Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society
Vol. 16, No. 7 pp. 4576-4585, 2015

http://dx.doi.org/10.5762/KAIS.2015.16.7.4576
ISSN 1975-4701 / eISSN 2288-4688

조직구성원의 웰빙이 조직이 혁신성 및 성과에 미치는 영향

강소라[1], 엄혜미[2*], 김민선[3]
[1]호서대학교 경영학부, [2]유한대학교 경영정보과, [3]협성대학교 관광유통경영학부

The Influence of Employee Well-being on Organizational Innovativeness and Performance

Sora Kang[1], Hyemi Um[2*], Min Sun Kim[3]
[1]Division of Business Administration, Hoseo University
[2]Dept. of Management Information System, Yuhan University
[3]School of Tourism and Distribution Management, Hyupsung University

요 약 본 논문은 통제나 시스템, 제도의 개선 등 외재적 방법이 아닌 조직구성원의 마음을 얻는 근본적인 방안이 제고되어야 한다는 생각으로 조직구성원이 근로생활에서 느끼는 웰빙을 혁신성 제고의 주요 요인으로 보고 이에 대한 검증을 시도하였다. 국내 기업 조직구성원들을 대상으로 설문조사 한 것을 분석한 결과, 본 연구에서 웰빙의 구성요인으로 선택한 상사신뢰, 의사소통, 직무만족, 조직몰입은 모두 조직의 혁신성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 이 영향력은 다시 신제품 개발능력으로 이어져 조직의 혁신성이 신제품 개발능력에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구는 그동안 조직의 혁신성에 대한 선행연구들에서 영향요인으로 고려되지 않던 '구성원의 웰빙'을 중심으로 조직 혁신성에 대한 새로운 모델을 제시하고 검증하였다는 그 의의가 있다고 하겠다.

Abstract This study focuses upon 'organizational members' well-being' in order to explain organizational innovativeness and performance. Based on a survey of organizational members in Korean firms, we find that supervisory trust, communication, job satisfaction, and organizational commitment as employee well-being variables had a significant influence upon explain organizational innovativeness. Additionally, our results also suggest the organizational innovativeness also had a positive influence on organizational performance. Overall, the study contributes to the literature by accounting for the importance of organizational members' well-being' when examining the organizational innovativeness/firm performance relationship.

Keywords : Communication, Employee well-being, Job satisfaction, Organizational commitment, Supervisory trust

1. 서론

외부환경의 변화에 대한 적응이 조직의 성장은 물론 생존에 영향을 미친다는 것을 인식하면서 조직들의 살아남기 위한 노력은 점점 더 치열해져 가고 있다. 조직은 변화와 혁신이 요구되고 있고 이에 대한 해결책을 찾기 위해 조직 혁신에 대한 많은 선행연구들이 수행되어 왔다. 지금까지 밝혀진 선행요인들을 살펴보면, 개인적인 특성과 성향들, 지식이나 기술적 능력, 상사의 리더십, 학습지향성 등에 많이 치우쳐져 온 것을 알 수 있다. 그러나 혁신과 변화가 요구되는 조직들은 경영진들이 조직 내부의 제도나 시스템을 개선해서 혁신을 추구하는 방법보다 구성원 스스로가 혁신행위에 적극 참여하도록 유도하는 것이 조직의 근본적인 혁신 능력을 더욱 강화하는 바람직한 방법이 될 것이다[39].

*Corresponding Author : Hyemi Um(Yuhan Univ.)
Tel: +82-10-6395-8021 email: nabiran5@gmail.com
Received June 16, 2015 Revised July 14, 2015
Accepted July 16, 2015 Published July 31, 2015

조직의 근본적인 변화를 위해서는 외적 변화가 아닌 내적 변화의 추구가 필요하다. 이는 조직구성원들이 제도나 시스템에 의해서만 움직이는 것이 아니라 개인 스스로의 내재적 동인에 의해 자발적인 노력을 하는 조직이 되어야 한다는 의미이다. 통제가 아닌 자발에 의해 운영되는 조직이 되기 위해서는 무엇보다 구성원이 자신이 속한 직장에 애착을 가지고 일체감을 느낄 수 있어야 한다. Fredrickson[13]은 긍정적 정서의 확장-축적 이론에서 긍정적 정서가 사고와 행동의 레퍼토리를 확장시킴으로써 마음속에 다양한 생각과 활동이 떠오르게 하고 이는 다시 미래의 위협을 처리하기 위한 개인적 자원을 형성해준다고 하였다. 이에 본 연구에서는 조직구성원 조직에서의 행복, 즉 웰빙을 주제로 삼아 조직관리와 기업경영 차원에서 의미 있게 다뤄보고 긍정적인 영향력을 검증해 보고자 한다.

