

# 환대산업 종사원의 조직지원이 종사원열정과 관계의 질간의 영향 관계

서경도  
광주대학교 호텔외식조리학과

## Relationship between the quality of employee enthusiasm and relationship with organizational support of hospitality industry employees

Gyeong-Do Seo  
Dept. of Hotel food service culinary arts, Gwangju University

요 약 본 연구는 광주광역시에 소재한 환대기업에 근무하는 직원들의 조직적 지원이 종사원 열정, 신뢰, 몰입, 만족간의 상호간 영향관계를 파악하고자 한다. 서비스기업에 근무하는 종사원의 현 상황을 파악함으로써 환대산업 종사자의 인적자원 관리에 대하여 고찰하는데 본 연구의 목적이 있다. 그 결과 환대산업에서 기업의 조직지원은 종사원의 열정에 유의한 영향관계가 있다. 종사원의 열정은 조직으로 볼 수 있는 환대기업에 근무하고 있는 종사원은 업무에 대하여 신뢰, 몰입, 만족을 하는 것으로 나타나서 종사원의 열정은 신뢰, 몰입, 만족에 긍정적인 역할을 하는 것으로 나타나고 있다. 종사원의 열정은 결과적으로 서비스 상품의 질에 투영되는 만큼 이는 종사원이 자신이 담당하고 있는 업무나 재직하고 있는 회사에 대한 긍정적인 감정을 관계의 질로 생각할 수 있다. 종사원의 열정을 발휘하여 기업과 업무에 대한 신뢰, 몰입, 만족을 느낄 수 있도록 인사관리 방안이 요구된다. 따라서 일에 대한 자부심과 성취욕을 강화 시킬 수 유무형의 조직지원과 인사 관련 프로그램 도입과 실행이 이루어져야 한다.

주제어 : 조직지원, 열정, 서비스품질, 신뢰, 몰입

Abstract This study seeks to understand the inter-relationship between employee enthusiasm, trust, immersion and satisfaction of employees working at a hospitality company based in Gwangju Metropolitan City. The purpose of this study is to examine the human resources management of workers in the hospitality industry by grasping the current situation of employees working in the service enterprise. As a result, corporate organizational support in the hospitality industry has a significant impact on the enthusiasm of employees. The enthusiasm of the employee is shown to be trusting, immersing, and satisfying in the work of the employee in the hospitality company, which can be seen as an organization, showing that the employee's passion plays a positive role in trust, immersion and satisfaction. As the employee's enthusiasm is reflected in the quality of the service product as a result, it can be regarded as the quality of the relationship that the employee is responsible for or positive feelings about the company in which he or she is in charge. Personnel management measures are required to strengthen pride and desire to achieve work so that employees can exercise their passion to feel trust, immersion, and satisfaction in their businesses and work. Therefore, it is necessary to provide tangible and intangible organizational support and introduce and implement personnel-related programs to enhance work pride and desire to achieve.

Key Words : Organizational support, Passion, Service quality, Trust, Immersion

\*This Study was conducted by research funds from GwangJu University in 2020

\*Corresponding Author : Gyeong-Do Seo(skd96093@hanmail.net)

Received November 6, 2020

Revised December 2, 2020

Accepted January 20, 2021

Published January 28, 2021

## 1. 서론

현대산업에서 점점종사원의 역할은 점점종사원의 성과에 따라 매출액에 직결되므로 매출에 중요한 영향을 미친다. 고객이 이용하는 상품의 생산과 소비의 과정에 직접적 참여로 점점종사원의 역할수행 능력에 따라 매출액에 영향을 미칠 수 있다 [1]. 윤덕화·조선배(2016)는 서비스 기업에서 하드웨어의 기능과 역할도 중요하지만 점점종사원의 역할에 따라 달라질 수 있기 때문에, 적절한 인센티브의 제공이 요구된다. 점점종사원들이 직무수행에 자발적 참여와 역할을 수행할 수 있도록 조직지원이 필요하고, 열정을 가진 종사원을 선발하고, 교육과 훈련을 통하여 조직지원을 조력하여 열정을 가지고 양질의 서비스를 제공할 수 있도록 신뢰를 줌으로써 업무수행에 대한 긍정적 행동이 고객만족이란 성과로 기업의 성패에 영향을 미친다.

