

뷰티종사자의 불량고객 행동지각이 감정부조화 및 직무열의와 경영성과에 미치는 영향

이정희¹, 성영환², 이재은³, 이영조^{4*}

¹신경대학교 뷰티케어학과 겸임교수, ²오산대학교 뷰티&코스메틱계열 겸임교수, ³성결대학교 뷰티디자인학과 객원교수,
⁴국제대학교 뷰티코디네이션학과 겸임교수

The Effect of Jaycustomers Behavior Perception of Beauty Professionals on Emotional Harmony, Job Enthusiasm, and Management Performance

Jung-Hee Lee¹, Young-Whan Sung², Jae-Eun Lee³, Young-Jo Lee^{4*}

¹Adjunct Professor, Department of Beauty Design, Shing yeong University

²Adjunct Professor, Department of Beauty & Cosmetic, Osan University

³Visiting Professor, Department of Beauty Design, Sungkyul University

⁴Adjunct Professor, Department of Beauty coordination, kookje University

요약 연구목적은 불량고객 행동지각이 감정부조화 및 직무열의와 경영성과에 미치는 영향을 실증적 연구 하였다. 표본은 뷰티종사자327명이다. 연구방법은 빈도분석, 요인분석, 신뢰도분석, 상관관계분석, 단순회귀분석을 실시하였다. 연구결과 첫째, 불량고객 행동지각이 감정부조화 및 직무열의가 상실되는 것으로 확인되었다. 둘째, 불량고객 행동지각이 감정부조화에 통계학적 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 셋째, 불량고객 행동지각이 경영성과에 통계학적 유의한 영향을 미쳤다. 넷째, 감정부조화가 직무열의에 통계학적 유의한 영향을 미쳤다. 다섯째, 경영성과가 직무열의에 영향을 미치는 것으로 보아 통계학적 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 따라서 불량고객 행동지각은 뷰티종사자의 감정부조화로 인해 직무열의 및 경영성과에 부정적 요인을 주는 것으로 사료된다.

주제어 : 뷰티종사자, 불량고객 행동지각, 감정부조화, 직무열의, 경영성과

Abstract The purpose of this study is to empirically research the effect of jaycustomers behavior perception on emotional dissonance, job enthusiasm, and management performance. The sample was 327 beauty workers. The research methods were conducted by frequency analysis, factor analysis, reliability analysis, correlation analysis, and simple regression analysis. First, the study shows it was confirmed that the perception of jaycustomers behavior causes emotional dissonance and loss of job enthusiasm for beauty professionals. Second, it was confirmed that the perception of the behavior of jaycustomers had a statistically significant effect on emotional dissonance. Third, the perception of the behavior of jaycustomers had a statistically significant effect on management performance. Fourth, emotional dissonance had a statistically significant effect on job enthusiasm. Fifth, it was confirmed that management performance had a statistically significant effect on job enthusiasm. Therefore, it is believed the perception of jaycustomers behavior negatively affects beauty professionals.

Key Words : Beauty Professionals, Jaycustomers Behavior Perception, Emotional Dissonance, Job Engagement, Management Performance.

*Corresponding Author : Young-Jo Lee(leewha88@naver.com)

Received October 13, 2021

Accepted November 20, 2021

Revised November 4, 2021

Published November 28, 2021

1. 서론

기업의 성공은 고객의 마음을 얻기 위해 수많은 노력과 희생의 뒷받침 속에 이루어진다. 때로는 불량고객으로 인한 스트레스 감정을 억누르게 되고 고객에게 최선을 다하는 모습과 고객의 마음을 얻기 위한 고객감동과 고객만족은 기업의 충성심에 영향을 미치며 치열한 경쟁 사회에 필수조건인 경쟁력 강화를 위해 불량고객의 마음을 사로잡는 것 또한 경영과제 일 것이다.

뷰티 종사자는 장시간 근무와 낮은 보수, 연약한 근무조건으로 인한 직업에 대한 선호도와 만족감이 낮아지고 이러한 결과는 고객에게 제공되는 서비스의 질에 영향을 미치며 스트레스와 상실감으로 뷰티 종사자는 이직까지도 생각하게 된다[1]. 서비스업종사자라면 누구나 직면할 수 있는 불량고객의 역지성으로 인한 자존감 상실은 직무스트레스와 이직을 생각하게 된다[2].

