

한국 광고디자이너의 직무만족도 결정요인에 관한 연구

A Study on the Determining Factors of Korean Advertising Designer's Job Satisfaction

주저자 : 정무환 (Chung, Moo whan)

극동대학교 디자인학부

공동저자 : 주지혁 (Joo, Ji hyuk)

극동대학교 방송영상학부

1. 연구의 목적

2. 이론적 배경

- 2.1 직무만족의 정의와 중요성
- 2.2 직무만족에 대한 선행연구들
- 2.3 직무만족의 영향요인에 관한 연구

3. 연구문제

4. 연구방법

- 4.1 응답자 선정 및 분석방법
- 4.2 변인의 조작적 정의와 측정

5. 연구결과

- 5.1 광고디자이너의 개인성향과 직무만족도
- 5.2 조직적 특성변인과 광고디자이너의 직무만족도
- 5.3 광고디자이너의 직무만족도 결정요인

6. 결론 및 제언

참고문헌

(要約)

일반적으로 직무만족은 종업원의 생산성과 연관된다고 판단 되기 때문에 광범위하게 연구되어왔다. 그러나 광고디자이너들의 직무만족에 대한 실증적 연구는 거의 없는 실정이었다. 광고디자이너의 조직심리 또는 조직행태를 학문적으로 다룰 필요성이 있는 현실 속에서, 이 연구는 광고대행사에 조직관리차원의 유용한 자료를 제공하기 위해 수행되었다. 학자들의 선행연구에 의하면 직무만족은 크게 개인적인 요소와 조직차원의 요소에 의해서 결정된다. 그러나 본 연구결과에 의하면 직무만족에는 개인적 성향 보다 조직적 요인인 승진과 보수 등이 영향을 주는 것으로 나타났다. 특히 보수보다 승진에 더 크게 영향을 받고, 상사나 동료의 인정, 공간의 쾌적함이나 휴가활용 등과 관련 있는 업무환경의 영향력이 컸다. 이를 종합하여 광고디자이너의 직무만족 결정요인에 대한 최종 모델을 만들어 본 결과 보수, 승진, 및 대인관계가 광고디자이너의 직무만족도의 예측변인으로 확인되었다. 광고디자이너의 직무만족도를 결정하는 요인이 일반적인 것과 크게 다르지 않은 것은, 대행사가 디자이너의 고유성을 잘 반영하지 못하고 다른 조직원들과 동일한 직무환경과 시스템을 제공하기 때문인 것으로 판단된다. 디자이너의 생산성 향상을 위해서는 광고대행사가 보수와 평가 등에서 광고디자이너의 고유한 특성과 정체성을 잘 반영하는 합리적인 인사정책을 수립하고 이를 통해 직무만족도를 상승시키는 노력을 기울여야 한다.

(Abstract)

Many researchers have been explored job satisfaction in various context. Nevertheless, there are no empirical researches on the advertising designers's job satisfaction in Korea. This research is an exploratory examination regarding Korean advertising designers's organizational behaviour. In general, job satisfaction is determined by two major factors; personal and organizational factor. This research shows that korean advertising designers's job satisfaction is mainly determined by the organizational factor such as payment and promotion. Promotion was particularly significant amongst them and recognition also proved to be influential. Synthetically, the determining factors of advertising designers's job satisfaction consists of several predictors such as payment, promotion, and human relationships. This result may gives an assumption that the agencies have not provided designers with specialized evaluation system reflecting designers' job characteristics. Thesis concludes that agencies need to set a new evaluation and payment systems in order to elevate designers' job satisfaction in organization.

(Keyword)

Advertising designers, Job satisfaction, determining factor

1. 연구의 목적 및 배경

광고대행사에는 AE, AP, 카피라이터, 아트디렉터, 프로듀서와 같은 여러 직종들이 있다. 회사마다 조금씩 차이는 있지만 광고물을 최종적으로 시각화하는 역할을 담당하는 아트디렉터를 일반적으로 광고디자이너라 부른다. 다른 직종이 출신전공에 뚜렷한 제한이 없는데 반해 광고디자이너는 미술 또는 시각디자인을 전공하여 전공과 업무 특성이 뚜렷하고 광고인이라는 공통의 정체성 외 다른 직군과 구별되는 디자이너로서의 정체성을 강하게 가지는 것으로 인식되고 있다.

현재 광고대행사에서 디자이너의 입지는 광고환경의 변화와 함께 크게 변모했다. 과거에는 많은 수의 디자이너들이 대행사에 진출했고, 광고는 디자인전공자를 수용하는 주요 산업으로 상호 밀접한 관계를 유지해왔다. 그러나, 현대의 광고환경에서는 디자인보다는 기획과 전략이 한층 강화되고 리서치와 마케팅을 강조하는 경향이 강해졌다. 또한 이 분야에 고급인력의 유입과 인적투자도 강화되었다. 직종 간 상호인식에서 디자인업무가 기획에 종속된 하부구조적 업무라는 인식이 뚜렷해지고 디자이너 출신의 조직 내 입지는 좁아들었다. 한편, 영상광고의 확장과 인터넷의 성장으로 인쇄광고의 비중이 상대적으로 축소되었다. 조직적으로 성장할 여지가 축소되었을 뿐 아니라 변화된 환경에 맞는 역할 조정을 요구받고 있다. 반면 시각문화의 발달로 광고디자인에 대한 질적 요구는 훨씬 높아졌다. 아웃소싱이 강화됨으로써 전문 외부 조직의 성장은 가속화되었지만 대행사내의 디자인 조직은 위축되었다. 특히, IMF 경제난과 광고시장의 개방화로 경쟁환경이 격화되어 구조조정을 비롯하여, 디자이너에게 더욱 힘든 업무여건을 조성하고 있다.

우리나라 광고대행사에 소속된 디자이너들은 이 같이 조직 내 입지는 약화된 대신, 업무 강도는 한 층 강화되어 근무여건 약화에 따른 직무불만족이 예상되고 있다. 조직 일반적으로 직무만족이 높은 종업원이 생산성이 높다고 본다면, 광고디자이너의 직무조건 문제는 직무불만족과 생산성의 저하라는 지속적 악순환으로 이어질 수 있다. 그러나, 그동안 광고디자이너의 직무만족의 중요성에도 불구하고 연구는 활발하지 않은 실정이었다. 디자인학자가 광고를 연구한 경우는 대부분 광고텍스트와 표현에 대한 문제를 다룬 것이 대부분이었고, 광고학에서 직무만족을 연구할 경우에는 광고디자이너를 독립적으로 다룬 경우가 거의 없었다.

광고디자이너는 출신전공과 직무 성격에서 다른 직군과는 차별된 직무만족 요인을 가질 수 있으므로 직무만족에 대한 연구가 별도로 수행될 필요성이 있지만, 우리나라 광고대행사에서는 여러 직군의 직원들을 관리하기 위한 방법으로 세분화, 특성화하기 보다는 평균화, 일반화 시켜 관리하는 경향이 강했다. 따라서 우리나라 광고대행사 소속 디자이너들의 직무만족을 결정하는 요인이 무엇인지를 독립적으로 살펴보는 것은 향후 디자이너의 직무만족도연구에 관련된 심화 연구에 있어 의미 있는 첫 출발이 될 것이다. 본 연구의 목적은 변화하는 광고환경 속에서 디자이너들의 직무만족과 관련 있는 변인들이 무엇인지 찾아내어 광고업계의 조직적 인사관리에 유효한 시사점을 제공하는 것이다.

