

긍정감정과 부정감정이 개인의 지식기여 및 활용 의도에 미치는 영향에 관한 실증연구*

An Empirical Analysis Approach to Exploring the Influence of Positive and Negative Emotions on Individual's Knowledge Sharing and Utilization Intentions

전현규 (Hyun Kyu Jun)

성균관대학교 경영대학 (biblesos@chol.com)

이건창 (Kun Chang Lee)**

성균관대학교 경영대학 (kunchanglee@gmail.com)

ABSTRACT

A bunch of management studies have repeatedly revealed that the extent of knowledge sharing across organization contributes significantly to the firm's sustainable competitiveness. However, in reality, it is a hard fact that we must admit that many individuals working in competitive situations always feel reluctant to share knowledge. Especially, positive and negative emotions play an important role in changing individual's intentions about knowledge sharing and knowledge utilization as well. Intention about knowledge sharing is usually hindered by in-group rivalries. Also employees feel negative in sharing their knowledge with colleagues when they expect to receive little support and recognition in return after doing that. These considerations point out the importance of individual's knowledge sharing and the role of knowledge management in order to assure competitiveness. Considering these facts, the main purpose of this study is to investigate why people is willing or unwilling to share their knowledge with others and utilize the knowledge in the competitive context where potential rivalry is still expected. In answering these research issues, we analyzed 258 valid questionnaires garnered from online community where a number of people has been actively interacting with registered members to share crucial knowledge about sensitive issues. Results revealed that the proposed research issues are adequately solved with significant statistical results.

Keywords: knowledge management, knowledge sharing, emotions, competitive situations, online community

* 이 논문은 2014년 교육부의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2014S1A3A2038108)
논문접수일: 2014년 12월 5일; 1차 수정: 2015년 1월 28일;
2차 수정: 2015년 2월 10일; 게재확정: 2015년 2월 26일

** 교신저자

1. 서론

오늘날 지식은 기업경영의 핵심적 가치이자, 경쟁우위를 위한 지배적 자원인 동시에, 기업 경쟁력의 토대로 인식되고 있다. 지식을 지속적으로 창출, 통합, 공유, 관리 및 활용하고 유출을 방지하기 위해 노력하는 것은 기업의 당면 과제이다. 또한 지식이 기업환경을 변화시키고 혁신을 가능하게 하는 강력한 도구로 인식되면서, 조직의 학습과 혁신을 유도하기 위한 기업의 지식경영은 융합 학문적 비즈니스 모델로 인식되고 있다(Meihami & Meihami, 2014). 이러한 지식적 가치를 이용해 문제를 해결하고, 새로운 아이디어를 개발하거나, 정책과 방법을 구현할 목적으로 타인과 지식을 공유하는 것이 지식공유(knowledge sharing)이다(Cross & Cummings, 2004; Pulakos et al., 2003). 지식공유는 오늘날과 같이 경쟁이 매우 치열한 상황에서 기업의 성공에 매우 중요한 요소라고 할 수 있다(Grant, 1996). 기업은 직원들로 하여금 전사적으로 유용한 지식을 공유하도록 장려함으로써 경쟁우위를 확보할 수 있다(Barney, 1991; Grant, 1996; Liu & Phillips, 2011). 그런데 기업은 생존을 위한 경쟁만 하는 것이 아니라 동시에 협력도 한다. 이러한 현상을 이른바 협조적 경쟁(coopetition)이라 한다. 협조적 경쟁의 가장 일반적인 형태가 바로 지식공유 활동이다. 결국 지식공유는 경쟁 상대를 능가하기 위한 행위이기도 하지만 공동의 이익을 추구하기 위한 행위이기도 하다(Khanna et al., 1998).

지식공유는 비단 기업 간에만 이루어지는 것이 아니라 기업 내에서도 발생한다. 급속한 기업 환경의 변화로 미래에 대한 예측이 불확실해지고 경쟁이 심화되어가는 상황에서 기업은 지속적인 경쟁력 유지를 위해 부서 간 또는 구성원 간의 지식공유와 학습의 필요성을 인식한다(Crosan et al., 1999; Lee & Choi, 2003). 이를 위해 많은 기업들은 팀 단위 또는 부서

단위의 구성원 간 지식공유와 공유된 지식에 대한 학습을 위한 실행공동체(CoP, community of practice)를 운영한다. 이와 같은 노력은 조직의 지식공유가 주로 기업구성원들의 지식공유행위에 의존하는 상황에서, 개인들의 지식공유행위를 촉진하는 것이 기업의 지식경영의 핵심이기 때문이다(Yang & Wu, 2008).

그런데 기업 내 지식공유는 행위 당사자인 조직 구성원들이 지식공유 행위에 임하는 감정상태나 지식공유의 결과로 주어지는 외재적 보상에 대한 기대에 따라 큰 영향을 받을 것으로 예상된다. 즉, 조직의 구성원들이 공동의 목표 달성과 관련된 지식공유 행위에 긍정적 감정상태를 갖거나, 또는 지식공유 행위의 결과가 외재적 보상과 관련이 있다면 이는 구성원 간 지식공유를 촉진할 것이다. 한편, 개인들이 지식공유에 대해 부정감정을 갖는다면 이는 지식공유행위를 저해할 것이다. 즉, 자신이 공유한 지식을 이용하여 타인이 승진이나 인센티브 등의 보상을 받게 된다면, 개인들은 보상과 관련하여 경쟁심을 갖게 될 것이며, 이러한 경쟁심은 지식공유의 저해요인으로 작용할 것이다. 뿐만 아니라, 지식이 어떤 가치로 인식되는 경쟁상황에서 개인들은 지식을 공유하면 자신만의 가치나 영향력이 상실될 것을 두려워할 것이다. 이러한 두려움 역시 지식을 공유하려는 개인들의 자발적 의지에 부정적인 영향을 미칠 것이다. 또한 Bartol & Srivastava(2002)는 기업 내 지식공유 행위에는 업무와 연관성이 적은 노력이 요구되기 때문에, 실제로 개인들은 지식공유 행위를 자신의 성과에 유익하지 않은 것으로 인식할 가능성이 높다고 설명하였다. 이러한 상황에서 자신의 성과를 극대화하려고 노력하는 개인들은 지식공유를 회피할 특별한 이유가 없음에도 경쟁상대인 타인들과의 지식공유를 회피할 것으로 예상된다(Connelly et al., 2014). 결국, 기업의 지식공유 상황은 보상에 대한 기대나 개인들이 지각하는 감정상태에 따라 잠재적 경쟁상황과 유의한 관계가 있을

것으로 예상된다. 따라서 이러한 상황에서의 개인들의 지식공유 행위나 의도에 관한 연구는 가치가 있을 것이다.

그런데, 일반적으로 지식공유는 소수의 기여자들과 다수의 수혜자들에 의해 비대칭적으로 이루어지고 있다. 그럼에도 그동안의 지식공유에 대한 선행연구들은 주로 지식의 기여행위에 초점을 맞춘 반면, 지식수혜자 입장에서 지식의 활용행위의 영향요인을 밝히려는 연구는 상대적으로 부족하였다. 이에 지식공유 행위를 지식의 흐름 방향에 따라 각각 지식의 기여행위와 활용행위로 구분하여 연구하는 것은 지식공유 행위를 전반적 이해하는데 큰 도움이 될 수 있을 것이다(정재현 등, 2009).

본 연구에서는 지금까지의 논의를 바탕으로 다음과 같은 연구이슈를 제시하고자 한다. 첫째, 개인이 지각하는 경쟁심이 지식공유의도에 실제로 영향을 미칠 것인가? 이는 기업 구성원의 지식공유 행위가 승진이나 인센티브 등의 보상과 관련하여 구성원 간 경쟁적 상황이 존재하는 경우를 가정한다. 둘째, 기업 내 구성원들의 지식공유 활동의 저해요인과 촉진요인으로써 부정감정과 긍정감정 및 기대심리는 어떠한 역할을 하는가? 셋째, 경쟁심을 지각하는 강도 차이에 따라 지식공유 의도의 영향 요인들에도 차이가 있는가? 넷째, 정재현 등(2009) 등의 주장과 관련하여 개인들의 지식공유 의도에 영향을 미치는 요인들은 기여(contribution)와 활용(seeking) 의도의 정도에 따라 차이가 있는가? 따라서 본 연구에서는 실증적 분석 방법으로 이상의 연구이슈에 대한 분석결과를 얻고자 하며, 이와 관련된 이론적, 실무적 시사점을 얻고자 한다.

본 연구의 구성은 다음과 같다. 먼저, 문헌연구로써 지식공유와 경쟁심 및 기타 감정적 요인 등에 대해 살펴보고, 이를 바탕으로 연구모형 및 가설을 제시한다. 이어서 실질적으로 지식공유 상황에서 잠재적 경쟁관

계가 예상되는 특정 집단을 대상으로 설문 데이터를 수집하고, 이를 분석하여 가설을 검증한 후, 최종적으로 검증 결과에 대한 논의와 결론을 도출하고자 한다.

2. 문헌연구

2.1 경쟁과 지식공유

지식(knowledge)의 개념과 관련하여 여전히 많은 연구자들 간에는 지식과 정보 사이의 구분에 대한 합의에 도달하지 못하고 있는 실정이다. 경영정보시스템(MIS)연구에서는 기존의 정보시스템에 비해 지식경영시스템(KMS)의 연구가 더 가치와 독창성이 있다고 주장하며 정보보다 지식을 주로 사용한다(Alavi & Leidner, 2001). 지식경영을 중심으로 한 경영학 연구의 측면에서 보면 지식공유 행위는 개인과 기업의 문제해결과 경쟁우위 확보를 위한 노력의 일환이라는 점에서 지식의 본질이나 개념에 대한 논의보다는 지식의 역할과 효과 측면이 어쩌면 더 큰 의미가 있어 보일 수도 있다. 따라서 다수의 연구자들이 전달과 공유의 용이성 관점에서 합의된 전통적 개념으로 지식을 이해하기보다는, 이를 포함하여 개인이 보유한 경험이나 숙련된 기능 및 환경 등 광범위한 노하우(know-how)의 관점에서 이해하는 것이 경쟁상황이 예상되는 커뮤니티에서의 지식공유를 설명하는데 더 설득력이 있을 것으로 고려된다. 이러한 지식의 관점에서, 기업들이 외부의 지식을 이용하려할 뿐만 아니라 기업 내부의 지식을 공유하는 목적은 외부로부터의 경쟁 위협에 대응하기 위해서이다(Lahiri et al., 2008). 즉, 경쟁 상황에서 기업의 경영진은 생존을 위해 보유한 지식을 최대한 활용하고자할 뿐만 아니라 새로운 지식을 강화하려는 양면적 자세를 취한다(Porter, 1996). 이는 고도의 지식관리 능력을 갖춘 기업들일수록 이러한 복합적 전략을 통해 경쟁 대응력을 높일 수 있기 때

문이다(Cui et al., 2005; Kim & Atuahene-Gima, 2010). 반대로 외부로부터의 경쟁이 약한 상황에서 기업은 내부 지식의 활용을 줄이므로 자연스럽게 지식 강화를 위한 양면적 능력은 감소하게 된다(De Clercq et al., 2014). 이를 통해 기업의 경쟁상황은 지식의 활용의도와 유의한 관계가 있음을 예상할 수 있다.

기업의 조직 효율을 높이기 위해서는 내부 구성원 간의 지식공유가 필요하다(Foss et al., 2010; Kirkman et al., 2004; Mathieu et al., 2008). 기업 차원에서 지식공유는 구성원들이 업무와 관련된 아이디어나 정보 등을 서로 공유하는 행위와 관련이 있다(Srivastava et al., 2006). 조직 내 지식공유는 효율적인 조직관리와 관련이 있으며(Furst et al., 1999), 이는 곧 성과와 경쟁우위 확보에 영향을 미친다(Kirkman et al., 2002). 이러한 지식은 기업의 중요한 자산이므로(Nonaka, 1994; Staples & Webster, 2008), 경쟁우위를 확보하기 위해서는 기업 내 구성원들 간의 지식공유를 촉진할 수 있어야 한다(Teece et al., 1997). 그러나 지식공유는 임의로 강요될 수 있는 것이 아니다. 개인들이 지식이나 노하우를 보유하는 데는 어떤 이유나 동기가 있을 것이므로, 개인들은 차별화된 지식이나 노하우를 자신만의 중요한 자산으로 여길 것이다. 따라서 개인들에게 스스로의 지식을 공유하도록 동기를 부여하는 것은 중요하지만 매우 민감한 문제이다(Staples & Webster, 2008).

효과적인 지식공유를 위해서는 공동의 목표를 향한 구성원 간 시너지효과를 낼 수 있는 협업이 요구된다(Boland & Tenkasi, 1995). 이는 지식공유 행위를 유발하기 위한 동기부여와 관련이 있다(Gagné, 2009; Quigley et al., 2007). 개인들에게 있어 보상은 어떤 행위에 대한 중요한 동기로 작용할 수 있다. 특히 잠재적 지식공유자인 개인들의 지식공유 행위는 경쟁이나 보상에 의해 영향을 받는다(Quigley et al., 2007). 조직 내 구성원 간의 경쟁은 지식공유를 촉진하거나

저해하는 잠재적 동기요인일 뿐만 아니라(Hansen et al., 2005; Tjosvold et al., 2003), 조직 내 구성원 간 지식공유에 영향을 미치는 조직환경을 의미한다(Zarraga & Bonache, 2003). 이는 경쟁이 지식공유에 영향을 미치는 중요한 요인으로 고려할 필요가 있음을 의미한다. 실제로 경쟁은 타인 보다 더 나은 결과를 성취하고자하는 욕구와 외재적 보상 등에 의해 작용한다(Dulebohn & Martocchio, 1998). 흥미로운 것은 지식공유의 대가로 주어지는 보상(reward)은 일반적으로 개인들의 지식공유 행위와 정(+)의 영향관계가 있을 것으로 예상되는데, 이와는 달리 보상이 지식공유에 부(-) 영향을 미치거나 또는 유의한 관계가 없다는 연구결과도 있다. Bock et al.(2005)은 외재적 보상이 조직 구성원들의 내적 동기에 부정적인 영향을 미치게 되어 결국 지식공유행위에도 부정적인 영향을 미칠 수도 있다고 설명한다. Ko et al.(2005)은 외재적 보상이 지식이전(knowledge transfer)에 영향을 미치지 않는다고 하였으며, Wasko & Faraj(2005)도 보상의 다른 형태로써 상호호혜가 지식공유에 영향을 미치지 않는다고 주장하였다. 이러한 연구결과의 차이는 개인들의 지식공유에 영향을 주는 요인들을 단편적으로 예상할 수는 없음을 의미한다. 그러나 보편적으로 지식공유의 대가로서 기대되는 개인적 보상은 지식공유행위에 긍정적 영향을 미칠 것이라는 인식이 합의를 이루는 추세이다.

그런데 지금까지 지식공유의 영향요인관련 연구에서 조직 내 구성원들이 가질 수 있는 경쟁심을 깊이 있게 고려한 연구는 사실상 많이 부족하다(Hansen et al., 2005; Örténblad, 2004; Tjosvold et al., 2003; Van Den Broek et al., 2008). 선행연구들은 인센티브나 보상 등 외재적 동기(Lin, 2007; Quigley et al., 2007)와 임파워먼트(Srivastava et al., 2006) 등 내재적 동기, 그리고 지식 네트워크(Hansen, 2002) 등이 지식공유에 긍정적인 영향을 미친다는 동기요인 관

점에서 주로 이루어졌다. 따라서 기업 내 지식공유가 보상 기대나 개인들의 감정상태에 따라 잠재적 경쟁상황과 유의한 관계가 있을 것으로 예상되므로, 잠재적 경쟁상황 하에서의 개인들의 지식공유 행위나 의도와 관련하여, 본 연구의 핵심적 연구이슈인 지식공유 행위 당사자인 기업 구성원들이 실제로 상대방을 경쟁 상대로 인식하는지를 먼저 밝혀보고자 한다. 더불어 개인들의 지식공유 의도가 경쟁심에 의해 영향을 받는다면 그러한 지각된 경쟁 심리의 강도 차이에 따라 지식공유 의도에 미치는 개인들의 감정 요인에도 차이가 있는지를 밝혀보고자 한다.

