

觀光學碩士 學位論文

호텔 및 외식업 조리종사자의 라포르가
이직의도에 미치는 영향 연구: 감정노동을
매개변수로

慶州大學校 大學院

觀光外食産業學科

金 垣 昌

2018年 6月

호텔 및 외식업 조리종사자의 라포르가
이직의도에 미치는 영향 연구: 감정노동을
매개변수로

指導教授：金 保 成

이 論文을 碩士學位 論文으로 提出함

2018年 6月

慶州大學校 大學院

觀光外食産業學科

金 垣 昌

金垣昌의 碩士學位論文을 認准함

審査委員長 朱元介 (印)

審査委員 李 錫 (印)

審査委員 金保成 (印)

慶州大學校 大學院

2018年 6月

감사의 글

50대 후반에 석사 학위를 꼭 해야만 되나 갈등과 인내를 반복하면서 공부를 해야 만할 때늦게나마 학위를 할 수 있게 지도해주신 경주대학교 김보성 교수님께 감사의 인사를 드립니다. 또한 늦은 나이에 공부를 할 수 있게 지도해주신 김동규 교수님, 하헌수 교수님께도 감사의 말씀드립니다.

공부를 한다는 것이 고뇌와 시간과 생각을 많이 하게 되어 중도에 그만 두겠다는 생각을 여러 차례 했으나 앞으로 할 일과 주위의 지인들께서 할 수 있으면 하라는 조언으로 포기하지 않고 지금에 결실을 보게 되었습니다.

또한 경주 대학교 대학원 관광 외식산업학과 석사 선후배님들과 좋은 인연 만들어 지원과 격려를 해 주셔서 고맙습니다. 대학원 생활 중 늘 부족한 저를 높이 평가 해주시는 경주대학교 대학원 교수님들께도 감사의 말씀을 드립니다.

그리고 제가 공부를 할 수 있게 물심양면으로 격려해주고 지원을 해준 아내 상희님 과 저의 딸 현주, 아들 진용이 에게 열심히 일하는 아빠의 모습을 볼 수 있게 해주어 늘 고맙게 생각합니다.

앞으로 열심히 주어진 보직과 일상의 업무에 충실이 수행할 수 있도록 더욱 노력 하도록 하겠으며, 마지막으로 저의 후배와 저의 제자들에게 앞으로 살아가는데 있어 작은 귀감이 되었으면 하는 바램 과 전통유교 집안인 우리 가문에 글을 남길 수 있어서 큰 보람으로 생각 됩니다.

2018년 08월

김 원 창 올림

목 차

제 I 장. 서 론

1. 연구의 배경	1
2. 연구의 목적	3
3. 연구의 방법과 구성	4
1) 연구의 방법	4
2) 연구의 구성	4

제 II 장. 이론적 배경

1. 라포르	7
1) 라포르의 개념	7
2) 라포르의 구성요소	9
3) 라포르에 관한 선행연구	13
2. 감정노동	18
1) 감정노동의 개념	18
2) 감정노동의 구성요소	21
3) 감정노동에 관한 선행연구	23
3. 이직의도	27
1) 이직의도의 개념	27
2) 이직의도에 관한 선행연구	29

제III장. 조사 및 분석방법의 설계

1. 연구모형과 연구가설	32
1) 연구모형	32

2) 연구 가설	33
2. 설문지의 구성 및 표본 설정	36
1) 설문지의 구성	36
2) 표본의 설정 및 조사방법	37
3) 분석방법	37

제Ⅳ장. 연구의 분석 결과

1. 표본의 인구학적 특성	38
2. 측정도구의 신뢰도 및 타당도 검증	40
1) 라포르에 대한 신뢰도 및 타당성 검증	41
2) 감정노동에 대한 신뢰도 및 타당성 검증	44
3) 이직의도에 대한 신뢰도 및 타당성 검증	45
4) 변수의 기술 통계 및 상관관계 분석	46
3. 가설 검증	48
1) 라포르와 감정노동 간의 영향관계 검증	49
2) 감정노동과 이직의도 간의 영향관계 검증	51
3) 라포르와 이직의도 간의 영향관계 검증	52
4) 가설의 검증 결과 요약	53

제Ⅴ장. 결론

1. 연구의 요약 논의	55
2. 시사점	57
1) 이론적 시사점	57
2) 실무적 시사점	58
3) 연구의 한계점 및 향후 연구방향	62

참고문헌	64
영문초록	74
설문지	77

〈표 차 례〉

<표 2-1> 라포르 개념	12
<표 2-2> 라포르에 관한 선행 연구	17
<표 2-3> 감정노동의 개념	21
<표 2-4> 감정노동에 관한 선행 연구	26
<표 2-5> 이직의도의 개념	28
<표 2-6> 이직의도에 관한 선행 연구	31
<표 3-1> 설문지의 구성	36
<표 4-1> 인구통계학적 특성에 대한 빈도분석 결과	39
<표 4-2> 라포르의 신뢰도 및 타당성 검증 결과	42
<표 4-3> 감정노동의 신뢰도 및 타당성 검증 결과	44
<표 4-4> 이직의도의 신뢰도 및 타당성 검증 결과	45
<표 4-5> 변수간의 상관관계 분석	47
<표 4-6> 라포르와 감정노동(내면행위)간의다중회귀분석결과	47
<표 4-7> 라포르와 감정노동(표면행위)간의다중회귀분석결과	49
<표 4-8> 라포르와 감정노동 간의 다중회귀분석 결과 채택여부	50
<표 4-9> 감정노동과 이직의도간의 다중회귀분석결과	51
<표 4-10> 감정노동과 이직의도간의 다중회귀분석 결과 채택여부	52
<표 4-11> 라포르와 이직의도 간의 다중회귀분석 결과	52
<표 4-12> 라포르와 이직의도 간의 다중회귀분석 결과 채택여부	53
<표 4-13> 가설검증의 결과 요약	54

<그 립 차 례>

[그림 1-1] 연구의 흐름도	6
[그림 3-1] 연구모형	32

I. 서론

1. 연구의 배경

정보통신의 발달과 21세기 무한경쟁체제는 호텔산업에서 수요층을 다양화하고 호텔 간의 경쟁을 심화시키고 있다. 이러한 경쟁 속에서 고객들을 다른 경쟁업체에 빼앗기지 않기 위해, 기업들은 고객서비스라는 명목으로 종사자들에게 고객의 공격행동을 감내하도록 강요하고 있으며, 이러한 현상은 호텔, 레스토랑과 같이 고객을 상대로 하는 서비스 기업들에서 흔히 발견되어 진다(Bishop, Korczynski & Cohen, 2005; Gettman & Gelfand, 2007). 서비스업 종사자가 감정을 관리하고 조절함으로써 개인의 감정관리 활동이 사적인 영역을 벗어나 공적 영역에서 임금을 받고 팔리게 되는 사용가치로써 이용되고 있으므로 교환가치의 성격을 동시에 지니게 되며, 감정관리 활동은 상품화된 노동력일부분이 되어가고 있다(김상표, 2008).

고객의 공격행동은 종사원의 직무스트레스에 부정적인 영향을 미치며, 종사원의 직무만족 하락과 이직의도 상승 등 기업의 막대한 재정적 손실을 초래할 수 있으므로 고객의 공격행동 감소를 위한 조직차원의 다각적인 노력이 요구되는 상황이다(Harris & Reynolds, 2003).

호텔기업은 유·무형의 서비스를 판매하는 기업으로 인적서비스에 대한 의존도가 높기 때문에 종사자 간의 상호작용 및 종사원의 감정노동 관리가 필요한 실정이다. 하지만 대부분의 호텔기업은 종사자의 감정노동 관리에 일방적인 종사자의 희생을 요구하며, 주어진 업무수행과 조직의 목표 달성을 위하여 내부에서 정해 놓은 감정표현의 규범에 따라 감정노동 관리가 이루어지지 않은 상황에서 부정적 노동을 감행하고 있다(김종진, 2009; Wong & Wang, 2009). 이러한 감정노동의 결과는 조직 외부적으로 종사자에게 감

정부조화를 유발하여 고객과의 관계접점에 부정적인 영향을 주고 있으며, 조직 내부적으로 직무만족의 저하, 이직의도 증가에 영향을 미치고 있다(김민주, 2006). 따라서 고객과 종사자와의 상호작용에 의한 관계구축과 종사자의 감정노동에 대한 효율적인 관리는 호텔경영 차원에서 수익과 직결되는 중요한 사안이므로 종사자의 감정노동 관리의 필요성이 더욱 증대되고 있다(윤은형, 2007). 서비스산업 분야에서 감정노동에 대한 선행연구를 살펴보면 Parasuraman, Zeithmal & Berry (1988)는 라포르가 고객 서비스접점에서 무형적인 인적 서비스 품질에 대한 평가가 호텔 기업의 이윤 창출에 핵심적인 요소로 작용한다 하였다. Gremler & Brown (1988)는 호텔종사자 감정노동 관리를 통하여 고객 간 상호작용을 형성하는 요인으로 라포르를 제시하였다. 하정남·임상현(2013)은 호텔의 서비스접점에서 종사자와 고객 간의 상호작용 과정을 통해 즐거운 관계를 유지하고, 개인적 유대감을 형성시켜 결속을 강화시켜 주는 가장 중요한 요인을 라포르라고 하였다. 대부분의 기존 외식업은 주방 요리사와 고객이 분리되어 있으나, 요식업계에서의 변화로 일식이나 뷔페 등에서는 조리사와 고객의 상호 커뮤니케이션을 중요시하는 오픈주방 형태의 서비스를 제공하는 경우가 많다. 이와 같은 환경은 조리사와 고객이 커뮤니케이션을 하는 장을 마련해주고, 이 과정에서 라포르가 생성되며, 이는 조리사의 감정노동에 영향을 미치게 되며 나아가 직무만족이나 이직의도에 영향을 미친다(김희연, 2016).

이에 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 호텔 및 외식업계 조리종사자의 라포르가 감정노동 및 직무만족에 미치는 영향 관계를 조사하고자 한다. 이를 통하여 호텔 종사자들의 직무만족도를 높일 수 있는 실무적인 방안을 도출하고자 한다.

2. 연구의 목적

호텔 및 외식기업은 직무수행 과정에서 고객과 현장에서 직접적으로 대면하는 인적자원의 의존도가 높은 서비스 산업이다. 또한 호텔 및 외식기업의 상품 거래과정에서는 무수히 많은 변수들이 작용하여 예측하기가 힘든 산업이기도 한다. 기업의 최대 목표는 이윤추구로 이를 위하여 인적관리와 고객지향성이 동반상승 될 방안을 모색해야 하며 모든 방향을 고객에게만 치중하기보다는 종사원 또한 같은 위치 선상에서 고려해야 하는 긍정적인 자세를 가져야 할 것이다. 또한 외식기업에서는 종사원 또한 내부 고객임을 인지하고 외부 고객뿐만이 아니라 내부고객에게도 만족할 수 있는 임금, 고용안정과 인사 관리제도 등에 노력을 기울이고 종사원이 심리적으로 안정되고 만족하는 방안을 모색해야 한다. 따라서 본 연구에서는 호텔 및 외식기업 조리종사자의 종사자와 고객 간의 상호작용을 통한 라포르 형성으로 종사자의 효과적인 감정표현 및 감정관리가 감정노동 및 직무만족 간의 영향관계를 분석하고 라포르를 통하여 부정적인 갈등상황에서 종사자의 갈등해소와 고객과의 관계구축을 효율적으로 이끌 수 있는 전략적으로 중요한 요소임을 증명할 수 있는 이론적 근거를 제시하고자 한다.

본 연구의 세부적인 목적은 다음과 같다.

첫째, 라포르, 감정노동, 직무만족에 대한 선행연구를 고찰하여 각 요인들의 개념을 정립하고 연구모형과 가설을 설정하여 각 요인간의 관련성을 알아보고자 한다.

둘째, 라포르가 감정노동의 표면행위와 내면행위에 미치는 영향관계를 파악하고자 한다.

셋째, 감정노동의 표면행위와 내면행위가 이직의도에 미치는 영향관계를

파악하고자 한다.

넷째, 라포르가 이직의도에 미치는 영향관계를 파악하고자 한다.

넷째, 각 요인간의 영향관계 분석을 통하여 호텔 및 외식기업 조리종사자의 직무만족을 향상시킬 수 있는 방안을 도출하여 호텔 및 외식기업의 인사적 차원의 기초적인 방안을 제시하고자 한다.

3. 연구의 방법과 구성

1) 연구의 방법

본 연구에서는 문헌적 고찰을 통하여 연구 모형과 설문 문항을 도출하고 설문 측정을 통하여 얻은 결과로 실증적 연구를 수행하였다.

첫째, 라포르가 감정노동 및 이직의도에 미치는 영향관계 검증에 필요한 연구 모형과 설문 문항을 도출하기 위하여 문헌고찰을 수행하였다. 국내의 서적, 학위논문, 학술지를 통하여 라포르, 감정노동, 이직의도에 대한 개념을 정립하였다.

둘째, 실증 분석은 문헌 고찰을 통하여 작성된 설문지를 호텔 및 외식산업 조리종사자를 대상으로 조사한 자료를 수집하여 각 요인간의 영향관계를 분석하였다. 수집된 자료는 통계 프로그램 SPSS 23.0이용하여 빈도분석, 요인분석, 신뢰도 분석, 다중회귀분석을 실시하였고, 본 연구의 가설을 검증하였다.

2) 연구의 구성

본 연구는 호텔 및 외식산업 조리종사자를 대상으로 설정하였으며, 본 연구의 구성은 5장으로 주요 내용은 [그림 1]과 같이 연구 흐름도를 구성하였다.

제1장, 서론으로 문헌조사와 기타 자료를 통하여 연구의 배경 및 연구의 목적, 연구의 방법 및 범위로 이루어졌다.

제2장, 본 연구를 진행하기 위한 이론적 고찰을 통하여 라포르, 감정노동, 이직의도에 대한 이론적 개념을 정립하였다. 또한 각각의 변수에 대한 관계성을 살펴봄으로 실증분석을 위한 개념적인 틀을 마련하였다.

제3장, 연구 방법론으로 연구모형과 이에 따른 연구가설을 설정하였으며, 조사 방법으로 조사대상 및 기간, 분석방법, 변수의 조작적 정의, 설문지의 구성 등을 서술하였다.

제4장, 실증분석으로 통계 프로그램 SPSS 23.0을 이용하여 응답자들의 인구통계적 특성, 일반적 특성, 타당성과 신뢰성 검증, 상관관계 분석, 연구모형에 대한 가설검증을 서술하였다.

제5장, 결론으로 연구의 결과를 요약하고 이와 함께 본 연구의 이론적 시사점과 실무적 시사점, 연구의 한계점과 향후 연구 과제를 서술하였다.

제 1 장 서론		
문제 제기		연구 목적
제 2 장 이론적 배경		
제1절 라포르	제2절 감정노동	제3절 이직의도
• 라포르의 개념 • 라포르의 구성요소 • 라포르의 선행연구	• 감정노동 • 감정노동의 구성요소 • 감정노동의 선행연구	• 이직의도 개념 • 이직의도의 구성요소 • 이직의도의 선행연구
제 3 장 조사 및 분석방법의 설계		
연구모형과 연구가설	측정변수의 조작적 정의와 신뢰도, 타당도 분석	자료수집과 분석방법
제 4 장 분석결과		
기술통계와 상관관계 등 기초분석		회귀분석을 통한 가설 검증
제 5 장 결론 및 시사점		
결론 및 시사점		연구의 한계점

[그림 1-1] 연구의 흐름도

II. 이론적 배경

1. 라포르(Rapport)

1) 라포르의 개념

라포르(rapport)란 공감대를 가진 사람과 좋은 관계를 가지거나 상호 의기 투합의 관계에서 이루어지는 좋은 감정을 의미하는 것으로 사람과 사람 사이의 신뢰와 공감으로 이루어진 일종의 상호 작용 관계를 나타내는 심리학적 용어이다(Trickle-Degnen & Rosenthal, 1990). 라פור는 영어로 '마음이 서로 통함'이라는 뜻으로, 사람 사이의 사호 작용에서 유대감을 느끼게 하는 능력이라고 볼 수 있다(심교준, 2008).

라포르의 유래를 살펴보면, 18세기 후반 오스트리아의 메즈머(Mesmer)가 의학 분야에서 환자와 치료자 사이의 공감 관계를 표현하기 위하여 처음 사용되었고, 그 후 프로이트가 심리학 분야에서 '신뢰관계'를 나타내는 말로 이용하면서 본격적으로 사용되어졌다. 현재는 호텔업뿐만 아니라 여러 서비스업에서 즐거운 관계, 유대관계, 공감관계, 신뢰관계 등의 의미로 다양하게 사용되어지고 있다.

학계에서 라포르의 개념과 요인에 관한 연구는 부족한 실정이지만 잠재적으로 고객은 라포르에 대하여 인식할 가능성이 클 뿐만 아니라 서비스에서 라포르를 다음과 같은 중요성으로 여러 분야에서 다양한 관점으로 후속연구가 이루어지고 있다(Gremler & Gwinner, 2008). 첫째, 라פור는 정신의학적 상담 영역에서 주로 사용되었으나, 최근에는 서비스 산업 분야에서 종사자와 고객의 상호작용으로 인한 조직성과의 측정 연구에서 더 큰 주목을 받고 있다. 이는 라포르가 서비스 산업 분야처럼 서비스 품질을 직접평가하기 어려

운 무형성을 지닌 인적서비스 성과를 측정하기 위한 도구로 활용도가 높기 때문이다(Parasuraman, Zeithmal & Berry, 1988). 둘째, 서비스의 특징은 인적인 상호작용을 통해 서비스가 전달되는 특성을 가지므로 서비스 전달에 있어 고객과 서비스제공자와의 라포르는 서비스기업에 있어 중요한 요인이다(Gremler & Gwinner, 2000). 셋째, 라포르는 마케팅과 다양한 서비스 상황에서 잠재적으로 막대한 영향을 미칠 수 있다는 점을 들 수 있다(Gremler & Gwinner, 2000).

