

거래비용요소가 협력관계 지속요인, 관계만족도, 경영성과에 미치는 영향

이상완*, 김재열**
동아대학교 경영학과*, 건양대학교 글로벌경영학과**

The Effects of Transaction Cost Factors on Cooperative Relationship Lasting Factors, Degree of Relationship Satisfaction, and Performance

Sang-Wan Lee*, Jae-Yeol Kim**
School of business Dong-A University*
Global business college Konyang University**

요약 본 연구는 거래비용요소가 경영성과에 미치는 영향을 검증한 것이다. 연구결과, 첫째, 불확실성은 재무적 성과와 비재무적성과에 직접적으로 영향을 미치는 것으로 나타났지만, 자산특유성과 기회주의는 경영성과에 직접적인 영향이 없는 것으로 분석되었다. 둘째, 협력관계 지속요인에 직접적으로 영향을 미치는 변수는 자산특유성과 불확실성으로 나타났으나, 기회주의는 직접적인 영향이 없는 것으로 나타났다. 셋째, 관계만족도에 직접적으로 영향을 미치는 변수는 자산특유성과 기회주의로 나타났으며, 불확실성과의 관계는 없는 것으로 분석됐다. 넷째, 협력관계 지속요인과 관계만족도는 재무적 성과와 비재무성과에 각각 직접적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 요약하면, 거래비용요소가 협력관계 지속요인과 관계만족도라는 매개변수를 통하여 경영성과에 영향을 미치고 있음을 발견하였다.

주제어 : 거래비용요소, 협력관계 지속요인, 관계만족도

Abstract This paper investigate how transaction cost factors affect organizational performance both directly and indirectly, through cooperative relationship lasting factors and degree of relationship satisfaction. The results can be summarized as follows: First, asset uncertainty directly influenced financial and non-financial performance. Also asset specificity and opportunism did not influence financial and non financial performance directly. Second cooperative relationship lasting factors were connected with transaction cost factors direct variables on cooperative relationship lasting factors are asset specificity and uncertainty, but opportunism did not directly influence. Third, degree of relationship satisfaction were connected with transaction cost factors direct variables on degree of relationship satisfaction are asset specificity and opportunism, but uncertainty had not affected degree of relationship satisfaction. Fourth, cooperative relationship lasting factors and degree of relation satisfaction had affected financial performance and non financial performance. In summary, this study find that transaction cost factors had indirectly influenced organizational performance through mediated variables such as cooperative relationship lasting factors and degree of relationship satisfaction.

Key Words : Transaction Cost Factors, cooperative relationship lasting factors, degree of relationship satisfaction

* 이 논문은 동아대학교 교내연구비 지원에 의하여 연구되었음.

Received 6 January 2014, Revised 4 March 2014

Accepted 20 April 2014

Corresponding Author: Jae-Yeol Kim(Konyang University)

Email: manacc@konyang.ac.kr

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

1. 서론

우리나라가 세계경제의 주력산업인 자동차산업의 메카로 자리 잡기 위해서는 완성차업체의 성장뿐만 아니라 부품업체의 독자적인 발전도 동시에 이루어져야 할 것이다. 세계 자동차 선진국들이 부품업체 중심의 관계가 축이 되어 부품산업이 진화한 것과는 달리, 우리나라의 경우 완성차업체 중심의 관계가 선행되어 부품산업이 발전하였기 때문에 전반적으로 부품업체의 기업성과가 아직은 낮은 수준이다. 또한 완성차 제조에 초점을 맞추다 보니, 완성차업체의 순조로운 성장과는 대조적으로 대부분의 자동차 부품업체들은 영세성을 면하지 못하고 있다. 자동차산업에 대한 연구도 주로 완성차 업체인 모기업 측면에서 이루어져 왔으며, 협력업체인 부품업체를 대상으로 한 연구는 저조하였다. 이에 완성차업체인 모기업과 부품공급자인 협력업체 간의 상생 발전을 위한 관계 구축에 실증연구는 의미가 있을 것이다.

모기업과 협력업체가 협력적 관계를 형성하고 긴밀한 관계를 유지하는 것을 설명하기 위한 이론으로 거래비용이론(transaction cost theory)이 있다. 이는 기업 간의 거래특성에 대한 투자를 높이는 기업이 그렇지 못한 기업에 비해 거래에 따른 각종 비용을 감소시킴으로써 결과적으로 공급사슬의 성과를 향상시킬 수 있다는 것이다(Williamson, 1985). 거래비용이론을 적용한 기존의 연구들은 주로 완제품 생산에 필요한 부품을 자가제조할 것인가 아니면 시장에서 구입할 것인가 라는 이원적 구조 속에서 부품조달 구조를 파악하려고 하였다(Masten 등, 1991). 그러나 실제로는 외부에서 부품을 구입하는 과정에서 Kamath와 Liker(1995)가 구분한 것과 같이 다양한 거래구조가 존재하고 있음에도 기존연구에서는 이를 간과하고 있다.

자동차산업에서 거래비용이론을 적용한 연구는 거래비용 증가에 따른 수직적 계열화의 필요성에 대한 연구만 일부 진행되어 왔고, 거래비용요소에 따른 기업 경영성과와의 관계를 검증한 연구는 거의 없는 실정이다. 또한 거래비용을 통하여 거래구조를 분석한 기존연구들은 대부분 마케팅 관점에서 연구되어 왔고, 관리회계 측면에서의 연구는 거의 이루어지지 않았다. 따라서 본 연구에서는 거래비용요소를 적용하여 모기업과 협력업체 간의 협력관계 지속요인과 관계만족도, 그리고 경영성과와

의 인과관계를 검증하고자 한다.

2. 선행연구 및 가설설정

2.1 거래비용

거래비용(transaction cost)이라 함은 생산비용과는 전혀 다른 별개의 개념으로서 생산과정상의 시설, 인력, 기술이 이미 주어진 상태에서 생산된 제품이 시장에서 거래될 때에 발생하는 비용이다. 즉, 거래비용은 경제시스템을 운용하기 위하여 소요되는 비용을 일컫는다. 거래비용의 경제적 측면은 계약문제로서 경제조직의 문제이기도 하다. 그것은 여러 가지 대안의 방법으로 활용되어 지기도 한다. 거래비용을 중심으로 한 거래비용이론(Coase, 1937; Williamson, 1975)들은 거래비용요소를 여러 가지로 파악하고 있지만 일반적으로 자산특유성(asset specificity), 기회주의(opportunism), 그리고 불확실성(uncertainty) 등으로 분류한다.