2.2 감정과 지식공유

감정에 대한 다수의 선행연구에서는 감정의 정의와 관련하여 여전히 합의를 이루지 못하고 있는 실정이다(Cabanac, 2002). 감정이라는 용어는 그 자체로써 당연히 되지만, 주로 분노(anger), 혐오(disgust), 공포(fear), 기쁨(joy), 슬픔(sadness), 놀람(surprise) 등과 관련하여 정의되고 있다. 그런데 Bagozzi 등에 의하면 개인들의 의사결정은 감정 처리과정과 관계가 있으며, 미래 예측 감정반응을 유도하는 것으로 나타났다(Bagozzi et al., 2003). 이렇게 유도된 감정 평가는 개별 감정들에 대한 기대로 이어지는데, 이는 기대감정(anticipated emotions)과 관계가 있다(Bagozzi et al., 2000). 기대감정은 의사결정자들이 무엇을 어떻게 선택하는가와 관련하여 감정의 작용 방식을 설명한다(Bagozzi et al., 2003). 이러한 기대감정은 개인들의 의사결정에 다양한 형태로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 최근까지의 연구들은 주로 후회(regret)와 같은 부정적(negative) 기대감정에 초점을 두고 이루어지고 있는데, 의사결정을 위해 노력을 많이 할수록 그 과정에서 기대감정이 더 크게 작용하는 것으로 예상된다(Bagozzi et al., 2003). Bagozzi 등의 연구와 관련하여, 개인들의 지식공유에 대한 의사결정 역

시 이러한 미래 예측 감정반응 즉, 기대감정과 관계가 있을 것으로 예상된다. 온라인 커뮤니티에서의 지식공유 행위에 대한 최근 연구에서는 즐거움(enjoyment), 흥미(interest), 공감(empathy), 이타심(altruism), 상호호혜(reciprocity), 책임감(obligation), 충성심(loyalty), 욕구(needs), 소속감(membership), 정서적 유대(emotional connection) 등의 감정들이 주로 연구되었다(Cheung et al., 2013). 이러한 감정은 지식공유의 촉진이나 저해 작용과 관련이 있다(Levin & Cross, 2004; Rhodes et al., 2008). 선행연구에서 감정은 지식의 획득이나 공유와 관련된 개인들의 다양한 인지과정(cognitive processes)에 영향을 미치며, 학습상황에서 정보나 지식에 대한 식별, 인식, 해석 및 활용방식과 관련이 있는 것으로 나타났다(McConnell & Eva, 2012).

영화관람 중에 개인들이 느끼는 긍정감정으로 기쁨(joy), 평온(serenity), 즐거움(amusement), 만족(contentment) 등과, 부정감정으로 두려움(fear), 걱정(anxiety), 분노(anger), 슬픔(sadness) 등을 유도한 Fredrickson & Branigan(2003, 2005)의 실험에서, 지식이나 정보의 지각과 관련된 개인들의 감정상태는 지식공유와 깊은 관계가 있다는 것이 밝혀졌다. 또한 퍼즐 맞추기 게임을 이용하여 개인들의 부정감정과 긍정감정이 지식공유에 서로 다른 영향을 미친다는 것을 밝힌 Brand 등(2007a, 2007b)의 실험에서도 감정의 유의성(emotional valence)이 지식공유의 영향요인으로 나타났다.

McConnell & Eva(2012)는 학습상황에서의 임상 기술과 지식공유와 관련된 감정의 기능에 대한 실험을 통해, 부정적(negative) 감정은 개인들의 관심을 개별 사항에 집중시키고, 반면 긍정적(positive) 감정은 개인들의 관심을 전체적 맥락에 집중시켜 개인들로 하여금 연상적 관계 연결(associative and relational connection)을 가능하게 하므로 결국, 긍정감정을 통

해 지식이 공유될 가능성이 더 크다는 것을 밝혔다.

이상의 논의를 통해 개인들이 지각하는 지식의 공유나 보호에 대한 욕구(desire), 그리고 지식공유 행위 이후 개인들이 느끼는 가치 상실에 대한 두려움(fear) 등 개인들이 지각하는 감정이 지식공유 행위나 의도와 관련이 있을 것으로 예상됨에 따라(Hansen et al., 2005), 본 연구에서는 선행연구를 토대로 잠재적 경쟁상황에서 기업 구성원들의 지식공유와 관련이 있을 것으로 기대되는 개인들의 감정 요인들 중 상호호혜, 정서유대, 이타심을 긍정감정요인으로 고려하고, 경쟁심이나 두려움을 부정감정요인으로 고려하여 연구하고자 한다.

2.2.1 긍정감정과 지식공유

상호호혜감(sense of reciprocity)은 지식경영 연구에서 개인들의 지식공유를 유발하는 중요한 동기요인으로 연구되고 있다(Bock et al., 2005; Chennamaneni et al., 2012; Lin, 2007b). 즉, 상호호혜적 지식교환 관계는 기업 구성원들의 지식공유 의도에 긍정적인 영향을 주므로, 개인 간 지식공유에 있어 상호호혜감은 중요한 촉진요인이라 할 수 있다(Chang & Chuang, 2011 등). 지식공유 상황에서의 상호호혜(reciprocity)는 현재 지식을 기여하면 미래에 필요한 지식이 충족될 것이라는 믿음으로 정의할 수 있다(Kankanhalli et al., 2005). 이러한 상호호혜감으로 개인들은 내가 타인을 도우면 타인도 나를 도울 것이라고 생각할 것이다. 즉, 내가 나의 지식을 타인과 공유하면 타인도 자신의 지식을 나와 공유할 것이라고 생각할 것이다. 이러한 지식공유 행위는 개인들이 상호호혜감을 통해 얻을 수 있는 중요한 혜택 중 하나라고 할 수 있다(Lin, 2007a). 이와 관련하여 선행연구에서는 상호호혜를 지식공유의 촉진과 관련된 효과적인 외재적 동기로 정의한다(Dyer & Nobeoka, 2000; Hall, 2001; Kankanhalli et al.,

2005; Schultz, 2001; Wasko & Faraj, 2005). Bock et al.(2005)은 예상되는 상호호혜적 관계가 개인들의 지식공유 의도에 긍정적인 영향을 준다는 실증적 연구를 제시하였다. Lin(2007a) 역시 상호호혜적 이익이 지식공유에 대한 개인들의 의도와 태도에 긍정적인 영향을 준다는 것을 실증적으로 제시하였다. Chennamaneni et al.(2012)도 지식공유에 대한 개인들의 의지를 나타내는 중요한 동기요인으로 상호호혜를 제시하였다. 이상의 논의를 통해 상호호혜감은 개인들의 지식공유 행위나 의도와 유의한 관계가 있을 것으로 고려된다.

정서적 유대(emotional connection)는 McMillan & Chavis(1986)에 의해 연구가 시작되었는데, 후에 Peterson et al.(2008)에 의해 수정되었다. McMillan & Chavis에 의하면, 정서적 유대는 개인들이 타인들과 공통된 장소를 공유하고, 시간을 함께 보내고, 유사한 경험을 하면서 느끼는 정신적 유대감으로 정의되는데, 커뮤니티 내에서 구성원들은 공동체의식을 경험하면서 커뮤니티로부터 소속감을 갖게 되며, 자신들이 소속된 커뮤니티에 변화를 주는 상당한 영향력을 행사할 수 있고, 구성원들 간에 후원을 주고받으면서 자신의 욕구에 대한 통합과 충족을 경험한다. 또한 구성원들은 공동의 공간에서 함께 시간을 보내고 유사한 경험을 공유하면서 정서적 유대감을 공유하게 된다(Gruzd et al., 2011). McMillan & Chavis는 정서적 유대를 구성원 간에 경험하는 정신적 유대 관계로 동료의식을 느끼는 정도라고 정의한다. 지식공유는 일반적으로 응집력이 높은 조직에서 발생하므로, 기업이 개인과 그룹 간의 정서적 유대를 강화시킨다면 지식공유를 활성화시킬 수 있을 것이다(Lee & Yu, 2011). 자신이 속한 조직에 대하여 정서적 애착감정을 갖는 개인들은 지식공유를 통해 타인들로부터 인정을 받거나 조직에 유익하다고 느낄수록 지식을 공유할 가능성이 크다(Hall, 2001; Van den Hooff & Van Weenen,

2004). 가상 커뮤니티 내 구성원들은 집이나 회사 같은 물리적 공간에서 했던 것처럼 가상의 공간에서도 감정적 애착을 표현하면서 구성원 간에 활발한 지식 공유 활동을 한다(Brown & Duguid, 2002). 최근 지식공유 행위는 주로 온라인 커뮤니티와 같은 가상의 공간에서 주로 이루어지므로 정서적 유대는 지식공유 행위나 의도에 영향을 미칠 수 있는 주요한 요인으로 고려된다.

이타심(altruism)은 대가를 기대하지 않는 무조건적인 친절의 형태로 다양하게 설명되고 있는데(Fehr & Gächter, 2000), 주로 타인을 돕는 행위를 통해 얻는 만족감이나(Kollock, 1999), 보답과 관계없이 타인들을 돕는 행위(Davenport & Prusak, 2000)의 개념으로 설명이다. Fang & Chiu(2010)는 이타심에 대해 본인에게 있는 약간의 비용으로 타인들의 복지를 향상시키려고 자발적으로 돕는 행위로 정의한다. 최근 온라인상의 지식공유에 대한 선행연구에서는 지식공유에 대한 동기요인뿐만 아니라 더 나아가서 이타심까지 연구되고 있다.

Hung et al.(2011)의 연구에서 이타심이 지식공유의 성과와 관련된 만족감의 증가와 깊은 관계가 있는 것으로 밝혀졌다. Fang & Chiu(2010)는 지식공유 의도와 관련된 이타심에 대한 연구에서 가상커뮤니티 구성원들의 이타심이 지식공유의 지속의도와 긍정적인 관계가 있음을 발견하였다. Fang & Chiu에 의하면 이타적 행위는 지식공유 의도의 중요한 촉진요인이므로 이타적 행위를 보이는 구성원들은 가상커뮤니티에서 기꺼이 지식을 공유하는 경향이 있다고 주장한다. 비록 Fang & Chiu가 지식공유 행위에 대해서는 연구하지 않았지만, 이러한 연구결과를 통해 이타심과 지식공유 간에 어떤 관계가 있음을 예상할 수 있다. 그러나 이타적 행위가 어떻게 지식공유를 돕거나 촉진하는지는 여전히 밝혀진 바가 없는 것으로 파악된다. 이타심은 갈등을 감소시키고 참여를 조장함으로써 지식

공유가 발생하는데 필요한 조건을 제공하는 상황에서 우연히 나타날 가능성이 있다(Ma & Chan, 2014). 따라서 다양한 상황에서 이타심이 지식공유 행위나 의도에 영향을 미치는지에 대한 연구는 매우 의미가 있을 것으로 고려된다.

2.2.2 부정감정과 지식공유

경쟁(competition)이란 어떤 목적을 달성하기 위해 앞서거나 이기려고 서로 겨루는 것으로 정의될 수 있다(김영조, 2014). 경쟁상황에서는 개인들은 스스로의 성취에 초점을 두어 주로 개인 측면을 부각하고, 반대로 협력상황에서는 개인보다 그룹 측면이 부각된다(Stapel & Koomen, 2001, 2005). 경쟁의 특성은 타인과의 경쟁하기를 즐기는 것 또는 타인을 이기고 더 나아지기 위한 욕구와 관계가 있다(Helmreich & Spence, 1983). 선행연구에서는 조직 내 구성원 간의 경쟁심(sense of rivalry)이 팀 임파워먼트를 통해 지식공유에 간접 영향을 주는 것으로 밝혀졌지만, 사실상 조직 내 구성원 간의 경쟁은 지식공유와 직접적 관련이 있을 것으로 예상된다(He et al., 2014). 다시 말해, 조직 구성원들은 외부적 경쟁상황에서 조직 내 지식공유에 참여할 가능성이 높지만, 개인들이 자신의 지식을 보호하고자 하는 욕구나 지식을 공유한 이후 자신의 가치상실에 대한 두려움(fear) 등 개인들이 갖는 부정감정은 개인 간의 지식공유를 저해하는 주요한 요인이 될 것이다(Hansen et al., 2005).

두려움과 관련하여 Hwang & Burgers(1997)는 사회적 딜레마 상황에서 개인들은 현상유지나 상호비협력의 피해로부터 손실에 대한 불안감을 느낀다고 한다. 사회적 딜레마는 이익을 극대화하려는 개인들의 합리적 결정으로 공공재로서의 공유된 지식이 사회 전체에 대한 최적 사용을 이루지 못하게 되는 상황과 관계가 있다. 이러한 시각에서 개인 간 협력을 위협하는 두려움과 신뢰에 대한 Hwang & Burgers의 연

구에 의하면, 개인들은 자신만의 고유한 가치(one's unique value)를 상실하게 되면 배신이나 속임을 당하거나 또는 쉽게 교체당하는 것에 대해 두려움을 갖는다는 것을 보여준다. Empson의 연구에서도 개인들의 고유한 가치 상실에 대한 두려움(fear of losing one's unique value)이 지식공유의 주요 장애요인으로 밝혀졌다. 다시 말해, 개인들은 가치 있는 지식을 공유한 후 그 대가인 보답을 받지 못하고 이용만 당하는 것에 대해 두려움(fear of exploitation)을 갖는다는 것이다. 만약 개인들이 협력적 관계 속에서도 상실을 염려한다면 개인들은 지식공유에 참가하지 않을 것이다(Renzl, B., 2008). 개인들은 성공이나 실패의 경험으로부터 자신만의 소중한 지식을 얻는다. 그렇게 얻은 소중한 지식으로 개인들은 직장에서 동료들보다 더 큰 성과나 급여의 상승 및 더 많은 기회를 얻게 된다(Huang et al., 2008). 그러므로 보상을 거의 받지 못한다면 개인들은 소중한 지식을 제공하는 것을 염려하게 된다(Renzl, 2008).

한편, 사람들은 자신이 지닌 지식의 힘(power)을 상실하는 것을 두려워한다는 주장도 있다(Ding & Huang, 2014). 이는 개인들이 지식을 권력으로 인식하기 때문인데, 이러한 개인들은 자신의 지식을 공유하지 않으려하고 사실상 자신의 지식을 지키고자한다(King, 2006). 이러한 현상은 기업 구성원들 간에 존재하는 경쟁(competition)에 기인한다고 볼 수 있으며, 개인들의 권한이나 소유권 및 우월한 지위의 상실은 조직 내 지식공유에 영향을 줄 수 있는 요인들이다(Chong, & Besharati, 2014; Szulanski, 1996). 만약 개인들이 지식을 공유한 이후 조직 내에서의 자신의 영향력이 상실된다고 생각한다면 그러한 두려움은 지식공유의 중요한 장애요인이 될 것이다. 이러한 두려움은 기업의 전력 손실을 초래할 것이다(Chong, & Besharati, 2014; Fathi et al., 2011).

이상과 같이 경쟁심이나 두려움과 같은 개인들이 갖

는 부정감정은 지식공유 행위나 의도에 부정적 영향을 미칠 것으로 기대되므로, 이에 대한 연구는 매우 가치 있는 연구가 될 것이다.

2.3 기대심리와 지식공유

지식공유를 위해 온라인상의 가상 커뮤니티 플랫폼을 수용하고 사용하는 것은 부분적으로 통합기술수용이론(UTAUT)을 통해 설명할 수 있다(Venkatesh et al., 2003). 통합기술수용이론에 의해 채택된 이론으로 최근에는 모바일 서비스와 웹기반 응용프로그램의 수용과 사용을 이해하는 데 다수 이용되고 있다(Carlsson et al., 2006; Cody-Allen & Kishore, 2006; Wang & Yang, 2005). 따라서 사용의도와 행위를 결정하는데 있어 통합기술수용이론의 주요 개념 즉, 노력기대, 성과기대, 사회적 영향 및 촉진 조건에 대한 고려가 필요하다. 통합기술수용이론에서는 성과기대, 노력기대 및 사회적 영향은 사용 의도(intention)에 대한 직접적 결정요인이며, 촉진조건과 의도는 사용 행위(behavior)에 대한 직접적 결정요인으로 가정한다.

