

기업 내 온라인 커뮤니케이션 채널의 만족도가 커뮤니케이션 효과에 미치는 영향 요인 분석

함수연* · 김종우**

Analysis of Influential Factors between Communication Effectiveness and Satisfaction in Internal Communication Channels in Enterprises

Soo Yeon Ham* · Jong Woo Kim**

■ Abstract ■

Effective internal communication is known to have a positive impact on business performance, but there is a lack of research on the effects of online channels for workplace communication. This study using regression analysis examines how task-technology fit, information richness, self-efficacy, perceived ease of use, and perceived usefulness related to online communication channels affect not only the satisfaction with the tools but also the effectiveness of them. Additionally, we verify how the organizational culture of online and offline communication shows the control effect. As a result, all five variables were positively correlated with internal communication channels satisfaction, and we found that the organizational culture of online and offline communication controls the relationship between online communication channels satisfaction and effectiveness.

Keyword : Corporate Portal, Internal Communication Channel, Task-Technology Fit Model, Technology Acceptance Model, Organizational Behavior, Communication Effectiveness

1. 서론

최근 정보기술의 발달과 융합으로 인해 모바일 기반의 포탈, 다중 온라인 회의가 가능한 협업 솔루션, 사내 소셜네트워크서비스, 업무의 특성을 반영한 커뮤니케이션 채널 등 다양한 기업 내 온라인 커뮤니케이션 채널이 등장하고 있다. 또한 커뮤니케이션 활동이 기존 개인용 컴퓨터에서 스마트폰으로 확대됨에 따라, 업무 협업 대상자와 시간과 공간의 제약 없이 자유롭게 커뮤니케이션을 할 수 있게 되었다. 캐넘 리서치(Canam Research)가 글로벌 기업을 대상으로 조사한 결과에 따르면 직원의 60% 이상이 업무시간의 1/4을 모바일에 의존하고 있다. 또한 사무실 밖에서 일하는 직원의 비중이 더 높은 회사가 58%로 나타났다(Ayaya, 2018). 따라서 기업은 직원의 업무 환경을 고려하고 생산성을 향상시키기 위한 새롭고 다양한 커뮤니케이션 채널 도입에 관심을 갖고 있다(Biz Hankook, 2017).

송민수(2017)의 연구에서는 최고경영자의 커뮤니케이션에 대한 철학과 정기적인 온라인/오프라인 소통 및 경영정보 공유가 기업의 성과를 높이고, 이직률을 낮추며, 노사관계에 긍정적 영향을 미치는 것으로 파악되었다. 또한 본 연구에서는 커뮤니케이션 채널이 기업의 재무성과, 노동생산성, 서비스품질, 근로자주도 혁신활동, 제품 서비스 혁신 정도에 미치는 영향을 다뤘으며, 그 결과 인터넷 기술을 활용한 커뮤니케이션 채널이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다(Song, 2017). 따라서 기업에서는 커뮤니케이션 채널이 기업의 성과에 미치는 영향을 바탕으로 직원들의 효과적인 커뮤니케이션을 위해 어떤 특징을 가진 커뮤니케이션 채널을 도입해야 하는지 고려해야 한다.

기존의 연구들은 커뮤니케이션 채널이 기업의 성과와 생산성에 긍정적인 영향을 미친다는 결과를 밝혀냈지만(Ayaya, 2018; Claudia, 2001; Rose, 2003; Song, 2017), 세부적으로 커뮤니케이션 채널의 어떤 특징이 기업 내 커뮤니케이션 효과에 긍정적인 영향을 미치는지에 대한 심도 깊은 연구

는 이루어지지 않았다. 또한 기존 연구들은 커뮤니케이션에 영향을 미치는 요소로 세대 차이, 직급, 성별, 조직 구조, 직급 체계, 구성원 등에 대해 다루었지만, 온라인 소통 조직문화에 대한 연구는 미흡했다(Ji et al., 2016; Kang et al., 2008). 온라인 소통은 기업 내 성공적인 의사결정에 긍정적인 영향을 미치는 요소 중 하나이다(Crescenzo, 2011). 따라서 본 연구에서는 구체적으로 커뮤니케이션 채널의 어떤 특징이 커뮤니케이션 채널 만족도와 효과에 직접적인 영향을 미치는지, 그리고 조직의 온라인 소통 조직문화가 커뮤니케이션 효과를 조절하는지에 대해 분석하여 기업이 커뮤니케이션 채널을 도입할 때 고려해야 할 사항을 도출하고자 했다.

본 연구에서는 구체적으로 다음 네 가지 질문에 대한 답을 찾고자 하였다.

첫째, 기업 내 온라인 커뮤니케이션 채널의 어떤 특징이 충족되었을 때 만족도가 높아지는가?

둘째, 커뮤니케이션 채널 만족도가 높아지면 커뮤니케이션 효과가 좋아지는가?

셋째, 기업의 온라인/오프라인 소통 문화는 커뮤니케이션 채널 만족과 커뮤니케이션 효과에 조절 효과를 미치는가?

넷째, 기업은 온라인 커뮤니케이션 채널 도입 시 어떤 점을 고려해야 하는가?

이러한 질문에 답을 하기 위해 커뮤니케이션 채널의 만족 요인과 만족, 그리고 효과로 구성된 연구모형을 작성하였다. 연구를 위해 사용한 기존 연구 모델은 경영정보시스템 학문 분야의 대표 이론 중 과업기술적합도 모델(Goodhue et al., 1995; Kang et al., 2007; Kang et al., 2008)과 기술수용 모델(Bhattacharjee, 2001; Davis, 1989; You et al., 2010)을 바탕으로 구성했으며, 조직 행동론 관련 이론 중 자기 효능감(Bandura, 1982; Kim, 2007; George et al., 2015), 정보 풍부성(Daft et al., 1986; Lee et al., 2012; Tushman et al., 1978)을 커뮤니케이션 채널 만족도에 영향을 미치는 요인으로 포함하였고, 경쟁가치모델(Quinn et al., 1984)

과 조직문화 관련 기존 연구(George et al., 2015; Kwon, 2013)를 활용하여 온라인/오프라인 소통문화가 커뮤니케이션 채널 만족과 효과에 미치는 영향을 분석했다. 연구 방법으로는 국내 기업에 종사하며 커뮤니케이션 채널을 사용하는 근로자를 중심으로 설문조사를 실시하였다.

본 연구는 모두 5개의 장으로 구성되어 있다. 제 2장에서는 이론적 배경과 선행 연구, 제 3장에서는 연구모형에 대해 개괄적으로 설명하여 연구가설의 도출배경과 근거에 대해 살펴보았다. 제 4장에서는 분석 결과 및 연구의 학문적, 실증적 시사점에 대해 정리하였고, 마지막으로 제 5장에서는 결론으로 연구의 의의와 한계에 대해 살펴보았다.

2. 이론적 배경 및 선행 연구

2.1 그룹웨어, 인트라넷, 기업포탈에 대한 선행 연구

기업은 정보시스템의 발전으로 다양한 비즈니스 문제들을 자동화하여 처리할 수 있게 되었다. 하지만 여전히 예외적인 문제들에 대해서는 다양한 경험과 지식을 가진 사람들이 모여 문제를 해결하는 과정을 거쳐야 한다. 따라서 이러한 문제 해결을 위해 대부분의 직원들은 업무의 60~70%의 시간을 소비하게 되며(Hagel et al., 2010), 기업들은 이 과정의 효율성을 높이기 위해서 기업 내 온라인 커뮤니케이션 채널을 도입하게 된다.

이러한 기업 내 커뮤니케이션 채널을 제공하는 시스템을 그룹웨어, 인트라넷, 기업용 포탈 등의 용어로 표현하는데, 각 단어의 기본적인 개념은 조금씩 상이하다.

그룹웨어는 1986년 미국을 중심으로 컴퓨터 지원 공동작업(CSCW : Computer Supported Cooperative work)의 개념이 확산된 후 1988년 Robert Johansen의 “그룹웨어”라는 저서가 출판되면서부터 차츰 알려지게 되었다. 그룹웨어는 “사람과 사람간의(Person to Person) 프로세스의 기능성과 생산

성을 향상시키기 위해 컴퓨터를 매개로 하는 협업 시스템”으로 정의할 수 있다(Ji et al., 2016; Kang et al., 2008; Shin et al., 2001).

