온라인 커뮤니티에서 개인의 감정과 공동체의식(SOVC)이 사용자의 지식공유의도에 미치는 영향에 관한 실증연구*

전현규(주저자)
성균관대학교 경영대학 연구교수
(howgosi@naver.com)
이건창(교신저자)
성균관대학교 경영대학 교수/창의성과학 연구소장
(kunchanglee@gmail.com)

본 연구의 목적은 경쟁관점에서 기업의 지식공유 상황과 유사한 온라인 지식공유 커뮤니티 회원들을 대상으로, 지식공유의도의 영향요인으로 고려되는 감정을, 개인의 감정과 온라인 공동체의식(SOVC)으로 구분하여, 기여의도와 활용의도 및 지속의도와의 관계를 살펴보는데 있다. 특히, 보상과 관련하여 경쟁심이 지식공유의도에 영향을 미치는지를 먼저 살펴보고, 경쟁심의 강도에 따라 감정요인에 어떤 차이가 있는지도 살펴보고자 하였다. 본 연구에서는 개인의 감정요인으로 돕는 즐거움, 상호호혜감, 자기효능감, 경쟁심을 고려하였으며, 온라인 공동체의식(SOVC)으로 소속감, 욕구충족, 정서유대 3개 차원을 고려하였다. 연구결과, 경쟁심이 지식공유의도와 관련이 있는 것으로 분석되었으며, 기여의도에서는 공동체의식(SOVC) 중 정서유대가, 활용의도에서는 개인감정 중 경쟁심과, 공동체의식(SOVC) 중 욕구충족이 관련이 있는 것으로 나타났다. 또한, 경쟁심의 강도 차이에 따라 감정요인에도 차이가 있는 것으로 나타났다. 이러한 분석을 위해 SmartPLS 구조방정식모델분석을 실시하였다.

주제어: 지식경영, 지식공유, 경쟁심, 감정, 온라인 공동체의식(SOVC), SmartPLS

Ⅰ. 서 론

오늘날 지식경영은 기업경영에 있어 매우 중요한 현안이 되고 있다. 기업의 지식자원을 구성원들이 효과적으로 활용할 수 있도록 한다면, 기업의 의사결정의 질이 개선될 수 있기 때문이다(Holsapple, 2001). 이를 위해 기업들은 조직 내 인적자원들이 지니고 있는 지식을 체계적으로 공유하고 기업경쟁력의 우위를 점하기 위해 지식경영시스템(KMS)을 운영한다. 기업 구성원들이 공유는 지식은 업무문서나 조직규정, 업무절차, 개인적 경험 및 노하우 등의 형태로 이루어지는데(Lu et al., 2006), 지식경영시스템의 장점은 효과적인 문제해결과 의사결정이 가능하도록 관련성 높고 정확한 지식을 다양한 상황에서 공유하는데 있다(Gray and Durcikova, 2006; Tiwana and Bush, 2005; Watson and Hewett, 2006). 따라서, 지식경영시스템은 지식노동자들이 공유하는 성공경험, 조언, 통찰력 및 아이디어 등을 의사결정에 이용할 수 있으므로 문제해결에 유용할 뿐만 아니라(Watson and Hewett, 2006), 조직효율 강화와 기업경쟁력 향상을 가능하게 한다. 그러나 이러한 유용성에도 불구하고 지식경영시스템을 통한 지식의 체계적인 저장, 보급 및 재사용은 여전히 과제로 남아있다(Tiwana and Bush, 2005). 경영환경에서 지식경영시스템과 같은 IT기술을 유용하

최초투고일: 2015. 1. 26 수정일: (1차: 2015. 8. 11) 게재확정일: 2015. 10. 15
* 이 논문은 2014년 교육부의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2014S1A3A2038108)

게 사용하지 않는다면 기업은 자원과 노력의 낭비를 초래할 수도 있다(Hong et al., 2006).

지식경영시스템의 주요 전략은 개인들이 지식을 홀로 보관하거나 타인과 직접 공유하는 대신 기업 내 시스템에 제공하여(King and Marks, 2008), 구성원들 간에 명시적 또는 암묵적 지식을 문서화하여 공유함으로써 조직의 효율성을 향상시키는데 있다(Wang et al., 2014). 지식집약 산업에서 구성원들이 기업 내에서 자신들의 통찰력이나 노하우를 공유하지 않고 보호하고자 한다면 기업은 경쟁력을 상실할 것이다(Lu et al., 2006). 기업의 지식공유 전략의 실패는 다양한 사례에서 볼 수 있다. 이러한 실패는 주로 지식공유와 관련하여 조직문화(Lu et al., 2006)의 영향에 기인하거나 또는 지식을 권력(power)이나 자기이익(self-interest)의 관점에서 보는 개인적 고려(Jarvenpaa and Staples, 2001) 때문이다. 즉, 기업 구성원들이 지식을 활발하게 공유하도록 지원하는 조직환경에서도 개인들은 어떤 이유에서 타인과의 지식공유를 꺼려할 수 있으며(Lu et al., 2006), 그러한 개인들이 자신만의 차별화된 지식이나 노하우가 조직 내에서의 권력이나 자기이익과 관련이 있다고 여긴다면 조직 내 지식공유 전략은 실패할 가능성이 높다. 개인들이 자신만의 지식이나 노하우를 보유하는 데에는 어떤 특별한 이유나 동기가 있을 것으로 고려되므로, 기업입장에서 지식공유를 장려하고 환경을 제공하는 것은 매우 중요하지만, 구성원입장에서 개인에게 자신의 지식을 공유하도록 강요하는 것은 매우 민감한 문제이다(Staples and Webster, 2008). 그러므로 지식공유와 관련한 개인들의 영향요인에 관한 연구에서 개인의 감정뿐만 아니라 공동체의식(SOVC)과 같은 조직관점에서 감정을 동시에 고려할 필요가 있다.

기업 구성원들의 지식공유 영향요인 연구에서 개인들의 자발적인 지식공유를 유도하기 위해서는 어떤 동기가 필요하다는데 합의를 이루는 추세이다(Gagné, 2009; Quigley et al., 2007). 잠재적 지식공유자인 개인들의 지식공유 행위는 경쟁이나 보상에 의해 영향을 받는다(Quigley et al., 2007). 개인들이 갖는 경쟁심이나 경쟁적 환경은 지식공유를 촉진시키거나 저해시킬 수 있는 잠재적 요인일 뿐만 아니라(Hansen et al., 2005; Tjosvold et al., 2003), 조직 내 구성원 간 지식공유에 영향을 미치는 조직환경을 의미한다(Zarraga and Bonache, 2003). 실제로 경쟁은 타인보다 더 나은 결과를 얻고자하는 욕구에 의한 것으로, 외적보상 그 자체보다는 보상의 존재에 의해 촉진된다(Connelly et al., 2014). 지식공유의 대가로써 주어지는 보상은 지식공유의 중요한 촉진요인으로 작용할 수 있지만(Bartol and Srivastava, 2002; Oldham, 2003), 자신이 제공한 지식이 타인의 승진이나 인센티브 등과 같은 보상에 악용될 수 있다고 느끼는 개인들의 불안감은 지식공유의 저해요인이 될 것이다.

따라서, 기업의 지식공유 전략의 성패가 조직문화나 개인적 고려와 관련이 있고, 또한 그러한 기업 내 지식공유가 보상과 관련하여 개인들이 지각하는 감정상태에 의해 촉진되거나 저해될 것으로 고려되므로, 기업의 구성원들의 지식공유의도 영향요인 연구에서 개인의 감정과 조직적 관점에서 온라인 공동체의식(SOVC)을 고려하여 살피는 것은 매우 의미 있는 연구가 될 것이다.

그런데 지식의 기여의도와 활용의도에 각각 영향을 미칠 것으로 고려되는 개인들의 감정상태는 지속적으로 자신의 지식을 공유할 것인가에 대한 개인들의 지식공유 지속의도(continuance intention)와도 관련이 있을 것으로 예상된다. 최근 지식경영시스템과 지식공유 관련 연구에서도 개인들의 시스템

지속사용의도와 지식공유 지속의도에 대한 연구가 이루어지고 있는 추세이다. He and Wei(2009)는 지식경영시스템의 지속사용과 관련하여, 지식 사용자들의 긍정적 반응이 지식경영시스템에서의 지식 기여행위를 촉진하지만, 그로인한 과도한 정보의 양이나, 지식 제공자들의 기회비용 등의 문제는 결과적으로 지식경영시스템의 지속 가능성을 위협할 수 있으므로, 지식의 기여행위와 활용행위 간의 균형이 필요하다고 주장하였다. 또한, 지식경영시스템에서의 개인들의 지식 기여행위와 지식 활용행위는 별개의 욕구나 동기에 의해 작용할 것으로 고려되지만, 대부분의 선행연구에서는 개인들의 지식 기여행위와 활용행위는 별개의 관점에서 주로 연구되었다고 주장하였다. 정재훤 외(2009)도 이와 같은 주장을 하면서, 개인들의 지식공유의 영향요인에 관한 연구에서 지식공유 행위를 지식의 흐름 방향에 따라 구분하는 것은 지식공유 행위를 전반적으로 이해하는데 큰 의미가 있을 것이라고 주장하였다.

이상의 논의를 바탕으로 다음과 같은 연구이슈를 제시하고자 한다.

첫째, 보상과 관련된 지식공유 행위와 관련하여, 기업 구성원들 간에는 암묵적 경쟁관계가 예상되는 바, 실제로 개인들이 지각하는 경쟁심이 지식공유의도에 영향을 미치는지를 확인해 보고, 만약 그렇다면 이러한 기업 구성원들의 지식공유의도의 저해요인과 촉진요인으로써 개인의 감정과 조직관점의 공동체의식(SOVC)은 무엇인가? 둘째, Quigley et al.(2007) 등의 주장과 관련하여, 개인들의 경쟁심이 지식공유의도의 영향요인으로 작용한다면, 첫 번째 연구이슈에서 밝혀진 지식공유의 저해요인과 촉진요인으로써의 개인의 감정과 공동체의식 중, 경쟁심을 강하게 지각하는 개인들과 경쟁심을 약하게 지각하는 개인들의 감정요인들 간에는 어떤 차이가 있는가? 셋째, He and Wei(2009) 및 정재훤 외(2009) 등의 주장과 관련하여, 개인들의 지식공유의도에 영향을 미치는 개인의 감정과 공동체의식(SOVC)은 기여와 활용 방향에 따라 어떤 차이가 있는가? 넷째, 개인들의 지식공유의도는 개인들의 지식공유 지속의도에도 영향을 미치는가? 본 연구에서는 이상의 연구이슈를 해결하기 위하여 실증분석을 통해 결론을 도출하고 이와 관련된 시사점을 얻고자 한다.

II. 이론적 배경 및 문헌연구

선행연구에서 지식공유는 주로 조직상황, 개인특성 및 팀특성, 개인동기요인, 문화특성 등의 차원에서 이루어졌다. 문화를 하나의 거대한 집단주의적 특성으로 고려한다면, 지식공유 연구는 대체로 조직이나 개인적 관점에서 이루어진 것으로 보인다. 본 연구에서는 조직 내 지식공유 행위 당사자인 기업 구성원들의 감정상태가 지식공유행위와 관련이 있을 것으로 예상하고 이러한 감정상태를 개인차원의 감정과 조직차원의 공동체의식(SOVC)에서 고려하여 살펴보고자 한다.

2.1 감정과 지식공유

감정 연구에 대한 다수의 선행연구에서는 감정의 정의와 관련하여 여전히 합의를 이루지 못하고 있는 실정이다(Cabanac, 2002). 감정이라는 용어는 그 자체로써 당연시 되지만, 주로 분노(anger), 혐오(disgust), 공포(fear), 기쁨(joy), 슬픔(sadness), 놀람(surprise) 등과 관련하여 정의되고 있다. 그런

데 Bagozzi 등에 의하면 개인들의 의사결정은 감정 처리과정과 관계가 있으며, 미래 예측 감정반응을 유도하는 것으로 나타났다. 즉, 개인들은 목표 달성과 관련하여 성공과 실패 두 가지 모두에 대한 예측을 평가하게 되는데, 이때 감정 반응이 유도된다. 이렇게 유도된 감정 평가는 개별 감정들에 대한 기대로 이어지는데, 이는 기대감정(anticipated emotions)과 관계가 있다. 기대감정은 의사결정자들이 무엇을 어떻게 선택하는가와 관련하여 감정의 작용 방식을 설명한다. 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 등은 체중유지와 관련한 다이어트와 운동 의도에 대한 연구에서, 개인들이 지각하는 기대감정을 7개의 긍정감정(excited, delighted, happy, glad, satisfied, proud, self-assured)과 10개의 부정감정(angry, frustrated, guilty, ashamed, sad, disappointed, depressed, worried, uncomfortable, fearful)으로 분류하였다(Bagozzi et al., 2003).

한편, Bagozzi 등의 연구와 관련하여 개인들의 지식공유에 대한 의사결정 역시 이러한 미래 예측 감정반응 즉, 기대감정과 관계가 있을 것으로 예상된다. 온라인 커뮤니티에서의 지식공유 행위에 대한 최근의 선행연구에서는 즐거움(enjoyment; Oh, 2012; Jeon et al., 2011; Yu et al., 2011; Wasko and Faraj, 2005), 이타심(altruism; Oh, 2012; Chang and Chuang, 2011), 흥미감(interest; Oh, 2012), 공감(empathy; Oh, 2012), 상호호혜(reciprocity; Oh, 2012; Yoon and Wang, 2011; Chang and Chuang, 2011; Jeon et al., 2011; Yu et al., 2011; Lin et al., 2009; Chiu et al., 2006; Wasko and Faraj, 2005), 충성심(loyalty; Koh and Kim, 2003), 소속감(membership; Hersberger et al., 2007), 욕구충족(needs; Hersberger et al., 2007), 정서유대(emotional connection; Hersberger et al., 2007) 등의 감정들이 주로 연구되었다(Cheung et al., 2013). 이상의 논의를 바탕으로, 본 연구에서는 지식공유의도와 같은 개인들의 의사결정에 영향을 미칠 것으로 기대되는 개인들의 감정상태를 기대감정(anticipated emotion)으로 확장하여, 이를 개인차원의 감정과 조직차원의 공동체의식(SOVC)으로 살펴보고자 한다.

2.1.1 개인의 감정

선행연구를 바탕으로, 지식공유의도에 영향을 미칠 것으로 기대되는 개인의 감정으로 돕는 즐거움(enjoy helping), 상호호혜감(sense of reciprocity), 자기효능감(self efficacy) 및 경쟁심(sense of competition)을 고려하고자 한다.

돕는 즐거움(Bock et al., 2005; Kankanhalli et al., 2005; Oh, 2012; Wasko and Faraj, 2005; Yu et al., 2011)은 지식공유행위와 관련하여 개인들이 지식의 기여를 통해 타인들을 돕는 데서 얻어지는 즐거움에 대한 지각으로 정의된다(Kankanhalli et al., 2005). 개인들이 지식을 기여함으로써 갖게 되는 만족감은 타인을 돕는데서 오는 본질적인 즐거움으로 인해 생긴다(Bock et al., 2005; Wasko and Faraj, 2000). 그러므로 타인을 돕는 즐거움은 개인들이 자신이 지식을 기여함으로써 타인을 돕고자하는 행위에 유의한 영향을 미칠

것으로 예상된다(Kankanhalli et al., 2005). 온라인 커뮤니티에서의 지식공유에 대한 선행연구에서도 개인들의 지식공유에 대한 내적 동기는 지적활동과 문제해결에 참여하는 것이 도전의식을 자극하거나 재미있다고 느끼는 감정에 의해 유발된다고 주장한다(Wasko and Faraj, 2000). 그러므로 문제해결 과정에서 타인을 돕는 것에 대해 느끼는 개인들의 즐거움은 지식공유 행위의 촉진작용 역할을 할 것으로 예상된다. Wasko and Faraj(2005)는 온라인 네트워크에서의 지식공유에 관한 연구에서 돕는 즐거움이 지식의 기여활동에 영향을 미치는 것으로 분석하였다. Kankanhalli et al.(2005) 역시 온라인 지식기여 행위의 영향요인에 관한 연구에서 돕는 즐거움을 내재적 편익(benefits)요인으로 제시하고 이의 유의성에 대해 입증하였다. 정재훤 외(2009)도 온라인 과학기술자네트워크에서의 지식공유행위의 영향요인에 대한 연구에서 돕는 즐거움과 지식공유행위는 유의한 관계가 있음을 밝혀냈다. 이상의 논의를 근거로 온라인 커뮤니티에서 개인들이 지각하는 돕는 즐거움(enjoy helping)은 개인들의 지식공유의도와 유의한 영향 관계가 있을 것으로 예상된다.

