

과업-기술 적합성이 SNS 이용의도에 미치는 영향에 관한 연구: 사회적 기업을 중심으로

장성희 (경북대학교 경영학부 BK21플러스)*

국 문 요 약

본 연구는 사회적 기업의 과업-기술 적합성(TTF)이 소셜네트워크서비스(SNS) 이용의도에 미치는 영향에 대해 검증하는 것이 목적이다. 사회적 기업, 소셜네트워크서비스, 과업-기술 적합성, 기술수용모형(TAM)에 관한 이론적 배경을 바탕으로 연구모형과 연구가설을 설정하였다.

본 연구에서는 인증 사회적 기업 86개를 대상으로 Smart PLS 2.0을 이용하여 구조방정식 모형을 분석하였다. 본 연구의 분석결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 과업-기술 적합성이 지각된 유용성, 지각된 이용용이성, SNS 이용의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 지각된 유용성은 SNS 이용의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났지만, 지각된 이용용이성은 SNS 이용의도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

본 연구의 결과는 과업-기술 적합성 측면에서 SNS가 사회적 기업의 업무에 적합한지에 대해 분석하여 다른 정보기술 분야의 이용의도에 적용할 수 있는 이론적 시사점과 사회적 기업에게 실무적인 시사점을 제공할 것이다.

핵심주제어: 사회적 기업, 소셜네트워크서비스(SNS), 과업-기술 적합성(TTF), 기술수용모형(TAM), 이용의도

I. 서론

사회적 기업은 2007년 7월 사회적 기업 육성법이 시행되면서 해마다 꾸준히 증가하여 2016년 11월 현재 1,609개의 기업이 있다. 사회적 기업은 기업의 이윤 보다는 사회적 목적을 우선적으로 추구하면서 재화나 서비스를 생산·판매하는 영업활동을 수행하는 기업으로 영리기업과 비영리기업의 중간 형태라고 할 수 있다. 사회적 기업은 사회서비스를 제공하고 취약계층에게 일자리를 창출하는 등의 사회적 목적을 추구하고 있다. 국내 대다수의 사회적 기업은 자체적인 홈페이지도 갖추지 못한 영세한 기업들이 상당수 존재하고 있으며, 고객 분석이나 새로운 상품 및 서비스를 개발하기 위한 전략을 구사하는데 인력과 재무적인 측면에서 여력이 충분하지 않다(김희영·조준서, 2012).

최근에 정보기술이 발달하면서 많은 기업에서는 정보기술을 활용하여 경쟁우위를 확보하기 위해 노력하고 있다. 사회적 기업에서도 다양한 정보기술을 활용한다면 사회적 기업의 경쟁력을 확보할 수 있을 것이며 보다 많은 성과를 낼 수 있을 것이다. 특히 온라인에서 인맥을 넓히고 정보를 공유할 수 있는 소셜네트워크서비스(Social Network Service: SNS)는 시민사회의 힘을 강화시킬 수 있으며, 온라인상에서 참여, 공유, 개방, 협업의 활동을 통하여 웹 2.0의 가치를 구현할 수 있을 것이다.

이러한 SNS가 기업 업무에 필요하다는 연구가 많이 발표되고 있으며, 과업-기술 적합성(Task-Technology Fit: TTF) 모형을 이용하여 기업의 업무와 기술이 적합한지를 분석하고 있다. 창업기업의 SNS 활용이 경영성과를 향상시키고(문성식, 2014), 정치 분야에서 TTF가 SNS 이용과 성과를 향상시키며(박승준 외, 2012), TTF가 SNS 이용과 성과를 향상시킨다고 하였다(박경자 외, 2014). TTF 모형은 개인이 과업을 수행할 때 정보기술이 얼마나 잘 지원해 주고 정보기술이 업무에 적합한지를 검증하는데 유용하다. 한편 사회적 기업에서도 정보기술에 관한 연구가 많이 진행되어 왔다. 정보기술발달과 사회적 기업에 관한 연구(서용석·정희원, 2010), 정보기술을 활용한 사회적 기업의 사례연구(김희영·조준서, 2012; 노태협, 2016), SNS를 활용한 사회적 기업의 마케팅 전략에 관한 연구(Li et al. 2012) 등이 있다.

이러한 연구들은 사회적 기업에서 정보기술 활용에 대한 사례연구에 머물러 있으며, 사회적 기업에서 과업-기술 적합성 측면에서 SNS 이용에 관한 연구는 거의 발표되고 있지 않은 실정이다. 이에 사회적 기업에서 SNS 활용을 통하여 업무성과를 향상시키고, SNS가 사회적 기업의 업무에 필요한 기술임을 증명하는 연구가 필요할 것이다.

따라서 본 연구에서는 SNS가 사회적 기업의 업무에 적합한 기술인지 과업-기술 적합성 이론을 이용하여 검증해 보고자

* 주저자, 경북대학교 경영학부 BK21플러스 연구교수, bobae33@hanmail.net
투고일: 2016-11-14 · 수정일: 2016-12-20 · 게재확정일: 2016-12-25

한다. 본 연구는 SNS가 사회적 기업의 과업-기술 적합성 측면에서 SNS 이용의도를 파악하여 사회적 기업에서 SNS가 활성화되고 성과도 향상 될 수 있는 이론적 시사점 및 실무적인 시사점을 제공할 수 있을 것으로 기대된다.

