



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

경영학박사 학위논문

컨설턴트의 셀프리더십이 혁신행동과 고객지향성에 미치는 영향분석

- 자기효능감과 직무만족의 매개효과를 중심으로 -



2023년 2월

부경대학교 대학원

경영컨설팅협동과정

김 동 원

경영학박사 학위논문

컨설턴트의 셀프리더십이 혁신행동과 고객지향성에 미치는 영향분석

- 자기효능감과 직무만족의 매개효과를 중심으로 -

지도교수 홍재범

이 논문을 경영학박사 학위논문으로 제출함

2023년 2월

부경대학교 대학원

경영컨설팅협동과정

김 동 원

김동원의 경영학박사 학위논문을 인준함

2023년 2월 17일

위원장 경영학 박사 류태모 (인)

위원 경영학 박사 이춘수 (인)

위원 경영학 박사 정동섭 (인)

위원 경영학 박사 한나영 (인)

위원 경영학 박사 홍재범 (인)

< 목 차 >

제1장 서론	1
제1절 연구 배경 및 목적	1
제2절 연구 방법 및 구성	3
제2장 이론적 배경 및 연구가설 도출	5
제1절 셀프리더십(self-leadership)	5
1. 셀프리더십 개념	5
2. 셀프리더십 구성요소	6
3. 셀프리더십 영향요인	10
제2절 자기효능감(self-efficacy)	11
1. 자기효능감 개념	11
2. 자기효능감 구성요소	12
3. 자기효능감 영향요인	14
제3절 직무만족(job satisfaction)	16
1. 직무만족 개념	16
2. 직무만족 구성요소	17
3. 직무만족 영향요인	18
제4절 혁신행동(innovation behavior)	19
1. 혁신행동 개념	19

2. 혁신행동 구성요소	20
3. 혁신행동 영향요인	21
제5절 고객지향성(customer orientation)	23
1. 고객지향성 개념	23
2. 고객지향성 구성요소	25
3. 고객지향성 영향요인	26
제6절 연구가설	28
1. 셀프리더십과 자기효능감의 관계	28
2. 셀프리더십과 직무만족의 관계	29
3. 셀프리더십과 혁신행동의 관계	30
4. 셀프리더십과 고객지향성의 관계	32
5. 자기효능감과 직무만족의 관계	33
6. 자기효능감과 혁신행동, 고객지향성의 관계	34
7. 직무만족과 혁신행동, 고객지향성의 관계	37
8. 자기효능감의 매개효과	40
9. 직무만족의 매개효과	42
제3장 연구방법	47
제1절 연구모형	47
제2절 변수측정	48
1. 셀프리더십	48
2. 자기효능감	49
3. 직무만족	49

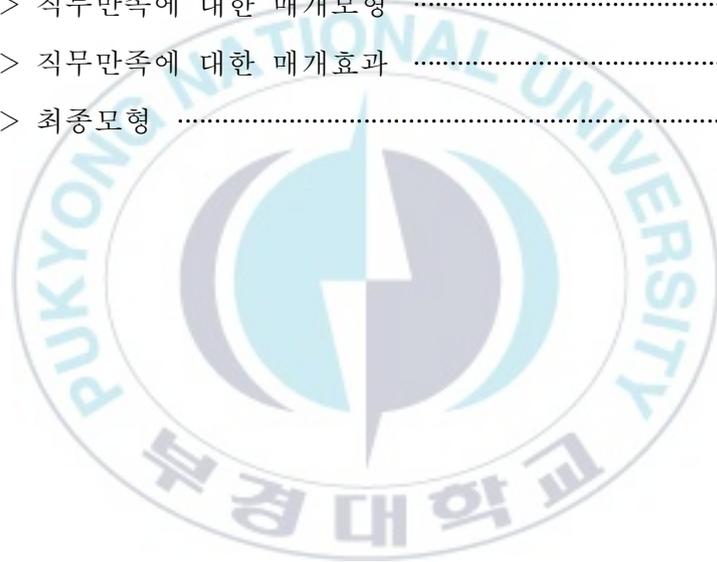
4. 혁신행동	50
5. 고객지향성	50
제3절 연구표본	52
제4절 분석방법	54
제4장 실증분석	55
제1절 신뢰성 및 타당성 분석	55
제2절 상관관계 분석	58
제3절 연구가설 검정	59
1. 혁신행동에 대한 영향 검정	59
2. 고객지향성에 대한 영향 검정	64
3. 자기효능감의 직무만족에 대한 매개효과	68
4. 가설검정 요약	71
제4절 최종모형	72
제5장 결론	73
제1절 연구결과 요약 및 시사점	73
제2절 연구 한계점 및 향후 연구과제	76
참고문헌	77
설문지	95

< 표 목 차 >

<표 2-1> 전통적 리더십과 셀프리더십의 비교	6
<표 2-2> 행동지향 전략 구성요소	7
<표 2-3> 자연보상 전략 구성요소	8
<표 2-4> 건설적 사고 전략 구성요소	9
<표 2-5> 자기효능감 구성요소	13
<표 2-6> 자기효능감 영향요인	15
<표 2-7> 직무만족 구성요소	17
<표 2-8> 혁신행동 구성요소	21
<표 2-9> 고객지향성 구성요소	26
<표 3-1> 설문 항목의 구성	51
<표 3-2> 연구대상 표본의 인구통계학적 특성	53
<표 4-1> 신뢰성 및 타당성 분석 결과	57
<표 4-2> 상관관계 분석 결과	58
<표 4-3> 혁신행동에 대한 경로별 효과	62
<표 4-4> 혁신행동에 대한 다중매개 간접효과 검정	64
<표 4-5> 고객지향성에 대한 경로별 효과	66
<표 4-6> 고객지향성에 대한 다중매개 간접효과 검정	68
<표 4-7> 직무만족에 대한 경로별 효과	69
<표 4-8> 직무만족에 대한 간접효과 검정	70
<표 4-9> 직접효과 검정 결과	71
<표 4-10> 매개효과 검정 결과	71

<그림 목 차>

<그림 3-1> 연구모형	47
<그림 4-1> 혁신행동에 대한 직렬다중매개모형	60
<그림 4-2> 혁신행동에 대한 다중매개효과	63
<그림 4-3> 고객지향성에 대한 직렬다중매개모형	65
<그림 4-4> 고객지향성에 대한 다중매개효과	67
<그림 4-5> 직무만족에 대한 매개모형	69
<그림 4-6> 직무만족에 대한 매개효과	70
<그림 4-7> 최종모형	72



**Analysis of Impact of Consultants' Self-Leadership on
Innovation Behavior and Customer Orientation**

- Focusing on the Effect of Self-Efficacy and Job Satisfaction -

Dong Won Kim

*Department of Business Administration,
The Graduate School, Pukyong National University*

Abstract

In order to find out how the consultant's self-leadership affects the consultant's own behavior, this study examined the influence of the consultant's self-leadership on innovation behavior and customer orientation through self-efficacy and job satisfaction, and the effect of self-efficacy on job satisfaction. In addition, the mediating role between self-leadership, innovation behavior, and self-efficacy of self-efficacy and job satisfaction was empirically analyzed.

To this end, a survey was conducted targeting 240 consultants who had two or more consulting cases within the last two years. To test the hypotheses raised in this study, an analysis model using SPSS PROCESS macro v4.2 was used, and a bootstrapping method was applied to test mediating effects.

As a result of testing the hypothesis of this study, it was found that self-leadership of consultants had a significant positive (+) effect on self-efficacy and job satisfaction, and job satisfaction had a significant positive (+) effect on innovation behavior and customer orientation. Self-efficacy has a significant positive (+) effect on innovation behavior, but it has no significant effect on job satisfaction and customer

orientation. As a result, it was confirmed that self-leadership had a positive (+) effect on innovation behavior through self-efficacy, and a positive (+) effect on innovation behavior and customer orientation through job satisfaction. However, the mediating effect of self-leadership affecting job satisfaction through self-efficacy and the dual mediating effect of self-leadership affecting innovation behavior and customer orientation via job satisfaction through self-efficacy were confirmed to be insignificant.

The meaning of this study is that it suggests a research model for consultants whose self-leadership influences behaviors such as innovation behavior and customer orientation through self-efficacy and job satisfaction, and that the mechanism by which consultants' self-leadership leads to behavioral change is presented. This study provides information on which characteristics of consultants should be strengthened to improve consultants' consulting abilities, and through this, reveals useful paths that lead to changes in consultants' behavior. In the future, it is necessary to expand the scope of research to the area of generalization of the model through more research data and confirmation of the actual impact of self-leadership on companies through changes in consultants' behavior.

Keywords : Self-Leadership, Self-Efficacy, Job-Satisfaction, Innovation Behavior, Customer Orientation, Mediating Effect

제1장 서론

제1절 연구 배경 및 목적

최근 기후변화에 대응한 환경 관련 이슈의 중요성이 높아짐에 따라 탄소 중립, ESG와 같은 외부 환경의 급격한 변화가 초래되고 있다. COVID 19와 같은 새로운 질병의 출현과 고금리, 고환율, 원자재 가격의 급격한 상승으로 인한 고물가는 기업 경영에 어려움을 가중시키고 있다. 이러한 경영 환경의 불확실성 증가는 과감한 변화와 혁신에 대한 필요성을 증가시키고 있다. 자체 대응 역량이 부족한 중소기업에게 컨설팅에 대한 관심이 높아졌다.

한국경영컨설팅협회는 전문교육을 받은 관련 능력을 보유한 전문가가 독립적인 입장에서 객관적이고 과학적인 방법으로 기업 경영상의 주요 문제점을 파악하고 분석하여 과제를 도출하고 과제에 대한 해결 방안을 제시하여 고객 기업이 해결 방안을 실행할 수 있도록 자문이나 조언하는 서비스를 경영컨설팅이라 정의하고 있다.

한국경영기술지도사협회도 경영컨설팅을 고도의 전문성을 보유한 전문가에 의해 기업의 경영 및 기술상의 문제점을 파악하여 해결하고 변화를 도모함으로써, 경영자와 기업이 추구하는 조직의 목표 달성을 도와주는 독립적인 프로페셔널서비스로 정의하고 있다.

경영컨설팅의 핵심은 컨설턴트이다. 컨설턴트는 학문적인 지식과 현장 경험 등의 역량을 갖추고 독립적인 입장에서 객관적이고 과학적인 방법으로 기업 경영상의 주요 문제점을 파악하고 분석하여 과제를 도출하고 과제에 대한 해결 방안을 제시하여 고객이 해결 방안을 실행할 수 있도록 자문

이나 조언하는 전문가이다. 컨설턴트가 갖추어야 할 주요한 역량은 컨설팅 계획의 제안 및 정확한 추진, 수행 프로세스의 관리, 전문지식과 방법론 보유 및 적용, 의사소통, 최적 대안 제시, 책임감과 신뢰성, 긴급상황 대응력, 컨설팅 결과 이행계획 제공 등이다(이상봉, 이철규, 2021).

그간 컨설팅에 관한 연구는 컨설팅산업 활성화와 컨설팅의 성공적인 모형구축과 같은 컨설팅 방법론, 컨설팅 성과측정 요인, 컨설팅 수행의 만족도에 관한 연구와 같이 컨설팅 프로세스와 실행 수단 관점에서 경영컨설팅 서비스 품질 향상에 집중되어 진행되어 왔다(김상표 외, 2020). 컨설팅을 수행하는 주체로서 그 성과에 직접적인 영향을 미치는 컨설턴트의 리더십에 대한 연구는 중요하지만, 아직 그 연구 결과가 많지 않다.

본 연구는 컨설턴트 셀프리더십에 대한 것이다. 컨설팅 진행 과정을 관리하고 수진기업의 제반 문제해결 과정에서 주도적인 역할을 하는 컨설턴트에게 셀프리더십은 매우 중요하다. 컨설턴트가 컨설팅 수행과정의 모든 어려움을 극복하고 고객의 문제를 해결할 수 있다는 자신감은 자기효능감을 높여 직무만족은 물론 컨설턴트의 행동에도 영향을 미치게 된다. 이는 컨설턴트의 프로젝트 수행 시 셀프리더십을 발휘하여 성공적인 프로젝트를 수행하여야 하는 상황에서 긍정적인 행동을 유발함으로써 효과적인 컨설팅 수행이 가능하다는 것을 유추할 수 있다.

컨설팅 수행 시 컨설턴트가 보이는 셀프리더십이 자기효능감과 직무만족을 통해 컨설턴트의 혁신행동, 고객지향성과 같은 컨설턴트의 행동에 미치는 영향 관계를 연구하였다. 이 과정에서 컨설턴트의 자기효능감과 직무만족이 컨설턴트의 행동에 미치는 매개 역할이 어떻게 나타나는지 분석하였다. 본 연구는 컨설턴트의 리더십이 본인의 행동에 어떻게 영향을 미치는가를 살피는 점에서 기존의 컨설팅과 관련한 연구와 차별화가 된다.

제2절 연구 방법 및 구성

이론적 배경으로 셀프리더십, 자기효능감, 직무만족, 혁신행동, 고객지향성에 대한 개념과 구성 그리고 각 요인 간의 영향 관계에 관한 선행연구를 수행하였으며, 이에 기초해서 연구가설을 설정하였다. 가설검정을 위해 기존 연구에 기초하여 설문 항목들을 구성하여 컨설턴트를 대상으로 설문조사를 실시하였다.

본 연구에 사용된 설문조사 자료는 2021년 10월 26일부터 11월 10일까지 최근 2년 이내에 2건 이상의 컨설팅 수행실적이 있는 컨설턴트 240명을 대상으로 웹 설문을 통하여 수집하였다. 설문조사 자료는 코딩 후 SPSS 25.0과 SPSS PROCESS macro v4.2를 사용하여 통계적으로 분석하였다. 컨설턴트의 셀프리더십과 각 변수 간 영향 관계를 고찰하기에 앞서 먼저 본 연구에서 사용한 측정도구가 유효한 변수로 작용할 수 있는지를 검증하고, 이어 가설을 검증하였다.

본 논문은 다음과 같이 5개의 장으로 구성하였다. 제1장 서론에서는 본 연구 진행의 배경과 목적을 개괄적으로 제시하고, 연구방법 및 구성에 관하여 기술하였다. 제2장에서는 이론적 배경으로 셀프리더십과 자기효능감, 직무만족, 혁신행동, 고객지향성에 대한 개념과 구성요소에 미치는 영향 관계에 대한 선행연구를 고찰하고, 선행연구를 바탕으로 연구가설을 도출하였다. 제3장에서는 2장의 이론적 배경을 토대로 연구모형을 설계하였다. 또한, 각 요인 간의 영향 관계를 바탕으로 연구가설에서 제시한 요인들에 대한 변수의 조작적 정의를 기술하고, 설문지 구성, 자료의 수집과 빈도분석을 통한 표본의 인구통계학적 특성을 파악하였으며, 구체적인 분석방법을 기술하였다.

제4장에서는 먼저, 분석에 앞서 결측치와 이상치를 점검하고, Cronbach's

α 계수를 이용하여 측정항목의 신뢰성 분석을 하였다. 또한 측정변수들의 타당성을 검증하기 위해 탐색적 요인분석을 하고, 상관관계를 분석하였다. 이렇게 검증한 자료를 바탕으로 SPSS PROCESS macro를 활용하여 모델별로 연구모형의 가설을 검증하였다. 제5장에서는 실증 분석한 연구 결과를 요약 정리하였으며, 연구 결과에 대한 시사점을 서술하고, 연구의 한계점과 향후 연구과제에 관하여 제시하였다.



제2장 이론적 배경 및 연구가설 도출

제1절 셀프리더십(self-leadership)

1. 셀프리더십 개념

리더십은 조직의 목적을 달성하기 위해 영향을 주는 과정이다. 즉, 어떤 조직의 목적과 목표를 달성하기 위한 자발적·조직적인 노력을 발휘하게 하는 작용 그리고, 집단 혹은 조직구성원 노력과 행동 역할을 분담하고 실행해 나가도록 하는 일련의 영향을 미치는 과정이다(김대규 외, 2000).

셀프리더십은 조직원 스스로가 영향력을 발휘하여 직무를 완수하는 것 이외에 추가하여 다른 무엇을 어떻게 해야 하는지에 대하여도 스스로가 영향력을 발휘하고 자신을 리드하는 것으로 Manz(1983)에 의하여 이론으로 발전하였다(이상호, 2003). 셀프리더십은 개인 특성으로서 누구나 가지고 있지만 개인에 따라 그 잠재력에는 큰 차이가 나타나며, 교육이나 학습에 의해 고무·발전되고 유지할 수 있는 개념이다(Manz & Sims, 1991).

셀프리더십은 상사가 부하 직원에게 지지하고 영향을 미치는 일반적인 관리기능이 중심이 되는 전통적 리더십과 다르게 직원 스스로가 자기에게 영향을 미치는 과정이다(Manz, 1986). 전통적인 리더십과 셀프리더십의 차이점은 <표 2-1>과 같이 설명할 수 있다.

<표 2-1> 전통적 리더십과 셀프리더십의 비교

전통적 리더십	셀프리더십
외부 관찰(외부 감시)	자기 관찰(자기 감시)
이미 주어진 목표	스스로 설정한 목표
과업 수행에 대한 외적 강화	셀프리더십 행동에 대한 내외적 강화
외적보상에 의한 동기유발	일 자체의 자연적 보상
외부에서의 비판	스스로 비판
외부로부터의 문제해결	스스로 문제해결
외부로부터의 직무 할당	스스로 직무 할당
외부로부터의 과업 계획	스스로 과업 계획
부정적 관점	긍정적 관점
조직의 비전에 의존	구성원이 함께 만든 비전에 헌신

자료 : Manz와 Sims(1990)의 논문에서 정리 인용한 김연선(2008)의 논문을 재인용

2. 셀프리더십 구성요소

Houghton과 Neck(2002)은 행동지향 전략(behavior-focused strategies), 자연보상 전략(natural reward strategies), 건설적 사고 전략(constructive thought pattern strategies)의 세 가지 구성요소를 제시하였다.

(1) 행동지향 전략 (behavior-focused strategies)

행동지향 전략에서 행동은 내키지는 않지만 해야 하는 행동을 의미하며, 행동지향 전략은 그런 행동을 촉진하기 위해서 행동하는 개인 스스로의 전략(Manz & Neck, 2004; Neck & Houghton, 2006)이다. 행동지향 전략은 효과적인 행동에 초점을 두고 자기관리를 통해 스스로 자기 행동을 조정하

고 통제하는 것(Bandura, 1986)으로 성공적인 성과를 위한 긍정적이며 바람직한 행동을 추구하고, 성공적인 성과를 방해하는 부정적이며 바람직하지 않은 행동들은 감소시키도록 고안된 것이다(Neck & Houghton, 2006). 행동지향 전략은 업무 수행 시 타율적인 외부 통제에 의하던 전통적인 리더십에서 벗어나 자율적이고 내부적인 자기통제로의 전환을 의미한다.

셀프리더는 자기관리를 통해 자신의 행동을 조정하고 통제하여야 하므로 부정적인 행위를 자제하고 긍정적인 행위를 통해 성공적인 성과를 올릴 수 있는 능력이 중요하다. 개인의 학습 동기와 변화는 주위 환경에 따라 영향을 주고받기 때문에 스스로 판단하여 통제할 수 있는 능력이 매우 중요하며, 다른 사람을 관찰할 수 있는 능력도 필요하다(Bandura, 1986).

행동지향 전략을 달성하기 위한 하위요소로는 자기목표설정(self-goal setting), 자기보상(self-reward), 자기징계(self-punishment), 자기관찰(self-observation), 자기자극(self-cuing)이 있다(Houghton & Neck, 2002). 이러한 행동지향 전략의 하위요소를 표로 나타내면 <표 2-2>와 같다.

<표 2-2> 행동지향 전략 구성요소

세부 하위요소	내 용
자기목표설정 (self-goal setting)	수행 수준을 높이기 위한 도전적이며 구체적인 목표를 세워 스스로에 대해서 이를 이행하도록 지시하는 전략
자기보상 (self-reward)	자신에게 의미 있고 가치 있는 보상을 하며 힘들고 어려운 일에도 지속적이고 끈기 있는 노력을 할 수 있도록 스스로 동기부여 하는 전략
자기징계 (self-punishment)	자신의 올바른 행동이 아니거나 실책에 대한 스스로의 반성 전략
자기관찰 (self-observation)	스스로 변화하고자 하는 행동에 대해서 정보를 수집하고 관찰하여 과거 자신의 비생산적이며 비효율적인 행동을 제거하는 전략
자기자극 (self-cuing)	부정적인 자극을 제거하고 긍정적인 자극을 확대하여 최상의 환경적 조건에서 행동하기 위한 전략

출처 : Houghton과 Neck(2002)을 재구성

(2) 자연보상 전략(natural reward strategies)

자연보상 전략은 스스로의 일에 가치와 보람을 찾아 자기효능감과 자기통제감을 얻게 되며 직무에서 즐거움을 찾는 내적 보상이다(Prussia et al., 1998). 외부로부터 주어지는 보상이 아니라 과업과 관련된 긍정적 인식과 경험 자체에서 자기 존중을 추구하는 것으로 과업이 가지고 있는 가치에 대한 몰입, 신념, 즐거움 등을 말한다(Manz & Neck, 1991). 즉, 자신이 해야 할 일이나 활동에 대해 내면적으로 즐거운 생각을 함으로써 보상이 되도록 의도적으로 환경을 만드는 것이다(Manz & Neck, 2004).

자연보상 전략을 통하여 조직구성원들은 자신 스스로의 역량에 대하여 강화된 느낌과 자기통제의 느낌, 목표 달성에 대한 느낌을 경험하여 과업 수행을 위한 동력으로 작용 된다(Manz & Sims, 1991). 즉, 스스로 과업을 달성함에 따라 유능함, 자아 통제감, 목적 의식감을 강화해 준다(Manz & Neck, 1991).

자연보상 전략의 구성요소로는 과업이나 환경 여건의 재설계가 있다. 과업 재설계는 업무의 효율을 높이기 위하여 주어진 일을 어떻게 할 것인지 스스로가 재설계하는 행위이다. 환경 여건의 재설계는 업무 효율을 높이기 위하여 업무 환경을 재설정, 설계하거나 업무 시간이나 장소를 변경하는 행위로 상당히 개방적이고 적극적인 방법이다.

<표 2-3> 자연보상 전략 구성요소

세부 하위요소	내 용
과업 재설계	관행적으로 이어져 온 업무 방법을 타파하고, 스스로 가장 효율적인 업무수행 방법을 고민하고 재설계
환경 여건 재설계	업무 환경을 재설정 또는 재설계하거나 업무 시간, 장소를 변경

(3) 건설적 사고 전략(constructive thought pattern strategies)

건설적 사고 전략은 구성원 스스로가 업무에 긍정적 영향을 줄 수 있도록 건설적이고 효과적인 사고의 습관을 만드는 전략으로 부정적 신념 또는 가정을 자기 대화를 통해 긍정적으로 변화시키고자 하는 스스로의 노력이다(Houghton & Neck, 2002). 즉, 과제수행에 영향을 미치는 사고방식이나 습관을 긍정적으로 재구조화하는 것이다(Neck & Houghton, 2006). 자신의 사고방식이나 습관을 변화시키는 인지적 전략은 셀프리더십의 건설적 사고 패턴을 관리하는 것으로 어려운 과제수행에 있어서 자신감을 가지고 문제를 해결해 나가는 데 도움을 준다(김희진, 2019).

건설적 사고 전략은 가정 분석과 신념, 긍정적 자기 대화, 성공적 수행 상상으로 구분할 수 있다. 가정 분석과 신념은 자신의 부정적인 신념과 가정을 기능적이고 정당하게 변화시키는 전략을 의미하고, 긍정적 자기 대화는 힘든 상황에서 자기 자신과 긍정적인 대화를 하는 전략을 의미하며, 성공적으로 직무 수행을 상상하는 것은 실제 수행하기 전에 힘들고 어려운 생각을 극복하고 성공적인 일을 수행하는 상상전략을 의미한다(신용국 외, 2009).

<표 2-4> 건설적 사고 전략 구성요소

세부 하위요소	내 용
가정 분석과 신념	역기능적이고 비합리적인 신념과 가정은 수정
긍정적 자기 대화	혼자 자신에게 긍정적인 내용을 말하는 것
성공적 수행 상상	과업에 직면할 때 실제 성과보다 성공적으로 임무를 수행하는 상상

출처 : Houghton과 Neck(2002)을 재구성

3. 셀프리더십 영향요인

셀프리더십에 영향을 미치는 요인으로는 크게 개인적인 특성과 조직 관련 요인으로 구분할 수 있다. Manz(1998)에 의하면 셀프리더십은 개인이 스스로 자신에게 영향력을 행사하기 위한 방법을 어떻게 해야 하는가에 대한 행동적, 인지적 부분을 포괄하는 개념으로 누구나 학습을 통하여 셀프리더십을 개발할 수 있다(Manz, 1998)고 하여 개인적인 특성의 셀프리더십에 대한 영향을 강조하였다.

선행연구들도 개인적인 특성에 관한 연구가 다양하게 진행되어 통제 위치(Holst, 1990; 신용국 외, 2009; 김세화 외, 2010), 주도적 성격과 성취욕구(민병철, 하성욱, 2013), 창의성(김두리 외, 2020), 규칙적 운동(정대용, 김인건, 2009), 일반 자기효능감(Williams, 1997), 감정안정(Houghton et al., 2004), 자아존중감(Williams, 1997; 김두리 외 2020), 연령 및 직무 경험(Khan, 2000), 심리적 자본(양필석, 최석봉, 2012), 성취욕구(고환상, 서재현, 2012), 핵심 자기평가(김해룡, 양필석, 2008), 의사소통 능력(최민수, 박선주, 2017) 등의 요인을 연구하였다.

