

# 시큐리티조직의 시장지향성이 직무만족 및 조직몰입에 미치는 영향

## Effect on Market Orientation of Private Security Organization on Job Satisfaction and Organizational Involvement

이 종 환

호서대학교 경호학과 교수

Lee Jong Hwan

Hoseo University

### 요약

이 연구는 시큐리티조직의 시장지향성이 직무만족 및 조직몰입에 미치는 영향을 규명하는데 있다. 이러한 연구목적을 달성하기 위하여 이 연구에서는 2011년 현재 경기도 소재 재직하고 있는 민간경비원을 대상으로 설정하였으며 326명을 표집하였다. 타당도 및 신뢰도는 요인분석과 신뢰도 분석을 통해 검증하였다. 통계처리는 다중회귀분석 등이 활용되었다. 이상과 같은 방법을 통하여 이 연구에서는 다음과 같은 결론을 도출하였다. 첫째, 시큐리티조직의 시장지향성은 직무만족에 영향을 미친다. 둘째, 시큐리티조직의 시장지향성은 조직몰입에 영향을 미친다. 셋째, 시큐리티조직 구성원의 직무만족은 조직몰입에 영향을 미친다.

## I. 서론

그동안 경호경비학 연구영역에서는 수요자의 욕구를 파악하여 경영에 반영하려는 노력이 부족하였다. 수요자의 욕구를 충족시키기 위해서는 시장지향적 경영 시스템을 도입해야 한다. 이러한 측면에서 이 연구는 경호경비학 연구영역에서 부족한 선행연구를 보완하고, 경영에 필요한 기초자료를 제시하는데 그 필요성을 두고 있다. 이에 본 연구는 시장지향성이 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향을 파악하고, 직무만족이 조직몰입에 미치는 영향을 규명하고자 한다.

## II. 연구방법

### 1. 연구대상

본 연구는 2011년 현재 경기도 소재 경호경비회사에 재직 중인 민간경호경비원들을 모집단으로 선정한 다음, 유의표집법을 활용하여 5개의 회사를 선정하였다. 즉, 50인 이상의 회사를 선정하였으며, 1개회사에 100명씩 총 400명을 추출하였다. 그러나 최종 분석에 사용된 사례수는 326명이었다.

### 2. 측정도구

설문지는 크게 사회인구통계학적 특성, 시장지향성, 직무만족, 조직몰입으로 구성하였다. 사회인구통계학적 특성은 성별, 연령, 학력, 직급, 근무경력, 근무형태, 월수입 등의 7개 문항으로 구성하였으며, 시장지향성은 17개 문항, 직무만족은 19개 문항, 조직몰입은 18개 문항으로 측정하였다. 이 척도는 '전혀 그렇지 않다(1점)'에서 '매

우 그렇다(5점)'까지 5단계로 측정하였다.

### 3. 설문지의 타당도 및 신뢰도

본 연구에서는 타당도를 검증하기 위하여 전문가 회의를 실시하였다. 최종 타당도 및 신뢰도를 검증하기 위하여 이 연구에서는 요인 및 신뢰도 분석을 실시하였다. 요인분석 결과, 시장지향성은 고객지향과 경쟁부서지향의 2개 하위요인으로 구성되었으며, 직무만족은 동료만족, 승진만족, 급여만족 3개 요인으로 구성되었다. 그리고 조직몰입은 단일요인으로 구성되었다. 요인적재치는 모두 .40이상으로 나타났으며, 신뢰도 계수 또한 .65이상으로 비교적 양호하게 나타났다.

### 4. 자료조사 및 자료 처리

본 연구에서는 선정도니 회사를 직접 방문하여 관계자에게 협조를 구한 다음, 자기평가기입법으로 응답하도록 하였다. 그리고 완성된 설문지는 회수하였다. 자료처리 방법은 SPSSWIN 18.0 프로그램을 활용하여 요인분석, 신뢰도분석, 회귀분석 등의 통계기법을 활용하였다.

## III. 연구결과

### 1. 시장지향성과 직무만족

#### 1) 시장지향성과 동료만족

〈표 1〉은 시장지향성이 동료만족에 미치는 영향에 관한 다중회귀분석 결과이다.

