

직장남성의 패션행동 및 인상관리행동이 경력성공에 미치는 영향 -PLS 구조방정식 모형을 적용하여-

류은숙 · 류은영*†

중앙대학교 패션디자인과, *동아대학교 행정학과

The Effects of Fashion Behaviors and Impression Management Behaviors on Career Success of Male Office Workers -Applying PLS Structural Equation Modeling-

Eun Suk Ryu · Eun Young Ryu*†

Dept. of Fashion Design, Chung-Ang University

*Dept. of Public Administration, Dong-A University

Received August 7, 2015; Revised November 10, 2015; Accepted December 14, 2015

Abstract

This study investigated the relationship between fashion behavior, impression management behavior, and career success. A conceptual model and hypotheses were established based on theoretical linkages between the constructs. Thereafter, empirical data were collected using a set of questionnaires. For this reason, the sample was taken from 720 office workers' who worked at 14's Korea Enterprise, 697 of which was used for an empirical analysis (sample: men over 30 years of age and more than three years continuous service). This study conducted an exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis for the validity test. Cronbach's alpha test is used for the reliability test. Moreover, PLS structural equation modeling (SEM) was employed to test hypothesized relationships in the conceptual model (SPSS 20.0 window/Smart PLS 3.0). This study shows that the proposed model is reasonably fit to the actual data. The following results were obtained from the analyses. First, fashion behavior and impression management behavior is positively related to career success. The result shows that economics of the fashion behaviors sub-types were statistically more significant to influence career success. The self-focused of the impression management behavior sub-types were more than statistically significant to influence career success. This finding has great implications to understand self-management behavior and the career success of male office workers.

Key words: Male office workers, Fashion behaviors, Impression management behaviors, Career success, PLS structural equation modeling; 직장남성, 패션행동, 인상관리행동, 경력성공, PLS 구조방정식 모형

*Corresponding author
E-mail: eyryu@dau.ac.kr

본 논문은 박사학위 논문의 일부임.

I. 서 론

2015년 10월 기준 한국고용정보원이 경제활동인구조

사를 분석한 결과, 20대 청년층의 전체 취업자 수는 27.4% 증가했지만, 안정된 일자리 제공은 감소한 것으로 나타났다(Park, 2015).

이같이 불확실한 사회구조 속에서 힘겹게 살아남은 30대 이상 직장인들에게 조직은 업무 외적인 다양한 능력들을 지속해서 요구하고 있다. 가령, 조직의 구성원으로써 갖추어야 할 품위, 인성과 같이 ‘외적 이미지’, ‘인상관리’ 등이다. 이러한 사회적 현상을 반영하듯 서점가에선 자기계발서가 끊임없이 출판되고 있다. 특히 직장인들은 나날이 심화하는 경쟁사회에서 살아남기 위한 방안을 모색해야 하며, 개인의 성과를 높일 수 있는 다양한 노력이 필요하다.

이에 본 연구는 개인의 경력성공 선행변수를 다양한 관점에서 검토하였으며, 이런 행동들이 인간의 기본적인 욕구 때문에 발현됨을 파악하였다. 예컨대 경력성공의 대표적인 하위변수인 직무만족, 그리고 선행변수인 직무동기이론의 욕구이론 등을 들 수 있다. 이 욕구이론과 관련해 의류학 분야에선 Maslow의 욕구이론에 근간을 둔 의복행동(Creekmore, 1963), 조직연구에선 Maslow의 욕구이론을 보완한 ERG이론(Alderfer, 1969)과 상위욕구만을 대상으로 본 성취동기이론(MaClelland, 1962) 등에 입각한 인상관리행동 등이 있다. 더불어 이들 행동은 공통으로 자신이 사회 및 조직에서 어떤 사람인지를 나타내기 위한 ‘인상관리’의 수단으로 사용되며, 조직 내 관계 및 개인의 잠재적 성장을 기반으로 두었다는 것이다.

따라서 본 연구는 경력성공을 위한 선행변수로 개인의 욕구를 근간으로 한 패션행동 및 인상관리행동에 초점을 두었고, 이들 행동이 불확실한 사회구조 속에서 개인의 경력성공을 위한 방안으로 모색될 수 있는지 확인하고자 한다.

먼저 의류학에서 주로 다루는 패션행동은 개인의 내면적인 특성들(개인의 태도, 관심, 가치관 등)이 행동에 반영된 것으로, 말로 표현하지 않는 감정이나 의식하지 못한 욕구 등을 추측할 수 있는 수단이 된다. 이에 직장인을 대상으로 한 선행연구들(Kim & Jin, 2011; Lee & Lee, 2013; Shim, 2007)은 유행성, 동조성, 개성성, 경제성을 주요 하위요인으로 두었으며, 이는 직장인의 특성(조직의 특성 및 규모, 사회적 위치, 경제력 등)에 따른 구분으로 이해할 수 있다. 이들 하위요인 중 사회적 일치감과 소속의 욕구가 강할수록 동조성과 유행성을 중시하였고(Lee & Lee, 2013; Lim et al., 2009), 성취욕구와 지배욕구 그리고 자아실현의 욕구가 강할수록 개성성을 중시하였다(Jeon & Lee, 2005; Lee & Jeong, 2003).

또한, 자신의 능력과 시, 관계의 욕구가 강할수록 경제성을(Jang & Lee, 2014; Park, 2007) 증시하는 것으로 나타났다. 이와 같이 직장인들은 조직 내 성과, 조직의 일원으로 참여하기 위해 다양한 방식으로 패션행동이 이루어짐을 확인할 수 있다. 한편 직장인의 패션행동과 개인의 성과 및 경력성공을 입증한 연구들(Jung & Lee, 2000; Lee & Lee, 2013)은 부분적으로 다루어졌지만, 명확한 관계성을 입증한 연구는 부족한 실정이다. 이와 더불어 이러한 연구는 ‘직무만족’이라는 특정 요인만을 두어 개인의 객관적 성과지표를 볼 수 있는 ‘경력만족’과, 자신의 ‘성취’에 관한 명확한 해답은 밝히지 못했다.

다음은 인간의 성취·권력·관계욕구가 내포된 인상관리행동을 패션행동과 함께 개인의 경력성공에 미치는 주요 선행변수로 살펴보고자 한다. Niehoff(2000)는 동기이론(MaClelland, 1962)에 근거한 맥락수행의 동기 기초 모형에서 성취·권력·관계동기들이 맥락수행에 영향을 미치는 요인임을 밝혔다. 특히 권력동기와 맥락수행 간의 관계를 알아보기 위한 근거로 인상관리행동에서 찾고 있었다. 이처럼 인상관리란 사회적, 심리적, 물질적인 것과 같이 자신이 원하는 목표를 달성하기 위해 관련된 사람들에게 자신의 이미지를 ‘관리’ 또는 ‘통제’하는 목표지향적인 행위를(Chen & Fang, 2008) 의미한다. 한편 인상관리행동의 범주화는 연구자들마다 다양하나, 2000년 이후 Wayne and Ferris(1990)가 제시한 행동의 대상에 따른 유형(상사중심·자기중심·직무중심 인상관리행동)이 조직 내 개인의 성과를 확인하기 위한 연구들에 주로 다루어졌다(Bolino et al., 2006; Park & Yoo, 2015). 이에 대부분의 선행연구들(Kim, 2009; Lee, 2015; Shin, 2012; Zhang, 2010)은 개인의 경력성공을 위해 상사와의 관계성을 증시하는 상사중심 인상관리행동을 강조한 반면, 자신이 이 조직에 적합한 인재임을 표출하는 자기중심 인상관리행동과 자신의 성과를 나타내는 직무에 관여, 기회를 얻기 위해 업무환경을 찾으려는 직무중심행동에 관해서는 의견이 분분하다(Chae, 2013; Chen & Fang, 2008; Shin, 2014). 더불어 직장선택배의 관계성을 증시하는 풍토에서 자기 PR의 중요성이 대두되는 사회분위기에 기존의 선행연구들이 적합한 행동인지 재검토할 필요가 있다.

이러한 문제의식을 바탕으로 본 연구에서는 직장남성들의 패션행동과 인상관리행동에 대한 이해, 그리고 패션행동과 인상관리행동이 경력성공에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 관련성을 밝히고자 한다. 실무적으로는 분석결과를 통해 패션업계에 화두가 되고 있는 남성

패션산업에 적합한 마케팅 전략을 제안하며, 더불어 자신의 경력성공을 위해 다양한 관리행동을 노력하는 직장남성들에게 적합한 패션행동과 직장 내 행동전략을 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 개념의 이해

1) 패션행동

사회심리학적 관점에서 의복착용행동은 자기표현 입과 동시에 자신의 인상관리를 위한 수단으로 사용되며 (Solomon, 1985), 사회적 신분, 직업, 성격, 흥미, 태도, 가치관에 대해서도 추론할 수 있는 단서 제공이 된다 (Lee et al., 2001). 착용한 의복이 만족스러우면 자신감 있고 적극적인 행동을 취하지만 불만족스러우면 심리적으로 위축감을 느껴 행동이 소극적으로 변화기도 한다 (Hwang & Yoo, 2010). 더불어 능력과 판단에 대한 신뢰, 전문적 이미지를 형성하는 개인의 행동감각에 영향을 주는 의사소통의 수단으로도 사용된다 (Lee & Lee, 2013). 이에 Lee(2010)는 직업에 적합한 옷차림은 인내력과 수용성을 가진 사람이라는 인식을 주어 승진에 유의한 영향을 미친다고 밝혔다. 이는 의복이 단순히 신체 보호 기능을 넘어 자신의 신분, 사회적 성공과 같이 개인의 욕구를 달성하기 위한 하나의 수단으로 사용됨을 의미한다.

