

웨딩산업종사자의 교환관계가 직무만족과 자발적 서비스 의도에 미치는 영향에 관한 연구

변상우* · 이향숙**

〈요 약〉

본 연구의 목적은 웨딩산업종사자의 교환관계에 따라 구성원의 직무만족에 어느 정도 영향을 미치게 되며 그 결과로 인해 고객에 대한 자발적 서비스 의도에 미치는 영향을 분석하기 위한 것이다. 본 연구에 사용된 자료를 분석하기 위해 SPSS 21K, AMOS 20 통계패키지를 이용하여 가설을 검증하였다.

실증 분석결과 리더-구성원의 긍정적 교환관계(F1)는 종사자의 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설1을 검증한 결과 표준경로계수는 .334, 표준오차 .048, t-값 6.958, $p < .01$ 로 분석되어 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 팀(동료)-구성원의 긍정적 교환관계(F2)가 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설2를 분석한 결과 표준경로계수는 .318, 표준오차 .037, t-값 8.594, $p < .01$ 로 분석되어 직무만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 고객-구성원의 긍정적 교환관계는 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설3을 분석한 결과 고객-구성원의 긍정적 교환관계(F3)요인에서 직무만족(F4)의 표준 경로계수는 .296, 표준오차 .061, t-값 4.852, $p < .01$ 로 분석되어 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구성원의 직무만족이 자발적 서비스 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설4를 검증한 결과 직무만족(F4)요인으로부터 자발적 서비스 의도(F5)요인으로의 표준경로계수는 .673, 표준오차 .056, t-값 12.017, $p < .01$ 로 분석되어 구성원의 직무만족은 자발적 서비스 의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

따라서 조직의 효율적 운영관리를 통한 수익을 제고시키기 위해서는 조직의 리더는 구성원과 양질의 교환관계를 형성할 수 있도록 노력하며, 팀(동료)과 구성원들이 잘 지내고, 팀워크를 향상시킬 수 있도록 지원을 하며, 구성원들이 고객에 대한 친절한 응대와 높은 수준의 서비스 질을 향상시켜 나갈 수 있도록 유도해야 한다.

핵심주제어: 리더-구성원 교환관계, 팀(동료)-구성원 교환관계, 고객-구성원 교환관계, 직무만족, 자발적 서비스 의도

논문접수일: 2013년 11월 19일 수정일: 2013년 12월 09일 게재확정일: 2013년 12월 11일

* 부산대학교 교육인증지원센터 전임대우강사(제 1저자), bsw0378@hanmail.net

** 동부산대학교 웨딩산업과 조교수(교신저자), kaori73@hanmail.net

I. 서 론

2010년 지식경제부는 내수시장을 벗어나 한류로 대변되는 문화적 강점을 바탕으로 서비스 산업의 수출액을 2015년까지 1조원으로 증대시키기 위하여 해외진출 10대 유망서비스 분야를 선정하였으며 그 중 웨딩네트워크 서비스 분야에 KOTRA 등을 통한 해외자금 및 마케팅을 지원하기로 하였다(지식경제부 지식서비스 융합포럼, 2010). 현재 우리나라 웨딩산업의 규모는 주거비를 포함하여 약 67조 8천억, 혼례비용 시장은 5조 7천억, 그리고 혼수 예물 예단 신혼여행 시장은 15조 8천억으로 추정되고 있다. 이렇게 웨딩산업이 성장하게 되면서 웨딩 전문 인력도 많이 필요하게 되어 각 대학에 웨딩관련학과가 생기게 되었다. 현재 전국 전문대학 139개교 중 웨딩관련학과는 모두 6개이며 이들 학과는 경상도에 4개교, 강원도에 1개교, 경기도에 1개교가 있다.

웨딩산업에 종사하는 종사원들은 다른 직장인들이 쉬는 주말에 일을 해야 하는 점, 서비스업이므로 고객으로부터 받는 갖가지 스트레스, 그리고 전공 관련 실무능력이 부족하여 의외로 이직률이 높은 편이다. 이향숙(2010)의 연구에 의하면 웨딩산업에 종사하는 종사원들은 일에 대한 보람에서 가장 직무만족을 높게 느끼는

것으로 나타났으며 이는 직위가 낮을수록 높게 나타났다. 이러한 결과는 직위가 낮을수록 현장에서 고객을 대면하는 일이 자연스럽게 많아지기 때문인 것으로 보인다. 높은 이직률을 감소시키기 위해서는 종사원들의 직무에 관계되는 사람들과의 양질의 관계를 형성하는 것이 중요하다. 양질의 교환관계는 결국 직무만족에 영향을 미치고 그 결과 자발적 서비스 의도로 이어지게 될 것이다. 특히 웨딩산업은 환경의 불확실성이 증대되고 고용안정성에 대한 우려가 깊은 현실 속에서 존속하고 성장하기 위해서 효율적인 운영에 힘써야 한다.(임재현 외 공동연구, 2012).

본 연구에서는 부산·울산·경남지역에 웨딩산업체에 종사하고 있는 종업원들을 대상으로 리더와 구성원과의 교환관계, 동료(팀)와 구성원과의 교환관계, 고객과 종업원과의 교환관계가 직무만족에 미치는 영향과 직무만족이 자발적 서비스 의도에 어떠한 영향에 대해서 검증해보고자 한다.

