

정서적 몰입과 조직 창의성의 관계: 학습동기의 조절효과

신수영
영남대학교 경영학과

Organizational commitment and organizational creativity: The moderating effect of training motivation

Soo-Young Shin
School of Business, Yeungnam University

요약 불확실한 환경과 다양한 이해관계자 속에서 살아남기 위해 조직은 창의성을 높일 수 있는 요인에 대해 지속적으로 탐색해왔다. 본 연구에서는 조직 창의성을 높일 수 있는 선행요인으로 정서적 몰입에 주목하고 이를 구체적으로 설명할 수 있는 인지적 상황요인을 탐색하였다. 즉, 정서적 몰입과 조직 창의성의 관계는 구성원들의 학습동기가 높을 때 더욱 명확해질 것이라는 가설을 검증하기 위해 64개의 기업의 최고경영자와 472명의 종업원의 자료를 분석하였다. 연구결과, 조직구성원의 정서적 몰입은 조직 창의성에 영향을 미쳤으며, 정서적 몰입과 조직창의성의 관계는 학습동기가 높을수록 강화되었다. 이를 통해 조직구성원의 정서적 측면과 인지적 측면이 상호적으로 조화로우며 조직창의성은 강화된다는 사실을 발견하였다. 본 연구는 최고경영자가 평가한 변수(조직 창의성)와 구성원들 스스로 평가한 변수(학습동기, 정서적 몰입)의 관계를 분석함으로써 변수들 간 동일방법오류(common method bias) 문제를 해결하고자 하였다. 향후 연구에서는 조직창의성을 유발하는 다양한 메커니즘을 탐색하려는 시도가 요구되며 이러한 메커니즘을 토대로 조직 내 관리자에게 보다 구체적인 가이드라인을 제시하려는 노력이 필요하다.

Abstract For sustainable management under uncertainty, organizations should explore factors influencing organizational creativity. This research examined affective commitment as the factor expected to increase organizational creativity. Clarifying the relationship between affective commitment and organizational creativity, we consider training motivation as a moderator. The participants in this empirical study were 472 employees and 64 firms' CEO to confirm hypotheses that training motivation make strengthen the positive relationship between affective commitment and organizational creativity. Results showed that organizational creativity was associated with affective commitment. Moreover, there was a moderating effect of training motivation on the relationship between organizational commitment and organizational creativity. This study attempted to avoid common method bias by using different sources such as CEO's response and employees' response. The implications for future research are discussed, including exploring the mechanism of organizational creativity and practice.

Keywords : organizational creativity, affective commitment, training motivation, common method bias, sustainable management

1. 서론

창의성에 대한 생각은 학자들마다 다르지만 다수의

연구에서 “유용하고 독창적인 아이디어를 창출하는 것”을 창의성의 핵심개념으로 삼는다[1]. 지식경제사회에서 새로운 아이디어를 창출하는 것은 부가가치를 높일 수

본 연구는 2018년도 영남대학교 학술연구조성비를 받아 수행하였습니다.

*Corresponding Author : Soo-Young Shin(Yeungnam Univ.)

Tel: +82-53-810-2838 email: swim1@ynu.ac.kr

Received July 13, 2018

Accepted October 5, 2018

Revised (1st August 10, 2018, 2nd August 20, 2018)

Published October 31, 2018

있는 중요한 원동력이다. 불확실하고 치열한 경쟁환경속에서 기업의 생존은 얼마나 구성원들의 아이디어를 증진시킬 수 있는가에 달려있다. 예측할 수 없는 새로운 문제에 대처하기 위해서는 조직구성원의 창의적인 문제해결 능력이 필수적이기 때문이다.

그동안 창의성에 대한 연구는 개인수준의 연구가 주류를 이루었으나 점차 집단이나 조직차원이 창의성 연구가 확장되고 있다[2]. 개인의 창의성도 중요하지만 결국 기업이 성과를 내기 위해서는 구성원들의 창의성이 어떻게 통합적으로 발현되는가가 더욱 중요하기 때문이다 [3]. 그러나 조직수준의 창의성 연구의 중요성에도 불구하고 아직까지는 많이 부족한 편이다. 이에 본 연구에서는 조직창의성을 유발하는 대표적인 선행요인을 탐색하고 이러한 요인을 더욱 강화시키거나 약화시키는 요인에 대해 제시하고자 한다.