개인의 욕구와 관련해 의류학에서는 Maslow의 욕구 이론을 Creekmore(1963)가 의복행동에 처음으로 도입하여 연구하였고, 국내에서는 Kang and Suh(1989, 1992)가 Creekmore(1963)의 욕구척도를 수정, 개발하여 의복행동에 대한 욕구의 영향을 밝혔다. 이와 관련한 연구들은 지속적으로 이루어졌으며, 특히 직장인을 대상으로 한 연구들에서 주로 사용됐다.

이에 본 연구는 욕구이론에 근간을 둔 패션행동과 그에 따른 개인의 성과를 확인하고자 한다. 이와 관련해 직장인을 대상으로 본 연구들(Kim & Jin, 2011; Lee & Lee, 2013; Shim, 2007)은 유행성, 동조성, 개성성, 경제성을 주요 하위요인으로 다루었다. 이는 직장인의 특성(조직의 특성 및 규모, 사회적 위치, 경제력 등)에 따른 구분으로 이해할 수 있다.

유행성이란 특정 시기에 널리 받아들여지고 채택되는 스타일 또는 생활양식으로 새로운 것을 추구하며 주기적인 특성을 보인 하나의 사회적인 집단현상을 말한다

(Shim, 2007). 이러한 행동은 다른 사람들의 비난에 대한 두려움, 열등감, 사회적 무시의 두려움에서 탈피하기 위해 다른 사람과 같이 되고 싶다는 심리가 내포되어 있다(Lim et al., 2009). 그 외에도 의복을 통해 자기과시, 유행에 동조함으로써 얻게 되는 소속감으로 자신의 사회적 정체감을 만족하게 하려는 욕구도 심리적 요인으로 작용한다고 볼 수 있다(Lim et al., 2009). 즉 유행을 따르고자 하는 것은 소속감, 자기보호, 구분과 동일시 등의 사회심리에 근거하는 것이다. Kiesler and Kiesler(as cited in Kahng et al., 2012)는 동조성을 “실제 또는 가상의 집단압력, 즉 심리적 압력의 결과로서 집단이 기대하는 대로 신념이나 행동에 있어서 변화를 일으키는 것”(p. 188)이라 정의했다. 이러한 의미로 볼 때, 의복의 동조성은 집단 내 의복규범(한 사회집단에 의해 전형적으로 받아들여지는 옷차림)을 좇으며, 다른 사람의 의복과 유사해지기를 바라는 성향으로(Kim, 2000), 이는 동조성을 통해 사회적 인정을 받고 심리적 안정감을 얻으려는 특성을 의미한다(Chung & Kim, 2000). 특히 의복의 동조성은 사회적 상호작용에서 중요한 동일시의 감정 혹은 집단에 대한 충성심과 결속 등을 나타낼 수 있다(Kaiser, 1985). 개성성은 독특한 스타일을 선택하여 다른 사람과 다르게 보이거나 자신을 표현하는 행동을 말한다(Lee, 2006). 특히 성취욕구와 지배욕구(Jeon & Lee, 2005), 타인을 의식하지 않고 자아실현의 욕구가 강할수록 개성을 표현하려는 성향이 강하며, 의복의 비동조성이 높았다(Lee & Jeong, 2003). 경제성은 의복을 계획성 있게 구매하고 시간, 금전 등을 경제적으로 사용하는 등 실용성을 중시하는 행동을 말한다(Kim, 2004). 한편 경제성이 높은 사람은 자신이 보유한 아이템을 다양하게 코디할 수 있는 능력과 그에 따른 즐거움을 추구하는 성향이 강하고(Jung & Lee, 2000), 대인관계에서 사교적이며, 우호적인 성향이 높았다(Park, 2007).

위와 같이 선행연구들을 토대로 본 연구에서는 직장인에게 적합한 구성요인으로 유행성, 동조성, 개성성, 경제성을 두어 검증하고자 한다.

2) 인상관리행동

인상관리(impression management)는 사회적, 심리적, 물질적인 것과 같이 자신이 원하는 목표를 달성하기 위해 관련된 사람들에게 자신의 이미지를 ‘관리’ 또는 ‘통제’하는 목표지향적인 행위를 말한다(Chen & Fang, 2008).

1990년 이후 조직 내 정치적 행동에 대한 관심과 연구가 활발해지면서, 조직구성원의 인상관리행동에 주목하

였다(Bolino et al., 2006). 인상관리행동의 범주화는 연구자들에 따라 다양한 유형으로 제시되고 있지만, 2000년 이후 Wayne and Ferris(1990)가 제시한 행동의 대상에 따른 유형(상사중심·자기중심·직무중심 인상관리행동)의 연구들(Bolino & Turnley, 2003; Chon & Han, 2014)이 주로 다루어지고 있다.

이를 뒷받침하듯 인상관리행동에 대한 다양한 연구를 리뷰한 Bolino et al.(2006)는 Wayne and Ferris(1990)의 정의가 가장 일반적으로 사용되고 있음을 지적하였고, 국내 연구들(Choi & Hyun, 2015; Lee & Cho, 2014; Park & Yoo, 2015)에서도 조직 내 인상관리행동을 연구함에 있어 적합함을 뒷받침하고 있다. 이에 Wayne and Ferris(1990)가 제시한 인상관리행동의 하위요인을 요약하면 다음과 같다. 상사중심 인상관리행동은 상사에게 긍정적인 인상을 표현하거나 상사가 중요하게 생각하는 의사소통에 초점을 맞추는 인상관리행동으로(Kim, 2012), Leary and Kowalski(1990)는 조직 내 상사와 같이 중요한 사람이 자신의 행동을 목격하거나 보상할 가능성이 높을 때 동기화된다고 주장하였다. 자기중심 인상관리행동은 자신이 열심히 일하며 친절한 사람이라는 이미지를 주기 위한 목적으로 행해지는 행동으로(Wayne & Liden, 1995), Bolino and Turnley(2003)는 자기관찰 수준이 높은 사람들이 주로 타인에게 긍정적인 이미지를 보여주기 위해 참여한다고 밝혔다. 직무중심 인상관리행동은 자신의 성과를 나타내는 직무에 관여하거나, 이러한 기회를 얻기 위해 업무환경을 찾으려는 행동으로 이해된다(Higgins et al., 2003). 이에 Shin(2012)은 상사-부하관계의 주관적 인식관계에서 직무중심 인상관리행동이 긍정적 영향을 작용한다고 밝혔다.

이상 선행연구들을 토대로 본 연구는 Wayne and Ferris(1990)가 제시한 상사중심·자기중심·직무중심 인상관리행동으로 구분하여 측정하고자 한다.

3) 경력성공

경력을 개인이 일생동안 일과 관련해 얻게 되는 경험의 총체로 볼 때, 경력성공은 “개인의 업무 경험의 결과로 축적된 긍정적인 심리상태와 업무와 관련된 전반적 산출물”로 정의할 수 있다(Arnold & Cohen, 2008, p. 42). 통상 경력성공에 대한 지표는 다양하게 존재하며, 본 연구에서는 기존 연구들(Abele et al., 2011; Shin, 2014)의 주장을 토대로 주관적 경력성공의 하부요인을 착안하여 구성하였다.

경력만족은 개인이 가지고 있는 자신의 경력에 대한

전반적인 심리적 지향성, 심리적 동일시(Greenhaus et al., 1990) 또는 개인 경력의 전체적인 부분에 있어 감정적인 만족상태라 할 수 있다(Heslin, 2005). 직무만족은 각 개인이 직무와 관련하여 경험하는 모든 좋고 나쁜 감정의 총화 혹은 감정의 불균형 상태에서 기인되는 하나의 태도로(Kim, 2014), 정서적(감정, 느낌)·인지적(신념, 판단, 비교) 요소가 모두 합쳐져 구성된다(Fisher, 2000). 직무성취는 개인에게 주어진 직무에 대해 상사 혹은 동료들로부터 인정을 받거나 이들이 인정해 주는 일에 최선을 다하는 정도를 의미한다고 볼 수 있다(Lee & Kim, 2008). 더불어 경력성공과 관련한 주요 선행요인으로 조직시민행동, 조직효과성, 인상관리행동과 같이 개인 또는 조직의 성과를 높일 수 있는 변인들을 주로 다루고 있음을 선행연구들(Chae, 2013; Lee, 2015; Zeinabadi, 2010)을 통해 확인하였다. 또한, 최근 들어 직장남성의 외적 관리에 대한 관심도가 높아짐에 따라 외모, 의복, 패션행동 등이 업무능률 및 업무자신감, 업무만족도와 의 관계성을 입증한 연구들(Jang & Lee, 2014; Jeong et al., 2015; Lee & Cho, 2014)도 보이는 추세이다.

2. 개념 간의 인과적 논의 및 가설

1) 패션행동과 인상관리행동 및 경력성공

기존의 연구들을 살펴보면 패션행동, 인상관리행동과 경력성공 간의 관계를 분석하여 그 효과성을 확인하는 연구가 이루어져 왔다.

경력성공과 관련해 선행변수로 패션행동을 다룬 연구들은 인간존엄성 욕구를 충족시켜주는 직업, 성취욕구를 기반으로 한 직무만족과의 관계성을 주로 다루었다.