II. 이론적 배경 및 연구가설

1. 웨딩산업의 현황 및 특징

1.1 웨딩산업의 현황

현재 우리나라 웨딩산업은 90년대 후반 이후 짧은 시간동안 양적으로 고속성장의 가도를 달려왔다. 기존의 오프라인 중심의 시장에서 인터넷의 발달로 웨딩산업은 새로운 국면으로 전환되었으며 아이웨딩, 조이오픈 등 IT를 활용한 기업들이 생겨나기 시작하여 온라인이라는 매개체가 웨딩산업에서 매우 중요한 요소로 떠오르기도 하였다. 이처럼 온라인 오프라인을 병행하며 웨딩업체는 2000년대 이후 엄청난 속도로 많이 생겨나게 되었다. 또한 웨딩산업은 진입하기 위한 복잡한 법적 절차가 없고 진입에 대한 정부의 특별한 규제가 있는 것도 아니어서 매우 많은 업체가 난립된 상태이다. 2013년 기준으로 인터넷을 활용한 네이버 지도에서 웨딩홀 4,344건, 웨딩컨설팅 1,348건, 웨딩드레스샵 1,466건, 웨딩스튜디오 2,225건, 웨딩메이크업 935건, 한복 7,316건, 예물 1,480건, 청첩장 465건, 웨딩박람회 101건이 검색 가능하며 여기 사이트에 등록되지 않은 웨딩서비스 업체를 포함한다면 과히 작은 규모는 아닐 것이다. 그러나 대부분의 업체가 영세하고 타 사업과 연계한 비전문적인 업체들이 많고 게다가 예식장 컨설팅업체 등에 지배당하는 유통 구조를 가지고 있어 가격에 대한 결정권이 매우 약해 생겨났다가 도산하는 업체들도 많이 속출하고 있다.

1.2 웨딩산업의 특징

웨딩산업체는 다른 산업체에 비해 영세하고 서비스 업종으로 인해 웨딩산업에 종사하는 종사자들은 다른 직종에 비해 이직율이 매우 높은 편이다. 이향숙(2010)의 연구에 의하면 웨딩산업 종사자 중 충분한 사전 준비 없이 입직하였다가 6개월 내에 그만두는 비율이 전체의 50%가 넘는 현실에 봉착해 있다. 또한 웨딩산업체의 규모는 매우 영세한 편이므로 거의 대표를 포함하여 5명 내외인 곳이 많은 편이다. 기본 급여는 초대졸의 경우 120만원-130만원의 급여를 받는다. 주로 주말에 일을 해야 하고 주중에 쉬는 부분이 종사자들에게 어려움 점으로 다가오고 이 또한 이직율을 높이는 원인으로 제공되기도 한다.

윤희옥 외(2009)의 연구에서는 이러한 웨딩산업의 문제 중 하나로 산업-학계 간 협력부족을 들었는데, 산업-학계 간 협력부족 현상을 완화하기 위하여 기본적으로 학계와 산업의 소통을 위한 통로가 존재하여야 한다고 지적한 바 있다. 이를 위해 각각의 역할 정립 및 책무에 대한 인식, 그리고 협력을 바탕으로 한 심층적인 연구가 뒷받침되어야 하며 협력과 연구 활동을 통해 축적된 정보와 지식은 인재의 양성과 산업의 장기적 발전에 활용이 되어야 한다고 하였다. 그러나 웨딩산업을 위한 학계와 산업 간의 의사소통 역할이 이뤄지지 않고 있고 몇몇 연구의 필요성을 느끼는 관계자들 간에 산발적인 의견 교환만이 존재하며, 정보의 부족과 지

원 부족으로 연구에 많은 차질을 겪고 있는 실정이다. 그러나 업계 학계 그리고 관련 협회 측의 웨딩산업에 대한 법제 및 규제 등의 정책개발전문가 양성정책, 정보 데이터베이스화 등의 산업 인프라 구축이 전무한 상태이며 실질적으로 다양한 소비자의 욕구를 충족시키기 위한 양질의 서비스 개발, 다양한 유통 채널 개발의 진행이 이루어지고 있지 않으며 또한 산업을 위한 정책지원 차원에서 웨딩산업에 대한 산업구조 재편을 위한 비전이 제시 되지 않고 있다. 이러한 복합적인 문제는 결국 웨딩산업의 경쟁력을 약화시켜 성장을 위한 기반을 흔들리게 하고 있다. 이런 위기하에서 웨딩산업이 지속성장하기 위해서는 리더와 구성원, 고객과의 관계개선을 통한 직무만족을 향상시키고 그로 인하여 자발적 서비스를 통한 고객만족으로 이어질 수 있도록 해야 한다.

2. 교환관계와 직무만족의 관계

2.1 리더-구성원 교환관계와 직무만족

리더-구성원 교환관계(LMX)이론은 Danseareau, Graea & Haga 등에 의해서 1975년에 최초로 연구가 시작되었다. LMX이론은 조직 내 모든 리더와 구성원의 관계는 각기 다른 모습과 특성을 가지고 있다는 것을 전제

로 하고 있다. 이 이론은 리더의 행위나 특성에 초점을 맞춘 것이 아니라 리더와 구성원간의 상호작용을 중심으로 나타나는 과정을 개념화한 이론으로 수직적 쌍 연결(Vertical Dyad Linkage : VDL) 연구에 기초하고 있다.

Graen & Uhl-Bein(1995)은 리더-구성원 간의 교환관계의 수준에 따라 세 가지 단계로 구분하였다.

초기 단계는 리더-구성원 관계는 계약관계에 기초한다. 구성원의 동기는 집단보다는 자신의 이익을 우선시 하면서 관계를 발전시켜나가게 된다.

두 번째 단계는 친숙화 단계로 발전한다. 리더-구성원은 지속적인 상호작용을 통하여 상호신뢰와 존경심을 형성하게 되며, 더 나아가서는 자신의 이익보다는 조직의 이익을 우선시 하게 된다.

세 번째 단계는 상호 신뢰 단계이다. 이 단계로 발전하게 되면 리더-구성원의 관계는 높은 수준의 상호신뢰와 존경심을 나타내고 상호 의무감을 갖게 된다.

LMX는 리더와 구성원 사이의 교환관계의 질에 관한 것으로 상사는 모든 부하직원을 동일한 방식으로 대하지 않으며 각 부하 직원과는 고용관계에만 의존하는 낮은 수준의 LMX에서부터 상호신뢰, 존경, 호의적 영향 등과 같은 높은 수준의 LMX에 이르기 까지 다양한 교환관

계를 발전시키는 것으로 나타났다 (Dansereau, Graen and Haga 1975). 정기호(2009)는 인터넷전자상거래업체 종업원이 지각하는 LMX와 TMX가 직무만족과 역할내 행위에 미치는 영향에 관한 연구에서 리더-구성원의 상호작용관계가 발전하면 높은 수준의 상호신뢰와 존경심, 상호의무감을 느끼며 발전하게 된다고 주장했다.