2. 직무만족연구의 이론적 배경

2.1 직무만족의 정의와 중요성

직무만족에 관한 연구는 로크(Locke, 1976)의 직무만족에 관한 개관 및 비판이 출간될 당시 약 3350여건 이상의 연구결과가 발표되었고, 1992년 현재 5000여건 이상의 관련 논문이 발표된 것으로 추정되지만(Canny, Smith & Stone, 1992), 매우 추상적이고 주관적이기 때문에 개념이 일관되게 정립되어 있지 않다(이상빈, 1983).

직무만족과 관련하여 길머(Gilmer, 1966)는 “직무의 만족 또는 불만족은 자기직무 관련요인 및 일상적인 생활에 대하여 가지고 있는 여러 가지 태도의 결과”라고 정의 하였다. 로크(Locke, 1976)는 직무만족을 “직무에 대한 평가 결과로부터 발생하는 종업원 자신의 유쾌하고 긍정적인 정서상태”라고 정의하면서 직무만족이 내적 관찰과정을 통해 파악될 수 있는 정서적 반응이라고 주장하였다. 맥코믹(McCormick, 1974)은 “직무 수행자가 직무수행과정에서 경험하거나 직무수행결과로 얻게 되는 성취감과 같은 욕구충족의 정도”라고 정의하였다. 한편, 신유근(1989)은 “직무에 대한 한 개인의 직무나 직무경험 평가시 발생하는 유쾌하고 긍정적인 상태”라고 정의하였다. 유기현(1998)은 “개인의 태도와 가치, 신념 및 욕구 등의 수준이나 차원에 따라 종업원이 직무와 관련시켜서 갖게 되는 감정적인 상태”라고 직무만족을 정의하였다. 직무만족에 관한 이 같은 여러 정의를 종합해보면, 직무만족은 자신의 직무 또는 직무경험을 평가한 결과에서 나오는 유쾌하고 긍정적인 정서상태로서 건강, 귀속, 존경, 성장 등의 욕구를 포함하는 총체적인 감정을 말한다고 할 수 있다.

직무만족은 조직과 조직구성원 모두에게 중요하다. 조직구성원이 자신의 직무에 대해 만족을 느끼면 직무환경에 대해 매우 긍정적인 태도를 갖기 때문에 조직구성원 개인은 물론 조직의 발전에 기여할 수 있고, 반면에 조직구성원이 직무에 대해 불만족을 느끼면 조직 환경에 대해 부정적인 태도를 갖기 때문에 개인과 조직의 발전에 기여 할 수 없다. 따라서 조직구성원의 직무만족의 정도는 조직의 운영을 평가하는 중요한 기준이 된다.(박운성, 1988)

조직원 개인 차원에서의 직무만족의 중요성에 대해 추헌(1995)은 조직구성원 개인의 가치판단과 정신건강의 측면에서 중요하다고 했고, 신유근(1984)은 일에 만족을 느끼는 사람이 수명이 길다는 라이츠(Reitz, 1981)의 선행연구를 바탕으로 직무만족이 직원의 신체적인 건강에 영향을 미친다고 했다. 이 외에 박우순(1996)은 직무만족이 친사회적 시민정신의 배양에 도움을 준다고 했다.

조직적 차원에서 직무만족의 중요성에 대한 이상순과 이상린의 연구(1998)는 직무에 만족하는 사람이 외부사회에 대하여 자신의 조직을 호의적으로 이야기하는 경향이 있어 신규직원의 충원을 활발하게 하고 대중에게 조직에 대한 호감을 조성하여 조직유효성을 증대시킨다고 했다. 비슷하게 스코트와 테일러는(Scott & Taylor, 1985) 직무만족이 높으면 사기가 향상되어 근무의욕이 활발해지고 이직율과 결근율이 감소되며 조직의 창의성과 생산성이 높아진다고 주장했다. 이 외에

도 직무만족은 조직의 일체감을 형성하는데 기여하는데, 직무에 만족하는 사람은 직무를 수행함에 있어 불평이 적고 상사나 동료작업자를 돕는 등 조직내부에서의 원만한 인간관계를 유지하여 조직에 일체감을 형성하는데 도움을 준다.

2.2 직무만족에 대한 선행연구들

직무만족은 매우 실제적이고 이론적인 개념으로 조직행동학, 산업심리학, 조직심리학, 조직사회학, 인적자원관리학 등에서 많은 연구가 진행되어 온 개념이다(Cranny, Smith & Stone, 1992). 직무만족에 대한 연구는 이직·전직의 관계, 생산성과의 관계 그리고 조직구성원의 동기부여 등 다양한 주제와 분야에서 이루어져 왔다.

우선 직무만족과 전직 또는 이직에 관련된 연구는 '직무만족의 증가가 전직의 감소를 가져온다'는 헐린(Hulin, 1968)의 연구 이래 다양한 연구들이 있었다. 워터스와 로치(Waters & Roach, 1973)는 이직이란 불만족을 회피하기 위한 상당히 극단적인 방법이며 단지 감정에 의해서만 결정하지 않고 다른 직장에 대한 가능성, 경제적 여건, 인간관계 등의 심리적, 물리적 비용까지 고려해야 한다는 점이 결석이나 지각과는 다르다고 말하고 있다. 포터와 스티어스(Porter & Steers, 1973)는 조직 내의 사회화 과정에서 가장 강력한 힘 중 하나가 개인과 그의 동료 사이의 상호작용의 역동성이라고 설명하면서 동료와의 관계가 바람직하지 못할 경우 조직을 이탈하는 결과를 초래한다고 밝혀 만족과 이직 간에는 부적(-)인 관계가 있다고 하였다.

한편 사무직원들을 대상으로 한 연구에서 연구대상자의 61%가 직무에 만족한 작업자가 보다 높은 생산성을 나타낸다고 믿는 것으로 드러났다(Gannon & Noon, 1971). 생산직 종업원을 대상으로 연령에 따른 직무만족수준을 측정된 연구에서는 연령이 높은 종업원이 연령이 낮은 종업원보다 상대적으로 직무자체, 존경 및 전체 만족수준이 높다는 연구결과가 있다(Altimus & Tersine, 1973). 이는 직무경험의 다양성으로 인해 작업환경에 대한 적응이 높고 기대감도 낮기 때문이라는데 원인을 찾고 있다. 또 다른 연구는 직무의 성격, 즉 직무의 중요성, 자율성, 다양성 등의 직무범위가 클수록 직무만족이 높다고 밝히고 있다(Stone, 1978).

한편 상사의 리더십 스타일도 직원의 직무만족도에 영향을 끼치는데 프라이쉬먼(Freishman, 1972)에 의하면 부하들은 상사의 리더십 스타일에 부하직원에 대한 배려가 많고 종업원 지향적일 때 만족도가 높다는 사실을 발견했다. 배려행위 및 종업원 지향은 유사한 의미로서 다정함, 좋은 성과에 대한 칭찬, 의견의 청취, 부하에 대한 개인적 관심 등과 같은 감독자의 특질이나 행위들을 말한다.

