서비스경영학회지 제22권 제3호 2021년 09월 DOI: 10.15706/jksms.2021.22.3.001

상사의 감성리더십과 LMX가 미용서비스 종사자의 태도에 미치는 영향: 심리적 임파워먼트의 매개효과를 중심으로*†

허 지 영(제1저자)
용인대학교 일반대학원 경영학과 (박사)

김 상 수(교신저자)
용인대학교 경영학과 (조교수)

Emotional Leadership, LMX, and Attitudes of Beauty Service Workers: Focusing on the Mediation Effect of Empowerment

Heo, Ji Young(First Author)
Graduate School, Yong In University (Ph.D.)

Kim, Sang Soo(Corresponding Author)
Department of Business Administration, Yong In University (Assistant Professor)

Abstract

The growing interest in beauty worldwide is also accelerating the commercialization of the beauty industry. The beauty industry is one of the very high turnover industries, and management of human resources is becoming more

* 본고는 한국서비스경영학회 2021년 춘계학술발표대회에서 발표한 내용을 기반으로 함
† 본고는 허지영의 2021년도 박사학위 논문 「상사의 감성인지 리더십과 LMX가 미용서비스 종사자의 태도에 미치는 영향: 심리적 임파워먼트의 매개효과를 중심으로」의 일부를 발췌하여 재작성한 것임

important. In this study, the factors affecting organizational commitment and job satisfaction were intended to be viewed from the perspective of the leadership in order to maintain beauty service workers. Specifically, the research model was established that the emotional leadership and the leader-member exchange lead to members' organizational commitment and job satisfaction through empowerment. 211 survey responses were collected from employees working at 20 hair salons located in Seoul and Gyeonggi Province for a month in August 2020, and all of them were used for empirical analysis. The result of structural model analysis shows that emotional leadership affects empowerment through leader-member exchange relationships, and leader-member exchange relationships significantly affect organizational commitment and job satisfaction of beauty service workers through empowerment. In other words, to increase organizational commitment and job satisfaction of beauty service workers, efforts are needed to increase their empowerment, especially by forming leader-member exchange relationship, and developing emotional leadership of their bosses. Based on these results, it can be seen that developing emotional leadership and strengthening leader-member exchange will help maintain employees.

Keywords : beauty services, emotional leadership, leader-member exchange (LMX), empowerment, organizational commitment, job satisfaction

접수일(2021년 06월 06일), 수정일(1차 : 2021년 07월 03일 2차: 2021년 07월 17일), 게재확정일(2021년 09월 04일)

I. 서 론

미용산업의 발전과 함께 시대적 요구에 따라 미용서비스 인구 종사자들이 뚜렷한 증가세를 보이고 있으며 사회적 위치나 인식도 날로 변화하고 있다. 2020년 11월 현재 우리나라에 약 11만 개의 미용서비스업체가 영업 중이며 인구 1만 명당 약 21.3개가 있는 것으로 보고되고 있다(KB금융그룹, 2020). 미용서비스는 인적자원의 의존도가 특히 높은 산업으로(임은진, 2007), 미용서비스 종사자가 단순 노동직이라는 기존 인식에서 벗어나 디자인과 과학적 원리 그리고 서비스 정신과 경영마인드가 있어야 가능한 것으로 이해되면서 미용인들의 수가 더욱 증가하고 있는 것도 현 추세라

할 수 있다(김수연·정연자, 2017).

고객중심이라는 서비스업의 특성상 미용서비스업체에서는 생존 및 경쟁력 강화를 위한 자구책을 인적자원 즉, 종사자들로부터 찾게 된다. 미용서비스 종사자는 사람들의 용모를 아름답게 만들기 위하여 물리적, 화학적 기술을 사용하는 사람으로, 머리손질 뿐만 아니라 미용 작업장에서 이루어지는 전반적인 서비스에 관한 업무를 수행하는 사람을 일컫는다. 그러나 여전히 열악한 근무환경, 종사자 간의 인간관계, 상급자와 하급자 간의 관계 등에 의해 미용종사자의 이직율은 50%에 육박하고 있는 것이 현실이다(홍수남, 2019). 박다혜(2018)는 미용서비스업계의 이직실태를 분석한 연구에서 조사 대상자 중 헤어분야 미용업계 종사자의 84.4%가 이직 경험이 있는 것으로 보고하고 있다. 또한 5회 이상 이직경험을 갖고 있는 종사자의 경우에는 전체 분야에서 가장 높은 24.4%가 헤어서비스 분야에서 차지하고 있는 것으로 나타나 헤어미용서비스업계의 경쟁력 강화를 위해서는 이러한 이직율을 포함한 인적자원관리에 관심을 갖고 개선안을 강구해야 하는 상황인 것으로 이해할 수 있을 것이다.

현대 기업의 핵심적 요소인 인적자원은 그 산업의 성패를 좌우한다. 미용서비스업의 비즈니스화는 경영의 필요성을 불러일으켰으며 마케팅 위주의 전략에서 시작된 경영관리가 이제는 인사관리 체계의 중요성에도 공감하고 있다. 최근 급변하는 미용산업의 경영환경 속에서 미용서비스 종사자의 직무상 특수성을 바탕으로 볼 때 상사의 리더십, 리더-부하관계 등을 중심으로 한 인적자원 관리의 중요성이 그 어느 때보다 크게 인식되고 있다고 할 수 있다.

그러나 지금까지 미용서비스 분야에서는 상대적으로 인사 및 조직 관리에 대한 인식과 연구가 부족한 것이 사실이다. 특히 기술을 중심으로 발전하는 미용서비스 종사자의 경우 인력에 대한 투자나 시간이 다른 직종에 비해 길다고 할 수 있으므로 인력투입이나 관리시스템이 경영성과와 연결될 수밖에 없는 미용 산업의 특성상 미용서비스 종사자의 직무특성과 전문성을 이해하고 이에 맞는 리더십 개발과 상사-부하관계 개선 등의 적절한 인사 및 조직 관리의 필요성이 대두되는 것이다. 구체적으로는, 미용서비스 분야는 매우 노동집약적인 특성을 가지고 있으며, 리더십 유형에 있어서도 감성리더십의 중요성이 제기되고 있다는 점이다. 한편, 감성리더십과 LMX, 또는 감성리더십과 종업원의 태도 간의 관계에 대한 연구는 그동안 많이 수행되어 온 반면, 이들을 종합적으로 살펴본 연구는 드물다. 특히 감성리더십이 종업원의 임파워먼트로 이어지는 과정에서 LMX의 역할을 조금 더 집중적으로 살펴볼 필요가 있다. 그리고 임파워먼트를 통해 궁극적으로 종업원들의 태도가 결정됨을 살펴봄으로써 미용서비스 분야에서의 감성리더십과 LMX, 그리고 임파워먼트를 재조명할 수 있을 것이다.

따라서 본 연구에서는 미용서비스업의 특수성과 전문성에 대한 이해를 바탕으로 상사의 감성리더십과 상사-구성원 교환관계, 그리고 종사자의 심리적 임파워먼트가 태

도에 미치는 영향에 대하여 살펴보고자 하였다. 이로써 미용서비스업에서 리더십의 개발 및 상사-구성원 간 관계 개선을 위한 가이드를 제시하고 종사자들로 하여금 회사에 대한 충성도를 높이도록 하는데 도움을 주고자 한다.

II. 이론적 배경

2.1 감성리더십

리더십의 중요성이 부각되면서 많은 연구자들이 리더의 비전과 동기 부여, 사명의 제시, 조직몰입의 증진, 환경에 대한 능동적 접근, 변혁과 혁신 등을 강조하고 있다(권혜자 등, 2018). 특히 조직환경과 조직구성원의 특성 변화에 따라 리더십에 대한 광범위한 접근성이 필요하게 되었으며, 21세기에 들어서는 리더의 권위적이고 기술적인 능력보다도 감성지능과 함께 감성리더십에 대한 연구가 주목을 받고 있다(김성주·최석봉, 2015).

감성지능이라는 개념이 등장한 이후 현재까지 진행되고 있는 감성능력에 대한 연구는 심리학자나 교육학자들이 주축이 되어 연구가 진행되어 왔다. 또한, 개인의 높은 감성능력은 문제해결을 촉진한다는 연구결과가 제시되면서 감성능력으로 측정되는 감성지능(emotional intelligence)은 개인의 성취나 효율적인 경영활동과도 관련이 있고, 조직에도 큰 영향을 주고 있음이 확인되어 개인 및 조직 차원에서도 감성지능에 대한 중요성이 증가하고 있음이 확인되고 있다(정현우·정동섭, 2007). 즉, 사회변화와 함께 중요성이 증가하고 있는 이러한 감성지능을 조직차원에 적용하면 조직구성원의 감성지능과 리더의 감성지능 등 다양한 측면에서 그 중요성을 확인할 수 있을 것이다.

