

백화점 판매원의 정서성과 성과압력에 따른 감정노동 연구

추호정 · 김현숙*[†] · 전대근**

서울대학교 의류학과/서울대학교 생활과학연구소, *중앙대학교 가정교육과, **안동대학교 의류학과

The Effect of a Salesperson's Affectivity and the Performance Stressor on Emotional Labor at the Department Stores

Hojung Choo · Hyunsook Kim*[†] · Daegeun Jun**

Dept. of Clothing & Textiles, Seoul National University/
Research Institute of Human Ecology, Seoul National University

*Dept. of Home Economics Education, Chung-Ang University

**Dept. of Clothing & Textiles, Andong National University

접수일(2009년 9월 23일), 수정일(1차 : 2009년 11월 20일, 완료일 : 2010년 2월 4일), 게재확정일(2010년 3월 2일)

Abstract

Retail stores with a primary competitive advantage in satisfying customers with high quality differentiated services depend heavily on a sales force to produce and deliver services in a consistent manner. Salespersons in a high service retail context are required to act to express certain types of emotion in compliance with the emotional rules of the organization that is conceptualized as "emotional labor" in the literature. This study adopts the dyadic model of emotional labor originally proposed by Hochschild. A survey method is implemented to collect data to test the hypotheses among the variables such as positive and negative affectivity, performance stressor, emotional labor, burnout, and job satisfaction. One hundred and twelve responses were analyzed by factor analysis and path analysis with SPSS12.0 and Amos 6.0. The factor analysis confirms that emotional labor is composed of deep acting and surface acting. Eleven hypotheses were tested by path analysis and seven were accepted. The major findings are that deep acting was affected by positive affectivity, negative affectivity, and a performance stressor. The surface acting was affected only by negative affectivity. Surface acting had an indirect negative effect on job satisfaction via emotional burnout while deep directly acting influenced job satisfaction. Furthermore, the interaction effect between positive affectivity and a performance stressor on surface acting was significant. The implications for retail firms are discussed based on the findings with suggestions for future studies.

Key words: Emotional labor, Affectivity, Performance strain, Salesperson, Department store; 감정노동, 정서성, 성과압력, 판매원, 백화점

I. 서 론

서비스 제공자로서 판매원의 직무는 고객과의 상호

작용과정에서 자신의 감정을 관리해야 하는 감정적 요구의 측면이 강하다. 패션제품의 판매원의 경우 특히 소비자에게 유행과 의복의 어울림에 대한 제안을 해야 하는 등 고객의 상담자, 정보원으로서의 역할을 담당할 뿐 아니라 궁극적으로는 기업 이미지의 창출

[†]Corresponding author

E-mail: hskim88@gmail.com

자가 되어야 하는 다양한 역할을 수행하고 있음을 알 수 있다(황선진 외, 2007). 판매원 직무의 대부분은 고객과 직접적으로 대면한 상황에서 이루어지게 되며 판매원은接客과정을 통해 서비스를 제공하고 고객만족을 꾀한다. 이러한 과정에서 고객을 향해 미소 짓고 고객의 문제점과 욕구에 대한 진실한 관심을 표현하며 고객과의 상호작용이 즐겁고 행복하다는 표정을 적극적으로 표현하는 행위 등은 직무목표를 달성하기 위한 판매원의 의식적인 노력이자 노동행위로 볼 수 있으며 감정노동(emotional labor)의 개념으로 설명할 수 있다. 감정노동의 개념은 상황에서 이루어지(Hochschild, 1979, 1983)이 감정표현과 관련된 직무규칙에 따른 감정관리 행동을 노동의 한 유형으로 파악하고 이를 감정노동으로 처음 명명하였다. 이후 20여 년간 많은 연구에서 감정노동의 차원 및 개념, 범위, 조직과 개인의 직무성과에 대한 영향, 감정노동에 대한 선행변인에 대해 연구해왔다.

감정노동이 종업원 성과나 스트레스에 미치는 영향에 대해서는 부정적 관점과 긍정적 관점이 양립한다(Glomb & Tews, 2004; Liu et al., 2004). Hochschild(1983)를 비롯한 많은 연구자들은 감정노동이 감정자원의 소모를 통해 감정소진에 이르게 된다고 주장하였다. 반면 감정노동의 긍정적인 측면에 대해 종업원들이 서비스 접점에서 고객들에게 미소를 짓고 상냥한 말씨로 친절하게 대하는 등 긍정적인 감정을 표출하는 것은 반복구매, 구전, 서비스 품질에 대한 평가 등 고객관련성과 및 조직동일시, 조직몰입, 조직시민행동, 직무만족 등 판매원 직무성과에 긍정적 영향을 미치는 것으로 실증연구에서도 확인되었다(김민주, 1998; Wharton & Erickson, 1993). 특정 감정표현을 위한 안면표정은 생리적 기제를 통해 표현된 감정과 유사한 감정을 유발함과 동시에 표현된 감정과 불일치하는 감정을 약화시킨다는 안면환류가설(the facial feedback hypothesis)도 감정노동의 긍정적인 역할을 지지하는 이론이다(김민주, 1998; Rafaeli & Sutton, 1987).

선행연구에서는 감정노동의 긍정적, 부정적인 측면에 영향을 주는 개인적 특성으로 정서성, 자기감시성, 정서지능, 정서표현의 강도 등에 대해 연구해왔고, 조직 및 직무특성요인으로서 조직의 가치, 목표, 문화, 정서표현규칙, 직무환경 등 다양한 변수에 대해 연구했다(강문실, 송병식, 2008; 김상표, 2000, 2007; 박주영, 2002; 서문식, 김상희, 2004; 한주원, 2005; Liu et al.,

2008). 그런데 종업원은 감정노동을 수행할 때 자신의 개인적 특성과 더불어 직무특성의 영향을 동시에 받을 것이므로 이들이 어떻게 상호작용하여 감정노동 전략수행에 영향을 주는지 밝힐 필요가 있다. 따라서 본 연구에서는 감정적 자원으로서는 정서성이 성과압력의 수준에 따라 감정노동에 어떤 영향을 주는 지 밝히고자 한다.

지금까지 감정노동에 대한 연구는 주로 호텔이나 레스토랑과 같은 서비스소매업(service retailing)의 종업원에 대한 연구에 집중되어 왔고(김민주, 1998; 박봉규, 2008), 상품소매업(goods retailing) 특히 패션소매업에 종사하는 판매원에 대해서는 거의 이루어지지 않았다. 종업원의接客과정이 고객의 구매결정 이후에 일어나는 서비스소매업과 달리 패션소매업에서는 고객을 설득하는 것이 판매원의 주 역할이 된다. 패션점포에서는 판매원이 고객의 구매의사결정 전 과정 즉 문제인식, 정보탐색 및 대안평가과정에서 고객의 욕구를 파악하고 적절한 서비스를 제공하는 역할을 수행한다. 이같이 패션점포 판매원은 그들의 직무수행과 서비스 활동이 판매성과와 높은 관련성을 가짐에 따라 성과압력을 더욱 크게 느낄 것이고 이러한 성과압력은 감정노동의 수행전략에 영향을 줄 것이다. 따라서 본 연구에서는 패션점포 판매원의 긍정적, 부정적 정서성에 따라 성과압력이 감정노동에 어떤 영향을 주는 지 밝히고자 한다. 본 연구 결과는 패션점포 판매원이 경험하는 감정노동의 조건과 역할을 규명함으로써 판매원을 통해 양질의 서비스를 제공하기 위한 패션소매점의 인적 자원 관리전략에 시사점을 제공할 수 있을 것으로 기대된다.

