

프랜차이즈경로상에서의 環境動態性, 經路間 競爭이 내부정치경제에 미치는 영향에 관한 研究*

The Effects of Environmental Dynamism and Interchannel Competition on Internal Political Economy in Franchise Channels of Distribution

最初論文 接受日 : 1993. 6. 3
修正本 接受日 : 1993. 9. 27
論文 掲載 確定日 : 1993. 10. 21

朴 琮 熙**

초 록

본 연구는 제조업자와 유통업자사이의 構造와 行爲에 環境이 미치는 영향에 관심을 가지고 검토하였다. 본연구의 이론적 근거로서 政治經濟的 接近은 資源依存理論을 토대로하여 外部環境이 經路雙方의 內部政治經濟에 미치는 영향에 대한 체계적인 분석틀을 제시하고 있다. 최근 이런 시각에서 環境이 내부정치경제에 미치는 영향을 糾明하려는 연구가 시도되어 왔다. 그러나 外部政治의 영향에 대한 연구는 상대적으로 소홀하였다.

본연구는 이러한 공백을 메꾸기 위한 작업의 一環으로 외부정치로서 경로쌍방의 外部行爲者가 環境특성과 내부정치경제, 특히 經路統制와 關係結束와의 관계에 미치는 영향을 규명하고자 하였다. 이를 위해 오디오산업의 프랜차이즈 加盟店을 대상으로 하여 環境특성으로서 市場環境의 動態性에 초점을 맞추고 외부행위자로서 競爭者에 초점을 맞추어 環境동태성과 經路間 競爭이 經路統制와 關係結束에 어떻게 영향을 미치는지를 검토하였다.

연구결과는 부분적이긴 하나 環境特性和 經路統制사이에 經路間 競爭이 매개하며, 경로통제 변수에 따라 관계결속의 影響이 다른 것으로 나타났다. 이는 외부정치경제의 역할을 다른 環境특성과 함께 추가적으로 檢討할 필요가 있음을 보여준다 하겠다.

* 이 논문은 1991년도 울산대학교 대학연구비 지원에 의하여 연구되었음.

** 蔚山大學校 經營大學 經營學科 副教授

I. 서론

開放的 시스템의 관점에서 組織은 環境으로부터 영향을 받으며 그에 대응하게 된다. 더우기 오늘날처럼 激變하는 環境아래에서는 여하히 環境에 잘 적응할 것인가가 組織의 생존에 중요한 열쇠가 된다. 따라서 제한된 資源과 능력을 지닌 組織으로서는 이들 環境에 어떻게 대처할 것인가에 관심을 가지지 않을 수 없으며, 戰略的 마아케팅에서는 環境변화에 수동적으로 적응하는 것을 넘어서서 環境변화에 적극적으로 개입하여 環境의 不確實性을 완화시키려 하는 것이다(Aaker 1984, pp.12-3).

이런 관점에서 組織間 시스템인 유통경로도 環境의 영향을 벗어나지 못하며, 계속 생존하고 구성원의 목표를 달성하기 위해서는 環境에 적절히 반응해야 한다. 이는 環境이 유통경로의 內部構造를 결정하는 주요한 요인임을 의미한다. 따라서 경로의 環境특성과 경로를 관리하는 樣式(modes)사이의 유의적인 관계가 있는 것으로 추정할 수 있다(Etgar 1977, p.69). 즉, 경로와 관련된 環境이 經路構成員으로 하여금 不確實性을 느끼게 하고 경로갈등, 조정, 힘의 균형, 경로통합 등에 영향을 주는 것이다(Achrol, Reve & Stern 1983). 環境이 經路雙方(channel dyad)사이의 構造와 行爲에 미치는 영향을 규명하는 것은 마아케팅 경로상의 거래당사자간의 關係性(relationships)을 효과적으로 관리하는 방법을 제공하여 준다. 여기서 유통경로를 組織間 시스템으로 본다함은 지속적으로 거래를 하고 있는 독립된 去來當事者간의 교환관계를 組織間 交換關係로 본다는 것을 의미한다. Arndt(1979)는 지속적인 관계속에서는 斷續的 去來와는 다르게 거래가 계획되고 관리되어야 한다고 주장하였다(p.70). 이러한 유통관리란 기업의 마아케팅전략을 성공적으로 집행하기 위해서도 필수적인 과업이다.

국내에서도 流通管理의 중요성이 제고되고 있으며 流通構造 및 流通形態의 변화에 관한 연구(김원수 1990; 정구현 1985), 경로관리전략에 관한 연구(임종원 1987; 한민희, 장대런 1991), 수출경로구조 및 전략에 관한 연구(전인수 1987; 정구현 1984)가 이루어지고, 行爲的인 측면의 연구도 나오고 있다(오세조 1990; 이승창 1989). 그러나 環境과 經路構造에 관한 연구는 그동안 관심을 받지 못하다가 최근 몇편의 실증적 연구가 나오고 있는 단계이다(오세조, 심종섭 1990; 이종하, 오세조 1991; 임영균 1990). 특히 유통경로통제에 관해서는 이론적 연구가 나와 있을 뿐 實證的 研究는 거의 없는 형편이다(유광우 1988).

경로구성원의 마케팅활동을 統制하는 방법은 경로관리의 중요한 부분이며 전체 경로의 효과성에 중대한 영향을 미치게 된다(Bucklin 1973, p.46). 유통경로상의 통제에 관한 연구는 대개 統制에 영향을 미치는 요인과 통제가 영향을 미치는 요인에 관한 연구들이 주류를 이루고 있다. 통제를 결정하는 요인은 주로 힘, 依存과 관련되어 연구되고 있으며, 통제가 유통경로의 경제적 효율성에 미치는 영향, 조직간 또는 조직내의 갈등, 협력(cooperation)에 미치는 영향에 대한 연구도 나오고 있다(Bucklin 1973; Etgar 1976; 1977; 1978; Lusch & Brown 1982; Skinner & Guiltinan 1985).

한편, 조직은 조직내 구성원들의 結束(commitment)을 원한다(Hunt, Chonko & Wood 1985, p.112). 이는 組織間 關係에서도 마찬가지이다. 경로쌍방의 상호의존이 가장 발전된 결속단계에서 거래당사자들이 비슷한 이익을 제공할 수 있는 다른 交換相對者를 배제하는 교환과정으로 부터 일정수준의 滿足을 달성하게 되는 것이다(Dwyer, Schurr & Oh 1987, p.19). 따라서 공급업자는 중간상인과의 關係結束을 통해 안정적인 거래망을 구축하려고 할 것이고 더 나아가 충성심을 배양하려고 할 것이다. 조직간 관계결속에 영향을 미치는 중요한 요인중의 하나가 의사결정과 행동의 調整機能이다(Michaels et al. 1988, p.376). 이 조정기능이 어떻게 이루어지는가는 조직간 管理的 統制(administrative control)의 양식에 의해서 결정된다. 따라서 환경과 관리적통제의 관계는 일종의 成果變數 내지 組織特性變數로서의 결속과 연계된다.

그런데 그간의 연구는 환경을 직접 경로내부구조 및 행위와 관련지어 보고 있다. 그리고 연구결과도 조금씩 다르게 나타나거나 영향이 없는 것으로 나타나기도 한다. 이러한 현상은 환경특성의 영향을 다른 각도에서 접근할 필요성을 제기한다. 이런 맥락에서 본연구는 政治經濟的 接近의 틀 가운데 외부정치경제의 영향에 관심을 갖는다. 정치경제적 접근에서 유통경로의 내부정치경제에 영향을 미치는 외부정치환경으로서 외부행위자의 영향력이 검토되고 있으며(Stern & Reve 1980), Pfeffer & Salancik(1978)도 환경내 社會的 行爲者(social actors)간의 관계가 환경특성과 환경불확실성사이에 개입하고 있음을 추론하고 있다(p.68). 이들의 논의를 토대로 본연구에서는 經路雙方 외부의 행위자와의 관계변수의 영향에 관심을 가지고 외부행위자와의 관계가 환경특성과 경로구조사이에 개입할 가능성을 검토한다.

II. 研究의 理論的 背景

환경차원에서 발생하는 環境不確實性을 완화하기 위해 다른 조직에 의존하게 되면 힘의 구조가 변화하여 經路統制構造에 영향을 주게 되고 이는 경로쌍방의 관계결속에 영향을 미치게 된다. Etgar(1977)는 유통경로상에 經路先導者(channel leader)의 출현을 유도하는 일반적인 환경요인의 규명에 관심을 가지고 환경과 통제와의 관계를 연구한 바 있다. 그는 經路先導者의 힘의 원천과 특정 환경요인에 따른 경로선도자의 통제수준을 검증하였다. 환경요인은 제품수명주기, 수요불확실성(수요변수), 人的 서비스의 필요정도(마케팅기술변수), 경로간 경쟁 등이었다.

환경차원에 대한 체계적인 연구로 Achrol & Stern(1988)의 연구가 있다. 그들은 정치경제적 접근의 틀속에서 유통경로상의 의사결정불확실성에 영향을 주는 환경차원에 대한 연구를 통해 동태성, 고객다양성, 집중성, 수용성(풍요성)이 핵심적 환경차원임을 밝히고 이에 대한 연구를 강조한 바 있다. 이 가운데 동태성에 대한 그간의 연구결과는 조금씩 상이하게 나타나고 있다.

Dwyer & Welsh(1985)는 Aldrich(1979)가 제시한 환경차원중 變化性(variability)과 異質性에 초점을 맞추어 이들의 유통경로의 내부정치경제에 미치는 영향을 보았다. 여기서 변화성은 동태성과 같은 차원으로 그들의 연구결과는 市場環境의 동태성이 크면 클수록 보다 統合된 형태의 유통경로구조가 나타나고 의사결정에 대한 공급자의 統制가 증대한다는 것이다. 그러나 환경의 동태성이 관료적 구조화에는 거의 영향을 미치지 않았는데 유통경로구조의 형태에 따라서 일부 영향을 미치는 것으로 나타났다. 吳와 沈(1990)은 이와 같이 유통경로시스템의 형태가 환경의 경로지배구조에 미치는 영향을 설명하는 변수가 될 수 있다는 점에 착안하여 企業型 流通經路에서 동태성과 경로지배구조와의 관계를 보았다. 그들의 연구결과는 동태성이 公式化와 集權化를 증대시키는 것으로 나타났다. 이 연구의 연장으로 李와 吳(1991)는 프랜차이즈에서 동태성이 유통경로내부의 官僚的 構造化에 미치는 영향을 보았다. 그들은 동태성을 개별적인 次元에서 검토하여 동태성이 두개의 차원으로 나누어짐을 보였으며, 동태성이 공식화에만 영향을 미치고 집권화에는 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 이러한 연구결과들은 동태성에 대한 추가적인 연구가 필요함을 보여준다. 따라서 본연구에서는

Achrol & Stern(1988)의 핵심환경차원 가운데 동태성에 초점을 맞춰 환경이 동태적일 때 외부행위자와의 관계변수가 경로의 내부정치경제에 미치는 영향을 검토하기로 한다.

조직의 환경차원에 관한 연구로서 Pfeffer & Salancik(1978)은 조직의 構造와 行爲에 영향을 주는 환경불확실성을 환경차원의 상호작용에 따른 산출물로 보고 환경차원을 환경의 구조적 특성과 환경내 社會的 行爲者사이의 관계로 구분하고 있다. 그들은 집중성, 풍요성, 상호연계성등과 같은 환경의 구조적 특성이 환경내 사회적 행위자사이의 關係變數인 갈등과 상호의존의 수준을 결정하고, 갈등과 상호의존이 환경불확실성을 결정하게 된다는 것이다. 이때 환경불확실성은 조직간 힘과 의존의 구조를 변화시켜 組織間 構造 및 行爲에 영향을 미치게 하는 요인이므로 환경특성과 조직구조사이에 환경내 사회적 행위자의 관계가 介入할 것으로 예측하게 되는 것이다.