이러한 감성지능과 리더십을 결부시킬 수 있는데, Yukl(2010)은 현대사회에서 리더십의 개념은 이성적 측면보다 감성적 측면에서의 영향력이 더욱 강조되고 있다고 밝히기도 하였으며, 이는 기존의 리더에게 요구되지 않았던 감성적 측면에 대한 요구가 증가하고 있음을 시사한다고 할 수 있다. 감성리더십의 중요성을 강조한 연구 중 Neff et al.(1999)은 미국에서 가장 성공적으로 기업을 이끌고 있는 최고경영자(CEO) 중 50명을 대상으로 성공한 리더들의 공통적 자질 15가지를 지적·기술적 측면과 감성적 측면의 자질로 나누어 체계적으로 분석하여 제시하였는데, 이에 의하면, 성공적인 리더의 자질 중 지적·기술적 측면에서 중요한 자질은 3가지인데 비해 감성적 측면의 자질은 더 많은 비중을 차지하며 감성적 측면의 능력이 더욱 중요함을 시사하고 있다.

김일형(2009)은 감성리더십이란 리더 자신의 감성적 능력뿐만 아니라, 조직의 감성

적 능력까지 발현하도록 하는 것이라고 하였다. Goleman et al.(2000)은 감성리더십이 리더 자신의 내면성을 이해하고 구성원들의 감성을 배려하면서 조직구성원과의 관계를 자연스럽게 형성하며 조직의 감성적 역량을 높이는 능력이라고 하였다. Mayer & Salovey(1990)는 감성리더십을 구성원의 감성능력을 인지하고 관리하여 공감 형성을 통한 긍정적이며 적극적인 관계를 형성하여 조직에 영향력을 발휘하는 행위라고 하였다. Browne & Cudeck(1993)은 미국에서 가장 성공한 기업을 이끌고 있는 경영자(CEO)들을 대상으로 성공을 이룬 리더의 공통적인 자질 15가지를 분석 제시하였다. 먼저 지적, 기술적 측면에서는 지적 능력과 명료한 사고, 해박한 사업 지식이 필요하다고 하였다. 감성적 측면에서는 자만심을 경계하고 자신의 경험을 적절히 활용하며 내적으로 편안한 마음과 긍정적인 태도를 가져야 한다고 하였다. 즉 리더로서의 능력과 기술력은 가지고 있어도 성공적인 리더가 되기 위해서는 감성적 능력을 가지고 있어야 함을 의미한다. 따라서 리더 자신의 감성적 능력뿐만 아니라 구성원들에게 영향을 주어 조직의 감성적 능력까지도 발휘할 수 있도록 하는 감성적 리더십이 등장하게 되었다(이미라, 2007).

미용서비스업에서도 경영의 효과성을 위하여 리더들은 다양한 감성적 역량을 발휘할 필요가 있다. 종업원들이 인지(awarewness)하는 상사의 감성리더십은 상사와 구성원 간 관계의 질을 결정짓는 중요한 요인으로 작용하며, 따라서 상사의 감성리더십은 조직 내 사회적 관계가 원만하게 형성되기 위해 반드시 필요한 요소라고 할 수 있다(강수아, 2016). 결국 미용서비스업에서도 자신이 속한 조직의 리더가 보이는 감성적 역량을 인식하게 되는 감성리더십에 대한 인지는 구성원의 조직에 대한 태도와 감정에 영향을 미친다. 그렇기 때문에 리더가 가진 감성리더십을 조직구성원들이 인지하는지 살펴볼 필요가 있으며, 나아가 조직은 리더의 감성리더십의 발휘를 위해 전략적인 해결책을 마련하고 이를 지속적으로 관리할 필요가 있는 것이다.

2.2 리더-구성원 교환관계

리더와 구성원 사이의 상호작용은 조직생활에서 중요한 역할을 한다(이범재 등, 2016). Sparrowe et al.(2006)은 이러한 리더-구성원 간의 교환관계(LMX, Leader-Member Exchange) 이론의 기본적인 가정은 상사 혹은 리더가 개인적, 사회적, 조직적 자원을 소유하고 있으며, 그 결과 리더를 따르는 조직구성원들이 그것들을 선택적으로 리더로부터 분배받는 경향이 있음을 나타내고 있다. 리더는 모든 구성원들과 동일하게 상호작용하지 않으며, 그 결과 질적으로 차등화되는 LMX를 형성하게 된다(Sparrowe et al., 2006). 질적으로 높은 LMX 관계에서 구성원들은 더 나은 사회적 지원과 경력개발을 위한 가이드 및 더 많은 자원을 받게 된다. 이 관계는 구성

원들의 의사결정에 더 많이 참여하고 상호 협상의 허용범위가 더 큰 것이 특징이다. 질적으로 낮은 LMX 관계는 더 낮은 지지, 더 많은 공식적 감독, 의사결정에 전혀 참여하지 않거나 아주 조금 참여하는 것이 특징이 된다(Lamet al., 2007). 이처럼 리더는 어떤 구성원과는 우호적인 교환관계를 형성하며, 또 다른 구성원과는 비우호적인 교환관계를 형성하기도 한다(Erdogan et al., 2006). 즉, 리더-구성원의 교환관계는 상사와 구성원 사이의 교환관계의 질로 설명될 수 있고 이는 리더가 모든 구성원에게 평균적으로 대하지 않고 차등을 두어 질적으로 높은 LMX 관계에서 다른 구성원보다 좀 더 혜택을 받을 수 있다고 보며, 따라서 리더-구성원의 교환관계는 리더가 구성원의 행동에 어떻게 영향을 미치는가를 설명하는 이론 중 하나가 된다.

그리고 LMX의 질은 구성원의 윤리, 생산성, 만족, 지각 등에 영향을 준다. 우호적인 교환관계에서 구성원들은 뛰어난 성과로 보답해야 한다는 생각을 갖는다. 리더-구성원의 교환관계 이론을 사용하여 리더-구성원 관계가 직무와 관련된 결과에 중요한 영향을 미치는 것을 조사한 연구들은 대부분 같은 결론을 내리고 있다. 리더와 우호적인 관계를 맺고 있다고 인식하는 구성원들은 더 높은 성과, 더 높은 직무만족, 리더에 대한 더 높은 신뢰감과 더 높은 조직몰입을 보이는 경향이 있는 것이다(Sparrowe et al., 2006).

2.3 심리적 임파워먼트

심리적 임파워먼트(Psychological Empowerment)는 전통적 조직 관리방식에서 구성원의 수동적 특성을 강조한 것과는 달리, 조직을 위해 구성원으로 하여금 능동적 의미가 포함된 자기결정권 및 필요한 역할을 수행하도록 하는 개념이다(이기용, 2016; Spreizer, 2008). 심리적 임파워먼트는 조직구성원들에게 심리적 책임의식과 주인의식을 갖도록 하여 동기를 부여한다는 점에서 조직관리 부문에서 중요한 영향력 있는 변수로 강조되고 있다(조석중 등, 2019; Spreizer, 1995).

심리적 임파워먼트 이론에 대한 체계적인 접근은 Conger & Kanungo(1988)의 연구에 의해서 시작되었다. 이들에 의하면, 조직구성원이 제도의 변화를 통해 권한을 위임하는 관리체계의 구조적 임파워먼트와는 달리 심리적 임파워먼트는 구성원들에게 자기효능감을 향상시켜 구성원들 스스로 내재적 동기부여 및 자율성을 부여하는 역할을 하게 된다. 즉 조직의 구성원들에게 의사결정에 참여하도록 동기나 권한을 부여하고 구성원들의 잠재적인 역량을 발휘하도록 환경을 조성해주는 것이다.

Conger & Kanungo(1988)는 임파워먼트 절차를 5단계로 설명하고 있다. 먼저 1단계에서는 구성원들이 심리적으로 무력감을 느끼는 상태이며, 2단계에서는 임파워먼트의 경영전략 및 기술의 활용을 거치고, 3단계에서는 부하에 대한 자기효능감 증진을

목표로 한다. 자기효능감 증진의 목표를 달성한 구성원들은 4단계에서 임파워먼트를 인지하게 되며 그 결과, 5단계에서 주도적인 역할수행의 업무행동의 효과로 나타나게 된다.

