뷰티서비스산업 종사자의 심리자본이 임파워먼트 및 공유리더십에 따른 창의적 행동에 미치는 영향

김지영¹ · 한재정^{2,*}

¹영산대학교 미용예술학과 일반대학원, 박사

²영산대학교 미용예술학과, 교수

Influence of Beauty Service Workers' Psychological Capital on Their Creative Behavior According to Empowerment and Shared Leadership

Ji-Young Kim¹ and Chae-Jeong Han^{2,*}

¹Doctor, Department of Graduate School of Beauty Art, Youngsan University

²Professor, Department of Beauty Art, Youngsan University

This study looks into the influence of psychological capital of beauty service industry workers on their creative behavior and aims to empirically investigate causal relationships between variables by identifying the influence of empowerment and shared leadership, which are the mediator variables. For this purpose, convenient sampling was conducted on beauty service industry workers, and 711 was chosen as the final sample. The sampled data were analyzed using SPSS 24.0 and AMOS 23.0 programs. As a result, psychological capital was confirmed to have influence over empowerment with no direct influence on shared leadership and creative behavior but indirect influence mediated by empowerment on them. It was further confirmed that psychological capital has indirect influence mediated by empowerment and shared leadership. On the other hand, empowerment was found to have an influence on shared leadership and creative behavior, with also shared leadership having a significant influence on creative behavior.

Keywords: Creative behavior, Empowerment, Psychological capital, Shared leadership

I. 서 론

글로벌 경쟁 시대에서 조직경영의 중요함은 조직구성원의 강화된 의식과 행동을 기반으로 조직의 능률성 과 효과적 생산성을 증가 시켜 조직의 성과목표를 높이는 것에 있다. 그리고 조직의 효과적 생산성을 향상 하기 위한 방안들로 직무만족, 직무효율성과 같은 학문적 범위에 내재 되어 있으며 기본적 특성의 요인으로 인적 자원 관리가 포함되어 있다. 이처럼 뷰티 서비스산업은 서비스 의존도가 높은 산업으로서 인력양성이 매우 중요한 항목이다(Kim, 2016). 또한, 인체를 아름답고 건강하게 관리하기 위해 제공되는 모든 서비스를 포함하는 유·무형의 산업으로 뷰티관리의 높은 수요와 기술 혁신에 따른 인적

자원은 독립적으로 존재하는 하나의 개체로서의 의미보다는 조직 내에서 유기적으로 얽혀 개체 간 상호관계 형성과 커뮤니케이션(Communication)을 통하여 조직에 생명력을 불어넣어 주는 존재로서의 의미가 더 크다(Kang, 2012).

사회의 지속적인 변화와 무한경쟁 상황 속에 조직구성원의 긍정적인 심리상태와 조직경쟁력의 확보 방안으로써 강조되고 있는 것이 바로 심리자본(Psychological Capitals)이라고 할 수 있다.

인간의 심리자본은 개인의 행동에 관하여 긍정적인 상태에서 판단하고자 하는 긍정심리학의 측면의 심리상태를 반영하여 긍정적 심리 요인의 희망, 자기효능감, 회복 탄력성, 낙관성 등을 심리자본으로 개념화하여 새로운 인적 자원의 개념으로 2000년대 초 등장한 패러다임(Paradigm)으로 활용되어 많은 연구가 진행되고 있다. 또한, 경쟁기업과의 경쟁우위를 위하여 인적 자본뿐만 아니라 사회적 자본과 심리자본이 경쟁우위의 확보와 유지에 중요한 요소라고 강조되고 있으며(Luthans & Youssef, 2007; Park et al., 2010), 심리자본은 감성과 기술이 접

본 연구는 2020년도 영산대학교 김지영의 박사학위 논문의 일부임.

*Corresponding author: Chae-Jeong Han

Tel : +82-51-540-7206

E-mail : beautyhans@naver.com

접수일(2021년 7월 30일)/수정일(2021년 8월 30일)/채택일(2021년 10월 7일)

목되어 인간의 감성 차원과 아름다움을 향한 욕구를 채워주는 가치와 관련한 비즈니스인 뷰티서비스산업에서 필요한 요인으로 볼 수 있다.

이러한 조직에서 몰입할 수 있는 역량으로 조직 유효성과 중요한 개념으로 대두되는 임파워먼트는 구성원들이 자신의 직무나 업무를 수행하여 조직의 목표가 성공할 수 있도록 사명 의식을 가질 수 있는 능력을 갖춘 직원을 조직구성으로 만드는 것을 중요하게 생각한다. 이러한 이유는 직무를 수행하는 직원의 능력을 향상하고 개인이 담당하는 직무에 초점을 두기 때문이다. 또한, 각 개인이 맡은 업무에 대한 책임과 개인의 직접적인 의사결정권은 자신의 통제감을 향상시킴으로써 무력감이 없어지고 스트레스 저감을 통해 업무의식에 대한 높은 성취감을 준다.

최근 급격하게 변화하는 경영환경에 따라 조직의 체계와 기능이 더욱 복잡해지면서 리더의 역량 수준을 뛰어넘는 다양한 지도력이 요구되고 있고(Carson et al., 2007), 업무의 복잡성이 증가할수록 집단 내에서 특화된 지식과 기술에 대해 교환할 필요성이 증가한다는 주장이 공통적이고 암묵적인 합의를 이루고 있다. 직무가 복잡하고 증가함에 따라 특정한 개인의 업무와 관련된 모든 요소에 대해 전문화가 될 확률은 낮아지며, 전문화되지 못한 조직은 모든 단계에서 어떤 형태든 통솔력이 필요하다. 그러므로 이러한 조직들은 모든 리더십과 지식, 직무에 대한 효율성을 한 개인에게만 의존할 수 없다. 대신에 모든 구성원이 리더십 창출에 적극적으로 참여하는 공유리더십이 필요하다고 여겨진다(Pearce & Silms, 2000). 이것은 저비용(low cost)을 통해 성과를 높이고 조직이 원하는 목표를 창출하기 위해 혁신적이고 경쟁력 강화를 위한 양적 기술을 완성해야 하는 뷰티서비스산업에 중요한 요소인 리더십이라고 할 수 있다.

