호텔경영학연구 제24권 제2호(통권 제84호) pp.175～198 한국호텔외식경영학회 2015.04

외식산업 종사원의 내재적 직무동기가 조직몰입과 혁신행동에 미치는 영향

The Effect of Intrinsic Job Motivation on Organizational Commitment and Innovative Behavior by Employees in Foodservice Industry

한혜숙* · 김민성** · 김순호***
Han, Hye-Sook · Kim, Min-Seong · Kim, Soon-Ho

Abstract

This study was to examine the structural relationships among job motivation(e.g. need for achievement, need for power, and need for affiliation), organizational commitment(e.g. emotional commitment and normative commitment), and innovative behavior (e.g. idea generation, idea promotion, and idea realization). For these purposes, the authors developed several hypotheses and collected data from 432 employees who work for organizations in foodservice industry in Seoul and Gyeonggi-do area. The data were analyzed using frequence, reliability, and confirmatory factor analysis, and SEM(structural equation modeling) with SPSS/WIN 18.0 and AMOS 20.0.

The findings can be summarized as follows: First, need for achievement had positive effects on emotional commitment and normative commitment. Second, need for power significantly influenced emotional commitment and normative commitment. Third, need for affiliation did not significantly affect emotional commitment and normative commitment. Fourth, emotional commitment had significantly positive effects on idea generation, idea promotion, and idea realization. Fifth, normative commitment had positive effects on idea promotion and idea realization. For practical implications, this study suggested that foodservice employees might want to focus on developing and strengthening their intrinsic motivation, such as need for achievement and need for power. This research illustrated the impacts of three types of foodservice employees' intrinsic motivations and examined the significant mediating roles of two types of organizational commitment between the motivations and innovative behaviors.

key words : Job Motivation, Organizational Commitment, Innovative Behavior, Foodservice Industry

* 숭실대학교 숭실호스피탈리티 교수 〈dekiru114@ssu.ac.kr〉
** Graduate Student, School of Hospitality Administration, Georgia State University 〈mkim93@student.gsu.edu〉
*** (교신저자) Professor, School of Hospitality Administration, Georgia State University 〈skim@gsu.edu〉

Ⅰ. 서 론

최근 급변하고 있는 경영환경에서 기업들은 인적자원을 핵심역량으로 강조하는 가치경영을 핵심경영전략으로 삼고 있다. 기존의 유형가치를 강조해왔던 산업시대가 종언되면서 기업들 사이에서 인적자원과 같은 무형가치를 통해 경쟁적 우위를 차지하기 위한 체계적인 관리활동을 진행하고 있다(지계웅, 2009). 특히 인적자원 의존도가 높은 외식산업의 경우에도 기업의 생존여부는 인적자원을 어떻게 효율적으로 활용하는가에 달려 있다고 볼 수 있다(Kusluvan, Jusluvan, Ilhan, & Buyruk, 2010). 이는 외식산업의 기업들은 일반 제조기업들과는 달리 종사원의 인적서비스가 수반되기 때문에 어느 기업보다도 인적자원관리에 주의를 필요로 해야 한다는 것을 의미하기도 한다. 이에 종사원을 대상으로 한 선행연구들은 효율적인 인적자원관리를 통해 실제 기업의 경제적 및 비경제적 성과가 높아지고 있다는 연구결과들을 제시해왔는데(Cho & Johanson, 2008; Sy, Tram, & O'Hara, 2006), 이들의 연구결과에 따르면, 조직구성원의 동기가 이들 개인적인 몰입과 성과를 향상시켜 궁극적으로 기업성과에 긍정적인 공헌을 하고 있다고 보고하고 있다. 따라서 이러한 경영성과를 달성하기 위해서 종사원의 행동을 분석하고 그들의 욕구를 충족시켜줄 수 있는지를 직무동기 이론을 통해 명확히 규명해야 할 것으로 판단된다(최영수, 2004).

또한, 전술한 바와 같이 외식산업은 제품 판매 시 서비스가 수반되어야 하는 특성을 지니고 있기 때문에 종사원들은 고객과의 접점에서 이들과 상호작용하며, 고객들이 가진 다양한 문제들을 해결하기 위한 노력을 해야만 한다. 게다가 고객들은 종사원들을 통해 이루어지는 인적 서비스 및 기업의 물적 서비스를 통해 외식 기업의 서비스 품질을 평가하고 이는 고객들이 기업을 선택하는데 있어 우선적으로 고려하는 기준이 된다(Nadiri & Tanova, 2010). 이에 외식기업들은 보다 고품질의 고객화된 서비스를 제공하기 위해 필사적인 노력을 기울이고 있다. 서비스가 원활하게 잘 수행되고 서비스성과를 향상시키기 위해서는 서비스를 수행하는 종사원의 지식과 육체적인 기술뿐만 아니라 고객에게 보여 지는 심리적, 감정적 반응들이 잘 관리되어야 한다. 따라서 외식기업을 효율적으로 운영하고 이들의 서비스 성과를 높이기 위해서는 조직 구성원 개개인의 자발적인 참여와 생산성을 높이고 직무에 대한 동기를 부여하는 환경과 분위기가 조성되어야 하며, 활력과 성취감이 증가하고 일에 대한 열정적인 태도, 자발적인 업무수행 노력을 높이기 위한 동기부여가 이루어져야 한다(Ogaard, Mamburg, & Larsen, 2008). 더욱이, 인간의 본성이나 직무 자체에서 비롯된 내재적 직무동기는 조직구성원의 직무와 관련된 행동과 직무수행능력 그리고 개인 스스로의 행복과 안녕에까지 긍정적인 영향을미치기 때문에(Ryan & Deci, 2000), 직무동기 이론을 기반으로 외식산업 종사자의 직무동기의 영향력을 검증하는 연구의 필요성이 요구된다.

외식산업 종사원들의 직무동기의 영향력과 관련한 국내의 선행연구들을 고찰해보면, 정현우・최은경・김학선 (2014)은 미 동남부 지역 15개의 레스토랑 종사원들을 대상으로 이들의 외재적 직무동기와 내재적 직무동기가 서비스 교육만족도에 미치는 영향력을 검증하여 이를 증명하였고, 지계웅 (2009)은 호텔식음료부서 직원들을 대상으로 직무동기의 영향력을 검증하여 외식산업의 조직문화에 있어서 고객과의 접점에서 근무하는 종사원에게는 직무를 수행하는데 있어 통제가 아닌 자율성과 종사원이 직무를 수행한 만큼 보상을 받고, 권한을 주는 좋은 근무환경이 종사원들의 직무동기를 유발한다는 시사점을 제시하였다. 또한 최영수 (2004)는 호텔식음료부서 종사원들을 대상으로 동기부여 요인을 직무, 인간관계, 임금, 승진관계, 의사소통, 작업조건, 복지후생, 그리고 교육훈련 등으로 제시하고 이들 간의 평균 만족도를 비교분석하였다. 이에 권나경・김혜린・서원석 (2010)은 서울 특1급 호텔식음료부

서 종사원들을 중심으로 직무순환이 동기부여 및 직무만족에 미치는 영향에 관한 연구를 실시하여, 동기부여가 직무만족의 성취감, 복리후생, 상사와 동료와의 관계에 모두 유의한 영향을 미친다는 연구결과를 제시하였으며, 특히 종사원들은 직무로 인한 성취감과 자부심을 지각할 때 직무만족이 매우 높아진다는 것을 밝혀냈다. 이와 같이 외식산업 종사원들의 직무동기에 대한 중요성이 대두되면서 그 영향력에 대한 연구가 여러 연구를 통해 진행되어오고 있으나, 이러한 선행연구들은 외식산업 종사원들의 직무동기가 인식 혹은 태도에 미치는 영향력만을 검증하였다는 한계점이 존재한다. 또한, 최근 조직의 생존과 지속가능성을 위한 핵심적인 성과변수로 제시되고 있는 혁신행동의 선행변수를 알아보는 연구의 필요성도 제기되고 있음에도 불구하고(구동우 · 이새미 · 송승열, 2014; Sanders et al., 2010), 외식산업 종사원의 직무동기를 기반으로 이들의 조직에 대한 몰입과 혁신행동에 어떠한 직, 간접적인 영향을 미치는지에 대한 실증적 연구는 미흡한 실정이다.

이에 본 연구에서는 직무동기 이론을 기반으로 직무동기 요인을 성취욕, 권력욕, 그리고 소속감으로 제시하고, 외식산업 종사원들을 대상으로 이들의 직무동기가 조직에 대한 몰입과 혁신행동에 미치는 영향력을 규명하고자 한다. 본 연구에서 조직에 대한 몰입은 조직몰입에 대한 선행연구들을 바탕으로 정서적 몰입과 규범적 몰입의 차원으로 나누어 외식산업 종사원들의 직무동기를 통해 형성된 이 두 가지 차원의 조직몰입이 궁극적으로 세 가지 차원의 혁신행동, 즉, 아이디어 발생, 아이디어 촉진, 그리고 아이디어 현실화를 증대시킬 것으로 판단된다. 이러한 변수들 간의 영향관계를 검증함으로써 외식기업 종사원들의 직무동기에 대한 중요성을 인식시킬 수 있는 이론적인 시사점을 제시하고자 한다. 또한, 본 연구에서 제시한 연구모형을 기반으로 실증분석을 실시하여 분석결과에 따른 외식기업들의 인적자원관리에 대한 보다 더 효율적이고 다양한 방향성을 제시하여 종사원들의 직무동기를 기반으로 기업의 성과를 극대화시킬 수 있는 실무적인 방안을 제시하고자 한다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 직무동기

동기(motivation)란 인간이 처한 특수한 상황에서 어떤 태도의 결정을 내리고, 그에 따라 일정하고 특수한 행위를 하도록 만드는 심리적 상태를 의미하는 것으로, 이를 바탕으로 직무동기(job motivation)는 조직구성원으로 하여금 주어진 직무를 수행하게 하고, 적당한 활동을 통하여 직무를 완수하게 하는 개체의 어떤 자세로 정의된다(Parsons & Broadbridge, 2006). 또한 동기는 인간이 특정행동을 함에 있어 촉진적 역할을 하는 추진, 욕구, 가치, 그리고 태도 등이 종합적으로 연관되어 있는 개념으로서 일반적으로 외부로부터의 자극에 의해 행동이 유발되는 개념의 외재적 동기(extrinsic motivation)와 자신의 내부에서 발생되는 욕구에 의해 행동이 유발되는 개념의 내재적 동기(intrinsic motivation)로 나뉜다(Dermody, Young, & Taylor, 2004). 직무동기에 대한 연구를 진행한 여러 학자들은 조직목표를 달성하는 효과적인 조직을 운영하기 위해서 조직구성원의 내재적 직무동기에 초점을 맞추어 연구를 진행해왔는데, 이는 내재적 직무동기가 조직의 물질적 보상에 의지하지 않고, 조직구성원이 맡은 일 자체에 내재되어 있는 즐거움이나 만족을 경험하기 위하여 직무를 수행하고자 하는 내면적인 욕구이기 때문이다(Deci & Ryan, 2000). 그렇기 때문에 사회와 조직은 많은 비용이 수반되는 외재적 직무동기보다는 조직구성원의 개인적 욕구를 기반으로 한 내재적 직무동기의 중요성을 강조하고 있고, 그 영향력이 외재적 직무동기보다 크다는 것을 제시하고 있다. Luthans, Avolio, Avey, & Norman (2007)은 내재적

