

외식산업에서 감정 노동이 감정적 고갈에 미치는 영향 - 서울 시내 패밀리 레스토랑 종사자를 대상으로 -

나태균[¶] · 박인수* · 전경철**

(주) 아시안스타 메뉴개발팀, *대원과학대학 식품영양과, **인터컨티넨탈호텔

A Study on the Emotional Labor and Burnout in Food Service Industry

Tea-Kyun Na[¶], In-Soo Park* and Kyung-Chul Jeon**

R&D Manager on The Asian Star,

**Department of Food & Nutrition, College of Dae-Won Science, **Intercontinental Hotel*

ABSTRACT

here is a strand of thinking on service work which sees it as significantly different from other kinds of work due to the emotional as well as the physical and mental labor involved in family restaurant work. This study was conducted to examine and investigate the level of emotional labor and burnout experience, and to provide basic information for improving work-related environments. The results of this study imply that job condition promoting programs for diminishing emotional labor and preventing burnout for service workers in foodservice industry should be carefully invented and developed, especially considering their work environments.

Key words: emotional labor, service work, burnout.

I. 서 론

주유소, 편의점, 슈퍼마켓, 호텔, 패스트푸드 레스토랑, 항공사, 보험회사 등 서비스 업체의 종업원들은 물론이고 내부 고객과의 접촉기회가 잦은 중간 관리자와 제조업체의 판촉 및 영업사원 그리고 변호사, 의사, 간호사 등 전문직종 종사자에 이르기 까지 감정 표현이 직무의 일부분을 이루는 직업은 여러 산업에 걸쳐 폭 넓게 분포되어 있다(Diane Seymour 2000).

Hochschild(1983)는 이와 같은 경계연결역할의 담당자들, 특히 서비스 노동(ser-

¶ : 교신저자, foodfia@hanmail.net, 019-357-0007

vice work)에 종사하는 사람들은 육체 노동과 정신 노동 이외에도 그것들과 차별화 될 수 있는 또 하나의 노동을 수행하고 있음에 주목하고 이를 ‘감정 노동(emotional labor)’이라고 명명하였다.

고객 만족 또는 접객 서비스가 기업의 경쟁 우위를 결정하는 주요한 요인 중의 하나로 부각됨에 따라 정도의 차이는 있을지라도 모든 산업에 종사하는 종업원들은 기업이 요구하는 감정 표현 규범에 따라 자신의 감정이나 느낌을 고객에게 연출하도록 강제되고 있다(윤세준 외 2000). 특히 서비스 노동에 종사하는 종업원들의 감정 표출 행위는 그들이 수행하는 노동과정의 특성상 기업의 이윤 창출에 직접적인 영향을 미치게 된다.

특히 호텔기업이나 외식기업 같은 환대 서비스 기업은 종사원들이 고객들에게 제공하는 서비스의 수준이 판매의 양과 질을 결정하는 주요 요인으로 인식하고 있다. 환대기업으로서 호텔기업의 경우, 종사원에 의한 인적 서비스의 의존도가 타 업종에 비해 훨씬 높다. 외식 종사원에게 고객 지향적이고도 만족스러운 서비스를 자진하여 제공하게 하려면, 외식 종사원에 대한 내부 마케팅이 우선되어야 할 필요성이 있다(최정순 2004).

따라서 본 연구의 목적은 첫째, 외식기업의 감정 노동, 소진에 대한 선행 연구의 분석을 통해 그 속성들을 파악하여 체계화함으로써 각 개념들의 측정과 평가를 위한 기준을 설정하고, 둘째, 외식기업 종사원의 감정 노동이 소진과의 관계를 규명하고자 한다.

본 연구의 목적을 달성하기 위해 감정 노동에 관한 선행 연구에 대한 문헌고찰을 통해 연구모형을 구성하고, 가설을 설정하였다. 이를 바탕으로 설문지를 구성하고, 자료를 수집, 분석 처리하였다.

수집된 자료는 통계패키지 SPSS 10.0을 이용하여 빈도 분석, 신뢰도 분석, 회귀 분석 등의 분석 기법을 이용하여 통계 처리하였다.