일자리창출이 시대의 화두가 된 지금, 현대기업은 많은 일자리가 요구되고 있는 반면 퇴직과 이직이 높은 산업분야로, 오래 근무한다는 것은 개개인의 열정, 열의, 전문성 등도 한 역할을 한다고 볼 수 있다. 자신이 맡은 업무에 열정, 열의를 보이기 위해선 그 무엇보다도 조직의 지원이 선행되어야 하며 결과적으로 각각의 조직이나 업무에 대한 열의에 유의한 관계가 있을 수 있다고 선행연구인 김상희(2007), 진재수, 조환기, 조선배(2017)에서도 확인하였다. 더 나아가 개인에게 조직지원은 개인에게 주어진 임무에 열의, 열정을 보이며 그 결과로 직무만족, 직무몰입, 직무신뢰에 유의한 관계가 있을 것으로 판단된다. 현대산업 종사원은 자신의 직무에 대한 열정을 갖고 일할 수 있도록 조직지원이 필요하고 더 나아가 경영성과를 높일 수 있는 중요성에도 불구하고 이 분야 관련 연구는 아직 미진한 실정이다.

따라서 현대산업 종사원의 조직지원이 종사원 열정과 관계의 질에 미치는 영향 관계를 파악하여 실증적 접근과 인적자원 관련 시사점을 제시하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 조직지원

조직지원은 조직과 점점종사원과의 상호작용의 결과에 따라 공헌도에 상응하는 조직기대의 교환관계이며[2], 성과에 따른 직무수행과 개인생활을 자유롭게 병행할 수 있도록 종사원에 제공하는 보상 프로그램을 의미한다

[3-5]. 조직은 점점종사원의 공헌도를 인정하고 존중하는 느낌을 받게 하는 무형지원으로 공감, 존중, 사랑, 포용 등을 의미를 말하며 직장생활을 안정적이고 편안하게 할 수 있도록 하는 것이 정서적 지원이다.[6,7]. 수단적 지원은 점점종사원의 직무수행에 요구되는 물질적, 화폐적 지원 등을 의미한다[8-10].조직지원의 효과를 위해서는 점점종사원의 지원제도와 프로그램을 자유롭게 사용 가능하다고 인식할 때 조직에 대한 열정, 신뢰, 몰입, 서비스품질 만족 등의 결과를 기대할 수 있다.[11-14].

### 2.2 종사원열정

종사원열정은 자신들의 업무에 애착과 애정으로 열중과 몰입하는 심리상태를 말하며 유사어로 열성, 열의, 정열 등이 있다[12,15,16]. 열정을 지닌 점점종사원은 고객과의 상호작용에서 양질의 서비스를 생산하여 고객만족과 고객감동을 만들어 고객으로 하여금 충성과 애호, 추천, 긍정적 구전 등으로 재 구매의 경영성과로 연결될 수 있다. [12]. 점점종사원이 자신의 직무에 대한 만족하고 행복함을 느낀다면, 직무에 대한 열정을 가지고 몰입을 하게 될 것이고 고객과의 열정적 상호작용으로 나타나 고객은 만족감을 느낄 수 있을 것이다[17-19].

### 2.3 관계의 질

#### 2.3.1 신뢰

신뢰는 상대방의 행위나 의도에 대한 긍정적 기대에 근거하여 믿고 의지하여 상대의 약점을 수용하는 심리적 상태를 말한다[20]. 조직신뢰는 상호주의와 호혜주의 관점으로 점점종사원의 공헌도에 가치를 두고 조직의 목표와 성과를 달성시키고자 노력하는 정도를 의미한다[21]. 점점종사원들은 조직에 대한 신뢰가 높으면 상호간 원활한 소통을 촉진할 수 있고 [22], 신뢰는 조직지원을 통한 종사원열정[17]과 서비스품질[23]의 성과에 영향을 미칠 수가 있다[24].

#### 2.3.2 몰입

몰입은 주어진 직무에 대한 심리적인 애착을 느끼는 상태를 의미하며[25], 조직몰입과 조직에 대한 몰입 정도를 의미하는 개념적으로 구분되어진다. 직무몰입은 주어진 직무에 개인이 가진 신념을 의미하며, 직무에 관한 개인 욕구를 어느 정도까지 충족시켜주느냐에 따라 달라진다. 반면, 조직몰입은 개인이 조직에 대해 일체감을 느끼거나 조직의 가치를 적극적으로 수용 및 전파하고, 결과

적으로는 충성하게 되는 것이므로 개념적으로 구분되어 활용되어야 한다[26]. 조직원의 관점에서 주어진 직무에 먼저 몰입해야 직무애착이 생기고 그 직무를 수행할 수 있도록 조직에 몰입할 수가 있는 경우가 생긴다. 결론적으로 직무몰입은 직무와 관련 긍정적이고 만족할 수 있는 감정 상태를 의미될 수 있다[27].

