

외식업체 종사원의 커뮤니케이션 유형이 자기효능감 및 조직몰입에 미치는 영향

임 현 철[†]

대구가톨릭대학교 외식산업학과

The Impacts of Foodservice Employees Communication Type on Self-Efficiency and Organizational Commitment

Hyun-Cheol Lim[†]

Dept. of Food Service Industry, Catholic University of Daegu, Gyeongsan 712-702, Korea

Abstract

This study examines the effect of communication type of food service employees on the self-efficiency and organizational commitment. To accomplish the purpose of the study, a survey was conducted to employees of food service companies located in Seoul, from August 5, 2013 to August 25, 2013 as a method of empirical study. The results of this study was analyzed using the SPSS WIN 12.0 and statistical reliability analysis, factor analysis, frequency analysis, correlation analysis and multiple regression analysis were conducted for hypothesis verification. The analysis results of this study are as follows. First, the R-square of regression result for 'communication type will have a positive effect on self-efficiency' was .220. Also, it was found that factors of consideration (Beta=.286, $t=5.622$), instruction (Beta=.303, $t=5.970$) and business (Beta=.214, $t=4.217$) had positive effects on self-efficiency. Values for factors of consideration and instruction were higher than business. Second, the R-square of regression result for 'communication type will have a positive effect on organizational commitment' was .429. Also, it was found that factors of consideration (Beta=.453, $t=10.428$), instruction (Beta=.380, $t=8.749$) and business (Beta=.282, $t=6.477$) had positive effects on organizational commitment. Values for factors of instruction and business were high but value of consideration factor turned out the highest. Third, the R-square of regression result for 'self-efficiency will have a positive effect on organizational commitment' was .334. Also, it was found that out of the factors of positivity (Beta=.369, $t=8.423$), confidence (Beta=.415, $t=8.833$) and negativity (Beta=-.072, $t=-1.536$), positivity and confidence had positive effects on organization commitment, and only positivity and confidence showed high values in organization commitment. Upon analyzing the effect of factors of self-efficiency (positivity, confidence, negativity) on organizational commitment, it was found that positivity and confidence showed high relevance but the negativity factor did not have any correlation.

Key words : Food service employees, communication type, self-efficiency, organizational commitment.

서 론

현대사회는 복잡성이 증가되고 변화의 속도가 빨라지는 불확실성의 시대, 단절의 시대, 정보화 사회 등으로 일컬어지고 있으며, 기업을 둘러싸고 있는 대내외적 경영환경이 급속히 변화하고 있기 때문에, 그 변화를 예측하고 효과적으로 대응하지 못하는 기업은 도태될 수밖에 없는 상황이다. 이러한 경영환경의 위기를 극복하고 새로운 성장과 발전을 이루기 위하여 각 기업들은 기술 개발, 인재 육성, 조직력 강화 등 새로운 경영 전략 수립에 온 정열을 기울이고 있다.

외식기업들은 내부적으로는 인력난과 더불어 인건비 상승에 대한 경영자의 부담, 집단 이기주의, 급변하는 주변 환경

의 변화, 고객들의 소득 향상과 라이프 스타일의 변화에 따라 차별화된 상품과 서비스의 끊임없는 변화와 혁신이 빠르게 요구되고 있으며, 외부적으로는 각종 매체의 소비자 고발 프로그램의 증가, 고객의 소비 패턴과 트렌드의 급변, 가처분소득의 변화, 진입 장벽이 낮아 경쟁이 치열한 경쟁 시장, 기후 변화 등으로 식재료 수급 불균형, 1인 가구의 증가, 신상품 개발 능력 저하로 인한 매출액 감소 요인들이 문제점으로 부각되고 있는 실정이다(Oh YS 2008). 또한 노동집약적인 외식업체의 근무 환경으로 인한 과도한 스트레스로 조직구성원들의 성취감이 저하될 수 있다는 것은 업무에 대한 의욕 상실, 판단 불능, 고객에 대한 무관심 등과 같은 부정적 현상을 야기해 서비스나 상품에 질적 저하를 초래하게 되어 결국 경영 성과를 감소시킬 수 있다(Kim & Cho 2012). 특히, 조직 구성원 상하 간의 가치관과 사고방식의 차이, 개인 간 욕구 구조의 다양화 등으로 기업의 변화에 대한 대응 노력이

[†] Corresponding author : Hyun-Cheol Lim, Tel: +82-53-850-3230, Fax: +82-53-850-3230, E-mail : tk7409@cu.ac.kr

효과적으로 이루어지지 못하고 있는 실정이다.

따라서 커뮤니케이션의 중요성은 현대 사회에서 외식업체의 인력난과 자기중심의 가치관, 블랙컨슈머의 대두, 1인 가구의 증가 등으로 더욱 강조되고 있는데, 이는 다양한 산업이 발달함에 따라 기업의 형태도 다양해지고, 외식기업에서 근무하는 종사원들은 더 많은 정보와 과다한 업무, 스트레스에 노출되기 쉬우며, 효율적이고 효과적인 커뮤니케이션 유형을 통해 구성원들의 성취도와 만족도를 높여줄 필요가 있다(Lee YM 2011). 커뮤니케이션 유형은 개인과 조직의 목표 달성 과정에서 일어나는 갈등을 조정·해소하여 외식기업 조직의 유지와 발전을 꾀하는 과정이며, 외식종사원 간의 효과적인 커뮤니케이션은 구성원들의 조직몰입, 직무 만족, 서비스 향상과 사기 제고 및 효과적인 목표 달성에 큰 영향을 준다고 하였다(Son BM 2011). 이는 커뮤니케이션의 통제 및 관리가 중요함에도 불구하고, 부서 간의 효과적인 방안이 갖추어져 있지 않기 때문이다. 이에 따라 외식업체 근무 환경 여건 및 잦은 직무 이동으로 인해 발생하는 인간관계의 해결 방안을 모색하고자 한다.

