

레스토랑 종업원의 유머감각이 직무만족과 이직의도에 미치는 영향에 관한 연구

진양호¹⁾ · 여경옥²⁾ · 배세정[¶]
경기대학교 대학원 외식조리관리학과^{1)2)¶}

Effects of Restaurant Employees' Sense of Humor on Job Satisfaction and Turnover Intention

Yang-Ho Jin¹⁾ · Kyung-Ok Yeo²⁾ · Se-Jeong Bae[¶]

Dept. of Foodservice & Culinary Management, Graduate School of Kyonggi University^{1)2)¶}

Abstract

This study empirically analyzed the effects of employees' sense of humor on job satisfaction and turnover intention focusing on those who work for restaurants in Seoul to provide preliminary data for effective human resource management in the foodservice industry. In terms of a sense of humor, meta message sensitivity, preference for humor, emotional expression, and coping scale of a sense of humor were drawn as the factors. The findings are as follows. First, among the factors of humor, preference for humor, reaction to humor, and meta message sensibility affected job satisfaction positively in order. On the contrary, emotional expression was found not to affect it. Second, preference for humor and emotional expression affected turnover intention negatively in order whereas meta message sensibility and reaction to humor did not affect it. Therefore, based on the research result that a sense of humor affects job satisfaction and turnover intention, it is needed to recognize the importance of humor and consider evaluation on a sense of humor when screening employees.

Key words: sense of humor, job satisfaction, turnover intention, restaurant employees

I. 서 론

최근 대인 관계나 스피치 수준에 머무르던 유머가 조직경영의 중요한 화두로 떠오르고 있다. 유머감각은 오랫동안 인생의 문제점이나 어려운 상황들을 대처하는 유용한 매커니즘으로 인식되어 왔는데 근래 들어 기업경영의 중대한 요소로 등장하였다. 이는 유머감각이 적대감을 완화시키고 비판수준을 감소시키며 긴장을 풀어 주고 사기를 증진시키는데 기여하며 복잡한 문제에서도

원활하게 의사소통하는데 도움을 줄 수 있기 때문이다(Lee HA 2010). 훌륭한 일터란 상사와 경영진을 신뢰하며 일에 자부심을 가지고 재미를 느낄 수 있는 기업을 말하며 유쾌한 사람은 생산적인 노동력을 만들어내고 우울한 사람은 비생산적인 노동력을 만들어낸다고 한다. 펀(fun)경영을 이문화한 로버트 레버팅 박사는 '기업의 가장 중요한 자산은 바로 종업원'이라는 가치를 확산시키며 유머 경영의 중요성을 강조하였다. 펀 경영은 단순한 웃음 추구 그 이상의 결과를 초래하여 이직

률이 낮아지고 근무에 대한 몰입은 향상되며 상사의 눈치를 보면서 마지못해 시간을 때우는 지겨운 일터가 아닌 소속감과 자아실현의 장으로서의 직장으로 변하게 된다고 한다(한경비즈니스 2009).

채용정보업체인 잡코리아에서는 국내기업 인사담당자를 대상으로 설문조사를 실시한 결과 채용 시 지원자의 유머러스한 정도를 평가하고 있었으며 유머가 풍부한 지원자를 선호하는 것으로 나타났다. 이 외에도 직원의 유머와 업무성과(생산성)와의 상관관계에 대해 유머가 풍부한 직원의 업무성과가 상대적으로 높다는 응답이 63.5%로 절반 이상에 달했으며 유머가 풍부한 직원의 업무성과가 상대적으로 낮다는 응답은 없었다고 하였다. 이러한 현상은 기업내외로 불안감이 높은 시기일수록 직원의 단결력과 생산성 향상을 위해 사내 분위기를 우호적이고 긍정적으로 이끌어가는 역할을 할 구성원의 필요가 높아진다고 설명했다(헤럴드경제 2010). 또한 유머경영의 효시인 사우스웨스트 항공사(South West Airline)에서는 직원을 뽑을 때 유머감각을 높게 평가하는데 이는 유머 있는 사람치고 업무를 못하는 사람은 없다고 생각하는 허브 켈러허 회장의 지론 때문이라고 한다(LG경제연구원 2005). 사우스웨스트 항공사에 입사하려면 최소한 6차례의 면접을 거치게 되며 대상자의 학력이나 경력 같은 것은 별로 중요하게 여기지 않는 반면 우선적으로 가장 중요하게 살피는 점은 면접대상자에게 유머감각이 있는가를 중점으로 본다(한경비즈니스 2009). 또한 대다수 직원들은 업무량이 다른 항공사보다 많지만 일하는 것이 즐겁고 아무리 힘든 일이라도 웃으면서 할 수 있다고 한다. 이렇듯 직장생활이 행복한 사람들은 업무에 대한 만족도가 높아서 모든 일에 긍정적이고 적극적으로 임하기 때문일 것이다. 이처럼 유머감각을 중요시하는 사우스웨스트 항공사는 미국 내에서 활동하는 최우수 10대 기업 중 하나로 손꼽히고 있으며 임금 수준은 경쟁사보다 높지 않으나 이직률 낮은 기업이라는 결과를 낳았다(LG주간경제 2006 ; 톱 피터스 1995).

이러한 결과는 회사의 기업문화에 있는 것으로 임직원들의 만족도가 높은 이유는 일하는 분위기가 좋기 때문이며 일하는 분위기의 중심에는 유머가 있었다. 유머는 이처럼 복잡하고 정교한 여러 가지 제도 및 환경이 빚어내는 갈등을 해소하며 동시에 많은 사람에게 활력을 제공해 성과를 거두게 하는 강력한 도구가 될 수 있다(LG경제연구원 2005). 따라서 유머 경영은 단순히 웃고 즐기는 것으로 끝나는 것이 아니라 그런 과정을 통해서 갈등을 해결하고 신뢰를 만들어 나가는 것이라 할 수 있다.

서비스 기업은 고객과의 직·간접적인 접촉을 통해 고객에게 무형의 상품 및 서비스를 제공한다. 종업원은 서비스 인카운터 측면에서 중요할 뿐만 아니라 고객에게 서비스를 제공함에 있어 다른 노동과 달리 감정노동이라는 특징을 가지고 있으므로 종업원의 고객에 대한 서비스는 자발적일 때 효과적이며 다른 업종에 비해 조직 구성원 각자의 자발적 내지 직무외적 행위에 대한 필요성이 요구된다(Jeon MH 2005). 또한 인적자원의 비중이 큰 서비스 산업에서의 높은 이직률은 경영자에게 막대한 부담을 줄 뿐만 아니라 동료 구성원들의 사기저하 및 직무수행에 따른 불만을 반영하게 되며 종업원들의 잦은 이직은 반복적인 신입사원 선발 및 교육훈련 비용이 발생하게 되는 문제점을 야기하게 된다. 그러나 안타깝게도 외식산업이 속한 숙박 및 외식업의 이직률은 다른 산업에 비하여 매우 높은 것으로 나타나고 있으며 산업 전체평균에 비하여 130% 이상의 자발적 이직률을 보이고 있는 것으로 조사되었다(Lee HR 등 2009 ; Ahn KY · Lee KM 2005). 따라서 이러한 시점에서 효율적인 인적자원관리를 위해 인적서비스의 의존도가 높은 외식산업에서도 유머경영의 실천이 무엇보다 중요하며 외식산업에 종사하는 종업원의 유머감각과 직무와 관련된 여러 요인들 간의 관계를 규명하는 연구가 절실히 요구된다.

