

의류기업 종사원의 지향가치와 공유가치의 관계에 관한 연구

양 리 나

배재대학교 의류패션학부

경영실적이 우수한 의류기업은 종사원들이 공동의 책임감을 공유하며 조직의 존재이유와 어떠한 일을 해야 할지를 종사원이 결정하는 목표에 대한 일체감이 형성되어 있다. 그러나 의류기업의 전문부서 종사원들은 주로 자신의 전문지식과 직무에 대한 몰입을 우선하는 전문인 성향만을 추구하는 가치관을 지향하고 있어서 조직과 직무에 동시에 몰입하지 못하고 있는 실정이다. 이직률이 타산업과 비교하여 높은 의류기업의 현실을 감안할 때 종사원의 지향가치와 공유가치의 관계에 관한 연구의 필요성이 제기되고 있다.

이러한 문제점의 인식하에 의류기업 종사원의 부서와 지향가치, 그리고 지향가치와 공유가치간의 관계를 규명함에 본 연구의 목적이 있다.

본 연구에서는 이론적 고찰을 기반으로 두 개의 가설을 설정하였다. 첫 번째 가설은 의류기업 종사원의 개인 및 조직의 특성과 지향가치간의 관계를 알아보는 것이며, 두 번째 관점은 지향가치와 공유가치간의 관계를 살펴보는 것이다.

실증분석에서는 빈도분석(Frequencies analysis), 각 변수에 대한 Cronbach's α 계수의 측정을 통한 신뢰성분석 및 가설검증을 위하여 분산분석(ANOVA)이 실시되었다.

본 연구의 실증분석을 통한 구체적 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 의류기업의 전문부서 종사원은 관리부서 종사원에 비해 오랜 기간 동안 전문분야에 강하게 몰입해 있으므로 관리부서 종사원과는 달리 조직몰입에는 다소 소극적이라는 이론적 연구를 뒷받침하는 결과를 보여주고 있다. 본 연구의 결과에서도 의류기업의 전문부서 종사원은 전문인 성향을 관리부서 종사원은 조직인 성향을 선호하는 것으로 조사되었다.

둘째, 공유가치를 조직가치관의 인식도 및 업무수행의 실천도로 세분하여 분석한 결과 의류기업에서의 조직인 성향의 종사원이 전문인 성향의 종사원보다 조직가치관의 인식도와 업무수행의 실천도가 높은 것으로 분석되었다.

이러한 연구결과를 종합하면 의류기업 전문부서 종사원의 전문인 성향의 지향가치가 직장생활에 중요한 역할을 한다는 점을 발견하였고, 전문부서 종사원이 공유할 수 있는 공유가치의 개발을 통한 직장생활의 질을 높일 수 있도록 체계적으로 관리해야 한다는 점을 알 수 있었다.