리더-구성원의 교환관계의 질에 영향을 미치는 요인으로 내향성과 외향성이 LMX의 질에 있어서 중요한 선행변수가 되며 LMX의 질에 영향을 주는 요소로 동질성, 외향성, 통제위치, 성장욕구 등의 네 가지 요소에 관한 연구를 실시하였는데 동질성과 외향성의 두 가지 요소만이 LMX의 질에 영향을 주는 것을 확인했다. 정지명·조광민(2009)은 LMX의 질이 높을수록 직무만족이 높게 나타나는 것으로 연구결과 입증했으며, 이지환(2012)도 LMX는 직무만족과 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구에서는 리더-구성원 교환관계를 웨딩산업에 종사하는 종사원들이 지각하는 자신과 상사와의 교환관계의 질로 정의하고 리더-구성원 교환관계의 질을 측정하기 위해 Graen과 Uhl-Bien(1995), 송지준(2005)의 연구에서 변수를 추출하여 리더-구성원 교환관계에 대한 종사원의 지각 정도를 리커트 5점 척도를 사용하여 측정하였다.

2.2 팀(동료)-구성원 교환관계와 직무만족

팀(동료)-구성원 교환관계(TMX)에 대한 개념은 팀으로 작업하는 환경에서의 사회적 교환에 초점을 둔 개념으로 구성원이 팀 전체와의 교환관계를 통해 팀의 일원으로서 자신에 대한 지각을 의미한다(Seers et al. 1995). TMX는 구성원과 팀원사이의 상호관계의 질을 평가하기 위한 방법으로 제안된 구성개념이기 때문에 구성원 자신이 얼마나 흔쾌히 다른 팀원을 돕거나 이들과 함께 아이디어나 피드백을 공유할 수 있으며, 반대로 다른 팀원들로부터 얼마나 손쉽게 정보, 도움, 인정을 받을 수 있는지를 측정한다.

팀원들과의 교환관계가 좋은 구성원들은 상호간의 개방적인 의사소통, 원만한 대인관계, 지원 등을 통해 구성원들 간의 만족감이 높을 뿐만 아니라 전통적인 직무집단에 비해 팀의 자율운영 예측에 대해서도 높게 지각하는 것으로 나타났다(박정준, 2003).

팀-구성원 교환관계는 동료 간의 협조성, 친밀성, 동료애 등이 포함되는데, 팀 구성원의 교환관계가 강한 조직은 상호작용의 역동성이 매우 강하게 나타나며 팀 구성원 간 양질의 교환관계는 조직에 대한 적응력과 애착에 필요한 지지로 나타나게 된다. 만약 지지를 받지 못하게 되면 우수

한 인재들이 제대로 적응하지 못하게 되어 이직하게 되는 결과를 초래하게 된다. 또한 팀은 어느 정도의 자유재량권이 주어져야하기 때문에 팀 내에서 팀 구성원들은 효과적인 업무 수행을 위해서 팀 동료와의 상호 의존적인 관계를 유지하고 상호 관련된 과업을 기능적으로 공유하고, 팀의 목표를 수행하는 팀 구성원들의 행위를 규제하고 목표획득을 위해 함께 책임감을 공유해야 한다.

따라서 이러한 관계가 지속되면 팀 구성원들의 직무만족과 직무몰입을 할 수 있게 된다. 정승우(2011)는 TMX가 높은 구성원일수록 직무만족과 성과가 높아진다고 주장하고 있으며, 이지환(2012)은 구성원들의 TMX는 직무만족과 정(+)의 관계가 있다는 것을 지적하였다.

TMX는 팀(동료)-구성원 교환관계에 대한 웨딩산업에 종사하는 종사자의 지각으로 정의하고 팀(동료)-구성원 교환관계의 질을 측정하기 위해 Liden et al(1998)은 팀과 구성원 사이의 교환관계를 측정한 항목을 수정하여 리커트 5점 척도를 사용하여 측정하였다.

2.3 고객-구성원 교환관계와 직무만족

고객-구성원 교환관계(Customer-Member Exchange : CMX)는 조직의 구성원이 고객들과 가지는 상호작

용에 대한 일반화된 품질의 지각을 의미한다. Setton, Nathan, & Liden(1996) 등은 조직의 구성원은 다른 부서뿐 아니라 조직밖에 있는 다른 사람들과도 유익한 교환관계를 발전시킬 수 있다는 것을 입증하였다. Schneider & David(1995)은 조직 구성원들이 자신의 업무를 충실히 수행하기 위해서는 리더의 업무지도와 배려에 의존하는 것처럼 보이지만 실제로는 그렇지 않은 경우가 많은데 오히려 그런 좋은 감정(칭찬, 인정, 배려 등)을 리더가 아닌 고객들로부터 받고 있다는 것이다. 그러므로 고객-구성원 교환관계는 직무만족에 정(+)의 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 윤만희·박정준(2005)의 연구에서도 구성원들은 고객과의 관계에서 받게 되는 칭찬이나 인정과 같은 양질의 교환이 구성원의 내적 동기를 유발시키는데 효과적이라고 주장하였다. 이지환(2012)의 연구에서도 구성원이 지각하는 CMX는 직무만족과 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

고객-구성원 교환관계 질에 대한 종사원의 평가를 위해서 Seers et al(1989, 1995), 윤만희, 박정준(2005)이 개발한 질문을 이용하여 리커트 5점 척도를 사용하여 측정하였다.

