미용사의 잡크래프팅이 고객지향성과 업무성과에 미치는 영향

안은수¹ · 진용미^{2,*}

¹서경대학교 일반대학원 미용예술학과, 대학원생

²서경대학교 미용예술대학 헤어메이크업디자인학과, 교수

The Effect of Hairdresser's Job Crafting on Customer Orientation and Work Performance

Eunsu An¹ and Yong-Mi Jin^{2,*}

¹Graduate Student, Dept. of Beauty Arts, Graduate School, Seokyeong University

²Professor, Dept. of Hair-Makeup Design, College of Beauty Arts, Seokyeong University

In this study, a total of 311 questionnaires were used through SPSS 21.0 to analyze the effect of hairdressers' job crafting on customer orientation and work performance. The results of the survey are as follows. First, hairdressers' job crafting appeared in three dimensions: cognitive crafting, work crafting, and relationship crafting, and customer orientation came in three dimensions: problem-solving orientation, response orientation, and appearance orientation. In addition, work performance came in two dimensions: individual performance and organizational performance. Second, it was found that job crafting had a significant effect on customer orientation and work performance. Therefore, it was found that the reorganization of the hairdresser's appropriate work (appropriate distribution of work, identifying the importance of work, etc.) affects customer propensity and work performance. This study is expected to be used as basic data for hairdressers' job crafting activities, and research on job crafting related to segmentation by age group and positive psychology of hairdressers is expected to be conducted in the future.

Keywords: Customer orientation, Hairdresser's job crafting, Job crafting activities, Work performance

I. 서 론

최근 조직 구성원들이 긍정적인 자세와 마음가짐, 활력과 에너지를 가지고 조직 생활에 잘 적응할 수 있는 방법을 찾는 데에 관심이 증대되고 있으며(Ko, 2018), 이를 반영한 연구들이 조직심리학과 경영학 분야에서 인적관리의 한 영역으로 잡크래프팅이 소개되고 있다(Soe, 2019).

잡크래프팅은 리더나 관리자가 구성원의 행동 및 성과들을 관리하지 않고 구성원이 스스로 직무환경을 바꾸어 자신의 직무의 적합도를 상승시키는 것이므로 자율적인 직무수행이 중시되는 오늘날의 업무환경에 중요한 개념이라 할 수 있다(Baik, 2016).

과거에는 조직의 일반적인 직무체계가 상급자에 의해 담당

직무에 필요한 요건을 사전에 전달받는 방식인 반면 최근에는 조직구성원이 능동적으로 자신의 업무 특성을 변화시키고 스스로 직무의 범위를 정하는 방식이 확대되고 있다(Berg et al., 2013). 또한, 서비스업은 인적자원에 대한 의존이 강하고 오늘날 서비스 경쟁사회에서 차별화를 위한 고객만족이 필수적이지만 더욱 중요한 것은 서비스의 종사자가 고객 만족을 위한 가치를 제공해야 한다(Jang, 2021).

이처럼 현대 조직에서 인적자원 관리가 중요해지면서 각 분야의 기업들은 종사원들의 직무별 필요 역량을 파악해 그에 맞는 실적 및 성과 중심의 직원 교육에 집중하고 있다. 영업 현장에서 고객과 직접적으로 대면하고 있는 종사원은 고객의 요구에 신속하게 대처하기 위해 적절하고 올바른 결정을 내려야 할 때가 자주 발생한다(Jang, 2018).

또한, 서비스 기업에 있어 고객에게 전달되는 서비스 품질을 결정짓는 가장 기반이 되는 것이 고객지향성이며, 이는 궁극적으로 구성원들이 현장에서 고객의 욕구와 기대를 충족시키는 노력이 필요하다는 것을 함의한다(Kim et al., 2020). 따라서 서

*Corresponding author: Yong-Mi Jin

Tel : +82-2-940-7813

E-mail : 65621107jin@hanmail.net

접수일(2021년 9월 11일)/수정일(2021년 10월 5일)/채택일(2021년 11월 15일)

비스 기업은 구성원들의 적극적인 참여와 행동을 유도하면서 전사적으로 고객지향적인 기업 문화를 형성해야 하는데(Brady & Cronin, 2001), 이는 고객지향적인 문화를 바탕으로 더 큰 고객 가치를 창출할 수 있기 때문이다(Slater & Narver, 1995).

본 논제와 관련된 선행연구를 살펴보면 구성원들이 잡크래프팅을 진행하는 과정에서 창의적 성과를 향상시키며(Zhai, 2020), 잡크래프팅 활동을 통해 본인의 직무가 잘 맞다고 생각하며, 높은 조직몰입을 보인다고 주장했다(Kang et al., 2015). 그리고 미용종사자의 자기관리특성을 정확히 파악하고 개선하여 서비스를 제공한다면 업무성과에 효과가 있는 것으로 나타났다(Sung, 2020), 또한 미용 종사자의 인적 자원(기술, 서비스)은 서비스 산업의 성과에 결정적인 역할을 하고 있으므로 고객에게 신뢰를 줄 수 있는 서비스 만족을 제고시키기 위하여 서비스품질 향상을 위해 노력해야한다고 하였다(Bae, 2009).

이처럼 고객지향성과 업무성과에 관한 활발한 연구가 진행되고 있고, 타 분야에서는 잡크래프팅이 고객지향성과 업무성과에 미치는 연구들이 존재하나 미용사의 잡크래프팅이 고객지향성과 업무성과에 미치는 영향 연구는 아직 미비한 실정이다.