노력기대(effort expectancy)는 시스템 사용과 관련된 용이성의 정도로 정의되며, 성과기대(performance expectancy)는 시스템 사용이 자신들의 업무성과 향상에 도움이 될 것이라고 개인들이 믿는 정도와 관련이 있다(Venkatesh et al., 2003). 노력기대는 기술수용모델(TAM)의 지각된 사용용이성(perceived ease of use)과 관련이 있는데, 이는 사용하기 더 쉽다고 인식되는 시스템일수록 유용성에 대한 인식과 행위의도(behavioral intention)를 유발할 가능성이 더 크다는 것을 나타낸다. 노력기대가 클수록 성과가 향상된다는 점을 고려하면, 노력기대는 성과기대와 함께 행위의도에 직접적 영향을 미칠 것으로 기대된다. 성과기대는 지각된 유용성, 외재적 보상, 직무적합, 상대적 이점 및 결과기대와 관련이 있다(Deng, Liu, & Qi, 2011).

한편, 성과기대가 결과기대를 부분적으로 포함하고 있으나, 실제로 시스템 사용 결과로 기대되는 성과라는 점에서, 사회인지이론(SCT)의 주요 요인인 결과기대 역시 동일한 차원에서 고려할 필요가 있을 것이다. 정보시스템 연구에서 폭 넓게 적용되고 있는 Bandura(1986, 1997)의 사회인지이론에 의하면 개인들은 사회적 환경에서 개인의 인지와 관련된 특정한 방식으로 행동하고자 하는데, 자기효능감과 결과기대가 그 주요 요인이다. 결과기대는 보상시스템(Bartol & Srivastava, 2002)과 관련이 있는데, 지식공유에 대한 의사결정에 영향을 미치는 중요한 요인으로 고려된다(Hsu et al., 2007).

이상의 논의를 통해 온라인 커뮤니티라는 전자적 플랫폼을 이용한 지식공유와 관련하여, 개인들이 시스템 사용을 통한 지식공유 행위가 용이하다고 믿는 노력기대와, 시스템 사용에 따른 결과가 자신의 성과나 목적 달성에 도움이 될 것이라고 믿는 성과기대는 개인들의 지식공유 행위나 의도와 관련이 있을 것으로 기대된다.

2.4 지식공유 행위와 의도

지식공유를 목적으로 하는 지식경영시스템(KMS) 연구에서는 사회심리학적 이론을 통해 개인들의 행위를 설명한다(Swanson, 1982). 이중 널리 이용된 이론이 Fishbein & Ajzen(1975)이 주장한 합리적 행위이론(TRA)과, 이 이론의 한계를 수정하고 보완한 Ajzen(1991)의 계획된 행동이론(TPB)이다.

합리적 행위이론(TRA)은 행위의도를 행위의 선행 단계로 설정하고, 행위의도에 영향을 미치는 요인으로 행위에 대한 태도(attitude)와 주관적 규범(subjective norm)을 외생변인으로 설정한 모형이다(Ajzen & Fishbein, 1980). TRA에 의하면, 개인들이 특정 행위에 대해 긍정적인 태도를 가지고 있고, 자신에게 중요한 주변 사람들에게 의해 그 행위가 용인될 수 있을 때

자신의 행위를 수행하고자 하는 개인들의 행위의도는 높게 나타난다. 그러나 TRA는 주관적 규범과 태도 사이의 관계를 명확하게 설명하지 못하는 한계가 있다. 즉, 행동에 영향을 미치는 두 가지 요인인 태도와 규범이 상호 배타적인 개념이 아니라, 태도가 규범에 의해 구성되거나, 혹은 규범이 태도에 의해 구성될 수 있다는 것이다.

이러한 TRA의 한계를 보완 및 확장한 이론이 계획된 행동이론(TPB)이다. 최근 다양한 분야에서 인간의 행동을 예측하기 위해 적용되는 대표적인 이론이다. TPB에서는 행위의도의 선행요인으로 기존 TRA에서 제시된 태도와 주관적 규범 외에 지각된 행위통제를 포함시킨다(Ajzen, 1991). TPB의 중심 요인은 개인의 의도에 있다. 의도(intention)는 행위에 영향을 미치는 동기요인으로 밝혀졌다. 사람들이 얼마나 열심히 행위를 하고자하는지, 또 얼마나 많은 노력을 하는지는 개인들의 행위의도를 통해 알 수 있다. 일반적으로 행위의도가 강할수록 그 행위를 수행할 가능성은 더 커진다. 따라서 TPB에서 개인의 행위는 행위의도를 통해 예측이 가능하다고 주장한다(Ajzen, 1991). 즉, 특정 맥락에서 개인의 지식공유 행위에 대한 영향요인은 개인의 행위의도를 파악함으로써 예측할 수 있다.

지금까지의 논의를 지식공유 행위와 관련하여 종합해 보면, 개인의 지식공유 행위의 예측과 관련하여 TRA와 TPB는 모두 개인들이 자신의 지식을 공유하는 행위는 그들의 행위 의도를 통해 예측이 가능하다고 설명할 수 있다. 그러므로 지식의 기여의도와 활용의도를 파악함으로써 지식공유 행위의 결과 예측을 매우 논리적으로 설명할 수 있을 것으로 고려된다.

3. 가설과 연구모형

본 연구는 기업 구성원들이 갖는 감정이 지식공유

행위를 촉진하거나 방해할 수 있다는 선행연구결과(Levin & Cross, 2004; Rhodes et al., 2008 등)와 관련하여, 기업 내 지식공유가 조직 구성원들의 감정에 의해 영향을 받을 것으로 예상하고, 이러한 지식공유 행위의도에 영향을 미치는 개인들의 감정 요인들을 밝혀보고자 한다. 이와 관련하여 본 연구에서 고려하는 연구이슈는 다음과 같다. 첫째, 기업 구성원의 지식공유 행위는 승진이나 인센티브 등의 보상과 관련하여 구성원 간에 경쟁적 상황이 존재할 것이라는 시각에서, 먼저 개인들이 지각하는 경쟁심이 지식공유 의도에 실제로 영향을 미치는가? 둘째, 기업 내 구성원들의 지식공유 활동의 저해요인과 촉진요인으로써 부정감정과 긍정감정 및 기대심리는 무엇인가? 셋째, 개인들의 지식공유 의도가 경쟁심에 의해 영향을 받는다면 그러한 경쟁심을 지각하는 강도 차이에 따라 지식공유 의도의 영향 요인들에도 차이가 있는가? 넷째, 개인들의 지식공유 의도에 영향을 미치는 요인들은 기여(contribution)와 활용(seeking) 방향에 따라 어떤 차이가 있는가?

3.1 긍정감정(상호호혜감, 정서유대, 이타심)

사람들이 지식을 공유하는 이유는 사회적 교환 작용 때문이며, 그러한 사회적 교환의 핵심은 바로 상호호혜(reciprocity)이다(Brock et al., 2005). 만약 구성원 간의 지식공유가 넓은 의미에서 사회적 교환이라면, 지식을 공유함으로써 개인들이 얻게 되는 이익은 주로 타인들의 지식이나 정보가 될 것이다. Wellman & Gulia(1999)은 가상의 공간에서 지식공유를 하는 경우에도 상호호혜가 유지되어야 구성원 간 지식공유가 지속될 수 있다고 하였다. Blau(1986)는 행동은 보답으로부터 이루어지므로, 만약 보답이 없다고 판단되면 행동도 이루어지지 않는다고 하였다. 따라서 온라인 커뮤니티에서 개인들은 지식공유에 따른 정당한 보상을 예상하게 된다(Chiu et al., 2006). 그러므로

지식공유는 일방적인 지식에 대한 습득을 방지하는 상호호혜적 규범에 의해 발전할 수 있다(Constant et al., 1996; Wasko & Faraj, 2000). 지식공유의 관점에서 보면 상호호혜감(sense of reciprocity)이 ‘공평한’ 상호작용으로 나타난다면 구성원 간에 상호호혜감을 강하게 느끼는 개인들일수록 그만큼 자신의 지식을 타인들에게 더 많이 기여할 것으로 예측되지만, 반대로 타인의 지식을 상대적으로 더 적게 사용하고자 할 가능성이 있을 것이다. 이상의 논의를 통해 상호호혜감과 지식공유 의도에 대하여 다음과 같은 가설을 제시한다.

가설 1(a). 상호호혜감은 개인들의 지식 기여의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1(b). 상호호혜감은 개인들의 지식 활용의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

정서적 유대(emotional connection)는 구성원들이 서로 얼마나 자주 그리고 질 높은 상호작용을 하였는가에 영향을 받는다. 구성원들이 원하는 이벤트를 공동체에서 제공하고, 이러한 이벤트에 구성원들이 적극적으로 참여할수록 정서적 유대는 강화될 것이다. McMillan과 Chavis에 의하면 구성원들은 공동의 공간에서 함께 시간을 보내고 유사한 경험을 공유하면서 정서적 유대를 공유하게 되는데, 정서적 유대는 구성원 간에 경험하는 정신적 유대 관계로 동료의식을 느끼는 정도라고 정의한다. Lee & Yu(2011)의 주장대로 지식공유는 응집력이 높은 조직에서 일반적으로 발생하므로, 기업이 개인과 그룹 간의 정서적 유대를 강화시킨다면 지식공유를 활성화시킬 수 있을 것이며, Hall(2001) 등이 밝히는 바와 같이 자신이 속한 조직에 대하여 정서적 애착 감정을 갖는 개인들은 지식공유를 통해 타인들로부터 인정을 받거나 조직에 유익하다고 느낄수록 지식을 공유할 가능성이 클 것이다. 따

라서 최근 특정한 목적을 달성하기 위해 형성된 온라인 지식공유 커뮤니티에서와 같이 공통의 관심사와 관련 지식이나 정보를 공유하는 커뮤니케이션 행위를 통해 개인들은 서로 간에 정서적 유대를 형성하게 될 것이다. 결국 정서적 유대 관계를 강하게 느끼는 개인들일수록 커뮤니티 내 공통의 목적을 갖는 동료인 타 회원들에게 자신의 지식을 기여할 행위나 의도가 더 크게 나타날 것이며, 또한 그러한 동료로서의 타인들이 제공하는 정보를 더욱 신뢰하여 그들의 정보나 지식을 활용할 행위나 의도 역시 크게 나타날 것으로 예상된다. 따라서 이상의 논의를 통해 정서적 유대와 지식공유 의도에 대하여 다음과 같은 가설을 제시한다.

가설 2(a). 정서유대는 개인들의 지식 기여의도에 정(+)*의 영향을 미칠 것이다.*

가설 2(b). 정서유대는 개인들의 지식 활용의도에 정(+)*의 영향을 미칠 것이다.*

Staples & Webster(2008)의 주장과 같이 개인들이 지식이나 노하우를 보유하는 데는 어떤 이유나 동기가 있을 것이며, 개인들은 차별화된 지식이나 노하우를 자신만의 중요한 자산으로 여길 것으로 예상된다. 그리고 Quigley et al.(2007)의 주장과 같이 개인들에게 있어 보상은 어떤 행위에 대한 중요한 동기요인으로 작용할 것이므로, 일반적으로 개인들의 지식공유 행위는 경쟁이나 보상에 의해 영향을 받을 것으로 기대된다. 그럼에도 불구하고 최근 온라인 지식공유 커뮤니티에서는 보상과 관계없이 자신이 지닌 지식을 타 회원들과 공유하는 현상이 나타나고 있다. 이와 같이 보상에 대한 기대 없이 타인들에게 자발적으로 자신의 지식을 공유하는 개인들의 행위를 이해하기 위해서는 어떤 동기요인에 대한 설명이 필요하다. 그러한 요인들 중 하나로 이타심(altruism)을 고려할 수 있을 것이다. 실제로 최근 온라인상의 지식공유에 대한 선행연구들

은 이러한 동기요인들 중 한 가지로 이타심을 고려하였다. Fehr & Gächter(2000) 등은 이타심과 관련하여 대가를 기대하지 않는 무조건적인 친절로써 보답과 관계없이 타인을 자발적으로 돕는 행위로 설명하고 있는데, 이미 선행연구(Hung et al., 2011 등)에서 밝혀진 바와 같이 실제로 가상의 커뮤니티 구성원들의 이타심은 지식공유 행위와 긍정적인 관계가 있는 것으로 밝혀지고 있다. 즉, 지식공유와 관련하여 타인에 대하여 이타심을 느끼는 개인들은 자신의 지식을 대가없이 타인에게 제공할 것이다. 그러나 이러한 이타심이 타인의 지식을 활용하는 행위나 행위의도와 관련이 있다는 연구는 아직 없는 것으로 파악된다. 따라서 본 연구에서는 개인들이 갖는 긍정감정으로써 이타심 역시 타인들이 제공한 지식에 대한 활용의도에 정(+)의 관계가 있을 것으로 예상하고, 이타심과 지식공유 의도에 대하여 다음과 같은 가설을 제시한다.

가설 3(a). 이타심은 개인들의 지식 기여의도에 정(+)*의 영향을 미칠 것이다.*

가설 3(b). 이타심은 개인들의 지식 활용의도에 정(+)*의 영향을 미칠 것이다.*

3.2 부정감정(두려움, 경쟁심)

Empson(2001)의 주장처럼, 개인들은 가치 있는 지식을 공유한 후 그 대가인 보답을 받지 못하고 이용당하는 것에 대해 두려워할 것이며, 이러한 개인들의 고유한 가치 상실에 대한 두려움(fear of losing one's unique value)이 지식공유에 대한 주요한 장애요인(Renzl, B., 2008)으로 밝혀짐에 따라, 지식공유의 결과로 기대되는 개인적 보상으로 인해 발생하는 경쟁상황에서, 지식은 개인들에게 있어 어떤 가치로 인식될 것으로 예상된다. 따라서 기업 내 구성원들도 자신이 경쟁의 도구로서 간직하는 지식을 타인과 공유하면 자신만의 가치가 상실될 것을 두려워할 것이다. 결국

이러한 지식공유에 대하여 개인들이 느끼는 두려움은 개인들의 지식 기여행위를 저해할 것이며, 반대로 이러한 두려움은 타인들을 경쟁상대로 인식하는 경쟁심을 더욱 자극시킬 것으로 예상되므로, 결국 두려움을 많이 느끼는 개인들일수록 타인이 공유한 지식을 더욱 활용하려할 것으로 예상된다. 따라서 두려움과 지식공유 의도에 대하여 다음과 같은 가설을 제시한다.

가설 4(a). 두려움은 개인들의 지식 기여의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

가설 4(b). 두려움은 개인들의 지식 활용의도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

또한 경쟁심(sense of rivalry)은 타인과의 경쟁에서 승리하려고 하거나 조직에서 최고가 되고자 하는 개인적 욕구와 관련이 있으므로, 지식공유의 결과가 승진이나 인센티브와 같은 외재적 보상과 관계가 있다면 기업 구성원들은 그러한 보상에 대한 경쟁심을 갖게 될 것이다. 이러한 경쟁심은 자신의 지식을 타인들과 공유하고자 하는 개인들의 지식공유 의도, 특히 지식의 기여의도에 저해요인이 될 것이다. David C. McClelland(1997)에 의하면 영향력을 행사하여 타인을 통제하고자하는 권력욕구가 큰 사람들일수록 더 경쟁적이므로, 그들은 효과적인 성과보다는 타인에 대한 영향력이나 명성을 얻는 데 더 많은 관심을 나타낼 것으로 예측된다. 이러한 속성과 관련하여 경쟁심을 강하게 느끼는 개인들일수록 보상기대에 따라 자신의 지식을 타인에게 제공하지 않으려 할 뿐만 아니라, 타인들이 공유한 지식을 더욱 활용하려할 것으로 예상된다. 결국, 잠재적 경쟁이 예상되는 가상의 지식공유 커뮤니티에서 개인들은 궁극적으로 경쟁에서 이기는 것이 주목적이라고 볼 수 있으므로, 경쟁심을 강하게 인식하는 개인일수록 자발적 지식기여 행위는 감소할 것이며, 역으로 타인보다 더 많은 지식을 찾고자 할 것

으로 예상된다. 따라서 경쟁심과 지식공유 의도에 대하여 다음과 같은 가설을 제시한다.

