

공급사슬 내의 파워유형이 정보역량에 미치는 영향: CSV 가치창출 관점*

박광오** · 장활식*** · 정대현****

〈 목 차 〉	
I. 서론	IV. 연구방법 및 분석
II. 이론적 배경	4.1 설문구성 및 표본구성
2.1 SCM과 파워 관련성	4.2 실증분석 및 결과
2.2 정보공유와 파트너십 품질	4.3 가설검정
2.3 정보역량	V. 결론
2.4 공유가치창출과 조절변수 역할	5.1 연구의 결과
III. 연구모형 및 가설설정	5.2 연구의 시사점 및 한계점
3.1 연구모형	참고 문헌
3.2 가설설정	<Abstract>

I. 서론

공급사슬 참여업체 상호간 성과를 제고하기 위한 노력은 끊임없이 이루어지고 있다. 정보역량의 향상은 파트너기업 사이의 원만한 파트너십 관계의 구축이 전제된 협업이 중요하다. 그러나 파트너기업 사이에 발생하는 파워의 불균형에 따라 발생하는 비효율적 낭비 요소를 파

악하는 연구가 미흡하다. 공급사슬관리의 핵심인 전체 프로세스의 시스템적 가시화 조건충족 시 시너지효과는 창출된다. 따라서 공급사슬 참여 기업들은 파트너기업들간의 활동에서 중복성과 비효율성 제거의 실현으로 효율적 운영을 모색한다(Lummus et al., 2001).

공급사슬관리(SCM)는 경쟁우위 확보를 위한 협력업체와의 동반성장 모색과 더불어 지속

* 이 논문은 2017년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임.

(NRF-2017S1A5A8019649)

본 논문은 2018 경영정보관련 춘계통합학술대회에서 최우수논문상을 수상한 저자들의 발표논문을 보완 및 발전시킨 논문임.

** 영남이공대학교 경영계열, kopark1021@ync.ac.kr(주저자)

*** 부산대학교 경영학과, hwschang@pusan.ac.kr

**** 경남과학기술대학교 국립대학 육성사업단, jdh@gntech.ac.kr(교신저자)

적 협업관계를 원만하게 유지하려는 노력이 필요하다. 또한 SCM은 효율적인 협력관계를 유지하기 위해 힘의 불균형을 제거할 방안을 모색하는 것이 효율적 관리의 근간이라 할 수 있다. 따라서 파트너십 품질과 고품질의 정보공유를 통한 경쟁력을 갖추어 나가야 한다.

공급사슬을 효율적으로 관리하는 기업은 그렇지 못한 기업에 비해 시장점유율, 품질개선, 납기단축, 효율적 물류관리, 고객서비스 증가 등의 분야에서 훨씬 더 많은 성과를 창출하고 있다(Simatupang and Sridharan, 2002). 이러한 SCM의 주요 성공요인으로 파트너십 품질을 강조할 수 있다. 또한 원만한 정보공유를 통한 파트너십의 구축은 SCM과 같은 정보시스템 도입의 결과이기도 하다. 따라서 정보공유와 파트너십 품질과 같은 변인을 통해 정보역량을 평가할 수 있는 것이다.

지금까지 SCM 도입 업체의 정보역량을 평가하기 위해 파워이론의 접목을 시도한 연구는 없었다. 정보시스템 도입에 따른 대표적 성과인 정보역량은 높은 파트너십품질과 원활한 정보공유가 선행된 상황에서 더욱 향상될 수 있다(박광오, 2013). 정보역량의 하위 구성개념은 정보활용·정보관리·정보이용 역량으로 구분할 수 있다(Marchand et al., 2000). 공급사슬 전체의 성장은 파트너기업과의 정보활용 역량을 통해 원만한 커뮤니케이션 실현으로 가능하며, 효과적인 정보를 관리할 수 있는 시스템을 뜻하는 정보관리역량이 촉매역할을 할 수 있다. 또한 파트너기업 간 가치창출의 향상을 위해 정보의 효과적 사용을 뜻하는 정보이용역량의 파악도 중요하다(임규찬, 2006).

SCM은 공급자 및 구매자 간 불필요한 낭비

요소의 제거를 통한 효율적 관리로 상호간의 이익을 도모할 수 있고, 파트너기업 간 원만한 관계 유지로 공급사슬 참여 기업들 사이의 파트너십 강화를 도모한다. 그러나 파트너십을 방해할 수 있는 구속적 권력인 파워의 실현 여부에 따라 상당한 차이가 있다는 것을 유추할 수 있다. 따라서 중국적으로 SCM과 같은 정보시스템의 정보역량에 영향을 미칠 수 있는 파트너십 품질의 통제요소로서의 파워를 효과적으로 관리할 수 있는 파워 유형의 탐구가 정보역량 및 SCM 관련 논의에 중요한 과제 중 하나이다. 따라서 파워이론과 정보역량의 상관성을 밝혀 봄으로써 향후 연구과제에 대한 구체적 정보를 제공하고 실무에 도움을 줄 것으로 판단된다.

글로벌 경쟁하에서 기업의 성공 요체는 파트너기업 상호간 니즈를 충족시켜 주고, 파워를 적당히 활용하는 전략적 모색이 뒤따르게 되면 더욱 경쟁력을 갖출 수 있다. 따라서 기업들 사이의 파워를 구성하는 요소에는 어떠한 특성이 있으며, 또 그 속성들 간에는 서로 어떠한 인과관계가 있는지 밝힐 필요성이 있다. 파트너기업 간 어떠한 파워의 속성 요인이 있는지 그 상호간의 관계를 파악하여 적절히 대안을 모색한다면, 불필요한 낭비 요소의 제거를 통하여 효율성을 극대화할 수 있는 대안을 찾을 수 있을 것이다.

기업 간 지속적 거래관계 유지를 위하여 공급사슬 내 힘의 불균형에 따르는 파트너기업과의 여러 장애요소들을 간파하고 관리하는 전략적 접근이 필요하다. 상대 파트너기업의 파워(power) 논리에 유연하게 대처함으로써 상생의 논리를 펼칠 수 있도록 하는 변화된 경영패러

다임으로의 파워에 대한 접근 논리가 중요할 것이다. 파워의 유형을 파악하고 정보역량 간의 관계를 밝혀 실무적 시사점 도출이 필요한 것이다. 본 연구는 Ke et al.(2009)의 파워분류를 근간으로 정보역량과의 관계를 밝히고자 한다. 따라서 각각의 파워유형이 정보역량에 미치는 영향을 파악하여 실무적 시사점을 파악하는데 기여할 것으로 생각한다.

정보역량에 영향을 미칠 수 있는 파트너십의 선행요인인 파워를 효율적이고 효과적으로 활용하기 위해 파워 속성을 파악하는 것은 공급사슬 관련 연구에 중요한 과제 중 하나이다.

최근 공유가치창출(CSV: Creating Shared Value)이 초미의 관심을 끌고 있다. 이는 기존의 기업의 사회적 책임(CSR: Corporate Social Responsibility) 성과에 사회적·경제적 가치창출이라는 사회적 문제해결의 대안이 될 수 있다는 시각이 작용하기 때문이다(양준혁, 양희석, 2014). CSV는 Porter와 Kramer가 2006년 HBR(harvard business review)에 발표한 “전략과 사회: 경쟁 우위와 CSR 간의 연결”에서 처음 소개한 이후 2011년에 본격적으로 확장된 개념으로, CSV는 사회적 문제점 개선과 더불어 기업의 이윤 추구를 실현시켜 주는 핵심 경쟁력 강화를 위한 전략적 신 경영 패러다임이다(윤각, 이은주, 2014). 기업의 경영활동을 통하여 소외계층 지원, 환경보존, 지역사회의 다양한 지원활동이 CSV 관점으로 확장 가능성을 시사하고 있다. 따라서 CSV는 공급사슬의 파트너기업 입장에서 기업의 많은 이해관계자들과의 지속적인 조화를 이룸으로써 나아가 사회 전체의 발전에 주체적인 역할을 수행 할 수 있을 것으로 판단한다.

향후 새로운 패러다임으로 공유가치창출이 다각도로 검토될 것이다. 기업은 이윤 추구 논리에만 국한되지 않고 사회적 문제해결을 위한 전략적인 투자의 강화요인이 필요한 것이다. 기업은 가치사슬의 혁신을 통한 사회문제의 해결과 더불어 경쟁우위를 점할 수 있어야 한다(김세중 등, 2012). 기업의 사업 지속성을 향한 핵심 경쟁우위 확보는 물론 사회로부터 인정받을 수 있는 기업이미지 제고를 실현하기 위한 원동력으로써 공유가치창출이 강조되는 것이다.

파워이론이 파트너십 품질과 정보공유를 매개로 정보역량 향상으로 이어지는지의 여부를 밝히고, 또한 CSV의 경제적 가치 창출 관점이 파트너기업의 신뢰도 및 이미지 향상에 기여할 수 있기 때문에 정보역량 향상 사이에서 조절변수 역할을 수행할 수 있을 것으로 판단 가능하다. 따라서 본 연구에서는 파트너기업의 CSV 활동 중 경제적 가치 창출의 강도에 따라 정보역량에 영향을 줄 것으로 판단하여 연구모형을 설정하고자 한다.

