

동료의 신뢰성이 개인적 양면성에 미치는 영향: 시장변동성의 조절효과를 중심으로

이명호

금오공과대학교 경영학과 박사과정

The Effect of Peer Trustworthiness on Individual Ambidexterity: Focusing on the Moderating Effect of the Market Turbulence

Myeong-Ho Lee

Ph.D. Candidate, Department of Business Administration, Kumoh University of Technology University

요약 본 연구는 동료 신뢰성의 개별차원과 개인적 양면성의 영향 정도를 직접 분석하고, 시장변동성의 조절효과도 검증하였다. 본 연구에서 반영한 시장변동성은 외부환경에 대한 변화 대응능력으로써 시장에서 소비자의 기호와 수요변화의 정도를 의미한다. 연구대상은 설문조사에 참여한 IT 부품 공급업체의 엔지니어 411명이며, 그 결과는 SPSS 21.0과 AMOS 21을 사용하여 분석하였다. 연구결과는 다음과 같다. 첫째, 신뢰성 개별차원과 개인적 양면성의 관계를 분석한 결과, 능력과 진정성은 개인적 양면성에 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 둘째, 신뢰성의 개별차원과 개인적 양면성의 관계에서 시장변동성은 능력과는 부(-)의 상호작용 효과를 나타내며, 진정성과는 정(+)의 상호작용 효과를 나타내어 신뢰성과 개인적 양면성 간에 조절역할을 하는 것으로 확인되었다.

주제어 : 능력, 배려성, 진정성, 개인적 양면성, 시장변동성

Abstract This study analyzed the direct effect of peer trustworthiness dimensions on individual Ambidexterity, and also tested the moderating effect of market turbulence. Market turbulence reflected in this study is to refer to the degree of changes in consumer preferences and demand in the market. The research results are as follows. First, as a result of analyzing the relationship between trustworthiness dimensions and individual Ambidexterity, it was found that competence and authenticity had a significant effect on individual Ambidexterity. Second, in the relationship between trustworthiness dimensions and individual Ambidexterity, market turbulence shows a negative (-) interaction effect with ability, and a positive (+) interaction effect with integrity, thereby was analyzed to be playing a moderating role between trustworthiness dimensions and individual Ambidexterity.

Key Words : Ability, Benevolence, Integrity, Individual Ambidexterity, Market Turbulence

*Corresponding Author : Myeong-Ho Lee(ag1601@daum.net)

Received June 16, 2021

Accepted September 20, 2021

Revised July 13, 2021

Published September 28, 2021

1. 서론

혁신(innovation)은 외부환경에 대한 변화대응 능력을 키우는 의도적 활동이며[1], 조직성과 창출의 강력한 예측수단이다[2]. 이러한 혁신은 제품 및 서비스에 대한 새로운 것을 추구하고 변화를 시도하는 과정을 포함한다[3]. 기업은 변화와 혁신을 위해 구성원 아이디어를 활용하여 변화에 적응하고 새로운 제품이나 서비스를 제공하기 위하여 구성원들의 일하는 방식도 혁신 지향적인 문화로 구축하여야 한다[4]. 또한, 시장에서 경쟁우위와 관련된 제품지식과 새로운 형태의 기술 활용정보를 상호간에 공유해야 할 필요성이 늘어나게 되고, 협력 네트워크를 더욱 증진하기 위해서는 구성원 상호 간의 신뢰 형성이 무엇보다 중요하다[5]. 이는 구성원들의 아이디어 발현 분위기를 형성하여 현장의 생각과 의견이 경영층까지 흘러 들어가는 풍부한 통로를 제공하기 위해서도 무엇보다 조직 내 신뢰가 필요하다는 것을 의미한다는 점에서, 신뢰와 혁신의 관계를 살펴보는 것은 기업 측면에서 매우 의미 있는 실증연구가 될 것이다.

신뢰와 관련된 대표적인 Mayer 등의 신뢰 모형연구를 살펴보면, 신뢰를 형성하는 신뢰의 선행요인과 결과를 분명히 차별화하고 있다. 신뢰의 선행요인은 신뢰주체(trustor)의 “신뢰성향(propensity to trust)”과 신뢰객체(trustee)의 “신뢰성(trustworthiness)”이며, 이들의 상호작용에 의해 신뢰가 형성되고, 환경요인의 영향을 받아 행동으로 나타난다고 제시하고 있다[6]. 이를 근거로 본 연구에서 첫 번째 고려한 것이 개인 간 상호신뢰(interpersonal trust)가 개인적 양면성에 영향을 미친다는 점에 착안하여 신뢰주체에 의한 신뢰객체의 신뢰성을 개인적 양면성의 양과 수준을 결정하는 투입변수로 선정하였다. 이를 통해 신뢰성이 구성원들의 개인적 양면성에 긍정적인 영향을 미칠 것이라고 추론한다. 그리고 두 번째 고려한 것은 신뢰성의 다차원적 접근이다. 최근의 신뢰에 관한 연구는 단일차원의 개념이 아닌 다차원 개념으로 인식하여 차원의 확대 및 유형을 분류하고자 하는 많은 시도를 진행하고 있다[7]. 특히, 신뢰는 신뢰주체와 신뢰객체를 설정하는 방법에 따라 다양한 형태의 신뢰차원으로 구성할 수 있으며, 연구대상의 차원화는 개념정립과 측정에 중요한 의미를 부여한다. 만약, 다차원의 구성개념을 단일차원으로 측정할 경우, 분석결과는 일부의 현상만을 제시함으로써 현실적 문제를 왜곡하여 해석할 가능성이 커질 수 있다. 이러한 점을 고려하여 본 연구에서 신뢰대상자의 특성인 신뢰성을 능력(ability),

배려성(benevolence), 진정성(integrity)의 세 가지 개별차원으로 측정하여 개인적 양면성에 미치는 영향을 규명[6]한 것이 기존 연구와의 차별화 포인트이다.