Barnett(2002)는 라포르를 믿음과 신뢰, 상호 이해를 바탕으로 다른 사람과의 조화로운 관계라 하였다. 심리치료사와 고객의 상호작용과 룸메이트 관계에서는 관계의 품질로써 라포르를 정의 하였다(Carey et al., 1988).

박소진(2007)은 서비스제공자와 고객 간의 서비스접점에 관한 연구에서 상호 작용하면서 발생하는 친밀감이라고 정의 하였고, Bailey et al(2001)는 라포르에 대한 서비스분야의 연구모형은 서비스제공자와 고객들이 서로 관련되어 있다는 느낌과 상호작용을 즐거운 것이라고 해석하며, 서비스접점에서 고객과 서비스 제공자의 감정 가치를 주로 측정하였다.

따라서 본 연구에서는 선행연구(Gremler & Gwinner, 2008; Bernieri, 1988)를 바탕으로 호텔 및 외식산업 조리종사자에 대한 라포르의 개념을 서비스 제공자인 조리종사자와 최고의 서비스를 기대하는 고객이 일치와 조화를 목적으로 유대감을 가지고, 무엇이든 털어 놓고 서로를 충분히 이해하는 마음과 즐거운 관계를 통한 상호신뢰관계를 쌓는 과정이라고 정의하고자 한다.

2) 라포르의 구성요소

라포르의 구성 요소에 한 분류는 연구 분야별로 다양하고 용어도 각기 다르게 사용하고 있으나 전반으로 다음과 같은 유형으로 분류하고 있다. Carey, Hamilton & Shanklin(1986)의 연구에서는 2가지 차원인 '상호간의 이해', '의사소통의 만족' 으로 분류하고 있다. Tickle-Degnen & Rosenthal (1990)은 '상호주의성, 정성, 공동작용'의 3가지 차원으로 분류하였다. Price & Arnould(1995)는 개인적 유대감을 서로를 진정으로 이해하고 관심을 가지는 상호 관계적인 요소라고 정의하였다. Al-Natour(2007)는 '상호 매력, 긍정, 조화로우'의 3가지 차원으로 분류하였다.

서비스분야에서 연구되어지는 라포르의 구성개념은 다음과 같다. Gremler & Gwinner(2000)는 서비스 특성에 따른 상호작용에 있어서 서비스제공자와 고객 간의 관계에서 라포르의 구성 요소로 2가지 차원인 '즐거운 관계'와 '개인 유대감'으로 구분하고, 후속 연구에서는 '특별한 행동', '공통점 형성', '예의바른 행동', '접촉행동', '정보 제공'의 5가지 차원으로 세분화하여, 종사자와 고객 간의 서비스 관계에 대한 도구로써 라포르를 측정하였다 (Gremler & Gwinner, 2008).

라포르에 대한 선행연구의 부족으로 본 연구에서는 서비스연구 분야에서 가장 일반적으로 사용하고 있는 Price & Arnould(1995), Gremler & Gwinner(2000)의 연구를 바탕으로, 라포르의 구성요소를 '즐거운 관계'와 '개인적 유대감'의 두 차원으로 구분하여 호텔외식서비스 연구에 활용하고자 한다.

1)즐거운 관계

Gremler & Gwinner(2000)는 즐거운 계란 종사자와 고객이 상호작용으로

즐겁게 느끼는 감정에 관한 평가라고 정의하였다. 이는 서비스산업 분야에서 발생할 수 있는 서비스에서 이루어지는 긍정적인 감정으로, 종사자가 고객과 관계형성을 위해 노력할 때 친근함이나 보살핌이 형성되면서 생성된다고 보았다.

Anthony(2004) 는 서비스공자의 입장에서 종사자와 수혜자의 즐거운 관계 형성은 기업경영 측면에서 매우 요한 성과로 보았다. 뿐만 아니라, 종사자와 고객 사이의 즐거운 관계에 대한 노력은 장기간의 관계 형성에 필수불가결한 요인이라고 주장하고, 실제 상호작용에 대한 정서 평가로 보았다(Mackintosh, 2009). 라포르의 즐거운 관계는 생산 과정에서 발생하는 대인적 관계(지성구 외, 2010)로 서비스를 생산하고 전달하는 과정에서 서비스 제공자와 고객 간의 인적인 상호작용이 중요하다. 따라서 즐거운 관계는 서비스 제공자와 고객이 관계를 형성하기 위해 긍정적인 감정을 가지고 보살피거나 친근하게 대하면서 조화를 이루고자 하는 것으로 보았다(지성구 외, 2010).

따라서 본 연구에서는 Gremler & Gwinner(2000)의 선행연구를 바탕으로 즐거운 관계란 서비스 과정에서 종사자가 고객과의 상호작용을 통해 즐거운 감정을 형성하기 위한 노력의 평가라고 정의한다.

2)개인적 유대감

Price & arnould(1995)는 개인적 유대감을 서로를 진정으로 이해하고 관심을 가지는 상호 관계적인 요소라고 정의하였다. 이는 Gremler & Gwinner(2000)가 유대감에 대한 관계성 연구에서 주장한 상호 간의 이해와 관심 같은 감정인 요소와 맥락을 함께한다. Gremler & Gwinner(2000)는 개인적 유대감이 관계의 형성 측면에 있어 매우 중요하고 고객의 만족에 기여하며 좋은 관계를 유지하고자 하는 욕구를 증가시킨다고 하였다.

Duck(1994)은 개인적 유대감을 심리적 유사성이라고 정의하고, 상호 감정의 교환활동에 의해 이루어지며 대인적 관계를 발전시킨다고 하였다. 만약 상호 활동 간에 개인적 유대감이 형성되면 고객은 서비스 제공자에게 동질감과 유사성을 느껴 그 관계를 유지하기 위하여 노력을 기울이게 되고 이는 관계의 질을 더욱 발전시킨다 하였다 (지성구 외, 2010). 유대감이 형성되면 공통 관심사나 유사성 등으로 심리적 격차를 좁히고 상호 이해의 폭을 넓일 수 있으며, 상대방의 가치, 태도, 성격 등에서 자신과의 유사성을 발견하여 자아와 동일시하며 사상을 공유하고 있다는 확신을 느낄 수 있게 된다 (Goodwin, 1996). 이렇게 형성된 친밀감은 고객의 높은 관심으로 이어져 궁극으로 깊은 파트너 관계가 되기를 희망한다고 본다(Stern, Thompson & Arnould, 1998).

따라서 본 연구에서는 Price & Arnould(1995)의 선행연구를 바탕으로 개인적 유대감이란 종사자와 고객이 상호작용을 바탕으로 서로를 진정으로 이해하고 관심을 가지는 등의 상호관계적인 요소로 정의하고자 한다.

<표 2-1> 라포르의 개념

연구자	정의
Tickle-Degnen & Rosenthal(1990)	공감대를 가진 사람과 좋은 관계를 가지거나 상호 의기투합의 관계에서 이뤄지는 좋은 감정
Dell(1991)	고객이 서비스 제공자와 좋은 관계로, 뜻이 통하고 편안한 긍정적인 감정 상태
Weitzetal(1992)	서비스 상황에서 상호 신뢰를 기반으로 형성된 가깝고 조화로운 관계
Ashfoth& Humphrry (1993)	서비스제공자와 고객 사이의 좋은 서비스의 원동력
Hollman & Klemmer (1997)	인간의 내면이 통하게 함으로써 성공적인 커뮤니케이션을 이뤄내는 필수적인 요소이자 강력한 비즈니스 도구
Grove & Fish(1997)	우호적이고 친절한 상황에서 만들어진 따뜻한 감정
Bernieri(1998)	관계 속에서 유대의 질, 조화성, 유사성, 일치성
Bailey et al.(2001)	관련되어 있다는 느낌, 즐거운 상호작용관계
Barnett(2002)	신뢰와 상호이해에 바탕을 둔 신의적인 관계
Gremler & Gwinner (2008)	고객과 서비스 제공자의 상호작용의 질
하정남 · 임상헌(2013)	충분한 이해관계라 느껴지는 소통 관계
양송자(2015)	유대감을 가지고 무엇이든 털어놓고 서로를 충분히 이해하는 마음과 즐거운 관계를 통한 상호신뢰관계를 쌓는 과정

* 선행연구를 바탕으로 연구자 재구성

3) 라포르에 관한 선행연구

Ford et al.(1994)은 서비스의 여러 구조적인 업무에 대한 연구에서, 서비스 제공자가 일방적이거나 표면적으로 행하는 서비스보다 정중함 등의 이면적인 서비스가 고객과의 라포르 형성에 영향을 주며, 서비스제공자는 평상시에 미소와 친절한 인사를 비롯하여 사회성과 경청하는 태도를 지녀야 라포르가 형성된다고 주장하였다.

Mohr & Nevim(1990)은 개방적 의사소통은 상호 간의 관계를 긍정적으로 발전시켜 라포르 형성에 긍정적인 영향을 미친다고 주장하였는데, Miline & Bull(1999)은 라포르 형성을 위해 청자의 적극적 경청과 화자의 끝말을 반복해 주는 등 화자의 감정을 이해하다는 피드백을 제공하는 방식의 실증연구를 통해 개방적 의사소통이 라포르 형성에 긍정적인 영향을 미친다는 Mohr & Nevim(1990)의 주장을 지지하였다.

Weitz et al.(1999)의 호텔서비스 마케팅 분야 연구에서 라פור는 언어적·비언어적인 의사소통을 통해 형성되며, 대화는 상대에 대해 자신이 보조를 맞추는 기술이 중요하다고 주장하였다.

Stern, Thompson & Arnoud(1998)는 라포르의 개인적 유대감은 감정노동의 내면행위에 영향을 미치고 표면행의 지각을 낮춘다고 했다.

지성구·양범선·김성호(2010)는 종사자의 라포르가 감정노동, 직무만족, 조직몰입에 미치는 영향 연구에서 의료서비스 제공자의 라포르(즐거운 관계와 개인적 유대감)는 환자와 좋은 관계와 유대감을 형성하기 위해 노력하는 과정에서 생성된 스트레스인 감정노동의 지각을 낮춘다는 것을 증명하였다. 감정노동은 조직유효성의 구성차원(직무만족, 조직몰입)에 부정적 영향을 강하게 나타나 감정노동을 높게 지각하게 되어, 의료 서비스 제공자의 직무수행 뿐만 아니라 조직 전체에도 부정적인 영향을 미친다는 것을 입증

하였다.

배수진·김성호(2013)는 고객의 관점이 아닌 서비스 제공자의 관점에서 고객참여로 인한 상호작용의 결과로 라포르를 느낄 수 있는지를 살펴보고 라포르와 직무만족, 그리고 이직의도의 영향관계를 규명하기 위하여 실증연구를 실시하였다. 연구 결과, 고객참여의 4가지 차원 중 교감성과 적극성만이 서비스 제공자의 라포르에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 라포르의 구성 차원 중 개인적 유대감만이 직무만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로, 또한 직무만족과 이직 의도는 부(-)의 영향관계가 있음을 입증하였다.

이준희·곽경숙(2013)은 스포츠센터 직원의 라포르 및 감정노동이 감정일탈에 미치는 영향 연구에서 라포르의 개인적 유대감만이 감정노동을 낮게 인식하게 하는 것으로 나타나 기존의 선행연구들(지성구·양범선·김성호, 2010; 안진우·김윤환·강명주, 2012; 김희연, 2016)의 연구결과와는 다소 상반되는 결과를 도출하였다.

하정남 등(2013)은 라포르가 개인적 유대감과 즐거운 관계를 형성하기 위한 과정이 아니라 즐거운 관계와 개인적 유대감을 통한 상호작용의 결과라고 정의하였고, 종사자의 라포르에 대한 즐거운 관계와 개인적 유대감이 높아질수록 감정노동의 내면행위가 높아지는 정(+)의 영향관계를 도출하였다. 아울러 라포르가 감정노동의 내면행위에 또한 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타났고 이는 영리상의 친분과정으로 설명할 수 있고, 친분 관계를 지속하기위하여 표면행위가 높다고 설명하였다.

박종철 등(2014)의 연구에서도 라포르의 즐거운 관계와 개인적 유대감은 감정노동의 내면행위에 모두 영향을 미치는 것으로 나타났다.

박지홍(2014)도 호텔종사자의 라포르에 따른 감정노동의 구조적 관계와 조직유효성의 구성요소인 직무만족, 조직몰입, 이직의도에 미치는 영향 연구

에서, 라포르의 즐거운 관계와 유대감이 감정노동의 내면행위에 영향을 미쳤고, 라포르의 지각도가 높을수록 직무만족도 높아짐을 연구하여 감정노동에 대한 라포르의 매개효과를 입증하였다.

곽경숙(2015)의 스포츠센터 종사자의 라포르와 감정노동, 직무소진이 고객지향성에 미치는 영향 연구에서 라포르를 인간관계에 신뢰를 넘어 마음의 파장이 맞는 부드러운 감정의 조화로움으로 표현하고 라포르의 즐거운 관계가 감정적 부조화 등에 부정적 영향을 미치고, 라포르의 개인적 유대감은 감정적 부조화·감정표현 빈도·고객 지향성에는 정(+)의 영향을 미친다고 규명하였다. 이를 통해 라포르가 감정노동과 직무소진, 고객지향성에 긍정적인 효과가 있음을 알 수 있다.

양송자(2015)는 호텔 종사자들을 대상으로 종사자들과 고객의 상호작용을 통해 형성되는 라포르가 감정노동에 어떠한 영향을 미치고, 감정노동과 조직유효성, 조직시민행동 사이의 구조적 관계를 규명하기 위하여 실증 연구를 실시하였다. 라포르의 즐거운 관계가 감정노동의 표면행위에 부(-)의 영향을 주는 반면, 내면행위에는 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타났고, 개인 유대감은 내면행위에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났지만 표면행위에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 감정노동의 표면행위와 직무만족은 영향관계가 없는 것으로 나타났으나 이직의도에는 정(+)의 관계가 있는 것으로 나타났다. 또한 내면행위와 직무만족 사이에는 정(+)의 관계가, 이직의도에는 부(-)의 영향관계가 있음을 시사 하였다. 하지만 감정노동의 표면행위와 이직 의도는 조직시민행동의 예의와 양심에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

김희연(2016)은 서울소재 호텔에 종사하는 요리사를 대상으로 라포르, 감정노동, 직무소진, 그리고 직무 만족의 관계를 고찰하였다. 그 결과 호텔 요리사들의 즐거운 관계와 대인적 유대감은 감정노동의 표면행위에 유의한 정

(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 즐거운 관계, 대인적 유대감은 감정노동의 감정행위에 대하여 모두 영향관계가 없는 것으로 분석되었다.

또한, 즐거운 관계는 관계가 없었으나, 대인적 유대감은 감정노동의 내면행위에 영향관계가 있는 것으로, 감정행위는 직무소진에 정(+)의 영향관계가 있는 것으로 분석되었다. 연구의 결과를 종합하여 호텔업에 종사하는 요리사가 투철한 직업의식을 가지기 전에 감정노동을 줄이기 위해 우선 직장의 만족도를 높일 수 있는 방안을 모색해야함을 시사 하였다.

Han et al.(2017)은 카지노를 방문하는 방문객들을 대상으로 딜러와 고객사이에서 형성되는 라포르가 카지노 방문 만족과 재방문의도, 추천의도에 미치는 영향을 연구하였다. 그 결과, 라포르가 방문 만족과 재방문 의도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났고, 방문 만족도는 고객의 재방문 의도와 추천의도에 긍정적 영향을 주는 것으로 나타났다.

따라서 본 연구에서는 이러한 라포르와 감정노동 간의 선행연구(안진우 · 김윤환 · 강명주, 2012; 박지홍, 2012; 이준희 · 곽경숙, 2013; 하정남 · 임상현, 2013; 곽경숙, 2015; 양송자, 2015)를 바탕으로 라포르와 감정노동이 영향관계가 있음을 유추할 수 있었다.

<표 2-2> 라포르에 관한 선행연구

연구자	내 용
Mohr & Nevim (1990)	개방적 의사소통이 라포르 형성에 미치는 영향관계
Kritzer(1990)	정신요법가와 환자의 좋은 관계, 정신요법 기술, 협동의 중요성
Macintosh(2009)	친숙성, 동일성, 정중함, 상호자기 개방, 특별보살핌 등이 라포르를 형성
Hull(2007)	신뢰를 바탕으로 한 상호간의 믿음 관계
박소진(2007)	미용서비스분야에서 종사자와 고객 간의 라포르형성과 제품평가의 영향
Al-Natouret al (2007)	서비스상황에서 고객과의 유대관계는 긍정적 라포르를 형성
김영화(2010)	협력, 통제, 전문적 대화, 신뢰결과는 환자 충성도에 영향미침
지성구 양범선	의료서비스 제공자의 라포르의 즐거운 관계와 개인적 유대감은 환자와 좋은 관계와 유대감을 형성하기 위해 노력하는 과정에서 생성된 스트레스인 감정노동을 낮추는 효과 입증
김성호(2010)	
이준희 · 광경숙 (2013)	스포츠센터 직원의 라포르 및 감정노동이 감정일탈에 미치는 영향
Hwang (2013)	고객과 종업원간 형성되는 라포르와 재방문 의도와와의 관계
박종철 등(2014)	라포르의 즐거운 관계와 개인적 유대감이 감정노동에 미치는 영향
박지홍(2014)	호텔종사자의 라포르에 따른 감정노동의 구조적 관계와 조직유효성의 구성요소인 직무만족, 조직몰입, 이직의도에 미치는 영향
광경숙(2015)	스포츠센터 종사자의 라포르와 감정노동, 직무소진이 고객 지향성에 미치는 영향
양송자(2015)	호텔종사자들과 고객사이의 라포르와 감정노동, 조직유효성, 조직시민행동과의 구조적관계
김희연(2016)	호텔조리사의 감정노동, 직무소진과 직무만족의구조적 역할
Han et al. (2017)	카지노업 종사자와 고객의 라포르가 만족, 재방문의도에 미치는 영향

* 선행연구를 바탕으로 연구자 구성

2. 감정노동

1) 감정노동의 정의

감정노동(emotional labor)용어가 처음으로 제시된 것은 Hochschild(1983)의 저서 'The Managed Heart'에서 감정노동을 “외적으로 표출되는 표정 및 몸짓을 연기하기 위해 감정을 관리하는 것”으로 정의하였다. Ashforth & Humphrey(1993)에 의하면 조직에서의 경험은 감정과 분리될 수 없다는 사실에도 불구하고 조직에서의 감정은 평가 절하되며 Hochschild(1983)가 사용한 느낌과 규범과는 달리 외적 표현행위에 중점을 두어 표현규범(Display)이란 용어를 사용하여 감정노동을 정의하였다.

