creative commons
COMMONS DEED

저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:

저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.

변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 이용허락규약(Legal Code)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

Disclaimer

dCollection

경영학석사 학위논문

호텔종사원의 지각된 고객무례가 조직성과에 미치는 영향

- 감정소진의 매개효과를 중심으로 -

2014년 2월

부경대학교 경영대학원

경 영 학 과

정 서 이

경영학석사 학위논문

호텔종사원의 지각된 고객무례가 조직성과에 미치는 영향

- 감정소진의 매개효과를 중심으로 -

지도교수 전 재 균

이 논문을 경영학석사 학위논문으로 제출함

2014년 2월

부경대학교 경영대학원

경 영 학 과

정 서 이

정서이의 경영학석사 학위논문을 인준함

2014년 2월

주 심	경영학박사	허 원 무	(인)
위 원	관광레저학박사	양 위 주	(인)
위 원	관광경영학박사	전 재 균	(인)

< 목 차 >

표목차 ····· iii

그림목차 ····· iv

ABSTRACT ····· v

제 1 장 서 론 ····· 1

제 1 절 연구의 배경 ····· 1

제 2 절 연구의 목적 ····· 3

제 2 장 이론적 배경 ····· 4

제 1 절 고객무례 ····· 4

제 2 절 감정소진 ····· 5

제 3 절 조직성과 ····· 7

1. 직무성과 ····· 7

2. 직무만족 ····· 8

3. 이직의도 ····· 10

제 3 장 연구 모형 및 연구가설 ····· 12

제 1 절 연구 모형 ····· 12

제 2 절 연구가설의 설정 ····· 13

1. 지각된 고객무례가 감정소진에 미치는 영향 ····· 13

2. 감정소진이 직무성과에 미치는 영향 ····· 15

3. 감정소진이 직무만족에 미치는 영향 ····· 16

4. 감정소진이 이직의도에 미치는 영향 ····· 18

제 4 장 연구 방법 ····· 20

제 1 절 자료 수집 ····· 20

제 2 절 변수의 측정 ····· 20

제 5 장 실증분석 ····· 23

제 1 절 표본의 특성 ····· 23

제 2 절 신뢰성과 타당성 분석 ····· 24

제 3 절 가설검증결과 ····· 27

제 6 장 결론 ····· 30

제 1 절 연구의 요약 및 시사점 ····· 30

제 2 절 연구의 한계점 및 향후 연구방향 ····· 34

참 고 문 헌 ····· 35

설 문 지 ····· 45

< 표 목 차 >

<표 4-1> 측정문항 ····· 21
<표 5-1> 표본특성 ····· 23
<표 5-2> 신뢰성과 타당성 검증 ····· 25
<표 5-3> 구성개념간 상관관계 ····· 26
<표 5-4> 가설검증결과 ····· 28
<표 5-5> 효과분해 ····· 29

PUKYONG NATIONAL UNIVERSITY
부경대학교

< 그 림 목 차 >

<그림 3-1> 연구모형 ····· 12
<그림 5-1> 연구모형 검증결과 ····· 27

PUKYONG NATIONAL UNIVERSITY
부경대학교

The Impact of Perceived Customer Incivility on Organizational Outcomes in the Hotel Industry
- Focused on Mediated Effects of Emotional Exhaustion-

Seo-Yi Jung

Department of Business Administration

Graduate School of Pukyoung National University

Supervised by Professor Jae-Kyoon Jun

Abstract

Recently customer incivility has been posed as a severe problem in the service sector (airlines, hotels, travel agencies, etc.) and attracted social concern. The incivility of customers make the employees feel humiliated and insulted, reducing morale in working. Several executives of major companies have caused social controversy by forcing service employees to do excessive service.

As the share of the service sector and the occupation of hotel industry in the sector are on the increase due to changes in industrial structure of Korea, emotional exhaustion by customer incivility in customer-contacting departments has substantially affected job satisfaction and outcomes of organization. The purpose of this study is to analyze effects of customer incivility via emotional exhaustion on organizational outcomes(job performance, job satisfaction, and turnover intention). In particular, effects and severity of emotional exhaustion

by customer incivility experienced by hotel employees are verified to find out methods of minimizing emotional exhaustion, suggestions that may be helpful to enhance efficiency of managing human resources of hotel employees and managerial competitiveness of enterprises.

In addition, this study analyzes effects of emotional exhaustion on organizational outcomes(job performance, job satisfaction, and turnover intention) to present suggestions in hotel personnel management including efficient job measures, reduction in unnecessary cost in hiring new personnel, retention skilled personnel for securing competitiveness in service, and importance of hotel personnel management.

Key words : Customer incivility, Emotional exhaustion, Organizational outcomes(job performance, job satisfaction, turnover intention)

PUKYONG NATIONAL UNIVERSITY 부경대학교

제 1 장 서론

제 1 절 연구의 배경

최근 고객의 무례한 행동들이 서비스 업계(항공사, 호텔, 여행사 등)에서 심각한 문제로 대두되고 있어 이에 대한 사회적 관심이 집중되고 있는데, 고객의 무례한 행동으로 인해 종사원에게 수치감을 느끼게 하고, 모욕감을 주며 업무의 사기를 저하시킨다. 몇몇 대기업 임원들이 서비스 종사원에게 무리한 서비스를 강요하여 사회적으로 많은 논란이 되고 있다. SNS(social network service)가 활성화 되면서 고객무례를 행하는 '갑의 횡포'를 비난하는 사회적 여론이 일고 있으며, 기업의 고위직인 경우 해당 기업이미지가 실축되고, 국민들의 불매운동 등으로 경영손실에 직접적인 영향을 미치고 있다(뉴스투데이, 2013.10.04).

고객무례는 특정한 고객에게만 일어나는 현상이 아니라 고객층 전반에 걸쳐 빈번하게 발생하고, 종사원의 서비스 제공에 많은 영향을 미치는 점을 고려한다면 고객무례에 대한 올바른 대처가 요구된다(Fisk et al., 2010; Fullerton & Punj, 2004).

서비스업계에서는 고객무례의 한 유형으로 블랙컨슈머(black consumer)라고 지칭하고, 기업 내부적으로 블랙컨슈머 서비스 대응책을 마련하여 여러 가지 손실을 막고자 하고 있다. 블랙컨슈머의 출현이 사회적인 문제로 대두되고 이러한 블랙컨슈머의 행동의 개념에 대한 논의는 학계로는 전무한 실정이나, 호텔업계에서 실제적인 블랙컨슈머 대책방안을 기업내부적으로 제시하고 있어 본 연구에서는 고객무례를 큰 포괄적인 개념으로 보고, 블랙컨슈머를 의도성 정도가 높은 고객으로 부당한 이익을 취하고자 고의적으로 악성 민원을 제기하는 소비자로서 종사원의 감정소진을 유발하여 물적, 심적 피해를 주고 있다는 점에서 심각성을 제시하

고자 한다(이은경 등, 2013).

고객무례는 서비스 종사원의 업무에 있어 어려움이 가중되고, 고객과의 일선에서 근무하는 종사원은 자신의 감정을 사내의 매뉴얼대로 감정의 표현이 가능한 상황이고, 감정을 억제하고 서비스를 제공하는 과정에서 감정소진이 나타나며, 종사원의 스트레스 유발에 많은 영향을 준다. 고객의 무례로 인한 감정소진 요인은 “고객은 왕이다” 와 같은 경영철학에 따라 항상 웃는 얼굴과 친절한 태도로 고객을 응대해야하는 접점 종사원들의 심리적 고통은 상당히 크다(구경원·김판영, 2010; Karatepe, Yorganci & Haktanir, 2009). 자신의 감정을 드러낼 수 없고 조직의 감정을 대변하여서 고객의 요구사항을 적절히 응대하는 서비스 종사원을 감성노동자라고 할 수 있고, 고객의 욕구에 대한 적절한 응대를 처리하는 과정에서 느끼는 감정적 소진은 조직성과에 부정적 영향을 미칠 수 있다.

호텔 서비스 산업에서 고객접점 부서는 고객과 종사원의 감정 상호작용이 항상 이루어지고 있고, 고객의 무례는 종사원의 감정소진에 직접적인 영향을 미치어 크게는 기업의 조직성과 및 생산성을 기대할 수 없으며, 기업 내부적으로 직무만족, 직무성과를 감소시키고, 이직률은 증가시키게 되고 종사원의 건강에도 심각한 영향을 미칠 수 있을 것이다.

특히 호텔에서 빈번하게 발생하는 고객무례는 서비스 조직에 있어서 재정적이고 사회적인 중대한 손실을 가져오고, 지각된 고객무례가 호텔 종사원에게 미치는 부정적 영향의 중요성에도 불구하고 이에 대한 실증적 연구가 미흡한 실정이다. 호텔기업은 고객무례를 최소화시킬 때 조직성과를 극대화할 수 있을 것이다. 그러나 고객무례에 대한 실증적 이해 없이는 효과적으로 관리하기가 어려울 것이다. 따라서 본 연구에서는 지각된 고객무례가 감정소진에 얼마나 영향을 미치는지를 살펴보고자 한다. 또한 감정소진이 조직의 성과(직무성과, 직무만족 및 이직의도)에 각각 미치는 영향의 정도를 알아보고자 한다. 마지막으로 지각된 고객무례가 감정소진을 매개하여 조직성과에 미치는 영향력을 분석하고자 한다. 지금까지

의 연구에서는 고객무례가 조직의 성과에 직접적인 영향을 미친다는 실증적 연구 결과가 제시되고 있지 않기 때문에 매개효과의 여부를 검증하고자 한다.

이러한 검증을 바탕으로, 서비스 업종(호텔, 항공사, 여행사 등)의 고객 접점업무를 하는 종사원에게 고객 무례로 인한 감정소진이 기업의 성과에 큰 영향을 미치는 만큼 고객무례를 보다 효율적으로 관리 할 수 있도록 실무적 방안을 제시하고자 한다.

제 2 절 연구의 목적

우리나라 산업 구조의 변화에 따라 서비스 산업의 비중이 커지고, 호텔산업이 전체산업에서 점유하는 비중이 증가하는 시점에서 서비스 접점부서의 고객무례로 인한 감정소진이 조직의 직무만족 및 성과에 상당한 영향을 미치게 된다.

본 연구에서는 고객의 무례가 감정소진을 매개로 하여 조직성과(직무성과, 직무만족, 이직의도)에 어떠한 영향을 미치는지 분석하고자 한다. 특히 호텔 종사원이 경험하게 되는 고객무례로 인한 감정소진이 미치는 영향력과 심각성을 검증하여, 감정소진을 최소화 시킬 수 있는 방법을 찾아내어 호텔 종사원의 인적자원 관리 효율을 높이는 동시에 기업 경영경쟁력에 도움이 될 것으로 사료 된다.

또한 감정소진이 조직성과(직무성과, 직무만족, 이직의도)에 미치는 영향을 분석함으로써 효율적인 업무방안 및 신규인력 채용의 불필요한 경비절감, 숙련된 인력을 보유하여 서비스의 경쟁력을 확보할 수 있을 것이고, 호텔인사관리의 중요한 시사점을 제시하고자 한다.

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 고객무례

종사원이 제공하는 서비스와 서비스 접점에서 고객의 서비스 품질 인식에 영향을 주는 요인으로 타 고객의 역할을 들 수 있다(Huang, 2008; Verhoef et al., 2009). 예를 들자면 금연구역에서의 흡연, 종사원에 대한 폭언 등과 같은 부정적인 경험을 미치는 행위를 포함할 수 있다.

