

기업의 사회적 자본이 기업성과에 미치는 영향

유한구* · 이해숙**

1 서론

가. 연구의 목적 및 필요성

사회적 자본이란 일반적으로 개인과 집단의 협력을 촉진시켜 사회적 효율성을 향상시킬 수 있는 유·무형의 사회적 기제로 정의되고 있다. 국가와 사회 전체의 관점에서 사회적 자본은 구성원의 상호 신뢰와 사회적 연결망의 구성, 그리고 참여를 통하여 사회 전체의 발전을 이끌 수 있는 중요한 기재로 여겨진다.

이러한 과거의 사회적 자본에 대한 논의에 덧붙여 최근에 사회적 자본에 대한 논의는 지식 기반사회와 관련된다. 지식이 핵심적인 생산요소인 지식기반경제 하에서는 지식과 혁신이 각각 핵심적인 생산요소와 전략이 되기 때문에 정보와 암묵적 지식을 공유해야 할 필요성이 증대한다. 이 과정에서 개인과 조직이 지식을 쉽게 공유하는 방법을 결정하는 것은 사회적 맥락이라는 점이 분명해진다. 따라서 혁신 잠재력을 키우기 위해서는 지식공유의 사회적 맥락으로서 사회적 자본을 육성할 필요가 있다.

기업과 같은 한 조직의 차원에서 조직의 경쟁력은 그 조직이 이미 보유하고 있는 지식과 정보로부터 얼마나 많은 가치를 창출하느냐, 이미 보유한 지식과 정보의 재결합을 통해 새로운 지식, 제품과 서비스, 경영방식을 창출해낼 수 있느냐에 의해 좌우된다고 할 수 있다. 이러한 조직의 경쟁력에는 구성원간의 신뢰와 지원관계가 크게 영향을 미친다.

조직 수준에서 사회적 자본은 흔히 신뢰, 네트워크, 가치공유로 규정된다. 기업과 같은 조직이 높은 신뢰와 유기적인 네트워크를 갖고 공통된 가치를 공유하고 있다면, 그 기업은 지식의 공유와 창출을 통해 더 기업의 경쟁력을 강화할 수 있을 것이다.

* 한국직업능력개발원

** 서울연구원

한 기업 내에서 사회적 자본의 효과에 대한 연구는 많이 이루어지고 있는 편이나, 기업 간의 사회적 자본의 차이가 기업의 성과에 미치는 영향에 대한 연구는 드문 편이다. 사회적 자본의 측정이 개인 수준에서 이루어지면서도 그 효과는 조직 수준에서 나타나기 때문에 여기에 대한 실증적인 분석을 할 수 있는 자료가 많지 않기 때문이다.

인적자원기업패널조사는 사회적 자본의 모든 영역에 대한 조사 내용을 담고 있지만, 기업 간의 비교가 가능하여 한 기업 내의 조직성과에 머물던 사회적 자본에 대한 연구의 장을 기업 간의 성과를 비교할 수 있고, 종단 자료의 활용을 통해 사회적 자본의 지속적인 효과에 대한 분석도 가능하다.

이 연구에서는 기업이 보유하고 있는 사회적 자본이 기업의 성과에 어떻게 영향을 미치는가를 살펴보고자 한다. 이를 위하여 인적자원기업패널조사에서 사회적 자본의 관계적 차원인 “신뢰와 커뮤니케이션”이 기업의 매출과 이익에 미치는 영향을 실증적으로 분석하고자 한다. 또한 사회적 자본의 영향을 많이 받는 조직몰입도와 교육훈련이 기업의 성과에 미치는 영향도 함께 살펴보고자 한다.

이를 연구 문제로 제시하면 다음과 같다.

첫째, 사회적 자본의 관계적 차원인 신뢰와 커뮤니케이션은 기업의 매출과 이익에 어떤 영향을 미치는가?

둘째, 사회적 자본의 형성을 통해 나타나는 기업 구성원의 조직몰입도는 기업의 매출과 이익에 어떤 영향을 미치는가?

셋째, 기업의 교육훈련은 기업의 매출과 이익에 어떤 영향을 미치는가?

2 이론적 배경

가. 사회적 자본의 세 차원

무엇을 사회적 자본으로 볼 것인가에 대해서는 연구자에 따라 서로 다른 측면을 보이고 있다. 예를 들면, 리나와 반 뷰렌(Leana & Van Buren, 1999)은 조직 구성원간의 사회적 관계를 전제로 하여 이루어지는 교감성(associability)과 구성원간의 자발적인 상호 협력 및 지원을 가능케 하는 신뢰만을 가지고 사회적 자본의 구성 차원을 살펴보았다. 한편 나하피엣과 고샬(Nahapiet & Ghoshal, 1998)은 보다 포괄적으로 사회적 자본에는 사회적 관계 연결망과 그 연

결망을 기반으로 구성원 간에 교환될 수 있는 상호 신뢰, 규범, 비전 공유 등이 모두 포함해야 한다고 보고, 사회적 자본의 차원을 구성원 간 유대 연결망의 특징과 형태를 의미하는 구조적 차원, 유대 연결망의 질에 대한 관계적 차원, 그리고 조직의 문화 및 비전 공유에 관련되는 인지적 차원으로 세분했다. 그들은 사회적 자본의 이러한 세 차원들이 각기 독립적인 영향력을 가지는 동시에 서로 상호 관련되어 있다고 보았다.

1) 구조적 차원

지식과 정보가 권력을 주도하는 21 세기 디지털 시대에서 기업 경쟁력의 핵심 요소로 새로운 지식의 창출 능력이 주목받고 있다. 나하피엣과 고샬(Nahapiet & Ghoshal, 1998)은 새로운 지식의 창출은 형식지(explicit knowledge)와 암묵지(implicit knowledge)의 형태로 존재하는 지적 자원들의 교환과 결합을 통해 이루어질 수 있다고 보고, 교환과 결합의 전제 조건으로 4가지 - 필요 지식에 대한 접근 가능성, 지식의 교환 및 결합 활동을 통해 더 높은 가치가 창출될 수 있다는 기대감, 지식 교환 및 결합 동기, 그리고 지식 결합 능력 - 를 제안했다. 사회적 자본의 구조적 차원(structural dimension)은 앞서 언급한 지식 창출을 위한 네 가지 조건 중 ‘필요 지식에 대한 접근 가능성’에 관한 것으로 조직 내 존재하고 있는 공식적·비공식적 사회적 연결망(social network) 또는 유대관계연결망을 의미한다. 다시 말해, ‘무엇을 아느냐가 아니라 누구를 아느냐(It's not just what you know, but who you know)’로 조직 구성원들 개개인이 형성하고 있는 연결망 유대를 통해 업무 수행에 필요한 지식이나 자원에 대한 접근이 가능하다는 것이다.

나하피엣과 고샬 외 많은 연구자들도 이러한 조직 내 사회적 연결망을 통해 필요한 정보와 자원들이 유통되어지고 이러한 연결망 상에서의 상호작용을 통해 조직 구성원들은 업무에 필요한 지식을 획득할 수 있을 뿐 아니라 지식공유 활동을 통해 새로운 지식을 창출하고 궁극적으로 조직 경쟁력을 강화할 수 있다고 보고 있다(박순미, 2000; 박혜원·문형구, 2006; 장용선·김재구, 2006; 정명호·오홍석, 2006). 조직 내 사회적 연결망의 형태 및 속성을 파악하기 위해 일반적으로 사용되는 변수들로는 관계 강도(tie strength), 밀도(density), 중심화(centralization) 등이 있다(이영현 외, 2007).

