

# 노인요양시설 종사자들의 내부마케팅 요인이 직무만족, 감정노동 및 조직몰입에 미치는 영향에 관한 연구

이재선\*, 이승희\*\*

금오공과대학교 경영학과 마케팅전공\*, 금오공과대학교 경영학과 교수\*\*

## A Study on the Effects of Internal Marketing Factors to Job Satisfaction, Emotional Labor, and Organizational Commitment of the Elderly Care Facility Employee

Jae-Sun Lee\*, Seung-Hee Lee\*\*

Dept. of Business Administration, Kumoh National Institute of Technology\*

Professor, Dept. of Business Administration, Kumoh National Institute of Technology\*\*

**요약** 본 연구의 목적은 노인요양시설 종사자들을 대상으로 내부마케팅요인이 조직 구성원의 직무만족, 감정노동과 조직몰입에 미치는 영향을 분석하는 것이다. 구조화된 설문조사를 통해 자료를 수집 하였으며, 최종분석 대상자는 경남지역과 경북지역의 노인요양시설에 근무하는 191명이고 연구모형의 가설검증은 AMOS 18.0을 이용하여 경로분석을 시행하였다. 본 연구의 주요 결과는 다음과 같다. 내부마케팅 요인이 직무만족에는 내부커뮤니케이션, 경영자지원만 영향을 미쳤으며, 감정노동에는 경영자지원만, 조직몰입에는 내부커뮤니케이션과 경영자지원이 영향을 미치는 결과 나타났다. 본 연구결과와 시사는 장기요양시설 종사자들의 조직몰입 성과를 높이기 위해서는 바로 내부마케팅 역량 강화가 아니라 1차적으로 직무성과를 높여야 하며, 2차적으로 직무성과를 높이기 위해서는 종사자들의 직무만족과 감정노동에 대한 서비스 질의 변인을 좀 더 다양화한 연구가 필요하다.

**주제어** : 노인요양시설, 내부마케팅, 직무만족, 감정노동, 조직몰입.

**Abstract** The purpose of this study is to analyze the effects of internal marketing factors on organizational commitment and emotional labor in the elderly Care Worker. The data are collected through structured questionnaires. The Subjects of the final analysis is 191 persons working in the elderly care facilities in Gyeongnam and Gyeongbuk provinces. Hypothesis testing of the research model is performed using AMOS 18.0. The main results of this study are as follows. Internal marketing factors influenced only internal communication and management support for job satisfaction, internal support for managerial support for emotional labor, internal communication and management support for organizational commitment. The results of this study suggest that in order to enhance the organizational commitment of long-term care workers, it is important not to strengthen internal marketing capacity but to increase job performance first, and secondly, to improve job performance, It is necessary to establish a more diversified research on the variables of service quality of job satisfaction and emotional labor.

**Key Words** : Elderly Care Facility, Internal Marketing, Job Satisfaction, Emotional Labor, Organizational Commitment

\* 이 연구는 2016년 금오공과대학교학술연구비에 의하여 지원된 논문

Received 4 March 2017, Revised 31 March 2017

Accepted 20 April 2017, Published 28 April 2017

Corresponding Author: Seung-Hee Lee

(Kumoh National Institute of Technology)

