

기업평판이 회사몰입과 이직의도에 미치는 영향에 관한 연구

양진호* · 박상봉**

〈요 약〉

본 연구는 현대기업의 경쟁력과 관련된 중요한 요인 중 하나인 기업평판에 관한 연구이다. 기업평판에 관한 연구들은 주로 외부고객관점에서 이루어져 왔는데, 최근들어 내부고객관점에서 평판의 중요성이 부각되고 있다. 이에 본 연구는 비교적 외부이해관계자 관점에서 주로 고려된 기업평판을 내부이해관계자인 종업원 관점에서 고찰함으로써 기업의 성과를 예측하는 중요한 변수로서 기업평판의 관리가 필요하다는 점을 주장하고 있다.

이론적 논의와 실증분석을 통해 기업평판이 회사몰입과 이직의도에 미치는 영향을 분석하였고, 기업평판의 보다 다양한 시사점을 위해 기업차원의 사회적 자본이라고 할 수 있는 경영자신뢰의 조절효과를 검증하였다.

포항지역의 금속산업 종업원 239명을 대상으로 연구가설을 검증하여 다음과 같은 결과를 얻었다.

첫째, 기업평판이 높을수록 회사몰입은 높고 이직 의도는 낮게 나타났다.

둘째, 경영자신뢰는 기업평판이 회사몰입에 미치는 영향을 강화하는 작용을 하였지만 이직의도에 미치는 영향에 유의한 영향을 미치지 않았다.

이러한 실증연구결과를 토대로 연구의 시사점 제시하고 있다.

핵심주제어: 기업평판, 경영자신뢰, 회사몰입, 이직의도

I. 서론

과거 산업화시대에 기업의 경쟁력의 원천은 유형자산이 중심이었지만 현대 기업의 경쟁력의 원천은 무형자산 중심으로 변화하고 있다. 특히 기업이 가진 인재, 브랜드, 평판과 같은 자원들은 기업 경쟁력의 원천으로 인식되고 있으며, 그 중요성은 더욱더 강조되고 있다. 그 중 기업평판은 기업에 대한 호의적인 인상으로 기업의 성과에 중요한 영향을 미친다. 이러한 이유로 서구에서는 일찍이 기업평판을 기업에 대한 사회적 정당성과 지지를 확보하는 중요한 요소로서 그 중요성을 인식한 외국의 우수한 경제지나 전문조사기관에서는 오래 전부터 기업들의 평판을 조사하여 분석해 오고 있으며, 우리나라에도 기업평판에 관한 연구들이 활발하게 진행되어 오고 있다. 최근에는 장기간에 걸친 조직의 과거 업적에 대한 조직평판이 장기적인 관점에서 종업원의 태도와 행동에 영향을 미친다는 결과들도 제시되고 있다(박승배·김종완·김용재, 2011; 노성민, 2013; 김용재·김종완·이재연, 2013). 하지만 대부분 긍정적인 결과와 관련된 측면에 초점이 맞춰져 있고, 평판관리가 제대로 이루어지지 않는 경우와 관련된 시사점을 제시하기 위해서는 부정적 결과에 대한 연구가 필요하며 기업평판의 내부연구의 확장을 위해서는 추가적인 연구들이 진행될 필요가 있다. 특히 종업원의 특성에 따른 시사점을 제공하기 위해서는 종업원의 상태를 고려한 연구를 통해 시사점을 제공할 필요가 있다. 본 연구는 이러한 논의에서 출발하고자 한다. 지금까지 비교적 부족했던 내부고객인 종업원의 기업평판이 실제 기업성과에 유의한 영향을 미칠 것인가를 실증적으로 분석하고 종업원의 중요한 특성으로 종업원의 경영자에 대한 신뢰의 조절효과를 검증하여 경영자에게 전략적 시사점을 제공하고자 한다.

