

## ICT 기업의 조직문화가 기업의 사회적 책임(CSR)과 구성원의 직무만족에 미치는 영향†

The Impact of Organizational Culture in ICT Companies on Corporate  
Social Responsibility (CSR) and Employee Job Satisfaction

정 윤 정\* · 서 창 갑\*\*

*Jeong Yun Jeong · Changgab Seo*

### … Abstract …

This study aims to analyze the influence of organizational culture in ICT companies on social responsibility initiatives (CSR) and member job satisfaction, in order to provide insights for sustainable management in the ICT industry. As a result of empirical analysis of questionnaires collected from employees working in ICT companies using SPSS 23.0, the organizational culture of ICT companies has a significant impact on CSR activities, especially innovative culture, rational culture, and relational culture. In addition, as the culture of the organization affects external activities, it can be seen that the culture inside the company also appears externally. In addition, as a result of examining the impact of organizational culture on members' job satisfaction, it was found that hierarchical culture did not affect job satisfaction. Accordingly, ICT companies can improve their job satisfaction and organizational performance through external activities through open and innovative organizational culture rather than control, obedience, and formal organizational culture. Therefore, in order to improve the performance of ICT companies, it is suggested that an organizational culture that cooperates with each other through the creation of a working environment and information sharing among members is important.

**Key Words** : ICT Companies, Organizational Culture, Corporate Social Responsibility, Job Satisfaction

---

논문 접수일: 2023년 06월 02일, 게재 확정일: 2023년 06월 22일

† 본 논문은 한국인터넷전자상거래학회의 2022년 SIG활동 지원에 의하여 이루어졌음

\* 경성대학교 경영학과 강사, 주저자

\*\* 동명대학교 경영학과 교수, 교신저자

## I. 서 론

정보통신기술(Information Communication Technology, ICT) 기업은 정보통신기술과 제조업을 융합한 산업으로 경쟁력을 제고하는 중요한 역할을 한다. 제4차 산업혁명으로 기술간의 융합이 다양해지고 이를 통해 새로운 혁신을 만드는데 그중에 인터넷 및 네트워크를 통해 4차 산업혁명을 주도하고 있다.

ICT 산업은 국가 경쟁력을 주도하는 산업으로 주목받으면서 우리나라에서는 1990년 말부터 꾸준히 성장해 왔다(정현준 외, 2015). 이후 디지털 기술의 발전으로 인해 전 세계를 선도하는 많은 글로벌 기업들이 ICT를 이용해 발전 및 혁신을 주도하고 있다.

한편 경영환경의 불확실성으로 인해 기업은 생산성 향상과 지속적인 유지를 위해 기술 혁신이 필수로 인식되어 있다. 이 때문에 연구개발에 투자가 늘어나고 정보통신 기술을 이용한 기술 혁신에 투자가 증가하고 있는 추세이다. ICT 산업은 이러한 기술 혁신을 주도하고 있으며 그 중심에는 창의적 아이디어를 기반으로 하는 인적자본의 역량의 중요성이 크게 인식되어 있다(황승록 외, 2016). 다양한 연구에서 기업의 경쟁력 강화를 위해서는 기업이 가지고있는 자원에 집중하여 연구하였는데, 물적 인적 자원뿐 아니라 기업이 가지는 조직문화에 초점을 다룬 연구들을 볼 수 있다. 조직문화는 그 조직을 설명하는 것뿐만 아니라 구성원들의 직무에 직접적인 영향을 미치면서 조직몰입을 높이고, 나아가 조직의 성과에 영향을 미친다.

즉 조직문화는 조직 구성원들이 서로 일체감을 가지게 하고, 소속된 조직에 몰입하게 하며, 조직과 동일시하는 역할을 통해 성과를

향상시키는 것이다(Smircich, 1983). 오늘날 4차 산업혁명과 불확실한 경영환경에서 기업이 능동적으로 변화에 대처하고 경쟁에서 살아남기 위해서 기업만의 고유한 조직문화를 바탕으로 혁신을 이룰 수 있어야 한다. 기업의 다양한 경영전략 중 공유가치 창출(Creating Shared Value, CSV)이 주목받고 있는데 이는 기업의 조직문화를 바탕으로 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility, CSR)이 상호적으로 공존하면서 나타나는 것이다. 기업의 사회적 책임은 2000년대 이후 기업의 지속적인 성장을 위해 비시장 요소에 대한 고려를 하면서 관심이 높아졌다. CSR은 시대와 경영환경에 따라 다양하게 변화했지만(배정호, 2017), 기업의 지속적인 성장과 공유가치 창출을 위해서는 기업의 사회적 책임 활동은 필수로 자리 잡았다.

이러한 추세 속에 조직의 문화와 그로 인해 나타나는 기업의 활동에 대해 많은 연구들이 진행되고 있다. 조직문화는 조직 구성원의 만족에도 영향을 미치고 이는 나아가 기업의 성장과 성과에도 영향을 미친다. 하지만 다양한 산업군에 있는 조직들이 모두 동일한 조직문화를 가지는 것은 아니다. 산업별 특성에 따른 조직문화가 각기 다르고 그 문화는 조직 구성원과 조직성과에도 각각 다른 영향을 미칠 것이다. 조직문화에 대한 다양한 연구들이 진행되었지만 산업별로 나누어 살펴본 연구는 많이 없으며 특히 ICT 기업의 조직문화에 대해 살펴본 연구가 드물다. ICT 기업과 관련된 연구는 실태 분석이나 발전 전략에 대한 연구가 많았다. 4차 산업혁명으로 ICT 분야의 기술이 발전하고 ICT 기업이 성장함에 따라 이 분야의 연구도 다양하게 이루어져야 한다. 이에 본 연구는 ICT 기업의 조직문화 유

형을 살펴보고 조직 구성원의 직무만족에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보고자 하는데 목적이 있다.

활동을 통해 고객들에게 기업이 이미지와 신뢰를 향상 시키고, 구매 의사결정에도 영향을 미치며, 궁극적으로 기업의 성과에도 영향을 미친다.

