

Print ISSN: 1738-3110 / Online ISSN 2093-7717
<http://dx.doi.org/10.15722/jds.17.10.201910.93>

The Effect of Personal Creativity on Knowledge Sharing and Innovation Behavior: Focused on Retail Workers

개인 창의성이 지식공유와 혁신행동에 미치는 영향: 유통업 종사자를 중심으로

Joon-Pyo LEE(이준표)*, Kye-Hong PARK(박계홍)**

Received: September 15, 2019. Revised: September 26, 2019. Accepted: October 05, 2019.

Abstract

Purpose - First, empirical research will reveal how personal creativity affects the knowledge sharing and innovation behaviors of organizational members. Second, self-management competency will be verified to explain the causal relationship between independent and dependent variables as a mediating variable and to reduce the time interval.

Research design, data, and methodology - There are two major research models. First, personal creativity (professionalism, emotional intelligence, internal motivation) has a positive impact on knowledge sharing (creation of knowledge, organization of knowledge, use of knowledge) and innovation behavior (deriving ideas, implementing ideas, promoting ideas). Second, self-management competency (intellectual capacity, emotional capacity, personality capacity) plays a mediating role. In addition to descriptive statistics and correlation analysis, Cronbach's α was calculated for 259 workers in the retail industry. In addition, confirmatory factor analysis was performed using the AMOS 24.0 program, and the influence on the measurement model was analyzed to verify the structural equation model.

Results - First, personal creativity had a positive effect on knowledge sharing and innovation behavior. In other words, it was confirmed that the decision-making process accompanied by individual creativity can create an atmosphere of knowledge sharing and continue to innovate. Second, personal creativity had a positive effect on self-management competency, and self-management competency had a positive effect on knowledge sharing and innovation behavior. Third, self-management competency was found to partially mediate the influence of personal creativity on knowledge sharing and innovation behavior.

Conclusions - First, it is important for managers to recognize the value of creative talents who can be a fundamental source of organizational success and competitive advantage, and to attract talented people. Second, managers should be able to develop decision-making processes to develop potential creativity and encourage creative ideas, opinions, or solutions when organizing the work environment of their members. Third, managers should promote the sharing and integration of new knowledge that underlies the creative views and attitudes of teams and organizational members. Unlike previous studies, which emphasize the role of the work environment in which creative behaviors are promoted, this study shows that creativity of individual members, itself, is an important determinant of knowledge sharing and innovation behavior.

Keywords: Personal Creativity, Self Management Competency, Knowledge Sharing, Innovation Behavior.

JEL classifications: D30, M10, M12.

* First Author, PhD Student, Department of Management, Daejeon University, Korea.

** Corresponding Author, Professor, Department of Management, Daejeon University, Korea.

Tel: +82-42-280-2336, Email: parkkh@dju.ac.kr

© Copyright: Korean Distribution Science Association (KODISA)
 This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

1. 서론

의사 결정 과정에 대한 개인 창의성의 영향은 의견이 다양하게 존재하는 분야이다. 최근에는 어느 수준의 개인 창의성이 팀 의사 결정 프로세스와 관련이 있으며 조직 분위기에 영향을 미치는지에 대해 여러 변수들을 통해 검증하는 과정에 있다. 그런데 이 결과는 특히 유통업 분야에서 중요한 의미가 있다. 유통업은 종사자들이 서로 시간과 장소가 다른 환경에서 참여하는 복잡한 특성을 갖고 있다. 이들 구성원은 일반 제품을 개발하는 구성원에 비해 개인의 전문영역에 대해 주의의식이 높다. 창의적인 사람들은 눈에 보이는 것 이상을 생각할 수 있으며, 새로운 방식으로 업무를 수행하고, 참신한 아이디어를 제시하며, 알려진 접근 방식을 새로운 대안으로 재구성할 수 있다. 따라서 유통업 종사자들의 개인 창의성이 조직의 분위기를 어떻게 바꿀 수 있고 이를 통해 조직의 성과에 어떤 영향을 미칠 수 있는지 살펴보는 연구는 가치가 있다.

본 연구는 개인 창의성과 관련 변수들 간의 관계를 살펴봄으로써 유통업 종사자들의 개인 창의성을 조직성과에 어떤 실질적인 기여를 할 수 있는지 찾는 계기가 될 것이다. 연구의 대상이 개인 창의성 활용도를 극대화시켜 팀 및 조직이 새로운 트렌드에 대응하도록 함으로써 조직의 구조 등을 본원적으로 혁신할 수 있는 기회를 갖게 될 것이다.

본 연구의 목적은 다음과 같다.

첫째, 독창적 아이디어와 제안을 촉진하고 새로운 아이디어를 조직화하고 새로운 방식으로 결합하는 능력이라 할 수 있는 개인 창의성이 조직 구성원들의 지식공유와 혁신행동에 어떠한 영향을 미치는지를 실증연구를 통해서 밝히고자 한다.

둘째, 독립변수와 종속변수 사이에서 자기관리역량이 매개변수로서 두 변수간의 인과관계를 잘 설명하고, 시간적 간격을 좁혀주는 역할을 하는지 검증하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 개인 창의성

개인 창의성은 조직 혁신과 생존의 중요한 전제조건이다 (Oldham & Cummings, 1996; Shalley, Zhou, & Oldham, 2004). 즉 구성원의 창의성을 바탕으로 고객의 변화하는 요구와 기대를 만족시키는 신제품과 신서비스를 개발하면 조직은 지속적으로 생존할 수 있다 (Thatcher & Brown, 2010; Günsel & Açıkgöz, 2013). 이러한 목적을 달성하기 위해 기업들은 직원 채용부터 창의적인 아이디어를 소유한 직원에 관심을 갖는다. 즉 많은 연구에서 개인 창의성이 바탕을 이루어 팀 창의성과 조직 혁신으로 발전하는 것으로 보았다 (Faullant, Schwarz, Kraiger, & Breitenacker, 2012).

개인 창의성은 업무를 적극적으로 추진하며, 주어진 과제에서 평균 이상의 성과를 내는 개인의 태도로 정의될 수 있다 (Chen, Shih, & Yeh, 2011). 그러나 기업이 구성원들의 창의적인 아이디어와 업무 태도를 어떻게 조직적 차원에서 구현하는지에 대해서는 아직 명확하지 않다 (Spanjol, Qualls, & Rosa, 2011). 다만, 개인은 자원이 한정되어 있어 실행할 수 있는 대안도 제한적이지만 (McNamara, Dennis, & Carte, 2008), 팀 차원에서는 시너지 효과가 창출되어 개인에 비해

우수한 의사 결정을 할 수 있기 때문에 개인 창의성을 팀 또는 조직 차원에서 활용하는 것이 중요하다 (Berry, 2006). 따라서 팀 또는 조직의 효율적 프로세스는 개인 창의성을 집단 차원으로 상승시킬 수 있는 적합한 도구라고 할 수 있다.

한편, 조직에서 구성원들을 지원하는 업무 분위기를 조성할 경우 개인 창의성이 상승한다는 의견도 있다. 그러나 반대로 창의적인 사람들의 아이디어, 행동, 태도 및 기술이 업무 환경, 즉, 팀 분위기에 영향을 줄 가능성이 있다고 주장하는 의견도 있다 (Hirst, van Knippenberg, & Zhou, 2009).

개인 창의성은 제품 개발 분야뿐만 아니라 유통업 분야의 일상적 업무 활동에서도 중요한 역할을 한다 (Valenti & Fischer, 2005). 그런데, 개인 창의성 연구에서 가장 큰 어려움 중 하나는 창의성 개념 자체를 정의하는 것이다 (Audia & Goncalo, 2007). 1990년대 초의 창의성에 대한 가장 저명한 정의는 개인이 자신의 업무에 유용한 새로운 아이디어를 개발할 수 있는 능력이었다 (Amabile, 1983). 이 정의에는 문제 해결에 대한 독창적인 해결책, 의사 결정에 있어서 실현 가능한 대안 및 작업 환경에 대한 창의적인 변화가 포함된다 (Oldham & Cummings, 1996; Chen, et al., 2011). 따라서 어떤 연구에서는 업무 현장에서 발견할 수 있는 다양한 아이디어와 태도가 창출되는 개인의 창의성을 개인 특성(예 : 높은 자존감, 위험을 감수하는 성향과 호기심)으로 보고 연구를 수행했다 (Oldham & Cummings, 1996; Pirola-Merlo & Mann, 2004; Thatcher & Brown, 2010; Gehani, 2011). 본질적으로 창의적인 사람들은 현상 유지를 만족하는 것을 넘어서 눈에 보이는 것 이상을 생각하기 때문에 동료들과 다른 길을 걷게 된다 (Audia & Goncalo, 2007). 그들은 어떤 업무 환경이든지 무의미한 것처럼 보이는 일반적인 생각들에서도 새로운 발견을 만들 수 있다 (Amabile, Conti, Coon, Lazenby, & Herron, 1996).

