

전략적 네트워크에서 사회적 자본과 성과의 인과 관계에 관한 탐색적 연구: 시스템 사고를 통한 분석

Exploratory Study of Causal Relationship between Social Capital and Performance on Strategic Networks: Systems Thinking Analysis

김동석* · 정창권**

Kim, Dong-Seok · Chung, Chang-Kwon

Abstract

The purpose of this paper is to explore causal relationship between social capital and firm's performance using systems thinking analysis. In strategic networks, the relationship between the members is an important factor affecting the performance. For this reason, we study relationship between social capital and firm's performance on strategic networks.

The results show: Firstly, as presented in the existing research, trust and performance are positive relationship(+) and verify the entire system on strategic networks. Secondly, due to exclusiveness and embeddedness of social capital, there is nonlinear relationship between social capital and the firm's performance. Thirdly, the key factor of firm's performance on strategic networks verify relationship dependency and trust.

Keywords: 사회적 자본, 전략적 네트워크, 기업 성과, 시스템 사고

(Social Capital, Strategic Networks, Firm's Performance, Systems Thinking)

* 서울과학종합대학원 박사과정 (제1저자, lgcjds2@gmail.com)

** 이화여자대학교 에코크리에이티브 협동과정 연구교수 (교신저자, cck@k-bridge.org)

I. 서론

오늘날 기업 환경은 경계를 초월한 경쟁상황에 직면해 있다. 기업들은 이런 경쟁상황에서 지속적인 경쟁 우위를 확보하기 위해 노력하고 있다. 하지만 급변하는 시장 상황과 경쟁상황에서 기업 자신이 가진 내부의 자원만을 활용하는 기업들은 대처 능력에 한계를 보이게 된다. 따라서 기업들은 장기적이고 지속적으로 외부와의 협력을 통해 한계를 극복하고자 한다. 이를 위해 기업들은 전략적 제휴, 합작 투자, 유통망 계약, 공급망 계약 등 다양한 형태의 전략적 네트워크를 형성하고 있다.

기업들이 자신이 속한 네트워크 밖의 경쟁자에 대해서 경쟁우위를 획득하거나 유지하려고 비교적 장기적인 목적으로 기업들을 배열시킨 것을 전략적 네트워크라 한다(Jarillo, 1988). 전략적 네트워크를 구성한 기업들은 다양한 이해관계가 노출되어 있으므로 네트워크의 효율적 운영과 경쟁력 강화를 위해 관계 관리에 대해 노력을 하게 된다. 이러한 과정에서 상호신뢰, 목표공유, 네트워크 구조와 같은 사회적 자본(Social Capital)이 만들어진다. 전략적 네트워크를 통해 형성된 사회적 자본(Social Capital)은 다시 네트워크 구성원들의 행동에 영향을 미치게 된다(Borgatti and Foster, 2003). 이처럼 전략적 네트워크와 사회적 자본은 밀접한 관계에 있으며, 특히 전략과 조직 연구에서 이러한 개념이 중요한 연구 주제로 주목받고 있다(Gulati *et al.*, 2000).

본 연구의 목적은 전략적 네트워크에서 사회적 자본과 성과의 인과 관계를 선행 연구를 통해 확인하고, 이러한 인과 관계의 연결을 통해 전체 구조 관계를 파악하는 데 있다. 최근의 연구에서는 사회적 자본과 기업 성과 간의 관계가 비선형적 형태로 나타나고 있다. 즉 관계 상황이나 유형에 따라 사회적 자본이 성과에 미치는 영향이 정(+)의 관계와 부(-)의 관계 모두 존재한다는 연구 결과이다. 하지만 사회적 자본과 기업의 성과 간에 나타나는 비선형 현상(non-linearity)의 구조적인 원인에 대한 연구가 부족한 실정이다. 따라서 사회적 자본과 네트워크 성과에 대한 구조적 연구를 통해서 성과를 결정하는 핵심변수와 레버리지 효과에 대한 연구가 필요한 시점이라고 본다. 이러한 연구결과를 토대로 경영자가 전략적 네트워크의 상황에 따라 기업의 성과를 장기적으로 높이기 위한 의사결정에 중요한 근거를 제시해 줄 것으로 생각된다.

본 연구는 전략적 네트워크라는 조직 간의 관계에서 사회적 자본과 기업 성과 간의 구조를 시스템 사고(Systems Thinking)로 분석하는 것을 목표로 하며, 연구의 절차는 다음과 같다. 선행연구를 통해 전략적 네트워크와 사회적 자본에 대한 이론적 배경을 설명하고, 사회적 자본과 기업 성과의 관계를 보여주는 변수들의 다양한 인과관계를 정리하였다. 다시 이 인과관계를 주제별 인과지도(CLD : Casual Loop Diagram)로 재구성하였으며, 마지막에

는 통합 인과지도를 작성하여 전체상을 파악할 수 있는 통합 모델을 제시하였다. 이를 통해 본 논문의 결론 및 시사점을 제시하였다.

II. 선행 연구

1. 이론적 배경

1) 전략적 네트워크(Strategic Networks)

일반적으로 전략적 네트워크(Strategic Networks)는 경쟁우위를 획득하기 위해 맺은 기업 간 자발적이고 협력적 계약으로서 자원의 공동개발, 교환 및 공유를 포함하는 개념이며 기술, 조달, 생산, 판매, 자본과 관련된 포괄적 협력을 의미한다(Jarillo, 1988). Williamson(1991)은 기업(Hierarchy)과 시장(Market)을 양 극단에 두고 중간적 형태(Hybrid)의 조직으로 기업 간의 제휴(전략적 제휴, 합작투자 등)가 존재한다고 제시한 바 있다.

한편, 네트워크 조직을 거래비용 이론(Transaction Cost Theory)과 자원기반관점(Resource-based View)으로 설명할 수 있다. 거래비용 이론은 기업과 외부환경과의 상호작용을 계약 거래에 기반을 두고 설명하는 접근법이다(Hoskisson *et al.*, 2000; 정창권·이동현, 2012). 네트워크 조직은 가용 자원 범위의 확장을 통해 규모의 경제효과, 범위의 경제효과를 얻을 수 있고, 이를 통해 불확실성이 감소하고 거래비용도 줄어드는 효과를 얻을 수 있다(정창권·이동현, 2012).

자원기반관점은 기업이 지속가능한 경쟁 우위를 만들기 위해 다른 기업이 모방하기 어려운 기업의 특수적(firm-specific) 자원과 역량이 있어야 한다고 보는 관점이다. 한편 기업이 가진 자원은 기업의 내부에만 존재하는 것은 아니다. 기업 내부의 재무적 자원과 설비, 인적 자원, 지식 기반, 운영 방식뿐 아니라 외부와의 관계에서 오는 자원들도 중요한 무형의 자원이 된다. 따라서 전략적 네트워크는 기업 내부에서 부족한 자원을 외부의 네트워크를 통해 획득하고 활용하여 지속적인 경쟁우위를 유지하는 데 중요한 역할을 한다고 볼 수 있다.

전략적 네트워크의 특징은 구성원간 상호 독립적이면서도 상호 의존적인 형태의 관계를 맺고 있다는 것이다(Sydow and Windeler, 1998). 같은 맥락에서 전략적 네트워크는 자율성과 종속성, 신뢰와 통제, 경쟁과 협력의 양면성을 동시에 가지고 있다. 또한, 조직간 관계가 지속적이어야 하고, 네트워크 구성원들 입장에서 전략적 중요성이 있어야 한다(Gulati *et al.*, 2000). 이러한 특징 때문에 전략적 네트워크에서 네트워크 구성원 간의 관계는 성과에 영향을 주는 중요한 요인이라고 볼 수 있다. 따라서 전략적 네트워크 기반의 기업의 성과

를 위해서 사회적 자본에 대한 연구가 지속되어야 할 것이다.

2) 전략적 네트워크(Strategic Networks)와 사회적 자본(Social Capital)

Robert(1993)는 사회적 자본을 “호혜성(reciprocity)을 바탕으로 두고 신뢰(trust), 규범(norm) 또는 네트워크(network)를 구성하여 협력적 행위를 촉진해서 사회적 효율성(efficiency)을 향상할 수 있는 조직의 속성을 총칭”한다고 했다. Non Lin(2001)은 사회적 구조와 행위가 사회적 자본에 영향을 미친다고 밝히고 조직 구조별로 사회적 자본의 차이를 분석하였다. 여기서 발전시켜 사회적 네트워크의 구조를 공식적(formal) 조직과 비공식적(informal) 조직으로 나누고 각각의 조직은 사회적 자본의 형성과 축적에 차이가 있다고 설명한다. 특히 전략과 조직연구에서는 사회적 자본과 밀접한 네트워크 개념이 중요한 연구주제로 부각되었다(Nohria and Eccless,1992; Gulati *et al.*, 2000). 국내 경쟁전략연구에서 1990년 이후에는 기업 간 제휴와 그에 따른 영향에 대한 연구가 주를 이루었지만, 2000년대 후반부터는 기업 간의 광범위한 제휴나 협력에 대한 성과가 주로 다뤄지고 있다(한상만, 2015).

