

소셜네트워킹서비스와 업무성과와의 관계 연구 : 트랜스액티브 메모리역량의 매개효과와 사용시간의 조절효과를 중심으로

An Analysis of Social Networking Service on the Organizational Performance: Mediating effect on Transactive Memory Capabilities and Moderating effect on Time

이 미 란¹

Miran Lee

김 용 원^{2*}

Yongwon Kim

요 약

인터넷 기술이 발전하면서 SNS도 발전하고 있지만 SNS에 대한 연구는 개인적 특성에 관한 연구가 대부분으로 재미와 오락을 위해 SNS를 이용하고 업무에는 유용하지 않다고 판단하고 있다. 하지만 SNS가 업무 영역까지 긍정적인 효과가 파급되지 않는다면 SNS의 발전은 한계에 다다를 것이다. 따라서 본 연구에서는 기존 연구와는 달리 업무적 관점에서 SNS가 성과에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 알아보고자 한다. 이에 본 연구에서는 독립변수로 SNS몰입, 매개변수로 트랜스액티브메모리역량, 조절변수로 SNS사용시간, 그리고 종속변수로 업무성과를 사용하여 연구를 진행하였다. 분석 결과 SNS몰입은 트랜스액티브메모리역량과 업무성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며 트랜스액티브메모리역량도 성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또 SNS몰입이 트랜스액티브메모리역량에 영향을 미칠 때 SNS사용시간이 긍정적으로 조절하는 것으로 나타났다. 즉 관행적으로 SNS를 오랜 시간 이용하는 것이 업무와 무관하거나 방해된다는 의견과는 달리 성과에 긍정적인 효과가 있음을 실증한 것이다. 이러한 결과는 선행연구와는 다른 결과이며 선행연구들은 SNS가 성과와 관련이 없다고 주장한다. 이에 본 연구에서는 선행연구가 고려하지 못한 매개변수가 있을 것이라 추정하고 새로운 기억방식인 트랜스액티브메모리역량이 실제로 SNS와 성과간의 관계를 완전히 매개하고 있음을 실증했다.

☞ 주제어 : 소셜네트워킹서비스, 트랜스액티브메모리역량, 사용시간, 업무성과, 조절효과, 매개효과

ABSTRACT

As Internet technology further develops, a social networking service (SNS) also develops. But most studies on SNS are not appropriate for business purposes since they mainly focus on personal characteristics. Unlike previous studies, however, this study tries to understand the effect of SNS on performance in the perspective of business. As the result of analysis, SNSE(Social Networking Service Engagement) appears to have positive effect on TMC(Transactive Memory Capability) and PER(Performance), and TMC also seems to affect PER. On the assumption that there should be some parameters between SNSE and PER that earlier studies did not consider, this study has proved that a new way of memories, or TMC, forms the bridge between SNS and PER. It also found out that the time spent on SNS is positively controlled when SNSE affects TMC. These results are different from those of the previous studies arguing that SNS has nothing to do with PER.

☞ keyword : Social networking Service, Transactive Memory Capability, Time, Performance, Moderating Effect, Mediating Effect

1. 서 론

최근 소셜네트워킹서비스(social networking service, SNS)를 통해 얻은 다양한 고객 정보를 활용해 인터넷 전

문은행이 설립되는 등 IT 기술이 발전하면서 SNS는 이전과는 다르게 다양한 형태의 비즈니스를 창출하고 있다. 실제로 중국 IT 업체 텐센트는 SNS를 기반으로 얻은 정보를 바탕으로 중소 자영업자를 대상으로 한 대출상품인 위뱅크(Webank)를 선보여 8억 위안의 대출 실적을 올리기도 했다. 인터넷 기술이 발전하고 모바일 서비스가 더욱 발전할 미래에는 이와 관련한 서비스가 얼마만큼 성장할지 상상하기 어렵고 우리 삶에 많은 변화를 불러일으킬 것으로 예상된다.

¹ Department of e-Business Management, Seoul National University of Science and Technology, Seoul, Korea.

² Research Planning Division, Korea Expressway Corporation Research Institute, Gyeonggi Province, Korea

* Corresponding author (ywkim@ex.co.kr)

[Received 28 December 2015, Reviewed 6 January 2016, Accepted 2 February 2016]

이 서비스에 관한 선행연구들은 철저하게 ‘재미와 오락’ 등 개인적 특성에 맞춰 연구를 진행해오고 있으며[1, 2] 업무와 개인성과는 고려하지 않고 있다. 하지만 SNS 관련 서비스가 지속적으로 성장하기 위해서는 개인적 동기 외에도 업무성과 등 비즈니스 영역에서 필요한 기능과 역할을 제공해야 한다는 것이 이 글의 기본 전제이다.

따라서 이 글의 목적은 SNS와 업무성과가 어떠한 관계가 있는지 다시 알아보는 것이다. 그래서 혹시 그동안 우리가 몰랐거나 간과했던 매개변수를 찾아 이를 입증한다면 매우 의미가 있는 것이라 판단했다. 실제로 매개효과가 중요한 이유는 두 변수 사이에 우리가 몰랐던 관계를 설명해주기 때문이다. 그런 의미에서 하버드대 Wegner(1987) 교수가 제시한 새로운 기억역량에 관한 연구는 매우 흥미롭다. 이 개념은 우리가 컴퓨터 등을 사용할 때 외부 저장 장치를 통해 데이터 저장 용량을 확장하듯 개인도 외부 지인을 활용해 기억을 확장한다는 것이다[3]. 따라서 기술 발전이 진행됨에 따라 SNS 등 최근의 새로운 서비스와 기술은 이 관계를 무한대로 확장시켜 선행연구가 언급한 커플 수준을 넘어 무한대의 새로운 기억역량 확대 효과를 만들 수 있다.

