

환경의 동태성이 관계해지의도에 미치는 영향

강보현*
오세조**

본 연구는 할인점 업체(구매자)와 공급업체(판매자)의 거래관계를 대상으로 하여 환경의 동태성이 관계해지의도에 영향을 미치는데 있어서 의존, 목표불일치, 그리고 갈등이 매개변수로서의 역할을 하는지를 실증적으로 규명한 것이다. 총 180개의 공급업체들을 대상으로 하여 가설을 검증한 결과, 환경의 동태성이 의존, 목표불일치, 그리고 갈등에 정의 영향을 주는 것으로 나타났고, 목표불일치는 갈등에 정의 영향을 주는 것으로 나타났으며, 목표불일치와 갈등이 관계해지의도를 증가시키는 것으로 나타났다. 한편, 의존이 관계해지의도를 감소시키는 것은 가설과 방향성은 일치하지만 통계적으로 유의하지 않게 나타났다. 끝으로, 본 연구의 이론적 공헌점들 및 관리적 시사점들이 논의되었고, 연구의 한계점들 및 향후의 연구방향들이 제시되었다.

Key words : 관계해지의도, 환경의 동태성, 의존, 목표불일치, 갈등, 할인점

* 연세대학교 경영대학 박사과정
** 연세대학교 경영대학 교수

I. 서론

Macneil(1980)이 교환거래를 단속적 교환거래(discrete exchange)와 관계적 교환거래(relational exchange)로 구분하여 제시한 이후 Dwyer, Schurr, and Oh(1987)가 Scanzoni(1979)와 Thibaut and Kelley(1959)등의 사회 교환 이론(social exchange theory)을 바탕으로 구매자-판매자 관계를 발전시키는 5단계 모형을 제시함으로써 마케팅 분야에서 관계마케팅(relationship marketing)이 태동하였고, Morgan and Hunt(1994)의 신뢰-결속이론(trust-commitment theory)에 의해 관계마케팅의 선행변수들(antecedents)과 결과변수들(consequences)을 매개하는 중요한 핵심개념인 신뢰(trust)와 결속(commitment)이 제시됨으로써 관계마케팅은 그 이론적 토대를 확고히 하며, 실무에서도 널리 사용되는 중요한 이론으로서 자리매김 하였다.

관계 해지(relationship dissolution)는 구매자-판매자의 교환관계가 종결되어 더 이상의 교환거래가 없는 상태로 정의될 수 있다. 그러나, 관계 해지에 대한 연구가 중요함(오세조, 강보현, 김상덕 2004; Dwyer, Schurr, and Oh 1987; Morgan and Hunt 1994; Tähtinen and Halinen-Kaila 2002)에도 불구하고 관계마케팅 분야에서 관계의 형성과 발전에 대해서는 많은 연구들이 활발히 수행되고 있는 것에 비해 관계의 유지와 해지에 대해서는 연구들이 많지 않은 실정이다. 지금까지 관계 해지에 관한 연구들은 관계 해지의 과정에 대한 연구(e.g. Duck 1982;

Ping and Dwyer 1992; Halinen-Kaila and Tähtinen 2002)와 선행변수들에 대한 연구(e.g. 오세조, 강보현, 김상덕 2004; Ping 1993, 1994, 1995, 1997, 1999)등이 있으나, 아직까지 관계 해지에 대한 이해를 하기에는 부족한 실정이다. 결속(commitment)에 대한 연구들이 관계를 밝은 쪽에서 바라본 것이라면, 관계 해지에 대한 연구들은 관계의 어두운 쪽에서 바라본 것이다. Morgan and Hunt(1994)의 언급과 같이 건강을 유지하기 원하기 때문에 의사들이 질병의 원인과 메커니즘과 같은 연구를 해야 하는 것처럼, 관계를 유지하고 발전시키기 위해서는 관계가 왜 계속 발전하지 못하고 퇴보하거나 또는 해지되는지에 대한 명확한 이해를 지니고 있어야 한다.

오세조, 강보현, 김상덕(2004)은 관계마케팅이론(relationship marketing theory)과 거래비용이론(transaction cost theory)에서 중요한 가치를 가지는 변수들을 사용하여 관계해지에 영향을 미치는 요인들을 촉진요인과 완화요인으로 구분하여 검토함으로써 통계적으로 유의한 영향을 미치는 변수들을 제시한 바 있다. 그들은 저결속 구매자-판매자 관계에서 관계 해지의 선행변수들에 대한 기존의 연구들을 바탕으로 하여 관계마케팅이론(relationship marketing theory)과 거래비용이론(transaction cost theory)에서 사용되는 다양한 구성개념들(constructs)을 사용하여 프랜차이즈 산업의 가맹본부(franchisor)와 가맹점(franchisee)의 관계에서 가맹점들을 대상으로 본부에 대한 관계 해지를 촉진시키는 요인들(기회주의, 갈등, 목표불일

치, 대안의 매력도, 불공정성)과 완화시키는 요인들(의존, 협력, 커뮤니케이션, 관계규범, 거래특유투자, 관계종결비용, 만족, 신뢰)을 살펴 보았다. 연구결과, 의존(dependence), 커뮤니케이션(communication), 관계규범(relational norms), 만족(satisfaction), 그리고 신뢰(trust)는 관계 해지가 일어나지 않도록 관계 해지 의도의 형성을 완화시켰으며, 갈등(conflict), 목표불일치(goal incongruence), 그리고 불공정성(unfairness)은 관계 해지가 일어나도록 관계 해지 의도의 형성을 촉진시키는 것으로 밝혀졌다.

Achrol, Reve, and Stern(1983)이래로 마케팅 영역에서 중요하게 생각되어 온 환경(environment)에 관한 연구들은 그 결과가 일정하지 않으며, 나타난 결과가 일정하다고 하더라도 환경을 적절히 통제할 수 있는 방법의 부재로 인하여 환경에 관한 연구들이 주는 시사점은 이해하기도 어려울 뿐 아니라 적절히 활용하기도 어려웠다. 환경은 기업에게 직접적으로 또는 간접적으로 많은 영향을 주고 있으며 환경으로부터 필요한 자원을 공급받고 수익을 올려야 하는 기업의 입장에서는 생존과 성과에 있어 환경의 영향을 무시할 수 없는 입장이다(Achrol, Reve, and Stern 1983). 본 연구는 오세조, 강보현, 김상덕(2004)의 연구를 확장하는 의미에서 관계해지의도에 영향을 미치는 것으로 밝혀진 변수들을 바탕으로, 할인점(구매자)과 공급업체(판매자)의 관계에서 환경의 여러 가지 차원들 중 환경의 동태성에 초점을 맞추어, 환경의 동태성이 관계해지의도에 영향을 미치는

데 있어 어떤 변수들이 매개변수로서의 역할을 하는지를 규명하기 위한 것이다. 환경의 동태성에 초점을 맞추는 이유는 환경의 동태성은 여러 가지 환경의 차원들 중에서 환경의 불확실성에 대한 가장 강력한 결정변수이기 때문이다(이종하, 오세조 1991; Duncan 1972; Goll and Rasheed 2004).

II. 이론적 배경 및 가설설정

1. 환경의 동태성과 의존, 목표불일치, 그리고 갈등

환경에 관한 초기의 개념적 연구에서 Achrol, Reve, and Stern(1983)은 환경이 마케팅 유통경로의 내부 정치경제적인 요소에 강하게 영향을 미친다고 역설하며, 다음과 같은 다섯 가지의 환경 차원을 제시하고 있다.

(a) 환경의 수용성(풍부함/빈약함): 조직의 활동 영역 내에서 조직에게 활용 가능한 내부와 외부 자원들의 상대적인 풍부함과 빈약함.

