

사업체 인력 선발 방식과 모방적 동형화

박 세 응*

기업 조직은 시장에서의 경쟁과 조직 자체의 재생산을 위하여 지속적으로 새로운 인력을 충원한다. 이 때 인력의 충원 과정은 사회적으로 합리적이라고 인정된 몇 가지 선발 방식을 통해 이루어진다. 본 연구는 선발 방식의 실질적인 합리성 여부를 떠나 각 산업군의 제도적 환경의 압력과 기술 환경의 압력에 따라 인력 선발 방식의 동형화 정도가 달라짐을 다차원적도 분석을 통해 보여준다. 제도적 환경의 압력이 강하면서 기술 환경의 압력이 약한 산업에서는 선발방식의 동형화가 많이 일어나는 반면 제도적 환경의 압력이 약하면서 기술 환경의 압력이 강하게 작용하는 산업에서는 동형화가 적게 일어난다는 신제도주의 논의를 검증한다.

1. 서론

한국에서는 대기업과 중소기업에서 사무직 신입사원을 선발할 때 흔히 고려하는 요소가 지원자의 학점과 영어 성적이다¹⁾. 선발 과정에 있어서 학점과 영어 성적의 광범위한 활용은 영어가 업무에 자주 사용되거나 학부 전공과 관련이 있는 업무에 국한되지 않는다. 전공 지식과 영어 사용 능력이 필요하지 않은 업무를 수행할 인력을 선발할 때도 기업들은 이 두 기준을 종종 활용하는 것이다. 왜 기업들은 인력 채용 과정에서 직무 적성과 직접적인 관련이 없는 기준에 의존하는가?

본 연구는 기업들이 인력을 충원할 때 지원자에 대한 정보 부족에서 비롯되는 불확실성에 어떤 방식으로 대처하는가에 대한 의문에서 출발한다. 기업에 지원하는 사람들 중에서 직무를 효과적으로 수행할 능력이 있는지를 정밀하게 측정하려 할수록 더 큰 비용이 든다는 것은 주지의 사실이다. 기업 환경이 빠른 속도로 변화하는 업종일수록 기업은 어떠한 자질을

가진 사람을 어떻게 선발해야 할지 파악하기 어렵다. 기업은 직무에 적합한 능력과 해당 기업조직의 문화에 쉽게 동화될 수 있는 개인의 소양에 대하여 많은 부분 알지 못하며 설령 안다고 하더라도 그러한 소양과 능력을 가진 사람을 효과적으로 판별해낼 방법을 활용하지 못한다. 본 연구는 이러한 고용 과정의 불확실성으로 인해 발생하는 기업들의 판별 기준의 유사성과 차이를 기술해보

* 연세대학교 사회학과

1) 몇 년 전까지는 출신 대학의 지위 또한 중요한 결정 요소로 작용하였으나 학벌주의에 대한 부정적인 사회적 여론과 능력을 중시하는 문화(meritocracy)적 인식이 확산되면서 점차 많은 기업들이 입사 지원서에 출신 대학을 기입하지 못하도록 하고 있다. 그럼에도 불구하고 지원자들의 자질을 정밀하게 측정할 수 있는 대안이 부재하기 때문에 지원자의 출신학교는 여전히 중요한 잣대로 사용되고 있다.

고 이를 설명할 수 있는 논리를 점검해보고자 한다. 고전주의 경제학에서는 의사 결정에 있어서 개인의 합리성을 주어진 것으로 가정함으로써 정보 획득에 드는 비용을 종종 간과한다. 따라서 고전주의 경제학적 패러다임으로는 노동시장에서의 인력충원 방식의 문제를 설명하기 어려웠고 오히려 심리학의 과제로 인식되었다. 기업들이 적성 검사, 인성 검사 등의 형식을 차용하여 인력을 평가한다는 사실은 심리학 이론과 전제들에 강하게 의존한다는 사실을 반증한다. 본 연구는 기업들이 그 기업과 비슷한 상황과 환경 속에 놓여있는 다른 기업을 모방함으로써 일정 수준의 효과와 정당성을 확보하고자 한다는 신제도주의적 입장에서 조직간 인력 채용 방식의 유사성과 차이성을 검토하고자 한다.

