한국심리학회지: 산업 및 조직
Korean Journal of Industrial and Organizational Psychology
2014. Vol. 27, No. 1, 55-81

채용광고에서의 직무특성과 지원자 성격특질의 일치성 효과: 지각된 개인-환경 적합성, 조직매력도 및 직무수용의도*

양 병 화†
강원대학교 심리학과

직무와 조직에 적합한 인재를 선발하는 것은 인적자본의 강화를 통한 기업 경쟁력의 주요 수단이다. 본 연구는 채용광고에 기술된 직무특성과 지원자 성격특질 간의 일치성이 지각된 개인-환경 적합성, 조직매력도 및 직무수용의도에 미치는 효과를 알아보고자 한 것이다. 이를 위해 구직을 준비하는 대학생을 대상으로 채용상황을 설정한 실험을 수행하였다. 먼저 사전검사로 성격검사를 실시하여 개인의 성격특질을 분류하고, 1개월 후에 실험조건별 자발적 참여자 80명을 대상으로 실험을 진행하였다. 본 실험에서 피험자들은 자신의 성격과 일치하는 채용광고와 다른 성격특질을 포함하는 채용광고를 보았고 실험종료 후에 지각된 적합성, 조직매력도, 직무수용의도 등을 평가하였다. 실험 목적상 제시된 정보의 순서효과를 통제하기 위해 라틴스퀘어 설계와 아이트랙커를 통한 시각적 주의를 측정하고 척도문항에 대한 반응편향을 제거하는 강제선택절차를 사용하였다. 연구결과, 직무특성과 개인 성격 간의 일치성 효과는 개인-직무 적합성과 직무수용의도에서 강하게 나타난 반면 개인-조직 및 욕구-공급 적합성 지각에서는 상대적으로 약하게 나타났다. 한편 조직매력도에 대한 직무와 개인 간의 성격 일치성 효과는 발견되지 않았다. 특히 본 연구의 결과는 성실성 차원의 일치성 효과가 다른 성격차원에 비해 강하다는 것을 보여준다. 마지막으로 본 연구결과에 대한 시사점과 제한점을 논의하였다.

주요어 : 채용광고, 성격특질, 개인-환경 적합성, 직무수용의도

---

* 본 연구는 2012년 강원대학교 학술연구조성비로 수행하였음.
† 교신저자 : 양병화, 강원대학교 심리학과, byang@kangwon.ac.kr, 033-250-6852

www.kci.go.kr

본 연구는 노동력의 균형분배와 인적자본 강화를 통한 기업경쟁력의 단초로서 채용에서의 모집과정에 관심을 둔다. 특히 모집은 기업과 지원자의 양자적 선택이자 상호작용 과정임을 가정한다. 일반적으로 지원자들은 자신의 특성과 양립 가능한 직무환경을 선호하기 때문에(Kristof, 1996), 자신의 특성과 일치하는 모집 정보에 더 긍정적으로 반응한다. 연구들은 한 조직 내의 인력구조가 대체로 동질적이고 독특한 특성을 공유하기 때문에 지원자는 자신의 특성(가치, 욕구, 성격, 문화 등)과 부합하는 조직을 선택하는 경향이 있다고 주장한다(Judge & Cable, 1997; O'Reilly, Chatman, & Caldwell, 1991). 즉 직무의 선택과정에서 지원자는 자신의 가치와 직무 혹은 조직의 적합성을 비교한 후에 지원여부를 결정한다. 개인의 가치는 인종, 교육수준, 경력, 조직 사회화 과정 등 많은 근원으로부터 형성되지만(Hofstede, 1980; Chatman, 1991), 성격과 같은 개인 특질은 적합성 지각을 결정하는 심리적 영향요인으로 볼 수 있다. 또한 직무 가치가 일련의 조직문화에 대한 선호라는 점에서 지원자의 성격특질은 조직 가치와 함수관계에 있고 직무의사결정의 주요 선행요인으로 간주된다(Judge & Cable, 1997; Judge & Bretz, 1992).

적합성 이론의 관점에서 지원자의 성격과 직무 및 조직특성의 일치성은 모집과 향후 조직수행에 영향을 줄 것으로 가정되지만 실제 경험적 연구는 그리 많지 않다. 특히 지원자가 자신의 특성과 직무의 적합성을 판단하는 근거로서 채용광고를 다룬 연구는 거의 없다. 본 연구에서 모집은 개인과 조직의 상호 선택 과정이고, 기업이 제공하는 채용광고는 지원자가 조직과 직무의 적합성을 판단하는 주요 원천이라고 본다. 다시 말해, 지원자는 채용광고를 통해 자신의 성격특질과 직무나 조직의 적합성을 판단하고 비로소 양자적 선택과정에 참여하게 된다. 이처럼 지원자에게 직무와의 일치성을 판단하게 하는 채용정보는 자질 있는 인재를 유인하는 모집의 수단이지만, 궁극적으로 조직에 부합하는 인재를 선발함으로써 높은 만족과 몰입, 그리고 낮은 이직의도 등의 긍정적 조직효과를 기대할 수 있다(이선희, 2008; 최명옥, 유태용, 2005; Resick, Baltes, & Shantz, 2007; Cable & Judge, 1996). 개인-직무 적합성이 포괄적 직무역량을 측정함으로써 안정적인 수행을 예측하는 준거라면, 개인-조직 적합성은 조직 활성화에 기여하는 조직 커뮤니케이션과 조직 동일시에 강한 효과를 갖는다(Edwards & Cabel, 2009). 이처럼 지원자가 지각하는 직무 혹은 조직과의 적합성은 입사 후의 조직행동과 밀접하게 관련된다는 점에서 인적자원을 선발하는 기업의 모집과정 설계에 매우 중요한 과제이다.

이에 본 연구는 지원자가 적합성을 지각하도록 채용광고를 설계함으로써 조직과 직무에 부합하는 인재의 유인 효과를 밝히고자 한다. 이를 위해 인사조직 연구에서 성격이론으로 잘 알려진 5요인 성격모형을 적용하여 직무특성과 개인 성격의 일치성을 알아보는 실험연구를 수행하였다. 구체적으로 채용광고에서의 직무특성과 지원자 성격특질의 일치성이 직무와 조직에 대한 주관적인 적합성 지각, 조직매력도 및 직무에 대한 수용의도에 미치는 영향을 알아보고자 하였다. 유망한 종업원을 유인하는 모집 수단으로 채용광고에 대한 연구가 부족함을 감안할 때, 본 연구의 결과는 조직이 채용광고를 통해 적재적소의 인재를 선발하는 인적자원관리 전략을 수립하고 나아가 조직의 경쟁우위 확보에 도움이 될

www.kci.go.kr

것으로 기대한다.

성격특질

성격은 개인의 행동과 선택을 결정하는 안정적이고 내적인 정신구조이며 생애 전반에 걸쳐 주어진 상황에서 발현되는 개인의 일반화된 특질이다(Costa & McCrae, 1992). 실제 성격특질은 다차원적 구조를 지니고 있어 개인의 직무선택과 같은 반응에서 상이한 차이를 보일 것으로 예측된다. 이에 본 연구는 성실성, 외향성, 호감성, 신경증 경향, 경험적 개방성의 5개 성격차원을 가정하는 5요인 성격특질을 다루고자 한다. 다만 본 연구는 직무에 요구되는 성격특질을 채용광고에 기술하고 그에 따른 개인 성격과의 일치성 효과를 알아보는 것으로 신경증 경향은 직무특성으로 반영되기 어렵다(e.g., Stevens & Szmerekovsky, 2010; Resick et al., 2007). 이를 고려하여 본 연구는 성실성, 외향성, 호감성, 경험적 개방성의 4개 성격요인을 다룬다. 각 성격특질을 간략히 살펴보면 다음과 같다.

성실성(conscientiousness) 특질은 성취지향과 신뢰성을 포함하는 성격차원으로 성실성이 높은 사람은 야망과 책임감이 강하고 조직적이며 주의 깊은 양상을 보이지만 종종 지나치게 세심하고 통제적이며 위험을 회피하는 경향이 있다. 성실성은 질서를 추구하고 성취지향적 경향을 나타내므로 성실한 사람은 명확성을 제공하는 엄격한 조직문화를 선호한다(Judge & Cable, 1997; Sheridan, 1992).

외향성(extraversion) 특질은 사회적 성격으로 사교적이고 능동적이며 열정적이지만 무례하고 자기주장이 강하며 공격적인 성향을 나타낸다. 외향적인 사람은 혼자 있는 것보다 타인과 함께 하는 사회적 활동을 선호하므로 팀제 방식의 조직에 매력을 느끼고 그러한 직무에 대한 선택 가능성이 높다(O'Reilly et al., 1991).

호감성(agreeableness) 특질은 이타적이고 관대하며 협동적인 성향을 말하고 적대감이나 공격성, 불친절 등과는 부적인 상관을 갖는다. 호감성은 외향성과 같은 사회적 차원의 성격이지만 타인과의 상호작용에서 비판적이거나 경쟁적 경향보다는 우호적이고 남을 배려하는 친화적인 성격으로 분류된다(Costa & McCrae, 1992). 호감성이 높은 사람은 외향성과 같이 팀제 조직을 선호하지만 경쟁보다는 협력적이고 지지적인 조직문화에 더 가치를 느낀다(O'Reilly et al., 1991; Judge & Cable, 1997).

마지막으로 경험적 개방성(openness to experience) 특질은 지적인 자극을 추구하고 변화와 다양성을 선호하는 경향으로 지적 능력(intellect)으로 불린다. 경험적 개방성이 높은 사람일수록 자율적 업무스타일을 추구하기 때문에 팀제 방식이나 엄격한 조직문화와 가치를 피하는 경향이 있다(Judge & Cable, 1997). 특히 혁신적 조직은 개인의 자율성과 창의력을 강조한다는 점에서 전형적으로 경험적 개방성이 높은 사람이 선호하는 조직이다(Lievens, Decaesteker, & Coetsier, 2001; O'Reilly et al., 1991).

개인-환경 적합성

일반적으로 개인(P)-환경(E) 적합성은 사람과 환경의 상호작용을 가정하고 개인과 직무환경 간의 양립가능성으로 정의된다(Kristof-Brown, Zimmerman, & Johnson, 2005). 즉 사람마다 자신의 욕구를 충족하는 환경을 선호하므로 개

www.kci.go.kr

인은 욕구충족의 수단으로 최적의 환경을 선택한다고 가정한다. P-E 적합성 이론은 인사선발과 조직성과 분야에서 오랫동안 주목받아 왔으며, 경력과 직업선택, 만족, 몰입, 스트레스, 이직 등과 같은 작업생활의 전반을 예측하는 데 유용한 것으로 알려져 있다(Cable & Edwards, 2004). 조직맥락에서 개인의 다양한 특성(예, 생물학적 혹은 심리적 욕구, 가치, 목표, 능력, 성격)은 환경(예, 내적 혹은 외적 보상, 신체적 및 심리적 요구, 가치, 문화 등)과 상호작용하기 때문에 개인-환경 적합성은 다면적 속성을 지닌다. 예컨대, 한 개인은 직무에서 요구되는 특정 지식이나 역량과 적합할 수 있고, 어떤 개인은 직무보다는 조직 전반의 가치나 풍토, 문화에 적합할 수 있다. 또한 조직 내의 집단이나 상사의 특성과 더욱 적합한 속성을 가질 수 있다. 흔히 개인-직무, 개인-조직, 개인-작업집단, 개인-상사 적합성 등으로 각각 불린다.