## II. 이론적 배경

### 2.1 기업의 사회적 책임

기업은 이익을 극대화하여 사회 전반적인 부에 기여 한다. 또한 소비자들의 욕구도 충족시켜 주어야 하므로 법규 준수 및 윤리적인 책임감과 도덕적 규범을 지켜야 한다. 즉 사회에 대한 책임을 수행해야 한다(Galbreath, 2010). 이에 CSR은 기업 내외부의 이해관계자들의 요구를 충족시키고 동시에 경영 활동을 함께 수행하는 것으로 이해관계자들의 요구와 경영의 목표를 조화시키며 성과에 영향을 미치는 것을 의미한다. CSR은 기업의 다양하게 영향을 미치는 것으로 나타나고 있는데, 김용재(2013)은 기업이 이행하는 사회적 책임활동이 기업의 문화와 고용, 노동에 미치는 영향에 대해 연구하였고, 김길홍 외(2016)는 기업의 최고경영자가 가지는 윤리적 의식과 기업윤리가 경영성과에 영향을 미친다고 밝혔다. 또 Margolis & Walsh(2003)은 기업의 CSR 활동이 기업 이미지를 개선해 주고 나아가 경영성과에도 긍정적인 영향을 미친다고 밝혔다. 이후에도 많은 연구들에서 CSR이 기업 성과에 긍정적인 영향을 미친다는 연구가 있다(Saeidi et al., 2021).

지속 가능한 경영이 이루어질 수 있도록 기업은 꾸준히 사회적 공헌활동을 하면서 기업을 둘러싼 이해 관계자들이 경영에 참여하게 하는 지배구조를 형성하고 있다. 또한 이러한

### 2.2 조직문화

사회는 규범에 맞는 문화를 가지고 있다. 조직 또한 마찬가지로 자기들만의 고유한 문화를 지니고 있다. 조직이 만들어질 때부터 문화는 만들어지고, 이는 조직구성원들에게 정체성을 심어주고, 추구하고자 하는 방향에 따라 구성원들에게 신념과 가치관을 전달한다.

조직문화는 한 조직에 속해있는 구성원들이 서로 공유하고 있는 가치나 신념 등 총체적인 시스템으로 정의한다(Robbins, 2003). 조직문화에 대한 많은 연구들 중에 경쟁가치모형을 이용해 두 가지 차원으로 유형화하여 연구를 많이 하였는데(Cameron et al., 2006; Quinn & Rohrbaugh, 1983), 두 가지 차원은 구조적 초점 차원으로 분류한다.

구조적 차원은 조직을 유연성과 자율성, 안정성과 통제로 나누어 어느 쪽으로 강조를 하느냐에 따라 구분된다. 반면 초점 차원은 내부지향적과 외부지향적에 초점을 두어 내부지향적은 조직의 내부에 초점을 두고, 외부지향적은 고객, 공급업자 등 외부 환경에 초점을 두는 것을 말한다. 많은 연구들은 이런 차원을 이용해 조직문화를 합리문화, 관계문화, 위계문화, 혁신문화 총 4가지 유형을 구분하였다(Desphande & Farley, 2004; Hartnell et al., 2011).

합리문화는 목표와 과업의 수행 달성에 초점을 맞추고 있는 외부지향적 문화이고, 관계

문화는 반대로 내부지향적 문화로 응집성이 강하고, 가족적인 분위기와 종업원들의 몰입이 강해지는 문화이다. 위계문화는 공식화를 중요시하고 안정성과 통제, 복종 등 안정적인 구조를 중요시하며 혁신문화는 반대로 유연한 구조를 강조하며 창의성과 혁신을 강조하는 문화이다.

조직문화는 조직의 경쟁력에도 영향을 미치면서 기업의 성과와 관련된 핵심 요소로 인식되었고(O'Reilly & Chatman, 1996), Denison(1990)은 조직문화가 기업의 재무성과와 비재무적 성과 모두 고려하여 영향이 있음을 밝히면서 조직문화는 기업의 다양한 부분에 영향을 미치므로 조직문화를 관리하고 이를 통해 조직 구성원들의 만족 및 성과 향상을 추구하는 것이 중요하다고 볼 수 있다.

## 2.3 직무만족

직무만족은 다양하게 정의되고 있는데, McCormick & Tiffin(1974)는 직무에 있어 기업이 가지는 가치와 신념 그에 따라 나타나는 태도, 욕구로 직무에 대한 긍정적인 상태라고 정의하였고, Locke(1976)은 개인이 하는 직무를 통해 긍정적인 결과를 얻게 되는 것으로 정의하였다. 또 조직 구성원들이 조직 내에서 개인의 직무에 대해 주관적으로 느끼는 태도로 정의하였고(김영춘, 2011), 직무를 할 때 얻게 되는 개인적인 만족의 정도로 정의하였다(강현주, 조상미, 2010). 즉 직무만족은 개인적인 긍정의 감정으로 이는 조직의 성과에 영향을 미치는 중요한 요인으로 작용한다(조상현, 박외병, 2018).

직무만족은 크게 두 가지로 연구방법이 나누어지는데 먼저 전반적 접근방식은 조직 구

성원 개인이 직무 수행에 있어 전반적 만족감을 측정하는 방법이다. 또 하나는 직무를 수행함에 있어서 다양한 측면으로 영향을 미칠 수 있는 부분들을 함께 측정하는 단면적 접근 방식이 있다. 여기서 영향을 미치는 다양한 부분은 급여나 수당, 상사나 동료들과의 관계 등이 있다(Spector, 1997).