가설 5(a). 경쟁심은 개인들의 지식 기여의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

가설 5(b). 경쟁심은 개인들의 지식 활용의도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

3.3 기대심리 (노력기대, 성과기대)

모바일 서비스와 웹기반 응용프로그램의 수용과 사용의도를 설명하는 통합기술수용이론의 주요 개념들 중 지식공유 행위나 행위의도와 관련하여 노력기대(effort expectancy)와 성과기대(performance expectancy)를 고려할 수 있다. 이는 최근 개인들의 지식공유 활동이 주로 온라인상의 커뮤니티에서 주로 이루어지며, 그러한 개인들이 온라인 커뮤니티 플랫폼을 수용하고 사용하는 것은 부분적으로 통합기술수용이론(UTAUT)을 통해 설명할 수 있기 때문이다 (Venkatesh et al., 2003).

노력기대(effort expectancy)는 시스템의 사용과 관련된 용이성의 정도 즉, 시스템 이용자가 시스템을 사용하는데 있어 노력이 들지 않는다고 믿는 정도를 설명한다. 개인들이 온라인 지식공유 커뮤니티라는 가상의 시스템을 이용하여 지식을 공유하는데 있어 노력이 들지 않는다고 믿는 정도가 크다면, 그러한 개인들은 온라인 지식공유 커뮤니티에서 활발하게 자신의 지식을 제공하거나 제공하고자 할 것이다. 마찬가지로 그러한 상황에서는 타인의 지식을 활용하거나 활용하고자할 가능성 역시 클 것으로 예상된다.

한편, 성과기대(performance expectancy)는 시스템 사용이 자신들의 업무성과 향상에 도움이 될 것이라고 개인들이 믿는 정도를 설명한다. 이 역시 지식공유를 위해 개인들이 온라인상의 시스템인 가상의 커뮤니티를 사용하는 것과 관련이 있는데 즉, 개인들이

온라인 지식공유 커뮤니티라는 가상의 시스템을 이용하여 타인의 지식을 활용하는데 있어 그러한 시스템 사용이 자신의 목적 달성과 성과에 도움이 될 것이라고 믿는 정도가 크다면, 개인들은 온라인 지식공유 커뮤니티에서 활발하게 타인의 지식을 활용하거나 활용하고자 할 것이다. 그러나 지식의 기여(contribution) 관점에서 성과기대에 대한 연구는 많지 않는 것 같다.

따라서 본 연구에서는 특정 목적을 위한 지식공유 행위와 관련하여 개인들이 사용하는 온라인 시스템 사용에 대한 기대심(노력기대, 성과기대)은 타인들과의 지식공유 행위나 행위의도에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상하고, 노력기대와 성과기대 및 지식공유의도에 대하여 다음과 같은 가설을 제시한다.

가설 6(a). 노력기대는 개인들의 지식 기여의도에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

가설 6(b). 노력기대는 개인들의 지식 활용의도에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

가설 7(a). 성과기대는 개인들의 지식 기여의도에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

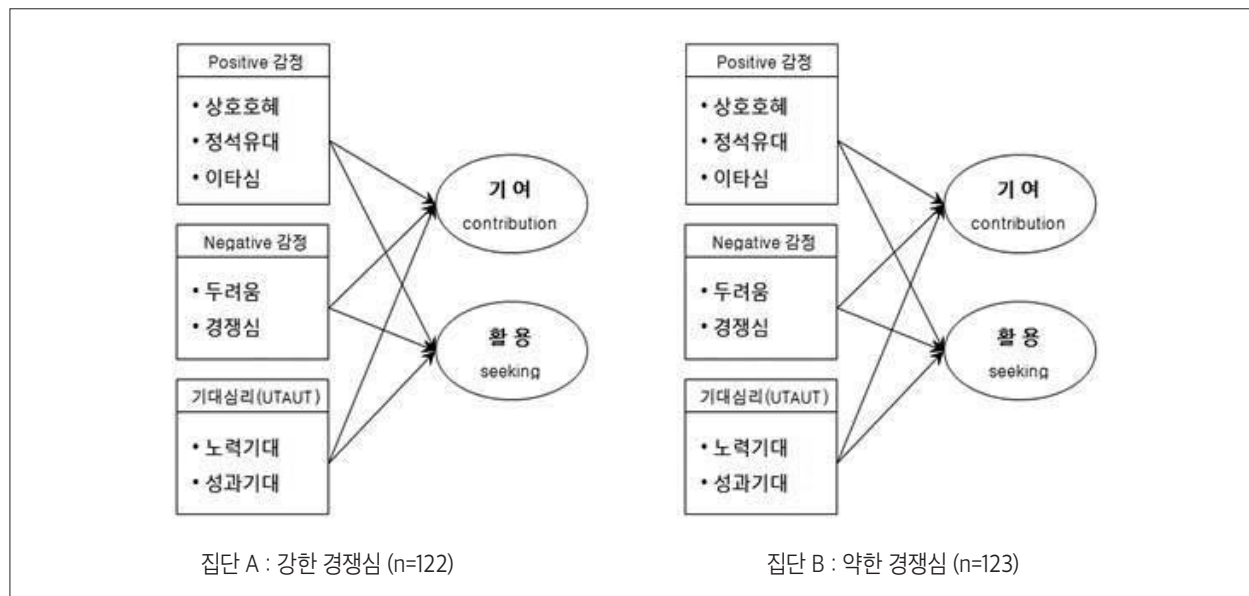
가설 7(b). 성과기대는 개인들의 지식 활용의도에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

이상의 논의와 가설을 통해 제시하는 본 연구의 연구모형은 <그림 1>과 같다.

4. 실증 분석

4.1 연구방법 및 자료수집

본 연구의 목적은 지식공유 행위에 따른 보상과 관련하여 기업 구성원 간에 경쟁적 상황이 존재할 것이라는 시각에서, 먼저 개인들이 지각하는 경쟁심(sense of rivalry)이 지식공유 의도에 실제로 영향을 미치는지를 살펴보고, 기업 내 구성원들의 지식공유 활동의 저해요인과 촉진요인으로써 부정감정과 긍정감정 및 기대심리를 파악하는데 있다. 나아가 개인들의 지식공유 의도가 경쟁심에 의해 영향을 받는다면 그러한 경쟁심을 지각하는 강도 차이에 따라 지식공유 의도의 영향 요인들에도 차이가 있는지를 밝혀보고자 하며,



<그림 1> 전체 표본에 대한 연구모형

더불어 개인들의 지식공유 의도에 영향을 미치는 요인들이 각각 기여와 활용 의도에 따라 어떤 차이가 있는지도 살펴보고자 한다. 이를 위해 시험관련 정보나 학습노하우 등의 지식공유를 목적으로 인터넷 포털사이트에서 카페나 블로그 형태로 운영되는 온라인 지식공유 커뮤니티의 회원들을 실험의 대상으로 하였다. 이들은 동일한 시험을 준비하는 경쟁관계이면서도 서로의 정보나 지식을 공유한다는 관점에서 기업 구성원들의 지식공유 상황과 매우 유사하다고 볼 수 있기 때문이다.

본 연구에서는 첫 번째 연구문제를 해결하기 위해, 전체 표본에 대하여 개인들이 느끼는 감정요인 중 경쟁심(sense of rivalry)을 변수로 투입하여 그 유의성을 살펴보고자 한다. 두 번째 연구문제를 해결하기 위해, 선행연구로부터 개인들의 지식공유 행위나 의도에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 기대되는 개인들의 감정요인으로 상호호혜감(sense of reciprocity), 정서적 유대(emotional connection), 이타심(altruism)을 도출하였고, 반대로 부정적인 영향을 미칠 것으로 기대되는 감정요인으로 경쟁심(sense of rivalry), 두려움(fear to lose one's unique value)을 도출하여 각각 이러한 요인들을 투입하여 분석하고자 한다. 또한 최근 대부분의 지식공유 현상이 온라인상의 가상 커뮤니티 플랫폼을 이용하여 이루어진다는 점을 고려하여, 통합기술수용이론(UTAUT)으로부터 개인들이 온라인 시스템 사용을 통한 지식공유 행위가 용이하다고 믿는 정도인 노력기대(effort expectancy) 요인과, 온라인 시스템 사용에 따른 결과가 자신의 성과나 목적 달성에 도움이 될 것이라고 믿는 성과기대(performance expectancy) 요인을 도출하여 개인간의 지식공유 행위요인의 측정 변수로 고려하고자 한다. 세 번째 연구문제를 해결하기 위해, 측정된 경쟁심(sense of rivalry) 변수의 결과치를 강도에 따라 2개의 집단으로 분류하여 분석하고자 한다. 네 번째 연

구문제를 해결하기 위해, 지식의 기여행위와 함께 지식의 활용행위의 영향 요인을 구분하여 밝혀내는 것은 지식공유 활동에 대한 전반적 이해에 큰 도움이 될 수 있다는 정재현 등(2009)의 주장에 따라, 개인들의 지식공유 의도를 지식의 기여의도와 활용의도로 구분하여 분석결과를 확인해보고자 한다.

본 연구에서는 자료 수집을 위해 설문조사법을 사용하였다. 설문지는 선행연구를 토대로 만들어졌으며, 설문대상들이 용어를 정확히 이해하도록 최종 설문지의 서두에 각 측정항목에 대한 용어의 정의를 첨부하였다. 설문은 2014년 1월 현재, 채용시험 정보나 노하우 공유를 목적으로 운영되는 온라인 카페나 블로그에서 회원으로 활동 중인 수험생들을 대상으로 이루어졌다. 이들은 주로 국가 및 지방 공무원 채용시험이나, 한국도로공사 등과 같은 정부출자 법인기업에 입사하기 위해 각종 공개경쟁 채용시험을 준비하는 만 20세 이상의 성인들이다.

설문은 2014년 1월 6일부터 1개월간 집합조사를 통해 실시되었다. 집합조사는 서울 동작구 노량진동과 동대문구 신설동에 위치한 고시학원들에서 4회에 걸쳐 실시되었다. 정확한 설문답변을 확보하기 위해 질문지 배포 후 본 설문의 중요성, 용어에 대한 정의, 설문진행방식 및 주의사항을 상세하게 설명하였다. 설문지는 4회에 걸쳐 총 310부를 배부하여 302부가 회수되었다. 그 중에서 불성실 응답으로 분석 자료로서의 가치가 떨어질 것이라고 판단되는 설문지 44부를 제외한 남은 258부가 최종 분석에 사용되었다.

설문응답자의 활동 중인 온라인 커뮤니티에 대한 분석결과 응답자들은 대부분 인터넷 포털사이트인 Naver나 Daum에서 개설된 특수 목적의 온라인 Cafe 기반의 커뮤니티를 중심으로 주로 활동을 하고 있는 것으로 나타났다. 응답자들 중 일부는 유사한 성격의 커뮤니티에서 중복하여 활동하는 것으로 나타났다. 따라서 일반적인 정보와 구분되는 실질적인 지식

의 공유 여부를 측정하기 위해 인터넷 포털사이트의 지식서비스(Naver 지식인, Daum 지식검색 등)에서의 활동 경험만 가진 대상자들은 설문대상에서 제외하였다. 따라서 본 설문데이터는 연구목적에 부합하다고 할 수 있다. 본 연구의 분석에 사용된 설문응답자의 인구통계학적 분포와 현재 활동 중인 주요 온라인 지식공유 커뮤니티에 대한 빈도분석 결과는 다음 <표 1>과 같다.

<표 1> 설문응답자의 인구통계학적 특성

구분		표본수(명)	비율(%)
성 별	남성	188	72.9
	여성	70	27.1
	(소계)	258	100
연 령	20세 미만	1	0.4
	20~29세	227	88
	30~39세	28	10.9
	40세 이상	2	0.8
	(소계)	258	100
학 력	고졸 이하	20	7.8
	대학 재학	48	18.6
	대학 졸업	189	73.3
	대학원이상	1	0.4
	(소계)	258	100
활 동 기 간	1년 미만	136	52.7
	1~2년	69	26.7
	2~3년	32	12.4
	3~4년	8	3.1
	4년 이상	13	5.1
	(소계)	258	194.9

4.2 표본의 특성

본 연구에서 이들을 설문대상으로 선정한 것은 표본의 특성이 본 연구의 목적에 부합되기 때문이다. 본 연구에서는 지식공유 행위에 따른 보상과 관련하여 기업 구성원 간에 경쟁상황이 존재할 것이라는 시각에서, 개인들이 지각하는 경쟁심이 지식공유 의도에 실제로 영향을 미치는지를 살펴보고 있다. 그러므로

사실상 합격이라는 보상을 위해 서로 경쟁관계이지만 자발적으로 중요한 자신의 학습비결이나 채용정보를 공유하는 이러한 수험생들은 기업 구성원들과 매우 유사한 특성을 가지고 있다.

최근 심각한 고용불안정과 취업난으로 많은 청년들이 기업체 채용보다는 상대적으로 안정된 공무원이나 공공기관 채용 선호하고 있다. 이로 인해 청년들 사이에서는 일명 고시열풍이 불고 있다. 이와 관련하여 카페나 블로그 형태로 회원들 간에 국가고시나 공공기관 채용시험과 관련된 정보나 합격 노하우를 공유하는 온라인 지식공유 커뮤니티들을 인터넷 포털사이트 등에서 쉽게 찾아 볼 수 있다. 현재 운영 중인 대표적인 커뮤니티로 ‘9꿈사’ 다움카페(Daum Cafe)는 ‘9급 공무원을 꿈꾸는 사람들’이라는 의미로 회원수가 57만 명에 이른다. 뿐만 아니라 ‘공준모(공공기관을 준비하는 사람들의 모임)’ 카페에도 현재 33만 명의 회원들이 활동을 하고 있다. 네이버 카페(Naver Cafe)의 경우에도 38만 명의 회원들로 운영되는 ‘공수모(공무원시험 수험생 모임)’ 카페가 있다. 이러한 커뮤니티에 가입된 회원들은 대체로 동일시험에 중복 응시하게 되므로 사실상 경쟁관계이다. 실제로 언론에 보도되는 국가고시나 공공기관 공개경쟁 채용시험의 경쟁률은 상상을 초월할 정도로 높다. 그런데 회원들은 채용시험의 당락을 결정할 수도 있는 매우 중요한 정보나 지식 또는 노하우를 공유한다. 예를 들어, 최근 수년 동안 공개되지 않았던 출제시험 족보나, 특정과목이나 특정기관의 시험에 정통한 유명강사정보 또는 출제경향 및 고득점 비법 등과 같은 것들이다. 이러한 정보나 지식 또는 노하우들은 이기적 측면에서 어쩌면 타인과 공유하기 꺼려지는 것들일 수 있다. 그럼에도 불구하고 회원들은 자발적으로 소중한 자신만의 지식이나 노하우를 거리낌 없이 타 회원들과 공유한다. 이러한 현상은 최근 기업들이 사업전략이나 문제해결 등을 위해 지식이나 노하우를 공유하고 지속적인 상호작

용과 학습활동을 하도록 전략적으로 운영하는 전략적 실행공동체(CoP)의 지식공유 상황과 매우 유사하다. 따라서 경쟁적 관점에서 이러한 채용시험관련 온라인 지식공유 커뮤니티 회원들을 대상으로 기업 내 구성원들의 지식공유 상황을 가정해보는 것은 매우 흥미로운 연구라 할 수 있다.

4.3 측정도구의 개발 및 변수의 조작적 정의

설문조사법으로 연구모형과 가설을 검증하기 위해 사용된 각 변수들의 조작적 정의와 측정항목 및 관련 문헌을 정리한 내용을 요약하면 <표 2>에서 제시하는 바와 같다.

