

Study on Effects of Person-Job Fit of High Touching Service Employees on Emotional Intelligence and Job Satisfaction

서비스 종사자의 개인-직무적합성이 감정지능 및 직무만족에 미치는 영향에 관한 연구

Yu-Kyung Kim(김유경)*

Received: February 4, 2016. Revised: March 8, 2016. Accepted: April 15, 2016.

Abstract

Purpose – In recent years, management scholars have expressed growing interest in the concept of person-job fit because of having many benefits for employees' attitudes and behaviors. The related research is needed to determine what specific types of fit are related to each other, and to get important individual outcomes. Person-job fit of employees in service organization plays an important role in company as well as person in service industry. Person-job fit, representing the consistency between person (service provider) and job (service provided to the customers), gives significant and positive effects on the attitude and behavior of service provider. On the basis of the study background, the purpose of this study is as follows. First, we would like to examine the effects of person-job fit of service provider on their emotional intelligence. Emotional intelligence is divided into four sub-factors such as self-understanding, understanding others, emotional utilization, and emotional regulation. Second, we would like to identify the relationships between job satisfaction and sub-factors such as self-understanding, understanding others, emotional utilization, and emotional regulation.

Research design, data, and methodology – We performed structural equation model using Spss 18.0 and Amos 20.0 in order to verify the hypotheses. Subjects were golf service assistants who were high-touching service with high degree in interaction and long contact time with customers. 178 out of the total 200 surveys were used in evaluation from helpers of golf service working as full-time service provider after selecting two locations of golf course located near Busan. From the evaluation of reliability and validity with variables used in this research, they satisfied and confirmed certain standard.

Results – The results are as follows. First, as the results of identifying the relationships between person-job fit and emotional

intelligence of service provider, person-job fit did not have positive and significant effect on self-understanding. On the other hand, it affected positively and significantly other factors in emotional intelligence such as emotion to others, emotional utilization, and emotional regulation. Second, as the results of identifying the relationship between emotional intelligence and job satisfaction, sub-factors in emotional intelligence such as emotion to others, emotional utilization, and emotional regulation except self-emotion affected significantly and positively job satisfaction. However, self-emotion did not have significant and positive effects on job satisfaction.

Conclusion – These results will be valuable and used for service providers. In addition, many service providers will recognize that person-job fit is very important to get a job. This research has a purpose on the assumption that appropriateness between individual and task in service industry shall act as major influence in emotional intelligence of service provider. Recognitive ability of service provider is also very important per characteristics of service, but emotional intelligence that interacts and connected directly with most customers can be a very meaningful factor as well. Emotional intelligence allows people to recognize, understand, and empathize the emotion of customers shall be a positive reinforcement for customers to evaluate the service ultimately.

Keywords: Person-Job Fit, Emotional Intelligence, Self-Understanding, Understanding Others, Emotional Utilization, Emotional Regulation, Job Satisfaction.

JEL Classifications: C12, C42, D12, M30.

1. 서론

서비스 특성상 서비스 제공자의 물리적인 기술과 인지적인 능력도 물론 중요하지만, 서비스 접점에서 고객과 상호작용하는 서비스 제공자의 원만한 대인관계와 함께 감정적 지능과 관련된 기술 또한 중요하다고 할 수 있다. 이제는 서비스 제공자가 직무와

* Professor, Dept. of Business Administration, Silla University, Korea.
 Tel: +82-10-4162-2885, E-mail: ykkim611@silla.ac.kr

관련된 주요기능만을 잘 수행한다고 해서 고객을 만족시킬 수는 없다. 따라서 서비스 조직은 그들이 나아가야 할 방향이나 목표를 잘 인지하여 어떠한 서비스를 통해 고객을 만족시킬 것인가에 대한 고민을 해야 할 것이다(Thompson & Werner, 1997). 더욱이 서비스 산업의 급격한 변화로 인해 기존에 정해진 규율이나 규칙을 그대로 따르는 것은 의미가 없으며, 무엇보다 일선에 있는 서비스 제공자들이 고객의 요구에 즉각적으로 반응하고, 빠르게 문제를 해결해 줄 수 있는 능력이 필요하게 되었다. 이와 관련하여 서비스 제공자는 고객과의 상호작용과정에서 자신의 감정을 정확하게 지각하고 표현하는 능력, 감정과 감정적 지식을 이해하는 능력, 감정과 지적 향상을 촉진하기 위한 감정을 규제하는 능력(Mayer & Salovey, 1997) 등과 같은 감정지능을 통해 더욱더 자신의 직무를 창의적으로 수행할 수 있어야 한다(Stough & De Guara, 2003; Suliman & Al-Shaikh, 2006).

고객의 입장에서, 제공받은 서비스에 대해 즉각적인 평가를 하기 힘들고, 이를 객관적으로 판단하기 어렵기 때문에 대부분 서비스를 제공해 주는 제공자를 통해 간접적으로 서비스 품질을 평가하는 경향이 있다. 또한 서비스 제공자는 다양하고 많은 고객들을 서비스해야 하는 직무이다 보니, 이로 인한 스트레스가 심하고, 심지어 탈진까지 나타나는 경우도 있다(Codier et al., 2008; Akerjordet & Severinsson, 2007; Mc Queen, 2004). 따라서 서비스 제공자는 자신의 감정을 잘 이해할 뿐만 아니라 고객의 감정까지 이해하게 되면, 상호 원활한 관계를 유지하는데 도움이 된다. 이는 자신 뿐만 아니라 고객, 더 나아가 조직의 측면에서도 긍정적인 효과를 가져오게 될 것이다. 최근 서비스 제공자에게 이러한 감정지능 관련 능력이 서비스 전달과정에서 중요한 요인이 되고 있다. 감정지능은 다른 사람들과 상호작용 수준을 높여주는 역할을 하기 때문에 고객과의 감정적 문제가 발생할 가능성을 감소시켜준다(Bardzil & Slaski, 2003).

지금까지 감정지능에 대한 연구는 대부분 교육학이나 심리학 등의 분야에서 많이 연구되어왔던 개념인데, 최근에는 서비스 조직 분야에 까지 그 범위가 확대되어 그 중요성이 강조되고 있다. 서비스의 특성상 고객과의 상호작용이 많은 서비스 접점 종업원의 역할이 무엇보다 중요하기 때문에 이들의 감정지능과 같이 자신과 고객의 감정 상태를 얼마나 잘 알고 이해하며, 자신의 감정을 잘 조절하고 활용할 수 있는지 등과 같은 능력은 서비스 품질평가나 고객만족에도 영향을 미치게 된다. 많은 서비스 조직에서 서비스 제공자에게 규정화된 감정표현과 관련된 규범을 정해 놓고 거기에 맞게끔 행동하도록 요구하는 경우가 많은데, 이러한 과정에서 그들은 많은 스트레스를 경험하게 되며, 결과적으로 서비스에 대한 고객만족은 낮아지게 된다(Wharton, 1999).

본 연구에서는 이러한 서비스 제공자의 감정지능에 영향을 미치는 요인으로 개인-직무 적합성을 제시하고자 한다. 대부분의 서비스는 서비스 전달과정에서 고객과 상호작용하는 시간이 많고, 그들의 욕구에 부합될 수 있는 맞춤형 서비스를 제공해야 하는 입장이기 때문에 상당한 정신적 스트레스를 받게 된다. 따라서 서비스를 제공하는 사람이 이러한 직무에 대한 이해나 능력이 부족하게 되면, 직무수행에서 상당한 피로감을 느끼게 되고 진정성 있는 서비스로 고객을 만족시키는 것을 불가능하게 된다. 즉, 개인의 능력과 직무에서 요구되는 조건이 얼마나 적합하냐에 따라, 뿐만 아니라 자신이 얼마나 직무에 적합하다고 지각하느냐에 따라 조직과 개인에게 미치는 영향이 다를 것이다. 결국, 이러한 개인-직무 적합성은 기업측면 뿐만 아니라 서비스 제공자 개인에게도 상당히 중요한 문제가 된다. 따라서 서비스 조직차원에서 직무에 더욱 잘 부합되고 적합한 서비스 종업원을 선발하고자 할 것이다. 물론 개인차원에서 자신의 적성이나 능력에 맞지 않는 직무를 지속적

으로 수행해야만 한다면, 자신에게도 좋지 못한 영향을 미치게 되어 직무불만족으로 이어지게 된다(Chaudhry & Usman, 2011). 본 연구에서는 서비스 유형 중 고객과 서비스 제공자간의 상호작용이 많고, 함께 접촉하는 시간도 긴 고접촉 서비스를 대상으로 서비스 제공자의 감정지능을 살펴보고자 하며, 이러한 감정지능에 영향을 미치는 중요한 요인으로 개인-직무적합성을 제시하고자 한다. 이러한 연구배경을 토대로 본 연구는 구체적인 연구목적은 제시하면, 첫째, 서비스 제공자의 개인-직무 적합성이 그들의 감정지능에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보고자 한다. 감정지능은 자기감정 이해, 타인감정 이해, 감정활용, 감정조절 등의 4가지 차원으로 구분한다. 둘째, 서비스 제공자의 감정지능 즉, 자기감정 이해, 타인감정 이해, 감정활용, 감정조절 등의 4가지 차원의 변수들이 지각된 직무만족에 어떠한 관계가 있는지를 규명하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 개인-직무적합성

