



www.akht.or.kr

Journal of Hospitality & Tourism Studies

The Academy of Korea Hospitality & Tourism



여행사 직원의 지적자본이 경영성과에 미치는 영향

Effect of intellectual capital on business performance of travel agency employees

김범진*

Kim, Beom-Jin

* 배화여자대학교 글로벌관광과 조교수, bjkim@baewha.ac.kr, 관심분야: 호텔관광마케팅, 여행사경영

요약

본 연구의 목적은 여행사 직원을 대상으로 여행사의 지적자본이 경영성과에 미치는 영향관계를 제시하고자 한다. 연구를 수행하기 위해 2020년 4월 3일부터 4월 24일까지 여행사 직원을 대상으로 280부 설문지를 배포하였으며 250부의 유효데이터를 이용하여 실증분석을 하였고 결과는 다음과 같다. 첫째, 여행사의 인적 자본은 경영성과에 부분적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 여행사 고객관계 지표에 영향을 미치는 요인은 직원 경쟁력 요인, 훈련프로그램 요인 순으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 창의성/동기 요인은 통계적으로 유의적인 영향이 없었다. 기업 프로세스 지표에 영향을 미치는 요인은 직원 경쟁력, 창의성/동기 요인, 훈련프로그램 요인 순으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 여행사의 조직자본은 경영성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 여행사 고객관계 지표에 영향을 미치는 요인은 개발/정보기술 요인, 수익성/생산성 요인, 조직문화 요인 순으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 기업 프로세스 지표에 영향을 미치는 요인은 조직문화 요인, 개발/정보기술 요인, 수익성/생산성 요인의 순으로 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 셋째, 여행사의 고객자본은 경영성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 여행사 고객관계 지표에 영향을 미치는 요인은 고객관리 요인, 고객만족 요인, 고객지향성 요인 순으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 기업 프로세스 지표에 영향을 미치는 요인은 고객만족 요인, 고객지향성 요인, 고객관리 요인의 순으로 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

핵심용어

지적자본,
경영성과,
여행사

ABSTRACT

The purpose of this study is to present the influence of travel agency intellectual capital on business performance among travel agency employees. To conduct the study, 280 questionnaires were distributed to travel agency employees from April 3, 2020 to April 24, 2020. Finally, 250 questionnaires of valid data were used for empirical analysis. First, it was found that the human capital of the company had a partial effect on the business performance. The factors influencing the travel agency's customer relationship index were found to be in the order of employee competitiveness and training program factors. Creativity/motivation factors had no statistically significant effect. The factors influencing the corporate process indicators were found to be in the order of employee competitiveness, creativity/motivation factor, and training program factor. Second, it was found that the organizational capital of a travel agency had an effect on business performance. The factors influencing the travel agency customer relationship index were found to have an effect in the order of development/information technology, profitability/productivity, and organizational culture. The factors influencing corporate process indicators were analyzed in order of organizational culture factor, development/information technology factor, and profitability/productivity factor. Third, it was found that the customer capital of a travel agency has an effect on business performance. The factors influencing the travel agency's customer relationship index were found to be in the order of customer management factor, customer satisfaction factor, and customer orientation factor. The factors influencing the corporate process index were analyzed to be in the order of customer satisfaction factor, customer orientation factor, and customer management factor.

KEYWORDS

intellectual capital,
business performance,
travel agency

ACCEPTANCE INFO.

2020.12.17. 원고 접수
2020.12.24. 1차 수정본 접수
2020.12.27. 2차 수정본 접수
2020.12.29. 최종수정본 접수
2020.12.29. 최종 게재 확정
3인 익명심사필

ACKNOWLEDGEMENTS

이 논문은 2020년도 배화여자대학교 학술연구비를 지원 받아 수행된 연구임.

I. 서론

최근 기업의 환경은 산업 중심에서 지식 집약적 환경으로 변화되면서 기업 가치와 경쟁력 측면에서 유형자산보다 기업의 핵심역량을 구성하는 무형자산 항목들이 중요한 역할을 하고 있다(나현정 등, 2018; 이영찬, 2007). 지식기반경제는 지속적으로 기업의 성과를 달성할 수 있도록 하는 무형의 원천으로 지적자본의 중요성 증가에 기인한다고 볼 수 있다(김경재·정범구, 2008; 김태구, 2012; 이도현, 2008). 이러한 지식기반사회는 부를 창출할 수 있는 정보, 경험, 지식, 지적재산 등 지적자본의 중요성과 필요성이 증가하고 있고, 지적자본을 적극적으로 활용한 기업경영은 경쟁우위의 핵심적인 성장동력이 되고 있다(Teece, 2000).

지적자본은 경영성과와 연결된 지식, 전문성, 경험 등과 관련된 비재무적 자산이며 실제로 파악할 수 없는 무형자산의 총합이다(Chen et al., 2006). 또한 인적자본, 구조적자본, 고객자본으로 구성되어 있고 기업의 가치와 경영성과에 중요한 영향을 주는 요소라고 할 수 있다(Bontis, 1998). 여행사, 호텔을 포함한 대고객 서비스기업은 고객과 접촉이 많은 서비스 접점에서 모든 정보와 서비스가 제공되므로 지적자본의 활용이 필요한 조직이다(박찬선 등, 2014). 특히 4차 산업혁명으로 인하여 급속한 사회경제적 변화를 예고하고 있으며 기술적 접근과 함께 조직구조, 프로세스, 정보기술, 역량 등도 중요하다(이원준, 2018). 그러므로 여행사가 4차산업과 같은 대처하기 위해서는 지적자본의 보유 및 적극적인 활용은 매우 중요한 부분이라고 할 수 있다.

현대산업에서 지적자본과 관련한 연구는 비교적 최근에 관심을 가지고 있으며(김태구, 2012), 호텔, 컨벤션, 항공사, 외식 등의 다양한 현대산업 분야에서 진행되고 있다. 호텔기업의 지적자본과 경영성과(나현정 등, 2018; 윤성필, 2019; 이은영·강상목, 2005; 임귀철, 2008), 호텔의 지적자본과 비재무적 성과(송래현, 2019; 안호준, 2018), 호텔기업의 인적자본과 혁신행동(강상목, 2010; 조용진·윤유식, 2018; 하용규, 2010), 호텔컨벤션 지적자본과 경영성과(조용진 등, 2020), 호텔기업의 지적자본과 조직유효성(박종철 등, 2012), 항공사 지적자본과 비재무적 성과(윤성주, 2019), 패밀리 레스토랑의 지적자본과 경영성과(김태구, 2012) 등의 실증연구가 진행되었다. 이에 따라 여행사와 같은 현대기업에서 지적자본이 경영성과에 어떤 영향을 주고 있고 설득력 있는 관계인지 문헌연구 및 실증연구가 필요하다고 판단된다.

