

## TV 홈쇼핑업체의 조직문화가 직무만족, 몰입 및 이직의도에 미치는 영향

홍병숙 · 정선희<sup>†</sup> · 이은진

중앙대학교 의류학과

### The Effect of the Organizational Culture of TV Home Shopping Companies on Job Satisfaction, Commitment, and Intention of Turnover

Byung-Sook Hong · Seon-Hye Chung<sup>†</sup> · Eun-Jin Lee

Dept. of Clothing & Textiles, Chung-Ang University

접수일(2010년 6월 24일), 수정일(2010년 7월 27일), 게재확정일(2010년 8월 11일)

#### Abstract

This study analyzes how the organizational culture of TV home shopping companies influence the job satisfaction, commitment, and intention of turnover. It ascertains the differences the job satisfaction, commitment, and intention of turnover according to tenure of office and turnover time. The survey was conducted from May 3<sup>rd</sup> to 31<sup>st</sup> in 2010, and 356 responses were used in the data analysis. The statistical analysis methods were frequency analysis, factor analysis, reliability analysis, ANOVA, and multiple regression analysis. As a result, the organizational culture of TV home shopping companies was classified by the innovation culture, group culture, rational culture, and hierarchical culture. The innovation culture, group culture, and hierarchical culture of TV home shopping companies influenced job satisfaction and commitment. The rational culture and hierarchical culture of TV home shopping companies influenced the intention of turnover. There were differences in the intention of turnover according to the tenure of office and the job commitment according to turnover time.

**Key words:** Organizational culture, TV home shopping companies, Job satisfaction, Job commitment, Intention of turnover; 조직문화, TV 홈쇼핑업체, 직무만족, 직무몰입, 이직의도

## I. 서 론

TV 홈쇼핑은 1995년 최초로 방송을 시작한 이래 고속 성장을 거듭하여 1998년에는 흑자 시대에 진입했고, 2002년에 4조 2,000억 원으로 매출이 1,000배 이상 늘어나면서 대형 백화점의 매출을 초과하는 최대의 유통채널이 되었다. 유통단계를 간소화해 가격을 낮춘 판매방식은 중소기업 상품의 훌륭한 유통채널 역할을 함은 물론 소비자 입장에서 구매욕을 자극

할 수 있는 요소가 되었으며, 2007년 4조 6,800억 원이던 시장규모가 2010년에는 5조 5,600억 원, 2013년에는 6조 6,200억 원 정도로 완만하게 성장할 것으로 전망된다(정재하, 2007). 그러나 IT 기술과 인터넷 쇼핑의 성장, 소비자 욕구 및 시장환경이 급변하고, 홈쇼핑업체의 경쟁이 심화되면서 조직의 자체 역량과 조직을 둘러싸고 있는 외부환경변화에 대응한 조직관리의 필요성이 대두되고 있다. 이에 홈쇼핑업체는 빠른 환경변화에 주도적으로 대응하기 위해 유능한 인적 자원의 확보 및 활용에 심혈을 기울이고 있으며, IT, 채널, 디지털화 등 하드웨어적인 혁신 이외에 운

<sup>†</sup>Corresponding author

E-mail: bhine@hanmail.net

영조직, 사람, 가치와 정신 등 소프트웨어적인 혁신이 요구된다는 인식이 확산되고 있다(“스폰지형 조직문화”, 2009).

기업의 경영혁신을 성공적으로 수행하려면 직원들의 신념이나 가치관, 규범, 관행 등이 경영전략의 목적이나 경영이념과 일치해야 하며, 기업의 구성원들이 공유하고 있는 조직문화를 정확히 파악하는 것이 중요하다(이덕로, 1999; Pfeffer, 1994). 조직문화는 직원들을 결집시키거나 반목하는 요소임과 동시에 조직의 바탕이 되는 정신적 기반이며, 개인의 직장생활에 의미와 목적을 부여해 주고 행동을 결정하는 주요 요소라 할 수 있다(최찬기, 2007). 또한 직원의 사고와 행동만이 아니라 성과에도 영향을 주기 때문에 기업의 성과를 높이기 위해서는 조직문화에 대한 측정과 올바른 이해가 요구된다. 이에 따라 조직분야 및 경영학 분야에서는 기업의 조직문화에 관한 연구가 활발하게 이루어지고 있으며, 기업의 문화적 특성을 확인하거나 조직유효성 및 기업의 성과에 영향을 주는 문화적 요소가 무엇인지를 파악하는데 중점을 두고 있다.

조직문화에 관한 기존의 연구(김상용, 2008; 문대성, 천길영, 2001; 박경혜 외, 2008; 하성호, 최수일, 2009; Quinn & Cameron, 1983)에서는 기업의 조직문화를 혁신문화와 집단문화, 합리문화 및 위계문화로 분류하고, 직무만족과 몰입 등의 행동적 결과변수와 행동적 경향변수를 나타내는 이직의도와 관계를 밝힘으로써 조직유효성과 성과를 높일 수 있는 방안을 제시하고 있다. 그러나 대기업이나 중소기업, 공기업, 스포츠조직, 학교 등을 실증 분석하고 있어 그 결과를 TV 홈쇼핑업체에 적용하기에는 무리가 있고, 직원들의 직무만족과 몰입도의 저하, 이직의도의 증가는 유통업에서 주요 부분으로 성장하고 있는 홈쇼핑업체의 경쟁력을 약화시킬 수 있기 때문에 TV 홈쇼핑업체를 대상으로 한 조직연구가 필요하다. 그럼에도 불구하고, TV 홈쇼핑업체의 조직문화를 측정하여 직무만족과 몰입, 이직의도와 연결시킨 연구는 아직 이루어지지 않고 있어 이에 관한 연구가 요구된다.

한편, 패션분야에서는 TV 홈쇼핑을 대상으로 연구가 진행되어 왔지만, 대부분의 선행연구(박은주, 소귀숙, 2002; 송봉주 외, 2004; 이수인 외, 2004; 이승희, 김채연, 2007)는 TV 홈쇼핑을 통한 패션소비자의 충동구매, 증득구매 및 구매행동 등에 관해 분석하고 있다. 이에 비해 TV 홈쇼핑업체의 조직문화관점에서 접

근한 연구는 전혀 이루어지지 않고 있으며, 패션기업을 대상으로 한 연구(이승희, 2010; 최수일, 이은진, 2009; 홍병숙, 2010; 홍원표, 황진숙, 2008)에서도 팀장이나 CEO의 리더십, 윤리의식, 콜레보레이션 동기 유형 및 성과 등의 측면에서 연구되고 있을 뿐 조직문화에 대한 연구는 활성화되지 않고 있다. 최근 조직이 지니고 있는 가치와 정신, 문화적 요소의 중요성이 높아지고 있는 시점에 의류와 패션잡화 등 패션상품의 비중이 높은 TV 홈쇼핑업체를 대상으로 한 조직문화 연구는 패션분야 조직연구의 기반이 될 것이다.