조직수준의 창의성 연구들은 보상시스템, 상사의 리더십, 조직구조 등 주로 외제적 동기부여 요인들에 초점을 맞춰 연구를 진행해왔다 [4]. 본 연구에서는 선행연구에서 간과해왔던 조직구성원의 심리적 요인에 초점을 맞춰 내재적 동기부여 요인을 탐색하고자한다. 조직은 다양한 구성원들로 이뤄진 집단이기 때문에 조직성과를 높이기 위해서는 구성원들의 공유된 가치관이나 조직과의 일체감이 매우 중요하다. 이러한 일체감을 바탕으로 조직을 위해 자발적으로 노력하는 것을 조직몰입이라고 한다[5]. 창의성은 기존에 해오던 방식을 고수하지 않고 새로운 방식을 창출하는 것이 핵심이므로 구성원들이 부가적인 노력이 필요하다. 조직몰입 중에서도 정서적 몰입의 경우, 조직구성원의 애착에 기반한 자발적인 몰두를 의미하기 때문에 조직의 지속적인 개선을 위한 아이디어 창출을 유발하는데 적합한 변수라고 가정하였다. 아울러 본 연구에서는 조직 창의성에 대한 정서적 몰입의 효과를 강화시킬 수 있는 요인으로 학습동기를 고려하였다. 학습동기는 얼마나 자발적으로 하는가와 배우고자 하는가와 관계된 것으로[6] 새롭고 유용한 아이디어를 산출해낼 토대가 된다는 측면에서 정서적 몰입의 효과를 강화시켜줄 수 있을 것으로 예상하였다. 요약해보면, 본 논문은 그동안 부족했던 조직수준의 창의성을 유발하는 내재적 동기부여요인으로 정서적 몰입의 효과를 탐색하고 이를 강화시키는 요인으로서 학습동기의 효과를 규명하는 것을 목적으로 한다.

2. 이론적 배경

2.1 조직몰입과 조직창의성의 관계

창의성을 연구한 대표적인 학자인 Amabile (1988)은 창의성을 “개인이나 소수집단에 의한 새롭고 유용한 아이디어의 산출”로 정의하였다. 개인수준에서 시작한 창의성 연구는 점차 집단 수준, 그리고 조직수준으로 확장되었다[2, 19]. 특히, 조직 창의성은 지식경제사회에서 기업의 성과를 높이는 동인으로 규명되고 있다[2]. 따라서 조직에서 창의성을 이해하고 이를 증진시키기 위한 방안을 찾는 것은 매우 중요하다.

그동안 기업에서 창의성에 영향을 미치는 선행요인들을 살펴보면 기회와 보상(상황요인에 따라 창의성에 대한 효과는 다르게 나타남), 상사와 동료 간 대인관계[4], 자유로운 시간활용의 허용[7], 직무특성(스킬 다양성)[8], 직무만족[9], 조직몰입[10], 조직의 분위기[11], 상사의 지원[12], 권한의 분산정도[13] 등이 있다.

본 연구에서는 조직 창의성을 높이는 여러 선행요인들 중에서도 조직몰입에 주목하였다. 조직몰입(organizational commitment)이란 자신이 속한 조직과 자신을 동일시하고 조직에 몰두하며 조직목표와 가치의 추구를 수용하고 조직을 위해 자발적으로 노력하려는 의지 그리고 조직구성원으로 남아 있으려는 욕구로 정의된다[5]. 조직몰입은 정서적 몰입, 지속적 몰입, 규범적 몰입 등 세 가지 하위요인들로 구성되는데 이중 조직유효성에 가장 긍정적인 요인은 정서적 몰입으로 알려졌다[14]. 지속적 몰입의 경우 손익관계에 입각한 이해관계 측면이 강하고 규범적 몰입은 주로 조직사회화 과정과 관련이 깊은 반면 정서적 몰입은 조직에 대한 구성원들의 애착과 일체감을 의미하기 때문이다. 따라서 본 연구에서는 조직몰입 중에서도 정서적 몰입에 초점을 두고 연구를 진행하고자 한다.