자산특유성(asset specificity)이란 거래를 위하여 특별히 투여된 자산을 의미하며, 만약 거래가 중단된다면 사라지게 되는 일종의 거래와 관련된 매몰비용(sunk cost)이다. 이는 크게 물적 특유자산(특수설비), 인적 특유자산(특별한 기술), 입지적 특유자산(지리적 근접성) 등으로 나뉘며, 만약 자산특유성이 높다면 기회주의에 노출될 위험이 높아져 행동적 불확실성을 초래하게 되고 결국 내부화된다는 것이다. 인간은 누구나 자기에게 이익이 되는 것을 찾아서 그것을 얻으려고 노력하는데 기회주의(opportunism)란 속임수를 써서라도 자기의 이익을 추구하는 행위를 포함한다. 이는 능동·수동적인 측면과 사전·사후적인 측면을 동시에 가지고 있다. 거래관계에서 거래 파트너가 기회주의를 발휘하게 되면 기업은 마찬가지로 합리적인 판단을 할 수 없게 되기 때문에 그 거래 파트너와 거래를 수행하는 데 있어서 비용이 발생하게 된다. 불확실성(uncertainty)은 미래상황의 예측가능성 정도를 의미하며, 불확실성이 커질수록 거래비용이 높아지고 내부화에 따른 비용의 측정이 필요해진다. 불확실성은 대체로 환경의 다양성과 변동성으로 정의되고 있다. 환경의 다양성이란 자원에 영향을 미치는 조직, 개인, 사회적인 세력을 포함한 각 사람들이 다루는 요소들 간의 유사성 또는 차이점의 인식정도로 정의된다. 환

경의 변동성은 산출환경에서 마케팅 영향력의 변화속도에 대한 인식정도를 뜻한다(Pfeffer와 Salancik, 1978).

Noodewier 등(1990)은 불확실성에 관한 연구에서 높은 불확실성 하에서 관계 관리를 증진시키는 것이 취득비용 측면에서 구매 성과를 향상시킨다고 하였다. 또한 거래비용접근법에 기초하여 거래를 결정짓는 요인을 자산특유성, 불확실성, 거래빈도를 제시하고 산업계 구매관계에 관한 성과를 측정하였다. 그는 특히 구매자와 공급자 공유조직과 반복사용품목구매와 성과의 관계를 연구하였는데, 불확실성이 큰 환경 하에서 관계가 더욱 밀접할수록 성과가 향상된다고 하였다.

정재을(2002)은 모기업과 협력업체 간의 거래비용이 높은 경우 모기업에 내부화한 거래구조가 된다는 가설과 부품공급단가 결정에 있어 제조원가 반영 비중은 내부화 수준이 높은 협력업체가 낮은 협력업체에 비해 상대적으로 더 높을 것이라는 가설을 검증하였다. 거래비용이론에 의하면 자산특유성이 높으면 높을수록 거래의 내부화는 촉진된다고 하였다. 왜냐하면, 자산특유성이란 자산의 투자자에 대한 의존성을 증가시키기 때문에 거래 파트너로 하여금 기회주의를 발현하게 할 환경을 만들어 줄 뿐만 아니라 이것은 결국은 거래비용을 발생시킨다. 그러나 이것은 매우 단기적인 시각일 수 있다. 왜냐하면, 이것은 거래관계에 참여하는 주체들을 지나치게 부정적인 시각에서만 분석하였기 때문이다. 그러므로 자산특유성은 때로 거래 기업과 거래 파트너 사이의 신뢰성을 증가시켜 오히려 기회주의를 억제할 수 있는 환경을 만들어 주기도 한다.

Dyer(1996)는 자동차 부품의 구매자와 공급자들로 이루어진 표본에서 관계 특수적인 투자와 성과 사이에 정(+)의 관계가 있음을 발견하였다. 자산특유성이란 특정 거래 파트너와의 특정거래를 위해 투자된 자산을 의미하며, 이는 거래관계가 종료되면 소멸되는 자산이다. 따라서 모기업과 거래하는 협력업체의 입장에서 모기업을 위한 전용설비와 장치를 갖추고 있고, 시장에서 쉽게 구매하기 어려운 제품을 생산하는 협력업체는 모기업에 독점적으로 제품을 공급할 수 있어서 안정적인 구매자를 확보하는 관계로 경영성과가 지속적으로 향상될 것으로 기대된다. 기회주의는 속임수를 이용하여 자기 개인의 영리를 추구하는 행위로 거래 상대방이 자신의 이익을 추구하기 위해서 거래에 관련된 정보를 왜곡하거나 잘못된

정보제공, 과도한 가격협상 등과 같은 행위를 의미한다. 따라서 모기업의 기회주의의 성향은 협력업체의 성과에 부(-)의 영향을 미칠 것으로 예측된다. Noodewier 등(1990)은 불확실성에 관한 선행연구에서 높은 불확실성 하에서 관계를 증진시키는 것이 취득비용 측면에서 구매성과를 향상 시킨다고 하였다. 또한 그는 산업계구매 관계에서 성과를 결정짓는 요인으로 자산특유성, 불확실성, 거래빈도를 제시하고 불확실성 하에서는 관계가 더욱 밀접할수록 성과가 향상된다고 밝히고 있다. 이를 근거로 다음과 같은 가설을 설정하고자 한다.

H1: 거래비용요소는 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

H1-1: 자산특유성은 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-2: 기회주의는 경영성과에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

H1-3: 불확실성은 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.2 협력관계지속요인과 관계만족도

협력관계 지속요인은 모기업과 협력업체 간에 생산 및 기술정보를 공유하고 지속적인 거래를 통해 제품생산이 안정적으로 이루어지도록 하는 것이다. Richardson(1993)은 구매기업과 협력업체의 관계를 지속적으로 유지할 수 있는가의 여부가 무엇보다도 중요하며, 이러한 협력적 관계는 장기적 관계의 지속과 원활한 정보공유 여부에 의하여 좌우된다고 설명하고 있다. 완성차업체와 1차 부품 협력업체의 구매와 공급 관계에 있어서 협력 수준을 높이는데 있어서 거래조건 결정권 및 관계몰입 수준 변수가 중요한 요인으로 지목되었다. 따라서 구매자인 완성차업체는 1차 부품 협력업체와의 관계에 있어서 장기거래 보장을 통한 거래의 불확실성을 제거하여 관계몰입 수준을 높이고 협상을 통한 합리적인 거래조건 결정을 통해 상호 협력관계 수준을 높여 나가야 할 것이다.