이에 본 연구는 미용사의 잡크래프팅이 고객지향성과 업무성과에 미치는 영향관계를 파악해보고자 한다. 이러한 연구는 미용사의 효율적인 직무 재구성을 통해 매출과 바로 직결되는 고객지향성과 업무성과를 증가시킬 수 있다는 점에서 의의 있는 연구이다.

II. 이론적 배경

1. 잡크래프팅(Job crafting)

잡 크래프팅(Job crafting)의 개념은 Wrzesniewski와 Dutton은 2001년에 처음으로 제시되었다. 잡 크래프팅은 종업원이 자신의 특징, 취미, 동기에 따라 자신의 작업 업무와 관계를 변경하도록 자발적으로 실시하는 일련의 행위를 말한다(Wrzesniewski & Dutton, 2001). 잡크래프팅은 자기주도 직무설계를 통한 접근 방식이 직무종사자들의 내재적 동기부여를 강하게 조력할 수 있다(Kim, 2017). 또한, 잡크래프팅은 직원들의 직무 요구, 직무자원과 개인적 능력간의 균형을 맞추기 위해 만드는 변화이다(Tim & Bakker, 2010). 따라서 자발적이고 자기 주도적인 행동들로 해석할 수 있다(Petrou et al., 2012).

이처럼 잡크래프팅을 본 연구에서는 작업 업무와 개인적 능력 간의 균형을 위해 자발적으로 실시하는 행동의 의미로 보고자 한다.

2. 고객지향성

고객지향성은 기업의 목표를 달성하기 위해 고객과 장기적

인 관계를 유지하고자 하는 것으로 고객 욕구 충족을 위해 노력하는 정도를 의미한다(Lee & Lee, 2008, Lee & Chae, 2012). Brown et al.(2002)은 고객의 욕구를 이해하고 가장 부합되는 방향으로 충족시키려는 종사자의 고객에 대한 접근 자세와 경향이라고 정의하였다.

또한, Kotler(1996)는 타 기업보다 효율적 만족을 제공하기 위한 중요한 요인으로 고객에게 친절한 서비스를 제공하기 위해선 친절한 종사자를 고용해야 하며, 노력에 맞는 보상이 반드시 따라야 한다고 정의하였다.

따라서, 고객지향성을 연구자는 고객과의 장기적인 관계유지를 위해 고객 욕구 충족을 위해 노력하는 정도로 보려고 한다.

3. 업무성과

업무성과는 조직의 구성원 또는 조직원들이 이루고자 하는 일의 완벽한 상태 또는 종사자가 자신의 목표를 달성할 수 있는 정도로 정의하였다(Tett & Meyer, 1993). 또한, 업무성과는 조직의 목표 달성을 위한 실행 정도이며 조직 구성원이 가지고 있는 능력, 역할 지각, 노력에 의한 목표 달성으로 정의할 수 있다(Kim & Jin, 2016). 업무성과는 조직구성원 개개인의 인적요소와 조직의 분위기 및 작업환경 등의 직무 관련 요소들과 다양한 여러 요인이 작용해서 수행되므로 각각 다르게 정의되고 있다(Park & Yoo, 2020).

따라서, 업무성과를 본 연구에서 미용 종사자의 노력에 따른 개인과 조직 간의 목표 달성 정도로 보고자 한다.

III. 내용 및 방법

1. 연구문제 및 연구모형

연구모형은 <Fig. 1>과 같으며, 연구 목적에 따른 연구문제는 다음과 같다. 첫째, 조사대상자의 인구통계학적 특성을 알아본다. 둘째, 잡크래프팅, 고객지향성, 업무성과의 하위차원을 알아본다. 셋째, 잡크래프팅이 고객지향성에 미치는 영향을 알아본다. 넷째, 잡크래프팅이 업무성과에 미치는 영향을 알아본다.

2. 연구대상 및 자료수집방법

본 연구의 목적에 따라 실증조사를 위한 미용종사자를 대상으로 자기 기입식 설문조사를 시행하였다. 선행연구들을 기반으로 설문 문항을 구성하였고 2021년 7월 3일부터 2021년 7월 12일까지 서울지역의 미용종사자를 대상으로 사전조사 62부를 시행하였고 문항이 불분명한 어휘와 질문들을 수정·보완하였다.

Table 1. Composition and Measurement of Questionnaire

Category	Content	Question	Scale	Sources
Demographic Characteristics	Gender, age, final education, position, monthly income, working period, total experience, marital status, average holiday per month	9	Nominal Scale	Researcher
Job crafting	Change of work, additional work, new work, work priority, ability utilization, purpose of life, organizational success, organizational contribution, positive influence, happiness, relationship, social activities, events, mentors, and colleagues	15	Interval Scale	Kim(2021), Son(2021) Revise·Supplement
Customer Orientation	Service quality, desired demand, service inspection, individual interest, top priority goal, high enthusiasm, not neglected, complaint processing, unfair demand response, sweet language, useful information, opinion listening, requirement processing, problem solving, free discretion, work together, appearance, makeup	22	Interval Scale	Kim(2017), Sung(2020) Revise·Supplement
Work performance	Sales increase, revisit customer increase, new customer, designated customer, responsibility, evaluation, job responsibility, job management, job satisfaction, organizational growth, job performance, job responsibility, senior interest, organizational responsibility, suggestion, idea, performance evaluation	17	Interval Scale	Sung(2020), Cho(2019) Revise·Supplement
Total Number of Questions			63

Fig. 1. Research model

본 조사는 2021년 7월 14일부터 2021년 8월 10일까지 이루어졌으며 총 370부의 설문지를 배포하여 359부를 수거, 응답이 불성실한 48부를 제외한 311부를 최종 분석 자료로 사용하였다.