관련 선행연구들을 살펴보면 직장여성성을 대상으로 분석한 Kim(1984)은 신분상징성이 높을수록 직무만족도가 높았으며, 직장남성을 다룬 Liem(1989)은 실용성과 개성성이 내포된 의복만족도가 높을수록 직무만족도가 높았다. Lee and Lee(2013)는 직장남성을 대상으로 연구한 결과, 근무복 만족요인으로 유니폼 집단은 상징성, 슈트 집단은 심미성, 자유복 집단은 역할기능성이 높았고, 근무복 만족요인과 근무복 만족 간의 관계에선 모든 집단들이 심미성을 중시했다. 더불어 모든 집단들이 근무복 만족도와 직무만족 간의 영향관계가 있음을 밝혔다. 특히 유니폼 집단이 직무만족에 가장 큰 영향을 보였고, 자유복 집단은 상징성이 낮을수록 직무만족이 높았다. 이는 패션행동의 하위요인인 동조성과 개성성에 비추어 볼 수 있다. 즉 유니폼 집단의 경우 동일한 집단에 속해있다

는 의식 속에 자부심과 동료애를 느끼게 되는 동기요인 중 ‘책임감’에 의해 직무에도 긍정적 영향을 미쳤으며, 자유복 집단은 자신을 표현하고 개성을 살릴 수 있는 의복을 통해 타인으로부터 ‘인정’을 받고자 하는 욕구가 충족되어 자신의 업무에도 긍정적으로 작용되었음을 확인하였다. 이러한 해석은 앞서 Kim(1984)과 Liem(1989)의 내재한 심리적 요인과 일치한다.

한편 직무와 관련해 간접적으로 다룬 연구들도 보였다. 산업체 전문직 여성을 대상으로 연구한 Jung and Lee(2000)는 사회적 상황(직장상사, 직장동료, 업무상 대하는 사람에 대한 의식)에 대한 의식이 클수록 동조성을, 과업적 상황(특별근무, 회의나 미팅)에 민감할수록 조화성을, 활동적 상황(업무상 활동성, 근무량 등)이 높을수록 개성성을 중시하였다. 직무특성(종합·창의적·독립적·단순 직무집단)에 따른 상관성은 모든 집단이 편안함과 조화성을 가장 중시하였으며, 경제성도 나타나 조직의 일원으로 인정받고 싶은 욕구와 실용성을 중시하는 심리가 깃들여 있음을 확인하였다. 이러한 결과는 성과와 조직 내 인상관리행동에 있어 패션행동이 주요하게 작용함을 암시한다. Park(2007)은 의복선택동기와 대인관계 성향의 영향성을 파악한 결과 경제실용성이 높을수록 대인관계에서 사교-우호적인 상관성을 밝혔고, Jang and Lee(2014)는 외모지향, 헤어스타일 및 패션관리 모두 심리적 의욕, 대인관계 적극성, 업무자신감에 정(+)의 영향을 미치는 요인으로 작용하였다. 이는 자신의 패션센스를 통해 일의 능률과 대인과의 관계성을 변화시킬 수 있는 도구로 작용하고 있음을 알 수 있다. 그 외 선행연구들(Jeong et al., 2015; Lee & Cho, 2014)에서도 직장 내 상황에 따른 의복착용과 그에 따른 업무의 능률성도 간접적으로 입증하였다.

선행연구들을 요약하면 개인의 성과와 관련해 가장 밀접한 영향요인으로 동조성과 개성성을 꼽았다. 즉 집단이 추구하는 성향에 맞추어 안정감을 추구하려는 소속의 욕구가 강할 때, 자신을 나타낼 수 있는 표현의 욕구로부터 인정을 받을 때 개인의 성과가 높아진다고 볼 수 있다. 하지만 기업들이 자유로운 분위기를 중시하는 추세에 압목적 강요에 따른 의복규범(동조성)이 적합한지 확인해 볼 필요가 있다. 이에 본 연구는 직장남성들이 지각하는 패션행동이 무엇인지 검증하고자 한다.

다음은 인상관리행동과 경력성공과의 인과적 논의를 살펴보았다. Wayne and Ferris(1990)가 제시한 행동의 대상에 따른 유형(상사중심·자기중심·직무중심 인상관리행동)의 초기 연구자 Wayne and Liden(1995)은 상사

중심 인상관리행동은 상사에게 호감을 주지만 자기중심 인상관리행동은 상사의 유사성 인식에 부정적인 영향을, 직무중심 인상관리행동은 성과평가에 부정적인 영향을 미침을 밝혔다. 즉, 조직구성원과의 관계성을 중시하는 행동은 자신의 성과에 도움을 주지만, 자신을 어필하는 행위나 자신의 능력을 표출하는 행동 등은 동료 및 상사의 눈에 거슬리는 행위로 비쳐 결국 자신의 성과에 마이너스적인 요인으로 작용됨을 의미한다. 이를 뒷받침하듯 Kim(2009)의 연구에서 상사중심 인상관리행동은 미국 여성 관리자의 경력만족에 긍정적인 영향을 미쳤지만, 자기중심 인상관리행동은 부(-)의 영향을 미쳤다. 반면 호텔종사자를 대상으로 살펴본 Chae(2013)는 자기중심 인상관리행동이 직무만족에 긍정적인 영향을 미치는 요인으로 나타나 기존 선행연구들의 주장을 반박하였다.

Lee(2015)는 상사중심·자기중심 인상관리행동이 직무만족에 정(+)의 영향을, 직무중심 인상관리행동은 부(-)의 영향을 보였다. 즉, 상사중심·자기중심의 인상관리행동이 사회적 상호작용과 관련된 성과를 향상시키는 역할을 하는 반면, 자신이 행하고 있는 직무에 대해 호소력을 행사하는 직무중심 인상관리행동은 조직원으로부터 반감을 살 우려가 있기 때문에 주의할 필요가 있음을 주장하였다. 한편 Chen and Fang(2008), Shin(2012)은 직무중심 인상관리행동이 상사-부하관계의 주관적 인식, 성과평가에 긍정적 결과를 이끌어내는 요인으로 작용했다. 이는 상사가 부하 성과평가에 긍정적인 결과를 주어, 개인의 경력, 직무만족 및 성취도에 잠재적 영향을 미칠 수 있는 요인임을 나타낸다. 그 외 선행연구들(Chang & Ji, 2004; Jung et al., 2005; Zhang, 2010)에서도 상사중심·직무중심 인상관리행동이 경력만족과 고용가능성에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타나 Shin(2012)의 주장을 뒷받침하였다.

이렇듯 인상관리행동의 하부요인인 상사중심·자기중심·직무중심 인상관리행동은 자신의 경력성공에 밀접한 영향을 미침에도 불구하고, 결과는 연구자마다 달리 나타나고 있었다. 따라서 직장남성들의 입장에서 지각하는 주요 하위요인이 무엇인지 재검증할 필요가 있다.

이에 본 연구는 최근 자신의 경력성공을 위해 다양한 관리행동을 시도하고 있는 직장남성들을 대상으로 패션행동, 인상관리행동과 경력성공 간의 영향관계를 살펴보고자 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1. 직장남성의 패션행동, 인상관리행동이 경력

만족에 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 직장남성의 패션행동, 인상관리행동이 직무 만족에 영향을 미칠 것이다.

가설 3. 직장남성의 패션행동, 인상관리행동이 직무 성취에 영향을 미칠 것이다.

III. 연구방법 및 표본의 특성

1. 자료수집 및 연구방법

직장남성의 경력성공에 미치는 영향요인을 분석하기 위해, 14개 기업(호텔서비스업, 식품, 의료, 패션, 금융, 공기업, 공공기관 등), 직장남성(30~50대 이상)을 대상으로 2013년 8월부터 약 한 달간 직접방문을 통해 실시하였다. 특히 결과변수(경력성공)를 고려하여 신입보다는 대리급 이상 또는 중간관리자가 조사대상자에 적합하다고 판단되어 근속연수 3년 미만과 평사원은 조사대상자에서 제외했다. 설문지는 총 720부를 회수하였으며, 이중 응답이 불성실하거나 결측값이 많은 23부를 제외한 697부를 최종 분석자료로 사용하였다.

수집된 자료의 분석을 위하여 SPSS 20.0 window 프로그램과 Smart pls 3.0을 이용하여 탐색적 요인분석/확인적 요인분석(EFA/CFA), 신뢰도 분석, PLS 구조방정식 모형(PLS structural equation modeling) 등을 실시하였다.

PLS 구조방정식 모형의 특징에 대해 간략히 소개하면 다음과 같다. PLS 구조방정식 모형은 SEM의 대안적 모델로서, 추정과정에서 발생하는 잔차를 최소화(측정변수들의 측정오차와 잠재변수 간의 예측오차를 최소화)하여 추정계수의 예측력을 높이는 데 목적을 두고 있다. 특히 주성분에 기반(principal component estimation)을 둔 모형으로, 관측치별 잠재변수의 값을 구할 수 있으며, 표본의 크기가 상대적으로 작은 경우에도 분석이 가능하다는 장점이 있다(Esposito Vinzi et al., 2010; Lee & Ryu, 2015; Ryu, 2014; Wetzels et al., 2009).

2. 변수의 구성 및 표본의 특성

본 연구는 직장남성의 패션행동, 인상관리행동, 경력성공, 인구통계학적 특성(연령, 학력, 근무지역, 직장규모, 직급, 직위, 소득)에 따른 문항으로 구성하였다. 구체적으로 독립변수인 패션행동에 관한 문항은 Creekmore(1963), Smucker and Creekmore(1972)의 연구를 바

탕으로 설계한 Choi et al.(2012), Kim(2010), Kim and Jin(2011), Lee and Lee(2013)의 연구에서 측정항목을 본 연구의 목적에 맞게 수정하여 총 16문항으로 구성하였다. 인상관리행동에 관한 문항은 Wayne and Ferris(1990)의 연구를 근간으로 둔 Kim(2013), Lee(2005), Park(2008)의 연구를 참고하여 총 12문항으로 측정하였다. 종속변수인 경력성공은 Hong and Lee(2010), Kwon et al.(2013), Moon(2012)의 연구를 참고하여 총 15문항으로 구성하였다.