불량 고객이란 고객의 나쁜 행동이며, 악성고객을 말한다. 욕설과 폭행까지도 일삼는 불량고객의 일탈행동은 기업과 다른 고객에게 심리적, 사회적비용을 부담시킨다[3]. 고객 불량 행동의 종류를 살펴보면 언어 폭행, 모욕감, 대화 거부, 지연 요청의 거절 등 타인에 대한 비방과 특정인에게 고통을 주는 행동으로 인해 서비스를 제공해야할 동력을 상실하게 만든다[4]. 고객 불량행동과 악성 소비자 행동을 구분해서 본다면 고객 불량행동과 악성 소비자행동은 유사한 특징을 보이지만 의도성 측면에서 구분 되어야 한다. 또한 불량 고객 행동은 서비스 실패에 따른 고객의 문제해결에 있지만 악성 소비자 행동은 서비스와 무관한 자신의 목적 달성에 초점을 둔 행동이다[5]. 불량 고객의 유발 유형은 다양하고 불량 행동의 유형도 불만족 표출, 절도, 언어적 폭력 및 물리적 폭력, 사기 등 극단적 형태의 범법적 행위까지 포함하며, 불량 고객을 상대하기 위한 감정 소진은 기업에 악영향을 미친다[6]. 고객의 감정을 긍정적으로 관리하기 위해서는 고객과 서비스를 제공하는 동안 상호관계가 원활하게 이루어져야 하며, 고객에게 보여주는 감정은 고객의 지각된 서비스 품질을 높이며 기업의 이익과도 직결되기에 매우 중요하다[7].

고객과의 대면이 많은 뷰티 서비스산업은 고객과의 접점을 가지며 다양한 직무와 고객서비스로 인한 감정노동은 보편화되어있다. 고객과의 대면접촉을 하는 창구나 음성접촉을 하는 콜 센터에서는 “고객님 사랑합니다”, “고객님 최고로 모시겠습니다”라는 다소 부담스

러운 감정표현까지도 당연하게 받아들여지고 있다[8]. 고객 감동을 위한조직 간의 치열한 경쟁 속에 감정노동종사자의 직무 소진, 직무스트레스는 더욱 심화되어갈 것이며, 때로는 불량 고객 행동지각 의로 인해 서비스 사보타주로 조직과 고객 사이에 부정적 영향을 미치게 하는 종업원의 자발적이고 명백한 행위의 은밀한 행동이며, 서비스 사보타주 행위로는 주로 고객에게 서비스 제공을 느리게 하거나, 고의적으로 과다 청구를 하거나, 특정 고객에게 편애하는 행위를 말 한다[9]. 이러한 행동은 뷰티 종사자의 심리적 불안감과 스트레스로 인한 직무소진감 상실감으로 이어져 고객과의 신뢰감을 상실하게 된다. 또한 서비스산업 현장에서 기업의 이윤과 성장에 손실을 입히는 직원들의 일탈행동과 고의적으로 계획된 행동이 서비스에 부정적 영향과 직원들의 직무소진에 영향을 미치는 것으로 확인 되었다[10]. 또한 미용 서비스산업은 다른 서비스 산업보다 고객과의 접촉 시간이 길고 고객과의 소통과정에서 고객의 반응에 즉각적으로 대응 할 수 있기에 미용종사자의 감정노동은 매우 중요하다[11].

기업은 직원들의 사기를 높이기 위한 다양한 조직 활동을 통해 직무 열의를 높이도록 힘써야한다. 직무 열의가 높아지면 직무에 대한 헌신과 희생정신이 높아져 개인과 조직성과 즉 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다[12]. 뷰티산업 종사자의 불량고객 행동이 감정부조화로 인한 스트레스와 작업능률 저하로 인해 직무 열의가 소진하게 되고 기업의 경영성과에 부정적인 요소로 작용하여 기업 경쟁력을 약화시킨다. 또한 불량고객 행동지각은 사회적 문제이므로 근본적인 대책을 간구하여 뷰티 종사자의 직무열의 감소를 해소하고 향후 뷰티산업의 발전을 도모해야할 것이다. 따라서 본 연구의 목적은 뷰티종사자의 불량고객 행동지각을 통해 각 변인 별 차이를 조사하여 뷰티 종사자의 불량고객행동지각이 감정부조화에 미치는 영향과 직무 열의 및 경영성과에 관하여 실증분석과 그 결과를 토대로 시사점을 제시하고자 한다.

2. 연구방법

본 연구는 뷰티종사자의 불량고객 행동지각이 감정부조화 및 서비스사보타주에 미치는 영향을 규명하고자 한다. 일련의 연구절차는 다음과 같다.

