

골프지도자의 감성 지능이 고객 시민 행동에 미치는 영향 : 성별에 따른 조절 효과 분석

The Effect of the Golf Coach's Emotional Intelligence on the Consumer Citizenship Behavior: Moderating Effect Analysis by Gender

권기홍*, 김용기**

충북대학교*, 평택시 창의체육교육센터**

Ki-Hong Kwon(khsh0505@naver.com)*, Yong-Ki Kim(nova365@naver.com)**

요약

본 연구는 골프지도자의 감성 지능이 고객 시민 행동에 어떠한 영향을 미치는지 알아보고, 그 관계에서 성별의 조절 효과를 실증적으로 확인하는 데 있다. 이를 위해 충청지역 5개 실내·외 골프 연습장을 선정하여 교습 받은 적이 있는 고객 대상으로 설문조사를 실시하여 318부를 분석하였으며, SPSS 22.0과 AMOS 21.0 프로그램을 사용하였고, 성별조절 효과 검증을 위해 다 집단 구조방정식 모형분석을 하였다. 본 연구의 결과는 첫째, 골프 지도의 감성 지능이 고객 시민 행동에 미치는 영향에서 감성조절의 구전 및 타인 돕기를 제외한 모든 변인에서 고객 시민 행동에 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 둘째, 골프지도자의 감성 지능이 고객 시민 행동에 미치는 영향에서 남성의 경우 자기 감성이 구전을 제외한 모든 변인에서 영향을 미치는 것으로 확인되었고, 여성의 경우 자기 감성이 구전에 미치는 영향과 타인 감성이 피드백, 타인 돕기에 미치는 영향 그리고 감성조절이 구전에 미치는 영향을 제외한 모든 변인에서 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 따라서 감성 지능에 대한 다양하고 심층적인 연구가 요구되며, 골프지도자의 성별에 따른 고객 시민 행동에 어떠한 영향을 미치는가에 관한 연구도 필요하다.

■ 중심어 : | 골프지도자 | 감성 지능 | 고객 시민 행동 | 조절 효과 |

Abstract

The first purpose of this study is to understand the impact of the emotional intelligence of golf coaches on customer citizenship behavior. The second is to verify the moderating effects of gender roles in the relationship between emotional intelligence and customer citizenship behavior. In order to achieve the research purposes, 5 indoor and outdoor golf driving ranges were selected in Cheongju, and 318 customers were selected as the objects. SPSS 22.0 and AMOS 21.0 software was used. The following were identified as the result of the analysis. First, besides 'Emotional Control' and 'Helping Others' all four sub-factors of the golf coach's emotional intelligence had a noticeable influence on customer citizenship behavior. Second, the influence of emotional intelligence differed according to the gender of coaches. In the case of male coaches, emotional intelligence had an impact on all factors except transmission. In the case of women, it was found that feedback, helping others and emotional control had an impact on all factors except transmission. Therefore, these results show that in-depth research on the emotional intelligence of golf coaches is required. They also suggest that there will be a need to study how the gender of the coach affects customer citizenship behavior.

■ keyword : | Golf Leadership | Emotional Intelligence | Customer Citizenship Behavior | Gender | Moderating Effect |

I. 서론

1. 연구의 필요성

골프는 종목 특성상 남녀노소 모두 함께 자유롭게 참여할 수 있는 스포츠이다. 따라서 즐기면서 보람되고 건강하게 할 수 있도록 지도에 대한 핵심적인 방향을 맞추어야 하므로 지도자의 역할이 중요하다 할 수 있다. 지도자는 자신이 하는 일에 자랑스러움과 자부심을 느끼고 그 가치에 대해 확고한 신념을 가지고 있어야 한다. 이 신념은 곧 고객이 느낄 수 있는 신뢰감으로 이어져 골프지도자가 실기 지도에 의한 실력향상에도 영향을 미친다[1].

지도자는 실기 지도를 진행하는 과정에서 고객과 이루어지는 상호작용으로 여러 가지 형태로 나타나기 때문에 고객 개인의 욕구와 수준에 맞는 실기 지도가 진행되는 것이 매우 중요하다. 실기 지도의 효율성을 높이기 위해 지도자와 고객은 수평적 형태로 전환하면서 자신의 목표를 달성하려는 고객을 지도하는 지도자의 감성 지능이 매우 중요한 연구요인으로 대두되고 있다 [2].

감성 지능은 인간관계에 매우 중요한 요인 중 하나로 골프의 경우 지도자와 고객과 원활한 대인관계를 통해 중요성이 주목받으면서 고객 개개인의 인지능력을 바탕으로 각자 목표 달성하는데 효과적인 결과를 가져올 수 있는 지도자의 감성 지능에 대해 관심이 커지고 있다[3].

감성 지능에 대한 체육 분야의 선행연구를 살펴보면 노동영, 박창석, 조임형[4]은 태권도 종사자를 대상으로 한 연구는 종사자의 감성 지능에 대한 중요성을 강조하면서 조직 시민 행동을 높이는 중요한 변수임을 확인하였다. 정승우[5]는 골프연습장 지도자의 감성 지능이 조직몰입에 높은 영향을 미치는 것으로 보아 중요한 변수임을 확인할 수 있다. 주형철, 이민규, 임범규[6]는 스포츠센터 지도자의 감성 지능이 높을수록 자발적 조직 시민 행동이 향상된다고 보고하였다. 박연정[7]은 여성 검도지도자의 감성 지능은 고객 만족에 긍정적 영향을 미치는 것으로 보아 지도자의 우수한 감성 지능은 수련자의 만족에 아주 중요한 요인으로 작용한다고 보고하였다.

이처럼 기존 체육 분야의 연구는 독립변수로 태권도 종사자, 골프연습장 지도자, 스포츠센터 지도자, 여성 검도지도자 등이며, 종속변수는 조직 시민 행동, 조직몰입, 고객 만족 등으로 진행되었다.

본 연구는 독립변인 골프지도자를 대상으로 하였지만, 종속변수는 고객 시민 행동을 변수로 사용하였다.

골프는 지도자가 실기 지도과정에서 지도자와 고객이 일대일로 접촉하여 실기 지도를 해서 지도자의 감정에 의한 말투나 행동이 고객에게 고스란히 전해진다. 고객이 지도자에 대해 느끼고 있는 감정을 지도자가 파악하고 행동으로 이어질 때 고객은 지도자뿐만 아니라 골프 연습장에 대한 좋은 감정을 가지게 된다. 이런 고객의 감정은 골프 연습장에 대한 조언과 주위 사람에게 추천하며 동료 고객을 도와주는 등 다양한 방법과 행동으로 나타나 고객 시민 행동에 영향을 주는 중요한 변수임을 알 수 있다[5][8][9].

앞에서 언급한 내용을 바탕으로 골프지도자의 감성 지능은 고객 시민 행동에 중요한 변인으로 추측되고 두 변인 간 사이에서 영향 관계를 조절할 수 있는 것이 성별이라 판단된다. 이와 관련된 성별조절 효과에 대한 선행연구를 살펴보면 골프장과 고객의 관계를 대상으로 한 연구[10], 스크린골프장 내장한 이용객을 대상으로 한 연구[11], 피트니스센터에 대한 만족과 몰입을 대상으로 한 연구[12]등 부분적으로 수행되고 있다. 그러나 골프지도자의 감성 지능과 고객 시민 행동 간 성별에 영향을 규명하는 연구는 아직 미흡한 상태이다.