고객의 이러한 역기능적인 행동, 즉, 고객무례에 대한 외국의 선행연구에서 비슷한 용어를 찾아보면 다음과 같다. Fullerton & Punj(1993)은 'aberrant consumer behavior', Reynolds & Harris(2003)는 'dysfunctional customer behavior', Bitner(1994)는 'problem customer', Lovelock(1994)은 'jay-customers' 그리고 Fullerton & Punj(1997)는 'consumer misbehavior'란 용어를 사용하였다.

불량고객의 세부적인 개념정의를 살펴보면 Fullerton & Punj(1993)는 "일반적인 소비상황에서 수용되는 행동규범을 위반하여 소비 질서를 어지럽히는 부정적 행동"으로 정의하고, Reynolds & Harris(2003) "서비스 접점을 혼란시키는 고객행동"으로 정의하였다. Bitner 등(1994)은 "서비스 제공자, 타 고객, 규정이나 규칙에 비협조적이며 협조할 의사가 없는 고객" 으로 정의하고, Lovelock(1994)은 "의도적으로 서비스를 방해하여 서비스 기업, 종사원과 타 고객에게 부정적인 영향을 끼치는 고객"으로 정의하고 있다.

또한 Sliter et al.(2012)은 'incivility'라는 용어를 사용하여 동료사이에서의 무례로 인한 심리적 고갈 및 조직성과간의 관계를 연구한 바 있는데, 본 연구에서는 Sliter et al.(2012)의 설문문항을 수정하여 구성 측정하였고, 'customer incivility'로 용어로 재정의 하였다.

고객무례에 대한 국내 선행연구들을 찾아보면, 이유재(2002)는 서비스 조직과 다른 고객에게 부정적인 영향을 주어 서비스를 혼란을 초래하는 것을 불량고객으로 정의하였고, 역기능 행동이란 조직 구성원이 정당한 이익에 반하는 고의적인 행동으로 조직 구성원에게 해가 되는 행동이라고 하였다.

김부희(2008)는 서비스 인카운터 종사원 즉, 호텔 항공사 및 면세점등의 서비스 접점 종사원을 대상으로 고객무례가 직무태도에 미치는 영향을 연구하였는데, 연구결과 고객의 불량행동은 크게 세 가지 유형으로 분류하였고 , 세부적으로 '무시하는 태도'와 '무례한 행동', '모욕적인 언어'로 유형을 분류하였다.

또한 불량고객의 유형으로 선행연구에서 살펴보면 Bitner 등(1994)은 술에 취해 타고객 또는 서비스 종사원에게 끼치는 행동을 보이는 음주형, 언어적 물리적 폭력을 행하는 폭력형, 규범을 따르지 않는 규칙위반형, 무례하거나 지나치게 까다로워서 만족할 의도가 없는 고객으로 분류하였다. Fullerton & Punj(2004)는 고객 이상행동이라는 용어로 파손행동, 구두적 및 물리적 폭력을 포함하였다.

고객의 불량 행동은 서비스 조직에 있어서 중대한 재정적, 사회적 손실을 가져오기 때문에 고객 불량행동 방지를 위한 노력이 더욱 중요하게 부각되고, 이들 불량고객들에게 지출되는 비용을 절감할 수 있다면 서비스 기업 경쟁력을 향상시킬 수 있다(Fullerton & Punj, 2004).

따라서 본 연구에서는 지각된 고객무례가 타고객의 서비스 품질인식에 영향을 미치고, 국내외 선행연구를 바탕으로 고객무례를 서비스를 방해하여 종사원에게 부정적인 영향으로 초래하는 행동으로 정의하고자 한다.

제 2 절 감정소진

감정이란 대인관계에서 상호 작용과정에서 자연스럽게 이루어지는 것으로서 스트레스 또는 갈등의 과정에서 생성되는 느낌이고, 사회학이나 심리학에서 관심을 가졌다(정무관·임효창·최항석, 2008). 현대산업 사회에서 서비스 산업의 비중이

증가되면서 고객의 needs를 먼저 파악하고 요구시키는 중요한 방안중 하나가 감정이고 조직의 성과에 대한 영향을 미친 것을 인식하면서 감정에 대한 관심이 급증하였다.

Freudenberger(1974)는 지역사회 정신건강센터에서 자원봉사하는 사회사업가들이 의욕상실 및 피로감이 나타나 환자들에게 냉대하게 대하는 것을 보고 이러한 현상을 설명하기 위해 소진(burnout)이라는 용어를 사용하였다.

Maslach(1982)현재 소진의 측정도구로 사용되고있는 MBI(Maslach Burnout Inventory)를 개발하였다. 이에 따르면 소진이란 고객에 대한 관심이나 느낌의 상실감의 탈진 증후, 업무에 대한 부정적인 태도로 설명한다. 감정소진과 비인격화, 성취감의 감소 등의 3가지 요인구성으로 점차적인 단계를 거쳐 진행된다. 감정소진(emotional exhaustion)이란 감정적 접촉이 많은 호텔직원 또는 기내 항공 승무원 등 많은 사람들과 접촉이 많아짐에 따라 메말라가는 감정을 의미하고, 직무에 대한 피곤함, 지침, 개인의 감정고갈의 특징이 포함된다.

윤시내·이승륜(2007), 이정은(2010)은 항공사 객실 승무원을 대상으로 연구한 결과 감정소진은 오랫동안 사람들과 밀접한 관계를 유지하는 과정에서 반복적인 정서적인 압박의 결과이고, 감정소진을 신체적, 정서적인 고갈상태라고 하였다.

감정소진은 서비스 산업에서 나타나는 종사원들의 고객접점이 많은 부서의 고객응대 서비스 등으로 인해 정서적 탈진, 직무에 대한 몰입의 감소, 고객에 대한 긍정적 느낌과 동정심 및 존중의 상실 현상으로 나타난다고 보고하고 있고(김세리·김건, 2010), 본 연구에서는 감정소진은 서비스 산업에서 나타나는 감정의 고갈상태, 피로감으로 정의한다.

제 3 절 조직성과

일반적으로 조직성과는 조직이 목표를 달성하는 정도로 정의하고 있고, 조직성과는 크게 인적자원 산출물, 조직산출물, 재무회계산출물, 자본시장 산출물 등 4개의 범주로 나누어진다고 볼 수 있다(Dyer & Reeves, 1995). 여기서 인적자원 산출물의 이직률, 결근률, 직무만족 등을 나타내는 것이다. 특히 인적자원 관리의 경우 인적자원산출물의 변화를 목적으로 만들어진 것으로 인적자원성과 측정법이 강조되었고(Becker et al., 2001), 국내외 선행 연구를 바탕으로 인적자원 측면에서 사용되고 있는 성과변수들 중에서 직무성과 및 직무만족(Arthur, 1994; Boswell, 2000), 이직의도(Batt, 2002; Huselid, Jackson & Schuler, 1997)를 조직성과의 측정변수로 사용하였고, 국내 호텔의 연구에서는 호텔 종사원들의 직무성과, 직무만족, 이직의도의 상관관계 분석하였다(김헌형, 2008).

본 연구에서는 결과변수인 조직성과를 호텔 인사조직의 선행연구를 바탕으로 직무성과, 직무만족, 이직의도로 세부적으로 나누어 분석하고자 한다.

1. 직무성과

직무성과에 대해서, Tett & Meyer(1993)는 '조직 구성원이 목표를 달성하는 정도', Milkovich & Boudreau(1991)는 '직원이 업무를 성취하는 정도'로 정의하였다. 이러한 정의에 따르면 직무성과는 개인의 성취도, 즉 개인의 인지를 달성하는 성과측정의 개념이다.

직무성과란 인사조직과 마케팅 분야에서 중요한 지표로 사용되어져 왔고, 조직관리자와 조직에 있어서 매우 중요하며 보상, 훈련, 성과 향상 혹은 종료여부에 대한 정보를 제공하는 매우 중요한 요소라고 할 수 있다(Mathieu & Zajac, 1990;

전희원·김영화, 2007; 김성영·이미래·이수범, 2012).

직무성과란 기업의 운영과정으로서 산업심리학자들이 말하는 생산성의 의미와 동일하며, 일반적으로 직무수행 또는 업무실적으로 표현될 수 있다고 정의하였다(Pincus, 1986; 김연선, 2008; 김성영 · 이미래 · 이수범, 2012).

Heskett et al.(1994)은 자신의 직무에 만족하는 종사원은 고객의 요구를 충족시키기 위해 서비스 조직에 대한 충성심이 증가한다고 보고하고 있고, 직무성과는 서비스 조직에 있어서 서비스 품질의 질을 상향시킬 수 있는 것을 시사하고 있다. 따라서 직무성과란 조직구성원의 행동이 직무와 관련하여 여러 가지 연결되어 있는 것을 의미하므로, 조직과 관련된 직무를 조직구성원이 구체적으로 성취하려는 개념이다.

이에 따라 본 연구에서 직무성과는 종사원이 공식적으로 업무활동을 수행하는 능력인 과업 수행(task performance)으로 정의하고, 환대산업에서의 직무성과는 서비스 최대만족을 목표로 하기 때문에 호텔이미지와도 직결되는 중요한 의미를 가진다고 할 수 있다.

2. 직무만족

직무만족(job satisfaction)에 대한 정의는 매우 다양하다. 직무만족이란, Hoppock(1935)은 인간의 요구와 태도 및 직무를 연관시켜서 조직구성원의 심리적, 환경적, 생리적 상황을 복합적으로 결합한 상태라고 정의하였고, Locke(1976)는 직무만족에 대하여 종사원 개인이 갖는 감정으로서 자신의 직무를 통한 경험에서 발생되는 긍정적인 감정상태라고 정의하고 있다.

서비스 기업에서는 종사원의 태도가 고객의 선택에 영향을 미칠 수 있어 종사원의 직무만족이 매우 중요하고(이재천·천덕희, 2012), 직무만족은 이와 관련해서 직무나 작업조건에 대한 호의적인 태도라고 정의하고 있다(박수영, 2010). 또한 직무에 대해서 종사원이 갖는 태도나 직무를 통해 경험되는 모든 감정의 총화로

정의된다(고재윤·권영일·이유양, 2011).

직무만족은 태도나 가치, 신념 등의 직무환경에 대한 평가에서 얻어지는 감정적, 정서적 만족상태를 말하는 것으로서 한 개인이 직무에 대해 자신이 가지고 있는 태도로서 이해된다(박대환·김성곤·장병주, 2007).

선행 연구에 따라 호텔산업은 인적자원을 필요로 하고, 특히 고객접점의 최일선에서 서비스산업으로 서비스 제공은 조직구성원의 마음가짐에 따라 결정된다고 볼 수 있다. 직무를 수행하면서 느끼고 감지하는 개인의 만족정도를 나타내는 것으로서 개인의 능력 및 자질, 여러 가지 환경과 관계가 있다. 직무만족은 직무나 직무상 경험에 대한 평가로부터의 즐겁고 긍정적인 감정 상태를 의미하고, 환대산업 서비스 종사원들의 감정소모가 직무만족에 미치는 영향에 관련한 요인에 대한 면밀한 분석이 요구된다.

특히 허용덕(2007)은 고객접점에서 종사원들의 직무만족은 고객만족과 직접적인 영향요인이 기업의 경영성과에 매우 중요한 영향을 미치고, 직무만족은 직접적으로 고객환대에 영향을 미치며 고객관의 관계 발전에 있어서 매우 중요한 것으로 나아가 충성고객을 유지하기 위한 방편으로 많은 연구자들의 관심사이다(김성혁·권상미·양현교, 2009).