2.1 자료수집 및 분석

본 연구의 조사대상은 서울, 경기지역에 거주하는 뷰티 종사자를 대상으로 2021년 5월 1일부터 2021년 5월 31일까지 일개월간 이루어졌으며, 표집된 340부 중 불성실한 13부를 제외한 총327부를 분석에 사용하였다. 수집된 자료는 Windows용 사회과학 통계패키지 (SPSS) 26.0을 이용하여 빈도분석, 요인분석, 신뢰도분석, 사후검증(Scheffe's)을 처리 하였으며, 불량 고객의 행동지각이 감정 부조화 와 직무열의 및 경영성과의 상관성을 알아 보기위해 상관관계분석 및 단순회귀분석 (simple regression)을 실시하였다. 모든 통계적 분석은 SPSS 통계패키지 26.0 version을 이용하여 분석 하였으며 통계적 유의수준은 $p < .05$ 로 설정하였다.

2.2 조사대상의 일반적 특성

조사대상의 인구통계학적 특성은 Table 1와 같다.

Table 1. General Characteristics

	Factor	Frequeney (N)	Percentage (%)
Age (year)	20s	220	67.3
	30s	25	7.6
	40s	41	12.5
	50s orolder	41	12.5
Major	Hair Beauty	107	32.7
	Skin Beauty	157	48.0
	Make up	39	11.9
	Nail art	24	7.3
education	high school graduation	71	21.7
	A two-year university	159	48.6
	University graduation	56	17.1
	Under graduate school	41	12.5
Service life	not more than 1 years	221	67.6
	1-5 years	28	8.6
	5-10 years	24	7.3
	10- 15 years	23	7.0
	more than 15 years	31	9.5
	Total	327	100.0

표본은 뷰티 종사자 327명을 조사 하였으며, 자료 수집 기간은 2021년5월1일-2021년5월31일까지 1개월간 실시하였다. 연령은 20대 220명(67.3%), 30대 25명(7.3%), 40대 41명(12.5%), 50대이상 41명(12.5%)을 조사하였다. 전공은 헤어107명(32.7%), 피부157명(48.0%), 메이크업39명(11.9%), 네일24명

(7.3%)으로 조사되었고 학력은 고졸 71명(21.7%), 2년제 159명(48.6%), 4년제 56명(17.1%), 대학원이상 41명(12.5%)이고, 근무기간은 1년 미만 221명(67.6%), 1-5년 미만 28명(8.6%), 5-10년 미만 24명(7.3%), 10-15년 미만 23명(7.0%), 15년 이상 31명(9.5%)로 나타났다.

3. 분석결과

3.1 측정도구의 타당도 및 신뢰도

뷰티 종사자의 불량고객 행동지각은 [13]가 제시한 문항을 사용하였으며, 측정도구의 타당성을 검증하고자 요인분석을 실시한 결과 Table 2와 같다. 불량고객 행동지각의 타당도 검증을 위해 요인 분석한 결과로 요인 추출 방법은 주성분 분석(Principle Component Analysis)이며, 요인적재치의 단순화를 위해 회전방법은 직각회전인 베리맥스(varimax) 방식을 사용하였다. 요인적재량(Factor Roding)은 .05 이상인 경우 유효하게 적용하였으며 각 변수들 간의 상관관계를 살펴보기 위해 Bartlett의 구성형 검증치는 $\chi^2=4056.258$, $p < .001$ 로 변수간의 상관이 선형적 관계임을 확인했다. 또한 변수들 간의 적합성 확인을 위해 KMO (kaiser-Meyer-Olkin) 지수.949로 표본의 적합성을 확인하였다.

Table 2. Jaycustomers Behavior Perception

Factor	Component	
	1	communality
Question7	.927	.859
Question5	.926	.762
Question10	.924	.853
Question4	.911	.829
Question3	.903	.816
Question6	.900	.809
Question2	.873	.762
Question9	.873	.762
Question1	.863	.745
Question8	.828	.686
Eigenvalue	7.979	
Variance (%)	79.785	
Cumulative (%)	79.785	
Cronbach's α	.972	
Total Cronbach's α	.972	
KMO = .949, $\chi^2=4056.258$, $p < .001$		

3.2 감정부조화 측정도구의 타당도 및 신뢰도

감정부조화는[14]가 제시한 문항을 사용하였으며, 측정도구의 타당도 검증을 위해 요인 분석한 결과 Table 3과 같다. 먼저 Bartlett의 단위행렬 점검 결과 $\chi^2=1498.223$ ($p<.001$)으로 변수들 사이에 요인을 이룰만한 상관관계가 충분하고, KMO의 표본적합도 점검 결과 KMO 값이.877 으로 나타나 공통성 등을 점검한 결과에서도 측정 자료의 요인분석가정을 만족시켰고, 요인분석에 적합함이 확인되었다. 하위요인 신뢰도(Cronbach's α) 값은 감정부조화 .908 로 통계적 수용 가능한 내적 일치도를 보였다.

