

# 디지털 콘텐츠 산업 조직원의 보상인식이 조직몰입과 이직의도에 미치는 영향

한대익<sup>1</sup>, 황찬규<sup>2</sup>, 정희우<sup>1</sup>, 장선연<sup>3\*</sup>

<sup>1</sup>서울벤처대학원대학교 융합산업학과 박사과정, <sup>2</sup>서울벤처대학원대학교 융합산업학과 교수, <sup>3</sup>서울벤처대학원대학교 융합산업학과 박사

## Effect of Reward Perception of Organization Members in Digital Contents Industry on Organizational Commitment and Turnover

Dae-Ick Han<sup>1</sup>, Chan-Gyu Hwang<sup>2</sup>, Hoi-Woo Jung<sup>1</sup>, Sun-Yean Jang<sup>3\*</sup>

<sup>1</sup>Doctor's Course, Department of Convergence Industry, Seoul Venture University

<sup>2</sup>Professor, Department of Convergence Industry, Seoul Venture University

<sup>3</sup>Doctorate, Department of Convergence Industry, Seoul Venture University

**요약** 본 연구의 목적은 디지털 콘텐츠 산업에 종사하는 조직원의 직무 보상, 임금 보상, 승진보상 등 보상 인식이 조직몰입과 이직 의도에 어떠한 영향을 미치는지를 실증 분석하는데 있다. 본 연구는 디지털 사진, 영상, 콘텐츠를 제작하는 중소기업을 대상으로 하였으며, 이러한 표본은 연구 목적에 부합한다고 할 수 있다. 연구방법은 설문조사는 2019년 7월 22일부터 시작하여 2019년 7월 28일까지 진행되었으며, 이 기간 동안 266부를 회수하여 자료를 분석하였다. 그 결과로 본 연구 결과는 디지털 콘텐츠 산업 내 조직몰입에 있어 다음과 같은 시사점을 도출할 수 있었다. 첫째, 디지털 콘텐츠 산업 종사자의 보상 인식은 조직몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 디지털 콘텐츠 산업 종사자의 조직몰입은 이직 의도에 유의한 부(-)의 영향을 미친다. 이 연구를 통한 이론적 의의는 보상 인식이 조직몰입을 높이는 데 있어 유의한 영향을 미치며, 이직 의도를 낮추는데 있어 유의한 영향을 미친다는 것이다. 실무적 의의는 중소기업 비중이 비교적 높은 디지털 콘텐츠 산업에서 이직의도를 줄이기 위해서는 보상 인식을 높이고, 조직몰입을 증대시키는 일련의 조치가 필요함을 알 수 있었다.

**키워드** : 디지털 콘텐츠 산업, 직무보상, 보상인식, 조직몰입, 이직의도

**Abstract** The purpose of this study is to empirically analyze how the reward perception, such as job content reward, wage reward, promotion reward, affects turnover intentions through organizational immersion of employees in the digital content industry. This study targets Small business that produce digital photos, videos, and contents, and these samples can be said to fit the research purpose. As for the research method, the survey was conducted from July 22, 2019 to July 28, 2019, and during this period, 266 copies were collected and data were analyzed. As a result, the results of this study were able to derive the following implications for organizational management within the digital content industry. First, it was found that the reward perception of digital content industry workers had a significant positive (+) effect on organizational commitment. Second, organizational commitment of digital content industry workers has a significant negative (-) effect on turnover intention. The theoretical significance of this study is that reward recognition has a significant effect in increasing organizational commitment and has a significant effect in lowering turnover intention. The practical significance is that in the digital content industry, where the proportion of SMEs is relatively high, it was found that a series of measures to increase compensation awareness and organizational commitment were needed to reduce turnover intention.

**Key Words** : Digital Contents Industry, Job compensation, Reward Perception, Organizational Immersion, Turnover Intention

### 1. 서론

모든 기업에서 인적자원의 안정적인 확보는 기업의

\*Corresponding Author : Sun-Yean Jang(sy.jang@mediaflow.kr)

Received March 16, 2021

Revised April 19, 2021

Accepted April 20, 2021

Published April 28, 2021

경영을 안정적으로 진행하기 위한 핵심요건이며 지속적인 기업 경쟁력을 이끄는 중요한 요인이다. 특히 창의적인 분야를 많이 다루는 경향이 있는 디지털 콘텐츠 기업의 품질 경쟁력과 경영 안정을 이끌 원동력이 될 수 있는 조직 구성원의 인적자원 관리는 매우 중요하다고 할 수 있다. 종사하는 인력의 효율적이고 체계적인 관리를 통해 디지털 콘텐츠 해당 기업의 국내 및 해외 경쟁력을 향상시킬 수 있는 것이다. 구체적으로는 종사하는 구성원들이 속한 곳에서의 직무와 환경 및 영향을 미치는 요인들을 파악하고 얼마나 만족하고 있는지 실증 분석함으로써 근무하는 기업으로부터 이직의도를 지니는 요인을 규명하는 것이 매우 중요하다고 볼 수 있다.

정보통신의 발달과 4차 산업혁명 가속화로 인해 디지털 콘텐츠는 지식사회에서 매우 중요한 역할을 담당하고 있다[1]. 또한, 21세기는 디지털 콘텐츠와 문화가 융합하여 시너지 효과를 창출하는 시대라고 할 수 있다. 그러므로, 디지털 콘텐츠 산업은 미래 산업에 있어서 매우 중요한 위치를 차지하고 있다고 할 수 있다[2]. 사물인터넷, 클라우드, 빅데이터, 모바일로 대변되는 4차 산업의 가속화 이후, 이들 4차 산업의 중요한 요소인 디지털 콘텐츠도 중요성이 점점 커지고 있으며, 이러한 디지털 콘텐츠를 창출하는 디지털 콘텐츠 산업 종사자의 중요성도 점차 커지고 있다[3]. 2012년 세계 콘텐츠 시장은 1조 6,909억 달러로 그 해 경제성장률인 2.3%보다 높은 5.4%의 성장률을 보였으며, 이러한 추세는 지속되고 있다. KISDI STAT Report[4]에 따르면, 2018년 전체 응답자 9,426명 중 디지털 콘텐츠 이용 경험자는 2,615명으로 전체 응답자 중 27.7%에 달하였다. 그 중 18세 이하(34.6%), 18-24세(50.9%), 25-34세(50.3%), 35-44세(41.0%), 45-54세(31.6%), 55세 이상(9.2%)로 24세 이하 젊은 층의 디지털 콘텐츠 이용 경험이 특히 높다는 것을 알 수 있다.

이러한 디지털 콘텐츠의 이용 환경은 점차 플랫폼 중심에서 콘텐츠 중심으로 옮겨가고 있다. 디지털 콘텐츠의 특징은 정보 접근이 쉽고, 다양한 접근 경로를 가질 수 있다는 점이다. 그래서, 디지털 콘텐츠의 공유가 쉽고, 다른 산업과의 유기적인 연계가 가능하다. 이러한 추세에 맞추어 디지털 콘텐츠 기업도 점차 통합과 연계를 시도하고 있다. 하지만, 빠른 변화에 발맞추어 가기에는 대부분의 중소 디지털 콘텐츠 기업의 현황은 비교적 열악하다고 할 수 있다. 특히 2020년 2월 시작되어

현재까지 지속되고 있는 전세계 코로나 19의 팬데믹 상황에서의 콘텐츠산업 소속 종사자의 고용 및 근로환경의 불안정성이 심화되었다는 조사가 보고 되었다. 이는 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원이 콘텐츠산업의 고용 및 근로환경을 조사한 '2020년 콘텐츠산업 창의인력 실태조사' 보고서에서 파악된 현황이며, 창의인력이란 1차 저작물 창작에 포함되는 콘텐츠 제작·기획업 종사인력을 일컫는다. 이러한 중소 디지털 콘텐츠 기업들의 창의적 종사자들의 고용불안과 여러 요소들로 인한 이직을 또한 높다고 보고가 되고 있다. 반면에 전례없던 전세계 코로나 팬데믹으로 인한 비대면 접촉에 따른 언택트 커뮤니케이션과 문화활동과 교육방식 등의 급격한 전환으로 디지털 콘텐츠산업의 규모와 수요에 대한 기대감과 실제 필요가 증가하고 있는 상황이다. 한국은 전세계 유례없는 유.무선 하드웨어 통신망을 갖추고 있으며 디지털 문화 산업분야의 창의적이고 뛰어난 디지털 감각 또한 지니고 있다. 정부는 코로나19를 계기로 가속화되고 있는 디지털 전환 환경에서 차세대 성장 동력으로 주목받고 있는 콘텐츠산업 발전을 위해 디지털 뉴딜을 선언했다. 그러나 이같이 긍정적인 현재의 디지털 콘텐츠 산업 분야의 기회를 성공적으로 성취하기 위해서는 디지털 콘텐츠 산업에 종사하는 창의적인 종사자들에 대한 공정한 보상과 조직몰입을 이끌어 내고, 이를 통해 중소기업의 자산이며 경쟁력인 디지털 콘텐츠의 완성도와 연속성을 저해하는 이직의도를 줄여 나가는 것이 매우 중요하다.

