

표지 작업 후 면지 삽입예정

존경하는 한국기업경영학회 회원 여러분, 안녕하십니까?

(사)한국기업경영학회는 2021년 11월 26일(금) “안전경영을 통한 기업경쟁력 제고”라는 주제를 가지고 2021년 추계정기학술대회를 개최합니다. 올해 추계정기학술대회에서는 5개 분과 20여 편의 연구논문이 발표됩니다. 특별히 우리 학회 부설 「한국기업연구원」이 주관하는 안전경영과 기업경쟁력 특별 심포지엄이 마련되어 있습니다.

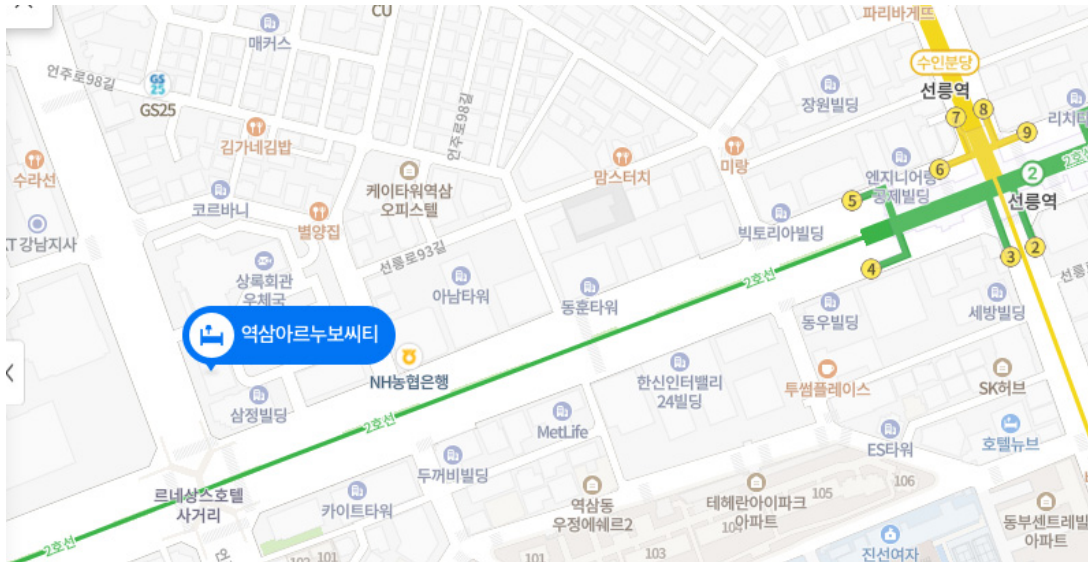
이번 정기학술대회에서 발표되는 논문들은 엄격한 심사를 거쳐 학문적 기여가 큰 우수 논문을 선정하여 벽소학술상을 시상할 예정입니다. 이번 학술대회도 코로나팬데믹 상황으로 인하여 특별 심포지엄은 Youtube 생중계, 연구논문발표는 ZOOM으로 진행할 예정입니다.

아무쪼록 추계학술대회가 학계와 산업계가 머리를 맞대어 급변하는 경영환경을 슬기롭게 극복해 나가는 방안들을 모색하는 자리가 되기를 바랍니다. 또한, 회원님들의 창의적 연구 의욕을 고취하고 회원들 간의 학문적 교류를 증진하여 우리 학회가 지속가능한 발전을 이루어 나가는 데 도움이 되기를 기대합니다.

회원 여러분들의 적극적인 참여를 바랍니다. 감사드립니다.

학술위원장 **최우재**
회장 **주현태**

- 일자: 2021년 11월 26일 (금) 13:00-20:00
- 방식: Youtube 생중계 & Zoom 비대면 방식
- 운영본부: 아르누보역삼 호텔(서울특별시 강남구 언주로 506)



일정계획

• 2021년 11월 26일(금) 13:00-20:00 아르누보역삼 호텔

시간	내용
12:00-13:00	• 등록
13:00-13:50 (https://youtu.be/5sgfYw_vOrc)	<ul style="list-style-type: none"> • 개회사(주현태 학회장) • 인사말(이해영 한국기업경영연구원장) • 주제발표 : 안전경영을 통한 기업경쟁력 제고 (근로복지공단 강순희 이사장)
휴식	
14:00-15:20 (https://youtu.be/5sgfYw_vOrc)	<p>[안전경영 심포지엄]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사회 : 감형규 교수(청운대학교) • 발표 : 정진우 교수(서울과학기술대학교) 최우재 교수(청주대학교) 윤동열 교수(건국대학교) • 토론 : 곽원준 교수(송실대) 이재식 본부장(대한건설협회)
휴식	
14:00-15:20 (Zoom 실시간)	<p>[학술발표1]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 섹션 A-마케팅 : ID: 836 5957 9382 PW: kocoma21 • 섹션 B-기업경영: ID: 844 5440 0562 PW: kocoma21
휴식	
15:30-16:50 (Zoom 실시간)	<p>[학술발표 2]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 섹션 C-인사조직 : ID: 849 5829 8508 PW: kocoma21 • 섹션 D-재무·회계: ID: 885 9616 5187 PW: kocoma21 • 섹션 E-경영전략 : ID: 826 6382 2174 PW: kocoma21
휴식	
17:00-17:30 (https://youtu.be/mkGtXhGBjAw)	<p>〈시상 및 이사회〉</p> <ul style="list-style-type: none"> • 벽소학술상(우수논문발표상) 시상 • 감사패 증정 • 이사회
17:30-20:00	• 리셉션

논문발표 Session A : 마케팅

[섹션 A] ID: 836 5957 9382 PW: kocoma21

[14:00-15:20]

좌장: **유재미**(청주대)

순서	발표자	제목	토론자
1	김명준(국민대) 정재권(국민대)	시리즈물 기대에 영향을 미치는 요인에 관한 연구	오원교(한국에스큐아이)
2	허진평(청주대) 유재미(청주대)	모바일 라이브 커머스 특징과 소비자 구매의향	이청림(경기대)
3	양등월(경기대)	기업의 내외부 사회적 책임이 직무열정과 조직시민행동에 미치는 영향: CSR귀인의 조절역할 및 심리적 주인의식과 조직동일시의 매개역할	오종철(안산대)
4	장신녕(건국대) 이장희(건국대)	An empirical study on the impact of product market competition	박경호(송실대)

논문발표 Session B : 기업경영

ID: 844 5440 0562 PW: kocoma21

[14:00-15:20]

좌장: **조윤형**(조선대)

순서	발표자	제목	토론자
1	박선영(서울대) 선우혜정(방통대)	중소형회계법인의 감사가격정책	최정미(청주대)
2	이종영 (강릉과학산업진흥원) 황경준 (강릉과학산업진흥원)	장비활용 교육의 투입요소가 교육만족도와 교육 후 성과에 미치는 영향	이명현(한국세라믹기술원)
3	조영석(목포대) 홍성진(목포대)	안경원 운영의 성공요인에 관한 연구	김희봉(현대차 인재개발원)
4	강철승(중앙대)	With & Post COVID 19 Pandemic Era: 한국 ESG 현황과 측정정책동향	조윤형(조선대)

논문발표 Session C : 인사조직

ID: 849 5829 8508 PW: kocoma21

[15:30-16:50]

좌장: **이준우**(한밭대)

순서	발표자	제목	토론자
1	라미진(배재대) 류성민(경기대)	팀-구성원 교환관계가 눈치를 매개로 직무성과에 미치는 영향에 관한 연구	김민경 (서울종합과학대학원)
2	정은주(항공대) 이상정(항공대)	객실승무원 온라인 교육품질이 학습전이효과에 미치는 영향: 교육만족의 매개효과 및 개인특성의 조절효과	김영희(항공대)
3	김영희(항공대) 이상정(항공대)	행위이론의 전개과정에 대한 고찰: 경영학적 접근	이정원(경기대)
4	조일현(한국외대) 양재완(한국외대)	고몰입작업시스템이 사회적 자본과 조직 양면성에 미치는 영향: 혁신지향적 조직문화의 조절효과를 중심으로	옥지호(강원대)

논문발표 Session D : 재무·회계

ID: 885 9616 5187 PW: kocoma21

[15:30-16:50]

좌장: **신용재**(한경대)