(b) 환경의 동질성-이질성: 자원에 영향을 미치는 조직, 개인, 그리고 사회정치적인 세력을 포함하여 관련된 요소들 사이의 유사성 또는 다양성의 정도. 관련된 가능한 차원은 환경의 단순성-복잡성임. 이것은 의사결정의 복잡성과 직접적으로 연관되어 있음. 의사결정을 위해 필요한 투입 정보의 수가 적고 동질적이면, 환경은 더 단순함. 투입 정보의 수가 더 많거나 이질적이면, 환경은 더욱 복잡함.

(c) 환경의 안정성-불안정성: 환경의 요소들에서 일어나는 변동성 또는 전환성의 비율

(d) 환경의 집중성-분산성: 활용 가능한 내부와 외부 자원들이 소수의 또는 다수의 조직, 개인, 또는 지역에 의해 통제되거나 집중되어 있는 정도

(e) 환경의 혼란성: 환경이 환경요소들의 상호연관성과 증가되는 상호연관성의 비율에 의해 혼란되어지는 정도

Achrol, Reve, and Stern(1983)이후에 Achrol and Stern(1988)은 정치경제적 접근의 틀(political economy paradigm) 속에서 유통경로상의 의사결정 불확실성에 영향을 주는 환경차원에 대한 연구를 통해 동태성(dynamism), 다양성(diversity), 집중성(concentration), 그리고 풍요성(munificence)이 핵심적 환경차원임을 밝히고 이에 대한 체계적인 연구를 강조하였다. 그러나, 지금까지 환경의 차원 중에서 연구되어 온 차원들은 동태성, 다양성, 그리고 풍요성이며, 집중성과 혼란성에 대한 연구는 거의 없었다.

환경의 동태성은 환경의 요소들이 자주 변화하거나(Aldrich 1979) 본질적으로 바뀌어 전이되는 현상(Achrol and Stern 1988)을 의미한다. 환경의 동태성은 고객동태성, 경쟁자동태성, 그리고 기술동태성으로 구분되기도 하며(Jaworski and Kohli 1993), 자자동태성, 경쟁자동태성, 그리고 고객동태성(Achrol and Stern 1988)으로 구분되기도 한다. 환경의 동태성은 환경내의 여러 요소들이 서로 연계되어 예측하기 어렵게 변화하는 것으로 조직의 불확실성(uncertainty)을 증대

시킨다. 그리고, 환경의 동태성은 환경이 예측하기 어렵게 변화하는 정도로서 자사 동태성, 경쟁자 동태성, 그리고 고객 동태성의 세 가지 측면으로 파악한다(Achrol and Stern 1988). 또한, 시장환경의 동태성이 클수록 보다 통합된 형태의 유통경로구조가 나타나고 의사결정에 대한 공급자의 통제가 증가한다(Dwyer and Welsh 1985). Oh, Dwyer, and Dahlstrom(1990)은 공급자들이 파워를 가진 환경을 배경으로 하여 환경의 동태성과 풍요성이 어떻게 유통경로의 구조와 과정에 영향을 미치는 지를 연구하였다. 연구결과, 동태성은 힘의 사용에 대한 규범적 제약을 느슨하게 함으로써 힘의 불균형을 확대하는 것으로 나타났다. 또한, 환경의 동태성이 심할수록 공급자가 장기적 관계유지에 관심을 적게 가지게 됨으로써 약자들인 후방의 경로 구성원들의 공급자에 대한 의존이 더욱 심화되는 것으로 나타났다. Ganesan(1994)은 동태성과 같은 개념인 환경의 휘발성(environmental volatility)이 공급자에 대한 소매상의 의존을 심화시켜 소매상으로 하여금 공급자에 대한 관계를 장기적인 관계로 지향하도록 할 것이라는 가설을 세우고 연구를 한 결과, 환경의 휘발성은 의존에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

환경에 관한 국내의 대표적인 연구들로는 박종희(1993), 오세조(1990), 오세조, 심종섭(1990), 오세조, 임영균, 박종희, 이승창(1995), 이종하, 오세조(1991), 임영균(1990), 그리고 한상린(1998) 등이 있다. 이들의 연구는 주로 환경이 관료적 구조화와 관계의 질에 미치는 영향과 환

경이 유통경로의 구조(수직적 통합)에 미치는 영향을 주로 고찰하였다. 연구결과, 산업이 과점상대인 경우에 서로의 전략에 민감하게 반응하므로 자사동태성과 경쟁자동태성은 한 차원으로 묶이고(박종희 1993, 이종하와 오세조 1991), 프랜차이즈 산업에서는 동태성이 공식화에 만 영향을 주고 집권화에는 영향을 주지 않으며(이종하와 오세조 1991), 기업형 유통경로에서는 동태성이 공식화와 집권화를 증대시키고(오세조와 심종섭 1990), 오디오산업의 프랜차이즈 경로상에서는 업계 동태성과 고객 동태성으로 이루어진 환경동태성과 갈등과 상호의존으로 이루어진 경로간 경쟁이 공식화와 집권화로 이루어진 경로통제와 신뢰, 만족, 그리고 최소한의 기회주의로 이루어진 관계결속에 영향을 미치는 것(박종희 1993)으로 밝혀졌다.

제한된 자원과 능력을 지닌 조직으로서 환경에 어떻게 대처할 것인가에 관심을 가지지 않을 수 없으며, 전략적 마케팅에서는 환경변화에 수동적으로 적응하는 것을 넘어서서 환경변화에 적극적으로 개입하여 환경의 불확실성을 완화시키려 한다(Aaker 1984). 조직의 구조와 행위에 영향을 주는 환경의 불확실성은 환경차원의 상호작용에 따른 산출물이며, 환경차원은 환경의 구조적 특성과 환경 내 사회적 행위자 사이의 관계로 구분되며, 집중성, 풍요성, 상호연계성 등과 같은 환경의 구조적 특성이 환경 내 사회적 행위자 사이의 관계변수인 갈등과 상호의존의 수준을 결정하고, 갈등과 상호의존이 환경의 불확실성을 결정하는 것으로 알려져 있다. 또한, 조직의 환경은

주어진 실체가 아니라 주의와 해석과정을 통해 창조되며, 개인의 지각체계에 따라 다르게 해석될 수 있고, 선택된 지각이나 왜곡된 지각현상도 나타날 수 있다(Pfeffer and Salancik 1978). 또한, 환경의 변화나 불안정성은 환경 불확실성을 야기시켜 의사결정을 하기 위한 정보의 필요성을 증가시키고 집행 및 관리를 어렵게 하며, 경로구성원들의 성과에 대한 예측가능성을 감소시키고 성과에 대한 평가를 어렵게 한다(Oh, Dwyer, and Dahlstrom 1990). 정보 불확실성 관점(information uncertainty perspective)은 최고 경영자들이 기업의 경영에 관한 관리적 행동을 위해 환경으로부터 정보를 제공받는다(Doft and Weick 1984; Duncan 1972; Milliken 1990; Weick 1979). 이러한 관점의 중심적 개념은 환경의 요소들의 불안정성의 정도와 변화율을 의미하는 환경의 동태성이다(Li and Simerly 1998). 정보 불확실성 관점에서는 증가된 환경의 동태성은 더욱 큰 환경의 불확실성으로 이어진다고 본다(Duncan 1972). 환경의 동태성이 높은 수준에 있을 때, 최고 경영자들은 불명확한 상황에 직면하게 되고 관계가 잘 발달된 대안들의 수가 적으며, 이러한 대안들을 평가할 수 있는 명확한 기준들을 가지지 못하게 된다. 결국, 증가된 환경의 동태성은 더욱 큰 환경의 불확실성을 가져오며, 증가된 환경의 불확실성은 의사결정에서의 어려움을 증가시키게 된다(Mintzberg 1990; Morgan and Hunt 1994).

