

기업용 SNS 활용이 커뮤니케이션과 업무성과에 미치는 영향

장길상*

*울산대학교 경영정보학과

The Effect of Utilization of Enterprise SNS on Communication and Work Performances

Gil-Sang Jang*

*Department of Management Information Systems, University of Ulsan

Abstract

This study empirically verified the effect of enterprise SNS usage on communication and work performance and the effect of communication on work performance for corporate employees. To accomplish the purpose of this study, we proposed a research model, set up research hypotheses, and verified the hypotheses based on previous studies. For this study, we surveyed the employees of manufacturing companies located at Ulsan city. The results of this study are summarized as follows. First, the use of enterprise SNS has a significant effect on communication. Second, communication has a significant effect on work performance. Third, the use of enterprise SNS has a significant effect on work performance. Through the results of this study, it can be confirmed that the introduction and utilization of enterprise SNS suitable for enterprises leads to the satisfaction of employees' communication and improvement of the work performance.

Keywords : Enterprise SNS, Communication, Work Performance, Research Model

1. 서론

기업의 경영환경의 변화로 인하여 기업에서의 지식 노동비중이 증가하고 있으며, 지식노동과 노동자의 증가는 기업내부 구성원간의 상호작용과 협업의 필요성을 강조하고 있다. 따라서 기업내부 구성원간의 격의 없는 감정 표현은 물론 의사전달이나 아이디어 생성, 업무 협업을 거리낌 없이 할 수 있는 기업 환경을 구축하는 것은 기업성장의 중요한 원동력이 되고 있다. 한편 2000년 초반에 웹2.0이라는 개념이 나타나기 시작하였으며, 웹2.0은 '참여', '공유', '개방'이라는 서비스 철학이 주목받으면서 네트워크 기술은 물론 모

든 기업의 서비스 철학 또한 인간중심이라는 웹2.0의 핵심 개념에 맞춰 변화해 왔다(김일호, 2012).

최근 Facebook이나 Twitter와 같은 Social Network Service들이 Web2.0의 참여와 개방이라는 핵심 개념 아래 사용자 개인 중심의 지인 네트워크를 기반으로 폭발적인 인기를 끌고 있다. 일반 사용자들을 대상으로 기존의 게시판이나 커뮤니티 서비스들과는 다른 Social Network Service들이 제공하고 있는 차별화된 특성들을 기업 내부에 적용하여 내부 직원이나 파트너 또는 고객들 간의 정보를 공유하고 협업하여 업무 생산성을 향상하고 새로운 가치를 창출하려는 움직임이 많아지고 있다(민선기, 2011). 이러한 관점에서, 국내 기업용 SNS를 도입하여 활용하고 있는 기업들을 살펴보면, SK그룹이 2011년 8월 그룹 차원에서

† Corresponding Author : Gil-Sang Jang, Dept. of MIS, University of Ulsan,
93, daehak-ro, Nam-gu, Ulsan, MP : 010-5307-0683, E-mail: gsjang@ulsan.ac.kr
Received February 15, 2017; Revision Received March 23, 2017; Accepted March 29, 2017.

SNS를 도입하였고, 3만명에 달하는 SK관계사 전 직원들에게 기업용 SNS를 사용하게 하였다. 이외에도 광고회사인 제일기획은 2011년 2월 모바일 오피스를 도입했고, 한솔은 Hantalk라는 기업용 SNS를, 농심은 2011년 9월에 이미 기업용 SNS를 도입하여 사용하고 있다. 또한, 포스코, 신세계, 이랜드그룹, 다음커뮤니케이션즈, 한국지적공사, 서울시청 등도 기업용 SNS를 도입중이거나 도입을 검토하고 있으며(최순옥, 2011), 현대자동차는 M-Channel Plus라는 기업용 SNS를 도입하여 사용하고 있다.

따라서, 본 연구에서는 기업용 SNS를 도입함으로써 어떤 요인이 기업용 SNS의 실질적인 활용에 영향을 미치고, 기업용 SNS의 활용이 커뮤니케이션과 업무성과에 어떻게 영향을 미치는가를 실증적으로 연구하고자 한다. 더 나아가서, 본 연구는 현재 기업내부의 커뮤니케이션을 원활하게 하고, 업무성과를 제고하기 위하여 기업용 SNS를 도입하고자 하는 기업들에게 도입을 결정함에 있어서 판단기준을 제시할 수 있을 것으로 기대한다.

