본 연구의 한계점과 이에 따른 후속연구를 제안하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 대구, 포항에 소재하는 백화점에서 근무하는 의류판매원만을 대상으로 하였기 때문에 모든 지역이나 다양한 직종의 판매원들에게 일반화하여 적용시키는 것에는 한계가 있을 것으로 사료된다. 따라서 후속연구에서는 지역적으로나 직종에 있어 좀 더 광범위한 연구와 조사가 이루어져야 할 것으로 보인다.

둘째, 본 연구에서 사용된 설문문항은 선행연구에서 그 신뢰성이나 타당성이 어느 정도 검증된 측정도구이지는 하나 차후의 연구에서는 신뢰성과 타당성이 보다 높은 측정도구를 사용할 경우 더 정확하고 확고한 결과를 얻을 수 있을 것이다.

셋째, 본 연구에서는 직무만족과 직무성과에 영향을 미치는 요인으로 성격특성, 고객지향성을 다루었지만 이 외에도 영향을 미치는 다양한 요인이 있을 것으로 생각된다. 또한 판매원의 성격특성과 고객지향성이 개인적 성과인 직무성과뿐만 아니라 조직성과 등에도 어떠한 영향을 미칠 수 있는지 다양한 변인을 감안한 후속 연구가 이루어져야 할 것이다.

References

- Choi, S. H. (2003). The role of mediators, salespeople's job satisfaction and customer satisfaction between market orientation and performance of apparel firms. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 27(6), 705-714.
- Choi, Y. J. (2011). *The influence of individual characteristics upon job stress and job satisfaction: Focusing on skin care workers*. Unpublished master's thesis, Seokyeong University, Seoul.
- Donavan, D. T., Brown, T. J., & Mowen, J. C. (2004). Internal benefits of service-worker customer orientation: Job satisfaction, commitment, and organizational citizenship behaviors. *Journal of Marketing*, 68(1), 128-146.
- Han, S. I. (2010). *Development and validity verification of a customer orientation scale for fashion products salespeople*. Unpublished doctoral dissertation, Sungkyunkwan University, Seoul.
- Han, Y. R. (2006). *A study on the effects of emotional intelligence (EI) and personality type (MBTI) upon job satisfaction of the hotel employee at the service encounter -Focused on deluxe hotels in Seoul-*. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul.
- Heo, S. Y. (2010). *Influence of characteristic trait in beauty-salon employees upon service orientation and job satisfaction*. Unpublished master's thesis, Seokyeong University, Seoul.
- Hodgetts, R. M. (1984). *Modern human relations at work*. South Western: Dryden Press.
- Hong, J. Y. (2010). *A study on the effect of hotel employees' labor scheduling for efficiency on job satisfaction and job performance*. Unpublished master's thesis, Sejong University, Seoul.
- Hutt, M. L., Isaacson, R. L., & Blum, M. L. (1966). *Psychology: The science of interpersonal behavior*. New York: Harper and Row, Publishers, Inc.
- Jeon, K. H. (2008). *Study on impact of personal characteristics of telemarketers on service directivity and job performance*. Unpublished master's thesis, Kyung Hee University, Seoul.
- Kang, L. W. (2010). *The impact of salesperson's customer orientation and market orientation on sales performance and job satisfaction: The mediating role of learning behavior*. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul.
- Kim, E. K., Lee, Y. K., & Han, C. Y. (2010). The effects of the service orientation of fashion organization on the salesperson's customer orientation. *Journal of Fashion Business*, 14(2), 27-41.
- Kim, J. J. (2010). *A study on job satisfaction and customer-oriented attitude of employees using a 5-factor model*. Unpublished master's thesis, Soongsil University, Seoul.
- Kim, J. H. (2006). *An influence of emotional disharmony of apparel product salesperson's on their job-attitudes*. Unpublished master's thesis, Sungkyunkwan University, Seoul.
- Kim, H. J. (2006). *An empirical study on organizational commitment and job performance in Korea Local Public Servant*. Unpublished doctoral dissertation, Chosun University, Gwangju.
- Kim, H. S. (2004). *A study on the influence of the personality trait on the customer orientation in the hotel industry*. Unpublished master's thesis, Kyonggi University, Suwon.
- Kim, H. W., & Park, K. A. (2003). The effect of customer orientation of department store salespeople on customer satisfaction: Salespeople versus customer perspectives. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 27(11), 1270-1278.
- Kim, M. H. (2003). *Relation between MBTI personality type and job-satisfaction of the workers at international brand franchise family restaurants*. Unpublished master's thesis, Kyonggi University, Suwon.
- Kim, W. M. (2005). Effects of perceived attributes of salesperson on satisfaction and behavioral intentions of customer-Focused on consumer durable goods-. *Journal of Channel and Retailing*, 11(2), 1-27.
- Lee, C. E., & Lee, J. Y. (2010). Relation among big 5 personality factors, job involvement and customer orientation of hotel employees. *The Journal of the Korea Contents Association*, 10(7), 386-395.
- Lee, J. B. (2002). *The effects of distributive and procedural justices on organization effectiveness*. Unpublished master's thesis, Sejong University, Seoul.
- Lee, H. J. (1994). *A study on job performances of professional social workers-Focused on client's satisfaction-*. Unpublished doctoral dissertation, Yeungnam University, Gyeongsan.
- Lee, H. J. (2005). *The effects of personality traits on job performance of hotel service employees*. Unpublished doctoral dissertation, Kyonggi University, Suwon.
- Lee, S. J. (2011). *A study on the relationship of individual traits, emotional labor strategy, job satisfaction of beauty service employees*. Unpublished master's thesis, Konkuk University, Seoul.
- Lee, T. K. (2008). *A study on the influence of food service business founder personality affects their customer orientation*.