따라서 본 연구는 TV 홈쇼핑업체에서 패션상품 관련 업무를 담당하는 직원을 대상으로 이들이 인지하는 조직문화를 측정하고, 조직문화가 직무만족, 몰입 및 이직의도에 미치는 영향을 분석함으로써 조직문화와 조직유효성 간의 관계를 확인하고자 한다. 이와 함께 현 직장재직기간 및 이직횟수에 따른 직무만족, 몰입 및 이직의도의 차이를 부가적으로 분석함으로써 TV 홈쇼핑업체에서 직원의 직무만족과 몰입을 높이고 이직의도를 낮출 수 있는 문화를 형성하여 궁극적으로 기업의 성과를 높일 수 있는 인적 자원 활용에 대한 기초자료를 제공하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 조직문화

인간이 생활하면서 단체를 이루고 구성원들이 모여 조직을 만들면 그 조직만의 고유한 가치와 신념, 사고체계가 유기적인 복합체의 형태로 하나의 문화를 이루게 된다(이재훈, 2004). 조직문화는 조직 내에서 각 구성원들이 함께 공유하는 문화라고 할 수 있으며, Pettigrew(1979)는 조직문화를 상징, 언어, 이념, 신념, 의식, 전통 등 조직의 총체적 개념의 원천이라고 하면서 최초로 ‘조직문화’라는 용어를 사용하였다. 조직문화는 조직의 가치관과 신조 및 행동패턴을 규정할 수 있는 하나의 기준으로서 조직구성원을 함께 결집시켜주는 공유된 가치와 행동이며(Kilmann et al., 1985; Ouchi, 1981), 조직원의 가치체계에 근거하고 있어 조직의 목적, 전략 및 제반행동에 대한 방향과 지표를 제공하는 것이다(Wiener, 1988). 이러한 조직문화는 조직원들의 업무에 지속적이고 직접적인 영향을 미쳐 직무만족이나 몰입, 사기, 응집력 등을 결정

짓는 중요한 요소라고 할 수 있다(박경혜, 2008; Sathe, 1983).

조직문화에 관한 기존의 연구(박경혜 외, 2008; 이덕로, 1999; 하성호, 최수일, 2009; Quinn & Rohrbaugh, 1983; Wallach, 1983)에서는 하나의 조직을 다른 조직과 구별시켜주는 전반적인 특성을 조직문화로 보고, 분류기준에 따른 특징적인 요소에 의해 조직문화를 혁신문화와 집단문화, 합리문화 및 위계문화로 구분하고 있다. 혁신문화는 개발문화라고도 하며, 조직의 유연성과 외부환경에의 적응성을 강조하는 유형으로서 혁신과 창의적인 아이디어, 성장, 도전정신이 조직의 중요한 가치가 된다. 집단문화는 가족적인 분위기를 증시하는 유형으로 원만한 인간관계, 조직일체감, 인화와 협조를 강조하고, 합리문화는 조직의 성과와 생산성을 강조하는 문화유형으로 목표달성, 효율성, 생산성 및 결과를 증시한다. 그리고 위계문화는 안정성과 통제를 바탕으로 하며 서열, 규정 및 규칙의 준수, 관례의 존중, 질서를 주요가치로 하는 조직문화이다(박경혜, 2008; 박동수, 김철의, 2008; 이덕로, 1999).

Wallach(1983)는 개인의 동기유발 요인을 기준으로 혁신적 문화, 후원적 문화, 관료적 문화로 구분하였고, Jones(1983)는 조직구성원 사이의 교환 혹은 거래를 통제하기 위해 발전된 제도적 장치에서 조직문화가 정착된다고 주장하면서 생산적 문화, 관료적 문화, 전문적 문화로 나누고 있다. 또한 Quinn and Rohrbaugh(1983)는 경쟁가치접근법(competing values approach)을 이용하여 환경에 대한 인지도, 예측도, 이해성의 정도에 따라 확실성이 높은 환경과 낮은 환경으로 구분하고, 환경에 대한 지각구분과 반응의 유형을 수직축 및 수평축으로 하여 개발문화(development culture), 집단문화(group culture), 합리문화(rational culture), 위계문화(hierarchical culture)로 분류하였다. 이들 연구에서 제시한 조직문화의 유형은 국내 연구자들의 조직문화 연구의 토대가 되고 있으며, 경영환경이 변화하고 점점 개방화, 세계화되어감에 따라 기업조직의 새로운 관리모형에 대한 실무적 필요성이 증대되면서 국내 기업의 조직문화에 대한 연구가 활성화되고 있다.

서인덕(1986)은 기업의 현실지각차원과 행동패턴에 따라 합리적 문화, 진취적 문화, 보존적 문화, 친화적 문화 등의 네 가지 차원을 제시하였고, 이덕로(1999)는 중소기업의 조직문화를 개발문화, 집단문화, 합리

문화 및 위계문화로 구분하였으며, 스포츠조직의 조직문화는 혁신과 창의력, 성장과 동태성을 증시하는 혁신문화, 조직원들 사이의 신뢰와 인적개발, 의사 결정에 있어 참여를 강조하는 집단문화, 생산성과 효율성을 강조하는 합리문화, 그리고 예측과 통제를 강조하는 위계문화로 구분되었다(문대성, 천길영, 2001; 박경혜 외, 2008). 이정주(2006)는 지방 공기업의 조직문화를 외부환경에 대한 적극적인 대응과 자원 획득을 목적으로 하는 혁신문화, 인간관계에 더 많은 비중을 두는 집단문화, 계획된 목표설계로 생산성과 경쟁력을 확보하려 하는 합리문화, 통제지향과 안정 및 내부통합을 강조하는 위계문화로 나누었고, 최찬기(2007)는 대기업의 조직문화를 변화 관리와 창의적 사고를 증시하는 개방체계문화, 직원들 간의 상호신뢰와 협력, 집단 의식을 강조하는 인간관계문화, 효율적 수행과 능률적인 조직관리를 강조하는 합리목적문화, 공식적인 절차에 따른 확실한 업무처리와 지속성을 증시하는 내부과정문화 등으로 제시하였다.

또한 박동수, 김철의(2008)는 지방 공기업의 조직문화를 혁신문화, 관계문화, 위계문화, 과업문화로 나누었으며, 중소기업이나 의류업체, 건설업체 등을 대상으로 조직문화를 개발문화, 합리문화, 합리문화 및 위계문화로 구분한 연구(김상용, 2008; 박찬관, 2002; 하성호, 최수일, 2009)도 있다. 이와 같이 문화적 접근을 통한 조직연구는 조직의 다양한 현상과 문제를 체계적이고 실증적으로 분석하는데 유용하므로(박노운, 1997), 본 연구는 TV 홈쇼핑업체의 조직문화를 혁신문화, 집단문화, 합리문화 및 위계문화의 4개 하부요인을 중심으로 측정하고자 한다.

## 2. 조직문화와 직무만족, 몰입 및 이직의도와의 관계

조직문화를 연구하는 궁극적인 관심은 조직이 지닌 가치를 파악하고, 이를 바탕으로 조직의 유효성을 극대화하는데 있다. 조직유효성은 조직의 목적 달성도를 측정하는 지표로서 측정기준이 매우 다양하지만(박경혜, 2008), 대부분의 선행연구(김상용, 2008; 문대성, 천길영, 2001; 박경혜 외, 2008; 최찬기, 2007)에서는 직무만족이나 몰입, 이직의도로 측정하고 있다. 직무만족은 직무를 평가하거나 직무를 통해서 경험하는 개인의 긍정적인 감정으로서 구성원이 직무에 대해 가지고 있는 감정적, 물리적 및 정서적 만족상태

를 의미하며(Locke, 1976), 직무몰입은 조직의 목표 달성을 위해 열성을 다하고자 하는 구성원의 의지, 충성심, 귀속감 등이 포함된 것으로 직무에 몰입하는 정도를 나타낸다(최수일, 이은진, 2009). 이러한 직무만족과 몰입은 조직의 업무성과와 생산성 및 목표달성에 영향을 주고, 기업의 조직문화에 따라 직무만족, 몰입 및 이직의도가 달라질 수 있다. 그리고 이직의도는 이직 현상을 예측하고 이해하는데 중요한 요소로서 조직문화의 영향을 받을 뿐 아니라 조직몰입이 급격히 떨어지면 가까운 장래에 자발적으로 조직을 떠날 가능성이 높아진다(Angle & Perry, 1981; Price & Mueller, 1981).