이와 같은 Pfeffer & Salancik의 시각은 外部政治經濟의 內部政治經濟에 대한 영향으로 보는 정치경제의 틀에 의해서 설명될 수 있다. Stern & Reve(1980)는 유통경로를 政治經濟的 接近의 시각에서 외부정치경제와 내부정치경제로 구분하고 외부정치경제의 諸勢力이 서로 상호작용하며 내부정치경제의 조건을 규정한다고 설명한다(p.55). 외부경제는 垂直的(투입부문, 산출부문), 水平的 市場의 형태로 설명되는데 유망한 경제환경이 그 예이다. 외부정치(external polity)는 유통경로를 둘러 싸고 있는 외부의 사회정치시스템을 말하며 그 특성은 外部行爲者(external actors)사이에 힘의 분배와 사용에 의해 결정된다. 외부사회정치환경에서는 환경내에 힘을 행사하는 행위자의 형태, 외부행위자와 中心經路(focal channel)사이의 힘의 관계와 통제수단, 외부행위자사이의 힘의 관계, 그리고 경로구성원이 환경의 세력들에 의해 실제로 통제되는 정도 등을 분석하게 된다. 중심쌍방(focal dyad)을 둘러싸고 있는 외부행위자에게 유통경로의 수직적 흐름에 따라 공급업자와 소비자가 포함되며, 수평적으로는 경쟁자, 협력자, 규제기관, 지원기관 등이 포함된다. 결국 외부사회정치시스템내의 외부행위자는 Pfeffer & Salancik(1978)의 모형에서 환경내 사회적 행위자와 유사한 개념이라 할 수 있겠다. 본 연구에서는 중심경로와 競爭이 되는 유통경로상의 유통업자와의 경쟁관계가 중심경로내 통제과정에 미치는 영향을 검토하며, 환경특성과 經路間 競爭관계를 보기 위해 Pfeffer & Salancik(1978)의 모형을 도입하기로 한다. 그들의 모형에서 환경내 사회적 행위자간의 관계변수로는 갈등이나 상호의존이 포함된다. 따라서 본 연구에서는 경로간 경쟁을 일반적 환경특성과는 다른 분석차원인 중심쌍방의 외부행위자와의 관계특성변수로서 검토하는 것이다

조직의 환경은 주어진 실체가 아니라 주의와 해석과정을 통해 창조된다(Pfeffer & Salancik 1978, p.13). 이는 환경이 행위에 영향을 주기위해서는 관찰, 주의, 지각의 과정이 필요함을 의미한다. 이러한 규정적 환경론(enacted environment)에서의 환경은 개인의 지각체계에 따라 다르게 지각될 수 있는 것이며, 선택된 지각이나 왜곡된 지각현상도 나타날 수 있다. 즉 조직구성원은 환경을 주관적으로 파악하고 행동을 하는 것이다. 본 연구에서도 이러한 규정적 환경론의 입장을 채택하고 주관적 환경특성을 측정한다.

한편 Provan & Skinner(1989)는 기회주의가 힘과 관련이 있다고 보고 두가지 힘의 양상인 依存과 의사결정에의 統制가 기회주의에 미치는 영향을 보았다. 유통업자의 의존이 높다는 것은 쌍방관계에서 공급업자가 더 큰 힘을 가지고 있음을 의미하는 것이므로 유통업자는 자신의 기회주의적인 행동에 대한 報復이 두려워서 기회주의적인 행동을 하려는 경향이 적을 것이다. 그러나 의존에 의해 발생하는 통제의 형태에 따라 기회주의적인 성향은 영향을 받게 된다. 대부분의 유통업자는 어느정도 공급업자에게 의존하고 있는데, 이 경우 공급업자는 유통업자의 意思決定에 대해 어느정도 통제를 행사할 힘을 가지게 된다. 이러한 의사결정에의 통제는 유통업자의 自律性を 제한하는 것이므로 유통업자는 이에 저항하는 하나의 방법으로 서 기회주의적인 행동을 할 수 있는 것이다.

본 연구가 기존의 연구와 環境-統制를 보는 시각의 차이는 기존의 연구가 환경특성과 통제를 직접 관련지어 보거나 내부경제구조가 개입하는 것으로 본데 반해 본연구는 환경특성과 경로통제 사이에 外部社會政治構造가 매개하는 것으로 보는 것이다. 외부사회정치구조내 외부행위자로서 경쟁자에 초점을 맞추고, 이들 사이의 葛藤과 相互依存이 환경특성과 중심경로내 통제 사이의 관계에 미치는 영향을 검토하는 것이다. 외부사회정치구조의 경로구조 및 행위에 미치는 영향을 명시적으로 검토한 연구는 별로 없으며 그런 점에서 본연구가 이부분의 探險的 연구가 될 것이다. 결국 본연구에서는 Etgar(1977)의 환경과 통제사이의 연구, Dwyer & Welsh(1985)에서 動態性이 경로통제와 관계가 있다는 결과와 Provan & Skinner(1989)의 경로통제와 機會主義에 대한 연구를 연장하여, 동태성의 경로통제에 대한 관계에 정치적 환경이 매개할 것이라는 Stern & Reve(1980)의 시각에서 환경과 內部政治經濟와의 관계를 본다. 이를 위해 경로간 경쟁관계변수로 Pfeffer & Slancik(1978)이 제시한 葛藤과 相互依存을 도입하고 유통경로의 형태로 契約的 流通經路중 프랜차이즈를 택하여 동태성의 영향을 검토한다.

Ⅲ. 假說과 模型의 導出

3.1. 環境動態性和 經路間 競爭

환경동태성은 환경속의 마케팅 영향요인들이 서로 연계되어 변화하는 정도로써 不安定性(instability)의 개념을 포함한다(Aldrich 1979, p.67; Duncan 1972). 市場環境의 동태성이 경로구조에 미치는 영향은 연구마다 조금씩 다르게 나타나고 있다. Dwyer & Welsh (1985)의 연구결과에서 환경동태성이 유통경로구조의 형태에 따라서 관료적 구조화에 일부 영향을 미치는 것으로 나타난 것을 토대로 하여 吳와 沈(1990)은 企業型 流通經路에서, 李와 吳(1991)는 프랜차이즈경로에서 동태성이 내부정치경제에 미치는 영향을 보았는데 연구결과에 차이가 있었다. 한편 Achrol & Stern(1988)은 Pfeffer & Slancik(1978)의 모형을 토대로 한 환경차원에 대한 연구에서 동태성이 유통경로상의 수평적 갈등을 유발시키는 요인임을 보이고 있다(p.46).

이상의 연구와 앞서의 이론적 논의를 토대로 본연구에서는 경로쌍방의 외부행위자와의 관계로서 經路間 競爭이 환경동태성과 경로통제사이에서 어떠한 영향을 미치는지를 검증한다. 그리고 Achrol & Stern(1988)은 환경동태성을 自社動態性, 競爭者 動態性和 顧客動態性의 세차원으로 나누고 있는데 반해 李와 吳(1991)에서는 환경동태성을 自社 및 競爭者 動態性和 顧客動態性의 두 차원으로 나누고 있다. 이러한 현상은 산업이 寡占狀態인 경우에 서로의 전략에 민감하게 반응하게 되므로 두변수가 더욱 관련이 있을 것으로 예상된다. 본 연구에서는 자사 및 경쟁자동태성을 업계동태성으로 보고 환경동태성이 업계동태성과 고객동태성의 두 차원으로 나누어지는지를 확인하도록 한다.

環境動態性은 환경내의 여러요소들이 서로 연계되어 예측하기 어렵게 변화하는 것으로 조직에게 불확실성을 증대시킨다(Dess & Beard 1984, p.56). 환경의 변화나 불안정성은 환경 불확실성을 야기시켜 의사결정을 하기 위한 情報의 필요성을 증가시키고 집행 및 관리를 어렵게 한다. 또한 경로구성원들의 성과에 대한 豫測可能性을 감퇴시키고 성과에 대한 평가를 어렵게 한다(Oh, Dwyer & Dahlstrom 1991). 예를 들어 경쟁자의 戰略이 변화한다든지 소비자의 신뢰도가 크게 변화하는 경우 조직은 장기계획이나, 제품믹스, 재고관리등에 어려움

을 겪게 된다. 따라서 환경속의 마케팅 요인들이 크게 변화하거나 불안정한 경우 의사결정 불확실성은 높아진다. Etgar(1977)도 需要가 불안정하면 경로구성원은 상대적으로 더 높은 위험을 지각하게 되므로 위험을 감소시켜줄 수 있는 경로선도자의 중요성이 증가되고 그에 따라 경로선도자의 統制가 증가된다고 설명한다. 경로상의 공급업자는 매출액의 변동과 관련된 不確實性을 가격, 촉진, 반품정책 등의 조정을 통해서 완화시켜줌으로써 그 반대급부로 경로통제를 강화하게 되는 것이다(p.75). 또한 환경요소들이 상호연계하여 변화하면 유통업자의 成果가 서로 영향을 받게 되어 經路間 競爭이 더욱 심화된다. 결국 환경동태성은 경로간 경쟁관계와 상호작용하여 環境不確實性을 야기하고, 환경불확실성은 경로쌍방간 힘과 의존의 구조를 변화시켜 經路構造 및 行爲에 영향을 미치게 된다. 예를 들어 고객의 기호와 수요의 변화가 심하고 업계전체의 전략이 서로 연계되어 자주 변화하면 시장수요의 확보에 어려움을 증가시켜 상대방의 활동에 의해 성과가 보다 많은 영향을 받게되고 유통업자간에 緊張이 야기된다. 그결과 유통업자간 水平的 相互依存이 증가하여 상대방의 행동에 보다 민감해지게 되고 제한된 시장수요의 보다 많은 획득을 위해 경쟁유통업자간의 葛藤이 심화되는 것이다.

유통경로상 수직적 갈등은 李와 吳(1991)의 연구에서 환경의 동태성과 이어서 본 바 있는데, 이들이 다룬 갈등은 조직간 시스템 내부의 공급업자와 유통업자의 갈등인 것이다. 본논문에서의 갈등은 조직간 시스템 외부의 갈등이며 시장환경에서의 수평적 갈등, 즉 유통업자사이의 갈등인 점에 차이가 있다. 일반적으로 갈등은 실제 反應이나 기대되는 반응이 상반되는 데서 발생하는 둘이상의 社會的 實體(entities)사이의 緊張으로 정의된다(Raven & Kruglanski 1970, p.70). 유통경로상에서의 갈등은 한 경로구성원이 자신의 목표를 달성하려는데 다른 경로구성원이 그를 방해하거나 해롭게 하는 행동을 하고 있다고 지각하는 상태로 定義될 수 있다(Stern & El-Ansary 1982, p.284). 이러한 정의는 水平的 葛藤에도 적용이 된다. 본연구에서의 갈등은 수평적 갈등으로 유통업자 관할지역내의 다른 유통업자와의 갈등이다. 제한된 시장의 需要를 더 많이 점유하려고 하는 과정에서 경쟁적 유통업자사이에 갈등이 발생하게 된다.

이러한 갈등은 상호의존과 이어서 보아야 하는데, 그것은 상호의존의 관계가 없다면 행위자사이에 아무런 연결관계가 없어 갈등이 발생할 근거가 없기 때문이다(Pfeffer & Salancik 1978, p.67). 상호의존적이고 복합적인 동기를 지닌 어떠한 관계적 교환시스템

(relational exchange system)에서도 갈등은 내재되거나 현시화되며, 이는 상호목적의 수정, 협력적인 정신, 제반행동및 성과에 영향을 미치게 된다(吳 1990, p.52). 이와 같은 조직내 갈등, 유통경로상의 수직적 갈등은 수평적 갈등에도 적용이 된다. 즉, 영업성과가 서로의 활동에 의해 영향을 받는 경우 유통업자사이의 갈등은 심화되는 것이다. 다시 말해 제한된 시장의 수요를 더 많이 占有하려고 하는 과정에서 발생하는 갈등은 시장이 동태적일때, 그리고 상호의존의 정도가 클수록 더 증대되는 것이다. 그러나 상호의존 관계에 있다 하더라도 서로 공통적인 價値를 지니고 있거나 갈등요인이 사전에 조정이 되는 경우 갈등은 발생하지 않는다. 따라서 상호의존은 사회시스템내에 갈등의 必要條件이며 充分條件은 아닌 것이다(Pfeffer & Salancik 1978, p.67). 요컨대 환경동태성의 증대는 경로간 경쟁을 심화시켜 유통업자간의 상호의존을 심화시키고 갈등을 유발하게 된다.

