

호텔종사원의 이직의도에 미치는 영향연구: 고객불평행동, 직무스트레스, 직업존중감을 중심으로

김명진

요 약

본 연구의 목적은 호텔종사원들의 고객불평행동, 직무스트레스, 직업존중감이 이직의도와 관계를 실증하는데 있다. 연구 모형의 분석을 위해 이용된 자료는 광주·전남·전북지역 3성급 이상 호텔종사원 273명을 대상으로 하였다. 이러한 분석 결과는 호텔 경영을 위한 종사원 스트레스 요인 제거 및 이직의도에 어떠한 것이 영향을 미치는지를 파악하여 향후 호텔 종사원들의 근무만족도를 높이는데 있으며, 연구 결과의 요약과 시사점은 다음과 같다.

첫째, 호텔종사원들의 직무스트레스, 직업존중감이 이직의도에 영향을 주는 것으로 나타났다. 둘째, 직무스트레스와 이직의도의 관계에 대한 검증결과 직무스트레스가 이직의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 직무수행시 경험하게 되는 스트레스가 높아질수록 종사원의 이직의도가 유발됨을 확인할 수 있었다. 셋째, 직업존중감과 이직의도의 관계에 대한 검증결과 직업존중감이 이직의도에 유의한 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다. 넷째, 직무스트레스와 이직의도 사이에서 직업존중감의 매개역할 검증 분석 결과 직업존중감의 직무스트레스와 이직의도사이 매개효과를 확인할 수 있었다.

이 연구에 대한 몇 가지 제언을 하면 다음과 같다.

첫째, 고객불평행동에 대한 지속적인 매뉴얼 제작 및 교육을 통해 미리 학습함으로써 호텔종사원의 고객불평행동 대응력을 높일 수 있다. 둘째, 직무스트레스를 낮추며 직업존중감을 높일 수 있는 근무만족 프로그램을 실시해야 할 필요가 있다. 셋째, 고객불평행동으로 인해 발생된 업무과실에 대해 과도한 징계와 인사상의 불이익이 없도록 하여 서비스 종사원의 직업존중감 향상과 긍정적인 조직분위기 조성이 필요하다.

● **주제어:** 호텔종사원, 고객불평행동, 직업존중감, 직무스트레스, 이직의도

목 차

I. 서론	IV. 실증분석결과
II. 이론적배경	V. 결론 및 제언
III. 연구방법	

I. 서론

오늘날 호텔은 단순히 이윤만을 추구하는 기능을 수행하는 것이 아니라 사회·문화적인 기능과 공익적 기능을 갖춘 사회적 존재로 표현하고 있다. 특히 호텔이 고객에게 제공하는 상품이란 서비스가 주요한 기능이며, 이러한 기능은 고객의 욕구와 필요에 의하여 생산·판매되고 있다(고석면, 2001). 호텔은 급변하는 고객들의 다양한 기호와 성향을 파악해 경영성과를 높이는 것이 가장 중요한 경영요소이다. 호텔이용자들이 제품보다는 호텔에서 느끼는 혜택, 서비스 등을 중시 여기기 때문에 이러한 속성들이 호텔 재방문에 영향을 미친다. 이러한 서비스 상황 속에서 고객의 만족을 높이기 위해 호텔종사원들의 서비스능력이나 서비스품질이 매우 중요하다고 할 수 있으므로 호텔종사원들의 고객불평행동에 대한 직업스트레스와 직업에 대한 존중감을 알아봄으로써 효율적인 종사원관리를 위해 종사원에 초점을 맞춰 연구할 필요가 있다.

호텔산업은 대표적인 서비스 산업으로 서비스 산업의 특성인 생산과 소비의 동시성의 특성을 가지고 있어 서비스의 생산 및 전달 과정에서 호텔을 이용하는 고객들과의 서비스 접점 과정에서 상호작용이 이루어지게 된다. 이러한 호텔의 고객 접점 현상에서 이 과정에서 종사원들은 고객과 빈번한 감정교류를 하게 되어 심한 스트레스를 겪게 된다(한기완, 2014). 뿐만 아니라 기업은 이익을 위해 개인의 감정은 무시되어지고 통제해야 할 요인으로 여기며, 일정한 감정 표현규범에 따라 개인의 감정과 느낌을 기업의 표현규칙에 맞게 고객에게 표현하도록 요구하고 있으며(Abraham, 1999), 인간의 특성으로만 여겨졌던 '감정'이 소비자의 선택을 좌우하는 핵심적인 '상품'의 역할을 하게 되어 서비스 제공자들의 감정표현 및 감정관리는 기업의 이윤 창출에 직접적인 영향을 미치게 되었다(황승미, 2011). 국내외에서는 고객의 불평행동에 대한 연구는 기업이나 서비스기업을 대상으로 연구하는데 한하여 호텔 불평행동에 대한 연구는 상대적으로 적은부분을 차지하고 있다.

서비스 불만족을 경험한 고객이 표출하는 불평행동은 직접적 불평행동과 간접적 불평행동 다양한 형태로 나타나게 되는데, 직접적 불평행동의 경우 폭행과 폭언으로 나타나기도 한다. 최근 사회적 이슈가 되었던 항공기 임원의 승무원을 폭행하는 사례뿐만 아니라 유명 백화점 입점 업체 직원의 연이은 자살 사건을 계기

로 고객의 강도 높은 불만표출행동으로 인한 서비스 종사자들의 건강상태가 위험 수위에 이르렀다는 사회적 공감대가 형성되기 시작하였다(노동환경건강연구소, 2013).

기존의 고객 불평행동에 관한 연구들은 대부분 불만족한 고객의 불평을 해소시켜 불평고객을 체계적으로 관리하기 위한 연구들이었으나, 사회가 급격하게 변하는 현상에서 다양화되고 있는 고객 불평의 연구를 통해 서비스품질 향상을 도모하기 위한 연구가 대부분이었다. 이러한 상황에서 고객의 불평으로 인한 종사원의 내적반응, 즉 직무 스트레스, 이직의도에 관한 연구는 극히 드물었으며, 주요 연구로는 여성종사원의 유리천장 지각이 조직성과에 미치는 영향(나정미, 2011), 직무스트레스와 직무 소진 그리고 조직몰입과 고객 지향성(기은혜, 2014), 조직 내 갈등(김순희·홍희정, 2016), 직무교육이 조직몰입에 미치는 영향(최진영, 김민수, 2015) 등이 이루어졌다. 앞선 연구들을 살펴보면 주로 공항서비스종사원과 관련된 연구들이 있으며 이러한 불평행동 연구는 아직까지 초기 단계에 그치고 있다는 점을 발견할 수 있었다.