이는 고객과의 관계 발전에 있어서 중요한 역할을 담당하고 있는 서비스 종사원의 직무만족에 대한 중요성이 점차 높아지고 있다는 것을 의미하고 있다.

따라서 선행연구들의 정의에서 도출하여 본 연구에서는 직무만족은 본인의 긍정적인 감정상태의 결과로서 정의하고, 특히 고객접점에서 호텔 종사원의 직무만족은 타고객의 서비스 품질지각에 영향을 미친다는 점에서 기업에서 중요한 의미를 가진다.

3. 이직의도

이직이란 Price(1997)는 사회 시스템이 구성원자격의 경계를 넘나드는 개인이동정도라고 정의한다. Meyer & Allen(1997)는 한 기업의 조직원의 구성원이기를 포기하고 이동하려는 의도로 정의 하였다.

Mobbley(1982)는 조직으로부터 금전적 보상을 받고 있는 개인이 조직내에서 구성원 자격을 스스로 종결한다고 이직을 정의 하고 있고, 유경민·박정하(2007)는 종업원이 조직의 구성원이기를 포기하고 현 직장을 떠나려는 의도로 정의하고 있다.

종사원이 현 직장에서 이직의도를 가지고 있다고 해서 모두 이직을 하는 것은 아니지만, 이직의도는 현재 직장에 대한 종사원의 감정적 평가 상태를 의미하며, 현 조직에서 행동에 영향을 미칠 수 있다(이선희·김미자·안택균, 2007).

박재희(2009)는 호텔종사원의 감정소진이 이직의도에 미치는 영향의 연구에서 이직의 발생은 조직으로 해서 업무에 적합한 선발, 채용 및 교육 등으로 발생되는 비용으로 인해 조직의 효율성이 저하되고, 동료들의 잦은 교체로 인해 조직원들의 사기저하에도 영향을 미치게 된다고 하였으며, 인적서비스의 비중이 큰 서비스 업체 일수록 이직의도를 가진 종업원이 많으면 큰 문제점으로 작용할 수 있다고 하였다.

최우성·김진강(2008)은 호텔 기업에 있어 이직의도를 조직구성원이 자신이 소속된 부서에서 직무를 수행하면 개인의 목표달성에 이르기 어려워 직무이탈을 하려는 심리상태로 정의하였고, 주어진 업무에 성취감을 떨어뜨리고 최종적으로 조직발전에 부정적인 결과를 가져다준다.

호텔종사자의 이직문제는 내적측면인 직무, 작업환경, 역할갈등 등의 문제로 이동하는 것을 말하고(유승학, 1993), 인적서비스의 비중이 큰 기업일수록 이직의도를 가진 종사원이 많으면 큰 문제점으로 작용할 수 있다.

본 연구에서는 이직의도는 기업에 있어 조직구성원이기를 포기하려는 상태로 정의하고, 호텔 서비스 산업에서는 이러한 이직의도를 줄여서 신규인력 채용의 불필요한 경비절감, 숙련된 인력을 보유하여 서비스의 경쟁력을 확보하는데 중요한 의미를 가진다.

PUKYONG NATIONAL UNIVERSITY
부경대학교

제 3 장 연구가설

제 1 절 연구모형

본 연구는 호텔접점부서의 지각된 고객무례가 종사원의 감정소진을 매개로 하여 조직성과(직무성과, 직무만족, 이직의도)에 미치는 영향관계를 파악하고자 한다. 이러한 관계를 <그림 3-1>과 같은 연구모형으로 제시하였다.

<그림 3-1> 연구모형

제 2 절 연구가설의 설정

1. 지각된 고객무례가 감정소진에 미치는 영향

고객무례의 정의에서 제시한 바와 같이, Fullerton & Punj(2004)는 고객 이상행동이라는 용어로 일반적인 소비상황에서 수용되는 행동을 위반하는 부정적 행동으로 정의 하였고, 파손행동, 구두적 및 물리적 폭력을 포함하며 종사원의 감정소모에 영향을 미친다고 제시하였다. Harris & Reynolds(2003)는 불량행동이 위협적이고 공격적인 고객의 행동으로 정의하고 이러한 고객무례는 서비스 종사원의 모욕적인 감정을 느끼고 좋지 않은 기분에 영향을 미친다고 설명하였다.

이유재(2004)는 고객불량행동을 서비스 접점에서 의도적으로 혹은 우연히 서비스 조직과 타 고객에게 부정적인 영향을 미쳐 서비스 혼란을 시키는 행동으로 정의하고 있고, 고함을 지르고 욕을 하는 호전형 고객, 서비스 시설을 파손시키는 파괴형 고객, 서비스 조직의 규칙을 위반하는 규칙 위반형 고객으로 분류하였으며, 서비스 종사원의 감정소모에 부정적인 영향을 미친다. 이는 고객의 무례가 서비스 종사원의 감정소진을 매개로 부(-)의 영향을 미친다고 설명하였다.

박한·이원옥·이형룡(2013)은 호텔 바 직원을 대상으로 고객의 폭력경험과 소진간의 관계에 대한 연구에서 고객으로 부터의 폭력 경험은 호텔 바 직원들의 개인에게 부정적인 영향을 초래하여 심리적 탈진 상태인 감정소진에 정(+)의 영향을 미친다고 하였고, 특히 호텔 바 직원들은 대체로 심리적 외상, 업무수행 능력의 감소, 장기 결근 등의 문제를 경험한다고 하였다. 또한 김태구·이계희(2012)는 고객 언어폭력 및 감정고갈간의 관계에 대한 연구 결과, 고객의 무례를 많이 경험할수록 감정고갈상태에 이르는 것으로 조사되었는데, 이는 다시 말해 호텔 접점에 노출되어있는 직원들은 고객 언어폭력과 같은 상호관계에서 오는 스트레스의 요인

들은 감정고갈을 증폭시키고, 감정자원을 위협받으면 이로 인하여 감정적으로 고갈상태에 이르게 된다는 연구결과를 보고하고 있다.

Fisk & Neville(2011)은 레스토랑의 근무 경험이 있는 대상으로 고객의 신체적이고 심리적인 행동이 서비스 노동자에 미치는 영향에 관한 연구 결과 고객의 부정적 행동이 종사원에게 부정적 감정을 발생시키는 것을 확인 하였으며, 고객 불량행동이 특정한 고객층에서만 일어나는 현상이 아니라 전반적으로 빈번하게 발생하여 종사원의 감정소진에 영향을 주어 서비스 제공과정에 많은 부정적인 영향을 미친다고 연구 결과에서 보고하고 있다(Fisk et al., 2010; Fullerton & Funk, 2004).

Karatepe et al.(2009)은 호텔 접점 종사원을 대상으로 하여 고객이 종사원에게 언어적인 공격의 결과 연구에서 고객의 언어적 폭력은 감정소진에 유의한 영향을 미친다는 것을 확인했다. 따라서 고객의 무례하고 공격적인 행동은 고객접촉 종사원들에게 부정적인 감정을 유발한다.

이환의·김현철(2012)은 고객접점 종사원의 고객 불량행동은 종사원의 감정에 부(-)의 영향을 미치고, 이러한 고객 불량행동(파괴형 언어 및 물리적 폭력형)중 종사원자신에 대한 언어적, 물리적 위해를 다른 요인보다 더욱 심각한 영향을 미친다고 분석하였다. 즉, 고객의 언어적인 폭언 및 물리적인 손상 등의 고객무례는 서비스 종사원의 감정소진에 심각한 영향을 미친다.

이에 본 연구에서는 이러한 선행연구들을 종합하여 근거로 지각된 고객무례는 호텔직원의 감정소진에 정(+)의 영향을 미친다는 것을 검증하여 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

가설1: 지각된 고객무례는 호텔직원의 감정소진에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2. 감정소진이 직무성과에 미치는 영향

감정소진은 서비스 종사원의 오랜 시간 고객 접촉으로 인한 심리적 고갈과, 피로감 등의 감정노동의 결과이고, 직무스트레스 등 여러 가지 원인으로 감정소진의 결과가 나타난다고 여러 선행연구들에 보고하고 있다.

박순애(2006)는 직무몰입과 탈진에 미치는 영향관계요인을 연구하였고, 여기서 소진은 직무성과에 부정적인 영향을 미친다고 하였다. 소진을 스트레스 환경에 장기적으로 과도하게 노출되어 육체적, 정서적인 고갈로 목표의식을 상실하고 무기력을 경험하여 서비스 당사자에게 무관심을 증가 시킨다

박종철·윤옹보(2013)는 호텔 종사원의 소진에 따른 직무성과에 미치는 영향을 분석한 연구결과 상사, 동료 및 고객들에게 받는 스트레스가 높으면 높을수록 직무성과는 낮아지는 것으로 나타났다. 이는 까다로운 고객의 성향과 요구는 종사원의 직무성과에 부정적인 영향을 준다고 분석 하였다.

김광지(2011)는 호텔 식음료종사원을 대상으로 소진에 미치는 영향을 연구한 결과 호텔 근무에서 감정자원의 결핍을 초래하여 소진을 유발할 수 있다고 하였고, 이러한 소진의 결과변수로 성취감 저하라는 경험한다는 점을 확인함으로써 성취감 저하의 부작용을 완화할 수 있는 실무적인 시사점을 제시하고 있다.

김봉철(2012)은 호텔서비스 종사원을 대상으로 감정소진과 직무성과에 미치는 영향에 관한 연구 결과 감정소진은 정신적 무기력감으로 인하여 의욕을 상실하는 과정으로 종사원의 개인 뿐만 아니라 조직 전체에 있어서 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 종사원의 감정소진은 직무성과에 영향을 미치기 때문에 적절한 직원배치와 근무계획은 종사원들의 직무성과와 조직의 목표에 도움이 된다고 연구결과에서 보고하였다.

카지노 종사원의 직무성과와 소진간의 관련성을 고찰한 오정학·육풍림(2011)

은 정서적인 탈진과 고갈상태는 부정적인 태도와 행동이 원인이 되고 직무성과를 감소시킨다고 하였다. 따라서 호텔 직원들의 감정소진을 줄이고 직무성과를 높이기 위해 감정소진에 영향을 미치는 요소를 파악하고 동시에 이를 조절할 수 있다는 점에서 호텔 직원의 감정소진과 직무성과관의 관계는 매우 중요한 의미를 지니고 있다.

성오현(2013)은 호텔직원을 대상으로 소진과 직무성과 관계 연구에서 소진은 피곤함, 불면증 등의 신체적 건강 및 우울감, 신경질 등의 정신적 건강에 있어서의 다양한 문제를 야기시키고, 소진의 태도적 문제는 고객, 직무, 조직 그리고 자신에게까지 부정적인 영향을 미치게 된다는 Kahill(1988)의 견해와 유사하다. 이러한 감정소진이 지속적으로 반복되면 직원의 질적인 업무측면에 부정적인 영향을 미치고, 특히 서비스 접점 종사원의 경우 고객에 대한 부정적인 영향이 있음을 제시하였다(Maslach, 1982). 이는 호텔 서비스 산업에서 감정소진은 타고객의 서비스 품질지각에 영향을 미치고, 감정소진을 최소화하여 직무성과 효율을 높이는 것이 서비스기업의 경쟁력을 높일 수 있는 중요한 요소임을 의미 할 수 있다.

