

시큐리티 요원의 근무경력에 따른 감정노동이 고객지향성에 미치는 영향

김의영* · 이준우** · 조성진***

〈요 약〉

시큐리티 산업의 질적 향상은 시급하다. 고객과 접촉을 통해 서비스를 제공하는 직무를 수행하기 때문에 시큐리티 요원의 감정표현이 시큐리티 산업을 전반적으로 평가될 수 있거나 자신의 수익에 직접적인 영향을 미칠 수 있다. 그래서 고객 요구에 대한 감정조절이 무엇보다 필요한 직업군이기 때문에 본 연구에서는 시큐리티 요원들의 감정조절을 대표적으로 설명하는 감정노동이 고객지향성에 미치는 영향을 규명하고 이러한 관계에서 시큐리티 요원의 근무경력에 따라 어떠한 차이를 보이는지 확인하여 시큐리티 요원의 서비스 교육에 유용한 자료로 활용하는데 목적을 두었다. 이러한 목적을 달성하기 위하여 경기 및 충남 소재의 시큐리티 회사의 요원을 편의표집방법을 이용하여 273명의 자료를 수집하였다. 이때 조사도구는 국내·외 선행연구를 기초로 재구성한 설문지를 이용하였으며, SPSS 18.0과 AMOS 18.0을 이용하여 자료처리를 하였다. 이상의 연구절차에 의해 다음과 같은 결론을 얻었다.

첫째, 시큐리티 요원의 감정노동이 고객지향성에 부적 영향을 미쳤다. 이는 시큐리티 요원의 감정노동이 높을수록 고객지향성은 낮아진다는 결과를 얻었다. 둘째, 시큐리티 요원의 감정노동이 고객지향성에 미치는 영향에서 근무경력이 차이를 보였다. 즉 시큐리티 요원의 근무경력이 낮을수록 감정노동이 고객지향성에 미치는 영향이 상대적으로 크다는 결과를 얻었다. 결론적으로 고객의 서비스 수준을 높이기 위해서는 경력이 낮은 시큐리티 요원들의 감정노동을 조절할 수 있는 체계적인 교육이 필요하다. 특히 신입사원의 감정노동은 근무환경과 관련이 있기 때문에 시큐리티 요원의 근무환경을 개선하는 것이 무엇보다 중요하다.

주제어 : 시큐리티 요원, 경력, 감정노동, 고객지향성

* 호서대학교 스포츠과학부 부교수 (제1저자)

** 호서대학교 스포츠과학부 조교수 (공동저자)

*** 국민대학교 박사과정 (교신저자)

목 차

- | |
|--|
| I. 서 론
II. 연구방법
III. 연구결과
IV. 논 의
V. 결론 및 제언 |
|--|

I. 서 론

오늘날, 서비스 산업이 급성장하면서 서비스업계의 경쟁은 불가분하게 과열되고 서비스기업 간의 경쟁수단이 고객만족을 기본으로 고객을 감동시킬 수 있는 다양한 서비스를 제공하는데 관심을 기울이고 있다(박정하, 이애리, 2011). 이러한 상황에서 시큐리티 산업에서 제공되는 다양한 서비스가 시큐리티 산업에 대한 전반적인 성장은 물론, 기업들 간의 상호경쟁에서 우위를 점하게 되는 핵심 전략 요인으로 평가되고 있다. 이는 시큐리티 조직특성에 직접적인 영향을 받고 있는 요원들의 감정에 의해 결정될 수 있다.

예를 들어, 시큐리티 요원들은 민간인 신분으로 고객의 요청에 의해 개인 및 기업의 안전, 그리고 유·무형의 재산과 생명 등을 보호해 주는 사람으로서 시큐리티 산업에 중요한 역할을 담당하는 핵심주체이다(김경식, 박영만, 김찬선, 전용태, 2009). 그러나 업무 수행과 관련된 각종 규칙을 반드시 습득해야 하고 상하 직급 간에 엄격한 규율이 적용되는 직업군의 특수성 때문에(심정선, 2010) 요원들의 정신적 측면에 부정적인 영향을 미칠 수 있는 가정이 성립될 수 있다. 그래서 시큐리티 요원의 업무 수행에서 행동 및 의식적인 부분까지 통제 대상이 되는 이유가 되고 이러한 영역인 감정을 조절하는 능력이 고객들이 인지하는 서비스의 질에서 차이를 보이게 된다.

이렇듯, 인적서비스의 의존도가 높은 시큐리티 산업에서 시큐리티 요원들의 감정

을 표현하는 정도에 따라 시큐리티 산업에 대한 고객평가와 수익창출이라는 다양한 측면에서 매우 중요하다(Staw & Barsade, 1993). 그래서 시큐리티 기업들은 시큐리티 요원들을 배치하기 전, 법정이수교육인 경비원신입교육을 통해 업무수행에 필요한 이론적인 교육뿐만 아니라 직업윤리 및 서비스(예절 및 인권교육) 등과 같은 실무적인 교육을 이수한 요원들만 현장에 배치하면서 정기적인 교육을 통해 감정표현 방법과 같은 서비스 교육을 실시하고 있다. 결과적으로 감정표현은 시큐리티 요원의 업무수행에 직간접적으로 영향을 미쳐 업무효율을 저해하는 원인을 제공하고 이런 내용을 감정노동이라 할 수 있다.

박주상(2011)은 시큐리티 요원들이 직접 고객을 대면하면서 업무수행을 하기 때문에, 더욱 강화된 감정노동을 수행한다고 주장하였다. 이러한 감정노동은 효율적인 업무수행을 목적으로 적절한 감정을 표현하는 노력을 의미한다(Wong & Low, 2002). 일반적으로 감정노동은 수익창출을 위해 종사원들이 자신과 고객들의 감정을 통제하는 행위에 대한 관심으로 2000년대 들어 한국기업에 관심을 받기 시작하였다. 그리고 판매, 유통 등 다양한 서비스 산업에 관련된 학자들(권봉안, 2009; 김영진, 2010; 박향숙, 2013; 박정하, 이애리, 2011; 지윤희, 정삼권, 변정우, 2012)이 감정노동을 종사원에게 주는 정신적, 육체적 스트레스 등과 그로 인한 직무몰입 저하 및 이직 등과 관련하여 감정노동의 관련성에 대해 연구를 수행하였다.

그 결과, 감정노동은 직무의 구성요소로 평가받지 못하여 임금 및 노동에 대한 보상기준이 없지만, 서비스 산업 종사원들의 직무만족과 조직몰입, 소진, 행동의도 등에 상당한 영향을 주고 고객지향성에 영향을 미친다고 하였다. 또한 직무수행에서 자신이 속한 기업에서 요구하는 수준에 맞추어 감정표현 및 조절을 할 수 있다면 성취감, 직무만족도를 향상시킬 수 있고 나아가 서비스 제공수준과 더불어 고객지향성 및 판매 성과 등과 같은 조직의 생산성 향상에 도움을 줄 수 있을 정도로 서비스 종사자들에게 감정노동이 중요한 변인임을 강조하였다(Brown, Mowen, Donovan, & Licata, 2002).