선행 연구에서는 개인 창의성의 하나의 특징, 단일한 요소로서 설명하려는 경향이 있었는데 먼저 개인 창의성의 특징을 전문성으로 보는 견해가 있다. 전문성, 즉 숙련된 기술을 가진 사람들은 조직에서 지식기반을 넓히고, 또한 새로운 위험을 감수할 준비가 되어 있다. 결과적으로 개인은 고도의 유능함과 새로운 혁신에 따른 실패의 위험도 직면할 준비가 되어있기 때문에 새로운 아이디어와 독창성을 발휘하는 것으로 보는 것이다 (Morrison & Phelps, 1999).

둘째로 창의성과 관련된 가치를 개인은 상호간 정보처리방법을 공유하면서 의사소통을 원활히 함으로써 개인의 성과향상에도 긍정적 영향을 끼친다 (Meglino & Ravlin, 1998). 즉 개인의 창의성은 지적인 영역 이외에 감성 영역의 재능도 의미하는데, 소통되지 않는 창의성은 그 가치를 인정받기 어렵다. 어떤 개인의 창의성은 조직이 추구하는 가치와 얼마나 밀접한지, 구성원들에게 얼마나 공감과 동의를 구할 수 있는지에 따라 창의성의 가치가 달라지기 때문이다.

셋째로 창의성 그 자체보다 창의성을 불러일으키는 환경적 요인에 관심이 많은 학자들은 창의성을 내적동기부여(과업추진 의지)라고 보고 이를 자신감, 결단력, 신념이라고 해석하였다 (Thomas & Velthouse, 1990). 그리고 이런 개인의 행동들은 매우 자율적인 환경에서 창의적인 결과물이 나올 수 있다고 한다 (Deci, Vallerand, Pelletier, Ryan, 1991; Spreitzer, 1995). 따라서 이들 견해에서는 자율성에 대한 개인의 인식이 창의적 결과에 선행한다고 보았다 (Amabile, 1988; Amabile, Schatzel, Moneta, & Kramer, 2004). 자율성은 업무에 대한 소유권 및 통제력으로 묘사된다. 개인이 자신의 업무에 책임질

수 있을 때 비로소 위험을 감수하면서 새로운 아이디어를 개발할 준비가 되는 것이 분명하다(Amabile et al., 1996; Oldham & Cummings, 1996; Scott & Bruce, 1994). 그러므로 창의성은 개인이 자율적인 업무 프로세스로 촉진되는 업무 환경에서 즐거움을 얻을 때도 증가한다(Amabile et al., 1996).

2.2. 지식공유

리더는 조직의 지식공유를 관리하는 데 중요한 역할을 한다. 또한 조직을 활성화하고 경쟁 우위를 확보하기 위해서는 지식공유가 조직에서 중요하다(Foss & Pederson, 2002). 오늘날의 경쟁 환경에서는 별도의 기술, 전문가 훈련, 지식 및 역량 훈련은 항상 부족하기 때문에(Hinds, Patterson, & Pfeffer, 2001), 초보자에게는 노하우와 지식을 이전해 주어야 한다(Brown & Duguid, 1991). 팀 내, 팀 간, 개인 간 지식공유를 통해 조직은 지식 기반의 자원을 활용할 수 있고, 자본화를 수행할 수 있기 때문이다(Cabrera & Cabrera, 2005). Liao(2008)의 연구는 개인의 자발적인 지식공유를 장려하고 보상하는 관리자의 지식과 노하우에 대해 밝힌 바 있다. Yao, Kam, 그리고 Chan(2007)의 연구에서는 보상, 인센티브 및 평가의 부족이 지식공유의 장애물이 될 수 있으므로 지식공유를 확산하는 문화를 구축하여 이러한 장애를 해결하는 것이 필요하다는 것을 발견했다(Nelson, Sabatier, & Nelson, 2006).

한편 지식공유로 만들어진 새로운 아이디어의 경우, 관리자의 지원은 조직의 창의성 지수와 상관관계가 있었다(Cummings & Oldham, 1997). Sternberg와 Lubart(1999)의 연구는 지식공유가 창의성을 뒷받침한다고 기술하고 있다. 지식공유는 정보에 대한 개인의 합리적 선택이다. 따라서 지식공유는 의사 결정, 학습, 직장에서의 인간관계 및 문제 해결 능력을 향상시킨다(Utterback & Afuah, 1998). Woodman, Sawyer, and Griffin의 연구(1993)에서는 개인 창의성은 지식공유에도 긍정적 영향을 미치지만 지식공유가 다시 조직의 창의성에도 중요하다는 결론을 내렸다.

2.3. 혁신행동

조직의 분위기는 조직의 창의성과 혁신에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다(Amabile et al., 1996; Cooper & Edgett, 2008; Nybakk, Crespell, & Hansen, 2011). 경영진은 조직의 분위기가 개인의 창의성을 장려하고, 양성하며, 향상시킬 수 있도록 노력해야 한다(DiLiello & Houghton, 2006; Hunter, Bedell, & Mumford, 2007; Isaksen & Lauer, 2002). 혁신적이고 창의적인 잠재력을 지닌 구성원이 강력한 조직 지원을 인식할 수 있을 때 업무에서 혁신을 실천할 가능성이 가장 크다(DiLiello & Houghton, 2006). 또한 Macey와 Schneider(2008)는 혁신에 대한 구성원의 몰입이 높은 수준에 이를 때 자율적인 노력이 가능하고, 결과적으로 조직성과가 개선되었다고 밝혔다. 이렇게 구성원들에게 동기를 부여하고, 자발적인 참여를 장려하는 조직의 분위기는 성과에 긍정적 영향을 미친다(Brown & Leigh, 1996).

Huhtala와 Parzefall(2007)은 조직구성원 행위에 부여되는 자율성에 주목하였다. 일상적이지 않고 비(非)루틴 작업은 직무가 더 어렵기 때문에 이러한 난이도가 높은 업무를 수행하다 보면 창의적 역량을 기를 수 있게 되고 조직의 혁신성도 촉진된다는 것이다. 많은 선행연구에서 창의적인 업무수행이

조직의 혁신적인 분위기에 영향을 받는다는 점은 탐구되었지만, 조직의 혁신행동의 원인이 된다는 점을 밝힌 연구는 많지 않다(De Jong & Den Hartog, 2010). 조직 및 팀 수준에서의 연구는 조직 환경이 혁신에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 보여 주지만(Amabile et al., 1996; De Bakker & Nijhof, 2002; West & Anderson, 1996), 개별적인 창의적 행위가 조직의 혁신에 미치는 영향에 대한 경험적 연구는 거의 부족한 편이다. 다만 창의성이라는 개인특성 대신에 자율성과 자유를 존중하는 조직의 분위기가 조직의 혁신적인 행동에도 긍정적 영향을 미치는 연구는 존재한다(Krause, Handfield, & Tyler, 2007). 특히, 개인의 업무에서 자유가 존재하는 환경일 경우, 자유 의지가 커지고 자신의 아이디어와 업무 프로세스를 스스로 잘 제어하기 때문에 혁신성이 높아지는 결과를 낳을 수 있다(Amabile et al., 1996).

비록 현재의 문헌이 실증적 증거를 많이 제공하지는 않아도, 조직의 분위기에 대한 인식과 혁신적 업무행위 간의 긍정적인 관계에 대한 기존 연구는 시사점이 있다. 즉 조직의 분위기는 개인 창의성에도 긍정적 영향을 미치기 때문에 개인 창의성과 조직의 혁신행동과 연결고리가 생기는 것이다. 예를 들어, Albrecht와 Hall(1991)은 새로운 아이디어는 다른 조직 구성원들의 평가를 받게 되는데, 이 과정에서 논쟁, 갈등을 일으키고 결국 실패할 수도 있기 때문에 창의적 아이디어를 제출할 때의 두려움을 견뎌낼 수 있어야 창의성이 살아날 수 있다고 하였다. 마찬가지로, Mikdashi(1999)는 문제에 대한 독창적인 해결책을 찾기 위해서는 구성원들에게 규칙을 위반할 어느 정도의 자유가 있어야 한다고 주장했다.

결국, 위험을 감수하는 것과 토론하는 것, 그리고, 자유와 신뢰라는 주제가 모두 혁신적 업무행위에 영향을 미치는 것으로 보이며, 흥미롭게도 이는 개인 창의성 발현 전제조건으로서도 작용하므로 개인 창의성과 조직의 혁신행동간의 긍정적 관계를 유추할 수 있도록 해 준다.

2.4. 자기관리역량

인간의 능력에 대한 역량중심 접근은 교육공학, 조직행동, 리더십, 다중지능 이론 등 다양한 영역과 상호작용하며 발전해 왔다. 갖고 있는 지식을 활용해서 업무를 수행하더라도 개인마다 성과가 다른 것은 업무를 처리하는 과정에서의 어떤 역량 때문일 것이다. 팀이나 조직의 특성에 기인하지 않은 오로지 개인적 영역에서 요구되는 능력 또는 역량이 곧 자기관리역량이다. 자기관리역량을 지적역량으로 보는 기존 견해에서는 지식과 정보를 포함한 다양한 대상을 평가하거나 판단할 수 있는 능력, 이를 통해 어떤 것을 선택하거나 결정할 수 있는 능력, 그리고 선택이나 결정에 따라 생활 속에서 행동으로 실천할 수 있는 능력으로 보았다. 즉 자기관리역량 중 지적역량은 판단, 결정, 실천하는 능력으로 요약된다.

