

논문접수일 : 2014.10.05

심사일 : 2014.10.14

게재확정일 : 2014.10.28

헤어미용종사자들의 직무불안정성과 감정노동노출, 감정소진이 이직의도와 고객지향성에 미치는 영향

Effects of Job Insecurity, Exposure to Emotional Labor, and Emotional Burnout
on Turnover Intention and Customer Orientation of Hair Beauty Service Workers

주저자 : 박명주

대경대학교 뷰티디자인학부 헤어디자인과 교수

Park, Myeong-Joo

Dept. of Hair Design, Deakyeung University

공동저자 : 정 연

경북도립대학교 피부미용과 교수

Jung, Yeon

Dept. of Beauty & Aesthetic Science, Gyeongbuk Provincial College

교신저자 : 유태순

대구가톨릭대학교 패션디자인과 교수

Yoo, Tai-Soon

Dept. of Fashion Industry, Catholic University of Daegu

* 본 논문은 2014년도 대구가톨릭대학교 박명주의 박사학위 논문을 기초로 재구성된 결과임.

1. 서 론

2. 이론적 배경

- 2.1. 직무불안정성
- 2.2. 감정노동노출
- 2.3. 감정소진
- 2.4. 이직의도
- 2.5. 고객지향성

3. 연구방법

- 3.1. 연구문제
- 3.2. 조작적 용어정의
- 3.3. 연구대상
- 3.4. 측정도구
- 3.5. 자료분석

4. 결과 및 고찰

- 4.1. 측정변인간의 상관관계
- 4.2. 직무불안정성과 감정소진, 이직의도, 고객지향성간의 관계
- 4.3. 감정노동노출과 감정소진, 이직의도, 고객지향성간의 관계
- 4.4. 감정소진과 이직의도, 고객지향성간의 관계
- 4.5. 이직의도와 고객지향성간의 관계
- 4.6. 직무불안정성과 감정노동노출간의 관계

5. 결론 및 제언

참고문헌

논문요약

본 연구의 목적은 헤어미용종사자들을 대상으로 직무수행과정에서 발생하는 직무불안정성과 감정노동노출, 감정소진을 매개로 하여 이직의도와 고객지향성 간의 관계를 알아보고자 하였다. 관련된 변인간의 관계를 다룸으로써, 개별적이었던 기존의 연구들을 통합적으로 다루는데 의의가 있으며, 미용업의 올바른 인적자원관리 전략방향을 제시할 수 있는 자료를 제공하고자 하였다. 이를 위해 본 연구에서는 부산·경남·대구지역에 거주하는 만 20세 이상 남녀 헤어미용종사자 395명을 표집대상으로, 매개변인인 직무불안정성, 감정노동노출, 감정소진과 이직의도와 고객지향성 간의 관계를 알아보기 위해 경로모형을 설정하여 경로계수의 모수치 효과를 검증하였다. 자료분석은 SPSS 21.0과 AMOS 21.0 for Win 프로그램을 이용하였다. 가설에 따른 결과를 토대로 직무불안정성과 관련변인 간의 관계, 감정노동노출과 관련변인 간의 관계, 감정소진과 관련변인 간의

관계, 이직의도와 고객지향성과의 관계, 직무불안정성과 감정노동노출과의 관계로 나누어 고찰한 후 다음과 같은 결과를 얻었다. 직무불안정성은 감정소진, 이직의도에 정(+)의 영향을, 고객지향성에는 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 감정노동노출은 감정소진, 이직의도에 정(+)의 영향을, 고객지향성에는 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 감정소진은 이직의도에 정(+)의 영향을, 고객지향성에는 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이직의도는 고객지향성에 부(-)의 영향을, 직무불안정성과 감정노동노출은 상호간 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

주제어

직무불안정성, 감정노동노출, 감정소진

Abstract

Purpose of this research was to survey the relationship between turnover intention and customer orientation which were influenced by job insecurity, exposure to emotional labor, and emotional burnout during the performance of hair beauty service workers. This research was significant in considering the factors combined which was regarded separately in previous researches, thus it may contribute to the beauty industry by giving informations of strategies for proper management of human resources of beauty business. For this research, surveys were held to 395 people who are over 20 years old of both genders, and living in Busan, Gyeongnam, and Daegu area. The data analysis was performed through the programs such as AMOS and SPSS 21.0 for Win. Conclusions are following : Job insecurity made positive influence to emotional burnout and turnover intention, and made negative influence to customer orientation. Exposure to emotional labor made positive influence to emotional burnout, and turnover intention, and made negative influence to customer orientation. Emotional burnout made positive influence to turnover intention, and made negative influence to customer orientation. Turnover intention influenced negatively to customer orientation, which means the more turnover intention makes the lower customer orientation. Job insecurity influenced positively to exposure to emotional labor, and they got positive correlation.

Keywords

Job Insecurity, Exposure to Emotional Labor, Emotional Burnout

1. 서론

사회가 변화하고 기술이 발달함에 따라 전체 산업에서 서비스 산업이 차지하는 비중이 점차 커지게 되고, 기업의 경쟁우위, 성장성 및 수익성 창출에 서비스가 큰 영향을 미침에 따라 많은 기업들은 고객에게 최상의 서비스를 제공하고자 노력하고 있다. 다른 산업에 비해 인력을 기반으로 하는 서비스 제공 의존도가 높은 미용산업의 경우 고객에 대한 서비스 품질은 미용경영에 커다란 영향을 끼치고 있으며, 미용시장의 개방과 고급화, 대형화, 기업화 추세에 다양화된 고객욕구로 인한 경영환경 변화와 기술혁명, 영업확장, 새로운 서비스 프로그램의 개발 등 그 어느 때 보다는 강력하고도 다각화된 고객 서비스 제공압력에 직면해 있다(안성근, 2009).

또한 최고의 인적 서비스를 지향해야 하는 미용산업의 특성상 종사자들은 고객들의 요구와 조직의 요구를 동시에 만족시켜야 하는 갈등을 경험할 가능성이 다른 직종에 비해 매우 높다 할 수 있다. 뿐만 아니라 전반적인 업무는 단순한 반복 작업에서부터 고도의 기술을 구사하는 세밀한 업무까지 다양하며 새로운 지식과 기술을 지속적으로 습득해야 하는 업무스트레스에 시달리고 있다. 게다가 인적 서비스 비율이 높은 미용산업의 특성상 1인 다기능 업무수행이나 직무통합 등을 통한 인적자원의 효율극대화를 추진하게 되며 그에 따른 수행이 적절히 이루어지지 못할 경우 상대적으로 종사자들은 직무불안을 느끼게 된다. 그리고 업무수행 시 동료 간의 경쟁심과 상사와의 갈등, 과중한 업무와 적절하지 못한 노동환경 등 지속적인 업무상의 스트레스가 누적되면서 신체적, 정신적 건강을 해칠 뿐만 아니라 업무수행 및 조직에 부정적인 영향을 미치게 됨으로 이직의도에까지 연관되어 고객에게 품질저하의 서비스를 제공하게 된다(고경숙, 2008).

푸글리에시(Pugliesi, 1999)는 미용종사자들이 자신의 심리적, 신체적 상황과는 관계없이 고객에게는 친절하게 웃는 얼굴과 공손한 언어를 사용해야 하는 것이 하나의 직무스트레스이고 심리적 갈등의 원인이며 나아가 소진증상을 유발하게 된다고 하였다. 즉, 미용업처럼 오랜 시간 빈번한 대인접촉을 해야 하는 서비스업 종사자의 경우 이들의 직무활동에서의 행동이나 노동결과물은 물론 개인의 감정, 사고, 의도 등도 통제대상이 된다. 정형화된 상황을 반복적으로 경험해야 하는 이들은 직무수행 중에 발생하는 불쾌한 감정에 대해서도 본인의 감정과는 무관하게 습관적으로 고객에게 친절하게 대응하도록 요구

되어진다. 고객과 접촉하는 동안 조직의 기대에 부응하기 위해 다양한 시도를 하는 종사자들은 스트레스와 같은 다양한 심리적 결과를 야기하게 된다(이환정, 2014). 특히 감정이 개인의 자발성으로부터 표출되는 것이 아닌 외부의 힘에 의해 강요된 감정노동노출로 나타나는 경우 그 자체가 개인의 우울정도 및 스트레스에 부정적 영향을 줄 수 있다.