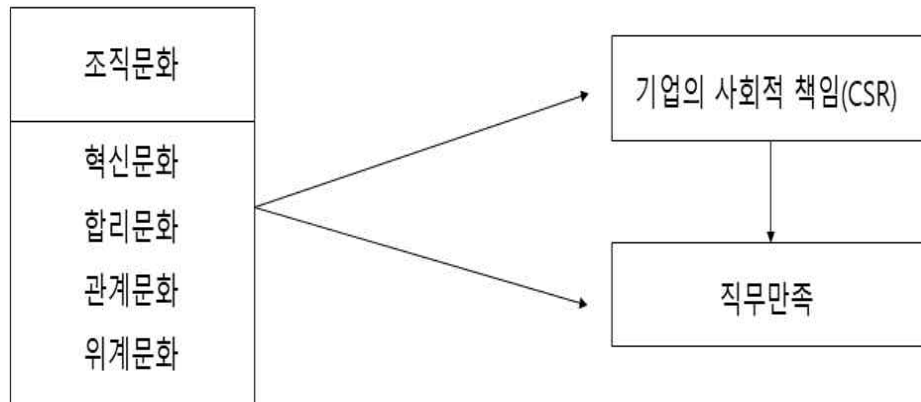
개인이 가지는 직무만족은 조직 전체적으로 봤을 때 중요한 요인으로 직무만족은 전체 직무에 대해 가지는 감정을 의미하며 이는 이직률과 결근률, 조직몰입, 경영의 생산성, 나아가 개인의 삶의 만족도까지 영향을 미치기 때문이다(Robbins & Sanghi, 2006; Lease, 1998).

Locke & Latham(2004)는 구성원 개인이 직무에 대한 만족도가 높으면 조직 몰입도가 높고, 이는 조직 시민 행동이 높게 나타나는 결과를 보였다. 즉 개인의 직무만족도는 조직의 생산성과 효율성을 높이고 나아가 기업 전체의 성과에도 영향을 미치는 것이다(Pathak & Srivastava, 2017). 이처럼 직무만족은 조직 구성원들의 내적인 감정 상태를 긍정적으로 자극하여 결과적으로 조직에 긍정적 결과를 가져오게 된다.

## Ⅲ. 연구모형 및 가설

### 3.1 연구모형

본 연구는 ICT 기업의 조직문화가 CSR과 구성원의 직무만족에 어떤 영향을 미치는지 연구하기 위해 선행연구를 바탕으로 다음과 같이 연구모형을 설정하였다.



<그림 1> 연구모형

### 3.2 연구가설

#### 1) 조직문화와 기업의 사회적 책임

기업의 조직문화는 구성원들에게 동기를 부여하고, 조직 내부의 규정을 확립하고 준수하는 것에 있어서 가이드라인을 제시해 주는 역할을 한다(Sorensen, 2002). 조직문화는 조직 구성원들에게 정체성을 부여해주고, 조직의 성과향상에도 기여한다. 즉 다른 조직들과 구별되는 정보나 내용을 공유하면서 구성원들의 가치나 의미감을 상승시키고 이는 신념으로 정의되어 외부로 표출되기도 한다. 이는 조직의 역량과 기업의 사회적 차원에서 책임 활동에도 영향을 미치면서 조직성과에 영향을 준다. 한편 기업의 사회적 책임 활동은 기업 내 구성원들의 소속감과 만족감뿐만 아니라 조직 내에서 상호작용하면서 조직문화와도 긴밀한 연관이 있다. Galbreath(2010)은 기업의 사회적 책임 활동이 조직문화와 밀접한 연관이 있다고 하면서 조직문화를 고려해서 사회적 책임 활동을 하는 것이 필요하다고 주장하였다. Kassinis, Vafeas & Vlachakis(2013)은 조직 구성원들이 공유하는 조직문화가 조직 내부에

서 윤리적 행동을 강조하고 구성원들의 적극적인 참여를 높이면 기업의 사회적 책임 활동도 증진시키며 긍정적인 영향을 미친다고 밝혔다. Maignan & Ferrell(2001)는 기업의 사회적 책임 활동이 조직문화를 형성하고 이는 경영성과와도 연관성이 있다고 밝혔다. 또한 기업의 사회적 책임 활동이 조직문화와 상호작용하면서 구성원들의 동기부여에 영향을 미치고, 더 나은 조직문화와 윤리적 행동을 달성할 수 있도록 한다고 주장하였다(Cho, Lee & Pae, 2019). 이처럼 조직 구성원들이 공유하는 조직문화를 통해 조직 내부의 구성원들의 신념과 태도에 영향을 미치고, 나아가 외부 활동인 기업의 사회적 책임 활동과도 연관성이 있다고 보고 아래와 같이 조직문화 유형에 따라 가설을 도출하였다.

조직문화 중 합리문화는 과업의 수행과 목표달성에 초점을 맞추고 있고, 외부지향적 특징이 있다(Desphandé & Farley, 2004). 이 문화는 외부 지향적 이면서도 통제를 강조하는 문화로 외부의 환경 요인에 대해 만족시키는 것으로 조직의 성과에 영향을 많이 미친다. 또한 외부의 고객과 이해관계자들의 욕구를 만족시키기 때문에 기업의 사회적 책임 활

동(CSR)과도 영향을 미친다고 볼 수 있다. 이에 가설 1-1 “합리문화는 기업의 사회적 책임 활동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”를 도출하였다. 다음은 혁신문화인데 이는 합리문화와 비슷하게 외부지향성을 강조하면서 조직 내의 유연한 구조를 띄는 문화이다. 혁신문화는 혁신, 창의성 등을 강조하면서 절차상의 문제를 해결하고 분권화된 조직에서 많이 나타난다. 이들은 혁신적인 아이디어를 수용하고 시장 변화에 빠르게 적응하는데, 이때 사회적 책임 활동 또한 시장 변화에 맞춰서 활동하는 것으로 보인다. 특히 ICT 기업은 혁신성을 강조하는 산업군으로 기업의 혁신성을 외부 활동에 많이 활용하기도 한다. 이에 가설 1-2 “혁신문화는 기업의 사회적 책임 활동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”를 도출하였다. 관계문화는 내부지향성을 강조하는 문화로 조직의 응집성과 가족적인 유대감을 지니고 있다. 관계문화는 긍정적인 작업 환경을 조성하고 기술적인 성공과 관계가 있으며, 정보공유나 협력적 행동을 통해 기업의 성과에 영향을 미친다. 나아가 이러한 신념과 유대감은 기업의 사회적 책임 활동에도 영향을 미칠 것으로 보인다. 이에 가설 1-3 “기업의 관계문화는 사회적 책임 활동에 유의한 영향을 미칠 것이다.”을 도출하였다. 마지막으로 위계문화는 안정적인 구조와 공식화, 통일성, 통제와 복종 등을 강조하는 문화이다. 이는 목표가 뚜렷하여 모든 행동에 절차가 있으며 리더십 스타일에 좌우되기도 한다. 이에 너무 강한 위계적 문화는 조직내의 긴장감과 경직을 보여주고, 나아가 외부 활동에 제약을 줄 수 있다. 이에 외부 이해관계자들과 고객 등 대외적인 활동에도 부정적인 영향을 미칠 수 있을 것이다. 이에 가설 1-4 “위계적 조

