

호텔컨벤션 직원의 조직후원인식이 임파워먼트 및 조직몰입에 미치는 영향

Effectiveness of Hotel Convention Employee's Perceived Organizational Support on Empowerment and Organizational Commitment

김 건

그랜드 앰버서더 호텔

Gun Kim(kg0000@hanmail.net)

요약

본 연구는 사회적 교환 관계의 관점에서 호텔컨벤션 직원이 인지하는 조직후원인식이 임파워먼트 및 조직몰입에 미치는 영향에 대해 실증적으로 분석하였다. 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

먼저, 호텔컨벤션 직원이 인식하는 조직후원인식이 임파워먼트에 미치는 영향에서 가설1-1과 가설1-2를 검증한 결과, 수단적 후원은 의미감 및 역량에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났고, 수단적 후원은 영향력에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 한편 가설1-3과 가설1-4를 검증한 결과, 정서적 후원은 의미감 및 역량 요인과 영향력 요인 모두에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다음으로 임파워먼트가 조직몰입에 미치는 영향에서 가설2를 검증한 결과, 임파워먼트의 하위개념인 의미감 및 역량 요인과 영향력 요인이 조직몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 마지막으로 가설3을 검증한 결과, 수단적 후원은 조직몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타난 반면, 정서적 후원은 조직몰입에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

■ 중심어 : | 조직후원인식 | 임파워먼트 | 조직몰입 |

Abstract

This study investigates effect of perceived organizational support which recognized by hotel convention employee on empowerment and organizational commitment from a social exchange relationship point of view. The major findings of this study were follows.

First, the result of verification, effect of perceived organizational support which recognized by hotel convention employee, the hypothesis 1-1 and the hypothesis 1-2, operational support, the operational support had no significant effect on meaning, competence factor and effective factor. on the other hand the result of verification the hypothesis 1-3 and the hypothesis 1-4, the emotional support was found to have significantly positive effect on meaning, competence factor and effective factor. furthermore, by analysing the hypothesis 2, which states that the impact of empowerment on organizational commitment, the meaning, competence factor and effective factor as subset of empowerment had significantly positive effect on organizational commitment. finally by analysing the hypothesis 3, the operational support was found to have positive effect on organizational commitment, but emotional support had no significant effect on organizational commitment.

■ keyword : | Perceived Organizational Support | Empowerment | Organizational Commitment |

I. 서 론

최근 미국의 금융위기에서 비롯된 세계적인 동반 경기침체로 인해 우리나라 기업들의 실적이 최악의 상황으로 나타나고 있다[1]. 이러한 상황에서 호텔산업은 경영의 효율화를 위한 조직의 재편, 다운사이징, 계층축소 등 변화가 이루어고 있다. 반면 현장에서 근무하고 있는 직원들은 고용불안의 경험으로 조직에 대한 충성심과 몰입이 저하되며, 조직의 후원에 대한 인식이 약화되는 상황에 직면하고 있다[2]. 호텔산업은 급변하는 경영환경 효과적으로 대처하고 끊임없는 변화와 혁신에 적응하기 위한 새로운 인적 자원관리의 패러다임이 요구된다.

호텔은 대표적인 대인산업으로 직원의 인적서비스 자체가 호텔상품의 부가가치를 높이는 중요한 요체가 되며[3], 기업의 성패를 좌우한다. 그러므로 고객접점 직원에 의해 서비스 실행수준이 결정되고, 호텔기업의 성과와 직접적으로 연결되기 때문에 전문지식과 기술을 갖추거나 잘 훈련된 직원의 확보가 여타 서비스 산업에 비해 중요하다. 서비스접점 직원들이 호텔 이용고객들에게 높은 품질의 서비스를 제공하기 위해서는 이들에 대한 효과적인 조직지원이 중요하다[4]. 이러한 조직의 지원과 직원의 기대가 얼마나 효율적으로 조화를 이루느냐가 매우 중요하며, 고객접점 직원들에 대한 조직의 효과적인 지원은 서비스 산업이 직면한 문제를 해결할 수 있는 중요한 방안 중의 하나이다[5]. 또한 호텔기업의 고객만족을 위한 노력은 고객접점에 있는 직원의 자율성이 필요하며, 이러한 과정에서 임파워먼트는 업무수행 시 일어날 수 있는 각종 문제를 해결할 수 있는 요소이다.

조직 내에서 구성원의 행동양식과 태도의 형성에 따라 효과적인 조직 목표 달성의 가능성이 매우 높으며, 조직에 긍정적인 결과를 가져오는 구성원의 태도 중의 하나로 조직후원인식이라는 개념이 사용되고 있다[6]. 조직후원인식은 직원의 조직에 대한 공헌을 가치있게 생각하고, 복지를 위해 관심을 보이는 정도에 대해 직원이 형성하는 믿음으로 직원은 조직으로부터 인정받게 되면 조직후원인식이 증가하게 되며, 이는 조직에

몰입하게 하여 참여와 작업성과에 긍정적인 효과를 나타내게 된다. 또한 직원에게 의무감을 형성하여 조직의 목표와 조화를 이루게 하고, 조직에 대한 인식과 조직행위에 영향을 미친다[7].

이러한 측면에서 조직후원인식에 대한 연구들은 조직후원인식이 직무만족이나 조직몰입, 조직시민행동 및 혁신행동과 같은 조직 내 행동 및 태도와 중요한 관계가 있음을 발견하였다[8-12]. 직원은 조직으로부터 지원받고 있거나 배려되고 있다고 지각할 경우 이에 대한 보답으로 조직에 대한 정서적 애착이 생기며, 직무태도가 향상될 수 있다[8]. 또한 조직에 몰입하게 되며, 훌륭한 성과와 조직시민행동으로 보답하려 한다[13]. 반면, 조직이 직원의 노력에 대한 가치를 인정함으로 낮은 이직과 이직의도, 결근 등의 행동을 보인다[14].

컨벤션산업이 비약적으로 발전하면서 이에 관한 연구가 주목받고 있지만 주로 컨벤션 개최지 선택요인, 컨벤션산업 현황, 국제회의의 기획가에 대한 요구사항, 연회상품 개발 등의 제한된 주제로 연구되고 있다. 한편, 호텔산업은 성숙단계로 이미 많은 호텔이 비슷한 수준의 유형의 상품을 제공하고 있으며, 인적서비스를 통한 차별화로 경쟁적 우위를 차지하기 위해서 호텔직원에 대한 연구는 다양하게 진행되어왔다. 그러나 호텔산업에서 새로운 주력산업이 되고 있는 호텔컨벤션 및 호텔컨벤션 직원에 대한 연구는 아직 초기단계이며, 특히 인적자원관리에 대한 연구가 매우 부족한 실정이다[15]. 호텔컨벤션의 특성상 직원이 고객과 직접적인 대면 서비스를 생산하고 참여하므로 고객들의 욕구에 신속하고 자발적인 대응으로 높은 품질의 서비스를 제공하기 위해서는 직원에게 적극적인 조직후원과 임파워먼트의 제공이 무엇보다 중요하다. 이러한 직원들은 조직으로부터 신뢰를 받고 있다는 조직후원인식이 형성될 때 조직에 몰입할 수 있게 된다.

따라서 본 연구의 목적은 사회적 교환 관계의 관점에서 호텔컨벤션의 직원이 인지하는 조직후원인식이 임파워먼트와 조직몰입에 미치는 영향에 대해 실증적으로 알아보는 것이다. 또한 기존의 많은 연구들에서는 조직후원인식과 임파워먼트의 구성개념을 단일차원으로 알아보았지만 본 연구에서는 이러한 변수들의 하위

차원까지 구분하여 보다 자세히 제시하였다. 이를 토대로 호텔기업에서 고객접점 서비스를 제공하는 컨벤션 직원을 위한 조직의 효과적인 인적자원관리 방안을 제시하고, 더불어 관리자들에게 호텔기업의 운영 및 서비스 설계와 관련한 유용한 자료를 제시할 수 있을 것으로 기대한다.