기존 디지털 콘텐츠 산업에 대한 선행연구를 살펴보면, 정보통신기술을 디지털 콘텐츠에 적용하여 기술적인 혁신을 이루고자 하는 분야에 대한 연구가 다수를 차지하였다[2,3]. 그리고, 디지털 콘텐츠 산업의 활성화 방안에 대한 연구도 진행되었다[5,6]. 또한, 중소 디지털 콘텐츠 산업 관련 법규에 대한 연구도 있었다[7-9]. 그러나 이 같이 디지털 콘텐츠 산업분야의 기술과 법규와 활성화등 그 산업의 자체를 고찰했던 많은 선행 연구에 비해 본 연구의 차별화는 디지털 콘텐츠 산업분야의 가장 중요한 핵심인 창의적인 조직원들에게 포커스를 맞춘 것이다. 이 연구는 다음과 같은 세가지 단계로 나눌 수 있다. 첫째, 디지털 콘텐츠 산업에 종사하는 창의적인 조직원들에게 영향을 미치는 보상 인식, 조직몰입, 이직 의도 요인을 살펴보고, 둘째, 디지털 콘텐츠 산업에 종사하는 조직원들에게 미치는 영향에 대한 경제

적 보상, 비경제적 보상을 살펴봄으로써 이러한 보상의도가 얼마나 조직몰입을 통해 이직 의도에 영향을 미치는지를 살펴보고자 한다. 마지막으로 조직몰입이 이직 의도에 미치는 영향 관계에서 조직몰입의 매개효과에 대해 중점적으로 다루어 실증적으로 규명하는 것을 연구목적으로 한다. 그리고 이 논문 결과를 토대로 디지털 콘텐츠 산업 조직원의 보상 인식의 차별화 방안과 효율적인 인적자원관리 시스템의 관리를 할 수 있는 기초자료를 제공하고자 한다.

## 2. 선행연구

### 2.1 디지털 콘텐츠 산업 조직원

4차 산업 혁명으로 인해 정보통신기술은 모든 산업에 확대 적용되고 있다. 특히, 스마트 디바이스, 5G 인터넷으로 인해 다양한 영역에서 디지털 콘텐츠가 제작되고 있으며, 이러한 디지털 콘텐츠를 가공, 확대하는 산업은 점점 필요성이 커지고 있다. 디지털 콘텐츠 산업이 확대되면서 산업 내 경쟁도 점차 치열해지고 있다. 디지털 콘텐츠는 비교적 짧은 생명주기를 가지고 있으며[5], 다양한 분야에서 다양한 형태의 디지털 콘텐츠들이 제작되고 있다. 과거에는 기업이 디지털 콘텐츠를 제작 배포하였으나, 오늘날은 소비자들이 직접 디지털 콘텐츠를 제작 배포하고 있다. 소비자의 디지털 콘텐츠 제작 참여로 인해 디지털 콘텐츠 시장을 크게 확대되고 있다[10].

디지털 콘텐츠 고용형태의 개념에 대한 정의를 살펴보면 정규직은 특정 사용자와 고용 기간을 명시하지 않은(permanent) 고용 계약을 맺고 있는 근로자를 의미하며, 비정규직은 그 외의 단기간의 고용 계약을 맺는 근로자를 의미하며, 비정규직은 그 외의 단기간의 고용 계약을 맺는 근로자를 의미한다[11]. Ashford et al[12]는 고용불안을 높게 지각하는 사람일수록 조직몰입이 낮게 나타난다고 하였으며, 모든 형태의 고용불안(단기적, 장기적)이 현 직장에 대한 헌신의 감소와 경력에 대한 부정적 평가에 영향을 준다고 하였다. Lee Jae-Hoon & Moon Tae-Soo[5]의 연구에 따르면 디지털 콘텐츠 산업에 종사하는 종사자의 일과 업무 형태가 프로젝트 중심으로 이루어지고 있다. 이러한 구조는 제한된 시간 내에 일과 업무를 통해 주어진 목적을 달성해야 하기 때문에 조직원들이 육체적 심리적 압박에

시달릴 수 있다. 그러므로 디지털 콘텐츠 산업에 종사하는 종사자들은 수직적인 관계가 아닌, 수평적인 관계에서 서로를 존중하고, 배려하는 것이 필요하다. 또한, 기업에서는 이들 디지털 콘텐츠 종사자를 위한 다양한 복리후생을 제공함으로써 이들 종사자들의 긴장과 압박을 해소시킬 필요가 있다. 이를 통해 이직 의도를 감소시킬 수 있다.

### 2.2 보상인식

보상에 대한 개념은 매우 광범위하게 정의되고 있다. 보상에 대한 일반적인 접근은 조직원들이 조직에서 수행한 다양한 활동, 시간, 노력 등에 대한 경제적인 대가를 지불하는 것에 초점을 맞추었으나, 최근에는 이러한 경제적인 대가 이외에도 비경제적인 대사의 측면도 고려하고 있다. 보상은 그 개념이 광범위하여 다양하게 정의되고 있다. 설치화 & 이재현[13]에 따르면 일반적으로 종사자가 임금 상여금 복리후생 특권적 보상 직무적보상 등을 포함하고 있는 조직을 위해 수행한 시간, 노력, 기술 등의 활동에 따라 받는 경제적 대가를 의미한다고 보았다. Vroom[14]은 기대수준의 충족여부가 개인의 만족감에 미치는 영향을 설명함으로써 이론의 체계를 확립하였다 기대이론의 핵심은 개인의 행동 선택이 선택을 일으킨 심리적 요인에 기인하였다는 것이다 이를 바탕으로 직무와 동기 사이의 관계를 선택 만족 성과의 요소에 중점을 두고 있다.

이세희[15]는 노동력제공과 직접적인 관계없이 종업원의 경제적 안정과 생활의 질을 향상시키기 위해 지급되는 비금전적 보상은[16], 복리후생 제도로써 생활시설(사택 기숙사 등 주택시설, 급식시설, 식당, 통근 비용 또는 통근 버스, 탁아시설 지원 또는 운영 등), 경제시설 및 제도(매점, 주택대금, 경조사비, 가족수당 지급, 학자금 및 학비보조, 휴가비 지원 등의 금융제도 지원), 보건 위생 시설(의무실 진료소 등 진료시설 및 보건시설), 문화 체육 오락 시설(문화시설, 체육시설, 오락시설)이 포함되며 이 외에도 유니폼 지급, 주차시설 지원, 근로자 상담실을 통한 상담 및 고충 해결과 사보 발간 등이 있다.

Reynold[17]는 보상에 대해 정의하면서 기업이 조직원들에게 제공하는 경제적인 보상만 아니라, 비경제적인 직무만족, 직무환경, 승진 등을 포함하였다. Belcher[18]는 '보상을 조직과 개인 간의 거래로 정의'

하면서 이를 5가지 차원으로 분류하였다. 경제적 거래, 심리적 거래, 사회적 거래, 정치적 거래, 윤리적 거래로 분류하였다. 경제적 거래는 조직원을 생산 요소로 고용한 것에 대한 지불을 통한 거래이다. 심리적 거래는 임금과 직무만족을 얻는데 필요한 행위의 교환으로서의 거래이다. 사회적 거래는 조직 내외의 생활에 있어서 고용으로 인해 발생하는 개인의 보상인 거래이다. 정치적 거래는 권력과 영향력을 행사하는 의미의 거래이다. 윤리적 거래는 적정임금, 공정임금 등의 용어를 통해 표현하는 공정성에 대한 거래이다. 이러한 보상의 개념을 종합하여 보면 보상에 대한 인식은 조직이 목표를 달성하기 위하여 조직원에게 제공하는 일체의 것으로 이러한 보상 인식으로 인해 조직원은 직무에 대한 태도와 몰입, 이직 여부를 결정하는데 있어 중요한 역할을 하고 있다고 할 수 있다.

