

피부전문가들이 경험한 고객 불량행동이 감정부조화 및 서비스 사보타주에 미치는 영향

성영환^{1*} · 이영조^{2,†}

¹오산대학교 뷰티&코스메틱제열, 겸임교수

²국제대학교 뷰티코디네이션학과, 겸임교수

(2021년 11월 10일 접수: 2021년 12월 14일 수정: 2021년 12월 15일 채택)

The Effects of Emotional Dissonance and Service Sabotage on Skin Experts Who Have Experienced Inappropriate Customer Behavior

Young-Whan Sung^{1*} · Young-Jo Lee^{2,†}

¹Department of Beauty & Cosmetic, Osan University

²Department of Beauty Coordination, Kookje University

(Received November 10, 2021; Revised December 14, 2021; Accepted December 15, 2021)

요약 : 본 연구의 목적은 피부전문가들이 경험한 고객 불량행동이 감정부조화 및 서비스 사보타주에 미치는 영향에 관한 연구이다. 연구의 목적달성을 위해 서울, 경기지역 피부전문가 383명을 연구대상으로 선정하였다. 분석방법은 빈도분석, 요인분석, 신뢰도분석, 상관관계분석, 다중회귀분석을 실시하였으며, 이와 같은 연구절차를 거쳐 다음과 같은 연구결과를 도출하였다. 고객 불량행동이 감정부조화에 정적(+)¹상관관계가 나타났고, 감정부조화의 감정억제가 서비스사보타주에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

주제어 : 피부전문가, 고객 불량행동, 감정부조화, 서비스 사보타주, 서비스 산업

Abstract : The purpose of this study is to investigate the effect of emotional dissonance and service sabotage on skin experts who have experienced inappropriate customer behavior. To achieve the purpose of the study, 383 skin experts in Seoul and Gyeonggi-do were selected as the subjects of the study. As for the analysis method, frequency analysis, factor analysis, reliability analysis, correlation analysis, and multiple regression analysis were performed, and the following research results were derived through such research procedures. Inappropriate customer behavior showed a positive (+) correlation with emotional dissonance, and emotional suppression of emotional dissonance affects service sabotage.

Keywords : Skin Expert, Inappropriate Customer Behavior, Emotional Dissonance, Service Sabotage, Service Industry

[†]Corresponding author

(E-mail: leewha88@naver.com)

1. 서론

사람은 누구나 환경적 변화 속에서 다양한 직업을 가지고 연계하며 살아가게 된다. 아무리 내가 좋아서 선택한 직업 일지라도 때론 회의감이 올 때가 있다. 특히 서비스산업에 종사하는 사람들은 때를 쓰며 부당한 요구를 해오는 고객을 대면할 때, 일에 대한 회의감과 상실감을 겪게 된다. 피부미용사들의 직무스트레스는 소형 피부미용실에 종사하는 사람들보다 중대형 피부미용실 근무자일수록 역할의 과부하 및 고객 관련 직무의 스트레스를 많이 받아 우울감, 불안, 적대감으로 인한 신체적, 심리적 긴장으로 직무성과가 떨어진다[1]. 피부미용사 국가자격제도는 2008년 10월 5일 처음으로 시행되어 공인된 전문성을 바탕으로 피부미용사라는 국가에서 인정하는 자격증을 부여받아 피부병원이거나 피부 관리실 등에 근무하는 대면 서비스산업이다.

고객 불량행동의 정의[2]는 고객일탈행동(customer deviance), 고객의 부정행동(customer misbehavior), 고객 이상행동(aberrant customer behavior)이라 명명하며 “일반적인 소비상황에서 수용되는 행동규범을 위반하여 소비 질서를 어지럽게 하는 고객의 부정적 행동” 이고, 서비스적인 개념은 약간의 의도적으로나 혹은 우연한 서비스와 타 고객에게 부정적으로 영향을 미치고 서비스를 혼란시키는 고객의 행동을 말한다. 서비스접점에서 고객 불량행동은 고객에 대한 서비스 제공횟수와 서비스강도가 높아지게 되고, 서비스노동자는 고객에 대한 보복행위와 같은 기업에 부정적인 영향을 주는 행동이 증가하게 된다[3]. 서비스제공자에게 심지어 욕설을 퍼붓거나 폭력을 행사하는 불량고객의 일탈행위는 서비스 공정성을 제공해주어도 불량고객의 일탈행위는 계속된다.