따라서 인적 서비스 업무를 수행하는 종사자들을 관리하는 서비스 산업측면에서 미용종사자들의 직무수행 과정에서 유발되는 직무불안정성과 감정노동노출, 감정소진증상 등을 적절하게 관리하는 것은 고객 서비스 만족과 같은 요소들과 연관관계가 높을 뿐 아니라 조직의 전반적인 경영성과를 향상시키기 위한 선행요건으로서 절대적으로 기여함으로 매우 중요한 문제라 할 수 있다. 때문에 국내외 많은 학자들은 인적자원의 의존도가 높은 미용산업 종사자들에 대한 관리방안 연구를 진행하여 왔다. 그러나 그동안의 선행연구들은 미용종사자들의 감정노동노출이 이직의도와 감정소진, 직무스트레스, 서비스 제공수준 등에 미치는 영향과 직무불안이 소진, 직무만족, 조직성과, 고객지향성 등에 미치는 영향에 관한 연구들이 대부분을 이루고 있고, 종사자들의 직무수행 과정에서 유발되는 요인들 간의 관계를 종합적으로 연구한 경우는 전무하다고 할 수 있다.

이에 본 연구에서는 헤어미용종사자들을 대상으로 직무수행과정에서 발생하는 그들이 느끼는 직무불안정성과 감정노동노출, 감정소진을 매개로 하여 이직의도와 고객지향성 간의 관계를 확인함으로써 향후 미용관련 서비스산업을 경영하고자 할 때 인적자원관리의 올바른 전략방향을 제시할 수 있는 자료를 제공하여 미용산업 발전에 기여할 수 있도록 도움이 되고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 직무불안정성

직무불안정성은 1980년대에 개념화된 것으로, 그린할프, 로젠블라트(Greenhalgh & Rosenblatt, 1984)는 개인이 직업과 관련하여 지각하는 직무의 영속성에 대한 위협의 강도로, 위협적인 직장생활에서 소망스러운 지속성을 유지하려는데 대한 무력감으로 정의하였으며, 헌트(Hunt, 1986)는 직무에 대한 위협이 존재하는 상황에서 근로자가 자신의 직무가 계속적으로 유지되기를 바라지만 이에 대응할 힘이 없다고 인지하는 것으로서 근로자가 직무불안정을 지각하게 되면 조직의 목표를 효율적으로 달성하려고 노

력하지 않으며 조직에 대한 충성심이 약화되어 조직의 성과가 감소한다고 하였다.

또한 에쉬포드, 리, 밥코(Ashford, Lee, & Bobko 1989)는 직무불안정성을 실직에 대한 불안 뿐 아니라 다른 차원에서 자신의 직무를 상실하게 될지도 모른다는 개념으로 보면서, 일반적으로 기업의 구성원들은 직무불안정성을 지각하였을 때 안정성을 찾으려고 노력하지만 안정적인 상태를 찾지 못하거나 통제할 수 없는 경우, 위협을 처리할 수 없는 무능력의 무력감을 인지하게 된다. 또한 직원이 인식하는 직무불안정성 수준은 지각된 위협이 높고 통제능력이 낮을 때 가장 높다고 하였다. 이들에 의해 제기된 직무불안정성에는 2가지 접근법이 있는데, 첫째로는 직원들이 직무불안정성에 대한 지각은 객관적인 위협이 존재하는가에 대한 지각에 달려 있다는 견해로서 직무불안정성을 개인이 현재 직접 경험하고 있는 안정의 수준과 그들이 선호하는 안정수준 사이의 불일치라고 설명하고 있다. 둘째로는 직무의 불연속성 뿐 아니라 직무상실에 의해 야기된 직무불안정성을 말하는 것으로 직무자체의 영구적 상실에서 주관적으로 중요하다고 생각되는 직무특성의 상실까지 다양한 범위에 걸쳐 인지할 수 있으며, 비자발적인 상실일 경우에만 발생하는 것으로 설명한다. 이는 객관적 위협이 모호할수록 개인 간 직무불안정성의 지각정도 차이가 커진다는 것으로서 직무불안정성이 주관적 인식임을 강조하고 있다.

2.2. 감정노동노출

감정노동이라는 용어는 호크차일드(Hochschild, 1983)의 'The Managed Heart' 저서에서 자신의 실제적인 감정을 누르고 원래의 감정과는 다른 감정을 만들어 내는 행위로 정의하면서 개별노동자의 특정 감정이 주된 노동요소가 될 수 있음을 처음으로 주장하였다. 에쉬포드, 험프레이(Ashforth & Humphrey, 1993)는 조직의 목표를 달성하기 위한 표현관리의 형태로서 구성원들이 고객에게 적절한 감정을 표현하는 행위라 정의하였다.

그랜데이(Grandey, 2000)는 선행연구에서 나타난 감정노동의 개념을 정리하여 업무역할의 일부분으로서 종사자가 조직의 목표달성을 위해 느끼는 감정 및 표현을 자제하거나 조절하는 과정이라 정의하면서 감정노동의 내면행위는 표면행위에 비해 고객에 대한 서비스의 질을 높여주고, 슈퍼바이저의 감정노동에 대한 이해와 지원은 종사자들의 스트레스 해소와 감정변화를 낮춰줄 수 있다고 하였다.

김보성(2008)은 종사자의 감정표현이 제공되는 서비스수준과 직결된다는 점에서 외적으로 관찰 가능한 표정이나 몸짓을 만들기 위한 느낌의 관리로 정의하고, 감정표현이 직무의 일부분인 종사자들은 육체노동과 정신노동 이외의 감정노동을 수행하고 있다고 하였다. 윤장원(2006)은 서비스종사자 업무는 고객에게 미소를 짓고 눈을 마주치며 진실한 관심을 보이고 낮은 사람과 친절하게 대화를 나누는 것을 의미하는데, 이처럼 고객을 대할 때의 친절함, 공손함, 반응성 등은 조직을 대표한 종사자에게 엄청난 양의 감정노동을 요구한다고 하였다. 배인열(2013)은 근로자는 기분이 좋지 않더라도 고객을 웃음과 친절로 대하는 직무상의 요구로 실제 느끼는 감정과 외부로 표현하는 감정이 서로 달라 충돌하면서 괴리감을 느끼게 되고 이것이 일상적으로 반복된다면 큰 스트레스로 다가오게 된다고 하였다.

따라서 서비스종사자들은 기업에서 추구하는 고객만족 또는 서비스만족도를 높이하고자 하는 행위들에 의해 조직이 요구하는 감정표현의 규범으로 종사자 자신의 감정이나 느낌을 고객에게 연출하도록 강요받고 있다고 볼 수 있으며, 특히 미용산업과 같은 인적서비스의 비중이 매우 높은 서비스산업에서는 기업에 대한 고객의 평가가 기업의 이미지에 직결되기 때문에 종사자의 감정표현관리는 매우 중요한 직무성과요소의 하나라고 할 수 있다.

2.3. 감정소진

소진의 용어가 직무와 관련해서 사용된 것은 프루덴베르그(Freudenberger, 1974)에 의해서이며 감정소진 현상을 자신에게 주어진 업무를 헌신적으로 수행했지만 기대했던 성과나 보상이 없이 인간적인 회의감이나 좌절감을 겪는 상태라고 주장하였다.

매슬라, 잭슨(Maslach & Jackson, 1981)은 현상에서의 경험적 연구를 바탕으로 단순한 서비스 직종 뿐 아니라 다양한 형태의 직무소진을 다루면서 한 개인의 감정소진 정도를 파악하기 위해 정서적 탈진(감정고갈), 비인격화(탈개인화), 자기성취감 저하라는 세 가지의 하위개념들을 제시하였다.

정서적 탈진이란 실제로 감정소진을 경험하는 개인의 탈진상태를 의미하는 것으로 이러한 정서적 탈진은 스스로의 감정, 관심, 믿음 등의 상실을 포함하고 있다. 한 개인에게 감정소진을 발생시키는 가장 핵심적인 요인이 바로 정서적 탈진이며 비인간화와 개인적 성취감 감소들이 나타나게 되는 원인이 되기도 한다. 정서적 탈진을 경험하는 사람들은 그렇지

않는 사람들에 비해 보다 나은 성과를 달성하는 사람들로, 성취에 대한 기대 때문에 자신을 혹사시키는 경향이 있다고도 하였다. 특히 서비스업 종사자들이 정서적 탈진이 심화되면 이직의도를 증가시키는 결과를 초래하게 되고(임창희, 2009), 고객접점에서의 고객접촉빈도가 높으면 높을수록 상호작용 횟수가 증가하며, 그 결과는 정서적인 고갈을 가져오게 되는 것이다.