그러나 최근에는 자기관리역량 중 감성역량도 강조되고 있다. 기업들은 지적역량 뿐만 아니라, 이를 발휘하는데 감성역량이 중요하다고 보고 있다(Shippmann, Ash, Batjtsta, Carr, Eyde, Hesketh, Kehoe, Pearlman, Prien, & Sanchez, 2000). 이는 기업 경영환경의 급격한 변화와 불확실성 증가 때문이다. 감성역량을 소개한 Goleman(1995)은 지적역량은 우수하지만 성공하지 못한 사람들이 갖추지 못했던 역량(competency)들에 대해 연구한 결과, 사회적 감수성(social sensitivity)의 역량개념을 활용하게 되었다. 이것이 바로 감성역량의 기초가 되는

자기인식, 자기관리, 사회적 인식, 관계관리 능력 등으로서 삶의 현장에서 성공으로 이끄는 중요한 요인이라고 하였다. 즉, 감성역량은 타인의 감성을 이해하고 다른 사람과 교감하면서 긍정적 감정을 발현시킬 수 있는 능력이다.

감성역량은 인지능력과 구별되는 감성지능에 그 뿌리를 두고 있으며, 여러 가지 감정과 관련된 문제에 직면했을 때 효과적으로 상황에 대처하고 궁극적으로는 업무를 성공으로 이끄는 능력과 관련됨을 알 수 있다. 다시 말해 감성에 대한 역량중심 접근은 심리학의 틀을 완전히 벗어나 새로운 이론을 적용하려는 시도가 아니다. '존재(being)'를 토대로 '아는 것(knowing)'과 '행동하는 것(doing)'의 범주 안에서 동기(motivation)를 강화시키고 잠재능력을 이끌어내는 인적자원개발 측면에서 해석하기 위해 '역량'의 개념이 도입되었다고 볼 수 있다.

다만 감성역량의 정의가 매우 폭넓고 모호한 면이 있어서 본 연구에서는 감성역량을 다시 개인적인 감성역량과 사회적 감성역량(인성역량)으로 구분하였다. 즉 감성역량(개인역량)은 자기평가, 자신감, 자기통제, 성취감, 자기주도성 등으로 정의하였고 인성역량(사회역량)은 공감, 팀워크 능력, 협동, 갈등 관리, 리더십의 개념을 포함하는 것으로 정의하였다.

3. 연구모형과 가설

3.1. 연구모형

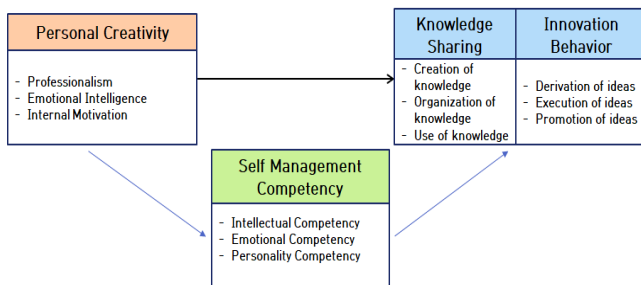


Figure 1: Research Model

개인 창의성, 개인의 자기관리역량, 조직 내에서의 지식공유, 조직의 혁신행동에 대한 구성요소를 정의하고 이들 변수간의 관련성을 중심으로 검토할 것이다. 개인 창의성을 작업 환경적 요소로 간주하는 선행 연구와 달리, 본 연구는 개개인의 창의성을 지식공유와 조직혁신의 중요한 원인으로 파악하고, 개인 창의성의 효과를 활성화시키는 매개 요인으로서 자기관리역량에 주목하였다. 본 연구모형의 구성의 핵심은 다음과 같다.

첫째, 전문성, 감성지능, 내적동기부여를 구성요인으로 하는 개인 창의성이 지식공유와 혁신행위에 미치는 영향을 분석한다.

둘째, 개인의 지적, 감성, 인성역량을 구성요인으로 하는 자기관리역량의 매개효과를 검증하고자 한다.

즉 본 연구는 개인 창의성을 팀 프로세스 차원으로 전환시키는 데 가장 영향을 미치는 변수에 대한 관심에서 시작된다. 개인 창의성과 조직의 가치 · 지식공유 · 혁신 등을 이분법적으로 접근하지 않고 개인 창의성이 이들 이슈와 어떤 상호작용효과(시너지효과)를 보이느냐에 따라 조직의 성과가 달라질 수 있음으로 밝혀내려고 하였다. 이러한 의미에서 이 연구는

유통업 종사자들이 혁신적인 팀 프로세스에 기여할 수 있도록 개인 창의성을 충분히 발휘할 수 있는 업무 환경을 제공하도록 경영자를 설득할 수 있는 근거를 제시한다.

본 연구는 팀 의사 결정과정과 조직성과에 유의미한 영향을 미칠 수 있는 개인 창의성의 영역을 추출한다. 다양한 아이디어를 갖는 구성원은 기존의 고착된 사고의 집합을 깨면서 문제에 대한 대체적인 솔루션을 내놓는 데에 뛰어나다. 그러한 개인 창의성의 영역에서 가장 중요한 핵심은 무엇인지 살펴본다. 또한 본 연구 결과는 개인 창의성이 팀 및 조직전체의 성과와 직접적으로 연관이 있음을 보여준다.

3.2. 연구가설

3.2.1. 개인 창의성과 지식공유

이 연구는 유통업 종사자의 개인 창의성이 팀과 조직 의사 결정 프로세스에 어떤 영향을 미치는지 지식공유를 중심으로 그 영향을 탐구한다. 그 결과 개인 창의성과 지식공유의 연관성을 뒷받침하는 증거를 찾을 수 있었다. 지식공유는 실제로 개인 창의성의 영향을 직접적으로 받는 것으로 볼 수 있으며 특히 개인의 창의적 사고와 유연성이 지식공유에 영향을 크게 미치는 것으로 파악된다. 개인 창의성을 기반으로 하는 의사 결정 프로세스는 궁극적으로 조직의 고유한 분위기를 만들어 내는데 (i) 전체 조직(즉, 조직 차원)의 지식공유를 권장하는 분위기를 만들게 되며, (ii) 새로운 혁신 아이디어를 낳고, (iii) 조직 목표 달성을 위한 더 많은 집합적 노력을 기울이게 하는 촉매제가 된다. 최종적으로, 이 연구는 유통분야에서 개인 창의성의 중요한 역할에 대한 새로운 통찰력을 제공한다. 개인의 창의성이란 이를테면 전문성(기술, 경험), 감성지능(소통능력), 내적동기부여(과업추진욕지)의 특성을 말하는데 이런 창의성을 가진 개인은 조직과의 상호작용을 통해 팀의 성과에도 중요한 영향을 미칠 수 있고, 결과적으로 지식공유와 관련한 팀 분위기에 영향을 주는 것이다.

가설 1: 개인 창의성이 지식공유에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2. 개인 창의성과 혁신행동

혁신적인 업무 방식을 가지면 당면한 문제를 효과적으로 처리할 수 있는 새로운 실용적인 아이디어를 창출할 수 있는데, 이는 직원들이 정해진 업무환경에서 수행한 신체적 또는 인지적 업무활동의 총합에서 비롯되는 것이라고 할 수 있다(Messmann, Mulder, & Gruber, 2010). 혁신적인 업무 행위는 주로 아이디어 창출, 아이디어 홍보 및 아이디어 일반화를 기반으로 한다. 아이디어 창출은 새로운 업무 방식, 기법 또는 도구를 통해 문제에 대한 새로운 솔루션을 만드는 것으로 구성된다. 아이디어 촉진 은 직원이 조직에서 이를 구현하기 위한 지원을 얻고자 하는 새로운 아이디어를 얻었을 때 가능하다. 마지막으로, 아이디어 실현은 아이디어를 적용 가능한 방식으로 변형시키고 유용성을 평가하는 것이다(Kanter, 1988; West & Farr, 1989; Scott & Bruce, 1994). 창의적 행동은 조직의 창의성과 혁신의 기반이라고 할 수 있기 때문에 결과적으로 더 나은 해결책을 찾는 방법이 될 수 있다(Amabile, 1988; Abbey & Dickson, 1983).

개인이 자신의 업무에 더 많은 관심을 가지면 목표의 달성

에 필요한 새로운 방법을 찾을 수 있다(Amabile et al., 1996; Woodman et al., 1993). 개인 직무의 가치를 알고 있다면 문제에 대한 해결책을 찾고 이해하는 데 더 많은 시간을 할애할 수 있고, 결과적으로 새로운 아이디어와 창의성이 촉진된다(Shalley & Gilson, 2004; Zhang & Bartol, 2010).

가설 2: 개인 창의성이 혁신행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.3. 개인 창의성과 자기관리역량

창의적 개인은 그가 맡은 업무에 일종의 자치권을 가지며, 목표한 결과를 촉진할 수 있도록 업무 활동을 제어하는 자기관리역량도 뛰어나다. 즉 개인이 심리적으로 창의성을 발휘할 만한 확신과 힘을 얻을 수 있는 환경은 자기관리역량도 강화하는데 기여할 것이다. 또한 창의성의 개념이 과업추진의지를 포함하고 있기 때문에 자기관리역량의 의지적 요소에 해당한다고 볼 수 있는 지적역량의 실천하려는 의지, 감성역량의 자기주도성 등의 요소와도 연관성이 높다고 판단된다.