최근 들어 조직에서 창의적인 아이디어와 능력을 가진 인재를 유인하고 유지하여 기업의 역량과 성과를 높이는 것이 중요해지면서 개인-환경 적합성은 조직에서 지속적으로 연구되고 있는 주제이다. 기존 연구에서는 기업-환경 적합성을 단일 차원으로 보지 않고, 개인과 직무간의 적합성, 개인과 조직 간의 적합성, 개인과 상사간의 적합성 등으로 세분화하고 있다. 즉, 개인-환경 적합성은 개인과 직무뿐만 아니라 대상이 조직을 비롯하여 상사나 동료들 간의 적합성 등 다양한 종류가 존재한다(Kristof, 1996). 이와 같이 개인-환경적합성 이론은 개인의 특성과 환경이 함께 결합하여 현재 처해진 상황이 개인의 행동과 태도에 영향을 미친다는 상호작용 심리학에 기반을 두고 있으며(Chatman, 1991), 개인의 욕구와 환경간의 적합성 정도가 높으면 개인의 만족도는 증가될 뿐만 아니라 환경에 대한 태도도 긍정적이게 된다(Seong et al., 2008). 이러한 개인과 직무에 대한 적합성과 조직의 적합성 문제는 산업 조직이나 인사관리분야에서 자주 다루어져오던 주제이다(Edwards, 1991). 조직에서 개인의 업무성과는 조직의 특성과 개인의 특성이 각자 따로 존재하는 것이 아니라 상호영향을 주고받는 관계이며, 개인의 성격이나 특성에 잘 맞는 환경이 있으며, 이러한 환경에서 일하는 종업원이 더욱더 직무에 대한 만족도나 성과가 높다고 한다. 즉, 개인과 직무적합성에서 직무에서 요구하는 자격요건과 개인의 능력과 적성에 일치되지 않는다면, 조직뿐만 아니라 개인에게 모두 부정적인 영향을 미치게 된다(Kang & Kim, 2012).

기존의 연구에 의하면, 높은 수준의 개인-환경 적합성은 조직이 갖는 매력성이나 조직에 대한 몰입, 직무만족과 같은 개인적인 태도와 긍정적인 관계가 있다(Lauver & Kristof-Brown, 2001). 결과적으로 직무에 대한 개인의 적합성이 높으면 종사자 개인의 직무만족과 조직에 대한 몰입은 증가되는 반면, 직무에 대한 스트레스와 이직률은 감소되어 긍정적인 조직시민행동이 높아진다(Lauver & Kristof-Brown, 2001).

이 중에서 개인-직무적합성은 개인과 직무내용이 얼마나 잘 부합되는지, 즉 개인 자신이 관심 있어 하는 분야나 적성 및 능력이 자신의 일과 일치되는 정도를 의미한다. 또한 개인-조직 적합성은 개인의 가치와 성격 등과 조직의 특성이 잘 맞으면, 성과가 좋아진다는 것을 전제하며, 개인-상사 적합성은 개인과 상사간의 적합성은 개인과 상사가 가진 가치관이나 성격, 목표 등이 서로 비슷하거나 일치될 가능성이 높아서 개인의 성과도 높아질 수 있다

고 한다(Jung et al., 2007). 개인-직무 적합성에 관한 연구에서 개인이 중시하는 직무특성과 실제 직무특성과의 적합이 만족을 가져오고, 또한 이를 통해 직업선택이나 이직의도, 직무만족, 몰입 등에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. 또한 O'reilly et al.(1991)은 개인-직무적합성이 높은 사람은 더욱 적극적인 직무에 대한 태도를 보이고, 스트레스는 덜 받는 것으로 나타났다.

이와 관련하여 다양한 직업군에서 개인-직무적합성을 연구하였는데, 예를 들면, 패션 판매원을 대상으로 한 연구에서 패션 판매원 개인 자질이나 능력이 직무와 얼마나 적합하냐에 따라 직무만족에 미치는 영향이 다르며(Jung et al., 2005), 스포츠 센터 강사들의 경우에도 이러한 개인-직무적합성이 이직의도에 부정적인 영향을 미친다는 결과를 제시하였다(Kim & Jang, 2007). 그 외, 다양한 직업에 종사하고 있는 종업원의 경우, 자신의 직무에서 요구되는 자질이나 능력이 자신의 상황과 취향, 적성에 얼마나 부합되느냐에 따라 자신이 지각하는 직무에 대한 만족이 각각 달라질 것이다.

2.2. 감정지능

오늘날 대부분의 조직이 원하는 인재는 탁월한 능력과 지식, 기술로 무장한 이성애 국한된 사람이 아니라, 어느 때 보다 치열한 경쟁환경 속에서 이겨내고, 다른 사람을 이해할 수 있으며, 자신의 감정뿐만 아니라 다른 사람의 감정을 함께 고려할 줄 아는 감정지능을 지닌 인재들이다. 더 이상 이전처럼 얼마나 전문적인 지식이 누가 많은지, 더 똑똑한지의 관점이 아니라, 자기 자신과 다른 사람을 얼마나 잘 이해하고 공감할 줄 아느냐에 초점이 맞추어지고 있다. 지금까지 이러한 개인의 감정은 그다지 중요한 요인으로 고려되지 않았다. 그러나 이제는 이러한 개인의 감정과 관련된 감정지능이 개인뿐만 아니라 조직 전반에까지 영향을 주기 때문에 개인의 감정지능은 상호인적인 관계형성과 유지에도 필요한 요인이다. 결과적으로 감정지능은 조직몰입과 창의성을 높이는데 무엇보다 중요하게 되었으며, 개인의 자신의 직무에 대한 만족에도 긍정적인 영향을 미친다(Hwang et al., 2011).

조직에 있어 관계형성의 핵심은 다른 사람들과의 관계를 얼마나 잘 유지하고 관리하는지와 관련된 조직구성원의 능력이나 역량이 무엇보다 중요하다(Bardzil & Slaski, 2003). 즉, 조직 구성원의 능력이 아무리 뛰어나다고 하더라도 함께 일하는 다른 동료나 상사와의 관계가 원만하지 못하다면, 결코 좋은 성과를 낼 수가 없다는 것이다. 따라서 최근에 많은 연구에서 개인이나 조직의 성과를 높이기 위해서는 구성원들의 지적인 역량도 물론 필요하지만, 개인이 가진 감정적인 능력 또한 고려되어야 한다고 하였다. 기존의 조직 심리 연구자들은 조직 구성원들이 지닌 감정적 능력의 하나인 감정지능을 중요한 요인으로 연구하기 시작하였으며, 이러한 감정지능이 대인관계 형성과 함께 조직성과에 미치는 영향도 연구하고자 하였다(Kim, 2010). 그 외에도 높은 감정지능을 가진 관리자나 리더는 종업원으로 하여금 더욱더 동기 유발을 시켜 직무수행을 기대보다 훨씬 더 잘하게 하는 역할을 한다.

이와 같이 감정지능은 리더와 조직의 성공을 위해서 무엇보다 중요하며, 이러한 감정지능은 사람들이 더욱더 그들의 상호인적인 스타일을 알게 하는데 도움을 준다. 그들의 사고나 행동에 대한 감정의 영향을 인지하고 관리하는 것이 중요하며, 작업장에서 사회적 상황을 판단할 수 있는 능력을 개발하는 것도 필요하다. 이는 조직의 측면에서는 생산성과 성과를 높이게 되는 것이다. 따라서 감정을 이해하는 것은 자신 뿐만 아니라 다른 사람들에게도 모두 중요하며, 조직측면에서도 긍정적인 효과가 있게 된다.

Goleman(1995)은 감정지능의 개념을 다섯 가지 차원으로 구분

하였는데, 자아인식, 자아규제, 자아 동기 부여, 감정이입 그리고 사회적 기술 등이다. 그 외에도 Goleman et al.(2002)은 자기 인식, 자기 관리, 사회적 인식, 관계관리 등의 4가지 차원으로 구분하였고, Wong & Law(2002)는 리더를 대상으로 한 감정지능 연구에서 자기인식, 타인인식, 그리고 감정의 활용과 감정조절 등의 4가지 요소로 나누었다(Ahn, 2007). 그 외에도 Goleman(1998)의 연구에서는 자기 인식, 자기 관리, 사회적 인식, 관계관리 등의 차원으로 구분하였다. 일반적인 수준에서 감정지능은 정신적 능력 모델과 혼합된 모델의 개념을 나누는데, 정신적 능력 모델은 순수한 지능 즉, 개인이 사고과정과 관련된 감정을 상호작용할 수 있는 개인의 능력에 초점을 두는 것이며(Salovey & Mayer, 1990), 혼합된 모델은 감정지능이 성격이나 특성을 포함하는 다양한 개념인 것으로 규정화하였다(Goleman, 1995; Bar-On, 1997). 이러한 감정지능의 다양한 정의와 모델에도 불구하고, 많은 학자들은 일반적으로 이러한 모든 모델이 IQ와 다른 개념이라는 것에 동의하였다.