Ⅲ. 연구모형 및 가설설정

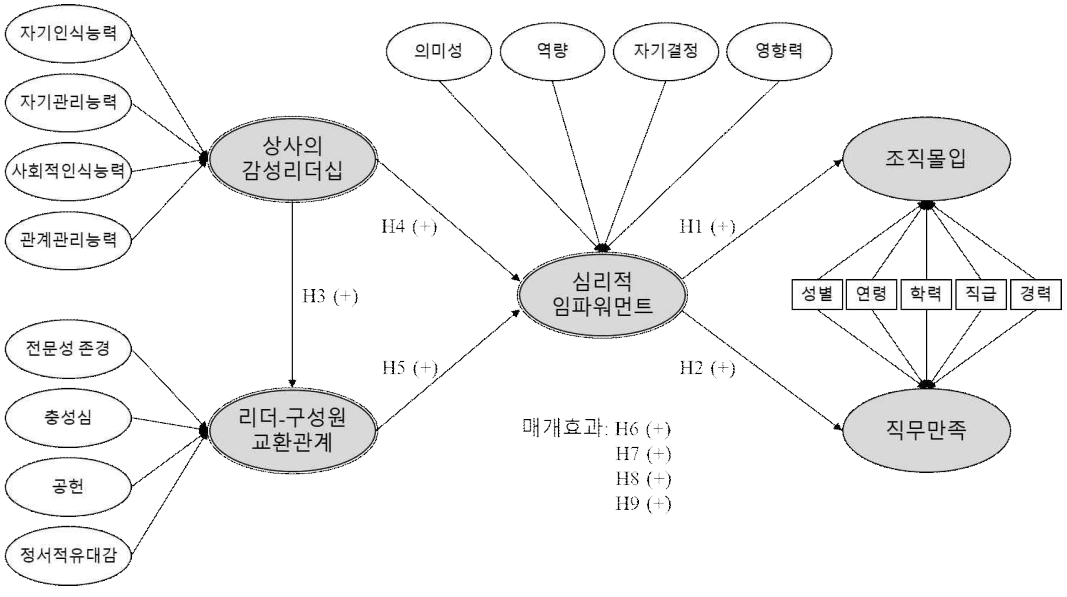
3.1 연구모형

본 연구는 상사의 감성리더십과 리더-구성원 교환관계가 미용서비스 종사자의 조직몰입과 직무만족에 영향을 미치며, 심리적 임파워먼트가 이를 매개하는 것으로 <그림 1>과 같은 연구모형을 설정하였다.

3.2 종업원의 심리적 임파워먼트와 태도 간의 관계

먼저, 심리적 임파워먼트와 종업원 태도는 상호관계에 있어서 원인과 결과변수 차원에서 논의될 수 있다. Thomas & Velthouse(1990)는 임파워먼트를 과업성취에서 자신의 노력이 결과에 미치는 영향, 주어진 직무를 능숙하게 처리할 수 있는 능력, 자

<그림 1> 연구모형



신의 노력이 결과에 미치는 영향, 자신의 목표를 기준으로 한 직무에 대한 의미감, 자발적으로 직무를 선택할 수 있는 선택 등 내적 직무동기(intrinsic work motivation)를 조직구성원에게 부여하는 과정이 강화되어 개인은 업무에 대한 자신의 의미성이 높아지고 직무에 대해 만족하고 조직에 대해 몰입하게 된다고 하였다. 변수 간의 관계를 직접적으로 분석한 Laschinger & Shamian(1994)는 임파워먼트가 높을수록 직무만족이 높다는 가설을 세우고 그 결과를 분석한 결과 두 변수 간의 통계적으로 유의한 관계가 있음을 밝혔다. 또한 Thomas & Tymon(1994)는 심리적 임파워먼트가 구성원 스스로 자신감을 가지고 직무를 처리할 수 있도록 해주며, 이를 토대로 직무불만족 해소를 할 수 있다고 하였다. 결국 구성원 자신의 역량이 충분하다고 지각하거나 영향력을 다른 구성원들에게 행사할 때, 이러한 영향력을 인식하는 구성원이 직무성과에 대한 기대감을 가지고 전반적인 직무에 관한 인식을 긍정적으로 생각한다면 심리적 임파워먼트로 인한 조직몰입과 직무만족 등의 조직유효성을 한층 더 높아지게 만들 수 있을 것으로 기대할 수 있다(Spreitzer, 2008). 이처럼 여러 국내외 연구들은 임파워먼트가 조직몰입과 직무만족에 정(+)의 영향을 미치는 결과들을 보여주고 있으며, 이를 본 연구에 적용해 보면 미용서비스 종사자의 심리적 임파워먼트 정도는 그들의 태도인 조직몰입과 직무만족에 긍정적 영향을 미칠 것으로 볼 수 있다. 이러한 논리를 바탕으로 다음과 같은 가설을 도출하였다.

H1: 심리적 임파워먼트는 조직몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H2: 심리적 임파워먼트는 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.3 상사의 감성리더십과 리더-구성원 교환관계 간의 관계

조직 내에서 이루어지는 구성원 상호작용은 이성적인 요인 뿐만 아니라 감성적인 요인에 의해서도 영향을 받는다(Tran, 1998). 국내외 선행연구들을 살펴보면, 리더의 지원은 구성원이 리더로부터 인정받고 있다는 안정감과 리더에 대한 신뢰감을 형성하는데 중요한 역할을 하는 것으로 확인되고 있다. 특히 상호 간의 교환관계에 있어서 이와 같은 감성적 신뢰감은 상호 유대관계를 강화시켜 주는 중요한 역할을 하며, 이러한 높은 질의 교환관계는 리더로부터 심리적으로나 물질적으로 도움을 받는 리더의 지원에 의해 특징지어진다(Graen, et al., 1973).

Graen & Johnson(1973)은 신뢰와 기대를 LMX 이론의 핵심요소로 규정하면서 이러한 신뢰가 중심이 된 리더와 구성원 간의 관계는 리더의 구성원에 대한 기대로 시작되는 순환적이고 상호적인 강화과정을 통해 시간이 지남에 따라 안정적이며 예측가능한 관계로 발전한다고 보았다. Feldman(1986)은 리더들이 도전적인 과제나 피드백

을 제공한다든가 집단의 구성원들을 훈련시키는 등의 방법을 통해서 구성원들에게 많은 시간, 관심, 피드백, 그리고 격려를 하게 된다고 주장하였다. 국내의 연구에서도 감성지능이 LMX 질에 긍정적 영향을 주고, 이는 결과적으로 직무만족과 조직몰입에 영향을 미친다는 결과가 제시되고 있다(김일형, 2009).

리더가 경제적 거래관계를 넘어 사회적 관계의 맥락에서 리더-구성원 관계를 설정해 나가는 감성적인 리더십을 발휘할 때 LMX의 질 또한 높게 나타나고 있는데, 이는 리더십 유형 중 변혁적 리더십과도 유사한 맥락이다(Basu & Green, 1997). 즉 리더가 카리스마적인 호소력과 구성원의 욕구에 대한 배려, 공정한 대우와 같은 행동을 통해 구성원으로부터 신뢰를 얻게 되면서 LMX 질인 정서적 유대감, 전문성 존중, 충성, 공헌이 높아지기 때문인 것으로 이해할 수 있다(권동택, 2007).

이와 같은 선행연구와 논리를 바탕으로 본 연구에서도 상사의 감성리더십이 LMX에 긍정적인 영향을 미칠 것이라 보고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H3: 상사의 감성리더십은 리더-구성원 교환관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.4 상사의 감성리더십과 심리적 임파워먼트 간의 관계

상사의 감성리더십과 종업원의 심리적 임파워먼트 간에는 긍정적인 관계가 있는 것으로 보고되고 있다. 임파워먼트의 하위차원인 의미성, 역량성, 영향력을 활용하는 것이 교육현장에서 행해지는 교육활동의 성과와 질을 개선할 수 있다고 보는데(신재흡, 2010), 상사의 감성리더십은 이러한 임파워먼트에 긍정정인 영향을 준다(권정해·김판희, 2015). 리더의 감성리더십은 조직 감성에 영향을 미쳐 조직문화를 변화시키고, 이는 임파워먼트에 영향을 미치는 것으로 설명할 수 있다(김주안 등, 2012). 이를 본 연구에 적용해 보면, 감성적 리더는 자신의 감정을 명확하게 인식하고 관리할 뿐 아니라, 구성원의 감정을 읽어내어 원만한 사회적 관계를 유지함으로써 구성원들로 하여금 심리적으로 임파워먼트 되는데 영향을 준다. 따라서 이러한 검토관계를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H4: 상사의 감성리더십은 심리적 임파워먼트에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.5 리더-구성원 교환관계와 심리적 임파워먼트 간의 관계

선행연구를 보면 리더-구성원 교환관계가 심리적 임파워먼트에 긍정적인 영향을

미친다는 연구결과가 제시되고 있다(e.g., 임은정, 2020; Liden & Graen, 1980; Liden et al., 2000). Keller & Dansereau(1995)도 리더-구성원 교환관계가 심리적 임파워먼트 형성에 있어서 매우 중요한 변인이라는 사실을 주장하였으며, 국내에서도 LMX의 질이 심리적 임파워먼트에 긍정적 영향을 미친다는 연구결과가 보고되고 있다(송지준, 2005). 이러한 관계를 본 연구에 적용해 보면, 미용서비스 리더와 종사자 간 교환관계의 질이 높으면 원만한 사회적 관계에 대한 인식을 바탕으로 종업원들이 심리적으로 임파워먼트된다고 이해할 수 있다. 이로부터 다음과 같은 가설을 도출할 수 있다.