감정부조화의 정의[4]는 자신이 수행하도록 부여받은 역할인 긍정적인 감정표현과 실제 내면에서 경험하는 감정 간의 갈등이다. 감정부조화로 인한 감정노동[5-6]은 직무스트레스, 직무소진, 직무불만족 등과 같은 직무에 직접적으로 부정적인 요인을 줄 수 있다. 서비스종사자들의 감정노동을 수행하게 되면서 겪게 되는 감정부조화는 직무소진과 직무불만족 등 기업에 부정적인 반응행동을 취할 수 있게 된다. 인간의 내면에는 본능적인 감정이 내재되어 있고, 누구나 상대적 우위에 있다고 착각하게 된다. 우리나라 속담에 “가

는 말이 고와야 오는 말이 곱다”라는 의미는 상호간에 감정의 반사적 작용을 뜻한다. 서비스종업원들의 경우 서비스제공과정에서 감정표현과 자신의 실제 경험하는 감정이 일치하지 않을 경우가 많기 때문에 개인적으로 힘들고 지치게 되는 상황에서 조직규범에 부응하기 위해 자신의 실제 감정과 다르게 억지스러운 미소로 감정을 표현하며 직무를 수행하기에 서비스의 질은 낮아진다[7].

서비스 사보타주의 정의를 살펴보면 고객 접점 현장에서 기업의 성장과 이윤상승을 저해하는 종사자의 일탈행동 또는 계획된 고의성으로 서비스에 부정적인 영향을 주는 행동과 일탈행동이며, 조직구성원이 정당한 이익에 반하는 고의적인 행동을 말한다[8]. 서비스종사자들은 감정부조화를 해결하고자 사보타주행동을 하게 되고, 생산지연, 재산파손, 관계파멸을 초래하는 행동은 고객에게 해를 끼치고 기업의 경영을 방해하거나 피해를 입힘으로써 서비스산업 뿐만 아니라 기업과 고객 모두에게 악영향을 미친다[9].

[10]은 고객의 부적절한 행동은 불필요한 사회적 비용을 유발시켜 기업의 피해가 증가하고 소비자의 권리를 사회적으로 실현 할 수 있는 긍정적 효과가 감소되므로 부정적인 영향을 가져온다. 대한상공회의소가 고객의 악성클레임 처리실태를 조사한 결과 고객의 부당한 요구를 경험한 응답자가 83%, 인터넷이나, 언론유포위협 71%, 폭언 39.7%, 고소 또는 고발 17.6%, 업무방해 16.8%, 기타1.1%로 나타났다. 이런 행동들의 부조화를 이루는 서비스 사보타주는 자신의 감정을 변화시킬 수 있도록 이미지트레이닝, 고객과의 상황대처법을 통해 부정적 영향을 줄이고 고객지향성을 높이기 위한 전략을 구사해 나가야할 것이다[11].

본 연구의 목적은 고객 불량행동이 피부전문가의 감정부조화로 인한 서비스 사보타주에 어떠한 영향관계를 갖는지 실증분석을 통해 규명하고자 한다. 실증분석의 결과를 통해 피부전문가의 효율적인 인적자원관리와 합리적인 근무방향의 기초자료로 제공되고자한다.

2. 연구방법

본 연구는 피부전문가들이 경험한 고객 불량행동이 감정부조화 및 서비스 사보타주에 미치는 영향을 규명하기 위한 연구이다. 연구 절차는 다

음과 같다.