이에 본 연구는 개인적 이유뿐만 아니라 업무적 관점에서 SNS에 몰입하는 것이 새로운 기억역량인 트랜스액티브메모리역량과 성과에 어떠한 영향을 미치는지, 또 관리자들이 그토록 싫어하는 종업원의 SNS사용시간이 높을수록 이들 간의 관계(예를 들어 SNS와 업무성과 등)에 긍정적으로 조절효과가 있는지, 마지막으로 SNS몰입과 성과와의 관계에서 그 동안 우리가 몰랐던 매개변수로써 트랜스액티브메모리역량이 실제로 업무 영역에서 긍정적인 역할을 하고 있는지를 검증하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 SNS몰입(Social networking Service Engagement, SNSE)

SNS를 적극적으로 활용하는 가장 중요한 이유 중 하나는 모바일 기기 등을 사용하여 기존에 자신이 가지고 있는 타인과의 연결 관계를 강화하거나 새로운 타인과 사회연결망을 만들 수 있기 때문이다. 따라서 개인은 SNS를 통해 참여자 상호간 친밀한 관계를 유지할 수 있으며, 정서적으로 상대와 연결되어 있다는 느낌을 가질 수 있기 때문에 서로 간에 심리적 거리를 좁히는데 매우 효과적이다[4].

이와 같은 이유로 SNS는 기업 차원에서도 다양하게 응용되고 있다. 실제 기업은 SNS를 통해 조직 구성원 간의 수평적 커뮤니케이션을 활성화해 정보공유를 효율적으로 할 수 있다. 따라서 SNS는 조직 차원에서 정보 공유를 통한 협업과 커뮤니케이션을 지원하고 의사결정에 도움을 줌으로써 성과 향상에 중요한 매개로 활용 폭이 넓어졌다.

한편 SNS사용시간(SNS using Time, SNST)과 관련하여 첫째 정보 획득, 오락, 재미 등의 여러 가지 요소가 이용시간에 영향을 미치는 것으로 나타났다[1]. 즉 시간을 배우거나 개인적 즐거움을 위한 ‘유희와 오락’에 관한 연구 등이 SNS몰입 및 SNS사용시간과 연관이 있다는 것이다[2]. 둘째 SNS사용시간과 관련해서 중요한 동기 요인으로는 정보나 콘텐츠를 얻고 제공하고 공유하기 위한 ‘정보추구’ 이용 동기가 있다[5]. 정보추구 동기는 삶에서 발생하는 다양한 활동 중에서 시간, 소비, 취미에 영향을 받아 특정 정보원이나 채널을 선호하는 중요한 동기 요인이다[6]. 마지막으로 사회적 교류와 관련한 ‘커뮤니케이션’ 연구를 들 수 있다[7]. 사람들이 사회적 상호작용을 하는 이유는 자신과 비슷한 사람들이 세상에 존재한다는 공유감을 느끼기 위한 것으로 SNS를 활용함으로써 타인과 함께 한다고 인식하고 커뮤니케이션을 통해 다른 사람들과 심리적 유대를 이루면서 상호작용이 수행된다고 느낄 때 이용시간에 대한 동기가 부여될 것이다. 선행 연구들은 SNS를 활용하여 인맥 관계를 맺고 정치적 신념을 공유하며[8], 정보의 선택적 노출과 확산을 통한 이슈의 공유 과정이 특정 가치관을 강화한다고 하였다[9].

2.2 트랜스액티브메모리 개념

모바일 플랫폼 기술이 발전하고 사물인터넷 기반 네트워크가 연결되면서 언제 어디서나 인터넷에 접속할 수 있는 상황이 전개되자 기존과는 다른 새로운 기억 습관이 개인들에게 나타나기 시작하였다. 일부 학자는 이러한 변화에 우려를 나타냈고 개인들이 구글(Google) 같이 강력한 검색엔진을 통해 새로운 정보를 언제 어디서나 쉽게 습득할 수 있게 되면서 사람들의 기억력은 감퇴될 것 이라고 주장하였다[10]. 하지만 사람들은 쉽게 정보를 얻을 수 있기 때문에 사실(fact) 그 자체를 쉽게 잊는 다기 보다는 ‘정보의 위치(location of information)’를 기억함으로써 더 많은 정보를 얻을 수 있는 새로운 기억방식을 만들어 냈다[11]. 이와 같은 현상을 사회 심리학에서 처음으로 제시한 학자는 하버드대 Wegner(1987) 교수이다.

그는 개인 간의 관계적 행위에서 이러한 개념을 최초로 제시하였는데, 친밀한 관계에 있는 커플의 경우 낮은 커플보다 상대방을 외부 메모리 저장소로 이용하여 더 많은 기억과 정보를 공유하고 커뮤니케이션을 통해 높은 수준의 지식을 얻을 수 있었다[11]. 이처럼 완벽하지 않은 자신의 기억체계를 외부적 자원을 통해 보충하는 기억방식을 트랜스액티브메모리라고 한다[12]. 이 효과는 정보 자체를 기억하는 것이 아닌 그 정보가 보관된 저장소나 습득 방법을 기억하는 새로운 방식의 기억효과이다. 따라서 이 개념은 다른 사람과의 상호작용을 바탕으로 만들어지는 개인의 기억체계로 오랜 시간 함께 지내온 구성원들이 상호간의 기억을 파악하고 제공함으로써 만들어진다[3].

새로운 기억방식 형성과정은 기존의 일반적인 개인 메모리 형성과정과 다른 차이점을 가지고 있다. 예컨대 기존의 일반적인 기억체계에서 사람들은 자신에게 들어온 정보의 전체 내용을 기억하려고 노력한다. 따라서 기억 수준의 능력 차이에서 누가 더 많이 기억하느냐 덜 하느냐, 누가 더 많이 기억하려고 노력하느냐 덜 하느냐에 따라 차이가 발생한다. 그러므로 인간이 갖고 있는 기억의 한계성 또는 노력여하에 따라 잘못된 정보를 기억하거나 부분적으로 기억하지 못하는 경우가 종종 발생한다. 하지만 트랜스액티브메모리 개념 하에서 기억체계는 전체적인 정보 모두를 기억하는 것이 아니라 그 정보를 빠르게 습득할 수 있는 방법이나 그것에 대한 전문정보를 갖고 있는 사람과 매체를 기억하게 된다. 이러한 방식은 기존의 일반적인 기억체계에 비해 개개인의 지식 근로자가 다른 사람들의 지식을 자신의 기억체계에 일일이 내재화시킬 필요가 없기 때문에 정보에 접근할 수 있는 다양한 경로와 능력만 있다면 기억의 과부하가 적어 다양한 정보를 더 많이 활용할 수 있는 장점이 있다.