에쉬포드, 리(Ashforth & Lee, 1990)는 비인격화는 상대방에 대한 부정적인 반응으로 나타나는 현상으로, 이러한 비인격화는 개인이 정서적 탈진을 경험하고 이를 극복하기 위한 대안이 존재하지 않는 경우의 심리적 대처반응이라 하였다. 일반적으로 현장에서 고객과의 문제가 발생했을 때, 그 상황을 해결하기 위해서 소모된 탈진현상을 극복하기 위한 대응 방안이라고 할 수 있다.

윤혜미, 박병금(2004)은 자기성취감 저하를 자신의 정서적 탈진으로부터 스스로를 보호하기 위해서 고객을 사람이 아닌 사례로 취급하여 비인간적으로 대하게 되고 이렇게 비인격화를 경험한 구성원들은 자기 업무에 대한 부정적인 태도와 인식을 보이게 되며, 고객에 대한 개념도 하나의 업무처리로 바뀌게 된다. 따라서 비인격화를 보이고 있는 사람은 본인의 직무가치를 망각하고 제공하는 서비스의 질 또한 하락할 수밖에 없게 되면서 점차 업무에 대한 투입이 줄어들고 더 이상 개인적인 성취감을 느끼지 못하게 되는 것이라 정의하였다.

2.4. 이직의도

프라이스, 물러(Price & Mueller, 1981)는 이직의도를 조직구성원이 자신이 속해있는 조직 혹은 직업을 떠나려는 의도, 생각, 결심이라 하였으며, 로버트, 존(Robert & John, 1993)은 직장을 떠나려는 의도적이고 계획적인 마음가짐이라 정의하였다.

에렌버그, 스미스(Ehrenberg & Smith, 1988)는 이직결정에 영향을 미치는 요인으로 크게 임금효과, 주기효과, 연령과 근속기간 그리고 이직에 따른 비용 등으로 보면서 종사자의 잔류 또는 이직이 기본적으로 조직에 남아있거나 혹은 조직을 떠남으로서 발생하는 비용-편익의 비교에서 비롯된다고 하였다. 임금효과는 가장 일반적인 변수로 종사자들이 보유하고 있는 기술의 자본적 가치에 종사자들의 임금을 관련지어 임금이 기술의 가치에 미치지 못한다고 생각이 되면 조직을 떠나게 된다고 하였다. 주기효과는 손쉽게 빨리 더 나은 직장을 얻을 수 있으면 조

직구성원이 이직할 수 있는 경우의 수가 많아진다는 것을 의미하는 것으로, 이직이 용이하다면 새로운 직장을 구할 가능성이 많다는 것을 말한다. 연령과 근속기간은 이직을 결정함에 있어서 나이가 어리거나 근속기간이 짧은 사람일수록 기회비용과 이직으로 인한 비용을 보충할 수 있는 시기가 길기 때문에 이직할 경우의 수가 높다는 것을 말한다. 이직에 따른 비용은 이직으로 인해 발생하는 비용보다 수익이 많지 않다면 조직에 잔류할 가능성이 많고 반면에 이직으로 인한 비용이 수익보다 작다면 이직할 확률이 높다는 것을 의미한다고 하였다.

2.5. 고객지향성

고객지향성을 작센, 웨이츠(Saxe & Weitz, 1982)는 고객이 구매의사결정을 함에 있어 구매에 도움이 되도록 노력하는 종사자의 마케팅 개념 수행정도로 정의하였으며, 종사자가 고객지향적일수록 장기적, 점진적으로 고객만족 증진을 위해 노력하며, 고객에게 불만족을 일으킬 수 있는 행동을 피한다고 하였다. 즉, 기업경영에서 목표고객의 욕구와 필요를 찾아서 충족시켜 줄 수 있는 제품과 서비스를 제공함으로써 고객의 만족을 극대화하여 기업의 목표를 달성하려는 고객중심 경영철학이라 할 수 있다.

데쉬판데, 파레이, 웹스터(Deshpande, Farley, & Webster, 1993)는 고객지향성을 관계발전의 모든 단계에서 서비스 직원 및 고객에게 많은 영향을 끼치는 것으로, 고객지향적인 서비스직원은 단지 그들의 역할에 의해 서비스를 제공하는 것이 아니라 고객의 욕구에 민감하게 움직이며 진정으로 고객을 이해하고 편의를 도모하는 노력을 경주함으로써 고객의 만족도를 증대시켜 서비스 기업과 고객 사이에 장기적인 관계지속의 가능성에 긍정적인 영향을 미치게 된다고 하였다.

켈리(Kelly, 1992)는 서비스 종사자를 대상으로 고객지향성에 미치는 영향을 조사한 결과, 높은 고객지향성을 지닌 서비스 제공자는 고객의 만족을 증가시키기 위한 행동을 보였다고 주장하면서, 고객지향적 행동은 서비스 제공기업과 고객사이의 장기적 관계구축을 유도하므로 매우 중요하다고 보고하였다.

스완, 트레윅, 실바(Swan, Trawick, & Silva, 1985)는 고객지향을 고객의 욕구파악, 친절성, 신속한 반응, 고객의 욕구 해결을 위한 능력 4가지 범주로 구성되어있으며 이들은 특히 고객과 판매원의 관계가 장기화되고 협력적일 때, 그리고 고객의 욕구를 충족시킬 수 있도록 도와줄 때 고객지향성은 더

나은 판매성으로 연결된다는 것을 입증하였다.

3. 연구방법

3.1. 연구문제

본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

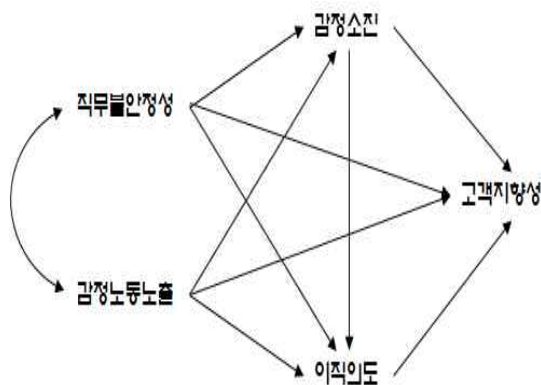
첫째, 직무불안정성은 감정소진, 이직의도, 고객지향성에 영향을 미칠 것인가?

둘째, 감정노동노출은 감정소진, 이직의도, 고객지향성에 영향을 미칠 것인가?

셋째, 감정소진은 이직의도와 고객지향성에 영향을 미칠 것인가?

넷째, 이직의도가 높아지면 고객지향성이 낮아질 것인가?

다섯째, 직무불안정성과 감정노동노출 간에는 상관관계가 있을 것인가?



[그림. 1] 연구모형도

3.2. 조작적 용어정의

본 연구에 사용된 용어는 선행연구를 바탕으로 연구자가 연구의 목적에 맞도록 다음과 같이 개념적-조작적으로 정의하여 사용하였다.

3.2.1. 직무불안정성(Job Insecurity)

미래 직무상실의 위험과 결과에 대한 개인의 주관적인 평가를 의미하는 것으로, 자신의 직무를 위협하는 요인에 대해 어떤 것도 할 수 없다는 무기력함과 현재 수행하고 있는 직무를 상실하게 될지도 모른다는 심리적으로 불안정한 상태 및 심리적 안녕, 직무태도, 직무행위에 잠재적으로 해를 끼칠 수 있는 직무관련 스트레스를 의미한다.

3.2.2. 감정노동노출(Exposure to Emotional Labor)

직장 내에서 자신이 하는 실제 감정표현과 조직의

감정표현 규범에 의해 요구되어지는 감정표현에 차이가 존재할 때 효과적인 직무수행을 위해 자신이 경험하는 감정을 조직의 표현규범에 맞게 조절하려는 노력에 대한 반응을 의미한다.

3.2.3. 감정소진(Emotional Burnout)

자신의 실제 감정을 표현하지 못하고 실제 감정을 숨기려는 심리적인 노력과 내적 긴장감의 발생으로 인한 정서적 고갈과 냉소 유발을 의미한다.

3.2.4. 이직의도(Turnover Intention)

현재의 직장이나 조직에서 구성원이기를 포기하고 현 직장을 떠나려는 의도를 의미한다.

3.2.5. 고객지향성(Customer Orientation)

서비스 접점에서 고객의 욕구를 이해하고 이를 충족시키기 위한 종사자의 지속적인 노력을 통해 효과적으로 창조하는 조직문화를 의미한다.