정서적 몰입의 효과에 대해 입증한 선행연구들을 살펴보면, 주로 정서적 몰입이 높을수록 조직의 목표달성을 위한 적극성이 높아진다는 결과가 도출되었다[14]. 즉, 구성원들의 조직에 대한 애착은 조직의 성공과 지속적인 개선에 기여하기 위해 자발적인 노력을 유발하게 된다. 다시 말하면, 종업원들은 조직에 대한 정서적 몰입이 높을 때 작업장에서 자신의 능력을 최대한 발휘해 조직의 성과에 기여하는 것이다. 이와 관련하여 Sashittal 과 Jassawalla(2002)는 구성원들의 정서적 몰입은 조직

의 혁신과 긍정적 관계가 있다는 사실을 밝혀냈다[15].

정서적 몰입에 대한 선행연구들을 종합해보면, 구성원들의 개인수준의 몰입이 어떻게 개인의 행동에 영향을 미치는가에 대해 탐색한 것이 대다수이다. 본 연구에서는 조직창의성에 영향을 미치는 선행요인으로서 조직구성원들이 인지하는 조직수준에서의 정서적 몰입의 효과를 규명하고자 한다.

2.2 학습동기의 조절효과

조직학습에 대한 연구에서는 주로 구성원들의 학습동기보다는 학습자의 행동을 변화시키기 위한 연구[16] 또는 학습자의 행동이 궁극적인 성과와 어떤 관계가 있는지 탐색하는 연구에 초점이 맞춰져왔다[17]. 그러나 최근에는 학습의 지속성이나 행동의 근본적인 변화를 위해 행동의 추진체인 학습동기가 중요한 역할을 한다는 사실이 밝혀지면서[18] 학습동기의 중요성이 점차 부각되고 있다. 학습동기란, 배우고자 하는 행동을 얼마나 자발적으로 하는가와 관계된 것으로 주로 학습지향적(learning-directed) 행동의 방향, 강도, 유지 등을 통합해서 일컫는 말이다[6].

학습동기의 효과가 어떻게 발현되고 있는지는 Colquitt et al.의 메타분석을 통해 알 수 있다[18]. 메타분석연구에 따르면 학습동기는 지식이나 스킬 등의 인지적 측면의 학습결과에 긍정적인 영향을 미쳤고, 학습자의 인지적인 학습결과 향상은 학습자의 전이(transfer) 및 직무성과 등에 긍정적인 관계로 이어졌다. 아직 학습동기와 조직창의성에 대한 직접적인 관계를 다룬 연구는 미비하지만, 인지적 학습결과가 조직창의성을 유발한다는 선행연구들[2, 17]을 통해 학습동기와 조직창의성의 긍정적 관계 또한 유추해볼 수 있다.

그러나 본 연구에서는 학습동기와 조직창의성의 직접적인 관계를 가정하기보다는 학습동기가 정서적 몰입의 효과를 강화시키는 역할을 할 것으로 가정하였다. 앞서 살펴보았듯이 조직창의성의 주요 선행요인으로 꼽히는 정서적 몰입의 핵심개념은 “애착과 동일시”이다. 그러나 아무리 구성원들이 자신의 조직을 좋아하고 동일시해도 새롭고 유용한 아이디어를 산출해낼 토대가 없으면 효과가 반감될 가능성이 높다. 이와 관련하여 Zhou and George(2001)는 조직몰입과 창의성의 관계에서 직무에 대한 만족여부가 조절한다고 주장하였다[10]. 현재의 직무에 대해 만족하지 않고 끊임없이 다른 것을 탐색하는

과정에서 조직창의성에 대한 조직몰입의 긍정적 효과가 강화된다는 논리이다. 학습동기는 구성원들이 자발적으로 새로운 것을 배우는 추진체가 되기 때문에 창의성을 위한 인지적 기반을 마련해줌으로써 정서적 몰입에 의한 창의성의 효과를 강화시킬 수 있는 요인이 된다.