그리고 해크만과 롤러(Hackman & Lawler, 1971), 해크만과 올드햄(Hackman & Oldham, 1971)의 연구에 따르면 '새로운 학습의 기회, 창조성, 다양성, 난이도, 작업량, 책임감, 성과에 대한 압력, 작업방법이나 자율성에 대한 통제, 직무충실, 복잡성들'과 같은 요인들이 직무에 대한 흥미나 만족과 관련이 있는 것으로 나타났다. 한편, 문화적 배경과 직무만족 사이의 관계를 살펴본 터너와 로렌스(Turner & Lawrence, 1965)는

직무특성수준에 대한 반응이 도시와 농촌, 구교도와 신교도 간에 차이가 있다는 사실을 밝혔다. 이러한 결과는 직무만족이 문화적 배경에 따라 다르다는 사실을 의미한다.

직무만족과 건강간의 관계에 대해서는 젠킨스(Jenkins, 1971)가 직무에 대한 불만이 스트레스를 더 쌓이게 하고, 고혈압, 동맥경화, 소화불량으로 나타난다는 사실을 들어 직무만족과 신체건강 사이의 상관성이 있음을 밝혔고, 콘하우저(Kornhauser, 1965)는 정신적으로 만족한 근로자가 분노, 긴장, 자존심, 사회성, 개인적 사기 등의 측면에서 건강하다고 주장했다.

2.3 직무만족의 영향요인에 관한 연구

직무는 하나의 실체가 아니고 과업, 역할, 책임, 상호작용, 유인, 보상 등의 다양한 특성들로 상호 연관되어 있고 직무만족은 여러 가지 요인들의 영향과 그에 대한 의견의 총화로서 파악될 수 있는 다차원적 개념이다. 직무만족 영향요인의 파악은 직무만족 측정을 위한 중요한 작업이다.

직무만족 영향요인은 조직 구성원 개개인이 추구하는 욕구와 직무환경 자체에 따라 다양한 결과가 나올 수 있을 것이다. 직무만족 영향요인에 관한 학자들의 견해는 다음과 같다.

우선, 긴즈버그(Ginzberg, 1951)는 직무만족의 요인은 경제적 보수와 명예, 특별한 활동과 목표달성에서 얻는 기쁨의 본질적 만족, 사회적·환경적인 부수적 만족의 세 가지로 보았다. 유르겐슨(Jurgenson, 1978)은 직무만족 요인을 발전, 복리후생, 회사, 동료, 작업시간, 임금, 안전, 감독, 작업유형, 작업조건 등 10개로 구분하고 이 요인들은 남성, 여성에 따라 그 우선순위가 달라지며 시간·연령·교육수준·전 직업 등에 의해서도 변한다고 했다. 포터와 스티어스(Porter & Steers, 1973)는 직무만족요인을 조직전체요인, 작업환경요인, 직무내용요인, 개인적 요인의 네 가지로 분류하고 있다. 조직전체요인에 급여, 승진기회, 회사정책과 절차, 조직구조를 작업환경요인으로 감독유형, 참여적 의사결정, 작업집단 규모, 동료작업자와의 관계를 직무내용요인으로 직무범위, 역할모호성, 역할갈등을, 개인적 요인으로는 연령, 근속, 성격 등을 들고 있다. 엘더퍼(Alderfer, 1963)는 직무만족 영향요인을 임금, 인센티브, 상사에 의한 존중, 동료에 의한 존중, 성장 등의 다섯 가지로 설명하고 있다. 로크(Locke, 1976)는 직무만족 요인을 직무자체, 임금, 승진, 인정, 복리후생, 작업조건, 감독, 동료, 회사정책 등으로 제시했다. 프리드랜더(Friedlander, 1963)는 직무만족의 중요요인을 사회적·기술적 환경, 본질적 작업측면, 발전을 통한 인정 등의 세 가지로 구분하고 있다. 브룸(Vroom, 1964)은 직무만족 요인을 감독, 직무내용, 임금, 승진의 기회, 작업시간 등 다섯 가지로 보았다. 마이어스(Myers, 1964)는 직무만족 요인으로 성취감, 책임, 성장, 승진, 직무자체의 즐거움, 인정을, 직무불만족 요인으로 작업규제, 조명, 휴식시간, 직위, 선임권, 임금, 인센티브 등을 들고 있다. 허즈버그(Herzberg, 1968)는 직무만족의 결정요인을 위생요인(factor of hygiene)과 동기요인(motivator)으로 분류하였고, 위생요인으로서 대인관계, 회사의 정책 및 관리, 작업여건, 봉급, 직무안정성, 등의 다섯 가지를, 동기요인으로는 성

취, 인정, 직무자체, 책임감, 승진의 다섯 가지로 제시하였다. 이상과 같은 다양한 학자들의 견해를 종합해보면 직무만족은 단순하게 설명될 수 있는 것이 아니라, 다양한 직무차원에서 설명되는 복합적인 개념이다. 이것은 종사자의 주관적 인식과 밀접한 관련을 가지고 있을 뿐만 아니라 조직의 효율성과 생산성의 측면이 반드시 고려되어야 할 요소이다. 따라서 직무만족의 영향요인에 대한 연구는 조직측면과 개인측면에 대한 접근이 함께 필요하다.

3. 연구문제

앞에서 살펴보았듯이 직무만족이라는 개념은 단일차원으로 설명되지 않는 다차원적인 구성개념(construct concept)이라 학자들마다 다양한 변인들로 직무만족의 영향요인을 설명하려고 했다. 이 중 포터와 스티어스(Porter & Steers, 1973)는 직무만족 영향요인을 조직전체요인, 업무환경요인, 직무내용요인, 개인적 요인의 네 가지 차원에서 분류했다. 이것은 크게 조직전체요인, 업무환경요인, 직무내용요인과 같은 조직적 특성요인과 개인적 성향요인으로 대별되는데, 본 연구는 이에 근거하여 광고디자이너의 직무만족을 결정하는 요인이 무엇인가 알아보고자 한다.

본 연구에서는 우선 개인적 성향요인이 광고디자이너의 직무만족에 미치는 작용을 알아보기 위해 다음을 연구문제로 설정했다.

연구문제1. 광고 디자이너 개인의 성향은 직무만족도에 유의미한(significant) 영향을 미치는가?

광고 대행사의 조직적 특성변인을 통해 광고디자이너의 직무만족도를 어느 정도 예측하고 설명할 수 있는지를 알아보기 위해서 다음을 연구문제로 설정했다.

연구문제2-1. 광고 대행사의 조직전체요인은 광고디자이너의 직무만족도에 유의미한 영향을 미치는가?

연구문제2-2. 광고 대행사의 직무내용요인은 광고디자이너의 직무만족도에 유의미한 영향을 미치는가?

연구문제2-3. 광고대행사의 직무환경요인은 광고 디자이너의 직무만족도에 유의미한 영향을 미치는가?

마지막으로 앞의 연구문제들에서 이용한 개별요인들을 종합적으로 투입하여 광고디자이너의 직무만족도 결정요인의 최종적인 모델을 알아보기로 했다. 이를 위해 다음과 같은 연구문제를 설정했다.

연구문제 3. 광고디자이너의 직무만족도를 결정하는 요인은 무엇인가?