본 연구는 외식 종사원의 조직 구성원들을 대상으로 근무 상황에서 발생할 수 있는 커뮤니케이션 유형이 자기효능감과 조직몰입에 미치는 영향을 파악하고, 외식 종사원들의 커뮤니케이션에 대한 인식의 차이를 분석하여 직무 향상과 조직몰입에 대한 방법을 제시하고자 한다. 첫째, 외식 종사원들의 근무 환경에서 발생할 수 있는 커뮤니케이션 유형 요인(사려형, 지도형, 업무형)이 자기효능감, 조직몰입에 미치는 영향을 분석하고, 둘째, 자기효능감 요인(긍정적, 자신감, 부정적)이 조직몰입에 미치는 영향관계를 분석하고자 한다.

1. 커뮤니케이션과 자기효능감의 관계

Oh DB(1994)은 조직 속에서의 커뮤니케이션을 가리키는 말로서 비단 협의의 의사소통, 즉 정보적 수단 및 설득적 수단 그리고 비언어적 수단을 통한 것뿐만 아니라, 광의의 인간관계까지를 포함하여 조직 내 구성원 간의 공감대 형성을 위하여 노력하는 제반 의미, 의견, 정보상의 소통 활동을 하며, Cha BK(1993)은 ‘공통’ 또는 ‘공유’라는 의미를 가지고 있으며, 우리말로 ‘의사 소통’으로 번역하여 사용되고 있다.

Reece & Brandt(2008)는 둘 또는 그 이상의 사이에서 정보의 공유, 논의, 논쟁, 소통과 같은 형태로 발생하는 정보 교환 과정이라고 커뮤니케이션을 정의했다. 그들은 효과적인 커뮤니케이션이 되기 위해서는 정보를 수용하는 사람의 피드백이나 응답 등이 있어야 하며, 이를 통해 정보로 전달하고자 하는 사람이 원래 의도했던 정보의 의미가 제대로 이해될 수 있다고 하였다.

이러한 과정 속에서 상황에 대한 대처 행동을 개시할 것

인지 아닌지, 혹은 어느 정도의 노력을 기울일 것인지, 그리고 여러 장애 요인에도 불구하고 특정 행동을 지속할 것인지 등을 결정하는데, 이러한 결정에 절대적인 영향을 미치는 것이 바로 자신에 대한 신념 체계인 자기효능감인 것이다(Kang YS 2005).

Kim JS(2007)은 자기효능감은 특정한 과제를 수행하는데 요구되는 자신의 행동 능력에 대한 믿음으로, 자기존중감과 같은 포괄적인 특성이 아닌 구체적인 수행 영역이나 활동과 관련된 역동적인 자기 신념이다. 이러한 자기효능감은 사회인지 이론에서 생각과 행동의 핵심적인 결정 요인으로 간주되고 있다.

Huebner ES(1992)는 스트레스는 부정적 정서인 심리적 소진을 예방하고 감소시키는 길이 될 수 있기 때문에, 자기효능감에 영향을 주는 요인을 밝혀 자기효능감을 높일 수 있는 방법을 연구하는 것이 중요하다고 했다.

2. 커뮤니케이션과 조직몰입의 관계

신유근(1997)은 커뮤니케이션은 집단 활성화를 통한 자율적 작업 집단을 구축하는데 있어서 다음과 같은 중요성을 가지고 있다고 했다. 첫째, 커뮤니케이션은 집단 구성원들의 활동을 조정하고 통합하는 기능을 가짐으로써 목표 달성을 위한 역량을 결집시킬 수 있도록 한다. 예를 들면, 조직 목표와 집단 목표, 직무 수행 방법, 행동 표준, 필요한 정보나 지식을 알려줌으로써 효과적인 업무 수행을 실현할 수 있다. 둘째, 커뮤니케이션은 동기 부여에 유용한 수단이다. 구성원의 불만이나 만족과 같은 감정을 표현하게 하여 갈등을 해소할 수 있고, 사회적 접촉을 통하여 사회적 욕구와 같은 기본적인 욕구를 충족시킬 수 있다. 셋째, 커뮤니케이션은 집단 또는 조직의 구성원들이 창의적이고 신속하게 업무를 수행할 수 있도록 활력을 불어넣어 준다. 원활한 커뮤니케이션은 건설적 자극을 줌으로써 민주적 운영, 자율 학습 유발 등의 효과를 가져올 수 있다. 넷째, 커뮤니케이션은 구성원들로 하여금 상황 변화에 적응할 수 있도록 하는 조직 혁신을 촉진한다. 환경 변화에 대한 정보를 줌으로써 조직 변화에 대응하고, 새로운 가치규범을 형성할 수 있다. 다섯째, 커뮤니케이션은 사람들이 집단이나 조직을 이루어 활동하는데 있어서 가장 기본적인 활동이다.

Van & Seydel(2007)는 커뮤니케이션에 대한 만족이 개인-조직 적합을 매개로 정서적 몰입에 미치는 영향을 연구한 결과, 커뮤니케이션에 대한 만족은 개인-조직 적합과 정서적 몰입에 상당한 영향을 미치며, 개인-조직 적합은 커뮤니케이션 만족이 정서적 몰입에 정(+의) 부분적인 매개 역할을 한다고 했다.

첫째, 커뮤니케이션은 조직 구성원의 행동을 통제하는 기

능을 한다. 둘째, 커뮤니케이션은 조직 구성원의 동기를 유발시킨다. 셋째, 커뮤니케이션은 조직 구성원들이 자신의 감정을 표현하고, 사회적인 요구를 주장할 수 있는 돌파구이다. 넷째, 커뮤니케이션은 개인과 집단에 정보를 전달하는 기능을 수행함으로써 의사결정의 매개체 역할이며, Mathieu & Aajac(1990)은 조직몰입이 높은 구성원은 외재적 보상뿐 아니라, 내재적 근무만족이나 동료와의 관계도 높은 수준으로 나타나며, 창의적이거나 혁신적인 행동을 보인다고 했다.