Email: marketing@kumoh.ac.kr

ISSN: 1738-1916

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

## 1. 서론

노인인구의 증가로 인한 인구고령화가 급속하게 진행되면서, 이와 관련된 새로운 노인문제가 많이 등장하였다. 이 가운데 그동안 전적으로 가족이나 친지 등 민간에 의해 지탱해왔던 노인의 부양과 치매, 중풍, 만성질환을 가진 노인의 건강보호문제가 커다란 사회문제로 대두되자, 노인의 건강과 건강보호에 대하여 사회적 보호의 필요성이 제기되었고, 이에 대한 대응으로 2007년 노인장기요양보호법이 제정되어 2008년부터 시행되어 왔다. 인구고령화가 급속하게 진행되면서 2015년 5가구 중1가구는 고령자 가구(가구주가 65세 이상인 가구)이며, 그 중 32.9%는 고령자 1인 가구로 급속하게 진행되면서 노인문제가 새롭게 대두되었다[1]. 고령화가 진행되면서 신체적 측면의 질병, 경제적 측면의 어려움, 심리적 측면의 외로움 및 노인의 건강보호문제가 커다란 사회문제로 대두되자, 정부에서는 2007년 10월 1일 법률로 공포 되었으며, 2017년 현재도 필요한 부분이 매년 개정되어 시행되어지고 있다. 이 법의 목적은 고령이나 노인성 질병 등의 사유로 일상생활을 혼자서 수행하기 어려운 노인등에게 제공하는 신체활동 또는 가사활동 지원 등의 장기요양급여에 관한 사항을 규정하여 노후의 건강증진 및 생활안정을 도모하고 그 가족의 부담을 덜어줌으로써 국민의 삶의 질을 향상하도록 함을 목적으로 한다[2,3]. 이에 본 연구에서는 노인요양병원의 종사자들 대상으로 내부마케팅 요인이 직무만족, 감정노동, 조직몰입에 어떠한 유의적 관계가 있는 지에 대한 실증적 연구로 살펴봄으로써 노인요양시설의 구성원들의 내부만족과 외부고객의 서비스 향상을 위한 효율적 방안을 제시하여 간의 연구와의 차별성을 구현하고자 한다.

첫째, 노인요양시설 종사자들의 내부마케팅과 직무만족과 감정노동에 영향을 그 유의성 정도를 규명하고자 한다.

둘째, 종사자들의 직무만족이 조직몰입에 어떠한 영향을 미치고 있는지에 대해 규명하고자 한다.

셋째, 종사자들의 감정노동이 조직몰입에 어떠한 영향을 미치고 있는지에 대해 규명하고자 한다.

## 2. 이론적 배경 및 가설

### 2.1 노인요양시설

노인장기요양보험법을 제2조1항을 보면 “노인등”이란 65세 이상의 노인 또는 65세 미만의 자로서 치매·뇌혈관성질환 등 대통령으로 정하는 노인성 질병을 가진 자를 말하며 또한, 사회복지사업법 제2조 제3항을 보면 “사회복지시설은 사회복지사업을 할 목적으로 설치된 시설을 말한다.” 여기에서 시설이란 위 두 개의 법령에 의거하여 가정에서 일상생활을 하는 노인이 신체적·정신적 장애로 어려움을 겪고 있는 경우 필요한 각종 편의를 제공하여 지역사회에서 건강하고 안정된 서비스를 보낼 수 있도록 설치된 장소를 말한다.

또한 방문 요양 서비스, 야간보호 서비스, 단기 보호 서비스, 방문목욕 서비스 등은 노인에게 삶의 필요한 서비스 및 프로그램과 인간다운 삶을 보장하고 제공하는 시설이라고 정의할 수 있다[4].

### 2.2 내부마케팅

Berry, Hensel & Burke, M. C.(1976)가 내부마케팅의 개념을 도입한 후, 내부마케팅은 노인요양 종사원들의 서비스 제공 수준을 제고하고, 종사원을 동기 부여시켜 고객만족과 경쟁우위를 실현하고자 하는 관점에서 중요하게 부각되는 개념이다[5].

#### 2.2.1 내부커뮤니케이션

세계적인 기업들은 사내 커뮤니케이션을 가장 중요한 핵심 성공 요인으로 삼고 이를 성공적으로 운용하기 위해 심혈을 기울이고 있다. 내부 또는 비공식적 내부커뮤니케이션은 내부마케팅 구성요인의 핵심요소로 자리잡고 있으며(Kandampully, 2006) 효율적인 직무활동을 위해 조직 내에서의 지속적인 정보교환의 창고 및 의사소통의 창고로 활용되고 있다. 조직 내에서의 커뮤니케이션의 다양한 소통은 포괄적, 정서적 반응이며 다차원적인 개념으로 표현되며 하나의 개념으로 설명하기에는 너무 많은 것을 포괄하고 있으며 획일화된 것이 없다[6].