상호호혜감(Chang and Chuang, 2011; Chen and Hung, 2010; Chiu et al., 2006; Kankanhalli et al., 2005; Wasko and Faraj, 2005)은 현재 자신의 지식을 기여한 결과로써 예상되는 미래에 있을 이익에 대해 기대하는 정도로 정의된다(Kankanhalli et al., 2005). 즉, 개인들이 타인에게 자신의 지식을 제공하면 타인도 얻은 지식적 이득에 보답할 것이라고 믿는 것이다. 실제로 온라인 커뮤니티에서 지식을 공유하는 개인들은 상호호혜적 감정을 갖는 것으로 밝혀졌다(Wasko and Faraj, 2000). 뿐만 아니라, 상호호혜감은 같은 것으로 되갚고자하는(return-in kind) 태도로써 지식공유에 영향을 미칠 것으로 예상된다(Kolekofski and Heminger, 2003). 그런데, 온라인 커뮤니티에서 개인들의 일방적인 지식의 습득 행위는 지속적인 지식공유 활동에 방해가 될 것으로 보인다. 이와 관련하여 Lin et al.(2009)은 온라인 커뮤니티와 같은 가상공간에서의 지식공유 지속 조건으로 개인 간 상호호혜의 필요성을 주장하였다. 이와 같이, 개인들이 지각하는 상호호혜감은 공평한 지식공유 활동을 촉진할 것으로 기대된다(Wasko and Faraj, 2000). 온라인 커뮤니티에서의 지식공유에 대한 연구에서 Kankanhalli et al.(2005)은 외재적 편익 요인으로 상호호혜감을 제시하고 이의 유의성에 대해 입증하였다. 정재훤 외(2009)도 상호호혜가 지식공유에 영향을 미친다는 것을 입증하였다. 그런데, 흥미로운 것은 온라인 전문가 커뮤니티 내에서의 상호호혜 규범(norm of reciprocity)에 대한 연구결과가 서로 일치하지 않은 경우도 있다. Chiu et al.(2006)은 상호호혜 규범과 개인들의 지식공유 행위 사이에는 정(positive)의 관계가 있음을 알아냈지만, 반대로 Wasko and Faraj(2005)의 연구에서는 부(negative)의 관계로 밝혀졌다. 이러한 결과들은 상호호혜와 같은 여러 요인들이 우연히 다른 요인들로부터 크고 작은 영향을 받았을 가능성이 있는 것으로 예측된다. 이상의 논의를 통해, 지식공유 상황에서 개인이 지각하는 상호호혜감은 지식의 기여의도에는 촉진작용을, 반대로 공평한 상호작용의 개념에서 지식 활용의도에는 저해작용을 할 가능성이 기대된다.

자기효능감(Chen and Hung, 2010; Chou, 2010; Hsu et al., 2007; Lin et al., 2009; Lin and Huang, 2013; Sun et al., 2012)에 대하여 Bandura는 어떤 의도된 행위에 대해 개인이 느끼는 자신의 능력에 대한 자기평가로 정의하는데

(Van Acker et al., 2014), 개인이 지각하는 자기효능감은 한 개인의 동기와 행동에 중요한 역할을 하는 것으로 밝혀졌다(Kankanhalli et al., 2005). 즉, 높은 자기효능감을 가진 개인은 자신에게 특정 행위에 대한 능력이 있다고 믿기 때문에 그 행위를 할 가능성이 크다는 것이다(Van Acker et al., 2014). 최근 지식공유에 대한 연구에서도 자기효능감이 지식공유 행위에 대한 중요한 영향요인으로 연구되고 있는데, 개인들이 효과적으로 지식을 공유할 수 있다고 여기는 자신의 신념을 지식공유 자기효능감(knowledge sharing self efficacy)이라 한다. Bock and Kim(2002)은 지식공유 자기효능감을 지식공유 행위에 대한 개인의 동기요인으로 설명하였다. Hsu et al.(2007)은 지식공유 자기효능감은 지식공유 행동에 직접적 또는 간접적으로 영향을 미치는 요인이라고 설명하였다. Kankanhalli et al.(2005)은 지식의 기여행위와 관련하여 지식공유 자기효능감을 연구하였다. 한편, 지식공유 자기효능감의 결핍이 간접적으로 지식공유의 저해요인이라는 연구결과도 있는데, 이는 시간 부족과 주제에 대한 생소함과 같은 요인들이 지식공유를 저해하는 것으로 예상된다(Hew and Hara, 2007). 이상의 논의를 통해, 개인들이 지각하는 자기효능감은 지식공유 의도와 유의한 영향 관계가 있을 것으로 예상된다.

경쟁심(Connelly et al., 2014; He et al., 2014; Palacios-Marqués et al., 2015; Siciliano, 2015; Van Vugt et al., 2007)은 지식공유 상황에서 개인들의 지식공유 행위의 대가로 주어지는 보상과 관련이 있을 것으로 예상된다. 실제로 Quigley et al.(2007)은 잠재적 지식공유자인 개인들의 지식공유 행위는 경쟁(competition)이나 보상(rewards)에 의해 영향을 받는다고 주장하였다. 선행연구에서는 보상의 유형에 따른 지식공유의 영향 관계도 밝히고 있는데, Ferrin and Dirks(2003)은 관계적 의사결정 시나리오를 이용한 실험에서 협력적 보상시스템은 파트너 간 지식공유에 긍정적 영향을 미치는 반면, 경쟁적 보상시스템은 부정적 영향을 미친다는 것을 입증하였다. 마찬가지로 그룹기반 인센티브의 영향에 관한 연구들(Quigley et al., 2007; Taylor, 2006)에서도 대체로 보상이 지식공유에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 밝히고 있다. Siemsen et al.(2007)은 개인에 대한 보상이 증가할수록 개인적 보상과 그룹보상 간의 상호작용 효과가 더 크게 나타난다는 것을 밝혔다. 선행연구에서는 지식공유 행위에 따라 보상을 조정할 필요가 있음을 강조하고 있다(Wang and Noe, 2010). 그러므로 지식공유 상황에서 개인들의 지식공유 행위나 의도는 보상과 관련이 있는 것으로 예상되며, 이러한 보상은 개인들의 경쟁심을 자극할 것이다. 따라서 개인들이 지각하는 경쟁은 지식공유에 유의한 영향을 미칠 것으로 기대된다. 이와 관련하여 Hansen et al.(2005)과 Tjosvold et al.(2003)은 조직 내 구성원 간의 경쟁을 지식공유를 촉진시키거나 저해시킬 수 있는 잠재적 동기요인으로 설명하였는데, 이는 개인 간 경쟁(individual competition)을 강조하는 조직문화는 지식공유에 장애가 될 수 있는 반면, 협력적 팀 지각(cooperative team perceptions)은 지식공유의 필요조건인 신뢰를 만들게 됨에 따라 지식공유를 촉진할 것으로 기대된다(Schepers and Van den Berg, 2007; Wang, 2004; Willem and Scarbrough, 2006). 이상의 논의를 통해, 개인들이 지각하는 경쟁심은 지식공유 행위나 의도에 부정적 또는 긍정적 영향요인으로 작용할 것으로 예상된다.

2.1.2 온라인 공동체의식(SOVC)

조직문화가 개인 간 경쟁을 조장할 때 조직 내 지식공유는 방해를 받는다. 반면 조직 내 구성원들의 협력은 지식공유의 필수요건인 신뢰(trust)를 형성하게 되고(Schepers and Van den Berg, 2007; Wang, 2004; Willem and Scarbrough, 2006), 이러한 신뢰는 지식공유를 촉진할 가능성이 크다(Bock et al., 2005). 온라인 커뮤니티에서의 지식공유 상황에서도 신뢰는 커뮤니케이션의 중요한 촉진제가 되고 있는데, 이러한 신뢰는 개인 간 거래와 협력을 유발한다. 이는 신뢰 관계가 높은 상황에서 개인들은 기꺼이 협력적 상호작용에 관여할 가능성이 높다는 것을 의미한다. 즉, 신뢰는 개인이나 커뮤니티 또는 조직 등과 같이 다양한 수준에서 발생할 수 있는데(Sharratt and Usoro, 2003), 개인들은 타인이나 다른 커뮤니티에 대해 신뢰할 수 없다고 느낀다면 지식을 공유하지 않을 가능성이 크다. 반대로, 커뮤니티 내에서 신뢰할만한 가치를 발견하게 된다면 개인들은 지식공유에 참가할 가능성이 더 커지게 된다. 커뮤니티나 조직과 같은 공동체 내에서 개인들이 지각하는 이러한 신뢰는 공동체 내에서 개인들이 느끼는 감정 즉, 공동체의식(sense of community; SOC)과 관계가 있을 것으로 고려된다.

공동체의식(SOC)은 사회심리학 분야에서 여러 연구자들에 의해 연구되었는데, 이는 타인과의 유사성을 인지하고 상호의존성을 인정하여 그것을 유지하려는 의도와 더 큰 안정적 구조의 일부라고 느끼는 감정이나(Oh et al., 2014), 개인이 공동체에 대해 느끼는 관계적 감정으로(Abdelkader and Bouslama, 2014) 설명되고 있다. 이러한 공동체의식은 성별에 따라 다르게 나타나는 것으로 밝혀졌다(Warner and Dixon, 2013). 그런데 이러한 공동체의식에 대한 서로 상이한 연구결과도 보고되고 있다. 소셜네트워크서비스(SNS) 연구에서 SNS를 더 자주 사용하는 개인들이 그렇지 않은 개인들보다 더 큰 공동체적 유대감을 느낀다는 것을 밝혔지만, 반면, 페이스북을 더 많이 사용하는 개인들이 공동체적 소속감을 덜 느끼는 것으로 밝혀졌다(Oh et al., 2014). McMillan and Chavis(1986)는 이러한 공동체의식을 구성원들이 갖는 소속되었다는 느낌과, 구성원들이 서로에게 중요하다고 여기는 느낌 및 구성원들이 함께 하고자하는 노력을 통해 자신들의 욕구가 충족될 것이라는 공유된 신념으로 정의하였다(Top, 2012).

공동체의식은 지식을 공공재로 보는 관점과 관련이 있는데, 이는 지식이 공공재로써 커뮤니티에 의해 소유되고 유지된다는 것을 의미한다(Wasko and Faraj, 2000). 따라서, 지식공유는 외부적 요인에 의해서보다, 커뮤니티 내에서 더 큰 만족감을 위한 도덕적 의무에 의해 동기화가 될 가능성이 크다. 그러므로 공동체의식이 강하면 지식공유를 더 중요하게 여길 것이며, 이는 내재적 만족감을 가져올 것이다(Sharratt and Usoro, 2003). 그런데, 기업들이 공통의 관심사나 문제해결 등 조직관점에서의 지식이나 노하우를 공유하고 지속적인 상호작용과 학습활동을 하도록 조직 내에서 또는 조직의 경계를 초월하여 전문적인 네트워크 형태로 운영하는 전략적 실행공동체(CoP) 내에서의 지식공유 상황도 이러한 공동체의식 관점에서 고려할 수 있으며, 이러한 온라인 실행공동체에서의 지식공유에 참여하는 것도 내재적 만족감의 증가와 관련이 있는 것으로 밝혀지고 있다(Hew and Hara, 2007; Wasko and Faraj, 2000, 2005).

McMillan and Chavis(1986)는 선행연구를 바탕으로 공동체의식을 4개 차원 즉, '소속감(membership),

영향력(influence), 욕구의 통합과 충족(integration and fulfillment of needs), 정서적 유대감(emotional connection)'으로 구분하였다. McMillan and Chavis의 설명에 따르면 소속감(Chang and Chuang, 2011; Chiu et al., 2006; Hersberger et al., 2007; Jeon et al., 2011; Yoon and Wang, 2011)은 공동체의 경계가 명확할수록 더 높아지는데, 공동체의 경계는 구성원들에게 심리적 안정감을 주고, 이러한 심리적 안정감은 다시 공동체의 소속감을 높여준다고 한다. 영향력(influence)은 공동체의 영향력에 대한 정당성이 합리적으로 입증될 때 공동체의 구성원들에 대한 영향력이 증대되는데, 이를 공동체의 구성원에 대한 영향력이라 한다. 반면 구성원은 공동체의 욕구에 대해 충분히 이해를 하고 리더십을 가지고 열심히 참여할 때 공동체에 대한 높은 영향력을 가질 수 있는데, 이를 구성원의 공동체에 대한 영향력이라 한다. 욕구의 통합과 충족(Cao et al., 2013; Chen et al., 2013; Hersberger et al., 2007)은 구성원의 목적과 공동체의 목적이 일치할 때 구성원은 가장 큰 욕구의 충족을 가질 수 있으며, 뿐만 아니라 지위나 권한 등의 보상을 통해서도 구성원들의 욕구를 높게 충족시킬 수 있다고 한다. 정서적 유대감(Abfalter et al., 2012; Hersberger et al., 2007; Lin and Huang, 2013; Tonteri et al., 2011)은 구성원들이 서로 얼마나 자주 그리고 질 높은 상호작용을 하였는가에 영향을 받는다(Abfalter et al., 2012). 예를 들어, 구성원들이 원하는 이벤트를 공동체에서 제공하고, 이러한 이벤트에 구성원들이 적극적으로 참여할수록 정서적 유대감은 강화될 수 있다는 것이다.

그런데 SOC 측정에는 Chavis et al.(1986)에 의해 설계된 SCI(sense of community index)가 가장 보편적으로 사용되고 있는데, 많은 연구자들은 오프라인 공동체의식(SOC)의 개념을 온라인 공동체의식(SOVC) 개념으로 온라인 상황에 그대로 적용해 왔다(Abfalter et al., 2012; Blanchard, 2007; Forster, 2004; Obst et al., 2002). 이에 대해 일부 연구자들은 이러한 오프라인 기반의 SOC를 온라인 상황에 그대로 적용 가능할 수 있을지에 대해 이의를 제기하고 있다. 이는 온라인 커뮤니티 회원들은 오프라인 커뮤니티 회원들보다 타인의 성격을 더 잘 알고 있을 뿐만 아니라, 더 개인적인 인간관계를 경험하고 유지한다고 여기는 것과 관련이 있다(Blanchard, 2007). 실제로 선행연구에서는 실험환경의 차이 때문에 SCI를 SOVC 측정에 사용하기 위해서는 조정이 필요하다는 결과를 제시하고 있다. Koh and Kim(2003)은 3개 차원 즉, 소속감(membership), 영향력(influence) 및 몰입(immersion)을 특성으로 한 SOVC 측정도구를 제안하였다. Abfalter et al.(2012) 역시 SOVC에 관한 대부분의 연구들은 정성적 접근법(qualitative approach)을 이용한 자체 모델을 설정하거나, 그 개념을 별도의 방식으로 측정하거나, 본래의 공동체의식 지표에 항목을 추가하여 채택하거나, 또는 SCI의 타당성과 신뢰성을 가상의 상황에서 직접 검증하지 않고 있다고 주장하였다. 이상과 같이 온라인 환경에 SOC를 적용하기 위해서는 표본의 특성과 같은 실험환경의 차이를 고려한 SOC의 하위 차원을 통제하거나 수정 보완한 SOVC의 적용이 요구된다. 이와 관련하여 본 연구에서는 공동체 관점에서 지식공유의도에 영향을 미치는 개인들의 감정과 관련된 요인으로써, SOC 중 소속감, 욕구충족 및 정서유대 3개 차원만을 SOVC로써 고려하고자 한다.