서비스업에 종사하는 종사자들은 최상의 서비스를 제공하고 고객의 만족도를 높이기 위하여 자신의 감정을 최대한 숨기고 최대한 우호적인 느낌을 주도록 자신의 감정표현을 관리해야하며, 분노와 실망과 같은 부정적인 감정표현은 억압해야한다(강재호, 2006). 인간의 감정은 노동의 요소로 인식되기 보다는 단순히 인간의 본능적인 측면이나 사회문화적인 구성물로 인식되어져왔으나 서비스업 종사자들의 감정표출이 서비스의 제공 수준과 직결될 수 있다는 점이 대두되면서 연구의 중요성을 갖게 되었다. 다시 말해, 서비스업 종사자들의 감정 표출이나 감정의 억압은 종사자들의 개인의 직무불만족으로 연결될 수 있고, 정신적 스트레스로 인하여 개인의 삶에 부정적인 영향을 가져오며, 이러한 결과는 최악의 서비스 제공이라는 결과를 초래함에 따라 감정을 단지 개인적인 정신의 요소로 보기 보다는 노동의 일부분으로 간주하고 감정 노동의 노고를 줄여 주기 위하여 학계와 기업에서 연구의 필요성이 제기되었다(김현형, 2008).

최근 서비스기업들은 고객과 직접 대면하는 판매원이나 전화상담원들의

태도나 이미지 및 친절도 등이 생산성 향상과 기업이윤을 극대화하는데 영향을 준다는 점이 인식되면서 서비스직 노동자에게 이를 보다 적극적으로 요구하게 되었다. 다른 고용형태의 노동자와는 달리 서비스노동에서의 특징은 종사자와 고객 사이에 이루어지는 상호작용의 질(quality) 자체가 고객에게 전달되는 서비스로서 제품 일부분을 구성한다(이나현, 2012). 감정노동을 연출적인 관점으로 보았을 때 고객을 관객으로 종업원을 배우로 작업장을 무대로 설정하여 무대에서 배우인 종업원은 조직이 바라는 표정과 몸짓으로 조직의 긍정적인 결과를 달성해야 하는 목적을 가진다. 조직은 종업원이 바람직한 감정을 관리해서 고객에게 표현할 수 있도록 노력해야 한다. 조직이 서비스 노동자의 감정을 통제하고 개인의 감정을 하나의 상품으로 규정하는데 이는 감정노동으로 인해서 직무소진과 직무 스트레스의 결과를 가져올 수 있다(김남기, 2011).

감정노동에 대한 선행연구에서 Hochschild(1983)는 감정노동을 자신의 실제적인 감정을 억누르고 원래의 감정과는 다른 감정을 만들어 내는 행위를 감정노동이라 했다. 또한 이러한 감정노동 행위는 몸짓과 표정 등 외적으로도 관찰이 가능하며 개인의 효과적 직무수행과 조직 내에서의 적응을 위하여 자기 자신의 실제적 감정 상태를 버리고 조직에서 필요로 하는 감정 상태를 유지하고 조절 하려는 스스로의 노력이라 하였다.

Morris & Feldman(1996)는 감정노동을 서비스직무 수행 시 조직이 요구하는 바람직하게 생각하는 정서를 표현하려는 노력, 계획, 통제라 정의하였고, Grandey(2000)는 종사원이 조직의 목표를 달성하기 위해 느낌 및 감정 표현을 규제 또는 조절하는 과정이라 정의하였고, 개인이 언제, 어떠한 감정을 갖고 표현하는지에 대하여 감정통제 이론을 사용하였다.

박홍주(1995)는 고객과 최종적으로 접촉하게 되는 서비스직 하위노동에 종사하는 근로자가 교환가치를 가지는 서비스제공을 위해 감정 관리를 수행

하고 통제 당하게 되는 노동이라 하였다. 허지훈(2000)은 서비스 종사원들이 고객과의 서비스 교류가 일어나고 있는 동안 자신의 감정을 통제하고 사회적으로 바람직해보이는 특정한 감정을 외적으로 표현하려는 행위라고 감정노동을 정의하였다.

최항석·임효창·정무관(2008)은 조직 내에서 자신이 경험하는 실제 감정표현과 조직의 감정표현 규범에 의해 요구되어지는 감정표현에 차이가 존재할 때 개인의 효과적인 직무수행 또는 조직 내 적응을 위하여 자신이 경험하는 감정을 조직의 표현규범에 맞게 조절하려는 개인적인 노력이라고 하였다.

양송자(2015)는 감정노동을 호텔서비스를 제공하는 과정에 있어 호텔 종사자가 효율적인 직무수행 또는 조직의 규정에 따라 조직이 바라는 감정을 표현하게 되는데, 이때 개인이 경험하는 감정표현과 조직이 요구하는 감정표현의 차이로 느껴지는 감정의 부조화를 조절하려는 노력으로 정의하였다. 뿐만 아니라, 부가적으로 감정노동은 조직에서 적절하다고 여기는 감정표현을 하기 위해 감정의 각성상태와 인식을 조절하는 개인의 감정조절 중 조직 내에서의 구성원이 일의 일부로서 감정을 억제하거나 과장하는 일련의 조절 과정에서 받는 스트레스라고 정의하였다.

따라서 본 연구에서는 Hochschild(1983)의 선행연구를 바탕으로, 선행연구를 바탕으로 감정노동을 개인의 실제 감정을 통제하려는 노력과 조직 내 업무수행에 적합한 감정을 표현하려는 노력으로 정의하고자 한다.

<표 2-3> 감정노동의 개념

연구자	정의
Hochschild (1983)	외적으로 표출되는 표정 및 몸짓을 연기하기 위해 감정을 관리하는 것
박홍주 (1995)	고객과 최종적으로 접촉하게 되는 서비스직 하위노동에 종사하는 근로자가 교환가치를 가지는 서비스제공을 위해 감정 관리를 수행하고 통제 당하게 되는 노동
Morris & Feldman (1996)	서비스직무 수행 시 조직이 요구하는 바람직하게 생각하는 정서를 표현하려는 노력, 계획, 통제
Grandey (2000)	종사원이 조직의 목표를 달성하기 위해 느낌 및 감정표현을 규제 또는 조절하는 과정
최항석 임효창 정무관 (2008)	조직 내에서 자신이 경험하는 실제 감정표현과 조직의 감정표현 규범에 의해 요구되어지는 감정표현에 차이가 존재할 때 개인의 효과적인 직무수행 또는 조직 내 적응을 위하여 자신이 경험하는 감정을 조직의 표현규범에 맞게 조절하려는 개인적인 노력
허지훈 (2000)	서비스 종사원들이 고객과의 서비스 교류가 일어나고 있는 동안 자신의 감정을 통제하고 사회적으로 바람직해보이는 특정한 감정을 외적으로 표현하려는 행위

* 선행연구를 바탕으로 연구자 구성

2) 감정노동의 구성요소

Hochschild(1983)는 감정노동에는 표면행위(surface acting)와 내면행위(deep acting) 두 가지 종류가 있다고 주장했다. Hochschild(1983)는 표면행위는 직접적으로 자신에 감정을 압박하고 스스로 다스리는 것이고, 내면행위는 간접적으로 이미지 훈련과 습득을 통해 대상자가 느끼는 감정과 동일

시 하고자 하는 표현 방식이며, 표면행위와 내면행위는 감정표현에 대한 노력한 결과의 개념이 아니라, 적절한 감정을 표현하기 위한 행동 또는 노력한 사람이 내부적으로 인지하는 개념이라고 하였다. Grandey(2000)는 선행 연구자들이 감정노동을 다양한 관점에서 정의하고 있지만, '내적 정서'와 '정서표현'을 통제한다는 공통점이 있다는 것을 주장하였다. 즉, 감정노동의 수행은 '내적정서'를 통제하는 '내면행위'와 관찰 가능한 '정서표현'을 관리하는 '표현행위'로 논의할 수 있다고 주장하였다. 이러한 견해는 Hochschild(1983)가 제안한 표면행위와 내면행위 두 요소의 중요성을 강조한 것으로 감정통제이론(emotional regulation theory Gross, 1998)을 적용하여 감정 관리의 수행과정을 설명하였다.

Morris & Feldman(1996)은 감정노동의 구성요소를 네 가지 측면에서 개념화하였다. 조직에서 요구하는 적절한 감정 표현하는 데 필요한 통제, 계획, 기술의 수준에 초점을 맞추어 감정노동을 감정표현의 빈도, 감정표현 규범의 다양성, 감정표현 규범에 요구되는 주의정도, 조직이 요구하는 기대감정을 표현하는데 기인하는 감정적부조화 등 4개의 하위개념으로 보았다.

박상언(2008)은 내면행위는 표현하고자 하는 감정을 실제로 경험하기 위한 노력으로 적극적으로 감정을 불러일으키거나 억누르는 시도 또는 긴장을 해소하기 위해 즐거운 일들을 생각해내고 이러한 긍정적인 감정을 유도하기 위해 적극적으로 기억, 이미지 및 생각 등을 떠올리려는 노력을 적극적으로 참여하려는 의지를 통해 수행된다고 하였으며, 표면행위는 서비스종사원이 실제로 느끼지 않는 감정을 표현함으로써 조직의 표현규범에 순응하는 것이라 하였다.

배인열(2013)은 내면행위인 표현규범에서의 긴장감이나 감정표현의 빈도가 표면행위인 감정의 다양성이 행동으로 나타내어질 때 실제 정서와 표현 정서 사이에 정서적 부조화로 이어지고 이러한 것들이 감정노동의 긍정적인

효과보다 부정적인 심리적 상태로 이어진다고 하였다.

이와 같이 감정노동은 개인의 내적인 감정을 조절, 관리, 통제하려고 노력함으로써 조직의 표현규범에 맞는 감정을 표현하는 행동이므로, 기본적으로 조직의 정서표현규범과 서비스업 종사원의 실제 정서가 다를 때 수행된다고 볼 수 있다. 따라서 감정노동은 실제 느끼지 않는 감정을 가장하고 숨김으로써 정서표현규범에 순응하는 표면행위와 표현해야하는 정서를 실제로 느끼려고 노력하는 내면행위를 통해 수행된다고 주장하는 Hochschild(1983)의 연구와 기존의 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 감정노동의 구성요소를 표면행위와 내면행위로 정의하고자 한다.

3) 감정노동에 관한 선행연구

Wharton(1993)의 연구에서는 감정노동 수행과 직무만족도 사이에 양의 상관관계가 있는 것으로 조사되었다. 이는 개인의 특성이 대중과 접촉하는 것에 적합한 사람들에게 감정노동을 수행하는 직업이 인기가 있기 때문에 이러한 성향과 직업의 일치성은 직무만족을 가져다줄 것이라고 해석하였다.

Morris & Feldman(1996)의 연구에서는 감정노동을 적절한 감정표현의 빈도, 바람직한 감정표현을 위한 주의정도, 요구되는 감정의 다양성, 실제 느끼는 감정과 표현하는 감정 사이의 불일치를 나타내는 감정적 부조화 등 네 가지 요소로 구성되어 있다고 했으며 그 뒤 연구에서는 감정의 다양성을 제외한 세 가지 요소들이 정서적인 소진에는 정(+)의 영향을 미치고 직무만족에는 부(-)의 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 이는 감정요구가 커질수록 서비스종사원들은 조직에서 기대하는 감정표현을 하기가 어려워지며 그 결과 서비스종사원들이 느끼는 감정과 표현하는 감정 사이에 차이가 발생한다는 것이다.

Mikolajczak, Menil & Luminet(2007)은 직업스트레스로 인한 감정노동의 보호효과로 스트레스에 초점을 맞추었다. 그 결과 조직에서의 요구와 개인 간의 차이에 따른 감정의 부조화는 심리적·신체적으로 해로운 결과를 나타냈다. 특히 표면행위와 내면행위 모두 소진과 신체건강에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 조사되었으며, 장기적으로는 표면행위가 내면행위 보다 부(-)의 영향을 더 미치는 것으로 나타났다.

Austin, Dore & O'Donovan(2008)은 감정노동으로 인한 성취도와 직무소진에 관심을 가지고 영국의 학부생 247명을 대상으로 개인적 성향에 따라 느껴지는 감정노동의 차이를 조사 하였다. 연구결과, 표면행위는 조사자들의 신경성에 유의적인 상관관계가 있으며, 내면행위는 조사자들의 긍정적사고와 외향성 양심에 상관관계를 가지고 있는 것으로 나타났다.

감정노동에 대한 국내 연구로 김남기(2011)의 연구에서는 영업사원이 직무활동에서 경험하는 감정노동이 직무소진과 직무열의의 관계를 규명하고자 하였고, 감정노동의 하위 차원인 표면행동은 직무소진을 증가시키는 것으로 나타났고, 내면행동은 직무열의에 긍정적인 영향을 증가시키는 것으로 나타났다.

김민주(2006)의 감정노동의 결과에 대한 한국과 미국의 비교연구에서 호텔 직원을 대상으로 감정노동과 직무스트레스의 국가별 차이가 있는지에 관해 연구하였다. 연구결과, 감정노동은 두 나라 모두 직무스트레스에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석 되었다. 한국직원들과 미국직원들 간 감정노동과 직무스트레스의 강도는 한국직원들이 미국직원보다 높게 나타났다. 또한 감정노동을 수행하는 방식에 있어서 한국과 미국의 호텔 직원들 간에 차이가 있는 것으로 조사되었다.

임지영(2008)의 연구에서는 감정노동의 하위 개념 중에서 감정표현의 빈도와 감정표현의 주의 성 및 감정 부조화가 정서적 고갈과 클라이언트에 대

한 비인격화와 정(+)의 관계를 입증했다. 서비스종사원들이 고객들에게 자신의 감정이나 고객들의 태도와 관계없이 항상 상냥하고 친절하게 대하고자 노력함으로써 스트레스를 유발하게 되고 이러한 스트레스가 근로자들의 심리적인 탈진과 고객에 대한 비인격화를 낳고 자신이 하는 일에 대한 성취감의 저하로 이어질 수 있으며 낮은 직무만족과 높은 이직률로 연결되는 것으로 조사되었다.

김구·한기민(2012)은 경찰공무원의 감정노동이 직무스트레스와 직무만족에 미치는 영향에서 감정적 불일치는 직무스트레스 증가에 정(+)의 영향을 미치고 사회적 지지와 직무자율성을 동반한 감정적 노력은 직무스트레스에 부(-)의 영향을 미친다고 하였다. 또한 감정노동과 직무만족 간에 있어서도 사회적 지지와 직무자율성은 조절효과를 가지는 것으로 나타났다.

최성욱(2012)은 행정조직서비스에서 감정노동의 문화적 정향을 국세공무원을 대상으로 조사하였다. 그 결과 역할과 권력문화정향은 표면적행위와 탈진을 강화하는 반면 지원과 성취문화정향성은 내면적 행위와 직무 만족 자긍심을 강화하면서 탈진을 완화하는 것으로 조사되었다.

배인열(2013)은 주얼리 종사원들을 대상으로 감정노동과 직무 스트레스, 직무만족의 영향관계를 분석하였고, 그 결과 주얼리 종사원들의 감정부조화는 감정노동과 직무스트레스 및 직무만족을 연결하는 중요한 매개요인이라는 것을 도출하였다. 즉, 감정노동의 표면행위는 종사원들의 감정부조화와 밀접한 관련이 있고, 종사원들의 직무에 대한 스트레스가 낮을수록 직무에 대한 만족도는 높아지고, 감정 불일치가 높을수록 직무에 대한 스트레스가 많은 것으로 나타났다.