그 후 1994년대에 수많은 단체에서 “인트라넷”이라는 용어가 등장했으며, 이는 “조직 구성원들이 지식에 접근하고, 서로 소통하고, 자기가 아는 것을 공유하며, 다른 사람이 아는 것을 학습하도록 돕기 위해 조직 내에 구축된 분산 하이퍼미디어 시스템(distributed hypermedia system)”이라고 정의할 수 있다(Bhattacharjee, 2001; Gonzalez, 1998; Ji et al., 2001; Nielsen et al., 1994).

1999년에는 기업 포탈이라는 개념이 등장하였는데, 이는 기존에 그룹웨어와 인트라넷이 기업 내 협업과 정보 교류를 지원하는 것에서 확대하여 기업 외부의 비즈니스 파트너, 고객과의 밀접한 관계를 만들어주는 역할을 포함한다. 기업 포탈은 학습 도구, 비즈니스 프로세스 지원, 고객지향 영업, 협업 및 프로젝트 지원, 사내 정보 공유 등으로 기업 업무의 거의 모든 부문에 적용되어 기업의 효율성과 생산성을 증대시킬 수 있다(Delphi Group, 1999; Park et al., 2008; White, 1999).

본 연구에서는 위 세 가지 용어 중 사내 정보 교환에 한정되지 않고, 비즈니스 파트너, 고객과의 관계까지 확장하여 관계를 형성하는 의미로 “기업 포탈” 용어로 통일하여 사용하고자 한다.

IT 기술이 발전함에 따라 많은 기업들이 기업 포탈을 도입하여 사용하고 있다. 국내 기업용 포탈의 시장규모(Ministry of SMEs and Startups, 2017)는 2016년 1,557만 명으로 9.8% 연평균 성장률로 2020년에는 1,789만 명까지 성장할 전망이다(<Table 1> 참조).

<Table 1> 2017 Market Size of Corporate Portal in South Korea

Category	2016	2017	2018	2019	2020
Major Company	188.8	195.4	202.4	209.5	216.9
SMEs	1368.3	1416.8	1466.8	1518.7	1572.4
Sum	1557.1	1612.2	1669.2	1728.2	1789.3

기업 포탈에 대해서는 다양한 선행 연구가 이어져왔다. Zigurs and Buckland(1998)은 어떤 업무에 어떤 특성의 포탈이 적합할 것인지를 제시하며, 업무특성에 맞게 포탈이 활용되어야 가장 최적의 성과가 날 수 있음을 주장했다. 2000년대에는 기업 포탈과 기업 생산성에 대한 연구들이 이루어졌는데, Dias(2001)의 연구에 따르면 사용자들이 기업 포탈을 통해 다양한 정보를 쉽고 개인화된 방법으로 제공 받음으로써 생산성을 증대시킬 것이라고 하였다(Claudia, 2001). Rose(2003)의 연구에서도 기업의 특성에 적합하게 구축된 기업 포탈을 종업원, 고객, 그리고 기업 파트너들이 함께 사용함으로써 기업의 효율성과 생산성 증대로 이어진다고 하였다(Rose, 2003). 그 후 기업 포탈 자체에 대해 다룬 해외의 연구는 많지 않으며, 커뮤니케이션 채널 중심의 연구가 이루어져왔다. 국내에서는 송민수(2017)의 연구에 따르면, 이메일과 같은 기업 포탈과 관련 변수가 회사의 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(Song, 2017). 본 연구에서는 기업 포탈과 성과의 관계에서 나아가 기업 포탈 내 커뮤니케이션 채널의 세부적인 특징과 커뮤니케이션 효과에 대해 심도 깊게 살펴보고자 한다.

2.2 기업 커뮤니케이션 채널 관련 선행 연구

기업의 커뮤니케이션 채널은 인터넷 기술이 빠르게 진화함에 따라 양적, 질적으로 증가하고 발달하고 있다. 기업 내 커뮤니케이션 채널은 크게 인쇄 및 영상 채널(사보, 사내방송), 대인 채널(면대면, 멘토링, 정기회의), 전자 채널(이메일, 메신저, 전자게시판, SNS)로 나눌 수 있다(Shin, 2013). 본 연구에서는 기업 내 커뮤니케이션 채널을 “업무 수행 중 정보/지식의 교환, 업무 수행 내용 전달, 토론, 의미 전달 등 다양한 커뮤니케이션을 위해 사용되는 수단”으로 정의했으며, 메일, 메신저, 게시판, 사내 SNS, 사내 미디어 등의 커뮤니케이션 채널이 커뮤니케이션 효과에 미치는 영향에 대해 연구하였다.

기업에서는 면대면 커뮤니케이션보다 온라인 커뮤니케이션의 비중이 높아지고 있으며 온라인 커뮤니케이션이 더욱 중요해지고 있다(Cardon and Marchall, 2015). 또한 최근에 등장한 SNS 등으로 인해 기업 내 커뮤니케이션 채널이 다변화하면서 다양한 커뮤니케이션 채널에 대한 연구가 필요하다. 다만 SNS와 같이 최근에 등장한 커뮤니케이션 채널에 대한 연구는 아직 부족하다(Smith et al., 2018).

기존 선행 연구에 따르면 커뮤니케이션 채널의 이용 수준과 친숙도가 높을수록 커뮤니케이션 채널이 성과에 미치는 영향이 큰 것으로 나타났다(Kang et al., 2008). 따라서 기업은 조직의 성과를 높이기 위해 커뮤니케이션 채널의 선택이 중요하며, 친숙하고 분명한 메시지를 전달하며 호응도가 높은 채널을 선택하여 활용해야 한다.

기업 내 커뮤니케이션 채널은 조직의 문화, 구조, 직급 체계, 구성원의 만족도와도 긴밀히 연관되어 있으며(Sin, 2003), 기업은 기업의 전략과 비즈니스 목표를 가장 잘 지원하는 커뮤니케이션 채널을 선택해야 한다(Wiles, 2018). 하지만 구체적으로 커뮤니케이션 채널의 어떤 특징들이 커뮤니케이션 채널의 만족과 효과에 영향을 미치는지에 대한 연구 결과가 미비하여 본 연구에서 해당 내용을 심도 깊게 다루고자 한다.

2.3 과업 기술 적합 모델

과업 기술 적합 모델은 개인이 업무를 수행하는데 있어서 정보 기술이 얼마나 잘 지원해주는가를 의미한다. 개인은 업무의 성과를 높이기 위하여 기술을 사용하는 주체로 인식된다. 업무와 기술이 적합하다는 것은 업무를 수행할 때 기술이 업무 수행에 적절한 정보를 제공해주고, 원만히 업무가 처리 되도록 하여 개인이 최적의 의사결정을 내리고 높은 성과를 이끌어 낼 수 있다는 것을 의미한다(Goodhue et al., 1995). 기존 연구들을 통해 기술의 수준이 개인의 업무 성과에 미치는 긍정적인

효과는 어느 정도 보편적인 지지를 받고 있다(Kang et al., 2007). 또한 김민수(2008)의 연구에서는 지각된 유용성과 지각된 용이성이 과업 기술 적합도와 업무 성과 간 조절효과를 보이지만, 정보기술 “사용”에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다(Kang et al., 2008). 따라서 본 연구에서는 과업 기술 적합도가 영향을 미치는 종속변수로 “사용”이 아닌 “만족도”를 중심으로 분석하였다. 그 이유는 기업 내 커뮤니케이션 채널의 사용은 독립변수에 의해 결정되는 것이 아니라, 원활한 업무 수행을 위해 반드시 사용해야 하는 특징을 갖고 있기 때문이다. 따라서 독립변수에 따른 사용도 분석이 아닌 만족도 분석이 중요하다고 판단되었다.

커뮤니케이션 채널은 기업 내 유효한 정보를 수시로 교환하는 채널이기 때문에 채널이 전달할 수 있는 정보의 양과 수준이 업무를 적절하게 지원 하는가도 매우 중요한 부분이다(Lee et al., 2012; Tushman et al., 1978). 따라서 본 연구에서는 “내가 사용하고 있는 채널이 얼마나 풍부한 양의 정보를 전달 할 수 있는가”를 뜻하는 정보 풍부성(media richness)을 추가하여 과업 기술 적합도를 심층 분석하였다. 정보 풍부성은 조직 차원에서 채널 선택 및 이용에 관한 이론으로 커뮤니케이션 상황의 불확실성을 해결하는 가장 적절한 커뮤니케이션 채널을 확인하는 데 초점을 둔다(Daft et al., 1986).