II. 이론적 배경

2.1 사회적 기업

사회적 기업 (Social Enterprise)은 사회서비스 제공, 각종 사회문제의 해결, 지역 통합 및 일자리 창출 등의 사회적 목적을 우선적으로 추구하면서 영업활동을 수행하는 기업이다. 영리기업이 이윤 추구를 목적으로 기업의 영업활동을 수행하는 것과 사회적 기업과는 큰 차이가 있다. 사회적 기업의 종류에는 일자리 제공형, 사회서비스 제공형, 일자리 제공과 사회서비스의 혼합형, 지역사회 공헌형, 그리고 기타형이 있다. 사회적 기업의 역할은 지속가능한 일자리 제공, 사회서비스 확충, 지역사회 활성화, 윤리적 시장 확산 등에 있다(한국사회적기업진흥원, 2016). 사회적 기업은 2007년부터 매년 꾸준히 증가하여 2016년 9월 6일 현재 1,609개 이다. 한국사회적기업진흥원의 인증사회적 기업 리스트를 분석해서 지역별로 살펴보면, 서울 278개 기업으로 가장 많고, 경기 262개, 경북 102개, 강원과 전북 99개, 부산 93개, 인천 90개 등의 순이다. 업종별로 살펴보면, 문화예술 196개 기업으로 가장 많으며, 청소 163개 기업, 교육 136개 기업, 환경 114개 기업, 사회복지 102개 기업, 간병가사지원 97개 기업 등의 순이다. 사회적 기업의 목적에 맞게 문화예술, 청소, 교육, 환경, 사회복지 및 간병가사지원 등의 업종이 많이 분포되어 있다(한국사회적기업진흥원, 2016).

사회적 기업에 관한 연구에서는 그동안 사회적 기업의 성과에 관한 연구가 많았고(장성희, 2014), 정보기술이 발달하면서 사회적 기업의 변화에 대한 연구가 시작되고 있으며, 사회적 기업에서 정보기술 활용에 대한 사례연구도 발표되고 있다.

이러한 연구들을 살펴보면, 서용석·정희원(2010)은 정보기술의 발달로 사회적 기업의 변화를 살펴보았는데, 온라인 사회적 기업의 출현으로 기업의 Financing, 자원봉사동원방식, 거버넌스를 변화시켰다고 했다. 사회적 기업이 정보기술의 강점을 잘 활용하기 위해서는 IT와 사회복지 분야의 연결고리가 필요하고, 온라인 사회적 기업의 다양한 콘텐츠를 개발해야 하며, 시민사회의 참여를 유도할 수 있는 다양하고 전문적인 분야의 자원봉사 참여방안을 모색해야 한다고 주장하고 있다. 노태협(2016)은 정보통신기술을 활용하여 자전거 관련 공유경제시스템을 구축하여 사회적 기업으로 창업한 ㈜푸른바이크셰어링의 사례를 연구하였다. 사회적 기업의 지속가능성을 추구하는 핵심요인으로 지역사회 네트워크 활용과 사회적 기업과 공유경제의 융합사업 모형을 통해 사회적 기업의 한계를 극복할 수 있는 대안이 될 수 있다고 하였다.

사회적 기업에 대한 해외 사례연구로, Li et al.(2012)은 래그

랜스 사례를 통하여 SNS를 활용한 사회적 기업의 마케팅 전략에 대해 연구하였다. 사회적 기업인 래그랜스에서 페이스북 북과 같은 SNS를 기업의 마케팅 도구로 활용하여 고객을 유지하고 기업이미지를 최대한 홍보를 할 수 있었다. SNS를 통한 홍보를 위해서는 타겟에 맞는 양질의 콘텐츠가 필요하고, 기업운영자와 소셜미디어 채널 관리자간의 커뮤니케이션 및 고객과의 소통채널 확대가 중요한 요인임을 알아냈다. 김희영·조준서(2012)는 IT를 활용하여 사회적 목적을 실현하는 미국의 사회적 기업, 홈보이즈 인터랙티브, 퍼 스킨라스 등에 대한 사례를 분석하였다.

이러한 연구들은 사회적 기업에서 정보기술 활용이 중요하다는 것을 지적하고 있으며, 사회적 기업에서 정보기술을 활용하고 있는 사례를 분석하고 있다. 여러 사회적 기업에 관한 선행연구에서는 정보기술 활용에 대한 사례분석에 머물러 있어서 사회적 기업에서 SNS의 활용이 업무에 적합하지에 대한 실증적 연구가 필요할 것으로 판단된다.

2.2 SNS

SNS는 온라인상에서 개인의 프로필 정보를 공개하여 다른 사용자들과 사회적 관계를 형성·유지하여 인적네트워크를 형성시켜 주는 서비스이다. 스마트폰의 이용 증가로 SNS이용자들이 증가하고 있으며, 언제 어디서나 SNS에 접속하여 고객이나 공급자가 작성한 글이나 사진 등에 댓글과 추천과 같은 게시물을 즉각적으로 확인할 수 있어 SNS 이용이 확산되고 있다.

최근에는 SNS가 기업 업무에 필요하다는 연구가 많이 발표되고 있으며, SNS를 활용하여 기업의 성과가 향상된다고 하였다(문성식, 2014; 박경자 외, 2014). 박승준 외(2012)는 정치분야에서의 TTF 모형이 SNS이용과 성과에 미치는 영향에 관해 연구하였다. 과업-기술 적합성이 SNS이용과 성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

문성식(2014)은 창업기업을 대상으로 SNS를 활용한 홍보마케팅이 경영성과에 미치는 영향에 대해 연구하였다. SNS특성으로 정보제공성, 상호작용성, 유희성, 브랜드관리를 설정하여 SNS특성과 SNS활용 및 경영성과와의 관계에 대해 분석하였다. 연구결과, 정보제공성, 유희성이 SNS활용과 경영성과에 정(+)의 영향, SNS활용이 경영성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이 연구에서는 창업을 준비하는 기업에게 SNS를 활용한 홍보활동이 경영성과를 향상시킨다는 연구결과를 제시하였다. 박경자 외(2014)는 TTF 모형을 이용하여 과업수행을 위한 SNS의 활용에 대해 연구하였다. 직무 특성, 개인의 가상능숙도, 매체 특성이 과업-매체적합성에 유의한 영향관계를 보였고, 과업-매체적합성이 SNS 이용과 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

여러 선행연구에서 SNS의 활용이 기업의 성과에 긍정적인 영향을 주고 있으며, 창업기업에서도 SNS활용이 경영성과를 향상시킨다고 하였다(문성식, 2014).