순서	발표자	제목	토론자
1	오병철(항공대)	전속설계사와 GA설계사의 비교를 통한 업무윤리분석	최영목(청주대)
2	김형규(청운대)	경제적 요인이 주가지수에 미치는 영향: 화장품산업을 중심으로	신용재(한경대)
3	윤정환(항공대)	목표지향적 행위이론에 기반한 보험설계사의 행위의도 분석	양재완(한국외대)
4	차상권(한양대) 김진태(중앙대)	비상장기업에서 기업 신용등급과 회계 보수주의의 관계	곽지영(세명대)

논문발표 Session E : 경영전략

ID: 826 6382 2174 PW: kocoma21

[15:30-16:50]

좌장: **윤현중**(강원대)

순서	발표자	제목	토론자
1	한가록(순천대) 이재은(순천대)	국제합작투자 파트너 간 몰입과 신뢰가 파트너 적합성에 미치는 영향: 경쟁관계의 조절효과를 중심으로	양영수(한신대)
2	문창호(충남대)	인공지능 혁신역량 개발의 선행요인과 결과의 이론적 모델: 동태적 역량 관점	진석호(청주대)
3	정승민 (디엔에스코리아)	객실승무원 조직문화 인식이 승무만족에 미치는 영향 연구: 전공 선택 동기의 조절효과	민병원(청운대)
4	장유진(순천대) 이재은(순천대)	기업규모, 수출경험과 수출시장 다변화가 중소기업 수출성과에 미치는 영향: 전남지역 중소기업을 중심으로	박정민(울산대)

차례

Session A. 마케팅

- 시리즈물 기대에 영향을 미치는 요인에 관한 연구 11
- 김명준 · 정재권
- 모바일 라이브 커머스 특징과 소비자 구매의향 - 중국 소비자 대상 - 12
- 허진평 · 유재미
- 기업의 내 · 외부 사회적 책임이 조직열정과 조직시민행동에 미치는 영향 13
- 양등월
- An Empirical Study on the Impact of Business Performance
Product Market Competition and Cash Holdings
-Based On Chinese Listed Company 15
- Xinning Zhang · Janghee Lee

Session B. 기업경영

- 중소기업회계법인의 감사가격정책 19
- 박선영 · 선우혜정
- 장비활용교육의 투입요소가 교육만족도와 교육후 성과에 미치는 영향 20
- 이종영 · 황경준
- 안경원 운영의 성공요인에 관한 연구 21
- 홍성진 · 조영석
- With & Post COVID19 Pandemic Era: 韓國 ESG 現況과 測定 政策 方向 23
- 姜哲勝

Session C. 인사조직

- 팀-구성원 교환관계가 눈치를 매개로 직무성과에 미치는 영향에 관한 연구 27
- 라미진 · 류성민

- 객실승무원 온라인교육품질이 학습전이효과에 미치는 영향:
교육만족의 매개효과 및 개인특성의 조절효과 28
- 정은주 · 이상정
- 행위이론의 전개과정에 대한 고찰: 경영학적 접근 29
- 김영희 · 이상정
- 고물입작업시스템이 사회적 자본과 조직 양면성에 미치는 영향:
혁신지향적 조직문화의 조절효과를 중심으로 31
- 조일현 · 양재완

Session D. 재무 · 회계

- 전속설계사와 GA설계사의 비교를 통한 업무윤리분석 35
- 오병철
- 경제적 요인이 주가지수에 미치는 영향 - 화장품산업을 중심으로 36
- 감형규
- 목표지향적 행위이론에 기한 보험설계사의 행위의도 분석 37
- 윤정환
- 비상장기업에서 기업 신용등급과 회계 보수주의의 관계 39
- 차상권 · 김진태

Session E. 경영전략

- 국제합작투자 파트너 간 몰입과 신뢰가 파트너 적합성에 미치는 영향:
경쟁관계의 조절효과를 중심으로 43
- 한가록 · 이재은
- 인공지능 혁신역량 개발의 선행요인과 결과의 이론적 모델: 동태적 역량 관점 45
- 문창호
- 객실승무원 조직문화 인식이 승무만족에 미치는 영향 연구:
전공선택 동기의 조절효과 46
- 정승민
- 기업규모, 수출경험과 수출시장 다변화가 중소기업 수출성과에 미치는 영향:
전남지역 중소기업을 중심으로 47
- 장유진 · 이재은

Session A
마케팅

한국기업경영학회 2021년 추계학술대회

시리즈물 기대에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

김명준

국민대학교 일반대학원 경영학과 석사과정

정재권

교신저자, 국민대학교 경영대학 부교수

최근 넷플릭스 ‘오징어 게임’은 전 세계적 흥행으로 후속작품 논의가 진행 중이다. 또한 한국 문화 콘텐츠들이 여러 나라에서 흥행을 달리는 추세에 맞게 글로벌 OTT 서비스 회사를 비롯한 제작사와 배급사들이 국내 서비스 진입을 화두에 올리고 있다. 이러한 OTT 서비스 회사들은 상업성이 우수한 작품들을 시리즈물로 유통시킨다. 시리즈물은 어느 정도 손실을 감수하고 시작하는 새로운 작품들보다 안정적으로 수입을 확보하면서 큰 이익을 추구할 수 있는 문화 콘텐츠이자 하나의 브랜드다. 과거부터 시리즈물은 드라마와 영화 가릴 것 없이 두터운 팬층을 형성하고 사랑받아왔다. 하지만, 시리즈물에 대한 연구는 다른 문화 콘텐츠들에 비해 적은 관심을 받아왔다. 본 연구는 평소 시리즈물에 애착을 가지고 있는 소비자들이 ‘제작사의 신뢰도가 후속작품의 기대치에 영향을 미치는가?’에 대한 물음에서 시작되었다.

애착이란 과거 영아와 양육자 사이의 사회적 관계를 설명하는 개념으로 정립되었다. 현재는 넓은 분야에서 다양한 연구에 적용되고 있는데, 특히 마케팅의 같은 경우 브랜드와 소비자 간 장기적인 관계를 설명하기 위하여 브랜드 애착이란 개념이 정립되었고, 소비자행동을 분석하는 지표로서 많은 선행 연구들이 사용되었다. 신뢰의 보편적인 개념은 상대방의 약속이 믿을 만하고 거래관계에서 자신의 의무를 이행할 것이라는 상대에 대한 믿음으로부터 시작한다. 기대는 다양한 분야에서 정의되었는데, 그 중 영화와 드라마 관람에 관한 기대는 실용적 기대와 정서적 기대로 구분할 수 있다.

본 연구는 선행 연구들을 기반으로 시리즈물에 대한 소비자들의 애착 정도와 제작사에 대한 신뢰도가 후속작품 기대에 영향을 미치는가에 대해 알아보고자 한다. 이를 통해 최근 전세계적으로 관심 받고 있는 한국 시리즈물 콘텐츠들의 발전에 도움이 되는 실무적 시사점을 제공할 것이라 기대된다.

주제어: 시리즈물, 제작사, 애착, 신뢰도, 기대

모바일 라이브 커머스 특징과 소비자 구매의향

- 중국 소비자 대상 -

허진평

청주대 경영학과 박사과정

유재미

청주대 경영학과 부교수

코로나19가 유발한 기업의 외부환경 변화는 기업에 위기와 기회 요인을 동시에 제공한다. 비대면 증가가 촉발한 위기 상황은 기업마다 다양한 대응을 불러일으켰다. 본 연구는 비대면 상황으로 위기를 맞이한 제조 또는 유통 기업이 대응 전략으로 선택한 모바일 라이브 커머스 유통채널에 대해 탐색하고자 한다. 라이브 커머스는 실시간 동영상 스트리밍을 통해 상품을 판매하는 온라인 채널로 국내는 네이버의 '쇼핑라이브' 카카오의 '톡 딜라이브', 롯데백화점의 '100라이브', CJ올리브영의 '올라이브' 등의 플랫폼이 대표적이다. 모바일 라이브 커머스는 언제 어디서나 접근이 가능할 수 있고 실시간으로 소비자의 요구와 질문에 판매자가 바로 답변을 줄 수 있는 특징이 있다.

본 연구는 문헌 연구 및 중국 소비자 대상의 인터뷰를 통한 라이브 커머스의 주요특징을 도출했다. 도출된 라이브 커머스 특징은 오락성, 경제성, 상호작용성, 현장감, 정보성 등이다. 도출된 라이브 커머스 특징이 소비자의 방송 몰입(flow) 그리고 구매의향에 미치는 영향을 탐색하는 모형을 설계했다.

