

석사학위논문

# 기업문화와 인터넷 활용에 관한 연구



제주대학교 경영대학원

경영학과 인사관리전공

오 창 수

2003년 6월

석사학위논문

# 기업문화와 인터넷 활용에 관한 연구

지도교수 고 부 언



제주대학교 경영대학원

경영학과 인사관리전공

오 창 수

2003년 6월

# 기업문화와 인터넷 활용에 관한 연구

지도 교수 고 부 언

오 창 수

이 논문을 경영학 석사학위 논문으로 제출함

2003년 6월



제주대학교 중앙도서관  
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY

오창수의 경영학석사학위논문을 인준함

위 원 장

---

위 원

---

위 원

---

제주대학교 경영대학원

2003년 6월

## 목 차

제I장 서 론 .....	1
제1절 문제의 제기 및 연구의 목적 .....	1
제2절 연구방법 및 구성 .....	3
제II장 이론적 배경 .....	5
제1절 TAM의 이론적 고찰 .....	5
1. 합리적 행동이론(theory of reasoned action : TRA) .....	6
2. 계획된 행동이론(theory of planned behavior : TPB) .....	8
3. 기술수용 모형(technology acceptance model : TAM) .....	10
제2절 기업문화 .....	16
1. 기업문화의 정의 .....	16
2. 기업문화의 구성요소 및 영향요인 .....	18
3. 기업문화의 유형 .....	23
제III장 연구모형 및 연구가설의 설정 .....	29
제1절 연구모형 및 가설설정 .....	29
1. 연구모형의 설정 .....	29
2. 연구가설 및 변수의 정의 .....	30
제2절 연구의 설계 .....	36
1. 표본 선정 및 특성 .....	36
2. 설문지 구성 .....	37
3. 분석방법 .....	38

제IV장 실증분석 .....	40
제1절 기술적 통계분석 .....	40
1. 신뢰도 분석 .....	40
2. 타당성 분석 .....	41
제2절 실증분석 .....	44
1. 경로모형의 검증 .....	44
2. 경로가설의 검증 .....	45
3. 조절효과 검증 .....	48
제V장 결  론 .....	59
제1절 연구결과의 요약 및 시사점 .....	59
제2절 연구의 한계 및 향후 연구방향 .....	61
참 고 문 헌 .....	62
Abstract .....	66
<부록: 설문지> .....	69

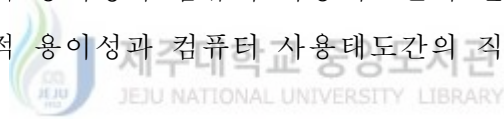


## 표 차 례

<표 3-1> 연구표본의 특성 .....	37
<표 3-2> 설문지 구성 .....	38
<표 4-1> 변수의 신뢰도 분석 .....	41
<표 4-2> 기업문화의 타당성 분석 .....	42
<표 4-3> 인지적 유용성 및 용의성의 타당성 분석 .....	43
<표 4-4> 인터넷 사용태도의 타당성 분석 .....	44
<표 4-5> 구조모델에 의한 가설검증요약 .....	47
<표 4-6> 기업문화유형과 인지적 유용성간의 연령의 조절효과 .....	50
<표 4-7> 기업문화유형과 인지적 유용성간의 학력의 조절효과 .....	51
<표 4-8> 기업문화와 인지적 유용성간의 직위의 조절효과 .....	52
<표 4-9> 기업문화와 인지적 용이성간의 연령의 조절효과 .....	54
<표 4-10> 기업문화와 인지적 용이성간의 학력의 조절효과 .....	55
<표 4-11> 기업문화와 인지적 용이성간의 직위의 조절효과 .....	56
<표 4-12> 인지적 유용성과 태도간의 개인적 특성의 조절효과 .....	57
<표 4-13> 인지적 용이성과 태도간의 개인적 특성의 조절효과 .....	57

## 그 림 차 례

<그림 2-1> Theory of Reasoned Action 모형 .....	8
<그림 2-2> Theory of Planned Behavior (TPB) 모형 .....	10
<그림 2-3> Technology Acceptance Model (TAM) .....	12
<그림 3-1> 연구모형 .....	29
<그림 4-1> 구조모형의 검증 .....	45
<그림 4-2> 혁신문화와 인지적 유용성간의 연령의 조절형태 .....	51
<그림 4-3> 관계문화와 인지적 유용성간의 연령의 조절형태 .....	51
<그림 4-4> 혁신문화와 인지적 유용성간 직위의 조절형태 .....	53
<그림 4-5> 관계문화와 인지적 용이성간 연령의 조절형태 .....	54
<그림 4-6> 인지적 용이성과 컴퓨터 사용태도간의 연령의 조절형태 .....	58
<그림 4-7> 인지적 용이성과 컴퓨터 사용태도간의 직위의 조절형태 .....	58



# 제1장 서론

## 제1절 문제의 제기 및 연구의 목적

기업경영에 있어 정보화는 경제발전을 이끄는 견인차로서 필수요소로 떠오르고 있다. 현재 기업에서 진행되고 있는 경영의 패러다임 변화는 정보통신기술의 혁명을 기반으로 한 것으로, 리엔지니어링(reengineering)이나 리스트럭처링(restructuring) 등의 경영효율화는 정보통신기술의 진보가 없었더라면 본질적으로 불가능했을 것이다. 이렇듯 정보통신부문의 발전을 배제하고서는 기업의 생산성 향상은 구현할 수도 설명할 수도 없다.

또한, 정보화는 기업내부의 경영 메커니즘을 바꿔 놓았을 뿐 아니라 기업의 경영 환경도 변화시켰다. 많은 기업들이 사이버 공간에서 상품을 팔고 자금을 결제한다. 이 같은 변화를 애써 외면하려는 기업도 있다. 아직은 그런 기업들이 생존해 나갈 수 있지만 눈부실 만큼 빠른 인터넷과 전자상거래 시장의 성장속도는 그런 기업들의 수명이 얼마 남지 않았음을 예고하고 있다.

이와 같이 정보통신혁명을 기반으로 한 정보화는 급기야 아무도 의심하지 않던 경제학과 경영학의 기본전제를 바꾸고 있으며, 근무형태나 고용구조면에서도 획기적인 변화를 가져오고 있는 것이다.

현재 가속화되고 있는 정보화로 인해서 변화되는 세상의 모습을 단적으로 보여주는 곳이 바로 인터넷이라고 하는 가상공간(Cyber Space)이다. 그야말로 인터넷이 세상을 바꾸고 있으며, 정보화를 세계적으로 급속히 진행시키는 원동력의 하나라고 많은 사람들이 지적하고 있다. 인터넷 서비스가 시작되면서 무엇보다도 시간과 공간의 개념이 달라졌다. 서울대 도서관 자료를 보다가 눈 깜짝할 사이에 국회 도서관으로, 하버드 대학으로, 옥스포드



대학으로, 전세계를 돌아다닐 수 있게 되었다. 이렇듯 인터넷에서는 새로운 가상공간이 생겼으며, 이 가상공간에서 상거래와 무역, 그리고 교육 등 실생활의 많은 활동들이 이루어지고 있다.

2002년 12월 현재 우리나라의 인터넷 사용자수는 2,627만 명에 이르고 휴대폰 가입자수는 이미 99년부터 유선전화 가입자수를 능가하기 시작하였고 무선인터넷가입자수는 2003년 2월 현재 2,948만 명에 달하고 있다. 이중 WAP/ME(Wireless Application Protocol/Mobile Explorer)방식은 2,669만 명, CDMA2000-1x 가입자수는 1,794만 명에 달하고 있으며 향후 증가속도는 더욱 빠를 것으로 예상되고 있다.<sup>1)</sup> 인터넷 주변산업도 인터넷의 발전과 더불어 빠르게 팽창하고 있다. Forrester Research는 인터넷 지원 서비스 시장(기술, 전략, 마케팅, 디자인, 서비스 등) 규모가 2003년까지 648억 달러로 성장할 것이라고 전망한다.<sup>2)</sup>

한편 조직은 주어진 환경에 적응해 나가는 과정에서 이에 적합한 조직의 구조와 과정 그리고 구성원들의 가치관과 행동경향을 형성하게 되고, 이들 요소들이 종합적으로 조직문화를 형성하게 된다. 이렇듯 조직들이 그들 환경들에 얼마나 적합하느냐에 따라 그 유효성이 결정된다. 정보기술의 급격한 변화는 우리 기업들로 하여금 과거와는 다른 새로운 경영 패러다임을 요구하게 되었고, 그 결과로 많은 정보기술을 접목한 조직혁신 프로그램들을 도입·운영하고 있다. 이러한 혁신프로그램들은 하나의 기업문화로 정착됨으로써 완성되며, 이러한 기업문화는 구성원의 가치와 행동에 영향을 미치게 된다.

따라서 기업문화 유형에 따라 구성원의 직무와 관련하여 정보기술을 활용하는 태도 및 행동에 영향을 미치게 마련이다. 본 연구는 정보시스템의 사용자 수용을 모형화하기 위해 만들어진 TAM(technology acceptance

---

1) 정보통신부, 유·무선 통신서비스 가입자 현황, 2003.2.

2) <http://www.forrester.com/home>, 1999

model) 모형에 기업문화를 접목하여 기업문화유형, 컴퓨터 사용에 대한 인지적 용이성, 직무와 관련한 컴퓨터 사용의 인지적 용이성, 컴퓨터 사용태도, 컴퓨터 사용행동간의 구조적 관계를 규명할 하고자 한다. 또한 기업문화가 모든 구성원의 가치에 일률적으로 영향을 미치기보다는 문화수용자에 따라 그 인지도가 조금씩 다를 수가 있기 때문에 비슷한 사회화 과정을 거친 연령, 학력, 직급의 조절효과를 검증할 목적하에 연구되었다.

## 제2절 연구방법 및 구성

본 논문의 연구방법은 기본적인 이론적 배경과 제 이론에 대한 문헌적 연구를 하였으며, 기업문화라는 새로운 연구변수를 TAM모형에 적용하여 실증분석을 하였다.

분석대상이 되는 표본은 제주지역의 기업체를 대상으로 하였으며 업체당 1부씩 총 250부의 설문지를 방문 배부하였으며, 이중 192개의 설문지를 회수하고 응답이 불성실한 25부를 제외한 167개의 설문지를 분석에 활용하였다.

분석기법으로 연구모형에 투입된 변수들의 구성개념의 타당성을 분석하기 위해 주요인분석을 실시하였고, 요인분석결과를 동일요인으로 묶인 변수들의 내적일관성을 검증하기 위해 신뢰도 분석을 실시하였다. 또한 연구모형 및 가설의 검증을 위해 공분산구조분석과 위계적 회귀분석을 실시하였다.

본 논문의 구성은 다음과 같다.

제 I 장에서는 서론부분으로 본 연구에 대한 문제제기 및 목적과 연구방법 및 논문의 구성체계를 서술하였다.

제 II 장에서는 TAM모형에 대한 이론적 배경을 기술하였다.

제Ⅲ장에서는 연구모형 및 연구가설을 설정하고, 투입된 변수들에 대한 조작적 정의를 하였다.

제Ⅳ장에서는 연구모형 및 연구가설을 검증하였다.

제Ⅴ장에서는 연구에 대한 결과에 대한 내용과 연구의 시사점 그리고 한계점에 대한 내용을 담고 있다.



## 제II장 이론적 배경

### 제1절 TAM의 이론적 고찰

정보기술을 효과적으로 이용하고 수용하는 방법을 찾는 것은 매우 중요한 일이다. 이런 이유로 여러 학자들이 정보기술 이용자가 어떤 이유로 정보기술을 이용하고, 수용하는지에 관해 최근까지 많은 연구를 하였다. 정보기술이용 혹은 수용에 관한 많은 연구와 관련된 이론 중 크게 세 가지, 즉 합리적 행동이론(Theory of Reasoned Action : TRA), 계획행동이론(Theory of Planned Behavior: TPB), 기술수용모형(Technology Acceptance Model: TAM)으로 구분할 수 있다.

Davis et al.(1989)<sup>3)</sup>에 의해 도입된 기술수용모형은 정보시스템의 사용자 수용을 모형화하기 위해 만들어졌으며, TAM은 사용자가 인식하는 인지적 용이성(perceived ease of use)과 인지적 유용성(perceived usefulness)이 정보기술 수용에 영향을 주는 두 가지 요소로 보았다. 인지적 용이성이란 정보기술을 사용하는데 어려움 없이 사용하는 정도를 의미하며, 인지적 유용성은 정보기술을 사용해서 업무수행이 높아진다고 믿는 정도를 의미한다.

측정도구의 타당성을 강조하면서 Davis가 제시한 TAM은 사용자 수용에 대한 1980년대 연구들과 1990년대 연구들을 구분하는 가장 주목을 받은 모형이다. 이 모형에서 개발된 “유용성 인지(Perceived Usefulness)”와 “사용용이성 인지(Perceived Ease of Use)”라는 척도는 이후의 기술수용에 관한 연구에서

---

3) Davis, F.D. Bagozzi, R.P. and Warshaw, P.R. "User Acceptance of computer technology : A Comparison of Two Theoretical Models," *Management Science*, Vol. 35, No. 8, August 1989, pp. 982-1003.

대부분 언급되고 있을 정도이다. 따라서 여기서는 TAM의 근원적 이론과 TAM 이론을 자세히 살펴보고자 한다.

## 1. 합리적 행동이론(theory of reasoned action : TRA)

합리적 행동이론(TRA)은 여러 분야에 걸쳐 행위를 예측하고 설명하는데 성공적이라고 밝혀진 행동의도모형이다. TRA는 실제로 인간의 행동을 설명하기 위해 고안되었고, 특정한 상황의 컴퓨터 이용행태 결정요인을 연구하는데 적절한 모형으로 인식되고 있다. TRA는 사회심리학에서 널리 연구된 모형이며, 의식적으로 의도된 행동의 결정요인과 관련된 연구이다.<sup>4)</sup>

합리적 행동이론은 개인의 행동을 이해하고 예측하는데 궁극적 목적을 두고 있다. 이 이론의 기본적인 가정은 첫째, 인간은 이성적인 동물이기 때문에 이용한 정보를 체계적으로 활용하거나 처리하며 둘째, 그 정보는 행위 결정을 하는데 합리적 방법으로 이용되는 것이다. 인간은 행동하기에 앞서 그 행동에 대한 다양한 사고를 하게 되므로 ‘합리적 행동이론’이란 명칭을 붙이게 된 것이다.<sup>5)</sup>

Ajzen과 Fishbein(1975)은 인간의 행동을 여러 분야에 걸쳐 설명하고, 실제 행동을 예측하는 일반적 모형을 제시하였다. TRA는 사회심리학에서 기원이 된 것으로 주관적 기준들을 행동하게 하는 두 가지 정형적인 결정요인으로 간주하고 있다. 개인의 태도(attitude)와 주관적 기준은 신념(belief)은 평가에 대한 신념과 동기부여를 하는 일반적 신념에 의해서 영향을 받으며, 이러한 두 가지 기준 즉, 행동에 대한 태도와 주관적 규범은 행동의도와 실제행동에까지 이른다는 것이 TRA의 기본 모형이다. 즉 합리적 행

---

4) Ajzen, I. and Fishbein, M., *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, Prentice-hall, Englewood Cliffs, NJ, 1980

5) 이현서, 「인터넷 이용에 대한 TAM모형의 적용」, 계명대학교 석사학위논문, 2001.

동이론에 따르면 인간의 특정행위에 대한 성과는 행위의도에 의해 결정되고, 행위의도는 행위에 대한 인간의 태도와 주관적 규범에 의해 결정된다.

여기서 행위의도는 인간이 특정행위를 수행하려는 의도의 정도를 측정하는 것을 말한다. 그리고 행위에 대한 태도는 목표행위를 수행하는데 있어 개인이 가지는 긍정적 또는 부정적 감정으로 정의되며, 주관적 규범은 개인이 행위를 수행해야 하는지 또는 말아야 하는지에 대한 지각으로 정의된다. 즉 주변사람들이 자신의 어떠한 행동을 긍정적으로 생각하거나, 자신의 주변에 있는 중요한 사람들이 어떠한 행동을 자신이 해야한다고 생각한다면 그 행동을 할 의도를 가질 것이다.

합리적 행동이론에서 행위에 대한 태도는 신념과 평가에 의해 결정되고, 주관적 규범 역시 태도에 영향을 미친다. 주관적 규범은 신념과 순응하려는 동기에 영향을 받는다. 여기서 주관적 규범의 기초가 되는 신념을 규범적 신념이라 한다.<sup>6)</sup> 이 이론은 사람이 실제 행위를 하는데 있어서 영향을 미치는 요인을 이해하기 위한 것으로, 다양한 상황에서 인간의 행위가 어떻게 일어날 것인가를 예측하는데 사용되고 이 이론에 있어서 적어도 구 가지의 중요한 문제점을 지적할 수 있다.<sup>7)</sup>

첫째, 주요한 비판은 태도와 주관적 규범의 두 요소가 합리적 행동이론에서 가정한 것처럼 서로 현실적으로 차별화 하여 구별짓는 것이 불가능하다는 것과 둘째, 행동에 영향을 미치는 것이 두 요인만으로는 설명하기가 불가능하다는 것이다. 또 어떤 사람은 행동을 하는데 있어 태도와 전혀 연관성이 없을 수도 있기 때문이라는 주장도 있다.

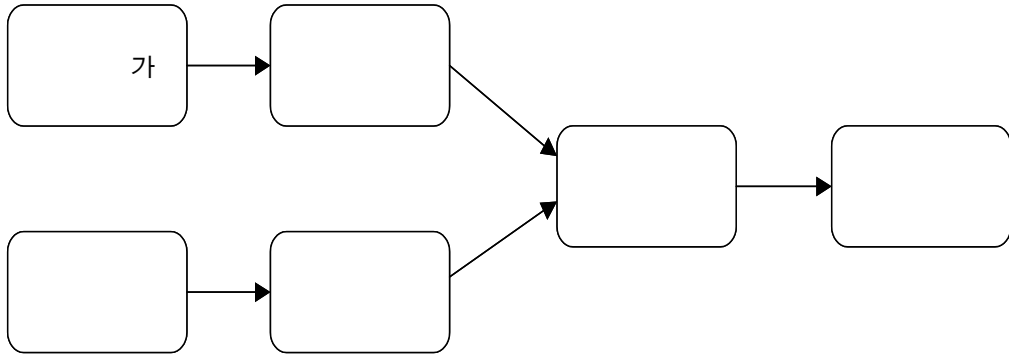
아래의 <그림 2-1>은 TRA의 모형으로 TRA의 개념을 대략적으로 이해할 수 있다.