Noodewier 등(1990)은 관계적 요소로서 공급자 유연성, 공급자 지원, 정보 제공, 공급자에 대한 감시(monitering), 지속성 기대 등을 측정하여 공급자가 구매자의 요구에 호의적으로 반응할수록, 정보의 교환이 많을수록, 공급자에 대한 감시가 많을수록, 장기적 관계를 지향할수록 성과가 향상됨을 제시하였다. 모기업이 협력

업체에 지원하는 형태는 기술지원, 경영지도, 자금지원 등이 있는데 그 정도에 따라 경영성과에 영향을 미치는 거래방식 및 거래관계가 달라진다. 즉, 모기업과의 지속적인 거래에 의해 일정 수준의 품질이 유지되고, 거래조건이 원만하게 이루어지며, 협력업체의 자금흐름이 어려울 경우 모기업이 대금결제를 조절해 주는 등의 지원은 협력업체의 성과에 많은 영향을 미치게 된다.

한상도(1996)는 구매기업과 부품협력업체 사이의 거래관계에서 부품협력업체의 원가절감 및 기술·품질 향상에 미치는 영향을 실증분석하고, 유의한 영향을 미치는 요소로서 신뢰를 바탕으로 한 상호 협력적 거래관계 정보시스템의 활용과 공급자의 거래조건결정권 그리고 구매기업의 계열화를 밝혀냈다.

자산특유성은 관계를 결정하는 중요한 요인으로서 특정거래에 특정한 자산의 존재여부는 그 특유성 정도라고 할 수 있다(Williamson, 1985). 즉, 경로관계에 특별한 투자를 말하는 것으로 다른 거래관계로의 대체가 어렵거나 불가능한 투자를 말한다. 그러므로 이들은 정보공유와 의사소통을 긴밀히 하고 기술협력 수준을 높여 장기협력 관계를 유지하여 투자한 자산의 가치를 상실하려고 하지 않을 것이다. 기회주의란 거래 파트너가 자신의 이익을 추구하기 위하여 거래에 관련된 정보를 왜곡하거나 잘못된 정보를 제공, 또는 지나친 가격협상 등과 같은 행위를 의미한다. 이에 협력업체들은 모기업의 기회주의적인 행동에 대한 대비책으로 다수의 모기업과 제도적 장치에 호소하겠지만 법적인 고려가 없어 곤란을 겪을 것이다(복득규, 1994). 거래관계에서 거래 상대방이 기회주의 행동을 하게 되면 기업은 합리적인 판단이 어려워지게 되고, 거래 상대방과의 거래 시 거래비용이 발생하기 때문에 협력업체와의 지속적인 협력관계유지는 어려워지게 된다. 따라서 모기업의 기회주의 성향은 협력업체와의 관계에 부(-)의 영향을 미칠 것으로 예측된다. Noordewier 등(1990)은 산업재 구매관계에서 성과를 결정짓는 요인으로 자산특유성, 불확실성, 거래빈도를 제시하고, 불확실성 하에서는 관계가 더욱 밀접할수록 성과가 향상된다고 밝히고 있다. 또한 환경적 불확실성 하에서 구매자와 판매자는 높은 수준의 협력관계를 공유한다고 하였다. 이를 근거로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H2 : 거래비용요소는 협력관계 지속요인에 영향을 미

칠 것이다.

H2-1 : 자산특유성은 협력관계 지속요인에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-2 : 기회주의는 협력관계 지속요인에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

H2-3 : 불확실성은 협력관계 지속요인에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

정보공유 수준과 협력 수준이 높을수록 여러 형태의 만족도 수준이 높으며, 이는 협력형의 기업 관계가 상대적으로 높은 성과를 보이는 것이다(정지택, 1995). Dauch(1993)는 설계 시의 품질의 중요성을 강조하면서 구매자들에게 공급자들의 연구개발을 장려하라고 하였다. 또한 Aoki(1988)는 완성차업체와 부품협력업체 간 기술협력관계나 교섭관계 등의 상호협력관계는 성과향상에 중대한 의미를 가진다고 하였다. 이와 같이 협력업체와 모기업과의 관계에서 생산 및 기술정보를 많이 공유하고 있고, 제품생산에 필요한 제작기준을 제공받으며 부품개발 시 모기업과 협력하여 개발하며, 모기업과의 지속적인 거래로 인한 생산 및 품질의 안정 및 합리적인 거래조건 등의 협력관계 지속요인은 경영성과에 영향을 미칠 것으로 추론되어 다음과 같은 가설을 설정하고자 한다.

H3 : 협력관계 지속요인은 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

협력업체 간 관계만족도란 협력관계를 지속적으로 유지하는데 필요한 것으로 장기지향성이 있고, 협력관계의 종결을 감소시키며, 협력관계에서의 결속을 증진시킨다고 하였다. 또한 협력관계를 유지하기 위해서 단기적 희생을 감내하겠다는 자발적 의도, 그리고 관계의 안정성에 대한 확신 등을 포함한다고 하였다(Anderson과 Weitz, 1992). 일반적으로 관계의 주체인 공급기업 및 그 담당 직원의 활동과 행위에 대한 것과 구매업체 및 그 기업의 담당 구매직원의 활동과 행위에 대한 만족을 포함한다. 따라서 관계만족을 이성적인 결과와 반대되는 감정적 상태로 개념화한다.

Anderson과 Narus(1990)는 조직 간의 교환모형에서 상대방과의 파트너십을 형성하는데 핵심적인 요소로 파

약하고, 만족은 인지된 효과성에 대한 밀접한 대리효과(close proxy)를 나타낼 뿐만 아니라 상대방이 미래에 행할 행동을 보다 잘 예측할 수 있게 됨을 지적하였다. 이수형 등(2001)의 연구에서는 고객이 판매원과 거래를 통해 형성하는 관계에 대한 만족이 판매원의 관계적 판매행동과 지속적인 관계유지 사이의 매개역할을 검증해본 결과, 만족이 중요한 매개효과를 가지고 있는 것으로 밝혀졌다. 또한 Ganesan(1994)은 그의 연구에서 만족이 고객과 판매원과의 관계를 유지하는데 있어서 필수적인 요소라고 주장하였다. 따라서 관계만족은 조직간 교환관계에서 거래 상대방과의 장기적인 유대감을 형성하는데 핵심적인 요소로 인식될 수 있다.

