

서울 소재 특1급 호텔 조리사가 라포르(Rapport)에 따른 감정노동이 직무소진과 조직만족에 미치는 영향

김 희 연[¶]

상명대학교 외식영양학과[¶]

The Impact of Emotional Labor according to Rapport on Job Burnout, and Organizational Satisfaction as perceived by Five-Star Hotel Chefs in Seoul

Hee-Yeon Kim[¶]

Dept. of Food Service Management and Nutrition, SangMyung University[¶]

Abstract

Current study conducted to verify the impact of emotional labor by Rapport on job burnout and organizational satisfaction from five-star hotel chefs located in Seoul. Survey distributed to employees who are working for department of foodservice from ten five-star hotels, and total 257 respondents were employed for data analysis. The Rapport was tested by using two sub-variables: enjoy relationship and personal bond, the emotional labor were measured by three sub-dimensions: surface behavior, emotional behavior, and inner behavior. Results found that enjoy relationships and personal bonds have significant influence on surface behavior, but the rapport have not significant impact on emotional behavior. In addition, only personal bond of rapport has significant influence on personal bon in present study. Furthermore, all elements of emotional behavior except surface behavior were significant predictors of job burnout, and organizational satisfaction. Hence, this study contributed to provide various practical implication as well as theoretical implications to managers or organizers of five-star hotels especially for foodservice employees.

Key words: rapport, emotional labor, job burnout, organizational satisfaction, hotel

I. 서 론

우리 사회에서는 ‘소비자가 왕’이라는 고객만족 중심의 경영이 중시되면서 고객과 일대일 접촉을 통해 판매가 이루어지기 때문에, 서비스 종사자의 서비스 질을 중시하게 되었다. 그러나 최근에는 ‘갑질 고객’, ‘진상 고객’이라는 말이 언론에 자주 접할 수 있을 정도로 서비스 종사자에 대

한 부당한 대우와 요구가 사회 문제화가 되고 있다. 이는 서비스 종사자의 직무만족, 조직몰입의 하락, 직무소진의 심화, 그리고 이직 현상 등 기업 조직의 효율성을 악화시키는 문제를 발생시키고 있으며, 기업의 고객만족 우선의 경영은 서비스 종사자로 하여금 감정노동이라는 새로운 형태의 노동을 야기하고, 이에 따라 많은 연구자들의 관심을 끌게 되었다. 국내 호텔업계는 시장경쟁력을

¶: 김희연, joo5442@hanmail.net, 서울시 종로구 홍지동 7번지, 상명대학교 외식영양학과

유지하기 위해 단순한 숙박시설이라는 개념에서 벗어나 호텔 내 다양한 부대시설에 관심을 가지고, 이 부대시설의 경영을 강화하면서 호텔의 극대화를 취하려고 하고 있다. 호텔기업도 최근의 경영 흐름을 반영하여 이와 같은 호텔 경영의 흐름에 따라 과거의 신상품의 개발이나 서비스 품질의 제고로 서비스 차별화하는 ‘마케팅 지향적 사고방식’에서 진일보하여, 관계 구축을 통해 충성 고객을 확보하는 ‘고객 지향적 사고방식’으로 경영 변화를 모색하고 있다(Mowen & Minor 2000).

이에 따라 호텔 내부 요식업에서도 변화가 일어나게 되는데, 이의 대표적인 예가 오픈주방에서 조리 종사자의 역할 강조이다. 대부분 기존의 요식업은 주방 요리사와 고객이 분리되어 있으나, 일식에서는 조리사가 고객과 직접 접촉하는 오픈주방의 형태의 서비스를 제공하는 경우가 많다. 또, 뷔페에서도 오픈주방 형태를 취해 실제 조리 종사자와 고객간의 상호 커뮤니케이션을 중시하게 된다.

이와 같이 조리사와 고객이 서로 서비스 접점을 이뤄가면서 조리사와 고객 간의 상호커뮤니케이션의 장이 이루어지고, 이에 따른 라포르가 생성되고, 다시 요리사의 감정노동에 영향을 미치게 되며, 조리사의 직무만족이나 직무소진에 영향을 준다(Park JC·Choi HJ 2014; Ha JN·Lim SH 2013). 직무만족이 충분하지 않거나, 직무소진이 커지면 요리사의 고객에 대한 서비스 질이 낮아져, 이는 다시 부정적 감정노동을 심화하고, 이에 따라 직무 불만족과 직무소진이 더 악화되는 악순환의 고리가 형성되게 된다. 이는 뛰어난 능력의 조리사가 이직을 하게 되어, 이는 호텔 내 요식업과 호텔의 명성을 떨어뜨리게 된다(Jang SJ 2009).

조리사의 감정노동이 직무만족과 직무소진에 긍정적인 영향을 미치기 위해서는 그 과정에서 사회적 지원의 역할이 중요하다. 조직이나 상사의 적극적 지원은 요리사의 직무만족을 높이거나, 직

무 불만족을 억제하는 능력이 있고, 또 직무소진을 낮추는 효과를 가져올 수 있다. 따라서 요리사와 고객간의 라포르가 요리사의 감정노동에 미치는 영향, 또 요리사의 감정노동이 요리사의 직무만족이나 직무소진에 미치는 영향에 대한 실증적 검증이 필요한 시점이다. 최근에 호텔업에서도 감정노동과 조직 유효성에 대한 관심이 점점 커져가고 있어, 이에 대한 연구가 활발히 진행되고 있다. Jang SJ(2009)는 호텔 주방의, Kim BJ(2012)와 Seo GY, Kim SG(2006)는 호텔의 조직유효성에 영향을 미치는 요인에 대한 연구를 하였고, Park JW(2014) 고객지향성과 고객만족과 신뢰 사이에 라포르의 매개효과에 대한 검증하였다. Park JC·Choi HJ(2014)와 Ha JN·Lim SH(2013)는 호텔 종사자의 라포르, 감정노동, 조직유효성 관계를 실증 분석하였으나, 호텔 조리 종사자의 라포르, 감정노동, 그리고 직무소진과 직무만족에 대한 구조적인 인과관계에 대한 실증적 검증은 아직 연구가 진행되고 있지 않다.