II. 이론적 자원

1. 제한적 합리성과 불완전 정보

사회학적 신제도주의에서는 정보 획득의 비용과 함께 행위자의 제한적 합리성에 주목한다. 이러한 논리에 따르면 기업 조직은 목적을 가장 효과적으로 실현시킬 수단이 무엇인지 알지 못하며 그 수단이 어느 정도 적절한지 판단하지 못한다. 따라서 기업은 실질적으로 이윤의 극대화와 효율성(efficiency)을 추구하기 보다는 다른 기업 행위자들보다 크게 뒤처지지 않을 정도 즉, 기업이 처한 경쟁 상황 속에서 생존이 가능한 수준의 효과(effectiveness)를 목표로 하게 되며 이 때문에 대사회적으로 합리적이라고 인정받은 정당한(legitimate) 행위 양식을 추구한다. 기업이 정당성을 획득하고자 하는 이유는 정당성을 인정받지 못한 행위의 결과로 비용이 발생하기 때문이기도 하다.(Meyer & Rowan, 1977)

2. 제도적 환경과 모방적 동형화

신제도주의적 관점에 따르면 모든 조직들은 그 조직이 처해 있는 제도적 환경의 영향을 받는다. 제도적 환경은 상호작용을 통해 연결된 행위자들, 그리고 그 행위자들 간의 구조적 동위성과 역할 관계가 굳어지면서 형성되는 규칙을 포함한다. 이러한 제도적 환경은 경험적으로 규정된 조직장(organizational field)에 공통적으로 작용하게 되고 환경의 압력이 조직장 내의 개별 조직들로 하여금 비슷한 구조와 행위를 채택하도록 만든다(DiMaggio & Powell, 1983). 따라서 조직장 내에 속한 개별 행위자들의 입장에서 보면 외부 환경의 불확실성 속에서 올바른 의사결정을 내릴 수 있는 좋은 준거점이 자신과 구조적으로 동위적인 타자의 행위 방식을 모방하는 것이다. 위에서 논했듯이 기업이 불확실성에 직면한 가운데 효과성과 정당성을 추구한다고 가정하면 이를 가장 적절하게 충족시켜 줄 수 있는 행위 전략 중 하나가 같은 제도적 압력에 직면한 조직들 중에 성공적이라고 판단되는 조직의 행위를 모방하는 것이다. 비슷한 유형의 제도적 압력은 구조적 동위성에서 기인하

는 것일 수도 있고(White, 1976), 국가와 상호작용하는 정도에 의해 결정될 수도 있다(Beggs, 1995). 어떠한 제도적 압력이 작용하든 제도적 압력이 클수록 기업들은 동형화 하려는 동기가 강해 진다는 것이 신제도주의의 설명이다.

그렇다면 기업들이 직면하는 불확실성이란 무엇인가? 기업이 직면하게 되는 가장 큰 불확실성은 두 가지로 나누어 볼 수 있다. 하나는 목표의 불확실성이고 다른 하나는 목표와 수단 사이의 불확실성이다(이재열, 1994). 모든 조직들은 대외적으로 표방하는 공식 목표를 가지고 있으나 그 공식 목표는 조직의 거버넌스 구조, 조직 리더의 배경 등의 차이로 인해 다르게 해석되기도 하고 전혀 다른 결과를 내기도 한다(Perrow, 1961). 둘째, 목표가 분명하고 조직 구성원들이 동일하게 목표를 해석하고 있다 하더라도 그 목표를 실현시키기 위한 최적의 수단이 불분명할 수도 있다. 가령 주주의 이익을 극대화하는 것이 목표인 기업은 주주의 이익을 극대화할 수 있는 최적의 능력을 지닌 사람을 CEO로 선임하기를 원하지만 그러한 능력을 지닌 사람이 어떤 자질을 가지고 있어야 하는지에 대하여 명확하게 인식하지 못할 수 있는 것이다. 이러한 불분명함은 기업이 처해있는 기술적 환경의 영향이 강하고 가변적일수록 심해진다. 불경기인 상황에서는 기존의 사업을 안정적이고 내실 있게 이끌 수 있는 성실한 사람이 필요하겠지만 경기가 좋을 때에는 모험적으로 사업 확장을 성공적으로 수행할 수 있는 사람이 필요할 수도 있다. 경기 변동의 폭이 크면 클수록, 주기가 짧으면 짧을수록 어떤 성향의 리더를 선임해야 할지 판단하기 어려워진다.