2.3 TTF와 TAM

2.3.1 TTF

과업-기술 적합성(TTF)은 개인이 과업을 수행할 때 필요한 과업에 대한 요구사항과 기술의 지원능력간의 조화 정도를 말한다(Dishaw & Strong, 1999; Goodhue, 1995; Goodhue & Thompson, 1995). 과업-기술적합성은 정보기술의 역량을 설명하는 이론으로, 개인이 과업을 수행할 때 필요한 정보를 정보기술이 얼마나 잘 지원해 주는가를 의미한다. 과업과 기술이 적합하다는 것은 과업을 수행할 때 기술이 과업을 수행하는데 적절한 정보를 제공해 주어 개인의 의사결정을 하는데 도움을 주며, 높은 성과를 가져올 수 있게 해 주는 것이다.

Goodhue & Thompson(1995)은 과업과 기술의 적합이 정보기술의 이용을 향상시키고, 그 결과 개인의 과업성고가 향상된다고 하였다. TTF 모형을 통해 과업 특성에 적합한 정보기술 사용에 대해 제안하였다. TTF는 정보기술의 역량을 설명하는 이론으로, 개인이 과업을 수행할 때 필요한 과업 요구사항과 기술의 지원능력 간의 조화정도를 의미한다. 이진창·김진성(2004)은 의료기관 모바일 서비스 이용자의 직무성과에 관한 연구에서 개인 특성과 직무-기술적합 모형을 이용하여 연구하였다. 구성환·신민수(2013)는 모바일 오피스의 기술적인 부분과 직무간의 적합모델과 조직 특성이 직무성과에 영향을 주는지에 대해 연구하였다. 과업-기술적합성 모형을 이용하여 분석한 결과, 모바일 오피스를 도입하고자 하는 조직은 모바일 오피스의 기술적 특성과 직무 특성 간의 적합성을 먼저 고려해야 된다는 것을 알아냈다. 이동원 외(2014)는 소비자 구매의사결정단계에 따라 PC 기반 쇼핑과 모바일 기기 기반 쇼핑 행태에 관한 차이를 분석하기 위해 과업-기술적합성을 이용하여 연구하였다.

2.3.2 TAM

Davis(1989)의 기술수용모형 (Technology Acceptance Model: TAM)은 정보기술 이용자의 행동을 설명하고 예측하기 위해 많이 연구되어 온 경영정보학 분야의 대표적인 연구라고 할 수 있다. TAM은 신념, 태도, 의도, 행위로 이어지는 인과관계를 통해 정보기술 수용과정을 설명하고 있다. 또한 TAM은 정보기술 이용에 대한 개인의 행동의도를 결정하는 두 가지 행동신념인 지각된 유용성 (Perceived Usefulness)과 지각된 이용용이성 (Perceived Ease of Use)을 제안하였다. 지각된 유용성은 특정한 시스템을 이용하는 것이 개인의 직무성과를 향상시킬 것이라고 개인이 믿는 정도를 말하고, 지각된 이용용이성은 특정한 시스템을 이용하는 것이 신체적 및 정신적 수고가 적게 들 것이라고 개인이 믿는 정도를 말한다. 이러한 지각된 유용성과 지각된 이용용이성은 외생변수들에 의해 영향을 받으며, 지각된 유용성과 지각된 이용용이성은 정보기술 이용태도, 이용의도, 그리고 이용 등에 영향을 주는 것으로 나타났다. TAM은 다양한 정보기술 수용에 관한 연구에서 많이 이용되는 이론이다(박철우·정해주, 2012).

2.3.3 TTF와 TAM 관련 연구

TTF와 TAM을 결합한 모형은 과업이 정보기술 이용에 얼마나 영향을 미치는지에 대해 고려하고 있다. TTF모형은 TAM이 갖고 있는 과업을 고려하지 않는 약점을 보완할 수 있는 기회를 제공해 준다(유일 외, 2005). 특히 TTF모형은 새로운 기술이 특정 과업에 적합한지를 제시하고, 기술이 지원하는 과업에 대해 적합성이 있다면 기술은 적용될 수 있을 것이다 (Goodhue & Thompson, 1995).

Dishaw & Strong(1999)은 정보기술 이용행동에 관한 2가지 중요한 모형인 TAM과 TTF모형을 통합한 모형을 개발하여 실증적으로 검증한 결과, 정보기술 이용 행동에 있어서 각각의 모형보다 통합모형이 설명력이 높은 것으로 나타났다.