개인의 삶의 질(QL: quality of life)에 대한 연구는 1950년대부터 일찌감치 시작되어 많은 후속연구가 이루어져오고 있으나 조직생활에서의 '직장생활의 삶의 질(QWL: quality of work life)'에 대한 연구는 1960년대 후반부터 시작되어 더디게 진행되고 있다. 많은 연구자들이 개인 삶의 질을 판단하는 지표로서 주관적 안녕, 심리적 안녕 등을 측정하고자 노력하였다. 주관적 안녕(또는 주관적 웰빙)은 정적 정서와 부적 정서, 삶의 만족도 등의 세 차원에서 측정이 이루어져 왔고[34,35], 심리적 안녕 (또는 심리적 웰빙)은 이와는 전혀 다른 자기수용, 정적 대인관계, 자율성, 환경통제력, 삶의 목적, 개인적 성장 등의 차원에서 측정이 시도되어 왔다[17]. 이는 주관적 안녕이 즐거움을 얻고 고통을 피하는 것을 행복의 기본으로 여기는 개념인데 반해 심리적 안녕은 잠재력의 실현이 행복의 본질이라고 보는 관점의 차이에서 기인한다. 기본 개념과 측정 항목 모두 다르다 보니 '안녕'을 제대로 측정하기 위해서는 두 관점의 통합이 이루어져야 한다[38]는 주장도 나오고 있다. 많은 학자들이 종업원들의 근로생활의 질이라든지 심리적, 주관적 안녕 등에 관한 연구를 수행하고 기업에서도 이에 관심을 가지고 있는 것은 이러한 것들의 향상이 곧 구성원 자신과 조직 그리고 나아가 사회에도 긍정적인 효과를 가져올 것이라고 기대한다는 반증일 것이다. 즉, 구성원의 정서적인 만족감이 개인의 능력과 잠재력을 고취시키고 이는 다시 직무만족과 연결되며 결과적으로 생산성 향상에 영향을 미칠 것이라는 조직유효성에 대한 기대감 때문인 것이다. 실제 Marks[25]은 직장생활에서의 삶의 질 향상이 구성원의 동기부여를 증대하고 직무만족 및 조직 몰입을 유도하는 등 조직유효성에 긍정적으로 기여함을 밝혀냈다.

이에 본 연구는 조직 구성원들을 대상으로 조직구성원이 직장생활 속에서 느끼는 웰빙이 조직의 혁신성에 어떻게 영향을 미치는지 살펴보고 이들과 신제품 개발능력과의 관계를 고찰하고자 한다.

2. 문헌연구

2.1 조직구성원의 웰빙에 관한 연구

현대인 개인의 입장에서는 삶의 많은 시간을 직장에서 또는 직장일과 관련하여 보내게 되면서 직장에서의 삶의 질이 곧 개인의 삶의 질을 좌우하게 되었고, 조직의 입장에서는 조직구성원의 웰빙이 조직 목표 달성의 주요 동인이 될 뿐만 아니라 여러 다양한 행동들과도 연관되어 있다는 점에서[43] 구성원들의 웰빙을 조직차원에서 중요하게 다루어야 할 이유가 생겨났다. 물론 이전에도 성과달성을 위한 다양한 동기 유발 전략의 일환으로 직무만족 등에 대한 연구들이 진행되어 왔으나, 이전의 직무만족에 대한 연구들이 근로자에게 영향을 미치는 하나의 주어진 직무가 갖는 긍정적 가치 수준 즉, 작업조직과 직무내용에 있어서의 개선이 개인의 직장생활 수준을 높이는 주요요인으로만 간주되었던 것에 반해 직장생활에서의 삶의 질은 일 자체는 물론 임금과 근로시간, 작업환경, 이윤 및 서비스, 경력 전망, 인간관계 등 직장생활의 모든 측면을 포괄하고 있는 점에서 개인의 자율성과 창의성에 토대를 둔 자아실현의 장의 관점으로 바꾸어놓은 계기가 되었다. 직무만족과 같이 개인 연구에 초점을 둔 요인만으로는 조직구성원의 소득증대와 교육수준향상에 따른 가치관의 변화와 다양한 요구를 포괄하기에는 어려움이 있기 때문에 더욱 광범위하고 조직체의 여러 요소와 관계가 있는 개념으로 QWL에 대한 관심이 증대되고 있는 것이다. 따라서 QWL은 직무만족이나 사기와는 다른 개념으로[41] 아직도 합의된 정의가 존재하지 않는다. 지금까지 많은 연구들이 조직구성원의 QWL을 측정하기 위한 척도를 개발하고자 노력했으나 개인의 만족, 불만족 등의 정서적인 면이 고려되어야 하고 조직생활의 여러 측면이 포괄되어야 하는 동시에 이를 계량화해야

한다는 면에서 어려움을 겪어왔다. 이제까지의 QWL의 연구경향을 보면, 하나는 QWL을 조직상황이나 경영기법과 동일시하는 것으로 민주적인 관리가 실행하거나 종업원의 직무가 확대/충실화되거나 종업원이 존중되며 안전한 작업 조건이 보장되는지를 강조하는 연구들이고, 다른 하나는 QWL을 작업조건 및 종업원의 웰빙과 동일시하는 것으로 종업원이 안전하며 건강하고 만족하여 인간으로서 성장과 발전이 가능한가에 초점을 두는 연구들이다.

본 연구는 QWL을 보는 관점에 있어서는 후자의 연구경향과 같은 견해를 가지고 있으나 조직구성원들의 웰빙을 측정함에 있어 여전히 다양한 구성요소들이 제시되고 있는 현 상황에서 고용안정, 소득 등의 외재적 관점의 정의가 아닌 구성원들의 만족이라는 내재적 관점에서 가장 많은 연구가 이루어져 온 대표적인 요인들을 선택하여 웰빙을 측정하는 요인으로 구성한다. 이는 이제까지 연구모형 설계 상 다양한 측면과 여러 구성요인들이 함께 고려된 포괄적인 연구들을 수행되지 않았기 때문이다.

본 연구모형에서도 웰빙을 구성하는 요인들이 전체를 포괄하고 있다고 할 수는 없으나 그럼에도 불구하고 구성개념이 한쪽으로 치우치지 않도록 조직적, 개인적 특성을 고려하여 관계적 정감적 특성, 직무 특성, 자기성찰적 특성 등 세 부분으로 범주화하는 노력을 하였다. 첫째, 관계적 정감적 특성은 개인이 조직과 상호작용하는 속에서 느끼는 정서적 만족감을 의미한다. 본 연구모형에서는 상사에 대한 신뢰와 다른 구성원들과의 의사소통의 원활함으로 요인을 구성하였다. 둘째, 직무 특성은 과업수행 및 달성 측면으로 직무만족을 대표적인 요인으로 선택하여 측정하고자 하였다. 셋째, 자기성찰적 특성은 개인이 조직구성원으로 얼마나 일체화되어 있는지 그러면서 느끼는 만족감 정도를 의미하는 것으로 본 연구에서는 조직몰입을 대표적인 요인으로 선택하였다.