Table 3. Emotional Dissonance

Factor	Component	
	1	communality
Question4	.847	.717
Question7	.846	.715
Question3	.838	.702
Question1	.872	.683
Question5	.821	.674
Question6	.796	.633
Question2	.643	.413
Eigenvalue	4.538	
Variance (%)	64.829	
Cumulative (%)	64.829	
Cronbach's α	.908	
Total Cronbach's α	.908	
KMO = .877, $\chi^2=1498.223$, $p<.001$		

3.3 직무열의 측정도구의 타당도 및 신뢰도

직무 열의[15]가 제시한 10문항 중 7번 문항은 요인 적재치 .05를 충족하지 못하여 제거 후 최종 9문항을 사용하였으며, 측정도구의 타당성 검증을 위해 요인 분석한 결과(Table 4)과 같다. 먼저 Bartlett의 단위행렬 점검 결과 $\chi^2=2316.051$ ($p<.001$)으로 변수들 사이에 요인을 이룰만한 상관관계가 충분하고, KMO의 표본적합도 점검결과 KMO 값이.926 으로 나타나 공통성 등을 점검한 결과에서도 측정 자료의 요인분석가정을 만족시켰고, 요인분석에 적합함이 확인되었다. 하위요인 신뢰도(Cronbach's α) 값은 감정부조화 .931 로 통계적 수용 가능한 내적 일치도를 보였다.

Table 4. Job Enthusiasm

Factor	Component	
	1	communality
Question6	.914	.835
Question5	.904	.817
Question8	.887	.786
Question7	.826	.682
Question4	.809	.654
Question2	.791	.626
Question9	.732	.535
Question3	.705	.497
Question1	.662	.438
Eigenvalue	5.871	
Variance (%)	65.238	
Cumulative (%)	65.238	
Cronbach's α	.931	
Total Cronbach's α	.931	
KMO = .926, $\chi^2=2316.051$, $p<.001$		

3.4 경영성과 측정도구의 타당도 및 신뢰도

경영성과는 [16]가 제시한 문항을 사용하였으며, 측정도구의 타당성 검증을 위해 요인 분석한 결과로 Table 5과 같다. 먼저 Bartlett의 단위행렬 점검 결과 $\chi^2=706.529$ ($p<.001$)으로 변수들 사이에 요인을 이룰만한 상관관계가 충분하고, KMO의 표본적합도 점검결과 KMO 값이.777 으로 나타나 공통성 등을 점검한 결과에서도 측정 자료의 요인분석가정을 만족시켰고, 요인분석에 적합함이 확인되었다. 하위요인 신뢰도(Cronbach's α) 값은 감정부조화 .870 로 통계적 수용 가능한 내적 일치도를 보였다.

Table 5. Management Performance

Factor	Component	
	1	communality
Question1	.883	.780
Question2	.868	.754
Question3	.896	.802
Question4	.743	.551
Eigenvalue	2.887	
Variance (%)	72.173	
Cumulative (%)	72.173	
Cronbach's α	.870	
Total Cronbach's α	.870	
KMO = .777, $\chi^2=706.529$, $p<.001$		
M: Management performance.		

3.5 불량고객 행동지각이 감정부조화 와 직무열의 및 경영성과의 상관관계분석

불량고객 행동지각이 감정부조화와 직무열의 및 경영성과의 상관관계를 분석한 결과이다. 분석 결과는 Table 6과 같다. 불량고객 행동지각은 감정부조화($r=.590$), 직무열의($r=-.070$), 경영성과($r=.147$)로 나타나 감정부조, 경영성과는 정적(+), 상관관계를 보였고, 직무열의는 부적(-)상관관계를 나타냈다. 감정 부조화는 직무열의 ($r=-.118$), 경영성과($r=.026$)로 나타났고, 직무열의는 경영성과에서($r=.118$)로 통계학적 유의하게 직무열의에서 부적(-)상관관계를 보였다. 이러한 결과를 볼 때 불량고객의 행동지각을 통하여 감정부조화와 직무열의가 낮아지는 것으로 사료된다.