2) 관계적 차원

사회적 자본의 구조적 차원인 사회적 연결망을 통해 구성원들은 조직 내 업무수행을 위해

자신들이 필요로 하는 지식이 누구한테 있는지 파악하여 그 사람으로부터 정보를 획득할 수도 있고 또는 자신이 가지고 있는 정보를 다른 사람과 공유함으로써 다른 사람의 업무 수행에 도움을 줄 수도 있다. 그러나 이것이 다는 아니다. 왜냐하면 자신의 경쟁력의 원천이 될 수도 있는 중요한 업무 관련 정보나 지식을 다른 이들과 공유한다는 것은 다른 사람이 기회주의적으로 행동할 수 있다는 위험 가능성을 동시에 부담해야 함을 의미하기 때문이다. 그러므로 사람들이 이러한 위험 부담을 기꺼이 감수하고 다른 사람과 함께 자신의 지식을 공유하기 위해서는 상호간의 신뢰가 필수적이며, 신뢰는 사회적 자본의 관계적 차원으로 조직 구성원들이 서로 간에 맺고 있는 관계의 특성을 나타낸다. Rousseau 등(1998)은 신뢰에 대한 다양한 정의들을 포괄하여 신뢰를 “타인의 의도나 행동에 대한 긍정적인 기대에 근거하여 취약성을 감수하려는 의도로 구성된 심리적 상태”라고 정의 내렸다.

몇몇 연구자들은 조직 내 존재하는 신뢰 유형을 개인적 특성, 개인 간 관계 및 상황 등에 따라 영향을 받는 ‘개인 간 신뢰’와 조직에 속한 구성원들이 자신이 속한 조직을 얼마나 믿고 의지할 수 있는지에 대한 ‘조직에 대한 신뢰’로 구분하여 제시했다(구자숙, 2005; 이인석·전문경(2005); 박원우·류승민·안성익, 2007).

연구자들의 신뢰 기반에 대한 다양한 논의들을 바탕으로 조직 내 존재하는 각각의 신뢰 형성의 기반을 살펴보면, 먼저 구성원이 자신이 속한 조직에 대해 형성하게 되는 신뢰는 조직 실체에 대한 구성원들의 인식에 근거하는, 비인격적이고 제도기반적이다. 그러므로 조직 운영 절차나 평가 시스템과 같은 내부 관리 기준이 얼마나 투명하고 공정하게 이루어지는가에 대한 구성원의 지각이 조직 신뢰에 영향을 미친다고 가정할 수 있다. 조직 공정성·투명성 외에도 이영석·오동근·서용원(2004)은 실증 연구를 통해 구성원들의 조직 신뢰가 조직 공정성·투명성, 구성원에 대한 조직의 배려, 조직(경영진) 역량 등의 요인들로 설명이 가능함을 확인했다. 이들 연구자들에 의하면, 첫째, 구성원들은 조직이 자신의 성장과 복지에 신경을 쓰고 있다고 지각할 때 회사에 대한 긍정적인 애착을 형성하게 되며, 둘째, 조직이 경영 목적을 달성할 수 있는 역량을 갖추고 있다고 판단될 때 구성원들은 이를 조직이 자신의 성장과 복리를 충족시켜줄 수 있을 뿐 아니라 조직이 앞으로도 꾸준히 유지·존속할 수 있다고 믿는다. 그리고 신뢰의 이러한 순기능들은 구성원들의 조직몰입, 조직시민행동, 지식공유 활동 등의 긍정적인 결과를 가져오게 된다.

3) 인지적 차원

조직 사회적 자본의 인지적 차원은 전체 조직 구성원들이 공유하고 있는 인지체계에 대한 것으로서 구성원들이 조직의 비전이나 목표, 문화, 규범 체계 등을 유사하게 인식할수록 상황에 대한 공통의 해석을 할 수 있을 뿐 아니라 자신들을 하나의 운명 공동체로 바라보게 되어 조직성과에 긍정적 영향을 미치게 된다는 것이다.

다시 말해, 사회적 자본의 인지적 차원은 구성원들이 조직의 해석이나 규범 체계, 비전 및 목표 등을 어느 정도 잘 인식하고 수용하고 있는지에 대한 것으로 조직이 처한 상황에 대한 집합적인 의미와 해석을 가능하게 하여 구성원들이 조직의 한 운명 공동체라는 인식을 심어 주게 된다. 나하피엣과 고샬(1998)은 언어와 코드, 조직의 역사와 같은 요소의 공유가 인지적 차원을 구성한다고 보고 있으며, 다른 연구자들은 조직 내 비전과 가치의 공유를 중심으로 인지적 차원을 살펴보았다(박순미, 2000; 장용선, 김재구, 2006; Tsai & Ghoshal, 1998).

좀 더 구체적으로 조직의 비전은 조직의 바람직한 모습을 나타내는 정신적 이미지 혹은 조직의 미래에 대한 희망, 목표 및 방향성 즉, 조직의 내·외부적으로 전이되는 이미지로(이선, 1999; Testa, 1990), 조직의 가치는 이러한 조직 비전을 실현할 수 있도록 조직 행동의 일관성을 유지시키는 조직 규범이나 문화와 같은 주요 메커니즘으로 정의된다(박순미, 2000; 송진섭·유태용, 2005). 그리고 사회적 자본의 인지적 차원으로서 조직의 비전과 가치 공유는 다음과 같은 기능을 가진다.

첫째, 조직의 비전과 가치를 공유함으로써 구성원들은 공통의 목적의식과 가치관을 형성하게 되는데, 이는 전체 구성원들을 단합시키는 기능을 하게 된다. 앞서 언급했듯이 우리나라 기업 조직 내에서는 일이 아닌, 입사 동기, 학연, 지연 등에 의한 연결망이 더 중요하게 작용하고 이들이 내부 파벌을 형성하는 경우를 종종 확인할 수 있는데, 조직의 비전과 가치는 구성원들에게 조직의 목표와 정책, 전략 등을 제시하는 나침반의 역할을 하여 전체 구성원들이 동일한 생각과 방향으로 나아갈 수 있도록 이끈다. 즉, 조직의 비전과 가치의 공유를 통해 구성원들은 개개의 파벌들이 아닌, 조직이라는 하나의 운명 공동체로 결합하고 결속하여 조직 목표 달성을 위해 노력하게 된다. 둘째, 비전과 가치는 구성원들의 열망을 향상시켜 조직에 활력을 불어넣는다. 블랭차드(Blanchard, 2006)는 뛰어난 업무수행의 요소 중 하나로 ‘매력적인 비전(compelling vision)’을 들고 있는데, 매력적이고 호소력 있는 조직 비전은 구성원들로 하여금 조직의 일부로서 비전을 실현시키는데 그들이 이바지하는 것에 대해 열망하고 조직의 비전 실현에 몰입할 수 있도록 한다. 셋째, 조직의 비전과 가치의 공유라는 공통의 인지체계

는 상황을 공유하고 해석할 수 있는 준거의 틀을 제공함으로써 구성원들 간의 상호 정보교류와 의사소통을 촉진시킨다(이영현 외, 2007).