기업의 지적자본에 대한 중요성에도 불구하고 다른 현대산업에 비하여 여행사의 지적자본에 대한 연구는 매우 부족한 상황이다. 또한 여행사의 지적자본과 경영성과에 대한 인과관계의 실증연구는 거의 전무한 실정이라고 할 수 있다. 따라서 본 연구는 국내 서울 소재의 여행사를 대상으로 여행사의 지적자본이 경영성과에 미치는 영향을 파악하고자 한다. 이를 통하여 여행사의 지적자본 활용 및 경쟁력 강화를 위한 방향 제시와 경영성과 향상을 위한 다양한 시사점을 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 지적자본

지적자본은 1990년대 이후 다양한 분야에서 기업의 중요한 가치동인으로 인지되면서 관련 학자들로부터 관심을 받았고 여러 가지 다양한 정의가 내려지고 있다(김태구, 2012). Edvinsson & Malone(1997)은 지적자본을 사람의 경험과 전문적 기술, 조직 기술, 고객관계라고 개념화하였고 무형자산 혹은 지식자산과 같은 의미로 간주하였다. Roos et al.(1997)은 지적자본을 조직의 성과와 가치를 높이는 무형자산의 총체라고 하였고, Schiuma et al.(2007)은 기업에게 가치를 창출해줌으로써 경쟁력을 향상시킬 수 있는 지적자산이라고 정의하였다. Saldo et al.(2018)은 혁신 및 창조, 경쟁우위, 조직 가치에 기여하는 지식기반 활동과 과정이라고 정의하고 있다. 안호준(2018)은 지적자본이란 인적자원이 되는 개인, 고객, 구조, 사회적 관계 등을 통해 가치 및 경쟁우위의 원천인 무형자산의 총합이라고 하였고, 윤성주(2019)는 기업의 가치창출과 경쟁우위를 높이기 위한 무형의 정보 지식기반이라고 정의하였다.

지적자본의 구성요인과 관련한 선행연구를 검토해 보면 지적자본은 1개의 속성이 아닌 복합적인 속성으로 다양하게 구성되어 있어서 속성의 상호작용이 중요하다고 볼 수 있다(윤성주, 2019; Bukh et al., 2001). 이러한 속성의 상호작용으로 다수의 연구자들에게 의하여 검증된 변수는 인적자본, 조직자본, 고객자본이다(Turner et al., 2015). 인적자본은 지식, 정보기술, 창조력, 태도, 경험 등과 같은 직원의 개인적인 능력과 잠재성을 이끌어내며 발전시키는 기업의 역량이라고 하였다(Dahash & Al-Dirawi,

2018). 직원은 고객 관계개선에 중점을 두고 기업 이미지 제고에 중요한 역할을 해야 하며 고객과 효율적인 커뮤니케이션이 매우 필요하다(Sveiby, 1997). 조직자본은 직원이 공유하고 있는 신념, 가치, 협조 등을 포함하는 개념으로서 기업에 의해 운영되는 능력을 의미하고, 인적자본을 지지하는 기본적인 인프라 역할을 한다고 할 수 있다(김광휘, 2013). 또한 인적자본이 올바른 기능을 할 수 있도록 지원하는 프로세스, 조직문화, 정보시스템과 같은 조직의 능력과 기능을 의미하기도 한다(Bontis, 1998; Bontis et al., 2015; Enz et al., 2006). 고객자본은 기업의 고객 관계와 마케팅 채널과 유사하게 시장에서 구성된 지식을 의미하고, 고객과 관련되어 기업 외부와 연결되어 있으므로 체계화가 어렵다고 할 수 있다(Bontis, 1998; Bontis et al., 2000).

선행연구를 바탕으로 본 연구에서의 지적자본은 여행사의 지적자본이 되고 있는 직원, 고객, 구조 등의 관계관리를 통하여 기업의 가치를 높이고 경쟁력의 원천이 되는 무형자산의 총체라고 정의하였고, 김태구(2012), 나현정 등(2018), 안호준(2018), 윤성주(2019), 윤성필(2019), Engström et al.(2003), Kim et al.(2011), Sveiby(2010) 등의 연구를 바탕으로 여행사의 지적자본을 인적자본, 조직자본, 구조적자본으로 구분하여 분석하고자 한다.

2. 경영성과

Price(1972)는 경영성과를 기업의 경쟁력 제고를 위해서 수익성과 성장성을 우선적으로 고려하는 것으로서 기업의 공통 목표들을 관리하며 조직 내부의 능력평가 및 목표달성을 평가하는 지표라고 하였고, 김범진(2019)은 경영성과를 여행사의 경쟁력 강화를 위한 가치창출 및 목표달성에 대한 평가가치라고 정의하였다. Tanriverdi(2005)는 기업의 부를 최종적으로 판단해 볼 수 있는 지표라고 경영성과를 정의하며, 생산성 및 효율성과 같은 내부성과를 가져올 수 있고 고객만족 및 고객관리와 같은 외부성과도 증가될 수 있다고 하였다. 경영성과의 측정은 재무적 성과와 비재무적 성과로 구분할 수 있는데, 재무적 성과는 기업의 매출액, 비용, 수익성, 투자수익률 등 정량화가 가능한 개념이라고 할 수 있고, 비재무적 성과는 만족, 몰입, 경쟁력 향상 등 정량화가 불가능한 개념으로 이용되고 있다(최송이 등, 2013). 그동안 경영성과의 지표로 많이 사용된 것은 재무적 성과이며 이는 기업의 최종적인 목적인 이익 극대화라는 부분이 재무적 목표와 같기 때문이다(조원섭, 2007). 이러한 재무적 성과는 장기적인 경영성과를 측정하는데 어려움이 있고 기업의 무형적인 가치를 반영하기 힘들다는 한계점이 있어서 최근에는 비재무적 경영성과에 대한 측정과 평가에 대한 관심이 증가하고 있다(안호준, 2018; Eccles, 1991).

조직의 유형적 자산보다는 무형적 지적자산에서 나타나는 가치로 확장되면서 경영성과의 지표가 리더십, 기업문화, 프로세스, 고객서비스, 사업모델, 정보시스템 등의 무형자산 항목이 중요하게 대두되고 있다(정태용, 2014; Abhishek et al., 2006; Liao et al., 2009; Samson & Terziovski, 1999).

Kaplan & Norton(1992)은 호텔의 경영성과지표로 고객관계측면의 브랜드이미지 관리, 상품차별화, 고객유지, 신속한 대응 등과 내부 프로세스 측면의 재고회전, 배달, 상품결합 등 비재무적 성과를 재무적 성과와 동일한 결과로 평가하여 통합적으로 관리하는 균형성과표(balanced score card)라는 방안을 제시하였다. 이러한 균형성과표는 관리가 가능한 주요 성과지표로 경영자가 기업의 경영상태를 신속히 확인하고 평가하도록 하는 시스템이다(김주은, 2015). 또한, 비재무적 성과지표를 활용하여 과거와 현재, 미래의 기업 가치와 성과를 측정하고 분석할 수 있다(서범석, 2009).