### 2.3.3 만족

만족은 직무를 통한 얻을 수 있는 경험을 평가하여 느끼는 긍정적이거나 유쾌한 감정 상태로. 이혜미·한진수[28]는 직무만족은 자신의 직무에 대한 주관적인 평가로 정서적인 느낌이라고 하였다. 최해수[29]는 직무에 만족한 종사원은 조직에 대한 자부심으로 해당 기업의 성장과 발전에 헌신하는 동기가 된다고 하였다. 손정기·김기성[30]은 직무만족은 일반적인 직무의미를 의미하는 것이 아니라 직무자체, 승진기회, 감독 과 동료와의 인간관계 등의 여러 요소들에 의해 결정되며, 직무만족이 중요한 이유가 직무만족을 통한 개인의 삶의 질뿐만 아니라 직무스트레스 감소와 이직률 감소 등의 조직성과와 효과성에 긍정적 영향을 준다고 하였다[31]. 박혜미·현성협[32]은 호텔종사원의 직무만족에 관한 연구에서 동료, 업무, 상사, 고객, 정책과 지원, 승진, 임금 등으로 구분하며 인지적 만족 차원으로 정의하였다.

## 3. 연구설계 및 방법

### 3.1 연구모형 및 가설설정

본 연구는 광주광역시지역에 소재하는 현대기업에 근무하는 직원들을 대상으로 조직지원이 종사원 열정, 신뢰, 몰입, 만족간의 상호간의 영향관계를 파악하고자 한다. 서비스기업에서 근무하는 종사원의 현재 상황 파악을 통해 현대산업에 근무하는 종사원들의 인적자원의 관리에 대하여 고찰하는데 그 목적이 있다. 따라서 선행연구를 근거로 하여 Fig. 1과 같이 연구모형을 설정하고 가설을 구성하였다.

가설 1. 현대기업 조직지원은 종사원열정에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 현대기업의 종사원의 열정은 신뢰에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 3. 현대기업의 종사원의 열정은 몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 4. 현대기업의 종사원의 열정은 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

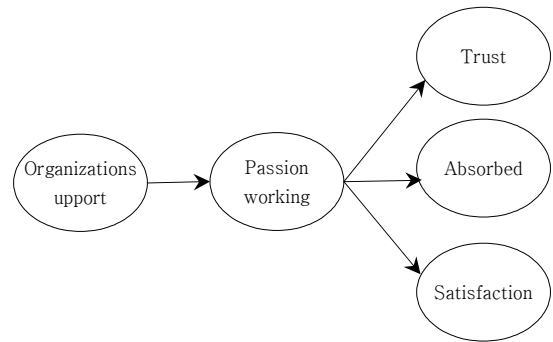


Fig. 1. Research model

### 3.2 변수의 조작적 정의 및 설문지 구성

조직지원은 조직이 점점종사원에게 제공하는 유무형의 지원을 정의하고자 한다. 조직지원을 측정하기 위해서 Demir(2009), 권나경·전현모(2016), 김태훈·이인석·이지운·정무관·원재환(2016), 정만해·김동주, 2015; 임지은(2016)의 연구를 바탕으로 ‘상사가 내 말을 잘 이해해준다.’ ‘상사가 내게 관심을 가져준다.’ 등으로 5개문항으로 측정하고자 한다.

종사원열정은 종사원이 자신에게 주어진 업무와 직무에 애착을 가지는 것으로 정의하고자 한다. 따라서 종사원 열정을 측정하기 위해서 정용해·조선배(2016), 조선배(2017) Cardon, Post & Foster(2017)의 연구를 기초로 ‘내 일이 행복하다’, ‘업무가 좋다’ 등으로 5문항으로 측정하고자 한다.

관계의 질의 각각의 요인은 신뢰, 몰입, 만족으로 구성이 된다. 이는 현대산업 종사원이 자신이 근무하고 있는 직장이자 직무에 대해서 신뢰, 몰입, 만족으로 각각의 연구 개념으로 파악해야 한다. 신뢰는 근무하는 조직에 대한 전반적 믿음과 기대감 충족 인식 정도로 정의하고자 한다. 몰입은 주어진 직무에 대한 심리적인 액착을 느끼는 상태로 정의하고자 한다. 마지막으로 만족은 직무만족으로서 직무 및 직장, 전반적 만족 등으로 자신이 근무하는 기업에 대한 만족으로 정의하고자 했다.