급변하는 경영환경에서 기업은 조직운영 효율성 및 시장이 요구하는 경쟁력을 유지할 수 있다는 측면에서 선제적으로 외부환경에 대한 변화대응 능력을 키우는 것이 무엇보다 중요하다[8]. 이와 같은 맥락으로 신뢰성이 혁신활동에 미치는 영향 정도를 더욱 강하게 형성시키는 경영환경 요소인 시장변동성의 조절효과를 살펴보는 것은 의미가 있다. 소비자 요구변화가 심하여 시장변동성이 높은 경우, 시장변동성은 시장지향성과 기업활동 간에 정(+)의 조절효과를 보이지만, 시장변동성이 안정될 때는 조절변수로의 강도도 약해진다고 제시한 Kumar 등의 연구결과를 토대로[9], 신뢰성과 혁신과의 긍정적인 관련성을 갖기 위해서는 시장변동성을 통한 변화대응 능력을 키우는 것이 기업에 필요함을 예측해 볼 수 있기 때문이다.

이상과 같은 결과를 도출하기 위하여 두 가지 연구목적 설정하였다. 먼저 개인적 양면성에 대한 신뢰성 개별차원의 직접효과를 실증 분석함으로써 개별차원의 영향력을 모색하고자 한다. 그리고 신뢰성의 개별차원과 개인적 양면성 간 관계에서 이를 조절하는 경영환경 변화요인의 실증연구를 통해 개별차원들의 유의성 및 상대적 영향력을 구체적으로 검증할 것이다.

2. 이론적 배경 및 연구가설의 설정

2.1 신뢰와 신뢰성(trustworthiness)

신뢰는 ‘타인이 개인에게 특별한 영향을 줄 것이라고 생각 및 기대하는 상황에서 타인의 영향을 기꺼이 받아들이겠다는 의향’[6] 또는 ‘타인의 행동에 대하여 긍정적으로 기대하거나 확신하는 상태’[10]로 정의된다. 이러한 개념적 정의를 살펴보면, 개인은 타인에 대하여 긍정적인 인식을 하고 있을 때 타인의 위험요소마저 감내할 의도가 있다는 것으로 해석해 볼 수 있다. 또한, 신뢰를 바탕으로 구성원들은 서로 이해하고 협동하여 공동의 목표를 위해 노력하는 관점에서 신뢰는 사회적 자본(social capital)의 개념을 포괄하고 있다[11]. 사회적 자본이 잘 확충된 기업은 구성원 간의 신뢰가 높아 거래비용이 적고 효율적이며 생산성과 성과가 높아지게 된다. 신뢰에 관한 정의에서 공통으로 신뢰성을 중요하게 강조하고 있다는 측면에서 신뢰성은 신뢰의 선행요인으로 설정하는 것이 타당하다고 판단된다.

Mayer 등이 제시한 형태론적 신뢰 모형은 신뢰와 신뢰성의 관계를 더욱 구체적으로 설명하고 있다. 신뢰의 선행요인은 신뢰주체의 신뢰 성향(propensity to trust)과 신뢰객체의 신뢰성(trustworthiness)으로 구분된다. 신뢰 주체의 특성인 신뢰 성향과 신뢰 객체의 특성인 신뢰성의 상호작용으로 신뢰는 조직에서 구성원들 간에 형성되고, 이러한 과정으로 형성된 신뢰는 불확실한 환경요인의 영향을 받아 개인행동으로 나타난다[6]. 여기서 신뢰성은 신뢰 객체가 신뢰 주체를 평가하는 것으로 신뢰 주체가 신뢰할만한지에 대한 평가는 3가지 구성요소인 능력(ability), 배려성(benevolence), 진정성(integrity)으로 구분하고 이루어졌다. 이처럼 심리학적 측면의 기존 연구에서, 신뢰성을 신뢰의 선행요인으로 정의하고 있으며[12, 13], Kenexa 2011-2012 에서는 다양한 신뢰성의 개념을 정리하고 있는데, 여기에서도 신뢰성의 3가지 차원들이 신뢰의 결정에 최대 80% 정도 기여 하는 것으로 언급하고 있다[14].