#### 2.2.2 교육훈련

교육훈련을 실시하는 궁극적인 목적은 종업원의 긍정적인 행동 및 성과의 변화를 이끌어 내며, 계속해서 향상된 능력을 발휘할 수 있도록 양질의 인재를 육성하는 것이다. Trefz(1991)은 교육훈련 만족이 높은 훈련참가자

들은 교육훈련에 참여함으로써 교육의 내용을 학습할 수 있으며, 학습한 지식이나 기술을 직무에 자신의 능력에 대한 자신감 및 자신의 직무에 대한 지식과 기술을 더 많이 활용하는 경향이 있음을 보여주고 있다[7].

### 2.2.3 경영자지원

Gronroos(1984)은 종사원에게 적극적인 관심과 종사원이 제안하는 다양한 의견 수렴에 대해 노력을 기울여야 하며, 종사원도 미래의 고객이 될 수 있으므로 의사결정 과정에 종사원을 참여시켜 정보의 공유와 아이디어 창출, 신뢰와 분위기를 조성하는 것이라 할 수 있다. 경영자 지원은 종사원에 대한 가치적인 측면을 고려한 내용으로 내부마케팅의 관리측면에서 중요한 도구이자 핵심요소로서 종사원에 대한 신뢰와 도움을 적극적인 지원을 통하여 조직 전체가 달성하고자 하는 목표를 성취할 수 있도록 해야 한다[8].

### 2.3 직무만족

노인요양시설종사자들의 직무만족에 관한 조사는 아직 학문적으로 체계적인 조사가 아직 이루어지지 않았으며, 한마디로 정의하기에는 무리가 있다. 하지만 노인요양시설 종사자들의 태도, 지각, 감정적인 성향에 의한 관련된 연구분야는 미흡하다.

조직의 구성원이 자신의 직무나 직무 상황에 대해 긍정적 또는 부정적 평가를 의미하는 것을 직무만족이며 정서적 측면이 강하다. 직무만족은 개인이 직무에 대해 호의적으로 느끼는 감정적·정서적 평가로서 과제 또는 직무에 대한 감정적 반응이라고 하였으며, 고객성향이 높은 내부고객의 중요성은 제조업에 비해서 서비스업에서 더욱 강조되고 있다. 조직에 대한 만족·불만족의 결과는 조직에 중요한 결과로 나타나며 조직 유효성 영향으로 변수로 많이 사용되어 왔다[9].

### 2.4 감정노동

서비스 분야의 중요성이 강조되면서 직무요구 사항으로 받아들여지는 감정노동에 대한 용어는 항공사 승무원의 업무를 연구 한 Hochschild(1983)에 의해 최초로 제시되었다. 감정노동을 수행하는 것은 감정노동 종사자들이 자신의 실제 감정과 상충될 수 있는 조건이나 상황을 야기하는 것이 되고 감정 부조화와 그에 수반되는 여러 증

상들은 이러한 감정노동의 수행 결과로 나타나는 일종의 심리적 갈등상태이다. 감정노동의 구성요인을 살펴보면, 감정표현빈도, 감정표현강도, 감정표현의 다양성, 감정적 부조화로 구성될 수 있으며, 이와 같은 요인들로 인하여 직무만족과 관계가 말할 수 있다[10].

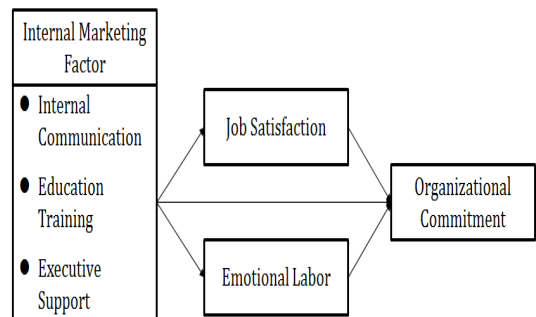
### 2.5 조직몰입

Morgan과 Hunt(1994)는 “몰입은 고객과의 관계를 강화함으로써 일반소비자의 충성도가 높은 고객으로 전환하는 관계 마케팅의 성공에 도움이 되는 협력적인 행동을 유발한다.”고 하였다. 조직몰입에 관한 요인을 개인의 동일시와 관여의 상대적 강도로 분류하였으며, 첫째, 조직의 목표와 가치를 굳게 믿고 수용하며, 둘째, 조직을 대신해서 스스로 많은 노력을 기울이며, 셋째, 조직 구성원 자격을 유지하려는 강한 욕구 존재하는 것으로 정의되어진다[11].