개인과 환경의 상호작용에 기초한 적합성 모형은 다양한 직무의 선발장면에서 유용하게 적용되지만, 개인-조직 적합성과 개인-직무 적합성이 가장 예측력이 높은 준거로 알려져 있다. 개인-조직(P-O) 적합성은 조직-개인의 유사성(Tom, 1971)과 성격-조직풍토의 일치성(Ryan & Schmit, 1996)을 포함한 개인과 조직 목표의 일치성을 말하며, 개인-직무(P-J) 적합성은 특정 직무에서의 요건과 개인 역량의 일치성을 말한다(Kristof-Brown et al., 2005; Judge & Cable, 1997). 개념적으로 지각된 P-O 적합성은 “종업원 개인의 가치와 조직 가치 혹은 문화와의 일치성에 대한 판단”으로 정의되고, 지각된 P-J 적합성은 “종업원의 직무기술과 직무요건 간의 일치성에 대한 판단”으로 정의된다(Cable & DuRue, 2002, p.875). 보통 지각된 P-O 적합성은 포괄적인 개인의 가치와 성격의 일치성에 대한 주관적 판단을 반영하며, 개인과 조직의 유사성과 가치를 공유하는 정도 혹은 개인의 성향으로 측정한다. 반면 지각된 P-J 적합성은 직무에 관한 지식, 기술, 능력에 대한 주관적 판단을 반영하며 직무요건에 부합하는 개인의 직무경험이나 구체적인 직무역량으로 측정된다(Kristof-Brown, 2000). 따라서 P-O 적합성은 개인의 성격, 가치 및 직업적 목표를 판단하는 차원이고, P-J 적합성은 직무영역의 전문성을 평가하는 차원으로 간주된다.

몇몇 연구자들은 P-O 적합성 및 P-J 적합성과 더불어 조직행동과 성과를 예측하는 욕구-공급 적합성(need-supplies fit: N-S fit)을 주목해 왔다(Cable & DuRue, 2002). 개념적으로 N-S 적합성은 개인 욕구와 직무의 공급 간의 일치성으로 직무특성과 보상수준이 개인의 심리적 욕구를 충족하는 정도를 말한다(Resick, Baltes, & Shantz, 2007). 따라서 포괄적 관점에서 개인의 욕구와 직무수행의 결과로서 얻어지는 보상(예, 임금, 혜택, 훈련 등)과의 일치성을 판단하는 준거로 흔히 사용된다. 특히 모집연구에서 Rescik 등(2007)은 직무의 선택과정이 노동의 댓가로서 조직으로부터 얻는 보상과 관련된다는 점에서 욕구-공급 적합성이 모집과정에서 지원자의 지각에 중요하다고 주장한다. 이에 본 연구는 개인-환경 적합성의 주요 차원인 개인-직무, 개인-조직, 욕구-공급을 준거변수로 한 직무와 개인의 성격 일치성 효과를 파악하고자 한다.

채용광고의 효과

모집은 기업이 원하는 인재를 선발하는 과정이지만 의사결정은 지원자와 조직의 양자

www.kci.go.kr

적 선택에 기초한다. 모집과정에서 기업이 필요한 인재를 모집하는 수단으로 채용광고는 보편적이지만, 인사심리학에서 채용광고의 효과를 다룬 연구는 매우 제한적이다. 몇몇 연구들은 회사 정책이나 보상 시스템(Highhouse, Stierwalt, Bachiochi, Elder, & Fisher, 1999), 직무기술서의 구체성(Roberson, Collins, & Oreg, 2005; Mason & Belt, 1986)이 광고효과와 관련된다고 주장하지만, 지원자의 성격이나 적합성을 다룬 연구는 상대적으로 부족하다.

그러나 최근 Stevens과 Szmerekovsky(2010)는 채용광고가 지원자의 적합성을 평가하는 주요 원천일 수 있음을 주장하였다. 특히 스펙이나 직무기술서를 중심으로 한 채용광고가 아니라 조직과 직무의 가치와 성격특성을 알리는 광고방식이 지원자로 하여금 적합성을 높게 지각하고 조직에 대한 긍정적 지각을 유도한다고 보았다. 예컨대, 지원자는 자신의 특성과 일치하는 조직문화나 직무특성을 선호하기 때문에 채용광고에 기술된 직무특성이 자신의 특성과 일치할 때 스스로를 적합한 자원으로 평가하고 기업의 모집에 긍정적으로 반응할 가능성이 높다. 이론적 관점에서 개인의 성격특질과 조직이 일치할 때 개인과 조직 모두 동질적 정체감을 느끼며, 이와 같은 동질감이 조직의 독특한 문화와 가치를 형성하는 바탕이 된다(Schneider, Smith, Taylor, & Fleenor, 1998; Ployhart, Weekley, & Baughman, 2006). 이러한 동질성 가설(Schneider et al., 1998)은 개인과 조직의 성격 일치성 효과가 모집과정에서 중요하게 작용할 것으로 예측하지만, 실제 채용광고에 적용된 경험적 연구는 부재하다.

같은 맥락에서 본 연구는 채용광고가 조직과 직무특성(성격)에 대한 중요한 추론단서의 역할을 하고, 추론과정에서 조직에 대한 매력과 직무 의사결정에 영향을 줄 것으로 가정한다. 흔히 시그널링 이론(signaling theory: Spence, 1973)은 지원자가 모집과정에서 얻은 광고정보를 조직특성에 대한 시그널로 사용할 수 있음을 시사한다(Rynes, 1991; Rynes, Bretz, & Gerhart, 1991). 경험적으로 Turban, Forret, 및 Hendrickson(1998)은 대학생을 대상으로 조사와 면접을 활용한 연구에서 모집자 행동이 조직특성(예, 조직명성)의 시그널이 되고 그 결과로서 조직매력에 대한 조직특성의 효과를 매개함을 밝힌 바 있다. 이러한 채용정보의 시그널 효과는 덜 알려진 조직에 대한 지원자의 긍정적 추론과 관련되는 것으로 보인다(e.g., Goltz & Giannantonio, 1995). 예컨대, Roberson 등(2005)은 대학생 표본에 대한 실험연구에서 구직자들이 관찰 가능한 속성에 의존하기 때문에 직무특성(예, 작업환경, 임금, 경력개발 등)에 대한 구체적인 기술이 제공될 때 구직자의 긍정적 추론을 유발하고 개인-조직 적합성의 지각에 영향을 준다는 것을 발견하였다.

이처럼 동질성 가설이나 시그널링 이론은 모집정보에 대한 세밀한 설계가 직무나 조직에 대한 지원자의 긍정적 지각과 의사결정에 밀접하게 관련됨을 시사한다. 따라서 본 연구는 채용광고의 정보를 조직 및 직무에 대한 일련의 시그널로 보며, 이 시그널이 개인의 성격특성과 일치할 때 적합성 지각과 직무의 사결정에 영향을 줄 것으로 가정한다.

가설 설정

만일 직무와 개인의 성격 일치성이 효과가 있다면, 채용광고의 직무특성 정보가 어떻게

www.kci.go.kr

개인의 독특한 성격특질에 따라 처리되는가? 흔히 광고의 메시지는 개인적 관련성이 높을 때 정보처리에 대한 동기가 높고 주의 깊은 정보탐색이 이루어진다. 설득에 관한 정교화 가능성모형(Petty & Cacioppo, 1986)은 개인적 관여가 높거나 동기화되어 있을 때 정보의 중심처리가 일어나며, 광고 메시지의 핵심적 주장이나 아이디어가 중심적(혹은 체계적)으로 처리될 때 태도변화가 쉽게 발생한다고 예측한다. 반면 광고 메시지가 주변적(혹은 편의적)으로 처리될 때 태도의 저항이 발생한다. 또한 정교화가능성모형은 광고 메시지에 대한 중심처리는 메시지의 구체성에 따라 높은 수준의 주의와 각성이 유발되며, 이러한 각성이 정보처리의 수준을 조절한다고 제안한다(Petty, Haugtvedt, & Smith, 1995; Broach, Page, & Wilson, 1995). 이는 제한된 인지적 자원을 필요한 정보처리에 체계적으로 할당하기 위한 전략으로 정보의 개인적 관여수준에 따라 광고 몰입이 촉진되는 과정으로 해석된다. 본 연구의 맥락에서 채용광고의 메시지(직무특성)가 자신의 성격을 기술한다고 지각하는 지원자는 광고에 많은 인지적 자원과 주의를 할당하는 중심처리를 할 것이고, 자신의 성격특성과 불일치한 정보에 대해서는 상대적으로 주변처리를 할 가능성이 높을 것으로 본다. 따라서 채용광고에 기술된 직무특성과 자신의 성격이 일치할 때 지원자들은 메시지에 대한 관여가 증가하고 중심통로를 따라 광고정보를 정교하게 처리할 것이다. 경험적으로 Roberson 등(2005)은 직무특성을 구체적으로 기술한 모집 설계가 개인-조직 적합성의 지각에 영향을 주고, 이는 지원자가 모집정보를 체계적으로 처리한 결과로 해석하였다. 이처럼 정교화가능성모형에 기초해 볼 때, 채용광고에서의 직무특성과 지원자 성격특질의 일치성 효과는 광고 메시지에 대한 인지적 자원의 할당과 중심처리에 의존하고 일치하지 않는 정보보다 직무와 조직에 대한 높은 적합성과 긍정적 평가에 영향을 줄 것으로 가정된다.

한편 모집과 적합성 연구들은 전형적인 5요인 성격특질이 직무와 조직에 대한 지원자의 적합성 지각과 관련될 수 있음을 보여준다. Resick 등(2007)은 직무선택의 결정에 있어 성실성 차원과 P-O 적합성의 긍정적 관계를 발견하였다. 구체적으로 인턴십 프로그램 참여자를 대상으로 한 연구에서 성실한 사람이 P-O 적합성을 높게 지각할 때 직무에 대한 선택결정이 긍정적임을 발견하고, 성실성 성격특질이 개인과 조직의 적합성 판단에 중요한 요인이라고 결론지었다. 특히 Ehrhart(2006)는 성격특질을 P-O 적합성의 선행요소로 다루었던 대부분의 연구와는 달리, 5요인 성격특질이 직무특성을 반영한 P-J 적합성과 관련되어 있음을 발견하였다. 즉 성격특질의 주효과는 P-J 적합성에서 거의 나타나지 않았지만 직무특성(예, 조직 상호작용, 직무 복잡성)과의 유의미한 상호작용 효과가 있음을 밝혔다.

이들 연구는 성격특질이 개인의 독특한 선호를 반영하기 때문에 조직과 직무에 대한 적합성 지각과 밀접하게 관련될 수 있음을 시사한다. 나아가 모집과 선발은 조직이 개인에게 매력을 제공하고 조직의 욕구와 기대에 부합하는 지원자를 선택하는 과정이므로(Schneider, 1987), 높은 수준의 욕구-공급 적합성은 지원자로 하여금 조직을 더욱 매력적으로 지각하게 하고 긍정적 의사결정을 하도록 영향을 주게 된다. 욕구-공급 적합성에 대한 경험적 연구는 많지 않지만, Resick 등(2007)은 여러 표본을 대상으로 한 연구에서 N-S 적합성이 직무

www.kci.go.kr

만족과 경력만족, 직업몰입에 유의미한 영향을 준다고 보고하였다. 이는 특정 직무가 개인적 욕구에 부합하는 요소를 제공할 때 높은 조직성과를 기대할 수 있음을 의미한다. 또한 개인-환경의 적합성 지각은 자신의 욕구를 충족하는 환경에 대한 선호를 가정하므로 지원자가 특정 직무를 자신이 원하는 것을 충족하는 수단으로 지각할 때 직무의 수용가능성이 높다(Kristof-Brown et al., 2005). 같은 맥락에서 개인의 직업적 성공에 대한 평가는 일에 대한 욕구 충족의 정도에 따라 결정되기 때문에(Cable & DuRue, 2002), 개인과 직무특성의 일치성이 높을 때 지원자는 직업적 욕구 충족이 가능한 직무의 성공가능성을 높게 평가할 것이다.