- tation, job satisfaction and customer performance. Unpublished master's thesis, Kyung Hee University, Seoul.
- Lim, H. C. (2010). *A study on the relationships bewtween HEXACO personality model of employees and organizational performances*. Unpublished doctoral dissertation, Yeungnam University, Gyeongsan.
- Lim, S. Y. (1997). *An analysis on the salespeople' type of apparel markets in Daegu*. Unpublished doctoral dissertation, Kyungil University, Gyeongsan.
- Oh, S. J. (2008). Effect on the performance: The mediating role of the sales-related variables and the customer-related variables. *Journal of Channel and Retailing*, 13(1), 79–96.
- Park, K. H. (2004). The effects of customer orientation and sales training on salespeople performance. *Journal of the Korean Society for Clothing Industry*, 6(3), 314–319.
- Roh, T. B. (2010). *The influences of service orientation on customer orientation, service, performance, and customer identification*. Unpublished doctoral dissertation, Soongsil University, Seoul.
- Seo, K. Y. (2009). *A study of the effect of job satisfaction on customer orientation of hotel employees*. Unpublished doctoral dissertation, Kyonggi University, Suwon.
- Seo, Y. H. (2010). *The influence of cognitive ability and non-cognitive characteristics on job performance: Focused on the university student's academic performance*. Unpublished master's thesis, Soongsil University, Seoul.
- Shin, H. S. (2008). The impact of internal marketing on the job satisfaction, customer orientation. *Korean Academic Society of Hospitality Administration*, 17(3), 103–115.
- Woo, S. B. (2000). *A study on relationship among prece-dence factors, organization citizenship behavior and job performance focus on hotel employees*. Unpublished doctoral dissertation, Dongguk University, Seoul.
- Woo, K. H. (2008). *Relationship of interpersonal relation tendency personality and job satisfaction organizational commitment among clinical nurses*. Unpublished master's thesis, Hanyang University, Seoul.
- Yang, J. (2008). *A study on the job performance according to character type of hotel-employee*. Unpublished master's thesis, Kyonggi University, Suwon.