Table 6. Correlation between of Jaycustomers Behavior Perception and Emotional Dissonance, job enthusiasm, and management performance

	JP	E	J	M
JP	1			
E	.590**	1		
J	-.070	-.118*	1	
M	.147**	.026	.118*	1

* $p<.05$, ** $p<.01$

JP: Jaycustomers Behavior Perception. E: Emotional Dissonance. J: job Engagement, M: Management performance

3.6 불량고객 행동지각이 감정부조화에 미치는 영향

불량고객 행동지각이 감정부조화에 미치는 영향을 규명하기 위해 다중회귀분석(multi-regression)결과이다. 결과를 살펴보면 Durbin-Watson 값은 2.016로 2에 가까워 변수들 간의 자기 상관의 문제가 없이 독립적으로 나타났으며, VIF 값은 1.000로 나타나 다중공선성의 문제가 없는 것으로 나타났다. 불량고객행동이 감정부조화에 미치는 영향을 분석한 결과 독립변수와 종속변수 간의 상관계수(R)은 .590이었으며 결정계수(R²)가 .348로 나타나 독립변인이 종속변인에 미치는 설명력은 34.8%로 나타났다. 또한 회귀모형의 적합도 분산분석 결과 $F=173.789$, $p<.001$ 수준에서 통계적 유의하게 나타나 회귀식이 적합함을 보여주고 있다. 불량고객행동지각의 감정부조화($\beta=.806$, $t=13.183$, $p<.001$)은 통계적으로 유의하게 영향을 미치고 있는 것으로 Table 7과 같이 나타났다.

Table 7. The Effect of Jaycustomers Behavior Perception on Emotional coordination

	B	SE	β	t	Sig	T	VIF
E	C	.582	.143	4.062	.000		
	JP	.806	.061	.590	13.183	.000	1.000

$R=.590$, adj $R^2=.348$, $F=173.789$, $p<.001$, D-W=2.016
E: Emotional Dissonance. JP: Jaycustomers Behavior Perception.
C: Constant

3.7 불량고객 행동지각이 경영성과에 미치는 영향

불량고객 행동지각이 경영성과에 미치는 영향을 규명하기 위해 다중회귀분석(multi-regression)을 실시한 결과이다. 결과를 살펴보면 Durbin-Watson 값은 1.907로 2에 가까워 변수들 간의 자기 상관의 문제가 없이 독립적으로 나타났으며, VIF 값은 1.000로 나타나 다중공선성의 문제가 없는 것으로 나타났다. 불량고객 행동지각이 경영성과에 미치는 영향을 분석한 결과 독립변수와 종속변수 간의 상관계수(R)은 .147이었으며 결정계수(R²)가 .022로 나타나 독립변인이 종속변인에 미치는 설명력은 22.0%로 나타났다. 또한 회귀모형의 적합도 분산분석 결과 $F=7.210$, $p<.01$ 수준에서 통계적 유의하게 나타나 회귀식이 적합함을 보여주고 있다. 불량고객행동지각의 경영성과($\beta=.185$, $t=2.685$, $p<.01$)는 통계적으로 유의하게 영향을 미치고 있는 것으로 Table 8과 같이 나타났다.

Table 8. Effect of Jaycustomers Behavior Perception on Management performance

	B	SE	β	t	Sig	T	VIF
M	C	1.855	.193	9.622	.000		
	JP	.185	.069	.147	2.685	.008	1.000

$R=.147$, adj $R^2=.022$, $F=7.210$, $p<.01$, D-W=1.907
M: Management performance. C: Constant. JP: Jaycustomers Behavior Perception

3.8 감정부조화가 직무열의에 미치는 영향

감정부조화가 직무열의에 미치는 영향을 규명하기 위해 다중회귀분석(multi-regression) 결과이다. 결과를 살펴보면 Durbin-Watson 값은 1.675로 2에 가까워 변수들 간의 자기 상관의 문제가 없이 독립적으로 나타났으며, VIF 값은 1.000로 나타나 다중공선성의 문제가 없는 것으로 나타났다. 감정부조화가 직무열의에 미치는 영향을 분석한 결과 독립변수와 종속변수 간의 상관계수(R)은 .118이었으며 결정계수(R²)가 .014로 나

타나 독립변인이 종속변인에 미치는 설명력은 14.0%로 나타났다. 또한 회귀모형의 적합도 분산분석 결과 $F=4.601$, $p<.05$ 수준에서 통계적 유의하게 나타나 회귀식이 적합함을 보여주고 있다. 감정부조화가 직무열의($\beta=-.115$, $t=-2.145$, $p<.05$)은 통계적으로 유의하게 영향을 미치고 있는 것으로 Table 9와 같이 나타났다.