4. 연구방법

4.1 응답자 구성 및 분석방법

본 연구는 광고디자이너의 직무만족도에 관한 것으로 2004년 6월 현재 방송광고대행인정을 받은 국내의 종합광고대행사(1)에 재직 중인 디자이너들을 대상으로 실시한 자기보고식(self-reporting) 설문조사결과를 이용하였다. 조사는 제일기획을 포함한 8개 광고 대행사에 근무하는 디자이너를 대상으로 150부의 설문지를 배포하여 92부를 수거하여 분석했다(회수율 61.3%). 회수된 응답자 구성은 제일기획 30명, JWT 11명, 피닉스컴 10명, 웰컴 10명, LGAD 9명, TBWA 8명, 코래드7명, 덴츠이노백 7명으로 이루어졌다. 응답자의 성별은 남자가 69명(75.0%) 여자가 23명(25.0%)이었고, 전공은 미술 및 디자인계열이 88명(95.7%), 기타계열이 4명(4.3%)으로 구성되었다. 조사는 2004년 7월 1일부터 7월 15일에 걸쳐 연구자들의 직접방문조사로 수행되었다.

통계분석은 SPSS Win ver.11을 이용하여 광고디자이너의 직무만족도를 설명해내기 위해 각각의 독립변인들을 투입하는 다중회귀분석(multiple regression analysis)을 실시했다. 그리고 독립변인들이 종속변인에 미치는 영향을 체계적으로 분석하는 방법인 위계적 회귀분석(hierarchical regression analysis)을 통해 광고디자이너의 직무만족도 결정요인의 최종적인 모델을 설정했다.

4.2 변인의 조작적 정의와 측정

위에서 설정한 연구문제를 해결하기 위해서 종속변인인 직무만족도와 독립변인인 개인적 성향요인과 조직적인 특성요인들 사이의 관계를 탐색해야 한다. 아래는 본 연구에서 이용되는 변인들의 조작적 정의들이다.

(1) 직무만족도

직무만족도를 측정하는 방식은 연구목적에 따라서 매우 다양하지만 크게 분류하면 항목별 직무만족도(specific job satisfaction)를 측정하는 방식과 총체적인 직무만족도(global job satisfaction)를 측정하는 방식이 있다. 그러나 산업심리학계의 많은 학자들은 임금수준, 노동환경 등 직장생활의 특정한 측면을 대상으로 분석한다면 '하나의 개념으로서의 직무만족도'를 파악할 수 없기 때문에 후자의 방식을 많이 사용하고 있다(2)

따라서 본 연구에서는 직무만족도를 체계적으로 이해하기 위

1) 2004년 6월 현재 한국방송광고공사(KOBACO)에 의해 방송광고대행인정을 받은 광고회사의 수는 모두 152개사이다.

2) 전반적인 직무만족도(global job satisfaction)에 대한 최초의 연구는 로크(Locke, 1969)에 의하여 이루어졌다. 그는 직무, 임금, 승진, 사회적 인정, 복지혜택, 노동조건, 감독체계, 노사관계와 같은 직장생활의 다양한 측면을 합하여 하나의 직장만족도를 연구하였다. 최근의 직장만족도에 대한 연구는 로크의 방법론을 수정한 것이다. 이러한 직장만족도에 대한 연구를 정리한 글로는 폰드와 게이어(Pond & Geyer, 1991)를 참고할 것.

하여 직무만족도지표(Job Descriptive Index)를 종속변수로 사용한다. 즉 '직무만족도'라는 개념이 매우 추상적이기 때문에 이를 좀 더 세부적인 항목으로 나누어 질문한다. 예를 들어서 귀하는 "직장생활에 만족하십니까?"라는 질문을 한다면, 응답자는 '직장생활'이 무엇을 의미하는지 쉽게 알 수 없기 때문에 한마디로 응답하기 어렵다. 응답자에 따라서 서로 다른 측면을 고려하여 응답하는 경우가 많기 때문에 임금수준, 노동시간, 노동강도, 고용안정, 후생복지와 같은 구체적인 질문을 통해 직무만족도를 파악한다. 즉, 직장생활의 세 측면을 설명하는 7개 항목(임금수준, 노동시간, 노동강도, 작업환경, 승진기회, 고용안정, 후생복지)에 대한 만족도의 총합으로 직무만족도 지표를 계산하고 이를 종속변수로 사용한다.

(2) 개인적 성향변인

연령, 근속, 성격 등 개인적 성향변인은 직무만족을 설명하는 중요한 변인이다(Porter & Steers, 1973). 본 연구에서 개인적 성향변인으로 연령, 성별, 부양가족 수, 현재 회사의 근속년수, 광고업계 총 경력, 광고 관련 교육경력 등을 측정했다.

(3) 조직적 특성 변인

조직적 특성변인은 조직전체요인, 직무내용요인, 직무환경요인 3가지를 세부변인으로 투입했다. 다음은 조직적 특성요인들에 대한 조작적 정의와 측정방법이다.

① 조직전체요인

(가) 승진

승진은 조직 내에서의 신분 또는 지위의 변화가 있을 때를 말하는 것으로(Herzberg, Snyderman & Mausner, 1959) 지위상승과 함께 보수, 권한, 책임의 증가가 동반된다. 승진기회가 공평하게 이루어지지 않으면 사기가 저하되고 조직의 능률화가 어려워지기 때문에 승진은 사기양양, 유능한 인재의 확보, 능력개발, 효율적인 인적자원의 활용 등의 측면에서 중요하다. 조직 구성원이 승진을 통해 얻게 되는 이점이 많다는 점에서 승진은 다른 요인보다 직무만족에 크게 영향을 미칠 것이라고 가정할 수 있다.

따라서 본 연구에서는 승진을 조직에서 조직구성원의 직무서열 또는 자격서열의 수직적 상승으로 정의하고, 상급자의 판단으로 이루어지는 근무평정의 공정성 여부, 정실에 의한 승진, 현재 승진제도의 합리성, 승진소요기간에 대한 만족여부를 측정하였다.

(나) 정책 및 관리

정책은 종업원의 행동을 지배하거나 규제하기도 하므로 조직에 대한 긍정적·부정적 감정을 유발하게 한다. 부당하게 엄매여 있다고 느끼거나 관리자와 작업자를 구별하여 차별을 느끼게 한다면 직무만족은 높아지지 못할 것이다(Herzberg, Snyderman & Mausner, 1959).

따라서 본 연구에서는 정책 및 관리를 일정한 목적을 효과적

으로 실현하기 위해서 조직운영에 필요한 주요시책 및 그 운영을 지도·조정하는 기능의 정도로 정의하고, 업무수행에 있어서 자신의 재량권 인정여부, 직원들의 제안 권장, 조직의 주요시책과 운영관리, 조직의 기본시책과 업무수행과의 일관성, 직원들의 건의나 의견의 반영여부 등을 측정하였다.