이상의 논의를 바탕으로 감정요인에 대한 지식경영분야 선행연구를 정리하면 〈표 1〉과 같다.

〈표 1〉 감정요인에 대한 지식경영분야 선행연구

(참고 : P) 심리학분야연구, M) 마케팅분야연구)

감정요인	연구자	대 상	기타 연구범위 및 한계
경쟁심	Palacios-Marqués et al. (2015)	small and medium-sized enterprises	technology, organizational, & environmental context
	Siciliano (2015)	public organization network	structural effects, actor attribute effects, peer competition
	He et al. (2014)	hybrid-virtual teams, IT firms	collectivism, team flexibility, team empowerment
	Connelly et al. (2014)	undergraduate students	trait competitiveness, self-efficacy, time pressure
	Van Vugt et al. (2007)P)	undergraduate students	gender, among groups, inter-group
	Schuster (2015)M)	health service for mental health	mental health, career progression
즐거움	Oh (2012)	Yahoo! Answers	efficacy, personal gain, altruism, community interest, empathy, reputation, reciprocity, engagement
	Yu et al. (2011)	problem-solving virtual community	technological, social, altruistic, and egoistic motives
	Wasko and Faraj (2005)	computer-mediated discussion forum	individual motivations, structural, cognitive, & relational capital
	Kankanhalli et al. (2005)	public organizations	costs, extrinsic & intrinsic benefits
	Bock et al. (2005)	industrial organizations in Korea	attitude, subjective norm, organizational climate
	Abuhamdeh and Csikszentmihalyi (2012)P)	internet chess website	challenge, enjoyment, activity motivation, activity type
상호호혜	Chang and Chuang (2011)	virtual community	social interaction, trust, altruism, identification, shared language, reputation,
	Chen and Hung (2010)	professional virtual community	interpersonal trust, self-efficacy, relative advantage, compatibility
	Chiu et al. (2006)	virtual community	outcome expectations, structural, relational, & cognitive dimension
	Kankanhalli et al. (2005)	public organizations	costs, extrinsic & intrinsic benefits
	Wasko and Faraj (2005)	computer-mediated discussion forum	individual motivations, structural, cognitive, & relational capital
	Mitchell and Ambrose (2007)P)	jury duty individuals	abusive supervision, supervisor-directed, organizational, and interpersonal deviance

〈표 1〉 감정요인에 대한 지식경영분야 선행연구 (계속)

감정요인	연구자	대 상	기타 연구범위 및 한계
욕구	Chen et al. (2013)	P3 virtual communities	motivational factors, customer experience, attitude, SOVC
	Cao et al. (2013)	social networking services	confirmation, self-actualization needs, satisfaction, continuance
	Hersberger et al. (2007)	online virtual communities	membership, influence, emotional connection, social networks
	Tay and Diener (2011)[P]	world adult population	subjective well-being, life evaluation, positive and negative feelings
	La Guardia et al. (2000)[P]	undergraduate students	autonomy, competence, relatedness, attachment security, model of self and other, well-being
자기효능감	Lin and Huang (2013)	virtual community	reward, altruism, SOVC, attitude, subjective norm, emotional attachment
	Sun et al. (2012)	virtual community	social learning process, extrinsic & intrinsic motivation, task complexity
	Chen and Hung (2010)	professional virtual community	interpersonal trust, reciprocity, relative advantage, compatibility
	Chou (2010)	online communities	performance expectancy, identity verification, satisfaction, computer anxiety, personal innovativeness
	Lin et al. (2009)	professional virtual community	Contextual (reciprocity, Trust), Personal (advantage, compatibility)
	Hsu et al. (2007)	virtual communities	person (outcome expectation), environment (trust)
	Hankonen et al. (2014)[P]	a group intervention to prevent diabetes	agency, communion, waist circumference, social support
정서 유대	Lin and Huang (2013)	virtual community	reward, self-efficacy, altruism, SOVC, attitude, subjective norm
	Tonteri et al. (2011)	online discussion forums	cognitive, social integrative, personal integrative, hedonic, reading & posting action
	Hersberger et al. (2007)	online virtual communities	membership, influence, needs fulfillment, information exchange
	Abfalter et al. (2012)	virtual community	only SOVC
	Seimiene (2012)[M]	(only theoretical research)	consumer personality, brand personality, main & complementary traits
소속감	Hersberger et al. (2007)	online virtual communities	needs fulfillment, emotional connection, social networks
	Jeon et al. (2011)	community of practice	facilitating conditions, attitude, intention, subjective norm, perceived behavioral control, enjoyment, image, reciprocity
	Yoon and Wang (2011)	virtual community	social interaction ties, trust, reciprocity, shared goals
	Chang and Chuang (2011)	virtual community	social interaction, trust, altruism, reciprocity, shared language, reputation,
	Chiu et al. (2006)	virtual community	outcome expectations structural, relational, & cognitive dimension
	Mayer and Frantz (2004)[P]	community and college	psychometric properties, environmental paradigm scale, verbal ability, social desirability

2.2 지식공유 지속의도

지식의 기여행위와 지식의 활용행위는 별개의 행위이다. 지식의 기여(contribution)는 조직 내에서 타인들이 지식에 접근하고 재사용할 수 있도록 지식저장소나 데이터베이스에 기존 지식을 문서화하여 저장하는 것을 의미한다. 이에 반해, 지식의 활용(seeking)은 대체로 더 효과적이고 생산적인 업무를 위해 동일 조직 내 타인이나 다른 팀이 생성한 지식을 개인적으로 사용하는 것을 의미한다(Watson and Hewett, 2006). 지식공유는 개인들이 기여한 지식을 타인들이 활용함으로써 이루어진다. 따라서 지식공유의 핵심은 지식의 기여행위에 주로 의존한다. 개인들이 얼마나 자주 자신의 지식을 기여할 것인가는 성공적인 지식공유를 위해 중요한데, 기여행위의 빈도는 그 활용행위를 통해 예측이 가능하다(Dutta et al., 2007; Watson and Hewett, 2006). 그런데, 기업의 실행공동체와 같은 온라인 지식공유 커뮤니티에서 지식의 기여행위는 소수의 개인들에 의해서만 이루어지고 있다(Peddibhotla and Subramani, 2007). 이와 관련하여 지식공유 연구에서 이러한 비대칭적 관계에 대한 고려가 필요한데, 그동안의 지식공유 성공요인에 관한 연구들(Chiu et al., 2006; Kankanhalli et al., 2005a, 2005b; Peddibhotla and Subramani, 2007; Wasko and Faraj, 2005)에서는 개인들의 지식공유는 기여행위와 활용행위로 각각 별개의 관점에서 다루어졌다. 이는 지식경영시스템 사용에 있어 개인들의 기여행위와 활용행위는 별개의 필요나 동기에 의해 이루어지는 것으로 고려되기 때문이다(Kankanhalli et al., 2005a; Kankanhalli et al., 2005b; Watson and Hewett, 2006). 이와 같이, 최근 지식공유 연구에서는 행위 방향에 따라 기여와 활용으로 구분하여 살펴보는 추세이다.

또한, 최신 연구에서는 개인들의 지식공유 행위를 기여와 활용뿐만 아니라 추가적으로 지속의도(continuance intention)까지 살펴보는 연구가 많아지고 있다. 비록 지식경영시스템이 IT시스템을 기반으로 하지만, 사용자들이 지식공유를 위해 지식경영시스템을 지속적으로 사용하고자 하는가하는 지속사용(continuance)의 문제는 다른 정보시스템의 그것과는 구별되는 분명히 다른 문제라고 할 수 있다(He and Wei, 2009). 이는 지식경영시스템에서의 이용자들의 긍정적 반응은 궁극적으로 지식 제공자들로 하여금 더 많은 지식의 기여를 유도할 것이지만(Dutta et al., 2007), 결과적으로 과도하게 제공된 정보의 양과 그로인해 예상되는 지식 제공자들의 기회비용의 문제는 잠재적으로 부정적 결과로 나타날 것이며, 이는 지식경영시스템의 지속가능성을 위협할 것이기 때문이다(Dutta et al., 2007; Garud and Kumaraswamy, 2005).

지속사용은 특정 정보시스템의 지속적인 사용 행위로 정의된다(Bhattacherjee, 2001). 정보시스템 사용자들은 최종 의사결정 단계에서 자신들의 초기 수용 결정을 재평가한 후 지속사용 여부를 결정한다(Rogers, 2010). 연구자들은 정보시스템의 지속사용과 지속행위에 대한 이해가 중요하다고 설명한다(Bhattacherjee, 2001; Jasperson et al., 2005). 정보시스템의 지속사용 여부는 주로 사용자들의 행위의도를 통해 예측할 수 있는데(Bhattacherjee, 2001; Venkatesh et al., 2003), 지속의도는 개인들의 만족(Bhattacherjee, 2001)이나 신념 및 태도(Bhattacherjee, 2001; Bhattacherjee and Premkumar, 2004)에 의해 영향을 받는 것으로 밝혀졌다. 특히, 만족과 관련하여 Oliver(1980)는 기대일치이론(ECT)을 통해, 개인들의 재구매 의도

는 서비스나 품질에 대한 만족의 영향을 받으며, 또한 이러한 만족은 제품의 구매나 사용 이전의 개인들의 기대(expectation) 역할을 한다고 설명하였다. Cardozo(1965)는 이러한 만족이 높은 개인들은 동일한 제품을 재구매하며, 심지어 다른 관련된 제품도 구매한다고 설명하면서, 이는 지속의도(continuance intention)가 실제로 개인들의 만족과 충성도를 나타낸다고 설명하였다. Chou et al.(2010) 등은 정보시스템 연구에서 지속의도(continuance intention)가 만족의 영향을 받으므로, 결과적으로 온라인 커뮤니티에서의 개인들의 지속의도는 개인들의 만족을 나타낸다고 주장하였다(Chen et al., 2012). 따라서 개인들의 지식공유에 관한 연구에서 지식공유 행위를 지식의 흐름 방향에 따라 구분할 뿐만 아니라, 지식공유의 지속의도까지 고려하는 것은 지식공유 행위를 폭넓게 이해하는데 의미가 있을 것이다.

Ⅲ. 연구모델과 가설수립

본 연구의 목적은 기업들이 경쟁력 향상을 위해 활용하는 지식경영시스템과 그 지식공유 전략의 성패가 조직이나 개인 차원의 요인들과 관련이 있다는 선행연구 결과를 바탕으로, 기업 내 지식공유가 구성원들이 지각하는 감정상태에 의해 영향을 받을 것으로 고려되므로, 이를 개인 간 지식공유의 저해요인과 촉진요인으로써 개인의 감정과 조직관점에서의 온라인 공동체의식(SOVC)으로 구분하여 동시에 그 영향관계를 밝히는데 있다. 더불어 개인들의 지식공유의도를 지식의 흐름 방향에 따라 기여의도와 활용의도로 구분하고, 더 나아가 지식공유 지속의도까지 살펴보고자한다. 이를 위하여 다음과 같은 가설을 제시한다.

3.1 개인의 감정요인

지식이 공유되기 위해서는 개인들이 지식공유를 위해 노력할 가치가 있다고 여기거나, 지식공유로 창출된 가치 중 일부를 수혜 받을 것이라는 기대가 있어야 하는데, 개인이 받는 수혜 즉, 개인적 보상은 적극적으로 타인을 도우려고 할 때 더 커지는 것으로 밝혀졌다(Hippel and Krogh, 2003). 선행연구에서 이러한 개인적 보상에 대한 기대는 지식공유의 동기가 될 수 있는 것으로 밝혀졌다. 즉, 자신의 지식을 타인에게 제공함으로써 자신이 타인에게 도움을 준 것이 즐겁다고 여기는 개인들의 돕는 즐거움(enjoy helping)에 대한 지각은 지식공유의 주요 내재적 보상이다. 이러한 내재적 보상에 대한 기대로 개인들은 문제해결을 위해 타인을 돕는 것이 즐거울 것이라고 여기고 지식을 공유할 것이다(Wasko and Faraj, 2005). Wasko and Faraj(2000)도 개인들의 지식공유 행위는 단지 타인에 대한 돕는 즐거움 때문에 내적으로 동기유발이 된다고 설명한다. 따라서, 온라인 지식공유 커뮤니티에서 개인들이 지식공유를 통해 타인을 돕는 것이 즐겁다고 여길수록 지식공유에 더욱 적극적으로 참여할 것으로 예상된다. 이상의 논의를 바탕으로 돕는 즐거움에 대하여 다음과 같은 가설을 제시한다.

가설 1(a): 돕는 즐거움은 개인들의 지식 기여의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1(b): 돕는 즐거움은 개인들의 지식 활용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

상호호혜는 회원들 간에 발생하는 공평한 상호작용으로 설명할 수 있는데, 개인들이 지각하는 상호호혜감(sense of reciprocity)은 상호보완적인 교류가 지속적으로 발생하도록 하는 주요 동기로 여겨진다. 특히, 대면접촉이 거의 이루어지지 않는 온라인 커뮤니티의 지식공유 상황에서 구성원 간에 지속적인 지식공유가 이루어지기기 위해서는 개인들 간에 상호호혜감이 있어야 한다(Wasko and Faraj, 2005). 개인들에게 있어 상호호혜감은 지식공유 상황에서 일방적인 지식의 습득을 방지하는 역할을 한다(Wasko and Faraj, 2000). 따라서 온라인 지식공유 커뮤니티에서 개인들이 공평한 상호작용으로써 상호호혜감을 지각할 경우, 타인의 지식을 많이 활용한 개인들일수록 그만큼 자신의 지식도 더 많이 기여할 것으로 예상된다. 반대로, 상호호혜 관점에서 보면 지식을 많이 기여하지 못한 개인들일수록 타인의 지식을 덜 활용하고자 할 가능성도 있을 것으로 예상된다. 이상의 논의를 통해 상호호혜감에 대하여 다음과 같은 가설을 제시한다.

가설 2(a): 상호호혜감은 개인들의 지식 기여의 도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설 2(b): 상호호혜감은 개인들의 지식 활용의 도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

자기효능감(self efficacy)은 의도된 특정 행위를 수행하는데 있어 개인들이 갖는 자신의 능력에 대한 평가로, 선행연구에서는 자기효능감이 높은 개인들일수록 특정 행위를 수행할 가능성이 크며, 또한 긍정적 인지를 통해 지속적인 노력으로 성취 수준이 높은 것으로 나타났다. 지식공유 연구에서도 지식공유 자기효능감(knowledge sharing self efficacy)은 개인들의 효과적인 지식공유 행위에 긍정의 영향을 미치거나 행위에 대한 동기요인으로 밝혀졌다(Bordia et al., 2006). 따라서 온라인 지식공유 커뮤니티에서 자기효능감이 높은 개인들일수록 지식공유 행위에 적극적으로 참여할 것으로 예상되므로 자기효능감은 개인들의 지식공유의도에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 기대된다. 이상의 논의를 통해 자기효능감에 대하여 다음과 같은 가설을 제시한다.