II. 이론적 배경

1. 감정노동

감정노동의 개념을 처음으로 체계적으로 제안한 Hochschild(1979, 1983)은 비행기 승무원이 직무수행 중 경험하는 감정과 직무상의 감정규칙을 충족시키기 위한 감정관리행동을 연구하였다. Hochschild(1983)는 감정노동을 “외적으로 표출되는 표정 및 몸짓을 연기하기 위해 감정을 관리하는 것”으로 정의하였다. Hochschild(1983)는 감정노동을 자신이 실제 느끼는 감정과 무관하게 직무역할을 수행하기 위해 조직의 규칙이 요구하는 특정 감정을 의도적으로 표현하려는 노

력이라고 보아, 감정의 표현뿐 아니라 감정을 관리하는 과정까지 감정노동의 범위에 포함시키고 있다.

Hochschild(1983)는 서비스 종업원들이 감정표현규칙을 위반하는 것을 피하기 위해 무대 위에서의 배우 처럼 일종의 연기를 하게 되는 상황에서의 감정노동을 표면연기(surface acting)와 심층연기(deep acting)의 이분법적 개념으로 설명하였다. 표면연기란 내적 감정을 변화시키려는 노력 없이 외적인 표현만을 감정표현규칙에 일치시키려는 행동을 의미하며, 실제로는 느끼지 않는 감정을 겉으로 가장하여 표출함으로써 실제 감정과 표현감정 간의 감정부조화를 경험하는 감정노동연기를 의미한다. Rafaeli and Sutton(1987)은 외적으로는 조직규범에 순응하고 있지만 진실한 마음으로는 고객과 상호작용하는 것이 아닌 표면연기를 “나쁜 신념으로 속이기(fake in bad faith)”라 하였다. 반면 심층연기는 감정규칙에서 요구하는 표출감정과 일치하는 방향으로 내적인 감정을 변화시키고 노력하는 진심태도를 의미한다. 비록 표현하는 감정이 실제 감정과 일치하고 있지는 않지만 내면의 실제 감정을 변화시키기 위해 노력하는 심층연기는 “좋은 신념으로 속이기(fake in good faith)”라고 볼 수 있다(Rafaeli & Sutton, 1987). 심층연기는 고객에게 진실한 마음으로 다가가려는 의지이며 종업원으로서 자신에게 주어진 공적 배역에 사적 자아를 동화시켜 역할과의 동일화를 소망하는 행위이다(김상표, 이덕로, 2008).

Hochschild(1983)에 의해 제시된 이분적 개념구조를 바탕으로 Rafaeli and Sutton(1987)은 감정일탈을 추가한 감정노동 개념을 제시하였으며 Ashforth and Humphrey(1993)은 자발적 연기라는 개념을 추가할 것을 제안하기도 하였다. 국내의 김상표(2007)의 연구는 이들 선행연구를 참고하여 심층연기, 표면연기, 감정일탈, 자발적 연기의 구조로 이루어진 감정노동 개념을 제안하고 다양한 선행변인과의 관련성을 검증한 바 있다. 그런데 감정일탈의 경우는 감정규칙과 부합하지 않는 감정을 표현한다는 점에서 감정노동의 정의에 위배되며, 자발적 연기나 노동의 강도는 적절한 감정을 표현하기 위해 감정을 관리하는 행동이라는 Hochschild(1983)의 정의에 미흡한 면이 있다. 또한 감정억압의 경우는 내적 감정의 상태와 표현감정, 감정관리과정이 표면연기와 유사하여 독립된 감정노동유형으로 보기에는 미흡한 것으로 생각된다. 이 이외에도 일부 연구자들은 Morris and Feldman(1996)

의 연구를 인용하여 감정표현의 빈도, 지속성, 강도, 다양성 등으로 감정노동을 측정하기도 하였는데, 이는 엄밀하게 고객과의 상호작용특성으로 직무특성의 한 요인이며, 감정노동을 측정하는 개념이기 보다는 감정노동의 선행변인으로 보아야 한다. 그러므로 최근의 다수 선행연구들(신강현 외, 2008; 정무관 외, 2008)에서 채택하고 있는 표면연기, 심층연기의 개념을 이용하여 두 유형의 감정노동의 차이점을 중심으로 연구하고자 한다.

2. 감정노동의 선행요인

다른 서비스업과 비교하여 패션소매점에서는 매출에 대한 성과압력이 상대적으로 높을 것이며, 종업원의 감정적 자원인 정서성이 이러한 성과압력과 더불어 감정노동 전략의 선택에 영향을 줄 것이다. 아래에서 감정노동의 선행요인으로 정서성과 성과압력에 대해 구체적으로 살펴보겠다.

1) 정서성(affectivity)

종업원의 감정적 자원인 정서는 감정노동의 결과 발생하여 직무만족이나 소진에 영향을 주며(Judge et al., 2009), 동시에 감정노동을 수행하게 되는 선행변수로 감정노동에 영향을 준다(김상표, 2007; 김상표, 이덕로, 2008; 박주영, 2002; Liu et al., 2004; Liu et al., 2008; Trougakos et al., 2008). 정서성은 감정적 일관성을 유지하면서 대상에 반응하는 일반적 경향으로 정의되는데, 긍정적 정서성과 부정적 정서성은 여러 선행연구에서 감정노동의 선행변인으로 논의되어 왔다(박동수 외, 2005). 긍정적 정서성(positive affectivity)은 긍정적인 감정 상태를 경험하는 경향으로 열정적이고 활기차며 빈틈없다고 느끼는 정도를 반영하며, 부정적 정서성(negative affectivity)은 불쾌한 감정적 상태를 경험하는 선유적 경향으로 부정적 정서가 강한 사람들은 만사에 부정적인 측면에 집중하며 자신과 타인들, 자신의 삶에 대해 일반적으로 덜 만족하는 경향을 보인다(김상표, 2007; Liu et al., 2004). 이들 긍정적 정서성과 부정적 정서성은 상호독립적인 관계에 있어 부정적 정서성을 가진 사람이 아니라는 것이 곧 긍정적 정서성을 가진 사람을 뜻하는 것은 아니다. 박동수 외(2005)는 Cropanzano et al.(1993)을 인용하여 높은 수준의 긍정적인 정서성을 보이는 사람은 매사에 낙관적이고 열성적인 반면 낮은 긍정적 정서성

을 가진 사람은 부정적인 정서성을 보이기보다는 열의가 없고 무관심한 성향을 보인다고 설명하였다. 또한 높은 부정적 정서성을 보이는 사람은 비관적이고 불안한 반면 낮은 부정적 정서성을 보이는 사람은 보다 침착한 감정성향을 보이는 것으로 비교 설명하였다.

부정적 정서성을 가진 사람은 긍정적 감정을 표현해야 하는 직무요구와 반대의 성향을 가진 사람들로 감정표현규칙을 내면화하여 내적 감정을 조절하기 위해서는 더 많은 노력을 기울여야 하거나 혹은 내면화 자체가 매우 어렵다(김상표, 이덕로, 2008). 즉 높은 부정적 정서성을 가지는 사람의 경우 감정노동을 수행하는데 더 많은 노력과 어려움이 있을 것이므로 이들의 감정노동은 주로 표면연기노동으로서 내면으로 느끼는 실제 감정과 무관하게 표면적으로 직무가 요구하는 감정을 연기할 것이다. 소매점 판매원을 대상으로 한 Liu et al.(2008)의 연구에서는 부정적 정서성이 높을수록 표면연기를 많이 하고, 직무긴장이 높았으며 직무만족은 낮았으나 부정적 정서성이 심층연기에는 영향을 주지 않았다. 또한 다양한 직업의 고용인들을 대상으로 한 Liu et al.(2004)의 연구에서는 부정적 정서성이 높을수록 감정노동의 강도가 높았고, 호텔 종업원을 대상으로 한 김상표, 이덕로(2008)의 연구에서는 부정적 정서성이 높을수록 감정일탈의 정도가 높았다.