2.4 합리적 행동이론을 근거로 한 기술수용 모델

Davis(1989)의 기술수용모델은 사회심리학 분야의 합리적 행동이론을 근거로 하여 신념-태도-행위 간의 인과관계를 정보기술수용 과정에 적용한 수용모델이다(Davis, 1989). 즉, 기술수용모델은 수용자가 정보기술을 수용할 때 영향을 미치는 요인을 설명하는데 있어서 수용자 개인의 신념이 태도에 영향을 미치고, 태도는 행위의도에 영향을 미치고, 행위 의도는 실제 행위에 영향을 미친다고 가정한다. 이 과정에서 중요한 역할을 하는 핵

심적인 요인이 지각된 유용성과 지각된 용이성이다(Bhattacharjee, 2001; Davis, 1989; You et al., 2010). 이 두 가지 요인은 많은 연구를 통해 사용자의 정보시스템에 대한 지속사용성에 영향을 주는 요인으로 설명되어 왔다. 기업 내 커뮤니케이션 채널에서의 지각된 유용성은, 채널 사용이 자신의 과업 수행에 도움이 될 것이라는 기대이며, 지각된 용이성은 커뮤니케이션 채널이 얼마나 사용하기 쉬운가에 대한 기대이다.

또한 이 두 가지 요인은 지속사용성에 영향을 준다는 점에서 자기 효능감과도 유사하다. 자기효능감은 사회인지이론을 바탕으로 어떤 행위를 성공적으로 수행할 수 있을 것이라고 자신에게 부여하는 신념이다(Bandura, 1982; Kim, 2007). 이는 직원들이 목표를 달성하기 위해 부단히 노력하도록 하는 촉진제 역할을 한다. 기업 내 커뮤니케이션 채널과 같은 인터넷 기반 기술을 접하는데 있어서 자기효능감은 지속사용성에 영향을 주는 중요한 요인이며, 기술에 대한 만족과 업무 성과에도 영향을 미친다.

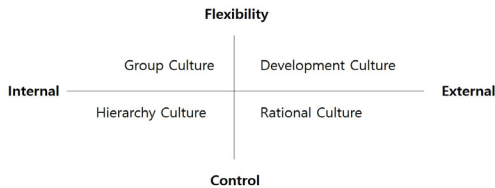
2.5 경쟁가치 모델의 개방적 소통 조직문화

기업의 조직문화는 기업 내 커뮤니케이션에 영향을 미치며, 특히 개방적 조직문화는 조직 구성원의 소통에 다양한 영향을 미친다(Kim, 2014; Shin et al., 2007; Shin, 2013). 즉, 온라인 커뮤니케이션 채널을 원활하게 사용하는 조직은 커뮤니케이션에서 긍정적인 효과를 거둘 수 있다(Palomares et al., 2018). 한편 지식공유에 영향을 미치는 요인에 대한 연구에서는 의사소통 분위기와 상사의 지원과 같은 조직문화 요인이 유의한 영향을 미치고, 보상체계와 같은 요인은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다(Kim, 2002). 즉 신뢰를 기반으로 한 협력적이고 개방적인 소통 분위기가 형성 되고, 의사소통이 활발한 조직문화 일 때 효과적인 커뮤니케이션이 이루어짐을 나타내고 있다. 본 연구에서는 기존 조직문화와 의사소통 관련 연구에서 온라인 요소를 추가

하여, 온라인에서의 소통 조직문화가 커뮤니케이션 채널 만족과 효과에 미치는 영향을 추가적으로 연구하고자 했다.

위와 같이 소통과 관련된 조직의 문화적 특성은 Quinn & Kimberly의 경쟁가치 모델(Competing Value Model)로 설명할 수 있다(Quinn et al., 1984). 경쟁가치 모델은 인간의 욕구와 지각에 대한 가정을 기초로, 정보처리의 개념을 이용하여 환경에 대하여 느끼는 지각 내용을 문화 구분의 차원으로 제시하였다. 이 모델에서 조직의 문화를 집단문화(Group Culture), 발전문화(Development Culture), 위계문화(Hierarchy Culture), 합리문화(Rational Culture)로 분류한다(<Figure 1> 참조).

즉 개방적 소통 조직 문화를 가진 조직은 “발전 문화”이며, 상반된 조직문화는 “위계문화”이다. 본 연구에서는 개방적인 소통 조직문화가 온라인에서도 개방적일 때 커뮤니케이션 채널 만족과 커뮤니케이션 효과에 긍정적인 조절 효과를 미치는지에 대해 연구를 실시하였다.



<Figure 1> Competing Values Model of Quinn & Kimberly

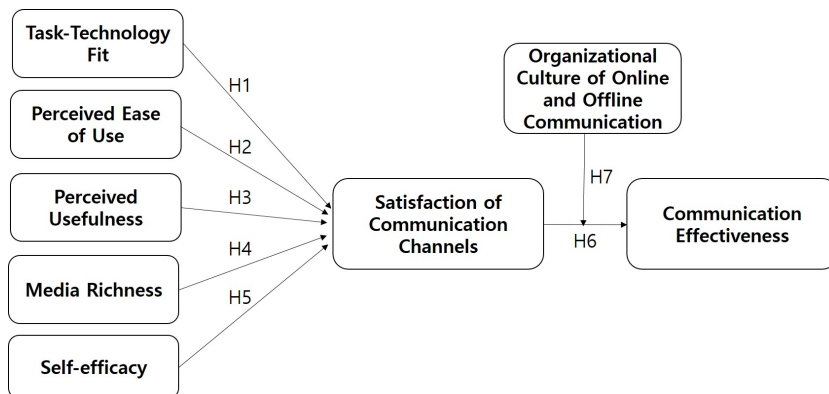
3. 연구모형 및 방법

3.1 연구모형 및 가설

본 연구에서는 앞서 제 2장에서 설명한 이론적 배경과 선행 연구를 토대로, 기업 내 온라인 커뮤니케이션 채널 만족에 영향을 미치는 다섯 개의 변수를 설정하였다. 과업 기술 적합도, 지각된 용이성, 지각된 유용성, 자기 효능감, 정보 풍부성 총 다섯 개의 변수가 커뮤니케이션 채널 만족과 커뮤니케이션 효과에 미치는 영향을 알아보기 위해 다음과 같이 연구모형을 설정 하였다(<Figure 2> 참조).

또한 커뮤니케이션 채널 만족과 커뮤니케이션 효과에 조절효과를 주는 변수로는 온/오프라인 소통 문화를 사용하였으며, 연구 가설은 다음과 같이 설정하였다.

- H1* : 채널의 과업 기술 적합도가 높을수록 커뮤니케이션 채널 만족도가 높다.
- H2* : 채널의 지각된 용이성이 높을수록 커뮤니케이션 채널 만족도가 높다.
- H3* : 채널의 지각된 유용성이 높을수록 커뮤니케이션 채널 만족도가 높다.
- H4* : 채널의 정보 풍부성이 높을수록 커뮤니케이션 채널 만족도가 높다.



<Figure 2> Research Model

H5 : 채널의 자기 효능감이 높을수록 커뮤니케이션 채널 만족도가 높다.

H6 : 채널 만족이 높을수록 커뮤니케이션 효과가 좋아진다.

H7 : 기업의 온라인/오프라인 소통 조직문화는 커뮤니케이션 채널 만족과 커뮤니케이션 효과에 조절효과가 있다.

과업 기술 적합도, 지각된 용이성, 지각된 유용성, 정보 풍부성, 자기 효능감이 커뮤니케이션 채널에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설과 채널 만족이 커뮤니케이션 효과에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설을 설정하였다. 또한 기업의 온라인/오프라인 소통 조직문화는 커뮤니케이션 채널 만족과 커뮤니케이션 효과에 조절효과를 미친다는 가설을 설정하였다.

3.2 변수의 측정 항목

이론적 배경과 선행 연구들을 근거로 연구모형을 검증하기 위해 사용되는 측정 항목들은 다음과 같다(<Table 2> 참조). 각 변수를 측정하기 위해 설문조사를 실시하였다. 설문 응답자는 설문을 시작할 때 “내가 주로 사용하는 커뮤니케이션 채널”의 종류를 선택한 후, 선택한 채널에 대한 질의응답을 하는 방식으로 진행되었다. 각 변수 별 주요 설문 질문 내용은 다음과 같다.

첫째, 과업기술 적합도는 “커뮤니케이션 채널의 기능이 업무에 적합한 정도”에 대한 질의로 구성되었다. 주로 사용하는 커뮤니케이션 채널이 정확하고 신속한 업무 커뮤니케이션을 위해 적합한지, 그리고 전문적이고 구체적인 업무 지식/정보의 교환을 실시간으로 지원하는지에 대한 질의로 이루어졌다.