가설 3: 개인 창의성이 자기관리역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.4. 자기관리역량과 지식공유 및 혁신행동

자기관리역량 중 판단, 결정, 실천하는 지적역량은 지식공유와 혁신행동을 적극적으로 추진하는 데 필요한 동력이 된다. 또한 감성역량은 자기 지식을 조직과 공유할 필요성을 인식하고 이를 통해 조직의 혁신을 일으키려는 마음자세이다. 이성역량은 개인 발전과 조직의 발전을 동일시하는 공감능력으로서, 팀원과의 갈등해결, 협력을 통해 지식공유와 혁신행동을 현장에서 적용하고 실천하는 능력이다.

가설 4: 자기관리역량이 지식공유에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 5: 자기관리역량이 혁신행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.5. 자기관리역량의 매개효과

앞에서 밝힌 바와 같이 개인 창의성이 지식공유와 혁신행동에 긍정적 영향을 미칠 것은 추론이 가능하지만 그 정확한 구조에 대해서는 인과관계에 있어서 추가 설명이 필요하다. 창의성이 우수한 경우에도 지식공유와 혁신행동에 직접적이고 즉각적인 효과가 바로 나타나는 것이 아니므로 이에 대한 인과관계 설명이 필요하다. 조직 속의 인간은 두 개의 환경에서 살아간다. 하나는 나의 존재와 상관없이 존재하는 환경이고, 다른 하나는 내가 존재한다는 이유만으로 의미가 부여되는 환경이다. 전자는 나의 '주변 환경'으로서 나를 둘러싼 다른 사람들과의 관계 속에서 정의되며, 내가 조직에 들어가기 전부터 존재했고 내가 퇴사한 후에도 존재한다. 후자는 나의 '자아'로서 나의 생각·감정·지각의 사적인 공간이며, 이는 내가 조직에 들어가기 전부터 존재하였고 내가 조직을 떠난 후에도 소멸되지 않는다. 현재까지 연구에서 지식공유나 혁신행동은 개인의 주변 환경에 중점을 두었으며, 개인의 내면으로서의 자아는 외면하였다. 그러나 지식공유나 혁신행동에는 개인에게 전속된 요소가 영향을 분명히 미치며 본 연구에서는 이를 자기

관리역량으로 정의하였다. 즉 자기관리역량은 개인 창의성이 조직이라는 네트워크화 된 환경에서 그 능력을 최대한 발휘하도록 하는데, 내면 자아의 자발적 의지를 통해 조직에 기여하고자 하기 때문이다.

다만 개인 창의성이 지식공유나 혁신행동에 직접적 영향을 미칠 수도 있지만 개인 창의성이 즉각적으로 영향을 미치지 않고 시간적인 간격이 존재한다는 점에서 이를 매개할 변수를 고려하여야 하는데 본 연구에서는 자기관리역량을 선택하였다. 자기관리역량은 개인 창의성의 후행변수로서 개인 창의성의 가시적 결과(증거)이다. 또한 자기관리역량은 지식공유나 혁신행동에 선행하는 원인변수로서 자기관리역량이 우수할 경우 지식공유나 혁신행동에도 긍정적 영향을 미친다. 이로써 자기관리역량은 독립변수와 종속변수 사이에서 시간적 간극을 메우고 인과관계를 더욱 필연적으로 설명하는 중요한 변수이다.

가설 6: 개인 창의성과 지식공유 간의 관계를 자기관리역량이 매개할 것이다.

가설 7: 개인 창의성과 혁신행동 간의 관계를 자기관리역량이 매개할 것이다.

4. 연구방법

4.1. 연구대상

본 연구대상자의 성별은 남자(171명, 66.5%), 여자(86명, 33.5%), 결혼유무의 경우 기혼(172명, 67.5%), 미혼(83명, 32.5%), 연령은 20대(83명, 32.2%), 30대(76명, 29.5%), 40대(68명, 26.4%), 50대 이상(1명, 0.4%)의 순으로 나타났다. 학력은 대졸(127명, 49.4%)이 가장 많은 것으로 나타났으며, 전문대졸(46명, 17.9%), 대학원졸 이상(45명, 17.5%), 고졸이하(39명, 15.2%)의 순으로 나타났다. 근속연수의 경우 15년 이상(92명, 36.2%), 5~9년(54명, 21.3%), 10~14년(44명, 17.3%), 1~4년(41명, 16.1%), 1년 미만(23명, 9.1%), 직장규모로서 종업원의 수는 100인 이상(138명, 53.9%)로 가장 많은 것으로 나타났으며, 1~20인(75명, 29.3%), 21~50인(28명, 10.9%), 51~99인(15명, 5.9%)의 순으로 나타났다.

4.2. 측정도구

4.2.1. 개인 창의성

개인 창의성의 조작적 정의는 특정시기에 사람들에게 인정받거나 만족을 주거나 지지를 받는 참신하고 유용한 산물의 창출로 정의한다. 개인 창의성의 측정항목은 Farmer, Tierney, and Kung-Mcintyre (2003), Tierney and Farmer (2002) 문항을 변안하여 사용한다. 질문 문항은 '나는 항상 당면한 문제에 대한 대체적인 해결책을 고려했다.' '팀 구성원들이 동일한 목표를 위해 일하게 만든다.' '새로운 상황은 두려움보다 도전하고 싶은 마음을 만든다.' 등 총 46개 문항을 통해 리커트 5점 척도로 측정한다.

4.2.2. 자기관리역량

자기관리역량의 조작적 정의는 조직이 공식적 의무사항으로 정하지는 않았지만 구성원이 동료와 조직을 위해 유익하고 도

움이 되는 행동을 자발적으로 하는 것을 의미한다. 자기관리역량의 측정항목은 Podsakoff, MacKenzie, Moorman, and Fetter (1990)가 개발한 질문지를 사용한다. 질문 문항은 '나의 행동이 다른 사람에게 미치는 영향을 인식한다.' '일의 우선순위를 정하고 시간을 관리할 수 있다.' '지속적으로 학습하고 지식을 축적한다.' 등 10개 문항을 리커트 5점 척도로 측정한다.

4.2.3. 지식공유

지식공유의 조작적 정의는 과업정보 및 노하우를 제공하여 동료들 돕거나 문제해결 아이디어 창출 및 수행에 있어 협력하는 것이라고 정의한다. 지식공유의 측정항목은 Davenport, Davies and Grimes (1998), Gupta and Govindarajan (2000) 문항을 변안하여 사용한다. 질문 문항은 '우리 회사 구성원들은 회사 밖의 회의, 세미나, 교육 등에서 필요한 정보와 지식을 습득한다.' '우리 회사 사원들 개개인의 노하우나 지식, 정보 등을 체계적으로 만들어내고 있다.' '우리 회사 사원들은 개인별로 습득한 노하우를 업무 수행에서 서로 공유하기 위해 노력한다.' 등 15개 문항을 리커트 5점 척도로 측정한다.

4.2.4. 혁신행동

혁신행동의 조작적 정의는 개인이 문제 및 변화의 필요성을 인식하여 변화의 과정을 주도하는 문제의 인식 및 아이디어 창출, 개발, 수용, 실천 및 확산의 과정으로 정의한다. 혁신행동의 측정도구는 Janssen (2000), Kleysen and Street (2001) 문항을 변안하여 사용한다. 질문 문항은 '나는 업무 관련된 독창적 방법을 고안해 낸다.' '나는 어려운 문제를 해결하기 위해 새로운 아이디어를 개발한다.' '나는 업무수행을 위한 새로운 기술, 도구, 방법 등을 찾으려고 애쓴다.' 등 12개 문항을 리커트 5점 척도로 측정한다.

4.3. 자료 분석

본 연구의 자료 분석을 위해 SPSS 24.0 Program과 AMOS 24.0 Program을 활용하였다. 자료의 표본 수는 총 259부이며, 실증적인 인과관계를 검증하기 위하여 구조방정식모형 (Structural Equation Model: SEM)분석을 실시하였다. SPSS 24.0 Program을 활용하여 빈도분석(Frequency Analysis)과 기술통계분석(Descriptive Statistics) 그리고 상관분석과 신뢰도 계수(Cronbach's α)를 산출하였다. AMOS 24.0 Program을 이

용하여 확인적 요인분석을 수행하였으며, 구조방정식모형을 검증하기 위하여 측정모형에 대한 영향력을 분석하였다.

5. 실증분석

5.1. 측정변인 간 기술통계분석

측정변인의 평균과 표준편차, 왜도 및 첨도는 <Table 1>과 같다. 변인들의 평균값과 표준지수로서 절대값이 중앙치를 유지하고 있다. 왜도는 3.00을 첨도는 8.00을 넘지 않기 때문에 변인들에 대한 정규성 가정이 충족되었다.