조직몰입의 구성 요소는 조직몰입의 정의에서와 같이 여러 학자들에 의해 다양하게 분류된다. 이와 같이 조직몰입의 구성 요소가 학자들마다 일치하지 않은 것은 조직몰입이 다차원적이라는 점에는 학자들 간에 서로 일치하고 있으나, 조직몰입이 태도적 현상인지 행위적 현상인지에 대해서는 완벽한 정의를 내리지 못하고 있다.

3. 자기효능감과 조직몰입의 관계

Bandura & Wood(1989)의 연구에서는 자기효능감은 구체적인 작업을 수행하기 위해 요구 개인의 능력에 대해 개인이 어떻게 판단하는지에 의해 측정될 수 있기 때문에, 개인이 보유한 실제적인 능력을 의미하는 것이 아니라, 개인이 보유한 능력을 어느 정도 사용할 수 있느냐하는 판단을 의미한다. Ji YH(2006)은 본인에게 주어진 과제나 문제를 성공적으로 수행할 수 있다는 개인의 가능성에 대한 신념으로 행동의 선택과 수행, 그리고 그 지속성에 영향을 미친다고 하였다. 이러한 자기효능감 이론에 기초하여 많은 연구들이 개인의 자기효능감 지각이 개인의 직무성과와 직무 만족에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 보여주고 있다

Kang HM(2008)는 개인이 어떤 과제를 달성하기 위해 자기 판단, 자기 관찰인 인지 과정과 자기 반응 동기 과정을 잘 사용할 수 있는 효능 기대라고 할 수 있다. 신체적 능력에 관한 효능감 요인이고, 다른 하나는 신체적 기술 요인에 대한 효능감을 반영하는 신체적 자기 표현(physicalself-presentation)에 대한 효능감이다.

조직 몰입이란 조직의 목표와 가치에 대한 강한 신뢰에 대한 화합, 조직의 구성원으로 계속 남으려는 강한 욕구 등으로 조직 몰입은 조직의 목표 및 가치관과 관련된 조직에 대한 정서적 유대감이나 감정적 애착을 느끼는 감정으로, 조직의 목표 및 가치와 관련한 일반적 개념으로부터 보다 특정 몰입에 작용하는 목표와 가치를 상승하는 개념으로 몰입 개념을 발전시킨 것으로 조직 몰입이 높은 사람은 적극적으로 조직에 참여하며, 조직을 위해 자발적이고 창조적인 행동으로 조직 몰입이 낮은 사람에 비해, 직무 수행 측면에서도 훨씬 탁월한 성과가 나타난다. 즉, 조직 몰입은 충족된 기대와 조직의 제반 특성들이 상호작용하여 형성되기 때문에 비교

적 장기적이고 안정적인 특성을 가지며, 자신의 직무에 만족한 종사원들은 더욱 조직에 몰입하게 된다고 하였다.

Go & Jang(2004)은 몰입의 개념을 더욱 세분화하여 정서적 몰입, 지속적 몰입, 규범적 몰입으로 아래와 같이 3가지로 설명하고 있다. 정서적 몰입(affective commitment)은 구성원의 조직에 대한 동일시, 관여, 애정 등의 심리적인 애착감(attachment)때문에 조직에 남아 있으려고 하는 것을 말한다. 이것은 구성원들이 조직에 대하여 감정적으로 애착을 갖고 조직에 일체감을 느끼는 것을 의미하는데, 정서적 몰입이 강한 경우, 조직 구성원들은 조직의 목표나 가치관을 받아들이고 조직을 위하여 노력을 아끼지 않는 자세를 갖게 된다.

지속적 몰입(continuance commitment)은 조직을 떠남으로써 발생하는 비용에 기초해 형성되는 몰입으로, 이것은 구성원이 조직에서의 활동을 그만 두으로써 그 동안 투자해 온 것을 잃는 것으로 인식하거나, 또는 다른 대안의 이용 가능성이 제한되어 있음을 느끼게 됨에 따라 조직에 계속 남아야겠다는 몰입을 의미하는 것이다. 구성원 조직과 관계를 가지면서 시간, 노력, 다른 구성원과의 인간관계 등과 같은 투자(side-bets)를 하게 되는데, 이것은 시간이 지날수록 점차 증가하게 된다. 따라서 조직에 남음으로써 얻게 되는 이익이 증가하거나 조직을 떠남으로써 발생하는 비용이 커지게 된다면 결국 현 조직에 계속 남고자 하는 지속적 몰입이 형성된다.

규범적 몰입(normative commitment)은 구성원의 조직에 대한 의무감으로 인해 나타나는 몰입을 말한다. 도덕적인 의무감으로 해석되는데, 조직에 충성하고 의무를 성실 성의껏 수행해야 한다는 내적 가치관이며, 조직의 목적이나 이익을 위하는 방향으로 행동하도록 하는 내적인 규범체계의 형성으로 나타난다. 구성원들은 이러한 내적 규범을 통하여 조직에 몰입하게 된다(Ahn JS 2008).

Mathieu & Aajac(1990)은 조직몰입이 높은 구성원은 외재적 보상뿐 아니라, 내재적 근무만족이나 동료와의 관계도 높은 수준으로 나타나며, 창의적이거나 혁신적인 행동을 보인다고 했다.