2. 선행연구

2.1 기업용 SNS 활용

기업용 SNS에 대한 Wikipedia의 해석을 살펴보면 ‘기업용 SNS는 기업의 내부 구성원들이 온라인 소셜 네트워크를 기반으로 사회적 관계를 이용하여 비즈니스와 관련된 정보공유 및 일련의 비즈니스 활동을 수행하기 위한 소프트웨어’라고 정의하였다. 기업용 SNS 특성을 논함에 있어서 Enterprise2.0라는 개념을 간과하고는 논할 수 없다. 왜냐하면 기업용 SNS는 Enterprise2.0이라는 상위 개념에 포함된 구체적인 적용기술 중의 하나라고 할 수 있기 때문이다(김일호, 2012). 구체적으로 기업용 SNS와 Enterprise2.0의 관계에 대하여 살펴본다면 웹2.0이라는 개념이 도입되면서 기업들은 웹2.0의 관련 기술인 위키(Wiki), 블로그(blog), 소셜 네트워크(Social network) 등에 관심을 갖게 되었으며(채부형 등, 2010), 많은 기업들이 웹2.0기술의 기업차원의 활용을 고민하게 되었다. 이러한 기업차원에서의 웹2.0기술의 활용은 일반적인 기술의 활용에 비해 중요한 차이점이 있는데 그 차이점은 바로 웹2.0은 단순히 구성원의 참여와 공유를 기반으로 하는 반면에 Enterprise2.0은 웹2.0의 단순한 구성원의 참여와 공유보다는 기업가치의 창출이 동반되어야 한다는 점이다(채부형 등, 2010). 따라서 기업용

SNS는 웹2.0의 관련 기술임과 동시에 기업의 가치창출이라는 개념이 가미된 Enterprise2.0의 범주에 속한다고 할 수 있다. Enterprise2.0은 기업의 가치 창출을 목적으로 웹2.0 도구를 기업의 경영에 접목하여 기업내부의 구성원뿐만 아니라 기업 간, 고객 및 협력사와의 관계를 연결(Connerction), 협업(Collaboration), 커뮤니케이션(Communication), 협동(Cooperation)을 촉진하는 것이라고 할 수 있다(McAfee, 2006). 기업용 SNS 역시 Enterprise2.0과 같이 연결, 협업, 커뮤니케이션, 협동 등의 도입 목적을 가지고 있으며, Enterprise2.0의 특성을 가지고 있다고 할 수 있다. 따라서 기업용 SNS의 특성은 생산과 공유, 커뮤니케이션, 정보소비, 네트워크, 추천, 검색, 멀티미디어 지원 등 Enterprise2.0이 가지고 있는 특성을 가질 수 있다(민선기, 2011).

2.2 커뮤니케이션

커뮤니케이션이란 그 현상을 나타내는 뜻이 매우 다양하여 학자에 따라 여러 가지로 정의되고 있다. 커뮤니케이션에 관련된 여러 학자들의 정의를 살펴보면 다음과 같다. Tompkins(1984)의 커뮤니케이션에 관한 정의를 보면 “둘 이상의 개인이 공동의 목표를 위하여 일련의 활동 체계를 형성하고 유지하기 위해 메시지를 주고받는 활동을 말한다.”라고 하였다. Lewis(1987)은 커뮤니케이션에 관련하여 “조직구조 속에서 관리자, 조업원, 동료들 상호간 또는 집단 간에 정보전달의 발전된 기술이나 메시지를 통하여 메시지, 관념, 태도를 공유하는 것”이라고 정의하였다. 국내의 학자 조성대 등(2001)은 커뮤니케이션을 “2인 이상의 사람들 사이에 의견, 정보, 감정 등의 교환을 통하여 공통적 이해를 이룩하고 수신자 측의 의식, 태도, 행동 등에 변화를 일으키게 하는 일련의 행동”이라고 정의하였다.

조직에 있어 커뮤니케이션이란 생명선이라고 할 수 있는 가장 기초적이고 기본적인 도구라고 할 수 있다. 조직 내에서 커뮤니케이션은 여러 가지 형태로 표출된다고 할 수 있는데, 이러한 표출은 권한의 행사, 의사결정, 통제 등의 형태를 빌어 표출한다(오석홍, 2001). 조직 커뮤니케이션의 중요성에 관한 연구들을 살펴보면, Scott & Mitchell(1976)은 커뮤니케이션은 조직 내의 조직구성원의 행동을 통제하고, 정보를 전달해주며, 구성원들의 동기를 유발시키고, 감정을 표출할 수 있게 하는 기능을 하기 때문에 커뮤니케이션은 조직자체뿐만 아니라 조직 내의 개인들의 직무태도와도 밀접

한 관련을 맺고 있음을 강조하였다. Nicholson(1995)은 조직과 구성원들은 커뮤니케이션을 통해 서로의 정보를 교환하고, 공동의 이해형성, 활동조정, 사회화, 영향력 행사, 신념체계와 상징체계의 형성 및 유지 등을 할 수 있기 때문에 커뮤니케이션은 조직의 신경체계가 자 접촉제라고 하였다.