II. 이론적 배경

1. 호텔컨벤션

컨벤션산업은 관광, 레저, 숙박, 유흥, 식음료, 교통통신 등의 다양한 관련 산업을 포함하는 종합산업으로 인적서비스에 대한 의존도가 매우 높은 산업이다[16]. 호텔컨벤션은 컨벤션의 목적을 달성하기 위한 기획과 진행, 그리고 관리가 호텔이라는 장소를 중심으로 이루어져 호텔의 물적·인적·시스템적 서비스가 활용되는 컨벤션을 의미한다[17]. 특히, 호텔기업은 컨벤션의 개최를 통해서 숙박과 식음료 서비스를 제공하며, 매력적인 컨벤션 개최지가 되기 위한 전문시설이나 장비뿐만 아니라 전문가의 도움이 필요함에 따라 호텔컨벤션 서비스 직원에게 주목하기 시작하였다[18].

미국의 주요 호텔 매출액 중 회의와 관련된 부분이 약 70%이고, 이 가운데 컨벤션의 기여는 약 15-20%인 것으로 나타나고 있다. 이는 호텔산업에서 컨벤션 시장이 차지하는 비중과 중요도를 말해주고 있다[19][20]. 2009년 우리나라에서 개최된 국제회의는 1,057건으로 그 중 호텔에서 개최된 국제회의는 전체의 37.37%인 395건으로 나타났다. 호텔 내부의 회의·연회장을 이용하는 컨벤션의 경우 숙박과 식음료 서비스를 포함한 일괄적인 서비스를 제공함으로써 참가자들에게 편리함을 제공하고, 컨벤션 지원기로서 역할을 수행하게 되므로 컨벤션 산업에서 호텔기업의 역할이 더욱 중요해지고 있다[21].

컨벤션산업의 발전 추세에 맞추어 다양한 연구를 시도하고, 그 중에서 참관객의 컨벤션 선택속성에 관한 분야가 가장 활발하게 진행되고 있으며, 컨벤션 서비스 속성, 마케팅 전략 등의 여러 주제로 다양한 연구가 진

행되고 있다. 그러나 호텔기업에서 새로운 주력산업이 되고 있는 호텔컨벤션 및 호텔컨벤션 직원에 관한 연구는 아직 초기단계로 특히 인적자원관리에 대한 연구가 매우 부족한 실정이다

김정아·윤선영(2007)[15]은 컨벤션산업에서 인적관리를 위한 기초 연구로 호텔컨벤션 서비스 직원의 인구통계학적 특성을 분석하고, 조직 특성이 직무스트레스에 미치는 영향에 대해 알아보았고, 이수범·이은용·이재은(2004)[22]은 국내 PCO업체에서 근무하는 직원들과 특급호텔 컨벤션 팀의 직원을 대상으로 직무만족과 고객접점에서 직원이 제공하는 고객서비스 품질의 관계에 대한 이론적 모델을 제시하였다. 또한 황혜진·배수현(2010)[23]은 컨벤션센터 직원과 호텔컨벤션 전담부서 직원은 다양한 업무와 시장의 흐름에 따라 새로운 지식과 기술을 습득해야 하기 때문에 개인 스스로 역량을 펼칠 수 있도록 영향력을 행사하는 셀프리더십이 매우 중요하다고 제시하였다.

2. 조직후원인식(Perceived Organizational Support: POS)

조직후원인식은 조직몰입과 대칭되는 개념으로 조직도 직원에게 몰입할 수 있다는 것을 의미하며, 몰입을 연구하는 학자들에게 또 다른 관심의 대상이 되고 있다. 상호호혜성 규범(norm of reciprocity)과 사회적 교환이론(social exchange theory)의 개념을 기초로 제안된 조직후원인식은 개인이 보여준 향상된 노력을 조직이 중요시 여기고, 조직이 직원의 노력에 대한 대가를 지불하기 위해 노력하고 있다는 것으로 직원이 형성하게 되는 전반적인 지각을 말한다. 한편, 사회적 교환의 본질은 어느 한편이 다른 한편에게 호의를 제공받게 되면 이를 되갚고자 하는 의무감을 갖게 되는 당사자들 간의 호혜성에 대한 신뢰라 할 수 있다. 이러한 관점에서 조직후원인식은 조직이 직원에게 보여주는 몰입으로 해석되고, 몰입은 일종의 교환물이 될 수 있다[24].

조직후원인식은 직원이 조직에 몰입하는 과정을 설명하기 위해 조직도 개인에게 몰입하는 정도에 대한 직원의 지각을 나타내는 개념으로 개발되었다[7]. 이러한 지각의 형성은 금전적인 보상을 포함한 단기적인 교환

과 가치에 기초로 두고 있는 장기적인 교환을 포함하고, 조직과 가치 일치 적 관계에 기초하고 있는 정서적 관계뿐만 아니라 조직이 주는 보상에 기초를 두고 형성하게 되는 계산적 관계까지 포괄하는 태도로 규정하고 있다[25]. 즉, 직원의 조직에 대한 공헌을 가치 있게 생각하고, 복지를 위해 관심을 보이는 정도에 대해 직원이 형성하는 총체적인 믿음을 말한다. 직원은 조직으로부터 인정을 받게 되면 조직후원인식이 증가하게 되며, 이는 조직에 몰입하게 하여 참여와 작업성과에 긍정적 효과를 나타내게 된다. 또한 직원에게 의무감을 형성하여 조직의 목표와 조화를 이루게 하고, 조직에 대한 인식과 조직행위에 긍정적인 영향을 미친다[7].

한편, 조직후원인식은 구성원의 자존심을 높여주거나 유지하고, 정보나 물질적 자원을 제공하는 것과 관련되어 구성원의 자존심을 높여주는 것은 정서적 후원에 주로 반영되며, 정보나 물질적 제공은 또 다른 하위차원인 수단적 후원에 해당된다[26]. 기업은 직원에게 자신의 능력, 긍정적 직무태도, 경력 등을 위해 조직에 기여할 것으로 기대하고, 직원은 조직에게 승진, 복지, 보수 등의 지원을 기대하게 된다. 따라서 조직과 직원의 기대가 얼마나 효율적으로 조화를 이루느냐가 매우 중요한 요소이며, 호텔과 같이 고객접점의 서비스를 제공하는 서비스 기업의 경우에는 중요성이 더욱 강조된다[27].

조직후원인식에 관한 선행연구들은 결과변수로 임파워먼트[1][8-11][13][23][28-37]등을 분석하였다. 조직에 대해 심리적 애착을 가지고 조직을 위해 공헌하며 조직과 동일시하는 조직몰입과는 달리 조직이 구성원들에게 몰입하는 정도를 나타내는 조직후원인식은 직원의 태도 및 행동에 중요한 관계를 맺고 있다[11].

3. 임파워먼트(Empowerment)

오늘날과 같이 예측하기 어려운 경영환경에서 기업이 생존하기 위해서는 기존의 통제 중심의 조직문화에서 벗어나 자기 업무에 몰입하여 스스로 직무를 수행할 수 있는 자율적인 조직문화가 형성되어야 한다[32]. 구성원은 조직 내에서 지원이나 영향력 그리고 기타 유, 무형의 자원을 받음으로 몰입수준이 향상된다[11]. 이

러한 경영환경 하에서 임파워먼트는 구성원이 직무상의 의사결정을 자율적으로 행할 수 있도록 힘을 부여하는 것으로[33] 조직의 혁신과 성과를 유도하는 효율적인 방법으로 주목받게 되었고, 다양한 분야에서 연구가 이루어지고 있다.

임파워먼트에 관한 선행연구들은 선행변수로 조직후원인식[11][28-30][38-50] 등을 분석하였다.