가설 3(a): 자기효능감은 개인들의 지식 기여의 도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설 3(b): 자기효능감은 개인들의 지식 활용의 도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

경쟁 상황은 타인 보다 더 나은 결과를 성취하고자 하는 욕구나 보상과 같은 요인에 의해 발생하는데, 지식공유 상황에서도 개인들의 지식공유 행위는 경쟁이나 보상과 관계가 있을 것으로 예상된다(Connelly et al., 2014). 즉, 개인들이 지각하는 경쟁심(sense of competition)은 지식공유를 촉진시키거나 저해시킬 수 있는 잠재적 요인으로 작용할 것이다(Hansen et al., 2005). 지식공유의 대가로써 주어지는 보상은 지식공유 행위의 중요한 촉진요인이지만, 자신이 제공한 소중한 지식을 이용하여 타인이 승진이나 인센티브 등과 같은 보상을 받게 된다면 개인들은 지식공유를 꺼릴 것이다. 그러한 개인들은 타인에 대해 경쟁심을 갖게 될 것이며, 이러한 경쟁심은 지식공유의 심각한 저해요인이 될 것이다. 이러한 현상은 온라인 지식공유 커뮤니티에서도 동일하게 발생할 것으로 예상된다. 따라서, 지식공유 상황에서의 개인들이 지각하는 경쟁심은 지식공유의도에 부정적 또는 긍정적 영향 요인으로 작용할 것으로 예상되므로 다음과 같은 가설을 제시한다.

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

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

3.2 온라인 공동체의식(SOVC)

개인 간의 경쟁을 조장하는 조직문화는 지식공유의 저해요인이 되지만, 조직 내 구성원들의 협력을 통한 신뢰 형성은 지식공유의 촉진요인이 되므로(Schepers and Van den Berg, 2007), 온라인 지식공유 커뮤니티에서의 지식공유 상황도 이러한 조직관점의 영향을 받을 것으로 예상된다. 즉, 개인들이 타인이나 커뮤니티에 대해 신뢰할만한 가치를 발견하게 된다면 개인들은 지식공유에 참가할 가능성이 더 커질 것으로 예상되며 반면, 이러한 신뢰를 발견할 수 없다고 느낀다면 지식공유의 가능성은 줄어들 것으로 예상된다. 온라인 커뮤니티나 기업 조직에서 개인들이 지각하는 신뢰는 공동체의식(sense of community)과 관련이 있을 것으로 고려된다. 공동체의식은 개인들이 공동체에 대하여 느끼는 조직관점의 정서이다. 4개의 차원으로 구분된 McMillan and Chavis의 공동체의식 요인들 중 소속감, 욕구통합충족 및 정서적 유대감은 개인들이 지각하는 감정요인으로 고려된다.

소속감(sense of membership)은 구성원들에게 심리적 안정감을 주고, 이러한 심리적 안정감은 다시 공동체에 대한 소속감을 높여준다고 한다. 소속감은 개인들이 공동체에 대해 느끼는 신뢰와 관련이 있을 것이며, 개인들이 공동체에 대해 신뢰할만한 가치를 발견하게 된다면 개인들은 지식공유에 참가할 가능성이 더 커질 것이다. 따라서, 온라인 지식공유 커뮤니티에서 개인들이 커뮤니티에 대해 갖는 신뢰를 기반으로 소속감을 강하게 지각할수록 개인들의 지식공유 활동은 더욱 활발해 질 것이므로, 커뮤니티에 대한 소속감은 개인들의 지식공유의도에 긍정의 영향을 미칠 것으로 고려된다.

한편, 공동체 내에서 개인들은 자신의 목적과 공동체의 목적이 일치할 때 욕구가 충족되었다고 여긴다. 뿐만 아니라 지위나 권한 등의 보상을 통해서도 개인들의 욕구는 크게 충족될 수 있다고 한다. 이러한 욕구의 통합과 충족(integration and fulfillment of needs)은 온라인 지식공유 커뮤니티나 조직 내 지식공유와도 관련이 클 것으로 기대된다. 즉, 기업조직에서 구성원들을 지식공유 행위에 참여시킴으로써 기업의 목적달성과 동시에 그 대가로 주어지는 보상으로 인해 개인들의 목적도 달성될 것이므로, 결국 개인들의 목적과 조직 공동체의 목적이 일치하게 됨으로써 조직 내에서 개인들은 욕구충족을 경험하게 될 것이다. 이는 지식공유를 통해 자신에게 필요한 중요한 정보나 지식을 득하거나, 지식을 기여함으로써 얻게 되는 내재적 만족을 주요 목적으로 하는 온라인 지식공유 커뮤니티에서의 상황과도 크게 다르지 않다고 할 수 있다. 그러므로 온라인 지식공유 커뮤니티에서의 욕구충족에 대한 기대는 개인들의 지식공유의도에 긍정의 영향을 미칠 것으로 예상된다.

정서적 유대감(emotional connection)은 공동체 내에서 개인들 간에 밀접하게 연결되어 있다고 느끼는 감정과 관련이 있다. McMillan and Chavis에 의하면 이러한 정서적 유대감은 개인들이 공동체에 적극적으로 참여할수록 강화될 수 있다고 한다. 온라인 커뮤니티에서의 지식공유는 단순히 시스템을 통해 이루어지는 것이 아니라, 개인들 간의 상호작용을 통해 발생한다. 따라서, 시스템적 요소만으로는 지식공유가 불가능하므로 지식이 공유되기 위해

서는 개인 간의 정서적 유대 관계가 중요하다(Oh et al., 2014). 따라서, 온라인 커뮤니티에서의 지식공유 상황에서 높은 정서적 유대감을 갖는 개인들일수록 지식공유에 적극적으로 참여할 가능성이 클 것으로 예상되므로, 정서적 유대감은 개인들의 지식공유의도에 긍정의 영향을 미칠 것으로 고려된다. 이상의 논의를 통해 조직관점에서 공동체의식(SOVC)에 대하여 다음과 같은 가설을 제시하다.

가설 5(a): 소속감은 개인들의 지식 기여의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설 5(b): 소속감은 개인들의 지식 활용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설 6(a): 욕구통합충족은 개인들의 지식 기여의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설 6(b): 욕구통합충족은 개인들의 지식 활용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설 7(a): 정서적 유대감은 개인들의 지식 기여의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설 7(b): 정서적 유대감은 개인들의 지식 활용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.3 지속의도

지식공유 활동이 지속적으로 유지되기 위해서는 개인들의 지식공유의 지속의도에 대한 고려가 중요하다. 개인들의 지식공유 지속행위는 의도(intention)를 파악함으로써 예측할 수 있는데, 선행연구에 의하면 지식공유 지속의도는 개인들이 지각하는 만족(Venkatesh et al., 2003)에 의해 영향을 받는 것으로 밝혀졌다. 즉, 개인들이 시스템이나 서비스 사용을 경험한 후 이에 만족감을 느낀다면, 개인들은 지속적으로 그 시스템이나 서비스를 사용할 의도가 있음을 예상할 수 있다. Cardozo(1965)의 주장과 같이, 지속의도(continuance intention)는 실제로 개인들의 만족과 충성도를 나타내므로, 결과적으로 온라인 커뮤니티에서의 개인들의 지속의도를 밝힘으로써 개인들의 높은 사용 만족의 정도를 예측할 수 있을 것이다(Chen et al., 2012). 재구매 의도로 설명되는 개인들의 지속의도가 만족의 영향을 받으며, 이러한 만족이 제품의 구매나 사용 이전의 개인들의 기대(expectation) 역할을 한다는 Oliver(1980)의 주장을 통해, 온라인 지식공유 커뮤니티에서 맺어진 관계에서 발생할 수 있는 보상과 비용에 대한 개인들의 손익계산의 기대 결과가 지속의도와 관련이 있을 것으로 예상된다. 그리고, 보상과 상호호혜에 대한 이러한 개인들의 기대는 시스템 사용 후의 경험뿐만 아니라 자신의 목적달성이라는 보상과 지식공유에 대한 상호호혜에서 오는 기대되는 만족감(anticipated satisfaction)과도 관련이 있을 것으로 고려된다. 즉, 만족감을 경험한 이후의 자신의 지속의도가 아니라, 보상과 상호작용에 대한 만족이 기대되는 상황에서도 지속의도는 나타날 수 있을 것이다. 그러므로, 개인들의 지식공유의도를 지식공유 지속의도로 확장하여 분석하는데 있어, 개인들이 지속의도에 긍정적인 결과를 보인다면, 이는 개인들이 기대되는 자신의 목적달성에 대한 기대 만족을 보이는 것으로 예상할 수 있을 것이다. 따라서, 이를 확인해 보기 위해 본 연구에서는 지식공유의도와 지속의도에 대하여 다음과 같은 가설을 제시하고 이를 살펴보고자 한다.

가설 8(a): 개인들의 기여의도는 지식공유 지속의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설 8(b): 개인들의 활용의도는 지식공유 지속의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

이상의 논의와 가설을 통해 제시하는 본 연구의 연구모형은 〈그림 1〉과 같다.

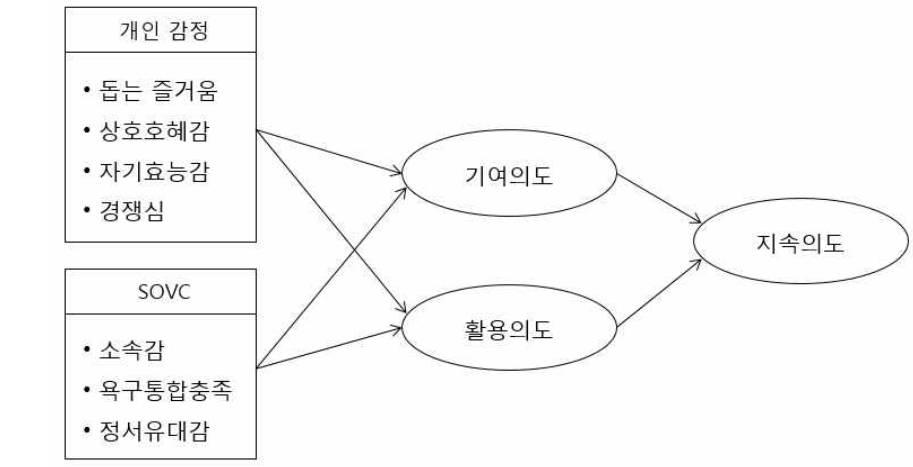
Ⅳ. 실증 분석

4.1 연구방법 및 자료수집

본 연구에서는 기업 내 지식공유와 관련하여 구성원들의 지식공유의도에 영향을 미치는 저해요인과 촉진요인으로써 개인들이 지각하는 감정상태를 개인의 감정과 조직관점에서의 공동체의식(SOVC)으로 구분하여 살펴보고자 한다. 또한, 그러한 지식의 흐름 방향에 따라 기여의도와 활용의도로 구분하여 살펴보고, 더 나아가 개인들의 지식공유 지속의도까지 살펴보고자 한다. 이를 위해 본 연구에서는 기업 내 구성원들의 지식공유 상황에서 지식공유의 대가로써 기대되는 보상이 지식공유 행위에 대한 중요한 촉진요인으로 작용할 수도 있지만, 반대로 이러한 보상과 관련하여 지식공유의 당사자인 개인 간에 암묵적 경쟁 상황이 발생할 것으로 고려되므로, 이러한 상황과 유사한 온라인 채용시험 정보공유 커뮤니티의 회원들을 대상으로 실증분석을 하였다. 설문자료는 2014년 1월 6일부터 2월 5일까지 약 1개월간 서울시내소재 관련 고시학원들에서 수집되었는데, 총 310부를 배부하여 불성실한 응답지를 제외한 최종 258부가 분석에 사용되었다.

4.2 표본의 특성

온라인 채용시험 정보공유 커뮤니티는 공무원 채용시험이나 정부출자 공사 및 공단에 입사하기 위해, 회원들이 자발적으로 채용시험관련 정보나 학습노하우 등의 정보나 지식을 활발하게 공유하는 커뮤니티로, 주로 온라인 카페나 블로그 형태로 운영된



〈그림 1〉 연구 모형

다. 회원들은 대체로 20세에서 40대까지의 성인들이다. 대표적인 온라인 채용시험 정보공유 커뮤니티에는 다음카페(Daum Cafe) '9급 공무원을 꿈꾸는 사람들', '공공기관을 준비하는 사람들의 모임', '공무원시험 수험생 모임' 등이 있으며, 전국적으로 50만 명이 넘는 수험생들이 가입하여 활동하는 것으로 파악된다.

기업의 지식공유행위와 관련하여 이러한 커뮤니티 회원들이 기업의 구성원들과 유사한 특성을 가진 것으로 보는 이유는, 회원들이 동일 시험을 목표로 중복 응시를 하므로 개인이 커뮤니티에 선의(善意)로 제공한 자신의 지식이 결과적으로 자신에게 피해가 될 수 있으며, 이로 인해 개인들 간에 합격이라는 보상 심리와 관련하여 잠재적 경쟁 상황이 예상되기 때문이다. 이와 관련하여 온라인 채용시험 정보공유 커뮤니티에서 과연 경쟁심을 유발할 정도의 질적으로 중요한 정보나 지식이 공유되는가를 우선 고려할 필요가 있는데, 실제로 회원들 간에는 최근 수년간 비공개된 시험문제 족보나, 특정 기관의 시험에 정통한 유명강사정보, 또는 출제경향 및 고득점 비법 등과 같은 정보들이 공유되고 있다. 이러한 정보나 지식 또는 노하우들은 개인들이 쉽게 득할 수 없는 것으로 여러 차례의 시행착오나 경험을 통해서 얻을 수 있는 것들이 대부분이다. 다시 말해, 이러한 지식은 취업을 준비하는 수험생 입장에서 기업이 필요에 의해 공유하고자하는 지식과 마찬가지로 중요한 가치가 있을 것으로 판단된다. 그러므로 이기적 측면에서 타인과의 공유가 꺼려지는 정보나 지식임에도 불구하고 회원들은 자발적으로 소중한 자신만의 지식이나 노하우를 거리낌 없이 타 회원들과 공유하는 현상은 기업 내 전략적 실행공동체(CoP)의 지식공유 상황과 매우 유사하다고 판단된다. 결국, 경쟁 관점에서 이러한 온라인 채용시험 정보공유 커뮤니티 회원들을 대상으로 기업 내 구성원들의 지식공유 상황을 예측해보는 것은 흥미롭고 설득력 있는 실험으로 고려된다. 본 연구의 분석에 사용된 설문응답자의 인구통계학적 특성은 〈표 2〉와 같다.

〈표 2〉 표본의 인구통계학적 특성

구 분		표본수(명)	비율(%)	구 분		표본수(명)	비율(%)
성 별	남성	188	72.9	학 력	고졸 이하	20	7.8
	여성	70	27.1		대학 재학	48	18.6
	(소계)	258	100		대학 졸업	189	73.3
연 령	20세 미만	1	0.4		대학원이상	1	0.4
	20~29세	227	88		(소계)	258	100
	30~39세	28	10.9	활 동 기 간	1년 미만	136	52.7
	40세 이상	2	0.8		1~2년	69	26.7
	(소계)	258	100		2~3년	32	12.4
					3~4년	8	3.1
					4년 이상	13	5.1
					(소계)	258	0

4.3 측정도구 및 조작적 정의

설문조사법으로 연구모형과 가설을 검증하기 위해 사용된 각 변수들의 조작적 정의와 측정항목 및 관련 문헌을 정리한 내용을 요약하면 〈표 3〉에서 제시하는 바와 같다.

Ⅴ. 연구 결과

본 연구는 기업 구성원들 간의 지식공유와 관련하여 개인들이 지각하는 경쟁심이 지식공유의도에 영향을 미치는지를 확인해 보기위해, 경쟁관점에서 기업 내 지식공유 상황과 매우 유사하다고 판단되는 온라인 채용시험 정보공유 커뮤니티 회원들을 대상으로 실증분석을 통해 기업 내 구성원들의 지식공유 상황을 예측해보고자 하였다.

본 연구의 주요 관심사는 실제로 개인들이 지각하는 경쟁심이 지식공유의도에 영향을 미친다면, 개인의 감정과 공동체의식(SOVC) 중 경쟁심을 강하게 지각하는 개인들의 지식공유의도에 영향을 미치는 감정요인과 반면, 경쟁심을 약하게 지각하는 개인들의 지식공유의도에 영향을 미치는 감정요인이 각각 무엇인지를 살펴보는데 있다. 특히, 그러한 감정요인들을 지식공유 행위의 방향에 따라 기여의도와 활용의도로 나누어 동시에 살펴보고, 더불어 이러한 지식공유 행위가 더 나아가 개인들의 지속적인 지식공유의도에도 영향을 미치는지도 살펴보고자 한다.