나. 선행연구 검토

기업의 사회적 자본과 조직성과에 대한 한 실증적인 분석(이영현 외, 2007)에서는 금융과 연구개발 업종의 100개 기업의 구성원과 기업에 대한 조사를 통해 다음과 같은 사실을 밝혔다.

첫째, 기업의 사회적 자본은 지식활동-지식창출, 지식공유, 학습-에 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 가치공유는 지식의 창출과 관련되며, 신뢰와 네트워크는 지식의 공유와 덜 밀접한 관련이 있다.

둘째, 기업의 사회적 자본은 조직몰입도에 영향을 미치는데 특히, 기업 간의 조직몰입도의 차이는 사회적 자본의 인지적 차원인 ‘가치공유’에 의해 결정적인 영향을 받고 있었다.

셋째, 사회적자본이 기업의 효율성-매출액 증가율, 기업의 시장 위치, 상품의 질, 혁신제안 활동 등-에 미치는 영향을 분석한 결과 인적자본이 사회적 자본을 매개로 기업의 효율성에 영향을 미치는 것을 발견하였다.

사회적 자본의 성과에 대한 대부분의 연구들은 한 기업 내의 자료를 이용하여, 그 기업의 성과를 분석하는데 집중하고 있다. 기업이 보유하고 있는 사회적 자본의 차이가 기업 성과에 어떤 차이를 가져오는가에 대한 연구는 드물다. 특히 사회적 자본이 기업 성과에 지속적인 영향을 미치는지에 대한 연구는 찾아보기 어렵다.

따라서 본 연구에서는 사회적 자본의 관계적 차원이 기업의 성과에 어떤 영향을 미치는가에 대하여 다층성장모형을 이용하여 분석하고자 한다.

3 연구방법

가. 자료 및 변수

1) 자료

이 연구에서는 한국직업능력개발원에서 수행하고 있는 인적자원기업패널조사의 자료의 3차년도에서 5차년도의 근로자 설문조사와 기업체 설문조사 자료를 사용하였다. 또한 2009년부터 2013년까지 5개 년도의 기업 재무 자료도 함께 사용하였다. 3차년도 자료에는 모두 473개 기업과 10,019명의 근로자가 조사되었으며, 5차년도에는 482개 기업과 10,043명의 근로자가 조사되었다. 재무 자료에는 해당 기업의 2000년부터 2013년까지 14년의 재무 자료가 제공되었다.

이 자료를 바탕으로 다음과 같은 자료 선별 과정을 거쳤다.

첫째, 근로자 조사 자료 가운데 기업 당 10명 미만의 근로자가 해당 응답한 경우에는 그 기업을 분석대상에서 제외하였다.

둘째, 기업체 조사 자료 가운데 해당 문항에 변수 누락이 있는 경우에도 해당 기업을 분석에서 제외하였다.

셋째, 기업 재무 자료에서도 2009년부터 2013년까지 5년 동안 매출액과 순이익 정보가 누락된 경우에도 해당 기업을 분석에서 제외하였다.

이런 과정을 거쳐서 최종적으로 175개 기업을 분석 대상으로 선정하였다.

2) 변수

기업의 사회적 자본이 기업의 성과에 미치는 영향을 파악하기 위하여, 먼저 기업 성과 변수로는 매출액과 순이익을 사용하였다. 사회적 자본 변수로는 사회적 자본의 세 차원-구조적 차원, 관계적 차원, 인지적 차원-가운데 관계적 차원에 해당되는 “신뢰와 커뮤니케이션”에 대한 문항을 사용하였다. 기존의 연구에서 사회적 자본이 조직몰입도를 통하여 기업의 성과에 영향을 미치는 점을 고려하여, 조직몰입도도 함께 고려하였다. 또한 기업의 교육훈련의 성과를 함께 파악하기 위하여 교육활동과 관련된 변수도 함께 고려하였다. 기업 특성에 대한 통제변수로는 산업, 기업규모, 임금수준 등을 사용하였다.

이 연구에서 사용한 변수와 변수의 특성을 구체적으로 제시하면 다음과 같다.

첫째, 종속변수로 기업 성과 변수를 사용하였다. 기업 성과 변수는 해당 기업의 재무 자료 가운데 2009년부터 2013년까지 5개 년도의 매출액과 순이익 자료를 사용하였다. 매출액과 순이익은 자연로그를 취하여 종속변수로 사용하였다. 이 과정에서 순손실이 난 경우에는 0으로 처리하였다.

둘째, 사회적 자본 변수로는 5점 척도로 되어 있는 “커뮤니케이션과 신뢰관계”의 6개 문항¹⁾의 평균값을 사용하였다. 3차년도 근로자 설문과 5차년도 근로자 설문에서 각각 3차년도 사회적 자본과 5차년도 사회적 자본을 산출한 다음에 5차년도와 3차년도의 사회적 자본의 차이를 ‘사회적 자본 변화’ 점수로 사용하였다. 사회적 자본의 변수는 ‘3차년도 사회적 자본’과 ‘사회적 자본 변화’가 사용된다.

셋째, 조직몰입도 변수로는 5점 척도로 되어 있는 “조직몰입과 스트레스” 가운데 4개 문항²⁾의 평균값을 사용하였다. 3차년도 근로자 설문과 5차년도 근로자 설문에서 각각 3차년도 조직몰입도와 5차년도 조직몰입도를 산출한 다음에 5차년도와 3차년도의 조직몰입도의 차이를 ‘조직몰입도 변화’ 점수로 사용하였다. 조직몰입도의 변수는 ‘3차년도 조직몰입도’와 ‘조직몰입도 변화’가 사용된다.

넷째, 교육훈련 변수는 기업체 설문 가운데 교육훈련 실태와 관련된 7개 문항³⁾의 실시 인원을 합산하여 전체 근로자 수로 나누어 ‘1인당 교육훈련 횟수’를 산출하여 사용하였다. 5차년도와 3차년도의 1인당 교육훈련 횟수를 산출한 다음의 그 차이를 ‘교육훈련 변화’ 변수로 사용하였다. 교육훈련 변수는 ‘3차년도 1인당 교육훈련 횟수’와 ‘교육훈련 횟수 변화’가 사용되었다.

다섯째, 기업의 특성을 통제하기 위한 변수로는 산업특성과 기업규모, 임금수준 등을 사용하였다. 산업특성은 제조업과 비제조업으로 구분하여 제조업을 1로 코딩하였다. 기업규모는 3차년도와 5차년도의 기업체 설문에서 제시되어 있는 정규직과 비정규직을 모두 합한 전체 종업원수를 사용하였고, 기업 규모의 변화를 추정하기 위하여 3차년도와 5차년도 종업원 수의 차이를 사용하였다. 기업의 임금수준을 통제하기 위하여 기업 재무 자료의 2009년과 2013년의

1) (1)회사 사정을 직원들에게 소상하게 알림, (2)상급자에게 자유롭게 의견을 제시함, (3)부서간 커뮤니케이션이 잘 됨, (4)동료들 간에 서로 신뢰함, (5)평가 및 보상이 공정하게 이루어짐, (6)회사 경영진을 믿고 따를 수 있음
 2) (1)더 좋은 조건을 제시할 경우 이직을 고려함(R), (2)회사의 문제를 내 문제처럼 느낌, (3)회사를 떠난다면 많은 것을 잃게 될 것임, (4)회사에 충성할 만한 가치가 있음
 3) (1)집체식 사내교육훈련, (2)집체식사외교육훈련, (3)인터넷 학습(e-learning), (4)우편통신훈련(독서통신훈련), (5)국내연수, (6)해외연수, (7)외부업체로부터 기술지도 받기

인건비 항목을 3차 조사와 5차 조사의 전체 종업원 수로 나누어서 1인당 인건비 항목을 산출하였다. 임금 수준의 변화를 추정하기 위해, 2009년과 2013년의 1인당 인건비의 차이를 1인당 인건비 변화 점수로 사용하였다.