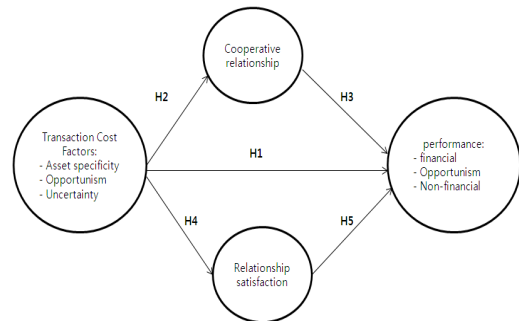
어느 공급기업이 특정 제조업체의 구매자에게 자신의 부품을 판매하기 위하여 그들의 부품을 특이하게 만들었거나 납품시스템을 특수하게 설계했다면 이러한 노력 및 특정한 투자는 두 조직 간의 관계를 더욱 결속시키고 장기화되게 만드는 요인이 될 것이다. 왜냐하면, 구매업자 측면에서 볼 때 자신에게 필요한 부품을 특정 공급자가 납품을 해주기 때문에 거래관계에 보다 몰입할 수 있으며, 공급업자 측면에서는 특유자산으로 인해 확고한 거래처 기반을 다질 수 있기 때문에, 관계만족도는 향상될 것으로 기대된다. 모기업의 기회주의 성향은 정보를 전략적으로 조작하거나 자신의 의도나 성과를 왜곡하여 표시하는 행위이다. 모기업이 자사의 이익만을 위하여 가격이나 제품설계 등에 대해 지나친 요구를 하거나, 문제 발생 시 책임전가를 하고, 원가를 핑계로 경쟁업체로 업체를 변경할 가능성이 있다면, 협력업체의 모기업과의 관계에 대한 만족도는 낮아질 것이다. 따라서 모기업의 기회주의 성향은 관계만족도에 부(-)의 영향을 미칠 것으로 예측된다. 신제품이 자주 출시되고 관련 기술의 발전 속도가 빠르며 현재 거래하는 제품분야의 경쟁이 치열한 불확실한 상황일수록 새로운 문제가 발생할 것이다. 그럴수록 문제점에 대한 긴밀한 협조의 필요성이 생길 것이고 그러한 문제들의 해결에 따른 업무협조의 축적은 거래관계의 관계만족도를 향상시킬 것으로 기대된다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- H4 : 거래비용요소는 관계만족도에 영향을 미칠 것이다.
 H4-1 : 자산특유성은 관계만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- H4-2 : 기회주의 성향은 관계만족도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.
 H4-3 : 불확실성은 관계만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

모기업과의 관계에서 협력업체가 업무수행정도에 대체로 만족하고, 문제점발생시 협의를 많이 하며 애로사항 건의에 대해 모기업이 대체로 잘 수용하는 등의 원만한 관계가 형성되어 모기업과의 관계만족도가 좋아진다는 것은 경영성과와 밀접한 인과관계가 있을 것으로 여겨진다. 즉, 모기업과의 지속적인 거래로 인한 안정된 생산과 품질은 업무수행에 만족을 느끼게 할 것이고 이는 장기거래로 발전하여 경영성과에 영향을 미치는 것으로 추론되어 다음과 같은 가설을 설정하고자 한다.

- H5 : 관계만족도는 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.



[Fig. 1] Research Model

3. 연구설계

3.1 변수의 정의와 측정

본 연구에서는 거래비용요소의 측정을 위해 정재용(2002), Williamson(1985), Ganesan(1994)의 연구에서 사용된 설문항목을 사용하여 총 11항목 중 자산특유성에 4항목, 기회주의 성향에 4항목, 불확실성에 3항목을 연구 목적에 맞게 수정하여 사용하였다. 자산특유성이란 거래를 위하여 특별히 투여된 자산을 의미하며 만약 거래가 중단된다면 사라지게 되는 일종의 거래와 관련된 매몰비

용으로 정의한다. 이에 관한 설문 문항은 제품의 전용설비 장치 유무, 전용자산의 타용도 전환 시 손실정도, 시장에서 쉽게 구매할 수 있는 정도, 공급의 불안정시 모기업 생산에 미치는 영향으로 구성하였다. 기회주의란 거래파트너가 자신의 이익을 추구하기 위하여 거래에 관한 정보를 왜곡하거나 잘못된 정보를 제공, 또는 지나친 가격협상 등과 같은 행위로 정의한다. 이에 관한 설문 문항은 모기업의 이익을 위한 지나친 요구, 문제발생시 책임전가, 대금결제 차질로 인한 경영손실, 경쟁업체로의 납품업체 변경 가능성 등으로 구성되었다. 불확실성이란 외부환경에서 예측할 수 없는 변화의 정도라고 정의하였으며, 이에 관한 설문문항은 신제품 발생빈도, 기술발전 속도, 경쟁정도의 내용으로 구성되었다. 이들 변수 모두는 Likert 7점 척도를 사용하여 측정하였다.

협력관계 지속요인은 모기업과 협력업체가 신뢰를 바탕으로 장기거래에 이르게 하기 위한 요소로 정보공유 및 의사소통, 기술협력 수준, 거래조건결정권 및 지속적인 거래, 모기업지원 등으로 정의 하였다. 이들을 측정하기 위해 광정수(2010), Aoki(1988)의 연구에서 사용된 설문항목을 사용하여 총 10개의 항목을 연구에 맞게 수정하여 사용하였다. 생산정보공유, 기술정보공유, 주문구매 정보공유, 도면제공, 제작기준 제공, 부품개발 시 모기업과 협력, 안정적인 제품생산, 일정 수준의 품질, 원만한 거래조건, 모기업의 자금지원 등으로 구성되었으며, 이들 변수는 리커드 7점 척도를 사용하여 측정하였다.