Lam et al.(2007)은 호텔 종업원의 정보기술 채택 행동의도에 관한 연구를 수행하였는데, TAM과 TTF모형을 이용하였다. 이들은 정보기술 의존성, 정보의존성, 의사결정 의존성을 과업-기술 적합성이라고 하였다. 이러한 과업-기술 적합성은 태도 및 행동의도에 유의한 영향을 준다고 하였다. 과업-기술 적합성이 높을수록 더 나은 성과를 가져온다고 하였다. 유일 외(2005)는 고객센터의 과업-매체 적합성이 사용자의 만족과의 영향관계를 분석하기 위하여 TAM과 TTF모형을 결합하여 연구하였다. 국내 고객센터 사용자들을 대상으로 분석한 결과, 이러한 과업-매체 적합성은 지각된 이용용이성, 지각된 유용성 그리고 사용자 만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

온라인 기술이 발전하면서 온라인 환경에서 TTF모형을 적용한 연구들이 많이 발표되고 있다. Klopping & McKinney(2004)는 전자상거래 고객의 이용에 관한 연구에서 TAM과 TTF 모형을 통합한 모형을 개발하여 분석하였다. 과업-기술 적합성이 지각된 유용성과 지각된 이용용이성 그리고 이용의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 연구에서는 TAM과 TTF모형의 결합 모형이 온라인 쇼핑 과업 수행을 위한 적합한 모형임을 검증하였는데 중요한 공헌을 하였다.

Chang(2010)은 온라인 경매 사이트인 옥션에서 사용자의 이용의도를 알아보기 위해 TAM과 TTF모형을 결합하여 연구하였다. 과업-기술 적합성은 지각된 이용용이성, 지각된 유용성, 지각된 즐거움, 지각된 위험에 유의한 영향을 미치고, 이용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. Yen et al.(2010)은 무선기술 사용자들의 이용의도를 검증하기 위해 TAM과 TTF모형을 결합한 모형을 활용하였다. 과업-기술 적합성이 무선기술 이용의도에는 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 지각된 유용성과 지각된 이용용이성에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

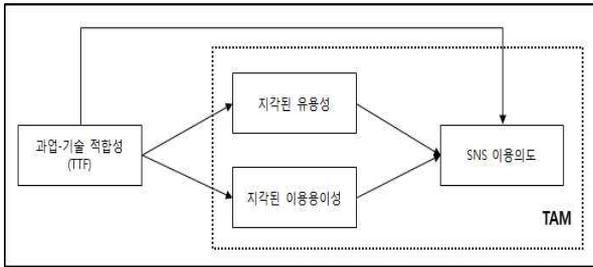
III. 연구설계

3.1 연구모형

본 연구는 TTF모형과 TAM을 통합한 여러 선행연구를 기반

으로 과업-기술적합성이 사회적 기업의 SNS 이용의도에 어떠한 영향을 미치는지 분석해보고자 <그림 1>과 같은 연구모형을 설정하였다. 과업-기술 적합성이 지각된 유용성과 지각된 이용용이성 그리고 SNS이용의도에 영향을 주고, 지각된 유용성과 지각된 이용용이성이 SNS 이용의도에 영향을 줄 것으로 예상되어 다음과 같은 연구모형을 설정하였다.

본 연구에서는 Klopping & McKinney(2004)의 연구를 기반으로 사회적 기업에서 SNS 이용의도에 영향을 미치는 요인을 살펴보고자 한다.



<그림 1> 연구모형

3.2 가설설정

3.2.1 TTF에 관한 가설

과업-기술 적합성은 개인이 과업을 수행할 때 필요한 정보를 정보기술의 기능이 얼마나 잘 지원해 주는지를 의미한다. 여러 선행연구에서 TTF는 정보시스템 품질, 이용, 만족 등을 향상시킨다고 하였고, 다양한 분야에서 활용하여 연구되고 있다. Dishaw & Strong(1999)은 TAM과 TTF를 통합한 모형을 개발하여 과업-기술 적합성이 지각된 유용성 및 지각된 이용용이성에 유의한 영향을 미친다고 하였다. 유일 외(2005)는 고객센터의 과업-매체 적합성과 사용자 만족에 관한 연구에서 과업-매체 적합성이 지각된 유용성, 지각된 이용용이성 그리고 사용자 만족에 정(+)의 영향을 미친다고 하였다.

Yen et al.(2010)은 무선기술 수용에서 과업-기술 적합성이 지각된 유용성, 지각된 이용용이성 그리고 이용의도와외의 관계에 대해 분석하였는데, 과업-기술 적합성이 이용의도에 정(+)의 영향을 미친다고 하였다. Chang(2010)은 온라인 옥션에서 과업-기술 적합성과 사용자 수용에 관한 연구를 수행하였다. 연구결과, 과업-기술 적합성이 지각된 유용성과 지각된 이용용이성에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다.

따라서 과업-기술 적합성은 지각된 유용성, 지각된 이용용이성, SNS 이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설1. 과업-기술 적합성은 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2. 과업-기술 적합성은 지각된 이용용이성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설3. 과업-기술 적합성은 SNS 이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2 지각된 유용성과 지각된 이용용이성에 관한 가설

Davis(1989)의 TAM에서 지각된 유용성과 지각된 이용용이성과 같은 신념변수들은 태도를 통해 이용의도에 영향을 주기도 하지만, 이용의도에 직접적으로 영향을 준다고 하였다. 본 연구에서도 지각된 유용성과 지각된 이용용이성이 SNS 이용의도에 직접적인 영향을 줄 것으로 예상된다.

Klopping & McKinney(2004)는 전자상거래에서 지각된 유용성과 지각된 이용용이성이 이용의도에 유의한 영향을 주고, Chang(2010)은 온라인 경매에서 지각된 유용성과 지각된 이용용이성이 이용의도에 정(+)의 영향을 준다고 하였다. 따라서 지각된 유용성과 지각된 이용용이성은 SNS 이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설4. 지각된 유용성은 SNS 이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설5. 지각된 이용용이성은 SNS 이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.3 변수의 조작적 정의 및 측정항목

본 연구에서는 가설을 검증하기 위하여 설문지 조사를 이용한 연구방법을 이용하였으며, 설문지의 내용은 선행연구에서 이미 타당성을 인정받은 문항으로 구성하였다. 인구통계학적 변수를 제외한 모든 변수를 7점 리커트 척도로 측정하였으며, ‘전혀 그렇지 않다(1)’에서 ‘매우 그렇다(7)’로 응답하도록 하였다.