3. 직무만족

3.1 직무만족의 정의

Locke(1976)는 직무만족은 개인이 자신의 직무에 대한 가치를 성취하는 과정에서 얻어지는 결과에 대한 감정적인 형태라고 정의하고 있다. 직무만족은 직무에 대한 태도로 이는 개인의 직무평가로부터 기인하는 정서적 상태이며, 긍정적·부정적 혹은 중립적으로 표현되며, 근로자가 직무의 상태에 대해 가지는 정서적 반응으로 이 반응의 정도는 직위가 자신의 기대요구를 충족시켜주는 수준에 의해 결정되는 유희함의 정도라고 할 수 있다(정이상 외

공동연구, 2013).

직원들의 창의적이고 참신한 아이디어를 적극적으로 수용함으로써 만족감과 성취감속에 업무수행을 할 수 있게 하고 부하직원에 대한 세심한 관심과 인정, 적절한 권한 부여, 직무에 충실할 수 있는 근무환경 조성, 끊임없는 동기부여가 필요하다. 따라서 조직의 현 실태에 대한 인식, 불만사항, 개선 방안에 대해 정기적인 설문 조사와 면접방법을 통하여 종사원의 의견을 수렴하고 반영함으로써 직무만족 수준을 높여 나가야 한다.

<표 1> 직무만족에 영향요인에 대한 선행 연구자들의 견해

연구자	직무 만족의 영향 요인
Vroom(1964)	감독, 작업집단, 작업내용, 임금, 승진기회, 작업시간
Roman(1973)	직무내용, 통제, 조직관리, 승진기회, 보수와 기타 재정적 편익, 동료, 작업환경
Locke(1976)	직무자체, 임금, 승진, 인정, 복리후생, 작업조건, 감독, 동료, 경영방침
Jugenson(1978)	발전가능성, 부가급여, 회사에 대한 자부심, 동료, 작업시간, 급여, 직무의 안정성, 감독, 작업유형, 작업조건
Robbins(1998)	도전적 업무, 공정한 보상, 지원적 조직분위기, 동료의식, 개인특성-직무간의 적합성, 유전적 요인

3.2 직무만족에 대한 선행 연구

직무만족에 대한 연구는 국내·외에 수많은 학자들에 의해 연구가 이루어졌다. Locke(1976)는 직무만족에 대한 문헌 연구에서 직무만족을 조직구성원의 직무수행 혹은 조직구성원이 가지는 중요한 직무가치를 수행하

고 있다는 지각에서 나오는 즐거운 감정이라고 정의하였다. 직무만족에 대한 부정적인 인식이 질 낮은 서비스, 고객에 대한 혐오감, 부정적인 직무태도 및 높은 이직율을 야기한다. 종업원의 직무만족은 문제해결을 위한 기회인 성취감, 직무의 과업인 업

무자체, 일에 대한 관여, 책임, 개인이 신분이나 지위, 승진, 관심, 칭찬, 인정 등을 들 수 있다.

본 연구에서는 직무만족을 “개인이 갖는 회사와의 관계와 직무에 관한 전반적인 평가로서, 개인이 업무수행의 평가에서 얻어지는 긍정적인 감정 상태”로 정의하였다. 직무만족 수준을 측정하기 위해 김맹진·서진우(2010)의 연구에서 측정한 항목을 수정하여 직무만족에 대한 지각 정도를 리커트 5점 척도로 측정하였다.

4. 자발적 서비스 의도

대부분의 서비스업종에 종사하는 종업원은 고객에게 서비스를 제공할 때 직무분석서와 업무 매뉴얼 등의 규정에 따라 행동을 하게 되는데 이를 규정된 고객서비스라고 한다. 반면 고객에게 예외적 서비스와 특별한 관심과 상여금을 제공하여 고객을 감동시키는 것을 규정된 역할 이상의 고객서비스라고 한다.

따라서 본 연구에서는 서비스업종에서 종업원이 형식적이고 규정된 서비스를 제공할 때 이를 비자발적 서비스라고 하고, 종업원의 마음에서 우러나는 서비스를 자발적 서비스 의도라고 정의한다.

서비스업종에 종사하는 종사원의 서비스에 대한 태도에 관한 연구가

많이 이루어졌다. 종업원 서비스에 관한 연구는 조직지원과 상사지원 및 고객참여가 종업원의 자발적인 작업 개선 노력과 직무만족, 그리고 서비스 품질에 미치는 영향경로를 밝히고자 하였다. 종사원은 조직의 다른 부서뿐만 아니라 고객과의 관계를 발전시킬 수 있으며 이러한 상호 교환관계를 통해 신뢰, 존경, 인정 등 어떤 수준에서든 양질의 교환관계를 구축할 수 있다(김인웅, 2010).

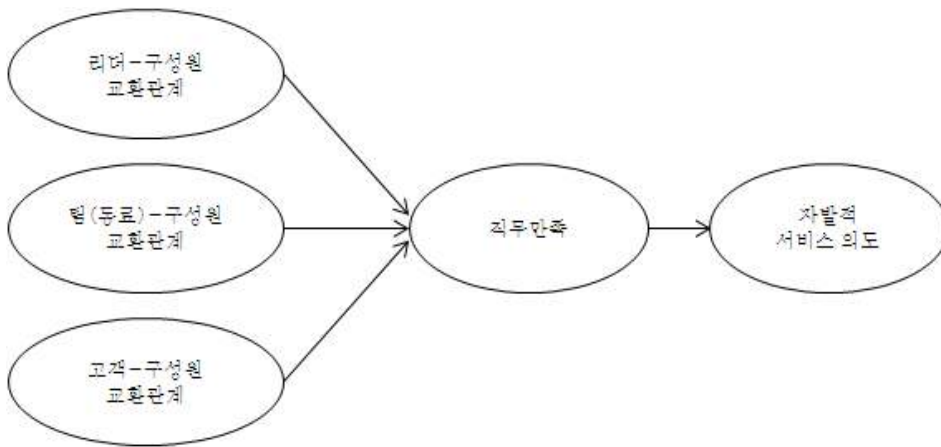
윤성욱·서근하(2003)는 개인 간 관계는 종업원과 고객 간의 인간적 신뢰관계이기에, 고객 입장에서는 종업원이 형식적인 접객이 아닌 인격적인 감정측면에서 보다 특별하게 대해 주는 정도가 좋은 서비스 평가로 나올 수 있다고 보았다. 본 연구에서는 CMX 수준을 측정하기 위해서 이지환(2012)의 연구에서 사용한 설문항목을 수정하여 사용하였으며 리커트 5점 척도를 사용하여 측정 하였다.