조직문화와 조직유효성 간의 관계에 관한 선행연구에서 Sathc(1983)는 기존의 조직문화가 환경의 변화에 따라 조직이나 구성원에 맞지 않을 때 오히려 조직에 부담을 줄 수 있다고 하면서 조직의 의사결정, 의사소통, 조직몰입의 과정에 조직문화가 영향을 미친다고 하였다. Quinn and Cameron(1983)은 위계문화, 합리문화보다 집단문화와 혁신문화에 속하는 구성원들의 심리적인 만족도가 더 높다고 하였고, O'Reilly et al.(1991)에 의하면 개인과 조직문화의 적합이 직무만족에 긍정적인 관계를 나타낸 반면 이직의도에는 부정적인 관계를 보이고 있었다. Paul(1993)은 조직의 우수한 문화의 강도가 조직몰입이나 만족과 같은 조직유효성에 영향을 미친다고 하였고, McDaniel and Stumpf(1993)는 병원의 조직문화를 능동적 문화, 수동방어적 문화, 공격방어적 문화로 구분하여 인간중심적이고 친화적이며 성취와 자아실현을 중시하는 능동적 문화가 직무만족 및 몰입과 긍정적인 관계에 있다고 하였다. 또한 Nixon(1994)은 조직원이 각자의 업무영역을 가지고 개별적으로 일하는 조직분위기가 형성되어야 조직몰입이 높아진다고 하였으며, Brewer(1996)는 권한위임, 참여경영과 합리적인 자원 할당이 이루어지는 조직이 그렇지 않은 조직에 비하여 구성원의 조직몰입이 상대적으로 높게 나타난다고 하였다.

서인덕(1986)의 연구에서는 합리적, 진취적, 친화적 및 보존적 조직문화 중 친화적 문화에서 조직원들의 몰입도가 높았고, 김원석(1991)에 의하면 인간중심 문화를 가진 기업이 과업중심기업보다 조직원들의 몰입도가 더 높았다. 정준교 외(1996)는 조직문화와 성과와의 관계에 관한 경험적 연구를 실시하였고, 한주희 외(1997)는 정보기술산업에서 집단문화와 개발문화는 감정적 몰입에, 위계문화와 합리문화는 거래적

몰입에 영향을 미친다고 언급하였으며, 문대성, 천길영(2001)에 따르면 상업 스포츠조직의 개발문화와 집단문화는 직무만족에, 개발문화와 위계문화는 이직의사에 많은 영향을 주고 있었다. 박찬관(2002)은 조직문화와 최고경영자의 리더십이 적합관계를 이루는 기업이 그렇지 못한 기업에 비해 직무만족과 몰입이 높은 반면 이직의도는 더 낮아진다고 주장하였고, 김호정(2002)의 연구에서 행정조직의 집단문화와 발전문화는 직무만족에, 집단문화, 발전문화 및 합리문화는 조직몰입에 영향을 주고 있었다.

이광노(2002)는 벤처기업을 대상으로 조직문화가 조직유효성에 미치는 영향을 분석하여 조직문화의 모든 유형이 조직몰입에, 개발문화와 합의문화, 위계문화가 직무만족에 영향을 주는 요소라고 하였으며, 이정주(2006)는 지방 공기업의 조직문화가 조직몰입 및 만족에 영향을 미친다고 밝혔다. 또한 최병학(2006)의 연구에서는 조직이 혁신, 합리 및 위계문화의 형태를 보일수록 이직의도가 더 높게 나타났고, 최찬기(2007)는 대기업을 개발체계문화, 인간관계문화, 합리목적문화, 내부과정문화 등이 직무만족과 몰입에는 정적인 영향을, 이직의도에는 부정적인 영향을 미친다고 하였으며, 서인덕, 도재욱(2007)은 조직문화를 통해 직무만족 혹은 몰입을 높일 수 있는 반면 이직의도를 낮출 수 있다고 하였다. 이재훈 외(2007)는 중소기업의 조직문화를 분석하여 조직성과와의 관련성을 검증하였고, 김상용(2008)은 중소기업의 경우 합의문화와 개발문화가 높을수록 직무만족과 몰입이 높아지고 이직의도가 낮아지지만 위계문화가 높을수록 직무만족과 몰입이 낮아지고 이직의도가 높아진다는 것을 발견하였다. 이외의 연구(박경혜 외, 2008; 하성호, 최수일, 2009)에서도 조직문화는 직무만족과 몰입과 같은 심리적 성과의 영향요인으로 나타나고 있다.

한편, 재직기간과 이직경험 및 조직유효성 간의 관계에 관한 선행연구를 살펴보면, Mowday et al.(1979)에 의하면 이직경험이 있는 구성원의 경우 이직경험이 전혀 없거나 이직의도는 있으면서도 이직을 행하지 않은 구성원보다 조직에 대한 몰입이 현저히 낮게 나타났다. Steel and Ovalle(1984)의 연구에서는 이직의도가 높을수록 실제로 이직할 가능성이 높다고 주장하였으며, 컨벤션산업 종사자의 재직기간에 따른 이직의도의 차이를 측정된 김정아(2006)는 재직기간이 2년 이상인 종사자가 2년 미만인 종사자보다 이직의도가 더 높다는 것을 밝혔다. 기초자치단체 공무원을

대상으로 한 이상임(2006)의 연구에서는 재직기간이 1~3년 이하에서 조직몰입이 가장 낮은 반면, 직장분 위기에 적응기간을 가진 3~5년 이하의 직원들의 조직 몰입이 가장 높다고 하였고, 조정권(2007)은 스포츠 센터 종사자의 경우 재직기간에 따라 직무만족과 몰입에 유의한 차이가 없다는 것을 밝혔다. 또한 주재진(2007)은 경찰공무원의 재직기간에 따라 직무만족에는 차이가 없으나 조직몰입에 차이가 있다고 하면서 10년 이하 재직한 경우보다 11년 이상 재직한 경우에 조직에 대한 몰입이 더 높아진다고 하였다.

### III. 연구방법 및 절차

#### 1. 연구문제

본 연구는 TV 흡쇼핑업체의 조직문화와 직무만족, 몰입 및 이직의도 간의 영향관계를 알아보고, 부가적으로 재직기간 및 이직횟수에 따른 차이를 분석하기 위하여 다음과 같이 연구문제를 설정하였다.

- 연구문제 1. TV 흡쇼핑업체의 직원들이 인지하는 조직문화의 구성요인을 알아본다.  
 연구문제 2. TV 흡쇼핑업체의 직원들이 인지하는 조직문화가 직무만족, 몰입 및 이직의도에 미치는 영향을 알아본다.  
 연구문제 3. TV 흡쇼핑업체 직원들의 재직기간 및 이직횟수에 따른 직무만족, 몰입 및 이직의도의 차이를 알아본다.