정보역량과 공급사슬에 관한 많은 연구들이 수행되었으나 파워와 정보역량에 관련된 연구는 거의 없는 실정이다. 또한 CSV와의 연계성을 고려한 정보역량 향상을 살펴본 실증연구는 전무한 상태이다. 따라서 본 연구의 목적은 공급사슬상 파트너 관계에 있는 기업 상호간에 존재하는 파워가 협력적 관계에 미치는 영향을 파악하고, 이에 따른 파트너십 품질의 강화요인을 도출한 후 CSV 경제적 가치 창출 관점에서의 조절변수 역할 여부를 분석하고 궁극적으로 정보역량에 미치는 영향을 밝히고자 한다.

선행연구를 통해 파워의 원천을 구속적 파워와 비구속적 파워로 분류하고, 구속적 파워의

종류로는 강제성, 보상, 합법성으로 구분하였으며, 비구속적 파워의 종류로는 전문성, 준거성으로 구분하여 살펴보고자 한다. 이러한 파워의 원천 및 종류들이 공급사슬 내 파트너기업들 간의 정보공유와 파트너십 품질에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보고 중국적으로 정보역량 향상에 미치는 결과를 실증적으로 검증하고자 한다.

II. 이론적 배경

2.1 SCM과 파워 관련성

파워는 기업의 의사결정, 의도, 행동에 영향을 미칠 수 있는 원천(source)기업의 능력으로 정의된다(Emerson, 1962). 조직간의 파워유형은 구속적 파워(강제성파워, 보상파워, 합법성 파워)와 비구속적 파워(준거성파워, 전문성파워, 정보파워)로 크게 분류된다(Park et al., 2017). French and Raven(1959)이 기업 간의 파워 원천에 관한 언급을 시도함으로써 공식적 직위(강제성, 보상, 합법성)와 개인적 속성(전문성, 준거성)에 따라 분류하였다. 그 이후 많은 연구자들이 다양한 분류를 시도함으로써 실증 연구를 거듭하였다. 본 논문에서는 이러한 파워의 원천에 대한 분류를 크게 구속적 파워와 비구속적 파워로 구분하였다. 구속적 파워에는 행동 강제성, 구속적 보상, 관계 합법성을, 비구속적 파워에는 업무 전문성, 가치 준거성의 개념으로 살펴보았다. 최근 정보 우위성이 여러 연구에서 추가되고는 있는 실정이지만 본 연구에서는 최초의 파워 원천에 기준하여 다섯 가지를 파워의 속성으로 사용하였다.

강제성 파워(coercive power)는 파워 수용자가 특정 목적을 달성하지 못하였을 때 처벌을 받을 수 있다는 두려움으로 파워 행사자의 명령에 복종하려는 권력으로 정의된다. 강제성 파워 사용의 특징은 횡적관계 보다는 군대와 같은 위계적 문화에서 사용빈도가 많다. 이러한 강제성 파워는 거래 파트너기업의 요구 및 방침을 미준수 시 바람직하지 못한 결과나 불이익을 감수해야만 하는 결과를 초래할 수 있다는 직접적인 위협 및 경고에 의해 한층 더 촉발될 수 있다.

보상 파워(reward power)는 파워의 주체인 행사자가 수용자에게 특정 보상을 줄 수 있다는 인지로부터 형성되는 권력이다. 따라서 보상 능력이 큰 파워 행사자 일수록 보상 파워의 강도 또한 커지게 마련이다. 보상적 파워의 크기는 자원과 보상을 관리자가 실제로 통제하는지 여부뿐만 아니라 약속을 이행할 수 있는 능력과 의지를 가지고 있다고 느끼는지의 여부에 따라서도 차이가 발생한다. 파트너기업의 보상적 파워는 실제로 어떠한 형태로 이루어지게 될지를 구체적이고 실질적인 이행 방식이 협약으로 정해지면 상대적으로 약화될 가능성이 커진다(Podsakoff, 1982). 또한 보상 파워는 행사 방식에 따라서도 그 효과는 달라질 수 있다. 보상은 그 수혜자에게 가치 있는 것이어야 하고, 신뢰가 바탕이 된 보상의 원천으로 지각할 때 더욱 효과적이다.

합법성 파워(legitimate power)는 권력 행사자가 보유한 지위에 근간을 둔 권력으로, 파트너기업은 그 지위에 복종할 의무가 발생하는 권력이다. 따라서 합법성 파워의 효과는 거래 당사자의 암묵적 이해를 통한 동의 및 수용 여

부에 따라 좌우된다(Jacobs, 1970).

준거성 파워(reference power)는 파트너기업의 모범적인 사례와 동일시 되고자 하는 인식을 가지는데 근거를 둔 권력으로 파트너기업의 매력이나 흡인력으로 발생하는 것이다(정대현, 박광오, 2016). 일반적으로 상대의 문화가 우호적, 매력적으로 신뢰할 수 있다는 확신을 가지면서 그 파워의 효과가 커지게 된다. 이러한 준거성 파워가 강력할수록 파트너기업이 모방할 적절하고 바람직한 행동의 본보기를 설정해 줌으로써 상당한 영향을 미칠 수 있다. 기업은 SCM의 채택과 같은 공급사슬 내 협력업체를 이끌 몇 가지 파워를 사용할 수 있다는 것이다.

전문성 파워(expert power)는 권력 행사자가 가지고 있는 전문적 기술 및 지식에 대한 권력 수용자의 인지에 바탕을 둔 권력이기 때문에 파트너기업에 대한 자연스러운 존경과 부러움을 통해 영향을 미치게 된다. 이는 파트너기업이 가진 전문성에 관한 것만으로는 충분하지 않으며, 상대방이 그 전문성을 인정할 정도가 되어야 하며 더불어 신뢰할 수 있어야 한다. 따라서 전문성이 입증되어 중요한 문제를 해결하고, 훌륭한 결정을 내리고, 믿을만한 조언을 제공할 때 가치가 있다(Yuki, 2002). 따라서 지배 회사와 협력업체의 밀접한 관계를 유지시켜 주는 근간이 되기도 한다.

2.2 정보공유와 파트너십 품질

공급사슬 구성원들이 부가가치 창출을 위해서는 파트너기업과의 원만한 관계를 형성하는 것이 기업의 거래관계를 지속하는데 중요한 역할을 수행한다(김창봉, 2008; Kim et al. 2010).

기업 간 고품질의 정보공유를 통한 협업시스템은 신뢰를 바탕으로 원만한 관계를 형성하기 때문에 지속적인 거래관계를 유지할 수 있으며, 공급사슬상에서 발생할 수 있는 문제점 해결에도 도움이 된다(김창봉, 정혜충, 2015).

파트너십 품질은 수익달성이라는 기업의 목표를 달성하기 위해 고객의 욕구를 충족시킴으로써 동반자로서 역할을 충분히 수행할 때 형성된다. 파트너십은 전략수립에 있어서 상호 윈윈할 수 있는 주요 성공요인이며(장활식, 최유정, 2015), 파트너십을 통해 기업들은 이익을 극대화시킬 수 있고, 각각의 조직 목표 실현과 경쟁우위 확보를 실현하게 된다(Lasher et al., 1991). 정보공유의 시너지 효과를 바탕으로 협력업체간의 의사결정은 협업관계를 통해 비능률 요소를 감소시킬 수 있다. 이처럼 기업 간 정보역량의 향상은 공급사슬 전체의 비용절감을 실현할 수 있는 기초가 되는 것이다.

공급사슬상의 파트너십 품질은 파트너 기업과 IT 기반 기술을 활용하여 정보공유를 통한 기업의 업무 프로세스를 혁신하고, 장기적 신뢰를 근간으로 전략적 제휴를 맺는 것이다(Selnes et al., 2003). 결국 기업 상호간 높은 정보공유의 실현으로 공급사슬의 파트너 기업들과 장기적 전략의 수립이 필요한 것이다. 또한 상호 자율적 경영의 존중과 더불어 역동적인 경영환경 변화에 적절한 대응을 위한 목적 실현을 위해 상호간 비전을 공유해야 한다(Perssey et al., 2007). 공급사슬 구성원들이 부가가치 창출을 위해서는 파트너기업과의 원만한 관계를 형성하는 것이 기업의 거래관계를 지속적으로 유지하는데 중요한 역할을 수행한다(김창봉, 2008; Kim et al. 2010). 이러한 파트너십 품질과 기업

간 고품질의 정보공유를 통하여 중·장기적인 협업체제의 구축을 위한 전략적 접근을 강조하는 이유이다. 파트너십 품질 향상을 위해서 파트너 기업과의 가치공유를 바탕으로 원만한 관계를 형성함으로써 지속적 거래관계 형성으로 공급사슬에서 발생할 수 있는 문제점을 해결할 수 있다. 비록 경쟁관계의 기업들도 상호간 가치가 공유되어 있다는 것을 인식함으로써 상호간의 이익 도모를 위한 협업적 활동을 수행하게 된다(김창봉, 구양혜, 2013; Su et al., 2008). SCM 측면에서 참여 기업들간의 정보공유, 재고관리, 위험요소 등을 상호 제공함으로써 파트너 기업과 지속적 관계를 유지하게 되는 것이다. 이는 협업적 관계가 기업의 신뢰성을 바탕으로 네트워크를 형성할 수 있기 때문에 장기적인 파트너 관계로 발전하여 기업 운영에 기여할 수 있다(유형권, 2008).