커뮤니케이션은 이처럼 조직에서 강조되고 있는 것은 조직의 커뮤니케이션이 조직의 목표달성과 관련하여 다음과 같은 기능을 수행하기 때문이다. 첫째, 커뮤니케이션은 개인과 집단 또는 조직의 정보를 전달하는 기능을 가지기 때문에 의사결정의 촉매 작용을 하기 때문이다. 둘째, 커뮤니케이션은 조직 구성원들의 동기 유발을 촉진시키는 역할을 하기 때문이다. 셋째, 커뮤니케이션은 조직의 구성원들의 행동을 조정 및 통제하는 기능을 하기 때문이다. 넷째, 커뮤니케이션은 조직 구성원들이 자신의 감정을 표현하고 사회적 욕구를 충족시키는 역할을 하기 때문이다(고지효, 2002). 이렇듯 조직의 커뮤니케이션은 조직의 운영과 생존에 있어서 중요한 역할을 한다. 이러한 커뮤니케이션의 역할로 말미암아 기업들은 부단히 조직의 커뮤니케이션의 수준을 제고할 수 있는 정보시스템을 도입하는 것이라고 할 수 있다. 기업용 SNS 역시 조직의 커뮤니케이션을 보다 원활하게 함을 목적으로 도입되기 때문에 기업용 SNS의 도입의 성공을 측정하기 위하여 커뮤니케이션의 만족을 측정하는 것은 의의가 있다고 할 수 있다.

2.3 업무성과

업무성과라 함은 생산성(Productivity), 적시성(Timing), 대응성(Responsiveness), 효과성(Effectiveness), 품질(Quality) 등을 포함하는 총체적인 개념들이 포함된다. 기업의 성과는 크게 재무적 성과와 비재무적 성과로 구분할 수 있다. 재무적 성과는 성장성, 수익성, 총 매출액, 생산성 등의 계수적 분석이 가능한 성과들을 말하며, 비 재무적 성과는 주로 조직 구성원의 직무만족도, 조직몰입 등의 계수적으로 분석이 불가능한 것을 의미한다(김용관, 2006).

정보시스템의 성과나 성공을 정의하는 관점은 다양하게 존재하여 왔다. Ives et al(1993)은 조직의 효과성 및 의사결정의 효율성을 정보시스템의 성과로 정의하였으며 가장 대표적인 정보시스템의 성과를 평가할 수 있는 연구는 정보시스템 성공모델(IS Success Model; DeLone & Mclean, 1992)과 정보시스템 기능성과 평가모델(IS Function Performance Evaluation Model; Saunder & James,1992), 포괄적

정보시스템 평가 프레임워크(Comprehensive IS Assessment Framework; Myers, Kappleman & Prybotok, 1997), 마지막으로 업무-기술 적합성 이론(Task-Technology Fit Theory; Goodhue & Tompson, 1995)이다. 이외에도 Moor & Benbasat(1991)의 업무처리 신속성, 업무성과 향상, 업무효과 향상, 과업완수 수월성, 업무 질의 개선 등을 측정항목들을 활용하여 정보시스템의 성과를 측정한 연구도 있다. 본 연구에서는 정보시스템의 도입으로 인한 업무의 성과를 Moor & Benbasat(1991)와 김일호(2012)의 연구에서 사용된 업무성과의 측정방법을 도입하여 기업용 SNS의 도입으로 인한 업무성과를 측정하고자 한다. 또한, 본 연구의 업무성과는 조직 업무성과와 개인 업무성과를 포함하는 개념을 의미한다.

3. 연구설계

3.1 연구모형

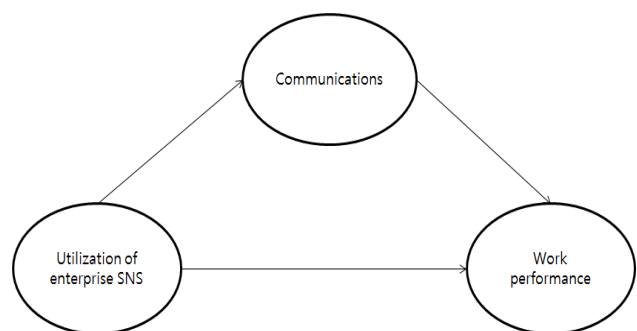
본 연구를 수행하는데 있어서 각 변수 사이의 관계를 설명하는 연구모형을 제시하여 다음과 같은 연구문제에 해답을 찾으려고 시도하였다.

첫째, 기업용 SNS 활용이 커뮤니케이션에 어떠한 영향을 미치는가?

둘째, 커뮤니케이션이 업무성과에 어떠한 영향을 미치는가?

셋째, 기업용 SNS 활용이 업무성과에 어떠한 영향을 미치는가?

위의 연구문제를 해결하기 위하여, 본 연구에서는 기업용 SNS 활용, 커뮤니케이션, 그리고 업무성과에 대한 선행연구를 근거로 하여 [그림 1]과 같이 연구모형을 제안하고 연구가설을 설정하였으며, 선행연구에 근거한 가설을 검증하고자 한다.