직문화는 사회적 책임 활동에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.”을 도출하였다.

가설 1-1 : ICT 기업의 합리문화는 기업의 사회적 책임에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2 : ICT 기업의 혁신문화는 기업의 사회적 책임에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-3 : ICT 기업의 관계문화는 기업의 사회적 책임에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-4 : ICT 기업의 위계문화는 기업의 사회적 책임에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

## 2) 조직문화와 직무만족

조직내에서 구성원들이 공유하는 가치와 신념 그에 따라 나타나는 태도를 모두 일컬어 조직문화라고 한다. 조직문화는 조직 내부의 많은 영향을 미치고 조직 구성원들의 행동이나 의사결정, 직무 수행 등에도 영향을 미친다. 이에 조직문화는 조직의 긍정적인 성과에도 영향을 미치며 다양한 연구에서 다뤄지고 있다. 특히 산업의 특성과 구성원이 다양해지고 있는 요즘 기업에서 조직문화는 더욱 중요하게 인식되고 있다. 윤효실, 송민경(2016)은 비금융서비스업에 종사하는 직원들을 대상으로 조직문화와 구성원들의 직무만족간의 관계가 긍정적인 영향을 미친다고 밝혔고, 조직문화와 조직특성, 무형식학습과 직무만족간의 관계를 살펴본 연구에서는 조직의 구성원간에 관계가 긍정적이고 협력적인 조직문화에서는 직무만족도가 높고, 개방적인 관계의

조직문화 또한 직무만족에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다(김지영 외, 2019). 제조기업을 중심으로 조직문화와 직무만족과의 관계를 연구한 결과 개발문화와 합리문화가 직무만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(정수철, 조영복, 2020). 중소 벤처기업의 조직문화가 기업성장에 영향을 미치는지 살펴본 연구에서는 영업형태별로 따로 살펴봤는데, ICT 서비스는 관계지향적 문화, ICT 기기 산업의 경우 과업지향형 문화가 기업성장에 영향을 미치는 것으로 나타났다(노두환, 황경호, 2019). 조직문화를 유형별로 나누어 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향을 살펴본 김문준 외(2015) 연구에서는 중소기업 구성원을 대상으로 연구한 결과 모든 조직문화유형이 직무만족과 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 합리문화, 위계문화, 관계문화, 혁신문화 순으로 영향을 미친다고 밝혔다. 또한 구정대(2014)의 연구에서는 관계문화와 혁신문화가 직무만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 합리문화와 위계문화는 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 산업군과 직무 등에 따라 조직문화는 다르게 형성되고 이는 직무의 만족과 조직몰입, 나아가 경영성과 등에 다르게 나타나는 것을 볼 수 있다. 따라서 본 연구에서는 혁신을 강조하는 ICT 기업의 조직문화가 구성원들의 직무만족에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 판단하여 통제와 복종을 강조하는 위계 문화를 제외하고 다른 문화유형은 직무 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 판단하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 2-1 : ICT 기업의 합리문화는 구성원들의 직무만족도에 정(+)의 영향

을 미칠 것이다.

가설 2-2 : ICT 기업의 혁신문화는 구성원들의 직무만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-3 : ICT 기업의 관계문화는 구성원들의 직무만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-4 : ICT 기업의 위계문화는 구성원들의 직무만족도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

### 3) 기업의 사회적 책임과 직무만족

기업은 소비자들과 이해 관계자들의 욕구를 충족하면서 이윤을 창출해야 한다. 그리고 법적인 범위 내에서 경제적인 책임과 윤리적 책임을 동시에 준수해야 한다(Galbreath, 2010). 반면 직무만족은 개인이 직무 경험을 통해 긍정적 감정 상태를 가지는 것으로(Locke, 1976), 기업의 내부적인 주요 관심사로 여겨지고 있다. 두 요인 모두 기업의 중요한 변수로 여겨지며 기업과 직원 간의 관계에서 CSR과 직원 성과와의 관계를 설명한 연구들이 다수 있다. Hsu & Lin(2020)은 기업의 사회적 책임이 높을수록 조직 구성원의 직무만족도는 높아진다고 밝혔고, 이상민 외(2019)는 대기업 직원을 대상으로 조사한 결과 기업의 사회적 책임 활동과 직무만족은 긍정적인 영향을 미치며 나아가 직원의 조직 몰입도도 높아진다고 밝혔다. 이는 직원들이 조직에 소속감을 통해 자부심과 스스로의 가치를 느끼고, 이를 통해 본인이 하는 직무에 만족이 높아지는데(Ashforth & Mael et al., 1988), 기업의 사회적 책임이 기어 이미지를 높이고, 이를 통해 구성원은 자부심을 느낌으

로써 높은 소속감과 만족감을 느낄 수 있다는 것이다. 즉 조직과 일체감을 가지면서 직원들의 자부심 증가와 나아가 직무만족에 긍정적 영향을 미친다는 것이다.

가설 3 : 기업의 사회적 책임은 구성원의 직무만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 3.3 조사설계 및 분석방법

ICT산업에 분류는 한국직업능력개발원은 인적자본기업패널 자료를 채택하였으며 <표 1>과 같다.