본조사 및 변수 정교화를 위해 라이브 커머스를 이용한 경험이 있는 중국소비자 128명을 대상으로 도출된 라이브커머스 특징과 몰입, 구매의향 등에 대한 관계를 검증했다. 검증결과, 라이브 커머스의 오락성, 경제성, 정보성 등은 소비자의 방송 몰입에 유의하게 긍정 영향을 줄 뿐 아니라 구매의향에도 직접적으로 긍정적 영향을 주는 것으로 나타났다. 그러나, 라이브 커머스의 현장감, 상호작용성 등은 몰입과 구매의향에 유의한 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 한편, 방송몰입은 구매의향에 긍정적 영향을 주는 것을 확인했다. 추후 본 연구 모형에 라이브 커머스 특징이 몰입을 통해 구매의향에 미치는 간접 경로 뿐 아니라 구매의향에 미치는 직접 경로 또한 탐색하기 위해 이론적 검토가 필요할 것이다.

본 연구를 통해, 예기치 못한 위기 상황에 대응한 기업 유통채널의 특징과 소비자 수용요인을 탐색하고 이 채널이 주요 유통채널로 자리 잡을 수 있는지에 대해 검토해볼 수 있을 것이다.

주제어: 라이브 커머스, 홈쇼핑, 오프라인 쇼핑, 이커머스, 몰입, 구매의도

기업의 내·외부 사회적 책임이 조직열정과 조직시민행동에 미치는 영향

양등월

경기대학교

본 연구는 기업의 내부와 외부 사회적 책임이 직원들의 직무 열정과 조직시민행동에 어떤 영향을 미치는지에 대하여 검증하고자 하였다. 또한 CRS귀인의 조절효과 및 심리적 주인의식과 조직 동일시의 매개효과를 검증하고자 한다.

기존 연구의 대부분은 사회적 책임에 대한 전반적인 인식이 직원에 미치는 영향을 조사하고 일부 학자는 직원의 책임이 직원의 태도와 행동에 어떻게 영향을 미치는지를 구체적으로 연구를 한다. 그러나 이해관계자의 관점에서 동시에 기업의 사회적 책임을 내부와 외부로 나눠서 직원 행동에 미치는 다양한 영향을 검토한 관련 연구는 거의 없다. 선행연구를 통해서 직원의 태도와 행동 중 관리자가 가장 우려하는 것은 직무 열정과 조직시민행동임을 알 수 있다. 우선 직무열정은 직원이 일을 대하는 태도로 볼 수 있는데, 직원이 일에 대한 높은 열정을 가지고 있을 때 그 목표 달성을 위해 더 많은 시간을 투자하고, 더 많은 노력을 기울이는 경향이 있다(박지숙, 2009). 그래서 직원들의 직무열정이 높으면 직무에 더 집중하게 되어 효율성과 성과도 높아질 수 있고(박태주 등, 2018), 직무열정의 중요성도 잘 알 수 있다. 또한 직원이 자신의 업무 외에 조직 발전에 도움이 되는 업무를 주도적으로 수행해야 하며, 기업이 치열한 시장 경쟁 속에서 더 잘 발전하고 성장할 수 있다. 학계에서 이런 직원이 자발적으로 비조직적 업무를 수행하는 행위는 조직시민행동(Organizational Citizenship Behavior, OCB)을 말하며, 이러한 행동은 기업이 성과와 지속 가능한 개발을 개선하는 데 큰 도움이 된다.

본 연구의 결과는 다음과 같다. 첫째, 내부와 외부적 기업의 사회적 책임과 심리적 주인의식의 관계에서는 내부적 기업의 사회 책임만 심리적 주인의식에 영향을 미쳤고, 외부적 기업의 사회 책임은 유의한 영향을 미치지 않았다. 내부와 외부적 기업의 사회 책임이 직원들의 조직 동일시에 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 심리적 주인의식은 조직 동일시와 유의한 정(+)의 관계를 가지는 것으로 나타났다. 둘째, 직원들의 심리적 주인의식과 조직 동일시가 직무 열정과 조직시민행동에 미치는 영향을 분석한 결과, 직원의 심리적 주인의식과 조직 동일시가 직무 열정과 조직시민행동에 각각 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 하지만

직무 열정은 조직 동일시와 유의한 관계를 가지는 않는 것으로 나타났다. 마지막으로 CSR귀인의 조절역할을 검증하였다. 기업의 내부 사회적 책임과 심리적 주인의식, 그리고 기업의 외부 사회적 책임과 조직 동일시에 대해서 CSR귀인의 조절역할은 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

An Empirical Study on the Impact of Business Performance Product Market Competition and Cash Holdings

-Based On Chinese Listed Company

Xinning Zhang

Master Candidate, Dept. of Management, Glocal Campus Konkuk University

Janghee Lee

Professor, Dept. of Management, Glocal Campus Konkuk University(Corresponding Author)

Cash is an important financial resource for enterprises. Cash meets the needs of production and operation. It has a significant impact on the operation, investment, preparation and other activities of the enterprise, and is closely related to the business performance of the enterprise. Weighing the pros and cons of holding cash and determining a reasonable amount of cash holdings is an important financial behavior of an enterprise. It comprehensively reflects the financial strategy of the enterprise and is also inseparable from the governance of the enterprise.

This paper first combs the relevant theories of cash holdings and the research literature of pioneer researchers, and then selects A-share listed companies in China's Shanghai and Shenzhen stock exchanges from 2015 to 2020 as the research object. The stata regression analysis method is used to study the impact of corporate cash holdings, corporate product market competition, return on net assets of the main indicators of corporate performance, and corporate value on cash holdings. First, among companies in competing industries, the fiercer the product market competition, the higher the level of cash holdings. For companies, more cash holdings are conducive to gaining an advantage in market competition and avoiding operating risks. Secondly, corporate performance also has a positive impact on cash holdings. The better the corporate performance, the higher the level of cash holdings. However, within a certain range, an excessive increase in cash holdings will harm the company's performance,

therefore, companies must maintain the best cash holdings to maintain development. Finally, by measuring the control variables of the company's cash holdings, research and analysis are carried out, and the impact on the cash holdings is obtained.

The paper in this article enriches the research results of factors affecting cash holdings under the background of the Chinese system. First of all, this paper believes that the company's cash holdings and its impact on the company can be analyzed through product market competition. Second, analyze the relationship between different companies and cash holdings based on the corporate performance measurement indicators return on net assets and corporate value. This paper believes that it is helpful for companies to conduct research in the field of cash holdings.

Session B
기업경영

한국기업경영학회 2021년 추계학술대회

중소형회계법인의 감사가격정책

박선영

서울대학교 박사과정생

선우혜정

한국방송통신대학교 부교수

다수의 선행연구들은 회계법인, 감사 사무실(office), 그리고 개별 감사담당 파트너 등의 수준에서의 특징이 감사품질에 어떤 영향을 미치는지를 살펴보았다. 그러나 이런 선행연구들 중 회계법인 또는 사무실 수준에서의 연구들은, 회계법인의 크기나 감사 사무실의 크기 및 산업전문성에 대한 연구들은 제외하면 회계법인이나 사무실의 특징들이 감사품질과 어떤 연관이 있는지에 대해 살펴본 연구가 거의 없다. 본 연구에서는 중소형 회계법인들을 대상으로 회계법인별 보수수준이 감사품질에 미치는 영향을 분석하고자 한다. 전체적으로 피감기업에 대해 높은 감사보수를 받는 회계법인의 감사품질이 그렇지 않은 회계법인과 다른지를 살펴보는 것이다.

선행연구들의 발견을 종합하면, 충분한 자원(인력이나 시간 등)을 확보하고 개별 피감기업의 감사에 투입할 수 있는 회계법인의 감사품질이 그렇지 않은 회계법인보다 높다고 예측할 수 있다. 반면, 적정 수준 이상의 보수는 회계법인과 피감기업 사이의 경제적 유착 정도를 나타내는 측정치라고도 볼 수 있다. 따라서 회계법인별 감사품질 수준과 회계법인 전체의 감사보수 수준 사이에는 양(+) 또는 음(-)의 두 가지 관련성이 모두 존재할 수 있다.