여행사 경영성과에 대한 선행연구를 살펴보면, 박영진(2014)은 여행사 직원의 조직몰입과 조직후원인식이 경영성과에 영향을 준다고 분석하였다. 박진영·구본기(2010)는 여행사 직원의 조직후원인식은 성과에 정(+)의 영향을 미친다고 하였고, 신재원(2019)은 여행사 직원의 직무특성 및 직무태도가 성과에 정(+)의 영향을 미친다고 분석하였다. 천덕희 등(2018)은 MICE 여행사의 혁신성은 재무적인 성과 및 비재무적 성과 모두 높이는 요인이라고 분석결과를 제시하였다.

선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 비재무적 성과 측정의 장점을 활용하고, 균형성과표 관점에서 여행사의 경영성과를 측정하기 위해 고객과의 연계를 포함한 고객관계지표, 내부 프로세스를 포함한 기업 프로세스 등 성과를 추출하여 지적자본과 경영성과의 영향관계를 분석하고자 한다.

3. 지적자본 구성요인과 경영성과 영향관계

Bontis(1998)는 지적자본 분석을 위한 척도를 개발하였고 조직자본과 고객자본은 경영성과에 유의한 영향을 미친다고 분석하였으나 인적자본은 유의한 영향을 미치지 않는다고 제시하였다. Enz et al.(2006)은 호텔에서 지적자본이 기업성과의 핵심 요인이라고 하였고 지적자본에 대한 투자가 수익성에 중요한 요인이라는 것을 실증적으로 분석하였다. Wang & Chang(2005)은 대만의 정보산

업 기업을 대상으로 조사하였고 조직자본과 고객자본이 유의한 영향을 미치며 인적자본은 영향을 미치지 않는다고 제시하였다.

나현정 등(2018)은 호텔기업의 인지적 경영성과에 미치는 영향과 경영형태에 따른 차이를 검증하였고, 인적자본, 구조적자본, 고객자본이 인지적 경영성과에 영향을 미치는 것으로 분석하였다. 윤성필(2019)은 호텔기업의 지적자본, 지식경영활동, 경영성과와의 구조적 관계를 검증하였고 호텔 종사원의 지적자본과 경영성과는 유의한 영향을 미치는 것으로 제시하였다. 또한, 기업의 경영성과를 측정하는데 균형성과표를 활용하여 고객관계, 내부프로세스 등 비재무적 경영성과를 분석하였다. 윤성주(2019)는 항공사 승무원을 대상으로 조사하였고, 인적자본의 직무동기를 제외한 인적자본, 구조적자본과 고객자본이 경영성과에 영향을 미치는 것으로 분석하였다.

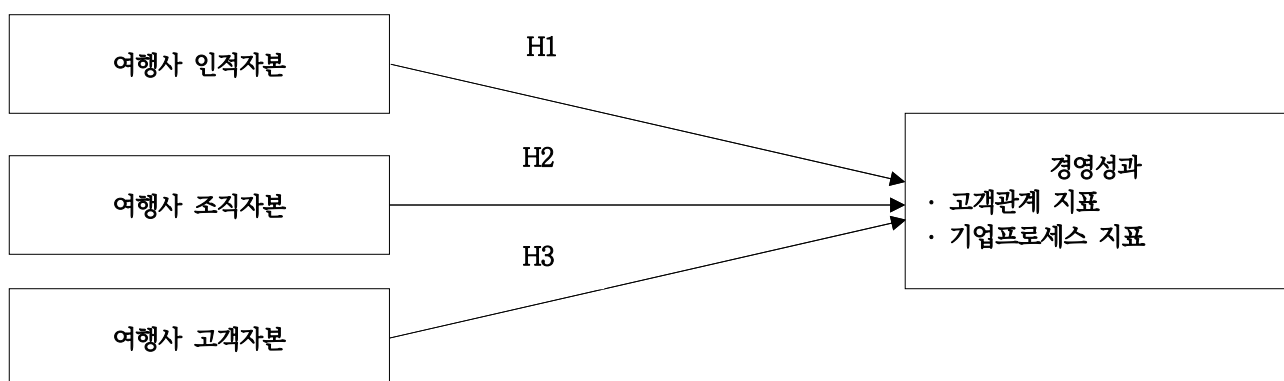
기존의 선행연구들을 근거로 본 연구에서는 지적자본을 구성하는 요인 인적자본, 조직자본, 고객자본이 경영성과를 높일 수 있다고 보고 다음의 가설을 설정하였다.

H1. 여행사의 인적자본은 경영성과에 정(+)의 영향을 미친다.

H2. 여행사의 조직자본은 경영성과에 정(+)의 영향을 미친다.

H3. 여행사의 고객자본은 경영성과에 정(+)의 영향을 미친다.

이상의 선행연구들을 바탕으로 설정한 가설의 영향 관계를 도식화하여 연구에 대한 흐름을 보여주는 연구모형은 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 연구의 모형

III. 연구 설계

1. 변수의 조작적 정의 및 측정도구

여행사 직원을 대상으로 실시한 설문내용은 기존의 국내 및 해외 선행연구를 검토한 이후 추출된 변수를 사용하였고, 총 3개의 부분으로 구분하여 제시하였다. 첫째, 인적자본은 여행사 직원의 지식, 경험, 기술, 창의성 등 직원들이 가지고 있는 전체적인 역량으로 정의하였다. 인적자본 설문 문항은 나현정 등(2018), 송래현(2019), Kim et al. (2011), Sveiby(2010) 등의 선행연구를 바탕으로 총 10개 항목으로 구성하였다. 각 문항들은 전혀 그렇지 않다(1)~매우 그렇다(7)의 리커트 7점 척도로 측정하였다. 조직자본은 여행사의 목표 달성을 위해 전략적으로 개발하고 운영하는 능력이라고 정의하였다. 조직자본 설문 문항은 김태구(2012), 윤성필(2019), 조용진 등(2020), Engström et al. (2003) 등의 선행연구를 바탕으로 총 10개 항목으로 구성하였으며, 각 문항들은 전혀 그렇지 않다(1)~매우 그렇다(7)의 리커트 7점 척도로 측정하였다. 고객자본은 고객과의 관계에서 이루어진 서비스, 상품, 역량으로 정의하였다. 고객자본 설문 문항은 안호준(2018), 윤성주(2019), 이도현(2008) 등의 선행연구를 바탕으로 총 8개 항목으로 구성하였으며, 각 문항들은 전혀 그렇지 않다(1)~매우 그렇다(7)의 리커트 7점 척도로 측정하였다.