3. 연구방법

3.1 연구모형

본 연구에서는 정서적 몰입, 학습동기, 조직창의성 모두 조직수준으로 접근하였다. 조직구성원들이 인지하는 정서적 몰입이 높을수록 조직창의성이 높을 것이라는 가설을 설정하고 이들의 인과관계에 대한 규명을 시도하였다. 또한 정서적 몰입과 조직창의성의 관계는 조직구성원들의 학습동기를 통해 더욱 강화될 것이라는 가설을 실증연구를 통해 입증하고자 다음과 같은 연구모형과 가설을 도출하였다.

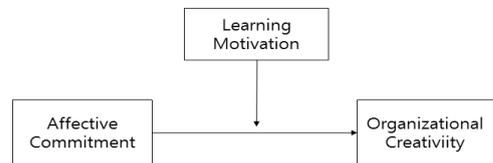


Fig. 1. Research Model

가설1: 구성원들의 정서적 몰입은 조직 창의성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설2: 학습동기는 정서적 몰입과 조직 창의성의 관계를 조절할 것이다. 즉, 학습동기가 높을수록 정서적 몰입과 조직 창의성의 관계는 강화될 것이다.

3.2 자료수집

본 연구에서는 한국산업인력공단에서 주관한 「중소기업 학습조직구축 사업」을 지원받은 기업체를 대상으로 설문을 배포하였다. 설문은 두 가지 유형(최고경영자용, 조직구성원용)으로 구성되었고, 조직구성원은 최소 5명에서 최대 10명까지 응답하도록 하였다. 또한 독립변수를 측정하는 설문의 응답자(조직구성원)와 종속변수(최고경영자)를 측정하는 설문의 응답자를 달리함으로써 동일방법오류(common method bias)를 방지하였다.

총 200개 기업의 종업원 1500명을 대상으로 배포하여 67개 기업 480명의 자료를 회수하였다. 조직구성원의 응답자 수가 너무 적은(4명 미만) 조직의 데이터와 불성실한 응답은 제외하고 최종적으로 64개 기업의 472명의 데이터를 분석에 사용하였다. 조직 1개당 구성원은 최소 4명에서 최고 18명이며, 평균 조직구성원은 7.4명이다.

정서적 몰입과 학습동기는 개인수준(472명)에서 측정되었기 때문에 개인수준의 값을 조직수준(64개)으로 합산(agggregation)하는 것이 정당화 될 수 있는지에 대한 검증이 필요하다. 합산 검증에 대표적으로 사용되는 ICC(1)은 정서적 몰입의 경우 $0.35(F=4.276, p<.01)$ 로 유의하였으며, 학습동기의 경우에도 $.034(F=4.137, p<.01)$ 로 유의하였다. ICC(2)는 정서적 몰입 0.77 , 학습동기 0.76 으로 집산화하는데 무리가 없는 것으로 판단되었다[20].

3.3 측정도구

산업, 종업원수, 설립년도를 제외한 모든 변수는 선행 연구를 통해 개발된 리커트 양식의 척도를 사용하여 측정한다(7점 척도). 구체적인 변수의 측정항목은 다음과 같다.

정서적몰입: 종업원의 정서적 몰입은 Meyer et al.(2002)[14]의 연구를 기반으로 총 5개의 설문 항목으로 측정하였다. 문항의 예는 “우리 회사직원들은 본인 회사에 정서적인 애착을 느낀다” 등이다. 조직 구성원들에게 응답을 받았다.

조직창의성: 조직창의성은 Janssen(2000)가 개발한 아이디어창출을 기반으로 개발되었다[21]. 구체적인 항목으로는 “우리 회사직원들은 업무향상에 구체적인 도움이 되는 새로운 기술이나 절차, 또는 방법을 찾아낸다” 등의 3개 항목이며 최고경영자 평가로 측정되었다. 최고경영자에게 응답을 받았다.

학습동기: 학습동기는 Ryman과 Biersner (1975)가 사용한 5문항을 사용하였다 [22]. 문항의 예는 “우리 회사직원들은 교육(훈련)에 자발적으로 참여하고자 한다” 등이다. 조직구성원에게 응답을 받았다.