이상과 같이 문헌을 고찰한 결과, 환경의 동태성(environmental dynamism)이

증가하면 의존(dependence)은 증가하게 된다. 환경이 급변하게 되면, 기업은 전망이 매우 불확실한 상황에 놓이게 되고, 이에 대비하기 위하여 상대방에 대한 의존을 심화시킴으로써 불확실성을 어느 정도 완화시키고자 노력하게 된다. 그리고, 환경의 동태성에 의해 증가된 불확실성은 의사결정에서의 어려움을 증가시킬 뿐만 아니라 미래에 대한 예측을 어렵게 하여 이로 인해 서로간의 목표에 대한 합의를 찾기 어렵게 만들어 서로간의 목적을 일치시키기 어렵게 만들게 된다. 또한, 급변하는 환경의 요소들로 인해 조정(Coordination)이 어렵게 되어 갈등(Conflict)은 증가하게 되는 것이다. 따라서, 다음과 같은 가설들이 설립될 수 있다.

[가설1] 환경의 동태성이 증가하면, 공급업체의 할인점에 대한 의존은 증가할 것이다.

[가설2] 환경의 동태성이 증가하면, 공급업체와 할인점의 목표불일치는 증가할 것이다.

[가설3] 환경의 동태성이 증가하면, 공급업체와 할인점의 갈등은 증가할 것이다.

2. 목표불일치와 갈등

목표의 불일치는 기업들 간의 목표의 근본적인 차이로 정의된다(Song, Xie, Dyer2000). 기업들은 목표의 불일치의 정도가 클수록 협력할 인센티브를 적게 갖게 된다(Dyer and Song 1997, Tjosvold 1991). 그리고, 목적의 불일치의 정도가 높으면 갈등을 피하기 위해

선택하는 시간(time), 노력(effort), 그리고 자원(resource)에 대해 합의(consensus)를 도출하는데 많은 비용을 초래한다(Song, Xie, Dyer 2000). 그리고, 관계에 대한 목적이 서로 일치되지 않으면, 잦은 의견충돌로 인해 커뮤니케이션의 어려움을 겪게 되고 결과적으로 결속에 대한 욕구가 줄어들게 되면서 관계 해지에 대한 욕구는 커지게 된다. 또한, 정책이나 관리방식의 변화는 목표의 불일치를 야기시켜 어쩔 수 없이 현재의 관계를 해지하고 다른 관계를 형성하도록 만든다(Halinen-Kaila and Tähtinen 2002). 서로가 지향하는 목표가 다른 기업들은 그 관계를 오래 지속할 수 없다. 서로 바라보는 지향점이 다르면, 계속적으로 반복되는 거래와 상호작용 때마다 서로의 차이에 대한 확인과 함께 갈등을 경험하게 되고 잦은 마찰이 발생할 수 있다. 또한, 서로가 상대에게 갖는 기대와 실제 수행하는 성과는 차이를 보이게 되고, 역할의 모호성(role ambiguity)과 함께 불신(distrust)을 일으킬 수 있다. 결국, 지향하는 바가 다른 파트너와의 관계를 떠나 지향하는 바가 같은 파트너를 찾게 된다. 지향하는 바가 같다는 의미는 서로의 가치관을 공유할 수 있으며, 같은 공동의 목적을 성취하기 위하여 타협과 양보를 할 수 있으며, 서로의 역할을 효율적이고 효과적으로 수행할 수 있게 된다. 따라서, 다음과 같이 가설이 설립될 수 있다.

[가설4] 공급업체와 할인점의 목표불일치가 증가하면, 공급업체와 할인점의 갈등은 증가할 것이다.

3. 의존, 목표불일치, 그리고 갈등과 관계해지의도

Emerson (1962)에 의하면, 유통경로 상에서의 의존성은 A가 대안 공급자가 적은 가치 있는 자원들을 B에게 제공할 때, B가 이를 인지하는 정도로 정의된다. 또한, 의존성은 관계의 효용과 관계 종료 비용에서 생겨난다 (Morgan and Hunt 1994). 만일 지금의 거래 상대방이 다른 기업에서 제공할 수 없는 자원이나 가치 등을 제공하고 있다면, 지금의 거래 상대방에게 의존할 수 밖에 없다. 왜냐하면, 이 관계를 종료한다면, 지금의 관계에서 얻을 수 있는 효용을 제공해 줄 수 있는 대안들이 거의 없기 때문이다. 그렇기 때문에, 기업들은 거래특유자산에 투자함으로써 의존성을 표시하고, 관계를 유지하려는 경향을 나타낸다 (Anderson and Narus 1990; Anderson and Weitz 1989). 또한, 오세조, 강보현, 김상덕 (2004)의 연구결과 의존의 정도가 클수록 관계를 해지하고자 하는 의도는 줄어드는 것으로 나타났다. 따라서, 다음과 같이 가설이 설립될 수 있다.

[가설5] 공급업체의 할인점에 대한 의존이 증가할수록 공급업체의 할인점에 대한 관계해지의도는 감소할 것이다.

목표의 불일치는 기업들간의 목표의 근본적인 차이로 정의된다(Song, Xie, Dyer2000). 기업들은 목표의 불일치의 정도가 클수록 협력할 인센티브를 적게 갖게 된다(Dyer and Song 1997, Tjosvold 1991). 그리고, 목적의 불일치의 정도가 높으면 갈등을 피하기 위해

많은 비용이 필요하다(Song, Xie, Dyer2000). 그리고, 관계에 대한 목적이 서로 일치되지 않으면, 잦은 의견충돌로 인해 커뮤니케이션의 어려움을 겪게 되고 결과적으로 결속에 대한 욕구가 줄어들게 되면서 관계 해지에 대한 욕구는 커지게 된다. 또한, 정책이나 관리방식의 변화는 목표의 불일치를 야기시켜 어쩔 수 없이 현재의 관계를 해지하고 다른 관계를 형성하도록 만든다(Halinen-Kaila and Tähtinen 2002). 서로가 지향하는 목표가 다른 기업들은 그 관계를 오래 지속할 수 없다. 서로 바라보는 지향점이 다르면, 계속적으로 반복되는 거래와 상호작용 때마다 서로의 차이에 대한 확인과 함께 갈등을 경험하게 되고 잦은 마찰이 발생할 수 있다. 또한, 서로가 상대방에게 갖는 기대와 실제 수행하는 성과는 차이를 보이게 되고, 역할의 모호성(role ambiguity)과 함께 불신(distrust)을 일으킬 수 있다. 결국, 지향하는 바가 다른 파트너와의 관계를 떠나 지향하는 바가 같은 파트너를 찾게 된다. 지향하는 바가 같다는 의미는 서로의 가치관을 공유할 수 있으며, 같은 공동의 목적을 성취하기 위하여 타협과 양보를 할 수 있으며, 서로의 역할을 효율적이고 효과적으로 수행할 수 있게 된다. 또한, 오세조, 강보현, 김상덕(2004)의 연구결과 목표의 불일치가 클수록 관계를 해지하고자 하는 의도는 증가하는 것으로 나타났다. 따라서, 다음과 같이 가설이 설립될 수 있다.

[가설6] 공급업체와 할인점의 목표불일치가 증가할수록 공급업체의 할인점에 대한 관계해지의도는 증가할 것이다.