Table 1: Mean, standard deviation, skewness, and kurtosis of measurement variables (n=259)

variable	Measurement variable	Item count	M	SD	Dwarf	Kurtosis
Personal Creativity	Professionalism	17	3.327	.706	-.129	-.180
	Emotional Intelligence	7	3.903	.685	-.469	.520
	Internal Motivation	7	3.399	.811	-.142	-.264
Self Management Competency	Intellectual Capacity	2	3.945	.707	-.328	-.181
	Emotional Competency	6	3.763	.688	-.030	-.615
	Personality Competency	1	3.814	.954	-.349	-.600
Knowledge Sharing	Creation of knowledge	1	3.305	1.108	-.196	-.403
	Organization of knowledge	7	3.437	.841	-.166	.018
	Use of knowledge	7	3.509	.821	-.194	-.383
Innovation Behavior	Derivation of ideas	6	3.485	.784	-.164	-.181
	Execution of ideas	3	3.480	.833	-.250	-.163
	Promotion of ideas	3	3.539	.886	-.248	-.356

5.2. 측정변인의 신뢰도 및 타당도 분석

측정변인의 신뢰도 분석 결과는 <Table 2>와 같다.

측정변인들 간 상관관계를 확인하기 위해 실시한 Pearson 상관분석의 결과는 <Table 3>과 같다.

측정변인들 간의 상관분석 결과 측정변수들은 모두 유의수준 $p < .01$ 에서 유의한 상관관계가 있는 것으로 확인되었다. 가장 높은 상관관계는 실행과 촉진($r = .769$), 전문성과 아이디어 도출($r = .757$) 순이었으며, 가장 낮은 상관관계는 인성역량과 촉진($r = .142$)으로 나타났다.

Table 2: Reliability Analysis of Measurement Variables (n=259)

variable	Measurement variable	Item count	Cronbach's α When removing items	First item number	Items removed
Personal Creativity	Professionalism	17	.898	46	15
	Emotional Intelligence	7	.899		
	Internal Motivation	7	.898		
Self Management Competency	Intellectual Capacity	2	.905	10	1
	Emotional Competency	6	.896		
	Personality Competency	1	.916		
Knowledge Sharing	Creation of knowledge	1	.910	15	-
	Organization of knowledge	7	.899		
	Use of knowledge	7	.892		
Innovation Behavior	Derivation of ideas	6	.893	12	-
	Execution of ideas	3	.894		
	Promotion of ideas	3	.895		

5.3. 연구모형의 확인적 요인분석

본 연구의 측정모형이 이론적으로 적합한가를 확인하기 위하여 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis: CFA)을

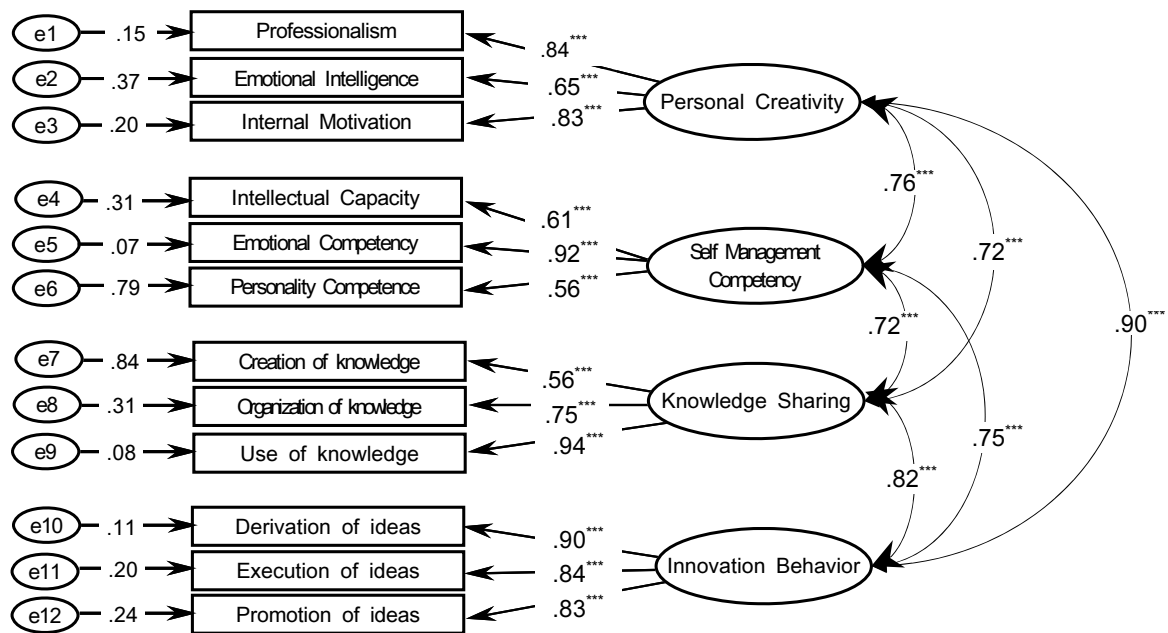
실시하였다. <Figure 2>와 같이 측정변인 경로에 대한 표준화 회귀계수(β)는 유의수준 $p < .001$ 에서 유의한 것으로 나타났다. 모형의 적합도는 <Table 4>와 같다.

Table 3 : Correlation Analysis Between Measurement Variables (n=259)

variable	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12
x1	1											
x2	.499**	1										
x3	.737**	.506**	1									
x4	.340**	.496**	.328**	1								
x5	.531**	.613**	.603**	.572**	1							
x6	.187**	.390**	.215**	.272**	.329**	1						
x7	.248**	.330**	.256**	.283**	.363**	.347**	1					
x8	.340**	.438**	.306**	.375**	.455**	.263**	.643**	1				
x9	.599**	.560**	.552**	.421**	.630**	.238**	.491**	.701**	1			
x10	.757**	.546**	.692**	.410**	.645**	.209**	.316**	.457**	.724**	1		
x11	.579**	.500**	.562**	.371**	.568**	.223**	.435**	.516**	.663**	.753**	1	
x12	.611**	.493**	.635**	.337**	.586**	.142**	.344**	.450**	.642**	.731**	.769**	1
M	3.347	3.903	3.399	3.945	3.763	3.814	3.305	3.437	3.509	3.485	3.480	3.539
SD	.706	.685	.811	.707	.688	.954	1.108	.841	.821	.784	.833	.886

** $p < .01$

- Independent Variable (Personal Creativity) : x1(Professionalism), x2(Emotional Intelligence), x3(Internal Motivation), Mediating Variable (Self Management Competency) : x4(Intellectual Capacity), x5(Emotional Competency), x6(Personality Competency), Dependent variable (Knowledge Sharing) : x7(Creation of knowledge), x8(Organization of knowledge), x9(Use of knowledge), Dependent variable (Innovation Behavior) : x10(Derivation of ideas), x11(Execution of ideas), x12(Promotion of ideas)



*** $p < .001$

- Path coefficient: Standardized regression coefficient(β)

Figure 2: Confirmatory factor analysis results of measurement variables

Table 4: Model's goodness of fit (n=259)

division	χ^2	p	df	CFI	GFI	AGFI	IFI	SRMR	RMSEA
Fit index	244.542	.000	48	.901	.852	.959	.902	.050	.086
Optimum Standard	-	>.05	-	> .90				< .05	< .08

<Table 5>와 같이 비표준화 계수의 유의성을 확인하기 위하여 C.R.값을 확인하였다. C.R.값은 모든 변인에서 1.96 이상으로 유의수준 $p < .05$ 에서 유의한 것으로 나타났다. 분석결과는 모든 측정변수들이 잠재변수를 측정하기에 적합함을 의미한다. 확인적 요인분석을 통해 측정모델의 적합도와 타당도가 검증되었다.

Table 5 : Test result of measurement variables (n=259)

	path	B	β	S.E.	C.R.
Personal Creativity	→ Professionalism	1.000	.841	-	-
	→ Emotional Intelligence	.750	.650	.067	11.187***
	→ Internal Motivation	1.142	.836	.073	15.682***
Self Management Competency	→ Intellectual Capacity	1.000	.617	-	-
	→ Emotional Competency	1.460	.927	.151	9.689***
	→ Personality Competency	.792	.562	.150	5.271***
Knowledge Sharing	→ Creation of knowledge	1.000	.561	-	-
	→ Organization of knowledge	1.014	.750	.114	8.904***
	→ Use of knowledge	1.241	.940	.128	9.685***
Innovation Behavior	→ Derivation of ideas	1.000	.907	-	-
	→ Execution of ideas	.984	.841	.052	18.868***
	→ Promotion of ideas	1.041	.836	.056	18.637***

*** $p < .001$

5.4. 구조방정식 모형의 분석

5.4.1. 측정모형의 구조적 관계에 대한 적합도 검증

측정모형<1>이 표본자료에 잘 부합하는가를 살펴보기 위해 적합도 지수를 분석하였다. 분석결과 <Table 6>과 같이 CFI .976, GFI .866, AGFI .948, IFI .877, SRMR .047, RMSEA는 .059로 나타났다.