---

6) 송선호, 「Fishbein & Ajzen의 행위의도 모델에 관한 실증적 연구」, 석사학위논문, 1989

7) 차근배, “광고에 대한 태도가 광고효과에 미치는 영향에 관한 연구, Fishbein 태도모형의 타당성에 관한 하나의 재고찰”, 「서울대신문연구소학보」 제 27호, pp.1-39.

<그림 2-1> Theory of Reasoned Action 모형



자료: Fishbein and Ajzen, 1975

## 2. 계획된 행동이론(theory of planned behavior : TPB)



계획된 행동이론(TPB)은 지각된 행동 통제라는 구성개념을 추가함으로써 TRA를 확장한 것이다. 이 지각된 행동 통제는 특정 행위를 수행하는데 필수적으로 “요구되는 자원과 기회의 소유 혹은 없음”에 대한 개인의 지각들이다. Ajzen(1985)<sup>8)</sup>에 의해 제한된 TPB는 TRA를 확장한 것으로, TPB 이론에 의하면 인간의 행동은 세 가지(행동신념, 주관적신념, 통제적 신념) 신념의 행동지침이 된다. (<표 2-1>참조). 이러한 신념은 좀 더 발전적인 단계를 거치게 된다. 행동적 신념(behavioral beliefs)은 긍정적, 부정적인 행동경향태도로 나타나며, 표준적 신념(normative beliefs)은 사회적 압력의 주관적 신념으로 나타나고, 통제적 신념(control beliefs)은 인지적 통제 신념(perceived control beliefs)으로 나타나게 된다.

8) Ajzen, I., "From Intentions to Actions : A Theory of Planned Behavior," In Kuhl, j. & j. Beckman(eds.), *Action Control : From Cognition to Behavior*, J., Springer Verlag, New York, 1985, pp. 11-39.

<표 2-1> TPB의 신념

신념	정의
행동 신념	행동의 결과·행동의 결과의 측정에 대한 신념
주관적 신념	다른 사람들의 표준적인 예상·예상에 부응하는 동기부여
통제적 신념	행동을 제어 할 수 있는 변수들의 신념

이 모든 것이 결합이 되어 행동의도(behavioral Intention)에 영향을 주며, 이러한 의도(Intention)는 실제 행동으로 나타나게 된다. 일반적으로 긍정적인 태도와 주관적인 신념과 인지적 통제(perceived control )에 많은 관심을 가질수록, 더 강력한 행동의도(behavioral Intention)로 나타나게 된다.

계획된 행동이론은 행위예측을 위해 행위의도 뿐만 아니라 개인의 통제 능력 인식과 관련된 지각된 행위통제력이라는 요인을 도입하였다는 점에서 행위예측을 위한 다중차원적 접근법이다<sup>9)</sup>. 계획된 행위이론에서 행위예측을 위한 행위의도와 지각된 행위통제력 요인의 상대적 중용성은 적용 상황과 예측대상에 따라 다르다. 즉, 개인의 의지적 통제가 가능한 행위에 대해서는 행위 의도만으로도 해당 행위를 예측하는 것이 가능할 것이나, 해당 행위에 대한 의지적 통제가 어려워질수록 행위의도의 설명력은 낮아지고 지각된 행위통제력 요인의 상대적 중요성이 증가하게 될 것이다. 따라서 지각된 행위통제력 요인을 도입해서 행위를 설명하는 것이 의미를 가지기 위해서는 개인의 의지적 통제를 상당히 벗어난 행위를 대상으로 했을 때 의미가 있다고 보여진다<sup>10)</sup>.

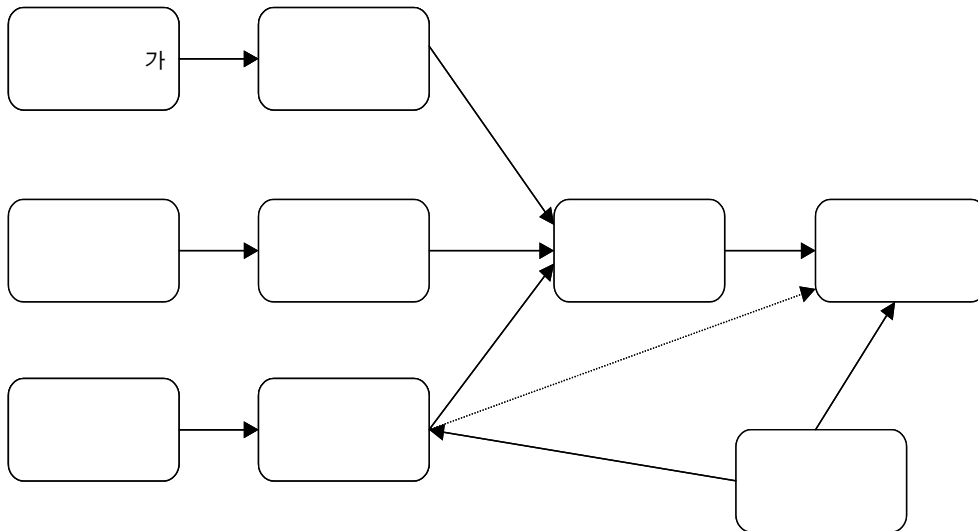
아래의 <그림 2-2>에서 TPB의 개념을 이해할 수 있다.

9) 최돈섭, 「최종사용자 정보기술 이용요인에 관한 연구」, 계명대 석사학위논문, 1999.

10) 상계논문



<그림 2-2> Theory of Planned Behavior (TPB) 모형



자료: Ajzen, I., 1991



### 3. 기술수용 모형(technology acceptance model : TAM)

Davis et al.(1989)<sup>11)</sup>에 의해 제안된 기술수용모형(TAM)은 TRA를 축소 변형하여 개인의 정보기술수용에 대한 구체적인 모형을 제시하였다. 기술수용모형이 목적은 컴퓨터 기술을 수용할 때 어떤 요인들이 결정적 영향을 미치는가를 제시하는데 있다. 기술수용모형에서는 컴퓨터 수용행위를 설명하는데 있어 두 개의 특정신념 즉 인지적 유용성과 인지적 용이성이 일차적으로 관련이 있다고 가정한다<sup>12)</sup>.

11) Davis, F.D., "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly*, Vol. 13, 1989, pp.318-339.

12) 여인갑, "정보기술수용모형", 「경영정보학연구」, 제1권 2호, 한국경영정보학회, pp. 3-17.

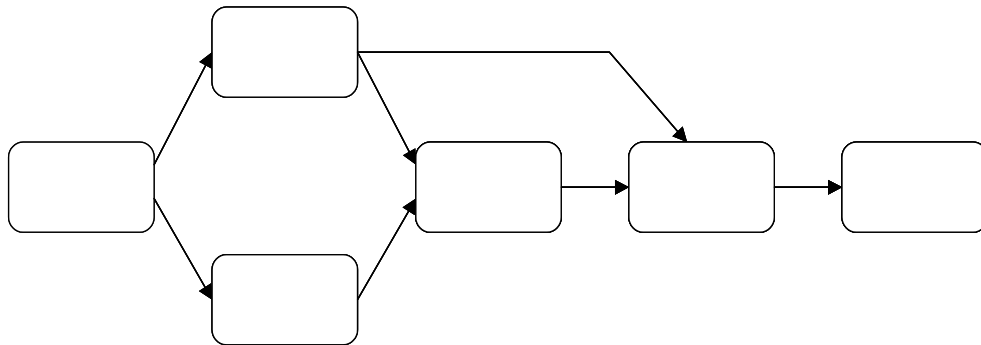
TRA요인 중 주관적 기준을 모형에서 삭제한 TAM은 개인의 정보기술수용에 영향을 미치는 요인으로 인지적용이성, 인지적유용성을 제시하고, 이 두 요인이 정보기술수용에 대한 개인의 태도에 영향을 미치며 그 의도가 최종적으로 정보기술 수용행위를 결정하게 된다. 또한 TRA와는 달리 인지적유용성은 TAM모형의 행동의도에 직접적으로 영향을 미치고 있다.

TAM은 인터넷 수용의 결정요인에 대한 설명을 제공하며, 이러한 설명은 광범위한 최종사용자 인터넷기술들과 이용자 모집단에 걸쳐서 이용자 행위를 설명할 수 있을 정도로 포괄적이다. TAM은 TRA와 TPB에 기초를 두고 있다. 사람들이 IT/IS를 받아들이고, 거부하는 기준은 무엇일까? 시스템 사용에 영향을 주는 많은 변수들 사이에서 이전의 연구들은 두 가지 요인을 제시해 주고 있다. 첫 번째로, 사람들은 자신의 작업에 도움을 줄 것인가 아닌가의 범위 안에서 시스템 사용을 하기도 하고, 시스템을 사용하지 않는다. 우리는 이러한 변수를 인지적 유용성이라 한다. 두 번째로, 잠재적 사용자가 주어진 프로그램이 유용하다 하더라도 사용자가 느끼는 시스템 사용이 쉬워야 한다. 아무리 좋은 프로그램이라 하더라도 사용하기 어렵다고 판단하면 흥미가 떨어지는 것은 당연한 일이다. 인지적 유용성은 사람들이 어떤 특별한 시스템 사용에 있어서 자신 또는 다른 사람들의 업무생산성을 한층 높일 수 있는 것이라고 믿는 범주로 정의된다. 인지적 유용성은 조직의 구성원내에서 사람들이 일반적으로 승진, 보너스 등 다른 보상수단을 얻고 싶게 하는 강제적인 행동이다.<sup>13)14)</sup> 사용자들이 시스템에 높은 인지적유용성을 가진다면 긍정적인 행동을 이끌어낼 수 있다. 인지적용이성은 반면에 시스템 사용이 있어서 매우 쉬워야 한다고 생각한다는 범주이다. 인지적용이성, 이 변수는 사용하는데 전혀 어려운 것이 없음을 의미한다. 아래의 <그림 2-3>을 통해 일반적인 TAM의 모형을 이해 할 수 있다.

13) Pfeffer, J., *Organizations and Organization Theory*, Pitman, Boston, MA, 1982.

14) Schein, E.H., *Organization Psychology*, third edition, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ, 1980.

<그림 2-3> Technology Acceptance Model (TAM)



자료: Davis et al., 1989

이전의 TAM연구를 보면 유용성과 용이성이 실제 행동에 많은 영향을 주고 있다는 것을 알 수 있다. Davis의 연구에서와 같은 결론을 얻었으며, 이후 Taylor and Todd(1995)<sup>15)</sup>, Straub et al.(1995)<sup>16)</sup> 등등 여러 학자들도 같은 결론을 얻었다. 이는 TAM모형에서 가장 중요한 변수로 인터넷의 정보기술수용에서도 같은 결론을 얻을 수가 있을 것이다. 그리고 Taylor and Todd의 연구에서 특이할 만한 것은 사회적 영향이 개인의 행동의도 (behavioral intention)<sup>17)</sup>에 영향을 주고 있다. 이는 사회적 변수가 개인의 행동에 많은 영향을 주기 때문이다. 이는 기업문화가 조직원에 영향을 미치는 것과 같은 맥락이라 예상된다. 아래의 <표 2-2>, <표 2-3>에서 TAM에 대한 내용이 요약되었다.

---

15) Taylor, S. and Todd, P., "Assessing IT usage : the role of prior Experience," *MIS Quarterly*, Vol. 19, No. 4, December 1995, pp. 561-570.  
 16) Straub, D., Limayem, M. and Karahanna-Evaristo, E, "Measuring system usage : Implications for IS theory testing," *Management Science*, Vol. 41, No. 8, August 1995, pp. 1328-1342..  
 17) Teo, T.S.H., Lim, V.K.G. and Lai, R.Y.C., "Intrinsic and Extrinsic motivation in Internet usage," *Omega*, Vol. 27, 1999, pp. 25-37.

<표 2-2> TAM모형 방법론

저자	프로그램	샘플 개수	사용된 모형
Davis(1989)	Text-deitor	MBA과정 107명	TAM+TRA
Davis(1993)	E-mail, Tect-editor	전문직, 관리자 112명	TAM
Mathieson(1991)	Spreadsheet	학생 262명	TAM+TPB
Davis et al.(1989)	Writeone, chartmaster	MBA과정 240명	TAM
Szajna(1996)	Voice mail system customer dial-up system	졸업생	TAM
Taylor&Todd(1995)	University computing system	61명	TAM+SN+PBC
Taylor&Todd(1995)	University computing system	학생 786명	TAM+TPB +decomposed TPB
Keil et al.(1995)	Configulation software	판매사원 118명	TAM
Szajna(1996)	Electronic mail	졸업생 61명	TAM
Chau(1996)	Case	IT전문가 2500명	TAM
Igbaria et al.(1997)	Personal computing	PC사용자 569명	TAM
Agarwal & Prasad (1999)	World Processing Spreadseet graphics, Multifunctional workstation	Fortune100대 기업의 조직원 205명	TAM
Karahanna et al. (1999)	Microsoft window 3.1	잠재사용자 77명 기업조직원 153명	TAM+SN
Hu er al.(1999)	Telemedicine software	외과의사 407명	TAM
Venkat & Davis (1996)	Four different systems in four organizations	현장관리자 48명, 재무서비스 50명, 회계서비스기업 51명, 투자기업 조직원 51명	TAM and task technology fit
Venkat & Davis (1996)	Date and information retrievel	작업자 342명	TAM+SN+ gender & experence

<표 2-3> TAM모형의 관계성

Author	Peou -pu	Pu-att	Peou -Att	Pu-Bi	Peou -Bi	Att-Bi	Att-U	Bi-U	Peou -U	Pu-U
Davis et al.(1980)										
Post training	Yes	Yes	No	Yes	Yes	Yes		Yes		
End semester	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes		Yes		
Davis(1989,1993)	Yes	Yes	Yes				Yes			
Mathieson(1991)	Yes	Yes	Yes	Yes		Yes				
Davis et al.(1989)										
Writeone	Yes			Yes	Yes			Yes	Yes	Yes
Chartmaster	Yes			Yes	Yes			Yes	Yes	Yes
Taylor&Todd(1995)										
With experience	Yes	Yes	Yes	Yes		No		Yes		
No experience	Yes	Yes	Yes	Yes		No		Yes		
Taylor&Todd(1995)	Yes	Yes	Yes	Yes		No		Yes		
Keil et al.(1995)	Yes								No	No
Szajna(1996)										
Pre-implementation	Yes							Yes	No	No
Post-implementation	Yes							Yes	No	No
Chau(1996)	Yes								Yes	Yes
Davis et al.(1989)	Yes									
Igbaria et al.(1997)	Yes								Yes	Yes
Gefen and Keil (1998)	Yes								No	Yes
Agarwal & Prasad (1999)	Yes	Yes	Yes				Yes			Yes
Karahanna et al. (1999)										
Potential adopters		Yes	Yes			Yes				
Actual users		Yes	Yes			Yes				
Hu et al.(1999)	No	Yes	No	Yes		Yes				
Venkat & Davis (1996)	Yes			Yes	Yes					
Venkat & Morris (2000)	Yes			Yes	Yes			Yes		

주; Peou:인지적용이성, Pu:인지적유향성, U:유향성, Att:행동경향태도, Bi:행동의도

Lederer et al.(2000)<sup>18)</sup>은 인터넷 사용의 인지적 용이성에 대한 연구와 자주 방문하는 Web사이트의 인지적 유용성에 대해서도 연구하였다. Lederer et al.(2002)의 연구에서 TAM모형은 인터넷프로그램 사용에 관한 연구의 용이성과 유용성은 인터넷 사용에 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 결론적으로 웹사이트 사용은 용이성과 유용성에 의존한다는 결론을 얻었으며, 이는 미래 웹사이트 연구에 유용성과 용이성의 중요성을 제시하였다.

Moon and Kim(2002)<sup>19)</sup>은 정보기술수용에 내부적 동기부여 변수와 외부적 동기부여 변수인 유희성(playfulness)이 TAM모형의 유용성, 용이성, 행동의도경향, 행동의도, 그리고 실제사용과의 관계를 설명하였다.

Jiang et al.(2000)<sup>20)</sup>의 연구에서는 인터넷사용의 효용, 단기적 결과, 장기적 결과, 그리고 경험변수를 TAM모형에 적용하였다. 연구결과 인터넷 사용은 단기와 장기적인 인지적 유용성, 이전의 인터넷경험에 의해 긍정적인 영향을 받으며, 그 중 경험은 인터넷사용에 가장 중요한 변수로 나타났다.

Yang and Choi(2001)<sup>21)</sup>의 연구에서 사회적 영향(social influence) 변수를 TAM모형에 적용하였다. 사회적 영향변수인 주관적 기준, 수용상태(visibility), 그리고 이미지들이 인터넷사용에 많은 영향을 주는 것으로 나타났다. 이 연구에 의하면 인터넷을 사용한 업무처리는 개인적인 업무처리가 아니며, 조직원 상호간에 협동하면서 작업할 시에 효과가 높아진다고 한다. 정보의 공유, 물리적인 거리를 극복한 상호 정보의 교환, 인터넷 결제와 같은 작업방식의 변화는 기업문화의 변화를 가져올 것이며 이에 따라서 기업문화의 차이가 인터넷을 사용하는 조직원 상호간에 영향을 줄 것이다.

---

18) Lederer, A.L., maupin, D.J., Sena M.P. and Zhuang, Y., "The technology acceptance model and the World Wide Web," *Decision Support System*, Vol. 29, 2000, pp. 269-282.

19) Moon, J.W. and Kim, Y.G., "Extending the TAM for a World wide web context," *Information & Management*, Vol. 38, June 2000, pp. 217-230.

20) Jiang, J.J., Hsu, M.K., Klein, G. and Lin, B. "E-commerce User Behavior Model : an empirical study," *Human System Management*, Vol. 19, 2000, pp. 265-276.

21) Yang, H.D. and Choi, I.Y., "Social Influence on Internet Technology Usage," *Ewha Management Review*, Vol. 19, No. 1, Jun 2001.