지금까지 유머에 관한 국내연구는 주로 간호

학, 심리학, 광고학 분야 등에서 스트레스 대처 또는 중재로서의 연구들이 폭넓게 이루어져 왔으며 저서로는 화술이나 인생성공과 관련된 연구들이 주종을 이루고 있다(Lee DR · Kim TY 2009). 또한 그 대상도 학생이나 일반 성인 또는 직장인의 경우도 사무직이나 전문직 종사자 위주로만 연구되어 외식산업분야 종사자를 대상으로 실시한 유머 연구는 호텔종사원 대상의 Jeon MH(2005)의 연구 외에는 찾아보기 어렵다. 따라서 본 연구에서는 외식산업 분야의 중심에 있는 레스토랑 종업원을 대상으로 유머감각을 다차원적으로 접근하여 유머감각의 하위영역인 메타메시지 감수성, 유머의 선호도, 정서의 표현성, 유머의 의한 대처가 직무만족과 이직의도에 어떠한 영향을 미치는지 실증적 연구를 통해 살펴보고 그 결과를 바탕으로 외식기업종사자의 효율적인 인적자원관리를 위한 기초자료를 제공하는데 주요 목적이 있다.

II. 이론적 배경

1. 유머감각

유머는 남을 웃기는 말이나 행동으로 우스개 · 익살 · 해학 · 기분 · 기질 등으로 번역되며 고대 생리학에서 인간의 체내에 흘러 다니는 혈액, 점액, 담즙, 흑담즙 등 4종류의 체액을 의미하였다. 당시에는 이들 체액의 배합 정도가 사람의 체질이나 성질을 결정한다고 생각하였고 나아가 기질 · 기분 · 변덕스러움 등을 뜻하게 되었다(McGhee PE 1979). 이것이 다시 바뀌어 인간의 행동 · 언어 · 문장 등이 갖는 웃음의 뜻과 그러한 웃음을 인식하거나 표현하는 능력의 의미까지 붙게 되었다. 이렇듯 유머란 사람들을 즐겁게 하거나 우습다고 느끼게 하는 그 무엇을 말하며 유머감각, 유머와 관련된 인지적 과정, 다른 상황 하에서의 유머의 사용과 유효성, 조크 등에 관한 유머 주제 연구가 1970년대부터 연구자들의 큰 관심을 끌게 되었다(Bateman WK 2006 ; Pasquali E 1990). 유머감각이란 어떤 일의 즐거운 면을 보는 능력으

로 정의되며 인생에서 어려움과 싸울 수 있게 해 줄 뿐 아니라 삶을 더 기쁘게 해주고 판단이 건전하도록 돕는다하여 인간의 가장 가치 있는 기능 중 하나로 여겨졌다(Mindess H 1971).

최근에는 유머감각을 다차원적으로 접근하고 있는데 Thorson JA & Powell FC(1993)는 다차원 유머감각척도(Multidimensional Sense of Humor Scale: MSHS)를 사용하여 4가지 하위변수인 유머의 생산, 유머의 대처, 유머의 태도, 유머의 평가로 유머감각을 측정하였다. Svebak S(1974)는 유머감각 질문지(Sense of Humor Questionnaire: SHQ)에서 특정한 형태의 유머를 얼마나 좋아하는지를 측정하기보다 자신이 유머를 잘 생성하고 있으며 다른 사람의 유머를 얼마나 감지해 내고 있는지를 평가하였고 유머감각을 메타메시지 감수성, 유머의 선호도, 정서의 표현성으로 분류하였다. Hwang MS(1993)은 유머란 인지적이며 정의적인 경험을 바탕으로 자극을 인지하고 이를 정서적으로 표현하는 능력이며 상황의 부조화를 이해하고 수용할 수 있는 능력이라 정의하였다. 또한 인지적이면서 경험적으로써 인지적 과정을 통하여 인간은 그 자극 내용의 독특성이나 특수성, 독창성 등을 알아채게 하며 이것은 곧 그의 정서적 반응을 수반하게 됨으로서 인지와 정서의 두 가지 측면이 동시에 포함되는 포괄적인 과정이라 하였다.

유머에 대한 연구를 살펴보면 광고에서는 유머의 사용이 조직에 다양한 혜택을 가져다주고 유머나 유머감각이 성과, 리더십, 집단응집성, 커뮤니케이션, 조직몰입 등에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(Lee HA 2010). Lee DR · Kim TY(2009)의 연구에서는 국내 기업의 관리자를 대상으로 유머감각이 조직 내 성과에 미치는 영향을 분석한 결과 개인의 유머감각이 직무성과, 경력성과, 창의성성과, 팀성과에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. Min S 등(2004)은 간호사를 대상으로 유머감각과 업무성과와의 관계를 연구하였는데 간호사가 간호조직에 유머감각을

높게 지각할수록 간호업무 성과가 높은 것으로 나타났으며 간호 실무에서 간호업무성과를 높이기 위해 근무상황을 부드럽게 유도할 수 있는 유머감각을 간호 관리조직에 적용함으로써 간호서비스의 질을 향상시킬 수 있을 것이라 하였다. 호텔종사원을 대상으로 한 Jeon MH(2005)의 연구에서는 유머감각 요인 중 유머의 선호도, 대처전략, 메타메시지 감수성이 직무만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고 이직성향에 영향을 미치는 요인으로는 유머의 선호도와 정서의 표현성으로 나타났다. 또한 유머감각이 호텔종사원의 직무만족을 증가시키고 이직성향을 감소함으로써 이직으로 인한 손실을 감소시킬 수 있는 중요한 도구가 될 수 있으며 호텔기업의 이익증대를 유도할 수 있는 방안이라 제시하였다. Lee HA(2010)의 연구에서는 직장인을 대상으로 유머감각이 스트레스 대처방식 및 직무만족에 미치는 영향을 연구한 결과 유머감각이 높을수록 문제 중심적 대처를 하며 유머감각의 하위영역인 유머생성과 유머에 대한 선호도가 직무만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 유머감각이 직무만족을 향상시킬 수 있는 긍정적인 요인으로 작용한다 하였다. Choi SY(2010)의 연구에서는 직장 여성을 대상으로 유머감각이 직무만족과 고객지향성에 미치는 영향을 연구한 결과 유머에 대한 선호도가 높을수록 직무만족이 높으며 유머감각을 통해 직무만족을 고취함으로써 고객지향성을 높일 수 있다고 하였다. Choi YH(2009)는 텔레마케터를 대상으로 유머감각이 직무만족 및 이직의도에 미치는 영향을 살펴본 결과 유머감각은 직무만족을 향상시킬 수 있는 긍정적인 요인으로 작용하였으며 직무만족의 하위영역 중 승진제도 만족에는 유머의 선호도가 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 유머감각이 이직의도에는 부정적인 요인으로 나타나 적극적으로 유머에 대한 개방된 태도로서 유머를 실천하고 체제운영과 교육훈련 등에 유머의 접목이 필요하다 하였다. Romero EJ & Pescosolido A(2008)의 연구에서는