(다) 보수

보수는 직무에 대한 긍정적 보상을 말한다. 이러한 보수는 노동의 보상이며 생활유지의 수단이 되는 소득이다. 여기서 말하는 보수는 넓은 의미의 보수로서 여러 가지 종류와 형태의 금전지급을 포함한다. 대개 보수는 각종 수당을 합친 것이라 할 수 있다. 보수는 근로자들의 생계와 이익에 직결되는 문제이기 때문에 관심사가 아닐 수 없다. 또 개인이 받는 보수의 수준은 조직 내외에 걸쳐 그 사람의 위신 또는 지위를 결정하는 요소가 된다. 따라서 본 연구에서는 보수를 직무에 대한 긍정적 보상이며 사용자가 근로의 대가로 근로자에게 지급하는 일체의 금품으로 정의하고, 보수수준이 업무량에 비해 만족스러운지, 타 기업과 비교하여 만족스러운지, 현재의 보수 수준에 만족하고 있는지, 직위별로 보수 격차가 있는지의 여부 등을 측정하였다.

② 직무내용요인

(가) 업무자체

조직구성원은 자기가 담당하고 있는 업무에 만족할수록 직장생활의 만족을 느끼고, 자기의 능력을 마음껏 발휘할 수 있는 일을 통해 자기를 실현한다. 맥코믹과 티핀(McComick & Tiffin, 1974)은 업무와 적성의 관계를 설명하면서, 근로자는 자기가 맡은 업무가 적성에 맞지 않거나 적성에 맞지 않는 업무가 감당할 수 없을 정도로 과다할 때 업무수행의욕이 줄어들어다는 사실을 밝혔다. 따라서 본 연구에서는 디자이너가 조직의 현 담당업무에 흥미가 있는지, 업무가 자신의 적성에 맞는지, 현재 처리하는 업무량이 능력에 적합한지, 그리고 담당업무에 대한 보람이 있는지, 업무성격에 만족하는지 등을 측정하였다.

(나) 인정

인정은 감독자나 관리직에 있는 사람, 고객, 동료, 대중들의 피면접자에 대한 관심과 칭찬, 부정적인 인정이라 부르는 비평과 비난이 포함된 개념이다(Herzberg, Snyderman & Mausner, 1959). 본 연구에서는 인정을 상사나 동료로부터의 관심·칭찬 및 신뢰의 정도로 정의하고, 업무를 열심히 수행했을 때 조직에서 인정해 주는지, 상급자와 동료들이 자신의 업무수행능력을 신뢰해 주는지, 조직구성원들이 업무에 관한 자신의 견해에 관심을 보여주는지의 여부를 측정하였다.

③ 직무환경요인

(가) 감독

감독은 상급자가 조직구성원의 애로사항이나 불만사항을 파악하여 적절하게 조인을 하거나 도와주는 것이라고 할 수 있으며, 하급자가 업무결정에 참여할 수 있는 기회를 제공하는 것 등을 포함한다. 본 연구에서는 감독을 근로자의 애로사항이나 불만을 파악하여 적절하게 조치하는 것으로 정의하고, 상급자의 감독형태, 업무를 잘못했을 경우의 시정지도 여부, 상급자의 업무집행능력, 업무 결정시 부하직원의 의견반영 여부, 부하직원의 고충·불만파악 여부 등을 측정하였다.

(나) 대인관계

대인관계는 직장 내의 동료간의 협조, 친밀성 등을 말하는 것으로, 조직에서의 사회화 과정에서 가장 중요한 비중을 차지한다. 이러한 상호작용은 작업환경에 대한 적응성의 향상을 가져다 줄 수 있다. 호만(Homans, 1974)의 호돈 공장 실험결과에 따르면 물리적인 작업환경이 아니라 작업집단 내의 인간관계와 비공식적 합의가 공장 내의 생산성을 높인데 더 영향력이 있는 것으로 나타났다. 즉, 근로자들 간의 친밀이나 단결의 정도는 조직 내의 응집력이나 개인의 직장적응과 밀접한 관련을 맺고 있고, 이것이 조직의 생산성을 제고하는 데 작용한다는 것이다. 따라서 본 연구에서는 대인관계를 상사 및 동료와의 친밀감이나 협조의 정도로 정의하고, 동료들과 상급자와의 대인관계, 직장 동료들 간의 업무협조 등을 측정하였다.

(다) 업무환경

업무환경은 물리적인 작업환경, 즉, 작업량, 작업시간, 실내온도, 조명도, 소음도, 실내공기, 청결도, 작업장의 배치, 휴식시간의 유무 등 작업수행에 관련된 모든 것을 포함한다. 켈리와 하렐(Kelly & Harrel)은 위험한 작업환경이 직무태도에 미치는 영향에 관한 연구에서 업무환경이 전반적인 직무만족에 영향을 주는 요인임을 밝히고 있다. 따라서 본 연구에서는 업무환경을 근로자의 작업수행에 관련된 모든 것으로 정의하고, 근무시간에 대한 적정성 여부, 근무환경상태, 작업장 시설의 편리성, 휴가나 월차 활용여부 등을 측정하였다.

5. 연구결과

5.1 광고디자이너의 개인성향과 직무만족도

광고디자이너의 개인성향 요인이 직무만족도에 어떠한 영향을 미치는가를 알아보기 위한 다중회귀분석을 실시했다. 회귀분석 결과는 아래 표와 같다.

<표 1 > 광고디자이너의 직무만족도와 개인 성향변인의 다중회귀분석

| | 비표준화 계수 | | 표준화 계수 | t | 유의 확률 | F | R ² |
|---------------|---------|-------|--------|-------|-------|-----|----------------|
| | B | 표준 오차 | Beta | | | | |
| (상수) | 26.54 | 7.90 | | 3.36 | .00 | | |
| 연령 | -.35 | .26 | -.34 | -1.33 | .19 | | |
| 성별 | -1.64 | 1.31 | -.17 | -1.25 | .22 | .64 | .05 |
| 부양 가족수 | -.21 | .63 | -.05 | -.33 | .74 | | |
| 현 직장 근속년수 | .24 | .18 | .21 | 1.33 | .19 | | |
| 광고업계 총 경력 | .25 | .26 | .22 | .98 | .33 | | |
| 광고 관련교육 이수 경험 | -.08 | .21 | -.04 | -.37 | .71 | | |

개인적 성향변인을 투입한 다중회귀분석 결과를 보면, 개인적 성향변인은 광고디자이너의 직무만족도에 유의미하지 않았다. 즉 연령, 성별, 부양가족의 수, 현 직장에서의 근속년수, 광고업계의 총 경력, 관련 교육 이수 경험 등은 광고디자이너의 직무만족도에 영향을 미치지 않았다.

5.2 조직적 특성변인과 광고디자이너의 직무만족도

가) 조직전체요인과 광고디자이너의 직무만족도

예측변인으로 투입된 조직전체요인은 승진, 정책 및 관리, 보수의 세 가지로 구성했다. 승진에 관련된 질문은 '승진에 반영되는 근무평가가 공정하게 이루어지고 있다', '승진은 지연·학연·혈연에 의해 영향을 받지 않는다' 외 2개 항목의 평균값으로 지수했고, 정책 및 관리 요소는 '업무를 수행함에 있어 재량권이 인정되고 있다', '회사는 직원들의 업무개선을 위한 제안을 적극 권장하고 있다' 등을 포함한 5개 항목의 평균값을 지수화 했다. 보수는 '현재 받고 있는 보수수준에 대해 만족한다' 외 3개 항목의 평균값을 지수로 투입했다. 각 요소들의 항목간 신뢰도 계수 크론바흐의 알파값(Chronbach's α)은 승진요인이 .83, 정책 및 관리 요인은 .90, 보수 요인이 .82로 신뢰도가 매우 높게 나타났다. 광고디자이너의 직무만족도와 조직전체 요인의 다중회귀분석 결과 승진($\beta=.44, p=.00$)과 보수($\beta=.33, p=.01$)가 직무만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 승진이 보수에 비해 영향이 큰 것으로 나타났다. 회사가 시행하는 정책이나 관리 요소는 직무만족도에 영향을 미치지 않았다. 조직전체 요인의 직무만족도에 대한 설명력은 45%로 나타났다. 즉 승진에 대한 기대가 높을수록 그리고 보수수준이 높을수록 직무만족도가 높게 나타나고 있다.