### 3.3 연구모형 및 가설설정

본 연구를 함에 있어서 이론연구와 실증연구를 병행하였다. 설문문항에 대한 이해력을 증진시키고 용어의 개념을 정확하게 전달하기 위해 설문내용, 구성 등에 있어 응

답자의 지각적 혼란을 초래할 수 있는 문항을 수정하여 본 조사는 2019년 10월 1일부터 2019년 10월 30일까지 광주광역시 현대기업에 근무하는 종사원들을 대상으로 총 300부를 배포하여 300부의 전량 수거하였으나 이 중에서 불성실하거나 다수의 문항에 응답을 하지 않은 30부를 제외하여 270부의 유효 표본을 사용하였다.

본 연구에서 가설검증을 위해 다음과 같은 방법으로 실증분석을 실시하였다. 우선, 응답자의 인구통계적 특성과 일반적인 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였으며, 각 요인의 관계를 파악하기 위해 상관관계분석을 실시하였다. 또한 신뢰도검증인 크론바하 알파계수(Cronbach's  $\alpha$ )를 통해서 개념신뢰도(construct reliability)를 통해 내적일관성을 파악하였으며 구성개념의 차원을 확보하고 타당도를 검증하기 위해 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis: EFA)을 실시하였다. 본 연구의 목적에 해당하는 연구모형에서 제시된 가설검증을 위해 다중회귀분석을 통해 가설을 검증하였다.

## 4. 실증분석

### 4.1 표본의 일반적인 특성

표본집단의 인구통계적인 특성은 다음과 같다. 성별로 살펴보면 남자 120명(44.4%), 여자 150명(55.6%)로 나타나고 있었다. 연령에서는 20세이하 30명(11.1%), 21-25세 100명(37.0%), 26-30세 120명(44.4%), 31-35세 20명(7.5%)으로 나타나고 있었으며 교육수준으로는 전문대(재)졸100명(37.0%),대학교(재)졸 160명(59.3%), 대학원 10명(3.7%)로 나타나고 있었다.

### 4.2 타당성 분석과 신뢰성 분석

#### 4.2.1 조직지원

조직지원에 대한 요인분석을 위해 Varimax 회전하였으며 그 결과는 Table 1과 같으며 KMO=.739, Baret's 구형성=449.405,  $df=10(p=0.000)$ 으로 탐색적 요인분석을 하는데 적합하다고 판단할 수 있다. 단일요인으로 조직지원으로 명명하였다. 조직지원을 측정하는 연구개념을 설명하는 총 설명력은 54.510%로 나타나고 있다. 또한 조직지원의 신뢰성 계수인 Cronba's  $\alpha$ 인 .790으로 나타나고 있다.

Table 1. Exploration factor and reliability analysis of Organizational support

Item	Organizational support	Commonity	Cronba's $\alpha$
A 1.	.843	.493	.790
A 2.	.746	.711	
A 3.	.728	.557	
A 4.	.702	.435	
A 5.	.660	.530	
Eigen Value	2.725		
Variance	54.510		
Total Variance	54.510		

KMO=.739, Baret's spherical nature=449.405,  $df=10(p=0.000)$

#### 4.2.2 종사원 열정

종사원 열정에 대한 요인분석을 위해 Varimax 회전하였으며 그 결과는 Table 2와 같으며 KMO=.759, Baret's 구형성=651.314,  $df=10(p=0.000)$ 으로 탐색적 요인분석을 하는데 적합하다고 판단할 수 있다. 단일요인으로 종사원열정으로 명명하였다. 종사원 열정을 측정하는 연구개념을 설명하는 총 설명력은 62.504%로 나타나고 있다. 또한 종사원 열정의 신뢰성 계수인 Cronba's  $\alpha$ 인 .849으로 나타나고 있다.