2.1. 자료수집 및 분석

본 연구의 조사대상은 서울 경기지역의 피부전문가를 대상으로 2021년 3월1일부터 2021년 3월 30일까지 한 달간 인터넷 조사하여 383부를 분석에 사용하였다. 수집된 자료의 통계적 분석은 SPSS 통계패키지 version 26.0을 이용하여 분석하였다. 구체적인 통계적 분석 방법은 기술통계, 요인분석, 신뢰도분석, 상관관계분석, 다중회귀분석을 실시하였다. 통계적 유의 확률은 $P<.05$ 로 하였다.

2.2. 연구 참여자

조사대상의 인구통계학적특성은 <Table 1>와 같다. 표본은 피부미용사 383명을 조사하였으며, 자료 수집기간은 2021년 8월 1일-2021년 8월 30일까지 한 달간 실시하였다. 연령은 20대 143명(37.3%), 30대 84명(21.9%), 40대 140명(36.6%), 50대 이상 16명(4.2%)을 조사하였다. 경력은 5년 이하 43명 (11.2%), 6-10년 79명

(20.6%), 11-15년 62명(16.2%), 16-20년 64명(16.7%), 21년 이상 135명(35.2%)으로 조사되었다. 학력은 고졸 이하 117명(30.5%), 전문대졸 이하 36명(9.4%), 대졸 이하 55명(14.4%), 대학원졸 이하 141명(36.8%), 기타 34명(8.9%)이고, 현재 직급은 보조 피부미용사 39명(10.2%), 일반 피부미용사 175명(45.7%), 팀장 또는 실장 등 관리자 93명(24.3%), 원장 또는 점장 등 경영자 직급 76명(19.8%)으로 나타났다.

2.3. 측정도구

2.3.1. 설문지구성

본 연구에서 목적을 달성하기 위하여 사용된 측정도구는 고객 불량행동은 [12]의 선행연구 상습성, 과도성의 2개 하위요인 16문항으로 구성하였다. 감정부조화 측정도구로 [13]의 선행연구를 사용하여 감정억지, 감정연기, 감정억제의 3개요인 7문항으로 구성하였으며, 서비스 사보타주는 [14]의 선행연구를 사용하여 5문항으로 구성하여 연구에 사용하였다.

Table 1. General Characteristics

Category	Frequency (N)	Percentage (%)	
Age (year)	20s	143	37.3
	30s	84	21.9
	40s	140	36.6
	50s	16	4.2
	not more than 5 years	43	11.2
Career	6-10 years	79	20.6
	11-15 years	62	16.2
	16-20 years	64	16.7
	more than 21 years	135	35.2
	High school graduation or less	117	30.5
Academic background	College graduation	36	9.4
	University graduation	55	14.4
	Graduate graduation or higher	141	36.8
	etc.	34	8.9
position	assistant staff	39	10.2
	general staff	175	45.7
	manager	93	24.3
	director	76	19.8
Total	383	100.0	

2.3.2. 측정도구의 타당도 및 신뢰도 검증

피부전문가의 고객 불량행동지각은 측정도구의 타당성을 검증하고자 요인분석을 실시한 결과 <Table 2>와 같다. 고객 불량행동의 타당도검증을 위해 요인 분석한 결과로 요인 추출방법은 주성분 분석(Principle Component Analysis)이며, 요인적재치의 단순화를 위해 회전방법은 직각회전인 베리 맥스(varimax) 방식을 사용하였다. 요인적재량 (Factor Loading)은 .05 이상인 경우 유효하게 적용하였으며 각 변수들 간의 상관관계를 살펴보기 위해 Bartlett의 구성형 검증치는 $\chi^2=3352.665$, $p<.001$ 로 변수간의 상관이 선형적 관계임을 확인했다. 또한 변수들 간의 적합성 확인을 위해 KMO (kaiser-Meyer-Olkin) 지수.919로 표본의 적합성을 확인하였다.