따라서 본 연구는 서울에 소재한 10개의 특1급 호텔을 무작위로 선택하여 고객과 접점할 수 있는 카페주방과 뷔페주방 그리고, 일식주방에 근무하는 조리사를 대상으로 라포르와 조리사의 감정노동, 그리고 직무소진과 직무만족에 대한 구조적 역할에 대해 실증분석을 시도하고, 본 연구를 통하여 호텔 요식업의 경쟁력 강화와 동시에 조리사의 직장 내 만족과 행복감을 충족시킬 수 있는 기본적인 정보를 제공하는 것을 그 목표로 하고 있다. 본 연구에서는 특1급 호텔의 조리종사자가 고객과의 관계에서 형성된 라포르가 조리종사자의 감정노동에 어떤 영향을 미치고, 또 감정노동이 직무소진과 조직만족에 유의적인 완충효과를 보여 주는지 실증분석을 통해 검증하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 라포르(Rapport)

라포르(rapport)란 사람과 사람 사이의 신뢰와

공감으로 이루어진 일종의 상호 작용 관계를 나타내는 심리학적 용어이다. 공감대를 가진 사람과 좋은 관계를 가지거나, 상호 의기투합의 관계에서 이루어지는 좋은 감정을 의미한다(Tickle-Degnen & Rosenthal 1990). 사전적으로 일치와 조화를 목적으로 한 관계, 접촉, 소통을 의미하는 것으로, 주로 두 사람 사이의 상호신뢰관계를 나타내는 심리학 용어로서 ‘마음이 서로 통한다.’, ‘무슨 일이라도 털어놓고 말할 수 있다.’, ‘말한 것이 충분히 이해된다.’고 느껴지는 관계를 말한다(Kim HG 2010). 라포르는 프랑스어로는 ‘다리를 놓다’, 영어로는 ‘마음이 서로 통합’이라는 뜻으로, 사람 사이의 상호 작용에서 유대감을 느끼게 하는 능력이라고 볼 수 있다(Shim GJ 2008). 라포르는 최근 서비스 산업 분야에서 종사자와 고객의 상호작용으로 조직성과에 미치는 영향을 분석하기 위해 가장 활발하게 연구되고 있다. 서비스는 품질을 직접 측정하기 힘든 무형성을 지니고 있기 때문에 라포르를 통해 인적서비스 성과(Parasuraman, et al 1988)를 측정하는 도구로 활용도가 매우 높다. 즉, 서비스 제공자인 종사자와 서비스 수용자인 고객과의 상호관계를 나타내는 관계품질을 통해 당사자 간의 성공적인 의사소통을 이루어 내어, 조직성과를 가져오는 강력한 강력한 비즈니스 도구로 인정받고 있다(Hollman & Kleiner 1997). 최고의 서비스를 기대하는 고객과 그런 기대를 충족시켜줘야 할 의무를 가지고 있는 서비스 제공자인 호텔종사자 간의 즐거운 관계와 개인적 유대감으로 형성된 라포르는, 상호작용의 질(interactionquality: Gremler & Gwinner 2000)을 향상시킬 수 있는 요인이라는 것을 여러 선행연구(Grosbyetal 1990; Gremler & Gwinner 2008; Macintosh 2009; Ahn JW · Kim YH · Kang MJ 2012; Ji SG · Yang BS · Kim SH 2010; Park JH 2014)들을 통해서 입증되었다. 이를 통해 라포르의 긍정적 효과를 유추할 수 있다. 본 연구에서는 라포르 관련 서비스연구 분야에서 가장 일반적으로 통용되고 있는 Gremler & Gwinner(2000)의 연구를 바탕으

로, 라포르의 구성요소를 ‘즐거운 관계’와 ‘개인적 유대감’의 두 차원으로 구분하여 호텔서비스 연구에 활용하고자한다.