직무동기는 외재적 보상과 같은 어떠한 보상 없이도 직무를 수행하면서 얻게 되는 성취감, 도전의식, 확신감 등을 통해 노력이 유발되는 것이라는 개념을 강조하면서 내재적 직무동기의 상대적 중요성을 강조하였다. 한편, Hon & Leung (2011)은 혁신행동과 같은 조직구성원의 창의적 행동을 예측하기 위해서는 조직의 문화와 정책 등에 쉽게 노출되어 변화되기 쉬운 외재적 직무동기 요인들보다 상대적으로 변하기 어려운 내재적 직무동기의 중요성을 강조하면서, McClelland (1985)의 동기요인 연구를 기반으로 내재적 직무동기로서 성취욕(성공을 위한 노력의 몰입), 권력욕(다른 조직구성원들에게 영향을 미치고, 그들을 통제하려는 욕구), 그리고 소속감(다른 조직구성원들과 협력적인 관계를 형성하려는 욕구)을 제시하였다. 이들의 내재적 직무동기 요인에 따른 조직구성원의 성향을 살펴보면, 먼저, 성취욕이 높은 조직구성원들은 혼자 직무를 수행하거나 다른 조직구성원들과 함께 직무를 수행할 때도 이들을 통해 문제가 해결되고 이들이 달성한 것을 나타내려하는 경향이 있다고 하였다. 한편, 권력욕이 높은 조직구성원들은 조직 내에서 그들의 영향력이 강하게 작용될 수 있는 지위와 명성을 얻고자 노력하는 경향이 있다고 하였다. 마지막으로, 소속감이 높은 조직구성원들은 다른 조직구성원들을 지지하고 이들을 조건 없이 도우려하는 경향이 있음을 제시하였다. 이러한 내재적 직무동기와 관련한 선행연구들의 이론들을 바탕으로 본 연구에서도 외식종사원의 내재적 직무동기로서 성취욕, 권력욕, 그리고 소속감을 제시하고 이들의 영향력을 살펴보고자 한다.

한편, 외식산업을 대상으로 종사원들의 직무동기의 영향변수와 결과변수에 대한 실증연구들을 고찰해보면, Salazar, Ashraf, Tcheng, & Antun (2005)은 레스토랑 종사원들을 대상으로 이들의 위생관리를 위한 조직시민행동에 관한 연구를 실시하여 직무환경과 종사원의 직무동기가 식품위생안전 훈련에 참여하려는 동기에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였고, 종사원의 직무만족과 직무동기가 이러한 훈련참여의 중요한 선행변수가 될 수 있다는 연구결과를 제시하였다. 한편, Arendt, Ellis, Strihbehn, & Paez (2011)는 레스토랑 종사원들을 대상으로 직무동기를 위한 측정도구 개발 및 하위차원을 제시하기 위한 연구를 실시하여, 31개의 설문항목을 개발하여 이들을 기반으로 직무동기의 하위차원으로 커뮤니케이션(communication), 보상/처벌(reward/punishment), 내재적 동기(internal motivation), 그리고 자원(resources)을 제시하였다. Dermody et al. (2004)은 미국 남부지방의 독립점포와 프랜차이즈 레스토랑의 종사원들을 대상으로 종사원의 직무동기의 선행변수를 재무적 인센티브와 비재무적 인센티브로 제시하고, 이러한 직무동기를 통해 직무만족과 레스토랑에 남으려는 의도가 높아진다는 것을 실증적으로 검증하였다. 또한 Wildes (2008)는 외식산업 종사원들을 대상으로 이들의 직무동기와 이를 기반으로 레스토랑에 지속적으로 남으려하는 의도를 검증하여 월급, 즐거움, 건강혜택, 유동적 근무시간, 그리고 나이를 직무동기 요인으로 제시하였다. 그는 이러한 직무동기 요인을 통해 외식산업에 유능한 종사원들을 유입시킬 수 있고, 이들을 지속적으로 관리할 수 있다는 시사점을 제시하였다. 결국 외식산업에서의 직무동기는 종사원의 직무에 활력을 불어 넣어주고, 직무의 방향을 정해주는 에너지로서 직무 수행능력을 증대시켜주며, 직무의 방향을 정해주는 심리적 요인으로 작용하는 중요한 요인으로 볼 수 있다.

2. 조직몰입

조직몰입(organizational commitment)은 조직구성원이 조직과 동일시하고 공헌하는 것에 대한 상대적인 강도로서, 조직구성원의 조직에 대한 강한 신뢰 및 애착, 해당조직을 위하여 열심히 직무를 수행하고자 하는 의지, 조직의 일원이라는 의식에 대한 강한 욕망 등으로 정의된다(유정선, 2014). 조직몰입은 조직구성원이 자신의 조직에 대하여 갖는 애착,

충성심의 척도에 의해서 뿐만 아니라 다양한 동기에 의해서 다를 수 있으며, 이는 조직구성원의 태도와 행동 간의 관계를 잘 보여준다. 이에 Allen & Meyer (1990)는 조직에 대한 몰입을 3가지의 상태로 구분하여 제시하였는데, 첫째는 정서적 몰입으로서, 이는 강한 조직몰입을 가진 구성원이 정서적인 유착으로 조직 내 멤버십을 유지하고자 하는 열정을 기반으로 한다. 둘째는 지속적 몰입으로서, 조직을 떠났을 경우 인지된 비용을 감안하여 조직에 남아 있으려는 의도와 필요성 및 이직과 관계된 비용을 인식하는 것에서 기인한다. 이러한 조직에 대한 지속적 몰입의 개념은 사이드-베트(side-bets) 이론을 기반으로 하고 있는데, 이는 조직구성원이 조직을 떠날 경우에 발생하게 될 비용에 대한 지각 혹은 인식을 강조한 것이다. 셋째는 규범적 몰입으로서, 조직에 대한 윤리성과 도덕성에 기인하는 의무감이 반영된 것이다. 결국 조직몰입은 조직구성원이 조직에 대해 얼마나 애착을 가지고 조직을 위해 헌신하려는 태도가 있는지를 보여주는 지표라고 할 수 있다(임사라 · 박세영, 2012).

다양한 개인적 동기를 고려하여 Allen & Meyer (1990)가 제시한 다중형태의 조직몰입은 각각의 영향력을 기반으로 개인의 태도 형성 및 행동을 연구할 수 있는 장점 때문에 외식산업을 대상으로 한 많은 연구에서 이용되고 있다. 예를 들면, 서울시내 특1급 호텔의 연회부서에 근무하고 있는 종사원들을 대상으로 직무환경이 조직몰입 및 이직의도에 미치는 영향을 검증한 변재우 · 이유양 · 고재윤 (2012)은 직무환경 요인 중 상사와 동료가 정서적 몰입에 유의한 영향을 미치고, 지속적 몰입에는 상사와 조직정책 요인이 각각 통계적으로 유의한 영향을 미친다는 연구결과를 제시하면서, 구조방정식 분석방법을 통해 이러한 정서적 몰입과 지속적 몰입은 궁극적으로 종사원들의 이직의도를 낮춘다는 연구결과를 발표하였다. 전현모 · 김지희 (2012)는 서울지역의 프랜차이즈 및 직영 형태의 기업형 외식업체 종사원들을 대상으로 이들의 고용불안이 조직몰입과 조직시민행동에 미치는 영향관계를 연구하여 경로분석을 통해 직장상실과 직무상실에 의해 형성된 정서적 몰입이 시민의식에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미친다는 연구결과를 제시하였고, 직무상실에 의해 형성된 계산적 몰입은 스포츠맨십에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미친다는 연구결과를 발표하였다. 이러한 조직에 대한 몰입은 조직목적과 가치관을 수용하려는 강한 신념, 조직을 위하여 열심히 일하고자 하는 의미, 그리고 조직에 계속 남아 있으려고 하는 욕구 등 세 가지 요소를 포함하고 있기 때문에 급변하는 경영환경 속에서 외식기업의 효율적인 인적자원관리 전략에 있어 반드시 필요하다고 볼 수 있다. 그러나 외식산업을 대상으로 조직몰입과 종사원의 행동 사이의 관계를 살펴본 선행연구들을 고찰해보면 조직몰입의 하위차원 중 정서적 몰입과 규범적 몰입의 영향력이 상대적으로 강하기 때문에 지속적 몰입의 영향력이 통계적으로 유의하지 않게 나타나는 연구결과들이 보고되고 있다(구동우 · 김호석 · 김민성, 2013; 곽용섭, 2006; Karatepe & Uludag, 2007; Yang, 2008). 이러한 선행연구결과를 바탕으로 외식산업을 대상으로 직무동기와 혁신행동 사이에 매개적인 요인으로 정서적 몰입과 규범적 몰입이 가장 적합하다고 판단하여 이를 근거로 본 연구에서도 지속적 몰입을 제외한 정서적 몰입과 규범적 몰입만을 조직몰입의 하위차원으로 제시하고자 한다.

3. 혁신행동

혁신행동(innovative behavior)은 개인 혹은 집단이 개발한 창의적인 아이디어를 채택하고, 이를 유용한 제품 및 서비스로 활용가능하게 전환시키는 과정으로 새로운 아이디어, 전략프로세스, 제품 그리고 서비스의 개발 및 실행의 과정에서 개인의 문제해결능력을 통해 창조성을 증가시킬 수 있는 능력이라고 할 수 있다(Amabile, 1988). 이에 설경진 (2009)은 자신의 과업이나 소속집단 또는 조직의 성

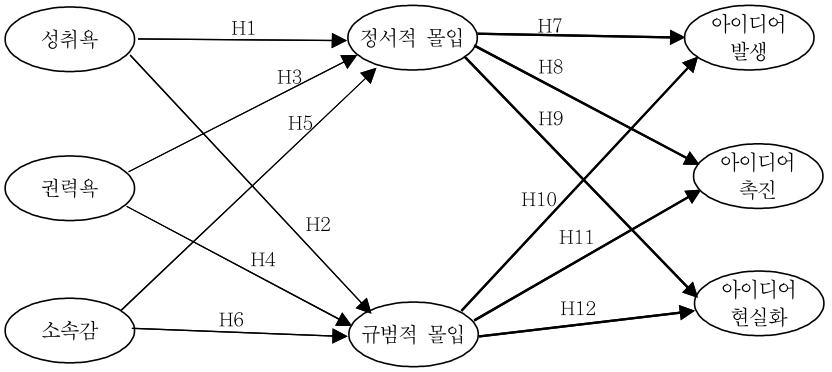
과향상에 기여할 수 있도록 종사원 스스로가 변화를 주도하고 자신의 직무를 능동적으로 수행하는 활동으로 혁신행동을 개념화하며, 혁신행동을 통해 개인이나 집단이 어떠한 문제를 해결하기 위해서 과거의 경험을 통한 발상이나 기존에 없었던 새로운 아이디어로 해결책을 제시할 수 있다고 하였다. 한편, Janssen (2005)은 혁신행동을 제도적 질서 관계에서 타인들과 교류하면서 형성되는 새로운 사고의 개발 및 수행으로 정의하면서 혁신적인 행동을 하는 조직구성원들은 모호함에 대한 인내심이 높거나 직무와 관련한 위험 선호 성향이 강하고, 직무를 수행하는데 있어 자신감과 창의성이 높으며, 다면적인 사고방식을 하는 경향이 있다고 주장하였다. 또한, 혁신행동은 주어진 상황 하에서 다른 사람과 관계를 맺고 있는 어떤 사람들이 새로운 아이디어를 개발하고 실천하는 것을 의미하는데(Van de Ven, 1986), 조직의 자원이 풍부하고 상사의 인정과 업무에 대한 피드백도 혁신행동에 영향을 미친다고 볼 수 있다. Orfila-Sintes & Mattsson (2009)은 혁신행동이란 자신의 직무, 소속집단, 또는 조직의 성과향상에 도움이 되는 새로운 아이디어를 의도적으로 창조, 도입, 적용하는 활동을 의미한다고 하며, 조직구성원이 자기분야에 대해 알고 있는 지식, 기술적 능력 등은 문제발견 및 해결과 관련되어 혁신행동에 영향을 미친다고 하였다. 결국 혁신행동은 역할 외 행동의 한 유형이며, 구성원들의 다양한 역할 외 행동은 조직의 지속가능한 경쟁우위를 창출하고 유지함에 있어서 중요한 요인이 된다(Paine & Organ, 2000).