<표 1> ICT 산업 분류

표준산업분류		내용
대분류	중분류	
C. 제조업	26	컴퓨터, 영상, 음향 및 통신장비 제조업
J. 출판, 영상, 방송통신 및 정보 서비스업	58	출판업(소프트웨어 개발 및 공급업)
	59	영상, 오디오 기록물 제작 및 배급업
	60	방송업
	61	(전기)통신업
	62	컴퓨터 프로그래밍, 시스템 통합 및 관리업
	63	정보서비스업

연구에 분석된 표본은 ICT 산업에 속한 기업 50개, 여기에 종사하는 관리자와 팀장, 팀원을 대상으로 조사한 표본을 활용하였다.

조사시기는 2022년 12월~2023년 2월까지 총 320명을 대상으로 설문을 진행하고 그 중 적합하지 않은 응답과 ICT 기업 종사하지 않은 대상을 제외하고 23개 기업의 총 145부를

이용하여 분석을 하였다. 본 연구에서 분석한 통계 방법은 SPSS 23.0을 사용하였다. 응답의 타당성과 신뢰성을 검증하였고, 각 변수에 대한 영향을 파악하기 위해 회귀분석을 실시하였다.

## IV. 실증분석

### 4.1 인구통계학적 분석

본 연구의 응답자들의 인구통계학적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시한 결과 <표 2>와 같이 나타났다. 총 응답자 145명을 기준으로 남자는 92명(63.4%), 여자는 53명(36.6%)으로 나타나며 남성이 더 많은 비중을 나타냈다. 학력은 대졸이 83명(57.2%)로 가장 많았고, 이어서 고졸이 32명(22.1%), 석사 이상이 24명(16.6%) 순으로 나타났다.

연령대는 30대가 67명(46.2%)로 가장 높았고, 이어서 40대가 46명(31.7%), 20대가 28명(19.3%), 50대 이상이 4명(2.8%)로 나타났다. 근속연수는 1년 미만이 12명(8.3%), 1년에서 5년 사이가 69명(47.6%), 5년이상 ~ 10년 미만이 49명(33.8%), 10년 이상 ~ 20년 미만이 15명(10.3%)로 나타났다. 1년 ~ 5년, 5년 이상 ~ 10년 미만이 가장 많이 나타났다. 직급은 사원이 43명(29.7%), 대리급이 47명(32.4%)로 가장 많이 나타났고, 이어서 과장급이 35명(24.1%), 부장급이 7명(4.8%), 임원급이 3명(2.1%) 순으로 나타났다.



&lt;표 2&gt; 인구통계학적 분석

구분		빈도
성별	남자	92(63.4%)
	여자	53(36.6%)
학력	고졸	32(22.1%)
	대졸	83(57.2%)
	석사이상	24(16.6%)
	박사이상	6(4.1%)
나이	20대	28(19.3%)
	30대	67(46.2%)
	40대	46(31.7%)
	50대 이상	4(2.8%)
근속연수	1년미만	12(8.3%)
	1~5년	69(47.6%)
	5~10년	49(33.8%)
	10~20년	15(10.3%)
직급	사원	43(29.7%)
	대리	47(32.4%)
	과장	35(24.1%)
	부장	7(4.8%)
	임원	3(2.1%)
합계		145(100%)

## 4.2 타당성 및 신뢰성

본 연구의 가설을 검증하기 위해 사용된 측정 항목들의 신뢰도와 타당성을 검증한 결과 아래와 같이 나타났다. 요인분석을 실시한 결과 조직문화는 4가지 유형 중 위계문화에 문항 1개를 제외, 기업의 사회적 책임에서 1 문항 제외하여 분석하였다. 표준화 요인 적재량의 크기와 통계 유의성을 나타내는 AVE값은 0.5이상을 기준으로 한다(Hair et al., 2009). 이에 모든 값이 0.5이상이므로 기준을 상회하였고, 크론바흐 알파값도 각각 0.6 이상으로 기준을 상회하였다.

## 4.3 상관관계분석

ICT 기업의 조직문화가 CSR과 직무만족에

미치는 영향을 살펴보기 위해 각 변수들의 상관관계를 분석한 결과 <표 3>과 같다. 조직문화와 사회적 책임(CSR), 직무만족은 대부분 유의한( $p<0.01$ )상관관계가 보이는 것으로 조사되었다.

## 4.4 가설검증

조직문화가 기업의 사회적 책임에 미치는 영향에 대해 검증한 결과 <표 6>과 같이 나타났다. ICT 기업의 조직문화가 CSR에 미치는 영향을 알아보기 위해 조직문화 하위 요소별로 회귀분석 결과 먼저 혁신문화는  $\beta = .410$ ,  $t = 4.855$  ( $p < .001$ )에서 유의한 영향을 보였고, 관계문화는  $\beta = -.191$ ,  $t = -2.903$  ( $p < .01$ ), 부의 영향을 보였다. 위계문화는 경직되고, 복종의 문화가 강하다 보니 ICT 기업과 같이 창의성과 혁신을 중요시하는 조직에서 영향을 미치지 못하는 것으로 보인다. 합리문화는  $\beta = .145$ ,  $t = 2.315$  ( $p < .05$ )로 기업의 사회적 책임에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1-1, 1-2, 1-3, 1-4는 모두 채택되었다.