조직 관련 요인으로는 조직 내의 관계(Houghton & Yoho, 2005), 조직 내 신뢰와 조직의 역량(Bligh et al., 2006; 손은일 외, 2008), 조직후원인식(김세화 외, 2010), 권한 위임과 자율성(김해룡, 김쌍언, 2009), 조직문화와 직무만족(가선영, 남승하, 2018) 등에 관한 연구가 진행되었다. Neck과 Houghton(2006)은 몰입, 독립성, 긍정적 감정, 직무만족, 심리적 임파워먼트, 자기효능감, 창의성, 혁신, 신뢰, 팀 역량 등을 통해 셀프리더십에 영향을 미쳐 개인과 팀, 조직의 성과를 향상한다(Neck, Houghton, 2006)고 하여 개인 특성과 조직 관련 요인을 함께 강조하였다.

제2절 자기효능감(self-efficacy)

1. 자기효능감 개념

자기효능감은 인간의 지식습득을 개인의 인지와 행동, 경험, 주위 환경이 상호작용하며 영향을 미치는 것이라고 보는 사회인지이론(social cognitive theory)과 함께 등장한 개념이다. Bandura(1977)는 자기효능감을 특정 행동을 수행하는 능력에 대한 개인의 자신감의 정도라고 하고, 행동에 영향을 주는 중요한 요인 중 하나로 보았다. 또한, 자기효능감을 예측 불가능한 상황에서 개인이 행동을 잘 조직하고 이행할 수 있는가에 관한 판단(Bandura, 1977)이라고 정의하였다. 즉, 자기효능감이란 개인이 결과를 얻는데 필요한 행동으로 성공적으로 수행할 수 있는 능력이나 기술에 대한 신념이다(Bandura, 1982).

여러 가지 상황에서 과업을 성공적으로 수행할 수 있다는 자기 능력에 대한 동기적 신념으로 서로 다른 상황과 과업에 따른 효과적인 업무수행에 대한 확신의 정도이다(Gardner, Pierce, 1998). 이는 단순히 개인이 지닌 능력 자체를 의미하는 것이 아니라 그 능력을 얼마만큼 발휘할 수 있는가를 판단하는 것이다(Vealey, 1986). 인간의 행동 변화는 행위자가 특정 목표에 대하여 달성할 수 있다는 믿음과 기대로부터 나오며 그러한 신념은 목표를 달성하는 과정 안에 행동의 선택과 지속성에 영향을 미친다(Bandura, 2006).

자기효능감은 자신이 겪은 다양한 경험이나 타인의 성공 경험을 학습함으로써 발전시킬 수 있으며, 자신을 둘러싸고 있는 사람들로부터의 격려나 개인의 정서 상태에 따라 영향을 받는다(Bandura, 2006). 자기효능감이 높은 사람은 문제 상황에 대하여 회피하거나 두려움 없이 적극적으로 참여하

며 인내심 있게 대처하여 자기 능력을 발전시키고 지속적인 성장을 하지만, 자기효능감이 낮은 사람은 부정적인 평가로 인해 극복할 수 있는 문제도 회피하고 쉽게 일을 포기함으로써 성장과 능력 신장의 기회도 놓치게 된다(Bandura, 1982). 일반적으로 자기효능감이 높은 사람은 환경에 대한 두려움도 통제력도 높아 실제의 실력보다 지각할 수 있는 자기효능감에 따라 높게 지각될 수도 있지만 자기효능감 차이는 실제 직무 수행에 영향을 미친다(강영식, 2006).

2. 자기효능감 구성요소

Bandura(1986)는 자기효능감을 지정된 유형의 성과를 달성하는 데 필요한 행동 과정을 조직하고 실행하는 능력에 대한 사람들의 판단으로 정의했다. 직무를 성공적으로 수행하여 성과를 달성할 수 있다는 기술이나 능력에 대한 신념은 자신감, 자기조절 효능감, 과제난이도와 같은 요소로 구성되어 각각 상호작용을 통해 다양한 상황에서 영향을 미친다.

자신감은 자신의 가치와 능력에 대한 확실한 믿음으로서 성공적인 과제 수행을 위해 발휘할 수 있는 의지력과 확신의 정도를 의미한다(Bandura, 1977). 즉, 자신감이란 자신의 가치 기준과 능력에 대한 자신의 확신 또는 믿음 정도이다. 자기효능감을 구성하는 요소로서의 자신감은 스스로의 능력에 대한 개인의 확신 또는 신념의 정도라고 볼 수 있다(Sherer et al. 1982). 이러한 자신감은 자기 능력에 대한 인지적인 판단과정을 통해 성립되고, 정서 반응으로 표출된다(Bandura, 1986).

자기조절 효능감이란 개인의 자기조절, 즉, 자기관찰, 자기판단, 자기반응을 잘 사용할 수 있는가에 대한 효능기대라 할 수 있으며 자기조절 효능감은 개인이 목표를 달성하기 위해 인지과정인 자기판단, 자기관찰과 효능기

대로서 자기반응의 동기 과정을 잘 사용할 수 있다(Bandura, 1997). 자기 조절 체계가 인간 행동의 기본이기 때문에 인간은 자기행동을 관찰하고, 자신의 목표 기준에 비추어 자신의 수행을 판단하며 긍정적이라면 새로운 목표를 설정하고 부정적이라면 자신의 목표를 이루기 위해 부가적인 행동을 하는 반응을 보이게 된다(Bandura, 1986; Zimmerman et al., 1992; 조승우, 김아영, 1998; 권정임, 2018에서 재인용).

셋째, 과제난이도는 자신이 가진 능력에 따른 과제 수준을 설정하는 것이며, 이는 능력에 비하여 높은 수준의 과제는 기피하고 통제할 수 있는 수준의 과제를 선호하는 것을 말한다(Bandura, 1997). 자기효능감이 높은 개인은 도전적이고 진취적인 목표를 선택한다(Latham, 1989). 자기효능감이 낮은 개인은 자신의 한계를 뛰어넘는 상황을 염려하고 피하려 하며, 그들이 조절할 수 있다고 생각하는 상황만을 선택하고 행동한다. 과제난이도 선호는 자신이 감당하고 다룰 수 있다고 생각하는 도전적인 과제를 선택하는 과정을 통해 표출된다(Bandura, 1997).

<표 2-5> 자기효능감 구성요소

세부 하위요소	내 용
자신감	자신의 가치 기준과 능력에 대한 자신의 확신 또는 믿음의 정도
자기조절 효능감	개인의 자기조절, 즉, 자기관찰, 자기판단, 자기반응을 잘 사용할 수 있는가에 대한 효능기대
과제난이도	자신이 가진 능력에 따른 과제 수준을 설정하는 것을 말하며, 이는 능력에 비하여 높은 수준의 과제는 기피하고 통제할 수 있는 수준의 과제를 선호하는 것

3. 자기효능감 영향요인

Bandura(1977)는 자기효능감 형성에 영향을 미치는 요인으로 성취경험, 대리경험, 언어적 설득, 정서적 각성을 제시하였다. 첫째, 성취경험(performance accomplishment)은 스스로가 실제 그 과제를 수행해 본 결과 성공이나 실패의 경험에 의한 것으로 이러한 것은 인지적 과정을 거쳐 자기효능감에 영향을 미친다. 성취경험에 의한 정보는 개인이 체험한 경험에 기반하고 있어 특히 효과적이다. 개인이 성공적인 성취경험을 하는 경우 자기효능감은 증진되며, 반대로 실패를 반복적으로 경험하는 경우 자기효능감은 저하된다. 반복적인 성공을 통해 자기효능감이 형성되고 난 후에는 일시적인 실패로 인한 부정적인 영향은 줄어들 것이다. 성취경험을 통해 증진된 자기효능감은 개인의 부족함으로 인해 성과가 약화한 다른 상황으로 일반화되는 경향이 있다.

둘째, 대리경험(vicarious experience)은 자신과 비슷하다고 생각되는 타인이 어려운 과제를 성공적으로 수행하는 것을 보면, 자신도 지속해서 더 큰 노력을 기울이면 과제를 해낼 수 있을 것이라는 기대를 하게 되는 경험을 말한다. 다른 사람들이 부정적인 결과 없이 괄목할만한 활동을 수행하는 것을 보는 것은 자신들도 노력을 강화하고 지속한다면 향상될 것이라는 기대를 불러일으킬 수 있다. 대리경험이 자기효능감에 더 큰 영향을 미치기 위해서는 모델링의 방법을 통해 모델링의 대상이 열심히 노력함으로써 어려움을 극복하는 것을 관찰하게 하고, 노력에 따른 명확한 결과 및 보상을 강조하는 것이 필요하다. 또한 자신과 모델의 유사성을 강조하며, 다양한 모델이 성공적으로 수행하는 것을 관찰하게 하는 것이 효과적이다. 이와 같은 대리경험은 자신의 수행 능력에 대한 자기효능감을 증진하고 이는 다시 자신의 직무 수행에 영향을 미친다.

셋째, 언어적 설득(verbal persuasion)은 개인에게 주어진 활동이나 업무를 수행할 수 있는 능력을 충분히 보유하고 있다고 언어로써 설득하는 방법이다. 특정 과제를 해결할 때 주변 사람들의 언어적 설득이나 격려는 자기효능감을 향상한다. 이 또한 성취 경험과 유사하게, 긍정적인 피드백이 제공될 때 자기효능감을 향상하고 부정적인 피드백이 제공될 때 자기효능감을 하락시킨다. 언어적 설득은 사용이 편리하고, 신속하게 이용할 수 있어 사람의 행동에 영향을 미치기 위해 광범위하게 사용되고 있다. 이러한 언어적 설득은 설득자의 권위, 신뢰성, 확실성 및 노력 정도에 따라 설득의 효과가 달라진다.

마지막으로 정서적 각성(emotional arousal)은 사람이 스트레스를 받고 부담이 되는 상황에 당면하게 되면 일반적으로 개인 역량에 관한 유익한 가치를 가진 정서적 각성을 유발하여 자기효능감에 영향을 미친다. 사람들은 스트레스에 대한 불안과 취약성을 판단할 때 생리적 각성의 상태에도 부분적으로 의존한다. 일반적으로 정서적으로 흥분한 상태에서는 성과를 약화시키기 때문에 긴장되고 동요하는 경우보다 안정되어 있을 때 성공에 대한 가능성을 더 크게 기대한다.

<표 2-6> 자기효능감 영향요인

영향요인	내 용
성취경험	스스로가 실제 그 과제를 수행해 본 결과 성공이나 실패의 경험에 의한 것
대리경험	타인이 과제를 성공적으로 수행하는 것을 보면, 자신도 과제를 해결할 수 있을 것이라는 기대
언어적 설득	개인에게 주어진 활동이나 업무를 수행할 수 있는 능력을 충분히 보유하고 있다고 언어로써 설득하는 방법
정서적 각성	사람이 스트레스를 받고 부담이 되는 상황에 당면하게 되면 일반적으로 개인 역량에 관한 유익한 가치를 가진 정서적 각성을 유발하여 자기효능감에 영향을 미침

제3절 직무만족(job satisfaction)

1. 직무만족 개념

직무에 대해 만족한다는 것은 개인의 행복만이 아니라 조직의 효율적인 관리와 운영이라는 측면에서도 매우 중요한 사항이며, 성취감과 보람을 느껴 직무에 대한 가치를 높이고, 수행하는 과제의 성과를 증진시킨다. 직무만족에 대해 Hoppock(1935)은 사람이 자신의 직무에 만족한다고 말하게 하는 원인이 되는 생리적·심리적·환경적 상황의 조합이라고 하였다. Vroom(1964)은 구성원들이 담당하는 업무적인 역할에 대한 개인의 감성적 방향이라고 정의하였다. 한편, McCormick과 Tiffin(1965)은 그 직무에서 얻어지거나 경험한 욕구 충족(need satisfaction)에 대한 정도라고 하고, Quinn과 Thomas(1973)는 보상, 안전, 감독 등과 같은 특별한 직무내용에 대한 만족도를 근거로 수량화된 개선의 정도라고 하였다.

Locke(1976)는 직무만족이란 개인이 직무나 직무 경험을 평가한 결과로 얻어지는 긍정적이고 호의적인 감정상태라고 정의하였고, Smith(1995)는 직무만족이란 각 개인이 자신의 직무와 관련하여 경험하는 모든 감정의 집합체 또는 이러한 감정의 안정된 상태에서 기인하는 일련의 태도라고 정의하였다. Hellman(1997)은 직무만족은 직무에 대한 조직원들의 정서적 반응을 의미하며, 조직원들이 조직에 바라는 것과 실제로 조직으로부터 제공받는 것에 대한 차이에 관한 인지적 반응의 결합상태로 정의하였다.

결국, 직무만족은 조직구성원이 자신의 직무와 관련된 직무 자체와 직무 환경에 대하여 얼마나 만족하는지에 관한 주관적 태도의 정서적·감정적 만족 상태로 정의할 수 있다(김다희, 2010).

2. 직무만족 구성요소

직무만족은 일반적으로 직무 자체와 개인이 발견하는 보상, 만족, 좌절 등에 대한 감정적이며 인지적인 평가로 심리적 측면과 보상적 측면에 대한 인식의 정도로 정의할 수 있으며, 한 개인이 조직구성원으로서 자신의 직무와 직무환경에 대한 즐거움의 정도, 긍정적으로 느끼는 정서적 상태로 다양한 요인에 영향을 받는다(노종희, 2001).

Locke(1976)는 직무만족을 구성하고 있는 주요 요소로는 직무 그 자체, 급여, 승진 기회, 감독, 동료 작업자 등으로 크게 내재적인 직무만족과 외재적인 직무만족으로 분류하고 있다. 내재적 직무만족이란 직무를 수행하면서 성취감이나 자아실현과 같은 느낌을 경험하는 것으로 직무의 난이도, 도전 정신, 중요성, 다양성, 책임 등 직무 그 자체의 내재가치가 주는 만족감이며, 외재적 만족감은 조직, 동료들이나 상사로부터 주어지는 보상, 작업환경, 직무와 관련된 승진 등 직무 수행의 결과에 따라 직무 외적으로 부여된 보상 가치에 대한 만족을 의미한다(박석규, 2014). 내재적 직무만족은 직무 그 자체에서 얻는 만족으로 업무에 대한 만족으로 볼 수 있고, 외재적인 만족은 직무 수행 결과에 따라 직무 외적으로 부여된 것으로 업무에 얼마나 몰입하느냐에 따라 발생한다.

<표 2-7> 직무만족 구성요소

세부 하위요소	내 용
내재적 만족	직무를 수행하면서 성취감이나 자아실현과 같은 느낌을 경험하는 것으로 직무 그 자체의 내재 가치가 주는 만족감으로 업무에 대한 만족의 정도
외재적 만족	직무 수행의 결과에 따라 직무 외적으로 부여된 보상 가치에 대한 만족으로 업무에 대한 몰입의 정도

3. 직무만족 영향요인

직무만족에 영향을 미치는 요인에 대하여 많은 선행 연구가 이루어졌지만, 직무가 하나의 실체가 아니고 역할, 책임, 과업, 상호작용 등의 복잡한 구조로 얽혀 있어 특정한 요인이 어떠한 과정과 역할을 통해 직무만족에 영향을 미치는가를 명확하게 규정한다는 것은 사실상 불가능하다(신승훈, 2012; 신혜숙, 2008).

직무만족에 영향을 주는 요인으로 Vroom(1964)은 감독, 작업집단, 직무내용, 승진의 기회, 작업시간, 임금 등의 6가지 요인을 들고 있으며, Alderfer(1967)는 부가급부, 임금, 동료에 의한 존중, 상사에 의한 존중, 성취의 5가지 요인으로 분류했다. Herzberg(1968)는 직무만족 요인으로는 성취, 인정, 직무 자체, 책임, 성장 등을, 직무불만족 요인으로는 회사의 정책과 관리, 감독, 업무조건, 대인관계 등을 들고 있다. Locke(1976)는 직무만족 요인으로 직무 자체, 임금, 승진, 인정, 복리후생, 작업환경, 감독, 동료관계, 회사의 경영방침 등의 9가지 요인으로 구분하였으며, 오석홍(2000)은 동료들과의 원만한 관계, 보수, 신분의 안정, 근무조건, 리더의 성격, 승진의 기회 등을 제시하였다.

직무만족에 영향을 미치는 독립변수로 역할갈등, 교육·훈련, 리더십 및 공정성, 심리적 분위기, 조직문화, 임파워먼트, 직무스트레스, 서비스 지향, 직무 특성 및 경력 특성, 멘토 관계, 참여 활동, 신뢰 등을 활용한 연구가 주를 이루었다(이대근, 김용재, 2015).

제4절 혁신 행동(innovation behavior)

1. 혁신 행동 개념

혁신과 창의성은 각종 연구에서 종종 같은 의미로 사용되기도 하는데, 두 용어 사이에는 본질적인 것보다는 강조하는 것의 차이에 있다(West & Farr, 1990). 창의성은 새롭고 유용한 아이디어의 생성과 관련이 있고, 혁신은 유용한 아이디어의 생성 또는 채택 및 아이디어의 구현과 관련이 있다(Mumford & Gustafson, 1988). Kanter(1988)는 아이디어 생성을 많은 사회적 요인이 영향을 미치는 복잡한 과정의 한 단계일 뿐이라고 하였으며, 혁신은 개인, 집단, 조직 또는 보다 광범위한 사회에 상당히 유익한 아이디어, 과정, 제품 또는 절차 중 새로운 것을 찾아내어 역할담당자, 집단 또는 조직이 의도적으로 도입하고 적용하는 것이다(West & Farr, 1990). 이러한 관점에서 개인의 혁신은 문제 인식과 참신하거나 채택된 아이디어나 솔루션의 생성으로 시작된다(Scott & Bruce, 1994).

혁신행동은 개인 혹은 집단이 개발한 창의적인 아이디어를 채택하고, 이를 유용한 제품 및 서비스로 활용할 수 있게 전환하는 과정으로써, 새로운 아이디어, 전략 프로세스, 제품 그리고 서비스의 개발 및 실행의 과정에서 개인의 문제해결 능력을 통해 창조성을 증가시킬 수 있는 능력을 의미한다(Amabile, 1988). Kanter(1988)는 혁신행동을 문제 인식과 아이디어 채택 또는 해결책의 생성으로부터 시작하여 아이디어에 대한 지지자를 연합하여 개인의 아이디어를 제품이나 서비스, 공정으로 만드는 과정이라고 하였고, West와 Farr(1989)는 조직에 새로운 아이디어 및 절차를 의도적으로 도입하고, 이를 적용하는 것이 혁신행동이라고 정의하였다.

Scott과 Bruce(1994)는 혁신행동의 출발점을 창의성으로 인식하고 구체

적 행동으로 새로운 기술이나 프로세스 또는 제품 아이디어를 찾는 행동, 다른 사람들의 아이디어를 자극하고 증진하는 행동, 새로운 아이디어를 실행하는데 필요한 자금을 찾아내고 확보하는 행동, 새로운 아이디어를 실행하는데 필요한 적절한 계획을 수립하고 스케줄을 잡는 행동 등을 혁신행동으로 제시하고 있다. 따라서 혁신행동은 창의성보다는 광의의 개념이며, 역할 외 행동(extra-role behavior)의 한 유형으로 기존의 과업 수행이 아닌 자발적 행동으로 조직의 경쟁력 강화에 이바지한다(Scott & Bruce, 1994).

2. 혁신행동 구성요소

Scott과 Bruce(1994)는 혁신행동의 구성요소로서 혁신인식, 혁신개발, 혁신실행을 제시하였다. 혁신인식은 자신의 직무와 관련된 조직 내·외부의 문제를 진단하고 변화의 필요성을 깨닫는 과정이며, 다음으로 혁신개발은 이렇게 조직 상황에 대한 문제점과 변화의 필요성을 인지하고 나면 문제해결을 위한 대안 마련 등을 의미한다. 혁신실행은 개발된 아이디어를 실제로 현장에 적용하는 과정을 의미한다.

Janssen(2000)은 혁신행동을 아이디어의 개발, 홍보, 실현 등 세 가지 구성요소로 제시하였다. 아이디어 개발은 업무와 관련하여 어렵고 난해한 문제를 해결하기 위해 어떤 분야에서 새롭고 쓸모 있는 아이디어를 발견하고 찾아내는 것을 말하고, 아이디어 홍보는 새롭게 개발된 아이디어의 실현을 위한 지원을 해줄 후원자들을 확보하고, 아이디어의 실현에 필요한 힘과 역량을 도출하고 혁신을 모형화하여 지속해서 실행하는 것을 말하며, 마지막으로 아이디어 실현은 혁신아이디어의 실용적 가치를 따져보고 잘 다듬어 조직에서 유용하게 쓰일 수 있도록 혁신적 모델을 생성하고, 혁신아이디어를 체계적으로 직무 활동 내에 적용하는 것을 말한다(Janssen, 2000).

즉, 새로운 아이디어를 실행하는 것에 필요한 적절한 계획을 수립하고 스케줄을 잡는 등의 행동을 제시하는 것이다(Scott & Bruce, 1994).

<표 2-8> 혁신행동 구성요소

세부 하위요소	내 용
아이디어 개발 (idea-generation)	<ul style="list-style-type: none"> · 문제의식을 바탕으로 자신이 맡은 업무, 팀과 조직의 성과 향상을 도모할 수 있는 새로운 아이디어를 생성 · 외부 환경으로부터 문제해결에 도움이 되는 정보를 획득하거나 외부에서 개발된 아이디어 도입 및 활용 포함 · 문제를 해결하기 위한 아이디어를 창출하거나 외부의 창의적인 아이디어를 수용하는 것
아이디어 홍보 (idea-promotion)	<ul style="list-style-type: none"> · 아이디어 실현을 지원해줄 수 있는 후원자를 찾기 위한 다양한 노력을 의미 · 아이디어 개발 이후 실현을 지원해줄 후원자를 확보하고 연합체를 구성하는 것
아이디어 실현 (idea-realisation)	<ul style="list-style-type: none"> · 실제 업무에 새로운 아이디어를 적용해보는 것 · 아이디어에 대한 가치검증과 체계적인 계획수립을 포함 · 새롭고 유용한 아이디어를 상품, 서비스 등 조직의 업무와 타분야에도 적용하여 성과 향상에 이바지하는 것

출처 : 조성윤(2018)의 연구를 재인용

3. 혁신행동 영향요인

혁신행동에 영향을 미치는 요인에 대해 살펴본 결과 개인의 특성, 조직의 특성, 리더십 등 다양한 요인이 영향을 미친다.

개인의 특성과 관련하여 이민호(2011)는 과업을 수행하는 담당자의 능력, 의지 및 노력에 따라 아이디어를 활용하여 수행하는 정도가 달라질 수 있다고 한다. 이문선, 강영순(2003)은 개인의 창의성이 혁신행동의 선행요인으로 어떤 요인보다 우선하여 고려되어야 함을 입증하였다.

조직특성과 관련하여 박희서 등(2008)은 조직 환경적 특성과 조직문화가

창의성을 향상시키고, 창의성은 혁신적 업무 행동을 증진한다고 하였다. 김종우 등(2007)은 리더십, 팀워크 구축, 조직개발 등의 다양한 차원에서 혁신행동을 촉진하는 것을 확인하였다. 송정수, 양필석(2008)은 심리적 임파워먼트와 조직 공정성이 혁신행동에 유의미한 영향을 미치고 있다고 한다. 최인옥 등(2011)은 집단문화는 혁신행동과 유의미한 정(+)의 관계, 위계 문화는 혁신행동과 부(-)의 관계를 갖는 것을 확인하였다.

리더와 구성원의 관계 및 리더십이 혁신행동과 어떠한 관계가 있는가와 관련하여 Scott과 Bruce(1994)는 리더십을 구성하는 리더의 역할기대, 리더-구성원 교환관계가 혁신행동에 정(+)의 영향을 주는 것을 확인하였다. 이인석(1999)은 리더와 구성원 간의 교환관계(LMX) 및 팀 내 구성원 간의 교환관계(TMX)의 질이 높다고 지각하는 사람일수록 혁신행동을 많이 한다는 사실을 확인하였다. 윤대혁, 정순태(2006)는 카리스마, 지적 자극, 개별적 배려와 같은 변혁적 리더십의 하위차원의 요인들이 혁신행동에 유의미한 영향을 주고 있음을 실증 분석하였다.

송정수, 양필석(2009)은 상사 신뢰는 혁신행동에 직접적으로 영향을 미치는 동시에 심리적 임파워먼트를 걸쳐 간접적인 영향을 미친다고 하였으며, 김근향 등(2012)은 셀프리더십이 구성원의 혁신행동과 정적인 영향관계를 맺고 있는 것을 확인하고, 구성원의 조직몰입이 부분 매개하는 것을 실증 분석하였다. 정원호, 윤인수(2016)는 셀프리더십이 높은 조직구성원이 낮은 조직구성원보다 혁신행동을 더 많이 한다고 주장한다.

실증분석 결과를 보면, 개인 특성의 내적 통제 위치와 조직에 대한 자부심, 과업특성의 업무강도와 조직특성에서 혁신을 지원하는 조직문화 및 외부의 압력적인 요인 등이 혁신행동과 유의미한 관계를 나타내고 있으며, 구성원의 셀프리더십도 혁신행동의 중요한 영향요인이다.