창의성은 새로운 아이디어, 새로운 기술, 새로운 사업모델, 새로운 문화양식, 그리고 새로운 산업을 창조하는 인간의 내재적 능력이기 때문에 경제적인 관점에서 창의성을 자본(Creative capital)이라고 지칭하면서 사회경제가 성장, 발전하기 위해서는 기업을 포함한 모든 유형의 조직에서 창의성 육성과 증진을 위해 투자해야 함을 강조하고 있다(Choi, 2017). 하지만 뷰티서비스산업의 비약적인 성장과 고부가가치 창출이 가능한 산업인 뷰티서비스산업 종사자들은 기술을 기반으로 미용기술을 담당하는 업무로 인력이 편중되거나 그 임무가 단순히 뷰티 분야 영역의 기술과 맞춤 서비스를 제공하는 구성원으로 인식되고 있는 것이 현실이다. 이러한 뷰티서비스산업 종사자 구성원이 지각하는 직무에 대한 만족도와 자아존중감이 위축됨에 따라 낮은 심리자본으로 인해 뷰티서비스 산업의 경쟁력을 위축시킬 수 있어 이와 같은 뷰티서비스산업의 질적인 수준을 높이기 위한 인적 자원 관리를 중요시하는 요인으로 대두되기에 심도 있는 논의와 연구가 진행되어야 할 것이다(Kim, 2019).

이에 본 연구는 뷰티서비스 산업 종사자의 심리자본을 통하여 임파워먼트와 공유리더십의 창의적 행동에 미치는 영향을 구체적으로 파악하고 창의적 행동에 임파워먼트와 공유리더십이 미치는 매개효과를 검증하여 연구하고자 하였다.

본 연구를 통해 뷰티서비스 산업에서 요구되는 융합형 인재를 육성하며 나아가 조직의 경영성과를 위한 다양한 전략 수립 방안을 제시하는 데 실질적인 기초자료가 되며, 향후 리더의 영향력을 효율적으로 평가하기 위해 상하 계급 간의 상호평가 및 임파워먼트와 공유 리더십의 요인 개발에 초점을 맞추어 지속적인 연구가 될 수 있도록 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 심리자본

심리자본은 개인의 심리적 경향과 태도를 파악하여 조직의 성과를 이루는 인력 관리의 중요한 요인이 되면서 다양한 영역에서 개념으로 사용되고 있다. 조직구성원들의 내적 심리상태의 약점을강화시켜 심리적 안정성에 중요한 부분이라고 강조하였다. 심리학자 마틴(Martin Seligman)은 심리 전문가가 개인의 약점과 단점보다는 긍정적인 측면의 장점을, 심신의 질환과 병리적, 부정적인 상태보다는 긍정적인 상태의 건강과 활력에 대한 관념을 가져야 한다고 강조하였다. 그래서 우울증과 분열증의 치료에 도움을 주는 연구가 그동안 심리학자들에게 주된 관심사였지만, 개인의 삶을 충만하게 하고 역량을 육성하는 연구를 소홀히 했다는 것을 비판하면서 심리자본의 개념이 등장하게 되었다(Luthans, 2002). 특히 개인이 가지고 있는 긍정적 심리상태는 개인의 정신적 건강과 신체적 건강뿐 아니라 개인과 집단의 성과향상에 도움이 된다고 하였다(Seligman, 1998). 또한 이와 관련하여 인간의 정신적 질병에 대한 분류나 이해와 마찬가지로 건강한 사람의 삶에 대해서도 경험적 증거에 기초하여 이해해야 하고 이것을 기술할 수 있는 용어나 개념을 정립해야 한다고 강조하였다(Keyes & Schmidt, 2003). 이외에도 인간의 질병을 야기(惹起)하는 것이 무엇인지 이해하는 것이 중요한 만큼 개인 건강의 원천이 무엇인지 이해하는 것이 중요하다고 강조하였다(Ryff & Singer, 2003). 본 연구에서는 심리자본의 구성요소를 자기효능감, 희망, 탄력성, 낙관주의로 구분하여 연구하였다.

2. 임파워먼트

임파워먼트(Empowerment)에 관한 연구는 다양한 사회운동과 사회과학의 연구에서 시작되었다(Vogot & Murrell, 1995). 1940년대는 시민권리운동, 흑인인권운동, 여성해방운동, 노조활동, 제3세계의 개발 등 사람들의 의식변화가 일어나면서 사

회학자들은 사회 구조적 차별, 민주적 권리, 소속단체의 무력감 극복 등에 관심을 두게 되었고, 이 과정에서 임파워먼트라는 용어가 탄생하게 되었다(Park, 2010). 그 시기 미국 사회 기업들은 의욕 저하, 무력감 등과 같은 힘든 상황을 이겨내기 위한 조치로 기업체에 임파워먼트를 도입하게 되면서 조직구성원들에게 자주적이고 주체적인 체제 속에서 직무몰입과 목표달성을 이루게 된다. 기존의 정의인 동기부여 및 구성원의 통제력에 한계를 무너뜨리고 기업 조직혁신 전략의 유효성과 고객의 니즈(Needs)에 중요한 이론으로 더욱 강조되고 있다.

임파워먼트라는 사전적 용어는 웹스터(Webster) 사전의 내용을 정리하면 ‘능력이나 권능을 부여하다’ 혹은 ‘능력을 강화하다’라는 의미로 정의한다. 임파워먼트는 힘, 즉 능력에서 유래된 것으로 합법적인 권한과 개인이 원하는 무엇이든 가질 수 있는 능력, 무엇이든 할 수 있는 능력, 파워 에너지, 타인의 생각과 느낌, 행동에 영향을 주는 힘 또는 능력으로 정의된다(Sung, 2010). 본 연구에서는 임파워먼트의 구성요소를 영향력, 자기결정력, 의미성, 역량으로 구분하여 연구하였다.

3. 공유리더십

공유리더십(Shared Leadership)은 미래는 조직구성원들이 의사를 결정하고 문제를 해결하며 혁신적, 창조적으로 될 수 있도록 힘을 실어주는 새로운 리더십과 실천을 필요로 한다(Schiro, 1999). 미래의 팀 기반 환경에 적절하다고 증명된 리더십 중 하나가 공유리더십이다. 또한 공유리더십은 팀이나 조직의 목표달성을 위해서 구성원들이 리더의 역할을 나누어 수행하는 역동적 과정에서 발생하는 집단적 관계패턴(Pearce, 2004)으로 정의한다. 이 개념은 팀 구성원 중 한명 이상의 리더가 있을 수 있다는 개념을 기반으로 한다(Bang, 2013). 따라서 공유리더십의 수준이 높다는 것은 대외적으로 드러난 직제상의 리더뿐 아니라 조직구성원의 영향력이 고르게 나타나고, 조직전체에서 차지하는 영향력의 크기와 빈도가 높다는 것을 의미하며(Lindsley et al., 1995), 공유리더십은 조직의 성과를 높이는 데에도 중요한 역할을 하게 된다(Day et al., 2004).

공유리더십은 분산된 영향력들이 집단적인 리더십으로 형성되어서 각 팀 구성원들이 전체적인 리더십 역할을 수행하는 것으로 볼 수 있으며(Hiller et al., 2006), 다시 말해 집합적인 리더십이 드러나며 집단 내 각 구성원 간의 활발한 의사소통이 핵심이다. 본 연구에서는 공유리더십의 구성요소를 정보공유, 배려 및 개발로 구분하여 연구하였다.