통제변수: 본 연구에서는 기존 조직창의성 문헌들에 사용된 통제변수들(근속년수, 종업원수, 산업)을 포함시켰다[23]. 산업은 제조와 비제조업으로 나누어 더미코딩하였고, 종업원 수의 경우 분포가 한쪽으로 치우쳐져 있

어 가설검정시에는 로그변환하여 사용하였다.

4. 연구결과

본 연구에서는 구성원들에 대한 설문과 최고경영자의 설문 자료가 함께 사용되었다. 따라서 독립변수와 종속변수를 상이한 원천에서 수집한 자료로 분석하였고 이로 인해 동일원천에 의한 오류(same source bias)를 줄일 수 있었다.

신뢰도 검증은 내적 일관성을 측정하기 위해 신뢰도 계수(Cronbach's alpha)를 사용하여 검증하였다. Table 1을 살펴보면, 본 연구에서 사용된 측정도구의 신뢰도 계수는 모두 0.9이상으로 양호한 것으로 나타났다. 또한 본 연구에서는 탐색적 요인분석을 사용하여 타당도를 검증하였으며, 정서적 몰입, 학습동기, 조직창의성이 모두 구분되는 것을 확인하였다.

가설검증에 앞서서 본 연구들에서 사용된 주요변수들의 관계를 파악하기 위해 상관관계 분석을 실시하였다. 분석결과, Table 2와 같이 조직창의성과 정서적 몰입($r=.329, p<.01$) 및 학습동기($r=.751, p<.01$)의 관계는 정적으로 유의하였다.

본 연구의 가설검증위해 실시한 위계적 회귀분석결과 는 Table 3과 같다. 모형1은 통제변수만 넣었을 때의 회귀분석 결과이고, 모형2는 독립변수인 정서적 몰입, 모형3은 조절변수인 집단효능감, 모형4는 정서적 몰입과 집단 효능감의 상호작용항을 투입한 결과이다. Table 3에서 나타난 바와 같이 가설 1과 가설 2는 모두 $p<.05$ 수준에서 지지되었다. 조절효과를 좀 더 명확하게 살펴 보기 위해 평균값에서 1 표준편차 큰 값과 작은 값을 이용하여 학습동기를 고(high), 저(low) 수준으로 나누어 각 수준에서의 회귀방정식을 추정하고 각 회귀식의 회귀 계수가 유의미한지 알아보기 위한 t-test를 실시하였다 [24].

Fig. 2를 보면 학습동기가 높을 때 회귀식의 기울기가 유의하여($t=2.662, p<.05$) 학습동기가 높을수록 정서적 몰입의 긍정적 효과가 큰 것으로 나타났다. 반면, 학습동기가 낮을 때는 회귀식의 기울기가 유의하지 않아 ($t=1.984, p=.054, n.s$) 조직창의성에 대한 정서적 몰입의 효과는 없는 것으로 밝혀졌다.

Table 1. Results of factor analysis

Items	Component			Reliability
	Affective Commitment	Learning Motivation	Organizational Creativity	
We would be very happy to spend the rest of our career with this organization.	.840	.415	.137	.965
We really feel as if this organization's problems are our own	.868	.370	.184	
We could feel like emotionally attached to this organization.	.893	.369	.119	
This organization has a great deal of personal meaning for us.	.863	.341	.180	
We feel a strong sense of belonging to my organization.	.773	.402	.158	.954
We have a better chance of passing this training than others	.352	.848	.173	
If we have trouble during training, We will try harder.	.384	.792	.187	
We volunteered for this training as soon as we could.	.336	.898	.019	
Even if we fail, this training will be a valuable experience.	.332	.887	-.034	.917
The knowledge and experience that we gain in this training may advance our career.	.484	.766	.083	
We create new ideas for different issues.	.175	.026	.893	
We search out new working methods, techniques, or instruments.	.108	.084	.939	
We generate original solutions for problems.	.133	.107	.919	-
Eigen Value	7.934	2.364	1.079	
Pct of Var(%)	61.033	18.184	8.302	
Cum of Var(%)	61.033	79.217	87.518	

