

직무만족도에 영향을 미치는 내부평판 요인에 관한 연구: 기업정보 제공 소셜 미디어 빅데이터를 중심으로

서운채*, 김형중**

요약

본 연구는 기업정보 제공 소셜미디어 나타난 빅데이터 분석을 통해 전·현직 구성원의 직무 만족도에 영향을 미치는 내부평판 요인과 각 평판 요인별로 대기업과 중소기업간의 차이가 있는지를 분석하였다. 연구 결과 전체적으로는 '복지 및 급여'가 가장 큰 영향을 미치는 요인으로 확인되었으며, 대기업에서는 '경영진' 항목이, 중소기업에서는 '복지 및 급여' 항목이 가장 큰 영향을 미치는 요인으로 분석되었다. 대기업과 중소기업간 차이를 분석한 결과 '직무만족도', '복지 및 급여', '업무와 삶의 균형' 항목이 두 집단간에 통계적으로 유의미한 차이가 있는 수준에서 대기업 평균이 높은 것으로 확인되었으나, 정성적인 평가 내용이 포함된 비정형데이터 분석 결과 '직무만족도'와 '업무와 삶의 균형' 항목에 대한 만족도 비율은 중소기업이 높은 것으로 나타났다. 동 연구는 기존 평판 연구에서 활용된 설문이나 실험연구 방식이 아닌 소셜 미디어에 나타난 빅데이터 분석을 통해 직무만족도와 그 요인에 대한 연구라는 점에서 의의를 갖는다.

키워드 : 소셜 빅데이터, 소셜 미디어, 내부평판, 기업평판, 직무만족

A study on the internal reputation factors affecting the job satisfaction: Focusing on big data analysis in the social media for corporation reputation

Woon-Chae Seo*, Hyoung-Joong Kim**

Abstract

The purpose of this study is to analyze the internal reputation factors that affect the job satisfaction by big data analysis in the social media for corporate reputation and verify the difference between large corporations and small-medium corporations for each factor of internal reputation. The result showed 'Salaries and Benefits' is a major factor that affects the job satisfaction for all research corporations, 'Senior Management' is a major factor for large corporations, and 'Salaries and Benefits' is a major factor for small-medium corporations. As for the difference factors of large corporations and small-medium corporations are 'Job Satisfaction', 'Salaries and Benefits', and 'Work-life Balance'. Unstructured data analysis shows some interesting features to be studied further.

Keywords : social big data, social media, internal reputation, corporate reputation, job satisfaction

1. 서론

※ Corresponding Author : Hyoung-Joong Kim

Received : August 01, 2016

Revised : August 28, 2016

Accepted : August 31, 2016

* Korea University Graduate School of Information Security, Master course of Big Data Application and Security

email: eudandy@korea.ac.kr

스마트 디바이스와 모바일 기반 SNS 활용 확

** Korea University Graduate School of Information Security Professor

Tel: +82-2-3290-4895

email: khj-@korea.ac.kr

산은 사회, 경제, 정치, 문화 등 다방면에서 사회 구성원 의견을 실시간으로 표현할 수 있는 계기를 마련해 주었으며, 다양한 소셜 미디어에서 생성되는 소셜 빅데이터는 정부 정책 수립, 기업 경영 등에 적극적으로 활용되고 있다. 최근에는 특정 분야에 집중하는 소셜 미디어가 등장하고 있는데, 기업 내부 구성원이 가지고 있는 자사에 대한 인식을 공유하는 개방형, 폐쇄형 소셜 미디어가 대표적인 경우이다.

동 연구에서는 조직의 구성원들이 가지는 요인별 내부평판과 직무만족도간의 관계를 기존 설문조사 방식에서 탈피하여 전·현직 구성원들이 회사에 대한 인식과 정보를 자유롭게 공유하는 기업정보 제공 소셜 미디어에 등록된 내부평판 빅데이터를 활용하여 첫째, 직무만족도에 영향을 미치는 내부평판 요인 분석, 둘째, 국내 대기업과 중소기업간 내부평판 요인별 차이 분석, 셋째, 대기업 및 중소기업 각 1곳을 선정하여 정성적 평가에 대한 텍스트 분석을 진행하였다.

2. 소셜 빅데이터 분석

소셜 빅데이터 분석은 소셜 미디어에서 실시간으로 생성되는 대규모의 데이터를 수집하고 분석하여 통찰을 이끌어 내는 것을 의미하며, 방대한 양의 데이터를 활용하여 다양한 참여자의 생각과 의견을 확인할 수 있고, 조사를 통한 기존의 정보수집 체계의 한계를 보완할 수 있는 새로운 자료수집 방법으로 활용될 수 있다[1][2]. 소셜 빅데이터 분석 방법은 크게 텍스트마이닝(text mining), 오피니언마이닝(opinion mining), 네트워크 분석(network analysis)으로 나눌 수 있으며, 사회적 문제를 해결하고 정부 정책의 수요를 예측하기 위한 수단으로 활용되고 있다[3]. 일반 기업에서도 트렌드 예측, 고객 니즈 발굴, 기업 이미지, 제품과 서비스에 대한 고객 피드백 등을 파악하여 고객 경험 중심의 제품과 서비스 개발을 위한 수단으로 활용하고 있다. 특히, 최근에는 주식 트레이딩, 부산 국제 영화제 활성화 방안, 텔레비전 시청률에 영향을 미치는 요인등과 같이 소셜 빅데이터를 활용한 연구 분야가 세분화되어 가고 있다[4][5][6].