Kerr[19]는 조직의 보상 인식을 직무에 의한 보상, 금전적 보상, 특권적 보상으로 나누었다. 직무에 의한 보상(job content reward)은 직무수행 자체로 인해 얻는 만족감과 성취감으로 인한 보상이다. 금전적 보상(financial reward)는 조직에서의 근로 대가로 받는 임금, 보너스 등을 통해 얻는 보상이다. 특권적 보상(prestige reward)은 조직원에게 더 나은 환경을 제공하여 얻는 보상이다.

### 2.3 조직몰입

조직몰입은 '자신이 소속된 조직에서 열정을 가지고 일과 업무, 직무에 몰입하는 정도'라고 정의할 수 있다. 이러한 조직몰입은 직무만족과 연결되어 자신이 속한 조직에 대한 애착 정도를 나타낸다[20,21]. 또한, 조직몰입은 기업의 비전과 사명, 목표 등의 신념을 구성원에게 주입시켜 종사자들이 조직을 위해 헌신하도록 이끌 수 있다[22,23]. 김홍수[24]는 조직몰입의 결정요인에 관한 연구에서 조직몰입에 대하여, 조직을 통하여 경제적인 욕구만을 충족하는 것이 아니라 새로운 가치를 추구하며, 그 욕구충족을 위하여, 조직에 몰입하는 현상이라고 정의 하였고, 이의연[25]은 조직몰입은 구성원이 조직을 대하는 태도를 설명하는 개념으로써 조직시스템이 구성원의 태도에 영향을 미친다는 측면에서 조직구성원과 조직의 상호작용이라고 판단하기도 하였으며, 방하남, 김상욱[26]은 성별 변수를 제외한 인구통계학적 변수들에 있어서 조직몰입에 유의미한 차

이를 나타내고 있으며, 특히 교육수준에 따른 차이는 상당한 것으로 추정되었다. 그리고 주관적으로 인식된 직무특성은 기타 요인보다 강한 영향력을 가지고 있는 것으로 나타났고 객관적 직무특성들이 가지고 있는 유의미한 효과는 주관적 직무특성을 전제로 가치가 있는 것으로 정의하기도 하였다.

조직몰입의 특징은 Cook & Wall[27]에 따르면 조직에 속한 구성원들이 가지고 있는 감정적 반응이라고 할 수 있다. 이러한 감정적 반응은 조직구조가 수직적인 기업문화에서는 나타나기 힘들고, 수평적인 기업문화에서 주로 나타난다고 할 수 있다. 수평적인 조직문화에서 자신의 직무를 주도적으로 수행할 때에 조직에 몰입하게 되고 성과도 나타나게 된다. Meyer & Allen[28]의 연구에서 조직몰입을 정서적 몰입, 지속적 몰입, 규범적 몰입 등 3가지 차원으로 구성하였다. 첫째, 정서적 몰입은 조직과 개인을 동일시하여 조직성과에 대해 개인이 직접적으로 직무에 관여하는 것을 말한다. 둘째, 지속적 몰입은 개인이 조직을 떠나가는 것에 대한 비용 정도를 고려하여 조직에 남고자 하는 것을 의미한다. 셋째, 규범적 몰입은 기업의 비전과 목표, 사명에 맞추어 개인이 조직 안에서 자신의 업무를 성실히 수행하고자 하는 것을 의미한다. 디지털 콘텐츠 산업에 종사하는 종사자는 자신이 속한 조직을 위해 직무를 성실히 수행하고, 조직에 대한 애사심을 높여 조직몰입을 이끌어내도록 하는 것이 필요하다.

### 2.4 이직의도

이직에 대해서는 학계에서 다양한 연구가 활발하게 진행되어왔다. 이직에 대한 정의는 이직을 바라보는 대상과 시각, 관점에 따라 다양하게 제시되고 있다. Price[29]의 연구에 따르면 이직의 정의는 '현재의 조직에서 개인이 다른 조직으로 이동하는 경로'라고 할 수 있다. Mobley[30]의 연구에 따르면 이직의 정의는 '개인이 조직 안에서의 역할을 그만두고, 그동안 받던 경제적 보상을 그치는 것'이라고 할 수 있다. 이러한 이직은 자발적 이직과 비자발적 이직으로 구분할 수 있다. 자발적 이직은 임금, 근무환경, 복리후생 등에 대한 불만으로 인한 이직을 말하며, 비자발적 이직은 질병, 사망, 학업 등의 원인으로 인해 이루어지는 이직이다. 비자발적 이직은 조직의 노력과는 관계없이 이루어지는 이직이다.

이직의도에 대한 정의는 Price & Mueller[31]에 따르면 조직원이 조직원으로서의 자격을 포기하고 조직을 떠나려는 의도와 생각을 의미한다. Bluedorn[32]의 연구에 따르면 이직의도는 조직원이 스스로 조직을 이탈하려는 의도라고 하였다. Meyer & Allen[28]의 연구에 따르면 이직 의도는 조직 구성원이 구성원의 자격을 자발적으로 포기하려는 의식과 태도라고 하였다. 즉, 이직의도가 당장의 이직결정은 아닐 수 있지만, 현재의 직장을 떠날 것인가 남을 것인가의 갈등상태를 포함하는 것으로, 이직의도를 가지고 있다는 것 자체만으로도 근무태도와 조직에 대한 충성도 등에 영향을 미칠 수 있다[33]. 다시 말해서, 논리적으로는 이직을 고려하는 조직구성원들은 본인의 직무에 대한 투입노력을 줄이게 된다는 것이다[34]. 예컨대, 조직차원에서 이직의도가 높은 구성원은 조직의 업무에 대해서 적극적이지 못하고 주어진 일만을 할 가능성이 높고, 역지로 조직에 머물면서 업무를 감내하고 있기 때문에 일에 대한 보람이나 자긍심 등이 약화될 수밖에 없으며, 결과적으로 이러한 부정적인 태도는 다른 직원들에게도 영향을 미쳐서 전체적인 조직의 분위기가 침체될 위험이 있다[35]. 실제로 몇몇 경험적 연구에 따르면 이직 의도는 조직시민행동이나 직무성과 등에 부정적 영향을 미치는 것으로 보고되기도 하였다[36-38]. 이러한 맥락에서 조직 구성원의 이직의도에 대해 조직차원의 관리는 중요한 이슈가 된다. 본 연구의 차별성으로는 첫째, 지금까지 디지털 콘텐츠 종사자들을 대상으로 한 이직관련 연구가 많지 않다는 것이다. 선행연구들을 보면[39-41], 디지털 콘텐츠 종사자들의 이직의도에 대한 연구가 상당히 미흡한 실정임을 알 수 있다. 또한, 중소 디지털 콘텐츠 종사자들을 대상으로 한 이직연구를 통해서 새로운 이직관리 전략을 마련할 필요가 있다는 것이다.

둘째, 보상인식 요인인 직무관리, 승진관리, 임금관리가 디지털 콘텐츠 종사자들의 실제 이직의도에 영향을 미치는지를 검토할 필요가 있다는 점이다. 기존의 보상인식과 이직의도와의 관계가 유의미하다는 연구들은 그 연구대상이 다양하지만, 디지털 콘텐츠 종사자들을 대상으로 한 연구는 드물다는 것이다. 따라서 보상인식이 이직의도에 영향을 미치는지 디지털 콘텐츠 종사자들을 대상으로 한 연구가 필요하다는 것이다.

셋째, 디지털 콘텐츠 종사자들의 이직의도의 정도를 파악할 필요가 있다는 것이다. 이직 의도는 실제 이

직은 아니지만 이직을 고려하고 있다는 것이다. 따라서 이직의도의 정도에 따라 조직의 성과에 중요한 영향을 미친다고 할 수 있을 것이다. 그리고 조직몰입도와 직무착근도의 요인에 따른 이직관리 요인별로 영향관계의 차이를 살펴볼 필요가 있다는 것이다.

넷째, 이직의도에 관한 선행연구들을 살펴보면 응답자 전체를 분석단위로 하였다. 이는 기존연구의 분석단위가 표본전체(aggregate level)라는 것이다. 따라서 상대적으로 연구 분석단위를 세분집단(disaggregate level or segment level) 즉, 대형화된 디지털 콘텐츠 근로자 분포보다 중소기업 근로자의 세분집단 수준의 연구가 필요하다는 점에서 기존연구와의 구분되는 차별성이라고 할 수 있을 것이다.