따라서 감정지능은 Salovey & Mayer(1990)이 다른 사람의 감정을 이해하고, 판단과 행동을 위해 감정을 이용하며, 다른 사람을 위한 공감을 보여주고, 감정을 규제할 수 있는 능력으로 보았다. Goleman(1995)은 성공적인 비즈니스는 인지적인 지능이 아니라 감정지능이 훨씬 더 중요하다고 하였다. 감정은 행동과 동기부여와 같은 요인에 영향을 미치고, 높은 감정지능을 가진 사람은 다른 사람을 더 잘 리드하고, 관리하며, 올바른 직무태도를 개발하게 됨으로써 더욱 성공적인 결과를 얻는다고 한다. 결과적으로 직무만족이나 행복, 몰입에 긍정적인 영향을 미치고 이직의도는 낮추게 된다(Sarangi & Vats, 2015).

조직에서 종업원을 선발하는 과정에서 그들의 역량과 자질을 판단하는 기준이 인지적인 지능 뿐만 아니라 감정지능까지도 고려하는 방향으로 바뀌고 있다. 이러한 감정지능은 적절하게 감정을 이용하는 능력으로 정의하고 있으며, 일반적으로 Salovey & Mayer(1990)는 자신의 감정과 함께 다른 사람의 감정과 기분을 인지하고 이해하며, 규제하여 잘 이용하는 능력으로 개념화하고 있다.

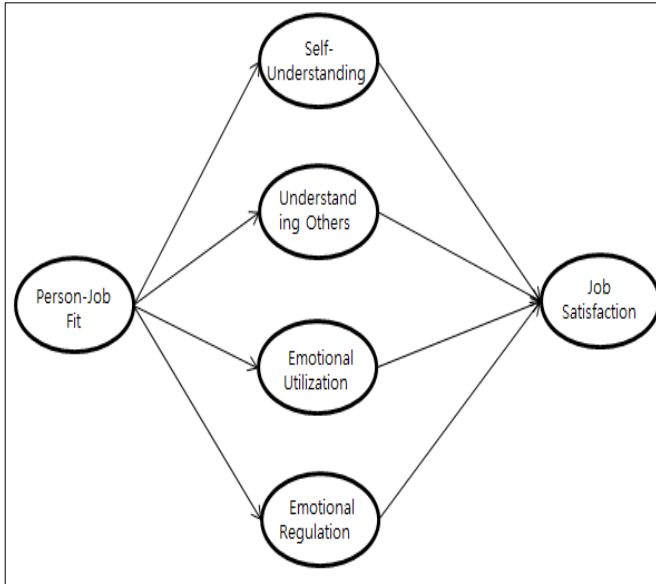
감정지능과 관련된 기존 문헌들을 살펴보면, 대부분 조직구성원의 감정지능은 직무에 대한 동기 부여를 높일 뿐만 아니라 자기 효능감, 리더십강화, 혁신성, 직무에 관련된 변수(직무만족, 직무스트레스, 직무통제), 조직에 대한 몰입, 조직 신뢰와 같은 조직성과와 효율성에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. 이러한 감정지능은 호텔이나 항공사 백화점, 레스토랑과 같은 서비스 제공자가 중요한 서비스 산업들에서 더욱 중요하다고 한다(Schneider & Bowen, 1993) 그러나 서비스는 그 유형에 따라 상당히 다르다. 어떤 서비스는 고객화 수준이 매우 높은 경우도 있지만, 또 어떤 서비스는 표준화에 초점을 두는 경우도 있다. 고객화된 서비스는 절대적으로 고객의 기대와 욕구에 부합하기 위해서는 서비스 제공자의 창의성이 요구되어진다. 이와 같은 연구들에서 감정지능은 서비스 제공자의 혁신자로서의 역할을 강화시키는데 도움이 된다는 것이다(Othman, 2011). 그 외에도 감정지능은 서비스 상황에서 인적인 커뮤니케이션 기술을 촉진하는 요인으로 작용하게 되는데, 개인의 행복 수준을 증가시킴으로써 더욱 내재적이고 본질적인 동기부여를 자극시킨다(Hirschi, 2011; Park, 2004). 즉, 갈등관리나 협상, 조직 결과와 같은 전반적인 직무성과에 영향을 미치고(Foo et al., 2004), 또한 조직의 결과인 직무만족이나 생산성, 고객의 만족에도 영향을 미친다(Clarke, 2006; Daus & Ashkanasy, 2005). 그 외에도 Seong et al.(2016)의 연구에서는 유통기업리더의 코칭 행동과 조직시민행동, 이직의도와와의 관계에서 감정지능이 조절효과가 있음을 밝히고 있다. 따라서 이러한 감정지능은 기술적이고 인지적인 기술보다 조직의 성공을 예측하는데 더욱 중요한 변수가

됨을 의미한다(Goleman et al., 2002; Goleman, 1995).

3. 연구모형과 연구가설

3.1. 연구모형

본 연구는 서비스 조직에서 개인-직무적합성이 서비스 제공자의 감정지능에 어떠한 영향을 미치며, 이러한 감정지능과 직무만족과의 관계를 규명하고자 한 것이다. 감정지능의 차원은 자기감정이해, 타인감정이해, 감정활용과 감정조절 등으로 구성된다. 이러한 연구모형은 <Figure 1>과 같이 나타낼 수 있다.



<Figure 1> Research Model

3.2. 연구가설

3.2.1. 개인-직무적합성과 감정지능과의 관계

서비스 제공자들은 자신의 감정 뿐만 아니라 고객의 감정까지도 인지하고, 이러한 감정을 규제하고 이용함으로써 결과적으로 고객이 처한 문제를 창의적으로 해결해 줄 수 있는 능력이 필요하다. 특히 고접촉 서비스에 해당되는 경우, 고객과 서비스 제공자간의 상호작용이 상대적으로 많고, 오랜 시간 함께 보내는 특성을 가지고 있다. 이 경우, 서비스과정에서 늘 일상적이고 정해진 표준화된 업무가 아니라 예상하지 못한 일들이 발생할 가능성이 높다. 따라서 서비스 종업원은 직무와 관련된 창의적인 생각과 의사결정을 할 수 있는 능력이 요구되진다(Othman, 2011). 고접촉 서비스 산업에 종사하는 서비스 종업원에게는 자신의 감정을 이해하고, 타인의 감정을 공감하며, 이를 활용하고 조절할 줄 아는 감정지능과 같은 능력이 상대적으로 더욱 필요하다.

서비스 특성상 고객과 서비스 제공자간의 상호 인적인 상호작용이 전반적인 서비스 평가에 영향을 미치기 때문에 이들 서비스 종업원의 감정관리가 무엇보다 중요하다(Carusso & Salovey, 2002).

이러한 서비스 제공자의 감정지능은 자신의 감정 뿐만 아니라 타인의 감정까지도 잘 이해하고 지각할 수 있으며, 타인의 감정들

은 잘 분별하여 사고하고 행동할 수 있는 능력을 말한다(Salovey & Mayer, 1990). 즉, 자신의 감정을 잘 이해하여 자신을 동기화시키는 것 뿐만 아니라 타인이 어떤 감정을 느끼는지 까지도 고려하여 그들과의 관계를 형성하는 것을 함께 포함한다(Goleman, 1995). 이와 같은 감정지능은 Goleman(1995)와 Salovey & Mayer(1990)에 의해 대중화되었으며, 응용성과 실용성에 초점을 맞추고 있다.

한편, 감정지능은 단일 차원이 아닌 다차원으로 구분되어 Wong & Law(2002)에 의해 4가지 차원으로 나누어진다. 우선, 자기감정이해는 자신의 감정에 대한 지각 및 평가, 표현능력을 말한다. 즉, 자기감정을 스스로 감지할 수 있으며 이해하는 것이다. 타인감정이해는 다른 사람의 감정에 대한 인식과 이해 능력을 의미한다. 즉, 타인의 생각이나 느낌을 지각할 수 있는 능력으로 타인의 입장에서 타인의 느낌이나 생각을 통찰하고 인식할 수 있는 성숙된 감정지능이다. 감정조절은 자신의 감정을 조절할 수 있는 능력으로, 예를 들면, 좋지 못한 상황에서 경험하게 되는 심리적 고통과 좌절에서 신속하게 벗어나려 자신의 감정을 적절하게 통제하고 조절하는 것을 말한다. 감정활용은 개인이 목표로 하는 성과를 달성할 수 있도록 자신의 감정을 활용해 가는 능력을 말한다. 즉, 감정정보에 대한 이해를 토대로 자신의 감정을 이해할 뿐만 아니라 그 속에 내재된 정보와 지식을 잘 활용하는 것을 말한다(Park & Chae, 2011).