가설 1-1 知覺된 環境의 動態性의 수준이 높을수록 유통시스템상의 경쟁적 유통업자간 相互依存의 지각수준은 높아진다.

가설 1-2 지각된 環境의 동태성의 수준이 높을수록 유통시스템상의 경쟁적 유통업자간 葛藤의 지각수준은 높아진다.

가설 1-3 유통업자간의 상호의존이 높게 지각될수록 갈등의 지각수준은 높아진다.

3.2. 葛藤, 相互依存과 經路統制

유통업자사이의 갈등 및 상호의존이 경로쌍방사이의 경로통제구조에 영향을 주고 경로통제구조는 관계결속에 영향을 미친다. 제한된 시장의 需要를 더 많이 점유하려고 하는 과정에서 발생하는 갈등은 시장이 동태적일때, 그리고 상호의존의 정도가 클수록 더 증대되는 것이다. 이러한 상호의존과 갈등은 유통경로상의 여러가지 의사결정에 대한 管理的 統制를 강화하는 방향으로 영향을 미치게 된다.

경로간 경쟁은 유통경로상의 여러가지 의사결정에 대한 관리적 통제를 강화하는 방향으로 영향을 미치게 된다. 경로구성원이 느끼는 競爭的 壓力은 유통경로내의 힘의 구조에 영향을 줄 수 있다(Etgar 1977, p.71). 경로구성원이 마주치게 되는 競爭은 두가지 형태로 구분되는데 하나는 동일한 상표를 취급하는 경로구성원사이의 경쟁이고 다른 하나는 경쟁상표를 취급

하는 다른 경로와의 경쟁이다. 전자는 經路內 競爭이고 후자는 經路間 競爭이다. Etgar (1976)는 경로쌍방의 외부적 경쟁인 經路間 競爭에 초점을 두었다. 경로간 경쟁은 특정경로가 자원이나 고객을 놓고 다른 경로와 경쟁하는 상황이다. 이때 최대한의 효율성을 획득하기 위해서는 경로내의 여러가지 機能을 현재 그 기능을 담당하고 있는 구성원보다 더 효율적으로 수행할 수 있는 구성원에게 再配定하는 등의 조정을 하여야 할 것이다. 이러한 조정을 하기 위해서 중앙집권적인 통제가 요구되는 것이다.

경로간 경쟁이 치열해지면 유통업자들은 서로 민감하게 反應하게 되고 제한된 시장수요를 보다 많이 占有하기 위해 水平的 相互依存과 葛藤이 야기된다. 이러한 경쟁의 양상은 경쟁이 치열할수록 지나친 가격할인, 무리한 판촉방법, 고압적 판매전술 등 비정상적이고 공정치 못한 마케팅전략을 사용하는 경향을 낳게 된다. 따라서 본연구에서의 갈등은 Etgar(1977)의 경로간 경쟁의 치열성의 연속선상에서 비정상적이고 불공정한 경쟁양상을 포함한다. 이 상호의존과 갈등은 유통업자에게 환경불확실성을 야기시키게 되고, 이러한 환경불확실성을 완화시켜 줄 수 있는 제조업자에게 힘의 우위가 심화되어 管理的 統制가 강화되는 것이다. 경로통제는 관리적 통제인 경우 의사결정에 대한 통제로 보아 公式化와 集權化로 구분될 수 있다 (Provan & Skinner 1989). 공식화는 시스템의 規範이 공식적으로 명시되어 있는 정도로써 의사결정이 명문화된 규칙과 절차에 의해 통제되는 정도를 의미한다. 공식화는 經路雙方 사이의 관계가 계약과 같은 관리수단을 통해 명문화된 정도인 것이다. 집권화는 雙方關係(dyadic relationship)에서 의사결정을 내리고 집행하는 힘이 수직적으로 집중되어 있는 정도를 말한다.

가설 2-1 유통업자간의 相互依存이 높게 지각될수록 경로통제의 지각수준은 높아진다.

즉, 공식화와 집권화에 대한 지각수준이 높아지게 된다.

가설 2-2 유통업자간의 葛藤이 높게 지각될수록 경로통제의 지각수준은 높아진다.

즉, 공식화와 집권화에 대한 지각수준이 높아지게 된다.

3.3 經路統制와 關係結束

결속에 대한 연구는 Becker(1960)가 결속을 사람들이 기왕의 投資때문에 지대한 관심을

갖고 어떤 행위를 지속하려는 현상이라고 정의한 후 조직이론에서 많이 이루어져 왔으나 개념 자체가 다른 類似概念(직무몰입, 과업동기, 충성심 등)과 重複되는 경향을 보이고 있으며 (Morrow 1983; Reichers 1985), 아직 결속의 의미와 결속의 先行變數와 成果變數간의 관계에 대해 일반적인 이론의 틀이 정립되어 있지 못하다(임창희 1986; Morrow 1983; Reichers 1985). 조직이론에서 보편적으로 이용되어 온 결속의 정의는 Porter와 그 동료들(1974)의 조직에 대한 조직구성원의 同一視化(identification)의 정도와 조직에 投入된 정도이다. 한편 Dwyer, Schurr & Oh(1987)는 교환 당사자간의 관계를 지속적으로 관계를 가진다는 목시적, 현시적 約束으로 정의하고 있다(p.19).

조직구조와 결속과의 관계에 관한 연구로는 Stevens, Beyer & Trice(1978), Morris & Steers(1980)의 연구가 있고, 마케팅에서는 판매원의 組織結束(organizational commitment)에 대한 연구가 많으며, 유통경로분야에서는 經路雙方의 관계에 대한 분석에 도입되고 있다(Dwyer, Schurr & Oh 1987; Dwyer & Oh 1987). 조직론에서 構造的 變數와 結束과의 관계에 대한 연구의 결과는 서로 다르게 나타나고 있다. Stevens 등(1978)의 연구에서는 구조적 변수(조직규모, 통제범위, 집권화)가 결속에 영향을 주지 못하는 것으로 나타났으나 Morris & Steers(1980)는 구조변수가 구성원의 만족과 마찬가지로 결속에 영향을 미치는 것을 발견하였다. 그들의 연구에서는 구조변수인 分權化, 參與的 意思決定, 公式化 등이 조직구성원의 조직결속에 영향을 미쳤던 것이다.

마케팅분야의 연구로 Dwyer & Oh(1987)는 조직구조의 관료화가 經路雙方간 관계의 질(relationship quality)에 미치는 영향을 보았는데 공식화가 관계결속변수에 긍정적인 영향을 미치며 집권화는 부정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. Michaels와 그 동료들(1988)은 관료적 구조화의 대표변수로서 公式化를 役割變數와 연계하여 이들이 조직결속에 미치는 영향을 검증하였다. 이들의 연구도 공식화와 조직결속이 긍정적인 관계를 갖는 것으로 나타났다. 이 두연구는 유통경로상에서 관료화가 관계결속에 뚜렷한 영향을 미친다는 John(1984)의 연구결과를 보완해 주는 것이며, Morris & Steers(1980)의 연구결과를 지지하는 것이다.

본연구에서의 결속은 조직간시스템의 특성 즉, 中心雙方(focal dyad)사이의 關係特性이다. 따라서 본연구에서의 결속은 經路雙方사이의 관계결속(relational commitment)의 의미한다. 그런데 기존의 조직론의 일부 연구에서 결속을 態度的 측면과 行爲的 측면을 나누어서 구분하는 경우도 있으나 대체로 양측면이 모두 포함되는 것으로 본다(林 1990, 16-7).

Dwyer & Oh(1987)의 세차원은 관계결속의 의미를 내포하고 있으며(p.348), 결속의 태도적, 행위적 차원을 반영하고 있는 것으로 평가된다. 이런 관점에서 본연구에서는 관계결속의 차원을 Dwyer & Oh(1987)에 따라 經路雙方사이의 信賴와 滿足, 그리고 最小限 機會主義(minimal opportunism)로 하고 경로통제가 이들 관계결속의 각 차원에 미치는 영향에 대해 검토한다.

環境不確實性を 완화하기 위해 조직간 구조가 공급업자에게 보다 힘이 집중되는 방향으로 구조화, 관료화되는 것은 힘의 균형이 무너져 유통업자의 自律性を 떨어뜨리는 것이므로 조직결속의 강도는 약해진다고 할 수 있다(John 1984). 다시 말해 제조업자가 환경불확실성을 완화할 수 있는 資源을 통해 유통업자에 대해 힘의 優位를 가지게 되고 이는 제조업자의 관리적 통제(administrative control)를 증대시킨다. 관리적 통제에 따른 집권화는 힘의 우위에 있는 제조업자가 자신의 이익에 유리하게 행동하고 제조업자에게 의존하고 있는 유통업자의 自律性を 제한하게 되므로 관계결속에 부정적인 영향을 줄 것이다. 반면에 公式化는 관료화 변수이지만 조직결속에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타나고 있다(Greene 1978; Michaels et al. 1988; Morris & Steers 1980). 그것은 공식화가 成文化된 規定과 業務過程을 통해 직무와 역할의 明瞭性(clarity)을 증진시켜 조직의 목표달성에 보다 더 노력케 하고 조직에 대한 신뢰감을 높이기 때문이다(Morris & Steers 1980, p.56). 經路雙方사이의 관계에서도 공식화는 상대방의 행동불확실성을 완화시키므로 관계결속에 긍정적으로 작용하게 된다. 즉, 공식화는 공급업자가 임의로 힘을 사용할 수 있는 여지를 줄여주는 效果를 내는 것이다(Dwyer & Oh 1987, p.356).

Reve & Stern(1986)은 조직간 去來形態를 수직적 상호작용, 집권화, 공식화로 측정하고 거래분위기(transaction climate)와의 관계를 보았는데 공식화는 거래분위기와 긍정적인 관계를 가지는 것으로 나타나고 집권화는 부정적인 관계를 가지는 것으로 나타났다. 공식화와 집권화가 쌍방사이의 情緒(sentiments)와 서로 반대방향으로 작용하면서 쌍방간의 협조적 관계를 결정하는 핵심차원으로 나타난 것이다. 이러한 결과는 Child(1973)의 연구결과와 일치한다. Child의 연구에서 조직의 規模와 複雜性이 조직내 관료적 통제(bureaucratic control)의 樣相에 영향을 주는데 규모와 복잡성이 커짐에 따라 관료적 통제가 공식화되면서 분권화되는 양상을 보였던 것이다. 이 두 연구의 결과는 Williamson(1975)의 垂直的 統合이 우호적인 거래분위기와 긍정적인 관계를 가진다는 주장과는 차이가 있다. 왜냐하면 그들의 연

구결과에 따르면 계층적 조직에 가까운 조직내에서도 기회주의적인 행동을 할 가능성이 있기 때문이다. 다시 말해 수직적 통합은 힘의 集中을 야기시켜 조직간 관계에 갈등을 야기시키므로 기회주의적인 행동을 할 가능성이 있고, 상대방의 자율성을 제한하여 거래분위기에 부정적인 영향을 주는 것이다. 다만 Reve & Stern(1986)의 연구에서 거래비용접근과 힘/의존 이론의 입장에서 서로 對立되는 假說을 검증한 결과 공식화는 전자의 이론을, 집권화는 후자의 이론을 따르는 결과를 보였으므로 조직간 관계에 대한 두이론을 서로 배타적으로 보기보다는 보완적으로 봐야할 것이다.