본 연구를 통해서 호텔종사원들의 이직에 영향을 미치는 요인으로 고객불평행동, 직무스트레스 직업존중감이 이직의도에 미치는 영향을 실증함에 있다. 이러한 분석 결과를 통해 호텔 경영을 위한 인적관리 차원에서 종사원 스트레스 요인 제거를 통해 이직의도를 낮추는데 기여하고자 한다.

이러한 문제인식과 연구의 필요성을 바탕으로 호텔업체에 근무하고 있는 호텔종사원을 대상으로 직무스트레스와 직업존중감이 이직의도에 미치는 영향에 대하여 살펴보하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 호텔 산업의 현황 및 특성

우리나라 최초의 호텔은 1889년 건립된 대불호텔로 일본인 호리 리키타로가 인천 중국 중앙동에 개관한 것이 최초이다. 이후 한국호텔산업은 지속적인 성장을 거듭하였으며, 2017년 사드갈등으로 인해 중국인 관광객 급감과 엔화가치 상승으로 인해 일본인 관광객 급감으로 인해 성장세가 둔화되고 수익성도 저하되었다. 2016년 말 기준으로 서울에서 운영 중인 관광호텔은 348개, 객실수는 약 4만 7000개로 4년 만에 116% 급증했다(한국호텔업협회, 2017). 이러한 상황에서 현 경제 불황과, 외래 관광객의 감소, 전쟁·신종 전염병 발생 등으로 세계적으로, 또한 국내에서도 어려운 경영을 헤쳐 나가기 위해 갖가지 다양한 판촉활동을 펼쳐나가고 있는데 그 중에서도 새로운 패키지상품으로 관광객을 유치시켜 현 호텔 업체들은 경영난 극복에 부심하고 있는 실정이다.

호텔 선택에 대한 요인은 일반제품에 비해 그 종류가 매우 다양하며 그 이유는 호텔의 유형 및 고객의 욕구가 그만큼 다양하기 때문이다. 뿐만 아니라 호텔은 제조업이 갖고 있는 시설이라는 유형적 제품이 아니라 인적 서비스라는 무형의 제품을 추가적으로 갖고 있으며 호텔상품은 이것들이 결합되고 파생되어 고객에게 판매되는 특수한 상품이므로 호텔 선택속성의 종류는 더욱 다양성을 띄게 된다. 이에 따라 호텔의 선택속성

은 일반 상품의 경우와 달리 고객의 의사결정에 미치는 영향이 매우 크다고 볼 수 있다(공기열, 2003).

호텔 선택에 대한 욕구가 충족된다고 하여 반드시 그 호텔을 선택하는 것은 아니다. 대다수의 호텔들이 동일한 선택요인을 공통적으로 보유하고 있는 경우가 많기 때문이다. 즉 호텔이 가지고 있는 많은 속성들 중에는 고객의 호텔 선택에 결정적인 영향을 미칠 수 있는 ‘속성’은 다양한 것으로 알 수 있다(김진탁 외, 2002).

호텔서비스는 고객의 욕구충족을 위한 다양한 형태를 지니고 있으며, 고객의 욕구는 시대와 상황에 따라서 변화하고 있다. 무형의 서비스를 전제로 하는 호텔 서비스는 시설 등과 같은 유형재를 상품화하여 단순히 고객에게 판매하는 경우도 있으나, 유형재인 물적 서비스와 무형재인 서비스 제공자 즉, 인적서비스 전달과정에 참여하는 고객과의 상호작용에 의하여 창출된다. 이를 통해 생산된 서비스 상품은 서비스를 제공 받기 전의 고객의 욕구, 기대와 실제 경험의 비교 결과에 따라 만족, 불만족으로 나타나며, 그 경험이 기대와 일치할 때 비로소 만족스러운 것으로 지각된다(김왕상, 1996).

호텔 종사원의 서비스 응대과정에서 불만족을 느끼는 고객들은 직접 또는 간접적으로 불만을 표현하기도 한다. 최근에는 단순한 불평이 아니라 폭언, 갑질, 보상 등 다양한 차원의 불평이 발생하고 있으며, SNS를 통해 부정적인 내용을 전달하면서 해당 기업의 이미지도 손상을 초래하기도 한다. 호텔은 인적 서비스의 중요성이 높은 업종으로 이러한 고객의 불만 상황은 자칫 호텔 종사원의 직업적 만족도와 이직의도에 영향을 줄 수 있다. 김태구·이계희(2012)는 호텔종사원을 대상으로 고객관련 사회적 스트레스 요인, 감정부조화, 감정고갈, 고객지향성 간의 구조적 관계를 고찰하였는데 고객관련 사회적 스트레스 요인이 감정고갈에 유의한 정(+)의 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 이유라(2010)는 호텔직원을 대상으로 한 연구에서 감정부조화가 가지고 오는 영향으로 인하여 감정소진의 요소인 비인격화, 성취감 저하, 감정적 고갈에 정(+)의 관계로 영향을 주는 것으로 나타났다. 이처럼 호텔종사원에 대한 불평행동은 감정부조화와 비인격화에 영향을 미치고, 이에 따라 다양한 형태의 부정적인 결과를 초래하는 것으로 나타났다. 이에 본 연구에서는 고객 불평행동이 호텔종사원의 직무스트레스와 직업존중감에 영향을 미치며 이에 이직의도에 어떠한 영향을 주는지 연구하고자 한다.

2. 고객 불평행동

고객 불평행동은 고객 불만족에서 기인하는 행동이나 행동의 조합을 나타내는 것으로 Singh(1988)은 “고객 불평행동은 구매 경험에 관한 어떤 부정적인 커뮤니케이션을 내포하며, 그 경험에 대한 불만족을 지각했을 때 일어나는 일련의 모든 행동적 및 비행동적인 측면”이라고 하였다. Day(1980)는 불평목적에 따라 보상추구(redress seeking), 불평(complaining), 개인불매행동(personal boycott) 3가지 범주를 제시하였다. Singh(1988)의 연구에서 색다른 점은 아무런 행동을 하지 않는 것을 불평 반응의 요소로 포함시켰다는 것이다. 그만큼 불평하지 않는 행동의 중요성을 인식한 것이라고 볼 수 있다.