나. 분석모형

이 연구에서는 다층성장모형을 이용하여, 기업의 성과-매출액과 순이익-에 미치는 사회적 자본의 영향을 분석하고자 한다. 일반적으로 다층성장모형은 1수준에서 개인 또는 집단의 성장률을 구한 다음, 2수준에서 이 성장률에 영향을 미치는 요인을 분석한다.

다음은 이 연구에서 사용한 다층성장모형을 수식화한 것이다.

○ 수준 1 : 기업 성장 모형

$$Y_{ti} = \pi_{0i} + \pi_{1i}(Year_{ti} - 2009) + e_{ti} \quad e_{ti} \sim N(0, \sigma^2)$$

Y_{ti} : i기업의 t년도 매출액 및 순이익

$Year_{ti}$: i기업의 연도

π_{0i} : i기업의 출발점(2009) 매출액 및 순이익

π_{1i} : i기업의 매출액 및 순이익 변화율

1 수준 모형에서 Y_{ti} 는 i기업의 t년도 매출액과 순이익의 로그 값이다. π_{0i} 는 조정된 2009년 기업의 매출액과 순이익의 로그값이다. e_{ti} 는 고유 효과(random effect)로서 σ^2 의 분산을 갖는 것으로 가정된다.

○ 수준 2 : 기업 간 성장률 비교 모형

$$\pi_{0i} = \beta_{00} + \sum_{s=1}^{S_{sq}} \beta_{0s} \cdot (X_{si} - \bar{X}_s) + \beta_{0p} \cdot P_i + r_{0i} \quad r_{0i} \sim N(0, \tau_{00})$$

$$\pi_{1i} = \beta_{10} + \sum_{s=1}^{S_{sq}} \beta_{1s} \cdot (X_{si} - \bar{X}_s) + \beta_{1p} \cdot P_i + r_{1i} \quad r_{1i} \sim N(0, \tau_{11})$$

X_{si} : i기업의 특성변인(제조업여부, 종업원수, 1인당 인건비)

P_i : i기업의 사회적 자본, 조직몰입, 교육훈련

β_{00} : 전체 기업의 초기연도 매출액 및 순이익 전체 평균

β_{10} : 전체 기업의 성장율(매출액 및 순이익) 전체 평균

β_{0s} : i기업의 초기연도 성과(π_{0i})에 대한 기업 특성 변인(X_{si})의 계수

β_{1s} : i기업의 성장률(π_{1i})에 대한 기업 특성 변인(X_{si})의 계수

β_{0p} : i기업의 초기연도 성과(π_{0i})에 대한 사회적 자본 변인(P_i)의 효과

β_{1p} : i기업의 성장률(π_{1i})에 대한 사회적 자본 변인(P_i)의 효과

2수준 모형은 각 기업의 추정된 2009년 매출액과 순이익의 로그값과 2009년부터 2013년까지 매출액과 순이익의 성장률을 설명하는 모형이다. 기업의 특성 변인을 통제변수로 투입하고, 사회적 자본, 조직몰입도, 교육훈련횟수 등을 설명변수로 투입한다. r_{oi} 와 r_{1i} 는 고유 효과(random effect)로서 τ_{00} 와 τ_{11} 의 분산을 갖는 것으로 가정된다.

이 연구에서는 사회적 자본의 영향을 알아보기 위하여 모두 기업의 매출액과 순이익을 종속변수로 하여, 모두 다섯 개의 모형을 평가한다.

첫째, 기업의 2009년 성과와 성장률에 대하여 기업 특성 변수(제조업 여부, 종업원수, 1인당 인건비)를 통제변수로 사용한다.

둘째, 사회적 자본의 효과를 파악하기 위하여, 2009년 성과에는 2009년 사회적 자본을 투입하고, 성장률에는 2009년 사회적 자본과 사회적 자본의 변화(2013년과 2009년 사회적 자본의 차)를 투입한다.

셋째, 교육훈련의 효과를 파악하기 위하여 두 번째 모형에 더하여 2009년 성과에는 2009년 1인당 교육훈련 횟수를 투입하고, 성장률에는 2009년 1인당 교육훈련 횟수와 교육훈련 횟수의 변화(2013년과 2009년 교육훈련 횟수의 차)를 투입한다.

넷째, 두 번째 모형의 대안으로 조직몰입도를 사회적 자본 대신 투입한다. 이 때 사회적 자본의 투입과 마찬가지로 2009년 성과에는 2009년 조직몰입도를 투입하고, 성장률에는 2009년 조직몰입도와 조직몰입도의 변화(2013년과 2009년 조직몰입도의 차)를 투입한다.

다섯째, 세 번째 모형의 대안으로 네 번째 모형에 더하여, 2009년 성과에는 2009년 1인당 교육훈련 횟수를 투입하고, 성장률에는 2009년 1인당 교육훈련 횟수와 교육훈련 횟수의 변화(2013년과 2009년 교육훈련 횟수의 차)를 투입한다.

〈 기업 성과에 대한 사회적 자본의 효과 모형 〉

○ 모형1 : 기업의 특성변수 통제

기업성과=기업특성(제조업, 종업원수, 1인당 인건비)+e

기업성장률=기업특성(제조업, 종업원수, 종업원수 변화, 1인당 인건비, 1인당 인건비 변화)+e

○ 모형2 : 모형1에 사회적 자본 변수 투입

기업성과=기업특성(제조업, 종업원수, 1인당 인건비)+사회적 자본(2009년 사회적 자본)+
 기업성장률=기업특성(제조업, 종업원수, 종업원수 변화, 1인당 인건비, 1인당 인건비 변
 화)+사회적 자본(2009년 사회적 자본, 사회적 자본 변화)+e

○ 모형3 : 모형2에 교육훈련 변수 투입

기업성과=기업특성(제조업, 종업원수, 1인당 인건비)+사회적 자본(2009년 사회적 자본)+
 교육훈련(2009년 1인당 교육훈련 회수)+e
 기업성장률=기업특성(제조업, 종업원수, 종업원수 변화, 1인당 인건비, 1인당 인건비 변
 화)+사회적 자본(2009년 사회적 자본, 사회적 자본 변화)+교육훈련(2009년 1
 인당 교육훈련 횟수, 1인당 교육훈련횟수 변화)+e