이러한 결과를 기초로 할 때 광고디자이너의 직무만족도를 높이는 데에는 승진과 보수에 대한 심층적인 고려가 필요한 것으로 보인다. 특히 광고디자이너들의 직무만족도는 금전적인 보상인 보수보다는 상징적(symbolic) 보상인 승진에 의해 더 큰 영향을 받고 있다는 점이 시사하는 바가 크다. 이러한 결과는 승진이 자동적인 임금 인상의 효과를 가져오기 때문

3) 크론바흐 알파는 신뢰도 측정 방법 중 측정의 내적 일관성(internal consistency)을 평가하는 방법으로 통상 사회과학에서는 알파 값이 .60 이상이면 신뢰할 만 수준으로 판단하고 하나의 문항으로 취급한다(정성호, 2003: 232 참조).

에 나왔다고 볼 수도 있을 것이다. 승진과 보수 사이의 관계에 대한 추가적인 단순회귀분석 결과를 보면 승진이 보수를 예측하는 것으로 나타나고 있다($\beta=.58, p=.00, R^2=.34$).

<표 2 > 광고디자이너의 직무만족도와 조직전체 요인의 다중회귀분석

| | 비표준화 계수 | | 표준화 계수 | | t | 유의 확률 | F | R ² |
|---------|---------|-------|--------|------|------|-------|-------|----------------|
| | B | 표준 오차 | Beta | Beta | | | | |
| (상수) | 5.94 | 1.21 | | | 4.93 | .00 | | |
| 승진 | 2.66 | .67 | .44 | | 3.96 | .00 | 23.19 | .45 |
| 정책 및 관리 | -.08 | .70 | -.02 | | -.12 | .90 | | |
| 보수 | 1.92 | .68 | .33 | | 2.84 | .01 | | |

나) 직무내용요인과 광고디자이너의 직무만족도

광고디자이너의 직무내용요인과 직무만족도 사이의 관계를 규명하기 위해 다중회귀분석을 실시했다. 예측변인으로 투입된 변인은 인정과 업무자체 변인으로 인정은 '열심히 업무를 수행했을 때 회사에서 늘 인정해 준다'를 포함한 총 3개 항목의 평균값을 지수화 했다. 인정을 구성하는 항목들 사이의 신뢰도(α)는 .80으로 매우 높은 값을 보였다.

업무자체 요인은 '나는 현 직무에 많은 흥미를 가지고 있다'의 7개 항목의 평균값을 사용했다. 7개 항목 중 부정적으로 서술된 '나는 장기간에 걸쳐 단순반복적인 업무만 취급하고 있다'와 '나는 현재 보조적인 업무만을 취급하고 있다'는 역으로 재코딩(recoding)하여 사용했다. 업무자체 요인의 항목 간 신뢰도는 비교적 신뢰할 만한 값으로 나타났다($\alpha=.61$).

<표 3 > 광고디자이너의 직무만족도와 직무내용 요인의 다중회귀분석

| | 비표준화 계수 | | 표준화 계수 | | t | 유의 확률 | F | R ² |
|-------|---------|-------|--------|------|------|-------|------|----------------|
| | B | 표준 오차 | Beta | Beta | | | | |
| (상수) | 11.96 | 2.88 | | | 4.16 | .00 | | |
| 인정 | 2.21 | .74 | .36 | | 2.98 | .00 | 5.20 | .11 |
| 업무 자체 | -.73 | 1.09 | -.08 | | -.67 | .51 | | |

직무내용 요인 중 인정만이 직무만족도와 유의한 관계에 있었다. 인정($\beta=.36, p=.00$)은 직무만족도의 예측변인으로 기능하고 있지만, 업무자체는 예측변인으로 의미가 없었다($p>.05$). 직무만족도에 대한 직무내용 변인의 설명량은 11%였다.

이러한 결과는, 광고디자이너의 직무만족도가 상사나 동료와 같은 타인의 인정에는 영향을 받지만, 스스로 직무에 대해서 지각하는 보람이나 업무에 대한 흥미, 업무성격과 같은 업무 자체 요소에 의해서는 유의미한 영향을 받지 않는다고 볼 수 있다.

인정이 광고디자이너의 직무만족도에 영향을 미친다는 결과는 승진이 직무만족도의 예측요인이라는 앞의 결과와 동일한 맥락에서 이해가 가능하다. 인정과 승진은 직장생활에서 타인에 의한 객관적 평가로 볼 수 있는데, 공식적인 제도에 의한 보상으로서 행해지는 것이 승진이라면, 대인적인 보상(interpersonal reward)이 인정이라고 할 수 있다. 승진과 인

정의 상관관계가 높게 나타나고 있는 사실($r=.54, p=.00$)로 이 두 변인은 유사하다고 볼 수 있다.

다) 직무환경 요인과 광고디자이너의 직무만족도

광고디자이너의 직무만족도를 예측하는 직무환경요인으로 감독, 대인관계, 업무환경의 세 요소를 투입했다. 감독은 '상급자의 감독형태는 비교적 민주적이다'와 '업무를 잘못했을 때 즉시 시정지도를 한다' 등 4개 항목의 평균값으로 구성되었다. 대인관계는 '나는 동료들과 대인관계에 있어 개선할 것이 있다' 외 네 항목을 역 코딩하여 평균값으로 지수를 구성했다. 업무환경은 '현재 직장은 조명, 온도, 통풍시설이 쾌적하게 되어 있다'를 포함한 세 개 항목의 평균값으로 구성되었다. 각 요소들을 구성하는 항목들 사이의 신뢰도(α)는 감독은 .81, 대인관계는 .70, 업무환경은 .74로 신뢰도가 비교적 높게 나타났다.

직무만족도에 대한 다중회귀분석 결과 직무환경요인 중 감독($p>.05$)과 대인관계($p>.05$)는 직무만족도에 대해 유의하지 않았고, 업무환경요인만 유의한 설명력을 갖는 것으로 나타났다($\beta=.41, P=.00$). 즉 업무환경이 좋을수록 직무만족도가 높다고 볼 수 있다. 전체변량에 대한 설명력을 나타내는 R²은 .20으로 단일요인으로서 비교적 높은 20%의 설명량을 가지고 있다.