한편 긍정적 정서성이 높은 사람일수록 자신과 자신을 둘러싼 환경을 대하는 태도가 긍정적일 것이며 직무상 요구되는 긍정적인 감정표현이 자신의 내면적 성향과 일치되는 경향을 보일 것이다(김상표, 2007; 박주영, 2002). 이들의 내면감정과 감정규칙의 괴리수준은 낮을 것이므로 표현규칙을 내면화하는 과정은 많은 에너지와 노력이 들지 않으면서 자연스럽게 이루어져 심층연기의 활용이 많아질 것으로 기대된다. 감정노동은 종업원이 감정적으로 편한 상태에서 보다 활발히 이루어짐을 알 수 있는데, Trougakos et al.(2008)의 연구에서 종업원이 중간 휴식시간에 다른 잡무를 하는 것보다 휴식을 취할 때 긍정적 감정을 경험하고 이는 긍정적 정서성을 표현하는 감정노동의 수행으로 이어진다고 하였다.

Liu et al.(2008)은 자원보존이론(Hobfoll, 1989)을 적용하여 감정을 개인적 자원으로 보고 감정적 자원이 감정노동 전략에 미치는 영향을 검증하였다. 사람은 자신이 가치를 두는 자원을 유지, 획득하려는 경향이 있으며 자원의 상실은 스트레스를 초래하므로 풍부한 자원을 가진 개인은 미래의 자원획득을 항상

시킬 수 있는 전략을 선택하고, 반면 적은 자원을 가진 개인은 잠재적인 자원상실로부터 자신을 보호하기 위한 전략을 선택한다고 하였다. Liu et al.(2008)은 이러한 이론을 바탕으로 풍부한 감정적 자원을 가진 종업원은 심층연기를 선택하고, 부정적인 감정자원을 가진 종업원은 표면연기를 선택한다는 것을 실증적으로 보여주었다.

이상에서 서비스 종업원의 긍정적 정서성과 부정적 정서성이 각각 심층연기와 표면연기에 영향을 준다고 한 선행연구와 이론에 따라 패션점포의 판매원에 대해서도 마찬가지로 다음과 같은 가설을 세울 수 있다.

- 가설1-1. 긍정적 정서성은 심층연기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설1-2. 긍정적 정서성은 표면연기에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설1-3. 부정적 정서성은 심층연기에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설1-4. 부정적 정서성은 표면연기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2) 성과압력

판매원이 직무수행 중 경험하는 성과압력은 육체적, 감정적 스트레스와 더불어 직무스트레스의 주된 요인의 하나로 작용한다(이윤정, 2004). 그러나 한편으론 외부의 관리시스템에 의해 주어지는 성과압력은 오히려 종업원의 성과지향성에 영향을 주어 성과향상에 긍정적인 영향을 준다는 연구결과도 있다(박주영, 2002). 특히 소매점에서의 서비스 품질은 매출성공에 직접적으로 반영되므로 서비스 성과에 대한 시스템의 요구는 종업원의 내재적 동기화에 의한 성과지향성에 중요한 역할을 할 것이다.

관리적 특성으로서의 성과지향성의 중요성은 박경애 외(2000)의 연구에서도 밝혀졌는데 종업원의 특성으로서의 성과지향성은 단기적인 동기화에 그쳐 판매성과에 유의한 영향을 주지 않은 반면, 학습을 통해 장기적인 목표를 지향하는 학습지향성은 성과에 유의한 영향을 주었다. 종업원의 특성으로서의 성과지향성은 장기적 안목보다는 단기성과에 급급하게 하여 성과향상에 긍정적인 영향을 주지 않았으나, 판매관리자나 조직시스템에서의 성과지향성과 이에 따른 성과압력은 종업원을 내재적으로 동기화하여 성과향상에 기여한다.

조직의 성과압력에 대한 종업원 관리방안의 일종으

로 보상 시스템이 있는데, 보상과 내재적 동기와의 관계에 대해서는 일반적으로 성과와 연관된 보상은 내재적 동기에 긍정적으로 작용한다는 것이 밝혀졌다. 고수일(2002)은 보상이 성공적인 과업수행의 결과로 주어질 때 긍정적인 감정이 작용하여 내재적 동기가 높아진다고 하였으며, 성과-보상의 연계성은 종업원의 성취지향성, 역량의 중요성에 대한 인식, 경쟁성 및 내재적 동기와 정적인 상관관계를 나타냈다.

조직의 성과와 보상과 관련해 Duke et al.(2009)는 조직이 종업원의 기여에 대해 가치를 부여하고 종업원들의 복지를 염려해주는 조직지원의 긍정적인 측면을 강조하였다. 종업원은 조직이 그들의 노력에 대한 보상과 인식을 통해 선의 혹은 악의를 표현한다고 믿으며, 조직이 얼마나 진심으로 보상이나 직무환경을 제공하는지를 평가하고 이에 보답하기 위해 조직의 목표를 달성하기 위한 노력을 경주한다고 하였다. 조직의 지원이 감정노동의 결과에 미치는 긍정적 효과를 검증한 Duke et al.(2009)의 연구결과 조직의 지원에 대한 서비스 종업원의 인식은 감정노동이 직무만족이나 직무성공에 미치는 부정적 효과를 감소시켰다. 즉 조직지원을 높게 인식하는 종업원은 감정노동의 증가에 따라 직무만족이 크게 감소하지 않았으며 직무성공은 오히려 크게 증가하였다.

이상에서 성과-보상의 연계성에 의한 조직의 성과압력은 종업원에게 스트레스가 되기도 하지만 궁극적으로는 긍정적인 동기로 작용함을 알 수 있다. 따라서 관리와 보상을 포함하는 조직의 성과압력에 의한 직무긴장이 종업원에게 내재적 동기를 부여하여 감정노동에 긍정적으로 몰입하게 할 것이라는 가정 하에 다음과 같이 가설2-1과 가설2-2를 세울 수 있다. 한편 성과압력은 개인의 주관적인 지각변수로 감정노동의 수행에 영향을 미치는 성과압력은 개인의 특성에 따라 유의한 차이가 있을 것으로 가정할 수 있다. 따라서 본 연구에서 정서성은 개인의 특성으로서 성과압력과 상호작용하여 감정노동에 영향을 줄 것으로 가정할 수 있으며 가설2-3과 같이 가정할 수 있다.

가설2-1. 판매원의 성과압력은 심층연기에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2-2. 판매원의 성과압력은 표면연기에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

가설2-3. 판매원의 성과압력과 긍정적, 부정적 정서성의 상호작용은 감정노동에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3. 감정노동의 결과요인

감정노동을 다룬 대부분의 선행연구들은 감정노동의 결과로 종업원 개인의 심리적 불안정이나 직무소진, 직무불만족, 부정적 조직성과 등과 같은 부정적인 측면을 강조하고 있다. 감정노동의 수준이 높아지면 이로 인한 스트레스나 정서적 소진이 높아질 것이 자명하다. 반면 적절하게 관리된 감정노동은 생산요소의 하나로 긍정적 측면의 결과변인과 관련이 있을 것으로 보인다. 본 연구에서는 감정노동 중 심층연기와 표면연기의 결과변인으로 직무성공 중 감정소진과 직무만족을 고려하였다.

1) 감정소진

감정소진은 타인과의 과도한 접촉에 의해서 개인의 감정적 자원이 고갈된 상태를 의미하므로(서문식, 김상희, 2002), 그 개념 자체로 감정노동의 결과변인으로 볼 수 있다. 감정소진은 일반적으로 조직규범으로 규정된 행동양식이나 조직 내 상사나 동료, 고객으로부터 받는 감정적 요구가 너무 과다하여 이를 수행하기 힘들 때 발생하게 되는데, 특히 타인과의 상호작용이 직접대면접촉을 통해 이루어지는 경우에 빈번하게 발생한다. 따라서 고객과의 접촉시간이 업무시간의 대부분을 차지하며 늘 점포를 찾아오는 고객에게 노출되어있는 직무환경의 판매원은 감정적 소진의 위험이 더욱 크다고 볼 수 있다(Maslash & Jackson, 1984). 소진의 위험성은 일상적이며 부정적, 긍정적 기능이 공존하는 스트레스와 달리 부정적인 기능만 존재하며 한번 소진된 구성원은 소진이전의 상태로 돌아오기가 어렵다는데 있다(정무관 외, 2008).