II. 이론적 배경 및 가설설정

1. 기업평판

기업평판은 기업의 과거 행동에 대하여 내부 이해관계자들이 기업에 대해 갖게 되는 평가라고 할 수 있다. 기업평판은 그 정의만큼 구성요소에 관한 논의도 다양하다. Caruana(1997)는 기업평판을 평가하는 요소로 기업 아이덴티티인 상품의 질, 광고, 작업 환경, 스폰서, 회사의 규모, 좋은 일자리, 경영 정책, 직원, 이익 등 16개 요소를 제시했다. Saxton(1998) 역시 기업평판을 다차원적으로 평가했다. 즉, 제품과 서비스의 품질 관리, 재정력 하위, 총 19개 측정항목으로 평판을 측정했다. 그리고 Lewis(2001)는 제품의 품질, 고객 서비스, 스태프, 재무성과, 경영관리, 환경에 대한 책임 그리고 사회적 책임성 등 7가지 기업 아이덴티티 요소를 든다. 최근에는 평판 연구소(The Reputation Institute)와 Harris Interactive가 공동으로 작업하여, 기업평판에 대한 측정치로 사용되는 평판 지수(The Reputation Quotient)를 개발했다. 이는 사회적 책임과 감성적 매력, 제품과 서비스, 근무환경, 재무성과 그리고 비전과 리더십이다(Fombrun and van Riel, 2003). Dowling(2004)은 평판 구축과 관련된 연구에서 매우 설득적인 모델을 제시했다. 즉, 기업평판에 영향을 미치는 구성요인과 기업 이미지 그리고 기업평판과의 관계 등에 대해 설명했다. 그는 기업평판은 기업 이미지가 다양한 이해관계자들을 통해 구축되며, 그 평가는 존중, 존경, 신뢰, 확신과 같은 형태로 나타난다고 설명했다(문효진·심인, 2010).

종합하면 기업평판의 구성요인은 이해관계자를 어떻게 구성하는가에 따라 달라지게 된다. 지금까지 많은 연구들이 기업외부이해관계자 관점, 특히 소비자 초점으로 기업평판을 측정하였는데,

본 연구는 기업내부 고객인 종업원을 대상으로 하기 때문에 Fombrun and Van Riel(2003)의 논의를 중심으로 내부이해관계자와 관련성이 높은 평판의 구성요소인 제품 및 서비스, 재무성과, 사회적 책임, 근무환경, 감성적 소구에 관한 종업원의 평판을 기업평판으로 정의하고, 기업평판을 측정하고자 한다.

2. 기업평판이 회사몰입과 이직의도에 미치는 영향

기업의 무형자산인 평판은 경영자의 중요한 이해관계자인 종업원들에게 호혜·비호혜적인 영향을 주고 그 결과 그들의 행동에 중요한 영향을 미칠 수 있는데 기업의 성과를 예측하는 변수로 많이 사용되는 것이 회사몰입과 이직의도이다. 회사몰입은 통상 조직몰입(Organizational Commitment)을 의미한다. 조직몰입이란 개인과 조직의 상호작용, 즉 조직 구성원들이 조직에 대해 갖는 성향을 나타내고 이해하는 개념으로 조직몰입의 개념에 대하여 합의된 정의는 없지만 조직몰입이 조직의 성과에 긍정적인 영향을 준다는 사실에 대해 동의하는 것으로 보인다(Blau, 1986). 태도적 차원으로 ‘조직의 목표와 가치에 대한 강한 애착, 조직을 위해 열심히 노력하고자 하는 헌신과 의사 및 조직에 남아 있으려는 욕구’로(Mowday, Porter and Steers, 1979) 정의할 수 있다.

이직의도(turnover intention)는 현재 회사에서의 자발적인 이탈의도를 의미하며, 직무를 떠날 것인지에 대한 종업원의 인식과 평가를 가장 잘 설명하는 예측변수이다(Aryee et al., 2002). 이직의도가 반드시 이직으로 연결되지 않지만 선행 연구에 따르면 조직 구성원의 이직의도는 모두 이직으로 연결되지 않더라도 조직의 효과성에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타나고 있으

므로 일반적으로 조직관리 및 갈등관리차원에서 이직의도를 이직행위를 대신하여 사용하고 있다(박길수·최인옥, 2011).

종업원들은 외부인이 회사에 대해서 어떻게 평가하는가에 관한 정보를 받아들이고 이를 기반으로 하여 자신의 조직에 대한 태도를 형성하게 되고(Herrbach et. al, 2004), 평판이 좋은 조직에서 구성원으로서의 신분획득과 유지는 조직의 이익을 위하여 자발적으로 노력하는 과정에서 조직에 대한 몰입이 증가한다(한주희·이준건, 2009; 박승배·김종완·김용재, 2011). 종업원은 외부인의 평가를 자신의 평가로 재해석함으로써 종업원의 태도와 행동에 영향을 미치게 되는데, 좋은 평판을 지닌 조직은 그 구성원들의 자긍심을 향상시킴으로서 조직에 대한 애착을 증가시켜 궁극적으로 회사에 대한 긍정적인 태도와 행동을 형성할 수 있을 것이다. 긍정적인 기업평판은 기업의 성과에 영향을 미치는 행동을 더 많이 하도록 종업원의 태도와 행동을 변화시키고, 부정적인 태도와 행동은 줄이는 형태로 나타날 것이다. 대표적인 성과예측변수로 회사몰입과 이직의도에 대한 기업평판의 영향력에 관한 가설을 아래와 같이 설정한다.