업무환경 요인만이 직무만족도의 예측요인으로서 작용하고 감독이나 대인관계는 직무만족에 유의한 영향력을 가지지 않는다는 결과는 광고대행사의 조직적 특성에서 기인하는 결과로 볼 수 있다. 광고대행사는 직급 상 위계(hierarchy)가 있지만 비교적 느슨하고 엄격하지 않고, 실제 업무 수행에 있어서 상호간 코디네이션(coordination)에 익숙하게 숙련되어 있기 때문에 감독이나 대인관계가 업무수행에 제약으로 작용하지 않는다고 볼 수 있다. 반면, 실제 업무 수행과정에서 효율성을 높일 수 있는 공간의 쾌적함이나, 재충전의 기회가 될 수 있는 휴가의 활용이 직무만족에 더 크게 영향을 미치는 것으로 볼 수 있었다.

<표 4 > 광고디자이너의 직무만족도와 직무환경 요인의 다중회귀분석

| | 비표준화 계수 | | 표준화 계수 | | t | 유의 확률 | F | R ² |
|------|---------|-------|--------|------|------|-------|------|----------------|
| | B | 표준 오차 | Beta | Beta | | | | |
| (상수) | 8.15 | 3.74 | | | 2.18 | .03 | | |
| 감독 | .70 | .63 | .11 | | 1.11 | .27 | 7.08 | .20 |
| 대인관계 | .20 | .70 | .03 | | .29 | .77 | | |
| 업무환경 | 2.33 | .61 | .41 | | 3.82 | .00 | | |

5.3 광고디자이너의 직무만족도 결정요인

광고디자이너의 직무만족도 결정요인의 최종적인 모델을 알아보기 위해 앞의 연구문제들에서 이용한 개별요인들을 종합적으로 투입하여 위계적 회귀분석을 수행한 결과는 다음과 같다.

표에서 볼 수 있듯이 첫 번째 모델에서는 승진만이 예측요인으로 작용했다($\beta=.61, p=.00$). 첫 번째 모델의 설명력은 38%였다. 두 번째 모델에서는 승진($\beta=.39, p=.00$)과 보수($\beta=.38, p=.00$)가 유의한 변인이었다. 두 번째 모델에서 두 요인이 가지는 설명력은 46%로 증가되었다. 최종적인 세 번째 모델에서는 승진($\beta=.40, p=.00$), 보수($\beta=.45, p=.00$) 및 대인관계($\beta=.18, p=.04$)가 광고디자이너 직무만족도의 예측요인으로 작용했다. 세 요인이 갖는 전체변량에 대한 설명량은 48%였다. 세 번째 모델의 경우 두 번째 모델 보다 직무만족도에 대한 예측력에서 보수가 승진 보다 높았다. 즉 다양한 차원의 요인들을 고려할 때 광고디자이너의 직무만족도는 최종적으로 보수에 의해 가장 크게 영향을 받는 것으로 나타났다. 또 하나의 특이점은 직무환경요인만을 투입한 분석에서는 유의하지 않았던 대인관계가 최종모델에서는 유의한 예측변인이었다는 점이다. 이는 직장생활에서 다차원의 상황이나 조건을 고려할 때 상사와 동료들과의 관계가 업무환경보다 중요하다는 점을 말해주는 결과다.

이러한 결과를 종합해 볼 때, 광고디자이너가 회사의 보수제도에 대해 긍정적일수록, 승진에 대한 기대감이 높을수록, 대인관계가 원만할수록 직무만족도가 높다는 사실을 알 수 있다.

<표 5 >광고디자이너의 직무만족도 결정요인의 위계적 회귀분석

| Model | 비표준화 계수 | | 표준화 계수 | | t | 유의 확률 | F | R ² |
|--------|---------|-------|--------|------|-------|-------|-------|----------------|
| | B | 표준 오차 | Beta | Beta | | | | |
| 1 (상수) | 승진 | 6.70 | 1.27 | | 5.28 | .00 | 50.34 | .38 |
| | 보수 | 3.88 | .55 | .61 | 7.10 | .00 | | |
| 2 (상수) | 승진 | 5.62 | 1.21 | | 4.64 | .00 | 36.49 | .46 |
| | 보수 | 2.46 | .63 | .39 | 3.92 | .00 | | |
| | 대인관계 | 2.24 | .59 | .38 | 3.80 | .00 | | |
| 3 (상수) | 승진 | -1.19 | 3.12 | | -0.06 | .95 | 26.57 | .48 |
| | 보수 | 2.53 | .62 | .40 | 4.10 | .00 | | |
| | 대인관계 | 2.67 | .62 | .45 | 4.33 | .00 | | |
| | 대인관계 | 1.26 | .63 | .18 | 2.01 | .04 | | |

6. 결론 및 제언

기존연구들은 직무만족이 생산성 제고에 중요한 동기가 된다는 것을 보여주고 있다. 따라서, 광고디자이너의 직무만족은 광고대행사의 생산성 향상에 중요한 요인으로 볼 수 있다. 광고디자이너는 대행사 조직의 일원으로서 시각적 표현이라는 중요한 역할을 수행해왔지만, 상대적으로 비 디자이너가 주류를 이루는 광고업계와 학계에서 중요한 연구대상으로서 다루어지지 않았다. 그동안 이들의 직무만족도에 대한 실증적인 연구는 거의 시도되지 않았다. 이 같은 연구현실에서 본 연구는 광고디자이너의 조직심리 또는 조직행태를 학문적으로 다루려는 시도이자, 광고업계에서 실제로 유용한 조직관리 차원의 자료를 제공할 목적으로 수행되었다. 본 연구에서 밝혀진 연구결과를 요약해 보면 다음과 같다.

첫째, 광고디자이너의 개인적 특성을 가지고는 광고디자이너의 직무만족도를 예측 설명할 수 없었다. 현재까지 축적된

광고디자이너에 대한 선행연구와 자료가 부족해 디자이너의 특성을 반영하는 정교한 측정도구가 없었다. 후속 연구에서는 광고디자이너의 개인적 특성에 대한 보다 정교한 측정도구의 개발이 요청된다.

둘째, 직무만족과 관련해서 조직전체 요인에서는 승진과 보수가 영향력 있는 예측변인이었다. 다만 금전적인 보상인 보수보다는 상징적인 보상인 승진이 더 영향력 있는 변인인 점이 특이했다.

셋째, 직무내용과 관련한 직무만족에서는 인정이 직무만족도를 결정하는 유의한 예측변인이었다. 인정이 직무만족도에 유의하다는 점은 앞의 승진이 직무만족에 유의하다는 결과와 관련성이 있다. 인정이 승진에 영향을 미치기 때문이다.

넷째, 직무환경 요인 중에서는 업무환경 요인이 유의한 영향력을 가진 변인이었다. 광고대행사의 비교적 느슨하고 엄격하지 않은 위계체계와, 업무수행과정에서 직능사이에 익숙하게 혼련된 코디네이션(coordination) 때문에 감독요인이나 대인관계를 심각하게 지각하지 않는 것으로 보인다.

다섯째, 광고디자이너의 직무만족도 결정요인에 대한 종합적인 최종 모델에서는 보수, 승진 및 대인관계가 중요한 설명변인으로 밝혀졌다. 특히 다양한 변인들이 상호 복합적으로 작용할 때는 보수 요인이 가장 영향력 있는 변인이었다.