[Figure 1] Research Model

3.2 연구가설

3.2.1 기업용 SNS 활용과 커뮤니케이션의 관계

의사소통 만족(communication satisfaction)은 의사소통 환경에서 조직구성원이 지각하는 만족 정도로 정의되고 있다. Downs & Hazen(1977)의 의사소통 만족에 대해 8개의 안정적인 차원으로 구성 중에서 조직구성원들이 조직의 목표를 달성 및 조직과 동일시하도록 의사소통이 동기유발하고 자극하는 정도, 상급자들이 사고에 개방적으로 경청하고 직무관련 문제를 해결하는 지침을 제공하는 정도, 비공식적 의사소통이 활발하며 횡단적 의사소통이 자유로운 정도, 부하들이 하향적 의사소통에 반응적이고 상급자들의 의도를 예측하는 정도 Pace & Faules(1994)등을 통하여 인스턴트 메신저 사용정도에 따라 상하 간 의사소통 분위기 활발, 동료 간 의사소통 분위기 활발, 상하 간 및 동료 간 의사소통의 빈도 증대 등을 살펴봄으로써 의사소통 만족에 영향이 높게 나타날 것이다. SNS 참여의 확산은 기업적 측면에서도 다양한 접근이 이뤄지고 있다. 기업 외부적으로는 젊은 고객들에게 자사를 알릴 수 있는 마케팅 기회로 활용하기 위한 수단으로 활용하고 있으며, 내부적으로는 SNS를 조직구성원간의 수평적 커뮤니케이션과 정보공유를 효율적으로 하기 위한 목적으로 활용되고 있는 추세이다.(김윤미·정동섭, 2014)

[가설 1] 기업용SNS 활용은 커뮤니케이션에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2 커뮤니케이션과 업무성과의 관계

Pincus(1996)은 Downs & Hazen(1986)의 연구를 기반으로 커뮤니케이션 만족의 차원을 9개 차원으로 구분하여 커뮤니케이션 만족이 직무만족과 직무성과에 미치는 영향에 관하여 연구하였다. 연구결과 커뮤니케이션 만족은 직무만족에 영향을 미칠 뿐만 아니라 직무성과에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. Schuler(1986)은 커뮤니케이션 만족과 직무만족 및 성과와의 관계에 관한 연구에서 커뮤니케이션 만족이 조직구성원의 직무만족과 성과에 영향을 미친다는 연구결과를 제시하였다. 조영호 등(1994)은 커뮤니케이션 만족도와 조직성과에 대한 인식의 관계에서 조직커뮤니케이션 만족도에 관하여 연구하였다. 연구결과 조직구성원들은 커뮤니케이션이 원활하다고 생각하면 조

직성과가 높게 나타나는 것으로 나타났다. 본 연구에서는 위의 선행연구를 근거로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 2] 커뮤니케이션은 업무성과에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.3 기업용 SNS 활용과 업무성과의 관계

조직에서 정보기술의 도입 목적은 개인 및 조직의 성과를 향상시키기 위함이다. Rivard et al(2006)의 연구에 의하면 조직구성원의 정보 기술에 대한 적극적인 활용은 개인 및 조직의 능력을 향상시켜주고 효율성을 증가시킨다고 하였다. 이국충(2009)은 커뮤니케이션 매체 이용수준을 중심으로, 이의 활용정도에 영향을 미치는 요인들(유용성, 네트워크 효과, 매체 이용수준)을 도출하여 이 요인들이 개인성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 증명하였다. 김윤미·정동섭(2014)은 SNS가 개인적 사용자 중심의 매체가 아닌 조직의 원활한 커뮤니케이션과 정보의 공유를 통한 협업을 지원하고, 조직 구성원의 다양한 아이디어나 의견을 기반으로 빠른 의사결정에도 도움을 주고 있으며, 이는 SNS가 조직 내에서 업무기능 중심으로의 접근이 가능해지면서 효율적인 업무수행과 이를 통한 업무성과를 향상시킬 수 있는 중요한 매개로 활용이 가능하다는 것을 제시하였다. 따라서, 기업용 SNS는 커뮤니케이션의 활성화를 위한 정보시스템으로 역시 조직의 성과향상을 목적으로 하는 정보시스템이다. 기업용 SNS에 대한 적극적인 이용은 기업의 업무성과를 증가할 수 있을 것으로 보고 본 연구에서는 아래와 같은 가설을 설정 하였다.

[가설 3] 기업용SNS 활용은 업무성과에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.3 연구방법

3.3.1 변수의 조작적 정의 및 측정항목

본 연구에서 사용된 측정항목들은 대부분 기존 문헌에서 사용된 것이고, 일부 본 연구의 목적에 맞게 수정되었다. 모든 항목들은 리커트 5점 척도로 측정하였다. 본 연구에서 사용되는 변수의 조작적 정의와 측정항목은 <표 1>과 같다.