일반적으로 임파워먼트는 조직의 구성원에게 의사결정을 할 수 있는 권한을 부여하거나 동기를 부여하여 자발적 행위를 촉진시키는 과정이라 할 수 있다. 임파워먼트를 관계구조와 동기부여의 두 가지 측면에서 정의한 *Cogner and Kanugo*(1988)[52]는 관계구조 측면을 구성원에게 활력을 불어넣기 위해 권한을 부여하는 과정으로 정의하였고, 동기부여 측면을 믿음이나 판단을 의미하는 자기효능감을 부여하는 과정으로 제시하였다. 또한 *채신석*(2007)[53]은 임파워먼트를 구성원의 내재적 동기부여의 차원에서 자신의 업무에 대해 의미를 부여하고, 업무수행에 대한 믿음, 업무수행 결정의 자율성과 조직에 대한 영향력 등 개인수준의 실질적 변화와 자기 효능감의 인지상태라고 하였다.

Spreitzer(1995)[54]는 업무에 대한 내면적 의미 부여인 의미성, 업무수행 능력에 대한 개인적 믿음인 역량, 업무 운영에 대한 선택권을 강조하는 자기결정력, 업무결과에 대한 영향력의 네 가지 차원으로 제시하였다. 서비스 부문에 임파워먼트를 적용한 *Bowen and Lawer*(1992)[55]는 조직행동에 관한 정보, 보상, 지식, 조직의 방향과 행동에 영향을 미치는 의사결정권을 직원에게 주는 것으로 정의하였다.

한편, 학자들마다 임파워먼트의 구성요소에 대한 다양한 견해를 보인다. 다수의 선행연구에서 공통적으로 임파워먼트를 자기효능감 혹은 자율성으로 정의하고 있지만 최근에는 개념을 확장하여 개인적 경험이 축적된 심리적 상태나 인식들의 집합체로 정의하고 있다. 먼저, *Cornsun and Enz*(1999)[56]는 임파워먼트의 요인을 구성원 자신이 결정한 행동으로 인해 조직결과에 영향을 주는 개인의 영향, 업무를 통해서 자신의 성공과 기술을 성취할 수 있다는 신념을 의미하는 자기효능감 또는 능력, 구성원이 수행한 업무에 대한 믿음을 말하

는 의미성으로 구성하였다.

Thomas and Velthouse(1990)[57]는 심리적 임파워먼트를 직무평가와 관련한 인지적 요인들의 변화에서 발생하고, 자기효능감을 포함하는 다면적 개념들로 구성되는 반면 Conger and Kanungo(1988)[52]는 직무 이외의 외부적인 조건에 의해 충족된다고 하였다.

Spreitzer(1995)[53]는 임파워먼트를 의미성, 역량, 자기결정성, 영향력의 4가지 인지적 구성요인 내에서 구체화된 동기부여의 개념으로 정의하였고,

Menon(2001)[58]은 기존의 의미성, 유능감, 자기결정력, 영향력 요인에 지각된 통제력과 지각된 역량을 포함시켜 목표 내재화의 차원을 새롭게 제안한 임파워먼트 이론에 대한 총체적인 관점을 제시하였다. 앞서 제시하였듯 임파워먼트는 접근방법에 따라 하위차원이 달라질 수 있지만 본 연구에서는 보편적으로 사용되고 있는 의미성, 역량, 자기결정력, 영향력 4가지 구성요인[54]으로 한정하였다.

다양한 고객요구에 대응하기 위한 호텔기업의 노력은 고객접점에 있는 직원의 자율성을 필요로 하며, 이러한 임파워먼트는 업무수행 시 일어날 수 있는 각종 문제점을 해결하여 대고객 서비스를 향상시키는 중요한 요소이다.

4. 조직몰입

조직발전에 긍정적인 영향을 미칠 수 있도록 구성원의 태도 및 행동을 어떻게 형성하고 변화시킬 것인가에 대한 화두는 인적자원관리의 핵심적인 문제이자 해결해야 할 중요한 과제이다[59]. 조직몰입은 이러한 과제를 해결하기 위한 개념으로 조직 내에서 구성원들이 형성할 수 있는 중요한 태도를 말하며, 조직을 위해 노력하는 의사, 구성원으로 남아 있으려는 강한 욕구, 그리고 조직의 목표와 가치에 대한 강한 신뢰와 수용을 포함한다[60]. 한편, Mowday et al.(1982)[14]은 조직몰입을 자신이 속한 조직과 자신을 동일시하고 그 조직에 몰두하는 경향으로 정의하고, 조직의 목표와 가치에 대한 신념과 수용, 조직목표 달성을 위한 노력 의지, 조직의 구성원으로 남아 있으려는 요구로 구성된다고 하였다.

현재까지 조직몰입은 선행변수나 결과변수로 많은 연구가 이루어졌고, 조직몰입의 개념과 접근방법도 다양하다. 반면, 조직몰입은 다양한 정의에도 불구하고 몇 가지 공통적인 개념을 반영하고 있다. 즉, 조직에 대한 정서적 애착, 조직을 떠남으로써 발생하는 비용에 대한 지각, 그리고 조직에 남아 있어야 된다는 도덕적 의무감의 세 가지를 포함한다. 이러한 접근에 의해 개념화된 몰입은 정서적(affective), 지속적(continuance), 그리고 규범적(normative) 몰입으로 구분되기도 하며, 조직과 구성원의 관계를 특징화하는 심리적 상태, 조직과 멤버십을 계속 유지하거나 유지하지 않으려는 의사결정에 대해 시사점을 주고 있다[61].

조직으로부터 지원을 받고 있다고 느끼는 직원이 지원을 덜 받고 있다고 느끼는 직원보다 더 강한 조직몰입을 형성하는 경향이 있고[8], 좋은 대우를 받고 있는 직원은 조직에 보다 정서적으로 몰입하며, 요구되는 직무책임 이상의 성과를 내려는 경향이 있다[61]. 즉, 높은 수준의 조직후원을 인식하는 직원들은 자신의 직무를 긍정적으로 평가하고, 조직에 보다 많은 투자를 하려는 경향이 있으며, 이러한 과정을 통해 조직에 대한 정서적 몰입과 함께 성과 향상으로 이어진다[12].

III. 연구설계

1. 연구모형 및 가설도출

본 연구는 조직에 긍정적인 결과를 가져오는 구성원의 태도 중의 하나인 조직후원인식이라는 개념을 사용하여 조직과 직원 사이의 내부교환뿐만 아니라 임파워먼트와 조직몰입 간의 다양한 측면들에 대해 실증적으로 알아보기 위해서 [그림 1]과 같은 연구모형을 설계하고, 가설을 도출하였다.

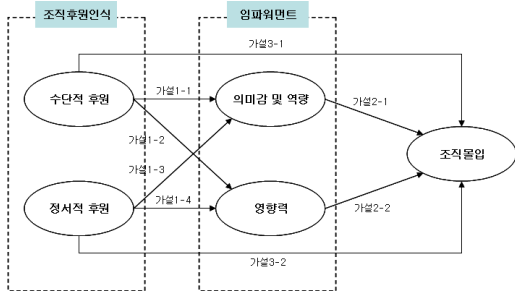


그림 1. 연구모형

1) 조직후원인식과 임파워먼트의 관계

조직후원인식에 관한 선행연구들은 조직 내 행동 및 태도와 밀접한 관계를 맺고 있다. 조직후원인식은 조직이 개인의 기여를 가치있게 생각하고, 조직이 직원 복지에 관심을 보이는 정도로 구성원의 자율성과 혁신성을 강화할 수 있으며, 이를 위해 권한의 위임이나 기업 정보의 공유 등의 파워를 제공해야 한다. 조직 구성원은 조직후원에 대해 상호호혜의 의무를 수행할 때 임파워먼트된 직원이 동료 및 상사와 함께 전략적인 대화에 참여하게 되고, 서비스 시점에서 책임감을 가질 뿐만 아니라 부가적 역할 수행차원에서 고객의 욕구나 불만에 더욱 잘 대응한다[62]. David and Cathy(1999)[30]는 서비스 산업에서 사회적 지원과 심리적 임파워먼트의 관계를 실증하여 동료의 지원 및 고객의 지원과 심리적 임파워먼트 간에 긍정적인 관계가 있음을 밝혔다. 또한 한진환·김이태(2007)[29]는 조직후원을 높게 인식할수록 임파워먼트가 높게 나타난다고 하였고, Keller and Dansereau(1995)[63], Parker and Price(1994)[64] 역시 조직이 직원에게 지원적이라고 인식할수록 스스로 영향력이 있다고 지각할 가능성이 높다고 하였다. 따라서 본 연구는 이상의 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 가설1을 설정하였다.

