Journal of KIIT. Vol. 16, No. 5, pp. 119-131, May 31, 2018. pISSN 1598-8619, eISSN 2093-7571 119
http://dx.doi.org/10.14801/jkiit.2018.16.5.119

컨설팅 기업의 개인 창의성이 집단 창의성에 미치는 영향에 관한 연구 - 감성지능의 조절효과 -

김병익*, 김창수**

A Study on the Influence Individual Creativity on Group Creativity in Consulting Firms -Moderating Effect of Emotional Intelligence-

Boung-Ik Kim*, Chang-Su Kim**

이 연구는 2016학년도 영남대학교 학술연구조성비에 의한 것임.

요 약

본 연구는 기업의 실무적 가치를 높이기 위해, 개인창의성과 집단창의성의 관계를 분석 규명하고, 개인창의성과 집단창의성과의 관계에서 조화로운 협력을 유도해 갈등요인을 매끄럽게 해결하여 인간관계 및 관리능력의 향상을 이끌어 낼 수 있는 감성지능을 도입하여 그 관계를 분석하는데 목적이 있다. 구체적으로는 다음과 같다. 첫째, 개인창의성이 집단창의성에 미치는 영향을 분석·파악하고자 한다. 둘째, 개인창의성과 집단창의성의 관계에서 감성지능의 조절적인 역할을 분석 파악하고자 한다. 이러한 연구결과를 바탕으로 급변하는 경영환경 속에서 조직구성원들이 서로 아이디어를 공유해 창의적으로 문제를 해결할 수 있는 프로세스를 마련하기 위해 개인창의성과 집단창의성의 관계를 살펴보고, 그 관계에서의 감성지능의 역할을 규명하고자 한다. 이는 인적자원 관리의 새로운 방향을 제시하여 기업의 현장적용 프로그램 및 조직전략수립의 가이드라인을 제시 하고자 한다.

Abstract

The purpose of this study is to examine the relationship between individual creativity and collective creativity and introduce emotional intelligence to analysis, which can induce harmonious cooperation in the relationship between individual creativity and collective creativity to resolve conflict factors smoothly and improve human relationships and management capabilities. First, this study attempts to analyse the effects of individual creativity on group creativity. Second, the purpose of a relationship study between individual creativity and collective creativity is to identify the regulatory role of emotional intelligence in the relationship between individual creativity and collective creativity. Based on these research results, this study examines the relationship between individual creativity and collective creativity in order to establish a process for organization members to share ideas with each other to solve problems creatively, and identify the role of emotional intelligence in the relationship. This is putting up a new direction in Human Resource Management Field Application of corporate programs, and want to make the guidelines of the development of organizational strategies.

Keywords
consulting firm, personal creativity, collective creativity, emotional intelligence

* 영남대학교 디지털융합비즈니스학과
- ORCID: https://orcid.org/0000-0001-8086-8982
** 영남대학교 경영학부 교수(교신저자)
- ORCID: https://orcid.org/0000-0001-9623-8942

· Received: Nov. 02, 2017, Revised: Apr. 13, 2018, Accepted: Apr. 16, 2018
· Corresponding Author: Chang-Su Kim
Dept. of Business Administration, YeungNam University, Dae-dong, Gyeongsan-si, Geongsangbuk-do, korea.
Tel.: +82-53-810-3213, Email: c.kim@ynu.ac.kr

Ⅰ. 서 론

퍼스트 무버(First Mover) 전략이 최근 지속적 성장을 추구하는 기업은 물론이고 혁신적 창조경제를 지향하는 국가 차원에서도 화두가 되고 있음에 따라, 단기간에 급속한 발전을 이끌어 온 효율성 중심의 페스트 팔로워(Fast Follower)전략이 이미 급변한 경쟁 환경 속에서 한계가 인식되고 있다. 급변하는 미래에 능동적으로 대응하기 위해서는 과거의 경험에 의존하는 방식보다는 변화를 수용하고 새로운 아이디어를 내놓는 창의적인 문제 해결방법이 요구되는 실정이다. 이러한 환경변화의 흐름에 발맞춰 조직의 핵심역량으로 창의성이 나날이 강조되고 있다. 즉 최근 들어 문제 해결을 위한 지식의 원천으로 개인보다는 집단의 지혜를 통해 문제를 해결하는 집단지성이 주목받고 있다. 서로 보완하는 정신을 토대로 조직구성원들이 서로 아이디어를 공유해 창의적으로 문제를 해결할 수 있는 프로세스를 마련하는 것이 조직의 최근의 화두이다. 이러한 인식변화에 따라 개인보다는 집단이 창의성 발현의 주요한 형태로 점점 더 자리 잡게 되었으며, 창의성 연구의 초점도 개인수준에서 집단 및 조직수준으로 옮겨가고 있는 실정이다[1].

또한, 조직에서도 개인창의성 장려정책만으로는 부족하며, 개인영역을 넘어 집단수준으로 체계화하여 조직전체로 확산시키는 창의성 경영이 절실히 요구되고 있다[2]. 하지만 기존의 창의성에 대한 연구들을 살펴보면, 심리학적 관심에서 개인의 특성에 초점을 맞추고 있거나, 사회적 요인들이 개인 창의성에 미치는 영향을 확인하는 연구가 주로 이루어져 왔다[3]-[5].

Woodman은 집단창의성은 모든 집단 구성원들의 개인창의성을 단순히 합한 것은 아니라고 하였으며[6], 또한 조직의 팀 활용이 지속적으로 가능 했음에도 불구하고, 개인창의성을 효과적으로 활용하는 집단의창의성에 대한 연구는 거의 전무한 실정이다[7][8]. 창의성 연구의 메커니즘을 세부적으로 규명하기 위해서는 개인창의성과 집단창의성 간의 관계에 대한 연구가 우선적 선행되어야 함에 따라[9] 개인에서 집단으로 발현되는 창의성의 연구는 매우 중요하다고 할 수 있겠다. 집단수준의 창의성은 개인창의성의 사회적 상호작용을 통해 서로 조합 및 발전되고 하나로 통합 되어 창출되는 것으로 볼 수 있다[10].