다양한 소셜 미디어에서 생성되는 데이터는

사회 구성원들 사이에서 직접적인 상호 소통을 통해 생성되고 공유되고 있기 때문에 현재 시점의 사회 동향 및 사회 구성원의 행동 패턴을 표현하고 있다고 인식되고 있다[7]. 이러한 데이터가 생성되는 소셜 미디어는 아랍의 봄과 같은 대규모 사회 변혁 운동의 촉매제 기능, 땅콩 회항 사건과 같은 기업 내부의 구조적인 문제점을 제기하는 기능 등 다양한 역할을 수행하고 있다.

내부 구성원의 자사에 대한 평판과 직무만족도는 조직의 목표 달성을 위한 기본 요인으로 우선시되어 왔다[8]. 기업정보 제공 소셜 미디어의 등장으로 기존에는 접근하기 힘들었던 기업 내부평판에 대한 외부의 접근이 제한적으로나마 가능해진 초연결 시대에 구성원의 긍정적 내부평판과 직무만족도는 기업들이 보다 적극적으로 관리해야 할 항목으로 대두되고 있다.

3. 기업평판과 직무만족

3.1 기업평판과 직무만족의 개념

기업평판은 외부 이해관계자 중심의 외부평판과 내부 구성원이 가지는 소속 집단에 대한 인식 중심의 내부평판으로 크게 구분된다.

평판과 관련된 연구들은 주로 외부의 관점에서 이루어져 왔다[9]. 일반적으로 기업평판은 외부평판과 같은 개념으로 인식되고 있다. 기업평판에 대해 Rosa Chun(2011)은 다중의 이해관계자들이 한 기업에 대해 인지하는 총체적인 느낌, 감성적인 연상으로 정의하며, 소비자 등 외부의 이해관계자들이 인지하는 것으로 정의하였으며, Fombrun(1996)은 과거의 기업성과나 실적에 기초를 두면서 해당 기업의 신뢰성에 대한 종합적인 평가라고 정의하였다[10][11].

내부평판에 대해 이승철(2014)은 내부에서 조직을 보는 평가로 정의하였다[12]. 노성민(2013)은 조직의 구성원들이 자신이 속한 조직에 가지고 있는 일련의 믿음으로 내부평판을 정의하며, 혁신의 주체로서의 구성원이 혁신활동에 대한 확신과 믿음, 혁신성과에 대한 만족의 중요성을 언급하며 내부 평판에 대한 중요성을 주장하였다[9]. Rosa Chun(2011) 역시 지금까지의 평판경영은 재정적 평가에 초점을 맞추는 평가과(Evaluational School), 소비자 인지도 등의 외부

평판에 중점을 두는 인상파(Impressional School)에 집중되어 왔으나, 점차 다중의 이해관계자들이 기업에 대해 가지고 있는 인식들의 상호관계에 집중하는 관계파(Relational School)로 진화할 것이며, 내부평판의 중요성이 부각될 것이라고 주장하였다[10]. 윤각·류지영(2012)은 CSR 활동과 내부평판, 직무만족도 연구에서 내부평판을 기업이 오랜 기간에 걸쳐 지속적으로 이윤추구 외에 착한 기업, 좋은 이웃으로서 사회적 책임을 다하는 것으로 정의하였다.[13]

직무만족 역시 다양하게 정의되고 있는데, Lichtenstein(1984)은 직무에서 종업원의 기대사항과 경험의 차이로, 김해정(2006)은 조직구성원 각 개인의 태도와 가치, 신념, 욕구 등의 수준이나 차원에 따라 한 개인이 직무와 관련하여 가지는 윤택하고 긍정적인 정서 상태로 정의하였다.[14][15]

3.2 기업평판 조사 동향

외부평판 평가 결과는 미국 경제잡지 포춘(Fortune)의 ‘가장 존경받는 기업(World’s Most Admired Companies)’, 국내의 한국능률협회컨설팅의 ‘한국에서 가장 존경받는 기업’ 리스트로 순위화 되어 발표되고 있다. 이외에도 한국표준협회와 서울대학교 경영연구소의 ‘한국서비스품질지수(KS-SQI, Korean Standard Service Quality Index)’, 동반성장위원회의 ‘동반성장지수’, 여러 브랜드 평가 업체에서 조사되는 브랜드 순위 등과 같이 개별 항목에 대한 기업평판 조사가 진행되고 있다. 이러한 평판 조사는 설문지 형태로 경영자, 산업전문가, 산업분석가, 고객들과 같이 외부 이해관계자 인식 파악을 위해 진행되어 왔고, 기업 역시 외부 이해관계자에게 제품이나 서비스에 대한 긍정적 인식 구축을 목적으로 평판 관리 활동을 전개해 왔다.