Table 2. Exploration factor and reliability analysis of worker passion

Item	Passion working	Commonity	Cronba's $\alpha$
B 1.	.815	.638	.849
B 2.	.814	.635	
B 3.	.811	.658	
B 4.	.799	.662	
B 5.	.708	.502	
Eigen Value	3.125		
Variance	62.504		
Total Variance	62.504		

KMO=.759, Baret's spherical nature=651.314,  $df=10(p=0.000)$

#### 4.2.3 신뢰

신뢰에 대한 요인분석을 위해 Varimax 회전하였으며 그 결과는 Table 3과 같으며 KMO=.806, Baret's 구형성=499.437,  $df=6(p=0.000)$ 으로 탐색적 요인분석을 하는데 적합하다고 판단할 수 있다. 단일요인으로 신뢰로 명명하였다. 신뢰를 측정하는 연구개념을 설명하는 총 설명력은 62.504%로 나타나고 있다. 또한 신뢰의 신뢰성

계수인 Cronba's  $\alpha$ 인 .848로 나타나고 있다.

Table 3. Exploratory Factor Analysis and Reliability Analysis of Trust

Item	Trust	Commonity	Cronba's $\alpha$
B 1.	.864	.637	.848
B 2.	.855	.731	
B 3.	.798	.747	
B 4.	.798	.636	
Eigen Value	2.751		
Variance	68.782		
Total Variance	68.782		

KMO=.806, Baret's spherical nature=499.437, df=6(p=0.000)

#### 4.2.4 몰입

몰입에 대한 요인분석을 위해 Varimax 회전하였으며 그 결과는 Table 4와 같으며 KMO=.697, Baret's구형성=240.095, df=3(p=0.000)으로 탐색적 요인분석을 하는데 적합하다고 판단할 수 있다. 단일요인으로 몰입으로 명명하였다. 몰입을 측정하는 연구개념을 설명하는 총 설명력은 68.906%로 나타나고 있다. 또한 몰입의 신뢰성 계수인 Cronba's  $\alpha$ 인 .771로 나타나고 있다.

Table 4. Exploration factor and reliability analysis of immersion

Item	Absorbed	Commonity	Cronba's $\alpha$
C 1.	.848	.654	.771
C 2.	.834	.695	
C 3.	.809	.719	
Eigen Value	2.067		
Variance	68.906		
Total Variance	68.906		

KMO=.697, Baret's spherical nature=240.095, df=3(p=0.000)

#### 4.2.5 만족

만족에 대한 요인분석을 위해 Varimax 회전하였으며 그 결과는 Table 5와 같으며 KMO=.786, Baret's구형성=484.215, df=6.(p=0.000)으로 탐색적 요인분석을 하는데 적합하다고 판단할 수 있다. 단일요인으로 만족으로 명명하였다. 몰입을 측정하는 연구개념을 설명하는 총 설명력은 67.943%로 나타나고 있다. 또한 만족의 신뢰성 계수인 Cronba's  $\alpha$ 인 .841로 나타나고 있다.

Table 5. Exploration and Reliability Analysis of Satisfaction

Item	Satisfaction	Commonity	Cronba's $\alpha$
D 1.	.800	.640	.841
D 2.	.807	.651	
D 3.	.850	.723	
D 4.	.839	.703	
Eigen Value	2.718		
Variance	67.943		
Total Variance	67.943		

KMO=.786, Baret's spherical nature=484.215, df=6.(p=0.000)

### 4.3 측정개념의 상관분석

연구단위인 조직지원이 종사원 열정, 신뢰, 몰입, 만족 간의 상호간의 상관분석의 결과는 Table 6과 같으며 모든 변수는 통계적 유의수준에서 상관관계를 보이고 있다.

Table 6. Correlation analysis

	Mean	Standard Deviation	Organizational support	Employee enthusiasm	Trust	Absorbed	Satisfaction
Organizational support	3.61	.628	1				
employee enthusiasm	3.68	.640	.567**	1			
trust	3.47	.687	.564**	.625**	1		
Absorbed	3.58	.679	.340**	.437**	.305**	1	
Satisfaction	3.53	.711	.655**	.635**	.592**	.528**	1

### 4.4 가설검증

#### 4.4.1 가설1의 검증

연구모형에 근거한 가설 1. 환대기업 조직지원은 종사원열정에 유의한 영향을 미칠 것이다. 의 가설을 설정하였으며 그 결과는 Table 7과 같다. 가설의 검증은 입력법의 회귀분석을 이용하여 가설검증을 실시하였다. 가설의 검증결과에서 보듯이 환대기업 조직지원은 종사원열정과 관계는 유의한 관계를 형성하였다.

