

취업준비 과정에서 승무원 이미지와 취업결정과의 관계

김영진¹, 임연우^{2*}

¹광주대학교 항공서비스학과, ²청운대학교 관광경영학과

Relationship Between the Airline Cabin Crew Images and the Airline Employment Decisions

Young-Jin Kim¹, Yeon-Woo Lim^{2*}

¹Division of Airline Service, Gwangju University

²Division of Tourism and Management, Chungwoon University

요약 이 연구는 경제상황 변화와 인구통계학적 구조변화 등으로 인하여 국내 취업시장이 불안하게 인식되고 있는 가운데 항공산업 발전을 배경으로 항공사 취업을 목표로 하는 대학생들을 대상으로 항공사 승무원 이미지가 항공사 취업결정에 미치는 관계를 분석하였다. 연구목적 달성을 위하여 설문조사를 실시하였고, 342부의 설문지를 바탕으로 SPSS 20.0을 이용하여 빈도분석, 요인분석, 신뢰도분석, 상관관계분석, 다중회귀분석을 실시하였다. 연구결과 항공사 승무원 이미지가 항공사 취업결정에 미치는 영향은 부분채택되었다. 세부적으로는 항공사 승무원 이미지 중 고객지향성과 패션성이 항공사 취업결정의 호감성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 직업전문성과 외향성은 신뢰성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 항공사 승무원 이미지 중 직업전문성, 패션성, 외향성 등은 장래성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 연구결과를 바탕으로 다음과 같은 시사점을 도출하였다. 첫째, 유형성은 서비스에서 필수적인 요인이지만 승무원을 준비하는 대학생은 취업결정에 앞서 직업으로서의 승무원에 대한 인식이 필요하다. 둘째, 항공사 취업준비생은 풍부한 상식, 항공관련 정보력, 기내 식음료 정보 등의 지식을 기반으로 한 직업전문성을 고려한 접근이 필요하다. 셋째, 인적서비스가 강조되는 승무원은 밝은 표정, 고객을 배려하는 인성, 친근한 미소, 상냥한 말씨, 승객과의 친화력, 탄월한 기내서비스 능력 등 고객지향성 요인의 중요성 인식과 자질 준비가 필요하다. 이 연구는 취업 준비생이 인식하는 항공사 승무원 이미지와 취업결정에 대한 세부적 인과관계 연구한테 의의가 있으며, 준비생은 직업전문성과 아울러 외향성, 패션성 등과 같은 유형적 요인이 취업결정에 영향을 미쳤다.

Abstract This study examined the relationship between the cabin crew images and the airline employment decisions. The aim was to target college students to prepare for employment in airlines. The survey was conducted to achieve the research objectives using SPSS 20.0 based on 342 questionnaires. In addition, frequency analysis, factor analysis, reliability analysis, Correlation Analysis, and regression analysis were performed. The cabin crew image of the customer orientation and fashion affects the airline employment decisions of the students. The cabin crew image of professional expertise and appearance affect the airline employment decisions of the trust. The cabin crew image of customer orientation, fashion, and appearance affects the airline employment decisions of the students. Overall, the job must first be an understanding of the airline and it is necessary to consider a career professional approach. In addition, there is a need to recognize human services that emphasize the customer orientation factors of the crew.

Keywords : Cabin Crew Images, Employment Decisions.

이 논문은 2016년 광주대학교 대학 연구비의 지원을 받아 수행되었음.

*Corresponding Author : Yeon-Woo Lim(Chungwoon Univ.)

Tel: +82-10-4720-8807 email: tourlims@naver.com

Received November 1, 2016

Revised (1st November 28, 2016, 2nd December 14, 2016)

Accepted February 3, 2017

Published February 28, 2017

1. 서론

우리나라의 청년실업문제는 경기침체와 산업구조 변화 등과 같은 경제적 환경과 취업 준비생의 인구통계학적 구조 변화 등과 같은 사회적 환경 등의 변화로 인하여 2016년 청년 실업률 12.5%로 급증하였다[1]. 이 결과는 정치적·경제적 이슈가 되어 다양한 대책 논의와 시책이 시행되고 있다. 그러나 큰 목소리에 비하여 결과는 만족스러워 보이지 않는다. 이러한 불확실성 속에서도 학생을 키워내는 대학과 취업 당사자인 학생들은 취업을 위한 노력을 이어가고 있다. 이러한 취업시장의 불확실성은 한마디로 결론내리기 어렵지만 대졸 청년층에 대한 노동시장 수요 총량이 부족하기 때문에 취업이 어렵다는 구조적 문제[2]를 원인으로 보는 견해가 많다. 이는 곧 취업을 준비하는 청년들이 부모세대 보다 능력이 부족하거나, 준비가 부족해서 실업률이 높아졌다고는 볼 수 없다는 결론을 유추해 볼 수 있다. 이러한 불확실한 상황에도 불구하고 청년들은 자신의 꿈을 위해 열심히 도전하는 모습은 우리나라의 미래를 밝게 하는 힘이 될 것이다.