2.2 신뢰성과 개인적 양면성의 관계

혁신은 '새롭고 효용성이 뛰어난 아이디어를 생성(generation)하거나 이러한 아이디어를 실제 제품과 서비스로 실현(implementation)하는 과정'이며[15, 16], 창의적 아이디어를 선택하고, 이를 유용한 제품과 서비스 또는 공정에 적용하는 과정으로 정의[17]되고 있으며, 해결해야 할 문제가 공존할 때는 아이디어를 생성하고 구현하는 것이 동시에 이루어져야 하는 측면에서 양면성 혁신이 요구된다. 이러한 혁신에 관한 연구를 살펴보면 일반적인 개별기업은 탐험 및 활용적 혁신활동의 적정 조합을 통해 혁신 양면성을 확보[18]하고 있으며, 최근에는 혁신의 양면성인 두 가지 차원인 활용과 탐험의 이중성을 통합하는 추세로 연구가 다양한 부문에서 이루어지고 있다. [19]. 이는 양면성을 두 가지 차원으로 구분하여 활동을 개념화하지 않고, 함께 동시에 추구함으로써 혁신의 균형을 맞추는 대상으로 보는 경향이 있는 것이다[20, 21]. 즉, 양면성 개념을 측정할 때 조합 및 균형의 개념으로 조작화(탐험×활용, 탐험+활용, |탐험-활용|) 한다면, 조작화의 상이함에 따라 다른 연구결과로 귀결되며, 상이점이 불명확하여 양면성 정의를 충분히 설명하지 못하는 정당성(justice) 오류의 문제가 제기될 수 있다[19]. 따라서 활용과 탐험이 상호 모순되는 개념으로 상호 대립이 아닌, 함께 공존하며 균형을 이루어야 한다는 측면에서 양면성의 단일적도 접근이 필요하다. 이러한 양면성은 개인이 일상 업무에서 환경변화에 능동적으로 대처하기 위

한 활용 및 탐험을 함께 균형적으로 추진하는 능력을 말하는 개인적 양면성으로 정의하고 있다[22]. 이러한 개인의 양면성 측면의 혁신활동 시도는 양면성을 이중성이 아닌 단일 개념으로 정의하고자 하는 시도이다[23].

한편 개인적 양면성은 개인 및 조직 특성의 상호관련성을 가지는 신뢰성에 영향을 받을 수 있으며[24], 개인의 인지 수준에 의해 활용 및 탐험에 참여하는 정도의 폭과 범위가 결정된다[25].

조직 신뢰를 연구한 Mishra(1996)은 실증연구를 통해 조직 내 구성원들의 개인특성에 따라 신뢰 여부가 달라진다고 주장하였으며[26], 구성원들의 신뢰성과 혁신의 관계는 다양한 연구에서 확인해 볼 수 있다. 양석곤 등(2017)은 혁신은 기존의 방식을 유지하기보다 새로운 측면의 방법(방식)이나 새로운 형태의 기술·지식을 필요로 하기 때문에 관련된 직무수행수준이 복잡하며, 문제의 해결 가능성에 대한 불확실성을 지각한 구성원들은 신뢰성의 필요성을 더욱 인지하게 된다고 하였다[27]. 이외에도 전외솔과 박성규(2005)는 신뢰성과 마케팅 부문의 혁신활동 성과와의 상호관련성을 연구하였는데, 이들의 관계는 정(+)의 유의한 수준을 나타내며 진정성의 영향도가 가장 높은 것으로 제시하였다[28]. 직무수행에서 상사의 진정성은 능력보다 마케팅 혁신성과에 더 큰 영향력을 가지므로, 마케팅 혁신성과를 극적으로 향상하기 위해서는 진정성이 높게 평가되는 관리자를 마케팅 담당자로 임명할 필요가 있는 것으로 해석할 수 있다. 그리고 신문 구독자를 대상으로 신뢰성의 개별차원과 신문 구독에 관한 관계몰입의 연구[29]에서 신뢰성의 개별차원은 관계몰입에 정(+)의 관계를 보였으며, 신뢰성과 양면적 혁신활동 간의 관련성을 제시한 Atuahene-Gima의 연구에서는 단일차원의 신뢰를 사용하여 활용 및 탐험혁신과의 관계를 분석하였는데, 양면성 측정방법과 신뢰성을 구성하는 하위차원에 따라 개인들이 수행하는 혁신의 방향성이 달라진다고 주장하였다[30].

신뢰성의 긍정적인 영향에 관한 기존 연구들을 바탕으로 신뢰성의 개별차원은 활용 및 탐험의 단일적도인 개인적 양면성에 긍정적인 역할을 할 수 있을 것으로 예상할 수 있으며, 특히 신뢰와 신뢰성의 관계를 구체화한 Mayer 등의 연구와 신뢰성의 개별차원에 따라 개인 혁신의 방향이 달라질 수 있다는 Atuahene-Gima의 연구를 기반으로 신뢰성의 개별차원과 개인적 양면성의 상호 개별적인 영향관계를 분석하고자 한다.

이러한 논의들을 바탕으로 본 연구는 다음과 같은 가설을 설정한다.