H5: 리더-구성원 교환관계는 심리적 임파워먼트에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.6 심리적 임파워먼트의 매개효과

기존의 국내외 연구들을 살펴보면 상사의 감성리더십은 직접적으로 또는 간접적으로 조직몰입 및 직무만족에 정의 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 강경석과 김철구(2007), 이윤식과 이상미(2009)의 연구에서는 감성리더십이 조직몰입이나 구성원 헌신, 구성원 효능감에 영향력이 있음이 밝혀졌다. 이정(2006)은 감성지능은 직무만족, 조직몰입, 조직성과와의 정의 상관관계를, 이직의사와는 부의 상관관계를 가진다고 하였고, 정현우와 정동섭(2007)은 감성지능이 조직몰입과 직무만족에 정적 영향을 미친다고 하였다. 한편, 감성리더십은 조직몰입과 직무만족에 직접적인 효과를 가질 뿐만 아니라 임파워먼트를 매개로 간접적인 효과도 동시에 미치는 것으로 보고되고 있다(권정해·김판희, 2015; 이기용, 2016). 본 연구의 관점에서 보면, 미용서비스 종사자들이 지각하는 상사의 감성리더십은 조직몰입과 직무만족에 영향을 미치는데, 그 관계를 심리적 임파워먼트가 매개할 것으로 볼 수 있다. 감성리더십과 종업원들의 태도 간의 관계는 이미 많은 연구를 통해 검증이 되었으므로 본 연구에서는 심리적 임파워먼트의 매개효과에 보다 초점을 맞추고자 하였다. 이에 다음과 같은 가설을 수립하였다.

H6: 심리적 임파워먼트는 상사의 감성리더십과 조직몰입 간을 매개할 것이다.
H7: 심리적 임파워먼트는 상사의 감성리더십과 직무만족 간을 매개할 것이다.

리더-구성원의 교환관계와 직무몰입 및 직무만족 간에도 직접 또는 간접적으로 긍정적인 영향관계가 있는 것으로 보고되고 있다. Epitropaki et al.(1999)는 대형 교육

기관에 근무하는 245명의 관리 직원에게 설문지를 배포하여 관리 직원들을 대상으로 조사한 결과 리더-구성원의 교환관계의 질을 높게 인지하는 구성원일수록 직무성과가 높게 나타났음을 발견하였다. 이처럼 질적으로 높은 수준의 리더-구성원의 교환관계가 그렇지 않은 경우보다 구성원들의 직무몰입 및 직무만족이 훨씬 더 높게 나타나고 있다(Graen et al., 1982; Setton & Liden, 1996). 이는 리더-구성원 교환관계가 높으면 직무 스트레스를 조절하고, 직무환경에 대한 적응을 신속하게 하기 때문에 직무몰입 및 직무만족 역시 높게 형성되는 것으로 이해할 수 있다(임은정, 2020; Erdogan & Enders, 2007).

정리하자면, 리더-구성원 교환관계는 조직몰입과 직무만족 등의 조직유효성에 긍정적인 영향을 미치고 있고, 또한 앞서 살펴본 바와 같이 리더-구성원 교환관계는 심리적 임파워먼트에, 그리고 심리적 임파워먼트는 조직몰입과 직무만족에 긍정적인 역할을 할 것으로 기대되므로, 이러한 관계로부터 심리적 임파워먼트의 매개효과를 설정할 수 있다. 따라서 다음과 같은 가설을 도출할 수 있다.

H8: 심리적 임파워먼트는 리더-구성원 교환관계와 조직몰입 간을 매개할 것이다.
H9: 심리적 임파워먼트는 리더-구성원 교환관계와 직무만족 간을 매개할 것이다.

Ⅳ. 연구방법

4.1 설문대상 및 자료수집

본 연구에서는 미용서비스 종업원들이 지각하는 상사의 감성리더십과 리더-구성원 교환관계가 심리적 임파워먼트를 매개로 하여 조직몰입 및 직무만족에 미치는 영향을 실증 분석하기 위하여 설문조사를 실시하였다. 서울 및 경기 지역의 헤어살롱들 중 설문조사를 동의한 20곳에서 직원들을 대상으로 온라인 설문 링크를 배포하였다. 조사대상자에 대표 또는 원장은 제외되며, 응답자들은 모두 각각 본인의 직속 상사 1명에 대하여 감성리더십 등의 문항에 답하도록 하였다. 2020년 8월 한달 간 최종적으로 211부의 응답을 회수하여 이를 모두 실증분석에 활용하였다. 본 연구의 분석에서 사용한 응답자들의 일반적 특징을 요약하면 다음의 <표 1>과 같다.

<표 1> 조사대상자의 일반적 특성 (N=211)

구분		빈도	%
성별	남성	75	35.5
	여성	136	64.5
학력	고졸	77	36.5
	전문대졸	59	28.0
	대졸	35	16.6
	대학원졸	40	19.0
월소득	100만원 미만	7	3.3
	100~200만원	58	27.5
	200~300만원	54	25.6
	300~400만원	37	17.5
	400~500만원	17	8.1
	500만원 이상	38	18.0
직급	인턴	27	12.8
	헤어디자이너	74	35.1
	매니저	15	7.1
	실장/팀장 이상	95	45.0

구분		빈도	%
연령	10대	5	2.4
	20대	90	42.7
	30대	58	27.5
	40대	38	18.0
	50대	10	4.7
	60대	5	2.4
	무응답	5	2.4
경력연수	1년 미만	16	7.6
	1년 이상 3년 미만	19	9.0
	3년 이상 5년 미만	42	19.9
	5년 이상 10년 미만	53	25.1
	10년 이상	81	38.4
상사와 근무기간	1년 미만	47	22.3
	1년 이상 3년 미만	78	37.0
	3년 이상 5년 미만	21	10.0
	5년 이상	65	30.8

4.2 측정도구

본 연구에서 설정한 연구모형을 검증하기 위하여 5개의 변수인 상사의 감성리더십, 리더-구성원 교환관계, 심리적 임파워먼트, 그리고 조직몰입 및 직무만족의 측정도구를 기존 연구로부터 도출하여 본 연구의 맥락에 맞게 수정하였다. 그 중에서 상사의 감성리더십, 리더-구성원 교환관계, 심리적 임파워먼트는 기존 연구를 바탕으로 하여 각각 4개의 하위요인으로 이루어진 2차 요인으로 설정하였다.

이외에 성별, 연령, 학력, 직급, 상사와의 근무기간 등의 인구통계학 항목을 포함하고, 이를 연구모형에서 통제변수로 설정하였다. 인구통계학 변수를 제외한 모든 항목은 리커드 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다; 2=그렇지 않다; 3=보통이다; 4=그렇다; 5=매우 그렇다)로 측정하였다. 각 변수별 측정항목은 <APPENDIX>에 제시하였다.

<표 2> 기술통계 및 상관관계

	SRA	SMA	SCRA	RMA	PR	LT	CT	AFF	IMP_M	IMP_A	IMP_S	IMP_J	OC	JS	Gender	Age	Education	Position	Career	Term	Income
SRA	1																				
SMA	.768**	1																			
SCRA	.689**	.809**	1																		
RMA	.726**	.878**	.832**	1																	
PR	.622**	.724**	.698**	.728**	1																
LT	.616**	.662**	.675**	.700**	.557**	1															
CT	.553**	.590**	.554**	.604**	.582**	.631**	1														
AFF	.653**	.723**	.667**	.736**	.625**	.680**	.759**	1													
IMP_M	.429**	.429**	.429**	.418**	.437**	.505**	.518**	.508**	1												
IMP_A	.341**	.331**	.276**	.339**	.187**	.409**	.333**	.312**	.494**	1											
IMP_S	.391**	.314**	.322**	.360**	.221**	.397**	.379**	.365**	.441**	.732**	1										
IMP_J	.350**	.283**	.315**	.338**	.142*	.433**	.369**	.429**	.346**	.584**	.693**	1									
OC	.520**	.549**	.573**	.565**	.483**	.548**	.568**	.661**	.525**	.424**	.492**	.601**	1								
JS	.410**	.433**	.411**	.439**	.375**	.479**	.432**	.483**	.654**	.550**	.516**	.436**	.632**	1							
Gender	-.134*	-.129*	-.147*	-.104	-.077	-0.095*	-0.170**	-0.148*	-0.147*	-.097	-0.133*	-0.139*	-0.145*	-0.126*	1						
Age	-.022	-.018	-.048	-.051	-0.246**	-.015	-.056	-.024	-.070	.264**	.300**	.379**	.228**	.104	-.041	1					
Education	-.048	-.062	-.089	-.071	-.140*	-.027	-.032	-.038	-.058	.214**	.236**	.223**	.112	.073	.103	.477**	1				
Position	.134*	.128*	.110	0.141*	-.076	.162**	.081	.185**	.127**	.342**	.364**	.543**	.398**	.270**	-.090	.630**	.338**	1			
Career	.039	.039	-.004	.051	-.137*	.110	.001	.042	.134*	.415**	.407**	.468**	.273**	.256**	.061	.643**	.339**	.721**	1		
Term	.070	.069	.028	.080	-.028	.071	.030	.060	.060	.256**	.275**	.374**	.296**	.178**	.005	.483**	.187**	.600**	.624**	1	
Income	.120	.093	.105	.117	-.045	.162**	.089	.126*	.183**	.404**	.385**	.539**	.367**	.334**	-.175**	.507**	.274**	.725**	.606**	.572**	1
Mean	3.698	3.698	3.634	3.628	3.830	3.603	3.591	3.476	4218	3.994	3.789	3.346	3.675	4152	1645	32.598	2.139	2.944	3.701	2.976	3.470
Std Dev	.757	.866	.908	.901	.881	.911	.909	.959	.734	.858	.842	1.017	.859	.671	.479	9.381	1.088	1.393	1.285	1.549	1.440

*p<0.05, **p<0.01
2) 약어는 APPENDIX 참조

V. 분석결과

본 연구에서는 SPSS 21.0을 이용하여 측정도구에 대한 신뢰도와 타당도를 분석하였으며, 이렇게 검증된 도구를 smartPLS 3.3을 이용하여 구조모형분석을 실시하였다.