이와 같은 논의를 바탕으로 본 연구는 구직자 개인의 성격특질과 직무특성이 조합될 수 있고 특정 성격특질이 일치하는 조건에서 개인-직무, 개인-조직 및 욕구-공급 적합성 지각이 높을 것으로 예측한다.

가설 1. 채용광고에 기술된 직무특성과 지원자 성격특질의 일치성은 개인-직무 적합성(P-J fit) 지각에서 차이를 보일 것이다. 즉 직무특성과 개인의 성격특질이 일치하는 경우 개인-직무 적합성을 높게 지각할 것이다.

가설 2. 채용광고에 기술된 직무특성과 지원자 성격특질의 일치성은 개인-조직 적합성(P-O fit) 지각에서 차이를 보일 것이다. 즉 직무특성과 개인의 성격특질이 일치하는 경우 개인-조직 적합성을 높게 지각할 것이다.

가설 3. 채용광고에 기술된 직무특성과 지원자 성격특질의 일치성은 욕구-공급 적합성(N-S fit) 지각에서 차이를 보일 것이다. 즉 직무특성과 개인의 성격특질이 일치하는 경우 욕구-공급 적합성을 높게 지각할 것이다.

한편 동질성 가설(Schneider et al., 1998)은 개인과 조직의 성격 일치성이 지원자의 직무의 사결정에 영향을 준다고 가정하지만, 모집장면에서의 광고효과에 적용된 연구는 부재하다. 반면 상대적으로 많은 연구들은 적합성 지각이 조직매력과 지원자의 직무선택에 중요한 요소라는 증거를 제공한다. Bretz와 Judge(1994)는 개인과 조직의 인적자원관리의 특성이 부합할 때 직무수용 가능성이 높음을 발견하였고, Judge와 Cable(1997)은 지각된 P-O 적합성이 조직의 매력도와 상관이 유의미하다고 주장하였다. 한편 Cable과 Judge(1996)는 여러 계층의 구직자와 인턴십 참여자를 대상으로 한 연구에서 P-O 적합성이 직무선택과 결정에 있어 유의미한 예측 요인이었지만 P-J 적합성은 유의미하지 않음을 발견하였다. 반면 Kristof-Brown(2000)은 실무적으로 P-O 적합성이 높은 사람보다 P-J 적합성이 높은 사람이 우선 선발되는 경향이 있음을 보고하였다. 하지만 후속연구에서 Kristof-Brown 등(2005)은 두 적합성 모두 선발과정에서 지원자의 적합성을 판단하는 주요 준거일 뿐만 아니라 지원자의 관점에서도 직무와 조직을 판단하는 원천이 된다고 주장하였다.

전형적으로 적합성 모형은 직무수행이나 태도, 이직과 같은 전형적인 조직성과를 예측하는 것으로 잘 알려져 있을지라도(유태용, 김도영, 현희정, 2002; Arthur, Bell., Villado, & Doverspike, 2006), 본 연구맥락에서 채용광고의 직무특성에 대한 적합성 지각은 개인의 성격특질에 의존하고, 그에 따른 직무와 개인

www.kci.go.kr

특질의 일치성은 조직매력에 대한 평가와 직무수용의도에 영향을 줄 것으로 가정된다. 실제 Lievens 등(2001)은 취업준비 대학생을 대상으로 한 조직매력에 대한 연구에서 조직특성에 따라 구직자의 선호가 달라지지만, 그 효과는 성격차원(특히 성실성과 개방성)에 의해 조절되는 효과임을 밝힌 바 있다. 이론적으로 정교화가능성 모형은 개인과 직무특성의 성격적 일치성이 지원자로 하여금 채용정보를 자발적이고 중심적으로 처리하도록 유도할 수 있음을 시사하고(Petty et al., 1995; Roberson et al., 2005), 동질성 가설은 만일 개인이 채용정보의 성격적 일치성을 지각한다면 조직에 대한 유대감과 긍정적 태도를 유발할 것으로 예측한다(e.g., Greguras & Diefendorff, 2009). 따라서 본 연구는 성격특질과 직무특성의 일치성 효과가 지원자의 의사결정에 긍정적 영향을 줄 것으로 보며, 다음과 같은 가설을 설정한다.

가설 4. 채용광고에 기술된 직무특성과 지원자 성격특질의 일치성은 조직매력도에 대한 긍정적 지각에 영향을 줄 것이다. 즉 직무특성과 개인의 성격특질이 일치하는 경우 조직에 대한 매력을 더 높게 지각할 것이다.

가설 5. 채용광고에 기술된 직무특성과 지원자 성격특질의 일치성은 긍정적인 직무수용의도에 영향을 줄 것이다. 즉 직무특성과 개인의 성격특질이 일치하는 경우 직무에 대한 수용의도가 높을 것이다.

방 법

피험자와 절차

본 연구는 실험으로 진행되었고 강원지역의 대규모 대학에서 심리학 개론을 수강하는 대학생을 대상으로 하였다. 본 실험에 앞서, 피험자의 성격특질을 분류하는 사전검사를 실시하였다. 사전검사에서 240명의 대학생 표본을 대상으로 5요인 성격검사를 실시하고, 그 중 유효한 233개의 표본을 대상으로 4개의 성격특질(성실성, 외향성, 호감성, 개방성)을 분류하였다. 5요인 성격특질 중 신경증 경향은 채용광고의 직무특성에 반영하거나 선발기준으로 제시하기 어려운 점(e.g., Stevens & Szmerekovsky, 2010)을 고려하여 제외하였다.

사전검사는 본 실험에서 성격특질별로 각 20명씩의 실험집단을 구성하고 직무특성을 실험자극으로 선정하기 위한 절차였다. 성격검사는 60명씩 집단적으로 4회 실시하고, 추후 본 실험에 참여의사를 묻기 위해 연락처를 기록하도록 하였다. 검사결과를 바탕으로 4개의 성격차원에서 각각 상위 점수의 순으로 참여자를 분류하고 개별적인 접촉을 통하여 취업을 고려하는 학생을 대상으로 본 실험 참여의사를 확인하였다. 그 중 자발적인 참여의사를 밝힌 80명의 피험자를 성격특질(집단)별로 각 20명씩 선발하고 개별적으로 실험참가 일정을 조정하였다.

본 실험은 사전검사를 통해 성격특질을 분류한 피험자를 대상으로 1개월 후에 진행하였다. 본 실험을 위해 약 9.9m^2 크기의 실험실 셀에 자극제시용 21인치 컴퓨터 모니터와 의자를 준비하고 피험자가 실험자극에 집중할 수 있도록 빛을 차단하였다. 피험자가 개별 방문하면 연구보조원은 신원을 확인하고 간단

www.kci.go.kr

히 실험 방법을 설명한 후 “당신은 현재 취업을 준비하는 대학생입니다. 취업 준비생임을 가정하고 실험에 임해 주시면 됩니다.”라는 지시와 함께 실험실로 안내한다. 실험은 컴퓨터 모니터에 제시되는 채용광고를 자세히 읽은 후 설문에 응답하는 것이지만, 채용광고는 각 성격특질별로 4개의 직무요건(실험조건)이 서로 다르게 제시되므로 그에 대한 선택과정을 포함한다. 이 과정에서 피험자의 시각적 주의의 양이 제시되는 실험조건에 따라 다를 수 있으므로 아이트랙커(eye tracker)를 이용하여 안구의 움직임을 추적하였다. 실험자극인 채용광고를 보기에 앞서 장치가 개인의 안구 움직임을 인식하고 초점이동의 조정을 위해 연습시행(calibration)을 1～2분 정도 수행하였다. 초점 조정이 끝나면 실험의 시작을 알리는 메시지와 함께 기업체의 모집상황을 가정한 채용광고가 제시되었다.

채용광고는 개인의 성격특질에 부합하는 직무특성을 제시하는데, 직무특성은 4개의 계열사를 가정하여 각기 다른 특성을 요구하는 직무요건이 기술되어 있다(그림 1). 첫 번째 과제는 채용에 관한 공통사항과 직무요건이 다른 4개 계열사의 채용정보를 동시에 면밀하게 살피는 것이고, 두 번째 과제는 각 계열사별로 독립된 화면을 구성하여 개별적인 채용광고를 읽는 것이었다. 첫 번째 과제는 모든 피험자에게 약 3분 동안 제시되었고, 두 번째 과제는 시간제한은 두지 않고 피험자가 자유롭게 엔터키를 눌러 다음 계열사의 정보를 확인할 수 있도록 하였다. 이렇게 함으로써 피험자는 첫 번째 과제에서 관심 있는 계열사 정보(직무요건)와 그렇지 않은 정보에 선택적으로 주의할 수 있도록 하였다.

모든 과제가 끝나면 모니터 화면에 실험 종료를 알리고 준비된 설문에 응답하도록 하였다. 설문은 실험동안 보았던 채용광고에 대한 평가로 지각된 적합성과 조직에 대한 매력도, 직무수용의도 등을 묻는 문항으로 구성되었으며 충분히 생각하고 응답할 수 있도록 별도의 시간제한을 두지 않았다. 실험자극(채용광고)은 별도의 쇼카드로 제작하여 설문과 함께 제시하였고, 응답자가 설문을 마치는데 걸린 시간은 평균 10분 이내였다. 설문을 마치면 응답누락을 확인하고 실험에 대한 설명과 함께 사례비를 지급하고 돌려보냈다. 실험을 완료한 피험자는 각 조건별 20명씩 총 80명이었고, 성별 분포는 남자 56명(70%)과 여자 24명(30%)이었으며 평균연령은 23.10세(SD=1.90)였다.

실험설계와 실험도구

본 연구는 채용광고의 직무특성과 지원자 성격특질의 일치성 효과를 알아보기 위한 것으로 4개 성격특질(성실성, 외향성, 호감성, 개방성)을 독립변수로 하는 변량분석 설계에 기초한다. 채용광고에 제시된 4개의 직무특성에 대한 피험자 반응은 집단내 변수이고 개인의 구직강도를 공변인으로 설정하였다. 모집에 대한 지원자의 의사결정과 지각은 개인의 구직활동에 대한 경험과 강도에 의존하므로(Blau, 1993; Cable & Judge, 1996), 본 연구는 개인의 구직활동의 강도를 통제변수로 하여 성격특질과 직무특성의 일치성 효과를 분석하였다. 본 연구에서 채용광고의 직무특성과 구직자 성격특질의 일치성은 집단 내 변수인 각 4개의 직무요건 중 해당 구직자의 성격특질과 일치하는 채용광고에 대해 적합성을 높게 지각하고 긍정적으로 평가하는 것으로 조작화하

www.kci.go.kr

실험상황: 당신은 현재 취업을 준비하는 대학생입니다. 취업준비생임을 가정하고 다음 채용공고를 봐주시기 바랍니다.

2012년 하반기 OO그룹 신입사원 공개채용 공고

본 OO그룹에서 계열사별로 우수한 인재를 모십니다. 역량 있는 분들의 많은 지원을 바랍니다.