이에 본 연구에서는 이러한 선행연구들을 종합하여 호텔직원의 감정소진는 직무성과에 부(-)의 영향을 미치는 연구 결과에 따라 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

가설 2: 호텔직원의 감정소진은 직무성과에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

3. 감정소진이 직무만족에 미치는 영향

감정소진은 심리적 고갈, 탈진상태의 스트레스 등으로 인해 나타나고 직무만족에 부정적인 영향을 미치는 것으로 여러 선행연구들에서 분석하였다. 다양한 직종의 사람을 상대하는 데서 오는 감정소진은 반복, 지속해서 경험하게 되어 정

신적 건강을 해칠 뿐 아니라 업무의 능률이 저하되어 근무태만, 소진, 결근을 경험하게 되고, 직무만족의 부정적 영향은 감정소진으로 인해 발생하는 대표적인 부정적 직무태도라고 설명하고 있다(김향옥, 2004).

송승헌·류경민(2012)은 관광호텔종사원을 대상으로 감정노동과 직무스트레스와의 관계를 연구하였는데 특히 호텔식음료 종사원의 고객접촉이 많은 레스토랑 매니저들은 소진증상이 가장 높다는 것을 분석하여 선행연구를 지지하고 있고, 이러한 감정소진은 직무만족에 부정적인 영향을 미친다고 보고하고 있다.

Letier & Maslach(1986)는 소진의 3가지 특징 심리적 탈진이란 감정의 접촉이 늘어남에 따라서 점점 메말라가는 감정을 의미하고, 비인간화는 봉사를 받아야하는 사람들에 대해 무감정적이고 냉대한 반응을 의미한다고 하였다. 개인적 성취감 결여는 성공적인 업적달성에 대한 느낌이 결여된다고 말한다. 사람들과의 접촉에서 생기게 되는 부정적인 감정이 직무만족과 조직의 참여에 부(-)의 영향을 미친다고 보았다.

성혜진(2003)은 패밀리레스토랑 직원을 대상으로 감정소진영향요인에 관한 연구결과 종사원의 소진을 경험한 종사자는 직무만족과 조직몰입의 수준이 현저하게 떨어지게 되고 신체적, 정신적인 문제를 일으키고, 다른 종사자들에게 악영향을 미쳐서 조직유효성 향상에 부정적인 영향을 미친다고 하였다.

육풍림·조태영(2013)은 카지노 직원의 소진과 직무만족에 미치는 여향에 관한 연구 결과에서 소진은 직무만족에 부(-)의 영향을 미친다고 분석사고 있고, 소진관리는 곡 기업의 성과와 불가분의 관계에 있기 때문에 내부마케팅의 하나의 전략이라고 설명하고 있다. 감정소진이 있을수록 직무만족이 결여된다고 볼 수 있다.

이종학 등(2012)은 카지노 종사원의 소진이 직무만족에 미치는 영향을 연구하였고, 종사원의 소진은 직무만족에 부(-)의 영향을 미치는데 소진의 3개 요인 중 정서적 고갈과 개인 성취감 결여 등을 통해 만족감에 영향을 미친다고 하였다. 또한 고객 접점 여부에 따른 소진, 직무만족을 분석하였으며, 고객접점집단이 그렇지

않은 집단에 비하여 소진 정도가 높은 것으로 나타났고 직무만족이 낮게 나타남으로 현장직원들에 대한 지원이 보다 확대되어야 한다고 하였다.

이에 따른 여러 선행 연구들을 종합하여 볼 때, 고객접촉으로 인한 감정소진 즉, 고객 무례에 따른 업무 처리로 인한 심리적 고갈 상태는 직무만족에 부(-)의 영향을 미친다고 할 수 있다.

가설 3: 호텔직원의 감정소진은 직무만족에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

4. 감정소진이 이직의도에 미치는 영향

감정소진 이론에 의하면 만성적인 소진으로 인한 정신적 결핍현상은 이직의도의 매개변인으로의 역할을 하고, 이러한 정신적인 피로감의 지속적인 감정고갈 경험은 이직의도를 초래한다(Maslach, 1982).

박재희(2009)는 호텔종사원의 소진이 직무만족 및 이직의도에 미치는 영향을 연구 하였는데, 감정소모는 좋지 않은 직무 환경을 유발함으로써 지각, 결근 및 이직행동이라는 회피행동을 야기하고, 이직의도는 정(+)의 관계가 나타난다고 연구결과에서 입증하고 있다.

김지희 등(2011)은 호텔구성원의 소진과 이직의도 간의 영향관계 연구에서 비인격화와 정서적 고갈은 이직의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 부정적인 소진현상을 경험하게 된다면 감정소진에 노출되고 이직이 증가 할 수 있음을 의미한다.

구효진·고재윤(2007)은 카지노 종사원의 소진이 이직의도에 미치는 영향에 관한 연구 결과 감정소진의 세 하부요인 정서적 탈진 및 비인간화는 직무만족을 낮추는 작용을 하는 요인으로 이직의도에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 정서적 탈진과 비인간화는 종사원들의 이직의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

윤정헌(2004)은 호텔조리사의 소진이 이직의도에 미치는 영향에 관한 연구결과의 관계에서 이직의도는 감정소진과 관계가 있고 이직의도를 감소시키기 위한 방안으로 휴가의 실시, 직무스트레스 원천의 해소등과 관련된 방안을 모색할 필요가 있다고 설명하였다.

또한 황승미·윤지환(2012)은 항공사 객실 승무원의 소진 및 이직 의도에 미치는 영향에 관한 연구 결과에서 소진의 탈인격화, 정서적인 고갈 및 자아성취감 저하 모두 이직의도에 유의한 영향을 미치고, 감정소진을 경험하게 되면 이직과 직결되는 이직의도에 유의한 영향을 미치는 결과를 보여주었다.

안대희·박종철(2009)은 호텔종사원의 감정소진이 이직의도에 미치는 영향을 연구하였는데, 소진은 특히 타인과 접촉이 잦은 호텔산업의 조직구성원들이 직장생활에서 쌓인 스트레스에 의해 발생하는 신체적, 정서적, 정신적 고갈상태라고 정의하고 있고, 이러한 소진이 높을수록 이직에 대한 의도가 높아지는 것으로 나타났다. 고객들에 대한 감정부조화가 팽배한 상황에서 종사원자신이 느끼는 소진 및 이직의도를 줄이기 위해서는 경영진의 종사원에 대한 감정소진의 정도를 파악하고 해결하는데 주력을 해야 함을 시사하고 있다.

선행연구들을 바탕으로 본 연구는 호텔 직원의 감정소진은 이직의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

가설4: 호텔직원의 감정소진은 이직의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

제 4 장 연구방법

제 1 절 자료 수집

본 연구는 호텔에서 1년 이상 근무한 종업원을 대상으로 고객무례와 관련된 연구를 진행하기 때문에 호텔에 근무하는 직원들을 조사대상으로 선정하였다. 사전조사를 위해 부산지역 특급호텔 종업원 20명을 대상으로 2013년 4월초 설문을 실시하여, 수집된 데이터의 신뢰도와 타당성을 검증하였다. 본 조사는 서울 및 부산지역의 특1급 호텔 종업원을 대상으로 2013년 5월초에서 6월말에 걸쳐 실시하였으며 자기기입식(self-administered instrument) 설문방식으로 자료를 수집하였다. 호텔종업원 가운에서 고객과의 직접적인 접촉이 없는 부서, 예를 들면 총무, 행정, 기획 등의 종업원은 조사대상에서 제외하였다. 총 설문지 450부 중에서 301부를 회수하였고, 회수된 설문지 중에서 본 연구의 실증분석에 부적합한 설문지 20부를 제외한 설문지 281부가 본 연구 모형의 검증을 위해 사용되었다.

제 2 절 변수의 측정

본 연구의 주요 변수를 측정하기 위하여 선행연구에서 이미 검증된 척도를 토대로 본 연구에 맞게 설문문항을 수정하여 구성하였다(<표 4-1> 참조). 고객무례는 Sliter et al.(2012)이 사용한 측정한 15개 문항을 사용했으며, 신뢰도와 타당성 분석 후에 최종적으로 9문항을 사용하였다. 감정소진은 Maslach & Jackson(1981)이 사용한 9문항을 사용하였으며 신뢰도와 타당성 분석 후에 최종적으로 5문항을 사용하였다. 직무만족은 Brown & Peterson(1994)와 Brashear et al.(2003)에서 사용한 4문항을 사용하였다. 직무성과는 Liao & Chuang(2004)에서

사용한 7개 문항을 사용하였으며, 신뢰도와 타당성 분석 후에 최종적으로 5개를 사용하였다. 이직의도는 Netemeyer et al.(1997)과 Brashear et al.(2003)이 사용한 4문항을 사용하였다. 모든 측정문항은 5점 리커트 척도를 사용하였으며, '1'은 전혀 그렇지 않다', '3' 보통이다. '5'는 '매우 그렇다'로 응답하도록 하였다.

<표 4-1>측정문항

변수명	문항항목	참고문헌
고객무례	·고객들은 직원들 열등하고 어리석은 사람으로 대한다. ·고객들은 직원들의 능력에 의미를 표시하는 말을 한다. ·고객들은 나의 업무성과에 대해서 언급한다. ·고객들은 사적으로 나에게 폭언(언어적 공격)을 한다. ·고객들은 나에게 비상식적인 요구를 한다. ·고객들은 직원의 외모에 대해 무례한 표현을 한다. ·고객들은 직원들에게 성적으로 모욕적인 언행을 한다. ·고객들은 다른 고객들에게 대해서 무례한 언사를 한다. ·직장동료들은 고객들에게 무덤덤한 반응으로 대한다.	Sliter et al.(2012)
감정소진	·내가 상대하는 고객에게 일어난 문제에 대해 관심이 없다. ·직무상에서 발생하는 문제들을 효과적으로 해결할 수 없다. ·현재 소속된 직장에 아무런 기여를 하지 못한다. ·내가 생각할 때 나는 잘하는 일이 없는 것 같다. ·나는 현재의 직무에서 가치 있는 일들을 이룬 적이 없다.	Maslach & Jackson(1981)

직무성과	·나는 고객을 친근하게 고객들을 잘 돕는다. ·나는 고객에 요구하는 것들에 대해 즉시(빨리) 대응한다. ·고객이 원하는 것을 파악하기 위해 고객이 이야기를 잘 돕는다. ·나는 고객이 도움을 요청할 때, 즉시 도울 준비가 되어 있다. ·나는 고객이 원하는 것이 무엇인지를 잘 찾아내는 편이다.	Liao & Chuang(2004)
직무만족	·내가 하는 일에 즐거움을 느낀다. ·내가 하는 일은 가치(의미) 있는 일이다. ·내가 하는 일은 다른 일에 비해 나은 일이라고 생각한다. ·나는 하게하는 일에 만족한다.	Brown & Peterson(1994)과 Brashear et al.(2003)
이직의도	·나는 현재 새로운 호텔(직업)을 찾고 있다. ·나는 이직에 대해서 종종 생각하고 있다. ·내년에는 지금의 일을 그만둘 것이다. ·현재의 직장을 그만두는데 많은 고민이 필요하지 않은 것 같다.	Netemeyer et al.(1997)과 Brashear et al.(2003)

PUKYONG NATIONAL UNIVERSITY 부경대학교

제 5 장 실증분석

제 1 절 표본의 특성

본 연구는 서울 및 부산지역 특1급 호텔 종업원을 대상으로 수행하였다. 수집된 응답자 특성은 다음과 같다(<표 5-1> 참조). 성별구성을 보면 여성이 약 56.9%, 남성이 43.1%를 차지하고 있었다. 응답자의 98.9%가 전문대졸 이상의 학력을 보유한 것으로 나타났다. 응답자의 평균 연령은 29.3세(표준편차=5.58)이고 평균 근무기간은 5.61년(표준편차=3.84)로 나타났다.