제5절 고객지향성(customer orientation)

1. 고객지향성 개념

시장의 경쟁이 격화되고, 정보화 사회가 진전되면서 고객만족이 기업 경영의 중요한 변수로 주목받음에 따라 기업들은 생존의 관점에서 고객에 대한 욕구 탐색과 서비스의 질적 수준을 높이고, 조직의 역량을 고객지향성에 초점을 맞추어 이를 강화하는 활동과 노력을 전개해 왔다(이강수, 2016; 김미경, 2017 재인용). 고객의 욕구를 충족시킬 수 있는 우수한 가치를 지속해서 창출하기 위하여 기업의 목표 고객을 완전히 이해하는 것을 고객지향성이라고 한다(Levitt, 1981). 고객지향성은 고객의 시각과 관점에서 기업 활동을 행하는 것을 의미하는 것으로 기업의 마케팅이 고객 관점에서 인지되고 고객의 이익을 증진하는 방향으로 진행되어야 한다는 것을 의미한다.

Saxe와 Weitz(1982)는 고객지향성을 서비스제공자와 고객 간의 상호작용 과정에서 고객의 욕구 충족과 고객 이익이 최대화될 수 있는 서비스 결정이 내려지는 태도라고 정의한다. Swan et al.(1985)은 고객지향이란 고객의 욕구를 파악하여 친절하고 신속한 반응으로, 고객의 필요와 욕구 해결을 위한 능력을 구성요건으로 보았고, Narver와 Slater(1990)는 고객지향성을 공급자 관점의 시장지배를 위한 시장지향성 위주의 개념에서 벗어나 직접 고객과 접촉을 통해 고객의 기대와 욕구를 파악하고, 다른 경쟁자보다 더 나은 서비스를 충족시키는 활동으로 경쟁우위를 창출하는 보다 적극적이고 다양한 활동 개념으로 제시하였다. Ruekert(1992)는 고객이 요구하는 관련 정보를 획득하여 사용하고 고객의 필요와 요구를 만족시키는 전략을 추진하여 고객의 요구와 필요에 대응하는 전략을 수행하는 수준이라고 하였다.

국내 연구자로 이영석(2002)은 고객지향성을 고객의 기대를 이해하고 보

다 나은 가치와 욕구를 충족시키는 모든 활동으로 정의하였고, 여용재(2008)는 조직이 고객의 필요와 욕구를 확인하고 충족시키기 위해 장기적으로 고객이 추구하는 이익을 최우선으로 하는 신뢰의 집합이라 하였으며, 김영식(2008)은 고객지향성을 종업원의 고객만족 문화로 인식하면서, 고객에게 양질의 가치를 충족시키려고 기업이 추구하는 서비스지향성의 수행 정도라고 정의하였다.

전유정, 이수범(2011)은 기업이 목표를 달성하기 위해 목표시장에서의 고객의 기대와 욕구를 파악하여 경쟁기업보다 효과적으로 고객을 만족시키려고 하는 개인 수준의 핵심적인 활동요소로 정의하였다. 배채수(2013)는 이러한 고객지향성을 현장에서 고객의 이익을 우선시하며, 고객이 원하는 욕구를 충족시키기 위해 노력하는 구성원들의 신뢰적 행위와 인식의 집합으로 정의하였다.

고객지향성의 중요성에 대해 Saxe와 Weitz(1982)는 고객이 서비스제공자의 행동으로 서비스 품질 대부분을 평가하므로, 서비스제공자의 고객지향성은 중요한 역량요인이 되며, 고객만족과 서비스 품질에 있어서 주요한 영향요인이 된다고 하였다. Ruekert(1992)는 고객지향성을 서비스기업에서 경쟁우위 확보를 위한 핵심적인 요소라고 하였다. 또한, Hoffman과 Ingram(1992)은 서비스기업 종사원들의 고객지향적 행동이 궁극적으로 고객과의 장기적인 관계를 구축하는데 이바지한다고 하였다. 정기한 등(2007)도 기업의 장기적인 경영성과에 구성원들의 고객지향성에 대한 개념이 중요한 영향을 미친다는 점을 강조하였다.

최근 기업들이 성과 제고를 위해 구성원들의 업무 관련 행동과 태도 변화를 통해 직무만족과 조직몰입을 제고시키고자 하는 노력은 고객지향적인 서비스를 바탕으로 고객이 요구하는 서비스와 제품을 제공함으로써 기업이 추구하는 성과를 이끌어낼 수 있다(이강수, 2016; 김미경, 2017 재인용).

2. 고객지향성 구성요소

Saxe와 Weitz(1982)는 고객지향성의 구성요소로 고객 구매결정 지원, 고객 욕구평가 지원, 고객 욕구에 부합하는 제품 제시 및 명확한 설명, 기만적 판매전술의 회피, 강압적 판매수단 금지 등 여섯 가지를 제시하였다. Williams(1992)는 고객의 만족스러운 구매결정을 도우려는 의지, 고객 스스로 그들의 욕구를 평가하도록 도우려는 의지, 고객욕구에 부합하는 제품 제시, 고객만족과 사후관리 활동, 고객에 대한 상생적 관계 철학 등으로 구성된다고 하였다. Donavan et al.(2004)은 고객지향성의 차원을 고객욕구 파악, 고객욕구 충족, 서비스 제공, 개인적 관계 등 4가지 관점으로 분류하여 제시하였다.

Kotler(2003)는 고객지향성은 종업원이 고객의 관점에서 고객의 욕구와 기대수준을 이해하고 경쟁자보다 효과적인 방법으로 그들의 욕구를 충족시킴으로써 차별적인 경쟁우위를 창출하는 것이 중요하다고 하였다. 즉, 고객지향성은 기대수준과 욕구 등 고객에 대한 이해와 효과적인 방법으로 고객의 욕구를 충족시키는 고객에 대한 배려에서 출발한다고 할 수 있다.

이러한 관점에서 Saxe와 Weitz(1982)의 6가지 요인을 구분해 보면 고객 구매결정 지원과 고객 욕구평가 지원 행위는 고객에 대한 이해, 고객 욕구에 부합하는 제품 제시 및 명확한 설명과 기만적 판매전술의 회피, 강압적 판매수단 금지는 고객에 대한 배려이다. Stock과 Hoyer(2005)는 고객지향성을 기업의 매출이나 수익을 극대화하고자 하는 것이 아니라, 고객 입장에서 고객의 욕구와 필요가 무엇인지 파악하는 관점이라고 하였다.

2000년대 들어 고객지향성에 대한 시각은 판매 목적에서 장기적인 관계를 유지하여 기업 목표를 달성하는 전략으로 변화되었고, 이러한 장기적 고객 확보는 기업가치 형성에 중요한 요소로 작용하여, 조직구성원이 고객

에게 제공한 서비스에 대한 자기효능감과 성과 창출이라는 만족과 기업가치 창출이라는 목적을 달성하게 된다(조석중, 2018).

<표 2-9> 고객지향성 구성요소

세부 구성요소	내 용
고객에 대한 이해	<ul style="list-style-type: none"> · 고객의 기대수준과 욕구 등 고객의 필요를 이해 · 고객 구매결정 지원 · 고객 욕구평가를 위한 지원
고객에 대한 배려	<ul style="list-style-type: none"> · 효과적인 방법으로 고객의 욕구를 충족 · 고객욕구에 부합하는 제품 제시 · 명확한 설명 · 기만적 판매전술의 회피 · 강압적 판매수단 금지

3. 고객지향성 영향요인

고객만족의 중요성 커짐에 따라 구성원의 고객지향성은 기업 성공의 핵심 요인으로 인식되고 있다. Donovan et al.(2004)은 고객지향성이 직무만족, 직무몰입에 긍정적인 정(+)의 영향을 미치며, 높은 수준의 고객지향성을 가진 구성원의 서비스 제공은 고객과의 상호작용 속에서도 성공적인 업무수행 능력을 보인다고 하였으며, Frank와 Park(2006)은 고객지향성이 높은 구성원은 직무와 관련된 스트레스를 적게 받아 역할갈등과 모호성을 잘 극복하여 직무만족도를 높인다고 하였다.

국내연구에서도 최낙환(1997)은 조직이 고객만족과 고객중심적으로 전략을 시행하면 종사원의 역할에 대한 기대가 확실해지고 조직몰입의 정도가 높아져 고객지향성도 높아진다고 하였다. 김석영(2010)은 호텔종사자의 직무만족, 직무몰입, 경력관리, 고객지향성의 영향 관계에서 직무만족과 직무

몰입으로 고객지향성을 높일 수 있다고 하였다. 최경화, 박광희(2012)는 고객지향성이 직무성과에 유의한 긍정적인 영향을 미치고, 고객에 대한 배려와 고객 중심적 사고는 직무만족과 유의한 관계가 있음을 입증하였다.

김민경, 김성수(2014)는 종사원이 자신이 속한 조직에 몰입, 애사심, 일체감을 가질 때, 좀 더 향상된 고객서비스를 제공하고자 하는 고객지향적인 태도를 갖는다는 것을 알 수 있다고 하였다. 한편, 박봉규(1998)는 고객지향의 결정요인으로 직무만족이나 조직몰입보다 직원의 자발적 행동이 더 큰 영향을 미친다는 점을 밝혔다.

Hoffman과 Ingram(1991)은 직무만족이 고객지향성에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 관계를 사회교환이론으로 설명하고, 상사와 부하는 서로 다양한 유형의 이익을 주고받을 수 있고 상사는 보상과 승진의 결정, 심리적 배려와 지원, 멘토의 역할 등 다양한 혜택을 줄 수 있으며, 구성원은 조직에 대한 공헌이나 상사에 대한 충성과 노력 등을 하게 되므로 이러한 구성원의 행동은 직무만족도가 상승하는 원인으로 작용하여, 고객지향적 사고가 높아진다고 하였다(Hoffman & Ingram, 1991). 이와 같은 연구 결과는 조직구성원의 직무만족도를 관리하는 내부고객 만족의 중요함을 나타내어 기업에서는 내부적인 조직관리 및 인사관리의 필요성이 우선시 되고 있다(조석중, 2018).

제6절 연구가설

1. 셀프리더십과 자기효능감의 관계

셀프리더십과 자기효능감과의 관계 사이의 연구를 살펴보면 Neck과 Manz(1996)는 셀프리더십이 직무성과에 미치는 원리로서 자기효능감과의 관계를 제시했다. Prussia et al.(1998)은 셀프리더십과 자기효능감, 그리고 학업 성과와의 관계 연구에서 셀프리더십은 자기효능감에 정(+)¹⁾의 영향을 미치고, 자기효능감은 학업 성과에 정(+)²⁾의 영향을 미치며, 셀프리더십과 학업 성과와의 관계에서 자기효능감은 매개의 작용을 하는 것으로 연구하였다. Manz와 Neck(2010)은 셀프리더십을 발휘했을 때 개인의 자기효능감과 직무성과가 함께 영향을 준다고 말했다. Houghton과 Neck(2002)은 셀프리더십을 행동지향 전략, 자연보상 전략, 건설적 사고 전략의 세 가지 하위카테고리로 연구하였다.

국내연구로 김연선, 김성혁(2010)은 특급호텔 직원의 셀프리더십, 팀워크, 자기효능감, 직무만족 및 조직몰입 및 직무성과에 관한 인과관계 연구에서 셀프리더십이 팀워크와 자기효능감, 직무 태도 및 직무성과에 정(+)³⁾의 영향을 준다는 것을 밝혔다. 신구범(2010)은 부산지역 서비스기업 종사원을 대상으로 셀프리더십이 자기효능감과 직무성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 셀프리더십은 자기효능감에 정(+)⁴⁾의 영향을 미친다고 하였다. 조성호 등(2016)은 호텔베이커리 종사자 500명을 대상으로 실시한 셀프리더십이 자기효능감 및 조직몰입에 미치는 영향에 대한 분석에서 행위중심 전략, 자연보상 전략, 건설적 사고 전략은 자기효능감에 정(+)⁵⁾의 유의한 영향을 미치는 것을 실증 분석하였다.

이러한 선행연구들을 살펴본 결과, 셀프리더십은 자기효능감을 통해 긍

정적인 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 컨설턴트는 수진기업의 문제해결과 성공적인 성과 달성을 위해 자기관리를 통해 자기 행동을 조정하고 통제하여 스스로의 일에 대한 가치와 보람을 찾는 셀프리더십을 통해 컨설팅을 성공적으로 수행할 수 있는 능력이나 기술에 대한 신념인 자기효능감을 증진시킬 것이라는 예상이 가능하다. 따라서 본 연구에서는 선행연구에 기초하여 아래와 같은 가설을 설정하였다.

[가설 1] 컨설턴트의 셀프리더십은 자기효능감에 정(+의 영향을 미친다.

2. 셀프리더십과 직무만족의 관계

Neck과 Houghton(2006)은 조직의 구성원이 내면에 보유한 셀프리더십 행동이 자기 자신의 자율성 증가를 의미하므로 직무만족에 유의미한 영향을 미치는 것으로 보고하였다. 김성환, 김재원(2016)은 여행사 투어가이드의 셀프리더십이 직무만족과 업무성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 투어가이드 셀프리더십의 행동지향 전략, 자연보상 전략, 건설적 사고 전략의 세 가지 측면이 직무만족에 미치는 영향을 분석한 결과, 행동지향 전략과 자연보상 전략이 직무만족의 내적 만족요인에 유의한 영향을 가지고 있는 것을 제시하였으나, 건설적 사고 전략은 직무만족에 영향력을 미치지 못한다는 것을 확인하였다.

유현희, 현병환(2019)은 에너지·환경 분야 연구자의 셀프리더십이 자기효능감, 직무성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 셀프리더십과 자기효능감은 직무만족을 제고하고, 직무성과에 간접적으로 영향을 미친다고 하였다. 김한성(2003)은 중학교 교사를 대상으로 한 셀프리더십과 직무만족도의 관계에 관한 연구에서 셀프리더십은 직무 자체, 인간관계, 성취감의 영향으

로 직무만족도를 높일 수 있으나, 외적 요인인 보상체계와 작업 안정성에 대하여 영향을 미치지 않는 것으로 나타나, 셀프리더십의 발휘에 따라 직무만족 수준은 달라질 수 있기에 직무만족도를 향상시키기 위해서는 셀프리더십을 배양하고 발휘할 수 있는 방법이 마련되어야 한다고 주장하였다.

이러한 선행연구들을 통해 셀프리더십이 직무만족에 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 컨설턴트도 과업이나 환경 여건을 재설계하고, 과제수행에 영향을 미치는 프로세스 재구조화를 통한 과제해결에 따른 성취감이나 자아실현을 경험함으로써 직무만족을 얻을 것이라는 예측이 가능하다. 따라서 본 연구에서도 선행연구에 기초하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 2] 컨설턴트의 셀프리더십은 직무만족에 정(+)의 영향을 미친다.

3. 셀프리더십과 혁신행동의 관계

Manz와 Sims(2001)는 셀프리더십을 조직 내 모든 구성원이 스스로 동기 부여 할 수 있는 효과적인 행동을 발견하고, 긍정적인 내적 보상과 건설적 사고로 자신의 효율성을 극대화하는 과정이라고 하였다. 즉, 셀프리더십은 자신이 좋아하는 일을 수행하는 경우 그 자체만으로 행복이나 만족감을 느끼게 되는 내재적 동기를 통해 혁신행동을 유도한다(Manz & Neck, 2004).

Houghton과 Yoho(2005)는 셀프리더십을 가진 조직구성원들은 본인이 좋아하는 일을 수행할 경우, 그 자체만으로도 행복이나 만족감을 느낄 수 있으며, 이 과정에서 내면의 보상심리가 작용해 혁신적인 행동이 나타나게 된다고 하였다. 또한 Ryan과 Deci(2000)는 개인이 자기 행동을 스스로 결정하고 선택하는 자기 결정성의 수준이 높을 때 내재적인 동기가 발생되며, 자율성이 갖춰졌을 때 조직 내 구성원들은 셀프리더십을 통해 자기 행

동에 긍정적인 영향을 미치게 되고, 이는 정신적, 신체적 능력을 향상시키고, 직무 수행 능력을 증대시켜 조직의 목표 향상에 긍정적인 영향을 미치게 된다고 하였다.

Carmeli et al.(2006)은 셀프리더십의 구성요소들도 혁신행동에 영향을 준다고 하였다. 첫째, 행동지향 전략을 활용하는 구성원들은 자기 관찰을 통해 스스로 목표를 설정하고, 자기 교정과 자기 보상을 통하여 내재적으로 동기를 유발하고, 이러한 구성원들은 목표지향적인 부분에 관심과 노력을 기울임으로써 과업에 몰두하므로, 혁신행동에 긍정적인 영향을 미치게 되고, 둘째, 자연보상 전략을 취하는 구성원들은 자신의 업무에서 즐거움을 찾게 되면서 이러한 현상은 혁신적인 행동에 직접적인 영향을 나타내게 되며, 셋째, 건설적 사고 전략은 긍정적인 자기 대화 등을 통해 변화에 적극적으로 대응하는 혁신행동을 유도한다고 하였다(Carmeli et al., 2006).

국내연구로 정원호, 윤인수(2016)는 셀프리더십이 혁신행동에 정(+의 영향을 미치며, 이는 셀프리더십이 높은 조직구성원이 낮은 조직구성원보다 혁신행동을 더 많이 하는 것을 의미한다고 주장하였다. 주희, 이형룡(2012)은 호텔 직원의 셀프리더십이 혁신행동에 미치는 영향에 관한 연구에서 셀프리더십의 구성요소인 행동지향 전략과 자연적 보상 전략, 건설적 사고 전략 모두 혁신행동에 유의한 정(+의 영향을 미친다고 주장하였다. 이희준, 황찬규(2021)는 ICT/SW 중소기업 구성원을 대상으로 한 연구에서 셀프리더십이 자기효능감과 심리적 임파워먼트를 통하여 혁신행동에 긍정적인 영향을 미치고 셀프리더십 전략 유형 중 자연보상, 행동지향, 건설적 사고 순으로 영향이 크다고 주장하였다.

이러한 선행연구들을 통해 셀프리더십이 혁신행동에 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 컨설턴트의 경우 자기통제에 의한 프로젝트 수행을 통한 내재적 동기 유발, 문제해결에 따른 업무수행의 즐거움과 방안 마련을 위

한 긍정적인 자기대화 등은 혁신행동에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 유추할 수 있다. 따라서 본 연구에서도 이러한 선행연구에 기초하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 3] 컨설턴트의 셀프리더십은 혁신행동에 정(+)의 영향을 미친다.

4. 셀프리더십과 고객지향성의 관계

Williams와 Attaway(1996)는 조직문화, 커뮤니케이션, 권한 강화 등의 요인이 고객지향성에 유의한 영향을 미친다고 설명하였고, Hartline et al.(2000)은 권한 위임, 공식화, 집단사회화 요인, 행위 기준 종업원 평가들이 조직 내 종업원이 가지는 조직몰입과 고객지향성에 대하여 공유가치를 증가시킨다고 하였다(여용재, 2008). 조직구성원이 주인의식을 가지고 고객을 응대함으로써 고객과 장기적인 관계를 구축하여 조직성과 향상에 기여한다(Hoffman & Ingram, 1992)는 점에서 셀프리더십이 중요하게 작용한다.

박주상(2011)은 민간경비원의 셀프리더십이 고객지향성에 유의한 영향을 미친다고 하였으며, 박상배(2012)는 스포츠센터 지도자를 대상으로 셀프리더십이 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구에서 셀프리더십의 하위요인인 행위전략, 인지전략은 신뢰성과 고객 배려에 유의한 영향을 미쳤다고 하였다. 또한, 김성중(2014)은 지방공무원을 대상으로 한 연구에서 셀프리더십이 고객지향성에 긍정적 영향이 있음을 보여주었다.

김수진(2016)은 호텔종사자들의 셀프리더십이 임파워먼트와 고객지향성에 유의미한 영향을 미치는 것을 확인하였고, 김영태 등(2011)의 호텔종사자를 대상으로 한 연구에서는 셀프리더십의 하위요인 중 자기 존중, 자기

비판, 자기 보상이 강한 직원일수록 고객지향성도 높다고 보고하고 있다. 안용기(2021)는 특급호텔 종사원을 대상으로 실시한 연구에서 셀프리더십의 하위요인인 행동지향 전략, 건설적 사고 전략, 자연보상 전략 모두 고객지향성에 정(+)의 유의한 영향을 미친다고 주장하였다.

고객지향성은 고객과의 상호작용으로 고객의 Needs를 파악하고 이를 충족하였을 때 생긴다(Brown et al., 2002; 이태준 외, 2020). 컨설턴트의 업무는 고객과의 긴밀한 소통을 통해 최적의 해결 방안을 찾는 과정으로 과제를 성공적으로 수행하고자 하는 컨설턴트의 셀프리더십은 고객지향성에 유의적인 영향을 미칠 것으로 추측이 가능하다. 따라서 본 연구에서도 이러한 선행연구에 기초하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 4] 컨설턴트의 셀프리더십은 고객지향성에 정(+)의 영향을 미친다.

5. 자기효능감과 직무만족의 관계

자기효능감이란 개인이 결과를 얻는데 필요한 행동으로 성공적으로 수행할 수 있는 능력이나 기술에 대한 신념이다(Bandura, 1982). 자기효능감이 높으면 책임감이 높고, 도전적인 목표를 설정하고 목표를 달성하기 위해 노력함으로써 개인 및 조직의 업무성과와 직무만족감을 높인다(Gist & Mitchell, 1992). Klassen과 Chiu(2010)는 자기효능감이 높은 교사들이 직무만족도가 높다는 것을 발표하였고, Caprara와 Steca(2006)는 직무만족도가 환경이나 직무 특성 외에 성격 특성이나 자기효능감과 같은 개인 특성과 밀접한 관련성을 가지고 있음을 밝혔다.

신구범(2010)은 서비스기업 종업원을 대상으로 셀프리더십이 자기효능감 및 직무성과에 미치는 영향에 대한 실증연구 결과 자기효능감이 직무만족

에 영향을 미치고는 있으나 직무성과에 더 높은 영향력을 보인다고 하였다. 박보람 등(2016)이 호텔 서비스 접점 종사원을 대상으로 한 분석 결과 자기효능감이 직무만족에 통계적으로 유의한 정(+)의 결과를 확인하였다. 오주연, 박장혁(2018)은 항공 승무원의 자기효능감이 직무만족에 미치는 영향을 검증한 결과, 자기효능감의 자신감 요인이 직무만족에 긍정적인 영향을 미치는 것을 밝혔다.

컨설턴트는 자신의 가치와 능력에 대한 믿음을 바탕으로 고객에 대한 컨설팅을 진행하므로 자신감이 필수적인 구성요소이다. 오주연, 박장혁(2018)의 연구에서처럼 성공적인 과제 수행을 통한 성취 경험은 자신감 향상을 통해 자기효능감을 증진시키고, 이는 컨설턴트의 내재적인 직무만족을 강화하는 효과를 가져올 것으로 추정할 수 있다. 따라서 본 연구에서도 이러한 선행연구에 기초하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 5] 컨설턴트의 자기효능감은 직무만족에 정(+)의 영향을 미친다.

6. 자기효능감과 혁신 행동, 고객지향성의 관계

자기효능감이 높은 사람은 자신의 삶을 스스로 통제하려고 하고, 보다 도전적인 과제를 수행하려고 하는 혁신적 성향을 가지고 있다(Bandura, 1990). Parker와 Price(1994)는 자기효능감이 구성원들의 개별적 성과뿐만 아니라 혁신 행동 향상에도 중요한 역할을 수행한다는 연구 결과를 보여주었다.

국내연구로는 이희준, 황찬규(2021)가 ICT/SW 중소기업 구성원을 대상으로 한 연구에서 자기효능감이 혁신 행동에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것을 확인하고, 자기효능감을 높게 인식하는 구성원은 성공에 대한 열망이

높다고 할 수 있고 혁신성향이 높다고 제시하였다. 엄영호(2019)는 서울, 경기지역 외식종사원을 대상으로 실시한 연구에서 자기효능감 중 ‘자기조절 효능감’과 ‘과제난이도 선호’가 혁신행동에 정(+)의 영향을 미치는 결과를 제시하였다.

홍현경(2012)의 호텔 직원을 대상으로 한 연구에서는 자기효능감의 3개 요인(자기조절감, 자신감, 과업도전감) 모두 혁신행동에 유의한 영향을 미친다고 제시하였다. 이혁진(2019)에 의하면 조직구성원들의 자기효능감 지각 수준이 높아지면 자신의 업무수행 능력에 대한 믿음이 확립되어 더욱더 도전적인 목표를 세우고자 하는 자발적인 동기부여가 나타나게 되어, 높은 자기효능감 지각은 혁신행동 및 추가적 노력에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미친다고 주장하였다.

홍현경(2012)은 자기효능감과 조직구성원 행동에 대한 경로분석의 결과 자기효능감이 이타주의, 양심적 행동, 예의 바른 행동, 정당한 행동, 구성원의 노력으로 구성된 조직구성원의 행동에 유의한 정(+)의 영향을 미친다고 하였다. 다른 경우와 마찬가지로 자기효능감이 높은 서비스제공자는 직업에 대한 확고한 신념을 증진시킬 수 있어 자기효능감은 고객지향성에 유의한 영향을 주는 요인이 될 수 있다(Pinquart et al., 2003).

서비스 부서에서 근무하는 종사원의 자기효능감은 긍정적인 감정 상태를 유발하므로, 자기효능감이 높을수록 고객을 비롯한 자신과 접하는 대인관계에서 친절한 행위와 적극적인 자세를 가지게 되어(박웅열, 남기민, 2008) 자기효능감이 고객지향성에 유의한 영향을 보이는 것을 알 수 있다.