3. 동일 환경 내 동형화 압력의 차이 - 지위 역할

신제도주의적 관점이 비슷한 제도적 환경 하에서 조직들이 왜 비슷해지느냐를 설명하는데 뛰어나지만 비슷한 제도적 환경 하에서도 조직들 간의 차이가 발생한다는 사실을 설명하는 데에는 약간 다른 설명의 논리가 필요한 것으로 보인다. 이는 신제도주의의 문제의식 자체가 동형화와 조직 간의 유사성에 관심을 두기 때문인 것으로 보인다(DiMaggio & Powell, 1983). 따라서 신제도주의는 하나의 조직장 내에서 조직들이 모방을 하려는 동기가 작용할 때 구체적으로 어떤 조직이 누구를 모방하는지, 모방의 주체와 “모델”이 달라짐에 따라 조직들 간에 어떤 차이가 발생하는지를 정교하게 설명해주지 못한다.

이 지점에서 신제도주의는 구조주의적 관점을 통해 보완될 수 있다. 구조주의에서는 행위자들이 자신의 소속 집단 내에서의 상호작용과 그 상호작용으로부터 파생되는 신호들을 통해 자신과 타자들과의 관계, 그리고 자신의 위치를 규정하거나 규정 당한다고 본다. (White, 1981) 사회적 지위(status)는 이렇게 규정된 사회적 위치로 파악할 수 있다. 집단의 지위 구조가 확립되면 개별 행위자가 점하고 있는 지위는 그 행위자가 지니고 있는 특정한 속성, 혹은 본질을 나타내주는 신호로서 작용하게 된다.(Poldony, 1993) 제도적 압력은 이와 같은 행위자들 간의 미시적인 관계, 혹은 그 미시적 관계들이 발현하여 형성하는 지위 구조에 의하여 행위자들 개개인에게 각기 다른 힘으로 작용한다. 기존의 지위 구조는 어떤 지위를 점하고 있는 행위자로 하여금 특정한 행위가 가능하게 하기도 하고 어렵게 하기도 하기 때문이다.(Han, 1994)

이러한 논리가 신제도주의와 결합하면 행위자들이 자신의 지위에 따라 모방의 대상이 다르게 결정된다는 말이 성립한다. 조직장 내에 비슷한 환경의 압력이 작용함에 따라 그 안에 있는 행위자들은 전체적으로 모방적 동형화의 압력에 직면하기는 하지만 그렇다고 모든 행위자들이 일관된 행위 패턴을 보이지는 않는다. 오직 한 가지 행위 패턴만 생존할 수 있을 정도로 환경의 압력이 강하게 작용하는 경우는 드물기 때문이다. 따라서 제한된 사고 능력(합리성)을 가진 행위자는 동형화의 압력이 작용하는 상황에서 자신과 멀지 않은 곳에 있는 약간 더 높은 지위의 행위자를 보며 행위한다고 생각할 수 있다.(Ibid) 한신갑은 지위에 따른 모방 양식의 차이를 분석하면서 높은 지위에 있는 조직들 사이에서는 자신을 차별화 하려는 경향이 나타나고, 중간 지위의 조직들은 높은 지위의 조직들을 가장 적극적으로 모방하며 낮은 지위의 조직들은 자신들보다 지위가 높은 조직들을 모방하는데 필요한 자원을 소유하지 못하기 때문에 대안적인 행위 방식을 추구할 수밖에 없게 된다고 주장한다.(Ibid)

요컨대 최상위 지위의 기업들은 행위의 자율성을 가지기 때문에 서로의 행위 방식을 모방하려는 동기가 약한 반면 중간 지위의 기업들은 정당성의 확보를 생존 가능성을 높이려 하기 때문에 상위 지위의 기업들을 모방하려는 동기가 가장 강하다. 낮은 지위의 기업들 또한 정당성을 확보할 필요가 있으므로 모방을 하고자 하는 동기는 있지만 이를 위한 자원이 부족하기 때문에 중간 지위의 기업들만큼 적극적으로 모방을 하기는 어렵다.

4. 가설

위의 신제도주의적 관점과 사회적 지위의 논리를 적용했을 때 기업들의 인력 채용 방식의 차이에 대하여 다음과 같은 가설들이 도출될 수 있다.