한편, 외식산업 종사원들을 대상으로 이들의 혁신행동에 대한 연구를 진행한 국내의 선행연구들을 고찰해보면, 이찬옥・조은혜・조용범 (2013)은 호텔 조리종사원들을 대상으로 상사와의 교환관계의 질(LMX)이 개인혁신행동에 미치는 영향을 검증하여, 상사와의 친밀감, 충성심, 그리고 존경심에 대한 관계의 질이 높으면, 혁신행동을 보다 높게 한다는 것을 확인하였다. Horng, Chou, Liu, & Tsai (2013)는 레스토랑 산업 전문가들과의 심층 인터뷰와 종사원들을 대상으로 설문조사를 실시하여 이들을 바탕으로 통계분석을 실시하여 혁신적인 특성을 지닌 레스토랑이 되기 위해서는 혁신적인 공간설계 및 기술 활용뿐만 아니라 레스토랑을 담당하는 매니저들의 혁신적인 행동의 중요성을 강조하며, 이들 간의 영향관계를 제시하였다. 외식산업에서는 새로운 아이디어의 도입 및 응용과 같은 혁신행동에 따라 기업의 성패가 결정되며, 이러한 혁신행동을 통해 기업의 목표가 달성되고, 기업의 경쟁력이 높아지기 때문에 중요한 성과변수라고 할 수 있다. 그러나 이러한 선행연구들은 조직구성원의 혁신행동을 단일차원으로 제시하고 있다는 한계점을 지니고 있다. 혁신성의 형성단계에 대한 연구를 진행한 Kanter (1988)의 이론을 바탕으로 Scott & Bruce (1994)는 조직구성원의 혁신행동 또한 정도에 따라 단계별로 형성될 수 있으며, 실제 요인분석을 통해 아이디어 발생, 아이디어 촉진, 아이디어 현실화 등의 하위차원을 제시하였다. 이에 Janssen (2001)은 혁신행동을 새로운 아이디어를 창출하고, 이를 통해 해결책을 제시하는 아이디어 발생단계, 이러한 혁신적인 아이디어를 지지하고, 다른 이들이 관심을 가질 수 있도록 노력하는 아이디어 촉진단계, 그리고 혁신적인 아이디어를 실제 직무환경에 적용시키려는 아이디어 현실화 단계의 세 가지 하위차원으로 제시하였다. 이에 본 연구에서도 외식산업 종사원의 혁신행동을 단일차원으로 제시하였던 선행연구들과는 차별적으로 혁신행동의 형성단계 이론을 기반으로 외식산업 종사원의 아이디어 발생, 아이디어 촉진, 그리고 아이디어 현실화의 세 가지 차원으로 제시하고자 한다.

Ⅲ. 연구방법

1. 연구모형의 설정

본 연구의 목적은 외식산업 종사원들을 대상으로



<그림 1> 연구모형

이들의 직무동기가 조직몰입을 매개로 혁신행동에 미치는 영향관계를 살펴보고자 한다. 이러한 연구 목적을 달성하기 위하여 본 연구에서는 직무동기를 성취욕, 권력욕, 그리고 소속감의 세 가지 하위차원으로 제시하고, 조직몰입을 정서적 몰입과 규범적 몰입의 두 가지 하위차원으로 제시하였으며, 혁신행동을 아이디어 발생, 아이디어 촉진, 그리고 아이디어 현실화의 세 가지 하위차원으로 제시하여 이러한 변수들 간의 관계를 살펴보고자 하였다.

이를 통해 외식산업 종사자들의 직무동기가 조직에 대한 몰입을 높여 결국 혁신행동 장려를 위한 필수적인 변수임을 규명하고, 외식기업경영에 있어 효율적인 인적자원관리를 위한 시사점을 제시하고자 한다. 다음 [그림 1]은 본 연구의 연구모형을 나타낸 그림이다.

2. 연구가설의 설정

가. 직무동기와 조직몰입 간의 관계

직무동기는 조직구성원의 직무수행 영향을 주는 중요한 심리적 요소로서 높은 직무동기는 직무수행 수준의 향상으로 이어진다(양난미 · 이지연, 2008). 조직구성원을 대상으로 직무동기와 조직몰입 간의 관계를 검증한 선행연구들을 고찰해보면, Gagne & Deci (2004)는 직무를 수행하면서 얻는 내재적 보상이 중요하며, 이러한 보상이 조직과의 관계를 유지하는 중요한 이유가 된다고 주장하였다. 조직구성원이 직무수행을 하면서 얻어지는 성취욕, 권력욕, 그리고 소속감의 경우 구성원 스스로에 대한 내재적 보상이라고 할 있는데, Meyer, Beck, & Vanderberghe (2004)는 조직구성원들이 조직을 위하여 직무를 수행하는 가장 중요한 이유로 직무를 통해 느끼는 사명, 보람, 그리고 개인적 성취감을 제시하고, 이는 곧 조직에 대한 애착과 자부심으로 이어짐을 밝혀냈다. 또한 Borzaga & Tortia (2006)는 영리조직 혹은 비영리조직이든 상관없이 경제적 보상보다는 내재적 동기가 조직구성원의 조직에 대한 몰입에 긍정적인 영향을 미친다는 연구결과를 제시하였다. 성취욕, 권력욕, 그리고 소속감과 같은 내재적 동기는 조직구성원 자신의 직무에 대하여 능동적이고 적극적인 태도를 형성시켜주며, 자신의 직무와 조직에 더욱 애착을 갖게 해주고, 지속적으로 임할 수 있게 해주는 에너지로 사용할 수 있게 해준다(김새롬 · 이형룡, 2014; Deci & Ryan, 2000). 이러한 선행연구 결과들을 통해 외식산업 종사원들에게도 성취욕, 권력욕, 그리고 소속감과 같은 내재적 동기가 그 직업을 유지하는데 중요한 요소가 될 뿐만 아니라 종사자들의 조직에 대한 애착, 즉 조직에 대한 정서적 몰입에도 영향을 미칠 수 있음을 예상할 수 있다.

한편, 비록 감정적 몰입과 규범적 몰입이 같은 조직몰입의 하위차원이라 할지라도 두 몰입차원의 개념과 형성과정 및 척도도 다르기 때문에 조직에 대한 감정적 몰입 외에도 조직에 대한 규범적 몰입과 직무동기 간의 관계를 제시하고자 한다. 그러나 직접적으로 조직구성원의 내재적 동기와 조직에 대한 규범적 몰입의 두 개념 간의 인과관계를 분석한 선행연구를 드물기 때문에 직무동기이론을 기반으로 이들 간의 인과관계를 설정하고자 한다. 직무동기와 관련한 이론에 따르면, 직무동기는 조직구성원의 조직에 대한 도덕성과 책임감 등이 충족될 때 제고될 수 있다고 하였다(Rainey, 2003). 또한, 조직구성원의 직무수행에 따라 충족될 수 있는 성취욕, 권력욕, 그리고 소속감과 같은 직무동기의 향상은 상위 요인인 조직에 대한 몰입에 영향을 미친다고 하였다(유명희, 2007). 이러한 조직구성원의 직무동기와 관련한 선행연구들을 기반으로 본 연구에서는 외식산업 종사원의 직무동기를 바탕으로 이들의 조직에 대한 몰입이 형성될 수 있을 것이라고 예상할 수 있으며, 이에 다음과 같은 연구 가설을 설정하였다.

H1: 외식산업 종사원의 성취욕은 정서적 몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H2: 외식산업 종사원의 성취욕은 규범적 몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H3: 외식산업 종사원의 권력욕은 정서적 몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H4: 외식산업 종사원의 권력욕은 규범적 몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H5: 외식산업 종사원의 소속감은 정서적 몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H6: 외식산업 종사원의 소속감은 규범적 몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

나. 조직몰입과 혁신행동 간의 관계

조직에 대한 정서적 몰입과 혁신행동 간의 영향관계를 제시한 국내외의 선행연구들을 고찰해보면 조직구성원의 조직에 대한 정서적 몰입이 혁신행동의 선행요인이라는 사실을 제시하고 있다(송건섭 · 나병선, 2014; 양진영, 2014; Damanpour & Schneider, 2009; Gumusluoglu & Ilsev, 2009). Ng, Feldman, & Lam (2010)에 따르면 조직구성원들이 자신의 조직에 대하여 긍정적으로 인식할수록 더욱 더 창의적이 되며, 조직에 대하여 강한 동질감으로 표현되는 정서적 몰입이 있을 때 조직구성원의 혁신적 행동에 대한 동기부여가 된다고 하였다. 또한, Hartmann (2006)은 조직에 대한 정서적 몰입이 혁신행동에 미치는 영향력을 검증하기 위한 연구를 진행하였는데, 이를 통해 상대적으로 조직에 대한 가치와 규범에 대한 몰입도가 높은 조직구성원들의 경우 조직몰입도가 낮은 조직구성원들에 비해 직무와 관련한 기술의 다양성을 가치 있게 여겨 혁신행동이 증대된다고 보고하였다.

또한, 조직과의 개인적 동일시 및 연관성의 정도로 인식되는 조직에 대한 정서적 몰입은 조직행동 분야에서 조직구성원들의 중요한 태도 변수 및 성과향상의 중요한 요소로 제시되어 오고 있다(Chun, Shin, Choi, & Kim, 2013). 이에 Jafri (2010)는 혁신행동과 같은 실제 행동이 발생하기 위해서는 조직에 대한 정서적 몰입과 같은 태도적 변수의 필요성을 주장하며, 조직몰입이 혁신행동에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미친다는 연구결과를 제시하였다. 결국 조직이 지속적으로 발전하고 유지될 수 있도록 조직을 위해 조직구성원들이 자발적인 행동을 이끌어 내는 심리적 상태가 반영된 조직에 대한 정서적 몰입은 심리적 동일시와 정서적 애착이 강하기 때문에 조직이 추구하는 목표 내지는 가치관을 받아들이거나 조직을 위한 헌신 및 노력을 아끼지 않을 가능성이 높아져 이는 곧 혁신행동으로 이어질 수 있다(Sarros, Cooper, & Santora, 2008). 따라서 조직구성원의 조직에 대한 정서적 몰입이 혁신행동에 영향을 미친다는 선행연구결과들을 기반으로 본 연구에서도 외식산업 종사자의 정서적 몰입이 이들의 혁신행동에 영향을 미칠 수 있다고

판단하였다. 이에 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

H7: 외식산업 종사원의 정서적 몰입은 아이디어 발생에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H8: 외식산업 종사원의 정서적 몰입은 아이디어 촉진에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H9: 외식산업 종사원의 정서적 몰입은 아이디어 현실화에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