<표 2-4> 감정노동에 관한 선행연구

연구자	내 용
Wharton(1993)	감정노동 수행과 직무만족도 사이의 상관관계
김민주(2006)	호텔 직원의 감정노동과 직무스트레스의 국가별 차이
김현형 (2008)	호텔 종사원의 감정노동, 소진현상, 서비스 제공수준과의 영향관계
Austin, Dore & O'Donovan(2008)	개인적 성향에 따라 느껴지는 감정노동의 차이
지성구 양범선 김성호(2010)	의료서비스 제공자의 라포르의 즐거운 관계와 개인적 유대감은 환자와 좋은 관계와 유대감을 형성하기 위해 노력하는 과정에서 생성된 스트레스인 감정노동을 낮추는 효과 입증
김남기(2011)	영업사원의 지각된 감정노동 활동, 직무소진, 직무열의, 이직의도, 고객지향성의 영향관계
최성욱(2012)	행정조직서비스에서 감정노동의 문화적 정향
배인열(2013)	주얼리 산업 종사원의 감정노동, 감정부조화, 스트레스, 직무만족의 영향관계
이준희 · 광경숙 (2013)	스포츠센터 직원의 라포르 및 감정노동이 감정일탈에 미치는 영향
박종철 등(2014)	라포르가 감정노동에 미치는 영향
박지홍(2014)	호텔종사자의 라포르에 따른 감정노동의 구조적 관계와 조직유효성의 구성요소인 직무만족, 조직몰입, 이직의도에 미치는 영향
광경숙(2015)	스포츠센터 종사자의 라포르와 감정노동, 직무소진이 고객 지향성에 미치는 영향
양송자(2015)	호텔종사자들과 고객사이의 라포르와 감정노동, 조직유효성, 조직시민행동과의 구조적관계
김희연(2016)	호텔조리사의 감정노동, 직무소진과 직무만족에 대한 구조적 역할

* 선행연구를 바탕으로 연구자 구성

3. 이직의도

1) 이직의도의 개념

이직과 이직의도에 관한 연구는 학계에서 많은 관심을 받아왔다. 이직에 관한 연구는 March & Simon(1958)의 이직의 지각된 용이성과 욕구의 개념에서 비롯된 것으로(Mitchell et al., 2001), 이직이 직장을 떠나 다른 직장으로 옮기거나 직업을 바꾼 상태라고 하면 이직 의도는 이직의 전 단계 행동으로 종사원은 소속된 구성원에서 모든 역할과 모든 혜택을 포기하고 직장을 떠나려는 의도라 할 수 있다(Iverson, 1992). 이직은 사회인 노동력이 지역, 산업, 직종, 국가 사이에서 이동 교환되는 것이다(황문, 2010). 반면 좁은 의미에서의 이직은, 고용자는 조직으로부터 노동과 서비스의 급부로 경제인가를 지불받는 개인이, 스스로의 능력과 가치를 더욱 인정받고 기존 조직의 외부로 이동하는 것을 의미한다(박준철·박진영, 2008). 과거에는 풍부한 인력자원 등 수요에 비해 고용의 기회가 많지 않았기 때문에 인사관리의 중요성이 부각되지 않았다. 그러나 급속한 경제의 성장과 외국 인력의 국내 진출 등으로 고용의 기회가 확대되고 보다 나은 '노동생활의 질'을 추구하는 고용인들이 늘어나고, 그들의 이직현상이 증가함으로써 이직의 중요성이 대두되기 시작하였다(이관호, 1991). 이직의도(turnover intention)는 피고용자가 기존의 계약 관계를 정리하고 새로운 고용자와 계약 계를 수립하려는 의도로 정의할 수 있다(조경희·고호석, 2010). Iverson(1992)은 이직의도를, 피고용자가 계약 관계를 유지하거나 조직에 잔류하기를 원하는지에 의한 심리적도로 파악할 수 있다고 보았다. 즉, 피고용자가 현재의 조직과 이직이 가능한 다른 조직에 관해 보이는 감정인 상태가 이직의도 이다.

이직의도에 관한 연구에서 Robert & John(1993)은 직장을 떠나려는 직장

인의 의도적이고 계획적인 마음가짐이라 하였다.

Vandenberg & Nelson(1999)은 이직의도를 종사원이 향후 특정시점에서 조직의 구성원으로부터 이탈하려는 주관적 가능성을 가지고 있는 마음이라고 하였다. Stone(1994)는 이직을 "자발적 또는 비자발적 이유에서 종업원들이 영적 또는 일시적으로 조직을 떠나는 행동"으로 정의하고 있고, 조직 외부로의 이동뿐만 아니라 영구적으로 조직을 떠나는 행동, 그리고 일시적으로 조직을 떠나는 행동도 이직의 개념 속에 포함시키고 있다.

본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 이직의도의 개념을, 이직의 전 단계 행위로서 종사원들이 조직구성원에서 이탈하여 새로운 조직을 찾고 싶어 하는 속마음으로 정의하고자 한다.

<표 2-5> 이직의도의 개념

연구자	정의
Hom et al.(1992)	개인이 소속된 분야에서 직무를 앞으로 계속 수행한다면 목표달성이 어렵다고 판단되어 현재의 직무를 떠나려는 심리상태
Iverson(1992)	이직의 전 단계 행동으로 종사원은 소속된 구성원에서 모든 역할과 모든 혜택을 포기하고 직장을 떠나려는 의도
Robert & John(1993)	직장을 떠나려는 직장인의 의도적이고 계획적인 마음가짐
Stone(1994)	자발적 또는 비자발적 이유에서 종업원들이 영구적 또는 일시적으로 조직을 떠나는 행동
Vandenberg & Nelson(1999)	종사원이 향후 특정시점에서 조직의 구성원으로부터 이탈하려는 주관적 가능성을 가지고 있는 마음
조경희·고호석(2010)	피고용자가 기존의 계약 계를 정리하고 새로운 고용자와 계약 계를 수립하려는 의도

* 선행연구를 바탕으로 연구자 구성

2) 이직의도에 관한 선행연구

March & Simon(1958)은 초기 이직의도의 연구에서 종사원의 이직은 궁극적으로 이직의도와 대안적 직무기호의 가능성의 결합에 의해 결정된다고 보았다. Gupta & Beehr(1979)는 직무스트레스(역할 모호성, 과도한 업무량, 기술의 활용도 및 지원 부족)와 결근 및 이직률 사이를 조사하였다. 또한 직무스트레스의 관계에 있어 직무만족이라는 매개변수를 이용한 결과, 직무스트레스는 직무만족에 부(-)의 영향을 미치며, 스스로 부정적 근무환경을 만들어 결국 종사자들은 조직에서 결근 및 이직 등의 행동으로 조직을 회피하려 한다고 하였다.

Price & Mueller(1981)는 간호사들을 대상으로 한 연구에서 근무의 조건에는 직무만족이 매우 중요한 요인이며, 반면 이직의 결정요인으로는 외부취업과, 근로조건, 직무교육과 훈련, 안정된 직장의 요구가 영향을 미친다고 하였다.

Judge(1993)은 간호사, 임상병리사, 행정직을 대상으로 긍정적인 마음가짐이 직무만족과 자발적 이직사이의 관계를 완화 시키는지의 연구에서 개인의 긍정적 사고가 높을수록 직무의 만족과 이직사이에 관찰된 관계는 더 높다고 하였다.

Kiyak et al.(1997)은 요양시설과 지역사회기관 직원들을 상대로 직무만족과 직무몰입, 이직에 대한 조사에서 이직 의도는 이직에 선행변수이며 근무기간이 짧을수록, 나이가 어릴수록, 근무지역에 따라 이직의도가 높다고 하였다. 또한 나이가 어릴수록 근무기간이 짧을수록 직무의 불만족이 높다고 하였다.

이상규(2005)는 한식당 종사원들을 대상으로 직무만족과 이직의도의 영향관계를 파악하고자 하였고, 그 결과 한식당 종사원의 전반적인 직무만족에

영향을 미치는 요인들 즉, 임금과 직무자체 요인은 이직의도에 유의한 영향을 미치고, 직무만족과 이직의도 간에는 부(-)의 관계가 있는 것으로 나타났다. 김영자(2008)는 직무스트레스가 이직의도에 미치는 영향에서 노인요양보호사의 직무스트레스가 이직의도에 정(+)의 영향이 있음을 제시하였고, 요양보호사의 조직체계와 직무기술 자기효능감은 직무스트레스와 이직의도에 조절역할을 하는 것으로 나타났다. 이수연·양해술(2008)의 연구에서는 콜센터 상담원들을 대상으로 감정소진과 이직의도 사이의 관계를 분석하였으며, 감정소진으로 인해 직무만족이 낮아져 이직의도가 높아진다고 하였다. 또한 이직의도를 낮추기 해서는 상자들의 정서적 지지를 통해 상담원들이 받는 심리 압력을 해소하고 업무에 있어서의 자율성을 보장해야 한다고 하였다. 양승범·송민혜(2010)는 지방공무원을 대상으로 감정노동 중 내면행위가 직무만족과 이직의도에 유의미한 영향을 미친다는 것을 제시하였고, 표면행위는 반대인 것으로 나타났다. 오창택(2012)은 사회복지종사자의 감정노동 수행전략에서 표면행위는 감정 고갈에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 긍정적 감정조화는 감정노동 수행전략에 부(-)의 영향을 나타냈다. 또한 진정성이 결여된 감정노동은 모두 이직의도에 정(+)의 영향을 미쳤다. 위의 선행연구에서 보듯이 이직의도의 선행변수로는 직무만족과 조직몰입 등이 있으며 이직의도는 이직의 중요한 선행변수이다. 앞의 연구에서 증명하듯이 이직의도를 가진 종사원은 일에 능률과 효과성에 있어서도 악영향을 끼치며 언제든 이직으로 이어질 수 있다는 것에 좀 더 체계적 관리와 대안 제시가 필요하다. 김태성·허찬·황보작(2013)의 연구에서는 KTX 승무서비스 종사자들을 대상으로 감정노동과 이직의도 사이의 관계를 분석하였다. 연구 결과 KTX 승무서비스 종사자들의 감정소진과 이직의도 사이에는 정(+)의 영향관계가 있으나, 진심행동의 경우 이직의도와 부(-)의 영향관계가 있고 표면행동과는 영향관계가 없었다. KTX 승무서비스 종사자들의 경

우 실제로 경험하는 감정과 상없이 자신이 표하는 감정으로 인해 고객이 만족한다면 업무 만족도와 성취도가 높아져 이직의도가 낮아진다고 하였다.

<표 2-6> 이직의도에 관한 선행연구

연구자	내 용
Gupta & Beehr(1979)	직무스트레스 (역할 모호성, 과도한 업무량, 기술 의 활용도 및 지원 부족) 와 결근 및 이직률 사이의 관계
Price & Mueller (1981)	간호사들의 직무만족과 이직의도와 의 관계
Kiyak et al.(1997)	요양시설과 지역사회기관 직원들의 직무만족, 직무몰입, 이직의도의 영향관계
이상규(2005)	한식당 종사원의 직무만족과 이직의도의 영향관계
김영자(2008)	노인 요양 보호사의 직무스트레스가 이직의도에 미치는 영향
이수연·양해술 (2008)	콜센터 상담원의 감정소진과 이직의도 사이의 관계
양승범·송민혜 (2010)	지방공무원의 감정노동이 직무만족과 이직의도에 미치는 영향
김남기(2011)	영업사원의 지각된 감정노동 활동, 직무소진, 직무열의, 이직의도, 고객지향성의 영향관계
오창택(2012)	사회복지종사자의 감정노동이 이직의도에 미치는 영향
김태성·허찬·황보작 (2013)	KTX 승무서비스 종사자들의 감정노동과 이직의도 사이의 관계
박지홍(2014)	호텔종사자의 라포르에 따른 감정노동의 구조적 관계와 조직유효성의 구성요소인 직무만족, 조직몰입, 이직의도에 미치는 영향
안정훈(2016)	호텔 조리사의 역량이 직무만족과 이직의도에 미치는 영향

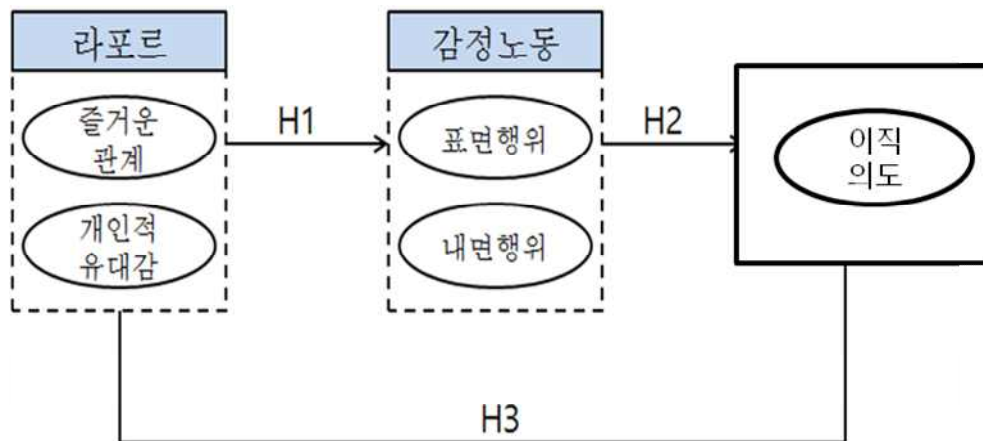
* 선행연구를 바탕으로 연구자 구성

Ⅲ. 조사 및 분석방법의 설계

1. 연구모형과 연구가설

1) 연구모형

본 연구는 호텔 및 외식업 조리종사자의 라포르 형성이 감정노동에 미치는 영향과 감정노동과 이직의도 간에는 어떠한 구조적 관계가 있는지를 규명해보고자 한다. 변수 간 선행연구 (Price & Arnould, 1999 ; 지성구 · 양범선 · 김성호, 2010; Moris & Feldman, 1996; Gremler & Gwinner, 2000; 박봉규, 2008; 안병주 · 차민석, 2013)를 바탕으로 [그림 3-1]과 같은 연구모형을 도출하였다.



<그림 3-1> 연구모형

2) 연구가설

본 연구의 가설은 연구의 모형에서 나타난 변수들에 대한 관계를 고려하여 다음과 같은 가설들로 구분하였다.

(1) 라포르와 감정노동 간의 영향관계

Stern, Thompson & Arnoud(1998)는 라포르의 개인적 유대감은 감정노동의 내면행위에 영향을 미치고 표면행위의 지각을 낮춘다고 하였다. 지성구 · 양범선 · 김성호(2010)는 종사자의 라포르가 감정노동, 직무만족, 조직몰입에 미치는 영향 연구에서 의료서비스 제공자의 라포르(즐거운 관계와 개인적 유감)는 환자와 좋은 계와 유감을 형성하기 위해 노력하는 과정에서 생성된 스트레스인 감정노동의 지각을 낮춘다는 것을 증명하였다. 감정노동은 조직유효성의 구성차원(직무만족, 조직몰입)에 부정적 영향을 강하게 나타내 감정노동을 높게 지각하게 되어, 의료 서비스 제공자의 직무수행 뿐만 아니라 조직 전체에도 부정적인 영향을 미친다는 것을 입증하였다.

외식분야에서는 레스토랑 서비스종사자와 고객과의 관계를 연구한 Hwang et al.(2013)의 실증분석에서 고객과의 즐겁고 친밀한 유대관계 속에서 맺어진 공감계로 인해 서로 닮아간다는 것을 증명함으로써 감정노동이 빈번한 서비스업계에서 라포르가 유대관계 형성에 얼마나 중요한 선행요인인지에 대한 가능성을 보여주었다.

하정남 등(2013)은 종사자와 고객은 라포르의 구성요소인 즐거운 관계와 개인적 유대감에 대한 형성이 높을수록 감정노동의 구성요소인 내면행동이 높게 나타났다. 특히 즐거운 관계가 내면행동에 더 큰 향으로 미친다고 실증연구를 통해 규명하였다. 또한 라포르가 표면행동에 미치는 영향관계에서 개인적 유대감의 형성이 높을수록 표면행동 또한 높아진다는 것을 입증하였

다.

김희연(2016)은 호텔 조리사와 고객의 상호작용 관계에서 라포르의 구성 요소인 즐거운 관계와 대인적 유대감이 감정노동의 표면행위에 유의한 정(+)의 영향관계를 입증하였다.

따라서 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1 : 라פור는 감정노동에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설1-1 : 즐거운 관계는 내면행위에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-2 : 즐거운 관계는 표면행위에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-3 : 개인적 유대감은 표면행위에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-4 : 개인적 유대감은 내면행위에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

(2) 감정노동과 이직의도 간의 영향관계

Grandey(2000)의 감정조절모형에서 감정노동의 빈도가 잦고, 기간이 길고, 다양할수록 감정노동의 내면행위와 표면행위의 감정조절과정이 달라진다고 하였으며 감정노동의 장기 결과로 직무소진과 이직의도가 나타난다고 하였다. 고동우·지선진·송운강(2001)의 호텔종사원을 대상으로 한 연구에서 감정노동과 직무만족, 이직의도간의 관계를 분석한 결과 감정노동이 심리에 주는 영향은 상황에 따라 달라질 수 있으며, 감정노동은 직무만족과 정(+)의 상관관계를 보이며, 이직의도와도 정(+)의 상관관계로 나타났다. 이는 감정노동의 결과가 정(+)의 방향이라는 것을 나타낸다.

양승범·송민혜(2010)는 지방공무원을 대상으로 감정노동 중 내면행위가 직무만족과 이직의도에 유의미한 영향을 미친다는 것을 제시하였고, 표면

행위는 반대인 것으로 나타났다. 김진규·강소영(2012)은 병원 간호사를 대상으로 감정노동이 이직의도 및 직무만족에 미치는 영향을 분석한 결과 감정노동의 3가지 차원이 감정표현에 대한 주의정도, 감정노동의 빈도, 감정부조화가 모두 직무만족과 이직의도에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

따라서 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설2 : 감정노동은 이직의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설2-1 : 내면행위는 이직의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

가설2-2 : 표면행위는 이직의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

(3) 라포르와 이직의도 간의 영향관계

양송자(2015)는 호텔 종사자들을 대상으로 고객과의 상호작용을 통해 형성된 라포르와 감정노동, 조직유효성, 조직시민행동과의 관계를 연구한 결과 라포르가 감정노동을 통해 조직유효성으로 가는 경로에서 라포르의 하위요소인 개인유대감과 즐거운 관계는 이직의도에 간접효과가 있는 것으로 나타났다. 라포르와 이직의도 간의 영향관계를 직접적으로 살펴본 선행연구는 아직 부족한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 라포르와 이직의도 간의 영향관계에 있어 감정노동의 매개효과를 검증하기 위하여 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설 3 : 라פור는 이직의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설3-1 : 즐거운 관계는 이직의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

가설3-2 : 개인적 유대감은 이직의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

2. 설문지의 구성 및 표본 설정

1) 설문지의 구성

연구모형 및 가설의 내용을 검증하기 위해 <표3-1>과 같은 항목들로 설문지를 작성하였다. 설문지내용은 라포르 6문항(즐거운 관계 3문항, 개인적 유대감 3문항), 감정노동 8문항(표면행동 4문항, 내면행동 4문항), 이직의도 4문항, 인구통계학적문항 7문항으로 구성되어져 있다.