3.3. 연구대상

본 연구의 모집단은 헤어미용에 종사하는 20대 이상의 남녀를 대상으로 하였고, 설문조사 대상의 선정은 부산, 경남, 대구 일대의 미용실 등을 단순무작위로 선정하여 설문조사를 실시하였다.

설문지는 우편, 전자우편, 전화, 팩스 및 직접방문을 통하여 회수하였다. 방문조사의 경우 수행할 연구보조원에게 연구자가 연구목적과 조사내용 등에 대한 사전교육을 통하여 조사의 정확성을 높였다. 이러한 방법을 통하여 응답자에게 충분히 설문지의 뜻을 이해시킬 수 있을 뿐만 아니라 응답누락을 최소화할 수 있었다. 우편, 전자우편 및 팩스의 경우 사전에 전화를 이용하여 설문지의 취지를 충분히 설명하여 정확한 조사가 이루어질 수 있도록 하였다.

조사절차에 따라 2013년 10월 5일부터 2013년 11월 10일까지 900부의 설문을 배포하여 740부를 회수하였으며 오기, 누락, 편의가 있는 설문은 제외하여 실제 분석에 사용한 설문은 395부이다. 설문의 최종 응답률은 44.6%로 나타났으며 이는 높은 회수율로 모집단에 대한 대표성은 확보되었다고 할 수 있다.

3.4. 측정도구

본 연구의 측정도구는 선행연구를 참조로 하여 연구자가 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 구성하였다. 각 문항은 7점 리커트식 척도로 구성하였으며 '전혀 그렇지 않다'의 1점에서 '매우 그렇다'의 7점으

로 환산하였다.

직무불안정성 측정도구(Job Insecurity Scale : JIS)는 이재익(2012)이 제작한 도구를 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 사용하였으며, 14문항으로 구성된 단일차원의 척도이고 총점수의 범위는 14~98점으로, 총점수가 높을수록 미용종사자의 직무불안정성이 높음을 의미한다. 신뢰도 계수(Cronbach' Alpha)는 0.79로 나타났다.

감정노동노출 측정도구(Emotion Labor Scale : ELS)는 이환정(2014)이 제작한 도구를 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 사용하였으며, 20문항으로 구성된 단일차원의 척도이고 총점수의 범위는 12~84점으로, 총점수가 높을수록 미용종사자의 감정노동노출이 높음을 의미한다. 신뢰도 계수는 0.85로 나타났다.

감정소진 측정도구(Emotion Exhaustion Scale : EES)는 김영진(2010), 황승욱(2011)이 제작한 도구를 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 사용하였으며, 23문항으로 구성된 단일차원의 척도이고 총점수의 범위는 23~161점으로, 총점수가 높을수록 미용종사자의 감정소진이 높음을 의미한다. 신뢰도 계수는 0.82로 나타났다.

이직의도 측정도구(Turnover Intention Scale : TIS)는 고경숙(2008), 박병규(2013)가 제작한 도구를 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 사용하였으며, 6문항으로 구성된 단일차원의 척도이고 총점수의 범위는 6~42점으로, 총점수가 높을수록 미용종사자의 이직의도가 높음을 의미한다. 신뢰도 계수는 0.76으로 나타났다.

고객지향성 측정도구(Customer Orientation Scale : COS)는 김영진(2010), 노태범(2011)이 제작한 도구를 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 사용하였으며, 9문항으로 구성된 단일차원의 척도이고 총점수의 범위는 9~63점으로, 총점수가 높을수록 미용종사자의 고객지향성이 높음을 의미한다. 신뢰도 계수는 0.83으로 나타났다.

3.5. 자료분석

연구모델의 구체적인 자료분석 방법은 다음과 같다.

첫째, 헤어미용종사자를 대상으로 이직의도, 고객지향성의 원인변인으로 설정한 직무불안정성, 감정노동노출, 감정소진의 직접효과를 분석하기 위해 연구가설에 의한 [그림. 1]의 연구모델을 모든 변수들이 관찰변인으로 되어있는 경로모델로 이루어진 통계적 모델로 설정하였다.

둘째, 수집된 자료는 모델하의 변인들 간 효과를

검증하기 위하여 SPSS 21.0과 AMOS 21.0 Win 프로그램을 이용하여 분석하였으며, 유의수준 .05에서 통계적으로 유의성을 검증하였다. 본 연구에 사용된 측정항목간의 동일한 개념들을 측정하기 위한 내적 일관성의 기준에 따라 신뢰도계수를 추정하였다.

셋째, 측정도구를 통해 모델하의 모든 변인들이 측정되어진 원자료를 필요한 형태로 요약·변환되기 전에 여러 문제점을 사전에 진단하고 처리하기 위해 자료 속에 존재하는 이상치의 존재 유무파악 및 처리, 무응답 반응치의 파악 및 처리, 측정치들의 정규분포성 집단 및 처리를 위해 상관계수 및 평균과 표준편차, 그리고 왜도와 첨도를 산출하여 검증하였다. 또한 측정모델 내에 5개의 잠재변인들에 대해 각각 인과적 관계분석에 필요한 측정변인을 구성한 후, SPSS 21.0을 이용하여 이들 간의 다변인정규분포 여부를 검증하였다.

4. 결과 및 고찰

4.1. 측정변인간의 상관관계분석

측정모형의 구성개념간에 인과관계가 성립한다는 것을 검증하기 전에, 측정변인간의 관련성 여부를 파악하기 위한 상관관계분석을 실시한 결과 [표 1]과 같다. 분석결과 측정변인들 간에는 통계적으로 유의적인 관계($p < .01$)가 있는 것으로 나타나 본 연구에서 사용된 연구 단위들은 추후 분석을 위한 타당성이 있다고 하겠다.

직무불안정성과 측정변인간의 관계를 알아보기 위해 상관분석결과, 감정소진($r = .25$), 이직의도($r = .25$), 고객지향성($r = -.25$)과 모두 통계적으로 유의한 상관관계($p < .001$)를 나타내었다.

측정변인	직무 불안정성	감정노 동노출	감정 소진	이직 의도	고객 지향성
직무불안정성	1				
감정노동노출	0.14***	1			
감정소진	0.25***	0.27***	1		
이직의도	0.26***	0.38***	0.35***	1	
고객지향성	-0.25***	-0.29***	-0.45***	-0.32***	1
첨도	.085	1.905	2.807	2.712	-559
왜도	.056	-.144	.112	.988	-.100
n	398	398	398	398	398

(*** $p < .001$)

[표. 1] 측정변인간의 상관관계분석

감정노동노출과의 상관분석결과는 감성소진($r=.27$), 이직의도($r=.38$), 고객지향성($r=.29$) 모두 통계적으로 유의한 상관관계($p<.001$)를 나타내었다.

감정소진과의 상관분석결과는 이직의도($r=.35$), 고객지향성($r=.45$) 모두 통계적으로 유의한 상관관계($p<.001$)를 나타내었다.

이직의도와 고객지향성($r=.32$) 상관분석결과를 통계적으로 유의한 상관관계($p<.001$)를 나타내었다.

본 연구에서는 모델과의 모든 비측정변인들이 다변인정규분포성의 조건을 만족하는 것으로 나타남에 따라 최대우도 추정방법으로 통계적 경로모델의 모수치를 추정하였으며 그 결과는 [표 2] 와 같다.

4.2. 직무불안정성과 감정소진, 이직의도, 고객지향성 간의 관계

가설 1: 직무불안정성이 높아지면 감정소진이 높아질 것이라는 가설은 경로계수 0.349, 표준오차 0.079, CR 4.424($p<0.01$)로 나타나 유의수준 1% 내에서 유의한 것으로 확인되어 채택되었다. 이는 종사자의 직무기술과 직무수행역량의 변화가 많아지거나 고용이 불안정할수록 감정적 고갈, 비인격화, 자아성취감 저하와 같은 감정소진 수준이 높다는 것을 의미한다. 즉 미용종사자의 직무수행시 종사자의 고용 및 직무기술, 역량변화가 발생하는 과정에서 비인격화와 같은 심리적 중압감 수준이 높아지는 반면 업무와 삶에 긍정적인 영향을 줄 수 있는 자아성취감 수준이 낮아지는 것으로 나타났다.