특히 감정노동에 문제가 발생하게 된다면, 직무에 대한 회피 현상이 유발되고 고객들의 편익에 직접적인 문제로 이어진다는 선행연구의 결과가 대부분 차지하고 있다. 이는 서비스업의 감정노동자들이 직무 시, 감정노동이 심화될수록 고객지향성에 부정적인 영향을 미친다고 해석된다. 고객의 입장에서 사고하는 관점에서 기업활동을 행하는 것이 바로 고객지향성이기 때문에 기업활동을 대변하는 주체에 문제가 발

생하면 고객지향성에 직접적인 영향을 미치는 것이다. 또한 Hoffman과 Ingram(1991)은 고객 입장을 가장 적절한 방식으로 충족시키는 고객 접근자세를 고객지향성이라고 정의하였다. 이러한 개념 속에 고객 접근자세를 감정노동과 동일한 관점으로 해석되어 고객지향성과 일맥상통한 개념으로 볼 수 있어 감정노동과 고객지향성의 관계가 중요하다는 근거를 제시하고 있다.

이러한 맥락에서 시큐리티 산업도 대표적인 서비스업을 수행하기 때문에 일부 관련 학자(박주상, 2011; 이솔지, 2013)들이 감정노동과 고객지향성의 관계를 간헐적으로 규명하였고 민간경비원의 감정노동이 고객지향성에 중요한 영향을 미치면서 긍정적인 감정노동을 토대로 높은 고객지향성을 지니면 경쟁에서 우위를 차지할 수 있다고 주장 하였다. 즉 시큐리티 요원의 감정노동이 중요한 의미를 내포하며 요원들의 감정노동을 어떻게 관리하는지에 따라 고객지향성의 수준에 차이를 보이고 이는 기업의 효율성 및 수익이 달라질 수 있을 정도로 중요함에도 불구하고 현재까지 시큐리티 요원과 관련된 연구는 권한 및 역할(이현희, 2007; 최선우 2009), 직무스트레스(이만중, 임유석, 2013; 박영진, 안황권, 왕성원, 2006), 업무능력(김학범, 이재영, 2011), 심리 및 여가학(김의영, 김세형, 이준우, 2012; 김찬선, 2010) 등의 주제로 수행되어 감정노동과 고객지향성의 관계에 대해 종합적인 정보를 제시하는데 한계가 따른다.

따라서 본 연구에서는 시큐리티 요원을 대상으로 감정노동이 고객지향성에 미치는 영향을 근무경력에 따라 어떻게 차이가 있는지를 규명하였다. 특히 근무경력은 업무의 질과 직접적인 연관성이 있다(Fero et al., 2009; Yoo, 2000). 근무경력이 높을수록 수행능력이 뛰어난다는 선행연구의 결과를 기초로 감정노동이 고객지향성에 미치는 영향에서 근무경력에 차이를 보인다면, 이에 대한 서비스 교육 방식에 다르게 접근할 필요가 있다. 이러한 관점에서 본 연구에서는 시큐리티 요원들의 감정노동이 고객지향성에 미치는 영향에서 근무경력에 따른 차이를 검증하는데 궁극적인 목적을 두었다. 이러한 목적을 달성하기 위하여 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1. 시큐리티 요원의 감정노동이 고객지향성에 미치는 영향은?

연구문제 2. 시큐리티 요원의 감정노동이 고객지향성에 미치는 영향에서 근무경력의 차이는?

II. 이론적 배경

1. 감정노동의 개념

감정은 일상에서 일어나는 사건이나 생활을 통하여 경험하는 것에 대한 반응으로서 느끼고 반응하는 원인을 제공하는 것을 의미한다(허정행, 2011). 감정을 사회적 교환가치가 있는 자원으로 파악한 Hochschild(1983)은 개인 스스로 효율적인 직무수행과 조직에 적응하기 위하여 실제 느낀 감정과 규범화된 조직의 감정표현사이에서 차이가 발생되었을 때, 자신의 감정을 조절하려는 개인적인 노력을 감정노동이라고 하였다. 또한 Morris와 Feldman(1996)은 감정노동을 인간관계 과정에서 적절한 감정을 체계적으로 표현하기 위한 노력, 계획 및 통제로서, 감정 표현의 빈도, 감정표현의 주의정도, 표현되는 감정의 다양성, 감정의 부조화로 구분하였다. 그리고 Ashforth와 Humphrey(1993)는 감정노동을 서비스를 제공하는 과정에서 사회적으로 요구되는 감정을 표현하는 행위로서 표현규범(display rule)에 초점을 두고 순수감정표현(display of genuine emotion)을 포함시켜, 사회적 표현규범, 직업적 표현규범, 그리고 조직적 표현규범 등으로 구분하면서, 이러한 표현규범들이 감정노동자들의 감정표현행위에 영향을 미친다고 하였다.

이에 한진환(2012)은 감정노동을 사적인 감정 관리의 측면에서 사용가치를 갖는 감정노동과 공적영역, 특히 서비스업종에서 상품화되어 판매 가치를 갖는 감정노동으로 분류하고, 이러한 서비스업 종사자들은 육체노동과 정신노동 이외에도 그것들과 차별화 될 수 있는 또 하나의 노동으로 감정노동을 수행하고 있음에 주목하였다. 그리고 박미영(2008)은 고객만족과 이윤추구를 위해 관리규범을 따르는 것으로 기업이 교육하는 감정표현을 고객들에서 제공하기 위하여 감정을 조절하고 통제하는 행위로서, 표면행위, 진심행위, 자발적 연기, 감정일탈 등, 4가지 구성요인으로 제시하였다.

따라서 이상의 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 감정노동을 종사원 측면에서 Hochschild(1983)의 행위적 패러다임을 인용하여 하위변인으로 표면화 행위와 내면화 행위를 바탕으로 감정노동을 측정하고자 한다.

2. 고객지향성의 개념

고객지향성은 시장지향성의 개념에 포함되는 것으로 1990년대에 접어들면서 마케팅 전략개념과 서비스 리서치 개념으로 발달되었다(Brady & Cronin, 2001). 하지만 이들 간에는 다소 차이가 존재하는데, 시장지향성은 고객과 경쟁자를 포함한 마케팅 개념의 실천이고 고객지향성은 고객의 입장을 중시하고 고객중심으로 사고한다는 개념으로 이해 될 수 있다(Ha & John, 2010). 따라서 고객지향성은 기업 종사원의 고객만족 문화라고 할 수 있으며, 기업문화라고 할 수 있는 서비스지향성과는 다르다고 볼 수 있다.

이에 이영석(2002)은 고객지향성을 인적판매 분야에서 판매지향성과 대비되는 개념으로서 종사원이 고객의 이익과 고객만족을 최우선으로 하는 것을 의미하며, 고객지향성을 결정짓는 요인으로는 고객욕구에 신속히 반응하려는 최고경영자의 확고한 의지, 부서 간 정보의 공유, 행위중심적인 보상시스템, 고객지향적인 조직구조를 꼽을 수 있다고 하였다.