유머를 경험하는 종업원들은 직무관련 스트레스를 덜 받고 긍정적인 감정을 갖게 되며 함께 일하는 구성원들과도 좋은 관계를 갖게 됨으로써 이직의도가 감소된다고 하였다. 본 연구에서는 레스토랑 종업원을 대상으로 유머감각 요인을 선행연구에서 확인된 메타메시지 감수성, 유머의 선호도, 정서의 표현성, 유머의 의한 대처의 4가지 요인으로 설정하고 유머감각이 직무만족과 이직의도에 어떠한 영향을 미치는지 확인하고자 하였다.

2. 직무만족

직무만족은 자기 직무에 대한 호의적 태도를 말하는 것으로 자신의 직무생활에 대해 긍정적인 감정을 가진 개인의 심리상태를 말하며 높은 근로의욕을 갖도록 할 뿐만 아니라 자기계발 노력을 촉구하고 조직목표달성을 위한 공동 작업에 자발적인 참여의욕과 창의성을 불러일으켜 개인 성과의 향상에 긍정적인 미친다(신유근 2002). Vroom VH(1964)은 직무만족이란 자신의 직무에 만족한다고 스스로 말하는 심리적 감정과 환경적인 상황의 모든 결합이라 정의하고 직무만족의 요소로 감독, 작업집단, 직무내용, 임금, 승진의 기호, 작업시간의 요소를 제시하였다. Tiffin J & McCormick EJ(1974)는 직무만족을 그 직무에서 얻어지거나 경험되는 욕구만족정도의 과정이며 직무만족의 본질을 자기 직무에서 얻어지는 자기 실현의 감정과 자신의 직무에서 얻어지는 가치 있는 성취감이라 정의하였다. Locke EA(1976)는 직무만족이란 직무에 대한 태도의 하나로 구성된 개개인이 자신의 직무나 이를 통해 얻게 되는 경험의 평가에서 나오는 즐겁고 긍정적인 감정 상태로 정의하고 직무만족의 영향요인을 과업, 임금, 승진, 복리후생, 작업조건, 감독자, 동료, 회사의 관리방법 등이라고 주장하였으며 Kim BI(2005)은 직무만족이란 종사원이 직무에 대해 가지고 있는 태도로 직무환경에 대한 평가에서 얻어지는 감정적, 정서적 만족상태라고 이해하고 외식산업 직무만족의 영향요인을 경제적 요인, 작업환경

요인, 직무관련 요인, 외부환경 요인, 개인적 요인으로 구분하였다. 또한 외식업체 종사원의 직무만족도를 증진시키기 위해서는 임금이나 승진 등의 경제적 요인에 대한 만족도를 높이는 방안이 필요하다 하였다. Kim KH(2007)는 직무만족이란 인간이 사회의 한 구성원으로 조직생활을 하는 가운데 조직구성원으로서 갖는 직무에 대한 만족의 여부를 의미하고 조직의 경영성과에 중요한 영향을 미치고 있으며 직무만족여부 정도에 따라 종사자는 그 조직에 대하여 긍정적일 수도 있고 부정적일 수도 있다고 하였다. 또한 직무만족이 중요하다는 인식의 원리는 조직의 생산성과 능률성 향상이며 현대조직에서 인간이 직무를 수행함으로써 그의 욕구를 충족시켜 직무에 만족을 하게 되면 이직, 결근, 태업, 도난사고, 종사원의 소외를 감소시켜 장기적인 안목에서 생산성에 공헌하며 직무자체와 직무수행 상 발생하는 즐겁고 긍정적 태도는 직무만족으로 나타난다고 하였다. Kim JA(2011)는 직무만족의 결정요인으로는 승진, 급여, 근무시간, 안정감, 정책, 복리후생, 교육훈련, 상사, 동료, 고객, 직무 자체 및 전체적 만족 등 이라고 하였고 직무만족은 가치 판단적 개념, 신체적, 정신적 건강측면과 깊은 관계가 있으며 직무만족의 수준은 생산성과 다른 직무대행 측정과는 큰 관련이 없고 이직, 결근, 지각은 불만족 수준과 깊은 관련이 있다고 하였다.

종업원의 직무만족 정도는 조직의 운영을 평가하는 중요한 기준이 되며 종업원 측면에서 가치 판단적인 면, 정신건강적인 면, 신체건강적인 면에서 매우 중요하다. 또한 조직의 입장에서 직무생활에 긍정적 감정을 가진 종업원은 외부사회에 대해 자신이 속해 있는 조직을 호의적으로 이야기하는 공중관계기능을 표현하며 조직 외부뿐만 아니라 조직 내부에서도 원만한 인관관계를 유지해 나가고 이직률과 결근율 감소 및 생산성 증가의 효과를 가져오게 된다(박운성 1988). 따라서 인적서비스에 의존하고 있는 외식기업들은 종업원의 역할이 매우 중요하며 이들의 직무만족은

고객에게 제공되는 서비스 수준에 영향을 미치므로 더욱 중요하다 할 수 있다.

3. 이직의도

통상적인 의미에서의 이직은 조직에 의해서가 아니라 개인의 주도 하에 조직을 떠나는 것을 말하며 특히 인사관리에서 이직은 조직외부 이동을 의미한다. 이직의도와 이직을 같은 수준으로 취급할 수는 없겠으나 확률 상 이직의도가 있으면 이직으로 이어질 가능성이 높다고 실증적 연구로 밝혀진 바 있다(Lee SJ 2008).

이직의도란 종업원이 조직의 구성원이기를 포기하고 현 직장을 떠나려는 의도로 정의되며 (Meyer JP & Allen NJ 1984) 개인의 이직의도는 이직과정에서 중요한 변수로 이직의 직접적인 선행요인으로 고려되고 있다(Bluedorn AC 1982). 이직은 분산되어 비동시적으로 발생하기 때문에 실제 이직행위보다는 이직의도를 기준변수로 사용하도록 권장하고 있으며 조직구성원의 이직의도는 구성원들의 행동을 이해하는데 중요한 역할을 담당하는 요인으로 간주되고 있다(Low GS et al. 2001 ; Coverdale S & Terborg JR 1980).