한편, John(1984)은 결속에 영향을 미치는 관료적 구조변수로 공식화를 집권화, 감독 등과 같이 묶어 單一變數로 보고 있는데 이러한 분석방법은 각 척도간의 相關性이 낮은 경우 문제가 나타날 수 있다. 즉, 단일변수로서 관료화변수가 결속에 부정적인 영향을 준다는 결론은 個別變數의 결속에 대한 영향을 무시하는 결과를 낳게 된다(Dwyer, Oh, & Ping 1988). 따라서 管理的 統制와 관계결속과의 관계도 관리적 통제를 단일변수로 하여 관계결속과의 관계를 보기 보다는 관리적 통제변수의 각각이 관계결속에 미치는 영향이 다를 수 있으므로 각변수별로 관계결속에 미치는 영향을 검토한다(Dwyer & Oh 1987, p.356 참조).

가설 3-1 관계결속의 정도는 경로통제구조의 公式化의 수준이 높을수록 높아진다. 즉, 공식화에 대한 지각수준이 높을수록 信賴, 滿足의 수준은 높아지고 機會主義的의 性向은 감소할 것이다.

가설 3-2 관계결속의 정도는 경로통제구조의 집권화의 수준이 높을수록 낮아진다. 즉, 집권화에 대한 지각수준이 높을수록 신뢰도, 만족의 수준은 낮아지고 기회주의적 성향은 증가할 것이다.

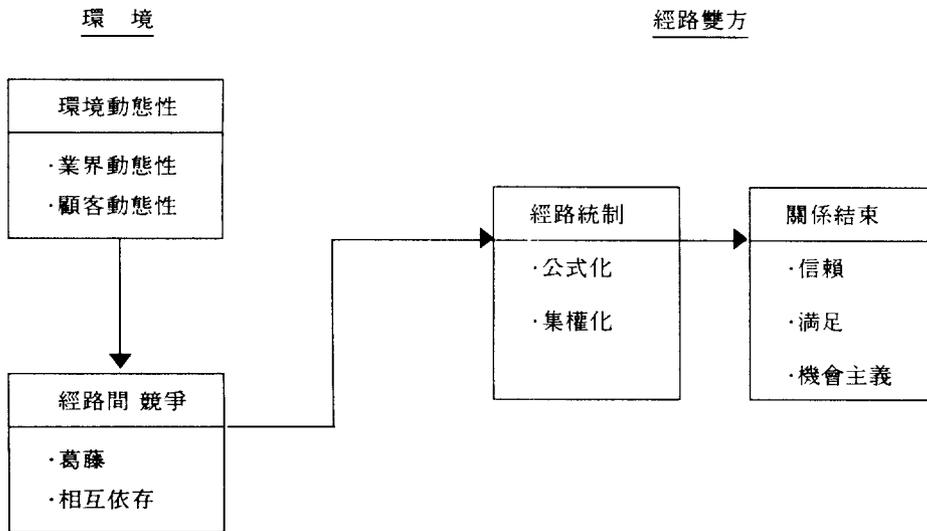
3.4 研究模型

이상의 논의를 토대로 본연구의 연구모형을 정리하면 <그림 1>과 같다. 그림에서 보는 바와 같이 全體模型의 틀은 환경과 조직간 시스템의 관계이며 環境次元에서는 환경동태성과 경로간 경쟁이 포함되며 조직간 시스템의 특징으로 경로통제와 관계결속이 포함된다. 본연구에서는 環境特性으로서 환경동태성에 초점을 맞추고 경로쌍방의 外部行爲者로서 경쟁적 유통

업자에 초점을 맞춘 것이다. 환경동태성은 업계동태성과 고객동태성으로 나누고 경로간 경쟁 변수로 갈등과 상호의존을 도입한다. 경로통제 변수로는 공식화와 집권화가 포함되며, 關係結束變數로는 신뢰, 만족, 기회주의가 포함된다. 각 概念의 관계를 정리하면 환경동태성, 즉 업계동태성과 고객동태성은 경로간 경쟁을 심화시켜 경쟁유통업자간의 상호의존과 갈등을 증대시키며, 유통업자사이의 상호의존과 갈등은 經路雙方사이의 힘과 의존에 영향을 미쳐 경로통제를 증대시키게 된다. 經路統制는 다시 경로쌍방사이의 관계결속에 영향을 미치게 된다.

[그림 1]

研究模型



IV. 研究方法

4.1 標本設計 및 資料募集

유통경로의 유형은 傳統型, 管理型, 契約型, 企業型 流通經路로 나뉘고, 계약형 유통경로에는 프랜차이즈시스템, 도매상후원 임의체인(wholesaler-sponsored voluntary chains), 소매

상조합(retailer cooperatives) 등이 있다(Stern and El-Ansary 1988). 이 가운데 프랜차이즈 시스템은 本部(franchisor)가 여러 加盟點(franchisees)에게 契約를 통해 본부의 제품이나 서비스를 판매하고 본부에서 개발한 상호, 상표, 서비스 마크, 노우하우, 사업운영방식 등을 사용하여 영업할 수 있도록 하는 사업형태를 말한다. 본부는 가맹점으로 부터 가입금, 상표사용료, 로얄티, 임차료 등을 받으며 원재료나 완제품을 판매하기도 한다.

전통형 경로에서 기업형 경로로 옮겨 갈수록 統合된 형태이며 경로활동이 내부화된다. 통합된 형태일수록 보다 더 公式化되고 긴밀한 관계를 가지게 되며 소매점포의 통제권은 약해진다. 그러나 같은 수준의 통합형태라도 構造化의 정도에 차이가 날 수 있다. 즉, 동일한 계약형 유통경로라도 경로쌍방간의 힘, 依存度, 의사결정에 대한 통제의 정도에서 차이를 보일 수 있다는 것이다. 이런 차이는 환경차원의 변화와 경로쌍방의 외부행위자간의 관계에 의해 결정되는 환경불확실성이 經路雙方사이의 힘과 의존구조에 영향을 주어 나타나는 것이다. 따라서 환경과 의사결정에 대한 통제구조사이의 영향관계를 검증하기 위해 동일 형태의 유통경로인 프랜차이즈를 선택하는 것도 하나의 方法이 되는 것이다. 그리고 프랜차이즈경로는 意思決定에 대한 統制構造와 關係結束과의 관계를 보는데도 적합하다. 본 연구에서는 오디오산업의 프랜차이즈가맹점을 대상으로 표본을 선출한다. 대상산업은 연구의 一般性 확대와 기존연구와의 比較를 위해 기존의 연구에서 조사되지 않은 산업으로 하였다. 기존의 연구에서 조사된 바 있는 산업은 가전산업(李와 吳 1991), 자동차산업(吳와 沈 1990) 등이 있다.

최근 오디오산업의 環境은 크게 변화하고 있다. 금성, 삼성, 대우 등의 가전업체들이 별도의 오디오 영업부를 조직하고 있고, 流通市場開放에 따라 외국의 경쟁력있는 제품이 들어오게 됨으로써 경쟁이 더욱 치열해질 것으로 전망된다. 이러한 환경의 변화는 오디오산업의 經路間 競爭을 더욱 심화시킬 것이며, 기존의 대리점을 통한 유통시스템이 威脅을 받을 가능성도 있어 경로관리, 특히 관계결속관리가 절실히 요구된다 하겠다. 이런 점에서 환경동태성과 경로간 경쟁이 본사와 대리점사이의 經路統制와 關係結束에 미치는 영향을 이해하는 것은 오디오부문의 經路管理에 도움을 줄 수 있을 것이다.

표본선정을 위한 표본프레임은 서울지역에 위치한 오디오 代理店으로 하였다. 표본프레임의 작성을 위해 서울지역 업소전화번호부(1990년 11월 발행)의 오디오시스템 부문에 등재된 279개의 대리점을 대상으로 하였다. 총 279개의 대리점 가운데 150개의 점포를 SPSSPC의 프로그램을 이용하여 無作爲로 표본추출하였다. 설문배부에 앞서 調查員으로 하여금 전화를

통해 현재 영업을 하고 있는지, 설문에 참여할 것인지를 확인하도록 하였다. 이들 가운데 2개 점포는 전화번호가 맞지 않았으며 1개 점포는 사업을 그만 두었고 전화번호부상 2개의 대리점이었으나 중복된 경우가 11개, 판매점포가 아닌 서비스전문점포가 3개였으며, 18개 점포는 참여를 거절하였다. 回收率은 150매중 115매로 76.7%였다.

설문지는 조사원이 직접 점포를 訪問하여 응답자를 배포하고 설문지를 작성케한 후 이를 회수하였다. 조사대상자는 核心應答者(key informant)라 할 수 있는 각 점포의 책임자급으로 하였다. 핵심응답자는 설문조사의 이슈에 대해 잘 알고 있어야하고 설문에 답할 능력과 意思가 있어야 한다. 본 연구의 대상인 오디오대리점은 비교적 소규모이고 경영이 세분화되어 있지 않다. 따라서 점포내 한두명의 책임자가 店鋪運營에 대해 전반적으로 관여하고 있기 때문에 핵심응답자로서의 자격을 충족시킨다고 볼 수 있다. 應答者에게는 응답에 대한 동기의 부여를 위해 설문참여에 대한 감사의 표시로 기념품이 제공되었으며, 연구결과에 관심이 있는 응답자에게는 연구결과의 요약을 보내주기로 하였다.

4.2 變數測定

변수의 측정은 다음과 같이 이루어졌으며, 그 대표적인 질문내용은 <표 1>에 예시되어 있다.

<표 1>

측정항목 요약

변 수	질 문 내 용 (예)
환경동태성 - 자사/경쟁자 - 소비자	최근 3년동안 제품의 구색이 변화한 정도 최근 3년동안 제품특징에 대한 고객의 평가 및 선호도가 변화한 정도
경로간 경쟁 - 갈등 - 상호의존	점포간 가격경쟁이 심한 정도, 판매전략의 비정상적 정도 점포간 판매활동이 미치는 상호영향의 정도
경로통제 - 공식화 - 집권화	업무가 규정과 절차에 따라 이루어지는 정도 업무상 본사에 대한 사전 문의의 정도
관계결속 - 신뢰 - 만족 - 최소한 기회주의	본사가 거래에서 성실한 정도 본사의 제품이나 점포지원에 대한 만족의 정도 사업에 관한 정보를 자발적으로 제공하지 않을 것임(R)

4.2.1 環境動態性

환경의 동태성은 환경이 예측하기 어렵게 변화하는 정도로서 Achrol & Stern (1988)의 測定手段을 이용한다. 여기에는 마케팅활동상의 동태성, 경쟁자 동태성, 소비자 동태성 등이 포함되는데 다음 항목들에 대한 예측하기 어려운 변화의 정도로 측정한다. 마케팅활동상의 동태성은 製品의 具色, 영업전략, 판촉 및 광고전략, 신제품의 소개, 월별 판매고 면에서의 변화정도로 자사와 경쟁자에 관해 측정한다. 顧客動態性은 제품특징에 대한 고객의 評價 및 選好度, 상표에 대한 고객의 평가 및 선호도, 가격, 품질에 대한 고객의 평가 및 선호도, 소비자의 需要量 등에 대한 변화의 정도로 측정한다.

4.2.2 葛藤

갈등은 경로간 경쟁변수로서 산출물시장의 資源을 보다 더 많이 統制하려는데 따르는 갈등이므로 동일시장에서 경쟁하는 점포사이의 갈등관계로 본다. 여기서의 갈등은 經路構成員이 자신이 원하는 資源을 획득하려는데 다른 구성원이 그를 방해하거나 해롭게 하는 행동을 하고 있다고 지각하는 상태이다. 본연구에서는 점포간 경쟁의 정도로 이의 操作的 定義는 경쟁상표를 취급하는 점포간 경쟁의 치열한 정도 및 영업상의 갈등으로 한다. 측정항목은 점포간 가격, 판촉 및 전반적인 경쟁의 치열성, 판매전략의 비정상적인 정도, 영업상의 갈등 등이다.