이에 따라 인터넷 기술이 발전하고 개인 간 소셜네트워크가 확산됨에 따라 지금과는 달리 사람들이 언제 어디서나 정보를 쉽게 습득할 수 있는 환경이 지원된다면 개인은 필요한 정보의 위치만 기억해 언제든 필요한 정보를 얻을 수 있고, SNS를 통해 중요한 지식과 정보를 가지고 있는 믿을 수 있는 주변 동료와 소통함으로써 그들의 기억까지 얼마든지 활용할 수 있으므로 기존과는 다른 완전히 새로운 기억효과를 얻을 수 있게 되었다.

2.3 트랜스액티브메모리 선행연구

새로운 기억역량에 관한 이론은 지금까지 주로 조직을 대상으로 발전되어왔다. 선행연구들이 초점을 맞춘

부분은 이 개념이 조직성과에 정의 영향을 미친다는 것을 실증적으로 증명하는 것이다[13, 14].

Kanawattanachi와 Yoo(2007)는 종단연구를 통해 이 시스템이 성과에 중요한 영향을 미침을 증명하였다. 그들은 팀 과정이나 절차 그리고 성과에 이 개념이 중요한 영향을 미친다고 주장하였다[13]. 또 다른 실증연구에서도 이 기억효과는 조직이나 기업 성과에도 영향을 미친다는 연구결과가 나타나고 있다[15]. Austin(2003)은 조직의 환경변화를 위해 전문성을 정확하게 파악해야 할 경우 트랜스액티브메모리를 팀 단위로 구축하는 것은 성과에 긍정적인 영향을 끼친다는 결과를 도출하였다[15].

반면에 개인 관점에서는 개인의 역량에 따라 서로 다른 트랜스액티브메모리를 축적하게 되는데 이러한 개인 단위의 새로운 기억체계 역량을 트랜스액티브메모리역량(Transactive Memory Capability, TMC)이라고 한다[16]. 이 개념은 모바일 환경에서 인터넷을 이용한 정보 검색이 용이해지고 SNS의 활용으로 지인들과 편리하게 온라인으로 소통하면서 필요로 하는 지식 및 정보 등을 시간과 장소에 상관없이 획득할 수 있게 되면서 더욱 그 중요성을 인정받고 있다. 특히 SNS의 경우 적은 비용으로 정보 접근이 가능하고 여러 이용자들로부터 파생되는 정보 및 콘텐츠 접근이 가능함으로 앞으로도 이를 통한 정보 전달이 증가할 것이다. 한편 기업은 직원 관리 측면에서 근로자의 SNS 사용이 개인의 직무와 관련된 검색 활동인지 아니면 개인의 사적 용무를 위한 활동인지에 대한 경계가 모호해짐에 따라 SNS에 몰입하는 것이 개인의 직무 몰입 또는 업무성과에 미치는 영향에 대한 관심이 높아지고 있다[17, 18]. 이에 본 연구에서는 SNS몰입이 업무 성과에 미치는 영향에 대해 탐색적 연구를 수행하고자 한다.

3. 연구 가설

3.1 SNS몰입과 TMC와의 관계

트랜스액티브메모리 개념은 인간의 불완전한 기억구조에 전적으로 의지하는 전통적인 기억체계와는 달리 외부메모리를 활용해 다른 사람과의 상호작용을 통해 습득한 정보를 바탕으로 만드는 공유된 기억체계이다[3]. 이 기억효과는 누가 어떤 지식을 가지고 있는지 파악하는 전문성파악(expertise location), 지식을 교류하는 상대방에 대한 인지기반 신뢰(cognition based trust), 타인이 가지고 있는 지식을 활용하기 위해 조정하고 의사소통하는 업무

조정(coordination) 등으로 구성되어 있다[13]. 따라서 대부분의 선행연구에서는 이 개념의 구성요소를 기반으로 두고 선행변수 및 결과변수를 찾는 연구를 진행하고 있다. 하지만 인터넷 환경이 급속도로 변화하고 개인의 단순여가 또는 재미로 사용되는 것으로 인식하던 SNS를 업무에 활용할 수 있는 여건이 조성되면서, 업무에 유용한 정보를 외부에서 획득함에 있어서 누가 어떠한 업무 지식과 정보를 가지고 있으며 어떠한 전문성을 소유하고 있는지, 이 정보가 과연 신뢰할만한 것인지 SNS를 통해 파악하는 것은 매우 중요한 일이라고 할 수 있다. 또 외부 정보에 대한 파악 능력이 부족하고 다른 구성원들과의 관계가 불안정하여 SNS를 통해 정보를 주고받는데 상대방이 주저한다면 신뢰성 있는 전문 지식에 접근하기가 매우 어려울 것으로 업무조정도 매우 중요한 역할을 할 것이다[13].

따라서 이상의 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 SNS몰입이 TMC에 영향을 미칠 것으로 추론하여 다음과 같은 가설을 설정하였다. 특히 이용 동기가 명확할 경우 [5, 6] SNS사용시간이 증가하는 것이 효과적이라는 점을 추론하여 SNS사용시간이 두 변수(SNS몰입과 TMC)에 대해 어떠한 조절효과를 미치는지에 대해서도 탐색적으로 살펴보고자 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- H 1: SNS몰입이 TMC에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H 2: SNS사용시간은 SNS몰입과 TMC를 조절할 것이다.

3.2 SNS몰입과 업무성과와의 관계

사회적 교환이론에 근거하여 업무와 관련된 반복적인 커뮤니케이션을 통한 상호작용은 성과에 영향을 미칠 수 있다. 예컨대 SNS를 적극적으로 활용하여 개인의 사회화가 증가되고 타인과의 친밀한 관계를 유지한다면 사회적 공간에서 상대와 연결되어 있는 느낌을 가지기 때문에 심리적 거리를 좁히는데 효과적일 것이다[4]. 이때 SNS를 통한 타인과의 적극적 커뮤니케이션 활동은 정보 공유를 촉진하는 유용한 협업의 수단을 제공하여[5, 6, 7] 업무성과에 영향을 미칠 수 있다. 특히 선행연구에서는 SNS 특성이 능력 및 신뢰와 같은 변수에 대한 선행요인 [19]이며 사회적 상호작용[20]에 영향을 줌으로써 업무성과에 유의미한 영향을 주는 것으로 나타났다.