변수의 조작적 정의를 살펴보면, 과업-기술 적합성은 사회적 기업의 업무에 SNS의 활용이 적합한 정도, 지각된 유용성은 SNS의 활용이 업무처리에 용이하고 편리한 정도, 지각된 이용용이성은 SNS의 기능이 사용하기 쉬운 정도, 그리고 SNS 이용 의도는 SNS를 활용하여 업무를 수행할 의도로 정의하였으며, Klopping & McKinney(2004), Chang(2010), Yen et al.(2010) 등의 측정항목을 이용하여 각각 측정하였다. <표 1>은 연구 변수의 측정항목 및 관련 연구자들을 나타낸 것이다.

<표 1> 연구변수의 측정항목

연구 변수	측정항목
TTF	<ul style="list-style-type: none"> • SNS를 활용한 업무수행이 적합한 정도 • SNS의 활용이 업무분야에 적합한 정도 • 업무처리를 위해 SNS를 활용하는 것이 적합한 정도 • SNS를 통해 원하는 정보를 쉽고 빠르게 얻을 수 있는 정도 Yen et al.(2010), Chang(2010), Klopping & McKinney(2004)
유용성	<ul style="list-style-type: none"> • SNS를 업무에 활용하면 업무처리의 효율성을 향상될 수 있는 정도 • SNS의 활용이 업무처리에 용이하고 편리한 정도 • SNS의 활용이 업무처리의 신속성과 정확성을 높일 수 있는 정도 • SNS의 활용이 의사결정 처리시간을 단축할 수 있는 정도 Yen et al.(2010), Chang(2010), Klopping & McKinney(2004)
이용 용이성	<ul style="list-style-type: none"> • SNS의 기능이 사용하기 쉬운 정도 • SNS의 사용방법을 배우는데 시간이 오래 걸리지 않는 정도 • SNS를 능숙하게 사용할 수 있는 정도 • SNS의 기능을 이해하기 쉬우며 명확한 정도

	Yen et al.(2010), Chang(2010), Klopping & McKinney(2004)
이용 의도	<ul style="list-style-type: none"> • SNS를 활용한 업무에 대해 호의적으로 생각하는 정도 • SNS를 활용하여 업무를 수행할 의도 • 지속적으로 SNS를 활용하여 업무를 수행할 의도 • 주변 사람들에게 SNS를 활용하라고 추천할 의도
	Yen et al.(2010), Chang(2010), Klopping & McKinney(2004)

IV. 실증결과분석

4.1 연구의 표본 및 조사방법

본 연구의 자료 수집은 고용노동부에서 사회적 기업으로 인증 받은 86개의 사회적 기업을 대상으로 분석하였다. 본 연구에서 통계 분석방법은 Smart PLS 2.0과 SPSS 23.0을 이용하여 분석하였다.

본 연구의 표본의 인구통계학적 특성을 살펴보면 <표 2>와 같다. 홈페이지가 있는 기업이 61개 기업으로 70.9%를 차지하고 홈페이지가 없는 기업이 25개 기업으로 29.1%로 나타났다. SNS를 이용하는 기업이 52개 기업으로 60.5%가 SNS를 이용하는 것으로 나타났지만, 39.5%는 SNS를 이용 하지 않는 것으로 나타났다. 주로 이용하는 SNS는 페이스북이 가장 많았고, 블로그, 카페, 트위터 등의 순으로 나타났다. 마지막으로, SNS를 이용하는 목적은 기업의 홍보를 위해서가 가장 많은 것으로 나타났고, 정보공유, 사회적 관계형성, 업무에 도움이 되기 때문 등의 순으로 나타났다. 아직까지 홈페이지가 없는 사회적 기업이 약 30% 정도 있는 것으로 나타났고, SNS를 이용하지 않는 기업도 약 40% 정도 되는 것을 알 수 있다.

4.2 신뢰성 및 타당성분석

본 연구에서는 측정도구에 대한 내적일관성 (신뢰성) 및 타당성 검증을 실시하였다. 측정모형의 신뢰성을 평가하기 위하여 각 구성개념의 Cronbach's α , 합성신뢰도 (Composite Reliability: CR), 평균분산추출 (Average Variance Extracted: AVE)을 이용하였다. 모든 변수의 Cronbach's α 값과 CR 값이 0.7 이상, AVE 값은 0.5 이상이면 신뢰성이 있다고 보는데, <표 3>과 같이 본 연구의 모든 변수들은 신뢰성이 확보되었다.

<표 2> 인구통계학적 특성

구분		빈도	비율(%)
홈페이지 유무	있다	61	70.9
	없다	25	29.1
	계	86	100.0
SNS 이용	이용 한다.	52	60.5
	이용하지 않는다.	34	39.5
	계	86	100.0
SNS 종류	페이스북	34	38.2
	트위터	10	11.2
	카페	15	16.9
	블로그	19	21.3
	기타	11	12.4
	계(복수응답)	89	100.0

SNS 목적	기업홍보	42	40.8
	정보공유	28	27.2
	사회적 관계	25	24.3
	업무 도움	6	5.8
	기타	2	1.9
계(복수응답)		103	100.0

<표 3> 신뢰성 및 타당성분석 결과

변수	항목	요인적재량	AVE	CR	Cronbach's α
과업-기술 적합성	TTF1	.930	.852	.958	.942
	TTF2	.919			
	TTF3	.956			
	TTF4	.885			
지각된 유용성	PU1	.940	.877	.966	.953
	PU2	.944			
	PU3	.950			
	PU4	.913			
지각된 이용 용이성	PE1	.920	.843	.955	.938
	PE2	.910			
	PE3	.931			
	PE4	.910			
이용 의도	UI1	.909	.887	.969	.957
	UI2	.944			
	UI3	.963			
	UI4	.950			