<표 2> 조작적정의 및 측정항목

변수	조작적 정의	측정 항목	관련문헌 응용
상호 호혜감	내가 타인을 도우면, 타인도 나를 도울 것이라고 믿는 정도	1. 내가 질문에 답변하면 타인도 내 질문에 답할 것임 2. 내가 지식을 공유하면 타인도 지식을 공유할 것임 3. 회원들은 서로 호혜적으로 활동을 한다고 생각함	7점 척도 Constant et al.(1996) Wasko & Faraj(2005)
정서 유대감	회원들 간에 정신적 유대관계와 동료 의식을 느끼는 정도	1. 회원들과 공통된 문제에 관심을 가지고 있음 2. 회원들로부터 동료의식을 느낌 3. 회원들과 좋은 유대관계를 맺고 있다고 생각함 4. 가입한 커뮤니티에서 가능한 오래 활동하고 싶음	7점 척도 McMillan&Chavis(1986) Davidson & Cotter(1993)
이타심	대가를 기대하지 않고 타인의 행복을 증진하고자 하는 정도	1. 타인을 돕는 것이 즐거움 2. 지식 제공으로 문제에 처한 타인을 도울 수 있음 3. 커뮤니티에서 다른 회원들을 돕는 것이 즐거움	7점 척도 Hsu & Lin(2008)
두려움	대가없이 자신의 가치 있는 지식을 제공하는 것에 불안해하는 정도	1. 지식을 공유하면, 나의 지위를 잃을까봐 두려움 2. 지식을 공유하더라도, 별로 얻는 게 없을 것임 3. 지식을 공유한다면, 유리한 지식을 잃을 것임 4. 지식공유는 나의 어떤 권한(권력) 상실을 의미함	7점 척도 Renzl, B.(2008)
경쟁심	지식공유의 대상인 타인을 경쟁 관계로 인식하는 정도	1. 회원들은 나의 잠재적 경쟁자임 2. 회원들은 나와 경쟁자가 될 수도 있음 3. 회원들은 암묵적으로 경쟁을 한다고 생각함 4. 회원들도 나를 경쟁자로 인식할 것임 5. 회원들이 경쟁자로 인식될 때 지식공유가 꺼려짐	7점 척도 Dijkstra & Buunk(2002)
노력 기대	개인들이 지식공유 행위가 용이하다고 믿는 정도	1. 지식공유 행위가 쉬움 2. 지식공유에 시간이 오래 걸리지 않음 3. 지식을 입력하는데 노력이 많이 들지 않음 4. 지식을 찾는데 시간이 오래 걸리지 않음 5. 지식을 검색하는데 노력이 많이 들지 않음	7점 척도 Venkatesh et al.(2003) Davis et al.(1989) Kankanhalli et al.(2005)
성과 기대	지식을 공유하면 자신의 성과나 목표에 도움이 될 것이라고 믿는 정도	1. 지식을 공유하면, 존경과 인정을 받게 될 것임 2. 지식을 공유하면, 많은 회원들과 친구가 될 것임 3. 지식을 공유하면, 신뢰를 인정받을 것임 4. 지식을 공유하면, 회원들 간의 관계가 좋아질 것임 5. 지식을 공유하면, 더 많은 도움을 보답 받을 것임	7점 척도 Compeau&Higgins(1999)
기여 의도	지식공유를 위해 자신의 지식을 제공하고자하는 정도	1. 향후 지식을 계속 제공할 것임 2. 다음 달에도 지식을 계속 제공할 것임 3. 가능하다면 지식을 계속 제공하고 싶음	7점 척도 He & Wei(2006) 정재현 등(2009)
활용 의도	지식 활용을 목적으로 지식을 탐색하고자 하는 정도	1. 향후 지식을 계속 찾아 활용할 것임 2. 다음 달에도 지식을 계속 찾아 활용할 것임 3. 가능하다면 지식을 계속 찾고 활용하고 싶음	

5. 분석 및 연구결과

수집된 데이터는 SPSS 통계패키지를 이용하여 처리하였다. 변수의 신뢰도와 타당도 검증을 위해 Cronbach's alpha값 분석과 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 실시하였다. 독립변인인 개인들의 감정요인들(부정감정, 긍정감정, 및 기대심리)과 종속변인인 개인들의 지식공유의도 간의 인과관계와 제시된 가설을 검증하기 위해 각각의 종속변인에 대하여 다중회귀분석(multiple regression analysis)을 실시하였다.

5.1 측정도구의 타당성과 신뢰성 검증

전체표본(n=258)의 측정변수는 척도 순화과정을 통하여 일부항목을 제거한 후, 타당성을 검증하기 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. 긍정감정요인, 부정감정요인, 기대심리요인 및 종속변인에 대하여 전체 9개 변수를 하나의 요인으로 묶어 실행하였다. 그리고 개인들이 지각하는 경쟁심이 지식공유 의도에 실제로 영향을 미치는지를 파악하기 위해 측정된 경쟁심(sense of rivalry)의 변수계산 결과치의 중앙값(median)을 기준으로 강도에 따라 2개 집단으로 구분하였다. 그 결과 변수 중앙값은 4.4로 계산되었으며, 여기에 해당되는 표본(n=13)은 제거하였다. 최종적으로 경쟁심을 강하게 인식하는 집단(n=122)과, 상대적으로 경쟁심을 약하게 인식하는 집단(n=123)으로 분리되었다.

타당도분석은 모든 측정변수에 대한 구성요인 추출을 위해 주성분분석(principle component analysis)을 사용하였으며, 요인적재치의 단순화를 위하여 직교회전방식(varimax)을 채택하였다. 요인적재치는 각 변수와 요인간의 상관관계의 정도를 나타내는데, 각 변수들은 요인적재치가 가장 높은 요인에 속하게 된다. 또한 고유값은 특정 요인에 적재된 모든 변수의 적재

량을 제공하여 합한 값으로, 특정 요인과 관련된 표준화된 분산(standardized variance)을 가리킨다. 일반적으로 사회과학분야에서 요인과 문항의 선택기준은 고유값(eigen value) 1.0 이상, 요인적재치 0.40 이상이면 유의한 변수로 간주하며 0.50 이상이면 매우 중요한 변수로 본다. 본 연구에서는 변수에 대한 측정개념의 정확도를 높이기 위해 요인적재치 0.60 이상을 기준으로 하였다.

측정도구의 신뢰도는 Cronbach's alpha 계수를 분석하였다. Cronbach's alpha 계수는 분석단위가 개인인 경우, 일반적으로 0.6 이상이면 신뢰도가 있는 것으로 판단하며, 0.7 이상이면 신뢰도가 높다고 할 수 있는데(Nunnally & Bernstein, 1994), 분석결과, 전체 표본(n=258)에 대해 경쟁심(.989), 노력기대(.966), 결과기대(.928), 정서유대(.974), 두려움(.963), 상호호혜감(.957), 활용의도(.967), 기여의도(.975), 이타심(.900)으로 모든 측정변수들의 Cronbach's alpha값이 0.7 이상으로 나와 전체적으로 신뢰도가 높음으로 판단되었다. 결론적으로 연구변수들의 타당도와 신뢰도는 모두 높거나 신뢰할만한 것으로 판단되었다.

독립변수가 2개 이상인 다중회귀분석의 경우 다중공선성(multicollinearity) 문제가 발생할 수 있는데, 일반적으로 상관계수가 0.8 이상이면 다중공선성이 있는 것으로 판단되며, 상관계수가 0.4 이상이면 상관관계가 다소 높다고 예상되므로, 다중공선성 위협에 대한 보다 정밀한 검증이 요구된다. 실제로 연구모형을 구성하는 주요 설명변수들 간의 상관관계 분석결과, 0.4 이상의 상관관계계수를 나타내는 변수(정서유대-상호호혜감, 기여의도-성호호혜감, 기여의도-정서유대)가 존재하였다. 따라서 보다 정밀한 다중공선성을 검증하기 위해 변수들의 분산팽창요인(VIF) 값을 검토하였다. 일반적으로 분산팽창요인 값이 기준치 10을 넘지 않으면 다중공선성의 위협은 낮은 것으로 판단한다(Hair, Anderson, Tatham & Black, 1998). 본

연구의 다중회귀분석에 따른 분산팽창요인(VIF) 값의 검토 결과, 모두 일반적인 기준치인 10을 넘지 않으므로 다중공선성의 위험은 낮은 것으로 판단된다.

그리고 사후검증으로 Harmon의 단일요인검증(single-factor test)을 실시하였다. 이 방법은 Podsakoff & Organ(1986)이 제시한 방법으로, 공통방법편의(common method bias; CMB)가 심각하게 되면 모든 변수들을 대상으로 한 요인분석에서 고유치

(eigen value)가 1 이상인 요인이 한 개만 도출되거나, 또는 여러 개의 요인이 도출될지라도 그 설명력이 한 요인에 집중된다는 것이다(Podsakoff et al., 2003; 서재현, 2008). 사후 검증을 통하여 11개 요인이 도출되었으며, 그 설명력도 26.264 %에 그치고 있어 공통방법편의(common method bias; CMB)에 의한 오류는 심각하지 않거나 없는 것으로 고려된다. 각각의 분석결과는 <표 3> ~ <표 5>와 같다.

<표 3> 타당도와 신뢰도 분석결과

항목	성분									Cronbach의 알파
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
경쟁심4	.975									.989
경쟁심1	.975									
경쟁심2	.971									
경쟁심3	.97									
경쟁심5	.969									
노력기대4		.926								.966
노력기대2		.913								
노력기대3		.903								
노력기대5		.902								
노력기대1		.899								
결과기대4			.870							.928
결과기대1			.848							
결과기대3			.847							
결과기대5			.819							
결과기대2			.793							
정서유대2				.887						.974
정서유대3				.872						
정서유대1				.860						
정서유대4				.841						
두려움2					.945					.963
두려움3					.941					
두려움4					.923					
두려움1					.899					
상호호혜감2						.877				.957
상호호혜감1						.856				
상호호혜감3						.849				
활용의도3							.903			.967
활용의도1							.897			
활용의도2							.895			
기여의도2								.864		.975
기여의도3								.849		
기여의도1								.804		
이타심1									.935	.900
이타심3									.935	
이타심2									.851	
고유치 (eigen value)	4.839	4.554	4.063	3.761	3.684	2.752	2.716	2.604	2.554	-
분산누적(% (누적분산%))	13.826 (13.826)	13.011 (26.837)	11.609 (38.446)	10.745 (49.191)	10.526 (59.717)	7.862 (67.579)	7.759 (75.338)	7.439 (82.777)	7.297 (90.074)	

<표 4> 상관관계 분석결과

변수	상호호혜	정서유대	이타심	두려움	경쟁심	노력기대	결과기대	기여의도	활용의도
상호호혜	1								
정서유대	.575**	1							
이타심	.180**	.115	1						
두려움	.139*	.311**	.041	1					
경쟁심	.058	.068	-.044	.219**	1				
노력기대	.300**	.306**	.006	-.042	.011	1			
결과기대	.312**	.386**	.077	.139*	.074	.360**	1		
기여의도	.612**	.622**	.132*	.183**	.079	.334**	.346**	1	
활용의도	.211**	.292**	.149*	-.023	.164**	.303**	.473**	.321**	1

주) *. p < 0.05 ** . p < 0.01

<표 5> 측정항목의 CMB 분석결과

성분	회전 제곱합 적재값		
	고유값	합계	분산%
1	10.357	9.192	26.264
2	5.237	5.471	15.632
3	4.077	4.128	11.794
4	2.917	2.445	6.986
5	2.783	2.618	7.48
6	2.259	1.449	4.141
7	1.595	2.074	5.925
8	1.258	1.309	3.74
9	1.044	1.703	4.864

5.2 가설검증과 분석결과

분석은 1차로 전체표본에 대해 다중회귀분석을 실시하였고, 2차로 개인들이 지각하는 경쟁심의 강도 차이에 따라 영향요인에도 차이가 있는지를 밝히기 위해, 강한 경쟁심 집단(n=122)과 약한 경쟁심 집단(n=123)으로 분리하여, 각각에 대하여 다중회귀분석을 실시하였다.

5.2.1 전체집단 분석결과

1차로 전체집단에 대한 분석결과, 기여의도에 대한 검증에서 상호호혜감, 정서유대, 노력기대가 통계적으로 유의하여 3개의 가설이 채택되었으며, 활용의도에 대해에서 정서유대, 이타심, 두려움, 경쟁심, 노력기대, 성과기대가 통계적으로 유의하였으나, 이중 두려움의 경우 제시된 가설과 반대 방향으로 유의하여, 5개의 가설만 채택되었다. 기여의도의 경우 7개 요인에 의해 49.9%의 설명력(Adjusted R²)을 나타냈으며, 활용의도의 경우 28.3%의 설명력(Adjusted R²)을 보여주었다.

5.2.2 경쟁심 강도별 분석결과

2차로 경쟁심 강도에 따른 집단별 분석결과, 강한 경쟁심 집단(n=122)에 대하여, 기여의도를 검증한 결과, 전체 7개 요인 중, 상호호혜감, 정서유대 및 노력기대만이 유의하여, 3개의 가설이 채택되었으며, 활용의도

의 검증 결과, 전체 7개 요인 중, 경쟁심 하나만 유의하여, 최종 1개의 가설만 채택되었다. 기여의도의 경우 7개 요인에 의해 55.4%의 설명력을,, 활용의도의 경우 7개 요인에 의해 28.8%의 설명력을 보여주었다.

반면 약한 경쟁심 집단(n=123)에 대하여, 기여의도를 검증한 결과, 전체 7개 요인 중, 상호호혜감과 정서유대만이 유의하여 2개의 가설이 채택되었으며, 활용의도의 검증결과, 전체 7개 요인 중 정서유대, 경쟁심, 노력기대, 성과기대와 같이 모두 4개의 요인이 유의하였으나, 경쟁심의 경우 제시된 가설과 반대 방향으로 유의하여, 결국 최종 3개의 가설만 채택되었다. 기여의도의 경우 7개 요인에 의해 42.4%의 설명력을 나타냈으며, 활용의도의 경우 7개 요인에 의해 42.4%의 설명력을 보여주었다.

이상의 분석결과는 <표 6-1> ~ <표 8-2>에서 제시하는 바와 같다.

