

http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2024.10.4.133

JCCT 2024-7-15

주얼리유통기업 종사자의 동기가 직무열의, 직무만족, 조직몰입에 미치는 영향

Effect of Motivation on the Job Engagement, Job Satisfaction and Organizational Commitment in Jewelry Distribution Company

이상기*, 이동해**

Sang ki Lee*, Dong Hae Lee**

요약 본 연구는 주얼리유통기업 종사자들의 동기와 직무열의의 구성요인을 파악하고, 동기와 직무열의, 직무만족과 조직몰입의 인과관계를 분석함으로써 주얼리유통기업의 경쟁력 제고방안을 제시하기 위한 것이다. 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 문헌연구를 통해 연구모형과 가설을 설정하였고, 가설을 검증하기 위하여 실증연구를 병행하였다. 2023년 10월부터 11월까지 주얼리유통기업 종사자들을 대상으로 설문조사를 실시하여 수집된 242명의 응답자료를 SPSSWIN ver. 18.0 프로그램을 이용하여 요인분석과 회귀분석을 실시하였다. 분석결과 주얼리유통기업 종사자의 동기는 내재적 동기(즐거움, 도전, 성취감)와 외재적 동기(인정, 보상, 승진)로 구성되어 있음을 확인하였고, 직무열의는 활력, 헌신, 몰두로 구성되어 있음을 확인하였다. 동기와 직무열의, 직무만족과 조직몰입의 인과관계를 분석한 결과, 성취감과 즐거움, 인정은 몰두에, 성취감과 도전은 헌신에, 성취감과 도전, 즐거움, 인정은 활력에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 내재적 동기와 외재적 동기는 직무열의에 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있음을 확인하였으며, 종사자의 직무열의(몰두, 헌신, 활력)는 직무만족에 유의한 정(+)의 영향을 미치고, 직무열의의 구성요인 중 헌신이 조직몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

주요어 : 주얼리유통기업, 내재적 동기, 외재적 동기, 직무열의, 직무만족, 조직몰입

Abstract The purpose of this study is to enhance the competitiveness of jewelry distribution company by analyzing the effect of workers' motivations on workers' job engagement and workers' job engagement on job satisfaction and organizational commitment. A survey was conducted from October 2023 to November 2023 for workers of jewelry distribution company in Korea. Factor analysis and Regression analysis were performed on the collected 242 questionnaires using the SPSSWIN ver. 18.0 program.

As a result of the analysis of this study, first, the intrinsic (enjoyment, challenge, achievement) and extrinsic motives (recognition, rewards, promotion) of jewelry distribution company worker had a positive effect on job engagement (absorption, dedication, vitality). Second, the job engagement of worker had a positive effect on job satisfaction. Third, the job engagement of worker had a positive effect on organizational commitment.

Key words : Jewelry Distribution Company, Intrinsic Motives, Extrinsic Motives, Job Engagement, Job Satisfaction, Organizational Commitment

*정희원, 가야대학교 귀금속주얼리학과 교수 (제1저자)
**정희원, 가야대학교 사회복지상담학과 교수 (교신저자)
접수일: 2024년 4월 19일, 수정완료일: 2024년 5월 20일
게재확정일: 2024년 6월 7일

Received: April 19, 2024 / Revised: May 20, 2024

Accepted: June 7, 2024

**Corresponding Author: kayagem@naver.com

Dept. of precious metal & jewelry, Kaya Univ, Korea

I. 서론

국내 주얼리시장의 규모는 약 5조 5천억원(2023년 기준)에 달한다. COVID-19 이후 사회활동이 재개되며 일시적으로 비예물시장의 매출이 증가하였으나, 예물시장의 규모는 2014년 1조 5,705억원에서 2023년 7,510억원 규모로 지속적으로 감소하고 있다.

주얼리상품은 고관여 상품으로 사용자에게 있어서 경제적 가치와 자아를 미적으로 표현하려는 사회문화적 가치를 가지는 상품이다. 또한 주얼리상품은 시세의 변동이 심하고 고객과 판매자간의 정보비대칭이 큰 특성을 가지고 있다. 또한 신뢰에 기반한 거래가 중요하며, 대면접객서비스의 필요성 또한 매우 높다[1,35].

따라서 주얼리상품의 거래는 고객과의 접점에 있는 판매원과 고객의 직접적인 접촉과 상호간의 관계에 영향을 받으며, 고객의 주얼리유통기업과 판매원에 대한 신뢰를 기반으로 성사된다고 할 수 있다.

고객과의 접점에서 서비스를 제공하고 있는 판매원은 서비스 그 자체이며, 고객의 입장에서는 주얼리유통기업 그 자체라 할 수 있다. 판매원의 주얼리상품에 대한 감정, 감별, 최신 트렌드에 대한 정보, 사용자와 상품의 적합성 등에 관한 전문적인 지식과 고객지향적인 응대능력, 그리고 고객과 호의적인 관계를 유지하고 있는 판매원은 고객만족과 주얼리유통기업의 성과에 큰 영향을 미치게 되는 중요한 자산요소가 된다.

이러한 능력들은 종사자의 심리상태에 따라 발현정도가 달라질 수 있다. 따라서 주얼리유통기업은 종사자들의 동기를 유발하고 종사자의 긍정적 심리상태에 대한 관리를 지속적으로 수행할 필요가 있다.

동기와 직무열의는 개인행동에 영향을 주는 요인으로 다수의 선행연구를 통해 동기와 직무열의가 직무만족과 조직몰입에 영향을 미치고 있다는 것이 증명되고 있다. 이는 주얼리유통기업 종사자들의 동기와 직무열의를 체계적으로 관리하게 된다면 종사자들의 직무만족도와 조직몰입도를 높이게 된다면 주얼리유통기업의 성과를 높일 수 있다는 것을 의미한다.

다양한 분야에서 구성원들의 동기와 직무열의, 직무만족, 조직몰입 등과 관련된 연구들이 수행되고 있으나 주얼리산업을 대상으로 한 연구는 미미한 실정이다.

본 연구는 주얼리유통기업 종사자들의 동기와 직무열의의 구성요인을 파악하고, 동기와 직무열의, 직무만

족과 조직몰입의 관계를 분석함으로써 주얼리유통기업의 경쟁력 제고 방안을 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 동기

심리학에서는 동기를 인간의 행동을 개발하고 그 개발된 행동을 유지함과 동시에 그것을 일정한 방향으로 진행시켜 가는 과정의 총체로 보고 있다. 동기는 인간행동의 에너지로 활력을 주고 인간행동의 방향을 결정하는 심리적 요인이다[2].

동기는 인간의 행동에 영향을 미치는 중요한 요인으로 조직내 구성원의 태도와 행동에 선행하는 중요한 변수로 연구되어 왔으며, 그 원천에 따라 외재적 동기와 내재적 동기로 구분하고 있다.