가설1: 기업평판은 종업원의 회사몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2: 기업평판은 종업원의 이직의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

3. 기업평판의 영향에 관한 신뢰의 조절효과

신뢰란 구성원이 불확실하거나 위험한 상황에 직면하였을 때 조직의 말과 행위에 일관성이 있고 도움이 될 것이라고 믿는 구성원의 감정 정도(Nyhan and Marlowe, 1993)로 이를 경영자측

면에서 고려하여 경영자의 종업원에 대한 약속의 이행, 경영자의 도움과 지원, 경영자에 대한 신뢰 등의 다차원적 개념이다.

황승욱(2012)은 리더-구성원 교환관계 이론으로 신뢰의 조절효과를 설명하였는데, 그는 구성원의 높은 신뢰를 바탕으로 형성된 높은 관계의 질을 통해 구성원은 리더의 내집단에 들어오게 되고 더 많은 기회를 부여받고 감정적 지원을 받은 결과 긍정적인 조직행동을 보이고 이로 인해 구성원의 감정노동행동과 직무소진 관계에서 상사에 대한 신뢰가 개인의 직무소진에 영향을 준다고 주장하였다. 즉 경영자에 대해 높은 신뢰를 가진 종업원은 조직에 대해 긍정적인 태도나 행동 증가시키고, 부정적 태도와 행동을 감소하게 된다는 것이다.

이상의 내용을 토대로 경영자신뢰가 기업평판과 종업원 태도에 미치는 영향에 관한 가설을 아래와 같이 설정하고자 한다.

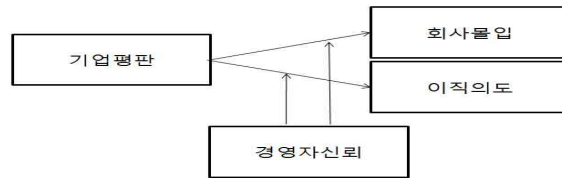
가설3: 경영자 신뢰는 기업평판과 회사몰입을 정(+)적으로 조절할 것이다.

가설4: 경영자 신뢰는 기업평판과 이직의도를 부(-)적으로 조절할 것이다

III. 실증연구의 방법론

1. 연구모형과 가설

본 연구의 목적은 기업평판이 종업원의 태도에 미치는 영향과 경영자신뢰의 조절효과를 실증적으로 분석하기 위함이다. 본 연구는 기존연구가 거의 없는 상황이라 실증연구의 모형과 가설이 탐색적인 성격을 갖고 있다. 연구목적 달성을 위한 연구모형은 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 실증연구모형

2. 연구의 표본

포항지역 금속산업에 종사하는 종업원을 대상으로 330부의 설문지를 배포하여 292부를 회수(회수율 88.4%)하였고, 작성이 부실하거나 중심화 경향이 뚜렷한 설문지를 제외하여 총 239부를 분석에 사용하였다. 조사대상의 연령은 평균 42세로 41세 이상이 전체의 60.7%였고, 근속년수는 평균 10.6년으로 10년 이상 근속자는 전체의 57.6%이고, 직종은 사무직이 50.6%, 현장직이

49.4%로 나타났다. 성별은 여성이 6.3%, 남성은 93.7%, 기혼이 76.2%, 미혼이 23.8%였으며, 사업장규모는 300인 미만인 전체의 70.4%, 300인 이상 사업장은 29.6%였다. 표본의 특성을 종합하면, 남성의 비율이 높고, 평균 연령이 높은 편이고, 근속년수가 긴편이며, 사업장규모는 300인 미만 사업장의 비율이 높았는데, 이는 포항지역이 갖는 산업적 특성을 잘 나타내는 표본으로 볼 수 있다.