가설1 : 조직군에 따라 전체적인 모방적 동형화의 정도가 달라질 것이다.

가설2-1: 동일 조직군 내에서 제도적 환경의 영향력이 강할수록, 기술적 환경의 영향력이 약할수록 기업들 간의 평가방식들의 변이가 작아질 것이다.

가설 2-2: 동일 조직군 내에서 제도적 환경의 영향력이 약할수록, 기술적 환경의 영향력이 강할수록 기업들 간의 평가 방식의 변이가 커질 것이다.

가설 2-3: 제도적 환경의 압력이 기술적 환경의 압력보다 강하므로 제도적 환경과 기술적 환경의 영향력이 강한 업종이 제도적 환경과 기술적 환경의 영향력이 약한 조직군에 비하여 선발 방식의 변이가 작을 것이다.

가설 3-1: 한 조직군 내에서 지위가 높은 기업들 간의 평가 방식의 차이는 중간 지위의 기업들

간의 평가 방식의 차이보다 클 것이다.

가설3-2: 한 조직군 내에서 지위가 낮은 기업들의 평가 방식의 차이는 중간 지위의 기업들에 비하여 편차가 클 것이다.

III. 자료와 분석 방법

본 연구에서는 가설들을 검증하기 위하여 한국노동연구원에서 구성한 사업체 패널 데이터 중 각 패널 기업의 인사담당자가 응답한 3차년도 자료를 활용하였다. 전체 케이스 수는 2004개로서 2차년도에 조사되었던 1606개 기업에 패널에서 이탈한 사업체 수를 보상하기 위하여 새롭게 추가된 398개 기업이 더해진 수치이다. 여기에서는 종단면 분석을 실시하지 않기 때문에 기존의 패널 기업과 추가된 기업의 구분을 두지 않았다.

이 조사에 포함된 표본 사업체들은 통계청의 사업체 기초통계조사를 모집단으로 하여 고용보험 DB에 등록되어 있는 사업체에서 사업체 규모 및 산업대 분류 별로 층화추출한 사업체들이다. 본 연구에서는 5자리 수로 분류된 개별 업종을 하나의 조직군으로 보았으며 동일한 업종 내에서의 고용을 위한 인력 평가 방식의 차이와 함께 업종 간의 평가 방식의 차이를 보는 것이 목적이므로 몇 개의 업종을 선택하여 분석하였다. 구체적인 업종 선택의 기준은 첫째, <표 1>(이재열, 1994)과 같은 분류 방식에 따라 기술적 환경과 제도적 환경의 영향력의 강약을 기준으로 업종들을 분류한 후, 둘째, 그 중에서 케이스 수가 최대한 많은 업종을 선택하였다.

<표 1> 기술적 환경과 제도적 환경의 차이에 의한 조직 구분

		제도적 환경	
		강함	약함
기술적 환경	강함	종합병원 은행 전기통신업체	일반 제조업체
	약함	학교 교회 정신병원	음식점 헬스 클럽

자료 : 이재열, 1994.

<표 2> 본 연구에서 분석한 업종 구분

		제도적 환경	
		강함	약함
기술적 환경	강함	부가통신업	자동차 차체용 부품 제조업
	약함	호텔업, 방송업	택시운송업

이와 같은 분류의 결과 <표 2>에서와 같이 기술적 환경과 제도적 환경이 모두 강한 업종으로는 부가통신업²⁾ (표준산업분류 번호 64292, N= 15)을 선정하였고 기술적 환경과 제도적 환경의 영향이 모두 약한 업종으로는 택시운송업(표준산업분류 번호: 60231, N= 66)을, 제도적 환경의 영향은 약하지만 기술적 환경의 영향은 강한 업종으로 자동차 차체용 부품 제조업(표준산업분류 번호: 34302, N= 46)을, 제도적 환경의 영향은 강하지만 기술적 환경 영향은 약한 업종으로 호텔업(표준산업분류 번호: 55111, N=36)과 방송업(공중파 방송과 유선방송 합침, 표준산업분류 번호: 87212, 87222, N=3, N=7) 을 선정하였다.