가설 1: 신뢰성의 개별차원은 개인적 양면성에 긍정적인 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

가설1-1: 능력은 개인적 양면성에 긍정적인 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

가설1-2: 배려성은 개인적 양면성에 긍정적인 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

가설1-3: 진정성은 개인적 양면성에 긍정적인 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

2.3 신뢰성, 경영환경, 개인적 양면성의 관계

조직이 경쟁상황에서 경쟁우위를 지속유지하기 위해서는 환경의 불확실성을 고려하여 기존 시장에서 확보한 핵심역량을 바탕으로 새로운 기술을 개발하고 성과를 창출하여야 한다. 그러나 동태적 경영환경이 극심할 경우 신규 시장과 새로운 제품에서 경쟁력을 확보하기 위해서는 기존의 역량만이 아닌 새로운 역량을 개발하여 미래를 준비해야 한다[18]. 또한, 조직역량을 명확하게 이해하고 통제하려면 조직역량과 관련된 조절효과의 검토가 충분히 이루어져야 한다. 이와 같은 이유로 양면성 혁신 활동 연구에서 경영환경(environment turbulence)에 의한 조절효과는 충분히 검토할 필요가 있는 요소이며, 가장 빈번하게 고려되어야 하는 조절변수이다. 이는 기업이 주변의 급격한 경영환경변화로 인해 혁신활동을 선택할 때 활용 및 탐험의 효율적 대응을 어떻게 선택할 것인지를 결정하기 때문이다. 만약 기업이 활용을 추구한다면 안정적인 경영환경에서 가장 민첩하게 대응하여 높은 혁신성과를 달성하는 데 유리하고, 불확실한 경영환경에서 탐험을 추구한다면 새로운 것에 대한 조직 내의 높은 복잡성이 발생하는데 이를 해결해야만 높은 혁신성과를 달성할 수 있다[31].

Dayan 등은 상사의 신뢰수준이 팀 성과에 미치는 영향의 연구에서 경영환경 변동성이 높은 경우에서만 상사의 신뢰수준이 새로운 제품의 상용화 속도를 강화한다고 제시하였다. 이러한 결과는 수시로 변화하는 기업의 환경 변화 속에서 경영자와 관리자가 필요한 의사결정을 할 때 의사결정 필요시간과 정확도 간의 충돌이 발생함을 인식하게 되면, 이때 신뢰를 기반으로 한 의사결정은 협력수준에 따라 달라질 수 있음을 보여주는 것이다[32].

또한, 제품 공급망(supply chain) 내부에 형성된 기업 구성원의 신뢰와 혁신성과 간의 관계에서 불확실성의 조절효과 분석연구는 신뢰와 혁신성과의 관계를 환경 불확실성이 긍정적인 방향으로 강화하고 있음을 보여주었

다[33]. 구성원이 양면성 혁신을 인식하는 수준과 조직몰입의 관계를 연구한 최호준(2017)의 연구에서 양면성의 인식수준, 지속적 및 규범적 몰입에 미치는 영향을 환경 동태성이 조절하는 것으로 분석되었다[34].

이러한 연구결과들은 환경 변동성에 의해 신뢰성에 기반을 둔 정보의 공유 및 네트워크 형성이 기업성과 및 혁신에 영향력을 미친다는 것을 밝히고 있다. 즉, 조직을 둘러싼 환경의 변화요인이 높을 때 그것을 극복하는 과정에서 구성원들의 상호신뢰에 의한 신뢰성은 혁신활동의 추진수준에 영향을 미칠 수 있음을 실증적으로 보여주는 것이다. 이러한 측면에서 개인적 양면성은 시장변동성의 변화에 영향을 받을 것으로 충분히 예상할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 환경의 불확실성이 증대될수록 다차원으로 측정된 신뢰성이 개인적 양면성 혁신활동에 어떤 영향을 미치는지 확인하고자 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 2: 신뢰성과 개인적 양면성의 긍정적 관계는 시장변동성에 의해 조절될 것이다.

가설 2-1: 능력과 개인적 양면성의 긍정적 관계는 시장변동성에 의해 조절될 것이다.

가설 2-2: 배려성과 개인적 양면성의 긍정적 관계는 시장변동성에 의해 조절될 것이다.

가설 2-3: 진정성과 개인적 양면성의 긍정적 관계는 시장변동성에 의해 조절될 것이다.

3. 연구모형 및 자료수집

3.1 변수의 측정 및 연구모형

본 연구는 이론적 배경과 선행연구들을 바탕으로 연구 변수의 측정항목을 구성하였다. 먼저 Mayer 등의 신뢰 모형에서 사용되었던 신뢰성 개별차원을 독립변수로 설정하였다. 능력은 '업무수행 과정에서 미칠 수 있는 기술이나 역량'이고, 배려성은 '신뢰 주체의 믿음으로 신뢰객체에게 잘 해주고자 함'이며, 진정성은 '신뢰 주체와 상호 인정된 원칙을 신뢰 객체가 여전히 인지하고 있는 것'으로 조작적 정의를 하였다[6]. 구체적 설문은 Mayer 등의 연구를 기반으로 양석곤 등(2017)이 사용한 문항을 참조하여 총 17문항으로 측정하였다. 개인적 양면성은 '구성원이 일상 업무에서 활용 및 탐험활동을 동시에 균형 있게 실행할 수 있는 개인적 역량'으로 정의[19, 22] 하였

고, Zhang 등과 Birkinshaw & Gibson의 개인적 양면성 연구에서 제시되었던 설문을 일부 수정 및 인용하여 총 4개 문항으로 구성하였다[23, 36]. 그리고 조절변수로 경영환경 요소인 시장변동성은 '시장에서 소비자의 기호와 수요변화의 정도'로 정의하였다. Hanvanich 등과 Atuahene-Gima & Murray의 연구에서 사용된 총 5문항으로 측정하였는데[35, 30], 개인 단위 수준 측정을 위하여 "우리 업종은 혹은 우리 회사의 고객은..." 등과 같이 개인이 직접 응답할 수 있는 문항으로 구성하였다. 설문 문항들은 모두 Likert Scale 7점 척도로 측정하였다 (1점=전혀 그렇지 않다, 7점=매우 그렇다).