2.3 정보역량

SCM 도입에 따른 대표적 성과인 정보역량은 높은 파트너십 품질과 원활한 정보공유가 선행된 상황에서 더욱 향상될 수 있다(박광오, 2013). 정보역량의 하위 구성개념은 정보활용·정보관리·정보이용 역량으로 구분할 수 있다(Marchand et al., 2000). SCM 성과는 파트너기업과의 정보활용 역량을 통해 원만한 커뮤니케이션을 실현시킬 수 있으며, 효과적인 정보를 관리할 수 있는 시스템을 뜻하는 정보관리역량이 촉매역할을 할 수 있다. 또한 파트너기업 간 가치창출의 향상을 위해 정보의 효과적 사용을 뜻하는 정보이용역량의 파악도 중요하다(임규찬, 2006). 특히 정보활용 역량은 기업의 운영

적 의사결정과 더불어 커뮤니케이션을 원만하게 유지하기 위한 적절한 시스템 구축을 실현하는 역량을 뜻한다. 향상된 정보활용 역량을 통해 비즈니스 문제점 해결, 효율적이고 효과적인 의사결정, 창의적이고 새로운 사업 아이디어의 공유, 업무수행 능력의 제고 등이 가능해진다.

2.4 공유가치창출과 조절변수 역할

현대 기업의 핵심가치 중 하나는 공유가치창출에 있다. 이는 다양한 소비자 니즈를 충족시키면서 동시에 기업의 지속성장성을 담보하는 전략이자 비즈니스 모델이며 동시에 사회적책임 모델로 볼 수 있기 때문이다(이윤영, 2014).

기존의 CSR이 기업의 좋은 이미지 관리를 위한 평판 및 비용의 개념으로 선행의 실천에 있었다면, CSV(creating shared value)는 가치창출을 목적으로 사회의 문제점을 해결함으로써 자연스럽게 이윤 극대화 실현을 통해 기업이 경쟁우위 확보를 위한 새로운 전략으로 자리매김할 수 있다는 비즈니스 전략에 해당한다.

CSV의 개념은 크게 Porter and Kramer (2011)의 경제적 가치 창출 및 사회적 가치 창출 관점에서 엇볼 수 있다. 또한 제품 시장의 재구성, 가치사슬 생산성의 정의, 지역 클러스터 개발의 세 가지 관점에서 공유가치창출의 실현 방안을 모색해야 한다. CSV 개념의 실현은 공급사슬 관점에서 사회적 문제점을 해결할 수 있다고 주장한다(이혜선 등, 2015). 이는 자연히 공급사슬 참여기업의 동반성장으로 이어질 수 있음을 시사한다. 결국 프로세스 개선을 통한 비용절감 실현은 제품의 시장점유율 및 수익성 향상으로 이어질 수 있으며, 궁극적으로

공급사슬 참여 기업들의 만족으로 이어질 수 있다는 것을 의미한다.

CSV 활동의 경제적 가치는 기업의 지속가능성이 매출액과 수익 등 재무성과 측면만이 아닌 윤리 및 환경과 같은 비재무성과에 대해서도 함께 고려하여 기업의 가치를 지속 및 향상시키고자하는 경영철학이다(최다운 등, 2015). 따라서 경제적 가치의 핵심은 사회적 니즈의 필요성인 재화의 발굴 및 혁신을 통하여 소비자 만족도 향상이나 품질 개선 및 혁신 등의 실현으로 생산성 향상은 물론 국가의 경제발전에 도 기여할 수 있어야 하는 것이다.

모범적인 파트너기업의 CSV의 가치창출 활동을 본받고자 하는 협력업체 관점에서 비구속적 파워에 초점을 맞추어 조절변수 역할 여부를 살펴보고자 한다. 비구속적 파워(non-mediated power)는 파트너기업의 의사결정과 행동에 장기적 협업관계를 유지할 수 있는 압력 요인으로 작용한다. 특히 협력업체의 자발적 의지로 형성되며, 협력업체와의 긴밀한 관계를 유지시켜 주는 힘이 되기도 한다. SCM의 활성화를 위한 잠재적 기능으로 공급사슬 내 원활한 비구속적 파워의 공유가 힘을 발휘할 수 있다(Brown and Lusch, 1995)고 하였기 때문에 정보공유 및 파트너십 품질을 강화시키는 조절변수 역할을 수행하게 된다.

Ⅲ. 연구모형 및 가설설정

3.1 연구모형

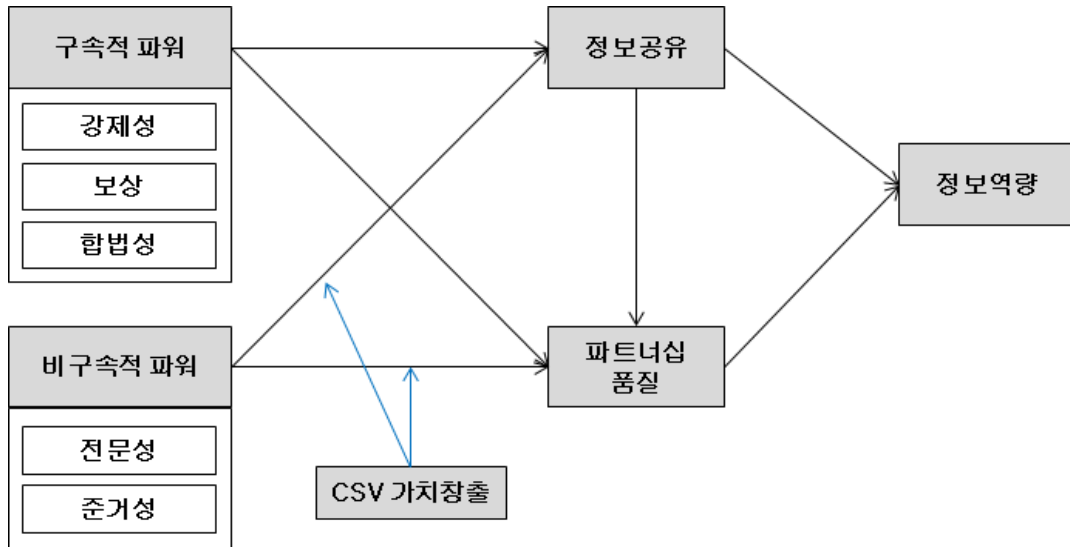
본 연구에서는 구속적 파워 및 비구속적 파

워와 정보공유 및 파트너십 품질과의 인과관계를 살펴보고 중국적으로 정보역량에 미치는 관계를 구조방정식 모형을 통해서 실증분석하고자 한다. 공급사슬 관점에서 기업의 핵심역량은 기업의 경쟁우위 확보 및 기업성파로 이어져 공급사슬상의 역량도 함께 영향을 받게 된다는 주장(Lorenzoni and Lipparini, 1999)과, 원활한 공유의 힘을 강조(Brown et al., 1995)한 것에 근거하여 공급사슬관리의 활성화를 위한 잠재적 기능으로써의 CSV 가치창출의 역할에 주목하였다. 따라서 본 논문의 연구모형에서 구성한 개념들은 <그림 1>과 같이 설계하고 연구가설을 도출하였다.

3.2 가설설정

구속적 파워로 분류한 강제성, 보상, 합법성은 파트너기업과의 원만한 관계유지가 불가능하여 특정 목표 달성이 여의치 않을 경우 파워수용자인 파트너기업에게 행동을 강제하고, 구속적인 처벌 및 합법적 파워를 행사함으로써 파트너기업의 복종을 수반하는 부득이한 상황에서 생성되는 파워이다(Ke et al., 2009; 장활식 등, 2014). 공급사슬관리의 효율성은 파트너기업과의 정보공유를 통해 기업의 본질적 요소 중 하나인 수익창출로의 연계를 위한 협업의 중요성을 강조하고 있다. 공급사슬관리를 통해 최종 비재무적 경영성과와 고객만족, 내부 프로세스 효율성, 종업원만족 등의 유의적인 인과관계를 높일 수 있기 때문이다(정연도, 박정대, 2001).

공급사슬관리의 협업적 관리는 신뢰에 기반을 둔 장기적 거래와 파트너십을 강조하고 있



<그림 1> 연구모형

다. 효과적인 공급사슬관리 방안에 대해서 공통된 합의점을 강조하고 있는 것이다. 공급사슬관리의 방향을 제시한 연구(Chen, 2004)등은 장기적 파트너십을 기반으로 한 협업적 공급사슬관계를 형성하는 것이 중요함을 명확하게 보여주고 있다. 이러한 협업적 공급사슬관리 연구에서 공통적으로 제시된 핵심내용 중 공급사와 정보를 공유하고 협력적 의사소통을 늘릴 필요성이 제시되고 있다(이윤숙, 신호정, 2008).