이상우(2020)는 호텔구성원을 대상으로 한 연구에서 자기효능감이 높은 구성원일수록 고객 관련 서비스에 적극적으로 행동할 가능성이 크고, 자신에 대한 믿음과 열정이 높기 때문에 고객과 관련된 문제에도 신속히 대처하므로, 구성원의 자기효능감은 고객지향성에 정(+)의 영향을 준다고 하였

다. 제예인, 이인희(2022)는 의료미용서비스 종사자를 대상으로 한 연구에서 자기효능감의 하위요인인 자기조절 효능감, 자신감, 과제난이도 선호가 높아지면 고객욕구 충족, 서비스제공 욕구가 높게 나타나고, 자기조절 효능감, 자신감이 높아지면 고객욕구 파악이 높게 나타난다고 하여 자기효능감과 고객지향성에는 긍정적인 관계가 있음을 보여주었다. 이종호, 허희영(2012)은 항공사 승무원을 대상으로 한 연구에서 승무원들의 자기효능감이 긍정적인 정서표현에 미치는 긍정적인 도움을 주고 있음을 보여주고 있다.

고객의 과제를 해결할 수 있다는 자신감과 효과적이고 성공적인 과제수행은 컨설턴트의 아이디어를 개발하고, 실현함으로써 혁신행동을 강화하고, 고객의 욕구 충족과 서비스 제공 욕구를 높여 고객지향성에 긍정적인 영향을 미칠 것을 예상할 수 있다. 따라서 본 연구에서도 이러한 선행연구에 기초하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 6] 컨설턴트의 자기효능감은 혁신행동에 정(+)의 영향을 미친다.

[가설 7] 컨설턴트의 자기효능감은 고객지향성에 정(+)의 영향을 미친다.

7. 직무만족과 혁신행동, 고객지향성의 관계

Locke(1976)는 직무만족이란 개인이 직무나 직무 경험을 평가한 결과로 얻어지는 긍정적이고 호의적인 감정상태라고 하였다. Hellman(1997)은 직무만족이란 직무에 대한 조직원들의 정서적 반응을 의미하며, 조직원들이 조직에 바라는 것과 실제로 조직으로부터 제공받는 것에 대한 차이에 관한 인지적 반응의 결합상태라고 정의하였다. 남승하, 정종원(2017)은 직무에 만족한 조직구성원은 조직에 대한 충성도나 일에 대한 집중도, 육체적·정

신적 건강 및 개인의 삶의 질을 높이는데 기여하는 반면, 불만족한 조직구성원은 이직하거나 직무에 대한 성실도가 떨어져 조직 내의 분위기를 부정적으로 몰고 가는 등의 부정적 결과를 초래할 가능성이 크다고 하였다.

Connolly와 Viswesvaran(2000)은 조직구성원들의 혁신행동이 수행하는 직무에 대한 만족감을 토대로 형성되는 성과개념이라고 하였다. 자신의 직무에 대해 긍정적인 감정 상태를 가진 구성원은 기존의 직무 수행 규칙이나 절차에 얽매이지 않고 스스로 문제해결에 적합한 새로운 아이디어를 추구(Amabile et al., 1996)하는 혁신행동이 일어난다고 하였다. 이러한 혁신행동은 내재적 동기유발에 의해 영향을 받으며, 과업 그 자체에 대한 흥미, 즐거움, 만족에 따라 내재적으로 동기유발 될 때 창의적일 수 있고, 성과로 이어진다고 하였다(Amabile et al., 1996).

Wanberg와 Banas(2000)에 따르면 직무만족도가 높은 구성원들은 공식적으로 요구되지는 않지만, 조직의 성과 향상을 위해 창의적인 방법을 모색하고, 자신의 직무를 통해 성장의 기회로 받아들이고 자발적인 행동을 하여 혁신행동에 영향을 미친다고 하였다. Judge et al.(2001)도 직무만족 수준이 높은 구성원들은 외적 요구가 없더라도 자신의 업무를 성장의 기회로 받아들여 자발적인 행동을 한다고 하였다.

Mudor와 Tooksoon(2011)은 직무만족이 증가하게 되면 종업원 성과는 높아지며, 자발적 이직률과 결근율은 낮아지게 된다고 한다. 또한, 직무에 대해 높은 수준의 만족을 하는 조직구성원은 직무 활동에 더 긍정적으로 접근하며, 외부에 자신이 속한 조직을 홍보하고, 조직 내에서 원만한 인간 관계를 형성한다(김상진, 한진수, 2006).

오종철, 양태식(2012)은 서비스기업 종사자를 대상으로 한 연구에서 직무만족은 조직구성원들의 창조적 아이디어 및 혁신에 대한 자각, 업무 증진을 위한 아이디어의 창출 등과 같은 혁신행동에 영향을 미친다고 하였다.

강경희, 김문중(2019)은 교육 프랜차이즈 종사자들을 대상으로 한 연구에서 직무만족이 혁신행동에 유의한 영향을 미치고, 직무만족이 높은 구성원들은 자신의 일에 대한 아이디어의 개발 및 실행과 같은 혁신행동을 할 수 있다는 사실을 확인하였다. 송정수, 양필석(2008), 이홍재, 차용진(2014), 송건섭, 나병선(2014), 유정화, 이수경(2021) 등의 많은 연구에서 직무만족이 혁신행동에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것을 실증하였다..

Hoffman과 Ingram(1991)은 직무만족은 고객지향성에 긍정적인 정(+)의 영향을 미치는 가장 기본적이고 확실한 요인이라고 하였다. 또한, Ahmed와 Rafiq(2002)는 권한 위임, 상호협조 및 통제, 동기부여가 종업원의 직무만족도를 높임으로써 고객지향성에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. 즉, 직무만족이 높은 종업원은 동기부여가 되어 고객 접점에서 고객지향적 태도와 행동을 취하게 되어, 고객지향성에 긍정적인 영향을 미쳐 고객만족이 향상됨에 따라 서비스업의 고객 유지와 기업의 성공에 직접적인 영향으로 작용한다(이상정, 2006).

직무만족과 고객지향성의 관계에 관한 실증연구를 살펴보면, 임태중(2021)은 의료기관 종사원을 대상으로 한 연구에서 직무만족이 고객지향성에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 구성원이 자신의 직무에 만족하고 직무가 가치 있다고 인식하는 경우, 구성원이 고객의 문제에 관심을 갖고 고객에게 더 적절한 서비스를 제공하기 위해 노력함을 보여준다고 하였다. 정승훈 등(2014)은 IT 아웃소싱을 수행 중인 IT서비스 공급자의 직무만족은 조직의 심리적 안정성을 심어주고, 동기부여 함으로써 고객지향성에 긍정적인 영향을 주는 것을 밝혔다.

김맹진, 서진우(2010)는 커피전문점 종사원, 전영상, 박진영(2011)은 여행사 종사원, 김동성 등(2020)은 골프 리조트 종사자, 최호규, 심우극(2013)은 지방공무원, 이종호(2014)는 호텔종사원, 김태성(2014)은 KTX 승무 서비스

종사자, 이신우 등(2015)은 항공사 지상직 종사자, 백영애 등(2015)은 미용 서비스산업 종사자, 고미애, 김재곤(2015)은 호텔종사원, 최정희 등(2020)은 의류매장 관리자, 추교원, 정재현(2020)은 증권회사 영업 지점의 종사원, 김대웅 등(2021)은 현장 기술자를 대상으로 하는 등 다양한 분야에서 직무만족이 고객지향성에 유의한 정(+)의 영향을 미친다는 연구 결과를 보여주고 있다.

컨설턴트의 직무만족은 구성원들의 창조적 아이디어 및 혁신에 대한 자각과 아이디어 창출 같은 혁신행동을 강화하고, 고객의 문제에 보다 관심을 갖고 더 적절한 서비스를 제공하게 되어 고객지향성에도 유의적인 영향을 미칠 것으로 예상된다. 따라서 본 연구에서도 이러한 선행연구에 기초하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 8] 컨설턴트의 직무만족은 혁신행동에 정(+)의 영향을 미친다.

[가설 9] 컨설턴트의 직무만족은 고객지향성에 정(+)의 영향을 미친다.

8. 자기효능감의 매개효과

Prussia et al.(1998)은 Southwestern University의 대학생을 대상으로 한 연구에서 셀프리더십은 자기효능감에 정(+)의 영향을 미치고, 자기효능감은 학업성과에 정(+)의 영향을 미치며, 자기효능감이 셀프리더십과 학업성과의 관계에서 매개 작용을 하는 것을 밝혔다. 권선영 등(2009)은 대학생의 자기효능감과 셀프리더십이 대학생활 적응 능력 및 만족도에 미치는 영향 분석에서 자기효능감은 매개변인으로서 역할을 하는 것을 확인하였다.

김희진(2020)은 사회복지사를 대상으로 한 연구에서 셀프리더십이 직무

만족에 미치는 영향에서 직무만족에 대한 자기효능감의 정(+)의 매개효과를 확인하였다. 최고은(2020)은 제조업 근로자를 대상으로 한 연구에서 셀프리더십과 직무만족 간의 관계에서 자기효능감은 직무만족의 내향적 가치와 외향적 가치를 부분 매개 하는 것으로 나타났고, 셀프리더십 수준이 높을수록 자기효능감이 높으며, 자기효능감 수준이 높을수록 직무만족 중 내향적 가치와 외향적 가치에 대한 만족이 높다고 하였다.

컨설턴트의 경우에도 김희진(2020)의 사회복지사에 대한 연구에서와 같이 스스로의 자율성과 책임감으로 자신을 통제하는 셀프리더십은 자기효능감에 긍정적인 영향을 미치고, 이러한 긍정적인 영향은 자긍심을 강화시켜 셀프리더십이 직무만족에 미치는 영향을 매개할 것으로 추측할 수 있다. 선행 연구결과를 바탕으로 셀프리더십과 자기효능감, 직무만족 간의 관계에 대하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 10] 컨설턴트의 자기효능감은 셀프리더십과 직무만족 간의 관계를 매개한다.

셀프리더십과 혁신행동 간의 관계에 있어 자기효능감의 역할에 대하여 하동현(2018)은 국내 대형항공사에 소속 중인 객실 승무원들을 대상으로 한 연구에서 셀프리더십과 혁신행동 사이를 자기효능감이 매개하는 것을 밝혔다. 자기효능감을 소유하고 있는 정도를 더 높게 인식할수록, 혁신행동이 증가하는 결과를 보여주는 데, 이는 조직의 역동적 역량의 상연에 영향을 주고, 이 역동적 역량이 조직의 변화지향 활동을 촉진시키는 자아효능감의 특성에 기인하여 자아효능감이 혁신행동에 영향을 미치고, 더불어 자아효능감의 혁신행동에 대한 매개효과를 나타낸 것이다(하동현, 2018).

이희준, 황찬규(2021)는 ICT/SW 중소기업 구성원의 자기효능감이 셀프

리더십과 혁신행동 사이에 매개역할을 수행하고 있음을 확인하고, ICT/SW 중소기업이 대기업과는 달리 비교적 수평적인 조직을 운영함으로써 구성원의 자기효능감과 심리적 임파워먼트는 매우 중요하게 작용할 수 있음을 의미한다고 하였다. 한편, 황준연(2019)은 임파워링 리더십이 혁신행동에 미치는 직접효과와 매개변수인 자기효능감을 거쳐 혁신행동에 영향을 미치는 간접효과를 입증하였다.

컨설턴트의 과제수행은 고객과의 직접 접촉을 통해 도전적인 상황에서 과제를 해결하고 있어 창조적이고 혁신적인 사고의 필요성이 증대되므로 자기효능감의 증진을 통해 혁신행동에 영향을 미치게 되고, 하동현(2018)의 연구에서와 같이 자기효능감의 매개효과가 발생할 것을 예상할 수 있다. 이러한 자기효능감의 혁신행동에 대한 매개효과와 관련한 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 11] 컨설턴트의 자기효능감은 셀프리더십과 혁신행동 간의 관계를 매개한다.

셀프리더십과 고객지향성 간의 관계에서 자기효능감의 매개효과에 관한 연구가 그리 많지 않은 상황이나, 각종 리더십과 고객지향성 간에 발생하는 자기효능감의 매개효과에 관한 연구 결과를 통해 셀프리더십과 고객지향성 간에 작용하는 자기효능감의 매개효과를 유추할 수 있을 것이다.

김미경(2017)은 장애인 거주시설 종사자를 대상으로 한 연구에서 자기효능감이 감성리더십과 고객지향성 간의 관계에서 부분 매개하는 것을 밝혔다. 채정미(2022)는 영유아보육기관에 근무하는 보육교사를 대상으로 한 연구에서 변혁적 리더십과 고객지향성 간의 관계에서 변혁적 리더십의 구성요소인 이상적 영향력, 개별적 배려, 지적 자극, 동기부여와 자기효능감, 고

객지향성 간의 경로에서 간접효과가 성립되는 것을 확인하였다.

이형룡 등(2013)은 항공사의 객실 승무원을 대상으로 한 셀프리더십이 객실 승무원의 서비스지향성에 미치는 영향을 연구하였는데 자기효능감이 셀프리더십과 서비스지향성 간의 인과관계를 설명하는 중요 매개 요인임을 보여주고 있다.

컨설턴트는 고객과의 접점에서 문제를 해결하기 위해 고객과의 원활한 소통을 통해 고객에게 양질의 서비스를 강화하므로 컨설턴트의 셀프리더십은 자기효능감을 강화하여 고객지향성에 영향을 미치게 된다. 이러한 과정에서 선행연구 결과에서와 같이 자기효능감의 매개효과가 발생하리라는 것을 예상할 수 있다. 이에 따라 셀프리더십과 고객지향성 사이에서 자기효능감의 매개효과에 대하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 12] 컨설턴트의 자기효능감은 셀프리더십과 고객지향성 간의 관계를 매개한다.

9. 직무만족의 매개효과

직무만족의 혁신행동에 대한 매개효과와 관련한 연구로 송정수, 양필석(2008)이 자동차 영업사원들을 대상으로 하여 혁신행동이 셀프리더십에서 직접적인 영향을 받을 뿐만 아니라 직무만족을 통해서도 간접적으로 영향을 받는 것을 입증하여 직무만족감의 매개효과를 밝힌 것 외에는 명시적인 연구가 부족한 실정이다. 다만, 다른 독립변수와 혁신행동에 대한 직무만족의 매개효과를 살펴봄으로써 직무만족의 매개효과를 예상할 수 있다.

고득영, 유태용(2012)은 직장인 대상의 직무 자율성과 혁신행동 간에 직무만족이 부분적으로 매개하는 것을 밝혔고, 송건섭, 나병선(2014)은 테크

노파크 조직구성원을 대상으로 인적자원관리의 구성요소들의 직무만족을 통한 매개효과를 확인하였다. 이홍재, 차용진(2014)은 경찰공무원을 대상으로 사회자본과 혁신행동 간의 관계에서 직무만족의 간접적인 영향력을 밝혔다.

강선아, 이수범(2015)은 호텔 식음료 종사원의 의사소통과 혁신행동 간의 구조적 관계 연구에서 직무만족의 매개효과를 확인하였고, 김대욱, 이희재(2016)는 지방공무원의 조직 공정성에 대한 직무만족의 매개효과를 밝혔으며, 권오혁, 신영식(2018)은 미용업에 근무하는 종사자들의 예술적 창의성에 대한 직무만족의 매개효과가 있는 것을 확인하였다. 또한, 유정화, 이수경(2021)은 항공사 객실 승무원의 고용불안이 직무만족을 거치면서 혁신행동에 영향을 미치는 직무만족의 매개효과를 확인하였다.

긍정심리자본과 혁신행동의 관계에 대하여 하재만, 이은미(2018)는 외식기업 종사자, 강경희, 김문중(2019)은 교육 프랜차이즈 종사자, 이수현, 이정훈(2022)은 피부미용 종사자들을 대상으로 직무만족이 일정부분 매개역할을 하여 혁신행동을 증가시킬 수 있고 긍정심리자본의 역할을 강화하는 요인으로 작용하는 것을 확인하였다.

송정수, 양필석(2008)의 연구에서와 같이 컨설턴트의 경우에도 셀프리더십이 조직구성원의 직무만족에 영향을 미치고, 직무만족은 혁신행동에 영향을 미치게 된다. 또한 컨설턴트의 셀프리더십이 구성원의 혁신행동에도 영향을 미칠 것을 예상할 수 있다. 이를 바탕으로 직무만족이 셀프리더십과 혁신행동 간의 관계에 대하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 13] 컨설턴트의 직무만족은 셀프리더십과 혁신행동 간의 관계를 매개한다.

오영섭(2008)은 외식업 주방 종사자의 셀프리더십이 직무만족 및 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구에서 직무만족은 고객지향성에 정(+의 영향 관계를 미치는 것으로 보고하였고, 백현, 김용순(2010)은 여행사 종사원의 셀프리더십, 태도 및 고객지향성의 구조적 관계 연구에서 셀프리더십에 의해 종사원의 직무만족, 조직몰입 및 고객지향성이 높아진다는 것을 보여주었다. 또한, 김영태 등(2011)은 호텔종사원의 셀프리더십이 직무만족, 고객지향성에 미치는 영향 관계 연구에서 셀프리더십은 직무만족에 유의한 영향을 미치고, 본인의 직무에 만족한 직원은 결과적으로 조직성과 중의 하나인 고객지향성에도 유의한 영향을 미치는 것으로 나타난다고 하였다.

박상배(2012)는 스포츠센터 지도자의 셀프리더십에 따른 직무만족이 고객지향성에 영향을 준다고 밝히고, 셀프리더십은 스포츠센터 지도자 자신의 직무에 대한 자기 영향력 확대와 동기유발을 하게 되는 과정이라는 점에서 자기 행동 개발을 유도하고, 자신에 대한 신뢰와 믿음을 바탕으로 서비스 접점에서 고객에게 적극적으로 임하여 고객지향성의 향상을 이끌어낸다고 하였다. 김성중(2014)은 지방공무원의 셀프리더십이 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구에서 직무만족의 매개효과를 확인하고, 개인의 자발적 목표설정과 행동을 통한 셀프리더십 향상이 고객지향 행정 구현의 정책적 대안으로 도입될 수 있다는 가능성을 시사한다고 하였다.

한편, 추교원, 정재현(2020)은 증권회사 지점 종사자의 내부마케팅이 직무만족, 직무몰입, 고객지향성 및 직무성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 내부마케팅 요인 중 권한 위임과 보상제도, 교육연수가 직무만족을 매개로 고객지향성에 영향을 미치고, 이는 다시 직무성과에 영향을 미치는 이중매개효과가 있음을 확인하였다. 박진만(2021)은 미용서비스업체 종사원을 대상으로 한 조직구성원의 HRM 활동 인식이 직무만족과 고객지향성, 고객만족, 재무적 성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 정보공유와 광범위한

교육훈련이 직무만족을 매개로 고객지향성에 영향을 미치고, 이것이 다시 재무적 성과에 영향을 미치는 것을 확인하였다.

셀프리더십이 직무만족에 유의한 영향을 미치고, 직무만족은 고객지향성에 유의한 영향을 미치며, 셀프리더십은 고객지향성에 유의한 영향을 미치는 관계가 선행연구에서 확인되었다. 셀프리더십이 직무만족을 매개로 고객지향성에 영향을 미치는 다양한 분야의 선행연구가 있어 컨설턴트의 셀프리더십과 고객지향성의 관계에서도 직무만족의 매개효과를 예상할 수 있다. 이러한 선행연구 결과를 바탕으로 다음과 같이 가설을 설정하였다.

[가설 14] 컨설턴트의 직무만족은 셀프리더십과 고객지향성 간의 관계를 매개한다.

유현희, 현병환(2019)은 에너지·환경 분야 연구자의 셀프리더십이 자기효능감, 직무만족과 직무성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 셀프리더십은 자기효능감과 직무만족을 매개로 하여 직무성과에 간접적인 영향을 미친다고 하며, 연구자의 셀프리더십이 높을 경우 자기효능감이 제고되고, 자기효능감이 제고된 연구자는 업무에 만족하게 되어 궁극적으로 직무성과에 긍정적인 영향을 나타낸다고 하였다.

채정미(2022)는 변혁적 리더십이 보육교사의 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구에서 상사 신뢰는 자기효능감을 매개하여 직무열의에 유의한 정(+)의 영향을 미치며, 자기효능감 및 직무열의를 매개하여 고객지향성에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 다중매개를 확인하였다.

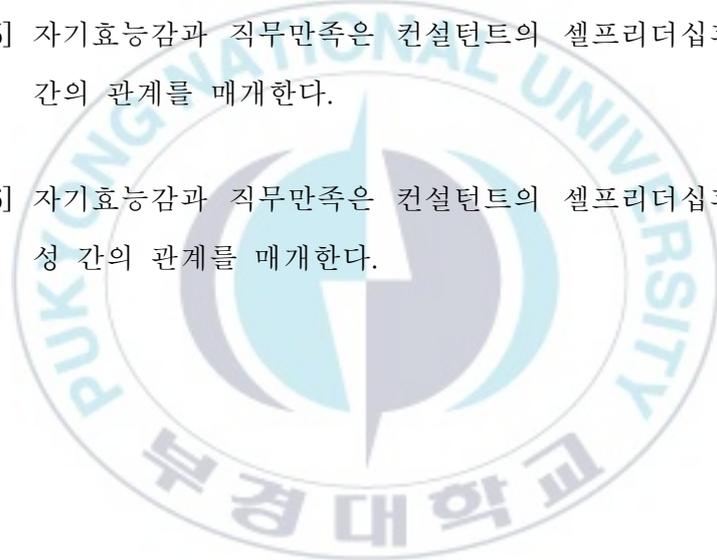
김대욱, 이희재(2016)는 지방공무원의 인식을 중심으로 조직 공정성, 직무만족, 조직몰입, 혁신행동의 구조적 관계 분석에 관한 연구에서 조직 공정성과 혁신행동의 관계에서 직무만족과 조직몰입이 이중 매개효과를 보이

고 있음을 확인하였다. 유정화, 이수경(2021)은 항공사 승무원을 대상으로 한 연구에서 고용불안은 직무스트레스와 직무만족을 매개로 혁신행동에 유의적인 부(-)의 영향력이 있는 것으로 나타나는 것을 확인하였다.

셀프리더십과 구성원의 행동 간의 자기효능감과 직무만족의 다중매개를 연구한 자료가 많지는 않으나, 컨설턴트의 경우에도 자기효능감과 직무만족이 셀프리더십 구성요소와 구성원의 행동의 이중 매개효과 예측이 가능하여 선행연구 결과를 바탕으로 다음과 같이 가설을 설정하였다.

[가설 15] 자기효능감과 직무만족은 컨설턴트의 셀프리더십과 혁신행동 간의 관계를 매개한다.

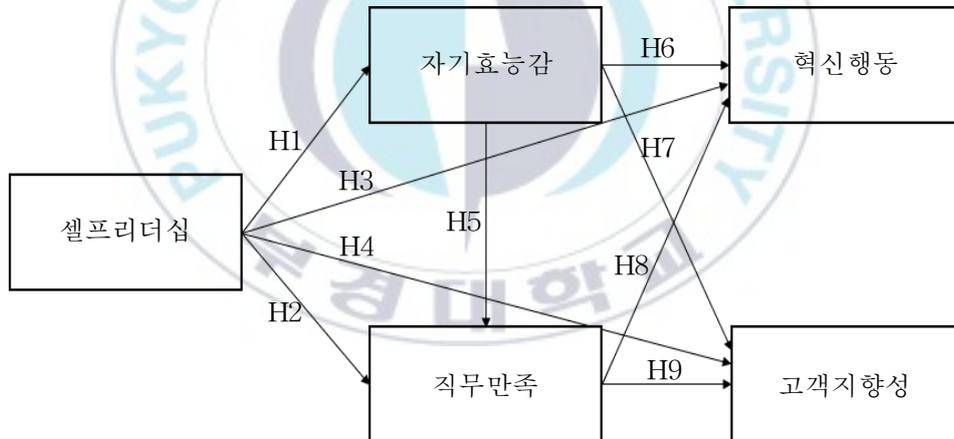
[가설 16] 자기효능감과 직무만족은 컨설턴트의 셀프리더십과 고객지향성 간의 관계를 매개한다.



제3장 연구방법

제1절 연구모형

본 연구에서는 앞서 살펴본 선행연구의 결과와 컨설팅 현장에서 발생하는 다양한 내용을 바탕으로 컨설턴트들을 대상으로 하여 셀프리더십이 자기효능감과 직무만족을 매개로 혁신행동, 고객지향성과 같은 행동에 미치는 영향을 분석하고자 한다. 앞서 제시한 가설에 기초하여 도출한 연구모형은 다음 <그림 3-1>과 같다.



H10, H11, H12 : 셀프리더십 → 자기효능감 → 직무만족, 혁신행동, 고객지향성
H13, H14 : 셀프리더십 → 직무만족 → 혁신행동, 고객지향성
H15, H16 : 셀프리더십 → 자기효능감 → 직무만족 → 혁신행동, 고객지향성

<그림 3-1> 연구모형

제2절 변수측정

1. 셀프리더십

셀프리더십의 구성요소로 행동지향 전략, 자연보상 전략, 건설적 사고 전략의 세 가지로 구분하였으며 Prussia et al.(1998)이 개발하고, 고희일(2011)이 수정·보완한 척도를 본 연구목적에 적합하게 수정하여 행동지향 전략 및 자연보상 전략 각 5문항, 건설적 사고 전략 6개 문항으로 정리한 16개 문항을 Likert 5점 척도로 측정하였다. 변수 측정을 위한 셀프리더십 구성요소별 설문 항목의 구성내용은 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 행동지향 전략과 관련한 설문 항목은 일의 진행 정도를 자주 확인, 일을 어떻게 하고 있는지를 항상 점검, 일을 얼마나 잘하고 있는지 주의 기울임, 의식적인 목표 설정, 일의 진행 정도 기록으로 5문항을 구성하였다.

둘째, 자연보상 전략과 관련한 설문 항목은 업무상 책임 영역 확장 노력, 업무상 책임을 넓힐 수 있는 방법에 집중, 내가 할 수 있는 새로운 책임에 대한 생각, 할당된 책임보다 더 열심히 하려는 노력, 책임을 넘어서는 활동들을 찾으려는 노력으로 5문항을 구성하였다.