#### 2. 측정도구

본 연구는 측정도구로 설문지를 사용하였고, 설문지는 크게 TV 흡쇼핑업체의 조직문화에 관한 문항, 직무만족, 몰입 및 이직의도에 관한 문항, 인구통계적 특성에 관한 문항으로 구성하였다. TV 흡쇼핑업체의 조직문화에 관해서는 김상용(2008), 박경혜 외(2008), 하성호, 최수일(2009), 최찬기(2007), Quinn and Rohrbaugh(1983) 등의 연구와 예비조사 결과를 참조하여 혁신문화와 집단문화, 합리문화 및 위계문화에 관한 총 20문항을 5점 Likert 척도로 측정하였다. 직무만족은 박경혜 외(2008), 이정주(2006), 하성호, 최수일(2009) 등의 연구와 예비조사 결과를 토대로 자신이 수행하는 업무에 보람을 느끼거나 만족한다는 내용을 포함한 총 4문항을 5점

Likert 척도로 측정하였고, 직무몰입은 김상용(2008), 최수일, 이은진(2009), 한주희 외(1997), McDaniel and Stumpf(1993) 등의 연구와 예비조사 결과를 기초로 하여 자신의 직무에 몰두하는 정도에 관한 총 4문항을 5점 Likert 척도로 측정하였다. 이직의도는 문대성, 천길영(2001), 박찬관(2002), 서인덕, 도재욱(2007), 최찬기(2007) 등의 연구와 예비조사 결과를 참조하여 현직장에서 다른 직장으로 이직하고 싶은 의사에 관한 총 4문항을 5점 Likert 척도로 측정하였으며, 인구통계적 특성으로 성별, 연령, 결혼여부, 학력, 연봉 외에 현 직장재직기간, 이직횟수, 고용상태, 근무부서에 관한 총 9문항을 명목척도로 측정하였다.

#### 3. 자료수집 및 분석

본 연구는 자료수집을 위하여 서울에 소재한 TV 흡쇼핑업체에서 패션상품 관련 업무에 종사하는 직원을 대상으로 예비조사와 본 조사를 시행하였다. 예비조사는 2010년 4월 19일에서 4월 26일 사이에 80명을 대상으로 실시하였고, 예비조사 결과를 참조하여 설문지를 수정, 보완하였다. 본 조사는 2010년 5월 3일부터 5월 31일 사이에 임의 표집 방식에 의해 실시하였으며, 총 400부의 설문지를 배포하여 결측치가 없는 356부를 자료분석에 사용하였다. 수집된 자료는 SPSS Ver. 17.0을 이용하여 빈도분석, 요인분석, 신뢰성 분석, 다중회귀분석, ANOVA 분석 등을 실시하였다.

연구대상자의 인구통계적 특성을 살펴보면, 남성이 186명(52.2%)으로 여성 170명(47.8%)에 비해 약간 많았으며, 연령은 20대가 95명(26.7%), 30대가 226명(63.5%), 40대가 35명(9.8%)인 것으로 나타났다. 이들 중 기혼자는 183명(51.4%), 미혼자는 173명(48.6%)이었고, 학력은 대학교 졸업이 287명(80.6%)으로 가장 많았으며, 연봉은 3,000~4,000만원 미만이 120명(33.7%)으로 가장 많았다. 그 다음으로 4,000~5,000만원 미만이 102명(28.7%), 5,000~6,000만원 미만이 61명(17.1%) 등의 순으로서 연봉 3,000~6,000만원 미만이 80% 정도였다. 또한 현 직장에서의 재직기간은 1년 미만이 39명(11.0%), 1~4년이 118명(33.1%), 5~9년이 169명(47.5%), 10년 이상이 30명(8.4%)이었으며, 이직횟수는 없는 경우가 165명(46.3%)으로 가장 많았고, 1~2회가 157명(44.1%), 3~4회가 34명(9.6%)이었으며, 5회 이상인 경우는 전혀 없었다. 이들의 고용상태는 정규직이 307명(86.2%), 계약직은 49명(13.8%)이었고, 근무부서는 MD

114명(32.0%), PD 89명(25.0%), 기획 및 마케팅 67명(18.8%), 행정 및 일반사무 50명(14.0%), 쇼핑호스트 13명(3.7%), 기술 및 카메라 13명(3.7%), 고객상담 10명(2.8%)인 것으로 나타났다.

#### IV. 연구결과 및 논의

##### 1. 요인분석 및 신뢰성 분석

###### 1) TV 홈쇼핑업체의 조직문화

TV 홈쇼핑업체의 조직문화에 대한 총 20문항을 요인분석한 결과, <표 1>과 같이 고유치 1.0 이상인 4개의 요인이 추출되었다. 요인 1은 TV 홈쇼핑업체 직원들이 자신의 회사가 새로운 것에 대한 도전이나 창의적 사고 및 의견, 새로운 사업에의 시도 등을 중시한다고 여기는 내용으로 구성되어 ‘혁신문화’라 하였고,

요인 2는 직원들 간의 교류가 활발할 뿐 아니라 문제가 발생하면 서로 감싸주며, 상호 간의 우호적인 관계를 중시하는 등의 항목으로 구성되어 ‘집단문화’라고 하였다. 요인 3은 회사에서 성과나 목표달성을 중시하고, 실적위주로 평가하는 내용을 포함하여 ‘합리문화’라 하였으며, 요인 4는 절차나 규정, 서열관계를 강조하고 조직의 안정과 질서, 통제 등을 중시하는 항목으로 구성되어 ‘위계문화’라 명명하였다.

이들 요인의 총 변량은 64.50%였고, 가장 높은 설명력을 보인 요인은 혁신문화였으며, 요인분석 과정에서 1문항이 요인값 0.5 이하를 보여 제거되었다. 또한 신뢰성 분석 결과 크론바하 알파(Cronbach's alpha) 계수가 0.70 이상으로 나타나 문항의 신뢰성이 높았다. 본 연구에서 TV 홈쇼핑업체의 조직문화가 혁신문화, 집단문화, 합리문화 및 위계문화로 나타난 것은 지방공기업의 조직문화를 분류한 이정주(2006)의 연구와

<표 1> TV 홈쇼핑업체의 조직문화에 대한 요인분석 및 신뢰성 분석 결과

요인명	문 항	요인 부하량	고유값	누적분산 (%)	신뢰 계수
혁신 문화	우리 회사는 새로운 것에 대한 도전을 강조한다	.835	3.50	18.42	.89
	우리 회사는 새로운 아이디어를 강조하고 창의적 사고를 중시한다	.782			
	우리 회사는 결과를 예측하기 어려워도 새로운 사업활동을 과감히 시도하는 편이다	.755			
	우리 회사는 직원들의 제안이나 창의적인 의견을 반영하여 활용하는 편이다	.750			
	우리 회사는 선도적인 위치에서 성장, 발전해 나가는 것을 강조한다	.711			
집단 문화	우리 회사는 문제가 발생하면 직원들이 서로를 감싸준다	.779	3.20	35.26	.84
	우리 회사는 직원들 간의 교류가 활발하다	.737			
	우리 회사의 상사는 지시, 명령하기보다는 친근하고 선배같이 대해준다	.717			
	우리 회사는 직원들 상호 간의 우호적인 관계를 중시한다	.708			
	우리 회사는 직원들 간의 협조적인 근무 분위기를 중시한다	.688			
합리 문화	우리 회사에서 늘 강조하는 중요한 지침은 최대한 성과를 올리는 것이다	.866	2.92	50.61	.83
	우리 회사의 모든 일은 목표달성을 위한 수단으로 진행된다	.815			
	우리 회사는 직원들의 평가를 실적위주로 한다	.803			
	우리 회사는 주어진 목표를 달성하지 못하거나 능력이 부족한 직원들은 도태된다	.664			
위계 문화	우리 회사는 매사에 관련 절차 및 규정을 세심하게 따진다	.742	2.64	64.50	.77
	우리 회사는 새로운 방법의 모색보다는 기존 절차대로 하며 실수하지 않는 것을 강조한다	.740			
	우리 회사에서는 상하 간의 서열관계를 강조한다	.715			
	우리 회사 관리자들은 자율적인 방식보다 통제하는 방식으로 조직을 이끌어 간다	.674			
	우리 회사는 변화보다는 조직의 안정과 질서를 우선적으로 강조한다	.667			

중소의류업체를 분석한 김상용(2008)의 연구, 스포츠 조직을 대상으로 한 박경혜 외(2008)의 연구, 건설업체를 분석한 하성호, 최수일(2009)의 연구 등과 일관된 것이며, TV 홈쇼핑업체 직원의 경우 환경변화와 소비자 욕구에 신속하게 대응할 수 있는 유연성과 새로운 사업에 대한 혁신적인 시도, 직원들의 창의적인 아이디어와 도전정신을 강조하며 직원들 간의 우호적인 인간관계를 중시하는 문화에 대한 인식 정도가 높다고 할 수 있다.