<표3-1> 설문지 구성

연구단위	설문내용	문항수	척도	선행연구자
라포르	즐거운관계	3	리커트 5점	Gremler & Gwinner(2000)
	개인적 유대감	3	리커트 5점	Price & arnould(1995)
감정노동	내면행동	4	리커트 5점	Hochschild(1983)
	표면행동	4	리커트 5점	Grandey(2000)
이직의도	이직의도	4	리커트 5점	정효선(2007) 서광열(2009)
인구통계 적특성	성별/연령/ 교육수준/ 요리전공/ 결혼유무/ 월소득/ 근무경력	7	명목척도	선행연구를 기초로 연구자가 재구성
총 문항수		32		

2) 표본의 설정 및 조사방법

본 연구는 호텔 및 외식업 조리종사자의 라포르 형성이 감정노동에 미치는 영향과 감정노동과 이직의도 간의 구조적 관계를 알아보고자 설문을 통하여 자료를 수집하고 그 어떠한 구조적 관계가 있는지를 규명해보고자 한다. 본 연구를 위한 모집단은 현재 국내, 서울과 부산에 소재한 호텔외식업 조리사를 대상으로 실시하였고, 사전에 교육을 받은 조사원들이 각 호텔을 직접 방문하여 설문을 실시하였다. 조사기간은 2017년 4월 24일부터 2017년 5월 28일까지 편의표본추출 방식으로 500부의 설문지를 배포하였고, 응답자는 자기기입 방식으로 직접 설문지를 작성하였다. 총 500부의 설문지를 배포하여 490부를 회수하였으나 불성실한 설문지 2매를 제외하고 488매를 분석에 사용하였다.

3) 분석 방법

본 연구는 실증조사를 통해 수집한 488부를 분석에 사용하였고, SPSS 23.0을 활용하여 응답자들의 인구통계학적 특성을 확인하기 위하여 빈도분석을 실시하였다. 또한, 각 변수들의 개념 타당도와 내적 일관성을 확인하기 위해 신뢰도 및 탐색적 요인분석을 실시하였고, 가설 검증을 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

IV. 연구의 분석 결과

1. 표본의 인구통계학적 특성

본 연구는 서울과 부산 지역호텔 외식업 종사자를 대상으로 총 500부의 설문지를 배포하여 총 490부의 설문지를 회수하였다. 그 후, 측정 변수의 정규성 및 이상치(outlier)를 확인한 결과 불성실 응답자 2부를 제외한 총 488부의 유효 표본을 획득하였다. <표4-1>은 인구통계학적 분석결과를 나타낸다.

성별은 남성 255명(52.3%),여성 233명(47.7%)으로 남성 응답자가 22명(4.6%) 더 많은 것으로 나타났다. 연령은 20대가 328명(67.2%)으로 가장 많은 분포를 보였고, 30대 120명(24.6%), 40대 이상은 40명(8.2%) 순의 분포를 보였다. 교육수준은 전문대 학위를 취득한 응답자는 273명(56.0%),으로 가장 많았고, 다음이 대학 졸업 학위 122명(25.0%) 순의 분포를 보이는 것으로 나타났다. 응답자 중 과반 수 이상, 즉 312명(63.9%)이 미혼으로 나타났다, 전공은 양식이 234명(48%)로 가장 많은 분포를 보였고, 일식 88명(18.0) 순의 분포를 보이는 것으로 나타났다.

호텔의 근속년수는 2년 미만 근무자가 210명(45.2%) 으로 가장 높은 분포를 보였고, 2년에서 4년 미만 근무자가 89명(17.4%), 4년에서 6년 미만이 47명(9.6%), 20년 이상 장기근무자가 32명(6.7%) 으로 나타났다.

월평균 소득은 100만원에서 200만원의 소득자가 255명(53.2%)으로 전체의 과반 수 이상의 분포를 보였고, 200만원에서 300만원의 소득자가 124명(24.6%) 순으로 나타났다.

<표 4-1>인구통계학적 특성에 대한 빈도분석 결과(n=488)

구분		n	%	구분		n	%
성별	남성	255	52.3	근무 경력	2년미만	210	45.2
	여성	233	47.7		2~4년 미만	89	17.4
연령	20대	328	67.2		4~6년 미만	47	9.6
	30대	120	24.6		6~8년 미만	26	4.8
	40대이상	40	8.2		8~10년 미만	18	3.5
교육 수준	고졸이하	64	13.1		10~12년 미만	18	3.5
	전문대졸	273	56.0		12~14년 미만	15	3.0
	대졸	122	25.0		14~16년 미만	17	3.3
	대학원이상	29	5.9		16~18년 미만	8	1.5
전공	한식	80	16.4		18~20년 미만	8	1.5
	양식	234	48.0		20년 이상	32	6.7
	중식	72	14.8	월평균 소득	100만원미만	20	4.5
	일식	88	18.0		100~200만원	255	53.2
	베이커리	14	0.3		200~300만원	124	24.6
결혼 유무	미혼	312	63.9		300~400만원	55	11.1
	기혼	160	32.8		400~500만원	22	4.3
	기타	16	3.2		500만원이상	12	2.3

2. 측정도구의 신뢰도 및 타당도 검증

일반적으로 사회과학에서 사용되는 변수들은 속성을 측정하는데 있어서 속성의 규명이 어렵고, 완벽한 측정도구의 개발이 어렵기 때문에 측정상의 오차가 발생하게 된다. 이러한 오차는 여러 가지 원인에 의해 발생하게 되는데, 특정대상에 일정하게 영향을 미치는 체계적 오차(systematic error)와 일정한 방향이 없는 비체계적 오차(randomerror)로 나누어지며, 전자와 관련된 개념이 타당성, 후자와 관련된 개념이 신뢰성이다(채서일, 2005). 일반적으로 타당도(validity)검토는 측정하고자 하는 속성이나 개념이 얼마나 정확하고 과학적이며, 신뢰성 있게 측정되었는가를 알아보는 것이다. 즉, 이는 본 연구의 측정도구가 해당 속성을 얼마나 정확히 반영하고 있는가를 말해주는 것이다(Lewis-Beck, Bryman & Liao, 2004). 타당성(Validity)에는 3가지 종류 (내용타당성, 예측타당성, 구성타당성)가 있고, 이 중 통계적으로 검증이 가능한 것은 구성타당성이며 이는 측정도구가 연구하고자 하는 개념을 적절하게 측정하는가를 나타내는 것이다. 구성타당성을 검증하는 방법으로 요인분석과 다 속성 측정방법이 있다. 요인분석은 탐색적 요인분석과 확인적 요인분석이 있고, 이 중 탐색적인 요인분석은 이론상으로 체계화되거나 정립되지 않은 연구에서 사용되며 확인적인 요인 분석은 이론적인 배경에서 이미 정립된 변수들을 이용하여 요인분석을 하는 경우를 말한다(김계수, 2001).

본 연구에서는 탐색적 요인분석을 이용하여 구성 개념의 타당도를 측정하였다. 모든 측정변수는 구성요인을 구하기 위해 주성분 분석을 사용하였고 요인적재치의 단순화를 위해 직교회전방식을 하였다. 요인 적재치는 각 변수와 요인간의 상관관계의 정도를 나타내므로 각 변수들은 요인 적재치가 가장 높은 요인에 속하게 된다. 일반적으로 요인과 문항의 선택기준은 고유

값이 1.0 이상, 요인 적재치가 0.4 이상이면 유의한 변수로 간주하며 0.5 가 넘으면 매우 중요한 변수로 본다. KMO는 변수들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되는 정도를 나타내는 값으로 일반적으로 0.90 이상이면 상당히 좋은 편이고, 0.80-0.89는 꽤 좋은 편, 0.70-0.79는 적당한 편, 0.60-0.69는 평범한 편, 0.50-0.59는 바람직하지 못한 편, 0.50 미만이면 받아들일 수 없는 수치로 판단한다. Bartlett의 구형성 검정은 요인분석모형의 적합성 여부를 나타내는 개념으로 요인분석모형으로 적합한지 아닌지를 유의확률로써 파악하게 된다. 유의 확률이 0.000이면 귀무가설이 기각되어 요인분석의 사용이 적합하고 공통요인이 존재한다고 할 수 있다(송지준, 2008). 위의 기준을 바탕으로 본 연구에서는 고유 값이 0.1 이상이고, 요인 적재치가 0.5 이상을 기준으로 하였다. 신뢰성(reliability)이란 유사한 측정도구 혹은 동일한 측정도구를 사용해 동일한 개념에 대해서 반복적으로 측정하였을 때 나타나는 일관성 있는 결과를 얻는 것을 의미한다. 다문항 척도로 측정된 문항이 동질적인 문항들로 구성되어 있는지 신뢰도를 분석하기 위하여 문항 간의 내적 일치도를 보는 Cronbach's α 계수를 산출하는데 일반적으로 신뢰도 척도인 Cronbach's α 계수는 정해진 기준이 없지만, 그 값이 0.60 이상이면 신뢰도가 높다고 본다(송지준, 2008).

1) 라포르에 대한 신뢰도 및 타당성 검증

본 연구에서는 호텔 및 외식산업분야에 종사하는 종사자들을 중심으로 라포르와, 감정노동, 그리고 이직의도 관계를 연구하는데 그 목적이 있다. 본 조사의 총 488개의 표본에 대한 분석결과, <표4-2>에서 나타내는 바와 같이 전체 표본적합도(KMO)값은 .798, Bartlett의 구형성 검정의 근사값이 817.472($p < .000$), 충분산설명력이 75.414%으로 유의미한 값을 보이고 있다.

따라서 요인분석에 사용된 요인의 변수들은 서로 독립적이지 않고 상관관계를 가지고 있는 것으로써 요인분석을 실시하기에 적합함을 알 수 있다. 추출된 2 개의 요인은 총 9문항중 3문항을 제거하고 본 연구에 사용되어진 항목은 6문항이다. 이에따라 선행연구의 요인명을 참고함과 동시에 변수의 특성 및 내용을 고려하여 각각 ‘즐거운 관계,’와 ‘개인 유대감’으로 명명하였다. 각 항목에 대한 결과는 ‘나는 고객들과의 만남을 즐겁게 하기 위해 노력한다.’항목과 ‘나는 고객들과의 사이를 좋게 하려고 노력한다.’의 각 평균값이 4.16과 4.07으로 제일 높은 반면에 ‘나는 고객들에게 여러모로 관심이 많다.’는 항목의 평균값이 3.44로 가장 낮은 것을 알 수 있다. 신뢰도분석결과, 요인1로 명명된 ‘즐거운 관계’의 Cronbach's 계수는 .797, 요인2로 명명된 ‘개인 유대감’의 Cronbach's 계수는 .859으로 적합한 신뢰수준을 나타내고 있다.

<표 4-2> 라포르의 신뢰도 및 탐색적 요인분석 결과

요인명	측정항목	평균 (표준편차)	요인 적재량	공통성	고유값 (분산)	Cronbach's α
즐거 운 관 계	나는 고객들과의 사이를 좋게 하려고 노력한다.	4.16(.901)	.842	.892	3.336 (56.102)	.797
	나는 고객들과의 만남을 즐겁게 하기 위해 노력한다.	4.07(.889)	.821	.738		
	나는 고객들과 잘통하기 위해 노력한다.	4.06(.848)	.796	.800		
개 인 적 유 대 감	나는 고객들에게 개인적인관심을 보이려 노력한다.	3.60(1.064)	1.064	.793	1.159 (75.414)	.859
	나는 고객들에게 유대감 같은 것을 느낀다.	3.49(1.055)	1.055	.803		
	나는 고객들에게 여러모로 관심이 많다.	3.44(1.151)	.680	.757		
KMO(.798), Bartlett의 구형성 검정 (=817.472, df=15p<.000)						

2) 감정노동에 대한 신뢰도 및 타당성 검증

선행연구를 토대로 추출된 2개의 요인으로 탐색적 요인분석을 실시한 결과, 표<4-3>에서 보여 지는 바와 같이 총분산설명력이 73.702%로 나타났다. 또한 설문지의 총문항이 12문항에서 요인적재값이 0.4이하가 되는 4문항을 제거하고 총 8문항을 요인분석에 사용하였다.

따라서 추출된 2개의 요인은 선행연구를 토대로 변수의 특성 및 내용을 고려하여 요인1은 ‘내면행위’, 요인 2는 ‘표면행위’로 명명하였다.

각 항목에 대한 결과는 ‘나는 고객에게 보여줘야 하는 감정을 실제로 느끼기 위해서 노력한다.’항목의 평균값이 4.30로 가장 높은 반면에 ‘나는 고객에게 실제 느껴지지 않는 감정을 억지로 표현하는 경우가 많다.’는 항목의 평균값이 2.54로 가장 낮은 것을 알 수 있다. 각 요인에 대하여 신뢰도분석을 한 결과, 요인1의 ‘표면행위’의 Cronbach α 계수는 .884, 요인2의 ‘표면행위’의 Cronbach α 계수는 .869으로 적합한 신뢰수준을 나타내고 있다.

<표 4-3> 감정노동의 신뢰도 및 탐색적 요인 분석결과

요인명	측정항목	평균 (표준편차)	요인 적재량	공통성	고유값 (분산)	Cronb ach's α
내면 행위	나는 고객에게 보여줘야하는 감정을 실제로 느끼기 위해서 노력한다.	4.30 (.860)	.901	.835		
	나는 고객에게 표현되는 감정들을 나의 내면에서부터 우리나오게 하려고 노력한다.	4.25 (.777)	.811	.725	4.686 (38.580)	.884
	나는 고객에게 친절히 응대하는 것을 실제 감 정에서 우리나라와서 표현하는 편이다.	4.23 (.840)	.785	.740		
	나는 고객에게 표현하는 감정의 대부분은 나의 진심에서 우리나라온 것이다.	4.19 (.811)	.767	.710		
	나는 고객에게 실제 느껴지지 않는 감정을 억지로 표현하는 경우가 많다.	2.54 (1.027)	.966	.773		
표면 행위	나는 업무상 필요 때문에 특정한 감정을 가진 것처럼 나를 포장한 채 연기를 하듯이 고객을 대한다.	2.78 (.992)	.814	.788	1.210 (33.702)	.869
	나는 실제 감정을 숨긴 채 업무상 요구되는 감 정을 꾸며내어 표현한다.	2.89 (.974)	.796	.798		
	나는 고객에게 표현하도록 요구되는 감정표현은 내가 실제로 느끼고 있는 것처럼 연기를 한다.	2.90 (.967)	.763	.746		
KMO(.864), Bartlett의		구형성 검정 (=1460.405, df=28 p<.000)				

3) 이직의도의 신뢰도 및 탐색적 요인분석 결과

<표 4-4>는 이직의도에 대한 탐색적 요인분석 결과와 신뢰도 분석 결과를 보여준다. 분석 결과 이직 의도는 선행연구 결과와 마찬가지로 하나의 요인으로 추출되었고, 각 요인의 고유치는 3.108으로 고유치 1 이상으로 나타났다. 문항의 요인 적재량은 각 .787, .897, .914, .921 로 높은 수치로 나타났다. 분산(%)도 77.690% 의 설명력을 보였고, KMO 값은 0.833으로 다소 높은 수치를 보이고 있으며, Bartlett 구형성 검정 또한 유의확률이 .000으로 요인분석이 적합한 것으로 나타났다.

이직의도에 대한 신뢰도 분석결과 Cronbach's Alpha 값이 0.903로 높게 나타났다. 따라서 이직 의도의 척도는 내적일관성을 가지는 단일차원의 구성개념이라 해석이 가능하다.

<표 4-4> 이직의도의 신뢰도 및 탐색적 요인 분석결과

요 인 명	측정 항목	평균 (표준편차)	요인 적재량	공통성	고유값 (분산)	Cronbach's α
이 직 의 도	다른 회사 근무의도	4.23(.840)	.787	.820	3.108 (77.690)	.903
	여건 악화 시 회사를 떠날 의도	4.08(.816)	.897	.804		
	새 직장을 구할 의도	4.05(.883)	.914	.836		
	이득이 없을 것 이라는 인식	3.93(.895)	.921	.848		
KMO(.833), Bartlett의 구형성 검정 (=823.733, df=6, p<.000)						

4) 변수의 기술통계 및 상관관계 분석

상관관계는 변수들 간 관계를 나타내는 개념으로 두 개 이상의 변수에 있어 한 변수가 변함에 따라 다른 변수가 어떻게 변하는지 그 강도와 방향을 나타낸다. 따라서 상관관계분석은 인과관계를 검정하고자 하는 변수들 간의 관련성을 알아보기 위해 실시하고 만약 관련이 있다면 어느 정도 관련이 있는지를 파악하기 위함이다.

일반적으로, 상관관계의 정도는 0에서 1사이에 나타나고 1에 가까울수록 상관관계는 높아지며 0에 가까울수록 상관관계는 낮아진다. 즉, 변화의 강도는 절대값이 1에 가까울수록 높고 변화의 방향이 +는 정의 방향, -는 음의 방향이다. 상관관계분석은 변수들 간의 관련성을 나타내는 개념이므로 인과관계로 파악해서는 안된다.

변수들 간의 인과관계는 독립 변수가 종속변수에 어떠한 영향을 미치는지 파악하는 것이고, 상관관계분석은 독립변수와 종속변수간의 관련성과 그 정도와 방향을 파악하는 것이다(송지준, 2008).

다음의 <표 4-5>는 변수간의 상관관계 분석의 결과이다. 모든 변수들은 유의수준 0.01에서 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 변수의 기술통계분석 결과 역량은 조리사의 감정노동 중 내면행위의 평균이 4.24로 가장 높게 나타났다, 개인적유대감 4.10, 표면행위 3.74, 즐거운관계 3.51 순으로 나타났다. 이직의도는 3.07 으로 나타났다.