기술수용모형에서의 인지적 유용성과 인지적 용이성의 개념은 합리적 행동에서의 신념과 관련된 개념이다. 그러나 기술수용모형에서는 행위의도의 결정요인에 주관적 규범을 포함하지 않았다. 이는 기술이용은 사회적 영향에 의해 사용되기보다는 개인적 상황에 의한 것이라고 보았기 때문이다.<sup>22)</sup>

## 제2절 기업문화

### 1. 기업문화의 정의

본 연구에서는 기업문화가 기업의 직원에게 정보기술 수용에 많은 영향을 미친다는 것을 전제로 하고 있으며, TAM을 바탕으로 기업문화의 정보기술 수용에 대한 역할을 실증분석하고자 한다.

문화란 그 사회구성원이 공유한 규범, 이념 및 가치체계로 인간 행동에 영향을 미치는 요인들에 대한 거시적 개념이다.<sup>23)</sup> 그러므로 문화는 일정한 범위에 속한 구성원들의 생각과 행동, 인간관계의 방식, 업무 수행 등에 지대한 영향을 미친다. 오늘날 국가와 민족 간의 문화적 차이를 연구하듯이 기업 간에도 문화적 차이가 존재한다는 전제 하에 우수기업들이 공통적으로 지니고 있는 문화적 특성을 찾아 이를 중심으로 바람직한 기업문화를 개발하려는 노력들이 많아지고 있다. 이와 같이 거시적 문화의 개념을 미시적인 기업수준에 적용한 것이 기업문화이다.

조직문화의 개념은 구체적으로 어떻게 정의되어야 할 것인가? 일반적인 의미로 조직문화는 조직의 모든 구성원들이 공유하고 있는 가치관(value)

---

22) 박경민, 「인터넷 영화 수용의도에 미치는 영향요인에 관한 연구: Davis의 기술수용모형을 중심으로」, 석사학위논문, 2001.

23) 김인수, 「거시조직이론」, 무역경영사, 1991.

과 신념(belief), 이념(ideology), 관습(habit), 규범(norm)과 전통(tradition) 그리고 지식 전체의 행동에 영향을 미치는 중요한 기본요소라고 할 수 있다. 이러한 거시적인 문화 개념을 사회체계를 구성하는 미시적인 조직체 수준에 적용한 것이 조직문화 개념이다. 그러므로 사회 문화적인 관점에서 볼 때 조직문화는 거시적인 사회문화에 속하는 하나의 하위문화(subculture)이며 단위조직의 차원에서 볼 때는 대상조직의 전체적인 문화이다. 이러한 조직문화에 대한 보다 정확한 개념은 학자들의 관심과 연구 초점에 따라서 약간의 차이를 보이고 있는데, 학자들의 조직문화 개념을 살펴보면 다음과 같다.

Berger와 Luckman(1983)은 “조직구성원들간의 지속적인 상호작용에 의하여 끊임없이 창조되고 재구성되는 인간상호작용의 메카니즘인 동시에 인간상호작용의 결과적 산물로서의 사회적 실체”로 정의하였다. 또한 Deal & Kennedy(1982)는 “조직문화는 다양한 조직체 상황 하에서 어떻게 행동해야 할 지를 명시해 주는 지침으로서, 조직을 통합시켜주는 응집요소”라고 하였고, Jelinek(1983) 등은 “조직의 신화, 패러다임(paradigm), 공유의 의미체계, 그리고 고유의 언어체계로서 조직체 상황에서 조직구성원들의 가치판단의 틀이 되는 것”이라고 하였다. Denison & Mishra(1989)는 “조직의 핵심적인 정체성을 형성하는 가치, 신념, 행동방식”으로 보았고, Pettigrew는 (1979) “상징, 언어, 이념, 신념, 의식, 전통 등의 조직체 개념의 총체적 근원”이라고 하였고, Broms & Gahmberg(1983)는 “조직원들의 이미지 체계에 작용하여 조직체의 이미지로서 구체화되어 있는 조직의 가치체계”라고 하였다. 한편 Jabes & Zussman(1989)은 “조직문화란 조직구성원의 공유된 가치체계로서 조직구성원을 결속시키는 사회적 규범적 결속물”이라고 하며 공공조직과 사적조직을 조직의 성향 차원, 충성차원, 목적차원 등으로 구분하여 차이점을 지적하고 있다. 이들의 개념정의는 공공조직의 문화를 연구하고 이를 사적조직과 비교한 점이 특이하다. 이는 몇 가지 동일차원에서



공사조직의 문화를 비교할 수 있음을 시사해준다.<sup>24)</sup>

한편 Schein(1985)은 기업문화란 기업이 외부환경에 대한 적응과 조직내 부통합의 문제를 해결해 나가는 학습과정에서 발견 또는 개발된 내용이며, 또한 장기간 내외환경과 상호작용에서 경험적으로 그 타당성이 입증되어 기업조직 구성원들의 상황판단과 문제해결에 있어 유효한 지각 및 사고체계에 주입된 패턴이라고 정의했다.<sup>25)</sup> 따라서 기업문화 두 가지 특성을 내포하고 있다. 첫째, 외부환경의 변화에 영향을 받는 동태적 특성과 둘째, 기업조직의 구성원들이 공유하고 있는 행동양식이다. 본고에서는 전자를 기업문화의 영향요인, 후자를 기업문화의 유형이라는 제하로 논하고자 한다.

## 2. 기업문화의 구성요소 및 영향요인

### 1) 기업문화의 구성요소



기업문화의 구성요소는 너무 방대하고 다양하다. 구성요소들은 관찰 가능한 것과 불가능한 것, 의도적인 것과 무의식적인 것이라는 두 차원의 연속성 상에 놓여 있다. 본 논문에서는 Schein(1985)의 기업문화 구성요소에 대한 내용을 살펴보겠다.

① 징표(signs) : 겉으로 드러나 있어 쉽게 볼 수 있으며, 조직은 의도적으로 이 요소를 발표하고 강조함으로써 환경 속에서 자신의 존재를 확인하기도 하고 드러내기도 한다.

② 신념(beliefs)과 상징(symbol) : 관찰자가 주의 깊게 관찰하면 질문서 등으로 알아낼 수 있으며 구성원들의 사고, 정신상태 등 조직 구성원들이

---

24) 황용성, “정보사회의 조직특성과 조직문화에 관한 실증분석”, 전주대학교 대학원, 2001.

25) Edgar H. Schein, *Organizational Culture and Leadership ; A Dynamic View*, Jossey Bass Publishers, 1985, pp. 5-9.

의식적으로 인지하고 있는 사실들이다. 이에는 신념, 신화, 의례와 의식, 터부 등이 있다.

③ 상상과 이미지(imagination and image) : 이는 무의식 속에 있기 때문에 보이지 않는 것이다. 이미지란 조직구성원의 마음속에 은연중에 조직, 조직내 관련관계, 과업에 대한 심리적·정서적 상상과 느낌이 들어와 자리잡게 된 것이다. 기업문화를 형성하는 i) 조직에 대한 이미지(조직은 굳건한가, 조직이 필요로 하는 나의 능력은?, 이 조직은 사회에 필요한가? 등) ii) 직업에 대한 이미지(이 조직에서의 성공방법은? 이 조직에서 내가 할 일은? 등) iii) 조직내 권력관계에 대한 이미지(이 조직의 핵심부서는? 이 조직의 실세는?)으로 구분 할 수 있다.

## 2) 기업문화의 영향요인

기업문화에 영향을 주는 요인은 조직을 둘러싼 사회적 환경, 기업의 역사, 기업이 처해진 상황, 창업주의 경영 이념·기업의 신화·가치 등 문화적 시스템, 조직의 구조·경영전략 등 사회문화적 시스템, 구성원의 퍼스넬리티와 인식 등 개별 행위자의 특성이 있다.<sup>26)</sup> 그러나 이러한 제영향요인들은 독립적으로 기업문화에 영향을 주는 것이 아니라 상호작용적 특성이 있다. 따라서 거시적 개념들만을 추출하여 살펴보고자 한다.

첫째, 외적환경과 기업문화의 관계이다.

일반적으로 외적환경이란 조직의 외부에 존재하면서 조직목표 달성 및 전략수립에 영향을 주는 요인을 말한다. 따라서 전체 사회문화의 하위문화인 기업문화는 이러한 외적환경의 변화양상에 영향을 받는 것은 당연한 것이다. 스코트는 조직이론의 역사를 3단계로 나누면서 「1970년대 이후부터는 조직이론의 연구가 문화적 체계가 중심이 되어 조직이 환경과 사회·문화

---

26) Allaire, Y. and M.E. Firsirotu, *Theories of Organizational Culture*, Organizational Study, 1984, p.41.

적인 상호의존성을 지니고 있음을 강조하고, 문화적 요소가 조직의 구조와 운영에 미치는 효과가 크다는 관점이 부각되고 있음」을 주장하고 있다.<sup>27)</sup> 또한 서인덕은 「기업문화가 구성원에게 행동지침을 제공하고 이 행동지침이 조직의 존속·성장을 위한 것이라면 조직이 갖고 있는 그 행위지침은 기업이 처한 환경여건에 따라 중요한 제약을 받으므로, 기업은 그 성장과정에서 환경에 적응해 나가지 않으면 안되고, 환경은 기업문화의 영향요인이라 할 수 있다」고 하였다.<sup>28)</sup> 이상에서 살펴보듯이 기업문화는 시스템적 접근 및 나아가 상황론적 접근에 의해서 연구되어야 할 주제임을 알 수 있다.

그러나 외적환경과 관련하여 중요한 문제는 환경의 분류문제이다. 외적환경을 분류하는 방법으로는 일반적 환경분류방법과 차원적 분류방법이 있다. 전자는 정치·경제·사회·문화별 특성을 열거하여 환경의 본질을 밝히는 것이고, 후자는 하나의 연속체로 개념화하여 조직적 자원의 본질·분배와 관련하여 환경을 분류하는 것으로 조직의 속성을 비교함에 유용하다. 기업문화와 환경의 적합성은 논하는 대부분의 연구, 특히 컨틴전시 연구들은 환경특성을 핵심차원에 따라 체계적으로 이해하려는 노력에서 출발한다. 즉 환경은 차원에 따라 유형화가 가능하게 되며, 환경유형에 따라 「환경-기업문화」관계의 분석적이고 실증적인 연구가 가능하기 때문이다. 이러한 차원적 연구는 2차원적 분류와 다차원적 분류로 나눌 수 있는데, 전자의 대표적인 학자는 톰프슨(Tompson), 로렌스와 로쉬(Lawrence & Lorsch), 던켄(Duncan) 등이 있으며, 후자의 학자로는 알드리취(Aldrich), 텅(Tung), 밀즈(Mills) 등이 있다. 전자는 환경과의 적합성(fit)을 주된 목표로 하고 있으며, 의사결정의 불확실성이 중심개념이 되고, 후자는 환경을 2차원으로 나누는 것이 복잡한 환경특성을 지나치게 단순화시킨다는 비판하에, 환경의 포괄적

27) Scott, W.R., *The organization of Environment : Network, Culture and Historical Elements, Organizational Environment*, Sage Publications, 1983, pp.115-159.

28) 서인덕, 「한국기업의 조직문화유형과 조직특성간의 관련성 연구」, 서울대학교 대학원, 박사학위논문, 1986, p. 80.

유형화를 목적으로 하는 것이다.

또 하나의 외적환경과 관련된 문제로 실제환경과 인지환경의 문제이다. 양자의 관계에 있어 문제점은 양자의 특성치의 상관관계가 높지 않다는 것이다. 특히 경영자의 의사결정을 유도하는 것은 실제가 아니라 인지된, 즉 지각된 것이라는 점이다. 조직의 환경은 쉽게 나타나거나 분명한 경계가 그려지는 것이 아니기 때문에 쉽게 윤곽을 파악할 수 있는 것이 아니다. 동일한 지위에 있는 경영자들도 환경을 다르게 보는 경향이 있다. 이는 조직이 환경을 형성시키고 개발하는 것은 경영자의 지각에 의존한다는 것을 말해준다. 따라서 무엇보다도 중요한 것은 지각된 환경이라는 것이다.

둘째, 경영전략과 기업문화의 관계

경영전략과 기업문화는 최근 10여 년간 개별적 차원에서 연구는 활발히 진행되어 왔으나, 이들간의 적합성을 다룬 연구는 그리 많지 않다. 상황론적 관점에서 경영전략과 기업문화의 적합성을 다룬 기존연구들을 요약하면 다음과 같다.

먼저 스와르츠와 데이비스(Schwartz & Davis)는 사례연구를 바탕으로 문화와 전략이 서로 어울리지 않으면 조직은 심한 어려움에 직면하게 되므로, 이를 타개하기 위해서는 문화를 변화시키거나 전략을 변경시킴으로써 문화와 전략간의 적합성을 높여야 한다고 주장하였다.<sup>29)</sup> 또한 폼브룬, 티키, 데바나(Fombrun, Tichy, & Devanna)는 전략에 따른 적절한 기업문화유형으로, 한가지 사업에 주력할 때는 단순통제를 위한 사업문화, 수평적 팽창전략에는 비용통제를 위한 시장확장문화, 수직적 팽창전략에는 포트폴리오 관리를 통한 조직/사업 이분문화가 효과적이라 하였다.<sup>30)</sup> 사포드(Safford)는 조직의 문화와 성과간의 관계에 관한 모형을 개발하고, 그 모형에 전략적 적

29) Schwartz, H. and S.M. Davis, *Matching Corporate Culture and Business Strategy, Organizational Dynamics*, Summer, 1981, pp.30-49.

30) Formbrun, C.J., N.M. Tichy, and M.A. Devanna, *Strategic Human Resource Management*, John Wiley & Sons, 1984.

합의 개념을 포함시켜 문화와 전략의 적합에 따라 조직의 성과가 달라짐을 강조하고 있다.<sup>31)</sup> 한편 최만기는 기업문화를 개발형과 위계형, 전략을 전향형과 방어형의 2차원으로 분류하여 개발문화와 전향전략간의 적합관계가 조직유효성을 증대시킴을 증명하였다.<sup>32)</sup>

그러나 경영전략과 관련해서 전략을 유형화하는 문제가 중요한데, 오늘날 내용적 접근법에 의한 전략의 유형화가 주류를 이루고 있다. 내용적 접근법이란 기업의 성공을 위해 실제로 실행된 전략의 구체적인 내용차체에 분석의 초점을 두는 연구방법으로, 크게 목표와 성과, 다각화, 전략군, 시장점유율과 수익성, 사업화 단계 및 분류학적 접근으로 나눌 수 있다. 그 대표적인 전략유형을 보면 다음과 같다.

쿠크(Cook)는 집중적, 반응적, 전향적, 중간적 전략으로, 밀즈와 스노우(Miles & Snow)는 방어적, 투기적, 분석적, 반응적 전략으로, 포터(Porter)는 원가선도, 제품차별화, 집중화 전략으로 구분하고 있다. 국내의 연구결과로는 이장우는 마케팅 차별화, 진퇴양난형, 원가주도, 기술혁신 차별화, 산업 지배전략을 추출해 내었고, 신유근은 외형확장적 성장전략, 제한적 전문화 전략, 방어형 다각화 전략, 실리지향적 성장전략으로 구분하고 있다. 이러한 전략 구분은 크게 공격적과 방어적 개념을 중심으로 세분화 한 것이다.

#### 셋째, 종업원의 영향력과 기업문화와의 관계

종업원의 영향력이란 사용자와 종업원간의 힘의 균형 정도로 비어(Beer, et., al.) 등은 여러가지 제도와 조직관행, 즉 단체교섭, 노동자 위원회, 품의 제도, 노사협의회 등 종업원의 참가와 관련된 제도와 관행을 통해 살펴볼 수 있다고 하였다.<sup>33)</sup> 그러나 종업원의 영향력과 기업문화와의 관계를 연구

31) G.S.III, Safford, "Culture traits, Strength, and Organizational Performance : Moving beyond Strong Culture", *Academy of Management Review*, Vol. 13, 1988.4, pp. 546-558.

32) 최만기, "조직의 문화유형, 전략유형 및 행동성과", 「인사관리연구」, 18집, 한국인사관리학회, 1994. pp.283-319.

33) Beer, M., B. Spector, P.P. Lawrence, D.Q. Mills and R.E. Walton, *Managing Human Assets*, 1984, 제인용, 김식현 역, 「인적자원관리」, 법문사, 1992. pp.49-84.

한 논문은 거의 없으며, 노조가 있는 기업과 인적자원관리의 혁신성과의  
정적 상관관계나 협력적 노사관계와 인적자원관리 관행의 혁신성과의 관계  
를 다룬 논문이 다소 있다.

그러나 종원원의 영향력 정도는 노사관계의 유형으로 어느 정도 파악할  
수 있을 것이다. 신유근은 노사관계와 기업문화의 상호적합성이 조직유효  
성을 증대시킬 수 있음을 이론적으로 제시하였다.<sup>34)</sup> 논자는 제주지역의 기  
업체를 대상으로 이를 검증하여 보았다. 기업문화유형으로 신뢰적 목표지향  
문화, 후원적 역할지향문화, 위계적 서열지향문화를, 노사관계유형으로 강압  
적 노사관계, 가부장적 노사관계, 공동체적 노사관계, 경쟁적 노사관계를 각  
각 요인분석을 통해 추출하였다. 이후 노사관계유형에 기업문화유형의 적합  
관계가 노사관계유형만을 고려했을 때보다 조직유효성에 미치는 영향이 더  
커짐을 밝혀 내었다. 즉, 가부장적 노사관계는 후원적 역할지향문화나 신뢰  
적 목표지향문화와 결합할 경우, 공동체적 노사관계는 후원적 역할지향문화  
와 결합할 경우 조직유효성을 증대시킬 수 있는 것으로 나타나고 있다. 따  
라서 협력적 노사관계와 신뢰를 바탕으로 한 인간중심적 기업문화의 적합관  
계가 조직유효성을 증대시킬 수 있음을 보여준다.

### 3. 기업문화의 유형

기업문화를 유형화하는 것은 기업의 공통적 특성과 문제를 중심으로 기업  
문화를 고찰하기 위한 편의성 때문이며, 이런 구분은 현실적으로 의사전달  
의 효과성을 높일 수 있다. 또한 유형화는 구성원의 조직내 행동양식에 대  
한 포괄적 분류를 가능케 하여 준다. 따라서 특정 산업 혹은 기업에 적합한  
문화유형을 찾는 작업이 활발히 이루어지고 있는데 그 수단으로서 기업문

---

34) 신유근, “한국 기업문화와 노사유형의 적합관계”, 『경영논집』, 제 25권 3호, 서울대학교 경  
영연구소, 1991, pp.48-56.