2) 직무만족, 몰입 및 이직의도

TV 홈쇼핑업체 직원들의 직무만족, 몰입 및 이직의도에 대해서는 각각 요인분석과 신뢰성 분석을 실시하였다. 그 결과 <표 2>에서처럼 직무만족에 관해서는 고유치 1.0 이상인 1개의 요인이 도출되었고, 자신의 업무가 적성에 맞거나 보람을 느낄 뿐 아니라 업무량과 업무내용에 만족한다는 항목으로 구성되었으며, 요인의 총 변량은 70.04%였다. 직무몰입에 관해서는 고유치 1.0 이상인 1개의 요인이 도출되었고, 인생의 중요한 부분이나 개인적 목표가 직무와 연관되어 있어 자신의 직무에 상당히 몰두하고 있다는 내용을 포함하였으며, 요인의 총 변량은 66.07%였다. 이직의도에 관해서도 고유치 1.0 이상인 1개의 요인이 도출되었고, 현재 직장이 아니라 다른 회사에서 일해보고 싶은 의도를 포함하는 내용으로 구성되었으며,

요인의 총 변량은 58.19%였다. 또한 신뢰성 분석 결과 직무만족 0.86, 직무몰입 0.83, 이직의도 0.73으로 신뢰계수가 0.70 이상으로 나타나 문항의 신뢰성이 높은 편이었다.

2. TV 홈쇼핑업체의 조직문화가 직무만족, 몰입 및 이직의도에 미치는 영향

TV 홈쇼핑업체의 직원들이 인지하는 조직문화가 직무만족, 몰입 및 이직의도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 직무만족, 몰입 및 이직의도를 종속변수로 하고, 조직문화의 요인인 혁신문화, 집단문화, 합리문화 및 위계문화를 독립변수로 하여 각각 회귀분석을 실시하였다. 그 결과 <표 3>에서와 같이 직무만족에 대해서는 조직문화의 모든 요인이 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구체적으로, 집단문화( $\beta=0.512, t=9.788, p<.001$ ), 혁신문화( $\beta=0.329, t=6.299, p<.001$ ), 합리문화( $\beta=0.176, t=3.372, p<.01$ ), 위계문화( $\beta=0.152, t=2.912, p<.01$ )의 순으로 영향을 미치고 있었고, 직무만족에 대한 조직문화의 전체 설명력( $R^2$ )은 37.0%였다.

따라서 TV 홈쇼핑업체가 새로운 도전이나 창의적인 사고 및 의견을 중시하고, 직원들 상호 간의 우호적인 관계를 강조하며, 목표달성이나 실적, 규정 및 절차 등을 강조할수록 직원들의 직무에 대한 만족도

<표 2> 직무만족, 몰입 및 이직의도에 대한 요인분석 및 신뢰성 분석 결과

요 인	문 항	요인 부하량	고유치	분산 (%)	신뢰 계수
직무 만족	내가 수행하고 있는 업무에 보람을 느낀다	.900	2.80	70.04	.86
	현재 내가 맡은 직무는 내 적성에 맞는 편이다	.849			
	현재 내가 맡은 업무량과 업무내용에 만족한다	.809			
	현재 내가 하고 있는 직무를 수행하면서 나의 능력을 상당부분 발휘하는 편이다	.785			
직무 몰입	나는 내 직무에 몰두하고 있으며, 관심사의 대부분은 나의 업무에서부터 나온다	.864	2.64	66.07	.83
	내 인생의 가장 중요한 것들은 내 직무와 관련되어 있다	.775			
	나의 개인적 목표는 현재 나의 직무와 연관되어 있다	.749			
	나는 여가시간보다 업무시간이 더 즐겁고 재미있다	.648			
이직 의도	나는 다른 회사에서 일해보고 싶다	.806	2.21	58.19	.73
	현재보다 회사 조건이 나빠진다면 나는 이 회사를 그만둘 것이다	.796			
	만약 회사를 옮긴다면 지금보다 더 좋은 회사에 입사할 가능성이 높다고 생각한다	.680			
	나는 종종 이 회사를 그만두고 싶은 생각이 든다	.680			

&lt;표 3&gt; TV 홈쇼핑업체 조직문화와 직무만족, 몰입 및 이직의도에 관한 회귀분석 결과

종속변수	독립변수	$\beta$	t	F	R <sup>2</sup>
직무만족	혁신문화	.329	6.299***	34.324***	.370
	집단문화	.512	9.788***		
	합리문화	.176	3.372**		
	위계문화	.152	2.912**		
직무몰입	혁신문화	.276	5.625***	17.177***	.165
	집단문화	.280	5.713***		
	합리문화	.023	0.474		
	위계문화	.105	2.141*		
이직의도	혁신문화	-.044	-0.913	22.356***	.205
	집단문화	.030	0.632		
	합리문화	.428	8.920***		
	위계문화	.142	2.968**		

\* $p<.05$ , \*\* $p<.01$ , \*\*\* $p<.001$ 

가 더 높아지고 있었다. 이러한 결과는 집단문화와 혁신문화에 속하는 구성원들의 심리적인 만족도가 높다고 한 Quinn and Cameron(1983)의 연구, 개발문화와 집단문화가 직무만족에 많은 영향을 미친다고 밝힌 문대성, 천길영(2001)의 연구, 조직문화의 모든 요인이 직무만족의 영향요인이라고 한 하성호, 최수일(2009)의 연구 등과 비슷한 맥락에서 이해할 수 있다.

직무몰입에 대해서는 합리문화를 제외하고 집단문화( $\beta=0.280$ ,  $t=5.713$ ,  $p<.001$ ), 혁신문화( $\beta=0.276$ ,  $t=5.625$ ,  $p<.001$ ), 위계문화( $\beta=0.105$ ,  $t=2.141$ ,  $p<.05$ )의 순으로 영향을 미치고 있었고, 직무몰입에 대한 조직문화의 전체 설명력( $R^2$ )은 16.5%였다. 이는 TV 홈쇼핑업체가 새로운 도전이나 창의적인 사고 및 의견, 직원들 상호간의 우호적인 관계를 중시하고, 서열관계와 절차 및 규정 등을 강조할수록 직원들의 직무에 대한 몰입이 더 높아진다는 것을 의미한다. 그러나 직무몰입에 대한 합리문화의 영향력이 나타나지 않은 점에서 볼 때 목표달성이나 매출, 성과를 중시하는 문화는 그다지 효과적이지 않다고 볼 수 있다. 이 결과는 인간중심적이고 친화적이며 자아실현을 중시하는 능동적 문화가 직무몰입과 긍정적인 관계를 나타낸다고 한 McDaniel and Stumpf(1993)의 연구, 조직문화가 직무몰입의 영향요인이라고 언급한 이광노(2002)와 김상용(2008)의 연구, 조직문화가 조직구성원들의 몰입에 영향을 미친다고 한 박경혜 외(2008)의 연구와 부분적으로 일치하였다.