Anderson and Narus(1990)는 만족은 다른 상대방과의 일을 통한 관계 속에서 상대방의 모든 요소에 대한 산출물로부터 나오는 긍정적인 상태라고 정의하였다. 본 연구에서는 관계만족이란 구매업체와 공급업체의 관계에 대해 전반적으로 평가하여 그 결과 생겨나는 감정 상태로 정의 하였다. 본 연구에서는 관계만족도를 측정하기 위해 정지택(1995)과 Anderson and Narus(1984)의 연구에서 사용된 설문항목을 사용하여 총 5개 항목을 연구목적에 맞게 수정하여 사용하였다. 관계만족도의 문항은 업무수행에 대한 만족, 문제점 발생 시의 협의 정도, 애로사항 건의에 대한 수용여부, 거래의 지속적 유지 및 전반적 만족 상태 등을 리커드 7점 척도를 사용하여 측정하였다.

경영성과는 재무적 성과와 비재무적 성과로 구분하고 이들을 측정하기 위해 Kaplan and Norton(1992)의 연구 문헌을 기초로 재무적 성과 3항목, 비재무적 성과 7항목

등 총 10개의 항목을 연구목적에 맞게 수정하여 사용하였다. 재무성과는 설문응답자의 인지적 성과로서 매출액 증가율, 영업이익률, 원가절감률 등을 리커드 7점 척도를 사용하여 측정하였으며, 비재무성과는 업무처리비용절감, 낮은 수준의 제품원가, 주문 및 재고 유지비용 절감, 납기의 신속성 및 준수, 품질향상, 불량률 감소 등을 리커드 7점 척도를 사용하여 측정하였다.

3.2 표본선정 및 자료수집

본 연구는 연구목적에 달성하기 위해 첫째, 자동차 부품제조업체들 중 SQ(Supply Quality)인증대상 부품업체들을 대상으로 도장분야 54업체, 봉제분야 44업체, 사출분야 52업체와 기타 부품제조업체의 구성원을 설문대상으로 하였다. 둘째, 설문지는 각 회사 당 1부의 설문지 회수를 기본으로 하였다. 본 연구를 위한 설문조사는 2010년 5월 11일부터 5월 31일까지 실시하였다. 설문지는 총 274부가 배포되었으며, 209부가 회수되어 회수율은 76.2%로 나타났다. 이 중 결측치가 존재하는 등의 불완전한 설문으로 연구목적에 부적합하다고 판단된 39부를 제외한 총 170부의 설문지를 연구에 활용하였다.

4. 실증분석

4.1 기술통계

인구 통계학적 특성을 살펴보면, 연령은 40대(69명), 50대(64명), 60대 이상(27명), 그리고 30대(10명) 순으로 나타났다. 직급에서는 임원이 44명으로 가장 많았으며, 그 다음으로 과장 42명, 대리 34명, 부장 26명, 그리고 차장 24명 순서로 나타났다. 연 매출액은 150억 이상 업체의 응답자가 74명으로 가장 많았고, 30억 이하의 업체의 응답자가 45명으로 그 다음 순이었다. 협력업체 유형으로는 2차 협력업체의 응답자가 101명, 1차 협력업체 56명, 그리고 3차 협력업체 13명 순으로 나타났다.

자산특유성의 경우, 제품의 공급 불안정이 모기업 생산에 미치는 영향이 5.65로 가장 높은 평균을 보였으며, 모기업을 위한 투자자산을 다른 용도로 사용 시 손실 정도가 4.18로 가장 낮은 평균을 보였다. 기회주의 성향의 경우, 모기업의 경쟁업체로 납품업체 변경 가능성이 4.61로 가장 높은 평균을 보였으며, 모기업의 대금결제 차질

<Table 1> Cross-Loading Analysis from PLS

	ass	oppo	uncer	coopet	satis	finan	non-fi
as1	0.934	-0.035	0.215	0.475	0.375	0.379	0.398
as2	0.647	0.163	0.003	0.314	0.097	0.173	0.135
op1	0.046	0.859	-0.124	-0.109	-0.351	-0.186	-0.125
op2	0.065	0.884	-0.089	-0.058	-0.373	-0.142	-0.182
op4	-0.036	0.767	-0.091	-0.098	-0.294	-0.175	-0.143
un1	0.048	-0.137	0.686	0.137	0.113	0.180	0.163
un2	0.128	-0.161	0.853	0.296	0.239	0.390	0.281
un3	0.200	0.005	0.761	0.295	0.175	0.242	0.318
co1	0.347	-0.114	0.271	0.813	0.446	0.492	0.434
co2	0.383	-0.187	0.301	0.788	0.525	0.566	0.451
co3	0.339	-0.141	0.290	0.794	0.498	0.493	0.393
co5	0.290	-0.016	0.154	0.685	0.337	0.372	0.354
co6	0.274	-0.024	0.254	0.675	0.344	0.433	0.404
co7	0.451	-0.076	0.291	0.767	0.494	0.513	0.507
co8	0.528	0.020	0.193	0.762	0.43	0.459	0.555
sa1	0.298	-0.360	0.225	0.555	0.916	0.535	0.503
sa2	0.332	-0.240	0.136	0.542	0.854	0.473	0.461
sa3	0.203	-0.420	0.230	0.391	0.824	0.458	0.395
sa5	0.330	-0.376	0.235	0.530	0.845	0.502	0.503
fi1	0.372	-0.077	0.334	0.612	0.481	0.857	0.540
fi2	0.283	-0.212	0.330	0.535	0.492	0.900	0.482
fi3	0.304	-0.234	0.298	0.487	0.514	0.831	0.498
nf4	0.389	-0.096	0.295	0.570	0.45	0.557	0.873
nf5	0.337	-0.158	0.312	0.572	0.445	0.554	0.892
nf6	0.263	-0.207	0.294	0.427	0.511	0.445	0.857
nf7	0.312	-0.174	0.304	0.499	0.497	0.499	0.882

로 인한 경영 차질이 2.49로 가장 낮은 평균을 보였다. 불확실성의 경우, 거래 제품 분야의 경쟁이 4.53으로 가장 높은 평균을 보였으며, 모기업과 거래제품의 신제품 발생 빈도가 4.10으로 가장 낮은 평균을 보였다. 협력관계 지속요인은 지속적 거래로 일정 수준의 품질유지가 5.51로 가장 높은 평균값을 보였으며, 자금흐름이 어려울 경우 모기업이 조절이 4.02로 가장 낮은 평균값을 보였다. 관계만족도에서는 거래관계 지속에 대한 기대가 5.76으로 가장 높은 평균값을 보였으며, 애로사항 건의에 대한 수용이 4.16으로 가장 낮은 평균값을 보였다.