본 연구의 설문응답자들의 인구통계학적 특성을 살펴보면, 30대 322명(46.2%), 40대 282명(40.5%), 50대 이상 93명(13.3%)이었고, 학력은 전문대 졸업 123명(17.6%), 대학 졸업 462명(66.3%), 대학원 재학 이상 112명(16.1%)으로 나타났다. 근무지역과 관련해 서울 269명(38.6%), 경기도 296명(42.5%), 충청도 104명(14.9%), 그 외 기타 지역 28명(4.0%)으로 전체의 80.2%가 근무지역이 수도권 근무지역자였다. 이들이 근무하는 기업의 경우 대기업이 266명(38.2%), 중견/중소기업이 203명(29.1%), 공기업/공공기관 228명(32.7%)이었으며, 직종은 사무직 215명(30.8%), 영업 및 서비스직 188명(27.0%), 전문직 197명(28.3%), 공무원 97명(13.9%)이었다. 직위는 과장급이 238명(34.1%)으로 가장 많았으며, 대리급 211명(30.3%), 부장급 129명(18.5%), 공무원 97명(13.9%), 임원급 22명(3.2%) 순으로 나타났다. 월평균 소득은 200~300만 원 미만 205명(29.4%), 300~500만 원 미만 380명(54.5%), 500~700만 원 미만 90명(12.9%), 700만 원 이상 22명(3.1%)으로서 전체의 83.9%가 월평균 소득이 500만 원 미만이라고 응답하였다.

IV. 분석결과

1. 탐색적 요인분석(EFA) 및 신뢰성 분석(Cronbach's α)

본 연구는 측정변수의 타당성 및 신뢰성을 확인하기 위하여 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis: EFA)과 신뢰성 분석을 실시하였다. 요인분석에서는 요인값 0.5 이상, 고유치 1.0 이상인 요인을 추출하였고, 신뢰성 분석의 경우 신뢰계수 0.6 이상이면 최소한의 조건을 갖추었다고 볼 수 있다. 모형에 포함된 모든 변수의 설문 문항이 동일차원의 개념을 측정하는지에 대한 타당도를 검증하기 위하여 탐색적 요인분석을 하였고, 개별 문항의 요인적재량이 실제적 유의성(practical significance) 기

준인 ± 0.5 이상(Hair et al., 1995)으로 확인되었다(Table 1)-(Table 3).

<Table 1>과 같이 직장남성의 패션행동에 관한 총 16문항을 요인분석한 결과, 고유치 1.0 이상인 4개의 요인이 도출되었다. 이들 요인이 설명한 총 변량은 65.199%였으며, 신뢰성 분석결과 유행성 .880, 동조성 .762, 개성성 .803, 경제성 .756으로 신뢰계수가 .700 이상을 나타내 문항의 신뢰성은 높은 편이었다. 이와 같은 요인분석의 결과는 Creekmore(1963)가 제시한 의복행동(동조성, 경제성, 심미성, 흥미성, 정숙성, 편이성, 주의집중성, 사회적 안정성)을 기반으로 연구한 선행연구들(Chun et al., 2006; Jung & Lee, 2000; Shim, 2007)과 부분적으로 일치한다.

<Table 2>에서처럼 직장남성의 인상관리행동에 관한 총 12문항을 요인분석한 결과, 고유치 1.0 이상인 3개

의 요인이 도출되었다. 모든 항목에서 요인값 0.6 이상을 보여 요인분석과정에서 제거된 항목은 없었다. 신뢰성 분석결과 직무중심 인상관리행동 .838, 자기중심 인상관리행동 .818, 상사중심 인상관리행동 .820으로 신뢰계수가 .800 이상을 나타내 문항의 신뢰성은 높았다. 이와 같은 요인분석의 결과는 대상에 따라 분류한 Wayne and Ferris(1990)와 일치하며, 이를 기반으로 연구한 국내 선행연구들(Chae, 2013; Kim, 2009; Shin, 2012)과 부분적으로 일치한다.

<Table 3>에서와 같이 직장남성의 경력성공에 관한 13항목을 요인분석한 결과, 고유치 1.0 이상인 3개의 요인이 도출되었다. 이들 요인 중에서 ‘직무만족’의 설명력이 가장 높게 나타났고, 각각의 요인에 대한 신뢰성 분석결과 모든 요인의 Cronbach's α 값이 .700 이상으로 높은 신뢰도를 가졌다.

Table 1. Exploratory factor analysis of fashion behavior

Factor	Item	Factor loading	Eigen value	Variance explained % (Cumulative variance %)	Cronbach's α
Fashionability	I enjoy reading articles related to the latest trend information.	.825	2.771	21.506 (21.506)	.880
	I like to display current fashion styles.	.789			
	I tend to buy possibly trendy fashion products (clothes, general goods, and accessories).	.763			
	I know well about trendy fashion styles.	.704			
Conformity	I tend to display the styles that my workplace wants to feel myself as one of its members.	.708	1.728	13.412 (34.918)	.762
	I try to meet the external image standards of the group I belong to.	.669			
	I tend to display similar styles to surrounding people (friends, colleagues, and superiors).	.673			
	When I attend meetings, I display the style proper to those characteristics even though I feel my clothes are uncomfortable.	.575			
Individuality	I tend to keep my styles rather than influenced by other people.	.672	1.888	14.651 (49.569)	.803
	I enjoy fashion styles that are able to display my own unique atmosphere.	.569			
	I tend to display my own styles different from other people.	.565			
	I change my appearance to display my own styles and increase my satisfaction.	.556			
Economics	I often purchase discounted fashion goods.	.752	2.014	15.630 (65.199)	.756
	I tend to purchase fashion goods with economic plans when buying them.	.692			
	I look around a lot of stores until finding the items to purchase at a reasonable prices.	.663			
	I purchase clothes and accessories with the consideration of how long I will be able to wear them	.624			

Table 2. Exploratory factor analysis of impression management behaviors

Factor	Item	Factor loading	Eigen value	Variance explained % (Cumulative variance %)	Cronbach's α
Job focused	I tend to appeal actively for my contribution when a good performance has been achieved, even though it was not my sole task.	.850	2.773	23.107 (23.107)	.838
	I try to let people know a good aspect of my work performance was achieved.	.782			
	Sometimes I stay and work late hours in the office intentionally to imprint on my colleagues or superiors that I am a hard worker.	.772			
	I tend to expose actively my work accomplishments better than the reality.	.746			
Self-focused	I try to be shown myself exemplary and faithful, by keeping workplace regulations.	.818	2.690	22.414 (45.521)	.818
	I try to be polite when working in the workplace.	.782			
	I try to be shown friendly when I treat my superiors or colleagues.	.769			
	I spontaneously and actively find expertise and information related to the work to express myself as a suitable competent person for the organization I belong to.	.730			
Supervisor focused	I also express the interests in my superiors' personal matters (birthday, changes, and household affairs).	.808	2.548	21.235 (66.756)	.820
	I have once expressed to want to learn a lot of things from my superiors.	.791			
	I show my superiors humanly good feelings.	.730			
	I have come forward to do something for my direct superior that was not directly related to my job.	.660			

이러한 요인분석의 결과는 주관적 경력성공에 관한 선행연구들(Cho & Chung, 2010; Lee & Park, 2009)과 부분적으로 일치한다.

2. 확인적 요인분석(CFA): 측정모형의 검증

잠재변수와 관측변수의 관계를 확인하는 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis: CFA)을 실시하였다. 확인적 요인분석은 개념을 구성하는 항목들의 집중타당도(수렴타당성)와 판별타당성의 측정에 매우 유용한 도구이다(Choi, 2007).

본 연구에서는 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석을 통해 측정도구의 구성개념타당성과 신뢰성이 확보된 측정항목들에 대해 집중타당성과 판별타당성을 검증하기 위하여 연구단위별 확인요인분석을 실시하였다. 측정변수가 각 요인을 어느 정도 설명하고 있는지에 대한 평균 분산추출지수(Averaged Variance Extracted: AVE)와 개

념신뢰도(Composite Reliability: CR)를 확인하였는데 모든 요인에서 0.7 이상인 것으로 확인되어 10개 요인의 신뢰도 및 측정요인의 적합도는 확보되었다(Table 4).

이와 더불어, <Table 4>-<Table 5>를 보면 본 연구의 구성개념인 유행성, 동조성, 개성성, 경제성, 직무중심 인상관리행동, 자기중심 인상관리행동, 상사중심 인상관리행동, 직무만족, 경력만족, 직무성취 변수 모두 평균분산추출값의 제공근이 구성개념들 간 상관계수들보다 높게 나타남으로써 판별타당도가 확보되었다.