구속적 파워는 권리 행사의 주체로써 파트너 기업에게 강제로 수용하게끔 할 수 있는 강력한 수단이 될 수 있으나, 강한 구속적 파워의 행사로 인해 정보공유 및 파트너십 품질을 떨어뜨릴 수 있다는 사실을 간과해서는 안 된다. 왜냐하면 이러한 강압적인 구속적 파워들은 외적 요인으로써 파트너기업의 자발적 의지를 떨어뜨리기 때문이다. 이는 중국적으로 자율성을 잃고 파트너기업의 부정적 감정을 유발하기 때문이다(Benton and Maloni, 2005). 따라서 단기

적 보상파워와 같은 일부 경제적 이득의 제공이 있을지라도, 구속적 파워의 사용은 파트너기업의 만족을 떨어뜨려 장기적인 관점에서 협력업체 간 손실이 불가피한 것으로 작용될 것이다(Ramesh et al., 2006). 자연히 협업적 요소인 정보역량에 부정적 영향을 미치게 될 것임을 유추할 수 있다. 이상의 논의를 바탕으로 강제성, 보상, 합법성 등의 구속적 파워 유형이 정보공유와 파트너십 품질에 부정적 영향을 미칠 것이라는 대체가설을 설정한다.

가설 1-1: 강제성 파워는 정보공유에 부정적 영향(-)을 미칠 것이다.

가설 1-2: 강제성 파워는 파트너십 품질에 부정적 영향(-)을 미칠 것이다.

가설 2-1: 보상 파워는 정보공유에 부정적 영향(-)을 미칠 것이다.

가설 2-2: 보상 파워는 파트너십 품질에 부정적 영향(-)을 미칠 것이다.

가설 3-1: 합법성 파워는 정보공유에 부정적 영향(-)을 미칠 것이다.

가설 3-2: 합법성 파워는 파트너십 품질에 부정적 영향(-)을 미칠 것이다.

조직간 파워의 속성 중 업무 전문성과 가치 준거성 파워는 파트너기업의 모범적 업무수행 사례 및 가치 준거 관점에서 파트너기업과 동일시되고자 하는 인식으로 파트너기업의 매력이나 흡인력으로 발생되는 것이다(정대현, 박광오, 2016). 일반적으로 상대의 문화나 가치 등이 우호적이고 또한 매력적이라는 확신을 가지면서 그 파워의 효과가 커지게 되는 것이다. 이러한 준거성 파워가 강할수록 파트너기업이 모방하고 싶어 하는 경향은 커지게 된다. 이처럼 비구속적 파워는 파트너기업의 의사결정과 행동에 장기적인 협력관계를 지속하기 위해 작용할 수 있는 하나의 압력 요인으로 작용한다. 특히 이러한 비구속적 파워는 자발적 의지로 형성 가능하여 파트너기업의 친밀도를 높여주는 근간이 되기도 한다. 공급사슬관리의 활성화를 위한 잠재적인 기능으로써의 전문성 및 준거성 파워가 공급사슬 내의 원활한 공유의 힘을 발휘할 수 있는 것이다(Brown and Lusch, 1995).

공급사슬관리 관점에서 공급사슬 전체의 비용을 절감하고 기업 간 효율적인 정보전달을 용이하게 만들 수 있는 공급사슬 네트워크의 안정적 구축이 무엇보다 중요하다. 이는 파트너기업과 충분한 의사소통의 실현이 가능하기 때문이다. 기업의 정보공유 및 정보역량의 향상은 공급사슬 전체의 비용 절감 실현과, 기업 간 정보전달 능력 및 신속한 정보제공 실현으로 공

급사슬관리의 시너지 효과를 창출할 수 있는 근간이 된다. 이러한 기업간 정보역량 향상의 실현이 신속하고 효과적인 정보획득과 동시에 그 정보를 분석하고 활용하는데 도움을 주게 된다.

비구속적 파워는 파트너기업의 의사결정과 행동을 강제하지는 않지만 지속적 협력관계를 유지하는데 작용되어지는 압력 요인을 의미한다(Brown and Lusch, 1983). 비구속적 파워는 파트너기업의 자발적 요구로 생성되기도 하며, 목표 달성을 위한 협력 그 자체에 따라 결정되는 것이다. 장기적 혹은 자발적 정보공유와 파트너십 품질 향상이라는 공급사슬관리의 효율성 극대화를 위해 파트너기업에 의해 제공되는 전문성 및 준거성 파워에 관심을 기울여야 하는 이유이다. 이상의 논의를 바탕으로 다음과 같은 대체가설을 설정한다.

가설 4-1: 전문성 파워는 정보공유에 긍정적 영향(+)을 미칠 것이다.

가설 4-2: 전문성 파워는 파트너십 품질에 긍정적 영향(+)을 미칠 것이다.

가설 5-1: 준거성 파워는 정보공유에 긍정적 영향(+)을 미칠 것이다.

가설 5-2: 준거성 파워는 파트너십 품질에 긍정적 영향(+)을 미칠 것이다.

정보역량은 한 조직이 정해진 본연의 목적을 달성하기 위해 필요한 상황에 따라 정보시스템 및 정보기술을 활용하는 것으로 조직 간 효율적 연결 역할을 수행하게 된다(이중정 등, 2012). 정보기술 활용은 운영적 의사결정과 커뮤니케이션 프로세스를 지원하기 위하여 적절

한 IT 솔루션을 구축 활용하는 역량을 의미한다. 이로써 기업은 내·외부 비즈니스 이슈 분석, 효율적 의사결정, 새로운 아이디어 공유, 조직 구성원들의 창의적 업무수행 등을 효율적으로 수행할 수 있는 조직 능력을 뜻하는 것이다. 따라서 SCM 관점에서 기업의 정보역량을 향상시킬 수 있는 여러 요인들 중 무엇보다 정보공유의 절대적 필요성이 대두된다. 개인 혹은 집단의 목표를 달성하기 위해 필요한 정보공유의도는 구성원들과 관계를 형성하고 지속적으로 애착을 가질 수 있는 근간이 된다(김종기, 김진성, 2013). 이상의 논의를 바탕으로 다음과 같은 대체가설을 설정한다.

가설 6: 정보공유는 정보역량에 긍정적 영향(+)을 미칠 것이다.

성공적인 SCM의 핵심개념인 파트너십 품질은 기업간 협력 관계에 있어서 전략적으로 모두에게 중요한 역할을 수행한다(소순후, 유일, 2012). 소순후와 유일(2012) 연구에서 파트너 기업과 장기적이고 보다 협력적인 공급사슬 파트너십의 성공으로 이어지는 구조적 관계를 주장하였다. 이러한 공급사슬을 구성하는 파트너십 품질 관점으로 신뢰와 몰입의 관계특성을 주장한 것이다. 향상된 정보역량으로 인한 효율적 의사결정 및 업무수행이 가능하기 위해서는 파트너십 기반의 협력적 관계 구축 즉, 파트너십 품질의 필요성을 추론할 수 있다. 따라서 다음과 같은 대체가설을 설정한다.

가설 7: 파트너십 품질은 정보역량에 긍정적 영향(+)을 미칠 것이다.

CSV 가치창출 활동은 해당 기업의 좋은 이미지 때문에 파트너기업 관계를 유지하려는 협력업체와의 관계에서도 영향을 미칠 수밖에 없다. 단순하게 수익의 일부를 사회에 환원하는 개념을 넘어 사회적 문제점 해결책을 제시한다는 관점에서 더욱 주목을 받게 되는 것이다. 자연히 파트너기업 입장에서 그러한 모범 사례를 본받고 싶어 하는 심리가 강하게 작용할 수 있다. 동일 맥락에서 비구속적 파워의 전문성과 준거성 역시 좋은 사례를 닮고 싶어 하는 것으로 유추 가능하다. 비구속적 파워인 전문성 및 준거성 파워는 거래관계에 있는 파트너기업과의 긴밀한 관계를 유지시켜 주는 근간이 되기도 한다. 준거성파워는 파트너기업과 동일시되려고 하는 인식에 기초를 둔 파워이다. 파트너기업과 장기간의 유대를 위한 준거성파워는 단기간의 성과 달성을 획득하기 위한 노력 보다는 조직 상호간의 갈등을 완화시키는데 효과적으로 작용한다(Lusch, 1976). 이러한 준거성파워는 거래 파트너기업의 구매 행동 측면 혹은 기업에 대해 가지게 되는 태도로써 특정 제품 및 서비스에 대해 반복적으로 구매하려는 행동적 접근방식인 고객충성도를 높이는 역할을 수행한다. 따라서 정보공유와 파트너십 품질과 같은 특정 선호 및 심리적 몰입은 물론 호의적 태도를 높이는 역할을 수행하게 된다는 것을 유추할 수 있다. 이러한 고객충성도로써의 역할은 종국적으로 기업의 비재무적 경영성과를 높이는 효과를 낼 수 있기 때문에 장기적 관점에서 고려할 필요성이 있다(이유재, 라선아, 2002). 이상의 논의를 바탕으로 다음과 같은 대체가설을 설정한다.