○ 모형2-1 : 모형1에 조직몰입도 변수 투입

기업성과=기업특성(제조업, 종업원수, 1인당 인건비)+조직몰입도(2009년 조직몰입도)+e
 기업성장률=기업특성(제조업, 종업원수, 종업원수 변화, 1인당 인건비, 1인당 인건비 변
 화)+조직몰입도(2009년 조직몰입도, 조직몰입도 변화)+e

○ 모형3-1 : 모형2-1에 교육훈련 변수 투입

기업성과=기업특성(제조업, 종업원수, 1인당 인건비)+조직몰입도(2009년 조직몰입도)+교
 육훈련(2009년 1인당 교육훈련 회수)+e
 기업성장률=기업특성(제조업, 종업원수, 종업원수 변화, 1인당 인건비, 1인당 인건비 변
 화)+조직몰입도(2009년 조직몰입도, 조직몰입도 변화)+교육훈련(2009년 1인
 당 교육훈련 횟수, 1인당 교육훈련횟수 변화)+e

이 연구에서는 기업의 성과와 관련된 두 변수-기업 매출액과 순이익-에 대하여, 기업의 사
 회적 자본, 조직몰입도, 교육훈련의 효과를 다층성장모형을 통해 평가하고 있다.

4 연구 결과

가. 기초통계

기업의 사회적 자본이 기업의 성과에 미치는 영향에 대한 다층성장모형에 투입된 변수의 기초 통계를 살펴보기에 앞서서, 주요변수의 연도별 변화를 살펴보면 다음과 같다. 매출액은 2009년 평균 1,520억원에서 2013년 평균 1,820억원으로 증가하였다. 순이익은 2009년 4억 2천만원에서 2013년 2억 1천만원으로 줄어들었다. 제조업과 비제조업을 비교할 경우 제조업의 매출이 비제조업에 비해 높게 나타나고 있으나 2013년을 제외하고는 통계적으로 유의한 차이가 없었다. 순이익의 경우에도 2013년을 제외하고는 비제조업이 조금 높게 나타나고 있으나 통계적으로 유의한 차이는 없었다.

설명변수인 사회적 자본과 조직몰입도는 모두 3.3에서 3.4 사이로 중간보다 약간 높게 나타나고 있었고, 제조업과 비제조업 사이에 통계적으로 유의한 차이가 없었다. 사회적 자본은 시간이 지남에 따라 약간 증가하는 경향을 보이고 있다.

〈표 1〉 주요변수의 연도별 변화

연도		2009	2010	2011	2012	2013
매출액(로그)	비제조업	18.55	18.58	18.61	18.59	18.51*
	제조업	18.91	19.03	19.13	19.13	19.15*
	전체	18.84	18.94	19.03	19.02	19.02
순이익(로그)	비제조업	13.15	14.31	12.77	12.31	11.07
	제조업	12.91	13.78	12.85	12.09	12.56
	전체	12.95	13.89	12.83	12.13	12.26
사회적자본(5점)	비제조업	3.32		3.35		3.33
	제조업	3.34		3.37		3.37
	전체	3.34		3.37		3.36
조직몰입도(5점)	비제조업	3.33		3.30		3.30
	제조업	3.38		3.39		3.38
	전체	3.37		3.38		3.37

*p<.05

다층성장모형 분석에서 사용된 변수의 기초통계를 살펴보면, 매출액은 평균 1,730억원 정도이고, 순이익은 평균 3억 7천만원 정도이다. 업종별로는 제조업이 140개 기업이고, 비제조업이 35개 기업으로 제조업 80%를 점하고 있다. 2009년도 종업원 수는 평균 995명이었고, 2013년에는 평균 67명이 증가한다. 1인당 인건비는 2009년에 약 2천만원 정도 소요되며, 2013년에는 약 269만원 정도 증가한다. 사회적 자본은 2009년 3.34에서 2013년 0.03정도 증가한다. 조직몰입도는 2009년 3.37에서 2013년에도 변화가 없다. 1인당 교육훈련 횟수는 2009년 3.2회에서 2013년에는 약 0.76회 정도 줄어든다.

〈표 2〉 기초통계표

구분	사례수	평균	표준편차	최소값	최대값
매출액(로그)	875	18.97	1.50	15.61	24.08
순이익(로그)	875	12.81	6.51	0.00	21.42
제조업	175	0.80	0.40	0.00	1.00
종업원수(3차)	175	995.47	2463.99	57.00	26090.00
종업원수변화	175	67.15	800.68	-4287.00	6735.00
1인당인건비(3차)	175	21296.05	18324.30	772.56	110391.55
1인당인건비변화	175	2691.99	9986.42	-29006.74	72658.00
사회적자본(3차)	175	3.34	0.27	2.62	4.09
사회적자본변화	175	0.03	0.28	-1.04	0.93
조직몰입도(3차)	175	3.37	0.30	2.63	4.15
조직몰입도변화	175	0.00	0.26	-0.81	0.70
교육훈련(3차)	175	3.24	12.02	0.00	152.68
교육훈련변화	175	-0.76	12.32	-151.71	17.53

전체 패널자료가 약 450개 기업인데 비하여 실제 분석에 사용된 자료는 175개에 불과하여 분석결과가 전체 기업의 결과를 대표하기 어려운 측면이 있다.

나. 다층성장모형 분석결과

기업성과에 대한 다층성장모형의 분석은 먼저 매출액을 종속변수로 사회적 자본을 주 설명변수로 하는 모형과 조직몰입도를 주 설명변수로 하는 모형을 분석한 이후에 순이익을 종속변수로 하는 모형을 분석하고자 한다.

1) 매출액을 기업성으로 본 모형 분석

먼저 매출액을 종속변수로 하고 사회적 자본을 주 설명변수로 하는 모형은 2009년 매출액을 종속변수로 하는 출발점 모형(매출액 모형)과 2009년에서 2013년사이의 선형 변화를 가정한 기울기를 종속변수로 하는 모형(기울기 모형)으로 구분된다. 매출액 모형은 2009년 매출액에 대한 각 변수의 효과를 추정하는 일반적인 회귀분석과 유사하다.

매출액 모형에서 모형1은 기업 특성 변수의 통제 효과를 분석하며, 매출액 분산의 약 47.5%를 설명한다. 모형2는 사회적 자본의 효과를 분석하며, 매출액 분산의 약 2.9%를 추가적으로 설명한다. 모형3의 교육훈련의 효과를 분석하며, 매출액 분산의 약 -0.4%를 추가적으로 설명한다.

모형3을 중심으로 각 변수의 효과를 살펴보면 통제변수인 제조업, 종업원수, 1인당 인건비는 모두 매출액에 통계적으로 유의미한 효과를 미치고 있었다. 또한 사회적 자본도 1점 차이에 0.733정도의 효과를 미치고 있어, 평균 매출액을 기준으로 약 840억 정도 매출 증가 효과가 있다. 그러나 교육훈련 횟수는 매출에 영향을 미치지 못하였다.

기울기 모형에서 모형1은 기업 특성 변수의 통제 효과를 분석하며, 기울기 분산의 약 10.0%를 설명한다. 모형2는 사회적 자본의 효과를 분석하며, 기울기 분산에 대한 추가적인 설명량이 없다. 모형3의 교육훈련의 효과를 분석하며, 역시기울기 분산에 대한 추가적인 설명량이 없다. 즉 2009년에서 2013년 사이의 매출액 변화에 대하여 일부 통제 변수의 효과만 있지 사회적 자본과 교육훈련의 영향은 없다고 볼 수 있다.