March JG & Simon HA(1958)은 초기의 연구에서 종사원의 이직은 궁극적으로 이직의도와 대안적 직무기회의 가능성의 결합에 의해 결정된다고 보았으며 이직하고자 하는 욕구에 자극을 주는 것은 직무만족이나 조직 내의 배치전환이라 설명하고 이직과 직무만족이 깊은 상관관계가 있음을 주장하였다. Mobley WH 등(1979)은 이직관련 선행연구들을 정리하여 조직 내적 요인, 개인적 요인, 조직 외적 환경요인 등의 3변수가 개인들의 직무만족도와 현 직무에 대한 기대 및 매력도에 영향을 미치며 이 변수들이 다시 이직의도, 직무대안 및 탐색의도에 영향을 미쳐 이직에 이르는 통합이직모형을 제시하였다. 또한 직무에 대해 불만족한 구성원은 이직에 대한 대안적인 직업이 가능할 경우 현재의 직장대신 다른 직장을 선택하게 되며 비록 직무만족이 이직의 결정

에 직접적인 영향을 미치지 않지만 이직의 결정 과정에 영향을 준다고 하였다. Price JL & Mueller CW(1981)는 이직결정요인 중 단순성, 집중화 정도, 수단적 의사소통, 통합, 급여, 분배의 공정성, 승진기회, 역할 과부하 변수가 직무만족과 조직몰입을 매개로 하여 이직의도를 거쳐 이직행위를 이끌어 내며 전문가주의와 일반교육훈련, 부양책임이 조직몰입과 이직의도에 각각 영향을 미친다고 하였다. Kim EJ(2004)은 외식서비스업 종사자의 직무관련변인과 개인특성이 이직의도와 직무수행에 미치는 영향을 연구한 결과 직무관련변인들 중 장래성, 상사관계, 동료관계, 정서노동이 이직의도에 유의한 영향을 미쳤고 성격요인 중 정직성, 외향성, 호감성이 이직의도를 예측하였으며 정서지능 요인 중 정서사용이 이직의도를 유의하게 예측하는 것으로 나타났다. Ham BK 등(2003)은 호텔 종사원의 개인적 특성 변수에 따른 이직의도의 차이를 살펴본 결과 성별과 근무연수에 따라 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났는데 남자가 여자보다 상대적으로 이직의도가 높았으며 근무기간이 길수록 직무만족도의 수준이 높고 이직의도가 낮은 것으로 나타났다. Ahn KY(1992)은 이직관리방안에 대한 연구에서 조직몰입과 생계책임이 이직의도에 직접적인 영향을 미치고 인간관계, 공정성, 승진, 복리후생, 임금수준 등이 조직몰입을 통하여 간접적

으로 이직의도에 영향을 미친다고 하였다.

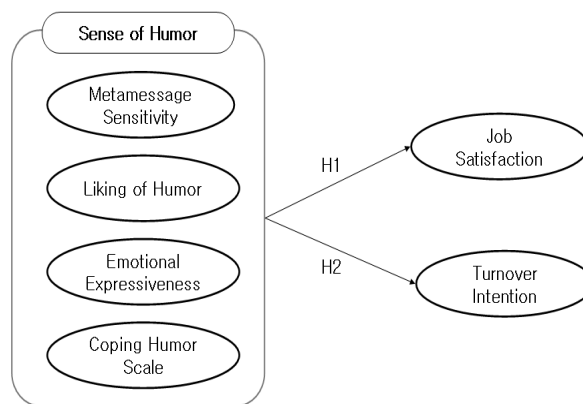
표면적으로 종업원의 이직은 직접적으로 비용 문제가 발생하는 것은 아니다. 그러나 새로운 인적자원을 채용하기 위해서는 일정한 시간과 노력이 필요하기 때문에 비용문제가 발생한다. 이러한 시간과 노력에는 기존의 구성원이 개입되며 이에 따른 부담을 비용으로 환산할 경우 이직에 따른 손실이 적지 않다(Lee BY · Lee UH 2006). 따라서 이직의 증가는 기업에 부정적인 요소로 작용하게 되므로 이직의도를 감소시킬 수 있는 종업원에 대한 효율적 관리가 매우 중요한 의미를 지닌다고 할 수 있다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구모형 및 가설

1) 연구모형

본 연구는 레스토랑 종업원의 유머감각이 직무만족과 이직의도에 미치는 영향에 관한 연구로써 선행연구들을 토대로 한 연구모형은 <Fig. 1>과 같다. 유머감각의 4가지 하위영역인 메타메시지 감수성, 유머에 대한 선호도, 정서의 표현성, 유머에 의한 대처를 독립변수로 하고 직무만족과 이직의도를 종속변수로 하여 상호간 인과관계를 규명하고자 하였다.



<Fig. 1> Research model

2) 연구가설

본 연구는 선행연구를 토대로 연구모형에 따라 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1. 레스토랑 종업원의 유머감각은 직무만족에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

H1-1. 레스토랑 종업원의 메타메시지 감수성은 직무만족에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

H1-2. 레스토랑 종업원의 유머에 대한 선호도는 직무만족에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

H1-3. 레스토랑 종업원의 정서의 표현성은 직무만족에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

H1-4. 레스토랑 종업원의 유머에 의한 대처는 직무만족에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

H2. 레스토랑 종업원의 유머감각은 이직의도에 부(-)²의 영향을 미칠 것이다.

H2-1. 레스토랑 종업원의 메타메시지 감수성은 이직의도에 부(-)²의 영향을 미칠 것이다.

H2-2. 레스토랑 종업원의 유머에 대한 선호도는 이직의도에 부(-)²의 영향을 미칠 것이다.

H2-3. 레스토랑 종업원의 정서의 표현성은 이직의도에 부(-)²의 영향을 미칠 것이다.

H2-4. 레스토랑 종업원의 유머에 의한 대처는 이직의도에 부(-)²의 영향을 미칠 것이다.

2. 조사대상 및 기간

본 연구는 외식산업에 종사하는 레스토랑 종업원의 유머감각이 직무만족과 이직의도에 미치는 영향을 파악하고자 다음과 같은 방법으로 조사를 수행하였다. 서울지역에 위치한 종업원 수 20인 이상, 월매출 1억 이상의 레스토랑 15개 업장(L, H, K, G 등)에 근무하는 종업원을 대상으로 연구의 취지를 설명한 후 자기기입법을 사용하여 설문을 실시하였다. 조사기간은 2010년 9월 1일부터 2010년 9월 20일까지 총 270를 배부하여 266부가 회수되었고 이 중 불성실하게 답변한 설문을 제외한 238부만 통계분석에 사용하였다.