최근 우리나라는 항공 산업 발전으로 취업을 준비하는 대학생에게 관심이 많다. 이를 반영하듯이 항공사는 대학생이 취업하고 싶은 직장이며, 특히 시장점유율이 높은 대한항공은 대학생이 일하고 싶은 기업 1위로 나타났다. 이러한 이유는 항공사의 감성마케팅이 대학생의 마음을 사로잡은 것과 해외여행 기회가 증가하면서 항공사에 대한 관심이 높아진 것으로 해석하고 있다[3]. 또한 항공사 객실승무원의 높은 연봉과 복리후생제도[4], 승무원 출신 연예인의 인지도[5], 높은 수준의 직업 존중감[6]등도 항공사 취업결정 의도를 높이는 역할을 하고 있는 것으로 보인다. 그리고 우리나라 대학생이 선호하는 직장군이 국가기관, 공기업, 대기업 등이 높게 나타났는데[1], 통계를 통해서 알 수 있듯이 다양한 환경변화에도 불구하고 항공사를 포함한 대기업은 선호가 높은 수준을 보였다.

이와 같은 대기업 군에 속하는 항공사는 사회 통념상 인정되는 직업 안전성과 항공사에 대한 호의적 이미지로 인하여 취업준비생과 항공관련학과에 지원하는 고등학생에게도 직접적인 영향을 미칠 것으로 예상된다. 특히 대한항공과 아시아나 항공은 세계적인 항공사로 시장을 넓히고 있는 상황과 정부의 항공 관련 인프라 투자, 저비용항공사의 성장 등은 취업의 기회요인이 되고 있다. 물론 높은 취업경쟁률, 저비용항공의 안전문제 등과 같은

위험요인도 있지만, 항공사 취업 경쟁률을 보면 위험요인은 중요하게 인식하지 않는 것으로 예측된다.

그리고 일반적으로 우리나라 대기업은 남자, 상대적으로 나이가 어리고, 편입하지 않은 서울소재 이공계 졸업생을 원하고 있다[7]. 그러나 항공사는 업무 전문성을 반영하였을 때 일반적 통계 범위를 벗어남으로 다른 접근이 필요할 것이다. 따라서 취업을 준비하는 대학생과 교육현장에서는 항공사에 대한 올바른 이해가 필요하며, 이를 위해 취업준비생의 항공사 인식과 취업결정과의 관계의 연구가 필요할 것이다. 특히 항공사 승무원 이미지는 항공사를 판단하는 단서로써 항공사 경영에 긍정적 영향을 줄 것이며, 항공사 취업을 준비하는 대학생들에게 다양한 영향을 미칠 것으로 예측된다. 이를 반영하듯이 항공사 이미지에 대한 연구는 항공사 경영의 선행요인으로 많이 연구되고 있다[8],[9],[10],[11]. 그러나 항공사 승무원 이미지와 결과변수와의 인과관계 연구에서 취업결정에 대한 연구는 부족한 실정이다. 또한 항공사 특수성을 감안 했을 때 기존 기업 취업결정 요인들과도 차이가 있을 것으로 예측된다.

따라서 이 연구는 항공사 취업을 준비하는 대학생을 대상으로 항공사 승무원 이미지가 승무원 취업결정에 미치는 영향을 분석하는데 목적이 있다. 이 연구를 통하여 항공사 취업을 준비하는 대학생의 항공사 취업결정에 올바른 방향을 제시하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 항공사 승무원 이미지

이미지는 특정 대상에 대하여 지니는 신념, 사상, 인상의 집합으로, 마음속에 그려지는 심상, 표상, 영상으로 볼 수 있다[12]. 이미지는 어떤 대상과 관련된 경험에서 생기는 것으로서, 개개인의 인지를 통해서 개념화되고 형상화되어 각인된다[13].

항공사 승무원은 항공기 객실에서 인적서비스를 담당한다. 사회 전반적인 정보화로 인하여 많은 인적서비스가 사라졌지만 승무원은 여전히 고객 접점에서 인적 서비스를 제공하는 인력으로 항공사 서비스품질 평가에 중요한 척도가 된다. 그리고 이때 핵심요인이 항공사 객실 승무원의 이미지이다[5]. 세부적으로는 승무원의 헤어스타일, 얼굴표정, 유니폼 등이 이미지를 연출하는 요소가 되고 있다[14]. 그리고 한국 대학생들은 승무원 이미지

와 동일시 되는 형용사로 ‘단정하다’, ‘깔끔하다’, ‘친절하다’, ‘상냥하다’, ‘자기관리를 잘한다’, ‘서비스가 좋다’, ‘예의 바르다’ 등을 꼽았다[5].