2. 감정노동

인간의 감정은 자아를 지키면서 타인과 진솔한 커뮤니케이션을 하기 위한 중요한 요소이다(Goffman 1969). 감정노동(Emotional Labor)의 개념은 A. Hochschild가 1983년 ‘감정노동(The Managed Heart)’이라는 저서에서 인간의 감정까지 상품화하는 현대사회의 단면을 ‘감정노동’이라는 말로 표현한 것이 시초이며, 이후 새로운 노동의 유형으로써 학문적 연구의 대상이 되었다. 본 연구에서는 Hochschild(1983)의 선행연구를 바탕으로, 호텔 조리사가 서비스를 제공하는 과정에 있어 효율적인 직무수행 또는 조직의 규정에 따라 조직이 바라는 감정을 표현하게 되는데, 이때 조직이 요구하는 감정표현과 조리종사자가 내적으로 경험하는 감정표현의 차이로 느껴지는 감정의 부조화를 조절하려는 노력으로 정의하였다. Go DW, Ji SY, Song WG(2001)의 연구에서는 호텔직원의 감정노동과 직무만족간의 관계를 연구하여 감정노동이 직무만족과 이직의도, 조직 지원집단의 차이에 영향을 미친다라고 보고하였고, Park BG(2008)는 부산지역 특급호텔 종사원의 감정노동과 직무태도 간의 관계에 대해 실증분석 하였고, 분석결과 감정노동이 직무태도에 유의한 영향을 미치며, 조직지원이 두 변수 간에 조절효과를 보이는 것으로 나타났다. 한편, Kim MJ(2006)는 한국과 미국의 호텔 직원을 대상으로 감정노동이 직무스트레스에 미치는 영향이 국가별 차이가 있는지를 국가의 조절효과에 대해 실증 분석하였는데, 연구결과 두 나라 모두 감정 노동이 직무스트레스에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 문화규범의 차이로 한국의 호텔 직원의 감정노동으로 인한 직무스트레스가 더 높은 것으로 나타났다.

3. 직무소진과 직무만족

조직유효성(organizational effectiveness)이란 조직이 정한 목표에 달성하려는 조직원의 바람직한 상태로 정의될 수 있다(Etzioni 1964). 즉, 조직유효성이란 개인 또는 조직구성원이 조직의 공동목표에 도달하려는 달성 정도이며, 희소가치가 있는 자원을 획득하기 위해서 경영 환경을 개척해 나가는 조직의 자체 능력이라고 볼 수 있다(Shin DJ · Sunwoo YS 2014). Schein(1980)은 조직유효성을 크게 2가지 관점으로 파악하였다. 이는 첫째, 결과지향적 개념으로 조직의 목표달성 정도를 중심으로, 둘째, 과정지향적 개념은 조직의 생존여부와 관련된 자원의 획득과 발전을 중심으로 파악하였다. Price(1968)는 조직유효성을 조직에서 개인을 포함한 조직구성원의 목표달성 수준으로 정의하였다. 그는 목표달성의 결정변수는 생산달성의 투입과 산출의 비를 나타내는 5가지 매개변수(구성원 사기, 생산성, 적합성, 적응성, 제도화)들에 의해 결정된다고 주장하였다. Likert(1958)의 조직유효성 연구에서는 생산이나 이익과 같은 결과 변수에 영향을 미치는 매개변수인 개인의 상호작용, 충성심, 동기유발, 의사소통과 의사결정 능력 등의 변수의 관리를 통해 인적자원의 효율성을 도모해야 한다고 주장하였다. 조직유효성은 기업조직의 인적자원의 관리를 바탕으로 한 효율적인 조직 경영을 위해 그 중요성이 대두되었고, 최근에는 경제학, 조직심리학 등 다양한 분야에서 연구가 진행됐다(Lewin & Minton 1986).

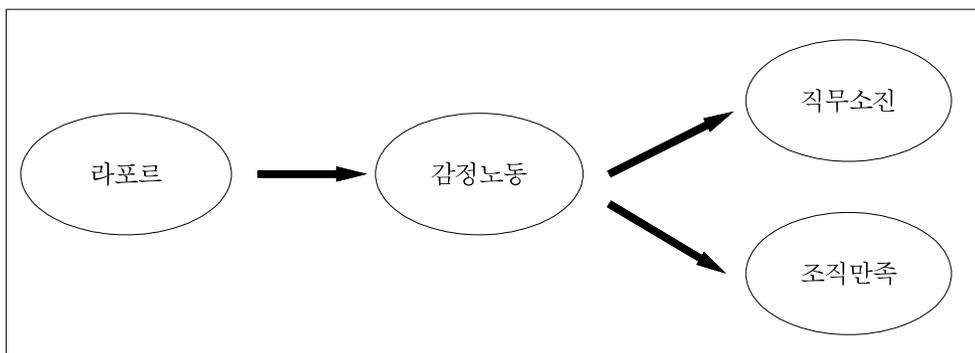
국내 호텔서비스 산업에서도 Oh ST(2005), Seo GY · Kim SG(2006), Jang SJ(2009) 등 다양한 연구가 진행되어 왔다. 본 연구에서는 Etzioni(1964)의 선행연구를 바탕으로 조직유효성의 정의를 호텔 조리 종사자가 조직이 내부에서 정한 목표달성과 개인적인 욕구를 함께 달성하려는 바람직한 상태로 정의하고, 부정적인 조직 효율성 지표인 직무소진과 긍정적인 조직 효율성 지표인 조직만족을 선택하여 연구하였다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구모형

본 연구에서는 호텔 외식업의 경쟁력 강화를 위해서 서비스 직원의 서비스의 질이 중요시되고 있다. 이에 따라 조리사의 경우도 식당 서비스 직원과 동일한 수준의 서비스 질이 요구받고 있다. 이에 따라 조리사의 감정노동의 수준이 점점 높아져 가고 있고, 이는 오픈주방 조리 종사자의 직무만족과 직무 소진에도 큰 영향을 미친다고 볼 수 있다. 라포르르는 조리사에게 강요되는 감정노동에 영향을 미치고, 이는 직무소진과 조직만족에 영향을 미칠 것이다. 본 연구에서는 이와 같은 관계를 실증적으로 검증하고, 이를 규명하기 위해 <Fig. 1>과 같은 연구모형을 만들었다.

2. 변수의 조작적 정의



<Fig. 1> Research model.