Table 2. Results of correlation analysis

	Mean	SD	1	2	3	4	5
1. Tenure	15.33	8.99					
2. Number of Employee	127.52	103.99	-.074				
3. Industry	1.36	.787	-.181	-.189			
4. Affective Commitment	4.82	.843	.004	-.064	.293*		
5. Learning Motivation	5.45	.687	.021	-.060	.213	.751**	
6. Organizational Creativity	5.07	1.00	.094	.201	-.107	.329**	.229

*p<.05, **p<.01, n=64, 산업 1: 비제조 2: 제조

Table 3. Results of hierarchical regression analysis

Variables	Organizational Creativity			
	Model1(β)	Model2(β)	Model3(β)	Model4(β)
Tenure	.124	.105	.106	.067
Number of Employee(log)	.117	.170	.171	.167
Industry	-.135	-.171	-.171	-.219
Affective Commitment		.398*	.386†	-1.739†
Learning Motivation			.017	-1.620*
Affective Commitment × Learning Motivation				3.581*
F	.785	2.751*	2.151†	2.701*
R2	.051	.204	.204	.283
F change	.785	8.261	.007	4.541
R2 change	.051	.153*	.000	.079*

* p<.10, † p<.05, ** p<.01, n=64

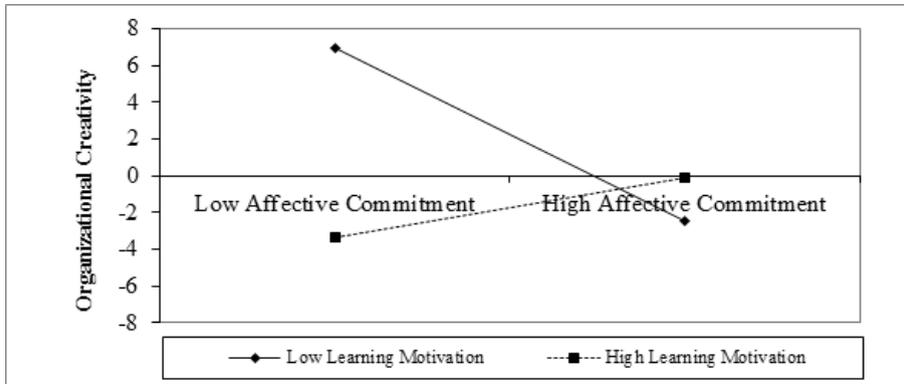


Fig. 2. The interaction effect of affective commitment and training motivation on organizational creativity

5. 결론 및 논의사항

본 연구는 정서적 몰입이 조직창의성에 어떤 영향을 미치는가에 대해 분석하였다. 그 결과, 구성원들의 정서적 몰입은 조직창의성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며 이러한 영향은 구성원들의 학습동기가 클수록 더욱 강화되었다.

그동안 창의성에 대한 선행연구에서는 개인의 성격적 인 특성이나 인지능력에서 찾으려는 시도들이 다수였고, 이에 따라 조직차원의 창의성에 대한 연구는 상대적으로 부족하였다. 더욱이 조직수준의 창의성에 대한 연구는 주로 조직의 구조나 제도적인 차원에서 접근하는 연구가 다수를 이루어서[4] 종업원들의 심리적 특성이나 내재적 동기부여와 관련된 연구가 더욱 필요하다고 판단하였다.

본 연구를 통해 구성원들의 조직에 대한 애착과 일체감이 조직창의성을 증진시키는데 중요한 요인이 된다는 것을 알 수 있었다. 이와 관련하여, Zhou and George(2001)의 연구에서는 조직구성원들의 창의성은 직무불만족과 지속적 몰입의 상호작용에 의해 영향을 받는다고 주장하였다. 본 연구에서는 경제적 이해관계 때문에 유발되는 창의성을 탐색하기 보다는 애착관계에 기반한 자발적 몰입의 효과를 검증하였다.

또한 학습동기의 경우, 동기 자체로는 조직창의성에 영향을 미치지 못하나 정서적 몰입과 상호작용을 통해 긍정적인 영향을 미친다는 사실을 발견하였다. 즉, 조직구성원의 공유하고 있는 정서적 측면과 인지적 측면이 상호적으로 조화로우며 조직창의성은 강화된다는 사실을 발견하였다.