본 연구에서 측정 변수들 간의 관련성을 분석하기 위해 변수사이의 상관 또는 공분산 계산에 의해 가장 폭넓게 사용되는 피어슨 상관계수를 사용하였고, 변수간의 상관관계를 분석한 결과 변수 간에 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

먼저, 라포르와 감정노동의 관계를 살펴보면, 라포르의 하위요소인 즐거운

관계와 개인적 유대감은 감정노동 하위 요소인 내면행위에 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 이러한 라포르 요소 중 개인적 유대감은 표면행위에 정(+)의 상관관계를 나타내었고, 내면행위에는 부(-)의 상관관계를 보였다. 라포르의 하위 요소들은 이직의도와 부(-)의 상관관계를 나타내었다. 따라서 모든 변수들은 서로 유의한 양 혹은 음의 관계가 있는 것을 의미한다.

<표 4-5> 변수간의 상관관계 분석

연구단위	평균	표준 편차	구성 개념 간 상관관계				
			즐거운 관계	개인적 유대감	내면 행위	표면 행위	이직 의도
즐거운관계	3.51	.963	1				
개인적유대감	4.10	.744	.494**	1			
내면행위	4.24	.708	.428**	.805**	1		
표면행위	3.74	.884	-.412**	.513**	-.594**	1	
이직의도	3.07	.744	-.461**	-.703**	-.836**	.601**	1

*p<0.05, **

3. 가설검증

본 연구에서는 호텔외식업 조리종사자의 라포르, 감정노동과 이직의도 간의 구조적 영향관계를 알아보는 실증연구로 실증에 앞서 선행연구와 이론적 토대를 바탕으로 가설을 도출하고 가설검증을 위하여 통계프로그램 SPSS 23.0 을 이용하여 다중회귀분석을 실시하였으며 가설 검증을 통하여 결과를 도출하였다. 회귀분석은 변수들 중 하나를 종속변수로 나머지를 독립변수로 하여 변수들 간의 상호관계를 규명하는 통계방법이다. 즉, 독립변수가 종속변수에 미치는 영향력을 분석하거나 독립변수의 변화에 따라 종속변수의 변화를 예측하기 위해서 사용하는 통계방법이다.

보통 확률값이 0.01(유의수준 99%)보다 낮으면 매우 유의하다고 판단하고, 경우에 따라 0.05 또는 0.01보다 낮은 경우 유의하다고 설명한다 (Donald& Pamela, 2001).

또한, Durbin-Watson 통계량은 잔차에 대한 상관관계를 알아보기 위해 실시하는 것으로 판단기준은 다음과 같다. Durbin-Watson 통계량의 기준값은 정상분포 곡선을 나타내는 2가 되며 그 의미는 잔차에 대한 상관관계가 없다는 것을 나타내고, 그 수치가 0에 가까울수록 양의 상관관계가 있고 4에 가까울수록 음의 상관관계가 있음을 의미한다. 따라서 Durbin-Watson의 분석결과 그 수치가 0 또는 4에 가까울 경우 잔차들 간에 상관관계가 있어 회귀모형이 부적합함을 나타내고 그 수치가 2에 가깝고 0 또는 4와 가깝지 않으면 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합하다고 해석한다 (송지준, 2008).

1) 라포르와 감정노동 간의 영향관계 검증

즐거움 관계가 내면행위에 미치는 영향은 <표 4-6>과 같이 나타났으며, t값이 13.929, p값은 .000($p < 0.01$)으로 나타나 가설 1-1 은 채택되었다. 개인적 유대감이 내면행위에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설의 검증결과는 t값이 20.235, p값은 .000($p < .001$)으로 나타나 가설 1-2 또한 채택되었다. 회귀모형은 F값이 $p = .000$ 에서 301.742의 수치를 보이고 있으며, 회귀식에 대한 $R^2 = .670$ 로 67%의 설명력을 보이고 있다. Durbin-Watson 은 1.845로 잔차들 간 상관관계가 없어 회귀모형에 적합한 것을 알 수 있고, 공차한계는 모두 0.1보다 크므로 다중공선성에도 문제가 없다고 볼 수 있다.

<표 4-6> 라포르와 감정노동 (내면행위) 간의 다중회귀분석 결과

	비표준화 계수		표준화 계수	t	sig.
	B	표준오차	Beta		
상수	.590	.240		10.396	.000
즐거움 관계	.464	.033	.464	13.929	.001**
개인적 유대감	.674	.033	.674	20.235	.000***
R=.819 $R^2 = .670$ 수정된 $R^2 = .668$ F= 301.742**($p < .001$)					

** $p < 0.01$, *** $p < .001$

<표 4-7>은 즐거움 관계와 개인적 유대감이 감정노동의 하위요소인 표면행위에 미치는 영향을 보여 주고 있으며 t값이 각각 -4.598과 18.909로 나타

났고, p값은 .000($p < 0.01$)으로 나타나 가설 1-3과 가설 1-4는 채택되었다.

회귀모형은 F값이 $p = .000$ 에서 189.353의 수치를 보이고 있으며, 회귀식에 대한 $R^2 = .558$ 로 55%의 설명력을 보이고 있다. Durbin-Watson 은 2.058로 잔차들 간 상관관계가 없어 회귀모형에 적합한 것을 알 수 있고, 공차한계는 모두 0.1보다 크므로 다중공선성에도 문제가 없다고 볼 수 있겠다.

<표 4-7> 라포르와 감정노동 (표면행위) 간의 다중회귀분석 결과

	비표준화 계수		표준화 계수	t	sig.
	B	표준오차	Beta		
상수	.305	.246		2.390	.000
즐거움 관계	.177	.038	.177	-4.598	.000**
개인적유대감	.727	.038	.727	18.909	.000**
R= .749 $R^2 = .560$ 수정된 $R^2 = .558$ F= 189.353**(.000) D-W= 2.085					

** $p < 0.01$

<표 4-8> 라포르와 감정노동간 다중회귀분석 결과 채택여부

가설	세부가설	채택여부
라포르와 감정노동간의 관계	즐거운 관계는 내면행위에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
	개인적 유대감은 내면행위에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
	즐거운 관계는 표면행위에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.	채택
	개인적 유대감은 표면행위에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택

2) 감정노동과 이직의도 간의 영향관계검증

감정노동과 이직의도 간의 영향관계를 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과, <표 4-9>에서 보여 지는 바와 같이 내면행위와 표면행위가 이직의도에 미치는 영향은 t값이 각각 -9.641과 7.047으로 나타났고, p값은 .000($p < 0.01$)으로 나타나 가설 2는 채택되었다.

회귀모형은 F값이 $p = .000$ 에서 158.688의 수치를 보이고 있으며, 회귀식에 대한 $R^2 = .666$ 로 66%의 설명력을 보이고 있다. Durbin-Watson 은 1.847로 잔차들 간 상관관계가 없어 회귀모형에 적합한 것을 알 수 있고, 다중공선성에도 문제가 없다고 볼 수 있겠다.

<표 4-9> 감정노동과 이직의도 간의 다중회귀분석 결과

	비표준화 계수		표준화 계수	t	sig.
	B	표준오차	Beta		
상수	.264	.458		6.396	.000
내면 행위	.362	.038	.492	-9.641	.000**
표면 행위	.282	.038	.378	7.407	.000**

R= .816 R²= .666수정된 R²= .664 F= 158.688**(.000) D-W= 1.847

** p<0.01

<표 4-10> 감정노동과 이직의도간의 다중회귀분석 결과 채택여부

가설	세부가설	채택여부
감정노동과 이직의도간의 관계	내면행위는 이직의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.	채택
	표면행위는 이직의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택

3) 라포르와 이직의도 간의 영향관계

라포르와 이직의도 간의 영향관계를 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과, <표 4-11>에서 보여 지는 바와 같이 즐거운 관계와 개인적 유대감이 이직의도에 미치는 영향은 t값이 각각 -7.730과 -16.055으로 나타났다, p<.01 로 나타나 가설 3은 채택되었다. 회귀모형은 F값이 p= .000에서 148.610의 수치를 보이고 있으며, 회귀식에 대한 R²= .517로 51.31%

의 설명력을 보이고 있다. Durbin-Watson은 1.599로 잔차들 간 상관관계가 없어 회귀모형에 적합한 것을 알 수 있고, 다중공선성에도 문제가 없다고 볼 수 있겠다.

<표 4-11> 라포르와 이직의도 간의 다중회귀분석 결과

	비표준화 계수		표준화 계수	t	sig.
	B	표준오차	Beta		
상수	5.589	.221		38.360	.000
즐거운 관계	.232	.030	.312	-7.730	.000**
개인적 유대감	.482	.031	.648	-16.055	.000**
R= .719 R ² = .517 수정된 R ² =.513 F= 148.610***(.000) D-W= 1.599					

** p<0.01

<표 4-12> 라포르와 이직의도간의 다중회귀분석 결과 채택여부

가설	세부가설	채택여부
라포르와 이직의도간의 관계	즐거운 관계는 이직의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.	채택
	개인적 유대감은 이직의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.	채택

4) 가설의 검증 결과 요약

가설 1, 2, 그리고 3의 검증 결과를 요약하면 다음과 같다. 가설 1은 호텔 조리사의 라포르와 감정노동 간의 영향 관계에서 라포르의 2가지 하위 요소인 즐거운 관계와 개인적 유대감 모두 감정노동 중 내면행위에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즐거운 관계는 감정노동 중 표면행위에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 개인적 유대감은 표면행위에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 1은 모두 채택되었다. 가설 2는 호텔 조리사의 감정노동과 이직의도 간의 영향 관계를 나타내는 것으로, 감정노동 중 내면행위는 이직의도에 부(-)의 영향을 표면행위는 이직의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 2는 채택되었다. 가설 3은 호텔 조리사의 라포르와 이직의도 간의 영향 관계에서 라포르의 2가지 하위 요소인 즐거운 관계와 개인적 유대감 모두 이직 의도에 유의한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 3 또한 채택되었다.

<표 4-13> 가설 검증의 결과요약

가설	채택여부
가설 1-1 즐거운 관계는 내면행위에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
가설 1-2 개인적 유대감은 내면행위에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
가설 1-3 즐거운 관계는 표면행위에 부(-)의 영향을 미칠 것이다	채택
가설 1-4 개인적 유대감은 표면행위에 정(+)의 영향을 미칠	채택

것이다		
가설 2-1	내면행위는 이직의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 2-2	표면행위는 이직의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 3-1	즐거운 관계는 이직의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다	채택
가설 3-2	개인적 유대감은 이직의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다	채택

V. 결 론

1. 연구의 요약 논의

호텔·외식 산업은 치열한 경쟁 환경 속에서 살아 남기 위해 차별적인 경영 전략이 필요하다. 따라서 기업의 목표 달성과 이윤 추구는 물론 기업과 조직 구성원 모두에게 지속적인 관심사가 되었고, 이러한 조직의 목표와 성과를 달성하기 위하여 기업에서는 보다 효율적인 인적 자원관리에 관심을 가져왔다. 본 연구는 호텔외식업 조리사가 고객과의 상호작용을 통해 형성된 라포르가 감정노동과 이직의도에 어떠한 향을 미치는지, 그리고, 이러한 감정노동이 이직 의도에 어떠한 영향을 미치는지 그 관계를 규명하는 실증 연구이다. 라포르와 감정노동과 같은 인지 요소와의 관계, 감정노동과 이직 의도와의 관계를 알아보기 위해 선행연구를 통해 가설을 도출하고 분석을 통해 그 영향관계를 규명하였다.

이를 위하여 현재 서울과 부산 지역 호텔·외식업에 종사하는 조리사를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문지는 총 500부를 배포하여 그 중 490부를 회수하였고, 불성실하게 응답된 설문지와 결측치가 발생한 설문지 2부를 제외한 총 488부를 실증분석에 이용 하였다.

측정도구는 타당도와 신뢰도 검증을 통하여 해당요인으로 연결되는 항목만을 실증적 분석에 사용하였고, 실증적 구조 관계를 규명하기 위하여 SPSS 23.0 통계 패키지를 활용하여 가설 검증을 시도하였다. 자료의 분석은 빈도 분석 및 기술통계 분석, 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석, 상관관계 분석, 다중회귀분석을 실시하였다.

첫째, 라포르와 감정노동에 관한 관계로, 라포르의 하위 구성요소 중 즐거

운 관계와 개인적 유대감이 감정노동의 구성요소인 내면행위에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 H1은 채택되었다. 이는 즐거운 관계가 내면행위에 정(+)의 영향을 미친다는 선행연구(양송자, 2015 ; 지송구, 2010; 박종철, 2014; 이지훈, 2016)를 지지하고, 이를 통해 호텔종사자는 고객과의 즐거운 관계를 형성하고자 했던 노력은 서비스 제공자 스스로의 감정표현을 좀 더 적극적으로 드러낼 수 있게 하고 결과적으로 라포르 형성이 감정노동에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한편, 즐거운 관계는 표면행위에 부(-)의 영향을, 그리고 유대감은 표면행위에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 라포르가 개인적 유대감과 즐거운 관계의 결과이고 개인적 유대감과 즐거운 관계가 높아질수록 감정노동의 내면행위가 높아지며 개인 유대감을 영리상의 친분이라 설명하며 이러한 친분 관계 지속을 목적으로 한 표면행위는 여전히 높을 가능성이 있다고 주장하는 선행연구(하정남, 2013; 박종철, 2014; 김희연, 2016)와 일치한다.

둘째, 감정노동의 내면행위가 이직의도에는 부(-)의 영향을 미치며 표면행위가 이직의도에는 정(+)의 영향을 나타내는 것으로 나타나 가설 2는 채택되었다. 이는 호텔의 조직 규범의 부정적인 감정억제로 인한 표면행위는 종사자들이 높은 감정 노동을 지각하게 되고 이로 인하여 조직을 떠나고 싶어하는 등의 이직의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 고동우 등(2001)의 호텔서비스 분야 연구 종사자의 감정노동과 이직의도 간의 계에서 감정노동의 표면행위와 내면행위는 이직의도에 유의미한 차이가 있다는 주장을 지지하고 이를 통해 호텔조직에서 종사자 대상으로 지나친 감정의 통제와 관리는 직무만족감을 떨어뜨리고 이직의도를 증가시키는 등의 부정인 영향을 다는 실증연구 결과(Hochschild, 1983; 김경희, 2006 ; 손일락, 2015)의 주장을 뒷받침하는 연구결과를 도출하였다. 따라서 가설 2는 채택 되었다.

셋째, 라포르의 하부구성요소인 즐거운 관계와 개인적 유대감은 이직의도에 유의미한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 3은 채택되었다. 라포르와 이직의도 관계를 연구한 선행연구는 현재 미흡한 실정으로 본 연구의 결과를 선행연구 결과와 비교하는데 어려움이 따르나, 라포르가 감정노동을 통해 조직유효성으로 가는 경로에서 라포르의 하위요인인 개인유대감과 즐거운 관계는 이직의도에 간접효과를 주는 것으로 나타난 연구(양송자, 2015)에서 연구의 연결점을 찾을 수 있겠다.

넷째, 라포르와 이직의도와 의 영향관계에서 감정노동의 매개효과를 보면, 감정노동의 하위요소인 내면요인은 이직의도를 줄여주는 매개효과가 있는 반면, 표면 요인은 매개효과를 검증하지 못하였다.

가설 검정에 대한 전반적인 요약을 하면, 라פור는 감정노동에 유의미한 정(+) 혹은 부(-)의 영향을 미치고, 이러한 감정노동은 이직의도에 유의미한 정(+) 혹은 부(-)의 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 또한 라פור는 이직의도에 유의미한 부(-)영향을 미치는 것으로 나타났다.

2. 시사점

1) 이론적 시사점

본 연구의 이론적 시사점은 다음과 같다.

첫째, 라포르에 관한 연구는 주로 심리학 혹은 의료서비스(배수진&김성호, 2014 분야)에서 주로 이루어져왔다. 최근 기존 라포르에 관한 선행연구를 카지노산업에 적용하여 고객 서비스에 대한 만족과 재방문 의도 (Han et al, 2017)를 살펴보았지만 라포르에 관한 연구는 특히 호텔서비스 분야에

서는 아직 부족한 실정이다. 본 연구에서는 호텔외식업에서 근무하는 조리사를 대상으로 고객과의 사이에서 형성되는 라포르가 감정노동에 미치는 영향과 나아가 이직의도에 어떠한 영향을 미치는지 그리고 라포르와 이직의도사이의 영향관계를 중점적으로 살펴보았다. 따라서 아직은 호텔외식업에서 라포르에 관한 연구는 미흡한 실정이지만, 본 연구를 기반으로 호텔 외식업계 뿐만 아니라 다른 서비스 업계에서 종사자와 고객 사이에 형성되는 라포르를 체계적으로 관리할 수 있는 방안을 모색하는 연구가 이루어질 수 있을 것이라는 가능성에 대한 시사점을 제시하였다.

둘째, 기존 선행연구에서는 외식업계 종사자와 고객의 라포르 형성에 따른 직무만족과 직무몰입 그리고 라포르 형성이 감정노동에 미치는 영향관계에 따른 사례연구 등이 주로 이루어졌다. 하지만 본 연구에서는 호텔 외식업계 종사자와 고객 사이에 형성되는 라포르가 종사자의 인지적 요소인 감정 상태를 파악하는 감정노동을 측정하였다. 또한 이러한 감정노동이 실질적으로 이직의도에 영향을 미치는지를 살펴보았고 라포르가 직접적으로 이직의도에 미치는 영향관계는 아직 선행연구에서는 잘 이루어지지 않았지만 본 연구에서 그 영향관계를 살펴보았는데 의의를 두고 있다.