## 3. 연구방법

### 3.1 연구모형

본 연구에서는 노인요양시설 종사자들에게 영향을 줄 수 있는 내부마케팅(내부커뮤니케이션, 교육훈련, 경영자 지원)의 요인을 알아보고, 이러한 요인이 직무만족과 감정노동이 조직몰입에 미치는 인과관계를 규명하고자 [Fig. 1]과 같은 연구모형을 설정하였다.



[Fig. 1] Research Model

이상의 선행연구결과를 기초로 하여 내부마케팅과 직무만족에 대한 연구가설을 다음과 같이 설정하였다.

### 3.2 연구가설

#### 3.2.1 내부마케팅과 직무만족간의 관계

Foreman and Money(1995)는 내부마케팅 요인으로 교육훈련, 보상제도, 조직비전을 도출하였으며, 내부마케팅 활동 영역이 서비스 기업과 제조업에서도 직무만족으로 활용될 수 있다고 주장하였다[12].

이러한 선행 연구를 근간으로 하여 본 연구는 노인요양시설의 내부마케팅 요인이 직무만족에 어떠한 영향이 미치는지를 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1 : 노인요양시설의 조직구성원이 지각하는 내부마케팅 요인은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-1: 내부마케팅의 내부커뮤니케이션이 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-2: 내부마케팅의 교육훈련이 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-3: 내부마케팅의 경영자지원이 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

#### 3.2.2 내부마케팅과 감정노동간의 관계

Cooper & Cronin(2000)은 병원에서 간호사를 대상으로 한 교육훈련 프로그램과 보상시스템 등의 활용에 따라 간호사가 환자들에게 긍정적인 감정표현의 빈도가 높아진다는 결과를 도출하였다[13].

이러한 선행 연구를 근간으로 하여 본 연구는 노인요양시설의 내부마케팅 요인이 감정노동에 어떠한 영향이 미치는지를 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H2 : 노인요양시설의 조직구성원이 지각하는 내부마케팅 요인은 감정노동에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

H2-1: 내부마케팅의 내부커뮤니케이션이 감정노동에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

H2-2: 내부마케팅의 교육훈련이 감정노동에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

H2-3: 내부마케팅의 경영자지원이 감정노동에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

#### 3.2.3 내부마케팅과 조직몰입간의 관계

Bosshoff와 Tait(1996)는 내부 커뮤니케이션이 조직몰입에 영향을 미친다고 보았으며, 효과적인 내부 커뮤니

케이션은 조직몰입, 기능 간 협조에 효과가 있다고 주장하고 있다[14].

이러한 선행 연구를 근간으로 하여 본 연구는 노인요양시설의 내부마케팅 요인이 조직몰입에 어떠한 영향이 미치는지를 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H3 : 노인요양시설의 조직구성원이 지각하는 내부마케팅 요인은 조직몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3-1: 내부마케팅의 내부커뮤니케이션이 조직몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3-2: 내부마케팅의 교육훈련이 조직몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3-3: 내부마케팅의 경영자지원이 조직몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

#### 3.2.4 직무만족과 조직몰입간의 관계

Morrison(1997)은 직무만족이 조직구성원의 조직몰입과 조직성공에 긍정적인 영향을 미치며, 조직몰입도 조직의 경영성공에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다[15]. 이러한 선행 연구를 근간으로 하여 본 연구는 노인요양시설의 조직구성원이 직무만족이 조직몰입에 어떠한 영향이 미치는지를 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H4 : 노인요양시설의 조직구성원이 지각하는 직무만족이 조직몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

#### 3.2.5 감정노동과 조직몰입간의 관계

김현형(2008)의 호텔 종사원을 대상으로 한 감정노동과 조직몰입과의 상관관계를 보면 감정노동은 조직몰입에 영향을 미치며, 고객접점에서 본인의 감정을 우선시하기보다는 고객중심에서 서비스를 제공함으로써 감정노동은 조직몰입에 영향을 미치는 것으로 나타났다[16]. 이러한 선행 연구를 근간으로 하여 본 연구는 노인요양시설의 조직구성원이 감정노동 조직몰입에 어떠한 영향이 미치는지를 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H5 : 노인요양시설의 조직구성원이 지각하는 감정노동이 조직몰입에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