동기는 어떤 행동을 함에 있어 본질적인 즐거움 또는 성취감과 같은 내적 만족을 추구하는 내재적 동기와 승진 또는 보상과 같은 외적 만족을 추구하는 외재적 동기로 구분하고 어떤 동기로 행동했는가에 따라 개인의 경험과 성과가 다를 수 있다[3].

내재적 동기는 특정 행동을 함으로써 얻게 되는 기쁨과 본질적인 만족을 의미하며[4,5], 그 구성요소와 관련하여 선행연구들은 도전, 호기심, 즐거움, 재미, 보람, 성취감 등을 제시하고 있다[6,7,8,9].

외재적 동기는 특정행동을 통해 보상을 받거나 처벌을 피할 수 있다고 인식할 때 발생하는 동기로 Amabile[10]은 일 그 자체보다 목적을 달성하기 위한 수단으로서의 동기를 의미한다고 하였고, Ryan & Deci[3]는 일 그 자체로 유발되는 내재적 동기와 달리 수단적인 이유로 유발되는 것이라 하였다.

이와 같이 외재적 동기로 과업에 참여하는 조직구성원들은 내재적 동기가 유발된 조직구성원들과 달리 과업자체가 아닌 과업수행을 수행한 결과로 인해 얻게 되는 보상을 받거나 처벌을 받지 않는 것 등 외적 요인에 의해 과업을 수행하게 된다. 이러한 외재적 동기의 구성요인으로 선행연구들은 보수, 성과급, 복지, 인정, 승진, 근무안정성 등을 제시하고 있다[9,11,12].

2. 직무열의

조직구성원들이 직무수행과정에 신체적, 인지적, 감정적 에너지를 투입하는 것이 열의이며, 열의가 있는

조직구성원들은 본인과 직무의 동일시 정도가 높고, 본인의 역할에도 충실하다[13].

Maslach, et. al.[14]는 열의를 직무에 대한 높은 수준의 활성화와 즐거움으로 정의하고 구성요인으로 에너지, 관여, 효능감 등을 제시하였으며, 신강현 등[15]은 직무를 수행하면서 발생하는 긍정적이고 열정적인 마음의 상태로 정의하였다.

또한 Schaufeli, et. al.은 직무열의를 활력과 몰두를 특징으로 하는 업무와 관련되는 긍정적이고 성취감을 느끼는 마음상태로 정의하고, 활력은 과업수행에 대한 높은 수준의 에너지, 정신적 회복력, 의지, 인내력 등을 의미하고, 헌신은 직무에 대한 의미, 열정, 자부심, 도전 등을 의미하며, 몰두는 직무에 집중하고 몰입된 상태, 자신과 일을 분리하기 어려운 상태를 의미한다고 하였다[16].

Christian, et. al.[17]은 직무열의는 종사자들의 소속감과 동료에 대한 이타적인 행동에 긍정적인 영향을 미치게 된다고 하였으며, 김승민과 김영중[18]은 직무열의는 고객지향성에 영향을 미치며, 고객지향성이 높은 직원은 고객을 위한 자발적 노력과 이타적 행동을 하게 되어 조직에 긍정적인 영향을 미치게 된다고 하였다.

3. 직무만족

직무만족은 종사자의 직무에 대한 긍정적 또는 부정적 감정상태를 말하는데 많은 선행연구들에서는 직무만족이 생산성, 조직몰입, 이직률 등 조직의 성과와 의미있는 관계를 가진다는 측면에서 중요시되고 있다.

직무만족은 직무에 대한 감정이며[19], 정서적 직무만족과 인지적 직무만족으로 구분할 수 있고, 직무평가를 통해 개인의 욕구가 충족되고 기대한 보상수준에 대해 만족하면 얻게 되는 즐거운 감정상태라 할 수 있다[20,21].

직무만족은 직무에 대한 정보, 다양성, 완결성, 급여 등에 대한 만족으로 구성되며[22], 직무만족이 높으면 직무에 대한 긍정적 태도를 가지게 되며 낮으면 직무에 부정적 태도를 가지게 된다고 하였다[23].

4. 조직몰입

조직몰입은 조직의 목표와 가치에 대한 개인의 신뢰와 자부심, 소속감 등으로 조직을 위해 헌신과 희생을 하겠다는 의도, 또는 조직에 잔류하고자 하는 욕구이며, 조직과 구성원간의 심리적 유대라 할 수 있다[24,25,26].

김상범 등[27]은 조직몰입은 구성원의 조직에 대한 애착심과 충성심을 내포하고 있으며 조직구성원이 조직의 목표와 가치를 자신의 신념과 동일시하고 조직에 대한 헌신과 조직에 잔류하고자 하는 경향이라 하였다.

또한 조직몰입을 양지혜와 차민영[28]은 소속된 항공사에 대한 애착으로 계속 조직에 남고자하는 태도라 정의하였고, 이수연과 김영국[29]은 조직에 대한 심리적 애착으로 조직과 자신을 동일시하고 조직을 위해 자발적으로 노력하고 존속하고자 하는 태도라 정의하였다.

이상의 선행연구들을 요약해 보면 조직몰입은 조직에 대한 종사자들의 호의적인 지각 또는 태도, 애착심, 신뢰, 조직에 대한 헌신과 조직에 잔류하고자 하는 의도를 가지는 것을 의미한다고 볼 수 있다.

III. 연구설계

1. 가설설정

1) 동기와 직무열의의 관계

본 연구는 주얼리유통기업 종사자들을 대상으로 한 탐색적 성격을 가지는 연구로서 종사자들의 동기를 내재적 동기와 외재적 동기로 구분하여 동기와 직무열의와의 관계를 파악하고자 하였다. 또한 직무열의는 Schaufeli, et. al.[16], 이선아[30]등의 연구를 바탕으로 몰두, 헌신, 활력으로 하위요인을 구성하고, 세부가설을 설정하였다.

내재적 동기는 개인적 성과에 긍정적인 영향을 미치며, 직무스트레스에 부정적인 영향을 미친다.[20,34]

Kuvaas et. al.[31]는 외재적 동기와 내재적 동기는 직무성과와 직원의 행복, 만족에 영향을 주는 요인이라 하였으며, 지수호와 송현진[32]은 내재적 동기는 업무성과에 긍정적인 영향을 미치고, 외재적 동기는 MZ세대에 있어서만 업무성과를 높였다는 연구결과를 제시하였다.

박보연과 조윤직[11]은 내재적 동기충족이 직무열의에 긍정적인 영향을 미치고, 외재적 동기는 직무열의에 부정적인 영향을 미친다고 하였다.

Miao et. al.[33]은 내재적 동기와 외재적 동기가 직무열의에 미치는 영향을 분석하기 위해 동일 집단을 대상으로 1년을 간격으로 2회 설문조사를 진행한 연구에서 최초 조사에서는 외재적 동기가 직무열의에 긍정적인 영향을 미치지 않았으나, 1년 후 조사에서는 내재적 동기와 외재적 동기가 직무열의에 긍정적인 영향을 미

치고 있었으며, 시간이 지남에 따라 내재적 동기의 영향정도는 감소하였으나, 외재적 동기의 영향력이 강화되었다는 것을 확인하였다.