**가설1: 조직후원인식은 임파워먼트에 유의한 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.**

2) 임파워먼트와 조직몰입의 관계

임파워먼트는 구성원의 업무에 대한 집중력과 탄력성 그리고 업무처리의 주도성을 증가시키기 때문에 조

직몰입에 중요한 영향을 미친다[54][57]. 서비스 기업에서 임파워먼트된 구성원은 수익성과 고객만족을 향상시키고[65], 서비스 품질의 개선에 중요한 역할을 한다[66]. 또한 임파워먼트된 조직구성원은 자신의 근무환경의 통제가 보다 용이하기 때문에 직무에 대한 소속감과 조직의 성공에 기여하여 감정적 수준에서 조직몰입이 강화된다[48]. 이외에도 다양한 연구들[68][47][48][11]에서 임파워먼트가 조직몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 본 연구는 이를 기초로 다음과 같은 가설2를 설정하였다.

**가설2: 임파워먼트는 조직몰입에 유의한 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.**

3) 조직후원인식과 조직몰입의 관계

조직후원인식은 새로운 조직으로 옮기고자 하는 조직구성원의 심리적 상태라고 할 수 있는 이직의도에 부정적인 영향을 미친다는 연구들[11][68]이 있다. 또한 조직에 대해 높은 후원을 인식하고 있는 구성원은 반대급부로 조직에 대해 높은 몰입수준을 형성하게 되며, 이는 그들로 하여금 쉽게 조직을 떠나려하지 않는다는 것이다. 결국 사회교환적 관점에서 높은 조직후원인식을 갖게 되는 구성원은 높은 조직몰입을 가지게 되는 반면 낮은 조직후원인식을 갖게 되는 구성원은 낮은 조직몰입을 가지게 된다는 것이다. Eisenberger et al.(1990)[8]은 조직으로 지원을 받고 있다고 느끼는 직원이 지원을 덜 받고 있다는 직원보다 더 강한 조직몰입을 형성하는 경향이 있다고 하였다. 좋은 대우를 받고 있는 직원은 조직에 보다 정서적으로 몰입하고, 요구되는 직무책임 이상의 성과를 내려고 한다[38]. 따라서 본 연구는 이상의 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 가설3을 설정하였다.

**가설3: 조직후원인식은 조직몰입에 유의한 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.**

2. 조사설계 및 설문문항

본 연구는 무작위 표본추출방법으로 서울 소재의 특1

급과 특2급 호텔컨벤션 직원을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 또한 본 설문에 앞서 약 1주일간의 사전조사를 통해 설문문항을 정제하였다. 설문기간은 2011년 4월 10일부터 2011년 4월 23일까지 약 2주 동안으로 조사에 대한 취지와 기입방법을 설명한 후 응답자가 직접 기입하는 방법을 사용하였다. 설문지는 총 250부를 배포하여 230부가 회수되었고, 그 중에서 신뢰성이 부족하거나 고의로 누락한 문항이 있는 21부를 제외한 209부를 실증분석에 사용하였다.

설문문항은 조직후원인식, 임파워먼트, 조직몰입, 인구통계학적 특성의 네 부분으로 구성하였다. 먼저, 본 연구에서 조직후원인식은 직원의 조직에 대한 공헌을 가치있게 생각하고, 복지를 위해 관심을 보이는 정도에 대해 직원이 형성하는 총체적인 믿음으로 정의하였다. 또한 조직후원인식은 정서적 후원과 수단적 후원으로 구분된다[26]. 정서적 후원은 직원들에게 조직이 개인의 공헌을 소중히 여기고 인정하며, 존중하고 있다는 것을 느끼도록 도움을 주는 무형의 후원을 말한다. 수단적 후원은 과업과 관련된 업무를 수행하는 직원들에게 직접적으로 도움을 주는 후원으로 조직은 직원이 직무역할요구를 수행하는데 물질적·비물질적 후원을 이용 가능하게 해주는 정도를 의미한다. 조직후원인식의 측정을 위해 Eisenberger et al.(1986)[7]가 제시한 SPOS form short 버전을 기초로 호텔컨벤션 조직에 맞게 수정하여 7문항을 구성하였고, Likert 5점 척도로 측정하였다.

다음으로 임파워먼트는 직원에게 의사결정을 할 수 있는 권한을 부여하거나 동기를 부여하여 자발적 행위를 촉진시키는 과정으로 정의하였다. 임파워먼트의 측정을 위해 Spreitzer(1995)[54]가 제시한 문항을 토대로 본 연구에 부합하게 수정, 보완하여 9문항을 사용하였고, Likert 5점 척도로 측정하였다.

마지막으로 조직몰입은 조직의 목표와 가치추구에 대한 강한 긍정적 믿음에 기초하여 그 조직을 위해 열심히 일하고, 구성원으로 남아 있으려는 의지라고 정의하였다. 조직몰입의 측정을 위해 Mowday et al.(1979)[14], Meyer and Allen(1990)[61], 장혜진(2008)[22] 등의 연구를 바탕으로 4문항을 구성하였고,

Likert 5점 척도로 측정하였다.

통계분석은 SPSS 13.0을 사용하여 빈도분석, 탐색적 요인분석, 신뢰성 분석, 상관관계분석을 실시하였고, AMOS 4.0 프로그램을 사용하여 확인적 요인분석, 구조방정식모형 분석을 실시하였다.

IV. 실증분석

1. 표본의 인구통계학적 특성

표본에 대한 인구통계학적 특성을 살펴보면 남성(70.3%)이 여성(29.7%)보다 높은 비율을 보이고, 연령은 20대(40.7%), 30대(36.8%), 40대(21.1%) 순으로 나타났다. 학력은 2년제(61.2%)와 4년제(29.2%)가 다수를 차지하였고, 호텔 등급구분에서 특2급 호텔 직원(70.8%)이 특1급 호텔 직원(29.2%)보다 높은 비율을 나타났다. 고용형태에서 정규직(78.5%)이 다수로 조사되었고, 근무기간은 5년 이상(50.7%)이 과반수를 차지하였으며, 직책은 사원(67.5%), 주임(17.7%), 대리(12.0%) 순으로 나타났다. 그 밖의 인구통계학적 특성은 [표 1]과 같다.

표 1. 인구통계학적 특성(n=209)

	변수	빈도(%)
성별	남성	147(70.3)
	여성	62(29.7)
연령	20대	85(40.7)
	30대	77(36.8)
	40대	44(21.1)
	50대	3(1.4)
	고졸이하	6(2.9)
학력	2년제 졸	128(61.2)
	4년제 졸	61(29.2)
	대학원 이상	14(6.7)
호텔 등급	특1급	61(29.2)
	특2급	148(70.8)
고용형태	정규직	164(78.5)
	비정규직	45(21.5)
근무기간	1년미만	17(8.1)
	1-3년	46(22.0)
	3-5년	40(19.1)
	5년이상	106(50.7)
	직책	사원
주임		37(17.7)
대리		25(12.0)
과장		6(2.9)

2. 탐색적 요인분석 및 확인적 요인분석

본 연구에서 사용한 총 20문항에 대한 탐색적 요인분석의 주목적은 잠재개념의 차원을 확보하는 것으로[69] 주성분에 의한 직각회전방법을 실시하였다. 각 요인의 고유값 1.0 이상을 추출하였고, 구성문항은 요인적재량 0.5 이상으로 구성하였다. 요인은 선행연구와 같은 의미감 및 역량, 영향력, 수단적 후원, 정서적 후원, 조직몰입의 다섯 개의 요인으로 분류되었다. 적합도를 나타내는 KMO 계수는 .850, Bartlett's test는 2047.279(p<.01) 이고, 분산의 누적설명력은 69.095%로 나타나 각 요인은 차후 구조모형을 분석하기에 문제가 없을 것으로 보인다. 추출된 요인의 분산설명력은 의미감 및 역량 31.402%, 조직몰입 12.636%, 수단적 후원 9.412%, 영향력 8.076%, 정서적 후원 6.569%로 나타났다. 각 요인의 Cronbach's α 는 .740부터 .877까지 나타나 신뢰성을 확보하였다. 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석 결과는 [표 2]와 같다.