셋째, 건설적 사고 전략과 관련한 설문 항목은 스스로 문제를 해결하려고 노력, 내 힘으로 문제를 해결하는 것을 선호, 문제발생시 스스로 문제 해결, 내 마음 속에서 문제에 대한 해결책을 발견, 일하는 방법 개선 노력, 직무상 할 수 있는 긍정적인 변화 생각으로 6문항을 구성하였다.

2. 자기효능감

본 연구에서는 자기효능감에 대한 Bandura(1977)의 정의를 적용하여 Chen et al.(2001)이 개발하고, 김연선(2008)이 사용한 문항을 바탕으로 컨설턴트의 특성을 반영하여 자기조절 4문항과 자신감 4문항을 Likert 5점 척도로 측정하였다. 요인별 구체적인 설문 문항의 내용은 다음과 같다.

첫째, 자기조절 관련 항목은 스스로 세운 목표 대부분을 달성 가능, 어려운 일을 극복할 수 있다는 확신, 중요시 하는 것의 획득 능력이 있다는 생각, 노력하면 무슨 일이든 성공할 수 있다는 믿음으로 4문항을 구성하였다.

둘째, 자신감 관련 항목은 어려움 극복 확신, 다양한 일들을 잘 할 수 있다는 확신, 다른 사람보다 일을 더 잘할 수 있다는 자신감, 상황이 좋지 않더라도 무슨 일이든 잘할 수 있다는 확신으로 4문항을 구성하였다.

3. 직무만족

본 연구에서는 Meyer et al.(2002)과 Wu와 Norman(2006)이 개발하여 사용한 6개 설문 항목을 김연선(2008)이 수정한 직무만족에 대한 설문 항목을 준용하여 Likert 5점 척도로 측정하였다. 설문 항목은 업무에 대한 만족과 업무에 대한 몰입 두 요인으로 구성하였으며, 요인별 구체적인 설문 문항의 내용은 다음과 같다.

첫째, 업무에 대한 만족과 관련한 설문 항목은 현재의 업무수행에 느끼는 기쁨과 보람, 전반적인 업무에 대한 만족, 업무가 생활에 꼭 필요한 요소, 다른 사람보다 자신의 일에 대한 애정으로 4문항을 구성하였다.

둘째, 업무에 대한 몰입과 관련한 항목으로 대부분 시간을 열심히 일하는데 소비, 자신의 업무수행에 대한 열정으로 2항목을 구성하였다.

4. 혁신 행동

본 연구가 컨설턴트를 대상으로 하여 진행되는 점을 감안하여 Scott과 Bruce(1994)가 개발한 척도를 바탕으로 백영미(1998), 김일천(2003), 김영호(2009)의 연구에 사용된 문항을 수정하여 임광민(2020)이 금융기관 종사자를 대상으로 사용한 문항을 준용하여 Likert 5점 척도로 측정하였다. 설문 항목은 아이디어의 발굴 및 지지와 아이디어의 실현·적용으로 구분하여 2개 요인으로 구성하였다.

첫째, 발굴 및 지지 구축과 관련하여 난제 해결을 위한 새로운 아이디어 개발, 업무수행에 활용될 수 있는 새로운 도구나 방법 탐색, 혁신적 아이디어에 대한 공감대 형성 노력으로 3문항을 구성하였다.

둘째, 실현·적용과 관련하여 아이디어를 잘 다듬어 유용하게 쓰일 수 있도록 활용방안 마련, 체계적 방법으로 아이디어를 업무에 도입, 아이디어의 실용적 가치 확인으로 3문항을 구성하였다.

5. 고객지향성

본 연구에서는 Saxe와 Weitz(1982)가 개발하고, Narver와 Slater(1990)가 측정한 15개 문항을 기본으로 서광열(2009)이 연구에 사용한 척도로 임광민(2020)이 수정·보완한 설문 문항에 대하여 컨설턴트의 특성을 반영하여 고객 배려 3개 문항, 고객 이해 4개 문항으로 구성된 고객지향성 관련 설문 문항을 Likert 5점 척도로 측정하였다.

첫째, 고객에 대한 배려와 관련하여 고객을 최우선으로 생각, 고객의 행동에 대한 관심, 고객의 문제 중요시로 3문항을 구성하였다.

둘째, 고객에 대한 이해와 관련하여 고객에게 필요한 서비스를 미리 예상, 고객에게 필요한 설명을 상세히 제공, 고객의 입장에서 해결 노력, 고객과의 약속 이행으로 4문항을 구성하였다.

<표 3-1> 설문 항목의 구성

구분	변수	측정 도구	문항			참고문헌
			번호	문항수		
독립 변수	셀프리더십	행동지향 전략	1~5	5	16	Prussia et al.(1998) 고형일(2011)
		자연보상 전략	6~10	5		
		건설적 사고 전략	11~16	6		
매개 변수	자기효능감	자기조절	1~4	4	8	Bandura(1977) Chen et al.(2001) 김연선(2008)
		자신감	5~8	4		
	직무만족	업무만족	1~4	4	6	Meyer et al.(2002) Wu & Norman(2006) 김연선(2008)
		업무몰입	5~6	2		
종속 변수	혁신행동	발굴 및 지지 구축	1~3	3	6	Scott & Bruce(1994), 백영미(1998), 김일천(2003), 김영호(2009), 임광민(2020)
		실현, 적용	4~6	3		
	고객지향성	고객 배려	1~3	3	7	Saxe & Weitz(1982), Narver & Slater(1990), 서광열(2009), 임광민(2020)
		고객 이해	4~7	4		
인구 통계적 특성	소속 회사 형태, 성별, 연령대, 학력, 소득, 컨설팅 경력 기간, 컨설팅 관련 직장 근무 기간, 컨설팅 지역, 컨설팅 분야		1~9	9	9	
합 계					52	

제3절 연구표본

연구가설들을 검증하기 위하여 컨설턴트를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 최근 2년 이내 2건 이상의 컨설팅 수행실적이 있는 컨설턴트 240명을 대상으로 2021년 10월 26일부터 11월 10일까지 웹 설문을 통해 실시하였으며, 총 172부의 설문지를 회수하여 분석에 사용하였다. 연구대상의 인구통계학적 특성을 파악하기 위해 웹 설문을 통해 수집한 172부에서 자료점검 결과 결측치나 이상치가 없어 172부의 전체 데이터를 활용하여 빈도분석을 실시하였다.

컨설턴트가 근무하는 회사의 유형은 개인기업이 41명(23.84%)이고, 법인기업이 131명(76.16%)으로 개별적인 활동보다는 법인기업에 소속되어 근무하는 컨설턴트가 많다. 성별 분포는 남성이 163명(94.71%), 여성이 9명(5.23%)으로 절대적으로 남성이 많았고, 연령대로는 30대가 2.91%, 50대 이상이 80.24%로 구성되어 있다. 73.84%의 컨설턴트가 컨설팅업무와 관련된 직장에서 10년 이상 근무한 경험을 보유하고 있고, 컨설턴트의 79.65%가 10년 이상 컨설팅 경력을 지니고 있다.

컨설팅 지역은 수도권이 69.77%, 광역시 지역이 19.19%로 수도권 및 대도시 지역에서 88.96%의 컨설팅이 이루어지고 있다. 컨설팅 분야로는 경영전략 34.88%, 마케팅 19.19%, 재무·세무회계 16.86%, 인사조직 13.37%로 일반적이고 전통적인 분야에 84.30%의 컨설팅을 하고 있으며, 생산·공정·품질관리 6.98%, 해외 진출 3.49%, 정보화(IT) 2.33%, 지식재산(IP) 1.16%, 가치평가, 기술개발, 창업 및 기술사업화는 각각 0.58%로 나타나 전문적인 분야에 대한 컨설턴트가 작다.

본 연구의 실증분석에 사용된 연구대상 표본의 인구통계학적 특성은 <표 3-2>와 같다.

<표 3-2> 연구대상 표본의 인구통계학적 특성

변수	항목	빈도(명)	비율(%)	변수	항목	빈도(명)	비율(%)
회사 형태	개인기업	44	23.84	학력	대졸	25	14.53
	법인기업	131	76.16		대학원 졸	147	85.47
성별	남성	163	94.77	건설링 지역	서울	80	46.51
	여성	9	5.23		경기	39	22.67
연령	30대	5	2.91		부산	14	8.14
	40대	29	16.86		대구	10	5.81
	50대	69	40.12		충청	7	4.07
	60대 이상	69	40.12		광주	5	2.91
평균소득	200만원대	6	3.49		전라	5	2.91
	300만원대	14	8.14		대전	4	2.33
	400만원대	13	7.56		경상	4	2.33
	500만원대	37	21.51		강원	2	1.16
	600만원대	18	10.47	제주	1	0.58	
	700만원 이상	84	48.84	경영전략	60	34.88	
	건설턴트 경력 기간	3년~5년	4	2.33	마케팅	33	19.19
6년~10년		31	18.02	재무·세무회계	29	16.86	
11년~15년		58	33.72	인사조직	23	13.37	
16년~20년		30	17.44	건설링 분야	생산·공정· 품질관리	12	6.98
20년 이상		49	28.49		해외 진출	6	3.49
건설링 관련 직장 근무 기간	5년 이하	17	9.88		정보화(IT)	4	2.33
	6년~10년	28	16.28		지식재산(IP)	2	1.16
	11년~15년	40	23.26		가치평가	1	0.58
	16년~20년	33	19.19		기술개발	1	0.58
	21년~25년	25	14.53		창업,기술사업화	1	0.58
	26년 이상	29	16.86				

제4절 분석방법

본 연구에서 설정된 가설들을 검정하기 위해 수집된 자료의 통계처리는 SPSS 25.0 통계 프로그램을 이용하였고, 연구모형에서 제시된 구성개념 간에 인과관계를 검정하기 위해서는 SPSS를 사용하여 분석하였으며, 매개효과 검정은 SPSS PROCESS macro를 활용하였다.

분석방법은 다음과 같다. 첫째, 정확한 통계분석을 위해 수집된 자료에서 결측치 여부를 확인한 결과, 결측치가 없어 수집된 전체 자료를 활용하여 분석을 실시하였다.

둘째, 설문 데이터를 바탕으로 변수의 타당성을 검정하기 위해 SPSS 프로그램으로 요인분석을 실시하였다.

셋째, 변수들간의 다중공선성 문제를 확인하기 위해 변수의 상관계수를 파악하여 상관관계 분석을 실시하였다.

넷째, 셀프리더십, 자기효능감, 직무만족 및 혁신행동, 고객지향성 간의 구조적 관계를 검정하고, 매개효과와 다중변수 간의 간접효과를 구체적으로 살펴보기 위해 SPSS PROCESS macro 모델 4와 모델 6(2mediator)을 활용하여 Bootstrapping 방법에 따라 분석하고, 유의수준 5%로 간접효과의 유의성을 확인하였다.

제4장 실증분석

제1절 신뢰성 및 타당성 분석

본 연구에서 활용한 측정도구의 타당성을 검증하기 위해 탐색적 요인분석을 사용하였다. 먼저, 요인분석에 적합한 표본인가 살펴보기 위해 KMO와 Bartlett의 구형성 검정을 한 결과, 변수의 숫자와 케이스의 숫자의 적절성을 나타내어 표본 적합도를 의미(노경섭, 2016)하는 KMO 측도는 0.880로 0.5보다 크게 나타났고, Bartlett 구형성 검정의 유의확률이 0.000으로 나타나 요인분석에 적합한 표본으로 확인되었다. 요인추출 방법으로는 서로 상관관계가 높은 변수들을 조합해서 그 변수들의 정보를 많이 함축하고 있는 변수로 자료를 단순화하고 요약·정리하기 위해(성태제, 2020) 주성분분석(principal component analysis)을 활용하였고, 변수와 요인간의 관계를 명확히 파악하기 위해 요인회전 방법으로는 배리맥스 회전(varimax rotation)을 통해 분석하였다.

요인적재량(factor loading)이 0.3 이상이면 해당 요인과의 상관이 높다고 해석 가능(성태제, 2020)하고, 0.4 이상이면 양호, 0.5 이상이면 적합하다고 한다(한맑음, 2022). 본 연구에서는 요인적재량이 0.5 이상인 항목을 해당 요인으로 분류하였다. 타당도를 저해하는 항목으로 셀프리더십 3개 항목(셀프리더십 14번, 15번, 16번), 직무만족 4개 항목(직무만족 3번, 4번, 5번, 6번)을 제외하고, 최종적으로 4개 요인, 36개 항목(셀프리더십 13개, 자기효능감 8개, 직무만족 2개, 혁신행동 6개, 고객지향성 7개)으로 요인분석을 한 결과 표<4-1>과 같이 나왔으며, 요인들의 전체 분산 설명력은 62.891%이다.

요인분석 결과를 바탕으로 신뢰도 분석을 실시한 결과, 측정변수의 신뢰도 계수인 Cronbach's α 값은 셀프리더십 0.862, 자기효능감 0.889, 직무만족 0.821, 혁신행동 0.875, 고객지향성 0.837로 모든 측정변수의 Cronbach's α 값이 Nunally(1978)가 제안한 기준인 0.6 이상으로 만족할만한 수준의 신뢰도를 보이고 있다.



<표 4-1> 신뢰성 및 타당성 분석 결과

측정변수		1	2	3	4	5	6	7	Cronbach's α
셀프 리더십	A04	0.727	0.222	-0.047	0.189	0.157	0.126	0.124	0.862
	A02	0.688	0.127	0.149	0.126	0.354	0.043	0.112	
	A01	0.685	0.136	-0.022	0.241	0.130	0.093	0.234	
	A05	0.668	0.138	0.072	0.124	0.062	0.201	0.190	
	A03	0.502	0.180	0.348	0.091	-0.080	0.121	0.268	
	A07	0.205	0.775	0.080	0.130	0.267	0.138	0.107	
	A06	0.201	0.762	0.138	0.043	0.298	0.072	0.026	
	A10	0.092	0.750	0.075	0.103	-0.043	0.225	-0.006	
	A08	0.119	0.737	0.087	0.111	0.042	0.164	0.282	
	A09	0.149	0.514	0.047	0.336	-0.049	0.068	0.321	
	A12	0.062	0.143	0.716	0.191	0.147	0.245	-0.071	
	A13	0.012	0.086	0.712	0.333	0.093	0.048	0.153	
	A11	0.132	0.114	0.663	0.263	0.022	0.113	0.263	
자기 효능감	B05	0.094	0.116	0.046	0.798	0.044	0.186	0.035	0.889
	B08	0.094	0.078	0.130	0.764	0.152	0.268	0.074	
	B06	0.087	0.114	0.017	0.753	0.117	0.207	0.105	
	B07	-0.028	0.027	0.115	0.694	0.074	0.149	0.246	
	B04	0.144	0.122	0.138	0.691	0.044	0.070	0.081	
	B01	0.384	0.051	0.156	0.636	0.153	0.085	0.151	
	B03	0.199	0.134	0.145	0.613	-0.089	0.158	0.074	
직무만족	C02	0.241	0.184	0.231	0.126	0.741	0.194	0.099	0.821
	C01	0.268	0.164	0.042	0.154	0.665	0.121	0.212	
혁신행동	D02	0.083	0.146	0.134	0.146	-0.042	0.748	0.307	0.875
	D01	0.057	0.301	0.128	0.253	0.037	0.694	0.123	
	D04	0.091	0.051	0.223	0.238	0.076	0.681	0.259	
	D03	0.098	0.173	0.026	0.094	0.411	0.671	0.210	
	D06	0.340	0.149	0.069	0.403	0.045	0.612	-0.015	
	D05	0.259	0.131	0.009	0.201	0.201	0.602	0.334	
고객 지향성	E02	0.111	0.109	0.069	0.123	0.069	0.166	0.730	0.837
	E03	0.139	0.120	0.153	0.100	0.122	0.176	0.697	
	E01	-0.001	0.141	0.021	0.069	0.438	-0.013	0.681	
	E06	0.173	0.114	0.141	0.145	-0.167	0.254	0.640	
	E07	0.223	-0.007	-0.079	0.144	0.304	0.183	0.579	
	E05	0.273	-0.024	0.195	0.252	-0.177	0.158	0.555	
	E04	0.229	0.274	0.004	0.078	0.284	0.221	0.518	
고유값(eigen value)		3.139	3.177	2.044	4.926	2.107	3.447	3.801	
설명된 분산 (%)		8.720	8.825	5.677	13.683	5.854	9.575	10.558	
누적 분산 (%)		8.720	17.545	23.222	36.905	42.759	52.334	62.891	

제2절 상관관계 분석

신뢰성 분석과 타당성 분석을 마친 표본을 바탕으로 측정변수 간의 상관관계를 확인하기 위해 Pearson의 적률상관계수를 활용한 상관관계 분석을 하였다.

측정변수 간의 상관계수는 <표 4-2>에 제시되어 있다. 상관계수의 범위가 $\pm 0.00 \sim 0.20$ 사이에 위치하면 상관이 매우 낮다고 보고, $\pm 0.20 \sim 0.40$ 사이에 위치하면 상관이 낮다고 보고, $\pm 0.40 \sim 0.60$ 사이에 위치하면 상관이 있다고 보며, $\pm 0.60 \sim 0.80$ 사이는 상관계수가 높다고 해석하고, 상관계수의 범위가 $\pm 0.8 \sim 1.00$ 사이는 상관관계가 매우 높다고 해석한다(성태제, 2020). 특히, 상관계수의 범위가 $\pm 0.80 \sim 1.00$ 사이인 경우 변수들 간의 다중공선성이 존재할 수 있으나, 본 연구의 측정변수 간의 상관관계는 $0.351 \sim 0.616$ 사이에 위치하고 있어 다중공선성이 발생할 가능성이 적다. 또한 측정변수 간의 상관관계가 모두 유의확률(p) 0.01 수준에서 유의한 것으로 확인되고 있다.

<표 4-2> 상관관계 분석 결과

측정변수	평균	표준편차	1	2	3	4
셀프리더십	4.256	0.434	1			
자기효능감	4.063	0.510	0.550**	1		
직무만족	4.291	0.570	0.535**	0.351**	1	
혁신행동	4.175	0.517	0.616**	0.550**	0.450**	1
고객지향성	4.418	0.414	0.575**	0.427**	0.455**	0.580**

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

제3절 연구가설 검정

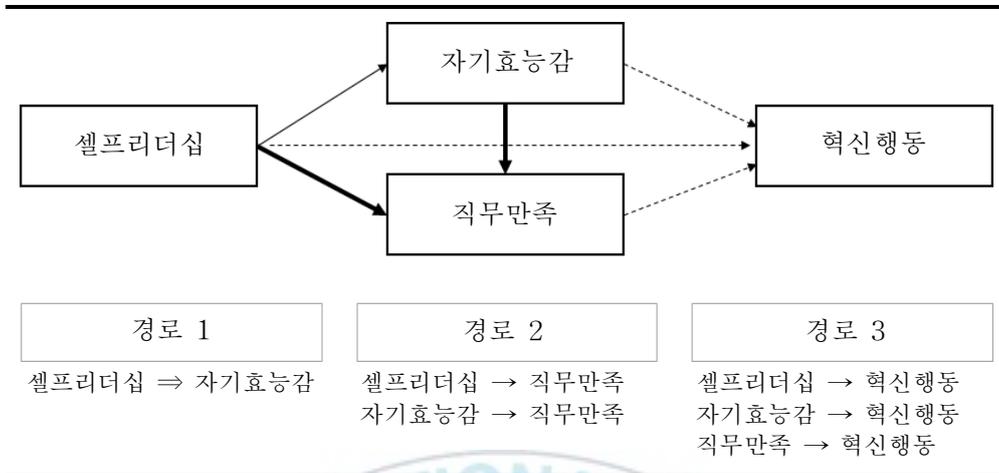
본 연구는 독립변수인 셀프리더십이 매개변수인 자기효능감과 직무만족을 통해 종속변수인 혁신행동과 고객지향성에 영향을 미치는 순차적 인과관계와 매개효과를 파악하기 위해 Hayes(2013)의 SPSS PROCESS macro 모델 6(2mediator) 직렬다중매개모형을 이용하였다. 전체 분석은 종속변수인 혁신행동과 고객지향성을 기준으로 각각 분석을 진행하고 이를 종합하였으며 이는 종속변수를 함께 고려하여 분석할 수 없는 SPSS PROCESS macro의 한계에 기인한다.

또한, 매개변수 자기효능감이 또 다른 매개변수인 직무만족에 영향을 미치는 매개변수간의 매개효과를 파악하기 위해 SPSS PROCESS macro 모델 4(단순매개모형)를 이용하였다.

1. 혁신행동에 대한 영향 검정

종속변수 혁신행동에 대한 독립변수와 매개변수를 포함한 직렬다중매개모형은 <그림 4-1>과 같이 나타난다.

이 모형은 종속변수를 기준으로 셀프리더십이 자기효능감에 영향을 미치는 [경로 1]과 셀프리더십과 자기효능감이 직무만족에 영향을 미치는 [경로 2], 셀프리더십과 자기효능감, 직무만족이 혁신행동에 영향을 미치는 [경로 3]으로 구분할 수 있다.



<그림 4-1> 혁신행동에 대한 직렬다중매개모형

경로별 세부 분석 결과는 <표 4-3>과 같다. [경로 1]에서 셀프리더십은 자기효능감에 정(+)의 유의적인 영향을 미쳤으며($\beta=0.646, p=0.000$), 셀프리더십은 자기효능감을 30.2% 설명하고 있다. [경로 2]에서 셀프리더십은 직무만족에 정(+)의 유의적인 영향을 미쳤으나($\beta=0.644, p=0.000$), 자기효능감은 직무만족에 유의적인 영향을 미치지 못하였으며($\beta=0.091, p=0.295$), 셀프리더십과 자기효능감이 직무만족을 29.1% 설명하고 있다. [경로 3]에서 셀프리더십은 혁신행동에 정(+)의 유의적인 영향을 미쳤고($\beta=0.453, p=0.000$), 자기효능감은 혁신행동에 정(+)의 유의적인 영향을 미쳤으며($\beta=0.295, p=0.000$), 직무만족도 5% 유의수준에서 정(+)의 유의적인 영향을 미쳐($\beta=0.131, p=0.034$), 셀프리더십과 자기효능감, 직무만족이 혁신행동을 45.9% 설명하고 있다.

따라서 [가설 1] ‘컨설턴트의 셀프리더십은 자기효능감에 정(+)의 영향을 미친다’는 채택되었다. 이는 선행연구에서 특급호텔 직원의 셀프리더십(김연선, 김성혁, 2010), 서비스기업 종사원의 셀프리더십(신구범, 2010), 호텔 베이커리 종사자의 행위중심 전략, 자연보상, 건설적 사고 전략(조성호 외,

2016)이 자기효능감에 유의한 영향을 미치는 것으로 검증된 결과들과 동일하다.

[가설 2] ‘컨설턴트의 셀프리더십은 직무만족에 정(+의 영향을 미친다’는 채택되었다. 이는 선행연구에서 여행사 투어가이드의 셀프리더십(김성환, 김재원, 2016), 에너지·환경 분야 연구자의 셀프리더십(유현희, 현병환, 2019), 중학교 교사의 셀프리더십(김한성, 2003)이 직무만족에 영향을 미치는 것으로 검증된 것과 동일한 결과를 나타내고 있다.

[가설 3] ‘컨설턴트의 셀프리더십은 혁신행동에 정(+의 영향을 미친다’는 채택되었다. 이러한 결과는 군 조직의 셀프리더십(정원호, 윤인수, 2016), 호텔 직원의 셀프리더십(주희, 이형룡, 2012), ICT/SW 중소기업 구성원의 셀프리더십(이희준, 황찬규, 2021) 등의 선행연구 결과와 동일한 결과를 나타낸다.

[가설 5] ‘컨설턴트의 자기효능감은 직무만족에 정(+의 영향을 미친다’는 기각되었다. 이러한 결과는 Klassen과 Chiu(2010)의 교사, 신구범(2010)의 서비스기업 종업원, 박보람(2016)의 호텔 서비스 점점 종사원, 오주연, 박장혁(2018)의 항공 승무원을 대상으로 한 선행연구에서 자기효능감과 직무만족이 정(+의 유의적인 영향을 미친다는 것과 다르다.

[가설 6] ‘컨설턴트의 자기효능감은 혁신행동에 정(+의 영향을 미친다’는 채택되었다. ICT/SW 중소기업 구성원을 대상으로 한 이희준, 황찬규(2021)의 연구, 경기지역 외식종사원을 대상으로 한 엄영호(2019)의 연구, 홍현경(2012)의 호텔 직원을 대상으로 한 연구 등에서와 같은 결과를 보여준다.

[가설 8] ‘컨설턴트의 직무만족은 혁신행동에 정(+의 영향을 미친다’는 채택되었다. 이러한 결과는 오종철, 양태식(2012)이 서비스기업 종사자를 대상으로 한 연구, 강경희, 김문중(2019)의 교육 프렌차이즈 종사자들을 대

상으로 한 연구 등의 선행연구와 동일한 결과를 보인다.