이상의 선행연구를 종합하면 내재적 동기와 외재적 동기는 직무열의에 영향을 미치는 중요한 요인으로 볼 수 있다. 따라서 본 연구에서는 주얼리유통기업 종사자들의 동기가 직무열의에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 기대하고 다음과 같이 가설 1을 설정하였다.

가설 1. 주얼리유통기업 종사자의 동기는 직무열의에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 1-1. 주얼리유통기업 종사자의 동기는 몰두에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
- 1-2. 주얼리유통기업 종사자의 동기는 헌신이 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다
- 1-3. 주얼리유통기업 종사자의 동기는 활력에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다

2) 직무열의와 직무만족의 관계

직무열의와 직무만족은 종사자가 직무에 대해 가지는 긍정적인 태도이다. Saks[36]는 직무열의는 조직지원인식과 직무만족, 조직몰입, 이직의도, 조직시민행동간의 관계에서 매개역할을 한다고 주장하였으며, Koyuncu et. al.[37]은 직무열의가 구성원들의 직무만족에 영향을 미친다고 하였다.

또한 구성원의 직무열의가 높으면 직무에 대한 긍정적 경험을 통해 긍정적 감정이 유발되고 부정적 감정은 낮아지며, 업무를 수행하는 종사자가 열정적이고 긍정적인 마음으로 직무에 임하면 직무만족도가 향상됨에 따라 직무열의는 직무만족의 유의한 선행변수라 하였다[38,39,40].

이상의 선행연구를 종합하여 본 연구에서는 주얼리유통기업 종사자들의 직무열의가 직무만족에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 기대하고 다음과 같이 가설 2를 설정하였다.

가설 2. 주얼리유통기업 종사자의 직무열의는 직무만족에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3) 직무열의와 조직몰입의 관계

직무열의는 직무수행에 긍정적인 영향을 미치며, 조

직몰입을 유도한다[41], 또한 직무열의는 조직몰입에 직접적인 영향을 미친다[42,43,44].

양근에[45]는 직무열의가 승무원의 서비스행동에 직접적인 영향을 미치며, 조직몰입과 팀만족, 서비스행동의 관계에서 매개역할을 한다고 하였다. 그리고 김유경[46]은 직무열의의 구성요소인 활력과 헌신이 정서적 조직몰입에 유의한 영향을 미친다고 하였다.

이상의 선행연구들에 근거하여 본 연구에서는 주얼리유통기업 종사자들의 직무열의가 조직몰입에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 기대하고 다음과 같이 가설 3을 설정하였다.

가설 3. 주얼리유통기업 종사자의 직무열의는 조직몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2. 변수의 조작적 정의와 측정

1) 주얼리유통기업 종사자의 동기

본 연구에서 설정한 가설을 검증하기 위한 독립변수로 사용된 동기는 선행연구를 토대로 내재적 동기와 외재적 동기로 설정하였다.

본 연구에서 주얼리유통기업 종사자의 내재적 동기는 Ryan & Deci[3], Gagne & Deci[4], Lin[5], 표동섭[9]등의 연구를 참고하여 “주얼리유통기업 종사자가 외적인 보상과 무관하게 직무수행에 대한 즐거움과 흥미에 의하여 발생하는 동기”라 정의하고, Lepper & Hodell[6], Amabile et. al[7], 고수일과 한주희[8], 표동섭[9]등의 연구를 참고하여 “즐거움, 도전, 성취감으로 하위요인을 구성하였다.

즐거움은 “주얼리유통기업 종사자가 직무수행에 있어서 긍정적 기분이 반영되는 정서적 경험”을 말하며, 3개 문항을 리커트 7점척도를 사용하여 측정하였다.

도전은 “주얼리유통기업 종사자가 자기발전을 위해 어려운 문제를 해결하려고 도전하는 것”으로 정의하고, 3개 문항을 리커트 7점척도로 측정하였다.

성취감은 “주얼리유통기업 종사자가 목표에 관한 도전과 달성을 통해 느끼는 기쁨과 만족감”으로 정의하고, 4개 문항을 리커트 7점척도로 측정하였다.

외재적 동기는 Amabile[10], Ryan & Deci[3], Kuvaas et. al.[31], Miao et. al.[33], 표동섭[9], 지수호와 송현진[32], 박보연과 조윤직[11], 박경희[12] 등의 연구를 참고하여 “주얼리유통기업 종사자가 직무수행의 결과로

통해 얻게 되는 것을 목표로 직무를 수행하려고 할 때 발생하는 동기”로 정의하고, Amabile et. al.[7], 표동섭 [9], 박보연과 조윤직[11] 등의 연구를 참고하여 인정, 보상, 승진으로 하위요인을 구성하였다.

인정은 “주얼리유통기업 종사자가 직무수행을 수행한 결과 받게 되는 상사, 동료, 부하직원의 인정”이라 정의하고, 4개 문항을 리커트 7점척도로 측정하였다.

보상은 “주얼리유통기업 종사자가 직무수행결과 얻게 되는 금전적 보상”이라 정의하고, 4개 문항을 리커트 7점척도를 사용하여 측정하였다.

승진은 “주얼리유통기업 종사자가 상위직급으로 변화하는 것”으로 정의하고, 3개 문항을 리커트 7점 척도로 측정하였다.

2) 주얼리유통기업 종사자의 직무열의

본 연구에서 주얼리유통기업 종사자의 직무열의는 Kahn[13], Maslach, et. al.[14], Schaufeli, et. al.[16], Christian, et. al.[17], 신강현 등[15], 김승민과 김영중 등[18]의 연구를 참고하여, “주얼리유통기업 종사자가 직무수행에 있어 발생하는 긍정적이고, 열정적이며, 헌신하는 마음상태”로 정의하고, Schaufeli, et. al.[16], 이선아[30] 등의 연구를 참고하여 활력, 헌신, 몰두로 하위요인을 구성하였다.

활력은 “주얼리유통기업 종사자가 직무를 수행하면서 높은 수준의 인내심과 에너지를 지속적으로 유지하고, 빠르게 정신력을 회복할 수 있는 탄력성”으로 정의하고, 4개 문항을 리커트 7점척도로 측정하였다.

몰두는 “주얼리유통기업 종사자가 직무에 집중하여 자신을 직무에서 분리하기 어려운 정도”로 정의하고, 4개 문항을 리커트 7점척도로 측정하였다.