2. 사회적 자본에 관한 선행연구

1) 사회적 자본(Social Capital)의 개념

사회적 자본(Social Capital)은 사회학에서 발달한 개념으로 사회적 구조나 구성원 간의 관계 네트워크에서 신뢰(trust)나 협력(cooperation)과 같은 상호작용이 공동체 발전에 긍정적인 영향을 미친다는 개념이다(Jacobs, 1965). 이후로 다양한 학문 분야에 수용되고 있으며, 다양한 관점으로 연구관점이 전환 되고 있다(Kwon, 2014).

Coleman은 사회적 자본(Social Capital)을 일반적으로 사회적으로 연결된 사람들 사이에서 상호 호혜성의 규범을 바탕으로 두고 교환되는 사회적으로 유용한 자원이라고 정의하였다(1988). Inkpen and Tsang (2005)은 사회적 자본이 네트워크 내 개인이나 조직들이 보유하고 있는 관계로부터 발생하고, 그러한 관계에 내재되어 있는 자원의 총합을 의미한다고 했다.

사회학자들은 사회적 자본을 두 가지로 구분한다. 긴밀한 유대관계(Bonding)를 강조하는 결속적 사회적 자본(Bonding Social Capital)과 관계의 연결(Bridging)을 강조하는 연결적 사회적 자본(Bridging Social Capital)으로 분류한다(Putnam, 1993; Williams, 2006).

결속적 사회적 자본(bonding social capital)은 집단내부에서의 관계와 그 집단 내 네트워크의 관계에서 발생하는 사회적 자본을 말한다(최용주 외, 2008). 즉 내부에서의 긴밀한 유대관계를 중시하는 사회적 자본을 말한다. 한편 연결적 사회적 자본(Bridging Social Capital)

은 개인들과 그들의 네트워크 관계에 초점을 맞춘 것이다(Burt, 1992; 1997). 이는 사회적 자본을 개인의 입장에서 외부와의 사회적 관계와 네트워크를 통해 얻는 자원으로 인식하고, 획득한 사회적 자본을 개인적 이득을 줄 수 있는 자원으로 활용하는 것으로 보는 것이다(Carolis and Saporito, 2006).

Nahapiet and Ghoshal(1998)은 사회적 자본의 구성요소를 구조적 차원(Structural Dimension), 관계적 차원(Relational Dimension), 인지적 차원(Cognitive Dimension)의 세 가지 차원에서 설명하였다.

〈표 1〉 사회적 자본의 분류

| 구 분 | 차원 | 특징 |
|------|---------------------------------------|---|
| 구성차원 | 구조적 차원 (Structural Dimension) | 구성원들 간의 연결의 형태 (네트워크의 유형이나 구조) |
| | 인지적 차원 (Cognitive Dimension) | 구성원들이 공유하고 있는 인지체계 (공유된 비전이나 가치, 목표 공유, 공유 언어) |
| | 관계적 차원 (Relational Dimension) | 상호작용을 통해 형성하는 대인관계 (신뢰, 규범, 상호규제, 상호의무와 기대) |
| 형태 | 연결적 사회자본 (Bridging Social Capital) | 개인과 네트워크 관계에서 발생 (외부, 약한 연결) |
| | 결속적 사회자본 (Bonding Social Capital) | 집단 내 네트워크 관계에서 발생 (내부, 강한 연결) |

* 자료: Nahapiet and Ghoshal (1998), Putnam (1993), Williams (2006)를 참고로 연구자가 정리하였음.

사회적 자본의 구조적 차원(Structural Dimension)은 구성원 간에 형성되는 사회구조의 형태를 의미하는 것으로 네트워크 연결 형태, 유형, 구조로 나타난다. 본 연구에서는 전략적 상호 교류와 상호작용과 같은 네트워크의 강도를 구조적 차원에서 설명하고자 한다. 구성원들은 이러한 연결을 통해 지식이나 자원에 접근하기 쉽고, 신속하게 자원이나 지식을 습득할 수도 있다(Nahapiet and Ghoshal, 1998; Inkpen and Tsang, 2005).

사회적 자본의 관계적 차원(Relational Dimension)은 구성원끼리 상호작용을 하면서 형성되는 개인적인 관계를 의미한다(Granovetter, 1992). 또한 관계적 차원은 신뢰와 규범, 상호규제, 상호 의무와 기대와 같은 관계의 질을 강조하고 있으며, 이러한 특징으로 신뢰라는 개념을 사용하고 있다(Tasi and Ghoshal, 1998; Yang and Farm, 2009).

사회적 자본의 인지적 차원(Cognitive Dimension)은 네트워크 구성원 간에 공통된 의미를 이해할 수 있는 인지체계를 제공해 준다(Nahapiet and Ghoshal, 1998). 인지적 차원은 공유

된 비전이나 가치, 목표 공유, 공유된 언어 등이 있다,

2) 사회적 자본(Social Capital)과 성과의 관계

사회적 자본은 사회학에서 주로 연구됐으나 최근 경영학에서 많은 연구가 이루어지고 있다. 특히 성과와 관련된 연구는 아래 <표 2>에 정리하였다.

<표 2>는 Westlund, Hans & Adam, Frane (2010)의 연구를 바탕으로 2000년 이후의 사회적 자본과 기업성과에 관련된 실증적 연구를 발췌하고 추가로 사회적 자본과 기업 성과에 관한 국내외 연구를 연구자가 정리한 것이다.

사회적 자본과 성과의 긍정적 관계에 대한 연구는 <표 2>에서 보는 바와 같이 다양한 국가와 산업에 속한 기업을 대상으로 이루어져 왔다. 사회적 자본의 주요 척도인, 관계자산(Relational Assets)¹⁾, 네트워크 형태, 관계빈도, 신뢰, 관계결속, 관계 다양성, 조직 문화, 상호작용, 비전, 목표, 핵심가치공유 등이 기업성과의 척도인 매출성장, 영업이익, 총자산이익률, 투자수익률, 시장-장부가 비율, 자기자본 수익률 등 재무적 성과와 기업경쟁력, 기업혁신 등의 비재무적 성과, 비용, 품질, 유연성, 프로세스, 운영 성과²⁾ 등에 긍정적인 영향을 미친다는 연구 결과이다.

하지만 사회적 자본이 긍정적인 측면만 가지는 것은 아니다. 다른 구성원에게 부정적인 측면의 효과도 가져올 수 있다(Coleman 1998). 이러한 부정적 측면의 사회적 자본을 사회적 부채(Social Liability)로 명명했다. Coleman에 따르면 사회적 자본은 “첫째 사회 구조적 측면에서 구성되며, 둘째 주어진 구조에 속하는 개인이나 집단이 특정한 행위를 하도록 유도하고 촉진되어야 한다”(1988) 라고 했다. 이는 사회적 자본은 특정한 사회적 관계 안에서만 의미를 가질 수 있다는 것을 함축한다. 즉 사회적 자본이 관계의 결속적 연결을 강조하고 네트워크 외부에 대한 배타적 성향을 띠게 되면 외부의 정보에 대한 접근을 제한하거나, 집단적 무지(Collective Blindness)를 야기 시켜 시장의 변화를 감지하고 대응하는 능력을

1) Landry(2002)의 연구에서 구조적 사회 자본의 3가지 형태로 네트워크 자산(Network Assets), 관계 자산(Relational Assets), 참여자산(Participation Assets)으로 측정하였다. 관계 자산(Relational Assets)의 측정방법으로 1) 지역경제개발기관의 전문가나 관리자 2) 경제와 관련된 정부 기관의 전문가나 관리자 3) 관련 제품 분야의 대학 또는 정부 연구자 4) 자기의 고객과 공급자를 개인적으로 아는 정도를 5점 척도로 측정한 것이다.