4.4.3 相互依存

상호의존은 경로구성원이 자신이 원하는 資源을 획득하는데 다른 구성원의 활동에 의해 성과가 영향을 받는 정도이다. 조작적으로 상호의존은 관할지역내 시장에서 資源(수요)을 더 많이 획득하기 위한 경쟁점포의 행위에 대한 反應敏感度와 相互影響으로 정의한다. 측정항목은 가격인하, 판촉강화 및 전반적인 영업전략 변화에 대한 반응의 민감도, 점포간 판매활동의 상호영향으로 측정한다.

4.4.4 經路統制

경로통제는 관리상의 이슈별로 측정하는 방법과 관리상의 의사결정에의 管理的 統制의 정도를 측정하는 방법이 있는데 본연구에서는 후자의 방법으로 측정한다. 관리적 통제변수인 公式化와 集權化는 유통경로 부문에서 이미 측정되고 있으므로 이들을 이용한다(Dwyer and

Welsh 1985; Dwyer & Oh 1987; Etgar 1977; John 1984; Provan & Skinner 1989; Spekman & Stern 1979). 먼저 공식화의 조작적 정의는 의사결정이 규정과 절차에 의해 규제되는 정도로 하며, 측정항목에는 업무상 規定과 節次, 공식적이고 사전에 계획된 기준, 업무의 표준화, 책임 규정의 명확성, 업무의 文書化 등이 포함된다. 집권화의 조작적 정의는 의사결정권한이 本社에 집중화되어 있는 정도로 한다. 이는 流通業者가 여러가지 운영계획이나 방법을 바꿀수 있는 여지나 의사결정의 獨自性, 본사의 제안이나 권고가 가지는 강제력으로 측정된다. 구체적으로 업무상 事前 問議의 정도, 업무상 문제해결의 본사에 대한 의존도, 본사 프로그램의 변경시 사전 검토의 정도, 본사 충고의 수용도, 본사제안의 강력성 등이 항목이 포함된다.

4.4.5 關係結束

관계결속은 앞에서 논의한 바와 같이 신뢰, 만족, 기회주의 등으로 측정한다. 세가지 관계결속을 반영하는 변수들의 측정스케일은 Sullivan & Peterson(1982), Gaski & Nevin (1985), John(1984)을 토대로 Dwyer & Oh(1987)에 의해 정리된 5점 척도의 리커트스케일을 이용하였다. 첫째, 신뢰는 상대방의 말이나 약속이 믿을만 하고 交換關係에서의 의무를 잘 지킬 것이라는 믿음이다(Rotter 1967). Sullivan & Peterson(1982)은 Rotter(1967)의 신뢰 측정수단을 토대로 열한가지의 신뢰요소를 개발하였다. 여기서 신뢰의 조작적 정의는 상대방이 미래에 거래관계에서 협조를 할 것이라는 기대이다. 신뢰의 측정항목에는 성실성, 注意 필요성, 의심, 관계형성 노력, 협조, 同等한 관계, 좋은 관계에 대한 기대, 행동 일관성, 의견일치 등이 포함된다. 둘째, 만족은 쌍방관계에서의 성취에 대한 전반적인 평가이다. 조작적 정의는 쌍방관계상의 전반적인 충족의 정도이다. 측정항목에는 관계에 대한 전반적인 만족, 좋은 교환상대자로서의 知覺水準, 제품이나 서비스에 대한 만족도, 대우의 정당성, 정책이나 프로그램의 유익성 등이 포함된다. 셋째, 기회주의는 상대방을 기만해서라도 자신의 이익을 도모하는 행위이다. 다시 말해 기회주의는 정보를 전략적으로 조작하거나 자신의 意圖를 허위로 표시하는 행위이다. 기회주의적 성향은 관계결속과는 반대되는 개념이므로 분석의 편의상 最小限 機會主義(minimal opportunism)로 바꾸어 평가한다. 최소한 기회주의의 조작적 정의는 최소한의 기만적인 행동과 의사소통이다. 여기에는 정보의 은폐, 監査때만 추종, 어려운 점 과대 언급, 거짓 약속, 사실왜곡, 판매기회의 과장, 의무 불이행, 책임준수 등이 포함된다.

V. 假說의 檢證

5.1 信賴性和 妥當性

가설의 검증에 앞서 각 개념을 측정할 尺度에 대한 신뢰성과 타당성을 검토하였다. 신뢰성은 Cronbach's α 로 검증하였는데, <표 2>에서 보는 바와 같이 대부분의 개념들은 信賴性係數가 일반적 수용기준인 0.7보다 큰 것으로 나타났으며 단지 집권화, 최소한 기회주의의 경우에는 0.7보다 다소 낮으나 탐험조사에서의 수용기준인 0.5보다는 높게 나타났다.

타당성은 共通要因分析(common factor analysis)에 의해 검토되었다. <표 2>에서 보면 각각의 개념들은 하나의 요인에 의해 설명되고 각 측정치들의 적재치(loadings)는 일반적 수용기준인 0.3보다 높게 나타났다. 한편 동태성은 표에서 보는 바와 같이 두개의 次元으로 구분되었다. 이러한 결과는 李와 吳(1991)의 연구결과와 일치한다. 본연구의 대상인 오디오산업과 같이 과점적 성격을 띠게 되면 몇개의 업체가 서로의 전략에 민감하게 反應하게 되므로 자사동태성과 경쟁자동태성이 서로 깊은 관련을 갖게 되는 것으로 생각된다. 따라서 자사의 마케팅전략상의 동태성과 경쟁사의 마케팅 동태성은 업계의 동태성으로 묶어서 보는 것이 타당할 것이다.

<표 2> 각변수의 요인분석 및 신뢰성검증결과

항 목	요인하중	Eigen 값	Alpha	
업계동태성	D1	.48715	2.978	.767
	D2	.34858		
	D3	.50030		
	D4	.41785		
	D6	.59428		
	D7	.51229		
	D8	.67200		
	D9	.66065		
	고객동태성	D11		
D12		.80333		
D13		.80734		
D14		.41309		

갈등	CF1 CF2 CF3 CF4	.75133 .68149 .80422 .56366	1.996	.763
상호의존	I1 I2 I3 I4	.70496 .92186 .80596 .56222	2.312	.830
공식화	F1 F2 F3 F4 F5	.60160 .76316 .72782 .76610 .63992	2.918	.835
집권화	CE1 CE2 CE4 CE5	.68940 .70848 .35850 .43418	1.067	.646
신뢰	T1 T4 T5 T6 T7 T9	.44224 .74388 .46121 .63630 .57165 .36753	1.703	.719
최소한 기회주의	MO1 MO2 MO4 MO5 MO6 MO7	.36399 .34752 .31299 .57387 .80822 .55696	1.256	.642
만족	S1 S2 S3 S4 S5	.79290 .79943 .80372 .66550 .65517	4.388	.888

5.2 相關分析

각 변수에 대한 상관관계는 <표 3>에 제시되어 있다. 업체동태성과 고객동태성의 상관관계는 유의적인 관계로 나타났는데(0.29*), 이는李와 吳(1991)의 연구결과(0.15)와는 다르다.

公式化와 集權化사이의 상관관계가 긍정적으로 나타났는데(0.28), 이는 가전산업을 대상으로 한 吳(1990), 자동차산업을 대상으로한 吳와 沈(1990)과 비슷한 결과이다. 吳에서는 0.28, 吳와 沈에서는 0.16이었다. 이러한 관계는 미국 자동차 프랜차이즈를 대상으로 한 Dwyer & Oh(1987)에서도 확인된 바 있다. 관계결속에서는 最小限 機會主義는 신뢰와 만족과 관련이 없는 것으로 나타나고 信賴와 滿足간에는 상당히 높은 관계가 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 吳(1990)의 연구결과와 매우 비슷한 반면 Dwyer & Oh(1987)의 연구와는 차이가 있다. 따라서 본연구에서도 吳(1990)가 지적한 바와 같이 관계결속을 多次元으로 접근하는 것이 관계의 현상적 이해에 도움이 될 수 있다는 입장을 취한다.

〈표 3〉 상관계수표

	DYNP	DYNM	CONF	IDEP	FORM	CENT	TRUST	MOP
DYNP								
DYNM	.285 ^a							
CONF	.300 ^a	.063						
IDEP	.322 ^a	.238 ^a	.512 ^a					
FORM	.010	-.061	.137 ^c	.075				
CENT	.210 ^b	.015	.178 ^b	.262 ^a	.282 ^a			
TRUST	.224 ^a	.028 ^b	.085	.055	.234 ^a	.052		
MOP	-.081	.069 ^a	-.120	-.119	-.175 ^b	-.244 ^a	.011	
SAT	.045	-.112	.052	.005	.293 ^a	.169 ^b	.481 ^b	.075

주 1) a : $p < .01$ 에서 유의적임, b : $p < .05$ 에서 유의적임, c : $p < .10$ 에서 유의적임

주 2) 용어 : DYNP(업계동태성), DYNM(고객동태성), CONF(갈등), IDEP(상호의존) FORM(공식화), CENT(집권화), TRUST(신뢰), MOP(최소한 기회주의), SAT(만족)

5.3 假說檢證과 解釋

가설들은 〈표 4〉에서 보는 바와 같이 最小自乘法(Ordinary Least Squares)을 사용한 回歸方程式에 의해 검토되었다. 본연구의 가설 검증결과를 정리하면 다음과 같다.

5.3.1 環境動態성과 經路間 競爭

業界動態성은 상호의존과 갈등에 영향을 미치는 반면 고객동태성은 상호의존에 약한 영향을 미치고 갈등에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다(假說 1-1 지지, 假說 1-2 부분적 지지). 그리고 상호의존은 갈등에 뚜렷하게 영향을 미치는 것으로 나타났는데 이는 假說 1-3을 지지하는 결과이다. 市場내 경쟁유통업자사이의 갈등과 상호의존에 업계동태성이 더 큰 영향을 미치는 것은 오디오산업의 市場構造에 기인하는 것으로 생각된다. 즉, 오디오대리점의 운영이 供給業者의 울타리안에서 이루어지므로 고객의 동향에 의해 직접 영향을 받기 보다는 競爭業體의 움직임에 보다 영향을 많이 받는다는 것이다. 다시 말해 몇개의 업체가 寡占을 이루고 있는 상황에서 제조업자는 경쟁업자의 움직임에 보다 많은 주의를 기울이게 되고 이러한 경향은 대리점운영에 반영되어 유통업자간의 상호의존과 갈등은 業界의 動態性에 의해 보다 큰 영향을 받게 된다는 것이다.