II. 이론적 배경

1. 감정 노동의 의미

감정(Emotion)은 일상 생활속에서 매일매일 경험하는 것이며, 우리가 부딪치는 어떤 사건이나 상황에 대한 반응인 동시에 우리가 보이는 반응들의 원인이기도 한 것이다. 감정에 대한 초기의 연구는 사회 심리학자들에 의해 이루어졌는데, 1970년대 이전까지 감정은 심리학적 영역에 속하는 것으로 이성에 의해 통제되지 않는 ‘충동적이고 본질적인 것’으로 규정되어져 왔다. 그러나 1970년대에 들어와서는 감정의 사회학적 측면에 주목하여 감정을 단순히 본능적인 것으로 보지 않고 합리적 이성의 측면과 결합하여 감정을 이해하기 시작하였다(박홍주 1995).

전 산업에 걸쳐 서비스 영역의 확대에 따른 경쟁의 심화는 기업들로 하여금 고객들에게 제공되는 서비스의 품질에 더 많은 관심을 가지도록 하였다(Schneider, B. and Bowen, D. E. 1995).

따라서 서비스 제공자가 고객에게 행동하거나 말하는 방식이 경영관리의 중요 관심사항이 되고 있다. Hochschild(1983)에 의하면, 조직은 계속적으로 종사원들이 다른 사람들에게 자신의 표현하는 방식을 지시하고 통제하고자 한다. 결과적으로 조직에 의해 정해지고 요구되는 감정 표현이 종사원들에 의해 수행되는 직무의 중요한 구성요소가 되고 있다. 끊임없이 대인 접촉을 하여야 하는 서비스 직무의 경우 감정 관리 혹은 표현은 업무 성과의 결정적인 요소가 되기 때문에 서비스업 종사자들은 곧 정신노동자로 분류할 수 있다(고동우 2001).

서비스 산업의 전반적인 성장과 더불어 서비스 제공자들 간의 경쟁의 심화는 고객에게 제공되는 서비스의 질과 특성에 대한 조직 차원에서의 관리에 그 관심을 집중시켰다(Morris & Feldman 1996).

고객에 의해 지각된 서비스의 질은 때로 서비스 제공자와 고객의 상호 작용에 의해 직접적으로 영향을 받기 때문이다. 따라서 고객과 직접 대면하고 있는 서비스 제공자들은 그 조직을 대표할 뿐만 아니라 고객의 만족에 직접적으로 관여하고 있다. 이러한 측면에서 서비스 제공자들 즉, 외식 종사원들의 고객에 대한 감정 표현 및 감정 관리는 서비스 전달의 성공과 실패를 가늠하는 중요한 의미를 가진다고 할 수 있다. 서비스 경영과 관련된 연구에 의하면, 감정 노동의 개념이 서비스 접점의 개념과 관련 있는 몇 가지 이유를 들고 있다.

첫째, 서비스 기업의 제 일선에 있는 접객요원은 조직과 고객의 접점에 위치하고 있어서 고객에 대해 조직을 대표하고 있다. 둘째, 서비스 거래시 서비스 제공자는 고객을 직접 마주하며 고객과 상호작용을 한다. 셋째, 서비스 접점시 수행되는 서비스의 무형성으로 인해 고객은 서비스의 품질을 평가하기 어렵다. 이러한 요인들은 서비스 제공자의 서비스 태도 즉, 외적 행위가 상품이나 서비스에 대한 고객들의 인식에 강하게 영향을 미칠 수 있음을 시사한다. 따라서 서비스 제공자는 서비스 수행 과정에서 조직이 원하는 특정한 감정을 고객에 대해 표현하도록 기대되며, 설사 그것이 자신의 진실한 감정이 아닐지라도 감정 표현의 관리를 통해서 조직의 목표에 부응하도록 요구되고 있다.

2. 서비스와 감정 노동

서비스란 산출물이 물질적인 제품이나 구조물이 아니며, 일반적으로 산출되는 시점에서 소멸되고 구매자에게 무형적인 형태의 가치를 제공하는 모든 경제적인 활동을 포함한다. 고객의 관점에서 서비스에 대한 가장 생생한 인상은 고객이 서비스 회사와 서로 상호작용하는 서비스 접점(service encounter) 또는 '결정의 순간'에 받게

된다(전인수 1998).