따라서 이상의 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 SNS몰입이 업무성과에 영향을 미칠 것으로 추론하여 다음과 같은 가설을 설정하였다. 특히 ‘커뮤니케이션’ 활동

등 이용 동기가 명확할 경우[7, 8, 9] SNS사용시간이 증가하는 것이 효과적이라는 점을 추론하여 SNS사용시간이 두 변수(SNS몰입과 업무성과)에 대해 어떠한 조절효과를 미치는지에 대해서도 탐색적으로 살펴보고자 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- H 3: SNS몰입은 PER에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H 4: SNS사용시간은 SNS몰입과 PER을 조절할 것이다.

3.3 TMC와 업무성과와의 관계

하버드대 Wegner(1987)가 인간의 기억 습관에 대한 새로운 개념을 제시한 이래 많은 학자들은 TMC가 조직성과에 영향을 미친다고 주장하였다[14, 15]. 이는 TMC가 팀 성과에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 실증한 선행연구의 결과와도 일치한다[16]. 특히 일부 연구에서는 이 개념이 조직차원에서 유용한 변수이고 팀 수준에서 성과에 영향을 미치는 중요한 변수라고 하였다[13].

이와 함께 최근 인터넷 기술이 발전하고 소셜미디어가 많이 활용되면서 개인차원의 트랜스액티브메모리에 대한 연구 필요성이 증가하고 있다[11, 17]. 특히 트랜스액티브메모리역량이 소셜미디어 환경에서 정보의 위치를 파악해 상대방의 전문성을 활용함으로써 업무성과에 영향을 미칠 수 있음을 추론할 때 이 부문에 대한 연구의 필요성은 더욱 증가할 것이다[17]. 따라서 이상의 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 TMC가 업무성과에 영향을 미칠 것으로 추론하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- H 5: TMC는 PER에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.4 SNS몰입, TMC와 업무성과와의 관계

한편 우리는 앞서 SNS몰입이 업무성과에 미치는 영향에 대해 가설을 설정하였다. 하지만 TMC가 외부 메모리를 활용하여 지식 습득에 용이하게 하며 개별 지식의 통합을 촉진하여 성과에 유의미한 영향을 준다는 점을 고려할 때[21] 본 연구에서는 TMC의 SNS몰입과 업무성과 간의 매개효과에 대해 추론하고자 한다. 따라서 개인의 역량에 따라 서로 다른 트랜스액티브메모리를 축적할 수 있기 때문에 이러한 역량의 차이는 성과에 유의미한 차이를 줄 것으로 추론된다. 실제 검색 등에 있어서도 우리는 동일한 포털 서비스를 사용한 개인들의 검색 결과가 다름을 종종 확인할 수 있으므로 SNS를 통한 정보 교류

가 성과에 영향을 줄 때 외부메모리 역량 이용 능력의 차이는 개인별로 차별적 결과를 만들 것이다.

이에 본 연구에서는 SNS를 통해 다양한 아이디어와 의견을 주고받을 수 있고 SNS가 구성원 간 유기적인 협력의 도구가 될 수 있으며[5, 6], SNS가 원활한 커뮤니케이션과 정보 공유를 통한 협업의 수단으로 작용할 수 있다[7, 8]는 점을 고려할 때 SNS를 활용하는 것은 전문성과 학과 신뢰 형성 등에 도움을 주어 TMC 형성에 영향을 미칠 수 있다고 추론하였다. 또 TMC의 중요 특성인 신뢰가 ‘사회적 관계 속에서 발생하는 상대방에 대한 호의적인 믿음[22]’이며 신뢰를 통해 불확실한 상황에서 업무성과 창출을 위한 정보 공유를 할 수 있으므로[23], 이상의 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 SNS몰입과 업무성과 사이에서 TMC가 기꺼이 직·간접적인 영향(매개효과)을 미칠 것으로 추론하여 다음과 같은 가설을 탐색적으로 설정하였다.

H 6: TMC는 SNS몰입과 PER의 관계를 매개할 것이다.

4. 연구 방법

4.1 연구 모형 및 기초통계

본 연구는 앞선 선행연구를 바탕으로 SNS몰입과 TMC가 업무성과에 미치는 효과를 분석하고, 이때 SNS를 얼마만큼 사용하는지 SNS사용시간의 조절효과를 검토하고, TMC의 매개효과를 분석하고자 연구모형을 설정하였다.

본 연구는 수립한 모델의 가설을 검증하기 위해 국내 기업을 대상으로 온라인 서베이를 진행하였다. 설문 조사는 ICT 업계 종사자 209명을 대상으로 실시하였으며 통계 분석은 SPSS18.0을 통해 실시하였다. 또 조절효과 분석 시 다중공선성(multicollineality)이 발생할 수 있으므로 변수를 평균중심화(mean centering)해 분석하였고, 매개효과 분석은 소벨테스트(sobel test) 분석을 통해 서로 다른 두 식에서 나오는 간접효과 측정의 문제를 고려하였다. 이 방법은 매개효과가 정상분포를 따른다는 가정하에 이뤄진 것으로 표준오차를 통해 매개효과를 검증하는 것이다. 한편 본 연구의 기술통계는 남자 55%, 여자 45%, 직급은 연구원(대리급) 37%, 선임연구원(과장급) 28%, 책임연구원(부장급) 22%, 연구위원(임원급) 13%가 응답하였다. 근무년수는 1년미만 5%, 3년미만 25%, 5년미만 12%, 5년이상 58%로 대부분 5년이상인 것으로 나타났다. 또 상관관계 분석결과 SNS몰입과 TMC는 .630,

TMC와 업무성과는 .479, 업무성과와 SNS몰입은 .307 수준으로 나타났다($p = 0.01$).