표면연기란 내면에 실제로 느끼는 감정을 억누른 채 외적으로 감정규범을 순응해야 하므로 표현감정과 실제 감정 간의 괴리가 존재한다. 이러한 감정적 부조화를 경험하는 것은 상당한 노력과 스트레스를 유발하는 요인이 될 수 있으며 이는 개인의 감정적 자원의 고갈을 유도하여 감정소진을 발생시킬 것이다(이랑, 2006). 반면 심층연기를 수행하게 되면 내면의 감정을 표현감정과 일치되도록 노력하는 과정에서 감정적 부조화가 조절되며 감정노동의 수행으로 인한 감정의 소모 역시 줄어들 것이다. 표면연기가 감정소진과 정적인 관계에 있다는 사실에는 선행연구들도 모두 일치된 의견을 보이고 있으나 심층연기의 결과에 대해서는 다른 견해가 존재한다(신강현 외,

2008). 심층연기의 부정적 결과를 지지하는 입장에서는 내면의 감정을 변화시키려고 의도적으로 노력하는 심층연기의 수행을 위해서는 더욱 많은 자원이 요구될 것이므로 심층연기 역시 감정고갈을 증가시킨다고 생각한다(Hochschild, 1983). 이러한 견해에 동의했던 Grandey(2000)가 내면행위와 정서소진과의 정적인 관계를 제안하고 이를 검증하려 했으나 실패하였다. 몇몇 선행연구에서는 심층연기가 감정소진에 부적의 영향을 미치는 것으로 확인되었다(정무관 외, 2008). 심층적 연기는 개인의 감정자원의 확대에 기여하는 반면 표면연기는 감정적 자원의 고갈을 가져온다는 가정 하에 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설3-1. 심층연기는 감정소진에 부(-)의 영향을 미칠 것이다,

가설3-2. 표면연기는 감정소진에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2) 직무만족

직무만족은 직무에 대한 태도로 개인의 태도와 가치, 신념, 욕구 등의 수준에 따라 직무자체를 비롯한 직무환경에 대한 평가에서 얻어지는 유쾌한 정서적인 만족상태를 의미한다(서문식, 김상희, 2004). 직무만족의 선행변인으로는 일 자체, 임금, 승진, 인정, 복리후생, 작업여건, 감독, 동료, 정책, 회사에 대한 자부심, 도전가치, 성과, 분위기 등이 제시되고 있으나 Brown and Peterson(1993)의 메타분석 결과 역할인식이 가장 중요한 선행변인인 것으로 나타났다.

선행연구들에서 밝혀진 직무만족의 선행변인들은 주로 이성적 측면에서의 직무 관련 요인들과 직무에 대한 개인의 인식 및 태도요인들로 감정과 관련된 요인들은 거의 연구된 바가 없다. 서문식, 김상희(2004)는 이러한 문제점에 대해 종업원의 직무만족은 이성적 사고과정의 결과가 아닌 감정적 경험에 의해서도 영향을 받을 수 있다고 주장하며 판매원의 부정적 감정조절전략이 직무만족에 영향을 미침을 실증적으로 규명하였다.

감정표현규칙을 내면화한 심층연기의 수행 시 감정부조화로 인한 스트레스가 적으며 직무가 요구하는 감정을 진실로 느끼고 있다는 만족감과 자부심이 직무에 대한 태도로서의 직무만족에 정적인 영향을 미칠 것이다. 반면 직무가 요구하는 감정과 다른 내면적 감정을 느끼면서, 외적으로 전시되는 감정만을 표현하고 있는 표면연기를 수행하는 판매원은 직무에 대해

부정적인 태도를 가지기 쉬우며 유쾌하지 못한 감정을 가지게 될 것이다. Cote and Morgan(2002)의 연구에서는 부정적 감정에 대한 억압이 직무만족과 부적 관계가 있으며 긍정적 감정의 증대는 직무만족과 정적 관계가 있음을 회귀모형을 이용하여 확인하였다. 고객과 직접적 대면접촉을 통해 서비스를 생산, 제공하는 패션점포 판매원이 업무 중 수행하는 감정노동과 이로인한 감정소진은 직무만족과 밀접한 관련이 있을 것이라는 가정 하에 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설4-1. 심층연기는 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설4-2. 표면연기는 직무만족에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

가설4-3. 감정소진은 직무만족에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

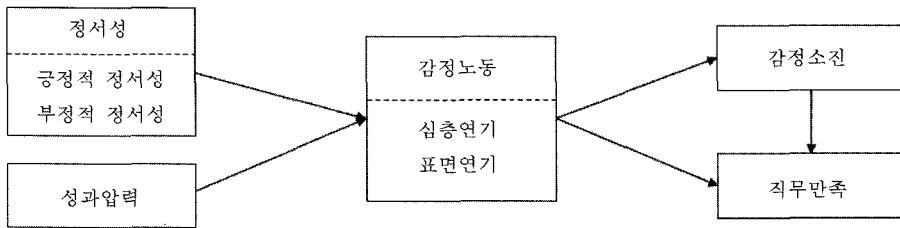
III. 연구방법 및 절차

1. 연구문제

본 연구는 백화점 의류매장 판매원의 개인적 특성으로 긍정적, 부정적 정서성이 직무역할수행에서 지각하는 성과압력에 따라 감정노동의 유형과 수행 정도에 미치는 영향을 밝히고, 감정노동이 감정소진을 매개로 직무만족에 미치는 영향을 밝히고자 <그림 1> 과 같이 연구모형을 설정하였다.

2. 표본 및 자료수집

본 조사를 하기에 앞서 경험이 많은 판매원과 고객 서비스 전문가들을 대상으로 예비조사를 실시하여 최종 설문지를 구성하였다. 표본은 서울과 부산 지역에 입지한 대형 백화점 10개 지점에서 총 112부의 자료를 수집하였다. 일부 백화점에서는 백화점 중간 관리자나 고객관리 담당자의 협조를 얻었으며 그렇지 않은 경우에는 연구자가 세일기간이 아닌 평일 낮 시간에 해당 백화점을 방문하여 판매원의 자발적인 조사 참여를 요청하여 응답을 얻었다. 조사에 참여하도록 요청된 판매원들은 백화점 패션브랜드 종업원으로 한정하였다. 자료수집기간은 2009년 4월 15일부터 2009년 4월 30일이다.



<그림 1> 연구모형

3. 변수 및 측정도구

본 연구에서 채택한 변수들의 측정도구는 여러 선행연구에서 신뢰성과 타당성이 확인된 척도를 연구 맥락에 맞추어 수정하여 사용하였으며 5점 척도로 측정하였다. 감정노동 변수는 김영조, 한주희(2008)의 연구로부터 표면연기 6문항과 심층연기 6문항을 사용하였다. 긍정적, 부정적 정서성의 척도는 Watson et al.(1988)에 의해 개발된 PANAS에서 각각 4문항을 선별하여 본 연구에 맞게 수정하여 사용하였다. 성과압력은 이윤정(2004)의 연구에서 사용한 4문항을 사용하였다. 감정소진은 황수영, 권태일(2008)의 연구에서 사용된 4문항을 사용하였으며, 직무만족도는 김근우, 이현정(2005)의 연구에서 사용한 5문항을 사용하였다.

4. 표본의 특성

본 연구에서 표본의 대부분인 90%는 여성판매원으로 이는 백화점 판매원이 대부분 여성이라는 사실을 반

영하는 결과로 볼 수 있다. 응답자의 평균나이는 29세이며, 31세 이상은 37.6%로 20대가 60% 이상을 차지하였다. 고졸 사원의 비율은 34.3%이며 4년제 대학 재학 이상의 학력을 가진 판매원은 32.4%를 차지했다. 월수입은 평균 180만원으로 응답자의 56%가 100만원 이상 200만원 미만, 26%가 200만원 이상 300만원 미만의 월수입을 가지는 것으로 나타났다. 근무기간의 평균은 2년 3개월로 나타났으며 약 80%의 응답자가 정식 직무 관련 교육을 받았다.

