

호텔직원의 사회지능이 협력과 개인성과에 미치는 영향

The Influences of Social Intelligence on Cooperation and Individual Performance of Hotel Employees

임지은

중원대학교 경영학과

Ji-Eun Lim(oriya127@jwu.ac.kr)

요약

본 연구는 사회적 인간관계의 조화능력인 사회지능이 호텔서비스 품질의 중요한 요인으로 보고, 호텔 접점직원의 사회능력과 직원의 협력적 태도, 업무에 대한 개인성과의 관계에 대해 연구하였다. 이론적 고찰을 통해 사회지능의 구성개념을 구분하고 인과관계에 대한 가설을 설정하였으며 국내 특급호텔 접점직원 201명의 설문조사를 분석하였다. 실증분석 결과, 접점직원의 사회지능은 접점직원이 협력적 태도와 개인성과에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 접점직원의 협력은 개인성과에 정(+)의 영향을 미치는 것을 확인하였다. 즉 사회지능은 사회적 관계를 긍정적이고 효과적으로 형성하고 유지하는데 핵심적인 능력으로 실질적인 성과로 이어지는 선순환의 관련성을 보이고 있다. 실증결과를 바탕으로 호텔 접점직원의 사회지능의 의미와 시사점 그리고 향후연구방향을 제시하였다.

■ 중심어 : | 사회지능 | 협력 | 개인성과 |

Abstract

The social intelligence, ability of social harmony and relationship was one of the key factor for hotel service quality. and then inquired the relationships among customer-facing employee's social intelligence of hotel, cooperation of employee, and individual performance. Through the theoretical consideration, concept of social intelligence was established, then we set up the hypothesis for causality relationship. The 201 customer-facing employee of a luxury hotel in Korea were analyzed. According to the results, social intelligence of customer-facing employee effects to cooperation of employee and individual performance positively as well. Cooperation of employee has been confirmed on a positive effect on individual performance. That is, social intelligence is social relationships to effectively building and maintaining a positive and essential skills to leading a substantial performance. Based on the empirical results, meanings, implications, and future research suggestions of social intelligence are discussed.

■ keyword : | Social Intelligence | Cooperation | Individual Performance |

I. 서론

호텔에서 제공하는 서비스는 유형적인 물건이 아니라 직원이 제공하는 행위나 성과이기 때문에 품질통계의 어려움이 있다. 많은 호텔기업들은 기업의 핵심 역량이 직원 개개인의 사회적 관계기술에 달려있다고 보고, 긍정적 서비스 접점이 될 수 있도록 언어적/비언어적 커뮤니케이션 방법과 고객관계 기술을 매뉴얼로 명시하여 서비스의 표준화에 힘쓰고 있다[1]. 직원이 시대변화에 따른 사회와 인간관계에 의한 조화능력은 현대사회에서 협업이 늘고 인적 네트워크가 다양화되는 이 시대에 가장 필요한 또 다른 능력이다[2]. 현대사회에서 성공한 기업의 리더들이 선호하는 인재상은 상대의 말에 귀 기울이고 동료를 독려하여 동기부여를 해주는 사회지능이 높은 사람이라고 하였다[3].

호텔 접점의 직원은 표면적으로 최상의 서비스를 생산하고 고객과 친밀한 관계를 위해 감정노동을 해야 하는 일선활동과 고객의 가시선 밖에서는 해당 관련부서 직원들과 협력을 통하여 내부적 서비스를 구축하는 후방활동으로 고객만족의 극대화를 추구하고 있다. 감정노동은 이직의도를 증가시키며[32] 소진을 높이고[33] 스트레스를 유발하는 요인이다[34]. 서비스를 전달하는 과정에서 호텔의 접점직원들이 내외부적으로 경험하는 인간관계에 유연한 대처와 원만한 인적 네트워크는 기업의 핵심적 경쟁력이라 할 수 있다. 때문에 사회적 인간관계의 조화능력이 높은 사회지능을 갖춘 호텔 직원의 확보는 현대사회의 시대적 요구라고 할 수 있다.

사회지능은 유연한 인간관계와 업무성과를 높여주는 촉매역할을 하고 사회네트워크의 중요성을 인지하고 성공을 부르는 핵심기능을 한다[3]. 사회지능이 높은 사람은 타인의 감정과 의도를 잘 파악하고 다른 사람들과도 잘 협력하여 공동의 목표 달성에 기여하며 대부분의 성공한 사람들에게는 학습지능과 감성지능과 같은 개인적 능력보다는 다른 사람들과 쉽게 어울리며 공감을 쉽게 만들어 낼 줄 아는 능력[4]이 있다. 즉, 사회지능이 높은 호텔 접점 직원의 관계 지향적 행동은 사회관계를 형성하고 유지하는데 필요하며 조직에 긍정적 영향을 미칠 것으로 유추할 수 있다.