### 3. 연구모형 및 연구가설

#### 3.1 연구모형

본 연구에서는 디지털 콘텐츠 산업 종사자들의 보상인식이 조직몰입을 통해 이직 의도에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하고자 한다. 본 연구의 연구모형을 실증적으로 검증하기 위해 디지털 콘텐츠 기업에 재직 중인 경기도 소재 중소 디지털 콘텐츠기업 종업원 대상으로 설문조사를 실시하였다. 본 연구에서는 검증하고자 하는 보상인식을 독립변수로 이직 의도를 종속변수로 규정하고, 조직몰입을 매개변수로 설정하였다. 변인간의 관계를 선행연구를 통해 고찰하였으며, 각 구성요인의 하위차원을 도출하여 구성요인 간 관계에 대한 연구가설을 설정하였다.

적절한 보상은 성과를 확대하고 구성원의 이직과 결근율을 감소시켜 조직몰입 및 직무만족을 향상 시킬 수 있으며[42], 조직몰입은조직의 목표와 가치에 대한 강한 신념과 애착, 헌신, 그리고 그 조직 구성원으로 남아있고자 하는 욕구 등이 포함되어 있는 것이라고 볼 수 있다[43]. 이직의도에 미치는 변수들의 영향관계를 파악한 결과 외부취업기회가 조직몰입에 유의한 영향을 미치며, 매개변수인 조직몰입이 이직의도에 높은 영향을 미친다고 정의할 수 있다[44]. 즉, 조직 구성원의 합리적인 보상은 조직몰입에 많은 영향을 미치며, 이로 인해 이직의도를 낮출 수 있을 것이다. 이를 통한 본 연구의 연구모형은 Fig. 1과 같다.

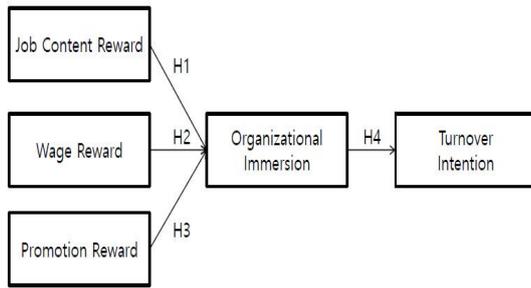


Fig. 1. Research Model

### 3.2 연구변수의 조작적정의

본 연구는 선행연구를 기반으로 디지털 콘텐츠 산업 내 종사자들의 보상 인식, 조직몰입, 이직 의도에 대한 조작적 정의를 수행하였으며, 이를 기반으로 하여 측정 항목을 정의하였다. 독립변수는 보상 인식의 하위요인인 직무 보상, 임금 보상, 승진보상이 있으며, 매개변수는 조직몰입이며, 종속변수는 이직 의도이다. Table 1은 이러한 조작변수에 대한 설명이다.

Table 1. Operational Definition of Variable & Advanced Research

Variable		Operational Definition	Advanced Research
Reward	Job Content Reward	A rewarding perception of fulfillment and satisfaction an employee senses from achieving tasks of an employee's job.	Kerr[16] Jin Suk Beom[17]
	Wage Reward	A rewarding perception from the financial reward, either from wage or bonus, that an employee receives from work.	Kerr[16] Jin Suk Beom[17]
	Promotion Reward	A rewarding perception of success an employee receives from his/her promotion along with an elevation in sense of responsibility and wage.	Kerr[16] Jin Suk Beom[17]
Organizational Immersion		Corporate members and digital content is internalized by the organization's vision and goals, values, and aims of the company. Identify and organize as a strong attachment to the organization about its efforts for justice.	Becker [18] Uhm Jae Kyu[19]
Turnover Intention		Incumbent corporate members and digital content to be a meaning and intention to leave the organization to give up.	Price[20] Jeon Sook Young[21]

### 3.3 연구가설 설정

#### 3.3.1 직무보상과 조직몰입

본 연구에서 디지털 콘텐츠 산업 종사자에 대한 보상 인식의 하위요인 직무 보상, 임금 보상, 승진보상 3가지로 나누어 제시하였으며, 직무 보상의 영향요인이 조직몰입에 어떠한 영향을 미치는지에 분석하고자 한다. 보상인식이 조직몰입에 미치는 영향 정도에 대해 상관관계 분석을 실시한 연구에서 보상인식은 조직몰입과 유의한 정(+)의 상관관계를 나타냈다. 또한 위계적 회귀분석을 실시한 결과, 보상 요인을 투입하였을 경우, 조직몰입에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

보상인식과 조직몰입 사이의 관계분석의 예에서는 어린이집 교사의 보상인식이 조직몰입에 직접적인 영향을 미친다고 분석되었다 Lee Jong-Kak[45]. 따라서 직무보상과 조직몰입의 관계에 있어 다음과 같은 가설을 세울 수 있다

가설 1 : 디지털 콘텐츠 산업 종사자의 직무 보상이 조직몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

#### 3.3.2 임금보상과 조직몰입

임금 보상이 조직몰입에 미치는 영향 관계를 살펴보기 위해 경로분석을 실시한 결과 보상이 조직몰입에 모두 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났고 경로분석의 결과, 보상 인식의 하위 요인인 임금, 승진, 직업안정성 모두 조직몰입에 영향을 미치는 것으로 나타났다[46]. 경북지역에 근무하는 어린이집 교사를 대상으로 한 임금보상의 연구에서는 조직몰입에 정(+)에 영향을 미치는 것으로 나타났다[47].

경기북부와 경기남부 있는 사회복지사를 대상으로 한 연구에서도 조직몰입에 유의한 정(+)에 영향을 끼치는 것으로 나타났다[48].

따라서 임금등 직업안정성에 영향을 미치는 직접적인 요인인 보상과 조직몰입에 관한 다음과 같은 가설을 세울 수 있다

가설 2 : 디지털 콘텐츠 산업 종사자의 임금보상이 조직몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

#### 3.3.3 승진보상과 조직몰입

본 연구에서 디지털 콘텐츠 산업 종사자에 대한 보상 인식의 하위요인인 승진보상의 영향요인이 조직몰입에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 연구가설을 설정하였다.

임금 인상을 결정하는 데 사용된 절차에 대한 공정성 지각은 조직 몰입과 상사에 대한 신뢰에 영향을 미치며[49], 국내에 소재한 서비스업과 공기업에 근무하는 종업원을 대상으로 한 조직 지원 인식, 지식공유, 직무만족 및 일 몰입 간의 유의한 영향에서 직무만족과 조직몰입에 대한 관련성은 실증적으로 검증되었다[38].

그리고 작업 내적 보상(과업의 자율성, 과업의 중요성, 과업 참여), 사회적 보상(상급자의 지원, 동료의 지원), 조직적 보상(작업조건, 승진 기회, 부차적인 편의) 등 작업의 보상(work rewards)이 조직몰입 과정적으로 그리고 매우 강력하게 관련되어 있음도 나타났다[51]. 따라서 다음과 같은 가설을 세울 수 있다

가설 3 : 디지털 콘텐츠 산업 종사자의 승진보상이 조직몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 3.3.4 조직몰입과 이직의도

본 연구는 조직몰입이 이직의도에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 연구가설을 설정하였다. 조직몰입과 이직의도간의 선행연구를 살펴보면, 조직몰입은 이직의도에 가장 크게 작용하는 것으로 나타났으며, 조직몰입을 예측할 수 있는 가장 강력한 행동적 결과가 바로 낮은 이직률이라고 하였다[52].

특급호텔 식음조리부 종사원을 대상으로 한 연구에서는 조직몰입이 이직의도에 미치는 영향을 검증한 결과 조직몰입은 이직의도에 유의한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 직무착근도와 직무태도와의 관계에서는 직무착근도의 정도에 따라 직무태도를 매개하여 이직의도에 부(-)의 영향을 미친다는 결과를 도출하였다[53]. 구성원의 조직몰입이 높으면 이직의도를 낮춘다[42]. 또한 조직몰입은 이직의도와 강한 부(-)의 관계라고 보고되었다[54]. 따라서 조직몰입이 높으면 구성원들의 소속

집단에 대한 애착심과 충성심이 높아지게 되며 이는 결과적으로 떠나고자하는 마음이 낮은지 높은지의 정도와 그런 생각을 뜻하는 이직의도 사이에는 다음과 같이 부(-)의 연구가설을 설정할 수 있다.