IV. 연구결과

1. 측정변수의 신뢰도 및 타당성 분석

<표 1>에서는 본 연구의 독립변수로 투입된 종업원의 긍정적 정서성과 부정적 정서성 및 성과압력을 구성하는 10문항에 대해 요인분석을 하였다. SPSS12.0에서 요인분석을 하였고 요인추출은 최대우도법을 사용하였다. 그 결과 <표 1>에서 보는 바와 같이 긍정적 정서성과 부정적 정서성 및 성과압력은 서로 독립된

<표 1> 종업원의 긍정적, 부정적 정서성과 성과압력의 요인분석 결과

요 인	문 항	요인 부하량	고유값	분 산	누적분산	신뢰도
요 인1 긍정적 정서성	나는 사랑이나 신뢰를 받고 있다고 생각한다	0.822	2.171	21.708	21.708	0.736
	나에게 생기는 어떤 문제라도 해결할 수 있다	0.689				
	내 삶은 제대로 된길을 걷고 있다고 생각한다	0.618				
	나는 나 자신을 좋아한다	0.371				
요 인2 부정적 정서성	난 원하지 않지만 홀로 버려진 것 같은 느낌이다	0.934	1.445	14.445	36.153	0.743
	더 이상 어떤 일도 할 수 없을 것 같은 기분이다	0.602				
	실패할 것 같은 기분을 떨쳐 버릴 수가 없다	0.573				
요 인3 성과압력	매일/일정기간마다 매출현황을 보고해야 한다	0.928	1.394	13.937	50.090	0.687
	매출이 떨어지는 것을 무척 걱정한다	0.657				
	매출증가는 내게 금전적/심리적 보상이 따른다	0.424				

개념으로 나타났다. 정서성과 성과압력요인의 구조적 타당성을 검증하기 위해 공분산 구조방정식 모형을 검증한 결과 $\chi^2(32)=0.516(p=0.020)$ 으로 나왔으며, 적합도 지수가 GFI=0.916; AGFI=0.855; RMR=0.052; NFI=0.831; CFI=.927으로 나타났다.

<표 2>는 감정노동을 측정한 12문항에 대해 SPSS12.0에서 최대우도법을 사용하여 요인분석을 한 결과이다. 그 결과 <표 2>에서 보는 바와 같이 심층연기와 표면연기는 서로 독립된 개념으로 나타났다. 요인구조의 타당성을 검증하기 위해 구조방정식 모형을 검증한 결과 $\chi^2(32)=50.516(p=0.020)$ 으로 나왔으며, GFI=0.916, AGFI=0.855, RMR=0.052; NFI=0.831; CFI=.927로 나타났다. 표면연기와 심층연기의 두 요인은 감정노동 총 분산의 53.5%를 설명하였다. <표 1>-<표 2>에서 요인의 신뢰도는 0.687에서 0.860까지 분포하였다.

2. 가설검증

본 연구의 가설을 검증하기 위하여 Amos 6을 사용

하여 경로분석을 하였다. 그 결과 경로모델은 <표 3>에 제시된 바와 같이 $\chi^2(7)=15.449(p=0.031)$; GFI=0.961; AGFI=0.843; RMR=0.030; NFI=0.885; CFI=0.925으로 나타났다. <표 3> 및 <그림 2>에 제시된 회귀계수의 통계적 유의성에 따른 가설검증 결과는 다음과 같다.

1) 감정노동에 대한 긍정적 정서성의 영향

백화점 판매원의 긍정적 정서성이 심층연기에 미치는 영향을 검증한 결과 <표 3>과 같이 판매원의 긍정적 정서성은 심층연기에 유의한 영향을 주어 가설 1-1은 채택되었다. 이로부터 판매원은 자신의 정서상태가 긍정적이어서 자신감과 신뢰감이 있을 때 심층연기를 하게 됨을 알 수 있다. 또한 긍정적 정서성이 표면연기와 관련이 있는지 알아보기 위해 긍정적 정서성이 표면연기에 이르는 경로계수를 추정해보았으나 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타나 판매원의 긍정적 정서가 표면연기를 감소시키지는 않음을 알 수 있었고, 가설1-2는 기각되었다. 본 연구결과는

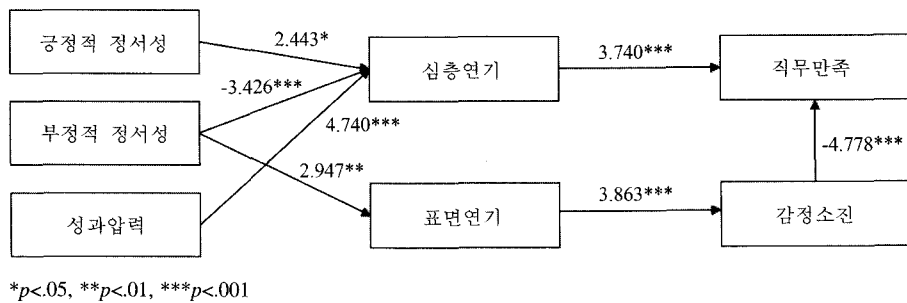
<표 2> 판매원 감정연기의 요인분석 결과

요 인	문 항	요인 부하량	고유값	분 산	누적분산	신뢰도
요 인1 표면연기	고객에게 표현하도록 요구되는 감정을 내마음속에 실제로 느끼는 것처럼 위장 한다	0.812	3.978	33.152	33.152	0.860
	고객에게 실제로 느껴지지않는 감정을 억지로 표현하는 경우가 많다	0.767				
	실제 감정을 숨기고 업무상 요구되는 감정을 꾸며서 표현 한다	0.757				
	고객에게 실제로 느껴지지 않는 감정을 마치 내 마음 속에 갖고 있는 것처럼 가장하여 말과 행동 한다	0.706				
	업무상의 필요성 때문에 특정한 감정을 가진 것처럼 나를 포장한 채로 쇼나 연기를 하듯이 고객을 대한다	0.682				
	서비스 업무에서 요구되는 감정 표현은 내가 실제로 느끼는 기분과 다를 때가 많다	0.634				
요 인2 심층연기	고객에게 회사의 좋은 이미지를 보여주기 위해 진심으로 친절하게 대하려고 노력 한다	0.862	2.443	20.361	53.514	0.844
	친절하게 고객을 응대하는 것은 실제 감정에서 우러나와 표현하는 것이다	0.766				
	고객에게 표현하는 감정은 대부분 진심에서 우러난 것이다	0.744				
	고객에게 보여주어야 하는 감정을 실제로 느끼려 노력 한다	0.722				
	고객에게 표현할 필요가 있는 감정들을 내면에서부터 우러나게 하려고 노력 한다	0.644				
	회사의 요구에 맞춰 특정한 감정들을 고객에게 표현하다 보면 실제로 그런 감정이 내 마음 속에 생긴다	0.493				

<표 3> 기본모형의 경로계수 및 가설검증 결과

가 설		경로계수		t 값	p	검증결과
		비표준화	표준화			
긍정적 정서성→심층연기	가설1-1	0.192	0.202	2.443	0.015	채택
긍정적 정서성→표면연기	가설1-2	0.191	0.175	1.759	0.079	기각
부정적 정서성→심층연기	가설1-3	-0.198	-0.273	-3.426	0.000	채택
부정적 정서성→표면연기	가설1-4	0.235	0.282	2.947	0.003	채택
성과압력→심층연기	가설2-1	0.290	0.390	4.740	0.000	채택
성과압력→표면연기	가설2-2	0.006	0.007	0.072	0.942	기각
심층연기→감정소진	가설3-1	0.028	0.018	0.189	0.846	기각
표면연기→감정소진	가설3-2	0.493	0.363	3.863	0.000	채택
감정소진→직무만족도	가설4-1	-0.279	-0.405	-4.44	0.000	채택
심층연기→직무만족도	가설4-2	0.351	0.326	83.740	0.000	채택
표면연기→직무만족도	가설3-3	0.077	0.082	0.885	0.366	기각

$\chi^2=15.449(df=7, p=0.031)$; GFI=0.961; AGFI=0.843; NFI=0.885; CFI=0.925; RMR=0.030



<그림 2> 판매원의 정서성이 감정노동과 직무성취에 미치는 영향에 대한 경로분석

김상표(2007)의 연구에서 긍정적 정서성이 심층연기에 정적인 영향을 주고 표면연기에는 유의한 영향을 주지 않은 것과 일치하는 결과이다.