4. 창의적 행동

창의적 행동(Creative Behavior)은 어떤 것을 처음으로 시도하는 것으로 준거의 틀에 대해서 새로운 것을 제시하고 참신한

아이디어를 현실화하는 것을 말한다. Woodman et al.(1993)은 조직에 혁신과 가치를 부여하는 유용하고 새로운 지식과 서비스, 제품, 아이디어 및 절차를 창출하거나 개선하기 위해 지속해서 관심을 가지고 개념화하여 창의적인 아이디어를 생산하는 것으로 정의하였다. 창의적 행동을 연구한 대표학자 Amabile(1983)은 창의적 행동을 접근방식에 따라 발전적인 성과를 이루는 개인에 의해 나타나는 새롭고 창의적인 아이디어나 절차, 방법, 신제품 개발로 정의하였으며, Mumford & Gustafson(1998)은 사회문제와 관련해서는 혁신적이고 새로운 해결안을 제안하고 개발하는 것으로 정의하였다.

직무와 관련된 창의적 행동은 조직 내에서 직면한 문제와 관련하여 슬기롭게 유용한 판단을 통하여 해결할 수 있는 수단과 방법을 개발하는 것이라 하였으며(Shalley, 1995), 또한 개인적 차원에서 인지, 성격, 사회심리, 관련 지식 등 개인적 요인과 조직과 관련된 유용한 제품, 아이디어, 절차라고 설명하였다(Oldham & Cummings, 1996).

현대사회는 경쟁적이고 빠르게 바뀌는 트렌드(Trend) 변화의 역동적인 경쟁 상황에서 구성원들의 조직성장과 생존에 있어 새로운 해결안을 창출하며, 창의성을 증진 시키는 것은 매우 중요한 역할을 한다.

III. 내용 및 방법

1. 연구문제

뷰티서비스산업 종사자의 심리자본을 통하여 임파워먼트와 공유리더십의 창의적 행동에 미치는 영향을 구체적으로 파악하고 창의적 행동에 임파워먼트와 공유리더십이 미치는 매개효과를 검증하기 위한 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 뷰티서비스 산업 종사자의 심리자본이 임파워먼트에 미치는 영향을 알아본다.

둘째, 뷰티서비스 산업 종사자의 심리자본이 공유리더십에 미치는 영향을 알아본다.

셋째, 뷰티서비스 산업 종사자의 심리자본이 창의적 행동에 미치는 영향을 알아본다.

넷째, 임파워먼트가 공유리더십에 미치는 영향을 알아본다.
다섯째, 임파워먼트가 창의적 행동에 미치는 영향을 알아본다.
여섯째, 공유리더십이 창의적 행동에 미치는 영향을 알아본다.
일곱째, 임파워먼트, 공유리더십이 뷰티서비스 산업 종사자의 심리자본과 창의적 행동에 작용하는 매개역할을 알아본다.

2. 조사대상 및 자료수집

본 연구의 조사 기간은 2020년 7월부터 2020년 9월까지 뷰티서비스산업 종사자를 대상으로 실시하였으며, 설문지는 총

720부를 배부하여 불성실한 답변 설문지 9부를 제외한 나머지 711부를 최종 분석 자료로 수집하여 연구에 활용하였다.

3. 측정 도구의 구성

본 연구의 설문지 구성은 다음과 같다. 측정 도구는 통계학적 특성 10문항, 심리자본 변수 24문항으로, Luthans et al.(2007)이 개발하고 Kim(2013), Kim(2017), Park(2020)의 선행연구에서 사용한 측정 도구를 본 연구에 맞게 구성하였다. 임파워먼트 변수 20문항으로 Thomas & Velthouse(1990), Spreitzer(1995), Im(2016)의 선행연구를 바탕으로 수정 보완하였고, 공유리더십 변수 20문항으로 Hiller et al.(2006), Yang(2017), Park(2020)의 선행연구를 참고하여 수정 보완하였으며, 창의적 행동 변수 16문항으로 Zhou & George(2001), Kim(2013), Choi(2017)의 선행연구를 참고하여 수정 보완하여 구성되었다. 인구통계학적 특성을 제외한 모든 변수는 5점 Likert 척도(1-전혀 그렇지 않다. 에서 5-매우 그렇다.)를 사용하였다.

4. 자료처리 방법

연구자료의 통계적 방법은 SPSS 24.0, AMOS 23.0 통계프로그램을 이용하여 분석하였다. 세부적인 분석내용은 인구통계학적 특성은 빈도분석, 백분율로 산출하였고, 측정 요인의 측정변수에 관련된 신뢰도 분석은 확인적 요인분석과 탐색적 요인분석을 하였다. 또한, 상관관계 분석과 인과관계로 적용된 가설을 검증하기 위해 구조방정식을 활용한 경로 분석을 시행하였으며, 공분산구조분석, 부트스트래핑(Bootstrapping) 방법을 이용하여 매개효과 검증을 실시하였다.

IV. 결과 및 고찰

1. 조사대상의 인구통계학적 특성

조사대상의 인구통계학적 특성을 빈도 분석한 결과는 Table. 1과 같다. 성별의 경우 여자가 649명(91.3%), 남자 62명(8.7%) 순으로 나타났으며, 연령의 경우 30대가 184명(25.9%)으로 가장 많았고, 40대 183명(25.7%), 50대 174명(24.5%), 20대 170명(23.9%) 순으로 나타났으며, 주거지역은 대전 충청 지역 183명(25.7%), 부산 경남지역 152명 (21.4%), 서울 경기지역 148명 (20.8%), 인천지역 115명(16.2%) 순으로 나타났으며, 학력의 경우 대졸 251명(35.3%), 전문대졸 189명(26.6%), 대학원졸 156명(21.9%), 고졸 115명(16.2%) 순으로 나타났으며, 업무 분야의 경우 피부 386명(54.3%), 헤어 201명(28.3%), 네일 75명(10.5%), 메이크업 49명(6.9%) 순으로 나타났으며, 월 소득의 경우 200~300만 원 208명(29.3%), 200만 원 미만 163명(22.9%),