이들 연구결과를 종합해보면, 광고디자이너의 직무만족도에는 미미한 차이지만 보수가 가장 영향력 있는 변인이었으며, 승진과 대인관계가 그 다음이었다. 조직전체 차원의 보수와 승진이 디자이너의 직무만족에 있어 영향력이 크다는 사실은 일차적으로 광고디자이너에 대한 인사관리에서 보수와 평가체계를 개선하여 이 부분에 대한 만족도를 높여 줄 필요성을 시사한다. 한편, 결과에서 광고디자이너들의 직무만족요인이 보수 또는 승진과 같은 일반성을 크게 벗어나지 못한 것은, 현재의 환경이 디자이너로서의 정체성을 살린 직무만족이 어려운 현실임을 말한다. 이는 대행사가 디자이너의 고유성과 업무특성을 반영하지 못하고 그들에게 일반 조직원들과 동일한 직무환경이나 상벌시스템을 제공하는 것이 원인으로 판단할 수 있으며 디자이너의 고유한 특성이나 정체성을 잘 반영할 수 있는 직무환경과 평가체계가 요구됨을 시사한다. 디자이너의 직무만족도를 높일 수 있는 합리적인 평가에 의한 적절한 보수와 승진은 디자이너의 창조성을 자극해 중국에 광고대행사의 전체적인 생산성을 제고시킬 수 있을 것이다.

후속 연구를 위해 마지막으로 이 논문의 한계점을 지적하자면 광고디자이너의 직무만족 요인을 탐색하는 연구가 아직은 초기 단계로서, 본 연구는 경험학이나 산업조직학에서 이용되는 변인을 차용하였다. 따라서 광고디자이너가 가지는 특수한 변인, 예컨대 창의적 작업이 직무만족에 미치는 영향에 대해서는 충분히 논의되지 않았다. 후속 연구에서는 크리에이티브를 정량화하는 방법을 개발하고 이를 중요한 변인으로 취급할 필요가 있다.

참고문헌

- 박우순(1996), 「조직관리론」, 법문사, p.336.
- 박운성(1988), 「현대조직행동론」, 박영사, p.49.
- 신유근(1989), 「조직행위론」, 서울대학교 출판부, p.197.
- 신유근(1984), 「조직행위론」, 다산출판사, p.475.
- 유기현(1998), 「조직행동론」, 무역경영사, p.178.
- 이상빈(1983), 「산업심리학」, 예담출판사, p.372.
- 이상수 · 이상린(1998), 「조직행동의 이해」, 양지출판사, p.235.
- 정성호(2003), TV토론이 유권자의 인지변화에 미치는 영향에 관한 연구: 제16대 대통령선거 TV 토론을 중심으로, 「한국언론학보」, 47-6호.
- 최종태(2001), 「현대인사관리론」, 박영사, p.284.
- 추헌(1995), 「경영조직론」, 박영사, p.758.
- Alderfer, J. S.(1963), "Convergent Discriminant Validation of Satisfaction and Desire Measures by Interviews and Questionnaires," *Journal of Applied Psychology*, p.509-519.
- Altimus II, C. A. & Tershine, R. J.(1973), "Chronological Age and Job Satisfaction: The Young Blue collar Worker," *Academy of Management Journal*, Vol. 16, pp.53-65.
- Barbara S. Romzek(1990), "Employment Investment & Commitment: The Ties That Bind," *Public Administration Review*, May.
- Blood, M. R. & Hulin, C. L.(1967), "Alienation, Environment Characteristics & Worker Responses," *Journal of Applied Psychology*, Vol. 51, pp.284-290.
- Homans, G. C.(1974), *Social behavior: Its Elementary Forms*, New York: Harcourt Brace.
- Capbell, D. B.(1971), "Relative Influence of Job & Supervision on Shared Worker Attitudes," *Journal of Applied Psychology*, Vol. 56, No. 6., pp. 521-522.
- Cranny, C. J., Smith, P. C. & Stone, E. F.(eds.)(1992), *Job Satisfaction*, New York: Lexington Books.
- Freishman, E. A.(1972), "Manual for the Supervisory Behavior Description Questionnaire," Washington, D. C.: *American Institutes for Research*, p.175.
- Friedlander, F.(1963), "Underlying Source of Job Satisfaction," *Journal of Applied Psychology*.
- Gilmer, B. H.(1966), *Industrial Psychology*. Tokyo: McGraw-Hill Kogakusha.
- Ginzberg, E.(1951), *Occupational Choice*, Columbia University Press.
- Gleen, N. D., Tayler, P. A. & Weaver, C. N.(1977), "Age and Job Satisfaction among Males and Females," *Journal of Applied Psychology*, Vol. 62, pp.189-193.
- Hackman, J. R. & Lawler, E. E.(1971), "Employee Reactions to Job Characteristics," *Journal of Applied Psychology*, June, pp.259-286.
- Herzberg, F.(1968), *Work and the Nature of Man*, Cleveland, OH: Word Publishing Co., p.58.
- Herzberg, F., Snyderman, B. & Mausner, B.(1959), *The Motivation to Work*, (2nd ed.), New York: Wiley.
- Jenkins, C. D.(1971), "Psychological and Social Precursors of Coronary Disease," *New England Journal of Medicine*, Vol. 284, pp.207-217.
- Johns, G.(1983), *Organizational Behavior: Understanding Life at Work*, Scott, Foresman and Company, p.106.
- Jurgenson, C. E.(1978), "Job Performance What Makes a Good or Bad?," *Journal of Applied Psychology*, pp.267-276.
- Kornhauser, A. W.(1965), *Mental Health of the Industrial Worker: A Detroit Study*, New York: Wiley.
- Locke, E. A.(1976), "The Nature and Cause of Job Satisfaction," in M. D. Dunette, (ed.), *Handbook of Industrial and Organization Psychology*, Chicago: Rand McNally, pp.1297-1349.
- Locke, E. A.(1969), "What is job satisfaction?" *Organizational Behavior and Human Performance* 4.
- McCormick, E. J. & Tiffin, J.(1974), *Industrial Psychology*, 6th ed. Prentice Hall, pp.298-299.
- Myers (1964), "Who are your Motivated Workers?," *Harvard Business Review*, Vol. 42. No.1.
- Pond III, Samuel B., & Geyer, P. D., "Differences in the Relation between Job Satisfaction and Perceived Work Alternatives among Older and Younger Blue-Collar Workers," *Journal of Vocational Behavior* 39, 1991
- Porter, L. W. & Lawler, E. E.,(1968), *Managerial Attitudes and Performance*, Richard D. Irwin, p.31.
- Porter, L. W. & Steers, R. M.(1973), "The Effect of Performance on Job Satisfaction," *Industrial Relations*, Vol. 7. pp.151-176.
- Reitz, H. J.(1981), *Behavior in Organization*, Home Illinois: Richard D. Irwin. Inc. p.213
- Scott, K. D. & Taylor G. S.(1985), "An Examination of Conflicting Findings on the Relationship Between Job Satisfaction and Absenteeism, A Meta Analysis," *Academy of Management Jour*, September. pp.599-612.
- Steers, R. M.(1984), *Introduction to Organizational Behavior*, 2nd ed., Scott, Foresman and Company, p.430.
- Turner, A. N. & Lawrence, P. R.(1965), "Industrial Job and the Workers," Boston: *Harvard Graduate School of Business Administration*, p.251.
- Vroom, V. H.(1964), *Work and Motivation*, New York: John Wiley and Sons, p.172-190.