이렇게 선정된 사업체들에 대하여 각각 (1)적성검사, (2)인성검사, (3)필기검사, (4)면접, (5)실기 테스트, (6)평정센터, (7)기타 등 7가지 평가 방식의 활용 여부(0= 해당없음, 1=사용)를 질문하여 구성한 변수들을 바탕으로 사업체들 간의 관계를 표현한 행렬을 구성하였다.³⁾ 다시 말해서 임의의 두 사업체가 이 7가지 방식 중 활용하는 방식이 겹치는 숫자를 표현한 $n \times n$ 행렬을 구성한 것이다. 가령 사업체 i 와 사업체 j 사이에 3 가지 평가 방식이 일치하였다면 이 행렬의 (i, j) 셀에 3이 들어가도록 하였다. 이 때 이 유사성 행렬의 대각선 셀은 각 사업체가 활용하는 평가 방식의 총수를 나타낸다. 가령 (i, i) 셀이 4라면 사업체 i 는 네 가지 평가방식을 활용하고 있다는 것이다. 이렇게 구성된 유사성 행렬을 이용하여 Netminer에서 유클리드 거리를 계산하여 다차원 척도를 그렸다.⁴⁾

이 외에 각 사업체의 지위를 나타내는 변수인 연간 매출액과 “가입하고 있는 경영자 단체나 협회의 수”를 사업체 속성 변수로서 포함시켰다. “가입하고 있는 경영자 단체나 협회의 수”는 그 사업체가 얼마만큼 타 사업체들의 경영 방식에 대한 정보를 쉽게 입수할 수 있는지를 나타내는 지표로서 사용하였다. MDS에서 지위(연간 매출액)는 노드의 크기로 표시하였고, “가입하고 있는 경영자 단체나 협회의 수”는 노드의 색깔로 표시하였다.

2) 부가통신업은 “컴퓨터에 의하여 데이터베이스 및 기타 정보를 검색 및 송수신할 수 있는 온라인 통신 및 검색망을 운영하는 산업활동을 말한다.” (표준산업분류)

3) 구체적으로 말하자면 처음에 수집된 데이터인 사업체 x 평가방식 행렬을 affiliation 네트워크로 보고 이 행렬을 사업체 x 사업체의 준연결망으로 변환한 것이다.

4) 실제로 이렇게 구성된 사업체 x 사업체 행렬이 가지는 네트워크적인 의미는 여기에서 중요하지 않다. 이러한 방법을 도입하게 된 것은 사업체들이 어느 정도로 비슷한 평가 방식을 사용하는지 체계적으로 표현할 필요가 있었기 때문이다.