Table 1. Subjects' General Characteristic

	Classification	Frequency (N)	Percent (%)
Gender	Male	62	8.7
	Female	649	91.3
Age	20's	170	23.9
	30's	184	25.9
	40's	183	25.7
	50's	174	24.5
Residential area	Seoul Gyeonggi	148	20.8
	Busan Gyeongnam	152	21.4
	Incheon	115	16.2
	Daegu Gyeongbuk	113	15.9
	Daejeon Chungcheong	183	25.7
School Experiences	Less High School Education	115	16.2
	College Graduate	189	26.6
	University Graduation	251	35.3
	Graduate School	156	21.9
Marital Status	Single	295	41.5
	Married	416	58.5
Work field	Hair	201	28.3
	Skin care	386	54.3
	Nail	75	10.5
	Make up	49	6.9
Management cost	Less than 2 million won	163	22.9
	2 to 3 million won	208	29.3
	3 to 4 million won	152	21.4
	4 to 5 million won	74	10.4
	Others	114	16.0
Personality type	Extrovert	183	25.7
	Introvert	138	19.4
	Sensory	99	13.9
	Straight	57	8.0
	Accident judgment type	118	16.6
	Emotional type	97	13.6
	Recognition type	19	2.7
	Exercise/Climbing	154	21.7
	Trip	212	29.8
Hobby	Reading/Movies	204	28.7
	Others	141	19.8
Working Environment Satisfaction	Not like that	39	5.5
	Is average	248	34.9
	Yes	424	59.6
Total		711	100.0

300~400만 원 152명(21.4%), 400~500만 원 74명(10.4%) 순으로 나타났으며, 성격유형의 경우 외향형 183명(25.7%), 내향형 138명(19.4%), 사고 판단형 118명(16.6%), 감각형 99명(13.9%), 감정형 97명 (13.6%), 직관형 57명(8%), 인식형 19명(2.7%) 순으로 나타났으며, 취미의 경우 여행 212명(29.8%), 독서/영화 204명(28.7%), 운동/등산 154명(21.7%), 기타 141명(19.8%) 순으로 나타났으며, 근무환경 만족도의 경우 그렇다. 424명(59.6%), 보통이다. 248명(34.9%), 그렇지 않다. 39명(5.5%) 순으로 나타났다.

2. 측정도구의 타당성 및 신뢰도 검증

본 연구에서는 측정도구의 타당도를 검증하기 위하여 활용한 요인추출법으로 주성분 분석(Principle Components Analysis)을 통하여 지정한 고유치 이상의 값을 갖는 요인만을 추출 하였다. 회선요인회전은 직각회전 방법인 베리맥스(Verimax)회전을 사용하여 분석하였다. 각 변수의 요인간의 상관관계를 나타내는 요인적재량의 수용기준은 보통 .40 이상을 기준으로 하여 결과를 도출하였으며. 문항 척도로 측정된 문항들이 동질적인 문항으로 구성되어 있는지 신뢰도 검증을 위하여 내적 일치도를 보는 Cronbach's α 계수를 산출 하였다.

1) 심리자본의 요인분석 및 신뢰도 분석

심리자본 변수에 대해 하위요인을 최종적으로 분석한 결과 심리자본의 전체 분산 설명력은 66.635%를 보이고 있다. KMO 표준 적합도는 .935로 나타났으며, Bartlett 구형성 검정 결과 $\chi^2=6507.906$, $p<.001$ 로 나타났다. 심리자본의 하위요인의 신뢰도 분석결과 Cronbach's α 가 낙관주의 .816, 희망 .845, 자기효능감 .859, 탄력성 .749로 나타나 .749~.859까지 모두 적절한 값으로 나타났다.

2) 임파워먼트의 요인분석 및 신뢰도 분석

임파워먼트 변수에 대해 하위요인을 최종적으로 분석한 결과 임파워먼트의 전체 분산 설명력은 71.936%를 설명하고 있다. KMO 표준 적합도는 .940으로 나타났으며, Bartlett 구형성 검정결과 $\chi^2=8014.352$, $p<.001$ 로 나타났다, 임파워먼트의 하위요인의 신뢰도 분석결과 Cronbach's α 가 자기결정력 .876, 의미성 .859, 영향력 .877, 역량 .836으로 나타나 .836~.877까지 모두 적절한 값으로 나타났다.

3) 공유리더십의 요인분석 및 신뢰도 분석

공유리더십 변수에 대해 하위요인을 최종적으로 분석한 결과 공유리더십의 전체 분산 설명력은 60.839%를 설명하고 있다. KMO 표준 적합도는 .960으로 나타났으며, Bartlett 구형성

Table 2. Correlation Between Variables

	Psychological capital				Empowerment			Shared Leadership			Creative behavior
	Self-effective-ness	Optimism	hope	Resilience	Influence	Self-deter-mination	Signi-ficance	Capabilities	Sharing information	Conside-ration and Development	
1	1										
2	.598***	1									
3	.639***	.584***	1								
4	.635***	.654***	.583***	1							
5	.570***	.567***	.605***	.607***	1						
6	.675***	.616***	.638***	.647***	.731***	1					
7	.597***	.737***	.583***	.663***	.567***	.696***	1				
8	.608***	.628***	.584***	.624***	.650***	.723***	.669***	1			
9	.628***	.634***	.651***	.654***	.726***	.738***	.633***	.644***	1		
10	.600***	.596***	.593***	.642***	.647***	.685***	.680***	.656***	.788***	1	
11	.650***	.654***	.580***	.619***	.651***	.712***	.595***	.708***	.765***	.689***	1
M	3.84	3.91	3.84	3.79	3.66	3.83	4.10	3.86	3.72	3.89	3.67
S.D	.670	.630	.711	.616	.796	.725	.627	.719	.614	.607	.680
kurtosis	-.309	-.352	-.222	.147	.175	-.425	-.057	.586	.194	-.430	.342
skewness	-.238	-.217	-.274	-.229	-.436	-.201	-.412	-.527	-.022	-.088	-.317

M: Mean, SD: Standard Deviation, *** $p<.001$

1: Self-effectiveness, 2. Optimism, 3. hope, 4. Resilience, 5. Influence, 6. Self-determination, 7. Significance, 8. Capabilities, 9. Sharing information 10. Consideration and Development, 11. creative behavior

검정결과 $\chi^2=9507.454$, $p<.001$ 로 나타났다. 공유리더십의 하위 요인의 신뢰도 분석결과 Cronbach's α 가 배려 및 개발 .909 정보공유 .936로 나타나 .909~.936까지 모든 적절한 값으로 나타났다.

4) 창의적 행동의 요인분석 및 신뢰도 분석

창의적 행동에 대한 분석한 결과 창의적 행동은 단일 요인으로 전체 분산 설명력은 65.929%를 보이고 있다. KMO 표준적합도는 .971로 나타났으며, Bartlett 구형성 검정결과 $\chi^2=9968.801$, $p<.001$ 로 나타났다. 창의적 행동의 신뢰도 분석결과 Cronbach's α 가 .965으로 나타나 적절한 값으로 나타났다.