항공사 승무원 이미지에 대한 선행연구에서 객실승무원 이미지의 외형적인 요인, 인성적인 요인, 업무수행능력은 항공사 이미지에 긍정적인 영향을 주었으며, 항공사 승무원마다 대표적 이미지가 다르게 나타났다. K항공 승무원은 업무적인 요인, O항공 승무원은 인성적 요인, A항공 승무원은 외형적인 요인이 대표적인 이미지로 나타났다[8]. 항공사 객실승무원의 외적이미지를 외형, 태도, 인성, 유니폼 스타일 등은 인적서비스 품질과 고객만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다[11]. 용모, 태도, 지성 등은 고객만족과 충성도에 영향을 미치는 것으로 나타났다[15]. 승무원의 외형적, 기능적 이미지는 항공사의 이미지에 영향을 미치는 것으로 나타났다[12]. 이 연구와 관련이 있는 연구로는 인성적 요인, 업무수행요인 등의 항공사 승무원이미지가 취업결정에 영향을 미치는 것으로 나타났다[10].

2.2 항공사 취업결정

취업결정은 구직자가 진로에 대한 개인 목표를 달성하기 위해 전공 및 직업 선택상황에서 사용하게 되는 심리적 상황이라고 볼 수 있다[16]. 취업결정을 위해서는 취업사전관리, 취업정보탐색, 직접구직활동 등 취업준비행동이 필요하다[17]. 그리고 합리적인 취업결정이란 자신에 대한 이해를 바탕으로 직업세계를 탐색하며 그로 인해 구체적인 진로목표를 설정하는 것을 의미한다[18].

통계청[1]에 따르면 대학생이 선호하는 직장군은 국가기관, 공기업, 대기업이 성별, 나이, 학력에 관계없이 다른 직장군보다 높게 나타났다<Table 1>. 이는 노동시장에서 경제적 보상(임금과 부가급여)과 사회적 지위와 같은 요소에 집중하는 일반적인 성향을 보여주는 결과로 보여 진다. 따라서 특정한 직업에 대한 결정 후 취업으로 이어지기 위해서는 취업준비, 필요한 전공과 교육수준을 갖추어야 취업확률이 높아진다[19]. 취업확률을 높이기 위해 대학생들은 학점관리, 어학연수, 영어성적, 자격증 취득, 직장경험, 각종 시험준비, 취업네트워크 확대, 취업박람회와 설명회 참가 등을 준비하고 있으며[20], 이러한 노력이 취업에 영향을 미치는지에 대한 다양한 연구가 진행 중이다.

Table 1. Work Group of Young Men Prefer in 2015

item	all	man	woman	age 19~24	age 25~29
total	100	100	100	100	100
government	23.7	22.1	25.5	21.9	23.8
public companies	19.5	20.2	18.6	21.7	22.5
major companies	18.7	20.9	16.4	17.3	15.5
venture company	3.1	4.1	2.1	3.8	1.9
foreign companies	6.7	5.3	8.2	7.0	7.0
specialist companies	8.6	7.0	10.3	8.3	6.8
small business	3.0	2.9	3.1	3.5	2.4
overseas employment	3.6	3.5	3.7	3.8	3.3
self-employment	11.5	12.7	10.2	11.4	15.4
etc.	1.7	1.4	1.9	1.1	1.3

source: Korea National Statistical Office[1], The authors edited based on the 2015 work of young people prefer

대학생 취업결정 요인은 선행연구에 따라 다양하게 나타나고 있다. 취업결정 요인은 대학생의 취업연구에서 결과변수로 이용되고 있다. 취업결정 요인으로 임금을 포함한 경제적 보상[21],[22],[23][24], 안정성[10],[21],[23],[24]등이 많이 연구되었고, 특히 항공사 취업결정 요인에는 기업특성, 공정성, 복지, 발전가능성 등이 결과변수로 이용되고 있다[10],[24].

3. 연구설계

3.1 연구모형

연구목적에 해당하는 취업준비과정에서 준비생이 인식하는 항공사 승무원 이미지가 취업결정에 미치는지 영향에 대하여 연구하기 위해, 선행연구를 바탕으로 연구모형과 가설을 설정하였다.

일반적으로 항공사 객실승무원의 이미지는 고객만족에 영향을 미치는 연구가 일반적이다. 선행연구에 따르면 항공사 승무원 이미지는 항공사 이미지에 영향을 주었으며[8], 서비스 품질[11], 충성도[15], 고객만족[11],[15]등과 같이 비즈니스 상황에서 인과관계가 나타났다. 즉 항공사를 이용하는 승객의 경우 승무원 이미지는 항공사 이용의 중요한 요인으로 평가된다.