## 4. 실증분석

### 4.1 분석방법과 도구

표본의 일반적 특성을 살펴보기 위해 빈도분석 실시하였으며, 측정도구의 타당도 및 신뢰도 분석: 확인적 요인분석, 신뢰도 계수(Cronbach's  $\alpha$ )를 이용해 확인하였다. 또한, 주요 변수들 간의 관계 확인위해 상관관계 분석 실시하였고 가설은 구조방정식을 통한 경로분석 실시하여 검증하였다. 분석 방법은 빈도분석, 신뢰도 계수, 상관관계 분석은 SPSS 21.0을 이용하였고, 확인적 요인분석, 경로분석은 AMOS 18.0을 이용하였다. AMOS는 LISREL, PLS 등과 함께 구조방정식모형분석에 자주 사용되는 통계소프트웨어이다. LISREL의 경우 분석을 위해 사용자가 직접 모형을 프로그래밍하여야 하는 단점이 있는 반면, AMOS는 GUI(Graphical User Interface)를 따르고 있어 그래픽 요소를 배치함으로써 모형을 프로그래밍 할 수 있어 분석을 보다 용이하게 할 수 있는 장점을 가지고 있다.

(Table 1) sampling characteristic (n=191)

variable	division	frequency	ratio(%)
gender	man	14	7.33
	Woman	177	92.67
age	20s	14	7.33
	30s	26	13.61
	40s	61	31.94
	50s	71	37.17
	60s	19	9.95
religion	Christian	57	29.84
	Catholic	11	5.76
	Buddhism	31	16.23
	atheism	84	43.98
	Etc	8	4.19
Marital Status	single	28	14.66
	married	163	85.34
Final education	High school graduate	92	48.17
	Professional college graduate	54	28.27
	University graduation	39	20.42
	Graduate school graduation	6	3.14
Practical experience	1 year or less	26	13.61
	2-4 years	58	30.37
	5-7 years	42	21.99
	8-10 years	29	15.18
	More than 10 years	36	18.85
Working occupation	nurse	74	38.74
	Social Worker	14	7.33
	Caregiver	82	42.93
	Etc	21	10.99
Employment type	Full-time	142	74.35
	contract worker	46	24.08
	Etc	3	1.57

#### 4.2 측정도구의 타당도 및 신뢰도 분석

확인적 요인분석 실시하기 위해 일차적으로 설문을 통한 각 측정변수를 모두 투입하여 실시하였다. 그러나 몇몇 측정변수의 요인부하량이 0.5이하인 경우가 발생하며, 요인부하량이 0.5이하인 것을 제외하는 방법을 통해 각 요인의 측정변수들의 집중타당도를 확보하였다 (모든 측정변수의 요인부하량이 0.5이상). 또한, 신뢰도 분석의 경우 요인들 중 가장 낮은 신뢰도가 0.806으로 일반적으로 신뢰할 만하다는 기준치 0.7 이상을 보이고 있어 신뢰할만한 측정도구라 할 수 있다.

한편, 모형의 적합도 검증을 위해 확인적 요인분석 모형의 적합도를 사용하였고 그 지표로는 CMIN/DF, GFI, RMR, RESEA, CFI를 사용하였다.

확인적 요인분석 모형의 적합도 검증에서는 여러 적합도 지수 중 CMIN/DF와 RMR, RMSEA 에서 양호한 기준을 충족하고 있는 반면, GFI, CFI, 의 경우는 양호한 기준에 미치지 못하는 것으로 나타났다. 본 연구의 표본의 크기는 191로 구조방정식을 사용하기에는 표본의 크기가 크지 않다. 따라서 표본의 크기에 영향을 받는 GFI 지수가 좋지 않게 나오고 있다. 그러나 표본의 크기에 영향을 받지 않는 대표적인 모델적합도 지수인 RMSEA와 CFI에서 RMSEA의 지수는 양호하게 나타나고 있고, CFI는 조금은 낮지만 대체로 수용할 만하므로 본 연구의 확인적 요인분석 모형은 어느 정도 적합한 것으로 볼 수 있다. 예를 들어 민병조·김병주(2013)과 민병서(2016)의 연구에서 다른 적합도 지수를 충족하고, GFI 값과 CFI 값이 기준값에 대체로 근사치를 보이는 경우 수용 가능한 수준으로 평가할 수 있다고 하였다[17,18].