4.2 변수의 측정

본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 SNS몰입, TMC, SNS사용시간, 그리고 업무성과 등 주요 변수를 다음과 같이 측정하였다. SNS몰입은 SNS에 얼마만큼 몰입(engagement) 할 수 있는지를 묻는 선행연구[24]를 기반으로 ‘직무와 관련 있는 사람들과 하는 SNS는 내가 하는 가장 즐거운 것 중 하나이다’, ‘SNS는 나에게 중요하다’, ‘SNS는 나에게 의미가 많다’, ‘SNS는 나의 일상생활의 일부분이다’, ‘SNS를 통해 사람들과 소통하는 것에 자부심을 느낀다’ 등의 항목으로 측정하였다. TMC(트랜스액티브메모리역량)에 대해서 선행연구[14]를 기반으로 하여 ‘SNS를 통해 나와 소통하는 사람들은 업무수행에 필요한 전문적 지식을 가지고 있다’, ‘SNS를 통해 나와 소통하는 사람들은 내가 가지고 있지 않는 업무 지식을 가지고 있다’, ‘SNS를 통해 나와 소통하는 사람들은 서로 다른 영역에서 전문 지식을 가지고 있다’, ‘SNS를 통해 나와 소통하는 사람들의 전문지식은 업무수행에 필요하다’, ‘나는 SNS를 통해 나와 소통하는 사람들이 특정분야의 전문가라고 생각한다’, ‘SNS를 통해 나와 소통하는 사람들의 제안은 편안하다’, ‘SNS를 통해 나와 소통하는 사람들의 업무수행에 관한 지식을 신뢰한다’ 등의 7개 항목으로 측정하였다. 또 SNS사용시간은 ‘하루 중 SNS사용시간은 얼마인지를 묻는 문항을 통해 ①30분 이하, ②~1시간 이하, ③~2시간 이하, ④2시간 이상~’ 등으로 측정하여 분석을 실시하였다. 마지막으로 업무성과는 기존 연구[25]의 개념을 수정하여 ‘목표를 효과적으로 달성하고 있다’, ‘주어진 과업을 대부분 계획된 시간 내에 완수한다’, ‘내가 수행하는 과업의 결과물은 질적으로 우수하다’, ‘내가 수행하는 과업의 결과물은 양적으로 충분하다’, ‘주어진 프로젝트를 성공적으로 완수할 능력이 있다’ 등의 5개 항목으로 측정하였다.

5. 분석 결과

5.1 신뢰성 및 타당성 분석

본 연구에서는 신뢰성 분석을 위해 크롬바흐 알파(Cronbach's α) 계수를 이용하였고, 대부분 변수의 크롬바흐알파 계수가 0.8 이상임으로 신뢰성에는 문제가 없는

것으로 나타났다. 또 본 연구에서는 변수 간의 타당성을 분석하기 위해 측정된 변수를 동일한 개념으로 구성하였는지를 검증하는 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 실시하였다. 요인추출방식으로는 주성분분석 방법(principle component analysis)을 채택하였고 요인회전 방식으로는 직각회전방식(varimax)을 사용하였다. 표 1은 본 연구의 신뢰성과 타당성 분석 결과이다.

(표 1) 신뢰성 및 타당성 분석 결과
(Table 1) The Results of Reliability and Validity Analysis

Factor	Communality	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Cronbach's α
TMC	.661	.798	.143	.181	.905
	.682	.792	.196	.168	
	.690	.749	.209	.238	
	.694	.748	.296	.181	
	.679	.738	.289	.232	
	.597	.683	.284	.222	
SNS 몰입	.747	.274	.844	.144	.909
	.771	.203	.829	.137	
	.808	.264	.816	.190	
	.756	.305	.795	.174	
	.631	.228	.754	-.097	
업무 성과	.612	.226	.153	.830	.874
	.638	.178	.025	.821	
	.763	.183	.065	.775	
	.639	.140	.188	.764	
	.706	.256	.060	.737	
Eigenvalues	7.684	2.454	1.464		
% of Variance	25.089	22.613	20.546		
Cumulative %	25.089	47.701	68.247		

5.2 가설 검증 결과

본 연구에서는 SNS몰입이 TMC에 어떠한 영향을 미치는지를 검증하기 위해 위계적 회귀분석을 실시하였다. 분석 결과는 표 2와 같다. 먼저 가설 1번과 2번을 검증하기 위해 TMC에 대해 SNS몰입을 회귀분석 하였다. 연구 결과 SNS몰입은 TMC에 대해 유의한 변수임이 밝혀졌으며($B = .455, p = .000$), 이 두 변수를 SNS사용시간이 조절하는 것으로 나타났다($B = .097, p = .021$). 따라서 가설 1번과 2번은 채택되었다.

(표 2) 가설 1, 2 분석 결과
(Table 2) The Results of the Hypothesis 1,2

	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error			Tolerance	VIF
(Constant)	3.067	.033	92.792	.000		
SNSE	.455	.039	11.659	.000	1.000	1.000
(Constant)	3.004	.088	34.301	.000		
SNSE	.440	.043	10.166	.000	.813	1.230
SNST	.029	.037	.774	.440	.813	1.230
(Constant)	2.983	.087	34.237	.000		
SNSE	.244	.095	2.576	.011	.166	6.006
SNST	.023	.037	.608	.544	.808	1.237
SNSE×SNST	.097	.042	2.326	.021	.168	5.939

본 연구에서는 가설 3번과 4번을 분석하기 위해 종속 변수를 업무성과로 SNS몰입과의 관계를 분석하였다. 분석 결과 SNS몰입은 업무성과에 유의한 정(+)의 관계가 있는 것으로 나타났으며($B = .223, p = .000$), SNS사용시간의 조절효과는 통계적으로 관계가 없음이 밝혀졌다($B = .101, p = .053$). 따라서 가설 3번은 채택되었으며 4번은 기각되었다.

또 조절효과 분석의 경우 새로 만든 조절효과 분석항이 앞선 독립변수를 기반으로 만들어져 회귀식에 투입되었기 때문에 변수들 사이에 존재하는 다중공선성이 발생할 수 있으므로 본 연구에서는 종속변수를 제외한 모든 변수를 평균을 중심으로 센터링하여 분석을 실시하였다. 그 결과 공차한계지수(tolerance)는 모두 1에 미치지 못하였으며(.168), 분산팽창지수(variance inflation factor)도 10에 훨씬 미치지 못하여(5.939) 변수들 사이에 다중공선성 문제는 없는 것으로 나타났다.