3. 변수의 정의 및 측정

기업평판은 Fombrun and Van Riel(2003)의 문항 일부를 수정하여 사용하였다. 문항의 수를 줄이기 위해 제품 및 서비스, 재무성과, 사회적 책임, 근무환경, 감성적 소구에 관한 문항 각각 2 문항씩 총 10문항을 구성하였다. 회사몰입은 Meyer and Allen(1991)의 문항 중 7문항을 일부 수정하였고, 경영자신뢰는 Nyhan and Marlowe(1993)의 문항 중 일부를 수정하여 사용하였다. 의미를 최대한 유지하면서 문항을 축소하기 위해 이들 척도에서 공통적인 요소만을 추출하여 총 4개의 문항을 구성하였다. 이직의도는 Mowday(1982)의 문항에서 2개만을 사용하였다. 또한 본 연구의 결과에 영향을 미칠 수 있는 몇 가지 변수들을 통제하였다. 이러한 통제변수로 성별, 결혼유무, 연령, 근속년수, 직종을 포함시켰

다. 성별, 결혼유무, 직종, 고용형태는 더미변수로 처리하였다.

IV. 실증분석의 결과

1. 변수의 신뢰도와 타당도 분석

변수의 신뢰도와 타당도는 <표 1>, <표 2>와 같다. 신뢰도 검증은 Cronbach' α 계수를 이용하였는데, 일반적으로 0.6이상이면 비교적 신뢰성이 높다고 할 수 있다. 본 연구에서 사용한 변수들이 0.8 이상이거나 이에 근접하고 있으므로 설문문항의 신뢰도 역시 높은 것으로 나타났다.

<표 1> 기업평판의 요인분석 결과

	성분				
	CSR	매력	재무	제품	노동
사회적책임평판1	.804	.310	.114	.020	.266
사회적책임평판2	.802	.159	.205	.214	.252
기업매력도평판1	.154	.857	.179	.230	.205
기업매력도평판2	.363	.822	.170	.183	.080
기업재무평판1	.209	.161	.886	.124	.021
기업재무평판2	.075	.150	.828	.133	.306
제품에대한평판1	.349	.116	.062	.857	.095
제품에대한평판2	-.090	.342	.257	.765	.205
노동조건평판1	.334	.156	.249	.142	.830
노동조건평판2	.530	.228	.123	.272	.645
고유치(Eigen Value)	2.017	1.788	1.733	1.579	1.434
누적변량	20.169	38.046	55.375	71.162	85.506
신뢰성(Cronbachs' α)	.817	.858	.790	.719	.844

<표 2> 회사몰입, 경영자신뢰, 이직의사의 요인분석 결과

	성분		
	회사몰입	경영자신뢰	이직의사
회사몰입2	.787	.306	.082
회사몰입1	.767	.240	.008
회사몰입7	.717	.346	-.014
회사몰입4	.710	.192	-.091
회사몰입6	.701	.090	-.034
회사몰입3	.696	.313	.015
회사몰입5	.640	.196	-.065
회사신뢰3	.236	.822	-.067
회사신뢰1	.286	.820	-.242
회사신뢰4	.316	.807	-.087
회사신뢰2	.345	.758	-.192
이직의사1	-.030	-.138	.927
이직의사2	.009	-.188	.918
고유치(Eigen Value)	3.968	3.081	1.830
누적변량	30.522	54.219	68.299
신뢰성(Cronbachs' α)	.875	.892	.868

2. 변수들간의 상관관계분석결과

변수들의 상관관계분석결과 기업평판과 회사몰입은 유의한 정(+)의 상관관계를 그리고 기업평판과 이직의도는 유의한 부(-)의 상관관계를 경영자신뢰와 기업평판은 유의한 정(+)의 상관관계 그리고 이직의도와는 유의한 부(-)의 상관관계를 나타내고 있다.

기업평판의 차원별로 살펴보면, 사회적책임평판, 기업매력도평판, 재무평판, 제품평판, 노동평판은 모두 연령, 결혼유무, 근속년수, 회사몰입, 경영자신뢰와는 유의한 정(+)의 상관관계를 이직의도와는 유의한 부(-)의 상관관계를 나타냈고 기업규모(직원수)는 사회적책임평판과는 유의한 상관관계가 나타나지 않았고, 다른 기업평판차원들과는 유의한 정(+)의 상관관계를 보이고 있었으며, 직종은 제품평판과 유의한 부(-)의 관계를 보였다. 회사몰입은 연령, 결혼유무, 근속년수, 규모, 기업평판, 회사신뢰와 유의한 정(+)의 관계

를 이직의사와는 유의한 부(-)의 상관관계를 나타냈고, 이직의사는 연령, 근속년수, 규모, 회사신뢰와 유의한 부(-)의 상관관계를 기업평판의 차원 중 재무평판을 제외한 모든 평판들과 유의한 부(-)의 상관관계를 나타냈다.