3. 상관관계분석

본 연구의 가설을 검증하기 위하여 사용되었던 구성개념들 간의 상관관계를 살펴보기 위하여 상관관계분석을 실시하였다. <Table 5>의 상관관계분석 결과를 살펴보면, 구성개념들 간에 모두 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

Table 3. Exploratory factor analysis of career success

Factor	Item	Factor loading	Eigen value	Variance explained % (Cumulative variance %)	Cronbach's α
Job satisfaction	My current jobs fits my aptitude.	.819	3.233	24.998 (24.998)	.877
	I have an intention to do my current job next time.	.768			
	I am satisfied with my current job specifications and workload.	.739			
	I learned many things through work, which also helped my self-improvement.	.684			
	I feel worthwhile for my current job.	.673			
Career satisfaction	I am satisfied with my outcome so far when looking back at my job career.	.772	3.154	21.904 (45.902)	.856
	I am generally satisfied when looking back at my job career in regards to goal achievement.	.770			
	I am satisfied with my job career in regards to promotion opportunities.	.727			
	I am satisfied with my job career in regards to financial rewards.	.719			
	I am satisfied with my job career in regards to the acquisition of new knowledge and skills.	.666			
Job achievement	I tend to set goals for a task by myself and try to achieve those goals.	.793	2.264	19.070 (65.972)	.762
	I am doing my best and undertaken tasks.	.780			
	I do my best for tasks to be recognized by colleagues in the workplace.	.626			

4. PLS SEM(Structural Equation Modeling)에 의한 연구모형 검증

본 연구는 패션행동, 인사관리행동, 경력성공을 포함한 구조모형으로, 응답자 전체를 대상으로 한 연구모형의 적합도는 <Table 6>과 같다. 모형적합도 중에서 F^2 (R^2 효과크기)의 계산식은 Cohen and Cohen(1983)의 논문을 통해 산출하였다. 이와 더불어, 모형적합도 GOF (F^2 별 적합도 크기)의 계산식은 Wetzels et al.(2009)의 논문을 통해 산출하였다. 구조모형에 대한 평균적인 적합도 평가는 R^2 값을 이용하였다. R^2 값은 각 내생변수별 경로모형에 대한 평가로서 상(0.26 이상), 중(0.13 이상), 하(0.02)로 구분할 수 있다(Cohen & Cohen, 1983). <Table 6>에서 나타난 바와 같이 본 연구의 구조모형에서 모든 변수의 R^2 값이 대부분 0.26 이상이므로 그 적합성이 높다고 볼 수 있다. <Table 6>에서 모형 1은 패션행동, 인사관리행동이 경력만족에 미치는 영향에 관한 모형적합도 결과이다. 모형 2는 패션행동, 인사관리행동

이 직무만족에 미치는 영향에 관한 모형적합도 결과이다. 모형 3은 패션행동, 인사관리행동이 직무성취에 미치는 영향에 관한 모형적합도 결과이다.

모형 1(패션행동, 인사관리행동이 경력만족에 미치는 영향 모형)은 F^2 가 0.346, GOF가 0.406으로 적합한 것으로 나타났다. 이와 더불어, 모형 2는 패션행동, 인사관리행동이 직무만족에 미치는 영향모형으로 F^2 가 0.396, GOF가 0.428으로 적합한 것으로 나타났다. 모형 3은 패션행동, 인사관리행동이 직무성취에 미치는 영향모형으로 F^2 가 0.526, GOF가 0.469으로 적합한 것으로 나타났다.

본 연구는 직장남성의 패션행동과 인사관리행동이 경력성공에 미치는 영향을 분석하기 위하여 패션행동의 요인인 유행성, 동조성, 경제성, 개성성을 설정하였고, 인사관리행동의 요인인 상시중심 인사관리행동, 자기중심 인사관리행동, 직무중심 인사관리행동을 독립변수로 설정하였다. 아울러, 종속변수인 경력성공의 경우 3개 요인(직무만족, 경력만족, 직무성취)으로 분류함으로써 이들

Table 4. The result of confirmatory factor analysis

Factor	Item	Factor loading	Cronbach's α	AVE ^a	CR ^b	Factor	Item	Factor loading	Cronbach's α	AVE ^a	CR ^b
Fashionability	x1	.855	.880	.734	.917	Self focused	x1	.797	.820	.672	.881
	x2	.886					x2	.819			
	x3	.860					x3	.805			
	x4	.825					x4	.800			
Conformity	x1	.808	.763	.582	.846	Supervisor focused	x1	.810	.821	.649	.881
	x2	.766					x2	.806			
	x3	.855					x3	.836			
	x4	.598					x4	.769			
Individuality	x1	.714	.802	.629	.871	Job satisfaction	x1	.807	.878	.672	.911
	x2	.860					x2	.817			
	x3	.810					x3	.794			
	x4	.783					x4	.854			
Economics	x1	.746	.756	.574	.871	Career satisfaction	x5	.825	.858	.639	.898
	x2	.751					x1	.819			
	x3	.745					x2	.843			
	x4	.789					x3	.817			
Job focused	x1	.883	.844	.681	.895	Job achievement	x4	.772	.847	.620	.891
	x2	.835					x5	.740			
	x3	.735					x1	.795			
	x4	.841					x2	.776			
							x3	.745			

a: Average Variance Extracted

b: Composite Reliability

Table 5. The squared correlations and AVE of variables

Constructs	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Career satisfaction	.790 ^a									
Conformity	.244 ^b	.760								
Economics	.303	.276	.750							
Fashionability	.355	.238	.272	.850						
Individuality	.279	.264	.377	.499	.790					
Job achievement	.226	.561	.285	.165	.258	.780				
Job focused	.217	.315	.167	.337	.250	.294	.820			
Job satisfaction	.222	.604	.262	.196	.226	.722	.248	.820		
Self-focused	.293	.422	.317	.129	.259	.540	.348	.480	.800	
Supervisor focused	.277	.377	.215	.264	.266	.437	.519	.406	.499	.800

a: Average Variance Extracted (AVE) for constructs are displayed on the diagonal.

b: Numbers below the diagonal are squared correlation estimates of two variables.

Table 6. The criteria for selecting appropriate fit indices in SEM

Fit indices	Symbol	F ²			GOF		
	Formula	F ² = R ² / (1 - R ²)			$\sqrt{\text{AVE} \times R^2}$ or SQUAT($\text{AVE} \times R^2$)		
Evaluation standard	R ² (effect size)			F ² (fit indices)			
	Small	Medium	Large	Small	Medium	Large	
	0.02	0.13	0.26	More than 0.01	More than 0.25	More than 0.36	
Model 1 ^a	0.346			0.406			
Model 2 ^b	0.396			0.428			
Model 3 ^c	0.526			0.469			

a: The effect of Career satisfaction on Fashion behavior and Impression management behavior

b: The effect of Job satisfaction on Fashion behavior and Impression management behavior

c: The effect of Job achievement on Fashion behavior and Impression management behavior

간의 구조적 관계에 대한 구조방정식 모형을 실시하였으며, 그 결과는 <Table 7>과 같다.

<Table 7>과 <Fig. 1>에서 알 수 있듯이, 가설 1에서는 패션행동과 인상관리행동이 경력만족에 미치는 영향과 관련하여, 경력만족에 미치는 영향요인을 분석한 결과 $p < .05$ 에서 모든 변인(유행성, 동조성, 경제성, 개성성, 상사중심 인상관리행동, 자기중심 인상관리행동, 직무중심 인상관리행동)이 경력만족에 영향을 미쳤다. 독립변수와 종속변수 간의 영향관계가 높은 순으로 나열하면, 자기중심 인상관리행동>상사중심 인상관리행동>경제성>직무중심 인상관리행동>유행성>개성성>동조성의 순으로 나타났다. 즉, 인상관리행동에서는 자기중심 인상관리행동>상사중심 인상관리행동>직무중심 인상관리행동 순으로 영향력이 크게 나타났다. 아울러, 패션행동에서는 경제성>유행성>개성성>동조성의 순으로 영향력이 크게 나타났다.

가설 2에서는 패션행동과 인상관리행동이 직무만족에 미치는 영향과 관련하여, 직무만족에 미치는 영향요인을 분석한 결과 $p < .05$ 에서 모든 변인(유행성, 동조성, 경제성, 개성성, 상사중심 인상관리행동, 자기중심 인상관리행동, 직무중심 인상관리행동)이 직무만족에 영향을 미쳤다. 독립변수와 종속변수 간의 정(+)의 영향관계가 상대적으로 높은 순으로 나열하면, 자기중심 인상관리행동>상사중심 인상관리행동>경제성>유행성>동조성>개성성의 순으로 나타났다.

가설 3에서는 패션행동과 인상관리행동이 직무성취에 미치는 영향과 관련하여, 직무만족에 미치는 영향요인을 분석한 결과 $p < .05$ 에서 모든 변인(유행성, 동조성, 경제성, 개성성, 상사중심 인상관리행동, 자기중심 인상관리행동, 직무중심 인상관리행동)이 직무성취에 영향

을 미쳤다. 독립변수와 종속변수 간의 정(+) 혹은 부(-)의 영향관계가 상대적으로 높은 순으로 나열하면, 자기중심 인상관리>상사중심 인상관리>경제성>개성성>직무중심 인상관리>동조성>유행성의 순으로 나타났다.

<Fig. 1>에서 보는 바와 같이, 직장남성의 인상관리행동이 경력성공에 미치는 영향을 분석한 결과 경력성공의 모든 요인(직무만족, 경력만족, 직무성취)에 영향을 미치는 인상관리행동 요인은 자기중심 인상관리행동과 상사중심 인상관리행동인 것으로 확인되었다. 또한 경력성공의 하위요인인 경력만족은 인상관리행동의 모든 요인과 정(+)의 관계를 보였다. 이러한 결과는 선행연구인 Chang and Ji(2004)와 Jung et al.(2005)의 연구결과(직무중심·상사중심 인상관리행동이 경력만족에 정(+)의 영향)와 동일했다. 더불어 자기중심·상사중심 인상관리행동이 직무만족에 정(+)의 영향을, 직무중심 인상관리행동은 직무만족에 부(-)의 영향을 미친다는 Lee(2015)의 연구와 일치하였다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 직장남성이 경력성공을 위해 지각하는 주요 요인이 무엇인지 실증적 자료를 제시함으로써 그에 따른 행동전략과 마케팅 전략을 제공하고자 하였다. 이에 연구결과를 요약하면 첫째, 패션행동은 유행성, 경제성, 개성성, 동조성으로, 인상관리행동은 직무중심 인상관리행동, 자기중심 인상관리행동, 상사중심 인상관리행동, 그리고 경력성공은 직무만족, 경력만족, 직무성취로 구분되었다. 둘째, 패션행동의 모든 요인(유행성, 경제성, 개성성, 동조성)이 경력성공의 모든 요인(직무만족, 경력만족, 직무성취)에 영향을 미치는 것으로 나타

Table 7. The results of SEM

Structural paths	Results				Hypothesis
	Path coefficient	Model fit			
		R ²	F ²	GOF	
Fashionability → Career satisfaction	0.069***	0.257	0.346	0.406	H1
Conformity → Career satisfaction	0.041***				
Individuality → Career satisfaction	0.055***				
Economics → Career satisfaction	0.099***				
Job focused → Career satisfaction	0.093***				
Self-focused → Career satisfaction	0.256***				
Supervisor focused → Career satisfaction	0.135***				
Fashionability → Job satisfaction	0.067***	0.284	0.396	0.428	H2
Conformity → Job satisfaction	0.018***				
Individuality → Job satisfaction	0.017***				
Economics → Job satisfaction	0.084***				
Job focused → Job satisfaction	-0.021***				
Self-focused → Job satisfaction	0.344***				
Supervisor focused → Job satisfaction	0.199***				
Fashionability → Job achievement	-0.005**	0.344	0.526	0.469	H3
Conformity → Job achievement	0.017***				
Individuality → Job achievement	0.065***				
Economics → Job achievement	0.083***				
Job focused → Job achievement	0.029***				
Self-focused → Job achievement	0.387***				
Supervisor focused → Job achievement	0.191***				

p<.01, *p<.001

났다. 셋째, 인상관리행동의 모든 요인(직무중심·자기 중심·상사중심 인상관리행동)이 경력성공의 모든 요인(직무만족, 경력만족, 직무성취)에 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다.