3. 설문지 구성

본 연구의 설문지 구성을 살펴보면 유머감각 문항은 Svebak S(1974)가 사용한 유머감각의 측정척도인 SHQ(Sense of Humor Questionnaire)와 Martin RA & Lefcourt HM(1983)이 사용한 유머 대처척도인 CHS(Coping Humor Scale)를 기초로 하여 Hwang MS(1993)과 Jeon MH(2005)의 연구에서 사용한 설문문항을 수정·보완하여 사용하였다. 하위영역은 메타메시지 감수성, 유머의 선호도, 정서의 표현성, 유머에 의한 대처로 구성되어 있으며 구체적인 사항은 다음과 같다. 메타메시지 감수성은 여러 가지 상황에서 유머를 인지하는 능력을 측정하는 것으로 ‘나는 상대방의 표정에서 유머러스한 말과 행동을 미리 짐작할 수 있다’, ‘나는 일상생활에서 우스운 일이나 유머러스한 것을 곧잘 발견한다.’ 등 7문항으로 구성하였다. 유머의 선호도는 유머와 유머러스한 역할을 즐기는 정도를 측정하는 것으로 ‘나는 남을 웃기기 위해 농담을 하는 사람이 대부분 자신을 돋보이게 하려는 의도를 갖고 있다고 생각한다’, ‘나는 항상 사람을 웃기려고 하는 사람은 믿을 수 없다고 생각한다.’ 등 7문항으로 구성하였다. 정서의 표현성은 유머반응으로서의 웃음을 포함한 감정을 자유롭게 표현하는 정도를 측정하는 것으로 ‘나는 TV나 신문을 보면서 우스운 장면이 나오면 혼자 곧잘 웃곤 한다.’, ‘나는 유머러스한 심정을 솔직히 나타내는 편이다.’ 등 7문항으로 구성하였다. 유머에 의한 대처는 스트레스를 받는 사건에 부딪혔을 때 어느 정도 유머나 웃음을 사용해서 대처하고 있는지를 측정하는 것으로 ‘나는 긴박한 상황이라도 재미있는 말을 하여 분위기를 부드럽게 한다.’, ‘나는 곤란한 상황에서도 웃으면서 그 상황을 빠져나가는 편이다.’ 등 7문항으로 유머감각 문항은 총 28개 문항으로 구성하였다. 직무만족 문항은 Jung HS과 Yoon HH(2009)이 사용한 문항을 연구에 적합하게 수정하여 ‘나는 나의 업무에 전반적으로 만족한다.’, ‘나는 내가 일하는 회사에 만족한다.’ 등 5문항으

로 구성하였고, 이직의도 문항은 Goo BJ(2008), Jung HS과 Yoon HH(2009)의 연구를 토대로 수정하여 ‘나는 현재 다른 회사로의 이직을 심각히 고려하고 있다.’, ‘나는 현재보다 조금이라도 여건이 나빠지면 회사를 그만둘 것이다.’ 등 4문항으로 재구성하였으며 인구통계학적 문항은 5문항으로 구성하였다. 인구통계학적 설문 문항을 제외한 각 문항은 리커트 5점 척도로 측정하였으며 각 문항의 평가는 ‘매우 그렇다’의 5점부터 ‘전혀 그렇지 않다’의 1점까지 5개의 범주로 구분하였다.

4. 분석방법

본 연구의 통계분석은 SPSS/WIN 17.0을 사용하였으며 인구통계학적 특성을 분석하기 위해 빈도 분석을 실시하였다. 문항의 구성개념 타당도를 검증하기 위하여 요인분석(Factor Analysis)을 실시하였고, 내적 일관성을 검증하기 위해 Cronbach's α 계수를 이용하여 신뢰도를 측정하였다. 모형의 측정 변수간의 관련성 검증을 위해서는 피어스 상관관계 분석(Pearson's Correlation)을 이용하였

으며 연구모형에 따른 가설검증을 위해 다중회귀 분석(Multiple Regression Analysis)을 실시하였다.

IV. 연구결과

1. 조사대상자의 인구통계학적 특성

조사 대상자의 인구통계학적 사항에 대한 빈도 분석 결과는 <Table 1>과 같다. 전체 응답자 238명 중 남성이 131명(55.0%)으로 여성 107명(45.0%)보다 많았고 연령별로는 30세 이하가 118명(49.6%)으로 가장 많았으며 31~35세 49명(20.6%), 40세 이상 37명(15.5%), 36~39세 34명(14.3%) 순으로 나타났다. 교육수준은 전문대 졸업이 136명(57.1%)로 가장 많았고 대졸 69명(29.0%), 고졸이하 23명(9.7%), 대학원졸 10명(4.2%) 순으로 높게 나타났다. 현재 직장에서의 근무 기간은 5년 이상이 94명(39.5%)으로 가장 많았고 다음으로 1년 미만이 61명(25.6%), 1년 이상~3년 미만 52명(21.9%), 3년 이상~5년 미만 31명(13.0%) 순으로 나타났다. 조사결과 30세 이하 118명 중 1년 미만이 54명(45.8%), 1년 이상~

<Table 1> Characteristics of the respondents

Characteristics	Categories	N	%
Gender	Male	131	55.0
	Female	107	45.0
Age	Under 30	118	49.6
	31~35	49	20.6
	36~39	34	14.3
	Over 40	37	15.5
Education	High school	23	9.7
	College	136	57.1
	University	69	29.0
	Graduate	10	4.2
Work period	1 year less	61	25.6
	1~2 years	52	21.9
	3~4 years	31	13.0
	Over 5 years	94	39.5
Monthly income (10,000 won)	130 less	45	18.9
	130~199	81	34.0
	200~299	70	29.4
	Over 300	42	17.6

3년 미만 40명(33.9%)으로 30세 이하의 94명(79.7%)이 근무기간이 3년 미만이었고, 36세 이상 71명 중 59명(83.1%)이 근무기간이 5년 이상인 것으로 나타나 대체로 연령이 높을수록 근무기간이 긴 것을 알 수 있었다. 월수입은 130~200만 원 미만이 81명(34.0%)으로 가장 많았고 다음으로 200~300만 원 미만이 70명(29.4%), 130만 원 미만 45명(18.9%), 300만 원 이상 42명(17.6%) 순으로 나타났다.

2. 신뢰성 및 타당성 분석

1) 유머감각

유머감각 항목들에 대한 타당도분석과 신뢰도

분석의 측정 결과는 <Table 2>와 같다. 타당성 검증을 위해 베리맥스 회전을 이용한 요인분석을 실시하였고 측정항목들의 요인 적재량이 0.5 이상이며 요인들의 고유치가 1이상인 최종요인은 4개가 추출되었다. 구성문항에 대한 측정 척도의 순화과정에서 유머감각의 측정문항들 중 11개의 문항은 요인 적재량이 적정 수준에 미달되거나, 2개 이상의 요인에 대해 중복적재 되거나, 개별 요인으로만 적재되는 등의 이유로 제거되었다. 추출된 요인은 메타메시지 감수성, 유머의 선호도, 정서의 표현성, 유머에 의한 대처로 명명하였으며 총 분산 설명력은 62.4%이었다. 각 요인별 신뢰도 분석결과 메타메시지 감수성은 0.720, 유머의 선호도 0.864, 정서의 표현성 0.727, 유머에 의한