5.1 측정도구의 신뢰도와 타당도

먼저, <표 2>는 측정도구의 기술통계 및 상관관계를 보여주고 있다. 본 연구에 사용된 변수들 중에는 형성적 2차 요인 3개(상사의 감성리더십, 리더-구성원 교환관계, 심리적 임파워먼트)가 포함되었다. 따라서 본 연구에서는 반영적 측정모형에 대한 평가와 형성적 측정모형에 대한 평가를 각각 수행하였다.

우선 모든 측정항목들을 투입하여 요인분석을 수행한 결과 요인적재값이 모두 0.6을 초과하여 기준치를 상회하는 것을 알 수 있었다(Bagozzi & Yi, 1988). 또한 <표 3>을 보면, 각 잠재변수의 Cronbach α값은 기준치인 0.7을, 복합신뢰도는 기준치인 0.7을, 그리고 평균분산추출값은 기준치인 0.5를 충족하는 것으로 나타났다(Chin, 1988; Fornell & Lacker, 1981; Hair et al., 2011). 따라서 본 연구에서 사용한 모든 측정항목들은 신뢰성이 확보되었음을 알 수 있다. 이어서 판별타당성을 실시하기 위하여 <표 4>와 같이 각 변수별 상관관계와 AVE의 제곱근값을 비교하였다. 그 결과, 각 변수의 AVE 제곱근값이 그 변수와 다른 변수 간의 상관관계보다 큰 것으로 나타나 판별타당성이 확보되었음을 알 수 있었다.

다음으로, 형성적 2차 요인이 포함된 측정모형의 검증을 위하여 Hair et al.(2014)가 제시한 방법에 따라 두 가지의 테스트를 수행하였다. 첫번째는 공선성 이슈에 대한 테스트이다. 3개의 형성적 2차 요인의 모든 1차 요인들은 42개로, 이들의 VIF값 중에서 가장 큰 값은 4.427(AFF2)이며, 이는 기준값인 5보다 작은 것을 알 수 있었다. 이는 형성적 1차 요인들 간 심각한 공선성 이슈가 없는 것을 의미하며, 즉 경로분석에 문제가 없다고 판단할 수 있다. 두번째는 형성적 1차 요인들의 유의성에 대한 검증이다. 본 연구에서 사용된 모든 42개의 1차 요인들은 통계적으로 유의하며, 외부적재값(outer loadings) 또한 $p<.001$에서 유의한 것으로 나타났다. 이는 즉 모든 형성적 1차 요인들이 유의미한 것으로 판단할 수 있다. 이러한 두 가지 테스트 결과를 바탕으로, 본 연구에서 사용된 3개의 형성적 2차 요인인 상사의 감성리더십, 리더-구성원 교환관계, 그리고 심리적 임파워먼트를 구조모형 검증에 활용할 수 있다.

마지막으로 확인적요인분석을 통한 모형 적합도는 $\chi^2/df=1.845$, $p=0.000$, $GFI=0.950$, $AGFI=0.914$, $NFI=0.965$, $CFI=0.983$, $RMSEA=0.058$로 나타나

<표 3> 신뢰도 및 타당도 검증결과

	측정 문항수	최종 문항수	크론바흐 알파	복합 신뢰도	평균분산 추출값
상사의 감성리더십	18	18	0.967	0.970	0.643
리더-구성원 교환관계	12	12	0.940	0.948	0.604
심리적 임파워먼트	12	12	0.930	0.940	0.568
조직몰입	6	6	0.924	0.942	0.731
직무만족	6	6	0.907	0.928	0.683
계	54	54			

<표 4> 판별타당도 검증결과

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(1) 상사의 감성리더십	(0.802)				
(2) 리더-구성원 교환관계	0.644	(0.777)			
(3) 심리적 임파워먼트	0.480	0.574	(0.754)		
(4) 조직몰입	0.567	0.650	0.659	(0.855)	
(5) 직무만족	0.462	0.529	0.672	0.656	(0.826)

대각선 괄호 안의 숫자는 평균분산추출값의 제곱근

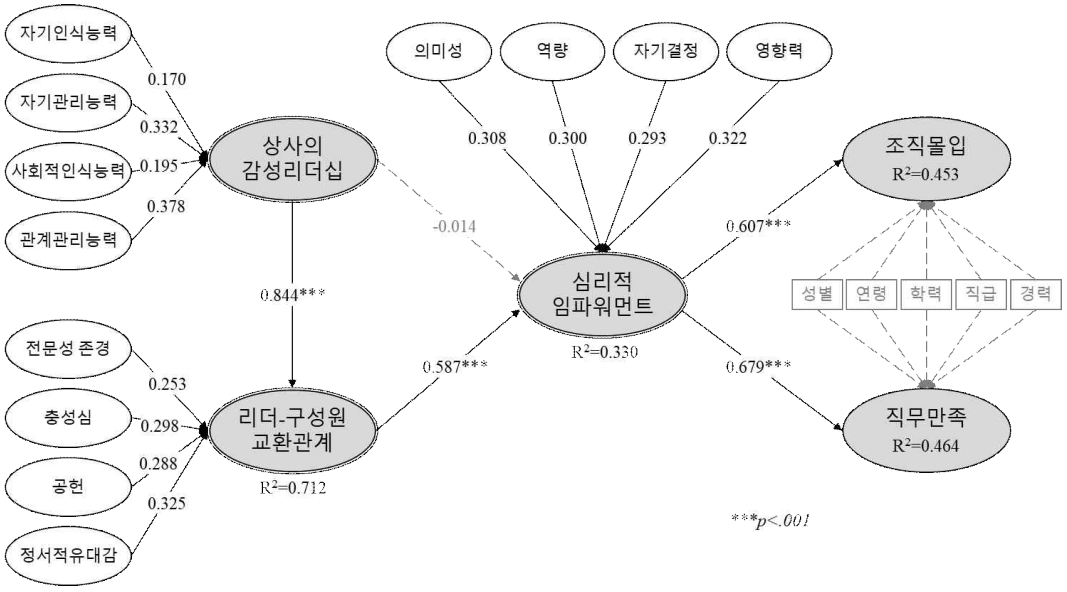
GFI(>.90), AGFI(>.80), NFI(>.90), CFI(>.90), RMSEA(<.06)의 기준을 모두 충족하는 것으로 나타났다(Gefen et al., 2003).

5.2 구조모형 검증 결과

본 연구에서는 설정된 가설들을 검증하기 위하여 수집된 자료의 실증분석은 통계 프로그램인 PLS(Partial Least Squares)라는 방법을 사용하였으며, PLS는 특히 표본의 수가 적거나 또는 모형에 변수들 중 2차 형성적 지표가 포함된 경우에도 분석이 용이하다는 장점이 있다. SmartPLS 3.3을 이용하여 구조모형 분석을 수행한 결과는 <그림 2>와 같다.

먼저, 심리적 임파워먼트는 조직몰입(경로계수=.607, p<.001)과 직무만족(경로계수=.679, p<.001)에 모두 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 H1과 H2는 채택되었다. 그리고 리더-구성원 교환관계는 심리적 임파워먼트에 통계적으로 유의한 영향(경로계수=.587, p<.001)을 미치는 것으로 나타났다. 또한 상

<그림 2> 구조모형 검증결과



사의 감성리더십은 리더-구성원 교환관계에 유의한 영향(경로계수=.844, p<.001)을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 H3과 H5는 둘 다 채택되었다. 반면, 상사의 감성리더십이 심리적 임파워먼트에 미치는 영향(경로계수=-.014, not significant)은 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 따라서 H4는 기각되었다.

본 연구에서는 응답자의 성별, 연령, 학력, 직급, 상사와의 근무기간을 통제변수로 투입하였으며, 이들 중 그 어느 하나도 조직몰입 및 직무만족에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

종합해 보면, 본 연구모형에서 설정한 모든 경로는 상사의 감성리더십과 심리적 임파워먼트 간의 인과관계를 제외한 나머지 4개의 경로가 통계적으로 유의하며, 따라서 한 개의 가설은 기각, 그리고 4개의 가설은 채택되었다. 각 R^2의 값들도 모두 높은 수치를 보여주고 있어(R^2=.330~.712), 본 연구모형이 유의미함을 알 수 있다.