따라서 본 연구는 기존의 선행연구를 바탕으로 실내외 골프 연습장을 이용하는 남녀 고객을 대상으로 골프 지도자의 감성 지능이 고객 시민 행동 미치는 영향을 파악하고 이러한 관계 규명에서 성별에 따른 조절 효과는 어떠한 차이를 보이는지 분석하여 골프연습장 경영 전략에 필요한 기초자료가 될 것이다.

2. 연구의 목적

본 연구는 골프지도자의 감성 지능이 고객 시민 행동에 미치는 영향을 분석하고, 성별에 따른 조절 효과를 검증하는 데 그 목적이 있다. 또한, 이를 통하여 골프지도자의 감성 지능에 의한 고객 시민 행동이 골프연습장 경영과 성과에 필요한 정보를 제공할 수 있을 것으로

생각된다.

3. 연구가설 및 모형

본 연구의 목적을 달성하기 위해 설정한 가설은 다음과 같고 그에 따른 연구모형은 [그림 1]과 같다.

첫째, 골프지도자의 감성 지능이 고객 시민 행동에 영향을 미칠 것이다.

둘째, 골프지도자의 감성 지능이 고객 시민 행동에 미치는 영향에서 성별에 의한 차이가 있을 것이다.

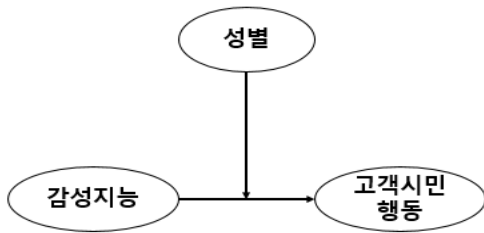


그림 1. 연구모형

II. 이론적 배경

1. 감성 지능 개념

감성이란 심리학자들과 철학자들 사이에서 지속해서 사용되고 있는 용어로, 사전적 의미로 감성은 정신, 감정, 격렬하고 흥분된 정신 상태 등으로 정의하고 있다. 이러한 감성에 대해 Coleman[13]은 어떤 일이나 현상, 사물에 대해 느끼는 심정과 기분으로 정의하였다. 감성은 개인마다 수용과 처리에 차이가 있으며 상호작용에 중요한 요인으로 작용한다는 연구 결과들이 발표됨으로써 Salovey & Mayer[14]는 이런 연구를 결과를 바탕으로 개인이 가진 감정에 관한 정보를 이해하고 사용하여 처리하는 능력과 관련된 측정치를 포함한 결과를 최초의 감성 지능이라는 주제로 학술지에 발표하였다. 이 연구를 발판으로 Mayer & Salovey[15]는 감성 지능을 일반적인 감정 정보의 처리, 감정 정보처리와 연계된 기술로 정의하였다. Bar-On[16]은 감성 지능에 대해 감정과 사회적 지식의 결합으로 환경적 요구에 효과적으로 대처할 수 있는 능력이라고 정의하였다.

Cooper & Sawaf[17]는 감성 지능은 감정에 대한 세밀한 통찰력이며 감정에 대한 이해력, 감정을 효율적으로 응용할 수 있는 능력이라고 정의하였다. George[18]는 정서를 의미와 관계를 인식하고 이를 기초로 추론하고 문제를 해결하는 능력이라 정의하였다.

이런 학자들의 종합해보면 감성 지능은 자신과 타인의 정서를 인지하고 이해하여 자신의 감성을 조절 및 활용할 줄 아는 능력으로 정의 할 수 있다.

감성 지능의 구성 요소를 살펴보면 감성평가와 표현, 감성조절, 감성 활용 등으로 구분되며[15], Wong & Law[19]는 자기 감성 이해, 타인 감성 이해, 감성조절, 감성 활용 등으로 구분하면서 자기 감성 지능 이해는 자신의 감성을 이해하고 표출할 수 있는 능력이다. 타인 감성 이해는 다른 사람의 감성을 정확히 파악하고 그들의 행동을 이해하고 받아들이는 능력이다. 감성조절은 자신의 심리적 갈등을 적절하게 조절하여 스스로 감정을 통제함으로써 타인과의 관계를 원활하게 만들어가는 능력이다. 감성 활용은 자신의 감성을 활용하여 스스로 감정을 이용할 수 있는 능력이라 하였다.

위에서 언급한 학자들뿐만 아니라 다양하게 연구되어 있기에 감성 지능에 관련된 선행연구를 바탕으로 개념을 정리하면 [표 1]와 같다.

표 1. 감성 지능 개념

연구자(연도)	감성 지능의 개념	핵심어
Dulewicz & Higgs[23]	자신의 느낌과 감성을 인지하고 타인에게 표현하는 능력, 자신을 동기부여 시켜 지속해서 행동하고 양심적인 행동을 주입하는 것	자기 느낌인지, 자기 감성인지, 자기 감성조절, 동기부여, 양심 행동 주입
Salovey & Mayer[15]	감성을 정확히 파악하고 인지하고 표현하는 능력, 감성을 활용하고 이용하여 사고를 일으키는 능력, 감성과 감성을 이해하는 능력, 감성발달과 정서발달을 촉진하기 위하여 감성을 조절하는 능력	감성지각, 감성 인식, 감성표현, 감성 이용, 감성 이해, 감성 조절, 감성발달촉진
Cooper & Sawaf[24]	인간의 에너지 및 정보 그리고 연결과 같은 영향력의 근원으로 감성의 파워, 정밀한 통찰력을 감지하고 이해하며 효율적으로 응용할 수 있는 능력	에너지 근원, 정보 근원, 연결 근원, 영향력 근원, 감성 감지, 통찰력 감지, 감성 이해 및 응용
Goleman[25]	좌절적 상황에서 개인을 동기화시키고 자신을 보호할 수 있게 하고, 충동적인 통제를 제어하게 하며 감성 상태나 스트레스에 오는 사고를 합리적으로 생각하고, 타인에 대해 공감할 수 있는 능력	개인 동기화, 충동 통제, 합리적 사고, 타인 공감

출처: 선행연구를 토대로 연구자 재구성

2. 고객 시민 행동 개념

고객 시민 행동은 서비스 과정에서 노동이나 정보가 제공되는 데 있어 고객이 적극적으로 참여하여 역할을 담당하고 책임지는 정도라 하였으며, 고객 자신의 역할 외 행동으로 서비스 기업의 서비스 품질 전달능력을 지원하는 고객의 도움을 주는 자유 재량적 행동이라 하였다[20][21]. Groth[22]는 직접적이거나 명시적으로 기대되거나 보상받지 못하지만, 전체적으로 한층 더 높은 서비스 품질을 가져오고 서비스 조직의 기능을 효율적으로 촉진하는 개별적 고객의 자발적이고 자유 재량적인 행동으로 정의하였다.

정진혁[26]은 고객에게 만족과 기업에 대한 소속감을 느끼게 해주고, 기업으로서 기업의 제품과 서비스 질의 향상과 장기적 수익을 올릴 수 있는 매우 중요한 개념으로 정의하였다. 이러한 개념을 토대로 살펴보면 고객 시민 행동을 세 가지 구성 요소로 이루어지고 있다.