중소형 회계법인을 대상으로 감사보수수준을 측정한 실증분석 결과, 고보수수준 중소형회계법인들의 감사품질이 저가격정책을 가진 중소형회계법인들보다 낮으며, 고보수수준 중소형회계법인들은 피감기업들 중 낮은 감사보수를 지급하는 경우가 존재하더라도 일관적으로 낮은 감사품질의 서비스를 제공한다는 것을 발견하였다. 이런 발견은 높은 감사보수가 해당 회계법인이 독립성을 훼손해서 낮은 품질의 서비스를 제공한 대가일 가능성이 높다는 것을 의미하며, 또한 이런 회계법인은 상대적으로 낮은 보수를 지불하는 피감기업이 존재하는 경우라도 일관되게 낮은 품질의 서비스를 제공한다는 것을 의미한다. 본 연구는 회계법인의 특성이 감사품질에 미치는 효과에 대한 연구들이 Big N이나 산업전문가 감사인 등 극히 제한된 범위에 대한 연구만을 수행했다는 것을 고려할 때 여러 학문적 공헌점을 가진다. 또한 규제기관 및 회계실무계에도 여러 시사점을 제공한다.

장비활용교육의 투입요소가 교육만족도와 교육후 성과에 미치는 영향*

이종영

(재)강릉과학산업진흥원 센터장(경영학박사), 주저자

황경준

(재)강릉과학산업진흥원 팀장(공학박사), 교신저자

최근, 사업환경이 바뀌면서 기업의 혁신역량과 대응 속도가 사업의 성패를 결정하는 핵심 요인이 되고 있고, 기업 경쟁력 제고를 위해서는 기업구성원의 혁신 능력과 숙련 수준을 높이고 유지하는 것이 중요해지고 있다.

이에 발맞춰 산업기술에 능동적으로 대처할 수 있는 현장경험이 풍부한 강사, 교재, 교육 콘텐츠와 더불어 현장의 장비와 연계한 교육프로그램은 반드시 필요하다는 인식에 맞춰 장비교육(이론 및 실습)을 받은 기업직원을 대상으로 설문지(176부)를 통해 장비활용교육에 따른 효과적인 장비활용 교육 방안을 제시하고자 하였다.

본 연구에서는 장비 교육을 수혜 받은 기업의 교육생을 대상으로 교육의 투입요인들이 교육과정의 만족도에 영향을 미치고, 이 만족도가 교육후 성과에 미치는 영향에 대해 상호작용을 분석하고자 하였다.

본 연구의 자료분석은 SPSS를 활용하였으며, 분석방법으로는 빈도분석 및 기술통계분석을 실시하였고, 신뢰성분석과 타당성 분석을 실시하여 구성개념 타당성을 분석하였다. 그리고 연구가설 검증을 위해 회귀분석을 실시하였고, 교육전과 교육후의 차이를 알아보기 위해 t-검증을 실시하였다.

실증분석 결과 교육 투입요인은 교육과정 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것이라는 가설이 채택되었으며, 교육과정 만족도는 교육 후 성과에 정(+)의 영향을 미치는 가설이 채택되었고, 장비교육을 통해 교육전과 교육후의 수준의 차이가 있을 것이라는 가설 또한 채택되었다.

결론적으로 대내외 변화에 적극 대응하고 중소기업의 종합적인 고용정책과 기업기술인력의 확보차원에서 지역 특성을 감안한 지역 맞춤형 장비활용 교육의 확대와 기업의 요구에 맞는 정책적 지원이 필요하다고 보며, 한계점으로는 본 연구에서 사용한 설문지의 문항이 많지 않음이 한계이며, 인력양성 과정만을 대상으로 특정산업군에 대한 연구로 대표성에 한계가 있다고 할 수 있다.

* 본 연구는 강원도 지역활력프로젝트사업의 『반도체 제조장비용 세라믹부품생산기반 고도화사업』 중 2020년 5월부터 2021년 4월까지 1년간 장비활용교육을 실시하고 이를 분석한 것이다. 본 연구에 있는 모든 오류는 전적으로 저자들의 책임임을 밝혀둔다.

안경원 운영의 성공요인에 관한 연구*

홍성진

안경박사(주) 대표이사

조영석

목포대학교 금융보험학과 교수

본 연구는 우리나라 안경원 운영의 성공요인을 분석하는데 있다. 구체적으로는 설문조사 결과를 바탕으로 안경 프랜차이즈 가맹 안경원(대형브랜드, 기타브랜드)과 일반안경원으로 구분하여 비교 분석하였다. 이를 통해 안경원의 운영관리 요소가 고객만족도 및 가맹본사 만족도, 그리고 경영성과에 미치는 영향을 체계적으로 분석하고 그 시사점을 도출하고자 하였다. 또한 안경원의 특성과 유형, 브랜드에 따라 안경원의 경영성과에는 어떤 영향을 미치는지 분석하였다.

설문조사는 2021년 5월 12일~28일까지 전국에 분포되어 있는 안경원을 대상으로 구글(google) 설문지를 이용하여 수집하였으며, 유효한 설문지 총 258개를 활용하였다. 표본은 안경 프랜차이즈 브랜드를 10년 이상 운영하며 전국에 70개 이상의 가맹점포를 가진 5개 대형브랜드 프랜차이즈 안경원(150개)과 이들 브랜드 이외의 기타브랜드 안경원(52개), 독자적으로 안경원을 운영하고 있는 일반안경원(56개)이 채택되었다. 통계분석을 위해 SPSS-26 통계패키지와 AMOS-26 프로그램을 사용하였다. 연구결과를 도출하기 위해 타당성 및 신뢰도 분석, 요인분석과 회귀분석, MANOVA분석을 실시하였다.

연구모형은 안경원 원장이 인식하는 운영관리 활동(본사/브랜드 선택, 가맹본사교육, 가맹본사관리, 고객관리, 고객마케팅)에 대해 24문항, 매개변수(가맹본사만족도, 고객만족도) 및 성과요소(매출성과, 고객 수)로 20문항을 각각 5점 척도로 구성하여 미치는 영향을 분석하였다.

연구의 주요결과는 다음과 같다. 첫째, 타당성 및 신뢰도 분석은 모두 이상이 없는 것으로 나타났다. 둘째, 운영관리 요소 중에서 고객관리가 가장 중요한 성공요인으로 나타났으며, 대형브랜드 안경원이 기타브랜드 및 일반안경원에 비해 성공요인에서 상대적인 강점을 가진 것으로 분석되었다. 셋째, 대형브랜드가 기타브랜드 및 일반안경원에 비해 매출성과 및 고객 수에서도 더 유리하다고 인식하는 것으로 확인되었다. 반면, 고객만족도는 통계적으로 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 넷째, 대형브랜드가 브랜드이미지를 강조하며 안경사전문성과 브랜드가

* 본 연구는 아직 미완성된 초고 수준의 논문이므로 인용을 금지합니다.

눈에 쉽게 띄는 우량한 점포위치를 선호하는 반면, 중소형 기타브랜드는 마케팅역량(30.8%)을 가장 중요한 성공요인으로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 다섯째, 회귀분석 결과, 운영관리의 '본사/브랜드선택'이 가맹본사만족도에 미치는 영향은 $p < 0.001$ 유의수준에서 $\beta = 0.418$, $t = 7.210$ 으로 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있어 채택되었다. 여섯째, 가맹본사만족도가 매출성과에 미치는 영향은 $\beta = 0.263$, $t = 3.142$ 로 유의수준 $p < 0.01$ 에서 통계적으로 유의한 정(+)의 영향으로 나타났으나 고객만족도는 유의하지 않는 것으로 나타났다. 일곱째, 운영단계의 성공요인은 고객만족도를 통해 매출성과와 고객 수에 유의한 정(+)의 효과를 미치는 것으로 분석되었다.

이상과 같이 분석된 안경원 사업의 성공요인은 향후 안경원을 운영하고자 하는 예비창업자 및 안경원 운영자에게 실질적인 시사점을 제공해 줄 것으로 판단된다. 지금까지 다른 업종에 대한 분석은 많았으나, 전국의 안경원을 대상으로 유형별, 브랜드별로 구분하여 분석한 최초의 연구라는데 차별성이 있다.