표 2. 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석 결과

요인명 (Cronbach's α)	요인변수	요인적재량	분산설명력 (아이겐값)
FAC1. 의미감 및 역량 ($\alpha = .877$)	e1	.819	31.402 (6.280)
	e2	.813	
	e7	.781	
	e8	.766	
	e9	.643	
	e3	.610	
FAC2. 조직몰입 ($\alpha = .865$)	c1	.837	12.636 (2.727)
	c3	.815	
	c2	.810	
	c4	.742	
FAC3. 수단적 후원 ($\alpha = .813$)	p1	.835	9.412 (1.882)
	p3	.816	
	p2	.750	
	p4	.705	
FAC4. 영향력 ($\alpha = .829$)	e4	.846	8.076 (1.615)
	e6	.827	
	e5	.790	
FAC5. 정서적 후원 ($\alpha = .740$)	p7	.805	6.569 (1.314)
	p5	.762	
	p6	.709	

탐색적 요인분석을 통해 정제된 측정문항들의 구조를 확인하기 위해 확인적 요인분석을 실시하였다. 각 요인의 확인적 요인분석 결과와 적합도 결과는 [표 3]

에 제시하였다.

확인적 요인분석에 의해 확인된 각 요인에 대한 내적 일관성은 AVE값 .5 이상과 Composite α 값 .7 이상이면 최소 수준의 신뢰도를 확보한 것으로 볼 수 있다 [70][71]. 각 요인의 AVE 값이 .5 이상으로 나타났고, Composite α 도 .7 이상으로 나타나 신뢰도를 확보한 것으로 판단된다.

최종 확인적 요인분석의 모형 적합도 검정치를 살펴 보면 χ^2 은 372.961, d.f.는 161, p는 .000으로 나타나 모형의 적합도를 충족시키지 못하고 있다. 한편, 모형 적합도 판단에 단일 기준을 적용하기보다 여러 가지 기준들이 혼용된 다차원적 접근을 권장하고 있다. GFI와 CFI는 .9에 가깝고 RMR과 RMSEA가 .05에서 .08사이면 모형이 양호하다고 판단한다[72]. 따라서 본 연구에서 RMR은 .054, RMSEA는 .075, GFI는 .856, CFI는 .903으로 나타나 대부분 기준치를 만족시키고 있어서 사용된 측정척도는 비교적 만족스러운 수준의 단차원적 요인구조를 지니고 있는 것으로 나타났다.

표 3. 확인적 요인분석 결과

요인명	변수	표준화 계수	C.R.	AVE(CCR)
의미감 및 역량	p3	.714	10.396*	.551(.880)
	p9	.655	9.440*	
	p8	.714	10.397*	
	p7	.801	11.848*	
	p2	.790	11.658*	
	p1	.771	-	
	p4	.747	11.088*	
조직몰입	c2	.815	12.204*	.618(.866)
	c3	.780	11.637*	
	c1	.801	-	
	c4	.742	11.088*	
수단적 후원	p4	.692	9.082*	.525(.815)
	p2	.741	9.817*	
	p3	.680	9.243*	
	p1	.781	-	
	p5	.705	9.412*	
영향력	e5	.822	11.053*	.621(.831)
	e6	.739	10.313*	
	e4	.801	-	
	e3	.766	11.658*	
정서적 후원	p6	.558	7.085*	.527(.765)
	p5	.786	8.669*	
	p7	.807	-	
	p8	.714	10.397*	

CFA 모형검정: $\chi^2 = 348.102$, $p = .000$, RMR = .054, GFI = .856, CFI = .903, RMSEA = .075

주) *는 1% 수준에서 유의도를 나타냄, AVE는 평균분산추출, CCR은 Composite α 를 나타냄.

3. 구성개념의 판별타당성과 집중타당성

동일한 개념을 측정하기 위해 설계된 척도들 사이의 상관관계수가 0보다 크고, AVE값 .5 이상과 Composite α 값이 .7 이상이면 집중타당성이 확보된다. 또한 각 잠재요인의 AVE 값이 잠재요인 간 상관계수를 제공하는 값(γ^2)보다 크거나 \sqrt{AVE} 값이 요인 간 상관계수보다 크면 판별타당성이 확보되었다고 할 수 있다 [69][70]. 본 연구는 앞서 제시한 조건들을 만족시키는 것으로 나타나 집중타당성과 판별타당도가 확보되었다고 할 수 있다. 또한 모든 개념 간 상관관계수가 .6을 초과하지 않아 다중공선성이 없는 것으로 판단된다. 다음 [표 3]에 구성개념 간의 AVE 값, 평균, 표준편차, Pearson 상관계수를 제시하였다.

표 4. 상관관계 분석 결과

	평균 (표준편차)	1.	2.	3.	4.	5.
1. 수단적 후원	2.774 (.769)	.525a				
2. 정서적 후원	3.278 (.704)	.328**	.527			
3. 의미감 및 역량	3.676 (.670)	.214**	.417**	.551		
4. 영향력	3.136 (.878)	.006	.248**	.424**	.621	
5. 조직몰입	3.211 (.826)	.292**	.317**	.422**	.310**	.618

주) a: 해당 개념의 AVE값임, *는 1% 수준에서 유의도를 나타냄.

4. 가설검증

구조방정식을 분석하기 전에 모형의 적합도를 판단하기 위해서 χ^2 값을 이용하였다. χ^2 은 372.961, d.f.는 161, p는 .000으로 연구모형이 적합하지 않은 것으로 나타났지만 CMIN/DF는 2.317, GFI는 .854, CFI는 .890, RMR은 .072, RMSEA는 .080으로 대부분의 수치가 모형 적합성 기준을 만족시키고 있어 모형분석을 통한 가설검증을 실시하는데 무리가 없을 것으로 판단된다. 가설검증을 실시한 결과는 [표 4]와 [그림 2]에 제시하였다.

표 5. 가설검증 결과

가설	경로	표준화 계수	C.R.	가설 검증
1-1	수단적 후원 \Rightarrow 의미감 및 역량	.020	.227	기각
1-2	수단적 후원 \Rightarrow 영향력	.202	2.105*	채택
1-3	정서적 후원 \Rightarrow 의미감 및 역량	.521	5.225**	채택
1-4	정서적 후원 \Rightarrow 영향력	.455	4.279**	채택
2-1	의미감 및 역량 \Rightarrow 조직몰입	.294	3.244**	채택
2-2	영향력 \Rightarrow 조직몰입	.207	2.476*	채택
3-1	수단적 후원 \Rightarrow 조직몰입	.247	2.744**	채택
3-2	정서적 후원 \Rightarrow 조직몰입	.065	.562	기각

모형검정결과: $\chi^2 = 372.961$, d.f= 161, p= .000, RMR= .072, GFI= .854, CFI= .890, RMSEA= .080

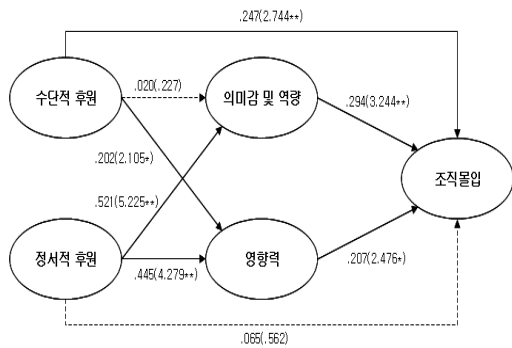
주) **, *는 각각 1%, 5% 수준에서 유의도를 나타냄.