가설 4 : 디지털 콘텐츠 산업 종사자의 조직몰입은 이직의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

## 4. 연구방법 및 연구결과

### 4.1 표본의 기술적 특성

본 연구는 2019년 7월~2019년 7월에 경기지역 소재 10인 이상 종사하는 디지털 콘텐츠 기업을 중심으로 유의 표집법을 적용하여 표집하였다. 연구 도구는 설문지로서 본 연구자를 비롯해 사전에 연구의 특성을 설명 받은 기업 대표자들에게 사전 협조를 받았다. 설문지는 디지털 콘텐츠 기업 30개소를 중심으로 총 280부를 배부하였으며 회수된 설문지는 269부이다. 회수된 설문지를 중심으로 연구 분석에 필요한 코딩 작업 시행 시 불성실한 설문지 3부를 제외하고 최종 분석에 사용된 사례 수는 266명이었다. Table 1은 본 연구에 참여한 연구 대상자의 인구통계학적 특성이다.

본 연구에 사용된 자료를 분석하면 총 266개 표본의 성별 분포, 연령 분포, 학력, 소득 수준, 기업에서의 재직기간, 직위를 Table 2와 같이 분석하였다.

Table 2. Demographic Factor of Sample

Division	Item	Frequency (N=266)	Ratio (%)
Gender	Man	122	45.9
	Woman	144	54.1
age	twenty	108	40.6
	Thirties	108	40.6
	in your forties	50	18.8
academic background	A person who has a high school diploma	34	12.8
	a junior college graduate	53	19.9
	a college graduate	167	62.8
	a graduate degree	12	4.5
income	1 million won or less	5	1.9
	Less than 101~2.5 million won	136	51.1
	Less than 251 ~ 3.5 million won	69	25.9
	Less than \$ 35 million	38	14.3
	More than 5 million won	18	6.8
employment history	Less than 1 year	8	3.0
	1 to 3 years	128	48.1
	4 to 6 years	38	14.3
	7 to 9 years	38	14.3
	More than 10 years	37	13.9
post position	Employee-Director	172	64.7
	Exaggeration	39	14.7
	Deputy director	26	9.8
	head of department	9	3.4
	Executive	20	7.5

성별 분포는 남자가 122명(45.9%)이며, 여자가 144명(54.1%)이다. 연령분포는 20대와 30대가 각각 108명(40.6%)로 동일하게 가장 많았으며, 전체 중 20~30대

가 차지하는 비중이 81.2%에 달하였다. 40대 이상이 50명(18.8%)이다. 학력 분포는 고졸이 34명(12.8%), 전문대졸이 53명(19.9%), 대졸이 167명(62.8%), 대학원 졸업자는 12명(4.5%)에 달하였다. 소득분포는 100만원 미만인 5명(1.9%), 100만원 이상 - 250만원 미만 136명(51.1%), 250만원 이상 - 350만원 미만 69명(25.9%), 350만원 이상 - 500만원 미만 38명(14.3%), 500만원 이상 18명(6.8%)으로 나타났다. 재직기간은 1년 미만 8명(3.0%), 1년 이상 - 3년 미만 128명(48.1%), 4년 이상 - 6년 미만 38명(14.3%), 7년 이상 - 9년 미만 38명(14.3%), 10년 이상 37명(13.9%)으로 나타났다. 직위는 사원-대리급 172명(64.7%), 과장급 39명(14.7%), 차장급 26명(9.8%), 부장급 9명(3.4%), 임원급 이상 20명(7.5%)으로 나타났다. 디지털 콘텐츠 산업에 종사하는 조직원의 실제 활동적인 역할을 살펴볼 때 아이디어나 창의적인 업무에 관련된 인력의 대부분인 사원-대리급의 역할은 매우 크다고 볼 수 있다. 이에 따른 본 연구의 사원 대리 표본 수는 172명(64.7%)으로 가장 많았다. 결국 아이디어나 창의적인 업무 특성을 지닌 디지털 콘텐츠와 관련된 인력의 대부분인 젊은 층의 조직 몰입 도에 관한 관련성은 매우 크고 중요하다고 볼 수 있다.

#### 4.2 PLS 구조방정식 모형

본 연구는 연구 모형에 의한 가설을 검증하기 위해 컴포넌트 기반 구조방정식인 PLS(Partial Least Square:이하 PLS)를 사용하였으며 그중에서도 PLS 2.0을 이용하였다. PLS는 측정 모형과 구조 모형에 대해서 최적의 평가를 동시에 할 수 있게 해주며, 각 구성개념에 대한 척도의 적재치를 추정하는 다음 각 구성개념 간의 인과관계를 시도하는 방법이다.

본 연구에서 공분산 구조분석의 대표적인 도구인 LISREL이나 AMOS를 사용하지 않고 PLS 도구를 사용한 이유는 모형의 적합성보다는 상대적으로 표본크기나 잔차 분포에 대한 요구 사항에 덜 엄격하여 탐색적인 연구를 수행하거나 복잡한 모형을 분석하는데 유리한 것으로 알려져 있다. 모형에 포함된 주요한 요인 간의 인과관계의 분석에 그 목적이 있기 때문이다. 일반적으로 PLS에서는 측정 모형에 대한 수렴 타당성을 복합 신뢰도와 평균 분산 추출에 의해 평가를 한다. 판별 타당성은 평균 분산 추출 값의 제공근이 각 구성개념

간 상관계수 값을 상회하고 평균 분산 추출 값이 0.5 이상이면 문제가 없다고 판단한다[55].

먼저 본 연구는 PLS 분석 기법을 사용하기 전 모델 간명화를 위해 요인분석을 이용하여 연구 모형에 적용된 항목들을 살펴보았다. 본 연구에서는 각 요인들의 신뢰도 및 타당도를 분석하기 위해서 PLS 구조방정식 모형을 통해 실증분석을 실시하였다. 이러한 분석을 통해 연구모델의 적합도와 설명력을 구체적으로 측정하고 검증하고자 한다. 측정모형의 분석을 기반으로 각 요인의 타당도와 신뢰도를 확인하였다.

이를 통해 신뢰도, 내적 일관성 검증, 집중타당성 및 판별타당성을 실증 검증하였다. 본 연구에서는 설문항목 간의 상관관계가 높기 때문에 반영항목으로 설정하여 실증 검증하였다[56].

#### 4.3 측정모형의 검증

신뢰성 분석을 통해 성분 신뢰도(Composite Reliability:CR), 크론바흐 알파 계수(Cronbachs Alpha : CA), 평균 분산 추출(Average Variance Extracted : AVE) 결과값을 도출하였다. 도출된 값이 CR(신뢰도)은 0.7 이상, AVE는 0.5 이상이 되면 각 변수의 측정항목들이 내적 일관성이 있다고 판단할 수 있다[57]. Table 3에서 보면 모든 연구 변수의 내적 일관성 분석 결과값이 CR(신뢰도)은 0.7 이상, AVE는 0.5 이상이 되기 때문에, 본 연구의 측정항목들은 내적 일관성이 있다고 판단할 수 있다.

Table 3. Internal consistency of Research variable

Variable	Composite Reliability	AVE
Job content Reward	0.844	0.576
Wage Reward	0.930	0.691
Promotion Reward	0.937	0.713
Organizational Immersion	0.928	0.683
Turnover Intention	0.883	0.602

연구모형에 반영된 각 변수들의 측정항목에 대한 개념 타당성을 판별하기 위해 수렴과 판별타당성을 분석하였다. 그리고 변수와의 교차 요인 적재값을 계산하여 도출하였다.

Table 4. Confirmatory Factor Analysis of Research Variable

	Job Content Reward	Wage Reward	Promotion Reward	Organizational Immersion	Turnover Intention
Job Content Reward 01	0.786	0.341	0.269	0.396	-0.286
Job Content Reward 02	0.814	0.463	0.411	0.546	-0.313
Job Content Reward 03	0.677	0.287	0.326	0.286	-0.192
Job Content Reward 04	0.752	0.431	0.358	0.399	-0.228
Wage Reward 01	0.466	0.863	0.404	0.575	-0.275
Wage Reward 02	0.424	0.808	0.444	0.525	-0.261
Wage Reward 03	0.384	0.690	0.564	0.534	-0.341
Wage Reward 04	0.407	0.851	0.419	0.549	-0.250
Wage Reward 05	0.453	0.853	0.459	0.508	-0.289
Wage Reward 06	0.426	0.907	0.445	0.614	-0.375
Promotion Reward 01	0.237	0.376	0.747	0.388	-0.107
Promotion Reward 02	0.322	0.436	0.764	0.447	-0.170
Promotion Reward 03	0.425	0.496	0.855	0.505	-0.220
Promotion Reward 04	0.370	0.435	0.892	0.480	-0.147
Promotion Reward 05	0.427	0.507	0.902	0.589	-0.241
Promotion Reward 06	0.474	0.503	0.894	0.567	-0.276
Organizational Immersion 1	0.524	0.552	0.490	0.849	-0.484
Organizational Immersion 2	0.495	0.558	0.573	0.897	-0.457
Organizational Immersion 3	0.350	0.411	0.336	0.672	-0.273
Organizational Immersion 4	0.457	0.542	0.461	0.832	-0.478
Organizational Immersion 5	0.441	0.589	0.537	0.857	-0.386
Organizational Immersion 6	0.473	0.620	0.519	0.835	-0.550
Turnover Intention 1	-0.209	-0.231	-0.161	-0.394	0.747
Turnover Intention 2	-0.354	-0.332	-0.315	-0.479	0.798
Turnover Intention 3	-0.312	-0.292	-0.136	-0.384	0.786
Turnover Intention 4	-0.198	-0.308	-0.159	-0.461	0.802
Turnover Intention 5	-0.258	-0.220	-0.116	-0.358	0.744