Mowday & Steetrs(1974)는 조직몰입을 “조직이 추구하는 목표나 가치에 대한 강한 신념(belief)과 수용(acceptance), 조직의 이익을 위해 많은 노력을 기울이려는 자발적인 의지(willingness), 조직 구성원의 신분을 유지하려는 강한 욕구(desire)의 3가지 차원으로 정의하였다.

연구 설계 및 연구 방법

1. 연구 모형

본 연구는 외식업체 종사원의 커뮤니케이션 유형이 자기효능감 및 조직몰입에 미치는 영향을 알아보기 위한 연구이

다. 이 목적을 달성하기 위하여, 본 연구는 Fig. 1과 같이 커뮤니케이션 유형과 자기효능감 및 조직몰입 관계를 나타내는 연구 모형을 제시한다. 본 연구 모형은 본 연구 모형에 사용한 모형 변수는 기존에 연구된 국내·외의 커뮤니케이션, 자기효능감, 조직몰입에 미치는 영향에 관한 연구 문헌과 외식업체 종사원의 설문지 조사에 의해 얻어진 요인들에 의하여 설정되었다.

2. 가설 설정

본 연구의 가설은 외식 종사원의 커뮤니케이션 유형, 자기효능감, 조직몰입에 관련 된 선행 연구를 근거로 다음과 같은 가설을 설정하였다. 가설들의 주요 구성 내용을 보면 독립 변수는 커뮤니케이션 유형, 종속 변수로는 자기효능감, 조직몰입 등의 요인들과의 상관관계를 증명해 보이기 위한 내용을 포함하고 있다. 이러한 연구 목적에 따라 다음과 같은 가설을 도출하였다.

〈가설 1〉 커뮤니케이션 유형은 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

사려형은 격식을 갖추는 것을 좋아하며, 비공식적인 것보다는 공식적인 관계를 선호한다. 자신의 의견을 제시할 때는 심사숙고하는 편이며, 결정을 내릴 때는 서두르지 않고 자신의 감정을 통제하는 편이다. 또한 늘 침착하고 어떤 일에 몰두하는 것처럼 보이기 때문에 다른 사람들이 접근하기를 어려워하는 유형이라 정의할 수 있다. 이러한 유형을 측정하기 위하여 이유미(2011), 최은규(2008), Reece & Brandt(2008)의 선행 연구에서 제시한 5개의 항목으로 측정하였다.

지도형은 자신의 의견을 표현할 때 권한을 사용하기보다는 친절하게 설득하고, 다른 사람의 의견 또한 잘 경청한다. 말이나 글에 온정을 표현하기 좋아하고, 민감하면서 참을성이 있고, 심사숙고하면서 자신의 행동에 신중한 태도를 보인다고 할 수 있다. 따라서 이러한 유형을 측정하기 위하여 홍

미나(2007), 연제익(2005)의 선행연구에서 제시한 지도형 3개의 항목으로 측정하였다.

업무형은 자기주장이 강하고, 솔직하고 단호하며 신중하다. 또한 타인에 대한 따뜻함과 배려는 기대하기 어려우며, 주변 상황에 무관심한 태도를 보인다. 신중하고 사무적이기 때문에 재미없으며 경직된 인상을 준다고 할 수 있다. 이러한 유형을 측정하기 위하여 조미정(2009), 서판수(2001)의 선행 연구에서 제시한 업무형 4개의 항목으로 측정하였다.

〈가설 2〉 커뮤니케이션 유형은 조직몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

긍정적 효능감이 높은 사람은 문제 상황을 두려워하거나 회피하지 않고, 적극적이며 인내심 있게 대처할 것이다. 그러므로 자신의 능력을 신장시킬 것이고, 또한 능력을 바탕으로 더욱 높은 수준의 자기효능감을 형성함으로써 지속적인 성장을 한다는 것을 알 수 있다. 이러한 유형을 측정하기 위하여 홍의숙(2009), 박강희(2007)의 선행 연구에서 제시한 긍정적 효능감 4개의 항목으로 측정하였다.

자신감 효능감은 수행을 성공적으로 이끌어낼 수 있는 개인의 능력에 대한 확실성의 강도 또는 믿음으로써 인지된 능력의 구체화된 수준이 아닌, 확신의 강도를 의미한다. 또한, 자신의 가치와 능력에 대한 개인의 확신 또는 신념의 정도라고 할 수 있으나, 자신의 능력에 대한 개인의 확신 또는 신념의 정도라는 축소된 의미를 정의할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 홍현경(2012), 김경환(2011), Sherer & Rogers(1982)의 선행연구에서 제시한 자신감, 효능감 4개의 항목으로 측정하였다.

부정적 효능감은 자신에 대한 부정적인 평가로 인하여, 극복할 수 있는 문제도 회피하려 하고, 조금만 더 노력했다면 성공할 수 있는 일도 쉽게 포기함으로써, 능력 신장의 기회를 놓치게 된다. 그리고 이러한 과정이 반복됨에 따라 쇠퇴의 인생행로를 걷게 될 것이라는 것을 알 수 있다. 이러한 유형을 측정하기 위하여 Bandura의 이론을 근거로 Sherer & Rogers(1982)의 선행 연구에서 제시한 부정적 효능감 2개의 항목으로 측정하였다.

〈가설 3〉 자기효능감은 조직몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

정서적 몰입은 구성원의 조직에 대한 동일시, 관여, 애정 등의 심리적인 애착감(attachment)때문에 조직에 남아 있려고 하는 것을 말한다. 이것은 구성원들이 조직에 대하여 감정적으로 애착을 갖고 조직에 일체감을 느끼는 것을 의미하는데, 정서적 몰입이 강한 경우, 조직 구성원들은 조직의 목표나 가치관을 받아들이고 조직을 위하여 노력을 아끼지

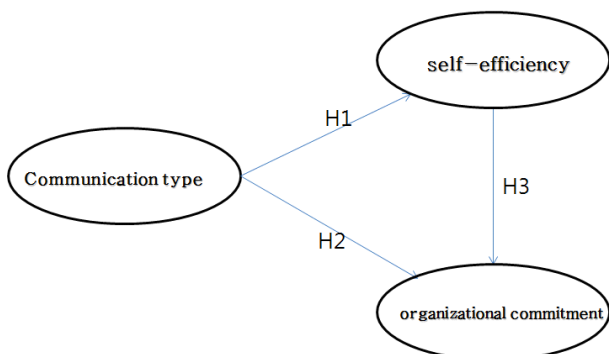


Fig. 1. The research model.