에쉬포드, 리, 밥코(1989)는 조직적 변화, 역할모호성, 통제위치 세 가지 요인이 직무불안정성에 유의한 영향을 미친다고 하여 다양하고도 새로운 미용지식과 기술을 지속적으로 습득하지 못할 경우 종사자는 직무수행에 대한 역할모호성으로 직무불안정성이 높아지고 감정적 고갈, 비인격화, 자아성취감 저하와 같은 감정소진 수준이 높아지는 것으로 나타났다.

가설 2: 직무불안정성이 높아지면 이직의도는 높아질 것이라는 가설은 경로계수 0.154, 표준오차 0.043, CR 3.556($p<.01$)으로 나타나 유의수준 1% 내에서 유의한 것으로 확인되어 채택되었다. 이는 종사자의 직무기술과 직무수행역량의 변화가 많아지거나 고용이 불안정할수록 현재의 직장이나 조직에서 구성원이기를 포기하고 현 직장을 떠나려는 이직의도 수준이 높아진다는 것을 의미한다.

프롭스트(Probst, 2003)는 경영전략의 수정, 사업구조의 변화, 조직구조, 통제시스템 및 경영자 리더십의 변화가 조직과 구성원들 간의 심리적 계약을 파

기시켜 통제감의 상실과 불안감을 가져온다고 하였다. 미용시장의 개방과 고급화, 대형화, 기업화 추세에 따라서 다양화된 고객욕구로 인한 경영환경 변화와 기술혁명, 영업확장, 새로운 서비스 프로그램의 개발 등의 급격한 조직구조의 변화로 인해 상대적으로 종사자들은 직무불안정을 느끼게 되고 이에 따른 이직의도도 높아지는 것으로 사료된다.

이러한 결과에 비추어 볼 때 미용조직에서는 종사자의 직무이해를 돕기 위한 지속적인 교육, 승급체제와 조직의 비전에 대한 확실함 등을 인지시키고 직무지식 및 기술습득에 대한 스트레스 및 고용불안에 대한 심리를 갖지 않도록 해주는 것이 이직의도를 줄여나가는 방안이 될 수 있을 것으로 생각된다.

가설 3: 직무불안정성이 높아지면 고객지향성이 낮아질 것이라는 가설은 경로계수 -0.073, 표준오차 0.028, CR -2.549($p<0.01$)로 나타나 유의수준 1% 내에서 유의한 것으로 확인되어 채택되었다. 이는 고용이 불안정할수록 서비스 접점에서 고객의 욕구를 이해하고 이를 충족시키기 위한 지속적인 노력을 하는 고객지향성은 낮아진다는 것을 의미하는 것으로, 아브라함(Abraham, 1999)의 연구결과인 직장에서의 낮은 직무만족은 서비스 대상자에게 부(-)의 영향을 미친다는 결과와 일치하였다. 이로서 마케팅 인력관리 차원에서 헤어미용종사자가 고객과의 서비스 접점시 직무기술과 고객응대 지식이 부족할 경우 느끼게 되는 직무불안정성을 낮출 수 있는 방안으로는 직무기술 교육과 함께 고객관리 마케팅교육과 클레임 고객에 대해 명확하게 표준화된 종사자 개인 및 조직자체 응대법 교육 및 조직 내에서 임금과 승급에 대한 명확한 평가와 처우관계 체제 등의 모색이 필요할 것으로 사료된다.

이상의 결과와 같이 직무불안정성은 감정소진, 이직의도에 정(+)의 영향을, 고객지향성에는 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 직무불안정성과 감정소진 간의 표준화 경로계수(0.233)가 이직의도 간의 표준화 경로계수(0.178), 고객지향성 간의 표준화 경로계수(-0.124)보다 큰 값을 나타내어 상대적인 영향력은 직무불안정성에 감정소진이 더 많은 영향을 주는 것으로 나타났다. 이는 종사자의 해당 직무에 대한 직무불안정성은 이직의도, 고객지향성에도 영향을 끼치지만 직무의 복잡성 및 전문성, 새로운 기능과 지식 습득의 어려움, 능력부족으로 인한 새로운 업무기피, 고용불안정성 등의 직무불안정성은 감정적·정서적 고갈, 비인격화, 자아성취감 저하 등의 감정소진을 더 많이 느끼는 것으로 나타났다.

경로	B	SE	CR	표준화 β
직무불안정성 → 감정소진	0.349	0.079	4.424***	0.223
직무불안정성 → 이직의도	0.154	0.043	3.556***	0.178
직무불안정성 → 고객지향성	-0.073	0.028	-2.549***	-0.124
감정노동노출 → 감정소진	0.331	0.066	5.027***	0.250
감정노동노출 → 이직의도	0.234	0.036	6.427***	0.303
감정노동노출 → 고객지향성	-0.071	0.025	-2.872***	-0.143
감정소진 → 이직의도	0.133	0.027	4.918***	0.225
감정소진 → 고객지향성	-0.130	0.018	-7.235***	-0.341
이직의도 → 고객지향성	-0.077	0.032	-2.379***	-0.114

(***: $p < .01$, **: $p < .05$)

〔표. 2〕 연구모델의 모수치 추정결과

4.3. 감정노동노출과 감정소진, 이직의도, 고객지향성 간의 관계

가설 4: 감정노동노출이 높아지면 감정소진이 높아질 것이라는 가설은 경로계수 0.331, 표준오차 0.066, CR 5.027($p < 0.01$)로 나타나 유의수준 1% 내에서 유의한 것으로 확인되어 채택되었다. 이는 종사자의 직장 내에서 감정표현 빈도, 다양성, 감정 부조화가 많아질수록 감정적 고갈, 비인격화, 자아성취감 저하와 같은 감정소진 수준이 높다는 것을 의미한다.

이러한 결과는 감정노동노출이 높을수록, 상사의 지지와 자아통제가 낮을수록 감정소진은 높아진다는 백승희(2003)의 연구결과와도 일치하는 것으로, 고객과의 접점에서 서비스를 제공하는 미용종사자들은 직장 내에서 자신의 감정과 생각에 따른 행동을 하지 못하고 고객의 요구에 따라 응대하면서 감정과 달리 미소지어야 하고, 친절함을 느끼도록 하기 위해 고객에게 다양하고 풍부하며 긍정적인 감정표현을 위한 본인의 감정을 억누르는 행동이 많아질수록 종사자 자신의 정서적 피곤함, 직무에 대한 성취감 저하 등의 감정소진이 높아지는 것으로 판단된다.

최근에는 전체 산업에서 서비스산업이 차지하는 비중이 증대하고 고객만족이 기업에 경쟁우위를 가져오는 수단으로 인식됨에 따라 서비스업에 종사하는 직원들 뿐 아니라 일반 기업의 구성원들조차 감정노동을 직무의 일부로 수행하고 있다. 전 산업에 걸쳐 서비스 영역의 확대에 따른 경쟁의 심화는 서비스 기업들로 하여금 고객들에게 제공되는 서비스의 품질에 더 많은 관심을 갖도록 하면서 서비스 제공자가 고객에게 행동하거나 말하는 방식이 경영관

리의 중요 관심사항이 되고 있는 것이다.

홀퀴비스트, 제니어(Holmqvist & Jenneau, 2006)는 감정노동에서 표면행위는 감정소진의 증가를, 내면행위는 감정소진의 감소를 가져온다하여 수행방식에 따라 감정소진의 정도가 달라지고, 로저스, 돌슨(Rogers & Dodson, 1987)은 나이가 많을수록 정서적 탈진, 비인격화, 개인적 성취감 감소를 덜 겪으며, 매슬락과 잭슨(1981)은 여자가 정서적 탈진의 경험을, 남자가 비인격화의 경험을, 미혼자가 정신적 탈진의 경험이 더 심하다고 주장하였다.

상기 선행연구들의 결과에 따르면 미용업의 경우 근무시간 동안 한결같은 표정과 웃음 그리고 상냥한 목소리로 고객을 응대해야 하는 표면행위의 감정노동노출로 감정소진 발생에 매일 노출되어 있다고 볼 수 있으며, 고객접점 서비스인력 구성비율의 대부분을 낮은 연령의 미혼 여성이 차지하고 있는 것도 감정소진의 가능성을 더 크게 하는 요소로 작용한다고 볼 수 있다.

가설 5: 감정노동노출이 높아지면 이직의도가 높아질 것이라는 가설은 경로계수 0.234, 표준오차 0.036, CR 6.427($p < 0.01$)로 나타나 유의수준 1% 내에서 유의한 것으로 확인되어 채택되었다. 이는 종사자의 감정표현 빈도, 다양성, 감정 부조화가 많아질수록 현재의 직장이나 조직에서 구성원이기를 포기하고 현직장을 떠나려는 이직의도 수준이 높다는 것을 의미한다.