그리고 성별, 연령, 직무기간, 재직기간 등 4가지 인구통계 변수를 통제변수로 설정하고, 명목적으로 측정하였다. 이를 제시한 연구모형은 <Figure 1>과 같다.

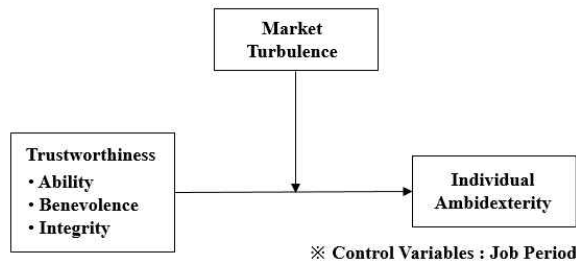


Fig. 1. Research Model

3.2 자료수집 및 인구통계학적 특성

본 연구에 참여한 기업들은 경상북도에 소재하고 있는 IT 부품 공급업체로서 제조기업의 상시적인 혁신활동을 추진하고 있는 엔지니어를 대상으로 오프라인으로 설문 조사를 하였다. 설문은 IT 업종의 비수기와 성수기 시장 변화 특성을 혁신활동에 반영하기 위하여 상반기(2019년 3월~5월)와 하반기(2019년 8월~9월) 2회에 걸쳐 진행하였으며 상반기는 총 130부를 배포하여 118부를 회수하였고, 하반기는 총 320부를 배포하여 311부를 회수하였다. 자료 정제과정에서 불성실 답변으로 판단되는 14부를 제외한 후 415부의 표본을 분석하였다.

표본의 인구통계학적 특성을 살펴보면 남성이 90.4%, 여성은 9.6%이며, 연령은 20대 17.3%, 30대 36.4%, 40대 13.5%, 50대 이상 17.1%이다. 재직기간은 5년 미만 15.7%, 10년 미만 18.3%, 15년 미만 35.9%, 20년 미만 36.9%, 20년 이상 8.9%이고, 직무기간은 5년 미만 51.3%, 7년 미만 14.5%, 10년 미만 6.5%, 10년 이상 17.3%로 나타났다.

4. 실증분석

4.1 신뢰도 및 타당성 분석

수집된 자료의 분석은 SPSS 21.0과 AMOS 21을 활용하여 탐색적 요인분석을 하였다. 요인과 문항의 선택기준이 되는 고유값(eigen value)은 모두 1.0 이상으로 나타났고, 요인적재량(factor loading)은 모두 0.40 이상으로 나타났으나 시장변동성의 3번째 측정항목이 기준치보다 낮아 이후 분석과정에서 제외하였다. 각 변수의 신뢰성을 나타내는 Cronbach's α 의 값은 0.8 이상이고, AVE 지수와 C.R. 지수는 0.5와 0.7 이상으로 나타나 설문 문항에 대한 집중타당성도 확보되었으며, Table 2와 같이 대각선에 제시된 AVE 제곱근 값이 상관계수보다 모두 크게 나타나 판별 타당성도 확보되었다고 할 수 있다.

Table 1. Confirmatory Factor Analysis

Variables		Estimate	Alpha	AVE	C.R.
Ability	ABIL1	.855	.943	.800	.960
	ABIL2	.791			
	ABIL3	.895			
	ABIL4	.776			
	ABIL5	.950			
	ABIL6	.886			
Benevolence	BENE1	.760	.946	.651	.903
	BENE2	.816			
	BENE3	.647			
	BENE4	.880			
	BENE5	.887			
Integrity	INTE1	.649	.905	.733	.943
	INTE2	.807			
	INTE3	.842			
	INTE4	.764			
	INTE5	.617			
	INTE6	.770			
Market Turbulence	TURB1	.814	.892	.699	.902
	TURB2	.744			
	TURB3	.289			
	TURB4	.429			
	TURB5	.469			
Individual Innovation Activity	INNO1	.868	.874	.646	.900
	INNO2	.875			
	INNO3	.802			
	INNO4	.648			

Chi-Square: 485.64(df=205, p<0.001), KMO: 0.947, Bartlett's Test: 7571.59(p<0.001)

4.2 동일방법 편익

본 연구에서 사용된 변수들은 특정 시점에 유사한 측정대상으로부터 자기보고 방법을 통해 측정하였다는 점에서 동일방법 편익이 발생할 가능성이 있다. 이러한 단일응답자 편차에 의한 동일방법 편익을 최소화하기 위하여 자료 수집단계에서 설문 순서에 따른 점화 효과를 감소시키기 위해 두 가지 형태로 설문의 순서를 분류하여 무작위로 배포하였다. 또한, 설문참여자들의 문항에 대한 이해도 제고를 위해 사전 검증을 받음으로써 항목의 신뢰성 확보에도 노력하였다. 사후 조치로 Harman의 단일요인검정을 한 결과 고윳값이 1 이상인 5개 요인이 추출되었고, 가장 설명력이 큰 요인이 전체 분산의 39.82%로 기준치인 50% 이하로 나타나 동일방법 편익에 의한 영향은 미미한 것으로 판단하였다.