서비스 산업의 전반적인 성장과 더불어 서비스 제공자들 간의 경쟁의 심화는 고객에게 제공되는 서비스의 질과 특성에 대한 조직 차원에서의 관리에 그 관심을 집중시켰다(Morris J. A. & Feldman D. C. 1996).

고객에 의해 지각된 서비스의 질은 때로 서비스 제공자와 고객의 상호 작용에 의해 직접적으로 영향을 받기 때문이다. 따라서 고객과 직접 대면하고 있는 서비스 제공자들은 그 조직을 대표할 뿐만 아니라 고객의 만족에 직접적으로 관여하고 있다. 이러한 측면에서 서비스 제공자들의 고객에 대한 감정 표현 및 감정 관리는 서비스 전달의 성공과 실패를 가늠하는 중요한 의미를 가진다고 할 수 있다.

3. 감정 노동 차원

감정 노동에 관한 초기 연구들은 대부분 감정 표현의 빈도에 초점을 맞추어 연구되었다. 그러나 Morris와 Feldman(1996)이 감정 노동에 대해 다차원적인 개념을 제시함으로써 감정 노동의 구성 차원에 대한 본격적인 연구들이 활발히 이루어지고 있다. 그러나 Morris와 Feldman은 자신들이 개발한 측정 도구를 가지고 감정 노동 차원을 규명하고자 하였으나 감정 노동 차원이 3차원(빈도, 지속기간, 부조화)으로 분류되면서 이전 연구에서 제시했던 감정 노동 4차원에 대해서 충분한 객관성을 확보하지 못하였다.

Brotheridge와 Lee(1998)는 Morris와 Feldman(1997)의 연구 결과가 개념상의 문제이기보다는 측정상의 문제임을 제기하면서 선행 연구들을 기초로 하여 감정 노동의 차원을 빈도, 지속 기간, 강도, 다양성, 표면 행위, 진심 행위에 따른 감정 부조화의 다섯 가지 차원으로 감정 노동을 개념화하였다.

이것은 이전의 연구에서 제시한 감정 노동 차원 중 요구되어지는 감정 표현의 주의 정도의 하위 차원이었던 감정 표현의 지속 기간과 감정 표현의 강도를 하나의 독립된 차원으로 새롭게 제시한 것이다. 그러나 이 또한 후속 연구에서는 감정 노동 차원에 대한 고유 특성 분류가 애매모호하다는 점을 지적받고 있다. Kruml과 Geddes(2000)는 Hochschild가 제시했던 표면 행위와 진심 행위 개념을 기초로 감정 노동 차원을 새롭게 정립하려고 시도하였다. Tews와 Glomb(2000, 2003)는 표면 행위 및 진심 행위를 모두 부조화의 특성을 내포하고 있음을 언급하면서 Brotheridge와 Lee의 측정도구를 사용하여 감정 부조화와 진심 행위, 표현행 위간의 관계를 살펴본 결과 유의할만한 상관관계가 있음을 밝혀냈지만 기존의 연구에서 제안한 측정항목들의 용어가 너무 일반적이고 특성에 대한 구분이 모호하기 때문에 일반화하는데 한계가 있음을 지적하고 있다. Seffrin(2002) 연구에 따르면 연구자들은 감정 노동 차원을 4가지로 제시하고 있으며, 감정 부조화 차원을 감정 노동을 구성하는 구성개념중 하나의 차원으로 보지 않고, 감정 부조화를 감정 노동 수행의 결과로

〈표 1〉 감정 노동 차원의 선행연구

연구자/연구년도	기본 연구	감정 노동 차원
Adelmann(1989)	Hocshchild(1983)	빈도
		기간
Morris & Feldman(1997)	Morris & Fledman(1996)	빈도
		기간
		감정 부조화
		다양성
Brotheridge & Lee(1998)	Morris & Fledman(1996)	강도
		빈도
		기간
		표면 행위
		진심 행위
Tews & Glomb(2000)	Morris & Fledman(1996)	순수 긍정표현
		순수 부정표현
		거짓 긍정표현
		거짓 부정표현
		부정적 감정 억제
Kruml & Geddes(2000)	Hochschild(1983)	진심 행위 노력(4개 항목)
		부조화(2개 항목)
		다양성
Davies(2002)	Morris & Fledman(1996)	기간
		강도
		빈도
		부조화

자료: 호텔산업의 감정 노동 차원에 관한 연구, 안준수, 권문호, 한국관광산업학회, 2004, p.191.