주제어 : 프랜차이즈, 안경원, 브랜드, 성공요인, 가맹본사, 고객만족도

With & Post COVID19 Pandemic Era:

韓國 ESG 現況과 測定 政策 方向

姜哲勝

중앙대학교

최근 전세계적으로 ESG에 대한 논의가 활발하게 전개되고 있다. ESG는 환경(Environment), 사회(Social), 지배구조(Government)의 약자이다. ESG는 주주이익 중심의 자본주의 체제의 한계와 기업의 역할에 대한 기존 인식의 반성으로부터 시작됐다. 또한 기후 위기가 현실로 다가옴에 따라 기존의 발전 패러다임으로는 지속가능발전이 어려워진 것도 기업이 ESG에 관심을 가진 계기가 됐다. 지속가능발전이란 “미래세대들의 욕구를 충족시킬 수 있는 능력을 저해하지 않으면서 현재 세대들의 필요를 충족시키는 개발을 의미한다. 경제성장, 사회발전, 친환경의 세 부문이 선순환적 관계를 갖고 조화롭게 발전해나가야 한다는 것이다. 지구환경용량을 초과하지 않는 범위 내에서 지속가능한 발전을 해야 함을 강조하는 것이다. K-ESG지수를 만들 때, 이념적이거나 정치적인 기준은 배제해야 한다. ESG가 이념이나 정치적 잣대로 하나의 기업을 지배하기 위한 기준으로 사용되어서는 안 된다. 이런 관점에서 보면 한국의 ESG 논의는 다소 왜곡되고 있다. 기업 스스로가 친사회적이고 친환경적이고 친지배구조적으로 바뀌도록 도와주어야 한다. ESG의 주체는 기업이기 때문에 강요보다는 기업의 자율성을 제고시키는 방향에서 접근해야 한다. 노르웨이 국부펀드가 한국전력의 1,600억원을 포함해 석탄 관련 투자를 철회하겠다고 했고 네덜란드 공적연금 또한 포스코 대우에 대한 투자를 철회했다. 마이크로 소프트와 애플, GM등도 RE100(Renewable Energy 100%, 재생에너지 100%)의 약자로 기업이 사용하는 전력량의 100%를 2050년까지 재생에너지 전력으로 충당하겠다는 목표의 국제 캠페인에 참여하겠다고 했다. 사우디아라비아는 2030년까지 50%의 재생에너지 사용을 선언했다. 투자자의 기준이 단순히 주주나 기업의 이익만 따지는 것이 아니라 이해관계자 기준으로 바뀌고 있다. 구글도 인공지능을 통해 인간의 삶의 질을 개선하는데 기여하겠다고 선언했다. 자본주의 체제의 변화 자본주의 체제는 시장기능을 전제로 한다. 다만 시장기능이 정상적으로 작동하지 않을 때 정부가 시장에 개입할 수 있다는 논리이다. 반면, 사회주의는 시장의 역할을 인정하지 않고 정부가 모든 것을 해야 한다는 이론이다. 그 실증적 사례가 공산화 이후 중국과 소련의 1인당 GDP 수준이다. 이들 국가의 1인당 GDP 수준을 보면 미국 대비 5%를 벗어나지 못했음은 물론

체제 붕괴전까지 이 수준을 벗어나지 못했다. 이것이 사회주의가 몰락하게 된 이유이다. 이에 반해 자본주의는 발전을 거듭했다. 칼레츠키는 2008년 세계 금융위기 이후를 자본주의 4.0이라고 명명하며 시장과 정부는 항상 완벽한 것은 아니라고 했다. 시장과 정부의 역할 분담을 기준으로 자본주의 체제를 4단계로 나누면 한국의 자본주의는 정부주도형 자본주의인 국가자본주의이다. 국가자본주의는 동유럽국가나 중국 등의 체제전환형 자본주의 다음으로 정부의 역할이 강하다. 국가 자본주의 이후로는 독일 등 서유럽국가인 사회적 시장 자본주의, 그 이후 단계가 시장의 역할이 큰 미국형 시장자본주의이다. 우리나라는 아직도 유럽이나 미국에 비해 정부의 역할이 과도하게 높은 나라로 ESG와 기업의 역할과 과거 기업의 역할은 주주가 기업의 주인으로 주주이익의 극대화를 추구하는 것을 주주자본주의라고 한다. 그러나 이것이 바뀌었다. 2019년 미국 CEO를 대변하는 BRT(Business Round Table)는 “기업의 결정은 더 이상 주주이익을 극대화 하는데 그쳐서는 안 되며 직원, 고객, 사회 전체 등 모든 이해당사자를 고려해야 한다고 선언했다. 기업의 역할이 주주 중심에서 이해관계자 중심으로 바뀌는 계기가 되면서 기업의 CEO들이 기업의 역할에 대한 새로운 인식을 가지게 되어 사회적 이익의 극대화를 위해 주주 이익뿐만 아니라 이해관계자 모두의 이익도 함께 고려하는 자본주의로 바뀌어 가고 있다. 여기서 이해관계자란 소비자, 종업원 거래납품업체 등을 말한다. UN투자원칙은 전통적인 재무적 요소만이 아니라 비재무적 요소를 고려한 투자를 하도록 장려한다. 책임투자는 투자결정과 지배구조에 있어서 환경, 사회, 지배구조를 통합하는 전략과 실천을 의미한다. 즉 이해관계자 자본주의로 접어들면서 경영을 할 때, 기업의 지배구조뿐만 아니라 사회적 책임과 환경부분을 같이 고려할 것을 강조하여 ESG와 지속가능발전은 경제성장, 사회발전, 친환경 세 부문이 선순환적 관계를 갖고 조화롭게 발전해 나가는 것을 의미한다. 본 연구에서는 한국에서 ESG의 논의 배경과 현황, 선진국의 동향을 분석한 후 한국의 ESG 미래 측정 정책방향을 제시하여 한국의 경제성장과 사회발전에 기여하고자 한다.

Key Words : 코로나 19, 주주이익, 자본주의, 사회주의, 이해관계자, ESG 측정

Session C
인사조직

팀-구성원 교환관계가 눈치를 매개로 직무성과에 미치는 영향에 관한 연구

라미진

배재대학교

류성민

경기대학교

경영환경이 요구하는 변화에서 자유롭지 못한 오늘날의 조직은 가속화되는 경쟁과 조직 내 성과압박을 경험하고 있다. 조직성과 창출에 있어 주요 변수인 팀-구성원 교환관계의 유효성은 이미 명확히 실증되었다. 리더에 중점을 둔 LMX(Leader Member Exchange)에 비해 10년 후에 개발된 TMX의 연구 흐름은 팀 환경에서의 사회적 교환관계에 역점을 두고 이루어져왔다. 이에 변화하는 환경에 대응하기 위한 방안으로 보다 더 큰 범위인 조직내의 팀 구성원과 팀 전체 간의 사회적 교환관계 즉, TMX에 초점을 둔 연구를 진행하였다.

한국인의 특성과 관련된 변수인 정, 체면, 눈치 중에서 가장 많이 언급된 주제는 눈치이다. 다른 변수들에 비해 많이 다루어져 왔음에도 불구하고 경영 조직 내 성과를 측정하는 연구는 여전히 매우 미흡한 수준이다. 많은 선행연구들에서 눈치의 이론적 발전을 촉구하며 더욱 많은 상황변수들을 탐색할 것을 강조하였다. 본 연구는 항공사 객실조직 성과와 TMX 연구에 있어 눈치의 매개효과를 탐색하는 것을 주된 목적으로 한다.

본 연구는 총 국내외 항공사 10개 기업, 252명의 구성원들을 대상으로 실증연구를 진행하였다. 사회교환이론을 기반으로 TMX가 직무성과에 정(+)의 영향이 있음을 확인하였다. 이 과정에서 있어 구성원들의 눈치 매개하는 것을 입증하였다.

객실승무원 온라인교육품질이 학습전이효과에 미치는 영향: 교육만족의 매개효과 및 개인특성의 조절효과

정은주

항공대학교

이상정

항공대학교

급변하는 경영 환경 속에서 경쟁력을 높이기 위하여, 기업들은 기업교육훈련을 집체교육에서 온라인교육으로 대체하고 있다. 기업교육훈련이 온라인으로 대체되는 이유는 비용 감축이라는 경제적인 효과와 함께, 종업원의 교육성과를 높이고 업무능력 향상과 업무수행에 도움을 주기 위함으로 점차 온라인교육이 늘어나고 있는 추세이다.

이러한 변화는 COVID-19의 영향으로 오프라인에서 온라인교육으로 변화가 가속화되고 있다.

COVID-19 상황에서 객실승무원 교육훈련은 필수적인 온라인교육만 실시하고 있으며, 대부분의 집체교육은 잠정 중단된 상태이다. 집체교육이 재개될 때까지 온라인교육으로 지속 운영될 것으로 보인다.

현재와 같은 불확실한 환경의 증가는 교육환경에서 비대면 교육에 대한 요구가 더 다양해질 것이고 그 중요성은 더 증가할 것이다. 다양한 온라인교육 응용프로그램이 개발되어야 하며, 기존에 집체교육을 통해서만 가능했던 교육 콘텐츠가 온라인교육에서도 적용될 수 있도록 시스템 부분도 강화될 필요가 있다.