2) 기업의 운영 성과의 측정은 일반적으로 효과성(Effectiveness)과 효율성(Efficiency)을 고려하는 방법이 있다(Fisher, 1997). 기업의 효율성은 자원 투입 대비 성과로 정의되며 생산성과 연관 지어 설명하는 경우가 많다(Lambert *et. al.*, 2000). 한편 기업의 효과성은 기업의 성과달성이나 가치창출을 위해 적합한 일을 하고 있는가에 대한 것으로서 목표달성에 의미를 두기 때문에 투입한 자원의 규모에 관해서는 관심을 두지 않는다.

떨어뜨리기도 한다(Leenders and Gabbay, 1999)는 것이다.

2010년 이후 몇몇 특징적인 연구에서는 사회적 자본과 기업 성과가 비선형적 관계라는 점을 보여 주고 있다. Veronica *et al.*(2011)의 연구에서는 공급망 네트워크에서 사회적 자본이 너무 적거나 과도하게 많게 되면 오히려 성과를 낮출 수 있다는 것을 밝혔다. 이 연구에서는 구매기업과 공급기업의 관계에서 사회적 자본의 형성은 구매기업의 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인하였다. 하지만 과도한 사회적 자본은 구매기업이 객관적이고 효율적인 의사결정을 방해하여, 공급기업의 기회주의적 행동을 증가시켜 오히려 구매기업의 성과를 낮추게 된다고 밝혔다. 즉 관계적 차원의 사회적 자본과 구매기업의 성과(전략 성과, 운영 성과)는 역 U자형 형태의 비선형 관계로 나타난다는 것이다. 또한, 구조적 차원의 사회적 자본과 구매기업의 성과(전략 성과, 운영 성과)도 역 U자형 비선형 관계가 형성된다는 것이다.

이수열(2015)의 연구에서는 구매기업 관점에서 협력이 성과에 미치는 영향을 고객 성과와 생산운영 성과(품질, 원가, 납기, 유연성), 공급사 기회주의 행동 세 가지 측면으로 분석하였다. 여기서 거래관계 유형을 상호의존도에 따라 나누어 협력과 성과의 차이를 알아보았다. 상호의존이 높은 관계에서는 운영적 협력은 고객 성과와 역 U자형 관계가 있고, 지원적 협력은 고객 성과와 유연성과 U자형 관계가 있는 것으로 확인하였다. 상호 독립적인 거래관계에서는 관계적 협력과 납기 성과와 역 U자형 관계를 보여 준다. 구매기업 우위의 거래관계에서는 운영적 협력은 품질 성과와 역 U자형 관계, 지원적 협력은 품질 성과와 U자형 관계를 나타내며, 지원적 협력은 공급사 기회주의와 역 U자의 관계가 있음을 보여 준다. 즉, 이 연구에서는 공급사측에서 협력이 보편적인 성과를 내는 것이 아니라 협력의 차원과 거래관계의 특성과 성과 차원에 따라 다르게 나타난다는 것을 보여 준다.

이렇게 사회적 자본과 기업 성과 간에 비선형 관계가 존재한다는 연구 결과를 통해 사회적 자본과 기업의 성과에 관한 더욱 다각적인 분석을 할 수 있는 토대가 마련되어 있으나 아쉽게도 대부분의 연구가 변수 사이의 회귀식을 찾는 실증연구에 머물러 있다. 이런 실증연구는 선형 관계의 현상에 관한 연구라는 한계 때문에 비선형 관계에 관한 근본적인 원인 분석을 못 하고 있다. 따라서 비선형 형태를 보이는 사회적 자본을 둘러싼 시스템에 관한 구조적인 분석을 할 수 있다면, 연구 차원에서는 비선형 관계의 현상에 관한 연구일 지라도 더욱 심층적인 연구를 할 수 있는 방향을 마련할 수 있으며, 기업 실무차원에서는 기업의 성과를 높일 수 있는 레버리지를 찾는 전략적인 시사점을 제시할 수 있을 것이다.

본 연구에서는 이런 필요성 때문에 비선형 관계의 근본적인 구조를 규명하기 위하여 대표적인 복잡계 이론인 시스템다이내믹스 방법론의 시스템 사고 분석을 활용하여 비선형 관계의 구조를 분석하고자 한다.

〈표 2〉 사회적 자본과 성과의 관계-(1)

| Reference | 주요 인과 관계 | 연구 주제 | 차원 |
|------------------------------|--|-------------------------------------|----------------------------|
| Batjargal (2000) | 관계적 배태성→기업 성과(+) 자원 배태성 →기업 성과(+) | 러시아기업에서 사회적 자본의 배태성이 기업성과에 미치는 영향연구 | 관계적 차원 구조적 차원 |
| Landry <i>et al.</i> (2000) | 관계자산 → 기업 혁신 (+) | 제조기업에서 사회적 자본과 기업혁신에 대한 연구 | 구조적 차원 |
| Johson <i>et al.</i> (2002) | 관계기업의 수와 강도 → 수익(+) 관계기업의 수와 강도 → 근로자 수(+) | 농업법인에서 관계기업 수와 강도가 성과에 미치는 영향 | 구조적 차원 |
| Fafchamps & Minten(2002) | 네트워크 수 → 매출(+) 네트워크 수 → 부가가치(+) | 유통네트워크에서 관계기업의 수와 성과의 관계 | 구조적 차원 |
| Cook(2007) | 신뢰, 관계 빈도 → 혁신, 기업성장(+) | 영국 기업에서 지역사회 신뢰와 관계빈도와 기업성장의 관계 | 관계적 차원 구조적 차원 |
| Lou <i>et al.</i> (2004) | 고객 관계, 사회적 자본 → 매출 성장(+) 고객 관계, 사회적 자본 → 투자수익률(+) | 중국기업에서 고객 관계와 사회적 자본이 성과에 미치는 영향 | 구조적 차원 |
| WuandLeung (2005) | 신뢰 → 경쟁력, 성과(+) 호혜성 → 경쟁력(+) 관계결속 → 경쟁력(+) | 중국 중소기업에서 상호 호혜성과 사회적 자본 기업성과의 관계 | 관계적 차원 인지적 차원 |
| 김상덕(2005) | 관계 결속 → 기업 성과(+) | 프랜차이즈에서 의사소통이 가맹점 결속과 성과에 미치는 영향 | 관계적 차원 |
| Lechner <i>et al.</i> (2006) | 관계다양성 → 매출(+) 관계 다양성 → 손익분기 도달 시점(+) | 기업의 네트워크와 성과의 관계에 대한 연구 | 구조적 차원 |
| 이영찬(2007) | 사회적 자본 → 지식경영(+) → 조직성과(+) | 지식경영과 조직성과에 대한 사회적 자본의 매개 효과 연구 | 구조적 차원 인지적 차원 관계적 차원 |
| Smerk and Denison (2007) | 적응성, 참여 → 매출 성장(+) 적응성, 참여 → 총자산 이익률 (+) | 조직 내 사회적 자본과 기업 성과에 대한 연구 | 구조적 차원 |

* 자료: Westlund, Hans & Adam, Frane (2010)를 참고로 연구자가 추가 정리하였음.

〈표 3〉 사회적 자본과 성과의 관계-(2)

| Reference | 주요 인과 관계 | 연구 주제 | 차원 |
|----------------------------------|--|--|------------------|
| Chen <i>et al.</i> (2007) | 사회적 상호작용 → 재무적 성과(+) | 벤처 기업에서 기업가 지향성, 조직 자원과 성과의 관계 | 구조적 차원 |
| Lock Lee (2008) | 시장 중심성, 학습 능력 → 투자수익률(+) | 글로벌 정보서비스 기업의 사회적 자본과 성과에 대한 연구 | 구조적 차원 |
| 이영찬 외 (2009) | 비전, 목표, 핵심가치공유 → 협력적 노사관계(+) 협력적 노사관계(+) → 기업 성과(+) | 사회적 자본이 노사관계 및 기업성과에 관한 연구 | 인지적 차원 |
| 구병모 외 (2011) | 관계결속 → 경영성과(+) → 재계약 의도(+) 몰입 → 경영성과(+) → 재계약 의도(+) | 프랜차이즈에서 관계 결속과 몰입이 경영성과와 관계지속에 미치는 영향에 대한 연구 | 관계적 차원 |
| Veronica <i>et al.</i> (2011) | 구조적 자본 → 운영 성과(비선형관계) 구조적 자본 → 전략 성과(비선형관계) 관계적 자본 → 운영 성과(비선형관계) 관계적 자본 → 전략 성과(비선형관계) | 공급망에서의 사회적 자본의 부정적 측면에 대한 연구 | 구조적 차원 관계적 차원 |
| 이수열 (2015) | 운영 협력 → 고객 성과(비선형관계) (상호의존성 높은 경우) 관계적 협력(상호 독립적 관계) → 고객성과(+) | 공급사슬에서 거래 의존성에 대한 비선형 관계에 대한 연구 | 구조적 차원 관계적 차원 |

* 자료 : Westlund, Hans & Adam, Frane (2010)를 참고로 연구자가 추가 정리하였음.