첫째, 추천 행동으로 고객이 기업에 대한 긍정적인 이미지를 가지면 자발적으로 구전을 통해 주위 사람에게 추천 할 수 있는 것이다. 둘째, 고객이 기업에 대한 불만족이나 만족을 직원이나 서비스제공자에게 피드백함으로써 장기적으로 서비스 품질을 향상하게 시킬 수 있는 행동이라 할 수 있다[27]. 셋째, 타인 고객 돕기 행동은 기존 고객이나 다른 고객이 이용 방법에 대한 설명 등 각종 도움을 주는 행동을 이라 할 수 있다. 이를 종합해보면 고객 시민 행동이란 서비스 품질을 향상 시키기 위한 고객의 자발적 행동이다.

위에서 언급한 학자들뿐만 아니라 다양하게 연구되어 있기에 고객 시민 행동에 관련된 선행연구를 바탕으로 개념을 정리하면 [표 2]와 같다.

표 2. 고객 시민 행동 개념

연구자(연도)	선행변수	의의
Bettencourt[21]	만족과 몰입 그리고 지각된 고객자원	조직 시민 행동을 고객으로서 이해한 최초의 실증연구
Groth[22]	만족과 사회화, 통제변수	고객 시민 행동에 대한 개념을 명확히 정리하고 새로운 척도를 개발.
김태구, 김영수[28]	만족, 신뢰, 고객 자발적 행동	고객이 타 고객이나 관리자에게 서비스 제공을 자발적으로 행해지는 구성개념으로 제시
서문식, 강명주, 안진우[29]	서비스 품질, 고객 시민 행동, 관계 지속 의도	기초적인 믿음이 직원들의 향상된 결과를 나타내고 시민 행동을 하는 고객으로 타 고객들이 직원들에게 긍정적인 자발적 행동이 나타나는 것으로 분석

이기혜[30]	브랜드 신뢰, 고객 시민 행동	서비스제공자에게 피드백을 통해 더 나은 서비스 품질을 만드는 중요한 요소라고 제시
박미정, 정대율, 허은주[31]	고객 만족, 신뢰, 고객 시민 행동	고객 만족과 신뢰는 고객 시민 행동을 증진 시키며 서비스에 함께 참여하여 다른 고객에게 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석

출처: 선행연구를 토대로 연구자 재구성

3. 성별조절 효과 검증의 목적

기존 연구에서는 골프웨어의 브랜드인지도와 브랜드 이미지 관계에서 성별에 따른 차이를 본 연구[32], 골프장의 관계 효익이 고객 유지에 미치는 영향에서 성별에 따른 차이 연구[10], 스크린골프장 이용객의 성별에 따라 조절 효과가 나타나는지에 관한 연구[33], 청소년골프 선수의 스포츠맨십과 경기력은 성별에 의한 영향력이 나타나는지에 관한 연구[34] 등이 있다. 기업의 제품이나 이미지 그리고 경기력에 의해 남녀 간 영향력이 있는지 알아보는 연구가 진행되었다. 본 연구는 골프 지도의 감성 지능에 따라 고객의 행동이 다르게 나타난다. 즉, 골프지도자 자신이 골프 연습장의 수익 창출에 영향을 줄 수 있고 골프지도자의 감성 지능에 의해 남자 와 여자 고객의 행동에 영향력이 있는지를 봄으로써 더 좋은 방안과 방향을 찾아 발전시키는 것이 목적이다.

4. 선행연구 분석

최근 관련 선행연구를 정리하면 [표 3]와 같다. 감성 지능에 관련된 연구는 박연정[7]은 여성 지도자로서의 감성 지능과 고객 만족과의 관계에서 지도자는 수련생들의 감정과 감성을 느끼고 이해할 수 있도록 수련생들과 많은 대화나 시간을 가지도록 노력해야 한다고 하였다. 정승우[5]는 골프지도자의 감성 지능과 조직몰입의 관계에서 지도자가 자신의 감정을 잘 억제하고 조절한다면 조직몰입에 높은 성과가 나타난다고 하였다. 이성훈[35]은 수영 지도자 감성 지능에 의해 회원들은 행위 몰입인 수영에 관련된 기술 정보 및 TV 중계에 높은 관심을 가지는 것으로 나타났다고 하였다.

고객 시민 행동에 관련된 연구를 살펴보면 [표 4]와 같다. 허진, 원세종[9]은 대부분의 스포츠시설에서는 규범화된 감정노동의 유형을 준수하도록 강요되고 있어 이러한 형태가 지속해서 강하게 나타날 때 내재적 동기

표 3. 감성 지능 관련 선행연구

연구자(연도)	연구내용
박연정[7]	여성 검도지도자의 감성 지능 중 타인 감성 이해, 감성 조절, 감성 활용만이 고객 만족에 긍정적 영향을 줌
정승우[5]	골프지도자의 감성 지능은 조직몰입에 영향을 미치는 중요한 변수임
이지혜, 이정학[36]	골프지도자의 감성 지능은 참여자 운동몰입에 정적인 영향을 줌
이성훈[35]	수영 지도자의 감성 지능은 운동몰입에서 행위몰입에 만 긍정적인 영향을 줌
정충득, 박형준, 한진욱[37]	태권도장 지도자의 감성 지능은 친 소비자 행동에 긍정적 영향을 줌
남궁철규, 강중구, 유광길[38]	생활체육 지도자의 감성 지능이 높을수록 조직 충성도가 강화되는 것에 영향을 줌

표 4. 고객 시민 행동 관련 선행연구

연구자(연도)	연구내용
허진, 원세종[9]	고객 공감과 고객 시민 행동인 긍정적 구전과 재구매 의도에 긍정적 영향을 줌
송정명[39]	스쿠버리조트를 방문한 방문객들은 만족 경험을 통해 리조트에 감정적 애착이 형성되고 이를 통해 긍정적인 고객 시민 행동을 보이는 것으로 나타남
김경택, 김태영, 김민수[40]	무도 도장의 서비스스케이프 하위요인 심미성은 고객 시민 행동에 영향을 주며, 고객 만족은 고객 시민 행동에 긍정적 영향을 줌
조규정, 김용은[41]	고객들의 구매 행동, 고객 만족 수준을 높이기 위해서는 고객 시민 행동이 긍정적으로 나타나야 함

를 악화시켜 고객 공감 및 고객 시민 행동에 부정적인 영향을 줄 수 있다고 하였다. 송정명[39]은 스쿠버리조트를 방문하는 방문객들은 만족 경험을 통하여 해당 리조트에 감정적 애착이 형성되고 이를 통해 긍정적인 고객 시민 행동을 보인다고 하였다.

성별조절 효과에 관련된 연구를 살펴보면 [표 5]와 같다. 최재일, 이준우[10]는 골프장의 관계 효익에서 남성보다 여성이 상대적으로 높게 나타나기 때문에 여성 내장객의 초점을 두고 관계 효익 전략을 세워야 한다고 하였다. 김기호, 최종필[11]은 스크린골프장 이용객의 참여 동기와 서비스 품질의 관계에서 남성 이용객이 상대적으로 영향력이 높은 것으로 나타났다고 하였다.