그러나 본 연구는 취업준비생을 대상으로 취업 전 승무원 이미지가 취업결정에 미치는 영향에 대하여 연구하였다. 최근 승무원 관련학과가 많이 생기면서 이들의 취업을 위해 성향을 파악해 놓아야 하기 때문이다. 항공사 취업결정에 대한 연구에서는 항공사 승무원이미지가 취업결정에 영향을 미치는 것으로 나타났다[10]. 항공사

취업결정 세부요인으로는 경제적 편익, 안전성, 공정성, 비전, 복지 등이 있다[24]. 보통 직업선택에서 경제적 보상과 안전이 결과변수로 이용되는 것에 비하여 직업의 특성상 세부적인 취업결정요인이 나타나고 있다.

따라서 취업 전 준비생이 인식하는 항공사 승무원 이미지가 취업결정에 영향을 미치는 원인변수로 보고 가설을 다음과 같이 설정하였다.

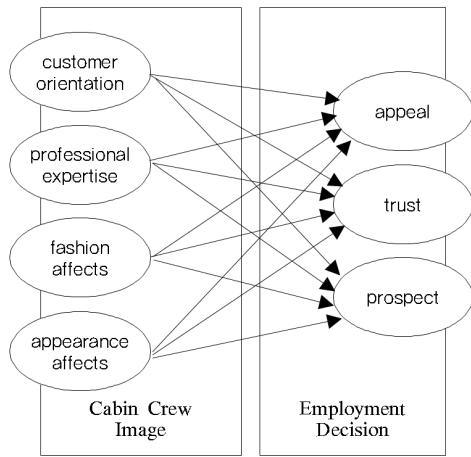


Fig. 1. Research Model

[가설1]취업준비 과정에서 항공사 승무원 이미지는 (고객지향성, 직업 전문성, 패션성, 외향성)은 취업결정의 호감성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[가설2]취업준비 과정에서 항공사 승무원 이미지는 (고객지향성, 직업 전문성, 패션성, 외향성)은 취업결정의 신뢰성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

[가설3]취업준비 과정에서 항공사 승무원 이미지는 (고객지향성, 직업 전문성, 패션성, 외향성)은 취업결정의 장래성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3.2 표본선정 및 분석방법

이 연구는 항공사 취업을 준비하는 대학생을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문지는 2015년 8월 1일부터 8월 31일까지 31일간 2년제, 4년제 항공서비스 관련 학과 재학생과 승무원 학원 재학생 등 항공사 취업을 준비하는 이들에게 배포하였다. 총 350부의 설문지를 배포하여 342부의 응답을 받았고, 응답내용이 유효하지 않은 것으로 판단되는 8부를 제외하고 총 334부의 유효 설문지를 이용하여 분석을 실시하였다. 설문지는 설문항목에

응답자가 직접 기입하는 자기기입식 방법을 이용하였다. 통계분석은 SPSS 20.0을 이용하여 응답자의 인구통계학적 빈도분석을 실시하였다. 설문문항의 타당성 검증을 위해 탐색적 요인분석과 크롬바흐 알파값(Cronbach's α)을 이용한 신뢰도분석을 실시하였고, 요인간 상관관계 분석을 실시하였다. 인과관계 검증을 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

3.3 설문지 구성

설문지 구성은 항공사 승무원 이미지에 대한 설문 16 문항, 취업결정에 대한 설문 14문항을 리커트 5점 척도로 측정하였다. 응답자의 인구통계학적 특징 3문항에 대하여 명목척도로 측정하였다

설문지는 선행연구를 바탕으로 설계되었다. 항공사 승무원 이미지에 대한 설문항목은 선행연구[11],[15]에 사용된 설문항목을 이용하였다. 항공사 취업결정은 선행연구[10],[24]의 설문항목을 이용하였다.

4. 연구결과

4.1 응답자 특징

응답자의 성별은 여자가 286명(85.6%), 남자가 48명(14.4%)로 나타났다. 응답자가 취업에서 선호하는 항공사는 항공사에 관계없다는 응답이 113명(33.83%)로 가장 높게 나타났으며, 아시아나항공 91명(27.25%), 대한항공 76명(22.75%), 외국 항공사 36명(10.78%), 대한민국 저비용항공사 18명(5.39%) 등으로 나타났다. 거주지는 서울이 103명(30.84%), 경기/인천이 86명(25.75%), 광주/전라 69명(20.66%), 부산/경상 67명(20.06%), 기타 지역이 9명(2.69%) 등으로 나타났다<Table 2>.

Table 2. Demographic Characteristics

variables	items	frequency (person)	rate (%)
gender	woman	286	85.6
	man	48	14.4
	total	334	100.0
airlines preference	all carriers	113	33.83
	Asiana Airlines	91	27.25
	Korean air	76	22.75
	Foreign carriers	36	10.78
	low cost carrier(Korean)	18	5.39
	total	334	100

residence	Seoul	103	30.84
	Gyeonggi/Inchon	86	25.75
	Gwangju/Jeonla	69	20.66
	Busan/Gyungsang	67	20.06
	Etc.	9	2.69
total		334	100

4.2 요인분석과 신뢰도 검증 및 상관관계분석

항공사 이미지와 항공사 취업요인에 대한 타당성 검증 을 위해서 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다.