(표 3) 가설 3, 4 분석 결과
(Table 3) The Results of the Hypothesis 3,4

	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error			Tolerance	VIF
(Constant)	3.605	.041	88.413	.000		
SNSE	.223	.048	4.636	.000	1.000	1.000
(Constant)	3.578	.108	33.070	.000		
SNSE	.217	.054	4.052	.000	.813	1.230
SNST	.013	.046	.273	.785	.813	1.230
(Constant)	3.556	.108	32.911	.000		
SNSE	.013	.117	.108	.914	.166	6.006
SNST	.006	.046	.130	.897	.808	1.237
SNSE×SNST	.101	.052	1.950	.053	.168	5.939

마지막 본 연구에서는 SNS몰입과 업무성과 간의 관계를 TMC가 매개하는지에 알아보기 위해 가설을 설정하였다. 이를 분석하기 위해 먼저 TMC와 업무성과와의 관계를 살펴보는 가설 5번과 매개효과 검정을 위한 가설 6번을 분석하였다. 분석 결과 TMC는 업무성과에 유의미한 정(+)의 관계가 있는 것으로 나타났으며(B = .482, p = .000), 가설 6의 결과 TMC를 모형에 포함시켰을 때 성과와의 관계가 유의한 가운데(B = .477, p = .000) SNS몰입은 업무성과와 통계적으로 관계가 없음이 밝혀졌다(B = .006, p = .914).

(표 4) 가설 5, 6 분석 결과
(Table 4) The Results of the Hypothesis 5,6

	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error			Tolerance	VIF
(Constant)	2.126	.192	11.064	.000		
TMC	.482	.061	7.850	.000	1.000	1.000
(Constant)	2.125	.193	11.022	.000		
TMC	.477	.079	6.016	.000	.604	1.657
SNSE	.006	.057	.108	.914	.604	1.657

한편 본 연구에서는 매개효과를 검증하기 위해서 Baron과 Kenney(1986)가 제시한 3단계 매개회귀분석(three-step mediated regression analysis)을 실시하였다[26]. 특히 매개효과인 두개의 간접효과가 서로 다른 두 식에서 나오므로 매개효과에 대한 정밀한 검증 방법이 필요하여 소벨 테스트를 통해 이를 다시 검증하였다[27]. Baron과 Kenney(1986)는 매개효과가 존재하기 위해서는 다음의 3가지 조건이 만족하여야 한다고 주장하였다. 첫째 독립변수가 매개변수에 유의한 영향을 미쳐야 한다고 주장하였다. 본 연구에서는 표 2의 가설 1번에서 두 변수 간의 유의한 결과가 도출되었다(B = .455, p = .000). 둘째 매개효과를 검증하기 위해서는 매개변수를 포함하지 않은 회귀분석에서 독립변수가 종속변수에 유의한 영향을 미쳐야 한다. 표 3에서 보듯이 가설 3번에서 본 연구는 두 변수간의 유의한 결과가 도출되었음을 알 수 있었다(B = .223, p = .000). 마지막 세 번째 조건은 매개변수가 종속변수에 유의한 영향을 미친다는 전제조건하에 독립변수가 종속변수에 미치는 영향이 매개변수가 회귀식에 포함되었을 때 유의적으로 약화되거나, 아니면 비 유의적으로 변화되어야 한다는 것이다. 분석 결과 표 4에서 알 수 있듯이 매개변수인 TMC는 업무성과에 유의한 영향을

미치고 있었으며(B = .477, p = .000), 매개변수가 통제된 회귀식에서 독립변수인 SNS몰입 변수가 종속변수에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 밝혀졌다(B = .006, p = .914). 즉 가설 3번에서 유의한 영향을 미치던 독립변수와 종속변수 사이의 관계(총 효과)가 매개변수를 포함한 회귀식을 분석한 가설 6번 결과 비 유의적으로 변화하였으며(직접효과), 가설 1번과 가설 6번에 따라 간접효과가 유의하다는 점을 고려할 때 본 연구의 독립변수와 종속변수 사이에는 완전매개효과(perfect mediating effect)를 가지고 있는 매개변수가 존재한다고 볼 수 있다[28]. 하지만 앞서도 언급한대로 매개효과가 독립된 두 식에서 나온 회귀 계수 값의 곱으로 이뤄졌기 때문에 본 연구결과처럼 비 유의적으로 변한 유의수준이 통계적으로 유의미한 것인지에 대한 판단을 Baron과 Kenney(1986)의 매개효과 검증방법으로 정확하게 내리기는 힘들다. 따라서 본 연구에서는 이를 검증하기 위해 소벨테스트 분석을 실시하였다. 그 결과 표 5에서 보듯이 독립변수인 SNS몰입과 종속변수인 업무성과 간에는 TMC라는 매개효과가 통계학적으로 존재하는 것으로 나타났다. 따라서 가설 5번과 6번은 모두 채택되었다.

(표 5) 소벨테스트 분석 결과
(Table 5) The Results of the Sobel Test

독립변수	매개변수	종속변수	Test Statistics	Std. Error	p-value	
SNSE	TMC	PER	5.362380	0.040473	0.000000	
a	Sa	b	Sb	54	63	08
.455	.039	.477	.079			

Sobel test statistic : z-value = a*b/SQRT(b2*Sa2+a2*Sb2)
a : 독립변수와 매개변수의 비표준화 회귀계수
b : 독립변수가 포함된 회귀식에서 매개변수와 종속변수의 비표준화 회귀계수
Sa : a의 표준오차, Sb : b의 표준오차
<<http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm>> 테스트 결과로 작성

6. 결론 및 시사점

6.1 결론

최근 모바일 기술이 발전하면서 다양한 형태로 SNS는 개인에게 영향을 주고 있다. 특히 언제 어디서나 인터넷 접속이 가능해지면서 SNS는 개인적 또는 업무적으로 기존과는 다른 형태의 커뮤니케이션 역할을 하고 있다. 이에 본 연구에서는 SNS 활용 증가에 주목하여 개인의 SNS몰입과 SNS사용시간이 새로운 기억 형태인 TMC에