즉, 기업평판과 경영자신뢰가 높을수록 회사몰입은 높고, 이직의도는 낮았다.

3. 가설의 검증

<표 3>은 기업평판이 회사몰입에 미치는 영향과 경영자신뢰의 조절효과에 관한 결과를 제시하고 있다.

<모형2>의 결과는 사회적책임평판을 제외한 4가지 평판요소들은 회사몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있다($F=33.38$, $p<.001$). 즉 기업의 매력도, 재무상태가 좋다고 평가될수록, 기업의 제품에 대한 평판이 좋을수록, 일하기 좋은 직장이라는 평판이 높을수록 종업원들의 회사몰입은

높은 것으로 나타났다. <모형4>는 경영자신뢰의 조절효과를 검증하기 위해 기업평판과 경영자신뢰의 상호작용 항목을 추가하여 회귀분석을 실시한 것이다. 분석결과, 사회적책임평판과 노동조건평판의 회귀모형과 상호작용 항목이 유의적인 것으로 나타났으며, 상호작용 항목의 회귀계수가 정(+)적으로 나타났는데, 이는 경영자신뢰

가 높을수록 사회적책임과 노동조건평판이 회사몰입에 미치는 영향이 더욱 강화되어 나타나는 것을 의미한다. 따라서 가설 3에서 예측한 조절효과의 방향이 지지되었다.

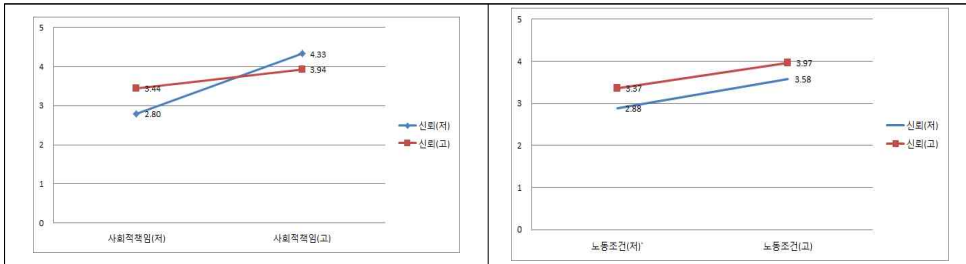
조절효과의 방향과 강도를 가시적으로 확인하기 위한 추가분석 결과는 <그림 2>와 같다.

<표 3> 회사몰입에 관한 회귀분석 결과(경영자신뢰 조절효과)

통제/독립변수	회사몰입			
	모형1	모형2	모형3	모형4
종속변수:				
성별(0=여성,1=남성)	-.122(.057)	-.074(.094)	-.054(.126)	-.053(.118)
연령	.196(.052)	-.058(.417)	-.094(.100)	-.106(.055)
결혼유무(0=미혼,1=기혼)	.132(.082)	.061(.248)	.036(.396)	.026(.527)
근속년수	.028(.766)	.014(.840)	.000(.995)	.025(.623)
직종(0=사무직,1=현장직)	.036(.568)	.044(.322)	.032(.369)	.016(.638)
기업규모	.288(.000)	.086(.065)	.082(.026)	.060(.090)
독립변수:				
평판(CSR)		.131(.056)	.036(.513)	-.145(.145)
평판(매력)		.161(.008)	.058(.233)	-.077(.386)
평판(재무)		.227(.000)	.100(.015)	.219(.256)
평판(제품)		.215(.000)	.059(.200)	-.026(.877)
평판(노동)		.239(.001)	.128(.030)	-.044(.587)
경영자 신뢰			.619(.000)	.255(.054)
상호작용 항목:				
평판(CSR)*신뢰				.352(.018)
평판(매력)*신뢰				.211(.170)
평판(재무)*신뢰				-.223(.491)
평판(제품)*신뢰				.108(.729)
평판(노동)*신뢰				.322(.006)
회귀분석 결과	F=8.92*** R ² =.172	F=33.38*** R ² =.609 ΔR ² =.437***	F=59.65*** R ² =.754 ΔR ² =.145***	F=48.27*** R ² =.778 ΔR ² =.024***

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

주) 표에 제시된 수치는 표준화된 회귀계수이고, 괄호안의 수치는 유의수준임.