업무특성상 미혼의 어린 미용종사자들은 짧은 근무경력으로 인한 적은 소득과 오랜 근무시간동안 익숙치않은 직무가 많은 것으로 인해 감정노동노출과 이직의도가 높다. 이러한 높은 이직의도를 낮추는 방

법은 동기적 요인인 직무만족도를 높이는 방법이지만 단기간에 쉽게 변하지 않으므로 매개변인인 감정노동노출과 직무스트레스를 조절하는 것이 이직의도를 낮출 수 있는 하나의 대안이 될 수 있을 것이다.

미용종사자는 자신이 속한 조직에서 부정의 심리적 불안감을 가지게 되면 마음속의 감정과 겉으로 보여줘야 하는 행동과의 괴리로 인해 감정의 부조화가 높아지고 상대적으로 직무에 대한 만족도는 낮아지게 되며, 이로 인한 이직의도는 높아지므로 조직에서는 고질적인 인력난에 허덕이며 새로운 인력 고용과 개발에 전력을 쏟아야 하는 악순환을 반복하게 되는 것이다.

따라서 미용업에서의 감정노동노출과 이직의도를 낮추기 위해서는 고객의 입장에서 기술을 요하는 서비스의 특수성으로 인한 불안감의 해소 뿐 만 아니라 종사자와 고객과의 관계불안감 해소관리 및 근무시간 조정으로 인한 근무시간 단축과 근무환경개선과 같은 후생복지 등 심리적 안정을 높일 수 있는 방안에 대한 개발이 중요하다고 할 수 있다.

가설 6: 감정노동노출이 높아지면 고객지향성이 낮아질 것이라는 가설은 경로계수 -0.071 , 표준오차 0.025 , CR $-2.872(p<0.01)$ 로 나타나 유의수준 1% 내에서 유의한 것으로 확인되어 채택되었다. 이는 종사자의 직장 내에서 감정표현 빈도, 다양성, 감정 부조화가 많아질수록 서비스 접점에서 고객의 니즈를 이해하고 이를 충족시키기 위한 지속적인 노력을 하는 고객지향성은 낮아진다는 것을 의미한다.

타일러(Tyler, 1996)는 구성원의 감정이 활동적이고 기분이 좋을 때 가장 긍정적이고 창의적 생각이 개개인의 인지적 요소에 영향을 미치게 되며 이를 통해 조직의 성과에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다 하였고, 홀퀴비스트와 제니어(2006)는 감정고갈, 탈개인화 정도가 고객에 대한 비협조, 거절과 상관관계가 있으며 개인성취감 저하는 고객에 대한 수용, 협조, 친밀감과 상관관계를 보였다. 박보성(2008)은 조직구성원의 억눌리고 해소되지 않은 감정들이 질투, 노여움 등의 부정적인 감정들로 분출되어 고객에게 부정적인 영향을 미치므로 조직의 성과를 떨어뜨릴 수 있으며, 반대의 경우에는 지적인 지능과 감정적인 면을 통해서 고객의 서비스 품질이나 재구매 의도와 같은 긍정적인 태도의 조직성과에 영향을 끼칠 수 있는 중요한 요소임을 밝힌 연구결과와도 일치하였다. 고객지향성의 저하로 인해 발생하는 고객의 불만족은 이탈 내지 부정적인 구전을 초래할 수도 있기 때문에 미용조직에서는 종사자의 감정노동노출을 최소화하기 위한 노력이 필요할 것으로 사료

된다.

이상의 결과와 같이 감정노동노출은 감정소진, 이직의도에 정(+)의 영향을, 고객지향성에는 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 감정노동노출과 이직의도 간의 표준화 경로계수(0.303)가 감정소진 간의 표준화 경로계수(0.25), 고객지향성 간의 표준화 경로계수(-0.143)보다 큰 값을 나타내어 상대적인 영향력은 이직의도에 더 많은 영향을 주는 것으로 나타났다. 이는 종사자의 해당 직무수행에 따라 발생하는 감정노동노출은 감정소진, 고객지향성에도 영향을 끼치지만 자신의 실제 감정을 표현하지 못하고 숨겨려는 심리적 노력과 내적 긴장감의 발생으로 현 직장에서의 구성원이기를 포기하고 떠나려는 이직의도를 더 많이 느끼는 것으로 나타났다.

4.4. 감정소진과 이직의도, 고객지향성 간의 관계

가설 7: 감정소진이 높아지면 이직의도는 높아질 것이라는 가설은 경로계수 0.133 , 표준오차 0.027 , CR $4.918(p<0.01)$ 로 나타나 유의수준 1% 내에서 유의한 것으로 확인되어 채택되었다. 이는 종사자가 정서적 고갈, 비인격화, 자아성취감 저하 등의 감정소진이 많아질수록 현 직장에서의 구성원이기를 포기하고 떠나려는 이직의도를 더 많이 느낀다는 것을 의미한다.

이는 소진을 경험한 종사자들은 조직에 덜 참여하게 되고, 결국에는 이직을 결심하게 된다는 프라이스, 물러(1981)의 연구결과와 정서적 소진, 비인격화, 개인 성취감 감소가 높을수록 조직 구성원들의 이직 의도와는 긍정적인 관계를 가지고 소진이 높을수록 이직의도가 높다는 박형인, 남숙경, 양은지(2011)의 연구결과와 일치하였다.

또한 윤설민, 윤선정(2011)은 항공사 구성원의 소진, 직무만족, 이직의도 간의 관계구조분석에서 소진으로 인한 이직의도를 줄이기 위해서는 정기적인 상담과 업무시간 이외의 여가시간을 물리적 제약없이 활용할 수 있도록 적절한 복지환경을 구축·제공하여야 한다고 하여 이러한 연구결과는 이직이 높은 미용종사들에게도 감정소진에 대한 이직의도를 줄일 수 있는 관리방안의 하나로 응용할 수 있을 것으로 생각된다.

가설 8: 감정소진이 높아지면 고객지향성이 낮아질 것이라는 가설은 경로계수 -0.13 , 표준오차 0.018 , CR $-7.235(p<0.01)$ 로 나타나 유의수준 1% 내에서 유의한 것으로 확인되어 채택되었다. 이는 종사자의

정서적 고갈, 비인격화, 자아 성취감 저하 등의 감정 소진이 많아질수록 서비스 접점에서 고객의 욕구를 이해하고 이를 충족시키기 위한 지속적인 노력을 하는 고객지향성은 낮아지는 것으로 나타났으며, 감정 소진이 발생할 경우 고객지향성에 미치는 상대적 영향력이 이직의도에 미치는 상대적 영향력 보다 높은 것으로 나타났다.

김남기(2011)의 연구결과에 의하면 낮은 감정소진은 높은 조직적 참여로 이어지고 높은 조직적 참여는 낮은 이직률과 생산성을 향상시키며 보다 나은 서비스를 제공하게 된다고 하였는바, 미용종사자들 경우에는 높은 감정소진으로 인한 조직적 참여의 감소는 이직의도를 증가시키고 고객지향성은 낮아져 고객 서비스에 의한 생산성은 낮아지는 결과가 도출될 것으로 생각된다.

대쉬판데, 파레이, 웹스터(1993)는 일본기업을 대상으로 기업문화, 고객지향성, 혁신과 사업성과(수익성, 규모, 시장점유율, 성장률)의 관계를 연구한 결과, 고객지향성은 사업성과에 정(+)의 관계가 있는 것으로 나타났다. 이유재, 공태식(2005)의 연구에서는 판매원의 고객지향성은 서비스접점에서 고객의 욕구와 상황에 집중하게 하여 고객만족에 영향을 미치고 나아가 고객의 재방문과 재구매에 영향을 미친다고 하였으며, 이순곤(2004)은 고객지향성과 기업이 미지 및 관계의 질, 만족, 신뢰, 몰입에 유의한 영향을 미친다고 하였다.

뿐만 아니라 스완, 트레워크, 실바(1985)의 연구에서는 고객지향성의 의미를 욕구파악, 친절성, 신속한 반응, 욕구해결을 위한 능력의 범주 네 가지로 나눌 수 있으며, 서비스 제공자가 고객의 이해를 우선으로 하고 있다는 사실을 좀 더 잘 전달하면 할수록 고객은 서비스의 질에 대한 지각을 좀 더 강하게 받으며 친절성은 고객에게 서비스를 제공하는 동안 서비스 제공자가 보여주는 예의범절 및 에티켓의 수준이라 하였다.