〈표 4〉

회귀분석결과

	방정식	R ²	F	계수	측정	T값
1. 상호의존 (IDEP)	$\beta_{10} + \beta_{11} \text{DYNP} + \beta_{12} \text{DYNM}$.13	8.13 ^a	β_{10} β_{11} β_{12}	1.85 .41 .15	4.14 ^a 3.00 ^a 1.72 ^c
2. 갈등 (CONF)	$\beta_{20} + \beta_{21} \text{DYNP} + \beta_{22} \text{DYNM}$ $+ \beta_{23} \text{IDEP}$.29	15.29 ^a	β_{20} β_{21} β_{22} β_{23}	1.16 .27 -.10 .49	2.62 ^b 2.02 ^b -1.20 5.61 ^a
3. 공식화 (FORM)	$\beta_{30} + \beta_{31} \text{CONF} + \beta_{32} \text{IDEP}$.02	1.07	β_{30} β_{31} β_{32}	3.23 .11 -.00	9.53 ^a 1.22 .07
4. 집권화 (CENT)	$\beta_{40} + \beta_{41} \text{CONF} + \beta_{42} \text{IDEP}$.07	4.30 ^b	β_{40} β_{41} β_{42}	1.93 .05 .20	5.86 ^a .56 2.19 ^b
5. 신뢰 (TRUST)	$\beta_{50} + \beta_{51} \text{FORM} + \beta_{52} \text{CENT}$.05	3.24 ^b	β_{50} β_{51} β_{52}	2.93 .19 -.01	9.83 ^a 2.48 ^b -1.15
6. 만족 (SAT)	$\beta_{60} + \beta_{61} \text{FORM} + \beta_{62} \text{CENT}$.09	5.80 ^a	β_{60} β_{61} β_{62}	2.04 .28 .10	5.18 ^a 2.84 ^a 1.01
7. 최소한 기회주의 (MOP)	$\beta_{70} + \beta_{71} \text{FORM} + \beta_{72} \text{CENT}$.07	4.33 ^b	β_{70} β_{71} β_{72}	4.14 -.10 -.17	13.35 ^a -1.22 -2.22 ^b

주 1) a : $p < .01$ 에서 유의적임, b : $p < .05$ 에서 유의적임, c : $p < .10$ 에서 유의적임

주 2) 용어 : DYNP(업계동태성), DYNM(고객동태성)

5.3.2 經路間 競爭과 經路統制

상호의존이 집권화에 영향을 미치는 것으로 나타나고 葛藤의 영향은 有意的이지 않았다. 이는 環境內 行爲者인 유통업자간의 갈등과 상호의존이 경로통제변수인 공식화와 집권화를 증대시킬 것이라는 가설가운데 集權化에 대해서만 부분적으로 지지하는 것이다(가설 2-1 부분적 지지). 이러한 결과는 환경특성이 경로상의 통제에 영향을 미칠때 외부행위자사이의 관계가 매개하는 힘이 그리 크지 않음을 의미한다. 다만 葛藤이 공식화와 집권화에 미치는 영향이 회귀분석에서는 유의하지 않았으나 상관분석에서는 가설과 일치하는 방향으로 관계를 가지는 것으로 나타난 것은 전체적으로 경로쌍방의 外部行爲者가 환경과 경로통제사이의 관계에 개입할 가능성을 보여준다 할 것이다.

5.3.3 經路統制와 關係結束

經路統制와 關係結束부분에서 신뢰와 만족은 공식화로 부터 긍정적인 영향을 받으며 집권화에 의한 영향은 나타나지 않았다(假說 3-1 부분적 지지). 반면에 最小限 機會主義(minimal opportunism)는 집권화로 부터 부정적인 영향을 받으며 공식화에 의한 영향은 나타나지 않았다(가설 3-2 부분적 지지). 이러한 결과는 관계결속이 經路統制의 각변수로 부터 동일한 방향으로 영향을 받지 않는다는 본연구의 입장을 지지하는 것이라 하겠다.

먼저 공식화가 관계결속에 긍정적인 영향을 주는 것은 기존의 研究結果를 뒷받침하는 것이다. 본연구와 Dwyer & Oh(1987)의 연구결과를 비교해 보면 그들의 결과와 상관관계의 方向은 같게 나타났으나 유의적인 정도에서 차이를 보인다. 그들의 연구결과에서 관료적 통제변수의 관계결속에 대한 영향을 변수별로 보면 공식화는 信賴와 滿足과 긍정적인 관계를 보이고는 있으나 그 強度는 약하게 나타나고 있는 반면에 기회주의에는 뚜렷하게 否定的인 영향을 주는 것으로 나타났다(상관분석표 참조). 한편, 吳(1990)에서는 공식화가 관계결속의 어느 변수에도 영향을 미치지 않는 것으로 나타났는데, 그는 프랜차이즈 經路에서 공식적 절차와 규정은 시스템 고유의 특성으로서 당연한 것으로 받아들이고 있다는 해석을 하고 있다. 프랜차이즈경로는 계약적 권리와 의무를 바탕으로 하는 合法的인 힘을 통제의 근간으로 하고 있고 이 합법적인 힘은 가맹점포들이 본부로부터의 공식적인 規定과 節次를 통하여 행사되어진다는 것이다. 따라서 장기간의 거래관계에서 합법적인 힘과 公式化에 대한 고착화는 이에 대한 가맹점포의 敏感度를 둔화시킬 수 있다는 것이다(p.51). 이러한 결과는 본연구 결과

와 차이가 있는데, 본연구의 결과에 따르면 공식화가 관계결속에 부정적인 변수인데 프랜차이즈시스템의 특성으로서 구성원들의 민감도가 낮아졌다는 소극적인 해석보다는 공식화의 긍정적인 요인, 즉 役割의 明瞭化, 힘의 任意的 使用의 制限 등의 효과 때문에 關係結束에 긍정적인 영향을 주는 것으로 보는 적극적인 해석을 할 수 있겠다. 이러한 해석은 앞에서 검토한 기존의 연구(Greene 1978; Michaels et al. 1990; Morris & Steers 1980)와 일치하는 것이며, Dwyer & Oh(1987)의 해석을 뒷받침하는 것이다.

그리고 집권화가 기회주의에 긍정적인 영향을 준다는 결과는 吳(1990), 吳와 沈(1990), Provan & Skinner(1989)의 연구결과와 같은 결과이다. 프랜차이즈 가맹점들은 다른 형태의 垂直的 流通經路의 경로구성원보다 일반적으로 높은 자율성을 보유하거나 기대하는 것으로 나타나고 있다(Ruekert & Churchill 1984). 이는 프랜차이즈가맹점 소유자의 가장 큰 滿足의 源泉의 하나가 소규모 사업가로서의 成就欲求에 있다는 점과 맥을 같이하고 있다(Nevin & Collins 1988). 따라서 공급업자에게 유리한 힘의 構造에서 집권화의 강화는 가맹점에게는 쌍방관계상의 만족수준을 저하시키고 不信을 야기하며 기회주의적 행동을 일으키게 할 수 있는 것이다. 集權化가 신뢰와 만족에는 영향을 미치지 않고 기회주의에 영향을 미치는 것은 吳와 沈(1990)에서 논의된 바와 같이 기존의 거래구조가 내부화되어 있는 企業型 流通經路에서 집권화에 의한 권한 집중에는 민감하게 반응하지 않는다고 볼 수 있다. 그러나 프랜차이즈경로 상에서 지나친 의사결정의 집중화는 판매점포들의 자율성을 더욱 제한하여 본사의 요구사항이나 情報提供, 그리고 판매나 이익기회등에 대해서 비자발적이거나 왜곡시킬 수도 있으며 경우에 따라서는 의도적인 誇張이나 비협조적 행동을 유발시키기 쉽다 하겠다.

마지막으로 경로통제가 관계결속에 미치는 영향이 統制變數에 따라 다르게 나타난 것은 경로통제와 관계결속에 대한 본연구의 입장을 지지하는 것이다. 즉, 공식화와 집권화가 관계결속에 미치는 효과가 다르다는 것이다. 이러한 결과는 기존의 연구결과를 補完해 주는 것으로 생각된다. 따라서 통제의 각 변수가 관계결속에 미치는 영향은 본연구에서와 같이 각 변수별로 나누어 보아야 할 것이다. 여기서 公式化와 集權化가 관계결속에 서로 다른 영향을 주는 것은 이들을 힘의 사용과 관련지어 고려해야 하는지도 모른다. 다시 말해 공식화는 유통업자가 실제로 통제받는 대한 知覺과 부정적인 관계를 맺고 유통업자로 하여금 실제보다 더 자율성을 가진 것으로 지각하게 하는 효과가 있을 것이라는 논리(Lusch & Brown 1982)와 일맥상통한다. 따라서 공식화와 집권화의 영향은 강압적(coercive), 비강압적(noncoercive) 힘

의 사용과 관련지어 볼 때 설명력이 커질 수 있다는 것이다.

VI. 結 論

본연구는 經路統制와 관계결속 등의 內部政治經濟에 外部政治經濟가 미치는 영향을 실증적으로 검토해 본 것이다. 외부정치로서 경로간 경쟁의 영향이 강하게 나타나지는 않았으나 일부 영향관계가 나타나고 있고 그것이 環境特性的의 영향보다 크게 나타난 것은 이부분에 대한 연구가 추가적으로 이루어질 필요가 있음을 의미한다. 또한 상호의존과 갈등을 垂直的인 차원이 아닌 水平的인 차원에서 보았는데, 이것은 기존의 연구가 공급업자와 유통업자사이의 수직적 상호의존과 갈등을 본 것과는 차이가 있다. 연구결과 상호의존은 集權化에 영향을 미치고 갈등은 통계적으로 유의하지는 않았으나 긍정적인 相關關係를 가지는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 환경과 유통경로상의 구조 및 행위에 外部行爲者의 영향을 고려해야 함을 의미한다.

환경동태성의 차원은 산업의 특성에 따라 달라지며 각 차원의 영향력도 달라진다. Achrol & Stern(1988)이 구분한 세차원이 두차원으로 다시 묶일 수 있음을李와 吳(1991)에서 제시한 바 있는데, 본연구에서 산업의 특성에 따라 自社動態性과 競爭者動態性이 같은 차원으로 분류될 수 있음을 확인하였다. 몇개의 업체가 寡占을 이루고 있는 상황에서 제조업자는 경쟁업자의 움직임에 보다 많은 주의를 기울이게 되고 이러한 경향은 대리점운영에 반영되어 유통업자간의 상호의존과 갈등은 業界의 動態性에 의해 보다 큰 영향을 받게 되는 것이다. 또한 경로통제변수에 따라 關係結束에 미치는 영향이 상이하다는 것을 확인하였다. 경로통제가 관계결속에 미치는 영향이 통제변수에 따라 다르게 나타난 것은 경로통제와 관계결속에 대한 본연구의 입장을 지지하는 것이다. 즉, 公式化와 集權化가 관계결속에 미치는 효과가 다르다는 것이다. 이러한 결과는 기존의 연구결과(吳 1990; 吳와 沈 1990; Dwyer, Oh & Ping 1990; Provan & Skinner 1989; Reve & Stern 1986)를 補完해 주는 것이다.

관리적 측면에서는 첫째, 환경동태성이 경쟁유통업자간의 갈등과 상호의존에 영향을 미친다는 것은 경로간 경쟁관계를 파악하는데 환경특성과 관련지어 분석해야함을 의미한다. 환경

관리에서 유통업자사이의 葛藤과 相互依存의 정도의 原因을 환경특성에 대한 분석에서 찾을 수 있으며, 본연구에서는 동태성에 초점을 맞추었으나 추가적인 연구를 통해 핵심환경특성을 확인함으로써 環境管理를 위한 정보수집의 효율성을 향상시킬 수 있을 것이다. 이와 같이 핵심환경특성을 확인하고 환경특성이 유통업자간 관계에 미치는 영향을 파악하는 것은 經路統制 및 管理의 기초자료로 활용될 수 있을 것이다. 둘째, 상호의존이 통제변수중 集權化에 영향을 미치는 것으로 나타났는데 이는 유통경로상에서 서로의 전략에 민감하게 反應하고 있을 때 집권적 통제가 強化됨을 의미한다. 이러한 결과는 환경의 변화가 심하고 신속하게 대응할 필요가 있을 때 彈力的인 조직구조를 가진다는 조직이론과는 배치되는 결과이다. 더구나 집권화가 機會主義的인 성향을 증가시키는 것으로 나타났으므로 집권적 통제의 경제적 효율성과 사회적 측면의 非效率性을 같이 고려하는 통제전략이 강구되어야 할 필요성을 보여준다. 세째, 공급업자와 유통업자사이의 關係結束이 경로통제에 의해 영향을 받는다는 것은 거래관계의 안정적인 유지를 위해서 경제적 효율성의 측면에서의 통제이외에 사회적 측면의 통제관리가 필요하다는 것을 뜻하는 것이다. 통제변수와 關係結束에 대한 연구결과는 관계결속관리를 위한 통제양식의 결정에 도움을 줄 수 있을 것이다.