4.3 상관관계 분석

상관관계 분석결과는 Table 2와 같다. 먼저, 신뢰성의 개별차원인 능력, 배려성 및 진정성은 상호 상관관계가 높게 나타나고 있으며, 시장변동성과는 0.199, 0.154, .0212로 낮은 상관관계를 보인다. 또한, 신뢰성의 개별차원과 개인적 양면성의 상관계수는 각각 0.348, 0.449, 0.412로 나타났으며, 신뢰성 개별차원들이 모두 개인적 양면성에 긍정적인 영향을 보일 것으로 예상된다.

Table 2. Result of Correlation Analysis

Category	Mean	SD	1	2	3	4	5
1.Ability	5.737	.956	.894				
2.Benevolence	5.386	1.087	.692**	.807			
3.Integrity	5.753	.947	.845**	.757**	.856		
4.Turbulence	5.397	.867	.199**	.154**	.212**	.836	
5.Innovation	5.143	.976	.348**	.449**	.412**	.231**	.804

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

4.4 가설의 검증

신뢰성의 개별차원이 개인적 양면성에 미치는 영향 정도를 분석한 결과(가설 1)에서는 능력(B=0.187, p=0.037)과 진정성(B=0.255, p=0.007)이 유의수준 5% 범위에서 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 신뢰성의 개별차원 중 능력과 진정성만 양면성에 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 동료에 의해 인식된 능력과 진정성 측면의 신뢰성을 보이는 구성원일수록 더 높은 수준에서 개인적 양면성을 추진하는 것이다. 즉, 기업의

구성원들이 신뢰성의 개별차원에 따라 개인적 양면성에 미치는 영향이 다를 수 있음을 실증적으로 보여주는 사례로서, 신뢰성 단일차원의 측정에 비해 구체적인 실무적 시사점을 제공해 줄 수 있다. 분석결과는 Table 3에 나타나 있다.

Table 3. Result of Hypothesis

Dependent Variables: Individual Ambidexterity				
Category	Model 1	Model 2	Model 3	VIF
Constant	4.820***	5.055***	5.048***	
Job Period	.111**	.040	.040	1.044
Ability(A)		.187*	.204**	2.959
Benevolence(B)		-.068	-.069	2.911
Integrity(C)		.255**	.248**	4.053
Turbulence(D)		.468***	.475***	1.108
A × D			-.215**	3.374
B × D			.036	2.680
C × D			.197*	4.757
R ²	.026	.385	.408	
ΔR ²		.359***	.023***	
F	8.116**	36.693***	24.947***	

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

그리고 신뢰성의 개별차원과 개인적 양면성의 관계에서 시장변동성 조절효과를 분석한 결과(가설 2)도 Table 3에 나타나는데, 능력 및 시장변동성 간의 상호작용 효과(B=-0.215, p=0.002)는 부(-)로 나타났고, 진정성 및 시장변동성의 상호작용 효과(B=0.197, p=0.029)는 정(+)으로 나타났다. 이러한 분석결과로 신뢰성의 개별차원과 개인적 양면성의 관계를 규명한 가설 1-1과 1-3은 채택되었다. 그리고 시장변동성의 조절효과는 능력(-) 및 진정성(+)으로 조절효과가 나타나 가설 2-1, 2-3은 채택되었다.

이처럼 신뢰성의 개별차원 중 능력 및 진정성과 관련된 가설은 채택되고, 배려성과 관련된 가설이 기각된 이유는 배려성이 “신뢰 주체의 믿음으로 신뢰객체에게 잘해주고자 함”의 구성원들 간의 정서적 관계의 의미가 강하여 개인의 업무수행 정도 및 조직의 운영원칙에 기반을 둔 혁신활동과의 관련성이 낮은 것으로 평가했을 것으로 예상해 볼 수 있다.

이어서 시장변동성의 조절효과 영향력을 좀 더 구체적으로 파악하기 위하여 단순 기울기 검정을 실시하였다 [37]. Figure 2는 검증결과이다. 먼저 능력의 차이에 따라 시장변동성이 높은 경우 양면성의 혁신수준 변화가

보이지 않지만, 시장변동성이 낮은 경우에는 능력이 높아 질수록 양면성이 더 높게 나타났음을 알 수 있다. 즉, 개인들의 능력이 높아짐에 따라 시장변동성은 양면성의 혁신수준에 미치는 영향을 완화하는 조절효과를 가진 것으로 해석된다. 그리고 시장변동성이 낮은 경우에 비해 시장변동성이 높은 경우 진정성이 높을수록 양면성 혁신활동이 더 높게 나타났다. 이는 시장변동성은 진정성과 양면성 혁신활동 간의 관계를 강화하는 조절효과를 가진 것을 의미한다.