최근에는 기업 내부 구성원이 인식하고 있는 내부평판의 중요성이 부각되면서, 내부 마케팅 활동 개념으로 구성원의 내부평판 요인이 직무만족도와 고객가치 지향성에 미치는 영향에 관한 연구가 활발하게 진행되고 있으며, 긍정적 내부평판이 직무만족도와 고객지향성에 긍정적 영향을 미치는 것으로 조사되었다.[16][17] 또한 내부평판이 고객평판보다 좋은 기업의 매출 성장세가 높은 것으로 조사되는 등 내부 구성원의

직무만족은 고객서비스 창출과 생산성 향상에 직결되는 요인으로 인식되고 있다.[10][18]

학문적 연구 이외에도 국내의 잡플래닛, 블라인드, 미국의 Glassdoor와 같이 전·현직 내부구성원이 회사를 평가하는 기업 내부평판 소셜 미디어가 등장하는 등 초연결 시대의 평판에 대한 중요성이 부각되고 있다. 기업 내부평판 제공 소셜 미디어는 내부 구성원의 회사에 대한 정량적, 정성적 평가뿐만이 아니라 불만사항, 부당한 경영 활동에 대한 내부 고발 기능으로 확장되고 있으며, 기업은 내부평판에 대한 효율적인 관리를 통해 회사의 이미지 관리 및 홍보 수단으로의 확장도 고려할 수 있을 것이다.

4. 내부평판과 직무만족 관계 연구

4.1 연구대상 및 분석방법

1997년부터 2013년까지 국내에서 진행된 평판 연구 중 가장 많이 사용된 연구방법은 서베이로 전체의 97편(66.9%)을 차지하고 있으며, 실험연구와 문헌연구가 각각 24편(16.6%)으로 그 뒤를 이었으며, 분석 방법에 있어서는 빈도분석(83편), 요인분석(60편), 회귀분석(43편) 순이었다.[11]

이와 같이 대부분의 평판연구는 설문조사와 실험연구 방식으로 진행되었으며, 직무만족도에 관련된 연구 역시 대부분 설문조사 방식을 선택하였다.[8][9][12][13][15][16][17][18]

동 연구에서는 기존의 설문조사나 실험연구 방법이 아닌 전·현직 기업 구성원들이 기업에 대한 정보를 공유하는 소셜 미디어 잡플래닛(<https://www.jobplanet.co.kr>)에 게재된 기업에 대한 빅데이터를 수집하여 분석을 진행하였다.

전·현직 기업 구성원이 잡플래닛에 입력하는 내용은 실시간으로 등록되지 않고, 잡플래닛의 검토가 완료된 후 등록된다.(그림 1) 이는 입력 내용에 대한 신뢰성 검증을 위해 입력 내용을 잡플래닛에서 직접 심사하는 것으로 판단된다.

(그림 1) Data 등록 절차



(Figure 1) Data Posting Procedure

입력 내용에 대한 게시가 승인이 된 전·현직 구성원에 대해서는 타 기업의 세부 정보에 대한 접근이 가능해진다. 이직 희망자 또는 구직자 입장에서는 전·현직 구성원들이 입력한 다양한 정보를 바탕으로 기업규모 등과 같은 공개된 내용이외에 사내문화 등과 같은 내부평판을 사전에 파악하여 취업과 이직에 활용할 수 있다는 장점으로 활용도가 증가할 것으로 예상된다.

잡플래닛에 등록된 데이터는 크게 두 가지 유형으로 구분할 수 있다. 첫째, 기업의 전·현직 구성원들의 주관적 평가를 5점 척도로 표기하는 ‘직무만족도(Job Satisfaction)’, ‘승진 기회 및 가능성(Career Opportunities)’, ‘복지 및 급여(Salaries and Benefits)’, ‘업무와 삶의 균형(Work-life Balance)’, ‘사내문화(Company Culture)’, ‘경영진(Senior Management)’과 범례 형으로 기재하는 ‘추천여부(Recommendation)’, ‘성장 가능성(Expectation of next year)’과 같은 정형 데이터(Structured data)이다. 둘째, 구성원의 정성적 평가가 기재된 ‘종합평가(Experience)’, ‘장점(Pros.)’, ‘단점(Cons.)’, ‘경영진에 바라는 점(Message to management)’과 같은 비정형 데이터(Unstructured data)이다. 이외에도 ‘연봉 정보(Salaries information)’, ‘면접 후기(Interviews information)’, ‘채용 정보(Job Opportunities)’ 등이 포함되어 있다.

위와 같이 소셜 미디어에서 수집한 빅데이터를 활용하여 다중회귀분석을 통해 내부평판 요인과 직무만족도간의 상관관계를 분석하였으며, 텍스트 분석을 통해 정성적 평가 내용에 대한 분석을 진행하였다.(그림 2)

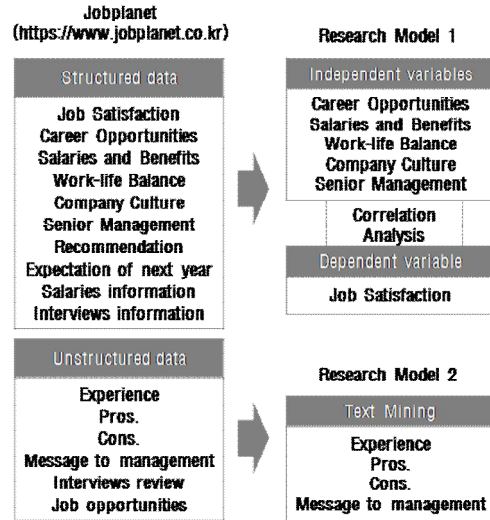
이러한 분석을 통해 다음과 같은 연구과제에 대한 결과를 도출하였다.

연구과제1) 직무만족도에 영향을 미치는 내부평판 요인은 무엇인가?

연구과제 2) 대기업과 중소기업간 내부평판 요인에는 차이가 있는가?

연구과제 3) 연구과제 2에서 도출된 결과와 전·현직 구성원의 정성적 평가 내용은 일치하는가? 주된 내용은 무엇인가?