사회지능과 같은 조직구성원의 심리적 특성과 관련하여 많은 관심과 연구가 이루어져 왔으나 사회지능 향상 방법이나 평가도구개발에 대한 원론적인 접근들[5-7]로 심리학분야에서 다루는 원론적 연구들로 편중되어 왔다. 또한 기업에 종사하는 직원들의 인적자원관리 관점에서 사회지능은 직무와 경력성과[1][8][9]와 직무만족도, 조직시민행동, 자기효능감[10-12]과의 관련성위주로 연구되어 왔으나 사회적 네트워크의 구축이 실무적인 성과로 이어지는 순차적 관계에 대한 구체적 연구는 아직 미비하다고 할 수 있다. 따라서 사회지능이 사회관계의 구체적인 과정인 협력적 태도와 실질적 개인의 성과에 효율적이라는 연구를 과정적 관점에서 바라보고 사회지능, 협력 그리고 개인성과간에 영향관계를 개인심리적 속성을 바탕으로 규명함으로써, 개인의 심리적 차이에 따른 조직관리의 방안과 시사점을 제시하고자 한다.

II. 이론적 고찰과 연구모형의 이론적 근거

1. 사회지능

성공적 경영을 하는 서비스기업은 대인관계기술, 융통성있는 행동, 대인관계에서 공감대 형성과 같은 능력을 갖춘 직원을 선호한다[13]. 자신과 타인의 정서상태와 감정을 잘 파악하고 대처하는 사회지능은 자신에 대한 정확한 이해와 평가를 가능하게 하는 능력이다[14]. 즉, 조직구성원의 사회지능은 사회관계를 긍정적이고 효과적으로 형성하고 유지하는데 반드시 필요한 능력이라고 할 수 있고 사회지능은 사회자본의 주요 영향요인으로 작용하며, 개인의 경력성공으로 이어지는 순차적 관계를 고려해 볼 수 있다[4].

사회지능의 핵심은 다른 사람을 만날 때 행동하는 과정에서 감정이입을 통한 배려심이라고 할 수 있다[3]. 사회지능은 Thorndike(1920)[15]가 처음 사용하였으며 인간의 지능 중 사회적 지능은 타인에 대해 이해하는 능력으로 간주하고 인간관계에 대한 지혜로운 행동능력이라고 정의하였다. 이후 Ford & Tisak(1983)[16]이 600명의 고등학생을 대상으로 자신, 동료, 사회적 능력

관점에서 스스로의 사회관계에 대한 인지와 이해의 기준에 따라 사회지능의 상관관계 가능성을 제시하는 후속연구가 이루어졌다. 사회지능의 개념에 대한 정의와 측정도구는 선행연구자의 관점에 따라 상이하다. Riggo et al.(1991)[17]는 사회지능에 대해, 인지과정 통한 정보교환이라는 사회기술의 일련의 습득과정으로 이해하였으며 구체적인 사회기술을 측정하여 사회지능의 인지적 과정의 중요성을 강조하였다. Bjorkqvist et al.(2000)[18]는 사회지능의 측정도구로 지각적, 인지분석적, 행동적 요소를 바탕으로 사회적 지능, 공감과 공격성의 관계를 제시하면서 사회지능을 사회적 목표달성을 위한 행동능력으로 정의하였다. Gini(2005)[19]는 사회지능은 사회적 기술이나 능력과 유사한 개념으로 정의하면서 대인관계지능과 감성지능과 중복된다고 이해하였다. Goldman(2007)[3]은 사회지능은 상대의 의도와 감정을 잘 파악하고 원만한 대인관계를 이루는 능력으로 정의하였으며 원하는 바에 대한 감정이입을 하는 능력으로 이해하였으며 Weise & Heinz(2007)[20]는 사회지능의 구성요소를 사회적 이해, 기억, 지식으로 제시하였다. 신철 & 황성혜(2009)[1]는 사회지능은 학술지능과 구별되는 개념으로 타인을 이해하는 능력과 대처 방법으로 이해하였으며 사회적 정보처리, 기술, 인지의 측정도구를 사용하였다.

2. 사회지능과 협력과의 관계

사회지능은 주변 상황을 파악하여 상대방에게 좋은 이미지와 감정을 주는 능력[19]으로 사회문제를 해결할 수 있는 해결책이며 사회적 가치를 만들어 내는 일련의 기술로 구성되어 있다[21]. 사회지능은 크게 상대방의 감정과 생각을 이해하고 공감하는 사회적 자각과 이 사회적 자각을 바탕으로 배려심을 통한 원활한 상호작용을 이루어가는 사회능력으로 구분된다[3]. 사회지능이라는 개념은 감정지능과 함께 후천적으로 개발될 수 있는 차원의 능력으로써, 최근에 관심을 받기 시작한 직원의 관점의 차원이라고 할 수 있다[10]. 사회적 지능은 조직 구성원의 지각과 행동에 긍정적 영향을 미치고 있으며[11] 사회지능이 높은 사람은 책임감이 강하고 긍정적 사고 방식을 가지며 업무에 있어 협력적 태도를

보이고 있다[22]. 따라서 사회지능을 향상시키기 위해 직원의 능력을 개발하고 훈련하는 과정에서 조직 구성원과 긴밀한 협력적 관계가 발생하게 된다. 사회지능은 감성지능 중 개인간의 관계와 관련된 부분으로, 타인들과 조화롭고 효과적인 사회기술과 동화에 중점을 둔 인간관계 형성을 설명하는 감성지능의 한 형태[3]라고 할 수 있다. 서비스제공자의 감성지능은 고객에게 전달하려고 하는 가치를 보다 가치있는 방향으로 포장하고 적극적 참여와 협력을 유도하며[23] 감성지능 중 사회지능에 해당하는 사회적 교환은 협력에 정(+의 영향을 미치고 있다[23]. 또한 감정적 몰입은 고객 서비스행동과 협력을 증가시키고 서비스품질을 증가시키기도 하며[24] 사회적 네트워크의 크기와 강도가 협력행동에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되고 있다[25]. 사회적 성공으로 이어지는 사회지능은 호텔조직의 성공을 위해 팀원 등 동료와 협력적 태도를 강화하며 동료와 우호적인 관계속에서 고객에게 필요한 다양한 지원을 이끌어 낸다[3].