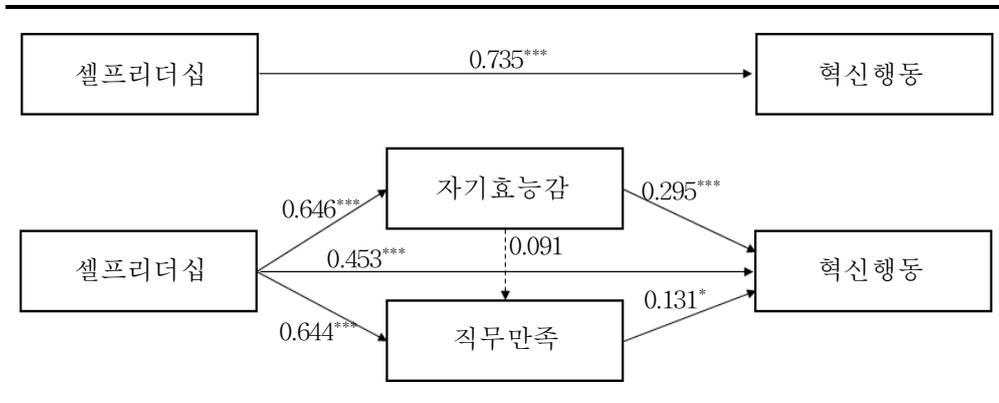
한편, 셀프리더십이 혁신행동에 직접 미치는 효과는 0.453($p=0.000$)이나, 셀프리더십이 자기효능감, 직무만족과의 관계를 통해 혁신행동에 미치는 경로의 총효과가 0.735($p=0.000$)로 증가하여 셀프리더십이 혁신행동에 미치는 효과를 증가시키는 간접효과가 있음을 나타낸다.

<표 4-3> 혁신행동에 대한 경로별 효과

경로	X	Y	β	se	t	p	R^2
경로 1	상수	자기효능감	1.311	0.322	4.071	0.000	0.302***
	셀프리더십		0.646	0.075	8.585	0.000	
경로 2	상수	직무만족	1.178	0.381	3.091	0.002	0.291***
	셀프리더십		0.644	0.102	6.327	0.000	
	자기효능감		0.091	0.087	1.052	0.295	
경로 3	상수	혁신행동	0.489	0.312	1.569	0.119	0.459***
	셀프리더십		0.453	0.090	5.019	0.000	
	자기효능감		0.295	0.069	4.258	0.000	
	직무만족		0.131	0.061	2.143	0.034	
Total Effect			0.735	0.072	10.208	0.000	0.380***
Direct Effect			0.453	0.090	5.019	0.000	

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

혁신행동에 대한 경로별 다중매개효과는 <그림 4-2>와 같다. 셀프리더십이 혁신행동에 미치는 총효과의 크기는 0.735***이며, 각 경로별 효과의 크기는 그림에서 표시한 것과 같다.



<그림 4-2> 혁신행동에 대한 다중매개효과

셀프리더십이 매개변수인 자기효능감과 직무만족을 통해 혁신행동에 미치는 다중매개의 간접효과는 <표 4-4>와 같다. 총간접효과는 0.283으로 부트스트랩 하한(0.157)과 상한(0.405)이 0을 포함하지 않고 있어 유의한 효과를 나타낸다. 또한, 셀프리더십이 자기효능감을 통해 혁신행동에 미치는 영향은 0.190으로 부트스트랩의 하한(0.083)과 상한(0.306)이 0을 포함하지 않고 있어 유의한 것으로 나타났다. 또한, 셀프리더십이 직무만족을 통해 혁신행동에 미치는 영향은 0.085로 부트스트랩 하한(0.007)과 상한(0.158)이 0을 포함하지 않고 있어 유의한 것으로 나타났다.

그러나, 셀프리더십이 자기효능감과 직무만족을 통해 혁신행동에 영향을 미치는 이중매개효과 0.008은 부트스트랩의 하한(-0.010)과 상한(0.040)이 0을 포함하고 있어 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이는 자기효능감이 직무만족에 유의한 영향을 미치지 못하는 직접효과의 경우와 일치하는 결과를 나타내고 있다.

따라서 [가설 11] ‘컨설턴트의 자기효능감은 셀프리더십과 혁신행동 간의 관계를 매개한다’는 채택되었다. 이는 국내 대형항공사 소속 객실 승무원을 대상으로 한 하동현(2018)의 연구, 이희준, 황찬규(2021)의 ICT/SW 중소기업

업 구성원에 대한 연구 등의 경우와 동일한 결과를 나타냈다.

[가설 13] ‘컨설턴트의 직무만족은 셀프리더십과 혁신행동 간의 관계를 매개한다’는 채택되었다. 이는 송정수, 양필석(2008)이 자동차 영업사원들을 대상으로 연구한 선행연구 결과와 동일하다.

[가설 15] ‘컨설턴트의 자기효능감과 직무만족은 셀프리더십과 혁신행동 간의 관계를 매개한다’는 기각되었다.

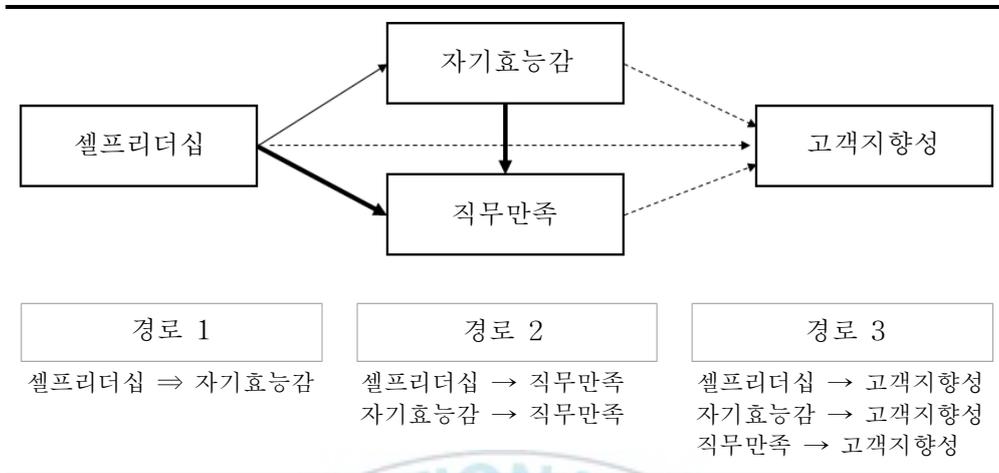
<표 4-4> 혁신행동에 대한 다중매개 간접효과 검정

경로	β	BootSE	BootLLCI	BootULCI
총 간접효과	0.283	0.063	0.157	0.405
셀프리더십 → 자기효능감 → 혁신행동	0.190	0.056	0.083	0.306
셀프리더십 → 직무만족 → 혁신행동	0.085	0.038	0.007	0.158
셀프리더십 → 자기효능감 → 직무만족 → 혁신행동	0.008	0.014	-0.016	0.040

2. 고객지향성에 대한 영향 검정

종속변수 고객지향성에 대한 독립변수와 매개변수를 포함한 직렬다중매개 모형은 <그림 4-3>과 같이 나타난다.

이 모형은 혁신행동의 경우와 같이 종속변수를 기준으로 셀프리더십이 자기효능감에 영향을 미치는 [경로 1]과 셀프리더십과 자기효능감이 직무만족에 미치는 [경로 2], 셀프리더십과 자기효능감, 직무만족이 고객지향성에 영향을 미치는 [경로 3]으로 구분할 수 있다.



<그림 4-3> 고객지향성에 대한 직렬다중매개모형

경로별 세부 분석 결과는 <표 4-5>와 같다. [경로 1]과 [경로 2]의 분석 결과는 혁신행동에 대한 영향 검정의 경우와 같다. [경로 3]에서 셀프리더십은 고객지향성에 정(+)의 유의적인 영향을 미쳤으나($\beta=0.375, p=0.000$), 자기효능감은 고객지향성에 5% 유의수준에서 유의적인 영향을 미치지 못하였고($\beta=0.116, p=0.052$), 직무만족은 고객지향성에 정(+)의 유의적인 영향을 미쳐($\beta=0.141, p=0.008$), 셀프리더십과 자기효능감, 직무만족이 고객지향성을 37.5% 설명하고 있다.

따라서 [가설 4] ‘컨설턴트의 셀프리더십은 고객지향성에 정(+)의 영향을 미친다’는 채택되었다. 이러한 결과는 민간경비원(박주상, 2011), 스포츠센터 지도자(박상배, 2012), 지방공무원(김성종, 2014), 호텔종사원(김영태, 2011; 김수진, 2016, 안용기, 2021) 등의 셀프리더십이 고객지향성과 정(+)의 유의한 영향을 미친다는 선행연구와 같다.

[가설 7] ‘컨설턴트의 자기효능감은 고객지향성에 정(+)의 영향을 미친다’는 기각되었다. 서비스 부서 근무 종사원을 대상으로 한 박응열, 나기민(2008)의 연구, 이상우(2020)의 호텔구성원을 대상으로 한 연구, 제예인, 이

인희(2022)의 의료미용서비스 종사자 대상 연구에서 자기효능감과 고객지향성 간에 정(+)의 유의적인 영향을 보인 것과는 다른 결과를 보여준다.

[가설 9] ‘컨설턴트의 직무만족은 고객지향성에 정(+)의 영향을 미친다’는 채택되었다. 이는 의료기관 종사원을 대상으로 한 임태종(2021)의 연구, IT 아웃소싱을 수행중인 IT서비스 공급자에 대한 정승훈 등(2014)의 연구, 커피전문점 종사원(김명진, 서진우, 2010), 증권회사 영업 지점의 종사원(추교원, 정재현, 2021), 현장 기술자(김대웅 등, 2021)를 대상으로 하는 연구에서 직무만족과 고객지향성 간의 유의적인 영향을 미치는 것과 동일하다.

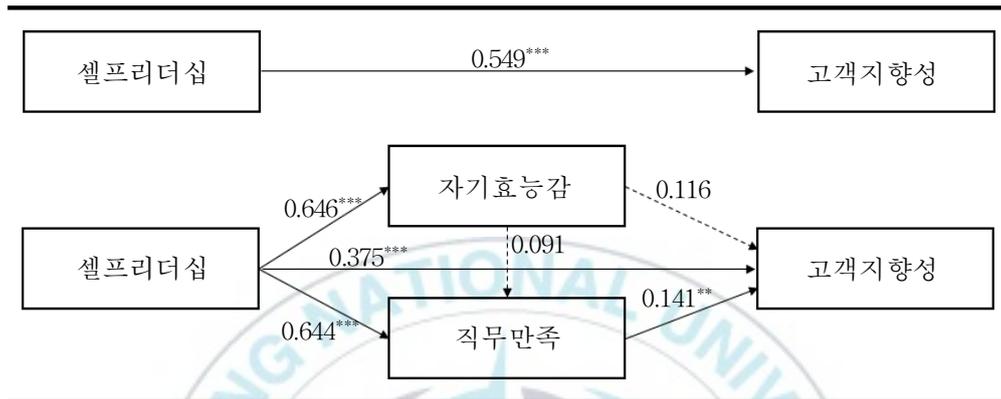
한편, 셀프리더십이 고객지향성에 직접 미치는 효과는 $0.375(p=0.000)$ 이지만, 셀프리더십이 자기효능감, 직무만족과의 관계를 통해 고객지향성에 미치는 경로의 총효과가 $0.549(p=0.000)$ 로 증가하여 셀프리더십이 고객지향성에 미치는 효과를 0.174만큼 높이는 간접효과가 있음을 나타낸다.

<표 4-5> 고객지향성에 대한 경로별 효과

경로	X	Y	β	se	t	p	R^2
경로 1	상수	자기효능감	1.311	0.322	4.071	0.000	0.302***
	셀프리더십		0.646	0.075	8.585	0.000	
경로 2	상수	직무만족	1.178	0.381	3.091	0.002	0.291***
	셀프리더십		0.644	0.102	6.327	0.000	
	자기효능감		0.091	0.087	1.052	0.295	
경로 3	상수	고객지향성	1.744	0.268	6.504	0.000	0.375***
	셀프리더십		0.375	0.078	4.838	0.000	
	자기효능감		0.116	0.059	1.956	0.052	
	직무만족		0.141	0.053	2.677	0.008	
Total Effect			0.549	0.060	9.172	0.000	0.331***
Direct Effect			0.375	0.078	4.838	0.000	

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

고객지향성에 대한 경로별 다중매개효과는 <그림 4-4>와 같다. 셀프리더십이 고객지향성에 미치는 총효과의 크기는 0.549***이며, 각 경로별 효과의 크기는 그림에서 표시한 것과 같다.



<그림 4-4> 고객지향성에 대한 다중매개효과

한편, 독립변수 셀프리더십이 매개변수 자기효능감과 직무만족을 통해 종속변수인 고객지향성에 미치는 다중매개의 간접효과는 <표 4-6>과 같다.

총간접효과는 0.174로 부트스트랩 하한(0.069)과 상한(0.286)이 0을 포함하지 않고 있어 유의한 효과를 나타낸다. 또한, 셀프리더십이 직무만족을 통해 고객지향성에 미치는 영향은 0.091로 부트스트랩의 하한(0.015)과 상한(0.180)이 0을 포함하지 않고 있어 유의한 것으로 나타났다. 그러나, 셀프리더십이 자기효능감을 통해 고객지향성에 미치는 효과는 부트스트랩 하한(-0.011)과 상한(0.165) 사이에 0이 존재하고 있어 유의하지 않은 것으로 나타났으며, 셀프리더십이 자기효능감과 직무만족을 통해 고객지향성에 영향을 미치는 이중매개효과도 부트스트랩의 하한(-0.022)과 상한(0.035)이 0을 포함하고 있어 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이는 자기효능감이 직무만족과 고객지향성에 유의적인 영향을 미치지 못하는 것으로 나타난 직

접효과의 경우와 일치하는 결과를 보인다.

따라서 [가설 12] ‘컨설턴트의 자기효능감은 셀프리더십과 고객지향성 간의 관계를 매개한다’는 기각되었다. 이는 장애인 거주시설 종사자를 대상으로 한 김미경(2017)의 연구, 영유아보육기관 근무 보육교사를 대상으로 한 채정미(2022)의 연구, 항공사 객실 승무원을 대상으로 한 이형룡 등(2013)의 연구결과와 다른 결과를 보인다.

[가설 14] ‘컨설턴트의 직무만족은 셀프리더십과 고객지향성 간의 관계를 매개한다’는 채택되었다. 이는 외식업 주방 종사자에 대한 연구(오영섭, 2008), 호텔종사원에 대한 김영태 등(2011)의 연구, 스포츠센터 지도자에 대한 박상배(2012)의 연구 등의 선행연구 결과와 동일하다.

[가설 16] ‘자기효능감과 직무만족은 컨설턴트의 셀프리더십과 고객지향성 간의 관계를 매개한다’는 기각되었다.

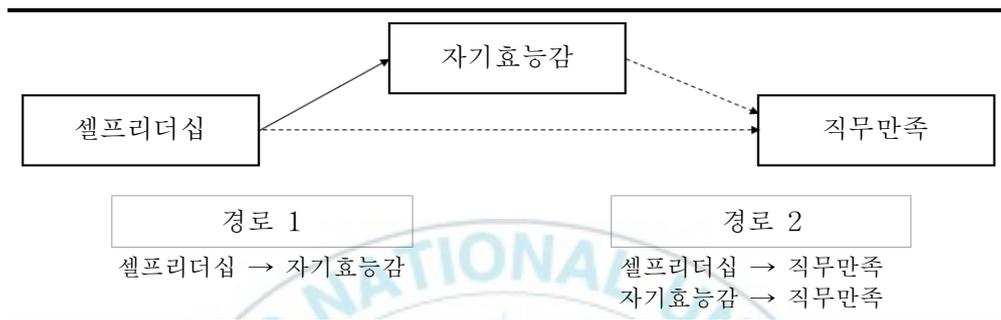
<표 4-6> 고객지향성에 대한 다중매개 간접효과 검정

경로	β	BootSE	BootLLCI	BootULCI
총 간접효과	0.174	0.055	0.069	0.286
셀프리더십 → 자기효능감 → 고객지향성	0.075	0.044	-0.011	0.165
셀프리더십 → 직무만족 → 고객지향성	0.091	0.043	0.015	0.180
셀프리더십 → 자기효능감 → 직무만족 → 고객지향성	0.008	0.014	-0.022	0.035

3. 자기효능감의 직무만족에 대한 매개효과

셀프리더십이 매개변수인 자기효능감을 통해 또 다른 매개변수 직무만족에 미치는 매개효과는 모델 4를 활용하여 분석하였다. 이 분석에 대한 모

형은 <그림 4-5>와 같다. 이 모형은 셀프리더십이 자기효능감에 영향을 미치는 [경로 1]과 자기효능감과 셀프리더십이 직무만족에 미치는 [경로 2]로 구분할 수 있다.



<그림 4-5> 직무만족에 대한 매개모형

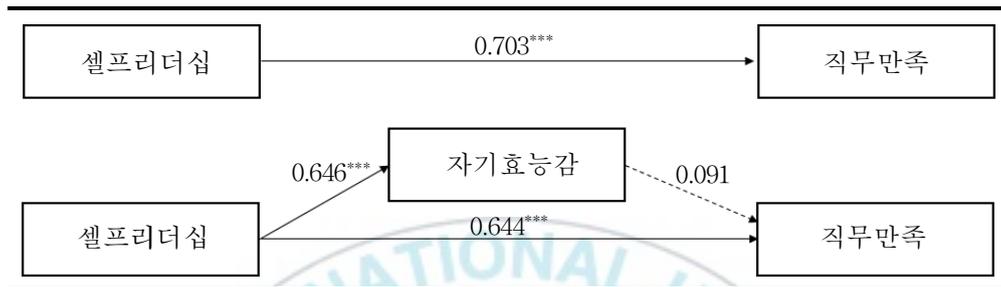
<표 4-7>에서 나타난 것과 같이 셀프리더십이 직무만족에 직접 미치는 효과는 0.644($p=0.000$)이지만, 셀프리더십이 자기효능감을 통해 직무만족에 미치는 경로의 총효과가 0.703($p=0.000$)으로 증가하여 셀프리더십이 직무만족에 미치는 효과를 0.059만큼 높이는 간접효과가 있음을 나타낸다.

<표 4-7> 직무만족에 대한 경로별 효과

경로	X	Y	β	se	t	p	R^2
경로 1	상수	자기효능감	1.311	0.322	4.071	0.000	0.302***
	셀프리더십		0.646	0.075	8.585	0.000	
경로 2	상수	직무만족	1.178	0.381	3.091	0.002	0.291***
	셀프리더십		0.644	0.102	6.327	0.000	
	자기효능감		0.091	0.087	1.052	0.295	
Total Effect			0.703	0.085	8.265	0.000	0.287***
Direct Effect			0.644	0.102	6.327	0.000	

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

직무만족에 대한 매개효과는 <그림 4-6>과 같다. 셀프리더십이 직무만족에 미치는 총효과의 크기는 0.703***이며, 경로별 효과의 크기는 그림에서 표시한 것과 같다.



<그림 4-6> 직무만족에 대한 매개효과

한편, 독립변수 셀프리더십이 매개변수 자기효능감을 통해 직무만족에 미치는 매개효과의 간접효과는 0.059로 부트스트랩 하한(-0.125)과 상한(0.214) 사이에 0이 존재하고 있어 유의하지 않다.

따라서 [가설 10] ‘컨설턴트의 자기효능감은 셀프리더십과 직무만족 간의 관계를 매개한다’는 기각되었다. 이는 권선영(2009)의 대학생을 대상으로 한 연구, 김희진(2020)의 사회복지사를 대상으로 한 연구, 최고은(2020)의 제조업 근로자를 대상으로 한 연구에서 자기효능감과 직무만족 간에 정(+)의 영향을 확인한 것과 다른 결과를 보인다.

<표 4-8> 직무만족에 대한 간접효과 검증

경로	β	BootSE	BootLLCI	BootULCI
셀프리더십 → 자기효능감 → 직무만족	0.059	0.086	-0.125	0.214

4. 가설검정

이상에서 살펴본 가설검정 결과는 <표 4-9>, <표 4-10>와 같다.

<표 4-9> 직접효과 검정결과

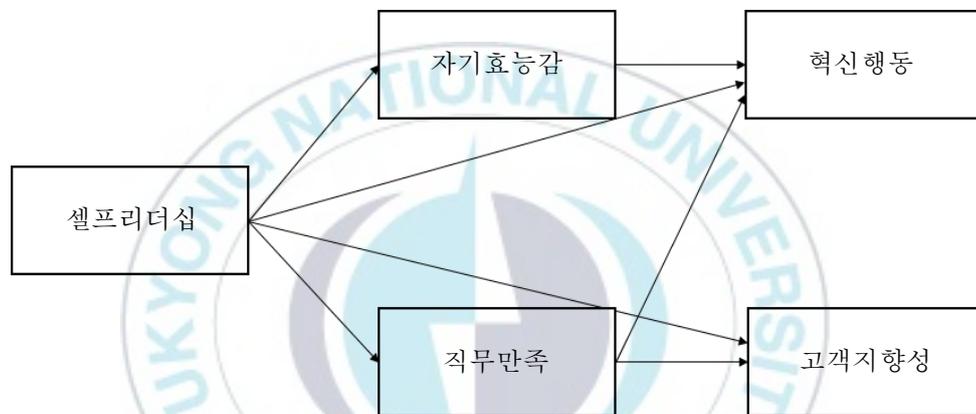
가설	경로	β	p	결과
H1	셀프리더십 → 자기효능감	0.646	0.000	채택
H2	셀프리더십 → 직무만족	0.644	0.000	채택
H3	셀프리더십 → 혁신행동	0.453	0.000	채택
H4	셀프리더십 → 고객지향성	0.375	0.000	채택
H5	자기효능감 → 직무만족	0.091	0.295	기각
H6	자기효능감 → 혁신행동	0.295	0.000	채택
H7	자기효능감 → 고객지향성	0.116	0.052	기각
H8	직무만족 → 혁신행동	0.131	0.034	채택
H9	직무만족 → 고객지향성	0.141	0.008	채택

<표 4-10> 매개효과 검정결과

가설	경로	β	Boot LCI	Boot ULCI	결과
H10	셀프리더십 → 자기효능감 → 직무만족	0.059	-0.125	0.214	기각
H11	셀프리더십 → 자기효능감 → 혁신행동	0.190	0.083	0.306	채택
H12	셀프리더십 → 자기효능감 → 고객지향성	0.075	-0.011	0.165	기각
H13	셀프리더십 → 직무만족 → 혁신행동	0.085	0.007	0.158	채택
H14	셀프리더십 → 직무만족 → 고객지향성	0.091	0.015	0.180	채택
H15	셀프리더십 → 자기효능감 → 직무만족 → 혁신행동	0.008	-0.016	0.040	기각
H16	셀프리더십 → 자기효능감 → 직무만족 → 고객지향성	0.008	-0.022	0.035	기각

제4절 최종모형

실증분석을 통해 유의하지 않은 것으로 확인된 자기효능감과 직무만족의 관계, 자기효능감과 고객지향성의 관계를 제외하고, 유의성이 확인된 경로를 반영한 연구모형은 <그림 4-7>과 같다.



<그림 4-7> 최종모형

제5장 결론

제1절 연구결과 요약 및 시사점

본 연구는 컨설턴트의 셀프리더십이 컨설턴트 본인의 행동에 어떻게 영향을 미치는지를 알아보기 위해 컨설턴트의 셀프리더십이 자기효능감과 직무만족을 통해 혁신행동, 고객지향성 등의 행동에 미치는 영향을 실증분석하였다. 본 연구에서 제기한 가설을 검정하기 위해 SPSS PROCESS macro v4.2의 모델 4와 모델 6을 이용한 분석 모형을 이용하였다.

본 연구의 가설을 검정한 결과 컨설턴트의 셀프리더십이 자기효능감과 직무만족에 유의한 영향을 미치고, 직무만족은 혁신행동과 고객지향성에 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였다. 자기효능감은 혁신행동에 유의한 영향을 미치지만, 직무만족과 고객지향성에는 유의한 영향을 미치지 못한다. 본 연구의 주요 분석 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 컨설턴트의 셀프리더십이 컨설턴트의 자기효능감에 대하여 정(+)^의 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 확인되었다.

둘째, 컨설턴트의 셀프리더십과 직무만족의 영향 관계를 검정한 결과 긍정적으로 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였다.

셋째, 셀프리더십과 혁신행동, 고객지향성 간의 영향 관계를 검정한 결과 셀프리더십은 혁신행동과 고객지향성에 각각 정(+)^의 유의적인 영향을 미친다.

넷째, 자기효능감은 직무만족에 유의적인 영향을 미치지 못한다.

다섯째, 자기효능감이 혁신행동과 고객지향성에 미치는 영향에 대한 검정을 한 결과, 자기효능감이 혁신행동에는 정(+)^의 유의적인 영향을 미치

고 있으나, 고객지향성에는 5% 유의수준에서 유의적인 영향을 미치지 못하는 것으로 확인되었다.

여섯째, 직무만족은 혁신행동과 고객지향성에 각각 유의적으로 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

마지막으로 셀프리더십이 자기효능감과 직무만족을 경유하여 혁신행동과 고객지향성에 미치는 영향인 다중 매개효과를 검정한 결과, 자기효능감의 셀프리더십과 직무만족 간의 매개효과와 자기효능감의 셀프리더십과 고객지향성 간의 매개효과는 유의하지 않은 것으로 확인되었다. 또한, 셀프리더십이 자기효능감을 거쳐 직무만족을 통해 혁신행동과 고객지향성에 영향을 미치는 이중 매개효과도 유의적인 결과를 보이지 않는 것을 확인하였다.

컨설턴트의 셀프리더십은 자기효능감과 직무만족에도 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 직무만족은 혁신행동과 고객지향성에 유의적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 컨설턴트의 셀프리더십과 구성원 행동 간의 관계에서 자기효능감과 직무만족의 매개효과를 검정한 결과 자기효능감은 직무만족과 고객지향성에 대해 유의적인 결과를 보이지 않지만, 혁신행동에 대해서는 자기효능감도 유의적인 결과를 보이는 것으로 나타났다. 이러한 결과로 미루어 이론적, 실무적으로 시사하는 바는 다음과 같다.