요인추출방법으로는 주성분 요인분석을 실시하였고, 회전방식으로는 변수와 요인간의 관계가 명확해지고 해석하기에 용이한 베리맥스(Varimax)방식을 사용하였다. 항공사 이미지에 대한 요인분석과 신뢰도 분석결과 아이젠값 1을 기준으로 총 4개의 요인이 도출되었다. 요인1은 ‘고객지향성’ 요인2는 ‘직업 전문성’ 가족, 요인3은 ‘패션성’, 요인4는 ‘외향성’ 등으로 명명하였고, 신뢰도 (Crombach's α)는 77.0%이상, 총분산은 72.9%로 나타났다<Table 3>.

Table 3. Factor and Reliability Analysis of Cabin Crew Images

factor and variable	factor loaded	eigen value variance reliability
factor1: customer orientation		
smile and bright face	.865	
tenacity of caring for customers	.843	6.63
familiarity with a smile	.840	41.47
gentle wording	.813	.898
friendship of passenger	.687	
exceptional in-flight service skills	.578	
factor2: professional expertise		
abundant common sense	.824	2.27
flight Information	.807	14.20
abundant food and beverage	.806	.777
knowledge	.542	
educational background		
factor3: fashion affects		
stylish Makeup	.854	1.49
matching uniforms	.832	9.32
neat hair style, nails, shoes	.621	.860
factor4: appearance affects		
suitable hight	.843	1.26
suitable body	.821	7.90
good feeling face	.624	.771

Sum of Variance: 72.90%,
KMO: 0.844, Bartlett's Test: $\chi^2=3512.53(P=.000)$

항공사 취업결정에 대한 요인분석과 신뢰도 분석결과 아이젠값 1을 기준으로 총 3개의 요인이 도출되었다. 요

인1은 ‘호감성’ 요인2는 ‘신뢰성’, 요인3은 ‘장래성’ 등으로 명명하였고, 신뢰도(Crombach's α)는 72.0%이상, 총분산은 69.79%로 나타났다<Table 4>.

Table 4. Factor and Reliability Analysis of Employment Decisions

factor and variable	factor loaded	eigen value variance reliability
factor1: appeal		
good customer service	.815	
enterprising and innovative	.768	7.04
commitment to customers	.754	50.33
competitiveness	.739	.897
good impression	.701	
honest and ethical	.682	
factor2: trust		
to safe	.825	1.64
friendly	.756	11.77
social enterprises volunteer	.702	.829
I can believe	.684	
factor3: prospect		
history and tradition	.795	1.07
professionalism	.680	7.68
stable blue chip companies	.652	.822
prospects	.622	

Sum of Variance: 69.79%,
KMO: 0.882, Bartlett's Test: $\chi^2=2590.68(P=.000)$

가설검증을 위해 개념 간 인과관계를 파악하기 위하여 상관관계 분석을 실시하였다. 분석결과 항공사 승무원 이미지와 취업결정요인간의 상관계수가 양(+)의 값이 나타났다. 따라서 각 요인 간 상관관계는 유의한 것으로 나타났다<Table 5>.

Table 5. Correlation test

factor	(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)
(a)	1						
(b)	.33**	1					
(c)	.56**	.47**	1				
(d)	.44**	.31**	.44**	1			
(e)	.46**	.31**	.46**	.29**	1		
(f)	.23**	.53**	.28**	.31**	.55**	1	
(g)	.29**	.36**	.38**	.31**	.68**	.64**	1

(a) customer orientation, (b) professional expertise, (c) fashion affects, (d) appearance affects, (e) appeal, (f) trust, (g) prospect

** $\alpha=0.01$, N=334

4.3 가설검증

항공사 이미지와 항공사 취업결정에 대한 관계를 검

증하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 분석결과 가설1은 부분 채택되었다. 항공사 이미지 요인 중 ‘고객지향성’과 ‘패션성’은 항공사 취업결정 요인 ‘호감성’에 영향을 미쳤으며, ‘직업전문성’과 ‘외향성’은 영향을 미치지 않았다. 설명력은 27.2%로 나타났다.

가설2는 부분 채택되었다. 항공사 이미지 요인 중 ‘직업전문성’과 ‘외향성’은 항공사 취업결정 요인 ‘신뢰성’에 영향을 미쳤으며, ‘고객지향성’과 ‘패션성’은 영향을 미치지 않았다. 설명력은 29.8%로 나타났다.