<표 5-1> 표본특성

구분	항목	빈도(명)	비율(%)
성별	남성	121	43.1
	여성	160	56.9
연령	20대 이하(만 29세 이하)	159	56.6
	30대(30~39세)	104	37.0
	40대 이상(만 40세 이상)	18	6.4
근무경력	3년 미만	84	29.9
	3년 이상 5년 미만	55	19.6
	5년 이상 10년 미만	85	30.2
	10년 이상	57	20.3
교육수준	고졸	3	1.1
	전문대졸	133	47.3
	대졸	128	45.6
	대학원졸 이상	17	6.0

제 2 절 신뢰성과 타당성 분석

본 연구에서는 표본의 일반적 특성을 분석하기 위해 빈도분석을 실시하였으며, 빈도분석 및 요인분석과 신뢰도 분석은 SPSS 20.0 통계패키지를 사용하였고, 요인들의 타당성 검증 및 연구모형에 대한 가설 검증은 M-plus 5.21을 사용하였다. 구체적으로 살펴보면, 우선 표본의 일반적 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 실시하였고, 측정도구의 신뢰성을 검증하기 위해 측정항목 신뢰성(item reliability)을 분석하였으며, 타당성 검증을 위해 수렴타당성(convergent validity)과 판별타당성(discriminant validity)을 분석하였다. 마지막으로 연구모형의 가설검증을 위해 구조모형방정식을 이용하였다

본 연구에서는 항목간의 내적일관성이 존재하는지를 확인하기 위해 사용되고 있는 Cronbach's α 계수를 이용해서 신뢰성을 측정하였다. 일반적으로 α 계수가 .7 이상이면 신뢰성은 확보되는 것으로 볼 수 있다(Nunally, 1978). 모든 요인들의 Cronbach's α값이 .7 이상으로 도출되어 내적일관성이 확보된 것을 확인하였다.

다음으로 변수의 정제를 위해 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis)을 실시하였다. <표 5-2> 보는 것처럼 확인적 요인분석 결과, 모델의 적합도 지수에서 측정모델의 자료적합성이 확보된 것으로 나타났으며($\chi^2_{(314)}$=656.17, p<.05, CFI=.94, TLI=.93, RMSEA=.06, SRMR=.06) (Bentler & Bonett, 1980; Bentler, 1990), 측정문항의 요인적재량들이 모두 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 합성신뢰도(composite reliability)값은 .6과 평균추출분산(averaged variance extracted)값은 .5를 초과해야 하는데(Bagozzi & Yi, 1998), 모두 이 기준을 넘는 것으로 나타났다.

<표 5-2> 신뢰성과 타당성 검증

변수	문항항목	표준화계수	t	Cronbach′ α	CR	AVE
고객무례	고객무례1	.68	20.53	.95	.94	.66
	고객무례2	.78	31.68			
	고객무례3	.83	40.64			
	고객무례4	.87	51.97			
	고객무례5	.83	40.92			
	고객무례6	.86	50.33			
	고객무례7	.85	47.0			
	고객무례8	.84	43.68			
	고객무례9	.79	32.99			
감정소진	감정소진1	.76	25.36	.90	.90	.64
	감정소진2	.74	23.76			
	감정소진3	.85	40.29			
	감정소진4	.83	35.93			
	감정소진5	.80	31.54			
직무성과	직무성과1	.81	32.71	.90	.90	.64
	직무성과2	.88	46.92			
	직무성과3	.85	41.54			
	직무성과4	.77	27.80			
	직무성과5	.69	19.68			
직무만족	직무만족1	.84	35.62	.88	.88	.65
	직무만족2	.81	30.93			
	직무만족3	.74	22.74			
	직무만족4	.84	35.68			
이직의도	이직의도1	.75	23.74	.86	.87	.62
	이직의도2	.75	23.79			
	이직의도3	.88	40.49			
	이직의도4	.75	24.30			

주: CR: 합성신뢰도, AVE: 평균분산추출

판별타당성을 측정하기 위해서 AVE의 제곱근이 상관계수 값보다 큰 지를 분석한다(Fornell & Locker, 1981). 본 연구에서는 <표 5-3>에서 보는 것처럼 AVE 제곱근 값이 다른 구성개념과의 상관계수보다 크게 나타나 판별타당성 기준을 충족하는 것으로 판단된다.

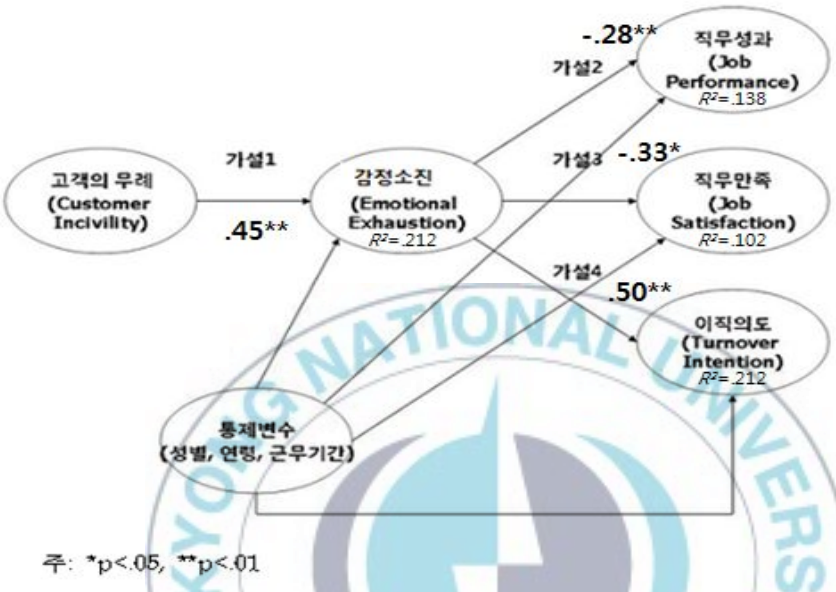
<표 5-3> 구성개념간 상관관계

	고객의 무례	감정소진	직무성과	직무만족	이직의도
고객의 무례	.66				
감정소진	.43**	.64			
직무성과	-.09	-.29**	.64		
직무만족	-.13*	-.31**	.38**	.65	
이직의도	.51**	.49**	-.23**	-.46**	.62
평균	2.51	2.43	3.82	3.53	2.64
표준편차	.86	.87	.61	.72	.98
최소값	1.00	1.00	1.80	1.00	1.00
최대값	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00

주: *p<.05,**p<.01

PUKYONG NATIONAL UNIVERSITY 부경대학교

제 3 절 가설검증결과



<그림 5-1> 연구모형 검증 결과

연구모형에 대한 검증 결과는 <그림 5-1>과 같이 나타났다. 성별, 연령, 근무기간은 감정소진, 직무만족, 직무성과, 이직의도에 영향을 미치기 때문에 이들 세 변수를 통제하였다(Bowen, Swim & Jacobs, 2000; Sturman, 2003).

구조모형방정식을 통해 분석한 결과 적합도 지수를 보면, $\chi^2_{(383)}$=790.84, p<.05, CFI=.92, TLI=.91, RMSEA=.06, SRMR=.07로 대부분이 권장치를 넘거나 근사치를 보이고 있기 때문에 본 연구 모델이 타당하다고 판단할 수 있다. 그러므로 제안된 측정 모형이 실제 데이터에 대체적으로 잘 부합하는 것으로 결론지을 수 있다(Bagozzi & Yi, 1988). 또한 감정소진에 대한 설명력은 R^2=21.2%, 직무성과 직무성과에 대한 설명력은 각각 R^2=13.8%와 R^2=10.2%로 나타났다.

가설검증 결과는 <표 5-4>에 나타난 것처럼 첫째, 지각된 고객무례는 감정소진에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 1은 채택된 것으로 나타났다(β=.45, p<.01). 둘째, 감정소진은 직무성과에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 2는 채택된 것으로 나타났다(b=-0.28, p<.01). 셋째, 감정소진은 직무만족에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설3은 채택된 것으로 나타났다(b=-0.33, p<.01). 마지막으로 감정소진은 이직의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 4 또한 채택된 것으로 나타났다(β=0.50, p<.01).

<표 5-4> 가설검증결과

가설	경로	비표준화 계수	표준화 오차	표준화 계수	t값	가설 채택 여부
가설1	고객무례 → 감정소진	0.53	0.08	0.45	6.32**	채택
가설2	감정소진 → 직무성과	-0.21	0.05	-0.28	4.21**	채택
가설3	감정소진 → 직무만족	-0.30	0.06	-0.33	4.83*	채택
가설4	감정소진 → 이직의도	0.55	0.08	0.50	7.09**	채택

주: *p<.05, **p<.01

한편, 가설 1, 2, 3, 4 모두가 채택되었기 때문에, 감정소진은 독립변수인 고객무례에 종속변수인 조직성과(직무만족, 직무성과, 이직의도)간에서 매개변수의 역할을 할 수 있는 기본적인 전제를 충족하였다(Sobel, 1982). 따라서 아래에서는 감정소진의 매개효과를 구체적으로 분석하였다(<표 5-5> 참조).

매개분석을 수행하기 위해서 본 연구에서는 붓트스트래핑(bootstrapping) 방법을 사용하였다(Shrout & Bolger, 2002; Preacher et al., 2007; Sobel(1982)의 매개효과분석 공식은 과거에 많이 사용되었으나, 이 방법은 하나의 큰 약점이 있다. 바로 매개효과의 분포가 정규분포를 따른다는 것이다. 그러나 최근 여러 연구에서 매개효과가 반드시 정규분포를 따른다고 가정할 수 없다고 보고되고 있다. 따라서

표본 자료를 재표본(re-sampling)해서 추정하는 붓트스트래핑 방법이 대안으로 이용되고 있다(Shrout & Bolger, 2002; Preacher et al., 2007). 즉, 붓트스트래핑 방법은 자료가 정규분포의 여부와 상관없이 사용할 수 있다는 장점이 있어서 매개효과를 추정하는데 적절한 방법이다.

분석결과, 첫째, 감정소진은 고객무례와 직무성과간의 관계에서 매개역할을 하는 것으로 나타났다(b=-.11, p<.05). 반면, 고객무례가 직무성과에 직접적인 영향을 미치지는 않는 것으로 나타났다(b=.02, p>.05). 따라서 감정소진은 고객무례와 직무성과간의 관계를 완전매개(full-mediation)하는 것으로 나타났다. 둘째, 감정소진은 고객무례와 직무만족간의 관계에서 매개역할을 하는 것으로 나타났다(b=-.15, p<.05). 반면, 고객무례가 직무만족에 직접적인 영향을 미치지는 않는 것으로 나타났다(b=-.02, p>.05). 따라서 감정소진은 고객무례와 직무만족간의 관계를 완전매개(full-mediation)하는 것으로 나타났다. 반면, 고객무례가 이직의도에 미치는 경로는 매개효과와 직접효과가 모두 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.