이러한 결과에 근거한 본 연구의 의의 및 시사점을 다음과 같이 제언할 수 있을 것이다.

먼저 패션행동의 하위요인인 경제성, 유행성, 개성성이 동조성보다 높은 영향을 보였으며, 이는 직장남성들의 패션행동이 조금씩 변화하고 있음을 나타낸다. 즉, 기존 선행연구들은 자신의 성과를 위해 집단 내 소속감을 강화하는 동조성을 주요 요인으로 꼽았지만, 본 연구에서는 유행성 및 개성성이 동조성보다 더 중시되는 요인으로 작용했다는 점이다. 특히 유행성의 경우 참여적인 동조의식에서 파생된 개념이라는 점에 유념해 볼 필요가 있다. 요즘 대부분의 기업들은 자율적인 분위

를 조성하는 추세다. 이에 직장남성들은 기존의 딱딱한 의복규범에서 최신 트렌드에 적합한 의복을 추종하는, 또 다른 방식의 동조의식으로 생각해 볼 필요가 있다는 점이다. 게다가 개인의 자율성이 보장된 조직분위기는 유연한 사고를 높이는 잠재적 변인으로 작용되며, 최신 트렌드를 수용하는 자신의 모습을 통해 자신이 멋진 직장인이라는 긍정적 심리가 발휘되어 일의 능률도 높아진 것으로 생각할 수 있다. 한편 직무성취 부분에 있어선 유행성이 미세한 부(-)의 영향을 미쳤기에 최신유행에 치우친 행동 또는 동료와의 지나친 유사의복행위는 상사 및 동료와의 불화를 초래할 위험이 있으므로 주의할 필요가 있다. 반면 개성성이 개인 성과에 정(+)의 영향을 미치는 결과는 기존 선행연구들과 동일하였다. 이는 개인의 개성표현에 의한 ‘인정’의 욕구가 내면적 심리에 긍정적으로 작용하여 개인 성과지표에 영향을 미친

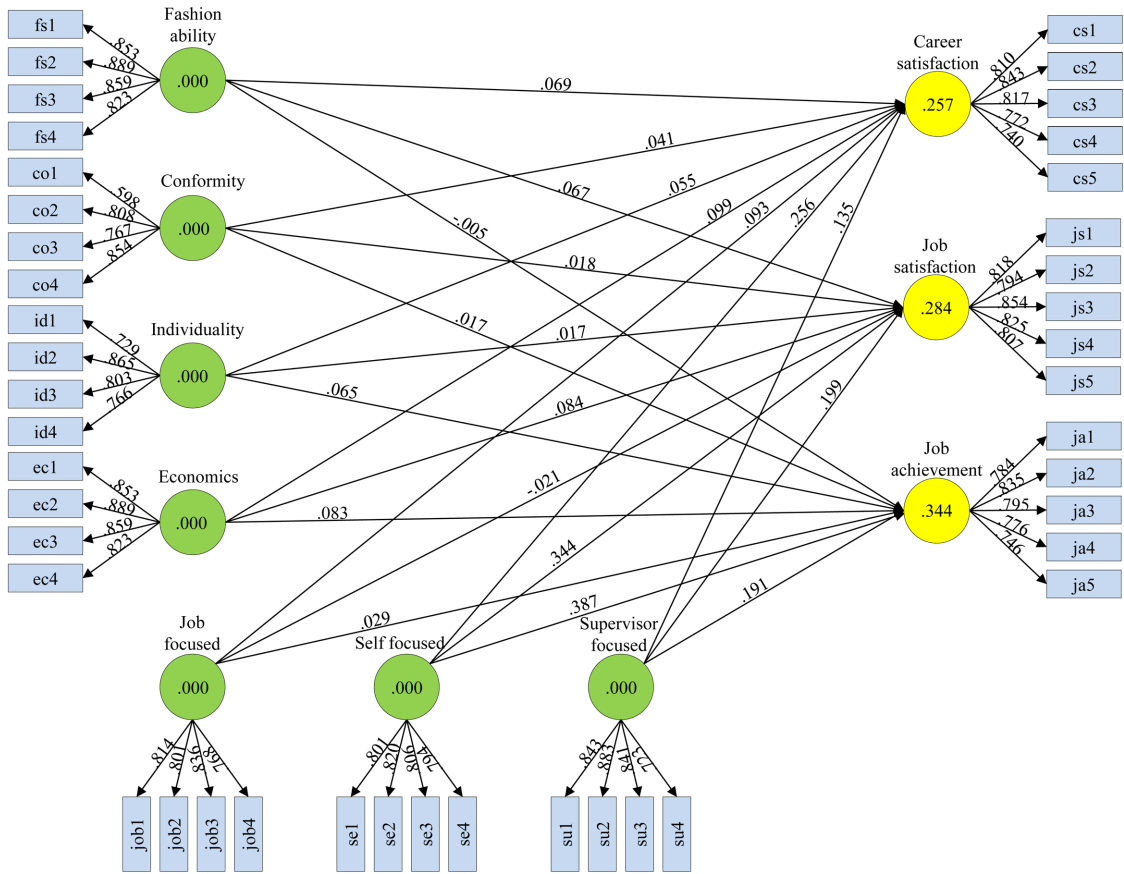


Fig. 1. The results of structural equation modeling.

것으로 파악된다. 이처럼 유행성 및 개성성의 내면적 동기에 의한 표출은 패션행동과 긍정심리자본(자신감, 자기효능감, 자존감), 긍정심리자본에 따른 경력성공을 검증한 선행연구(Jeong et al., 2015; Lee & Cho, 2014)를 통해 이와 같은 주장을 뒷받침할 수 있다. 더불어 경력성공에 있어 직장남성이 가장 주요하게 지각하는 하위요인으로 경제성을 꼽았다. 이는 개인의 경제적 상황, 외부 환경적 요인과 함께 평소 생활태도 및 성격(계획적이고, 체계적이며 분석적인 사고습관)이 반영된 결과로 해석가능하며, 이는 본 연구의 경제성에 대한 문항을 통해 추론할 수 있다. 한편 경제성이 높은 사람은 보유한 아이템을 다양하게 연출하고 그에 따른 즐거움을 추구한다고(Jung & Lee, 2000) 선행연구를 통해 확인하였다.

이와 같은 결과를 토대로 패션기업에 적합한 마케팅 전략을 제시하고자 한다.

첫째, 직장남성들은 많은 시간과 돈 낭비를 최소화한 실용성을 중시하며, 최신 트렌드와 자신의 개성을 대변할 수 있는 패션을 선호하였다. 이점에 착안하여 업무를 위해 주요 도구로 사용되는 스마트폰을 활용한 마케팅 전략을 제안하고자 한다. 즉, 패션브랜드는 기존의 자사 홍보 블로그 형태가 아닌 즐거움을 제공할 수 있는 게임 형태의 앱(App)을 개발하길 권한다. 더불어 앱의 형태는 사용자의 편의성을 고려해 페이지는 단순하게 설계하며, 구성요소는 소비자와 밀접한 관련이 있는 것으로 구성해야 할 것이다. 예를 들면, 소비자가 소장한 아이템을 기반으로 그날 상황과 스케줄(미팅, 중요한 회의)에 적합한 코디제안, 더불어 코디제안에 어울리는 자사 제품 매치게임(성공하면 포인트 적립), 동일아이템 선택 시, 옷장폐쇄와 같은 소비자에게 필요한 정보와 즐거움을 함께 제공해 주는 것이다. 이러한 서비스 제공은 패션에 대

한 열망은 강하나 의복구매에 있어 소극적인 자세(에인 또는 배우자의 의견을 따름)를 취하는 40~50대 소비자에게 특히 유용할 것이다. 이런 남성들에게 앱이 제공하는 다양한 정보(자신이 보유한 의복과 매치할 수 있는 코디제안 등)를 통해 최신 트렌드 경향을 파악할 수 있다. 또한 자신의 이미지에 적합한 패션이 무엇인지 눈을 키울 수 있는 기회와 패션에 대한 즐거움을 느낄 수 있는 공간으로 인식하여 브랜드에 대한 충성도도 높일 수 있다. 더불어 직장남성들이 가장 중시여기는 시간적(매장방문 후 고민 없이 구매하도록 시간 절약 제공), 금전적(충동적 구매를 자제) 부분에 있어서 소비자의 편의를 제공할 수 있다.