Zeidner등은 감성지능은 자신과 타인의 감정 상태에 대한 빠른 이해와 공감으로 상황에 대한 통제가 가능하여 사람이 가질 수 있는 최고의 능력이라고 주장하였으며[11], Zhou는 감성지능이 높은 리더는 조직원들의 새로운 시도에 대해 실패를 감수하고 조직원들의 긴장감과 낙담을 위로하며 자신감과 용기를 주는 감정적 교류를 통해 창의성을 향상시킨다고 하였으며[12], 조직원들에게 창의성을 위한 기회를 주고 자극을 주며 지지하고 도와주기 때문에 조직원들은 감성리더를 신뢰하고 활력 있는 조직문화를 형성시킨다고 하였다[13]. 이러한 상호교환적인 요인들을 해소하기 위한 방편으로 감성지능은 매우 유용한 개념이라고 할 수 있다. 이러한 감성지능에 대한 개념은 서로의 상호작용을 통해 창의적인 성과를 이끌어 내는데 매우 중요한 영향을 미치고 있는 것으로 사료된다[14].

따라서 본 연구는 이러한 기존 연구의 한계를 극복하고 연구의 학술적 가치와 기업의 실무적 가치를 높이기 위해, 개인창의성과 집단창의성의 관계를 분석·규명하고, 개인창의성과 집단창의성과의 관계에서 조화로운 협력을 유도해 갈등요인을 매끄럽게 해결하여 인간관계 및 관리능력의 향상을 이끌어 낼 수 있는 감성지능을 도입하여 그 관계를 분석하는데 목적이 있다.

Ⅱ 이론적 배경

21 창의성에 관한 연구

본 연구에서는 창의성(Creativity)에 관한 연구는 너무 방대하여 먼저 심리학적 창의성 및 경영학적 창의성의 두 분류로 연구 하였다. 그리고 창의성의 분석수준에 따라 개인창의성, 집단창의성, 조직창의성으로 구분하기로 한다[16]. 세 가지에 초점을 두고 이를 살펴보고 연구하였다. 본 연구의 이론적 배경을 구성함에 있어서 첫 번째로 고려되어야 할 사항은 “창의성”의 개념 정의다. 이중 창의성의 개념을 먼저 살펴보면 연구자의 관점이나 분야에 따라

다양하게 정의되고 있다.

대부분의 창의성 이론가들이 공감하는 가장 일반적 정의는 “새롭고 질적으로 수준이 높으며 적절한 산물을 생산해내는 능력이다. 어느 한 영역 안에서 독창적이거나 새롭다고 표현할 수 있는 방식은 한 분야의 방향을 새롭게 이끈다는 것이거나 이미 알려진 아이디어를 새로운 방식으로 재창조하거나 그 분야의 흐름을 유지하면서 한 단계 발전을 이루는 것이다[17]-[19]” 라고 이들은 주장 했으며 여기서 James C. Kaufman의 Four C. Model은 기존 창의성 이론을 수정하여 네 가지로 모델로 만들었다.

- Big-c: 인류에 지대한 공헌을 한 창의성
- Pro-c: 역사적인 공헌을 하지 않았지만, 해당 분야의 전문적인 수준인 창의성
- Little-c: 일상적 창의성
- Mini-c: 학습 과정 속 내재된 창의성

위와 같이 분류했다. 지금도 창의성을 연구하는 대다수의 학자들이 창의성의 본질을 밝히는데 많은 투자를 하고 있다. 창의성도 하나의 심리학적 구현인 만큼 그 개념의 정의는 어려운 작업일 수밖에 없다. 따라서 창의성은 학자들 각자 이론적 관점에 따라, 연구대상에 따라 또는 창의성 측정 도구적 방법에 따라 다양하게 정의되고 있는 실정이다[20].

단지 새롭고 독창적이기만 해서는 창의적이라고 인정하기 어려우며, 사회· 문화적 맥락에서 가치가 인정되며 실현될 때 창의적이라고 할 것이다. 더욱이 창의성은 당면한 4차 산업 즉 ICT 융합의 발달에 따라 수평화 및 개방화하면서 그 개념과 가치가 크게 확장되고 있는 현실이다.

2.2 개인 창의성에 관한 연구

이렇게 창의성에 대한분석의 수준이 개인차원에서 팀 및 조직 차원으로 확대됨에 따라 연구의 접근방법도 달라져야 하는데 팀 수준의 창의성은 프로세스적 특성을 가지고 있으며, 팀이나 조직에 의해 학습될 수 있다는 점 등이 반드시 고려되어야 한다[21]. 창의성에 대한 개인의 내부요인과 집단, 조직의 맥락요인 간의 관계를 살핀 Amabile[4][22]의 구성요소모델은 개인과 집단 간의 연결에 있어 중요한 이론 중[23]. Amabile는 창의성 수준이 현격히 차이가 나는 두 개의 결과물이 있다고 해도 그것들은 동일한 기본 과정을 통해 만들어 질 수 있다고 가정하고, 동역학적 시스템 이론(Dynamical Systems Theory)을 적용해 동일한 기본과정이 어떻게 현격한 질적 차이가 존재하는 상이한 결과물들을 도출할 수 있는지를 구성요소모델로 설명하였다. 구성요소모델에 의하면 창의적인 결과물을 만들어 내는 개인의 창의적 행동은 3가지 구성요소(전문성, 창의관련작용, 과업동기)의 일치점에서 발생한다[22].

그림 1의 모델 특징은 개인수준에서 개인의 특성은 상황조건과 상호 작용을 한다는 것이다. 즉, 선행조건들(성장배경, 변수, 초기사회화)은 현재의 사람에게 영향을 주며 개인은 상황요인(물리적 환경, 문화, 과업과 시간적 제약요인)및 사회적 요인(평가기대, 보상과 처벌, 역할모델링)과 상호 작용을 통하여 창의적 성과를 가져오며, 이러한 창의적 성과는 다시 현재의 사람과 사회적, 상황적 요인에 영향을 미치게 된다는 것이다. 특히 기이하고 유용한 아이디어의 산출이 바로 개인 창의성이다[24].

이의 구성요소를 밝힌 Amabile은 개인 창의성이란 개인들이 환경과의 상호작용을 통해 만들어 놓은 새롭고 유용한 아이디어이며, 개인 창의성은 개인이 아무리 창의를 위한 전문적 지식과 창의적 사고 능력을 가지고 있다고 해도, 새로운 아이디어를 창출 하려는 동기가 없으면 창의성은 성립될 수 없다고 생각한다[4].