III. 연구 방법 및 인과 지도 구축

1. 연구 방법

1) 시스템 다이내믹스(System Dynamics)

시스템 다이내믹스(System Dynamics)는 복잡계 특징을 가지는 시스템이 구성 요소간의 피드백 구조를 만들어 시간에 따라 발생하는 역동성을 분석하는 방법론이다(정창권 · 이동현, 2012; 김도훈 외, 1999; Forrester, 1993; Richardson, 1991; Richmond, 1993; Senge & Sterman, 1992). 따라서, 시스템 다이내믹스에서는 피드백 구조의 구성요소인 인과관계와 피드백 구조의 다이내믹을 만드는 지연효과와 지배적 피드백 구조의 변화를 중요하게 강조하고 있다. 이런 속성들이 시스템의 역동성을 만들어내기 때문이다(정창권 · 이동현, 2012).

하지만 시스템 다이내믹스의 인과지도(Causal Loop Diagram)를 활용한 분석방법에는 인

과관계의 타당성 검증이 결여된다는 한계를 가지고 있다. 시스템을 구성하는 변수 간의 인과관계에 대해 실증적 연구가 뒷받침되어야 한다. 그러나 전체 시스템을 이루는 모든 변수의 관계를 실증하기에는 연구의 효율성이 떨어질 수 있다. 이러한 한계를 극복하기 위해 기존의 연구를 통해 실증된 변수 간의 관계를 가져와 연구의 객관성을 높이는 노력이 나타나고 있다(정창권 · 이동현, 2012; 엄재근 · 정창권, 2014; 엄재근 · 정창권 · 설원식, 2014).

본 논문에서는 시스템적 사고(Systems Thinking) 분석을 활용해 전략적 네트워크와 사회적 자본과의 관계를 구조주의적 관점에서 파악하고자 한다. 또한 사회적 자본이 기업 성과에 미치는 경로를 단계적으로 파악하고 전략적 네트워크에서 사회적 자본의 형성과 성과에 미치는 구조적인 관계를 파악하고 그 시사점을 제시하고자 한다.

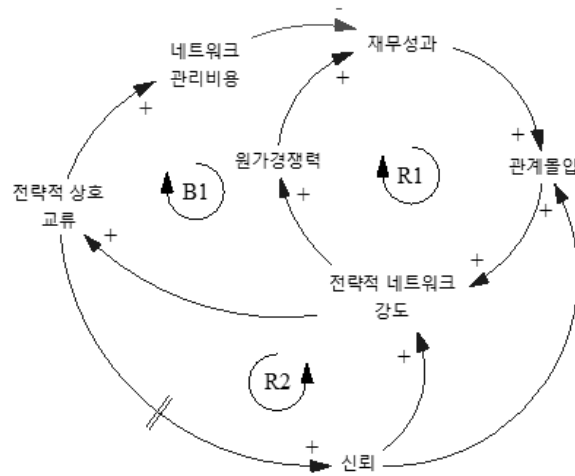
앞서 언급한 장기간에 걸친 목적성을 띤 전략적 네트워크의 특징과 네트워크 구성원간 상호 작용을 통해 오랜 시간에 걸쳐 형성되고 변화되는 사회적 자본의 특징으로 인해(설현도, 2015) 연구 방법에 있어 변수 간의 동태적 관계와 상호 작용을 고려할 수 있는 시스템다이나믹스의 방법론이 적합하다고 볼 수 있다.

2. 인과지도 구축

1) 전략적 네트워크와 사회적 자본의 형성

기업들은 경쟁 우위를 확보하기 위해 역량을 지속해서 강화하고자 한다. 이런 역량을 키우기 위해 내·외부의 자원이 필요하다. 이처럼 내부적으로 가지지 못하는 자원을 얻기 위해 외부의 네트워크를 활용함으로써 기업의 전략적 목적을 달성하는 것이 전략적 네트워크이다. 따라서 전략적 네트워크는 시장에서의 거래비용과 위계(부품공급과 유통 등 관련 활동을 내부에서 담당하는 형태)에서의 관리비용을 동시에 축소하는 효과가 있다(손동원, 2002).

김기찬(1993)은 기업 간 유기적인 관계에 의해 실현된 기업의 경쟁력은 경쟁 상대와의 원가경쟁력 강화 또는 차별화 원천이 되는 자원의 확보로 나타난다고 했다. 기업 간 자본적, 협력적 계약관계 즉 전략적 네트워크가 형성되어 있는 경우 규모의 경제가 달성되고, 파트너의 비교우위 자원을 활용하는 생산 합리화와 유희설비의 활용으로 인한 투자비용의 절감, 그리고 생산성의 향상 등, 직접적인 비용절감 효과가 실현된다(김기찬, 1993; Contractor & Lorange, 1988).



[그림 2] 전략적 네트워크와 사회적 자본 형성 인과지도

<표 4> 전략적 네트워크와 사회적 자본 형성에 관한 인과 관계

| 구분 | 인과관계 | Reference | Loop |
|-------------|------------------------|---|------|
| 전략적 네트워크 형성 | 전략적 네트워크 → 원가 경쟁력(+) | 손동원(2002), Contractor & Lorange(1988) | R1 |
| | 원가경쟁력 → 재무 성과(+) | 김기찬(1993) | |
| | 재무성과 → 관계 몰입(+) | Allen & Meyer (1990), Gruen <i>et al.</i> (2000). | |
| | 관계몰입 → 전략적 네트워크(+) | Anderson & Weitz (1992), 최지호 외 (2004) | |
| | 전략적 네트워크 → 전략적 상호교류(+) | Keegan & Green (1997) | B1 |
| | 전략적 상호교류 → 관리 비용(+) | 엄재근 외(2014) | |
| | 네트워크 관리비용 → 재무 성과(-) | 엄재근 외(2014) | |
| 사회적 자본형성 | 전략적 네트워크 → 상호 교류(+) | Johns & Demarche (1951) | R2 |
| | 상호 교류 → 신뢰(+) | W. Tasi & S. Ghoshal(1998) | |
| | 신뢰 → 전략적 네트워크 (+) | Pia Maria Arenius(2002) | |

네트워크의 강도(Intensity)라는 개념은 상호 교류와 조직 간 연결의 정도를 나타내기 위해 사용되기 시작했다(Johns & Demarche, 1951). 또한, 네트워크 강도는 관계에 투자하는 자원의 정도를 의미하는 것으로서 상호 교류하는 조직 간의 접촉 빈도와 교환되는 자원의

양으로 나타난다(Marrett, 1971; Van de Ven & Ferry, 1980).

[그림-2]에서 R1의 루프는 기업이 전략적 네트워크를 통해 원가경쟁력을 확보하고 직접적인 비용 절감의 효과를 통해 재무성과를 개선하는 구조를 보여주고 있다. 즉, 전략적 네트워크에서 재무성과의 개선 등 기업의 목적성이 달성되면 네트워크의 관계 몰입의 강화될수록 전략적 네트워크가 강화되는 강화 피드백 구조를 보여주고 있다.

R2의 루프는 전략적 네트워크가 강화되면 네트워크의 상호교류가 늘어나는 정(+)의 관계를 보여주고 있다. 전략적 상호 교류가 늘어나게 되면 네트워크 내의 신뢰 수준이 높아지는 정(+)의 관계가 형성되고, 신뢰가 높아지게 되면 전략적 네트워크는 더욱 강화되는 자기 강화 피드백 루프가 형성된다. 다만, 전략적 상호교류가 증가한다고 바로 신뢰가 쌓이는 것이 아니기 때문에 연구자는 전략적 상호교류와 신뢰 사이에 지연효과가 있다고 판단하였다.

반면 B1 루프는 전략적 네트워크의 상호교류를 위해서 기업의 네트워크 운영에 대한 비용이 증가하여 전략적 네트워크의 상호교류를 강화되지 못하게 하는 구조를 보여 준다. 이는 전략적 네트워크를 통한 전략적 상호 교류는 네트워크 내의 조정비용이나 운영비용이 발생하게 되기 때문에 전략적 상호교류가 늘어날수록 기업의 판매관리비는 상승하게 된다는 것을 의미한다. 따라서 전략적 네트워크가 강화될수록 네트워크 교류가 증가하면서 이에 대한 비용이 증가(+)하여 기업의 재무성과가 줄어드는 균형 피드백 루프가 형성된다.