5. 가설의 설정

웨딩산업종사자의 교환관계가 직무만족과 자발적 서비스 의도에 미치는 영향을 분석하기 위해 이론적 고찰과 선행연구 검토를 통해 다음과 같이 가설을 설정하고자 한다.

H₁ : 리더-구성원의 긍정적 교환관계는 직무만족에 정(+)의 영

- 향을 미칠 것이다.
- H₂ : 팀(동료)-구성원의 긍정적 교환관계는 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H₃ : 고객-구성원의 긍정적 교환관계는 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H₄ : 직무만족은 자발적서비스 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 이상 가설을 실증분석하기 위한 연구모형을 도식화하면 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 연구모형

Ⅲ. 연구방법

1. 연구대상

본 연구의 목적을 달성하기 위해 부산·울산·경남 웨딩산업에 종사하는 종사원을 대상으로 2013년 9월 23일부터 10월 18일까지 현장 설문조사

와 우편을 통해 설문조사를 실시하였다. 설문조사 결과 전체 420부를 배부하여 392부를 회수하였고 그중 불성실하게 응답한 했거나 연구목적에 부합하지 않다고 판단되는 설문지를 제외한 총 378부를 분석에 사용하였다. 본 연구의 목적을 달성하기 위해 웨딩산업 종사원을 대상으로 수집된 자료의 일반적 특성에 대한 분석 결과는 <표 2>와 같다.

<표 2> 표본의 일반적 특성

변수		빈도(명)	%	변수		빈도(명)	%
성별	남	177	46.8	결혼 여부	미혼	161	42.6
	여	201	53.2		기혼	217	57.4
	계	378	100		계	378	100
연령	20~24세	59	15.6	직위	사원	151	39.9
	25~29세	112	29.6		주임	97	25.7
	30~39	128	33.9		대리	69	18.3
	40~49세	59	15.6		과장	33	8.7
	50세 이상	20	5.3		실장	28	7.4
	계	378	100		계	378	100
근속 기간	1년 미만	46	12.2	학력	고졸	52	13.7
	1~4년	121	32.0		전문대졸	184	48.7
	5~9년	119	31.5		대졸	124	32.8
	10년 이상	92	24.3		대학원졸	18	4.8
	계	378	100		계	378	100
업체 소재지	부산	142	37.6	소득	150만원 이하	134	35.4
	울산	119	31.5		150~250만원	167	44.2
	경남	117	30.9		250만원 이상	77	20.4
	계	378	100		계	378	100

2. 측정도구

본 연구에서는 구성 요인들 간의 관계를 규명하기 위하여 측정도구로 설문지를 이용하였다. 설문지 구성 항목은 각 개념별로 연구의 목적에 적합한 선행연구를 조사 검토하여 본 연구에 부합하게 재구성하였다. 설문지는 리더-구성원 교환관계(4문항), 팀(동료)-구성원 교환관계(4문항), 고객-구성원 교환관계(4문항), 직무만족(5문항), 자발적 서비스 의도(4문항)으로 구성하였으며 각 문항은 1(전혀 그렇지 않다)에서 5(매우 그렇다)까지

범위를 갖는 리커트 5점 척도로 측정하였다.

3. 자료처리방법

본 연구의 목적을 달성하기 위해 작성된 설문지중 응답이 부실하거나 신뢰성이 낮다고 판단되는 자료를 제외한 378부를 SPSS 21K과 AMOS 20.0을 활용하여 분석하였다. 수집된 자료의 전반적인 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였으며, 다문항에 대한 척도정제를 위해 탐색적 요인분석과 신뢰도분석을 실시하였다.

또한 변인 간 관련성을 파악하기 위하여 상관관계분석을 실시하였다. 측정모형의 타당성 평가와 가설의 검증을 위해 확인적 요인분석, 구조방정식 모형분석을 실시하였다.

각 요인을 구성하는 다 항목에 대하여 단일 차원성을 검증하였다. 구성개념 타당성을 측정하기 위해서 주성분분석과 Varimax방법을 통한 탐색적 요인분석을 실시하였다. 이는 탐색적 요인분석 과정을 통해 사용된 문항의 타당도를 확보하고자 하였다. 분석 결과 각 요인별로 고유치(eigenvalue)는 1.0이상으로 나타났으며, 총 분산비율은 각각 65%, 60%였으며, 추출된 요인행렬을 설명하는 유의한 요인적재치의 기준은 .60이상인 문항만을 채택하였다. 각각의 변수에 대한 결과는 <표 3>, <표 4>와 같이 분석되었다.

IV. 연구결과 분석

1. 측정척도의 평가

1.1 탐색적 요인 분석

본 연구에서 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 통해

<표 3> 외생변인의 탐색적 요인분석 결과

변수 명	Factor1	Factor2	Factor3	Commonality
리더-구성원 교환관계(a1)	.874	.137	.178	.803
리더-구성원 교환관계(a2)	.857	.143	.181	.782
리더-구성원 교환관계(a3)	.824	.129	.184	.767
리더-구성원 교환관계(a4)	.754	.117	.203	.778
팀(동료)-구성원 교환관계(a5)	.024	.859	.127	.784
팀(동료)-구성원 교환관계(a6)	.087	.781	.097	.753
팀(동료)-구성원 교환관계(a8)	.092	.768	.198	.716
팀(동료)-구성원 교환관계(a7)	.195	.681	.165	.637
고객-구성원 교환관계(a9)	.196	.214	.847	.761
고객-구성원 교환관계(a11)	.204	.186	.805	.752
고객-구성원 교환관계(a10)	.139	.204	.735	.689
고객-구성원 교환관계(a12)	.103	.117	.675	.643
고유치	3.418	3.107	2.531	
분산율	28.941	21.147	15.614	
총분산	28.941	50.088	65.702	