Table 9. Effect of Emotional Dissonance on Job Enthusiasm

		B	SE	β	t	Sig	T	VIF
J	C	3.614	.125		28.809	.000		
	E	-.115	.053	-.118	-2.145	.033	1.000	1.000

$R=.118^a$, adj $R^2=.014$, $F=4.601$, $p<.05$, $D-W=1.675$
 J: job enthusiasm E: Emotional Dissonance. C: Constant

3.9 경영성과가 직무열의에 미치는 영향

경영성과가 직무열의에 미치는 영향을 규명하기 위해 다중회귀분석(multi-regression) 결과이다. 결과를 살펴보면 Durbin-Watson 값은 1.688로 2에 가까워 변수들 간의 자기 상관의 문제가 없이 독립적으로 나타났으며, VIF 값은 1.000로 나타나 다중공선성의 문제가 없는 것으로 나타났다. 감정부조화가 직무열의에 미치는 영향을 분석한 결과 독립변수와 종속변수 간의 상관관계수(R)은 .118이었으며 결정계수(R²)가 .014로 나타나 독립변인이 종속변인에 미치는 설명력은 14.0%로 나타났다. 또한 회귀모형의 적합도 분산분석 결과 $F=4.626$, $p<.05$ 수준에서 통계적 유의하게 나타나 회귀식이 적합함을 보여주고 있다. 경영성과가 직무열의($\beta=.106$, $t=-2.151$, $p<.05$)은 통계적으로 유의하게 영향을 미치고 있는 것으로 Table 10과 같이 나타났다.

Table 10. Effect of management performance on job enthusiasm

		B	SE	β	t	Sig	T	VIF
J	C	3.083	.138		22.389	.000		
	M	.106	.049	.118	2.151	.032	1.000	1.000

$R=.118^a$, adj $R^2=.014$, $F=4.626$, $p<.05$, $D-W=1.688$
 J: job enthusiasm. M: Management performance.
 C: Constant

4. 결론

본 연구는 뷰티 종사자의 불량고객 행동지각이 감정부조화 및 직무열의와 경영성과에 미치는 영향을 알아

보기 위한 연구이다. 뷰티종사자들은 불량고객 행동지각을 통해 받게 될 스트레스와 감정부조화가 일에 상실감을 주게 되며, 경영성과에 미치는 부정적인 요인에 대하여 분석하였다. 이와 관련하여 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 불량고객 행동지각이 감정부조화 및 직무열의와 경영성과의 상관성을 분석하기 위해 상관관계 분석한 결과 직무열의와 감정부조화에서 부적(-)상관관계가 나타나 불량고객 행동지각이 감정부조화를 통해 직무열의가 상실되는 것으로 확인되었다.

둘째, 불량고객 행동지각이 감정부조화에 미치는 영향을 알아보기 위해 분산분석 결과 $F=173.789$, $p<.001$ 수준에서 통계적 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 불량고객 행동지각이 경영성과에 미치는 영향을 알아보기 위해 분산분석 결과 $F=7.210$, $p<.01$ 수준에서 통계적 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

넷째, 감정부조화가 직무열의에 미치는 영향을 알아보기 위해 분산분석 결과 $F=4.601$, $p<.05$ 수준에서 통계적 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다섯째, 경영성과가 직무열의에 미치는 영향을 알아보기 위해 분산분석결과 $F=4.626$, $p<.05$ 수준에서 통계적 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

고객의 부당한 서비스요구에 대응할 수 있는 사회적 대책이 필요하다.

5. 제언

뷰티 종사자는 불량고객 행동지각을 통해 자존감마저 상실하게 되고 때로는 직업에 대한 부정적 요인으로 회복할 수 없는 상태에서 이직을 하는 경우도 있다.

불량고객행동[17-19]은 자아존중감, 심리적 안정감에 부정적 영향을 미쳐 삶의 질이 낮아지고, 감정 부조화로 직무소진에 영향을 미치는 연구결과로 본 연구를 지지하고 있는 것으로 사료된다.