화의 유형화 작업이다. 기업문화유형에 대한 선행연구들은 주로 단일차원의 분류와 다차원의 분류로 크게 나눌 수 있다.

Sethia & Glinow<sup>35)</sup> 보상시스템과 기업문화와의 상호관련성을 중심으로 다음과 같은 네가지 다차원적 기업문화유형을 제시하였다. 기업문화 유형으로 냉소문화(apatetic culture, 무능한 리더십을 행사하는 조직에 퍼져 있는 사기 저하와 냉소적 상태의 기업문화), 배려문화(caring culture, 리더들이 온건적 철학을 표현하는 기업문화), 강요문화(exacting culture, 성공지향적, 성과중시, 종업원경시의 기업문화), 통합문화(integrative culture, 종업원과 직무성과를 모두 중시하는 문화)를 들고 있다. Ouchi는 거래비용을 처리하는 방법에 따라 시장문화(market culture), 관료제문화(Bureaucracy culture), 파벌문화(clan culture)로 단일차원의 기업문화유형을 제시하였다.<sup>36)</sup> Harrison은<sup>37)</sup> 기업문화유형으로 권력문화, 역할문화, 과업문화, 인간문화를 제시했다. 권력문화란 핵심인물이 시행하는 규칙·절차·통제가 존재하며 강한 리더십에 의존하고, 돈이나 지위에 대해 높은 가치를 부여하며 문화의 특징은 경쟁·도전으로 지각되는 문화형태를 말한다. 역할문화는 기능·직무전문화가 이루어지고, 절차·규칙이 우세하며, 커뮤니케이션 절차와 규범이 명확하고, 개인의 특성이 무시되며, 규모의 경제를 강조하는 문화형태이다. 과업문화는 개인특정보다는 기술적 전문기술을 중시하는 팀 배경에서 활동하는 특성을 지니며, 반응속도·창조성·통합 등의 면에서 성공하지만, 통제가 수월치 않은 문화유형이다.

Wallach(1983)는 개인에게 퍼스널리티가 있듯이 조직에는 조직문화가 있

---

35) Sethia, N.K. and M.A. Von Glinov, *Arriving Cultures by Managing The Reward System*. 재인용, 박노윤, 「조직문화유형과 관련변수의 관계에 관한 연구」, 고려대학교 박사학위논문, 1991. pp. 60-64.

36) Ouchi, W.G. "Markets, Bureacracies, and clans", *ASQ*, Vol. 25., 1980, pp.129-141.

37) 태정원, 「우리 나라 기업의 조직문화유형 및 조직유효성과 관련성 연구 : 조직구성원의 지각반응을 중심으로,」 숙명여자대학교 박사학위논문, 1991, pp. 58-73.

으며 개인의 동기유발 요인과 그가 속해 있는 조직의 문화가 적절하게 결합될 때 가장 효과적이라고 하였다. 그래서 그는 개인의 동기유발 요인을 성취감(achievement), 친화감(affiliation), 권력(power)의 세 가지로 나누고, 여기에 조직 문화유형을 혁신적(innovation), 후원적(supportive), 관료적(bureaucratic)으로 대응시켰다. 여기에서 혁신적 문화는 모험적, 결과 지향적이며 창의적 도전적이다. 이러한 환경에서 일하기란 그리 쉬운 것이 아니며 가정과 직장을 잘 조화시킨다는 것은 더욱 어려운 일이다. 후원적 문화는 조직환경이 우호적이며 공정하며 상호 협조적이다. 조직문화의 특징은 개인의 자유가 보장되며, 안정하고 균등하며 신뢰적이어서 조화를 이룬 환경을 유지한다. 관료적 문화는 책임과 권한이 명확하여 계층적, 절차 중심적이다.<sup>38)</sup>

Quinn & McGrath(1985)는 정보처리(information processing)의 관점에서 인간의 지각체계는 환경으로부터 정보나 자료에 대해 적어도 두 가지 방향으로 구분해서 지각하게 된다는 것이다. 예측성, 이해성의 정도에 따라 확실성이 높은 환경과 확실성이 낮은 환경이라는 지각구분이다. 다른 한 기준은 이 환경에 대한 변화 패턴의 구분으로서 단기적 패턴과 장기적 패턴이라는 지각 구분이다. 이 두 기준에 의하여 4가지 형태의 정보처리 유형이 나타나는데 이것이 곧 조직문화의 유형 구분으로 연결되고 있다.<sup>39)</sup>

한편 우리나라의 연구결과를 보면 서인덕(1986)은<sup>40)</sup> 종업원들의 현실에 대한 지각차원에 따라 동태적-정태적으로 구분하고, 성과측면의 행동차원에 따라 유지지향적, 활동지향적으로 양분하여, 친화적 · 진취적 · 보존적 ·

38) Wallach, E.J., "Individuals and Organizations: The Cultural Match", *Training and development Journal*, Feb., 1983, pp.29~36.

39) Quinn, R.E. & McGrath, M.R., "The Transformation of Organizational Cultures: A Comparing Values Perspective", in Frost, Peter. et. al.(eds.), *Organizational Culture*, Beverly Hill, Calif.: Sage, 1985, pp.315~334.

40) 서인덕, 전계논문, 1986, pp. 68-69.



합리적 문화로 한국 기업의 문화유형을 분류하였다. 친화적 문화는 집단적 행동을 통해 조직의 응집력을 높이려는 문화유형이다. 진취적 문화는 통찰력에 의한 조직의 성장, 외향적 진출이 목적이고 도전적 · 자극적 · 기업가적 · 창의적이며, 첨단성을 강조하고, 정해진 규칙보다는 신속한 문제해결을 강조하는 문화 유형이다. 보존적 문화는 공식적 형태를 통한 질서유지를 목적으로 하고, 체계가 잘 잡혀 있고, 즉각적인 행동보다는 장기적 존속을 목적으로 하는 문화유형이다. 합리적 문화는 확실성의 추구, 목표지향적, 결과중시, 능력위주, 효율성, 생산성, 실리주의를 특성으로 하는 문화유형이다.

정인서(1992)는<sup>41)</sup> 경제적 합리성과 사회적 합리성을 중축, 질서지향성과 창조지향성을 횡축으로 하여, 2차원적으로 문화유형을 4가지로 구분하였다. 위계적 역할 지향 문화는 조직내의 위계질서가 명확하고, 의사소통이 표준화된 절차에 따라 이루어지며, 서열과 질서를 중시하는 문화이다. 통제적 권력지향 문화는 권한이 상부로 집중되어 있고, 성과와 능률을 지향하며, 종업원의 순응을 강조하는 문화유형이다. 후원적 인간지향 문화는 개인적 가치, 자율적 통제, 협의에 의한 의사결정, 구성원간의 상호협력성을 중시하는 문화유형이다. 신뢰적 목표 지향 문화는 조직전체의 목표, 공유된 가치와 행동, 신념을 중시하며, 팀워크를 강조하는 문화유형이다.

신유근(1991)은<sup>42)</sup> 위 연구와는 달리 국가간, 기업간 비교 연구적 관점에 유용한 모델을 제시하고자 하였다. 그는 기업문화가 궁극적으로 지향하는 목표와 관련해서 중축을 공동체 중시와 개인 중시로 나누고, 횡축을 목표에 이르기 위한 과정 및 수단으로 타율주의와 자율주의로 나누어 4가지 기업문화 유형을 제시하였다. 가풍적 기업문화는 개인보다는 공동체를 중

---

41) 정인서, 「기업문화유형과 조직유효성의 상호관련성에 관한 연구」, 조선대학교 박사학위논문, 1992, pp. 56-57.

42) 신유근, 전계논문, pp. 48-52.

시하며, 조직구성원은 자율성보다는 타율적 행동성향을 보이는 기업문화이다. 미성숙기업문화는 기업문화가 추구하는 목적은 개인주의적 성향이 강하지만, 조직구성원은 오히려 타율적 행동성향을 보이는 과도기적 문화유형이다. We-I형은 자율주의에 기초하면서도 넓은 의미의 공동체 중시의 기업문화를 추구하는 형으로 집합적으로는 「우리」의식이 강하면서도 행동주체로는 자율적 특성을 갖는 문화유형이다. I-I형은 자율적 기초 하에 개인주의적 특성의 문화유형으로, 구성원의 자율성과 창의성, 개인의 권익을 중시한다.

한편 Quinn & Spreitzer(1991)는 경쟁가치모형을 중심으로 기업문화유형을 분류하고 있다. 경쟁가치모형은 원래 다양한 조직효과성 개념들을 정리·분석하기 위한 틀로 제시된 것이었는데, 그 이후로 조직유형, 조직의 수명주기, 그리고 리더십 유형 등을 모형화 하는데 적용되어 왔을 뿐만 아니라 기업문화를 연구하기 위한 분석틀로도 적극 활용되고 있다.<sup>43)</sup> 경쟁가치모형은 ‘통제-신축성’, 그리고 ‘조직내부지향-외부환경지향’이라는 두 가지 차원을 기준으로 혁신지향문화, 관계지향문화, 과업지향문화, 위계지향문화의 네 가지 유형으로 기업문화를 분류하고 있다.

첫째, 혁신지향적 기업문화는 ‘신축성·변화’와 ‘외부환경지향’을 특징으로 하는 문화로서, 외부환경에 대한 적응, 혁신, 성장, 창의성, 모험성, 그리고 외부환경으로부터 자원획득 등의 가치를 중시하는 문화이다. 둘째, 관계지향적 기업문화는 ‘신축성’과 ‘조직내부지향’을 특징으로 하는 문화로서, 무엇보다도 인간관계에 많은 관심을 기울인다. 신뢰, 인화, 단결 및 팀웍, 참여, 인적자원개발 등의 가치를 중시하며, 인간적이고 가족적인 분위기를 창출하는 것을 특징으로 한다. 셋째, 과업지향적 기업문화는 ‘통제’와 ‘외부환경지

---

43) 김영조, “조직문화와 조직성과의 변화에 관한 종단적 연구”, 「인사조직연구」, 제8권 2호, 한국인사조직학회, 2000, pp.111-134.

향'을 특징으로 하는 문화로서, 생산성, 합리성, 경쟁력 등의 가치, 그리고 효율적인 과업수행과 합리적 목표달성을 중시한다. 넷째, 위계지향적 기업 문화는 '통제'와 '조직내부지향'을 특징으로 하는 문화로서, 안전성, 내부통합 및 조정, 효율성 등의 가치를 강조하며, 분명한 위계질서와 명령계통, 그리고 공식적 절차와 규칙을 중시하는 문화이다. 본 연구는 Quinn & Spreitzer(1991)의 기업문화 유형을 적용하였다.



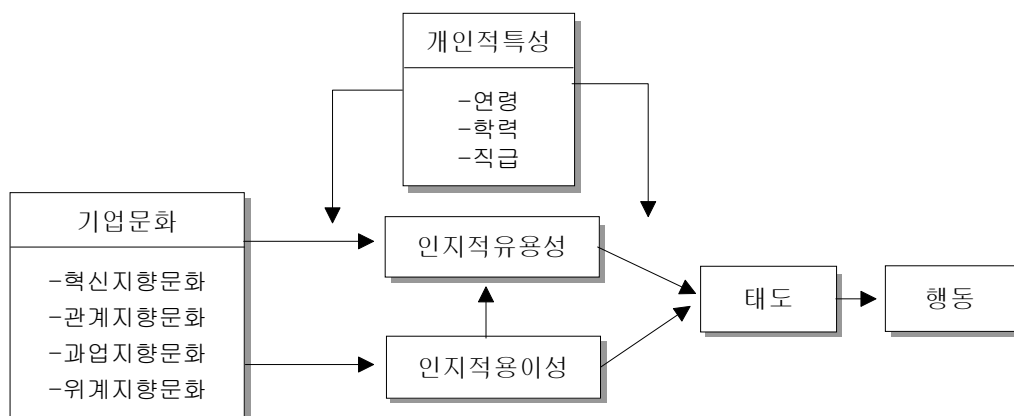
## 제III장 연구모형 및 연구가설의 설정

### 제1절 연구모형 및 가설설정

#### 1. 연구모형의 설정

본 연구는 TAM 모형에 기업문화를 접목시켜 기업문화유형이 직무와 관련한 인터넷 사용에 대한 인지적 유용성과 인지적 용이성에 차별적 영향을 미치고, 인지적 유용성과 인지적 용이성은 직무와 관련한 인터넷 사용에 대한 태도에 긍정적 영향을 미치며, 직무와 관련한 인터넷 사용에 대한 긍정적 태도는 다시 직무와 관련한 인터넷 사용행동에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 예측하고 있다. 또한 각각의 기업문화유형과 인지적 유용성 및 인지적 용이성간의 관계는 개인적 특성인 연령, 학력, 직위에 따라 조절되고, 인지적 유용성 및 인지적 용이성과 직무와 관련한 인터넷 사용에 대한 태도간의 관계도 개인적 특성에 따라 조절될 것으로 예측하고 있다. 이에 따라 <그림 3-1>과 연구모형을 설정하였다.

<그림 3-1> 연구모형



## 2. 연구가설 및 변수의 정의

### 1) 연구가설의 설정

기업문화는 조직의 운영에 직접적·간접적으로 영향을 미치지만 기업문화는 조직구성원과 조직내부에 잠재해 있기 때문에 조직구성원들은 평상시 기업문화의 존재 여부를 인식하기가 어렵다. 그러나 조직에서 기존의 규범과 가치에 어긋나는 새로운 전략이나 프로그램을 실용하려 할 때 비로소 문화의 존재를 확인할 수 있으며 그 힘을 느낄 수 있게 된다. 기업문화는 기업의 구성원들이 공유하고 있는 가치관과, 신념, 이념과 관습 그리고 지식과 기술을 포함하는 거시적이며 종합적인 개념으로 그 구성원의 행동에 영향을 주는 요소로 기업의 성과에 직접적으로 영향을 주고 있다. 따라서 기업문화는 새로운 기술이 정보기술의 도입과정과 성공에 긍정적인 영향을 미치는 요인이 될 뿐만 아니라, 조직적인 갈등과 저항의 원인이 되기도 한다. 즉 정보기술은 그것이 조직의 문화나 스타일에 적합한지에 따라 성과가 달라지며, 조직의 문화나 그 스타일이 정보기술과 보완적일 수 있을 때 조직으로부터 조화와 균형을 얻을 수 있을 것이다.

이에 따라 본 논문은 기업문화 유형이 TAM모형의 인지적 유용성, 인지적 용이성에 차별적 영향을 미칠 것으로 예상되어 다음과 같은 가설을 설정하였다.

**【가설 1】** 각각의 기업문화유형은 직무와 관련한 인터넷 사용의 인지적 유용성에 차별적 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1: 혁신지향적 기업문화는 직무와 관련한 인터넷 사용의 인지적 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2: 관계지향적 기업문화는 직무와 관련한 인터넷 사용의 인지적 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3: 과업지향적 기업문화는 직무와 관련한 인터넷 사용의 인지적 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-4: 위계지향적 기업문화는 직무와 관련한 인터넷 사용의 인지적 유용성에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

**【가설 2】 각각의 기업문화유형은 인터넷 사용의 인지적 용이성에 차별적 영향을 미칠 것이다.**

가설 1-1: 혁신지향적 기업문화는 인터넷 사용의 인지적 용이성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2: 관계지향적 기업문화는 인터넷 사용의 인지적 용이성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3: 과업지향적 기업문화는 인터넷 사용의 인지적 용이성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-4: 위계지향적 기업문화는 인터넷 사용의 인지적 용이성에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

한편 인터넷 사용이 어렵지 않다고 믿는 인지적 용이성은 인터넷 사용에 대한 적극성을 유발할 것이고, 인터넷이 자신의 업무능력 향상에 도움을 줄 것이라는 믿음을 증대시킬 것이다. Davis et al.(1989)의 연구결과도 인지적 용이성은 인터넷 이용에 대한 태도에 직접적 영향을 줄 뿐 아니라 인지적 유용성을 통해서 인터넷 이용에 대한 태도에 영향을 주는 것으로 나타나 인지적 용이성이 인지적 유용성의 선행요인임을 증명하였다. 이를 토대로 본 연구에서도 다음과 같은 가설을 설정하였다.

**【가설 3】 인터넷 사용에 대한 인지적 용이성은 직무와 관련한 인터넷 사용의 인지적 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.**

TAM 모형에 따르면 인터넷 사용에 대한 인지적 용이성과 인지적 유용성은 인지적 사용 태도에 정(+)의 영향을 미친다. 특히 인지적 유용성이 인지적 용이성보다 사용 태도에 더 큰 영향을 미치는 것으로 입증되고 있다. 따라서 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

**【가설 4】 직무와 관련한 인터넷 사용에 대한 인지적 유용성과 인터넷 사용의 인지적 용이성은 직무와 관련한 인터넷 사용태도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.**

태도와 행동간의 선형관계는 경영학에 있어서 아직까지 명확한 결론을 내리지 못하고 있는 부분이다. 이는 태도와 행동간에 많은 상황적 변수들이 작용하기 때문이다. 비록 호의적인 태도가 호의적인 행동으로 이어질 가능성은 높지만 양자사이에 발생하는 상황적 요인으로 인해 일관된 결과를 얻지 못하고 있다. 그러나 최근 양자간의 관계에 있어서 태도의 강도가 행동과 밀접한 관련이 있음이 어느 정도 입증되고 있는 실정이다. 따라서 본 연구에서는 인터넷 사용에 대한 강한 긍정적 태도가 실제 인터넷 사용행동에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 예상하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

**【가설 5】 직무와 관련한 인터넷 사용에 대한 긍정적 태도는 직무와 관련한 인터넷 사용행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.**

기업문화는 기업내 구성원의 공유가치를 의미한다. 따라서 구성원의 가치, 태도, 행동과 밀접한 관련이 있다. 그러나 기업문화가 모든 구성원의 가치에 일률적으로 영향을 미치기보다는 문화수용자에 따라 그 인지도가 조금씩 다를 수가 있다. 이러한 차별적 인지도는 구성원들이 비슷한 사회화 과정 즉, 연령, 학력, 직급 등을 통해 학습된 범주에 따라 다를 수 있을 것

이다. 따라서 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

**【가설 6】** 각각의 기업문화유형과 인터넷 사용에 대한 인지적 유용성과 인지적 용이성간의 관계는 개인적 특성에 따라 조절될 것이다.

가설 6-1: 각각의 기업문화유형과 인터넷 사용에 대한 인지적 유용성 및 인지적 용이성간의 관계는 연령에 따라 조절될 것이다.