5.3 결과 논의

본 연구의 분석결과, 채용시험관련 온라인 지식공유 커뮤니티 회원들 전체의 지식의 기여의도는 긍정감정요인 중 상호호혜감과 정서유대의 영향을 가장 많이 받는 것으로 나타났으며, 기대심리요인 중에서는 노력기대의 영향을 가장 많이 받는 것으로 나타났다. 이에 반해 지식의 활용의도는 긍정감정요인 중 정서유대와

<표 6-1> 회귀분석결과 : 전체집단(n=258)의 기여의도

모형	비표준화계수		표준화계수	t	유의확률	공선성통계량		가설검증	
	B	표준오차	베타			공차	VIF		
1	(상수)	-.467	.506		-.923	.357			
	상호호혜	.401	.064	.350	6.217	.000**	.633	1.580	가설 1(a) 채택
	정서유대	.353	.058	.361	6.055	.000**	.565	1.770	가설 2(a) 채택
	이타심	.043	.083	.023	.513	.608	.960	1.042	가설 3(a) 기각
	두려움	.012	.051	.011	.229	.819	.840	1.191	가설 4(a) 기각
	경쟁심	.026	.043	.027	.594	.553	.945	1.058	가설 5(a) 기각
	노력기대	.124	.063	.099	1.973	.050*	.800	1.250	가설 6(a) 채택
	성과기대	.079	.071	.057	1.114	.267	.775	1.290	가설 7(a) 기각

R=.706a, R²=.499, Adjusted R²=.485, 추정값의 표준오차=.99065, Durbin-Watson=1.904
 *. p < 0.05 ** p < 0.01

<표 6-2> 회귀분석결과 : 전체집단(n=258)의 활용의도

모형	비표준화계수		표준화계수	t	유의확률	공선성통계량		가설검증	
	B	표준오차	베타			공차	VIF		
1	(상수)	1.266	.473		2.673	.008			
	상호호혜	-.041	.060	-.045	-6.82	.496	.633	1.580	가설 1(b) 기각
	정서유대	.121	.055	.155	2.209	.028*	.565	1.770	가설 2(b) 채택
	이타심	.177	.078	.123	2.279	.024*	.960	1.042	가설 3(b) 채택
	두려움	-.128	.048	-.154	-2.679	.008**	.840	1.191	가설 4(b) 기각
	경쟁심	.124	.040	.166	3.056	.002**	.945	1.058	가설 5(b) 채택
	노력기대	.123	.059	.123	2.082	.038*	.800	1.250	가설 6(b) 채택
	성과기대	.423	.066	.382	6.377	.000**	.775	1.290	가설 7(b) 채택

R=.550a, R²=.303, Adjusted R²=.283, 추정값의 표준오차=.92687, Durbin-Watson=2.031
 *. p < 0.05 ** p < 0.01

<표 7-1> 회귀분석결과 : 강한 경쟁심 집단(n=122)의 기여의도

모형	비표준화계수		표준화계수	t	유의확률	공선성통계량		가설검증	
	B	표준오차	베타			공차	VIF		
1	(상수)	-1.692	.967		-1.750	.083			
	상호호혜	.432	.084	.406	5.110	.000**	.583	1.714	가설 1(a) 채택
	정서유대	.380	.081	.374	4.690	.000**	.581	1.722	가설 2(a) 채택
	이타심	.121	.107	.074	1.125	.263	.850	1.176	가설 3(a) 기각
	두려움	-.113	.068	-.117	-1.669	.098	.751	1.332	가설 4(a) 기각
	경쟁심	.189	.160	.076	1.185	.238	.886	1.128	가설 5(a) 기각
	노력기대	.186	.085	.152	2.204	.030*	.774	1.293	가설 6(a) 채택
	성과기대	.058	.103	.041	.567	.572	.715	1.398	가설 7(a) 기각

R=.761a, R²=.579, Adjusted R²=.554, 추정값의 표준오차=.89664, Durbin-Watson=1.816
 *. p < 0.05 ** p < 0.01

<표 7-2> 회귀분석결과 : 강한 경쟁심 집단(n=122)의 활용의도

모형	비표준화계수		표준화계수	t	유의확률	공선성통계량		가설검증	
	B	표준오차	베타			공차	VIF		
1	(상수)	-.316	.813		-.389	.698			
	상호호혜	.079	.071	.112	1.116	.267	.583	1.714	가설 1(b) 기각
	정서유대	.097	.068	.142	1.415	.160	.581	1.722	가설 2(b) 기각
	이타심	.061	.090	.056	.671	.504	.850	1.176	가설 3(b) 기각
	두려움	-.093	.057	-.144	-1.622	.108	.751	1.332	가설 4(b) 기각
	경쟁심	.849	.134	.515	6.317	.000**	.886	1.128	가설 5(b) 채택
	노력기대	-.008	.071	-.010	-.109	.913	.774	1.293	가설 6(b) 기각
	성과기대	.088	.086	.092	1.018	.311	.715	1.398	가설 7(b) 기각

R=.574a, R²=.329, Adjusted R²=.288, 추정값의 표준오차=.75406, Durbin-Watson=1.956
 *. p < 0.05 ** p < 0.01

<표 8-1> 회귀분석결과 : 약한 경쟁심 집단(n=123)의 기여의도

모형	비표준화계수		표준화계수	t	유의확률	공선성통계량		가설검증	
	B	표준오차	베타			공차	VIF		
1	(상수)	.031	1.031		.030	.976			
	상호호혜	.326	.105	.268	3.097	.002**	.632	1.582	가설 1(a) 채택
	정서유대	.382	.094	.400	4.073	.000**	.490	2.039	가설 2(a) 채택
	이타심	.071	.153	.035	.466	.642	.835	1.198	가설 3(a) 기각
	두려움	.161	.092	.137	1.750	.083	.766	1.305	가설 4(a) 기각
	경쟁심	-.073	.105	-.055	-.695	.488	.758	1.319	가설 5(a) 기각
	노력기대	.032	.102	.024	.314	.754	.784	1.276	가설 6(a) 기각
	성과기대	.055	.125	.037	.439	.661	.662	1.510	가설 7(a) 기각

R=.676a, R²=.457, Adjusted R²=.424, 추정값의 표준오차=1.09458, Durbin-Watson=1.762
 *. p < 0.05 ** p < 0.01

<표 8-2> 회귀분석결과 : 약한 경쟁심 집단(n=123)의 활용의도

모형	비표준화계수		표준화계수	t	유의확률	공선성통계량		가설검증	
	B	표준오차	베타			공차	VIF		
1	(상수)	1.399	.863		1.621	.108			
	상호호혜	-.042	.088	-.041	-.477	.634	.632	1.582	가설 1(b) 기각
	정서유대	.165	.079	.206	2.095	.038*	.490	2.039	가설 2(b) 채택
	이타심	.114	.128	.067	.891	.375	.835	1.198	가설 3(b) 기각
	두려움	-.096	.077	-.098	-1.242	.217	.766	1.305	가설 4(b) 기각
	경쟁심	-.186	.088	-.167	-2.112	.037*	.758	1.319	가설 5(b) 기각
	노력기대	.207	.086	.188	2.421	.017*	.784	1.276	가설 6(b) 채택
	성과기대	.485	.104	.392	4.641	.000**	.662	1.510	가설 7(b) 채택

R=.676a, R²=.457, Adjusted R²=.424, 추정값의 표준오차=.91665, Durbin-Watson=2.040
 *. p < 0.05 ** p < 0.01

이타심의 영향을 가장 많이 받는 것으로 나타났으며, 부정감정요인 중에서는 경쟁심의 영향을 가장 많이 받는 것으로 나타났고, 기대심리요인 중에서는 노력기대와 성과기대의 영향을 가장 많이 받는 것으로 나타났다.

그런데, 경쟁심을 강하게 인식하는 개인들의 지식의 기여의도는 긍정감정요인으로 상호호혜감과 정서유대에 의해, 기대감정요인으로 노력기대에 의해 주로 영향을 받는 것으로 나타났으며, 지식의 활용의도는 부정감정요인 중 경쟁심의 영향만 받는 것으로 나타났다. 반면, 경쟁심을 약하게 인식하는 개인들의 지식의 기여의도는 긍정감정요인으로는 경쟁심을 강하게 인식하는 개인들과 마찬가지로 상호호혜감과 정서유대의 영향을 주로 받는 것으로 나타났지만, 기대심리요인은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났고, 지식의 활용의도는 긍정감정요인으로 정서유대, 부정감정요인으로 경쟁심, 기대감정요인으로 노력기대 및 성과기대의 영향을 주로 받는 것으로 나타났다.

이러한 결과를 경쟁의식의 강도에 따라 직관적인 판단으로 비교해보면 다음과 같은 상황을 가정할 수 있을 것으로 고려된다. 즉, 온라인 커뮤니티라는 전자적 플랫폼을 이용하여 지식을 공유하는 개인들 중 경쟁의식이 약한 개인들은 지식을 기여하고자하는데 있어서, 그리고 경쟁의식이 강한 개인들은 지식을 활용하고자하는데 있어서, 시스템 사용을 통한 지식공유 행위가 용이하다고 기대하는 정도(노력기대)가 약하며, 시스템 사용에 따른 결과가 자신의 성과나 목적 달성에 도움이 될 것이라고 믿는 정도(성과기대)도 약한 것으로 예상된다. 또 다른 추가적인 가정은 경쟁의식이 강한 개인들은 경쟁의식이 약한 개인들에 비해 지식을 활용하고자하는데 있어서, 자신이 속한 조직에 대한 정서적 애착감정이나, 타인들로부터 인정을 받거나 조직에 유익하다고 느끼는 정도(정서유대)가 약한 것으로 예상된다. 이상의 분석결과는 경쟁강도에 따라 <표

9>와 같이 제시할 수 있으며, 본 연구에서 제시한 연구이슈와 관련하여 다음과 같이 설명할 수 있을 것이다.

<표 9> 경쟁 강도별 영향요인의 차이 비교

구분		전 체	경쟁 강	경쟁 약
기여의도	긍정감정	상호호혜(+) 정서유대(+)	상호호혜(+) 정서유대(+)	상호호혜(+) 정서유대(+)
	부정감정	-	-	-
	기대심리	노력기대(+)	노력기대(+)	-
활용의도	긍정감정	정서유대(+) 이타심(+)	-	정서유대(+)
	부정감정	두려움(-)* 경쟁심(+)	경쟁심(+)	경쟁심(+)*
	기대심리	노력기대(+) 성과기대(+)	-	노력기대(+) 성과기대(+)

* 표시는 가설과 반대방향으로 유의한 변수

첫 번째 연구이슈 즉, 기업 구성원의 지식공유 행위는 승진이나 인센티브 등의 보상과 관련하여 구성원 간에 경쟁적 상황이 존재할 것이라는 시각에서, 먼저 개인들이 지각하는 경쟁심(sense of rivalry)이 지식공유 의도에 실제로 영향을 미치는가?와 관련하여 경쟁심에 대한 본 연구의 가설 즉, 가설 5-a. '경쟁심은 개인들의 지식 기여의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.'와 가설 5-b. '경쟁심은 개인들의 지식 활용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.'에 대하여 가설 5-b.만 채택되었다. 이러한 결과를 통해 개인들이 지각하는 경쟁심(sense of rivalry)은 개인들의 지식공유 의도에 영향을 미치는 것은 하지만 지식의 기여의도 보다는 활용의도에 주로 영향을 미친다는 것을 알 수 있었다. 결국, 기업의 지식공유 활동과 관련하여, 구성원들 간에는 실제로 경쟁 상황이 존재할 것으로 예상되며, 또한 구성원들이 지각하는 이러한 경쟁심은 구성원들로부터 자신의 지식을 타인들에게 제공하는 것을 꺼려하지는 않으나 타인의 지식을 더욱 활용하려고 한다는 것을 알 수 있다. 이는 온라인 지식공유 커뮤니티

가 지식공유를 목적으로 하는 커뮤니티의 특성에 의한 것으로 한정지을 수도 있으나, 이러한 상황은 기업의 전략적 실행공동체(CoP) 내에서의 지식공유 상황과 유사할 것으로 기대된다. 그렇다면 지식공유 활동과 관련하여 기업의 입장에서 구성원들의 경쟁심이 지식의 기여행위에 대한 저해요인이 아니라 오히려 촉진요인으로 작용할 것으로 기대된다.

두 번째 연구이슈 즉, 기업 내 구성원들의 지식공유 활동의 저해요인과 촉진요인으로써 부정감정과 긍정감정 및 기대심리는 무엇인가?와 관련하여 본 연구에서는 저해요인을 측정하기 위해, 가설 1(b). '상호호혜감은 개인들의 지식 활용의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.', 가설 4(a). '두려움은 개인들의 지식 기여의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.', 및 가설 5(a). '경쟁심은 개인들의 지식 기여의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.'를 제시하였으며, 나머지 가설들은 촉진요인을 측정하기 위해 제시하였다. 전체 집단의 연구모형으로 한 가설검증 결과, 지식의 기여의도의 촉진요인으로는 긍정감정요인 중 상호호혜감(가설 1-a.)과 정서유대(가설 2-a.)가, 기대심리요인 중 노력기대(6-a)가 영향요인으로 나타났으며, 지식의 활용의도의 촉진요인으로는 긍정감정요인 중 정서유대(가설 2-b)와 이타심(3-b)이, 부정감정요인 중 경쟁심(5-b)이, 기대심리요인 중 노력기대(가설 6-b)와 성과기대(가설 7-b)가 영향요인으로 나타났다. 그러나 제시된 3개의 요인(긍정감정, 부정감정, 기대심리)들 중 지식공유 의도에 저해요인으로 나타난 변수는 없었다. 그런데 특이한 점은 가설 4(b). '두려움은 개인들의 지식 활용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.'의 결과와 관련하여, 제시된 가설과 역 방향으로 나타나 가설은 기각되었지만 통계상 유의(-.154, 0.01)한 변수로 확인되었다. 두려움과 관련하여 개인들은 가치 있는 지식을 공유한 후 그 대가인 보답을 거의 받지 못하고 이용만 당하는 것에 대해 두려워할 것(Empson, 2001)이며, 이러한 개인들의

고유한 가치 상실에 대한 두려움(fear of losing one's unique value)이 지식공유에 대한 주요한 장애요인(Renzl, B., 2008)으로 밝혀짐에 따라, 두려움은 개인들의 지식 기여의도의 저해요인이자, 반대로 활용의도의 촉진요인으로 가정하였다. 그러나 연구결과 지식공유와 관련하여 개인들의 두려움은 제시된 가설들을 입증하지 못하였으며, 오히려 개인들의 두려움은 지식 활용의도에도 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 지식공유와 관련하여 고유한 가치 상실에 대한 두려움(fear of losing one's unique value)이 타인의 지식도 활용하지 않으려는 의도에 영향을 미치는 것을 의미한다. 그런데 지식공유 상황에서 활용의도의 저해요인으로써 두려움(fear of losing one's unique value)에 대한 선행연구는 거의 없는 것으로 파악된다. 다만, 사회적 딜레마(social dilemma) 상황에서 개인들은 상호협력의 피해로부터 손실에 대한 불안감을 느끼므로(Hwang & Burgers, 1997), 두려움은 지식공유에 대한 주요한 장애요인(Empson, 2001)으로 작용할 것이고, 따라서 개인들이 협력적 관계 속에서 상실을 걱정하게 되면 개인들은 지식을 공유에 참가하지 않을 것(Renzl, B., 2008)이라는 주장을 근거로, 지식공유 행위와 관련하여 자신의 고유한 가치 상실을 두려워하는 개인들일수록 커뮤니티 내에서의 지식공유 행위 자체에 참가하지 않을 것으로 예상되므로, 결국, 활용행위 역시 고려하지 않을 것으로 고려된다.

세 번째 연구이슈 즉, 개인들의 지식공유 의도가 경쟁심에 의해 영향을 받는다면 그러한 경쟁심을 지각하는 강도 차이에 따라 지식공유 의도의 영향 요인들에도 차이가 있는가?와 관련하여 경쟁심이 강한 집단(n=122)에 대한 분석 결과, 지식의 기여의도에는 상호호혜감, 정서유대 및 노력기대만이 유의한 영향을 미쳤으며, 지식의 활용의도에는 경쟁심만이 유의한 것으로 나타났으며, 반면 경쟁심이 약한 집단(n=123)에 대

한 분석 결과, 지식의 기여의도에는 상호호혜감과 정서유대만이 유의한 영향을 미치는 것으로 조사되었으며, 지식의 활용의도에는 정서유대, 노력기대 및 성과기대만 유의한 것으로 나타났다. 따라서 지식공유 의도의 영향 요인은 개인들이 지각하는 경쟁심의 강도 차이에 따라 차이가 분명히 있는 것으로 밝혀졌다. 그런데, 경쟁심이 약한 집단(n=123)의 활용의도에서 경쟁심의 경우 제시된 가설과 역 방향으로 나타나 가설은 기각되었지만 통계상 유의(-.167, 0.05)한 변수로 확인되었다. 즉, 경쟁심은 개인들의 지식 활용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것(가설 5(b))으로 예상되었고, 그 결과 전체집단(n=258)이나 경쟁심이 강한 집단(n=122)에 대해서는 예상대로 가설이 채택되었다. 이러한 결과는 경쟁심이 강할수록 타인의 지식을 더 활용하려는 것으로 나타난 전체집단(n=258)이나 경쟁심이 강한 집단(n=122)과는 달리, 경쟁심이 약한 집단(n=123)의 개인들은 타인의 지식활용 행위 자체가 매우 소극적일 것으로 예측된다. 흥미로운 것은 개인들이 지각하는 경쟁심의 강도 차이에 따라 두 집단 간에는 차이가 분명히 있는 것으로 밝혀졌지만, 전체집단(n=258)이나 경쟁심이 강한 집단(n=122) 및 경쟁심이 약한 집단(n=123)의 공통점은 지식의 기여의도가 상호호혜감과 정서유대에 의해 모두 강하게 영향을 받는다는 점이다. 따라서 기업 구성원들의 지식기여 행위를 유도하는데 있어 상호호혜감과 정서유대는 주요 고려대상이라 할 수 있다.