본 연구에서 타당성 평가는 집중타당성 (Convergent Validity) 과 판별타당성 (Discriminant Validity)을 이용하였다. 집중타당성은 한 구성개념을 측정하는 다중 척도가 어느 정도로 일치하는지 상관관계 정도를 분석하며, 판별타당성은 상이한 개념들 간 척도들의 차이의 정도를 분석하는 것이다. 집중타당성은 각 구성개념에 속한 측정항목의 추정치가 0.5 이상, 판별타당성은 각 구성개념에 대한 AVE의 제곱근이 0.7 이상이고 두 구성개념들 간의 상관계수 값보다 큰 경우에 집중타당성 및 판별타당성이 있는 것으로 판단하게 되는데, 본 연구에서는 과업-기술 적합성, 지각된 유용성 그리고 SNS 이용의도와외 상관계수 값이 약간 높기는 하지만, AVE 제곱근 값이 상관계수 값 보다 큰 것으로 나타나 판별타당성이 확보되었다. <표 4>는 판별타당성 분석 결과이다.

<표 4> 판별타당성 분석 결과

변수	TTF	유용성	용이성	의도
TTF	.923**			
유용성	.776	.936		
용이성	.548	.638	.918	
의도	.799	.797	.585	.942

주) ** 대각선에 제시되어 있는 값은 AVE의 제곱근.

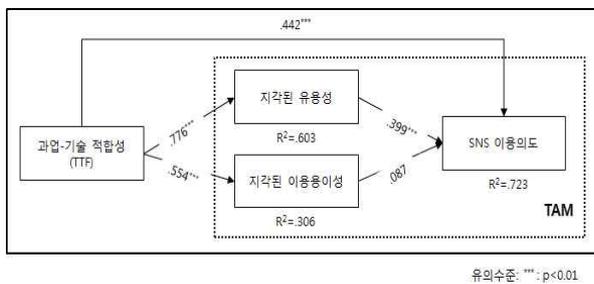
4.3 가설검증 및 논의

본 연구에서 제안하는 과업-기술 적합성, 지각된 유용성, 지각된 이용용이성 그리고 SNS이용의도에 대한 영향관계를 검

증하기 위해 구조모형 검증을 하였다. 본 연구에서 제안된 모형에 대한 경로분석 결과는 <그림 2>와 같다.

첫째, 과업-기술 적합성이 지각된 유용성, 지각된 이용용이성, SNS이용의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 1(경로계수=.776, t=17.079), 가설 2(경로계수=.554, t=6.601) 가설 3(경로계수=.442, t=5.571)이 각각 채택되었다.

둘째, 지각된 유용성은 SNS이용의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 지각된 이용용이성은 SNS 이용의도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 가설 4(경로계수=.399, t=3.360)는 채택되었으나, 가설 5(경로계수=.087, t=0.853)는 기각되었다. <그림 2>는 구조방정식 결과이고, <표 5>는 가설검증 결과이다.



<그림 2> 구조방정식 결과

<표 5> 가설검증 결과

경로		경로계수	t 값	채택유무
가설1	과업-기술적합성->유용성	.776	17.079***	채택
가설2	과업-기술적합성->이용용이성	.554	6.601***	채택
가설3	과업-기술적합성->이용의도	.442	5.571***	채택
가설4	유용성->이용의도	.399	3.360*	채택
가설5	이용용이성->이용의도	.087	0.853	기각

유의수준: *** : p<0.01

V. 결론

5.1 연구결과의 요약

본 연구는 SNS가 사회적 기업의 과업에 적합한 기술인지 TTF모형을 이용하여 실증적으로 검증하였다. 86개의 사회적 기업을 대상으로 실증분석을 하였으며, 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 과업-기술 적합성이 지각된 유용성, 지각된 이용용이성 그리고 SNS이용의도를 향상시키는 것으로 나타났다. 사회적 기업에서 SNS를 활용할 업무수행이 적합하다면 업무처리에 유용하며 SNS기능을 사용하기 쉽고, SNS를 활용하여 업무에 수행할 의도가 높은 것을 알 수 있다. 사회적 기업에서

도 과업-기술 적합성 측면에서 지각된 유용성, 지각된 이용용이성 및 SNS이용의도에 긍정적인 영향을 준다는 여러 선행연구의 결과와 일치한다(Dishaw & Strong, 1999; Yen et al. 2000; Chang, 2010; 유일 외, 2005).

둘째, 지각된 유용성은 SNS이용의도를 향상시키는 것으로 나타났지만, 지각된 이용용이성은 SNS 이용의도에 유의한 영향관계를 발견하지 못했다. SNS를 이용하면 업무처리에 용이하고 편리하므로 SNS 이용의도가 증가한다는 여러 선행연구의 결과와 일치한다(Klopping & Mckinney, 2004; Chang, 2010). 그러나 SNS의 기능이 쉽고 사용하기 쉬운 지각된 이용용이성은 SNS이용의도에는 유의한 영향을 미치지 못하고 있다. Yen et al.(2010)의 연구에서도 사용자들의 무선기술 수용에 관한 연구에서 과업-기술 적합성이 지각된 이용용이성에 유의한 영향을 미치지 못했다. 지각된 이용용이성이 SNS 이용의도에 유의한 영향을 미치지 못한 이유는 아직까지 사회적 기업에서 SNS를 이용하여 업무를 수행하지 않는 기업이 다소 있기 때문인 것으로 판단된다. 본 연구에서도 인구통계학적 특성(표 1 참고)에서 살펴보면, 약 40%가 SNS를 이용하지 않는 것으로 나타났다. 향후 연구에서 사회적 기업에 대한 충분한 표본을 확보하고 보다 SNS가 활성화된 이후에 분석한다면 유의한 결과가 나타날 것으로 예상된다.