2.2 혁신성에 관한 연구

혁신을 할 수 있는 능력은 기업성과에 영향을 미치는 가장 중요한 요소 중의 하나라고 할 수 있다[19]. 혁신성은 조직에서 새로운 과정, 제품 또는 아이디어를 도입하는 것을 말한다. 혁신에 대한 많은 연구들이 진행되어 왔지만 혁신성과 관련하여 혁신성이 기업의 성과에 영향을 준다는 것에는 대부분 동의하는 반면 상대적으로 혁신성의 선행변수에 대한 연구는 미흡했으며 특히 구성원의 웰빙과 혁신성의 관계에 대해서는 관심을 가진 연구자조차 찾아보기 힘들다.

혁신(Innovation)이 '목표를 이루기 위해 대담하고 광범위한 행동에 개입하고자 하는 기업의 욕구[30]'라면 혁신성(Innovativeness)은 '혁신을 하고자 하는 기업의 성향'으로 혁신에 대한 자발성이 보다 강조되는 개념이라고 할 수 있다[32]. Calatone et al.[3]은 혁신성을 '다른 경쟁자와 비교하여 상대적으로 새로운 것에 일찍 적응하는 능력의 정도'로 정의하였다. 이러한 혁신성의 정도는 다른 사람에 비해 새로운 것을 일찍 수용하려는 정도로 평가할 수 있다. 혁신성은 개인적 차원에서 '문제를 창의적이거나 새롭게 해결하려는 것'이라고 정의할 수 있으나[36] 본 연구에서의 혁신성은 조직의 혁신성을 의미하며 '조직 내에서 새로운 과정, 제품 또는 아이디어를 도입하는 기업의 능력[20]'으로 정의한다.

2.3 신제품 개발능력에 관한 연구

신제품 개발은 기업이 지속적인 성장을 하기 위해 꼭 추구해야 할 중요한 활동 중 하나이지만 이와 동시에 실패할 경우 기업 생존에 직접적으로 영향을 미치는 위험하고 어려운 과업이기도 하다. 점점 더 동태적으로 변화하는 경영환경에서 신제품 개발을 꾸준히 성공시키기 위해서는 기업자체의 신제품 개발능력이 탄탄해야한다. 신제품개발은 더 이상 기업의 전략적 대안이 아니라 없어서는 안되는 주요 기업 활동이기 때문이다[5].

신제품 개발 과정에는 신제품 개발 전략 수립, 아이디어 창출, 아이디어 선별 및 평가, 사업성 분석, 제품개발, 시험, 상업화 등 일련의 많은 활동과 그에 따른 의사결정 내용이 포함된다[2]. 따라서 신제품 개발을 효과적으로 수행하기 위해서는 개발과정에서 수행해야 할 활동을 결정하고 이들을 체계적으로 관리하는 것이 중요하다. 그러나 대부분의 연구에서 신제품 개발능력은 신제품 성과와 연관하여 프로젝트 수준에서 측정된다. 하지만 이 경우 신제품의 성공여부에 대한 판단을 할 때 결론을 내리기 전 얼마나 기다려야 하는지가 문제가 된다. 많은 연구들이 상업화와 측정 사이의 시간차이에 대해 명확하게 언급하고 있지 않거나 언급하더라도 1년에서 5년에 이르기까지 다양하기 때문에 신제품 개발능력을 측정하는 지표를 개발하는 데 있어 보다 장기적이고 신중한 관점이 필요하다. 그러나 기업 입장에서는 시장에서의 성공

여부와 관계없이 신제품이 창의적인 아이디어의 산출물이라는 자체만으로 신제품 개발능력을 인정하거나 과정 수행이 체계적이었다는 것만으로 신제품 개발능력을 높이 사지는 않는다는 현실적인 상황을 고려하여, 신제품 성과에 대한 주관적 만족도 및 신제품 개발 노력의 전반적인 만족도[15] 그리고 과정상의 활동들에 대한 수행정도[1]를 함께 고려하여 신제품 개발능력을 측정하는 것이 바람직하다고 판단된다.

3. 연구모형 및 가설

3.1 연구모형

본 연구는 구성원의 웰빙, 조직의 혁신성, 신제품개발 능력간의 관계를 분석하는 것이 목표이다. 즉, 본 연구에서는 구성원의 웰빙을 구성하는 하위요인으로 관계 정감적 특성(상사신뢰와 의사소통), 직무 특성(직무만족), 자기성찰적 특성 (조직몰입) 등의 요인을 설정하고 이 요인들과 조직의 혁신성, 신제품개발 능력과의 직접적인 관계를 검증하고자 한다. 이를 위해 아래의 Fig. 1과 같은 연구모형을 설정하였다.