Table 6: Model <1>'s goodness of fit (n=259)

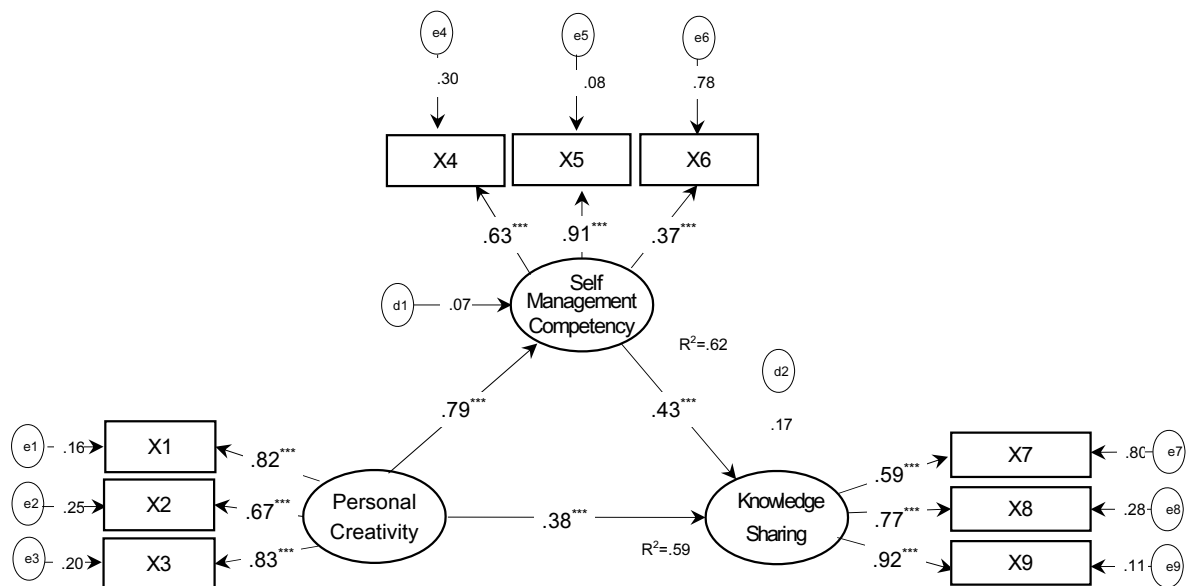
division	χ^2	p	df	CFI	GFI	AGFI	IFI	SRMR	RMSEA
Fit index	163.980	.000	24	.976	.866	.948	.877	.047	.059
Optimum Standard	-	>.05	-	> .90			< .05		

측정모형<2>의 적합도 지수 분석결과는 <Table 7>과 같이 CFI .902, GFI .925, AGFI .915, IFI .826, SRMR .036, RMSEA는 .030으로 나타났다.

Table 7: Model <2>'s goodness of fit (n=259)

division	χ^2	p	df	CFI	GFI	AGFI	IFI	SRMR	RMSEA
Fit index	129.090	.000	24	.902	.925	.915	.826	.036	.030
Optimum Standard	-	>.05	-	> .90			< .05		

5.4.2. 측정모형의 경로분석



*** $p < .001$

- Path coefficient: Standardized regression coefficient(β)

Figure 3: Verification of SEM <1>

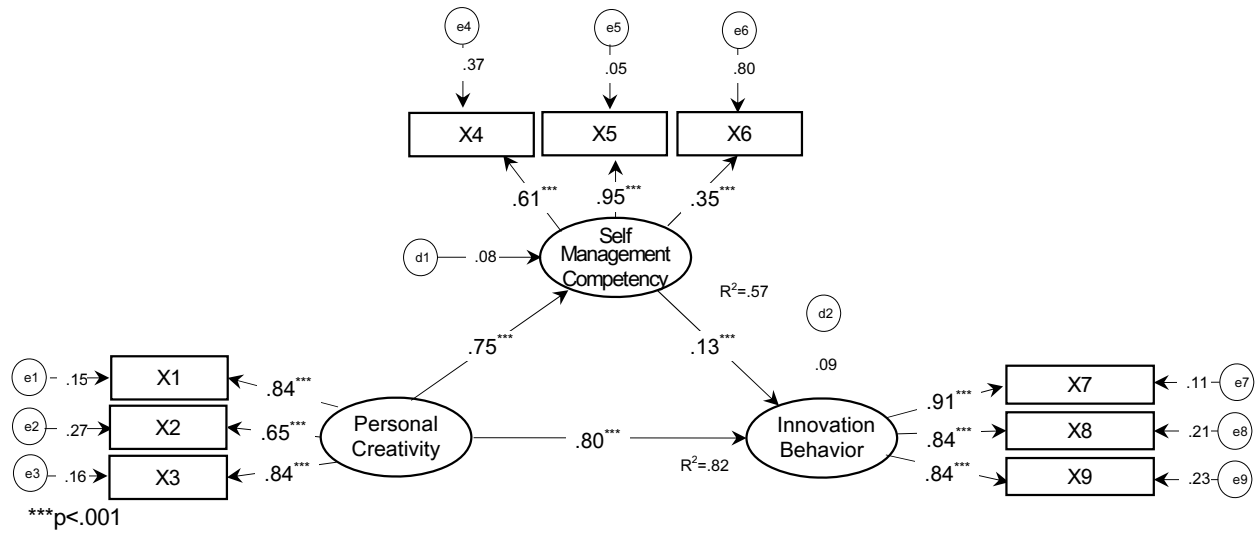


Figure 4: Verification of SEM <2>

측정모형<1>과 측정모형<2>의 구조방정식 검증 결과는 <Figure 3>, <Figure 4>와 같다.

Table 8: Path coefficients of measurement models<1>

path	B	β	S.E.	C.R.
Personal Creativity → Self Management Competency	.600	.786	.074	8.157***
Personal Creativity → Knowledge Sharing	.431	.382	.136	3.158***
Self Management Competency → Knowledge Sharing	.636	.431	.182	3.492***
Personal Creativity → Professionalism	1.000	.820		
Personal Creativity → Emotional Intelligence	.797	.674	.072	11.080***
Personal Creativity → Internal Motivation	1.170	.835	.083	14.026***
Self Management Competency → Intellectual Capacity	1.000	.625		
Self Management Competency → Emotional Competency	1.419	.912	.145	9.810***
Self Management Competency → Personality Competency	.808	.374	.150	5.404***
Knowledge Sharing → Creation of knowledge	1.000	.590		
Knowledge Sharing → Organization of knowledge	.993	.772	.106	9.369***
Knowledge Sharing → Use of knowledge	1.151	.916	.116	9.924***
Self Management Competency SMC/R ² .618(61.8%), Knowledge Sharing SMC/R ² .590(59.0%)				

***p<.001

Table 9: Path coefficients of measurement models <2>

path	B	β	S.E.	C.R.
Personal Creativity → Self Management Competency	.543	.752	.071	7.679***
Personal Creativity → Innovation Behavior	.962	.802	.106	9.044***
Self Management Competency → Innovation Behavior	.222	.134	.130	1.706*
Personal Creativity → Professionalism	1.000	.841		
Personal Creativity → Emotional Intelligence	.746	.647	.067	11.122***
Personal Creativity → Internal Motivation	1.144	.838	.073	15.751***
Self Management Competency → Intellectual Capacity	1.000	.606		
Self Management Competency → Emotional Competency	1.517	.945	.165	9.191***
Self Management Competency → Personality Competency	.783	.352	.152	5.159***
Innovation Behavior → Derivation of ideas	1.000	.908		
Innovation Behavior → Execution of ideas	.979	.837	.053	18.389***
Innovation Behavior → Promotion of ideas	1.043	.838	.056	18.465***
Self Management Competency SMC/R ² .565(56.5%), Innovation Behavior SMC/R ² .823(82.3%)				

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

측정모형<1>과 측정모형<2>의 경로계수는 <Table 8>, <Table 9>와 같다.

측정모형의 분석결과 개인 창의성이 자기관리역량에 .786($p<.001$), 개인 창의성이 지식공유에 .382($p<.001$), 자기관리역량이 지식공유에 .431($p<.001$)로 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 연구결과에 따른 가설검증을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

<가설 1>의 검증결과, 개인 창의성은 지식공유에 유의수준 $p<.001$ 에서 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta=.382$, $C.R.=3.158$). 분석결과는 개인의 전문성, 감성지능, 내적동기부여를 포함하는 조직구성원 개인 창의성이 높을수록 지식공유가 높아지는 것을 의미한다.

<가설 2>의 검증결과, 개인 창의성은 혁신행동에 유의수준 $p<.001$ 에서 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta=.802$, $C.R.=9.044$). 분석결과는 개인의 전문성, 감성지능, 내적동기부여를 포함하는 조직구성원 개인 창의성이 높을수록 혁신행동이 높아지는 것을 의미한다.

<가설 3>의 검증결과, 개인 창의성은 자기관리역량에 유의수준 $p<.001$ 에서 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta=.786$, $C.R.=8.157$). 분석결과는 개인의 전문성, 감성지능, 내적 동기부여를 포함하는 조직구성원 개인 창의성이 높을수록 자기관리역량이 높아지는 것을 의미한다.

<가설 4>의 검증결과, 자기관리역량은 지식공유에 유의수준 $p<.001$ 에서 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta=.431$, $C.R.=3.492$). 분석결과는 개인의 지적역량, 감성역량, 인성역량을 포함하는 조직구성원의 자기관리역량이 높을수록 지식공유가 높아지는 것을 의미한다.