3) 주얼리유통기업 종사자의 직무만족

본 연구에서 주얼리유통기업 종사자의 직무만족은 Spector[19], Robbins & Judge[23], 표동섭[9], 백송연과 이형룡[20], 정봉명과 박종철[21], 박선우 등[22] 등의 연구를 참고하여 “주얼리유통기업 종사자가 직무수행에 대한 경험을 평가함으로써 느끼게 되는 긍정적인 정서의 만족상태”라 정의하고, 6개 문항을 리커트 7점척도로 측정하였다.

4) 주얼리유통기업 종사자의 조직몰입

본 연구에서 주얼리유통기업 종사자의 조직몰입은

등의 연구를 참고하여 “주얼리유통기업 종사자가 소속된 기업에 대해 애착심을 가지고 조직을 위해 헌신하고 희생하며, 계속 근무하고 싶어하는 의도”라 정의하고, 문항 6개를 리커트 7점 척도로 측정하였다.

IV. 실증분석

1. 자료의 분석

1) 표본의 일반적 특성

본 연구에서 목적을 달성하기 위한 자료수집은 전국의 주얼리유통기업 종사자들을 대상으로 2023년 10월부터 11월까지 우편과 직접방문, 인터넷을 통해 이루어졌으며, 총 242부의 설문지가 회수되어 SPSS ver 18.0을 이용하여 실증분석에 사용하였다.

전체 응답자 242명 중 남자는 27명(11.2%), 여자는 215명(88.8%)이었으며, 연령별로는 20대 145명(59.9%), 30대 51명(21.1%), 40대 27명(11.2%), 50대 이상 19명(7.9%)으로 나타났다. 응답자의 학력은 고졸이하 6명(2.5%), 전문대졸 81명(33.5%), 대졸이상 155명(64%)으로 나타났으며, 기혼자가 39명(16.1%), 미혼 189명(78.1%), 독신 14명(5.8%)로 나타났다. 응답자들은 백화점 55명(22.7%), 로드샵 187명(77.3%)이 근무하고 있는 것으로 나타났으며, 직위는 대표 26명(10.7%), 매니저 43명(17.8%), 시니어 80명(33.1%), 주니어 93명(38.4%)로 나타났다. 근무경력은 1년 미만 45명(18.6%), 1년-3년 미만 94명(38.8%), 3년-7년 미만 47명(19.4%), 7년-10년 미만 31명(12.8%), 10년 이상 25명(10.3%)으로 나타났다.

2) 측정변수의 신뢰성 및 타당성 검증

본 연구에서 사용된 측정문항들은 선행연구에 기반하여 조사목적에 적합하게 수정하여 사용하였으므로 표면타당도(face validity)는 높다고 할 수 있으며, 구성개념 타당도를 검증하기 위하여 주성분분석과 직교회전(varimax rotation) 방법을 이용한 요인분석을 실시하였다. 그리고 KMO의 표본적합도 점검을 통해 자료가 요인분석에 적합한지를 판단하였다.

본 연구의 독립변수, 매개변수, 종속변수로 사용된 측정항목의 Cronbach's 계수를 이용한 신뢰도 검증결과와 타당성 검정을 위한 요인분석결과는 다음 <표 1>, <표 2>, <표 3>과 같다.

표 1. 동기에 대한 신뢰성 및 타당성 검정결과
Table 1. Results of reliability and factor analysis for motivation

측정항목	요 인						공통성	
	성취감	인정	도전	보상	즐김	승진		
내재적 성취3	.864	.108	.219	.007	.014	.072	.812	
내재적 성취2	.861	.116	.186	.112	.170	.093	.839	
내재적 성취1	.823	.004	.171	.079	.280	-.001	.792	
내재적 성취4	.512	.119	.226	.202	.502	-.011	.620	
외재적 인정4	.037	.854	.200	.115	-.049	.125	.801	
외재적 인정2	.111	.852	.054	.204	-.116	.155	.821	
외재적 인정1	.117	.701	.012	.296	.301	.169	.713	
외재적 인정3	.078	.659	.075	.190	.288	.035	.566	
내재적 도전3	.169	.102	.810	.065	.008	.033	.701	
내재적 도전2	.178	.098	.798	.073	.114	.159	.722	
내재적 도전1	.202	.095	.720	.117	.298	-.048	.673	
외재적 보상2	.124	.165	.096	.805	.117	.091	.722	
외재적 보상4	.087	.099	.126	.765	-.286	.048	.703	
외재적 보상3	.068	.236	.033	.733	.210	-.023	.643	
외재적 보상1	-.033	.270	.085	.588	.329	.022	.536	
내재적 즐김3	.392	.128	.068	.060	.680	.076	.646	
내재적 즐김1	.123	.061	.432	.057	.599	.037	.569	
내재적 즐김2	.124	.051	.486	.158	.501	.126	.546	
외재적 승진3	.007	.077	.090	-.026	.113	.878	.799	
외재적 승진2	-.048	.221	.234	.103	.140	.738	.681	
외재적 승진1	.372	.140	-.197	.081	-.208	.652	.672	
α계수	.865	.833	.789	.773	.696	.693		
고유값	6.310	2.637	1.785	1.602	1.172	1.069		
분산(%)	30.047	12.559	8.498	7.630	5.583	5.092		
누적(%)	69.410							
KMO측도=0.812	$\chi^2=2252.633$						df=210	p=0.000

표 2. 동기에 대한 신뢰성 및 타당성 검정결과
Table 2. Results of reliability and factor analysis for job engagement

측정항목	요 인			공통성	
	몰두	헌신	활력		
몰두3	.861	.189	.251	.840	
몰두2	.845	.169	.231	.797	
몰두4	.825	.217	.312	.825	
몰두1	.717	.390	.154	.690	
헌신4	.183	.870	.151	.813	
헌신3	.240	.857	.099	.801	
헌신2	.359	.677	.310	.684	
헌신1	.191	.654	.393	.618	
활력3	.179	.105	.816	.710	
활력4	.415	.124	.664	.629	
활력5	.269	.387	.647	.642	
활력1	.099	.542	.623	.691	
활력2	.455	.284	.577	.621	
α계수	.906	.868	.835		
고유값	6.873	1.438	1.049		
분산(%)	52.872	11.064	8.068		
누적(%)	72.004				
KMO측도=0.879	$\chi^2=2138.041$			df=78	p=0.000

표 3. 동기에 대한 신뢰성 및 타당성 검정결과
Table 3. Results of reliability and factor analysis for job satisfaction, organizational commitment

측정항목	요 인		공통성	
	조직몰입	직무만족		
조직몰입5	.901	.184	.846	
조직몰입3	.842	.386	.858	
조직몰입4	.824	.384	.826	
조직몰입6	.816	.245	.726	
조직몰입1	.789	.372	.760	
조직몰입2	.737	.431	.729	
직무만족2	.285	.839	.786	
직무만족5	.207	.827	.727	
직무만족6	.281	.818	.748	
직무만족1	.345	.796	.753	
직무만족3	.353	.772	.721	
직무만족4	.434	.755	.758	
α계수	.943	.928		
고유값	7.752	1.486		
분산(%)	64.602	12.380		
누적(%)	76.982			
KMO측도=0.916	$\chi^2=2736.223$		df=66	p=0.000

분석결과 KMO의 표본적합도가 0.8이상으로 나타났으며, Bartlett의 단위행렬 검정통계량 또한 유의적으로 나타났다. 그리고 고유값 1을 기준으로 연구설계와 같이 6개, 3개, 2개의 요인이 추출되어 측정변수의 타당성

은 확보되었다고 할 수 있다. 신뢰도 검증결과 요인들 모두 0.6이상으로 나타나 신뢰도는 확보되었다고 할 수 있다.