네 번째 연구이슈 즉, 개인들의 지식공유 의도에 영향을 미치는 요인들은 기여(contribution)와 활용(seeking) 방향에 따라 어떤 차이가 있는가?와 관련하여 전체집단에 대한 분석결과, 지식의 기여의도에는 상호호혜감, 정서유대, 및 노력기대와 같이 3개 요인의 영향관계가 있으며, 지식의 활용의도에는 정서유대, 이타심, 두려움, 경쟁심, 노력기대 및 성과기대와 같이 6개 요인의 영향관계를 확인할 수 있었다. 이러한 결과

는 개인들의 지식공유 의도가 지식의 기여의도와 지식의 활용의도에 따라 크게 다르게 나타난다는 것을 알 수 있다. 정재원 등 (2009)은 지식공유와 관련된 대부분의 선행연구들은 지식흐름의 방향성을 지식기여 활동과 지식활용 활동으로 명확히 구분하지 않아, 유의미한 특정 변수에 대하여 지식기여 활동과 지식활용 활동에 대한 영향력의 차이를 설득력 있게 제시하지 못하는 경우가 많았으므로, 지식기여 및 지식활용 활동의 영향요인을 별도로 분석하여 두 연구모형의 결과를 비교하는 것은 의미가 크다고 주장하였다. 특히, 온라인 지식공유 커뮤니티의 경우 소수의 핵심 지식기여자와 다수의 일반 지식수혜자가 비대칭적으로 존재할 수밖에 없는데, 실제로 선행연구들은 지식공유의 의미를 대부분 지식의 기여 행위로만 축소하여 연구한 경우가 많았다고 주장한다. 결국, 본 연구의 결과에서도 이러한 주장과 관련하여 온라인 지식공유 커뮤니티에서의 개인들의 지식공유 의도는 기여의도와 활용의도에 따라 크게 차이가 있음을 확인하였으며, 이러한 결과는 향후 온라인 지식공유 커뮤니티에서의 개인들 간 지식공유 행위 및 행위의도에 대한 이해의 폭을 넓힐 뿐만 아니라 학문적 및 실무적으로 시사하는 바가 크다고 할 수 있다.

6. 결론

6.1 연구의 요약

본 연구에서는 지식공유 상황과 관련하여 기업 구성원들 간에 경쟁적 상황이 존재할 것이라는 시각에서, 먼저 개인들이 지각하는 경쟁심이 지식공유 의도에 실제로 영향을 미치는지를 살펴보고자 하였으며, 또한 기업 내 구성원들의 지식공유 활동의 저해요인과 촉진요인으로써 부정감정과 긍정감정 및 기대심리를 파악하고자 하였다. 나아가 개인들의 지식공유 의도에

영향을 미치는 경쟁심의 강도 차이에 따라 지식공유 의도의 영향 요인들에도 차이가 있는지를 밝혀보고자 하였으며, 더불어 개인들의 지식공유 의도는 기여의도와 활용의도의 방향에 따라 어떤 차이가 있는지를 살펴보고자 하였다. 이를 위하여 시험관련 정보나 학습 노하우 등의 지식공유를 목적으로 인터넷 포털사이트에서 카페나 블로그 형태로 운영되는 온라인 지식공유 커뮤니티의 회원들을 실험의 대상으로 하였다. 이는 커뮤니티 회원들이 동일 시험을 준비하는 경쟁관계 이면서도 서로의 정보나 지식을 공유한다는 관점에서 기업 내 구성원들의 지식공유 상황과 매우 유사하다고 볼 수 있기 때문이다.

연구결과, 첫 번째 연구이슈인 “개인들이 지각하는 경쟁심(sense of rivalry)이 지식공유 의도에 실제로 영향을 미치는가?”라는 이슈와 관련하여 구성원들 간에는 실제로 경쟁심이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 구성원들이 지각하는 경쟁심은 구성원들로 하여금 자신의 지식을 타인들에게 제공하는 것을 꺼려하지는 않으나 타인의 지식을 더욱 활용하려고 한다는 것을 알 수 있었다.

두 번째 연구이슈인 “기업 내 구성원들의 지식공유 활동의 저해요인과 촉진요인으로써 부정감정과 긍정감정 및 기대심리는 무엇인가?”라는 이슈에 대해서 지식의 기여의도는 긍정감정요인 중 상호호혜감과 정서유대의 영향을 가장 많이 받는 것으로 나타났다. 기대심리요인 중에서는 노력기대의 영향을 가장 많이 받는 것으로 나타났다. 이에 반해 지식의 활용의도는 긍정감정요인 중 정서유대와 이타심의 영향을 가장 많이 받는 것으로 나타났다. 또한 부정감정요인 중에서는 경쟁심의 영향을 가장 많이 받는 것으로 나타났고, 기대심리요인 중에서는 노력기대와 성과기대의 영향을 가장 많이 받는 것으로 나타났다. 특이한 점으로 지식공유와 관련하여 고유한 가치 상실에 대한 개인들의 두려움(fear of losing one's unique value)은 자신의

지식을 타인에게 제공하지 않을 뿐만 아니라 타인의 지식도 활용하지 않으려한다는 것으로 파악되었다.

세 번째 연구이슈인 “개인들의 지식공유 의도가 경쟁심에 의해 영향을 받는다면 그러한 경쟁심을 지각하는 강도 차이에 따라 지식공유 의도의 영향 요인들에도 차이가 있는가?”와 관련하여 지식공유 의도의 영향요인은 개인들이 지각하는 경쟁심의 강도 차이에 따라 차이가 있는 것으로 밝혀졌다.

네 번째 연구이슈인 “개인들의 지식공유 의도에 영향을 미치는 요인들은 기여와 활용 방향에 따라 어떤 차이가 있는가?”와 관련하여 분석결과 지식의 기여의도에는 상호호혜감, 정서유대, 및 노력기대와 같이 3개 요인의 영향관계가 있음이 확인되었다. 아울러, 지식의 활용의도에는 정서유대, 이타심, 두려움, 경쟁심, 노력기대 및 성과기대와 같이 6개 요인의 영향관계를 확인할 수 있었다. 이러한 결과는 개인들의 지식공유 의도가 지식의 기여의도와 지식의 활용의도에 따라 크게 다르게 나타난다는 것을 알 수 있다.

6.2 연구의 의의 및 시사점

이상의 연구 결과는 다음과 같은 3가지 관점에서 이론적 의의가 있다. 첫째, 본 연구는 선행연구에서 깊이 고려하지 않았던 암묵적 경쟁관계를 고려하였다는 점이다. 그동안의 지식경영이나 지식공유에 대한 선행연구에서는 지식공유 행위의 주체인 개인들을 경쟁관계의 시각에서 접근한 연구가 거의 없었다. 실제로 기업 구성원들은 자신이 기여한 지식을 활용하여 경쟁 상대가 승진이나 인센티브와 같은 보상을 받을 것이라고 염려한다면 기업 구성원들 간에는 원활한 지식공유가 이루어지지 않을 것이기 때문이다. 따라서 개인들의 지식공유의 영향요인에 대한 선행연구에서는 거의 이루어지지 않았던 잠재적 경쟁상황에서의 지식공유 행위 또는 행위의도를 규명한 것은 그동안의 연구들과는 차별화된 요소라고 할 수 있다. 둘째, 본 연구는 개

인들의 지식공유 의도를 감정요인과 기대심리 차원에서 분석하였다는 점이다. 개인들의 지식공유 의도에는 경쟁심 외에도 다양한 감정 요인이 작용할 것으로 예상된다. 따라서 이에 대한 다차원적 연구가 필요할 것이다. 본 연구에서는 지식공유 의도의 저해 및 촉진요인으로써 경쟁심 외에도 개인들의 긍정감정으로 상호 호혜감, 정서적 유대, 이타심을 고려하였고, 부정감정으로 두려움 추가로 고려하였다. 뿐만 아니라 지식공유 행위에 필요한 온라인 시스템 사용에 따라 예상되는 노력과 성과와 관련하여 노력기대와 성과기대를 고려하였다. 셋째, 본 연구는 지식공유 현상이 비대칭적으로 발생하는 온라인 지식공유 커뮤니티의 특성을 고려하여, 지식공유 상황에서 지식이 흐르는 방향에 따라 각각 기여의도와 활용의도로 구분하여 분석하였다는 점이다. 연구결과에서 보는 바와 같이 온라인 지식공유 커뮤니티에서의 개인들의 지식공유 의도는 기여의도와 활용의도에 따라 크게 차이가 있음을 알 수 있었다. 정재환 등 (2009)의 주장처럼 실제로 그동안 많은 기업에서 지식경영이 실패한 이유 중 한 가지는 바로 공유된 지식의 사용자들의 입장을 고려하지 않고, 지식 등록과 저장만을 장려한 지식의 기여행위만을 장려했기 때문이다. 특히, 최근 대부분의 지식공유 활동이 온라인상에서 주로 이루어지고 있다. 소수의 핵심 지식기여자와 다수의 일반 지식수혜자가 비대칭적으로 존재할 수밖에 없는 온라인 지식공유 커뮤니티의 특성을 감안하면 개인들의 지식공유 행위와 행위이도를 기여의도와 활용의도로 분리하여 분석하는 것은 의미하는 바가 크다.

한편, 본 연구결과는 조직의 지식경영 관리자, 지식공유 커뮤니티 운영자 및 경영진 등에게 실무적 측면에서 다음과 같은 시사점을 제시한다. 첫째, 지식공유를 촉진하기 위해 주어지는 보상과 관련하여 구성원들 간에 존재할 수 있는 잠재적 경쟁관계를 고려해야 한다. 구성원들로 하여금 기업전략에 필요한 가치 있

는 지식을 기여하도록 만들기 위해서는 기업이 제공하는 보상과 관련하여 구성원들 간에 존재할 수 있는 잠재적 또는 표면적 경쟁관계를 고려해야 한다. 특히, 경쟁심이나 자신만이 소중하게 간직하고 있는 지식을 제공함으로써 자신의 조직 내 존재 가치가 상실될 수도 있다는 두려움에 대한 고려가 필요하다. 따라서 지식공유와 관련된 실무에서는 경쟁관계를 강하게 인식하는 개인들이나 지식적 가치상실을 걱정하는 개인들을 고려한 전략적 지식공유 환경을 조성함으로써 구성원들로 하여금 지식공유를 자발적으로 유도할 필요가 있다. 둘째, 지식공유 현상이 비대칭적으로 발생할 수 있다. 따라서 지식의 흐름에 따라 기여행위와 활용행위를 구분한 지식경영을 고려할 필요가 있다. 실제로 기업에서 지식경영 및 관련 전략을 운영할 때 지식등록과 저장을 위해 소수의 핵심 지식 기여자들만을 고려할게 아니라, 공유된 지식을 효과적이고 적극적으로 활용할 수 있도록 다수의 지식 사용자들의 감정이나 기대심리 등을 함께 고려할 필요가 있다. 이렇게 하면 과거의 여러 실패사례와는 다른 긍정적인 효과를 거둘 수 있을 것이다. 셋째, 지식공유를 촉진하거나 저해하는 구성원들의 다양한 감정 및 심리 요인들을 고려하여야 한다. 본 연구결과에서 밝혀졌듯이 지식공유 행위와 관련하여 개인들의 지식공유 의도는 다양한 감정들에 의해 영향을 받을 수 있다. 따라서 조직의 지식경영 관리자, 지식공유 커뮤니티 운영자 및 경영진 등은 기업 구성원들이 자발적으로 자신의 지식을 공유할 수 있도록 폭넓은 개인들의 감정 및 심리적 상태를 감안하여야 한다.

6.3 연구의 한계 및 향후 연구방향

본 연구에는 다음과 같은 한계가 있으며, 이러한 한계를 극복할 수 있는 향후 연구방향을 제시한다. 첫째, 본 연구의 대상인 채용시험관련 온라인 지식공유 커뮤니티 회원들에 대한 연구는 한정된 사례이다. 본 연

구에서는 보상과 관련된 경쟁상황에서 지식공유 활동을 하는 기업 구성원들의 지식공유 의도를 알아보기 위해, 이와 유사한 상황으로 예상되는 채용시험관련 온라인 지식공유 커뮤니티의 회원들을 대상으로 실험을 하였다. 그러나 이러한 한정된 사례를 기업의 지식공유 활동에 대한 연구 결과로 일반화시키기에는 어느 정도 무리가 있을 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 실제로 기업 구성원들에 대한 연구가 이루어지기를 기대한다. 둘째, 본 연구에서는 개인의 지식공유 의도를 긍정감정요인과 부정감정요인 및 기대심리 요인으로 연구범위를 제한하여 검증하였다. 따라서 연구대상자들의 집단주의적 경향이나 정서적 애착 및 동질성 등의 추가적인 영향 요인을 고려하지 않았다. 향후 연구에서는 이러한 추가적인 영향요인들도 고려할 필요가 있으며, 그 경우 잠재적 경쟁관계가 예상되는 개인들의 자발적인 지식공유 활동을 이해할 수 있을 것이다. 셋째, 본 연구에서는 개인들의 의도 파악을 통해 실질적인 지식공유 행위를 예측하고자 하였다. 그러나 해당 결과 그 자체를 개인들의 지식공유 행위의 실질적인 결과로 받아들이기에는 무리가 있을 것이다. 따라서 온라인 지식공유 커뮤니티에서 이루어지고 있는 회원들의 실제 활동 데이터를 수집하여 분석한다면 더욱 사실적인 인과관계를 입증할 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

[국내 문헌]

- [1] 김영조. (2014). 경쟁적 상황과 협력적 상황이 비유사 확장제품 평가에 미치는 영향: 자기해석의 역할. 한국심리학회지: 소비자, 광고, 15(2), 241-253.
- [2] 서재현. (2008). 팀교체 의도와 이직의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 팀몰입과 조직몰입을 중심으로. The Korean Journal for Human

Resource Development, 10(3), 1-21.

- [3] 이서한, 이호, & 김경규. (2014). 기업 내 SNS 가 지식공유 행위에 미치는 영향에 대한 연구: 사회심리학적 관점을 중심으로. 지식경영연구, 15(4), 189-206.
- [4] 정재원, 양성병, & 김영걸. (2009). 온라인 지식네트워크 내에서의 지식기여 및 지식활용 활동에 영향을 미치는 요인. 한국경영과학회지, 34(3), 1-27.
- [5] 함주연, 유현선, 지성훈, & 이재남. (2014). SNS 사용자의 이용습관과 감정적 요인 관점에서 기업 SNS 계정의 지속적 사용의도에 관한 연구. 지식경영연구, 15(3), 37-66.