1) 라포르의 조작적 정의

본 연구에서는 라포르 관련 서비스연구 분야에서 가장 일반적으로 통용되고 있는 Gremler & Gwinner(2000)와 Price & Arnould(1995)의 연구를 바탕으로, 라포르의 구성요소를 ‘즐거운 관계’와 ‘개인적 유대감’의 두 차원으로 구분하여 호텔서비스 연구에 활용하고자 한다. ‘즐거운 관계’는 Gremler & Gwinner(2000)의 선행연구를 바탕으로 서비스 과정에서 호텔 조리사가 고객과의 상호작용을 통해 즐거운 감정을 형성하기 위한 노력의 평가라고 정의하였다. ‘개인적 유대감’은 Price & Arnould(1995)의 선행연구를 바탕으로 호텔 조리사와 고객이 상호작용을 바탕으로 서로를 진정으로 이해하고, 관심을 가지는 등의 상호관계적인 요소로 정의한다. 척도는 Likert 5점 척도로 ‘매우 그렇지 않다’=1에서 ‘매우 그렇다’=5 까지 코딩하고 해당 설문문항의 평균값을 측정값으로 하였다.

2) 감정노동

본 연구에서는 Hochschild(1983)의 선행연구를 바탕으로, 호텔 조리사가 서비스를 제공하는 과정에 있어 조리사가 경험하는 감정표현과 조직이 요구하는 감정표현에 차이로 느껴지는 감정의 부조화를 조절하려는 노력으로 정의하였다. 하위영역으로 감정노동의 구성요소로는 내적상태 감정을 그대로 유지하면서 업무에 필요하고, 조직에서 요구하는 대로 표면적으로 보이는 감정표현만 바꾸는 ‘표면행위(surface acting)’와 자신이 스스로 느끼는 감정을 직무수행에 바르게 표현되는 감정과 일치되게 스스로 조절하는 ‘내면행위(deep acting)’로 구분하였다. 척도는 Likert 5점 척도로 ‘매우 그렇지 않다’=1에서 ‘매우 그렇다’=5 까지 코딩하고, 해당 설문문항의 평균값을 측정값으로 하였다.

3) 직무소진 조작적 정의

본 연구에서는 감정적인 측면뿐만 아니라, 육

체적이며 인지적인 측면도 포함하며, 감정보다는 소진에 대한 느낌을 감정적 소진(Demerouti et al 1999)이라고 정의하고 소진의 측정도구는 Demerouti가 서비스직과 일반적인 직무들을 대상으로 개발한 OLBI(Oldenburg Burnout Inventory)의 문항들을 활용하여 측정하였다. 척도는 Likert 5점 척도로 ‘매우 그렇지 않다’=1에서 ‘매우 그렇다’=5로 코딩하고 해당 설문문항의 평균값을 측정값으로 하였다.

3) 조직만족 조작적 정의

직무만족은 Poter(1975)의 선행연구를 바탕으로 호텔 조리사가 해당 직무에 대한 개인적 만족이라고 정의하고, 부가적으로 개인의 감정, 태도, 신념, 성취감과 같은 심리적 상태로부터 발생하는 만족감을 의미한다. 척도는 Likert 5점 척도로 ‘매우 그렇지 않다’=1,에서 ‘매우 그렇다’=5로 코딩하고 해당 설문문항의 평균값을 측정값으로 하였다.

3. 기설설정

본 연구의 목적은 특1급 호텔의 조리종사자가 고객과의 관계에서 형성된 라포르가 조리종사자의 감정노동에 어떤 영향을 미치고, 또 감정노동이 직무소진과 조직만족에 유의적인 완충효과를 보여 주는지를 실증분석을 통해 검증하고자 한다. 따라서 본 연구의 목적을 토대로 다음과 같은 하위가설을 설정하였다.

- H1: 호텔 조리사가 라포르에 따른 감정노동에 영향을 미칠 것이다
- H2: 호텔 조리사의 감정노동은 직무소진에 영향을 미칠 것이다
- H3: 호텔 조리사의 감정노동은 조직만족에 영향을 미칠 것이다

4. 연구방법

본 연구는 본 연구의 조사는 2016년 3월 1일부

터 3월 30일에 이르는 한 달간 조사기간을 두어 실시하였고, 자료 수집은 서울 소재 특1급 호텔 무작위 10곳을 선정하여 뷔페주방과 일식주방, 카페주방에 종사하는 조리사 300명을 대상으로

설문조사를 실시하였다. 본 설문 목적과 응답방식을 설명하고, 자기기입식으로 응답하게 하였다. 자료처리 분석은 회수된 총 300부 중 부적절하게 응답한 43부를 제외하고, 총 257부를 가지고 SP-

〈Table 1〉 Demographic characteristics of those surveyed

(N=257)

	Classification	N	%
Gender	Male	168	65.4
	Female	89	34.6
Age	20~29s	177	68.9
	30~39s	62	24.1
	40≤	18	7.0
Education	High school	14	5.4
	College	124	48.2
	University	96	37.4
	University ≤	23	8.9
Major	Korean style	40	15.6
	western style	106	41.2
	Chinese style	41	16.0
	Japanese style	62	24.1
	Bakery	8	3.1
Career	0~5 yrs	98	38.2
	6~10yrs	81	31.5
	11~15yrs	48	18.7
	16~20yrs	15	5.8
	21yrs ≤	15	5.8
Monthly Income	≤ 1,500,000 won	22	8.6
	1,500,001~2,000,000 won	90	35.0
	2,000,001~2,500,000won	67	26.1
	2,500,001~3,000,000won	52	20.2
	3,000,001 won ≤	26	10.1
Marriage Whether	Married	166	64.6
	Not Married	74	28.8
	Etc.	17	6.6
	Total	257	100.0

SS 22.0을 사용하여 통계처리 하였다. 먼저 설문 도구의 신뢰도와 타당도 분석을 위하여 탐색적 요인분석을 하고, 설문도구의 내적일치도를 알아보기 위해 Cronbach α 값을 구하였다. 설문대상자의 일반적 특성 분석을 위해 빈도분석을 하였고, 기초분석으로 연구대상 변수의 기술통계와 상관관계 분석을 제시하였다. 마지막으로 가설 검증을 위하여 회귀분석을 실시하였다.