고객 불평행동(customer complaining behavior)에 대한 정의는 연구자마다 조금씩 다르지만 일반적으로 고객이 제공 받은 제품 또는 서비스에 대해 불만족을 느껴 교환·환불 또는 사과를 얻으려는 목적으로 기업에게 부정적인 피드백을 하는 것이라고 정의할 수 있다(Singh and Widing, 1991). Mills & Bonoma(1979)은 고객불평행동을 고객일탈행동이라는 용어를 사용하여 사회적 규범과 갈등하는 행동이라고 언급하였다. Hoffman & Bateson(1997)은 협조적이지 않는 고객이라고 제시하면서 자신의 욕구를 가장 중요시하게 생각하는 이기주의형, 서비스 공급자와 기타 고객들에게 불평행동을 일삼는 욕설형, 자신의 의견을 통해 이익을 얻기 위해 소리를 지르고 화를 내는 고함형, 서비스 공급자에게 거만하게 행동하는 전제주의형, 요금지불에 대한 부당성과 거짓말을 통해 공짜 서비스를 원하는 무임승차형과 같은 고객유형이 있음을 제시하였다.

이러한 고객 불평행동은 고객 불만족에 의해서 나타나지만 실제로 감정노동을 하는 호텔 종사원들의 직무만족도에는 부정적인 영향을 끼칠 수 있다. 이충형·류기상(2014)은 외식산업에서 발생할 수 있는 감정의 노동정도에 따른 감정소진, 직무만족, 조직몰입에 대한 연구에서 감정노동수행으로 인한 감정소진이 개인의 직무환경 만족에 부정적인 영향을 미친다고 하였다. 이는 지속적인 감정소모로 인한 불편감과 이에 따른 직무만족도가 낮아짐에 따라 이직의도에 영향을 줄 수 있는 가능성이 높은 것으로 나타났다. 박종철, 윤용보(2014)는 호텔종사원의 고객만족과 이직의도에 미치는 영향에 대한 연구에 및 이직의도의 관계에서 고객관련 서비스가 이직의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 박한수(2014)는 고객불평행동이 직무스트레스와 이직의도에 영향을 미치는 것을 밝혔으며 고객불평행동의 사회적유형의 조절효과에 대해서 유의미한 결과를 도출하였다. 이렇듯 고객 불평행동은 지속적인 업무 스트레스를 형성하고 이에 대한 직업의 만족도와 이직의도에 영향을 미치게 된다. 지속적인 호텔수요의 증가와 이에 대한 서비스 요구의 증가로 인해 호텔종사원들의 이직의도에 영향을 미치는 요인들에 대한 연구가 필요한 실정이다.

3. 직무스트레스

직무스트레스는 직무를 수행하는데 있어서 느끼는 심리적인 부정적 감정을 나타내는 것으로 구성원들에게 요구하는 사항들이 자신의 역량과 부합되지 않을 경우 발생하는 신체적, 정신적 반응이다(Cooper & Marshall, 1976; Lazarus, 1991; Kumar & Kumar, 2014). 또한 구정태(2007)는 “개인이 원하는 바를 이루고자 하는 과정에서 그 상황이 확실하지 않다고 느끼는 동태적 상황”이고, 스트레스는 한 개인이 환경에 대응하고자 준비하는 적응과정으로 정의했다.

또한, 개인이 직무를 수행하는 과정에서 나타나는 전형적인 심리적 특성이다(Roeters, 2014). Prearlin & Schooler(1978)는 직무 스트레스에 대해 업무를 수행하는 공간이나 환경에서 나타나는 인식, 행동 등의 반응으로 구성되며 이는 심리적으로 긴장상태를 유지하며 업무의 과부하에 적절하게 대처하지 못하는 감정이 특징이라고 정의하였다.

조문수와 연구에 따르면 관광종사원 직무스트레스의 요인은 직무에 대한 과부하, 회사의 지원결여, 인적 서비스로 인한 고객의 무분별한 압력, 부여된 직무이외에 수행해야하는 직무혼란의 네 가지로 나타났으며, 특히 호텔은 다른 일반적인 제조 산업과 다르게 실시간으로 고객을 대상으로 인적 서비스를 제공해야 한다는 특수성을 가지므로 직원들의 직무에 대한 육체적 및 정서적 스트레스 관리가 매우 중요하다(김홍범 · 이은영 · 조효연, 2010). 또한 실제 선행연구에서도 호텔직원에 대한 직무스트레스가 제대로 관리되지 않을 경우 이직 의도로 이어진다(Aarons & Sawitzky, 2006; Carpenter & Webb, 2012; 권기완 · 우성근, 2015; 심윤정 · 오흥철, 2016)는 것을 밝히고 있다.

4. 직업존중감

직업존중감에 대한 개념은 심리학자들이 주로 언급했으며, 경영학과 교육학 분야에서 많은 활용을 하고 있다. 초기에 직업존중감의 개념은 ‘조직에 근거한 자기존중감(self-esteem based organization)’이라는 용어로 정립되기 시작 하였으며(Korman, 1976), Pierce, Gardner, Cummings등은 자기존중감의 개념을 조직 구성원들이 각자 가지는 자기 자신에 대한 존중감을 의미하는 것이라고 하였다. Miller(1999)는 직업 존중감에 대해 자아존중, 직무만족, 직무윤리등 등 직무에 관한 태도와 자세변수들을 하위요인으로 보는 포괄적 개념이며 추상적인 개념으로 보았다.

국내의 연구를 살펴보면 직업존중감에 대한 다양한 정의를 내리고 있는 것을 확인할 수 있다. 최보가 · 전귀연(1993)은 직업존중감을 자아존중감과 유사한 단어로 그 범위를 직업이라는 범위에 한정시킨 용어라고 그 개념을 정리하였으며, 직업존중감은 자아존중감의 한 부분으로 해석되기도 한다고 보았다. 고동우 · 전병길(2002)은 사람들이 현재 혹은 장래 직업에 대한 가치평가와 이러한 가치평가를 통해 사회적인 지위나 체면, 자기존중감이 달라진다는 현상을 통해 직무존중감(job-esteem)이라는 개념을 제안하기도 하였다.