가설 6-2: 각각의 기업문화유형과 인터넷 사용에 대한 인지적 유용성 및 인지적 용이성간의 관계는 학력에 따라 조절될 것이다.

가설 6-2: 각각의 기업문화유형과 인터넷 사용에 대한 인지적 유용성 및 인지적 용이성간의 관계는 직위에 따라 조절될 것이다.

한편 인터넷에 대한 인지적 유용성 및 용이성과 직무와 관련된 인터넷 사용태도간의 관계에 있어 인터넷에 익숙한 세대와 그렇지 못한 세대에 따라 차이가 있을 수 있을 것이다. 아무래도 상대적으로 인터넷 사용에 익숙한 낮은 연령과 높은 교육수준을 지닌 구성원일수록 인터넷 사용태도가 높게 나타날 가능성이 있다. 따라서 본 연구에서는 양자간의 관계에 있어 인터넷 사용자의 개인적 특성의 조절효과를 살펴보기 위해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

**【가설 7】** 직무와 관련한 인터넷 사용의 인지적 유용성 및 인지적 용이성과 직무와 관련한 인터넷 사용태도간의 관계는 개인적 특성에 따라 조절될 것이다.

가설 7-1: 직무와 관련한 인터넷 사용의 인지적 유용성 및 인지적 용이성과 직무와 관련한 인터넷 사용태도간의 관계는 연령에 따라 조절될 것이다.



가설 7-2: 직무와 관련한 인터넷 사용의 인지적 유용성 및 인지적 용이성과 직무와 관련한 인터넷 사용태도간의 관계는 학력에 따라 조절될 것이다.

가설 7-3: 직무와 관련한 인터넷 사용의 인지적 유용성 및 인지적 용이성과 직무와 관련한 인터넷 사용태도간의 관계는 직위에 따라 조절될 것이다.

## 2) 변수의 정의

### (1) 기업문화

Quinn 등의 경쟁가치모형을 중심으로 기업문화 유형을 분류하였다. 경쟁가치모형은 원래 다양한 조직효과성 개념들을 정리·분석하기 위한 틀로 제시된 것이었는데, 그 이후로 조직유형, 조직의 수명주기, 그리고 리더십 유형 등을 모형화하는데 적용되어 왔을 뿐만 아니라 기업문화를 연구하기 위한 분석틀로도 적극 활용되고 있다.<sup>44)</sup> 경쟁가치모형은 ‘통제-신축성’, 그리고 ‘조직내부지향-외부환경지향’이라는 두 가지 차원을 기준으로 혁신지향문화, 관계지향문화, 과업지향문화, 위계지향문화의 네 가지 유형으로 기업문화를 분류하고 있다.

#### ① 혁신지향적 기업문화

혁신지향적 기업문화는 ‘신축성·변화’와 ‘외부환경지향’을 특징으로 하는 문화로서, 외부환경에 대한 적응, 혁신, 성장, 창의성, 모험성, 그리고 외부환경으로부터 자원획득 등의 가치를 중시하는 문화이다. 본 연구에서는 혁신적 사고와 아이디어의 존중 등 6개 항목을 5점 척도로 측정하였다.

---

44) 상계논문

### ② 관계지향적 기업문화

관계지향적 기업문화는 ‘신축성’과 ‘조직내부지향’을 특징으로 하는 문화로서, 무엇보다도 인간관계에 많은 관심을 기울인다. 신뢰, 인화, 단결 및 팀워크, 참여, 인적자원개발 등의 가치를 중시하며, 인간적이고 가족적인 분위기를 창출하는 것을 특징으로 한다. 본 연구에서는 사원들 상호간의 원만한 인간관계 유지 등 5개 항목을 5점 척도로 측정하였다.

### ③ 과업지향적 기업문화

과업지향적 기업문화는 ‘통제’와 ‘외부환경지향’을 특징으로 하는 문화로서, 생산성, 합리성, 경쟁력 등의 가치, 그리고 효율적인 과업수행과 합리적 목표달성을 중시한다. 본 연구에서는 과업수행에 필요한 전문지식과 능력 중시 등 4개 항목을 5점 척도로 측정하였다.

### ④ 위계지향적 기업문화

위계지향적 기업문화는 ‘통제’와 ‘조직내부지향’을 특징으로 하는 문화로서, 안전성, 내부통합 및 조정, 효율성 등의 가치를 강조하며, 분명한 위계질서와 명령계통, 그리고 공식적 절차와 규칙을 중시하는 문화이다. 본 연구에서는 공식적인 절차, 규칙, 방침이 준수 등 4개 항목을 5점 척도로 측정하였다.

### 3) 인지적 유용성

인터넷을 사용함으로써 자신의 업무 능력을 향상시킬 것이라고 믿는 정도이다. 본 연구에서는 Davis et al(1989)이 개발한 측정척도를 활용하였다. 인지적 용이성은 인터넷 사용은 나의 업무를 좀더 빠르게 처리한다 등 6개 문항을 5점 척도화 하였다.

#### 4) 인지적 용이성

인터넷을 사용하는 것이 어렵지 않다고 믿는 정도로 Davis et al(1989)의 측정척도를 활용하였다. 인지적 용의성은 나는 인터넷 사용방법을 배우는 것이 쉽다고 생각한다 등 4개 문항을 5점 척도화 하였다.

#### 5) 인터넷 사용에 대한 태도

태도는 신념, 감정, 행위의도로 구성되는데, 본 연구에서 인터넷 사용에 대한 태도는 인터넷 사용에 대한 감정 및 행위의도를 포괄한 개념이다. 여기서는 Davis et al(1989)의 측정척도를 활용하여 업무와 관련하여 인터넷 사용은 좋은/나쁜 생각이다, 인터넷 사용이 업무에 도움이 된다면 언제든지 사용하려고 노력한다 등 6개 문항을 5점 척도로 측정하였다.

#### 6) 인터넷 사용 행동

업무와 관련한 인터넷 사용행동은 1주일 당 사용횟수, 1일 평균 사용횟수, 활용정도 등의 3개 문항으로 측정하였다.

## 제2절 연구의 설계

### 1. 표본 선정 및 특성

본 연구의 표본은 제주지역의 기업체를 대상으로 하였으며 업체당 1부씩 총 250부의 설문지를 방문 배부하였으며, 이중 192개의 설문을 회수하고 응답이 불성실한 25부를 제외한 167개의 설문지를 분석에 활용하였다. 설문 조사는 2003년 4월 21일부터 5월 10일까지 3주간에 걸쳐 실시되었다.

연구표본의 인구통계적 특성을 살펴보면 <표 3-1>에 제시된 바와 같다.

성별로는 남성 55.7%, 여성 44.3%로 남성이 조금 많고, 학력별로는 대졸 62.7%, 고졸이하 37.3%, 직위별로는 평사원이 56.9%로 가장 많고, 초급관리자 29.3%, 과장급 이상 13.8%로 분포되었다. 업종별로는 서비스업이 24.6%, 금융 및 보험업 22.2%, 건설업 11.4%, 공공기업 10.2%순으로 나타났다. 한편 연구표본의 연령은 평균 32세이며, 종업원수는 중위수를 기준으로 20명이다.

<표 3-1> 연구표본의 특성

구 분		명(비율)
성별	남성	93(55.7%)
	여성	74(44.3%)
학력	고졸이하	6(3.6%)
	전문대졸이하	56(33.7%)
	대졸이상	104(62.7%)
직위	평사원	95(56.9%)
	초급관리자	49(29.3%)
	과장급 이상	23(13.8%)
업종	호텔업	7(4.2%)
	금융 및 보험업	37(22.2%)
	공공기업	17(10.2%)
	정보통신, 컴퓨터	5(3.0%)
	건설업	19(11.4%)
	서비스업	41(24.6%)
	기타	41(24.6%)

## 2. 설문지 구성

본 연구에 활용된 설문은 크게 기업문화, 인지적 용이성 및 유용성, 인터넷 사용 태도, 인터넷 사용행동을 측정하는 내용으로 구성되어 있다. 기업

문화 유형은 김영조(2000)의 연구측정 설문을 토대로 혁신지향문화 6문항, 관계지향문화 5문항, 과업지향문화 4문항, 위계지향문화 4문항 등 총 19문항으로 구성되었다. 인지적 유용성과 인지적 용이성, 인터넷 사용태도는 Davis et al(1989)의 측정 설문에서 각각 6문항과 4문항 그리고 6문항을 발췌하였으며, 인터넷 사용행동은 주당 인터넷 사용시간, 일일 평균 인터넷 사용시간, 업무와 관련한 인터넷 사용시간으로 구성된 설문으로 연구자가 임의로 개발하였다.

<표 3-2> 설문지 구성

변수		문항수	번호	출처
기업문화	혁신지향문화	6문항	I-1~6	김영조(2000)
	관계지향문화	5문항	I-7~11	
	과업지향문화	4문항	I-12~15	
	위계지향문화	4문항	I-16~19	
인지적 유용성		6문항	II-1~6	Davis et al(1989)
인지적 용이성		4문항	III-1~4	Davis et al(1989)
인터넷 사용 태도		6문항	IV-1~4 V-1~2	Davis et al(1989)
인터넷 사용 행동		3문항	VI-1~3	연구자

### 3. 분석방법

분석방법은 기업문화, 인지적 유용성, 인지적 용이성, 인터넷 사용태도, 인터넷 사용행동 변수의 신뢰성을 검증하기 위해서 Cronbach's Alpha계수

를 계산하였으며, 또한 변수들 중 가장 관련성이 깊은 개념을 살펴보기 위한 단일차원의 타당성 검증방법으로 주요인분석을 실시하였다. 연구가설의 검증을 위하여 공분산 구조분석과 위계적 회귀분석(hierarchical regression)을 실시하였다.

분석도구는 공분산 구조분석을 위해 AMOS(4.0)를 활용하였고, 위계적 회귀분석 및 기타 기술통계량을 분석하기 위해 SPSS Win(10.0)을 활용하였다.



## 제 IV장 실증분석

### 제 1절 기술적 통계분석

#### 1. 신뢰도 분석

신뢰도란, 측정 도구의 정확성과 정밀도를 의미하는 것으로 동일개념에 대하여 동일 측정을 반복할 때 동일한 측정값을 얻을 가능성을 말한다. 일반적으로 다항목 척도의 분석을 통한 신뢰성 검증방법으로 재검사법 (Test-retest method), 대체형식법(Alternative form method), 반분법 (Split-half method), 내적 일관성(Internal consistency reliability) 등의 있다.

재검사법은 동일한 대상이 이전의 응답 내용을 기억하고 이를 일치시킬 가능성이 있다는 한계가 있으며, 대체형식법은 대체적인 형식 개발이 현실적으로 어렵고, 반분법은 문항을 분할하는 방법에 따라 차이가 날 수 있다는 한계점을 가진다. 반면 내적 일관성 검증법은 위에 제시된 다른 검증법의 한계점을 보완할 수 있고 사용과 해석이 비교적 간편하여 일반적으로 많이 사용되는 검증법이다. 본 연구에서는 내적 일관성을 알아보기 위하여 크론바하 알파(Cronbach's  $\alpha$ )를 사용하였다. 일반적으로  $\alpha$ 계수가 0.6이상이면 분석 가능한 수준의 신뢰도를 갖고 있는 것으로 알려져 있다(채서일, 1999).

분석결과 기업문화의 4가지 유형, 인지적 유용성, 인지적 용이성, 직무와 관련한 인터넷 사용에 대한 태도, 직무와 관련한 인터넷 사용행동 변수들은 모두 0.7이상의 신뢰도를 보이고 있다. 따라서 본 연구에서 사용된 각 변수들은 개념적으로 서로 구분되며, 타당한 것으로 판단된다. 이처럼 척도에

대한 개념규정이 적합하고 필요한 신뢰수준을 충족시키고 있음이 확인되면 다음으로 척도의 타당성이 평가되어야 한다.

<표 4-1> 변수의 신뢰도 분석

측 정 변 수		Alpha계수
기업문화	혁신지향적 기업문화	.8314
	관계지향적 기업문화	.9177
	과업지향적 기업문화	.7535
	위계지향적 기업문화	.8658
인지적 유용성		.9523
인지적 용이성		.8705
직무관련 인터넷 사용태도		.8668
직무관련 인터넷 사용행동		.8407

## 2. 타당성 분석

측정 도구의 타당성이란 하나의 측정도구가 측정하고자 하는 하나의 개념에 대한 값을 어느 정도 정확히 측정하였는가의 정보를 의미한다. 이는 조사자가 측정하고자 하는 개념이나 속성을 얼마나 정확히 반영할 수 있는가를 의미한다. 타당성의 종류에는 내용타당성, 준거관련 타당성, 구성개념 타당성의 3가지로 나눌 수 있다. 이 가운데 사회과학에서 일반적으로 사용되는 것은 구성개념 타당성으로 측정도구가 실제로 측정하고자 하는 추상적인 개념들을 제대로 측정하였는가를 의미한다. 개념 타당성을 측정하기 위하여 널리 사용되는 방법으로 다속성-다측정방법과 요인분석이 있다.



본 연구에서는 구성타당성에 대하여 검증할 것이다. 그리고 이를 위해서 일반적으로 요인분석을 실시한다. 구체적인 방법으로 요인추출은 아이젠 값이 1이상으로 주성분 분석을 하였고, 요인구조를 단순히 하기 위하여 Varimax 회전을 하였다.

먼저 기업문화 요인에 대한 요인분석 결과를 보면 <표 4-2>에 나타나 바와 같다. 첫 번째 요인은 혁신지향적 기업문화를 나타내고, 두 번째 요인은 관계지향적 기업문화, 세 번째 요인은 과업지향적 기업문화, 네 번째 요인은 위계지향적 기업문화를 의미한다. 이러한 요인분석 결과는 김영조(2000)의 분석결과와 일치하는 것이다.

<표 4-2> 기업문화의 타당성 분석

기업문화	공동값	혁신지향	관계지향	과업지향	위계지향
OC1	.639	.746			
OC2	.513	.664			
OC3	.448	.661			
OC4	.624	.730			
OC5	.619	.740			
OC6	.529	.596			
OC7	.742		.852		
OC8	.792		.861		
OC9	.739		.778		
OC10	.785		.801		
OC11	.726		.801		
OC12	.444			.542	
OC13	.663			.778	
OC14	.613			.732	
OC15	.705			.814	
OC16	.730				.818
OC17	.717				.798
OC18	.808				.883
OC19	.712				.832
고유치		3.255	3.919	2.352	3.017
누적분산		66.012			

또한 <표 4-3>은 인터넷에 대한 인지적 유용성과 용의성에 대한 요인분석 결과이다. 요인 1은 인지적 유용성으로 6개 변수가 하나의 요인을 구성하고 있으며, 요인 2는 인지적 용의성으로 4개 변수가 하나의 요인을 구성하고 있다. 이러한 결과는 Davis et al(1989)의 연구결과와 일치하는 것이다.

<표 4-3> 인지적 유용성 및 용의성의 타당성 분석

변수	공동값	인지적유용성	인지적용의성
PU1	.742	.835	
PU2	.812	.878	
PU3	.851	.919	
PU4	.845	.912	
PU5	.786	.878	
PU6	.824	.877	
PEU1	.689		.822
PEU2	.636		.765
PEU3	.788		.880
PEU\$	.793		.877
고유치		5.531	2.244
누적분산		77.745	

한편 <표 4-4>는 직무와 관련한 인터넷 사용태도에 대한 요인분석 결과이다. 인터넷 사용감정의 구성하는 4개 변수와 인터넷 사용의도를 측정하는 2개 변수가 하나의 요인으로 묶이고 있다. 이는 태도를 구성하는 요인인 신념, 태도, 행위의도인 점을 감안하면 당연한 결과일 것이다.

<표 4-4> 인터넷 사용태도의 타당성 분석

변수	공동값	사용태도
AMO1	.595	.771
AMO2	.714	.845
AMO3	.691	.831
AMO4	.727	.853
BIN1	.421	.649
BIN2	.544	.737
고유치		3.692
누적분산		61.525

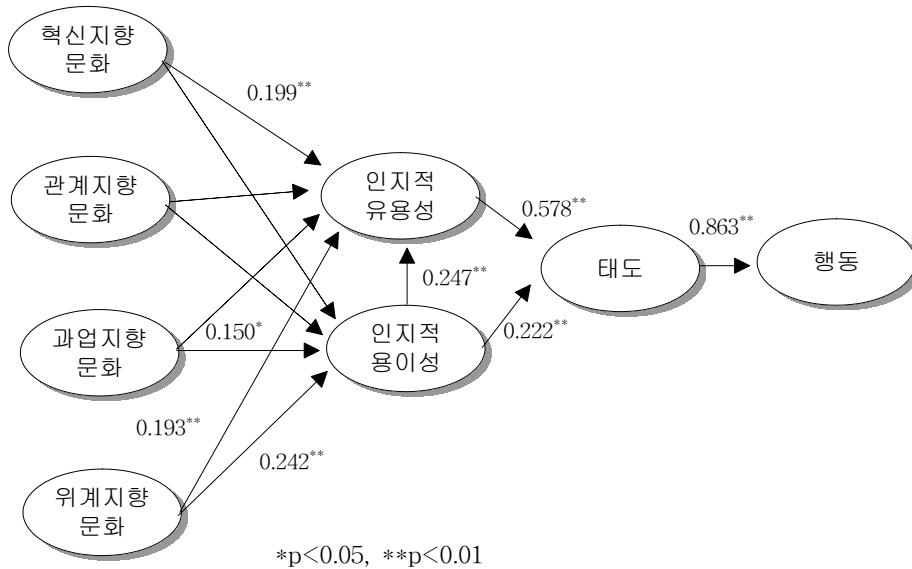
## 제2절 실증분석



### 1. 경로모형의 검증

각각의 기업문화유형 → 인지적 유용성 및 용이성 → 직무관련 인터넷 사용 태도 → 직무관련 인터넷 사용 행동으로 이어지는 구조모형을 검증한 결과  $\chi^2 = 12.384$ ,  $d.f. = 8$ ,  $p\text{값} = 0.135$ ,  $GFI = 0.982$ ,  $AGFI = 0.919$ ,  $NFI = 0.953$ ,  $CFI = 0.981$ ,  $RMR = 0.033$ 을 갖는 <그림 4-1>과 같은 최적모형이 도출되었다. 구조모형을 공분산 구조방정식의 모형 적합도 평가 기준은  $\chi^2$  값에 대한  $p$ 값이 유의하지 않아야 되며,  $GFI$ ,  $AGFI$ ,  $NFI$ ,  $CFI$ 는 모형 적합도 판정 권장수준이 모두 0.9이상이고,  $RMR$ 은 0.05이하의 범위에서 수용한다. 따라서 본 구조모형은 공분산 구조방정식의 모형 적합도 판정 기준을 모두 충족하고 있다.