않는 것을 알 수 있다. 이러한 유형을 측정하기 위하여 안재석(2008)의 선행 연구에서 제시한 정서적 몰입 5개의 항목으로 측정하였다.

규범적 몰입은 구성원의 조직에 대한 의무감으로 인해 나타나는 몰입을 말한다. 도덕적인 의무감으로 해석되는데, 조직에 충성하고 의무를 성실 성의껏 수행해야 한다는 내적 가치관이며, 조직의 목적이나 이익을 위한 방향으로 행동하도록 하는 내적인 규범 체계의 형성으로 나타난다. 구성원들은 이러한 내적 규범을 통하여 조직에 몰입하게 된다. 이러한 유형을 측정하기 위하여 한연주(2010), Mowday & Steers(1982)의 선행 연구에서 제시한 규범적 몰입 5개의 항목으로 측정하였다.

3. 조사 대상 및 기간

본 연구에서는 연구 목적을 효과적으로 달성하기 위해 선행연구와 국내외 문헌 고찰을 통한 문헌 연구(literature & documentary study)와 설문지를 통한 실증 연구(empirical study)를 병행하였다. 외식종사원의 커뮤니케이션 유형, 자기효능감, 조직몰입에 대한 이론적 고찰을 통하여 선행 연구 및 관련 서적, 논문, 학회지 등을 이용하여 연구의 이론적 틀을 구축하고, 연구의 모형과 가설을 설정하여 분석의 근거로 삼았다.

실증 연구 방법으로 예비 설문 조사(pilot-test)를 2013년 7월 1일부터 7월 10일까지 실시하였으며, 예비 설문 조사는 설문지의 타당성 검정을 위하여 각 외식업체 레스토랑에 근무하는 종사원에게 50부를 배포하여 사전적 예비조사를 실시하였다.

예비 설문을 토대로 설문지를 재구성하였으며, 본 조사 설문은 2013년 8월 5일부터 8월 25일까지 서울지역 외식업체 양식 레스토랑의 종사원 수 10명 이상인 기업을 대상으로 커뮤니케이션 유형, 자기효능감, 조직몰입의 내용을 배포하여 자기 기입 방법으로 조사하였으며, 설문 문항은 리커트 5점 척도를 사용하였다.

4. 통계 처리

연구를 위해 수집된 설문 자료는 데이터 코딩 과정을 거쳐 실증적 분석 방법 SPSS Win 12.0 Program을 활용하여 분석하였으며, 일반적인 특성 분석과 설정한 가설을 검증하기 위한 통계 도구로 신뢰도 분석, 요인 분석, 빈도 분석, 상관관계분석, 다중 회귀 분석을 실시하였다.

결과 및 고찰

1. 표본의 일반적 특성

Table 1에서 나타난 바와 같이, 외식업체의 커뮤니케이션

유형에 따른 자기효능감 및 조직몰입에 미치는 영향에 관한 연구로써 필요한 자료는 설문지를 통해 조사하였다. 연구 대상자의 사회통계학적 변수에 대하여 살펴보면, 응답자의 성별은 남자가 185명으로 37.8%를 차지하였고, 여자는 121명으로 39.5%로 나타났다. 결혼 유·무에서는 미혼이 191명으로 62.4%를 기혼이 115명으로 37.6%를 나타내고 있다. 또한 학력은 고졸이 10명으로 3.3%, 전문대졸이 136명으로 44.4%, 대졸은 132명으로 43.1%로 가장 높게 나타났으며, 대학원 재학생 이상은 27명으로 8.8%로 나타났다. 연령의 분포는 20대가 133명으로 43.5%, 30대가 121명으로 39.8%, 40대가 47명으로 15.4%를 차지하고, 50대 이상 5명으로 1.6% 구성되어 있으며, 20대가 가장 많은 분포를 보였다. 구성원 수를 질문하는 문항에서 5명 미만이 14명으로 4.6%, 10명 미만이 71명으로 23.2%, 15명 미만이 128명 41.8%, 20명 미만이 43명으로 14.1%, 20명 이상이 50명으로 16.3%을 나타내고 있다. 직급에서는 사원이 202명으로 66.0%, 주임이 77명으로 25.2%, 계장이 12명으로 3.9%, 대리가 7명으로 2.3%, 과장 이상이 8명으로 2.6%로 나타났다. 근무 연수는 3년 미만이 110명으로 35.9%, 5년 미만이 69명으로 22.5%, 7년 미만이 44명으로 14.4%, 10년 미만이 34명으로 11.1%, 10년 이상이 49명으로 16.0%로 나타났다. 근무 부서는 조리부가 134명으로 43.8%, 식음료부 112명으로 36.6%, 관리부 54명으로 17.6%, 기타가 6명으로 2.0%로 나타났다.

2. 요인 분석 및 신뢰도 결과

요인 분석의 목적은 많은 변수들을 관련성이 깊은 변수들끼리 소수의 요인으로 묶어주고, 요인 적재량이 크고 적음에 따라서 변수들의 채택 여부를 결정하기 위함이다. Table 2에서의 결과와 같이 요인 분석에 의한 각 변수들에 대한 설명력은 요인 적재량의 일반적인 면으로 보면 높은 유의성이 있음을 알 수 있다.