그동안 조직학습과 관련한 선행연구에서는 집단수준의 학습행동이나 학습전략이 집단창의성을 유발한다는 주장이 있었으나[17] 조직구성원들의 학습동기와 조직창의성의 직접적인 관계를 탐색한 연구는 거의 없었다. 본 연구에서도 구성원들의 학습동기와 조직창의성의 직접적인 관련성은 없는 것으로 밝혀졌지만, 정서적 몰입과의 상호작용을 통해 조직창의성 향상에 중요한 역할을 한다는 것을 확인하였다.

이미 서론에서 밝혔듯이 본 연구의 출발점은 조직창의성을 유발하는 선행요인을 탐색하고 이를 강화시키는 요인을 규명하는 것이다. 조직창의성을 유발하는 주요 요인이 보상이나 조직재설계처럼 외재적 요인들에 집중된다면 이를 실현시키기 위해 조직에게 추가적인 자원을 요구하게 되고 이는 제한된 자원으로 기업을 운영해야 하는 관리자에게 부담스러운 요소가 될 수 있다. 따라서 본 연구의 결과는 조직창의성에는 관심이 있으나 투자비용에 대한 부담으로 망설이고 있는 조직에게 내재적 동기부여를 통한 방안을 제시함으로써 조금이나마 딜레마를 해소하는데 기여할 수 있을 것이다.

그러나 본 연구에서는 통제요인으로 근속년수, 종업원수, 산업 등을 고려하였으나, 조직의 제도나 시스템적 특성은 통제하지 못한 점은 이 연구의 한계로 남는다. 이에 향후 연구에서는 조직창의성을 유발하는 다양한 메커니즘을 탐색하려는 시도가 요구된다. 예를 들어 조직의 제도나 시스템과 조직구성원의 심리적 특성의 상호작용을 다수준 연구방법으로 접근하다든지, 리더의 특성과 조직의 관행, 그리고 구성원의 행동이 어떻게 조직창의성에 영향을 미치는지 등의 연구를 토대로 조직 내 관리

자에게 보다 구체적인 가이드라인을 제시하려는 노력이 필요하다.