3. 설문지의 구성

본 연구의 측정 도구로 사용된 설문문항은 <Table 1>과 같으며, 설문 문항은 크게 인구통계학적 특성, 잡크래프팅, 고객지향성, 업무몰입의 총 63문항으로 구성되었으며 본 연구에서는 1점 ‘전혀 그렇지 않다’에서 5점 ‘매우 그렇다’까지의 리커트(Likert) 5점 척도가 사용되어 점수가 높을수록 각 문항에 대한 인식이 높은 것을 알 수 있다.

4. 자료처리 및 방법

수집된 자료는 SPSS 21.0을 사용하여 분석하였다. 첫째, 조사대상의 인구통계학적 특성을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였다. 둘째, 잡크래프팅, 고객지향성, 업무성과의 하위차원을 알아보기 위해 요인분석과 신뢰도분석을 실시하였다. 셋째, 잡크래프팅이 고객지향성에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다. 넷째, 잡크래프팅이 업무성과에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

요인분석시 요인 추출방법으로는 주성분 분석법, 요인 회전 방법으로는 Varimax가 사용되었으며, Cronbach's α 값을 이용해 변수의 신뢰도를 확인하였다.

IV. 결과 및 고찰

1. 조사대상의 인구통계적 특성

빈도분석을 시행하여 조사대상자의 인구 통계적 특성을 알아본 결과는 <Table 2>와 같다.

성별은 여 81.0%, 남 19.0% 순으로 나타났다. 연령은 20대 50.5%, 30대 24.8%, 40대 18.0%, 50대 이상 6.8% 순으로 나타났으며, 최종학력은 고졸 이하 57.6%, 대학교 재학/졸업 25.7%, 대학원 이상 11.6%, 전문대 재학/졸업 5.1% 순으로 나타났다.

직급은 디자이너 43.4%, 원장 22.2%, 스태프 20.3%, 초급디자이너 14.1% 순으로 나타났고, 월 평균 소득에서는 200~300만원 미만 36.3%, 100~200만원 미만 30.5%, 300~400만원 미만 12.5%, 400~500만원 미만, 500만원 이상이 7.1%, 100만원 미만 6.4% 순으로 나타났다. 현재 직장에서의 근무 기간은 1년 미만이 42.1%, 1년 이상 3년 미만 30.2%, 3년 이상 5년 미만 13.2%, 10년 이상 9.3%, 5년 이상 10년 미만 5.1% 순으로 나타났다.

총 경력은 1년 이상 3년 미만 34.4%, 3년 이상 5년 미만, 10년 이상이 19.6% 5년 이상 10년 미만 14.8%, 1년 미만은 11.6% 순으로 나타났다. 또한, 결혼 여부는 미혼 66.9%, 기혼 32.2%, 기타(이혼, 사별, 별거 등) 1.0% 순으로 나타났고, 한달 평균 휴무일 수는 2일 이상 4일 미만이 46.6%, 4일 이상 6일 미만 28.3%, 8일 이상 10.3%, 6일 이상 8일 미만 9.0%, 2일 미만 5.8% 순으로 나타났다.

Table 2. The demographic characteristics of the survey

		(N=311)	
Category		Frequency (N)	Percentage (%)
Gender	Man	59	19.0
	Woman	252	81.0
Age	20s	157	50.5
	30s	77	24.8
	40s	56	18.0
	50s over	21	6.8
Final education	Below high school graduation	179	57.6
	A Junior College in School Graduation	16	5.1
	A College in School/Graduation	80	25.7
	Graduate school/Graduation	36	11.6
Position	Staff	63	20.3
	Beginner designer	44	14.1
	Designer	135	43.4
	Director	69	22.2
Average monthly income	Less than 1 million won	20	6.4
	Less than 1 to 2 million won	95	30.5
	Less than 2 to 3 million won	113	36.3
	Less than 3 to 4 million won	39	12.5
	Less than 4 to 5 million won	22	7.1
	More than 5 million won	22	7.1
Working period at your workplace	Less than a year	131	42.1
	More than 1 year, less than 3 years.	94	30.2
	More than 3 years, less than 5 years.	41	13.2
	More than 5 years, less than 10 years.	16	5.1
	More than ten years	29	9.3
Total experience	Less than a year	36	11.6
	More than 1 year, less than 3 years.	107	34.4
	More than 3 years, less than 5 years.	61	19.6
	More than 5 years, less than 10 years.	46	14.8
	More than ten years	61	19.6
Marital Status	Single	208	66.9
	Married	100	32.2
	etc (Divorce, Bereavement, Separation)	3	1.0
Average monthly leave of absence	Less than 2 days.	18	5.8
	More than 2 days, less than 4 days	145	46.6
	More than 4 days, less than 6 days	88	28.3
	More than 6 days, less than 8 days	28	9.0
	For more than 8 days	32	10.3
Sum		311	100.0

2. 잡크래프팅, 고객지향성, 업무성과의 하위차원

잡크래프팅, 고객지향성, 업무성과를 측정하기 위해 구성된

각각 15개, 22개, 17개 문항을 요인분석 하기에 앞서 측정된 자료가 요인분석의 가정을 만족시키는지 알아보았다. Bartlett 구형성을 알아본 결과 χ^2 은 각각 1647.780(df=91, Sig.=0.000),