2) 감정노동에 대한 부정적 정서성의 영향

백화점 판매원의 부정적 정서성이 감정노동 즉 심층연기와 표면연기 각각에 미치는 영향을 검증하였다. 그 결과 <표 3>과 같이 부정적 정서성은 심층연기에 유의한 부적 영향을 주어 가설1-3은 채택되었으며, 표면연기에 유의한 정적 영향을 주어 가설1-4가 채택되었다. 이로부터 부정적 정서성이 커서 자신감을 상실하고 소외감을 느끼는 판매원은 심층연기를 하지 않으며 동시에 표면연기를 함을 알 수 있다. 부정적 정서성이 심층연기에 부적적인 영향을 미친다는 결과는 김상표, 이덕로(2008)의 연구결과와 일치한다. Liu et al.(2008)의 연구에서는 부정적 정서성이 심층

연기에 유의한 영향을 주지 않았으나 부정적 정서성이 표면연기를 증가시켰고 표면연기와 심층연기는 부적 상관관계가 있었다. 한편 부정적 정서성이 표면연기에 유의한 영향을 준 결과는 김상표(2007)의 연구와 Liu et al.(2008)의 연구와 일치한다. 또한 긍정적 정서성과 부정적 정서성이 각각 심층연기와 표면연기에 독립적으로 영향을 준 것은 긍정적 정서성과 부정적 정서성이 단일 차원에서의 양극단을 뜻하는 개념이 아니라 서로 독립적인 개별 차원의 개념임을 말해 준다(박동수 외, 2005).

3) 감정노동에 대한 성과압력의 영향

백화점 판매원이 업무에서 지각하는 성과압력의 정도가 심층연기에 미치는 영향을 분석한 결과 <표 3>과 같이 유의한 영향을 주어 가설2-1은 채택되었다. 성과압력에서 표면연기에 이르는 경로에 대한 계수

는 통계적으로 유의한 수치에 이르지 못해 가설2-2는 기각되었다. 이로부터 판매원의 성과가 잘 관리되고 적절한 보상이 지급되어 성과압력이 높을 때 판매원은 심층연기를 하게 되며 판매원이 업무에서 성과압력을 많이 받는다고 해서 표면연기를 하게 되지는 않는 것을 알 수 있다. 이는 고수일(2002)의 연구결과 성공적 과업수행의 결과로 보상이 주어질 때 종업원에게 긍정적 감정으로 작용하여 내재적 동기가 높아진다고 한 것과 관련지어 생각할 수 있다.

4) 감정소진 및 직무만족에 대한 감정노동의 영향

판매원의 심층연기와 표면연기가 각각 감정고갈에 미치는 영향을 검증하였다. 그 결과 <표 3>과 같이 심층연기는 감정소진에 유의한 영향을 주지 않아 가설 3-1은 기각되었고, 표면연기는 감정소진에 유의한 영향을 주어 가설3-2는 채택되었다. 이로부터 감정노동 중 표면연기를 많이 하는 판매원일수록 감정소진 상태에 쉽게 이르는 것을 알 수 있다. 본 연구에서 표면연기가 감정소진에 유의한 영향을 준 것은 정무관 외(2008)의 연구와 이랑(2006)의 연구에서 표면연기가 직무소진과 정적인 관계가 있다고 한 것과 일치하는 결과이다. 본 연구에서 심층연기는 직무소진에 영향을 주지 않은 것은 Hochschild(1983)이 감정노동의 부정적인 역할만을 강조한 것과 달리 심층연기의 긍정적인 측면을 말해준다고 하겠다.

또한 판매원의 심층연기와 표면연기가 직무만족도에 미치는 영향을 검증한 결과 <표 3>과 같이 심층연기는 직무만족도와 정적으로 유의한 관계가 있어 가설4-1은 채택되었고, 표면연기는 유의한 관계가 나타나지 않아 가설4-2는 기각되었다. 따라서 백화점 판매원 중 심층연기에 몰입하는 판매원일수록 직무에 만족하게 됨을 알 수 있다. 한편 판매원의 감정소진이 직무만족도에 미치는 영향을 검증한 결과 <표 3>과 같이 감정소진은 직무만족도에 부적으로 유의한 영향을 주어 가설5-1은 채택되었다. 따라서 백화점 판매원의 육체적, 정신적 피곤상태는 회사의 업무, 임금, 승진 기회, 상사나 동료에 대한 전반적인 만족도에 부정적인 영향을 줌을 알 수 있다.

3. 상호작용효과

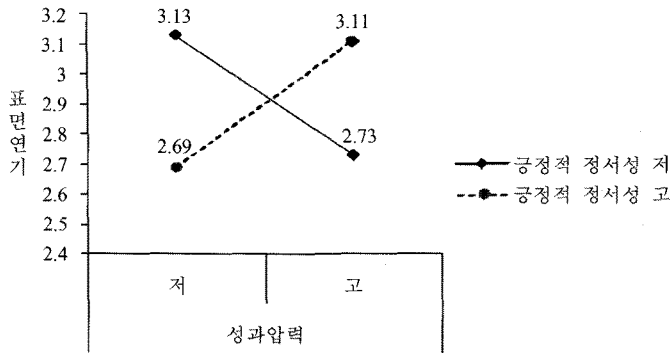
가설2-3과 같이 판매원의 정서성이 감정노동에 미치는 영향에 있어 정서성과 성과압력의 상호작용효과가 유의한지를 검증하기 위해 <표 3>의 기본모델과 상호작용모델을 <표 4>에서 비교하였다. 상호작용모델에는 긍정적 정서성과 성과압력의 상호작용항과 부정적 정서성과 성과압력의 상호작용항이 각각 심층연기와 표면연기에 미치는 영향을 포함시켰다. 상호작용모델의 검증결과 긍정적 정서성과 성과압력의 상호작용이 표면연기에 미치는 효과만이 통계적으로 유의하게 나타났다($t=3.078; p=0.001$). 즉 성과압력이 표면연기에 미치는 영향은 판매원이 가지는 긍정적 정서성의 정도에 따라 다르다고 할 수 있다. 한편 성과압력이 심층연기에 미치는 영향은 판매원의 정서성에 따라 유의한 차이가 없었다. 따라서 판매원의 정서성과 성과압력의 상호작용이 감정노동에 유의한 영향을 준다고 한 가설2-3은 부분적으로 채택되었다.

상호작용을 포함한 경로모델의 적합도 지수는 <표 4>와 같다. 또한 <표 4>에서 상호작용항을 포함시킨 상호작용모델과 포함시키지 않은 기본모델의 적합도 지수를 비교한 결과 카이제곱값이 유의하게 증가하지 않았고 TLI와 CFI 값이 상승하였으며 RMSEA 값이 감소하였다. 따라서 본 연구모델에서 정서성과 성과압력의 상호작용이 감정노동에 미치는 영향을 고려해야 함을 알 수 있다.