또한, 최근 객실승무원은 온라인 교육 뿐 아니라 사전 비행준비 업무도 모바일기기를 활용하고 있으므로, 이를 이용하는 과정에서 재미와 흥미를 느낄 수 있도록 하는 것도 업무능력을 높이는데 도움을 줄 것으로 보인다.

본 연구에서는 객실승무원 대상으로 온라인 교육품질이 학습전이효과에 미치는 영향과 교육만족의 매개효과 및 개인요인의 조절효과를 분석하였다.

행위이론의 전개과정에 대한 고찰: 경영학적 접근

김영희

한국항공대학교

이상정

한국항공대학교

본 연구에서는 행위 관련 이론들의 전개과정에 대해 살펴보았다. 행위 관련 이론들의 전개과정에 대해 살펴보았다. 행위이론 및 의사결정 관련 국내외 저명학술지에 게재된 논문들을 대상으로 문헌연구를 중심으로 연구하였다. 주로 소비자의사결정 관련 시각에서 사회인지에 기반한 연구들과 행동의사결정론적 접근으로 나누어 정리·분석해 보았다. 사회인지에 기반한 이론은 사회심리학 분야 이론들을 바탕으로 주로 소비자의 의사결정 관련 태도 형성과 그 변화에 중점을 두고자 하는 접근이다. 대표적 이론으로는 기대가치이론, 동기이론, 합리적 행위이론, 계획된 행위이론, 기술수용모델 등이다.

이에 비하여 행동의사결정론적 접근은 이전까지 의사결정이론의 근간이 되었던 합리적 의사결정, 효율성 추구, 충분한 정보 보유, 체계적인 선호체계에 기하여 효용극대화를 위하여 결정을 한다는 가정이 항상 성립되지 않는다고 본다. 그리하여 제한적 합리주의, 프로스펙트이론, 휴리스틱적 접근, 정보처리과정을 반영하는 의사결정과정에 대한 관심, 구성적 의사결정 개념으로 의사결정을 설명하고자 한다.

여기에 더하여 사회심리이론에서 제시된 비의식과정 연구, 확인편향, 조절초점이론, 해석수준이론 등은 의사결정에 대한 이해의 폭과 깊이를 더하게 해주고 있다. 또한 사람의 행위에 대하여 경영학적인 관점에서 나열해 보고 각 연구방법에서 다루었던 행위들을 조사·분석하고 정리해 본 이후 각 이론에서 분석한 대상 행위들을 구분하여 정리해 보았다.

사람의 의사결정 및 행위는 과정상의 복잡성, 영향을 미치는 요인들의 다양성, 불가능에 가까운 행위자체 예측과 다변성, 관찰과 확인의 어려움 등으로 인하여 학문적으로 일관되게 설명할 수 있는 일목요연한 이론이나 모형이 개발되어 있지 않다. 그리하여 행위에 대한 설명을 위한 다양한 이론들과 모델들이 제안되어 있고 연구자들 역시 자신이 분석하고자 하는 행위에 적절한 이론이나 모델을 적용하여 분석하고 연구해 보는 방식을 택하고 있다. 다양한 이론들이나 설명모델 중에 관심대상 행위나 의사결정 과정과 관련하여 설명력이 높고 적절하다고 판단되는

이론이나 모델을 찾아내는 것이 당연히 중요하다. 다만, 다양하게 제시되어 있는 이론들 간의 관계 그리고 발전과정에 대한 이해가 선행된다면 해당 행위나 의사결정을 설명하는데 이해의 폭을 한층 넓힐 수 있을 것이라고 본다. 본 연구결과는 행위 및 의사결정 관련 이론들의 전개과정에 대한 이해에 적지 않은 도움이 될 것이라 판단된다.

고몰입작업시스템이 사회적 자본과 조직 양면성에 미치는 영향: 혁신지향적 조직문화의 조절효과를 중심으로

조일현

한국외국어대학교

양재완

한국외국어대학교

조직의 목표를 달성하기 위해서는 인적자원의 전문적 지식, 기술, 능력을 적극적으로 개발하고 전략적 관점에서 관리하며, 혁신을 통해 지속가능한 경쟁우위를 확보하여야 한다.

이를 위해 기업은 현재의 자원을 효율적으로 이용하는 활용(exploitation)과 새로운 기회를 포착하는 탐색(exploration)을 동시에 수행할 수 있는 조직 양면성의 확보가 필요하다.

본 연구는 고몰입작업시스템이 조직 양면성과 어떠한 관계가 있는지를 고찰하며 특히 고몰입작업시스템과 조직 양면성을 연결하는 주요경로로서 사회적 자본의 역할과 매개효과를 실증하고자 한다. 아무리 우수한 고몰입작업시스템을 설계하여 보유하더라도 적절한 실행과 과정이 수반되지 않는다면 목적인 성과를 달성하기 어려울 것이다.

세부적으로 보면, 고몰입작업시스템이 조직 양면성에 직접적으로 미치는 영향과 조직의 사회적 자본에는 어떠한 영향을 미침으로써 궁극적으로 조직 양면성에 기여하는지에 대한 간접적인 영향을 살펴봄으로써 고몰입작업시스템의 실행과정에서 사회적 자본의 중요성을 파악하고 사회적 자본과 조직 양면성의 관계에서 조직의 혁신문화가 미치는 조절효과를 검증한다.

한국직업능력개발원의 인적자본 기업패널자료(HCCP: Human Capital Corporate Panel)를 사용하여 427개의 기업을 대상으로 분석한 결과, 고몰입작업시스템은 조직 양면성과 사회적 자본에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

또한 사회적 자본은 고몰입작업시스템과 조직 양면성을 매개하는 것으로 나타났으며 혁신지향적 조직문화는 사회적 자본과 조직 양면성의 관계를 조절하는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 고몰입작업시스템이 조직 양면성을 직접적으로 향상시킬 뿐 아니라 사회적 자본의 증가에 영향을 주어 궁극적으로 조직 양면성의 향상에 기여하는 사회적 자본의 매개효과를 확인할 수 있었으며 혁신지향적 조직문화는 사회적 자본과 조직 양면성의 관계에 있어 조절효과가 있음을 확인하였다.

본 연구는 조직 양면성 창출 프로세스를 통합적으로 접근함으로써 기업성장을 위한 전략적 방향을 설정하는데 있어 현실적인 시사점을 도출하고 결론에서는 실증결과의 요약과 본 연구가 갖는 학문적·실무적 의의를 제시하였다.

주제어 : 고몰입작업시스템, 조직 양면성, 사회적 자본, 혁신지향적 조직문화, 활용과 탐색

Session D
재무 · 회계

전속설계사와 GA설계사의 비교를 통한 업무윤리분석

An Analysis on Insurance Agent's Ethical Intention by Comparing Exclusive Agent and GA Agent

오병철

항공대학교

본 연구에서는 보험상품의 불완전 판매와 관련하여 가장 중요한 부분인 설계사의 업무윤리가 반영된 행위의도를 분석해 보고 이를 토대로 불완전 판매를 줄일 수 있는 방안마련에 대한 시사점을 제공하고자 한다. 설계사의 행위의도는 고객우선주의, 정보과장자제, 업무윤리준수의 3가지 요인으로 구성되며, 고객우선주의 관련하여서는 태도, 주관적 규범, 도덕적 규범이 유의하고 평판과 업무자율권이 영향요인으로 조절효과가 있다는 점, 정보과장자제의 경우 도덕적규범, 지각된 행위통제가 유의한 요인이며, 업무윤리준수의 경우 도덕적규범, 평판이 유의한 영향요인이 된다. 또한 전속설계사와 GA설계사를 구분해 볼 경우 전속설계사는 집단규범이 평판 및 업무자율권보다 더 중요한 요인으로 작용하는 반면 GA설계사는 집단규범 보다 평판 및 업무자율권이 더 큰 비중으로 행위의도에 영향을 미친다는 점 등이 분석되었다.

경제적 요인이 주가지수에 미치는 영향

- 화장품산업을 중심으로

김형규

청운대학교 글로벌경영학과

Ross(1976)는 기업의 본질적 변수와 경제변수들을 이용하여 주식수익률을 설명하는 이론적 모형으로 APT(arbitrage pricing theory)를 제시하였으며, APT가 등장한 이후 주식수익률과 거시경제요인 간의 관련성을 실증적으로 검증하고자 연구들이 활발하게 진행되었다. 현재까지 주가지수와 거시경제요인 간의 관계를 다룬 연구가 지속적으로 진행되었으며, 초기엔 주식시장 전체 또는 업종별 및 규모별 주식시장의 가격 수준을 대변하는 주가지수와 거시경제요인의 관계를 규명하는 연구가 주를 이루어졌다.