<그림 2> 조절효과의 방향과 강도

경영자에 대한 신뢰가 높을수록 사회적책임평판과 노동조건평판이 회사물입에 미치는 영향력의 크기가 증가하였다. 이는 종업원의 경영자신뢰의 유의한 조절효과를 설명하는 결과이다.

<표 4>는 기업평판이 이직의도에 미치는 영향과 경영자신뢰의 조절효과에 관한 결과를 제시하고 있다.

<표 4> 이직의도에 관한 회귀분석 결과(의 조절효과)

종속변수 통제/독립변수	이직의도			
	모형5	모형6	모형7	모형8
통제변수:				
성별(0=여성,1=남성)	-.005(.935)	-.017(.798)	-.027(.671)	-.008(.904)
연령	-.346(.001)	-.299(.005)	-.281(.007)	-.306(.004)
결혼유무(0=미혼,1=기혼)	.152(.052)	.159(.042)	.172(.025)	.169(.029)
근속년수	-.063(.517)	-.063(.521)	-.056(.561)	-.024(.808)
직종(0=사무직,1=현장직)	.160(.015)	.177(.008)	.183(.005)	.180(.006)
기업규모	-.100(.114)	-.072(.289)	-.070(.293)	-.049(.464)
독립변수:				
평판(CSR)		.006(.950)	.055(.581)	.285(.131)
평판(매력)		-.026(.770)	.027(.763)	.034(.839)
평판(재무)		.164(.025)	.229(.002)	-.618(.092)
평판(제품)		-.035(.663)	.044(.593)	.614(.054)
평판(노동)		-.211(.050)	-.154(.148)	-.225(.141)
경영자 신뢰			-.317(.002)	-.374(.136)
상호작용 항목:				
평판(CSR)*신뢰				-.420(.137)
평판(매력)*신뢰				.018(.949)
평판(재무)*신뢰				1.360(.028)
평판(제품)*신뢰				-1.083(.068)
평판(노동)*신뢰				.221(.320)
회귀분석 결과	F=6.59*** R ² =.128	F=4.74*** R ² =.150 ΔR ² =.032*	F=5.39*** R ² =.187 ΔR ² =.037**	F=4.33*** R ² =.201 ΔR ² =.024

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

주) 표에 제시된 수치는 표준화된 회귀계수이고, 괄호안의 수치는 유의수준임.

<모형6>은 기업평판이 이직의도에 미치는 영향에 관한 결과로서, 재무적 평판은 이직의도에 정(+)^의 영향을 노동조건 평판에는 유의한 부(-)^의 영향을 미치는 것으로 나타났다($F=4.74$, $p<.01$). 즉 기업평판은 이직의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 즉, 재무상태가 좋다고 평가될수록 이직의도는 높았고, 노동조건이 좋을수록 종업원들의 이직의도는 낮았다. <모형8>은 경영자신뢰의 조절효과를 검증하기 위해 기업평판과 경영자신뢰의 상호작용 항목을 추가하여 회귀분석을 실시한 것이다. 분석결과, 기업평판의 구성요소들의 회귀모형과 상호작용 항목이 유의적이지 않은 것으로 나타나, 경영자신뢰가 기업평판이 이직의도에 미치는 영향에 대한 유의한 조절효과는 없는 것으로 나타났다.

V. 맺음말

본 연구는 지금까지 외부이해관계자 관점에서 주로 고려된 기업평판을 내부이해관계자인 종업원 관점에서 고찰함으로써 기업의 성과를 예측하는 중요한 변수로서 기업평판의 관리가 필요하다는 점을 고려하여 기업평판이 회사몰입과 이직의도에 미치는 영향을 분석하였고 기업평판의 보다 다양한 시사점을 위해 경영자의 중요한 전략적 차원인 경영자신뢰의 조절효과를 검증하였다.

본 연구의 결과 첫째, 기업평판이 높을수록 회사몰입은 높고 이직 의도는 낮게 나타났고, 둘째, 경영자신뢰는 기업평판이 회사몰입에 미치는 영향을 강화하는 작용을 하였지만 이직의도에 미치는 영향에 유의한 영향을 미치지 않았다.

이러한 실증연구결과가 함의하는 시사점을 다음과 같이 제시하고자 한다.

첫째, 기업평판의 요소 중 기업의 매력도, 재무상태, 제품, 노동조건에 관한 평판이 높을수록 종업원들의 회사몰입은 높았고, 노동조건이 좋을수록 종업원들의 이직의도는 낮다는 결과를 얻을 수 있었다. 사용자는 회사몰입을 높이기 위해 기업의 매력도, 재무상태, 제품, 노동조건에 관한 평판관리가 필요하며, 이직의도를 낮추기 위해서는 특히, 노동조건 평판에 대한 관리가 필요하다는 시사점을 제공한다.