표 5. 성별조절 효과 관련 선행연구

연구자(연도)	연구내용
최재일, 이준우[10]	골프장에서 마케팅 전략으로 관계 효익은 남성보다 여성이 높게 나타나 여성 고객에게 초점을 두고 전략을 제시해야 함
신준수, 윤형기[34]	성별에 따라 운동몰입과 최선이 골프 경기력에 미치는 영향력을 조절하고 성별에 따라 승부집착이 골프 경기력에 미치는 영향력을 조절함
김원경[12]	운동몰입은 남자 운동참여자들이 높고, 서비스 품질과 고객 충성도는 여자참여자가 영향력이 높음
김기호, 최종필[33]	스크린골프장 이용객의 참여 동기와 서비스 품질의 관계에서 남자 이용고객이 상대적으로 영향력이 높음

III. 연구 방법

1. 연구대상

본 연구의 대상자는 청주지역 5개 시내·외 골프 연습장을 설정한 후 편의표본추출법(Convenient sampling method)을 이용하여 연구자가 직접 방문하여 자료를 수집하였다. 자료 수집 전 연구의 목적과 방법, 연구 결과에 대한 활용을 설명한 후 연구의 참여 의사를 구하였다.

자발적으로 참여 의사를 밝힌 청주지역 시내·외 연습장에 다니고 있으며 교습받은 적이 있는 고객을 대상으로 자기평가·기재법(Self-assessment method)을 사용하였다. 설문지는 320부를 배포하여 설문조사를 작성하였으며 이 중 응답이 불실하거나 조사내용이 누락된 표본을 제외하고 총 318부의 자료를 최종분석에 이용하였다.

본 연구의 연구 대상자의 특성은 [표 6]에서 제시된 것처럼 남성 149명(46.9%), 여성 169명(53.1%), 연령은 20대 이하 56명(17.6%), 30대 109명(34.3%), 40대 102명(32.1%), 50대 이상 51명(16.0%), 학력은 고등학교 졸업 이하 101명(31.8%), 대학교 졸업 83명(26.1%), 대학원 졸업 134명(42.1%)으로 나타났다.

표 6. 연구 대상자 특성

특성	구분	빈도(명)	비율(%)
성별	남성	149	46.9
	여성	169	53.1
연령	20대 이하	56	17.6
	30대	109	34.3
	40대	102	32.1
	50대 이상	51	16.0
학력	고졸 이하	101	31.8
	대학교 졸	83	26.1
	대학원 졸	134	42.1
합계		318	100.0

2. 조사 도구

감성 지능은 Wong & Law[19]의 연구에서 사용된 문항을 기초로 김병민[42], 전혁수[43] 등이 사용한 문항을 본 연구의 목적에 맞게 수정 보완하여 사용하였

다. 감성 지능의 하위요인은 자기 감성 이해(4문항), 타인 감성 이해(4문항), 감성조절(4문항), 감성 활용(4문항)으로 구성하였고, 총 16개의 문항이 포함되었다.

고객 시민 행동은 김진영, 정태욱[44], 정진혁[26]의 연구에서 이용되었던 문항을 본 연구의 목적에 맞게 수정 보완하여 사용하였다. 고객 시민 행동 하위요인은 구전 행동(2문항), 피드백 행동(2문항), 타인 돕기 행동(2문항)으로 총 6문항을 구성하였다. 측정하는 문항들을 7점 Likert 척도(1점: 전혀 그렇지 않다, 7점: 매우 그렇다)로 측정하였다.

표 7. 설문지 구성

요인	구성 내용	문항
일반적 특성	성별, 연령, 학력	9
감성 지능	자기감성, 타인감성, 감성조절, 감성활용	16
고객 시민 행동	구전, 피드백, 타인돕기	6

3. 설문지의 타당도와 신뢰도

본 연구에 사용된 조사 도구의 타당도 검증은 내용 타당도 및 구성 타당도 검증으로 나누어 실시하였다. 먼저 스포츠 경영학 전공 관련 교수 또는 연구자가 설문 문항들이 측정개념을 적합하게 측정하는지를 내용 상으로 검토하여 내용 타당도를 검증하였다. 구성 타당도는 주성분 분석 방법(principal component analysis)을 이용하며, 요인 회전은 직교 회전(orthogonal) 방법이 베리 맥스(varimax) 방식을 통해 고유치(eigen value) 값이 1.0 이상, 요인 적재치(factor loading)가 0.5이상인 문항들만 선택하였다[45].

설문지에 대한 감성 지능 탐색적 요인분석을 시행한 결과는 [표 8]과 같이 나타났다. 탐색적 요인분석 결과에 따르면 감성 지능에 관련된 문항들은 총 네 개의 하위요인으로 추출되었다. 자기 감성 이해 요인은 고유값 7.051, 설명 분산이 44.071%, 타인 감성 이해 요인은 고유값 1.642, 설명 분산은 10.263%, 감성조절은 요인은 고유값 1.319, 설명 분산은 8.244%로 나타났다. 감성 활용 요인은 고유값 1.012, 설명 분산은 6.326%로 나타났다. 이러한 탐색적 요인분석 결과를 고려해 볼 때 감성 지능을 측정하는 모든 문항에 대한 요인 적재치가 0.5이상을 초과하였고, 누적 분산 비율이

68.905%로 나타나 비교적 타당하게 측정하고 있는 것으로 나타났다.

표 8. 감성 지능 탐색적 요인분석

문항	성분			
	1	2	3	4
타인감성이해 1	.770	.172	.204	.224
타인감성이해 2	.796	.174	.227	.142
타인감성이해 3	.760	.167	.147	.204
타인감성이해 4	.736	.221	.150	.272
자기감성이해 1	.110	.836	.219	.079
자기감성이해 2	.220	.779	.089	.141
자기감성이해 3	.188	.732	.257	.172
자기감성이해 4	.194	.721	.268	.110
감성조절 1	.302	.225	.735	.142
감성조절 2	.136	.200	.789	.245
감성조절 3	.184	.216	.746	.244
감성조절 4	.182	.283	.682	.287
감성활용 1	.163	.118	.296	.721
감성활용 2	.191	.163	.129	.807
감성활용 3	.167	.056	.193	.695
감성활용 4	.291	.168	.200	.738
고 유 값	7.051	1.642	1.319	1.012
설명분산	44.07	10.26	8.24	6.32
누적분산	44.07	54.33	62.57	68.905

고객 시민 행동에 대한 탐색적 요인분석을 시행한 결과는 [표 9]와 같이 나타났다. 탐색적 요인분석 결과에 따르면 고객 시민 행동을 측정하는 문항들은 총 세 개의 하위요인으로 추출되었다. 구전 요인은 고유값이 2.893, 설명 분산이 48.216%, 피드백 요인은 고유값이 1.236, 설명 분산이 20.607%, 타인 돕기 요인은 고유값이 1.065, 설명 분산이 17.742%로 나타났다. 또한, 모든 측정항목에 대한 요인 적재치가 0.5 이상을 넘고, 누적 분산 비율이 86.565%로 나타났으며 고객 시민 행동을 측정하는 문항들이 각각의 하위요인들을 비교적 타당하게 측정하고 있는 것으로 나타났다.

본 연구에 사용된 설문지의 신뢰도는 내적 일관성을 나타내는 신뢰계수인 Cronbach's α 를 산출하여 검증하였다.