Table 7. The Influence Relationship between Organizational Assistance and Employee Passion

Dependent variable	Independent variable	Regression coefficient	Error	$\beta$	t	p
Organizational support	passion of the working	.577	.049	.567	11.870	.000**

$R^2=0.321$ , constant=1.592, AdjR<sup>2</sup>=0.319, F=140.889, p=000

\*p<0.05, \*\*p<0.01

#### 4.4.2 가설2의 검증

연구모형에 근거한 가설 2. 환대기업의 종사원의 열정은 신뢰에 유의한 영향을 미칠 것이다.의 가설을 설정하였으며 그 결과는 Table 8과 같다. 가설의 검증은 입력법의 회귀분석을 이용하여 가설검증을 실시하였다. 가설의 검증결과에서 보듯이 환대기업 종사원열정은 신뢰에 유의한 관계를 형성하였다.

Table 8. The Influence Relationship between Employee Passion and Trust

Dependent variable	Independent variable	Regression coefficient	Error	β	t	p
trust	passion of the working	.671	.049	.625	13.830	.000**

R<sup>2</sup>=0.391, constant=.999, AdjR<sup>2</sup>=0.389, F=191.273, p=000

\*p<0.05, \*\*p<0.01

#### 4.4.3 가설3의 검증

연구모형에 근거한 가설 3. 환대기업의 종사원의 열정은 몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.의 가설을 설정하였으며 그 결과는 Table 9와 같다. 가설의 검증은 입력법의 회귀분석을 이용하여 가설검증을 실시하였다. 가설의 검증결과에서 보듯이 환대기업 종사원열정은 몰입에 유의한 관계를 형성하였다.

Table 9. The Influence Relationship between Employee Passion and Immersion

Dependent variable	Independent variable	Regression coefficient	Error	β	t	p
Absorbed	passion of the working	.464	.055	.437	8.394	.000**

R<sup>2</sup>=0.191, constant=1.882, AdjR<sup>2</sup>=0.189, F=191.273, p=000

\*p<0.05, \*\*p<0.01

#### 4.4.4 가설4의 검증

연구모형에 근거한 가설 4. 환대기업의 종사원의 열정은 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.의 가설을 설정하였으며 그 결과는 Table 10과 같다. 가설의 검증은 입력법의 회귀분석을 이용하여 가설검증을 실시하였다. 가설의 검증결과에서 보듯이 환대기업 종사원열정은 만족에 유의한 관계를 형성하였다.

Table 10. The Influence Relationship between Employee Passion and Satisfaction

Dependent variable	Independent variable	Regression coefficient	Error	β	t	p
Satisfaction	passion of the working	.706	.050	.635	14.194	.000**

R<sup>2</sup>=0.403, constant=.940, AdjR<sup>2</sup>=0.401, F=201.469 p=000

\*p<0.05, \*\*p<0.01

## 5. 결론

본 연구는 광주광역시에 소재하는 환대기업에 근무하는 직원들을 대상으로 조직지원이 종사원 열정, 신뢰, 몰입, 만족간의 상호간의 영향관계를 파악하고자 한다. 서비스기업에서 근무하는 종사원의 현재 상황에 대한 파악을 통해 환대산업에 근무하는 종사원들의 인적자원의 관리에 대하여 고찰하는데 목적이 있다. 연구의 결과를 요약과 시사점은 다음과 같다.

환대산업에서 기업의 조직지원은 종사원의 열정에 유의한 영향 관계가 있다. 결국 종사원의 열정은 조직으로 볼 수 있는 환대기업에 근무하고 있는 종사원은 현재 근무하고 있는 기업, 업무에 대하여 신뢰, 몰입, 만족을 하는 것으로 나타나서 종사원의 열정은 신뢰, 몰입, 만족에 긍정적인 역할을 하는 것으로 나타나고 있다. 결국 환대기업이 종사원이 느끼고 있는 업무나 기업에 대해서 신뢰, 몰입, 만족은 그 결과인 고객들에게 좋은 상품이 공급이 되어 서비스상품에 대하여 유의적인 상품을 제공될 것이라고 추리할 수 있다. 따라서 환대기업의 상품이 유형적인 상품과 무형적인 상품으로 나눈다고 볼 때 대부분의 모든 상품들이 종사원으로부터 창출된다고 본다면 우선적으로 선행되어야 하는 조직지원의 선행되어야 할 것으로 판단된다.

또한 조직지원과 종사원 열정과의 관계에 있어 효과적이고 적절한 조직지원은 종사원들로 하여금 자신들이 맡고 있는 업무에 대해 열정을 발휘할 수 있다고 판단된다.