따라서 사회지능이 직접적으로 협력에 영향을 미친다는 선행연구는 미비하지만 사회지능이 감성지능의 한 형태라는 선행연구[3]을 근거로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설1: 호텔 접점직원의 사회지능은 직원의 협력적 태도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

3. 사회지능과 개인성과와의 관계

사회지능이 높은 사람은 타인에 대해 관대하며 책임감이 높고 조직성과에 대해 만족감이 큰 경향을 보이고 있다[3]. 사회지능의 발달은 개인, 집단, 조직의 효율성을 높이고[20] 경력성공을 이끌어내는 마중물 역할로 경력을 효율적으로 관리하는데 상당한 영향력을 미치고 있다[8]. 사회지능은 선천적으로 타고 나는 것보다 후천적으로 노력에 의해 향상되는 특징이 있고 사회지능이 높은 사람이 사회적 성공으로 이어지는 경향이 있다[3]. 다른 사람을 이해하고 상이한 사회적 상황에서 어떻게 대응할 것인지 인지하는 능력인 사회지능이 역할성과 중 개인이 조직생활에서 발전하는데 필요한 기

술 획득과 직무에 긍정적 영향을 미치며, 사회지능이 직장 내에서 다양한 역할의 성과를 효율적으로 예측할 수 있는 중요한 단서가 될 수 있다[1]. 특히 사회지능 중 하위요소인 사회적 정보처리와 사회적 기술이 유의미한 상관관계를 보이고 있다[1]. 이외에도 광고회사 크리에이티브의 개인 심리적 특성에서 구성원과의 협업과 관련된 사회지능은 직무성과에 남성이 여성보다, 근속연수가 많을수록 더욱 높은 성과를 보이고 있으며 창조적 협업을 통한 광고메시지 전달을 위해 사회지능의 기능적 면을 강조하는 연구[9]가 진행되기도 했다.

이런 선행연구의 동향으로부터 호텔에서 사회지능이 높은 직원은 대고객 접점서비스 순간에 고객과 직원간에 원활한 상호작용으로 높은 수준의 개인성과를 이끌어 낼 것으로 기대할 수 있다. 따라서 다음과 같은 가설을 제시하고자 한다.

가설2: 호텔 접점직원의 사회지능은 직원의 개인성과에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

4. 협력과 개인성과와의 관계

협력은 직원들이 공동의 이익을 위해 자의에 의해 스스로 일하거나 행동하는 행위[27]로 협력을 강조하는 업무특징을 가진 팀조직에서 협력은 결정적인 직업윤리가 되어 왔다. 특히 호텔은 서비스자질을 가진 직원들의 상호작용과정이 그 어느 기업보다 중요하며 서비스 프로세스에서 이루어지는 협력은 매우 중요하다고 할 수 있다. 학습자의 협력지향성은 상호작용 중 관계지향 메시지의 수신횟수를 유의미하게 예측하여 개인성취도와 성과에 유의미한 영향을 미친다[26]. 협력적 조직구조에서 개인성과는 직원의 태도를 강화하는 것으로 이해할 수 있으며 협력과 경쟁은 상호 배타적인 속성을 가지고 있지만 상호 공존 할 수 있다고 볼 수 있다[28]. 개인과 조직관계에서 직원의 협력은 팀성과에도 영향을 미칠 수 있으며[35] 사회지능이 높은 직원일수록 직장 상사와 동료로부터 협력적 관점의 사회적 지원을 많이 받게 되어 개인성과의 수준도 매우 높아지고, 지원과 협력을 많이 받은 직원일수록 개인성과와 조직성과도 동시에 높게 나타난다[29]. 이런 문헌고찰

을 통해 협력은 업무의 수행에 관한 개인성과에 영향을 미칠 것으로 보고 다음과 같은 가설을 설정하고자 한다.

가설3: 호텔 접점직원간의 협력은 직원의 개인성과에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

연구가설을 종합한 연구모형은 [그림 1]과 같다.