표 9. 고객시민행동 탐색적 요인분석

문항	성분		
	1	2	3
구전 1	.108	.131	.907
구전 2	.131	.189	.887
피드백 1	.119	.920	.148
피드백 2	.209	.890	.185
타인돕기 1	.918	.158	.097

타인돕기 2	.910	.156	.146
고 유 값	2.893	1.236	1.065
설명 분산	48.21	20.60	17.74
누적 분산	48.21	68.82	86.565

[표 10]에서 제시된 바와 같이 본 연구에서 사용된 감성지능은 .820-.856, 고객시민행동은 .816-.855로 나타나 신뢰도 계수가 Nunnally and Bernstein이 제시한 기준치 0.7을 초과함에 따라 요인별 문항들이 신뢰성을 확보한 것으로 나타났다.

표 10. 요인별 신뢰도 검증 결과

요인	하위요인	문항 수	Cronbach's α
감성 지능	자기감성	4	.848
	타인감성	4	.856
	감성조절	4	.853
	감성활용	4	.820
고객 시민 행동	구전	2	.816
	피드백	2	.855
	타인 돕기	2	.855

4. 확인적 요인분석(CFA)

주성분 분석을 통해 구성된 검사 도구가 연구 대상자에게 적합하게 구성되었는지를 알아보기 위해 확인적 요인분석(CFA: Confirmatory Factor Analysis)을 하였으며, 그 결과는 [표 11]과 같다. $\chi^2=302.107$, $df=188$, $Q=1.607$, $GFI=.926$, $RMSEA=.044$, $CFI=.977$, $NFI=.971$ 로 나타나 수용기준을 모두 만족한 것으로 나타났다. 모든 잠재변인의 표준부하량 값의 범위는 .723-.942로 나타났고, C.R값은 1.96 이상으로 나타나 양호한 것으로 나타났다[표 12]. 또한, 평균 분산추출(Average Variance Extracted; AVE) 지표와 개념 신뢰도(Internal Composite Reliability; ICR) 값이 각각 0.5 이상 0.7 이상으로 나타나 수렴 타당도에 문제가 없는 것으로 나타났다.

표 11. 확인적 요인분석에 대한 적합도

평가 지수	χ^2	df	Q	GFI	RMSEA	CFI	NFI
적합도 지수	302.107	188	1.607	.926	.044	.977	.971

표 12. 전체변인에 대한 확인적 요인분석 결과

잠재변수	문항	비표준 부하량	표준부하량	표준오차	C.R	AVE	CR
자기감성	1	.993	.800	.061	16.235	.550	.830
	2	.865	.760	.057	15.142		
	3	.977	.784	.062	15.780		
	4	1	.825				
타인감성	1	.995	.805	.066	15.104	.478	.785
	2	.954	.764	.067	14.210		
	3	.942	.723	.071	13.315		
	4	1	.781				
감성조절	1	.903	.828	.053	17.038	.585	.850
	2	.951	.787	.06	15.894		
	3	.92	.826	.054	16.987		
	4	1	.822				
감성활용	1	.92	.750	.064	14.257	.556	.834
	2	.919	.780	.061	14.990		
	3	.863	.791	.057	15.253		
	4	1	.803				
구전	1	1	.862			.730	.844
	2	1.103	.916	.080	13.793		
피드백	1	1	.913			.734	.846
	2	1.056	.933	.044	24.142		
타인돕기	1	1	.942			.752	.859
	2	1.053	.935	.041	25.742		

5. 자료처리

자료처리는 SPSS 22.0과 AMOS 21.0 프로그램을 이용하며, 모든 통계적 유의수준은 .05로 설정하였다. 구체적으로 첫째, 연구 대상자의 일반적인 특성을 파악하기 위해 빈도 분석을 하였다. 둘째, 탐색적 요인분석과 확인적 요인분석을 시행하여 조사 도구의 타당도를 검증하였으며, Cronbach' α 계수에 의한 신뢰도 분석을 하였다. 셋째, 골프 연습장 회원들의 감성 지능과 고객 시민 행동의 구조적 관계에서 성별에 따른 조절 효과를 검증하기 위해 다 집단 구조방정식 모형분석을 하였다.

표 13. 변인 간의 상관 관계분석 결과

변수명	자기 감성	타인 감성	감성 조절	감성 활용	구전	피드백	타인 돕기
자기감성	1						
타인감성	.749*	1					
감성조절	.706*	.676*	1				
감성활용	.654*	.685*	.713*	1			
구전	.349*	.396*	.325*	.410*	1		
피드백	.185*	.274*	.246*	.371*	.432*	1	
타인돕기	.091	.176*	.161*	.260*	.319*	.726*	1

* p<.05

IV. 결 과

1. 상관관계 분석

확인적 요인분석을 통해 타당도가 검증된 검사 도구에 관하여 연구에 사용된 변인 간의 상관 관계분석을 하였으며, 그 결과는 [표 13]과 같다. 그 결과 자기 감성은 타인 감성, 감성조절, 감성 활용, 구전, 피드백 순으로 정(+)의 상관관계가 나타났으며, 타인 감성은 감성 활용, 감성조절, 구전, 피드백, 타인 돕기 순으로 정(+)의 상관관계가 나타났다. 감성조절은 감성 활용, 구전, 피드백, 타인 돕기 순으로 정(+)의 상관관계가 나타났으며, 감성 활용은 구전, 피드백, 타인 돕기 순으로 정(+)의 상관관계가 나타났다. 구전은 피드백, 타인 돕기 순으로 피드백은 타인 돕기에 정(+)의 상관관계가 나타났다. 또한, 자기 감성은 타인 돕기에 부(-)의 상관관계가 나타났다.

2. 연구모형 검증

최종 연구모형의 적합도를 살펴본 결과 $\chi^2=345.490$, $df=191$, $Q=1.809$, $GFI=.914$, $RMSEA=.051$, $CFI=.968$, $TLI=.962$ 로 나타나 적합도 수용기준을 모두 만족한 것으로 나타났다. 또한, 최종 연구모형의 경로계수를 살펴보면 감성조절이 구전($\beta=.088$, $t=1.587$, $p=.112$)과 타인 돕기($\beta=.080$, $t=1.715$, $p=.086$)에 미치는 영향을 제외한 모든 변인 간의 관계가 통계적으로 유의한 것으로 나타났다($p<.05$). 즉, 감성조절이 구전과 타인 돕기에 긍정적 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으며 이외에 모든 변인 간에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 모든 가설이 수용되었으며, [그림 2]의 연

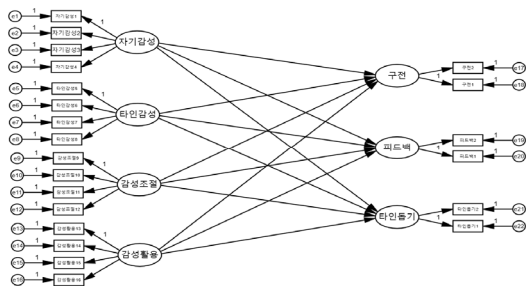


그림 2. 골프지도자의 감성 지능과 고객 시민 행동 간의 경로모형

구모형 또한 적합한 것이 입증되었다.