종사원의 열정은 결과적으로 서비스 상품의 질에 투영되는 만큼 이는 종사원이 자신이 담당하고 있는 업무나 재직하고 있는 회사에 대한 긍정적인 감정을 관계의 질로 생각할 수 있다. 관계의 질은 이미 많은 선행연구에서 나타나고 있지만, 세부적인 요소를 신뢰, 몰입, 만족으로 확인할 수 있다. 종사원의 열정과 관계의 질인 신뢰, 몰입, 만족의 관계에서 선행연구의 기초가 되었던 Morgan

& Hunt(1994), Bowen & Shoemaker(2003), Palmatier, Dant, Grewal, & Evans, (2006)의 연구결과를 직간접적으로 지지하고 있었다. 따라서 나타난 결과를 보면 종사원의 열정은 ‘할 수 있다.’ 등 자신감과 자신의 체면으로 자신의 업무와 회사를 위한 노력으로 귀결되는 만큼 종사원의 열정을 발휘하여 기업과 업무에 대한 신뢰, 몰입, 만족을 느낄 수 있도록 환대기업은 조직차원의 적극적인 유무형의 지원을 제공해야한다. 그러한 조직 지원이 종사원열정과 종사원만족으로 전이되어 경영성과에 영향을 미칠 수 있도록 관련 제도와 프로그램 도입과 실행이 필요할 것으로 시사된다.

본 연구에 참여한 표본이 광주시라는 일부지역의 서비스종사원을 대상으로 전국의 서비스종사원을 대변하는 것은 한계가 있다 또한 특정기업의 종사원을 대상으로 연구가 이루어져 차후 다양한 서비스기업의 확대 연구가 필요할 것으로 사료된다.

## REFERENCES

- [1] S. B. Jo. (2017). The effect of organizational support and employee passion on employee satisfaction. *Hotel Management Research*, 26(3), 75-83.
- [2] N. G. Gwon & H. M. Jeon. (2016). The impact of organizational-self-esteem and organizational support on customer orientation. *Food Service Management Research*, 19(2), 57-78.
- [3] T. H. Kim & I. S. Lee & J. U. Lee & M. G. Jeong & J. H. Won. (2016). The impact of organizational support and leader support on organizational civic behavior and impression management of the members of the hotel. *Food Service Management Research*, 19(1), 155-176.
- [4] M. H. Jeong & D. J. Kim. (2015). The impact of organizational support on workplace-family conflicts, psychological well-being and turnover. *Management Education Research*, 30(3), 235-264.
- [5] J. E. Lim. (2016). The mediated effect of self-efficacy on the effect of emotional intelligence of hotel staff on service recovery capacity. *the Korean Society for Service Management* 1-17.
- [6] C. L. Jin & G. S. Yang. (2016). The effect of airline cabin crew's organizational fairness and organizational support awareness on job satisfaction. *Tourism Research Journal*, 30 (7), 97-111.
- [7] H.Ibrahim, ,A.Isab, & A.S.Md.Shahbudin. (2016). Organizational support and creativity, the role of developmental experiences as a moderator. *Procedia Economics and Finance*, 35, 509-514.
- [8] Y. G. Gwon & Y. J. Kim & H. W. Youn. (2015). The impact of high-intensity human resource management on procedural fairness, organizational support awareness and organized civic behavior, *Hotel management studies*, 24(1), 55-79.
- [9] S. Y. Jeon. (2015). An Analysis of the Effect of Seductive Labor on the Job Satisfaction of Organizational Members and the Control Effect of Organizational Support Perception. *Journal of the Korean Management Association*, 28 (12), 3235-3255.
- [10] R. C.McMillan.(1997). Customer satisfaction and organizational support for service providers, Ph.D. Dissertation, *University of Florida*.
- [11] Y. S. Jeong & H. S. Go. (2015). A comprehensive study on the relationship between core assessment, organizational support awareness, and organizational life satisfaction. *Journal of the Korean Management Association*, 28(8), 2029-2046.
- [12] Y. H. Jeong & S. B. Jo. (2016). The Effect of Service Passion on Customer Satisfaction of Contact Employees. *Hotel Management Research*, 25(6) 231-241.
- [13] E. Jones, P. Busch, & P. Dacin. (2003). Firm market orientation and salesperson customer orientation, interpersonal and interpersonal influences on customer service and retention in business-to-business buyer-seller relationships. *Journal of Business Research*, 73(3), 407-427.
- [14] H.II brahim, ,A.Isab, & A.S.Md.Shahbudin..(2016). Organizational support and creativity, the role of developmental experiences as a moderator. *Procedia Economics and Finance*, 35, 509-514. Doi:10.1016/S2212-5671(16)00063-0.
- [15] S. B. Jo. (2017).The effect of bad customer behavior on the negative emotional response of contact employees. *Hotel Management Research*, 26(3) 163-172.
- [16] M. S. Cardon, C. Post. & W.R. Foster. (2017). Team entrepreneurial passion, its emergence and influence in new venture teams. *Academy of Management Review*, 42(2), 283-305.
- [17] S. H. Kim. (2015). Your joy is my joy. *business administration research*,44(5), 1391-1420.
- [18] P. H. Jo. (2016). The influence of the passion of a teacher who is tardy by a student in physical education class on the support of learners and the satisfaction of the class. *Journal of the Korean Society of Physical Education*, 21(3), 63-74.
- [19] E.Jones, P. Busch & P. Dacin. (2003). Firm market orientation and salesperson customer orientation, interpersonal and interpersonal influences on customer service and retention in business-to-business buyer-seller relationships. *Journal of Business Research*, 73(3), 407-427.
- [20] D. S. Um & S. G. Jeong (2016).The effect of exchange