모집부문: A, B, C, D계열 4개 부문 선발분류: 공개채용 전공구분: 없음

전형방법: 1차(서류심사), 2차(적성검사), 3차(면접)

자격요건: 1. 남녀구분 없음. 2. 연령제한 없음. 3. 영어능통자 우대. 4. 특기자 가산점 부여.
5. 고용평등법(법률 제2989호)에 의거 차별고용금지를 준수하고 모든 지원자에게 동등한 기회를 부여함.

직무요건	
A계열사(가군) 이 계열사의 지원자는 일을 꼼꼼하고 철저하게 처리할 수 있어야 하며, 책임감과 조직적 사고가 뛰어난 자이어야 함. 또한 자기확신이 강하고 성취지향적이며 복잡하고 다양한 업무를 즐기는 자이어야 함. 근무지역은 서울과 수도권.	**B계열사(나군)** 이 계열사의 지원자는 활발하고 사교적이어야 하며, 사회성과 능동적 사고가 뛰어난 자이어야 함. 또한 적극적 대인관계를 추구하며 사회적 관계에서 일하는 것을 즐기는 자이어야 함. 근무지역은 서울과 수도권.
C계열사(다군) 이 계열사의 지원자는 예의바르고 협력적이어야 하며, 타인에 대한 공감능력이 뛰어난 자이어야 함. 또한 솔직하고 겸손하며 남을 돕는 일을 즐기는 자이어야 함. 근무지역은 서울과 수도권.	**D계열사(라군)** 이 계열사의 지원자는 상상력이 풍부하고 다양한 관심사와 호기심을 지녀야 하며, 창조적인 일을 수행할 수 있는 자이어야 함. 또한 통찰력과 풍부한 아이디어 내는 일을 즐기는 자이어야 함. 근무지역은 서울과 수도권.

그림 1. 실험자극으로 사용된 채용광고

였다(e.g., Stevens & Szmerekovsky, 2010).

실험을 위해 모집상황을 가정하는 채용광고를 실험자극으로 제작하였는데, 채용의 기본정보를 포함한 공통사항과 각 4개 성격차원별 직무요건이 다른 모집 계열사(가군~라군)를 설정하였다. 각 계열사의 직무요건은 5요인 성격특질을 기술한 Costa와 McCrae(1992)의 NEO-FFI-3(NEO Five Factor Inventory-3)을 이용하여 각 차원의 대표적 양상(facets)을 기술하였다. 그림 1과 같이, 'A계열사(가군)'는 성실성을 요구하는 직무이고, 'B계열사(나군)'는 외향성, 'C계열사(다군)'는 호감성, 'D계열사(라군)'는 경험적 개방성을 요구하는 각각의 직무를 나타낸다. 이와 같은 방식의 과제 제시는 피험자의 정보처리에 시각적 단서가 되고 지각과 의사결정에 영향을 줄 수 있으므로(e.g., Franco-Watkins & Johnson, 2011), 이를 통제하기 위해 2가지의 부가적인 절차를 사용하였다. 먼저 자극의 순서효과를 방지하는 라틴스퀘어법(latin-square method)을 실험설계에 응용하였다. 즉 각 실험조건에 있는 20명의 피험자를 5명씩 나누어 가장 먼저 제시되는 직무특성(계열사)의 위치를 순차적으로 바꾸어 제시하였다. 따라서 각 조건별로 'A계열사(가군)'는 성실성, 외향성, 호감성, 개방성이 각각 5명씩에게 무선 할당되어 제시된다.[1] 이렇게

1) 구체적으로 각 성격특질별로 20명의 피험자 중 5명은 성실성, 외향성, 호감성, 개방성 직무의 순서로 제시받고, 5명은 외향성, 호감성, 개방성, 성실성의 순서, 5명은 호감성, 개방성, 성실성,

www.kci.go.kr

표 1. 라틴스퀘어법을 이용한 자극제시 순서의 위치변화

피 험 자 성격특질	실험자극(계열사별)의 제시순서			
	성실성직무	외향성직무	호감성직무	개방성직무
성실성	01～05	06～10	11～15	16～20
외향성	21～25	26～30	31～35	36～40
호감성	41～45	46～50	51～55	56～60
개방성	61～65	66～70	71～75	76～80

주: 직무는 계열사별 직무요건이고, 번호는 피험자 번호임. 각 직무요건별 5명씩 피험자가 무선 할당되므로 피험자 번호는 실험완료 후에 지정됨.

하여 성격특질에 따라 제시되는 직무특성(요건)의 순서효과는 무선적임을 가정할 수 있다. 표 1은 라틴스퀘어법에 의한 자극제시 순서를 각 피험자에게 순차적으로 할당한 과정을 나타낸다.

또한 본 연구는 자극의 제시순서가 피험자마다 다르기 때문에 직무특성과 성격특질의 일치성 효과가 자극의 위치와 독립적임을 가정해야 한다. 즉 자극제시의 순서와 독립변수의 효과가 상호 의존적이지 않아야 하며, 이는 곧 실험의 내적 타당도를 확보하는 절차이다. 이를 위해 아이트랙커를 활용한 시각적 주의를 측정하였다. 측정은 안구의 움직임을 추적하는 SMI사의 iView X™ 시스템(버전 2.8)을 사용하였고 실험 목적상 지정한 영역(직무특성을 기술한 자극영역)에 안구의 초점이 머문 시간(dwell time: DT)과 응시 횟수(fixation count: FC)를 측정치로 사용하였다. 각 직무특성을 기술한 영역에 머문 시간은 안구의 초점이 지정영역 내에 있는 시간을 1/1000초 단위(ms)로 측정하고, 응시 횟수는 도약안구운동(saccade)을 포함한 지정 영역 내에 초점이 1/100초 이상 머문 횟수를 측정하였다(SMI, 2011). 안구의 초점이 머문 시간(DT)은 특정 영역에 대한 시각적 주의를 의미하므로 자극제시 순서에 따른 위치 효과를 평가하는 조작체크에 사용하였다.

외향성의 순서, 마지막 5명은 개방성, 성실성, 외향성, 호감성의 순서로 각각 직무요건의 위치가 다르게 제시된다.

측정문항

5요인 성격특질

본 연구의 성격특질을 측정하기 위해 5개 성격차원을 총 60문항으로 측정하는 Costa와 McCrae(1992)의 NEO-FFI-3 척도를 이용하였다. NEO-FFI-3은 조직과 모집연구에서 매우 안정적인 척도로 알려져 있으며(Ehrhart, 2006), 측정 차원은 성실성, 외향성, 호감성, 경험적 개방성, 신경증 경향의 5개 성격특질이다. 앞서 언급했듯이, 이들 차원 중 채용광고의 직무특성으로 기술하기 어려운 신경증 경향을 제외하고 4개 차원의 성격특질을 사용하였다. 각 문항은 '전혀 동의하지 않는다(1)'에서 '매우 동의한다(5)'의 5점 척도로 구성되어 있으며, 본 연구에서 4개 성격차원의 신뢰도(Cronbach's alpha)는 .72에서 .87의 범위로

www.kci.go.kr

양호하였다.

지각된 적합성

본 연구에 사용된 지각된 적합성은 개인-직무(P-J), 개인-조직(P-O), 욕구-공급(N-S)의 3가지 유형이었다. P-J 적합성은 직무요건에 따른 지식, 기술, 능력의 요소를 반영하며(Kristof, 1996), Saks와 Ashforth(1997) 및 Ehrhart(2006)가 직무특성에 대한 주관적 지각을 측정하기 위해 사용한 4개 문항을 이용하였다. 각 문항은 "이 회사의 직무요건은 나의 지식, 기술, 능력과 잘 맞는다", "이 직무는 내가 하고자 하는 직무(일)와 일치한다", "나의 성격은 이 직무에서 요구하는 성격과 잘 맞는다", "이 일은 나와 잘 맞는다"로 구성되었다. P-O 적합성은 조직의 가치, 문화, 풍토 등의 조직 속성이 개인의 가치와 일치하는 정도(Kristof, 1996)로 가치의 일치성 혹은 양립가능성을 측정하는 Saks와 Ashforth(1997)의 4개 문항을 사용하였다. P-O 적합성 문항은 "이 회사가 추구하는 조직 가치는 나의 인생 가치와 비슷하다", "나의 성격과 이 회사의 성격 혹은 이미지는 잘 맞는다", "이 조직의 문화와 풍토는 나의 가치를 실현하기에 적합하다", "이 조직은 나와 잘 맞는다"를 포함하였다. 한편 N-S 적합성은 직무특성과 보상수준이 개인의 심리적 욕구를 충족하는 정도(Resick et al., 2007)로 Cable과 DeReu(2002)의 연구에서 3개 문항을 사용하였다. 문항은 "이 회사의 직무는 내가 찾고 있는 직무(일)와 밀접하게 관련된다", "내가 찾고 있는 일의 속성들이 이 회사의 직무요건에 포함되어 있다", "이 회사의 직무(일)는 내가 일을 통해 얻고자 하는 것을 제공한다"이었다.

본 연구의 목적상, 응답자에게 각 문항별로 4개의 계열사(직무요건 A~D) 중 가장 부합하는 하나를 선택하도록 하였다. 응답자가 문항별로 가장 부합한다고 선택한 반응(직무)에 1점을 부여하고 나머지는 0점으로 처리하여 문항의 합을 직무특성별 지각된 적합성의 평가점수로 사용하였다. 예컨대, P-J 적합성의 4개 문항에서 'A 계열사'의 선택이 3개이면 3점이 되고 선택이 없으면 0점이 되는 방식을 취했다. 비록 반응 척도화의 장점이 있을지라도, 강제선택절차와 같이 4개 중에 하나를 선택함으로써 동일 문항을 모든 계열사에 대해 반복적으로 평가하는 복잡성을 피하고 평균으로의 회귀현상을 방지하고자 하였다. P-J 적합성과 P-O 적합성의 점수범위는 0에서 4점이고, N-S 적합성의 점수범위는 0에서 3점이다.

조직매력도와 직무수용의도

본 연구는 적합성 지각과 더불어 개인과 직무의 성격적 일치성에 따른 조직매력도와 직무에 대한 수용의도를 종속변수로 측정하였다. 조직매력도는 Carless(2005)가 모집연구에서 사용한 3개 문항을 사용하였다. 문항은 이 회사는 "일하기 좋은 최고의 회사이다", "최고의 대우를 하는 회사일 것 같다", "장차 경력을 개발하고 성취하는데 좋은 기회가 될 것이다"로 구성되었다. 또한 직무에 대한 수용의도는 Carless(2005)와 Turban 등(1998)의 연구에서 사용한 4개 문항을 적용하였다. 문항은 "나는 이 회사에 지원할 것이다", "회사에서 직무를 제안한다면 바로 수용할 것이다", "이 회사에 지원할 의향이 있다", "이 회사를 지원하는 것이 내 선택의 최우선이다"로 구성되었다. 이들 문항은 적합성 지각에서와 같은 방식으로 점수를 산출하고 각각 조직매력도와 직무수용의도의 평가점수로 활용하였다. 조직매력도의 점수범위는 0점에서 3점이고, 직무수용의도의

www.kci.go.kr

점수범위는 0점에서 4점이다.