직업존중감에 대한 선행연구로 고동우 · 전병길(2001)은 관광관련학 학생들을 대상으로 사람들이 현재 또는 향후 자신이 원하는 직업에 대하여 주관적으로 가치 평가를 할 뿐 아니라 그러한 가치 평가에 의존하여 사회적 체면이나 자기 존중감이 달라진다는 현상에 주의하여 직무존중감(Job-esteem)이라는 개념을 제안 하였다. 김광근(2006)은 호텔조직에서 상급자의 촉진적 의사소통의 개념을 도입하여 그것이 하급자의 직업 존중감과 직무스트레스에 영향을 미치는지 규명하였다. 유창근(2007)은 호텔기업에서 의사소통이 직업존중감과 직무스트레스에 어떠한 영향을 미치는지를 연구하였다. 호텔은 인적자원이 높은 산업 군으로 서비스 생산성을 높이고, 장기적으로 성장 발전할 필요성이 높은 만큼 인적자원에 대한 고려가 필요하다. 이러한 맥락에서 호텔 종사원들의 효율적 업무수행과 이직의도에 영향을 미칠 것으로 예상되는 직업존중감에 대한 연구는 매우 필요하다.

5. 직무스트레스

이직의도(turnover intention)는 실행단계인 이직의 전단계로서 개인이 현 조직의 구성원을 포기하고 현 조직을 떠나 다른 조직으로 떠나려는 심리적인 상태를 포함하는 개념으로 정의된다(Mobley, 1982). 함봉균(2002)에서 호텔종사원의 직무만족과 이직의도에 관한 연구에서 이직은 자신 스스로나 고용주에 의해서 일시적이든 영구적이든 고용의 종료(termination)를 의미한다. 남진영, 손명세, 강대용, 유승흠(2014)은 이직 의도를 직무에 대해서 만족하지 못하는 심리적 반응으로 조직의 이탈, 이동 등의 의도로 다른 직종으로 전환하려는 성향으로 판단했다.

호텔 종사원의 이직은 두 가지 관점에서 고려할 수 있다. 호텔이나 고용주의 입장에서는 이직이 주로 부정적으로 간주되고, 종사원의 입장에서는 좀 더 긍정적으로 간주된다. 고용주의 입장에서는 종사원의 이직이 대체 인력의 채용을 위한 비용, 고급 인력의 손실, 신규 직원의 기술 습득 기간 중의 생산성 저하, 이직자의 조직 비방 등의 부정적 결과를 초래할 것이다. 반면에 이직을 하는 종사원의 입장에서는 소득의 증가와 경력 상승, 자기개발, 새로운 환경에 따른 동기 및 자극 유발 등의 긍정적 효과를 기대할 수 있다. 조은아(2005)는 직무 스트레스가 이직의도에 미치는 영향에 관한 연구에서 업무 중 스트레스와 시간적 스트레스는 이직의도와 정(+)의 관계를 나타낸다고 하였고 업무 중 스트레스가 이직의도에 가장 큰 영향을 미치고 있었다고 하였다. 백승우 등(2006)은 임금 상승률, 이직률 및 호텔 경영 성과간의 관계에 관한 연구에서 임금 인상률과 이직률은 유의한 상관관계가 나타나, 임금 인상률이 높을수록 이에 따른 이직이 감소한다고 주장했다. 이직의도와 같은 행위 의도에 대한 연구가 최근 활발하게 된 이유는 확실한 이직의 인지적 선행변수로서 가장 직접적이고 강력한 예측변수이기 때문이다. 이직은 호텔의 영업성과에 직접적 영향을 끼치는 동시에 많은 부대비용을 수반한다(DeMicco & Giridhavan, 1987). 이러한 이유는 다양하게 연구되었는데 주로 이직으로 인한 신입사원의 신규채용, 또한 신입사원 신규채용으로 인한 교육비용의 증가로 경영성과에 악영향을 가져다 줄 수 있기 때문이다(나정미, 2014).

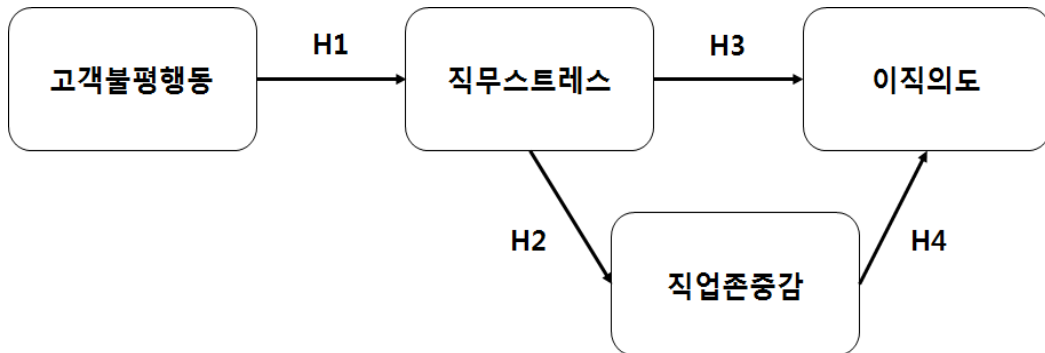
III. 연구방법

1. 연구모형 및 가설설정

고객불평행동이 직무스트레스와 직업존중감 및 이직의도에 미치는 영향의 실증연구를 수행하기 위해 [그림 1]과 같이 모형을 설정하였다. 연구모형은 고객불평행동이 직무스트레스에 영향을 미치고 직무스트레스와 이직의도의 변수사이에서 직업존중감의 매개효과를 검증해보고자 하였다. 고객불평행동에 대해 전선복(2014)의 연구에서 종사원이 불평처리에 있어서 스트레스를 받고 있고 이러한 스트레스가 이직의도를 상승시키는 역할을 하여 종사원의 만족도와 자부심을 저하시키는 것으로 나타났다. 이러한 관점에서 고객불평행동이 이직의도에 직접적으로 영향을 주기보다는 종사원의 개인적인 사원에서 스트레스를 높이며 이러한 직

업적 스트레스가 직업존중감과 이직의도에 영향을 주는 것으로 파악된다.

이러한 맥락에서 본 연구의 연구 모형은 <그림 1>과 같이 제시되었다. 인적 의존도가 높은 호텔종사원의 직무스트레스는 이직의도에 매우 중요한 항목이며, 호텔 서비스를 수행함에 있어 호텔 종사원이라는 직업에 대한 존중감 또한 중요한 요소로 판단된다. 이러한 상황에서 지속적인 이직현상으로 인한 손실의 최소화과 이에 대한 대안설정을 전제로 연구모형을 설정하였다.