<표 1> 연구변수의 측정문항 구성

변수	조작적 정의	측정항목	연구자	
구속적 파워	강제성	파트너기업의 요구 사항을 수용하는 행동 강제 규정 정도	(파트너기업의 요구 미수용 시) 바람직하지 않은 상황 전개 처벌을 감수해야 하는 조건 불리한 여건에 처하는 상황 사업적 불이익을 받게 되는 상황	Teo et al.(2003) Khalifa and Davison(2006)
	보상	파트너기업의 강압적 제안을 수용할 경우의 적절한 보상 정도	(파트너기업의 제안 미수용 시) 인센티브상의 불이익 경제적 혜택 배제 지속적 거래관계 단절 신규사업 참여 배제	Brown and Lusch(1983)
	합법성	파트너기업의 요구를 수용해야만 하는 법적 관계 조항 정도	(파트너기업의 요구를 수용할) 협약서 항목의 존재 수용해야만 하는 의무 조건 수용토록 하는 관계 설정	Ke et al.(2009)
비구속적 파워	전문성	파트너기업이 보유한 업무 전문성 여부	(파트너기업의 전문성이) 도움이 되는 지식을 제공 도움이 되는 경험을 제공 도움이 되는 조언을 제공 도움이 되는 판단을 제공	Brown and Lusch(1983) Ke et al.(2009)
	증거성	파트너기업이 보유한 우수한 가치 및 문화의 수용 여부	(파트너기업이) 본받을만한 가치 제공 본받을만한 의사결정 제공 본받을만한 운영방식 제공 바람직한 방향 제공	Ke et al.(2009)
정보공유	파트너기업과 경영전략 관련 제반 정보의 공유 정도	(파트너기업과) 연간 또는 시준별 생산계획 판매정책변화 신제품 개발계획 제품별 재고수준	김창봉(2008) Kim et al.(2010)	
파트너십 품질	기업 상호간 목표달성을 위한 제반 업무의 유대관계 형성 여부	(파트너기업과) 상호 신뢰감이 높은 정도 상호 업무처리 과정 이해 정도 공동의 이익 추구를 위한 노력 원만한 갈등 해소 노력	장활식, 최유정(2015) Lasher et al.(1991)	
정보역량	정보활용, 정보관리, 정보이용을 통한 시너지효과 창출 정도	(파트너기업과 정보시스템을 통해) 의사결정의 용이성 향상 기본 업무의 효율성 향상 정보수집 절차의 체계성 유지 최신정보 유리 관리	박광오(2013) Marchand et al.(2000)	
CSV 가치창출	CSV 활동 실현으로 사회의 근본적 문제해결에 기여 여부	(CSV 활동을 실현하는 기업은) 본받을 만한 가치 제공 사회의 근본적 문제 해결에 기여 사회공익활동에 기여 진정성있는 문화 창출에 기여	Porter and Kramer(2011) 김희철, 강영순(2008)	

가설 8: 비구속적 파워와 정보공유 관계에 CSV 가치창출은 긍정적인 영향을 줄 것이다.

가설 9: 비구속적 파워와 파트너십 품질 관계에 CSV 가치창출은 긍정적인 영향을 줄 것이다.

본 연구에서 사용된 변수들의 조작적 정의와 측정항목은 <표 1>과 같다.

IV. 연구방법 및 분석

4.1 설문구성 및 표본특성

본 연구모형에 사용된 모든 변수는 리커트 5

점 척도를 사용하였으며, 연구에 필요한 샘플은 SCM 구현 업체를 대상으로 직접방문 및 메일을 통해 실시하였다. 회수된 설문지 중 일부 편향적 분포를 보인 것을 제외한 302부를 분석에 활용하였다. 본 연구는 통계 프로그램 SPSS와 AMOS를 사용하여 분석하였다. 샘플의 특성은 <표 2>에 제시된 바와 같다. 업종은 제조업 40.1%, 정보통신 및 서비스 32.5%, 유통업 5.0%, 건설업 10.9%, 기타 11.5%로 분포되었다. 전체종업원수는 100명 이하 25.2%, 500명 이하 41.4%, 1,000명 이하 20.5%, 3,000명 이하 5.6%, 3,000명 이상 7.3%로 분포되었다. 연간 매출액은 500억 이하 22.5%, 1,000억 이하 38.4%, 5,000억 이하 19.5%, 1조 이하 3.3%,

<표 2> 표본의 특성

구 분	구 분	표본수	백분율 (%)
업종	제조	121	40.1
	정보통신/서비스	98	32.5
	유통업	15	5.0
	건설업	33	10.9
	기타	35	11.5
종업원 수	100명 이하	76	25.2
	101 - 500명	125	41.4
	501 - 1,000명	62	20.5
	1,000 - 3,000명	17	5.6
	3,000명 이상	22	7.3
연간 매출액	500억 이하	68	22.5
	1,000억 이하	116	38.4
	5,000억 이하	59	19.5
	1조 이하	10	3.3
	10조 이하	25	8.3
	미응답	24	7.9

10조 이하 8.3%, 미응답 7.9%로 분포되었다.

4.2 실증분석 및 결과

본 연구에서 측정도구로 사용된 설문항목들의 일관성 여부를 파악하는 신뢰성 분석 결과에서 <표 3>과 같이 모든 요인적재량은 0.580 이상으로 기준값 0.5를 상회하는 것으로 나타났다. 그리고 집중타당성은 하나의 구성개념에

대한 두 개 이상의 측정도구가 어느 정도의 상관관계에 있는가에 대한 것이다. 구성개념신뢰성(CR)은 요인부하량과 오차분산의 값으로 계산하고, 그 결과값이 0.7 이상이면 집중타당성이 확보된 것으로 판단한다. 구성개념의 크론바흐 알파(cronbach's α)값 또한 0.857이상으로 내적 일관성이 확보되었다. 판별타당성은 잠재변수들 사이의 상관계수 행렬에서 변수의 평균분산추출값(AVE)의 제곱근이 해당 변인과 타

<표 3> 요인분석 및 신뢰성 분석 결과

잠재 변수	측정 변수	성분									신뢰성 및 타당성		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	AVE	C.R.	Cronbach's α
준거성	ref3	.840									.930	.981	.921
	ref2	.829											
	ref4	.785											
	ref1	.783											
정보역량	pra2		.826							.937	.984	.936	
	pra3		.821										
	pra1		.809										
	pra4		.780										
CSV 가치	eco3			.885						.914	.977	.896	
	eco2			.871									
	eco4			.852									
	eco1			.804									
전문성	exp3				.849					.928	.981	.913	
	exp4				.799								
	exp2				.751								
	exp1				.718								
강제성	coe2					.858				.916	.970	.868	
	coe3					.851							
	coe1					.760							
합법성	leg2						.821			.909	.976	.887	
	leg1						.772						
	leg4						.745						
	leg3						.740						
파트너십	par2							.751		.929	.981	.915	
	par3							.732					
	par1							.718					
	par4							.609					
보상	rew1								.764	.912	.969	.862	
	rew2								.760				
	rew3								.757				
정보공유	sha3								.804	.889	.976	.857	
	sha2								.780				
	sha4								.735				
	sha1								.580				

<표 4> 측정모형의 판별타당성 분석

	강제성	보상	합법성	전문성	준거성	정보 공유	파트너십	정보 역량	CSV 가치
강제성	0.957								
보상	0.808	0.955							
합법성	0.501	0.576	0.954						
전문성	0.316	0.411	0.421	0.963					
준거성	0.302	0.424	0.436	0.494	0.964				
정보공유	0.318	0.367	0.418	0.480	0.515	0.943			
파트너십	0.305	0.408	0.393	0.614	0.650	0.591	0.964		
정보역량	0.346	0.377	0.381	0.487	0.447	0.611	0.600	0.968	
CSV가치	0.144	0.188	0.095	0.324	0.133	0.237	0.289	0.323	0.956

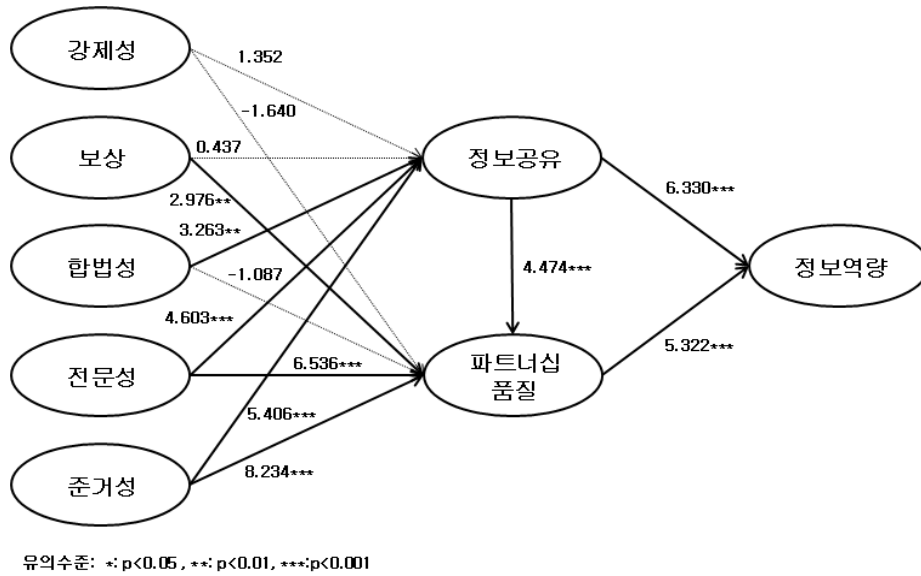
변인들 간 상관계수 보다 상회하는지의 여부를 파악하게 된다. <표 3>과 같이 CR값이 기준치 0.7을 상회하고, 모든 AVE 값도 기준치 0.5를 상회하여 집중타당성이 확보된 것으로 확인되었다. 또한 <표 4>에서처럼 평균분산추출값의 제공근값이 각 구성개념들 간의 상관계수 값보다 크게 나타나 판별 타당성이 확보 되었다. 측정모형의 적합도를 보여주는 $\chi^2/df=2.019$, IFI=0.939, CFI=0.939, RMSEA=0.058, NFI=0.887로 모형적합도는 대체적으로 양호하게 나타났다.