Table 3. Dimensions of Job crafting

Job crafting	Ingredient			Commonality
	Cognitive crafting	Work crafting	Relationship crafting	
I think about how my work contributes to our organization.	.861	.089	.145	.770
I think about how my work can have a positive effect on my life.	.833	.200	.170	.764
I recall that my work is important for the success of the organization.	.804	.041	.089	.655
I think about what role my work plays in the happiness of my life.	.721	.276	.143	.616
I try new tasks that can make good use of my abilities or interests.	.170	.793	.205	.700
When I work, I am willing to take on additional tasks.	.145	.783	.108	.646
I change the scope or type of work I am in charge of as needed.	.008	.782	.059	.616
I prioritize tasks that can reflect my abilities or interests well.	.248	.743	.171	.643
I lead or actively attend social activities and meetings related to work.	.100	.058	.784	.628
I lead special events (birthday parties, dinners) at work.	-.073	.259	.761	.652
I am willing to become a mentor for juniors or new employees officially or informally.	.378	.023	.710	.648
I try to get close to people with similar skills or interests in the company.	.270	.221	.676	.579
High value	2.944	2.652	2.321	
Description variable(%)	24.535	22.1	19.345	
Cumulative variable(%)	24.535	46.636	65.981	
Reliability factor Cronbach's α	0.854	0.813	0.755	

3612.388(df=21, Sig.=0.000), 2482.390(df=10, Sig.=0.000)로 나타나 변수들 사이에 요인을 이룰만한 상관관계가 충분히 있다고 판단되었다. KMO의 표본적합도를 알아본 결과 각각 0.785, 0.881, 0.894로 나타났고, 공통성을 알아본 결과 각각 0.579, 0.529, 0.582이상으로 나타나 요인분석을 실시하는데 무리가 없다고 판단되어 요인분석을 실시하였다.

1) 잡크래프팅의 차원

요인분석을 실시한 결과 <Table 3>과 같이 세 가지 하위차원이 추출되었으며 그 과정에서 하위차원 내 다른 속성들과 비교하여 의미상 일치하지 않은 3개의 문항이 제거되었다. 하위차원들의 전체 설명력은 65.9%로 나타났으며 각 요인을 구성하는 문항을 바탕으로 하위차원1(39.1%)을 ‘인지 크래프팅’, 하위차원2(27.6%)를 ‘업무 크래프팅’, 하위차원3(19.3%)을 ‘관계 크래프팅’으로 각각 명명하였다.

본연구와 관련하여 선행연구를 검토한 결과 Son(2021)의 뷰티 서비스 종사자의 메타인지와 잡크래프팅이 직무배태성과 직무자율성에 미치는 영향에 따르면, 잡크래프팅이 업무적, 인지적, 관계적 크래프팅으로 나뉘었으며 본 연구 결과를 지지한다.

이러한 결과로 볼 때, 미용사의 잡크래프팅은 미용에 대한 인지, 업무, 관계 분야에서 균형을 맞추기 위한 자발적인 일련의 행동을 하는 것으로 사료된다.

2) 고객지향성의 차원

요인분석을 실시한 결과 <Table 4>과 같이 세 가지 하위차원이 추출되었으며 그 과정에서 하위차원 내 다른 속성들과 비교하여 의미상 일치하지 않는 5개의 문항이 제거되었다. 하위차원들의 전체 설명력은 68.1%로 나타났으며 각 요인을 구성하는 문항을 바탕으로 하위차원1(28.8%)을 ‘문제해결 지향성’, 하위차원2(24.6%)를 ‘응대지향성’, 하위차원3(14.6%)을 ‘외모지향성’으로 각각 명명하였다.

Sung(2020)의 미용종사자의 자기관리특성이 고객지향성과 업무성과에 미치는 영향 연구에서 고객지향성이 신뢰지향성, 응대지향성, 외모지향성, 문제해결지향성으로 나뉘었으며 본 연구결과와 상이한 결과가 나타났다.

이러한 결과로 볼 때, 표본에 의해 의미상으로 비슷한 응대와 신뢰 요인이 하나의 요인이 되었음을 함의한다. 결론적으로 미용 업계의 경우 미용사가 고객에게 보여주는 신뢰와 응대, 외모관리, 문제해결 방법을 미용사들은 중요하게 인식하는 것으로 사료된다.

3) 업무성과의 차원

요인분석을 실시한 결과 <Table 5>와 같이 두 가지 하위차원이 추출되었으며 그 과정에서 하위차원 내 다른 속성들과 비교하여 의미상 일치하지 않은 6개의 문항이 제거되었다. 하위차원들의 전체 설명력은 73.7%로 나타났으며 각 요인을 구성하는 문항을 바탕으로 하위차원1(44.9%)을 ‘직무성과’, 하위차원