주얼리유통기업 종사자의 동기에 대한 요인분석결과 동기는 내재적 동기(즐김, 도전, 성취감)와 외재적 동기(인정, 보상, 승진) 등 6개의 하부요인으로 구성되어 있음을 확인할 수 있었으며, 직무열의는 몰두, 헌신, 활력 등 세 가지 하부요인으로 구성되어 있음을 확인할 수 있었다. 그리고 직무만족과 조직몰입의 요인분석결과 2개의 요인으로 구분되어 타당성을 확인할 수 있었다.

2. 연구가설의 검증

1) 가설 1의 검증

“주얼리유통기업 종사자의 동기는 직무열의에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”라는 가설 1을 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

(1) 가설 1-1의 검증

“주얼리유통기업 종사자의 동기는 몰두에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”라는 가설 1-1을 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 다음 <표 4>와 같다.

표 4. 가설 1-1의 회귀분석결과

Table 4. Regression analysis results for H 1-1

	비표준화 계수		t	유의 확률	공선성 통계량	
	B	표준 오차			공차한계	VIF
상수	1.769	.430	4.112	.000		
즐김	.147	.083	1.769	.078*	.585	1.710
도전	.001	.065	.017	.986	.630	1.586
성취감	.357	.071	5.026	.000***	.659	1.517
인정	.131	.069	1.907	.058*	.659	1.517
보상	.014	.065	.214	.831	.725	1.378
승진	.002	.056	.044	.965	.857	1.167

R² = 0.265, F값 = 12.979, p=0.000, Durbin-watson : 1.677

a 종속변수: 몰두, * p<0.1 ** p<0.05 *** p<0.01

분석결과 회귀모형은 공차한계와 분산확대지수(VIF)가 기준치에 부합되며, Durbin-Watson값이 2에 가깝게 나타나 자기상관이 없다고 판단할 수 있다. 회귀모형의 결정계수가 0.265로 나타나 독립변수들의 종속변수에 대한 설명력은 26.5%임을 알 수 있고, 모형에 대한 F값은 12.979, 유의확률 0.000으로 통계적으로 유의하였다.

즉, 주얼리유통기업 종사자의 동기는 몰두에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 1-1은 채택되었다.

회귀계수의 분석결과 내재적 성취감(p<0.01)과 내재적 즐김(p<0.1) 그리고 외재적 인정(p<0.1)은 몰두에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

(2) 가설 1-2의 검증

“주얼리유통기업 종사자의 동기는 헌신에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”라는 가설 1-2를 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 다음 <표 5>와 같다.

표 5. 가설 1-2의 회귀분석결과

Table 5. Regression analysis results for H 1-2

	비표준화 계수		t	유의 확률	공선성 통계량	
	B	표준 오차			공차한계	VIF
(상수)	1.150	.365	3.151	.002		
즐김	-.021	.070	-.019	.303	.762	1.710
도전	.100	.055	.110	1.796	.074*	1.586
성취감	.630	.060	6.28	10.450	.000***	1.517
인정	.089	.058	.092	1.528	.128	1.517
보상	-.060	.055	-.062	-1.075	.284	1.378
승진	.022	.047	.024	.460	.646	1.167

R²=0.486, F값 = 34.058, p=0.000, Durbin-watson : 2.008

a 종속변수: 헌신, * p<0.1 ** p<0.05 *** p<0.01

분석결과 회귀모형은 공차한계와 분산확대지수(VIF)가 기준치에 부합되며, Durbin-Watson값이 2에 가깝게 나타나 자기상관이 없다고 판단할 수 있다. 회귀모형의 결정계수가 0.486으로 나타나 독립변수들의 종속변수에 대한 설명력은 48.6%임을 알 수 있고, 모형에 대한 F값은 34.058, 유의확률 0.000으로 통계적으로 유의하였다. 즉, 주얼리유통기업 종사자의 동기는 헌신에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 1-2는 채택되었다.

회귀계수의 분석결과 내재적 성취감(p<0.01)과 내재적 도전(p<0.1)은 헌신에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

(3) 가설 1-3의 검증

“주얼리유통기업 종사자의 동기는 활력에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”라는 가설 1-3을 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 다음 <표 6>과 같다.

표 6. 가설 1-3의 회귀분석결과

Table 6. Regression analysis results for H 1-6

	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
	B	표준 오차	β			공차 한계	VIF
(상수)	.970	.360		2.698	.008		
즐거움	.121	.069	.116	1.740	.083*	.585	1.710
도전	.117	.055	.137	2.141	.033**	.630	1.586
성취감	.429	.059	.452	7.218	.000***	.659	1.517
인정	.109	.057	.119	1.903	.058*	.659	1.517
보상	-.011	.055	-.012	-.193	.847	.725	1.378
승진	.037	.046	.043	.789	.431	.857	1.167

R² = 0.442, F값 = 28.493, p = 0.000, Durbin-watson : 1.615
 a 종속변수: 활력, * p<0.1 ** p<0.05 *** p<0.01

분석결과 회귀모형은 공차한계와 분산확대지수(VIF)가 기준치에 부합되며, Durbin-Watson값이 2에 가깝게 나타나 자기상관이 없다고 판단할 수 있다. 회귀모형의 결정계수가 0.442로 나타나 독립변수들의 종속변수에 대한 설명력은 44.2%임을 알 수 있고, 모형에 대한 F값은 28.493, 유의확률 0.000으로 통계적으로 유의하였다. 즉, 주얼리유통기업 종사자의 동기는 활력에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 1-3은 채택되었다. 회귀계수의 분석결과 내재적 성취감(p<0.01)과 내재적 도전(p<0.05), 내재적 즐거움(p<0.1) 그리고 외재적 인정(p<0.1)은 활력에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

2) 가설 2의 검정

“주얼리유통기업 종사자의 직무열의는 직무만족에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”라는 가설 2를 검정하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 다음 <표 7>과 같다.

다중회귀분석결과 회귀모형은 공차한계와 분산확대지수(VIF)가 기준치에 부합되며, Durbin-Watson값이 2에 가깝게 나타나 자기상관이 없다고 판단할 수 있다. 회귀모형의 결정계수가 0.658로 나타나 독립변수들의 종속변수에 대한 설명력은 65.8%임을 알 수 있고, 모형에 대한 F값은 152.112, 유의확률 0.000으로 통계적으로 유의하였다. 즉, 주얼리유통기업 종사자의 직무열의는 직무만족에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 2는 채택되었다.