모형3을 중심으로 각 변수의 효과를 살펴보면 제조업이 비제조업에 비해 매출액 증가 속도가 빨랐으며, 종업원 수의 증가도 매출액을 증가시키는 변수로 볼 수 있다. 그러나 설명변수인 사회적 자본과 교육훈련 횟수는 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하였다.

즉 기업의 성과 가운데 매출액의 변화에는 사회적 자본이 영향을 미치지 못한다고 볼 수 있다.

〈표 3〉 다층성장모형 분석(매출액과 사회적 자본)

구분	모형0		모형1		모형2		모형3	
	계수(b)	표준 오차	계수(b)	표준 오차	계수(b)	표준 오차	계수(b)	표준 오차
절편(매출액)	18.878 ***	0.113	18.040 ***	0.182	18.098 ***	0.172	18.104 ***	0.172
제조업			1.047 ***	0.201	0.975 ***	0.190	0.968 ***	0.190
종업원수(3차)			0.000 **	0.000	0.000 **	0.000	0.000 **	0.000
1인당인건비(3차)			0.000 ***	0.000	0.000 ***	0.000	0.000 ***	0.000
사회적자본(3차)					0.773 **	0.288	0.733 *	0.295
교육훈련(3차)							0.004	0.003
절편(기울기)	0.045 ***	0.008	-0.009	0.021	-0.008	0.021	-0.007	0.021
제조업			0.068 **	0.023	0.066 **	0.022	0.065 **	0.023
종업원수(3차)			0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
종업원수변화			0.000 *	0.000	0.000 *	0.000	0.000 *	0.000
1인당인건비(3차)			0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
1인당인건비변화			0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
사회적자본(3차)					0.013	0.033	0.028	0.035
사회적자본변화					0.019	0.033	0.028	0.034
교육훈련(3차)							-0.004	0.002
교육훈련변화							-0.004	0.002
분산(매출액)	2.218		1.164	47.5%	1.130	2.9%	1.134	-0.4%
분산(기울기)	0.010		0.009	10.0%	0.009	-	0.009	-
분산(시간)	0.031		0.031	-	0.031	-	0.031	-

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

다음으로 매출액과 사회적 자본 모형에서 설명변수를 사회적 자본에서 조직몰입도로 바꾼 모형을 보면 다음과 같다. 매출액 모형에서 모형2-1은 분산의 약 11.6%를 추가적으로 설명한다. 모형3-1에서 각 변수의 효과를 살펴보면 통제변수인 제조업, 종업원수, 1인당 인건비는 모두 매출액에 통계적으로 유의미한 효과를 미치고 있었다. 또한 조직몰입도 1점 차이에 1.353 정도의 효과를 미치고 있어, 평균 매출액을 기준으로 약 2,250억 정도 매출 증가 효과가 있다. 그러나 교육훈련 횟수는 매출에 영향을 미치지 못하였다.

기울기 모형에서 모형2-1은 조직몰입도의 효과를 분석하며, 기울기 분산에 대한 추가적인 설명량이 없다. 모형3-1의 교육훈련의 효과에서도 역시 기울기 분산에 대한 추가적인 설명량이 없다. 즉 2009년에서 2013년 사이의 매출액 변화에 대하여 조직몰입도의 변화도 영향을 미치지 못하고 있다.

즉 기업의 성과 가운데 매출액의 변화에는 조직몰입도도 영향을 미치지 못한다고 볼 수 있다.

〈표 4〉 다층성장모형 분석(매출액과 조직몰입도)

구분	모형0		모형1		모형2-1		모형3-1	
	계수(b)	표준 오차	계수(b)	표준 오차	계수(b)	표준 오차	계수(b)	표준 오차
절편(매출액)	18.878 ***	0.113	18.040 ***	0.182	18.176 ***	0.185	18.179 ***	0.168
제조업			1.047 ***	0.201	0.878 ***	0.210	0.874 ***	0.186
종업원수(3차)			0.000 **	0.000	0.000 ***	0.000	0.000 **	0.000
1인당인건비(3차)			0.000 ***	0.000	0.000 ***	0.000	0.000 **	0.000
조직몰입도(3차)					1.353 ***	0.282	1.335 ***	0.276
교육훈련(3차)							0.003	0.003
절편(기울기)	0.045 ***	0.008	-0.009	0.021	-0.007	0.020	-0.007	0.021
제조업			0.068 **	0.023	0.065 **	0.023	0.065 **	0.024
종업원수(3차)			0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
종업원수변화			0.000 *	0.000	0.000 *	0.000	0.000 *	0.000
1인당인건비(3차)			0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
1인당인건비변화			0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
조직몰입도(3차)					0.014	0.036	0.020	0.032
조직몰입도변화					0.021	0.038	0.027	0.040
교육훈련(3차)							-0.003	0.002
교육훈련변화							-0.003	0.002
분산(매출액)	2.218		1.164	47.5%	1.029	11.6%	1.034	-0.5%
분산(기울기)	0.010		0.009	10.0%	0.009	-	0.009	-
분산(시간)	0.031		0.031	-	0.031	-	0.031	-

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

기업성과 변수 가운데 매출액을 종속변수로 둔 모형에서는 2009년 당시의 매출액에 대한 분석에서는 사회적 자본과 조직몰입도의 효과가 나타났으나, 2009년에서 2013년의 매출액 변화 기울기에 대해서는 사회적 자본과 조직몰입도의 효과가 나타나지 않았다. 또한 교육훈련은 매출액과 매출액 변화에 모두 영향을 미치지 못하였다.

2) 순이익을 기업성으로 본 모형분석

다음으로 순이익을 종속변수로 하고 사회적 자본을 주 설명변수로 하는 모형은 2009년 순이익을 종속변수로 하는 출발점 모형(순이익 모형)과 2009년에서 2013년사이의 선형 변화를 가정한 기울기를 종속변수로 하는 모형(기울기 모형)으로 구분된다. 순이익 모형은 2009년 순이익에 대한 각 변수의 효과를 추정하는 일반적인 회귀분석과 유사하다.

순이익 모형에서 모형1은 기업 특성 변수의 통제 효과를 분석하며, 순이익 분산의 약 11.0%를 설명한다. 모형2는 사회적 자본의 효과를 분석하며, 순이익 분산의 약 12.9%를 추가적으로 설명한다. 모형3의 교육훈련의 효과를 분석하며, 순이익 분산의 약 -1.0%를 추가적으로 설명한다.

모형3을 중심으로 각 변수의 효과를 살펴보면 통제변수 가운데 1인당 인건비는 통계적으로 유의미한 영향을 미쳤고, 제조업과 종업원 수는 2009년도 순이익에 영향을 미치지 못하였다. 사회적 자본은 1점 차이에 5.698정도의 효과를 미치고 있어, 평균 순이익을 기준으로 약 1,900억 정도 순이익 증가 효과가 있다. 그러나 교육훈련 횟수는 순이익에 영향을 미치지 못하였다.