<Table 1> Operational definitions and metrics of variables

Variables	Operational definitions	Metrics	Sources
Utilization of Enterprise SNS	Using corporate SNS to accomplish tasks	<ul style="list-style-type: none"> I think it is benign. I plan to use it. There is an intention to use continuously. I have an idea to recommend. 	Kim (2012), Park (2011)
Communication	Business, emotional, and creative communication through the use of enterprise SNS	<ul style="list-style-type: none"> Daily work is being done. Information sharing is becoming. Collaboration is becoming. Proposals and ideas have become more available. The level of exchange and empathy increased. 	Min (2011)
Work Performance	Aspects of the benefits and effectiveness that occurs at the level of individuals and organizations that are caused by the use of enterprise SNS	<ul style="list-style-type: none"> Improve efficiency. Useful and convenient. Increase speed and accuracy. Decrease decision processing time. Decrease workload in decision making. Increase organizational performance. Strengthen business competitiveness. It is cost effective. Decrease decision processing time. Understand the tasks of other departments and give mutual help. 	Kim (2012), Son (2004) Choi, etc (2010)

3.3.2 자료수집 및 분석방법

본 연구의 연구대상은 조직에서 근무하는 조직구성원으로 연구자의 연구수행에 편의성을 자료수집의 근거로 사용하는 편의표집법(convenience sampling)에 의해(권대봉·현영섭, 2004) 울산지역에 소재하고 있는 제조 기업들의 직장인을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 연구자가 직접 방문하여 설문취지를 설명하고 설문지 300부를 배부하였다. 2016년 4월 4일부터 5월 25일까지 약 230부의 설문지가 회수되었다. 이들 가운데 응답이 불성실한 7부를 제외한 223부가 본 연구의 자료로 사용되었다. 모든 연구변수의 설문문항은 5점 리커트 척도로 측정되었다. 수집된 자료는 SPSS 18.0 통계프로그램을 활용하여 분석하였다. 구체적으로 SPSS 18.0 통계프로그램을 활용하여 빈도분석, 신뢰도분석, 탐색적 요인분석, 회귀분석 등을 통해 기술적 통계처리와 연구가설을 검증하였다.

4. 실증분석 및 결과

4.1 기초통계분석

본 연구의 표본은 울산 지역에 소재하고 있는 기업용 SNS를 활용하여 업무를 수행하고 있는 제조 및 기타 업체들에 근무하고 있는 종사자를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 연구자가 해당 업체를 직접 방문하여

설문취지를 설명하고 설문지 300부를 배부하였다. 2016년 4월 4일부터 5월 25일까지 총 230부의 설문지가 회수되었으며, 이들 가운데 응답이 불성실한 7부를 제외한 223부가 본 연구의 자료로 사용되었다. 모든 연구변수의 설문문항은 5점 리커트 척도로 측정되었다.

분석대상인 표본의 특성을 살펴보면 응답자의 72.2%가 남성, 27.8%가 여성으로 나타났다. 연령은 20대 17.0%, 30대 32.7%, 40대 24.2%, 50대 이상 26.0%로 나타났다. 직위는 사원 39.0%, 대리 20.6%, 과장 25.6%, 차장 9.4%, 부장 4.5%, 기타 0.8%로 나타났다. 사업 분야로는 제조 88.8%, 정보통신 9.4%, 물류/유통 및 기타 1.7%였고, 회사 규모로는 대기업(1천명 이상)이 90.1%, 소기업 9.0%, 기타 0.8%로 나타났다. 학력은 고졸 26.5%, 전문대졸 17.9%, 대졸 54.7%, 대학원졸 0.9%로 나타났다. 그리고 총 근무연수는 1년 미만 5.8%, 1~5년 미만 19.7%, 10~15년 미만 14.3%, 15년 이상이 43.0%이었다. 기업용 SNS 하루 평균 이용시간은 없음 1.3%, 30분 이하 17.5%, 30분~1시간 31.8%, 1시간~2시간 18.8%, 2시간~3시간 13.0%, 3시간 이상 17.5%이었고, 기업용 SNS 하루 평균 이용 횟수는 없음 1.3%, 1~3회 17.9%, 4~6회 17.5%, 7~9회 19.7%, 10~12회 20.2%, 13회 이상 23.3%로 나타났다.

4.2 신뢰성 및 타당성 분석

실증 분석에 앞서 변수의 신뢰성과 타당성 분석을

실시하였다. 이를 위한 방법으로 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)과 크론바하 알파(Cronbach's Alpha) 분석을 하였다. 본 연구에서는 먼저 탐색적 요인분석을 통하여 측정항목들의 타당성을 검증하고 타당성이 확보된 항목을 중심으로 신뢰성을 검증하였다. 본 연구는 측정지표들에 대한 타당성 평가를 독립변수, 매개변수, 그리고 종속변수를 모두 포함해서 요인분석을 동시에 실시하였다. 요인추출방법은 주성분분석(principal component analysis)을 이용하였고, 요인이 적어도 1개 이상의 분산을 설명할 수 있는 고유치(eigen value) 1 이상을 기준으로 하여 요인을 추출하였으며, 항목의 축소와 각 요인 간의 독립성을 확보하기 위해 베리맥스(varimax) 방법으로 요인회전을 실시하였다. 요인의 평가기준으로는 요인 적재치(factor loading) 0.4 이상(한효진, 2011)으로 하였고, 총 분산에 대한 설명력은 50% 이상(Bagozzi & Yi, 1988)으로 하였다.