4.2 가설검정

본 연구는 앞서 살펴본 선행연구 등을 토대로 수립된 연구가설을 검정하기 위하여 <Fig 1>에서 제시한 연구 모형에 따라 구조방정식 모형을 설정하고, 이를 SMART PLS(Partial Least Squares)를 이용하여 분석하였다. 측정모형의 검증은 위해서 본 연구에서 사용된 측정항목들에 대한 집중타당성, 내적일관성, 그리고 판별타당성에 대해 살펴보면 다음과 같다(김순기와 이상완, 2011).

첫째, 집중타당성은 요인적재값으로 평가되며 0.6 이상의 값을 가질 경우 개별항목 신뢰성이 있는 것으로 평가된다. 처음 분석에서는 자산 2, 4번 항목, 기회주의 3번 항목, 협력관계 지속요인 4번 항목, 관계만족도 4번 항목, 그리고 비재무성과 1, 2, 3번 항목이 각각의 요인적재값이 0.6 이하의 값이 나타나 이들 항목을 제거하고 다시 분석을 수행하였다. 그 수행 결과 <Table 1>에 나타난 바와 같이, 모든 변수의 요인적재값이 0.7이상으로 나타나고 있어 각 측정 항목이 집중타당성을 지니고 있다고 볼 수 있다. 둘째, 내적일관성은 Chronbach's alpha, 복합신뢰도, 그리고 평균분산 추출값(Average Variance Extracted: 이하 AVE)으로 분석하였다. <Table 2>에서 보는 바와 같이 본 연구모형에서 사용된 모든 변수들의 내적일관성 측정치는 기준치(Chronbach's alpha 값: 0.6 이상, 복합 신뢰도: 0.7 이상, AVE 값: 0.5 이상)보다 높게 나타나고 있어 높은 수준의 내적일관성을 보여주고 있다. 셋째, 판별타당성은 요인분석에서 각 측정항목들이 이론적으로 관계를 갖는 요인에 적재된 값이 그렇지 않은 요인에 적재된 값보다 커야 하며, 모든 변수의 AVE의 제공

<Table 2> Fit of PLS measurement model

	AVE	CP	R ²	Cronbach's alpha
ass	0.6463	0.7796		0.5006
oppo	0.7032	0.8763		0.7871
unce	0.593	0.8126		0.6684
coope	0.5728	0.9033	0.3244	0.8752
satis	0.741	0.9195	0.3082	0.8831
finan	0.7457	0.8978	0.4905	0.8291
non-fina	0.7684	0.9299	0.4345	0.8996
Global of fit			0.515	

<Table 3> Correlations and AVE squared roots from PLS

	ass	oppo	uncer	coopet	satis	finan	non-fi
ass	0.803						
oppo	0.033	0.838					
unce	0.175	-0.121	0.770				
coope	0.503	-0.105	0.334	0.756			
satis	0.340	-0.406	0.242	0.589	0.860		
finan	0.372	-0.199	0.372	0.634	0.573	0.863	
non-f	0.373	-0.179	0.344	0.592	0.543	0.588	0.876

근 값은 다른 변수와의 상관계수 값보다 커야한다는 두 가지 조건으로 평가하였다. <Table 1>에서 보면 모든 측정항목의 각 해당 구성개념에의 로딩 값이 다른 구성개념에의 크로스로딩 값보다 큰 것을 알 수 있고, <Table 3>에서 대각선 부분에는 변수의 AVE값의 제곱근 값이 다른 변수들과의 상관관계계수 값 보다 모두 크다는 것을 알 수 있다. 이러한 결과는 높은 수준의 판별타당성을 보여주고 있다.

본 연구의 가설 검증은 PLS 구조모형의 경로계수를 이용하여 실행되었다. T값은 표본자료로부터 복원추출에 의해 동일한 분포를 갖는 측정치를 추정하는 방식인 부트스트랩(bootstrapping)을 통한 반복추출 서브샘플링(500개) 생성을 통해 계산되었다. PLS의 특성을 반영한 전반적 적합도 지수는 모든 내생변수의 R² 값의 평균과 공통성의 평균값을 곱한 뒤에 이를 다시 제곱근해서 산출된다. 이 적합도의 크기는 최소 0.1이상이어야 하며, 값의 범위에 따라서 상(0.36이상), 중(0.25~0.36), 하(0.1~0.25)로 구분될 수 있다. 본 연구의 PLS 경로모형의 전체 적합도는 <Table 2>에 제시된 바와 같이 0.515로 모형의 적합도가 높다고 판단된다. 또한 구조모형에 대한 평균적인 적합도의 평가에는 R²값을 이용한다. R²값은 각 내생변수별 경로모형에 대한 평가로서 상(0.26이상), 중(0.13~0.26), 하(0.02~0.13)로 구분할 수 있다(Cohen,

1988). 본 연구의 구조모형에서 모든 변수의 R²값이 0.30 이상이므로 적합성이 높다고 볼 수 있다. 전체적인 구조모형의 적합도가 유의한 것으로 판단되어 PLS를 이용하여 가설을 검증하려 하는데 그 결과를 요약하면 <Table 4>와 같다.

본 연구의 결과를 설정된 가설을 중심으로 차례로 살펴보면 다음과 같다. 가설 1은 거래비용요소가 경영성과에 영향을 미친다는 것이다.

자산특유성과 기회주의는 재무적 성과 그리고 비재무적 성과에 각각 유의적인 정(+)의 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났으며, 불확실성은 재무적 성과에 1% 유의수준에서 그리고 비재무적 성과에는 5% 유의수준에서 각각 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 자산특유성과 기회주의는 직접적으로 경영 성과를 개선시키지 못하나, 불확실성은 선행연구(Noodewjer 등, 1990)와 일치하는 연구결과로 불확실성성 하에서는 기업간의 관계가 더욱 밀접해져 경영성과를 개선시키는 것으로 판단된다.