<표 4> 내생변수의 탐색적 요인분석 결과

변수 명	Factor1	Factor2	Commonality
직무만족(b1)	.825	.142	.693
직무만족(b2)	.781	.137	.707
직무만족(b5)	.732	.094	.682
직무만족(b4)	.694	.078	.723
자발적 서비스 의도(b6)	.137	.797	.731
자발적 서비스 의도(b8)	.052	.782	.709
자발적 서비스 의도(b7)	.073	.756	.684
자발적 서비스 의도(b9)	.098	.713	.632
고유치	4.731	2.164	
분산율	39.428	16.327	
총분산	39.428	55.755	

1.2 확인적 요인분석 및 신뢰도

항목 구성의 최적상태를 도출하기 위한 각 단위별 적합도를 검증하기 위해 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis : CFA)을 실시하여 변인의 타당성 및 일차원성을 확인하고 측정모델의 결과에서 나오는 정보를 경로계수 추정에 이용하여 구조방정식 모델을 추정하는 방식에 사용하

였다. 그 결과를 표준 적재치 기준은 .6이상으로 하고 $\chi^2=117.357(df=236, p<.00)$, GFI=0.967, AGFI=0.961, NFI=0.935, CFI=.945, SRMR=.06, RMSEA=.04, TLI=.93로 나타나 바람직한 적합도 수준을 보여주고 있다. 또한 Cronbach's α 는 .6이상(.779~.887)으로 각 변인 간 신뢰도를 확보하고 있다.

<표 5> 요인별 확인적 요인분석 및 신뢰도 분석 결과

구성개념	표준 적재치	t-값	개념 신뢰도	AVE	Cronbach's α
상사는 업무에 대해 잘 지도해 준다. ^{a)} 상사와 함께 일하는 것이 즐겁다. 상사는 나의 잠재적 가능성을 인정한다. 상사를 인간적으로 좋아한다.	.814 .803 .794 .806	- 19.234 17.547 20.124	.822	6.942	.887
팀 동료에게 개선된 방법을 제시한다. ^{a)} 팀 동료들은 나의 능력을 인정한다. 팀 동료들은 업무가 바쁠 때 도움 요청한다. 팀 동료들은 보다 나은 방법을 제시한다.	.795 .768 .742 .725	- 13.456 11.023 10.002	.798	5.867	.806
고객은 나를 서비스 전문가로 인정한다. ^{a)} 고객은 나를 자주 칭찬해 준다. 고객에게 나는 다정하게 다가간다. 고객들은 웨딩샵에 충성도가 높다.	.774 .729 .802 .762	- 12.045 19.576 15.879	.807	6.641	.779
하는 일에 자부심을 느낀다. ^{a)} 직무를 수행하면서 즐거움을 느낀다. 내가 받는 임금에 만족한다. 업무환경에 만족한다.	.758 .788 .729 .712	- 17.678 12.004 10.345	.782	5.621	.794
고객에게 기대이상의 서비스를 제공한다. ^{a)} 고객의 다양한 욕구에 철저히 대응한다. 고객에게 다양한 정보를 제공한다. 고객의 질문에 친절하게 대답한다.	.806 .784 .811 .762	- 15.034 19.214 11.998	.811	6.887	.832
$\chi^2=117.357(df=236, p<.00)$, GFI=0.967, AGFI=0.961, NFI=0.935 CFI=.945, SRMR=.06, RMSEA=.04, TLI=.93					

a) 확인적 요인분석에서 1.000으로 고정

1.3 상관관계 분석

각 요인들 간의 상관관계분석을 실시하여 각 연구단위의 기준타당성을 검증하였다. 그 결과 1.000이하로 모두 기준타당성을 확보한 것으로 나타났다. 연구 단위당 상관관계에 있어서도 상사-구성원 간 교환관계, 팀(동료)-구성원 교환관계, 고객-구성원 교

환관계, 직무만족, 자발적 서비스 의도 간에는 모두 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 단위별 구성요인 간의 상관계수는 1.86~.482로 나타나 연구가설에서 설정한 변인간의 상관관계와 방향이 일치하는 것으로 나타났다.

<표 6> 각 연구 단위간의 상관관계

	1	2	3	4	5
상사-구성원 교환관계	1				
팀(동료)-구성원 교환관계	.362**	1			
고객-구성원 교환관계	.186*	.391**	1		
직무만족	.406**	.435**	.527**	1	
자발적 서비스 의도	.479**	.467**	.424**	.482**	1

* : p<.05, ** : p<.01

2. 연구모형의 적합도 평가

모델 적합도를 평가하기 어떤 지수를 선택하는 것이 바람직한가에 대해 Hair 등(2006)은 χ^2 , CFI, TLI, SRMR 및 RMSEA 등을 추천하고 있으며, Hoyle & Panter(1995)는 χ^2 , GFI,

TLI, CFI 등을 추천하고 있다. 따라서 본 연구의 모형의 최종모델의 적합지수를 보면 SRMR=.06, RMSEA=.04, GFI=.94, NFI=.93, TLI=.95, CFI =.918로 값이 모두 적합지수 수용수준에 있어 본 연구를 위한 최종모델로 사용하기에 적합하다고 볼 수 있다.

<표 7> 적합도 지수

요인	χ^2	df	p	SRMR	RMSEA	GFI	NFI	TLI	CFI
최종모형	119.526	239	.000	.06	.04	.94	.93	.95	.97
수용기준			p<.05	.08이하	.05이하	0.9이상	0.9이상	0.9이상	0.9이상

3. 가설의 검증

본 연구의 연구목적은 달성하기 위해서 SPSS 21K, AMOS 20 통계패키지를 이용하여 자료 분석을 통해 가설을 검증하였다. 검증 결과는 <표 8>과 같다.