<표 4>에서 상호작용모델이 적합함에 따라 긍정적 정서성과 성과압력의 상호작용효과와 방향성과 정도를 구체적으로 검증하기 위해 <그림 3>과 같이 그래프를 그리고 <표 5>와 같이 t-검정을 하였다. 상호작용모델에서 긍정적 정서성과 성과압력이 표면연기에 미치는 효과가 유의하다는 것은 긍정적 정서성이 높고 낮음에 따라 성과압력이 표면연기에 미치는 효과에 차이가 있다는 것을 말한다. <그림 3>과 <표 5>에서는 긍정적 정서성이 평균(3.37)보다 높은 집단과 낮은 집단으로 나누고 다시 성과압력이 평균(3.64)보다 높은 집단과 낮은 집단으로 나누어 각 집단 간에 표면연기 정도에 차이가 있는지를 분석하였다. 그 결과

<표 4> 기본모델과 상호작용모델의 적합도 지수

	$\chi^2(df)$	$\Delta\chi^2$	Δdf	TLI	CFI	RMSEA
기본모델	15.449(7)($p=0.031$)			0.776	0.925	0.108
상호작용모델	19.854(13)($p=0.099$)	4.405	6	0.980	0.993	0.071



<그림 3> 긍정적 정서성과 성과압력이 표면연기에 미치는 상호작용효과

<표 5> 긍정적 정서성 고·저집단의 성과압력에 따른 표면연기의 차이분석

	긍정적 정서성	성과압력 저집단 (<3.64)		성과압력 고집단 (3.64)		t 값	유의확률
		평균(n)	표준편차	평균(n)	표준편차		
표면연기	저집단(<3.37)	3.13(28명)	0.574	2.73(33명)	0.637	2.546*	0.014
	고집단(3.37)	2.69(12명)	0.741	3.11(32명)	0.644	-1.850	0.071

*p<.05

<그림 3>에서 보는 바와 같이 긍정적 정서성이 낮은 집단은 성과압력이 낮을 때 표면연기를 많이 하고 성과압력이 높을 때 표면연기를 적게 하였다. 반면 긍정적 정서성이 높은 집단은 성과압력이 높을 때 표면연기를 많이 하였다. 이를 통계적으로 증명하기 위해 <표 5>의 t-검정을 했는데, 긍정적 정서성이 낮은 판매원은 성과압력이 높아짐에 따라 표면연기가 유의하게 감소하는 반면, 긍정적 정서성이 높은 판매원은 성과압력에 따라 표면연기가 유의하게 증가하거나 감소하지 않았다. 이러한 결과로부터 성과압력이 높을 때는 긍정적 정서성이 높은 집단이나 낮은 집단이나 표면연기의 정도에 크게 차이가 없는 반면, 성과압력이 낮을 때는 긍정적 정서성이 낮은 집단이 높은 집단에 비해 현저하게 표면연기를 많이 함을 알 수 있다. 다시 말해 긍정적 정서성이 낮은 집단에 대해서는 성과압력을 통해 표면연기를 감소시킬 수 있음을 알 수 있다.

V. 결론 및 제언

본 연구결과 긍정적 정서성과 성과압력이 높고 부정적 정서성이 낮을수록 심층연기를 통해 감정노동을 수행하는 경향이 컸으며, 심층연기수행은 직무만족도에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면 표면연

기를 통한 감정노동수행은 부정적 정서성의 영향을 받으며, 직접적으로는 감정소진에 영향을 주고 간접적으로 직무만족의 저하에 영향을 주는 것으로 밝혀졌다. 본 연구에서 일관되게 심층연기의 긍정적 속성과 표면연기의 부정적 속성이 확인된 것은 매우 흥미롭고도 중요한 의의를 가진다. 감정노동에 관해 긍정적으로 보는 관점과 부정적으로 보는 관점이 양립하고 있는 현시점에서(Glomb & Tews, 2004; Liu et al., 2004), 감정노동의 두 유형이 조절변수의 상황적 역할이 부재하더라도 각각 긍정적 속성과 부정적 속성을 보편적으로 지니고 있음을 보였다는 점에서 중요한 결과로 볼 수 있다.

본 연구결과는 정서성 중 특히 긍정적 정서성의 중요성을 보이고 있다. 긍정적 정서성이 높은 사람일수록 감정노동을 수행함에 있어 더욱 심층적으로 연기할 뿐 아니라 표면연기를 하지 않을 확률이 크다. 반면 부정적 정서성을 가진 사람은 표면연기를 더 많이 수행할 뿐 심층연기를 하는 것과는 무관한 것으로 나타났다. 이러한 결과로 볼 때 소매점포의 판매원을 선발함에 있어 긍정적 정서성이 높고 부정적 정서성은 낮은 사람을 선택해야 직무수행 시 심층연기를 통해 고객에게 표현되는 감정 뿐 아니라 판매원 자신의 감정도 긍정적으로 변화시키는 긍정적 측면의 감정노동을 수행할 가능성이 높음을 알 수 있다. 또한 종업원

교육과 유쾌한 조직분위기의 조성을 통해 긍정적 정서성을 강화시키며 동시에 부정적 정서성을 감소시킬 필요가 있음을 알 수 있다.

본 연구에서 정서성과 성과압력이 심층연기에 미치는 독립적인 영향은 유의하였으나 이들의 상호작용 효과는 유의하지 않았다. 따라서 긍정적 정서성이나 부정적 정서성을 가진 종업원 모두에게 성과압력은 심층연기를 촉진하는 독립적인 효과가 있다고 할 수 있다. 소매점포 판매원의 서비스 품질은 매출성장에 직접적인 영향을 주며 매출성장에 의해 판매원 성과가 바로 측정될 수 있는 측면에 있기 때문에 성과압력에 대한 스트레스가 있을 수 있다. 그러나 본 연구결과 성과압력은 오히려 판매원에게 긍정적인 동기로 작용하여 심층연기를 촉진하며 심층연기를 통해 직무만족도에 긍정적인 영향을 주었다. 그러므로 소매기업은 판매원들의 성과지향성을 자극할 수 있도록 성과보상프로그램을 개발하고 운영하여 판매원의 직무성과를 독려하고 체계적으로 관리할 수 있도록 하여야 한다.

한편 표면연기에 대한 정서성과 성과압력의 상호작용 효과의 검증에서 부정적 정서성과 성과압력의 상호작용이 표면연기에 미치는 영향은 유의하지 않았지만 긍정적 정서성과 성과압력의 상호작용은 표면연기에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 긍정적 정서성이 낮은 집단일지라도 성과압력을 크게 지각할 때 표면연기가 감소하였다. 이와 같은 상호작용 효과의 확인으로 인해 성과압력은 개인특성으로서의 긍정적 정서성의 결여를 보완해줄 수 있는 긍정적인 역할을 함을 알 수 있다. 긍정적 정서성이 낮은 종업원일수록 성과에 대한 목표를 제시하고 성과지향성을 자극하여 표면연기를 절제하도록 유도하는 것이 필요하겠다.

본 연구의 결과는 판매원이 내적으로 느끼는 실제 감정의 관리가 감정노동에 있어 긍정적인 성과를 얻게 하는데 결정적인 역할을 함을 보여주고 있다. 소매업자들은 소비자들이 점포에서 느끼는 감정을 통제하기 위한 노력으로 점포 내의 온도, 습도, 음악, 향기, 소음정도, 분위기, 혼잡도 등 환경을 관리하고 있으나 판매원의 감정에 대한 관심은 상대적으로 소홀한 편이다. 판매원들에게 감정표현규칙을 제시하고 이에 대한 순응을 요구하기 보다는 판매원들이 자연스러운 생리적 반응에 의해 긍정적이고 유쾌한 내적 감정상태를 유지할 수 있도록 점포 내 환경 및 조직적 지원에 힘쓸 때, 긍정적 정서성이 강화되어 심층연기가 가능해질 것이다.

