

내부마케팅과 자기효능감이 조직몰입과 직무만족에 미치는 영향에 관한 연구

박 득^o

^o광주여자대학교 서비스경영학과

e-mail: dkpark@kwu.ac.kr^o

Effects of Internal Marketing and Self-efficacy on Organizational Commitment and Job Satisfaction

Deuk Park^o

^oDept. of Service Management, Professor of Kwangju Women's University

● 요약 ●

본 논문에서는 내부마케팅의 실행요인 및 개인의 행동과 업무 수행수준에 영향을 미치는 심리적 변인인 자기효능감을 살펴보고, 내부마케팅과 자기효능감이 기업의 조직 구성원들의 행동을 유도하여 조직몰입과 직무만족에 영향을 미치는지를 확인하고자 하였다. 실증적으로 확인하기 위한 구체적인 평가의 방법으로는 수집된 자료를 SPSS21.0 및 AMOS21.0을 이용하여 실증분석을 실시하였다. 연구결과를 요약하면 기업의 내부마케팅 활동과 자기효능감은 심리적 영향에 따라 조직 구성원들의 직무만족과 조직몰입에 정(+)^o의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이는 내부 직원들의 업무 지향적 태도 형성을 위해 조직의 방침과 목적달성을 공유하기 위한 기업의 역량강화 활동과 조직 구성원들의 심리적 관리가 필요한 것으로 판단된다.

키워드: 내부마케팅(Internal Marketing), 자기효능감(Self-Efficacy), 조직몰입(Organizational Commitment), 직무만족(Job Satisfaction)

I. Introduction

최근 기업의 경영환경은 기업 간 무한경쟁과 글로벌 시장에서의 새로운 기업들의 급속한 성장이 가중되는 실정이다.

이러한 환경에서 기업의 위상을 높이고 지속적인 경영 발전과 경쟁력을 높이기 위한 중요한 요소로 기업의 조직역량 강화를 꼽을 수 있다.

조직 구성원들의 내부마케팅을 통해 성과 향상을 위한 동기부여를 강화함으로써 조직의 역량을 높여야 한다.

또한, 조직 구성원의 태도와 행동에 영향을 미칠 수 있는 심리적 요인으로 자기효능감을 관리해야 한다.

본 연구에서는 조직 구성원들의 만족도를 높이는 내부마케팅 및 구성원의 자기효능감이 조직몰입 및 직무만족과 어떠한 영향 관계가 있는지를 확인하고자 한다.

II. Research Model

본 연구에서는 조직 구성원의 태도와 행동에 영향을 미칠 수 있는 요인으로 기업의 내부마케팅 활동과 심리적 요인인 자기효능감이 중요한 영향요인이라고 제시하였다.

조직 구성원의 내부마케팅 구성요인은 Conduit and Marvondo

(2001)[1]가 교육훈련, 경영충지원, 내부커뮤니케이션, 권한위임, 보상 등을 제시하였으며, Bandura(1982)[2]는 수행성취, 대리경험, 언어적 설득, 정서적 환기가 자기효능감을 형성하는 요인이라 하였다.

조직몰입에 대해 Bishop & Scott(2000)[3]는 조직에 대한 강한 애착감과 충성심의 심리적 상태라 하였으며, 직무만족에 대해 Tansuhaj et al(1998)[4]은 자신의 직무에 대한 긍정적인 상태라 하였다.

선행된 문헌고찰을 바탕으로 각 변수들을 측정하기 위한 측정도구를 개발하였으며, 이를 바탕으로 연구모형을 도출하였다.

III. Research results

내부마케팅활동과 자기효능감, 직무만족 그리고 조직몰입과의 영향관계를 알아보기 위해 AMOS를 이용한

실증분석을 실시하였다.

각 변수별 영향관계의 경로계수는 [Fig. 1]와 같다.

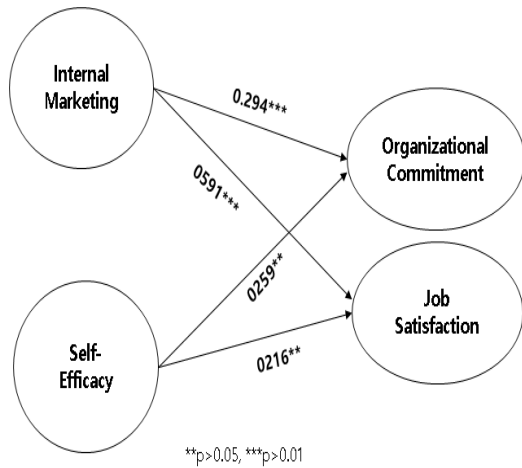


Fig. 1. Path of the Research Model

연구모형에서 제시된 4개의 경로가 모두 유의한 것으로 확인되었다. 본 연구에서 제시된 모형의 적합도 검증은 전반적인 부합도를 평가하는 절대적합지수를 이용하여 CMIN/DF, RMR로 모형의 전반적인 적합도를 확인하였고, GFI, AGFI로 모형 설명력을 확인하였으며, 독립모형에서 연구모형이 얼마나 개선되었는지의 여부는 NFI, IFI, RFI, CFI 충분적합지수를 통해 확인하였다.

측정결과 CMIN/DF, RMR, GFI, AGFI, NFI, IFI, RFI, CFI 등의 값들이 모두 기준값을 만족하고 있는 것으로 나타났다.

분석결과는 [Table 1]과 같이 산출되었다.

Table 1. A Study on the Conformance Analysis of the Research Model

Index	Conformity criteria	Analysis result	
CMIN/p	p>0.05	261.844/ 0.000	-
CMIN/DF	2under	1.575	suitability
RMR	0.05under	0.041	suitability
GFI	0.9above	0.951	suitability
AGFI	0.85above	0.910	suitability
CFI	0.9above	0.945	suitability
NFI	0.9above	0.951	suitability
IFI	0.9above	0.956	suitability

IV. Conclusions

본 연구는 조직 구성원들의 직무만족과 조직몰입에 영향을 미치는 요인으로 내부마케팅과 자기효능감을 적용하였고, 영향 요인 제시를 통해 그에 필요한 정보를 제공하는데 목적을 두고 실증적 분석하였다.

결과적으로 내부마케팅 실행요인이 조직몰입과 직무만족에 유의한 영향을 미친다는 것과 심리적인 요인의 자기효능감이 조직몰입과 직무만족에 유의한 영향을 미친다는 분석 결과를 보였다.

REFERENCES

- [1] Conduit, J. and F. T. Mavondo(2001), "How Critical is Internal Customer Orientation to Market Orientation?," Journal of Business Research, 51(1), 11-24.
- [2] Bandura, A.(1982), "Self-Efficacy Mechanism in Human Agency," American Psychologist, 37(2), 122-147.
- [3] Bishop, J. & K. Scott(2000). "Support, Commitment and Employee Outcomes in a Team Environment," Journal of Management, 26(6), 1113 ~ 1132.
- [4] Tansuhaj, P., D. Randall, & J. McCullough (1998), "A Services Marketing Management Model; Integrating Internal and External Marketing Functions," The Journal of Services Marketing, 2(1), 31 ~ 38.