가설3은 부분 채택되었다. 항공사 이미지 요인 중 ‘직업전문성’, ‘패션성’ 그리고 ‘외향성’은 항공사 취업결정 요인 ‘장래성’에 영향을 미쳤으며, ‘고객지향성’은 영향을 미치지 않았다. 설명력은 19.5%로 나타났다<Table 6>.

이 결과는 인성적 이미지, 내적·외적 동기 등이 취업 안정성에 영향을 미치는 선행연구[10]와 유사한 결과가 나타났다. 그리고 외형, 태도, 인성, 스타일 등의 요인이 승무원의 고객에 대한 적극적 인적서비스에 영향을 미치는 연구[25]와 유사한 결과가 나타났다. 또한 소비자를 대상으로 한 연구에서 용모, 태도, 지성 등의 항공사 승무원 이미지 요인은 고객만족과 충성도에 영향을 미치는 연구[15]와도 유사한 결과가 나타났다. 그러나 외형, 태도 유니폼스타일이 고객만족에 영향을 미치지 않는 연구[11]와 다른 결과가 나타났다.

Table 6. Hypothesis Test

Dependent	Independents	Beta	t	P
appeal	customer orientation	.28	4.84	.00
	professional expertise	.09	1.84	.06
	fashion affects	.23	3.85	.00
	appearance affects	.03	.63	.52
	R ² =0.281, Adjusted R ² =0.272, F=32.125, P-value=0.000			
trust	customer orientation	.01	.25	.79
	professional expertise	.49	9.39	.00
	fashion affects	-.03	-.55	.57
	appearance affects	.16	3.01	.00
	R ² =0.306, Adjusted R ² =0.298, F=36.346, P-value=0.000			
prospect	customer orientation	.06	.99	.32
	professional expertise	.21	3.79	.00
	fashion affects	.18	2.83	.00
	appearance affects	.13	2.31	.02
	R ² =0.205, Adjusted R ² =0.195, F=21.192, P-value=0.000			

5. 결론

경제상황 변화와 인구통계학적 구조변화 등으로 인하여 국내 취업시장은 불안하게 인식되고 있다. 이를 극복하기 위하여 국가적 차원에서 대책을 내놓고 있지만 결과는 신통치 않은 것이 현실이다. 이러한 상황은 항공사도 다를 것이 없지만 세계적 항공사로 커가고 있는 국적 메이저 항공사와 급성장하는 저비용항공사의 외형적 성장과 정부의 성장형 공항정책은 취업을 준비하는 대학생에게 기회요인으로 평가되고 있다. 이러한 환경을 바탕으로 많은 대학에서 승무원관련학과 신설되고, 사설 교육기관에서는 승무원 취업 프로그램을 운영 중이다.

한편 대한항공은 승무원 뿐 아니라 대학생들 사이에서 일하고 싶은 기업으로 선호가 높다. 특히 항공사 취업을 준비하는 학생들에게는 항공사의 높은 연봉과 우수한 복리후생 조건 등으로 관심이 증가하고 있으며, 대학생이 선호하는 대기업 군으로 관심이 크다. 이러한 취업환경을 배경으로 본 연구는 항공사에 취업을 희망하고 취업준비를 하는 대학생과 졸업생을 대상으로 취업준비 과정에서 항공사 승무원 이미지가 취업결정에 미치는 관계를 분석하였다.

연구결과 항공사 승무원 이미지가 항공사 취업선택에 미치는 영향은 부분채택 되었다. 세부적으로는 항공사 승무원 이미지 중 ‘고객지향성’과 ‘패션성’이 항공사 취업결정의 ‘호감성’에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 항공사 승무원 이미지 중 ‘직업전문성’과 ‘외향성’은 항공사 취업결정의 ‘신뢰성’에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 항공사 승무원 이미지 중 ‘직업전문성’, ‘패션성’, ‘외향성’ 등은 항공사 취업결정의 ‘장래성’에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 연구결과를 바탕으로 다음과 같은 시사점을 도출하였다.

첫째, 유형성은 서비스에서 필수적인 요인이지만 승무원을 준비하는 대학생은 취업결정에 앞서 직업으로서의 승무원에 대한 인식이 필요하다. 연구결과 승무원의 유형적 요소는 취업결정에서 중요한 요인으로 나타났다. 물론 유형적 요소는 서비스 마케팅에서 물리적 증거의 하나로 항공사, 병원 등 고객 접점서비스에서 중요하게 평가되고 있다. 이 연구에서는 항공사 승무원의 외형적 이미지에 해당하는 패션성과 외향성이 항공사 취업결정 요인의 호감성, 신뢰성, 장래성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 결과는 서비스의 유형적 요소가 외부고객

에게 좋은 첫인상을 만드는 효과이면서 잠재적 내부고객이 될 준비생에게도 중요한 조건도 된다는 결과이다. 그리고 항공사 취업결정에 호감성을 이끌어 내는 요인 중 하나가 승무원의 고객지향적인 서비스와 패션성임을 가만할 때 고객으로서 호감이 직업선택으로 이어진다고 볼 수 있다. 이러한 결과는 반대로 승무원을 준비하는 대학생이 항공사를 막연한 기대와 환상으로 접근한다는 결과로 해석할 수 있다. 그리고 항공사 승무원으로서의 직업의식 없이 유형성으로만 접근한다면 취업 후 지속가능성에 문제가 있을 것으로 예측된다. 따라서 승무원을 준비하는 대학생은 항공사에 대한 인식과 직업으로서의 승무원에 대한 인식이 필요할 것이다.