그밖에 연구과정에서 지역별로 경쟁전략이 수립되기 보다는 製造業者가 전체시장의 관점에서 수립한 戰略이 그대로 각 점포에 시달되는 경향이 강한 것으로 나타났다. 그러나 관할지역의 特性이 서로 다를 수 있음을 고려할 때 획일적인 전략은 적절하지 않을 수도 있다. 따라서 지역별 특성을 고려하여 광고, 판촉전략을 수립하고 제품구색 및 가격할인에서도 彈力性を 부여하는 방안을 강구하여야 할 것이다. 현재 대리점의 규모가 영세하고 인적 자원이 부족한 상황이므로 전면적인 실시는 어렵겠으나 앞으로 경쟁력을 향상시킨다는 관점에서 장기적으로 추진해야 할 것이다.

본연구의 주요한 한계로서 첫째, 본연구에서는 環境特性으로서 환경동태성에 초점을 맞추고 사회적 행위자간의 관계를 유통업자간의 갈등과 상호의존으로 제한함으로써 연구결과에 여타 환경특성과 다른 외부행위자의 영향이 작용했을 가능성을 배제하지 못하고 있다. 둘째, 본연구는 조사대상산업을 오디오산업으로 한정하였기 때문에 연구결과를 확대적용하는데 주의해야 할 것이다. 물론 産業을 제한함으로써 산업특성에 따른 연구결과와의 영향요인이 통제되므로 內的 妥當性은 확보되지만 外的 妥當性이 제한되는 것은 피할 수 없다. 따라서 본연구의 결과는 다른 연구결과와 연결하여 해석하고 적용하는 것이 바람직할 것이다. 세째, 回歸

分析은 측정상의 오류가 고려되지 않는다는 점에서 분석방법의 차이가 연구결과의 비교에 영향을 미칠 수도 있다. 또한 회귀분석에서 독립변수로 이용되었던 경로통제의 변수들간의 상관관계가 유의적이어서 이들간의 多共線性이 분석결과에 영향을 줄 수도 있겠다. 앞으로 연구의 一般性을 확보하기 위하여 環境特性과 經路統制사이에 환경내 행위자간의 관계가 어떤 영향을 주는지에 대해 환경특성, 경로상의 내부구조, 외부행위자 등을 각각 다른 차원에서 더 연구하여야 할 것이다. 또한 統制變數와 關係結束에 대한 검토도 더 이루어져야 하는데, 먼저 경로통제에서는 공식화, 집권화 이외의 통제방법에 대한 연구가 추가되어야 할 것이다. 관계결속에서는 신뢰와 만족감의 상관관계가 선행연구보다는 낮게 나타났으나 여전히 이들 개념의 재정립 과제를 안고 있으며, 더 나아가서 보다 정교화된 대체 개념의 개발을 시도할 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

1. 김원수, "유통구조의 국제비교," 「경영논집」, 제24권 제2호, 서울대학교, 1990, pp.1-57.
2. 오세조, "프랜차이즈경로상에서 관계결속에 대한 내부정치경제적 영향," 「경영학연구」, 제19권 2호(1990년 2월), 한국경영학회, pp.47-66.
3. _____, 심종섭, "기업형 수직적 유통경로에서 시장환경의 풍요성과 동태성이 내부정치경제에 미치는 영향," 「산업과 경영」, 제27권 1호, 연세대 산업경영연구소, 1990, pp. 85-101.
4. 유광우, "유통경로통제에 관한 연구," 「경영논집」, 제22권 제1호, 서울대 경영연구소, 1988.
5. 이승창, "계약적 유통경로에서의 구성원간의 힘과 갈등에 관한 연구," 박사학위논문, 연세대학교, 1989.
6. 이종하, 오세조, "환경의 동태성이 마케팅경로상의 관료적 구조화와 갈등에 미치는 영향," 「마케팅연구」, 1991, pp.26-42.
7. 임영균, "환경적 불확실성이 경로구성원간의 힘의 원천 및 몰입에 미치는 영향," 「경영학연구」, 제19권 제2호, 한국경영학회, 1990, pp.15-46.

8. 임종원, “가격체계의 확립과 유통관리,” 「경영학연구」, 제18권 제1호, 한국경영학회, 1988년 9월, pp.41-59.
9. 임창희, “커밋먼트 개념화를 위한 다원적 접근,” 「경영학연구」, 제16권 제1호, 한국경영학회, 1986년 9월, pp.252-76.
10. 전인수, “시장 및 기업구조가 수출경로전략에 미치는 영향,” 「경영논집」, 제21권 제4호, 서울대학교 경영연구소, 1987, pp.197-219.
11. 정구현, “무역경로의 변화분석 : 대미수출경로를 중심으로,” 칼 모스코위츠, 이학중 공편, 「한미경제교류의 변화와 전망」, 서울: 세경사, 1984, pp.125-51.
12. _____, 「선진국과 개도국의 소매유통구조에 관한 연구」, 한국경제연구총서 157, 대한상공회의소 한국경제연구센터, 1985.
13. 한민희, 장대련, “마케팅경로전략의 조정을 위한 생각의 틀-산업재시장을 중심으로”, 1991년도 춘계학술연구발표회 발표논문집, 한국경영학회, 1991. 6, pp.111-119.
14. Aaker, David A., *Strategic Market Management*, 2nd ed. John Wiley & Sons, 1988.
15. Achrol, Ravi Singh, Toger Reve, and Louis W. Stern, “The Environment of Marketing Channel Dyads : A Framework for Comparative Analysis,” *Journal of Marketing*, Vol. 47(Fall 1983), pp.55-67.
16. _____, and Louis W. Stern, “Environmental Determinants of Decision-Making Uncertainty in Marketing Channels,” *Journal of Marketing Research*, Vol. 25 (February 1988), pp.36-50.
17. Aldrich, Howard E., *Organizations and Environments*, Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall, Inc, 1979.
18. Arndt, Johan, “Toward a Concept of Domesticated Markets,” *Journal of Marketing*, Vol. 43(Fall 1979), pp.69-75.
19. Becker, Howard S., “Notes on the Concept of Commitment,” *American Journal of Sociology*, Vol. 66(July 1960), pp.32-40.
20. Bucklin, Louis P., “A Theory of Channel Control,” *Journal of Marketing*, Vol. 37 (January, 1973), pp.39-47.
21. Child, John, “Predicting and Understanding Organization Structure,” *Administrat-*

- ive Science Quarterly*, Vol. 18(June 1973), pp.168-85.
22. Dess, Gregory G. and Donald W. Beard, "Dimensions of Organizational Task Environment," *Administrative Science Quarterly*, Vol. 29(March 1984), pp.52-73.
 23. Duncan, Robert B., "Characteristics of Organizational Environments and Perceived Environmental Uncertainty," *Administrative Science Quarterly*, Vol. 20 (September 1972), pp.313-27.
 24. Dwyer, F. Robert, Paul H. Schurr and Sejo Oh, "Developing Buyer-Seller Relationships," *Journal of Marketing*, Vol. 51(April 1987), pp.11-27.
 25. _____, and Sejo Oh, "Output Sector Munificence Effects on the Internal Political Economy of Marketing Channels," *Journal of Marketing Research*, Vol. 24 (November 1987), pp.347-58.
 26. _____, Sejo Oh, and Robert Ping, "Environmental Effects on Relationships in Marketing Channels," *Educator's Conference Proceedings*, Chicago : American Marketing Association, 1988.
 27. _____, and M. Ann Welsh, "Environmental Relationships of the Internal Political Economy of Marketing Channels," *Journal of Marketing Research*, Vol. 12 (November 1985), pp.397-414.
 28. Etgar, Michael, "Effects of Administrative Control on Efficiency of Vertical Marketing Systems", *Journal of Marketing Research*, Vol. (February 1976), pp.12-24.
 29. _____, "Channel Environment and Channel Leadership," *Journal of Marketing Research*, Vol. 15(February 1977), pp.69-76.
 30. _____, "Selection of Effective Channel Control Mix," *Journal of Marketing*, Vol. 42(July 1978), pp.53-8.
 31. Gaski, John F. and John R. Nevin, "The Differential Effects of Exercised and Unexercised Power Sources in a Marketing Channel," *Journal of Marketing Research*, Vol. 22(May 1985), pp.130-42.
 32. Greene, Charles N., "Identification Modes of Professionals : Relationships with Formalization, Role Strain, and Alienation," *Academy of Management Journal*,

- Vol. 21(September 1978), pp.486-92.
33. Hunt, Shelby D., Lawrence B. Chonko, and Van R. Wood, "Organizational Commitment and Marketing," *Journal of Marketing*, Vol. 49(Winter 1985), pp.112-26.
 34. John, George, "An Empirical Investigation of Some Antecedents of Opportunism in a Marketing Channel," *Journal of Marketing Research*, Vol. 21(August 1984), pp. 278-89.
 35. Lusch, Robert F. and James R. Brown, "A Modified Model of Power in the Marketing Channel," *Journal of Marketing Research*, Vol. 19(August 1982), pp.312-23.
 36. Michaels, Ronald E., William L. Cron, Alan J. Dubinsky, and Erich A. Joachimstaler, "Influence of Formalization on the Organizational Commitment and Work Alienation of Salespeople and Industrial Buyers," *Journal of Marketing Research*, Vol. 25(November 1990), pp.376-83.
 37. Morris, James H. and Richard M. Steers, "Structural Influences on Organizational Commitment," *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 17(1980), pp.50-7.
 38. Morrow, Paula C., "Concept Redundancy in Organizational Research : The Case of Work Commitment," *Academy of Management Review*, Vol. 8, No. 3, 1983, pp. 486-500.
 39. Nevin, John R. and Lisa M. Collins, "Developing a Franchise System of Distribution," *Second Annual Conference Proceedings*, F. Robert Dwyer ed., Lincoln : Society of Franchising, 1988.
 40. Oh, Sejo, F. Robert Dwyer, and Robert F. Dahlstrom, "External Influences on Channel Relationships : Lessons from Negotiation Lab," *Advances in Distribution Channel Research*, accepted, JAI Press, Inc.
 41. Pfeffer, Jeffrey and Gerald R. Salancik, *The External Control of Organizations: Resource Dependence Perspective*, New York : Harper & Row, 1978.
 42. Porter, Lyman W., Richard M. Steers, and Richard T. Mowday, and Paul V. Boulian, "Organizational Commitment, Job Satisfaction, and Turnover among Psychiatric Technicians," *Journal of Applied Psychology*, Vol. 59 No. 5, 1974, pp.

603-9.

13. Provan, Keith G. and Steven J. Skinner, "Interorganizational Dependence and Control as Predictors of Opportunism in Dealer - Supplier Relations", *Academy of Management Journal*, Vol. 32, No. 1(1989), pp.202-212.
14. Raven, Bertram H. and Ari Kruglanski, "Conflict and Power," in *The Structure of Conflict*, Paul Swingle, ed., N.Y. : Academic Press, pp.69-109.
45. Reichers, Arnon E., "A Review and Reconceptualization of Organizational Commitment," *Academy of Management Review*, Vol. 10, No.3(1985), pp.465-76.
46. Reve, Torger and Louis W. Stern, "The Relationship between Interorganizational Form, Transaction Climate, and Economic Performance in Vertical Interfirm Dyads," in Luca Pellegrini and Srinivas K. Reddy ed.(1986), *Marketing Channels*, Lexington, Massachusetts : D.C. Heath and Company, pp.75-102.
47. Rotter, Julian B., "A New Scale for the Measurement of Interpersonal Trust," *Journal of Personality*, Vol. 35 No. 4, 1987 pp.651-65.
48. Ruekert, Robert W. and Gilbert A. Churchill, JR., "Reliability and Validity of Alternative Measures of Channel Member Satisfaction," *Journal of Marketing Research*, Vol. 21(May 1984), pp.226-33.
49. Skinner, Steven J. and Joseph P. Gultinan, "Perceptions of Channel Control," *Journal of Retailing*, Vol. 52(Spring 1985), pp.55-74.
50. Spekman, Robert E. and Louis W. Stern (1979), "Environmental Uncertainty and Buying Group Structure : An Empirical Investigation," *Journal of Marketing*, Vol. 43(Spring 1979), pp.54-64.
51. Stern, Louis W. and Adel I. El-Ansary, *Marketing Channels*, 2rd ed., Englewood Cliff, NJ : Prentice-Hall, 1988.
52. Stern, Louis W. and Torger Reve, "Distribution Channelled As Political Economy : A Framework for Comparative Analysis," *Journal of Marketing*, Vol. 44(Summer

- 1980), pp.54-64.
53. Stevens, John M., Janice M. Beyer, & Harrison M. Trice, "Assessing Personal, Role, and Organizational Predictors of Managerial Commitment," *Academy of Management Journal*, Vol. 21, No. 3, 1978, pp.380-96.
54. Sullivan, Jeremiah and Richard B. Peterson, "Factors Associated with Trust in Japanese-American Joint Ventures," *Management International Review*, Vol. 22 No. 2(1982), pp.30-40.
55. Williamson, Oliver E., *Markets and Hierarchies*, Macmillan Publishing Co. Inc., NY : The Free Press, 1975.
56. Zand, Dale E., "Trust and Managerial Problem Solving," *Administrative Science Quarterly*, Vol. 17(June 1972), pp.229-39.