우리사회에 만연한 갑질 문화는 불량고객과 마초이즘으로 접근하여 자신의 우월적 지위를 내세워 억지와 때를 부리는 악성고객으로 고객접점의 종사자들은 상식을 벗어나는 경험을 하게 된다[20]. 갑질 문화는 권력을 가진 자와 권력이 없는 자, 고용자가 피고용자에게, 지배자가 피지배자에게, 돈이 많은 사람이 없는 자에게, 상사가 하급자에게, 나이가 든 사람이 나이가 어

린사람에게 배운 사람이 못 배운 사람에게, 손님이 종업원에게 등 자신보다 우월적 지위에 있는 갑이 나약한 을에게 행하는 일련의 모든 행위이다[21].

불량고객의 일탈행동[22-24]은 직무소진 과감정노동 서비스에 부정적 영향을 미치고, 경영성과에도 부정적 영향을 미치는 결과로 보아 본 연구의 결과를 지지하고 있다. [25-26]은 고객 불량 행동이 직무열의에 부정(-)상관관계로 나타나 본 연구의 결과와도 일치하였다. 따라서 서비스접점에서 발생하는 불량고객 행동지각과 감정부조화, 직무열의 및 경영성과의 기본 모델을 개념화하여 뷰티종사자의 인적자원관리에 대한 시사점을 제시하고자 한다. 또한 본 연구는 불량고객을 세분화하여 뷰티 종사자들이 받는 감정부조화와 스트레스로 인한 직무열의의 소진과 경영성과에 미칠 부정적 요인을 개선하고 차별화된 전략을 수립하여 지속적인 성장과 발전에 긍정적 요소로 작용할 것으로 사료되고 향후 불량고객의 행동지각에 관한 연구는 연구과제로 남겨둔다.

REFERENCES

- [1] J. H. Kim, H. S. Seo & E. H. Lee. (2017). The Effect of Human Resource Management on the Organizational Commitment of the Beauty Industry Professionals. *Journal of the Korean Society Design Culture*, 23(4), 223-234.
- [2] M. S. Choi, K. B. Jung & Y. J. Lee. (2020). The Effect of Perception of Black Consumer Behavior on the Job Enthusiasm and Self-esteem of Beauty Service Workers PDF icon. *Asian Journal of Beauty and Cosmetology*, 18(2), 183-193.
- [3] Y. J. Yi & T. S. Gong. (2004). The Effects of Service Justice on Customer Badness Behavior - Mediating Roles of Negative Affectivity and Customer Commitment -. *Korean Journal of Marketing*, 19(4), 185-210.
- [4] J. S. Jung & J. O. Jeon. (2017). The Influence of Service Provider's Bad Behavior on Consumer's Response. *Journal of Marketing Studies*, 25(2), 219-236.
- [5] Y. S. Lee & H. S. kim. (2016). The Moderating Role of Authentic Leadership between Dysfunctional Custom Behavior and Flight Attendant's Emotional Exhaustion PDF icon. *Aviation Management Society Of Korea*, 14(3), 3-24.
- [6] M. M. Park & Z. W. Cui. (2015). A Study of Jaycustomer's Behavior Affecting Job Stress and Turnover Intention of Cabin Crew. *Journal of the Aviation Management Society of Korea*, 13(6), 24-46.
- [7] S. H. Kim. (2008). Relationship Between Salespersons' Emotional Dissonance and Salespersons' Psychological and Behavioral Responses: Focusing on the Moderating Effect of Emotional Intelligence and Social Support. *Korean Academic Society Of Business Administration*, 37(4), 989-1038.
- [8] S. E. Park. (2009). The Effects of Emotional Dissonance on the Employee's job Attitudes and the Moderating Role of Job Autonomy and Social Supports. *Korean Academic Society Of Business Administration*, (38)2, 379-405.
- [9] M. K. Kim, S. O. Yim & B. W. Chung. (2020). The effects of dysfunctional customer behavior and abusive supervision on emotional exhaustion, service sabotage, and rapport in the travel industry industry. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 34(12), 139-153
- [10] H. L. Kim & J. Y. Kim. (2019).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*, 33(1), 45-57.
- [11] H. A. Lee. (2018). The Effect of Beauty Professional Worker's Emotional Labor on Interpersonal Stress -With Communication as Mediated Effect-. *Journal of The Korean Society of cosmetology*, 24(5), 915-924.
- [12] S. R. Kang & Y. J. Lee. (2020). Effect of the Fun Factors of Beauty Workers on the Attitude of Job and Self-Efficiency, *Convergence society for SMB*, 10(10),279-289.
- [13] E. M. Choi & Y. K. Hur. (2017). A Study on the Effects of Jaycustomers' Behavior on Service Encounter Employees' Job Engagement and Workplace Deviance. *Korean Tourism Industry Research Association*, 42(2), 167-192.
- [14] J. S. Ko. (2009). A Study on the Modification Variable of Emotional Dissonance and Organizational Performance by the Empathy. *Journal of Industrial Economics and Business*, 22(1), 363-383.
- [15] M. S. Choi, K. B. Jung & Y. J. Lee. (2020). The Effect of perception of black Consumers'