둘째, 조사대상자가 30~50대 이상 직장남성이 주를 이룬 것으로 보아 가정이 있는 가장들이 대부분의 설문자임을 유추할 수 있다. 이런 경우, 자녀 양육비 부담으로 경제적 어려움을 겪을 수 있으므로, 주요 매장을 로드샵 또는 아울렛을 중심으로 그들의 소비를 이끄는 방안을 제안한다. 반면 40대 후반 직장남성의 경우 이미 다양한 신사복을 보유할 가능성도 배제할 수 없으므로 의복을 빛낼 수 있는 패션아이템(가방, 구두, 행커치프 등) 제품 개발에 주력할 필요성이 있다.

다음으로 인상관리행동의 하위요인인 자기중심·상사중심 인상관리행동은 경력성공의 모든 요인(경력만족, 직무만족, 직무성취)에 정(+)의 영향을 미쳤지만, 직무중심 인상관리행동은 직무성취에 부(-)의 영향을 보여 선행연구들과 부분적으로 일치했다. 더불어 대부분의 선행연구들은 경력성공에 있어 상사중심 인상관리행동이 가장 큰 영향을 미쳤지만, 본 연구에선 자기중심 인상관리행동이 가장 큰 영향을 주는 요인임을 밝혔다. 이는 직장선배와의 관계성을 중시하는 풍토에서 자기 관측의 중요성이 점점 더 커짐을 의미한다고 볼 수 있다. 반면 직무중심 인상관리행동의 경우, 조직 내 일원에게 능력 있는 사람으로 인식되는 것이 조직에서 높은 인사고과를 받는데 유리하다고 인식하지만, 지나친 업무능력과시는 동료 및 상사와의 업무진행에서 마이너스적인 피드백을 안겨다 줄 수 있으므로 주의할 필요가 있다.

이와 같은 결과를 토대로 직장 내 적합한 행동전략을 제안하고자 한다.

첫째, 인상관리행동과 관련한 대부분의 연구들이 상사중심 인상관리행동의 중요성을 지적했고 본 연구도 동일한 결과를 보였다. 이에 직장남성들은 상사와의 관계를 발전(상사의 관심을 유념하는 등)시켜 조직의 소속감과 유대감을 형성하고, 자신의 성과에 도움이 되는

정보획득 및 승진의 기회를 얻도록 노력하길 권한다. 더불어 조직원들로부터 이상적인 조직구성원으로서 수용되길 위해 모범적인 행동, 인간적인 예우, 성실한 모습 등 기본적인 예의바른 상을 실천하길 바란다. 이런 행동을 통해 조직원들로부터 인정을 받을 수 있으며, 그에 따른 업무의 기회, 동료 및 상사평가에 플러스적인 요인을 안겨다 줄 수 있기 때문이다.

둘째, 직무와 관련해 자신의 업무능력을 어필하는 것은 자신의 가치 및 기대를 높일 수 있는 방안이 된다. 하지만 상사 및 동료와의 업무관계에 자신의 지나친 능력과시는 조직원들로부터 배척당할 위험이 높다. 그러므로 직장남성들은 자신의 가치를 높일 만큼의 자기홍보는 필요하나, 지나친 자기능력과시는 독이 될 수 있음을 유념해야 할 것이다. 특히 팀워크가 중시되는 업무, 중요회의 및 미팅 시 더욱 유념해야 할 부분으로 사료된다.

본 연구는 경력성공에 필요한 패션행동 및 인상관리행동을 실증적으로 제시하였다는 점에 학문적 성과가 있으며, 그에 따른 구체적 방안도 제시하였다. 그럼에도 몇 가지 한계점이 보여 이를 보완할 수 있는 후속연구를 제안하고자 한다.

첫째, 본 연구에서 패션행동과 경력성공 간의 영향관계를 분석한 결과 경제성이 경력성공의 모든 변인에 높은 영향을 미쳤다. 이는 개인의 생활태도 및 성격이 함께 반영된 결과로 해석할 수 있다. 더불어 유행성 및 개성성이 동조성보다 높아 개인의 긍정심리(자신감, 자존감, 자기효능감 등)가 작용했다고 유추할 수 있다. 이에 후속연구는 변인 간의 관계를 살펴봄에 있어 성격유형(Big-5 등), 심리적 변인(자기효능감, 자신감 등) 등을 패션행동과 경력성공 간의 관계에서 상관성 및 영향성을 명확히 입증해야 할 것이다.

둘째, 조직직무특성(소속된 조직의 분위기가 수평적인지 수직적인지, 업무의 특성이 자율성을 추구하는지 등)에 따른 영향력을 파악함으로써 그 특성에 맞는 (패션 및 인상)관리행동을 제안해야 할 것이다. 이는 고용불안을 느끼는 현대 직장인들에게 자신의 커리어를 관리함에 있어 보다 명확하고 현실적인 조언으로 받아들일 수 있다.

셋째, 지역범위와 관련해 수도권(서울, 경기)을 중심으로 조사한 반면 충청권 및 기타 지역은 부분적으로 조사한 한계점이 있다. 이러한 결과는 한국 직장남성의 일반적 특성이라 주장하기는 부족하다. 따라서 후속연구에서는 표집인원의 지역범위를 넓혀 지역 간 차이를 명확히 밝혀야 할 것이다.

References

- Abele, A. E., Spurk, D., & Volmer, J. (2011). The construct of career success: Measurement issues and an empirical example. *Zeitschrift für ArbeitsmarktForschung*, 43(3), 195–206. doi:10.1007/s12651-010-0034-6
- Alderfer, C. P. (1969). An empirical test of a new theory of human needs. *Organizational Behavior and Human Performance*, 4(2), 142–175. doi:10.1016/0030-5073(69)90004-X
- Arnold, J., & Cohen, L. (2008). The psychology of careers in industrial and organizational settings: A critical but appreciative analysis. *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 23, 1–44. doi:10.1002/9780470773277.ch1
- Bolino, M. C., & Turnley, W. H. (2003). More than one way to make an impression: Exploring profiles of impression management. *Journal of Management*, 29(2), 141–160. doi:10.1016/S0149-2063(02)00212-X
- Bolino, M. C., Varela, J. A., Bande, B., & Turnley, W. H. (2006). The impact of impression-management tactics on supervisor ratings of organizational citizenship behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 27(3), 281–297. doi:10.1002/job.379
- Chae, S. M. (2013). *A study on the effects of impression management and team effectiveness and organizational citizenship behavior in hotel employees': Focused on the fulfill desire*. Unpublished master's thesis, Kyonggi University, Seoul.
- Chang, E. J., & Ji, S. G. (2004). The empirical study of the effect of personal characteristics on the subjective career success for females in the banking industry. *Journal of Secretarial Science*, 13(1), 163–184.
- Chen, Y. Y., & Fang, W. (2008). The moderating effect of impression management on the organizational politics-performance relationship. *Journal of Business Ethics*, 79(3), 263–277. doi:10.1007/s10551-007-9379-3
- Cho, N. G., & Chung, K. Y. (2010). The effects of Employee Value Proposition (EVP) and talents development on career success of hotel employees. *Korean Journal of Hospitality Administration*, 19(4), 37–58.
- Choi, S. K., & Hyun, S. H. (2015). The interaction effects of impression management and perceived organization politics on performance evaluation. *Korea Journal of Business Administration*, 28(4), 1249–1276.
- Choi, S. K., Jeong, S. J., & Chu, M. S. (2012). Elderly women's body image and clothing behavior. *Journal of the Korean Society of Costume*, 62(3), 17–28. doi:10.7233/jksc.2012.62.3.017
- Choi, Y. G. (2007). *마케팅 조사론* [Marketing research]. Seoul: Muyokpub.
- Chon, S. J., & Han, J. W. (2014). Effects of perception of job insecurity and organizational justice on impression management behavior. *Journal of Secretarial Science*, 23(1), 71–94.
- Chun, M. S., Lee, S. G., & Koh, A. R. (2006). The effect of cultural tendency on clothing consumption behavior. *Korean Journal of Consumer and Advertising Psychology*, 7(2), 277–300.
- Chung, M. J., & Kim, K. J. (2000). Clothing behavior according to the psychopathic deviate and masculinity-femininity of middle school boys and girls. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 24(8), 1276–1287.
- Cohen, J., & Cohen, P. (1983). *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Assoc Inc.
- Creekmore, A. M. (1963). *Clothing behaviors and their relation to general values and to the striving for basic needs*. Unpublished doctoral dissertation, The Pennsylvania State University, University Park.
- Esposito Vinzi, V., Chin, W. W., Henseler, J., & Wang, H. (2010). *Handbook of partial least squares: Concepts, methods, and applications*. New York, NY: Springer.
- Fisher, C. D. (2000). Mood and emotions while working: Missing pieces of job satisfaction? *Journal of Organizational Behavior*, 21(2), 185–202. doi:10.1002/(SICI)1099-1379(200003)21:2<185::AID-JOB34>3.0.CO;2-M
- Greenhaus, J. H., Parasuraman, S., & Wormley, W. M. (1990). Effects of race on organizational experiences, job performance evaluations and career outcomes. *Academy of Management Journal*, 33(1), 64–86. doi:10.2307/256352
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1995). *Multivariate data analysis*. New York, NY: Macmillan.
- Heslin, P. A. (2005). Conceptualizing and evaluating career success. *Journal of Organizational Behavior*, 26(2), 113–136. doi:10.1002/job.270
- Higgins, C. A., Judge, T. A., & Ferris, G. R. (2003). Influence tactics and work outcomes: A meta-analysis. *Journal of Organizational Behavior*, 24(1), 89–106. doi:10.1002/job.181
- Hong, B. S., & Lee, E. J. (2010). The effect of leadership by team leaders on team empowerment and the performance of team members in fashion companies. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 34(10), 1687–1700.
- Hwang, Y. J., & Yoo, T. S. (2010). The effects of sociocultural attitudes toward appearance, self-esteem, and physical attractiveness perceptiveness on weight and clothing management behaviors. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 34(11), 1923–1932.