4.3 가설검정

본 연구에서 설정한 구조모형에 대한 적합도 분석 결과 $\chi^2/df=3.731$, CFI=0.854, IFI=0.855로 나타나 대체로 적합한 수준이었다. 가설에 대한 구체적 검정결과를 살펴보면 <그림 2>와 같다. 가설 H1-1($\beta=0.068$, $t=1.352$), H1-2($\beta=-0.075$, $t=-4.640$), H2-1($\beta=0.021$, $t=0.437$), H3-2($\beta=-0.042$, $t=-1.087$)는 통계적으로 유의

하지 않게 나타났다. 총 13개 가설 중 유의수준 $p<0.05$ 에서 통계적으로 유의하지 않게 나타난 가설은 4개이며, 나머지 가설 9개는 통계적으로 모두 유의하게 나타났다. 그러나 합법성 파위가 정보공유에 부(-)의 영향을 미칠 것으로 설정한 가설 H3-1($\beta=0.140$, $t=3.263$)은 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 구속적 파워 속성에 비추어 볼 때 협력관계인 기업 간 비즈니스 수행에 있어서 법적인 계약을 수용할 수밖에 없는 현실적인 문제점이 잘 반영된 결과로 판단된다. 그러나 과도한 법적 계약으로 협력관계에 있어서 부정적인 요인으로 작용할 수 있음을 인식하고 이를 최소화하고 장기적 전략 관점으로 접근할 필요성이 커 보인다(정대현, 박광오, 2016).

비구속적 파워 유형인 전문성파워 및 준거성파워와 정보공유간의 CSV 가치창출의 조절효과를 분석한 결과는 <표 5>와 같다. 모형의 검증 결과표에서 총 설명량이 의미가 있게 변화되었는지를 살펴보는 R² 변화량은 0.038, F 변화량은 15.542로 나타났으며, F 변화량의 유의



<그림 2> 가설검정 결과

<표 5> 비구속적 파워와 정보공유의 CSV 조절효과 결과표

변수	모형1				모형2				ΔR ²	F값	p	판정
	비표준 회계수	표준화 계수	t	p	비표준 회계수	표준화 계수	t	p				
상수항	1.478	-	7.435	0.000	0.258	-	0.536	0.592	0.038	15.542	0.000	채택
전문성	0.438	0.451	8.446	0.000	0.968	0.997	6.735	0.000				
CSV 가치창출(A)	0.079	0.091	1.702	0.090	0.640	0.734	4.286	0.000				
① 전문성*A	-	-	-	-	0.167	0.988	3.942	0.000				
② 준거성*A	-	-	-	-	0.148	0.790	3.555	0.000	0.029	12.636	0.000	채택

확률은 0.000으로 나타나 유의수준 0.05에서 통계적으로 유의함을 보여주고 있다. 조절효과의 최종판단은 상호작용항의 유의성과 더불어 영향력의 방향이 타당한지를 검증하게 된다. 분석결과에서 상호작용항인 전문성(준거성)*CSV가치창출의 t값은 3.555, 유의확률 0.000으로 유의수준 0.05에서 통계적으로 유의하게 나타났다. 따라서 전문성 및 준거성과 정보공유

간에 CSV 가치창출의 조절효과가 있는 것으로 해석 가능하다. 그러나 <표 6>과 같이 파트너십품질에 미치는 조절효과 분석에서는 상호작용항인 준거성*CSV가치창출의 t값은 2.550으로 유의하게 나타났으며, 전문성*CSV가치창출의 t값은 1.633으로 통계적으로 유의하지 않게 나타났다.

<표 6> 비구속적 파워와 파트너십품질의 CSV 조절효과 결과표

변수	모형1				모형2				△R ²	F값	p	판정
	비표준 화계수	표준화 계수	t	p	비표준 화계수	표준화 계수	t	p				
상수항	1.201	-	6.570	0.000	0.525	-	1.163	0.246	0.005	2.668	0.103	기각
전문성	0.579	0.582	12.146	0.000	0.785	0.789	5.818	0.000				
CSV 가치창출(A)	0.090	0.100	2.098	0.037	0.308	0.345	2.196	0.029				
① 전문성*A	-	-	-	-	0.065	0.375	1.633	0.103				
② 준거성*A	-	-	-	-	0.096	0.499	2.550	0.011				

V. 결론

5.1 연구의 결과

SCM은 효과를 극대화시키기 위해서는 파트너기업과 더불어 유통망까지 실시간 정보공유가 핵심이다. 본 연구는 SCM의 변인들 중 파워의 속성별 강도에 따른 정보공유, 파트너십품질, 정보역량의 관계에 초점을 맞추어 살펴보았다. 그리고 CSV 가치창출의 접목을 통한 조절효과 여부를 밝혀 보았다. 구체적인 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 구속적 파워 중 보상파워는 파트너십 품질에, 합법성파워는 정보공유에만 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 일반적으로 구속적 파워인 강제성, 보상, 합법성은 정보공유 및 파트너십 품질을 떨어뜨릴 수 있지만 본 연구 결과는 오히려 높여주는 결과가 도출되었다. 즉, 파트너기업과의 지속적 거래관계 유지라는 현실적인 장벽에 마지못한 선택으로 이어질 수밖에 없음을 유추할 수 있다. 파워 행사자가 수용자에게 일정 보상을 부여할 수 있다는 인식에 따라 일정 부문 호응하는 자세를 취하는 것

으로 파악할 수 있겠다. 합법적으로 권력 행사자가 지니고 있는 지위에 기초한 합법성파워 역시 협력업체의 복종을 유발하는 암묵적 수용자세가 작용한 것으로 유추된다.

그러나 구속적 파워의 마지못한 수용이 작용하더라도 지속적인 거래 관계에 있어서 결코 바람직하다고 볼 수는 없다. 급변하는 기업환경의 변화 속에서 무엇보다 파트너기업과의 협력이 중요한 시점에서 상호간의 지속적 이익창출이라는 경영의 목표 실현을 위해서는 파트너기업의 자율성과 긍정적인 감정을 높일 수 있는 호혜적 관계유지가 필요할 것이다.

둘째, 비구속적 파워인 전문성과 준거성 모두 정보공유 및 파트너십 품질에 긍정적인 영향을 주는 나타났다. 파트너기업의 본받을만한 것을 적극 수용할 의사가 있는 것으로 생각해 볼 수 있다.

기업 간 정보공유 및 파트너십 품질을 높이는 것은 상호간의 모범이 될 수 있는 전문성과 준거성 파워와 같이 강요가 아닌 유익할 것으로 기대하는 사고방식의 전환과 더불어 자발적 참여의식을 높임으로써 가능 할 것이다.

셋째, 정보공유는 파트너십 품질에 긍정적

영향을 미치는 것으로 나타났다. 다수의 연구결과를 뒷받침하는 것으로 상호의존도가 중요한 SCM 속성을 잘 반영하고 있는 것이다. 파트너 기업과의 상호이익은 정보공유 정도에 의한 것으로 파트너십을 형성하는 중요한 동기로서 자신의 경쟁력 극대화를 통한 시너지효과의 창출로 이어져 지속적인 관계를 유지할 수 있는 것이다.

넷째, 정보공유 및 파트너십 품질은 정보역량에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 정보화 역량이 현대 경영에 있어서 필수요소가 되었다. 정보역량 활성화를 위하여 파트너기업과의 정보공유 및 파트너십 품질의 향상을 위한 전략은 선택이 아닌 필수요소임을 다시 한번 인식하는 계기가 되어야 할 것이다.

다섯째, CSV 가치창출의 강화가 비구속적 파워 속성인 전문성과 준거성을 통하여 정보공유를 더욱 강화시키는 조절변수 역할을 하는 것으로 나타났다. 또한 CSV 가치창출의 강화가 비구속적 파워 속성인 준거성을 통하여 파트너십 품질을 더욱 강화시키는 조절변수 역할을 하는 것으로 나타났으나 전문성은 기각되는 것으로 나타났다.