본 연구에서 제안된 가설들을 검증하기 위해 SPSS 18.0을 이용하여 측정도구의 신뢰성과 타당성을 검증하였다. 측정도구에 대한 신뢰성은 선형적인 경우에는 전체적인 크론바하 알파계수의 값이 0.6 이상일 때 신뢰성이 있는 것으로 보고 있다(Hair et al., 2006). 분석 결과, 제시된 모든 연구변수의 크론바하 알파계수는 기업용 SNS 활용 0.900, 커뮤니케이션 0.867, 그리고 업무성과 0.913 등으로 0.7 이상으로 나타나 아주 높게 나타났으며, 모두 0.6 이상으로 신뢰성이 양호한 것으로 나타났다. 측정도구의 요인분석은 보편적으로 활용하는 기법인 요인추출방법으로 주성분분석을 통한 직각회전을 이용하였다. 분석은 독립변수, 매개변수, 종속변수 모두를 포함하여 탐색적 요인분석을 동시에 실시한 결과이다. 탐색적 요인분석 결과, 아이겐 값이 1 이상인 요인의 수는 3개로 추출되었다. 구체적으로 살펴보면, 기업용 SNS 활용의 4개 문항 모두 1이상의 고유치를 가지고, 단일 문항으로 묶였으며, 분산비율이 47.579%로 나타났다. 커뮤니케이션의 5개 문항 중 1개 문항이 제거되고 4개 문항이 1이상의 고유치를 가

지고 단일 요인으로 묶였고, 분산비율이 13.825로 나타났다. 그리고 업무성과 요인은 10문항 중 2개 문항이 제거되고 8개 문항이 1이상의 고유치를 가지고 단일 요인으로 묶였고, 분산비율이 8.836%로 나타났다. 이때 누적분산비율은 추출된 4개 요인에 대하여 전체 분산의 70.240%를 설명해주고 있다.

4.3 상관관계 분석

가설검증을 위한 선행단계로서 SPSS 18.0을 이용하여 연구변수들의 상관관계를 분석하였다. 상관관계 분석을 통해서 연구변수들은 서로 높은 관련성이 있음을 확인하였다. 전체적으로 연구변수들 간의 유의한 상관관계를 살펴보면, 기업용 SNS 활용과 커뮤니케이션 간(상관계수 0.687, $p < 0.01$) 및 커뮤니케이션과 업무성과 간(상관계수 0.687, $p < 0.01$)의 관계가 가장 높은 것으로 나타났으며, 다음으로 기업용 SNS 활용과 업무성과 간(상관계수 0.641, $p < 0.01$)의 관계가 높은 것으로 나타났다.

4.4 실증분석

본 연구의 가설검증에 앞서 연구변수들 간의 다중공선성 검토를 위해 분산팽창요인(VIF: variance inflation factor)을 조사하였다. 일반적으로 VIF의 값이 10을 넘지 않으면 다중공선성의 가능성이 없다고 할 수 있다(유승동, 2001). 연구변수들 간의 VIF의 값을 확인한 결과, 가장 큰 값이 1.000으로 다중공선성의 문제는 없는 것으로 판단된다. SPSS 18.0을 이용하여 회귀분석을 실시하여 검증한 결과는 다음과 같다. 가설1은 기업용 SNS 활용과 커뮤니케이션의 관계에 관한 것이다. <표 2>에서 기업용 SNS 활용은 커뮤니케이션에 대해 유의한 수준($\beta = 0.687$, $p < 0.01$)에서 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1은 채택되었다.

<Table 2> Regression analysis of enterprise SNS utilization and communication

Communications Independent variable	Non-standardization factor		Standardization factor	t	Probability of significance
	B	Standard error	Beta		
(constant)	1.217	0.197		6.168	0.000
Enterprise SNS utilization	0.681	0.049	0.687	14.039	0.000
$R^2 = 0.471$, Adjusted $R^2 = 0.469$, $F = 197.101$, $p < 0.01$					

가설 2는 커뮤니케이션과 업무성과의 관계에 관한 것이다. <표 3>에서 커뮤니케이션이 업무성과에 대해

유의한 수준($\beta=0.687$, $p<0.01$)에서 영향을 미치고 있는 것으로 나타나, 가설2는 채택되었다.

<Table 3> Regression analysis of communication and work performance

Work performance Independent variable	Non-standardization factor		Standardization factor	t	Probability of significance
	B	Standard error	Beta		
(constant)	1.112	0.195		5.716	0.000
Communications	0.682	0.049	0.687	14.043	0.000
$R^2 = 0.472$, Adjusted $R^2 = 0.469$, $F = 197.204$, $p < 0.01$					

가설 3는 기업용 SNS 활용과 업무성과의 관계에 관한 것이다. <표 4>에서 기업용 SNS 활용은 업무성과

에 대해 유의한 수준($\beta=0.641$, $p<0.01$)에서 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 따라서 가설 3은 채택되었다.