연구결과를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 먼저, 호텔 컨벤션 직원이 인식하는 조직후원인식이 임파워먼트에 미치는 영향을 분석하였다. 가설1-1을 검증한 결과는 경로계수 .020, t값 .227로 나타나 수단적 후원이 의미감 및 역량에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 가설1-2를 검증한 결과는 경로계수 .202, t값 2.105로 나타나 수단적 후원이 영향력에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 가설2-1을 검증한 결과는 경로계수 .521, t값 5.225로 나타나 정서적 후원이 의미감 및 역량에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 가설2-2를 검증한 결과는 경로계수 .455, t값 4.279로 나타나 정서적 후원이 영향력에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 따라서 가설1-2와 가설1-3 및 가설1-4는 David and Cathy(1999)[30], Keller and Dansereay(1995)[63], 한진환, 김이태(2007)[29]의 연구결과를 지지하는 것으로 나타나 채택하였고, 가설1-1은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 기각하였다.

다음으로 임파워먼트가 조직몰입에 미치는 영향을 분석하였다. 가설2-1을 검증한 결과는 경로계수 .294, t값 3.244로 나타나 의미감 및 역량이 조직몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 가설2-2를 검증한 결과는 경로계수 .207, t값 2.476으로 나타나 수단적 후원이 영향력에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이는 임파워먼트의 두 가지 차원이 조직몰입을 향상시키는 중요한 요인이 될 수 있음을 의미한다. 이러한 결과는 Hartline et al, (2000)[48] Spreitzer(1995)[54], 정효선, 한진수, 윤혜현(2009)[67],

이옥희(2011)[47] 등의 연구와 일치하는 것으로 가설 2-1과 2-2를 채택하였다.

마지막으로 조직후원인식이 조직몰입에 미치는 영향을 분석한 결과는 다음과 같다. 가설3-1을 검증한 결과는 경로계수 .247, t값 2.744로 나타나 수단적 후원이 조직몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 가설3-2를 검증한 결과는 경로계수 .065, t값 .562로 나타나 정서적 후원이 조직몰입에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 호텔 컨벤션 조직이나 경영자의 수단적인 후원이 적절히 이루어진다고 인식할수록 조직몰입이 높아진다는 것을 의미한다. 반면 정서적 후원은 조직몰입에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 안대희, 전정아(2010)[35], 이운호, 서영규(2010)[33]의 연구와 유사한 결과로 IMF 이후 경영합리화의 일환으로 진행되고 있는 구조조정과 직무불안정성 등이 만연함에 따라 호텔 컨벤션 조직 내에서 보다 많은 후원이 이루어지지 않는 상황에서 정서적 후원은 조직몰입을 높이는 요인이 될 수 없는 것을 나타낸다. 따라서 가설3-1은 Wayne et al.(1997)[11], 안대희, 전정아(2010)[35], 이운호, 서영규(2010)[33] 등의 결과와 일치하는 것으로 나타나 채택하였고, 가설 3-2는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 기각하였다.



주) **, *는 각각 1%, 5%에서 유의수준을 나타냄.

그림 2. 모형검증 결과

V. 결론 및 제언

최근 미국의 금융위기에서 비롯된 세계적인 동반 경기침체로 인해 급변하는 경영환경과 끊임없는 변화와 혁신에 적응하기 위한 새로운 인적 자원관리의 패러다임이 요구되는 상황에서 조직에 긍정적인 결과를 가져오는 구성원의 태도 중의 하나로 조직후원인식이라는 개념을 사용하여 조직과 직원 사이의 내부교환뿐만 아니라 이들이 현장에서 업무와 관련하여 가지는 다양한 측면들 간의 상호작용을 알아보았다. 본 연구는 사회적 교환 관계의 관점에서 호텔컨벤션 직원이 인지하는 조직후원인식이 임파워먼트 및 조직몰입에 미치는 영향에 대해 실증적으로 분석하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 호텔 컨벤션 직원이 인식하는 조직후원인식이 임파워먼트에 미치는 영향에서 가설1-1을 검증한 결과는 수단적 후원이 의미감 및 역량에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났고, 가설1-2는 수단적 후원이 영향력에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 또한 가설1-3과 가설1-4를 검증한 결과, 정서적 후원은 의미감 및 역량 요인과 영향력에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 따라서 가설1-2와 가설1-3 및 가설1-4는 David and Cathy(1999)[30], Keller and Dansereay(1995)[63], 한진환, 김이태(2007)[29]의 연구 결과를 지지하는 것으로 나타나 채택하였고, 가설1-1은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 기각하였다. 이러한 결과는 호텔컨벤션 조직이 상하관계의 수직적인 조직구조를 가지고, 업무를 수행하는 직원들에게 직접적으로 도움을 주는 수단적 후원과 본인들에게 어느 정도 역량이 부여되고 요청해야 하는지에 대한 임파워먼트의 개념 인식이 미흡하기 때문인 것으로 판단된다.

둘째, 임파워먼트가 조직몰입에 미치는 영향에서 가설2-1과 가설2-2를 검증한 결과, 의미감 및 역량 요인과 영향력 요인이 조직몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이는 임파워먼트의 두 가지 차원이 조직몰입을 향상시키는 중요한 요인이 될 수 있음을 의미한다. 이러한 결과는 Hartline et al.(2000) Spreitzer(1995)[54], 정효선, 한진수, 윤혜현(2009)[67],

이옥희(2011)[47] 등의 연구와 일치하는 것으로 가설 2-1과 2-2를 채택하였다.

마지막으로 조직후원인식이 조직몰입에 미치는 영향에서 가설3-1을 검증한 결과, 수단적 후원이 조직몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 가설3-2를 검증한 결과는 정서적 후원이 조직몰입에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 호텔컨벤션 조직이나 경영자의 수단적인 후원이 적절히 이루어진다고 인식할수록 조직몰입이 높아진다는 것을 의미한다. 이러한 결과는 안대희, 전정아(2010)[35], 이윤호, 서영규(2010)[33]의 연구와 유사한 결과로 IMF 이후 경영합리화의 일환으로 진행되고 있는 구조조정과 직무불안정성 등이 만연함에 따라 호텔컨벤션 조직 내에서 보다 많은 후원이 이루어지지 않는 상황에서 정서적 후원은 조직몰입을 높이는 요인이 될 수 없는 것을 나타낸다. 직원들은 조직이 자신들의 공헌을 소중히 여기고 자신들의 개인적·사회적 복지에 관심을 가지고 있다고 믿을 때 조직에 더욱 몰입하게 된다는 것이다. 특히 호텔컨벤션 직원들의 불만을 긍정적으로 받아들이고 의사결정에 있어서 직원들의 이익을 고려해주며, 직원들의 초과노력에 대해서 합리적인 보상을 제공함으로써 조직몰입을 강화시켜야 한다. 따라서 가설3-1은 Wayne et al.(1997)[11], 안대희, 전정아(2010)[35], 이윤호, 서영규(2010)[33] 등의 결과와 일치하는 것으로 나타나 채택하였고, 가설3-2는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 기각하였다.

이와 같은 연구결과를 통해 시사점을 제시하면 다음과 같다. 먼저, 호텔컨벤션 직원들에게 조직의 관심과 지원을 인식시키기 위해서 각자가 수행하고 있는 과업에 대한 의미와 중요성을 인식할 수 있도록 해야 한다. 직원들이 업무를 능동적으로 수행하기 위한 자율성과 제한된 권한을 부여하여 스스로 주체적인 입장에서 업무의 수행과 통제를 할 수 있도록 조직차원의 지원이 필요하다. 다음으로 고용불안의 경험으로 인해 조직과 직무에 대한 몰입이 저하되는 상황에서 체계적인 인력 계획에 따른 고용관리 정책을 시행하여 직원들에게 심리적 안정을 주어야 할 것이다. 또한 업무수행 결과에 대해 적절한 임금과 보상 등을 제도화하여 이에 대한

공정성을 인식할 수 있게 하고, 직원들의 고충에 대한 처리 및 참여의 기회를 충분히 부여할 수 있도록 적극적인 지원을 해주어야 한다. 마지막으로 호텔컨벤션 직원들이 조직과 동일시하고 조직에 대한 애착심 그리고 심리적인 측면에서 조직몰입과 경제적인 측면에서 조직에 남고자 하는 지속적 관계를 형성하기 위한 조직의 관심, 배려, 지원 등을 인식할 수 있는 제도적인 장치와 보상, 교육 등 각종 지원프로그램을 구축하여 조직차원에서 지속적인 후원이 수행해야 할 것이다.