<Table 2> Operational Definition of Variables

Variables	Operational Definition	Sources
Task-Technology Fit	The degree to which the technologies of the online communication channel are consistent with the user's tasks.	Goodhue et al., 1995 Kang et al., 2008 Kang et al., 2007
Perceived Ease of Use	The belief that using online communication channel is easy.	Davis, 1989 You et al., 2010 Bhattacharjee, 2001
Perceived Usefulness	The belief that online communication channel improves user's tasks.	Davis, 1989 You et al., 2010 Bhattacharjee, 2001
Media Richness	The degree to which the online communication channel is richness quantitative and qualitative.	Daft et al., 1986 Tushman et al., 1978 Lee et al., 2012
Self-efficacy	The degree of confidence in your ability to successfully use the online communication channel.	Bandura, 1982 Kim, 2007 George et al., 2015
Satisfaction of Communication Channels	Satisfaction with the use of online communication channels.	Claudia, 2001 Rose, 2003 Heo, 2005 Shin et al., 2007
Communication Effectiveness	The degree to which communication works well and is helpful.	Claudia, 2001 Rose, 2003 Kim, 2014
Organizational Culture of Online and Offline Communication	The degree to which the company's organizational culture is accept the online communication channels.	Kwon, 2013 Quinn et al., 1984 George et al., 2015

둘째, 지각된 용이성은 “커뮤니케이션 채널이 사용하기 쉬운 정도, 기능의 이해가 쉬운 정도, 채널에 접근하기 편리한 정도, 사용하기 위해 노력이 적게 드는 정도”에 대한 질의로 구성되었다.

셋째, 지각된 유용성은 “커뮤니케이션 채널 사용으로 업무 처리 시간이 단축되는 정도, 업무 효과성, 능률, 생산성 향상에 도움이 되는 정도, 업무에 유용한 정도”에 대한 질의로 구성되었다.

넷째, 정보의 풍부성은 “커뮤니케이션 채널이 충분한 양의 정보와 다양한 형태의 정보를 전달할 수 있는 정도”에 대한 질의로 구성되었다.

다섯째, 자기 효능감은 “커뮤니케이션 채널을 자유자재로 다양한 기능을 업무에 활용 할 수 있는 정도”에 대한 질의로 구성되었다.

여섯째, 커뮤니케이션 만족은 “커뮤니케이션 채널을 통한 업무 수행, 의사소통, 정보 획득에 만족하는 정도”에 대한 질의로 구성되었다.

일곱째, 커뮤니케이션 효과는 “커뮤니케이션 채널을 통해 평소 상사, 동료, 부하직원과 업무 의사소통이 원활하게 잘 이루어지는 정도, 의사소통 오류 발생 정도”에 대한 질의로 구성되었다.

여덟째, 기업의 온라인/오프라인 소통 조직문화는 “기업의 구성원이 오프라인보다 온라인 커뮤니케이션을 선호하는 정도, 온라인 커뮤니케이션이 매끄럽고 정확하게 잘 이루어지는 정도, 직급차이가 발생하는 상대방과도 온라인 커뮤니케이션이 잘 이루어지는 정도”에 대한 질의로 구성되었다.

4. 분석 결과

4.1 연구방법 및 대상

본 연구를 수행하기 위하여 국내 기업에 종사하는 근로자를 대상으로 2018년 4월 6일부터 4월 21일까지 총 16일 간 직접 대면 설문 및 온라인 설문방식을 사용하여 설문을 실시하였다. 본인이 주로 사용하는 기업 내 커뮤니케이션 채널을 선택한 후 질문에 응답하도록 하였으며, 리커트 척도 형식의 설문 항목 외에 인적 사항, 채널의 특/장점

서술 형식의 설문내용으로 구성되었다. 그 결과 총 291건의 유효 설문을 획득 했으며, 이를 최종 분석에 이용하였다.

4.2 표본의 인구 통계학적 특성

표본의 특성을 살펴보기 위하여 빈도 분석을 실시 하였으며, 주요 결과는 <Table 3>과 같다. 성별 분포는 남성이 180명(61.9%), 여성이 111명(38.1%)이며, 연령별로는 20대 34명(11.7%), 30대 150명(51.5%), 40대 86명(29.6%), 50대 이상 21명(7.2%)으로 나타났다. 업종별로는 IT 업종이 138명(47.4%)으로 가장 많았으며, 수형 직무로는 경영지원이 97명(33.3%)으로 가장 많았다.

<Table 3> Characteristics of Specimens

Variables		Frequency	Ratio (%)
Gender	Male	180	61.9
	Female	111	38.1
Age	20~29	34	11.7
	30~39	150	51.5
	40~49	86	29.6
	50~	21	7.2
Industries	IT	138	47.4
	Finance	42	14.4
	Service	40	13.7
	manufacturing	17	5.8
	distribution	15	5.2
Job Position	Education	10	3.4
	Others	29	10
	Staff	46	15.8
	Administrative Manager	61	21
	Section Manager	70	24.1
	Manager	85	29.2
Job Function	Director	23	7.9
	Others	6	2.1
	Business Support	97	33.3
	Business Development	67	23
	IT Development	60	20.6
	Marketing	19	6.5
	Account	15	5.2
Consulting	12	4.1	
Others	21	7.2	

4.3 분석 결과

4.3.1 타당성 분석 및 신뢰성 분석

설문구성의 타당성과 신뢰성을 분석하기 위해 탐색 요인 분석과 신뢰도 분석을 실시하였다. 먼저 요인분석의 사용이 적합한지에 대한 파악을 위해 Kaiser-Meyer-Olkin의 표본적합성 측도(measure of sampling adequacy)와 Bartlett의 구형성 검정(Bartlett Test of Sphericity)을 확인하였다.

KMO 측도는 관측된 상관계수들의 값과 편상관계수들의 값을 비교하는 지수로서, 값이 클수록 측정변수들 저변에 공통적인 잠재요인이 존재함을 나타내는데, Kaiser(1974)는 KMO 측도의 값이 0.50 이상이어야 하며, 0.90 이상인 경우 훌륭하다고 정의하였다(Kaiser, 1974). Bartlett 검정은 “상관계수 행렬이 단위행렬이다”라는 귀무가설을 기각할 수 있는지를 검정하는 것으로서 귀무가설이 기각되어야 그 자료에 요인분석을 실시할 가치가 있음을 나타낸다.

요인분석 수행결과 KMO 측도는 0.912이며 Bartlett 검정은 유의한 것으로 나타나($p < 0.01$) 선정된 요인들이 요인분석의 사용에 적합한 것으로 나타났다(<Table 4> 참조).

<Table 4> KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.912
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	7213.234
	df	741
	Sig.	0.000

또한 고유값이 1보다 큰 요인은 8가지로 나타났으며 누적 설명분산은 67.5%로써, Hair et al.(2006)이 제시한 60% 이상으로 나타났으며(Hair et al., 2006) 각 요인들의 설명력이 적합한 것으로 나타났다(<Table 5> 참조).

요인분석은 일반적으로 많이 사용되는 베리맥스(Varimax) 직각회전을 이용하였고, <Table 6>은 요인분석 결과를 나타낸다. 지각된 용이성과 정보의 풍부성 독립변수는 최초에 각 5개의 설문 항목으로 결과를 수집하였으나 요인분석 결과 성분이 일치하지 않는 항목이 1개씩 발견되어 분석 대상에서 제외하였고, 최종 각 4개 설문 항목으로 요인분석을 실시하였다. 요인 분석 결과 그룹화된 8가지 요인은 과업기술 적합도, 지각된 용이성, 지각된 유용성, 정보 풍부성, 자기 효능감, 커뮤니케이션 채널 만족, 효과, 온라인/오프라인 소통 조직문화이다.