이러한 고객지향적인 사고는 경영자의 입장이 아닌 기업의 직원입장에서 고객의 욕구를 정의할 필요가 있음을 시사한다. 이러한 관점에서 Saxe와 Weitz(1982)는 고객지향성을 직원 스스로 고객이 원하는 것을 충족시킬 수 있도록 구매에 도움을 줄 수 있게 노력하는 마케팅의 수행정도로 정의하였다. 따라서 기업 차원의 판매전략은 먼저 일반 종사원에 의한 고객지향성으로 구체화될 필요성이 있으며, 종사원은 기업의 판매전략을 이해하고 또 이를 현장에서 적용할 수 있는 능력을 갖추어야 고객지향적인 모습으로 변모할 수 있게 된다는 것이다. 이상의 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 Saxe와 Weitz(1982)의 SOCO척도를 기본으로 하위변인으로 고객욕구평가와 고객욕구충족을 바탕으로 고객지향성을 측정하고자 한다.

3. 감정노동과 고객지향성의 관계

기업 직원의 고객지향행동은 이성적사고 과정의 결과가 아닌 감정적 현상에 의해서도 영향을 받을 수 있다(김세리, 김건, 2010). 즉, 서비스를 제공하는 직원과 고객 사이에 상호작용 과정에서 경험하는 많은 감정적 갈등은 직원들에게 거짓과 위선에 대한 감정을 갖게 하고, 동료에 대한 무관심, 일로부터의 소외감을 초래하게 되며

(Loseke & Cahill, 1986), 고객에 대한 도움행동 및 참여행동의 위축을 일으켜 행동에 까지 영향을 미칠 수 있다(Wharton & Erickson, 1993).

또한, Hoffman과 Thoms(1992)는 조직에 대한 소속감이 높고 조직의 가치를 소중히 여기는 직원, 심리적으로 자신의 직무에 대한 만족감이 높거나 직무경험이 많은 직원, 그리고 직무에 대한 만족이 높은 직원의 경우, 고객이 만족할 수 있도록 일하려는 의지가 강하므로 고객 지향적 행동과 밀접한 관계가 형성될 수 있다고 하였다. 이러한 직원의 고객 지향적 행동은 이성적 사고의 결과가 아닌 감정적 현상에 의해서도 영향을 받을 수 있다.

이에 정숙희와 심선녀(2012)는 감정의 부조화가 많을수록 심리적 스트레스를 많이 받고 있으며, 감정표현의 주의성과 감정표현의 빈도가 높을수록 고객지향성이 높게 나타났다고 보고하였다. 또한 이현웅, 이항과 김준환(2010)은 감정노동을 수행하는 과정에서 심층조절을 하는 직원은 고객지향성이 높다고 하였다. 그리고 윤은형(2007)은 감정노동에 의해 감정부조를 경험하고 이는 직무만족의 저하, 탈진감 등을 유발하여 고객지향성에도 영향을 미친다고 하였으며, 김영진(2009)은 감정노동이 소진을 일으키고 소진은 고객지향성에 부정적영향을 미친다고 주장하고 있다. 또한 이솔지(2013)는 민간경비원의 감정노동은 고객지향성에 중요한 영향을 미친다고 하였다. 이로 볼 때, 심층조절을 하는 직원은 감정노동을 수행하는 과정에서 긍정적인 감정을 표현함으로써 고객을 만족시키기 위해 적극적으로 자신의 감정을 조절해야 하는 것으로 볼 수 있다.

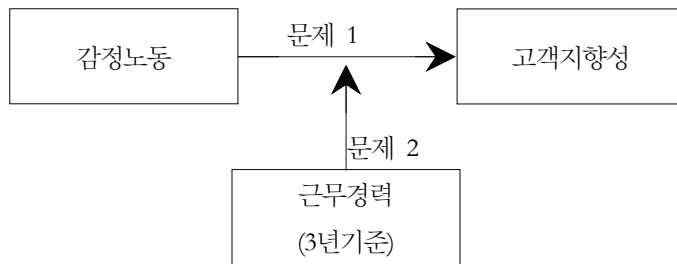
따라서 고객 욕구를 충족시켜야겠다는 동기가 이미 부여된 경우가 많으며 고객을 대하는 시점에서는 실제로 직원이 느끼고 있는 감정과 표현하는 감정이 일치할 가능성이 높기 때문에 고객의 욕구를 충족하는 판매행위를 하는 데에 노력을 더 집중할 수 있을 것으로 보인다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구모형

본 연구는 시큐리티 요원을 대상으로 고객들에게 우수한 서비스 질을 제공하고자

시큐리티 요원들의 고객지향성에 직접적인 영향을 미치는 감정노동 요인을 설정하고 이들의 구조화되는 과정에서 근무경력에 차이를 보이는지를 규명하기 위한 연구모형을 <그림 1>과 같이 설정하였다. 구체적으로 요인별 구성특성을 살펴보면, 감정노동은 고객지향성에 영향을 미치는 선행 요인이자 근무경력이 조절되는 외생변인이고 고객지향성은 감정노동에 의해 영향을 받는 내생변수로 구성되었다.



<그림 1> 연구모형

2. 연구대상

2013년 경기와 충남 소재의 시큐리티 회사에 재직하고 있는 요원을 본 연구의 대상으로 선정한 후 편의표집방법을 이용하여 표본을 표집하였다. 특히 시큐리티 회사는 경찰청에 등록된 경비업체로 S 기업을 전담하는 시큐리티 회사로서 타 회사에 비해 직원의 수요와 안정적인 대우 등을 받아 이직율이 상대적으로 낮아 자료의 신뢰성을 높일 수 있다고 판단되어 선정하였다. 그러나 이 방법은 시간과 비용이 적게 들고 기초적인 연구 동향을 파악하거나 탐색적인 관점에서 장점을 지니고 있으나 결과에 대한 일반화 가능성에 제약이 따라 결과를 해석하는데 주의가 요구된다(김완중, 2000). 이렇게 수집한 자료는 전체 300명이었으나 자료의 신뢰성을 고려하여 최종 273명의 자료만을 사용하였다. 이들의 일반적인 특성은 <표 1>과 같다.

〈표 1〉 연구 대상자의 일반적인 특성($n=273$)

	구분	n (%)
성별	남자	209(76.6%)
	여자	64(23.4%)
학력	고졸	133(48.7%)
	2년제 대졸	82(30.0%)
	4년제 대졸	57(20.9%)
	대학원 이상	1(.4%)
근무경력	3년 이전	150(54.9%)
	3년 이후	123(45.1%)

3. 조사도구

본 연구의 목적을 달성하기 위해 사용된 조사도구는 구조화된 질문지로서 개인적 특성을 묻는 3문항(성별, 학력, 근무경력)을 기초로 감정노동(10문항) 및 고객지향성(8문항) 척도로 전체 21문항으로 구성하였다. 특히 시큐리티 요원의 근무경력 기준을 3년으로 설정한 이유가 선정된 대상자의 근무경력 50분위수가 3년으로 나타났으며 3년 기준에 평사원과 주임급 이상으로 구분되기 때문이다. 이를 토대로 감정노동과 고객지향성 요인에 대한 구체적인 내용은 다음과 같다.