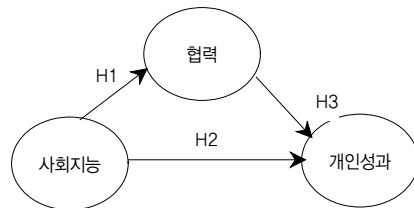


그림 1. 연구모형

III. 연구설계

1. 조사대상

본 연구는 직원의 사회지능의 관점에서 협력적 조직문화와 개인성과와의 관련성을 설명하고자 서울소재 특급호텔 10개소 프론트와 식음료, 마케팅관련 부서 대고객 접점서비스 직원 25명을 대상으로 조사하였다. 표본추출은 할당표본추출법을 이용하여 2015년 9월 1일부터 10월 2일까지 250부의 설문지를 배포하고 자기평가기입법을 통해 기입하도록 하였으며 방문전 사전동의를 얻고 바쁘지 않은 시간에 연구목적을 설명하고 설문에 응하도록 하였다. 배포된 250부의 설문지는 방문 회수하거나 우편으로 회수하였고 212부가 수거되었으며 불성실한 응답을 제거하고 201부를 분석에 사용하였다. 설문구성은 직원의 사회지능, 협력적 태도, 개인성과 그리고 인구통계적 특성으로 구성하였으며 연구의 구성요소를 검증에 앞서 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석, 상관관계 분석을 통해 측정도구의 타당성을 검증하고 확인적 요인분석, 구조방정식모형 분석으로 구성개념 간 관련성을 도출하였다. 또한 표본의 인구통계적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였다.

2. 변수측정

본 연구에 사용된 특급호텔의 대고객 접점직원들의 사회지능에 대한 측정은 선행연구[1][3][8][22]에서 개발한 설문문항을 호텔 상황에 맞게 수정·보완 하여 총 9문항을 사용하였으며, 사회지능은 타인과 대인관계 속에서 상대에 대한 이해와 공감으로 사회적 상호작용 상황에 적절히 대처하는 능력으로 정의하였다. 협력은 선행연구[25][27]에서 사용된 변수 중 타당성을 검증한 항목을 바탕으로 4개 문항을 사용하여 측정하였으며 서비스를 전달하기 위해 접점직원 상호간에 서로 돕는 자세로 정의하였다. 개인성가는 직원이 공식적으로 행해야 하는 업무에 관한 행동양식으로 정의하고 선행연구[29][30]에서 제시된 항목을 바탕으로 호텔의 상황에 적절하게 수정하고 4개 문항을 사용하였다.

IV. 실증분석

1. 표본특성

설문에 응답한 201명의 특성으로, 먼저 남성 139명(69.2%), 여성이 62명(30.8%)으로 나타났고 연령은 30대가 98명(48.8%), 20대 56명(27.9%), 40대 이상 47명(23.4%) 순으로 많은 분포를 보였다. 학력은 대학졸업 171명(85.1%), 대학원 21명(10.4%), 고졸이 9명(4.5%) 순으로 나타났다. 근무기간은 7년 이상 111명(55.7%), 4-6년 52명(25.9%), 3년 이하가 37명(18.4%)로 나타났다. 직급은 사원 79명(39.3%), 주입급 78명(38.8%), 과장이상 지배인 44명(21.9%)로 나타났다.

2. 측정척도의 신뢰성 및 타당성분석

본 연구는 구성개념 타당성을 검증하기 위해 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다. 사회지능은 2개 요인으로 분류되어 고유값이 4.722, 1.272, 신뢰도는 .859, .845로 내적 일관성이 확보되었다. 협력과 개인성 과도 각각 단일차원으로 분류되었으며 고유치 3.010, 2.571, 신뢰도는 각각 .890, .812로 도출되었다. 또한 구조방정식모형에서 확인적 요인분석을 실시함으로써 요인 모형의 타당도와 적합도, 측정항목의 요인구조를 분

석하였다. 분석결과, 전체 모형적합도지수가 χ^2 217.302(.000), GFI .887, CFI .946, NFI .895, IFI .947, RMR .044 로 기준값을 만족시키지 못한 것으로 나타나 1에 가까울수록 설명력이 높은 squared multiple correlations값 중 0.4이하의 값을 보이는 낮은 설명력의 잠재변수를 제거하였다. 즉, 수정모형에서 사회능력의 2번째 항목을 제거하였으며 수정모형의 분석결과, χ^2 175.702(.000), GFI .904, CFI .958, NFI .910, IFI .958, RMR .041로 나타나 문헌에서 제시하는 기준값을 모두 상회하며 수정모형의 기본적합도지수도 기본모형에 비해 향상되었음을 확인하였다. 또한 구성개념의 신뢰도가 .7이상으로 높게 나타나고 평균분산추출이 .5이상으로 모형은 수용가능 한 것으로 나타났다.

표 1. 측정모형의 요인분석 결과(EPA/ CPA)

요인	항목	적재치	α	CR	AVE
사회지각	내 행동이 상대에게 어떤 느낌을 주는지 알고 있음	.703	.859	.892	.675
	상대의 감정과 생각을 잘 이해하는 편임	.828			
	상대의 원하는바를 잘 파악하는 편임	.835			
	상대의 말, 표정, 몸짓을 통해 바라는 것을 파악함	.758			
사회능력	사교적 상황에 쉽게 잘 적응하는 편임	.713	.845	.871	.629
	낯선 타인과 상호작용에 능숙하게 대처하는 편임	.738			
	새로운 사람과 좋은 관계를 맺는 편임	.775			
	상대에 대한 배려로 상대를 편안하게 대함	.777			
협력	고객서비스를 위해 동료들 돕고 지원함	.812	.890	.918	.738
	문제 발생시 동료와 함께 해결함	.783			
	도움이 필요한 동료들 지원하고 격려함	.798			
	고객서비스에 필요한 정보와 방법을 공유함	.879			
개인성과	서비스 접점에서 나의행동과 태도는 수준 높음	.655	.812	.836	.562
	서비스 접점에서 나의 행동과 대처방식은 정확함	.698			
	다소 부담스런 업무도 프로답게 능숙하게 처리함	.836			
	고객의 기대수준을 넘어서 서비스를 제공함	.724			