<Table 5> Eigenvalues and Explained Variance

Factors	Initial eigenvalue			Extracted SS loadings			Rotated SS loadings		
	Sum	%Var	%Cum	Sum	%Var	%Cum	Sum	%Var	%Cum
Perceived Usefulness	13.4	34.5	34.5	13.4	34.5	34.5	4.2	10.8	10.8
Communication Effectiveness	2.9	7.4	41.9	2.9	7.4	41.9	4.2	10.8	21.6
Perceived Ease of Use	2.3	5.8	47.7	2.3	5.8	47.7	3.4	8.8	30.4
Organizational Culture of Online and Offline Communication	1.9	4.8	52.6	1.9	4.8	52.6	3.4	8.6	39.0
Self-efficacy	1.8	4.6	57.2	1.8	4.6	57.2	3.1	8.0	47.0
Media Richness	1.5	3.9	61.1	1.5	3.9	61.1	2.8	7.3	54.3
Satisfaction of Communication Channels	1.4	3.6	64.7	1.4	3.6	64.7	2.8	7.1	61.5
Task-Technology Fit	1.1	2.8	67.5	1.1	2.8	67.5	2.3	6.0	67.5

〈Table 6〉 Results of Exploratory Factor Analysis

Measurement Questions		Factors							
		1	2	3	4	5	6	7	8
Task-Technology Fit Model	1	-0.122	-0.046	0.033	0.014	-0.241	0.077	-0.122	0.665
	2	-0.091	-0.153	0.188	-0.027	-0.075	-0.205	-0.134	0.640
	3	-0.148	-0.147	-0.039	-0.214	-0.022	-0.164	0.051	0.619
	4	-0.112	-0.047	0.009	-0.120	0.054	-0.159	-0.021	0.605
	5	-0.071	0.155	0.047	0.028	-0.157	0.240	-0.420	0.505
Perceived Ease of Use	1	0.084	0.099	0.870	0.042	0.097	0.059	0.133	0.073
	2	0.119	0.168	0.844	0.012	0.104	0.182	0.056	0.062
	3	0.080	0.043	0.800	0.075	0.156	-0.022	0.229	-0.019
	4	0.209	0.190	0.731	0.080	0.159	0.081	0.016	0.097
Perceived Usefulness	1	0.801	0.207	0.087	0.140	0.096	0.062	0.120	-0.224
	2	0.781	0.230	0.082	0.176	0.138	0.087	0.171	-0.194
	3	0.774	0.194	0.075	0.144	0.160	0.166	0.224	-0.135
	4	0.743	0.190	0.155	0.113	0.211	0.175	0.172	-0.153
	5	0.704	0.168	0.242	0.255	0.149	0.201	0.123	-0.023
Media Richness	1	0.158	0.034	0.156	-0.004	0.109	0.787	0.088	-0.050
	2	0.151	0.123	0.098	0.068	0.148	0.769	0.082	-0.181
	3	0.009	0.176	-0.097	0.194	0.060	0.714	0.072	-0.024
	4	0.305	0.085	0.181	-0.001	0.206	0.583	0.135	-0.152
Self-efficacy	1	0.164	0.222	0.055	0.115	0.792	0.155	0.078	-0.204
	2	0.176	0.120	0.111	0.219	0.766	0.190	0.124	-0.084
	3	-0.130	0.212	0.324	0.114	0.668	-0.044	0.030	-0.196
	4	0.302	0.068	0.099	0.040	0.654	0.123	0.114	0.045
	5	0.266	0.115	0.189	0.241	0.586	0.202	0.212	-0.004
Satisfaction of Communication Channels	1	0.301	0.279	0.220	0.232	0.172	0.165	0.653	-0.119
	2	0.166	0.289	0.098	0.245	0.145	0.303	0.631	-0.104
	3	0.267	0.345	0.197	0.245	0.114	0.197	0.624	-0.112
	4	0.244	0.340	0.278	0.285	0.071	-0.023	0.610	-0.149
	5	0.223	0.275	0.164	0.250	0.194	0.208	0.573	-0.089
Communication Effectiveness	1	0.192	0.760	0.047	0.216	0.177	0.020	0.155	-0.024
	2	0.291	0.751	0.151	0.166	0.075	0.038	0.175	-0.021
	3	-0.020	0.681	0.095	0.131	0.048	0.272	0.077	-0.142
	4	0.199	0.658	0.005	0.214	0.178	0.071	0.269	0.004
	5	0.272	0.654	0.275	0.110	0.131	0.058	0.237	-0.090
	6	0.169	0.646	0.170	0.173	0.159	0.144	0.042	-0.168
Organizational Culture of Online and Offline omunication	1	-0.004	0.036	0.093	0.774	0.061	0.092	0.172	-0.202
	2	0.219	0.285	0.112	0.711	0.181	-0.018	0.255	-0.053
	3	0.180	0.368	0.097	0.700	0.141	0.144	0.100	-0.067
	4	0.173	0.278	-0.107	0.670	0.155	0.006	0.183	-0.042
	5	0.381	0.175	0.094	0.657	0.162	0.144	0.061	-0.050

그룹화된 8가지 요인의 신뢰도 검증을 위해서 Cronbach 알파 값을 이용하였으며, 모든 Cronbach 알파 값은 0.665 이상으로 나타나 신뢰성 판단 기준인 0.6보다 높았다(Hair et al., 2006). 따라서 본 연구에서 사용된 측정도구는 신뢰성을 가지고 있는 것으로 나타났다(<Table 7> 참조).

<Table 7> Results of Construct Reliability

Constructs	Items	Cronbach's Alpha
Task-Technology Fit	5	0.665
Perceived Ease of Use	4	0.906
Perceived Usefulness	5	0.924
Media Richness	4	0.797
Self-efficacy	5	0.826
Satisfaction of Communication Channels	5	0.872
Communication Effectiveness	6	0.898
Organizational Culture of Online and Offline Communication	5	0.862

4.3.2 회귀분석

가설 H1~H7을 검증하기 위하여 회귀분석을 실시하였다. 분석 결과 잔차의 독립성을 검증하는 Durbin-Waston 값이 각각 1.948, 2.039로 2에 근접하므로 회귀분석의 기본 가정 중 하나인 독립성 가정을 만족한다고 할 수 있다.

<Table 8> 회귀분석 모형 요약에 의하면, 다섯 개의 변수가 커뮤니케이션 채널 만족에 미치는 영향은 통계적으로 유의한 것으로 검증되었으며, R² 값이 0.535로 나왔다. 따라서 다섯 개의 독립변수와 커뮤니케이션 채널 만족이 관련이 있다고 할 수 있다. 두 번째로 만족이 효과에 미치는 영향은 R² 값이 0.455가 나왔고, 만족과 효과가 관련이 있다고 할 수 있다. 다음 표(<Table 9>)는 회귀 분석의 결과를 나타내는 표이다. 다섯 개의 독립변수와 커뮤니케이션 만족과의 관계는 표준화 작업 과정을 거친 후 단순/다중 회귀분석을 실시하였다. 분석 결과 다섯 개의 독립변수의 VIF 지수가 모두 10.0 미만으로 나타나 다중 공선성은 없는 것으로 판단되었으며,

<Table 8> Summary of Regression Analysis

Models	R	R Square	Adjusted R Square	F	P-value	Durbin-Watson
Five Variables* → Satisfaction of Communication Channels	0.731a	0.535	0.527	240.896	0.000b	1.948
Satisfaction of Communication Channels → communication effectiveness	0.674a	0.455	0.453	65.514	0.000b	2.039

<Table 9> Results of Regression Analysis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	Beta	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
Satisfaction of Communication Channels	(Constant)	3.788	0.028		137.72	0.000		
	Task-Technology Fit	0.114	0.031	0.168	3.698	0.000	0.795	1.258
	Perceived Ease of Use	0.172	0.033	0.252	5.297	0.000	0.719	1.392
	Perceived Usefulness	0.232	0.035	0.34	6.573	0.000	0.609	1.642
	Media Richness	0.077	0.032	0.113	2.446	0.015	0.761	1.315
	Media Richness	0.105	0.034	0.153	3.069	0.002	0.653	1.532
Communication Effectiveness	(Constant)	1.288	0.161		7.998	0.000		
	Satisfaction of Communication Channels	0.649	0.042	0.674	15.521	0.000	1.000	1.000

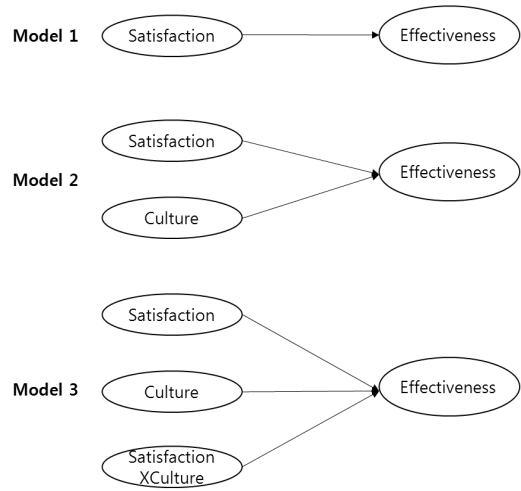
커뮤니케이션 만족에 영향을 미치는 다섯 개의 독립변수 모두 유의한 것으로 나타나($p < 0.01$) 가설 H1, H2, H3, H4, H5를 뒷받침한다. 또한 커뮤니케이션 채널 만족도에 미치는 영향력을 살펴본 결과, 지각된 유용성(0.340)이 가장 크며, 지각된 용이성(0.252), 과업기술 적합도(0.168), 자기 효능감(0.153), 정보 풍부성(0.113)순으로 나타났다. 그리고 커뮤니케이션 만족이 커뮤니케이션 효과에 미치는 영향을 분석한 결과 유의한 것으로 나타나($p < 0.01$) 가설 H6을 뒷받침한다.