분석 결과는 [표 14] 와 같다. 비제약 모형은 $\chi^2(394)=1518.245$ 로 나타났으며, 제약 모형은 $\chi^2(409)=1538.858$ 로 나타났다. 따라서 χ^2 의 변화량은 20.613이며 p 값이 0.15로 통계적으로 유의하지 않아 성별 간 측정의 동일성이 성립하는 것을 알 수 있다.

표 14. 성별에 따른 조절 효과 분석

평가지수	χ^2	df	p	Q
비제약 모형	1518.245	394	.001	3.853
제약 모형	1538.858	409	.001	3.762

감성 지능과 고객 시민 행동 간의 영향 관계의 경로를 분석한 결과는 [표 15]와 같다. 감성조절이 구전($\beta=.088$, $t=1.587$, $p=.112$)과 타인 돕기에 미치는 영향($\beta=.080$, $t=1.715$, $p=.086$)을 제외한 모든 변인 간에 통계적으로 유의한 것으로 나타났다($p<.05$). 즉, 자기 감성이 구전, 피드백, 타인 돕기, 타인 감성이 구전, 피드백, 타인 돕기, 감성조절이 피드백, 감성 활용이 구전, 피드백, 타인 돕기에 긍정적 영향을 미치며 감성조절에서 구전과 타인 돕기만 부정적 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 15. 연구모형에 대한 경로 분석 결과

경로	표준화 경로계수	표준 오차	C.R(t)	p	
자기감성	구전	.114	.059	2.044	.041*
	피드백	.406	.078	8.241	.001*
	타인 돕기	.432	.086	8.394	.001*
타인감성	구전	.336	.063	5.612	.001*
	피드백	.292	.076	6.069	.001*
	타인 돕기	.251	.082	5.119	.001*
감성조절	구전	.088	.062	1.587	.112
	타인 돕기	.080	.083	1.715	.086
감성활용	구전	.431	.074	6.908	.001*
	피드백	.563	.097	10.269	.001*
	타인 돕기	.501	.102	9.160	.001*

* $p<.05$

감성 지능과 고객 시민 행동 간의 영향 관계에서 남성과 여성의 경로 차이를 분석한 결과는 [표 16]과 같다. 남성의 경우 자기 감성이 구전에 미치는 영향($\beta = .026, t = .323, p = .746$)을 제외한 모든 변인 간에 통계적으로 유의한 것으로 나타났다($p < .05$). 여성의 경우 자기 감성이 구전($\beta = .053, t = .719, p = .472$)에 미치는 영향과 타인 감성이 피드백($\beta = .067, t = 1.082, p = .279$), 타인 돕기($\beta = .061, t = .909, p = .363$)에 미치는 영향 그리고 감성조절이 구전($\beta = .137, t = 1.869, p = .062$)에 미치는 영향을 제외한 모든 변인에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다($p < .05$). 즉, 남성의 경우 자기 감성이 피드백과 타인 돕기, 타인 감성이 구전과 피드백 및 타인 돕기, 감성조절이 구전과 피드백 및 타인 돕기, 감성 활용이 구전과 피드백 및 타인 돕기에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났고 여성의 경우 자기 감성이 피드백과 타인 돕기, 타인 감성이 구전, 감성조절이 피드백과 타인 돕기, 감성 활용이 구전과 피드백 및 타인 돕기에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 남성은 자기 감성이 구전, 여성은 자기 감성이 구전, 타인 감성이 피드백과 타인 돕기, 감성조절이 구전에서 부정적 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 16. 성별에 따른 경로 차이 분석 결과

경로	성별	표준화 경로계수	표준오차	C.R(t)	p	대응 별 모수차이 검증		
자기감성	구전	남성	.026	.078	.323	.746	.325	
		여성	.053	.088	.719	.472		
	피드백	남성	.336	.099	6.543	.001		2.239*
		여성	.185	.108	2.994	.003		
	타인돕기	남성	.272	.109	5.312	.001		.017
		여성	.328	.124	4.634	.001		
타인감성	구전	남성	.498	.116	5.183	.001	2.025*	
		여성	.285	.084	3.700	.001		
	피드백	남성	.798	.205	9.479	.001	8.105*	
		여성	.067	.097	1.082	.279		
	타인돕기	남성	.786	.220	9.559	.001	8.192*	
		여성	.061	.107	.909	.363		
감성조절	구전	남성	.207	.099	2.483	.013	.683	
		여성	.137	.084	1.869	.062		
	피드백	남성	.370	.130	6.872	.001		3.263*
		여성	.212	.102	3.461	.001		
	타인돕기	남성	.431	.150	7.606	.001		4.909*
		여성	.132	.112	1.982	.047		

감성활용	구전	남성	.211	.113	2.432	.015	2.157*
		여성	.515	.095	6.283	.001	
	피드백	남성	.193	.138	3.714	.001	3.306*
		여성	.666	.120	9.279	.001	
	타인돕기	남성	.166	.153	3.147	.002	2.254*
		여성	.551	.128	7.264	.001	

* $p < .05$

감성 지능과 고객 시민 행동 간의 영향 관계에서 성별에 따른 경로계수가 통계적으로 유의한지 알아보기 위해 대응 별 모수차이검증(pairwise parameter comparison)을 실시하였다. 성별에 따른 경로계수의 차이는 자기 감성이 피드백, 타인 감성이 구전과 피드백 및 타인 돕기, 감성조절이 피드백과 타인 돕기, 감성 활용이 구전과 피드백 및 타인 돕기의 경로에서 대응 별 모수 차이검증 결과 CR 임계치가 $p < .05$ 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

V. 결론 및 논의

본 연구의 가설인 골프지도자의 감성 지능이 고객 시민 행동에 미치는 영향에서 감성 지능의 네 가지 하위 요인 중 감성조절이 구전과 타인 돕기에 미치는 영향을 제외한 모든 변인 간의 관계가 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 이러한 연구 결과에 대한 논의는 대부분의 연구에서 지도자의 감성 지능이 조직 시민 행동에 영향을 주는 연구가 전반적으로 이루어져 있어 조직 시민 행동과의 관계를 밝힌 연구 결과와 비교하여 논의하였다. 주형철, 이민규, 임범규[6]는 스포츠센터 지도자의 자기 감성 이해, 타인 감성 이해, 감성 활용이 조직 시민 행동에 유의한 영향을 미치는 것으로 보고하였고, 노동현, 박창석, 조임형[4]은 자기 감성 이해, 타인 감성 이해, 감성 활용이 조직 시민 행동에 유의한 영향을 미친다고 보고하였다. 종사자의 감성 지능이 자신 또는 타인에 대한 감성 이해와 감성 활용능력이 종사자의 조직 시민 행동을 높여준다고 보고하고 있어 본 연구 결과를 뒷받침하고 있다. 또한 바야르마[46]은 호텔종사원을 대상으로 한 연구에서 감성조절이 시민 의식에 유의한 영향을 미치는 것은 감성을 적절하게 조절하면 효과적인 조직 환경에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 보

여주고 있다.

이러한 연구 결과 도출은 고객 시민 행동과도 관련이 있기에 골프지도자와 고객들의 관계에 밀접한 연관성을 가지고 있다. 지도자는 항상 출선수범하는 모습을 보이고 고객의 목표 달성을 위해 더욱 증진하고 고객이 필요한 것이 무엇인지 항상 생각하는 모습을 보여준다면 고객들은 이를 위해 자발적으로 노력하는 모습을 보일 것으로 판단된다. 또한, 이러한 고객의 자발적 행동은 골프 연습장 발전시키고 성장시킬 수 있는 발판을 마련할 것으로 판단된다.