이론적 시사점으로는 컨설팅을 수행하는 컨설턴트에게는 수진기업의 문제점을 파악하여 해결 방안을 제시하는 전문성과 기술, 자질 등의 능력으로 직무를 완수하는 것 외에 스스로가 영향력을 발휘하여 자신을 리드하는 셀프리더십 역량이 중요하다는 것을 확인하였다.

특히, 컨설턴트의 셀프리더십은 자기효능감에 미치는 영향이 직접효과로는 효과가 가장 크게 나타나며, 셀프리더십이 자기효능감을 통해 혁신행동으로 가는 경로가 전체효과와 간접효과도 가장 큰 것을 확인하였다. 한편, 자기효능감이 직무만족과 고객지향성에는 유의적인 영향을 보이지 못한다

는 것과 자기효능감이 직무만족을 통해 컨설턴트의 혁신행동과 고객지향성 등의 행동에 영향을 미치지 못하는 것을 확인하였다.

이러한 연구결과를 바탕으로 실무적인 시사점으로는 향후 컨설턴트들이 자기효능감 강화를 통해 구성원의 혁신행동을 끌어내는 것이 가장 효과적인 방법임을 확인할 수 있었다. 즉, 다양한 경험이나 타인의 성공사례 학습과 지속적인 격려를 통해 컨설턴트의 자기효능감을 강화할 수 있다는 것이다. 높은 자기효능감을 통해 문제 상황에 대하여 회피하거나 두려움을 갖지 않고 적극적이고 인내심 있게 대처할 수 있도록 하고, 꾸준한 자기 능력 발전과 지속적인 성장을 유도하는 것이 필요하다.

셀프리더십은 컨설턴트가 자신의 업무와 조직의 성과 향상을 위해 새로운 아이디어를 생성하고, 아이디어 실현에 필요한 힘과 역량을 끌어내 혁신을 모형화하여 혁신아이디어를 체계적으로 직무 활동에 적용하도록 하는데 매우 유용하다. 이러한 사실은 수진기업의 문제점을 해결하고 대안을 제시하는 컨설턴트의 업무 특성상 실무적으로 셀프리더십을 향상하는 것이 컨설턴트에게 무엇보다 중요하다는 사실을 알 수 있다.

또한, 컨설턴트의 셀프리더십은 직무만족에도 자기효능감에 버금가는 큰 영향을 미치고 있는 것을 확인하였다. 직무수행시 성공 경험을 확대하고, 성과에 대한 적절한 보상을 통해 직무만족을 강화하는 것이 필요하다. 이러한 직무만족 강화는 다양한 노력을 통해 업무수행 과정의 문제해결 능력을 향상시켜 혁신행동에 영향을 미치는 것은 물론, 적극적이고 자발적인 행동을 바탕으로 고객에 대한 이해와 배려를 통해 고객만족을 이끌어내는 것을 확인하였다.

제2절 연구 한계점 및 향후 연구과제

본 연구의 조사 대상은 최근 2년 이내 컨설팅실적을 보유한 컨설턴트를 대상으로 자료를 수집하여 진행하였으나, 조사 대상 240명 중 수집된 172개의 자료를 기준으로 분석을 진행하여 더 많은 컨설턴트를 대상으로 연구를 진행하는 경우 보다 일반화된 연구가 될 것이다.

본 연구에서는 컨설턴트의 셀프리더십이 혁신행동과 고객지향성 등 행동에 미치는 영향에 대하여 자기효능감과 직무만족의 매개효과를 검증하는 새로운 시도를 진행하였으나, 연구의 질적 향상과 완성도를 높이기 위해 다음과 같은 추가적인 후속 연구가 요구된다.

첫째, 컨설턴트의 셀프리더십이 구성원의 행동에 미치는 영향이 실제로 컨설팅 성과로 연결되는지에 대한 검증이 필요하다. 컨설턴트가 컨설팅을 실시한 기업을 대상으로 한 입체적인 모니터링을 통해 수진기업의 컨설팅에 대한 만족도와 컨설팅의 성과에 대한 측정을 함으로써 더욱 효과적이고 실질적인 컨설턴트의 행동 변화를 유발할 수 있을 것이다.

둘째, 셀프리더십은 컨설턴트의 역량과 관련되는 것이나, 수진기업에 대해 보다 중점을 둔 코칭리더십 같은 분야의 연구를 통해 컨설팅 성과를 비교하는 연구 범위의 확장이 요구된다.

셋째, 본 연구가 중소기업에 대한 컨설팅을 전문적으로 수행하는 컨설턴트들을 대상으로 진행된 것으로, 향후 대기업 등 다양한 컨설팅을 수행하는 컨설턴트를 대상으로 확대하여 진행함으로써 보다 폭넓은 연구를 통한 일반화가 필요하다.

참 고 문 헌

[국내문헌]

- 가선영, 남승하 (2018). 조직문화와 자기 효능감, 직무만족이 셀프리더십에 미치는 영향에 관한 연구, 한국정책연구, 18(1), 125-146.
- 강경희, 김문중 (2019). 긍정심리자본과 직무만족이 혁신행동에 미치는 영향: 지식공유의 조절효과를 중심으로, 상업교육연구, 33(6), 229-258.
- 강선아, 이수범(2015). 호텔 식음료 종사원의 조직 내 의사소통과 직무만족 및 혁신행동 간의 구조적 관계 연구, 관광레저연구, 27(3), 23-40.
- 강영식 (2006). 사회복지사의 자기효능감이 직무만족에 미치는 영향, 사회복지정책, 26(0), 123-148
- 고득영, 유대용 (2012). 직무자율성과 혁신행동 간의 관계: 직무만족의 매개 효과와 성격과 조직혁신풍토의 조절효과, 한국심리학회지 산업 및 조직, 25(1), 215-238.
- 고미애, 김재곤 (2015). 호텔종사원의 직무환경이 직무만족과 고객지향성에 미치는 영향, 관광연구저널, 29(8), 239-251.
- 고형일 (2011). 의료기관 종사자의 셀프리더십이 서비스품질에 미치는 영향: 심리적 임파워먼트와 조직시민행동의 매개효과를 중심으로, 울산대학교 박사학위논문.
- 고환상, 서재현 (2012). 변혁적 리더십, 조직후원인식, 성취욕구가 조직몰입에 미치는 영향, 대한경영학회지, 25(1), 435-459.
- 곽진만 (2021). 조직 구성원의 HRM 활동 인식이 직무만족과 고객지향성, 고객만족, 재무적 성과에 미치는 영향 : 미용서비스산업 중심으로, 대전대학교 박사학위논문.
- 권선영, 김명소, 한영석 (2009). 대학생의 셀프리더십이 기초 직업능력과 만족도에 미치는 영향: 자기효능감의 매개효과를 중심으로, 한국심리학회 학술대회발표집, 140-141.
- 권오혁, 신영식(2018). 미용종사자의 예술적 창의성이 직무만족 및 혁신행

- 동에 미치는 영향, 대한미용학회지, 14(4), 517-524.
- 권정임 (2018). 자신감, 자기조절효능감, 과제난이도가 자기효능감에 미치는 영향, 차세대융합기술학회논문지, 2(3), 124-129.
- 김근향, 손승연, 최병순 (2012). 셀프리더십과 구성원의 혁신행동 : 조직몰입의 매개효과, 리더십연구, 3(3), 3-23.
- 김다희 (2010). 직무요인에 의한 임금근로 장애인의 직무만족도에 관한 연구, 경성대학교 박사학위논문.
- 김대규, 이준환, 정기억 (2000). 리더십, 서울: 삼우사.
- 김대욱, 이희재 (2016). 조직공정성, 직무만족, 조직몰입, 혁신행동의 구조적 관계 분석 : 지방공무원의 인식을 중심으로, 지방행정연구, 30(3), 155-179.
- 김대웅, 배규락, 김계수 (2021). 현장 기술자의 경력성공과 경력관리 행동이 직무만족 및 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구, 고객만족경영연구, 23(3), 109-129.
- 김동성, 정은성, 손민영 (2020). 골프리조트의 내부마케팅, 직무만족과 고객지향성 간의 영향관계 분석, 호텔관광연구, 22(4), 156 - 170.
- 김두리, 임효남, 김진일 (2020). 간호대학생의 셀프리더십에 미치는 영향요인, 한국융합학회논문지, 11(3), 369-377.
- 김맹진, 서진우 (2010). 커피전문점 종사원의 서비스 지향성과 직무만족, 조직몰입 및 고객지향성간의 다차원 관계, 관광연구, 25(4), 297-315.
- 김미경 (2017). 감성리더십과 자기효능감, 고객지향성 간의 관계연구 : 장애인 거주시설 종사자의 감성지능 조절효과, 대구한의대학교 박사학위논문.
- 김민경, 김성수 (2014). 호텔기업의 전략적 인적자원관리가 조직몰입과 고객지향성에 미치는 영향, 관광연구저널, 28(7), 193-207.
- 김상진, 한진수 (2006). 호텔의 사회자본이 직무만족, 조직몰입에 미치는 영향, 호텔경영학연구, 15(2), 41-63.
- 김상표, 변충규, 하환호 (2020). 국내 경영컨설팅분야 학술연구의 동향분석 및 연구방안 제언, 경영컨설팅연구, 20(1), 339-350.
- 김석영 (2010). 호텔종사원의 경력관리와 직무만족, 직무몰입, 고객지향성과의 영향관계연구, 동명대학교 박사학위논문.

- 김성중 (2014). 지방공무원 셀프리더십이 고객지향성에 미치는 영향, 한국 콘텐츠학회논문지, 14(11), 713-721.
- 김성환, 김재원 (2016). 여행사 투어가이드의 셀프리더십이 직무만족과 업무성과에 미치는 영향에 관한 연구, 관광레저연구, 28(9), 263-280.
- 김세화, 이희정, 심덕섭 (2010). 셀프리더십의 선행요인 및 성과변수와의 관계에 관한 연구 : 셀프 애피커시의 매개효과를 중심으로, 대한경영학회지, 23(3), 1287-1312.
- 김수진 (2016). 호텔종사자의 셀프리더십이 고객지향성에 미치는 영향: 임파워먼트의 매개효과를 중심으로, 인문사회21, 7(4), 741-758.
- 김연선 (2008). 셀프리더십이 팀웍과 자기효능감, 직무만족, 조직몰입 및 직무성과에 미치는 영향 : 특급호텔 Wine & Dining Restaurant 을 중심으로, 세종대학교 박사학위논문.
- 김연선, 김성혁 (2010). 특급호텔 직원의 셀프리더십, 팀웍, 자기효능감, 직무만족, 조직몰입 및 직무성과에 관한 인과관계 연구, 호텔관광연구, 12(2), 97-108.
- 김영식 (2008). 호텔기업의 서비스지향성이 기업성과에 미치는 영향에 관한 실증적 연구: 직무만족 및 고객지향성의 매개변수를 중심으로, 청주대학교 박사학위논문.
- 김영태, 김성환, 최규환 (2011). 호텔종사원의 셀프리더십이 직무만족, 고객지향성에 미치는 영향 관계 연구, 한국조리학회지, 17(2), 182-197.
- 김영호 (2009). 창의경영, 혁신행동, 기업성과와의 관계, 동양대학교 박사학위논문.
- 김일천 (2003). 혁신적 업무행동의 선행요인에 관한 연구, 계명대학교 박사학위논문
- 김종우, 이지우, 백유성 (2007). 조직내 교환관계, 조직몰입 및 혁신적 업무행동의 관계, 경영연구, 22(4), 117-150
- 김태성 (2014). 개인 환경 직무 조직 적합성이 직무만족과 고객지향성에 미치는 영향 : KTX승무서비스 종사자를 중심으로, 고객만족경영연구, 16(13), 87-104.
- 김한성 (2003). 중학교 교사의 셀프리더십과 직무만족도의 관계, 숭실대학교 석사학위논문.

- 김해룡, 김쌍언 (2009). 직무자율성과 구성원 태도간의 관계에서 셀프리더십의 영향에 관한 연구, 산업경제연구, 22(1), 201-227.
- 김해룡, 양필석 (2008). 핵심자기평가와 혁신행동과의 관계에서 셀프리더십의 매개효과에 관한 연구. 대한경영학회지, 21(5), 1831-1857.
- 김희진 (2019). 사회복지사의 셀프리더십이 임파워먼트, 자기효능감 및 직무만족도에 미치는 영향에 관한 연구, 세한대학교 박사학위논문.
- 김희진 (2020). 사회복지사의 셀프리더십이 자기효능감을 매개로 직무만족에 미치는 영향, 한국콘텐츠학회논문지, 20(3), 49-58.
- 남승하, 정종원 (2017). 자기효능감과 직무만족이 조직구성원의 혁신행동과 직무성과에 미치는 영향: 혁신행동의 매개효과를 중심으로, 한국인사행정학회보, 16(4), 27-55.
- 노경섭 (2019). 제대로 알고 쓰는 논문 통계분석, 서울: 한빛아카데미.
- 노종희 (2001). 교원 직무만족의 개념화 및 측정에 관한 연구, 교육행정학연구, 19(2), 163-182.
- 민병철, 하성욱 (2013). 서비스 종업원의 셀프리더십에 관한 연구 -항공 서비스 산업에의 시사점, 한국항공경영학회지, 11(1), 75-93.
- 박보람, 양재장, 정연국 (2016). 호텔 서비스 접점 종사원의 셀프리더십이 자기효능감, 직무만족 및 조직몰입에 미치는 영향 - 부산지역 특급 호텔 종사원을 중심으로, 지역산업연구, 39(4), 191-208.
- 박봉규 (1998). 호텔종업원의 고객지향과 그 결정요인에 관한 연구, 관광레저연구, 10(1), 7-29.
- 박상배 (2012). 스포츠센터 지도자의 셀프리더십이 직무만족 및 고객지향성에 미치는 영향, 한국스포츠학회지, 10(3), 249-259.
- 박석규 (2014). 한식 레스토랑 종사자의 셀프리더십과 감성지능이 직무만족, 조직몰입, 직무성과에 미치는 영향에 관한 연구, 영산대학교 박사학위논문.
- 박용열, 남기민 (2008). 사회복지전담 공무원의 직무스트레스 요인이 고객지향성에 미치는 영향 -책임감과 자기효능감의 매개효과를 중심으로, 사회복지연구, 38(0), 93-121.
- 박주상 (2011). 민간경비원의 셀프리더십과 감정노동이 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구, 한국민간경비학회보, 18(0), 83-97.

- 박희서, 김은희, 김효순 (2008). 지방정부의 조직환경적 특성이 공무원의 혁신적 업무행동에 미치는 영향, 지방정부연구, 12(4), 7-32.
- 배채수 (2013). 주얼리 기업의 내부마케팅이 직무스트레스, 직무만족 및 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구, 경기대학교 박사학위논문.
- 백영미 (1998). 개인혁신행동의 영향요인에 관한 연구, 이화여자대학교 박사학위논문.
- 백영애, 정연, 유태순 (2015). 미용서비스산업 종사자의 자기효능감, 직업윤리, 직무만족과 고객지향성 간의 관계, 한국디자인포럼, 49(0), 229-242.
- 백현, 김용순 (2010). 여행사 종사원의 셀프리더십, 태도 및 고객지향성의 구조적 관계, 한국콘텐츠학회논문지, 10(5), 398-406.
- 서광열 (2009). 고객지향성의 영향관계에서 사회적유능성의 조절효과에 관한 연구, 경기대학교 대학원 박사학위 논문.
- 성태제 (2020). SPSS/AMOS/HLM을 이용한 알기 쉬운 통계분석, 서울: 학지사.
- 손은일, 송정수, 양필석 (2008). 셀프리더십과 혁신행동과의 관계에서 상사 신뢰의 매개효과에 관한 연구, 대한안전경영과학회지, 10(4), 275-286.
- 송건섭, 나병선 (2014). 인적자원관리 구성요소와 직무만족, 조직몰입 및 혁신행동 간의 인과관계, 한국인사행정학회보, 13(1), 327-350.
- 송정수, 양필석 (2008). 셀프리더십과 혁신행동과의 관계에서 직무만족의 매개효과에 관한 연구, 인력개발연구, 10(1), 223-246.
- 송정수, 양필석 (2009). 상사신뢰와 혁신행동 간의 관계에 있어서 심리적 임파워먼트의 매개효과, 산업경제연구, 22(5), 2437-2455.
- 신구범 (2010). 서비스업 종업원의 셀프리더십이 자기효능감 및 직무성공에 미치는 영향, 인적자원관리연구, 17(1), 91-104.
- 신승훈 (2012). 커피 전문점 종사원의 브랜드 동일시가 직무만족과 고객지향성에 미치는 영향, 관광연구, 27(2), 301-318.
- 신용국, 김명소, 한영석 (2009). 셀프리더십 척도(Revised Self-Leadership Questionnaire) 타당화 연구: 우리나라 대학생을 중심으로, 한국심리학회지 학교, 6(3), 377-393.

- 신혜숙 (2008). 내부마케팅이 직무만족 및 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구, 호텔경영학연구, 17(3), 103-115.
- 안용기 (2021). 특급호텔 종사원의 셀프리더십이 고객지향성에 미치는 영향 -조직시민행동의 매개효과를 중심으로-, 한국외식산업학회지, 17(3), 261-276.
- 양필석, 최석봉 (2012). 심리적 자본이 셀프리더십과 직무만족에 미치는 영향, 조직과인사관리연구, 34, 1-29.
- 엄영호 (2019). 외식종사원의 자기효능감이 혁신행동과 직무만족에 미치는 영향, 한국조리학회지, 25(6), 79-91.
- 여용재 (2008). 내부 마케팅이 직무 만족, 조직몰입 및 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구, 공주대학교 박사학위논문.
- 오석홍 (2000). 조직학의 주요이론, 서울: 법문사.
- 오영섭 (2008). 외식업 조리종사자의 참여적 작업시스템이 셀프리더십, 직무 만족, 조직 몰입에 미치는 영향, 한국조리학회지, 14(2), 193-204.
- 오중철, 양태식 (2012). 서비스기업에서 창의적 리더십이 직무만족과 혁신 행동에 미치는 영향, 한국서비스경영학회 학술대회, 2011(5), 83-106.
- 오주연, 박장혁 (2018). 항공사 승무원의 셀프리더십이 자기효능감과 직무 만족에 관한 인과 관계의 연구, 한국외식산업학회지, 14(2), 151-169.
- 유정화, 이수경 (2021). 고용불안, 직무스트레스, 직무만족, 혁신행동의 구조적 관계 연구 - 항공사 객실승무원을 중심으로 -, 호텔리조트연구, 20(4), 415-435.
- 유현희, 현병환 (2019). 에너지·환경분야 연구자의 셀프리더십이 자기효능감, 직무만족과 직무성과에 미치는 영향, 한국산학기술학회논문지, 20(10), 341-350.
- 윤대혁, 정순태 (2006). 변혁적 리더십이 조직시민행동과 조직구성원의 혁신적 행동에 미치는 영향에 관한 연구, 인적자원관리연구, 13(3), 139-169.
- 이강수 (2016). 긍정심리자본이 정서적 몰입과 고객지향성에 미치는 영향,

경희대학교 석사학위논문.

- 이대근, 김용재 (2015). 정보시스템 성공요인이 카지노정보시스템의 보안신뢰와 직무만족에 미치는 영향, 디지털융복합연구, 13(10), 81-98.
- 이문선, 강영순 (2003). 창의성과 혁신행동의 관계와 집단특성의 조절효과, 인사관리연구, 27(1), 251-271.
- 이민호 (2011). 지방공무원의 셀프리더십이 혁신행동에 미치는 영향: 임과 워먼트의 매개효과를 중심으로, 단국대학교 박사학위논문.
- 이상우 (2020). 호텔 총지배인의 겸손리더십이 구성원의 직무관련 자기효능감과 고객지향성에 미치는 영향, 호텔관광연구, 22(2), 96-107.
- 이상정 (2006). 외식업종사자의 직무적합이 이직의도에 미치는 영향. 경기대학교 박사학위논문.
- 이상호 (2003). 현대조직의 리더십이론, Gray Yukl 지음, 강정애, 이상욱, 이호선, 차동욱 옮김, 서울: 시그마프레스.
- 이수현, 지정훈 (2022). 피부미용 종사자의 긍정심리자본이 직무만족과 혁신행동에 미치는 영향, 한국디자인문화학회지, 28(2), 273-287.
- 이신우, 기은혜, 전현모 (2015). 항공사 지상직 종사자의 직무스트레스가 직무만족과 조직몰입, 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구, 호텔관광연구, 17(6), 403-420.
- 이영석 (2002). 구성원의 서비스지향성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구, 경희대학교 박사학위논문.
- 이인석 (1999). 혁신행동의 선행요인에 관한 실증적 연구, 인사관리연구, 23(1), 89-113.
- 이종호 (2014). 호텔 종사원들의 직무자율성에 따른 감정노동이 직무만족과 고객지향성에 미치는 영향에 대한 연구, 관광연구저널, 28(9), 111-122.
- 이종호, 허희영 (2012). 사회적지지 및 자기효능감이 항공사 승무원의 긍정적 정서표현에 미치는 영향, 한국항공경영학회지, 10(1), 131-147.
- 이태준, 윤세목, 이수광 (2020). 개인-조직 적합성이 호텔종업원의 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구: 심리적 주인의식의 조절효과, Tourism Research, 45(3), 383-402.
- 이혁진 (2019). 감독자의 윤리적 리더십이 혁신행동 및 추가적 노력에 미치

- 는 영향, 순천대학교 박사학위논문.
- 이형권 (2020), PROCESS macro를 이용한 조절된 매개효과분석, 경기도: 신영사.
- 이형룡, 이승호, 심지연 (2013). 항공사 객실승무원의 셀프리더십이 서비스 지향성에 미치는 영향 : 자기효능감의 매개효과를 중심으로, 한국항공경영학회지, 11(1), 3-26.
- 이홍재, 차용진 (2014). 사회자본과 직무만족 및 혁신행동 간의 관계: 경찰공무원을 대상으로, 한국정책학회 동계학술발표논문집, 2014(0), 1169-1184.
- 이희준, 황찬규 (2021). ICT/SW 중소기업 구성원의 셀프리더십이 자기효능감과 심리적 임파워먼트를 통하여 혁신행동에 미치는 영향, 한국융합과학회지, 10(5), 349-372.
- 임광민 (2020). 감성리더십이 구성원의 혁신행동과 고객지향성에 미치는 영향: 자기효능감과 직무열의의 매개효과, 동의대학교 박사학위논문.
- 임태중 (2021). 부서장의 서번트 리더십이 직무만족, 조직몰입 및 고객지향성에 미치는 영향: 병원을 중심으로, 경영컨설팅연구, 21(4), 81-91.
- 전영상, 박진영 (2011). 여행사의 시장지향성이 종사원의 직무만족과 고객지향성 및 경영성과에 미치는 영향: 상장여행사를 중심으로, 관광연구, 26(4), 527-545.
- 전유정, 이수범 (2011). 특급호텔 종사원의 성격특성이 직무만족과 소진에 미치는 영향, 관광연구, 26(3), 395-412.
- 정기한, 황인호, 신재익 (2007). 공기업에서의 내부마케팅과 고객지향성이 서비스품질과 고객만족에 미치는 영향에 관한 연구. 고객만족경영연구, 9(1), 103-122.
- 정대용, 김인건 (2009). 기업가의 규칙적인 운동이 셀프리더십과 목표달성에 미치는 영향, 한국경영학회 통합학술발표논문집, 2009(8), 1-27.
- 정승훈, 안준모, 권두순 (2014). 공정성 이론을 근거로 한 IT 서비스 공급자의 신뢰와 직무만족이 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구: 공공부문 IT아웃소싱을 중심으로, 생산성논집, 28(3), 77-104.
- 정원호, 윤인수 (2016). 셀프리더십이 혁신행동에 미치는 영향, 인적자원관

- 리연구, 23(5), 135-156.
- 제예인, 이인희 (2022). 의료미용서비스 종사자의 자기효능감이 직무열의와 고객지향성에 미치는 영향, 한국인체미용예술학회지, 23(1), 27-45.
- 조석중 (2018). 해운·항만 종사자의 리더-구성원 교환관계가 고객지향성에 미치는 영향 : 심리적 임파워먼트와 직무열의의 이중매개효과를 중심으로, 단국대학교 박사학위논문.
- 조성윤 (2018). H 기업 사무직 근로자의 조직학습지향성이 혁신행동에 미치는 영향 : 서번트리더십의 조절효과와 개인학습의 매개효과, 부산대학교 석사학위논문.
- 조성호, 한광식, 이명호 (2016). 호텔베이커리 종사자의 셀프리더십이 자기효능감 및 조직몰입에 미치는 영향, 한국조리학회지, 22(3), 66-78.
- 조승우, 김아영 (1998). 초등학교 아동의 목표지향성과 자기조절학습전략 사용 및 자기효능감과의 관계, 교육과학연구, 27(0), 71-88.
- 주희, 이형룡 (2012). 호텔 직원의 셀프리더십이 혁신행동에 미치는 영향 - 직무동기의 조절효과를 중심으로, 호텔경영학연구, 21(3), 17-36.
- 채정미 (2022). 변혁적 리더십이 보육교사의 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구: 상사신뢰, 자기 효능감, 직무열의를 중심으로, 송실대학교 박사학위논문.
- 최경화, 박광희 (2012). 성격특성과 고객지향성이 직무만족 및 직무성공에 미치는 영향, 한국의류학회지, 36(9), 79-90.
- 최고은 (2020). 성인의 셀프리더십과 직무만족간의 관계에서 자기효능감의 매개효과, 광주여자대학교 석사학위논문.
- 최낙환 (1997). 판매원의 고객지향성에 대한 조직몰입과 적응성의 매개적 역할, 마케팅연구, 12(2), 43-65.
- 최민수, 박선주 (2017). 예비유아교사의 셀프리더십에 영향을 미치는 관련 변인들의 구조 관계, 한국영유아보육학, 105(0), 27-47.
- 최인옥, 박지환, 선종규 (2011). 조직문화와 구성원 혁신행동의 관계: 조직신뢰와 과업갈등의 조절효과, 산업혁신연구, 27(3), 1-33.
- 최정희, 박우진, 배병윤 (2020). 변혁적 리더십, 내부마케팅이 구성원들의 직무만족, 고객지향성을매개로 경영성공에 미치는 영향: 의류매장 관리자를 중심으로, 벤처창업연구, 15(3), 89-101.