따라서 본 연구에서는 감정지능에 초점을 두고 이러한 감정지능의 영향요인으로 개인-직무적합성을 제시하고자 한다. 즉, 사람은 직무가 갖는 특성과 자신이 비슷하거나 잘 맞을 때 더욱 조직성과를 향상시키는 결과를 가져오므로, 개인은 자신에게 적합한 직무가 무엇인지를 알고 선택하는 것이 좋고, 조직 역시 그들에게 적합한 인력을 찾는 것이 바람직하다(Kristof, 1996). 따라서 개인과 직무의 적합성이 높으면, 구성원 개인뿐만 아니라 조직 모두에게 이점이 된다. 이러한 기존연구들을 토대로 서비스 제공자의 개인-직무적합성과 감정지능의 4가지 차원과 관계를 가설로 제시하면 다음과 같다.

<가설 1> 개인-직무적합성이 감정지능에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<가설1-1> 개인-직무적합성은 자기감정이해에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<가설1-2> 개인-직무적합성은 타인감정이해에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<가설1-3> 개인-직무적합성은 감정활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<가설1-4> 개인-직무적합성은 감정조절에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2. 감정지능과 직무만족과의 관계

감정지능의 중요성은 단순히 작업성과에만 적용되는 것이 아니다. Goleman(1995)은 감정지능은 개인의 경력뿐만 아니라 개인의 정신과 신체적인 건강에도 중요한 영향을 미친다고 하였다. 즉, 감정지능이 높은 사람들은 자신의 직무에 대한 행복감을 더욱 높게 지각하게 된다. 동일한 일을 하더라도 특히 서비스 전달과정과 같이 고객과의 상호작용이 잦은 상황에서는 감정지능을 통해 종업원은 자신의 직무에 더욱 동기 부여되고 일을 더욱 열정적이고 즐거운 마음으로 하게 된다. 이러한 감정지능은 자신의 감정뿐만 아니라 다른 상대방의 감정을 인지하고 이해하여 더욱 이를 규제하고 조절하게 됨으로써 원만한 인간관계를 유지하게 된다. 따라서 자

신뿐만 아니라 상대 고객에게도 긍정적인 영향을 주게 될 것이다. 또한 감정지능은 개인의 행복과도 긍정적인 관련이 있다고 한다. 이러한 주관적인 행복은 삶에 대한 만족을 높이고 스트레스는 감소시키며 긍정적인 행동을 유발한다고 한다(Furnham et al., 2005; Palmer et al., 2002).

이와 같이 감정적 지능은 단순히 직무성과의 향상을 넘어서, 개인의 직무 성취도뿐만 아니라 개인의 정신적이고 신체적인 건강에도 매우 중요한 영향을 미친다(Goleman, 1995). 반대로 감정지능이 낮게 되면, 자신의 건강이나 행복에도 부정적으로 작용하며, 사회적으로도 부정적인 행동을 유발하게 만든다(Pau et al., 2004). Petride(2006)은 감정지능과 4가지 직무관련 변수 등 즉, 지각된 직무 통제, 직무 스트레스, 직무만족과 조직몰입 등과의 관계를 규명하였다. 또한 감정지능은 조직 몰입과 직무에 대한 동기 부여, 자기 효능감, 조직효과성에 긍정적인 영향을 미친다. 대부분 감정지능이 조직구성원의 직무에 대한 만족이나 직무몰입, 건강뿐만 아니라 혁신성과 창의성, 서비스 품질 등에 영향을 미치고 있었다(Cote & Miners, 2006).

이처럼 감정지능이 높은 개인은 자기 자신에 대한 인지가 강하고, 상호인적인 기술 능력이 높다고 할 수 있다. 따라서 적응력이 높고, 감정이입이 잘되어, 압박에 대처하는 능력이 높고, 스트레스와 같은 경험을 덜하게 되며, 건강상태도 양호하다고 한다. 따라서 이러한 높은 감정지능은 고객과 접점에 있는 종업원들에게 필요한 요건이 된다(Goleman, 1998; Slaski & Cartwright, 2002). 일반적으로 고객과 직접적으로 접촉하거나 상호작용할 기회가 많은 서비스 제공자들에게 이러한 감정지능은 꼭 필요한 능력이라고 할 수 있다. 따라서 감정지능은 자신의 감정을 인식하고 이해하며, 이를 상황에 따라 조절하는 능력을 의미할 뿐만 아니라 다른 사람의 감정에 대해서도 인지하고 이해하여 상호 원만한 관계를 유지하는 것을 말한다. 일반적으로 조직은 구성원이 지닌 지적인 능력만이 중요한 것이 아니라 이러한 감정지능의 중요성까지도 인지해야 한다(Nikolaou & Tsaousis, 2002; Salovey et al., 2002).

결과적으로 이와 같이 감정지능은 개인이 유연하고 긍정적인 사고를 하도록 해준다(Cooper & Sawaf, 1997). Wong et al.(2002)의 연구에서 Salovey & Mater(1990)의 선행연구에 따라 감정지능을 자기 감정이해, 타인 감정이해, 감정활용, 감정조절 등으로 분류하였다. 본 연구에서는 서비스 제공자의 감정지능이 자신의 직무만족에도 중요한 영향을 미칠 것이라고 보았다. 즉, 높은 감정지능을 가진 서비스 제공자는 그들 자신의 감정을 인지하고, 규제하는 능력이 뛰어나기 때문에 직무만족 수준 역시 높다(Sy et al., 2006). 직무만족이란 구성원들이 직무와 관련하여 지각하는 긍정적인 정서적 반응의 상태로서, 자신의 직무에 만족한 종업원만이 고객들에게 보다 좋은 서비스를 전달할 수 있다(Wilson & Frimpong, 2004).

본 연구에서는 고접촉 서비스산업에 종사하는 서비스 제공자의 높은 감정지능은 개인의 직무만족에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 보았다. 지금까지 직무만족에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 요인은 많이 있어왔지만, 예측 불가능한 상황에 직면할 가능성이 높은 서비스 산업의 경우, 더욱더 종업원의 감정지능은 고객만족에 중요할 뿐만 아니라 서비스 제공자 에게도 영향을 미칠 수 있을 것이다. 이와 같은 기존 문헌을 토대로 서비스 제공자의 감정지능과 직무만족과의 관계를 가설로 설정하면 다음과 같다.

<가설 2> 감정지능이 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<가설2-1> 자기감정 이해는 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<가설2-2> 타인감정 이해는 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠

것이다.

<가설2-3> 감정활용은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<가설2-4> 감정조절은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

4. 연구방법

4.1. 변수의 조작적 정의 및 측정

본 연구에서 사용된 주요변수는 개인-직무 적합성, 감정지능의 4가지 차원인 자기감정 이해, 타인감정이해, 감정활용, 감정조절과 직무만족 등이다. 측정항목에 대한 출처를 제시하면 다음과 같다.

첫째, 개인-직무적합성은 개인의 능력과 직무가 요구하는 특성 간의 적합도 정도를 의미하며, 직무가 필요로 하는 특성을 서비스 종업원이 지닌 정도와 일치하는 것을 말한다. 이를 측정하기 위해 Lauver & Kristof-Brown(2001), Caldwell & O'reilly(1990)의 연구를 참조하여 수정 보완하여 사용하였다. 5점 리커트 척도로 측정하였다. 구체적인 항목은 “이 일이 나와 잘 맞음”, “이 일은 나의 가치관과 잘 맞음”, “나의 재능과 나의 일이 잘 맞음”, “이 일이 나의 욕구를 충족시킴” 등이 있다.

둘째, 감정지능은 자신의 감정 뿐만 아니라 타인의 감정을 인지하고, 이해하며 이를 규제하고 이용하는 것으로 보았다. 이 개념을 측정하기 위해 Davis et al.(1998)과 Wong & Law(2002)의 연구를 토대로 수정 보완하여 사용하였다. 감정지능은 자기감정이해, 타인감정이해, 감정활용, 감정조절 등의 4가지 차원으로 구분하였다. 자기감정이해의 구체적인 항목으로는 “내 감정의 이유를 잘 앎”, “내 감정을 잘 이해함”, “내가 행복하지 않은지를 앎” 등이 있다. 타인감정이해의 구체적인 항목으로는 “고객행동을 통해 그들의 감정을 이해하려함”, “고객 감정을 관찰하는 능력이 있음”, “고객감정을 잘 이해함”, “고객감정을 잘 살핌” 등이 있다. 감정활용의 구체적인 항목은 “스스로 내 목표를 달성하기 위해 노력함”, “내 자신을 동기부여시킴”, “나는 유능하다고 생각함” 등이 있다. 감정조절의 구체적인 항목은 “내 감정을 잘 통제함”, “나는 화가 나도 잘 진정됨”, “문제를 이성적으로 해결하려 내 감정을 다스림”, “내 감정을 상황에 맞게 잘 조절함” 등이 있다.