<그림 4-1> 구조모형의 검증



이를 구체적으로 살펴보면 혁신지향문화는 인지적 유용성, 과업지향문화는 인지적 용이성, 위계지향적 문화는 인지적 유용성 및 용이성에 긍정적 영향을 미치고, 인적적 용이성은 인지적 유용성에 영향을 미치며, 인지적 유용성 및 인지적 용이성은 다시 직무관련 인터넷 태도에 긍정적 영향을 미치고, 직무관련 인터넷 태도는 직무관련 인터넷 행동에 긍정적 영향을 미치고 있다.

## 2. 경로가설의 검증

각 연구단위들간의 관계에 대한 가설을 검증한 결과 얻어진 <그림 4-1>의 관계를 표로 나타내면 <표 4-5>와 같다. 기업문화유형과 인지적 유용성간의 관계를 검증한 결과, 혁신지향문화와 위계지향적 문화는 인지적

유용성에 정(+)<sup>의</sup> 영향을 미치고 있다. 즉 혁신지향문화는 0.199의 경로계수와  $p=0.004$ 수준에서 인지적 유용성에 정(+)<sup>의</sup> 영향을, 위계지향문화는 0.119의 경로계수와  $p=0.006$ 의 수준에서 정(+)<sup>의</sup> 영향을 미치고 있다. 이를 연구가설과 비교해 보면 혁신지향문화와 인지적 유용성간의 정(+)<sup>의</sup> 관계를 예측한 가설 1-1은 채택된 반면, 위계지향문화와 인지적 유용성간의 부(-)<sup>의</sup> 관계를 예측한 가설 1-4는 기각되었다. 또한 관계지향문화와 과업지향문화는 인지적 유용성에  $p<0.05$ 수준에서 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1-2와 1-3은 기각되었다. 이러한 연구결과는 비교적 강한 개성을 가진 기업문화가 직무관련 인터넷 사용에 대한 인지적 유용성에 긍정적 영향을 미치고 있음을 보여주는 것이다.

또한 기업문화유형과 인지적 용이성간의 관계를 검증한 결과 과업지향문화가 0.150의 경로계수와  $p=0.043$ 의 수준에서 인지적 용이성에 정(+)<sup>의</sup> 영향을 미치고 있으며, 위계지향문화도 0.242의 경로계수와  $p=0.001$ 의 수준에서 정(+)<sup>의</sup> 영향을 미치고 있다. 이는 유용성의 분석결과와 마찬가지로 과업지향문화가 인지적 용이성에 정(+)<sup>의</sup> 영향을 미칠 것으로 예측한 가설 2-3은 채택된 반면, 부(-)<sup>의</sup> 영향을 예측한 위계지향문화는 인지적 용이성에 정(+)<sup>의</sup> 영향을 미치고 있는 것으로 나타나 2-4는 기각되었다. 한편 관계지향문화나 혁신지향문화는 인지적 용이성에 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 가설 2-3과 2-4는 기각되었다. 이러한 연구결과는 통제를 지향하는 문화에서 인터넷 사용의 인지적 용이성이 높음을 의미한다.

한편 인지적 용이성과 인지적 유용성간의 관계는 0.274의 경로계수와  $p>0.01$ 수준에서 인지적 용이성이 인지적 유용성에 정(+)<sup>의</sup> 영향을 미치고 있다. 이는 인터넷을 사용하기 어렵지 않다고 믿는 사람일수록 인터넷을 사용함으로써 자신의 업무능력을 향상시킬 것이라고 믿고 있음을 의미한다. 따라서 가설 3은 채택되었다.

<표 4-5> 구조모델에 의한 가설검증요약(가설 1~5)

가설	경로	경로명칭	경로계수	P-value	가설검증
H1	혁신지향문화( $\xi_1$ )→유용성( $\eta_1$ )	$\gamma_{11}$	0.199	0.004	채택
	관계지향문화( $\xi_2$ )→유용성( $\eta_1$ )	$\gamma_{12}$	-0.063	0.357	기각
	과업지향문화( $\xi_3$ )→유용성( $\eta_1$ )	$\gamma_{13}$	0.119	0.088	기각
	위계지향문화( $\xi_4$ )→유용성( $\eta_1$ )	$\gamma_{14}$	0.193	0.006	기각
H2	혁신지향문화( $\xi_1$ )→용이성( $\eta_2$ )	$\gamma_{21}$	0.092	0.214	기각
	관계지향문화( $\xi_2$ )→용이성( $\eta_2$ )	$\gamma_{22}$	0.026	0.721	기각
	과업지향문화( $\xi_3$ )→용이성( $\eta_2$ )	$\gamma_{23}$	0.150	0.043	채택
	위계지향문화( $\xi_4$ )→용이성( $\eta_2$ )	$\gamma_{24}$	0.242	0.001	기각
H3	용이성( $\eta_2$ )→유용성( $\eta_1$ )	$\beta_{12}$	0.274	0.000	채택
H4	유용성( $\eta_1$ )→태도( $\eta_3$ )	$\beta_{31}$	0.587	0.000	채택
	용이성( $\eta_2$ )→태도( $\eta_3$ )	$\beta_{32}$	0.222	0.000	채택
H5	태도( $\eta_3$ )→행동( $\eta_4$ )	$\beta_{43}$	0.863	0.000	채택

인지적 유용성 및 인지적 용이성과 직무관련 인터넷 사용에 대한 태도와의 관계를 보면, <표 4-5>에 나타난 바와 같이 인지적 유용성 및 인지적 용이성은 태도에 정(+)의 영향을 미치고 있다. 따라서 가설 4는 채택되었다. 이는 TMA의 차원의 많은 연구결과들과 일치하고 있다. 즉 인터넷을 사용하기 어렵지 않다고 믿고, 인터넷을 사용함으로써 자신의 업무능력을 향상시킬 것이라고 믿고 있는 조직구성원일수록 직무와 관련하여 인터넷을 사용하려는 태도도 높음을 의미한다. 특히 인지적 유용성이 인지적 용이성에 비해 인터넷 사용태도에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 4는 채택되었다.

끝으로 직무와 관련하여 인터넷을 사용하려는 태도가 높으면, 실제로 인

터넷을 사용하는 시간이나 빈도도 많은 것으로 검증되었다. 즉 인터넷 사용에 대한 태도는 0.863의 경로계수와  $p < 0.01$ 수준에서 인터넷 사용행동에 정(+ )의 영향을 미치고 있다. 따라서 가설 5는 채택되었다.

### 3. 조절효과 검증

조절효과 검증은 가설 6과 가설 7을 검증하기 위한 것으로 3단계 위계적 회귀분석을 실시하였다. 3단계 위계적 회귀분석은 다음의 순서대로 실시된다. 첫째, 1단계에는 독립변수와 종속변수간의 회귀분석을 실시하고, 둘째, 2단계에서는 독립변수 및 조절변수를 순차적으로 넣어 회귀분석을 실시하며, 3단계에서는 독립변수, 조절변수, 그리고 독립변수 값과 조절변수의 값을 곱한 것을 순차적으로 넣어 회귀분석을 실시하였다. 일반적으로 조절효과의 유의성 여부는 2단계와 3단계의 설명력의 변화량, 즉, 변화된  $R^2$ 의 값이 유의한지를 살펴보아 유의하면 조절효과가 있는 것으로 보고, 그렇지 않으면 없는 것으로 본다.

3단계 위계적 회귀분석 실시 순서를 수식으로 나타내면 다음과 같다.

1단계: 종속변수 = 독립변수(A)

2단계: 종속변수 = 독립변수 + 조절변수(B)

3단계: 종속변수 = 독립변수 + 조절변수 + 상호작용항(A×B)

한편 Howell 등(1986)은 조절변수의 종류를 중화(neutralizers)요인, 대체(substitutes)요인, 강화(enhancers)요인, 보완(supplements)요인으로 구분하고 있다. 중화요인은 결과변수와 직접적이 상관관계는 없지만 독립변수가 결과변수에 직접적으로 영향을 미치지 못하게 하는 요인이며, 대체요인은 독립변수

효과를 불필요하게 만들거나 불가능하게 만드는 요인으로 중화요인과 다른 점은 대체요인이 종속변수에 직접적으로 영향을 미치는 것이다. 강화요인은 그 자체가 결과변수에 영향을 미치는지 여부에 관계없이 독립변수와 결과변수 사이의 관계를 증대시켜주는 요인이며, 보완요인은 독립변수가 결과변수에 직접적으로 미치는 영향을 상쇄시키거나 증대시키지도 않으면서 그 자체가 결과변수에 추가적인 영향을 미치는 요인이다.

#### 1) 기업문화 유형과 인지적 유용성간의 개인적 특성의 조절효과

여기서는 기업문화유형과 인지적 유용성간의 개인적 특성인 연령, 학력, 직위의 조절효과와 구체적인 조절형태를 파악하고자 한다.

##### (1) 기업문화 유형과 인지적 유용성간의 연령의 조절효과

기업문화 유형과 인터넷에 대한 인지적 유용성간의 연령을 조절효과를 살펴보기 위해서 인지적 유용성을 종속변수로 하고, 각각의 기업문화유형과 연령을 독립변수로 한 회귀분석 결과(step2; A, B)와 각각의 기업문화유형과 연령의 상호작용항(A×B)이 추가됨으로써 증가된  $R^2$ (step3;  $\Delta R^2$ )를 비교하였다.

그 결과 <표 4-6>에 제시된 바와 같이 혁신지향문화와 인지적 유용성간의 연령의 조절효과가  $p < 0.1$ 수준에서 입증되었다. 이는 혁신지향문화가 직무관련 인터넷 사용의 유용성에 미치는 영향이 조직구성원의 연령에 따라 다르게 나타남을 의미한다. 또한 관계지향문화와 인지적 유용성간의  $p < 0.1$ 수준에서 연령의 조절효과가 있음이 입증되었다. 이는 관계지향적 문화와 직무관련 인터넷 사용에 대한 인지적 유용성간이 관계는 연령에 따라 다르게 나타남을 의미한다.



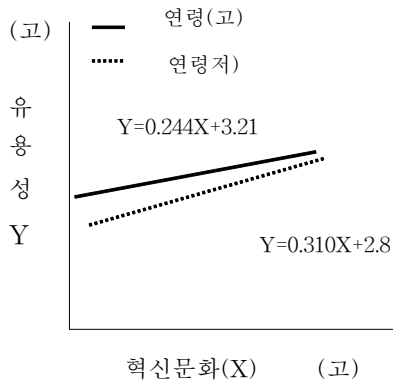
<표 4-6> 기업문화유형과 인지적 유용성간의 연령의 조절효과

종속변수	독립변수	R <sup>2</sup>	ΔR <sup>2</sup>	ΔF	Sig.F
인지적 유용성	혁신문화(A), 연령(B) A, B, A×B	0.062 0.083	0.021	3.721	0.055
	관계문화(A), 연령(B) A, B, A×B	0.021 0.041	0.020	3.367	0.068
	과업문화(A), 연령(B) A, B, A×B	0.041 0.043	0.002	0.365	0.547
	위계문화(A), 연령(B) A, B, A×B	0.081 0.081	0.000	0.009	0.924

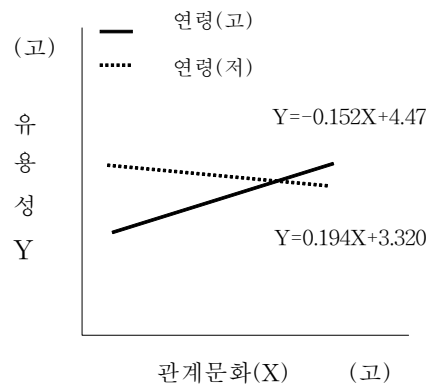
한편 위계적 회귀분석에서 연령의 조절효과가 입증된 각각의 기업문화와 인지적 유용성간의 조절형태를 파악하기 위하여 중위수를 기준으로 연령을 2분화 한 후, 각 집단별 기업문화를 독립변수로 하고 인지적 유용성을 종속변수로 한 회귀 분석 결과를 도식화하면 <그림 4-2, 3>과 같다. <그림 4-2>는 연령이 혁신적 기업문화와 인지적 유용성간의 관계를 보완하는 조절형태를 보이는 반면, <그림 4-3>은 관계지향적 기업문화와 인지적 유용성간의 관계를 강화하는 형태를 보이고 있다. 즉 연령은 혁신적 기업문화가 인지적 유용성에 미치는 영향을 상쇄하거나 증대시키지 않으면서도 연령 자체가 인지적 유용성에 영향을 미치고 있다. 또한 연령은 관계지향적 문화가 인지적 유용성에 미치는 영향을 상승시켜주는 요인으로 작용하고 있다.

이를 구체적으로 살펴보면 먼저 혁신적 기업문화에 대한 지각이 높고, 연령이 높을수록 직무와 관련한 인터넷 사용에 대한 인지적 유용성이 높게 나타나고 있다. 이는 연령이 높은 사람이 낮은 사람에 비해 혁신적 기업문화하에서 직무와 관련한 인터넷 사용의 유용성을 더 높게 지각하고 있음을 의미한다. 또한 자신이 속한 기업문화를 관계지향적으로 지각하고, 연령이 높은 조직구성원일수록 직무와 관련한 인터넷 사용의 유용성이 높게 나타나고 있다. 한편 연령이 낮은 조직구성원들은 자신의 기업문화를 관계지향적으로 지각할 경우 오히려 인터넷 사용의 유용성을 낮게 지각하고 있다.

<그림 4-2> 혁신문화와 인지적 유용성간의 연령의 조절형태



<그림 4-3> 관계문화와 인지적 유용성간의 연령의 조절형태



(2) 기업문화와 인지적 유용성간의 학력의 조절효과

각각의 기업문화와 인지적 유용성간의 학력의 조절효과를 살펴보기 위한 조절회귀분석 결과는 <표 4-7>에 나타난 바와 같다.

<표 4-7> 기업문화유형과 인지적 유용성간의 학력의 조절효과

종속변수	독립변수	R <sup>2</sup>	ΔR <sup>2</sup>	ΔF	Sig.F
인지적 유용성	혁신문화(A), 학력(B) A, B, A×B	0.065 0.074	0.009	1.531	0.218
	관계문화(A), 학력(B) A, B, A×B	0.011 0.016	0.005	0.879	0.350
	과업문화(A), 학력(B) A, B, A×B	0.032 0.039	0.007	1.170	0.281
	위계문화(A), 학력(B) A, B, A×B	0.069 0.069	0.000	0.001	0.969

즉 인지적 유용성을 독립변수로 하고 기업문화유형과 학력을 독립변수로 한 회귀분석 결과(step2)와 여기에 각각의 기업문화와 학력의 상호작용항을

추가로 투입한 회귀분석결과(step3)를 비교한 결과 통계적으로 유의미한 결과를 보이지 않고 있다. 따라서 각각의 기업문화와 인지적 유용성간의 학력의 조절효과는 없는 것으로 나타났다.

### (3) 기업문화와 인지적 유용성간의 직위의 조절효과

각각의 기업문화유형과 직무와 관련한 컴퓨터 사용의 인지적 유용성간 구성원의 직위의 조절효과를 검증한 결과를 <표 4-8>에 제시하였다. <표 4-8>에 나타난 바와 같이 혁신지향적 기업문화와 인지적 유용성간의 관계는  $p < 0.01$ 수준에서 구성원의 직위에 따라 다르게 나타나고 있다.

한편 관계지향적 기업문화, 과업지향적 기업문화, 위계지향적 기업문화와 인지적 유용성간의 직위의 조절효과는 없는 것으로 나타났다.

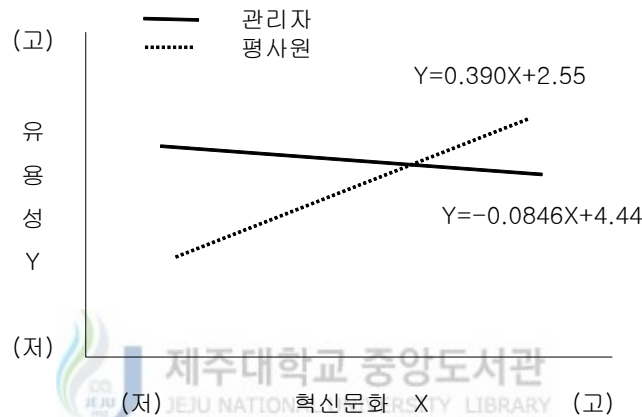
<표 4-8> 기업문화와 인지적 유용성간의 직위의 조절효과

종속변수	독립변수	R <sup>2</sup>	ΔR <sup>2</sup>	ΔF	Sig.F
인지적 유용성	혁신문화(A), 직위(B) A, B, A×B	0.063 0.111	0.048	8.841	0.003
	관계문화(A), 직위(B) A, B, A×B	0.028 0.029	0.001	0.103	0.748
	과업문화(A), 직위(B) A, B, A×B	0.040 0.041	0.000	0.025	0.875
	위계문화(A), 직위(B) A, B, A×B	0.088 0.090	0.001	0.196	0.658

한편 혁신적 기업문화와 인지적 유용성간의 관계가 직위에 의해 어떠한 형태로 조절되고 있는지를 파악하기 위해 관리자와 평사원을 기준으로 직위를 2분화한 후 각 집단별로 혁신적 기업문화와 인지적 유용성간의 회귀분석을 한 결과는 <그림 4-4>와 같다. <그림 4-5>를 보면 평사원이 경우 혁신적 기업문화유형이 인지적 유용성에 미치는 영향이 더욱 높아짐에 반

해, 관리자의 경우 큰 변화가 없는 것으로 나타나고 있다. 이는 앞에서 설명한 조절형태중 대체요인에 해당한다. 따라서 직위는 기업문화유형이 인지적 유용성에 미치는 효과를 불필요하게 만드는 요인이다. 조절형태를 구체적으로 살펴보면 평사원들이 혁신적 기업문화에서 직무와 관련된 컴퓨터 사용의 인지적 유용성을 더 지각하고 있다.