2.3.3. 감정부조화 요인분석 및 신뢰도 검증

감정부조화는 측정도구의 타당도 검증을 위해 요인 분석한 결과 <Table 3>과 같다. 먼저 Bartlett의 단위행렬 점검 결과 $\chi^2=767.893$ ($p<.001$)으로 변

수들 사이에 요인을 이룰만한 상관관계가 충분하고, KMO의 표본적합도 점검결과 KMO 값이 .635로 나타나 공통성 등을 점검한 결과에서도 측정 자료의 요인분석가정을 만족시켰고, 요인분석에 적합함이 확인되었다. 하위요인 신뢰도(Cronbach's α) 값은 감정부조화 .676로 통계적 수용 가능한 내적 일치도를 보였다.

2.3.4. 서비스사보타주 요인분석 및 신뢰도 검증

서비스 사보타주는 측정도구의 타당도 검증을 위해 요인 분석한 결과 <Table 4>과 같다. 먼저 Bartlett의 단위행렬 점검 결과 $\chi^2=462.573$ ($p<.001$)으로 변수들 사이에 요인을 이룰만한 상관관계가 충분하고, KMO의 표본적합도 점검결과 KMO 값이.809로 나타나 공통성 등을 점검한 결과에서도 측정 자료의 요인분석가정을 만족시켰고, 요인분석에 적합함이 확인되었다. 하위요인 신뢰도 (Cronbach's α) 값은 감정부조화 .778로 통계적 수용 가능한 내적 일치도를 보였다.

Table 2. Inappropriate Customer Behavior

Factor	Component		
	1	2	Communality
Question 15	.793	.137	.648
Question 16	.787	.108	.631
Question 14	.748	.214	.605
Question 11	.705	.315	.596
Question 13	.684	.309	.563
Question 12	.663	.230	.492
Question 10	.662	.296	.525
Question 9	.554	.458	.517
Question 3	.234	.794	.684
Question 2	.137	.778	.624
Question 4	.252	.728	.594
Question 6	.324	.726	.632
Question 1	.109	.717	.527
Question 7	.242	.676	.515
Question 5	.392	.662	.591
Question 8	.464	.542	.509
Eigenvalue	7.478		
Variance (%)	46.736		
Cumulative (%)	46.736		
Cronbach's α .	.888	.892	
Total Cronbach' α	.923		
KMO = .919, $\chi^2=3352.665$, $p<.001$			

Table 3. Emotional Dissonance

Factor	Component			Communality
	1	2	3	
Question 2	.884	-.012	.072	.787
Question 1	.846	-.004	.122	.730
Question 3	.835	.114	.070	.715
Question 7	.085	.897	.027	.813
Question 6	-.011	.897	.114	.818
Question 4	.142	-.011	.849	.740
Question 5	.059	.152	.845	.741
Eigenvalue	2.470			
Variance (%)	35.282			
Cumulative (%)	35.282			
Cronbach's α	.825	.772	.637	
Total Cronbach' α	.676			
KMO = .635, $\chi^2=767.893$, $p<.001$				

Table 4. Service Sabotage

Factor	Component	
	1	communality
Question 2	.762	.580
Question 3	.759	.576
Question 4	.743	.551
Question 1	.698	.487
Question 5	.682	.465
Eigenvalue	2.659	
Variance (%)	53.181	
Cumulative (%)	53.181	
Cronbach's α	.778	
Total Cronbach' α	.778	
KMO = .809, $\chi^2=462.573$, $p<.001$		

3. 연구결과

3.1. 고객 불량행동, 감정부조화, 서비스 사보타주 변수 간 상관관계 분석

〈Table 5〉는 피부전문가의 고객 불량행동이, 감정부조화, 서비스 사보타주의와 상관관계를 분석한 결과이다. 결과를 살펴보면 상승성은 과도성 ($r=.644^{**}$), 감정억지($r=.141^{**}$), 감정연기($r=.038$), 감정억제($r=-.010$), 서비스사보타주($r=.052$)를 보였다. 감정억제에서 부적(-)상관관계를 보였고, 과도성, 감정억지, 서비스사보타주