이러한 연구목적을 달성하기 위해 본 연구에서는 SmartPLS를 이용하여 PLS(Partial Least Squares) 구조방정식모델분석을 실시하였다. 이는 PLS가 성분(Component)을 기반으로 하는 분석도구이기 때문에 측정 지표의 유형이나 표본 크기 등의 제약을 덜 받는 등 상대적으로 이론적 가정이나 전제로부터 자유로우며 특히, 모형의 적합성 보다는 결과변인에 대한 예측변인의 설명력을 분석하는데 더 중점을 둔 분석방법이기 때문이다(Chin et al., 2003).

5.1 측정모형 개발

분석을 위해 먼저 SmartPLS를 이용한 확인적 요인분석을 통해 본 연구에서 사용된 측정항목들에 대한 집중타당성, 내적일관성 및 판별타당성을 살펴보았다. 집중타당성은 수렴타당성이라고도 하는데, 하나의 구성개념을 측정하기 위해 여러 측정방법을 사용할 경우 그 측정값들의 상관관계가 높아야 개념구성이 타당한 것으로 보는 것이다. 이를 위해 측정문항과 요인 간의 표준요인부하량(Standaedized Factor Loading)을 검증한다. 집중타당도는 개별항목의 신뢰성 측정을 통해 확인할 수 있는데, 일반적으로 요인적재치가 0.6 이상일 경우 측정항목에 대한 신뢰성이 있는 것으로 평가한다. 내적일관성은 여러 항목으로 측정된 구성개념을 반복 측정하여 신뢰성을 검토하지 않고 측정항목들의 상관관계를 계산하여 일관성이나 동질성 여부를 평가하는 것으로, 항목 간 상관관계가 높을수록 신뢰성이 높은 것으로 판단한다. 일반적으로 Cronbach's alpha 값이 0.6 이상, 개념신뢰도(CR) 값이 0.7 이상, 평균분산추출(AVE) 값이 0.5 이상이면 적절하다고 판단한다(Bagozzi and Yi, 1988). 판별타당성은 서로 상이한 구성개념을 동일한 측정방법으로 측정할 경우 각각의 결과치 사이에 상관관계가 낮아야 한다는 것으로, 한 잠재 요인이 실제로 다른 잠재요인과 얼마나 다른가를 보여주는 것이다.

확인적 요인분석에서 각 측정항목들이 이론적으로

〈표 3〉 조작적 정의 및 측정항목

변 수	조작적 정의	측정 항목	관련문헌 응용
돕는 즐거움	타인을 돕는 행위의 즐거움을 인지하는 정도	1. 지식을 공유하는 것이 즐거움 2. 지식공유가 회원들에게 도움이 되면 기분이 좋음 3. 지식공유가 누구에게든 도움이 된다면 기분이 좋음 4. 커뮤니티에서 지식공유 활동을 하는 것이 즐거움	7점 척도 Kankanhalli et al.(2005), Wasko & Faraj (2005)
상호 호혜	타인을 도우면, 타인도 나를 도울 것이라고 믿는 정도	1. 질문에 답변하면 타인도 내 질문에 답해줄 것임 2. 지식을 공유하면 타인도 지식을 공유할 것임 3. 회원들은 서로 호혜적으로 활동을 한다고 생각함	
자기 효능감	지식 제공에 대한 자신의 실력과 능력에 대한 자기 평가 및 확신 정도	1. 회원들에게 도움이 되는 어떤 지식을 갖고 있음 2. 회원들이 필요로 하는 어떤 지식에 대한 경험이 있음 3. 회원들의 질문에 답변을 할 수 있다고 생각함	7점 척도 Chen & Hung (2010)
경쟁심	지식공유의 대상인 타인을 경쟁관계로 인식하는 정도	1. 회원들은 나의 잠재적 경쟁자임 2. 회원들은 나와 경쟁자가 될 수 있음 3. 회원들은 나와 경쟁을 하는 것 같음 4. 회원들은 나를 경쟁자로 인식할 것임 5. 회원들이 경쟁자로 인식될 때 지식공유가 꺼려짐	7점 척도 Brown et al.(1998), He et al.(2014)
소속감	커뮤니티 참여에서 느끼는 안도감이나 소속되었다고 느끼는 정도	1. 가입한 커뮤니티에 대해 소속감을 느낌 2. 가입한 커뮤니티에 있을 때 편안함을 느낌 3. 가입한 커뮤니티의 회원들에게 친근감을 느낌 4. 회원들과 적극적으로 의사소통할 수 있을 것 같음	7점 척도 Chen et al.(2013), Abfalter et al.(2012)
욕구 통합 충족	필요한 지식이 즉시 제공되고, 제공된 지식이 욕구를 충족시키는 정도	1. 커뮤니티의 지식은 나의 지적 욕구를 충족시켜줌 2. 커뮤니티에서 사고와 의사소통이 자유로움 3. 커뮤니티에는 자주 찾는 게시판이나 정보란이 있음	
정서 유대감	회원 간에 정신적 유대관계를 경험하고 동료의식을 느끼는 정도	1. 회원들과 공통문제에 관심을 가지고 있음 2. 회원들로부터 동료의식을 느낌 3. 회원들과 좋은 유대관계를 맺고 있다고 생각함 4. 가입한 커뮤니티에서 가능한 오래 활동하고 싶음	
기여 의도	지식의 기여행위에 관여할 것임을 믿는 정도	1. 향후 커뮤니티에서 지식을 계속 제공할 것임 2. 다음 달에도 커뮤니티에서 지식을 계속 제공할 것임 3. 가능하면 커뮤니티에서 지식을 계속 제공하고 싶음	7점 척도 He & Wei(2009), 정재훤 외(2009)
활용 의도	지식의 활용행위에 관여할 것임을 믿는 정도	1. 향후 커뮤니티에서 지식을 계속 찾고 활용할 것임 2. 다음 달에도 지식을 계속 찾고 활용할 것임 3. 가능하면 지식을 계속 찾고 활용하고 싶음	
지속 의도	커뮤니티 내에서 지속적으로 지식을 공유하고자 하는 정도	1. 향후 커뮤니티에서 지식을 계속 공유하고자 함 2. 향후 커뮤니티에서 지식을 계속 공유할 것을 기대함 3. 가능하면 커뮤니티에서 지식을 계속 공유하고 싶음	7점 척도 Bhattacherjee & Premkumar(2004), He & Wei(2009)

관계를 갖는 요인의 적재치가 그렇지 않은 요인 적재치보다 크고, 각 구성개념들이 평균분산추출(AVE) 값의 제곱근이 다른 구성개념들 간의 상관계수보다 크면 판별타당성이 있는 것으로 평가한다(Gefen and Straub, 2005). 확인적 요인분석 결과, 모든 측정문항들의 표준요인부하량이 기준치인 0.6이상으로 나타났으며, Chronbach's alpha와 개념신뢰도(CR) 및 평균분산추출(AVE) 값 모두 기준치 이상으로 나타났고, 판별타당도 검증 결과에서도 모든 요인들의 상관계수가 AVE의 제곱근보다 낮으므로 판별타당성이 있는 것으로 검증되었다. 이로써 측정모형을 통한 각 요인들의 신뢰도와 타당도가 검증되었다.

공분산기반 구조방정식에서는 모형의 적합성이 중요한데, 이를 위해 여러 가지 적합도 지수가 연구되고 있다. 그런데, PLS 구조방정식은 공분산기반 구조방정식에 비해 적합도 지수가 거의 부재한 실정이

〈표 4〉 상관관계 분석결과

	경쟁심	기여의도	돕는 즐거움	상호호혜감	소속감	욕구충족	자기효능감	정서유대	지속의도	활용의도
경쟁심	1.000									
기여의도	0.080	1.000								
돕는 즐거움	-0.017	0.416	1.000							
상호호혜감	0.058	0.614	0.383	1.000						
소속감	0.055	0.607	0.377	0.560	1.000					
욕구충족	0.055	0.390	0.330	0.401	0.298	1.000				
자기효능감	0.018	0.305	0.264	0.270	0.382	0.378	1.000			
정서유대	0.068	0.624	0.367	0.575	0.715	0.359	0.399	1.000		
지속의도	0.100	0.685	0.425	0.591	0.550	0.540	0.384	0.555	1.000	
활용의도	0.165	0.322	0.226	0.211	0.298	0.488	0.359	0.293	0.486	1.000

〈표 5〉 변수의 서술통계량

Construct	Number of items	Mean	Standard deviation
경쟁심	5	4.0984	1.4710
돕는 즐거움	4	4.4264	1.0763
상호호혜	3	4.0530	1.2057
소속감	4	3.3469	1.3577
욕구충족	3	4.8941	1.1127
자기 효능감	3	4.1680	1.2327
정서유대감	4	3.4486	1.4094
기여의도	3	3.6576	1.3800
활용의도	3	4.9096	1.0949
지속의도	3	4.2558	1.1890

〈표 6〉 신뢰성과 타당성 분석결과

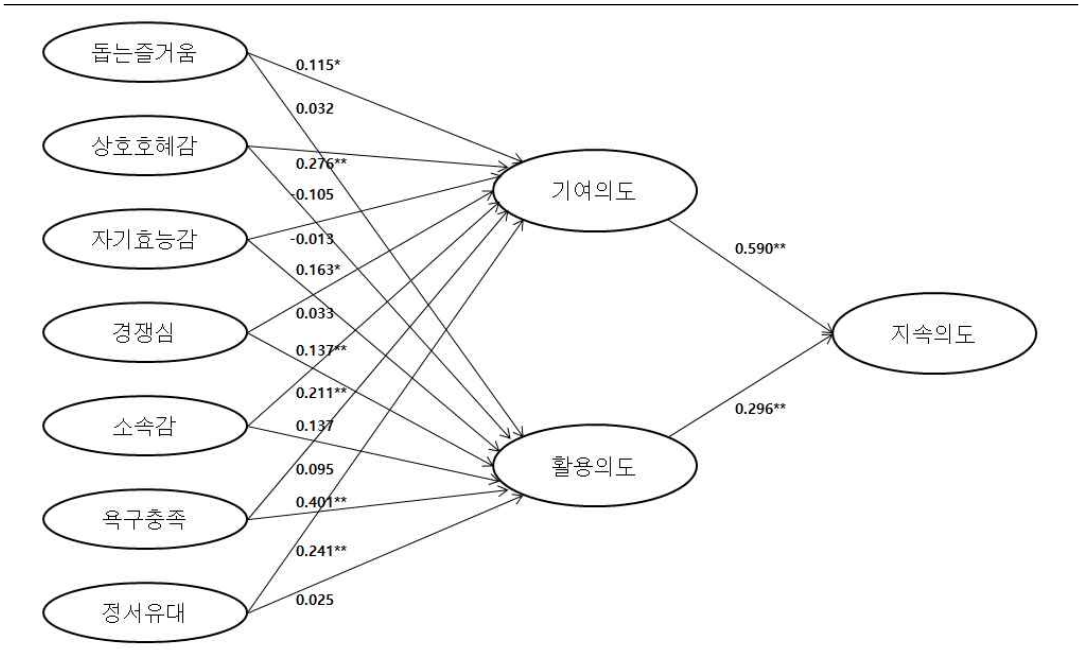
Factor	Items	FL	CR	AVE	R Square	Cronbach's alpha
경쟁심	경쟁심1	0.984	0.992	0.959	-	0.989
	경쟁심2	0.981				
	경쟁심3	0.977				
	경쟁심4	0.981				
	경쟁심5	0.975				
돕는 즐거움	돕는 즐거움1	0.940	0.972	0.897	-	0.962
	돕는 즐거움2	0.944				
	돕는 즐거움3	0.949				
	돕는 즐거움4	0.956				
상호 호혜	상호호혜1	0.958	0.972	0.921	-	0.957
	상호호혜2	0.965				
	상호호혜3	0.956				
소속감	소속감1	0.951	0.981	0.928	-	0.974
	소속감2	0.971				
	소속감3	0.973				
	소속감4	0.958				
욕구 충족	욕구충족1	0.948	0.962	0.893	-	0.94
	욕구충족2	0.942				
	욕구충족3	0.945				
자기 효능감	자기효능1	0.948	0.951	0.866	-	0.923
	자기효능2	0.922				
	자기효능3	0.921				
정서 유대감	정서유대1	0.953	0.981	0.929	-	0.974
	정서유대2	0.969				
	정서유대3	0.971				
	정서유대4	0.962				
기여 의도	기여의도1	0.971	0.984	0.952	0.531	0.975
	기여의도2	0.982				
	기여의도3	0.975				
활용 의도	활용의도1	0.968	0.978	0.938	0.310	0.967
	활용의도2	0.967				
	활용의도3	0.970				
지속 의도	지속의도1	0.965	0.977	0.933	0.548	0.964
	지속의도2	0.969				
	지속의도3	0.964				

다. 일반적인 구조모형에 대한 적합도 평가는 R^2값을 이용하는데, Cohen and Cohen(1983)은 각 내생변수별 경로모형에 대한 평가로서 R^2값을 상(0.26 이상), 중(0.26~0.13), 하(0.13~0.02)로 구분하였다. 분석결과, 모든 변수의 R^2값이 0.26 이상의 결과가 나와 본 연구의 구조모형은 그 적합성이 높다고 볼 수 있다.

5.2 구조모형 개발 및 가설검증

측정모형의 확인적 요인분석을 통해 요인의 신뢰도와 타당도가 검증되었고, 전체적인 구조모형의 적합도 역시 유의한 것으로 판단되므로, SmartPLS를 이용하여 구조방정식모델 분석으로 본 연구의 가설을 검증하였다.

먼저, 표본 전체에 대한 잠재변수와 개인들의 지식공유의도와의 관계에 관한 가설의 검증결과를 살펴보면, 개인들의 지식의 기여의도에는 돕는 즐거움(0.115), 상호호혜감(0.276), 소속감(0.211) 및 정서유대(0.241)가 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 또한 제시된 가설 방향과도 일치하여 가설이 채택되었다. 개인들의 지식의 활용의도에는 경쟁심(0.137), 욕구통합충족(0.401) 및 자기효능감(0.163)이 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 또한 제시된 가설 방향과도 일치하여 가설이 채택되었다. 지식공유의 지속의도에서는 기여의도(0.590)와 활용의도(0.296)가 모두 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 또한 제시된 가설 방향과도 일치하여 가설이 채택되었다. 구조모형 분석결과는 〈그림 2〉 및 〈표 7〉과 같다.



〈그림 2〉 표본전체의 SmartPLS 분석결과

〈표 7〉 표본전체의 가설검정 결과

경 로	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Error (STERR)	T Statistics (|O/STERR|)	P Values	가설 채택
경쟁심 → 기여의도	0.033	0.032	0.043	0.771	0.441	가설 기각
경쟁심 → 활용의도	0.137	0.133	0.053	2.590**	0.010	가설 채택
돕는즐거움 → 기여의도	0.115	0.118	0.052	2.202*	0.028	가설 채택
돕는즐거움 → 활용의도	0.032	0.030	0.056	0.574	0.566	가설 기각
상호호혜감 → 기여의도	0.276	0.276	0.068	4.087***	0.000	가설 채택
상호호혜감 → 활용의도	-0.105	-0.101	0.084	1.249	0.212	가설 기각
소속감 → 기여의도	0.211	0.208	0.077	2.744**	0.006	가설 채택
소속감 → 활용의도	0.137	0.133	0.080	1.707	0.088	가설 기각
욕구충족 → 기여의도	0.095	0.095	0.051	1.840	0.066	가설 기각
욕구충족 → 활용의도	0.401	0.403	0.067	5.941***	0.000	가설 채택
자기효능감 → 기여의도	-0.013	-0.012	0.048	0.270	0.787	가설 기각
자기효능감 → 활용의도	0.163	0.159	0.067	2.430*	0.015	가설 채택
정서유대 → 기여의도	0.241	0.244	0.075	3.210**	0.001	가설 채택
정서유대 → 활용의도	0.025	0.030	0.085	0.295	0.768	가설 기각
기여의도 → 지속의도	0.590	0.592	0.043	13.639***	0.000	가설 채택
활용의도 → 지속의도	0.296	0.297	0.055	5.364***	0.000	가설 채택

*. p < 0.05 **. p < 0.01 ***. p < 0.001

이어서, 본 연구의 두 번째 연구이슈인 개인들이 지각하는 경쟁심의 강도에 따른 집단 간 영향요인의 차이를 살피기 위해, 측정된 경쟁심 요인의 변수계산 결과치의 중앙값(median)을 기준으로 강도에 따라 2개의 집단으로 구분하여, 경쟁심을 강하게 지각하는 개인들(>4.4, n=122)의 감정요인과 경쟁심을 약하게 지각하는 개인들(<4.4, n=123)의 감정요인을 살펴보았다.