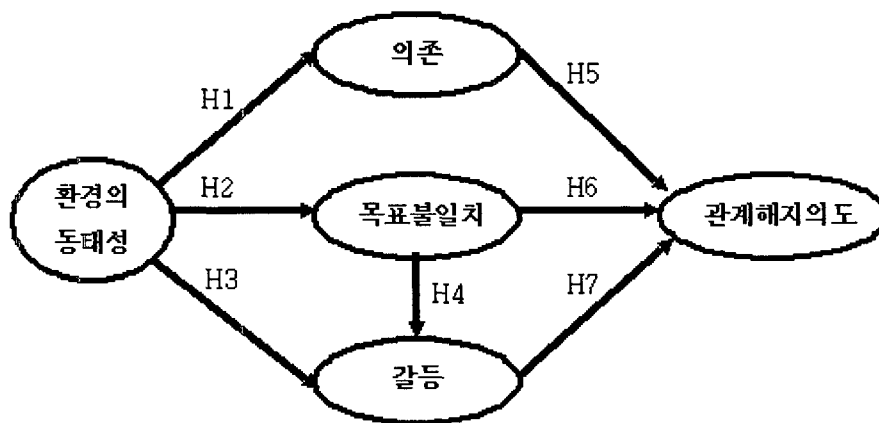
Dwyer, Schurr, and Oh(1987)에 의하면 관계적 교환에서 의견의 불일치(disagreement)나 갈등(conflict)은 항상 존재하기 마련이다. 갈등은 관계를 유지하고 있는 판매자와 구매자의 사이에 다양한 원인에 의해 지각되는 긴장의 정도를 말한다. 갈등은 가격이 변하거나 환경이 변함으로써 일어날 수 있으며, 어느 한 상대방의 관계규범이나 거래절차를 위반하여 일어나기도 한다. 이러한 갈등은 파트너와의 과거의 커뮤니케이션이 원활하고 파트너가 협력하는 표시를 보였을 때 순기능적인 갈등으로 인지되며(Anderson and Narus 1990; Morgan and Hunt 1994), 파트너와의 신뢰가 확립되어 있을 때 역시 순기능적인 갈등으로 인식한다. 그러나, 갈등이 적절히 해결되거나 통제되지 않고 그 수준이 높아지면 관계 해지의 가능성이 높아질 수 있다(Morgan and Hunt 1994). 왜냐하면, 가격이 변하거나 환경이 변하게 되면 서로에게 유리한 조건으로 협상을 하게 되며, 증폭된 갈등은 양보보다는 대립으

로 이어지게 되어 이러한 긴장이 해결되지 않으면, 어쩔 수 없이 기존의 관계를 해지하고 새로운 관계를 모색해야 하기 때문이다. 또한, 파트너가 관계규범이나 거래절차를 위반하여 갈등이 커지게 되면 서로 의견의 일치를 이루지 못하게 되고 적절한 보상이나 사과가 이루어지지 않으면 분노한 당사자는 새로운 파트너를 모색해야 하는 경우도 있기 때문이다. 또한, 오세조, 강보현, 김상덕(2004)의 연구결과 갈등이 클수록 관계를 해지하고자 하는 의도는 증가하는 것으로 나타났다. 따라서, 다음과 같이 가설이 설정될 수 있다.

[가설7] 공급업체와 할인점의 갈등이 증가할수록 공급업체의 할인점에 대한 관계해지의도는 증가할 것이다.

본 연구의 가설들을 포함하는 종합적인 연구모형을 제시하면 아래의 [그림 1]과 같다.

[그림 1] 연구모형



III. 연구방법

1. 표본추출 및 자료수집

본 연구의 가설들을 실증적으로 검증하기 위하여 할인점 산업을 대상으로 구매자와 판매자의 교환관계에서 구매자를 할인점으로 하고, 판매자를 공급업체로 하여 판매자인 공급업체를 대상으로 설문조사를 실시하여 자료를 수집하였다. 표본은 국내 할인점의 두 선두 업체인 E사와 H사에 제품을 공급하는 공급업체들의 주소록을 바탕으로 무작위추출법(random sampling)을 사용하여 총 180개의 업체를 선정하였다. 본 연구조사에 앞서 할인점 업계의 전문가 5명과 학계의 전문가 5명에게 의뢰하여 설문지의 측정항목들에 대해 용어의 적절성, 모호하거나 이중적 의미의 존재여부, 질문의 순서, 소요시간, 설문지 구성 등을 검토한 결과 문제가 없는 것으로 확인되었다. 설문조사는 전문 조사기관의 고도로 훈련된 면접원에 의해 수행되었으며, 면접원이 표본리스트에 있는 공급업체를 직접 방문하여 1:1대인면접을 실시하였다. 설문조사에는 약 2개월의 기간이 소요되었고, 설문조사를 통해 얻어진 180부 모두 결측자료(missing data)가 없는 분석 가능한 유효설문지로 판명되었다.

2. 측정

본 연구에서 사용된 변수들은 모두 리커트 형식(Likert-type)의 5점 척도를 사용하여 다항목(multi-item)으로 측정하였다. 1점은 '전혀 그렇지 않다', 2점은 '그렇지 않다', 3점은 '보통이다', 4점은 '그렇다', 그리고 5점은 '매우 그렇다'로 측정하였다.

각 변수들의 측정항목들은 [표 1]과 같다. 환경의 동태성(environmental dynamism)은 자사와 경쟁자, 그리고 고객으로 구성된 환경의 요소들이 자주 변경되는 정도로 Achrol and Stern(1988)의 9항목을 연구배경에 맞게 수정하여 측정하였다. 의존(dependence)은 공급업체들이 할인점에 의존하는 정도로 Jap and Ganesan(2000)의 4항목을 연구배경에 맞게 수정하여 측정하였다. 목표불일치(goal incongruence)는 할인점과 공급업체 사이에 존재하는 목표의 불일치 정도로 Song, Xie, and Dyer(2000)의 3항목을 연구배경에 맞게 수정하여 측정하였다. 갈등(conflict)은 공급업체가 할인점과의 관계에서 느끼는 갈등의 정도로 Gaski and Nevin(1985)의 10항목을 연구배경에 맞게 수정하여 사용하였다. 마지막으로, 관계해지의도(dissolution intention)는 공급업체가 할인점과의 관계를 해지하려는 의도로 Ping(1995)의 6항목을 연구배경에 맞게 수정하여 사용하였다.

[표 1] 각 변수의 측정항목들

<p>환경의 동태성 (environmental dynamism)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 우리회사는 제품/브랜드 종류를 자주 변경한다 2. 우리회사는 영업 전략을 자주 변경한다 3. 우리회사는 판매촉진/광고를 자주 변경한다 4. 경쟁 업체들은 제품/브랜드 종류를 자주 변경한다 5. 경쟁 업체들은 영업 전략을 자주 변경한다 6. 경쟁 업체들은 판매촉진/광고를 자주 변경한다 7. _____는 선호하는 제품들을 자주 바꾼다 8. _____는 선호하는 브랜드를 자주 바꾼다 9. _____는 선호하는 품질수준 또는 가격대를 자주 바꾼다
<p>의존 (dependence)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. _____와의 관계가 좋지 않으면 우리 회사는 매출 목표를 달성하기 어렵다 2. _____만한 업체는 찾기 힘들다 3. 우리 회사는 _____에 의존적이다 4. _____ 말고는 좋은 거래 파트너가 없다
<p>목표 불일치 (goal incongruence)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 우리 회사와 _____의 목표는 서로 다르다 2. 우리 회사와 _____의 장기적인 목표가 서로 다르다 3. 우리 회사와 _____의 가치관이 서로 다르다
<p>갈등 (conflict)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. _____만 아니라면 우리 사업은 훨씬 나아질 것이다 2. 우리 회사는 _____가 하는 많은 일들을 좋아하지 않는다 3. _____의 정책들은 우리 회사의 이익을 감소시킨다 4. _____는 우리 회사의 사업을 어렵게 만든다 5. _____는 우리 회사를 공정하게 대한다(R) 6. 때때로 _____는 우리가 원하는 대로 하지 못하게 한다 7. _____는 우리 회사의 사업수행에 도움을 준다(R) 8. _____는 우리 회사의 관심사에 대해서 마음에 두고 있지 않는 것 같다 9. _____의 정책들은 우리 회사의 영업을 어렵게 한다 10. _____와 거래하는 것은 우리 회사에 이익이 된다(R)
<p>관계 해지 의도 (dissolution intention)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 때때로 우리는 _____와의 사업관계를 그만두려 한다 2. 우리는 _____와의 거래를 다른 업체로 바꾸고 싶다 3. 우리는 _____와의 거래를 지속하고 싶지 않다 4. 우리는 조만간 _____와의 거래를 다른 업체로 바꿀 것이다 5. 우리는 새로운 할인점 업체를 찾고 있다 6. 우리는 조만간 _____와의 거래를 그만둘 지도 모른다