가설 2는 거래비용요소는 협력관계 지속요인에 영향을 미친다는 것이다. 분석결과를 살펴보면, 우선 자산특유성과 불확실성은 협력관계 지속요인과 각각 1% 유의수준에서 유의적인 정(+)의 관계를 보여주었다. 이와 같은 결과는 Noordewier 등(1990)의 연구결과와 일치하는

것으로 자산특유성이 높을수록 협력관계 지속요인이 향상된다는 것을 의미하는 것이라 할 수 있다. 즉, 모기업만을 위한 전용설비와 장치가 갖추어져 있고 모기업과의 거래를 위한 자산투자가 이루어진다면, 모기업과 여러 정보를 공유하고 협력하며 안정적인 제품생산이 지속적으로 이루어지는 협력관계가 형성된다는 것을 의미하는 것이다. 또한 모기업과 거래하는 제품은 신제품의 출시가 빈번하고 관련기술에 대한 발전 속도가 빠르며 제품분야의 경쟁이 치열한 상황과 같은 불확실성이 높으면, 모기업과 지속적으로 생산 및 기술 정보를 공유하고 제품생산에 필요한 제작기준을 제공받는 등의 협력관계 지속요인은 더욱 높아진다는 것을 의미한다고 할 수 있다. 그러나 기회주의는 협력관계 지속요인과 유의적인 관계를 보여주지 못하였다.

(Table 4) Research Results

			Path Coefficient	T Statistics
H1	H1-1	Ass -> fin	0.0566	1.0213
		Ass -> non-fi	0.0857	1.0941
	H1-2	opp -> fin	-0.0282	0.4765
		opp -> non-fi	-0.0184	0.2869
	H1-3	unc -> fin	0.1635	2.7152 **
		unc -> non-f	0.1483	2.0447 *
H2	H2-1	Ass -> coop	0.4641	8.1001 **
	H2-2	opp -> coop	-0.0909	1.2715
		unc -> coop	0.2423	3.6723 **
H3		coop -> fin	0.3847	4.2616 **
		coop -> non-fi	0.3374	3.61 **
H4	H4-1	Ass -> satis	0.3296	5.7835 **
	H4-2	opp -> satis	-0.4014	5.6079 **
	H4-3	unc -> satis	0.1353	1.9317
H 5		sat -> fin	0.277	3.105 **
		sat -> non-f	0.2725	3.3393 **

*p < 0.05, **p < 0.01

가설 3은 협력관계 지속요인은 경영성과에 정(+)의 영향을 미친다는 것이다. 이에 대한 검증결과를 살펴보면, 협력관계 지속요인은 재무성과 그리고 비재무성과에 각각 1% 유의수준에서 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 선행연구(Aoki, 1988; 정지택, 1995)의 연구결과와 일치하는 것으로 정보공유 수준과 협력수준이 높을수록 재무성과와 비재무성과가 개선되는 것으로 해석된다. 즉 완성차업체와 부품협력업체 간 기술협력관계 그리고 교섭관계 등의 상호협력관계는 경영성

과의 개선에 중요한 의미를 가지는 것이다.

가설 4는 거래비용요소는 관계만족도에 영향을 것이다. 분석결과를 살펴보면, 자산특유성은 관계만족도와 1% 유의수준에서 유의적인 정(+)의 효과를 미치는 것으로 그리고 기회주의 성향은 관계만족도에 1% 유의수준에서 유의적인 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 자산특유성에 대한 결과는 자산특유성이 높을수록 관계만족도가 향상된다는 것을 의미한다. 즉, 모기업만을 위한 전용설비와 장치 그리고 투자한 자산이 높다는 것은, 모기업과의 업무수행과 거래관계가 오랫동안 지속되므로 관계에 대해 만족한다는 것을 의미하는 것이다. 또한 기회주의 성향에 대한 결과는 모기업이 협력업체에게 자신만의 이익을 위해 가격이나 제품설계에서 지나친 요구를 하거나 책임을 전가시키는 행위는, 모기업과의 거래관계가 오랫동안 지속되고 관계에 대해 만족하는 데에 부정적인 영향을 미치는 것으로 해석 할 수 있을 것이다. 그러나 불확실성은 관계만족도에 유의적인 정(+)의 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

가설 5는 관계만족도는 경영성과에 정(+)의 영향을 미친다는 것이다. 이에 대한 검증결과를 살펴보면, 관계만족도는 재무성과와 비재무성과에 1% 유의수준에서 각각 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것을 보여주었다. 이는 모기업과 협력업체 간에 관계만족도가 좋으면 관계유지를 위해서 협력업체는 불량률을 감소, 생산제품의 품질 향상, 그리고 원가절감 등을 위해 노력할 것이므로 재무성과와 비재무성과가 개선되는 것으로 해석된다.

5. 결론 및 함의

본 논문에서 가설 검증된 연구 결과를 간략하게 요약하면 다음과 같다. 첫째, 거래비용요소 중 협력업체 지속요인에 직접적으로 영향을 미치는 변수는 자산특유성과 불확실성으로 나타났다. 둘째, 거래비용요소 중 관계만족도에 직접적으로 영향을 미치는 변수는 자산특유성(정(+))의 영향)과 기회주의(부(-)의 영향)로 나타났다. 셋째, 협력관계 지속요인과 관계만족도 각각 재무적성과와 비재무적성과에 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마지막으로 위의 분석들을 종합하면, 거래비용요소와 경영성과 간의 관계에서 협력관계 지속요인과 관

계만족도의 매개적 역할을 발견하였다.

본 연구는 다음과 같은 시사점을 제공하고 있다. 첫째, 우리나라의 하도급거래 유형은 미국이나 일본 등의 선진국과는 다르게 폐쇄적인 거래관계를 특징으로 하고, 낮은 신뢰 관계로 인해 전체에서의 기회주의적 행위가 제대로 통제되지 않고 있다. 본 연구에서도 모기업의 기회주의 성향은 협력업체와의 관계를 지속시키고 관계만족을 증진시키는데 부정적인 영향을 미친다는 것을 확인할 수 있었다. 이로 인해 거래비용이 높고, 전용자산에 대한 투자가 활발하지 않아 그만큼 제품차별화가 어렵다고 할 수 있으며, 또한 표준화나 전문화를 통한 규모의 경제를 추구하기 어려워 부품업체인 중소기업의 저임금에 의존한 생산비용 절감에 주력하게 된다. 이는 협력업체의 경영을 더욱 어렵게 하는 요인이 되므로, 모기업의 기회주의 성향을 줄이는 것이 무엇보다도 필요하다고 할 수 있다. 둘째, 거래비용요소는 경영성과에 직접적인 영향보다 협력관계 지속요인과 관계만족도라는 매개변수를 통하여 간접적인 영향을 미치는 것임을 확인할 수 있었다. 따라서 경영자들과 관리회계 담당자들은 모기업과 협력업체 관계에서 높은 경영성과의 달성을 위하여 지속요인인 정보공유 및 의사소통의 확대와 기술협력 수준의 증대, 공정한 거래조건 결정 및 성과의 공정한 배분, 모기업지원의 확대를 통한 장기협력관계로의 발전을 유도하여 상호간의 관계만족도를 향상시켜야 할 것이다.