첫째, 리더-구성원의 긍정적 교환

관계는 종사자의 직무만족에 정(+의 영향을 미칠 것이라는 가설1을 검증한 결과 표준경로계수는 .334, 표준오차 .048, t-값 6.958, p<.01로 분석되어 리더-구성원의 긍정적 교환계가 직무만족에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타나 H₁는 채택되었다. 선행연구(Graen & Uhl-Bien, 1995; 송지준, 2005; 정기호, 2009; 이지환, 2012)의 연구와 동일한 결과를 나타

내고 있다.

둘째, 팀(동료)-구성원의 긍정적 교환관계가 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설2를 분석한 결과 표준경로계수는 .318, 표준오차 .037, t-값 8.594, p<.01로 분석되어 팀(동료)-구성원의 긍정적 교환관계는 직무만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 H₂는 채택되었다. 팀(동료)과의 긍정적 교환관계가 직무만족에 긍정적인 영향을 미친다는 것은 선행 연구(Liden et al, 2000; Seers et al, 1995, 이지환, 2012)의 연구와 동일한 결과를 나타내고 있다.

셋째, 고객-구성원의 긍정적 교환관계는 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설3을 분석한 결과 고객-구성원의 긍정적 교환관계(F3)요인에

서 직무만족(F4)의 표준 경로계수는 .296, 표준오차 .061, t-값 4.852, p<.01로 분석되어 고객-구성원의 긍정적 교환관계는 직무만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 H₃은 채택되었다.

넷째, 구성원의 직무만족이 자발적 서비스 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설4를 검증한 결과 직무만족(F4)요인으로부터 자발적 서비스 의도(F5)요인으로의 표준경로계수는 .673, 표준오차 .056, t-값 12.017, p<.01로 분석되어 구성원의 직무만족이 자발적 서비스 의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 구성원의 직무만족은 자발적 서비스 의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 H₄는 채택되었다.

<표 8> 가설 검증 결과

가설 경로	경로 계수	표준 오차	t-값	채택 여부
H ₁ 상사-부하 간 교환관계 → 직무만족	.334	.048	6.958	** (채택)
H ₂ 팀(동료)와 종사원 교환관계 → 직무만족	.318	.037	8.594	** (채택)
H ₃ 고객과 종사원 교환관계 → 직무만족	.296	.061	4.852	** (채택)
H ₄ 직무만족 → 자발적 서비스 의도	.673	.056	12.017	** (채택)

** : p<.01

V. 결 론

본 연구는 부산·울산·경남지역

웨딩산업에 종사하고 있는 종사원의 교환관계가 직무만족과 자발적 서비스 의도에 미치는 영향에 관한 연구로 리더-구성원 교환관계, 팀(동료)-

구성원 교환관계, 고객-구성원 교환관계가 직무만족, 자발적 서비스 의도에 미치는 영향을 분석하기 위하여 선행연구를 바탕으로 이론적 모델을 제시하고 설문조사를 통해 분석한 결과를 토대로 연구 변수들이 어떤 상호관계를 구축하고 있지를 분석하였다.

현재 웨딩산업은 세계적인 경제침체와 출산율 저하 등으로 인해 산업 전반에 큰 어려움을 겪고 있으며 미래의 경영환경도 낙관할 수 없다. 특히 우리사회의 출산율 저하는 웨딩산업의 수요기반을 약화시키고 있다. 따라서 웨딩산업은 더욱더 업체 간 경쟁이 치열할 것으로 예상되고 있다. 이런 업계의 어려움을 타개하기 위해서는 구성원들의 자발적 서비스 의도가 더욱더 중요하게 되었다. 자발적 서비스 의도는 구성원의 직무만족이 될 때 가능하며 이러한 직무만족은 리더, 팀(동료), 고객과의 양질의 교환관계가 형성될 때 자연스럽게 가능하다는 것을 연구결과를 통해 알 수 있었다.

따라서 조직의 효율적 운영관리를 통한 수익을 제고시키기 위해서는 종사원의 직무만족을 통한 자발적 서비

스 의도를 이끌어 내야 한다는 것을 알 수 있다. 그러므로 조직의 리더는 구성원과 양질의 교환관계를 형성하기 위해 개방적인 의사소통, 발상의 전환으로 역 피라미드 조직체계의 운영 등을 통해 양질의 교환관계를 유지하도록 노력하여야 하며, 팀(동료)과 구성원들이 잘 지내고, 팀워크를 향상시킬 수 있도록 단합대회, 자유로운 토론의 장을 마련 등을 통해 지원을 하며, 구성원들이 고객에 대한 친절한 응대와 높은 수준의 서비스 질을 향상을 위해 친절교육, 이달의 친절상 등의 제도를 만들어 좀더 구성원들이 고객에게 다가갈 수 있도록 유도해야 한다.

이상 살펴본 연구의 의의에 불구하고 본 연구는 다음과 같은 한계점을 지니고 있다. 연구 대상이 부산·울산·경남지역을 대상으로 조사하게 되어 연구 결론을 일반화하기에는 어느 정도 한계가 있다. 이러한 한계를 극복하기 위한 향후 연구에서는 전국에 있는 웨딩업체를 대상으로 실시하고, 표본의 구성에 있어서도 정규직, 비정규직을 포함한 실질적 조사를 함으로써 연구의 질을 높일 수 있을 것이다.