[그림 1] 연구모형

- 가설 1. 고객불평행동은 직무스트레스에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2. 직무스트레스는 직업존중감에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3. 직무스트레스는 이직의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 4. 직업존중감은 이직의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 5. 직업존중감은 직무스트레스와 이직의도사이에서 매개역할을 할 것이다.

2. 연구대상 및 조사방법

분석 대상은 2018년 1월~3월 광주, 전남, 전북지역 3성급 이상 호텔 종사원 311명을 대상으로 하였으며, 이중 불성실한 답변으로 판단되는 38부를 제외한 273부를 본 연구의 최종 분석자료로 활용하였다. 설문지에 자기보고식으로 응답하였고, 약 20분정도 소요되었다.

〈표 1〉 연구대상자의 일반적 특성

구분		빈도 (명)	비율 (%)	구분		빈도 (명)	비율 (%)
성별	남자	59	21.6	교육	전문대학 졸업	57	20.9
	여자	214	78.4		대학교 졸업	168	61.5
결혼	미혼	111	40.7		대학원 졸업	48	17.6
	기혼	162	59.3	근무 경력	1년 미만	11	4.0
나이	20대	65	23.8		1년~5년미만	101	37.0
	30대	167	61.2		6~10년미만	82	30.0
	40대	33	12.1		11~15년미만	38	13.9
	50대이상	8	2.9		16~20년미만	31	11.4
					20년이상	10	3.7

3. 측정도구

분석된 주요 변인은 고객불평행동, 직무스트레스, 직업존중감, 이직의도이며 Likert 5점 척도로 구성되었다.

고객불평 행동은 이유재·공태식(2004)과 박한수(2014)의 선행연구를 중심으로 수정 보완했고, 측정척도에서 ‘고객이 욕설이나 위협·협박했다.’ 등의 5문항, ‘고객이 회사의 규칙과 규정을 무시하고, 큰소리로 항의했다.’ 등의 9문항으로 총 15개 문항을 본 연구에 활용하였다. 1점은 ‘전혀 그렇지 않다’, 2점은 ‘그렇지 않다.’, 3점은 ‘보통이다.’, 4점은 ‘그렇다.’, 5점은 ‘매우 그렇다.’로 구성하여 Likert 5점 척도로 측정하였다. 고객불평행동의 신뢰도는 .768이다.

직업존중감은 고동우 등(2015)이 제시한 직업존중감 척도를 활용하여 측정 항목을 구성하였다. 직업존중감 척도는 4개의 하위요인으로 구성되어 있으며, 하위요인은 직업에 대한 자부심(pride), 직업에 대한 사회적 공헌과 가치 인식(work value), 직업에 대한 멸시(contempt), 직업에 대한 명성 및 평판(reputation)으로 구성되어 있다. 총 19개 항목으로 구성되어 있으며, 측정방법은 5점 Likert 척도로 구성되어 있다. 직업존중감에 대한 신뢰도는 .745이다.

직무스트레스를 직무와 관련한 주변 환경 및 상황의 자극에 따라 심리적, 신체적 반응으로 나타나는 개인의 역기능적인 긴장상태로 정의하였다. 연구의 정확한 목적과 이를 수행하는 과정의 정당성을 확보하기 위해 Parker & Decotiis(1983)의 연구를 토대로 연구의 목적에 맞게 하위요인을 억압적 스트레스와 심리적 스트레스로 나누었으며, 측정문항을 연구자가 수정·보완하여 총 10문항을 도출하였다. 설문을 위한 측정척도는 1점 ‘전혀 그렇지 않다.’ ~5점 ‘매우 그렇다.’의 Likert 5점 척도를 사용하였다. 직무스트레스에 대한

신뢰도는 .874이다.

이직 의도는 한정혜(2013)이 항공사 승무원을 대상으로 측정한 내용을 바탕으로 연구 대상자에게 적합하도록 수정 및 보완하여 사용하였다. 설문 항목은 총 5문항으로 구성하였으며, 5점 Likert 척도로 구성되어 있다. 이직의도에 대한 신뢰도는 .856으로 높은 신뢰도를 나타내었다.

4. 자료분석

본 연구의 가설 검증을 위해 수집된 자료의 데이터 코딩을 거쳐 SPSSWIN 20.0을 활용하여 통계적 분석을 실시하였으며, 표본의 일반적 특성을 알아보기 위한 빈도분석, 측정도구의 타당성 검증 및 신뢰성을 확보하기 위해 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다. 또한 각 변수 간의 상관관계를 파악하기 위한 상관분석과 각 구성개념간의 영향관계에 대한 가설 검증을 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

IV. 실증분석결과

1. 가설검증

가설1은 고객불평행동이 직무스트레스에 유의한 영향을 미칠 것으로 설정하였다. 이에 대한 영향을 검증한 결과 R^2 값이 0.184로 고객불평행동이 직무스트레스에 18.4%의 설명력을 가지고 있으며, F통계량 값이 25.324($p < .000$)로 나타나 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다. 따라서 고객불평행동은 직무스트레스에 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

위의 연구결과는 고객불평행동이 직무스트레스와 이직의도에 영향을 미치는 것을 밝혔으며 고객불평행동의 사회적유형의 조절효과에 대해서 유의미한 결과를 도출한 박한수(2014)의 연구결과를 지지하는 것으로 나타났다.

〈표 2〉 고객불평행동이 직무스트레스에 미치는 영향

구분	Beta	t-value	p-value	Multi-colinearity	
				tolerance	VIF
직무스트레스	.284	4.823	.000***	1.000	1.000
$R^2 = .192$ Adjusted $R^2 = .184$ $F = 25.324$ $P \text{ value} = .000***$					

가설2는 직무스트레스는 직업존중감에 유의한 영향을 미칠 것으로 설정하였다. 이에 대한 영향을 다중 회귀분석을 통하여 분석한 결과, 회귀식이 통계적으로 유의한지를 검정하는 F통계량 값이 24.847로 나타나 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

〈표 3〉 직무스트레스가 직업존중감에 미치는 영향

구분	Beta	t-value	p-value	Multi-collinearity	
				tolerance	VIF
직업존중감	.375	6.243	.000***	1.000	1.000
R ² = .186 Adjusted R ² = .176 F = 24.847 P value = .000***					

가설3은 직무스트레스는 이직의도에 유의한 영향을 미칠 것으로 설정하였다. 직무스트레스와 이직의도의 관계를 분석한 결과 수정된 R² 값이 0.289로 직무스트레스가 이직의도에 28.9%의 설명력을 가지고 있으며, F통계량 값이 51.267(p<.000)로 나타나 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다. 이를 토대로 분석한 결과 직무스트레스가 이직의도에 유의한 영향을 미치고 있으며 이를 통제하고 완화하는 작업을 통해 이직의도를 낮출 수 있다고 판단된다.