5.3 심리적 임파워먼트의 매개효과 검증

심리적 임파워먼트의 매개효과를 검증하기 위하여 Baron & Kenny(1986)의 방법에 따라 분석을 수행하였다. 우선 심리적 임파워먼트가 포함되지 않은 나머지 4개의 변수들로만 구성된 모형에 대하여 구조모형 검증을 수행하였다. 그 결과, 상사의 감성리더십이 조직몰입(경로계수=.046, not significant)과 직무만족(경로계수=.040, not

significant)에 미치는 영향은 모두 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타난 반면, 리더-구성원 교환관계(경로계수=.844, p<.001)에 미치는 영향은 유의한 것으로 나타났다. 그리고 리더-구성원 교환관계가 조직몰입(경로계수=.611, p<.001)과 직무만족(경로계수=.480, p<.001)에 미치는 영향은 모두 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 이어서 위와 같은 경로들을 모두 유지한 채 심리적 임파워먼트를 매개변수로 포함한 모형에 대하여 구조모형 검증을 실시하였다. 그 결과, 우선 상사의 감성리더십과 심리적 임파워먼트 간의 관계를 제외하고 리더-구성원 교환관계와 심리적 임파워먼트 간, 심리적 임파워먼트와 조직몰입 및 직무만족 간의 인과관계가 모두 유효한 것으로 나타났다. 상사의 감성리더십이 조직몰입(경로계수=.052, not significant)과 직무만족(경로계수=.051, not significant)에 미치는 영향은 여전히 모두 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타난 반면, 리더-구성원 교환관계(경로계수=.844, p<.001)에 미치는 영향은 마찬가지로 유의한 것으로 나타났다. 그리고 리더-구성원 교환관계가 조직몰입(경로계수=.434, p<.001)과 직무만족(경로계수=.153, not significant)에 미치는 영향은 심리적 임파워먼트를 포함하지 않았을 때에 비하여 각각의 경로계수와 그 유의수준이 감소한 것을 알 수 있었다. 이를 정리하면 <표 5>와 같으며, 이러한 결과를 바탕으로 심리적 임파워먼트는 리더-구성원 교환관계와 조직몰입 및 직무만

<표 5> 심리적 임파워먼트의 매개효과 검증결과

구분	경로	경로계수	t값
매개변수 불포함	EL → OC	0.046	0.453
	EL → JS	0.040	0.377
	EL → LMX	0.844***	29.720
	LMX → OC	0.611***	6.174
	LMX → JS	0.480***	4.568
매개변수 포함	EL → IMP	−0.014	0.128
	LMX → IMP	0.587***	5.070
	IMP → OC	0.298***	4.220
	IMP → JS	0.487***	7.846
	EL → OC	0.052	0.519
	EL → JS	0.051	0.516
	LMX → OC	0.434***	4.103
	LMX → JS	0.153	1.346

****p<.001*

족 간을 부분 매개하는 것으로 판단할 수 있다. 따라서 심리적 임파워먼트의 매개효과와 관련된 4개의 가설들 중 H6과 H7은 기각되었으며, H8과 H9는 채택되었다.

Ⅵ. 결 론

6.1 연구의 요약 및 시사점

본 연구는 미용서비스 종사자의 상사의 감성리더십과 리더-구성원 교환관계가 심리적 임파워먼트와 조직몰입, 직무만족에 미치는 영향을 검증하는 목적을 가지고 수행되었다. 본 연구의 결과를 요약하면 <표 6>과 같다.

이러한 연구결과를 종합해 보면, 본 연구모형에서 설정한 모든 경로는 상사의 감성리더십과 심리적 임파워먼트 간의 인과관계를 제외한 다른 4개의 경로가 통계적으로 유의하며, 따라서 인과관계에 대한 5개의 가설들 중 한 개의 가설은 기각, 그리고 4개의 가설은 채택되었다. 각 R^2의 값들도 모두 높은 수치를 보여주고 있어 본 연구의 모형이 유의미한 것으로 판단되었다. 또한 매개효과에 대한 4개의 가설들 중에서는 감성리더십과 관련한 두 개의 가설은 기각, 그리고 리더-구성원 교환관계와 관련한 두 개의 가설은 채택되었다.

본 연구는 미용서비스 종사자의 인적자원관리에 유효한 영향요인을 파악하기 위해 진행되었다. 특히 상사의 감성리더십과 리더-구성원 교환관계가 미용서비스 종사자의 심리적 임파워먼트와 조직몰입, 직무만족 등 조직유효성에 미치는 영향을 파악하여

<표 6> 연구결과의 요약

가설		결과
H1	심리적 임파워먼트는 조직몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H2	심리적 임파워먼트는 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H3	상사의 감성리더십은 리더-구성원 교환관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H4	상사의 감성리더십은 심리적 임파워먼트에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
H5	리더-구성원 교환관계는 심리적 임파워먼트에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H6	심리적 임파워먼트는 상사의 감성리더십과 조직몰입 간을 매개할 것이다.	기각
H7	심리적 임파워먼트는 상사의 감성리더십과 직무만족 간을 매개할 것이다.	기각
H8	심리적 임파워먼트는 리더-구성원 교환관계와 조직몰입 간을 매개할 것이다.	채택
H9	심리적 임파워먼트는 리더-구성원 교환관계와 직무만족 간을 매개할 것이다.	채택

보다 효율적인 미용서비스 종사자의 인적자원관리에 기여할 수 있는 학문적 및 실무적 시사점을 발굴하고자 하였다. 연구결과를 바탕으로 이러한 시사점을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 상사의 감성리더십이 심리적 임파워먼트에 미치는 영향은 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났고 리더-구성원 교환관계가 심리적 임파워먼트에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타난 것은 미용서비스 종사자에게 감성적 리더십 보다는 리더의 능력과 경험, 기술에 따른 부하 직원의 존중, 존경, 충성, 공헌 등의 상호관계가 중요하다는 것을 보여주고 있다. 즉 리더-구성원 교환관계에 있어서 리더의 전문성 존경, 리더에 대한 충성심, 그리고 리더와 공유하는 정서적 유대감 등이 업무수행에 있어서의 종사자의 역량, 자기결정, 영향력 등 스스로 의미를 부여해 자율적으로 직무에 임하도록 자극하는 심리적 임파워먼트에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것이 확인된 것이다. 따라서 통상적으로 자율적이고 개인적인 업무수행이 일상화 되어있는 미용서비스 종사자에게 중요한 요소가 되는 심리적 임파워먼트를 제고하기 위해서는 리더가 구성원과의 정서적 유대감을 높이고 구성원으로부터 스스로 존중을 받을 수 있는 전문성을 확보하는 노력이 무엇보다 필요할 것으로 판단된다.

둘째, 상사의 감성리더십이 리더-구성원 교환관계에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 감성리더십의 경우 심리적 임파워먼트에 직접적인 영향관계는 확인되지 않았으나, 리더-구성원 교환관계에 정적인 영향을 미치고 있음은 상사의 감성리더십을 결코 소홀히 할 수 없는 근거가 될 수 있음이 확인된 것이다. 즉, 자기인식, 자기관리 및 관계관리 능력 등을 바탕으로 한 상사의 감성적 리더십을 바탕으로 구성원과의 정서적 유대감을 높이는 것이 결과적으로는 종사자의 심리적 임파워먼트에 간접적으로 유의한 영향을 미칠 수 있는 것이다.

셋째, 심리적 임파워먼트가 조직몰입과 직무만족에 모두 통계적으로 유의한 영향을 미치면서 리더-구성원 교환관계와 조직몰입 및 직무만족 간을 부분 매개하는 것으로 분석되었다. 심리적 임파워먼트는 구성원들에게 자기효능감을 향상시켜 구성원들 스스로 내재적인 동기부여 및 자율성이 부여되는 역할을 하게 된다. 즉 구성원들에게 조직운영과 업무수행에 있어 필요한 의사결정에 참여하도록 바람직한 동기나 권한을 부여하고 구성원들의 잠재적인 역량을 스스로 발휘하도록 환경을 조성해주는 역할을 수행하는 것이 심리적 임파워먼트이다. 즉 미용서비스 종사자들의 심리적 임파워먼트는 조직에서 요구되는 유효성의 큰 축인 조직몰입과 직무만족을 높이는데 기여할 수 있는 것으로써, 이러한 심리적 임파워먼트를 높이는 노력은 상사의 감성리더십을 포함하여 우호적인 리더-구성원 교환관계를 형성함으로써 가능해질 수 있는 것이라 예측할 수 있을 것이다.

6.2 연구의 한계 및 향후 연구방향

본 연구는 포스트코로나 시대에 접어드는 현 시점에서 더욱 치열한 경쟁상황에 내몰리고 있는 미용서비스업에 있어 조직의 경쟁력을 높이고 유효한 조직성과를 유인하는데 기여할 수 있는 인적자원관리의 한 방안을 제시한 점에서 큰 의의가 있다고 할 것이다. 그러나 이러한 의의에도 불구하고 본 연구가 안고 있는 한계점과 그에 따른 향후 연구방향을 모색하면 다음과 같다.