한편, 규범적 몰입은 조직의 구성원으로서의 지켜야할 의무와 관련한 조직에 대한 애착을 의미하며, 도덕적 의무감을 포함하는 구성원의 내재적 가치관이 포함된다(최석봉 · 김경환 · 문계완, 2010). 혁신행동을 연구하는 학자들은 주로 이러한 혁신행동을 유발하는 요인으로 외재적 요인과 내재적 요인을 제시하고 있다(송정수 · 양필석, 2008). 외재적 동기는 보상, 인정, 상사의 명령과 같은 직무 자체와는 다소 관련이 적은 요인으로 볼 수 있으며, 내재적 요인은 직무에 대한 열정, 직무 자체에 대한 몰두, 그리고 조직에 대한 규범적 몰입으로 볼 수 있다(Yuan & Woodman, 2010). 이러한 연구자들은 혁신행동을 설명하기 위하여 외재적 요인보다 내재적 요인의 중요성을 더욱 강조하고 있으며, 이러한 내재적 요인은 외재적 요인보다 더 높은 수준의 혁신행동을 유발한다고 보고하고 있다(김정훈, 2011; 신황용 · 이희선, 2013; Galende & Fuente, 2003). 따라서 조직구성원의 조직에 대한 규범적 몰입이 혁신행동에 영향을 미친다는 선행연구결과들을 기반으로 본 연구에서도 외식산업 종사자의 규범적 몰입이 이들의 혁신행동에 영향을 미칠 수 있다고 판단하였으며, 이를 바탕으로 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

H10: 외식산업 종사원의 규범적 몰입은 아이디어 발생에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H11: 외식산업 종사원의 규범적 몰입은 아이디어 촉진에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H12: 외식산업 종사원의 규범적 몰입은 아이디어 현실화에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3. 자료의 대상 및 방법

본 연구의 연구모형과 이에 대한 가설을 검증하기 위하여 선행연구 고찰을 통해 각 변수별 설문문항을 작성하고, 설문조사를 통하여 자료를 수집하였다. 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 조사문제를 잘 알고 있거나 모집단의 의견을 효과적으로 반영할 수 있을 것으로 판단되는 특정집단을 표본으로 선정하는 조사방법인 판단표본추출법을 사용하여 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 서울 및 경기지역에 위치하고 있는 외식기업들, 커피전문점, 레스토랑, 호텔식음료부서에서 근무하는 정규직 종사원들을 대상으로 실시되었다. 설문조사를 실시하기에 앞서 먼저, 연구자가 커피전문점과 레스토랑의 점주들과 호텔식음료부서의 총지배인들에게 설문조사의 목적을 설명하고, 이에 동의한 기업의 직원들만을 대상으로 설문조사를 진행하였다. 설문조사는 2014년 10월 16일부터 11월 3일까지 약 2주간에 걸쳐 실시되었다. 설문은 설문 내용에 대하여 사전 교육을 받은 대학원생들이 면접원으로 활용되었으며, 서울 및 경기지역에 위치하고 있는 외식기업 직원들을 대상으로 총 455부가 배포되었다. 이 중 432부(커피전문점 208부, 레스토랑 133부, 호텔식음료부서 91부)가 회수되어 SPSS 18.0과 AMOS 20.0 통계패키지를 이용하여 분석에 활용되었다.

4. 변수의 조작적 정의 및 설문지 구성

직무동기는 “조직의 효과적인 목표달성을 위해 종사원이 업무를 수행하는데 자발적이고 적극적으로 실행할 수 있도록 열정을 이끌어냄으로서, 그 행동의 방향과 정도에 영향력을 행사하는 과정”으로 정의되며, Hon & Leung (2011)의 척도를 본 연구에

맞게 수정・보완하여 성취욕(2문항), 권력욕(2문항), 그리고 소속감(2문항)의 3가지 하위 차원으로 측정되었다. 각 항목은 리커트 7점 척도로 '1'번은 '전혀 그렇지 않다'로 직무동기가 매우 부족함을 의미하고, '7'번은 '매우 그렇다'로 매우 강한 직무동기를 의미하는 것으로 구성되었다. 또한, 조직몰입은 "조직구성원들이 조직에 대한 심리적 애착의 정도와 개인적으로 느끼는 심리적 상태"로 정의되며, Allen & Meyer (1990)가 조직몰입에 사용한 측정도구를 본 연구에 맞게 수정・보완되어, 정서적 몰입(5문항)과 규범적 몰입(5문항)의 2가지 하위 차원으로 측정하였다. 각 항목은 '1'번은 '전혀 그렇지 않다'로 조직에 매우 몰입하지 않는 것을 의미하고, '7'번은 '매우 그렇다'로 조직에 매우 몰입하는 것을 의미하는 7점 척도로 측정되었다. 마지막으로, 혁신행동은 "조직구성원들이 자신의 과업이나 조직 또는 조직의 성과 향상에 도움이 되는 새로운 아이디어를 계획적으로 개발하고, 도입하고, 적용하는 활동"으로 정의되며, Janssen (2001)의 척도를 본 연구에 맞게 연구를 기반으로 수정・보완하여 아이디어 발생(3문항), 아이디어 촉진(3문항), 그리고 아이디어 현실화(3문항)의 3가지 하위 차원으로 측정되었고, '1'번은 '전혀 그렇지 않다'로 종사원들의 혁신행동 빈도가 매우 낮은 것을 의미하고, '7'번은 '매우 그렇다'로 종사원들의 혁신행동 빈도가 매우 높은 것을 의미하는 7점 척도로 측정되었다.

Ⅳ. 실증분석결과

1. 표본의 일반적 특성

본 연구의 분석에 이용된 응답자 432명의 일반적 특성은 다음과 같다. <표 1>에서와 같이 응답자의 50.5%가 여성, 48.8%가 남성으로 나타났다. 연령별로는 20대가 61.8%, 30대가 28.7%, 40대가 8.1%, 50대가 1.4%로 나타났다. 학력별로는 전문대 졸업이 40.4%, 대학교 졸업이 36.3%, 고등학교 졸업이 16.9%, 대학원 이상이 5.8%로 나타났다. 근무업종별로는 커피전문점 종사자가 48.1%, 레스토랑 종사자가 30.8%, 호텔식음료부서 종사자가 21.1%로 나타났다. 직위별로는 일반사원/대리/주임급이 76.4%, 부서장/팀장/과장급이 10.6%, 지배인이 8.3%, 총지배인이 4.4%로 나타났다. 근무경력별로는 2년 이하가 59.7%, 3-6년 이하가 25.5%, 7-10년 이하가 6.7%, 15-18년 이하가 3.7%, 11-14년 이하가 2.5%, 19년 이

<표 1> 응답자의 인구통계적 특성

		빈도(n=432)	비율(%)			빈도(n=432)	비율(%)
성별	여성	218	50.5%	근무업종	커피전문점	208	48.1%
	남성	211	48.8%		레스토랑	133	30.8%
	무응답	3	0.7%		호텔식음료부서	91	21.1%
연령	20-29세	267	61.8%	직위	총지배인	19	4.4%
	30-39세	124	28.7%		부서장/팀장/과장급	46	10.6%
	40-49세	35	8.1%		지배인	36	8.3%
	50-59세	6	1.4%		일반사원/대리/주임급	330	76.4%
교육수준	고졸 이하	73	16.9%	근무경력	2년 이하	258	59.7%
	전문대	173	40.0%		3-6년 이하	110	25.5%
	4년제 대학	157	36.3%		7-10년 이하	29	6.7%
	대학원 이상	25	5.8%		11-14년 이하	11	2.5%
	무응답	4	0.9%		15-18년 이하	16	3.7%
					19년 이상	7	1.6%
					무응답	1	0.2%

상이 1.6%를 차지하는 것으로 나타났다.

2. 타당성 및 신뢰성 검정

다항목으로 구성된 연구단위의 단일차원성을 검증하기 위하여 신뢰도 분석(reliability test)과 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis)이 실시되었다. 일반적으로 Cronbach's α 계수가 조직수준에서는 0.6 이상, 개인수준에서는 0.8 이상이면 신뢰도가 확보되는 것으로 제시되고 있다(여인길 · 김성수, 2005).

본 연구에서 제시된 모든 연구단위를 대상으로 신뢰도 분석을 실시한 결과 모든 연구단위의 Cronbach's α 계수가 0.8 이상으로 일반적 수용기준

<표 2> 전체 연구단위에 대한 확인적 요인분석 결과

내용	표준화 계수	표준오차	t-값	개념 신뢰도	평균분산 추출 값
성취욕 (α=.879)				.851	.741
나는 열심히 일하는 것을 좋아한다.	.864	.051	17.950		
나는 어려운 직무를 끝내면서 오는 만족감을 좋아한다.*	.908	Fixed	Fixed		
권력욕 (α=.810)				.771	.551
나는 경쟁에서 이기는 것을 좋아한다.	.765	.081	11.983		
나는 다른 사람이 나의 방식을 따라하게 하게끔 하는 것을 좋아한다.*	.722	Fixed	Fixed		
소속감 (α=.922)				.888	.799
나는 친구가 많았으면 좋겠다.	.929	.054	19.183		
나는 많은 사람들로부터 사랑을 받았으면 좋겠다.*	.922	Fixed	Fixed		
정서적 몰입 (α=.944)				.884	.657
나는 정말로 우리 조직의 문제를 내 문제처럼 느낀다.	.793	.042	20.533		
나는 우리 조직에 강한 소속감을 느끼고 있다.	.931	.038	27.407		
나는 이 조직에 애착을 느끼고 있다.	.922	.038	26.936		
나는 우리 조직에서 가족의 일부인 것처럼 느끼고 있다.c	-	-	-		
이 조직은 나에게 개인적으로 상당한 의미가 있다.*	.857	Fixed	Fixed		
규범적 몰입 (α=.904)				.849	.586
현 조직에 계속 남아있어야 한다는 의무감을 느끼고 있다.c	-	-	-		
이 조직을 떠나는 것이 나에게 이득이 될 지라도 지금 그렇게 하는 것은 옳지 않은 것 같다.	.716	.044	16.957		
지금 이 조직을 떠난다면 죄책감을 느낄 것이다.	.836	.044	21.371		
다른 곳에서 더 좋은 일자리를 제공받았다고 할지라도, 이 조직을 떠나는 것은 옳지 않은 것 같다.	.863	.046	21.996		
만일 지금 이 조직을 떠난다면 신뢰를 저버리는 일이 될 것이다.*	.853	Fixed	Fixed		
아이디어 발생 (α=.905)				.872	.695
나는 직무개선을 위해 새로운 아이디어를 창출한다.	.897	.045	23.484		
나는 새로운 직무방법, 기술, 혹은 도구를 찾는다.	.895	.044	23.421		
나는 문제에 대한 본질적인 해결책을 만들어낸다.*	.835	Fixed	Fixed		
아이디어 촉진 (α=.924)				.885	.721
나는 혁신적인 아이디어를 위한 지지를 모은다.	.929	.040	27.215		
나는 혁신적인 아이디어를 위한 승인을 얻는다.	.908	.040	26.101		
나는 중요한 조직구성원들이 혁신적인 아이디에서 열정적이도록 만든다.*	.858	Fixed	Fixed		
아이디어 현실화 (α=.937)				.899	.748
나는 혁신적인 아이디어를 유용하게 적용될 수 있도록 바꾼다.	.912	.032	30.149		
나는 혁신적인 아이디어를 직무환경 전체에 적용시킨다.	.918	.032	30.688		
나는 혁신적인 아이디어의 활용성을 평가한다.*	.905	Fixed	Fixed		

χ^2=465.730(d.f=202, p=.000), GFI=.914, AGFI=.883, CFI=.969, RMSEA=.055, NFI=.946, IFI=.969
c 분석 시 제거된 항목
* 분석 시 1.0으로 고정된 항목

을 충족하여 각 측정변수들의 신뢰성이 확보되었다. 신뢰성이 검증된 전체 연구단위를 대상으로 판별타당성과 수렴 타당성 검증을 위한 확인적 요인분석이 실시되었다(Anderson & Gerbing, 1988). 분석 결과, <표 2>에 나타난 바와 같이 적합도 지수가 χ^2=465.730(d.f=202, p=.000), GFI=.914, AGFI=.883, CFI=.969, RMSEA=.055, NFI=.946, IFI=.969로 일반적인 권고수준을 상회하는 것으로 나타났고, 측정변수들의 표준화 계수의 t-값을 보면 모두 1.96(p<.05)을 초과해 유의한 것으로 나타났으며, 요인부하량 역시 모두 0.5 이상으로 나타나 본 연구의 제안모형은 대체적으로 적합하다고 판단된다(이용기・최정구・김민성, 2010).