(Table 2) Validity and Reliability Analysis Results

factor	Item	Factor analysis			Reliability coefficient	Model fit
		C.R.	P	Factor loading		
Internal Communications	Internal Communications1	-	-	0.747	0.806	CMIN/DF = 2.175 (<3),
	Internal Communications2	9.025	***	0.695		
	Internal Communications3	10.586	***	0.835		
education training	education training1	-	-	0.773	0.849	GFI=0.721 (>0.90), RMR=0.042 (<0.05),
	education training2	11.406	***	0.832		

r k e t I n g	education training3	11.270	***	0.820	0.913	RMSEA=0.079 (<0.08: Good) CFI=0.873 (>0.90)
	Executive suppor1	-	-	0.888		
	Executive suppor2	17.725	***	0.903		
	Executive suppor3	16.106	***	0.857		
J o b s a t i s f a c t i o n	Job satisfaction1	-	-	0.851	0.945	
	Job satisfaction2	15.814	***	0.866		
	Job satisfaction3	14.601	***	0.828		
	Job satisfaction4	13.114	***	0.776		
	Job satisfaction5	14.241	***	0.816		
	Job satisfaction6	13.742	***	0.799		
	Job satisfaction7	12.909	***	0.768		
	Job satisfaction8	12.024	***	0.733		
	Job satisfaction9	14.550	***	0.826		
	Job satisfaction10	11.561	***	0.713		
E m o t i o n a l l a b o r	Emotional labor1	-	-	0.662	0.857	
	Emotional labor2	7.056	***	0.584		
	Emotional labor3	7.729	***	0.648		
	Emotional labor4	7.072	***	0.585		
	Emotional labor5	7.047	***	0.583		
	Emotional labor6	8.818	***	0.761		
	Emotional labor7	8.545	***	0.732		
	Emotional labor8	8.216	***	0.697		
O r g a n i z a t i o n a l C o m m i t m e n t	Organizational Commitment1	-	-	0.833	0.953	
	Organizational Commitment2	14.971	***	0.856		
	Organizational Commitment3	15.466	***	0.873		
	Organizational Commitment4	15.381	***	0.870		
	Organizational Commitment5	12.817	***	0.776		
	Organizational Commitment6	14.040	***	0.823		
	Organizational Commitment7	14.654	***	0.845		
	Organizational Commitment8	14.436	***	0.838		
	Organizational Commitment9	12.656	***	0.769		

### 4.3 변인간의 상관관계 분석

확인적 요인분석과 신뢰도 분석결과에 근거하여 각 요인의 측정변수들의 평균을 통해 주요 요인변수를 산출하였다. <Table 3>은 주요 변인들 간의 상관관계를 분석한 결과이다.

분석 결과 모든 변수 사이에 유의수준 0.05에서 유의

미한 상관관계를 보이고 있다.

특히, 감정노동은 다른 모든 변수들(내부 커뮤니케이션, 교육훈련, 경영자지원, 직무만족, 조직몰입)과의 관계는 부정적 방향을 보인다.

다른 모든 변수들의 관계 방향은 긍정적인 것으로 나타났다. 상관관계가 가장 높은 두 변수는 직무만족과 조직몰입( $r=0.739, p<0.05$ )인 것으로 나타났다.