2) 사회적 자본과 성과

Nonaka와 Takeuchi(1995)는 암묵지와 형식지 간의 사회적 상호작용을 통해 지식이 변환·창출·공유된다고 하였다. 설현도(2014)는 구조적 자본과 관계적 자본이 지식공유에 긍정적인 영향을 미친다고 했다. Bock과 Kim은 지식 공유가 조직의 역량을 개발하여 가치를 높이고 경쟁력을 유지하는 데 중요한 요인으로 인식했다(1997). 또한, 지식 공유의 개념은 지식 이전, 지식 공유 의도 등의 개념과도 혼용되고 있다(설현도, 2006).

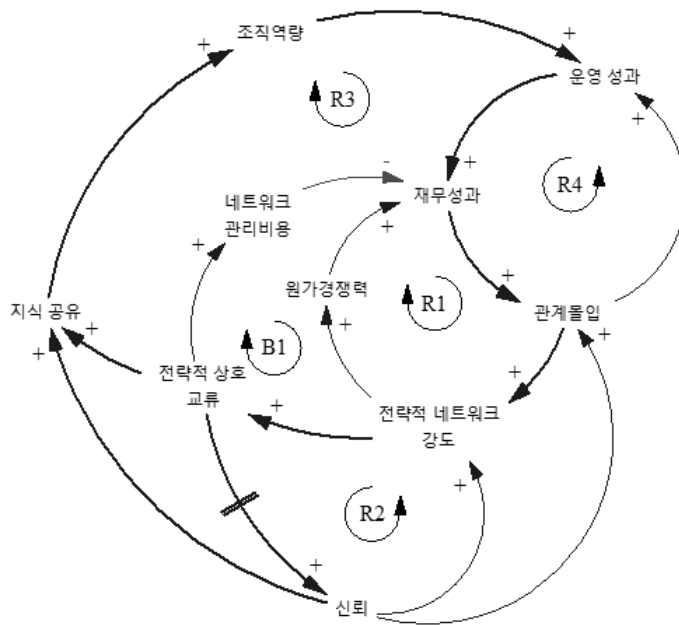
김영훈 외(2015)는 전체 산업 회귀분석 결과 대부분의 운영 성과지표들이 재무성과에 유의한 영향을 미치고 있음을 확인했다.

조직 역량을 기업이 경쟁사보다 더 나은 성과를 거두기 위해 자원을 조달, 개발, 배분할 수 있도록 해주는 동적이고 비정형적인 메커니즘으로 정의할 수 있다(Diericksa and Cool, 1989). Woodside *et al.*(1999)은 기업의 역량은 조직성과에 직접적 영향을 미치는 기업이 가지는 독특한 능력으로 보았다.

[그림 3]의 사회적 자본과 성과에 관한 인과 지도에서는 전략적 네트워크에서 형성된 사

회적 자본이 기업성파에 미치는 영향을 보여 준다.

R3 루프에서 보면 전략적 네트워크 강화 → 전략적 상호교류의 증가 → 지식 공유의 증가 → 조직역량의 증가 → 운영 성과의 증가 관계가 성립된다. 여기서 네트워크의 신뢰가 지식공유의 증가를 가져오게 된다. 신뢰가 높은 상태의 관계에서는 사람들이 사회적 관계에 더욱 적극적이고, 특히 협력적인 상호작용이 보다 용이해 진다(Nahapiet and Ghoshal, 1998; 최용주 외, 2008). 즉 구조적 자본인 전략적 상호교류와 관계적 자본인 신뢰가 지식공유와 정(+의 인과 관계임을 확인할 수 있다. 또한, 지식 공유는 조직의 역량을 증가시키기 때문에 지식공유와 조직의 역량 사이에는 정(+의 관계가 형성된다. 그리고 조직역량의 강화는 기업의 운영 성과를 강화하고 재무성과의 증가로 이어진다.



[그림 3] 사회적 자본과 성과에 관한 인과지도

[그림3]은 사회적 자본에서 관계적 차원에서 중요한 신뢰와 구조적 차원에서 중요한 전략적 상호교류를 통해 지식의 공유가 활발해 지고 이에 따라 조직의 역량이 개발되어 기업의 성과가 증가하게 되는 자기 강화 루프를 보여 준다.

R4 루프는 기업의 운영 성과의 증가가 재무성과를 높여주며 이는 다시 관계몰입을 증가시키는 것을 보여 준다. 관계 몰입은 가치 있는 관계의 지속에 대한 희망이라고 한

(Moorman *et al.*, 1993) 연구에서 유추할 수 있듯이 관계의 가치를 재무적인 성과로 봤을 때 재무적인 성과가 관계의 몰입을 강화시킨다고 볼 수 있다. 이러한 네트워크의 관계 몰입은 다시 운영 성과를 강화하는 피드백 루프를 형성한다. 구병모 외(2011)는 유통 물류 프랜차이즈 본사와 대리점의 전략적 네트워크에서 관계 몰입이 경영성과에 정(+)의 효과를 나타내는 것을 구조방정식으로 실증한 바 있다.

〈표 5〉 사회적 자본과 성과에 관한 인과 관계

| 구분 | 인과관계 | Reference | Loop |
|-------------------|---------------------|--|------|
| 사회적 자본의 시너지 | 신뢰 → 지식 공유(+) | 설현도(2014) | R3 |
| | 전략적 상호교류 → 지식 공유(+) | 설현도(2014) Nonaka <i>et al.</i> (1995) | |
| | 지식공유 → 조직역량(+) | Bock and Kim(2002) | |
| | 조직역량 → 운영 성과(+) | Barney & Arian (2001) | |
| 기업 성과 | 운영 성과 → 재무 성과(+) | 김영훈 외(2015) | R4 |
| | 관계 몰입 → 운영 성과(+) | 구병모 외(2011) | |

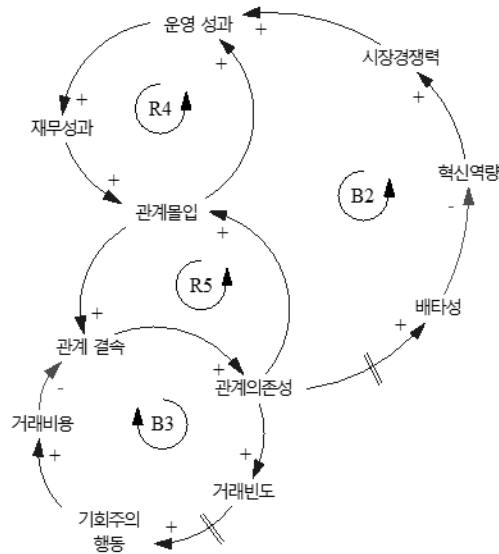
3) 관계 몰입

관계몰입은 거래 쌍방이 상호 가치 있는 결과를 달성하기 위한 핵심요소로 안정적인 관계를 유지하고자 하는 욕구, 관계를 유지하기 위해 단기적인 희생을 감수할 수 있는 용의, 관계 지속성에 대한 묵시적인 약속으로 정의 된다(Anderson and Weitz, 1992; Dwyer, Schurr, and Oh, 1987).

결속은 일반적으로 경로 구성원 간에 관계 지속을 위한 암시적이고 명시적인 서약으로 정의되어 왔으며 장기적인 이익 달성을 위해 기꺼이 희생을 감수하고자 하는 의도를 포함하고 있다(Dwyer, Robert.F., Schurr, Paul. H. and Sejo, Oh, 1987). 결속은 해당 기업들이 파트너와의 관계를 장기적으로 지향하게 함으로써 단기적이며 일방적인 이익을 추구하는 것에서 벗어나 장기적이며 상호이익을 위한 관계의 구축, 유지와 발전을 위해 노력하게 한다(김상덕, 2005).

관계결속은 거래가 반복될수록 깊은 관계 의존성을 보인다(Bendapudi and Berry, 1997). 따라서 관계 결속은 해당 기업에 대한 거래 담당자의 심리적 또는 감정적 애착으로까지 간주 될 수 있다(김기영 · 이동근 · 배성일, 2011). 배태된 행위(Embedded Action)는 지속적인

관계를 전제로 하며, 사회적 관계가 네트워크라는 구조에 의해 형성된다는 의미이다.