Table 4. Dimensions of Customer Orientation

Customer Orientation	Ingredient			Commonality
	Problem-solving orientation	Response orientation	Appearance orientation	
I handle the requirements without obtaining permission from my superiors to each customer's requirements.	.888	.080	.135	.813
I take appropriate measures as a sole decision to solve customers' problems.	.877	.062	.212	.819
I solve the problems of customers at my discretion.	.851	.110	.221	.785
I handle things like a professional.	.801	.075	.110	.660
When a customer makes an unfair request, do not argue with the customer.	.760	.101	.173	.617
I listen to customers' opinions.	.733	.152	.223	.611
I am interested in customer problems and try to solve them together.	.677	.216	.330	.614
I always check my service quality for customers.	.057	.814	-.042	.668
I always check and predict the services that customers need.	.200	.800	.091	.688
I generally know what the customer wants.	-.006	.790	.041	.626
My top goal is customer satisfaction.	.071	.768	.087	.602
I show an individual interest in customers.	.013	.747	.217	.605
I try not to neglect my customers when I'm busy.	.132	.729	-.029	.550
I have a constant interest in customer complaints.	.258	.672	.106	.529
I trim my appearance neatly.	.274	.087	.857	.817
I keep my clothes clean.	.295	.097	.849	.817
I always care about my appearance.	.340	.087	.801	.766
High value	4.909	4.189	2.489	
Description variable(%)	28.875	24.644	14.639	
Cumulative variable(%)	28.875	53.518	68.157	
Reliability factor Cronbach's α	0.925	0.885	0.881	

Table 5. Dimensions of Work Performance

Work Performance	Ingredient		Commonality
	Job performance	Individual performance	
I am fully fulfilling and fulfilling the responsibilities specified in the organization's job details.	.880	.034	.776
I faithfully manage the progress of my duties.	.880	.011	.775
I strive to satisfy the prescribed performance requirements of the assigned job.	.863	.033	.745
I am constantly aware of and performing the responsibilities specified in my duties.	.856	.072	.738
I faithfully perform the expected tasks in the organization and achieve results.	.854	.113	.741
I contribute to the growth of the organization by faithfully performing my duties.	.765	.243	.644
I work with sufficient responsibility for organizational performance.	.763	-.016	.582
My sales are constantly increasing.	.032	.902	.815
My revisit customers are constantly increasing.	.107	.900	.821
I have a continuous increase in designated customers.	.020	.879	.772
My new customer acquisition rate is increasing.	.103	.833	.704
High value	4.945	3.169	
Description variable(%)	44.950	28.808	
Cumulative variable(%)	44.950	73.758	
Reliability factor Cronbach's α	0.893	0.918	

2(28.8%)를 ‘개인성과’로 각각 명명하였다.

Lee(2020)의 미용서비스업 윤리적 리더십과 업무성과의 관계에서 조직신뢰의 매개효과 연구에 따르면 업무성과는 직무 성과와 고객성과로 나타났으며, 이 연구 결과를 지지한다.

이러한 결과로 볼 때, 미용종사자들은 업무성과를 개인이 느끼는 성과와 직무에 관한 성과로 나누어 생각하고 있다는 것을 함의한다.

3. 잡크래프팅이 고객지향성에 미치는 영향

다중회귀분석 전 잡크래프팅과 고객지향성의 다중공선성을 확인한 결과 VIF 값이 모두 10이하로 나타나 다중회귀분석을 실시하는데 무리가 없는 것으로 판단되었으며 그 결과는 <Table 6>과 같다.

첫째, 문제해결 지향성 요인은 인지 크래프팅, 업무 크래프팅 요인에 의해 약 11.3% 설명되며, 세부적으로 살펴보면 인지 크래프팅 요인에 대한 성향이 높을수록 문제해결 지향성 요인은 0.288배씩 증가하는 정의 관계로 나타났고, 업무 크래프팅 요인에 대한 성향이 높을수록 문제해결 지향성 요인은 -0.197배씩 감소하는 부의 관계로 나타났다.

둘째, 응대 지향성 요인은 인지 크래프팅, 업무 크래프팅, 관계 크래프팅 요인에 의해 약 43.4% 설명되며, 세부적으로 살펴보면 인지 크래프팅, 업무 크래프팅, 관계 크래프팅 요인에 대한 성향이 높을수록 응대 지향성 요인은 각각 0.391, 0.355, 0.400배씩 증가하는 정의 관계로 나타났다.

셋째, 외모 지향성 요인은 잡크래프팅과 영향관계가 없는 것으로 나타났다.

이러한 결과로 볼 때, 문제해결 지향성은 직무에 대한 인식,

역할, 중요도의 인지 크래프팅을 자각했을 때 높아지며, 새로운 업무, 추가업무, 업무범위 변경의 업무 크래프팅을 자각했을 때 낮아진다. 또한, 응대 지향성은 인지크래프팅, 업무 크래프팅, 친목활동, 이벤트, 후배의 멘토, 대인관계에 관련된 관계 크래프팅을 자각했을 때 높아진다. 하지만 외모지향성은 잡크래프팅과 영향관계가 없다는 것을 알 수 있다.

Kim(2021)의 호텔종사원의 잡크래프팅이 성숙도를 매개로 고객지향성에 미치는 연구에서 잡크래프팅은 고객지향성에 정(+)의 영향을 주었고, Jang(2018)의 여행사 종사원의 잡크래프팅이 조직유효성, 조직성과 및 고객지향성에 미치는 영향 연구에서 잡크래프팅이 응대지향성과 문항이 비슷한 직무열의에 정(+)의 영향을 미쳤으며, 본 연구결과를 부분적으로 지지한다.

결과적으로 미용업이 아닌 다른 산업분야에서는 잡크래프팅이 고객지향성에 정(+)의 영향을 주었으나, 미용업의 경우 직무의 재구성이 용모, 옷차림, 외모에는 영향을 주지 않는 것으로 나타났다.