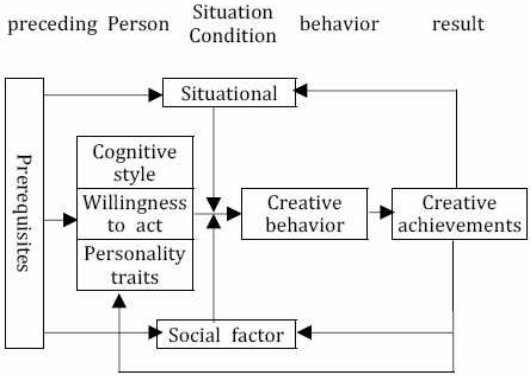

그림 1. Woodman과 Schoenfeldt의 상호주의모델
Fig. 1. Reciprocity Model of Woodman and Schoenfeldt

2.3 집단 창의성에 관한 연구

집단이 오늘날의 조직에서 점차적으로 일반화 되어가는 추세임에도 불구하고, 어떻게 집단창의성이 기능을 하는지, 그리고 집단수준의 창의성에 영향을 미치는 변수들 그리고 그것을 증진 시키는 최적의 조건에 대해서는 거의 연구가 되어 지지 않고 있다. 그러므로 집단창의성에 공헌을 하는 조건들을 제기하는 것이 중요하다[25][26]. 실제로 대부분 이전의 창의성에 대한 이론과 연구에서는 개인의 생각에서 창조되는 아이디어와 한 사람 이상에 의해서 동시에 형성되고, 공유되고, 적용되고, 영향을 받는 아이디어인 창의적인 시너지로부터 일어나는 아이디어에 대한 구분이 없었다.

창의적 시너지에 대한 관념은 어느 한 사람이 개인 혼자서는 할 수 없는 무언가를 집단의 사람들이 함께 생산해 낼 수 있는 아이디어라고 할 수 있다. 이것은 새로운 인지적인 투입으로써, 개개인 특성의 조합 또는 창의성을 증진 시킬 수 있는 대인관계의 상호작용으로 볼 수 있다[25].

창의성은 천재적 개인이 만들어내는 것이 아니라 개인들 서로의 생각을 나누는 협력에 의해서 나타난다고 하면서 조직 구성원들의 창의성이 강할수록 그 조직의 창의성도 질적으로 높아지고 결과적으로 높은 창의력을 발휘할 수 있는 점을 제시하여 팀 수준의 창의성을 강조하였다. 이것은 창의성의 대상이 개인수준에서 조직 내의 팀(집단)으로 연구의 초점이 변화되고 있음을 나타내는 것이다[14].

집단 수준에서의 창의적 아이디어는 학교, 기업 등 주로 연구개발 분야에서 필요로 한다. 이러한 경향성은 다양한 연구결과[27]-[29]에서도 보여 진다. Hollingsworth은 선진 4개국(미국, 영국, 독일, 프랑스)의 기초과학분야 250개 연구조직을 대상으로 중요한 발견에 영향을 미치는 조직의 특성에 관한 연구를 하였다[27]. 연구결과, 창의적 조직들은 일반적 소규모이며, 조직 내 적절히 높은 과학적 다양성을 유지하고, 관료주의적 통제기제가 약한 특징을 지닌다고 하였다.

반면, 비창의적 조직은 상대적으로 대규모이며 고도로 분화된 조직 특성을 보이고, 낮은 통합능력을 보이며, 관료주의 속성이 강한 특징을 보인다고 하였다[30]. Taggar도 개인 창의성의 단순 집합이 아니며 집단의창의성 관련 프로세스(Process)에 의해 집단 창의성 수준이 결정 된다고 하였다[7]. King & Anderson은 집단 차원의 특성으로 규범, 역할, 응집성 정도, 다양성을 내포하고 있으며[31], 팀 창의성의 선행요인으로 리더십, 응집성, 집단연륜, 집단의 구성과 구조 등을 제시하면서 민주적이고 협력적 리더십, 유기적 조직 구조와 다양한 분야와 기능적 배경을 지닌 개인들로 집단이 구성될 때 창의성이 가장 높다고 설명하였다[14]. Drazin 외(1999)는 집단 수준의 창의성은 개인들의 단순한 창의성의 총합이 아니라 그들 간의 상호작용에서 이루어진 의미부여의 결과로 생산된 것이며, 조직수준의 창의성은 다양한 개인들과 집단들 간의 상호작용에서 이루어진 의미부여의 결과라고 정의하였다.

2.4 감성지능에 관한 연구

감성지능의 개념이해를 위해 지능 및 감성의 개념을 먼저 살펴볼 필요가 있다. 18세기 이후부터 심리학자들은 정신이 인지, 정의, 동기 세 부분으로 이루어져 있다고 보았다[32]. 감성은 정신 기능의 정의적 측면으로 심리학자들과 철학자들이 논의해 온 감성의 개념을 종합하면 두 관점으로 나뉜다.

첫 번째는 감성이 정신 활동을 방해하므로 감성을 통제하여야 한다는 관점이다. 즉, 감성과 이성을 상반적 관계로 보았으며[33], 감성이 이성의 작용을 방해하고, 오도, 간섭하는 것으로 본다.

두 번째는 감성이 인지 활동과 후속 행동에 상당한 영향을 준다고 판단해 체계적인 반응이라는 관점이다[34][35]. 감성은 행동을 일깨우고, 지속시키고, 조정하는 과정이라는 견해이다. 감성과 이성을 상보적 관계로 보아 감성이 사고를 촉진시키는 관점으로 본다. 즉 전통적인 '머리의 힘'인 지능지수에 상응하는 말로 '마음의 힘'을 표현하는 말이 바로 감성지능지수이다. 즉 자신과 다른 사람들의 감정인식 후 성과촉진을 위해 감정을 사용하고, 감정에 대한 지식이해 후, 자신과 타인의 감정을 조절하고 관리하는 총체적 능력의 집합을 의미한다[36]. 감성지능은 1920년 손다이크(Thorndike)가 처음 규명한 사회적 지능(Social Intelligence)에 뿌리를 두고

있다. 이때 사회적 지능은 현명한 인간관계를 행하기 위해 사람들을 이해하고 관리하는 능력으로 정의된다. Goleman에 의해, 감성역량은 다음과 같이 4가지능력으로 구분된다[49].