위의 연구결과를 호텔기업에서 의사소통이 직업존중감과 직무스트레스에 어떠한 영향을 미치는지를 연구한 유창근(2007)의 연구를 지지하였다. 이를 통해 호텔은 인적자원이 높은 산업 군으로 서비스 생산성을 높이고, 장기적으로 성장 발전할 필요성이 높은 만큼 인적자원에 대한 고려가 필요하다.

〈표 4〉 직무스트레스가 이직의도에 미치는 영향

구분	Beta	t-value	p-value	Multi-collinearity	
				tolerance	VIF
이직의도	.548	9.642	.000***	1.000	1.000
R ² = .324 Adjusted R ² = .289 F = 51.267 P value = .000***					

가설4는 직업존중감은 이직의도에 유의한 영향을 미칠 것으로 설정하였다. 직업존중감과 이직의도의 관계를 분석한 결과 수정된 R² 값이 0.358로 직업존중감이 이직의도에 35.8%의 설명력을 가지고 있으며, F통계량 값이 42.841(p<.000)로 나타나 통계적으로 유의한 것으로 분석되었다. 따라서 직업존중감이 이직의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

가설3의 분석을 통해 호텔직원에 대한 직무스트레스가 제대로 관리되지 않을 경우 이직 의도로 이어진다 (Aarons & Sawitzky, 2006; Carpenter & Webb, 2012; 권기완 · 우성근, 2015; 심윤정 · 오홍철, 2016)는 연구를 지지하고 있다.

〈표 5〉 직업존중감이 이직의도에 미치는 영향

구분	Beta	t-value	p-value	Multi-collinearity	
				tolerance	VIF
이직의도	.342	6.432	.000***	1.000	1.000
R ² = .343 Adjusted R ² = .358 F = 42.841 P value = .000***					

본 연구에서는 직무스트레스가 이직의도에 미치는 영향에 대한 직업존중감의 매개효과를 검증하기 위해 Baron & Kenny(1986)가 제안한 매개역할 검증 방법과 Sobel Test를 실시하였다. 매개효과 검증을 위해 충족되어야 할 조건은 첫째, 독립변수가 매개변수에 유의한 영향을 미쳐야 하고, 둘째 독립변수는 종속변수에 유의한 영향을 미쳐야 한다. 셋째, 독립 변수와 매개변수가 종속변수에 영향을 미칠 때 매개변수는 반드시 유의한 영향을 미쳐야 하며 독립변수만 종속변수에 영향을 미칠 때보다 β 값이 감소해야만 한다. 또한 매개변수가 통제된 상황에서 독립변수가 종속변수에 어떠한 유의한 영향을 미치지 않을 때 완전매개의 효과가 있다고 볼 수 있다(Baron & Kenny, 1986).

본 연구에서 설정한 가설 5인 ‘직업존중감은 직무스트레스와 이직의도사이에서 매개역할을 할 것이다.’에 대한 검증 결과는 〈표 5〉와 같다.

〈표 6〉 직업존중감 매개효과 분석

	B	SE	z	P
직무스트레스 → 직업존중감	.372	.062	2.924	.004
직업존중감 → 이직의도	.213	.058	2.386	.017

독립변수인 직무스트레스와 이직의도에 대해 직업존중감의 매개효과를 Sobel Test로 검정한 결과 직무스트레스와 직업존중감의 z-value는 각각 2.924, 2.386로 나타나 매개효과가 있는 것으로 나타났다.

위의 결과를 통해 이충형·류기상(2014)은 감정의 노동자의 감정소진이 직무환경 만족에 부정적인 영향을 미친다고 한 연구결과를 지지하는 것으로 나타났다. 또한 호텔종사원들의 고객불평행동 및 직무스트레스, 직업존중감 유의성 검정결과 고객불평행동은 직무스트레스에 유의한 영향을 미쳤고, 직무스트레스는 직업존중감에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 직무스트레스는 이직의도에 유의한 영향을 미쳤으며, 직업존중감은 직무스트레스와 이직의도사이에서 매개역할을 하는 것으로 나타났다. 이는 인적서비스가 중심인 호텔종사원들의 이직 의도는 고객불평행동과 이에 대한 직무스트레스 및 직업존중감이 영향을 미치는 것으로 연구되었다.

V. 결론 및 제언

1. 결론

호텔과 같은 서비스 산업은 서비스나 제품을 고객에게 제공함으로써 고객의 만족을 높이고 이러한 만족을 통해 기업의 수익을 극대화하는 경향이 있다. 인간의 고유한 특성인 ‘감정’ 의서비스 제품화를 통해 서비스 불만족으로 인한 고객의 불평을 최소화시켜 서비스 품질의 향상을 도모하는 것을 최우선 과제로 삼고 있다. 그러나 지속적으로 발생하는 갑질문제나 블랙컨슈머(Black Consumer) 등의 무리한 요구는 종사자들의 감정을 소진시키며 나아가 직무스트레스와 직무만족도에 영향을 주고 있는 실정이다.

이 연구는 호텔종사원들의 고객불평행동, 직무스트레스, 직업존중감이 이직의도에 미치는 영향을 실증함에 있다. 이러한 분석 결과는 호텔 경영을 위한 종사원 스트레스 요인 제거 및 이직의도에 어떠한 것이 영향을 미치는지를 파악하여 향후 호텔 종사원들의 근무만족도를 높이는데 있으며, 연구 결과의 요약과 시사점은 다음과 같다.

호텔종사원들의 고객불평행동, 직무스트레스, 직업존중감이 이직의도에 미치는 영향을 연구한 결과는 다음과 같다.

첫째, 호텔종사원들의 직무스트레스, 직업존중감이 이직의도에 영향을 주는 것으로 나타났다. 이는 직업 특성상 인적서비스에 대한 의존도가 높고, 서비스를 수행함에 있어서 고객불평행동으로 인한 직무스트레스가 높아짐에 따라 직업존중감이 낮아지고 이에 따라 이직의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 이충형·류기상(2014)연구에서 외식산업에서 발생할 수 있는 감정의 노동정도에 따른 감정소진, 직무만족, 조직몰입에 대한 연구에서 감정노동수행으로 인한 감정소진이 개인의 직무환경 만족에 부정적인 영향 연구결과를 지지한다.