분류하고 있다. 이처럼 감정 노동 차원에 대한 개념 연구들은 〈표 1〉과 같이 연구자들의 주장에 따라 다양하게 제시되고 있다.

Ⅲ. 연구의 설계

1. 가설 설정 및 연구 모형

1) 감정노동과 소진의 관계

Adelmann(1989)는 높은 강도의 감정 노동이 요구되는 직무일수록 근로자들은 높은 수준의 표면적 행위인 감정적 부조화를 느끼게 되며, 이는 낮은 직무 만족, 낮은 자존감, 높은 감정적 고갈 등 조직적 비용을 야기하게 된다. 감정 노동을 수행하는 근로자는 감정 노동 수행의 결과로 감정적 부조화를 지각하게 되고, 이러한 감정적 부조화의 심화는 직무에 대한 회피로 이어지게 되며, 이는 다시 직무만족 수준의 저하로 이어지게 된다. 즉, 감정적 부조화의 유해한 영향은 소진을 촉진시키며 그 강도에 있어서는 단순한 불만족의 감정을 능가한다. 이에 근거하여 가설을 설정하였다.

가설 1 : 종업원이 지각하는 감정 노동은 정서적 고갈에 영향을 미칠 것이다.

가설 2 : 종업원이 지각하는 감정 노동은 탈 인격화에 영향을 미칠 것이다.

가설 3 : 종업원이 지각하는 감정 노동은 성취감 저하에 영향을 미칠 것이다.

2) 소진과 직무 만족

감정적 고갈은 피로 혹은 다 빠져나간 듯한 기분을 느끼는 것이다. 감정적 고갈은 역할 관련 스트레스로서, 이를 겪게 되는 개인은 모든 일에 대해 관심과 열정을 잃게 되고, 피로와 상실감을 느끼게 된다. 다시 말해, 감정적 고갈은 타인과의 과도한 접촉에 의해서 개인의 감정적 차원이 고갈된 상태를 말한다(Gains, J & J. M. Jermier, 1983).

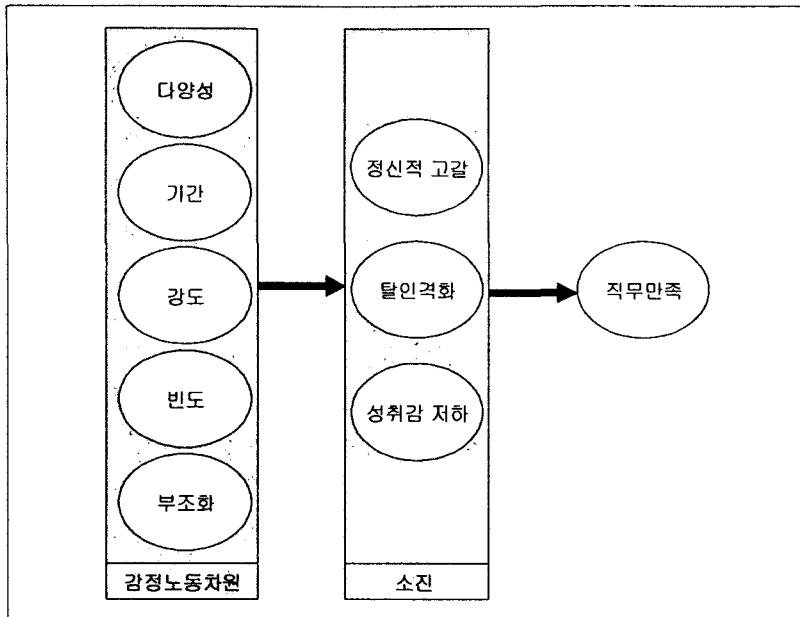
이런 느낌을 극복하기 위해서 근로자들은 자기 자신을 객관화 혹은 탈 인격화함으로써 고객으로부터 자신을 좀 떨어진 곳에 있도록 할 필요가 있다.