<그림 4-4> 혁신적 기업문화와 인지적 유용성간 직위의 조절형태



## 2) 기업문화유형과 인지적 용이성간의 개인적 특성의 조절효과 검증

각각의 기업문화유형과 컴퓨터 사용에 대한 인지적 용이성간의 개인적 특성인 연령, 학력, 직위의 조절효과 검증을 위해 3단계 위계적 회귀분석을 실시하였다.

### (1) 기업문화와 인지적 용이성간의 연령의 조절효과

각각의 기업문화와 컴퓨터 사용에 대한 인지적 용이성간의 연령의 조절효과를 분석한 결과는 <표 4-9>에 나타난 바와 같다. 인지적 용이성을 종속변수로 하고 관계지향문화와 연령을 독립변수로 한 회귀분석 결과(A,B)와 여기에 관계지향적문화와 연령의 상호작용항(A×B)을 추가로 투입한 회귀분석 결과의  $\Delta R^2$ 를 비교한 결과  $p < 0.1$ 수준에서 유의미한 것으로 나타나

양자간의 연령의 조절효과가 확인되었다. 이는 양자간의 관계가 연령에 따라 다르게 나타남을 의미한다.

한편 혁신지향적 기업문화, 과업지향적 기업문화, 위계지향적 기업문화와 인지적 용이성간의 연령의 조절효과는 없는 것으로 나타났다.

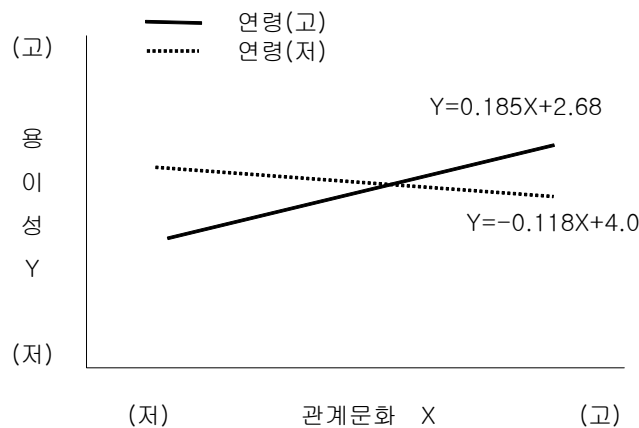
<표 4-9> 기업문화와 인지적 용이성간의 연령의 조절효과

종속변수	독립변수	R <sup>2</sup>	ΔR <sup>2</sup>	ΔF	Sig.F
인지적 용이성	혁신문화(A), 연령(B) A, B, A×B	0.010 0.016	0.006	0.981	0.323
	관계문화(A), 연령(B) A, B, A×B	0.001 0.019	0.017	2.873	0.092
	과업문화(A), 연령(B) A, B, A×B	0.024 0.027	0.003	0.453	0.502
	위계문화(A), 연령(B) A, B, A×B	0.061 0.063	0.002	0.343	0.559



연령을 중위수를 기준으로 2분화 한 후, 각 집단별 관계지향적 문화를 독립변수로 하고 인지적 용이성을 종속변수로 한 회귀분석 결과를 도식화하면 <그림 4-5>와 같다.

<그림 4-5> 관계지향적 기업문화와 인지적 용이성간 연령의 조절형태



조절변수의 수준이 저→고로 높아질수록 관계지향적 기업문화가 인지적 용이성에 미치는 영향이 더욱 커지는데 이는 앞에서 설명한 강화요인에 해당한다. 즉 연령이 높은 사람일수록 관계지향적 기업문화에서 인터넷에 대한 인지적 용이성을 높게 지각하고 있음을 의미한다.

### (2) 기업문화와 인지적 용이성간의 학력의 조절효과

각각의 기업문화와 인지적 용이성간의 학력의 조절효과를 분석한 결과는 <표 4-10>에 제시된 바와 같다. 즉 인지적 용이성을 종속변수로 하고 기업문화유형과 학력을 독립변수로 한 회귀분석 결과(A,B; step2)와 여기에 각각의 기업문화와 학력의 상호작용항을 추가로 투입한 회귀분석결과(A, B, A×B; step3)를 비교한 결과 통계적으로 유의미한 결과를 보이지 않고 있다. 따라서 각각의 기업문화와 인지적 용이성간의 학력의 조절효과는 없는 것으로 나타났다.



<표 4-10> 기업문화와 인지적 용이성간의 학력의 조절효과

종속변수	독립변수	R <sup>2</sup>	ΔR <sup>2</sup>	ΔF	Sig.F
인지적 용이성	혁신문화(A), 학력(B) A, B, A×B	0.075 0.082	0.007	1.231	0.269
	관계문화(A), 학력(B) A, B, A×B	0.063 0.066	0.003	0.479	0.490
	과업문화(A), 학력(B) A, B, A×B	0.081 0.081	0.000	0.011	0.917
	위계문화(A), 학력(B) A, B, A×B	0.105 0.106	0.001	0.180	0.672

### (3) 기업문화와 인지적 용이성간의 직위의 조절효과

각각의 기업문화유형과 인지적 용이성간 직위의 조절효과를 분석한 결과 <표 4-11>에 제시된 바와 같이 양자간의 관계가 구성원의 직위에 따라 다

르게 나타나지 않고 있다. 이는 양자간의 관계에 있어 구성원의 직위의 조절효과가 없음을 의미한다.

<표 4-11> 기업문화와 인지적 용이성간의 직위의 조절효과

종속변수	독립변수	R <sup>2</sup>	ΔR <sup>2</sup>	ΔF	Sig.F
인지적 용이성	혁신문화(A), 직위(B) A, B, A×B	0.017 0.022	0.004	0.688	0.408
	관계문화(A), 직위(B) A, B, A×B	0.014 0.020	0.007	1.111	0.293
	과업문화(A), 직위(B) A, B, A×B	0.029 0.036	0.007	1.146	0.286
	위계문화(A), 직위(B) A, B, A×B	0.069 0.070	0.000	0.053	0.818

### 3) 인지적 유용성과 태도간의 개인적 특성의 조절효과

자신의 직무와 관련해 컴퓨터 사용에 대한 인지적 유용성과 직무관련 컴퓨터 사용태도간의 개인적 특성인 연령, 학력, 직위의 조절효과를 분석한 결과는 <표 4-12>에 제시된 바와 같다. 태도를 종속변수로 하고, 인지적 유용성과 개인적 특성들을 독립변수로 한 회귀분석 결과(A,B; step2)와 여기에 인지적 유용성과 각각의 개인적 특성의 상호작용항을 추가로 투입한 회귀분석결과(A, B, A×B; step3)를 비교한 결과 통계적으로 유의미한 결과를 보이지 않고 있다. 따라서 각각의 직무관련 컴퓨터에 대한 인지적 유용성과 컴퓨터 사용태도간의 개인적 특성의 조절효과는 없는 것으로 나타났다.

<표 4-12> 인지적 유용성과 태도간의 개인적 특성의 조절효과

종속변수	독립변수	R <sup>2</sup>	ΔR <sup>2</sup>	ΔF	Sig.F
컴퓨터 사용태도	유용성(A), 연령(B) A, B, A×B	0.438 0.444	0.006	1.646	0.201
	유용성(A), 학력(B) A, B, A×B	0.441 0.446	0.005	1.490	0.224
	유용성(A), 직위(B) A, B, A×B	0.436 0.436	0.001	0.161	0.689

#### 4) 인지적 용이성과 태도간의 개인적 특성의 조절효과

컴퓨터 사용태도를 종속변수로 하고, 인지적 용이성과 각각의 개인적 특성을 독립변수로 한 회귀분석 결과(A,B)와 여기에 인지적 용이성과 각각의 개인적 특성의 상호작용항(A×B)을 추가로 투입한 회귀분석 결과의 비교는 <표 4-13>에 제시된 바와 같다. <표 4-13>을 보면 인지적 용이성과 컴퓨터 사용태도간에 연령의 조절효과는  $p < 0.05$  수준에서 유의미하며, 직위의 조절효과는  $p < 0.1$  수준에서 유의한 것으로 나타났다. 따라서 양자간의 관계는 연령과 직위에 따라 조절되고 있음이 입증되었다. 그러나 양자간의 학력의 조절효과는 없는 것으로 나타났다.

<표 4-13> 인지적 용이성과 컴퓨터 사용태도간의 개인적 특성의 조절효과

종속변수	독립변수	R <sup>2</sup>	ΔR <sup>2</sup>	ΔF	Sig.F
컴퓨터 사용태도	용이성(A), 연령(B) A, B, A×B	0.180 0.204	0.023	4.621	0.033
	용이성(A), 학력(B) A, B, A×B	0.183 0.183	0.001	0.142	0.707
	용이성(A), 직위(B) A, B, A×B	0.180 0.197	0.017	3.485	0.064

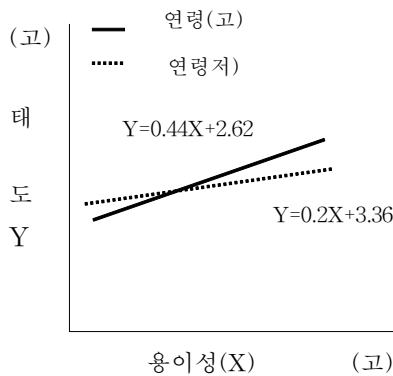


이를 구체적으로 살펴보면 <그림 4-6>와 <그림 4-7>과 같다. 먼저 <그림 4-6>은 중위수를 기준으로 연령을 2분화 한 후, 각 집단별로 인지적 용이성을 독립변수로 하고 컴퓨터 사용태도를 종속변수로 하여 회귀분석한 결과이다. 연령이 저→고로 높아짐에 따라 인지적 용이성이 컴퓨터사용에 대한 태도에 미치는 영향도 더 커지고 있다. 이는 양자간에 연령이 강화요인으로 작용함을 의미한다. 즉 연령이 높은 집단에서 연령이 낮은 집단에 비해 인지적 용이성에 컴퓨터 사용에 대한 태도에 미치는 영향이 더 큼을 알 수 있다.

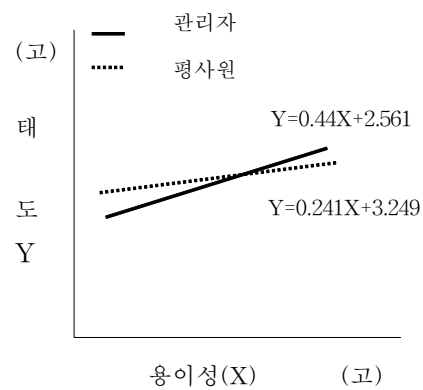
<그림 4-7>은 직위를 평사원과 관리자로 2분화한 후, 각 집단별 인지적 유용성과 컴퓨터 사용태도간의 관계를 비교한 것이다. 평사원에 비해 관리자들이 인지적 용이성 지각이 컴퓨터사용에 대한 태도에 미치는 영향이 더 큼을 알 수 있다. 이는 강화요인에 해당한다.



<그림 4-6> 인지적 용이성과 컴퓨터 사용태도간의 연령의 조절형태



<그림 4-7> 인지적 용이성과 컴퓨터 사용 태도간의 직위의 조절형태



## 제V장 결 론

### 제1절 연구결과의 요약 및 시사점

본 연구는 TAM모형에 기업문화를 접목시켜 조직구성원의 공유가치인 기업문화 유형이 인터넷 사용에 대한 인지적 용이성과 직무와 관련한 인터넷 사용의 인지적 유용성에 차별적 영향을 미치리라는 것을 전제로, 기업문화유형, 인터넷 사용의 인지적 용이성, 인지적 유용성, 인터넷 사용태도, 사용행동간의 구조모형을 규명할 목적으로 실시되었다. 또한 기업문화가 모든 구성원의 가치에 일률적으로 영향을 미치기보다는 문화수용자에 따라 그 인지도가 조금씩 다를 수가 있다. 즉 차별적 인지도는 비슷한 사회화 과정을 거친 사람들의 범주에 따라 다를 수 있을 것이다. 따라서 본 연구에서는 기업문화 유형들과 인지적 용이성 및 유용성간의 구성원의 연령, 학력, 직위의 조절효과도 검증하였다. 또한 인지적 용이성 및 인지적 유용성과 컴퓨터사용 태도간의 구성원의 연령, 학력, 직위의 조절효과를 아울러 검증하였다. 검증결과 토대로 몇 가지를 논의하면 다음과 같다.

첫째, 혁신지향문화는 인지적 유용성, 과업지향문화는 인지적 용이성, 위계지향적 문화는 인지적 유용성 및 용이성에 긍정적 영향을 미치고, 인지적 용이성은 인지적 유용성에 영향을 미치며, 인지적 유용성 및 인지적 용이성은 다시 직무관련 인터넷 태도에 긍정적 영향을 미치며, 직무관련 인터넷 태도는 직무관련 인터넷 행동에 긍정적 영향을 미치고 있다.

이는 혁신지향적 기업문화와 위계지향적 기업문화처럼 강한 기업문화하에서 직무와 관련한 인터넷 사용의 유용성이 증대되고 있음을 보여준다. 이는 그 동안의 기업문화 연구자들이 주장한 강한 문화의 중요성을 여실히 보여주는 것이다. 강한 기업문화는 자율적으로 또는 강제적으로 구성원의 행동에

강한 영향력을 미치게 되는데, 이러한 기업문화적 특성이 직무와 관련한 컴퓨터 사용의 인지적 유용성에도 긍정적 영향을 미치고 있다. 그러나 강압적으로 인간의 행동에 영향을 미치는 기업문화는 시간이 지날수록 부작용을 초래하는 요소를 발생·누적시켜 조직의 유효성을 저해하는 경우로 이어질 가능성이 높다. 따라서 자율성을 바탕으로 한 강한 기업문화 형성이 조직내 정보시스템의 유용성을 높이는데 장기적으로 기여할 것으로 여겨진다. 따라서 기업은 자율성을 기반으로 한 강한 기업문화 형성에 노력해야 할 것이며, 그 대안으로 혁신지향적 기업문화 배양을 제안한다.

둘째, 혁신지향적 기업문화와 직무와 관련한 컴퓨터 사용의 인지적 유용성간에 연령과 직위의 조절효과, 관계지향적 기업문화와 인지적 유용성간의 연령의 조절효과가 입증되었다. 즉 혁신적 기업문화에서는 연령이 높고, 직위가 낮을(평사원) 수록 직무와 관련한 컴퓨터 사용의 인지적 유용성이 높게 나타나고 있으며, 관계지향적 기업문화에서는 평사원들이 직무와 관련한 컴퓨터 사용의 인지적 유용성을 높게 나타나고 있다.

이는 혁신지향적 문화와 관계지향적 문화처럼 유연성을 지향하는 문화하에서 연령이 높거나 직위가 낮은 집단일수록 직무와 관련하여 컴퓨터 사용에 대한 인지적 유용성을 높게 지각하고 있음을 의미한다. 따라서 유연성을 지향하는 문화에서 연령이 높거나 직위가 높은 구성원들을 대상으로 한 직무 관련 컴퓨터 교육프로그램을 도입·실천하는 노력이 필요하다.

셋째, 컴퓨터 사용에 대한 인지적 용이성과 컴퓨터 사용태도간에 연령과 직위의 조절효과가 입증되었다. 즉, 연령이 높고, 직위가 높은(관리자) 사람들이 연령이 낮고, 직위가 낮은(평사원) 사람들에 비해 컴퓨터 사용에 대한 인지적 용이성 지각이 컴퓨터 사용태도를 증대시키고 있다. 이는 연령이 높고, 관리자인 사람일수록 컴퓨터를 사용하는 것이 어렵지 않다고 느끼면, 직무와 관련하여 컴퓨터를 적극 활용할 태도가 있음을 의미한다. 이러한 사람들은 비교적 컴퓨터에 덜 익숙한 세대여서 컴퓨터 사용에 대한 부담감이 있

지만, 컴퓨터 사용이 그렇게 어렵지 않음을 지각하게 하면 직무와 관련하여 컴퓨터를 사용하려는 의지를 높일 수 있음을 의미한다. 상대적으로 연령이 높은 사람들은 자신의 노하우를 중시하고, 직무와 관련하여 컴퓨터 사용을 주저하는 태도를 지닐 수 있다. 따라서 이들을 대상으로 직무에 컴퓨터를 활용하는 것이 어렵지 않다는 인식을 심어주고 이를 적극적으로 활용할 경우 다양한 인센티브를 제공하는 보상 프로그램을 컴퓨터 교육프로그램과 연계하여 운영할 필요가 있다.

## 제2절 연구의 한계 및 향후 연구방향

이러한 시사점에도 불구하고 본 연구는 몇 가지 한계를 지니고 있다. 첫째, 기업문화유형, 인지적 유용성, 용이성, 컴퓨터 사용태도, 사용행동에 대한 응답이 모두 동일한 응답자에 의해 이루어진 측면에서 common method variance의 문제를 지니고 있어 실제 이상의 변인을 창출할 가능성을 배제할 수 없다. 특히 혁신행동은 상사로부터의 응답 등 복수 집단으로부터 변수를 측정하거나 주관적 평가가 아닌 객관적 자료를 사용하면 더 의미 있는 결과를 얻을 수 있을 것이다. 둘째, 연구표본을 제주지역 사무직 종업원으로 한정하였다는 측면에서 지역적, 직무적 한계를 지니고 있다. 셋째, 횡단적 연구의 한계를 극복하지 못하였다. 인과관계의 정확한 검증은 실험연구나 시계열 연구를 통해서만 가능하므로 본 연구결과도 이러한 연구들에 의해 보완되어야 할 것이다.

끝으로 후속연구를 위한 제언을 하면 기업문화유형과 결과변수간의 상황조절변수로서 거시적 변수들을 고려할 필요가 있다. 본 연구도 그렇지만 상황조절변수에 대한 연구들이 미시적 측면의 상황요인만을 고려함으로써 실무에서의 실천을 어렵게 하고 있다. 따라서 거시적 상황요인을 고려한 연구를 진행함으로써 실무적 실천 가능성을 높일 필요가 있다.