본 연구는 위에서 언급한 시사점에도 불구하고 다음의 한계를 지니고 있다. 먼저, 표본을 특1/2급 호텔컨벤션 직원으로 제한하여 수집하였기 때문에 연구결과를 호텔산업 전체로 확대하여 일반화시키기에는 다소 제약이 있을 것으로 판단된다. 또한 본 연구에서는 선행 변수로 조직후원인식을 이용하였는데 사회적 교환 이론 연구에서 빈번히 적용되고 있는 LMX를 동시에 고려하여 결과변수와 관계를 비교·분석한다면 보다 다양한 시사점이 도출될 것이다. 따라서 향후에는 이러한 한계점을 보완하여 연구할 필요가 있을 것으로 보인다.

참고 문헌

- [1] 권기준, 어윤선, 이형룡, “조직후원인식이 신뢰와 직무태도에 미치는 영향-체인레스토랑 VIPS 직원들을 대상으로-”, 호텔경영학연구, 제18권, 제3호, pp.153-170, 2009.
- [2] 이규만, “조직구성원의 정치지각이 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향”, 한국기업경영학회, 제6권, 제1호, pp.97-110, 2006.
- [3] 서도원, 김용순, “호텔기업에 있어 리더십이 조직 시민행동에 미치는 영향에 관한 연구”, 호텔경영학연구, 제11권, 제1호, pp.105-121, 2002.
- [4] B. Schneider, J. K. Wheeler, and J. F. Cox, “A passion for service: Using content analysis to explicate service climate themes,” *Journal of Applied Psychology*, Vol.77, No.5, pp.705-716, 1992.

- [5] 광원섭, 이종구, “고객접점 종업원에 대한 조직지원과 서비스 수행의 관계”, 심리학연구: 산업 및 조직, 제14권, 제2호, pp.95-114, 2001.
- [6] 정태욱, 전중환, 주종미, “스키장 직원의 조직공정성이 정치지각수준별 조직후원인식에 미치는 영향”, 한국체육학회지, 제46권, 제5호, pp.385-397, 2007.
- [7] R. Eisenberger, R. Hutington, S. Hutchison, and D. Sowa, “Perceived organizational support,” *Journal of Applied Psychology*, Vol.71, No.3, pp.500-507, 1986.
- [8] R. Eisenberger, P. Fasolo, and V. Davis-LaMastro, “Perceived organizational support and employee diligence, commitment, and innovation,” *Journal of Applied Psychology*, Vol.75, No.1 pp.51-59, 1990.
- [9] L. M. Shore and S. J. Wayne, “Commitment and employee behavior: Comparison of affective commitment and continuance commitment with perceived organizational support,” *Journal of Applied Psychology*, Vol.78, No.5 pp.774-780, 1993.
- [10] R. P. Setton, N. Bennett, and R. C. Linden, “Social exchange in organizations: Perceived organizational support, leader-member exchange, and employee reciprocity,” *Journal of Applied Psychology*, Vol.81, pp.219-227, 1996.
- [11] S. J. Wayne, L. M. Shore, and R. C. Liden, “Perceived Organizational Support and Leader-member Exchange: A Social Exchange Perspective,” *Academy of Management Journal*, Vol.40, No.1, pp.82-111, 1997.
- [12] L. Rhoades and R. Eisenberger, “Perceived organizational support: A review of the literature,” *Journal of Applied Psychology*, Vol.87, No.4, pp.698-714, 2001.
- [13] L. M. Shore and L. E. Tetrick, “A construct validity study of the survey of perceived organizational support,” *Journal of Applied Psychology*, Vol.76, No.5, pp.637-643, 1991.
- [14] R. T. Mowday, L. W. Porter, and R. M. Steers, “Employee-Organization Linkages: The Psychology of Commitment, Absenteeism and Turnover,” New York: Academic Press, 1982.
- [15] 김정아, 윤선영, “호텔컨벤션서비스종사자의 직무스트레스 영향요인에 관한 연구”, *외식경영연구* 제10권, 제2호, pp.51-71, 2007.
- [16] 이수범, 장주영, 이동희, “호텔 컨벤션 종사원의 질적 수준 향상을 위한 교육 훈련에 관한 탐색적 연구”, *호텔경영학연구*, 제12권, 제1호, pp.171-190, 2003.
- [17] 박정하, “호텔컨벤션 고객의 선택속성 중요도에 대한 지각차이 및 만족도가 행동의도에 미치는 영향”, 세종대학교 대학원 박사학위논문, 2008.
- [18] R. Montgomery and D. Rutherford, “A profile of convention-services professionals,” *Cornell HRA. Quarterly*, pp.47-57, 1994(10).
- [19] M. T. Astroff and J. R. Abbey, “Convention Sales and Services,” 5th edition, Cranbury, NJ: Waterbury Press.
- [20] 한국관광공사, “2004년도 국제회의 개최현황”, 서울: 코리아컨벤션뷰로, 2005.
- [21] 서승진, 윤은주, *컨벤션산업론-그 학문적 접근과 실무이론*, 영진닷컴, 2002.
- [22] 이수범, 이은용, 이재은, “컨벤션산업 종사원의 직원만족이 서비스품질 제공에 미치는 영향에 관한 연구”, *관광,레저연구*, 제16권, 제3호, pp.63-82, 2004.
- [23] 황혜진, 배수현, “컨벤션산업 종사자의 셀프리더십이 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향”, *호텔관광연구*, 제12권, 제2호, pp.220-232, 2010.
- [24] J. B. Fuller, T. Barnett, K. Hester, and C. Relyea, “A social identity perspective on the relationship between perceived organizational support and organizational commitment,” *The Journal of Social Psychology*, Vol.143, No.6,

- pp.789-791, 2003.
- [25] 서재현, “심리적 조직분위기가 조직몰입과 조직후원인식에 미치는 영향에 관한 연구”, *인적자원관리연구*, 제15권, 제2호, pp.143-158, 2008.
- [26] R. McMillin, “Customer satisfaction and organizational support for service providers,” USA: University of Florida, 1997.
- [27] 장혜란, “여행업의 리더십 유형과 조직후원인식, 조직몰입, 이직의도와와의 관계 연구”, *복지행정연구*, 제23권, 제0호, pp.85-101, 2007.
- [28] 임현철, 서광열, “호텔직원의 조직후원인식, 임파워먼트, 직무만족에 관한 연구”, *관광연구저널*, 제25권, 제2호, pp.159-174, 2011.
- [29] 한진환, 김이태, “조직후원인식, 리더-구성원 교환관계의 질이 임파워먼트와 조직시민 행동에 미치는 영향”, *경영연구*, 제22권, 제3호, pp.249-284, 2007.
- [30] L. C. David and A. Cathy, “Predicting Psychological Empowerment Among Service Workers: The Effect of Support-Based Relationships,” *Human Relations*, Vol.52, No.2, pp.205-224, 1999.
- [31] 박종철, 오은주, 안대희, “호텔 종사원의 조직후원인식이 경영진에 대한 신뢰, 고객지향성 및 조직냉소주의에 미치는 영향”, *호텔관광연구*, 제37권, 제0호, pp.261-274, 2010.
- [32] 조주은, “항공사 객실승무원에 대한 조직후원인식이 신뢰, 친사회적 행동, 조직몰입에 미치는 영향”, *호텔경영학연구*, 제14권, 제3호, pp.317-337, 2005.
- [33] 이윤호, 서영규, “호텔종사원의 조직후원인식(POS)이 조직몰입과 이직의도에 미치는 영향에 관한 연구”, *관광연구저널*, 제24권, 제3호, pp.221-236, 2010.
- [34] R. A. Guzzom, K. A. Noonam, and E. Elron, “Expatriate Managers and the Psychological Contract,” *Journal of Applied Psychology*, Vol.79, No.4, pp.617-626, 1994.
- [35] 안대희, 진정아, “호텔식음료 종사원의 조직후원인식이 조직 신뢰 및 직무만족, 이직의도에 미치는 영향”, *외식경영연구*, 제13권, 제2호, pp.277-298, 2010.
- [36] 이재원, “조직후원인식의 절차적 공정성과 조직시민행동 사이의 매개효과”, *기업윤리연구*, 제10권, pp.227-241, 2005.
- [37] 박노을, 강영걸, “팀후원인식과 조직후원인식이 팀교체의도 및 이직의도에 미치는 영향에 관한 연구”, *인적자원관리연구*, 제14권, 제2호, pp.39-60, 2007.
- [38] 이상동, 박봉규, “호텔종사원의 변혁적 리더십과 셀프리더십이 임파워먼트와 직무성장에 미치는 영향”, *관광연구*, 제24권, 제6호, pp.313-332, 2010.
- [39] B. J. Avolio and T. C. Gibbons, *Developing Transformational Leader: A Life Span Approach*, In J. Conger and Kanungo(Eds), *Charismatic Leadership*, Jossey-Bass, 1988.
- [40] J. Conger and R. Kanungo, “The Empowerment Process: Integrating Theory and Practice,” *Academy of Management Review*, Vol.34, No.3, pp.471-482, 1988.
- [41] 고희석, 오재경, “호텔종사원의 조직분위기가 임파워먼트, 직무만족, 조직몰입에 미치는 영향에 관한 연구-경주/울산지역 특급호텔 종사원을 대상으로-”, *한국항공경영학회지*, 제7권, 제2호, pp.17-32, 2009.
- [42] G. M. Spreitzer, “Social Structural Characteristics of Psychological Empowerment,” *Academy of Management Review*, Vol.39, No.2, pp.483-504, 1996.
- [43] 김찬중, 김용순, “외식업체 비정규직원의 직무특성, 임파워먼트, 조직몰입과 조직시민행동간의 구조적 관계”, *한국콘텐츠학회논문지*, 제7권, 제11호, pp.289-297, 2007.
- [44] G. M. Spreitzer, “Psychological empowerment in the workplace”, *Academy of Management Journal*, Vol.38, No.5, pp.1442-1465, 1995.