마지막으로 직무만족은 자신이 수행하는 직무에 대해 만족하는 긍정적인 감정상태를 말한다. 이를 측정하기 위해 Hackman & Oldham(1975)의 연구를 참고하여 수정 보완하였다. 구체적인 항목으로는 “내 일에 만족함”, “내 일이 나를 행복하게 만듦”, “내 일이 나를 즐겁게 만듦” 등이 있다.

4.2. 자료수집 및 표본의 특성

본 연구는 고접촉 서비스산업에 종사하는 서비스 제공자를 대상으로 자료를 수집하였다. 그 중에서도 고객과 종업원간의 상호접촉 시간이 길고, 상호작용이 많은 서비스 특성을 지닌 골프서비스 산업에 종사하는 보조원을 설문대상으로 선정하였다. Patterson & Smith(2001)의 서비스 분류기준에 의하면, 고접촉 서비스는 서비스 제공자와 고객이 비교적 시간적으로 뿐만 아니라 공간적으로 접촉이 많고, 고객맞춤화가 높은 특성을 지니고 있다고 한다. 반대로 저접촉 서비스의 경우, 시간과 공간적 접촉이 적으로 표준화된 서비스가 전달되는 경향이 높다고 한다.

따라서 부산 인근에 위치하고 있는 골프장 2곳을 선정하여, 정규직으로 근무하고 있는 골프 서비스 보조원을 대상으로 총 200부의 설문을 배포한 결과, 이 중 불성실하게 대답했거나 누락된

항목이 많은 설문지를 배제하고, 최종적으로 가설검증에 이용된 설문지는 총 178부이다. 설문 응답자들의 인구통계적 특성을 살펴 보면 다음과 같다. 우선, 성별은 모두 여성중사자였고, 연령대를 보면, 20세-25세미만이 5명(2.8%)으로 가장 적은 비중을 차지하고 있었고, 25세-30세 미만이 56명(31.5%)이고, 30세-35세미만이 62명(34.8%), 35세-40세미만이 55명(30.9%)으로 각각 나타났다. 학력수준은 고졸이 92명(51.7%)으로 가장 높은 비중을 차지하고 있

었으며, 대학재학이 13명(7.3%), 대학졸업이 70명(39.3%), 대학원 졸업이 2명(1.1%)으로 각각 나타났다. 소득수준에서는 100만원 미만인 8명(4.5%), 100만원-200만원 미만이 7명(3.9%), 200만원-250만원 미만이 54명(30.3%), 250만원-300만원 미만이 79명(44.4%), 300만원-350만원 미만이 10명(10.1%), 350만원-400만원미만이 11명(6.2%), 400만원 이상이 1명(0.6%)으로 각각 나타났다. 이를 표로 제시하면 다음<Table 1>과 같다.

<Table 1> Sample Characteristics

Category		Frequency	Percentage(%)
Sex	Male	0	0
	Female	178	100
Age	20-young than 25	5	2.8
	25 and older-younger than 30	56	31.5
	30 and older-younger than 35	62	34.8
	35 and older -younger than 40	55	30.9
Education	high school graduates	92	51.7
	university students	13	7.3
	university graduates	70	39.3
	graduate school graduates	3	1.7
Income	less than 1 million Won	8	4.5
	1million Won and more-less than 2million Won	7	3.9
	2million Won and more-less than 2.5 million Won	54	30.3
	2.5million Won and more-less than 3million Won	79	44.4
	3million Won and more-less than 3.5million Won	10	10.1
	3.5million Won and more-less than 4million Won	11	6.2
	4million Won and mores	1	0.6
Total 178			

5. 실증 분석

5.1. 신뢰성과 타당성 검증

본 연구에서 사용된 변수들의 신뢰성 검증은 Cronbach's alpha 계수에 의해 평가되었으며, 신뢰성 분석결과, 측정된 여섯 개의 항목 모두 Cronbach's alpha 값이 모두 0.8이상으로 나타나 충분히 신뢰성이 있다고 할 수 있다.

5.2. 타당성 검증

5.2.1. 타당성 검증

확인적 요인분석을 통해 전체 측정항목들간의 집중타당성과 판별타당성을 검증할 수 있었다. 그 결과, $\chi^2(d.f)=249.976(164)$, $p<0.001$, $GFI=0.889$, $AGFI=0.844$, $RMR=0.032$, $NFI=0.902$, $CFI=0.963$ 등으로 각각 나타났다. GFI값이 0.9이상으로 높은 수준으로 나타나지는 않았지만 전반적으로 적합한 수준이라고 할 수 있다. 집중타당성은 모든 요인의 부하량에 대한 t값과 평균 분산추

출값(AVE), 개념 신뢰도(CR)에 의해 평가될 수 있다(Anderson & Gerbing 1988). 분석 결과, 요인 부하량의 모든 t값은 유의하게 나타났다. 또한 평균분산 추출값(AVE)이 모두 0.5이상으로 제시되었고, 개념 신뢰도(CR)값 역시 모든 변수들이 0.7로 나타났음을 알 수 있다. 따라서 집중타당성에는 문제가 없다고 할 수 있다. 이와 같은 전체변수들의 확인요인분석과 신뢰성 분석결과는 <Table 2>에 나타나 있다.

5.2.2. 판별타당성 검증

판별타당성을 위해 본 연구에서는 다음의 두 가지 방법을 사용하였다. 첫째, AVE값이 구성 개념 간 상관계수의 제곱값을 상회하는지 여부를 평가하였다. 그 결과 모든 구성 개념 간 상관계수 제곱값이 구성개념의 AVE값보다 높지 않게 나타나 판별타당성이 충분히 있는 것으로 볼 수 있다. 둘째, 구성 개념 간 상관관계를 보여주는 상관계수의 신뢰구간[상관관계 $\pm$ (2×표준오차)]에 1.0이 포함되지 않아야 하는데(Anderson & Gerbing, 1988), 각 변수들 간의 상관관계를 계산한 결과, 모든 상관계수의 신뢰구간에 1.0이 포함되고 있지 않는 것으로 나타났다. 따라서 구성 개념들 간에 판별타당성이 존재한다고 볼 수 있다. 이는 <Table 3>에 나타나 있다.

<Table 2> Reliability and Confirmatory Factor Analysis

Variables	Items	Cronbach's Alpha	Non-Standard Coefficient	Standard Coefficient	Error Variance	t-value	CR	AVE	Fit
Person-Job Fit	FIT1	0.887	1.141	0.894	0.192	9.988***	0.885	0.661	χ^2 (d.f)=249.976(164), p<0.001 GFI=0.889 AGFI=0.844 RMR=0.032 NFI=0.902 CFI=0.963
	FIT2		1.196	0.914	0.166	10.791***			
	FIT3		0.938	0.754	0.394	12.055***			
	FIT4		1.000	0.697	0.624	-			
Self-Understaning	SEL1	0.829	1.282	0.839	0.143	9.951***	0.919	0.793	
	SEL2		1.204	0.841	0.124	10.088***			
	SEL3		1.000	0.692	0.226	-			
Underst anding Others	OTH1	0.893	0.911	0.788	0.191	12.945***	0.947	0.818	
	OTH2		0.810	0.737	0.208	11.887***			
	OTH3		0.966	0.930	0.355	16.532***			
	OTH4		1.000	0.842	0.155	-			
Emotional Utilization	USE1	0.823	1.000	0.829	0.172	-	0.905	0.763	
	USE2		1.027	0.882	0.114	13.049***			
	USE3		0.824	0.672	0.311	9.915***			
Emotional Regulation	REG1	0.802	1.000	0.626	0.305	-	0.893	0.677	
	REG2		1.154	0.687	0.293	7.266***			
	REG3		1.216	0.771	0.199	7.805***			
	REG4		1.136	0.766	0.179	7.779***			
Job Satisfaction	SAT1	0.883	1.000	0.912	0.105	-	0.941	0.842	
	SAT2		0.945	0.872	0.146	14.621***			
	SAT3		0.940	0.845	0.182	12.492***			

Note: * : p<.05, ** : p<.01, *** : p<.001

<Table 3> Construct Correlation Matrix

Category	Person-Job Fit(1)	Self-Understanding(2)	Understanding Others(3)	Emotional Utilization(4)	Emotional Regulation(5)	Job Satisfaction(6)
1	0.661*					
2	0.087 (0.029)	0.793*				
3	0.233 (0.040)	0.619 (0.031)	0.818*			
4	0.348 (0.042)	0.471 (0.028)	0.403 (0.034)	0.763*		
5	0.112 (0.029)	0.342 (0.020)	0.273 (0.025)	0.448 (0.029)	0.677*	
6	0.527 (0.054)	0.198 (0.028)	0.434 (0.038)	0.542 (0.042)	0.438 (0.032)	0.842*

Note: * AVE, ** (): S.E

5.3. 제안모델의 평가 및 가설검증

5.3.1. 전체모형의 검증

본 연구에서 제시한 연구가설을 검증하기 위해 Amos 20.0을 이용하여 구조방정식을 실시하였다. 전체적인 모형의 적합도는 χ^2 (d.f)=280.4593(165), $p<0.001$, GFI=0.877, RMR=0.050, NFI=0.901, CFI=0.951 등으로 각각 나타났다. 이와 같이 본 연구모형의 적합도는 기준수치에 적합하게 나타났다고 할 수 있으며, 따라서 이 연구모형은 수용할 만한 수준이라 볼 수 있다. 구조방정식 결과는 다음 <Table 4>에 제시되어 있다.