1) 감정노동

감정노동은 Hochschild(1983)가 감정노동을 표면행위와 내면행위 요인으로 구분하였다. 그래서 본 연구에서 표면행위는 Brotheridge와 Grandey(2002), 최영호(2012)가 사용한 척도를 전문가 집단에 의해 본 연구에 적합하게 수정 및 보완하였다. 이에 반해 내면행위는 김상표(2000)와 최영호(2012)가 사용한 척도를 수정 및 보완하였으며, 각각 5문항씩 전체 10문항으로 구성하였다. 특히 질문지 응답은 5점 척도로 ‘전혀 아니다(1점)’에서 ‘매우 그렇다(5점)’의 형태로 높은 점수일수록 부정적 효과를 의미한다. 그러나 본 연구의 조사도구로 활용하기 위해서는 사전검사에 의해 타당도와 신뢰도를 검증하였다.

〈표 2〉 감정노동 요인의 확인적 요인분석 및 신뢰도 검증

요인	문항	(비)표준 화계수	표준 오차	<i>t</i>	<i>Cronbach'</i> <i>α</i>	개념 신뢰도	AVE
표면 행위	1. 고객을 대하면서 느끼는 감정을 표현하기를 꺼린다.	(.910) .621	.112	8.153	.794	.957	.816
	2. 실제 느끼지 않은 감정을 실제로 느낀 척하는 경우가 많다.	(.942) .585	.121	7.785			
	3. 상황에 따라 느낀 실제 감정을 숨기는 경우가 많다.	(1.261) .749	.137	9.215			
	4. 고객을 대하면서 느끼는 속마음은 실제 감정과 차이가 있다.	(1.101) .703	.124	8.898			
	5. 일을 할 때 내가 느끼는 기분과는 다른 감정을 나타내야 할 때가 있다.	(1.00) .643					
내면 행위	6. 고객에게 보여주어야 하는 감정을 실제로 느끼기 위해 노력해야 한다.	(1.122) .491	.204	5.496	.894	.788	.911
	7. 고객에게 표현해야 하는 감정을 느끼기 위해 노력하는 것은 내 일이기 때문에 그런 감정을 실제로 느끼려고 한다.	(1.515) .657	.240	6.323			
	8. 고객을 도울 때 친절하고 감사하는 마음을 가슴속에서 우러나오게 하려고 노력한다.	(2.179) .915	.339	6.436			
	9. 고객에게 보여주어야 하는 감정을 겉으로만이 아니라 마음속 깊이 느끼려고 노력한다.	(1.574) .717	.219	7.197			
	10. 고객에게 표현해야 하는 감정을 겉으 로만이 아니라 마음속 깊이 느끼려고 노력한다.	(1.00) .428					

적합도 지수 : CFI=.968, TLI=.953, RMSEA=.056

타당도 검증은 확인적 요인분석에 의한 수렴타당도와 판별타당도를 검증하였다. <표 2>를 보게 되면 전체모형에 대한 측정모형의 적합도(CFI=.968, TLI=.953, RMSEA=.056)는 모두 기준치(CFI ≥ .90, TLI ≥ .90, RMSEA ≤ .080)에 만족하게 나타났다. 그리고 표준화계수를 이용하여 개념신뢰도와 평균분산추출값(AVE)를 계산한 결과, 개념신뢰도에서는 .7이상(표면행위=.957, 내면행위=.788)을, AVE값은 .5이상(표면행위=.816; 내면행위=.911)의 수준(Bagozzi & Yi, 1988)을 충족시켜 수렴타당성이 입증되었다. 그리고 신뢰도 검증에서 하위요인별 *Cronbach'* α 계수에 의한 측정항

목의 신뢰도는 .794에서 .894로 일반적 기준인 .7이상으로 나타났다(Nunnally & Bernstein, 1994). 따라서 감정노동 척도는 타당도와 신뢰도에 문제가 없기 때문에 본 연구를 수행하는데 적합한 조사도구라는 것을 확인하였다.

2) 고객지향성

고객지향성은 Donavan(2000)가 서비스를 제공하여 고객을 만족시키고자하는 행동과 태도로 정의하면서 본 연구의 고객지향성을 Saxe와 Weitz(1982)의 SOCO 척도를 기본으로 이해주와 이상근(2008) 그리고 장운선(2012)이 사용한 척도를 이용하였다. 그러나 본 연구의 목적에 맞게 전문가 집단에 의해 수정 및 보완하였다. 특히 질문지 응답은 5점 척도로 ‘전혀 아니다(1점)’에서 ‘매우 그렇다(5점)’의 형태로 높은 점수일수록 긍정적인 효과를 의미하고 본 연구의 조사도구로 활용하기 위해서는 사전검사에 의해 타당도와 신뢰도를 검증하였다.

<표 3> 고객지향성 요인의 확인적 요인분석 및 신뢰도 검증

요인	문항	(비)표준 화계수	표준 오차	t 값	Cronbach' α	개념 신뢰도	AVE
고객 욕구 평가	1. 고객의 질문에 최대한 정확하게 대답하려 노력한다.	(.737) .352	.146	5.032	.711	.981	.929
	2. 고객의 욕구가 무엇인지 알기 위해 노력한다.	(.911) .504	.119	7.658			
	3. 고객의 욕구를 회사에 전하려 노력한다.	(1.074) .678	.104	10.318			
	4. 고객에게 가장 적합한 서비스를 제공한다.	(1.00) .701					
고객 욕구 충족	5. 고객과 그들의 욕구에 대한 의견을 교환하려 노력한다.	(1.645) .677	.269	6.111	.751	.979	.923
	6. 고객이 원하는 것을 제공하려고 노력한다.	(1.881) .801	.293	6.420			
	7. 고객의 불평에 신속하게 대처하려 노력한다.	(1.419) .676	.205	6.920			
	8. 고객의 만족에 대한 평가를 중요하게 생각한다.	(1.00) .405					

적합도 지수: CFI=.978, TLI=.956, RMSEA=.066

타당도 검증에서 확인적 요인분석을 실시한 결과, <표 3>처럼 측정모형의 적합도

는(CFI=.978, TLI=.956, RMSEA=.066) 모두 기준치(CFI \geq .90, TLI \geq .90, RMSEA \leq .080)에 만족하였고 개념신뢰도(고객욕구평가=.981; 고객욕구충족=.979)와 평균분산추출값(AVE)(고객욕구평가=.929; 고객욕구충족=.923)에서도 기준치에 만족하였다. 신뢰도 검증에서 하위요인별 Cronbach's α 계수에 의한 측정항목의 신뢰도는 .711에서 .751로 일반적 기준 이상으로 나타났기 때문에 고객지향성 척도는 본 연구를 수행하는데 적합한 조사도구임을 규명하였다.