직무 만족은 직무에 대한 근로자의 감정을 평가하는 척도이며, 구성원이 직무와 고난을 가지는 감정적 태도이며, 행동이나 활동이 아닌 상태로서 이해되어 지고 태도, 가치, 욕구, 신념 등과 밀접한 관계가 있는 것이다. 이러한 직무만족은 직무가 개인에 대해 요구하는 사항과 직무에 대한 반응 사이에 개입되는 문체이므로 개인이 그들의 업무에 대하여 만족스러운지 불만족스러운지는 그 업무의 성과에 지대한 영향을 미친다. 직무에 대한 만족은 조직의 원활한 운영에 중요한 기초가 되며, 그만큼 조직에서 중요한 의미를 가진다고 할 수 있다.

이에 근거하여 가설을 설정하였다.

가설 4 : 소진(정서적 고갈, 탈 인격화, 성취감 저하)은 직무 만족에 영향을 미칠 것이다.

이상에서 검토한 이론적 배경과 가설을 반영한 연구 모형을 도시화 하여 나타내면 다음과 같다.



<그림 1> 연구의 모형

2. 연구의 방법

1) 설문지의 구성

본 연구에서 사용된 설문지는 크게 3부분으로 구성되어 있다. 첫 번째는 감정 노동

<표 2> 설문지 구성

변수명	하위개념	문항수
감정노동	감정 노동의 다양성	4문항
	감정 노동의 지속 기간	3문항
	감정 노동의 강도	4문항
	감정 노동의 빈도	5문항
	감정 부조화	7문항
소진	정서적 고갈	4문항
	탈 인격화	5문항
	성취감 저하	6문항
직무만족		2문항
인구통계학적 변수		5문항

차원과 관련된 질문내용으로서 Morris와 Feldman(1997)의 연구를 기초로 하여, 수정 보완한 Brotheridge와 Lee(1998)의 연구를 기초로 하여 구성하였다. 두 번째는 소진과 관련된 질문 내용으로써 Maslach와 Jackson(1981)의 연구를 기초로 하여 정서적 고갈, 탈 인격화, 자아성취감 저하로 구성하였다.

마지막으로 응답자들의 인구통계학적 특징을 측정하기 위한 5개의 항목으로 구성되어 있다.

2) 표본의 설정

본 연구는 외식 산업의 서비스 종사원의 감정 노동이 소진에 미치는 영향을 알아보기 위한 연구 목적을 달성하기 위하여 외식 산업의 서비스 종사원을 연구대상으로 선정하여 설문을 실시하였다. 주로 호텔, 간호사, 교사 등 다른 사람을 도와주는 서비스 집단을 대상으로 한 감정 노동 및 소진에 관한 연구는 꾸준히 진행되어온 상태이나 외식 산업의 서비스 종사원을 대상으로 한 이와 같은 연구는 활발하게 시도된 바가 드물다.

고객만족을 위해 높은 수준의 서비스를 제공하는 외식 서비스 종사원들은 고객과 끊임없이 상호작용을 하며 그러한 과정에서 종사원 개인의 감정을 배제하기란 쉬운 일이 아니다. 이러한 측면에서 외식 서비스 종사원을 대상으로 감정 노동 및 소진 이론을 적용해 보고자 하였다.

표본추출은 비확률 추출방법 중에서 편의표본추출(convenience sampling)을 사용하였다.

자료의 수집은 2005년 7월 1일부터 7월 31일까지 약 한 달 간에 걸쳐 서울 시내 패밀리 레스토랑 중 매출액 상위 5업체에 총 200부의 설문지를 배포하였으며 배포된 설문지는 총 185 부가 회수되었고, 회수된 설문지 중에서 무성의 응답표본 28부를 제외한 157부를 가지고 분석에 활용하였다.

3) 자료의 분석방법 및 절차

본 연구의 가설을 검증하기 위하여 SPSS/WIN 10.0 통계 패키지를 통하여 이루어졌다. 세부적인 분석은 크게 기술적 통계방법과 다변량 통계분석방법을 활용하였는데 모든 변수의 단순빈도를 보기 위한 빈도 분석과 요인들의 신뢰성 검증을 위한 분석 방법 중 내적 일관성을 나타내는 Cronbach's α 로 하였다. 또한 감정 노동 차원 요인이 소진에 미치는 영향을 알아보기 위하여 회귀분석을 실시하였다.