(그림 2) 연구모형



(Figure 2) Research Model

연구 대상기업은 리뷰 수가 많은 국내 대기업 50곳을 Group A, 중소기업 50곳을 Group B로 선정하였으며, 2014년 4월 21일부터 2016년 6월 2일까지 해당 기업의 전·현직 구성원 25,525명이 평가한 소셜 빅데이터를 활용하였다. Group A 참여자 수는 19,761명, Group B 참여자 수는 5,764명으로 구분된다.<표 1>

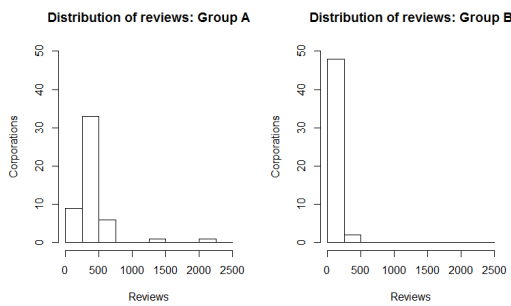
<표 1> 데이터 구성 개요

Item	Group A	Group B	Total	
Number of companies	50	50	100	
Number of reviews	Total	19,761	5,764	25,525
	Percentage	77%	23%	100%
Period	Apr. 21, 2014 ~ Jun. 2, 2016			
Source	Jobplanet (https://www.jobplanet.co.kr)			

<Table 1> Dataset overview

기업별 리뷰 수의 분포는 Group A는 최소 218건에서 최대 2,023건, Group B는 최소 76건에서 최소 335건의 분포를 나타냈다. Group A에서는 250건에서 500건 구간의 리뷰를 기록한 기업수가 가장 많았으며, Group B에서는 250건 미만의 리뷰를 기록한 기업수가 가장 많았다. 전체적인 분포 현황은 (그림 3)과 같다. 기업별 리뷰 수 분포에 있어 특이한 점은 Group A와 Group B의 경우 모두 500건 미만에 집중되어 있다는 점이다. 이는 임직원 수가 많으면 리뷰 수가 많을 것이라는 일반적인 예상에서 벗어나는 결과인데, 그 원인은 업무 직군, 연령, 재직기간 등과 같이 소셜 미디어 접근에 영향을 미칠 수 있는 근무 환경과 구성원의 인구통계학적 분포, 중소기업의 경우 이직을 고려한 타사 정보 탐색을 위한 정보 등록의 활성화 가능성에 있을 것으로 예상된다.

(그림 3) 기업별 리뷰 수 분포



(Figure 3) Distribution of reviews

직무만족도에 영향을 미치는 변수는 기업 내부 구성원이 회사에 대해 평가하는 항목 중 ‘승진 기회 및 가능성’, ‘복지 및 급여’, ‘업무와 삶의 균형’, ‘사내문화’, ‘경영진’으로 설정하였으며, Group A와 Group B 요인별 차이 분석에서도 동일 항목을 적용하였다. 각 항목은 5점 척도로 평가되며, 5점에 수렴할수록 해당 항목에 대한 긍정적 만족도가 높다는 것을 의미한다.

각 기업에 대한 정성적 평가 분석은 ‘종합평가’, ‘장점’, ‘단점’, ‘경영진에 바라는 점’을 활용하였다.

분석 툴은 R3.3.0을 활용하였으며, 직무만족도와 변수간의 관계는 다중회귀분석, 대기업과 중

소기업 두 집단간 요인별 차이는 독립표본 T 검정(T-test)을 실시하였다. 비정형 데이터 분석은 R에서 제공하는 패키지 및 수작업을 병행하여 진행하였다.

4.2 내부평판 요인과 직무만족도

4.2.1 100개 기업 전체

연구과제 1의 결과를 위해 대상 기업 100곳 전체를 대상으로 다중회귀분석을 실시하였으며, 내부평판 요인과 직무만족도간의 관계를 분석한 결과는 <표 2>와 같다.

<표 2> 내부평판 요인과 직무만족도

Variables	Coefficients	Std. Error	t value	VIF	p-value
Career Opportunities	0.24781	0.05315	4.662	1.970560	1.03e-05 ***
Salaries and Benefits	0.27157	0.02345	11.579	1.655547	< 2e-16 ***
Work-life Balance	0.14695	0.03004	4.892	1.996421	4.11e-06 ***
Company Culture	0.24269	0.04411	5.502	2.401970	3.24e-07 ***
Senior Management	0.219121	0.05097	3.751	2.505332	0.000304 ***

* : p<0.05, ** : p<0.01, ***: p<0.001

F-statistic : 190.4, p-value : < 2.2e-16, Adjusted R² : 0.9053

<Table 2> Internal reputation and job satisfaction

다중회귀분석에서 독립변수간 상관관계가 높을 경우 발생하는 다중공선성(Multicollinearity) 문제를 진단하기 위하여 R의 vif 함수를 활용하여 VIF 값을 산출하였다. 일반적으로 VIF값이 10을 넘을 때 다중공선성이 있다고 판단할 수 있는데, 분석결과 각 변수별 VIF 값은 1.655547에서 2.505332로 나타나 변수간 다중공선성은 없는 것으로 판단하였다.[19]

분석결과 5가지 변수 모두 통계적으로 유의한 수준에서 직무만족도에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, ‘복지 및 급여’ 항목이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