에서 정적(+),상관관계를 보여 통계학적 유의한 것으로 나타났다. 과도성은 감정억지($r=.118$), 감정연기($r=.112$), 감정억제($r=.083$), 서비스사보타주($r=.025$)는 통계학적 정적(+),상관관계가 나타났다. 감정억지는 감정연기($r=-.036$), 감정억제($r=.085$), 서비스 사보타주($r=-.036$)를 나타냈고, 감정연기($r=.164$), 감정억제는($r=-.025$)를 나타냈다. 감정억제는 서비스사보타주($r=.120$)를 보여 감정부조화로 인한 서비스사보타주의 감정억지, 감정연기에서 부적(-)상관관계를 보였다. 감정연기는 감정억제($r=.164$), 서비스사보타주($r=-.025$)

Table 5. Correlation between emotional dissonance and service sabotage of inappropriate customer behavior

	R	E	U	D	CO	S
R	1					
E	.644**	1				
U	.141**	.118*	1			
D	.038	.112*	.221**	1		
C	-.010	.083	.085	.164**	1	
SS	.052	.025	-.036	-.025	.120*	1

* $p < .05$, ** $p < .01$
 R: recidivism, E: excess U: untruth of emotion, D: difficulty of expressions, CO: control, SS: Service sabotage

Table 6. Effect of emotional dissonance on inappropriate customer behavior

DV	IV	B	SE	β	t	sig.	T	VIF
	C	3.081	.0159		19.422	.000		
D	R	-.055	.062	-.058	-.876	.381	.586	1.707
	T	.150	.066	.150	2.255	.025	.586	1.707
CO	C	3.021	.174		17.384	.000		
	R	-.112	.068	-.109	-1.635	.103	.586	1.707
	T	.167	.073	.153	2.300	.022	.586	1.707

R=.121 adj R² =.015 F=2.824 p>.05 D-W= 1.884
 R=.118 adj R² =.014 F=2.665 p<.05 D-W= 2.028
 *P<.05
 D: difficulty of expressions, CO: control, R: Recurrence, T: Transients.

로 감정억제는 정적(+), 서비스 사보타주는 부정(-) 상관관계를 보였다. 감정억제는 서비스 사보타주(r=.120)로 나타나 유의한 상관관계를 보였다. 변수 간의 상관관계는 서비스 종업원이 신체적 노동뿐 아니라 고객불량행동으로 인해 감정소진이 유발되며, 감정부조화를 완화하기 위해 서비스 사보타주 행동을 하는 것[15]으로 판단된다.

3.2. 고객 불량행동이 감정부조화에 미치는 영향

〈Table 6〉은 고객 불량행동이 감정부조화에 미치는 영향을 규명하고자 다중회귀분석을(multi-regression) 실시하였다. 결과를 살펴보면 Durbin-Watson 값은 감정연기 1.884, 감정억제 2.028로 2에 가까워 변수들 간의 자기 상관의 문제가 없이 독립적으로 나타났다. 고객 불량행동의 상승성

과 과도성이 감정연기에 미치는 영향을 분석한 결과 독립변수와 종속변수 간의 상관계수(R)는 감정연기 .121, 감정억제 .118이었으며 결정계수(R²)가 감정연기 .015, 감정억제.014로 나타나 독립변인이 종속변인에 미치는 설명력은 감정연기15.0%, 감정억제14.0%로 나타났다. 또한 회귀 모형의 적합도 분산분석 결과 과도성 F=2.665, p<.05 수준에서 통계적 유의하게 나타나 회귀식이 적합함을 보여주고 있다. 감정연기에 미치는 영향으로 과도성(β =.150, t=2.255, p<.05), 는 통계적으로 유의하게 정적(+) 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 고객 불량행동지각의 감정억제는 과도성에 미치는 영향으로 과도성(β =.153, t=2.300, p<.05)은 통계적으로 유의하게 정적(+) 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는

고객의 불량행동이 종업원의 감정부조화에 부정적인 영향을 미쳐 서비스 태도를 약화시킨다는 연구[16]와 일치하는 것으로 이로 인해 직무소진에 영향을 주고, 서비스의 품질을 저하시키는 것으로 판단된다.