· 첫째, 자기인식 능력(self-awareness),
· 둘째, 자기관리 능력(self-management)
· 셋째, 사회적 인식능력(social-awareness),
· 넷째, 관계관리 능력(relationship-management)[37]

자기통제 감각 즉 '격정의 노예'가 되기보다는 운명의 희롱으로 야기되는 감성의 폭풍우를 견딜 수 있는 감각은 플라톤 시대 이후 미덕으로 칭송돼왔다. Salovey등은 최초로 감정을 다루는 사람의 능력을 뜻하는 지능(Emotional Intelligence)이라는 단어를 합성하여 만들어 제시하였고 이들은 “자신의 감정(기분) 및 타인의 감정을 점검하고 구별하는 능력, 그리고 이러한 정보를 이용하여 자신의 사고와 행동을 이끄는 능력” 으로 정의하였다[13].

Salov등과 김태준은 감성지능을 감정을 정확하게 지각하고 인식하고 표현하는 능력, 감정을 생성하거나 이를 이용하여 사고를 촉진시키는 능력, 감정과 감정 지식을 이해하는 능력, 감정 발달과 지력 발달을 촉진시키기 위하여 감정을 조정하는 능력이라고 수정된 정의를 제시하고 있다[38][39].

2.5 창의성과 감성지능과의 관계

창의성에 대한 연구는 개인 수준의창의성에 대한 연구에서 시작하여 그룹수준의 창의성, 조직 수준의 창의성에 대한 연구로 확장되어 왔다[40]. 대부분의 연구자들은 개인 창의성이 집단 창의성에 기여할 것이라 가정하지만, 이에 대한 메커니즘을 명확하게 설명하는 이론이 성립되지도 증명되지도 않았다[41].

본 연구에서는 창의성의 사전적 및 선행연구를 살펴보고 이어서 개인 및 집단 창의성 그리고 감성지능의 개념 및 선행연구를 살펴보는 것이 이 연구의 시작이다. 창의성과 감성지능의 관계를 살펴보면 창의성의 다원적 접근관점의 창의성과 감성지능의 관계를 추측할 수 있다. 이는 곧 창의성과의 관련된 주요 요인들을 종합적인 구조화로 창의적인 활동 전 과정에 있어서 수렴 및 확산적 사고의 인지적 요인과 개인의 행동표적인 요인들을 통해 개인과 환경과의 상호의존성을 담고 있다[42].

개인 창의성이 집단 창의성에 미치는 영향특성 그리고 상황특성만으로는 설명이 부족했던 집단 창의성의 구성요인을 감성지능의 조절효과로 인해 집단의 능력 향상이라는 프로세스적 관점으로 새롭게 살펴봄으로써 기존 창의성연구의 한계점을 보완하고 개인 창의성과 집단 창의성 간의 관계를 그리고 감성지능을 보다 구체적이고 포괄적으로 이해해야 한다.

선행연구를 살펴보면 집단 창의성을 촉진하기 위해서 구성원의 감성지능의 향상 시키는 것이 필요하다. 즉, 구성원의 감성지능을 통해 신뢰형성과 소통이 잘될 수 있게 하여 궁극적인 집단 창의성제고를 위한 제도나 시스템 및 방법 등을 고안하는 것이 필요하며 이는 교육적 방법으로 가능하며 감성지능이 무엇이고 어떻게 하면 감성지능을 개발할 수 있는가를 교육과정에 편성하고 타 기업의 감성지능 활용의 성공 사례 등을 교육내용으로 담아서 교육과정을 구성하고 활용하는 것이다.

III 연구모형 및 연구가설

31 연구모형

앞서 살핀 논의들을 기초로 본 연구에서는 개인 특성차원의 변수인 전문성, 창의관련 작용, 내재적 동기를 개인 창의성을 이루는 구성요소로 제시한 Amabil의 구성요소모델을[43][44] 근거로 본 연구에서 독립변수로 선택하였고, 집단 창의성에 대한 기존 연구에서는 집단 창의성에 대한 명확한 정의를 내리기보다는 집단 창의성에 영향을 미치는 집단 특성, 조직 특성, 상황적 특성, 집단 프로세스 등의 요소들을 제시하고 있다.

이를 근거로 본 연구에서는, 집단 창의성에대한 측정을 구성원들의 창의적인 아이디어 도출과 문제해결활동으로 종속변수로 선택하였다. 감성지능이 개인의 성과나 조직의 결과변수에 영향을 미칠 수 있다는 실증적 연구가 나타나면서 개인의 감성지능이 창의성 관련변수들에게 중요한 영향을 미치고 있다는 사실이 중요하게 인식되고 있다. 이러한 논의를 바탕으로 그림 2와 같은 연구모형을 설정하였다.

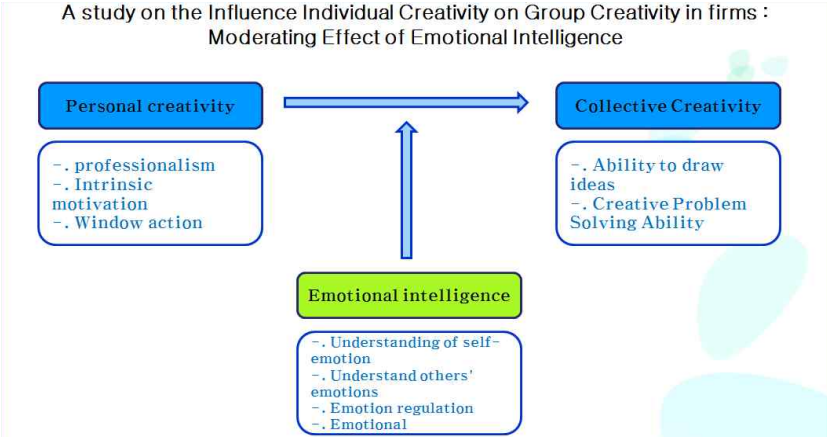

그림 2. 연구모형
Fig. 2 Research model

3.2 연구가설의 설정

[가설 1] 개인 창의성은 집단 창의성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

1-1: 전문성은 집단 창의성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

1-2: 창의관련작용은 집단 창의성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

1-3: 내재적 동기는 집단 창의성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

[가설 2] 감성지능에 따라 개인 창의성이 집단 창의성에 미치는 영향은 달라질 것이다.