둘째, 경영성과는 여행사 직원을 통한 고객관계, 기업 프로세스 등으로 나타나는 가치의 총체적인 결과라고 정의하였다. 경영성과의 설문 문항은 안호준(2018), 윤성필(2019), 이재식(2009), 조원섭(2007), Kaplan & Norton(1992) 등이 제시한 선행연구를

바탕으로 총 6개 항목으로 구성하여 본 연구를 진행하였다. 각 문항들은 전혀 그렇지 않다(1)~매우 그렇다(7)의 리커트 7점 척도로 측정하였다.

셋째, 연구대상에 대한 일반적인 인구통계적 특성을 분석하기 위해 성별, 결혼여부, 연령, 교육수준, 직급, 근무년수 등 6개 항목을 조사하고자 한다.

2. 표본추출 방법 및 자료분석

본 연구의 자료수집을 위하여 2020년 4월 3일부터 4월 24일까지 약 4주간에 걸쳐 서울 소재의 여행사 직원을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 표본추출은 비확률표본추출방법에서 집단별로 필요한 설문을 하기 이전에 정해진 비율로 추출하는 방식인 할당표본추출법으로 총 280부를 배포하였다. 회수된 설문지 중에서 일관성이 없거나, 무응답 문항, 또는 문제가 있다고 판단된 설문지를 제외하고 최종 250부(89.3%)의 설문지를 실증분석에 활용하였다. 설문조사는 지적자본과 경영성과의 영향이라는 주제와 연구목적에 충분히 설명한 후에 자기기입법으로 실시하였고, 설문에 성실하게 응답한 직원에게는 작은 답례품을 제공하였다. 여행사 선정은 설문조사를 실시하기 전에 담당자와 통화하여 직원들이 지적자본에 대해 인지하고 있는지 확인하였고, 서울에서 최소 3년 이상 운영한 여행사 8개를 대상으로 하였다.

설문조사를 통해 얻은 자료 분석을 위해 SPSS 20.0을 이용하였다. 첫째, 인구통계학적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시하였다. 둘째, 변수의 신뢰성과 타당성을 검증하기 위하여 신뢰성분석과 요인분석을 실시하였다. 셋째, 연구가설을 검증하기 위하여 다중 회귀분석을 실시하였다.

IV. 실증 분석

1. 표본의 특성

여행사의 인구통계학적인 특성을 분석하기 위하여 빈도분석을 실시하였고 분석 결과는 <표 1>과 같다. 남성은 153명(61.1%), 여성은 97명(38.8%)로 남성의 비율이 높은 것으로 나타났고, 결혼여부는 미혼 135명(54.0%), 기혼 115명(46.0%)로 미혼의 비율이 다소 높은 것으로 나타났다. 연령은 21~30세가 81명(32.4%), 31~40세가 98명(39.2%), 41~50세가 51명(20.4%), 51세 이상이 20명(8.0%)로 분석되었고, 교육수준은 전문대졸 이하 76명(30.4%), 대학교졸 146명(58.4%), 대학원졸 이상 28명(11.2%)로 나타났다. 직급은 과장급이 107명(42.8%)로 가장 높은 비율을 보이고 있는데 이는 지적자본에 대한 이해를 하고 있는 직원을 대상으로 진행한 결과라고 판단된다. 사원/대리급 100명(40.0%), 차장급 28명(11.2%), 부장급 이상 15명(6.0%)으로 나타났다. 근무년수는 1~3년 미만 45명(18.0%), 3~5년 미만 72명(28.8%), 5~10년 미만 55명(22.0%), 10년 이상 78명(31.2%)으로 나타났다.

<표 1> 인구통계학적인 특성

변수명	항목	빈도(명)	비율(%)	변수명	항목	빈도(명)	비율(%)
성별	남성	153	61.1	결혼여부	미혼	135	54.0
	여성	97	38.8		기혼	115	46.0
연령	21세-30세	81	32.4	교육수준	전문대졸 이하	76	30.4
	31-40세	98	39.2		대학교졸	146	58.4
	41-50세	51	20.4		대학원졸 이상	28	11.2
	51세 이상	20	8.0				
직급	사원/대리급	100	40.0	근무년수	1-3년 미만	45	18.0
	과장급	107	42.8		3-5년 미만	72	28.8
	차장급	28	11.2		5-10년 미만	55	22.0
	부장급 이상	15	6.0		10년 이상	78	31.2

2. 신뢰성 및 타당성 분석

지적자본 및 경영성과 변수의 신뢰성 및 타당성을 분석하기 위한 탐색적 요인분석을 실시하였고, 신뢰성을 검증하기 위해서 Cronbach's α 계수를 사용하여 신뢰성 분석을 하였다. 첫째, 지적자본에 대한 측정 항목 10개에 대한 탐색적 요인분석의 결과는 <표 2>와 같다. 총 3개의 요인이 추출되었고, 총 분산 설명력은 84.557%를 나타내었다. 요인 1은 '직원 경쟁력', 요인 2는 '창의성/동기', 요인 3은 '훈련프로그램' 이라고 요인명을 명명하였다. 측정된 항목의 요인 적재 값은 .6 이상으로 제시되었고, Cronbach's α 계수는 직원 경쟁력 .929, 창의성/동기 .890, 훈련프로그램 .897 으로 내적 일관성을 가지는 것으로 나타났으며 변수에 대한 신뢰성은 확보되었다고 판단된다.

<표 2> 지적자본에 대한 신뢰성 및 타당성 분석

요인명	요인변수	요인적재량	아이겐값	분산 설명력	α
요인 1 직원 경쟁력	- 직원의 직무역량은 경쟁 여행사보다 뛰어나 - 직원은 성공적 직무 수행 역량 갖추 - 여행사는 발전 가능성 높은 직원 채용함 - 직원은 조직성과 달성을 위한 역량 갖추 - 직원은 경쟁 여행사보다 전문적인 지식을 가지고 있음	.881 .839 .804 .797 .604	6.530	64.298	.929
요인 2 창의성/동기	- 직원은 창의적임 - 직원이 제시하는 새로운 아이디어 잘 받아들임 - 직원은 적절한 승진기회를 받고 있음	.847 .837 .816	1.203	11.029	.890
요인 3 훈련프로그램	- 직원의 직무역량 향상을 위한 프로그램 시행함 - 교육훈련 프로그램은 직무역량 향상에 도움을 줌	.788 .781	1.037	9.230	.897

KMO=.926, Bartlett검정=2420.694, 설명 분산 누적계수=84.557%

둘째, 조직자본에 대한 탐색적 요인분석의 결과는 <표 3>과 같으며 총 3개의 요인이 추출되었다. 개발/정보기술 요인, 조직문화 요인, 수익성/생산성 요인 이라고 명명하였고 요인 적재값은 .7 이상으로 측정항목의 타당성을 확보하였다고 할 수 있다. Cronbach's α 계수로 항목의 신뢰도를 측정하였으며 개발/정보기술 .939, 조직문화 .927, 효율성 .868 으로 내적 일관성을 가지는 것으로 분석되었다.