4.2.2 Group A(대기업 50곳)

Group A를 대상으로 내부평판 요인과 직무만족도간의 관계를 분석한 결과는 <표 3>과 같다. 5가지 변수 모두 통계적으로 유의한 수준에서 직무만족도에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, ‘경영진’ 항목이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 3> 내부평판 요인과 직무만족도: Group A

Variables	Coefficients	Std. Error	t value	VIF	p-value
Career Opportunities	0.16887	0.07085	2.383	1.572272	0.021536 *
Salaries and Benefits	0.22281	0.02923	7.621	1.539009	1.42e-09 ***
Work-life Balance	0.18178	0.03620	5.022	1.950593	8.97e-06 ***
Company Culture	0.20017	0.05253	3.811	2.475188	0.000427 ***
Senior Management	0.36852	0.05991	6.151	2.264170	2.02e-07 ***

* : p<0.05, ** : p<0.01, ***: p<0.001
F-statistic : 133.6, p-value : < 2.2e-16, Adjusted R² : 0.9312

<Table 3> Internal reputation and job satisfaction: Group A

4.2.3 Group B(중소기업 50곳)

Group B를 대상으로 내부평판 요인과 직무만족도간의 관계를 분석한 결과는 <표 4>와 같다. ‘경영진’ 변수를 제외한 4가지 변수 모두 통계적으로 유의한 수준에서 직무만족도에 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, ‘복지 및 급여’ 항목

이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 4> 내부평판 요인과 직무만족도: Group B

Variables	Coefficients	Std. Error	t value	VIF	p-value
Career Opportunities	0.27749	0.07729	3.590	2.487302	0.000827 ***
Salaries and Benefits	0.32821	0.04138	7.931	1.726355	5.06e-10 ***
Work-life Balance	0.12727	0.04680	2.719	2.020718	0.009325 **
Company Culture	0.27722	0.06795	4.080	2.525119	0.000187 ***
Senior Management	0.03878	0.07886	0.492	2.889666	0.625363

* : p<0.05, ** : p<0.01, ***: p<0.001
F-statistic : 133.6, p-value : < 2.2e-16, Adjusted R² : 0.9312

<Table 4> Internal reputation and job satisfaction: Group B

4.2.4 Group A와 Group B 요인별 차이

연구과제 2의 Group A와 Group B간 내부평판 요인별로 차이에 대한 분석을 위해 각 집단을 독립변수로 설정하고, 내부평판 요인을 종속변수로 하는 독립표본 T 검정(Independent Sample T-test)을 실시하였다. 분석 결과는 <표 5>와 같다.

‘승진 기회 및 가능성’의 평균은 Group B가 더 높은 것으로 나타났으나, 통계적으로 유의미한 차이는 없었다. ‘사내문화’와 ‘경영진’의 평균은 Group A와 Group B가 유사한 수준이나 역시 통계적으로 유의미한 차이는 없는 것으로 확인되었다.

통계적으로 유의미한 차이가 확인된 항목은 ‘직무만족도’, ‘복지 및 급여’, ‘업무와 삶의 균형’ 항목으로 모두 Group A가 Group B의 평균보다 높은 것으로 확인되었다.

<표 5> 내부평판 요인별 차이 비교: Group A, Group B

Variables	Group A		Group B		p-value	
	N	mean	N	mean	homoscedasticity	t-test
Job Satisfaction	19,761	3.151	5,764	2.953	0.7514	0.00956
Career Opportunities	19,761	3.0686	5,764	3.0772	0.00264	0.8922
Salaries and Benefits	19,761	3.2764	5,764	2.6764	0.9664	1.401e-06
Work-life Balance	19,761	2.7406	5,764	2.4522	0.692	0.009456
Company Culture	19,761	3.1058	5,764	3.1240	0.7349	0.8293
Senior Management	19,761	2.5914	5,764	2.5574	0.3194	0.6485

<Table 5> The difference of internal reputation between Group A and Group B

4.2.5 정량적 평가와 정성적 평가 비교

연구과제 2에서 실시한 그룹간 만족도의 차이가 정성적인 평가에서도 유효한지 검증하기 위하여 Group A와 Group B에서 리뷰 수가 가장 많은 기업 각 1곳을 선정하여 평가자가 입력한 비정형 데이터 샘플링 분석을 연구과제 3으로 진행하였다. 샘플링 데이터는 2016년 5월 31일 이전 각 기업별로 63건의 리뷰로 선정하였다.

먼저 Group A와 Group B에서 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타난 ‘직무만족도’, ‘복지 및 급여’, ‘업무와 삶의 균형’에 대한 정량적 평가 결과가 정성적 평가 결과와 일치하는지 살펴보기 위해 두 항목에 대한 정성적 평가 내용을 긍정·부정으로 분류한 후 긍정·부정 구성비가 정량적 평가 결과와 일치하는지 검증하였다. 긍정

부정 분류는 해당 텍스트의 전체 내용을 연구자가 직접 리뷰한 후 판단하였다. ‘직무만족도’는 정성적 평가 항목의 ‘종합평가’로 대체하였다. ‘종합평가’의 경우 긍정과 부정이 모두 포함된 리뷰는 중립으로 분류하였고, ‘복지 및 급여’, ‘업무와 삶의 균형’과 관련이 없는 리뷰는 중립으로 분류하였다. 결과는 <표 6>과 같다.