3. 상관관계 분석

변수들 간의 관련성을 분석하기 위해 피어슨 상관계수 (Pearson Correlation Coefficient: r)를 이용하여 분석하였다. 본 연구의 심리자본, 임파워먼트, 공유리더십, 창의적 행동 간의 상관관계를 분석결과는 Table 2와 같다. 측정변수 심리자본, 임파워먼트, 공유리더십, 창의적 행동의 하위요인 간 모두 유의

한 양의 상관관계가 존재하는 것으로 나타났다.

4. 측정모형 검증

측정모형을 분석하는 확인적 요인분석(CFA)를 실시하여 구조모형을 검증하는 구조방정식 모형분석을 하는 2단계 접근방법을 실시하였으며(Anderson & Gerbing, 1988). 모수 추정은 ML법을 사용하여 확인적 요인분석 결과, 측정모형의 적합도 지수는 Table 3과 같다. 심리자본, 임파워먼트, 공유리더십, 창의적 행동에 대한 측정모형은 적합도 계수 $\chi^2=257.369(df=32, p<.05)$ 는 유의미하지 않았다. 그러나 χ^2 은 정확하게 다변량 정규분포에 영향을 받기때문에, 다변량 정규분포의 위반에 별 영향을 받지 않는 RMR=.013, GFI=.931, CFI=.960, IFI=.960, NFI=.954, TLI=.943 등을 살펴보면 측정모형이 양호한 것으로 나타났다. 또는 Table 4와 같이 측정변인들이 모두 통계적으로 유의한 값을 보여 이론변인인 심리자본, 임파워먼트, 공유리더십, 창의적 행동을 타당하게 측정했다고 판단할 수 있다. 여기에서 표준화된 요인부하량이 모두 .50이상의 값을 보이고 있으며, 평균분산추출값 (AVE)이 모두 .50이상으로 나타나 집중타

Table 3. Fit Indices of Hypothesized Model

Fit Index	χ^2	RMSEA	GFI	RMR	TLI	CFI	IFI	NFI
Standard	$p>.05$	$\leq .05$	$\geq .90$	$\leq .05$	$\geq .90$	$\geq .90$	$\geq .90$	$\geq .90$
Measurement model	257.369 ($df=32, p=.000$)	.100	.931	.013	.943	.960	.960	.954

Table 4. Factor Loading of Measurement Model

			β	B	S.E.	C.R.
Psychological Capital	→	Self-Effectiveness	.785	1.000		
	→	Optimism	.786	.942	.041	22.713***
	→	Hope	.764	1.034	.047	21.913***
	→	Resilience	.803	.941	.040	23.318***
Empowerment	→	Influence	.799	1.000		
	→	Self-Determination	.874	.997	.037	27.228***
	→	Significance	.806	.794	.033	24.312***
	→	Capabilities	.813	.919	.037	24.629***
Shared Leadership	→	Sharing Information	.905	1.000		
	→	Consideration and Development	.870	.949	.029	32.85***

*** $p<.001$

Table 5. Correlation for Latent Variables

	Psychological Capital	Empowerment	Shared Leadership	AVE	CR
Psychological Capital	-	.320***	.262***	.787	.936
Empowerment		-	.326***	.803	.942
Shared Leadership			-	.909	.953

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

Fig. 1. Validation Result of Measurement Model
*Estimates Are Standardized Data.

당성이 있다고 판단할 수 있다. Table 5는 잠재변인들 간의 상관관계 분석결과 모든 잠재변인들 간의 관련성은 있는 것으로 나타났다. 그리고 잠재변인들 간의 상관계수는 높게 나타나지 않았으며, 평균분산추출(AVE)의 값이 잠재변수간의 상관계수의 제곱보다 크게 보이므로 판별 타당성이 있다고 판단할 수 있다. 이에 측정변인들이 구조모형을 검증한 결과 적합한 것으로 나타났다. 또한 확인적 요인분석 결과에서 알 수 있도록 측정변인들 및 잠재변인 간의 결과를 Fig. 1에 제시하였다.

5. 구조모형 검증

가설적 구조모형을 3개로 설정하고, 3개의 각각의 가설적 구조모형의 결과 및 적합도 지수를 나타내었다(Table 6과 Fig. 2~4).

먼저 Table 6에서 3개의 가설적 모형의 RMR은 .013, GFI는 .923, TLI는 .934~.938, CFI는 .953, IFI는 .954, NFI는 .948로 나

타나 3개의 모형 모두 적합한 모형인 것으로 검증할 수 있다. 그러므로 3개의 가설적 모형은 전체는 서로 위계적(nested) 관계를 형성하여 모형을 비교하기 위해 카이제곱차이 검증을 실시하여 나타내었다.

최종모형 선정과정에 대하여 각각의 모형 적합도 지수와 카이제곱 차이검증을 동일하게 실시하였다.

3개의 가설적 구조모형은 비교하여 더 우수하게 나타난 것으로 검증한 결과는 Table 7과 같다. 최종적 결과로 나타난 것은 경쟁모형2로 볼 수 있다. 연구모형과 경쟁모형1에서 세부적으로 살펴보면, 두 모형의 카이제곱 차이는 1.047로 자유도 (df) 차이가 1에서 유의확률 .05 수준의 카이제곱분포 임계치 3.84보다 작은 값을 나타내어 통계적으로 유의한 차이가 존재하지 않은 것을 볼 수 있다. 따라서 연구모형보다 간략한 형태인 경쟁모형1이 더 우수한 것으로 나타나 경쟁모형1을 채택하였다. 그리고 경쟁모형1과 경쟁모형2에서 카이제곱 차이는 1.983으로 자유도 (df) 차이가 1에서 유의확률 0.05 수준의 카이제곱분

Table 6. Fit Indices of Hypothesized Model

Fit Index	χ^2	RMSEA	GFI	RMR	TLI	CFI	IFI	NFI	df	p
Standard	p>.05	≤.05	≥.90	≤.05	≥.90	≥.90	≥.90	≥.90		
Research Model	339.149	.104	.923	.013	.934	.953	.954	.948	39	.000
Competition Model 1	340.196	.103	.923	.013	.936	.953	.954	.948	40	.000
Competition Model 2	341.132	.102	.923	.013	.938	.953	.954	.948	41	.000

Table 7. Comparison of Two Hypothetical Structural Models

Model Comparison	df difference	χ^2 difference	Parsimonious mode
Research model - Competing model 1	1	1.047	Competing model 1
Competing model 1 - Competing model 2	1	1.983	Competing model 2

Fig. 2. Research Model Path Coefficient.

Fig. 3. Competition Model 1 Path Coefficient.

Fig. 4. Competition Model 2 Path Coefficient.

포 임계치 3.84보다 작은 값을 나타내어 통계적으로 유의한 차이가 존재하지 않았다. 그러므로 최종적으로 경쟁모형1보다 간략한 형태인 경쟁모형2가 더 우수한 것으로 나타나 경쟁모형2를 채택하였다.