둘째, 경영자신뢰가 기업평판이 회사몰입에 미치는 영향을 강화하는 작용을 한다는 결과를 얻을 수 있었다. 이는 조사대상 기업들은 포스코의 협력회사들로서 조사기업 경영자들의 출신이며, 포스코와의 관계가 중요시 되는 위치에 있기 때문에 종업원들의 포스코 출신의 경영자들에 대한 평가가 나쁘지 않은 것을 반증하는 결과로 해석할 수 있다. 이는 경영자에 대한 평가가 좋다는 것은 그만큼 포스코에 대한 긍정적인 평가의 결과일 수 있다.

종업원의 경영자에 대한 신뢰가 기업관련 성과에 있어서 중요한 변수라는 점을 고려하여 향후 기업성과와 관련한 종업원의 태도와 행동을 예측하는 연구에서는 이들 변수들에 대한 고려를 통해 보다 현실 설명력이 높은 연구를 진행할 필요가 있다는 시사점을 제공한다.

셋째, 사회적책임에 관한 평판은 회사몰입에 유의한 영향을 미치지 않고, 재무적성과에 관한 평판은 예측과 달리 이직의도에 정(+)^의 영향을 미친다는 결과를 얻을 수 있었다. 박종진·김도희(2012)는 기업의 사회적 책임이라는 개념이 기업이 사회에 책임을 다한다는 것으로 ‘책임’이라는 용어의 의미가 강조되기 때문에 기업의 사회적 책임활동이 기업의 희생을 강조하는 차원으로 인식하여 소극적인 양상을 보일 수 있다는 주장을 했는데, 이는 사회적책임 활동이 종업원의 입장에서 일종의 추가적 의무활동으로 여겨짐으

로써 종업원의 몰입수준을 낮추는 결과일 수 있다. 그리고 재무적 건전성에 대한 평판은 종업원으로 하여금 보상에 대한 기대를 높여 너무 높아진 기대수준에 의해 만족이 낮아진 결과로서 이직의도가 높아지는 것으로 해석할 수 있다. 하지만 이상은 어디까지나 추론일 뿐 향후 실증분석을 통해 이들 변수가 채택되지 않은 이유에 대한 탐색이 필요하다.

본 연구는 다음과 같은 한계점을 가지고 있다. 첫째, 본 연구는 설문지법을 이용하였는데, 설문조사가 갖는 동일방법의 한계 등을 본 연구도 가지고 있다. 둘째, 기존연구들이 거의 존재하지 않는 상태에서 관련성이 높은 연구를 중심으로 가설설정을 위한 노력을 하였으나 가설의 설정이 비교적 기존연구결과를 중심으로 한 것이 아니라 탐색적인 것으로 제시된 것이 많다는 한계가 있다. 셋째, 연구표본이 포항지역 금속산업 종사자만을 대상으로 연구되었는데, 일반화의 가능성을 높이기 위해서는 표본을 더 확대할 필요가 있다.

향후 연구에서는 이러한 연구의 한계를 극복하여 방법론상의 다양한 방법에 의한 연구와 이종물입의 실질적인 선행요인들을 더욱 세분화하여 산업별, 직종별 등으로 세밀히 연구할 필요가 있으며, 내부이해관계자적 관점에서 기업평판에 관한 영향에 관한 향후 연구가 필요하다.