2-1 자기감성이해에 따라 개인 창의성이 집단 창의성에 미치는 영향은 달라질 것이다.

2-2 타인감성이해에 따라 개인 창의성이 집단 창의성에 미치는 영향은 달라질 것이다.

2-3 감성조절에 따라 개인 창의성이 집단 창의성에 미치는 영향은 달라질 것이다.

2-4 감성활용에 따라 개인 창의성이 집단 창의성에 미치는 영향은 달라질 것이다.

3.3 측정문항 구성

본 실증분석에 이용된 설문은 개인 창의성, 집단 창의성, 감성지능, 인구 통계적 특성, 등 크게 4개 분야로 나누어 조사하였다.

Ⅳ 가설검증 및 분석결과

4.1 표본 특성 및 분석방법

본 연구의 대상은, 시간 비용 상의 제약으로 연구 대상을 대구 경북지역 및 기타지역 컨설팅 업체에 종사하는 조직구성원으로 한정하였다.

본 실증분석에 이용된 설문은 인구 통계적 특성 개인 창의성 집단 창의성 감성지능 등 3개 분야로 나누어 조사하였다. 인구 통계적 특성으로는 규모, 연령, 학력, 직위, 업종, 근속년수 등을 조사하였다.

본 연구에서는 연구개발팀 및 신제품개발팀 등에 국한되어온 창의성 연구의 범위를 확장하고자 연구대상기업의 업무상 팀으로 일하며 아이디어를 내고, 문제를 해결하며, 일하는 방식의 개선을 도모하는 팀의 특성으로 업종을 컨설팅 기업으로 확장 선정하였다. 자료의 수집은 컨설팅관련에 기업에 근무하는 조직 구성원의 협조를 받아 2015년 3월 20일부터 4월 30일까지 약 6주간에 걸쳐 이루어졌다. 총 511부의 설문지를 배포하여 500부의 설문지를 회수하였으며 회수율은 978%로 집계되었다. 실제 사용한 설문지는 약 450부 약818%를 사용하였다. 실제 실증분석에서는 측정치의 신뢰도를 높이고 유용한 결과를 얻기 위하여 불성실하거나 누락자료 또는 결측치가 있는 설문지(37부)를 제거하였고, 총 413부를 최종 분석 자료로 활용하였다.

표 1. 설문내용
Table 1. Survey contents

Survey contents	Item number
Personal creativity 16 items	professionalism - I am reminiscing about novel and novel ideas. - I am confident that I have the ability to solve problems creatively. - I measured three items, including combining existing ideas and creating new ideas. Creative Activities - I am quite talented in what I am doing now. - I have a lot of expertise and experience related to what I am doing. - I am interested in books and articles related to my current work. Were measured in three items. Intrinsic motivation - I am motivated by curiosity. - If I get involved in work, I tend to forget other things. - I believe that it is important to enjoy what I do Were measured in three items.
Collective Creativity 8 items	- Our team is more creative than other departments (teams). - Our team's work results are fresher and more creative than other departments (teams). - The results of our work are useful and valuable compared to other departments. Our team is also able to solve problems that we find difficult in other departments (teams). - Our team thinks we have an ingenious and effective solution to the problem. Our team has a lot of fresh ideas that have not been tried before. - Our team is constantly looking for various ideas and approaches to the problem. - Our team measured 8 items such as trying to solve a similar problem every new way.
Emotional intelligence	Emotional Use - I always set my own goals and do my best to achieve them - I always tell myself that I am a competent person. - I am always trying to do my best. - I am a self-motivated person, measured by four items Understanding of self-emotion - I know most of the causes of the emotions that I feel. - I understand my own feelings. - I really understand what I feel. - I have always measured four items including knowing that I am happy and not happy Understand others' emotions - I can always know their feelings from my colleagues' behavior. - I am excellent at observing other people's feelings. - I understand the feelings of people around me. - I am sensitive to feelings and emotions of others. Emotion regulation - I can control my anger and reasonably resolve my difficulties. - I always calm down when I am very angry. - I have the ability to fully control my own feelings. - I have four items that have excellent control over my own feelings.

표 2 표본의 특성 (단위: 명(%)
Table 2 Characteristics of the sample (Unit: persons (%)

category		frequency	%
Scale	Small Business	175	424
	A midsize company	94	228
	major company	144	349
	Sum	413	1000
age	20's	62	150
	30's	147	356
	40's	130	315
	50's	74	179
	Sum	413	1000
education Degree	High school graduate	51	123
	College graduate	247	598
	Master	93	225
	doctor	22	53
	Sum	413	1000
spot	Executives	41	99
	Responsible grade	79	191
	Assistant Chief	82	199
	Seniority (manager)	72	174
	Researcher (employee)	139	337
	Sum	413	1000
Tenure Years	Less than 3 years	124	300
	Less than 5 years	81	196
	Less than 10 years	83	201
	More than 10 years	125	303
	Sum	413	1000

4.2 변수의 신뢰성 및 타당성 검증

4.2.1 신뢰성 분석

분석에 들어가기에 앞서 본 연구에서 사용된 설문 문항에 대한 신뢰성과 타당성을 측정하였다. 신뢰성이란, 동일한 개념에 대해서 반복적으로 측정했을 때 나타나는 측정값들의 분산을 의미하는 것으로, 일관성 있는 결과를 얻는 것을 말한다. 신뢰성은 안정성, 일관성, 예측 가능성, 정확성, 의존가능성 등으로 표현될 수 있는 개념이다. 신뢰성 분석 결과 대부분의 항목들이 신뢰기준인 Cronbach α>6 이상으로 만족할 수준 이었다.

4.2.2 측정도구의 타당성 검증

본 연구에서 사용된 문항의 타당성을 검증하고, 공통요인을 찾아내 변수로 활용하기 위해 요인분석을 실시하였다. 각 문항을 몇 가지 수의 요인으로 묶어줌으로써 각 문항들이 동일한 개념을 측정하는지 곧, 타당성이 있는지를 파악할 수 있다. 요인회전과 관련하여 직각회전(Varimax)방식을 이용하여 고유값이 1이상인 요인만을 추출하는 카이저의 기준을 적용하였다.