IV. 실증분석

1. 조사대상자의 일반적인 특성

다음은 조사대상자의 인구통계학적 특성에 대한 빈도분석이다. 조사대상자들의 인구통계학적 특성은 <Table 1>과 같다. 분석결과 표본의 성별은 남성(65.4%)이 상대적으로 많았으며, 연령대는 20대(68.9%)가 많았으며, 전공은 뷔페주방의 메뉴 중 절반이상을 차지하는 양식전공(41.2%), 경력은 5년 미만(38.2%), 월소득은 150만원에서 200만원 사이(35%)로 가장 많았다. 교육수준은 전문대학 졸업(48.2%)이, 기혼(166명)으로 가장

많은 것으로 조사되었다.

2. 측정도구의 타당성 및 신뢰도분석

1) 호텔조리사가 라포르에 따른 감정노동이 직무소진과 조직만족의 신뢰도 및 타당도 분석

라포르에 따른 감정노동이 직무소진과 조직만족에 대한 신뢰도 및 타당성 분석의 결과는 <Table 2>와 같다. 요인분석을 실시하고, 신뢰도 분석을 하여 Cronbach α 값을 구하였다. 먼저 Bartlett의 단위행렬 점검 결과, 변수들 사이에 요인을 이룰만한 상관관계가 충분하고, KMO의 표본적합도 점검결과 KMO 값이 모두 높게 나타났으며, 공통성 등을 점검한 결과에서도 측정 자료의 요인분석 가정을 만족시키므로 요인분석을 실시하였다. 요인분석시 요인적재값 추정은 주성분 방식을 택하였고, 회전방식은 Varimax 방식을 택하였다. 또한, 모든 요인의 요인 적재값이 ± 0.4 이상으로 나타나, 추출된 요인은 타당성이 확보된 것으로 나타났으며, 신뢰도 또한, 모두 0.6 이상으

<Table 2> Type factors and reliability analysis

Factors	Classification	Factor loading	Eigen value	Variance (%)	KMO Bartellett	Cronbach α
Rapport	The efforts to better communicate with customers.	.875				
	The effort to warm for our customers.	.845				
	Enjoy relationship Try to improve and between customers.	.791	3.549	40.198		.895
	The effort to entertain a meeting with the customer.	.709			KMO=.821 Bartellett= 1,833.661***	
	Try to relax the customer.	.676				
Personal bond	Try to look interested customers.	.929				
	I feel a bond with customers.	.847				
	The effort to narrow the distance with customers	.757	3.025	37.221		.885
	A lot of attention to the customers.	.688				

〈Table 2〉 Continued

Factors	Classification	Factor loading	Eigen value	Variance (%)	KMO Bartellet	Cronbach α
Surface behavior	I try to come out to our customers from our emotions expressed in my inner self.	.958	2.422	17.625		.864
	I try to feel the emotions that actually show to our customers.	.889				
	I try to sincerely for the kindness to show a good image of the company to the customer department.	.844				
Emotional behavior	What I kindly respond to the customer tend to express real emotions.	.757	2.107	23.405		.779
	I have many emotions to express to the customer is from the bottom of my heart.	.753				
	I am looking at is expressing a particular emotion to match the company's requirements are actually those feelings arise in my mind.	.692				
Emotional labor					KMO=.825 Bartellet= 2,704.515***	
Inner behavior	I am often forced to express the emotions that are felt real support to our customers.	.875	4.426	39.199		.807
	I treat customers as if they have a particular emotion, because business needs.	.939				
	I express the feelings that you approach decorating business needs while hiding real feelings.	.836				
	I am acting as if emotion is required to represent the customer is actually feeling.	.877				
	I am acting as if emotion is required to represent the customer is actually feeling.	.839				
	I do have feelings, words, and actions, as the customer like in my mind.	.675				
Job burnout	There are times when I am angry precisely about what I do.	.862	2.548	63.709	KMO=.777 Bartellet= 336.264***	.809
	I used to handle the job without thinking, mechanically.	.798				
	There are times when I feel like getting things going on insignificant currently.	.794				
	I'm tired of the sterile feel to the job.	.844				
Organizational satisfaction	I love my work more than other employees.	.881	2.804	70.107	KMO=.813 Bartellet= 485.580***	.846
	I am satisfied about my work.	.874				
	I find joy in my work.	.872				
	I do not select a different job	.709				

〈Table 3〉 Correlation analysis

Division	Enjoy relationship	Personal bond	Surface behavior	Emotional behavior	Inner behavior	Job burnout	Organizational satisfaction
Enjoy relationship	1						
Personal bond	.667**	1					
Surface behavior	.605**	.710**	1				
Emotional behavior	-.019	-.012	.023	1			
Inner behavior	.562**	.780**	.664**	-.019	1		
Job burnout	-.304**	-.258**	-.306**	.292**	-.384**	1	
Organizational satisfaction	.414**	.426**	.392**	-.093**	.637**	-.518**	1

** $p < .01$

로 나타나, 신뢰할 수 있는 수준인 것으로 볼 수 있다. 누적분산 설명력 또한, 모두 50% 이상으로 모형은 양호한 것으로 나왔다. 그리고 연구의 신뢰도를 측정하는 Cronbach α 값은 전부 0.6 이상으로 나와, 설문도구의 내적일치도도 양호하였다.