IV. 결과

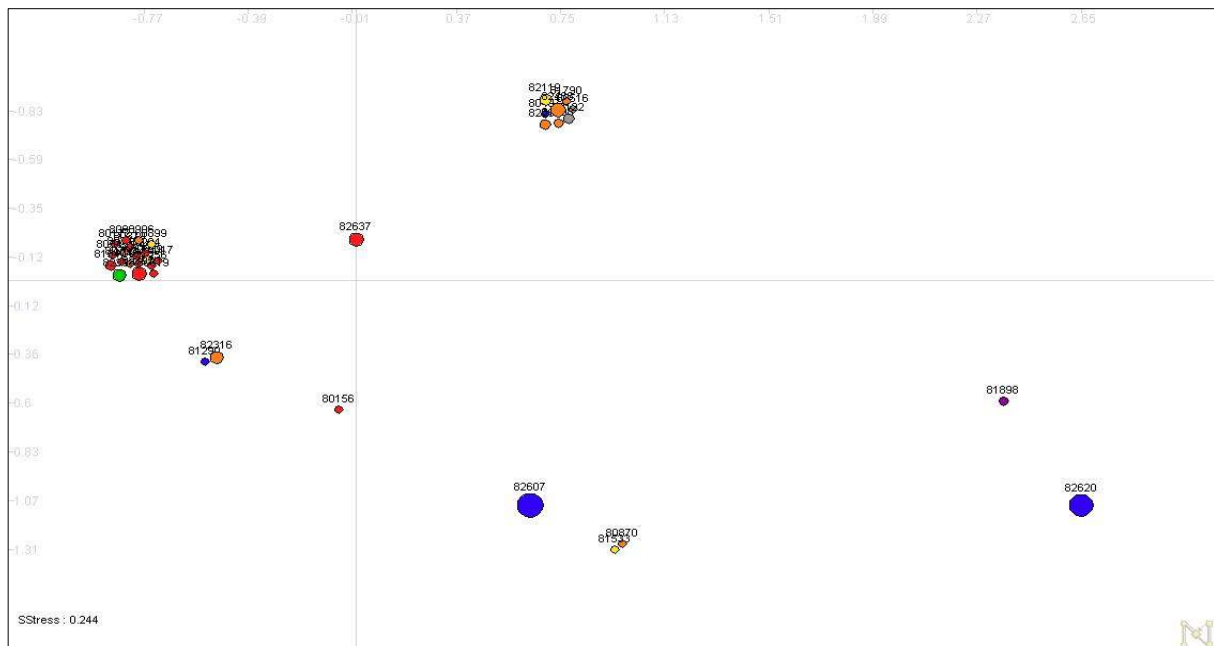
1. 다차원 척도 분석

가. 호텔업 및 방송업 분석

호텔업과 방송업은 제도적 환경의 영향력이 강한 반면 기술적 환경의 영향력은 약한 업종으로 파악할 수 있다. 호텔업은 상대하는 고객의 계층과 취향에 따라 부여되는 지위가 비교적 명확하며 여기에 “무궁화” 수로 표시되는 정부의 평가까지 첨가된다. “무궁화”에 따른 호텔의 등급은 국가에서 결정하는 것으로서 호텔로 하여금 국가에서 설정하는 기준에 순응하도록 만드는 기제로 작용하기도 한다. 이와 비슷하게 방송업 또한 공적 여론의 수렴과 형성이라는 중요한 정치적 측면을 가지고 있기 때문에 국가의 관리 감독이 강한 편이다. 이러한 방송업의 정치적 측면과 함께 공공재적 성격을 띠는 공중파를 국가의 통제 하에 둔다는 점도 국가 권력에 의한 방송산업의 “부자유”를 심화시킨다. 따라서 이 두 업종은 제도적 환경의 영향을 강하게 받는 산업이라고 볼 수 있다. 한편, 호텔업과 방송업은 특별히 빠른 기술 환경의 변화를 겪지 않기 때문에 기술 환경의 영향력은 약하다고 볼 수 있다. 가설2_1이 옳다면 호텔업과 방송업은 동형화가 쉽게 일어나는 업종에 속할 것이다. 호텔업종의 사업체들을 노드로 표시한 [그림 1]에서 보듯 대다수의 호텔들이 서쪽에 위치한 군집에 속하거나 북쪽의 군집에 속한다.⁵⁾ 남쪽에 위치하고 있는 일부 사업체들은 (매출액으로 측정된) 지위가 매우 높거나 매우 낮다. 이 업종 내에서의 지위가 높은 두 개의 큰 노드들(82607, 82620)은 남쪽에 상당한 거리를 두고 위치하고 있다. 이는 가설 3-1의 이론적 바탕으로서 기술한 상위 지위 행위자들의 차별화 경향을 지지해주는 발견으로 볼 수 있다.

5) 모든 군집들은 본래 산출된 MDS에서 하나의 점 위에 겹쳐진 상태로 나타났다. 이 글에 나타나는 모든 그림들은 군집 내의 사업체 숫자를 쉽게 파악하기 위하여 약간씩 분산시켰다.