본 연구를 수행함에 있어 미진했던 부분은 후속연구를 통해 개선되어야겠다. 본 연구에서는 패션점포 판매원의 감정노동에 대한 정서성과 성과압력의 영향을 분석하였다. 추후 연구에서는 성과압력의 보다 다양한 차원을 검증할 필요가 있으며, 판매원의 직무내용에 대한 보다 구체적인 분석이 필요할 것이다. 직무내용상의 차이점의 규명에는 직무를 구성하는 육체적, 정신적, 감정적 노동의 유형별 비중과 내용, 상호관련성에 대한 분석이 포함될 수 있을 것이다. 또한 후속연구에서는 감정노동의 성과를 고객지향적 관점으로 측정할 필요가 있다. 감정노동이 노동으로서 가지는 의미는 감정표현을 통해 고객의 감정과 태도에 영향을 미칠 때 나타나며 고객의 평가는 감정노동의 성과요소로 매우 중요하다고 하겠다. 따라서 고객의 입장에서 심층연기와 표면연기의 차이가 지각될 수 있는지, 그에 따라 고객의 감정과 평가에 다르게 영향을 미치는지 이해할 필요가 있다. 또한 고객과의 대면상황에서 수행되는 감정노동의 특성상 고객과 판매원 특성 간 상호작용이 판매원의 감정노동 수행에 어떤 영향을 미치는지 조사하는 것도 흥미로운 연구 주제가 될 수 있겠다. 예를 들어 판매원이 지각하는 고객과의 유사성이나 동질감, 고객의 감정 등이 판매원의 감정노동수행에 영향을 미칠 수 있을 것이다.

참고문헌

- 강문실, 송병식. (2008). 정서노동자의 직무스트레스 결정요인, 결과요인 그리고 조절요인에 관한 연구. *한국경영학회 통합학술대회*, 1-26.
- 김근우, 이현정. (2005). 호텔 기업의 변혁적리더십이 조직공정성에 의한 직무만족과 조직시민행동에 미치는 영향. *호텔경영학연구*, 14(3), 135-150.
- 김민주. (1998). 호텔 종업원의 감정노동이 직무관계태도에 미치는 영향. *관광학연구*, 21(2), 129-141.
- 김상표. (2000). 감정노동: 통제수단, 종업원의 심리적 반응, 그리고 방법론적 문제. *산업경제연구*, 13(4), 195-214.
- 김상표. (2007). 개인특성, 고객과의 상호작용특성 그리고 리기제가 감정노동 수행전략에 미치는 효과. *경영학연구*, 36(2), 355-384.
- 김상표, 이덕로. (2008). 감정노동과 직무상황이 서비스 종업원들의 심리적 안녕에 미치는 효과. *인적자원관리연구*, 15(2), 79-102.
- 김영조, 한주희. (2008). 서비스 직원의 감정노동 수행과 직무소진의 관계에 관한 연구. *인사관리연구*, 32(3), 92-128.
- 고수일. (2002). 직무특성, 성과-보상연계성과 직무몰입: 성취지향성의 조절효과를 중심으로. *인적자원개발연구*, 4(1),

- 1-23.
- 박경애, 허순임, 사공수연, 신수임. (2000). 백화점 판매원의 목표지향성과 성과에 미치는 판매관리자의 영향. *한국유통학회지*, 24(1), 116-127.
- 박동수, 전명구, 정성한. (2005). 감정노동의 개념화와 선행요인. *인사관리연구*, 29(4), 133-167.
- 박봉규. (2008). 조직구성원의 감정노동과 직무태도 간의 관계에서 조직지원과 자기유능감이 미치는 조절효과. *인적자원관리연구*, 15(1), 69-85.
- 박주영. (2002). 영업사원의 목적지향성이 성과에 미치는 영향. *중소기업연구*, 24(2), 159-185.
- 서문식, 김상희. (2004). 판매원의 긍정적 행동유발을 위한 부정적 감정조절전략에 관한 연구. *마케팅연구*, 19(1), 3-40.
- 서문식, 김상희. (2002). 판매원의 감정부조화와 감정적 고갈이 고객지향성 및 고객의 서비스 품질 평가에 미치는 영향. *마케팅연구*, 17(4), 47-75.
- 신강현, 한영석, 김완석, 김원형. (2008). 정서노동과 직무탈진 및 직무열의의 관계: 정서지능의 조절효과. *한국심리학회지*, 21(3), 475-491.
- 이랑. (2006). *직무탈진과 직무열의의 요구-자원모델에서 정서노동전략의 역할: 콜센터 상담원을 대상으로*. 아주대학교 대학원 석사학위 논문.
- 이운정. (2004). *취업기혼여성의 직무스트레스 측정도구 개발*. 서울대학교 보건대학원 박사학위 논문.
- 정무관, 임효창, 최항석. (2008). 감정노동의 결과에 관한 연구: 콜센터 종사자를 대상으로. *서비스경영학회지*, 9(2), 319-344.
- 한주원. (2005). 개인성격과 감정노동스트레스가 직무만족에 미치는 영향. *비서학* 논총, 14(1), 145-167.
- 황선진, 정미영, 송기은. (2007). 의류 판매원의 역할모호성 및 역할갈등이 직무만족과 고객지향성에 미치는 영향. *생활과학회지*, 10, 63-78.
- 황수영, 권태일. (2008). 특급호텔 직원의 감정노동과 직무스트레스가 태일에 미치는 영향. *관광연구저널*, 22(3), 87-100.
- Ashforth, B. E., & Humphrey, R. H. (1993). Emotional labor in service roles: The influence of identity. *Academy of Management Review*, 18(1), 89-90.
- Brown, S. P., & Peterson, R. A. (1993). Antecedents and consequences of salesperson job satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 30, 63-77.
- Cote, S., & Morgan, L. M. (2002). A longitudinal analysis of the association between emotion regulation, job satisfaction, and intention to quit. *Journal of Organizational Behavior*, 23, 947-962.
- Cropanzano, R., James, K., & Konovsky, M. A. (1993). Dispositional affectivity as a predictor of work attitudes and job performance. *Journal of Organizational Behavior*, 14, 595-606.
- Duke, A. B., Goodman, J. M., Treadway, D. C., & Breland, J. W. (2009). Perceived organizational support as a moderator of emotional labor outcomes relationships. *Journal of Applied Social Psychology*, 39(5), 1013-1034.
- Glomb, T. M., & Tews, M. J. (2004). Emotional labor: A conceptualization and scale development. *Journal of Vocational Behavior*, 64, 1-23.
- Grandey, A. (2000). Emotional regulation in the workplace. *Journal of Occupational Psychology*, 5(1), 95-110.
- Hobfoll, S. E. (1989). Conservation of resources: A new way to conceptualizing stress. *American Psychologist*, 44, 513-524.
- Hochschild, A. R. (1979). Emotion work, feeling rules, and social structure. *American Journal of Sociology*, 85, 551-575.
- Hochschild, A. R. (1983). *The managed heart: Commercialization of human feeling*. LA: University of California Press.
- Judge, T. A., Woolf, E. F., & Hurst, C. (2009). Is emotional labor more difficult for some than for others? *Personnel Psychology*, 62, 57-88.
- Liu, Y., Hochwater, W., & Kacmar, C. (2004). Dispositional antecedents and consequences of emotional labor at work. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 10(4), 12-25.
- Liu, Y., Prati, L. M., Perrewe, P. L., & Ferris G. R. (2008). The relationship between emotional resources and emotional labor. *Journal of Applied Social Psychology*, 38(10), 2410-2439.
- Maslach, C., & Jackson, S. (1984). Burnout in organizational settings. *Applied Social Psychology Annual*, 5, 133-153.
- Morris, J. A., & Feldman, D. C. (1996). The dimension, antecedents and consequences of emotional labor. *Academy of Management Review*, 21(4), 986-1010.
- Rafaeli, A., & Sutton, R. I. (1987). The expression of emotion as part of work role. *Academy of Management Review*, 12(1), 23-37.
- Trougakos, J. P., Beal, D. J., & Green, S. G. (2008). Making the break count: An episodic examination of recovery activities, emotional experiences, and positive affective displays. *Academy of Management Journal*, 51(1), 131-146.
- Watson, D., Clark, L. A., & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: the PANAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(6), 1063-1070.
- Wharton, A. S., & Erickson, R. J. (1993). Managing emotions on the job and at home. *Academy of Management Review*, 18(3), 457-486.