분석 결과, 경쟁심을 강하게 지각하는 개인들에 대한 지식의 기여의도에 대해서는 돕는 즐거움(0.179), 상호호혜감(0.316), 소속감(0.214), 정서유대(0.213)가 영향을 미치는 것으로 나타나 가설이 채택되었다. 지식의 활용의도에 대해서는 경쟁심(0.475), 욕구통합충족(0.282)이 영향을 미치는 것으로 나타나 가설이 채택되었다.

반면, 경쟁심을 약하게 지각하는 개인들에 대한 지식의 기여의도에 대해서는 정서유대(0.317) 만이 영향을 미치는 것으로 나타나 가설이 채택되었다. 그리고 지식의 활용의도에 대해서는 경쟁심(0.270), 소속감(0.210), 욕구통합충족(0.352)이 영향을 미치는 것으로 나타나 가설이 채택되었다. 지식공유의 지속의도에 대해서는 두 집단 모두에서 기여의도와 활용의도가 영향을 미치는 것으로 나타나 가설이 채택되었다. 분석결과는 〈표 8〉에서 제시하는 바와 같다. 이상의 결과를 기여의도와 활용의도 및 경쟁심의 강도 차이에 따라 구분하면 〈표 9〉와 같다.

〈표 8〉 경쟁심 차이에 따른 가설검정 결과

경 로	경쟁심이 강한 개인들 (n=122)			경쟁심 약한 개인들 (n=123)		
	Path Coefficients	T Statistics (|O/STERR|)	가설채택	Path Coefficients	T Statistics (|O/STERR|)	가설채택
경쟁심(S) → 기여의도	0.074	1.124	가설 기각	-0.018	0.246	가설 기각
경쟁심(S) → 활용의도	0.475	5.778***	가설 채택	0.270	3.711**	가설 채택
돕는즐거움(S) → 기여의도	0.179	2.511*	가설 채택	0.052	0.523	가설 기각
돕는즐거움(S) → 활용의도	0.119	1.516	가설 기각	-0.089	1.170	가설 기각
상호호혜감(S) → 기여의도	0.316	3.430**	가설 채택	0.204	1.954	가설 기각
상호호혜감(S) → 활용의도	0.055	0.604	가설 기각	-0.077	0.645	가설 기각
소속감(S) → 기여의도	0.214	2.089*	가설 채택	0.239	1.952	가설 기각
소속감(S) → 활용의도	-0.162	1.228	가설 기각	0.210	2.186*	가설 채택
욕구충족(S) → 기여의도	0.097	1.394	가설 기각	0.073	0.925	가설 기각
욕구충족(S) → 활용의도	0.282	2.783**	가설 채택	0.352	3.594**	가설 채택
자기효능감(S) → 기여의도	0.008	0.145	가설 기각	-0.077	0.831	가설 기각
자기효능감(S) → 활용의도	0.060	0.728	가설 기각	0.142	1.407	가설 기각
정서유대(S) → 기여의도	0.213	2.264*	가설 채택	0.317	2.869**	가설 채택
정서유대(S) → 활용의도	0.133	1.181	가설 기각	0.131	1.171	가설 기각
기여의도(S) → 지속의도	0.656	9.737***	가설 채택	0.555	9.777***	가설 채택
활용의도(S) → 지속의도	0.163	1.969*	가설 채택	0.356	4.936***	가설 채택

*. p〈 0.05 **. p〈 0.01 ***. p〈 0.001

〈표 9〉 경쟁심 차이에 따른 감정요인 비교

구 분		전 체	경쟁 강	경쟁 약
기여 의도	개인감정	돕는 즐거움(+), 상호호혜감(+)	돕는 즐거움(+), 상호호혜감(+)	-
	SOVC	소속감(+), 정서유대(+)	소속감(+), 정서유대(+)	정서유대(+)
활용 의도	개인감정	경쟁심(+), 자기효능감(+)	경쟁심(+)	경쟁심(+)
	SOVC	욕구통합충족(+)	욕구통합충족(+)	소속감(+), 욕구통합충족(+)

5.3 결과 논의

기업 구성원들 간의 지식공유와 관련하여 기업 내 구성원들의 지식공유 상황을 예측해보고자 경쟁의 관점에서 온라인 채용시험 정보공유 커뮤니티 회원들을 대상으로 한 실증분석 결과, 〈표 7〉에서 제시된 바와 같이 다음과 같이 주요 결과를 간략하게 요약할 수 있다.

첫째, 개인들의 지식 기여의도를 촉진하는 감정요인은 공동체의식(SOVC) 중에서는 정서적 유대감인 것으로 예상된다. 둘째, 개인들의 지식 활용의도를 촉진하는 감정요인은 개인감정에서는 경쟁심이, 공동체의식(SOVC)에서는 욕구통합충족인 것으로 예상된다. 셋째, 개인들의 지식 기여의도를 저해하는 감정요인들은 없었다. 넷째, 전체 표본에 대한 지식공유의도에 영향을 미치는 감정요인은 자기효능감을 제외하면 경쟁심이 강한 집단의 그것과 큰 차이가 없는 것으로 분석되므로, 경쟁의 관점에서 기업 내 지식공유의 상황은 경쟁심이 강한 온라인 지식공유 커뮤니티의 특성과 유사한 것으로 예상된다.

이러한 결과는 본 연구에서 밝히고자하는 연구이슈와 관련하여 추가적으로 다음과 같이 설명할 수 있을 것이다.

첫 번째 연구이슈 즉, 보상과 관련된 지식공유 행위와 관련하여, 기업 구성원들 간에는 암묵적 경쟁관계가 예상되는바, 실제로 개인들이 지각하는 경쟁심이 지식공유의도에 영향을 미치는지를 확인해 보고, 만약 그렇다면 이러한 기업 구성원들의 지식공유의도의 저해요인과 촉진요인으로써 개인의 감정요인과 공동체의식(SOVC)은 무엇인가?와 관련하여, 경쟁심을 측정하기 위하여 본 연구에서 제시된 가설들 즉, 가설 4(a). '경쟁심은 개인들의 지식 기여의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.'와 '가설 4(b). 경쟁심은 개인들의 지식 활용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.'에 대하여 가설 4(b)만 채택되었다. 이러한 결과를 통해 개인들이 지각하는 경쟁심(sense of competition)은 개인들의 지식공유의도와 관계가 있는 것으로 파악되었다. 다만, 이러한 개인들의 경쟁심은 지식의 기여의도 보다는 주로 활용의도에 영향을 미친다는 것을 알 수 있었다. 결국, 기업의 지식공유 활동과 관련하여, 구성원들 간에는 실제로 경쟁 상황이 존재할 것으로 예상되며, 경쟁심을 강하게 지각하는 기업 구성원일수록 자신의 지식을 타인들에게 제공하는 것을 꺼려하지는 않으나 타인의 지식을 더욱 활용하고자 하는 것으로 예상된다. 이는 실험대상의 특성으로 인해 온라인 채용시험 정보공유 커뮤니티만의 특성일 것으로 한정지을 수도 있겠으나, 이러한 결과는 기업 내 전략적 실행공동체(CoP)의 지식공유 상황과도 유사할 것으로 기대된다. 그러므로 개인들의 경쟁심은 지식활용의 관점에서 지식공유의 저해요인이 아니라 촉진요인으로 기대된다.

또한, 본 연구에서는 지식공유의도의 저해요인과 촉진요인으로써 개인의 감정요인과 공동체의식(SOVC)을 밝히기 위하여, 가설 2(b). '상호호혜감은 개인들의 지식 활용의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.'와 가설 4(a). '경쟁심은 개인들의 지식 기여의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.'를 제시하여 저해요인을 살펴보고자 하였으며, 나머지 가설들은 촉진요인을 측정하기 위해 제시하였다. 전체 표본에 대한 가설검증 결과, 지식의 기여의도의 촉진요인으로는 개인의 감정요인 중에서는 돕는 즐거움(가설 1(a))과 상호호혜감(가설 2(a))이, 공동체의식(SOVC) 중에서는 소속감(가설 5(a)), 정서적 유대감(가설 7(a))이 영향을 미치는 것으로 예상된다. 지식의 활용의도의 촉진요인으로는 개인의 감정요인 중에서는 자기효능감(가설 3(b))과 경쟁심(가설 4(b))이, 공동체의식(SOVC) 중에서는 욕구의 통합과 충족(가설 6(b))이 영향을 미치는 것으로 예상된다.

그러나, 제시된 감정요인들 중 지식공유의도에 저해요인으로 나타난 변수는 없었다. 이러한 저해작용은 당초 기업의 지식공유 상황에서 구성원들은 자신이 공유한 지식을 이용해 타인이 보상을 받을 것이라는 염려로 경쟁 상황을 인식하여 지식공유를 꺼릴

것으로 예상하고, 이러한 경쟁적 지식공유 상황은 시험 합격이라는 보상 기대와 관련하여 온라인 채용 시험 정보공유 커뮤니티의 회원들 간에도 유사하게 나타날 것으로 기대되어 제시되었다. 결과적으로, 경쟁적 지식공유 상황에서는 개인들은 자신이 공유한 지식을 타인들이 이용함으로써 자신에게 불이익이 발생할 것이라고 예상하기보다는, 타인의 지식을 활용함으로써 얻는 기대 이익이 더 큰 것으로 판단하는 것으로 보인다. 이는 상호호혜감으로 타인의 지식을 활용하지 않을 것이라는 가설이 기각된 것과도 관련이 있는 것으로 여겨진다.

두 번째 연구이슈 즉, 첫 번째 연구이슈에서 밝혀진 지식공유의 저해요인과 촉진요인으로써의 개인의 감정요인과 공동체의식(SOVC) 요인들 중, 경쟁심을 강하게 지각하는 개인들과 경쟁심을 약하게 지각하는 개인들의 감정요인들 간에는 어떤 차이가 있는가?와 관련하여, 먼저 지식의 활용의도에 대해서, 경쟁심을 강하게 지각하는 개인들은 경쟁심(개인감정)과 욕구통합충족(SOVC)에 의해, 반면, 경쟁심을 약하게 지각하는 개인들은 경쟁심(개인감정)과, 소속감 및 욕구통합충족(SOVC)에 의해 영향을 받는 것으로 나타났는데, 여기서 소속감(SOVC)을 제외하면 개인들의 지식의 활용의도에 영향을 미치는 감정요인에는 큰 차이가 없는 것으로 밝혀졌다. 이는 개인들이 타인의 지식을 활용하고자 하는 데에는 개인감정 중에서 경쟁심이, 공동체의식(SOVC) 중에서 욕구충족이 큰 작용을 하는 것으로 예상된다.

반면, 지식의 기여의도에 대해서 경쟁심의 지각강도에 따라 큰 차이를 보였다. 경쟁심을 강하게 지각하는 개인들은 돕는 즐거움과 상호호혜감(개인감정) 및 소속감과 정서유대(SOVC)에 의해, 경쟁심을 약하게 지각하는 개인들은 정서유대(SOVC)에 의해 영향을 받는 것으로 나타남으로써, 개인들의 지식의 기여의도에 영향을 미치는 감정요인에는 큰 차이가 있었다. 전체 표본과 비교 결과, 경쟁심을 강하게 지각하는 개인들은 전체 표본과 동일한 결과를 보였다. 이는 경쟁의 관점에서 기업 내 지식공유의 상황이 지식의 기여의도와 관련하여 경쟁심이 강한 개인들의 특성을 반영하는 것으로 예상된다. 반면, 경쟁심을 약하게 지각하는 개인들은 단지 정서유대(SOVC)에 의해서만 영향을 받는 것으로 나타났는데, 이는 경쟁심을 강하게 지각하는 개인들에게서도 나타난 동일한 결과로 보아 결국, 경쟁의 관점에서 기업 내 지식공유의 상황은 지식의 기여의도와 관련하여 공동체의식(SOVC) 중에서 정서적 유대감이 매우 중요한 촉진작용을 할 것으로 예상된다.

세 번째 연구이슈 즉, 개인들의 지식공유의도에 영향을 미치는 개인감정과 공동체의식(SOVC)의 감정요인은 기여와 활용 방향에 따라 차이가 있는가?와 관련하여, 전체표본에 대한 분석결과, 개인들의 지식의 기여의도에는 개인감정 중에서 돕는 즐거움과 상호호혜감이, 공동체의식(SOVC) 중에서 소속감과 정서유대가 영향을 미쳤으며, 개인들의 지식의 활용의도에는 개인감정 중에서 경쟁심과 자기효능감이, 공동체의식(SOVC) 중에서는 욕구통합충족이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 개인들의 지식공유의도는 지식의 기여와 활용 방향에 따라 크게 다르게 나타난다는 것을 보여준다. 지식공유에 대한 그동안의 선행연구에서는 지식흐름의 방향을 명확히 구분하지 않아, 유의미한 특정 변수에 대한 영향력의 차이를 설득력 있게 제시하지 못하는 경우가 많았는데(정재훤 외, 2009), 이러한 연구 결과를 통해 소수의 핵심 지식기여자와 다수의 일반 지식수혜자가 비대칭적으로 존재할 수밖에 없는 기업의 지식공유 상황이나 온라인 지식공유 커뮤니티에서의 개인들 간 지식공유 행위와 의도를 폭 넓게 이해할

수 있을 것이다.

네 번째 연구이슈 즉, 개인들의 지식공유의도는 개인들의 지식공유 지속의도에도 영향을 미치는가? 와 관련하여, 연구결과, 개인들의 지식의 기여의도와 활용의도는 모두 개인들의 지식공유의 지속의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 온라인 실행공동체와 같은 지식공유 커뮤니티들이 지속적으로 유지되기 위해서는 개인들의 지식공유의 지속의도에 대한 고려가 매우 중요하다. Dutta et al.(2007) 등의 주장과 같이 개인들의 지식활용에 대한 긍정적 반응으로 인해 지식 기여자들이 과도하게 정보나 지식을 기여함으로써 발생하는 기회비용의 문제는 잠재적으로 지식공유의 지속 가능성을 위협할 것이기 때문이다. 실제로 기업의 실행공동체와 같은 온라인 지식공유 커뮤니티에서 지식의 지속적인 기여는 소수의 개인들에 의해서만 이루어지고 있다. 이러한 지속의도는 개인들의 만족(Bhattacherjee, 2001)과 큰 관련이 있는데, 본 연구결과에서 개인들의 지식의 기여의도와 활용의도가 지식공유의 지속의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 밝혀짐으로써, 지식공유 행위 당사자인 개인들의 지식공유 시스템이나 환경에 대한 만족 상태를 통해 지식공유의 지속 가능성도 예측할 수 있을 것이다.

Ⅵ. 결론 및 제언

6.1 연구의 요약

본 연구에서는 기업 내 지식공유 행위가 보상과 관련하여 암묵적 경쟁 상황이 발생할 것으로 예상하고, 구성원들의 지식공유의도의 저해요인과 촉진요인으로써 개인들이 지각하는 감정요인을 개인감정과 공동체의식(SOVC)으로 구분하여, 이를 지식의 흐름 방향에 따라 기여의도와 활용의도에 따라 분석하고, 추가로 지속의도까지 살펴보았다.