이상의 결과와 같이 감정소진은 이직의도에 정(+)의 영향을, 고객지향성에는 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 감정소진과 고객지향성 간의 표준화 경로계수(-0.341)가 이직의도 간의 표준화 경로계수(0.225)보다 큰 값을 나타내어 상대적인 영향력은 감정소진이 고객지향성에 더 많은 영향을 주는 것으로 나타났다. 미용종사자의 감정소진은 종사자의 높은 이직률, 고객지향성의 저하 등에 따른 인력 관리에서 기업의 막대한 재정적 손실을 가져올 뿐만 아니라 미용서비스를 이용하는 고객에게 적절한 서비스를 제공함에 있어 지장을 초래할 수 있으므로

종사자의 이직의도를 낮추고 고객만족을 위한 고객지향성행동이 증가할 수 있는 내부마케팅 체제 수립이 필요할 것으로 사료된다.

4.5. 이직의도와 고객지향성 간의 관계

가설 9: 이직의도가 높아지면 고객지향성이 낮아질 것이라는 가설은 경로계수 -0.077, 표준오차 0.032, CR -2.379($p < 0.01$)로 나타나 유의수준 1% 내에서 유의한 것으로 확인되어 채택되었다. 이는 종사자가 현 직장에서의 구성원이기를 포기하고 떠나려는 이직의도가 많아질수록 서비스 접점에서 고객의 욕구를 이해하고 이를 충족시키기 위한 지속적인 노력을 하는 고객지향성은 낮아진다는 것을 의미한다. 미용업의 특성상 규모가 상이하여 직장의 개념으로 장기간 근무하는 환경이 아니라 경력을 쌓아 따로 독립하는 경우가 많은 것을 고려해 볼 때(이세환, 2013), 미용종사자는 보상의 가치가 자신이 투자했던 것보다 기대에 못 미치게 된다면 새로운 직업을 찾는 이직의도가 높아지고 다른 대안을 탐색하는 동안에 종사자의 태도나 행동이 고객만족을 위한 욕구파악과 친절성, 신속한 반응, 욕구해결을 위한 능력이 떨어짐으로 인해 고객지향성이 낮아지는 것으로 판단된다.

박병규(2012)는 내부마케팅이 미용종사자들의 이직의도에 미치는 영향과 관리방안에 대해 연구한 결과, 근무시간 등의 근무환경도 중요하지만 종사자들이 연령과 성별에 따라 지속적으로 자기개발을 할 수 있도록 하는 만족도 높은 기술지원의 교육환경과 습득된 기술의 발전기회 부여 및 그에 따른 적절한 보상이나 대우를 기대할 수 있는 환경 등의 조성이라 하였다.

전선복(2014)은 미용종사자들이 지각하는 고객의 불평행동 경험이 많을수록 불평처리 스트레스와 이직의도가 높다는 결과를 얻었다. 이에 미용종사자가 겪게 되는 고객불평행동 경험에 대해 관리자나 원장들이 끊임없이 귀기울이고 관심을 가지고 공정하고도 명확하게 처리하여 미용종사자들의 고객불평행동 경험을 낮출 수 있도록 리더십을 발휘할 수 있어야 하며, 미용서비스 직업에 대한 만족도와 자부심을 고취시켜 불평처리 스트레스를 받지 않거나 받더라도 빨리 해소할 수 있는 시스템적 개발이 필요하다고 할 수 있다.

이세환(2013)과 이현진(2014)은 미용종사자가 높은 고객지향성을 나타내기 위해서는 고용안정이 우선되어야 하며 적절한 내부커뮤니케이션과 교육훈련이

필요하고 적절한 보상임을 인지할 수 있는 보상시스템을 통한 직무만족 및 위계질서를 강조하기 보다는 수평적 시스템을 구축하여 친밀감을 느낄 수 있는 경영충지원이 필요하다고 하였다.

따라서 미용종사자들의 이직의도는 낮추고 고객지향성을 높이기 위해서는 독립을 위해 경력을 쌓는 임시직장의 개념이 아닌 다른 경쟁업소와 차별화되고 고도 체계적·지속적 기술교육훈련 프로그램의 개발과 운영, 종사자 자신이 투자했던 것에 따른 적절한 보상이나 대우가 기대되는 고용안정 등을 이룰 수 있는 내부전략이 필요할 것으로 사료된다.

4.6. 직무불안정성과 감정노동노출 간의 관계

가설 10: 직무불안정성과 감정노동노출 간에 상관이 있을 것이라는 가설은 경로계수 19.304, 표준오차 7.014, CR 2.752($p < 0.01$)로 나타나 유의수준 1% 내에서 유의한 것으로 확인되어 채택되었다.

김상준(2014)은 긍정적이고 심리적 안정감을 가지며, 마음속의 감정과 행동과의 괴리가 크지 않고 자아통제가 잘 되는 감정노동노출이 낮은 종사자는 높은 직무만족도와 조직몰입도를 나타내어 업무성과에 긍정적인 결과를 나타내므로 고객서비스에 긍정적으로 작용될 것이고 조직의 경영성과는 극대화된다고 하였다. 따라서 미용종사자의 후생관리를 비롯해 교육, 임금, 승급 체제 등의 다양한 기회를 통해 감정노동노출 관리와 해소방안, 직무불안정을 낮출 수 있는 직무만족과 직무몰입을 증대시키기 위한 체계적인 마케팅 방안체제 수립에 대해 관심을 가져야 할 것이다.

5. 결론 및 제언

본 연구의 목적은 헤어미용종사자들을 대상으로 직무수행과정에서 발생하는 직무불안정성과 감정노동노출, 감정소진을 매개로 하여 이직의도와 고객지향성 간의 관계를 알아보고자 하였으며, 얻어진 결론은 다음과 같다

첫째, 직무불안정성은 감정소진, 이직의도에 정(+)의 영향을, 고객지향성에는 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 직무불안정성과 감정소진 간의 표준화 경로계수(0.233)가 이직의도 간의 표준화 경로계수(0.178), 고객지향성 간의 표준화 경로계수(-0.124)보다 큰 값을 나타내어 상대적인 영향력은 직무불안정성이 감정소진에 더 많은 영향을 주는 것으로 나타났다.

둘째, 감정노동노출은 감정소진, 이직의도에 정(+)의 영향을, 고객지향성에는 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 직무불안정성과 이직의도 간의 표준화 경로계수(0.303)가 감정소진 간의 표준화 경로계수(0.25), 고객지향성 간의 표준화 경로계수(-0.143)보다 큰 값을 나타내어 상대적인 영향력은 직무불안정성이 이직의도에 더 많은 영향을 주는 것으로 나타났다.

셋째, 감정소진은 이직의도에 정(+)의 영향을, 고객지향성에는 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 감정소진과 고객지향성 간의 표준화 경로계수(-0.341)가 이직의도 간의 표준화 경로계수(0.225)보다 큰 값을 나타내어 상대적인 영향력은 감정소진이 고객지향성에 더 많은 영향을 주는 것으로 나타났다.

넷째, 이직의도는 고객지향성에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타나 이직의도가 많아질수록 고객지향성은 낮아지는 것으로 나타났다.

다섯째, 직무불안정성과 감정노동노출은 상호간 정(+)의 영향을 미치며 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

위와 같은 결론을 바탕으로 연구의 제한점을 고려하여 후속연구를 위한 제언을 하면 다음과 같다.

첫째, 표본의 대표성에 관한 문제이다. 본 연구의 실증조사 대상은 미용종사자를 대상으로 조사한 것으로 미용산업 전체를 조사한 것이 아니므로 일반화하기에는 한계가 있다. 추후 연구에서는 미용산업 업종별, 지역별, 직급별 등에 따른 자료수집을 통한 분석이 필요하다.

둘째, 미용종사자의 근무여건, 후생복지 등의 환경적 문제를 배제하여 설문이 이루어졌기 때문에 종사자들의 직무불안정성, 감정노동노출 정도, 감정소진 및 이직의도에 대한 평가가 다르게 나올 수 있다고 본다. 추후 연구에서는 종사자들의 근무여건, 후생복지 등의 다양한 요소들과의 관계를 파악하는 연구가 필요하다.