IV. 실증분석

1. 신뢰성과 타당성분석

신뢰성(reliability)은 측정항목들이 구성개념을 얼마나 일관성 있게 측정하였는가를 의미하며, 신뢰성이 높은 척도는 확률오차로부터 큰 영향을 받지 않는다(배병렬 2002). 일반적으로 신뢰성을 검토하는 방법으로 검사재검사 신뢰도(test-retest reliability), 대형신뢰도(alternate forms reliability), 평가자간 신뢰도(inter-rater reliability), 반분신뢰도(split-half reliability), 그리고 내적 일관성 신뢰도(internal consistency reliability) 등이 있으나, 본 연구에서는 일반적으로 가장 널리 사용되는 내적 일

관성 신뢰도를 보는 방법인 Cronbach's α 를 통해 신뢰성을 검토하였다. 이를 위해 통계패키지인 SPSS 10.0을 사용하였으며, 그 결과는 [표 2]와 같다. 신뢰성 검토 과정에서 전체에 대한 항목의 상관계수(item to total correlation)가 낮은 항목들을 제거하여 신뢰성을 향상시켰으며, 최종 결과는 모든 변수들의 Cronbach's α 값이 일반적인 수용기준인 0.7(Nunnally 1978)보다 크게 나오므로써 신뢰성이 높음을 알 수 있다. 제거된 항목들은 모두 7항목(갈등의 측정항목 중에서 5, 6, 7, 8, 그리고 10번 항목, 관계해지의도의 측정항목 중에서 5번 항목, 그리고 환경의 동태성에 대한 측정항목 중에서 1번 항목)이었다 ([표 1]참조).

[표 2] 신뢰성 분석결과

변수	최초 항목수	최종 항목수	Cronbach's α
의존	4	4	.7510
갈등	10	5	.9175
목표 불일치	3	3	.8886
관계 해지 의도	6	5	.9238
환경의 동태성	9	8	.8741

타당성(validity)은 측정항목들이 측정하고자 의도한 개념을 실제로 측정하였는가를 의미하며, 타당성을 검토하기 위해 가장 널리 사용되는 방법이 구성개념 타당도(construct validity)이다. 구성개념타당도를 살펴보기 위해서 내용타당도(content validity), 집중타당도(convergent validity), 그리고 판별타당

도(discriminant validity)의 세 가지 타당도를 사용하였다.

내용타당도의 평가는 통계적인 문제와는 관련이 없으며, 항목들이 대표성을 갖는가에 대한 전문가의 의견이 기초가 된다. 본 연구에서 사용된 변수들은 모두 기존의 연구에서 사용된 측정항목들을 사용하여 측정하였으며, 설문조사를

하기 전에 5명의 학계 전문가와 5명의 업계 전문가들의 검토를 거친 결과 내용 타당도가 있는 것으로 밝혀졌다.

집중타당도는 통계패키지인 LISREL 8.30을 사용하여 단일요인분석(one factor analysis)을 통한 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis)을 통해 검토하였다. LISREL에서 집중타당도의 평가는 요인적재량과 표준오차의 검

토를 통해 이루어지며, 요인적재량이 통계적으로 유의할 경우($t > 2.0$)에 집중타당도가 있다고 판단할 수 있다 (Anderson and Gerbing 1988). [표 3]의 결과와 같이 각 변수들에 대한 측정항목들의 경로계수가 통계적으로 유의하여 모든 구성개념들이 집중타당도를 갖는 것으로 밝혀졌다. 따라서, 집중타당도 분석에서 제외된 항목은 없었다.

[표 3] 집중타당성 분석결과

변수	측정항목	경로계수	표준오차	t-값
의존	Dep1	.52	.08	6.73
	Dep2	.51	.08	6.61
	Dep3	.86	.07	11.53
	Dep4	.73	.07	9.69
갈등	Con1	.76	.06	11.72
	Con2	.84	.06	13.71
	Con3	.90	.06	15.12
	Con4	.89	.06	14.95
	Con9	.77	.06	11.87
목표 불일치	Goa1	.81	.06	12.65
	Goa2	.90	.06	14.67
	Goa3	.84	.06	13.30
관계해지의도	Dis1	.81	.06	12.86
	Dis2	.79	.06	12.36
	Dis3	.88	.06	14.76
	Dis4	.91	.06	15.44
	Dis6	.84	.06	13.63
	환경의 동태성	Dyn2	.59	.07
Dyn3		.61	.07	8.56
Dyn4		.77	.07	11.83
Dyn5		.81	.06	12.72
Dyn6		.82	.06	12.95
Dyn7		.60	.07	8.48
Dyn8		.63	.07	8.93
Dyn9		.54	.07	7.45

LISREL에서 판별타당도를 살펴보는 방법으로는 평균분산추출(Average Variance Extracted: AVE)의 값이 개념들간 상관계수의 제곱값을 상회하는 지를 검토하는 방법, 개념들이 동일하다는 가설($\phi=1.0$)을 기각하는 지를 검토하는 방법, 그리고 이론적으로 유사한 각 개념의 쌍을 선정한 다음, 두 개념들 간의 상관모수를 1로 고정한 제약모델과 두 개념들 간에 자유로운 상관관계를 갖는 비제약모델을 설정하여 Chi-Square 차이분석을 실시하여 두 모델들 간에 Chi-Square차이가 유의적인가를 판단하는 방법 등이 있으나, 본 연구에서는 계산이 가장 간단하면서도 의미가 명확한 방법인 '개념들이 동일하다는 가설을 기각

하는 지를 검토하는 방법'을 사용하여 판별타당성을 갖는 지를 살펴보았다. 이 방법은 95%의 신뢰구간(confidence interval)에서 [$\phi + 또는 2 * 표준오차$]의 값이 1이 아니면 판별타당성이 있다고 판단하는 방법이다(Anderson and Gerbing 1988). [표 4]를 보면, 본 연구에 사용된 구성개념들 간 상관계수가 가장 큰 값은 관계해지의도와 갈등간 상관계수인 0.6220이며, 이에 대한 표준오차는 0.07로 나타났으므로, 0.6220에 표준오차의 2배인 0.14를 더하거나 빼면 0.7620 또는 0.4820이 되어 1이 아니므로 판별타당성이 있음이 증명되었다. 따라서, 본 연구에서 사용된 측정항목들은 신뢰성과 타당성이 있음이 증명되었다.