골프 연습장을 이용하는 고객들의 개인적 특성에 따라 골프지도자의 감성 지능이 고객 시민 행동에 다르게 나타날 수 있다는 가정하에 가장 먼저 고려해야 할 부분이 성별로 추정된다. 그 이유가 다양한 대상에서 성별은 독립변수와 종속변수 사이에 조절변수로 작용하기 때문이다. 따라서 본 연구에서도 골프지도자의 감성 지능이 고객 시민 행동에 미치는 영향에서 성별에 따라 조절 효과를 규명하였으며, 그 결과 남성의 경우 자기 감성이 구전을 제외한 모든 변인에서 영향을 미치는 것으로 나타났고, 여성의 경우 자기 감성이 구전에 미치는 영향과 타인 감성이 피드백, 타인 돕기에 미치는 영향 그리고 감성조절이 구전에 미치는 영향을 제외한 모든 변인에서 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과 정승우[5]는 골프연습장 지도자 대상으로 한 연구에서 감성 활용이 남성과 여성이 조직몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 보고하여 본 연구의 결과를 지지한다. 지도자는 목표를 향해 자신감으로 최선을 다할 때 남녀 고객에게 믿음과 신뢰를 얻게 되어 조직에 몰입할 것이며, 고객 시민 행동인 구전, 피드백, 타인 돕기가 자발적으로 이루어질 것으로 판단된다. 허진, 원세종[9]은 스포츠센터 강사를 대상으로 한 연구에서 남녀 모두의 인지적 공감에 긍정적 구전 행동에 유의한 영향을 미치는 것으로 보고하여 본 연구를 뒷받침한다. 노동연, 박창석, 조임형[4]은 태권도장 종사자를 대상으로 한 연구에서 남성의 타인 감성 이해가 개인 지향에 유의한 영향을 미친 것을 규명하였고, 하정남, 임상현[47]은 호텔 종사원을 대상으로 한 연구에서도 남성이 감정노동에 의한 예의 바른 행동에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 본 연구 결과를 지지하고 있다.

Abraham[45]은 종업원을 대상으로 한 연구에서 남녀 감성 지능이 높은 종업원이 낮은 감성의 종업원보다 조직 시민 행동의 하위요인인 이타주의, 시민 정신이 유의한 영향을 미친다고 하였고, 이병훈[48]의 연구에서도 고객센터 상담사를 대상으로 한 연구에서 남녀 모두 감성 지능이 높은 상담사가 동료를 이타적 행위, 조직 내 행사와 활동에 시민 의식에서 유의한 영향을 미친다고 보고하여 본 연구의 결과를 지지하고 있다.

따라서 지도자가 자신이 느끼는 감성을 잘 이해할 때 남성보다 여성 고객이 골프 연습장에 대한 긍정적으로 생각하여 주위 사람에게 적극적으로 추천하고 타인을 도와주려는 행동이 이어지는 것으로 판단된다. 남성 고객은 지도자에게 느껴지는 감성, 조절 그리고 능력에 영향을 받는 것은 여성보다 사교적이고 적극적이며 친근감을 표현하기 때문으로 판단된다.

이러한 바탕으로 후속 연구에서는 골프지도자의 감성 지능에 의한 고객 시민 행동의 변화에 대한 지도자와 고객과의 면담을 통한 심층적인 연구가 진행된다면 더욱 의미 있을 것이다. 또한, 골프지도자의 성별에 따른 고객 시민 행동에 영향을 미치는 연구와 골프연습장 직원의 성별에 의한 감성 지능이 고객 시민 행동에 영향을 미치는 연구도 필요할 것으로 생각된다.

참 고 문 헌

- [1] T. P. Labo, "The relationship between leader-member exchange(LMX) and emotional intelligence(EI) in publi schools: A regressional approach," Ph.D. dissertation. Florida, United States: Barry University, Adrian Dominican School of Education, 2005.
- [2] C. S. Wong and K. S. Law, "The effects of eager and follower emotional intelligence on performance and attitude: An exploratory study," The leaders hip quarterly, Vol.13, No.3, pp.243-274, 2002.
- [3] 이병훈, *고객센터 상담사의 감성 지능과 조직 시민 행동이 직무성과에 미치는 영향: T활용능력의 조절 효과*, 전남대학교대학원, 박사학위논문, 2014.
- [4] 노동연, 박창석, 조임형, "태권도장 종사자의 감성 지

- 능이 리더-구성원 교환관계 (LMX) 와 조직 시민 행동에 미치는 영향,” 한국체육과학회지, 제26권, 제2호, pp.589-602, 2017.
- [5] 정승우, “골프연습장 지도자의 감성 지능과 리더-멤버 교환관계 (LMX), 조직몰입의 관계,” 한국체육과학회지, 제27권, 제2호, pp.447-459, 2018.
- [6] 주형철, 이민규, 임범규 “스포츠센터 지도자의 감성 지능과 업무수행능력의 관계에 관한 연구: 조직 시민 행동의 매개효과 검증,” 한국체육과학회지, 제51권, 제2호, pp.249-261, 2012.
- [7] 박연정, “여성 지도자의 감성 지능이 지도자-회원 교환관계 (LMX)와 고객 만족에 미치는 영향,” 한국스포츠학회지, 제17권, 제4호, pp.245-256, 2019.
- [8] 한상린, 유재원, 공태식, “고객의 참여 행동과 시민 행동이 서비스 품질지각과 재구매 의도에 미치는 영향: 비영리 대학교육 서비스를 중심으로,” 경영학 연구, 제33권, 제2호, pp.474-502, 2004.
- [9] 허진, 원세종, “스포츠센터 강사들의 감정노동이 고객 공감 및 고객 시민 행동에 미치는 영향,” 한국체육과학회지, 제28권, 제3호, pp.385-398, 2019.
- [10] 최재일, 이준우, “골프장의 관계 효익이 고객 유지에 미치는 영향: 성별에 따른 조절 효과 분석,” 한국체육과학회지, 제27권, 제5호, pp.575-586, 2018.
- [11] 김기호, 최종필, “스크린골프장 이용객의 참여 동기 와 서비스 품질과의 관계: 성별에 따른 조절 효과 차이 분석,” 골프연구, 제9권, 제2호, pp.75-84, 2015.
- [12] 김원경, “피트니스센터의 서비스 품질, 고객 만족, 운동몰입이 고객 충성도에 미치는 영향: 성별 다중집단 분석,” 한국스포츠학회지, 제15권, 제4호, pp.195-208, 2017.
- [13] D. Goleman, *Emotional Intelligence*, New York: Bantam Books, 1995.
- [14] P. Salovey and J. D. Mayer, “Emotional Intelligence,” *Imagination, Cognition and Personality*, Vol.9, No.3, pp.185-211, 1990.
- [15] P. Salovey and J. D. Mayer, “Emotional intelligence,” *Imagination, Cognition, and Personality*, Vol.9, No.3, pp.185-211, 1997.
- [16] Bar-on, “Bar-On Emotional Quotient Inventory(EQ-i) Technical Manual,” 1997.
- [17] R. K. Cooper and A. Sawaf, “Executive EQ: Emotional intelligence in leadership and organizations,” New York: Grosset Putnam, 1997.
- [18] W. R. George, “Internal marketing and organizational behavior: A partnership in developing customer-conscious employees at every level,” *Journal of Business Research*, Vol.20, No.1, pp.63-70, 1990.
- [19] C. S. Wong and K. S. Law, “The effects of eager and follower emotional intelligence on performance and attitude: An exploratory study,” *The leadership quarterly*, Vol.13, No.3, pp.243-272, 2002.
- [20] R. Larsson and D. E. Bowen, “Organization and customer: “managing design and coordination of services,” *Academy of Management Review*, Vol.14, No.2, pp.213-233, 1989.
- [21] L. A. Bettencourt, “Customer voluntary performance: Customers as partners in service delivery,” *Journal of retailing*, Vol.73, No.3, p.383, 1997.
- [22] M. Groth, “Managing service delivery on the Internet: Facilitating customers' coproduction and citizenship behaviors in service organizations,” 2001.
- [23] S. V. Dulewicz and M. J. Higgs, “Emotional intelligence: can it be measured reliably and validly using competency data?,” *Competency*, 1998.
- [24] R. Copper and A. Sawaf, “Executive EQ: “Emotional intelligence in leadership and organizations,” Penguin, 1998.
- [25] D. Goleman, “Emotional Intelligence,” New York, NY: Bantam Books, 1995.
- [26] 정진현, *스포츠센터의 서비스 품질지각이 고객 만족, 고객몰입, 고객 시민 행동에 미치는 영향*, 한양대학교 대학원, 석사학위논문, 2018.
- [27] M. Groth, “Managing service delivery on the Internet: Facilitating customers' coproduction and citizenship behaviors in service organizations,” 2001.
- [28] 김태구, 김영수, “호텔 서비스 회복에 대한 공정성 시각 만족과 신뢰가 고객의 자발적 파트너십에 미치는 영향,” *관광 연구*, 제20권, 제2호, pp.183-20, 2005.
- [29] 서문식, 강명주, 안진우, “관계발전과정에서 고객 참여 행동과 시민 행동의 역할에 관한 연구,” *마케팅 연구*, 제125권, 제1호, pp.159-193, 2010.
- [30] 이기화, *소비자의 신체적 위험이 제품 구매 시 식품*