4.3.3 조절효과

커뮤니케이션 채널 만족이 커뮤니케이션 효과에 미치는 영향 관계에 있어서 온/오프라인 소통문화의 조절효과를 검증하였다. 모형 1에서는 커뮤니케이션 채널 만족을 투입하고, 모형 2에서는 온/오프라인 소통문화를 추가로 투입하였으며, 모형 3에서는 조절변수인 상호 작용항을 투입하여 분석하였다 (<Figure 3> 참조).

독립변수와 조절변수는 다중 공선성을 고려하여 평균중심화(mean centering)한 변수를 사용하였다. 변수들의 VIF 값은 1.038~1.713으로 10.0을 넘지 않아 다중공선성의 문제가 없는 것으로 나타났다.

모형 1과 모형 2에서의 설명력은 각각 45.5%, 49.7%로 나타났으며 모형 3에서는 51.2%의 설명력을 보여, 전 단계보다 1.5%의 증가를 보였다. F 변화량에 대한 유의확률은 모두 통계적으로 유의



<Figure 3> Moderating Effect Model

한 것으로 나타났기 때문에, 온/오프라인 소통 조직문화가 커뮤니케이션 채널 만족과 커뮤니케이션 효과에 영향을 미친다는 가설 H7을 뒷받침한다 (<Table 10> 참조).

4.4 시사점

가설 검증에 따르면 가설 H1~H7 모두 유의한 것으로 분석되어 최종적으로 가설이 채택되었다. 세부적으로는 과업 기술적합도 모델과 정보 풍부성을 기반으로 설계한 가설 H1, H4, 기술수용 모델과 자기 효능감을 기반으로 설계한 가설 H2, H3, H5, 커뮤니케이션 만족 효과를 기반으로 설계한 가설 H6, 경쟁가치 모형으로 설계한 가설 H7

Models	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	Sig.
1	0.674 ^a	0.455	0.453	0.48583521	0.455	240.896	0
2	0.705 ^b	0.497	0.493	0.4675223	0.042	24.084	0
3	0.716 ^c	0.512	0.507	0.46102514	0.015	9.175	0.003

^aPredictors : (Constant), Satisfaction of Communication Channels.

^bPredictors : (Constant), Satisfaction of Communication Channels, Organizational Culture of Online and Offline Communication.

^cPredictors : (Constant), Satisfaction of Communication Channels, Organizational Culture of Online and Offline Communication, coadjustment.

모두 유의한 결과로 분석되었다. 따라서 기존의 연구 대비 동일한 결과가 확인되었으며, 과업기술 적합도, 정보 풍부성, 자기 효능감, 지각된 용이성, 지각된 유용성이 커뮤니케이션 채널 만족에 유의한 영향을 미치며, 채널 만족도가 높을수록 커뮤니케이션 효과가 좋아지며, 기업의 온라인/오프라인 소통 조직문화는 커뮤니케이션 채널만족과 커뮤니케이션 효과에 조절 효과를 미치는 것으로 검증되었다.

연구 분석 결과를 바탕으로 기업에서 온라인 커뮤니케이션 채널 도입 시 고려해야 할 시사점을 세 가지 도출하였다. 이는 온라인 커뮤니케이션 채널 만족에 영향을 미치는 각 변수에 대한 해석과 커뮤니케이션 효과에 영향을 미치는 조절 효과 변수의 의미, 그리고 비정량적 설문 결과를 분석하여 얻은 내용들이다.

첫 번째로, 기업 내 온라인 커뮤니케이션 채널 만족에 영향을 미치는 다섯 개 독립 변수의 영향력에 대한 부분이다. 모든 변수가 유의한 것으로 나타났지만, 영향력의 차이를 살펴보면 지각된 유용성 > 지각된 용이성 > 과업기술 적합도 > 자기 효능감 > 정보 풍부성 순으로 나타났다. 이는 커뮤니케이션 채널 만족도에 있어서 과업기술 적합 모델 보다 기술사용 모델이 좀 영향력이 크다는 것을 의미하며, 사용자는 커뮤니케이션 채널의 기능 자체 보다 스스로 채널을 얼마나 유용하고 사용하기 편리하다고 느끼는지를 더 중요하게 생각한다는 것을 도출할 수 있다.

두 번째 시사점은 커뮤니케이션 채널 만족과 커뮤니케이션 효과 사이에 영향을 미치는 조절 효과에 관한 것인데, 최초 가설로 설정한 “온라인/오프라인 소통 조직문화”는 조절 효과를 나타내는 것으로 분석되어 최종 가설로 채택되었다. 단, 조직문화 이외에 다른 환경적 요인도 조절효과를 나타내는지 검증하기 위해 사용자의 성별, 업종, 직무, 기업의 규모 등의 변수를 추가적으로 검증해보았는데, 아무런 조절 효과를 나타내지 않았다. 이는 커뮤니케이션 채널 만족도가 커뮤니케이션 효과에

정(+)의 영향을 미칠 때 기업 고유의 조직문화는 조절 효과를 미치지 않지만, 그 외 성별, 직무와 같은 개인적 환경과 기업의 규모, 업종과 같은 기업 외부 환경은 조절 효과에 영향을 미치지 않는 것으로 설명된다. 이 연구 결과는 기업이 IT 시스템을 도입할 때 조직문화를 고려해야 한다는 기존의 연구결과들과도 일맥상통한다(Park et al., 2008; Yoo et al., 2002; Yoon et al., 1997). 이는 기업의 IT 거버넌스를 담당하는 실무자에게도 중요한 시사점이며, 기업이 온라인 커뮤니케이션 채널을 도입할 때 직원 규모, 업종 등의 사실 데이터만 고려할 것이 아니라 인사(HR) 담당자와 협의하여 기업의 소통 관련 조직문화를 고려한 커뮤니케이션 채널 도입을 실시해야 커뮤니케이션 효과를 높일 수 있다.

세 번째로 본 연구를 위한 설문 조사 진행 시 리커트 척도 형식의 설문 항목 외에, 사용하는 커뮤니케이션 채널의 장점, 단점을 서술형으로 응답 받았다. 서술형 응답 내용에서 주요 키워드를 추출해서 채널의 어떤 특징을 장점, 단점으로 느끼는지 분석해보았는데, 몇 가지 의미 있는 결과가 도출되었다. 먼저 기업 내 온라인 커뮤니케이션 채널 사용의 장점으로는 “실시간 커뮤니케이션의 신속함”, “업무 효율 증가”, “사용 편리함”, “정확한 커뮤니케이션”, “사내망 사용으로 보안 강화”, “시간/공간의 제약이 없음” 등이 꼽혔다. 반면 단점으로는 “비 실시간 커뮤니케이션으로 속도가 느림”, “과다한 대화로 업무 집중 방해 요소”, “기능 부족으로 사용 불편”, “전달력 미흡”, “보안 및 직원 사생활 침해”, “데이터의 휘발로 인해 이력 관리 어려움” 등이 꼽혔다. 이는 온라인 커뮤니케이션 채널이 가진 특징이 사용자의 상황이나 경험에 의해 장점이 될 수도 있고, 단점이 될 수도 있음을 의미한다. 기업의 IT 거버넌스 담당자는 온라인 커뮤니케이션 전략 수립 시 채널 특징의 긍정적/부정적 영향을 모두 고려한다면, 좀 더 만족도가 높은 채널을 도입할 수 있을 것이다. 추가로 많은 사용자가 응답한 채널의 단점 중 하나가 “사생활 침해”에 관한

부분이다. IT 기술과 더불어 스마트폰의 보급이 확대됨에 따라 시/공간 제약 없이 온라인 커뮤니케이션을 사용할 수 있게 되었고, 이는 장점 중 하나이다. 단, 이러한 장점 때문에 사생활 침해를 호소하는 사용자가 늘어나고 있다. 사생활 침해와 상반되는 단점으로는 “이력 관리 어려움”이 있다. 직원의 개인 정보를 보호하려면 기업에서는 데이터 보관을 최소화해야 하는 반면에, 커뮤니케이션 채널에 데이터가 휘발되어 이력 관리가 어렵다는 불만도 많이 제기되는 상황이다. 직원들의 개인 정보 및 사생활을 보호하는 동시에 업무 이력 관리를 연속적으로 할 수 있도록 하려면 지원하려면 채널의 어떤 기능을 보완해야 하는지 기업에서 고민해야 할 부분이다.