둘째, 직무스트레스와 이직의도의 관계에 대한 검증결과 직무스트레스가 이직의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 직무수행 시 경험하게 되는 스트레스가 높아질수록 종사원의 이직의도가 유발됨을 확인할 수 있었다.

셋째, 직업존중감과 이직의도의 관계에 대한 검증결과 직업존중감이 이직의도에 유의한 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다. 이는 인적 서비스를 주로 수행하는 호텔의 특성상 직업에 대한 자부심과 직업존중에 대한 피해를 경험하게 되면 직업에 대한 만족도가 낮아지고 이에 대해 이직을 고민하는 것으로 나타난다는 박환수(2014)의 연구결과를 지지한다.

넷째, 직무스트레스와 이직의도 사이에서 직업존중감의 매개역할 검증 분석 결과 직업존중감의 직무스트레스와 이직의도사이 매개효과를 확인할 수 있었으며 이는 이유재, 라선아(2002)의 연구에서 서비스 종사자들이 소속된 기업에 대하여 직업존중감이 높은 판매사원의 경우 자신의 직장에 대해 자부심을 가지고 있기 때문에 기업에 대한 옹호자가 되며, 애사심이 높아지며, 결론적으로는 이직의도 및 퇴직하는 비율이 낮아질 것이라는 연구결과를 지지한다.

2. 제언

이 연구는 호텔종사원들의 고객불평행동, 직무스트레스, 직업존중감이 이직의도에 미치는 영향을 알아봄으로써 향후 호텔종사원 이직감소 정책지원에 대한 몇 가지 제언을 하면 다음과 같다.

첫째, 고객불평행동은 직무스트레스, 직업존중감에 영향을 미치며 직무스트레스와 직업존중감은 이직의도에 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 특히 고객불평행동은 서비스업을 중점적으로 수행하는 호텔종사원들에게는 언제든지 발생할 수 있는 요인으로 고객불평행동을 낮추는 지속적인 관리가 필요하다. 또한 고객불평행동에 대한 지속적인 매뉴얼 제작 및 교육을 통해 미리 학습함으로써 호텔종사원의 고객불평행동 대응력을 높일 수 있다. 적극적 고객불평행동의 유형인 폭언은 직원의 감정을 흔들어 자신이 원하는 것을 결국 얻어 내려는데 있는데 호텔종사원들은 흥분한 고객의 말을 경청하고 공감하되 '질문'을 던져 비이성적인 상태에서 이성적인 상태로 돌아오게끔 만들어야 하는 등의 적극적인 교육 및 매뉴얼을 통해 대응할 필요가 있다.

둘째, 직무스트레스를 낮추며 직업 존중감을 높일 수 있는 근무만족 프로그램을 실시해야 할 필요가 있다. 서비스업이 핵심은 인적관리로 호텔종사원의 근무만족과 직업존중감을 높일 수 있는 전략이 필요하다. 지속적인 기업의 목표, 성과보상, 복지혜택 등의 프로그램 및 교육으로 직업존중감을 향상시킬 수 있다. 또한 직무스트레스 해소를 위한 전략으로 지속적인 종사원 정신건강 프로그램 실시, 고객중심의 서비스보다는 종사원과 고객의 상생 서비스제도를 구축해서 이에 대한 건강한 서비스정신 구축이 필요하다.

셋째, 고객불평행동으로 인해 발생된 업무과실에 대해 과도한 징계와 인사상의 불이익이 없도록 하여 서비스 종사원의 직업존중감 향상과 긍정적인 조직분위기 조성이 필요하다.

이 연구에서 호텔종사원들의 고객불평행동, 직무스트레스, 직업존중감이 이직의도의 관계를 분석하였으나 광주·전남의 호텔에서 이루어져서 전국적인 연구결과를 통해 고객불평행동 및 직무스트레스를 줄이고, 직업존중감을 높이기 위한 구체적이고 효율적인 전략에 대한 연구가 필요하다. 또한 직업존중감과 직무스트레스는 하위요인이 각각 4개, 2개로 구성되어있으며 추후 연구에서는 이러한 하위요인을 추가로 분석해서 심도 있는 연구가 필요하다. 이러한 연구 한계점의 보완을 통해 후속 연구가 이루어진다면 직업훈련의 연구가 양적, 질적으로 풍성해질 것으로 기대해본다.

[투고일] 2019. 11. 27

[심사시작일] 2019. 12. 11

[게재확정일] 2019. 12. 24

참고문헌

- 기은혜(2014). 항공사 지상직 종사원의 직무스트레스가 직무소진 및 조직몰입을 통한 고객지향성에 미치는 영향연구. **경주대학교 박사학위논문**
- 김광근(2006). 호텔기업에서 촉진적 의사소통이 직업존중감과 직무스트레스에 미치는 영향, **관광연구**, 21(1), 131-151.
- 김순희, 홍희정(2016). 조직 내 갈등과 갈등관리전략 및 갈등 후 조직원행동 간의구조적 관계: 항공사 지상직원을 대상으로. **관광연구**, 31(2), 81-106.
- 김왕상(1996). 관광호텔의 서비스품질 행상을 위한 실증적 연구:서울 시내 특급호텔을 중심으로. **경기대학교 박사학위논문**
- 김진탁 · 김계섭 · 공기열(2002). 개인가치, 라이프스타일, 호텔 선택속성 및 만족간의 영향관계, **관광연구**, 17(2), 125-142.
- 김태구·이계희(2012). 호텔직원의 핵심자기평가, 지각된 고객언어폭력 및 이직의도 간의 구조적 관계, **한국조리학회**, 18(4),29-56.
- 고석면(2001), 호텔경영론, 서울: 기문사
- 고동우, 전병길(2002). 직업존중감의 개념과 척도: 관광대학생을 중심으로. **관광학연구**, 26(3), 279-297.
- 고동우, 서무일, 문상정(2015). 직업존중감이 조직몰입과 서비스지향성에 미치는 영향: 중국의 호텔종사원을 대상으로. **관광연구**, 30(4), 93-115.
- 공기열(2003), 호텔선택속성 평가의 비교문화 연구, **관광·레저연구**, 14(3), 213-227.
- 나정미(2010). 항공사 지상직 여성종사원들의 유리천장 지각이조직성과에 미치는 영향: 사회적 지원과 신뢰의 조절효과를 중심으로. **호남대학교 박사학위논문**
- 나정미(2014). 고객불량행동이 여행사 종사원의 이직의도에 미치는 영향에 있어서 직업존중감의 조절효과, **Tourism Research**, 38(1), 145-165.
- 남진영 · 소녕세 · 강대용 · 유승흠(2014). 병원 원무행정근무자의 직무소진이 직무만족과 이직의도에 미치는 영향. **한국보건정보통계학회지**, 39(1): 60-80.
- 이애리(2011). 호텔기업의 브랜드 개성, 자아일치성, 신뢰, 브랜드태도 간의 구조적 관계. **관광레저연구**, 23(6), 435-455
- 이유라(2010). 호텔종사원의 감정노동이 소진과 직무만족에 미치는 영향, **대한관광경영학회**, 52(1), 185-203