3. 상관관계분석

각 요인들 사이의 관련성 정도와 방향성을 파악하기 위해 상관관계 분석(Pearson's correlation analysis)을 한 결과는 〈Table 3〉과 같다. 각 요인 간 상관계수가 1미만으로 나타나 판별타당성은 충족된 것으로 나타났다.

4. 가설검정

가설 1. 호텔 조리사가 라포르에 따른 감정노동에 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1. 라포르에 따른 호텔 조리사는 감정노동의 표면행위에 유의한 영향을 미칠 것이다

가설 1-1을 검증하기 위해 호텔 조리사의 라포르의 하위변수인 즐거운 관계, 대인적 유대감 2가지를 변수로 설정하였고, 종속변수는 감정노동을 표면행위, 감정행위, 내면행위로 3가지 변수로 설정하고, 회귀분석으로 실시하였다. 회귀분석의 결과는 〈Table 4〉에 제시된 바와 같이, 투입된 2개의 독립변수 중에서 즐거운 관계($\beta=.236, p<.001$), 대인적유대감($\beta=.553, p<.001$)으로 종속변수인 감정노동의 표면행위에 대하여 모두 유의한 정(+)의 영

〈Table 4〉 Impact of rapport on surface behavior

	Non-standardized coefficients		β	t	p
	B	S.E			
Constant	-1.235E-16	.043		.000	1.000
Enjoy relationship	.236	.057	.236	4.107***	.000
Personal bond	.553	.057	.553	9.642***	.000

$R^2=.532, \text{ Adjusted } R^2=0.530, F=146.413, p\text{-value}=0.000***$

*** $p < .001$.

<Table 5> Impact of rapport on emotional behavior

	Non-standardized coefficients		β	<i>t</i>	<i>p</i>
	B	S.E			
Constant	2.858E-17	.063		.000	1.000
Enjoy relationship	-.020	.084	-.020	-.240	.810
Personal bond	.002	.084	.002	.019	.984

$R^2 = -.008$, Adjusted $R^2 = .000$, $F = .047$, $p\text{-value} = .954$

향관계가 있는 것으로 분석되었다.

가설 1-2. 라포르에 따른 호텔 조리사는 감정 노동의 감정행위에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2 검증에서 회귀분석의 결과는 <Table 5>에 제시된 바와 같이, 투입된 2개의 독립변수 중에서 즐거운 관계 ($\beta = -.020$, $p < .001$), 대인적유대감($\beta = .002$, $p < .001$)으로 종속변수인 감정노동의 감정행위에 대하여 모두 영향관계가 없는 것으로 분석되었다.

가설 1-3. 라포르에 따른 호텔 조리사는 감정 노동의 내면행위에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3 검증에서 회귀분석의 결과는 <Table 6>에 제시된 바와 같이, 투입된 2개의 독립변수 중에서 즐거운 관계($\beta = .075$)로 영향관계가 없는 것으로 나타났으나, 대인적유대감($\beta = .730$, $p < .001$)

으로 종속변수인 감정노동의 내면행위에 영향관계가 있는 것으로 분석되었다.

가설 2. 호텔 조리사의 감정노동은 직무소진에 영향을 미칠 것이다.

가설 2를 검증하기 위해 호텔 조리사의 감정노동을 표면행위, 감정행위, 내면행위로 3가지 변수로 설정하고, 회귀분석으로 실시하였다. 회귀분석의 결과는 <Table 7>에 제시된 바와 같이, 투입된 3개의 변수 중에서 표면행위($\beta = -.109$)로 영향관계가 없는 것으로 나타났으나, 감정행위($\beta = .289$, $p < .001$)는 종속변수인 직무소진에 정(+의 영향관계가 있는 것으로 분석되었으나, 내면행위($\beta = -.306$, $p < .001$)로 부(-)의 영향관계가 있는 것으로 분석되었다.

가설 3. 호텔 조리사의 감정노동은 조직만족에 영향을 미칠 것이다

가설 3을 검증하기 위해 호텔 조리사의 감정노

<Table 6> Impact of the rapport on inner behavior

	Non-standardized coefficients		β	<i>t</i>	<i>p</i>
	B	S.E			
Constant	-1.138E-16	.039		.000	1.000
Enjoy relationship	.075	.052	.075	1.427	.155
Personal bond	.730	.052	.730	13.911***	.000

$R^2 = .611$, Adjusted $R^2 = .601$, $F = 199.853$, $p\text{-value} = .000$ ***

*** $p < .001$.

<Table 7> Impact of the emotional labor on job burnout

	Non-standardized coefficients		β	<i>t</i>	<i>p</i>
	B	S.E			
Constant	1.190E-16	.055		.000	1.000
Surface behavior	-.109	.074	-.109	1.487	.138
Emotional behavior	.289	.055	.289	5.254***	.000
Inner behavior	-.306	.074	-.306	-4.153***	.000

$R^2=.226$, Adjusted $R^2=.220$, $F=25.952$, $p\text{-value}=.000$ ***

*** $p<.001$.

<Table 8> Impact of the emotional labor on organizational satisfaction

	Non-standardized coefficients		β	<i>t</i>	<i>p</i>
	B	S.E			
Constant	1.103E-16	.048		.000	1.000
Surface behavior	-.049	.064	-.049	-.764	.445
Emotional behavior	-.080	.048	-.080	-1.655*	.099
Inner behavior	.668	.064	.668	10.363***	.000

$R^2=.407$, Adjusted $R^2=.402$, $F=59.457$, $p\text{-value}=.000$ ***

* $p<.05$, *** $p<.001$.