5. 결 론

본 연구에서는 국내 기업을 대상으로 온라인 커뮤니케이션 채널 만족에 영향을 미치는 요인을 분석하였고, 온라인 커뮤니케이션 채널 만족이 커뮤니케이션 효과에 미치는 영향과 이를 조절하는 조절 변수에 대해 분석하였다. 분석 결과 기존 연구를 토대로 설정한 독립변수인 과업기술 적합도, 지각된 유용성, 지각된 용이성, 정보 풍부성, 자기 효능감, 모두 커뮤니케이션 채널 만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 커뮤니케이션 채널 만족은 커뮤니케이션 효과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 기업의 온라인/오프라인 소통 조직문화는 커뮤니케이션 채널 만족과 커뮤니케이션 효과 관계를 조절하는 것으로 나타났다.

기존의 기업 커뮤니케이션 채널에 대한 선행 연구는 커뮤니케이션 채널이 기업 성과에 미치는 영향에 대한 연구가 주로 이루어졌다. 하지만 본 연구에서는 커뮤니케이션 사용자 입장에서 커뮤니케이션 채널의 어떠한 특징이 커뮤니케이션 만족을 느끼게 하는지 초점을 맞추어 연구가 이루어졌다는 것이 기존 연구 대비 차별화된 점이다.

본 연구 결과에 따르면 기업에서 커뮤니케이션

채널 도입 시 고려해야 할 사항은 총 세 가지가 있다. 첫 번째는 사용자가 채널에 만족하는 요인이 채널 자체 보유 기능 보다는 업무에 유용하다고 느끼는 정도라는 점이다. 두 번째는 기업의 온라인/오프라인 소통 조직문화가 얼마나 개방적인가에 따라서 커뮤니케이션 채널 만족이 커뮤니케이션 효과에 미치는 영향은 조절되며, 개인별 환경과 기업의 외부 환경은 영향을 미치지 않는다. 따라서 커뮤니케이션 채널 도입 시 조직문화를 고려해야 한다는 점이다. 세 번째는 온라인 커뮤니케이션 채널이 갖고 있는 특징들이 장점인 동시에 단점이 될 수 있으므로, 기업에서는 채널의 특징들이 미치는 영향의 긍정적인 면과 부정적인 면을 모두 고려하여야 한다.

본 연구에서는 기업에서 사용하는 채널 전반에 대한 연구가 이루어졌는데, 최근에는 특정 업무에 특화된 온라인 커뮤니케이션을 도입하려는 움직임이 있다. 예를 들어서 IT 개발자에게 편리한 커뮤니케이션 환경과 영업 사원에게 도움이 되는 커뮤니케이션 환경의 특징은 상이할 것이기 때문이다. 향후에는 이와 같은 특정 직무 수행자에 집중하여 연구한다면, 각 산업 및 업종별 종사자에게 지금보다 더욱 최적화되어 있는 기업 내 온라인 커뮤니케이션 채널을 제공할 수 있을 것이다.

References

- Anders, A., “Team Communication Platforms and Emergent Social Collaboration Practices”, *International Journal of Business Communication*, Vol.53, No.2, 2016, 224-261.
- Avaya, “The Mobile Enterprise”, 2017, Available at <https://www.avaya.com/en/documents/mobile-enterprise-uc-ebook.pdf?t=0> (Accessed September 17, 2018).
- Bandura, A., “Self-efficacy mechanism in human agency”, *American Psychologist*, Vol.37, No.2, 1982, 122-147.

- Bhattacharjee, A., "Understanding Information Systems Continuance : An Expectation-Confirmation Model", *MIS Quarterly*, Vol.25, No.3, 2001, 351-371.
- Biz Hankook, "Innovation starts from the inside. Corporate collaboration tool, 'slack'", 2017, Available at <https://www.bizhankook.com/bk/article/14382> (Accessed May 15. 2018).
- Choi, J.S., "A Study on Influence of Communication Style in Organization on Job Satisfaction : Focused on the Elementary School Teachers in Chuncheon-si, Gangwon-do", Kangwon University Graduate School, 2010. (최정숙, "조직 내 커뮤니케이션유형에 따른 직무만족에 미치는 영향에 관한 연구 : 강원도 춘천시 에 근무하는 초등학교사를 대상으로", 강원대학교 대학원, 2010.)
- Claudia, D., "Corporate portals : a literature review of a new concept in information management", *International Journal of Information Management*, Vol.21, No.4, 2001, 269-287.
- Crescenzo, S., "Internal employee communications media", *The IABC Handbook of Organizational Communication*, 2nd, 2011, 219-230.
- Daft, R.L. and R.H. Lengel, "Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design", *Management Science*, Vol.32, No.5, 1986, 554-571.
- Davis, F.D., "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology", *MIS Quarterly*, Vol.13, No.3, 1989, 319-340.
- Delphi Group, "Enterprise Portals Shape Emerging Business Desktop", White Paper, 1999.
- George, J.M., G.R. Jones, and D.H. Yang, *조직행동론*, sigma press, 2015.
- Gonzalez, J.S., *The 21st-century Intranet*, Prentice Hall, 1998.
- Goodhue, D.L., R.L. Thompson, "Task-technology fit and individual performance", *MIS Quarterly*, Vol.19, No.2, 1995, 213-236.
- Hagel, J., J.S. Brown, and L. Davison, *The Power of Pull*, Basic Books, New York, 2010.
- Hair, J.F., B. Black, B. Babin, R.E. Anderson, and R.L. Tatham, *Multivariate Data Analysis*, Pearson Prentice Hall, New Jersey, 2006.
- Heo, J.H., "A Study on the Utilization of Communication Channel in Large Firms and Integrated Utilization", Sogang University Graduate School, 2005. (허주현, "대기업 사내 커뮤니케이션 채널의 이용 현황과 통합적 활용을 위한 연구", 서강대학교 대학원, 2005.)
- Ji, Y.G. and G. Salvendy, "A Framework for Improving Organizational Learning Through a User-Adaptive Intranet Portal Organizational Memory Information System", *The International Journal of Aviation Psychology*, Vol.11, No.2, 2001, 123-148.
- Ji, Y.G. and Y.K. Chung, "A Study of Mobile Groupware on Work Efficiency and Job Satisfaction", *Social Science Research*, Vol. 23, No.4, 2016, 53-76. (지용구, 정용국, "모바일 그룹웨어 활용이 업무효율성과 직무만족도에 미치는 영향 연구", *사회과학연구*, 제23권, 제4호, 2016, 53-76.)
- Kaiser, H.F., "An index of factorial simplicity", *Psychometrika*, Vol.39, No.1, 1974, 31-36.
- Kang H.C., "A Guide on the Use of Factor Analysis in the Assessment of Construct Validity", *J Korean Acad Nurs*, Vol.43, No.5, 2013, 587-594. (강현철, "구성타당도 평가에 있어서 요인분석의 활용", *대한간호학회지*, 제43권, 제5호, 2013, 587-594.)