첫째, 연구조사 대상자가 서울·경기 및 기타 지역의 미용종사자들을 대상으로 하였고 특히 헤어디자인 미용종사자들을 대상으로 검증되었기에 전 미용서비스 산업에서 적용하기에는 한계점을 가지고 있다.

둘째, 연구조사 대상자의 분포가 연령별로는 20대, 그리고 직급별로는 실장/팀장급 이상이 40% 이상의 다수를 차지하고 있어 미용서비스업에 종사하는 다양한 연령대와 직급이 포함된 일반화가 가능한 연구결과로 판단하기에 다소 어려운 한계점을 가지고 있다. 따라서 향후 연구에서는 미용서비스종사자를 구성하는 연령대별로, 그리고 직급별로 균형된 분포를 가진 조사대상자를 선정하여 진행하는 노력이 필요할 것으로 보인다.

셋째, 본 연구에서는 미용서비스 종사자의 조직유효성을 조직몰입과 직무만족의 2개 변수로 진행하였다. 그러나 조직유효성은 조직몰입과 직무만족 자체로 발생하는 것 보다 실질적인 경영성과, 즉 재무적 그리고 비재무적 성과를 종속 변수에 포함하는 다양한 변수들과의 관계를 검증하는 것이 필요 할 것으로 보인다. 또한 본 연구에서 심리적 임파워먼트, 감성리더십, 리더-구성원 교환관계를 설정하여 진행하였지만 심리적 임파워먼트와 조직유효성에 영향을 미칠 수 있는 다양한 변수를 적용하지 못한 부분이 본 연구의 한계점으로 볼 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 보다 객관적인 직무성과를 측정할 수 있는 도구를 포함하여 상호영향관계에 존재할 수 있는 보다 확장된 변수를 사용한 연구를 진행할 필요가 있다고 판단된다.

참고문헌

강경석, 김철구 (2007), 학교장의 감성리더십과 교사의 학교조직몰입과의 관계 연구, *교육행정학연구*, 25(4), 1-24.

강수아 (2016), 조직문화 지각유형과 정서적 몰입의 관계에서 상사 감성리더십 인지의 매개효과 검증, 이화여대 석사학위 논문.

권동택 (2007), 초등학교 조직에서 학교장의 리더십과 교사의 팔로워십에 미치는 LMX 매개효과, *초등교육연구*, 20(2), 53-74.

권정해, 김판희 (2015), 유아교사가 지각하는 원장의 감성리더십, 교사효능감, 직무만족, 조직몰입 간의 구조적 관계, *아동교육*, 24(1), 91~98.

권혜자, 윤기웅, 김병규 (2018), 감성리더십과 임파워먼트가 교사효능감 및 조직몰입에 미치는 영향에 관한 연구, *한국조직학회보*, 14(4), 29-54.

김성주, 최석봉 (2015), 대학병원 중간관리자의 감성적 리더십, 상사신뢰 및 상사-구성원 교환관계 (LMX) 가 조직몰입에 미치는 영향, *경영교육연구*, 30(2), 1-33.

김수연, 정연자 (2017), 헤어기업 관리자 인사평가제도 구축에 관한 연구: J 헤어기업을 대상으로, *한국인체미용예술학회지*, 18(3), 239-251.

김일형 (2009), 학교장의 감성지능 직무역량이 리더-구성원 교환관계를 매개로 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향, 홍익대학교 박사학위논문.

김주안, 유평수, 이원 (2012), 리더의 감성리더쉽이 구성원의 조직헌신성과 임파워먼트에 미치는 영향: 전북지역 고등학교 교원을 중심으로, *경영교육연구*, 71, 316-335.

박다혜 (2018), 미용 전공별 관련 종사자들의 이직 실태 및 이직 의도 요인, 건국대학교 석사학위 논문.

송지준 (2005), 관광호텔 종사원의 LMX 질에 따른 임파워먼트가 조직몰입에 미치는 영향, *호텔경영학연구*, 14(4), 157-174.

신재흡 (2010), 학교장의 감성리더십과 임파워먼트가 학교조직효과성에 미치는 영향 분석, *한국교원교육연구*, 27(4), 47-70.

이기용 (2016), 교육행정공무원 상급자의 감성리더십, 임파워먼트, 직무만족 간의 구조 관계, *수산해양교육연구*, 28(4), 936-946.

이미라 (2007), 교장의 감성리더십과 학교의 조직감성과 조직학습의 관계, 충남대학교 박사학위논문.

이범재, 박철호, 한수정 (2016), 호텔기업의 감성리더십, LMX, 조직효과성의 관계 연구, *호텔경영학연구*, 25(1), 21-40.

이윤식, 이상미 (2009), 학교장의 수업지도성과 감성적 지도성이 교사효능감과 교사 헌신에 미치는 영향, *교육행정학연구*, 27(2), 1-24.

이정 (2006), 리더십 유형이 조직몰입에 미치는 영향에 관한 연구: 조직신뢰를 매개변인으로, 경희대학교 박사학위논문.

임은정 (2020), 리더-구성원 교환관계(LMX)와 임파워먼트, 조직몰입과 직무만족 간의 관계에 관한 연구: A 항공사를 중심으로, *관광연구저널*, 34(2), 5-18.

임은진 (2007), 헤어 디자이너의 인사관리 만족도에 관한 연구, *한국미용학회지*, 13(1), 135-147.

정대용, 김민석 (2009), 슈퍼리더십과 셀프리더십이 LMX질을 매개로 비영리조직성과에 미치는 영향, *한국경영학회 통합학술대회*, 1-22.

정현우, 정동섭 (2007), 한국기업조직에서 감성지능이 조직몰입에 미치는 영향에 관한 연구, *사회과학연구*, 23(2). 325-348.

조석중, 전정호, 이의연, 이종민 (2019), 해운·항만 종사자의 리더-구성원 교환관계가 고객지향성에 미치는 영향: 심리적 임파워먼트와 직무열의의 이중 매개효과, *무역학회지*, 44(5), 65-92.

홍수남 (2019), 미용분야 종사자의 직업특성이 직무만족과 이직의도에 미치는 영향, *미용예술경영연구*, 13(4), 23-38.

KB금융그룹 (2020), 미용실 현황 및 시장여건 분석, KB금융그룹 보고서.

Bagozzi, R. P. and Yi, Y. (1988), On the evaluation of structural equation models, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.

Baron, R. M. and Kenny, D. A. (1986), The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations, *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.

Basu. R. and Green, S. (1997), Leader-member exchange and transformational leadership: An empirical examination of innovative behavior in leader-member dyads, *Journal of Applied Social Psychology*, 27(6), 477-799.

Browne, M. and Cudeck, R. (1993), Alternative ways of assessing model fit. In K. A. Bollen & J. S. Long(Eds), *Testing structural equation models*, Newbury Park, CA: Sage.

Chin, W. W. (1998), The partial least squares approach to structural equation modeling, *Modern Methods for Business Research*, 295(2), 295-336.

Conger, J. A. and Kanungo, R. N. (1988), The empowerment process: integrating theory and practice, *The Academy of Management Review*, 13(3), 471-482.

Dienesch, R. and Liden, R. (1986), Leader-member exchange model of leadership: Critique and further development, *Academy Management Review*, 11(3), 618-634.

Epitropaki, O. and Martin, R. (1999), The impact of relational demography on the quality of leader-member exchanges and employees' work attitudes and well-bing, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 72(2), 237-240.

Erdogan, B. and Enders, J. (2007), Support from the top: Supervisors' perceived as a moderator of leader-member exchange to satisfaction and performance relationships, *Journal of Applied Psychology*, 92(2), 321-330.

Erdogan, B., Liden, R. and Kraimer, L. (2006), Justice and leader-member exchange: The moderating role of organizational culture, *Academy of Management Journal*, 49, 395-406.

Feldman, D. and Arnold, J. (1983), *Industrial and group behavior in organizations*, New York: Mcgraw-hill.

Fornell, C. and Larcker, D. F. (1981), Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error, *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.

Gefen, D., Karahanna, E. and Straub, D. W. (2003), Trust and TAM in online shopping: An integrated model, *MIS Quarterly*, 27(1), 51-90.

Goleman, D. (2000), Leadership that gets results, *Harvard Business Review*, March-April. 78-90.

Goleman, D., Boyatzis, R. and Mckee, A. (2002), *Primal leadership: Realizing the of emotional intelligence*, Boston: Harvard Business School Press.

Graen, G., Orris, J. and Johnson, T. (1973), Role assimilation processes in a complex organization, *Journal of Applied Psychology*, 63, 206-212.

Graen, G. Novak, M. and Sommerkamp, P. (1982), The effects of leader-member exchange and job design on productivity and satisfaction, *Organizational Behavior and Human Performance*, 30, 109-131.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M. and Sarstedt, M. (2014), *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*, Sage

Publications.

Keller, T. and Dansereau, F. (1995), Leadership and empowerment: A social exchange perspective, *Human Relations*, 48(2), 127-146.

Lam, W., Huang, X. and Snape, E. (2007), Feedback seeking behavior and leader-member exchange: Do supervisor attributed motives matter? *Academy of Management Journal*, 50, 348-363.