[그림 4] 관계 몰입에 대한 인과지도

따라서 [그림 4]에서 보는 바와 같이 관계 몰입 증가 → 관계 결속의 증가 → 관계 의존성의 증가 → 관계 몰입의 증가로 이어지는 자기 강화 피드백 루프가 형성된다. 반면, B2의 음의 피드백 루프(negative feedback loop)는 관계 의존성 강화 → 외부에 대한 배타성 증가 → 혁신역량 감소 → 시장경쟁력 약화 → 운영 성과 약화의 관계가 형성된다. 이는 사회적 자본의 부정적 측면으로서 관계 의존성으로 인해 외부의 정보가 차단되거나, 집단적 무지가 발생할 수 있다는 사회적 부채의 개념으로 설명할 수 있다(이동현 2008, North 1990.)

혁신역량은 기업의 이익을 목적으로 지식과 아이디어를 새로운 제품, 프로세스, 시스템으로 지속해서 전환하는 능력이라고 한다(Lawson & Samson, 2001). 따라서 본 연구에서는 네트워크 혁신역량을 네트워크에 관한 지식과 아이디어를 새로운 제품, 프로세스, 시스템으로 지속해서 전환하고자 하는 능력으로 정의하고자 한다.

사회적 자본의 네트워크에 미치는 부정적 측면에 대한 연구에서는 사회적 자본이 정보에 대한 접근성을 제한하거나, 문제 해결을 위한 대안 제시를 지연할 수 있고, 집단적 무지(Collective blindness)를 유발할 수 있다고 지적했다(이동현, 2008). 사회적 자본은 구성원이 외부의 정보에 쉽게 접근할 수 있도록 해 주는 역할을 하지만, 다른 한편으로 구성원들을

외부의 정보로부터 차단해 시장의 변화를 감지하고 대응하는 능력을 떨어뜨리기도 한다. 이들 연구에서 사회적 자본의 부정적 측면을 사회적 부채(Social liability)라고 명명했다 (Leenders and Gabby, 1999).

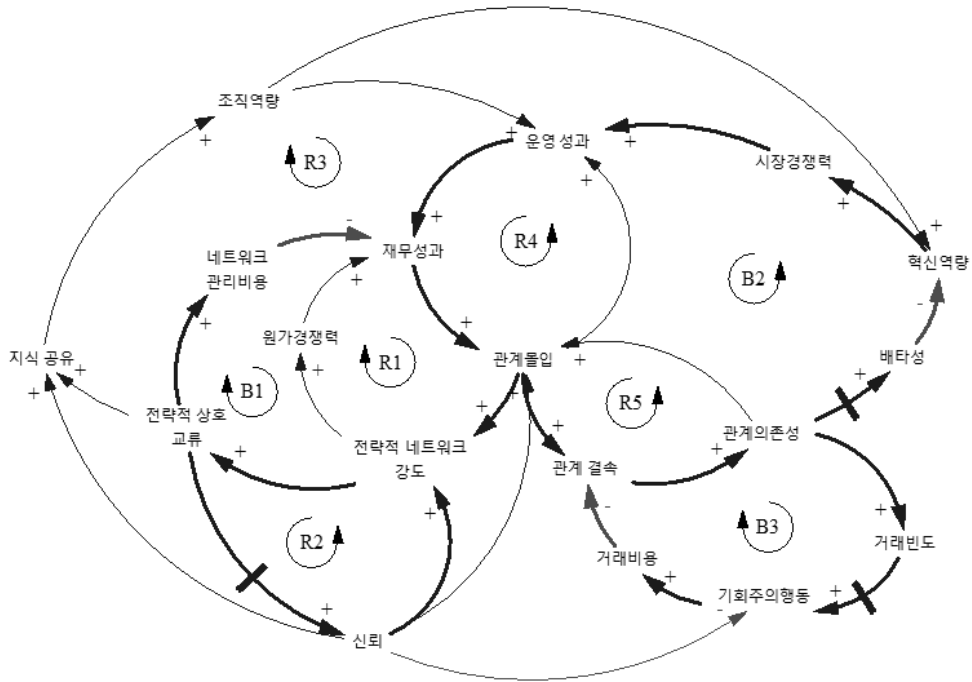
〈표 6〉 관계 몰입에 관한 인과 관계

| 구분 | 인과관계 | Reference | Loop |
|--------|-------------------|------------------------------|------|
| 관계 몰입 | 관계 몰입 → 관계 결속(+) | Moorman <i>et al.</i> (1993) | R5 |
| | 관계 결속 → 관계 의존성(+) | Bebdapudi and Berry (1997) | |
| | 관계 의존성 → 배태성(+) | Lawson & Samson (2001) | |
| | 배태성 → 관계 몰입(+) | 경종수,전달영(2004) | |
| 관계 의존성 | 관계 의존성 → 배태성(+) | 이동현(2008), North(1990) | B2 |
| | 혁신역량 → 시장경쟁력 (+) | Lawson & Samson(2001) | |
| | 시장경쟁력 → 운영 성과 (+) | 김영훈 외(2015) | |
| 거래 비용 | 관계 의존성 → 거래빈도(+) | Bebdapudi and Berry (1997) | B3 |
| | 거래빈도 → 기회주의 행동(+) | Williamson(1985) | |
| | 거래비용 → 관계결속(-) | Kalwani,Narayandas(1995) | |

또한, Williamson(1985)의 연구에서는 전략적 네트워크에서 거래 빈도가 증가할수록 거래파트너의 기회주의적인 행동을 증가시켜 거래비용이 증가하고 내부화를 가속화 한다고 했다. B3 루프가 이 구조를 보여주고 있다. 관계 의존성 증가 → 거래빈도 증가 → 기회주의 행동 증가 → 거래비용 증가 → 관계 결속 감소 (내부화 증가)가 되는 구조에서 거래빈도가 증가한다고 바로 기회주의행동이 나타나는 것이 아니기 때문에 지연효과가 나타난다고 봤다. 즉, 관계 의존성이 증가하면 궁극적으로 관계 결속을 저해하는 결과가 나오지만 바로 나타나지 않는 문제 발생의 지연이 발생한다는 점을 구조화하였다.

4) 통합 인과 지도

[그림5]의 통합인과지도에서는 전략적 네트워크에서 형성된 사회적 자본이 기업의 운영 성과와 재무성과에 영향을 주는 구조적 관계를 보여주고 있다.



[그림 5] 통합인과지도

이 구조에서 살펴볼 수 있는 시스템 레버리지 포인트는 4가지가 있다. 첫째는 지연이 있는 강화 루프인 R2이고 나머지 세 개는 운영성과와 재무성과의 강화에 맞서는 균형 루프인 B1, B2, B3이다.

먼저 R2에서는 전략적 네트워크를 형성함으로써 상호작용을 통해 신뢰가 형성되는 과정을 보여 준다. 신뢰의 형성은 상호작용을 통해 바로 형성되지 않는 지연효과가 있다는 것이다. 하지만 구축된 신뢰는 지식공유를 통한 네트워크의 혁신역량을 높여 주는데 기여하게 되고, 관계몰입을 높여 운영성과를 높이는 역할을 한다. 또한 거래빈도가 높아지면서 발생할 수 있는 기회주의행동을 억제하는 역할은 하게 된다. 따라서 전략적 네트워크 시스템 전반에 영향을 미치는 것이 신뢰의 구축으로 볼 수 있다. 하지만 핵심은 지연효과가 있다는 점을 의사결정권자가 인지하고 신뢰구축을 위해 지속적인 노력을 해야 한다는 점이라고 할 수 있다.

나머지 균형 루프들은 모두 운영성과와 재무성과를 낮추는 역할을 하는 것으로 각각 전략적 시사점이 다르다. B1 루프는 네트워크 관리 비용이 재무성과에 음(negative)의 영향을 미친다고 기술하고 있지만, 이는 필수불가결한 것이기 때문에 의사결정권자는 비용이 아니

라 투자라고 평가하는 자세가 필요하다. B2 에서는 관계의존성이 증가하면서 네트워크 외부의 배타성이 지연효과로 발생하는 것을 보여 준다. 이러한 배타성은 혁신역량을 감소시켜 운영성과를 떨어뜨리게 된다. B3 에서는 관계의존성의 증가로 거래빈도가 늘어남에 따라 지연효과로 발생하는 기회주의행동을 보여 준다. 기회주의행동은 거래비용을 증가시켜 기업성과를 떨어뜨리게 된다.