<가설 5>의 검증결과, 자기관리역량은 지식공유에 유의수준 $p<.001$ 에서 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta=.134$, $C.R.=1.706$). 분석결과는 개인의 지적역량, 감성역량, 인성역량을 포함하는 조직구성원의 자기관리역량이 높을수록 혁신행동이 높아지는 것을 의미한다.

5.4.3. 측정모형의 직·간접 효과 분석

개인 창의성과 지식공유 및 혁신행동의 관계에서 자기관리역량의 매개효과를 검증하기 위하여 부트스트래핑(Bootstrapping)을 실시하고 통계적 유의성을 확인하였다. 분석결과 <Table 10>과 같이 개인 창의성이 자기관리역량을 매개로 지식공유에 영향을 미치는 간접효과는 .338로 자기관리역량이 매개하는 것으로 나타났다. 또한 분석결과 <Table 11>과 같이 개인 창

의성이 자기관리역량을 매개로 혁신행동 영향을 미치는 간접효과는 .100으로 자기관리역량이 매개하는 것으로 나타났다. 이러한 분석결과는 개인 창의성이 높을수록 자기관리역량이 높아지고, 또한 이를 통해 지식공유와 혁신행동이 높아지는 부분매개효과가 있음을 의미하며 <가설 6>, <가설 7>을 지지하는 결과이다. 지식공유와 혁신행동의 매개경로는 개인 창의성→자기관리역량→지식공유, 개인 창의성→자기관리역량→혁신행동의 경로임을 확인하였다.

6. 결론

이 연구는 개인 창의성이 팀 및 조직 의사 결정의 핵심이 되는 지식공유와 혁신행동에 미치는 영향력과 자기관리역량의 매개효과를 분석하는데 목적이 있다. 창의적 개인들은 자신의 작업에 큰 자부심을 가지고 있으며 전통적 관행을 넘을 수 있는 사고를 할 수 있으며, 독창적인 것을 생산할 수 있다. 이러한 창의적 개인으로 구성된 팀 및 조직은 그 안에서 시너지효과를 거두어 성공 가능성이 큰 데 본 연구는 그 이유를 명확히 밝히는데 기여하였다. 이러한 창의적 개인들이 모여 대안적 행동 과정을 생성하고, 지식공유와 혁신행동의 결실을 더 증폭시켜 줄 수 있다.

연구결과 팀 및 조직은 개인 창의성을 토대로 지식공유가 이루어질 때 추상적 사고와 추론이 가능한 발전적인 대안을 더 잘 만들어 낼 수 있다는 점이 입증되었다. 또한 개인 창의성에 기반 한 의사 결정 프로세스에 능숙한 팀 및 조직은 혁신적인 팀 분위기를 창출하고 유지할 수 있었다. 즉 개인 창의성이 수반된 의사 결정 프로세스를 통해 지식공유 분위기가 형성되고, 혁신행동이 지속될 수 있음을 확인했다.

창의성을 가진 개인은 다양한 대안에 쉽게 접근 할 수 있고, 잠재력이 높은 유효한 아이디어를 발견하는 것으로 알려져 왔다. 그런데 이러한 개인이 동료 및 업무환경과 유기적으로 연결된 상태에서도 지식을 공유하고 혁신행동을 통해 조직에 기여할 수 있다는 점을 밝혀낸 것은 의미 깊다.

개인 창의성이 지식공유와 혁신행동으로 이어지기 위해서는 자기관리역량의 개발도 중요함을 확인했다. 조직이 공식적 의무사항으로 부여하지는 않았지만 개인이 동료와 조직을 위해 유익하고 도움이 되는 행동을 자발적으로 하려는 의지가 자기관리역량이다. 환경보다는 내면 자아의 본성이나 의지적 요소가 강한 자기관리역량은 개인 창의성이 지식공유 및 혁신행동에 긍정적 영향을 미치는 것을 잘 매개하는 것으로 나타났다.

Table 10: Direct and indirect effects of measurement model<1>

Path	Total Effect	Direct Effect	Indirect Effect
Personal Creativity → Self Management Competency	.786**	.786**	-
Personal Creativity → Knowledge Sharing	.720**	.382**	.338**
Self Management Competency → Knowledge Sharing	.431**	.431**	-

** $p<.01$

Table 11: Direct and indirect effects of measurement model<2>

Path	Total Effect	Direct Effect	Indirect Effect
Personal Creativity → Self Management Competency	.752**	.752**	-
Personal Creativity → Innovation Behavior	.903**	.802**	.100**
Self Management Competency → Innovation Behavior	.134**	.134**	-

** $p<.01$

본 연구의 실무적 시사점은 첫째 관리자들이 조직의 성공과 경쟁 우위의 기본 원천이 될 수 있는 창의적 인재의 가치를 인식하고 확보하는 것이 중요하다. 또한 관리자는 교육 프로그램 개발, 성과 평가, 프로모션 및 기타 보상 정책을 포함하여 팀 구성원의 창의성과 잠재력을 지원할 수 있는 방안 도입을 고려하여야 한다. 본 연구는 개인 창의성이 지식공유 및 혁신 행동에 대해 긍정적 역할을 미치는 밀접한 관계임을 보여준다.

둘째 경영진이 조직 구성원의 작업 환경을 구성할 때 잠재된 창의성을 개발하고, 창의적인 생각과 의견 또는 해결책을 장려할 수 있도록 의사 결정 프로세스를 구축할 수 있어야 한다. 이러한 목표를 달성하기 위해 관리자는 조직 구성원이 시스템의 기능을 올바르게 사용할 수 있도록 매뉴얼을 만들고, 예견되는 상황을 효과적으로 대처하고, 새로운 기회 발견을 용이하게 하는 총체적인 의사소통 및 상호작용 체제의 환경을 구축해야 한다.

셋째 관리자는 팀 구성원의 창의적 견해와 태도가 근간이 되는 새로운 지식의 보급과 통합을 촉진해야 한다. 혁신적 성과와 경쟁 우위, 그리고 지식공유의 주요 원천이 되는 개인 창의성은 직관 또는 논리가 갖는 사고의 한계를 깨뜨릴 수 있다. 창의적 행동을 촉진하는 업무 환경의 역할을 강조하는 이전 연구와는 달리, 본 연구는 개별 구성원의 창의성, 그 자체가 지식공유와 혁신행동의 중요한 결정 요인임을 보여주었다.

References

- Abbey, A., & Dickson, J. W. (1983). R&D Work Climate and Innovation in Semiconductors. *Academy of Management Journal*, 26(2), 362-368.
- Albrecht, T. L., & Hall, B. J. (1991). Facilitating talk about new ideas: The role of personal relationships in organizational innovation. *Communication Monographs*, 58(3), 273-288.
- Amabile, T. M. (1983). The social psychology of creativity: A componential conceptualization. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(2), 357-376.
- Amabile, T. M. (1988). From individual creativity to organizational innovation. In K. Grønhaug & G. Kaufmann (Eds.), *Innovation: A cross-disciplinary perspective* (pp. 139-166). Oslo 6, Norway: Norwegian University Press.
- Amabile, T. M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J., & Herron, M. (1996). Assessing the Work Environment for Creativity. *The Academy of Management Journal*, 39(5), 1154-1184.
- Amabile, T. M., Schatzel, E. A., Moneta, G. B., & Kramer, S. J. (2004). Leader behaviors and the work environment for creativity: Perceived leader support. *The Leadership Quarterly*, 15(1), 5-32.
- Audia, P. G., & Goncalo, J. A. (2007). Past Success and Creativity over Time: A Study of Inventors in the Hard Disk Drive Industry. *Management Science*, 53(1), 1-15.
- Berry, G. R. (2006). Can computer-mediated asynchronous communication improve team processes and decision making? Learning from the management literature. *The Journal of Business Communication* (1973), 43(4), 344-366.
- Brown, J. S., & Duguid, P. (1991). Organizational Learning and Communities-of-Practice: Toward a Unified View of Working, Learning, and Innovation. *Organization Science*, 2(1), 40-57.
- Brown, S. P., & Leigh, T. W. (1996). A new look at psychological climate and its relationship to job involvement, effort, and performance. *Journal of Applied Psychology*, 81(4), 358-368.
- Cabrera, E. F., & Cabrera, A. (2005). Fostering knowledge sharing through people management practices. *The International Journal of Human Resource Management*, 16(5), 720-735.
- Chen, C. J., Shih, H. A., & Yeh, Y. C. (2011). Individual initiative, skill variety, and creativity: the moderating role of knowledge specificity and creative resources. *The International Journal of Human Resource Management*, 22(17), 3447-3461.
- Cooper, R. G., & Edgett, S. J. (2008). Maximizing Productivity in Product Innovation. *Research-Technology Management*, 51(2), 47-58.
- Cummings, A., & Oldham, G. R. (1997). Enhancing Creativity: Managing Work Contexts for the High Potential Employee. *California Management Review*, 40(1), 22-38.
- Davenport, S., Davies, J., & Grimes, C. (1998). Collaborative research programmes: building trust from difference. *Technovation*, 19(1), 31-40.
- De Bakker, F., & Nijhof, A. (2002). Responsible chain management: a capability assessment framework. *Business Strategy and the Environment*, 11(1), 63-75.
- De Jong, J., & Den Hartog, D. (2010). Measuring Innovative Work Behaviour. *Creativity and Innovation Management*, 19(1), 23-36.
- Deci, E. L., Vallerand, R. J., Pelletier, L. G., & Ryan, R. M. (1991). Motivation and Education: The Self-Determination Perspective. *Educational Psychologist*, 26(3-4), 325-346.
- DiLiello, T. C., & Houghton, J. D. (2006). Maximizing organizational leadership capacity for the future: Toward a model of self-leadership, innovation and creativity. *Journal of managerial psychology*, 21(4), 319-337.
- Farmer, S. M., Tierney, P., & Kung-Mcintyre, K. (2003). Employee Creativity in Taiwan: An Application of Role Identity Theory. *Academy of Management Journal*, 46(5), 618-630.
- Faullant, R., Schwarz, E. J., Kraiger, I., & Breitenacker, R. J. (2012). Towards a Comprehensive Understanding of Lead Userness: The Search for Individual Creativity. *creativity and innovation Management*, 21(1), 76-92.
- Foss, N. J., & Pedersen, T. (2002). Transferring knowledge in MNCs: The role of sources of subsidiary knowledge and organizational context. *Journal of International*