연구 결과를 통해 본 연구에서 밝히고자하는 연구이슈에 대하여 다음과 같은 결론을 내릴 수 있다. 첫째, 개인들이 지각하는 경쟁심은 개인들의 지식공유의도와 관련이 있는 것으로 파악되었으며, 이러한 경쟁심은 지식의 기여의도 보다는 주로 활용의도에 영향을 미친다는 것을 알 수 있었다. 둘째, 개인들의 지식의 기여의도의 촉진요인으로는 개인감정 중에서는 돕는 즐거움과 상호호혜감이, 공동체의식(SOVC) 중에서는 소속감, 정서적 유대감이 영향을 미치는 것으로 예상되었으며, 지식의 활용의도의 촉진요인으로는 개인감정 중에서는 자기효능감과 경쟁심이, 공동체의식(SOVC) 중에서는 욕구의 통합과 충족이 영향을 미치는 것으로 예상되었다. 셋째, 개인들이 지각하는 경쟁심의 강도 차이와 관련하여, 지식의 활용의도에서는 큰 차이가 없는 것으로 밝혀졌으나 반면, 지식의 기여의도에서는 경쟁심의 지각 강도에 따라 큰 차이를 보였다. 넷째, 개인들의 지식공유의도에 영향을 미치는 감정요인은 지식의 기여와 활용 방향에 따라 차이가 있는 것으로 나타났다. 다섯째, 개인들의 지식공유의도는 지식공유 지속의도에도 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 이를 통해 지식공유 행위 당사자인 개인들의 지식공유에 대한 만족 상태와 지식공유의 지속의도의 관계를 살필 수 있었다.

6.2 연구의 의의 및 시사점

이상의 연구 결과는 다음과 같은 3가지 관점에서 이론적 의의가 있다. 첫째, 본 연구는 비대칭적으로

발생하는 지식공유 현상의 특성을 고려하였다. 경쟁관점에서 기업의 지식공유 상황과 매우 유사할 것으로 예상되는 온라인 지식공유 커뮤니티를 연구의 대상으로 하였는데, 온라인 지식공유 커뮤니티에서는 소수의 지식 기여자들과 다수의 지식 활용자들에 의해 비대칭적 지식공유가 발생한다. 이러한 현상은 기업의 지식공유 활동을 위한 가상의 실행공동체(CoP)에서도 발생하므로, 개인들의 지식공유 행위를 지식의 흐름에 따라 고려하는 것은 기업의 지식공유 상황을 이해하는데 매우 중요한 의미가 있을 것이다. 둘째, 본 연구는 개인들이 지각하는 감정요인을 개인감정과 조직관점에서 공동체의식(SOVC)으로 구분하여 분석하였다. 기업 내 지식공유는 보상과 관련하여 구성원들 간에는 암묵적 경쟁관계가 예상된다. 이러한 상황에서 개인들이 갖는 경쟁심과 같은 감정요인을 고려하는 것은 매우 중요하다. 실제로 기업의 지식공유의 실패 주로 조직문화나 개인적 고려에 의해 기인한다는 연구결과에 따라 지식공유와 관련한 개인들의 감정요인에 관한 연구에서 개인감정과 공동체의식(SOVC)을 동시에 고려하는 것은 매우 중요하다고 할 수 있다. 셋째, 본 연구는 기업의 지식공유 상황을 경쟁관점에서 고려하였다. 그동안의 연구에서는 지식공유 상황을 경쟁관점에서 바라본 연구가 거의 없었다. 그러나 현실적으로 기업의 지식공유 상황에서는 잠재적 경쟁 상황이 고려된다. 이는 경쟁 상황에서 개인들은 자발적인 지식공유는 발생하기 어려울 것으로 기대되기 때문이다. 따라서 잠재적 경쟁 상황에서의 지식공유 현상을 실증적으로 규명하는 것은 학문적으로 시사 하는바가 크다고 할 수 있다.

한편, 본 연구결과는 조직의 지식경영 관리자, 지식공유 커뮤니티 운영자 및 경영진 등에게 실무적 측면에서 다음과 같은 시사점을 제시한다. 첫째, 비대칭적으로 발생하는 기업의 지식공유 현상을 감안하여, 개인들의 지식공유 행위를 지식의 흐름에 따라 기여행위와 활용행위를 구분하여 고려하고, 나아가 개인들의 지속적인 지식공유의도에 대해 고려할 필요가 있다. 실제로 기업의 지식경영시스템 운영과 관련하여 소수의 기여자와 다수의 활용자에 대한 충분한 고려의 부족으로 실패하는 사례가 많다. 따라서, 지식공유 행위를 기여행위와 활용행위를 구분할 뿐만 아니라 성공적인 지식경영시스템 운영을 위해 지식공유 지속의도 역시 살핀다면 긍정적인 효과를 기대할 수 있을 것이다. 둘째, 지식공유를 촉진하거나 저해하는 구성원들의 다양한 감정요인들을 개인감정뿐만 아니라 조직관점에서의 감정도 고려하여야 한다. 본 연구결과에서 밝혀졌듯이 지식공유 행위와 관련하여 개인들의 지식공유의도는 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 개인들의 감정들을 폭넓게 고려하여야할 뿐만 아니라, 이러한 감정들을 개인과 조직 관점에서의 고려할 필요가 있다. 셋째, 지식공유를 촉진하기 위해 주어지는 보상과 관련하여 구성원들 간에 존재할 수 있는 잠재적 경쟁관계를 고려해야 한다. 본 연구의 결과와 같이, 개인들이 지각하는 경쟁심의 강도 차이에 따라 지식공유의도에 영향을 주는 감정요인에는 차이가 있었는데, 이러한 감정요인 외에도 다양한 요인들이 개인들의 지식공유 행위나 의도에 작용할 것으로 기대된다. 따라서, 효과적인 기업의 경쟁우위 확보를 위해서는 지식공유 상황에서 구성원들 간에 존재할 것으로 기대되는 잠재적 경쟁관계에 대한 고려가 요구된다.

6.3 연구의 한계 및 향후 연구방향

본 연구에는 다음과 같은 한계가 있으며, 이러한 한계를 극복할 수 있는 향후 연구방향을 제시한다. 첫째, 본 연구에서는 기업의 가상 실행공동체의 지식공유 상황을 고려하여, 경쟁관점에서 이와 유사한 온라인 채용시험 정보공유 커뮤니티의 회원들을 대상으로 살펴보고자 하였다. 이는 실질적인 기업의 지식공유 상황을 전반적으로 이해하거나 일반화하는데 한계가 있다. 따라서, 향후 연구에서는 실제적인 기업의 온라인 CoP 등의 지식공유 상황뿐만 아니라 오프라인 환경까지도 고려할 필요가 있으며, 더 나아가 조직 간 지식공유 상황까지 고려한다면 기업의 지식공유 상황을 보다 폭넓고 현실적으로 이해할 수 있을 것이다. 둘째, 본 연구에서는 개인감정과 공동체의식(SOVC)과 같이 지식공유의도의 영향요인으로써 개인들에게 기대되는 특정 감정만을 고려하였는데, 이는 추가적인 감정들을 고려하지 못한 한계가 있다. 따라서, 향후 연구에서는 기업의 특성을 감안하여 집단주의에서 발생할 수 있는 동질적 또는 이질적 정서 등에 대한 추가적인 요인을 고려할 필요가 있다. 셋째, 본 연구에서는 지식공유 행위에 대한 개인들의 의도만을 관찰하였는데, 이는 실질적인 개인들의 지식공유 행위를 파악하였는데 한계가 있다. 따라서, 향후 연구에서는 실제로 기업의 지식공유 활동에 참여하고 있는 구성원들을 대상으로 한 실증적인 연구가 이루어진다면, 기업 내 지식공유와 개인들의 행위를 현실적으로 이해할 수 있을 것으로 기대된다.

참고문헌

이건창 · 최도영 · 서영욱(2010), "지식수준의 다양성과 네트워크 구조가 팀 창의성에 미치는 영향에 관한 종단분석 연구," **경영학연구**, 39(6), 1539-1557

이건창 · 서영욱 · 황윤철(2010), "차세대 지식경영시스템을 이용한 지식순환과정이 조직성과에 미치는 영향에 관한 실증연구," **경영학연구**, 39(2), 489-516

이용기 · 김민성 · 최정구(2010), "환경에 대한 객관적, 주관적 지식이 환경 친화적 행동에 미치는 영향 -환경에 대한 정서의 매개역할," **경영학연구**, 39(5), 1177-1198

정재훤 · 양성병 · 김영걸(2009), "온라인 지식네트워크 내에서의 지식기여 및 지식활용 활동에 영향을 미치는 요인," **한국경영과학회지**, 34(3), 1-27

Abdelkader, S., and Bouslama, N.(2014), "Adolescents Sense of Community: A New Measurement Scale," *Journal of Marketing Research & Case Studies*, Vol. 2014, Article ID 255150, 10 pages.

Abfalter, D., Zaglia, M. E., and Mueller, J.(2012), "Sense of Virtual Community: A Follow up on its Measurement," *Computers in Human Behavior*, 28(2), 400-404.

Abuhamdeh, S., and Csikszentmihalyi, M.(2012), "The Importance of Challenge for the Enjoyment of Intrinsically Motivated, Goal-directed Activities," *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38(3), 317-330.

Bagozzi, R. P., Dholakia, U. M., and 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.

Bagozzi, R. P., and Yi, Y.(1988), "On the Evaluation of Structural Equation Models," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.

Bartol, K. M., and Srivastava, A.(2002), "Encouraging Knowledge Sharing: The Role of Organizational Reward Systems," *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 9(1), 64-76.

Bhattacherjee, A.(2001), "Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-confirmation model," *MIS Quarterly*, 25(3), 351-370.

Bhattacherjee, A., and Premkumar, G.(2004), "Understanding Changes in Belief and Attitude Toward Information Technology Usage: A Theoretical Model and Longitudinal Test," *MIS Quarterly*, 28(2), 229-254.

Blanchard, A. L.(2007), "Developing a Sense of Virtual Community Measure," *CyberPsychology & Behavior*, 10(6), 827-830.

Bock, G. W., and Kim, Y. G.(2002), "Breaking the Myths of Rewards: An Exploratory Study of Attitudes about Knowledge Sharing," *Information Resources Management Journal*, 15(2), 14-21.

Bock, G. W., Zmud, R. W., Kim, Y. G., and Lee, J. N.(2005), "Behavioral Intention Formation in Knowledge Sharing: Examining the Roles of Extrinsic Motivators, Social-psychological Forces, and Organizational Climate," *MIS Quarterly*, 29(1), 87-111.

Bordia, P., Irmer, B. E., and Abusah, D.(2006), "Differences in Sharing Knowledge Interpersonally and Via Databases: The Role of Evaluation Apprehension and Perceived Benefits," *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 15(3), 262-280.

Brown, S. P., Cron, W. L., and Slocum Jr, J. W.(1998), "Effects of Trait Competitiveness and Perceived Intraorganizational Competition on Salesperson goal Setting and Performance," *The Journal of Marketing*, 62(4), 88-98.

Cabanac, M.(2002), "What is Emotion?," *Behavioural Processes*, 60(2), 69-83.

Cao, H., Jiang, J., Oh, L. B., Li, H., Liao, X., and Chen, Z.(2013), "A Maslow's Hierarchy of Needs Analysis of Social Networking Services Continuance," *Journal of Service Management*, 24(2), 170-190.

Cardozo, R. N.(1965), "An Experimental Study of Customer Effort, Expectation, and Satisfaction," *Journal of Marketing Research*, 2(3), 244-249.

Chang, H. H., and Chuang, S. S.(2011), "Social Capital and Individual Motivations on Knowledge Sharing: Participant Involvement as a Moderator," *Information & Management*, 48(1), 9-18.

Chavis, D. M., Hogge, J. H., McMillan, D. W., and Wandersman, A.(1986), "Sense of Community through Brunswik's Lens: A First Look," *Journal of Community Psychology*, 14(1), 24-40.

Chen, C. J., and Hung, S. W.(2010), "To Give or to Receive? Factors Influencing Members' Knowledge Sharing and Community Promotion in Professional Virtual Communities," *Information & Management*, 47(4), 226-236.

Chen, G. L., Yang, S. C., and Tang, S. M.(2013), "Sense of Virtual Community and Knowledge Contribution in a P3 Virtual Community: Motivation and Experience," *Internet Re-*

search, 23(1), 4-26.

Chen, S. C., Yen, D. C., and Hwang, M. I.(2012), "Factors Influencing the Continuance Intention to the Usage of Web 2.0: An Empirical Study," *Computers in Human Behavior*, 28(3), 933-941.

Cheung, C. M., Lee, M. K., and 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.

Chin, W. W., Marcolin, B. L., and Newsted, P. R.(2003), "A Partial Least Squares Latent Variable Modeling Approach for Measuring Interaction Effects: Results from a Monte Carlo Simulation Study and an Electronic-mail Emotion/adoption Study," *Information systems research*, 14(2), 189-217.

Chiu, C. M., Hsu, M. H., and Wang, E. T.(2006), "Understanding Knowledge Sharing in Virtual Communities: An Integration of Social Capital and Scial Cognitive Theories," *Decision support systems*, 42(3), 1872-1888.

Chou, S. W.(2010), "Why do Members Contribute Knowledge to Online Communities?," *Online Information Review*, 34(6), 829-854.

Chou, S. W., Min, H. T., Chang, Y. C., and Lin, C. T.(2010), "Understanding Continuance Intention of Knowledge Creation Using Extended Expectation-confirmation Theory: An Empirical Study of Taiwan and China Online Communities," *Behavior and Information Technology*, 29(6), 557-570.

Cohen, J., and Cohen, P.(1983), *Applied Multiple Regression/correlation for the Behavioral Sciences* (2nd ed.), Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Connelly, C. E., Ford, D. P., Turel, O., Gallupe, B., and Zweig, D.(2014), "'I'm Busy (and competitive)!' Antecedents of Knowledge Sharing Under Pressure," *Knowledge Management Research & Practice*, 12(1), 74-85.

Dutta, A., Kankanhalli, A., and Roy, R.(2007), "The Dynamics of Sustainability of Electronic Knowledge Repositories," *ICIS 2007 Proceedings. Paper 52. http://aisel.aisnet.org/icis2007/52*

Ferrin, D. L., and Dirks, K. T.(2003), "The Use of Rewards to Increase and Decrease Trust: Mediating Processes and Differential Effects," *Organization Science*, 14(1), 18-31.

Forster, P. M.(2004), "Psychological Sense of Community in Groups on the Internet," *Behaviour Change*, 21(02), 141-146.

Gagné, M.(2009), "A Model of Knowledge-Sharing Motivation," *Human Resource Management*, 48(4), 571-589.

Garud, R., and Kumaraswamy, A.(2005), "Vicious and Virtuous Circles in the Management of Knowledge: The Case of Infosys Technologies," *MIS Quarterly*, 29(1), 9-33.

Gefen, D., & Straub, D.(2005), "A Practical Guide to Factorial Validity Using PLS-Graph: Tutorial and Annotated Example," *Communications of the Association for Information systems*, 16(1), 91-109.

Gray, P. H., and Durcikova, A.(2006), "The Role of Knowledge Repositories in Technical Support Environments: Speed Versus Learning in User Performance," *Journal of Management Information Systems*, 22(3), 159-190.

Hankonen, N., Konttinen, H., and Absetz, P.(2014), "Gender-related Personality Traits, Self-

efficacy, and Social Support: How do they Relate to Women's Waist Circumference Change?," *Journal of Health Psychology*, 19 (10), 1291-1301.

Hansen, M. T., Mors, M. L., and Lovas, B.(2005), "Knowledge Sharing in Organizations: Multiple Networks, Multiple Phases," *Academy of Management Journal*, 48(5), 776-793.