- Jang, H. S., & Lee, J. H. (2014). Body image and appearance behaviors on men aged between 20 and 39 influence on their performance on their tasks. *Korean Journal of Aesthetics and Cosmetology*, 12(6), 805–812.
- Jeon, K. R., & Lee, E. H. (2005). The effect of need on aesthetic surgery attitude on clothing attitude of adolescents. *Korean Journal of Human Ecology*, 14(1), 119–132.
- Jeong, E. S., Kim, S. I., & Jeong, S. R. (2015). The effects of hotel employee's efficacy of image-making on job satisfaction and organizational commitment: Focused on five-star deluxe hotel employees in Gangwon province. *Journal of Tourism Sciences*, 39(3), 75–91.
- Jung, E. S., & Lee, S. J. (2000). Clothes selection in accordance with job characteristic and working place situation of a professional women in industry. *Journal of the Korean Society of Costume*, 50(5), 77–90.
- Jung, S. Y., Chang, E. J., & Lee, S. W. (2005). A study on the subjective career success of CPA. *Korea Journal of Business Administration*, 18(5), 2203–2230.
- Kahng, H. W., Lee, K. S., Koh, A. R., Chung, M. S., Nam, M. W., & Kim, Y. J. (2012). *The social psychology of clothing* (3rd ed.). Paju: Kyomoon Publishers.
- Kaiser, S. B. (1985). *The social psychology clothing & adornment*. New York, NY: Macmillan Publishing Co.
- Kang, K. J., & Suh, Y. S. (1989). The effect of Maslow's basic needs on the clothing values among adult women. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 13(1), 1–12.
- Kang, K. J., & Suh, Y. S. (1992). The effect of Maslow's basic needs on conformity and individuality in the clothing selection. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 16(4), 431–441.
- Kim, I. H. (2010). The effect of body image on clothing behavior and weight control of women. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 34(9), 1442–1453.
- Kim, J. J. (2009). A study on effects of influential factors on career success: Comparing women managers in Korea and the United States. *Korea Business Review*, 13(2), 125–155.
- Kim, J. J. (2012). A study of glass ceiling effect on impression management behaviors between Korean and U.S. women managers in financial institutions-Focused on supervisor support and informal network-. *The Korean Journal of Industrial and Organizational Psychology*, 25(4), 833–859.
- Kim, J. W., & Jin, S. Y. (2011). Fashion attitude and bag purchase behaviors of males in their 20s-30s. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 35(3), 267–280.
- Kim, M. J. (2000). *The effect of mass-media to clothing behaviors of children -Focusing on 4, 5, 6th grade students of elementary school in Seoul-*. Unpublished master's thesis, Hanyang University, Seoul.
- Kim, T. S. (2014). Effect of person-environment (job, organization) fit on job satisfaction and customer orientation: Mainly on KTX train attendants. *The Academy of Customer Satisfaction Management*, 16(3), 87–104.
- Kim, W. O. (1984). *직업여성의 衣服行動과 職業滿足에 관한 分析的 연구* [Analytical study of clothing behavior and job satisfaction of female office workers]. Unpublished master's thesis, Yonsei University, Seoul.
- Kim, Y. H. (2013). Effect of the service provider's big-five personality model and impression management behaviors on the customer orientation. *Korean Journal of Tourism Research*, 27(6), 341–365.
- Kim, Y. J. (2004). *The level of bold acceptance in male fashion according to attitude toward clothe and trend*. Unpublished master's thesis, Keimyung University, Daegu.
- Kwon, N. K., Kim, H. L., & Lee, I. J. (2013). A study on the effects of employee value proposition and the importance of job rotation on the subjective career success. *Korean Journal of Culinary Research*, 19(3), 291–304.
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression management: A literature and two-component model. *Psychological Bulletin*, 107, 34–47. doi:10.1037/0033-2909.107.1.34
- Lee, E. H. (2006). A study on secondary school girl students' life style, attitude toward appearance and clothing attitude. *Journal of The Korean Association of Practical Arts Education*, 18(4), 85–102.
- Lee, H. R., & Park, S. G. (2009). The mediating effects of career plateau on the relationship between personality related jobs and subjective career success. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 21(1), 249–268.
- Lee, I. J., Lee, K. H., & Shin, H. J. (2001). *의상심리* [Psychology of dress]. Paju: Gyomoon Publishers.
- Lee, J. G. (2015). *Determinants and consequences of impression management: Focusing on restaurant employees in-hotels*. Unpublished master's thesis, Yonsei University, Seoul.
- Lee, J. I. (2010). *Work clothing and occupation satisfaction of young male consumer*. Unpublished master's thesis, Hanyang University, Seoul.
- Lee, J. I., & Lee, K. H. (2013). Correlation between work attire satisfaction and job satisfaction for male consumers. *Journal of the Korean Society of Costume*, 63(3), 166–175. doi: 10.7233/jksc.2013.63.3.166
- Lee, J. S., & Cho, Y. J. (2014). The effect of uniform satisfaction of hotel employees on job satisfaction, self-image and guest orientation. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 26(7), 239–256.
- Lee, K. G. (2005). The effects of task performance and con-

- textual performance on supervisory subjective evaluation and the role of impression management behaviors as moderator. *Korean Journal of Management*, 13(1), 139-171.
- Lee, M. A., & Ryu, E. Y. (2015). The relationship between local government welfare finance expenditure determinants and expenditure effects: With focus on mediating effects of government expenditure structure. *Korean Policy Sciences Review*, 19(3), 33-55.
- Lee, S. C., & Kim, H. (2008). The effect of the transactional leadership and transformational leadership on team empowerment and performance. *Journal of the Korean Society for Clothing Industry*, 10(6), 936-946.
- Lee, S. G., & Jeong, J. G. (2003). A study on the clothing behavior of high school students in terms of creativity, individuality and conformity. *Journal of the Korean Home Economics Association*, 41(9), 1-16.
- Liem, J. S. (1989). *A study on the relationship between occupational satisfaction and clothing behavior for a group of male adults-Concatenated on professional job, administrative job, office job*. Unpublished master's thesis, Sookmyung Women's University, Seoul.
- Lim, S. J., Hwang, S. J., Lee, J. N., & Lee, S. H. (2009). *The social psychology of clothing* (Rev. ed.). Seoul: Soohaksa.
- MacClelland, D. C. (1962). Business drive and national achievement. *Harvard Business Review*, 40(4), 99-112.
- Moon, J. S. (2012). *Antecedents and consequences of career outcomes*. Unpublished doctoral dissertation, Kyungpook National University, Daegu.
- Niehoff, B. P. (2000). A motive-based view of organizational citizenship behavior: Applying an old lens to a new class of organizational behaviors. *Proceedings of the in Midwest Academy of Management Behavior Conference, USA*, 1-16.
- Park, K. H. (2015, December 4). 20대 청년층 실업률은 떨어졌는데... 절반이 단순노무직 [The felled in 20s youth unemployment rate...half the simple labor]. *Moneytoday*. Retrieved December 10, 2015, from <http://news.mt.co.kr/mtv1ew.php?no=2015120414281975555>
- Park, K. S. (2007). *A study on the relationship between clothing selecting motivations for self-image management and interpersonal relations deposition*. Unpublished master's thesis, Korea International Culture University of Graduate, Cheongyang.
- Park, M. O. (2008). *A study on relationship among hotel employee personality characteristics, impression management, supervisor-subordinate exchange relationship and job satisfaction*. Unpublished doctoral dissertation, Dong-A University, Busan.
- Park, S. D., & Yoo, T. Y. (2015). The effect of peer's impression management on employee's organizational behavior: The mediating effect of impression management motive and moderating effect of internal locus of control. *The Korean Journal of Industrial and Organizational Psychology*, 28(1), 75-96.
- Ryu, E. Y. (2014). The moderating effect of collectivism on the relationship between leader's behavioral types and subordinate's innovative activities using PLS-Structural Equation Model: Focused on employees in public enterprises. *Korean Public Personnel Administration Review*, 13(1), 233-264.
- Shim, J. H. (2007). A study on difference of clothing behavior and desired image by individualism-collectivism. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 31(11), 1574-1585.
- Shin, D. G. (2012). *(A) Study of influential factors on impression management and it's effects on supervisor-ratings*. Unpublished doctoral dissertation, Dankook University, Yongin.
- Shin, D. G. (2014). *Dispositional and situational antecedents and consequences of impression management tactics: Role of political skill*. Unpublished doctoral dissertation, Yeungnam University, Gyeongsan.
- Smucker, B., & Creekmore, A. M. (1972). Adolescents' clothing conformity, awareness, and peer acceptance. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 1(2), 92-97. doi:10.1177/1077727X7200100203
- Solomon, M. R. (1985). *The psychology of fashion*. Miami, FL: Lexington Books.
- Wayne, S. J., & Ferris, G. R. (1990). Influences tactics, affect, and exchange quality in supervisor-subordinate interactions: A laboratory experiment and field study. *Journal of Applied Psychology*, 75(5), 487-499. doi:10.1037/0021-9010.75.5.487
- Wayne, S. J., & Liden, R. C. (1995). Effects of impression management on performance ratings: A longitudinal study. *Academy of Management Journal*, 38(1), 232-260. doi:10.2307/256734
- Wetzels, M., Odekerken-Shchrder, G., & Van Oppen, C. (2009). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical ipputation. *MIS Quarterly*, 33(1), 177-195.
- Zeinabadi, H. (2010). Job satisfaction and organizational commitment as antecedent of Organization Citizenship Behavior (OCB) of teachers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 5, 998-1003. doi:10.1016/j.sbspro.2010.07.225
- Zhang, H. (2010). *A study of china's IT industry employees's subjective career success factors*. Unpublished master's thesis, Konkuk University, Seoul.