Laschinger, H. K. S. and Shamian, J. (1994), Staff nurses' and nurse managers' perceptions of job-related empowerment and managerial self-efficacy, *Journal of Nursing Adminstration*, 24(10), 38-47.

Liden, R. C. and Graen, G. (1980), Generalizability of the vertical dyad linkage model of leadership, *Academy of Management Journal*, 23(3), 451-465.

Liden, R. C., Wayne, S. J. and Sparrowe, R. T. (2000), An examination of the mediating role of psychological empowerment on the relations between the job, interpersonal relationships, and work outcomes, *Journal of Applied Psychology*, 85(3), 407-416.

Mayer, J. D. and Salovey, P. (1997), What is emotional intelligence: Implications for educators, *Emotional Development, Emotional Literacy, and Emotional Intelligence*, 3-31.

Neff, T, J., Citrin, J. M. and Brown, P. B. (1999), *Lessons from the top: The search for America's best business leaders*, New York: Doubleday.

Setton, R. P., Bennett, N. and Liden, R. C. (1996), Social exchange in organizations: Perceived organizational support, leader-member exchange, and employee reciprocity, *Journal of Applied Psychology*, 81(3), 219-227.

Sparrowe, R., Soetjipto, B. and Kraimer, M. (2006), Do leaders influence tactics relate to members helping behavior? It depend on the quality of the relationship, *Academy of Management Journal*, 49(6), 1194-1208.

Spreitzer, G. M. (1995), Psychological empowerment in the workplace: Dimensions, measurement, and validation, *Academy Management Journal*, 38, 1442-1465.

Spreitzer, G. M. (2008), Taking stock: A review of more than twenty years of research on empowerment at work. In C. Cooper & J. Barling (Eds.), *The Sage handbook of organizational behavior,* Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Thomas, K. W. and Tymon, W. (1994), Does empowerment always work: Understanding the role of intrinsic motivation and personal interpretation, *Journal of Management Systems*, 6(3), 1-17.

Thomas, K. W. and Velthouse, B. A. (1990), Cognitive elements of empowerment: An interpretive model of intrinsic task motivation, *Academy Management Review*, 15(4), 666-681.

Tran, V. (1998), The role of the emotional climate in learning organizations, *The Learning Organization*, 5(2), 99-103.

Wanous, J. P. and Lawler, E. E. (1972), Measurement and meaning of job satisfaction, *Journal of Applied Psychology*, 56(2), 95-105.

Yukl, G. (2010), *Leadership in organization*, Prentice-Hall Englewood Cliffs, NJ.

APPENDIX. 측정도구

설문문항	근거
상사의 감성리더십: 자기인식능력 (SRA)	Goleman at al.(2002)
나의 상사는 본인의 감정을 이해하고 있다.	
나의 상사는 자신의 장점과 단점을 이해하고 있다.	
나의 상사는 본인의 능력에 대해 알고 있다.	
상사의 감성리더십: 자기관리능력 (SMA)	Goleman at al.(2002)
나의 상사는 자신의 감정을 다스릴 줄 안다.	
나의 상사는 현실에 만족하기보다 새로운 기회를 잡기위해 노력한다.	
나의 상사는 새로운 도전과 변화에 유연하게 대처한다.	
나의 상사는 설정된 목표를 위해 부하들이 도전하도록 이끈다.	
나의 상사는 자신의 실수를 인정할 줄 안다.	
나의 상사는 긍적적이다.	
상사의 감성리더십: 사회적인식능력 (SCRA)	Goleman at al.(2002)
나의 상사는 사람들의 감정을 잘 이해한다.	
나의 상사는 조직에서 돌아가는 관계와 원칙들을 잘 이해하고 있다.	
나의 상사는 직원과 고객의 요구를 잘 파악한다.	
상사의 감성리더십: 관계관리능력 (RMA)	Goleman at al.(2002)
나의 상사는 부하직원에게 동기부여를 하며 비전을 제시한다.	
나의 상사는 설득력이 있어 사람의 마음을 잡아끄는 힘이 있다.	
나의 상사는 직원들과 좋은 인간관례를 가지고 있다.	
나의 상사는 새로운 변화를 조직구성원에게 주고자 노력한다.	
나의 상사는 회사 내에서 갈등문제를 잘 해결한다.	
나의 상사는 조직의 팀워크와 협력을 이끌어 낼 줄 안다.	
리더-구성원 교환관계: 전문성 존경 (PR)	Dienesch & Liden(1986)
나는 나의 팀 리더의 업무지식에 감명을 받는다.	
나는 팀 리더의 업무에 대하나 능력과 지식을 존종한다.	
나는 팀 리더의 전문적인 업무기술에 감명을 받는다.	
리더-구성원 교환관계: 충성심 (LT)	Dienesch & Liden(1986)
내가 문제의 쟁점에 대해 충분히 지식이 없을 지라고 나의 팀 리더는 나의 일처리 사항에 옹호를 해줄것이다.	
나의 팀 리더는 내가 다른 사람으로부터 공격을 받는다면 나를 방어하려 할 것이다.	
내가 사소한 실수를 할 경우, 나의 팀 리더는 나를 보호하려 할 것이다.	
리더-구성원 교환관계: 공헌 (CT)	Dienesch & Liden(1986)
나에게 주어진 업무 이외 사항이라도 나는 나의 팀리더를 위해서 일한다.	
나는 팀 리더의 업무목표에 부합하기 위해 일반적으로 요구되는 것보다 더 많은 노력을 기꺼이 기울인다.	
나는 나의 팀 리더를 위해 최선을 다해 일한다.	

(계속)

설문문항	근거
리더-구성원 교환관계: 정서적 유대감 (AFF)	Dienesch & Liden(1986)
팀 구성원은 친구이상으로 소중하게 느껴진다.	
나는 팀 구성원을 매우 좋아한다.	
나는 팀 구성원과 같이 일하는 것이 매우 재미있다.	
심리적 임파워먼트: 의미성 (IMP_M)	Spreitzer(1995)
내가 수행하고 있는 업무는 나에게 매우 중요하다.	
나의 직무상의 업무활동은 개인적으로 나에게 의미있는 일이다.	
내가 수행하고 있는 일은 나에게 의미가 있다.	
심리적 임파워먼트: 역량 (IMP_A)	Spreitzer(1995)
나는 나의 업무능력에 자신감을 가지고 있다.	
나는 나의 직무를 수행하는데 있어서 나의 역량에 대해 자신이 있다.	
나는 나의 직무에 필요한 기술(skill)을 가지고 있다.	
심리적 임파워먼트: 자기결정 (IMP_S)	Spreitzer(1995)
나는 나의 업무를 수행하는데 상당한 재량권을 가지고 있다.	
나는 업무처리 방법을 스스로 결정할 수 있다.	
나에게 독자적인 업무처리 기회가 주어진다.	
심리적 임파워먼트: 영향력 (IMP_I)	Spreitzer(1995)
우리 살롱에서 나의 영향력은 크다.	
나는 우리 살롱에서 일어나는 일에 대해 상당한 통제력(권한)을 가지고 있다.	
나는 우리 사롱에서 업무처리 결정에 상당한 영향력을 가지고 있다.	
조직몰입 (OC)	Mayer & Salovey(1997)
나는 우리 살롱에 대해 강한 소속감을 느낀다.	
나는 우리 살롱에 강한 애착을 가지고 있다.	
나는 내가 우리 살롱에서 일한다는 사실이 자랑스럽다.	
내가 우리 살롱에서 일하는 것은 내게 큰 의미가 있다.	
나는 기꺼이 은퇴할 때까지 우리 살롱에서 일하고 있다.	
나는 우리 살롱의 문제가 내 문제라고 느낀다.	
직무만족 (JS)	Wanous & Lawler(1972)
내가 하는일은 내게 성취감을 준다.	
나는 내가 하는 일이 즐겁다.	
내가 일을 잘 할 때 마다 상사나 동료는 나를 인정해준다.	
나는 내가 하는 일에 긍지를 가지고 있다.	
내가 하는 일은 가치가 있는 일이다.	
나는 내가 하는 일에 만족한다.	

* 저자소개 *

· 허 지 영(ineo21@naver.com)

용인대학교에서 뷰티비즈니스 석사와 경영학 박사학위를 취득하였다. 주요관심 분야는 뷰티비즈니스와 서비스경영이다. 미용장이며, 대통령 철탑산업훈장과 중소벤처기업부 장관상을 수상한 바 있다. 현재 허지스헤어 5개 지점의 대표원장이다.

· 김 상 수(sgssk@yongin.ac.kr)

현재 용인대학교에서 경영학과장 겸 교육성과분석센터장으로 재직하고 있다. 서강대학교에서 경영학사와 석사를, 연세대학교에서 법학석사를, 그리고 서강대학교 경영전문대학원에서 박사학위를 취득하였다. 딜로이트 등에서 10여 년간 경영컨설턴트로 근무한 바 있다. 주요 관심 분야는 스마트 비즈니스, 지식경영, 서비스경영, 윤리경영 등이다.