등을 표면행위, 감정행위, 내면행위로 3가지 변수로 설정하고 회귀분석으로 실시하였다. 회귀분석의 결과는 <Table 8>에 제시된 바와 같이, 투입된 3개의 변수 중에서 표면행위($\beta=-.049$)로 영향관계가 없는 것으로 나타났으나, 감정행위($\beta=-.080$, $p<.05$)와 내면행위($\beta=.668$, $p<.001$)는 종속변수인 조직만족에 정(+의) 영향관계가 있는 것으로 분석되었다.

V. 결론 및 시사점

본 연구에서는 특1급 호텔의 조리종사자가 고객과의 관계에서 형성된 라포르가 조리종사자의 감정노동에 어떤 영향을 미치고, 또 감정노동이 직무소진과 조직만족에 어떤 영향을 미치는지를 측정하였다. 연구의 설문 조사는 2016년 3월 1일

부터 3월 30일까지 시행하였으며, 설문 대상은 서울 소재 특1급 호텔 무작위 10곳을 선정하여 뷔페 주방과 일식주방, 카페주방에 종사하는 조리사 300명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 본 설문의 목적과 응답방식을 설명하고, 자기기입식으로 응답하게 하였다. 자료처리 분석은 회수된 총 300부 중 부적절하게 응답한 43부를 제외하고, 총 257부를 가지고 SPSS 22.0을 사용하여 통계처리하였다. 먼저 설문도구의 신뢰도와 타당도 분석을 위하여 탐색적 요인분석을 하고, 설문도구의 내적 일치도를 알아보기 위해 Cronbach α 값을 구하였다. 설문대상자의 일반적 특성 분석을 위해 빈도 분석을 하였고, 기초분석으로 연구대상 변수의 기술통계와 상관관계 분석을 제시하였다. 마지막으로 가설 검증을 위하여 회귀분석을 실시하였다. 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 호텔 조리사의 라포르의 하위변수인 즐거운 관계, 대인적유대감 2가지를 변수로 설정하였고, 종속변수는 감정노동을 표면행위, 감정행위, 내면행위로 3가지 변수로 설정하였으며, 회귀분석으로 실시하였다. 회귀분석의 즐거운 관계($\beta = .236, p < .001$), 대인적유대감($\beta = .553, p < .001$)으로 종속변수인 감정노동의 표면행위에 대하여 모두 유의한 정(+)의 영향관계가 있는 것으로 분석되었다. 둘째, 즐거운 관계($\beta = -.020, p < .001$), 대인적유대감($\beta = .002, p < .001$)으로 종속변수인 감정노동의 감정행위에 대하여 모두 영향관계가 없는 것으로 분석되었다. 셋째, 즐거운 관계($\beta = .075$)로 영향관계가 없는 것으로 나타났으나 대인적유대감($\beta = .730, p < .001$)으로 종속변수인 감정노동의 내면행위에 영향관계가 있는 것으로 분석되었다. 넷째, 표면행위($\beta = -.109$)로 영향관계가 없는 것으로 나타났으나, 감정행위($\beta = .289, p < .001$)는 종속변수인 직무소진에 정(+)의 영향관계가 있는 것으로 분석되었으나, 내면행위($\beta = -.306, p < .001$)로 부(-)의 영향관계가 있는 것으로 분석되었다. 다섯째, 표면행위($\beta = -.049$)로 영향관계가 없는 것으로 나타났으나, 감정행위($\beta = -.080, p < .001$)와 내면행위($\beta = .668, p < .001$)는 종속변수인 조직만족에 정(+)의 영향관계가 있는 것으로 분석되었다.

본 연구 결과를 바탕으로 다음과 같이 시사점을 제시하고자 한다.

현재 사회에서는 ‘소비자가 왕’이라는 고객만족 중심의 경영이 중시되면서 고객과 일대일 접촉을 통해 판매가 이루어지기 때문에 서비스 종사자의 서비스 질을 중시해야 하며, ‘갑질 고객’, ‘신상 고객’이 서비스 종사자에 대한 부당한 대우와 요구가 사회 문제화가 되고 있다. 이는 서비스 종사자의 직무만족, 조직몰입의 하락, 직무소진의 심화, 그리고 이직 현상 등 기업 조직의 효율성을 악화시키는 문제를 해결하기 위해, 이는 곧 조리사라는 직업이 힘들지만 투철한 직업의식을 가지기 전에 우선 직장의 만족도가 높아야만 감정노동이 높아질 것이다. 즉, 조리사라는 직업이 힘들

고 고객과의 접점에 많은 신경을 써야 하지만, 조직생활의 만족에 따라 고객을 대하는 태도가 틀려진다는 의미로 사료된다. 고객뿐만 아닌 직장상사 역시도 갑질 행동이 아닌 진정어린 마음으로 후배 조리사에게 길을 열어 줘야 하며, 상사가 전체적인 분위기에 관심을 가져야 될 것으로 사료된다.