## 참 고 문 헌

### <국내문헌>

- 김식현, 「인적자원관리」, 법문사, 1992.
- 김영조, “조직문화와 조직성과의 변화에 관한 종단적 연구”, 「인사조직연구」, 제 8권 2호, 한국인사조직학회, 2000.
- 김인수, 「거시조직이론」, 무역경영사, 1991.
- 박경민, 「인터넷 영화 수용의도에 미치는 영향요인에 관한 연구: Davis의 기술수용모형을 중심으로」, 석사학위논문, 2001.
- 박노운, 「조직문화유형과 관련변수의 관계에 관한 연구」, 고려대학교 박사학위논문, 1991.
- 서인덕, 「한국기업의 조직문화유형과 조직특성간의 관련성 연구」, 서울대학교 대학원, 박사학위논문, 1986.
- 송선호, 「Fishbein & Ajzen의 행위의도 모델에 관한 실증적 연구」, 석사학위논문, 1989
- 신유근, “한국 기업문화와 노사유형의 적합관계”, 「경영논집」, 제 25권 3호, 서울대학교 경영연구소, 1991.
- 여인갑, “정보기술수용모형”, 「경영정보학연구」, 제1권 2호, 한국경영정보학회.
- 이현서, 「인터넷 이용에 대한 TAM모형의 적용」, 계명대학교 석사학위논문, 2001.
- 정인서, 「기업문화유형과 조직유효성의 상호관련성에 관한 연구」, 조선대학교 박사학위논문, 1992.
- 차근배, “광고에 대한 태도가 광고효과에 미치는 영향에 관한 연구, Fishbein 태도 모형의 타당성에 관한 하나의 재고찰”, 「서울대신문연구소학보」 제 27호.
- 최돈섭, 「최종사용자 정보기술 이용요인에 관한 연구」, 계명대 석사학위논문, 1999.

- 최만기, “조직의 문화유형, 전략유형 및 행동성과”, 「인사관리연구」, 18집, 한국인사관리학회, 1994.
- 태정원, 「우리 나라 기업의 조직문화유형 및 조직유효성과 관련성 연구 : 조직구성원의 지각반응을 중심으로,」 숙명여자대학교 박사학위논문, 1991.
- 황용성, “정보사회의 조직특성과 조직문화에 관한 실증분석”, 전주대학교 대학원, 2001.
- 정보통신부, 유·무선 통신서비스 가입자 현황, 2003. 2.

## <국외 문헌>

- Ajzen, I. and Fishbein, M., *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, Prentice-hall, Englewood Cliffs, NJ, 1980
- Ajzen, I., "From Intentions to Actions : A Theory of Planned Behavior," In Kuhl, j. & j. Beckman(eds.), *Action Control : From Cognition to Behavior*, J., Springer Verlag, New York, 1985.
- Allaire, Y. and M.E. Firsirotu, *Theories of Organizational Culture*, Organizational Study, 1984.
- Beak, Sang-yong. "A Study on the relationship between PC and Playfulness.", *KMIS*, Vol. 10, NO. 4. December 2000.
- Beer, M., B. Spector, P.P. Lawrence, D.Q. Mills and R.E. Walton, *Managing Human Assets*, 1984,
- Davis, F.D. Bagozzi, R.P. and Warshaw, P.R. "User Acceptance of computer technology : A Comparison of Two Theoretical Models," *Management Science*, Vol. 35, No. 8, August 1989.
- Davis, F.D., "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information technology," *MIS Quarterly*, Vol. 13, 1989.
- Edgar H. Schein, *Organizational Culture and Leadership ; A Dynamic View*, Jossey Bass Publishers, 1985.

- Formbrun, C.J., N.M. Tichy, and M.A. Devanna, *Strategic Human Resource Management*, John Wiley & Sons, 1984.
- G.S.III, Safford, "Culture traits, Strength, and Organizational Performance : Moving beyond Strong Culture", *Academy of Management Review*, Vol. 13, 1988.4.
- Jiang, J.J., Hsu, M.K., Klein, G. and Lin, B. "E-commerce User Behavior Model : an empirical study," *Human System Management*, Vol. 19. 2000.
- Lederer, A.L., maupin, D.J., Sena M.P. and Zhuang, Y., "The technology acceptance model and the World Wide Web," *Decision Support System*, Vol. 29, 2000.
- Moon, J.W. and Kim, Y.G., "Extending the TAM for a World wide web context," *Information & Management*, Vol. 38. June 2000.
- Nambisan, S. and Wang, Y.M. "Roadlocks to Technology Adoption?", *Communications of the ACM*, Vol. 42, No. 1, 1999
- Ouchi, W.G. "Markets, Bureacracies, and clans", *ASQ*, Vol. 25., 1980.
- Pfeffer, J., *Organizations and Organization Theory* , Pitman, Boston, MA, 1982.
- Quinn, R.E. & Mcgrath, M.R., "The Transformation of Organizational Cultures: A Comparing Values Perspective", in Frost, Peter. et. al.(eds.), *Organizational Culture*, Beverly Hill, Calif.; Sage, 1985, pp.315~334.
- Schein, E.H., *Organization Psychology*, third edition, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ, 1980.
- Schwartz, H. and S.M. Davis, *Matching Corporate Culture and Business Strategy*, *Organizational Dynamics*, Summer, 1981.
- Scott, W.R., *The organization of Environment : Network, Culture and Historical Elements*, *Organizational Environment*, Sage Publications, 1983.
- Sethia, N.K. and M.A. Von Glinov, *Arriving Cultures by Managing The Reward System*.

- Sichel, D.E., *The Computer Revolution An Perspective*, The Brookings Institution, Washington DC, 1997.
- Straub, D., Limayem, M. and Karahanna-Evaristo, E, "Measuring system usage : Implications for IS theory testing," *Management Science*, Vol. 41, No. 8, August 1995.
- Taylor, S. and Todd, P., "Accessing IT usage : the role of prior Experience," *MIS Quarterly*, Vol. 19, No. 4, December 1995.
- Teo, T.S.H., Lim, V.K.G. and Lai, R.Y.C., "Intrinsic and Extrinsic motivation in Internet usage," *Omega*, Vol. 27, 1999.
- Wallach, E.J., "Individuals and Organizations: The Cultural Match", *Training and development Journal*, Feb., 1983, pp.29~36.
- Yang, H.D. and Choi, I.Y., "Social Influence on Internet Technology Usage," *Ewha Management Review*, Vol. 19, No. 1, Jun 2001.

 제주대학교 중앙도서관  
JEJU NATIONAL UNIVERSITY LIBRARY  
<http://www.doc.gov/ede/report.html>, 2003

<http://www.forrester.com/home>, 1999



Abstract

## The Study of Enterprise Culture and the Internet Application

Majoring in Business Administration at  
Cheju National University Graduate School

Oh Chang-Soo

(Professor : Ko Bu-Eon)

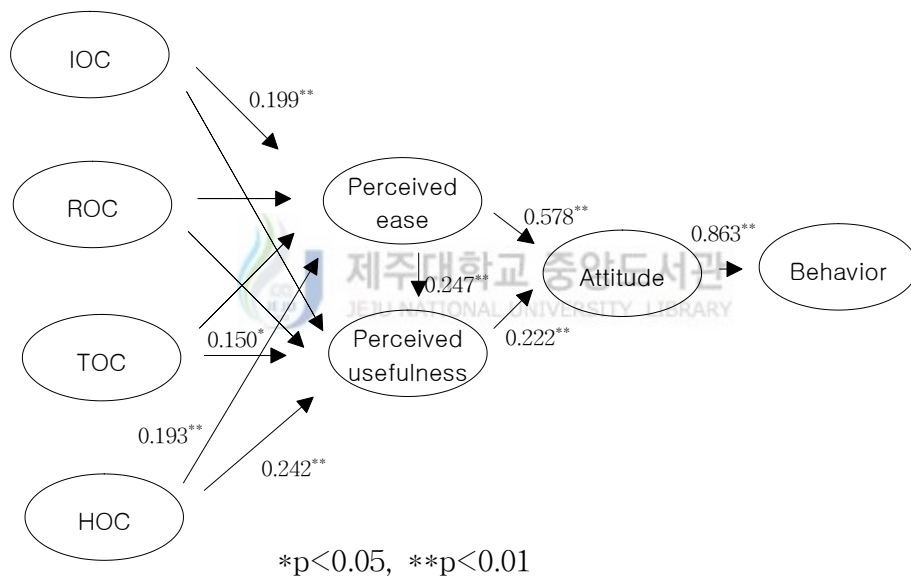
This study aims at verifying the structural relationship amongst four types of enterprise culture: innovation-oriented culture (IOC); relationship-oriented culture (ROC); task-oriented culture (TOC); and hierarchy-oriented culture (HOC), the perceived ease of the computer use, the perceived usefulness of the task-related computer use, the attitude of the computer use, and the behaviour of the computer use by applying enterprise culture to technology acceptance model (TAM) which is established to model user acceptance of information systems. In addition, it is predicted the relationship between each type of enterprise culture and perceived usefulness, and perceived ease will be modified depending on personal characteristics such as age, education, position as well as the relationship between perceived usefulness and perceived ease, and the attitude of the task-related Internet use will be modified.

The samples used in this study were collected from companies in Jeju, South Korea. Total 167 questionnaires were retrieved and analyzed.

Here are the summarized results of this study.

First, figure 1 shows the optimal model produced by the analyzed results of structural model:  $\chi^2=12.384$ , d.f.=8, p-value=0.135, GFI=0.982, AGFI=0.919, NFI=0.953, CFI=0.981, RMR=0.033.

<Fig. 1> Structural Model



Second, The higher age and the lower position in innovation-oriented enterprise culture, the higher perceived usefulness of the task-related computer use. there is high relationship between People who have low positions in relationship-oriented enterprise culture and the perceived usefulness of the task-related computer use.

Third, higher-aged and higher-positioned people's perceived usefulness

recognition have more positive attitude towards the computer use than that of lower-aged and lower-positioned people.

The results of this study have several implications following as:

First, the strong enterprise culture formed by discretion will have long-term contribution to the increase of inter-business information systems. Businesses should attempt to establish the strong enterprise culture which is based on discretion. As a result, this study suggests that businesses enhance the innovation-oriented enterprise culture.

Second, Businesses need to adopt and implement task-related computer education programs against higher-aged and higher-positioned people under flexibility-oriented enterprise culture.

Third, Businesses need to give higher-aged people the idea to easily use the computer for their jobs and operate the rewarding program which provides a variety of incentives connecting with computer programs in the case that the members proactively use the computer for their jobs.

<부록: 설문지>

## 기업문화와 인터넷 활용에 관한 연구

안녕하십니까?

바쁘신 가운데 설문에 응해주셔서 감사합니다

본 설문은 인터넷 사용기업의 기업문화에 대한 연구에 필요한 자료를 수집하기 위해서 작성되었습니다. 응답에 응해 주신 내용은 단지 학문적 연구 이외에는 사용하지 않을 것이며, 귀하께서 응답해 주신 내용은 통계적으로 합산되어 처리되므로 개인자료는 절대 드러나지 않습니다.

업무중 여러 가지로 번거로우시겠지만, 설문에 성의껏 응답해주신다면 본 연구에 많은 도움이 될 뿐 아니라, 우리기업의 건전한 기업문화 형성에도 도움이 되리라 생각합니다.

감사합니다.

2003년 4월

제주대학교 경영대학원 경영학과

지도교수 : 고 부 언

연구자 : 오 창 수 올림

연락처 : 017-691-6631

e-mail: manager@cheju.ac.kr

1. 다음은 귀하의 **기업문화**와 관련한 질문입니다. 유사하다고 생각되는 난에 √표 하여 주십시오.

설 문 문 항	전 그 렇 지 않	혀 그 렇 다	별 그 렇 지 않	로 그 렇 다	그 그 렇 다	저 그 렇 다	약 그 렇 다	간 그 렇 다	매 그 렇 다	우 다
1. 우리 회사(조직)는 구성원의 혁신적 사고와 아이디어를 권장한다										
2. 우리 회사(조직)는 구성원 나름의 방식대로 업무를 수행하도록 장려한다										
3. 우리 회사(조직)는 새로운 업무방식의 도입 및 실행에 따른 위험을 두려워하지 않는다										
4. 우리 회사(조직)는 창의적이고 모험적인 태도를 중요시한다										
5. 우리 회사(조직)는 변화와 혁신을 강조한다										
6. 우리 회사(조직)는 업무과정에서 발생하는 새로운 발상을 신속히 수용하려 노력한다										
7. 우리 회사(조직)는 가족과 같은 분위기를 조성하려 노력한다										
8. 우리 회사(조직)는 구성원들간의 원만한 인간관계를 유지하도록 장려한다										
9. 우리 회사(조직)는 구성원들간의 협조적 관계와 팀워크를 중요시한다										
10. 우리 회사(조직)는 구성원들간의 인화단결과 일체감을 중요시한다										
11. 우리 회사(조직)는 공동체의식과 일체감 형성에 많은 노력을 기울인다										
12. 우리 회사(조직)는 과업수행에 필요한 전문지식과 능력을 중시한다										
13. 우리 회사(조직)는 경쟁적 분위기와 목표달성을 중요시한다										
14. 우리 회사(조직)는 절차나 관행보다 합리적 목표달성을 최우선시 한다										
15. 우리 회사(조직)는 직무수행능력과 실적을 중심으로 사원들을 평가한다										
16. 우리 회사(조직)는 구성원들간의 위계질서가 뚜렷하다										
17. 우리 회사(조직)는 공식적인 절차, 규범, 방침을 준수하도록 한다										
18. 우리 회사(조직)는 분명한 명령계통이 있고, 이를 통한 의사소통이 이루어 진다										
19. 우리 회사(조직)는 엄격한 결제과정을 통해 업무가 수행된다										

2. 다음은 귀하의 업무와 관련하여 인터넷 사용의 효과에 대한 질문입니다?

설 문 문 항	전 그 렇 지 않	혀 지 다	별 그 렇 지 않	로 지 다	그 저 그 렇 다	약 간 그 렇 다	매 우 그 렇 다
1. 인터넷 사용은 나의 업무를 좀 더 빠르게 처리한다							
2. 인터넷 사용은 나의 업무를 향상시킨다							
3. 인터넷 사용은 나의 업무 생산성을 높인다							
4. 인터넷 사용은 나의 업무수행에 매우 효과적이다							
5. 인터넷 사용은 나의 업무를 매우 쉽게 처리하도록 도움을 준다							
6. 인터넷 사용은 나의 업무에 매우 유용하다							

3. 다음은 귀하의 인터넷 사용에 대한 평소 느낌을 묻는 질문입니다

설 문 문 항	전 그 렇 지 않	혀 지 다	별 그 렇 지 않	로 지 다	그 저 그 렇 다	약 간 그 렇 다	매 우 그 렇 다
1. 나는 인터넷 사용방법을 배우는 것이 쉽다고 생각한다							
2. 나는 인터넷을 잘 이해할 수 있으며, 의문점이 없다고 생각한다							
3. 내가 기술적으로 인터넷을 다루는 것은 나에게 쉽다고 생각한다							
4. 나는 인터넷을 사용하기가 쉽다는 것을 알고 있다							

4. 다음은 귀하의 업무와 관련하여 인터넷 사용에 대한 감정을 묻는 질문입니다. 해당 번호에 V표 하여 주십시오

4-1. 업무와 관련하여 인터넷 사용은 **좋은/나쁜** 생각이다.

- ① 매우 나쁨      ② 조금 나쁨      ③ 보통      ④ 조금 좋음      ⑤ 매우 좋음

4-2. 업무와 관련하여 인터넷 사용은 **어리석은/현명한** 생각이다.

- ① 매우 어리석음      ② 어리석음      ③ 보통      ④ 현명함      ⑤ 매우 현명함

4-3. 업무와 관련하여 인터넷 사용은 **유쾌하지 않은/유쾌한** 생각이다.

- ① 매우 유쾌하지 않음      ② 유쾌하지 않음      ③ 보통      ④ 유쾌함      ⑤ 매우 유쾌함

4-4. 업무와 관련하여 인터넷 사용은 **부정적/긍정적** 생각이다.

- ① 매우 부정적      ② 부정적      ③ 보통      ④ 긍정적      ⑤ 매우 긍정적

5. 다음은 귀하의 업무와 관련하여 인터넷 사용 의도에 대한 질문입니다.

질 문 문 항	전 그 렇 지 않	혀 그 렇 지 다	별 그 렇 지 다	로 그 렇 다	그 저 그 렇 다	약 그 렇 다	간 그 렇 다	매 그 렇 다	우 그 렇 다
1. 나는 인터넷 사용이 나의 업무에 도움이 된다고 생각하면 언제든지 사용하려고 노력한다									
2. 나는 가능한 한 업무에 인터넷을 사용하려고 노력한다									

6. 다음은 업무와 관련하여 귀하의 인터넷 활용 빈도에 대한 질문입니다. 해당 번호에 V표하여 주십시오.

6-1. 귀하는 업무와 관련하여 1주일에 얼마나 인터넷을 활용하십니까?.

- ①전혀 사용하지 않음    ②주당 1-2회    ③주당 3-5회    ④하루에 1번 정도    ⑤하루에 여러번

6-2. 귀하는 업무와 관련하여 하루에 평균 얼마나 인터넷을 활용하십니까?

- ①1시간 미만    ② 1-2시간    ③ 3-4시간    ④ 5-6시간    ⑤ 6시간 이상

6-3. 귀하는 업무와 관련하여 평균적으로 얼마나 인터넷을 활용하십니까?

- ①전혀 사용하지 않음    ②가끔 사용함    ③보통    ④자주 사용함    ⑤매우 자주 사용함



7. 마지막으로 귀하의 인구통계적 특성에 대한 질문입니다.

7-1. 귀하는 성별은?

- ① 남성    ② 여성

7-2. 귀하는 연령은? (        )세

7-3. 귀하는 학력은?

- ① 고졸이하    ② 전문대 졸    ③ 대졸이상

7-4. 귀하의 직급은?

- ① 평사원    ② 초급관리자(예, 계장 및 대리급)    ③ 과장급 이상

7-5. 귀하의 업종은?

- ① 호텔    ② 금융 및 보험업    ③ 공기업    ④ 정보통신, 컴퓨터    ⑤ 건설업  
⑥ 유통업    ⑦ 서비스업    ⑧ 기타(        )

7-6. 귀사의 종업원수는? 약 (        )명

<끝까지 응답해 주셔서 감사합니다>