- Behavior on the Job Enthusiasm and self-respect of Beauty service workers. *Asian Journal of Beauty and Cosmetology*, 18(2), 183-193.
- [16] D. H. Cheon. (2019). The Effects of Dysfunctional Customer Behavior on Emotional Labor, Service Sabotage and Management Performance in Travel Industry. *Inernational Journal of Tourism Management Association and science*, 34(2), 69-88.
- [17] E. M. Choi & Y. H. Jang. (2018). A Study on the Effects of Customer Badness Behaviors on Self-Esteem of Casino Employees- Focused on the Mediating Effect of Psychological Well-Being-. *Tourism Research*, 43(3), 239-264.
- [18] B. W. Park. (2020). 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*, (21)3, 342-352.
- [19] H. J. Kim & I. S. Kim. (2019). Impacts of Dysfunctional Customer Behavior on Flight Attendants' Fatigue: Moderation of Leisure Coping Strategy during Stay Abroad and Mediation of Emotional Dissonance. *Tourism Research*, 44(3), 41-57
- [20] S. B. Cho. (2016). Jaycustomers and Machoism. *Korean Hospitality and Tourism Academe*, 25(3), 173-187.
- [21] S. B. Cho. (2018). Jaycustomers and Kapzil-Culture in Korean Society. *Korean Hospitality and Tourism Academe*, 27(5), 207-222.
- [22] K. S. Kim. (2018). The Structural Relationships among Perceived Customer Dysfunctional Behavior, Job Engagement, and Customer-Oriented in Hotel Employees: Focusing on the moderating effect of self-control. *Tourism Management Research Organization*, 22(2), 1-23.
- [23] K. B. Oh & G. K. Shin. (2019). The Effect of Customer Jay Behavior on Job Performance in Automobile Maintenance Industry: Mediating Effect of Job Stress and Job Burnout. *Korean Business Education Review*, 34(4), 405-427.
- [24] D. H. Cheon. (2019). The Effects of Dysfunctional Customer Behavior on Emotional Labor, Service Sabotage and Management Performance in Travel Industry. *Korea Academic Society Of Tourism Management*, 34(2), 69-88.
- [25] S. J. Mon. (2020). The Structural Relationships among Perceived Customer Dysfunctional

Behavior, Job Engagement, and Innovative Behavior in Hotel Employees: Focusing on the moderating effect of calling. *Tourism Research*, 45(4), 211-234.

- [26] K. S. Kim. (2018). The Structural Relationships among Perceived Customer Dysfunctional Behavior, Job Engagement, and Customer-Oriented in Hotel Employees: Focusing on the moderating effect of self-control. *Tourism management research*, 22(2), 1-23.

이 정 희(Jung-Hee Lee)

[정회원]



- 2016년 2월: 용인대학교 뷰티비즈니스(석사)
- 2020년 8월: 용인대학교 미용경영학(박사)
- 현재 : 신경대학교 뷰티디자인과 겸임교수
- E-Mail: oasis2027@hanmail.net

성 영 환(Young-Whan Sung)

[정회원]



- 2009년 8월 :성신여자대학교 피부비만관리학과(석사)
- 2017년 2월 : 건국대학교 향장생물학(박사)
- 2021년 현재: 오산대학교 겸임교수
- E-Mail: lamiavita@naver.com

이 재 은(Jae-Eun Lee)

[정회원]



- 2009년 8월 :성신여자대학교 피부비만관리학과(석사)
- 2020년 8월 : 동덕여자대학교 보건향장학과(박사)
- 2021년 현재: 성결대학교 객원교수
- E-Mail: peelj@naver.com

이 영 조(Young-Jo Lee)

[정회원]



- 2017년 2월 : 동덕여자대학교 미용보건학과(석사)
- 2020년 2월 : 동덕여자대학교 보건향장학과(박사)
- 2021년 현재: 국제대학교 겸임교수
- E-Mail: leewha88@naver.com