3.3. 감정부조화가 서비스 사보타주에 미치는 영향

〈Table 7〉은 감정부조화가 서비스 사보타주에 미치는 영향을 규명하고자 다중회귀분석을(multi-regression)실시 하였다. 결과를 보면 Durbin-Watson 값은 1.812로 2에 가까워 변수들 간의 자기 상관의 문제가 없이 독립적으로 나타났다. 감정부조화가 서비스사보타주에 미치는 영향을 분석한 결과 독립변수와 종속변수간의 상관계수(R)는 .134였으며 결정계수(R²)가 .018로 나타나 독립변인이 종속변인에 미치는 설명력은 18.0%로 나타났다. 또한 회귀모형의 적합도 분산분석 결과 F=2.303, p<.05 수준에서 통계적으로 유의하게 나타나 회귀식이 적합함을 보여주고 있다. 서비스 사보타주에 미치는 영향으로 감정억제(β =.118, t=2.508, p<.05)는 통계적으로 유의하게 정적(+) 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 이는 고객불량행동으로 인한 감정노동과 감정적 부조화가 직무스트레스를 유발하며, 직무스트레스는 서비스 사보타주를 유발하는 원인이라는 연구 [17]를 뒷받침하는 것으로 판단된다.

4. 결론 및 논의

4.1. 결론

본 연구는 피부전문가들이 경험한 고객 불량행동이 감정부조화로 인해 서비스 사보타주에 미치

는 영향을 알아보고자 실증분석 하였다. 분석방법으로 요인분석, 상관관계분석, 다중회귀분석을 실시하여 통계적 분석을 통하여 도출한 결과는 다음과 같다.

첫째, 고객 불량행동지각의 상습성은 과도성, 감정억지, 감정연기, 서비스사보타주에서 정적(+) 상관관계를 보였고, 감정억제에서 부정(-)상관관계를 나타냈다. 고객 불량행동의 과도성은 감정억지, 감정연기, 감정억제, 서비스사보타주에서 정적(+)상관관계를 나타냈다. 감정부조화의 감정억지는 감정연기, 감정억제에서 정적(+)상관관계를 보였고, 서비스 사보타주에서 부정(-)상관관계가 나타났다. 감정연기는 감정억제에서 정적(+), 서비스사보타주에서는 부정(-)상관관계를 나타냈다. 감정부조화의 감정억지와 감정연기는 서비스사보타주에 부정(-)부적상관 관계를 보였다.

둘째, 감정부조화의 감정억제는 서비스사보타주에 정적(+) 영향을 미치는 것으로 보아 피부서비스전문가들은 감정부조화의 감정억제가 서비스 사보타주행동으로 표출되는 것으로 사료된다.

4.2. 논의

본 연구의 수행과정에서 아쉬운 점을 기초로 다음과 같이 제언하고자 한다.

고객 불량행동은 서비스를 제공하는 접점에서 일어나는데 주로 상식선의 범주에서 벗어나는 행동들을 의미한다. 고객 불량행동은 직무에 영향을 미치고[18-19], 기업에 악영향을 주며, 업무효율을 저해하는 환경을 만들게 되는데 이는 기업이 고객만족, 고객감동과 고객지향주의에 치중하는 경영상 맹점으로 보인다.