[표 4] 평균, 표준편차, 그리고 상관계수

변수	평균	표준편차	상관계수
의존	3.2125	.6577	1.0000
갈등	2.4011	.7307	.0355 1.0000
목표통일치	2.6778	.7564	.0373 .5310** 1.0000
관계해지의도	2.0822	.7507	-.0514 .6220** .4556** 1.0000
환경의 동태성	2.8472	.6246	.1500* .3829** .4382** .3117** 1.0000

*: $p < 0.05$ 수준에서 유의함
 **: $p < 0.01$ 수준에서 유의함

2. 가설의 검증

가설을 검증하기 위하여 [표 4]에 제시되어 있는 상관계수표(correlation matrix)를 투입자료(input data)로 하여 통계패키지인 LISREL 8.30을 사용해서 경로분석(path analysis)을 실시하였다(김기영, 강현철 2001). 경로분석의 결과는 [표 5]와 같으며, 가설을 검증하기 전에 모델의 전반적인 적합도를 평가하였다. Chi-Square검정결과, χ^2 값이 매

우 작고 p값이 통계적으로 유의하지 않게 나와($\chi^2=0.94$, d.f.=3, $p=0.82$) 모델이 자료들에 매우 적합한 것으로 판명되었다. 전반적인 적합도를 볼 수 있는 지수들인 GFI=1.00, AGFI=0.99, RMR=0.015, RMSEA=0.0, 그리고 ECVI=0.15로 모두 일반적인 수용기준보다 좋은 것으로 나타났고, 기초모델에 비해 향상된 정도를 보여주는 증분적합지수인 NFI=1.00, CFI=1.00, 그리고

RFI=0.98로 모두 일반적인 수용기준보다 좋은 것으로 나타났으며, 적합도와 자유도와의 상쇄관계를 보여주는 간명적 합지수인 PNFI=0.30 그리고 PGFI=0.20는 약간 낮은 수준을 보여주었다. 따라서, 제안모델은 자료를 매우 잘 적합시키는 좋은 모델인 것으로 밝혀졌으므로 다음 단계로 가설을 검증하였다.

가설 1은 환경의 동태성이 증가되면 구매자에 대한 판매자의 의존이 증가되는 것으로 나타났으므로($\beta=0.15$, $t=2.02$) 지지되었다. 가설 2는 환경의 동태성이 증가되면 구매자와 판매자의 목표불일치가 증가되는 것으로 나타났으므로($\beta=0.44$, $t=6.50$) 지지되었다. 가설 3은 환경의 동태성이 증가되면 구매자와 판매자의 갈등이 증가되는 것으로 나타났으므로($\beta=0.19$, $t=2.68$) 지지되었다. 가설 4는 구매자와 판매자의 목표불일치가 증가하면 판매자와 구매자의 갈등이 증가하는 것으로 나타났으므로($\beta=0.45$, $t=6.49$) 지지되었다. 가설 5는 구매자에 대한 판매자의 의존이 증가하면 판매자

의 관계해지의도가 감소하는 것으로 나타났으나, 통계적으로 유의하지 않아($\beta=-0.08$, $t=-1.34$) 기각되었다. 가설 6은 구매자와 판매자의 목표불일치가 증가하면 판매자의 관계해지의도가 증가하는 것으로 나타났으므로($\beta=0.18$, $t=2.61$) 지지되었다. 마지막으로, 가설 7은 구매자와 판매자의 갈등이 증가하면 판매자의 관계해지의도가 증가하는 것으로 나타났으므로($\beta=0.53$, $t=7.84$) 지지되었다.

가설의 검증결과 환경의 동태성이 의존, 목표불일치, 그리고 갈등에 정의 영향을 주는 것으로 나타났고, 목표불일치는 갈등에 정의 영향을 주는 것으로 나타났으며, 목표불일치와 갈등이 관계해지의도를 증가시키는 것으로 나타났다. 그러나, 의존이 관계해지의도를 감소시키는 것은 가설과 방향성은 일치하지만 통계적으로 유의하지 않게 나타났다. 따라서, 총 7개의 가설 중 가설 5만이 기각되었고, 나머지 6개의 가설들이 채택되었다(가설채택률=86%).

[표 5] 가설검증결과

가설	경로	방향	경로계수	t값	채택여부
가설 1	환경의 동태성 → 의존	+	0.15	2.02	채택
가설 2	환경의 동태성 → 목표 불일치	+	0.44	6.50	채택
가설 3	환경의 동태성 → 갈등	+	0.19	2.68	채택
가설 4	목표불일치 → 갈등	+	0.45	6.49	채택
가설 5	의존 → 관계해지의도	-	-0.08	-1.34	기각
가설 6	목표불일치 → 관계해지의도	+	0.18	2.61	채택
가설 7	갈등 → 관계해지의도	+	0.53	7.84	채택

$\chi^2=0.94$ (d.f.=3, p=0.82), GFI=1.00, AGFI=0.99, RMR=0.015, RMSEA=0.0, ECVI=0.15, NFI=1.00, CFI=1.00, RFI=0.96, PNFI=0.30, PGFI=0.20

V. 결론

1. 이론적 공헌 및 관리적 시사점

본 연구는 '과연 환경의 동태성이 관계해지의도에 영향을 주는가?'와 '환경의 동태성이 관계해지의도에 영향을 준다면 그 과정을 매개하는 변수들은 어떤 것이 있을까?'에 대한 의문에 답을 하기 위해 수행되었다. 본 연구의 결과, 환경의 동태성은 관계해지의도에 영향을 미치는 것으로 나타났고, 그 과정에서 목표불일치와 갈등이 매개변수로서의 역할을 하는 것으로 나타났다. 한편, 의존은 환경의 동태성으로부터는 정의영향을 받지만 관계해지의도를 감소시키지 못하는 것으로 나타남으로써 환경의 동태성과 관계해지의도의 관계에서 매개변수로서의 역할을 하지 않는 것으로 나타났다. 또한, 목표불일치는 갈등에 매우 큰 정의 영향을 주는 것으로 나타남으로써 구매자와 판매자의 관계에서 갈등을 일으키는데 있어 목표불일치가 얼마나 큰 영향을 미치는가를 알 수 있었다.

환경의 동태성이 의존을 증가시키는 것으로 나타났고, 비록 통계적으로 유의적이지는 못했지만 의존이 관계해지의도를 감소시키는 방향성을 보여준 것을 고려할 때, 의존이 충분히 환경의 동태성과 관계해지의도에 대한 매개변수로서의 역할을 할 수 있다는 가능성은 부인할 수 없을 것이다. 왜냐하면, 오세조, 강보현, 김상덕(2004)의 연구에서 의존은 관계해지의도를 완화시키는 요인임이 밝혀졌기 때문이다. 따라서, 의존이 관계해지의도를 통계적으로 유의미하게 완화시키지

못하는 것으로 나타난 점은 본 연구의 배경(context)인 할인점(discount store)과 공급업체들(suppliers)의 특수한 현상(phenomenon)일 가능성이 크다고 판단된다. 그렇게 판단하는 주된 이유는 의존이 관계해지의도를 완화시키기 위해서는 공급업체들이 매출이나 성장 또는 생존을 위해 할인점에 의존하는 정도가 커야하지만, 국내 할인점들은 공급업체들에 대해 배타적 납품방식을 취하지 않기 때문에 공급업체들의 입장에서 볼 때 본 연구의 설문에 응답하면서 고려한 할인점 외에도 여러 매력적인 대안 할인점들이 존재하고, 할인점의 공급업체들의 특성상 다양한 유통경로의 사용으로 인해 할인점 외에도 매출이나 성장 또는 생존을 위해 제품을 공급할 다양한 거래처가 존재하기 때문에 나타나는 현상으로 판단되기 때문이다.