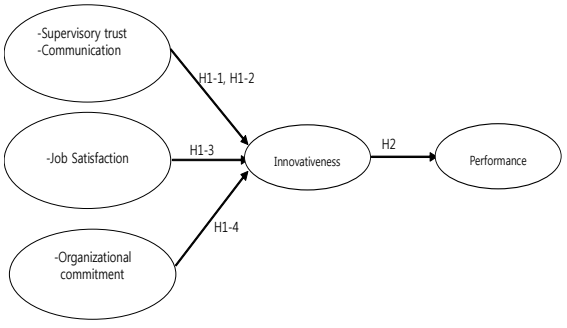


Fig. 1. Research Model

3.2 연구가설

3.2.1 구성원의 웰빙과 조직의 혁신성 관계

Fredrickson[13]은 긍정적인 정서를 자주 경험하는 사람들은 새로운 목표를 설정하고 이를 실현하기 위해 적극적으로 행동한다고 하였다. 그는 인간이 긍정적인 정서를 경험하게 되면 새로운 도전을 시도하게 되고, 그 과정에서 새로운 기술을 습득하게 되면 보다 큰 행복을 경험하게 된다는 일련의 순환과정으로 설명한다. Compton[6]은 웰빙을 느끼는 때가 개인의 잠재력이 충분히 발현된 상태일 때라고 주장하였으며, Veroff et al.[42]의 연구 결과도 심리적, 주관적 안녕을 느끼는 사람이 그렇지 못한 사람에 비해 일에 대한 성취동기와 만족이 높다는 것을 보여주고 있다. 이에 구성원들의 웰빙은 조직의 혁신성에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상할 수 있다.

본 연구에서 웰빙을 구성하고 있는 하위요인들에 살펴보면, 먼저, 신뢰는 상대가 기꺼이 자신의 기대에 부응해서 어떤 행동을 할 것이라는 기대와 믿음이다. 신뢰는 다른 사람의 욕구 및 의도에 대한 동일시로부터 발생할 수 있다[23]. 본 연구에서는 수직적인 관계와 수평적인 관계 모두를 고려하여, 상사와의 관계를 반영하는 '상사신뢰'와 동료와의 관계를 반영하는 '의사소통' 두 요인을 선택하였다. 신뢰는 인간관계에 있어 기본을 이루는 주춧돌이다. 어떤 조직이건 신뢰받지 못하는 상사가 조직을 이끌 때 구성원들은 조직을 신뢰하기 힘들뿐만 아니라 조직몰입도가 낮아진다. 구성원들은 자신들이 신뢰하지 않는 상사가 추구하는 목표에 애착을 가지고 동일시하려는 태도와 마음을 가지기 힘들기 때문이다. 따라서 그러한 상사는 아무리 조직차원의 혁신을 부르짖는다 하더라도 구성원의 태도 및 행동에 영향을 미치기 힘들다. 결국 신뢰는 협동과 지원, 이타적 행동 등의 자발적 사회성을 촉진시키고[21,27], 불확실성과 변화 및 복잡한 상황에 대한 조직의 적응력을 증진시키기 때문에[26,28] 조직의 혁신성에 긍정적인 영향을 미칠 것이라고 기대된다.

의사소통은 조직 내 의사전달에 대한 성공과 만족의 정도를 개인이 인지하는 수준으로 결정되는 포괄적이고 광범위한 개념이다. 의사소통은 모든 조직들이 목표와 성과를 달성하기 위한 가장 기본도구로서 의사소통이 원활한 조직일수록 소극적인 조직에 비해 직무만족, 직무성과, 직무몰입, 조직분위기 등에서 긍정적인 반응을 보이며[16], 집단 내 상호작용을 활발하게 함으로써 응집성을 높여 조직의 통합에 기여한다[40]. 따라서 의사소통은 조직 내 정보의 흐름은 물론 조직구성원들의 태도와 사고에도 변화를 가져오며 결국 혁신성에 영향을 미칠 것이다.

직무만족에 대한 연구는 비교적 오래 전부터 시작되어 많이 진행되어 왔으며 직무만족은 조직구성원들의 웰빙에 대한 가장 전통적인 지표라고 할 수 있다. 직무만족에 대한 대표적인 정의 중 하나는 Locke[24]의 '개인이

자신의 직무 또는 직무를 통해 얻은 경험을 평가한 결과로부터 얻는 즐겁고 긍정적인 감정 상태'이다. 이 정의는 직무만족이 구성원의 웰빙과 밀접한 관계가 있음을 시사하고 있다. 직무 또는 직무수행에서 얻은 긍정적 경험의 결과는 조직이 변화를 꾀하고 혁신을 추구하는데 있어서 계속 잘해낼 수 있다는 자신감을 갖게 하여 조직 혁신성에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 예상된다.

마지막으로 조직몰입은 직무에 대한 구성원의 태도로써, 개인이 조직 그 자체나 조직의 목표 등에 얼마나 일체감을 가지고 몰두하는가를 의미한다. 따라서 조직몰입이 높다는 것은 개인의 직무뿐만 아니라 개인이 속해있는 조직에 대한 동일시를 의미하는 것이다[37]. 따라서 조직몰입도가 높다는 것은 개인이 조직에 대한 강한 애착을 가지고 있다는 것이다. 조직몰입은 조직을 위해 열심히 일하겠다는 자발적이고 긍정적인 태도이므로 조직의 혁신성을 촉진시킬 것이다.

이러한 선행연구 결과들을 기반으로 구성원이 느끼는 안녕감은 조직의 혁신성에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상된다. 노사상호간 신뢰가 조성되고 상사 및 동료 간에 의사소통이 원활하며 내 직무에 대한 만족도가 높고 조직과의 일체감이 높아진다면 그야말로 일할 맛 나는 직장이 될 것이다. 따라서 본 연구에서는 구성원의 웰빙과 조직의 혁신성의 관계에 대한 가설을 다음과 같이 설정한다.