IV. 결과 분석 및 해석

1. 응답자의 인구 통계적 특성

〈표 3〉에서 보는 바와 같이 조사 대상자의 일반적 사항에 대해 살펴보면, 성별은 남자가 15.3%, 여자가 84.7%로 나타나 여자가 더 많았다. 연령별로는 21세~30세가 84.7%로 가장 많았고 다음으로 31세~39세가 15.3%이며, 40대 이상은 응답자가 없었다. 학력별로는 전문대졸(재학 중)이 52.2%로 가장 많았고, 다음으로 대학졸(재학 중)이 36.3%, 고졸 이하가 8.9% 순으로 나타나 주로 전문대졸 및 대졸 이상의 학력을 가진 응답자가 많았다. 직위의 경우, 일반사원이 63.1%로 가장 많았고 대리급 26.8%, 과장급 9.6% 순으로 나타났다. 근무경력의 경우 1년~3년 미만 50.3%로 가장 많았으며, 3년~5년 31.2%, 1년 미만 14.6%의 순으로 나타났다.

〈표 3〉 인구 통계학적 특성

		빈도	퍼센트(%)
성별	남성	24	15.3
	여성	133	84.7
연령	21세~25세	89	56.7
	26세~30세	44	28.0
	31세~40세	24	15.3
학력	고졸 이하	14	8.9
	전문대졸(재학 중)	82	52.2
	대학고졸(재학 중)	57	36.3
	대학원졸(재학 중)	4	2.5
직위	일반사원	99	63.1
	대리급	42	26.8
	과장급	15	9.6
	점장급 이상	1	.6
근무 경력	1년 미만	23	14.6
	1년~3년 미만	79	50.3
	3년~5년 미만	49	31.2
	5년~10년 미만	6	3.8

2. 감정 노동에 대한 신뢰성 검증

본 연구에서는 문항 간에 어느 정도의 일관성을 갖는지를 측정하는 방법으로 Cronbach's alpha를 이용하여, 내적 일관성에 관한 해당 문항을 가지고 모든 신뢰도를 구하고, 이에 평균치를 산출하여, 계수값을 구하였다. 보통 사회과학에서는 alpha

계수가 0.6 이상이 되면 신뢰도가 높다고 볼 수 있는데, 본 연구에서는 각 요인별 전체 신뢰도가 0.6 이상으로 나타났다.

〈표 4〉 신뢰도 검증 결과

구성 개념	변수	평균	표준편차	요인별 전체 신뢰도
다양성	풍부한 감정 표현	4.2166	.8497	.7624
	긍정적/부정적 감정 표현	3.3822	.7724	
	다양한 감정 표현	3.6115	.6470	
	여러 종류의 감정 표현	3.4777	.6562	
지속기간	많은 시간 할애	3.5159	.5013	.8582
	할애시간 적다.	3.0892	.9431	
	고객과 만나는 시간 적다.	2.9554	.9958	
강도	나의 감정을 강하게 표현	2.5987	.4917	.6572
	격하게 감정 표현	2.9554	.4715	
	강하게 감정 표현	2.6943	.6270	
	부드러운 감정 표현	3.2675	.6830	
빈도	대부분을 고객과 함께 보냄	4.4268	.6524	.8522
	고객과 정기적으로 만남	4.5223	1.0101	
	다른 업무에 시간 할애	4.0318	.4726	
	고객을 상대하는 일 많음	4.7771	.4175	
	근무시간을 고객 만남에 할애	4.6561	.4765	
감정 부조화	감정을 그대로 표현	3.1019	.9281	.6577
	감정을 숨길 때가 있다.	4.4268	.6524	
	실제 감정을 숨긴다.	4.5159	.5013	
	실제 감정보다 긍정적 표현	4.2102	.9742	
	부정적인 감정 숨김	4.5096	.5015	
	실제 감정 표현감정 같다.	3.2484	.6761	
	실제 감정 표현감정 다르다.	3.6561	.6953	
정서적 고갈	기진 맥진하다.	3.6752	1.1335	.9306
	퇴근 무렵 탈진된 느낌	3.2739	.6757	
	정신적 탈진된 느낌	2.9936	.8879	
	하루 쉬고 싶다.	4.6879	.6289	