그동안의 CSV 활동에 대한 연구는 주로 독립변수로서의 역할을 강조하고 있다. 아직 이론으로써 완전한 일반화가 쉽지 않은 단계에 있는 공유가치창출의 연구에 있어서 조절변수로서의 역할 여부를 파악해본 것에 의미가 있다. 특히 비구속적 파워의 속성은 CSR 및 CSV의 개념과 같이 파트너기업의 다양한 모범적 사례를 닮고 싶어 하는 요소를 내포하고 있기 때문에 본 연구의 결과처럼 CSV 활동을 통한 가치창출이 높을수록 기업 간 정보공유 및 파트너

십품질의 강도를 높이는 조절변수 역할을 할 수 있는 것으로 연구의 범위를 확장한 것에 의미가 있다.

5.2 연구의 시사점 및 한계점

본 연구의 학문적 실무적 관점에서의 시사점은 다음과 같다. 첫째, 기존의 CSV 관련 연구에서 관심있게 살펴보지 못하였던 가치사슬과 정보역량과의 관계를 살펴보았다는 점이다. 이론적으로 정보역량에 영향을 주게 될 CSV 활동을 체계적으로 밝힌 연구가 미흡했던 만큼 새로운 연구의 틀을 제공할 것으로 판단된다. 따라서 본 연구에서는 문헌연구를 토대로 CSV 활동의 가치창출이 정보역량 성과향상에 유의한 영향을 미친다는 사실을 실증분석을 통해 입증하였다. CSV의 핵심은 경제적 수익을 지향하는 기업의 지속가능성의 속성임을 다수의 논문에서 밝히고 있다. 기업은 경제적·사회적·문화적 가치창출을 추구하는 활동과 같은 CSV 활동의 추진과 더불어 새로운 비즈니스모델의 기회 창출 실현으로 성공적 기업 전략으로 평가받을 수 있다. 공유가치 창출을 기반으로 경제적·사회적·문화적 가치를 높여나감으로써, 우리 사회가 한층 성장해 나갈 수 있다. 가치사슬 관점에서 파트너기업간 협업의 중요성을 인지시키는 계기가 될 것이다. CSV의 경제적 가치 창출 관점에서 각 프로세스 단계별 소요시간, 정시 배송 비율, 장·단기적으로 물류 센터 확장, 차량 증편 등에 활용해 투자위험을 최소화하는 전략 등에 활용 가능할 것이다. 파트너 기업간에 공급을 수요에 일치시키고 재고수준을 낮추며, 향상된 물류배송, 그리고 신상품 출

시속도를 빠르게 할 수 있는 기회 창출 등 파트너기업 간의 긴밀성 유지 관점에서의 CSV의 조절변수 역할을 강조하고자 한다.

CSV 가치창출 관점에서 파트너십 품질 및 정보공유에 강화요인으로 작용한 것에서, 파트너기업의 본받을 만한 공유가치창출 실현이 공급사슬 참여업체의 파트너십 강화요인을 높임으로써 기업의 목표 중 하나인 정보역량의 강화를 도모할 수 있을 것이다. 이러한 연구결과를 토대로 우리 사회가 공유가치창출을 실현시키기 위한 노력을 할 필요성이 있음을 인식하여야 할 것이다.

둘째, 기존의 SCM 관련 연구에서 다루지 않았던 조직 간 파워의 속성과 정보역량간의 인과관계를 CSV 관점에서 연구한 점이다. 파워의 개념을 분류하고, 기업의 성과 및 지속적 연계에 있어서 많은 영향을 미쳐왔던 구속적 또는 비구속적 파워의 유형들이 직·간접적으로 정보역량 향상에 영향을 주고 있었지만 이를 체계적으로 밝힌 연구가 미흡했던 만큼 새로운 연구의 틀을 제공할 것으로 판단된다. 따라서 본 연구에서는 파워의 유형을 도출하고 정보역량 향상에 대한 실증분석을 실시하였다.

셋째, 공급사슬 관점에서 사회교환이론, 거래비용이론, 파트너십 품질의 핵심 변인과 파워의 속성 간 관계 모색을 시도하였다. 이로써 조직 간 관계이론 중 사회교환이론과 거래비용이론 측면에서의 파워 속성 중 비구속적 파워 측면이 정보공유 및 파트너십 품질 향상에 미치는 영향중에서 구속적 파워 측면 보다 더 중요하게 작용함을 실증연구로 입증하였다. 따라서 기업은 정보역량 성과 향상이라는 궁극적 목표를 달성하기 위한 실천 방안으로 업무의 전문

성을 기본적으로 염두에 두고, 정보공유와 파트너십 품질 향상을 도모하면서, 공유 가치 준거성과 같은 비공식적 혹은 협력적 내용의 조화로운 전략 수립도 필요하다는 인식을 지녀야 될 것이다.

넷째, 파트너기업의 전문적인 지식이나 준거성과 같은 본받을 만한 기업문화 등이 파트너십 품질을 더욱 높여준다는 결과에서, SCM과 같은 정보시스템의 정보역량 향상을 위해 파워에 관한 영향력을 보다 적극적으로 수용할 자세를 견지하게 될 것으로 판단할 수 있겠다. 기업 간 파트너십 품질을 높이기 위해 파트너기업의 전문성과 준거성 수용으로 비구속적 파워요인들을 의사결정에 반영하는 적극적인 자세가 결국 파트너십 품질을 높일 수 있게 될 것이다.

다섯째, 정보공유와 파트너십 품질이 강화될수록 결국 정보역량 향상으로 이어진다는 결과에서 함의하듯이, 공급사슬 파트너십 강화요인은 파트너기업과의 관계 형성에 가장 중요한 요인이 될 것이다. 갈수록 치열해지는 기업 간 경쟁 구도 속에서 공급사슬 참여 파트너기업들의 성과 향상을 지향하기 위해서는 공급사슬 구성원 모두의 원활한 파트너십 품질의 구축이 무엇보다 필요한 것이다. 여기에 파워의 원천이 상호간의 파트너십 활성화를 유도할 수 있는 방향으로 기업 간 전략적인 접근 모색으로 정보역량 성과를 높일 수 있도록 하여야 할 것이다.

여섯째, 파트너십 품질을 향상 시킬 수 있는 대안은 파트너기업이 스스로 선택하고 결정한다고 느끼는 자율성을 키워 줌으로써 몰입을 유도할 수 있다는 사실을 간과해서는 안 될 것

이다. 구속적 파워를 행사하여 강요와 간섭을 지속한다면 결국 자율성을 떨어뜨려 장기적으로는 정보역량 성과를 높일 수 없으므로 비구속적 파워 요인을 전략에 반영하여 실천할 수 있도록 하는 것이 바람직하다는 시사점을 제시하여 본다.

본 연구의 한계점을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 업체의 규모 및 업종에 따른 특성을 고려하지 못한 점이다. 조사 업체의 규모 및 SCM의 도입기간의 차이가 정보역량 성과에 영향을 미칠 수 있기 때문에 향후 연구에서는 이러한 점을 감안하여 다양한 분석을 통하여 유의미한 결과 도출에 노력하여야 할 것이다. 둘째, SCM 상·하류 관계를 고려한 구매자 및 판매자의 관점을 구분하여 보다 긴밀한 분석방법의 활용이 필요할 것이다.

참고문헌

김세중, 박의범, Tsog Khulan, “한국기업 CSR 활동의 공유가치창출에 관한 실증연구,” 로고스경영연구, 제10권, 제4호, 2012, pp. 1-28.

김용진, 송재기, “효과적인 가치공유제 도입을 위한 프레임워크에 대한 연구,” 중소기업연구, 제34권, 제3호, 2010, pp. 8-102.

김종기, 김진성, “SNS에서의 그룹 형성이 정보 공유 활동에 미치는 영향에 관한 연구,” 정보시스템연구, 제22권, 제2호, 2013, pp. 25-49.

소순후, 유일, “SCM에서 파트너십의 성공결정

요인에 관한 연구,” 정보시스템연구, 제22권, 제2호, 2013, pp. 25-49.

손동원, “SCM과 B2B전자시장의 경쟁: 거래비용관점,” 한국SCM학회지, 제1권, 제1호, 2001, pp. 19-28.

손병식 “구매자-공급자 협력적 관계의 성공요인에 관한 연구,” 전북대학교 박사학위논문. 1999.

양준혁, 양희석, “마케팅지향성과 CSV 및 경영성과의 영향 관계에 관한 가설적 명제의 설정,” 로고스경영연구, 제12권, 제4호, 2014, pp. 57-76.

윤각, 이은주, “기업의 사회적 책임(CSR)과 공유가치창출(CSV)의 효과에 관한 연구: 자기효능감과 관여도를 중심으로,” 광고학연구, 제25권, 제2호, 2014, pp. 53-72.

이윤숙, 신호정, “구매기업과의 장기적 거래관계 형성을 위한 공급업체의 전략 수립에 관한 탐색적 연구,” 한국경영과학회지, 제33권, 제4호, 2008, pp. 13-30.

이유재, 라선아, “브랜드 퍼스널리티-브랜드 동일시-브랜드자산 모형: 이용자와 비이용자간 차이에 대한 탐색적 연구,” 마케팅연구, 제17권, 제3호, 2002, pp. 1-32.