4. 자료처리

회수된 자료를 SPSS 18.0과 AMOS 18.0을 이용하여 자료를 처리하였다. 구체적으로 대상자의 일반적인 특성에서는 기술통계를 적용하였으며, 조사도구의 타당도와 신뢰도 검증에서는 확인적 요인분석과 Cronbach's α 를 통한 신뢰도 분석과 개념신뢰도 분석을 실시하였다. 그리고 구조방정식모형의 기본가정인 첨도와 왜도는 기술통계로 분석하였고 변이별 상관관계에서는 Pearson의 적률상관분석으로 활용하였다. 마지막으로 시큐리티 요원의 근무경력에 따른 감정노동이 고객지향성에 미치는 영향은 구조방정식모형을 적용하여 경로계수를 추정하여 분석하였으며, 적합도 지수는 GFI, RMSEA, CFI를 사용하였다. 이때 유의수준은 .05로 설정하였다.

IV. 연구결과

1. 시큐리티 요원의 감정노동이 고객지향성에 미치는 영향

시큐리티 요원의 감정노동이 고객지향성에 미치는 영향을 규명하기 위하여 구조방정식모형을 적용하였다. 구조방정식모형은 각 변인들의 정상분포조건이 충족되지 않을 경우 왜곡된 결과를 산출할 수 있어 정상분포를 확인하였다. <표 4>의 결과처럼, 본 연구에서는 Hong, Malik와 Lee(2003)가 제시한 정상분포조건(왜도<2, 첨도<4)이 모두 만족되어 구조방정식모형을 적용하는데 충족되었다. 그리고 관계를 검증하기 위하여 사용된 모든 변인들 간의 상관관계를 분석한 결과, <표 5>과 같이 변인별 하위요인 간에는(표면행위와 고객욕구평가(-.158), 고객욕구충족(-.299), 내면행위와 고객욕구평가(-.181)과 고객욕구충족(-.299)) 모두 부적(-) 상관을 보여 시큐리티 요원

의 감정노동이 증가하면 고객지향성이 감소할 것이라는 기본가설을 설정하여 이를 구조방정식모형을 통해 검증하였다.

〈표 4〉 요인별 기술통계(n=273)

요인	하위요인	평균	표준편차	왜도	첨도
감정노동	표면행위	2.90	.69	-.25	.29
	내면행위	2.99	.70	-.11	.35
고객지향성	고객욕구평가	3.54	.57	.09	-.15
	고객욕구충족	3.69	.62	.20	-.20

〈표 5〉 요인별 상관계수

		표면 행위	내면 행위	고객욕구 평가	고객욕구 충족
감정노동	표면행위	1.00			
	내면행위	.661**	1.00		
고객지향성	고객욕구평가	-.158**	-.181**	1.00	
	고객욕구충족	-.299**	-.226**	.578**	1.00

**p<.01

먼저, 모형을 평가하기 위해 <표 6>과 같이 적합도 지수를 확인하였다. 다양한 적합도 지수 중 선행연구(Bentler, 1990; Browne & Cudeck, 1993)에서 평가 지수로 확립된 RMSEA, CFI, TLI를 통해 모형의 적합도를 분석한 결과, 본 연구모형의 적합도 지수가 기준치에 모두 만족(RMSEA=.079, CFI=.994, TLI=.965)되어 모형이 적합한 것을 규명하였으며, 이를 통해 시큐리티 요원의 감정노동이 고객지향성에 미치는 영향과 근무경력에 따른 차이를 구조방정식모형을 적용하여 규명하였다.

〈표 6〉 적합도 지수

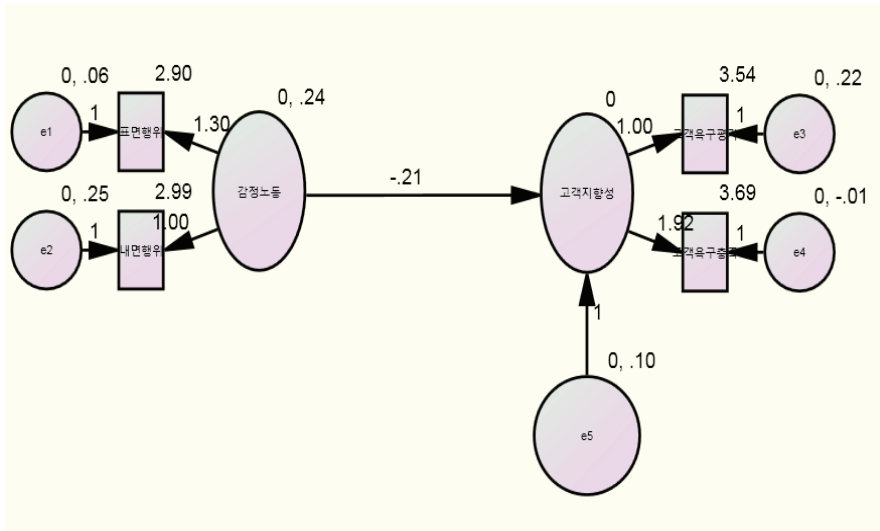
	CFI	TLI	RMSEA
지수	.994	.965	.079
기준치	≥.90	≥.90	≤.080

<표 7>에 제시된 경로계수를 통해 감정노동이 고객지향성에 통계적으로 유의미하게 부적인 관계(-.21, p=.006)를 지니고 있음을 규명하였다. 즉 시큐리티 요원의 감정

노동이 증가하면 고객지향성도 감소된다는 것으로 도시화시키면 <그림 2>과 같다.

<표 7> 경로계수

	Estimate(표준)	S.E.	C.R.	p
감정노동 → 고객지향성	-.21(-.31)	.08	-2.78	.006



<그림 2> 경로계수에 대한 도식화

2. 시큐리티 요원의 감정노동이 고객지향성에 미치는 영향에서 근무경력의 차이

감정노동이 고객지향성에 미치는 영향에서 근무경력이 유의한 차이가 있다는 가설을 검증하기 위해 시큐리티 요원의 근무경력을 조절변인으로 적용시켜 분석하였다. 분석결과는 크게 두 가지 가정에서 만족해야 한다. 첫 번째는 조절효과의 방향성 관점에서, 두 번째는 모형간 비교에서 자유모형이 우수해야 조절변인의 효과를 입증하는 것이다.