<표 3> 조직자본에 대한 신뢰성 및 타당성 분석

요인명	요인변수	요인적재량	아이겐값	분산 설명력	α
요인 1 개발/정보기술	- 여행사는 새로운 상품과 서비스 개발함 - 여행사는 새로운 아이디어 적극 활용함 - 여행사의 정보시스템은 직무수행에 도움이 됨 - 여행사는 지속적으로 서비스 품질을 향상시킴 - 여행사의 정보시스템은 직무관련 정보의 접근 쉬움	.818 .780 .773 .741 .712	7.144	61.436	.939
요인 2 조직문화	- 조직 분위기는 즐거움 - 직원들 의사소통은 자유로움 - 직원을 격려하고 응원해줌	.830 .828 .800	1.282	11.025	.927
요인 3 수익성/생산성	- 수익구조 개선을 위해 노력함 - 직원들의 생산성은 향상되고 있음	.869 .701	1.003	8.626	.868

KMO=.920, Bartlett검정=2485.947, 설명 분산 누적계수=72.087%

셋째, <표 4>와 같이 고객자본에 대한 탐색적 요인분석의 결과에서 분산 설명력은 82.751%로 나타났다. 요인명에서는 고객관리 요인, 고객만족 요인, 고객지향성 요인 등으로 명명하고 요인 적재값은 .7 이상으로 분석되었다. Cronbach' α 계수를 통해 측정항목의 신뢰도를 평가하였고 이에 대한 기준값을 .8 이상으로 선정하여 내적 일관성에 문제가 없음을 나타내고 있다.

<표 4> 고객자본에 대한 신뢰성 및 타당성 분석

요인명	요인변수	요인적재량	아이겐값	분산 설명력	α
요인 1 고객관리	- 고객의 피드백을 받는 다양한 채널 있음 - 고객의 긍정적 또는 부정적 피드백을 공유함 - 고객에 대한 정보를 축적함	.812 .769 .707	6.332	62.358	.913
요인 2 고객만족	- 고객 만족도는 증가하고 있음 - 고객 불평을 처리하는 시간이 감소함 - 고객 불만을 현장에서 즉시 처리함	.797 .781 .728	1.114	10.883	.908
요인 3 고객지향성	- 고객이 원하는 상품과 서비스를 적시에 제공함 - 고객이 원하는 상품과 서비스 개발에 관심 있음	.845 .703	1.018	9.510	.855

KMO=.932, Bartlett검정=1940.215, 설명 분산 누적계수=82.751%

넷째, 경영성과에 대한 탐색적 요인분석 결과는 <표 5>와 같고 분산 설명력은 83.026%로 나타났다. 요인명은 고객관계 지표 요인, 내부 프로세스 지표 요인이라고 제시하였다. KMO 수치 .923, Bartlett검정 수치 1588.332로 유의수준 99%에서 유의한 것으로 분석되었고, 측정된 항목의 요인 적재값은 .6 이상으로 제시되었다. Cronbach' α 계수는 고객관계 측면 .951, 내부 프로세스 측면 .841로 나타나 변수에 대한 신뢰성은 확보되었다고 판단된다.

<표 5> 경영성과에 대한 신뢰성 및 타당성 분석

요인명	요인변수	요인적재량	아이겐값	분산 설명력	α
요인 1 고객관계 지표	- 여행사는 고객의 요구사항에 신속히 처리함 - 여행사는 고객만족에 많은 관심을 가짐 - 여행사는 서비스 품질을 높이기 위해 노력함 - 여행사는 우량고객 확보를 위해 노력함	.875 .867 .852 .814	5.172	67.880	.951
요인 3 기업 프로세스 지표	- 여행사는 원가절감을 위해 노력함 - 여행사는 조직간 원활한 소통을 위해 노력함 - 여행사는 고객에게 최고의 서비스 제공을 위해 노력함	.814 .812 .688	1.154	15.146	.841

KMO=.923, Bartlett검정=1588.332, 설명 분산 누적계수=83.026%

3. 연구가설의 검증

1) 인적자본과 경영성과의 관계

여행사의 인적자본이 경영성과에 미치는 영향을 알아보기 위하여 추출된 인적자본 3개 요인을 독립변수로 하고 경영성과 2개 요인을 종속변수로 하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 다음의 <표 6>과 같다. 종속변수인 고객관계 지표에 대한 표준회귀선의 설명력을 가리키는 결정계수인 R^2 은 .266로 나타났고, p 값은 .000, $F=31.147$ 로 모형은 통계적으로 유의적인 것으로 나타났다. 3개요인 중에서 직원 경쟁력 요인($\beta=.466$, $p<.01$)이 가장 많은 영향을 미치는 것으로 나타났고, 다음으로 훈련프로그램 요인($\beta=.234$, $p<.01$)이 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 창의성/동기 요인은 통계적으로 유의적인 영향이 없다고 나타났다. 이러한 결과는 여행사에서 직원 경쟁력과 훈련 프로그램 요인보다 창의성/동기 요인이 고객관계 지표에 미치는 영향은 아직은

미비한 것으로 판단된다. 종속변수인 기업 프로세스 지표에 대한 표준회귀선의 설명력을 가리키는 결정계수인 R^2 은 .289로 나타났고, p 값은 .000, $F=34.747$ 로 모형은 통계적으로 유의적인 것으로 나타났다. 3개요인 중에서 직원 경쟁력 요인($\beta=.434$, $p<.01$)이 가장 많은 영향을 미치는 것으로 나타났고, 다음으로 창의성/동기 요인($\beta=.284$, $p<.01$), 훈련프로그램 요인($\beta=.169$, $p<.01$) 순으로 분석되었다. 이러한 분석의 결과로 가설 1은 부분 채택되었다.