He, H., Baruch, Y., and Lin, C. P.(2014), "Modeling Team Knowledge Sharing and Team Flexibility: The Role of Within-team Competition," *Human Relations*, hum.sagepub.com DOI: 10.1177/0018726713508797

He, W., and Wei, K. K.(2009), "What Drives Continued Knowledge Sharing? An Investigation of Knowledge-contribution and-seeking Beliefs," *Decision Support Systems*, 46(4), 826-838.

Hersberger, J. A., Murray, A. L., and Rioux, K. S.(2007), "Examining Information Exchange and Virtual Communities: An Emergent Framework," *Online Information Review*, 31(2), 135-147.

Hew, K. F., and Hara, N.(2007), "Knowledge Sharing in Online Environments: A Qualitative Case Study," *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(14), 2310-2324.

Hippel, E. V., and Krogh, G. V.(2003), "Open Source Software and the "Private-collective" Innovation Model: Issues for Organization Science," *Organization Science*, 14(2), 209-223.

Holsapple, C. W.(2001), "Knowledge Management Support of Decision Making," *Decision Support Systems*, 31(1), 1-3.

Hong, S., Thong, J. Y., and Tam, K. Y.(2006), "Understanding Continued Information Technology Usage Behavior: A Comparison of Three Models in the Context of Mobile Internet," *Decision Support Systems*, 42(3), 1819-1834.

Hsu, M. H., Ju, T. L., Yen, C. H., and 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.

Jarvenpaa, S. L., and Staples, D. S.(2001), "Exploring Perceptions of Organizational Ownership of Information and Expertise," *Journal of Management Information Systems*, 18 (1), 151-184.

Jasperson, J. S., Carter, P. E., and Zmud, R. W.(2005), "A Comprehensive Conceptualization of Post-adoptive Behaviors Associated with Information Technology Enabled Work Systems," *MIS Quarterly*, 29(3), 525-557.

Jeon, S., Kim, Y. G., and Koh, J.(2011), "An Integrative Model for Knowledge Sharing in Communities-of-practice," *Journal of Knowledge Management*, 15(2), 251-269.

Kankanhalli, A., Tan, B. C., and Wei, K. K.(2005a), "Contributing Knowledge to Electronic Knowledge Repositories: An Empirical Investigation," *MIS Quarterly*, 29(1), 113-143.

Kankanhalli, A., Tan, B. C., and Wei, K. K.(2005b), "Understanding Seeking from Electronic Knowledge Repositories: An Empirical Study," *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 56(11), 1156-1166.

King, W. R., and Marks Jr, P. V.(2008), "Motivating Knowledge Sharing Through a Knowledge Management System," *Omega*, 36(1), 131-146.

Koh, J. and Kim, Y. G.(2003), "Sense of Virtual Community: A Conceptual Framework and Empirical Validation," *International Journal of Electronic Commerce*, 8(2), 75-94.

Kolekofski Jr, K. E., and Heminger, A. R.(2003), "Beliefs and Attitudes Affecting Intentions to Share Information in an Organizational Setting," *Information & Management*, 40 (6), 521-532.

La Guardia, J. G., Ryan, R. M., Couchman, C. E., and Deci, E. L.(2000), "Within-person Variation in Security of Attachment: A Self-determination Theory Perspective on Attachment, Need Fulfillment, and Well-being," *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(3), 367-384.

Lin, F. R., and Huang, H. Y.(2013), "Why People Share Knowledge in Virtual Communities? The Use of Yahoo! Kimo Knowledge+ as an example," *Internet Research*, 23(2), 133-159.

Lin, M. J. J., Hung, S. W., and Chen, C. J.(2009), "Fostering the Determinants of Knowledge Sharing in Professional Virtual Communities," *Computers in Human Behavior*, 25(4), 929-939.

Loane, S. S., and D'Alessandro, S.(2013), "Peer-to-peer Value Through Social Capital in an Online Motor Neuron Disease Community," *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 25(2), 164-185.

Lu, L., Leung, K., and Koch, P. T.(2006), "Managerial Knowledge Sharing: The Role of Individual, Interpersonal, and Organizational Factors," *Management and Organization Review*, 2(1), 15-41.

Mayer, F. S., and Frantz, C. M.(2004), "The Connectedness to Nature Scale: A Measure of Individuals' Feeling in Community with Nature," *Journal of Environmental Psychology*, 24(4), 503-515.

McMillan, D. W., and Chavis, D. M.(1986), "Sense of Community: A Definition and Theory," *Journal of Community Psychology*, 14(1), 6-23.

Mitchell, M. S., and Ambrose, M. L.(2007), "Abusive Supervision and Workplace Deviance and the Moderating Effects of Negative Reciprocity Beliefs," *Journal of Applied Psychology*, 92(4), 1159-1168.

Obst, P., Zinkiewicz, L., and Smith, S. G.(2002), "Sense of Community in Science Fiction Fandom, Part 2: Comparing Neighborhood and Interest Group Sense of Community," *Journal of Community Psychology*, 30(1), 105-117.

Oh, H. J., Ozkaya, E., and LaRose, R.(2014), "How does Online Social Networking Enhance Life Satisfaction? The Relationships Among Online Supportive Interaction, Affect, Perceived Social Support, Sense of Community, and Life Satisfaction," *Computers in Human Behavior*, 30, 69-78.

Oh, S.(2012), "The Characteristics and Motivations of Health Answerers for Sharing Information, Knowledge, and Experiences in Online Environments," *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 63 (3), 543-557.

Oldham, G. R.(2003), "Stimulating and Supporting Creativity in Organizations," *Managing Knowledge for Sustained Competitive Advantage*, San Francisco, Jossey-Bass, 243-273.

Oliver, R. L.(1980), "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction

Decisions," *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.

Palacios-Marqués, D., Soto-Acosta, P., and Merigó, J. M.(2015), "Analyzing the Effects of Technological, Organizational and Competition Factors on Web Knowledge Exchange in SMEs," *Telematics and Informatics*, 32(1), 23-32.

Peddibhotla, N. B., and Subramani, M. R.(2007), "Contributing to Public Document Repositories: A Critical Mass Theory Perspective," *Organization Studies*, 28(3), 327-346.

Quigley, N. R., Tesluk, P. E., Locke, E. A., and Bartol, K. M.(2007), "A Multilevel Investigation of the Motivational Mechanisms Underlying Knowledge Sharing and Performance," *Organization Science*, 18(1), 71-88.

Rogers, E. M.(2010), *Diffusion of Innovations*, 4th, Simon and Schuster.

Schepers, P., and Van den Berg, P. T.(2007), "Social Factors of Work-environment Creativity," *Journal of Business and Psychology*, 21(3), 407-428.

Schuster, L.(2015), "Competition and its Influence on Consumer Decision Making in Social Marketing," *Journal of Marketing Management*, (ahead-of-print), 1-20.

Seimiene, E.(2012), "Emotional Connection of Consumer Personality Traits with Brand Personality Traits: Theoretical Considerations," *Economics and Management*, 17(4), 1472-1478.

Sharratt, M., and Usoro, A.(2003), "Understanding Knowledge-sharing in Online Communities of Practice," *Electronic Journal on Knowledge Management*, 1(2), 187-196.

Siciliano, M. D.(2015), "Advice Networks in Public Organizations: The Role of Structure, Internal Competition, and Individual Attributes," *Public Administration Review*, 75(4), 548-559.

Siemsen, E., Balasubramanian, S., and Roth, A. V.(2007), "Incentives that induce task-related effort, helping, and knowledge sharing in workgroups," *Management Science*, 53(10), 1533-1550.

Staples, D. S., and Webster, J.(2008), "Exploring the Effects of Trust, Task Interdependence and Virtualness on Knowledge Sharing in Teams," *Information Systems Journal*, 18(6), 617-640.

Sun, Y., Fang, Y., and Lim, K. H.(2012), "Understanding Sustained Participation in Transactional Virtual Communities," *Decision Support Systems*, 53(1), 12-22.

Tay, L., and Diener, E.(2011), "Needs and Subjective Well-being Around the World," *Journal of Personality and Social Psychology*, 101(2), 354-365.

Taylor, E. Z.(2006), "The Effect of Incentives on Knowledge Sharing in Computer-mediated Communication: An Experimental Investigation," *Journal of Information Systems*, 20(1), 103-116.

Tiwana, A., and Bush, A. A.(2005), "Continuance in Expertise-sharing Networks: A Social Perspective," *IEEE Transactions on Engineering Management*, 52(1), 85-101.

Tjosvold, D., Hui, C., Ding, D. Z., and Hu, J.(2003), "Conflict Values and Team Relationships: Conflict's Contribution to Team Effectiveness and Citizenship in China," *Journal of Organizational Behavior*, 24(1), 69-88.

Tjosvold, D., Johnson, D. W., Johnson, R. T., and Sun, H.(2003), "Can Interpersonal Competition be Constructive within Organizations?," *The Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied,* 137(1), 63-84.

Tonteri, L., Kosonen, M., Ellonen, H. K., and Tarkiainen, A.(2011), "Antecedents of an Experienced Sense of Virtual Community," *Computers in Human Behavior*, 27(6), 2215-2223.

Top, E.(2012), "Blogging as a Social Medium in Undergraduate Courses: Sense of Community Best Predictor of Perceived Learning," *The Internet and Higher Education*, 15(1), 24-28.

Van Acker, F., Vermeulen, M., Kreijns, K., Lutgerink, J., and van Buuren, H.(2014), "The Role of Knowledge Sharing Self-efficacy in Sharing Open Educational Resources," *Computers in Human Behavior*, 39, 136-144.

Van Vugt, M., De Cremer, D., and Janssen, D. P.(2007), "Gender Differences in Cooperation and Competition the Male-Warrior hypothesis," *Psychological Science*, 18(1), 19-23.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., and Davis, F. D.(2003), "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View," *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.

Wang, C. C.(2004), "The Influence of Ethical and Self-interest Concerns on Knowledge Sharing Intentions Among Managers: An Empirical Study," *International Journal of Management*, 21(3). 370-381.

Wang, S., and Noe, R. A.(2010), "Knowledge sharing: A Review and Directions for Future Research," *Human Resource Management Review*, 20(2), 115-131.

Wang, S., Noe, R. A., and Wang, Z. M.(2014), "Motivating Knowledge Sharing in Knowledge Management Systems A Quasi? Field Experiment," *Journal of Management*, 40(4), 978-1009.

Wang, Z., Tjosvold, D., Chen, Y. F. N., and Luo, Z.(2014), "Cooperative Goals and Team Performance: Examining the Effects of Advice Network," *Asia Pacific Journal of Management*, 31(3), 835-852.

Wasko, M. M., and Faraj, S.(2005), "Why should I share? Examining Social Capital and Knowledge Contribution in Electronic Networks of Practice," *MIS Quarterly*, 29(1), 35-57.

Wasko, M., and Faraj, S.(2000), ""It is what One Does": Why People Participate and Help Others in Electronic Communities of Practice," *The Journal of Strategic Information Systems*, 9(2), 155-173.

Warner, S., and Dixon, M. A.(2013), "Sports and Community on Campus: Constructing a Sports Experience that Matters," *Journal of College Student Development*, 54(3), 283-298.

Watson, S., and Hewett, K.(2006), "A Multi-Theoretical Model of Knowledge Transfer in Organizations: Determinants of Knowledge Contribution and Knowledge Reuse," *Journal of Management Studies*, 43(2), 141-173.

Willem, A., and Scarbrough, H.(2006), "Social Capital and Political Bias in Knowledge Sharing: An Exploratory Study," *Human Relations*, 59(10), 1343-1370.

Yoon, C., and Wang, Z. W.(2011), "The Role of Citizenship Behaviors and Social Capital in Virtual Communities," *The Journal of Computer Information Systems*, 52(1), 106-115.

Yu, J., Jiang, Z. J., and Chan, H. C.(2011), "The Influence of Sociotechnological Mechanisms

on Individual Motivation Toward Knowledge Contribution in Problem-solving Virtual Communities," *Professional Communication*, IEEE Transactions on, 54(2), 152-167.

Zarraga, C., and Bonache, J.(2003), "Assessing the Team Environment for Knowledge Sharing: An Empirical Analysis," *International Journal of Human Resource Management*, 14(7), 1227-1245.

An Empirical Analysis of Role of Individual Emotions and Sense of Virtual Community on Users' Knowledge Sharing Intention

Hyeon Gyu Jeon* · Kun Chang Lee**

Abstract

In the context of online knowledge sharing community, it is important to analyze why the community users want to share knowledge with others because the degree of such knowledge sharing intention is a key success factor to the community. This becomes more certain when it comes to the fact that the community users compete with other to get more timely and valuable information. Moreover, users' emotions affect such knowledge intention significantly. Based on these facts, this study aims to investigate role of emotions on users' knowledge intention in the online community. To add a sense of reality much more, we classified emotions into two groups - individual emotions and SOVC as organizational emotions. For the sake of individual emotions, we consider "enjoy helping", "sense of reciprocity", "self efficacy", and "sense of competition". As organizational emotions, we consider "sense of membership", "integration and fulfillment of needs", and "emotional connection". For the purpose of empirical experiments, we collected 258 valid questionnaires from the online community users. For the sake of obtaining more realistic results, we divided the data into two groups- dataset with strong competition-oriented individuals, and dataset with weak competition-oriented individuals. Applying SEM (structural equation models) to each dataset revealed robust results containing a lot of implications for both researchers and practitioners. Major findings from analyzing the 258 valid questionnaires are as follows. First, an emotional factor motivating individuals' intentions for knowledge sharing is an emotional connection from an organizational perspective. Second, emotional factors motivating individuals'

* Research Professor, SKK Business School, Sungkyunkwan University, First Author
** Professor, SKK Business School and Creativity Science Research Institute, Sungkyunkwan University, Corresponding Author

intentions for knowledge utilization are sense of competition from an individual perspective, and integration and fulfillment of needs from an organizational perspective. Third, there exist no emotional factors keeping individuals from knowledge contribution. Fourth, those emotional factors affecting individuals with strong sense of competition are identical with those emotional factors influencing organizational knowledge sharing except self-efficacy. Fifth, those emotional factors affecting individuals' knowledge contribution intentions include "enjoy helping", and "sense of reciprocity" from an individual perspective, and "sense of membership", "emotional connection" from an organizational perspective. Sixth, those emotional factors affecting individuals' knowledge utilization intentions include "self-efficacy", and "sense of competition" from an individual perspective, and "integration and fulfillment of needs" from an organizational perspective. As future study issues, we present that consideration of negative emotions will behave as an crucial moderating variable for individuals to show significantly different level of intentions for knowledge sharing, knowledge contribution, and knowledge utilization. Besides, we will perform psycho-physiological experiments in which EEG, ECG, GSR, and fMRI methods will be adopted to investigate in-depth roles of negative and positive emotional factors in manipulating individuals' intentions for knowledge sharing, contribution, and utilization in a number of intriguing decision-making contexts.

Key words: knowledge management, knowledge sharing, competition, emotions, SOVC, SmartPLS

• 저자 전현규는 현재 성균관대학교 경영대학 연구교수로 재직중이다. 경희대학교에서 e비즈니스 분야로 석사, 경영정보(지식경영)분야로 박사학위를 취득하였다. 최근 주요 연구분야는 헬스 인포매틱스, 지식경영, 창의성과학, 데이터마이닝, 전자상거래, 비즈니스 커뮤니케이션, 경영전략 등이다.

• 저자 이건창은 현재 성균관대학교 경영대학 글로벌경영학과 교수로 재직중이다. 성균관대학교 경영대학에서 학사, 카이스트 경영과학과에서 인공지능/의사결정지원분야로 석사 및 박사학위를 취득하였다. 박사학위 취득후 경기대학교 부교수를 거쳐 홍콩과학기술대학 초빙교수, 하바드 대학 초빙학자로 근무한바 있다. 최근 주요 연구분야는 창의성 과학, 감성과학을 이용한 의사결정, 헬스 인포매틱스 등이다.