표 7. 가설 2의 회귀분석결과

Table 7. Regression analysis results for H 2

	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
	B	표준 오차	β			공차 한계	VIF
(상수)	.098	.237		.415	.679		
몰두	.152	.052	.151	2.905	.004***	.537	1.864
헌신	.494	.053	.487	9.342	.000***	.532	1.881
활력	.303	.060	.282	5.020	.000***	.458	2.182

R² = 0.658, F값 = 152.112, p = 0.000, Durbin-watson : 1.936
 a 종속변수: 직무만족, * p<0.1 ** p<0.05 *** p<0.01

회귀계수의 분석결과 몰두(p<0.01)와 헌신(p<0.01), 활력(p<0.01)은 직무만족에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

3) 가설 3의 검정

“주얼리유통기업 종사자의 직무열의는 조직몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”라는 가설 3을 검정하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 다음 <표 8>과 같다.

표 8. 가설 3의 회귀분석결과

Table 8. Regression analysis results for H 3

	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
	B	표준 오차	β			공차 한계	VIF
(상수)	1.141	.361		3.162	.002		
몰두	-.069	.080	-.060	-.860	.391	.537	1.863
헌신	.683	.081	.591	8.473	.000***	.531	1.884
활력	.120	.092	.098	1.301	.194	.460	2.174

R² = 0.390, F값 = 50.286, p = 0.000, Durbin-watson : 1.883
 a 종속변수: 조직몰입, * p<0.1 ** p<0.05 *** p<0.01

다중회귀분석결과 회귀모형은 공차한계와 분산확대지수(VIF)가 기준치에 부합되며, Durbin-Watson값이 2에 가깝게 나타나 자기상관이 없다고 판단할 수 있다. 회귀모형의 결정계수가 0.390으로 나타나 독립변수들의 종속변수에 대한 설명력은 39.0%임을 알 수 있고, 모형에 대한 F값은 50.286, 유의확률 0.000으로 통계적으로 유의하였다. 즉, 주얼리유통기업 종사자의 직무열의는 조직몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 3은 채택되었다.

회귀계수의 분석결과 헌신(p<0.01)은 조직몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이상의 가설검정결과를 요약하면 다음 <표 9>와 같다.

표 9. 가설검정결과
 Table 9. Results of Hypothesis test

가설 번호	가 설	채택 여부
1	주얼리유통기업 종사자의 동기는 직무열의에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
1-1	주얼리유통기업 종사자의 동기는 몰두에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
1-2	주얼리유통기업 종사자의 동기는 헌신에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
1-3	주얼리유통기업 종사자의 동기는 활력에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
2	주얼리유통기업 종사자의 직무열의는 직무만족에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
3	주얼리유통기업 종사자의 직무열의는 조직몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택

V. 결 론

본 연구는 주얼리유통기업 종사자의 동기와 직무열의의 하위요인을 확인하고, 동기와 직무열의 그리고 직무만족, 조직몰입간의 인과관계를 파악하여 고객과의 접점에서 주얼리유통서비스를 제공하고 있는 종사자들의 동기에 대한 중요성을 인식하고, 종사자들의 내재적 동기와 외재적 동기가 종사자들의 직무열의에 어떠한 영향을 미치며, 직무열의는 직무만족과 조직몰입에 어떠한 영향을 미치는 지를 파악함으로써 주얼리유통기업의 경쟁력을 제고할 수 있는 방안을 제시하기 위하여 수행되었다.

이러한 연구목적을 달성하기 위하여 문헌연구를 통해 연구모형과 가설을 설정하고 요인분석을 통해 동기와 직무열의의 하위요인을 확인하고, 회귀분석을 이용하여 연구가설을 검정하였다.

수집된 자료를 분석한 결과, 주얼리유통기업 종사자의 내재적 동기는 즐김, 도전, 성취감 등의 하위요인으로 구성되어 있으며, 외재적 동기는 인정, 보상, 승진 등의 하위요인으로 구성되어 있음을 확인하였다. 또한 주얼리유통기업 종사자의 직무열의는 활력, 헌신, 몰두로 구성되어 있음을 확인하였다.

가설검정결과를 요약하면 다음과 같다. 가설 1의 주얼리유통기업 종사자의 동기는 직무열의에 유의한 정(+)의 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 주얼리유통기업 종사자의 내재적 동기 중 성취감(p<0.01)과 즐김(p<0.1), 외재적 동기 중 인정(p<0.1)이 직무열의의 구성요인 중 몰두에 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있었으며, 헌신에는 내재적 동기 중 성취감(p<0.01)과 도전(p<0.1)이 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있었다. 또한 활력에는 내재적 동기 성취감(p<0.01)과 도전(p<0.05), 즐김(p<0.1) 그리고 외재적 동기 중 인정(p<0.1)이 활력에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 외재적 동기 구성요인 중 승진과 보상이 직무열의에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났는데 이는 주얼리유통기업이 소규모 업체가 많은 것에 기인한 것으로 판단된다. 이러한 결과는 구성원의 동기가 태도에 긍정적인 영향을 미친다는 연구결과를 제시한 Miao et. al.[33], 지수호와 송현진[32]등의 동일한 결과이며, 주얼리유통기업 종사자들의 동기가 직무열의의 선행변수라는 것을 확인할 수 있었다. 이는 주얼리유통기업 종사자들의 직무열의를 높이기 위해서는 종사자의 성취감, 도전, 즐김, 인정 등 동기에 대한 실질적인 충족수준을 높일 수 있는 주얼리유통기업의 체계적인 관리와 노력이 필요하다는 것을 의미한다.

가설 2의 검정결과 주얼리유통기업 종사자의 직무열의의 구성요인인 몰두(p<0.01), 헌신(p<0.01), 활력(p<0.01)은 직무만족에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 Saks[36], Koyuncu et. al.[37], Sonnentag, et. al.[38], 임병광과 이승호[39], 조선에 등[40]의 연구와 동일하며, 주얼리유통기업 종사자의 직무열의가 직무만족의 선행변수라는 것을 확인할 수 있었다. 이것은 주얼리유통기업 종사자가 긍정적이고 열정적이며, 헌신하는 마음으로 직무를 수행하면 직무만족도가 높아진다는 것을 의미한다.

가설 3의 검정결과 주얼리유통기업 종사자의 직무열의의 구성요인인 헌신이 조직몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 직무열의가 조직몰입에 영향을 미친다는 Demerouti, et. al.[41], Sonnentag[42], 서민주[43], 양근애[45], 정효선 등[44]의 연구와 동일하였다. 이것은 적극적으로 직무를 수행하며, 직무의 가치, 직무에 대한 열정과 도전의식을 경험한 주얼리유통기업 종사자는 조직에 애착심을 가지고

조직을 위해 노력하고 희생하며, 조직에 계속 근무하려는 의지가 높아진다는 것을 의미한다.