韓 國 經 營 學 會

編輯方針425

「經營學研究」投稿要領427



「經營學研究」의 編輯方針

모든 學術論文誌가 기본적으로 요구하는 것은 掲載되는 각 論文이 그 分野의 學術的 知識의 축척에 貢獻해야 한다는 점이다. 學術的 貢獻이란 (1) 그 分野의 새로운 問題點을 인식하고 있을 수 있는 解答을 제시하는 일, (2) 새로운 研究技法을 創案하여 既存問題를 해결하는데 적용하는 일, (3) 한 分野의 發展過程에 대한 史的 考察, 그리고 (4) 과거에 表明되었던 主張들을 比較分析하여 새로운 討議의 가능성을 발견하는 일 등을 말한다. 한편 知識은 立證되지 않은 主張에 의해서는 產出되지 않기 때문에 憶說로부터 論證을, 處勢로부터 合理的인 論說을, 些少한 것으로부터 本質을, 그리고 不完全한 技法으로부터 擁護할 수 있는 研究方法들을 區分하는 일이 學術誌가 해야 할 役割이다. 그 밖에 다른 學術誌와는 달리 學術誌는 會員들에게 폭넓은 學問討論에의 參與機會는 물론 그네들의 教育活動에 도움이 될 學術資料를 효과적으로 제공할 임무를 지닌다.

위와 같은 諸事實을 염두해 두고 本 編輯委員會는 앞으로 學術誌를 다음과 같이 편집해 나갈 方針이다.

1. 投稿者는 原則적으로 韓國經營學會 會員에 限한다. 다만 會員과 共同研究者와 초청된 기고자 는 例外로 한다.
2. 研究論文은 다른 刊行物에 發表되지 아니할 것이어야 한다.
3. 論文의 內容에 대한 責任은 집필자가 진다.
4. 論文은 편집위원회에서 위촉하는 2인의 심사위원에 의해 심사가 이루어지고 심사결과에 따라 편집위원회가 게재 여부를 결정하고 이를 집필자에게 通報한다(심사위원의 이름은 비공개로 한다).
5. 이때 편집위원회 위원장은 論文의 게재를 위하여 內容의 修正이나 補充을 집필자에게 要求할 수 있다.
6. 論文의 調査 및 게재결정의 基準은
 - ① 연구주제의 중요도(이론적·실무적 및 교육적 기여도)
 - ② 연구방법의 타당성
 - ③ 내용의 창의성·검증성 및 응용
 - ④ 논문의 의사전달 효과
 - ⑤ 기타 편집기술상의 요건에 부합되는 여부 등이다.
7. 紙面은 研究論文, 研究노트 및 通信欄으로 區分될 수 있다.
經營學의 諸 分野의 지식에 學問적으로 공헌할 수 있는 論文은 研究論文欄에 會長의 教育活動에 도움이 될 학습자료로서의 가치가 인정되는 研究物이나 기존 研究에 대한 비평이나 코멘트 등은 연구노트欄에 기재한다. 그리고 통신란은 會員들에게 學問討論에의 參與機會를 제공하는 자리로 이용한다.
8. 論文의 게재 우선순서는 편집위원회가 論文을 接受한 날이 빠른 순서를 原則으로 하고 편집

위원회가 論文의 重要性和 獨創性을 감안하여 이를 調整할 수 있다.

9. 「經營學研究」에 게재된 論文의 版權은 經營學會가 所有한다.

「經營學研究」投稿案內

「經營學研究」편집위원회는 별도의 原稿마감일을 두지 않기로 決定하였습니다.

會員께서는 언제든지 投稿하실 수 있으며, 편집위원회는 原稿가 接受된 후 바로 審査를 始作하게 됩니다.

이에 따라 豫定된 發行시기까지 審査와 修正·補完이 完了된 論文에 限하여 該當號에 掲載될 것입니다.

지금은 第23卷 第2號에 掲載될 原稿를 모으고 있습니다. 投稿하시는 原稿를 다음 住所로 보내 주시기 바랍니다.

보낼곳 : 151-742 서울특별시 관악구 신림동 산56-1

서울대학교 경영대학
이정호 교수연구실

※ 우편 이용시 반드시 등기로 보내주십시오.

「經營學原稿」 투고 요령

1. 原稿는 본 학회 편집위원회로 提出한다.
2. 原稿는 3부씩 提出한다(原本 1部 포함).
3. 原稿의 접수일은 原稿가 본 회에 到着한 날로 한다.
4. 原稿는 국문 또는 國漢文 혼용으로 한다.
5. 原稿는 圖表를 포함하여 國文의 경우 200자 원고지에 橫書하여 150매 이내로 한다(原稿를 워드프로세싱 또는 타자기를 사용하는 경우에는 21×28cm(A4용지)에 한줄건너(double spacing)타자하여 50매 이내로 한다).
6. 原稿 제1면에는 국문 및 영문으로 원고제목, 투고자의 성명 및 소속을 명기하고 원고매수를 표시한다.
7. 原稿 제2면부터 本文에 들어가기에 앞서 논문초록과 目次를 표시한다.
8. 章, 節의 표시는
 - I.
 - 1.1
 - 1.1.1
 - .
 - .
 - .
 과 같이 한다.
9. 學術用語는 될 수 있는 대로 國文으로 쓰되 번역이 곤란한 경우에 한해 영문으로 쓸 수 있으며 번역된 용어의 이해를 돕기 위하여 영문 부서를 붙일 수 있다.
10. 모든 표 및 그림은 백지에 선명하게 그리고 해당번호(예: <표 1-1>, <그림 3-2>)와 題目 또는 說明을 붙여야 한다.
11. 각주(footnote)는 될 수 있는 대로 줄이고 꼭 必要한 경우에만 작성한다.
12. 각주(footnote)는 語句의 오른쪽 상단에 일련번호를 붙여 표시하고 그 내용은 원고지를 사용하는 경우는 原稿가 끝난 직후의 면부터 作成하고 워드프로세싱이나 타자를 한 경우에는 各面 下段에 作成할 수 있다.
13. 必要한 경우 고딕체는 下線(____)으로 이태리체는 點下線(.....)으로 각각 表示한다.
14. 참고문헌은 그 全部를 著者名에 따라 國文은 가나다順으로, 英文은 ABC順으로 번호를 붙여 本文이 끝난 뒤에 기재하고, 本文中 참고문헌이 引用된 部分에는 []속에 해당 참고문헌 引用된 部分에는 []속에 해당 참고문헌 番號를 明示한다. (例: [4,21])
15. 참고문헌은 定期刊行物의 경우는 著者名, 論文題目, 刊行物名(이태리체로 表示), 권(Vol), 호(No), 年度, 面(page)의 順으로, 定期刊行物이 아닌 경우는 著者名, 圖書名(이태리체로 表示), 出版回數(2판 이상), 卷(2권 이상), 出版地, 出版社名, 出版年度의 順

으로 기재한다. 다만, 出版年度는 著者名의 바로 뒤에 ()속에 記入할 수 있다.

例)

1. Salop, S. C., "Monopolistic Competition with Outside Goods", Bell Journal Economics, Vol. 10, No. 1(Spring 1979), pp. 141~156.
 2. Davis, Gordon B. and Margrethe H. Olson, Management Information System: Conceptual Foundations, Structure, and Deveklopment, 2nd ed., New York: McGraw Hill, 1985.
 3. 김수곤, 「임금과 노사관계」, 서울: 한국개발연구원, 1978.
16. 投稿된 原稿는 반환하지 아니한다.

〈편집후기〉

1993년 4월 서울대학교 경영대학에서 본지의 편집을 맡고 난 이후 지금까지 귀한 원고를 투고해 주신 회원 여러분들과 심사를 맡아 주신 심사위원, 편집위원 여러분들께 감사의 말씀을 드립니다. 독자 여러분이 참고하실 수 있도록 지난 1년간의 논문심사결과를 집계해 보았습니다.(아래 표 참조)

구 분	편 수	백 분 율
계재확정	27	42.4%
계재불가	11	17.2%
심사진행	26	40.6%
제출논문	64	100.0%

編 輯 委 員

이 정 호(서울대학교)	김 선 식(숙명여자대학교)
이 창 우(서울대학교)	김 준 석(연세대학교)
김 효 석(중앙대학교)	유 필 화(성균관대학교)
이 필 상(고려대학교)	정 인 근(한국외국어대학교)
조 지 호(한양대학교)	조 태 훈(건국대학교)

1993년 6월호부터 11월호까지 논문을 심사해주신 분들(가나다順)

강 병 구(고려대학교)	박 명 섭(고려대학교)
강 영 무(동아대학교)	박 세 훈(한림대학교)
장 호 상(서강대학교)	박 현 준(연세대학교)
고 완 석(한국외국어대학교)	박 홍 수(연세대학교)
김 경 규(인하대학교)	방 석 범(중앙대학교)
김 대 호(건국대학교)	선우석호(홍익대학교)
김 성 국(이화여자대학교)	성 태 경(경기대학교)
김 순 기(서강대학교)	손 태 원(한양대학교)
김 승 범(아주대학교)	안 광 호(인하대학교)
김 영 배(한국과학기술원)	오 세 조(연세대학교)
김 용 준(성균관대학교)	유 병 태(한양대학교)
김 인 수(고려대학교)	유 상 진(계명대학교)
김 종 만(대외경제연구원)	유 필 화(성균관대학교)
김 주 현(숙명여자대학교)	이 남 주(서강대학교)
김 준 석(연세대학교)	이 병 철(동국대학교)
김 태 현(연세대학교)	이 성 호(경희대학교)
김 효 석(중앙대학교)	이 은 상(경희대학교)
민 재 형(서강대학교)	이 장 우(경북대학교)
박 기 찬(인하대학교)	이 장 호(서강대학교)

이재범(서강대학교)	임석필(단국대학교)
이필상(고려대학교)	임창희(홍익대학교)
이학식(홍익대학교)	임채운(국민대학교)
전용욱(중앙대학교)	최생림(한양대학교)
정구현(연세대학교)	하영원(서강대학교)
정형찬(부산수산대학교)	한민희(한국과학기술원)
조재운(아주대학교)	한정화(한양대학교)
조지호(한양대학교)	현용진(숙명여자대학교)
지동현(한국금융연구원)	홍성태(한양대학교)
천명섭(인하대학교)	황규대(성균관대학교)

經營學研究

(通卷 34號)

1993年 12月 15日 印刷

1993年 12月 20日 發行

발행인 김 해 천
 편집인 이 정 호
 발행처 한 국 경 영 학 회

서울특별시 성북구 안암동 5가 1번지
 고려대학교 경영대학

영신인쇄사 : 전화(275-8375, 272-2019)