다음은 조직문화가 조직구성원의 직무만족에 미치는 영향을 알아보기 위해 조직문화 하위 요소별로 회귀분석한 결과 표 <7>과 같이 나타났다. 혁신문화는  $\beta = .923$ ,  $t = 5.357$  ( $p < .001$ )로 정(+)의 영향을 보였다. 관계문화도  $\beta = .148$ ,  $t = 2.683$  ( $p < .01$ )로 정(+)의 영향력을 보였다. 합리문화도  $\beta = .323$ ,  $t = 1.850$  ( $p < .05$ ) 유의한 영향력이 있음을 보였다. 반면 위계문화는  $\beta = -.029$ ,  $t = -.501$ 로 유의한 영향이 없는 것으로 나타났다. 위계적 문화는 구성원들이 직무를 수행하는데

&lt;표 3&gt; 타당성 및 신뢰성 분석

측정변수	항목	표준화 요인부하량	CCR(AVE)	Cronbach'a
혁신문화	혁신1	.774	0.759(.761)	.858
	혁신2	.762		
	혁신3	.729		
	혁신4	.718		
관계문화	관계4	.772	0.754(.659)	.766
	관계1	.753		
	관계2	.729		
	관계3	.711		
위계문화	위계3	.820	0.619(.711)	.806
	위계4	.819		
	위계2	.796		
합리문화	합리3	.777	0.670(.812)	.722
	합리4	.754		
	합리2	.628		
	합리1	.625		
사회적 책임 활동	활동1	.708	0.734(.704)	.784
	활동3	.688		
	활동4	.651		
직무만족	만족2	.819	0.766(.796)	.691
	만족1	.744		
	만족3	.623		
	만족4	.633		

&lt;표 4&gt; 상관관계 분석

구분	성별	연령	근속 년수	학력	직급	합리	혁신	관계	위계	사회적 책임	직무 만족
성별	1										
연령	.030	1									
근속 년수	.114	.362**	1								
학력	-.192**	-.268**	-.020	1							
직급	-.147*	.349**	.284**	.278**	1						
합리	.030	-.001	-.054	.025	-.047	1					
혁신	.029	-.056	-.081	.037	-.061	.763**	1				
관계	.034	-.052	-.085	.014	-.059	.784**	.870**	1			
위계	.014	.027	-.031	.047	.058	.075	.109	.123*	1		
사회적 책임	.081	-.011	-.137*	.050	-.046	.286**	.344**	.395**	.152*	1	
직무 만족	-.064	.038	-.021	.044	.053	.528**	.561**	.599**	.152**	.234**	1

\*p &lt; .05, \*\*p &lt; .01, \*\*\*p &lt; .001

<표 5> 조직문화와 기업의 사회적 책임 분석 결과

	기업의 사회적 책임					
	B	$\beta$	t값	B	$\beta$	t값
성별	.191	.111	1.793	.162	.094	1.661*
나이	.123	.089	1.227	.126	0.91	1.368
근속연수	-.128	-.168	-2.553*	-.103	-.135	-2.229
학력	.137	.103	1.503	.091	.069	1.096
직급	-.030	-.041	-.581	-.021	-.029	-.437
혁신문화				.420	.410	4.855***
관계문화				-.160	-.191	-2.903**
위계문화				-.014	-.015	-.218
합리문화				.170	.145	2.315*
F값	2.138			7.937***		
$R^2$	.038			.212		

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

있어서 제약이 있고, 그로 인해 만족도가 떨어지는 것으로 보여진다. 따라서 가설 2-1, 2-2, 2-3, 2-4는 모두 채택되었다.

마지막으로 CSR이 구성원의 직무만족에 미치는 영향을 살펴본 결과는 <표 6>과 같다. CSR이 구성원의 직무만족에 미치는 영향을 분석 하기 위해 회귀분석한 결과

F=213.580(p<.001),  $\beta$ =.662, t=14.614, 회귀식의 설명력은 43.6%으로 유의한 영향이 있다. CSR이 이미지 상승과 구성원의 인식 개선 및 자부심을 높이고, 직무에 더 많이 참여하게 하며 소속감과 만족을 느끼게 한다고 볼 수 있다. 이로써 가설 3은 채택되었다.

<표 6> 조직문화와 직무만족 분석 결과

	직무만족					
	B	$\beta$	t값	B	$\beta$	t값
성별	.080	.039	.626	.066	.032	.620
나이	.121	.074	1.002	.112	.068	1.117
근속연수	-.087	-.095	-1.429	-.070	-.077	-1.383
학력	-.006	-.004	-.053	-.048	-.030	-.523
직급	-.014	-.017	-.230	.015	.018	.295
혁신문화				1.124	.923	5.357***
관계문화				.178	.149	2.683**
위계문화				-.041	-.029	-.501
합리문화				.330	.323	1.850*
F값	.603			15.148***		
$R^2$	.011			.339		

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

&lt;표 7&gt; 기업의 사회적 책임 활동(CSR)과 직무만족 분석 결과

기업의 사회적 책임 활동(CSR)	직무만족				
	$\beta$	t값	VIF	F값	$R^2$
	.662	14.614***	1.000	213.580***	.438

\*p &lt; .05, \*\*p &lt; .01, \*\*\*p &lt; .001

## V. 결론

### 5.1 연구 결과

본 연구는 ICT 기업을 대상으로 조직문화가 CSR과 직무만족에 미치는 영향을 분석하였다. 연구결과를 정리하면 다음과 같다. 첫째, ICT 기업의 조직문화가 CSR에 미치는 영향을 분석한 결과 조직문화 유형 중 위계적 문화를 제외하고 관계, 합리, 혁신 문화는 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 선행연구들에서 위계문화도 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타난 결과와 동일하게 나타난 것으로 ICT기업의 조직문화는 혁신과 창의성을 바탕으로 이루어져 있음을 확인 할 수 있다.

둘째, ICT 기업의 조직문화가 조직 구성원의 직무만족에 미치는 영향을 분석한 결과 혁신문화, 관계문화, 합리문화는 구성원의 직무만족에 유의한 영향을 미치지만 위계문화는 직무만족에 부(-)의 영향을 나타냈다. 위계문화는 다른 조직문화에 비해 규칙과 규정, 통제, 복종 등이 두드러지는 것으로 직원들을 통제하고 조정을 강조하는 공식화의 문화가 ICT 기업에서 직무를 수행하는 구성원들을 제약하는 의미로 받아들여 진다고 볼 수 있다. 즉 구성원들간의 신뢰와 참여, 통합이 강조되는 관계문화, 과업의 수행과 목표달성을 중요시 하는 합리문화가 ICT 기업에 있어서 중요한 문

화라는 것을 알 수 있다. 새로운 제품이나 시스템을 개발하고 목표를 달성하기 위한 직무수행과정에서 위계적인 스타일이 다소 억제할 수 있다는 것으로 ICT 기업의 특성을 고려해 볼 필요가 있을 것이다. 이와 함께 본 연구에서는 위계문화가 ICT 기업에는 성과와 만족에 영향이 없다는 결과를 보였다. 마지막으로 CSR이 직무만족에 미치는 영향을 살펴본 결과 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. CSR을 통해 기술개발과 혁신활동 및 조직의 이미지 등 각종 선도적인 활동을 수행하면서 조직 구성원들에게 동기부여 및 업무 능력을 향상 시키는 긍정적 효과를 불러일으킨다는 선행연구를 다시 한번 더 검증하였다(O'Reilly, 1989; Tushman & O'Reilly, 1996; Sorensen, 2002; 이채규, 양동우, 2018).