본 연구는 본 연구는 뷰티산업 중에서도 대표 업종으로 인식되는 화장품제조업의 주가지수와 거시경제요인 간의 동적관계를 분석한 뒤 시사점을 제시하였다. 본 연구의 표본기간은 2001년 2월부터 2019년 12월까지이다. 분석에 사용된 변수는 월별 시계열 자료인 한국거래소 코스피 시장 및 코스닥시장에 상장된 화장품제조업 소속 기업의 시가총액, 대미달러 대비 원화 환율, 소비자물가지수, 산업생산성지수, 통화량, 이자율 등의 거시경제지표를 기초로 측정하였다. 본 연구의 분석도구는 시계열 자료 분석에 유용한 VAR모형(vector autoregressive model) 기반의 단위근 검정(unit root test), 그랜저 인과관계 검정(Granger causality test), 그리고 충격 반응 분석(impulse response analysis)이다.

실증분석 결과, 분석기간에 따라 차이는 존재하였으나 인플레이션, 이자율, 통화량 등은 국내 화장품제조업 주가지수를 예측하는데 유용한 변수가 되는 것으로 나타났다. 그리고 국내 화장품제조업 주가지수는 통화량, 산업생산성, 환율 등과 관련된 거시경제지표를 예측하는데 유용한 선행지표가 될 수 있음을 보였다. 본 연구의 결과는 국내 화장품제조업 소속 기업의 경영자 및 투자자, 그리고 뷰티산업 관련 정책 입안자에게 유용한 정보가 될 수 있을 것으로 기대한다.

목표지향적 행위이론에 기한 보험설계사의 행위의도 분석

윤정환

한국항공대학교 박사과정

1. 연구의 목적 : 본 연구에서는 보험상품의 불완전판매와 관련하여 가장 중요한 부분이라고 할 수 있는 보험설계사의 정보제공관련 업무윤리를 분석해보고 연구결과를 토대로 불완전판매 축소관련 시사점을 제공하고자 함
2. 이론적 배경 : 개인의 행위 및 행위의도를 체계적으로 설명하고자 하는 이론에는 크게 3가지로 나눌 수 있다. 합리적행위이론(Theory of Reasoned Action), 계획된 행위이론(Theory of Planned Behavior), 그리고 목표지향적 행위이론(Theory of Goal-directed Behavior) 이 그것이다.
3. 연구설계 : 본 연구에서는 보험설계사의 업무수행관련 행위의도를 이들 행위 관련이론들을 적용하여 분석하고자 하였음. 보험설계사의 행위의도를 상품정보제공의도, 자신의 역량소개의도 및 윤리적행위의도로 구분하고, 주관적규범개념에 집단적 규범, 기술적 규범, 도덕적 규범으로 세분하여 모델을 수립하고, 목표지향적 행위이론을 적용하여 분석함
4. 분석결과 :
 - 보험상품의 정보를 제공하려는 행위의도에 태도와 주관적규범이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타남. 특히 태도의 경우 마이너스(-)의 결과로 나타나, 보험설계사가 자신을 소개하는 데 있어, 계약을 성사시키기 위해 자신의 역량을 과장할 가능성이 있는 것으로 해석됨. 반면, 집단적규범(평판)과 계약상의 의무는 보험설계사가 함부로 과장을 하지 못하도록 하는 역할을 하는 것으로 나타남.
 - 업무관련 윤리에 영향을 미치는 요인 중 태도, 집단적규범(평판), 그리고 지각된 행위통제가 통계적으로 유의한 영향을 미치는 결과를 보이고 있음. 따라서 설계사의 신념 등에 기한 태도, 평판 및 지각된 행위통제는 업무윤리를 견지하도록 하는데 영향을 미친다고 볼 수 있음.

- 목표지향적행위이론에서 설계사의 열정(또는 열망)과 관련하여 통계적으로 유의한 영향을 미치는 변수는 태도, 지각된 행위통제, 긍정적 기대감 및 과거경험이라는 것을 보여주고 있음.

5. 시사점

- 보험설계사의 기본적 태도에 대한 교육과 긍정적기대감을 높이고, 설계사의 열정을 높일 수 있도록 함으로써, 보험상품의 완전판매와 설계사의 실적증진을 도모할 수 있을 것임

비상장기업에서 기업 신용등급과 회계 보수주의의 관계

차상권

한양대학교

김진태

중앙대학교

본 연구는 그간의 선행연구가 상장시장을 대상으로 분석되어 왔던 회계 보수주의에 관한 연구를 비상장기업을 대상으로 확대하여 분석하였다. 또한 기존의 채권자 관점에서 논의되었던 보수주의에 대해, 기업의 관점에서 접근하였다. 채권자 관점에서 보수주의는 정보위험을 낮추고 정보비대칭을 해소하는 장치로써 유용성이 있다고 보고 있으나 실제로 기업신용등급이 낮은 경우의 정보위험을 낮추고자 회계 보수주의를 높일 유인이 있는가에 대해 살펴보고자 하였다. 앞선 채권자 관점에서는 신용등급이 낮을수록 보수적인 회계처리 수준이 관찰되어야 하는데, 보수적인 회계처리를 수행한다면 수익성이 낮게 계상되고 이에 따라 순자산이 과소계상되어 결과적으로 부채조달비용이 증가하거나 부채조달이 어렵게 되는 상황이 나타날 수 있게 된다. 그렇다면 신용등급이 낮은 회사가 보수적으로 회계처리할 유인이 없을 것으로 보인다.

이를 위해 2012년부터 2020년까지 외부감사대상 118,910개의 기업-연도를 대상으로 분석한 결과, 신용등급이 높을수록 회계 보수주의가 관찰되었다. 이러한 결과는 기업의 규모나 감사인의 규모에 따라 차이를 보이지 않는 강건한 분석결과로 나타났고, 시차변수나 기업신용등급의 측정방법에 따라 차이를 보이지 않는 것으로 나타났다.

본 연구의 결과는 비상장기업은 자기자본으로부터 조달받지 못한다는 점에서 타인자본의 중요성은 매우 높다고 할 때, 기업신용등급은 타인자본조달에서 핵심적인 역할을 수행하는데, 기업신용등급을 개선시키기 위한 여러 노력 가운데 하나가 바로 회계정책을 보수적으로 수행하는 방법이라는 점에서 중소기업에게 정책적 시사점을 제공한다.

핵심 주제어: 기업 신용등급, 회계 보수주의, 손실의 적시성, 이익의 적시성

Session E
경영전략

한국기업경영학회 2021년 추계학술대회

국제합작투자 파트너 간 몰입과 신뢰가 파트너 적합성에 미치는 영향: 경쟁관계의 조절효과를 중심으로

한가록

순천대학교

이재은

순천대학교

본 연구는 사회적 교환이론을 바탕으로 국제합작투자 파트너 간 몰입과 신뢰가 파트너 적합성에 미치는 영향을 파트너 간 경쟁관계의 조절효과를 중심으로 실증분석하였다. 한국기업과 외국기업 간 형성된 국제합작투자 기업들을 대상으로 실증분석한 결과는 다음과 같다. 첫째, 파트너 간 몰입은 파트너 적합성에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 파트너 기업들이 합작투자에 몰입할 때 몰입과정에서 얻는 성과를 극대화하고자 노력하고나 하며, 만약 합작투자를 중간에 포기하게 될 경우 이는 매몰비용으로 전환될 수 있기 때문에 합작파트너의 맞춰가려는 경향이 높아질 수 있어 파트너 간 몰입은 파트너 적합성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 판단된다. 둘째, 파트너 간 신뢰는 파트너 적합성에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 파트너 기업들 간 신뢰가 형성되면 성공적인 합작투자를 위해 긴밀한 상호협력 관계를 구축하고, 잠재적 갈등을 저해할 수 있어 파트너에 서로 맞춰가려는 경향이 높아지기 때문에 파트너 적합성에 긍정적인 영향을 미친다는 점을 시사한다. 셋째, 파트너 간 경쟁관계는 몰입이 파트너 적합성에 미치는 유의한 정(+)의 영향을 강화하는 것으로 나타났다. 파트너 간 경쟁관계는 산업 내에서 보다 우월한 지위를 확보하고자 파트너 간 상호보완적 관계를 형성할 것이며 성공적인 국제합작투자를 위해 합작관계를 유지하려 노력할 수 있다. 또한 파트너 기업은 합작투자를 통해 자신에게 없는 자원을 보완할 수 있게 되기 때문에 파트너 간 몰입이 적합성에 미치는 긍정적인 영향이 더욱 강화되는 것으로 판단된다. 넷째, 파트너 간 경쟁관계는 파트너 간 신뢰가 파트너 적합성에 미치는 유의한 정(+)의 영향을 강화하는 것으로 나타났다. 실제적이거나 잠재적으로 경쟁관계에 있는 파트너 기업들이 공동의 목표를 위해 일시적으로 합작투자를 하게 되는 경우 본질적인 전략적 딜레마를 가질 수 있다. 하지만 경쟁관계의 국제합작투자는 산업 내 다른 경쟁기업들과 경쟁에서 보다 우월한 지위를 점할

수 있는 성숙한 협력관계로 나아갈 수 있기 때문에 파트너 간 신뢰가 적합성에 미치는 긍정적인 영향이 더욱 강화되는 것으로 판단된다.