한편, 각 연구단위들에 대한 판별타당성은 다음의 두 가지 방법을 통해 검증되었다. 첫째, 연구단위 간 상관관계를 보여주는 ϕ계수의 신뢰구간(ϕ ± 2SE)에 1.0이 포함되지 않아야 한다(Anderson & Gerbing, 1988). <표 3>에 제시된 바와 같이 모든 ϕ계수의 신뢰구간에 1.0이 포함되고 있지 않으므로 연구단위들 간 판별타당성이 검증되었다. 둘째, 평균분산추출 값이 모든 연구단위간 상관계수의 제곱값(squared correlation)보다 커야 한다(Fornell & Lacker 1981). <표 2>의 평균분산추출 값과 <표 3>의 연구단위간 상관관계의 제곱 값을 비교해보면, 각 연구단위의 평균분산추출 값이 모든 연구단위간 상관관계의 제곱 값보다 큰 것을 확인할 수 있다. 이러한 두 가지 방법을 통해 전체 연구단위들의 판별타당성이 검증되어 차후 분석이 실시되었다.

한편, 응답자 스스로가 설문서에 답함으로써 무의식적으로 일관성을 유지하려는 경향 혹은 바람직하게 답변하려고 함으로써 현실을 왜곡시키려고 하는 경향으로 발생할 수 있는 공통방법편의를 체크하기 위하여 Harman's 1요인 검증(single-factor test)이 실시되었다(이용기・김민성・남중헌, 2014; Lee, Kim, Son, & Lee, 2011). 공통방법편의는 한 요인이 전체 요인설명력의 대부분을 설명할 때 나타나기 때문에 본 연구에서와 같이 8개의 요인으로 구성되는 측정모형의 χ^2과 d.f.의 값과 1개의 요인으로 구성된다는 가정의 χ^2과 d.f.의 값을 비교하여 전자의 적합도가 더 나으면, 공통방법편의는 존재하지 않는다고 볼 수 있다. 분석 결과, 1개의 요인의 경우, χ^2=4,082.330, d.f.=230에 비하여 8개의 요인을 가정했을 경우 χ^2=465.730, d.f.=202로 더 좋은 적합도를 갖는 것으로 나타나(p<.01), 본 연구의 경우 공통방법편의는 존재하지 않는 것으로 판단되어 추후 분석이 실시되었다.

요인분석과 신뢰성 분석 결과, 단일 차원성이 입증된 각 연구 단위에 대하여 서로의 관계가 어떤 방향이며, 어느 정도의 관계를 갖는지 알아보기 위해 상관관계 분석을 실시였다. 상관관계 분석결과, <표

<표 3> 평균, 표준편차 그리고 상관관계행렬

	성취욕	권력욕	소속감	정서적 몰입	규범적 몰입	아이디어 발생	아이디어 촉진	아이디어 현실화
성취욕	1							
권력욕	.462**	1						
소속감	.399**	.469**	1					
정서적 몰입	.399**	.397**	.287**	1				
규범적 몰입	.303**	.295**	.229**	.603**	1			
아이디어 발생	.437**	.437**	.243**	.448**	.361**	1		
아이디어 촉진	.289**	.376**	.195**	.458**	.402**	.572**	1	
아이디어 현실화	.370**	.405**	.241**	.501**	.449**	.631**	.608**	1
평균	5.593	5.322	5.518	4.912	4.289	4.944	4.821	4.791
표준편차	1.077	1.147	1.181	1.246	1.377	1.101	1.189	1.213

** p<0.01

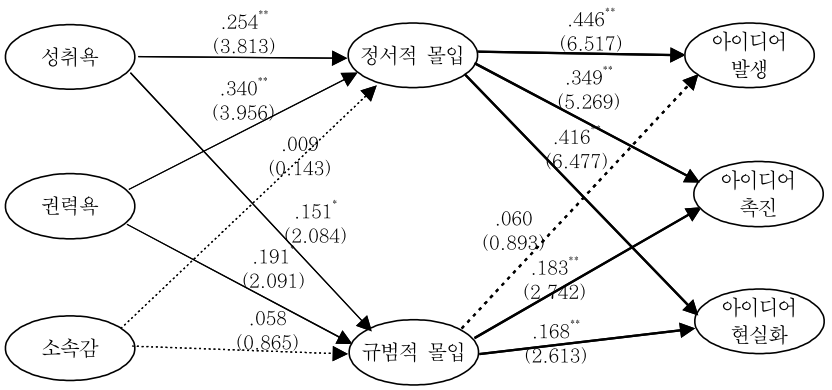
3>에 나타난 바와 같이 모든 연구단위 간의 상관관계는 p<.01 수준에서 정(+)의 상관관계를 가지는 것으로 나타났다. 따라서 연구 모형과 연구 가설에서 제시한 변수들 간의 방향은 일치하는 것으로 나타났다.

3. 연구가설의 검증

본 연구모형은 최대우도법(Maximum Likelihood)을 기반으로 Amos 20.0을 사용하여 분석되었다.

분석 결과, [그림 2]에서와 같이 적합도 지수는 χ^2=544.743, d.f.=211(χ^2/d.f.=2.582), p=.000, GFI=.900, AGFI=.870, RMSEA=.061, NFI=.937, IFI=.960, CFI=.960 등으로 전반적으로 좋은 모델 적합도를 보여주는 모형이 도출되었다(Hair, Anderson, Tatham & Black, 1998). 그리고 외생변수를 통한 내생변수의 설명력을 살펴 본 결과, 정서적 몰입은 성취욕, 권력욕, 그리고 소속감에 의하여 28.9%가 설명되는 것으로 나타났고, 규범적 몰입은 성취욕, 권력욕, 그리고 소속감에 의하여 11.8%가 설명되는 것으로 나타났다. 아이디어 발생은 정서적 몰입과 규범적 몰입에 의하여 23.8%가 설명되는 것으로 나타났고, 아이디어 촉진은 정서적 몰입과 규범적 몰입에 의하여 24.1%가 설명되는 것으로 나타났으며, 아이디어 현실화는 정서적 몰입과 규범적 몰입에 의하여 29.5%가 설명되는 것으로 나타났다.

외식산업 종사원의 직무동기가 정서적 몰입, 규범적 몰입, 그리고 혁신행동에 미치는 영향에 대한 가설분석결과는 <표 4>와 같다. 먼저, '외식산업 종사원의 성취욕은 정서적 몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다'라는 H1은 경로계수가 .254(t-값=3.813, p<.01)로 유의한 것으로 나타나 지지되었다. 이는 외식산업 종사원의 성취욕 동기를 통해 정서적 몰입이 형성된다는 것을 의미한다. '외식산업 종사원의 성취욕은 규범적 몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다'라는 H2도 경로계수가 .151(t-값=2.084, p<.05)로 유의한 것으로 나타나 지지되었다. 이러한 결과는 외식산업 종사원의 성취욕 동기를 통해 규범적 몰입의 정도가 높아진다는 것을 의미한다. '외식산업 종사원의 권력욕은 정서적 몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다'라는 H3은 경로계수가 .340(t-값=3.956, p<.01)로 유의한 것으로 나타나 지지되었다. 이는 외식산업 종사원의 권력욕 동기를 통해 정서적 몰입이 형성된다는 것을 의미한다. '외식산업 종사원의 권력욕은 규범적 몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다'라는 H4도 경로계수가 .191(t-값=2.091,



* p 〈 .05, ** p 〈 .01, 실선: 유의적 관계, 점선: 비유의적 관계
χ^2=544.743, d.f.=211, p=.000, GFI=.900, AGFI=.870, RMSEA=.061, NFI=.937, IFI=.960, CFI=.960

[그림 2] 구조모형 분석결과

p<.05)로 유의한 것으로 나타나 지지되었다. 이러한 결과는 외식산업 종사원의 권력욕 동기를 통해 규범적 몰입의 정도가 높아진다는 것을 의미한다. 그러나 '외식산업 종사원의 소속감은 정서적 몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다'라는 H5는 경로계수가 .009(t-값=0.143, p>.05)로 유의하지 않은 것으로 나타나 지지되지 않았다. '외식산업 종사원의 소속감은 규범적 몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다'라는 H6도 경로계수가 .058(t-값=0.865, p>.05)로 유의하지 않은 것으로 나타나 지지되지 않았다. 이러한 결과는 외식산업 종사원의 소속감 동기를 통해 정서적 몰입과 규범적 몰입이 형성되기 어렵다는 것을 의미한다.

H7은 '외식산업 종사원의 정서적 몰입은 아이디어 발생에 정(+)의 영향을 미칠 것이다'라는 가설로 경로계수가 .446(t-값=6.517, p<.01)로 유의한 것으로 나타나 지지되었다. 이는 외식산업 종사원의 정서적 몰입을 통해 아이디어 발생의 빈도가 증대된다는 것을 의미한다. H8은 '외식산업 종사원의 정서적 몰입은 아이디어 촉진에 정(+)의 영향을 미칠 것이다'라는 가설로 경로계수가 .349(t-값=5.269, p<.01)로 유의한 것으로 나타나 지지되었다. 이러한 결과는 외식산업 종사원의 정서적 몰입을 통해 아이디어 촉진의 정도가 높아진다는 것을 의미한다. H9는 '외식산업 종사원의 정서적 몰입은 아이디어 현실화에 정(+)의 영향을 미칠 것이다'라는 가설로 경로계수가 .416(t-값=6.477, p<.01)로 유의한 것으로 나타나 지지되었다. 이는 외식산업 종사원의 정서적 몰입을 통해 아이디어 현실화의 정도가 높아진다는 것을 의미한다. 한편, '외식산업 종사원의 규범적 몰입은 아이디어 발생에 정(+)의 영향을 미칠 것이다'라는 H10은 경로계수가 .060(t-값=0.893, p>.05)로 유의하지 않은 것으로 나타나 지지되지 않았다. 이러한 결과는 외식산업 종사원의 규범적 몰입을 통

<표 4> 연구단위 간의 가설 검증 결과

가설	경로	표준화된 경로계수 및 t-값		검증결과
		경로계수	t-값	
H1	성취욕 → 정서적 몰입	.254**	3.813	채택
H2	성취욕 → 규범적 몰입	.151*	2.084	채택
H3	권력욕 → 정서적 몰입	.340**	3.956	채택
H4	권력욕 → 규범적 몰입	.191*	2.091	채택
H5	소속감 → 정서적 몰입	.009	0.143	기각
H6	소속감 → 규범적 몰입	.058	0.865	기각
H7	정서적 몰입 → 아이디어 발생	.446**	6.517	채택
H8	정서적 몰입 → 아이디어 촉진	.349**	5.269	채택
H9	정서적 몰입 → 아이디어 현실화	.416**	6.477	채택
H10	규범적 몰입 → 아이디어 발생	.060	0.893	기각
H11	규범적 몰입 → 아이디어 촉진	.183**	2.742	채택
H12	규범적 몰입 → 아이디어 현실화	.168**	2.613	채택
간접효과		경로계수	p-값	
	성취욕 → 아이디어 발생	.122**	.002	
	성취욕 → 아이디어 촉진	.116**	.002	
	성취욕 → 아이디어 현실화	.131**	.002	
	권력욕 → 아이디어 발생	.163**	.004	
	권력욕 → 아이디어 촉진	.154**	.003	
	권력욕 → 아이디어 현실화	.174**	.004	
	소속감 → 아이디어 발생	.007	.751	
	소속감 → 아이디어 촉진	.014	.590	
	소속감 → 아이디어 현실화	.013	.633	

**p 〈 .01, *p 〈 .05

해 아이디어 발생의 빈도가 증대되기 어렵다는 것을 의미한다. 그러나 '외식산업 종사원의 규범적 몰입은 아이디어 촉진에 정(+)의 영향을 미칠 것이다'라는 H11은 경로계수가 .183(t-값=2.742, p<.01)로 유의한 것으로 나타나 지지되었다. 이는 외식산업 종사원의 규범적 몰입을 통해 아이디어 촉진의 정도가 높아진다는 것을 의미한다. '외식산업 종사원의 규범적 몰입은 아이디어 현실화에 정(+)의 영향을 미칠 것이다'라는 H12는 경로계수가 .168(t-값=2.613, p<.01)로 유의한 것으로 나타나 지지되었다. 이러한 결과는 외식산업 종사원의 규범적 몰입을 통해 아이디어 현실화의 정도가 높아질 수 있다는 것을 의미한다.