위를 종합하여 볼 때, 미용사의 인식 개선 및 업무의 배분, 동료와의 소통은 고객 지향성의 향상으로 이어질 수 있다는 여지가 다분하다고 볼 수 있다.

4. 잡크래프팅이 업무성과에 미치는 영향

다중회귀분석 전 잡크래프팅과 업무성과의 다중공선성을 확인한 결과 VIF 값이 모두 10이하로 나타나 다중회귀분석을 실시하는데 무리가 없는 것으로 판단되었으며 그 결과는 <Table 7>과 같다.

첫째, 직무성과 요인은 인지 크래프팅, 관계 크래프팅 요인에 의해 약 8.1% 설명되며, 세부적으로 살펴보면 인지 크래프

Table 6. The Effect of Job Crafting on Customer Orientation

Dependent Variable (Customer Orientation)	Independent Variable (Job Crafting)	B	β	t		R ²	Modified R ²	F
Problem-solving orientation	(Constant)	-6.242		.000		0.122	0.113	14.211 ***
	Cognitive crafting	.288	.288	5.390 ***				
	Work crafting	-.197	-.197	-3.682 ***				
	Relationship crafting	.007	.007	.136				
Response orientation	(Constant)	-2.093		.000		0.439	0.434	80.164 ***
	Cognitive crafting	.391	.391	9.147 ***				
	Work crafting	.355	.355	8.312 ***				
	Relationship crafting	.400	.400	9.367 ***				
Appearance orientation	(Constant)	8.381		.000		0.012	0.002	1.223
	Cognitive crafting	-.015	-.015	-.263				
	Work crafting	.065	.065	1.153				
	Relationship crafting	.085	.085	1.507				

*** $p < 0.001$

Table 7. The Effect of Job Crafting on Work Performance

Dependent Variable (Work Performance)	Independent Variable (Job Crafting)	B	β	t		R ²	Modifie R ²	F	
Job performance	(Constant)	-1.429		.000		0.090	0.081	10.123	***
	Cognitive crafting	.245	.245	4.495	***				
	Work crafting	.092	.092	1.689					
	Relationship crafting	.147	.147	2.705	**				
	(Constant)	-1.729		.000					
Individual performance	Cognitive crafting	.232	.232	4.223	***	0.075	0.066	8.261	***
	Work crafting	-.127	-.127	-2.309	*				
	Relationship crafting	.070	.070	1.271					
	(Constant)	-1.729		.000					

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

팅, 관계 크래프팅 요인에 대한 성향이 높을수록 직무성과 요인은 각각 0.245, 0.147배씩 증가하는 정의 관계로 나타났다.

둘째, 개인성과 요인은 인지 크래프팅, 업무 크래프팅 요인에 의해 약 6.6% 설명되며, 세부적으로 살펴보면 인지 크래프팅 요인에 대한 성향이 높을수록 개인성과 요인은 0.232배씩 증가하는 정의 관계로 나타났고, 업무 크래프팅 요인에 대한 성향이 높을수록 개인성과 요인은 -0.127배씩 감소하는 부의 관계로 나타났다.

이러한 결과로 볼 때, 직무성과는 직무에 대한 인식, 역할, 중요도의 인지 크래프팅, 친목활동, 이벤트, 후배의 멘토, 대인관계에 관련된 관계 크래프팅을 자각했을 때 높아진다. 또한, 개인성과는 인지크래프팅을 자각했을 때 높아지며, 새로운 업무, 추가업무, 업무 범위의 변경의 업무 크래프팅을 자각했을 때 낮아진다.

Jo(2018)의 조직 내 연구개발 직군 종사자의 잡 크래프팅이 정서적 조직몰입과 직무성과에 미치는 영향: 업무몰입의 매개효과를 중심으로의 연구에서 잡크래프팅은 직무성과에 정(+)의 영향을 주었고, Choi(2015)의 잡크래프팅이 개인 성과 및 조직 성과에 미치는 영향: 심리적 상태의 매개효과, 조직 동일시, 조직신뢰의 조절효과 중심으로 연구에서 잡크래프팅은 개인성과와 조직성과에 모두 정(+)의 영향을 주었다. 하지만, Lee(2019)의 A보험사에서 밀레니얼세대와 기성세대 영업관리자의 잡크래프팅과 직무성과의 관계 비교에 관한 연구에서 잡크래프팅의 하위요인 중 과업크래프팅만 직무성과에 정(+)의 영향을 주었다.

결과적으로 미용업이 아닌 다른 서비스업에서 잡크래프팅의 직무재구성은 업무성과에 도움이 되지만 미용업의 경우 직무재구성 시에 업무성과에 부분적으로 도움을 주는 것이라 인식하고 있음을 함의한다.

위를 종합하여 볼 때, 미용종사자의 인식 개선, 동료 간 감정공유, 적당한 업무량의 할당은 업무성과 향상으로 이어질 수 있다는 여지가 다분하다고 볼 수 있다.

V. 결 론

본 연구는 잡크래프팅이 고객지향성과 업무성과에 미치는 영향관계를 파악함으로써 고객지향성과 업무성과를 높이기 위해 어떤 방향으로 잡크래프팅이 이루어져야 하는지에 대한 방향성 제시에 목적이 있으며, 그에 따른 결과는 다음과 같다.