영향을 주어 업무성과에 긍정적 영향을 주는지를 알아보고자 연구를 진행하였다. 따라서 본 연구의 목적은 기존의 SNS를 단순히 개인적 취향의 차이로 ‘재미나 오락’ 등의 동기 요인으로 연구하는 흐름에서 벗어나 새로운 모바일 커뮤니케이션 수단을 통해 업무 등 정보 활용에 이용하고 이때 이 둘을 매개하는 새로운 요인을 밝힘으로써 기존에 SNS 관련 연구에서 성과에 부정적이거나 유의하지 않은 관계라는 선행연구의 문제점을 밝히는 데 목적이 있다. 이에 본 연구의 주요 분석 결과는 선행연구들이 간과한 SNS몰입과 업무성과 간의 관계를 새롭게 밝혀냈다. 기존 연구들은 SNS몰입이 업무성과에 영향을 주지 못하거나 부정적이라고 주장하였다. 하지만 본 연구 결과 이 두 변수 간에는 TMC라는 매개변수가 존재하여 실제로는 SNS몰입이 높아질수록 정보 습득이 강해지고 이러한 요인을 이용하는 개인 역량 차(TMC)를 고려하면 성과에 유의미한 영향을 미칠 수 있음을 실증하였다. 즉 기존 연구들이 매개변수가 포함된 본 연구의 가설 6번만 보고 SNS몰입이 업무성과에 유의하지 않은 변수라고 주장한 것을 본 연구에서 가설 3번, 가설 1번과 가설 6번을 통해 매개변수 존재를 실증하여 이들 간의 관계를 새롭게 증명하였다.

또 본 연구에서는 SNS몰입과 업무성과 간의 관계를 중재하는 TMC가 SNS사용시간에 의해 조절됨을 밝혔다($B = .097, p = .021$). 이는 그동안 개인적 취향에 국한되어 ‘재미와 오락’을 위해 사용하는 것으로만 알려졌던 SNS 활동이 업무 영역으로 확대될 수 있음을 의미하는 것이다. 즉 SNS 활동이 성과에 영향을 줄 때 완전매개효과를 갖는 TMC라는 변수가 존재하며(가설 1, 3, 6) TMC는 SNS를 많이 사용할수록 효과가 극대화 될 수 있음을 입증한 것이다. 실제로 상호간 의사소통의 증가(+)가 없는 관계의 경우 그들 사이에 신뢰할만한 정보 교류는 불가능하다. 따라서 본 연구 결과는 관리자들이 싫어하는 SNS 활동이 업무성과에 유의미한 외부 저장 용량 확대에 기여할 수 있다는 점을 가설 2를 통해 밝혀냈다.

6.2 시사점

이상의 연구를 바탕으로 본 연구는 다음과 같은 시사점을 도출하였다. 첫째 개인이 SNS를 이용하는데 단순 재미와 오락 등 취향에 따라 이용하는 것에서 벗어나 업무 등에 긍정적으로 활용할 수 있음을 검증하였다. 선행 연구들은 SNS몰입과 업무성과에 영향을 미치지 못하는 변수라고 지적만 하였지 이 두 변수 간의 완전매개효과

있는 새로운 변수에 대한 연구가 부족하였다. 특히 구글 등을 이용해 정보에 더욱 쉽게 접근할 수 있다는 점을 고려할 때 SNS를 활용해 개인별 기억 활용 역량의 차이는 즐거움, 취미, 재미 등 개인 영역뿐만 아니라 업무 영역에까지 영향을 미칠 수 있음을 본 연구가 실증하였다는 점에서 연구의 의의가 있다.

둘째 본 연구의 시사점은 그동안 끼리끼리 소통을 위한 잡담 등 업무 성과에 부정적이거나 유의미한 영향을 주지 않는 변수로 인식되었던 SNS사용시간에 대한 새로운 의미를 찾았다는 점이다. 지금까지 업무 중 스마트폰을 보거나 SNS를 이용하는 것은 매우 부정적이고 산만한 활동으로 인식하였다. 이것이 단순히 SNS를 재미와 오락 등 일상의 스트레스를 해소하고 취미 활동으로 국한한 개인적 측면의 연구가 이루어진 결정적인 근거이다. 하지만 개인적 측면의 호기심을 중심으로 연구가 진행된다면 SNS 활용 증가를 설명하기에는 한계가 있을 것이다. 이에 개인이 SNS 사용시간이 늘어나도 이를 업무에 활용하면 트랜스액티브메모리역량에 영향을 미쳐 업무성과에 긍정적일 수 있음을 실증하였다는 점에서 본 연구의 의의가 있다. 마지막으로 향후 연구에서는 환원주의적 문제 고려, 종속변수 객관적 지표 사용, 측정오차를 고려한 구조모형 분석을 통해 SNS와 성과향상에 관한 많은 연구를 기대해 본다.

참 고 문 헌 (Reference)

- [1] O. Nov, "What motivates wikipedians?," *Communications of the ACM*, Vol. 50, no. 11, 2007, pp. 60-64.
<http://dx.doi.org/10.1145/1297797.1297798>
- [2] C. D. Schaefer, "Motivations and Usage Patterns on Social Network Sites," In: *ECIS*, 2008, pp. 2088-2099.
<http://aisel.aisnet.org/ecis2008/143>
- [3] D. M. Wegner, "Transactive memory: A contemporary analysis of the group mind," *Theories of group behavior*, Springer New York, 1987, pp. 185-208.
http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4612-4634-3_9
- [4] M. Chayko, "Portable communities: The social dynamics of online and mobile connectedness," Suny Press, 2008.
<http://www.jstor.org/stable/40645978>
- [5] A. L. Hughes, L. Palen, "Twitter adoption and use in mass convergence and emergency events," *International Journal of Emergency Management*, Vol. 6, no. 3-4, 2009,