참고문헌

1. 김용재 · 김종완 · 이재연(2013), “조직평판과 조직동일시가 직무만족에 미치는 영향”, 한국 기업경영연구, 20(6), 67-84.
2. 노성민, “조직평판이 구성원의 행태에 미치는 영향에 관한 분석: 내부평판을 중심으로”, 한국사회와 행정연구, 24(1), 193-219.
3. 문효진 · 심인(2010), “은행 기업의 아이덴티티와 동일시, 기업 평판과의 관계에 관한 연구: 국민은행, 신한은행, 우리은행을 중심으로”, 한국광고홍보학보, 12(1), 356-393.
4. 박길수 · 최인옥(2011), “공군조종사의 조직갈등과 이직의도의 관계에서 신뢰의 조절효과”, 직업능력개발연구, 14(2), 153-176.
5. 박승배 · 김종완 · 김용재(2011), “지각된 회사 평판과 지각된 부서평판이 조직유효성에 미치는 영향에 관한 연구-지각된 부서평판의 매개효과를 중심으로”, 기업경영연구, 38(단일호), 105-120.
6. 한주희 · 이종건(2009), “기업의 사회적 책임, 조직신뢰 및 조직시민행동의 관계-냉소주의의 조절효과를 중심으로”, 기업경영연구, 32(단일호), 25-43.
7. 황승욱(2012), 서비스 종사자의 감정노동행동과 직무소진 관계에 관한 연구 : 리더의 감성 리더십과 신뢰의 조절효과, 영남대학교 대학원 박사학위논문.
8. Aryee, S., Budhwar, P.S. and Z.X. Chen(2002), “Trust as a mediator of the relationship between organizational justice and work outcomes: Test of a social exchange model”, *Journal of Organizational Behavior*, 23(3), 267-285.
9. Blau, P.M.(1964), Exchange and power in social life. *Transaction Publishers*.
10. Caruana, R(1997), “Multitask learning”, *Machine learning*, 28(1), 41-75.
11. Dowling, G.R.(2004), “Journalists’ evaluation of corporate reputations”, *Corporate Reputation Review*, 7(2), 196-205.
12. Fombrun, C.J. and C.B.M van Riel(2003), *Fame and Fortune: How the World’s Top*

- Companies Develop Winning Reputations*, Pearson Education.
13. Herrbach, O. and K. Mignonac(2004), "How organisational image affects employee attitudes", *Human Resource Management Journal*, 14(4), 76-88.
 14. Lewis, S.(2001), "Measuring corporate reputation", *Corporate Communications: An International Journal*, 6(1), 31-35.
 15. Lewis, J.D. and A. Weigert(1985), "Trust as a social reality", *Social forces*, 63(4), 967-985.
 16. Mowday, R.T., Steers, R.M. and L.W. Porter(1979), "The measurement of organizational commitment", *Journal of vocational behavior*, 14(2), 224-247.
 17. Mowday, R.T., Porter, L.W. and R.M. Steers(1982), *Employee organization linkage: The psychology of commitment, absenteeism and reparation*, New York: Academic Press.
 18. Mowday, R.T., Porter, L.W. and R.M. Steers(1982), *Employee organization linkage: The psychology of commitment, absenteeism and reparation*, New York: Academic Press.
 19. Nyhan, R.C. and H. A. Marlowe(1993), Organizational effectiveness enhancement under Total Quality Management(TQM) in a non-manufacturing settings, In Sumanth, D.J., Poupart, R. and Sink, D.S. (Eds.) *Productivity and Quality Management Frontiers*, 4, 294-303.
 20. Nyhan, R.C. and H.A. Marlowe Jr(1995), "Performance measurement in the public sector: Challenges and opportunities", *Public Productivity and Management Review*, 333-348.
 21. Nyhan, R.C. and H.A. Marlowe Jr(1997), "Development and psychometric properties of the organizational trust inventory", *Evaluation Review*, 21(5), 614-635.
 22. Saxton, A.M.(1998), "A macro for converting mean separation output to letter groupings in Proc Mixed", *Proceedings of the 23rd SAS Users Group International*, 1243-1246.

Abstract

The Moderating Effects of Employer Trust on the Effect of Organizational Reputation

Yang, Jin-Ho* · Park, Sang-Bong**

The purpose of this study is to examine the the effect of organizational reputation on company commitment, turnover intention and the moderating effect of employer trust. Despite the progress of organizational reputation studies, There is a shortage of employee-perspective studies. This study considered the limitation of previous study and the help to the company.

This study built a exploratory model that there is causal relationship of organizational reputation to company commitment, turnover intention and the moderating effect of employer trust on the effect of company commitment, and turnover intention. To test hypotheses empirically, the data was collected from 239 iron and steel company's workers in Po-hang. The study showed following results.

First organizational reputation had the effect on the company commitment and turnover intention significantly. a positive reputation in an organization is associate with commitment and negative reputation in an organization is associate with turnover. Second perceived employer trust played the role as the moderating variable in relation with the effect of reputation on the company commitment.

The implication of these results to the union and the company, the limitation and the direction of future study were suggested.

Key Words : organizational reputation, company commitment, turnover intention, employer trust

* Professor, Dept. of Business Administration, Ui-Duk University, jhyang@uu.ac.kr

** Professor, Dept. of Business Administration, Dong-Eui University, parksb@deu.ac.kr