통제변수

구직활동 강도는 지원자의 직무탐색 결과로 직무에 대한 의사결정과 관여에 영향을 주므로(Blau, 1993), 본 연구에서 통제변수로 설정하였다. 측정문항은 Blau(1993)의 연구에서 사용된 구직에 대한 일반적 노력의 강도를 측정하는 4개 문항이었다. 구직활동의 측정에서 기간을 정해주지 않으면 응답이 회고적 편향(retrospective bias)에 영향을 받기 때문에 비교적 단기간의 활동(약 3개월 이내)으로 제한하는 것이 바람직하다(Blau, 1993). 따라서 문항은 지난 3개월 동안 "구직을 위해 누구보다 많은 시간을 보냈다", "나에게 맞는 직업을 찾는데 많은 노력을 기울였다", "나의 모든 노력과 시간을 구직활동에 집중했다", "구직을 위해 최선을 다했다"로 구성하고 '전혀 그렇지 않다(1)'에서 '매우 그렇다(5)'의 5점 척도로 측정하였다. 본 연구에서 이들 문항의 신뢰도는 α=.86이었다.

분석방법

본 연구는 채용광고에서의 직무특성과 개인 성격특질의 일치성이 적합성 지각과 조직매력도 및 직무수용의도에 미치는 영향을 알아보기 위한 것이다. 본 연구에서 피험자의 성격특질은 집단 간 독립변수이고 직무에 요구되는 성격특질을 반영한 4개의 직무에 대한 평가는 집단 내 종속변수이다. 그에 따라 SPSS 20.0을 이용하여 구직강도를 공변인으로 통제하고 성격특질에 따른 각 4개 직무요건에 대한 평가를 공변량분석하였다. 공변량분석의 결과가 유의미한 경우, 사후검증을 통하여 집단 간의 구체적인 차이를 분석하였다. 사후검증은 집단 간 사례수가 같을 때 엄격한 오차율을 적용하여 모든 평균의 다중 비교를 수행하는 Tukey 방식을 사용하였다. 연구의 목적상, 각 성격특질의 효과가 통계적으로 유의미하고 직무별 해당 성격 집단의 평가(평균)가 다른 성격 집단보다 높으며 사후검증에서 집단 간 차이가 통계적으로 유의미할 때를 직무와 개인 성격특질의 일치성 효과가 있는 것으로 해석하였다.

결 과

조작체크

본 실험에서 4개의 직무요건을 피험자에게 제시하는 순서가 각기 다르기 때문에 직무와 개인의 성격 일치성의 효과가 자극의 위치와 독립적임을 가정해야 한다. 즉 자극제시의 순서는 독립변수의 효과에 영향을 주지 않아야 하는데, 만일 자극(직무요건)의 위치에 따라 시각적 주의의 양이 다르다면 성격특질과 직무특성 간의 일치성 효과를 확신하기 어렵기 때문이다. 따라서 위치효과가 일정하게 유지되는지를 확인하기 위해 시각적 주의에 대한 성격특질과 자극위치의 상호작용 효과를 조작체크하였다. 시각적 주의의 양은 머문 시간(DT)을 초단위로 환산하여 분석하였다. 그 결과, 성실성을 포함한 외향성, 호감성, 개방성의 모든 직무요건에서 시각적 주의에 대한 성격특질과 자극위치의 상호작용은 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났다(각각 성실성 F=.80; 외향성 F=.74; 호감성 F=1.91; 개방성 F=.52, 모두 p>.05). 이는 직무특성을 제시

www.kci.go.kr

하는 자극위치의 변화가 피험자 성격특질의 효과와 독립적임, 즉 자극위치에 따른 성격특질의 효과가 가변적이지 않음을 의미한다. 따라서 순서효과를 통제하기 위한 실험자극의 위치변화에 따라 연구결과의 해석적 오류 가능성은 적고 실험의 내적 타당도가 높음을 확신할 수 있었다.

개인-직무 적합성에 대한 분석

가설 1은 채용광고에 기술된 직무특성과 지원자 성격특질의 일치성이 개인-직무 적합성 지각에 미치는 효과를 알아보기 위한 것이다. 표 2는 지원자 성격특질에 따른 직무특성별 P-J 적합성 지각의 통계치이고, 표 3은 구직강도를 공변인으로 한 변량분석 결과를 제시한 것이다.

표 3에서 보듯이, 구직강도를 통제한 성격특질에 따른 직무특성별 P-J 적합성 지각은 통계적으로 유의미하였으며(Wilks' Lambda=.425, $p<.01$), 성격특질에 따라 직무특성별로 유의미한 차이를 보였다(각각 성실성 $F=14.83$, $\eta^2=.37$; 외향성 $F=5.12$, $\eta^2=.17$; 호감성 $F=4.94$, $\eta^2=.16$; 개방성 $F=10.56$, η^2

표 2. 지원자 성격특질에 따른 직무특성별 지각된 P-J 적합성의 평균과 표준편차

지원자 성격특질	지각된 P-J 적합성			
	성실성직무	외향성직무	호감성직무	개방성직무
성실성	2.10(1.33)	.65(.99)	.76(1.21)	.55(.95)
외향성	.45(.83)	1.90(1.48)	.65(1.09)	1.00(1.12)
호감성	.35(.75)	1.00(1.41)	2.10(1.65)	.55(1.10)
개방성	.35(.75)	.60(.754)	.96(1.28)	2.10(1.41)
계	.81(1.19)	1.03(1.29)	1.11(1.42)	1.05(1.30)

괄호안은 표준편차임.

표 3. 지원자 성격특질에 따른 직무특성별 지각된 P-J 적합성의 공변량분석 결과

변량원	Wilks' Lambda	지각된 P-J 적합성			
		성실성직무	외향성직무	호감성직무	개방성직무
공 변 인	.999	.00	.02	.08	.04
성격특질	.425**	14.83**	5.12**	4.94**	10.56**
eta^2	-	.37	.17	.16	.24
사후검증	-	1>2**, 1>3**, 1>4**	2>1**, 2>4**	3>1*, 3>2**, 3>4*	4>1**, 4>2*, 4>3**

† p< .10, * p < .05, ** p < .01, 공변인(covariate)은 구직강도, 사후검증은 Tukey 방식.
사후검증집단: 성실성=1, 외향성=2, 호감성=3, 개방성=4

www.kci.go.kr

=.24, 모두 p<.01). 표 2의 평균을 보면, 성실성 차원이 높은 집단은 성실성 직무에 대한 적합성을 가장 높게 지각하고(평균=2.10), 외향성, 호감성과 개방성 성격의 사람들 또한 해당 특성의 직무에 대한 P-J 적합성을 가장 높게 지각하였다(각각 외향성=1.90; 호감성=2.10; 개방성=2.10). 또한 성격집단 간 차이를 알아보기 위한 사후검증 결과(표 3), 성실성 직무에 대해 성실성 성격집단은 외향성 집단, 호감성 집단, 개방성 집단 모두에 비해 유의미하게 높은 P-J 적합성 평가를 보였다. 유사하게 호감성과 개방성 직무의 경우에도 호감성 집단과 개방성 집단이 각각 다른 집단에 비해 유의미하게 높은 평균을 보였다. 다만 외향성 직무에 있어 외향성 집단은 성실성 집단 및 개방성 집단에 비해 유의미하게 높은 평가를 보였지만 호감성 집단과는 차이를 보이지 않았다. 즉 호감성이 높은 사람들은 스스로를 외향성 직무에 적합하다고 평가하는 경향이 있었다. 따라서 가설 1은 부분적으로 지지되었다. 비록 외향성 차원의 일치성 효과가 다소 약할지라도, 성실성, 호감성, 개방성에서 개인-직무 적합성에 대한 직무특성과 개인특질의 성격 일치성 효과는 매우 강한 것으로 나타났다.

개인-조직 적합성에 대한 분석

가설 2는 채용광고에 기술된 직무특성과 지원자 성격특질의 일치성이 개인-조직 적합성 지각에 미치는 효과를 알아보기 위한 것이다. 표 4와 표 5는 지원자 성격특질에 따른 직무특성별 P-O 적합성 지각의 통계치와 구직강도를 공변인으로 한 변량분석의 결과이다.

표 5에 나타난 바와 같이, 구직강도를 통제한 성격특질에 따른 직무특성별 지각된 P-O 적합성은 통계적으로 유의미하였으며(Wilks' Lambda=.599, p<.01), 호감성 직무를 제외한(F=2.04, *n.s.*), 모든 직무에서 성격특질에 따른 차이가 나타났다(각각 성실성 F=7.56, η^2=.23, p<.01; 외향성 F=5.00, η^2=.17, p<.01; 개방성 F=3.71, η^2=.13, p<.05). 또한 직무별로 평균을 비교해 보면(표 4), 각 지원자 성격특질과 직무특성이 일치할 때 상대적으로 가장 높은 P-O 적합성을 보였다(각각 성실성=1.90; 외향성=.190; 호감성=2.00; 개방성=1.65). 구체적으로 집단 간 차이를 알아보기 위한 사후검증

표 4. 지원자 성격특질에 따른 직무특성별 지각된 P-O 적합성의 평균과 표준편차

지원자 성격특질	지각된 P-O 적합성			
	성실성직무	외향성직무	호감성직무	개방성직무
성실성	1.90(1.65)	.60(1.14)	1.05(1.43)	.45(.94)
외향성	.40(.99)	1.90(1.55)	.90(1.33)	.80(1.15)
호감성	.50(.76)	.85(1.09)	2.00(1.38)	.65(1.27)
개방성	.40(.82)	.65(.98)	1.30(1.59)	1.65(1.39)
계	.80(1.27)	1.00(1.30)	1.31(1.47)	.89(1.26)

괄호안은 표준편차임.

www.kci.go.kr

표 5. 지원자 성격특질에 따른 직무특성별 지각된 P-O 적합성의 공변량분석 결과

변량원	Wilks' Lambda	지각된 P-O 적합성			
		성실성직무	외향성직무	호감성직무	개방성직무
공 변 인	.997	.14	.02	.06	.04
성격특질	.599**	7.56**	5.00**	2.04	3.71*
eta^2	-	.23	.17	.08	.13
사후검증	-	1>2**, 1>3**, 1>4**	2>1**, 2>3†, 2>4*	*n.s.*	4>1*, 4>3†

† p< .10, * p < .05, ** p < .01, 공변인(covariate)은 구직강도, 사후검증은 Tukey 방식.
사후검증집단: 성실성=1, 외향성=2, 호감성=3, 개방성=4

결과(표 5), 성실성 직무에 대한 P-O 적합성 지각은 성실성 집단이 외향성 집단, 호감성 집단, 개방성 집단 모두에 비해 유의미하게 매우 높았다. 외향성 직무의 경우에는 외향성 집단이 성실성 집단, 개방성 집단 및 호감성 집단 모두에 비해 높은 평균을 보였고, 개방성 직무에 대해서는 개방성 집단이 성실성 집단 및 호감성 집단에 비해 유의미하게 높은 평가를 보였다. 전반적으로 성실성과 외향성 차원은 개인-조직 적합성에 있어 성격 일치성의 효과가 큰 반면, 개방성 차원의 일치성은 약하고 호감성 차원의 일치성은 매우 낮은 것으로 나타났다. 따라서 가설 2는 부분적으로 지지되었다.

욕구-공급 적합성에 대한 분석

가설 3은 채용광고에 기술된 직무특성과 지원자 성격특질의 일치성이 욕구-공급 적합성 지각에 미치는 효과를 알아보기 위한 것이다. 표 6과 표 7은 지원자 성격특질에 따른 직무특성별 N-S 적합성 지각의 통계치와 구직강도를 공변인으로 한 변량분석 결과를 각각 나타낸다.