2) 실무적 시사점

본 연구는 호텔외식업 조리사와 고객 사이에서 형성되는 라포르가 감정노동에 어떠한 영향을 미치는지 그리고 이는 이직의도에 어떠한 영향을 미치는지, 또한 라포르와 이직의도간의 영향관계를 탐색하는데 그 목적이 있다.

나아가 향후 호텔·외식업에 종사하는 조리사의 라포르와 관련된 연구에서 유용하게 활용 될 수 있고, 호텔 조리사가 좋은 라포르의 형성으로 감정노동을 최소화하여 이직의도를 제고시킬 수 있는 실무적 시사점을 제시하고자

한다. 본 연구의 실증분석결과에 따른 실무적인 시사점은 다음과 같다.

첫째, 호텔외식업 조리사와 고객 사이에서 형성되는 라포르는 감정노동에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 호텔서비스업은 그 특성상 종사자와 고객 사이에 인적 상호작용이 빈번하게 발생하고 그 과정에서 긍정적인 혹은 부정적인 감정부조화로 인하여 스트레스를 받기 쉽다. 따라서 호텔 종사자와 고객 사이에서 유대감과 긍정적인 관계인 라포르 형성이 중요하다. 특히 라포르의 구성요소인 즐거운 관계와 개인적 유대감은 감정노동 중 내면행위 정(+)'의 효과를 나타내었다. 이는 호텔 외식업 조리사와 고객 사이에 긍정적인 라포르 형성으로 인해 내면행위를 높일 수 있고, 이로 인해 종사자의 스트레스 및 감정부조화와 같은 감정노동의 부정적 효과를 중재할 수 있을 것으로 판단된다.

이는 조직차원에서 적극적인 지원과 관심으로 종사자들이 고객과 긍정적인 라포르를 형성하는데 동기를 부여해야 할 것이다. 종사자들에 대하여 고객과의 관계 형성의 중요성과 같은 교육을 주기적으로 실시하는 것 또한 중요하겠지만 모범종사자 선발 포상제도 등 종사자들이 직접적으로 그리고 보다 효과적으로 동기부여를 받을 수 있는 다양한 프로그램의 개발이 필요하다.

그리고 라포르의 다른 구성요소인 개인적인 유대감은 종사자들이 느끼는 감정노동 중 기계적인 표면행위에 정(+)'의 영향관계를 나타내었다. 표면행동은 조직의 규정에 따른 오픈 주방 조리사의 의지와는 상관없이 비자발적인 감정표현이기 때문에 고객에게 관심을 가지고 유대감을 느끼려고 노력하고 요구되어지는 과정 자체가 조리사들에게 감정적으로 부담이 되고, 마음에서 우러나오는 것이 아닌 필요에 의해 기계적으로 감정표현을 하게 되는 가능성을 시사한다. 특히, 라포르의 하위요소인 개인적 유대감이 표면행위에 미치는 영향이 더 큰 것으로 나타났다. 따라서 표면행위를 줄이기 위해서는

고객 서비스에 대한 기업 규정에 대한 전반적 검토가 필요하다고 사료된다. 고객에게 최상의 서비스를 제공하는 것도 중요하지만, 최상의 서비스도 조리사의 최상의 컨디션에서 나옴을 인식하여 강제성이 심하거나 기계적인 친절 규정 같은 것은 과감하게 폐지하거나 완화해야 할 필요가 있다.

둘째, 호텔외식업 종사자들의 감정노동과 이직의도 사이에 유의미한 영향 관계가 있는 것으로 나타났다. 먼저, 감정노동 중 내면행위는 감정에 긍정적인 영향을 주어 이직의도에 부(-)의 관계를 도출하는 것으로 나타났고 감정노동 중 표면행위는 감정에 부정적 영향을 주어 이직의도에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타났다. 호텔과 같은 고가의 서비스 기업에서 일하는 종사원들은 고객에게 최상의 서비스를 제공하는 과정에서 고충이 날로 커지는 상황에 직면해 있다.

또한, 호텔종사자들은 고객과의 접점상태에서 자신들의 감정은 감추고 외부로 표현해야 할 감정표현은 많아질 수밖에 없다. 이러한 과정에서 스트레스는 많아지고 때문에 감정부조화가 발생하여 직무에 대한 만족도가 떨어지고 결국은 이직과 같은 부정적 결과를 초래하게 된다. 따라서 호텔에서 감정 노동자들을 존중하고 배려하여 인적자원관리에 더욱 관심을 가지고 신경을 써야 할 것이다. 또한, 감정노동의 매개효과를 보면, 감정노동의 하위요소인 내면요인은 이직의도를 줄여주는 매개효과가 있는 반면, 표면요인은 매개효과를 검증하지 못하였다. 따라서 이직 의도를 낮추기 위해서는 감정노동 중 내면행위를 높여줄 수 있는 방안이 필요하다 하겠다.

즉, 종사원들의 내면행위를 강화하기 위해 고객을 대하는 행동지침이나 대인관계 지침과 같은 교육 프로그램을 도입하여 고객 응대 시 직면할 수 있는 여러 가지 문제에 대하여 요령 있게 대처할 수 있게 지속적으로 교육 훈련하고, 종사자들이 고객과의 상호작용에서 경험하게 되는 스트레스와 부정적인 감정을 해소시킬 수 있도록 명상이나 단전호흡 등 심신 안정에

도움을 줄 수 있는 기본적인 운동을 할 수 있는 여건 마련이 필요할 것으로 사료된다.

또한 직장 상사의 멘토링 시스템을 통해 고객과의 소통사이에서 일어날 수 있는 문제점들에 대하여 조언을 받을 수 있게 대화의 장을 마련해야 할 것이다. 하지만 조직체계의 특성상 동료와 직장상사로부터의 충고와 조언이 이루어지기 힘든 상황에 대처하여 보다 전문적인 상담 프로그램을 도입하여 종사자들이 감추기만 해야 하는 감정들을 끄집어내어 기본적인 문제를 들여다보고 문제를 해결함으로써 그 문제들 또한 긍정적인 에너지로 바꾸어 부정적인 감정을 완화시킬 수 있을 것으로 사료된다. 조직에서 종사자들의 감정노동 활동을 함에 있어 표면행위 보다 내면행위를 증가 시킬 수 있는 내부 마케팅 전략의 수립을 강조해온 선행연구(김남기, 2011)와 본 연구결과를 바탕으로 표면 행위를 내면행위로 변화 시킬 수 있는 조직 내·외부적인 보상과 동기부여의 필요성이 강조된다.

셋째, 라포르와 이직의도 간에 부(-)의 영향관계가 있는 것으로 나타남에 따라서 조리사들이 고객과 긍정적인 라포르를 형성하여 이직의도를 낮출 수 있게 하기 위하여 종사자들이 고객과의 서비스 접점에서 직무 수행을 함에 있어서 고객과 자유로운 공감대와 유대감을 형성 할 수 있도록 개별적인 배려가 필요하다는 것을 시사한다. 따라서 조직의 규칙이나 규정에 크게 위반되지 않는 선에서 고객과 긍정적인 라포르를 형성 할 수 있는 전략, 그리고 고객과 자연스러운 대화의 공간을 마련하는 등 종사자들과 고객이 직접적으로 소통하고 긍정적인 관계를 형성할 수 있는 시스템이 필요하다.

또한, 조리사와 고객과의 지속적인 유대감을 형성하기 위하여 조직차원에서 체계적이고 표준화된 고객관리 시스템 도입이 필요하다. 단골고객에 대해서는 전담직원을 배치하여, 단골고객의 기본적 특성과 음식 선호도를 익혀서 새로운 메뉴를 추천 하는 등 단골 고객이 다시 찾을 시 보다 더 익숙

하고 친숙한 서비스를 제공할 수 있을 것이다. 또한, 음식이라는 공통 관심을 두고 고객이 근처 맛집에 대하여 문의를 할 시 적절하게 응대하고 음식에 대한 정보를 교환함으로써 고객과 직원 사이에 좋은 유대관계를 형성하고 발전시켜 나갈 수 있는 하나의 방법이 될 것이다. 기존의 선행연구에서 종사자들과 고객 사이에서 발생하는 긍정적인 라포르는 고객의 만족을 극대화 시키고 재방문에 긍정적인 영향을 미친다(Han et al, 2017)는 결론을 도출하였다. 따라서 단골 고객의 특별 관리를 통하여 내면적인 유대감을 형성하고 보다 이 친숙한 유대감은 고객뿐만 아니라 종사자들이 익숙하고 친숙한 서비스를 제공하는 것에 도움이 될 것이다. 또한 고객이 특정 서비스에 만족을 하면 재방문은 물론이고 주위 사람들에게 추천을 할 수 있다는 점을 감안하여 고객 특성에 맞는 맞춤형 서비스 커뮤니케이션 기법의 도입 그리고 단골 고객에 대한 전담 직원 배치 등은 향후 마케팅 도구로 활용될 수 있을 것이다.

3) 연구의 한계점 및 향후 연구방향

본 연구의 한계점 및 향후 연구방향은 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서는 자기기입식 설문지를 통하여 데이터를 수집 하였고, 이는 자기기재에 의한 자료수집으로 인해 객관성을 확보하는데 한계점을 가진다. 따라서 라포르와 같은 상호작용을 느끼고 있는 고객 또는 동료들과 관련하여 자료 수집을 할 방법을 모색할 필요성이 있고, 설문지를 통해 측정될 수 없는 계량적 한계를 극복하기 위해 질적 연구가 병행되어야 할 것이다.

둘째, 본 연구에서는 측정도구에 대한 한계점을 가진다. 이는 라포르에 관한 연구를 하기 위해서는 대부분 서비스분야에서 통용되고 있는 Gremler

& Gwinner(2000)와 Price & Arnould(1995)의 측정문항을 활용하고 있다. 향후, 국내 호텔 서비스분야의 실정에 맞는 라포르에 대한 측정문항을 개발하여 좀 더 명확하게 라포르에 관한 연구를 진행할 필요가 있을 것으로 사료된다.

셋째, 본 연구는 연구자의 설문조사 편의상 서울과 부산의 특정호텔에 근무하는 조리사들로부터 자료를 수집하였기 때문에 모든 조리사들의 표준적인 결과를 설명하기에는 표본의 대표성에 제한이 있다고 할 수 있다. 후속 연구에서는 폭넓게 표본을 선정하여 연구 결과의 일반화와 표준적인 결과의 가능성을 높여야 할 것이다.

본 연구의 한계점을 바탕으로 향후 연구에서는 표본의 추출 범위를 더 넓혀 전공 형태와 특성, 그리고 직무 규정들의 차이가 없는 상황에서 라포르와 감정노동, 그리고 이직의도의 영향 관계성의 연구를 제언한다. 또한, 호텔 외식업에 종사하는 요리사들의 업종별로 차이가 있는지 비교 연구가 진행된다면 연구의 확장 측면에서 관심되어지리라 생각된다.

참고문헌

<국내문헌>

- 강재호(2006), 여행업 종사자의 감정노동과 심리적 웰빙간의 관계: 조절변수 검증을 중심으로. 경기대학교 박사학위논문.
- 고동우·지선진·송운강(2006), 감정노동의 부정적 영향과 지각된 조직지원의 조절효과: 호텔서비스직 종사원을 상으로, 『관광학연구』, 25(2): 295-314.
- 곽경숙(2015), 스포츠센터 종사자의 라포와 감정노동, 직무소진이 고객지향성에 미치는 영향. 경성대학교 대학원 박사학위 논문.
- 김경희(2006), 대인 서비스 노동의 특징에 관한 연구: 감정노동과 서비스 노동의 물질성 (materiality)을 중심으로, 경제와 사회, 206-229.
- 김계수(2001), AMOS 구조방정식 무형 분석. 고려정보산업.
- 김구·한기민(2012), 경찰공무원의 감정노동이 직무스트레스와 직무만족에 미치는 영향, 지방청을 중심으로. 한국사회와 행정연구, 22(4), 497-523.
- 김남기(2011), 영업사원의 지각된 감정노동 활동이 지구소진, 직무열의에 의한 이직의도와 고객지향성에 미치는 영향: 감정지능의 조절효과를 중심으로. 전북대학교 대학원 박사학위논문.
- 김민주(2006), 감정노동의 결과에 대한 한국과 미국 간의 비교연구. 호텔경영원의 감정노동과 직무스트레스와의 관계를 중심으로. 호텔경영학연구, 15(1), 35-57.
- 김영자(2008), 노인요양보호사의 직무스트레스와 조직유효성과의 관계에서 자기효능감의 조절효과. 조선대학교 박사학위논문.
- 김상표(2007), 개인 특성, 고객과의 상호작용 특성 그리고 관리기제가 감정

- 노동 수행전략에 미치는 효과. 경영학연구, 36(2), 355-384.
- 김종진(2009), 주장과 대안: 서비스 부문의 감정노동 문제, 어떻게 해결할 것인가. 노동사회, 149, 29-34.
- 김진규·강소영(2012), 중소병원 간호사의 감정노동과 직무만족 및 이직의도와의 관계. 한국간호과학회 학술대회, 185-185.
- 김태성·허찬영·황보작(2013), KTX 승무서비스 종사자의 감정노동이 감정소진과 이직의도에 미치는 영향. 한국철도학회 논문집, 16(1), 71-77.
- 김현형(2008), 호텔 종사원의 감정노동, 소진현상, 그리고 서비스 제공수준과의 영향관계 연구. 안양대학교 대학원 박사학위논문.
- 김희연(2016), 서울소재 특 1급 호텔 조리사가 라포르에 따른 감정노동이 직무소진과 조직만족에 미치는 영향. 『한국조리학회지』, 22(5), 339-351.
- 박봉규(2008), 조직 구성원의 감정노동과 직무태도간의 관계에서 조직지원과 자기유능감이 미치는 조절효과. 인적자원관리연구, 15(1), 69-85.
- 박상언(2008), 감정표현요구와 감정부조화, 그리고 심리적 반응 간의 관계에 관한 연구. 『인사관리 연구』, 32(1), 25-53.
- 박소진(2007), 서비스 실패와 복구 후의 소비자 반응에 관한 연구: 서비스 제공자의 복구 노력과 고객·종업원의 친밀감의 역할을 중심으로. 『한국마케팅저널』, 9(3), 75-96.
- 박준철·박진영(2008), 호텔종사원의 직무스트레스·직무불안정성이 직무만족과 이직의도에 미치는 영향. 『관광레저연구』, 20(2), 67-86.
- 배수진·김성호(2014), 서비스 제공자의 고객참여 인식이 라포르와 직무만족에 미치는 영향: 의료서비스를 중심으로. 『서비스 마케팅 저널』, 70-82.
- 배인열(2013), 주얼리 산업 종사원의 감정노동이 감정부조화, 직무스트레스,

- 직무만족에 미치는 영향에 관한 연구. 경기대학교 서비스경영전문대학원 박사학위논문.
- 박종철·최현정(2014), 호텔 종사원의 라포르에 따른 감정노동이 직무만족, 조직몰입에 미치는 영향. 『한국호텔관광학회』, 호텔관광연구, 54, 192-217.
- 박지홍(2014), 관광호텔 종사원의 고객지향성이 고객만족과 고객신뢰에 미치는 영향: 라포르의 매개역할을 중심으로. 『한국관광산업연구』, 39(2), 41-64.
- 박홍주(1994), 판매 여직원의 감정노동에 관한 연구. 이화여자대학교 석사학위 논문.
- 손일락(2014), 외식사업 종사자의 감정노동에 대한 탐색적 고찰, 경상논총, 7(1) 47-64.
- 송지준(2008), 논문작성에 필요한 SPSS, AMOS 통계분석방법. 파주. 21세기 사 식품외식경제.
- 안병주·차민석(2013), 소진과 이직의도가 조직시민행동에 미치는 영향. 『대한경영학회』 학술발표대회 발표논문집, 93-112.
- 안진우·김윤환·강명주(2012), 관계마케팅에서 사회적 라포와 프렌드십의 조절적 역할. 『경영과 정보연구』, 32(4), 139-165.
- 양송자(2015), 호텔종사자의 라포르가 감정노동, 조직유효성 및 조직시민행동에 미치는 영향. 영산대학교 일반대학원 호텔관광경영학과 박사논문.
- 양승범·송민혜(2010), 한국 지방공무원의 감정노동에 관한 연구. 『한국지방자치학회보』, 22(3), 219-236.
- 오창택(2012), 사회복지종사자의 감정노동수행 전략이 이직의도와 고객지향성에 미치는 영향. 『한국행정학보』, 46(4), 53-78.

- 윤은형(2007), 호텔서비스 종사원의 감정부조화, 탈진감이 역할 내의 고객 서비스에 미치는 영향: 경력기간, 자기 효능감을 조절변수로. 경기대학교대학원 박사학위논문.
- 이관호(1991), 호텔종사원의 이직에 영향을 미치는 직무요인에 관한 연구. 경기대학교대학원 석사학위논문.
- 이나현(2012), 감정노동자의 감정노동과 정서지능이 직무소진에 미치는 영향. 동아대학교대학원 석사학위논문.
- 이수연·양해술(2008), 콜센터 근로자의 감정노동과 감정소진 및 이직의도의 관계에 대한 연구. 『한국콘텐츠학회논문지』, 8(4), 197-210.
- 이주재(2010), 요양보호사의 이직의도에 영향을 미치는 요인. 사회과학연구, 전북대학교 『사회과학연구소』, 34(2), 93-113.
- 이준희·곽경숙(2013), 스포츠센터 직원의 라포 및 감정노동이 감정일탈에 미치는 영향. 『한국스포츠학회지』, 11(3), 221-231.
- 임지현(2008), 감정노동을 중심으로 한 노인주간, 단기보호시설 종사자들의 소진에 영향을 미치는 연구. 이화여자대학교대학원 석사학위논문.
- 정효선(2007), 외식산업 종사원의 기업윤리 인식. 실천정도가 개인조직적합성, 직무만족도, 이직의도 및 조직성과에 미치는 영향에 관한 연구. 경희대학교대학원 박사학위논문.
- 조경희·고호석(2010), 항공사 객실승무원의 직무스트레스 요인이 직무만족과 조직몰입, 이직의도에 미치는 영향. 『한국콘텐츠학회지』, 10(7), 404-419.
- 지성구·양범선·김성호(2010), 의료서비스 제공자의 라포르가 감정노동, 직무만족, 조직몰입에 미치는 영향. 서비스경영학회지, 11(1), 209-223.
- 채서일(2005), 사회과학조사방법론. 비앤엠북스.
- 최성욱(2012), 행정서비스조직에서 감정노동의 문화적 정향. 일반논문. 한국

- 행정학보, 46(4), 79-101.
- 최항석·이해영·정무관(2012), 노인복지시설 급식 관리자의 감정노동 인식이
직무 스트레스에 미치는 영향: 관리자의 감정노동에 대한 적응을 중
심으로. 『외식경영연구』, 15(5), 33-60.
- 하정남·임상헌(2013), 호텔종사원의 라포르가 감정노동, 조직시민행동에 미
치는 영향. 『관광경영연구』, 17(1), 275-298.
- 허지훈(2000), 조직특성, 감정노동, 종업원 직무태도간의 관계에 관한 연구.
홍익대학교대학원 석사학위논문.
- 황문(2010), 호텔 식음부서 종사자의 직무스트레스가 직무만족에 미치는 영
향. 경기대학교문학원 석사학위논문.