- pp. 248-260.
<http://dx.doi.org/10.1504/IJEM.2009.031564>
- [6] R. Savolainen, "Everyday life information seeking: Approaching information seeking in the context of "way of life"," *Library & information science research*, Vol. 17. no. 3, 1995, pp. 259-294.
[http://dx.doi.org/10.1016/0740-8188\(95\)90048-9](http://dx.doi.org/10.1016/0740-8188(95)90048-9)
- [7] T. Hennig Thureau, K. P. Gwinner, G. Walsh, and D. D. Gremler, "Electronic word of mouth via consumer opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet?," *Journal of interactive marketing*, Vol. 18. no. 1, 2004, pp. 38-52.
<http://dx.doi.org/10.1002/dir.10073>
- [8] A. Livne, M. P. Simmons, E. Adar, and L. A. Adamic, "The Party Is Over Here: Structure and Content in the 2010 Election," *ICWSM*, Vol. 11, 2011, pp. 17-21.
<http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/view/2852/3272>
- [9] M. Conover, J. Ratkiewicz, M. Francisco, B. Gonçalves, F. Menczer, and A. Flammini, "Political Polarization on Twitter," *ICWSM*, Vol. 133, 2011, pp. 89-96.
<http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/view/2847/3275>
- [10] N. Carr, "Is Google making us stupid?," *Yearbook of the National Society for the Study of Education*, Vol. 107. no. 2, 2008, pp. 89-94.
<http://dx.doi.org/10.1111/j.1744-7984.2008.00172.x>
- [11] B. Sparrow, J. Liu, and D. M. Wegner, "Google effects on memory: Cognitive consequences of having information at our fingertips," *science*, Vol. 333. no. 6043, 2011, pp. 776-778.
<http://dx.doi.org/10.1126/science.1207745>
- [12] A. B. Hollingshead, B. David, "Potential benefits of communication in transactive memory systems," *Human communication research*, Vol. 29. no. 4, 2003, pp. 607-615.
<http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-2958.2003.tb00859.x>
- [13] P. Kawattanachai, Y. Yoo, "The impact of knowledge coordination on virtual team performance over time," *MIS quarterly*, 2007, pp. 783-808.
<http://www.jstor.org/stable/25148820>
- [14] K. Lewis, "Measuring transactive memory systems in the field: scale development and validation," *Journal of Applied Psychology*, Vol. 88. no. 4, 2003, pp. 587.
<http://dx.doi.org/10.1037/0021-9010.88.4.587>
- [15] J. R. Austin, "Transactive memory in organizational groups: the effects of content, consensus, specialization, and accuracy on group performance," *Journal of Applied Psychology*, Vol. 88. no. 5, 2003, pp. 866.
<http://dx.doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.866>
- [16] D. Nevo, B. Furneaux, and Y. Wand, "Towards an evaluation framework for knowledge management systems," *Information Technology and Management*, Vol. 9. no. 4, 2008, pp. 233-249.
<http://dx.doi.org/10.1007/s10799-007-0023-9>
- [17] K. Lewis, B. Herndon, "Transactive memory systems: Current issues and future research directions," *Organization Science*, Vol. 22. no. 5, 2011, pp. 1254-1265.
<http://dx.doi.org/10.1287/orsc.1110.0647>
- [18] Y. Nho, "Mobile ICT and Employment Relations Management : A Theoretical Approach," *Korean Journal of Industrial Relations*, Vol. 25. no. 2, 2015, pp.99-123.
<http://www.dbpia.co.kr.access.yonsei.ac.kr:8080/Article/NODE06358266>
- [19] J. K. Butler, "Toward understanding and measuring conditions of trust: Evolution of a conditions of trust inventory," *Journal of management*, Vol. 17. no. 3, 1991, pp. 643-663.
<http://dx.doi.org/10.1177/014920639101700307>
- [20] P. S. Ring, A. H. Van de Ven, "Developmental processes of cooperative interorganizational relationships," *Academy of management review*, Vol. 19. no. 1, 1994, pp. 90-118.
<http://dx.doi.org/10.5465/AMR.1994.9410122009>
- [21] D. M. Wegner, "A computer network model of human transactive memory," *Social cognition*, Vol. 13. no. 3, 1995, pp. 319-339.
<http://search.proquest.com/openview/52adcc20cec40828cb9b013b7de72000/1?pq-origsite=gscholar>
- [22] J. D. Lewis, A. Weigert, "Trust as a social reality," *Social forces*, Vol. 63. no. 4, 1985, pp. 967-985.
<http://dx.doi.org/10.1093/sf/63.4.967>
- [23] D. W. Cravens, N. F. Piercy, "Relationship marketing and collaborative networks in service organizations," *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 5. no. 5, 1994, pp. 39-53.
<http://dx.doi.org/10.1108/09564239410074376>

- [24] A. Y. Yu, S. W. Tian, D. Vogel, and R. C. W. Kwok, "Can learning be virtually boosted? An investigation of online social networking impacts." *Computers & Education* Vol. 55. no. 4, 2010, pp. 1494-1503. <http://dx.doi.org/10.1016/j.compedu.2010.06.015>
- [25] J. S. Lurey, M. S. Raisinghani, "An empirical study of best practices in virtual teams," *Information & Management*, Vol. 38. no. 8, 2001, pp. 523-544. [http://dx.doi.org/10.1016/S0378-7206\(01\)00074-X](http://dx.doi.org/10.1016/S0378-7206(01)00074-X)
- [26] R. M. Baron, D. A. Kenny, "The moderator - mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations," *Journal of personality and social psychology*, Vol. 51. no. 6, 1986, pp. 1173. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- [27] M. E. Sobel, "Some new results on indirect effects and their standard errors in covariance structure models," *Sociological methodology*, Vol. 16, 1986, pp. 159-186. <http://dx.doi.org/10.2307/270922>
- [28] L. Van Dyne, J. W. Graham, and R. M. Dienesch, "Organizational citizenship behavior: Construct redefinition, measurement, and validation," *Academy of management Journal*, Vol. 37. no. 4, 1994, pp. 765-802. <http://dx.doi.org/10.2307/256600>

● 저 자 소 개 ●



이 미 란 (MIRAN LEE)

2009년~2011년 연세대학교 방송통신정책연구소(CPRC)
2011년~2015년 한국정보화진흥원(NIA) 연구원
2015년 서울과학기술대학교 e-비즈니스 경영학과(경영학석사)
관심분야 : 인사조직, 조직행동, 소셜네트워킹서비스
E-mail : enigma2580@naver.com



김 용 원 (YONGWON KIM)

2007년 연세대학교 기술경영학(경영학석사)
2012년 연세대학교 기술경영학(경영학박사)
2010년~2013년 연세대학교 방송통신정책연구소(CPRC)
2013년~현재 한국도로공사 도로교통연구원 선임연구원
관심분야 : 기술경영, 기술리더십, R&D 성과평가, 기술가치평가
E-mail : ywkim@ex.co.kr