- 이유재·공태식(2004). 서비스 공정성이 고객불량행동에 미치는 영향에 관한 연구; 부정적 감정고객몰입의 매개 효과, **마케팅연구**, 19(4), 185-210
- 이유재·라선아(2002). 브랜드 퍼스널리티-브랜드 동일시-브랜드자산모형 : 이용자와 비이용자간 차이에 대한 탐색적 연구. **마케팅연구**, 17(3), 1-33
- 이충형·류기상(2014). 외식산업에서 발생 가능한 감정노동 수준에 따른 감정보조와 직무만족, 조직몰입 및 이직의도의 관계, **호텔경영학연구**, 23(3): 183-200
- 유창근(2007). 대학생의 직업존중감과 전공과의 연구 - 관광관련 전공학생을 중심으로. **관광레저연구**, 19(4), 69-86.
- 윤은형(2008). 호텔서비스 종사원의 감정부조화, 탈진감이 역할 내외 고객 서비스에 미치는 영향; 경력기간, 자기 효능감을 조절변수로, **경기대학교 박사학위 논문**
- 조은아(2015). 직무스트레스가 이직의도에 미치는 영향에 관한 연구. **경기대학교 관광전문대학원 석사학위논문**
- 전영호·최훈태(2012). 호텔 종사원의 자아이미지 일치성이 직무만족과 고객지향성에 미치는 영향. **관광연구저널**, 26(5), 435-449
- 최미경(2005). 특급 호텔의 내부 브랜딩수행 수준이 식음료·조리부서 조직 구성원의 브랜드·조직 동일시에 미치는 영향. **연세대학교 대학원 박사학위논문**
- 최보가·전귀연(1993). 자아존중감 척도개발에 관한 연구. **대한가정학회지**, 31(2), 41-54
- 최진영·김민수(2015). 항공사 지상직 직원의 직무교육이 조직몰입에 미치는 영향. **관광·레저연구**, 27(6), 359-375
- 함봉균(2002). 호텔종사원의 직무만족과 이직의도에 관한 연구. **경기대학교 석사학위논문**
- 한정혜(2013). 항공사 승무원 가치 제안에 대한 중요성 지각이 구성원의 직무만족, 이직의도에 미치는 영향. **세종대학교 석사학위논문**
- Day, R. L.(1984). Modeling Choices Among Alternative Responses to Dissatisfaction. *Advances in Consumer Research*, 11. pp. 496-499.
- DeMicco, F. J. & Giridhavan, J.(1987). Managing employee turnover in the hospitality industry. *FIU Hospitality Review*, 5(2): 26-32.
- Jacoby J. & J. Jaccard.(1981). 'The Source, Meaning, and Validity of Consumer Complain Behavior, A Psychological Analysis', *Journal of Retailing*, 57. pp. 14.
- Korman, A. K.(1976). Hypothesis of work behavior revisited and an extension. *Academy of Management Review*, 1(1), 50-63.

- Mills, V., T. V. Bonoma.(1979). Deviant customer behavior: A Different View, Advance in Consumer Research. 6, 347-352.
- Mobley, W. H.(1982). Employee Turnover: Causes. Consequences and Control. Reading Mass : Addison-Wesley Publishing C., 10-11.
- Oliver, R. L.(1981). Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Setting. Journal of Retailing, 57(3), pp. 25-48.
- Pierce, J. L., Gardner, D. G., Cummings, L. L., & Dunham, R. B.(1989). Organization-based self-esteem: Construct definition, measurement, and validation. Academy of Management Journal, 32(3), 622-648.
- Singh, J.(1988). Consumer Complaint Intentions and Behavior Definitional and Taxonomical issues. Journal of Marketing. 52, 93-107.
- Sirgy, M. J.(1982). Self-concept in consumer behavior: a critical review. Journal of Consumer Research, 9(3), 287-299.

| Abstract |

A Study on the Effect of Turnover Intention of Hotel Employees: Focusing on Customer Complaint Behavior, Job Stress, and Job Respect

Myung-Jin, Kim

The purpose of this study is to demonstrate the relationship between the degree of turnover and the level of customer dissatisfaction, job stress, and job respect among hotel employees. The data used for the analysis of the research model was based on 273 three-star hotel employees in Gwangju, South Jeolla and North Jeolla provinces. The results of these analyses are designed to improve future work satisfaction of hotel employees by identifying what influences the removal of stress factors and turnover for hotel management, and the summary and implications of the research results are as follows.

First, it has been shown that hotel employees' dissatisfaction with customers, job stress, and professional respect affect the degree of turnover. Second, the verification of the relationship between job stress and turnover indicated that job stress had a significant effect on the degree of turnover, and it was possible to confirm that the higher the stress experienced during job performance, the higher the employee's degree of turnover. Third, the verification of the relationship between job respect and turnover showed that job respect has a significant effect on the degree of turnover. Fourth, the verification analysis of the role of job-respect between job-stress and the degree of turnover showed the effect of job-respecting job-stress and turnover-direction-mediation.

Here are some suggestions for this study.

First, the hotel employees can improve their ability to respond to customer's non-compliance by learning in advance through continuous manual production and training for client's behavior. Second, it is necessary to implement a work satisfaction program that can lower job stress and increase job-respect. Third, it is necessary to improve job-respect and create a positive organizational crisis for service employees by preventing excessive

disciplinary action and personnel disadvantage for the work done caused by the client's unfair behavior.

Key words: *Customer Informity Behavior, Occupational Respect, Job Stress, and Transitional Intent*