분석결과 ‘직무만족도’와 연계한 ‘종합평가’의 경우 Group A 기업의 긍정 비율은 51%(32건), Group B 기업의 긍정 비율은 54%(34건)로 나타났으며, ‘복지 및 급여’에 대한 Group A 기업의 긍정 비율은 73%(46건), Group B 기업의 긍정 비율은 19%(12건)로 나타났다. ‘업무와 삶의 균형’에 대한 Group A 기업의 긍정 비율은 8%(5건), Group B 기업의 긍정 비율은 52%(33건)로 분석되었다.

<표 6> 비정형 데이터 분석

Variables	Sample in Group A			Sample in Group B		
	Pos.	Neg.	Neu.	Pos.	Neg.	Neu.
Job Satisfaction	51% (32)	6% (4)	43% (27)	54% (34)	11% (7)	35% (22)
Salaries and Benefits	73% (46)	5% (3)	22% (14)	19% (12)	51% (32)	30% (19)
Work-life Balance	8% (5)	57% (36)	35% (22)	52% (33)	5% (3)	43% (27)

() : number of reviews

N: 63 reviews for sample in each Group

<Table 6> Analysis of unstructured data

이러한 분석결과는 <표 5>의 정량적인 평가 결과와 비교했을 때 ‘직무만족도’와 ‘업무와 삶의 균형’ 항목에서 만족도 비율에서는 차이가 있음을 확인할 수 있다. <표 5>에서는 ‘직무만족도’와 ‘업무와 삶의 균형’은 Group A가 높은 것으로 나타났으나, <표 6>에서는 Group B의 샘플 회사가 더 높은 것으로 나타났다. 특히, ‘업무와

삶의 균형' 항목의 만족도 비율은 Group A 샘플 회사의 경우 8%였지만, Group B 샘플 회사는 52%로 그 차이가 매우 크게 나타났다.

이와 같이 일부 항목에서는 정량적인 평가 결과와 정성적인 평가 결과와의 차이가 확인되었는데, 이는 정량적인 평가항목을 구성하는 하부요인에 대한 조사가 누락된 것에서 기인한 것으로 예상된다. 정량적인 평가 방법에 대한 정교화를 통해 보완해야 할 것이며, 정성적인 평가의 긍·부정 지수 산출등과 같이 비정형 데이터 분석의 정량화된 결과와의 결합을 통한 새로운 지표 개발이 필요할 것으로 판단된다.

다음으로 Group A와 Group B 샘플 기업의 정성적 평가 내용을 전반적으로 살펴보았다. 단어 언급 횟수를 시각화 한 워드클라우드를 통해 전반적인 내용을 파악하고, 정성적 평가 세부 내용을 확인한 후 어떠한 내용이 주로 언급되는지 분석하였다. 해당 기업명은 불용어 처리하였다.

Group A 샘플 기업의 키워드 워드클라우드는 (그림 4)와 같다.

(그림 4) Group A 키워드 워드클라우드



(Figure 4) Keyword Wordcloud in Group A

전반적인 내용은 대기업에 대한 일반적인 인식과 일치한다. 긍정적 측면은 '높은 급여와 훌륭한 복지', '대기업에 대한 자부심'으로, 부정적 측면은 '업무와 삶의 불균형', '경직된 기업문화'로 요약할 수 있다.

"업무강도가 엄청 세다. 하지만 그만큼 돈은 준다", "돈을 많이 줘, 업무 강도가 강함" 등과 같은 표현에서는 '급여'에 대한 만족감과 '업무와 삶의 균형'에 대한 불만이 동시에 존재함을 확인할 수 있었으며, "가족과 지인이 좋아 한다", "대기업은 대기업이구나 왜 그렇게 갈려고 하는지 알 수 있음", "내가 곧 '기업명'이다", "'기업명'하면 이미 내임 그걸로 끝" 등의 표현에서는 회사에 대한 자부심을 확인할 수 있었다.

부정적인 측면에서는 "아재스타일", "군대문화", "상명하복", "수직적인 의사결정 체계", "회의를 위한 보고서 작성" 등과 같이 경직된 기업 문화와 관련된 내용이 많이 언급되었으며, 이러한 부정적인 내용의 개선에 대한 요구사항이 경영진에게 바라는 주된 내용이었다.

Group B 샘플 기업의 키워드 워드클라우드 (그림 5)와 같다.

(그림 5) Group B 키워드 워드클라우드



(Figure 5) Keyword Wordcloud in Group B

Group B 샘플 기업의 긍정적 내용은 '자유로운 기업문화', '업무와 삶의 균형'으로 대변할 수 있으며, '낮은 연봉', '체계적이지 못한 업무 프로세스', '중간관리자 이상 인력의 역량 부족', '직군별 차등 대우' 등 부정적 내용은 다양한 분야에서 나타나고 있다.

"대학 동아리 같은 분위기", "사람들이 좋다", "자유로운 분위기", "젊다", "개방적이다", "눈치 보지 않고 연차 사용과 칼퇴근이 가능하다", "지

각해도 뭐라 안함” 등과 같은 표현에서 회사 전반적인 자유로운 분위기에 대한 만족감을 확인할 수 있었다.