- Management*, 8(1), 49-67.
- Gehani, R. (2011). Individual Creativity and the Influence of Mindful Leaders on Enterprise Innovation. *Journal of Technology Management & Innovation*, 6(3), 82-92.
- Goleman, D. (1995). Emotional Intelligence. New York: Bantam Books.
- Günsel, A., & Açıkgöz, A. (2013). The Effects of Team Flexibility and Emotional Intelligence on Software Development Performance. *Group Decision and Negotiation*, 22(2), 359-377.
- Gupta, A. K., & Govindarajan, V. (2000). Knowledge Management's Social Dimension: Lessons From Nucor Steel. *MIT Sloan Management Review*, 42(1), 71-80.
- Hinds, P. J., Patterson, M., & Pfeffer, J. (2001). Bothered by abstraction: The effect of expertise on knowledge transfer and subsequent novice performance. *Journal of Applied Psychology*, 86(6), 1232-1243.
- Hirst, G., Van Knippenberg, D., & Zhou, J. (2009). A Cross-Level Perspective on Employee Creativity: Goal Orientation, Team Learning Behavior, and Individual Creativity. *Academy of Management Journal*, 52(2), 280-293.
- Huhtala, H., & Parzefall, M. R. (2007). A Review of Employee Well-Being and Innovativeness: An Opportunity for a Mutual Benefit. *Creativity and Innovation Management*, 16(3), 299-306.
- Hunter, S. T., Bedell, K. E., & Mumford, M. D. (2007). Climate for Creativity: A Quantitative Review. *Creativity Research Journal*, 19(1), 69-90.
- Isaksen, S. G., & Lauer, K. J. (2002). The Climate for Creativity and Change in Teams. *Creativity and Innovation Management*, 11(1), 74-86.
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behaviour. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73(3), 287-302.
- Kanter, R. M. (1988). Three Tiers for Innovation Research. *Communication Research*, 15(5), 509-523.
- Kleysen, R. F., & Street, C. T. (2001). Toward a multi-dimensional measure of individual innovative behavior. *Journal of Intellectual Capital*, 2(3), 284-296.
- Krause, D. R., Handfield, R. B., & Tyler, B. B. (2007). The relationships between supplier development, commitment, social capital accumulation and performance improvement. *Journal of Operations Management*, 25(2), 528-545.
- Liao, L. F. (2008). Knowledge-sharing in R&D departments: a social power and social exchange theory perspective. *The International Journal of Human Resource Management*, 19(10), 1881-1895.
- Macey, W. H., & Schneider, B. (2008). The Meaning of Employee Engagement. *Industrial and Organizational Psychology*, 1(1), 3-30.
- McNamara, K., Dennis, A. R., & Carte, T. A. (2008). It's the Thought that Counts: The Mediating Effects of Information Processing in Virtual Team Decision Making. *Information Systems Management*, 25(1), 20-32.
- Meglino, B. M., & Ravlin, E. C. (1998). Individual values in organizations: Concepts, controversies, and research. *Journal of Management*, 24(3), 351-389.
- Messmann, G., Mulder, R. H., & Gruber, H. (2010). Relations between vocational teachers' characteristics of professionalism and their innovative work behaviour. *Empirical Research in Vocational Education and Training*, 2(1), 21-40.
- Mikdashi, T. (1999). Constitutive meaning and aspects of work environment affecting creativity in Lebanon. *Participation and Empowerment: An International Journal*, 7(3), 47-55.
- Morrison, E. W., & Phelps, C. C. (1999). Taking Charge At Work: Extrarole Efforts to Initiate Workplace Change. *Academy of Management Journal*, 42(4), 403-419.
- Nelson, A., Sabatier, R., & Nelson, W. (2006). Toward an understanding of global entrepreneurial knowledge management (EKM) practices: A preliminary investigation of EKM in France and the US. *Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 11(2), 70-89.
- Nybakk, E., Crespell, P., & Hansen, E. (2011). Climate for Innovation and Innovation Strategy as Drivers for Success in the Wood Industry: Moderation Effects of Firm Size, Industry Sector, and Country of Operation. *Silva Fennica*, 45(3), 415-430.
- Oldham, G. R., & Cummings, A. (1996). Employee Creativity: Personal and Contextual Factors at Work. *Academy of Management Journal*, 39(3), 607-634.
- Pirola-Merlo, A., & Mann, L. (2004). The relationship between individual creativity and team creativity: aggregating across people and time. *Journal of Organizational Behavior*, 25(2), 235-257.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Moorman, R. H., & Fetter, R. (1990). Transformational leader behaviors and their effects on followers' trust in leader, satisfaction, and organizational citizenship behaviors. *The Leadership Quarterly*, 1(2), 107-142.
- Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in the Workplace. *Academy of Management Journal*, 37(3), 580-607.
- Shalley, C. E., & Gilson, L. L. (2004). What leaders need to know: A review of social and contextual factors that can foster or hinder creativity. *The Leadership Quarterly*, 15(1), 33-53.
- Shalley, C. E., Zhou, J., & Oldham, G. R. (2004). The Effects of Personal and Contextual Characteristics on Creativity: Where Should We Go from Here?. *Journal of Management*, 30(6), 933-958.
- Shippmann, J. S., Ash, R. A., Batjtsta, M., Carr, L., Eyde, L. D., Hesketh, B., Kehoe, J., Pearlman, K., Prien, E. P., & Sanchez, J. I. (2000). The Practice of Competency Modeling. *Personnel psychology*, 53(3), 703-740.

- Spanjol, J., Qualls, W. J., & Rosa, J. A. (2011). How many and what kind? The role of strategic orientation in new product ideation. *Journal of Product Innovation Management*, 28(2), 236-250.
- Spreitzer, G. M. (1995). Psychological Empowerment in the Workplace: Dimensions, Measurement, and Validation. *Academy of Management Journal*, 38(5), 1442-1465.
- Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (1999). The concept of creativity: Prospects and paradigms. In R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of creativity* (pp.3-15). Cambridge: Cambridge University Press.
- Thatcher, S. M., & Brown, S. A. (2010). Individual creativity in teams: The importance of communication media mix. *Decision Support Systems*, 49(3), 290-300.
- Thomas, K. W., & Velthouse, B. A. (1990). Cognitive Elements of Empowerment: An "Interpretive" Model of Intrinsic Task Motivation. *Academy of Management Review*, 15(4), 666-681.
- Tierney, P., & Farmer, S. M. (2002). Creative Self-Efficacy: Its Potential Antecedents and Relationship to Creative Performance. *Academy of Management Journal*, 45(6), 1137-1148.
- Utterback, J. M., & Afuah, A. N. (1998). The Dynamic 'Diamond': A Technological Innovation Perspective. *Economics of Innovation and New Technology*, 6(2-3), 183-200.
- Valenti, J. A., & Fischer, D. A. (2005). Spectroscopic Properties of Cool Stars (SPOCS). I. 1040 F, G, and K Dwarfs from Keck, Lick, and AAT Planet Search Programs. *The Astrophysical Journal Supplement Series*, 159(1), 141-166.
- West, M. A., & Anderson, N. R. (1996). Innovation in top management teams. *Journal of Applied Psychology*, 81(6), 680-693.
- West, M. A., & Farr, J. L. (1989). Innovation at work: Psychological perspectives. *Social Behaviour*, 4(1), 15-30.
- Woodman, R. W., Sawyer, J. E., & Griffin, R. W. (1993). Toward a Theory of Organizational Creativity. *Academy of Management Review*, 18(2), 293-321.
- Yao, L. J., Kam, T. H. Y., & Chan, S. H. (2007). Knowledge sharing in Asian public administration sector: the case of Hong Kong. *Journal of Enterprise Information Management*, 20(1), 51-69.
- Zhang, X., & Bartol, K. M. (2010). Linking Empowering Leadership and Employee Creativity: The Influence of Psychological Empowerment, Intrinsic Motivation, and Creative Process Engagement. *The Academy of Management Journal*, 53(1), 107-128.