본 연구에서는 40 이상을 기준으로 선택하였다. 각 요인이 전체 분산에 대해 설명할 수 있는 정도를 나타내 주는 고유치는 10이상을 기준으로 하였다. 창의성에 대한 타당성분석 분석결과, 고유치가 10 이상인 요인은 총 4개의 요인이 도출되었고, 각 요인은부하량이 40 이상인 것만을 추출한 것이다. 4개 요인의 공통 변량은 총 69632%로 나타났다.

4.2.3 변수들 간의 상관관계 분석

본 연구에서 기술통계 분석은 설정한 연구모형을 검증하기 전에 기본적으로 수행해야할 분석과정으로 연구모형에 포함된 주요변수의 기술통계 및 상관관계를 분석하는 것이다. 내재적 동기의 경우 평균이 37이상으로 다른 잠재변수와 큰 차이는 없지만 높게 나타났고 다른 잠재변수들도 33이상으로 비교적 긍정적인 인식을 하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 창의성의 하위변수인 내재적 동기의 경우 다른 잠재변수에 비해 응답자들이 인식하는 정도가 상대적으로 높은 것으로 해석 할 수 있다. 가설검증에 앞서 변수 간 관련성에 대한 포괄적인 윤곽을 파악하고자 연구에 사용된 모든 변수들의 평균 및 표준편차, 그리고 변수들 간의 상관관계를 분석하였다.

4.3 가설 검증

4.3.1 [가설 1] 개인 창의성은 집단 창의성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

1-1: 전문성은 집단 창의성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

1-2: 창의관련작용은 집단 창의성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

1-3: 내재적 동기는 집단 창의성에 정(+)의 영향

을 미칠 것이다.

[가설 1]을 검증하기 위해 통제변수인 개인 창의성 독립변수인 전문성, 창의 관련 작용, 내재적 동기가 종속변수인 집단 창의성에 미치는 영향에 대하여 회귀분석을 실시하였으며, 전문성(p<001), 창의관련작용(p<001), 내재적 동기(p<001)는 집단 창의성에 유의한 영향을 주었다. 전문성(B=162), 창의관련작용이 높을수록(B=273), 내재적 동기가 높을수록(B=198) 집단창의성이 높아지며, 전문성 및 창의관련작용, 내재적동기 중에서 창의관련작용(β=311)이 집단창의성에 더 많은 영향을 주는 것으로 [가설 1]은 지지되었다.

4.3.2 [가설 2] 감성지능에 따라 개인창의성이 집단창의성에 미치는 영향은 달라질 것이다.

2-1 감성지능에 따라 개인 창의성이 집단 창의성에 미치는 영향은 달라질 것이다.

2-2 타인감성이해에 따라 개인 창의성이 집단 창의성에 미치는 영향은 달라질 것이다.

2-3 감성조절에 따라 개인 창의성이 집단 창의성에 미치는 영향은 달라질 것이다.

2-4 감성활용에 따라 개인 창의성이 집단 창의성에 미치는 영향은 달라질 것이다.

개인 창의성과 집단 창의성의 관계에서 자기감성이해의 조절효과에서 감성지능의 하위구성요인들의 자기감성이해를 살펴보면 다음과 같다.

감성지능의 하위구성요인인 자기감성 이해는 2단계 회귀분석에서는 유의적이지 않게 나타남(t=-0867, p>01)에 조절효과가 없는 것으로 나타났다. 따라서 기각 되었다. 그러나 다른 타인감성 이해는 2단계 회귀분석에서 유의적으로 나타남(t=-0148, p<01)에 조절효과가 있음을 보여 주고 있다. 감성조절은 2단계 회귀분석에서 유의적으로 나타남(t=-0598, p<01)에 조절효과가 있음을 보여 주고 있다. 감성 활용은 2단계 회귀분석에서 유의적으로 나타남(t=-0436, p<01)에 조절효과가 있음을 보여 주고 있다. 타인감성이해, 감성조절, 감성 활용은 유의적으로 나타나 채택 되었다.

V. 결 론

본 연구는 컨설팅 기업의 구성원을 대상으로 집단구성원의 감성지능의 조절로 개인 창의성이 집단 창의성에 미치는 영향이 어떤 관계를 갖는지 실증적으로 분석하기 위해 이를 연구문제로 설정하였다. 연구결과는 가설 검증의 결과 아래 아쉽게도 감성지능의 하위요소인 자기감성이해는 2단계 회귀분석에서는 유의적이지 않게 나타남 (t=-0867, p>01)에 따라 조절효과가 없는 것으로 나타났다. 따라서 기각 되었다. 작성자가 세운 가설 7개중에 6개항목이 유의 하다고 나타났으며 1개의 항목의 분석결과가 유의적이지 않게 나타났다. 이 항목은 컨설팅 기업의 한계인 통제문화의 영향으로 사료되며 이는 향후 충분히 개선될 수 있다고 추정한다. 또한 조절변수인 감성지능은 독립변수인 개인 창의성, 종속변수인 집단 창의성과 모두 유의한 정(+)의 상관관계를 가지고 있기 때문에 조절변수로서의 역할을 기대할 수 있다고 추측된다.

본 연구의 문제점(한계점)은 다음과 같다.

첫째 동일한 응답자가 원인과 결과변수에 원인과 결과의 모든 정보를 제시하였다는 측면에서 공통방법분산(Common Method Variance)의 문제로부터 자유로울 수 없다.

둘째 분석수준을 몇 개의 특정 컨설팅 기업으로 미시적으로 한정한 까닭에 표본의 크기에도 분명한 한계가 존재한다.

셋째 비용 및 시간상의 제약으로 인해 적은 수의 팀을 대상으로 한 종단 적 연구로 인해 연구 결과를 일반화 하는데 한계점이 있다.

넷째 감성지능의 조사도구에 대한 한계점이 지적될 수 있다.