한편, 본 연구에서는 외식산업 종사원의 직무동기와 혁신행동 간의 관계에서 이들의 정서적 몰입과 규범적 몰입의 매개효과를 검증하기 위하여 Han, Back & Barrett(2009)의 분석방법을 토대로 외식산업 종사원의 직무동기가 이들의 정서적 몰입과 규범적 몰입을 통해 혁신행동에 미치는 간접효과 검증을 실시하여 정서적 몰입과 규범적 몰입의 매개효과를 검증하고자 한다. <표 4>에서 보는바와 같이, 외식산업 종사원의 성취욕이 정서적 몰입과 규범적 몰입을 통해 아이디어 발생(경로계수 .122, p<.01), 아이디어 촉진(경로계수 .116, p<.01), 그리고 아이디어 현실화(경로계수 .131, p<.01)에 미치는 간접효과는 유의한 것으로 나타났다. 또한, 외식산업 종사원의 권력욕이 정서적 몰입과 규범적 몰입을 통해 아이디어 발생(경로계수 .163, p<.01), 아이디어 촉진(경로계수 .154, p<.01), 그리고 아이디어 현실화(경로계수 .174, p<.01)에 미치는 간접효과도 유의한 것으로 나타났다. 그러나 소속감이 정서적 몰입과 규범적 몰입을 통해 아이디어 발생, 아이디어 촉진, 그리고 아이디어 현실화에 미치는 간접효과는 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다.

Ⅴ. 결론

노동집약적 산업으로 분류되는 외식산업 분야는 서비스가 수반되는 특성상 타 분야에 비해 인적 의존도가 높기 때문에 이에 따라 외식기업 종사원의 직무동기가 외식산업의 성과를 좌우하는 중요한 변수로 작용한다고 볼 수 있다. 따라서 본 연구의 목적은 직무동기 이론을 기반으로 외식산업 종사원의 직무동기가 조직몰입과 혁신행동에 미치는 영향력을 실증적으로 파악하고자 하였다. 본 연구에서 제시한 연구모형의 실증분석결과를 기반으로 향후 외식산업 종사원들의 효율적인 인사관리 전략방안을 위한 이론적 및 실무적 시사점을 제시하고자 하였으며, 이에 대한 이론적 시사점을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 외식산업을 중심으로 종사원들의 직무동기 이론을 실제 업무현장에 적용시켜 이를 통해 종사원들의 조직몰입 형성과정과 혁신행동을 예측한 실증연구라는 점이다. 이미 국내에서는 여러 연구자들에 의해 직무동기를 외재적 동기와 내재적 동기로 제시하고 이들을 기반으로 한 연구모형 제시 및 실증연구 결과를 제시하고 있다(이형룡 · 정태완 · 황서현, 2013; 정명희 · 박정민 · 하동현, 2014; 주희 · 이형룡, 2012). 그러나 본 연구는 이러한 선행연구들과는 차별적으로 외식산업 종사원들을 대상으로 성취욕, 권력욕, 그리고 소속감이라는 새로운 개념의 내재적 직무동기의 하위차원을 제시하였다는 이론적 시사점을 제시할 수 있다. 둘째, 외식산업 종사원들의 혁신행동을 단일차원이 아닌 아이디어를 중심으로 이를 아이디어 발생, 촉진, 그리고 현실화의 차원으로 세분화하여 각각의 혁신행동 하위차원들의 형성과정을 제시하였다는 이론적 시사점을 제시할 수 있다. 한편, 외식산업 종사원의 직무동기의 영향력에 대한 실증분석을 기반으로 한 실무적 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 외식산업 종사원의 성취욕과 권력욕은 정서적 몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로

나타났으나 소속감은 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 서비스 사회라 불리는 21세기의 외식산업은 고객의 기대에 부응해야 할 뿐만 아니라 이를 넘어 고객의 가치를 실현하도록 해야만 한다. 이러한 외식산업의 고객가치 경영의 기반은 종사원들의 서비스로부터 시작되며, 이를 통해 경쟁에서 살아남아야 한다. 따라서 외식기업들은 종사원들의 직무동기를 파악하여 그들이 속한 조직을 자신의 일처럼 여겨 애착을 갖도록 해야 할 것이다. 이를 위해서는 외식기업 종사원들에게 직무에 대한 동기를 파악하고 이를 부여할 수 있는 지속적이고 효율적인 내부마케팅 활동이 수행되어야 한다. 외식산업의 특성상 고객과의 접점에서 고객을 응대해야 하는 종사원들은 부서별 혹은 조직별로 활동하는 것이 아니라 홀로 직무를 수행해야 하는 경우가 대부분이기 때문에 성취욕과 권력욕이 중요하게 작용하는 반면 상대적으로 소속감의 영향력은 감소되기 때문에 이러한 결과가 나타난 것으로 판단된다. 본 연구의 분석결과를 통해 외식산업 종사원들의 조직에 대한 정서적 몰입의 정도를 높여줄 수 있는 성취욕과 권력욕의 직무동기를 증대시키기 위한 방안의 필요성이 요구된다. 현재 외식기업들은 신입사원을 선발 및 채용할 때, 인, 적성검사를 실시하여 서비스 직무에 적합한 인성과 적성을 지니고 있는지 측정하고 있다. 그 다음 단계로 면접을 통해 서류심사를 통과한 지원자들을 대상으로 상대적으로 높은 성취욕과 권력욕을 지닌 인재를 선발할 수 있도록 주의를 기울어야 한다. 따라서 외식산업 종사원을 채용할 때 높은 성취욕과 권력욕을 지닌 지원자를 선발하기 위해서는 신뢰할만한 효과적인 면접법과 직무동기 측정도구를 개발하여 직원 채용에 적용시킬 필요성이 요구된다. 그러나 직무수행을 통한 자기만족과 조직과 동료들로부터 인정을 받고 싶어 하는 성취욕과 권력욕에 비해 상대적으로 직무수행과는 관련성이 적은 소속감은 조직에 대한 정서적 몰입의 정도를 높이는데 다소 무리가 있는 것으로 판단된다. 따라서 이러한 분석결과를 기반으로 외식기업은 종사원들을 대상으로 도전적인 과업을 탐색하거나 시도할 수 있는 기회를 제공하고, 이를 달성한 종사원들의 유능함을 인정해주고 보상해주는 정책을 도입한다면 조직에 대한 정서적 몰입이 강화될 것으로 판단된다. 또한 이와 같은 과업달성을 위하여 상황에 적극적으로 대응하려는 노력과 의욕이 강화되어 자신의 능력에 대한 자신감이 높아져 조직에 대한 정서적 몰입 증대뿐만 아니라 이들의 직무능력 향상까지 기대할 수 있을 것이다.

둘째, 외식산업 종사원의 성취욕과 권력욕은 규범적 몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미친 반면 소속감은 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이러한 분석결과는 외식산업 종사원들의 경우 조직과 조직구성원들과 조화 등의 외연적인 업무 환경을 포함한 내재적 직무동기보다는 상대적으로 직무를 통한 성취감과 직무에 대한 자긍심 등과 같은 내재적 직무동기의 영향력이 더 강하게 나타나기 때문에 외식산업 종사원들의 규범적 몰입을 증대시키는데 성취욕과 권력욕이 중요한 요인이 된다는 것을 의미하는 것이다. 따라서 외식산업 종사원의 조직에 대한 규범적 몰입을 증대시키기 위해서는 이들의 성취욕과 권력욕 동기부여와 관련하여 직무처리에 대한 보상과 처벌이 분명하고도 적절히 사용되어야 한다. 외식산업은 서비스가 수반되기 때문에 기업의 지출부분에서 인건비가 상당부분을 차지하고 있고, 예산상의 제약이 동반되기 때문에 보수, 후생복지, 승진 등의 경제적 보상과 여가활동 지원 등의 외연적인 업무 환경 지원들을 포함한 외적 직무동기를 무한정으로 증진시킬 수 없다. 이러한 제약조건을 고려해볼 때 외식산업 종사원들의 규범적 몰입을 증대시키기 위한 직무와 관련한 성취욕과 권력욕에 대한 직무동기의 중요성이 더욱 명확해진다. 또한, 외식기업들은 종사원들을 존중하고 그들이 직무수행을 통해 성취하고자 하는 것을 정확히 파악하여 이를 통해 우수한 인재를 확보할 수 있고, 상품을 고객들에게 직접 판매하

는 고객접점에서 직무를 수행해야 하는 외식산업 종사원의 지속적인 관리를 통해 업무에 대한 권태와 매너리즘에 빠지지 않도록 꾸준한 동기부여를 실시하여야 할 것이다. 이를 기반으로 증대된 외식산업 종사원들의 규범적 몰입을 통해 우수한 종사원들을 장기적으로 보유하여 경쟁력이 뛰어난 기업으로서 지속적인 이윤추구를 달성할 수 있을 것이다. 또한 외식산업 종사원들이 일상적으로 직무를 원활히 수행할 경우에는 이들의 업무에 대한 간섭을 피해야하고, 문제가 발생한 경우에는 해당 종사원을 중심으로 즉각 능동적으로 대처하여 문제를 해결할 때 종사원들의 성취욕과 권력욕 동기부여가 강화될 것으로 판단된다.