이직의도에 관해서는 혁신문화와 집단문화를 제외

하고 합리문화( $\beta=0.428$ ,  $t=8.920$ ,  $p<.001$ ), 위계문화( $\beta=0.142$ ,  $t=2.968$ ,  $p<.01$ )의 순으로 영향을 미치고 있었고, 이직의도에 대한 조직문화의 전체 설명력( $R^2$ )은 20.5%였다. 다시 말해, TV 홈쇼핑업체가 목표달성이나 실적, 성과 등을 중시하고, 서열관계와 통제, 규정 및 절차 등을 강조할수록 직원들의 이직의도가 더 높아지고 있었다. 그러므로 TV 홈쇼핑업체에서 직원들의 이직의도를 낮추기 위해서는 목표달성이나 성과는 물론 엄격한 서열관계, 규정 및 절차 등을 너무 강조하지 않는 것이 바람직하며, 이 결과는 위계문화가 이직의사에 많은 영향을 준다고 한 문대성, 천길영(2001)과 김상용(2008)의 연구, 합리 및 위계문화의 조직에서 이직의도가 더 높게 나타난 최병학(2006)의 연구 등과 비슷한 맥락에서 이해할 수 있다.

이상의 연구결과에서 TV 홈쇼핑업체 직원들의 직무만족과 몰입에 대해 혁신문화와 집단문화의 영향력이 높게 나타난 것은 방송과 유통이 결합된 홈쇼핑업체의 특성상 모든 업무가 유기적이고 복합적인 형태를 이루고 있어 직원들의 친화와 화합이 요구됨과 동시에 급변하는 유통환경과 소비자 변화에 즉각적으로 반응하기 위한 혁신적인 도전과 창의적인 사고가 중요하기 때문인 것으로 판단된다. 반면에, 목표달성이나 성과를 중시하고 직원들을 실적위주로 평가하는 조직분위기 속에서는 성과를 높여야 한다는 스트레스로 인해 이직의도가 높아진다고 볼 수 있으므로 TV 홈쇼핑업체에서는 목표달성이나 실적만을 강조하지 말고 창의적인 아이디어를 개발할 수 있는 업



무환경에 직원들 간의 우호적인 교류와 협조적인 근무분위기를 제공해야 할 것이다.

### 3. TV 흡쇼핑업체에서 재직기간 및 이직횟수에 따른 직무만족, 몰입 및 이직의도의 차이

TV 흡쇼핑업체 직원들의 현 직장에서의 재직기간 및 이직횟수에 따른 직무만족, 몰입 및 이직의도의 차이를 알아보기 위하여 ANOVA 분석을 실시한 결과는 <표 4>와 같다. 재직기간에 따라서는 직무만족과 몰입을 제외하고 이직의도( $F=6.864, p<.001$ )에서만 통계적으로 유의미한 차이를 보여 1년 미만 재직 한 집단에 비해 1년 이상 재직 한 집단의 평균값이 더 높았고, 10년 이상 재직 한 집단의 평균값이 가장 높게 나타났다. 이 결과는 재직기간이 2년 이상인 종사자의 이직의도가 그렇지 않은 종사자보다 더 높다고 밝힌 김정아(2006)의 연구, 재직기간에 따라서는 직무만족과 몰입에 차이가 없다고 주장한 조정권(2007)의 연구와 유사하였으며, 본 연구에서 1년 이상 재직 한 직원들이 그렇지 않은 직원들보다 이직의도가 더 높게 나타난 것은 신입기간이나 업무적응기간을 제외하고 어느 정도 업무에 적응한 후에는 다른 업체로 이직하고자 하는 생각을 대부분의 직원이 지니고 있는 것으로 해석할 수 있다.

이직횟수에 따라서는 직무만족과 이직의도를 제외하고 직무몰입( $F=3.197, p<.05$ )에서만 통계적으로 유의미한 차이를 나타냈으며, 이직횟수가 3~4회인 집단보다 이직 한 경험이 없거나 1~2회인 집단의 평균값이 더 높았다. 이와 같은 결과는 이직경험이 있는

구성원이 없는 구성원보다 조직에 대한 몰입이 더 낮다고 한 Mowday et al.(1979)의 연구와 비슷하였으며, 이직경험이 없거나 적은 직원일수록 직무에 대한 몰입도가 더 높게 나타난 것은 다른 직장에서의 업무경험이 적어 현 직장과 다른 직장을 비교하지 않고, 현재 자신의 직장에 대한 충성도가 높기 때문이라고도 볼 수 있다. 따라서 TV 흡쇼핑업체에서는 입사 후 현 직장에서 오래 근무할 수 있도록 인적 자원을 관리하고, 직원들이 이직의도를 갖는 근본적인 이유를 파악하여 이직률을 낮출 수 있는 조직분위기를 만들으로써 직원들의 직무몰입도를 높이기 위해 노력해야 할 것이다.

## V. 결론 및 제언

본 연구는 TV 흡쇼핑업체의 조직문화와 직무만족, 몰입 및 이직의도 간의 영향관계를 확인하고, 재직기간 및 이직횟수에 따른 직무만족, 몰입 및 이직의도의 차이를 분석함으로써 TV 흡쇼핑업체에서 직원의 직무만족과 몰입을 높이고 이직의도를 낮춰 궁극적으로 기업의 성과를 높일 수 있는 인적 자원 활용에 대한 기초자료를 제공하고자 하였다. 본 연구의 결과를 요약하면, 첫째, TV 흡쇼핑업체의 조직문화는 혁신문화, 집단문화, 합리문화 및 위계문화의 4개 요인으로 분류되었고, 이 중에서 혁신문화의 설명력이 가장 높게 나타났다. 둘째, TV 흡쇼핑업체의 조직문화는 모두 직무만족에 영향을 미쳤으며, 직무몰입에는 혁신문화와 집단문화, 위계문화가, 이직의도에는 합리문화와 위계문화가 영향을 주고 있었다. 셋째, TV 흡

<표 4> 재직기간 및 이직횟수에 따른 직무만족, 몰입 및 이직의도의 차이분석 결과

구 분	직무만족	직무몰입	이직의도	
재직기간	1년 미만(n=39)	3.37	3.07	2.66b
	1~4년(n=118)	3.34	2.88	3.05a
	5~9년(n=169)	3.34	2.75	3.15a
	10년 이상(n=30)	3.62	2.87	3.32a
F	0.665	2.105	6.864***	
이직횟수	없다(n=165)	3.40	2.83a	3.08
	1~2회(n=157)	3.30	2.88a	3.12
	3~4회(n=34)	3.37	2.55b	2.92
F	0.644	3.197*	1.587	

\* $p<.05$ , \*\*\* $p<.001$

a, b는 scheffé 검증결과 0.05 유의수준에서 차이가 있음을 나타냄.

쇼핑업체 직원들의 재직기간에 따라 이직의도에 차이가 있어 1년 이상 재직한 직원들이 그렇지 않은 직원들보다 이직의도가 더 높았고, 이직횟수에 따라서는 직무몰입에 차이가 나타나 이직경험이 없거나 적을수록 직무에 대한 몰입도가 더 높아지고 있었다. 이러한 결과에 근거하여 연구의 의의 및 시사점을 제언하면 다음과 같다.

첫째, 조직문화에 관한 기존의 연구에서는 대기업이나 중소기업, 공기업, 스포츠조직 및 학교 등을 분석하여 문화적 특성을 밝힌 것에 반해, 본 연구는 조직과 사람, 가치와 정신 등 소프트웨어적인 혁신에 대한 요구가 높아지고 있는 TV 홈쇼핑업체를 대상으로 연구를 수행하였다. 또한 TV 홈쇼핑업체 직원들의 직무만족과 몰입, 이직의도에 영향을 미치는 조직문화 요소를 분석함으로써 패션분야의 연구에 적용할 수 있는 이론적 근거를 제시하고, 패션제조업체에서 홈쇼핑 진출 시 TV 홈쇼핑업체의 문화를 이해할 수 있는 토대를 제공한 것에 의의가 있다.