고객 불량행동으로 인한 감정 부조화에 관한 연구[20-22]는 서비스 종사자들의 감정 고갈로 인한 감정관리가 조직성과에 악영향을 미쳐 이직

Table 7. Effect of service sabotage on emotional dissonance

DV	IV	B	SE	β	t	sig.	T	VIF
SS	C	2.857	.234		12.209	.000		
	U	-.037	.050	-.039	-.741	.459	.949	1.054
	D	-.038	.052	-.038	-.717	.474	.930	1.075
	CO	.118	.047	.130	2.508	.013	.971	1.030

R=.134 adj R² =.018 F=2.303 p<.05 D-W= 1.812

*P<.05

SS: Service Sabotage, U: untruth of emotion, D: difficulty of expressions, CO: control

이나 직무스트레스로 인한 피로감이 증가하고 정신적, 신체적 건강악화를 일으켜 서비스 종사자들의 이탈 행동을 유발하는 결과를 가져오는데, 이는 고객 불량행동지각이 감정연기와 감정억제의 감정부조화를 느끼는 것으로 나타나 본 연구의 결과와도 일치한다.

서비스산업 종사자들의 감정부조화가 서비스 사보타주를 경험하는 호텔종사에 관한 연구[23]는 고객의 무리한 행동이 표면행동에 정적(+), 고객을 향한 진심행동은 부정적(-)영향을 미친다. 항공사 객실승무원들의 감정노동[24]은 내면행동이 감정소진과 서비스사보타주를 악화시키며, 표면행동은 감정소진과 서비스사보타주를 증가시키는 것을 볼 때 승무원들의 감정노동을 수행할 때 표면행동보다 내면행동을 장려할 필요가 있다. 고객 불량행동으로 인한 서비스종사자들의 감정부조화가 서비스 사보타주에 영향을 미쳐 본 연구의 결과를 지지하는 것으로 사료된다. 서비스 사보타주는 서비스 실패행동과 동일하다고 인식되기에 기업 입장에서 대처방안을 간구하고 합리적 인적 관리가 매우 중요하다. 따라서 고객 불량행동이 서비스 산업 전반에 부정적 요인을 주고 종업원들의 감정부조화로 서비스사보타주를 경험하게 되기에 고객 불량행동에 관한 더 많은 연구를 연구 과제로 남겨둔다.

References

1. M. J. Kim, "Study to Examine the Relations Between Job Stress and Working Behavior on Estheticians", *Asian J Beauty Cosmetol*, Vol.7, No.2 pp. 1-10, (2009).
2. Y. S. Yi, T. S. Gong, "The Effects of Service Justice on Customer Badness Behavior - Mediating Roles of Negative Affectivity and Customer Commitment", *Korean Journal of Marketing*, Vol.19, No.4 pp. 185-210, (2004).
3. H. I. Son, S. B. Park, "Black Consumer Behavior' and Organizational Misbehavior: The Moderating Effects of encourage", *Management & Information Systems Review*, Vol.36, No.4 pp. 103-116, (2017).
4. H. G. Kwon, B. G. Park, "The Effects Of Surface And Deep Acting Of Emotional Labor On Emotional Dissonance And Job Attitudes", *Journal of Human Resource Management Research*, Vol.18, No.1 pp. 311-326, (2011).
5. C. H. Hur, T. S. Kim, "Effects of Railroad Tour Conductors' Emotional Labor on Emotional Dissonance and Job Satisfaction", *Journal of Human Resource Management Research*, Vol.21, No.3 pp. 81-102, (2014).
6. N. Y. Han, S. W. Bae, "A Study on the Effects of Emotional Labor Strategy on Destructive Reaction Behavior by a Double Mediation of Emotional Dissonance and Job Dissatisfaction", *Journal of Human Resource Management Research*, Vol.25, No.1 pp. 79-100, (2018).
7. S. H. Kim, "The Effects of Salespersons' Emotional Dissonance on Salespersons' Behavior and Customers' Perceived Service Quality", *Journal of Marketing Studies*, Vol.16, No.2 pp. 1-31, (2008).
8. N. K. Baek, H. S. Kim, "The Effects of Customer bad behavior on Food Service Employee Job Stress and Service Sabotage", *Journal of Foodservice Management*, Vol.24, No.4 pp. 295-316, (2021).
9. H. L. Kim, J. Y. Kim, "The effects of the stereotypes of hotel employees who had experienced dysfunctional customers on job burnout and service sabotage", *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol.33, No.11 pp. 45-57, (2019).
10. J. Y. Lee, "Emotional Exhaustion, Depersonalization, and Service Sabotage Among Customer Defective Behavior", *Journal of Human Resource Management Research*, Vol.25, No.2 pp. 133-151, (2018).
11. Y. B. Ryu, Y. T. Kim, J. H. Park, Y. J. Jang, "Influences of Hotel Employees' Emotional Labor on Job Satisfaction and Service Sabotage: Focused on the Moderating Effect of Person Job Fit",