<표 4> 계속

구성 개념	변수	평균	표준편차	요인별 전체 신뢰도
탈인격화	허망감을 느낀다.	2.7898	.4241	.8876
	좌절감을 느낀다.	3.3949	.4904	
	어떻게도 할 수 없는 상황	2.8854	.9471	
	타인에 신경 쓰지 않는다.	2.5924	.6789	
	사람에 무감각해졌다.	3.4522	.8278	
	사람 상대가 스트레스	3.1083	.9308	
성취감 저하	가치 있는 일을 성취	2.7834	.4132	.6502
	사회에 많은 기여함	3.2166	.8421	
	감정적 문제 차분히 해결	4.0318	.4726	
	기운회복이 빠르다	3.5096	.5015	
내부고객 만족	편안한 분위기 조성 가능	3.8025	.6741	.6781
	업무에 만족	3.4326	.6689	
만족	계속 근무	3.0318	.4726	

3. 가설 검증 및 결과의 해석

1) 가설 1 : 감정 노동 차원은 정서적 고갈에 영향을 미칠 것이다.

감정 노동 차원과 정서적 고갈의 회귀분석에서는 유의도가 0.05이하로 감정 노동의 다양성, 지속기간, 강도, 빈도, 감정 부조화 요인이 정서적 고갈에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀모형의 적절성을 검증해 주는 F값은 68.64로 나타나 유의수준 0.05에서 유의하였다.

<표 5> 정서적 고갈에 대한 회귀분석 결과

	회귀계수	t값	유의도	F값	R Square
(Constant)	4.83	8.619	.000		
다양성	.239	1.375	.012*		
지속 기간	.325	1.571	.000*	68.64*	.368
강도	.453	2.579	.000*		
빈도	.151	.630	.002*		
감정 부조화	.230	.957	.001*		

*p<.05.

2) 가설 2: 감정 노동 차원은 탈 인격화에 영향을 미칠 것이다.

감정노동차원과 탈 인격화의 회귀분석에서는 유의도가 0.05 이하로 다양성, 지속 기간, 강도, 빈도, 감정 부조화 요인이 탈 인격화에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀모형의 적절성을 검증해 주는 F값은 45.86으로 나타나 유의수준 0.05에서 유의하였다.

〈표 6〉 탈 인격화에 대한 회귀분석 결과

	회귀계수	t값	유의도	F값	R Square
(Constant)	3.79	9.33			
다양성	.213	3.542	.001*	45.86*	.231
지속 기간	.381	2.929	.001*		
강도	.238	2.992	.002*		
빈도	.413	6.841	.002*		
감정 부조화	.483	2.115	.001*		

* $p < .05$.

3) 가설 3: 감정 노동 차원은 성취감 저하에 영향을 미칠 것이다.

감정 노동 차원과 성취감 저하의 회귀분석에서는 유의도가 0.05 이하로 감정 노동의 다양성, 지속 기간, 강도, 빈도, 감정 부조화 요인이 성취감 저하에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀 모형의 적절성을 검증해 주는 F값은 33.84로 나타나 유의수준 0.05에서 유의하였다.

〈표 7〉 성취감 저하에 대한 회귀분석 결과

	회귀계수	t값	유의도	F값	R Square
(Constant)	3.561	17.596	.000		
다양성	.564	8.219	.021*	33.84*	.368
지속 기간	.158	2.470	.001*		
강도	.264	2.968	.002*		
빈도	.186	2.970	.001*		
감정 부조화	.336	4.054	.002*		

* $p < .05$.

4) 가설 4 : 소진(정서적 고갈, 탈 인격화, 성취감 저하)은 직무 만족에 영

향을 미칠 것이다.

소진과 내부 고객 만족의 회귀분석에서는 유의도가 0.05 이하로 정서적 고갈, 탈 인격화, 성취감 저하 요인이 내부 고객 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 회귀 모형의 적절성을 검증해 주는 F값은 29.64로 나타나 유의수준 0.05에서 유의하였다.