안전 추구 행동, 브랜드 신뢰와 고객 시민 행동에 미치는 영향. 경희대학교대학원, 석사학위논문, 2015.

[31] 박미정, 정대을, 허은주, “고객 참여가 고객 만족, 신뢰, 고객 시민 행동에 미치는 영향: 의류서비스를 중심으로,” 고객만족경영연구, 제20권, 제4호, pp.51-70, 2018.

[32] 조성진, 최영철, 이준우, “골프웨어의 브랜드인지도, 브랜드이미지 및 재구매의 관계: 브랜드이미지의 매개효과 및 성별에 따른 조절 효과 검증,” 한국체육과학회지, 제25권, 제4호, pp.1455-1466, 2016.

[33] 김기호, 최종필, “스크린골프장 이용객의 참여 동기와 서비스 품질과의 관계: 성별에 따른 조절 효과 차이 분석,” 골프연구, 제9권, 제2호, pp.75-84, 2015.

[34] 신준수, 윤형기, “아마추어 골프선수의 스포츠맨십과 골프 경기력의 영향 관계: 성별의 집단 간 조절 효과를 중심으로,” 한국체육과학회지, 제26권, 제2호, pp.751-772, 2017.

[35] 이성훈, 수영 지도자의 감성지능이 지도자-회원 교환관계(LMX)와 운동몰입에 미치는 영향. 용인대학교대학원, 석사학위논문, 2017.

[36] 이지혜, 이정학, “골프지도자의 감성 지능과 비언어적 커뮤니케이션이 신뢰, 운동몰입, 지속적 참여 의사에 미치는 영향,” 한국 여성 체육학회, 제32권, 제3호, pp.1-19, 2018.

[37] 정충묵, 박형준, 한진옥, “태권도장 지도자의 감성지능, 친소비자행동, 고객지향성 및 서비스품질간의 관계,” 한국체육과학회지, 제53권, 제4호, pp.401-412, 2014.

[38] 남궁철규, 강종구, 유광길, “생활체육지도자의 감성지능, 조직충성도 및 서비스 실패회복능력의 구조 관계,” 한국체육과학회지, 제22권, 제1호, pp.621-634, 2013.

[39] 송정명, “스쿠버리조트 방문객들의 만족 경험에 따른 애착 및 전환 비용이 고객 시민 행동에 미치는 영향,” 한국체육과학회지, 제28권, 제1호, pp.113-127, 2019.

[40] 김경택, 김태형, 김민수, “무도 도장 서비스스케이프가 고객 만족과 고객 시민 행동에 미치는 영향,” 한국체육과학회지, 제25권, 제6호, pp.731-743, 2016.

[41] 조규정, 김용은, “스포츠센터 이용자들의 고객 시민 행동, 서비스 품질, 재구매 의도의 관계,” 한국체육과학회지, 제24권, 제6호, pp.791-802, 2015.

[42] 김평빈, 호텔종사원의 감성 지능이 대인 관계능력과 역할 내 행동에 미치는 영향: 직무 특성의 조절 효과,

경기대학교대학원, 박사학위논문, 2015.

[43] 전혁수, 태권도 지도자의 감성 지능이 지도자-선수 교환관계(LMX), 팀 몰입 및 조직 시민 행동에 미치는 영향. 단국대학교대학원, 박사학위논문, 2017.

[44] 김진영, 정태욱, “스포츠센터 및 직원의 관계 특성, 고객 만족, 고객몰입이 고객 시민 행동에 미치는 영향,” 한국체육과학회지, 제19권, 제3호, pp.485-494, 2010.

[45] R. Abraham, “Emotional intelligence in organizations: A conceptualization,” Genetic, social, and general psychology monographs, Vol.125, No.2, p.209, 1999.

[46] 바야르마, 감성 지능이 조직 시민 행동 및 대 고객서비스 행동에 미치는 영향: 몽골호텔종사원을 중심으로. 숭실대학교대학원, 석사학위논문, 2013.

[47] 하정남, 임상현, “호텔종사원의 라포르가 감정노동, 조직 시민 행동에 미치는 영향,” 관광경영연구, 제17권, 제1호, pp.275-298, 2013.

[48] 이병훈, 고객센터 상담사의 감성 지능과 조직 시민 행동이 직무성과에 미치는 영향: T 활용능력의 조절 효과. 전남대학교대학원, 박사학위논문, 2014.

저 자 소 개

권 기 홍(Ki-Hong Kwon)

정회원



- 2016년 2월 : 경희대학교 체육대학원(스포츠산업·경영학 석사)
- 2018년 9월 : 충북대학교 대학원(체육 교육학 박사수료)
- 현재 : 충북대학교박사과정수료생 <관심분야> : 스포츠 사회학, 골프 마케팅, 골프 산업

김 용 기(Yong-Ki Kim)

정회원



- 2017년2월 : 중앙대학교 대학원 교육학 박사
- 현재 : 평택시 창의체육교육센터장 <관심분야> : 교육정책, 혁신교육, 교양교육