환경의 동태성이 의존, 목표불일치, 그리고 갈등에 미치는 영향력을 경로계수를 통해 비교해보면, 세 변수 중에서 목표불일치에 가장 큰 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 이것을 종합적으로 고찰해보면, 자사의 마케팅 활동, 경쟁자의 마케팅 활동, 그리고 구매자의 수요측면에 있어서의 급격한 변화로 인해 환경의 동태성이 증가되면 가장 먼저 구매자와 판매자사이의 목표불일치가 증가되어 갈등이 고조되고 급기야 관계해지의도가 증가되는 것으로 판단할 수 있다. 본 연구는 환경의 동태성이 관계해지의도를 증가시킬 수 있음을 보여준 최초의 연구이며, 환경의 동태성과 관계해지의도의 관계를 목표불일치와 갈등이 매개변수로서의 역할을 하는 것을 보여준 최초의 연

구라는 의의를 갖는다. 또한, 목표의 불일치가 갈등을 증가시킴으로써 관계해지의 의도를 증가시킴을 보여준 점은 지금까지 관계마케팅 영역에서 구매자와 판매자의 관계를 관리함에 있어 재무적 성과나 역할의 적절한 수행, 그리고 관계에 대한 투자를 통한 만족을 향상시켜 신뢰를 증가시키는 것이 관계를 계속 유지하는 결속으로 나아가는 중요한 메커니즘이었던 것이었는데, 여기에다가 목표를 일치시키는 것이 갈등을 줄여 결속을 증가시킬 수 있는 중요한 메커니즘이라는 점을 밝힌 점은 매우 큰 의의를 갖는다고 할 수 있다. 본 연구를 통해 관계해지에 대한 연구에 있어서 환경과 매개변수에 대한 많은 의문점들이 풀렸으며, 향후의 관계해지의 신비로운 베일을 벗겨줄 수 있는 발전적인 연구들을 촉진시키는 역할을 할 것으로 기대된다.

본 연구를 통해 제시할 수 있는 관리적 시사점들은 다음과 같다. 첫째, 환경의 동태성이 큰 산업에 있는 기업의 관리자 들은 다른 산업의 기업들에 비해 자신의 기업이 파트너와의 관계해지 가능성이 높음을 사전에 인지하고, 파트너와의 거 래에 있어 더욱 조심하고 경계함을 늦추지 말아야 할 것이다. 둘째, 파트너와의 관계가 쉽게 해지되지 않고 발전할 수 있도록 하기 위해서는 자사와 파트너와의 목표를 일치시키는 행동을 취해야 할 것이다. 이를 위해 현재의 자사의 목표와 파트너의 목표를 파악하고 변화에 대해 항상 관심을 가지고 모니터할 수 있도록 만반의 준비를 갖추어야 할 것이다. 그리고, 변화가 일어나서 목표의 불일치가 감지되면 이를 해결하고 다시 목표를 일

치시키기 위해 다양한 경로를 통해 적극적으로 커뮤니케이션을 하는 것이 필요할 것이다. 셋째, 갈등은 관계해지를 촉진시키는 매우 중요한 요인이므로 사전에 갈등이 발생하지 않도록 예방해야 하며, 갈등이 발생한 것을 감지한 즉시 이의 원활한 해결을 위해 파트너와 적절한 커뮤니케이션을 해야 할 것이다. 본 연구의 결과에서 나타난 바와 같이 목표의 불일치를 없애는 노력이야말로 갈등을 해소시키는 매우 효과적인 방법이다.

2. 연구의 한계 및 향후의 연구방향

본 연구는 환경과 관계해지를 동시에 탐구하고자 하는 최초의 연구로서 다음과 같은 한계점을 갖는다. 첫째, 본 연구에서는 환경의 차원 중 가장 중요한 차원인 환경의 동태성(environmental dynamism)을 사용하였는데, 향후의 연구에서는 Achrol and Stern(1988)이 제시한 환경의 다른 차원들인 환경의 풍요성(environmental munificence), 환경의 다양성(environmental diversity), 그리고 환경의 집중성(environmental concentration)이나 환경의 차원들을 대표할 수 있는 개념인 환경의 불확실성(environmental uncertainty)을 사용하여 이들이 관계해지에 미치는 영향을 살펴 볼 필요가 있다. 둘째, 본 연구에서는 환경과 관계해지의도의 관계를 매개하는 변수로 의존, 목표불일치, 그리고 갈등을 사용하였는데 향후의 연구에서는 이 변수들 외에도 존재할 수 있는 다양한 변수들을 찾을 필요가 있다. 셋째, 본 연구에서 관계해지의도를 완화시키지 못하는

것으로 나타난 의존에 대한 추가적인 연구가 필요할 것이다. 의존은 관계의 효용과 관계 종료비용에서 생겨난다(Morgan and Hunt 1994). 만일 지금의 거래 상대방이 다른 기업에서 제공할 수 없는 자원이나 가치 등을 제공하고 있다면, 지금의 거래 상대방에게 의존할 수밖에 없다. 왜냐하면, 이 관계를 종료한다면, 지금의 관계에서 얻을 수 있는 효용을 제공해 줄 수 있는 대안들이 거의 없기 때문이다. 그렇기 때문에, 기업들은 거래특유자산에 투자함으로써 의존성을 표시하고, 관계를 유지하려는 경향을 나타낸다(Anderson and Narus 1990; Anderson and Weitz 1989). 또한, 오세조, 강보현, 김상덕(2004)의 연구결과 의존의 정도가 클수록 관계를 해지하고자 하는 의도는 줄어드는 것으로 나타났다. 따라서, 본 연구에서 의존이 관계해지의도를 유의적으로 완화시키지 못하는 것으로 나타난 것은 본 연구의 대상이 된 할인점과 공급업체들의 특수한 현상일 가능성이 높다. 향후의 연구에서는 이에 대한 보다 추가적인 고찰이 필요할 것이다. 마지막으로, 본 연구에서는 환경의 차원을 직접적인 영향변수로 놓고 검토해 보았으나, 향후의 연구에서는 환경의 다양한 차원들을 조절변수로 놓고 검토해 보는 작업도 필요할 것이다. 최근에 환경의 차원을 조절변수로 보는 연구들이 활발하게 진행되는 것(e.g. Goll and Rasheed 1997; Goll and Rasheed 2004; Li and Simerly 1998)은 그만큼 가치가 있기 때문이라고 판단된다.

논문접수일 : 2005. 1. 6
 논문게재일 : 2005. 1. 18

참고문헌

- 김기영, 강현철 (2001), LISREL(SIMPLIS)을 이용한 구조방정식모형의 분석, 자유아카데미
- 박종희 (1993), "프랜차이즈 경로상에서의 환경 동태성, 경로간 경쟁이 내부 정치 경제에 미치는 영향에 관한 연구", 경영학연구, 제23권 제3호, 391-422
- 배병렬 (2002), LISREL 구조방정식모델 이해와 활용, 대경출판사
- 오세조 (1990), "프랜차이즈경로상에서 관계결속에 대한 내부정치경제적 영향," 경영학연구, 제19권 2호 (2월), 47-66
- 오세조, 강보현, 김상덕 (2004), "저결속 구매자판매자 관계에서 관계해지의 완화요인과 촉진요인," 유통연구, 제9권 제 3호(7월), 21-47
- 오세조, 심종섭 (1990), "기업형 수직적 유통경로에서 시장환경의 풍요성과 동태성이 내부 정치경제에 미치는 영향," 산업과 경영, 제27권 제1호, 454-70
- 오세조, 임영균, 박종희, 이승창 (1995), "유통경로구조의 결정요인에 관한 연구," 마케팅연구, 제10권