측정모형을 분석한 후, 해당모델의 타당성을 평가하였다. 집중타당성을 평가하기 위하여 개념신뢰도값(CR)을 이용하였고 판별타당성을 평가하기 위해 평균 분산추출값(AVE)을 이용하였다. 그 결과, 개념신뢰도는 모두 .7이상의 값을 보여 집중타당성을 확보하였으며 평균분산추출값이 [표 2]에서 제시된 대각선 하단의 결정계수 제곱보다 모두 크게 나타나 판별타당성이 있는 것을 확인할 수 있었다.

표 2. 구성개념의 판별타당성 검증결과

구성개념	구성개념간 상관관계			
	1	2	3	4
1. 사회지각	.675*			
2. 사회능력	.697	.629*		
3. 협력적 태도	.769	.729	.738*	
4. 개인성과	.722	.712	.744	.562*

* AVE

3. 연구가설 검정 및 토의

호텔 집점 직원의 사회지능, 협력적 태도, 개인성과 간의 관계에 대한 가설을 검증하기 위해 구조방정식 모형을 사용하여 분석을 실시하였다. 모형 분석결과, χ^2 175.702(.000), GFI .904, CFI .958, NFI .910, IFI .958, RMR .041로 나타나 모형이 적합하다고 할 수 있다.

가설1은 호텔 집점직원의 사회지능과 협력적 태도와 의 영향관계를 알아보기 위한 것으로, 사회지각의 C.R.=5.355. 사회능력의 C.R.=4.077로 유의수준 .01 이하 수준에서 유의함이 검증되었다. 따라서 사회지능의 구성차원인 사회지각, 사회능력 모두는 협력적 태도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고 이 중 사회지각이 사회능력보다 집점직원의 협력에 더 큰 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있었다.

가설2는 호텔 집점직원의 사회지능과 개인성과와의 영향관계에서, 사회지각의 개인성과에 대한 C.R.=2.363. 사회능력의 C.R.=2.619로 유의수준 .05 이하 수준에서 유의함이 검증되었다. 따라서 사회지능의 구성차원인 사회지각과 사회능력 모두는 개인성과에 유의미한 영향을 미쳤다.

가설3은 호텔 집점직원의 협력적 자세가 개인성과에 미치는 영향에 관한 것으로, 협력의 개인성과에 대한 C.R.=2.735로 유의수준 .05 이하 수준에서 유의함이 검증되었으며 각각 단일차원으로 수립된 구성차원은 유의미한 상관관계를 보이고 있음을 확인하였다. 이는 선행연구 강명희 등(2010)[26]이 협력의 상호작용은 개인성취도와 성과에 유의미한 영향을 미친다고 제시한 연구결과와 일맥상통하는 것으로, 본 연구에서 호텔 직원을 대상으로 협력적 상호작용이 개인성과에 긍정적 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다.

표 3. 연구모형의 적합도와 가설 검증결과

가설	경로	표준화계수	표준오차	C.R.	결과
가설 1	1-1 사회지각→협력	.507	.099	5.355**	채택
	1-2 사회능력→협력	.375	.105	4.077**	채택
가설 2	2-1 사회지각→개인성과	.271	.106	2.363	채택
	2-2 사회능력→개인성과	.283	.108	2.619	채택
가설 3	3-1 협력→개인성과	.330	.106	2.735	채택
적합도	χ^2 175.702(.000), GFI .904, CFI .958, NFI .910, IFI .958, RMR .041				

**p<.01

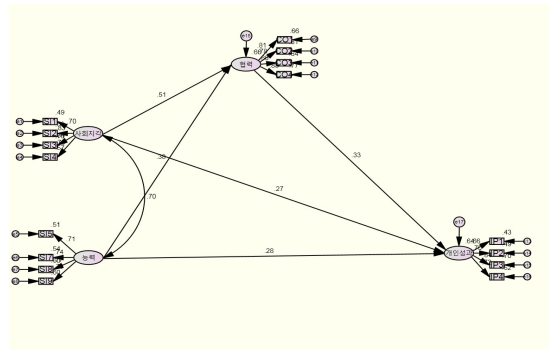


그림 2. 연구모형 검정결과

V. 결론

본 연구는 호텔상품인 서비스행위가 집점직원의 대고객 서비스과정에서 생성되며 집점에서 발생하는 상

호작용에 따라 서비스에 대한 고객의 경험이 결정되는 호텔의 특수성을 진단하고, 다양한 선행연구와 이론적 배경을 통해 직원의 사회지능의 특성에 따른 협력적 태도와 개인성과의 차이를 연구가설로 설정하여 실증분석하였으며 연구결과와 시사점을 다음과 같이 제시하였다.