Table 4는 이러한 각 측정항목의 해당 변수에 대한 요인 적재값을 나타냈으며, 이들 변수들의 직무 보상의 요인 적재값이 모두 0.7 이 상이므로 수렴 타당성이 있다고 할 수 있다. 임금보상의 요인 적재값이 모두 0.8 이 상이므로 수렴 타당성이 있다고 할 수 있다. 승진보상의 요인 적재값이 모두 0.7 이상이므로 수렴 타당성이 있다고 할 수 있다. 판별타당성을 확인하기 위해 Fornell & Larcher[58]가 제안한 평균 분산 추출(Average Variance Extracted : AVE) 결과값을 도출하였다.

Table 5. Distinction Validity of Research Variable Square Root of the AVE

	Job Content Reward	Wage Reward	Promotion Reward	Organizational Immersion	Turnover Intention
Job Content Reward	0.759*				
Wage Reward	0.514	0.831*			
Promotion Reward	0.454	0.547	0.845*		
Organizational Immersion	0.557	0.666	0.595	0.827*	
Turnover Intention	-0.344	-0.361	-0.236	-0.540	0.776*

Table 5에서 별표(\*)로 표시한 값은 AVE 제곱근 값이며, 나머지 행렬에서의 값은 각 변수의 상관계수 값을 나타낸다. AVE 제곱근 값이 0.7 이상이고, AVE 제곱근 값이 다른 변수의 상관계수 값보다 크면 판별 타당성이 있다고 할 수 있다. 본 연구에 적용된 항목의 AVE 제곱근 값은 모두 0.7 이상이고, 나머지 각 변수의 상관계수 값도 AVE 제곱근 값보다 작기 때문에 본 연구의 측정 항목은 판별 타당성이 있다고 할 수 있다.

Table 5에서 0.7이상의 높은 상관관계 값을 나타내고 있는 변수들이 있어 다중공선성의 가능성을 알아보았다. 다중공선성(multi-collinearity)은 공 분산팽창요인(variance inflation factor: VIF, 기준 10이하)으로 분석한 결과 공선성의 문제는 없는 것으로 판단된다.

PLS 모형의 적합도를 나타내기 위해서 연구 변수의 가외성(Redundancy),공통성(Communality), 설명력(R-Square), 전체 적합도(Goodness of Fit)를 도출하였다. 연구모형의 적합도 검증 결과는 Table 6과 같다. 설명력(R-Square)은 0.26 이상이면 높은 설명력으로 판단할 수 있는데 조직몰입, 이직 의도 변수의 R-Square 값이 모두 0.26 이상으로 나타났다.

Table 6. Goodness of Fit Test of Research Variable

	Redundancy	Communality	R-Square	Good-of-fit
Functional Management	.	0.301	.	0.448
Wage Management	.	0.536	.	
Promotion Management	.	0.603	.	
Organizational Immersion	0.370	0.533	0.555	
Turnover Intention	0.169	0.392	0.292	
Mean	0.269	0.473	0.424	

Redundancy 값은 한 연구 변수가 다른 변수의 분산을 설명하는 변수 평균이 0보다 크면 예측 적합도가 있는 것으로 판명된다. 본 연구모형에서의 내생변수 Redundancy 값이 모두 0보다 크므로 예측적합도가 있다고 본다. 전체적합도(Good-to-fit)는 PLS 모형의 적합도를 판단하는 기준으로 많이 사용되는데, 이러한 적합도 기준은 연구변수 R-Square 값들의 평균값과 공통성(Communality) 평균값을 곱한 값의 제곱근 값을 통해 판단할 수 있다. 그 제곱근 값이 0.36 이상이면 높은 수준의 적합도, 0.25~0.36 이면 중 간수준, 0.25 미만이면 낮은 적합도라고 할 수 있다. 본 연구모형의 연구변수 R-Square 값의 평균값은 0.424이고, Communality 평균값은 0.473이다. 두 값의 제곱근 값은 0.448이므로, 본 연구의 적합도는 높은 수준으로 판단된다.

이러한 측정모형의 분석 결과를 통해서 측정항목의 신뢰성과 타당성이 검증되었다. 측정모형의 각 변수간 경로에 대한 유의성 검증을 통해 가설을 검증하였다. 연구모형의 경로분석 결과는 Table 7에 나타나 있다.

Table 7. Path-Coefficient Result

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values	Verification
Job Content Reward → Organizational Immersion	0.228	0.231	5.314****	0.000	selection
Wage Reward → Organizational Immersion	0.399	0.397	7.477****	0.000	selection
Promotion Reward → Organizational Immersion	0.273	0.272	4.610****	0.000	selection
Organizational Immersion → Turnover Intention	-0.540	-0.544	9.919****	0.000	selection

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

먼저 디지털 콘텐츠 산업 종사자의 보상인식 요인과 관련된 가설을 살펴보면 첫째, 디지털 콘텐츠 산업 종사자의 직무보상은 조직몰입에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 디지털 콘텐츠 산업 종사자의 임금보상은 조직몰입에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 디지털 콘텐츠 산업 종사자의 승진보상은 조직몰입에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 조직몰

입이 이직의도에 미치는 영향에 대한 가설을 살펴보면 디지털 콘텐츠 산업 종사자의 조직몰입은 이직의도에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Table 8. Analysis of the Mediation Effects of Reward recognition on Organizational Immersion and Turnover Intention

Ind. Variable/Parameter/Dependent Variable	Job Content Reward/Organizational Immersion / Turnover Intention	Wage Reward/Organizational Immersion / Turnover Intention	Promotion Reward/Organizational Immersion / Turnover Intention
Mediating Effect Verification Step	$\beta$	$\beta$	$\beta$
step 1	.531***	.627***	.591***
step 2	-.329***	-.330***	-.217***
step 3 (independent)	-.056	.017	.161*
step 3 (mediating)	-.514***	-.555***	-.639***
F (step3)	55.892	55.343	59.880
R <sup>2</sup> (step 3)	.293	.291	.308

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

Table 8은 보상 인식이 조직몰입과 이직의도에 미치는 매개효과를 Baron과 Kenny(Baron & Kenny)의 3단계 매개효과 방법에 의해서 분석한 것이다.

Table 8에 의하면 조직몰입은 직무 보상과 이직의도, 임금보상과 이직의도는 완전매개 역할을 하는 것으로 나타났으며, 승진보상과 이직의도 간에 부분매개 역할을 하는 것으로 나타나, 직무보상과 이직의도 간에 매우 중요한 매개변수 역할을 하는 것으로 밝혀졌다.

### 5. 결론

본 연구는 디지털 콘텐츠 산업 종사자의 보상 인식과 이직의도 간의 관계에서 조직몰입의 매개효과에 대하여 살펴보았다. 이를 위하여 문헌 검토를 기초로 해서 보상인식, 조직몰입을 선정하여 디지털 콘텐츠 근로자의 이직의도에 미치는 영향을 알아보았다. 본 연구를 통해 중소 디지털 콘텐츠기업의 경쟁력 확보가 가능할 수 있는 시사점을 얻을 수 있다. 또한 인적자원관리 능력과 조직의 안정적인 운영 등에 관련한 조직 구성원의 보다 차별화된 관리와 세심한 운영이 수반되어야 함을 확인하였다. 뿐만 아니라 창조적인 지식을 창출할 수 있는 중소 디지털 콘텐츠기업의 체계적인 근로자 고용 안전을 위한 기초자료의 구축에 활용할 수 있는 가능성

을 찾은 것이다. 이에 본 연구에서의 주요 결과를 다음과 같이 요약하고자 한다. 이직 의도에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 가설의 검증의 결과는 다음과 같다. 첫째, 디지털 콘텐츠 산업 종사자의 보상인식은 조직몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 디지털 콘텐츠 산업 종사자는 자신의 업무 수행에 대한 보상을 통해 조직활동에 몰입할 수 있다. 중소 디지털 콘텐츠기업의 보상인식 하위요인중 직무 보상, 임금 보상, 승진보상은 모두 조직몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미친다.