마지막으로 본 연구의 한계점과 함께 추후 연구의 방향에 대해서 언급을 하자면 첫째, 본 연구는 조사 대상에 대한 표본이 전체적으로 20대에 치우치는 경향이 있어서 조리 종사원 전체의 대표성을 나타내지 못했고, 또한, 근무 인원이 많은 주간근무자와 비교적 근무 인원이 적은 야간근무자의 혼합으로 설문조사가 이루어져 표본 수집과정의 한계로 인하여 일반화의 어려움이 있다. 마지막으로 선행연구를 바탕으로 연구가 이루어졌기 때문에 시대의 변화에 따르는 조리사의 생활 방식을 깊게 파악하지 못한 점이 본 연구의 한계점이라고 할 수 있다.

향후 연구에서는 서울 소재 특1급 호텔조리사를 대상으로 이루어졌으나, 전국적으로 확대해석하기가 어렵다 이에 외식기업의 조리사를 대상으로 하는 연구는 추후 연구과제로 삼는다.

한글 초록

본 연구에서는 2016년 3월 1일부터 3월 30일까지 시행하였으며, 설문 대상은 서울 소재 특1급 호텔 무작위 10곳을 선정하여 뷔페주방과 일식주방, 카페주방에 종사하는 조리사를 대상으로 257부를 자료 처리하였다. 호텔 조리사의 라포르의 하위변수인 즐거운 관계, 대인적유대감 2가지를 변수로 설정하였고, 종속변수는 감정노동을 표면행위, 감정행위, 내면행위로 3가지 변수로 설정하고, 회귀분석으로 실시하였다. 회귀분석의 즐거운 관계($\beta = .236, p < .001$), 대인적유대감($\beta = .553, p < .001$)으로 종속변수인 감정노동의 표면행위에 대하여 모두 유의한 정(+)의 영향관계가 있는 것으로 분석되었다. 둘째, 즐거운 관계 ($\beta = -.020, p < .001$), 대

인적유대감($\beta=.002, p<.001$)으로 종속변수인 감정노동의 감정행위에 대하여 모두 영향관계가 없는 것으로 분석되었다. 셋째, 즐거운 관계 ($\beta=.075$)으로 영향관계가 없는 것으로 나타났으나, 대인적유대감($\beta=.730, p<.001$)으로 종속변수인 감정노동의 내면행위에 영향관계가 있는 것으로 분석되었다. 넷째, 표면행위($\beta=-.109$)로 영향관계가 없는 것으로 나타났으나, 감정행위($\beta=.289, p<.001$)는 종속변수인 직무소진에 정(+)의 영향관계가 있는 것으로 분석되었으나, 내면행위($\beta=-.306, p<.001$)로 부(-)의 영향관계가 있는 것으로 분석되었다. 다섯째, 표면행위($\beta=-.049$)로 영향관계가 없는 것으로 나타났으나, 감정행위($\beta=-.080, p<.001$)와 내면행위($\beta=.668, p<.001$)는 종속변수인 조직만족에 정(+)의 영향관계가 있는 것으로 분석되었다.

주제어: 특1급 호텔, 라포르, 조리사, 감정노동, 직무소진, 조직만족, 내면행위, 표면행위, 감정행위

참고문헌

Kim HG (2010). Rapport's Research on the Impact of the Sales Staff Performance. Master's Thesis, Nam Seoul National University.

Park JH (2014). Customer orientation impact of tourism on the hotel employees and customer satisfaction, customer confidence. *Korea Tourism Research* 39(2):41-64.

Park JC, Choi HJ (2014). Rapport emotional impact of the work of the hotel employees on the job satisfaction, organizational commitment. *Korea Tourism Association, Tourism Research* 54(0):192-217.

Seo GY, Kim SG (2006). Studies on the effectiveness of the organization's conflict management type of member hotels. *Cultural Tourism Research* 8(1):135-161.

Shim GJ (2008). Be Happy NLP Set To Code. Publisher Haneon.

Jang SJ (2009). Influence of leadership of the hotel kitchen department on organizational effectiveness. *Tourism Research Journal* 23(1):321-336.

Ji SG, Yang BS, Kim SH (2010). Impact on job satisfaction organizational commitment: La FORT medical providers emotional labor. *Korea Service Management Society* 11(2):209-230.

Ha JN, Lim SH (2013). The impact of the hotel employees called the fort emotional labor, on organizational citizenship behavior. *Tourism Management Studies* 17(1):275-298.

Gremler DD, Kevin PG (2000). Customer-employee rapport in service relationships, *Journal of Service Research* 3(1):82-104.

Hochschild A. (1983). *The Managed Heart*. Berkeley & Los Angeles, CA: University of California Press.

Likert R (1958). Measuring organizational performance. *Harvard Business Review* 36(2):41-50.

Parasuraman AVA Zeithaml, Berry LL (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perception of service quality. *Journal of Retailing* 64(1):12-40.

Price JL (1968). Organizational effectiveness: An inventory of propositions. Homewood, Ill:RD Irwin.

Schein EH (1980). Career theory and research: some issues for the future. *Work, Family, and the Career, S,* 357-365.

Tickle-Degnen L, Rosenthal R (1990). The nature of rapport and its nonverbal correlates. *Psychological Inquiry* 1(4):285-293.

2016년 06월 29일 접수
2016년 07월 15일 1차 논문수정
2016년 08월 16일 논문게재확정