3. 상관관계 분석 결과

연구 가설의 검증에서 인과관계에 대한 예측 타당성이 있는지를 파악하기 위해 일차적으로 각 구성 개념 간의 상관 관계를 조직 단위의 차원에서 검증하였다. 각 변수들 간의 상관 관계에 사용된 변수는 8개이다. 각 구성 개념은 다항목(multi-item)으로 측정되었으므로, 신뢰도 검증을 통해 내적 일관성이 확보된 측정 항목을 표준화하여 평균 단일 값을 분석에 이용하였다.

상관관계 분석 결과, 커뮤니케이션 유형, 자기효능감, 조직몰입의 상관관계는 비교적 낮은 것으로 나타났으며 요인별 타당성은 높은 것을 알 수 있다. 커뮤니케이션 유형의 요인과 자기효능감의 상관관계에서는 사려형과 자신감은 높게

Table 1. Demographics of respondent

(n=306)

Classification	Content	Frequency	Percent	Classification	Content	Frequency	Percent
Gender	Male	185	60.5	Marital status	Single	191	62.4
	Female	121	39.5		Married	115	37.6
Education level	High school graduate	10	3.3	Career period	20~29	133	43.5
	College graduate	136	44.4		30~39	121	39.5
	University graduate	132	43.1		40~49	47	15.4
	More than graduate school	27	8.8		More than 50	5	1.6
Number of member	Less than 5	14	4.6	Management level	Employee level	202	66.0
	Less than 10	71	23.2		Vice section chief level	77	25.2
	Less than 15	128	41.8		Section chief level	12	3.9
	Less than 20	43	14.1		Vice dept. head level	7	2.3
	More than 20	50	16.3		Dept. head level	8	2.6
Career period	1yrs.-less than 3yrs.	110	35.9	Department	Cuisine	134	43.8
	3yrs.-less than 5yrs.	69	22.5		F&B	112	36.6
	5yrs.-less than 7yrs.	44	14.4		Executive dpt	54	17.6
	7yrs.-less than 10yrs.	34	11.1		Etc	6	2.0
	More than 10yrs	49	16.0				

Table 2. Factor analysis & reliability results

Factor	Item	Eigen -value	Variance explained	Standard α
Communi-cation type	Thoughtful type	2.600		
	Tutor type	2.162	55.112	.832
	Work task type	1.851		
Self-efficiency	Positive impact	2.460		
	Confidence factor	2.274	63.026	.751
	Negative factor	1.568		
Organiza-tional commitment	Emotional factor	2.879		
	Normative factor	2.657	55.356	.843

나왔으며, 사려형과 부정적은 음으로 높은 것을 예측할 수 있었다. 지도형과 나머지 요인들 간에는 정의 영향관계가 비교적 높게 나타나 긍정적, 정서적 직무만족에 영향을 미칠 것이라고 예측된다. 또한 긍정적, 정서적, 자신감, 규범적 관점의 상관관계에서는 .317과 .397로 높은 상관관계를 나타내 영향관계에 있음을 예측할 수 있다. 따라서 독립 변수와 영향 변수들 간의 영향관계는 있는 것으로 나타나, 연구 모형과 연구가설에서 제시한 연구 방향과 일치하는 것으로 나타났다.

Table 3. Relationship analysis results

Factor	Relationship							
	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8
F1: Thoughtful type	1							
F2: Tutor type	.000	1						
F3: Work task type	.000	.000	1					
F4: positive impact	.331**	.277**	.197**	1				
F5: Confidence factor	.353**	.104	.067	.000	1			
F6: Negative factor	-.188**	.144*	.107	.000	.000	1		
F7: Emotional factor	.295**	.323**	.225**	.317**	.190**	.021	1	
F8: Normative factor	.346**	.215**	.174**	.243**	.397**	-.123*	.000	1

4. 가설 검정

1) 가설 1의 검정

‘커뮤니케이션 유형과 자기효능감은 유의적인 관계에 있

을 것이다.’라는 가설 1의 검정을 위해 회귀 분석을 실시하였다. 독립 변수 커뮤니케이션 유형이 자기효능감에 영향을 미치는가를 분석하기 위한 것으로 분석 결과는 다음과 같다.

<가설 1> 커뮤니케이션 유형은 자기효능감에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

회귀 분석 결과는 Table 4의 결과와 같이 종속 변수에 대한 전체 설명력(R-square)은 .220로 나타났다. 또한 회귀식에 대한 통계적 유의성을 검정하는 F 통계량은 28.345로 나타났다. “사려형, 지도형, 업무형은 자기효능감에 의미 있는 영향을 미칠 것이다.”에 대한 유의도가 .000이다. 따라서 유의도가 $p<.001$ 이므로 유의도 수준의 주요 관점으로 보아, 이 회귀식은 통계적으로 유의성이 있는 것으로 볼 수 있다. <가설 1>은 채택되었다.

2) 가설 2의 검정

회귀 분석에 의한 <가설 2>의 검정은 독립 변수 커뮤니케이션 유형이 종속 변수 조직몰입에 영향을 미칠 것인가를 분석하기 위한 것이다. 이 분석에서 사용된 독립 변수는 커뮤니케이션 유형에 관한 것이다.

<가설 2> 커뮤니케이션은 조직몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

회귀 분석 결과는 Table 5의 결과와 같이 종속 변수에 대한 전체 설명력(R-square)은 .429로 나타났다. 또한 회귀식에 대한 통계적 유의성을 검정하는 F 통계량은 75.749이다.

사려형, 지도형, 업무형은 조직몰입에 의미 있는 영향을 미칠 것이다.’라는 가설에 대한 유의도가 .000이다. 따라서 $p<.001$ 이므로 통계적 유의도 수준의 주요 관점으로 보아, 이 회귀식은 통계적으로 유의성이 있는 것으로 볼 수 있다. <가설 2>는 채택되었다.