가설1. 구성원의 웰빙은 조직의 혁신성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-1. 상사신뢰는 조직의 혁신성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-2. 의사소통은 조직의 혁신성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-3. 직무만족은 조직의 혁신성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-4. 조직몰입은 조직의 혁신성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2 혁신성과 신제품 개발능력과의 관계

혁신성이 기업성과 및 신제품 개발 활동들과 유의한 관련이 있음은 지금까지 여러 학자들에 의해 일관되게 주장되어 온 바이다[3,7,9]. 이러한 연구 결과들은 결국, 경쟁력을 확보하여 경쟁에서 생존하기 위해서는 혁신적이어야 한다는 것을 의미한다. 신제품개발 과정은 본질적으로 많은 활동 사항과 의사결정이 포함되어 탐색, 제품개념 개발, 시제품 개발, 시제품 시험, 시장개발단계, 양산단계 등 여러 단계로 진행된다. 이때 조직의 혁신성은 기업 내, 외부 기술과 지식의 결합은 여러 단계에서 풀어야 할 문제점들을 해결해줄 뿐만 아니라, 다양한 고객의 욕구 충족시킬 수 있는 기회를 제공해주고 경쟁 제품과 비교해서도 성능과 가격 면에서 차별적인 경쟁이점을 제공해 줄 수 있다. 따라서 본 연구에서는 혁신성과 신제품개발 능력간의 관계를 다음과 같은 가설로 설정하였다.

가설2. 조직의 혁신성은 신제품개발 능력에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

4. 연구 방법

4.1 변수의 정의

조직에서의 삶의 질 변수들을 먼저 살펴보면, 첫째, Mayer et al.[27]에 따르면, 상사신뢰는 상사가 자신의 이득을 취할 목적으로 조직 구성원들을 통제하는 것이 아니라 구성원 자신에게 중요한 행동을 요구할 것이라는 기대에 근거하여 상사를 믿고 따르게 하는 의지라고 정의한다. 이를 측정하기 위해 본 연구에서는 Mayer et al.[27]을 바탕으로 3개 문항을 개발하였다.

둘째, 의사소통은 조직구성원간의 상호의존관계에 의한 커뮤니케이션과 그와 관련된 조직구성원의 지각과 태도를 통합한 개념이라고 할 수 있다[14]. 본 연구에서는 Downs and Hazen[11]에 의해 개발된 측정항목을 기반으로 '우리 회사의 기능/부서간 정보는 원활하게 소통된다' 등의 2개 문항을 개발하였다.

셋째, 직무만족은 현재 수행하는 직무에 대한 긍정적인 감정 상태를 의미하는 것으로[8], Locke[24]는 '직무만족이란 개인이 자신의 직무 또는 직무를 통해서 얻은 경험을 평가한 결과로 얻게 되는 즐겁거나 긍정적인 정서상태'라고 정의하였다. 본 연구에서는 '나는 현재의 직무에 보람을 느낀다' 등의 3개 문항을 개발하였다.

넷째, 조직몰입은 자신이 속한 집단에 대해 가지는 심리적 애착의 정도를 의미하는 것으로서[31], 측정을 위해 Meyer et al.[29]이 사용한 정서적 조직몰입 측정문항

들에 기초하여 '나는 우리 조직에 대해 강한 소속감을 느낀다' 등의 5개 문항을 개발하였다.

다음으로, 혁신성은 '조직에서 새로운 과정, 제품 또는 아이디어를 도입하려는 기업의 능력과 성향을 의미하는 것[19]'으로 이를 측정하기 위해 Miller[30]의 연구에 기초하여 '우리 회사는 경쟁사에 비해 더 많은 신제품(서비스)를 출시하고 있다' 등의 5개 측정 문항을 개발하였다.

마지막으로, 신제품개발 능력은 Clark and Wheelwright[4]와 의 연구를 기반으로 '제품 성능 목표치를 충족한 정도, 신제품에 대한 고객 및 프로젝트 팀의 만족도' 등을 측정하는 항목들과 Barczak[1]의 연구를 기반으로 과정상의 활동들에 대한 수행 정도에 관한 항목들을 추출하여 7개 문항을 개발하였다. 모든 항목들은 Likert 7점 척도로 측정하였다.

4.2 자료 수집 방법

조직구성원의 삶의 질, 조직의 혁신성, 신제품개발능력 간의 관계에 관한 연구모형을 설정하고 이를 검증하기 위해 설문조사를 통해 자료를 수집하였다. 서울, 경기 지역의 중소기업을 대상으로 직접 방문하여 연구의 목적과 취지를 설명하였으며, 이에 긍정적으로 답한 회사에 2010년 약 2개월에 걸쳐 우편, 전화, 인터넷 등 다양한 매체를 활용하여 설문지를 배포하고 수거하였다. 배부한 설문지 700개 중 본 연구모형을 검증하기 위해 사용된 최종 표본은 501개이다.

5. 연구결과

5.1 신뢰성과 타당성 검증

가설을 검증하기에 앞서 측정도구의 신뢰도 및 타당도를 검증하였다. 본 연구모형을 구성하고 있는 모두 변수는 α=.70의 기준점을 상회하여 이후 분석에 이용하게 되었다.

AMOS를 이용한 확인적 요인분석 결과, 전체 데이터 501개를 대상으로 분석했을 때 전체적으로 모형이 적합하다고 판단할 수 있다[33].

판별 타당성을 측정하기 위해 Fornell and Larcker[12]이 제안한 구성개념과 측정변인 간 공유되는 AVE의 제곱근값을 고려하였다. 구성개념 간 AVE의 제곱근 값이 모두 0.5를 상회하며 상관관계 값보다 크게 나타나 판별타당성을 확보하였다.