둘째, 항공사 취업준비생은 풍부한 상식, 항공관련 정보력, 기내 식음료 정보 등의 지식을 기반으로 한 직업전문성을 고려한 접근이 필요하다. 연구결과에서도, 승무원 이미지의 직업전문성은 취업선택의 신뢰성과 장래성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 결과는 항공사 취업을 위한 준비과정에서 중요하게 평가되는 전문지식으로 볼 수 있다. 여기에는 기본적인 영어 수준과 함께 취업에 중요한 면접에 필요한 조건으로 평가되었다.

셋째, 인적서비스가 강조되는 승무원은 밝은 표정, 고객을 배려하는 인성, 친근한 미소, 상냥한 말씨, 승객과의 친화력, 탁월한 기내서비스 능력 등 고객지향성 요인의 중요성 인식과 자질 준비가 필요하다. 연구결과 승무원의 고객지향적인 서비스는 항공사 승무원 이미지의 호감성에만 영향을 미치는 것으로 나타났다. 물론 항공사 취업결정 요인 전부의 평균을 이용하여 분석했다면 고객지향성도 취업결정이라는 큰 틀에서 선행요인으로 작용했을 것으로 예측된다. 그러나 취업결정요인을 세분화한 이 연구에서는 신뢰성과 장래성에는 영향을 미치지 않았다. 바꾸어 말하면 취업 준비생들은 감정노동과 인적서비스가 주가 되는 승무원의 중요한 부분을 간과하고 있다고 말할 수 있다. 따라서 항공사 취업 준비생은 승무원의 감정노동과 업무소진으로 인한 문제 발생 요인도 인식해야 할 것이다.

연구 진행과정에서 항공사 승무원 취업 특성을 강조하면서 일반 대학생 취업결정요인과 많은 차이가 나타났음에도 이에 대한 접근의 부족은 이 연구의 한계로 평가된다. 그러나 항공사 승무원 이미지 요인과 항공사 취업결정 요인과의 관계에서 취업결정요인을 세분화하여 접근한 점은 의의가 있다고 본다. 아울러 취업시장에서 충

성도가 강하고 경쟁률이 높은 항공사 취업에서 다양하고 세부적인 연구가 기대되며, 이전에 항공서비스 관련학에 지원하는 입시준비생을 위한 연구에도 관심을 가져야 할 것 같다.

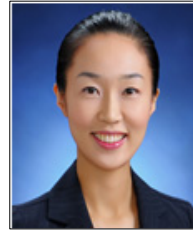
References

- [1] Korea National Statistical Office, Social Survey-Work of Young People Prefer in 2015, 2016.
<http://kosis.kr>
- [2] T. G. Kim, Y. D. Lee, J. H. Lee, and J. S. Ryu, "The Actual Conditions of Preparing for Employment and Policy Tasks of College Students", Korea Research Institute for Vocational Education & Training, 2005.
[https://www.krivet.re.kr/ku/ca/prg_kuAABvwVw.jsp?gn=E1-E120140426#//](https://www.krivet.re.kr/ku/ca/prg_kuAABvwVw.jsp?gn=E1-E120140426#/)
- [3] The Financial News, "Korean Air, The college students who want to work the most", 25 JUN, 2014.
- [4] M. S. Lee, "Job-esteem of the Students Who are Majoring in Aviation Operation Services", The Journal of the Korea Contents Association, 9(6), pp. 370-378, 2009.
DOI: <https://doi.org/10.5392/JKCA.2009.9.6.370>
- [5] H. Choi, "A Comparative Study of Different Images of Flight Attendants Between Korean and American Students", International Journal of Tourism and Hospitality Research, 24(1), pp. 51-66, 2010.
- [6] J. H. Kim and B. G. Chun, "Undergraduates' Occupation-Appraisal : Focus on Tourism Industry", Korean journal of tourism research, 22(3), pp. 105-123, 2007.
- [7] T. Y. Jung and K. Y. Lee, "Determinants of Job Finding among College Graduates-with Emphasis on the Effects of GPA", Korea Business Review, 8(2), pp. 159-184, 2005.
- [8] E. S. Kim, "A Study on the Effect of Image of Cabin Crews upon Airlines Image", Master Thesis Jeonju University, 2004.
- [9] Y. K. Kim and J. H. Park, "A Study on the Relationships Between Low Cost Carriers (LCC), Brand Image, Customer Satisfaction, Switching Barrier and Brand Loyalty", Korean journal of tourism research, 23(1), pp. 361-380, 2008.
- [10] M. H. Jeong, J. M. Park and D. H. Ha, "The Effects of Airlines Flight Attendant Images on Occupational Choice Motivations and Employment Decisions Factors: Centered on Daegu · Gyeongbuk regions, Journal of Hospitality and Tourism Studies, 16(2), pp. 492-515, 2014.
- [11] H. J. Hong and K. W. Hong, "The External Images of Cabin Crew of Airlines on The Influence on the quality of personal service and a customer satisfaction", Korean journal of tourism research, 27(6), pp. 177-195, 2013.
- [12] J. K. Oh and M. Y. Chou, "The Relations among External & Functional Images of Cabin Crew of Airlines