본 연구는 다음과 같은 시사점을 가진다. 먼저 사회적 교환이론을 바탕으로 기존 선행연구들이 주목하지 않았던 파트너 적합성의 선행요인으로 몰입과 신뢰가 파트너 적합성의 미치는 영향을 규명하였다는 점에서 유용한 이론적 시사점을 지닌다. 다음으로 실제적이거나 잠재적으로 경쟁관계에 있는 기업들은 파트너 적합성에 유의한 부(-)의 영향을 주지만, 오히려 몰입과 신뢰가 적합성에 미치는 정(+)의 관계를 강화시킨다는 점에서 기존의 선행연구들과는 다른 유용한 학술적 시사점을 제시하고 있다.

핵심 주제어: 국제합작투자, 몰입, 신뢰, 파트너 적합성, 경쟁관계

인공지능 혁신역량 개발의 선행요인과 결과의 이론적 모델: 동태적 역량 관점

문창호

충남대학교 경영대학원 교수

인공지능 혁신역량에 대한 기존 연구의 미비점을 인지하여 본 연구의 주목적은 인공지능 혁신역량 개발에 영향을 미치는 선행요인들과 인공지능 혁신역량 개발이 기업의 경쟁우위에 미치는 영향을 나타내는 이론적 연구모형을 제안하고 이를 분석 하는 데에 있다. 본 연구에서는 인공지능 혁신역량 개발의 개념을 환경변화에 따라 진화 발전하는 동태적 역량 관점에서 조명되어야 한다는 점을 강조하고, 인공지능 혁신역량 개발의 선행요인들의 선택 또한 동태적 역량 관점에서 분석되어야 한다는 점을 제시한다. 인공지능 혁신역량 개발에 영향을 미치는 선행요인들로 전략적 리더십 특성을 나타내는 최고경영자(CEO)의 기술기능 직무경험(technical function experience)과 변혁적 리더십(transformational leadership), 조직의 문화적 특성을 나타내는 적응문화(adhocracy culture)와 기술혁신지향성(technological innovation orientation), 그리고 조직의 자원과 역량 특성을 나타내는 전략적 유연성(strategic flexibility)과 흡수역량(absorptive capacity)을 제시하였다. 이러한 요인들은 경영전략, 조직이론 및 기술혁신 분야의 연구문헌에서 조직의 혁신활동과 혁신역량에 영향을 미치는 그리고 동태적 역량의 성격을 갖는 주요 조직의 적응 메커니즘(adaptive mechanism)으로 연구 분석되어온 변수들이다. 본 연구에서는 또한 환경특성 요인인 환경 불확실성과 경쟁강도가 인공지능 혁신역량 개발과 선행요인들 사이의 관계를 조절하는 효과를 연구모형에서 제시하고 이를 분석한다.

특히 본 연구에서는 인공지능 혁신역량 개발의 개념을 환경 변화에 따라 진화 발전하는 동태적 역량의 관점에서 분석하기 때문에 인공지능 혁신역량 개발을 이미 구현된(realized) 혁신역량에 국한하지 않고 개발 중에 있거나 개발을 계획하고 있는 아직 구현되지 않는 잠재적인(potential) 혁신역량(지식의 축적 또는 자원 투자 등)을 포함하는 개념으로 제시한다. 또한 본 연구논문에서 제시하는 연구모형의 향후 실증적 연구 분석을 위하여 이러한 인공지능 혁신역량 개발이 가져오는 결과를 사후 관점에서 측정하는 기업의 단기적인 재무성과에 중점을 두어 평가하기보다는 시장기회의 활용 등을 포함하는 기업의 미래 지향적인 경쟁우위 관점에서 예측 평가하는 것에 초점을 맞추는 기술혁신 분야의 한 실증분석 방법인 미래예측(foresight) 기법을 제시한다.

핵심 주제어: 인공지능 혁신역량 개발, 선행요인, 동태적 역량, 경쟁우위

객실승무원 조직문화 인식이 승무만족에 미치는 영향 연구: 전공선택 동기의 조절효과

정승민

디엔에스코리아

본 연구에서는 업무의 성격이 특수한 객실승무원 조직과 승무만족에 대해 살펴보았다.

일반적 직무만족의 객실승무원 업무를 위한 구체적 표현인 승무만족에서 독특하게 형성되어 있는 조직문화는 승무만족에 영향을 미칠 것이라 예측할 수 있다.

항공사 객실승무원의 조직문화는 관계지향형, 혁신지향형, 위계지향형, 그리고 과업지향형으로 구분되었고, 승무만족은 업무만족과 업무외 만족으로 구분하였다.

한편 전공선택동기는 개인적 동기와 환경적 동기로 나누었다. 이러한 구분을 바탕으로 조직문화 인식이 승무만족에 미치는 영향 그리고 그 과정에서 전공선택 동기의 조절효과 여부를 분석해 보았다.

과업지향형 문화는 업무만족 뿐 아니라 업무외 만족에도 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타나고 있다. 한편 관계지향형 문화는 업무만족에는 유의하지 않으나 업무 외 만족에는 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 혁신지향형 문화의 경우 업무만족에는 0.1 수준에서 유의하다고 할 수 있으며 업무외만족에는 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 위계지향형 문화는 업무만족 및 업무외만족 모두에 유의한 영향을 미치는 결과를 보이고 있다.

또한 전공선택 동기인 개인적 동기와 환경적 동기 모두 조절효과를 보이지 않고 있다.

다만 항공운항 전공자와 그 외 전공자를 비교해 봤을 때 항공운항 전공자가 그 외 전공자 보다 비행업무 관련 평균적으로 높은 만족도를 보이고 있다는 점은 신입직원 선발에서 참고할 만한 가치가 있다고 판단된다.

기업규모, 수출경험과 수출시장 다변화가 중소기업 수출성과에 미치는 영향: 전남지역 중소기업을 중심으로

장유진

순천대학교 무역학전공 박사과정, 제1저자

이재은

순천대학교 무역학전공 교수, 공동저자

본 연구에서는 기업규모, 수출경험과 수출시장 다변화가 중소기업 수출성과에 미치는 영향을 전남지역 내 150개 중소기업들을 대상으로 실증분석하였다. 실증분석한 결과는 다음과 같다. 첫째, 기업규모는 중소기업 수출성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 기업규모는 기업들이 수출시장을 확대함에 있어 기반이 되는 요인으로 기업규모가 클수록 기업들이 수출을 더욱 전문적이고 합리적으로 진행할 수 있기 때문으로 해석할 수 있다. 둘째, 수출경험은 중소기업 수출성과에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 수출 경험은 기업들이 경험을 통해서 습득될 수 있는 기업의 내부자원으로 수출성과를 창출함에 있어 중요하나, 일단 기업들이 수출을 하면 새로운 지식보다는 이전의 지식을 활용하게 되면서 오히려 수출성과가 감소하기 때문으로 해석할 수 있다. 셋째, 수출시장 다변화는 중소기업 수출성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 수출시장 다변화를 통해 기업들은 특정 국가가 아닌 다른 시장들에서의 경험을 통한 지식과 노하우를 습득하면서 수출성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 해석할 수 있다. 이러한 실증분석을 통해 전남지역 내 중소기업들의 수출성과에 미치는 요인들을 분석하였다라는 점에서 실무적 시사점을 그리고 중소기업 자체의 규모 또한 수출성과에 영향을 미칠 수 있다는 연구결과를 도출하였다라는 점에서 학술적 시사점을 제시하고 있다.

핵심 주제어: 수출성과, 기업규모, 수출경험, 수출시장 다변화