- Kang S.R. and B.J. Chun, "The Influence of TTF on GSS Usage and Task Performance : Focusing on moderating effect of COA and FOA", *Journal of Korea Technology Innovation society*, Vol.10, No.2, 2007, 755-788.
(강소라, 전방지, "과업기술적합도(TTF)가 그룹지원시스템(GSS)의 사용 및 성과에 미치는 영향 : 전유방식동의 정도와 전유충실도의 조절효과를 고려하여", *기술혁신학회지*, 제10권, 제2호, 2007, 755-788.)
- Kang, S.R., M.S. Kim, and H.D. Yang, "The Effect of Task : Technology Fit on Groupware Usage and Performance", *Korean Management Review*, Vol.37, No.1, 2008, 67-96.
(강소라, 김민수, 양희동, "업무-기술적합(TTF)이 그룹웨어 사용과 성과에 미치는 영향 : 조절효과를 중심으로", *경영학연구*, 제37권, 제1호, 2008, 67-96.)
- Kim, H.J., "The Effects of Organizational Culture on Organizational Commitment and Job Satisfaction in the Public Sector", *Korean Association of Governmental Studies*, Vol. 36, No.4, 2002, 87-105.
(김호정, "행정조직문화가 조직몰입과 직무만족에 미치는 영향", *한국행정학보*, 제36권, 제4호, 2012, 87-105.)
- Kim, J.S., "Effects of the Types of Supervisor's Communication on the Self-efficacy of Team Members", Korea University Graduate School, 2007.
(김진석, "상사의 커뮤니케이션 유형이 부하직원의 자기효능감에 미치는 영향", *고려대학교대학원*, 2007.)
- Kim, R.H., "Effects of Organizational Communication Types on Business Competitiveness with a Focus on Moderating Effects on Organizational Culture", Ewha Womans University Graduate School, 2014.
(김랑희, "조직커뮤니케이션 유형이 기업경쟁력에 미치는 영향과 조직문화의 조절효과에 관한 연구", *이화여자대학교대학원*, 2014.)
- Kwon, H.C., "An Empirical Study on the Korean Military Organizational Culture Gap Based on The Competing Values Framework", Hansung University Graduate School, 2013.
(권혁철, "경쟁가치모형을 적용한 한국군 조직문화 차이에 관한 실증적 연구", *한성대학교대학원*, 2013.)
- Lee, D.M. and S.H. Lee, "The Effects of u-Learning Systems Characteristics on Perceived Interactivity and Learning Performance", *Journal of Information Systems*, Vol.21, No. 1, 2012, 117-152.
(이동만, 이상희, "u-Learning 시스템 속성이 지각된 상호작용성 및 학습성과에 미치는 영향", *정보시스템연구*, 제21권, 제1호, 2012, 117-152.)
- Lee, N.Y., "Effects of Healthcare Service User's Compliance Intention on Continuous usage", *The Journal of Society for e-Business Studies*, Vol.21, No.4, 2016, 95-117.
(이남연, "헬스케어 서비스 사용자 순응의도가 서비스의 지속적 사용에 미치는 영향 연구", *한국전자거래학회지*, 제21권, 제4호, 2016, 95-117.)
- Ministry of SMEs and Startups, Group Wear Market Size, 2017.
- Nielsen, J. and D. Sano, "1994 Design of SunWeb : Sun Microsystems' Intranet", 1994, Available at <https://www.nngroup.com/articles/1994-design-sunweb-sun-microsystems-intranet> (Accessed May 15. 2018.)
- Palomares, M.I., C. Navarro, and J.Á.S. Lara, "Determining factors of success in internal communication management in Spanish companies : The influence of social media", *Corporate Communications : An International Journal*, Vol.23, No.3, 2018, 405-422.

- Park, T.H. and Y.K. Lim, "The Effects of CRM Commitment and Organizational Culture on CRM Performance", *Asia Marketing Journal*, Vol.10, No.2, 2008, 31-69.
- (박태훈, 임영균, "CRM 몰입과 조직문화가 CRM 성과에 미치는 영향", *아시아마케팅저널*, 제10권, 제2호, 2008, 31-69.)
- Park, J.K. and S.E. Kim, "A Study for Utilization of EIP and Management Strategy Influencing on Business Performance", *Journal of Business Research*, Vol.23, No.4, 2008, 53-75.
- (박정교, 김성연, "기업성과에 영향을 미치는 기업 포털 활용과 경영전략에 관한 연구", *경영연구*, 제23권, 제4호, 2008, 53-75.)
- Park, Y.K., S.S. Park, C.Y. Jeong, D.S. Kim, and J.H. Lee, "CoP Lead Knowledge Management-A Case of iCOOP Consumers' Cooperative-", *Knowledge Management Review*, Vol.14, No.4, 2013, 35-53.
- (박윤규, 박상선, 정찬울, 김다솜, 이재훈, "CoP 활성화를 통한 지식경영 -아이쿱생협의 인터넷 활용사례-", *지식경영연구*, 제14권, 제4호, 2013, 35-53.)
- Peter, W.C., "Community, Culture, and Affordances in Social Collaboration and Communication", *International Journal of Business Communication*, Vol.53, No.2, 2016, 141-147.
- Peter, W.C. and M. Bryan, "The Hype and Reality of Social Media Use for Work Collaboration and Team Communication", *International Journal of Business Communication*, Vol. 52, No.3, 2015, 273-293.
- Quinn, R.E. and J.R. Kimberly, "Paradox, planning and perseverance : Guidelines for managerial practice", *New Futures : The Challenge of Managing Organizational Transitions*, Homewood, ILL, 1984, 295-313.
- Rose, J.G., "The joys of enterprise portals", *The Information Management Journal*, Vol.37, No.5, 2003, 64-70.
- Shin, D.I., J.U. Kim, and S.C. Park, "A Study of the Factors Influencing the Utilization of Groupware Technology", *Journal of Information Systems*, Vol.10, No.1, 2001, 147-171.
- (신동익, 김종욱, 박순창, "그룹웨어 활용의 영향 요인 분석", *정보시스템연구*, 제10권, 제1호, 2001, 147-171.)
- Shin, H.C., J.M. Jung, and J.K. Na, "The Relationship of Communication Satisfaction in Organizational Contexts and Job Satisfaction among Professional Athletes", *Journal of Public Relations*, Vol.11, No.2, 2007, 34-62.
- (신호창, 전정미, 나진균, "조직적 맥락의 커뮤니케이션 만족도와 직업만족도의 관계 : 한국 프로 야구 선수를 대상으로", *홍보학연구*, 제11권, 제2호, 2007, 34-62.)
- Shin, H.C., *Corporate Communication*, communication books, 2013.
- Sin, H.K. and S.Y. Sin, "Comparison of Internal Communications for Korean Company and Multinational Company Based on the Diagnosis Model of Internal Communication", *Journal of Public Relations*, Vol.7, Vol.1, 2003, 196-230.
- (신호창, 신서영, "사내 커뮤니케이션 진단 모델에 의한 국내 기업과 다국적 기업의 비교 연구", *홍보학 연구*, 제7권, 제1호, 2003, 196-230.)
- Smith, S.A., A. Patmos, and M.J. Pitts, "Communicating and teleworking : A study of communication channel satisfaction, personality, and job satisfaction for teleworking employees", *International Journal of Business Communication*, Vol.55, No.1, 2018, 44-68.

- Song, M.S., "Communication Makes Good Results in the Enterprise", *HR Monthly Review*, Vol.4, 2017, 141-144.
(송민수, "소통하는 회사가 성과도 좋다", *월간노동리뷰*, 4월호, 2017, 141-144.)
- Tushman, M.L. and D.A. Nadler, "Information Processing as an Integrating Concept in Organizational Design", *Academy of Management Review*, Vol.3, No.3, 1978, 613-624.
- White, C., "The Enterprise Information Portal Marketplace", *Decision Processing Brief DP-99-01*, Morgan Hill, CA, January 24, 1999.
- Wiles, J., "How to Choose the Right Communications Channel", 2017, Available at <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/corporate-communications-four-steps-to-choosing-the-right-communication-channel> (Accessed September 17, 2018.)
- Yoo, C.B. and H.S. Yang, "A Study on the Critical Success Factors for Each Phase of the Introduction of ERP Systems", *Journal of the Society of Korea Industrial and Systems Engineering*, Vol.25, Vol.3, 2002, 64-77.
(유준변, 양효석, "ERP 시스템 도입 단계별 핵심성공요인에 관한 연구", *산업경영시스템학회지*, 제25권, 제3호, 2002, 64-77.)
- Yoon, J.S., K.S. Han, and J.M. Han, "An Exploratory Study on the Relationships between Critical Success Factors and Performance of BPR by Organizational Maturity Level", *Asia Pacific Journal of Information Systems*, Vol.7, No.2, 1997, 103-135.
(윤종수, 한경수, 한재민, "조직성숙수준에 따른 BPR의 주요성공요인과 성과간의 관련성 연구", *경영정보학연구*, 제7권, 제2호, 1997, 103-135.)
- You, J.H. and C. Park, "A Comprehensive Review of Technology Acceptance Model Researches", *Entrue Journal of Information Technology*, Vol.9, No.2, 2010, 31-50.
(유재현, 박철, "기술수용모델(Technology Acceptance Model) 연구에 대한 종합적 고찰", *엔트루저널*, 제9권, 제2호, 2010, 31-50.)

◆ About the Authors ◆



Soo Yeon Ham(acselove@gmail.com)

Soo Yeon Ham received her master degree in Business at School of Business, Hanyang University. She is currently working at Samsung SDS as a Business Developer in Corporate Portal. She research and main interest areas include IT Service, big data, machine learning, innovative business and etc.



Jong Woo Kim (kju@hanyang.ac.kr)

Jong Woo Kim is a professor at the School of Business, Hanyang University, Seoul, Korea. He received his M.S. and Ph.D. degrees in 1991 and 1995, respectively, from the Department of Management Science, the Department of Industrial Management at Korea Institute of Science and Technology (KAIST), Korea. His current research interests include data mining techniques and applications, intelligent information systems, e-commerce recommendation systems, and business applications of social media.