References

- [1] T. M. Amabile, "A Model of Creativity and Innovation in Organizations", *Research in Organizational Behavior*, Vol.10, pp.123-167, 1988.
- [2] R. W. Woodman, J. E. Sawyer, R. W. Griffin, "Toward a theory of organizational creativity," *Academy of Management Review*, Vol.18, No.2, pp.293-321, 1993. DOI: <https://dx.doi.org/10.2307/258761>
- [3] J. Zhou & C. E. Shalley, Expanding the scope and impact of organizational creativity research. In J. Zhou & C. E. Shalley (Eds.), *Handbook of organizational creativity*, pp.347-368. New York: Erlbaum, 2008.
- [4] M. A. Collins, T. M. Amabile, "Motivation and Creativity". In R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of Creativity*, Cambridge, England: Cambridge University Press, 1999.
- [5] R. Mowday, L. Porter, R. Steers, *Employee - organization linkages: The psychology of commitment, absenteeism, and turnover*. New York: Academic Press, 1982.
- [6] R. Kanfer, "Motivation theory and industrial and organizational psychology", In M. D. Dunnette & L. M. Hough (Eds.), *Handbook of industrial and organizational psychology* (Vol. 1, pp.75 -170). Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press, 1991
- [7] E. Glassman, "Managing for creativity: back to basics in R&D", *R&D Management*, Vol.16, No.2, pp.175-183, 1986.
- [8] G. R. Oldham, A. Cummings, "Employee Creativity: Personal and Contextual Factors at Work", *Academy of Management Journal*, Vol.39, No.3, pp.607-634, 1996. DOI: <https://dx.doi.org/10.5465/256657>
- [9] D. S. Shin, "A Study on Internal Marketing Factors upon Organizational Trust, Job Satisfaction and Turnover Intention in Service Firm: Focused on Employee of Travel Agency", *Tourism Study*, Vol.25 No.2, pp.293-316, 2010.
- [10] J. Zhou, J. M. George, "When Job Dissatisfaction Leads to Creativity: Encouraging The Expression of Voice", *Academy of Management Journal*, Vol.44, No.4, pp.682-696, 2001. DOI: <https://dx.doi.org/10.2307/3069410>
- [11] T. M. Amabile, R. Conti, H. Coon, J. Lazenby, M. Herron, "Assessing the work environment for creativity", *Academy of Management Journal*, Vol.39, No.5, pp.1154-1184, 1996. DOI: <https://dx.doi.org/10.5465/256995>
- [12] O. Janssen, "Job demand, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behavior", *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, Vol.73, pp.287-302. DOI: <https://dx.doi.org/10.1348/096317900167038>
- [13] S. Mellor, J. E. Mathieu, "A Discriminant Validity Study of Aggregate-level Constructs and Measures of Local Union Formalization, Centralization, and Innovation", *The Journal of Psychology*, Vol.133 No.6, pp.669-683, 1999. DOI: <https://dx.doi.org/10.1080/00223989909599772>
- [14] J. P. Meyer, D. J. Stanley, L. Herscovitch, L. Topolnytsky, "Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization: A Meta-analysis of Antecedents, Correlates, and Consequences", *Journal of Vocational Behavior*, Vol.61, No.1, pp.20-52, 2002. DOI: <https://dx.doi.org/10.1006/jvbe.2001.1842>
- [15] H. C. Sashittal, A. R. Jassawalla, "Cultures that Support Product-Innovation Process." *Academy of Management Executive*, Vol.16 No.3 pp.42-54, 2002.
- [16] S. I. Tannenbaum, G. Yukl, "Training and Development in Work Organizations", *Annual Review of Psychology*, Vol.43, pp.399-441, 1992. DOI: <https://dx.doi.org/10.1146/annurev.ps.43.020192.002151>
- [17] T. G. Kim, A. G. Hong, "The effects of public organization employees' team learning behavior on group creativity and the mediating effects of critical reflective work behavior", *Andragogy Today: Interdisciplinary Journal of Adult #SF# Continuing Education*, Vol.18, pp.1-31, 2015.
- [18] J. A. Colquitt, J. A. LePine, R. A. Neo, "Toward an integrative theory of training motivation: A meta-analytic path analysis of 20 years of research", *Journal of Applied Psychology*, Vol.85, No.5, pp.678-707, 2000. DOI: <https://dx.doi.org/10.1037/0021-9010.85.5.678>
- [19] C. M. Ford, "A Theory of Individual Creative Action in Multiple Social Domains", *Academy of Management Review*, Vol.21, No.4, pp.1112-1142, 1996. DOI: <https://dx.doi.org/10.5465/amr.1996.9704071865>
- [20] W. W. Park & S. K. Ko, "Procedures and Methods of Multilevel Analysis: With a Focus on WABA", *Korean Journal of Business Review*, Vol.39, No.1, pp.59-90, 2005.
- [21] J. P. Meyer & N. J. Allen, *Commitment in the workplace*. Sage Publication, 1997.
- [22] D. H. Ryman, R. J. Biersner, "Attitudes Predictive of Diving Training Success", *Personnel Psychology*, Vol.28, No.2, pp.181-188, 1975. DOI: <https://dx.doi.org/10.1111/j.1744-6570.1975.tb01379.x>
- [23] J. Park, S. Y. Shin, S. Lee, S. R. No, "Human Resource Management Practices and Organizational Creativity: The Role of Chief Executive Officer's Learning Goal Orientation", *Social Behavior and Personality: an International Journal*, Vol.43, No.6, pp.899-908, 2015. DOI: <https://dx.doi.org/10.2224/sbp.2015.43.6.899>
- [24] L. S. Aiken, S. G. West, "Multiple regression: Testing and interpreting interactions", Newbury, CA: Sage, 1991. DOI: <https://dx.doi.org/10.1037/10520-147>

신 수 영(Soo-Young Shin)

[정회원]



- 1995년 2월 : 이화여자대학교 경영학과 (경영학사)
- 1999년 8월 : 이화여자대학교 대학원 경영학과 (경영학석사)
- 2012년 2월 : 서울대학교 대학원 경영학과 (경영학박사)
- 2014년 3월 ~ 현재 : 영남대학교 경영학과 부교수

<관심분야>

동기부여, 직무재설계, 조직사회화