<Table 2> Reliability and factors analysis of humor sense

Factor		Factor loading	Eigen value	% of variance	Cronbach's α
Metamessage Sensitivity	I can expect humorous words or deep in advance from a person's facial expression	0.814	2.003	11.783	0.720
	I often find humorous and funny things in daily life	0.767			
	I can easily find material of laugh anytime and anywhere	0.683			
Liking of Humor	I don't like humorous people because they try to make others laugh forcibly	0.840	3.424	20.144	0.864
	I think that people they try to make others laugh because they want to hide their ignorance	0.773			
	I believe that those who are humorous and behave oddly try to hide their cowardice	0.768			
	I think those who always try to make others laugh are unreliable	0.721			
	I think those who are humorous look bright but cannot give a favorable impression	0.687			
Emotional Expressiveness	I do not show my emotions	0.800	2.035	11.970	0.727
	I tend to reveal humorous feelings	0.695			
	I tend not to laugh even in a laughable situation	0.656			
Coping Humor Scale	I often laugh and make jokes even in a painful situation	0.772	3.155	18.561	0.810
	I can manage to escape a difficult situation with a smile	0.748			
	I can manage to escape an awkward situation easily with humorous words	0.720			
	I can manage to make a genial atmosphere even in an urgent situation with funny words	0.700			
	I think humor is an effective way to solve tough problems	0.620			
	When I have a hardship, I try to please myself finding something funny	0.517			
KMO			0.872		
Bartlett's sphericity test			1587.633		
Sig.			0.000		

<Table 3> Reliability and factor analysis of job satisfaction

Factor		Factor loading	Eigen value	% of variance	Cronbach's α
Job Satisfaction	I am generally satisfied with my work	0.856	2.930	58.603	0.812
	I am pleased with the company I work for	0.831			
	I am satisfied with my work environment	0.801			
	I think the job I have precious	0.744			
	When I have to choose a job again, I will select my present job	0.558			
KMO			0.796		
Bartlett's sphericity test			450.029		
Sig.			0.000		

대처 0.810로 나타나 내적일치성이 유효하므로 신뢰성을 지니는 것으로 나타났다.

신뢰도 분석결과는 0.816으로 높은 신뢰성을 갖는 것으로 나타났다.

2) 직무만족

직무만족 항목들에 대한 타당도분석과 신뢰도 분석의 측정 결과는 <Table 3>과 같다. 측정항목들의 요인 적재량이 0.5이상이고, 요인들의 고유치가 1이상인 요인은 단일요인으로 추출되었고 총 분산 설명력은 58.6%였다. 직무만족 요인의 신뢰도 분석결과는 0.812로 높은 신뢰성을 갖는 것으로 나타났다.

3. 상관관계분석

본 연구에서는 연구가설을 검증하기 위한 선행 단계로 구성개념 간 상관관계분석을 실시하였다. Pearson의 상관계수를 통한 상관관계 분석 결과는 <Table 5>와 같이 요인 간 관계가 판별타당성을 만족하는 것으로 볼 수 있다. 본 연구의 상관관계 분석 결과, 유머감각 요인들이 직무만족에는 정(+)의 상관관계가 보였고 이직의도에는 부(-)의 상관관계를 보이는 것으로 분석되었다.

3) 이직의도

이직의도 항목들에 대한 타당도분석과 신뢰도 분석의 측정 결과는 <Table 4>와 같다. 측정항목들의 요인 적재량이 0.5이상이고, 요인들의 고유치가 1이상인 요인은 단일요인으로 추출되었고 총 분산 설명력은 64.6%였다. 이직의도 요인의

4. 가설 검증

1) 가설 H1의 검증

H1의 가설검증을 위해 유머감각 요인인 메타메시지 감수성, 유머에 대한 선호도, 정서의 표현

<Table 4> Reliability and factor analysis of turnover intention

Factor		Factor loading	Eigen value	% of variance	Cronbach's α
Turnover intention	I sometimes feel an impulse to quit the company	0.843	2.584	64.608	0.816
	I am seriously thinking about turnover of another company now	0.820			
	I will quit my job if the conditions get any worse than now	0.810			
	I am satisfied with my present job, but I also think I like to work in a different company	0.738			
KMO			0.791		
Bartlett's sphericity test			319.957		
Sig.			0.000		

<Table 5> Correlation analysis

	1	2	3	4	5	6
1. Metamessage Sensitivity	1					
2. Emotional Expressiveness	0.392**	1				
3. Liking of Humor	0.311**	0.518**	1			
4. Coping Humor Scale	0.425**	0.396**	0.362**	1		
5. Job Satisfaction	0.465**	0.416**	0.547**	0.540**	1	
6. Turnover intention	-0.173**	-0.421**	-0.531**	-0.272**	-0.547**	1

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

성, 유머에 의한 대처를 독립변수로 하고 직무만족을 종속변수로 설정하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 <Table 6>과 같다. 유머감각 요인 중 메타메시지 감수성, 유머에 대한 선호도, 유머의 대처척도가 직무만족에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 전체 회귀식의 설명력은 46.2%이고 회귀모형은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다(F(4, 233)=51.926 $p < 0.001$). 각 요인별로 살펴보면 유머에 대한 선호도($\beta = 0.356$ $p < 0.001$)가 직무만족에 가장 영향을 많이 미치는 것으로 나타났으며 다음으로 유머에 의한 대처

($\beta = 0.311$ $p < 0.001$), 메타메시지 감수성($\beta = 0.212$ $p < 0.001$) 순으로 분석되었다. 따라서 정서의 표현성 요인인 가설 H1-3제외하고 H1-1, H1-2, H1-4의 가설이 채택되었다.

2) 가설 H2의 검증

H2의 가설검증을 위해 유머감각 요인인 메타메시지 감수성, 유머에 대한 선호도, 정서의 표현성, 유머에 의한 대처를 독립변수로 하고 이직의도를 종속변수로 설정하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 <Table 7>과 같다. 유머감각 요인 중

<Table 6> Regression results of the effect of humor sense on job satisfaction

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.
	B	Std. error	Beta		
(Constant)	3.964	1.024		3.871	0.000
Metamessage Sensitivity	0.346	0.089	0.212	3.872	0.000***
Liking of Humor	0.274	0.044	0.356	6.237	0.000***
Emotional Expressiveness	0.037	0.089	0.025	0.423	0.673
Coping Humor Scale	0.226	0.040	0.311	5.601	0.000***
Dependent variable : job satisfaction		$R^2 = 0.471$	Adjusted $R^2 = 0.462$	F(4, 233) = 51.926	Sig. = 0.000

*** $p < 0.001$.

<Table 7> Regression results of the effect of humor sense on turnover intention

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.
	B	Std. error	Beta		
(Constant)	22.111	1.308		16.909	0.000
Metamessage Sensitivity	0.121	0.114	0.066	1.060	0.290
Liking of Humor	-0.366	0.056	-0.422	-6.511	0.000***
Emotional Expressiveness	-0.340	0.113	-0.202	-3.004	0.003**
Coping Humor Scale	-0.055	0.052	-0.067	-1.064	0.289
Dependent variable : turnover intention		$R^2 = 0.316$	Adjusted $R^2 = 0.304$	F(4, 233) = 26.902	Sig. = 0.000

** $p < 0.01$. *** $p < 0.001$.

유머의 선호도, 정서의 표현성 요인만이 이직의도에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 전체 회귀식의 설명력은 30.4%이고 회귀모형은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다($F(4, 233)=26.902$ $p<0.001$). 각 요인별로 살펴보면 유머에 대한 선호도($\beta=-0.422$ $p<0.001$), 정서의 표현성($\beta=-0.202$ $p<0.001$) 순으로 이직의도에 영향을 미치는 것으로 분석되어 가설 H2-2, H2-3 만이 채택되었다.