Table 1. CFA Results

	CFA standardized loading (tvalue)		CCR	Cronbach's alpha
Trust1	.887		0.76	.741
Trust2	.683	(15.064)		
Trust3	.561	(12.229)		
Comm1	.843		0.87	.868
Comm2	.908	(21.174)		
JS1	.863		0.94	.935
JS2	.941	(30.590)		
JS3	.929	(29.949)		
OC1	.885		0.91	.905
OC2	.938	(32.561)		
OC3	.830	(25.211)		
OC4	.625	(15.978)		
OC5	.821	(24.959)		
Inno1	.835		0.90	.907
Inno2	.749	(19.157)		
Inno3	.826	(33.184)		
Inno4	.835	(22.134)		
Inno5	.763	(19.459)		
Perf1	.868		0.92	.922
Perf2	.908	(28.801)		
Perf3	.866	(26.231)		
perf4	.712	(18.870)		
perf5	.662	(17.002)		
perf6	.579	(14.201)		
perf7	.823	(23.889)		

Notes: CCR=composite construct reliability.
CFI=.923;TLI=.910;NFI=.902;RMSEA=.07.

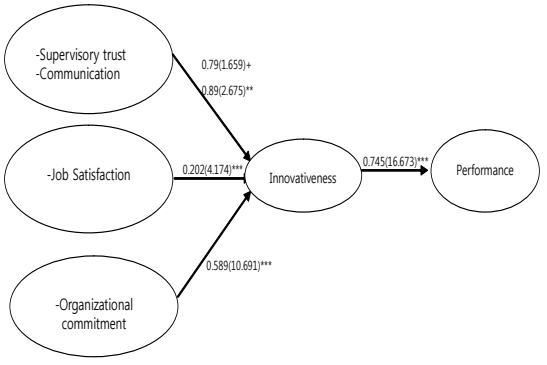
5.2 연구모형 분석 결과

5.2.1 전체 모형의 가설검증

연구가설을 검증하기 위해 구조방정식 모형을 이용하였다. 연구모형의 적합도 검증결과 모형의 적합도 지수가 적절한 수준을 충족시켰다 (CMIN/DF=4.591; CFI=.915; TLI=.900; RMSEA=.080).

연구가설의 분석결과를 보면, 조직구성원의 웰빙을 구성하고 있는 4개의 요인들 모두 조직의 혁신성에 유의한 수준에서 긍정적인 영향을 미치고 있다. 즉, 조직구성원의 웰빙 구성요소인 상사신뢰(β=.79, p<.1), 의사소통(β=.89, p<.01), 직무만족(β=.202, p<.001), 조직몰입(β=.589, p<.001)이 모두 긍정적으로 유의하게 나타나 가

설 1-1, 1-2, 1-3, 및 1-4가 모두 지지되었다. 다음, 조직의 혁신성과 신제품 개발능력의 관계도 정(+)의 유의한 영향(β=.745, p<.001)을 미치는 것으로 나타나 가설2 역시 지지되었다.



+p<0.1, *p<0.05; **p<0.01; *** p<0.001

Fig. 2. Research Results

6. 결론 및 시사점

신제품 개발의 성공은 기업의 성장과 생존에 매우 직접적으로 영향을 미치는 요인이며, 기술의 진보, 짧아진 제품수명주기, 경쟁의 심화 등으로 실패할 가능성이 높아지고 있는 위험한 요인이기도 하다. 이에 신제품개발과 관련한 많은 연구들이 수행되어 그 선행요인을 찾기 위한 노력을 해왔고 다양한 요인들이 선행요인으로 주목받았다. 본 연구는 이중 조직의 혁신성에 초점을 맞추고 조직의 혁신성과 조직의 신제품 개발능력 간의 유기적 관계를 검증해 보고자 하였다. 또한 조직 혁신성에 영향을 미치는 선행요인으로 구성원들의 긍정적 정서를 살펴보았다. 오늘날 구성원들의 혁신을 위한 노력은 기업의 중요한 경쟁력의 원천으로 간주되고 있다. 구성원의 혁신성은 기술혁신, 조직구조혁신 등을 통해 혁신성과를 이루기 때문이다.

이에 본 연구는 구성원들의 직장생활에서의 웰빙이 조직의 혁신성에 영향을 미치는지 검증하고자 하였다. 구성원의 웰빙은 혁신성의 선행요인이 되기도 하지만 혁신성을 지속시킬 수 있는 아주 효과적인 처방이 될 수 있다고 판단했기 때문이다. 혁신적인 성과를 거둔 이후에도 이를 지속적으로 유지하기 위해서는 무엇보다 구성원들에 대한 적절한 보상이 뒷받침되어야 한다[10]. 보상은 구성원들의 행동과 태도에 중요한 가이드라인이 되기 때문이다. 그러나 지금까지의 적절한 보상이라 함은 물질적, 제도적 차원에서 장려되어 왔다. 하지만 물질적, 금전적인 보상보다는 정신적인 만족감을 주는 보상이어야 더 긍정적이고 지속적이라 할 수 있을 것이다. 때문에 조직혁신성과 구성원의 웰빙은 매우 유기적인 관계가 있을 것이라 예상했으며, 실제로 분석결과 상사신뢰, 의사소통, 직무만족, 조직몰입으로 이루어진 구성원 웰빙은 매우 유의한 수준에서 조직의 혁신성에 긍정적인 영향을 미쳤다. 또한, 조직혁신성은 신제품개발 능력에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이제 더 이상 조직구성원에 대한 외적 통제와 권한이 과거만큼 효과적일 수 없는 상황이 되었다. 또한 개인마다의 욕구차이는 있지만 더 이상 금전적인 보상만으로 개인의 동기를 유발하기도 힘들어진 상황이다. 구성원들은 스스로가 직무에서 경제적 보상 이상의 것이 충족되길 바라고 있다. 이제 조직구성원들은 무엇인가 더욱 의미 있고 도전적인 일을 통해 성취감 같은 정신적인 만족감을 얻고자 한다. 때문에 조직생활에서의 웰빙은 조직에서 점점 더 중요한 가치가 되어가고 있을 뿐만 아니라 조직에서는 지속적으로 제고방안을 고려해야 할 과제가 되고 가고 있다. 본 연구는 이러한 점에서 조직 혁신성의 영향요인에 대한 시각의 폭을 넓혔다는데 의의를 가진다고 할 수 있다.