최종 선정된 경쟁모형 Fig. 4에서 모수 추정치는 Table 8과 같다. 경쟁모형에서 가정한 경로들의 개별 직접경로 계수를 보면, 심리자본($\beta=0.965$, $p<.001$)은 임파워먼트에 직접효과가 유

의하므로 본 연구에서는 뷰티서비스 산업 종사자의 심리자본이 임파워먼트에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이와 관련하여 Park(2020)은 직장인을 대상으로 연구한 심리자본과 심리적 임파워먼트가 지식공유 행동에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 심리자본과 심리적 임파워먼트의 지식공유 행동 간의 관계에서 나타난 결과는 통계적으로 유의한 매개효과가 검증되어 긍정적 심리자본의 가치를 강조하였다.

Table 8. Path Coefficient & Validation of Final Model

		β	B	S.E.	C.R.	SMC
Psychological capital	→ Empowerment	.965	1.160	.052	22.206***	.930
Empowerment	→ Shared Leadership	.924	.818	.031	26.000***	.853
Empowerment	→ Creative behavior	.394	.422	.096	4.392***	.700
Shared Leadership	→ Creative behavior	.459	.555	.110	5.044***	

*** $p < .001$

심리자본이 공유리더십에 미치는 직접효과는 통계적으로 유의하지 않는 것으로 나타났지만, 임파워먼트를 매개로한 간접 효과에서는 유의한 것으로 나타났다.

심리자본이 창의적 행동 간의 관계에서는 직접효과는 통계적으로 유의하지 않는 것으로 나타났으며 임파워먼트를 매개로한 간접효과를 확인할 수 있다. 이에 임파워먼트와 공유리더십을 통한 간접효과가 나타나는 것을 확인할 수 있다.

임파워먼트($\beta=0.924$, $p<.001$)는 공유리더십에 직접효과가 유의하므로 본 연구에서는 임파워먼트가 공유리더십에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 정부출연연구기관(政府出捐機關)에 근무하는 연구원을 대상으로 한 연구 공유리더십이 직무만족에 미치는 영향과 심리적 임파워먼트 조절효과를 중심으로 연구한 Kwon(2018)의 결과와 일치한다.

임파워먼트($\beta=0.394$, $p<.001$)는 창의적 행동에 직접 효과가 유의하므로 본 연구에서는 임파워먼트가 창의적 행동에 미치는 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 기업근로자를 대상으로 연구하여 임파워먼트가 창의적 행동에 통계적으로 유의미한 영향을 미치고, 임파워먼트가 증가할수록 창의적 행동이 증가한다는 Ahn(2010)의 결과와 일치한다.

공유리더십($\beta=0.459$, $p<.001$)은 창의적 행동에 직접 효과가 유의하므로 본 연구에서는 공유리더십이 창의적 행동에 미치는 영향에 대해 살펴보았다. 그리고 성인들을 대상으로 한 공유리더십과 창의적 행동의 유사변인인 창의적 행동에 대한 Lee(2011)의 연구에서는 조직구성원에게 부여된 리더십은 권한이 높은 내재적으로 동기부여를 통해 창의적 행동에 매우 밀접하게 작용한다고 하였다. 특히 직장상사가 공유리더십을 발휘하면 창의적 행동이 낮아지는 부정적 영향이 나타났다. 따라서 뷰티서비스 산업에 있어 리더의 역할이 경영성과에 어떠한 영향을 미치는지 분석하여 뷰티서비스 산업 종사자들의 창의적 행동을 증진하는 행위가 경영에 중요한 역할을 할 것이라 판단할 수 있다.

구조방정식에서 중다상관자승치(SMC)란 외생변수가 내생 변수에 의해 설명되는 정도를 나타낸다. 이모형에서 임파워먼트에 영향을 주는 모든 변수에 의해 설명되는 변량은 93.0%이며, 공유리더십에 영향을 주는 모든 변인들이 설명하는 변량은 85.3%, 창의적 행동에 영향을 주는 모든 변인들이 설명하는 변량은 70.0%로 나타났다.

최종모형의 총, 직접, 간접 효과는 Table 9와 같다. 여기에서 최종모형의 매개효과 유의성 검증을 위해 Bootstrap 방법 중 Bias-corrected Percentile Method를 실시하였다. 이 연구는 간접 효과의 유의확률을 구하기 위해 부트스트래핑을 활용하였다. 간접효과 유의성 검증방법 중 하나인 부트스트래핑은 일반적으로 Z가 정규분포를 따르지 않을 것이라는 가능성이 있을 때 매개효과를 확인할 수 있는 방법이다(Kim, 2013).

그 결과 Bias-corrected percentile method를 이용한 분석결과 심리자본이 창의적 행동에 미치는 영향에 있어서 임파워먼트와 공유리더십의 매개효과 검정 결과는 모두 신뢰구간이 0을 포함하지 않아 임파워먼트와 공유리더십의 매개효과는 유의한 것으로 나타났다.

심리자본이 창의적 행동에 미치는 효과를 살펴보면, 직접효과는 나타나지 않았지만 임파워먼트와 공유리더십을 통한 간접효과가 나타나는 것을 확인할 수 있다. 또한, 임파워먼트가 창의적 행동에 미치는 효과를 살펴보면, 직접효과에 비해 공유리더십을 매개한 간접효과가 더 크게 나타나는 것을 알 수 있다.

Table 9. Path Coefficient & Validation of Final Model

		Psychological capital	Empowerment	Shared Leadership
Empowerment	Total Effect	.965*** (.947, .981)	-	-
	Direct Effect	.965*** (.947, .981)	-	-
	Indirect Effect	-	-	-
Shared Leadership	Total Effect	.891*** (.865, .915)	.924*** (.903, .944)	-
	Direct Effect	-	.924*** (.903, .944)	-
	Indirect Effect	.891*** (.865, .915)	-	-
Creative behavior	Total Effect	.789*** (.754, .819)	.818*** (.788, .843)	.459*** (.271, .645)
	Direct Effect	-	.394*** (.208, .584)	.459*** (.271, .645)
	Indirect Effect	.789*** (.754, .819)	.424*** (.251, .602)	-

*** $p < .001$

V. 결 론

본 연구는 뷰티서비스산업 종사자를 대상으로 심리자본이 창의적 행동에 어떠한 영향을 미치는가를 살펴보고 임파워먼트 및 공유리더십의 효과분석연구이다.

분석결과 첫째, 뷰티서비스산업 종사자의 심리자본이 임파워먼트에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이와 관련하여 심리자본과 임파워먼트 관계에서 심리자본을 향상하면 임파워먼트의 역량성과 영향성이 높아져 구성원의 업무의식을 강화하고 권한 부여를 통해 조직 유효성에 긍정적인 영향을 미치게 된다. 또한, 뷰티서비스산업 종사자들은 개인의 긍정적인 심리자본이 자신이 맡은 직무에서 진취적인 사고와 행동을 통하여 임파워먼트의 자기 결정력과 역량을 높여 조직을 발전시킬 수 있는 잠재적인 요소가 될 수 있다.