〈표 6〉 인적자본과 경영성과의 다중회귀분석

종속변수	독립변수	표준화계수	t	p	VIF
고객관계 지표	직원 경쟁력	.466*	8.306	.000	1.000
	창의성/동기	.055	1.019	.309	1.000
	훈련프로그램	.234*	4.315	.000	1.000
$R^2=.275$ Adjusted $R^2=.266$ F=31.147 p=.000					
기업 프로세스 지표	직원 경쟁력	.434*	8.127	.000	1.000
	창의성/동기	.284*	5.310	.000	1.000
	훈련프로그램	.169*	3.162	.002	1.000
$R^2=.298$ Adjusted $R^2=.289$ F=34.747 p=.000					

* $p<.01$

2) 조직자본과 경영성과의 관계

여행사의 조직자본이 경영성과에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 다음의 〈표 7〉과 같다. 고객관계 지표에 대한 표준회귀선의 설명력을 나타내는 R^2 은 .358로 나타났고, p 값은 .000, $F=47.383$ 으로 제시되었다. 개발/정보기술 요인($\beta=.444$, $p<.01$)이 가장 많은 영향을 미치는 것으로 나타났고, 수익성/생산성 요인($\beta=.336$, $p<.01$), 조직문화 요인($\beta=.237$, $p<.01$) 순으로 고객관계 지표에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 기업 프로세스 지표에 대한 표준회귀선의 설명력을 나타내는 R^2 은 .240으로 나타났고, p 값은 .000, $F=27.253$ 으로 나타났다. 직원 조직문화 요인($\beta=.290$, $p<.01$)이 기업 프로세스에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났고, 다음으로 개발/정보기술 요인($\beta=.289$, $p<.01$), 수익성/생산성 요인($\beta=.286$, $p<.01$) 순으로 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 회귀분석의 결과로 가설 2는 채택되었다.

〈표 7〉 조직자본과 경영성과의 다중회귀분석

종속변수	독립변수	표준화계수	t	p	VIF
고객관계 지표	개발/정보기술	.444*	8.749	.000	1.000
	조직문화	.237*	4.665	.009	1.000
	수익성/생산성	.336*	6.622	.000	1.000
$R^2=.366$ Adjusted $R^2=.358$ F=47.383 p=.000					
기업 프로세스 지표	개발/정보기술	.289*	5.223	.000	1.000
	조직문화	.290*	5.252	.000	1.000
	수익성/생산성	.286*	5.185	.000	1.000
$R^2=.249$ Adjusted $R^2=.240$ F=27.253 p=.000					

* $p<.01$

3) 고객자본과 경영성과의 관계

고객자본이 경영성과에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하여 <표 8>과 같은 결과가 도출되었다. 고객관계 지표에 대한 R^2 은 .285로 28.5%의 설명력을 나타내고 있다고 분석되었다. p 값은 .000, $F=34.144$ 로 통계적으로 유의적인 것으로 나타났다. 고객관리 요인($\beta=.430$, $p<.01$)이 고객관계 지표에 많은 영향을 미치는 것으로 제시되었고 고객만족 요인($\beta=.244$, $p<.01$), 고객지향성 요인($\beta=.222$, $p<.01$) 등이 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 기업 프로세스 지표에 대한 R^2 은 .351로 35.1%의 설명력을 나타내고 있었으며 p 값은 .000, $F=45.905$ 로 제시되었다. 3개의 요인 중에서 고객만족 요인($\beta=.437$, $p<.01$)이 기업 프로세스 지표에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 분석되었고 고객지향성 요인($\beta=.336$, $p<.01$), 고객관리 요인($\beta=.234$, $p<.01$) 등이 영향을 미치고 있는 것으로 제시되었으며, 이러한 결과로 가설 3은 채택되었다.

<표 8> 고객자본과 경영성과의 다중회귀분석

종속변수	독립변수	표준화계수	t	p	VIF
고객관계 지표	고객관리	.430*	8.034	.000	1.000
	고객만족	.244*	4.557	.009	1.000
	고객지향성	.222*	4.137	.000	1.000
$R^2=.294$ Adjusted $R^2=.285$ $F=34.144$ $p=.000$					
기업 프로세스 지표	고객관리	.234*	4.584	.000	1.000
	고객만족	.437*	8.567	.000	1.000
	고객지향성	.336*	6.581	.000	1.000
$R^2=.359$ Adjusted $R^2=.351$ $F=45.905$ $p=.000$					

* $p<.01$

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 설정된 가설 검증 결과는 다음의 <표 9>와 같다.

<표 9> 연구가설 검증 결과의 요약

가 설	내 용	채택여부
가설 1	여행사의 인적자본은 경영성과에 정(+)의 영향을 미친다	부분 채택
가설 2	여행사의 조직자본은 경영성과에 정(+)의 영향을 미친다	채택
가설 3	여행사의 고객자본은 경영성과에 정(+)의 영향을 미친다	채택

V. 결 론

본 연구는 서울 소재 여행사 직원을 대상으로 여행사의 지적자본이 경영성과에 미치는 영향관계를 분석하기 위해 선행연구를 통한 연구모형을 제시하고 가설을 검증하고자 실증분석을 실시하였다. 분석 결과 첫째, 여행사의 인적자본은 경영성과에 부분적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 나현정 등(2018), 윤성주(2019), Saldo et al.(2018)의 연구와 같이 인적자본이 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 결과를 보여주고 있으며 그들의 연구를 지지한다고 할 수 있다. 그렇지만 인적자본이 경영성과에 직접적인 영향을 미치지 않는다는 Kim et al.(2012), Wang & Chang(2005)의 연구와는 다른 결과를 보이고 있다. 구체적으로 여행사 고객관계 지표에 영향을 미치는 요인은 직원 경쟁력 요인이 중요한 영향을 미치는 것으로 분석되었고, 훈련프로그램 요인이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 창의성/동기 요인은 통계적으로 유의적인 영향이 없다고 나타났으며 여행사 직원은 고객관계지표에 영향을 주는 요인으로 창의성/동기 요인보다 직원 경쟁력과 훈련프로그램 요인을 더 중요하게 인식하고 있다고 판단된다. 기업 프로세스 지표에 영향을 미치는 요인은 직원 경쟁력이 중요한 영향을 미치는 것으로 분석되었고, 창의성/동기

요인, 훈련프로그램 요인 순으로 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 여행사의 조직자본은 경영성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 이은영·강상목(2005), Kim et al.(2012)의 연구와 같이 조직자본이 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 결과를 보여주고 있으며 그들의 연구를 지지한다고 할 수 있다. 그렇지만 조직자본이 경영성과에 직접적인 영향을 미치지 않는다는 김태구(2012)의 연구와는 다른 결과를 보이고 있다. 구체적으로 여행사 고객관계 지표에 영향을 미치는 요인은 개발/정보기술 요인이 중요한 영향을 미치는 것으로 분석되었고, 수익성/생산성 요인, 조직문화 요인 순으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 기업 프로세스 지표에 영향을 미치는 요인은 조직문화 요인, 개발/정보기술 요인, 수익성/생산성 요인의 순으로 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

셋째, 여행사의 고객자본은 경영성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 나현정 등(2018), 안호준(2018), 윤성주(2019), Saldo et al.(2018)의 연구와 같이 고객자본이 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 결과를 보여주고 있으며 그들의 연구를 지지한다고 할 수 있다. 구체적으로 여행사 고객관계 지표에 영향을 미치는 요인은 고객관리 요인이 중요한 영향을 미치는 것으로 분석되었고, 고객만족 요인, 고객지향성 요인 순으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 기업 프로세스 지표에 영향을 미치는 요인은 고객만족 요인이 중요한 영향을 미치는 것으로 분석되었고, 고객지향성 요인, 고객관리 요인의 순으로 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