〈표 8〉 경력에 따른 경로계수

	Estimate	C.R.	p
높은집단	-.118	-1.314	.189
낮은집단	-.079	-.733	.464

본 연구에서는 감정노동이 고객지향성에 미치는 영향에서 경력이 낮은 집단이 관련성이 높아야하기 때문에 경로계수가 커야 첫 번째 가정이 채택된다. <표 8>의 분석결과에서 경력이 낮은 집단(Estimate=-.118)이 높은 집단(Estimate=-.079)에 비해 경로계수 지수가 높게 나타나 방향성은 일치하였다. 그리고 두 번째에서도 <표 9>와 같이 모형을 비교에서 자유모형은 제약모형에 비해 우수하게 나타나 시큐리티 요원의 근무경력이 통계적으로 유의한 차이를 보였다는 결과를 얻었다. 구체적으로 자유모형이 제약모형보다 χ^2 지수가 6.98 작으며 자유도(df)가 1이 작다. 이러한 결과는 자유모형의 자유도 감소를 만회할 만큼($\Delta\chi^2=6.98 > \chi^2_{.05}(1)=3.84$) χ^2 값이 충분히 감소되어 자유모형이 우수한 것으로 볼 수 있기 때문에 시큐리티 요원의 근무경력의 조절효과는 유의한 것이다. 즉 시큐리티 요원의 감정노동이 고객지향성에 미치는 영향에서 근무경력은 낮을수록 관련성이 크다는 것으로 해석되어 근무경력에 차이가 있다는 두 번째 가정도 채택되었다.

〈표 9〉 조절효과 분석에 의한 근무경력 차이

	χ^2	df	p
제약모형	8.687	2	.000
자유모형	1.707	3	.163
제약-자유($\Delta\chi^2$)	6.98		

V. 논 의

고객과 얼굴을 마주하고 대화를 통해 서비스를 제공하는 직무 또는 고객에게 감정표현을 하는 직무 등에 종사하는 서비스 제공자들은 친절서비스라는 서비스의 기본적 특성에 의거 고객과 접촉에서 느끼는 감정을 그대로 표현하지 않고, 자신의 감정을 상황에 맞게 적절히 조절하여 표현하고 행동해야 한다(Brotheridge &

Grandey, 2002). 이러한 점에서 시큐리티 요원 또한 고객과 접촉을 통하여 서비스를 제공하는 업무로서 시큐리티 요원의 감정표현이 곧 시큐리티 기업의 평가와 수익에 영향을 미칠 수 있기 때문에 고객의 무리한 요구에도 불쾌한 표정을 짓지 않고 감정을 조절할 필요가 있다.

하지만 시큐리티 요원의 직무는 일반 서비스 종사자들과는 달리 고객의 생명과 재산을 보호하고 범죄를 예방하는 특수한 업무로서 조직체계가 관료적이고 수직적 상하관계로서 서로 간에 대화와 타협보다는 명령과 요구로 수행되는 특징이 있다(허정행, 2011). 그리고 근무 중에 발생하는 사소한 실수는 대형사고로 이어질 수 있어 고객과의 관계에서도 표면과 달리 내면에서는 긴장된 상태에서 직무를 수행할 수밖에 없다.

특히, 시큐리티 요원과 같은 서비스 종사자의 감정노동은 서비스 품질을 구별하고, 동시에 기업의 서비스정신을 반영하는 중요한 수단으로 여겨지고 있다(김상표, 2007). 또한, 서비스 제공자의 고객지향적 행동은 이성적 사고과정의 결과가 아닌 감정적 현상에 의해서도 영향 받는다(김세리, 김건, 2010). 그래서 고객과 접촉을 통하여 느끼는 빈번한 감정적 갈등 상황은 서비스제공자에게 거짓과 위선에 대한 느낌을 갖게 하며, 주변에 대한 무관심, 직무로 부터의 소외 등을 일으키게 되고(Loseke & Cahill, 1986), 고객에 대한 서비스 및 적극적인 행동의 감소와 같은 직무행동에 까지도 영향을 미칠 수 있기 때문에 중요하다(Wharton & Erickson, 1993). 이에 시큐리티 기업의 경영진은 시큐리티 요원의 감정표현이 직무수행에 중요한 수단으로서 기업의 경영성과에 직접적인 관계가 있다는 것을 확인할 필요가 있다. 따라서 본 연구에서는 시큐리티 요원의 감정노동이 고객지향성에 미치는 영향을 분석하는 것이 목적이며, 더 나아가 근무경력에 따라 어떠한 차이가 있는지를 규명하는 것이 궁극적인 목적으로 연구를 수행한 결과를 토대로 다음과 같이 논의하고자 한다.

본 연구의 결과에서 시큐리티 요원의 감정노동이 고객지향성에 의미 있는 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 김영진, 허양례와 최동희(2012)의 항공사 종사자들을 대상으로한 연구에서 감정노동의 내면행동만이 고객지향성의 고객요구 충족과 직무 즐거움에 부분적으로 영향을 미친 것으로 나타난 연구결과와, 지윤희, 정삼권과 변정우(2012)의 연구에서 호텔기업 종사자의 감정노동이 고객지향성에 영향을 미친다는 연구결과와 일치하는 것으로 본 연구 결과를 지지하는 결과라 할 수 있다.

이러한 결과로 볼 때, 시큐리티 요원의 감정노동이 증가될수록 고객지향성이 낮아

지는 것으로 고객의 생명과 재산을 보호하는 시큐리티 직무특성상 서비스를 제공하는 요원은 상대적 남성중심의 업무이며, 수직적 상하관계, 일정한 휴일이 없는 3교대(주주·야야·비비)의 근무형태로 운영되는 열악한 근무환경 등에서 오는 정신적·신체적 스트레스 상태에서 고객이 원하는 서비스를 제공하기 때문에 고객의 욕구에 응하기에 다소 어려움이 생기는 것으로 판단된다. 따라서 감정노동 수준을 낮추기 위해서는 조직 내 상하간 원활한 소통과 비규칙적인 근무형태의 개선을 위한 인원확충이 필요하며, 시큐리티 요원들에게 일반적 시큐리티 업무수행에 필요한 교육뿐만 아니라 인간관계론, 이미지메이킹과 같은 서비스 교육프로그램을 개발 운영하는 것이 바람직하다고 사료된다.

한편, 시큐리티 요원은 신입교육 과정에서 직무능력을 향상시키기 위해 많은 시간과 비용을 투자하여 조직이 원하는 것이 무엇인지 그리고 자신의 업무에 대해 명확한 활동의 결과나 목표가 무엇인지를 인지하고 있다(김의영, 최재일, 이준우, 2012). 하지만 시큐리티 요원이 자신의 업무에 대한 목표를 인지하더라도 수직적인 조직체계와 어려운 근무환경 속에서 고객과의 직접적인 접촉을 요하는 직무로서 이들의 감정표현은 무엇보다도 중요하다고 할 수 있다. 이에 본 연구 결과에서는 시큐리티 요원의 근무경력에 따라 감정노동이 고객지향성에 미치는 영향에 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉 근무경력이 높을수록 고객지향적인 행동을 보이는 것으로 해석할 수 있다. 이것은 근무경력이 높은 직원일수록 감정노동을 수행하는 과정에서 심층조절 즉 감정자제를 조절하여 고객에게 표현하는 감정과 일치시키는 과정이 높게 나타나 고객지향적인 행동을 보인다는 이현웅, 이항, 김준환(2010)의 연구결과와도 일맥상통한다고 볼 수 있다.