V. 요약 및 결론

본 연구는 외식산업에 종사하는 서울지역 레스토랑 종업원을 대상으로 유머감각이 직무만족과 이직의도에 미치는 영향에 대하여 실증분석을 실시하였다. 유머감각은 메타메시지 감수성, 유머의 선호도, 정서의 표현성, 유머에 의한 대처 요인으로 도출되었으며 그 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 유머감각 요인 중 메타메시지 감수성, 유머에 대한 선호도, 유머의 대처척도가 직무만족에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 유머에 대한 선호도($\beta=0.356$ $p<0.001$), 유머의 대처척도($\beta=0.311$ $p<0.001$), 메타메시지 감수성($\beta=0.212$ $p<0.001$) 순으로 직무만족에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이는 직장인의 유머감각이 스트레스 대처방식 및 직무만족에 미치는 영향을 연구한 Lee HA(2010), Choi SY(2010)의 연구결과와 일치하였다. 또한 호텔 종사원을 대상으로 한 Jeon MH(2005)의 연구결과에서는 유머의 대처전략, 메타메시지 감수성 순으로 직무만족에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났으나 유머에 대한 선호도 요인은 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타나 본 연구결과와 부분적인 차이를 보였다. 이러한 차이는 연구대상에 따라 다른 결과가 나타날 수 있다는 것으로 유추할 수 있겠다. 둘째, 유머감각 요인 중 정서의 표현성과 유머에 대한 선호도가 이직의도에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 유머에 대한 선호도(β

$=-0.422$ $p<0.001$), 정서의 표현성($\beta=-0.202$ $p<0.001$) 순으로 이직의도에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이는 상사의 유머감각특성이 구성원들의 조직유효성에 미치는 영향을 연구한 Goo BJ(2008)의 결과와 같은 맥락이며 Choi YH(2009)의 연구결과와 일치하였다. Jeon MH(2005)의 연구결과에서는 정서의 표현성 요인이 이직의도에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났지만 유머의 선호도는 정(+의 영향을 미치는 결과가 나타나 본 연구결과와 부분적인 차이를 보였다.

이상의 연구결과를 토대로 논의하면 다음과 같다. 첫째, 직무만족에 정(+의 영향을 미치는 유머감각 요인은 메타메시지 감수성, 유머에 대한 선호도, 유머에 의한 대처로 나타났고 이직의도에 부(-)의 영향을 미치는 요인은 유머에 대한 선호도, 정서의 표현성으로 나타났다. 이상의 결과를 통해 유머를 즐기고 여러 상황에서도 유머를 인지하며 스트레스를 주는 사건에 부딪혔을 때 유머로 잘 대처할수록 직무에 만족하고 유머의 감정을 자유롭게 표현하고 즐기므로써 이직하려는 의도가 감소한다고 볼 수 있겠다. 따라서 유머감각이 직무만족과 이직의도에 유의한 영향을 미친다는 연구결과를 토대로 유머감각에 대한 중요성을 인식하고 종업원 선발 시 유머감각에 대한 평가가 고려되어야 할 것이다. 또한 유머감각을 하루아침에 갖기는 어려우나 유머감각이 부족하다 해도 개발이 가능하므로 외식산업 종사자들은 경쟁력 확보를 위해 유머감각 개발에 대한 노력이 요구된다. 둘째, 종업원의 유머감각은 이직의도를 감소시킴으로써 종업원의 이직에 따른 경영자의 비용을 감소시키고 경영 성과를 제고할 수 있음을 시사하고 있으며 직장생활에서 정서를 자유롭게 표출하고 유머를 즐길 수 있는 편안하고 자유로운 직장 분위기 조성의 필요성을 보여주고 있다. 셋째, 유머에 관한 선행연구가 외식산업 분야에서는 매우 드문 실정이고 외식산업의 중심에 있는 레스토랑 종업원을 대상으로 한 연구이기에 의미가 있으며 외식산업 종사자의 유머감각에 대

한 중요성을 새롭게 인식할 수 있는 연구이기에 더욱 의의가 있는 것으로 사료된다.

본 연구는 상기와 같은 시사점에도 불구하고 다음과 같은 제한점을 가지고 있다. 첫째, 본 연구의 대상이 서울지역 레스토랑으로 국한되어 있어 일반화 하는데 한계가 있다. 따라서 향후 전국적인 폭넓은 조사와 더불어 외식산업과 관련된 다양한 분야의 종사자에 대한 연구가 필요하겠다. 둘째, 유머감각에 대한 척도는 대부분 외식산업 분야에서의 연구가 드물어서 안정화된 도구라 하기 어렵다. 따라서 향후 외식관련 연구에 적합한 측정도구의 개발 및 안정화가 요구된다.

감사의 글

본 논문은 2012학년도 경기대학교 대학원 연구원장학생 장학금 지원에 의하여 수행되었습니다.

한글 초록

본 연구는 외식기업의 효율적인 인적자원관리를 위한 기초자료를 제공하기 위해 외식산업에 종사하는 서울지역 레스토랑 종업원을 대상으로 유머감각이 직무만족과 이직의도에 미치는 영향에 대해 실증적으로 분석하였다. 유머감각은 메타메시지 감수성, 유머의 선호도, 정서의 표현성, 유머에 의한 대처 요인으로 도출되었다. 연구결과는 다음과 같다. 첫째, 유머감각 요인 중 유머에 대한 선호도, 유머에 의한 대처, 메타메시지 감수성 순으로 직무만족에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 정서의 표현성은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 둘째, 유머에 대한 선호도, 정서의 표현성순으로 이직의도에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 메타메시지 감수성, 유머에 의한 대처는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 유머감각이 직무만족과 이직의도에 유의한 영향을 미친다는 연구결과를 토대로 유머감각에 대한 중요성을 인식하고 종업원 선발 시

유머감각에 대한 평가가 고려되어야 할 것이다.