5.2 연구의 시사점 및 한계점

본 연구의 결과를 바탕으로 연구의 시사점 및 한계점을 제시할 수 있다. 이상의 연구결과의 시사점은 첫째, 본 연구에서는 최근 사회적 기업에 대한 동향 및 특성을 제시하였다. 사회적 기업 육성법이 제정된 이후 사회적 기업은 1,600개가 넘으며, 향후 사회적 기업으로 인증이 가능한 예비사회적기업도 1,000개가 넘는다. 또한 사회적 기업의 지역분포에서 서울과 경기 등 수도권 지역에 많이 분포되어 있으며, 업종은 문화예술, 청소, 교육 등의 순으로 분포되어 있다는 것을 알 수 있다.

둘째, 본 연구의 결과는 사회적 기업에서 SNS가 업무를 수행하는데 많은 도움이 될 것이다. 본 연구에서는 TTF 모형을 이용하여 사회적 기업의 과업과 SNS의 기술이 적합하다는 것을 실증적으로 증명하였는데 의의가 있을 것이다. 사회적 기업에서 SNS를 업무에 잘 활용한다면 사회적 기업의 업무성과 및 경영성과를 향상시킬 수 있을 것으로 기대된다.

셋째, TAM과 TTF모형을 결합하여 SNS이용의도에 영향력을 고찰하였다. Davis의 TAM과 TTF모형을 결합하여 사회적 기업의 SNS이용의도를 살펴본 결과, SNS이용의도에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 여러 선행연구에서 TAM과 TTF모형을 결합하여 과업과 기술의 적합성을 검증하였는데, 본 연구에서는 사회적 기업을 대상으로 검증하였는데 연구의 의의가 있을 것이다. 또한 사회적 기업의 SNS 이용의도로 다른 정보기술의 이용의도에 대해 적용할 수 있는 이론적 기반이 될 것이다.

본 연구의 한계점 및 향후 연구방향을 제시할 수 있다. 본

연구의 한계점은 첫째, 샘플 수가 적은 한계점이 있다. 사회적 기업 86개는 연구결과를 일반화하는데 약간의 무리가 있을 것이다. 둘째, 본 연구에서는 과업-기술 적합성에 영향을 주는 외생변수와 SNS이용을 통해 성과까지의 영향 관계는 파악하지 못하고 있는데, 향후 연구에서는 외생변수 및 업무 성과에 관한 연구가 필요할 것으로 판단된다.

향후 연구에서는 이러한 한계점을 보완하여 사회적 기업에서 SNS를 이용하고 있는 표본 수를 보다 많이 확보하여 과업-기술 적합성 측면에서 SNS를 통해 성과가 향상되었는지에 관한 연구를 수행할 필요가 있을 것이며, SNS 뿐만 아니라 다른 정보기술에 대한 성과에 대해 적용하는 것도 사회적 기업 연구에 많은 도움이 될 것으로 판단된다.

REFERENCE

구성환·신민수(2013), 모바일오피스의 과업-기술 적합모델과 조직 특성이 직무성과에 미치는 영향에 관한 연구, *한국산학기술 학회논문지*, 14(2), 644-654.

김희영·조준서(2012), 정보소외계층의 복지 IT를 위한 사회적 기업의 비즈니스 모델과 경영전략, *Korean Management Review*, 16(1), 99-117.

노태협(2016), ICT 기반 지역 공유경제형 사회적 기업 사례 연구, *Information Systems Review*, 18(1), 157-175.

문성식(2014), SNS(소셜네트워크서비스)를 활용한 홍보마케팅이 경영성과에 미치는 영향: 창업기업을 중심으로, 호서대학교 석사학위논문.

박경자·박승준·장희영(2014), 과업 수행을 위한 소셜네트워크서비스(SNS) 활용에 대한 연구: 과업-매체적합성을 중심으로, *디지털융복합연구*, 12(2), 577-586.

박승준·김재진·장희영(2012), 소셜네트워크서비스(SNS)의 정치분야 과업: 매체적합과 업무성과에 관한 연구, *정치정보연구*, 15(2), 233-267.

박철우·정해주(2012), 개인특성 및 시스템특성이 기술혁신제품의 수용에 미치는 영향 연구: 클라우드 컴퓨팅을 대상으로, *벤처창업연구*, 7(2) 117-127.

서용석·정희원(2010), 정보기술의 발달과 사회적 기업, *한국사회혁신학보*, 1(1), 13-35.

유일·김재진·신선진(2005), 고객센터의 과업-매체적합과 사용자 만족에 관한 연구, *경영정보학연구*, 15(4), 61-87.

이건창·김진성(2004), 의료기관 모바일 서비스 이용자의 직무성과에 관한 연구: 개인특성과 직무-기술 적합 모형을 중심으로, *산업공학*, 17(3), 314-329.

이동원·강태영·박도형(2014), 소비자 구매의사결정단계에 따른 PC 기반 쇼핑과 모바일 기기 기반 쇼핑 행태 차이에 관한 연구: 과업 기술적합이론을 중심으로, *Entrue Journal of Information Technology*, 13(3), 107-122.

Li Yuan·Jiang Jinlin·Yue Xianting·박철(2012), SNS를 활용한 사회적 기업의 마케팅 전략: 래그랜스 사례를 중심으로, *한국IT서비스학회 2012 추계학술대회*, 137-141.