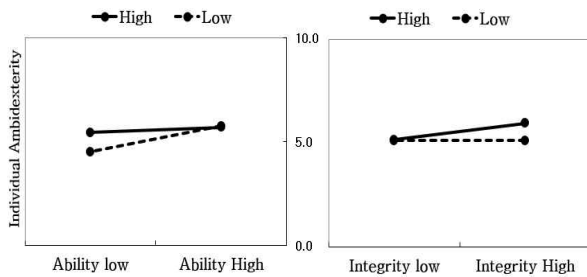


Fig. 2. Simple Slope Test

5. 결론

5.1 연구결과 및 시사점

본 연구는 동료에 인지된 신뢰성 개별차원이 개인적 양면성에 미치는 직접적인 효과와 이들의 관계에서 시장변동성의 조절효과를 분석한 것이다. 연구결과, 동료에 인지된 신뢰성 개별차원들이 능력 및 진정성만 개인적 양면성에 긍정적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이는 기업에 양면성 혁신이 필요할 때, 동료에 의해 인식된 능력과 진정성 측면의 신뢰성을 보이는 구성원일수록 더 높은 수준에서 혁신활동을 추진한다는 의미이다. 그리고 시장변동성은 능력이 낮은 수준일 경우 혁신활동에 미치는 영향을 완화하는 효과를 가지고 있으며, 진정성은 높은 수준일 경우 혁신활동에 미치는 영향을 강화하는 효과를 가진 조절변수로 결론을 내렸다.

기존의 선행연구들은 신뢰성 개별차원이 아닌 신뢰의 단일차원에서 주로 혁신활동과의 분석이 이루어졌으며, 신뢰성 개별차원의 혁신에 대한 개별적 영향력을 직접 분석한 경우는 드물다. 그러나 본 연구는 신뢰성의 개별차원 중 능력과 진정성이 혁신활동에 유의미한 영향을 미치는 것을 확인함으로써, 신뢰성의 개별 영향요인이 혁신활동에 미치는 영향은 다르다는 사실을 기업 관리자의

경영관리 포인트로 제시할 수 있을 것이다. 그리고 시장변동성의 조절효과를 확인함으로써 기업이 혁신성과를 기대하기 위해서는 환경의 불확실성을 고려하여야 한다는 점도 확인하였다. 시장변동성이 높고 낮음에 따라 혁신을 강화하기 위하여 진정성에 기반을 둔 새로운 아이디어 탐색 및 경쟁사와의 비교우위 요소를 찾을 것인지, 진정성 측면보다 구성원 개인들의 능력을 강화하여 경쟁업체 대비 경쟁력 차이를 벌릴 것인지를 결정하는 것의 효과적인 검토방안이 될 것이다.

5.2 연구의 한계 및 향후 과제

본 연구에는 몇 가지 주요한 한계점을 가지고 있으며, 이러한 한계점을 보완한 향후 연구방안을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 설문표본이 국내 대기업을 대상으로 진행했기 때문에 중소기업의 실정과는 매우 괴리되는 현상이 될 수 있어 분석결과에 대한 일반화는 제한적이다. 즉, 양면성의 특성이 다르게 나타나는 서비스 및 중소기업 등을 고려해야 한다. 이러한 점을 고려하여 향후 연구는 조사대상의 범위를 넓혀야 할 필요가 있다. 둘째, 신뢰성의 개별차원으로 측정된 신뢰성의 결과들은 신뢰주체의 주관적 입장에서 인식한 것으로, 신뢰객체가 실제 직무수행 과정에서 어떤 능력을 보유하고 있으며, 어떤 선의와 진정성을 가졌는지에 대한 일관성은 객관적인 관점에서 조사가 이루어지지 않았다. 그러므로 앞으로 다양한 정량적인 측정방법을 활용하여 신뢰객체가 실제 보유한 객관적인 자료의 확보가 필요하다.

REFERENCES

- [1] P. F. Drucker. (1985). The discipline of innovation, *Harvard Business Review*, 63(3), 67-72.
- [2] K. J. Klein & A. P. Knight. (2005). Innovation Implementation—Overcoming the Challenge, *Current Directions in Psychological Science*, 14(5), 243-246.
- [3] A. Wong, D. Tjosvold & C. Liu. (2008). Innovation by Teams in Shanghai, China: Cooperative Goals for Group Confidence and Persistence, *British Journal of Management*, 20(2), 238-251.
- [4] B. J. Lee, E. H. Jang & K. H. Lee. (2021). A Study on the Employees' Silence Influencing on Creativity and Innovation Behavior, *Journal of Digital Convergence*, 19(6), 185-198.
- [5] B. McEvily, V. Perrone & A. Zaheer. (2003). Trust as an organizing principle, *Organization Science*, 14(1), 91-103.