여기서 B2와 B3의 공통점은 관계 배타성과 기회주의 행동이 바로 나타나지 않고 시간의 지연을 보인다는 점이다. 이는 의사결정권자에게 위협요인이자 기회요인이 될 수 있다. 시간 지연 효과는 어느 날 나타나는 의도하지 않은 결과이기 때문에 관리를 못 하면 위협요인이 된다. 하지만 바로 문제가 나타나는 것이 아니기 때문에 관리할 수 있는 시간이 있다는 것을 의미하기도 한다. 따라서 관계 배타성을 줄일 수 있는 네트워크를 개방하려는 노력과 기회주의 행동을 줄이기 위해 투명성을 제고하는 전략을 생각해 볼 수 있다.

IV. 결론 및 연구의 한계

1. 결론 및 시사점

기존의 사회적 자본에 대한 연구는 단편적이고 정적인 형태에 머물러 있어 전략적 네트워크에서 사회적 자본의 전체적 영향과 상호 작용을 이해하는데 한계가 있다. 본 연구는 기존 선행연구 결과들에 나타난 다양한 변수 간 인과관계를 정리하였다. 이를 통해 변수 간에 비선형 관계가 존재하고 있다는 것을 발견했고 이런 비선형 관계를 만드는 시스템 구조를 분석하고자 하였다. 이를 통해 전략적 네트워크에서 사회적 자본과 성과에 대한 구조적인 관계를 탐색해 보고, 전체적인 시스템의 구조를 보여주는 인과지도를 제시하였다. 본 연구에서 제시한 인과지도를 통해 얻을 수 있는 시사점은 다음과 같다.

첫째, 전략적 네트워크에서 사회적 자본의 관계적 차원인 신뢰가 시스템 전반에 긍정적인 영향을 미치고 있다는 것이다. 이는 사회적 자본과 기업성과에 대한 기존 연구 결과와 동일한 결과를 보여 준다.

둘째, 앞서 언급한 바와 같이 전략적 네트워크에서 사회적 자본과 성과에 관련한 시스템의 핵심 변수를 네트워크 배타성과 구성원의 기회주의로 확인하였다. 배타성으로 인해 시장 환경 변화에 대한 대응과 혁신역량의 저하가 발생하고, 기회주의 행동으로 네트워크의 효율성이 떨어지게 되는 것이다.

셋째, 전략적 네트워크의 성과를 높이기 위한 전략적 대안으로 네트워크의 배타성으로

인한 자기균형루프를 상쇄하기 위해 개방성을 높이는 방안이 제시되어야 할 것이다. 또한 네트워크의 성과를 저해하는 기회주의적 행동을 줄이기 위해 네트워크의 투명성을 높이는 방안이 강구되어야 할 것이다. 최근 IT를 기반으로 한 전략적 네트워크의 성장 배경에서 이러한 개방성과 투명성을 찾아볼 수 있다. 또한, 최근의 플랫폼 경영과 공유경제 비즈니스에서 투명성과 개방성이 보장된 네트워크의 구축으로 성과를 창출하며 성장해 가고 있다.

본 연구에서는 기존 연구의 사회적 자본과 성과에 관한 변수 간의 인과 관계를 확인하고, 이러한 변수 간의 구조적인 연결을 통해 사회적 자본과 기업 성과의 관계에 대한 통합적 인과지도를 작성하였다.

작성된 통합 인과지도를 통해 사회적 자본에 대한 심층적인 연구를 할 수 있는 방향을 마련하였으며, 기업 실무차원에서는 기업의 성과를 높일 수 있는 레버리지를 찾는 전략적인 시사점을 제시하게 되었다. 또한, 향후 전략적 네트워크 기업 연구와 사회적 자본의 후속 연구에 참고 되기를 기대한다.

2. 연구의 한계 및 향후 연구 방향

본 연구는 시스템 사고를 통해 전략적 네트워크의 일반적 특징을 기초로 사회적 자본과 성과에 관한 인과관계를 도출하였다. 하지만 전략적 네트워크는 현실적으로 다양한 형태로 이루어지고 있고, 구성원 간의 관계 유형과 네트워크의 목적이 다양하게 나타나고 있다. 이에 전략적 네트워크에 대한 유형별 세분화를 통해 전략적 네트워크의 세분화된 인과지도가 나올 수 있을 것이다. 이에 앞으로의 연구에서는 전략적 네트워크의 형태를 구분하고 이에 맞는 복합적인 인과지도 작성이 필요할 것이다. 또한, 시스템적 사고를 통한 인과지도에서는 인과관계의 영향력에 대한 설명력이 부족하다는 한계를 가지고 있다. 따라서 이러한 한계를 극복하기 위해 변수 간의 영향력을 확인할 수 있는 모델링 연구가 필요하다. 본 연구를 통해 사회적 자본에 대한 동태적 연구를 확장하여 기업 생태계 연구와 사회적 기업에 대한 연구에까지 다양하게 접목되어 기업의 성과와 전체 네트워크의 성장에 기여하기를 바란다.

【참고문헌】

- 김기영 · 이동근 · 배성일. (2011). “외식기업의 유통경로상 파워와 관계 결속 관계 연구, 『관광연구저널』, 제25권, 4호, pp.191-208.
- 김기찬. (1993). “기업간 관계구조의 전략적 선택과 그 유효성에 관한 실증적 연구”, 『마케팅연구』, 제8권, 제2호, pp.109-143.
- 김도훈 · 문태훈 · 김동환. (1999). 『시스템다이나믹스』. 대영문화사.
- 구병모 · 여기태 · 광복환. (2011). “유통물류 프랜차이즈 본사와 대리점의 관계결속과 몰입이 경영성과와 재계약의도에 미치는 영향 연구: 택배산업을 중심으로”, 『물류학회지』, 제21권, 5호, pp.323-345.
- 김상덕. (2005). “프랜차이즈 본부의 의사소통 전략이 가맹점의 결속과 매출에 미치는 영향”, 『한국서비스경영학회』, 6권,3호, pp.189-208.
- 김준환. (2004). “사회적 자본과 사회적 기업에 관한 고찰”, 『한국사회』, 제5집, pp.89-120.
- 김용학. (2003). 『사회 연결망 이론』, 박영사.
- 류성민. (2011). 『유통의 이해』. 신영사.
- 박종돈. (2004). “전략적 네트워크의 사회적 자본 형성방법에 관한 연구”, 『창업정보학회지』, 제7권 제4호, pp.239-264.
- 손동원. (2002). “사회네트워크 분석”, 『경문사』.
- 설현도. (2006). “금융기관 조직구성원의 지식공유에 대한 실증 연구” 『한국지식경영학회』, Vol.7 No.2, pp.97-122.
- 설현도. (2014). “변혁적 리더십이 사회적 자본과 지식공유에 미치는 영향”, 『한일경상학회』, 62권 단일호, pp.45-69.
- 설현도. (2015). “사회적 자본과 지식공유의 관계에 대한 연구”, 『대한경영학회지』, 28(1), pp.141-158.
- 이동현. (2006). “전략적 네트워크의 진화에 관한 연구”, 『중소기업연구』, 제28권 제3호, pp.320-321.
- 이수열. (2015). “협력은 항상 옳은가 거래의존성과 비선형관계를 고려한 공급사슬 협력에 대한 재고찰”, 『한국경영과학회지』 제40권 3호, pp.73-95.
- 이영찬. (2007). “사회적 자본, 지식경영, 그리고 조직성과 간의 인과관계”, 『정보시스템연구』, 제16권 제4호, pp.223-241.
- 이영찬 · 김영재 · 이승석. (2009). “사회적 자본이 노사관계 및 기업성과에 미치는 영향에 관한