본 연구의 시사점은 다음과 같다.

먼저, 주얼리유통기업 종사자의 동기가 내재적 동기요인(즐김, 도전, 성취감)와 외재적 동기요인(보상, 승진, 인정)으로 구성되어 있음을 확인할 수 있었으며, 직무열의(몰두, 헌신, 활력)의 하위구성요인을 확인할 수 있었다.

다른 서비스분야와 마찬가지로 주얼리유통기업의 경쟁력을 유지하고, 제고하기 위해서는 전문적인 지식을 가지고 있고, 고객지향적인 유능한 인적자원을 보유하는 것이 매우 중요하다. 또한 서비스의 비분리성, 이질성을 고려하면 고객과의 접점에서 그들의 전문성과 고객지향성이 일관성있게 발휘될 수 있도록 하여야 할 것이다. 그러기 위해서는 종사자들이 직무를 즐겁고, 직무에서 도전의식과 성취감을 느낄 수 있게 해야 하며, 직무와 관련하여 동료와 상사의 인정을 받고 있다는 것을 경험하게 하는 등 동기가 충족될 수 있도록 체계적 관리가 필요하다. 그리고 종사자들을 동기부여시킴으로써 직무에 열정적으로 몰두하고 헌신하게 함으로써 직무에 만족하고 조직에 애착심과 충성심을 가질 수 있도록 하는 노력이 필요하다. 이를 위해 상사와 동료간 의사소통을 원활하게 할 수 있는 유연한 조직분위기를 조성하고, 새로운 문제해결을 통해 도전의식과 성취감, 상사와 동료의 인정을 경험하게 함으로써 직무에 대한 열의를 가질 수 있도록 할 필요가 있다.

조직구성원들의 동기와, 직무열의, 직무성과의 관계에 대한 연구는 다양한 산업을 대상으로 진행되어 왔으나 주얼리산업을 대상으로 한 연구는 매우 미비하였다. 본 연구는 조직구성원들의 동기와 직무열의에 대한 인식을 주얼리유통기업 종사자들에게 적용하여 수행된 탐색적 연구로서의 의미를 가진다. 향후 연구에서는 주얼리유통기업의 종사자들의 특성을 보다 면밀히 분석하여 관련 이론을 체계적으로 확립할 필요가 있으며, 보다 정교한 측정도구를 개발하여 주얼리산업의 특성이 적극적으로 반영된 연구를 수행할 필요가 있다.

Reference

- [1] H. R. Kang, "Study on Utilization of jewelry 3D Modeling in E-commerce Marketing- Focusing on Metaverse Platform," *The Journal of the*
- [2] H. J. Choi, "Study of correlation between personality and intrinsic-extrinsic motivation," SookMyung Women's University, *Master's Thesis*, 2001.
- [3] R. M. Ryan, and E. L. Deci, "Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions," *Contemporary educational psychology*, Vol.25, No.1, pp. 54-67, 2000.
- [4] M. Gagne, and E. L. Deci, "Self-determination theory and work motivation," *Journal of Organizational Behavior*, Vol.26, No.4, pp. 331 - 362, 2005.
- [5] H. F. Lin, "Effects of Extrinsic and Intrinsic Motivation on Employee Knowledge Sharing Intentions," *Journal of Information Science*, Vol. 33, No.2, pp. 135-149, 2007.
- [6] M. R. Lepper and M. Hodell, "Intrinsic Motivation in the Classroom," In C. Ames & R. Ames(eds), *Research on motivation in education* (vol.3, pp. 73-105), New York: Academic Press, 1989.
- [7] T. M. Amabile, K. G. Hill, B. A. Hennessey, and E. M. Tighe, "The Work Preference Inventory: Assessing intrinsic and extrinsic motivational orientations," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.66, No.5, pp. 950-967, 1994.
- [8] S. I. Ko, and J. H. Han, "The relationship between organizational commitment and job motivation:with an integrated approach based on self-determination," *Journal of Industrial Economics and Business*, Vol.22, No.3, pp. 1017-1038, 2009.
- [9] D. S. Pyo, "Effect of the Intrinsic and Extrinsic Motivation within the Service Company on the Job Satisfaction, Organizational Commitment, Customer Orientation, and Service Performance in Service Industry," TongMyong University, *Doctoral Dissertation*, 2016.
- [10] T. M. Amabile, "Motivation and Creativity: Effects of Motivational Orientation on Creative writers," *Journal of Personality and Social psychology*, Vol.48, No.2, pp. 393-399, 1985.
- [11] B. Y. Park and Y. J. Cho, "The Effects of Motivation Fulfillment on Job Engagement and Turnover Intention: Focusing on US Federal Employees," *KOREAN SOCIETY AND PUBLIC ADMINISTRATION*, Vol.32, No.4, pp.1-39, 2022.
- [12] K. H. Park, "The Structural Relationship among Intrinsic/Extrinsic Motivation, Instruction efficacy,