이중정, 박주연, 최정훈, “SI 프로젝트에 있어서 프로젝트 관리자의 정보화 역량과 관리역량이 프로젝트 성공에 미치는 영향에 대한 연구: 프로젝트 규모의 조절효과 중심으로,” 정보시스템연구, 제21권, 제4호, 2012, pp. 31-54.

임채원, 김병섭, “글로벌 위기의 대응으로서 공유가치성장과 관계국가모형,” 행정논

- 충, 제50권, 제3호, 2012, pp. 295-326.
- 장활식, 박광오, 정대현, “조직 간 파워 유형과 SCM 사용자만족,” 정보시스템연구, 제23권, 제2호, 2014, pp. 1-23.
- 전준수, 홍의, “전자상거래가 물류활동의 아웃소싱 증가에 미치는 영향에 관한 연구,” 로지스틱스연구, 제10권, 제1호, 2002, pp. 55-82.
- 정대현, 박광오, “파워 유형과 파트너십 연계를 통한 공급사슬관리 개선방안 모색,” 경영과 정보연구, 제35권, 제3호, 2016, pp. 57-77.
- 정연도, 박정대, “철광업의 경영성과와 성과동인간 구조적 관계에 관한 연구,” 회계저널, 제10권, 제4호, 2001, pp. 81-113.
- 추홍엽, “IS 아웃소싱 파트너십 품질,” 금구논총, 제7권, 1999, pp. 43-75.
- 박광오, “정보특성이 정보역량에 미치는 영향,” 한국콘텐츠학회논문지, 제13권, 제12호, 2013, pp. 389-401.
- 임규찬, “ERP도입의 성공요인과 시스템 정보 특성간의 적합성이 시스템 성과에 미치는 영향분석,” 한국콘텐츠학회논문지, 제6권, 제2호, 2006, pp. 136-145.
- Angeles, R. and Nath, R., “An Empirical Study of EDI Trading Partner Selection Criteria in Customer-Supplier Relationships,” *Information and Management*, Vol. 37, No. 5, 2000, pp. 241-255.
- Benton, W. C. and Maloni, M., “The Influence of Power Driven Buyer/Seller Relationships on Supply Chain Satisfaction,” *Journal of Operations Management*, Vol. 23, No. 1, 2005, pp. 1-22.
- Brown, J. R. and Lusch, R. F., “Conflict and Power-Dependence Relations in Retailer-Supplier Channels,” *Journal of Retailing*, Vol. 59, No. 4, 1983.
- Brown, J. R., Lusch, R. F. and Nicholson, C. Y., “Power and Relationship Commitment: Their Impact on Marketing Channel Member Performance,” *Journal of Retailing*, Vol. 71, No. 4, 1995, pp. 363-392.
- Chen, I. J., and Paulraj, A., “Towards a Theory of Supply Chain Management: The Constructs and Measurements,” *Journal of Operations Management*, Vol. 22, No. 2, 2004, pp. 119-150.
- Emerson, R. M., “Power-Dependence Relations,” *American Sociological Review*, Vol. 11, 1962, pp. 31-41.
- Hart, P. J. and Saunders, C. S., “Emerging Electronic Partnerships: Antecedents and Dimensions of EDI Use from The Supplier's Perspective,” *Journal of Management Information Systems*, Vol. 14, No. 4, 1998, pp. 87-111.
- Homans, G. C., “Social Behavior as Exchange,” *American Journal of Sociology*, Vol. 63, No. 6, 1958, pp. 597-606.
- Hunt, S. D. and Nevin, J. R., “Power in a Channel of Distribution: Sources and Consequences,” *Journal of Marketing*

- Research*, Vol. 11, No. 2, 1974, pp. 186-93.
- Ke, W., Liu, H., Wei, K. K. Gu, J. and Chen, H., "How Do Mediated Power Affect Electronic Supply Chain Management System Adoption? The Mediating Effects of Trust and Institutional Pressures," *Decision Support System*, Vol. 46, 2009, pp. 839-851.
- Lambert, D. M. and Cooper, M. C., "Issues in Supply Chain Management," *Industrial Marketing Management*, Vol. 29, No. 1, 2000, pp. 65-85.
- Lambert, D. M., and Cooper, M. C., "Issues in Supply Chain Management", *Industrial Marketing Management*, 2000, pp. 65-85.
- Lorenzoni, G. and Lipparini, A., "The Leveraging of Interfirm Relationships as a Distinctive Organizational Capability: A Longitudinal Study," *Strategic Management Journal*, Vol. 20, No. 4, 1999, pp. 317-338.
- Lummus, R. R., Krumwied, D. W. and Vokurka, R. J., "The Relationship of Logistics to Supply Chain Management: Developing a Common Industry Definition," *Industrial Management and Data Systems*, Vol. 101, No. 8, 2001, pp. 426-431.
- Lusch, R. F., "Sources of Power: Their Impact on Intrachannel Conflict," *Journal of Marketing Research*, Vol. 13, No. 4, 1976, pp. 382-390.
- Marchand, D. A., Kettiner, W. J. and Rollins, J. D., "Information Orientation: People, Technology and the Bottom Line," *Sloan Management Review*, Vol. 41, No. 4, 2000, pp. 69-80.
- Maloni, M. and Benton, W. C., "Power Influences in the Supply Chain," *Journal of Business Logistics*, Vol. 21, No. 1, 2000, pp. 49-73.
- Porter, M. E., and Kramer, M. R., "Creating Shared Value," *Harvard Business Review*, Vol. 89, No. 1, 2011, pp. 4-17.
- Ramaseshan, B., Yip, L. S. C., and Pae, J. H., "Power, Satisfaction, and Relationship Commitment in Chinese Store - Tenant Relationship and Their Impact on Performance," *Journal of Retailing*, Vol. 82, No. 1, 2006, pp. 63-70.
- Simpson, J. T. and Mayo, D. T., "Relationship Management: A Call for Fewer Influence Attempts?" *Journal of Business Research*, 1997, Vol. 39, pp. 209-218.
- Sun, P. C., "The Correlations among Domain Knowledge Specificity, Joint New Product Development and Relationship Performance", *International Journal of Commerce and Management*, Vol. 17, No. 2, 2007, pp. 44-55.
- Tan, K. C., Kannan, V. R., Handfield, R. B. and Ghosh, S., "Supply Chain Management: An Empirical Study of Its Impact on

Performance,” *International Journal of Operations and Production Management*, Vol. 19, No. 10, 1998, pp. 1034-1052.

Williamson, O. E., *Economic Institutions of Capitalism*, NY: The Free Press. 1985.

박 광 오 (Park, Kwang-O)



부산대학교 석사와 박사학위를 취득하였다. 현재 영남이공대학교 경영계열 교수로 재직하고 있으며, 주요 관심분야는 SCM, ERP, EC, IT 등이다

장 활 식 (Chang, Hwal-Sik)



부산대학교에서 학사, University of Oregon에서 석사, Texas Tech University에서 박사학위를 취득하였다. 현재 부산대학교 경영학과 교수로 재직하고 있으며, 주요 관심분야는 SCM, ERP, DSS 등이다.

정 대 현 (Jung, Dae-Hyun)



부산대학교 석사와 박사학위를 취득하였다. 현재 경남과학기술대학교 국립대학육성사업단 전담교수로 재직하고 있으며, 주요 관심분야는 SCM, 빅데이터, CSV, USR 등이다.

<Abstract>

The Effect of Power Type within Supply Chain on the Information Capability: Perspective of CSV Value Creation

Park, Kwang-O · Chang, Hwal-Sik · Jung, Dae-Hyun

Purpose

The purpose of this study is to attempt to incorporate power theory to evaluate information capability of SCM adopters. Therefore, this study focuses on the relationship of information sharing, partnership quality, and information capacity according to the power intensity of the variables of SCM. and CSV value creation.

Design/methodology/approach

The questionnaire of SCM builder was conducted and 302 samples were analyzed. Based on the theoretical background of power and information capacity, we set up a structural equation model. Hypothesis testing and statistical analysis were done through AMOS and SPSS.

Findings

First, it shows that the compensation power among the constrained power has a positive effect on the partnership quality, and the legitimacy power has the positive influence only on the information sharing. Compulsive power, compensation, and legitimacy, which are generally restrictive powers, may reduce the quality of information sharing and partnership, but the results of this study are rather higher. Second, both non-binding power expertise and criterion have a positive effect on information sharing and partnership quality. Third, information sharing has a positive effect on partnership quality. Supporting a number of research results, it is well reflected in SCM attributes where interdependence is important. Fourth, information sharing and partnership quality have a positive effect on information capacity. Information literacy has become an essential element in modern management. Fifth, the enhancement of CSV value creation plays a role of a controlling variable to further strengthen information sharing through non - binding power attribute, expertise and conformity. In addition, the strengthening of CSV value creation has been

shown to play a role as a controlling variable to further strengthen the quality of partnership through the non-binding power attribution, but expertise has been rejected.

Keyword: Power, Supply Chain Management, Information Capability, Partnership, Creating Shared Value

* 이 논문은 2018년 9월 3일 접수, 2018년 9월 26일 게재 확정되었습니다.