- [6] R. C. Mayer, J. H. Davis & F. D. Schoorman. (1995). An integrative model of organizational trust, *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- [7] J. D. Lewis & A. Weigert. (1985). Trust as a social reality, *Social Focus*, 63(4), 967–985.
- [8] E. Cox & D. MacDonald. (2000). Making Social Capital, New South Wales Council of Social Service.
- [9] V. Kumar, F. Jones, R. Venkatesan & R. Leone. (2011). Is market orientation a source of sustainable competitive advantage or simply the cost of competing?, *Journal of Marketing*, 75(1), 16–30.
- [10] R. J. Lewicki, D. J. McAllister & R. J. Bies. (1998). Trust and distrust: New relationships and realities, *Academy of management Review*, 23(3), 438–458.
- [11] J. Y. Lin. (2011). New Structural Economics: A Framework for Rethinking Development, *The World Bank Research Observer*, 26(2), 193–221.
- [12] R. Ellonen, K. Blomqvist & K. Puumalainen. (2008). The role of trust in organisational innovativeness, *European Journal of Innovation Management*, 11(2), 160–181.
- [13] H. H. Tan & C. S. Tan. (2000). Toward the differentiation of trust in supervisor and trust in organization, *Genetic, Social, General Psychology Monographs*, 126(2), 241–260.
- [14] M. Heyns & S. Rothmann. (2015). Dimensionality of trust: An analysis of the relations between propensity, trustworthiness and trust, *SA Journal of Industrial Psychology*, 41(1), 1–12.
- [15] N. Anderson, K. Potočnik & J. Zhou. (2014). Innovation and creativity in organizations: A state-of-the-science review, prospective commentary, and guiding framework, *Journal of management*, 40(5), 1297–1333.
- [16] S. G. Scott & R. A. Bruce. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace, *Academy of Management Journal*, 37(3), 580–607.
- [17] T. M. Amabile. (1996). Creativity in context: Update to the Society Psychology of Creativity, *Journal of Digital Convergence*, 19(6), 185–198.
- [18] S. Raisch, J. Birkinshaw, G. Probst & M. L. Tushman. (2009). Organizational Ambidexterity: Balancing exploitation and exploration for sustained performance, *Journal of Digital Convergence*, 15(10), 133–150.
- [19] J. Birkinshaw & K. Gupta. (2013). Clarifying the distinctive contribution of ambidexterity to the field of organization studies, *Academy of Management Perspectives*, 27(4), 367–512.
- [20] R. Katila & G. Ahuja. (2002). Something old, something new: A longitudinal study of search behavior and new product introduction, *Academy of Management Journal*, 45(6), 1183–1194.
- [21] C. A. O'Reilly & M. L. Tushman. (2013). Organizational ambidexterity: Past, present, and future, *Academy of Management Perspectives*, 27(4), 324–338.
- [22] T. J. Mom, F. A. Van Den Bosch & H. W. Volberda. (2009). Understanding variation in managers' ambidexterity: Investigating direct and interaction effects of formal structural and personal coordination mechanisms, *Organization Science*, 20(4), 812–828.
- [23] Y. I. Zhang, F. Wei & C. Van Horne. (2019). Individual Ambidexterity and Antecedents in a Changing Context, *International Journal of Innovation Management*, 23(3), 1950021(25p).
- [24] S. Raisch, J. Birkinshaw, G. Probst & M. L. Tushman. (2009). Organizational ambidexterity: Balancing exploitation and exploration for sustained performance, *Organization Science*, 20(4), 685–695.
- [25] D. Laureiro-Martinez, S. Brusoni & M. Zollo. (2010). The neuroscientific foundations of the exploration–exploitation dilemma, *Journal of Neuroscience, Psychology, and Economics*, 3(2), 95–115.
- [26] A. K. Mishra. (1996). Organizational response to crisis: The centrality of trust, *Journal of Digital Convergence*, 18(9), 13–144.
- [27] D. J. Lee, J. Y. Park, H. T. Lee & B. H. Yu. (2008). The effects of trust dimensions on relationship commitment: the relative efficacy and effect symmetry, *Advances in Consumer Research*, 35, 457–466.
- [28] S. G. Yang, S. Y. Kim & S. I. Ahn. (2017). Effect of superior trust on innovation behavior, *Leadership Research*, 8(4), 131–163.
- [29] O. S. Jeon & S. K. Pa7. (2005). A study on the effects of overall trust on marketing performance in manager employee relationships, *Korea Productivity Association*, 19(2), 81–105.
- [30] K. Atuahene-Gima & J. Y. Murray. (2007). Exploratory and exploitative learning in new product development: A social capital perspective on new technology ventures in China, *Journal of International Marketing*, 15(2), 1–29.
- [31] R. G. McGrath. (2001). Exploratory learning, innovative capacity, and managerial oversight, *Academy of Management Journal*, 44(1), 118–131.
- [32] M. Dayan, C. A. Di Benedetto & M. Colak. (2009). Managerial trust in new product development projects: Its antecedents and consequences, *R&D Management*, 39(1), 21–37.
- [33] L. Wang, J. H. Yeung & M. Zhang. (2011). The impact of trust and contract on innovation performance: The moderating role of environmental uncertainty, *International Journal of Production Economics*, 134(1), 114–122.
- [34] H. J. Choi. (2017). The Effect of Perception Level For Ambidexterity Innovation on Organizational Commitment and Innovation Behavior— Focusing

Moderating Role of Environmental Dynamism, *Tourism Research*, 42(1), 173-795.

- [35] S. Hanvanich, K. Sivakumar & G. T. M. Hult. (2006). The relationship of learning and memory with organizational performance: the moderating role of turbulence, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34(4), 600-612.
- [36] J. Birkinshaw & C. B. Gibson. (2004). Building ambidexterity into an organization, *MIT Sloan Management Review, Summer*, pp.47-55.
- [37] L. S. Aiken, S. G. West & R. R. Reno. (1991). Multiple regression: Testing and interpreting interactions, Sage.

이 명 호(Myeong-Ho Lee)

장학원



- 1988년 2월 : 영남대학교 전기공학과 (공학학사)
- 1998년 2월 : 금오공과대학교 산업공학과(산업공학석사)
- 2016년 2월 ~ 현재 : 금오공과대학교 경영학과(박사과정)
- 관심분야 : 통계, 생산관리

· E-Mail : ag1601@daum.net