그러나 본 연구는 웰빙을 구성하고 있는 요인 중 상사신뢰의 측정이 감정적 신뢰를 중심으로 이루어져있다는 한계점도 가지고 있다. 신뢰가 심리학, 경제학, 사회학 등의 폭넓은 배경을 가지고 경영학에서도 그 중요성이 강조되고 있기 때문에[18], 그 유형, 발전단계, 가치, 성향 등에 대한 많은 연구가 이루어져 왔고 그만큼 다양한 관점도 제기되어 온 것이 사실이다. 본 연구는 McAllister[28]가 신뢰를 인지적 신뢰와 감정적 신뢰로 구분했던 선행연구를 수용하고 있다. McAllister[28]의 두 가지 신뢰 중에서도 본 연구에서의 상사신뢰는 엄밀히 말해서 신뢰 객체의 능력이나 믿음직함에 대해 사실이나 정보에 의한 인지적 판단에 근거한 인지적 신뢰가 아니라 감정적인 유대의 상태인 감정적 신뢰를 의미한다. 이는 연구의 기본 프레임이 구성원의 정서에 초점을 맞추고 있기 때문이었지만, 신뢰란 것이 그 수준과 상호성의 형태에 의해서도 영향력의 차이가 있을 수 있고 조직생활에서는 대상객체의 능력에 대한 신뢰도 중요하기

때문에 능력에 대한 신뢰 개념도 포함하는 연구는 추후 발전된 형태의 연구모형으로 수행되는 것이 바람직하다고 판단된다.

References

[1] Barczak, G. “New Product Strategy, Structure, Process, and Performance in the Telecommunication Industry,” Journal of Product Innovation Management, 12, pp.224-234, 1995.
DOI: http://dx.doi.org/10.1111/1540-5885.1230224

[2] Booz, Allen, Hamilton New Products Management for the 1980s, New York: Booz, Allen, Hamilton, 1982.

[3] Calantone, R.J., S.T. Cavusgil, Y. Zhao, “Learning Orientation, Firm Innovation Capability, and Firm Performance,” Industrial Marketing Management, .31, 515-524. 2002.
DOI: http://dx.doi.org/10.1016/S0019-8501(01)00203-6

[4] Clark, K.B., S.C. Wheelwright, Managing new product and process development, Free Press, NewYork, 1993.

[5] Coffey, B.S., Reengineering New Product Development: Macro Ends and Micro Means of Improved Cross-Functional Integration, Ph.D. Dissertation, The University of Tennessee, 1993.

[6] Compton, W.C. An introduction to positive psychology, CA: Thomson Learning, 2005.

[7] Cooper R. G., “New product performance; What distinguishes the star products,” Australian Journal of Management, 2(1), 17-45, 2000.

[8] Cranny, C.J., Smith, C.P., Stone E.R., Job satisfaction: How people feel about their jobs and how it affects their performance, New York: Lexington Books, 1992.

[9] Damanpour, F., “Organizational Innovation: A meta-analysis of effects of determinations and moderators,” Academy of Management Journal, 34, 3, 555-590, 1991.
DOI: http://dx.doi.org/10.2307/256406

[10] Davila, T., Epstein, M.J. Shelton, R., Making Innovation Work: How to Manage It, Measure It, and Profit from It, NJ: Wharton School Publishing, 2006.

[11] Downs, C., Hazen, M., “A Factor Analytic Study of Communication Satisfaction,” Journal of Business Communication, 14, 63-73, 1977.
DOI: http://dx.doi.org/10.1177/002194367701400306

[12] Fornell, C., Larcker, D.F., “Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error”, Journal of Marketing Research, 18(2), 39-50, 1981.
DOI: http://dx.doi.org/10.2307/3151312

[13] Fredrickson, B.L., “The Role of Positive Emotions in Positive Psychology," American Psychologist, 56, 218-226, 2001.
DOI: http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.56.3.218

[14] Goldharber, G.M., Yates, M.P., Porter, D.T., Lesnial, R., “Organizational Communication: 1978,” Human Communication Research, 5, 76-96, 1978.
DOI: http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-2958.1978.tb00624.x

[15] Gupta, Ashok K. Davis L. Wilemon, “Accelerating the Development of Technology-Based New Products,” California Management Review, Winter, 24-44, 1990.

[16] Hellriegel, D., Slocum, J.W., Woodman, R.W., Organizational Behavior, St. Paul: West, 1995.

[17] Hills, P., Argyle, M., “The Oxford Happiness Questionnaire: a compact scale for the measurement of psychological well-being,” Personality and Individual Difference, 33, 1073-1082, 2002.
DOI: http://dx.doi.org/10.1016/S0191-8869(01)00213-6

[18] Hosmer, L.T., “Trust: The connecting link between organizational theory and philosophical ethics,” Academy of Management Review, 20, 370-403, 1995.
DOI: http://dx.doi.org/10.5465/AMR.1995.9507312923

[19] Hurley, R.F., G.T.M. Hult,, “Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination,” Journal of Marketing, 62, 42-54, 1998.
DOI: http://dx.doi.org/10.2307/1251742

[20] Hurley, R.F., G.T.M. Hult, G.A. Knight, “Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance,” Industrial Marketing Management, 33, 429-433, 2003.