참고문헌

1. 김맹진·서진우(2010), “커피전문점 종사원의 서비스 지향성과 직무만족, 조직몰입 및 고객지향성간의 다차원 관계,” 대한관광경영학회, 25(4), 297-315.
2. 김인웅(2010), “고객-상사-동료-종사원간 관계의 질이 임파워먼트, 직무만족, 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구,” 한국외식산업학회지, 6(2), 137-164.
3. 박정준(2003), 서비스종업원의 복수 교환관계 지각이 역할외적 행위와 서비스 품질에 미치는 영향, 대구대학교 대학원 박사학위논문.
4. 송지준(2005), “관광호텔 종사원의 LMX 질에 따른 임파워먼트가 조직몰입에 미치는 영향,” 호텔경영학연구, 14권 4호, 157-174
5. 윤만희·박정준(2005), “서비스종업원의 교환관계인식이 역할내외적 행위수행에 미치는 영향,” 경영학연구, 34(3), 783-813.
6. 윤성욱·서근하 (2003), “종업원 서비스와 점포충성도간의 구조적 관계에 관한 연구,” 한국마케팅저널, 6(3), 59-81.
7. 윤희옥·박진용·박경도(2009), “웨딩산업 현황분석 및 유통경로 개선을 통한 산업 발전방안: 웨딩 오픈 마켓의 활성화를 중심으로. 사회과학연구, 35(3), 188-213.
8. 이지환(2012), “골프장 캐디의 교환관계가 직무만족과 서비스 수행에 미치는 영향,” 한국체육학회지 제 51권 제2호, 279-289.
9. 이향숙(2010). 웨딩플래너의 직무만족도에 관한 연구. 한국웨딩학회지 제2호, 1-19.
10. 임재현·신진교·황수정(2012), “대구지역 중소기업의 조직문화와 기술혁신 : 고용안정성과 환경 불확실성의 조절효과, 대한경영정보학회지 경영과 정보연구, 제31권 제1호, 183-203.
11. 정기호(2009), “인터넷전자상거래 업체 종업원이 지각하는 LMX와 TMX가 직무만족과 역할내행위에 미치는 영향,” 한국경영교육학회지, 54, 175-191
12. 정승우(2011), 골프장 도우미의 교환관계, 감정노동, 직무관련 탈진 및 고객지향 행동과의 관계: 사회지능과 감성지능의 조절효과, 단국대학교 대학원박사학위논문.
13. 정이상·김희길·추선애·이동호(2013), “국제물류주선기업의 특성과 근로자의 특성이 조직몰입과 직무만족 및 이직의도에 미치는 영향에 관한 연구,” 대한경영정보학회지 경영과 정보연구, 제32권 제1호, 217-239.
14. 정지명·조광민(2009), “골프장 조직내 리더십 유형과 리더-부하간

- 교환관계 (LMX) 및 조직유효성의 구조모형 분석,” *체육과학연구*, 20(1), 114-183
15. 지식경제부(2010), *지식경제부 지식서비스 융합포럼*.
 16. Dansereau, F. Jr., Graen, G B, & Haga, W. A.(1975), “A Vertical dyad Approach to Leadership Within Formal Organization,” *Organizational Behavior and Human Performance*, 13, 46-78.
 17. Graen, G B, Uhl-Bien, M(1995), “Development of Leader-Member Exchange(LMX) Theory of Leadership Over 25 Years: Applying a Multi-Level Multi-Domain perspective,” *Leadership Quarterly*, 6, 219-247.
 18. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E & Tatham, R. L.(2006), *Multivariate Data Analysis(6th ed.)*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
 19. Hyle, R H, & A T. Parter(1995), *Writing About Structural Equation Models*, In RH Hyle(Ed), *Structural Equation Modeling : Concepts, Issues, and Applications*, Thousand Oaks, Calif: Sage.
 20. Liden, R. C., & Maslyn, J. M.(1998), “Multi dimensionality of Leader-Member Exchange: An Empirical Assessment Through Scale Development,” *Journal of Management*, 24, 43-73.
 21. Locke, E. A.(1973), “Satisfiers and Dissatisfaction Among White Collar and Blue Collar Employees,” *Journal of Applied Psychology*, Vol. 58, 67-76.
 22. Schneider, B, & David, E. B.(1995). *Winning the Service Game*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
 23. Seers, A, Petty, M, & Cashman, J. F.(1995), “Team-Member exchange under team and traditional management: A naturally occurring quasi-experiment,” *Group and Organizational Management*, 20(1), 18-38.
 24. Setton, R. P., Nathan, N, & Liden, R. C.(1996), “Social Exchange in Organizations: Perceived Organizational Support, Leader-Member Exchange, and Employee Reciprocity,” *Journal of Applied Psychology*, 81(3), 219-227.

Abstract

The Effect of Wedding Industry Employees Exchange Relationship on their Job Satisfaction and Voluntary Service Intentions

Byun, Sang-Woo* · Lee, Hyang-Sook**

This study aimed to analyze the effects that the exchange relationship among employees engaged in the wedding industry in Busan, Ulsan and Gyeongnam area exerted on job satisfaction and voluntary service intentions. For this purpose, a theoretical model was presented based on previous studies and the relationship among variables was analyzed based on the analysis results through a survey.

There have recently been great difficulties in the whole wedding industry due to the global economic depression and the low birthrate. Moreover, it is hard to optimize the future business environment. In particular, the low birthrate has weakened the demand base of the wedding industry. As a result, it is expected that the competition among companies will be more fierce in the wedding industry. Employees' voluntary service intention become much more important to overcome difficulties in this industry. Employees' voluntary service intentions can be possible when their job satisfaction is achieved. Many studies report the result that this job satisfaction can naturally be achieved when the high quality exchange relationship among a leader, team members (co-workers) and customers is formed.

It is viewed that employees' voluntary service intentions should be induced through job satisfaction to improve the profitability through the efficient operation and management of the system. A leader of the organization should make an effort to form the high-quality exchange

* Collegiate Professor, Center for Educations Accreditation, Pusan National University, bsw0378@hanmail.net

** Assistant Professor, Department of Wedding Industry, Dong-Pusan College, kaori73@hanmail.net

relationship with members, support so that team members(coworkers) and other employees can get along together and the teamwork can be improved and induce them to improve a high level of service quality with friendly customer services.

In spite of the significance of the study discussed above, there are the following limitations in this study. There is a limit to a certain extent in generalizing study conclusions because the study was limited to the Busan, Ulsan and Gyeongnam area. If practical surveys which full- and part-time employees are included in the composition of samples are conducted for wedding suppliers in the country in the future, the quality of study will be able to improve.

Key Words: Exchange relationship, Team-member exchange, Customer-member exchange, Employees' voluntary service intention