5.3.2. 가설검증

본 연구는 서비스 제공자인 골프서비스 보조원의 개인-직무 적합성과 감정지능의 4가지 차원 즉, 자기감정이해, 타인감정이해, 감정활용, 감정조절 등과의 관계를 규명하고자 하였다. 또한 이러한 서비스 제공자의 감정지능과 직무만족과의 관계를 살펴보고자 한 것이다. 이러한 연구가설을 검증한 결과는 다음 <Table 4>에 제시되어 있다.

첫째, 개인-직무 적합성과 감정지능 중, 자기감정 이해와의 관

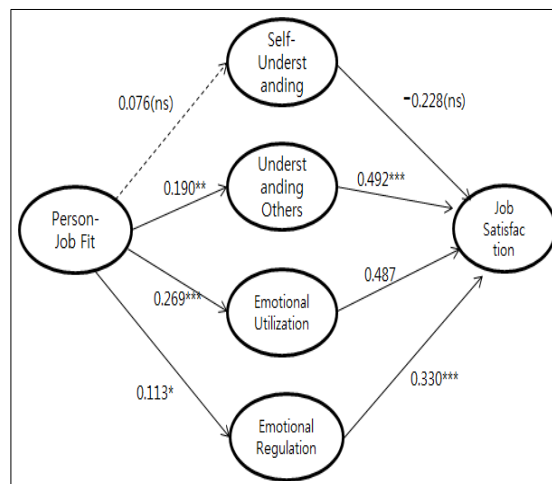
계에서 경로계수는 0.076($t=1.223$, ns)으로 유의하게 긍정적인 영향을 미치지 않고 있었다. 따라서 <가설1-1>은 기각되었다. 개인-직무 적합성과 타인감정 이해와의 관계에서 경로계수는 0.190($t=3.263$, $p<0.01$)으로 나타나 긍정적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 <가설1-2>는 채택되었다. 개인-직무 적합성과 감정활용 간의 경로계수는 0.269(4.452, $p<0.001$)로 나타나 <가설1-3>은 채택되었다. 개인-직무 적합성과 감정조절간의 관계에서 경로계수는 0.113($t=1.976$, $p<0.05$)으로 나타나 <가설1-4>는 채택되었다. 따라서 <가설 1>은 부분적으로 채택되었다고 할 수 있다. 둘째, 서비스 제공자의 감정지능과 직무만족과의 관계를 검증한 결과, 감정지능 중 자기 감정이해와 직무만족간의 관계에서 경로계수는 -0.228($t=-2.980$, ns)로 유의하게 긍정적인 영향을 미치지 않아 <가설2-1>은 기각되었다. 타인 감정이해와 직무만족간의 관계에서 경로계수는 0.492($t=5.604$, $p<0.001$)로 나타나 유의하게 긍정적인 영향을 미치고 있었다. 따라서 <가설2-2>는 채택되었다. 감정활용과 직무만족간의 경로계수는 0.487($t=4.963$, $p<0.001$)로 나타나 <가설2-3>은 채택되었다. 감정조절과 직무만족간의 관계에서 경로계수는 0.330($t=3.513$, $p<0.001$)으로 나타나 유의하게 긍정적인 영향을 미치고 있어 <가설2-4>는 채택되었다. 따라서 <가설2>는 부분적으로 채택되었다고 할 수 있다.

<Table 4> Hypothesis Test Results

Hypothesis	Path	Coefficient	S.E	t- values	Result
H1	1-1 Person-Job Fit -> Self-Understanding	0.076	0.062	1.223(ns)	기각
	1-2 Person-Job Fit->Understanding Others	0.190	0.058	3.263**	채택
	1-3 Person-Job Fit-> Emotional Utilization	0.269	0.060	4.452***	채택
	1-4 Person-Job Fit-> Emotional Regulation	0.113	0.057	1.976*	채택
H2	2-1 Self-Understanding -> Job Satisfaction	-0.228	0.077	-2.980(ns)	기각
	2-2 Understanding Others-> Job Satisfaction	0.492	0.088	5.604***	채택
	2-3 Emotional Utilization-> Job Satisfaction	0.487	0.098	4.963***	채택
	2-4 Emotional Regulation -> Job Satisfaction	0.330	0.094	3.513***	채택

χ^2 (d.f)=280.4593(165), $p<0.001$, GFI=0.877, RMR=0.050, NFI=0.901, CFI=0.951

Note: * : $p<0.05$, ** : $p<0.01$, *** : $p<0.001$



Note: * : $p<0.05$, ** : $p<0.01$, *** : $p<0.001$

<Figure 2> Research Result

6. 결론

6.1. 연구결과의 요약 및 마케팅적 시사점

본 연구는 서비스산업에 종사하는 서비스 제공자의 감정지능에 초점을 두고, 이러한 감정지능에 영향을 미치는 중요한 요인으로 개인-직무적합성을 제시하고자 하였다. 서비스 산업 중에서도 고객과 서비스 접점 종업원과 상호작용이 많고, 서로 많은 시간을 함께 보내며, 고객 맞춤화가 요구되는 서비스에 해당되는 고접촉 서비스 산업을 대상으로 하였다. 이러한 고접촉 서비스 제공자의 감정지능은 단일 차원이 아니라 4가지 차원 즉, 자기 감정이해, 타인 감정이해, 감정활용, 감정조절 등으로 구분하였다. 또한 감정지능의 4가지 차원과 직무만족간의 관계를 규명하고자 하였다.

이러한 연구결과를 토대로 마케팅적 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 개인-직무적합성과 감정지능과의 관계를 규명한 결과, ① 서비스 제공자의 개인-직무적합성은 자기 감정이해에 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 즉, 직무와 관련하여 서비스 제공자 자신의 특성이나 자질, 기술, 능력이 직무수행에 잘 맞다고 해서 자신이 느끼는 감정을 잘 이해하고, 또한 자신의 행복유무를 지각하는 것과는 관련이 없음을 알 수 있다. 이러한 결과는 기존의 연구들과 다르다고 할 수 있다. ② 개인-직무적합성은 상대 고객의 감정을 이해하는 것에는 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 자신의 적성이나 역량이 자신이 수행해야 할 직무와 잘 맞다면, 서비스 제공자가 타인인 고객의 감정을 더욱 잘 이해하고, 관찰하며, 보살핀다는 것을 말한다. ③ 개인-직무적합성은 서비스 제공자의 감정활용에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 직무에 대해 서비스 제공자 스스로가 잘 맞다고 생각한다면, 그들은 더욱더 자신의 목표를 달성하기 위해 노력하고 동기 부여 하도록 할 뿐만 아니라 자신이 유능하다고 생각한다는 것이다. ④ 개인-직무적합성은 서비스 제공자의 감정조절에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 자신과 직무가 요구되는 요건이 잘 맞다고 생각되면, 자신의 감정을 더욱 잘 통제하고, 혹시 고객으로 인해 화가 나더라도 이를 잘 진정되며, 문제가 발생했을 때, 이성적으로 해결하는 등 자신의 감정을 상황에 맞게 잘 조절할 줄 안다는 것이다.

이러한 연구결과를 토대로 고접촉 서비스 중에서도 골프서비스와 같이 고객과 서비스 제공자간의 상호작용이 많고, 많은 시간을 함께 보내야 하는 서비스의 특성 때문에 자신의 직무가 얼마나 자신의 성격이나 적성에 잘 부합되는지, 또한 이들에게 요구되는 자질이나 능력이 잘 갖추어져 있어야 감정지능이 더욱 높아짐을 알 수 있었다. 따라서 모든 서비스 산업이 개인-직무간 적합성이 중요하겠지만, 특히 고접촉 서비스의 특성을 지닌 유형의 경우, 서비스 제공자의 감정지능은 가시적인 기술이나 능력보다 더욱더 고객의 만족이나 평가에 중요한 영향을 미친다. 지금처럼 경쟁이 치열한 서비스 산업에서 기능적인 부분에서 차별화된 서비스를 제공하여 이를 통해 높은 성과를 기대하는 것은 바람직하지 않을 것이다. 따라서 서비스 접점에 있는 인적 서비스제공자의 역할이 무엇보다 중요하며, 이러한 일선에 위치한 서비스 제공자들의 서비스 마인드를 높일 수 있고, 그들의 감정을 체계적으로 관리하는 것이 필요하다.