- Tourism research*, Vol.25, No.6 pp. 55-72, (2020).
12. E. K. Lee, E. M. Lee, J. O. Jeon, "A Study on the Conceptualization of 'Black Consumer Behavior' and Scale Development", *Journal of Marketing Management Research*, Vol.18 No.4 pp. 183-207, (2013).
 13. J. S. Ko, "A Study on the Modification Variable of Emotional Dissonance and Organizational Performance by the Empathy", *Journal of Industrial Economics and Business*, Vol.22, No.1 pp. 363-383, (2009).
 14. D. H. Cheon, "The Effects of Dysfunctional Customer Behavior on Emotional Labor, Service Sabotage and Management Performance in Travel Industry", *Tourism research*, Vol.34, No.2 pp. 69-88, (2019).
 15. L. C. Harris, K. L. Reynolds, "Jaycustomer behavior: an exploration of types and motives in the hospitality industry", *Journal of Services Marketing*, Vol.18, No.5 pp. 339-357, (2004).
 16. B. W. Park, "The Effects of Eating-out Customers' customer citizenship behavior and customer badness behavior on service employees' emotional dissonance and job burnout", *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, Vol.21, No.3 pp. 342-352, (2020).
 17. C. Y. Jeong, I. S. Kim, "The Effect of Dysfunctional Customer Behavior on Employees' Emotional Exhaustion and Service Sabotage in Restaurant Industry", *International Journal of Tourism Sciences*, Vol.39, No.3 pp. 143-156, (2015).
 18. K. M. Park, J. M. Choi, "A Study of Jaycustomer's Behavior Affecting Job Stress and Turnover Intention of Cabin Crew". *Journal of the Aviation Management Society of Korea*, Vol.13, No.6 pp. 23-46, (2015).
 19. J. S. Jin, H. J. Choi, W. K. Cho, K. S. Kim, "The moderation effect of power delegation between employee job enthusiasm and job performance by jay customer behavior", *Korean Hospitality and Tourism AcademeJ*, Vol.29, No.7 pp. 99-108, (2020).
 20. N. Y. Han, S. W. Bae, "A Study on the Effects of Hospital Customers' Disgruntled Behaviors on Turnover Intention and Customer Orientation, using Emotional Dissonance and Emotional Exhaustion as Mediators", *Journal of the Korea Industrial Information Systems Research*, Vol.22, No.5 pp. 113-128, (2017).
 21. K. A. Kim, H. C. Lee, "The impact of job stress of hotel workers on emotional dissonance by customers' bad behavior : Focused on the moderating effects of job autonomy", *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol.31, No.6 pp. 127-139, (2017).
 22. H. J. Kim, I. S. Kim, "Impacts of Dysfunctional Customer Behavior on Flight Attendants' Fatigue: Moderation of Leisure Coping Strategy during Stay Abroad and Mediation of Emotional Dissonance", *Tourism Research*, Vol.44, No.3 pp. 41-57, (2019).
 23. J. Y. Kim, "The structural relationship of customer badness behavior, emotional labor, Job engagement and service sabotage perceived by hotel employees", *Tourism Research*, Vol.45, No.3 pp. 99-123, (2020).
 24. M. H. Choi, I. S. Kim, "Exploring flight attendants' emotional labor and their service sabotage: The moderating effect of customer dysfunctional behavior", *Korean Journal of Tourism Research*, Vol.30, No.5 pp. 335-354, (2015).