첫째, 미용사의 잡크래프팅은 고객지향성에 부분적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 인지크래프팅을 자각할수록 문제해결지향성과 응대지향성은 높아지고, 업무크래프팅을 자각할수록 문제해결지향성은 낮아지며, 응대지향성은 높아진다. 또한, 관계크래프팅을 자각할수록 응대지향성은 높아진다.

둘째, 미용사의 잡크래프팅은 업무성과에 부분적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 인지크래프팅을 자각할수록 직무성과와 개인성과가 좋아지며, 업무성과를 자각할수록 직무성과는 좋아지나 개인성과는 낮아진다. 또한, 관계크래프팅을 자각할수록 직무성과는 좋아지는 것으로 나타났다. 이에 입각한 개선점 제시는 다음과 같다.

첫째, 일에 대해 받아들이는 인식에 대한 개선이 필요하다. 많은 사람은 보상이 직업의 목적이 되는 경우가 많은데, 어차피 해야 하는 일이라면 내가 선택한 일은 즐겁고 보람 있는 일이라는 인식의 개선이 필요하다. 이처럼, 나의 일에 대한 중요도, 역할, 기여하는 바에 대한 인식의 재구성은 고객에 대한 문제해결에 더 적극적으로 행동하게 하고, 고객에 대한 응대도 더 좋아질 것으로 판단된다.

또한, 미용사들은 바쁜 시간 때문에 기계적으로 예약을 수행하고 밥 먹을 시간도 없이 움직이는 경우가 많은데, 업무에 대한 시간 분배와 자신이 이 일을 수행할 수 있는가를 생각해봐야 한다. 업무량의 증가, 업무의 범위 변경, 새로운 업무에 대한 재구성은 고객에 대한 응대가 좋아지게 될 것이라 사료된다.

그리고 요즘 직장에서 프리랜서 개념이 증가하여 본인의 일만 하며 일 외적인 부분에서는 개인 시간을 가지는 경우가 많은데, 직장에서 사람들과의 관계 재구성은 고객과의 응대를 더

좋아지게 한다. 하지만 너무 과하게 친해지면 오히려 문제해결 시에 동료 또는 상사의 판단에 의존하게 될 여지가 다분하다.

둘째, 미용에 대한 인식이 예전에 비해 많이 좋아졌으나 많은 미용인들의 노력에도 불구하고 아직도 안 좋게 생각하는 사람들이 있다. 하지만, 이러한 인식을 바꾸기 위해서는 본인의 인식 개선이 첫 번째이다. 이처럼, 나의 일에 대한 중요도, 역할, 기여하는 바에 대한 인식의 재구성을 자각할수록 직무에 대한 책임을 다하여 성과를 내며, 매출액 및 재방문 고객이 증가할 것을 함의한다.

직장에서 개인 생활보다는 사람들과 좋은 기술이나 생각을 나누고 감정을 공유하며 사람들과의 관계 재구성이 일어났을 때 단합이 커지며 조직에 대한 성과는 올라갈 것이라 판단된다. 하지만 본인에게 과분한 업무량의 증가는 오히려 충실히 과업을 수행하지 못해 개인성과를 낮아지게 하기에 적절한 업무량의 분배가 필요하다.

오늘날 중요하게 인식되고 있는 잡크래프팅, 직무의 재구성은 미용사들에게도 중요한 과업이며, 적절한 직무의 재구성은 고객지향성과 업무성과에 다분한 영향을 줄 것이라 미루어 짐작해볼 수 있다.

본 연구는 잡크래프팅에 관한 선행연구들을 기반으로 연구를 진행하였고, 본 연구가 미용사의 인식 및 개선, 업무성과 증가에 대한 기초자료가 될 것이라 기대한다. 하지만, 선행 연구가 미비하여 논의에 어려움이 있었기에, 향후 연구에서는 활발한 연구를 통해 더 심층적인 논의가 필요할 것이라 사료된다. 또한, 실증분석을 위한 설문조사 시 표본이 한 연령대로 편중되어 설문내용을 일반화하기에는 한계가 있기에 다양한 연령의 집단으로부터 표본을 수집해 신뢰적이고 일반적인 검증이 필요할 것으로 사료된다.

오늘날, 잡크래프팅에 관한 논문이 관심을 받고 있는 현재 잡크래프팅이 고객지향성과 업무성과에 미치는 영향 연구에서 흥미로운 결과가 나타났다는 점을 미루어볼 때, 조직 몰입과 조직 유효성, 긍정심리와 관련하여 잡크래프팅을 분석해 보는 것도 의미있는 연구가 될 것이라 판단된다.