21세기를 주도하는 성장산업인 컨설팅산업 중 특히 경영관련 분야는 전략, 혁신, 마케팅, 생산, 재무, 인사, 정보시스템, 등의 분야를 대상으로 하여 전문적인 지식과 경험을 기업에 제공하며 고객의 니즈에 따라 상호작용 및 의사소통 문제 해결, 신속하고 정확한 서비스 수행 등 컨설팅 기업의 조직 구성원들에 의해 행해지는 인적서비스로 구성된 서비스업이라 할 수 있다. 외국의 선행연구 및 사례를 살펴

보면 다양한 분야와의 협업 및 포트폴리오를 통해 보다 넓은 컨설팅산업에 접근해 가는 추세로 보이고 있다. 이처럼 컨설팅 기업의 조직 구성원들은 전문적인 기술적 업무 영역 이외에도 개인이 지각하는 감정을 조직과 고객의 니즈에 맞게 조절하고 표현하는 정서적 업무를 수행해야한다.

본연구의 분석 결과를 가지고 재해석 해보면 감성지능이 구성원들 간의 소통과 신뢰형성을 촉진하여 집단 창의성을 향상 시킬 수 있다는 결과를 도출함으로써 감성지능의 중요성을 지적하였다. 감성지능이 높은 구성원은 자신의 기분과 정서를 조절하는 감정적 안정성을 가지고 있으며 이를 통해 적절한의사 결정을 내릴 수 있다. 감성지능은 IQ와 달리 훈련과 경험을 통해 개발이 가능하며 HRD 영역에서 중요한 화두로 언급되고 있다[46][47]. Goleman의 연구에서 업무수행의 성공요인으로 IQ (Intelligence Quotient) 요소는 20%인데 반해서 EQ(Emotional Quotient) 요소는 80%로 나타났다고 [48] 작성자는 여러차례 강조 하였다. Goleman은 정신지능을 '좌절 상황에서도 개인을 동기화시키고, 자신을 지켜낼 수 있게 하며, 충동의 억제와 지연만족이 가능하게하고, 기분상태나 스트레스로 인해 합리적인 사고를 억누르지 않게 하며, 타인에 대해 공감할 수 있고 희망을 버리지 않는 능력'이라고 정의하였다[15].

마지막으로 본 연구에서 입증된 감성지능의 조절로 인한 창의성에 대한 중요성이 더욱 증진됨을 감안할 때, 컨설팅 학에서의 창의성 및 감성지능에 대한 연구개발의 간과는 4차 산업혁명 시대에 살고 있는 현 세대에 학문적 발달은 물론이고 특히 컨설팅산업의 모든 면에서 본질적으로 분명 불리하게 작용할 가능성이 높다고 사료된다. 컨설팅 기업은 외국계 컨설팅 사들과 기법, 효율성, 실적 등에 많은 차이를 좁힐 수 있도록 노력해야 하며, 기업 고유의 템플릿 개발에 박차를 가하여 향후 글로벌 컨설팅 시장에서 변화에 민감하게 대응할 수 있는 역량을 반드시 길러야 할 것이다.

Rerefences

[1] Fisher, C M and Amabile, T, "Creativity, improvisation and organizations The Routledge Companion to Creativity, pp. 13-24, 월 2009.

[2] Poong-Du Roh, Yong-Gon Cho, and Keun-Tae Cho, "Developement of An Evaluation Index of Organizational Creativity Level", Journal of Korea technology innovation society, Vol. 14, No. 1, pp. 109-138, June. 2011.

[3] J. P. Guilford, "The nature of human intelligence", McGraw-Hill, 1967.

[4] T. M. Amabile, "A model of creativity and innovation inorganizations", B. M. Staw & L. L. Cummings (Eds.), 1988.

[5] R. Drazin, M. A. Glynn, and R. K. Kazanjian, "Multilevel theorizing about creativity in organizations: A sensemaking perspective", Academy of Management Review, Vol. 24, No. 2, pp. 286-307, Apr. 1999.

[6] R. W. Woodman, J. E. Sawyer, and R. W. Griffin, "Toward a theory of Organizational Creativity", Academy of Management Review, Vol. 18, No. 2, pp. 293-321, Apr. 1993.

[7] S. Taggers, "Individual creativity and group abilit y to utilize individual creative resources: A multi -level model", Academy of Management Journal, Vol. 45, No. 2, pp. 315-330, Apr. 2002.

[8] G. A. Neuman and J. Wright, "Team effectiveness: Beyond skills and cognitive ability", Journal of Applied Psychology, Vol. 84, No. 3, pp. 376-389, Jul. 1999.

[9] Hyun-Do Seol, "Social Capital, and Knowledge Sharing", The Korean-Japanese Economics & Management Association Transformational Leadership, Vol. 62, pp. 45-69, Feb, 2014.

[10] A. B. Hargadon and B. A. Bechky, "When collections of creatives become creative collectives: A field study of problem solving at work", Organization Science, Vol. 17, No. 4, pp 484-500, Jul. 2006.

[11] M. Zeidner, R. D. Roberts, and G. Matthews, "The science of emotional intelligence Current consensus and controversies", European

Psychologists, Vol. 13, No. 1, pp. 64-78, Jan. 2008.

[12] J. Zhou, "When the presence of creative coworkersis related to creativity : role of super visor close monitoring, development al feedback, and creative personality", Journal of Applied Psychology, Vol. 88, No. 3, pp. 413-422, Jun. 2003.

[13] P. Salovey and J. D. Mayer, "Emotional intelligence", Imagination, Cognition and Personality, Vol. 9, No. 3, 185-211, Mar. 1990.

[14] Jea-Gu Kang, "The effect of supervisor and load emotional intelligence on transformational leadership, team positive emotion, team creativity, team efficiency & team performance", Dongguk University Thesis, pp. 21-22, Dec. 2013.

[15] D. Goleman, "Emotional Intelligence: Why it can matter more than IQ", NewYork: Bantam Books, Sep. 2005.

[16] Im Seon-ha, "Invitation to Creativity", KYOBO BOOK, 1993,

[17] R. J. Sternberg, J. C. Kaufman, and J. E. Pretz, "The creativity conundrum", New York: Psychology Press, 2002.

[18] Sternberg & Grigorenko & Singer 2004 Creativity: From Potential to Realization Visit the APA Books homepage to browse or search for other books Edited by Robert J Sternberg, Phd, Elena L Grigorenko, Phd, & Jerome L Singer, Phd, 2004.