연구결과에 따른 시사점은 첫째, 여행사의 고객관계와 성과를 높이기 위한 방안으로 직원의 경쟁력, 정보기술, 고객관리가 중요하다고 제시되었다. 여행사 직원은 다른 여행사보다 경쟁력을 갖추기 위해서 직무역량과 전문적인 지식, 고객에게 제공되는 새로운 상품과 서비스를 개발, 새로운 아이디어와 정보시스템을 적극적으로 활용해야 할 것이다. 또한 고객의 피드백을 공유하고 다양한 고객정보를 축적하여 효율적인 고객관리가 이루어지도록 해야 한다. 여행기업 및 대표자는 발전 가능성이 높은 직원을 채용하고 4차 산업혁명 시대에 대응하기 위한 새로운 아이디어와 서비스, 정보시스템 구축, 고객의 피드백을 받는 다양한 채널을 활용해야 할 것이다. 예를 들면 최근 코로나19 상황으로 국내 및 해외여행이 대부분 중단되었지만, AR, VR 등을 활용한 언택트투어를 고객맞춤형 상품으로 구성하고 서비스를 제공한다면 고객만족과 경영성과를 높일 수 있다고 판단된다.

둘째, 기업 프로세스와 성과를 높이기 위한 방안으로 직원 경쟁력, 조직문화, 고객만족이 중요하다고 제시되었다. 고객관계 지표와 기업 프로세스 지표를 높이기 위해서 직원 경쟁력이 가장 중요하다고 분석되었고, 이는 여행사의 인적서비스 경쟁력을 극대화하기 위해 끊임없이 노력해야 한다는 점을 시사한다. 사내 분위기는 자유로운 의사소통을 통하여 언제나 즐겁고 서로 격려해주는 조직문화가 필요하며, 고객만족도 증가, 고객 불평을 즉시 처리하고 해결방안을 제공하는 방안도 필요할 것이다. 예를 들면 직무역량이나 새로운 창의적인 아이디어를 제안한 직원에게는 적절한 보상이나 동기부여를 해야 할 것이고, 직원들이 자기개발을 할 수 있도록 교육시스템이나 정책적인 배려가 필요할 것이다. 여행사 정책이나 전략 회의 시 직원들이 시간과 장소에 상관없이 관리자와 자유롭게 소통할 수 있는 정보시스템이나 앱 개발을 통해 공유하는 방안이 필요할 것이다.

셋째, 호텔, 컨벤션, 항공사, 외식기업 등에서 제시한 지적자본 구성요소를 여행사 직원을 대상으로 새롭게 인과관계 분석을 진행하였다. 여행사 인적자본, 조직자본, 고객자본, 경영성과에 맞는 변수를 도출하고자 하였고, 여행사 지적자본이 경영성과에 영향을 미치는 요인을 분석하였다. 이런 결과는 여행사들이 지적자본을 고객관계와 기업의 프로세스 정책에 적극적으로 반영하고자 해야 한다는 것을 보여주고 있다고 판단된다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다. 첫째, 편의표본추출로 인하여 여행사의 표본이 모집단을 대표할 수 있는가에 대한 문제이다. 둘째, 재무적 성과에 대한 부분을 검증하지 못했다는 부분이다. 향후 연구에서는 서울 및 수도권, 지방에 있는 여행사 비교연구, 재무적 성과에 대한 연구를 진행한다면 유용한 시사점이 도출될 수 있으리라고 판단된다.

참 고 문 헌

- 강상목(2010). 호텔기업 인적자본과 혁신행동의 관계에서 신뢰의 매개효과. *관광경영연구*, 14(2), 1-20.
- 김경재·정범구(2008). 지적자본이 혁신행동에 미치는 영향에 관한 연구: 심리자본의 조절효과를 중심으로. *생산성논집*, 22(1), 25-47.
- 김광휘(2013). 지적자본이 공공부분의 조직성과에 미치는 영향: 전북도청을 중심으로. 전북대학교 대학원, 박사학위논문.
- 김범진(2019). 여행사의 윤리경영이 기업이미지 및 경영성과에 미치는 영향. *호텔관광연구*, 21(4), 100-113.
- 김영호(2006). 호텔조직문화가 경영전략과 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구: 서울시내 특급호텔을 중심으로. 경기대학교 대학원, 박사학위논문.