반면 부정적인 내용은 다양한 분야에서 표출되고 있다는 점이 특징이었다. “신입 급여는 기대하지 말 것”, “연봉이 너무 낮다”, “자유로운 분위기 대신 연봉은 포기해야 함”, “업무 분장이 최악이며 사람관리 못하는 회사”, “시스템이 없다”, “평가 보상 체계의 일관성 필요”, “경력으로는 들어올 만 함”, “초기 멤버와 경력직, 일부 중간관리자는 놀고 먹을 수 있음”, “비정규직은 대체 가능하다는 인식” 등과 같이 낮은 연봉, 체계적인 업무 시스템 부재, 중간 관리자 이상의 역량 부족, 직군간의 차별, 인사관리 문제점과 관련된 내용의 개선을 경영진에게 요구하는 것으로 확인되었다.

특이한 점은 “대표는 착하고 젊음”, “직원을 많이 생각하는 것에 감사해 하고 있음” 등과 같이 최고경영자에 대한 긍정적 평가가 직접적으로 나타나고 있다는 점이었다.

Group A와 Group B의 샘플 기업의 정성적 평가 내용을 분석해 본 결과 몇 가지 특이한 점을 확인할 수 있었다. 첫째, 기업명을 직접 언급함으로써 회사에 대한 자부심을 직접적으로 표현하는 빈도는 Group A가 훨씬 높았다. Group A의 경우 긍정적 의미로 기업명을 직접 언급한 횟수는 총 10회, Group B는 총 1회로 나타났는데, 이는 소속 기업 자체에 대한 자부심이 대기업이 상대적으로 높다는 것을 간접적으로 확인할 수 있었다. 둘째, Group B의 경우 신입 육성, 비정규직에 대한 처우 및 인식 개선, 중간관리자 이상의 역량 배양 등과 같이 인사관리 개선에 대한 필요성이 Group A 대비 상대적으로 많이 제기되었다. 이는 Group B 샘플 기업의 산업 특성, 성장 속도와 시스템 구축의 부정함 등에서 기인한 것으로 판단되며, 해당 기업은 이러한 구성원의 인식을 기업 경영 개선의 참고 사항으로 충분히 활용할 수 있을 것으로 판단된다.

5. 결론 및 향후 연구과제

기존 기업 내부평판 연구는 설문 또는 인터뷰 방식으로 진행되었으나, 동 연구는 기업평판 정

보를 제공하는 소셜 미디어 빅데이터를 활용하여 기업 내부평판 연구로 확장시켰다는 측면에서 의의가 있다. 내부평판 요인 및 직무만족도 분석에 소셜 미디어 빅데이터를 활용함으로써 설문 조사 방식의 연구에서는 확인이 어려웠던 각 항목에 대한 정성적인 평가 내용을 구체적으로 확인할 수 있었다.

연구 결과 대상 기업 전체를 분석하였을 경우, ‘승진 기회 및 가능성’, ‘복지 및 급여’, ‘업무와 삶의 균형’, ‘사내문화’, ‘경영진’ 모두 통계적으로 유의미한 수준에서 직무만족도에 영향을 미치는 요인으로 확인되었다. 다만, 중소기업 50곳을 대상으로 하였을 경우에는 ‘경영진’ 항목이 직무만족도와는 상관없는 것으로 확인되었으며, 대기업 50곳의 경우에는 5가지 요인 모두 직무만족도에 영향을 미치는 것으로 분석 결과가 도출되었다.

대기업과 중소기업의 요인별 차이 분석 결과는 ‘직무만족도’, ‘복지 및 급여’, ‘업무와 삶의 균형’이 유의미한 차이가 있는 것으로 확인되었다.

마지막으로 정량적 평가에 기반한 대기업과 중소기업의 요인별 차이 연구결과가 정성적 평가 내용과 일치하는지를 파악하기 위한 비정형 데이터 분석 결과 ‘직무만족도’와 ‘업무와 삶의 균형’ 항목에서 정량적 평가와 반대의 결과가 도출되었다. 이는 정량적 평가 진행 시 각 항목별 세부 요인에 대한 조사 진행을 통한 평가의 정교화를 통해 보완해야 할 것으로 판단된다. 그리고 동 연구에서 진행한 비정형 데이터 분석은 전수 데이터가 아닌 샘플링 데이터 분석을 통한 결과로 분석 대상의 한계에서 차이가 발생했을 수도 있을 것이다.

동 연구는 몇 가지 한계를 가지고 있다. 첫째, 연구대상 기업을 리뷰 수 기준으로 제한하여 전체 기업을 대상으로 하였을 때와 연구결과가 다르게 나올 수 있어, 동 연구 결과의 일반화에 대해서는 주의가 필요하다. 둘째, 연구대상 기업의 정성적 평가를 포함한 비정형 데이터 분석을 충분히 진행되지 못하였다. 이는 동 연구 과제3의 결과 해석의 한계이기도 하다. 셋째, 직무만족도에 영향을 미치는 항목의 세부 요인에 대한 조사가 진행되지 않았다는 점이다. 이는 전통적인 설문조사 방식과의 큰 차이점으로 소셜 미디어에서 사용자의 응답 편의성, 미디어 체류 시간 등을 고려하여 의도하는 바를 명확하게 파악할

수 있는 질문 개발 등과 같은 노력이 필요할 것으로 판단된다.

이와 같은 한계에도 불구하고 소셜 미디어에 기록되는 구성원들의 기업 내부평판은 기업 성과 창출을 위한 구성원 만족도 파악의 중요한 수단으로 활용될 수 있을 것이다. 특히, 정성적 평가 내용을 포함한 비정형 데이터를 분석하여 정량적 평가 내용인 정형 데이터와의 결합을 통한 새로운 '직무만족도' 지표가 개발된다면 더욱 유용할 것으로 판단된다.