셋째, 외식산업 종사원의 정서적 몰입은 아이디어 발생, 아이디어 촉진, 그리고 아이디어 현실화에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 지금까지 조직행동분야에서 결과변수로 제시되어왔던 조직에 대한 정서적 몰입이 본 연구를 통해 외식산업 종사자의 혁신행동을 강화시킨다는 것이 확인되었다(김정훈, 2011). 외식 기업들은 빠르게 변화하고 있는 외부적 경영환경과 경쟁이 치열한 시장환경에 적절히 대처하기 위하여 내부 구성원들의 혁신행동을 장려해야 할 것이다. 따라서 외식기업은 그들의 종사원들을 대상으로 비전과 사명 등에 대한 적극적인 홍보를 통해 이를 종사원들과 동일시하게 하여 조직에 대한 정서적 몰입을 형성하게 해야 할 것이다. 특히, 외식산업 종사원들의 경우 제품판매 시 고객과의 접점에서 서비스를 수반하여 고객을 응대해야하기 때문에 고객만족에 직결될 수 있는 종사원들의 행동, 특히 혁신행동이 매우 중요하다고 볼 수 있다. 본 연구의 분석결과를 통해 외식산업 종사원들의 조직에 대한 정서적 몰입이 높아진다면, 이들이 직무를 수행하는데 있어 직무개선을 위한 아이디어를 제공하고, 이를 실제 직무환경에 적용하여 다른 동료직원들에게 전파하는 혁신행동의 빈도도 높아진다는 것을 알 수 있다. 따라서 외식기업의 경영층은 그들 종사원들 간의 우호적인 관계형성을 위한 조직분위기 유도, 팀워크 구축, 종사원들의 공헌에 대해 믿음과 애착표명 등과 같은 다양한 기업문화의 개발을 통해 조직에 대한 정서적 몰입을 증대시켜 혁신적 업무행동을 유발하도록 해야 할 것이다. 또한, 조직구성원들 간의 조화로운 커뮤니케이션을 통해 조직에 대한 소속감과 유대감과 같은 정서적 몰입이 증대될 수 있으며, 이들 통해 외식산업 종사원들의 조직목표달성과 발전을 위한 혁신적 업무행동이 나타날 가능성이 높아질 수 있다고 판단된다. 따라서 외식기업들은 종사원들 간의 조화로운 소통을 위한 온라인 혹은 오프라인 채널을 확보하고 이를 종사원들이 효율적으로 이용할 수 있도록 지속적인 개발을 실시해야 할 것이다.

넷째, 외식산업 종사원의 규범적 몰입은 아이디어 촉진과 아이디어 현실화에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나 아이디어 발생에는 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 외식산업 종사원들의 조직에 대한 정서적 몰입뿐만 아니라 규범적 몰입 또한 이들의 새로운 아이디어 촉진과 현실화로 나타나는 혁신행동의 중요한 결정요인이라는 것을 의미하는 것이다. 그러나 조직에 대한 정서적 몰입과는 다르게 조직에 대한 의무감의 측면을 기반으로 하는 규범적 몰입은 직무와 관련한 새로운 아이디어를 직접 개발하는 보다 적극적인 측면의 혁신행동을 이끌어내는 영향력은 미흡한 것으로 나타났다. 전술한바와 같이 규범적 몰입은 사회화를 통하여 몰입규범이 내재화되면 될수록 규범적 몰입이 증대된다. 이에 규범적 몰입은 조직에 남아 있어야 하는 의무감과 태도로써 지각된 도덕적 의무에 기초를 둔 집단과의 관계를 위한 심리적 애착을 의미하기 때문에 외식기업은 종사원들을 대상으로 자신이 속한 기업에 충성해야 한다는 내재화된 믿음을 강화시켜줄 수 있는 프로그램을 개발해야 할 것이다. 또한, 기업으로부터 가치 있는 혜택을 수령했다고 느끼게 하여 이들의 규범적 몰입을 증대시켜야 할 것이다. 따라

서 사회화와 교환 원리를 기반으로 조직에 몰입해야 한다는 도덕적 의무감을 불러일으키고, 이러한 도덕적 의무감에 기초한 규범적 몰입이 높아진 외식산업 종사원들은 직무를 위한 새로운 아이디어를 직무에 적용해보고, 이를 다른 동료직원들에게 전파할 것으로 판단된다.

마지막으로 외식산업 종사원들의 직무동기가 조직몰입의 매개변수를 통해 혁신행동에 영향을 미친다는 본 연구의 연구결과를 기반으로 다음과 같은 시사점이 제시될 수 있다. 본 연구의 서론부분에서 외식산업 종사원들에 대한 내재적 동기의 중요성을 강조하였듯이 본 연구의 분석결과 역시 외식산업 종사원들의 혁신행동을 촉진하기 위해서는 내재적 동기의 역할이 중요함을 보여준다. 또한, 성취욕과 권력욕이 조직몰입의 차원을 통해 혁신행동에 미친다는 분석결과는 이들이 외식산업 종사원들이 자신의 조직에 더욱 몰입하게 하는 중요한 요소임을 제시하는 것이다. 이는 경제적 보상을 덜 제공해도 혁신적으로 직무를 수행하는 우수한 전문 인력을 확보할 수 있는 것은 내재적 동기를 가진 외식산업 종사원들에게 크게 의존하고 있기 때문이다. 이러한 내재적 동기의 효과를 혁신행동에 전달하는 매개변수로 제시된 조직몰입을 증대시키기 위한 기업분위기 조성과 이에 대한 관심이 필요하다. 외식산업 종사원들의 기업에 대한 자부심, 헌신 및 애착이 높아지게 하기 위해서는 내재적 동기를 강화시킬 수 있는 자기개발 및 보수교육의 기회가 제공되어야 할 것이다.

본 연구는 서울 및 경기지역의 외식산업 종사원들을 대상으로 이들의 직무동기, 조직몰입, 그리고 혁신행동 간의 영향관계 검증을 통해 이론적 및 실무적 시사점을 제시하였음에도 불구하고 다음과 같은 한계점이 있으며, 이에 대한 향후 연구방향을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 본 연구의 대상이 서울 및 경기 지역 외식기업에 근무하는 종사원들로만 제한되어 연구가 진행되었기 때문에 전국의 외식기업의 종사원들에게 적용하기에는 대표성에 다소 한계가 있다. 따라서 향후 연구에서는 서울 및 경기지역뿐만 아니라 전국의 외식기업 종사원들을 대상으로 연구가 진행되어야 할 것이다. 둘째, 본 연구에서는 외식산업 종사원의 내재적 직무동기를 선행연구 고찰을 통하여 3개의 요인으로 제시하고, 이를 측정하기 위해 설문문항을 사용하였으나, 본 연구에서 미처 고려하지 못한 외식산업 종사원들만의 특성이 존재할 수 있다. 이러한 외식산업 종사원들의 내재적 직무동기 측정항목에 대한 내용타당성이 보완된 추가적인 연구가 필요하다. 셋째, 외식산업 종사원들의 직위와 근무 년 수에 따라서 이들이 지각하는 직무동기, 조직몰입, 그리고 혁신행동에 대한 인식적 차이가 존재할 수 있기 때문에 향후 연구에서는 이들 간의 차이점을 고려한 추가적인 연구 및 분석이 진행되어야함을 제시한다. 넷째, 본 연구에서 매개변수로 제시된 조직에 대한 몰입 차원을 감정적, 규범적 몰입 외에도 지속적 몰입, 그리고 직무에 대한 몰입 등의 다양한 몰입 차원변수들이 포함된 연구의 필요성이 요구된다. 또한, 직무동기와 혁신행동의 관계에서 조직몰입의 매개효과뿐만 아니라 조절효과를 검증하는 것도 연구의 차별성과 변수들 간의 관계를 설정하는데 있어 의미 있는 연구가 될 것으로 판단된다. 마지막으로 본 연구에서 직무동기와 조직몰입의 결과변수로 제시된 혁신행동 이외에도 팀워크, 직무성과, 종사원 충성도, 그리고 이직의도 등과 같은 변수들을 다양하게 포함한 더욱 포괄적인 연구모형의 제시가 요구된다.

참고문헌

구동우. 김호석. 김민성 (2013). 호텔 총지배인의 진정성 리더십이 종업원의 신뢰, 정서적 몰입, 그리고 이직의도에 미치는 영향. 『호텔관광연구』 15(4), 204-226.

구동우. 이새미. 송승열 (2014). 호텔 구성원의 윤리적 리더십이 혁신행동에 미치는 영향에 관한

구조모형분석: LMX와 구성원 열의의 매개효과를 중심으로.『관광학연구』 38(8), 11-35.

곽용섭 (2006). 호텔 중간관리자의 변혁적, 거래적 리더십이 정서적, 지속적, 규범적 조직몰입에 미치는 영향.『호텔관광연구』 8(3), 119-132.

권나경. 김혜린. 서원석 (2010). 직무 순환이 동기 부여 및 직무 만족에 미치는 영향에 관한 연구: 서울 특1급 호텔 F&B 종사원을 중심으로.『한국조리학회지』 16(4), 163-176.

김새롬. 이형룡 (2014). 호텔기업의 인적자원관리 일관성이 동기부여와 정서적 몰입에 미치는 영향.『외식경영연구』 17(3), 101-132.

김정훈 (2011). 테마 파크 종사원들의 변혁적 리더십, 혁신행동, 조직몰입 간의 관계.『관광연구저널』 26(2), 233-254.

변재우. 이유양. 고재윤 (2012). 호텔연회부서의 직무환경이 종사원의 조직몰입 및 이직의도에 미치는 영향에 관한 연구: 서울시내 특1급 호텔을 중심으로.『외식경영연구』 15(4), 197-222.

설경진 (2009). 변혁적 리더십이 호테종사자의 혁신행동에 미치는 영향연구.『관광레저연구』 21(3), 431-451.

송건섭. 나병선 (2014). 인적자원관리 구성요소와 직무만족, 조직몰입 및 혁신행동 간의 인과관계.『한국인사행정학회보』 13(1), 327-350.

송기옥. 김형일. 장종완 (2013). 호텔 조리종사자의 동기부여와 직무만족이 직무이동에 미치는 영향에 관한 연구.『호텔리조트연구』 12(2), 401-418.

송정수. 양필석 (2008). 셀프리더십과 혁신행동과의 관계에서 조직몰입의 매개효과에 관한 연구.『기업경영연구』 15(1), 189-209.

26(2), 233-254.

신황용. 이희선 (2013). 조직공정성과 조직몰입 및 혁신적 업무행동 간의 구조적 안과관계 분석.『한국행정학보』 47(3), 157-179.

양난미. 이지연 (2008). 교사들의 내적 외적 동기, 교수몰입과 행복감의 관계.『상담학연구』 9(1), 1-14.

양진영 (2014). 사설 스포츠 센터 종사자의 심리적 주인의식이 직무몰입, 정서적 조직몰입 및 혁신적 업무행동에 미치는 영향.『한국체육학회지』 53(1), 235-248.

여인길. 김성수 (2005). 리더십 유형이 신뢰의 역할에 따라 조직성과에 미치는 영향: 증권회사를 중심으로.『대한경영학회지』 18(2), 557-581.

유명희 (2007). 기업의 인센티브여행 제시가 조직몰입 및 직무성과에 미치는 영향.『관광학연구』 31(5), 419-436.

유정선 (2014). 서비스기업 종사원의 의사소통환경이 직무만족 및 조직몰입에 미치는 영향.『관광경영연구』 18(2), 129-150.

이용기. 최정구. 김민성 (2010). 환경에 대한 객관적, 주관적 지식이 환경 친화적 행동에 미치는 영향: 환경에 대한 정서의 매개역할.『경영학연구』 39(5), 1177-1198.

이용기. 김민성. 남중헌 (2014). 호텔 구성원의 개인-환경적합이 조직감정과 종업원 성과에 미치는 영향에 관한 구조모형분석.『호텔경영학연구』 23(2), 219-237.

이찬옥. 조은혜. 조용범 (2013). 호텔조리사의 성격특성과 LMX가 개인혁신행동에 미치는 영향.『한국조리학회지』 19(5), 59-75.

이형룡. 정태완. 황서현 (2013). 호텔 기업 상사의 변혁적 리더십이 직원의 창의성과 내재적 동기에 미치는 영향.『호텔경영학연구』 22(2), 21-40.

임사라. 박세영 (2012). 직장인 개인 및 여가활동에 따른 여가만족과 조직몰입의 관계에서 직무만족의 매개효과.『한국심리학회지』 25(1), 171-193.

전현모. 김지회 (2012). 외식기업 종사원의 고용불안이 조직몰입과 조직시민행동에 미치는 영향.

『호텔리조트연구』 11(2), 321-340.