<Table 3> Results of correlation analysis

	Internal marketing			Job satisfaction	Emotional labor8
	Internal Communications	education training	Executive support		
Internal Communications	1				
education training	0.563**	1			
Executive support	0.530**	0.613**	1		
Job satisfaction	0.615**	0.454**	0.558**	1	
Emotional labor	-0.157*	-0.150*	-0.271**	-0.319**	1
Organizational Commitment	0.580**	0.470**	0.676**	0.739**	-0.309**

\*:  $p<0.05$ , \*\*:  $p<0.01$

### 4.4 연구구조모형의 검증

가설을 증명하기 위해 구조방정식모델을 이용 경로분석을 실시한 결과 <Table 4>와 같다.

<Table 4> Key factors inter-path coefficient

Independent variable (exogenous variable)	Dependent variable (endogenous variable)	Path coefficient	C.R.	P
Internal Communications	Job satisfaction	0.439	6.492	***
	education training	0.013	0.180	0.857
	Executive support	0.317	4.477	***
Internal Communications	Emotional labor	-0.032	-0.362	0.718
	education training	0.037	0.397	0.691
	Executive support	-0.277	-3.008	0.003
Internal Communications	Organizational Commitment	0.112	1.883	0.060
	education training	-0.037	-0.644	0.519
	Executive support	0.367	6.062	***

Job satisfaction	-->	Organizational Commitment	0.469	8.116	***
Emotional labor	-->	Organizational Commitment	-0.094	-2.189	0.029

#### 4.5 가설검정 결과

가설을 증명하기 위해 구조방정식모형을 이용 경로분석을 실시하였다.

분석한 결과를 정리하면, 첫째, 직무만족에 유의미한 영향을 미치는 내부마케팅의 하위요인은 내부커뮤니케이션, 경영자 지원이며 두 경우 모두 양의 방향으로 영향을 미치고 있다. 교육훈련은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

둘째, 감정노동에 영향을 미치는 내부마케팅의 하위요인들 중 경영자 지원만이 음의 방향으로 미치고 있는 것으로 나타났다.

셋째, 조직몰입에 영향을 미치는 내부마케팅의 하위요인 중 경영자지원은 직접적으로 양의 방향으로 영향을 미치고 있다. 내부커뮤니케이션은 직접적으로는 영향을 미치고 있지 않으나, 직접적 영향과 간접적 영향을 합친 총효과에서는 유의미한 양의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 직무만족은 조직몰입에 양의 방향으로 유의미하게 영향을 미치고 있다.

다섯째, 감정노동은 조직몰입에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

### 5. 결론 및 시사점

본 연구는 노인요양시설의 조직몰입 성과를 높이기 위해서는 바로 내부 마케팅 역량 강화가 아니라 1차적으로 직무성과를 높여야 하며, 2차적으로 직무성과를 높이기 위해서는 서비스의 질을 높일 수 있는 계획의 수립이 필요하며, 종사자들의 직무만족과 감정노동에 대한 서비스 질의 변인을 좀 더 다양화한 연구가 필요하다는 학술적 시사점이 나타나고 있다.

노인요양병원의 종사자들 대상으로 노인장기요양시설이 급속한 양적 성장으로 인해 과다경쟁을 벌이면서 요양서비스 수준 저하 등 일부 문제점이 나타나고 있는

것으로 판단, 이에 따른 부작용을 최소화하고 생활시설 어르신들의 더 나은 삶을 위해 요양서비스 질적 수준 향상에 초점을 맞추고 사업을 추진하고 있다.

따라서 실무적 시사점은 종사자들의 직무만족의 성과와 감정노동과 소진을 효율적으로 관리 할 수 있는 중재 프로그램 개발이 요구된다. 따라서 조직 특성을 고려하여 부서와 구성원 간의 업무 수행을 한 효율적인 의사소통과 원활한 의견개진이라는 개방인 조직 문화를 형성하고 확립하는 정책 배려가 충분히 이루어져야 할 것이다. 또한, 의사소통과 같은 교육프로그램을 개발하고 활성화해야 하며, 업무분장을 명확히 하여 노인복지시설 품질향상에 최선을 다하는 조직문화가 되어야겠다.

본 연구의 한계점은 종사자들의 직무별과 시설규모별 및 다양한 지역별 특성요인을 좀 더 구체적 방안 에 대한 지속적인 연구가 필요할 것으로 본다.

### ACKNOWLEDGMENTS

This paper was supported by Research Fund, Kumoh National Institute of Technology.