- and Corporate Images”, Journal of Hotel Resort, 14(3), pp. 287-301, 2015.
- [13] J. M. Lee and J. H. Lee, “A Study on the Factors Influencing the Image of the crew of an airline cabin crew”, The Aviation Management Society of Korea at Workshop Presentation File, pp. 175-185, 2009.
- [14] W. S. Lee, “A Study on 10's for Increasing Service Provider's Image”, Journal of the Aviation Management Society of Korea, 9(2), pp. 122-145, 1997
- [15] J. W. Min, C. S. Shin and S. Kim, “Effect on Customer Satisfaction and Customer Loyalty by the Images of Airline and Flight Attendants”, Journal of Hotel Resort, 12(2), pp. 217-239, 2013.
- [16] K. S. Yoo and J. C. Lee, “A Study on the Effect of Fear of Success, Achievement Motivation, and Sex-role Identity on Career Decision Making”, Korean Journal Of Counseling And Psychotherapy, 9(1), pp. 259-288, 1997.
- [17] Y. M. Lee and S. Y. Lee, “An Analysis of Female College Graduates' School-to-Work Transition Preparation and Their Performance in the Labor Market”, The Journal of Educational Research, 10(2), pp. 143-162, 2012.
- [18] S. M. Park, “An Analysis of Career Exploration and Career Decision-making by Identity Statuses of Vocational High School Students”, Journal of Fisheries and Marine Sciences Education, 16(1), pp. 11-20, 2004.
- [19] M. Wolbers, “Job Mismatches and Their Labor-Market Effects among School-Leavers in Europe”, European Sociological Review, 19(3), pp. 249-266, 2003.
DOI: <https://doi.org/10.1093/esr/19.3.249>
- [20] Y. M. Lee, S. Y. Lee and J. Y. Lim, “An Analysis of Art, Music, Sports and Dance Graduates' School-to-Work Transition Preparation and Employment Outcomes”, Journal of Social Science, 52(1), pp. 1-28, 2013.
- [21] S. W. Kim and H. J. Yoo, “Behavioral Determinants of Job Satisfaction and Turnover Intention: A GLM and GEE Estimation of National Sample Data in Korea”, Korean Journal of Sociology, 36(1), pp. 51-81, 2002.
- [22] H. N. Phang and S. H. Lee, “A study on Conceptualization and measurement of “Good Job””, Korean Journal of Sociology, 40(1), pp. 93-126, 2006.
- [23] E. M. Lim, S. M. Park and Y. S. Eom, “The Difference of College Students' Department and Job Selection, Major Satisfaction According to Career Indecision”, Korean Journal of Youth Studies, 16(10), pp.33-50, 2009.
- [24] C. H. Han and S. C. Kim, “Factors of Applicants' Preference for the Airline Cabin Crew”, Korean journal of tourism research, 30(1), pp. 91-104, 2015.
- [25] H. J. Hong and J. M. Park, “The Influence of the External Images of Airlines Cabin Crew on the Quality of Personal Service”, Event & Convention Research, 21(0), pp. 43-58, 2014.

김 영 진(Young-Jin Kim)

[정회원]



- 2005년 8월 : 한국항공대학교 경영대학원 관광경영학과(경영학석사)
- 2010년 2월 : 가천대학교 일반대학원 관광경영학과 (경영학박사)
- 2011년 3월 ~ 현재 : 광주대학교 항공서비스학과 조교수

<관심분야>

항공 서비스, 기업의 사회적 책임

임 연 우(Yeon-Woo Lim)

[정회원]



- 2000년 8월 : 단국대학교 경영대학원 무역학과 (경영학석사)
- 2008년 2월 : 가천대학교 일반대학원 관광경영학과 (경영학 박사)
- 2002년 3월 ~ 현재 : 청운대학교 관광경영학과 겸임교수

<관심분야>

여행사 경영, e-비즈니스, 지속가능한 관광