<Table 4> Regression analysis of enterprise SNS utilization and work performance

Work performance Independent variable	Non-standardization factor		Standardization factor	t	Probability of significance
	B	Standard error	Beta		
(constant)	1.275	0.207		6.162	0.000
Enterprise SNS utilization	0.631	0.051	0.641	12.400	0.000
$R^2 = 0.410$, Adjusted $R^2 = 0.408$, $F = 153.766$, $p < 0.01$					

5. 결론 및 향후 연구방향

최근 기업들의 SNS 활용이 날로 증가하고 있는 가운데, 기업 및 소비자 모두가 일방적인 메시지 전달 보다 커뮤니케이션을 중요하게 생각하는 추세에 있으며, 대부분 기업은 SNS를 대내·외 커뮤니케이션을 위한 채널과 마케팅 도구로 활용하고 있다. 이러한 시점에서, 기업용 SNS 활용은 기업 내부에서 커뮤니케이션 활성화 강화를 통하여 기업 내에서 효율적인 업무수행이 가능하도록 하여 조직 내부의 업무성과를 향상시키는 데 큰 역할을 한다. 본 연구에서는 기업의 업무 생산성을 제고하기 위하여 기업용 SNS 활용에 대한 커뮤니케이션, 그리고 업무성과 간의 관련성을 밝히고자 했다.

연구모형을 근거로 가설을 검증한 결과는 다음과 같다. 가설1은 기업용 SNS 활용과 커뮤니케이션의 관계에 관한 것이다. 기업용 SNS 활용은 커뮤니케이션에 대해 유의한 수준에서 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 이러한 연구결과는 기업용 SNS 활용이 커뮤니케이션에 유의한 영향을 미친다는 김일호(2012)의 연구결과를 지지하고 있다. 가설2는 커뮤니케이션과

업무성과의 관계에 관한 것이다. 커뮤니케이션은 업무성과에 대해 유의한 수준에서 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 이러한 연구결과는 커뮤니케이션이 업무성과에 유의한 영향을 미친다는 민선기(2011)의 연구결과를 지지하고 있다. 가설3은 기업용 SNS 활용과 업무성과의 관계에 관한 것이다. 기업용 SNS 활용은 업무성과에 대해 유의한 수준에서 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 이러한 연구결과는 기업용 SNS 활용이 업무성과에 유의한 영향을 미친다는 김일호(2012)의 연구결과를 지지하고 있다.

이러한 관점에서, 본 연구의 이론적 시사점으로는 기업용 SNS 활용에 대한 커뮤니케이션, 그리고 업무성과 간의 관계에 관한 연구모형을 처음으로 제시하였다는 점에서 중요한 이론적 시사점을 제공하고 있다. 본 연구의 분석결과를 통해 기업용 SNS 활용을 통한 기업들의 업무성과를 제고하기 위한 실무적 시사점을 다음과 같이 제시할 수 있다. 첫째, 기업구성원 대다수는 이미 SNS를 통해 누군가와 대화를 나누고 정보를 주고받는데 친숙해져 있다. 따라서 기업 관점에서 SNS는 정보 및 지식을 공유하고, 구성원들 상호간에 신속하고 효과적인 커뮤니케이션을 가능하게 하며, 조직 상

하 간에 존재하는 문화적인 벽을 타파하는 도구가 될 수 있다는 것이다. 이렇게 기업에서 구성원들이 기업용 SNS에 참여하고 적극적으로 활용함으로써 커뮤니케이션이 원활해지고, 더 활성화되며, 결과적으로 조직구성원들의 업무성과의 향상으로 이어질 것이다. 둘째, 기업용 SNS 활용을 적극적으로 홍보하고 기업용 SNS에 참여시킴과 동시에, 조직 구성원들이 가까이 자신 업무 수행에 SNS를 효과적으로 활용할 수 있는 방안과 교육 프로그램을 적극적으로 마련해야 한다는 것이다. 셋째, 본 논문에서 제시한 연구모형과 연구결과는 이미 기업용 SNS를 도입하여 활용하고 있는 기업들에게는 개인 및 조직의 업무성과 향상으로 이어지기 위해서는 조직구성원들의 커뮤니케이션 활성화를 위한 프로그램을 개발할 필요가 있다는 것이고, 향후 기업용 SNS 솔루션을 도입하려는 기업들에게는 해당 기업에 적합한 기업용 SNS 솔루션을 도입하기 위한 기준으로, 조직 구성원 간의 커뮤니케이션을 중요하게 고려하여야 한다는 점을 시사하고 있다.