### REFERENCES

- [1] I. K. Choi, "A Study on Linkage Models of Community Elderly Protection System, Focusing on Long - Term Care Insurance for the Elderly", The Korean Fusion Society Vol.7, No.6, pp.161-166, 2016.
- [2] Purpose of Long-Term Care Insurance for the Elderly.
- [3] M. H. Kim, "Family Function and Self - Efficacy Factors Affecting Elderly Patients' Pre - Medical Intentions", Journal of Information Technology and Management, Vol. 6, No. 4. pp. 123-129, 2016.
- [4] J. J. Lee, "A Family's Perception of Bed-railing Use in Geriatric Hospital", Digital Combined Research, Vol.14, No12. pp. 503-513, 2016.
- [5] Berry, Leonard L. James S. Hensel, and Marian C. Burke. "Improving retailer capability for effective consumerism response." Journal of retailing 52.3. pp. 3-14. 1976.

[6] Kandampully, Jay. "The new customer-centred business model for the hospitality industry." *International Journal of Contemporary Hospitality Management* Vol. 18, No. 3, pp. 173-187, 2006.

[7] Trefz, M.K, Factors associated with perceived efforts of trainees to transfer learning from a management training activity, Unpublished doctoral dissertation, Ohio State University, Columbus, Ohio, 1991.

[8] Gronroos, C., "A Service Quality Model and It's Marketing Implication", European, 1984.

[9] S. C. Choi "The Effects of Job Stress and Depression on Job Satisfaction of SME Workers", *Journal of Korea Information Science Society*, Vol. 7, No. 1, pp. 1-9, 2017.

[10] Hochschild, A. R., *The Managed Heart*, 1sted. Berkeley & Los Angeles CA: University of California Press, 1983.

[11] Morgan, R. M. & Hunt, S. D., "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing", *Journal of Marketing*, Vol.58, No.3, pp.20-38, 1994.

[12] Foreman, S. K. and A. H. Money, "Internal Marketing: Concepts, Measurement and Application," *Journal of Marketing Management*, Vol. 11, No. 8, pp. 755-768, 1995.

[13] J. Cooper and J. J. Cronin, *Internal Marketing : A Competitive Strategy for the Long-Term Care Industry*, *Journal of Business Research*, 48, pp. 177-181, 2000.

[14] C. Boshoff and M. Tait. *Quality Perceptions in the Financial Services Sector-The Potential Impact of Internal Marketing*. *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 7, No. 5, pp. 5-31, 1996.

[15] Morrison, K. A., "How Franchise Job Satisfaction and Personality Affects Performance, Organizational Commitment, Franchisor Relations, and Intention to Remain", *Journal of Small business Management* , Vol. 35, No.3, pp. 39-67, 1997.

[16] Gimheonhyeong,. *Emotional labor, Exhaustion phenomenon and Influence of Service Employees on the Level of Service Providence*, Doctoral Thesis of Anyang University, 2008.

[17] B. J. Kim, B. C. Min, "The Effects of Job Placement and Job Stress on Burnout through Job Attitude. *Journal of Educational Administration*, Vol. 31, No. 4, pp. 25-48, 2013.

[18] B. S. Min, "The Effects of Mobile Communication Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty". *JKSQM (Journal of the Korean Society for Quality Management)*, Vol. 44, No. 4, pp. 921-934, 2016.

**이 재 선(Lee, Jae Sun)**



- 2016년 2월 : 국립금오공과대학교 경영학과 박사과정 수료
- 2013년 12월 ~ 2016년 5월 : 참행복 경영연구원장
- 2016년 5월 ~ 현재 : 지리산 실버타운 원장
- 관심분야 : 마케팅, 소비자행동
- E-Mail : hi3129@daum.net

**이 승 희(Lee, Seung Hee)**



- 1993년 8월 : 성균관대학교 경영학과(경영학 박사)
- 2004년 2월 ~ 현재 : 국립금오공과대학교 경영학과 교수, 사)한국디지털정책학회 부회장
- 관심분야 : 마케팅, 전자상거래, 유통, 컨설팅
- E-Mail : marketing@kumoh.ac.kr