둘째, 패션 및 유통기업환경에서 인적 자원의 중요성이 강조되고 있는 시점에 TV 홈쇼핑업체가 직원들의 직무에 대한 만족과 몰입을 높여 효율적으로 조직을 운영하고자 한다면 혁신적이면서도 집단적인 문화를 도입하는 것이 바람직하다. 예를 들어, 급변하는 비즈니스 환경에 대응할 수 있는 기업목표 및 운영방식의 변화와 도전으로 성장과 발전을 강조하고, 직원들의 창의적인 사고와 의견을 중시하거나 상호협조와 교류, 우호적인 관계에서 업무가 수행될 수 있는 조직문화를 형성한다면 직원들의 직무만족과 몰입을 높일 수 있을 것이다. 특히 방송과 유통이 결합되어 고객과의 커뮤니케이션, 공급업체와의 협력 등을 통해 발전해야 하는 홈쇼핑업체의 특성상 단기적인 성과보다는 창의성과 조화, 협동을 강조하고 가족주의적 조직문화로 직원들을 동기부여 한다면 장기적인 발전에 도움이 될 것이다.

셋째, TV 홈쇼핑업체 직원들의 만족도 저하는 유통분야에서 홈쇼핑의 경쟁력을 약화시키고, 이는 유기적으로 연결되어 있는 다양한 중소기업체들에게까지 이전될 가능성이 크다. 따라서 TV 홈쇼핑업체에서는 전반적인 분위기의 변화와 쇄신을 통해 직원들의 사기와 직무만족도를 높이는데 노력을 기울여야 하며, 직원들의 만족도 증가는 자사에 대한 애착과 업무에 대한 책임감을 높임과 동시에 대내외적인 이미지를 강화하고 매출증대에 기여할 수 있을 것이다. 또한 새

로운 사업을 도입하거나 유통전략의 수립에 있어 직원들의 아이디어 공모전을 통해 창의적인 의견을 적극 수렴하고, 내부 인터넷 등에 친근하고 선배같은 상사, 업무 협조 성공사례 등을 소개한다면 직원들의 애사심을 향상시킬 수 있을 것이다.

넷째, 본 연구의 결과에 의하면 TV 홈쇼핑업체에서 목표달성과 성과를 중시하고 실적위주로 평가하며, 규칙과 규율을 엄격하게 준수하거나 상하간의 서열관계, 통제 등을 강조할 경우 직원들의 이직의도가 높아지고 있었다. 이직의도는 실제 이직률과도 밀접한 관련이 있어 이직의도가 높을수록 이직률이 더 높아진다고 할 수 있으므로 직원들의 이직을 낮추기 위한 조직문화의 개선이 요구되며, '회사와 함께 성장하는 개인'이라는 기치 아래 직원들의 동기부여와 역량을 키우는 데 다양한 노력을 기울일 필요가 있다. 예컨대, 소식지 발행, 제안 제도, 사이버 포럼 등을 통해 직원들에게 도전의식과 동기 유발을 촉진시켜 개인적인 성장과 발전의 기회를 제공한다면 구성원 개개인이 회사와 함께 성장해 나갈 수 있다는 하나된 신뢰 속에서 상하 간의 의사소통도 원활해져 효율적인 경영이 가능할 것이다. 또한 인터넷이나 모바일 등을 통해 직원과 가족, 협력업체 등이 하나의 공간에서 최신 정보는 물론이고 각종 커뮤니티, 생활·교육·오락 정보 등을 공유하면서 상호연계된 사회적 관계를 구축한다면 이직률을 감소시킬 뿐 아니라 즐겁게 일할 수 있는 기업을 만들 수 있을 것이다.

다섯째, TV 홈쇼핑업체의 경우 방송, 판매, 상담, 영업, 기획 및 전략 등의 복합적인 업무형태를 이루고, 지속적인 고객의 니즈 변화에 따라 각 업무가 유기적이고 신속하게 수행되어야 하므로 직원들의 상호협조와 교류가 요구되는 유통업체라고 할 수 있다. 그러나 성과급과 연봉제로 인력을 운영하여 매출증대에만 급급하면 이직률이 높아질 수밖에 없으며, 직원들의 이직은 각 업무분야에서 유능한 인재의 이탈가능성을 높이고 직무에 대한 몰입도를 낮출 우려가 있다. 따라서 TV 홈쇼핑업체에서는 목표달성이나 성과만을 중시하지 말고 직원들 간의 우호적인 교류와 협조적인 근무분위기에 창의적이며 자율적인 업무환경을 제공해야 할 것이다.

본 연구는 서울 소재의 TV 홈쇼핑업체로 한정하여 설문조사를 실시하였기 때문에 연구결과를 전체 패션 유통업체로 확대하여 적용할 수 없고, 홈쇼핑업체 직원들의 직무만족과 몰입, 이직의도의 영향요인으로 조

직문화만을 고려하였다는 한계를 가진다. 이 외에도 백화점, 대형 할인점, 인터넷 유통업체 등의 조직문화를 비교 연구하거나 패션제조업체를 대상으로 연구한다면 보다 심도 깊은 제언이 가능할 것이다. 또한 직무만족이나 몰입, 이직의도의 영향변인으로 리더십이나 조직구조 및 환경 등을 연구한다면 다양한 관점에서 인적 자원 활용전략을 수립할 수 있을 것이다.