본 연구의 결과로 볼 때, 시큐리티 요원의 근무경력이 높을수록 자신의 업무에 대한 목표는 물론 많은 경험 속에서 업무에 대해 집중력, 권한의 한계, 동료들과의 관계에서 오는 갈등 등의 복합적인 상황에서도 고객지향성이 높게 나타났다고 할 수 있다. 그 이유는 근무경력이 많은 직원들은 상사로부터 신뢰를 받고 정해진 규칙 내에서 자율성을 부여받아 긍정적인 마음으로 업무에 집중할 수 있기 때문이라고 사료된다. 이에 근무경력이 높은 요원들이 신입요원의 멘토(Mentor)역할을 맡아 고객과의 어려움을 해결할 수 있도록 하며, 요원들에 대한 실질적인 보상과 지원을 통하여 장기근무를 유도하는 것이 고객지향적인 행동으로 이어질 것으로 사료된다.

따라서 이러한 결과를 종합적으로 볼 때, 시큐리티 요원의 경력이 높고 감정노동

의 수준이 낮을수록 고객지향적이라는 연구결과를 바탕으로 기업차원에서 체계적으로 장기근무를 할 수 있도록 요원들의 경력개발과 경력에 맞는 합당한 보상이 요구되며, 신입사원 교육에서 장기근무를 유도하는 교육과 열악한 근무환경 개선이 필요하다고 판단된다.

Ⅵ. 결론 및 제언

이상의 연구결과 및 논의를 통해 얻어진 결론은 다음과 같다.

첫째, 시큐리티 요원의 감정노동이 증가할수록 고객지향성은 감소하는 것으로 나타났다. 즉, 시큐리티 요원은 고객의 일방적인 요구에 의해 서비스가 제공하기 때문에 표면과 내면의 감정이 다르게 나타나는 반면, 이로 발생하는 스트레스로 고객의 요구 응하려는 태도가 낮아진다는 결론을 얻었다. 둘째, 시큐리티 요원의 근무경력에 따라 감정노동이 고객지향성에 미치는 영향에 차이가 있다. 시큐리티 요원의 근무경력은 높을수록 사측의 신뢰를 얻고, 정해진 규칙 내에서 자율성을 부여 받을 뿐만 아니라 고객들과 많은 접촉에서 오는 경험으로 낮은 감정노동 수준의 고객지향적이라는 결론을 얻었다. 이러한 결론은 일방적인 고객지향성을 높이기보다 감정노동 수준을 감소 시켜줄 있는 경력관리 방안을 모색하는 것이 중요하다는 종합적인 결론을 얻었다.

또한 본 연구를 수행하는 과정에서 몇 가지 제언을 한다면, 감정노동에 기초가 되는 면접과 관찰 등의 질적연구가 수행될 필요가 있다. 이는 시큐리티 요원의 감정노동에 대한 정보를 심도 있게 파악할 수 있기 때문이다. 그리고 본 연구에서 선정한 기업전담 요원들이 아닌 일반점포들과 같은 다양한 고객에게 서비스를 제공하는 시큐리티 요원을 대상으로 진행된 연구가 수행된다면 연구결과를 일반화 시킬 수 있다고 제언한다. 마지막으로 시큐리티 요원이 인지하는 감정노동에 작·간접적인 영향을 미치는 변인을 다각적인 영역에서 접근한 연구가 수행될 필요성이 있다.

참고문헌

1. 국내문헌

- 권봉안(2009). 경호산업 종사자들의 리더쉽과 직무특성, 직무스트레스, 몰입이 이직에 미치는 영향. **한국경호경비학회지**, 20, 19-43.
- 김경식, 박영만, 김찬선, 전용태(2009). 시큐리티 요원의 여가스포츠활동과 직무스트레스, 사회적지지 및 주관적 안녕감의 관계. **한국체육학회지**, 48(5), 265-275.
- 김상표(2000). 감정노동: 통제수단, 종업원의 심리적 반응, 그리고 방법론적 문제. **산업경제연구**, 13(4) 195-214.
- 김상표(2007). 개인특성, 고객과의 상호작용 특성 그리고 관리기제가 감정노동 수행진력에 미치는 효과. **경영학연구**, 36(2), 355-384.
- 김세리, 김건(2010). 외식산업 종사원의 감정노동, 소진, 고객지향성의 관계. **관광연구저널**, 24(1), 119-136.
- 김영진(2009). **감정노동과 고객지향성의 관계에서 소진의 역할: 항공사 직원을 중심으로**. 미간행 박사학위논문. 경원대학교 대학원.
- 김영진(2010). **감정노동과 고객지향성의 관계에서 소진의 역할: 항공사 직원을 중심으로**. 미간행 박사학위논문. 경원대학교 대학원.
- 김영진, 허양래, 최동희(2012). 항공사 종사자의 근무형태에 따른 감정노동이 고객 지향성에 미치는 영향. **호텔관광연구**, 44, 286-298.
- 김의영, 최재일, 이준우(2012). 시큐리티 요원의 조직성과에 심리적 임파워먼트의 영향력 분석 및 성별의 조절 효과. **한국체육과학회지**, 21(2), 1223-1235.
- 김의영, 김세형, 이준우(2012). 시큐리티 요원의 심리적 임파워먼트 척도의 문항 적합도. **한국경호경비학회지**, 31, 25-45.
- 김학범, 이재영(2011). 민간경비원의 업무능력에 미치는 영향에 관한 연구. **한국경호경비학회지**, 27, 81-106.
- 박미영(2008). **외식산업 종사자의 감정노동이 수행전략과 소진에 미치는 영향에 연구**. 미간행 박사학위논문. 경기대학교 대학원.
- 박영진, 안황권, 왕성원(2006). 민간경비원의 직무스트레스가 이직의사에 미치는 영향. **한국경호경비학회지**, 12, 177-200.
- 박정하, 이에리(2011). 호텔종사원의 감정노동과 소진과의 관계에 친사회적 행동의 조절효과: 특급호텔을 중심으로. **호텔관광연구**, 13(1), 234-253.