- and Organizational Citizenship Behavior in Childcare Teachers,” Daegu Catholic University, *Doctoral Dissertation*, 2023.
- [13]W. A. Kahn, “Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work,” *Academy of Management Journal*, Vol.33, No.4, pp. 692-724. 1990.
- [14]C. Maslach, W. B. Schaufeli, and M. P. Leiter, “Job burnout,” *Annual Review of Psychology*, Vol.52, No.1, pp. 397-422, 2001.
- [15]K. H. Shin, R. Yi, and W. W. Gim, “The role of emotional Labor strategies in the job demand-resource model with burnout and engagement - call centre employees case -,” *Korean Journal of Industrial and Organizational Psychology*, Vol.19, No.4, pp. 573-596, 2006.
- [16]W. B. Schaufeli, M. Salanova, U. Gonzalez-Roma, and A. B. Bakker, “The Measurement of Engagement and Burnout: a Two Sample Confirmatory Factor Analytic Approach,” *Journal of Happiness Studies*, Vol.3, pp. 71-92, 2002.
- [17]M. S. Christian, A. S. Garza, and J. E. Slaughter, “Work engagement: A quantitative review and test of its relations with task and contextual performance,” *Personnel Psychology*, Vol.64, No.1, pp. 89-136, 2011.
- [18]S. M. Kim, and Y. J. Kim, “The Effects of Mindfulness on Employees’ Job Engagement and Customer Orientation at Deluxe Hotels - Moderating Effect of Gender -,” *Food Service Industry Journal*, Vol.19, No.4, pp. 21-33, 2023.
- [19]P. E. Spector, *Job Satisfaction: Application, Assessment, Causes and Consequences*. California: Sage, 1997.
- [20]S. Y. Baek, and H. R. Lee, “The Effect of Flight Attendants Self-Leadership on Organizational Citizenship Behavior: Focused on the Mediating Effect of Job Satisfaction,” *Korean Journal of Hospitality & Tourism*, Vol.31, No.7, pp. 195-214, 2022.
- [21]B. M. Jung, & J. C. Park, “Structural Relationship between Self Management Characteristics, Self-efficacy, Customer Orientation, Job Satisfaction of Hotel Enterprise Employees,” *Journal of Tourism and Leisure Research*, Vol. 35, pp. 325-347, 2023.
- [22]S. W. Park, G. H. Lee, and H. N. Roh, “Effect of Affective Events within an Organization Perceived by Airline Crew on Affective Reactions, Job Satisfaction, Work Engagement and Organizational Citizenship Behavior,” *Korean Journal of Hospitality & Tourism*, Vol.32, No.5, pp. 151-174, 2023.
- [23]S. P. Robbins, and T. A. Judge, *Organizational Behavior(15th ed.)*. Pearson Education, 2013.
- [24]R. T. Mowday, L. W. Porter, & R. M. Steers., *Employee-organization Linkages: The Psychology of Commitment, Absenteeism, and Turnover*. New York: Academic Press, 1982.
- [25]D. H. Kwon, B. J. Moon, and C. H. Cho, “A Study on the Relationship between Transformational Leadership and Organizational Effect: Focusing on Emotional Intelligence of Airline Cabin Crew”, *Korean Journal of Business Administration*, Vol.27, No.6, pp. 881-905, 2014.
- [26]N. J. Allen, and J. P. Meyer, “The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment,” *Journal of Occupational Psychology*, Vol.63, pp. 1-18, 1990.
- [27]S. B. Kim, J. H. Kim, and K. J. Lee, “The Effects of the Cabincrew’s Employee Value Proposition, Job Satisfaction, Organizational Commitment, and Customer Orientation: Focusing on A Airline,” *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol.29, No.12, pp. 119-132, 2015.
- [28]J. H. Yang, and M. Y. Cha, “The Effect of Airline Cabin Crew’s Job Insecurity on Job Satisfaction, Organizational Commitment, and Customer Orientation,” *Journal of Tourism and Leisure Research*, Vol.34, No.11, pp. 313-330, 2022
- [29]S. Y. Lee, and Y. G. Kim, “Effects of MZ Generation New-tro Cafe Visitors’ Need for Uniqueness and Authenticity on Vicarious Nostalgia and Loyalty,” *FoodService Industry Journal*, Vol.19, No.1, pp. 153-165, 2023.
- [30]S. A. Lee, “What is the condition that causes Job Engagement?: The role of Social Support and Perceived Promotion Culture,” Aju University, *Doctoral Dissertation*. 2019.
- [31]B. Kuvaas, R. Buch, A. Weibel, A. Dysvik, and C. G. Nerstad, “Do intrinsic and extrinsic motivation relate differently to employee outcomes?,” *Journal of Economic Psychology*, Vol.61, pp. 244-258. 2017.
- [32]S. H. Ji, and H. J. Song, “The Effect of Intrinsic and Extrinsic Motivation on Perceived Performance and Turnover Intention: Focusing on the Moderating Role of Perceived Organizational Politics and Difference in Generation,” *Korean Public Personnel Administration Review*, Vol.20,

- No.4, pp. 121–153, 2021.
- [33]S. Miao, J. Rhee, and I. Jun, “How Much Does Extrinsic Motivation or Intrinsic Motivation Affect Job Engagement or Turnover Intention? A Comparison Study in China,” *Sustainability*, Vol.12, 3630, 2020.
- [34]Y. J. Park & S. G. Shin, “The Effect of Intrinsic Motivation on Individuals’ Performance and the Mediation Role of Job Stress in the Republic of Korea Army,” *International Journal of Advanced Culture Technology(IJACT)*, Vol. 12, No.1, pp. 144–157, 2024.
- [35]S. K. Lee, and D. H. Lee, “A Study on Factors Affecting Turnover Intention of Jewelry Distribution Distributor,” *Journal of Distribution Science*, Vol.15, No.9, pp. 17–26, 2017.
- [36]A. M. Saks, “Antecedents and consequences of employee engagement,” *Journal of managerial psychology*. Vol.21, No.7, pp. 600–619, 2006.
- [37]M. Koyuncu, R. J. Burke, and L. Fiksenbaum, “Work engagement among women managers and professionals in a Turkish bank: Potential antecedents and consequences,” *Equal Opportunities International*, Vol.25, No.4, pp. 299–310, 2006.
- [38]S. Sonnentag, E. J. Mojza, C. Binnewies, and A. Scholl, “Being engaged at work and detached at home: A week-level study on work engagement psychological detachment, and affect,” *Work & Stress*, Vol.22, No.3, pp.257–276, 2008.
- [39]B. K. Im, and S. H. Lee, “The Effects of Mindfulness, Internet Addiction and Job Engagement on Job Satisfaction of IT Workers,” *Journal of Digital Contents Society*, Vol.21, No.10, pp. 1825–1831, 2020.
- [40]S. A. Cho, K. H. Seo, and Y. J. Jeon, “The Effect of Customer Incivility on Emotional Exhaustion, Job Engagement, Job Satisfaction and Turnover Intention: Focused on Employees of Small-Scaled Restaurants,” *Culinary Science & Hospitality Research*, Vol.26, No.1, pp. 51–63, 2020.
- [41]E. Demerouti, A. B. Bakker, F. Nachreiner, and W. B. Schaufeli, “The Job Demands–Resources Model of Burnout,” *Journal of Applied Psychology*, Vol.86, No.3, pp. 499–512, 2001.
- [42]S. Sonnentag, “Recovery, work engagement, and proactive behavior: A new look at the interface between nonwork and work,” *Journal of Applied Psychology*, Vol.88, No.3, pp. 518–528, 2003.
- [43]M. J. Seo, “The Effect of Feminine Leadership of Flight Attendant Team Leader of Air Carriers on Organizational Commitment through Job Engagement and Job Satisfaction –Comparison between Low Cost Carrier and Full Service Carrier-,” Kyonggi University, *Doctoral Dissertation*, 2016.
- [44]H. S. Jung, Y. S. Jung, and H. H. Yoon, “The effects of workplace friendship on employees’ work engagement and organizational commitment at deluxe hotels : Moderating effects of employees’ job position,” *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol.34, No.9, pp. 165–176, 2020.
- [45]G. E. Yang, “Effects of Organizational Commitment, Occupational Commitment, and Team Satisfaction of Airline Crew on Job Engagement and Service Behavior,” Kyonggi University, *Doctoral Dissertation*, 2016.
- [46]Y. K. Kim, “The Relationship between Job Engagement, Job Burnout, and Affective Commitment: The Moderating Effect of Emotion Regulation,” *Journal of Food service Management*, Vol.18, No.6, pp. 277–300, 2015.