둘째, 심리자본이 공유리더십에 직접 효과는 통계적으로 유의하지 않는 것으로 나타났다. 심리자본이 향상되더라도 공유리더십에 영향을 미치지 않는 것으로 확인되었다.

셋째, 심리자본이 창의적 행동에 직접 효과는 유의하지 않는 것으로 나타났으며, 임파워먼트를 매개한 간접효과를 증명하였다. 그러므로 임파워먼트 및 공유리더십을 통하여 간접효과가 나타난 것을 확인해 볼 수 있다. 임파워먼트를 매개로 한 심리자본이 창의적 행동을 통하여 간접효과가 나타난 것을 확인할 수 있었다. 임파워먼트 및 공유리더십을 통하여 간접효과가 나타남으로써 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 따라서 임파워먼트와 공유리더십의 변인들이 창의적 행동을 높일 수 있다는 것을 알 수 있다.

넷째, 매개변수인 임파워먼트와 공유리더십의 관계에서 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었으며, 경쟁모형에서 임파워먼트는 공유리더십에 직접 효과가 있는 것으로 나타났다. 이는 공유리더십이 상호영향력이 발휘되면서 구성원의 역량이 향상되는 것으로 뷰티서비스산업 종사자들이 공유리더십을 통해 구성원들과 함께 업무 목표를 수립하여 완수하기 위해 직무에 몰입하여 성과를 내는 것에 임파워먼트의 주체적인 의사결정과 업무수행에 필요한 책임과 권한 등을 부여하게 되면 조직 성과에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 볼 수 있다.

다섯째, 임파워먼트가 창의적 행동에 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 확인되었으며, 임파워먼트가 높을수록 창의적 행동이 증가하는 것을 알 수 있었다. 무한한 상상력만이 창의적인 행동이라고 할 수 없으며 창의적 행동의 핵심은 전문성 및 동기부여이다. 따라서 자신의 업무에 관하여 지식을 습득하고 공유하여 행동으로 체계화하기 위해서는 전문성과 조직구성원의 책임감과 적극적인 참여가 중요하다. 이를 성장시키기 위해 리더의 역할과 임파워먼트를 통하여 창의적인 사고와 행동을 높이는 것에 영향을 미칠 것이다. 그러므로 창의적 행동의 향상을 위해서는 조직구성원들에게 적당한 임파워

링은 이들이 창의적 행동을 발휘하는 데 긍정적인 효과가 있을 것으로 볼 수 있다.

여섯째, 공유리더십이 창의적 행동에 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 확인되었으며, 공유리더십이 높을수록 창의적 행동이 높은 것을 알 수 있었다. 조직구성원들의 창의적 행동을 향상하기 위하여 동기부여를 유발하는 방법과 방식이 필요하고 충분한 동기부여는 조직구성원의 직무에 대한 도전의식, 직무에 대한 자유도, 팀의 효율성은 역량성과 리더의 격려 등과 같은 환경이 부여된다면 창의적 행동이 높아짐에 따라 조직의 발전에 기여 하는 요인이 될 수 있으리라 생각된다.

일곱째, 뷰티서비스산업 종사자의 심리자본이 창의적 행동과의 관계에서 임파워먼트 및 공유리더십의 검증결과는 매개효과로 확인할 수 있었다. 심리자본이 높은 구성원은 도전적인 목표를 세우고 계획하여 그것에 요구되는 열정적인 노력과 몰입을 통하여 구성원 자신이 맡은 직무에서 역할을 수행함에 있어 요구되는 소양과 기술을 갖추려고 노력하게 된다. 역량성과 효율성이 높은 구성원은 업무의식을 강화하고 책임과 권한 부여를 통해 긍정적 심리자본을 향상할 수 있다. 이와 같은 결과는 뷰티서비스산업 종사자들의 공유리더십과 임파워먼트를 높이면 조직구성원들의 목표 달성에 기여할 수 있는 요인으로 조직을 신뢰하고 성장시킬 수 있는 긍정적인 원동력이 된다. 그리고 공유리더십과 임파워먼트를 갖게 되면 뷰티서비스산업 종사자들의 창의적 행동이 증가 되어 높은 수준의 조직화를 이룰 수 있을 것으로 판단한다.

본 연구의 시사점은 설문지 필요상 뷰티서비스산업 구성원들의 자기보고 형식에 의거 하여 자신을 평가 측정함으로 인해 양방향 적인 설문이 되지 못하고 중간관리자 구성원들의 평가가 이루어져야 직무에 연관된 세부사항과 리더의 역할에 대한 평가를 일반화할 수 있는 연구가 더욱 효과적이라 할 수 있다. 그러므로 리더의 영향력에 대하여 효율적으로 평가하기 위해서는 리더와 부하 직원의 상호적 평가의 연구가 이루어질 필요성이 있다.

또한, 첨단 과학기술이 발전하는 시대에 중요성을 강조한 창의적 행동과 관련한 다양한 연구 변인에 대한 개발이 필요할 것으로 본다. 창의적 행동 대한 선행연구가 부족하여 관련된 변인을 개발하고 검증하여 창의적 행동의 요인들을 추후 연구에서는 더욱 다양한 기준에서 척도를 개발하고 사용하여 측정한다면 정확한 연구가 될 것이다.

References

- Ahn, B. J. (2010). Mediating effect of empowerment in the relationship between transformational leadership and creative behavior. Master's thesis, Korea University, Seoul, Korea.
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step

- approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Amabile, T. M. (1983). The social psychology of creativity: a componential conceptualization. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(2), 357-376.
- Bang, H. J. (2013). The effects of shared leadership and psychological safety climate on team performance, team commitment, and change-oriented organizational citizenship behavior: the role of team reflexivity as a mediator. Doctoral dissertation, Graduate School of Business Sung kyunkwan University, Seoul, Korea.
- Carson, J. B., Tesluk, P. E., & Marrone, J. A. (2007). Shared leadership in teams: An investigation of antecedent conditions and performance. *Academy of Management Journal*, 50(5), 1217-1234.
- Choi, B. C. (2017). A study on the Mediating Effects of Reflexivity and Organizational Citizenship Behavior Between Conflict and Creative Behavior. Doctoral dissertation, Kumoh National Institute of Technology, Gumi, Korea.
- Day, D., Gronn, P., & Salas, E. (2004). Leadership capacity in teams. *Leadership Quarterly*, 15(6), 857-880.
- Hiller, N. J., Day, D., & Vance, R. J. (2006). Collective enactment of leadership roles and team effectiveness: A field study. *Leadership Quarterly*, 17(4), 387-397.
- Im, J. H. (2016). The study on how psychological empowerment of Hotelier can influence on customer orientation : Focused on Customer Contact Service Division Department of Five-star Hotels. *Journal of Tourism & Leisure Research*, 28(4), 93-115.
- Kang, G. W. (2012). Effects of Transformational Leadership and Subordinates' Personal Initiative on Idiosyncratic Deals and Organizational Effectiveness. Doctoral dissertation, Graduate School of Business Sungkyunkwan University, Seoul, Korea.
- Keyes, C. J. Haidt., & Schmidt, F. (2003). Well-being in the workplace and its relationship to business outcomes: A review of the Gallup studies. (Eds), *Flourishing: Positive psychology and the life well-lived*: Washington, DC: American Psychological Association, 205-224.
- Kim, E. Y. (2013). The Influence of Self-efficacy upon Creative Behavior and the Intermediation Effect of Job Satisfaction. Master's thesis, ChungAng University, Seoul, Korea.
- Kim G. S. (2013). Structural equation model analysis, Hannarae Academy.
- Kim, J. Y. (2016). The Effects of Beauty service Worker' Informal Learning on Learning Transfer: The Mediating Effect of Achievement Goal Orientation. *Journal of The Korean Society of cosmetology*, 22(6), 1276-1385.
- Kim, J. H. (2013). A Study on the Impact on the Success Confidence of the Psychological Capital, and the Challenge of Hospitality Workers in Korea. Doctoral dissertation, Kyunggi University, Suwon, Korea.
- Kim, S. E., Oh, S. Y., & Park, C. W. (2019). Beauty Behavior and Managerial Technological Competence According to Entrepreneurship : For Beauty Service Workers. *Journal of The Korean Society of Cosmetology*, 23(3), 591-599.
- Kim, N. K. (2017). The impact of authentic leadership on organizational effectiveness : focused on mediating effect of psychological capital and moderating effect of LMX. Doctoral dissertation, Chonbuk University, Jeonju, Korea.
- Kwon, J. Y. (2018). A Study on the Influence of Shared Leadership on Job Satisfaction of Researchers in Government-funded Research Institutes : Psychological Empowerment as a Moderating variable. Master's thesis, Kyung Hee University, Seoul, Korea.
- Lee, J. Y. (2011). The impact of transformational leadership and shared leadership on employee creativity: a multi-level perspective. Master's thesis, Ewha Womans University, Seoul, Korea.
- Lindsley, D. H., Brass, D. J., & Thomas, J. B. (1995). Efficacy-Performing Spirals: A multilevel Perspective. *Academy of Management Review*, 20(3), 645-678.
- Luthans, F. (2002). Positive Prganizational behavior: Developing and managing psychological strengths. *Academy of Management Executive*, 16(1), 57-72.
- Luthans, F., & Youssef, C. M. (2007). Emerging positive organizational behavior. *Journal of Management Review*, 33(3), 321-349.
- Mumford, M. D., & Gustafson, S. B. (1988). Creativity syndrome: Integration, application and innovation. *Psychological Bulletin*, 27-43.
- Park, M. S. (2010). A Study on The Social Participation of the Epilepsy Disabled : Focused on Empowerment and Social Support. *Journal of Disability and Welfare*, 13, 67-89.
- Park, T. J. (2020). Shared leadership of hotel corporation influencing intrinsic job motivation: Organizational conflict and cynicism as intervening variables. Doctoral dissertation, Sejong University, Seoul, Korea.
- Oldham, G. R., & Cummings, A. (1996). Employee creativity: Personal and contextual factors at work, *Academy of Management Journal*, 39(3), 607-634.
- Park, B. M. (2020). The Effects of Psychological Capital on Turnover Intention of Vocational Competency Training Instructors : Focusing on the mediating effects of organizational commitment and job satisfaction. Doctoral dissertation, Honam University, Gwangju, Korea.
- Park, H. J. (2020). The Effect of Psychological Capital and Psychological Empowerment on Knowledge Sharing Behavior. Master's thesis, Soongsil University, Seoul, Korea.
- Park, S. G., Seong, O. H., & L, H. R. (2010). The Effect of Hotel Employees' Psychological Capital on Job Satisfaction-Focused on the Mediating Effect of Organizational Commitment and Organizational Citizenship Behavior. *Journal of The Korean Academic Association of Business Administration*, 23(5), 2565-2584.
- Pearce, C. L., & Sims, H. P., Jr. (2000). Shared leadership: Toward a multi-level theory of leadership. *Advances in interdisciplinary studies of work teams* (115-139). Greenwich, CT: JAI Press
- Pearce, C. L. (2004). The future of leadership: Combining vertical and shared leadership to transform knowledge work. *A Cademy of Management Executive*, 18(1), 47-55.
- Ryff, C. D., & Singer, B. (2003). Ironies of Human Condition: Well-being and Health on the Way on the to Morality, In L. G. A. Spin Wall, and U. M. Staudinger(eds.), *A Psychology of Human Strengths: Fundamental Questions and Future Directions for a Positive Psychology*. Washington, D. C: American Psychological Association
- Schiro, J. B. (1999). Leadership: Past, present, and future. *Futurics*,

23(3/4), 67-72.

- Seligman, M. E. P. (1998). *Learned Optimism: How to change your mind and your life*, New York: Pocket Books
- Shalley, C. E. (1995). Effects of coercion, expected evaluation, and goal setting on creativity and productivity. *Academy of Management Journal*, 38, 483-503.
- Spreitzer, G. M. (1995). Psychological Empowerment in the Workplace: Dimensions, Measurement and Validation. *Academy of Management Journal*, 38(5), 1442-1465.
- Sung, B. R. (2010). The effects of servant leadership of school principals on the level of teachers' psychological empowerment and job satisfaction. Doctoral dissertation, Graduate School of Chongju University, Chongju, Korea.
- Thomas, K. W., & Velthous, B. A. (1990). Cognitive element of empowerment: An interpretive model of intrinsic task motivation. *Academy of Management Review*, 15(4), 666-681.
- Vogot, J. F., & Murrell, K. L. (1995). Empowerment in Organization : How to spark and Organizaion Behavior, Phillip Lo Hunsaker Austen Press, 150-157.
- Woodman, R. W., Sawyer, J. E., & Griffin, R. W. (1993). Toward a theory of organizational creativity. *Academy of Management Review*, 18, 293-321.
- Yang, I. S. (2017). A Study on Antecedent and Consequences of Shared Leadership. Doctoral dissertation, Jeju national University, Jeju, Korea.
- Zhou, J., & George, J. M. (2001). When job dissatisfaction leads to creativity: Encouraging the expression of voice. *Academy of Management Journal*, 44(4), 682-696.