### 5.2 연구 시사점 및 한계점

본 연구는 ICT 기업의 조직문화가 CSR과 구성원의 직무만족에 미치는 영향을 분석하였다. 그 결과를 통해 시사점을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 다양한 산업 군 중에 ICT 기업의 특수성을 통해 조직문화의 유형을 살펴보았다는 점이다. 즉 기술적 환경이 빠르게 변화하는 지금 혁신적 문화를 대부분 많이 표방하고 있지만 조직 구성원들 내부에서 협력을 통해 정보를 공유하고 이러한 분위기는 조직의 성

과나 새로운 제품과 서비스 창출 등 다양한 부분에서 영향을 미치기 때문에 협력과 합리 문화가 중요하다는 점을 발견할 수 있었다. 과거의 경직된 문화보다는 자유와 창의성, 조직 구성원의 직무만족도를 향상시키기 위해서는 혁신적이고 합리적인 조직문화를 정착시키는 것이 중요하다고 볼 수 있다.

둘째, 조직문화는 ICT 기업의 CSR에 영향을 미치고 있는 것으로 사회 환경 변화에 대응해서 선도적이든 방어적이든 CSR을 실행하고 있다는 것이다. 즉 사회 환경의 변화에 대응하기 위해 기업은 사회적 책임 활동을 실행하고 있는데, 이는 윤리적 책임과 자선적인 요인이 강해서 ICT 기업의 능동적이고 개방적인 활동을 독려하고, 이는 지속가능경영의 수단으로 활용됨을 볼 수 있다. 또한 조직의 문화에 영향을 받아 책임활동의 범위나 내용에 변화를 주게 되고, 혁신과 합리 문화를 중심으로 사회적 책임활동의 중요성을 높이고, 실천을 통해 직원들의 동기부여와 조직의 소속감, 만족감 등이 높아지는 것을 알 수 있다. 따라서 ICT 기업은 혁신적인 조직문화를 통해 사회적 책임활동과 더불어 지속가능경영을 실천 하며, 나아가 조직 구성원들의 조직몰입 및 직무만족도를 높일 필요가 있다.

셋째, 본 연구의 실무적 시사점으로 본 연구의 대상은 ICT 기업으로 정했지만 대상의 규모별로 나누어서 분석을 하지 않았다. 대부분의 대상 기업은 중소기업으로 분류되는데 조직의 변화나 조직 연구에 있어서 ICT 분야의 중소기업에 대한 연구가 부족한 실정이다. 조직의 성장에 있어서 조직문화는 중요한 부분이다. 기업의 규모가 변화하면서 조직 체계가 달라지고 이에 따른 복합적인 조직문화가 필요하기 때문이다. 따라서 본 연구가 ICT 기업

의 조직문화에 대한 분석이 이루어 졌다면 나아가 ICT 기업의 규모별 즉 중소기업을 대상으로 조직문화의 유형과 그에 따른 다양한 결과를 살펴본다면 앞으로 ICT 기업의 규모 변화 및 성장에 있어 경영환경에 맞는 조직 구조나 조직문화 형성에 도움이 될 것이다.

본 연구의 한계는 연구의 표본의 크기와 일반화를 하기에 한계가 있다. 즉 ICT 기업을 대상으로 조사를 했기 때문에 표본의 수가 적고, 지역적인 한계가 존재한다. 이에 다른 업종 등 일반적인 기업에도 결과를 적용하기에 한계를 가지고 있다.

향후 연구에서는 국내외 ICT 기업뿐 아니라 중소기업 등 표본을 세분화시키고 다양한 산업군의 조직문화 및 CSR에 대해 조사해 볼 필요가 있다. 또한 변수의 다양성을 통해 ICT 기업의 조직문화의 영향력을 더 자세히 살펴 볼 필요가 있다. 본 연구에서는 CSR과 직무만족에 대해서만 살펴보았는데, 조직문화는 경영성과 및 조직 구성원의 조직몰입, 구성원들의 구성원교환관계(LMX), 리더십 등 다양한 변수들과의 상호작용이 있으므로 이에 대한 추가적인 연구들이 필요할 것이다.

특히 ICT 기업은 혁신적인 조직문화를 지향하는 부분이 많으므로 리더십에도 많은 영향이 있을 것으로 보인다. 추후 연구에서는 ICT 기업의 다양한 경쟁력 강화를 위해 다양한 변수를 이용해 연구해 볼 필요가 있다.

## 참고문헌

- 강현주 · 조상미(2010). 사회복지 종사자의 직무만족에 관한 연구경향 분석. *한국사회복지행정학연구*, 12(1), 301-335.