<표 5-5> 효과분해

효과	경로	비표준화 계수	CI95 low	CI95 high	결과
총효과	고객무례 → 직무성과	-.09	-.22	.04	완전
직접효과	고객무례 → 직무성과	.02	-.12	.15	매개
간접효과	고객무례 → 감정소진 → 직무성과	-.11*	-.19	-.06	효과
총효과	고객무례 → 직무만족	-.17*	-.32	-.03	완전
직접효과	고객무례 → 직무만족	-.02	-.17	.13	매개
간접효과	고객무례 → 감정소진 → 직무만족	-.15*	-.26	-.08	효과
총효과	고객무례 → 이직의도	.68*	.48	.88	부분
직접효과	고객무례 → 이직의도	.18*	.10	.29	매개
간접효과	고객무례 → 감정소진 → 이직의도	.50*	.30	.70	효과

주: *p<.05, **p<.01

제 6 장 결 론

제 1 절 연구의 요약 및 시사점

본 연구는 서비스 접점 종사원의 감정소진의 매개효과를 중심으로 고객무례가 호텔 직원의 조직성과에 미치는 영향을 실증적으로 분석하기 위하여 국내 5성급 호텔의 서울 및 부산지역의 3곳에 근무하는 호텔종업원을 대상으로 설문조사를 수집하여 조사하였다.

그 결과 첫째, 고객의 무례는 호텔종사원의 감정소진에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 연구가설은 지각된 고객무례가 호텔직원의 감정소진에 영향을 미친다는 여러 선행연구를 지지하고 있다. 서비스 종사원은 까다로운 고객들과의 접촉으로 심리적, 행동적, 금전적인 면에서 부정적인 영향을 받는다고 하였고, 따라서 고객의 무례하고 공격적인 행동은 고객접촉 종사원들에게 부정적인 감정을 유발한다고 하였다(Harris & Reynolds, 2003).

또한 호텔 접점 종사원을 대상으로 한 연구에서 고객의 언어적 폭력은 감정소진에 영향을 미친다는 것을 확인했다(Karatepe et al., 2009). 고객의 언어적인 폭력 같은 불량행동들은 종사원에게 심각한 스트레스 유발 인자라고 설명하고 있다(Dormann & Zapf, 2004).

최병권 등(2012)은 직장 내 무례함에 대하여 분석 하였는데, 사소한 감정문제는 개인적 문제로 가볍게 볼 수 없는 이유가 무례한 언행이 구성원의 성과, 만족 및 창의성에 부정적 영향을 미치기 때문에 조직분위기를 저해하여 고객만족과 기업 이미지에 타격을 입힐 수 있다고 하였다. 이는 감정문제의 심각성을 제기하였고 무례함을 예방할 수 있는 프로그램을 기업차원에서 개발하고, 승진 및 채용 과정에서도 구성원들의 품성을 중시하여 무례함이 용인되지 않는다는 시그널을 줌

으로써 존중과 배려하는 조직문화를 구축하는 대응방안을 제시하였다. 같은 맥락에서 보면 종사원의 감정소진은 기업의 성과에 영향을 미친다는 점에서 감정소진을 예방하고, 사내 프로그램을 통한 사후 대책방안의 중요성이 강조된다고 볼 수 있겠다(LG경제연구원, 2012.05.29).

고객무례는 서비스 접점에서 고객이 서비스 종사원에게 행하는 언어적인 폭력 및 물리적 위해등과 같은 행위를 포함하고, 비상식적인 억지로 타 고객에게 피해를 주어 서비스 품질지각에 부정적인 영향을 미치는데 기업에서는 이른바 블랙컨슈머 대응책을 마련하고 있다. 고객무례는 종사원의 부정적인 감정을 많이 상승하여 서비스 기업 발전에 있어서 악영향을 미치고 이에 대책방안이 시급히 강구되어야한다.

둘째, 호텔종사원의 감정소진은 직무성과에 부(-)의 영향을 미친다는 것을 입증하였다. 감정노동이 심리적 탈진, 비인간화, 성취감 저하의 모든 직무변수에 부정적인 영향을 미친다고 보고한 선행연구들의 결과를 부분적으로 지지하여 주고 있다(Dormann, Zapf & Isic, 2002; Deery, Iverson & Wallsh, 2002).

셋째, 호텔종사원의 감정소진은 직무만족에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 감정소진의 주된 원인인 감정노동으로 인한 심리적 탈진, 스트레스, 고객접촉이 많은 업무가 직무만족과의 관계에 관한 결과에서 볼 수 있으며, 직무스트레스와 직무만족과의 관계는 직무스트레스가 많을수록 직무만족은 감소한다고 주장하여 본 연구의 결과를 지지하고 있다(Letier & Maslach, 1986).

넷째, 호텔종사원의 감정소진은 이직의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이직의도는 기업의 인적자원의 손실을 가지고 오고 있고, 이러한 이직률을 낮추기 위한 종사원들의 감정소진을 낮출 수 있는 방안을 마련해야 한다.

본 연구는 서비스 기업에서 종사원의 감정노동이 점점 중요시되는 시점에서, 호텔종사원이 느끼는 감정소진을 매개효과를 중심으로 지각된 고객무례가 조직성과에 미치는 영향의 네 가지의 가설을 입증하고, 실무적으로나 학문적으로 유용한

기초자료를 제공하였다. 고객무례로 인한 호텔 종사원의 감정소진이 많을수록 조직성과에 부정적인 영향을 미친다. 즉, 직무성과, 직무만족에 부정적인 영향을 미치고, 이직률이 증가한다고 볼 수 있다.

고객무례를 감소화하기 위한 방안과 서비스 종사원의 감정소진을 줄이는 사전대응 및 사후 대책방안은 서비스 경쟁력을 높이고 인적자원관리효율을 높이는데 중요한 의미를 가진다. 이에 본 연구결과를 바탕으로 실무에 적용할 수 있는 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 고객무례의 사전대응으로 앞서 언급한 현업 매니저들의 임파워먼트 부여하여 고객무례 당사자에게 강력히 대응할 수 있도록 기업사내분위기를 전환해야한다. 세부적인 사전 실행방안으로 호텔에 손실을 입히는 고객무례를 행하는 당사자의 고객 리스트를 작성하고, 방문히스토리를 기록 하고 방문출입 제한 등의 여러 가지 방안을 생각해 볼 필요가 있고, 고객 방문 시 똑같은 무례로 인한 호텔 손실을 가져올 때 호텔 매니저의 권한부여 등으로 경고조치를 내릴 수 있도록 조직분위기를 조성해야 한다. 즉, 고객접점 종사원들이 고객과의 상호작용 시 업무 자율성과 재량권을 가지고 있는 경우에 신속하고 적절한 결정을 통해 고객무례를 신속하게 대처할 수 있도록 해준다. 호텔은 인적자원의 의존도가 높은 산업으로, 종사원과 고객 간의 인간적 접촉이 전제가 되는 현장 종사원은 고객의 욕구를 만족시키기 위해서 결정적인 영향력을 가지고 일선 종사원에 대한 중요성을 인지해야한다.

둘째, 주도적 관리능력부양을 위해 주기별 교육기회를 부여해야 한다. 호텔 인적자원 관리를 위한 종사원들의 효과적이고 체계적인 감정관리가 필요하고, 조직의 차원에서 직무에 만족향상을 위해 자신의 감정을 자연스럽게 표현할 수 있고 타인의 감정을 조절할 수 있는 능력을 키울 수 있도록 기업차원에서 장기적인 교육훈련을 하면 감성지능이 향상될 것으로 사료된다. 감성지능은 타고난 개인능력 뿐만 아니라 지속적인 개발이 가능하고 변화하는 특성을 가지고 있기 때문에

(Saarni, 2000), 감성지능개발교육을 하고 상사코칭이나 멘토링으로 감정마찰 등의 부정적이 상황이 직면했을 때 신속하게 극복할 수 있도록 한다면, 감성지능향상에 도움이 될 것으로 사료된다.

또한 사후적으로 직원들 간의 팀워크를 향상시켜 동료친화력을 높이고 서로에게 의지하는 동기부여를 제공하여 감정소진 유발요소를 최소화 시키고 적절한 휴가 및 보상을 하여 심리적 안정과 건강을 회복해야 한다.

학문적으로 시사점을 제시하면, 감정소진 감소화 방안으로 종사원의 직무만족이 선행되어야하고, 타 고객에게 서비스 품질을 높일 수 있도록 동기부여 및 교육 등 내부마케팅이 필요하다. 서비스 종사원의 내부 마케팅 전략의 중요성을 인지하고 개발하는 것이 중요한 과제로 부각된다.

내부마케팅은 종사원을 대상으로 그들의 동기부여를 시키고 고객 지향적으로 개발하여 고객 서비스 수준을 향상 시키고자 실시하는 마케팅활동이라고 정의하고 있고(신혜숙, 1993), 서비스 종사원의 관리요소가 업무환경에 따른 직무만족 및 서비스 접점에 미치는 영향에 관한 연구 결과에서 이러한 내부마케팅은 직무만족 및 서비스 품질에 영향을 미치고 호텔 경영의 최적화를 위한 전략이고, 유의한 영향을 미치는 것으로 분석하고 있다(김시형, 2012).

호텔기업은 효율적인 내부마케팅 활동의 모색으로 종사원들의 만족할 수 있도록 노력하여 직무만족을 향상시켜야 하고, 그로 인해 외부고객들에 대한 보다 나은 서비스 품질들을 실천하기 위해서는 종업원의 직무만족이 반드시 선행 되어야 한다고 보고하고 있다. 즉 내부마케팅은 고객 서비스 수준을 향상시키고, 서비스 품질에 영향을 주어 호텔 경영의 최적화를 위한 전략으로 기업에 큰 경쟁력이 될 것으로 사료된다. 경영진의 내부마케팅 수립은 기업이 향후 개선해야할 과제라고 생각해 볼 필요가 있고, 직업에 따른 인사관리에 효율적인 자료를 제공할 수 있을 것으로 기대해본다.

제 2 절 연구의 한계점 및 향후 연구 방향

본 연구의 한계점으로는 조사대상으로 국내 특급호텔의 3곳으로 한정해서 분석을 실시한 점인데, 향후 연구에서는 전국으로 많은 호텔을 대상으로 확대실시하여 고객무례의 실질적인 분석을 시도하고 실무적인 해결책을 제시해볼 필요가 있다. 또한 호텔이외의 다른 관광기업으로 연구범위를 확대하여 외식, 항공사, 여행사, 테마파크, 리조트 등 다양한 인적 서비스가 이루어지는 관광기업의 세부적인 인적자원 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

또한 고객무례가 조직성과에 미치는 직접적인 효과 분석을 시도해볼 필요가 있다. 본 연구에서는 지각된 고객무례가 감정소진을 매개하여 조직성과에 미치는 영향에 대하여 선행연구들을 바탕으로 연구 분석하였는데, 고객무례가 이직의도로 가는 직접효과 경로가 유의하게 나타난 점으로 미루어 볼 때 고객무례가 직무만족 및 직무성과에 직접적으로 미치는 영향에 관한 연구 분석을 시도해볼 필요가 있다.

고객무례에 대한 개념을 조금 더 세분화하여 유형화 해 볼 필요가 있고, 성별 연령, 근무기간을 통제변수로 하지 않고 나타나는 결과의 차이에 따라 시사점을 제시할 필요가 있겠다. 동료무례, 상사무례 등 조직 내 무례에 대해 다양하게 연구하여 사내 기업에 감정소진에 영향을 미치는 부분을 여러 가지로 세분화하여 분석하여 무례함의 예방교육 및 고충처리를 위한 장치를 마련할 필요가 있다.

참고문헌

1. 국내문헌

고재윤·권영일·이유양(2011). 호텔기업의 경력개발제도가 종사원의 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향. *호텔리조트연구*, 10(1), 41-54.