첫째, 호텔 접점직원의 사회지능은 모두 직원의 협력적 태도에 정(+)의 영향을 미치며 사회지능의 구성요인인 사회지각과 사회능력 중 사회지각이 사회능력보다 접점직원의 협력에 더 큰 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있었다. 이는 선행연구 Goldman(2007)[3]이 상대의 감정과 생각을 이해하고 진정으로 원하는 바를 파악하는 사회지각이 대인관계에서 무엇보다 중요한 선행변수임을 도출한 결과를 뒷받침하는 것이라고 할 수 있다. 또한 신철 & 황성혜(2009)[1]가 제시한 사회지능의 구성요소 중 사회지각과 유사한 개념인 사회인지가 팀 역할과 협력에 유의한 영향을 미친다는 결과와도 전체적인 맥락을 함께하고 있다. 이는 자신의 행동이 상대에게 어떤 느낌을 주고 타인의 감정과 생각을 이해할 수 있는 공감능력과 상대가 진정으로 원하는 바를 파악하는 능력은 상호작용과정에서 생겨나는 감정으로 직원의 협력적 태도가 형성된다는 것을 의미하며, 비록 표면적으로 보여지는 대인관계기술인 사회능력이 부족하더라도 내면적인 사회지각이 접점직원의 사회지능에 더 중요한 구성요인으로 작용하는 것을 추측할 수 있다. 또한 사회지각의 향상을 위해서 조직차원의 교육프로그램과 역할극을 통해 상호간의 감정과 상대의 행위에 대한 솔직한 소통의 시간을 정기적으로 가질 수 있는 대화의 시간을 가지도록 조직 개편을 해 나갈 것을 제안할 수 있다. 가장 중요한 것은 상대방에게 주의를 기울이고 서로에 대한 좋은 감정을 갖는 관계의 중요성을 내면적으로 퍼져가게 하는 암묵적인 경험이 실제 고객서비스 상황으로 확대될 수 있도록 새로운 형태의 교육기회를 가지는 것도 의미있는 일이라 사료된다.

둘째, 호텔 접점직원의 사회지능은 직원의 개인성과에 모두 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 선행연구[1][3][8][9]에서 제시하는 것처럼 사회지능과 개인성과는 긍정적인 관계가 있음을 다시 한 번 확인

할 수 있었다. 하지만 선행연구와 거시적 관점에서 맥을 함께하고는 있지만 조금 다른 차이가 존재하고 있다. 이 연구결과는 선행연구 신철 & 황성혜(2009)[1]가 사회적 기술은 직무역할에 유의미한 영향을 미치지만 사회적 인지는 직무역할에 아무런 영향을 미치지 않는다고 제시한 연구결과와는 다소 다른 결과를 확인할 수 있었다. 상대의 감정과 생각을 이해하는 것만으로는 직무역할과 같은 성과활동에 영향을 미치지 않았으나 새로운 환경에 적응을 잘하고 배려하는 자세인 사회능력은 고객의 기대수준을 넘어선 서비스를 제공하려는 의도에 영향을 미친다고 할 수 있다. 이는 선행연구와 본연구가 설정한 구성차원과 그 관련 변수가 다소 차이가 있고 조사시기의 차이와 목적이 다르게 설정된 것이라고 사료된다. 여기에서 추론할 수 있는 것은 사회지각을 바탕으로, 타인과 긍정적 관계를 맺고 지원과 협력을 이끌어 낼 수 있는 대인관계 기술인 사회능력과 지각은 한 개인이 사회생활을 성공적으로 영위하는데 필요한 요인이 되고 있다[29]. 따라서 조직에서는 진실의 순간 가장 중요한 서비스품질 평가대상인 접점직원의 행동과 태도가 바로 호텔의 서비스 품질로 이어지는 패러다임을 이해하고 사회능력과 지각의 향상을 끌어낼 수 있는 문화생태계 조성에 노력을 기울여야 할 것을 제안하고자 한다. 무엇보다 사회지능은 노력에 의해 얻을 수 있는 사회화 과정으로 이해하고 타인과의 감정입과 조화의 중요성을 부각시킬 수 있는 교육의 시간이 필요하다.

셋째, 접점직원의 협력은 개인성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 기존연구[26-28]를 지지하는 것을 확인할 수 있었다. 접점직원의 협력은 조직 운영에 매우 중요한 개념으로 고객과의 진실의 순간을 성공적으로 이끌어내고 서비스 프로세스를 효율적으로 운영하기 위한 조직문화라고 할 수 있다. 접점직원의 협력을 위한 선행요인은 후천적 개념인 사회지능으로, 사회지능의 향상과 개발은 조직과 개인차원의 노력으로 향상될 수 있으며 교육과 열린 대화의 장을 통한 내부 생태계조성을 바탕으로 지속적인 협력을 이끌어내야 할 것이다. 또한 길으로 표현되는 서비스접점에서 직원의 행동과 태도, 고객이 기대를 넘어선 서비스를

제공하고자 하는 자세는 많은 감정노동과 노력을 요구하는 것으로 관련업무를 공유하는 직원들간의 협력적 근무환경과 조직문화를 위해 내부정책을 강화해야 할 필요성을 시사한다.