둘째, 매개 회귀분석 결과, 보상인식과 이직의도의 관계에서 조직몰입은 직무 보상과 이직의도, 임금보상과 이직의도는 완전매개 역할을 하는 것으로 나타났으며, 승진보상과 이직의도 간에 부분매개 역할을 하는 것으로 나타나, 직무보상과 이직의도 간에 매우 중요한 매개변수로서 효과가 있다는 것을 알 수 있었다.

셋째, 디지털 콘텐츠 산업 종사자의 조직몰입은 이직의도에 유의한 부(-)의 영향을 미친다. 조직구성원은 자신이 속한 조직에 얼마나 몰입할 수 있는지가 중요하다. 기업 구성원 사이의 긴밀함과 일체감으로 조직몰입도를 향상시킬 수 있으며, 이는 종사자의 이직의도를 낮추는 계기가 될 수 있다. 이직이 비교적 심한 디지털 콘텐츠 산업 내 이직의도를 낮추기 위해서는 조직몰입을 높이기 위한 활동이 필요하고, 중요하다고 할 수 있다. 본 연구의 이론적 실무적 의의는 다음과 같다. 이론적 의의는 보상인식이 조직몰입을 높이는 데 있어 유의한 영향을 미치며, 나아가 조직몰입은 이직의도를 낮추는 데 있어 유의한 영향을 미친다는 것이다. 디지털 콘텐츠 구성원들은 수평적인 조직이 많고 프로젝트 위주 직위가 대부분인 것이 영향을 주었다고 볼 수도 있을 것이다. 실무적 의의로는 중소기업 비중이 비교적 높은 국내의 디지털 콘텐츠 산업계에서 중요한 역량을 발휘하는 창의적인 구성원들의 이직 의도를 줄이기 위해서는 보상 인식을 높이고, 구성원 사이의 유기적인 긴밀함과 일체감으로 조직에 대한 충성도를 높이며, 기업에 대한 애사심을 높이는등의 조직몰입을 증대시키는 일련의 조치를 가동하는 것이 매우 필요하다는 것을 실증할 수 있었던 것이다. 이를 위한 실무적 방법으로는 창의적인 분야에 종사하는 디지털 콘텐츠 분야 종사자들을 배려하는 경영방식이 유연하게 적용되어야 한다는 점이다.

4차 산업혁명과 이전에 겪어 보지 못한 전세계 코

로나 팬데믹 상황의 급격한 위기에 직면한 변화에 대처하고, 프로젝트 위주의 기간적 고용형태에서 장기적이고 안정형 고용으로 구성원들이 업무몰입을 할 수 있게 되고, 조직구성 방면에서 수직적이기보다는 수평적이며 창의적인 디지털 콘텐츠 산업의 조직문화를 통해 자신의 직무를 주도적으로 수행할 수 있게 하고 이로 인해 조직에 몰입하게 되면 창의적인 구성원들의 이직의도를 감쇄시킬 수 있다. 이러한 노력으로 중소 디지털 콘텐츠 분야 산업은 변혁의 기로에서 또 다른 창의적인 성과와 기회를 만들어낼 수 있다고 보여진다. 이 같이 창의적이고 유연한 조직관리를 발휘함으로써 소속 구성원들의 직무만족을 통한 기업 경쟁력을 증대시키는 것이 필요하다고 할 수 있다.

본 연구는 다음과 같은 한계점을 지닌다. 중소 규모의 디지털 콘텐츠 기업 위주의 설문조사로 인해 전체 디지털 콘텐츠 산업 내 종사자의 조직관리 방면에서의 필요성이 약간 다르게 나타날 수 있다. 이를 극복하기 위해서는 차후 설문조사 샘플을 구성함에 있어 조직 규모, 지역, 운영형태 등을 더욱 고려하여 구성하는 정량적 보완 연구가 필요하다고 할 수 있다.

## REFERENCES

- [1] C. G. Kim. (2010). The Improvement of Legal System for Digital Contents Fair Trade and Industry Promotion in Internet Portal. *HAN YANG LAW REVIEW*, 31, 473-504.
- [2] J. H. Park. (2014). A Study on Industry-academic cooperation of Digital Contents industry. *Journal of the General Science Conference of the Korean Content Society*, 47-48.
- [3] J. S. Kim, H. D. Moon & K. C. Jung. (2014). A Study on Innovation System of Digital Contents Industry. *Journal of Academic Conference of the Korean Society of Telecommunications*, 479-480.
- [4] KISDI STAT Report. (2019). Digital Content Usage Status : Focused on paid service users, 19(15), 1-9.
- [5] J. H. Lee & T. S. Moon. (2011). IT Influencing Factors on Organizational Performance of Digital Contents Company and Moderating Effect of Partnership. *The Journal of Internet Electronic Commerce Research*, 11(3), 153-170.
- [6] S. J. Kim. (2010). An analysis on the types of 1 man creative business and its success strategies -

- Focused on digital content area -. *Journal of Digital Design*, 10(1), 69-77.  
DOI : 10.17280/JDD.2010.10.1.008
- [7] J. L. Kwon, C. W. Lee, K. H. Kim & K. S. Yoon. (2014). Digital Content R&D Policy and Research Trends. *Academic Conference of the Korean Society of HCI*, 1274-1274.
- [8] B. R. Lee, S. H. Joo, D. W. Han & B. G. Choi. (2012). Digital Content Technology Standardization Trends. *Journal of the Korean Society of Information Technology*, 10(4), 65-73.
- [9] Y. S. Oh & J. S. Han. (2009). Introduction to Categorization System of Digital Content Technology. *Journal of the Korean Content Society*, 7(4), 36-71.  
DOI : 10.20924/CCTHBL.2009.7.4.036
- [10] Lorenzo, G. & Lipparini, A. (1990). The Leveraging of Interfirm Relationships as a Distinctive Organizational Capability: A Longitudinal Study. *Strategic Management Journal*, 20, 317-338.  
DOI:10.1002/(SICI)1097-0266(199904)20:4<317::AID-SMJ28>3.0.CO;2-3
- [11] Y. J. Choi. (2017). *The Influence of Employment Types on Organizational Citizenship Behavior and Turnover Intention: Focused on Social Exchange Theory*. Konkuk University Graduate School.
- [12] Ashford et al. (1989). Content, causes, and consequences of job insecurity: A theory-based measure and substantive test. *Academy of Management Journal*, 32(4), 803-829.  
DOI : 10.2307/256569
- [13] J. H. Seol & J. H. Lee. (2010). Relationship between Reward Recognition of Social Workers and Turnover Intention Focusing on Social Welfare Institutions in Gwangju Metropolitan City and Jeollanam-do Region: *Korean Social Welfare Survey Research*, 25, 171.  
DOI : 10.1177/0969776417693884
- [14] Vroom, V. (1960). *Some personality determinants of the effects of participation*, [by] Victor Harold Vroom. (Ford Foundation doctoral dissertation series). Englewood. Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- [15] S. H. Lee. (2020). *A comparative study of emotional labor, job stress, welfare benefits, salary calculation recognition, and job turnover intentions of skin beauticians working in skin salons and hospital*. Hanseo University Graduate School, Chungnam.
- [16] C. Y. Park, Y. W. Seo & B. H. Lim. (2018). The effect of medical institution's welfare system on job satisfaction and organizational commitment of female workers. *Journal of the Korean Society for Health and Medical Industry*, 12(2), 1-14.
- [17] Reynold, L. G. (1978). *Labor Economics and Labor Relations*. 7th ed., Englewood. Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- [18] Belcher, David W. (1974). *Compensation administration*. New jersey : Prentice-hall.
- [19] Kerr, S. (1988). Some characteristics and consequences of organizational reward. *Lexington books*, 43-76.
- [20] S. B. Jin. (2005). *The Effect of Perceived Compensation on the Job Attitudes of Social Workers*. Kunkook University.
- [21] Becker, H. S. (1960). Notes on the Concept of Commitment. *American Journal of Sociology*, 66(1), 32-40. DOI : 10.1086/222820
- [22] J. K. Uhm. (2017). *The Effects of the Corporate Employee's Perception of Organization Justice on Positive Psychological Capital, Job Satisfaction, and Organizational Commitment*. Ph.D. dissertation of Seoul Venture University.
- [23] Price J. L. & Mueller. (1981). *Professional Turnover: the Case for Nurses*. Ames: (Iowa State University).
- [24] H. S. Kim. (2008). *A Study on the Determinants of Organizational Commitment: Comparative Analysis of Public and Private Organizations-Department of Public Administration*, Graduate School of Seoul City University.
- [25] Y. Y. Lee. (2019). *The Effects of Social Capital and Organizational Commitment on Unethical Pro-Organizational Behavior: The Moderated Mediating Effect of Ethical Leadership*. Dankook University Graduate School.
- [26] H. H. Bang & S. Y. Kim. (2009). Analysis of Determinants and Structure of Job Satisfaction and Organizational Commitment. *Korean Sociology*, 43(1).
- [27] Cook, J. D. & Wall, T. D. (1980). New Work Attitude Measure of Trust, Organizational Commitment and Personal Need Non-fulfilment, *Journal of Occupational Psychology*, 53, 39-52.  
DOI : 10.1111/j.2044-8325.1980.tb00005.x
- [28] Meyer, J. P. & Allen, N. J. (1991). A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment. *Human Resource*