표 6. 지원자 성격특질에 따른 직무특성별 지각된 N-S 적합성의 평균과 표준편차

지 원 자 성격특질	지각된 N-S 적합성			
	성실성직무	외향성직무	호감성직무	개방성직무
성실성	1.60(1.23)	.35(.58)	.65(.99)	.40(.88)
외향성	.35(.59)	1.55(1.14)	.30(.80)	.80(1.11)
호감성	.40(.82)	.90(1.02)	1.30(1.17)	.40(.82)
개방성	.10(.31)	.60(.88)	.75(1.16)	1.55(1.36)
계	.62(.98)	.85(1.02)	.75(1.09)	.79(1.14)

괄호안은 표준편차임.

www.kci.go.kr

표 7. 지원자 성격특질에 따른 직무특성별 지각된 N-S 적합성의 공변량분석 결과

변량원	Wilks' Lambda	지각된 N-S 적합성			
		성실성직무	외향성직무	호감성직무	개방성직무
공 변 인	.986	.04	.93	.32	.02
성격특질	.478**	12.70**	6.43**	2.81*	5.08**
eta^2	-	.34	.21	.10	.17
사후검증	-	1>2**, 1>3**, 1>4**	2>1**, 2>4*	3>2*	4>1*, 4>3**

† p< .10, * p < .05, ** p < .01, 공변인(covariate)은 구직강도, 사후검증은 Tukey 방식.
사후검증집단: 성실성=1, 외향성=2, 호감성=3, 개방성=4

표 7에서 보듯이, 구직강도를 통제한 성격특질에 따른 직무특성별 지각된 N-S 적합성은 통계적으로 유의미하였다(Wilks' Lambda=.478, p<.01). 직무특성별로 모든 차원의 직무에서 성격특질에 따라 유의미한 차이를 보였다(각각 성실성 F=12.70, η^2=.34; 외향성 F=6.43, η^2=.21; 개방성 F=5.08, η^2=.17, 모두 p<.01; 호감성 F=2.81, η^2=.10, p<.05). 표 6의 평균을 보면, 직무와 개인 성격이 일치하는 조건에서 가장 높은 N-S 적합성을 보였다(각각 평균 성실성=1.60; 외향성=1.55; 호감성=1.30; 개방성=1.55). 성격 집단별 사후검증 결과(표 7), 성실성 직무에 대한 N-S 적합성 지각에서 성실성 집단은 외향성 집단, 호감성 집단, 개방성 집단 모두에 비해 매우 높은 평가를 보였다. 반면 외향성 직무의 경우 외향성 집단은 성실성 집단 및 개방성 집단과 차이를 보이고, 개방성 직무의 경우에는 개방성 집단이 성실성 집단 및 호감성 집단과 유의미한 차이를 보였다. 전반적으로 욕구-공급 적합성 지각에 있어 성실성 차원에서 직무와 개인의 성격 일치성 효과는 매우 크지만, 외향성, 호감성 및 개방성 차원의 일치성 효과는 상대적으로 약한 것으로 해석된다. 따라서 가설 3은 부분적으로 지지되었다.

조직매력도에 대한 분석

가설 4는 채용광고에 기술된 직무특성과 지원자 성격특성의 일치성이 조직에 대한 매력도에 미치는 영향을 알아보기 위한 것이다. 표 8은 지원자 성격특질에 따른 직무특성별 조직매력도에 대한 통계치이고, 표 9는 구직강도를 공변인으로 한 변량분석 결과이다.

표 9와 같이 구직강도를 통제한 성격특질에 따른 직무특성별 조직매력도의 분석결과, 성격특질의 효과가 통계적으로 유의미하였다(Wilks' Lambda=.757, p<.05). 직무특성별로는 성실성 직무(F=3.11, η^2=.11, p<.05)와 외향성 직무(F=3.53, η^2=.12, p<.05)에서 지원자 성격특질에 따른 유의미한 차이를 보였지만, 호감성과 개방성 직무에서는 통계적으로 유의미하지 않았다(각각 F=1.07; F=2.06, 모두 *n.s.*). 표 8의 평균을 보면, 성실성 직무에 대해 개방성 성격집단이 가장 높은 평가를 보였고(평균=.90), 외향성 직무의 경우는 호감성 집단

www.kci.go.kr

표 8. 지원자 성격특질에 따른 직무특성별 조직매력도의 평균과 표준편차

지 원 자 성격특질	조직매력도			
	성실성직무	외향성직무	호감성직무	개방성직무
성실성	.60(.68)	.40(.75)	.55(.76)	1.45(.94)
외향성	.65(.93)	.70(.86)	.80(.83)	.85(1.04)
호감성	.20(.41)	1.05(.94)	.65(.67)	1.10(1.07)
개방성	.90(.85)	.65(.67)	.40(.68)	1.05(.76)
계	.59(.77)	.70(.83)	.60(.74)	1.11(.97)

괄호안은 표준편차임.

표 9. 지원자 성격특질에 따른 직무특성별 조직매력도의 공변량분석 결과

변량원	Wilks' Lambda	조직매력도			
		성실성직무	외향성직무	호감성직무	개방성직무
공 변 인	.904†	.43	5.91*	.50	4.31*
성격특질	.757*	3.11*	3.53*	1.07	2.06
eta^2	-	.11	.12	.04	.08
사후검증	-	4>3*	3>1*	*n.s.*	*n.s.*

† p< .10, * p < .05, ** p < .01, 공변인(covariate)은 구직강도, 사후검증은 Tukey 방식.
사후검증집단: 성실성=1, 외향성=2, 호감성=3, 개방성=4

(평균=1.05), 호감성 직무의 경우는 외향성 집단(평균=.80), 개방성 직무의 경우는 성실성 집단(평균=1.45)이 각각 조직매력도를 가장 높게 평가하였다. 이러한 결과는 적합성 지각의 경우와 달리, 조직매력도에 대한 직무와 개인의 성격 일치성 효과가 모든 직무에서 매우 낮은 것으로 평가된다. 구체적으로 사후검증 결과에서 보듯이(표 9), 성실성 직무에서 개방성 집단과 호감성 집단만이 차이를 보이고, 외향성 직무에서 호감성 집단과 성실성 집단만이 유의미한 차이를 보였다. 따라서 조직매력도에 대한 평가에서 직무와 개인의 성격 일치성은 발견되지 않았고, 가설 4는 기각되었다.

직무수용의도에 대한 분석

가설 5는 채용광고에 기술된 직무특성과 지원자 성격특성의 일치성이 직무수용의도에 미치는 효과를 알아보기 위한 것이다. 표 10과 표 11은 지원자 성격특질에 따른 직무특성별 직무수용의도에 대한 통계치와 구직강도를 공변인으로 한 변량분석 결과이다.

표 11과 같이, 구직강도를 통제한 상태에서 직무별 성격특질에 따른 직무수용의도는 통계적으로 유의미하였다(Wilks' Lambda=.548,

www.kci.go.kr

표 10. 지원자 성격특질에 따른 직무특성별 직무수용의도의 평균과 표준편차

지원자 성격특질	직무수용의도			
	성실성직무	외향성직무	호감성직무	개방성직무
성실성	2.15(1.87)	.55(1.28)	.95(1.64)	.35(.99)
외향성	.45(.94)	2.10(1.80)	.65(1.31)	.80(1.47)
호감성	.40(.94)	.90(1.45)	2.10(1.89)	.60(1.27)
개방성	.30(.80)	.65(1.18)	1.10(1.68)	1.95(1.82)
계	.83(1.42)	1.05(1.55)	1.20(1.70)	.93(1.52)

괄호안은 표준편차임.

표 11. 지원자 성격특질에 따른 직무특성별 직무수용의도의 공변량분석 결과

변량원	Wilks' Lambda	직무수용의도			
		성실성직무	외향성직무	호감성직무	개방성직무
공 변 인	.995	.01	.33	.05	.15
성격특질	.548**	9.45**	4.91**	2.66†	4.71*
eta^2	-	.27	.16	.10	.16
사후검증	-	1>2**, 1>3**, 1>4**,	2>1**, 2>3† 2>4**	3>2†	4>1**, 4>2†, 4>3**

† p< .10, * p < .05, ** p < .01, 공변인(covariate)은 구직강도, 사후검증은 Tukey 방식.
사후검증집단: 성실성=1, 외향성=2, 호감성=3, 개방성=4

p<.01). 직무특성별로 성실성과 외향성(각각 F=9.45, η^2=.27; F=4.91, η^2=.16, 모두 p<.01), 개방성(F=4.71, η^2=.16, p<.05) 직무는 성격특질에 따라 유의미한 차이가 있었으며, 호감성 직무(F=2.66, η^2=.10, p<.10)는 제한적으로 유의한 것으로 나타났다. 표 10의 평균을 보면, 지원자의 성격특질과 직무특성이 일치할 때 가장 직무수용의도가 높았다(각각 성실성 평균=2.15; 외향성=2.10; 호감성=2.10; 개방성=1.95). 성격특질에 따른 집단 간 차이를 알아보기 위한 사후검증 결과(표 11), 성실성 직무에 있어 성실성 집단은 모든 다른 집단(외향성, 호감성, 개방성)에 비해 유의미하게 높은 직무수용의도를 보였다. 유사하게 외향성 직무에 대해서는 외향성 집단이 다른 모든 집단(성실성, 호감성, 개방성)과 차이를 보였고, 개방성 직무의 경우에도 개방성 집단이 다른 모든 집단(성실성, 외향성, 호감성)과 유의미한 차이를 보였다. 다만 호감성 직무에 있어 호감성 집단은 외향성 집단과의 차이만을 보였다. 따라서 가설 5는 부분적으로 지지되었다. 비록 호감성 차원의 효과는 다소 약하지만 직무수용의도에 대한 성실성, 외향성, 개방성 차원의 직무와 개인 성격의 일치성 효과는 매우

www.kci.go.kr

강한 것으로 해석된다.

논 의

본 연구는 모집이 기업과 지원자의 양자적 선택임을 가정하고 지원자 성격특질과 직무특성 간의 일치성 효과를 적합성 지각, 조직매력도 및 직무수용의도의 관점에서 밝히고자 하였다. 특히 기존 연구와 달리, 모집의 주요 수단으로 사용되는 채용광고에서의 직무특성을 성격차원에서 다룸으로써 유망한 인적자원의 유인과 모집과정의 설계에서 개인차의 중요성을 제고하는데 의의를 두었다.

가설검증의 결과, 채용광고에서의 직무특성과 지원자 성격특질의 일치성은 개인-직무(P-J)의 적합성 지각에 긍정적 효과를 보였다(가설 1). 특히 성실성, 호감성, 개방성 차원의 직무에서 지원자 성격특질에 따른 일치성 효과가 매우 유의미하였다. 즉 지원자는 채용광고에 기술된 직무성격이 자신의 성격특질과 일치할 때 가장 적합한 직무로 평가하였는데, 이러한 효과는 성실성, 호감성, 개방성 성격차원에서 크게 나타났다. 선행연구를 볼 때 P-J 적합성과 성격의 일치성 연구는 그리 많지 않지만, 직무 지원자는 자신의 특성과 양립 가능한 환경을 선호한다는 Kristof(1996)의 견해를 부분적으로 지지하며, 경험적으로 5요인 성격요인과 P-J 적합성의 관련성을 주장한 Ehrhart(2006)의 연구맥락과 일치한다. 또한 본 연구결과, 외향성 직무에서 외향적인 지원자의 직무 적합성 지각이 가장 높았지만 호감적인 성향의 사람들도 외향성 직무를 자신에게 적합한 직무로 생각하는 것으로 나타났다. 이는 외향성과 호감성이 각기 다른 차원의 성격특질이지만 사회적 성향이라는 공통 속성을 내포하기 때문인 것으로 생각해 볼 수 있다.