둘째, 서비스 제공자의 감정지능은 직무만족에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구체적으로 감정지능 중, 자기감정이해를 제외하고, 나머지 타인감정이해와 감정활용, 감정조절은 모두 직무만족을 증가시키는 것으로 나타났다.

① 서비스 제공자가 자기 자신의 감정을 이해하는 것은 매우 중요한 일이지만, 이것이 자신의 직무에 대한 만족에는 영향을 주지는 않는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 기존에 연구와는 다른 결과라고 할 수 있다. ② 타인 감정이해 즉, 서비스 제공자가 고객의 감정을 이해하려고, 관찰하는 능력뿐만 아니라 고객감정의 상태를 살필 수 있는 능력을 가진다면, 더욱더 서비스 제공하는 과정에서 만족감을 느끼게 된다. 즉, 타인 감정이해는 서비스 제공자의 직무만족을 높이는 요인이 된다는 것이다. 무형의 서비스를 제공하는 입장에서 서비스 제공자가 고객을 더욱더 잘 이해하고 공감적인 상호작용을 하게 되면, 고객만족은 물론이고 자신의 직무에 대한 만족도 높아져 기업에게도 긍정적인 효과를 주게 된다. 즉, 서비스 대상인 고객의 반응과 감정을 잘 파악하는 능력은 통해 본인 스스로에 대한 직무만족이 증가된다는 것이다. ③ 서비스 제공자의 감정활용은 직무만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 서비스 제공자가 서비스 제공과정에서 얼마나 자신의 목표 즉, 고객에 대한 만족을 주고자 하는지, 자신을 동기부여 시키는지, 자신이 유능하다고 생각하는지에 따라서 자신의 직무에 대한 만족은 달라지게 된다. 즉, 이들의 서비스 전달과정에서 고객을 만족시키기 위해 자기 스스로를 동기 부여시키고, 또한 자신이 직무수행에 필요한 중요한 자질이나 역량이 있다고 생각될 때 자신의 직무에 더욱 만족하게 된다는 것이다. ④ 서비스 종사원의 감정조절은 직무만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 서비스 종사원은 고객과 늘 상호작용해야 하는 상황이고, 매번 다양한 유형의 고객을 만나야 하므로 예기치 못한 돌발적인 상황들이 일어날 가능성이 높다. 그러나 이럴 때 마다 자신의 화난 상황을 그대로 고객에게 직접적으로 표출할 수가 없기 때문에 상대적으로 많은 스트레스를 받게 된다. 따라서 이러한 상황에서 서비스 제공자가 자신의 감정을 잘 조절하고, 화를 잘 진정시킴으로써 자신의 직무를 수행하게 되면, 고객들과의 관계는 더욱 좋아지게 된다. 결과적으로 자신의 직무만족은 증가되는 것이다. 서비스 제공자의 직무만족에 영향을 미치는 요인이 많이 있었지만, 본 연구에서 제시한 서비스 제공자의 감정지능은 상대방 고객의 감정까지도 잘 이해하고, 자신의 감정을 조절하고 융통성 있게 활용하게 됨으로써 고객과의 관계도 원만하게 되기 때문에 직무에 대한 만족이 높아진다는 것이다.

6.2. 연구의 한계점 및 향후 연구방향

본 연구는 고접촉 서비스산업인 골프서비스에 종사하는 보조원을 대상으로 개인-직무적합성과 감정지능, 직무만족과의 관계를 규명한 의미있는 연구임에도 불구하고, 연구가 갖는 한계점과 향후 연구방향을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 기존 연구에서 고접촉 서비스 산업의 유형이 다양함에도 불구하고, 본 연구는 골프서비스 보조원을 대상으로 하였기 때문에 연구자의 주관성이 있을 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 저접촉 서비스 유형과 고접촉 서비스 유형의 상황을 구분하여 이를 비교 분석해 보는 연구도 의미있을 것이다. 두 유형의 서비스에 따라 전략적으로 어떠한 요인이 중요한지를 규명해서 이를 부각시키는 연구도 필요할 것이다.

둘째, 기존연구에서는 감정지능의 차원이 다양하게 분류되어 연구되고 있다. 본 연구는 그 중 한 연구의 분류기준을 통해 4가지 차원으로 구분하였다. 다른 분류유형의 연구와 비교하여 각각 어떠한 유사성과 차이가 있는지를 검증해 보는 것도 좋을 것이다. 단일차원의 개념이 아닌 다차원의 개념을 구분하여 연구되어지는 개념인 만큼 그 결과 또한 불일치되는 연구도 있을 것이므로 향후에는 이와 관련된 연구를 확장해볼 필요가 있다.

째, 본 연구의 특성상 골프서비스 보조원의 경우, 대부분 여성 종사자가 대부분을 차지하고 있는데, 다른 서비스의 경우, 성별 구성이 남녀가 함께 있는 경우가 많다. 이를 볼 때, 한 가지 성별만 존재하는 서비스의 유형에만 나타나는 독특한 특성이 있을 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 이러한 성별이 골고루 차지하고 있는 서비스 산업을 대상으로 연구를 적용해 보는 것이다. 또한 향후 연구에서는 다양하고 의미있는 조절변수들을 통해 서비스 기업에 실무적으로 활용할 필요가 있다.

마지막으로, 본 연구에서는 개인-직무 적합성에 초점을 두고 서비스 제공자의 감정지능과의 관계를 규명하는데 초점을 두고 있는데, 개인-환경 적합성과 관련된 연구 중의 하나인 만큼, 향후 연구에서는 개인-조직 적합성, 개인-상사 적합성 등 다양한 적합성 관련 연구들로 확장하는 것이 좋을 것이다. 즉, 다양한 서비스 산업의 유형에 따라 이를 달리 적용시켜 기존의 연구들과 어떠한 차이가 있는지를 바탕으로 실무적 시사점을 제공해 줄 수 있을 것이다.

References

- Ahn, Hyun-Young (2007). A Study on the Emotional Intelligence and The Team Commitment Required for the Emotion-Oriented Business Administration in Travel Industry. *Korean journal of Tourism Management Association*, 22(2), 351-367.
- Akerjordet, K., & Everinsson, E. (2007). Emotional Intelligence: A Review of the Literature with Specific Focus on Empirical and Epistemological Perspectives," *Journal of Clinical Nursing*, 16, 1405-1416.
- Anerson, James C., & Gerbing, David W. (1988). Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Bar-On, R. (1997). *Bar-On Emotional Quotient Inventory(EQ-I): Technical Manual* Toronto, Canada: Multifactor Leadership Questionnaire, Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.
- Bardzil, Phiip, & Slaski, Mark (2003). Emotional Intelligence: Fundamental Competencies for Enhanced Service Provision. *Managing Services Quality*, 13(2), 97-104.
- Caldwell, D. F., & O'Reilly, C. A. (1990). Measuring Person-job Fit with a Profile-Comparison Process. *Journal of Applied Psychology*, 75(6), 648-657.
- Caruso, D. R., Mayer, J. D., & Salovey, P. (2002). *Emotional Intelligence and Emotional Leadership*. In Riggio, R. E., & Murphy, S. (Eds.). *Multiple Intelligences and Leadership* (pp.55-74), Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum,
- Chatman, J. A. (1991). Match People and Organizations: Selection and Socialization in Public Accounting Firms. *Administrative Science Quarterly*, 36, 459-484.
- Chaudhry, Amjad Ali, & Usman, Abid (2011). An Investigation of the Relationship between Employees' Emotional Intelligence and Performance. *African Journal of Business Management*, 5(9), 3556-3562.
- Clarke, Nicholas (2006). Developing Emotional Intelligence Through Workplace Learning: Finding from a Case Study in Healthcare. *Human Resource Development International*, 9(4), 447-465.
- Chung, Ihn-Hee (2005). A Study on the Job Aptitudinity of Fashion Salesperson. *Korean Journal of Distribution Research*, 10(2), 73-97.
- Codier, E. B., Kooker, M., & Shoultz, J. (2008). Measuring the Emotional Intelligence of Clinical Staff Nurses: An Approach for Improving the Clinical Care Environment. *Nursing Administration Quarterly*, 32(1), 8-14.
- Cooper, R., & Sawaf, A. (1997). *Executive WQ*. London, UK : Orion Books.
- Cote, S., & Miners, C. T. H. (2006). Emotional Intelligence, Cognitive Intelligence. *Administrative Science Quarterly*, 51(1), 1-28.
- Davies, M., Stankov, L., & Roberts, R. D. (1998). Emotional Intelligence: In Search of an Exclusive Construct. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 989-1015.
- Daus, D., & Ashkanasy, N. (2005). Rumors of the Death of Emotional Intelligence in Organizational Behavior are Greatly Exaggerated. *Journal of Organizational Behavior*, 26, 441-452.
- Chaudhry, Amjad Ali, & Usman, Abid (2011). An Investigation of the Relationship between Employees' Emotional Intelligence and Performance. *African Journal of Business Management*, 5(9), 3556-3562.
- Cote, S., & Miners, C. T. H. (2006). Emotional Intelligence, Cognitive Intelligence. *Administrative Science Quarterly*, 51(1), 1-28.
- Edwards, J. R. (1991). Person-Job Fit: A Conceptual Integration, Literature Review, and Methodological Critique. *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 6, 283-357.
- Foo, M. D., Elfenbein, H. A., Tan, H. H., & Aik, V. C. (2004). Emotional Intelligence and Negotiation: The Tension between Creating and Claiming Values. *The International Journal of Conflict Management*, 15(4), 411-429.
- Furnham, A., Petrides, K. V., Tsaousis, I., Pappas, K., & Garrod, D. (2005). A Cross-Cultural Investigation into the Relationships between Personality Traits and Work Values. *The Journal of Psychology*, 139(1), 5-32.
- Goleman, Daniel (1995). *Emotional Intelligence*. New York: Bantam Books.
- Goleman, D. (1998). *Working with Emotional Intelligence*. New York, NY.: Bantam.
- Goleman, D., Boyatzis, R., & McKee, A. (2002). The Emotional Reality of Teams. *Journal of Organizational Excellence*, 21(2), 55-65.
- Goleman, Daniel, Boyatzis, Richard, & McKee, Annie (2002). *Primal Leadership: Realizing the Power of Emotional Intelligence*. Boston, Mass: Harvard Business School Press.
- Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1975). Development of the Job Diagnostic Survey. *Journal of Applied Psychology*, 60, 159-170.
- Hirschi, Andreas (2011). Effects of Orientations to Happiness on Vocational Identify Achievement. *The Career*