- Al-Natour, S., Benbasat, I., & Cenfetelli, R. T. (2007). Creating rapport and intimate interactions with online virtual advisors. *Proceedings of the sixth Annual Workshop on HCL Research in MIS*. Montreal, 8(December), 35-40.
- Anthony, K. (2004). *Therapy online-the therapeutic relationship in typed text. Writing Cures: An Introductory Handbook of Writing in Counselling and Psychotherapy*. ed. Bolton, G., Howlett, S., Lago, C., & Wnight, J. K, NY: Brunner-Routledge.
- Ashforth, B. E., & Humphrey, R. H. (1993). Emotional labor in service roles: The influence of identity. *Academy of Management Review*, 18(1), 88-115.
- Austin, E. J., Dore, T. C., & O'Donovan, K. M. (2008). Associations of personality and emotional intelligence with display rule perceptions and emotional labour. *Personality and Individual Differences*, 44(3), 679-688.
- Bailey, J. J., Gremler, D. D., & McCollough, M. A. (2001). Service encounter emotional value: The dyadic influence of customer and employee motions. *Services Marketing Quarterly*, 23(1), 1-24.
- Barnett, P. B. (2002). Rapport and the hospitalist. *Disease-a-Month*, 48(4), 249-259.
- Bishop, V., Korczynski, M., & Cohen, L. (2005). The Invisibility of Violence: Constructing Violence out of the Job Centre Workplace in the UK, Work. *Employment and Society*, 19(3), 583-602.

- Bernieri, F. J. (1988). Coordinated movement and rapport in teacher-student interactions. *Journal of Nonverbal Behavior*, 12(2), 120-138.
- Carey, J. C., Dinah L. H., & Garth. S. (1986). Development of an instrument to measure rapport between college roommates. *Journal of College Student Personnel*, 27(3), 269-73.
- Carey, J. C., Stanley, D. L. A., & Biggers, J. (1988). Peak alert time and rapport Between residence hall roommates. *Journal of College Student Development*.
- Duck, S. (1994). *Meaningful Relationship: Talking, Sense, and Relating*. Thousand Oaks. CA:Sage.
- Ford, W. S. Z., & C. N. Etienne. (1994). Can I help you? A framework for the interdisciplinary research on customer service encounters. *Management Communication Quarterly*, 7, 413-441.
- Gettman & Gelfand. (2007). When the customer shouldn't be king: Antecedents and Consequences of Sexual Harassment by Clients and Customers. *Journal of Applied Psychology*, 92(3), 757-770.
- Goodwin, C., & Dwayne, D. G. (1996). "Friendship over the counter: *how social aspects of service encounters influence consumer service loyalty*" in *Advances in Services Marketing and Management*, 5, Teresa A. Swartz, David.
- Grandey, A. A. (2000). Emotional regulation in the workplace: A new way to conceptualize emotional labor. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5(1), 95.
- Gremler, D. D., & Brown, S. W. (1998). Service loyalty: Antecedents,

- components, and outcomes. In *AMA Winter Educations Conference*, 9, 165– 166.
- Gremler, D. D., & Gwinner, K. P. (2008). Rapport-building behavior used by retail employees. *Journal of Retailing*, 84(3), 308–324.
- Gremler, D. D., & Kevin, P. G. (2000). Customer-employee rapport in service relationships, *Journal of Service Research*, 3(1), 82–104.
- Gupta. N. & Beehr. T. A. (1979). Job stress and employee behaviors. *Organizational Behavior and Human Performance*, 23(3), 373–387.
- Han, H., Choo, S., Lee, J., & Hwang, J. (2017). Examining the Influence of Rapport between Players and Dealers on Customer Satisfaction, Revisit Intentions, and Word-of-Mouth in the Casino Industry: The Moderating Role of Gender. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18(1), 107–123.
- Harris, L. C. & Reynolds, K. L. (2003). The Consequences of Dysfunctional Customer Behavior. *Journal of Service Research*, 6(2), 144–161.
- Hochschild, A. R. (1979). Emotion work, feeling rules, and social structure. *American Journal of Sociology*, 551–575.
- Hochschild, A. (1983). *The Managed Heart*, University of California Press, Berkeley, CA.
- Iverson. R. D. (1992). Employee intent to stay: An empirical test of a revision of the price and Mueller model. Doctoral dissertation, University of Iowa.
- Judge, T. A. (1993). Does Affective Disposition Moderate the Relationship Between job Satisfaction and Voluntary Turnover?. *Journal of*

Applied Psychology, 78(3) 395-401.

- Kiyak, H. A., Namazi, K. H., Kahana, E. F. (1997). Job commitment and turnover Among Women Working in Facilities Sewing older Persons. *Research on Aging*, 19(2), 223-246.
- Macintosh, G. (2009). Examining the antecedents of trust and rapport in services: Discovering new inter relationships. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16(4), 298-305.
- March, J. G., & Simon, H. A. (1958). Organizations. New York: Wiley.
- Mohr, J., & Nevin, J. R. (1990). Communication strategies in marketing channels: A theoretical perspective. *The Journal of Marketing*, 36-51.
- Morris, J. Andrew., & Daniel, C. F. (1996). The Dimensions, Antecedents, and Consequences of Emotional Labor. *Academy of Management Review*, 21(4), 986-1010.
- Mikolajczak, M., Menil, C., & Luminet, O. (2007). Explaining the Protective Effect of Trait Emotional Intelligence Regarding Occupational Stress: Exploration of Emotional Labor Processes. *Journal of Research in Personality*, 41(5), 1107-1117.
- Mitchell, T. R., Holtom, B., Lee, T. W., & Erez, M. (2001). Why people stay: Using job embeddedness to predict voluntary turnover. *Academy of Management Journal*, 44(6), 1102-1121.
- Parasuraman, A., Zethaml, V. A., & Berry, L. L. (1998). Servqual. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Price, L. L., & Arnould, E. J. (1999). Commercial friendships: service provider-client relationships in context. *The Journal of Marketing*,

38-56.

- Price, L. L., Arnould, E. J., & Deibler, S. L. (1995). Consumers' emotional responses to service encounters: The influence of the service provider. *International Journal of Service Industry Management*, 6(3), 34-63.
- Price, J. L., Mueller, C. W. (1981). A causal model of turnover for nurses. *The Academy of Management Journal*, 24(3), 543-565
- Price, J. L. (1997).
- Robert. P. T., & John. P. M. (1993). Satisfaction, organizational Commitment, turnover intention and turnover path analyses based on meta-analytic findings. *Personnel Psychology* 46, 259-293.
- Stone, E. F., & Anderson, L. E. (1994). Relative power of moderate multiple regression and the comparison and subgroup correlation coefficient for detecting moderating effect. *Journal of Applied Psychology*, 79(3), 354-359.
- Tickle-Degnen, L., & Rosenthal, R. (1990). The name of rapport and its nonverbal correlates. *Psychological Inquiry*, 1(4), 258-293.
- Stern, B. B., Thompson, C. J., & Arnould, E. J. (1998). Narrative analysis of a marketing relationship: The customer's perspective. *Psychology and Marketing*, 15(3), 195-214.
- Vandenberg, R. J. & Nelson. J. B. (1999). Disaggregating the Motives Underlying Turnover Intentions: When Do Intentions Predict Turnover Behavior?. *Human Relations*, 52(10), 1313-1336.
- Weitz, B. A., & Bradford, K. D. (1999). Personal selling and sales management: A relationship marketing perspective. *Journal of the*

Academy of Marketing Science, 27(2), 241-254.

Wharton, A. S., & Erickson, R. I. (1993). Managing emotions on the job and at home: Understanding the consequences of multiple emotional roles. *Academy of Management Review*, 18(3), 457-486.

Wong, J. Y., & Wang, C. H. (2009). Emotional labor of the tour leaders: An exploratory study. *Tourism Management*, 30(2), 249-259.

Abstract

A study on the relationships among Rapport, emotional labor and intention to turnover in the case of Hotel Chefs

Kim, Won-Chang

Department of Hotel Tourism Management,

Graduate School, Gyeongju University

Advisor: kim bo-Seong

Developments in telecommunication and the endless rivalry in the 21st century are diversifying the hotels in the hotel industry and deepening competition among hotels. In this competition, hotel companies are forcing employees to endure all customer attacks in the name of customer service in order to avoid losing customers to other competitors. Therefore, efforts have been made to improve the quality of human services to improve the management environment. The purpose of this study is to identify the relationships among rapport, emotional labor and

intention to turnover in the case of hotel chefs. Hypotheses were tested by SPSS 23.0 with 488 of responses from chefs. The results indicate that both rapport such as enjoy relationship and personal bond have positive effect on the deep acting of emotional labor. However, enjoy relationship has a negative effect on the surface acting while personal bond has a strong positive effect on the surface acting. Deep acting has a negative effect on the intention to turnover while surface acting has a positive effect on the intention to turnover. Both rapport such as enjoy relationship and personal bond have a negative effect on the intention to turnover. The actual basis of the hotel service was to be systematically managed to manage the worker's employment in the area of hotel service by measuring the emotional state of the hotel employees. Second, through the recognition of the empirical analysis of rapport, emotional labor and intention to turnover of employees who work in the hotel service industry as a chef, the empirical analysis suggests that the feasibility of expanding research in various fields is possible. Third, there is a significant implication that the relationships among rapport, emotional labor and intention to turnover are related to each other which has yet to seek a satisfactory relationship in past studies. As a practical suggestion, Chefs in hotel and customers need active attention and support at the organizational level to ensure that they develop positive interactions during the interaction process. Secondly, education and training are needed to reduce negative emotional dissonance, such as stress by hotel employees. Moreover, advice from co-workers and supervisors should be encouraged to advice on possible issues that may

arise from interactions with customers. A professional consultation program will require continued attention to workers' emotional labor. Thirdly, it suggests a system that enables customers to interact directly with chefs is necessary in order to create and manage positive relationships.

Key words: Rapport, emotional labor, intention to turn over

통계법 33조(비밀의 보호)에 의거
본 조사에서 개인의 비밀에 속하
는 사항은 엄격히 보호됩니다.

조사일자 2017년 4월 일

ID

설문지

안녕하십니까?

먼저 바쁘신 중에도 귀중한 시간을 내주신데 감사드립니다.
본 설문조사는 호텔외식업 조리사들의 감정노동과 라포르(고객과 종업원간의 상호공감대형성), 그리고 이직의도 간의 관계를 연구하기 위해 작성된 설문지이며 귀하의 응답 내용은 호텔외식업에 종사하시는 조리사분들의 업무환경을 개선함에 있어 큰 도움이 될 것입니다. 전체 설문응답에는 약 10분 정도 소요될 것으로 예상되며, 귀하의 개인적 사항이나 설문내용과 관계되는 모든 사항은 절대 비밀이 보장되는 물론 무기명으로 처리됩니다. 아울러 조사된 자료는 순수한 학문연구 목적으로만 사용됩니다. 귀하의 성의 있는 응답이 본 연구에 매우 귀중한 자료가 된다는 점을 유념하시어 힘드시더라도 느끼시는 대로 솔직하게 응답해 주시기를 부탁드립니다.

본 설문조사에 대한 문의사항은 아래의 e-mail을 통해 연락주시기 바랍니다.

다시 한번 이 설문조사에 응해주신 여러분께 깊은 감사를 드리며 여러분의 건강과 가정에 행운이 가득하길 바랍니다.

경주대학교 대학원
호텔외식경영학과
김원창

Tel. 010-4190-5037

지도교수 : 김 보 성

Tel. 010-8767-6786

I	다음은 직장생활에서 귀하와 고객 간의 라포르에 관련된 질문입니다. 각각의 항목에 대해 일치하는 칸에 V하여 주시기 바랍니다.
---	---

항 목	전혀 아니 다	아니 다	보통	그렇 다	매우 그렇 다
나는 고객과의 만남을 즐겁게 하기 위해 노력 한다	①	②	③	④	⑤
나는 고객을 따뜻하게 대하기 위해 노력한다.	①	②	③	④	⑤
나는 고객들과 잘 통하기 위해 노력한다.	①	②	③	④	⑤
나는 고객들과 사이를 좋게 하려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤
나는 고객을 편하게 대하려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤
나는 고객들과 유대감 같은 것을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
나는 고객들에 대해 여러모로 관심이 많다.	①	②	③	④	⑤
나는 고객들에게 개인적인 관심을 보이려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤
나는 고객들과 거리감을 좁히기 위해 노력 한다	①	②	③	④	⑤

III.	다음은 이직 의도에 관한 설문입니다. 귀하의 생각과 가장 가깝다고 생각되는 곳에 체크(V)해 주시기 바랍니다.
------	---

항 목	전혀 아니 다	아니 다	보통	그렇 다	매우 그렇 다
나는 다른 회사에서 일해 보고 싶다.	①	②	③	④	⑤
나는 현재보다 조금이라도 여건이 나빠진다면 이 회사를 떠날 것이다.	①	②	③	④	⑤
조만간에 새 직장을 구할 생각을 하고 있다.	①	②	③	④	⑤
이 회사에서 계속 근무해서 내가 얻을 것은 별로 없다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤

II	다음은 귀하가 고객 서비스 제공 시 경험하는 귀하의 감정노동에 관한 내용입니다. 각각의 항목에 대해 일치하는 칸에 V하여 주시기 바랍니다.
----	---

항 목	전혀 아니 다	아니 다	보통	그렇 다	매우 그렇 다
나는 고객에게 보여줘야 하는 감정을 실제로 느끼기 위해서 노력한다.	①	②	③	④	⑤
나는 고객에게 표현되는 감정들을 나의 내면에서부터 우러나오게 하려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤
나는 고객에게 회사 업장의 좋은 이미지를 보여주기 위해 진심으로 친절하게 대하려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤
내가 친절하게 고객을 응대하는 것을 실제 감정에서 우러나와서 표현하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
내가 고객에게 표현하는 감정의 대부분은 나의 진심에서 우러나온 것이다.	①	②	③	④	⑤
나는 회사의 요구에 맞춰 특정한 감정들을 표현하다보면 실제로 그러한 감정이 내마음속에 생겨난다.	①	②	③	④	⑤
나는 고객에게 실제로 느껴지지 않는 감정을 마치내마음속에 갖고 있는 것처럼 가장하여 말과 행동을 한다.	①	②	③	④	⑤
나는 고객에게 실제 느껴지지 않는 감정을 억지로 표현하는 경우가 많다.	①	②	③	④	⑤
나는 업무상 필요 때문에 특정한 감정을 가진 것처럼 나를 포장한 채 연기를 하듯이 고객을 대한다.	①	②	③	④	⑤
나는 실제 감정을 숨긴 채 업무상 요구되는 감정을 꾸며내어 표현한다.	①	②	③	④	⑤
나는 고객에게 표현하도록 요구되는 감정표현은 내가 실제로 느끼고 있는 것처럼 연기를 한다.	①	②	③	④	⑤
나의 서비스 업무에서 요구되는 감정표현은 내가 실제로 느끼는 기분과 다를 때가 많다.	①	②	③	④	⑤

Ⅲ.

다음은 귀하의 **일반적 사항**에 대한 질문입니다.
해당사항에 체크(V)해 주시기 바랍니다.

Q1. 귀하의 성별은 무엇입니까? ① 남 ②여

Q2. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 이상

Q3. 귀하의 결혼 여부는 어떻게 되십니까?

① 미혼 ② 기혼 ③ 기타(이혼, 사별, 별거 등)

Q4. 귀하의 최종 학력은 무엇입니까?

① 고졸이하 ② 전문대 재학/졸업 ③ 대학교 재학/졸업
④ 대학원 이상

Q5. 귀하의 조리 전공은 무엇입니까?

① 한식 ② 양식 ③ 중식 ④ 일식 ⑤ 베이커리

Q6. 귀하께서 현재 근무 중인 호텔에서의 근무년수는 어떻게 되십니까?

① 2년미만 ② 2년~4년미만 ③ 4년~6년미만
④ 6년~8년미만 ⑤ 8년~10년미만 ⑥ 10년~12년미만
⑦ 12년~14년미만 ⑧ 14년~16년미만 ⑨ 16년~18년미만
⑩ 18년~20년미만 ⑪ 20년이상

Q7. 귀하의 월 평균 급여 소득은 어느 정도입니까?

① 100만원미만 ② 100만원이상~ 200만원미만
③ 200만원이상300만원미만 ④ 300만원이상~ 400만원미만
⑤ 400만원이상~ 500만원미만 ⑥ 500만원이상

(귀한 시간을 내어 응답해 주셔서 감사합니다)