개인-조직(P-O) 적합성 지각에 대한 결과는 호감성 직무를 제외한 다른 직무에서 성격특질의 긍정적 효과가 발견되었는데, 특히 성실성과 외향성 차원의 일치성 효과가 큰 것으로 나타났다(가설 2). 구체적으로 성실한 사람과 외향적인 사람은 자신의 성격과 직무가 일치할 때 스스로를 조직에 매우 적합하다고 판단하는 것으로 보인다. 개방성 차원의 효과는 부분적으로 나타났는데, 개방성이 높은 사람뿐만 아니라 외향적인 사람도 개방성을 요구하는 직무에 대해 스스로를 조직에 적합하다고 평가하는 경향이 있었다. 이는 외향성이 높은 지원자들이 창의성이나 도전정신 등이 요구되는 개방적인 조직풍토(예, 혁신조직)를 선호할 수 있음을 의미한다. 본 연구의 개인-조직 적합성에 대한 성격 효과는 Judge와 Cable(1997)의 주장과 같이 성격차원에 따른 직업적 선호 경향이 다름을 확인하였고, 성실성 성격특질의 P-O 적합성 지각에서의 강한 효과를 발견한 Resick 등(2007)의 연구결과를 지지한다.

그러나 본 연구는 호감성 직무에서 지원자 성격특질에 따른 P-O 적합성 지각에 차이를 발견하지 못했다. 흔히 호감성 특질은 이타성과 우호적이고 협동적인 조직 분위기를 반영한다는 점에서 보편적이고 대중적인 가치를 지닌 조직문화로 인식될 수 있다. 그에 따라 호감성 특질의 직무(예, 협력, 공감능력, 남을 돕고 겸손이 요구되는)를 요구하는 조직은 대체로 모든 지원자들에게 선호될 가능성이 높은 것으로 추론한다. 이처럼 호감성 직무를 요구하는 조직이 일반적으로 선호될 수 있음은 본 연구결과에서 P-O 적합성의 전체 평균

www.kci.go.kr

가운데 호감성 직무의 평균이 다른 직무에 비해 가장 높다는 점(호감성=1.31 vs. 성실성=.80, 외향성=1.00, 개방성=.89)에서 확인된다(표 4).

욕구-공급(N-S) 적합성 지각에 있어 채용광고에 기술된 직무특성과 지원자 성격 간의 일치성 효과는 특히 성실성 차원에서 크게 나타났고 다른 성격차원에서는 부분적인 효과가 유의미하였다(가설 3). 성실한 사람은 다른 성격의 사람들에 비해 자신의 욕구를 충족할 것으로 기대한 직무에 대해 매우 강한 적합성을 판단하였다. 본 결과는 외향성과 호감성 차원에서 흥미로운 결과를 제공한다. 즉 외향성 직무를 자신의 욕구충족 수단으로 보는 것에서 호감적인 사람은 외향적인 사람들과 차이가 없지만, 호감성 직무를 욕구충족 수단으로 보는 것에서 외향적인 사람은 호감적인 사람들과 차이를 보인다(표 7의 사후검증). 이는 외향성이 종종 직무에서 경쟁적이고 공격적인 특성을 추구한다는 점(O'Reilly et al., 1991)에서 이타적이고 배려를 요구하는 호감성 직무가 외향성이 높은 사람의 욕구에 부합되지 않을 수 있음을 시사한다. 오히려 외향적인 사람은 호감성을 요구하는 직무보다는 도전적이고 창의적인 과제를 자신의 욕구충족 수단으로 보는 경향이 있을 수 있다. 그에 대한 증거로 본 연구결과(표 7의 사후검증)는 개방적 사람들과 외향적 사람들 간에 개방성 직무에 대한 N-S 적합성 지각에 큰 차이가 없음을 보여준다.

한편 본 연구에서 조직매력도에 대한 채용광고의 직무특성과 지원자 성격특성 간의 일치성 효과는 발견되지 않았다(가설 4). 성실성과 외향성 직무에서 지원자 성격특질의 효과는 유의미하였지만, 지원자의 성격특질에 따른 조직매력도의 평가는 일관된 결과를 보이지 않았다. 비록 몇몇 연구는 적합성 지각과 조직매력도의 관계가 약하다고 주장할지라도(e.g., Cable & Judge, 1996; Carless, 2005), 본 결과는 적합성 연구의 일반적 예측과는 다르다(e.g., Judge & Cable, 1997; Kristof-Brown et al., 2005). 이러한 결과에 대해 몇 가지의 가능성을 추론해 본다. 먼저 지원자가 조직에 대해 느끼는 매력은 다양한 영향요인(예, 조직규모, 보상체계 등)을 가정할 수 있고(Lievens et al., 2001), 이들 요인을 고려할 때 직무와 개인의 성격 일치성 효과가 개선될 것으로 기대한다. 또한 본 연구와 같이 실험적 상황에서 피험자들의 주관적 평가는 실제 채용면접 장면에서의 평가보다 관대한 경향을 반영할 수 있다(e.g., Cable & Judge, 1997). 나아가 본 연구에 사용된 실험자극은 직무의 특성을 성격차원으로 제시한 것이어서 응답자들이 의사결정 과정에 있어 조직보다는 직무의 관점에서 평가적 일치성을 보였을 가능성이 높다. 본 연구결과가 함축하듯이, 적합성 지각에서 직무에 대한 적합성보다 조직에 대한 적합성의 평가가 상대적으로 낮고 일관되지 않은 것도 같은 맥락에서 이해될 수 있다. 따라서 채용광고에 기술된 직무특성에 대한 지원자의 평가는 직무중심의 평가를 반영할 수 있음을 시사한다.

본 연구의 직무수용의도에 대한 직무와 개인의 성격 일치성은 대체로 긍정적 효과를 보였다(가설 5). 구체적으로 성실성, 외향성, 개방성의 차원에서 높은 성향을 보이는 지원자들은 자신의 성격과 일치하는 직무에 대해 훨씬 수용의사가 높았다. 비록 호감적인 사람은 호감성 직무를 선호하지만 성실성 및 개방성이 높은 사람들과 차이를 보이지 않았고 외

www.kci.go.kr

향적인 사람에 비해서만 호감성 직무에 대한 수용의도가 높았다. 앞서의 결과를 고려하면, 외향적인 사람들은 호감성 직무를 욕구충족의 수단으로 보지 않으므로 직무수용의도가 상대적으로 낮을 수 있다고 해석된다. 본 연구결과는 직무수용의도가 지원자의 성격특질에 따라 다를 수 있음을 주장하는 Bretz와 Judge(1994), Cable과 Judge(1996), 그리고 Resick 등(2007)의 연구와 맥락을 같이한다. 요컨대, 채용광고에 기술된 직무특성과 지원자의 성격특질의 일치성은 직무에 대한 적합성 지각과 해당 직무의 수용의도에 대체로 강한 효과를 보이는 반면, 조직에 대한 적합성과 욕구충족의 지각에는 상대적으로 약하고 조직에 대한 매력도 평가에는 거의 영향을 주지 않는다고 할 것이다.

본 연구의 결과는 채용광고의 메시지가 직무에 대한 추론 단서가 되고 적합성 지각에 영향을 준다는 시그널링 이론의 확장된 견해를 지지한다(e.g., Roberson et al., 2005; Rynes et al., 1991). 특히 성실성 차원의 강한 일치성 효과는 성실성이 적합성 지각 및 직무의사결정과 관련성이 높다는 Resick 등(2007)의 연구와 일치한다. 이는 성실한 사람이 상대적으로 채용정보의 처리과정에서 잠재적 고용주에 대해 분석적이고 체계적인 의사결정을 수행했을 가능성을 시사한다. 또한 이론적으로 정교화가능성모형(Petty & Cacioppo, 1986)은 적어도 성실한 사람이 다른 성격특질의 사람보다 직무의 선택과 평가에서 세심하고 주의 깊은 평가를 하고 이러한 정보가 중심통로를 따라 처리됨으로써 의사결정의 강도가 증가될 수 있다고 주장한다. 따라서 본 연구결과에서 성실성 차원의 일치성 효과는 적합성 지각과 직무의사결정에 있어 정교화가능성 모형을 지지한다.

한편 본 연구결과는 모집과 채용설계에 있어 몇 가지 실무적 함의를 갖는다. 첫째, 채용광고는 직무에 대한 시그널로 작용하고 그로써 지원자는 자신의 잠재력과 가치가 해당 직무에 부합하는지를 판단하는 준거로 사용한다. 본 연구결과, 지원자의 성격특질과 직무가 일치할 때 지원자는 대체로 직무에 대한 적합도를 높게 지각한다는 점에서 채용광고에 직무상 요구되는 '성격'을 명시하는 모집설계를 추천한다. 이는 곧 기업이 직무요건에 맞는 지원자를 유인하는 전략으로 기업이 원하는 우수인재의 선발에 기여할 뿐만 아니라 채용시장의 불균형을 해소하고 적재적소의 원리를 작동시킬 것으로 기대한다.

둘째, 모집과 채용은 개인과 조직의 상호작용 과정이자 조직의 욕구와 기대에 부합하는 지원자를 선택하는 과정이다(Schneider, 1987). 따라서 지원자를 유인하고 긍정적 의사결정을 하도록 유도하는 전략으로 모집과정에서 직무에서 필요로 하는 성격을 분류하여 직무(혹은 직군)에 따른 차별적 접근을 수행할 수 있다. 본 연구결과에 기초할 때, 직무에 대해 느끼는 매력의 정도에서는 다를지라도, 적어도 지원자들은 직무에 대한 적합성과 수용의사를 평가할 때 직무가 자신의 성격과 일치하는지를 기반으로 한다. 따라서 외향성이나 개방성은 물론이고, 특히 성실한 지원자를 유인하는 채용광고는 직무에 대한 적합성과 수용성을 향상시키는 수단으로 효과적임을 제안한다.

셋째, 국내의 많은 기업들이 잠재적으로 수준 높은 인재풀을 가지고 있으면서도 채용에서 지나친 스펙주의에 치중하여 시장 불균형이 초래되고 있음을 감안하면, 최근 몇몇 기업이 시행하고 있는 학력이나 스펙을 노출하지 않은 블라인드 채용방식을 고려해 볼 수

www.kci.go.kr

있다. 아마도 스펙중심의 채용 전통을 지닌 기업으로서는 쉽지 않지만, 적합한 인재를 적절한 직무에 채용하는 인적자원관리의 효율성을 기대할 수 있을 것이다. 나아가 개인의 잠재적 역량과 적합성을 고려하는 채용에서 블라인드 접근이 보편화된다면, 직무특성에 부합하는 개인의 성격특질과 가치는 스펙을 초월한 채용문화에 중요한 요소로 자리 잡아 갈 것이다.

본 연구는 모집의 주요 채널인 채용광고를 통해 직무의 성격을 명시함으로써 기업이 필요로 하는 적재적소의 인재를 선발하고 효율적인 인적자원관리에 도움을 제공할 수 있다는 것에 의의를 두지만, 몇 가지 제한점을 갖는다. 첫째, 본 연구는 대학생을 대상으로 한 실험연구이므로 일반화의 제약을 받는다. 대학생 피험자는 당장의 고용시장에 놓여 있지 않으나 잠재적으로 중요한 자원이자 직무탐색과 기업의 모집과정에 가장 관심이 높은 표본이다. 따라서 실험연구를 고려할 때 대학생 집단은 직무탐색 과정에 있는 합리적 표본이고 실험의 내적 타당도에 기여하는 대상이라고 판단된다. 다만 추후연구에서 채용 프로세스를 진행하고 있는 표본을 대상으로 연구한다면 결과의 일반화를 개선하는데 도움이 될 것이다.