6. References

- [1] Bagozzi, R.P. and Yi,Y.(1988), "On the evaluation of structural equation model", *Journal of Academy of Marketing Science*, 16(1):74-94.
- [2] Chae, B.H. and Cho, J.S.(2010). "The Case Study on the Advanced Knowledge Management using Enterprise 2.0 Solutions: Focused on Wiki and Blog", *Professional Managers Research*, 13(3):95-115.
- [3] Cho, Y.H. and Moon, D.J.(1994), "Communication Satisfaction and Perceived Organizational Performance", *Organization and Personnel Management Research*, 18:135-150.
- [4] Choi, S.O.(2011), "The Power of Twitter and Facebook to Shake the Way of Communication of Business - Successful Case of Using Corporate Social Network", *Tech & Future(Korea Industrial Development Agency)*, 31(2):38-41.
- [5] DeLone, W.H. and McLean, E.R.(1992), "Information systems success : The questforthe dependentvariable", *Information Systems Research*, 3(1):60-95.
- [6] Downs, C.W.and Hazen. M.D.(1977), "A Factor Analytic Study of Communication Satisfaction", *Journal of Business Communication*, 14(3):63-73.
- [7] Goodhue, D.L. and Thompson, R.L.(1995), "Task-Technology Fit and Individual Performance", *MIS Quarterly*, 19(2):213-236.
- [8] Hair et al.(2006), "The relative strength of affective commitment in securing loyalty in service relationships", *Journal of Business Research*, 59(12):1207-1213.
- [9] Ives et al.(1993), "Monitoring the patient's EEG during echo planar MRI", *Electroencephalogr Clin Neurophysiol*, 87:417-420.
- [10] Jo, S.D.(2001), "The Understanding of Human Relations", *Donglimsa*, 183-184.
- [11] Kim, I.H.(2012), "A Study on the Impact of Self-Efficacy and the Task-Technology Fit on the Job Performance in the Utilization of Enterprise SNS", *Master Thesis, Department of Business Administration Graduate School of Soongsil University*.
- [12] Kim, Y.M. and Chung, D.D.(2014), "Impact of Social Networking Service on the Team Cooperation, Quality of Decision Making and Job Performance", *Journal of Korea Multimedia Society*, 17(2):180-190.
- [13] Kim, Y.K.(2006), "A Study on the Audit and Inspection System of Local Government", *Master Thesis, Graduate School, Sunchon National University*.
- [14] Koh, J.H.(2002), "A Study on Communication Effect on Duty Satisfaction in University Organizations", *Master Thesis, Graduate School of Public Administration, Cheju National University*.
- [15] Kwon, D.B. and Hyun, Y.S.(2004), "Humanities and social science research methods for the writing of a dissertation adult learners", *Seoul: Hakjisa*.
- [16] Lewis, P. V.(1987), "Organizational Communication: The Essence of Effective Management", *John Wiley & Sons Inc.*.
- [17] Li, G.Z.(2009), "(A) Study on the Effect of the Use of Communication Media on Personal Performance", *Master's Thesis, Graduate School, Chungbuk National University*.

- [18] Mayers, B., Kappelman, L. A., and Prybutok, T.(1997), "A Comprehensive Model for Assessing the Quality and Productivity of the Information Systems Function : Toward a Contingency Theory for Information Systems Assessment", Information Resource Management Journal, 10(1):6-25.
- [19] McAfee, A. P.(2006), "Enterprise 2.0 : The Dawn of Emergent - 95 - Collaboration", MIT Sloan Management Review, 47(3):21-28.
- [20] Min, S.K.(2011), "(The) impact of enterprise SNS on business performances in organization", Master Thesis, Graduate School of Information, Yonsei University.
- [21] Moore, G.C. and Benbasat, I.(1991), "Development of an Instrument to Measure the Perceptions of Adopting an Information Technology Innovation", Information Systems Research, 2(3):199-222.
- [22] Nicholson, D.(1995), "On violence, In Don Belton, ed.", Speak My Name: Black Men on Masculinity Dream, 28-34.
- [23] Oh, S.H.(2001), "Organizational Theory," Park Young-sa.
- [24] Pace, R. W. and Faules, D. F.(1994), "Organizational Communication", 3eds, PrenticeHall.
- [25] Pincus, J. D.(1986), "Communication Satisfaction, Job Satisfaction, and Job Performance", Human Communication Research, 12(3):359-419.
- [26] Rivard, S.L., Raymond, L. and Verreault, D.(2006), "Resource-based View and Competitive Strategy: An Integrated Model of the Contribution of Information Technology to Firm Performance", Journal of Strategic Information Systems, 15(1):29-50.
- [27] Saunder C.S. and Jones J.W.(1992), "Measuring Performance of the Information System Function", Journal of Management Information systems, 8(1):37-52.
- [28] Schuler, R.S.(1986), "A Role Perception Transactional Process Model for Organizational Outcome Relationships", Organizational Behavior & Human Performance, 23(2):268-291.
- [29] Scott, W. G. and Mitchell, T. R.(1976), Organization Theory.
- [30] Tompkins, P. K.(1984), "The functions of communication in organizations", Handbook of Rhetorical and Communication Theory, New York, Allyn & Bacon, 659-719.
- [31] Yoo, S.D.(2001), "The Relationship between Transformational Leadership and Empowerment : The Mediating Role of Trust", Organization and Personnel Management Research, 24(2):193-218

저 자 소 개

장 길 상



울산대학교 산업공학과 학사,
KAIST 산업공학과 석사,
KAIST 경영정보공학과 박사.
현재 울산대학교 경영정보학과
교수로 재직 중.

관심분야 : ERP, SCM, CBR,
DB응용, 시스템개발방법론, 6
시그마 경영혁신, 등

주소 : 울산광역시 남구 대학로 93, 울산대학교 경영정보학과