기울기 모형에서 모형1은 기업 특성 변수의 통제 효과를 분석하며, 기울기 분산의 약 5.3%를 설명한다. 모형2는 사회적 자본의 효과를 분석하며, 기울기 분산에 대하여 약 0.2%의 분산을 추가적으로 설명한다. 모형3의 교육훈련의 효과를 분석하며 기울기 분산의 약 3.7%를 추가적으로 설명한다.

모형3을 중심으로 각 변수의 효과를 살펴보면 종업원수의 증가가 순이익의 증가율에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 사회적 자본의 변화도 순이익 증가율에 긍정적인 영향을 미치고 있다. 기울기 모형3의 절편이 -0.720으로 2009년에서 2013년 사이에 순이익이 감소하는 경향을 보이는 가운데에서 사회적 자본의 변화 계수가 0.974로 나타나서, 사회적 자본의 변화가 1점 정도 발생하면, 순이익 감소 경향이 증가 경향으로 바뀔 수 있을 정도의 효과를 미친다. 기울기 모형에서도 교육훈련의 효과는 나타나지 않았다.

기업의 성과 가운데 순이익을 종속변수로 하는 모형에서는 사회적 자본의 효과과 2009년 순이익과 2009년에서 2013년까지의 순이익 증가율에 대해서 모두 긍정적인 영향을 미쳤다.

〈표 5〉 다층성장모형 분석(순이익과 사회적 자본)

구분	모형0		모형1		모형2		모형3	
	계수(b)	표준 오차	계수(b)	표준 오차	계수(b)	표준 오차	계수(b)	표준 오차
절편(순이익)	13.442 ***	0.424	12.914 ***	0.907	13.349 ***	0.813	13.368 ***	0.813
제조업			0.660	1.027	0.116	0.951	0.092	0.953
종업원수(3차)			0.000 *	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
1인당인건비(3차)			0.000 **	0.000	0.000 *	0.000	0.000 *	0.000
사회적자본(3차)					5.830 ***	1.334	5.698 ***	1.369
교육훈련(3차)							0.015	0.014
절편(기울기)	-0.314 *	0.132	-0.737 **	0.282	-0.732 *	0.283	-0.720 *	0.284
제조업			0.529	0.321	0.522	0.325	0.508	0.326
종업원수(3차)			0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
종업원수변화			0.000 ***	0.000	0.000 **	0.000	0.000 **	0.000
1인당인건비(3차)			0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
1인당인건비변화			0.000 *	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
사회적자본(3차)					-0.162	0.532	0.006	0.529
사회적자본변화					0.875 *	0.421	0.974 *	0.417
교육훈련(3차)							-0.056	0.036
교육훈련변화							-0.058	0.035
분산(순이익)	19.148		17.041	11.0%	14.849	12.9%	14.999	-1.0%
분산(기울기)	0.971		0.920	5.3%	0.918	0.2%	0.884	3.7%
분산(시간)	20.926		20.931	-	20.931	-	20.932	-

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

다음으로 순이익과 사회적 자본 모형에서 설명변수를 사회적 자본에서 조직몰입도로 바꾼 모형을 보면 다음과 같다. 순이익 모형에서 모형2-1은 분산의 약 9.1%를 추가적으로 설명한다. 모형3-1에서 각 변수의 효과를 살펴보면 1인당 인건비 만이 순이익에 통계적으로 유의미한 효과를 미치고 있다. 또한 조직몰입도 1점 차이에 4.562점 정도의 효과를 미치고 있어, 평균 순이익을 기준으로 약 630억 정도의 순이익 증가 효과가 있다. 그러나 교육훈련 횟수는 순이익에 영향을 미치지 못하였다.

기울기 모형에서 모형2-1은 조직몰입도의 효과를 분석하며, 기울기 분산에 대한 추가적인 설명량이 없다. 모형3-1의 교육훈련의 효과에서도 역시 기울기 분산에 대한 추가적인 설명량이 없다. 즉 2009년에서 2013년 사이의 순이익 변화에 대하여 조직몰입도의 변화도 영향을 미치지 못하고 있다.

즉 기업의 성과 가운데 순이익의 변화율에는 조직몰입도는 영향을 미치지 못한다고 볼 수 있다.

〈표 6〉 다층성장모형 분석(순이익과 조직몰입도)

구분	모형0		모형1		모형2-1		모형3-1	
	계수(b)	표준 오차	계수(b)	표준 오차	계수(b)	표준 오차	계수(b)	표준 오차
절편(순이익)	13.442 ***	0.424	12.914 ***	0.907	13.386 ***	0.790	13.414 ***	0.791
제조업			0.660	1.027	0.069	0.923	0.036	0.927
종업원수(3차)			0.000 *	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
1인당인건비(3차)			0.000 **	0.000	0.000 *	0.000	0.000 *	0.000
조직몰입도(3차)					4.716 **	1.475	4.562 **	1.505
교육훈련(3차)							0.022	0.014
절편(기울기)	-0.314 *	0.132	-0.737 **	0.282	-0.691 *	0.277	-0.692 *	0.277
제조업			0.529	0.321	0.472	0.319	0.472	0.319
종업원수(3차)			0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
종업원수변화			0.000 ***	0.000	0.000 **	0.000	0.000 **	0.000
1인당인건비(3차)			0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
1인당인건비변화			0.000 *	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
조직몰입도(3차)					0.044	0.632	0.053	0.651
조직몰입도변화					1.016	0.535	1.029	0.533
교육훈련(3차)							-0.040	0.034
교육훈련변화							-0.042	0.034
분산(순이익)	19.148		17.041	11.0%	15.487	9.1%	15.582	-0.6%
분산(기울기)	0.971		0.920	5.3%	0.971	-5.5%	0.942	3%
분산(시간)	20.926		20.931	-	20.925	-	20.931	-

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

기업성과 변수 가운데 순이익을 종속변수로 둔 모형에서는 2009년 당시의 순이익에 대한 분석에서는 사회적 자본과 조직몰입도의 효과가 나타났다. 또한 2009년에서 2013년의 순이익 변화 기울기에 대해서는 사회적 자본의 효과는 나타났으나 조직몰입도의 효과는 나타나지 않았다. 또한 교육훈련은 순이익과 순이익 변화에 모두 영향을 미치지 못하였다.

5 결론

사회적 자본이 기업의 성과에 미치는 영향을 분석하기 위하여, 사회적 자본의 관계적 측면인 “신뢰와 커뮤니케이션”이 기업의 성과 지표인 매출액과 순이익에 어떤 영향을 미치는가를 살펴보았다. 또한 사회적 자본이 기업의 성과로 연결되는 과정에서 매개 역할을 수행하고 있는 “조직몰입도”와 기업의 “교육훈련”이 기업의 성과에 미치는 영향도 함께 파악하였다.

이를 위하여 이 연구에서는 기업의 매출액과 순이익의 변화율을 분석할 수 있는 “다층성장 모형”을 통하여 2009년부터 2013년까지의 매출액 및 순이익의 변화율에 영향을 미치는 관련 변수의 효과를 분석하였다.

지금까지의 연구결과를 요약하여 제시하면 다음과 같다.