둘째, 본 연구에서 성격의 5요인 중 신경증 경향은 모집광고에 성격특질을 기술하기 어려운 점을 감안하여 제외하였다(e.g., Stevens & Szmerekovsky, 2010). 비록 5요인 성격의 효과를 모든 차원에서 설명하기 어렵지만, 추후 연구에서 신경증 경향 혹은 그 반대 차원의 정서적 안정성을 포함한 연구를 계획할 수 있을 것이다. 특히 본 연구에서 다루지 못한 다양한 개인차 변수(예, 몰입, 자아효능감, 인구통계적 특성)와 조직의 물리적 특성(예, 조직규모, 보상체계)을 함께 고려한다면 보다 흥미로운 결과를 제공할 것으로 기대한다.

셋째, 본 연구에서의 측정은 라틴스퀘어 설계를 응용하여 자극제시에 따른 순서효과를 통제하고 강제선택절차를 이용하여 직무와 조직에 대한 의사결정에서 응답자 반응의 독립성을 유지하고자 노력하였다. 이러한 실험절차의 장점에도 불구하고 다중문항에 대한 반응 척도화가 이루어지지 않아 측정의 구성개념을 파악하는데 한계가 있음을 인정한다. 다만 실험설계의 정교함을 유지하고 측정문항의 사용에 있어 가장 보편적이고 표준화된 척도를 사용함으로써 해석적 오류 가능성을 최소화하고자 하였다. 추후 연구가 정교한 실험설계와 더불어 반응의 척도화를 고려한다면 더욱 확고한 경험적 증거를 제공할 것이다.

참고문헌

유태용, 김도영, 현희정 (2002). 개인성격과 조직성격 유형간의 일치 정도가 조직에 대한 태도 및 행동에 미치는 영향. 한국심리학회지: 산업 및 조직, 15, 65-87.

이선희 (2008). 직무만족과 개인-직무 부합도가 청년근로자의 이직 결정에 미치는 영향: 사건사 분석법의 적용. 한국심리학회지: 산업 및 조직, 21, 705-728.

최명옥, 유태용 (2005). 개인-조직, 개인-직무, 개인-상사 부합이 조직몰입, 직무만족, 이직의도에 미치는 영향: 부합들간의 상호작용 효과를 중심으로. 한국심리학회지: 산업 및 조직, 18, 139-162.

Arthur, W., Bell, S. T., Villado, A. J., &

www.kci.go.kr

Doverspike, D. (2006). The use of person-organization fit in employment decision making: An assessment of its criterion-related validity. *Journal of Applied Psychology, 91,* 786-801.

Blau, G. (1993). Further exploring the relationship between job search and voluntary individual turnover. *Personnel Psychology, 46,* 313-330.

Bretz, R. D., & Judge, T. A. (1994). Person-organization fit and the theory of work adjustment: Implications for satisfaction, tenure, and career success. *Journal of Vocational Behavior, 44,* 310-327.

Broach, V. C. Jr., Page, T. J. Jr., & Wilson, R. D. (1995). Television programming and its influence on viewers' perceptions of commercials: The role of program arousal and pleasantness. *Journal of Advertising, 24,* 45-54.

Cable, D. M., & DeRue, S. (2002). The convergent, and discriminant validity of subjective fit perceptions. *Journal of Applied Psychology, 87,* 875-884.

Cable, D. M., & Edwards, J. R. (2004). Complementary and supplementary fit: A theoretical and empirical integration. *Journal of Applied Psychology, 89,* 822 – 834.

Cable, D. M., & Judge, T. A. (1996). Person-organization fit, job choice decisions, and organizational entry. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 67,* 294-311.

Carless, S. (2005). Person-job fit versus Person-organization fit as predictors of organizational attraction and job acceptance intensions: A longitudinal study. *Journal of Occupational and Organizational Psychology, 78,* 411-429.

Chatman, J. (1991). Matching people and organizations: Selection and socialization in public accounting firms. *Administrative Science Quarterly, 36,* 459-484.

Costa, P. T., & McCrae, P. R. (1992). *Revised NEO personality inventory (NEO-PI-R) and NEO five-factor (NEO-FFI) inventory professional manual*. Odessa, FL: PAR.

Edwards, J. R., & Cable, D. M. (2009). The value of value congruence. *Journal of Applied Psychology, 94,* 654-677.

Ehrhart, K. (2006). Job characteristics belief and personality as antecedents of subjective person-job fit. *Journal of Business and Psychology, 21,* 193-226.

Franco-Watkins, A. M., & Johnson, J. G. (2011). Applying the decision moving window to risky choice: Comparison of eye-tracking and mouse-tracing methods. *Judgment and Decision Making, 6,* 740-749.

Goltz, S. M., & Giannantonio, C. M. (1995). Recruiter friendliness and attraction to the job: The mediating role of inferences about the organization. *Journal of Vocational Behavior, 46,* 109-118.

Greguras, G. J., & Diefendorff, J. M. (2009). Different fits satisfy different needs: Linking person-environment fit to employee commitment and performance using self-determination theory. *Journal of Applied Psychology, 94,* 465-477.

Highhouse, S., Stierwalt, S. L., Bachiochi, P., Elder, A. E., & Fisher, G. (1999). Effects

www.kci.go.kr

of advertised human resource management practices on attraction of African American applicants. *Personnel Psychology, 52,* 425-442.

Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: International differences in work related values*. Beverly Hills, CA: Sage.

Judge, T. A., & Bretz, R. D. (1992). Effects of work values on job choice decisions. *Journal of Applied Psychology, 77,* 261 - 271.

Judge, T. A., & Cable, D. M. (1997). Applicant personality, organizational culture, and organization attraction. *Personnel Psychology, 50,* 359-394.

Kristof, A. L. (1996). Person-organization fit: An integrative review of its conceptualization, measurement, and implications. *Personnel Psychology, 49,* 1-49.

Kristof-Brown, A. L. (2000). Perceived applicant fit: Distinguishing between recruiters' perceptions of person-job and person-organization fit. *Personnel Psychology, 53,* 643-671.

Kristof-Brown, A. L., Zimmerman, R. D., & Johnson, E. C. (2005). Consequences of individuals' fit at work: A meta-analysis of person-job, person-organization, person-group, and person-supervisor fit. *Personnel Psychology, 58,* 281-342.

Lievens, F., Decaesteker, C., & Coetsier, P. (2001). Organizational attractiveness for prospective applicants: A person-organization fit perceptive. *Applied Psychology: An International Review, 50,* 30-51.

Mason, N. A., & Belt, J. A. (1986). Effectiveness of specificity in recruitment advertising. *Journal of Management, 12,* 425-432.

O'Reilly, C. A., Chatman, J. A., & Caldwell, D. F. (1991). People and organizational culture: A profile comparison approach to assessing person-organization fit. *Academy of Management Journal, 34,* 487-516.

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology, 19,* 123-205.

Petty, R. E., Haugtvedt, C. P., & Smith, S. M. (1995). *Elaboration as a determinant of attitude strength: Creating attitudes that are persistent, resistant, and predictive of behavior*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Ployhart, R. E., Weekley, J. A., & Baughman, K. (2006). The structure and function of human capital emergence: A multilevel examination of the attraction-selection-attrition model. *Academy of Management Journal, 49,* 661-677.

Resick, C. J., Baltes, B. B., & Shantz, C. W. (2007). Person-organization fit and work-related attitudes and decisions: Examining interactive effects with job fit and conscientiousness. *Journal of Applied Psychology, 92,* 1446-1455.

Roberson, Q. M., Collins, C. J., & Oreg, S. (2005). The Effects of recruitment message specificity on applicant attraction to organizations. *Journal of Business and Psychology, 19,* 319-339.

Ryan, A. M., & Schmit, M. J. (1996). An assessment of organizational climate and P-E fit: A tool for organizational change. *The International Journal of Organizational Analysis,*

www.kci.go.kr

4, 75-95.

Rynes, S. L. (1991). Recruitment, job choice, and post-hire consequences: A call for new research directions. *Organizational psychology, 2,* 399-444.

Rynes, S., Bretz, R. D., & Gerhart, B. (1991). The importance of recruitment in fob choice: A different way of looking. *Personnel Psychology, 44,* 487-521.

Saks, A. M., & Ashforth, B. E. (1997). A longitudinal investigation of the relationships between job information sources, applicant perceptions of fit, and work outcomes. *Personnel Psychology, 50,* 395-426.

Schneider, B. (1987). The people make the place. *Personnel Psychology, 40,* 437-453.

Schneider, B., Smith, D. B., Taylor, S., & Fleenor, J. (1998). Personality and organizations: A test of the homogeneity of personality hypothesis. *Journal of Applied Psychology, 83,* 462-470.

Sheridan, J. E. (1992). Organizational culture and employee retention. *Academy of Management Journal*, 35, 1036-1056.

SMI. (2011). *iView XTM System manual*. SensoMotoric Instruments Publications.

Spence, M. (1973). Job market signaling. *The Quarterly Journal of Economics, 87,* 355-374.

Stevens, C. D., Szmerekovsky, J. G. (2010). Attraction to employment advertisements: Advertisement wording and personality characteristics. *Journal of Managerial Issue, 22*, 107-126.

Tom, V. R. (1971). The role of personality and organizational images in the recruiting process. *Organizational Behavior and Human Performance*, 6, 573-592.

Turban, D. B., Forret, M. L., & Hendrickson, C. L. (1998). Applicant attraction to firms: Influences of organization reputation, job and organizational attributes, and recruiter behaviors. *Journal of Vocational Behavior, 52,* 24-44.

1차 원고접수 : 2013. 09. 14
2차 원고접수 : 2014. 02. 13
최종게재결정 : 2014. 02. 15

www.kci.go.kr

한국심리학회지: 산업 및 조직
Korean Journal of Industrial and Organizational Psychology
2014. Vol. 27, No. 1, 55-81

The Consistency Effect between Applicants' Personality Traits and Job Characteristics on Employment Advertisement: Perceived P-E Fitness, Organizational Attractiveness, and Intention to Job Acceptance

Byunghwa, Yang

Kangwon National University

This study aims to examine the effect of consistency between applicants' personality traits and job characteristics on employment advertisement. There are few empirical evidences about the consistency of personality traits and job characteristics, particularly in the employment advertisement, even though literature has shown that person-job (P-J) fit and person-organization (P-O) fit are strongly related to organization attractiveness and job choice decisions. The data were collected from a experiment of undergraduate students at a large Korean University. Using a ratin-square design and a eye-movement system in order to control over the order effect of stimuli presentations, the eighty subjects were given a series of employment advertisement one month after they completed the personalty test of NEO FFI-3. The employment advertisement material includes job requirements which represent a specific traits along with applicants ' personality traits. The result shows that the personality-based consistency between individuals traits and job characteristics is fairly associated with perception of person-job fit and intention to job acceptance. However, Results indicate a weak relationship between personality-based consistency and organizational attractiveness on employment advertisement. This study provides unique contributes to the literature by exploring how personality-based consistency between individuals and jobs influences perceived person-environment (P-E) fit and job choice decisions. Theoretical implications to the personality and recruitment literature are discussed along with practical suggestions to manager that are responsible for human resource management.

Key words : employment advertisement, personality traits, P-E fit, intention to job acceptance

www.kci.go.kr