## 참고문헌

- 김상용. (2008). *기업가정신과 조직문화가 조직유효성에 미치는 영향에 관한 연구*. 용인대학교 대학원 박사학위 논문.
- 김원석. (1991). *기업문화와 기업전략이 조직유효성에 미친 영향에 대한 연구*. 서강대학교 대학원 박사학위 논문.
- 김정아. (2006). *컨벤션산업 종사자의 직무스트레스와 이직 의도에 관한 연구*. 경기대학교 대학원 박사학위 논문.
- 김호정. (2002). 한국행정문화연구와 경쟁가치모형. *한국정책학회지*, 11(3), 219-238.
- 문대성, 친길영. (2001). 상업 스포츠조직의 조직사회화 및 조직문화와 조직유효성의 관계. *한국체육학회지*, 40(3), 451-463.
- 박경혜. (2008). *태권도 지도자의 리더십유형이 조직문화 및 조직유효성에 미치는 영향*. 경희대학교 대학원 박사학위 논문.
- 박경혜, 박종범, 강지현. (2008). 태권도 지도자의 리더십유형이 조직문화 및 조직유효성에 미치는 영향. *한국스포츠리서치*, 19(3), 55-68.
- 박노윤. (1997). 조직문화와 전략의 관계에 관한 탐색적 연구. *경영학연구*, 26(2), 303-329.
- 박동수, 김철의. (2008). 조직문화, CEO 리더십과 조직혁신과의 관계: 지방 공기업을 중심으로. *인사관리연구*, 32(4), 85-124.
- 박은주, 소귀숙. (2002). CATV 홈쇼핑에 관련된 충동구매 행동-패션제품을 중심으로-. *유통연구*, 7(1), 21-40.
- 박찬관. (2002). *조직문화와 리더십 간의 적합성이 조직유효성에 미치는 영향에 관한 연구*. 창원대학교 대학원 박사학위 논문.
- 서인덕. (1986). *한국기업의 조직문화유형과 조직특성 간의 관련성 연구*. 서울대학교 대학원 박사학위 논문.
- 서인덕, 도재욱. (2007). 조직문화지각이 조직몰입 및 이직 의도에 미치는 영향에 있어서 조직동일시의 매개효과. *인적자원관리연구*, 14(2), 77-97.
- 송봉주, 소귀숙, 박은주. (2004). CATV 홈쇼핑에서 패션제품의 구매행동에 관한 연구. *한국의류산업학회지*, 6(3), 321-328.
- 스폰지형 조직문화 구성이 중요. (2009, 10. 15). *EBN 물류&조선*. 자료검색일 2010, 6. 10, 자료출처 <http://bada.ebn.co.kr>
- 이광노. (2002). *벤처기업의 리더십과 조직문화가 조직유효성에 미치는 영향에 관한 연구*. 인천대학교 대학원 박사학위 논문.
- 이덕로. (1999). 중소기업의 조직문화와 조직구조와의 관계. *호서문화회보*, 13, 195-216.
- 이상임. (2006). *직무특성, 개인특성 및 리더십유형의 상호작용이 조직몰입에 미치는 영향*. 상지대학교 대학원 박사학위 논문.
- 이수인, 박해정, 정혜영. (2004). TV 홈쇼핑 이용자의 패션 라이프스타일이 패션제품 구매에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 28(1), 54-65.
- 이승희. (2010). 패션기업의 윤리경영을 위한 혁신시스템 Module 개발: 소비자와 업체인의 윤리의식을 중심으로. *패션비즈니스*, 14(1), 1-10.
- 이승희, 김채연. (2007). 패션제품 TV 홈쇼핑 중독에 관한 연구: 물질주의, 쇼호스트, 신용카드를 중심으로. *대한가정학회지*, 45(2), 63-75.
- 이재훈. (2004). *기업가정신, 조직구조, 조직문화 및 조직성과간의 관련성에 관한 연구*. 영남대학교 대학원 박사학위 논문.
- 이재훈, 이정호, 윤정현. (2007). 기업가정신과 공직화 및 조직문화와 조직성과 간의 관련성에 관한 연구. *경영연구*, 22(1), 91-118.
- 이정주. (2006). *지방 중소기업에서 조직문화가 조직효과성에 미치는 영향에 관한 연구: 지하철공사의 사례*. 서울시립대학교 대학원 박사학위 논문.
- 정재하. (2007, 12. 31). TV 홈쇼핑 시장분석 및 정책방안 연구. *방송통신위원회*. 자료검색일 2010, 6. 10, 자료출처 <http://www.korea.kr>
- 정준교, 박상연, 김영조. (1996). 조직문화와 조직체 성과와의 관계에 관한 경험적 연구: 조직문화유형, 가치합의성, 그리고 조직구조변수를 중심으로. *산업관계연구*, 6, 295-327.
- 조정권. (2007). *스포츠센터 종사자의 직무특성이 임파워먼트 및 조직유효성에 미치는 영향*. 동신대학교 대학원 박사학위 논문.
- 주재진. (2007). *경찰공무원의 근무성적평정 공정성 인식이 조직효과성에 미치는 영향에 관한 연구*. 동국대학교 대학원 박사학위 논문.
- 최병학. (2006). *공공 스포츠센터의 조직구조와 조직문화 및 조직유효성의 관계*. 경기대학교 대학원 박사학위 논문.
- 최수일, 이은진. (2009). 패션기업 팀장의 리더십과 팀원의 신뢰가 직무몰입 및 만족에 미치는 영향. *한국의류산업학회지*, 11(3), 399-408.
- 최찬기. (2007). *최고경영자의 리더십과 조직문화유형이 조직유효성에 미치는 영향: 4대 대기업집단을 중심으로*. 명지대학교 대학원 박사학위 논문.
- 하성호, 최수일. (2009). 조직문화유형이 임파워먼트 및 조직유효성에 미치는 영향과 고용불안정성 및 조직신뢰의 근집분석에 관한 연구: 건설산업을 중심으로. *한국조*

- 직학회보, 6(2), 115-151.
- 한주희, 황원일, 박석구. (1997). 조직문화 인식유형이 조직몰입유형에 미치는 영향에 관한 연구. *인사·조직연구*, 5(2), 95-134.
- 홍병숙. (2010). 패션기업 CEO의 리더십이 직원의 신뢰, 직무만족 및 직무몰입에 미치는 영향. *한국의류학회지*, 34(1), 102-111.
- 홍원표, 황진숙. (2008). 한국패션기업의 콜레보레이션 동기유형에 따른 콜레보레이션 분야, 신뢰와 몰입, 성과 및 만족도. *한국의류학회지*, 32(5), 692-703.
- Angle, H., & Perry, J. (1981). An empirical assessment of organizational commitment and organizational effectiveness. *Administrative Science Quarterly*, 26, 1-18.
- Brewer, A. M. (1996). Developing commitment between managers and employers. *Journal of Managerial Psychology*, 11(4), 24-34.
- Jones, G. R. (1983). Transaction costs, property rights and organizational culture: An exchange perspective. *Administrative Science Quarterly*, 28, 454-467.
- Kilmann, R. H., Saxton, M., & Serpa, R. (1985). *Gaining control of the corporate culture*. San Francisco, CA: Jossey-Bass Publishers.
- Locke, E. A. (1976). The nature and cause of job satisfaction. In M. D. Dunnette (Ed.), *Handbook of industrial and organizational psychology* (pp. 1297-1349). Chicago: Rand McNally.
- McDaniel, C., & Stumpf, S. (1993). The organizational culture: Implication for nursing service. *Journal of Nursing Administration*, 23(4), 15-21.
- Mowday, R. T., Steers, R. T., & Porter, L. W. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14(2), 224-247.
- Nixon, B. (1994). Developing an empowering culture in organization. *Empowerment in Organizations*, 2(1), 14-24.
- O'Reilly, C. A., Chatmen, J., & Caldwell, D. F. (1991). People and organizational culture: A profile comparison approach to assessing person-organization fit. *Academy of Management Journal*, 34(3), 487-516.
- Ouchi, W. G. (1981). *Theory Z: How American business can meet the Japanese challenge*. Reading, Mass: Addison-Wesley Publishing.
- Paul, N. (1993). Organizational cultures, strategies and commitments in healthcare organizations. *Healthcare Management*, 18(1), 43-60.
- Pettigrew, A. M. (1979). On studying organizational cultures. *Administrative Science Quarterly*, 24, 570-581.
- Pfeffer, J. (1994). *Competitive advantage through people: Unleashing the power of the workforce*. Boston: Harvard Business School Press.
- Price, J. L., & Mueller, C. W. (1981). *Professional turnover: The case of nurses*. New York: SP Medical and Scientific Books.
- Quinn, R. E., & Cameron, K. S. (1983). Organizational life cycle and shifting criteria of effectiveness: Some preliminary evidence. *Management Science*, 19, 33-51.
- Quinn, R. E., & Rohrbaugh, J. (1983). A special model of effectiveness criteria: Towards a competing values approach to organization analysis. *Management Science*, 29, 363-377.
- Sathe, V. (1983). Some action implications of corporate culture: A manager's guide to action. *Organizational Dynamics*, 12, 4-23.
- Steel, R., & Ovalle, N. (1984). A review and meta-analysis of research on the relationship between behavioral intentions and employee turnover. *Journal of Applied Psychological*, 69(4), 673-686.
- Wallach, E. J. (1983). Individuals and organizations: The culture match. *Training and Development Journal*, 37, 29-36.
- Wiener, Y. (1988). Forms of value system: A focus on organizational effectiveness and culture change and maintenance. *Academy of Management Review*, 13(4), 534-545.