<표 8> 내부 고객 만족에 대한 회귀분석 결과

	회귀계수	t값	유의도	F값	R Square
(Constant)	2.954	15.259	.000		
정서적 고갈	.295	2.351	.001	29.64	.485
탈 인격화	.398	2.549	.001		
성취감 저하	.264	3.559	.002		

* $p < .05$.

V. 결론 및 시사점

전체 산업에서 서비스 산업이 차지하는 비중이 증대하고 고객만족이 기업에 경쟁 우위를 가져오는 수단으로 인식됨에 따라 서비스업에 종사하는 종업원들 뿐만 아니라 일반기업의 구성원들조차 감정 노동을 직무의 일부로 수행하고 있다. 서비스 산업의 핵심종 하나인 외식 산업은 서비스 종사원이 고객들에게 제공하는 서비스의 수준이 판매의 양과 질을 결정하는 주요 요인으로 인식되고 있다.

정을 갖게 하도록 고객과 종사원의 상호관계를 관리할 필요가 생겼고, 종사원들의 감정 표현에 대하여 일정한 기준을 요구하게 되었다.

연구의 분석 결과에서 나타난 주요 시사점은 다음과 같다.

첫째, 감정 노동 차원의 각 요인들은 서비스 종사원의 감정적 소진에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 업무 수행 과정에서 항상 즐거움을 표현함으로써 조직의 요구와 고객의 기대에 부응하는 질 높은 서비스를 제공하기 위해 스스로의 감정을 조절함으로써 스트레스를 유발하며, 이는 감정적 고갈에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 감정 노동에 의한 감정적 소진은 내부 고객의 직무 만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 내부 고객의 감정 노동에 의한 정서적 고갈, 탈 인격화, 성취감 저하는 내부 고객의 직무 만족 및 이직에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구는 조사 대상이 외식산업 중 패밀리 레스토랑으로 한정되어 있어 외식산업 종사원의 감정 노동, 소진, 내부 고객 만족의 관계를 일반화 하는데 한계를 가지고 있다. 따라서 앞으로의 연구에서는 이러한 문제점을 보완하여 패밀리 레스토랑에 국한하지 않은 패스트푸드와의 비교 연구가 수행됨으로써 이론적으로나 실무적

으로 보다 유용한 연구의 성과를 거둘 수 있을 것이다.

참고문헌

1. 전인수 (1998) : 서비스 마케팅, p.6, 석정.
2. 고동우 (2001) : 감정 노동이 부정적 영향과 지각된 조직지지의 조절 효과: 호텔 서비스직 종사원을 대상으로. *관광학 연구*, 23(2).
3. 박홍주 (1995) : 판매여직원의 감정노동에 관한 일 연구. *이화여자대학교 대학원 석사학위논문*.
4. 안준수 (1999) : 서비스 종사원의 감정 노동에 따른 스트레스에 관한 연구. *경기대학교 석사학위논문*: 22-23.
5. 안준수·권문호 (2004) : 호텔산업의 감정 노동 차원에 관한 연구. *한국관광산업학회* 19: 191.
6. 윤세준 (2000) : 감정노동: 조직의 감정표현 규범에 관한 질적 연구. *산업노동연구* 6(1): 216.
7. 최정순 (2004) : 호텔기업의 내부 마케팅이 종사원의 감정 노동과 서비스 제공수준에 미치는 영향. *컨벤션연구* 4(2):166.
8. Ashforth BE, Humphrey RH (1993) : Emotional labor in service roles: The influence of identity. *Academy of Management Review* 18:88-115.
9. Diane S (2000) : Emotional labour: A comparison between fastfood and traditional service work. *International Journal of Hospitality Management* 19:159-171.
10. Gains J, Jermier JM (1983) : Emotional exhaustion in high stress organization. *Academy of Management Journal* 26:567-586.
11. Hochschild AR (1983) : *The Managed Heart*, Berkeley, University of California Press.
12. Maslach C, Jackson SE (1981) : *The Maslach Burnout Inventory*, Research Edition Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.
13. Schneider B, Bowen DE (1995) : *Winning the Service Game*, Boston, MA: Harvard Business School Press.
14. Morris JA, Feldman DC (1996) : The dimensions, antecedents and consequences of emotional labor. *Academy of Management Review* 21:986.

2005년 8월 3일 접수
2005년 9월 16일 게재확정