본 논문은 환대산업인 호텔 접점직원의 대외적인 인간관계기술과 협력적 태도 향상을 통한 높은 수준의 개인성과를 낼 수 있는 준비된 직원선발과 역량강화 프로그램 개발의 중요성을 제시하고 있다. 다시 말해, 대인관계 기술과 상호작용이 서비스품질에 결정적 역할을 하는 호텔 접점직원의 태도를 사회지능 관점에서 바라보고 협력과 개인성과에 미치는 영향관계를 파악한 것으로, 사회지능의 단순한 이론적 개념을 인적자원관리 프로그램 개발에 활용하고 구체적 영향관계를 확인하여 사회지능에 대한 연구범위를 확대하였다는데 큰 의미가 있다고 할 수 있다.

위와 같은 연구결과에서 이론적 가치와 시사점의 제시에도 불구하고 연구를 진행하면서 몇 가지 한계점을 느꼈으며, 향후 연구에서는 본 연구에서 다루지 못한 깊이있고 폭넓은 연구가 다루어져야 할 필요가 있다. 첫째, 선천적이라기 보다 후천적으로 습득이 가능한 사회지능이 직원선발시 중요한 고려요건이지만, 사회지능에 대한 직원의 관점에서 바라본 인지만을 연구대상으로 하였던 바, 구체적으로 호텔직원의 사회지능 향상을 위한 구체적인 프로그램이나 교육콘텐츠의 개발에 관련된 내용이 미흡하며 이에 대한 지속적 연구가 필요하다. 둘째, 사회지능에 대한 연구가 전통적으로 교육분야에서 많이 다루어진 주제이지만 서비스기업인 호텔 분야에서는 관련된 선행연구가 많지 않을 뿐 아니라 조직관리에 있어 구체적 인과관계에 대한 연구가 부족한 실정이다. 따라서 좀더 깊이 있고 특화된 연구가 이루어져야 할 것이다. 셋째, 사회지능이 사회적 성공과 조직성과에 도움이 된다는 연구동향을 바탕으로 사회지능과 협력 그리고 개인성과에 대한 관련성을 검증하려 하였으나, 이에 대한 구체적인 선행연구가 미흡했으며 개인성과 뿐 아니라 좀 더 다양한 조직성과의 내용과 영향변수에 대한 연구가 필요하다고 사료된다. 마지막으로 호텔 접점직원의 주관적 인식을 대상으로 하였으나 보다 정확한 연구를 위해, 조사대상과 방법을 좀더

객관적으로 설정하고 호텔부서별 특성을 반영하여 그 차이점과 발전방안에 대한 연구도 필요할 것으로 기대한다.

참 고 문 헌

- [1] 신철, 황성해, “호텔직원의 사회지능이 역할성과에 미치는 영향,” 산업경제연구, 제22권, 제5호, pp.2263-2285, 2009.
- [2] 김은희, 이철영, 유승엽, “사회지능과 감성지능이 광고 창의적 사고와 행동에 미치는 영향,” 한국심리학회지, 제10권, 제1호, pp.13-34, 2009.
- [3] D. Goleman, *Social Intelligence: The new science of human relationships*, New York, 2007.
- [4] 윤준섭, 김종관, 유범재, “사회지능과 경력성공의 관계에서 사회자본의 매개효과에 관한 연구,” 대한경영학회지, 제28권, 제6호, pp.1583-1601, 2015.
- [5] 양승희, 임명희, “유아 사회지능에 나타나는 유동적 사회지능과 결정적 사회지능의 발달 경향에 관한 연구,” 한국보육학회지, 제12권, 제1호, pp.175-190, 2012.
- [6] 이상수, 김소영, 이유나, “대학생들의 사회지능 향상을 위한 교육 프로그램 개발,” 교육혁신연구, 제23권, 제2호, pp.113-128, 2013.
- [7] 신은정, 이효림, “유아의 성별에 따른 사회지능과 자아개념 간의 관계,” 어린이문학교육연구, 제14권, 제4호, pp.651-666, 2013.
- [8] 윤준섭, 김종관, 유범재, “사회지능과 경력성공의 관계에서 사회자본의 매개효과에 관한 연구,” 대한경영학회지, 제28권, 제6호, pp.1583-1601, 2015.
- [9] 최원수, 진용주, “광고 크리에이티브의 사회적 지능과 직무성과의 관계: 성별, 근무기간별, 직무별 차이를 중심으로,” 한국브랜드디자인학회, 제12권, 제3호, pp.149-162, 2014.
- [10] 정효선, 윤혜현, “외식 종사원의 사회지능과 긍정심리자본이 직무만족도에 미치는 영향에 관한 연구,” 한국식생활문화학회, 제29권, 제1호, pp.18-28,