References

- [1] O. -J. Lee, S. -B. Park, D. Chung, E. -S. You, "Movie Box-office Analysis using Social Big Data," The Journal of the Korea Contents Association, Vol. 14, No. 10, pp.527-538, 2014.
- [2] T. -M. Song, "Social Big Data and Its Application: With Special Reference to MERS Information Diffusion and Risk Prediction," HEALTH AND WELFARE POLICY FORUM, 227, pp.29-49, Sep. 2015.
- [3] T. -M. Song, J. -Y. Song, "Social Big Data Research Methodology with R," hannarae publishing co., Jan. 2016.
- [4] S. -H. Song, S. -H. Hwang, Y. -H. Lee, H. -K. Lee, K. -S. Han, J. -B. Kim, "The Stock Trading Model Using Social Big Data Analysis," Asia-pacific Journal of Multimedia Services Convergent with Art, Humanities, and Sociology, Vol.6, No.3, pp.91-100, Mar. 2016.
- [5] J. -S. Han, J. -H. Yoon, "Activation Strategies of the 20th BIFF using Social Big Data Text Mining Analysis," Journal of Tourism Sciences, Vol.40, No. 1, pp.133-145, Jan. 2016.
- [6] S. -C. Kim, K. -H. Kim, "A Study on factors affecting the viewer rating of "My Little Television": Focusing on SNS Big Data," Journal of Digital Contents Society, Vol.17, No.1, pp.1-10, Feb. 2016.
- [7] C. -H. Lee, J. Hur, H. -J. Oh, H. -J. Kim, P. -M. Ryu, H. -K. Kim, "Technology Trends of Issue Detection and Predictive Analysis on Social Big Data," Electronics and Telecommunications Trends, Vol.28, No.1, pp.62-71, Feb. 2013.
- [8] H. -R. Lee, J. -H. Kim, "A Study on the Effects of Employees' Trust and Job Satisfaction on the Balanced Scorecard at the Medical Institutions," Journal Finance and Accounting Information, Vol.16, No.1, pp.99-121, Mar. 2016.
- [9] S. -M. Roh, "The Impacts of Perceived Organizational Reputation of Public Institutes on the Behavior of Members - The Role of Internal Reputation," KOREAN SOCIETY AND PUBLIC ADMINISTRATION, Vol.24, No.1, pp.193-219, May 2013.
- [10] Rosa, C., "Manage the reputation," WISDOMHOUSE, Oct. 2011.
- [11] D. -Y. Kim, "Research on reputation studies: research findings and future priorities," Korean Journal of Business Administration, Vol.27, No.11, pp.1903-1921, Nov. 2014.
- [12] S. -C. Lee, "A Study on the Effect of Social Reputation on Job Satisfaction and Organizational Commitment: Focusing on Police Administration," Korean Journal of Local Government, Vol.28, No.4, pp.469-492, Winter 2014.
- [13] K. Yoon, J. -Y. Ryu, "The Effects of CSR Activities and Internal Reputation on the Internal Marketing Factors and Employees' Job Satisfaction," The Korean Journal of Advertising, Vol.23, No.1, pp.71-92, 2012.
- [14] R. Lichtenstein, "Measuring the Job Satisfaction of Physicians in Organized Settings," Medical Care, Vol.22, No.1, pp.56-68, Jan. 1984.
- [15] H. -J. Kim, "The Influence of Job Stress on Job Satisfaction : Focused on public servants in Incheon Metropolitan City," The Graduate School of INHA University, pp.1-109, Feb. 2006.
- [16] J. -S. Han, E. -J. Kim, "The Effect of Internal Mark

eting Activities on Job Satisfaction, Organizational Commitment, and Customer Orientation in the Hotel Industry,” Korea Academic Society of Hotel Administration, Vol.14, No.3, pp.191-213, Sep. 2005.

[17] H. -J. Choi, J. -H. Yang, D. -M. Chang, “Impact of Internal Marketing on Job Satisfaction, Job Commitment, Organizational Commitment, and Customer Orientation in Hospital Employees,” JOURNAL OF THE KOREA CONTENTS ASSOCIATION, Vol. 14, No.11, pp.783-797, Nov. 2014.

[18] Y. -H. Lee, “Analysis of the Factors for Hospital Workers’ Job Satisfactions,” HEALTH AND SOCIAL SCIENCE, 20, pp.127-151, Jan. 2007.

[19] H. -J. Kim, Y. -J. Son, Y. -S. Jun, “An Analysis on the Effect of Trust in Teachers and Director on Job Satisfaction and Organizational Commitment of Kindergarten teachers,” Journal of Future Early Childhood Education, Vol.23, No.1, pp.201-217, 2016.



서운채

1997년 : 고려대학교 정보공학과
학사
2015년~현재 : 고려대학교
빅데이터응용및보안학과
(석사과정)

2002년~현재 재: ㈜팬택
관심분야 : 소셜 빅데이터 분석, 예측분석, 머신러닝,
상황인식 등



김형중

1978년 : 서울대학교 전기공학과
학사
1986년 : 서울대학교 제어계측공학
과(공학석사)
1989년 : 서울대학교 제어계측공학
과(공학박사)

1989년~2006년: 강원대학교 교수
2006년~현재 재: 고려대학교 정보보호대학원 교수
관심분야 : 컴퓨터보안, 패턴인식, 가역정보은닉, 머
신러닝, 빅데이터분석 등