- 김주은(2015). BSC의 전략적 관리와 활용의 효과성. *회계연구*, 20(2), 55-85.
- 김태구(2012). 패밀리 레스토랑의 지적자본과 경영성과 간의 구조적 관계. *외식경영연구*, 15(5), 315-344.
- 나현정·정규엽·김윤식(2018). 호텔기업의 지적자본이 인지적 경영성과에 미치는 영향: 경영형태의 조절효과를 중심으로. *호텔경영학연구*, 27(8), 61-80.
- 박영진(2014). 조직후원인식이 조직몰입과 고객지향성 및 경영성과에 미치는 영향: 여행사 직원들을 중심으로. *호텔관광연구*, 16(5), 90-106.
- 박종철·안대희·장병권(2012). 호텔기업의 지적자본이 임파워먼트 및 조직유효성에 미치는 영향. *관광학연구*, 36(7), 217-236.
- 박진영·구분기(2010). 여행사 종사원의 조직후원인식과 직무성과의 관계에 대한 연구. *관광연구*, 25(2), 65-82.
- 박찬선·정기주·김소라·유일(2014). 고객서비스 조직의 지적자본과 조직성과 간의 구조적 관계: 동적역량의 역할을 중심으로. *한국콘텐츠학회논문지*, 14(12), 911-923.
- 서범석(2009). 여행사 브랜드 자산이 경영전략과 경영성과에 미치는 영향. *관광경영연구*, 13(4), 125-159.
- 설훈구·서건교(2007). 외국계 체인 환대기업의 시장지향성, 지식관련자원과 서비스 품질의 연구: 특급 호텔과 패밀리 레스토랑을 중심으로. *생산성논집*, 22(1), 25-47.
- 송래현(2019). 호텔 종사원의 지적자본과 지식경영활동, 비재무적성과와의 구조 관계 연구. *관광경영연구*, 23(4), 649-674.
- 신재원(2019). 여행사 종사원의 직무특성이 직무태도와 직무성과에 미치는 영향. *관광경영연구*, 23(3), 247-265.
- 안호준(2018). 호텔기업의 지적자본과 비재무적 성과간 영향관계: 경영형태를 조절변수로. 세종대학교 대학원, 박사학위논문.
- 윤성주(2019). 항공사 지적자본이 비재무적 성과에 미치는 영향. *관광연구저널*, 33(9), 87-100.
- 윤성필(2019). 호텔의 지적자본이 지식경영활동과 경영성과에 미치는 영향: 대전지역 호텔을 중심으로. *호텔관광연구*, 21(3), 130-144.
- 이도현(2008). 전시컨벤션센터의 지적자본이 조직유효성에 미치는 영향. *컨벤션연구*, 8(1), 133-153.
- 이영찬(2007). 사회적 자본, 지식경영, 그리고 조직성과간의 인과관계. *정보시스템연구*, 16(4), 223-241.
- 이원준(2018). 4차 산업혁명의 논의와 경영 및 마케팅 관리의 변화. *Korea Business Review*, 22(1), 177-193.
- 이은영·강상목(2005). 호텔기업의 지적자본이 경영성과에 미치는 영향. *관광레저연구*, 17(4), 161-181.
- 이재식(2009). 지식경영 기반구조가 지식경영활동과 경영성과에 미치는 영향. *경영과 정보연구*, 28(4), 225-252.
- 임귀철(2008). 지적자본과 사회자본이 호텔기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구. 경운대학교 대학원, 석사학위논문.
- 정태용(2014). 경영컨설팅 요인이 기업의 혁신활동과 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구: 혁신활동의 매개효과를 중심으로. 영남대학교 대학원, 박사학위논문.
- 조용진·김미성·윤유식(2020). 호텔컨벤션의 지적자본이 지식경영활동과 경영성과에 미치는 구조관계 연구. *호텔경영학연구*, 29(6), 17-36.
- 조용진·윤유식(2018). 호텔종사원의 인적자본이 지식경영활동과 혁신행동에 미치는 영향에 관한 연구. *관광경영연구*, 22(5), 785-897.
- 조원섭(2007). 비재무적 성과가 재무적 성과에 미치는 영향: 균형성과표(BSC)의 성과측정관점을 중심으로. *관광연구*, 22(3), 25-39.
- 천덕희·유선영·임소영(2018). MICE 전문여행사의 시장지향성이 혁신성과 경영성과에 미치는 영향. *호텔리조트연구*, 17(2), 171-184.
- 최송이·최정길·황순애(2013). 호텔기업 최고경영자의 특성이 호텔구성원의 직무만족과 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구. *관광연구*, 28(1), 205-231.
- 하용규(2010). 인적자본과 혁신행동의 관계에서 조직몰입의 매개효과: 호텔기업을 중심으로. *관광한국콘텐츠학회논문지*, 10(6), 440-449.
- Abhishek, S., Kathryn M. B., & Edwin A. L. (2006). Empowering leadership in management teams: effects on knowledge sharing, efficacy, and performance. *The Academy of Management Journal*, 49(6), 1239-1251.
- Bontis, N. (1998). Intellectual capital: an exploratory study that develops measure and models. *Management Decision*, 36(2), 63-76.
- Bontis, N., Janošević, S., & Dženopoljac, V. (2015). Intellectual capital in Serbia's hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(6), 1365-1384.
- Bontis, N., Keow, W. C. C., & Richardson, S. (2000). Intellectual capital and business performance in Malaysian industries. *Journal of Intellectual Capital*, 1(1), 85-100.
- Bukh, P. N., Larsen, H. T., & Mouritsen, J. (2001). Constructing intellectual capital statements. *Scandinavian Journal of Management*, 17(1), 87-108.
- Chen, Y. S., Lin, M. J., & Chang, C. H. (2006). The influence of intellectual capital on new product development performance: the manufacturing companies of Taiwan as an example. *Total Quality Management and Business Excellence*, 17(10),

1323-1339.

- Dahash, Q. M., & Al-Dirawi, A. N. M. (2018). Investment in intellectual capital and achievement of the competitive advantage in hotel sector. *Management Science Letters*, 8(7), 795-804.
- Eccles, R. (1991). The performance measurement manifesto. *Harvard Business Review*, 69(1), 131-137.
- Edvinsson, L., & Malone, M. S. (1997). *Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding its Hidden Brainpower*; New York, NY: Harper Business.
- Engström, T. E. J., Westnes, P., & Westnes, S. F. (2003). Evaluating intellectual capital in the hotel industry. *Journal of Intellectual Capital*, 4(3), 287-303.
- Enz, C. A., Canina, L., & Walsh, K. (2006). Intellectual capital: a key driver of hotel performance. *CHR Reports*, 6(10), 4-12.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The balanced scorecard-measures that drive performance. *Harvard Business Review*, 70(1), 71-79.
- Kim, T., Yoo, J., J., E., & Lee, G. (2011). The HOINCAP scale: measuring intellectual capital in the hotel industry. *The Service Industries Journal*, 31(13), 2243-2272.
- Kim, T., Kim, W. G., Park, S. S.-S., Lee, G., & Jee, G. (2012). Intellectual capital and performance: what structural relationships do they have in upper-upscale hotels? *International Journal of Tourism Research*, 14(4), 391-408.
- Liao, H., Toya, K., Lepak, D. P., & Hong, Y. (2009). Do they see eye to eye? management and employee perspectives of high-performance work systems and influence processes on service quality. *Journal of Applied Psychology*, 94(2), 371-391.
- Price, J. L. (1972). *The Study of Turnover*; Ames: Iowa State University Press.
- Roos, J., Roos, G., Edvinsson, L., & Dragonetti, N. C. (1997). *Intellectual Capital: Navigating in the New Business Landscape*, New York, NY: New York University Press.
- Samson, D., & Terziovski, M. (1999). The relationship between total quality management practices and operational performance. *Journal of Operations Management*, 17(4), 393-409.
- Sardo, F., Serrasqueiro, Z., & Alves, H. (2018). On the relationship between intellectual capital and financial performance: a panel data analysis on SME hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 75(September), 67-74.
- Schiuma, G., Pablos, P., & Spender, J. C. (2007). Foreword: intellectual capital and company's value creation dynamics. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 4(4), 331-341.
- Sveiby, K. E. (1997). *The New Organizational Wealth: Managing and Measuring Knowledge-Based Assets*, San Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers Inc.
- Sveiby, K. -E. (2010). Methods for Measuring Intangibles. Retrieved October 3, 2019, from https://www.sveiby.com/files/pdf/1537275071_methods-intangibleassets.pdf
- Tanriverdi, H. (2005). Information technology relatedness, knowledge management capability, and performance of multi business firms. *MIS Quarterly*, 29(2), 311-334
- Teece, D. J. (2000). *Managing Intellectual Capital: Organizational, Strategic, and Policy Dimensions*, New York, NY: Oxford University Press.
- Turner, N., Maylor, H., & Swart, J. (2015). Ambidexterity in projects: an intellectual capital perspective. *International Journal of Project Management*, 33(1), 177-188.
- Wang, W.-Y., & Chang, C. (2005). Intellectual capital and performance in casual models: evidence from the information technology industry in Taiwan. *Journal of Intellectual Capital*, 6(2), 222-236.