구경원·김판영(2010). 호텔 F&B 종사원의 감정노동과 서비스 태도와의 영향관계. *외식경영연구*, 13(3), 81-102.

구효진·고재윤(2007). 카지노 종사원 소진이 조직적 참여, 직무불만족, 이직의도에 미치는 영향에 관한 연구. *호텔관광연구*, 9(4), 144-59.

김광지(2011). 호텔 식음료 종사원의 감정노동이 직무소진에 미치는 영향. *외식경영연구,* 14(4), 27-44.

김부희(2008). *고객의 불량행동이 서비스 인카운터 종사원의 직무태도에 미치는 영향.* 대구대학교 석사학위논문.

김봉철(2012). *서비스종사원의 혼합지각에 따른 직무스트레스가 감정소진과 직무성과에 미치는 영향.* 경기대학교 박사학위논문.

김성영·이미래·이수범(2012). 호텔식음료 종사원의 조직동일시가 조직시민행동 및 직무성과에 미치는 영향. *관광연구저널*, 26(5), 149-164.

김성혁·권상미·양현교(2009). 호텔직원들의 리더십과 팔로워십 유형이 조직몰입, 직무만족, 이직의도에 미치는 영향: 서울소재특급호텔 식음료 직원을 대상으로. *호텔경영학연구*, 18(3), 81-97.

김세리·김건(2010). 외식산업 종사원의 감정노동, 소진, 고객지향성의 관계. *관광연구저널,* 24(1), 119-136.

김시형(2012). 서비스 종사원의 관리요소가 업무환경에 따른 직무만족 및 서비스 접점에 미치는 영향에 관한 연구. *호텔경영학연구*, 21(1), 61-82.

김연선(2008). *셀프리더십이 팀웍과 자기효능감, 직무만족, 조직몰입 및 직무성과에 미치는 영향: 특급호텔 Wine & Dining Restaurant을 중심으로.* 세종대학교 대학원 박사학위논문.

김지희·윤설민·서원석(2011). 호텔구성원의 역할 스트레스 요인, 소진, 이직의도간 영향관계 연구. *관광연구*, 25(3), 139-159.

김태구·이계희(2012). 일선호텔직원의 임파워먼트, 고객언어폭력 및 감정고갈 간의 구조적 관계: 고객언어폭력과 감정고갈 간에 개인 대처 자원으로서 고객지향성의 조절 역할. *외식경영연구*, 15(3), 29-56.

김향옥(2004). 일부 *대형병원 임상간호사의 직무스트레스, 직무만족 및 소진간의 관련성*, 조선대학교대학원 석사학위논문.

김헌형(2008). 호텔 종사원의 감정노동과 직무성과(직무몰입, 직무만족, 이직의도)의 상관관계분석. *사회과학연구*, 29, 135-152.

박대환·김성곤·장병주(2007). 식음료 팀장의 변혁적 리더십이 종사원의 직무만족과 직무성과에 미치는 영향. *동북아관광연구*, 13(1), 234-253.

박수영(2010). *항공사 종사원의 고용불안과 직무스트레스가 조직유효성과 조직시민행동에 미치는 영향*. 경기대학교 박사학위논문.

박순애(2006). 공무원의 직무동기와 조직행태: 직무몰입과 탈진에 미치는 영향요인을 중심으로. *한국행정연구*, 15(1), 203-236.

박재희(2009). 호텔 종사원의 직무스트레스에 따른 소진이 직무만족 및 이직의도에 미치는 영향. *호텔리조트카지노연구*, 8(2), 137-154.

박종철·윤용보(2013). 호텔종사원의 대인관계 스트레스에 따른 자기효능감이 조직몰입 및 직무성과에 미치는 영향. *관광연구저널*, 27(3), 327-347.

박한·이원옥·이형룡(2013). 폭력경험과 직무소진간의 관계에 대한 사회적 지지의 조절효과: 호텔 바(Bar) 직원을 중심으로. *외식경영학회*, 16(3), 111-130.

성오현(2013). *호텔서비스 접점직원의 직무요구, 소진, 직무열의 및 고객지향성간의 구조적 관계: 자아탄력성의 조절효과를 중심으로*. 세종대학교 박사학위논문.

성혜진(2003). *패밀리레스토랑 직원의 감정노동과 소진영향요인에 관한 연구*. 세종대학교 관광대학원 석사학위논문.

송승헌·류경민(2012). 관광호텔 종사원의 친사회적 행동에 따른 감정노동과 직무스트레스와의 관계, *관광연구저널*, 26(1), 385-402.

신혜숙(1993). *호텔의 내부마케팅에 관한 연구*. 세종대학교 석사학위 논문.

안대희·박종철(2009). 호텔종사원의 감정노동에 따른 감정부조화가 소진 및 이직의도에 미치는 영향. *한국컨텐츠학회논문지*, 9(9),

335-345.
유경민·박정하(2007). 호텔종사원의 승진욕구가 직무만족, 이직의도, 조직몰입, 서비스품질에 미치는 영향에 관한 연구. 한국식품공급관리학회논문집, 10(3), 65-87.
유승학(1993). *서울시내 호텔직원의 직무의식에 관한 연구.* 경기대학교 경영대학원 석사논문.
육풍림·조태영(2013). 카지노 종사자의 공정성 지각과 조직몰입, 직무만족 및 이직의도와의 관계연구. *호텔경영학연구*, 22(1), 233-251.
윤시내·이승륜(2007). 항공사 콜센터 상담원의 감정노동이 소진에 미치는 영향. *관광경영학연구*, 11(1), 99-117.
윤정헌(2004). 호텔 조리종사원의 직무스트레스, 소진, 이직의도 관계에 관한 연구. *일본근대학연구*, 9, 214-228.
오정학·육풍림(2011). 카지노종사원의 직무요구, 직무자원의 소진 그리고 직무만족과의 관계: 직무요구-자원(JDR)모형과 안면환류가설(FFL)의 관점에서. *관광연구*, 26(4), 375-397.
이선희·김미자·안택균(2007). 호텔조리사의 EVP(Employee Value Proposition)가 조직 몰입 및 이직의도에 미치는 영향. *여행학연구*, 26, 39-53.
이유재(2002). 불량고객의 유형과 전략적 관리. *경영논집*, 36(4), 115-139.
이유재·공태식(2004). 서비스 공정성이 고객불량행동에 미치는 영향에 관한 연구: 부정적 감정과 고객몰입의 매개효과를 중심으로. *마케팅연구*, 19(4), 185-210.
이은경·이은미·전중옥(2013). '블랙컨슈머행동'의 개념화와 척도개발에 관한 연구. *마케팅관리연구*, 18(4), 183-207.
이정은(2010). 호텔종사원의 감정노동이 감정부조화, 직무소진, 직무태도간의 영향관계. *대한관광경영학회*, 25(2), 253-269.
이종학·신규희·이수범(2012). 카지노 종사원의 소진이 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향. *호텔경영학연구*, 21(3), 103-118.
이재천·천덕희(2012). 여행사의 조직공정성이 조직유효성과 고객성과에 미치는 영향. *이벤트연구*, 11(2), 71-85.
이환의·김현철(2012). 고객접점 서비스 종사원의 고객불량행동 인지가 부정적 감정과 친사회적 행동의도에 미치는 영향. *서비스경영학회*

지, 13(3), 147-173.

전희원·김영화(2007). 호텔종사원의 집단응집력과 자긍심이 조직몰입, 직무만족, 그리고 직무성과에 미치는 영향. *관광연구*, 22(2), 285-307.

정무관·임효창·최항성(2008). 감성노동의 결과에 관한 연구: 콜센터 종사자를 대상으로. *서비스경영학회지*, 9(2), 319-345.

최병권(2012). 직장 내 무례함에 대한 구성원의 민감도 높아졌다. *LG경제연구원* 2012.05.29

최우성·김진강(2008). 호텔기업 고객접점 종사원의 직장-가정갈등이 서비스회복성과와 직무만족에 미치는 영향. *관광연구저널*, 22(2), 189-205.

허용덕(2007). 관광호텔 내부마케팅에 대한 내부고객만족이 내부고객 직무만족에 미치는 영향. *호텔관광연구*, 94(4), 253-271.

황승미·윤지환(2012). 항공사 객실승무원의 감정노동이 소진 및 이직의도에 미치는 영향. *호텔경영학연구*, 21(2), 277-294.

PUKYONG NATIONAL UNIVERSITY
부경대학교

2. 국외문헌

Arthur, J. B.(1994). Effects of human resource systems on manufacturing performance and turnover. *Academy of Management Journal*, 37, 670-687.

Bagozzi, R. P. & Yi, Y.(1988). On the evaluation of structural models. *Journal of Academy of Marketing Science*, 23(Spring), 74-94.

Batt, R.(2002). Managing customer services: human resource practices, quit rates, and sales growth. *Academy of Management Journal*, 45, 587-597.

Beeker, B., Huselid, M. & Ulrich, D.(2001). *The HR Score Card: Linking People, Strategy and Performance*. Boston. MA: Harvard Business School Press.

Bentler, P. M. & Bonnet, D. G.(1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88, 588-606.

Bitner, M. J., Faranda, W. T. Hubbert, A. R. & Zeithaml, V. A.(1997). Customer contributions and roles in service delivery. *International Journal of Service Industry Management*, 8(3), 193-205.

Boswell, W. R.(2000). *Aligning Employees with the Organization's Strategic Objectives: Out of "Line of Sight," Out of Mind.* Unpublished doctoral dissertation, Cornell University.

Brashear, T. G., Boles, J. S., Bellenger, D. N. & Brooks, C. M.(2003). An empirical test of trust-building processes and outcomes in sales manager-salesperson relationships. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31(2), 189-200.

Bowen, C., Swim, J. K. & Jacobs, R. R.(2000). Evaluating gender biases on actual job performance or real people: A meta-analysis. *Journal of Applied Social Psychology*, 33, 648-665.

Dormann, C. & Zapf, D.(2004). Customer-related social stressors and burnout. *Journal of Occupational Health Psychology*, 9(1), 61-82.

Dormann, Zapf, D. & Isic, A.(2002). Emotional requirements at work and their consequences for call-center jobs. *Work and Organization Psychology*, 12, 23-27.

Dyer, L., & Reeves, T.(1995). Human resource strategies and firm performance: what do we know and where do we need to go? *The International Journal of Human Resource Management*. 6(3), 656-670.

Fisk, G. M. & Neville, L. B.(2011). Effects of customer on service workers' physical and psychological well-being: A study of waitstaff employees. *Journal of Occupational Health Psychology*, 16(4), 391-405.

Fisk, R., Grove, S., Harris, L. C., Keeffe, D. A., Daunt, K. L., Rebekah, R. B. & Wirtz, J.(2010). Customers behaving badly: A state of the art review, research agenda and implications for practitioners. *Journal of Services Marketing*, 24(6), 417-429.

Fornell, C. & Larcker, D. F.(1981). Evaluating structural models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.

Freudenberger. H. J.(1974). Staff burnout. *Journal of Social Issues*, 30(1), 159-165.

Fullerton, R. A. & Punj, G.(1993). Teacher commitment, working conditions and differential incentive policies. *Review of Educational Reseach*, 63(4), 489-525.

Fullerton, R. A. & Punj, G.(1993). Repercussions of promoting an ideology of consumption: consumer misbehavior. *Journal of Business Research,* 57(11), 1239-1249.