- [45] 김용순, “호텔기업에서 임파워먼트가 서비스 제 공수준에 미치는 영향”, 한국콘텐츠학회논문지, 제5권, 제5호, pp.211-218, 2005.
- [46] 안대희, 권정희, “호텔식음료 종사원의 상사-부 하 교환관계가 임파워먼트, 직무만족, 조직몰입에 미치는 영향”, 외식경영연구, 제13권, 제5권, pp.403-422, 2010.
- [47] 이옥희, “판매원의 임파워먼트가 직무만족과 조 직몰입 및 서비스품질에 미치는 영향”, 패션비즈 니스, 제15권, 제1호, pp.145-157, 2011.
- [48] L. E. Parker and R. H. Price, “Empowered Managers and Empowered Workers: The Effects of Managerial Support and Managerial Perceived Control on Workers’s Sense of Control over Decision Making,” *Human Relations*, Vol.47, No.8, pp.911-928, 1994.
- [49] 고호석, 강인원, “패밀리레스토랑 종업원의 임파 워먼트가 직무만족, 조직몰입과 이직의도에 미치 는 영향”, 한국항공경영학회지, 제8권, 제3호, pp.19-34, 2010.
- [50] 오상은, “항공사종업원의 임파워먼트, 조직유효 성, 이직의도간 관계에 관한 연구”, 인적자원관리 연구, 제16권, 제2호, pp.91-105, 2009.
- [51] M. Hancer and R. T. George, “Psychological empowerment of non-supervisory employees working in full-service restaurants,” *International Journal of Hospitality Management*, Vol.22, No.1, pp.3-16, 2003.
- [52] J. A. Conger and R. N. Kanungo, “The empowerment process: Integrating theory and practice,” *Academy of Management Review*, Vol.13, No.3, pp.471-482, 1988.
- [53] 채신석, “심리적 임파워먼트가 직무만족과 고객 지향성에 미치는 영향”, 관광학연구, 제31권, 제5 호, pp.181-202, 2007.
- [54] G. M. Spreitzer, “Psychological Empowerment in the Workplace: Dimensions, Measurement, and Validation,” *Academy of Management Journal*, Vol.38, No.5, pp.1142-1165, 1995.
- [55] D. E. Bowen and E. E. Lawler, “The empowerment of service workers: What, Why, How and When,” *Sloan Management Review*, Vol.33, No.3, pp.31-39, 1992.
- [56] D. L. Corsun and C. A. Enz, “Predicting psychological empowerment among serviceworkers: the effect of support-based relationships,” *Human Relations*, Vol.52, No.2, pp.205-224, 1999.
- [57] K. W. Thomas and B. A. Velthouse, “Cognitive elements of empowerment: an “Interpretive” model of intrinsic task motivation,” *Academy of Management Review*, Vol.15, No.4, pp.666-681, 1990.
- [58] S. T. Menon, “Employee empowerment: An integrative psychological approach,” *Applied psychology: An International Review*, Vol.50, No.1, pp.153-180, 2001.
- [59] 이인숙, 윤혜현, “외식종사원의 직무특성지각이 조직몰입에 미치는 영향 연구: 조직후원인식 조 절효과 검증”, 외식경영연구, 제13권, 제3호, pp.43-62, 2010.
- [60] R. M. Steers, “Antecedents and Outcomes of Organizational Commitment,” *Administrative Science Quarterly*, Vol.22, No.1, pp.46-58, 1977.
- [61] J. P. Meyer and N. J. Allen, *Commitment in the Workplace: Theory, Research, and Application*, Sage Publications, 1997.
- [62] F. Westley, “Middle Managers and Strategy,” *Strategic Management Journal*, Vol.11, No.5, pp.337-352, 1990.
- [63] T. Keller and F. Dansereau, “Leadership and Empowerment: A Social Exchange Perspective,” *Human Relations*, Vol.48, No.2, pp.127-146, 1995.
- [64] M. D. Hartline, J. G. Maxham III, and D. O. Mckee, “Corridors of Influence in the

Dissemination of Customer-Oriented Strategy to Customer Contact Service Employees," Journal of Marketing, Vol.64, No.4, pp.35-50, 2000.

- [65] L. E. Sternberg, "Empowerment: Trust vs. Control," The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Vol.33, No.2, pp.68-72, 1992.
- [66] C. Lashley, "Research Issues for Employee Empowerment in the Hospitality Organizations," International Journal of Hospitality Management, Vol.15, No.4, pp.333-346, 1996.
- [67] 정효선, 한천수, 윤혜현, "특급 호텔 조리사의 심리적 임파워먼트가 직무스트레스, 직무만족 및 조직몰입에 미치는 영향", 호텔경영학연구, 제18권, 제4호, pp.287-305, 2009.
- [68] N. J. Allen and J. P. Meyer, "The Measurement and Antecedents of Affective Continuance and Normative Commitment to the Organization," Journal of Occupational Psychology, Vol.63, No.1, pp.1-18, 1997.
- [69] 현용호, 남장현, "브랜드 자산, 태도, 재방문 의도 간의 구조모형분석: 국내 패밀리레스토랑 비교를 중심으로", 외식경영연구, Vol.11, No.1, pp.33-54, 2008.
- [70] C. Fornell, and D. F. Larker, "Evaluating structural equation model with unobservable variables and measurement error," Journal of Marketing Research, Vol.18, No.3, pp.39-50, 1981.
- [71] R. A. Ping, "On assuring valid measures for theoretical model using survey data," Journal of Business Research, Vol.57, No.2, pp.125-141, 2004.
- [72] L. Hu and P. M. Bentler, "Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives," Structural Equation Modeling, Vol.6, No.1,

pp.1-55, 1999.

저 자 소 개

김 건(Gun Kim)

정회원



- 2011년 2월 : 세종대학교 호텔 관광경영학 박사
- 현재 : 그랜드 앰버서더 호텔 당 직 지배인

<관심분야> : 호텔 마케팅, 인적 자원 개발, 핵심 역량