3) 가설 3의 검정

Table 4. Communication type & self-efficiency regression analysis results

Variable	Analysis	B	Beta	t	p
Constant		2.465E-17		.000	1.000
① Thoughtful type		.165	.286	5.622	.000***
② Tutor type		.175	.303	5.970	.000***
③ Work task type		.124	.214	4.217	.000***

$R^2=.220, df1=3, df2=302, F=28.345, signi F=.000***$.
*** $p<0.001$.

Table 5. Communication type & organizational commitment regression analysis results

Variable	Analysis	B	Beta	t	Sig p
Constant		9.084E-17		.000	1.000
① Thoughtful type		.321	.453	10.428	.000***
② Tutor type		.269	.380	8.749	.000***
③ Work task type		.199	.282	6.477	.000***

$R^2=.429, df1=3, df2=302, F=75.749, signi F=.000***$.
*** $p<0.001$.

회귀 분석에 의한 <가설 3>의 검정은 독립 변수 자기효능감이 종속 변수 조직몰입에 영향을 미칠 것인가를 분석하기 위한 것이다. 이 분석에서 사용된 독립 변수는 자기효능감에 관한 것이다.

<가설 3> 자기효능감은 조직몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

회귀 분석 결과는 Table 6의 결과와 같이 종속 변수에 대한 전체 설명력(R-square)은 .334로 나타났으며, 회귀식에 대한 통계적 유의성을 검정하는 F 통계량은 50.443이다. ‘긍정적효능감, 자신감 효능감은 조직몰입에 의미 있는 영향을 미치고, 부정적 효능감은 조직몰입에 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 따라서 $p<.001$ 이므로 통계적 유의도 수준의 주요관점으로 보아 이 회귀식은 통계적으로 유의성이 있는 것으로 볼 수 있다. <가설 3>은 부분 채택되었다.

요약 및 결론

본 연구를 통하여 커뮤니케이션 유형, 자기효능감, 조직몰입은 변수 간의 평균 신뢰도 분석 결과, 높은 문항 간의 신뢰를 보여주고 있으며, 요인 분석에서는 커뮤니케이션 유형에 대한 3개(사려형, 지도형, 업무형)의 요인, 자기효능감에 대

Table 6. Self-efficiency & organizational commitment regression analysis results

Variable	Analysis	B	Beta	t	Sig p
Constant		5.510E-17		.000	1.000
① Positive impact		.336	.396	8.423	.000***
② Confidence factor		.383	.415	8.833	.000***
③ Negative factor		-.051	-.072	-1.536	.126

$R^2=.334, df1=3, df2=302, F=50.443, signi F=.000***$.
*** $p<0.001$.

한 3개(긍정적, 자신감, 부정적)의 요인, 조직몰입에 대한 2개(정서적, 규범적)의 요인으로 명명하였고, 각 요인들의 적재량은 유의성이 높은 것으로 나타났다.

본 연구에서 설정한 3개 가설은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었고, 회귀 분석 결과는 다음과 같이 설명할 수 있다. 첫째, “커뮤니케이션 유형은 자기효능감에 정(+의 영향을 미칠 것이다)”의 회귀 분석 결과, 전체 설명력(*R-square*)은 .220로 나타났다. 근무 환경에서 발생할 수 있는 커뮤니케이션 유형에 따른 자기효능감에 미치는 영향을 검증한 결과, 긍정적, 자신감, 부정적 영향을 나타내고 있으며, 자기효능감의 업무에 대한 부담감, 직무 이동으로 인한 새로운 업무 적응에 대한 불안감인 부정적 요인은 영향을 주지 않는 것을 알 수 있다.

둘째, “커뮤니케이션 유형은 조직몰입에 정(+의 영향을 미칠 것이다)”의 회귀 분석 결과, 전체 설명력(*R-square*)은 .429로 나타났다. 조직몰입에 지도형과 업무형도 높게 나왔으나, 사례형이 더 높은 것을 알 수 있다. 커뮤니케이션 유형 요인 사례형, 지도형, 업무형은 조직몰입에 미치는 영향을 검증한 결과, 정서적, 규범적 몰입에 긍정적 영향을 나타내고 있다. 원활한 의사소통은 업무 수행 시, 타 부서간의 정보교환, 상사와 부하직원 간의 의견 존중은 조직몰입에 도움을 주는 것을 알 수 있다.

셋째, “자기효능감은 조직몰입에 정(+의 영향을 미칠 것이다)”의 회귀 분석 결과, 전체 설명력(*R-square*)은 .334로 나타났으며 부정적인 조직몰입에는 부정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 조직몰입에 긍정적과 자신감만 높게 나온 것을 알 수 있다. 자기효능감 요인 긍정적, 자신감, 부정적이 조직몰입에 미치는 영향을 검증한 결과 긍정적, 자신감은 높은 관련성을 보였으나, 부정적 요인은 연관성이 없는 것으로 입증되었다. 긍정적인 생각과 자신감은 조직몰입을 할 수 있도록 도와주지만, 업무에 대한 부담감, 새로운 업무에 대한 불안감인 부정적 요인은 영향을 주지 않는 것을 알 수 있다.

본 연구 결과, 외식업체 종사원들의 커뮤니케이션 유형이 자기효능감과 조직몰입에 영향을 미치므로, 효과적인 커뮤니케이션은 조직 구성원들의 서비스 향상과 사기 채고, 목표 달성에 큰 도움을 주며, 매출의 극대화를 가져다 줄 것이다. 다만 자기효능감의 부정적 요인은 조직몰입에 부정적인 영향을 미칠 수 있으므로, 교육 프로그램을 통하여 해결 방안을 찾는 것이 효과적이라 볼 수 있다. 특히 경영자의 의지에 따른 영향관계가 높은 것을 알 수 있으며, 근무 환경의 여건 조성 과 급여 수준에 따른 잦은 직무 이동이 큰 문제로 대두되고 있는 실정이다.