Fullerton, R. A. & Punj, G.(1993). Choosing to misbehave: A structural model of aberrant consumer behavior. *Advances in Consumer Research*, 24(1), 340-344.

Fullerton, R. A. & Punj, G.(1997). Can consumer misbehavior be controlled? A critical analysis of two major control techniques. *Advances on Consumer Research*, 24, 340-344.

Fullerton, R. A. & Punj, G.(2004). Repercussions of promoting an ideology of consumption: Cusunmer misbehavior. *Journal of Business Research*, 57(11), 1239-1249.

Heskett, J. L., Jones, T. O., Loveman, G. W., Sasser, W. E. & Schelsinger, L. A.(1994). Putting the service-profit chain to work. *Harvard Business Review*, 72(March-April), 164-174.

Harris, L. C. & Reynolds, K. L.(2003). Then consequences of dysfunctional customer behavior. *Journal of Service Marketing*, 6(2), 144-161.

Hoppock, R.(1935). *Job Satisfaction*. New York: Harper and Brother.

Huang, W. H.(2008). The impact of other-customer failure on service satisfaction. *International Journal of Service Industry Management,* 19(4), 521-536.

Huselid, M. A., Jackson, S. & Schuler, R. S(1997). Technical and SHRM effectiveness as determinants of firm performance. *Academy of Management Journal*, 40(1), 171-188.

Iverson, R. & Wallsh, R.(2002). Work relationships in telephone call centers: Understanding emotional exhaustion and employee withdraw. *Journal of Management Studies*, 60(4), 18-42.

Lethier .M. P. & Meecham, K. A.(1986). Role structure and burnout in the field of human services. *Journal of Applied Behavioral Science,* 22, 47-52.

Liao, H., & Chuang, A.(2004). A multilevel investigation of factors influencing employee service performance and customer outcomes. *Academy of Management Journal*, 47(1), 41-58.

Locke, E. A.(1976). The nature and causes of job satisfaction. *In M. D:/Dunnette.(Ed), Hand Book Industrial an Organizational Psychology.* Chicago: Rand McNally. 1300-1307.

Lovelock, C. H.(1994). Product Plus: How Product and

Service-competitive Advantage, NY: Mc Graw-Hall.
Maslach, C. & Jackson, S. E. (1981). The measurement of experienced burnout. *Journal of Occupational Behavior*, 2(2), 99-113.
Maslach, C.(1982). *Burnout: The Cost of Caring*, Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
Maslach, C. & Jackson, S. E.(1986). *Maslach Burnout Inventory Manual(2nded.)*. Palo Alto, GA: Consulting Psychologists Press.
Mathieu, J. E. & Zajac, D. M.(1990). A review and meta-analysis of the antecedents, correlates, and consequence of organizational commitment. *Psychological Bulletin*, 108, 171-194.
Mayer & Allen(1991). A three-component conceptualization commitment. *Human Resource Management Review*, 1, 61-89.
Milkovich, G. T., & Boudreau. J. W.(1991). *Human Resources Management*. 6th Ed., Boston: Irwin.
Mobley, W. H.(1982). *Employee Turnover: Causes, Consequence, and Control, Reading*, Mass: Addison-Wesley Publishing.
Netemeyer, S. Boles, B., McKee, D., & McMurrian, R.(1997). An investigation into the antecedents of organizational citizenship behaviors in a personal selling context. *Journal of Marketing*, 61(3), 85-98.
Nunnally, J C.(1978). *Psychometric Theory*, New York: Mc Graw-Hill.
Pincus, J. D.(1986). Communication satisfaction, job satisfaction and job performance. *Human Communication Research*, 12, 405.
Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y. & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879-903.
Preacher, K. J., Rucker, D. D. & Hayes, A. F.(2007). Assessing moderated mediation hypotheses: Theory, methods, and prescriptions. *Multivariate Behavioral Research*, 42(1), 185-227.
Price, J. L.(1997). The study of turnover. lowa : state university press.

Saarni, C.(2000). Emotional competence: a development perspective. In The Handbook of Emotional Intelligence. Bar-On, R. Parker, J. D. A. eds. Jossey-Bass, San Francisco CAUSA.

Sliter, M., Sliter, K. & Jex, S.(2012). The employee as a punching bag: The effect of multiple sources of incivility on employee withdrawal behavior and sales performance. *Journal of Organizational Behavior*, 33(1), 121-39.

Sobel, M. E.(1982). Asymptotic confidence intervals for indirect effects in structural equation models. *Sociological Methodology*, 13, 290-312.

Steers, R. M.(1977). Antecedents of outcomes of organizational commitment. A*dministrative Science Quarterly*, 22(1), 46-56.

Sturman, M. C. (2003). Searching for the inverted U-shaped relationship between time and performance: Meta-analyses of the experience/performance, tenure/performance, and age/performance relationships. *Journal of Management*, 29, 609-640.

Shrout, P. E. & Bolger, N.(2002). Mediation in experimental and non experimental studies: New procedures and recommendations. *Psychological Methods*, 7, 422-445.

Tett, R. P. & Meyer, J. P.(1993). Job satisfaction organizational commitment ,turnover intention, and turnover: Path analysis based on meta analytic finding. *Personnel Psychology*, 46(2), 259-293.

Kahill, S.(1988). Interventions for burnout in the helping professions: A review of the empirical evidence in Canadian. *Journal of Counseling Review*, 22(3), 310-342.

Karatepe, O. M., Yorganci, I. & Haktanir, M.(2009). Outcomes of customer verbal aggression among hotel employees. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(6), 713-733.

Krone, C., Tabacci, M. & Farber, B.(1989). Manager burnout. *The*

Cornell Hotel Restaurant Administration Quarterly, 30, 58-63.

Verhoef, P. C., Lemon, K. N., Parasuraman, A., Reggeveen, A., Tsiros, M. & Schlesinger, L. A.(2009). Customer experience: Determinants, dynamics and management strategies. *Journal of Retailing*, 85(1), 31-41.

호텔 고객무례와 관련된 연구

본 설문의 내용은 통계법 제13조에 의거하여 비밀이 보장되며 통계목적이외에는 사용되지 않습니다.

ID:

안녕하십니까?

먼저 귀하의 소중한 시간을 할애하여 본 설문에 응해주신데 대하여 감사의 말씀을 드립니다.

본 연구의 목적은 호텔에 종사하는 여러분들의 **고객무례**에 관한 연구를 위해 작성된 것입니다. 본 설문내용에 따른 귀하의 개인적인 사항은 모두 익명으로 처리됩니다. 따라서 설문 내용과 관련된 귀하의 **비밀은 절대 보장**되며, 학문적인 목적이외에는 사용되지 않습니다.

귀하의 성실한 응답은 저의 학위 논문 연구에 소중한 자료로 활용될 것입니다. 다시 한번 바쁘신 중에도 설문에 참여해주셔서 감사를 드립니다.

2013년 6월

부경대학교 경영대학원 석사과정 정서이: (☎ 629-5741)
지도교수: 전재균

1. 다음은 직무만족도에 대한 질문입니다. 아래 문항에 대해서 어떻게 생각하는지 해당되는 숫자에 'O'표시해 주십시오.

항목	전혀 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	보통이다	대체로 그렇다	매우 그렇다
1. 내가 하는 일에 즐거움을 느낀다.	1	2	3	4	5
2. 내가 하는 일은 가치(의미) 있는 일이다.	1	2	3	4	5
3. 내가 하는 일은 다른 일에 비해 나은 일이라고 생각한다.	1	2	3	4	5
4. 나는 내가 하는 일에 만족한다.	1	2	3	4	5

2. 다음은 고객무례(귀하가 평소 응대하는 고객)에 대한 질문입니다. 아래 문항에 대해서 어떻게 생각하는지 해당되는 숫자에 'O'표시해 주십시오.

항목	전혀 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	보통이다	대체로 그렇다	매우 그렇다
1. 고객들은 직원을 열등하거나 어리석은 사람으로 대한다.	1	2	3	4	5
2. 고객들은 직원들의 능력에 의문을 표시하는 말을 한다.	1	2	3	4	5
3. 고객들은 나의 업무성과에 대해서 언급한다.	1	2	3	4	5
4. 고객들은 사적으로 나에게 폭언(언어적 공격)을 한다.	1	2	3	4	5
5. 고객들은 나에게 비상식적인 요구를 한다.	1	2	3	4	5
6. 고객들은 직원의 외모에 대해 무례한 표현을 한다.	1	2	3	4	5
7. 고객들은 직원들에게 성적으로 모욕적인 언행을 한다.	1	2	3	4	5
8. 고객들은 다른 고객들에 대해서 무례한 언사를 한다.	1	2	3	4	5
9. 직장동료들은 고객들에게 무감각한 반응으로 대한다.	1	2	3	4	5

3. 다음은 감정소진에 대한 질문입니다. 아래 문항에 대해서 어떻게 생각하는지 해당되는 숫자에 'O'표시해 주십시오.

항목	전혀 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	보통 이다	대체로 그렇다	매우 그렇다
1. 내가 상대하는 고객에게 일어난 문제에 대해 관심이 없다.	1	2	3	4	5
2. 직무상에서 발생하는 문제들을 효과적으로 해결할 수 없다.	1	2	3	4	5
3. 현재 소속된 직장에 아무런 기여를 하지 못한다.	1	2	3	4	5
4. 내가 생각할 때 나는 잘하는 것이 없는 것 같다.	1	2	3	4	5
5. 나는 현재의 직무에서 가치 있는 일들을 이룬 적이 없다.	1	2	3	4	5

4. 다음은 귀하의 직무성과에 대한 질문입니다. 아래 문항에 대해서 어떻게 생각하는지 해당되는 숫자에 'O'표시해 주십시오.

항목	전혀 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	보통 이다	대체로 그렇다	매우 그렇다
1. 나는 고객을 친근하게 대하고, 고객들을 잘 돕는다.	1	2	3	4	5
2. 나는 고객들이 요구하는 것들에 대해 즉시(빨리) 대응한다.	1	2	3	4	5
3. 고객이 원하는 것을 파악하기 위해 고객의 이야기를 듣는다.	1	2	3	4	5
4. 나는 고객이 도움을 요청할 때, 즉시 도울 준비가 되어 있다.	1	2	3	4	5
5. 나는 고객이 원하는 것이 무엇인지를 잘 찾아내는 편이다.	1	2	3	4	5

5.다음은 이직의도에 대한 질문입니다. 아래 문항에 대해서 어떻게 생각하는지 해당되는 숫자에 'O'표시해 주십시오.

항목	전혀 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	보통이다	대체로 그렇다	매우 그렇다
1. 나는 현재 새로운 호텔(직업)을 찾고 있다.	1	2	3	4	5
2. 나는 이직에 대해서 종종 생각하고 있다.	1	2	3	4	5
3. 내년에는 지금의 일을 그만둘 것이다.	1	2	3	4	5
5. 현재의 직장을 그만두는데 많은 고민이 필요하지 않을 것이다.	1	2	3	4	5

* 다음 문항들은 귀하의 인구통계와 관련된 질문들입니다.

1. 귀하의 성별은?	① 남 ② 여
2. 귀하의 연령은?	만 _____세
4. 귀하의 교육수준은?	① 전문대졸 ② 대학 졸업 ③ 대학원이상
5. 귀하의 승무원 경력은 대략 어떻게 되십니까?	약 ( )년
6. 현재 귀하의 업무형태는 어떻게 되십니까?	① 정규직 ② 비정규직 ③ 기타

바쁘신 시간에도 불구하고 설문지에 성실하게 답변해주셔서 대단히 감사합니다.