- 최호규, 심우극 (2013). 지방정부의 내부마케팅이 직무만족, 고객지향성, 서비스 제공수준에 미치는 영향, *고객만족경영연구*, 15(4), 59-78.
- 추교원, 정재현 (2020). 증권회사 지점 종사자의 내부마케팅이 직무만족, 직무몰입, 고객지향성 및 직무성장에 미치는 영향, *한국콘텐츠학회논문지*, 20(5), 476-499.
- 하동현 (2018). 셀프리더십이 긍정심리자본 구성요인과 혁신행동에 미치는 영향 : 긍정심리자본의 자아효능감, 희망, 낙관주의, 회복력의 매개효과를 포함하여. *관광연구*, 33(3), 1-28.
- 하재만, 이은미 (2018). 외식기업 종사원의 긍정심리자본이 직무만족과 직무성장에 미치는 영향 연구, *관광연구저널*, 32(12), 81-94.
- 한맑음 (2022). SPSS PROCESS macro를 이용한 기초통계분석과 조절·다중/매개분석 및 조절된 매개분석, 서울: 황소걸음아카데미.
- 홍현경 (2012). 자기효능감이 직무착근도, 혁신행동과 조직구성원행동에 미치는 영향 : 서울시내 특1급 호텔 근무형태에 따른 조절효과 중심으로, 세종대학교 박사학위논문.
- 황준연 (2019). 임파워링 리더십이 적응적 수행성과, 혁신행동 및 창의성에 미치는 영향 : 자기효능감의 매개효과를 중심으로, 경성대학교 박사학위논문.

[국외문헌]

- Ahmed, P. K., & Rafiq, M. (2002). *Internal marketing: Tools and concepts for customer-focused management.(1st ed.)*, London; Routledge.
- Alderfer C. P. (1967). Convergent and discriminant validation of satisfaction and desire measures by interviews and questionnaires, *Journal of Applied Psychology*, 51(6), 509 - 520.
- Amabile, T. M. (1988). *A model of creativity and innovation in organizations*. In Staw, B. and Cummings, L. L. (Eds.), *Researching organizational behavior*, 123-167, Greenwich: JAI

Press

- Amabile, T. M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J. and Herron, M. (1996). Assessing the work environment for creativity. *Academy of Management Journal*, 39, 1154-1184.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change, *Psychological Review*, 84(2), 191-215.
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency, *American Psychologist*, 37(2), 122-147.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. New York: Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1990). Perceived self-efficacy in the exercise of personal agency, *Journal of Applied Sport Psychology*, 2(2), 128-163
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*, NY: W. H. Freeman and Company.
- Bandura, A. (2006). *Guide for constructing self-efficacy scales, Self-efficacy beliefs of adolescents*, In T. C. Urdan, & F. Pajares(Eds.), Information Age Publishing, 307-337.
- Bligh, M. C., Craig L. P., & Jeffrey C. K. (2006). The importance of self-and shared leadership in team based knowledge work: A meso-level model of leadership dynamics, *Journal of managerial Psychology*, 21(4), 296-318.
- Brown, T. J., Mowen, J. C., Donovan, D. T., & Licata, J. W. (2002). The customer orientation of service workers: Personality trait effects on self-and supervisor performance ratings, *Journal of marketing research*, 39(1), 110-119.
- Caprara, G. V., & Steca, P. (2006). The contribution of self-regulatory efficacy beliefs in managing affect and family relationships to positive thinking and hedonic balance, *Journal of Social and Clinical Psychology*; New York, 25(6), 603-627.
- Carmeli, A., Meitar, R. & Weisberg, J. (2006). Self-leadership skills and innovative behavior at work, *International Journal of*

Manpower, 27(1), 75-90

- Chen, G., Gully, M. S., & Eden, D. (2001). Validation of a new general self-efficacy scale, *Organizational Research Methods*, 4(1), 62-83.
- Connolly, J. J., & Viswesvaran, C. (2000). The role of affectivity in job satisfaction: a meta-analysis, *Personality and Individual Differences*, 29(2), 265-281.
- Donavan, D. T., Brown, T. J., & Mowen, J. C. (2004). International benefits of service-worker customer orientation: Job satisfaction, commitment, and organizational citizenship behaviors, *Journal of Marketing*, 68(1), 128-146.
- Frank, R., & Park, J. E. (2006). Salesperson Adaptive Selling Behavior and Customer Orientation: A Meta-Analysis, *Journal of Marketing Research*, 43(4), 693-702.
- Gardner, D. G., & Pierce, J. L. (1998). Self-esteem and self-efficacy within the organizational context: An empirical examination, *Group & Organization Management*, 23(1), 48-70.
- Gist, M. E., & Mitchell, T. R. (1992). Self-efficacy: A theoretical analysis of its determinants and malleability, *Academy of Management Review*, 17(2), 183-211.
- Hartline, M. D., Maxham III, J. G., & Mckee, D. O. (2000). Corridors of influence in the dissemination of customer-oriented strategy to customer contract service employees, *Journal of Marketing*, 64(2), 35-50.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditinal process analysis: A regression-based approach*, New York, The Guilford Press.
- Hellman, C. M. (1997). Job satisfaction and intend to leave, *The Journal of Social Psychology*, 137(6), 677-689.
- Herzberg F. (1968). One more time : how do you motivate employees, *Harvard Business Review*, 46(1), 53-62.

- Hoffman, K. D., & Ingram, T. N. (1991). Creating customer-oriented employees: The case in home health care, *Journal of health care marketing*, 11(2), 24-32.
- Hoffman, K. D., & Ingram, T. N. (1992). Service provider job satisfaction and customer-oriented performance, *Journal of service marketing*, 6(2), 68-78.
- Holst, A. W. (1990). *Leadership development as a result of self-knowledge and self-control*. National Council of States on In Service Education. Fifteenth Annual Conference Improving Education through Staff Development, Orlando, FL.
- Hoppock, R. (1935). *Job satisfaction*, New York: Harper.
- Houghton, J. D., T. W. Bonham, C. P. Neck, & K. Singh. (2004). The relationship between self-leadership and personality: A comparison of hierarchical factor structures, *Journal of Managerial psychology*, 19(4), 427-441.
- Houghton, J. D., & Neck, C. P. (2002). The revised self-leadership questionnaire: Testing a hierarchical factor structure for self-leadership, *Journal of Managerial Psychology*, 17(8), 672-691.
- Houghton, J. D., & Yoho, S. K. (2005). Toward a contingency model of leadership and psychological empowerment : when should self-leadership be encouraged?, *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 11(4).
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness, and innovative work behavior, *Journal of Occupational and organizational psychology*, 73, 287-302.
- Janssen, O. (2005). The joint impact of perceived influence and supervisor supportiveness on employee innovative behaviour, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78(4), 573-579.
- Judge, T. A., Thoresen, C. J., Bono, J. E., & Patton, G. K. (2001). The

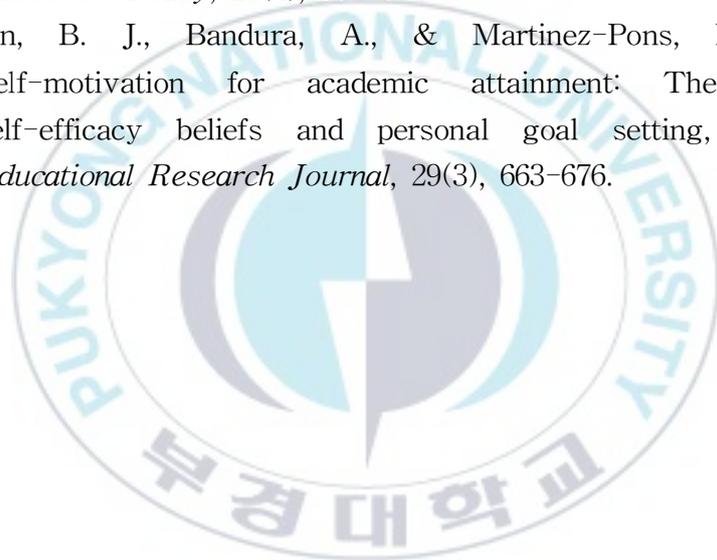
- job satisfaction - job performance relationship: A qualitative and quantitative review, *Psychological Bulletin*, 127(3), 376 - 407.
- Judge, T. A., LePine, J. A. & Rich, B. L. (2006). The narcissistic personality: Relationship with inflated self-ratings of leadership and with task and contextual performance, *Journal of Applied Psychology*, 91, 762 - 76.
- Kanter, R. M. (1988). When a Thousand Flowers Bloom: Structural, Collective and Social Conditions for Innovation in Organization, *Research in Organizational Behavior*, 10, 169-211.
- Khan, A. R. (2000). *Business ethics*, Dhaka, Bangladesh: Rubi Publications.
- Klassen, R. M., & Chiu, M. M. (2010). Effects on teachers' self-efficacy and job satisfaction: Teacher gender, years of experience, and job stress, *Journal of Educational Psychology*, 102(3), 741-756.
- Kotler, P. (2003). *Principle of Marketing*, 11th_ed, New jersey: Practice hall.
- Latham, G. P. (1989). Behavioral approaches to the training and learning process. In I. L. Goldstein, *Training and development in organizations*, 256 - 295, Jossey-Bass.
- Levitt, T. (1981). Marketing intangible products and product Intangibles, *Harvard Business Review*, 59, 94-102.
- Locke, E. A. (1976). *The nature and causes job satisfaction*. In M. D. Dunnett(ed). Handbook of Industrial and Organizational Psychology, Chicago, Rand McNally, 1300-1307.
- Manz, C. C. (1983). *The art of self-leadership: strategies for personal effectiveness in your life and work*. Englewood, NJ: Prentice Hall.
- Manz, C. C. (1986). Self-leadership: toward an expanded theory of self-influence processes in organizations, *Academy of Management Review*, 11, 585-600.
- Manz, C. C. (1998). *Mastering self-leadership: empowering yourself for*

- personal excellence, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Manz, C. C., & C. P. Neck. (1991). Inner leadership: creating productive thought patterns, *Academy of Management Perspectives*, 5(3), 87-95.
- Manz, C. C., & Neck, C. P. (2004). *Mastering self-leadership : empowering yourself for personal excellence*. (3rd ed.), Upper Saddle River, NJ: Person Prentice-Hall.
- Manz, C. C., & Neck, C. P. (2010). *Mastering self-leadership: empowering yourself for personal excellence*. (6th ed.), Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Manz, C. C., & Sims, H. P. Jr. (1991). Super leadership: Beyond the myth of heroic leadership, *Organizational Dynamics*, 19(4), 18-35.
- Manz, C. C., & Sims, H. P. (2001). *New super leadership : Leading others to lead themselves*, New York : Barrett Koehler.
- McCormick, E. J., & Tiffin, J. (1965). *Industrial psychology*. 5th ed., Prentice Hall.
- Meyer, J. P., Stanley, D. J., Herscovitch. L., & Topolnytsky. L. (2002). Affective, continuance, and commitment to the organization: A meta-analysis of antecedents, correlates, and consequence, *Journal of Vocational Behavior*, 61, 20-52.
- Mudor, H., & Tooksoon, P. (2011). Conceptual framework on the relationship between human resource management practices, job satisfaction, and turnover, *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 2(2), 41-49.
- Mumford, M. D., & Gustafson, S. B. (1988). Creativity syndrome: Integration, application, and innovation, *Psychological Bulletin*, 103(1), 27-43.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The effect of market orientation on business profitability, *Journal of Marketing*, 54, 20-35.
- Neck, C. P., & Manz, C. C. (1996). Thought self-leadership: The impact

- of mental strategies training on employee cognition, behavior, and affect, *Journal of Organizational Behavior*, 17(5), 445 - 467.
- Neck, C. P., & J. D. Houghton, (2006). Two decades of self leadership theory and research: Past developments, present trends, and future possibilities, *Journal of Managerial Psychology*, 21(4), 270-295.
- Nunnally, J.C. (1978). *An Overview of Psychological Measurement*. In: Wolman, B.B. (eds) *Clinical Diagnosis of Mental Disorders*. Springer, Boston, MA.
- Parker, L. E., & Price, R. H. (1994). Empowered managers and empowered workers: The effects of managerial support and managerial perceived control on workers' sense of control over decision making, *Human Relations*, 47(8), 911-928.
- Pinquart, M., Juang, L. P., & Silbereisen, R. K. (2003). Self-efficacy and successful school-to-work transition: A longitudinal study. *Journal of Vocational Behavior*, 63(3), 329 - 346.
- Prussia, G. E., J. S. Anderson, & C. C. Manz. (1998). Self-leadership and performance outcomes: the mediating influence of self efficacy, *Journal of Organizational Behavior*, 19(5), 523-538.
- Quinn, R. P., & Thomas, W. M. (1973). Evaluating weighted models of measuring job satisfaction: A cinderella story, *Organizational Behavior and Human Performance*, 10(1), 1-23.
- Ruekert, R. W. (1992). Developing a market orientation: An organizational strategy perspective, *International Journal of Research in Marketing*, 9(3), 225-245.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development and well-being, *American Psychologist*, 55(1), 68-78.
- Saxe, R., & Weitz, B. A. (1982). The SOCO scale: A measure of the customer orientation of salespeople, *Journal of Marketing Research*, 19, 343-351.

- Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Creating innovative behavior among R&D professionals: The moderating effect of leadership on the relationship between problem-solving style and innovation, *International engineering Management Conference*, 10, 48-55.
- Sherer, M., Maddux, J. E., Mercandante, B., Prentice-Dunn, S., Jacobs, B., & Rogers, R. W. (1982). The self-efficacy scale: Construction and validation, *Psychological Reports*, 51, 663-671.
- Smith, C. A. (1995). *Human resource practices and policies as antecedents of organizational commitment*. Unpublished Doctoral Dissertation, University of Western Ontario, Canada.
- Stock, R. M., & Hoyer, W. D. (2005). An Attitude - Behavior Model of Salespeople's Customer Orientation, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33, 536 - 552.
- Swan, J. E., Trawick, I. F., & Silva, D. W. (1985). How industrial salespeople gain customer trust, *Industrial Marketing Management*, 14(3), 203-211.
- Vealey, R. S. (1986). Conceptualization of sport-confidence and competitive orientation: preliminary investigation and instrument development, *Journal of Sport Psychology*, 8(0), 221-246.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*, Wiley.
- Wanberg, C. R., & Banas, J. T. (2000). Predictors and outcomes of openness to changes in a reorganizing workplace, *Journal of Applied Psychology*, 85(1), 132-142.
- West. M. A., & Farr. J. L. (1989). Innovation at work; Psychological perspectives, *Social Behavior*, 4, 15-30.
- West, M. A., & Farr, J. L. (1990). *Innovation at work*. In M. A. West & J. L. Farr (eds.), *Innovation and creativity at work*, 3-13. Chichester, England; Wiley.
- Williams, M. R. (1992). *Organizational culture as a predictor of the level of salespersons customer oriented behavior*, Unpublished Doctoral dissertation, Oklahoma State University. USA.

- Williams, M. R., & Attaway, J. S. (1996). Exploring salespersons' customer orientation as a mediator of organizational culture's influence on buyer-seller relationships, *The Journal of Personal Selling & Sales Management*, 16(4), 33-52.
- Williams, S. (1997). Personality and self-leadership, *Human Resource Management Review*, 7(2), 139-155.
- Wu, L., & Norman, I. J. (2006). An investigation of job satisfaction, organizational commitment and role conflict and ambiguity in a sample of chinese undergraduate nursing students, *Nurse Education Today*, 26(4), 304-314.
- Zimmerman, B. J., Bandura, A., & Martinez-Pons, M. (1992). Self-motivation for academic attainment: The role of self-efficacy beliefs and personal goal setting, *American Educational Research Journal*, 29(3), 663-676.



설 문 지

안녕하십니까?

귀하의 행복과 발전을 기원합니다.

본 설문지는 컨설턴트들의 셀프리더십이 자신의 태도와 행동에 미치는 영향 관계를 보다 체계적으로 연구하고자 설계하였습니다.

이 설문지의 내용은 솔직한 생각과 경험을 묻고자 하는 것으로 정답이 있을 수 없습니다. 또한, 설문지의 특성상 응답되지 않은 문항이 하나라도 있으면, 답하신 다른 내용도 사용할 수 없게 되므로 많이 바쁘시더라도 **모든 문항에 대해 빠짐없이 솔직하게 응답해주시면 대단히 감사하겠습니다.**

본 연구에 협조해주신 귀하께 깊은 감사를 드립니다.

2021년 10월

소 속 : 부경대학교 일반대학원

지도교수 : 홍 재 범 교수

연구자 : 김 동 원 드림

연구자 연락처 :

◁ 부탁 말씀 ▷

1. 본 설문에서 서로 비슷하다고 느껴지는 문항이 있더라도 **하나도 빠뜨리지 마시고 응답**해 주시면 감사하겠습니다.
2. 각 질문에는 정답이 없습니다. 사회적으로 바람직하다고 생각하시는 내용으로 응답하지 마시고, **질문을 읽고 난 후 순간적인 느낌이나 생각을 사실 그대로 기록**해 주시기를 부탁드립니다.
3. 「정보통신망법」 제49조(비밀 등의 보호) 및 「통계법」 제33조(비밀의 보호)에 따라 비밀이 철저히 보장되며, 작성하시는 모든 응답은 무기명으로 통계 처리되어 연구목적 이외에는 절대로 사용되지 않습니다.

I. 셀프리더십

다음 문항은 **셀프리더십**을 측정하는 문항입니다. 문항별로 한 곳에만 V표 해주
시기 바랍니다.

설 문 항 목	매우 그렇 다	그렇 다	보통 이다	그렇 지 않 다	전혀 그렇 지 않 다
1 나는 일의 진행 정도를 자주 확인한다.	⑤	④	③	②	①
2 나는 내가 일을 어떻게 하고 있는지를 항상 점검한다.	⑤	④	③	②	①
3 나는 내가 일을 얼마나 잘하고 있는지 주의를 기울인다.	⑤	④	③	②	①
4 나는 의식적으로 목표를 정한다.	⑤	④	③	②	①
5 나는 내 일의 진행정도를 기록한다.	⑤	④	③	②	①
6 나는 업무상 책임 영역을 더 넓히려고 한다.	⑤	④	③	②	①
7 나는 업무상 책임을 넓힐 수 있는 방법에 집중한다.	⑤	④	③	②	①
8 나는 내가 할 수 있는 새로운 책임에 대하여 생각한다.	⑤	④	③	②	①
9 나는 나에게 할당된 책임보다 더 열심히 하려고 노력한다.	⑤	④	③	②	①
10 나는 책임을 넘어서는 활동들을 찾으려고 노력한다.	⑤	④	③	②	①
11 나는 스스로 문제를 해결하려고 행동한다.	⑤	④	③	②	①
12 나는 내 힘으로 문제를 해결하는 것을 좋아한다.	⑤	④	③	②	①
13 나에게 문제가 발생한다면, 내 스스로 그 문제를 해결한다.	⑤	④	③	②	①
14 나는 내 마음 속에서 문제에 대한 해결책을 찾아낸다.	⑤	④	③	②	①
15 나는 내가 일하는 방법을 개선하려고 한다.	⑤	④	③	②	①
16 나는 직무상 할 수 있는 긍정적인 변화를 생각하려고 한다.	⑤	④	③	②	①

II. 자기효능감

다음 문항은 **자기효능감**을 측정하는 문항입니다. 문항별로 한 곳에만 V표 해주
시기 바랍니다.

설 문 항 목	매우 그렇 다	그렇 다	보통 이다	그렇 지 않 다	전혀 그렇 지 않 다
1 나는 내가 스스로 세운 목표 중 대부분을 달성할 수 있다.	⑤	④	③	②	①
2 나는 어려운 일에 부딪혔을 때, 그것을 극복할 수 있다고 확신한다.	⑤	④	③	②	①
3 나는 내가 중요시 하는 것을 얻을 능력이 있다고 생각한다.	⑤	④	③	②	①
4 나는 내가 노력을 기울이면 무슨 일이든 성공할 수 있다고 믿는다.	⑤	④	③	②	①
5 나는 어려움이 여러 번 닥쳐와도 성공적으로 극복할 수 있다.	⑤	④	③	②	①
6 나는 다양한 종류의 여러 가지 일들을 잘 할 수 있다고 확신한다.	⑤	④	③	②	①
7 나는 다른 사람보다 대부분의 일을 더 잘 할 수 있다.	⑤	④	③	②	①
8 나는 상황이 별로 안 좋아도 무슨 일이든 매우 잘 할 수 있다.	⑤	④	③	②	①

Ⅲ. 직무만족

다음 문항은 **직무만족**을 측정하는 문항입니다. 문항별로 한 곳에만 V표 해주시기 바랍니다.

설 문 항 목		매우 그렇다	그렇다	보통 이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
1	나는 현재의 업무수행에 기쁨과 보람을 느낀다.	⑤	④	③	②	①
2	나는 전반적으로 나의 업무에 만족한다.	⑤	④	③	②	①
3	현재 나의 업무는 내 생활에 꼭 필요한 요소이다.	⑤	④	③	②	①
4	나는 다른 사람보다 나의 일을 더 좋아한다.	⑤	④	③	②	①
5	나는 대부분 시간을 열심히 일하는데 소비한다.	⑤	④	③	②	①
6	나는 나의 업무수행에 열정을 쏟는다.	⑤	④	③	②	①

Ⅳ. 혁신행동

다음 문항은 **혁신행동**을 측정하는 문항입니다. 문항별로 한 곳에만 V표 해주시기 바랍니다.

설 문 항 목		매우 그렇다	그렇다	보통 이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
1	나는 업무와 관련된 어려운 문제를 해결하기 위해 새로운 아이디어를 개발한다.	⑤	④	③	②	①
2	나는 업무수행에 활용될 수 있는 새로운 도구, 방법 등을 찾으려 애쓴다.	⑤	④	③	②	①
3	나는 혁신적 아이디어에 대한 공감대를 형성하려 노력한다.	⑤	④	③	②	①
4	나는 혁신적 아이디어를 잘 다듬어 유용하게 쓰일 수 있도록 한다.	⑤	④	③	②	①
5	나는 체계적 방법으로 혁신적인 아이디어를 업무에 도입한다.	⑤	④	③	②	①
6	나는 혁신적 아이디어의 실용적 가치를 꼼꼼하게 따져본다.	⑤	④	③	②	①

Ⅴ. 고객지향성

다음 문항은 **고객지향성**을 측정하는 문항입니다. 문항별로 한 곳에만 V표 해주시기 바랍니다.

설 문 항 목		매우 그렇다	그렇다	보통 이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
1	나는 고객을 최우선으로 생각한다.	⑤	④	③	②	①
2	나는 고객의 행동에 관심을 가진다.	⑤	④	③	②	①
3	나는 고객의 문제를 중요하게 생각한다.	⑤	④	③	②	①
4	나는 고객에게 필요한 서비스를 미리 예상한다	⑤	④	③	②	①
5	나는 고객에게 필요한 설명을 잘해준다.	⑤	④	③	②	①
6	나는 고객의 입장에서 필요한 것을 해결하려고 노력한다.	⑤	④	③	②	①
7	나는 고객과의 약속을 반드시 지킨다.	⑤	④	③	②	①

VI. 일반적인 사항

다음 문항은 일반적인 사항에 대한 문항입니다. 문항별로 해당하는 곳에 V표 해 주시기 바랍니다.

1. 귀하가 소속된 회사의 형태는?
① 법인기업 ② 개인기업
2. 귀하의 성별은?
① 남자 ② 여자
3. 귀하의 연령대는?
① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대 이상
4. 귀하의 학력은?
① 고졸 이하 ② 전문대졸 ③ 대졸 ④ 대학원졸
5. 귀하의 평균 소득은?
① 200만원 미만 ② 200만원 대 ③ 300만원 대 ④ 400만원 대 ⑤ 500만원 대 ⑥ 600만원 대 ⑦ 700만원 이상
6. 귀하의 컨설턴트로서의 경력기간은?
① 2년 이하 ② 3년-5년 ③ 6년-10년 ④ 11년-15년 ⑤ 16년-20년 ⑥ 20년 이상
7. 귀하의 컨설팅업무와 관련한 직장 등에서 근무한 경력기간은? (컨설턴트로서 근무한 기간 제외)
① 5년 이하 ② 6년-10년 ③ 11년-15년 ④ 16년-20년 ⑤ 21년-25년 ⑥ 26년 이상
8. 귀하가 주로 컨설팅을 실시하는 지역은?
① 서울 ② 부산 ③ 대구 ④ 대전 ⑤ 광주 ⑥ 인천 ⑦ 강원 ⑧ 경기
⑨ 경상 ⑩ 전라 ⑪ 충청 ⑫ 제주 ⑬ 세종 ⑭ 기타()
9. 귀하의 주된 컨설팅 분야는?
① 경영전략 ② 마케팅 ③ 재무·세무회계 ④ 생산·공정·품질관리 ⑤ 인사조직
⑥ 정보화(IT) ⑦ 지식재산(IP) ⑧ 해외진출 ⑨ 기술개발 ⑩ 기타()