장성희(2014), 사회적 기업가정신이 CSR 활동과 사회적 성과에 미치는 영향에 관한 연구, *벤처창업연구*, 9(2), 117-127.

한국사회적기업진흥원(2016), 2016 사회적 기업 개요집 (2016.11.1.), <http://www.socialenterprise.or.kr/>

Chang(2010), Task-Technology Fit and User Acceptance of

Online Auction, *International Journal Human-Computer Studies*, 68(1-2), 69-89.

Davis, F. D.(1989), Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology, *MIS Quarterly*, 13(3), 319-339.

Dishaw, M. T. & Strong, D. M.(1999), Extending the Technology Acceptance Model with Task-Technology Fit Constructs, *Information & Management*, 36(1), 9-21.

Goodhue, D. L.(1995), Understanding User Evaluations of Information Systems, *Management Science*, 41(12), 1827-1844.

Goodhue, D. L. & Thompson, R. L.(1995), Task-Technology Fit and Individual Performances, *MIS Quarterly*, 19(2), 213-236.

Jang, S. H.(2014), The Effects Social Entrepreneurship and CSR Activities on Performance of Social Enterprise, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 9(2), 117-127.

Kim, H. Y. & Cho, J. S.(2012), Business Model and Strategy of Social Enterprise for Welfare IT of Information Alienated Groups, *Korean Management Review*, 16(1), 99-117.

Klopping, I. M. & McKinney, E.(2004), Extending the Technology Acceptance Model and the Task-Technology Fit Model to Consumer E-Commerce, *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 22(1), 35-48.

Koo, S. H. & Shin, M. S.(2013), The Study on the Impact of the Task-Technology Fit Model and Organizational Characteristics of the Mobile Office System on the Job Performance, *Journal of the Korea Academia-Industrial Cooperation Society*, 14(2), 644-654.

Korea Social Enterprise Promotion Agency(2016), 2016 Social Enterprise Directory, Retrieved November 1, 2016 from <http://www.socialenterprise.or.kr/>

Lam, T., Cho, V. & Qu, H.(2007), A Study of Hotel Employee Behavioral Intentions towards Adoption of Information Technology, *International Journal of Hospitality Management*, 26(1), 49-65.

Lee, D. W., Kang, T. Y. & Park, D. H.(2014), The Research on PC-based Versue Mobile Device-based Shopping Behavior Depending on Consumer Purchase Decision Process: Focusing on Task-Technology Fit Theory, *Entrue Journal of Information Technology*, 13(3), 107-122.

Lee, K. C. & Kim, J. S.(2004), A Study on the Task Performance of Mobile Service Users in Medical Institute: Emphasis on Individual Characteristics and Task-Technology Fit(TTF) Model, *IE Interfaces*, 17(3), 314-329.

Li, Y., Jiang, J., Yue, X. & Park, C.(2012), The Marketing Strategy of Social Enterprise with SNS: A Case Study of LES GRAINES, *Korea Society of IT Service 2012 Fall Conference*, 137-141.

Moon, S. S.(2014), *Impact of Business Performance on Public Relations & Marketing of Utilizing SNS(Social Network Service): Focused on the Startup Companies*, Master's Thesis, Hoseo University.

Park, C. W. & Jeong, H. J.(2012), An Empirical Study on

- the Effects of Personal and Systematic Characteristics on the Acceptance of Technologically Innovative Products: With Focus on Cloud Computing, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 7(2), 117-127.
- Park, K. J., Park S. J. & Jang H. Y.(2014), Study on the Use of SNS(Social Network Service) for Tasks: Focus on the Task-Media Fit, *Journal of Digital Convergence*, 12(2), 577-586.
- Park, S. J., Kim, J. J. & Jang, H. Y.(2012), An Empirical Study of a Social Network Service(SNS) Task-Media Fit and performance in Political Field, *Journal of Political Science & Communication*, 15(2), 233-267.
- Roh, T.(2016), A Case Study: ICT and the Region-based Sharing Economy of a Start-up Social Enterprise, *Information Systems Review*, 18(1), 157-175.
- Ryu, I., Kim, J. J. & Shin, S. J.(2005), A Study of Task-Media Fit and User Satisfaction on the Customer Contact Center, *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 15(4), 61-87.
- Shu, Y. S. & Jeong, H. W.(2010), The Development of Information Technology and Social Enterprise, *Journal of the Korea Association for Social Innovation*, 1(1), 13-35.
- Yen, D. C. Wu, C. S., Cheng, F. F. & Huang, Y. W.(2010), Determinants of Users' Intention to Adopt Wireless Technology: An Empirical Study by Integrating TTF with TAM, *Computers in Human Behavior*, 26(5), 906-915.

The Influence of Task-Technology Fit on Usage Intention of SNS: Focused on Social Enterprise

Sung Hee Jang*

Abstract

The purpose of this study is to examine the factors influencing usage intention of social network service (SNS) in social enterprise. This model tests various theoretical research hypotheses relating the social enterprise, task-technology fit (TTF), technology acceptance model (TAM), and usage intention of SNS. The data were gathered from 84 questionnaire respondents. Smart partial least square (PLS) 2.0 have been utilized for deriving the study results. The result of hypothesis testing are as follows.

First, TTF positively influence perceived usefulness, perceived ease of use, and usage intention of SNS. Second, perceived usefulness positively influence usage intention of SNS. But perceived ease of use does not influence usage intention of SNS.

This study will provide theoretical and practical implications of TTF and usage intention of SNS in social enterprise.

KeyWords: social enterprise, social network service (SNS), task-technology fit (TTF), technology acceptance model (TAM), usage intention

* Research Professor, School of Business Administration, Kyungpook National University, bobae33@hanmail.net