본 연구는 외식기업의 규모, 서울지역만 연구 대상으로 하

는 등의 한계점이 있음에도 불구하고, 외식 종사원을 대상으로 하는 커뮤니케이션과 관련된 연구의 필요성은 더욱 증대되고 있다. 외식업체의 특성에 따라 근무 여건의 차이가 많은 것을 알 수 있다. 특히 평생 직업관이 아닌 아르바이트 개념을 가지고 직장 생활을 하는 직업군이 늘어나면서 외식업체의 근무 환경 여건의 처우개선이 필요하다. 따라서 미래의 연구에서는 본 연구를 기초로 하여 외식 종사원의 커뮤니케이션의 세부 요인별 커뮤니케이션 방법과 효율적인 측면에 대한 구체적인 연구가 지속적으로 이루어져야 한다. 또한 현재의 커뮤니케이션 유형을 좀 더 세분화하여 자기효능감과 조직몰입을 통한 성과를 극대화 시키는데 대한 차후 연구가 행해질 필요가 있다.

문헌

- 신유근 (1997) 인간존중의 경영. 다산출판사, 서울. p 257.
- 오두범 (1994) 조직커뮤니케이션 원론. 서울대학교 출판부, 서울. p 36.
- 차배근 (1993) 커뮤니케이션학 개론. 세영사, 서울. p 10.
- An JS (2008) The relationships among the communication type job satisfaction, organization devotion and team performance of the professional soccer players. *Ph D Dissertation* Chonbuk National University, Jeonju. pp 28-29.
- Bandura, Wood (1989) Effect of perceived controllability and performance standards on self-regulation of complex decision making. *J Pers Soc Psychol* 41: 586-589.
- Cho MJ (2010) Effect of dining out business employees communication between groups. *MS Thesis* Kyonggi University, Suwon. p 2.
- Choi EK (2008) A study on the effect of youth center CEO's leadership type on the organizational effectiveness. *Ph D Dissertation* Sunmoon University, Asan. p 4.
- Gwak GH (2007) The impacts of casino's service quality on self efficacy and customer behavior and attitude toward. *Ph D Dissertation* Sejong University, Seoul. p 18.
- Han YJ (2011) A case study of art therapy about recognition of emotional expression and perception of a adolescent with depression. *MS Thesis* Dongguk University, Seoul. p 7.
- Hong ES (2009) The effect of leadership coaching mediated by self efficacy on job-related performance at small and medium enterprises. *Ph D Dissertation* Soongsill University, Seoul. p 22.
- Hong HK (2012) The effects of self-efficacy on job embeddedness, innovation behavior and organizational citizenship be-

- haviors. *Ph D Dissertation* Sejong University, Seoul. p 25.
- Hong MN (2007) The effect of communication styles and non-verbal communication factor on a service provider's evaluation. *Ph D Dissertation* Kyonggi University, Suwon. p 17.
- Huebner ES (1992) Burnout among school psychologists: An exploratory investigation into its nature, extent and correlates. *School Psychol Quart* 7: 129-136.
- Ji YH (2006) A study on military hospital organization members' self-efficacy on the organization effectiveness. *MS Thesis* Kyunghee University, Seoul. p 7.
- Kang HM (2009) The impact of humor sense and style of university students on self-efficacy. *MS Thesis* Myongji University, Seoul. pp 23-24.
- Kang YS (2005) A study on social worker's self efficacy. *MS Thesis* Wonkwang University, Iksan. p 23.
- Kim KH (2011) A study on the influence of kitchen and job environment to attitude of employee for cooking and job performance in hotel industry. *Ph D Dissertation* Donggeui University, Busan. p 11.
- Kim JS (2007) The employees of the firm's communication type impact on self-efficacy. *MS Thesis* Korea University, Seoul. pp 31-37.
- Ko JW, Jang IB (2004) A study on the determinants of affective, continuance and Normative commitment to the organization. *Korean Public Administration Review* 38: 327-349.
- Mathieu J, Zajac D (1990) A review and meta-analysis of the antecedents, correlates and consequences of organizational commitment. *Psychological Bulletin* 108: 171-194.
- Oh YS (2008) The effects of high-involving work system on self-leadership job satisfaction and organizational commitment in the foodservice industry. *The Korean Journal of Culinary Research* 14: 194-204.
- Oh DB(1994) Principles of Organizational Communication. Seoul National University Press, Seoul. p 36.
- Reece, Brandt (2008) Effective Human Relations Personal and Organization Applications. 10th ed. Houghton Mifflin Harcourt, New York. p 8.
- Lee YM 2011 Communications firm organizational commitment of employees based on the type of gap analysis. Korea University, Seoul. pp 34-36.
- Seo PS (2001) The impact of doctors' communication styles on patient satisfaction: Empirical examination. *Ph D Dissertation* Dong-A University, Busan. pp 23-27.
- Sherer M, Maddux JE, Mercandante B, Prentice-Dunn S, Jacobs B, Rogers RW (1982). The self-efficacy scale: Construction and validation. *Psychol Rep* 51: 663-671.
- Van Vuuren ML, Seydel ER (2007) Direct and indirect effects of supervisor communication on organizational commitment. *Corp Comm Int J* 12: 116-128.
- Yeon JI (2005) The relationship of employees interpersonal communication competence with their communication satisfaction, job satisfaction and organizational commitment in organizations. *MS Thesis* Kyunghee University, Seoul. pp 21-24.

접 수: 2013년 12월 19일
 최종수정: 2013년 12월 30일
 채택: 2013년 12월 31일