참고문헌

- 박운성 (1988). 현대조직행동. 박영사, 174-176. 서울.
- 신유근 (2002). 인간존중의 경영 : 조직행위론적 접근. 다산출판사, 53, 서울.
- 톰 피터스 (1995). 경영창조. Peters T. The Pursuit of Wow!(이왈수 역). 서울:한국경제신문사, 264.
- 한경비즈니스. “핀 리더, 핀 경영”. 2009년 9월 제 721호, 서울.
- 헤럴드경제. 2010. “유머러스한 사람이 취업률-업무성과 더 높다(?)”, 4월 1일.
- LG경제연구원 (2005). 2010 대한민국 트렌드. 한국경제신문사, 185-189, 서울.
- LG주간경제. “신바람 일터로 가는 길”. 2006년 11월 제908호, 서울. 3-7.
- Ahn KY (1992). Study on the Turnover Management by Personal, Job, and Organizational Characteristics. Inha University, 67-128, Incheon.
- Ahn KY, Lee KM (2005). Perceived Organizational Justice and Voluntary Turnover Intention in Small and Medium Food Service Industry. *Asian Pacific J Small Business* 27(3): 77-97.
- Bateman WK (2006) The Relationship between a Sense of Humor and Situational Leadership Styles, Flexibility, and Effectiveness. Nova Southeastern University, 1-143, Davie.
- Bluedorn AC (1982). The Theories of Turnover : Cause, Effects and Meaning. *Research in the Sociology of Organization* 1:75-128.
- Choi SY (2010). Working Women a Sense of Humor and Customer Orientation on Job Satisfaction. Myongji University, 44-61, Seoul.
- Choi YH (2009). The Effects of Tele-marketer's

- Humor Sense on Job Satisfaction and Turnover Intention. Myongji University, 57-66, Seoul.
- Coverdale S, Terborg JR (1980). A Re-examination of the Mobley, Homer and Hollingsworth Model of Turnover: A Useful Replication. *Academy Management* 44:91-101.
- Goo BJ (2008). A Study on the Effects of Superiors' Attributes of a Humor Sense on the Organizational Effectiveness. Kyungwon University, 18-83, Kyeonggi.
- Ham BK, Kim EH, Jeong JC (2003). A Study on the Job Satisfaction and Turnover Intension of the Employees in Hotel. *J Hotel & Resort* 2(1):137-154.
- Hwang MS (1993). A Study the Humor Sense and Coping with Stress. *정신개벽논집* 12:265-294.
- Jeon MH (2005). A Study on the Influence of the Sense of Humor that Hotel Employees Perceive has on job Attitude. Daegu University, 2-61, Daegu.
- Jung HS, Yoon HH (2009). A Study on the Effects of the Ethical Management in Hotel upon Employees' Person-Organization Fit, Job Satisfaction, Turnover Intent and Organization Performance. *Korean J Hospitality Administration* 18(1):59-83.
- Kim BI (2005). A Study on the Job Satisfaction and Turnover Intension of the Employee in Food Service Industry. Kyonggi University, 13-94, Seoul.
- Kim EJ (2004). The Effects of Job-Related Variables and Personal Characteristics on Turnover Intention and Job Performance of Service Employees in the Food and Beverage Industry. Kwangwoon University, 47-50. Seoul.
- Kim JA(2011). A Study of the Effect of Hotel Workers' Perceptions of Dinning and Culinary Education on Their Job Satisfaction and Organization Commitment. *Korean J Tourism Res* 25(4):109-128.
- Kim KH (2007). Study on the Relationship Between the Job Satisfaction and Turnover : Intension of the Employees in Travel Agencies. *Korean J Culture & Tourism Res* 9(1):113-126.
- Lee BY, Lee UH (2006). Causal Relationship among Perceived Organizational Justice, Job Satisfaction and Turnover Intention of Hotel Employees. *J Tourism Sci* 30(2):321-338.
- Lee DR, Kim TY (2009). A Sense of Humor and Performance at Work: The Mediating Effect of Self-efficacy. *Korean Management Rev* 38(3): 643-667.
- Lee HA (2010). Effects of Sense of Humor of Employees on the Way to Handle their Stress and Job Satisfaction. Myongji University, 32-64, Seoul.
- Lee HR, Lee YM, Ahn YY (2009). The Effect of Hotel Employee's Perceived Mentoring Function on Their Career Commitment and Team Commitment: Focusing on Moderating Effect of Hotel Employee's Personality Type. *Korea Academic Soc Hotel Administration* 18(2):1-26.
- Lee SJ (2008). The Influence of Foodservice Employees' Job Suitability on the Turnover Intention: Focusing on the Moderating Variable of Organizational Commitment. *Korean J Culinary Res* 14(3):31-44.
- Locke EA (1976). The Nature and Causes of Job Satisfaction. In M.D Dunnette Ed. Handbook of Industrial and Organizational Psychology. Rand McNally, 1297-1349, Chicago.
- Low GS, Cravens DW, Grant K, Moncrief WC (2001). Antecedents and Consequences of Salesperson Burnout. *European J Marketing* 35 (5/6):587-611.
- March JG, Simon HA (1958). Organizations. Wiley,

- 67-127, New York.
- Martin RA, Lefcourt HM (1983). Sense of Humor as A Moderator of the Relation Between Stressors and Moods. *J Personality Social Psychology* 45(6):1313-1324.
- McGhee PE (1979). Humor : Its Origin and Development. Freeman and Company, 1-251, San Francisco.
- Meyer JP, Allen NJ (1984). Testing the Side-Bet Theory of Organizational Commitment: Some Methodological Considerations. *J Applied Psychology* 69(3):372-378.
- Min S, Jung YJ, Kim. HS (2004). Correlation between a Sense of Humor in Nurses and Their Performance. *Korean J Business Administration* 17(4):1427-1444.
- Mindess H (1971). The Sense in Humor. *Saturday Rev* 21(8):10-12.
- Mobley WH, Griffeth RW, Hand HH, Meglino BM (1979). Review and Conceptual Analysis of the Employee Turnover Process. *Psychology Bulletin* 86(3):493-522.
- Pasquali E (1990). Learning to Laugh: Humor as Therapy. *J Psychosocial Nursing* 28(3):31-35.
- Price JL, Mueller CW (1981). A Causal Model of Turnover of Nurses. *Academy Management J* 24(3):543-565.
- Romero EJ, Pescosolido A (2008). Humor and Group Effectiveness. *Human Relations*, 61(3): 395-418.
- Svebak S (1974). Revised Questionnaire on the Sense of Humor. *Scandinavian J Psychology* 15:328-331.
- Thorson JA, Powell FC (1993). Development and Validation of a Multidimensional Sense of Humor Scale. *J Clinical Psychology* 49(1): 13-23.
- Tiffin J, McCormick EJ (1974). Industrial Psychology 6th ed. Prentice Hall, 298-299, Englewood Cliffs.
- Vroom VH (1964). Work and Motivation. John Wiley & Sons, 190-193, New York.

2010년 12월 23일 접 수
 2011년 04월 12일 1차 논문수정
 2012년 02월 15일 2차 논문수정
 2012년 02월 26일 3차 논문수정
 2012년 03월 02일 게재확정