[국외 문헌]

- [1] Ajzen, I. & M. Fishbein. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, Prentice Hall, NJ.
- [2] Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- [3] Alavi, M., & Leidner, D. E. (2001). Review: Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues. *MIS quarterly*, 107-136.
- [4] Bagozzi, R. P., Baumgartner, H., Pieters, R., & Zeelenberg, M. (2000). The role of emotions in goal-directed behavior. *The why of consumption: Contemporary perspectives on consumer motives, goals, and desires*, 36-58.
- [5] Bagozzi, R. P., Dholakia, U. M., & Basuroy, S. (2003). How effortful decisions get enacted: The motivating role of decision processes, desires, and anticipated emotions. *Journal of Behavioral Decision Making*, 16(4), 273-295.
- [6] Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of*

- Management*, 17(1), 99-120.
- [7] Bartol, K. M., & Srivastava, A. (2002). Encouraging knowledge sharing: the role of organizational reward systems. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 9(1), 64-76.
- [8] Bock, G. W., Zmud, R. W., Kim, Y. G., & Lee, J. N. (2005). Behavioral intention formation in knowledge sharing: Examining the roles of extrinsic motivators, social-psychological forces, and organizational climate. *MIS quarterly*, 87-111.
- [9] Boland Jr, R. J., & Tenkasi, R. V. (1995). Perspective making and perspective taking in communities of knowing. *Organization Science*, 6(4), 350-372.
- [9] Brand, S., & Opwis, K. (2007a). Effects of mood and problem solving in dyads on transfer. *Swiss Journal of Psychology / Schweizerische Zeitschrift für Psychologie / Revue Suisse de Psychologie*, 66(1), 51.
- [10] Brand, S., Reimer, T., & Opwis, K. (2007b). How do we learn in a negative mood? Effects of a negative mood on transfer and learning. *Learning and Instruction*, 17(1), 1-16.
- [11] Brown, J. S., & Duguid, P. (2002). *The social life of information*. Harvard Business Press.
- [12] Cabanac, M. (2002). What is emotion?. *Behavioural Processes*, 60(2), 69-83.
- [13] Carlsson, C., Carlsson, J., Hyvonen, K., Puhakainen, J., & Walden, P. (2006, January). Adoption of mobile devices/services—searching for answers with the UTAUT. In *System Sciences, 2006. HICSS'06. Proceedings of the 39th Annual Hawaii International Conference on* (Vol. 6, pp.132a-132a). IEEE.
- [14] Chang, H. H., & Chuang, S. S. (2011). Social capital and individual motivations on knowledge sharing: Participant involvement as a moderator. *Information & Management*, 48(1), 9-18.
- [15] Chennamaneni, A., Teng, J. T., & Raja, M. K. (2012). A unified model of knowledge sharing behaviours: theoretical development and empirical test. *Behaviour & Information Technology*, 31(11), 1097-1115.
- [16] Cheung, C. M., Lee, M. K., & Lee, Z. W. (2013). “Understanding the continuance intention of knowledge sharing in online communities of practice through the post-knowledge-sharing evaluation processes,” *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 64(7), 1357-1374.
- [17] Chong, C. W., & Besharati, J. (2014). Challenges of knowledge sharing in the petrochemical industry. *Knowledge Management & E-Learning: An International Journal (KM&EL)*, 6(2), 171-187.
- [18] Connelly, C. E., Ford, D. P., Turel, O., Gallupe, B., & Zweig, D. (2014). ‘I’m busy (and competitive)!’ Antecedents of knowledge sharing under pressure. *Knowledge Management Research & Practice*, 12(1), 74-85.
- [19] Cross, R., & Cummings, J. N. (2004). Tie and network correlates of individual performance in knowledge-intensive work. *Academy of Management Journal*, 47(6), 928-937.
- [20] Crossan, M. M., Lane, H. W., & White, R. E. (1999). An organizational learning framework: from intuition to institution. *Academy of Management Review*, 24(3), 522-537.

- [21]Cui, A. S., Griffith, D. A., & Cavusgil, S. T. (2005). The influence of competitive intensity and market dynamism on knowledge management capabilities of multinational corporation subsidiaries. *Journal of International Marketing*, 13(3), 32-53.
- [22]Davenport, T. H., & Prusak, L. (2000). *Working Knowledge : How Organizations Manage What They Know*. Harvard Business School Press, Boston, MA.
- [23]De Clercq, D., Thongpapanl, N., & Dimov, D. (2014). Contextual ambidexterity in SMEs: the roles of internal and external rivalry. *Small Business Economics*, 42(1), 191-205.
- [24]Deng, S., Liu, Y., & Qi, Y. (2011). An empirical study on determinants of web based question-answer services adoption. *Online Information Review*, 35(5), 789-798.
- [25]Ding, G., & Huang, L. (2014). *Guanxi orientation and subjective norms in knowledge sharing: the mediating effects of loss of knowledge power and codify effort*. The Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS) 2014. Chengdu, China.
- [26]Dretske, F. (1981). *Knowledge and the Flow of Information*.
- [27]Drucker, P. F. (2013). *Managing in a time of great change*. Harvard Business Press.
- [28]Dulebohn, J. H., & Martocchio, J. J. (1998). Employee perceptions of the fairness of work group incentive pay plans. *Journal of Management*, 24(4), 469-488.
- [29]Dyer, J., & Nobeoka, K. (2002). *Creating and managing a high performance knowledge-sharing network: the Toyota case*.
- [30]Empson, L. (2001). Fear of exploitation and fear of contamination: Impediments to knowledge transfer in mergers between professional service firms. *Human Relations*, 54(7), 839-862.
- [31]Fahey, L. & L. Prusak. (1998). The Eleven Deadliest Sins of Knowledge Management. *California Management Review*, 40, 3, 265-276.
- [32]Fehr, E., & Gächter, S. (2000). Fairness and retaliation: The economics of reciprocity. *The Journal of Economic Perspectives*, 159-181.
- [33]Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- [34]Foss, N. J., Husted, K., & Michailova, S. (2010). Governing knowledge sharing in organizations: Levels of analysis, governance mechanisms, and research directions. *Journal of Management Studies*, 47(3), 455-482.
- [35]Fredrickson, B. L. (2003). The value of positive emotions. *American Scientist*, 91(4), 330-335.
- [36]Fredrickson, B. L., & Branigan, C. (2005). Positive emotions broaden the scope of attention and thought-action repertoires. *Cognition & Emotion*, 19(3), 313-332.
- [37]Furst, S., Blackburn, R., & Rosen, B. (1999). Virtual team effectiveness: A proposed research agenda. *Information Systems Journal*, 9(4), 249-269.
- [38]Gagné, M. (2009). A model of knowledge-sharing motivation. *Human Resource Management*, 48(4), 571-589.
- [39]Grant, R. M. (1996). Toward a Knowledge-Based Theory of the firm. *Strategic Management Journal*, 17(S2), 109-122.

- [40]Gruzd, A., Wellman, B., & Takhteyev, Y. (2011). Imagining Twitter as an imagined community. *American Behavioral Scientist*, 55(10), 1294-1318.
- [41]Hall, H. (2001). Input-friendliness: motivating knowledge sharing across intranets. *Journal of Information Science*, 27(3), 139-146.
- [42]Hansen, M. T. (2002). Knowledge networks: Explaining effective knowledge sharing in multiunit companies. *Organization Science*, 13(3), 232-248.
- [43]Hansen, M. T., Mors, M. L., & Lovas, B. (2005). Knowledge sharing in organizations: Multiple networks, multiple phases. *Academy of Management Journal*, 48(5), 776-793.
- [44]Hau, Y. S., Kim, B., Lee, H., & Kim, Y. G. (2013). The effects of individual motivations and social capital on employees' tacit and explicit knowledge sharing intentions. *International Journal of Information Management*, 33(2), 356-366.
- [45]He, H., Baruch, Y., & Lin, C. P. (2014). Modeling team knowledge sharing and team flexibility: The role of within-team competition. *Human Relations*, 0018726713508797.
- [46]Helmreich, R. L., & Spence, J. T. (1983). Achievement-Related Motives and Behavior. *Achievement and achievement motives: psychological and sociological approaches*, San Francisco, freeman.
- [47]Hsu, C. L., & Lin, J. C. C. (2008). Acceptance of blog usage: The roles of technology acceptance, social influence and knowledge sharing motivation. *Information & Management*, 45(1), 65-74.
- [48]Hsu, M. H., Ju, T. L., Yen, C. H., & Chang, C. M. (2007). Knowledge sharing behavior in virtual communities: The relationship between trust, self-efficacy, and outcome expectations. *International Journal of Human-Computer Studies*, 65(2), 153-169.
- [49]Huang, Q., Davison, R. M., & Gu, J. (2008). Impact of personal and cultural factors on knowledge sharing in China. *Asia Pacific Journal of Management*, 25(3), 451-471.
- [50]Hung, S. Y., Durcikova, A., Lai, H. M., & Lin, W. M. (2011a). The influence of intrinsic and extrinsic motivation on individuals' knowledge sharing behavior. *International Journal of Human-Computer Studies*, 69(6), 415-427.
- [51]Hwang, P., & Burgers, W. P. (1997). Properties of trust: An analytical view. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 69(1), 67-73.
- [52]Jackson, S. E., DeNisi, A., & Hitt, M. A. (Eds.). (2003). *Managing knowledge for sustained competitive advantage: Designing strategies for effective human resource management* (Vol. 21). John Wiley & Sons.
- [53]Kankanhalli, A., Tan, B. C., & Wei, K. K. (2005). Contributing knowledge to electronic knowledge repositories: an empirical investigation. *MIS quarterly*, 113-143.
- [54]Khanna, T., Gulati, R., & Nohria, N. (1998). The dynamics of learning alliances: Competition, cooperation, and relative scope. *Strategic Management Journal*, 19(3), 193-210.
- [55]Kim, N., & Atuahene-Gima, K. (2010). Using Exploratory and Exploitative Market Learning for New Product Development. *Journal of Product Innovation Management*, 27(4), 519-536.

- [56]Kirkman, B. L., Rosen, B., Gibson, C. B., Tesluk, P. E., & McPherson, S. O. (2002). Five challenges to virtual team success: lessons from Sabre, Inc. *The Academy of Management Executive*, 16(3), 67-79.
- [57]Kirkman, B. L., Rosen, B., Tesluk, P. E., & Gibson, C. B. (2004). The impact of team empowerment on virtual team performance: The moderating role of face-to-face interaction. *Academy of Management Journal*, 47(2), 175-192.
- [58]Koh, J., & Kim, Y. G. (2004). Knowledge sharing in virtual communities: an e-business perspective. *Expert Systems with Applications*, 26(2), 155-166.
- [59]Kollock, P. (1999). The economies of online cooperation. *Communities in Cyberspace*, 220.
- [60]Lahiri, S., Pérez-Nordtvedt, L., & Renn, R. W. (2008). Will the new competitive landscape cause your firm's decline? It depends on your mindset. *Business Horizons*, 51(4), 311-320.
- [61]Lee, H. W., & Yu, C. F. (2011). Effect of organizational relationship style on the level of knowledge sharing. *International Journal of Manpower*, 32(5/6), 677-686.
- [62]Lee, H., & Choi, B. (2003). Knowledge management enablers, processes, and organizational performance: an integrative view and empirical examination. *Journal of Management Information Systems*, 20(1), 179-228.
- [63]Levin, D. Z., & Cross, R. (2004). The strength of weak ties you can trust: The mediating role of trust in effective knowledge transfer. *Management Science*, 50(11), 1477-1490.
- [64]Lin, C. P. (2007). To share or not to share: Modeling tacit knowledge sharing, its mediators and antecedents. *Journal of Business Ethics*, 70(4), 411-428.
- [65]Lin, H. F. (2007a). Effects of extrinsic and intrinsic motivation on employee knowledge sharing intentions. *Journal of Information Science*, XX(X), 1-15
- [66]Lin, H. F. (2007b). Knowledge sharing and firm innovation capability: an empirical study. *International Journal of Manpower*, 28(3/4), 315-332.
- [67]Liu, Y., & Phillips, J. S. (2011). Examining the antecedents of knowledge sharing in facilitating team innovativeness from a multilevel perspective. *International Journal of Information Management*, 31(1), 44-52.
- [68]Ma, W. W., & Chan, A. (2014). Knowledge sharing and social media: Altruism, perceived online attachment motivation, and perceived online relationship commitment. *Computers in Human Behavior*, 39, 51-58.
- [69]Maglitta, J. (1995). Smarten up!. *Computerworld*, 29(23), 84-86.
- [70]Mathieu, J., Maynard, M. T., Rapp, T., & Gilson, L. (2008). Team effectiveness 1997-2007: A review of recent advancements and a glimpse into the future. *Journal of Management*, 34(3), 410-476.
- [71]McConnell, M. M., & Eva, K. W. (2012). The role of emotion in the learning and transfer of clinical skills and knowledge. *Academic Medicine*, 87(10), 1316-1322.
- [72]McMillan, D. W., & Chavis, D. M. (1986). Sense of community: A definition and theory. *Journal of Community Psychology*, 14(1), 6-23.

- [73]Meihami, B., & Meihami, H. (2014). Knowledge Management a way to gain a competitive advantage in firms (evidence of manufacturing companies). *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, 3, 80-91.
- [74]Nonaka, I. (1994). A dynamic theory of organizational knowledge creation. *Organization Science*, 5(1), 14-37.
- [75]Örtenblad, A. (2004). The learning organization: towards an integrated model. *The Learning Organization*, 11(2), 129-144.
- [76]Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879.
- [77]Polanyi, M., & Sen, A. (1967). *The tacit dimension*. New York. Doubleday.
- [78]Polanyi, M., & Prosch, H. (1975). *Meaning*. University of Chicago Press.
- [79]Porter, M. E. (1996). *What is strategy?*. Published November.
- [80]Quigley, N. R., Tesluk, P. E., Locke, E. A., & Bartol, K. M. (2007). A multilevel investigation of the motivational mechanisms underlying knowledge sharing and performance. *Organization Science*, 18(1), 71-88.
- [81]Renzl, B. (2008). Trust in management and knowledge sharing: the mediating effects of fear and knowledge documentation. *Omega*, 36(2), 206-220.
- [82]Rhodes, J., Hung, R., Lok, P., Lien, B. Y. H., & Wu, C. M. (2008). Factors influencing organizational knowledge transfer: implication for corporate performance. *Journal of Knowledge Management*, 12(3), 84-100.
- [83]Schulz, M. (2001). The uncertain relevance of newness: Organizational learning and knowledge flows. *Academy of Management Journal*, 44(4), 661-681.
- [84]Spender, J. C. (1996). Making knowledge the basis of a dynamic theory of the firm. *Strategic Management Journal*, 17(S2), 45-62.
- [85]Srivastava, A., Bartol, K. M., & Locke, E. A. (2006). Empowering leadership in management teams: Effects on knowledge sharing, efficacy, and performance. *Academy of Management Journal*, 49(6), 1239-1251.
- [86]Stapel, D. A., & Koomen, W. (2001). I, we, and the effects of others on me: how self-construal level moderates social comparison effects. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80(5), 766.
- [87]Stapel, D. A., & Koomen, W. (2005). Competition, cooperation, and the effects of others on me. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88(6), 1029.
- [88]Staples, D. S., & Webster, J. (2008). Exploring the effects of trust, task interdependence and virtualness on knowledge sharing in teams. *Information Systems Journal*, 18(6), 617-640.
- [89]Swanson, E.B. (1982). Measuring User Attitude in MIS Research: A Review. *Omega*, 10(2), 157-165.
- [90]Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). *Dynamic capabilities and strategic management*.
- [91]Tjosvold, D., Johnson, D. W., Johnson, R. T., & Sun, H. (2003). Can interpersonal competition

- be constructive within organizations?. The *Journal of Psychology*, 137(1), 63-84.
- [92]Tsai, W. (2002). Social structure of “coopetition” within a multiunit organization: Coordination, competition, and intraorganizational knowledge sharing. *Organization Science*, 13(2), 179-190.
- [93]van den Broek, D., Barnes, A., & Townsend, K. (2008). Teaming Up’: Teams and Team Sharing in Call Centres. *Journal of Industrial Relations*, 50(2), 257-269.
- [94]Van den Hooff, B., & de Leeuw van Weenen, F. (2004). Committed to share: commitment and CMC use as antecedents of knowledge sharing. *Knowledge and Process Management*, 11(1), 13-24.
- [95]Wang, S., & Noe, R. A. (2010). Knowledge sharing: A review and directions for future research. *Human Resource Management Review*, 20(2), 115-131.
- [96]Wasko, M. M., & Faraj, S. (2005). Why should I share? Examining social capital and knowledge contribution in electronic networks of practice. *MIS quarterly*, 35-57.
- [97]Yang, H. L., & Wu, T. C. (2008). Knowledge sharing in an organization. *Technological Forecasting and Social Change*, 75(8), 1128-1156.
- [98]Zarraga, C., & Bonache, J. (2003). Assessing the team environment for knowledge sharing: an empirical analysis. *International Journal of Human Resource Management*, 14(7), 1227-1245.

● 저 자 소 개 ●



전 현 규 (Hyun Kyu Jun)

현재 성균관대학교 경영대학 연구교수로 재직 중이다. 경희대학교 경영컨설팅학과에서 경영정보시스템 전공으로 박사학위를 취득하였다. 주요 연구분야는 지식경영, 창의성 과학, 데이터 마이닝, 헬스 인포매틱스, 전자상거래, 비즈니스 커뮤니케이션, 경영전략 등이다.



이 건 창 (Kun Chang Lee)

현재 성균관대학교 경영대학 교수로 재직 중이다. 성균관대학교 경영학과를 졸업하고, 한국과학기술원 (KAIST) 경영과학과에서 경영정보시스템 전공으로 석사 및 박사학위를 취득하였다. 주요 관심분야는 창의성 과학, 헬스 인포매틱스, 데이터마이닝, 인공지능, 지식경영 등이다.