첫째, 사회적 자본은 기업의 매출액의 변화에는 영향을 미치지 못하였으나, 기업의 순이익의 변화율에는 영향을 미치고 있었다. 즉 사회적 자본이 증가하면 기업의 순이익도 증가하는 경향을 보였다. 매출액과 순이익 사이에는 각종 비용의 지출이 있다. 사회적 자본이 기업의 매출액 변화에는 영향을 미치지 못하지만, 기업의 순이익에 영향을 미친다는 점은 사회적 자본의 기업의 비용 지출과 보다 밀접하게 관련되어 있다고 생각된다. 특히 이 분석에서 사용한 사회적 자본의 관계적 차원인 신뢰는 기업이라는 조직의 구성원이 기업과 동료에 대한 신뢰를 바탕으로 기업의 각종 비용을 줄일 가능성이 있음을 보여준다.

둘째, 사회적 자본의 매개요소인 조직몰입도와 교육훈련은 기업의 매출액 변화율 및 순이익 변화율에 영향을 미치지 못하였다. 이 결과는 실제로 조직몰입도나 교육훈련의 변화가 기업의 매출과 순이익에 영향을 미치지 못할 수도 있으나, 조직몰입도와 교육훈련 변수가 5년 동안 큰 변화를 보이지 않았다는 점을 고려하면 분산의 차이가 작기 때문에 나타난 결과로 볼 수 있다.

셋째, 횡단면 분석과 같은 효과를 갖는 2009년의 매출액과 순이익에 대한 분석에서는 2009년의 사회적 자본과 2009년의 조직몰입도가 모두 큰 영향을 미치고 있었다. 즉 사회적 자본과 조직몰입도가 기업의 매출과 순이익에 직접적으로 영향을 미치는가를 확인하기는 쉽지 않으나, 적어도 사회적 자본과 조직몰입도의 높은 기업이 매출액과 순이익이 높은 기업임은 확인되었다.

이 연구 결과를 통하여 다음과 같은 시사점을 얻을 수 있다.

첫째, 사회적 자본이 기업의 성과에 직접적으로 영향을 미친다는 점을 확인하였다. 특히 매출액의 변화에는 사회적 자본이 영향을 미치지 않으나 순이익에 영향을 미친다는 점은 기업

구성원의 기업에 대한 신뢰가 기업의 비용구조를 변화시켜 기업의 순이익을 증가시킬 개연성이 높다.

둘째, 사회적 자본의 다양한 차원들이 어떤 매카니즘을 거쳐서 기업의 성과에 영향을 미치는가에 대한 분석이 필요하다. 이 연구에서는 사회적 자본 가운데 기업 구성원의 신뢰수준만을 분석의 대상으로 하였으나, 다른 연구에서는(이영현 외, 2007) 기업 간의 조직몰입도의 차이가 사회적 자본의 인지적 차원인 “가치공유”에 의해 결정됨을 확인하였다.

향후 연구에서는 사회적 자본의 세 차원인 구조적 차원(네트워크), 관계적 차원(신뢰), 인지적 차원(가치공유)가 어떤 관계를 갖고 있으나, 어떤 과정을 통하여 기업의 성과에 영향을 미치는가에 대한 분석이 필요하다.

셋째, 기업의 교육훈련 횟수는 매출과 순이익에 모두 영향을 미치지 못하였다. 일반적으로 교육훈련 자체가 직접적으로 기업의 성과 긍정적 영향을 미치는 실증적 연구는 발견하기 어렵다. 지식기반경제의 핵심인 지식창출과 지식공유는 교육활동과 학습을 통해 이루어진다. 그리고 이러한 교육활동과 학습을 보다 용이하게 하는 것이 기업이 보유하고 있는 사회적 자본의 수준이다. 따라서 향후의 연구는 사회적 자본과 지식공유 및 지식 창출 사이에 교육과 학습이 작동하는 매카니즘을 파악할 필요가 있다.

이 연구에서는 전체 패널조사 기업의 1/3 정도인 175개 기업을 대상으로 분석을 수행하였다. 대부분의 기업 누락은 근로자 조사에 참여한 근로자의 숫자가 10명 미만이었기 때문에 발생하였다. 적어도 한 기업의 대표성을 갖기 위해선 기업당 20명~30명 이상의 근로자 조사 사례가 필요하다. 향후 조사에서는 이런 점을 고려할 필요가 있다.

또한 사회적 자본의 중요성에 비추어 인적자원패널조사에서 사회적 자본의 다른 측면-네트워크, 가치공유-에 대한 문항도 추가할 필요가 있다.

참고문헌

- 구자숙(2005). 「조직내 신뢰: 개념화와 연구동향」, 『한국심리학회지: 사회문제』, 제11권, pp. 69-83.
- 박원우·류승민·안성익(2007). 「상사로부터의 신뢰인식과 부하의 조직신뢰 간 관계에서 상사 신뢰의 매개효과」, 『경영학연구』 제36권 제3호, pp. 679-704.
- 박순미(2000). 「조직의 사회적 자본이 새로운 지적 자본 창출에 미치는 영향」, 『인적자원개발 연구』 제2권 제1호, pp. 171-203.
- 박혜원·문형구(2006). 「집단의 사회적 자본이 집단 효과성에 미치는 영향에 관한 연구: 정보, 자원, 사회적 지원의 매개효과를 중심으로」, 한국인사조직학회 발표논문집, pp. 233-269.
- 송진섭·유태용(2005). 「개인과 조직간 가치부합이 개인의 태도 및 행동에 미치는 영향」, 『한국심리학회지: 산업 및 조직』, 제18권 제2호, pp. 361-384.
- 이영석·오동근·서용원(2004). 「회사신뢰 및 상사신뢰의 결정요인」, 『한국심리학회지: 산업 및 조직』, 제17권 제2호, pp. 147-186.
- 이영현 외(2006). 『사회적 자본과 인적자원개발[I』, 한국직업능력개발원.
- 이영현 외(2007). 『사회적 자본과 인적자원개발[II』, 한국직업능력개발원.
- 이인석·전무경(2005). 「조직내 신뢰와 조직성과간의 관계에 관한 연구」, 『서강경영논총』, 제16권 제2호, pp. 227-205.
- 이선(1999). 「학습조직 구축요인이 조직유효성에 미치는 영향에 대한 연구」, 고려대학교 대학원 석사학위논문.
- 장용선·김재구(2006). 「사회적 자본의 지각이 지식활동에 미치는 영향에 관한 연구: 금융기관을 중심으로」, 『한국인사관리학회』, 제30권 제1호, pp. 59-91.
- 정명호·오홍석(2006). 「집단 구성원의 인적 자본과 사회적 자본이 집단성과에 미치는 영향」, 한국인사조직학회 2006년도 추계학술연구발표 논문집, pp. 255-275.
- Leana, C. R. & Van Buren III., H. J.(1999). "Organizational social capital and employment practices." *The academy of management review*, 24(3), 538-555.
- Nahapiet, J. & Ghoshal, S. "Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage," *Academy of Management Review*, vol.23, 1998. 242-266.

- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C.(1998). “Not so different after all: a cross-discipline view of trust..” *The academy of management review*, 23(3), 393-404.
- Testa, M. R.(1999). “Satisfaction with organizational vision, job satisfaction and service efforts: an empirical investigation.” *Leadership and organization development journal*, 20(3), 154-161.
- Tsai, W. & Ghoshal, S.(1998). “Social capital and value creation: The role of intrafirm networks.” *Academy of management journal*, 41(4), 464-476.