표 1. 시장지향성이 동료만족에 미치는 영향에 관한 다중회귀분석

독립변수	B	SE	$\beta$	t	sig
상수	1.899	.166		11.409	.000
고객지향	.194	.065	.218	3.009	.003
경쟁부서지향	.319	.074	.311	4.292	.000
R <sup>2</sup>	.244				

〈표 1〉에 의하면, 시장지향성은 동료만족에 모두 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 설명력은 24.4%를 나타내고 있다.

## 2) 시장지향성과 승진만족

〈표 2〉는 시장지향성이 승진만족에 미치는 영향에 관한 다중회귀분석 결과이다.

표 2. 시장지향성이 승진만족에 미치는 영향에 관한 다중회귀분석

독립변수	B	SE	$\beta$	t	sig
상수	.803	.175		4.602	.000
고객지향	.346	.068	.339	5.116	.000
경쟁부서지향	.358	.077	.307	4.632	.000
R <sup>2</sup>	.364				

〈표 2〉에 의하면, 시장지향성은 승진만족에 모두 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 설명력은 36.4%를 나타내고 있다.

## 3) 시장지향성과 급여만족

〈표 3〉은 시장지향성이 급여만족에 미치는 영향에 관한 다중회귀분석 결과이다.

표 3. 시장지향성이 급여만족에 미치는 영향에 관한 다중회귀분석

독립변수	B	SE	$\beta$	t	sig
상수	.893	.212		4.207	.000
고객지향	.438	.082	.383	5.320	.000
경쟁부서지향	.195	.095	.149	2.063	.040
R <sup>2</sup>	.254				

〈표 3〉에 의하면, 시장지향성은 급여만족에 모두 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 설명력은 25.4%를 나타내고 있다.

## 2. 시장지향성과 조직몰입

〈표 4〉는 시장지향성이 조직몰입에 미치는 영향에 관한 다중회귀분석 결과이다.

표 4. 시장지향성이 조직몰입에 미치는 영향에 관한 다중회귀분석

독립변수	B	SE	$\beta$	t	sig
상수	1.902	.130		14.635	.000
고객지향	.242	.050	.345	4.793	.000
경쟁부서지향	.153	.058	.190	2.642	.009
R <sup>2</sup>	.253				

〈표 4〉에 의하면, 시장지향성은 조직몰입에 모두 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 설명력은 25.3%를 나타내고 있다.

## 3. 직무만족과 조직몰입

〈표 5〉는 직무만족이 조직몰입에 미치는 영향에 관한 다중회귀분석 결과이다.

표 5. 직무만족이 조직몰입에 미치는 영향에 관한 다중회귀분석

독립변수	B	SE	$\beta$	t	sig
상수	1.503	.125		12.025	.000
동료만족	.092	.038	.116	2.403	.017
승진만족	.269	.039	.386	6.807	.000
급여만족	.176	.033	.285	5.380	.000
R <sup>2</sup>	.450				

〈표 5〉에 의하면, 직무만족은 조직몰입에 모두 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 설명력은 45.0%를 나타내고 있다.

## IV. 결론

이상과 같은 연구방법 및 절차를 통하여 이 연구에서는 다음과 같은 결론을 도출하였다.

첫째, 시장지향성은 동료만족에 영향을 미친다. 즉, 시장지향적일수록 동료만족은 높다.

둘째, 시장지향성은 승진만족에 영향을 미친다. 즉, 시장지향적일수록 승진만족은 높다.

셋째, 시장지향성은 급여만족에 영향을 미친다. 즉, 시장지향적일수록 급여만족은 높다.

넷째, 시장지향성은 조직몰입에 영향을 미친다. 즉, 시장지향적일수록 조직몰입은 심화된다.

다섯째, 직무만족은 조직몰입에 영향을 미친다. 즉, 직무만족이 높을수록 조직몰입은 심화된다.

## ■ 참고 문헌 ■

- [1] 박기범, "시큐리티기업의 시장지향성과 직무만족, 조직몰입 및 경영성과의 관계", 박사학위논문, 경기대학교 대학원, 2007.
- [2] 최정환, "호텔기업의 조직특성에 따른 시장지향성과 서비스 가치, 직무만족, 마케팅 성과의 구조적 관계", 박사학위논문, 세종대학교 대학원, 2004.