- 실증 연구”, 『지식경영연구』, 제10권 제4호, pp.133-150.
- 엄재근 · 정창권. (2014). “국제통상에서 KICO 파생금융상품과 그 영향에 대한 시스템 다이내믹스 시뮬레이션”, 『한국 시스템다이내믹스 연구』, 제15권 제4호, pp.5-28.
- 엄재근 · 정창권 · 설원식. (2014). “환노출과 환노출 완화 전략의 인과관계에 관한 탐색적 연구”, 『한국 시스템다이내믹스 연구』, 제15권 제2호, pp.97-131.
- 정재운 · 김현수. (2009). “동태적 분석 및 설계를 위한 인과지도 작성법의 한계와 개선방안에 관한 연구”, 『한국시스템다이내믹스 연구』, 제10권 제1호, pp.33-60.
- 정창권 · 이동현. (2012). 이머징 마켓 진출 전략의 인과관계에 대한 탐색적 연구: 시스템 사고에 의한 접근, 『한국 시스템다이내믹스 연구』, 제13권 제3호, pp.67-98.
- 최낙환 · 박정기. (2010). “수급사업자의 기업가정신과 원사업자와의 관계몰입 요인”, 『경영연구』, 제25권 제4호, pp.129-156.
- Bebdapudi, Neeli and Berry, Leonard L. (1997). “Customers’ motivations for maintaining relationships with service providers”, *Journal of Retailing*, vol 73, issue1, pp.15-37.
- Batjargal, B. (2000). “*Social Capital and Entrepreneurial Performance in Russia: A Panel Study, Davidson Institute Working Paper Series*”, Working Paper No 352, University of Michigan Business School, pp.535-556.
- Bock. G & Kim, I. (1997). “Knowledge management and process innovation: the knowledge transformation path in Samsung SDI”, *Journal of Knowledge Management*, vol 6, issue 5, pp.479-485.
- Borgatti, S. P. and P. C. Foster. (2003). “The network paradigm in organizational research: A Review and typology”, *Journal of Management*, Vol.29, No.6, pp.991-1013.
- Brisson, D. S., and C. L. Usher. (2005). “Bonding social capital in low-income neighborhoods”, *Family Relations*, vol.54, no.5, pp.644-653.
- Burt, R. S. (1992). “Structural Holes: The Social Structure of Competition”, Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Burt, R. S. (1997). “The contingent value of social capital”, *Administrative Science Quarterly*, 42, pp.339-365.
- De Carolis, D. M and Saporito, P. (2006). “Social Capital, Cognition, and Entrepreneurial Opportunities: A Theoretical Framework”, *Entrepreneurship: Theory & Practice*. Jan2006, Vol. 30, Issue 1, pp.41-56.
- Coleman, J. S. (1998). “Social capital in the creation of human capital”, *American Journal of Sociology*, vol.94, pp.95-120.

- Coase, R. N. (1937). *The Nature of the Firm in O.E.*, Oxford University Press, 1993.
- Cook, P. (2007). "Social capital, embeddedness and market interactions: An analysis of firm performance in UK regions", *Review of Social Economy*, LXV(1), pp.79-106.
- Cook, P. & Clifton, N. (2004). "Spatial variation in social capital among UK small and medium-sized enterprises", in: H. L. F. de Groot, P. Nijkamp & R. Stough (Eds) *Entrepreneurship and Regional Economic Development: A Spatial Perspective*, pp.107-137.
- Cook, P., Clifton, N. & Oleaga, M. (2005). "Social capital, firm embeddedness and regional development", *Regional Studies*, 39(8), pp.1065-1078.
- Diericks, I., & K. Cool. (1989). "Asset stork accumulation and the sustain ability of competitive advantage: Reply", *Management Science*, 35(12), pp.1514-1534.
- Dwyer, F. Robert, Schurr, Paul H. and Sejo Oh. (1987). "Developing Buyer-Seller Relationships" *The Journal of marketing*, vol.51, no 2 pp.11-27.
- Fafchamps, M. & Minten, B. (2002) .“ Return to social network capital among traders”, *Oxford Economic Papers*, 54(2), pp.173-206.
- Gabby, Shaul M., and T. A. J. Leenders. (1999). "Corporate social capital and liability" Boston: *Kluwer Academic Publishers*, pp.837-840.
- Grandori. A. and G. Soda. (1995). "Interfirm networks: Antecedents. mechanisms and forms", *Organization Studies*, 16(2), pp.183-214.
- Gulati. R., N. Nohira and A. Zaheer. (2000). "Strategic network". *Strategic Management Journal*, Special Issue, 21, pp.203-215.
- Inkpen, A. C. and E. W. K. Tsang. (2005). "Social capital, network, and knowledge transfer", *Academy of Management Review*, Vol.30, No.1, pp.146-165.
- Jarillo. J. C. (1988). "On strategic networks", *Strategic Management Journal*, 9, pp.31-41.
- Johans, R., & Demarche, D.(1951), *Community Organization and Agency Responsibility*, New York : Association Press, pp.598-600.
- Landry, R., Amara, N. & Lamari, M. (2000). "Does social capital determine innovation? To what extent?", *Paper prepared for 4th International Conference on Technology Policy and Innovation*, Curitiba. Brazil, August pp.28-31.
- Lawson, Benn and Samson, Danny (2001). "Developing innovation capability in organisations: a dynamic capabilities approach", *International Journal of Innovation Management*, vol 05, issue 03, pp.377-400.
- Lock Lee, L. G. (2008). "*Corporate social capital and firm performance in the global information*

- services sector*", PhD dissertation, The University of Sydney, p.26.
- Lou, X., Griffith, D. A., Liu, S. S. & Shi, Y. (2004). "The effects of customer relationships and social capital on firm performance: A Chinese business illustration", *Journal of International Marketing*, 14(4), pp.25-45.
- Marrett, C. B. (1971). "Oh the specification of inter-organizational dimensions", *Sociology and Social research*, 61, pp.83-90.
- Manohar U. Kalwani and Narakesari Narayandas (1995). "Long-Term Manufacturer-Supplier Relationships: Do They Pay off for Supplier Firms?", *Journal of Marketing*, vol 59, no 1, pp.1-16.
- Miles, R. E. and C. C. Snow. (1986). "Network organizations: New concepts for new forms", *California Management Review*, 28(3). pp.62-73.
- Nahapiet, J. & S. Ghoshal. (1998). "Social capital, intellectual capital, and organizational advantage", *Academy of Management Review*, 22(2), pp.242-266.
- Nohria, N. and R. G. Eccles. (1992). "*Networks and Organizations*", Boston, Harvard Business School Press.
- Nonaka, I. and Takeuchi, H. (1995). "*The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*", Oxford University Press.
- North, Douglass C. (1990). "*Institutions, Institutional Change and Economic Performance*", Cambridge University Press.
- Oliver Williamson. (1991). "Comparative Economic Organization: The Analysis of Discrete Structural Alternatives", *Administrative Science Quarterly*, 36, pp.269-296.
- Powell, W. W. (1990). "Neither market nor hierarchy: Network form of organizations", *Research in Organizational Behavior*, 12, pp.295-336.
- Putnam, Robert D. (1993). "What makes democracy work?", *National Civic Review*, vol 82, issue 2, pp.101-107.
- Scheufele, Dietram A. Shah, Dhavan V. (2000). "Personality Strength and Social Capital", *Communication Research*, Apr 2000, Vol. 27 Issue 2, pp.107-131.
- Smerek, R. E. & Denison, D. R. (2007). "Social capital in organizations: Understanding the link to firm performance", in: G. T. Solomon (Ed.), *Best Paper Proceedings of the Sixty-sixth Annual Meeting of the Academy of Management* (CD), ISSN 1543-8643.
- Sydow, J. and A. Windeler. (1998). "Organizing and evaluating interfirm networks: A structurationist perspective on network process and effectiveness", *Organization Science*,

9, pp.265-284.

Tasi, W. (2000). "Social capital, strategic relatedness and the formation of linkage", *Strategic Management Journal*, 21, pp.925-939.

Thorelli. H. B. (1986). "Networks: Between markets and hierarchies", *Strategic Management Journal*, 7, pp.37-51.

Ven de ven, A. H., & Ferry, D. L. (1980). *Measuring and Assessing Organizaton*, New York : John Wiley and Sons.

Veronica H. Villena, Elena Revilla, and Thomas Y. Choi. (2011). The dark side of buyer-supplier relationships: A social capital perspective, *Journal of Operations Management* 29, pp. 561-576.

Westlund, Hans & Adam, Frane. (2010). " Social Capital and Economic Performance: A Meta-analysis of 65 Studies ". *European Planning Studies*, vol.18, no 6, pp.893-919.

Williamson, O. (1985). *The Economic Institutions of Capitalism*, Free Press, New York.

Williamson, O. (1991). "Comparative Economic Organization", *Administrative Science Quarterly* vol.36, no.2, pp. 269-296.

Woodside, A. G., Sullivan, D. P., & Trappey III, R. J. (1999). "Assessing Relationship among Strategic Types, Distinctive Marketing Competencies, and Organizational Performance", *Journal of Business Research*, 45(2), pp.135-146.

Wu, W.-P. & Leung, A. (2005), "Does a macro-micro link exist between managerial value of reciprocity, social capital and firm performance? The case of SMEs in China", *Asia Pacific Journal of Management*, 22(4), pp.445-463.

▶ 접수일 : 2015. 11. 30. / 수정일 : 2015. 12. 28. / 게재확정일 : 2016. 3. 25.