[19] Robert J. Sternberg, Elena L. Grigorenko, Jerome L. Singer, "Creativity: From Potential to Realization", Amazon Kindle, 2009.

[20] Sun-wook Bang, "A Study of Social Context Affecting Creativity", Journal of Educational Science, Vol. 13, pp. 25-37, Sep. 1999.

[21] D. Leonard and W. Swap, "When sparks fly igniting creativity in group", Boston Harvard Business School Pres, 1999.

[22] Teresa M. Amabile, "Creativity and innovation in organizations", Harvard Business School, Jan. 1996.

[23] A. Pirola-Merlo and L. Mann, "The relationship between individual creativity and team creativity: Aggregating across people and time", Journal of Organizational Behavior, Vol. 25, No. 2, pp. 235 -257, Feb. 2004.

[24] M. D. Mumford and S. B. Gustafson, "Creativity syndrome: Integration, application, and innovation, Psychological Bulletin, Vol. 103, No. 1, pp 27-43, Jan. 1988.

[25] T. R. Kurtzberg, T. M. Amabile, "From Guilford to Creativity Synerge: Opening the black box of team-level creativity", Creativity Research Journal, Vol. 13, No. 3, pp. 285-294, Oct. 2001.

[26] C. E. Shalley, J. Zhou, and G. R. Oldham, "The effects of personal and contextual characteristics on creativity : Where should we go from here?", Journal of management, Vol. 30, No. 6, pp. 933-958, Nov. 2004.

[27] J. R. Hollingsworth, "A Path-Dependent Perspective on Institutional and Organizational Factors Shaping Major Scientific Discoveries", in J Hage & M Meeus(eds) Innovation, Science, and Institutional Change: A Research Handbook London and New York: Oxford University Press pp. 423-442, 2006.

[28] Min Hyung Lee et al., "New strategies and Management System for activating creative basic research in Korea", pp. 1-290, Dec. 2009.

[29] Wong-Dng Kim, Min-Houng Lee, "Exploring creative frontier research environment", Science & technology policy issue, Vol. 8, pp. 16-23, Jun. 2008.

[30] Hyoung Sun Ryu, "Study on the Effects and Influential Factors of Group Creativity", Sungkyunkwan University doctoral thesis, pp. 14, Aug. 2010.

[31] N. King and N. Anderson, "Innovation in working groups In A M West & J L Farr(E)

Innovation and creativity at work: Pycholog and organizational strategies", Oxford, England: John Wiley & Son, 1990.

[32] J. D. Mayer, M. DiPalo, and P. Salovey, "Perceiving affective content in ambiguous visual stimuli : A component of emotionl intelligence", Journal of Personality Assessment, Vol. 54, No. 3, pp. 772-781, 1990.

[33] R. S. Woodworth, "Psychology", 4th Ed New York: Henry, 1940.

[34] R. W. Leeper, "Some needed developments in the motivational theory", In D Levine(ed) Nebraska symposium on motivation university of Nebraska Press, Lincoln, Nebraska, pp. 25-122, 1965.

[35] Easterbrook, "Anxiety: The Cognitive Perspective", 52 page, 1959.

[36] Lee, Duck-Ho, "(A) Study on the Emotional Intelligence of High School Athletes", 2003.

[37] Choi, Jeonghee, A Study on the Emotionally Intelligent Learning Organization Model Based on the Theory of Emotional Intelligence", 2013.

[38] Salovey, P and Mayer J D, "What is emotional intelligence? In P Salovey & D Sluyter(Eds) Emotional development and emotional intelligence: Implications for educators", New york: Basic Books, pp. 3-31, 1997.

[39] Kim, Tae-Jun, "The effects of superior's Emotional Intelligence on subordinate's Emotion and performances", pp. 6, 2007.

[40] Kurtzberg, T R and Amabile, T M, "From Guilford to Creativity Synerge: Opening the black box of team-level creativity Creativity", Research Journal, Vol. 13, No. 3-4, pp. 285-294, Oct. 2001.

[41] Gong, Y, Kim, T Lee, D, and Zhu, J, "A multilevel model of team goal orientation, information exchange, and creativity", Academy of Management Journal, Vol. 56, No. 3, pp 827-851, Jun. 2013.

[42] Eum, Hyun-sup, "Efficient use of digital media and the relationship between writing", Korean College Composition and Communication, Vol 13", pp. 163-192, Sep. 2015.

[43] T. M. Amabile, "Motivating creativity in organizations: On doing what you love and loving what you do", California Management Review (Pre-1986), Vol. 40, No. 1, pp. 39-58, Fall 1997.

[44] T. M.. Amabile, "How to kill creativity Harvard Business School Publishing", 1998.

[45] Kim, Hyun-Jin, "The Relationship between Individual Creativity and Group Creativit", Graduate School Dankook Universi,Master Thesis june 2014.

[46] V. Dulewicz and M. Higgs, "Can emotional intelligence be developed?", International Journal of Human Resource Management, Vol. 15, No. 1, pp. 95-111, Feb. 2004.

[47] D. Goleman, "Leadership That gets Results", Harvard Business Review, Vol. 78, No. 2, pp. 78-90, Mar. 2000.

[48] D. Goleman, "Working with Emotional Intelligence", New York: Bantam, Oct. 1998

[49] Goleman D, Boyatzis R, and McKee A., "Primal leadership: Learning to lead with emotional intelligence", Boston: Harvard Business School Press, 2002.

저자소개

김 병 익 (Boung-Ik Kim)

2015년 8월 : 금오공과대학교 컨설팅대학원 석사

2017년 8월 ~ 현재 : 영남대학교 디지털융합비즈니스학과 박사과정

관심분야 : 경영전략 디지털비즈니스

김 창 수 (Chang-Su Kim)

2003년 2월 : 영국 런던정경대 (London School of Economics: LSE) 전자상거래박사
2006년 7월 ~ 2007년 8월 : 영국 런던대학교, School of Computer Science & Information systems 객원교수
2010년 3월 ~ 2010년 9월 : 미국 Carnegie Mellon University, School of Computer Science 객원교수
2004년 3월 ~ 현재 : 영남대학교 경영학과 교수
관심분야 : 디지털비즈니스, 기업가정신