References

- Bae, Y. S. (2009). A Study of How Service Education Affects Service Orientation: Satisfaction in the Beauty Salon Industry. *Journal of the Korean Society of Cosme-tology*, 15(4), 1167-1178.
- Baik, S. J. (2016). The structural relationship among job crafting, work engagement and change-oriented behavior. Doctoral dissertation, Chung-Ang University Graduate School. p. 3.
- Berg, J. M., Dutton, J. E. & Wrzesniewski, A.(2013). Job crafting and meaningful work. Purpose and meaning in the workplace, Washington, DC.: American Psychological Association. 81-104.
- Brady, M. K., & Cronin, J. J. (2001), Customer orientation effects on customer service perceptions and outcomer behaviors. *Journal of service Research*, 3(3), 241-251.
- Jo, J. H. (2018). Examining Effects of Job Crafting on Affective Organizational Commitment and Job Performance: The Mediating Effects of Work Engagement for Research & Development Employees in Organizations. Master's thesis, Korean of Technology and Education the Graduate School. pp. 41-65.
- Choi, J. L. (2015). The Effects of Job Crafting on Individual Benefits and Organizational Benefits: Focusing on the Mediating effects of Psychological States and Moderating Effects of Organizational Identification and Organizational Trust. Master's thesis, Kyung Hee University Graduate School. pp. 9-13.
- Jang, J. H. (2018). Influences of Travel Agency Employees' Job Crafting on Organizational Effectiveness, Organizational Performances and Customer Orientation. Doctoral dissertation, Kyunggi University Graduate School. pp. 33-48.
- Jang, J. Y. (2021). The Effect of Positive Psychological Capital on Emotional Commitment and Customer Orientation of Hair Beauty Employee. *Journal of the Korean Society of Cosme-tology*, 27(1), 111-119.
- Zhai, P. P. (2020). Effect of job crafting on creative performance : mediating effect of psychological empowerment and moderating effect of leadership. Doctoral dissertation, Wonkwang University Graduate School. pp. 45-117.
- Cho, M. (2019). The Effect of Socio-intelligence of Hairdressers on Customer Orientation and Work Performance. Master's thesis, Hansung University Graduate School. pp. 12-67.
- Kang, H. S., Seo, B. B., & Koo, J. S. (2015). Regarding the preceding factors and work-related results of job crafting: an integrated model of voluntary job change. *Labor Policy Research*, 15(3), 29-61.
- Kim, B. R. (2017). A Study on the Effects of Internal Marketing Perceived by Beauty Service Employees on Customer Orientation and Job Performances. Master's thesis, Yeongsan University Graduate School. pp. 8-13.
- Kim, B. G., Lee, S. Y., Choi, J. Y., & Park, E. J. (2020). Effect of Self-Effectiveness of Hair Salon Workers on Emotional Intelligence and Customer-Orientedness. *Journal of the Korean Society of Cosme-tology*, 26(2), 267-276.
- Kim, H. E., & Jin, Y. M. (2016). Difference of Job Performance depending on Achievement Goal Orientation Type of Hair Beautician. *Journal of the Korean Society of Cosme-tology*, 22(5), 1103-1110.
- Kim, H. K. (2021). The Impact of maturity on customer orientation of Job Crafting of hotel employees. Master's thesis, Chung-Ang University Graduate School of Human Resources Development. pp. 66-79.
- Kim, S. Y. (2017). An empirical study on the antecedents and consequences of job crafting behavior. Doctoral dissertation, Yeungnam University Graduate School. p. 20.
- Ko, H. J. (2018). An Analysis of Teachers' Level and Strategy of Job Crafting. Doctoral dissertation, Kyunggi University Graduate School. p. 3.
- Kotler, P. (1996). Marketing for hospitality and tourism. Englewood. NJ: Prentice-Hall. pp. 425-481.
- Lee, S. O. (2020). A study on the sales effect of organizational trust

- in the relationship between ethical leadership and business performance in the Beauty service industry. Master's thesis, Seokyeong University Graduate School. pp. 18-19.
- Lee, S. H., & Lee, J. C. (2008). Service marketing (third edition), Seoul: Samyeongsa. pp. 32-78.
- Lee, Y. J. (2019). Comparison of the relationship between job crafting and job performance of millennials and older generation sales managers at insurance company A. Master's thesis, Korea University Graduate School of Education. pp. 14-52.
- Lee, Y. J., & Chae, S. N. (2012). The Beauty of the Landscape is the Employee of the Service or Services, Customer Orientation and Customer Impact on Civil Action. *Journal of the Korean Society of Cosme-tology*, 18(6), 1324-1334.
- Park, G. H., & Yoo, S. E. (2020). Impact of Organizational Culture of Hairdressers on Work Performance. *Journal of the Korean Society of Cosme-tology*, 26(2), 437-444.
- Petrou, P., Demerouti, E., Peeters, M. C., Schaufeli, W. B., & Hetland, J. (2012). Crafting a job on a daily basis: Contextual correlates and the link to work engagement. *Journal of Organizational Behavior*, 33(8), 1120-1141.
- Seo, H. S. (2019). The Effects of Job Crafting on the Job Satisfaction and Work Engagement of Beauty Service Employees: Focusing on the Mediating Effects of Positive Psychological Capital. Doctoral dissertation, Seokyeong University Graduate School. pp. 49-87.
- Slater, S. F., & Narver, J. C. (1995). Market orientation and the learning organization. *Journal of Marketing*, 59(3), 63-74.
- Son, G. H. (2021). The Influence of Metacognition and Job Crafting on Job Embeddedness and Job Autonomy in Beauty Service Workers. Master's thesis, Seokyeong University Graduate School. pp. 2-86.
- Sung, G. J. (2020). Effect of Customer Orientation and Business Performance with Self- Management Characteristics of Beauty Worker. Master's thesis, Seokyeong University Graduate School. pp. 32-58.
- Tett, R. P., & Meyer, J. P. (1993). Job Satisfaction, Organizational Commitment, Turnover Intention, and Turnover? Path Analyses Based on Meta-Analytic Findings⁴. *Personnel Psychology*, 46(2), 264.
- Tims, M., & Bakker, A. B. (2010). Job crafting: Towards a new model of individual job redesign. *SA Journal of Industrial Psychology*, 36(2), 1-9.
- Wrzesniewski, A., & Dutton, J. E. (2001). Crafting a job: Revisioning employees as active crafters of their work. *Academy of Management Review*, 26(2), 179-201.