- 제1호, 91-106
- 이종하, 오세조 (1991), "환경의 동태성이 마케팅경로상의 관료적 구조화와 갈등에 미치는 영향," 마케팅연구, 제6권 제1호, 26-42
- 임영균 (1990), "환경적 불확실성이 경로 구성원 간의 힘의 원천 및 몰입에 미치는 영향," 경영학연구, 제19권 제2호, 15-45
- 한상린 (1998), "산업재 공급자와 조직 구매자 간의 관계요인에 관한 연구," 마케팅연구, 제13권 제1호, 157-72
- Aaker, David A. (1984), *Strategic Marketing Management*, New York: John Wiley and Sons
- Achrol, Ravi S. and Louis W. Stern(1988), "Environmental Determinants of Decision-Making Uncertainty in Marketing Channels," *Journal of Marketing Research*, 25(Feb), 36-50
- Achrol, Ravi S., Roger Reve, and Louis W. Stern (1983), "The Environment of Marketing Channel Dyads: A Framework for Comparative Analysis," *Journal of Marketing*, 47(Fall), 55-67
- Aldrich, Howard E. (1979), *Organizations and Environments*, Englewood Cliffs, NJ: PrenticeHall, Inc.
- Anderson, J. C. and D. W. Gerbing(1988), "Structural Equation Modelling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach," *Psychological Bulletin*, 103, 411-23
- Anderson, Erin and James A. Narus (1990), "A Model of Distributor Firm and Manufacturer Firm Working Partnerships," *Journal of Marketing*, 54(January), 42-58
- Anderson, Erin and Barton Weitz (1989), "Determinants of Continuity in Conventional Industrial Channel Dyads," *Marketing Science*, 8(Fall), 310-23
- Daft, R. L. and K. E. Weick (1984), "Toward a Model of Organizations as Interpretation Systems," *Academy of Management Review*, 9, 284-295.
- Duck, Steven W. (1982), "A Topography of Relationship Disengagement and Dissolution," in *Personal Relationship, 4: Dissolving Personal Relationships*, Steven Duck and Robin Gilmour, eds. New York: Academic Press, Inc.
- Duncan, R. B. (1972), "Characteristics of Organizational Environments and Perceived Environmental

- Uncertainty," *Administrative Science Quarterly*, 17, 313-327.
- Dwyer, F. Robert, Paul H. Schurr, and Sejo Oh (1987), "Developing Buyer-Seller Relationships," *Journal of Marketing*, 51(April), 11-27
- Dwyer, F. Robert and M. Ann Welsh (1985), "Environmental Relationships of the Internal Political Economy of Marketing Channels," *Journal of Marketing Research*, 12(Nov), 397-414
- Dyer, Barbara and X. Michael Song (1997), "The Impact of Strategy on Conflict: A Cross-National Comparative Study of U. S. and Japanese Firms," *Journal of International Business Studies*, 28(3), 467-93
- Emerson, Richard M. (1962), "Power-Dependence Relations," *American Sociological Review*, 27(February), 31-41
- Ganesan, Shankar (1994), "Determinants of Long-Term Orientation in Buyer-Seller Relationships," *Journal of Marketing*, 58(April), 1-10
- Gaski, John F. and John R. Nevin (1985), "The Differential Effects of Exercised and Unexercised Power Sources in a Marketing Channel," *Journal of Marketing Research*, 22(May), 130-142
- Goll, Irene and Abdul A. Rasheed (2004), "The Moderating Effect of Environmental Munificence and Dynamism of the Relationship Between Discretionary Social Responsibility and Firm Performance," *Journal of Business Ethics*, 49: 41-54
- Goll, Irene and Abdul A. Rasheed (1997), "Rational Decision-Making and Firm Performance: The Moderating Role of Environment," *Strategic Management Journal*, Vol. 18: 7, 583-591
- Halinen-Kaila, Aino and Jaana Tähtinen (2002), "A Process Theory of Relationship Ending," *International Journal of Service Industry Management*, 13, 2
- Jap, Sandy D. and Shankar Ganesan (2000), "Control Mechanisms and the Relationship Life Cycle: Implications for Safeguarding Specific Investments and Developing Commitment," *Journal of Marketing Research*, 37(May), 227-245
- Jaworski, Bernard and Ajay K. Kohli (1993), "Market Orientation:

- Antecedents and Consequences," *Journal of Marketing*, 57(July), 53-70
- Li, Mingfang and Roy L. Simerly (1998), "The Moderating Effect of Environmental Dynamism on the Ownership and Performance Relationship," *Strategic Management Journal*, Vol. 19, 169-179.
- Macneil, Ian R. (1980), *The New Social Contract, An Inquiry into Modern Contractual Relations*, New Haven, CT: Yale University Press
- Milliken, F. J. (1990), "Perceived and Interpreting Environmental Change: An Examination of College Administrators' Interpretation of Changing Demographics," *Academy of Management Journal*, 33, 42-63.
- Mintzberg, H. (1990), "The Design School: Reconsidering the Basic Premises of Strategic Management," *Strategic Management Journal*, 11(3), 171-195
- Morgan, Robert M and Shelby D. Hunt(1994), "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing," *Journal of Marketing*, Vol. 58 (July), p.20-38
- Nunnally, Jum C. (1978), *Psychometric Theory*, 2nd ed, New York: McGraw-Hill Book Company
- Oh, Sejo, F. Robert Dwyer, and Robert Dahlstrom (1990), "External Influences on Channel Relationships: Lessons from a Negotiation Lab," *Advances in Distribution Channel Research*, Greenwich: JAI Press, Inc., 47-91
- Pfeffer, Jeffrey and Gerald R. Salancik(1978), *The External Control of Organizations*, New York: Harper & Row Publishers, Inc.
- Ping, Robert A., Jr. (1993), "The Effects of Satisfaction and Structural Constraints on Retailer Exiting, Voice, Loyalty, Opportunism, and Neglect," *Journal of Retailing*, 69(3), 320- 52
- Ping, Robert A., Jr. (1994), "Does Satisfaction Moderates the Association Between Alternative Attractiveness and Exit Intention in a Marketing Channel," *Academy of Marketing Science*, 22(4), 364-371
- Ping, Robert A., Jr. (1995), "Some Uninvestigated Antecedents of Retailer Exit Intention," *Journal of Business Research*,

- 34(November), 171-80
- Ping, Robert A., Jr. (1997), "Voice in Business-to-Business Relationships: Cost-of-Exit and Demographic Antecedents," *Journal of Retailing*, 73(2), 261-81
- Ping, Robert A., Jr. (1999), "Unexplored Antecedents of Exiting in a Marketing Channel," *Journal of Retailing*, 75(2), 218-241
- Ping, Robert A., Jr. and F. Robert Dwyer (1992), "A Preliminary Model of Relationship Termination in Marketing Channels," in *Advances in Distribution Channel Research*, Gary L. Frazier, eds., Greenwich: JAI Press
- Scanzoni, J. (1979), "Social Exchange and Behavioral Interdependence," in *Social Exchange in Developing Relationships*, R. L. Burgess and T. L. Huston, eds. New York: Academy Press, Inc.
- Song, X. Michael, Jinhong Xie, and Barbara Dyer (2000), "Antecedents and Consequences of Marketing Managers' Conflict-Handling Behaviors," *Journal of Marketing*, 64(January), 50-66
- Tähtinen, Jaana and Aino Halinen-Kaila (2002), "Research on Ending Exchange Relationships: A Categorization, Assessment, and Outlook," *Marketing Theory*, London: Vol.2 (Jun), Iss.2: p165-188
- Thibaut, John W. and Harold H. Kelley (1959), *The Social Psychology of Groups*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Tjosvold, Dean (1991), *The Conflict-Positive Organization*. Reading, MA: Addison-Wesley
- Weick, K. E. (1979), *The Social Psychology of Organizing*, 2nd ed, Addison-Wesley, Reading, MA.

The Effects of Environmental Dynamism on the Dissolution Intention

Boh yeon Kang*

Se jo Oh**

Abstract

This study has investigated the mediating effects of dependence, goal incongruence, and conflict in processing of environmental dynamism effects on the dissolution intention in the discount store industry. As the result of hypotheses test using data collected from 180 supplier samples, environmental dynamism has the positive effects on dependence, goal incongruence, and conflict. Goal incongruence has the positive effect on conflict. Goal incongruence and conflict has the positive effects on dissolution intention. But, dependence didn't decrease dissolution intention significantly. Finally, the authors discussed the theoretical contributions, managerial implications, and limitations of this study and presented the future research directions.

Key words : Dissolution Intention, Environmental Dynamism, Dependence, Goal
Incongruence, Conflict, Discount Store

* Ph.D. Candidate, School of Business, Yonsei University

** Professor, School of Business, Yonsei University