ideas on organizational sponsorship and organizational trust. *Creation and innovation*, 9(4), 35-70.

- [21] S. Y. Jeong. (2016). The Intermediation Effect of Creativity on the Effect of Emotional Intelligence of Hotel Cookers on Job Performance. *Tourism Research*, 31(7), 65-85.
- [22] J. S. Woo. (2016). The Effect of Airline's Social Responsibility Activities on Organizational Trust and Organizational Immersion: To Airline's Flight attendants. *Tourism Research*, 31(4), 279-300.
- [23] S. H. Kim. (2007). A Study on the Relationship between Seller's Personal Attachment and Relationalism and Adaptive Sales. *Marketing Research*, 22(2), 135-175.
- [24] J. U. Kim & Y. C. Jang & B. H. Jeong. (2016). Effect of employee passion and organizational trust on service quality. *Hotel Management Research*, 26(4), 17-27.
- [25] J. Lorence & J. T. Mortimer. (1985). Job involvement through the life course: A panel study of three age groups. *American Sociological Review*, 50, 618-638.
- [26] B. Y. Bae (2012). The effect of the job situation and personal characteristics on job immersion. *Korean Journal of Administrative Affairs*, 26(3), 23-48.
- [27] H. M. Park & S. H. Hyeon. (2018). The Effect of Employer's Duty Implementation on Job Immersion and Subjective Well-being in Psychological Contracts: For Five-Star Hotel Service Contactors in Seoul. *Tourism Leisure Research*, 30(3), 85-104.
- [28] H. M. Lee & J. S. Han. (2014). A Study on the Influence of Hotel employee's late expression demands on emotional labor, job exhaustion and job satisfaction: Focused on special first-class hotels in Seoul. *Hotel Management Research*, 23(3), 105-122.
- [29] H. S. Choe. (2015). The controlled mediating effect of perceived organizational support between emotional labor, job satisfaction, and organizational immersion of hotel workers. *Tourism Research*, 30(3), 325-349.
- [30] J. G. Son & G. S. Kim. (2015). A Study on the Influence of Emotional Labor on Job Satisfaction and Difference of Special Hotel Workers—Application of Positive Psychology through the Theory of Cold-Facial Exchange (FFH). *Tourism Research*, 30(4), 315-337.
- [31] Albanese, R. & Van Fleet, D. D. (1983). Organizational behavior: A managerial viewpoint. Dryden Press.
- [32] H. M. Park & S. Y. Hyeon (2017). The Effect of Duties Satisfaction on Employee Well-being and Customer-Orientedness of Hotel Workers: Focused on INDSALES Multidimensional Scale Method of Scale. *Hotel Management Research*, 26(7), 109-128.

서 경 도(Seo, Gyeong Do)

[정회원]



- 2003년 2월 : 동명대학교 관광경영학과(경영학사)
- 2006년 8월 : 동아대학교 경영대학원 관광경영전공(경영학석사)
- 2010년 2월 : 동의대학교 호텔관광외식경영학과(경영학박사)
- 현재 : 광주대학교 호텔외식조리학과

교수

- 관심분야 : 식음료경영, 서비스경영, 환대서비스조직
- E-Mail : skd96093@hanmail.net