[21] Jones, G.R., Gerge, J.M., “the Experience and Evolution if Trust: Implications for Cooperation and Teamwork,” Academy of Management Review, 23, 531-546, 1998.
DOI: http://dx.doi.org/10.2307/259293

[22] Kleinschmidt, E. J. and R. G. Cooper, (1991), “The Impact of Product Innovativeness on Performance,” Journal of Product Innovation Management, 8, 240-251.
DOI: http://dx.doi.org/10.1111/1540-5885.840240

[23] Lewicki, R.Z., Bunker, B.B., Trust in relationships: A model of development and decline, In B.B. Bunker, J.Z. Rubin, and Associates (Eds.), Conflict, cooperation, and justice: Essay inspired by the work of Morton Deutsch (pp.134-174), San Francisco: Jossey-Bass, 1995.

[24] Locke, E.A., “What is job Satisfaction?”, Organizational

Behavior and Human Performance, 4, 309-336, 1969. DOI: http://dx.doi.org/10.1016/0030-5073(69)90013-0

[25] Marks, M.L., "Employee Participation in a Quality Circle Program: Impact on Quality of Work Life, Productivity, and Absenteeism," Journal of Applied Psychology, 71, 61-69, 1986. DOI: http://dx.doi.org/10.1037/0021-9010.71.1.61

[26] Marshall, E.M., Building Trust at the Speed of Change: the power of the relationship-based cooperation, New York: AMACOM, 1999.

[27] Mayer, R.C. Davis, J.H., Schoorman, F.D., "An integrative model of organizational trust," Academy of Management Review, 20, 709-734, 1995. DOI: http://dx.doi.org/10.2307/258792

[28] McAllister, D.J., "Affect and cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations," Academy of Management Journal, 38, 24-59, 1995. DOI: http://dx.doi.org/10.1037/0021-9010.78.4.538

[29] Meyer, J.P., Allen, N.J. Smith, C.A., "Commitment to organizations and occupations: extension and test of an three-component conceptualization," Journal of Applied Psychology, 78, 538-551, 1993. DOI: http://dx.doi.org/10.1037/0021-9010.78.4.538

[30] Miller, D., "The correlates of entrepreneurship in three types of firms," Management Science, 29(7), 770-791, 1983. DOI: http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.29.7.770

[31] Mowday R.T., Porter, L.W. Steers, R.M., Employee-Organization Linkages: The Psychology of Commitment, Absenteeism and Turnover, NewYork: Academic press, 1982.

[32] Naman, J.L., D.P. Slevin, "Entrepreneurship and the concept of fit: A model and empirical tests," Strategic Management Journal, 14, 137-153, 1993. DOI: http://dx.doi.org/10.1002/smj.4250140205

[33] Newcomb, M.D., Huba, G.T., Bentler, P.M., "Determinants of sexual and dating behaviors among adolescence," Journal of Personality and Social Psychology, 50, 428-43, 1986. DOI: http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.50.2.428

[34] Pavot, W. Diener, E., "Review of the Satisfaction With Life Scale," Psychological Assessment, 5(2), 164-172, 1993. DOI: http://dx.doi.org/10.1037/1040-3590.5.2.164

[35] Pavot, W., Diener, E., "The subjective evaluation of well-being in adulthood: Findings and implications," Ageing International, 29(2), 113-135, 2004. DOI: http://dx.doi.org/10.1007/s12126-004-1013-4

[36] Phillips, N., Innovative Management, London: Pitman, 1993.

[37] Robbins, S. P., Organizational Behavior 11th edition: Prentice Hall, 2005.

[38] Ryan, R.M. Deci, E., "On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being," Annual Review of Psychology, 52, 141-166, 2001. DOI: http://dx.doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.141

[39] Scott, S.G. Bruce, R.A., "Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in the Workplace," Academy of Management Journal, 37, 580-607, 1994. DOI: http://dx.doi.org/10.2307/256701

[40] Shaw, M.E., Group Dynamics: the Psychology of Small Group Behavior, NewYork: McGraw-Hill, 1981.

[41] Sirgy, M.J., Efraty,, D., Siegel, P., Lee, D., "A new measure of quality of work life (QWL) based on need satisfaction and theories,"Social Indicators Research, 55, 241-302, 2001. DOI: http://dx.doi.org/10.1023/A:1010986923468

[42] Veroff, J., Douvan, E., Kulla, R., The Inner American, N.Y.: Basic Books, 1981.

[43] Warr, P., Environmental 'vitamins', personal judgments, work values, and happiness, 57-85 in S. Cartwright and C.Cooper (Eds.),The Oxford Handbook of Organizational Well-being, Oxford: Oxford University Press, 2009.

강 소 라(Sora Kang) **[정회원]**



- 1994년 8월 : 이화여자대학교 경영학석사(MIS 전공)
- 2004년 2월 : 이화여자대학교 경영학박사(MIS 전공)
- 2006년 3월 ~ 현재 : 호서대학교 경영학부 교수

<연구관심 분야>

Usage and Performance of IS, Organizational Politics and KM, UCC, and Social filtering

엄 혜 미(Hyemi Um) **[정회원]**



- 2003년 2월 : 이화여자대학교 경영학석사(MIS 전공)
- 2014년 2월 : 이화여자대학교 경영학박사(MIS 전공)
- 2010년 3월 ~ 현재 : 유한대학교 경영정보과 강사

<연구관심 분야>
Creativity, Creative Management, Social Network Analysis, Big Data Analysis

김 민 선(Min Sun Kim) **[종신회원]**



- 1990년 2월 : 이화여자대학교 경영학석사(MIS 전공)
- 2006년 2월 : 이화여자대학교 경영학박사(MIS 전공)
- 2004년 5월 ~ 2006년 8월 : Kionix, Inc. 한국지점대표
- 2009년 9월 ~ 현재 : 협성대학교 경영대학 관광유통경영학부 교수

<연구관심 분야>
Hotel and Tourism Information System, CRM, Online Distribution, e-Commerce