- Development Quarterly*, 59(June), 367-378.
- Hwang, Phil-Joo, Lee, In-Suk, & Jeon, Moo-Kyeong (2011). The Influence of Employees' Emotional Intelligence on Job Satisfaction and Organizational Citizenship Behavior. *Productivity Review*, 25(3), 311-330.
- Jung, Jin-Chul, & Choi, Tae-Hee (2010). The Roles of the Organizational Trust and Psychological Empowerment on the Relationship between High Involvement HR System and Employee Commitment. *Productivity Review*, 24(4), 35-64.
- Kang, Da-Heon, & Kim, Min-Kyung (2012). A Study on the Effects of the Person-Environment Fit of Hotel Employees' on Job Satisfaction and Customer Orientation. *Korean Journal of Tourism and Hospitality Research*, 26(3), 345-360.
- Kim, Sang-Hee (2006). A Study on Relationship of Salesperson's Emotional Intelligence, Burnout, and Customer-Oriented Selling Behavior. *Korean Journal of Management Research*, 35(1), 183-225.
- Kim, Sang-Hee (2010). Can Salesperson's Emotional Intelligence Make a Customer Happy?: Integrated Approach in the Internal Marketing and the External Marketing. *Korean Journal of Management Research*, 39(6), 1585-1621.
- Kim, Tae-Hee, & Chang, Kyung-Ro (2007). Influence of Person-Organization Fit and Person-Job Fit on Intentions to Leave an Employer and Intentions to Leave a Profession among Instructors in Sport Centers. *Korean Journal of Sport Science*, 18(4), 197-207.
- Kristof-Brown, A. L., Zimmerman, R. D., & Johnson, E. C. (2005). Consequences of Individuals's Fit at Work: A Meta-Analysis of Person-Job, Person-Organization, Person-Group, and Person-Supervisor Fit. *Personnel Psychology*, 58, 281-342.
- Lauver, K. J., & Kristof-Brown, A. (2001). Distinguishing between Employee's Perceptions of Person-Job and Person-Organization Fit. *Journal of Vocational Behavior*, 59, 454-470.
- Mayer, J. D., & Salovey, P. (1997). *What is Emotional Intelligence?*. New York: Basic Books.
- McQueen, A. C. H. (2004). Emotional Intelligence in Nursing Work. *Journal of Advanced Nursing*, 47, 101-108.
- Nikolaou, I., & Tsakousis, I. (2002). Emotional Intelligence in the Workplace: Exploring Its Effects on Occupational Stress and Organizational Commitment. *International Journal of Organizational Analysis*, 10, 327-342.
- O'Reilly, C. A., Chatman, J., & Caldwell, D. F. (1991). People and Organizational Culture: a Profile Comparison Approach to Assessing Person-Organization Fit. *Academy of Management Journal*, 34(3), 487-516.
- Othman, Abdul Kadir (2011). Emotional Intelligence and Employees' Innovator Role: the Moderating Effect of Service Types. *Asian Social Science*, 7(10), 151-160.
- Palmer, B., Donaldson, D., & Stough, C. (2002). Emotional Intelligence and Life Satisfaction. *Personality and Individual Differences*, 33, 1091-1100.
- Park, N. (2004). The Role of Subjective Well-being in Positive Youth Development. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 591, 25-39.
- Park, Yoo-Sik, & Chae, Hee-Nam (2011). The Influences of Emotional Intelligence in Customer Innovativeness: Focused on 'Sensation Seeking Tendency' and Need for Intelligence. *Korean Journal Company Management Research*, 18(3), 55-91.
- Patterson, P. G., & Smith, T. (2001). Modeling Relationship Strength Across Service Types in a Eastern Culture. *International Journal of Service Industry Management*, 12(2), 90-113.
- Pau, A. K. Croucher, H., Sohanpal, R., Muirhead, V., & Seymour, K. (2004). Emotional Intelligence and Stress Coping in Dental Undergraduates-a Qualitative Study. *British Dental Journal*, 197, 205-209.
- Petridis, K. V., & Furnham, A. (2006). The Role of Trait Emotional Intelligence in a Gender-Specific Model of Organizational Variable. *Journal of Applied Social Psychology*, 36(2), 552-569.
- Salovey, P., & Mayer, J. D. (1990). Emotional Intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, 9, 185-211.
- Salovey, P., Stroud, L., Woolery, A., & Epel, E. (2002). Perceived Emotional Intelligence, Stress Reactivity and Symptom Reports: Further Explorations Using the Trait Meta-Mood Scale. *Psychology and Health*, 17, 611-627.
- Sarangi, Swatee, & Aakanksha, Vats (2015). Role of Emotional Intelligence on Employee Engagement: A Study among Indian Professionals. *International Journal of Business and Management*, 10(6), 224-233.
- Seng, Nak-Chung, Moon, Jae-Seung, & Park, Kye-Hong (2016). The Effect of Distribution Enterprise Leader's Coaching Behavior on Organizational Citizenship Behavior and Turnover Intention: Mediating Role of Authentic Leadership and Moderating Role of Emotional Intelligence. *Journal of Distribution Science*, 14(1), 75-84.
- Seong, Jee-Young, Park, Won-Woo, & Yun, Seok-Hwa (2008). The Effect of Person-Environment(Organization, Supervisor, Coworker) Fit, on Organizational Citizenship Behavior and Performance, and the Mediating Effect of Justice. *Korean Journal of Human Organization Research*, 16(2), 1-62.
- Schein, E. H. (1980). *Organizational Psychology* (ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Schneider, B., & Bowen, A. (1993). The Service Organization: Human Resources Management is Crucial. *Organizational Dynamics*, 21(4), 39-52.
- Slaski, M., & Cartwright, S. (2002). Health Performance and Emotional Intelligence: An Exploratory Study of Retail Managers. *Stress and Health*, 18(2), 63-68.
- Stough, C., & Guara, De D. (2003). Examining the Relationship between Emotional Intelligence and Job Performance. *Australian Journal of Psychology*, 55, 145.
- Suliman, A. M., & Al-Shaikh, F. N. (2006). Emotional Intelligence at Work: Links to Conflict and Innovation. *Employee Relations*, 29(2), 208-220.

- Sy, T., S. Tram, & O'Hara, L. A. (2006). Relation of Employee and Manager Emotional Intelligence to Job Satisfaction and Performance. *Journal of Vocational Behavior*, 68, 461-473.
- Thompson, H., & Werner, J. (1997). The Impact of Role Conflict/Facilitation on Core and Discretionary Behaviors: Testing a Mediated Model. *Journal of Management*, 23(4), 583-601.
- Wharton, A. S. (1999). The Psychosocial Consequences of Emotional Labor. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 561(1), 158-176.
- Wilson, Alan, & Frimpong, Jacob (2004). A Reconceptualisation of the Satisfaction Service Performance Thesis. *Journal of Services Marketing*, 18(6), 471-481.
- Wong, C. S., & Law, K. S. (2002). The Effects of Leader and Follower Emotional Intelligence on Performance and Attitude: An Exploratory Study. *The Leadership Quarterly*, 13(3), 243-274.