설문조사연구만으로 본 연구의 목적을 달성하는데 한계가 있다. 보다 구체적인 한계점 몇 가지를 지적하면 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 자동차산업을 대상으로 자료를 수집하여 분석하였다. 따라서 산업이 제한되어 본 연구에서 나타난 연구결과를 일반화시키는 데는 한계가 존재한다. 둘째, 본 논문에서는 협력업체(1차, 2차, 3차)의 유형을 구분하지 않고 그들을 통 털어 협력업체로 일원화하여 분석했기 때문에 각각의 유형에서 느껴지는 인식의 차이를 검정하지는 못했다. 이는 협력업체가 특정 모기업과 지속적인 거래관계를 유지하고 있는 것이 오히려 모기업의 단일한 대응으로 나타날 가능성이 있기 때문에 연구결과를 확장해서 해석하는 데는 한계가 있다. 따라서 향후 연구에서는 이들을 구분하여 그 차이를 분석해 보는 것도 의미가 있을 것으로 생각된다.

ACKNOWLEDGMENTS

This work was supported by the Dong-A University research fund in 2014.

REFERENCES

- [1] Kwack, J. S., *How Subcontract Practice Impacts Business Performance of SMEs*. doctorate thesis. Seoul national university, 2010.
- [2] Soon-Kee Kim, and Sang-Wan Lee, Measurement Diversity, Alignment with Firm Strategy and Organizational Performance: A note on the Mediating role of Organizational Learning. *Korean Accounting Association Journal*, Vol. 20, No. 1, pp. 75-107, 2011.
- [3] Bok, D. G., Vertical integration in the Korean automotive industry : a transaction cost approach, doctorate thesis. Seoul national university, 1998.
- [4] Lee, S. H., J. R., and Yang, H. J., Mediating Effect of Trust and Satisfaction on Relationship Marketing in Customer-Salesperson. *Korean marketing management journal* Vol 6(1), pp. 1-32, 2001.
- [5] Jung, J. T., *A study on the performances by configurations of assembler-supplier relationships : in Korean auto industry*. Master's thesis. Seoul National University, 1995.
- [6] Jung, J. E., The Analysis of Transfer Pricing Process of Satellite Suppliers of Automakers -Transaction Cost Approach-. *Korean accounting journal* Vol. 11(2), pp. 31-65, 2002.
- [7] Han, S. D., *Implementation of JIT supply and Information Technology in the Buyer - Supplier Relationship of the Korean Auto Industry : An Empirical Study*. doctorate thesis. Kyonggi University, 1996.
- [8] Anderson E. and B. Weitz., The Use of Pledges to Build and Sustain Commitment in Distribution Channels. *Journal of Marketing Research* 29(February), pp. 18-34, 1992.

- [9] Anderson, C. J. and J. A. Narus. A Model of Distributor's Perspective of Distributor-Manufacturer Working Relationships. *Journal of Marketing* 48(Autumn), pp. 62-74, 1984.
- [10] Anderson, C. J. and J. A. Narus. A Model of Distributor Firm and Manufacturer Firm Working Partnership. *Journal of Marketing* 54(January), pp. 42-58 .1990.
- [11] Aoki, M., *Information, Incentive and Bargaining in Japanese Economy*. Cambridge University Press. 1988.
- [12] Coase, R. H., The Nature of the Firms. *Economica*, Vol.4. pp.386-405. 1937.
- [13] Dauch, R. E., *Passion for Manufacturing*. Society of Manufacturing Engineers, 1993.
- [14] Dyer, J. H., Specialized Supplier Networks as a Competitive Advantage: Empirical Results from the Auto-Industry. *Strategic Management Journal* 17, pp. 271-291. 1996.
- [15] Ganesan, S., Determinants of Long-Term Orientation in Buyer-Seller Relationships. *Journal of Marketing* 58(April), pp. 1-19. 1994.
- [16] Kamath, R. and J. K. Liker. A Second Look at Japanese Product Development. *Harvard Business Review*, Nov-Dec, pp.32-86. 1995.
- [17] Kaplan, R. S. and D. P. Norton., The Balanced Scorecard Measures That Drive Performances. *Harvard Business Review* Jan-Feb, pp. 71-79. 1992.
- [18] Masten, S. E., J. W. Meehan, and E. A. Snyder, The Costs of Organization. *Journal of Law, Economics, and Organization*, Vol.7(Spring), pp.1-25. 1991.
- [19] Noodewier, G. T., G. John, and J. R. Nevin., Performance Outcomes of Purchasing Arrangements in Industrial Buyer-Vendor Relationships. *Journal of Marketing*, 54, October, pp.80-95. 1990.
- [20] Pfeffer, J. and G. R. Salancik., *The External Control of Organizations, A Resource Dependency Perspective*, New York, Harper and Row. 1978.
- [21] Richardson, J., Parallel Sourcing and Supplier

Performance in the Japan Automobile Industry. *Sloan Management Journal*, Vol.14, pp.45-67. 1993.

- [22] Williamson, O. E. *Market and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implication*, New York: The Free Press. 1975.
- [23] Williamson, O. E, *The Economics Institution of Capitalism*, New York, Free Press. 1985.

이 상 완(Lee Sang-Wan)



- 2012년 3월 ~ 현재 : 동아대학교 경영학과 조교수
- 관심분야 : 성과평가, 보상
- E-Mail : sangwan12@dau.ac.kr

김 재 열(Kim Jae-Yeol)



- 1991년 3월 ~ 현재 : 건양대학교 글로벌경영학과 교수
- 관심분야 : 비영리조직의 성과평가, 보상, 예산
- E-Mail : manacc@konyang.ac.kr