- 박주상(2011). 민간경비원의 셀프리더십과 감정노동이 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구. **한국민간경비학회보**, 18, 83-97.
- 박향숙(2013). 호텔고객이 지각하는 종사원의 감정노동이 관계감정 및 행동의도에 미치는 영향: 진정성의 조절효과를 중심으로. 미간행 박사학위논문, 호남대학교 대학원.
- 심정선(2010). 민간경비원의 직무 스트레스, 정신건강 및 대처방식 간의 관계. **한국심리학회지: 산업 및 조직**, 23(4), 733-754.
- 윤은형(2007). 호텔서비스 종사원의 감정부조화, 탈진감이 역할 내외 고객 서비스에 미치는 영향: 경력기간, 자기효능감을 조절변수로. 미간행 박사학위논문. 경기대학교 대학원.
- 이만중, 임유석(2013). 민간경비원의 스트레스 대처방식이 직무소진에 미치는 영향. **한국경호경비학회지**, 34, 209-232.
- 이솔지(2013). 민간경비원의 감정노동과 감정부조화 및 고객지향성의 관계. 미간행 석사학위논문, 경기대학교 대학원.
- 이애주, 이상진(2009). 특급호텔 F&B 종사원의 조직몰입과 고객지향성의 관계. **관광연구**, 24(5), 297-314.
- 이영석(2002). 종사원의 서비스지향성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구: 서울시내 특급 호텔 및 대학병원을 중심으로. 미간행 박사학위논문, 경희대학교 대학원.
- 이현웅, 이항, 김준환(2010). 감성지능 및 감정노동이 백화점 판매원의 고객지향성과 판매성과에 미치는 영향. **유통경영학회지**, 13(4), 97-117.
- 이현희(2007). 뉴레러리즘의 대응책과 민간시큐리티의 역할. 미간행 석사학위논문, 용인대학교 대학원.
- 장운선(2012). 호텔종사원의 역량과 경력개발이 조직유효성에 미치는 영향관계 연구-고객지향성의 조절효과를 중심으로. 미간행 박사학위논문, 세종대학교 대학원.
- 정숙희, 심선녀(2011). 마용실 헤어분야 종사자들의 감정노동과 사회 심리적 스트레스가 고객지향성이 미치는 영향. **한국두피모발미용학회지**, 8(10), 33-38.
- 지윤호, 정삼권, 변정우(2012). 호텔기업 종사자의 감정노동이 고객지향성이 미치는 영향: 표현규칙 지각의 조절효과를 중심으로. **호텔경영학연구**, 21(4), 35-51.
- 최선우(2009). 민간경비원의 권한에 대한 연구. **한국경호경비학회지**, 21, 177-199.
- 최영호(2012). 리조트 직원의 감정노동이 감정고갈과 직무태도에 미치는 영향. 미간행 박사학위논문, 상지대학교 대학원.
- 한진환(2012). 감정노동과 조직시민행동간 조직지원의 조절효과. **인적자원관리연구**, 19(2), 83-101.
- 허정행(2011). 시큐리티종사자의 감정노동이 소진 및 이직의도에 미치는 영향. **한국사회안전학회지**, 7(2), 123-144.

2. 국외문헌

- Ashforth, Blake E. & Humphrey, Ronald H.(1993). Emotional Labor in Service Roles: The Influence of Identity. *Academy of Management Review*. 18(1), 88-115.
- Bentler, P. M.(1990). Comparative Fit Indexes in Structural Models. *Psychological Bulletin*. 107(2), 238-46.
- Brady, M. K. & Cronin, J. J.(2001). Customer Orientation: Effects on Customer Service Perceptions and Outcomes Behaviors. *Journal of Service Research*. 3(3), 241-251.
- Brotheridge, C. B. & A. A. Grandey(2002). Emotional Labor and Burnout: Comparing two Perspectives of people work. *Journal of Vocational Behavior*, 60, 17-39.
- Brown, T. H., Mowen, J. C., Donovan, D. T., & Licata, J. W.(2002). *The customer Orientation Donovan*. Licata.
- Browne, M. W. & Cudeck, R.(1993). Alternative ways of assessing model fit. In: Bollen, K. A. & Long, J. S. (Eds.) *Testing Structural Equation Models*. 136-162. Beverly Hills, CA: Sage.
- Donavan, D. T., Brown, J. J. & Mowen, J. C.(2004). Internal Benefits of Service-Worker Customer Orientations: Job Satisfaction, Commitment and organizational citizenship behaviors. *Journal of Marketing*. 68, 128-146.
- Fero, L. J., Witsberger, C. M., Wesmiller, S. W., Zullo, T. G., & Hoffman, L. A.(2009). Critical thinking ability of new graduate and experienced nurses. *Journal of Korean Academy of Nursing*, 37(5), 744-753.
- Ha, H. & John, J.(2010). Role of Customer Orientation in an Integrative Model of Brand Loyalty in Services. *Service industries Journal*. 30(7), 1025-1046.
- Hochschild, A. R(1983). *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. University of California Press, Berkeley, CA.
- Hoffman, K. D. & Thomas, N. I.(1992). Service Provide Job Satisfaction and Customer-Oriented Performance, *The Journal of Service Marketing*, 6(2), 68-78.
- Hong, S., Malik, M. L., & Lee, M. K.(2003). Testing configural, metric, scalar and latent mean invariance across gender in sociotropy and autonomy using nonwestern sample. *Educational and Psychology Measurement*. 63, 636-653.
- Loseke, d. R. & Cahill. C. E.(1986), Actors in search of a character; Student social workers quest for professional identity. *Symbolic Interaction*. 9, 245-258.
- Morris, J. A. & Feldman, D. C.(1996). The Dimension, Antecedents and Consequences of Emotional Labor. *Academy of Management Review*. 21(4), 986-1010.
- Saxe, R. & Weitz, B. A.(1982) The SOCO scale: A measure of the Customer Orientation of

- Salepeople. *Journal of Marketing Research*. 19, 343-351.
- Staw, B. M., & Barsade, S. G.(1993). Affect and managerial performance: A test of the sadder-but-wiser vs. happier-and-smarter hypothesis. *Administrative science Quarterly*. 38, 304-331.
- Wharton, A. S. & Erickson, R. J.(1993). Managing emotions on the job and at home; Understanding the consequences of multiple emotional roles, *Academy of Management Review*. 18, 457-486.
- Wong, C. S., & Law, K. S.(2002). Emotion labor, job satisfaction and organizational commitment among clinical nurses: A questionnaire survey. *International Journal of Nursing Studies*. 45(6), 897-887.
- Yoo, O. I.(2000). *Study on the stress and the satisfaction with the orientation program of new nurses*. Unpublished master's thesis, Kyung Hee University, Seoul.

【Abstract】

Effects of Emotional Labor on Customer Orientation by Service Career of Security Agents

Kim, Eui-Young

Lee, Jun-Woo

Cho, Sung-Jin

Raising the level of quality of the security industry is an urgent matter. Since security service is provided through direct contact with customers, the security agents' expression of emotion directly influences the evaluation of the security company or their own earnings. So emotion control at customers demand is necessary above all things, and this research established what difference the service career makes in the influence that the security agent's emotional labor exerts on customer orientation, and the results of the analysis are summarized as follows.

First, the security agent's emotional labor exerted negative effects on customer orientation. From this, the conclusion that the higher the security agent's emotional labor, the lower the customer orientation, was obtained.

Second, the service career showed differences in the effects of the security agent's emotional labor on the customer orientation. In other words, the conclusion that the lower the security agent's service career, the greater effects the emotional labor exerts on the customer orientation, was obtained.

In conclusion, in order to raise the level of customer service, systematic education to control the emotional labor of the security agents with low service career is necessary. Particularly, since the emotional labor of new employees is related to the service environment, the improvement of the service environment of the security agents is more important than anything else.

Key words : Emotional labor, Customer orientation, Service career,
Security agents