- 김길홍 · 양동우(2016). CEO의 윤리의식이 기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한연구. *한국디지털정책학회지*, 14(14), 73-183.
- 김문준 · 김노사 · 노유진(2017). 조직문화 유형이 조직유효성에 미치는 영향에 관한 연구조직커뮤니케이션의 조절효과 중심으로. *산업진흥연구*, 2(1), 15-29.
- 김영준 · 정민숙(2012). 리더십, 조직문화와 조직몰입과의 관계. *한국콘텐츠학회논문지*, 12(12), 201-211.
- 김용재(2013). 사회적책임이 기업문화와 고용 및 노동에 미치는 영향과 시사점. *문화산업연구*, 13(2), 93-103.
- 김지영 · 김성혜 · 조아로(2019). 조직 초기진입자가 인식한 조직문화와 조직특성이 무형식학습을 매개로 직무만족에 미치는 영향. *HRD연구*, 21(1), 67-92.
- 노두환 · 황경호(2019). 중소·벤처기업의 업종, 영업형태, 조직문화가 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구:삼원분산분석(3-way ANOVA)을 중심으로. *벤처창업연구*, 14(2), 221-233.
- 윤효실 · 송민경(2016). 조직문화가 종사자의 직무만족 조직몰입에 미치는 영향. *제6회 인적 자본 기업패널 학술대회논문집*, 347-369.
- 이채규 · 양동우(2018). 중소벤처기업의 경영전략유형과 기업의 사회적 책임 (CSR) 이 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증 연구: 조직문화유형의 매개효과 중심으로. *대한경영학회지*, 31(6), 1187-1211.
- 조상현 · 박외병(2018). 경찰공무원의 직무만족에 관한 연구-Herzberg의 동기·위생이론 검증. *한국공안행정학회보*, 27(4), 357-380.
- 정수철 · 조영복(2020). 기업가정신이 조직문화와 직무만족에 미치는 영향 및 조직문화의 조절효과-자동차 제조기업을 중심으로. *디지털융복합연구*, 18(12), 171-182.
- 정현준 · 정혁 · 진홍윤 · 신우철(2015). ICT기업 성장요인 및 특성분석. *방송통신정책연구*.
- 황승록 · 설귀환 · 이상림(2016). ICT 기업의 교육훈련 투자 특성에 대한 탐색적연구. *인적자본기업패널학술대회논문집*, 485-498
- Cameron, K. S., Quinn, R. E., DeGraff, J. & Thakor, A. V.(2006). Competing Values Leadership: Creating Value in Organizations, Northampton, MA: Elgar.
- Denison, D. R., & Spreitzer, G. M.(1991). Organizational culture and organizational development: A competing values approach. *Research in organizational change and development*, 5(1), 1-21.
- Desphandé R. & Farley, J. U.(2004). Organizational Culture, Market Orientation, Innovativeness, and Firm Performance: An International Research Odyssey, *International Journal of Research in Marketing*, 21, 3-22.
- Galbreath, J., & Benjamin, K.(2010). An action-based approach for linking CSR with strategy: Framework and cases. In *Innovative corporate social responsibility* Greenleaf Publishing. 12-36.
- Hartnell, C. A., Ou, A. Y. & Kinicki, A. (2011). Organizational Culture and Organizational Effectiveness: A Meta-Analytic Investigation of the Competing

- Values Framework's Theoretical  
Suppositions, *Journal of Applied  
Psychology*, 96(4), 677-164.
- Lease, S. H.(1998). Annual Review,  
1993-1997: Work Attitudes and  
Outcomes, *Journal of Vocational  
Behavior*, 53(2), 154-183.
- Locke, E. A.(1976). The Nature and Course  
of Satisfaction, In *M. D. Dunnette ed.,  
Handbook of Industrial and Organizational  
Psychology*, Rand-Monally.
- Locke, E. A. & Latham, G. P.(2004). What  
Should We Do About Motivation  
Theory?: Six Recommendations for the  
21st Century, *Academy of Management  
Review*, 29(3), 308-403.
- Maignan, Isabelle, & Odies Collins  
Ferrell.(2001). Corporate citizenship as  
a marketing instrument-Concepts,  
evidence and research directions,  
*European journal of marketing*, 35(3),  
457-484.
- Margolis, J. D., & Walsh, J. P.(2003).  
Misery loves companies: Rethinking  
social initiatives by business.  
*Administrative science quarterly*, 48(2),  
268-305.
- McCormick, E. J. & Tiffin, J.(1974).  
Industrial Psychology(6th ed.),  
Englewood Cliffs, N.J: Prentice-Hall.
- O'Reilly III, Charles A., David F. Caldwell,  
and William P. Barnett.(1989). Work  
group demography, social integration,  
and turnover. *Administrative science  
quarterly*, 21-37.
- O'Reilly, I. C. A., Chatman, J. A. & Caldwell,  
D. F.(1991). People and Organizational  
Culture: A Profile Comparison Approach  
to Assessing Person-Organization Fit,  
*Academy of Management Journal*, 34,  
487-516.
- Pathak, Deepti, & Shalini Srivastava.(2017).  
What makes employees stay? Role of  
psychological empowerment in  
organisational commitment-turnover  
intentions relationship: a study on  
Indian managers, *International Journal  
of Indian Culture and Business  
Management*, 14(2), 180-197.
- Quinn, R. E., & Rohrbaugh, J.(1983). A  
Spatial Model of Effectiveness Criteria:  
Towards a Competing Values Approach  
to Organizational Analysis, *Management  
Science*, 29, 363-377.
- Robbins, S. P.(2003). Organizational  
Behavior (11th ed.), Upper Saddle  
River, N.J: Prentice Hall.
- Robbins., S. A. & Sanghi, S.(2006).  
Organizational Behavior(11th ed.), New  
Delhi, India: Dorling Kindersley.
- Saeidi, S., Najari, S., Hessel, V., Wilson, K.,  
Keil, F. J., Concepción, P., & Rodrigues,  
A. E.(2021). Recent advances in CO2  
hydrogenation to value-added products—  
Current challenges and future directions.  
*Progress in Energy and Combustion  
Science*, 85.
- Smircich, L.(1983). Concept of Culture and  
Organizational Analysis, *Administrative  
Science Quarterly*, 28, 339-358.

- Spector, P. E.(1997) Job Satisfaction: Application, Assessment and Consequences, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Sørensen, Jesper B.(2002). The strength of corporate culture and the reliability of firm performance. *Administrative science quarterly*, 47(1), 70–91.
- Tushman, Michael, & C. O'Reilly(1996). Ambidextrous organizations: Managing evolutionary and revolutionary change. *California management review*, 38(4), 8–30.