- 2014.
- [11] 권우영, 백승령, “폐쇄형 SNS가 제공하는 즐거움, 사회적 연결, 사회지능이 군 장병의 소속감과 조직시민행동에 미치는 영향,” 한국경영정보학회, 제2015권, 제8호, pp.35-54, 2015.
- [12] 문태형, “예비유아교사의 사회지능 및 자기결정성 동기와 자기효능감간의 관계 연구,” 아동교육, 제22권, 제4호, pp.131-145, 2013.
- [13] A. M. Morrison, *Hospitality and Travel Marketing*, Delmar Publishers: New York, 2002.
- [14] C. Peterson and M. E. Seligman, *Character strengths and virtues: A handbook and classification*, Oxford University Press, 2004.
- [15] E. L. Thorndike, *Intelligence and its uses*, Harpers Magazine, Vol.140, pp.227-235, 1920.
- [16] M. E. Ford and M. S. Tisak, “A further search for social intelligence,” *Journal of Educational Psychology*, Vol.75, pp.196-206, 1983.
- [17] R. E. Riggio, J. Messamer, and B. Throckmorton, “Social and academic intelligence: Conceptually distinct but overlapping constructs,” *Personality and Individual Differences*, Vol.12, pp.695-702, 1981.
- [18] K. Bjorkqvist, K. Osterman and A. Kaukianien, “Social intelligence=empathy=aggression?,” *Aggression & Violent Behavior*, Vol.5, No.2, pp.191-200, 2000.
- [19] G. Gini, “Brief report: Adaption of the italian version of the tromso social intelligence scale to the adolescent population,” *Journal of Adolescence*, Vol.29, No.2, pp.307-312, 2006.
- [20] S. Weis and Sub. Heinz-Martin. “Reviving the search for social intelligence: A multitrait multimethod study of its structure and construct validity,” *Personality and Individual Differences*, Vol.43, pp.3-14, 2007.
- [21] K. A. Barchard, “Does emotional intelligence assist in the prediction of academic success?,” *Educational and Psychological Measurement*, Vol.63, No.5, pp.840-858, 2003.
- [22] H. A. Marlowe, “Social intelligence: Evidence for multidimensional and construct independence,” *Journal of Educational Psychology*, Vol.78, No.1, pp.52-58, 1986.
- [23] 이종현, 김정희, “서비스제공자의 감성지능이 사회적 교환과 자발적 행동에 미치는 영향,” 한국소비자학회학술대회, 제2012권, 제11호, pp.379-383, 2012.
- [24] 정기주, 박영숙, 최수정, “콜센터에서 상담사의 감성지능, 조직몰입 친사회적 조직행동 간의 구조적 관계,” *경영연구*, 제30권, 제1호, pp.155-196, 2015.
- [25] 조영복, 김경원, “사회적 네트워크의 특성이 직무성과와 협력에 미치는 영향에 관한 연구,” *인적자원관리연구*, 제18권, 제1호, pp.87-110, 2011.
- [26] 강명희, 김민정, 김혜정, 엄소연, 정혜윤, “웹기반 협력학습의 상호작용 및 성취도에 대한 학습자의 협력지향성과 자기효능감의 예측력 규명,” *교육학연구*, 제48권, 제1호, pp.157-180, 2010.
- [27] 지성구, 장성희, “서비스 종사원 협력: 선행요인 및 결과,” *대한경영학회지*, 제22권, 제5호, pp.2831-2850, 2009.
- [28] 박기성, 황호영, “직무자율성, 과업상호의존성과 조직구성원 태도 간의 관계에서 개인성과-보상지각의 조절역할,” *인적자원개발연구*, 제17권, 제1호, pp.1-31, 2014.
- [29] 신철, 황성혜, “호텔 종사원의 사회지능이 사회적 지원 및 직무성과에 미치는 영향에 관한 연구,” *관광연구*, 제24권, 제6호, pp.437-456, 2010.
- [30] L. J. Williams and S. E. Anderson, “Job satisfaction and organizational commitment as predictors of organizational citizenship and in-role behaviors,” *Journal of Management*, Vol.17, No.3, pp.601-617, 1991.
- [31] 송지준, 논문작성에 필요한 SPSS/AMOS 통계 분석방법, 21세기사, 2011.
- [32] 안대희, 박종철, “호텔 종사원의 감정노동에 따

른 감정부조화가 소진 및 이직의도에 미치는 영향,” 한국콘텐츠학회논문지, 제9권, 제9호, pp.335-345, 2009.

[33] 박영배, 안대회, 이상우, “호텔기업 종사원의 감정노동이 직무스트레스와 소진에 미치는 영향,” 한국콘텐츠학회논문지, 제9권, 제12호, pp.853-864, 2009.

[34] 오희균, “호텔직원의 감정노동이 육체적·정신적 스트레스와 역할 외 행동에 미치는 영향: 특 1급 호텔 일선 직원을 대상으로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제15권, 제6호, pp.487-498, 2015.

[35] M. M. Stewart and O. E. Johnson, “Leader-member exchange as a moderator of the relationship between work group diversity and team performance,” *Group & Organization Management*, Vol.34, No.5, pp.507-535, 2009.

저 자 소 개

임 지 은(Ji-Eun Lim)

종신회원



- 2005년 2월 : 강릉원주대 관광경영학과(관광석사)
- 2008년 8월 : 강릉원주대 관광경영학과(관광박사)
- 2009년 3월 ~ 현재 : 중원대학교 경영학과 교수

<관심분야> : 소비심리, 마케팅, 서비스마케팅, 마케팅관리, 외식경영, 호텔경영, 마케팅사례연구