- Management Review*, 1(1), 61-89.  
DOI : 10.1016/1053-4822(91)90011-Z
- [29] Price, J. L. (1977). *The Study of Turnover*. Ames: Iowa State University.
- [30] Mobley, W. H. (1977). Intermediate linkages in the relationship between job satisfaction and employee turnover. *Journal of Applied psychology*, 62(2), 237-240.  
DOI : 10.1037/0021-9010.62.2.237
- [31] Price J. L. & Mueller. (1981). *Professional Turnover: the Case for Nurses*. Ames: Iowa State University.
- [32] Bluedorn, A. C. (1982). A unified model of turnover from organizations. *Hunman Relations*, 35(2), 135-153.  
DOI:10.1177/001872678203500204
- [33] Y, S. Ou & G. H. Kim. (2007). The relationship between job satisfaction, organizational commitment, performance, and intention to turnover. : *Literature review and meta-analysis. HR/organizational research*, 15(4), 43-86.
- [34] Hulin, C. L., Roznowski, M. & Hachiya, D. (1985). Alternative opportunities and withdrawal decisions: Empirical and theoretical discrepancies and an integration. *Psychological Bulletin*, 97(2), 233-250.  
DOI:10.1037/0033-2909.97.2.233
- [35] M. S. Kim. (2004). The effect of exhaustion of social workers on turnover intention. *Korean Social Welfare Administration*, 6(2), 27-55
- [36] Hui, C. Wong, A. & Tjosvold, D. (2007). Turnover intention and performance in China: The role of positive affectivity, Chinese values, perceived organizational support and constructive troversy. *Journal of Occupationaland Organizational Psychology*, 80, 735-751.
- [37] S. H. Nam. (2007). *The effect of transformational leadership on organizational citizenship behavior in social welfare organizations*. Soongsil University.
- [38] B. J. An & M. S. Cha. (2016). The effect of burnout and turnover intention on organizational citizenship behavior. *Industrial Economics Research*, 29(1), 411-433.
- [39] Y. H. Kim. (2013). *6 Factors of HEXACO's Personality in Food Service Industry Affects on Organizational Commitment, Job Satisfaction, and Turnover Intention*. Gyeonggi National University.
- [40] J. S. Hong. (2014). *A Study on Organizational Commitment, Job Satisfaction, and Turnover Intention according to Personality Characteristics of Hotel Culinary Workers*. Hansung University.
- [41] S. M. Baug. (2018). *The Effects of Personality Characteristics and Self-Leadership on Job Enthusiasm and Turnover Intention-Focused on the mediating effect of psychological ownership*. Graduate School of Ventures, Hoseo University.
- [42] Daft & Steers. (1989). *Organizations: A Micro/Macro Approach*, Scott, Foresman and Co., Il, 1986.
- [43] Mobley, W. H., Griffeth, R. W. Hand, H. H. & Meglino, B. M. (1979). Reviewand conceptual analysis of the employee turnover process. *Psychological Bulletin*, 86, 493-522.  
DOI:10.1037/0033-2909.86.3.493
- [44] T. H. Lee. (2013). *A Study on the Determinants of Turnover Intention of Elderly Care Caregivers-Focusing on the Mediating Effects of Job Satisfaction and Organizational Commitment*-Graduate School of Hansung University.
- [45] J. K. Lee. (2013). *A Structural Analysis on Child Care Center Teachers Perceived Rewards Perceptions, Emotional labor, Job stress, Job burnout, and Organizational Commitment*. Catholic University.
- [46] S. B. Jin. (2005). *The Effect of Perceived Compensation on the Job Attitudes of Social Workers*. Konkook University.
- [47] J. G. Lee. (2013). *A structural analysis of the relationship between reward perception, emotional labor, job stress, job burnout and organizational commitment perceived by daycare center teachers*. Daegu Catholic University graduate school.
- [48] B. S Jin. (2015). *A Study on the Influence of Reward Perceived by Social Workers on Job Attitude-Focusing on the Effects of Organizational Commitment and Adaptation Flexibility*. Konkuk University Graduate School.
- [49] R. Folger. (1989). MA Konovsky-Academy of Management Journal.
- [50] Y. J. Lee. (2013). *The relationship between organizational support awareness, knowledge sharing, job satisfaction, and work commitment*. Gachon University.
- [51] Clifford J. Mottaz. (1988). Determinants of Organizational Commitment. *First Published June*

11988, 467-482.

- [52] Mayer, R. C. & Schoorman, F. D. (1992). Predicting Participation and Production Outcomes through a Two-Dimensional Model of Organizational Commitment. *Academy of Management Journal*, 35, 671-684. DOI:10.2307/256492
- [53] Y. H. Bae. (2012). *The Effect of Hotel Chef's Job Arrival and Self-Efficacy on Job Attitude and Turnover Intention*. Gyeonggi University Graduate School of Tourism.
- [54] Meyer, J. P. & Allen, N. J. (1984). Testing the "side-bet theory" of organizational commitment: Some methodological considerations. *Journal of Applied Psychology*, 69(3), 372-378. DOI : 10.1037//0021-9010.69.3.372
- [55] S. T. Park, Y. K. Kim & T. U. Kim. (2013). A study on influencing factors of patent activities on management performance. *Entrue Journal of Information Technology*, 12(3), 121-129.
- [56] E. M. Park & J. H. Seo. (2020). The Effects of Obstructive Factors and Rewards Related to Technological Innovation on Management Performance: *Focusing on Chinese Companies*. *Research in World Economy*, 11(2), 98-104.
- [57] Wixom, B. & Watson, H. (2001). An Empirical Investigation of the Factors Affecting Data Warehousing Success. *MIS Quarterly*, 25(1), 17-41. DOI : 10.2307/3250957
- [58] Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. DOI : 10.1177/002224378101800104

한 대 익(Dae-Ick Han)

[정회원]



- 1990년 2월: 한양대학교 자연과학대학 물리학과(이학사)
- 1995년 2월 : 한양대학교대학원 산업디자인학과(산업디자인학 석사)
- 2018년 3월 ~ 현재 : 서울벤처대학원대학교 융합산업학과 박사과정

- 관심분야 : AI, 융합과학기술경영
- E-Mail : ceo@shema.tech

황 찬 규(Chan-Gyu Hwang)

[정회원]



- 1988년 2월 : 서울대학교 토목공학과 (공학사)
- 1990년 2월 : 서울대학교 토목공학과 (공학석사)
- 1994년 2월 : 코넬대학교 토목환경공학과 (공학박사)

- 2004년 3월 ~ 현재 : 서울벤처대학원대학교 융합산업학과 교수
- 관심분야 : 융합기술경영정책, 인공지능
- E-Mail : hwang12\_uiuc@navwr.com

정 회 우(Hoi-Woo Jung)

[정회원]



- 1986년 2월 : 숭실대학교 기계공학과(공학사)
- 1997년 2월 : 숭실대학교 기계공학과(공학석사)
- 2018년 3월 ~ 현재 : 서울벤처대학원대학교 융합산업학과 박사과정

- 관심분야 : 경영정책, 인공지능
- E-Mail : hwmail@hanmail.net

장 선 연(Sun-Yean Jang)

[정회원]



- 2000년 2월 : 숭실대학교 기계공학과(공학사)
- 2007년 2월 : 한국과학기술원(공학석사)
- 2019년 2월 : 서울벤처대학원 융합산업학과 박사

- 관심분야 : 인터랙티브미디어, 사물인터넷, AI
- E-Mail : sy.jang@mediaflow.kr