정명희. 박정민. 하동현 (2014). 항공사 객실승무원 이미지가 직업선택 동기와 취업결정 요인에 미치는 영향: 대구·경북지역으로.『호텔관광연구』 16(2), 492-515.

정현우. 최은경. 김학선 (2012). 외식업 종사자의 훈련동기요인, 교육만족도, 직무만족도 간의 관계에 관한 연구.『한국조리학회지』 18(5), 165-175.

주희. 이형룡 (2012). 호텔 직원의 셀프리더십이 혁신행동에 미치는 영향: 직무동기의 조절효과를 중심으로.『호텔경영학연구』 21(3), 17-36.

지계웅 (2009). 호텔 식음료부서 직원의 직무동기와 LMX가 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향.『호텔경영학연구』 18(2), 77-94.

최석봉. 김경환. 문계완 (2010). 변혁적 리더십이 혁신행동에 미치는 영향: 학습지향성과 조직몰입의 매개효과검증.『인적자원관리연구』 17(4), 225-243.

최영수 (2004). 호텔 식음료부문 종사원의 직무동기 부여에 관한 실증적 연구.『여행학연구』 21, 223-239.

Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. Journal of Occupational Psychology, 63(1), 1-18.

Amabile, T. M. (1988). A model of creativity and innovation in organizations. Research in Organization Behavior, 10, 123-167.

Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. Psychological Bulletin, 103(3), 411-423.

Arendt, S. W., Ellis, J. D., Strohbehn, C., & Paez, P. (2011). Development and use of an instrument to measure retail foodservice employees' motivation for following food safety practices. Journal of Foodservice Business Research, 14(1), 68-85.

Borzaga, C., & Tortia, E. (2006). Worker motivations, job satisfaction, and loyalty in public and nonpublic social services. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 35(2), 225-248.

Cho, S., & Johanson, M. M. (2008). Organizational citizenship behavior and employee performance: A moderating effect of work status in restaurant employees. Journal of Hospitality & Tourism Research, 32(3), 307-326.

Chun, J. S., Shin, Y., Choi, J. N., & Kim, M. S. (2013). How does corporate ethics contribute to firm financial performance? The mediating role of collective organizational commitment and organizational citizenship behavior. Journal of Management, 39(4), 853-877.

Damanpour, F., & Schneider, M. (2009). Characteristics of innovation and innovation adoption in public organizations: Assessing the role of managers. Journal of Public Administration Research and Theory, 19(3), 495-522.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "What" and "Why" of go alpursuits human needs and the self-determination of behavior. Psychological Inquiry, 11(4), 227-268,

Dermody, M. B., Young, M., & Taylor, S. L. (2004). Identifying job motivation factors of restaurant servers: Insight for the development of effective recruitment and retention strategies. International Journal of

Hospitality & Tourism Administration, 5(3), 1-14.

Fornell, C., & Lacker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. Journal of Marketing Research, 18(1), 39-50.

Gagne, M., & Deci, E. L. (2005). Self-determination theory and work motivation. Journal of Organizational Behavior, 26(4), 331-362.

Galende, J., & Fuente, J. M. de la (2003). Internal factors determining a firm's innovative behaviour. Research Policy, 32(5), 715-736.

Gumusluoglu, L., & Ilsev, A. (2009). Transformational leadership, creativity, and organizational innovation. Journal of Business Research, 62(4), 461-473.

Hair, J. F. Jr., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). Multivariate Data Analysis, 5th ed. Prentice-Hall International, New York.

Han, H. S., Back, J. K., & Barrett, B. (2009). Influencing factors on restaurant customers' revisit intention: The role of emotions and switching barriers. International Journal of Hospitality Management, 28(4), 563-572.

Hartmann, A. (2006). The role of organizational culture in motivating innovative behavior in construction firms. Construction Innovation: Information, Process, Management, 6(3), 159-172.

Hon, A. H. Y., & Leung, A. S. M. (2011). Employee creativity and motivation in the Chinese context: The moderating role of organizational culture. Cornell Hospitality Quarterly, 52(2), 125-134.

Horng, J. S., Chou, S. F., Liu, C. H., & Tsai, C. Y. (2013). Creativity, aesthetics and eco-friendliness: A physical dining environment design synthetic assessment model of innovative restaurants. Tourism Management, 36, 15-25.

Jafri, M. H. (2010). Organizational commitment and employee's innovative behavior. Journal of Management Research, 10(1), 62-68.

Janssen, O. (2001). Fairness perceptions as a moderator in the curvilinear relationships between job demands, and job performance and job satisfaction. The Academy of Management Journal, 44(5), 1039-1050.

Janssen, O. (2005). The joint impact of perceived influence and supervisor supportiveness on employee innovative behavior. Journal of Occupational and Organizational Psychology, 78(4), 573-579.

Kanter, R. (1988). When a thousand flowers bloom: Structural, collective, and social conditions for innovation in organizations. In B. M. Staw & L. L. Cummings(Eds.), Research in organizational behavior, 10, 169-211.

Karatepe, O. M., & Uludag, O. (2007). Conflict, exhaustion, and motivation: A study of frontline employees in Northern Cyprus hotels. Hospitality Management, 26(3), 645-665.

Kusluvan, S., Kusluvan, Z., Ilhan, I., & Buyruk, L. (2010). The human dimension: A review of human resources management issues in the tourism and hospitality industry. Cornell Hospitality Quarterly, 51(2), 171-214.

Lee, Y. K., Kim, Y. S., Son, M. H., & Lee, D. J. (2011). Do emotions play a mediating role

in the relationship between owner leadership styles and manager customer orientation, performance in service environment?. International Journal of Hospitality Management, 30(4), 942-952.

Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. Personnel Psychology, 60(3), 541-572.

McClelland, D. C. (1985). Human Motivation, Glenview, IL: Scott, Foresman.

Meyer, J. P., Becker, T. E., & Vandenberghe, C. (2004). Employee commitment and motivation: A conceptual analysis and integrative model. Journal of Applied Psychology, 89(6), 991-1007.

Nadiri, H., & Tanova, C. (2010). An investigation of the role of justice in turnover intentions, job satisfaction, and organizational citizenship behavior in hospitality industry. International Journal of Hospitality Management, 29(1), 33-41.

Ng, T. W. H., Feldman, D. C., & Lam, S. S. K. (2010). Psychological contract breaches, organizational commitment, and innovation-related behaviors: A latent growth modeling approach. Journal of Applied Psychology, 95(4),744-751.

Ogaard, T., Mamburg, E., & Larsen, S. (2008). Perceptions of organizational structure in the hospitality industry: Consequences for commitment, job satisfaction and perceived performance. Tourism Management, 29(4), 661-671.

Orfila-Sintes, F., & Mattsson, J. (2009). Innovation behavior in the hotel industry. Omega, 37(2), 380-394.

Paine, J. B., & Organ, D. W. (2000). The cultural matrix of organizational citizenship behavior: Some preliminary conceptual and empirical observations. Human Resource Management Review, 10(1), 45-60.

Parsons, E., & Broadbridge, A. (2006). Job motivation and satisfaction: Unpacking the key factors for charity shop managers. Journal of Retailing and Consumer Services, 13(2), 121-131.

Rainey, H. G. (2003). Understanding and managing public organizations, 2nd ed. San Francisco: Jossey-Bass.

Salazar, J., Ashraf, H. R., Tcheng, M., & Antun, J. (2005). Food service employee satisfaction and motivation and the relationship with learning food safety. Journal of Culinary Science & Technology, 4(2/3), 93-108.

Sanders, K., Moorkamp, M., Torka, N., Groeneveld, S., & Groeneveld, C. (2010). How to support innovative behaviour? The role of LMX and satisfaction with HR practices. Technology & Investment, 1(1), 57-66.

Sarros, J. C., Cooper, B. K., & Santora, J. C. (2008). Building a climate for innovation through transformational leadership and organizational culture. Journal of Leadership & Organizational Studies, 15(2), 145-158.

Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. Academy of Management Journal, 37(3), 580-607.

Sy, T., Tram, S., & O'Hara, L. A. (2006). Relation of employee and manager emotional

intelligence to job satisfaction and performance. Journal of Vocational Behavior, 68(3), 461-473.

Van de Ven, A. H. (1986). Central problems in the management of innovation. Management Science, 32(5), 590-607.

Wildes, V. J. (2008). Should I stay or should I go? Motivation to work in foodservice. Journal of Foodservice Business Research, 11(3), 286-294.

Yang, J. T. (2008). Effect of newcomer socialisation on organisational commitment, job satisfaction, and turnover intention in the hotel industry. The Service Industries Journal, 28(4), 429-443.

Yuan, F., & Woodman, R. W. (2010). Innovative behavior in the workplace: The role of performance and image outcome expectations. Academy of Management Journal, 53(2), 323-342.

2015년 1월 4일 원고접수
2015년 2월 6일 1차 수정본 접수
2015년 3월 10일 2차 수정본 접수
2015년 3월 21일 최종 수정본 접수
3인 익명심사 畢

KCI

외식산업 종사원의 내재적 직무동기가 조직몰입과 혁신행동에 미치는 영향

The Effect of Intrinsic Job Motivation on Organizational Commitment and Innovative Behavior by Employees in Foodservice Industry

한혜숙* · 김민성** · 김순호***

Han, Hye-Sook · Kim, Min-Seong · Kim, Soon-Ho

국문초록

본 연구의 목적은 직무동기 이론 기반으로 서울 및 경기 소재 외식기업에 근무하고 있는 432명의 종사원들을 대상으로 이들의 혁신행동을 예측할 수 있는 모형을 개발하고, 이러한 연구단위들 사이에서 조직에 대한 정서적 몰입과 규범적 몰입의 매개적 효과를 실증적으로 분석하고, 이러한 연구결과를 기반으로 외식기업들의 효율적인 인적자원관리를 위한 전략방안을 제시하고자 시도되었다. 배포된 455부의 설문지 중에서 회수된 432개의 표본을 바탕으로 SPSS 18.0 통계패키지와 AMOS 20.0을 이용하여 분석을 진행하였다. 본 연구의 결과를 요약하면, 다음과 같다. 첫째, 외식산업 종사원의 성취욕은 조직에 대한 정서적 몰입과 규범적 몰입에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 외식산업 종사원의 권력욕은 조직에 대한 정서적 몰입과 규범적 몰입에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 셋째, 외식산업 종사원의 소속감은 조직에 대한 정서적 몰입과 규범적 몰입에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 넷째, 외식산업 종사원의 조직에 대한 정서적 몰입은 아이디어 발생, 아이디어 촉진, 그리고 아이디어 현실화에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다섯째, 외식산업 종사원의 조직에 대한 규범적 몰입은 아이디어 촉진과 아이디어 현실화에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 아이디어 발생에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이러한 분석결과를 바탕으로 외식산업 종사원들의 조직에 대한 몰입과 혁신행동을 이끌어내기 위해서는 이들의 성취욕과 권력욕을 지속적으로 발전 및 강화를 시켜줘야 한다는 시사점이 제시되었다. 본 연구는 외식기업 종사원들의 내재적 직무동기를 세 가지 차원으로 제시하여 이들의 영향력을 알아보고, 이러한 내재적 직무동기와 혁신행동 간의 관계에 있어 조직몰입의 두 가지 차원의 매개역할을 확인하였다는 점에서 그 의의가 있다.

핵심용어 : 직무동기, 조직몰입, 혁신행동, 외식산업

* 숭실대학교 숭실호스피탈리티 교수 〈dekiru114@ssu.ac.kr〉

** Graduate Student, School of Hospitality Administration, Georgia State University 〈mkim93@student.gsu.edu〉

*** (교신저자) Professor, School of Hospitality Administration, Georgia State University 〈skim@gsu.edu〉