셋째, 직무불안정성과 감정노동노출의 개념을 보편화된 개념 그대로 사용한 점에서 한계를 느낀다. 미용산업은 인적 서비스 외에 기술 서비스를 포함하며 임금체제 및 근로체제가 일반 산업과는 다른 특수성을 지니고 있기 때문에 미용산업 종사자들의 직무불안정과 감정노동노출의 개념에 대해서 새로운 연구와 정의의 확립이 필요하다.

넷째, 자기기입식 설문조사 방법에 의존하고 있어 응답자의 태도, 근무환경과 다양한 경험 등에 따라 직무불안정성, 감정노동노출 및 감정소진의 정도가 달라질 수 있는 한계가 있다. 이러한 동일방법 변량 효과에 의해 연구변수들 사이의 관계가 실제보다 크

게 나타났을 가능성을 배제하기 위해서는 자료수집 방법 및 자료 수집원을 달리하여 자료를 수집할 필요가 있다.

참고문헌

- 고경숙 (2008). 「미용종사자들의 직무스트레스와 이직의도에 관한 연구」, 대구한의대학교 대학원 박사학위논문.
- 김남기 (2011). 「영업사원의 지각된 감정노동 활동이 직무소진, 직무열의에 의한 이직의도와 고객 지향성에 미치는 영향 : 감정지능의 조절효과를 중심으로」, 전북대학교 대학원 박사학위논문.
- 김보성 (2008). 「감정노동이 종사자의 서비스 제공 수준과 기업성파에 미치는 영향」, 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 김상준 (2014). 「감정노동이 직무만족 및 조직몰입에 미치는 영향에 관한 연구: 수도권 지역 미용 서비스 종사자 중심으로」, 용인대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 김영진 (2010). 「감정노동과 고객지향성의 관계에서 소진의 역할: 항공사 직원을 중심으로」, 경원대학교 대학원 박사학위논문.
- 노태범 (2011). 「서비스조직의 서비스지향성이 고객지향성과 서비스성과 및 고객동일시에 미치는 영향」, 숭실대학교 대학원 박사학위논문.
- 박보성 (2008). 「감정노동이 종사자의 서비스제공 수준과 기업성파에 미치는 영향」, 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 박병규 (2013). 「미용실 내부마케팅이 내부고객 만족과 이직의도에 미치는 영향」, 원광대학교 대학원 석사학위논문.
- 박형인·남숙경·양은주 (2011). 직무소진과 직무태도 및 이직의도와 관계: 메타분석적 문헌 고찰. 『한국심리학회지』, 24(3), 457-491.
- 배인열 (2013). 「주요리 산업 종사원의 감정노동이 감정부조화, 직무스트레스, 직무만족에 미치는 영향에 관한 연구」, 경기대학교 서비스경영전문대학원 박사학위논문.
- 백승희 (2003). 「미용인들의 감정노동, 소진, 직무만족에 관한 연구」, 인제대학교 보건대학원 석사학위논문.
- 안성근 (2009). 「호텔 레스토랑 서비스 인카운터에서 서비스회복 공정성지각이 고객감정을 통한 고객태도에 미치는 영향 연구」, 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 윤철민·윤선정 (2011). 공사 구성원의 소진, 직무만족, 이직의도 간 구조적 관계 분석: 승무직과 지상직을 중심으로. 『관광레저연구』, 23(6), 59-77.
- 윤장원 (2006). 서비스직에서 직무요구와 직무자원이 직무탈진에 미치는 영향과 개인특성의 조절효과. 『대한경영학회지』, 19(6), 2531-2559.
- 윤혜미·박병금 (2004). 아동학대 예방센터 상담원의 소진관련 요인에 관한 연구. 『한국사회복지학』, 56(3), 279-301.
- 이세환 (2013). 「미용실의 내부마케팅이 직무만족 및 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구」, 동아대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 이순곤 (2004). 「서비스 제공자와 고객 간 관계의 질에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 국영 보험을 중심으로」, 청주대학교 대학원 박사학위논문.
- 이유재·공태식 (2005). 고객시민 행동과 고객불량 행동이 서비스 품질지각과 고객만족 및 재구매유도에 미치는 영향. 『Asia Marketing Journal』 7(3) 1-27.
- 이재익 (2012). 「직무불안정성이 성과에 미치는 영향」, 원광대학교 대학원 박사학위논문.
- 이환정 (2014). 「사회복지시설 종사자의 감정노동이 이직의도에 미치는 영향 연구: 직무소진의 매개효과를 중심으로」, 한성대학교 대학원 박사학위논문.
- 이현진 (2014). 「미용업 종사자의 내부마케팅 전략이 감정노동과 직무스트레스에 미치는 영향」, 서경대학교 대학원 박사학위논문.
- 임창희 (2009). 감정 노동자의 이직의도에 미치는 유머의 조절효과. 『인사조직연구』, 17(1), 1-36.
- 전선복 (2014). 「미용종사자의 고객 불평행동 경험인 이직의도에 미치는 영향 : 불평처리 스트레스의 매개효과를 중심으로」, 광주여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 황승욱 (2011). 「서비스 종사자의 감정노동행동과 직무소진 관계에 관한 연구: 리더의 감성리더십과 신뢰의 조절효과」, 영남대학교 대학원 박사학위논문.
- Abraham, R. (1999). Negative affectivity: Moderator or confound in emotional dissonance-outcome relationships?. *The Journal of Psychology*. 133(1). 61-72.
- Ashford, S. J., Lee, C., & Bobko, P. (1989). Content. causes. and consequences of job insecurity: A theory-based measure and substantive test. *Academy of Management Journal*. 32, 803-829.
- Ashforth, B. E., & Lee, R. T. (1990). Defensive Behavior in Organization: A Preliminary Model, *Human Relations*. 43, 621-648.
- Ashforth, B. E. & Humphrey, R. H. (1993).

- Emotional Labor in Service Roles: The Influence of Identity. *Academy of Management Review*. 18. 89-93.
- Deshpande, R. J., Farley, U., & Webster, F. E. (1993). Corporate Culture. Customer Orientation. and Innovativeness in Japanese Firms; A Quadrad Analysis. *Journal of Marketing*, 57(January). 23-37.
 - Ehrenberg, R. G., & Smith, R. S (1988). Modern labor economics: theory and public policy, 3rd ed. Scott, Foresman.
 - Freudenberger, H. J. (1974). Staff Burn-out. *The Journal of Social Issues*. 30(1), 159-165.
 - Grandey, A. (2000). Emotional Regulation in the Workplace: A New Way to Conceptualize Emotional Labo. *Journal of Occupational Psychology*, 5(1), 95-110.
 - Greenhalgh, L., & Rosenblatt, Z. (1984). Job Insecurity; Toward Conceptional Clarity, *Academy of Management Review*, 9(3), 438-448.
 - Hochschild, A. R. (1983). The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling, Berkeley: University of California Press.
 - Holmqvist, R., & Jeanneau, M. (2006). Burnout and psychiatric staff' s feelings towards patients, *Psychiatry Research*, 145, 207-213.
 - Hunt, J. W. (1986). Walienation Among Managers; The New Epidemic or The Social Scientists Invention. *Personnel Review*, 15 21-26.
 - Kelly, S. W. (1992). Developing Customer Orientation among Service Employees. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 20, 27-36.
 - Maslach, C., & Jackson, S. E. (1981). The measurement of experienced burnout. *Journal of Occupational Behavior*. 2, 99-113.
 - Price, J. L., & Mueller, C. W. (1981). A causal Model of Turnover for Nurses. *The Academy of Management journal*. 24(3), 543-565.
 - Probst, T. M. (2003). Exploring employee outcomes of organizational restructuring: A solomon four-group study. *Group and Organizational Management*. 28(3) 416-439.
 - Pugliesi, K. (1999). The consequences of Emotion Labor; Effects on work stress, job satisfaction, and well-being. *Motivation and Emotion*, 23, 125-154
 - 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.
 - Rogers J. C., & Dodson, S. C. (1987). Burnout in occupational therapists, American.
 - Saxe, R., & Weitz, B. A. (1982). The SOCO scale: A Measure of the Customer Orientation of Sales people, *Journal of Marketing Research*, 19(2), 34.
 - Swan, J. E., Trawick, I. F., & Silva, D. W. (1985). How Industrial Sales people Gain Customer Trust, *Industrial Marketing Management*, 14(3). 203-221.
 - Tyler, T. R. (1996). Trust in organizational authorities: the influence of motive attributions on willingness to accept decisions, In R. M. Kramer, and T. R. Tyler.(Eds.), Trust in organizations: Frontiers of theory and research. 331-356.