[그림 1] 호텔업 사업체 평가 방식 MDS



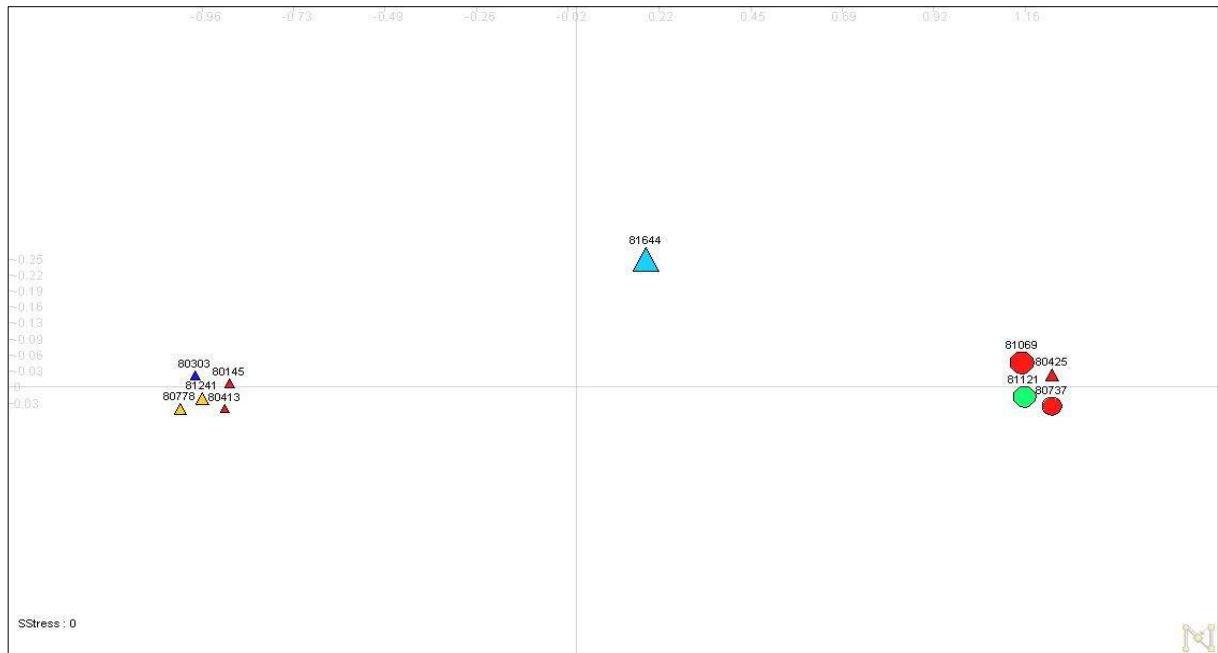
주 : 노드의 크기는 연간 매출액과 함께 커지며 색깔은 가입된 단체수에 따라 달라진다.

(빨강: 0 주황: 1 노랑: 2 파랑: 3 초록: 4 회색: 5 검정: 6 보라: 10 이상)

방송업에서도 이와 같은 소수의 군집을 발견할 수 있다. 공중과 방송과 유선 방송을 합한 [그림 2]는 실제로 두 개의 상이한 업종의 노드들로 이루어져 있다. [그림 2]의 노드들이 두 개의 상이한 군집을 이루고 있는 것처럼 보이지만 실제로 공중파와 유선방송으로 나누어서 보면 공중파 업체들 간에만 단일한 군집이 형성되어 있다. 다시 말해서 공중파 방송 사업체들의 평가 방식은 완벽하게 일치하고 있다. 반면에 삼각형으로 표현된 유선 방송 사업체들은 하나의 단일한 군집을 이루고 있지 않다. 그 이유는 부분적으로 공중파 사업체의 수(3개)보다 유선방송 사업체의 수가 더 많은 데에서 기인한다. 조사대상 사업체의 수가 많아질수록

평가 방식의 변이는 확률적으로 더 다양하게 나타날 것이기 때문이다. 공중파보다 늦게 형성된 유선방송 시장에 대하여 국가의 통제가 상대적으로 약한 점도 작용한 것으로 보인다. 유선 방송 사업체들의 평가 방식이 조금씩 다른 것은 업계에서의 지위로써 설명할 수 있을 것이다. 즉, 유선 방송 사업체들 중 [그림 2]의 중앙에 고립되어 위치한 노드는 지위가 가장 높은 것으로 나타난다. 이는 앞서 호텔업에 대한 설명에서 언급했던 것과 같이, 회계법인을 선정하는데 있어서 지위가 매우 높은 기업들이 그 기업과 비슷한 지위에 있는 다른 기업들과 차별화를 시도한다는 선행연구(Han, 1994)와 맥을 같이 한다. 즉, 최상의 지위에 있는 기업들은 그 지위가 부여하는 사회적 인정에 의해 행위의 자율성이 높아지게 된다는 것이다.

[그림 2] 방송업 사업체 평가 방식 MDS



주 : 1) 노드의 크기는 연간 매출액과 함께 커지며 색깔은 가입된 단체수에 따라 달라진다.

(빨강: 0 주황: 1 노랑: 2 파랑: 3 초록: 4 회색: 5 검정: 6 보라: 10 이상)

2) 삼각형 노드는 유선 방송업체, 원형 노드는 공중파 방송업체

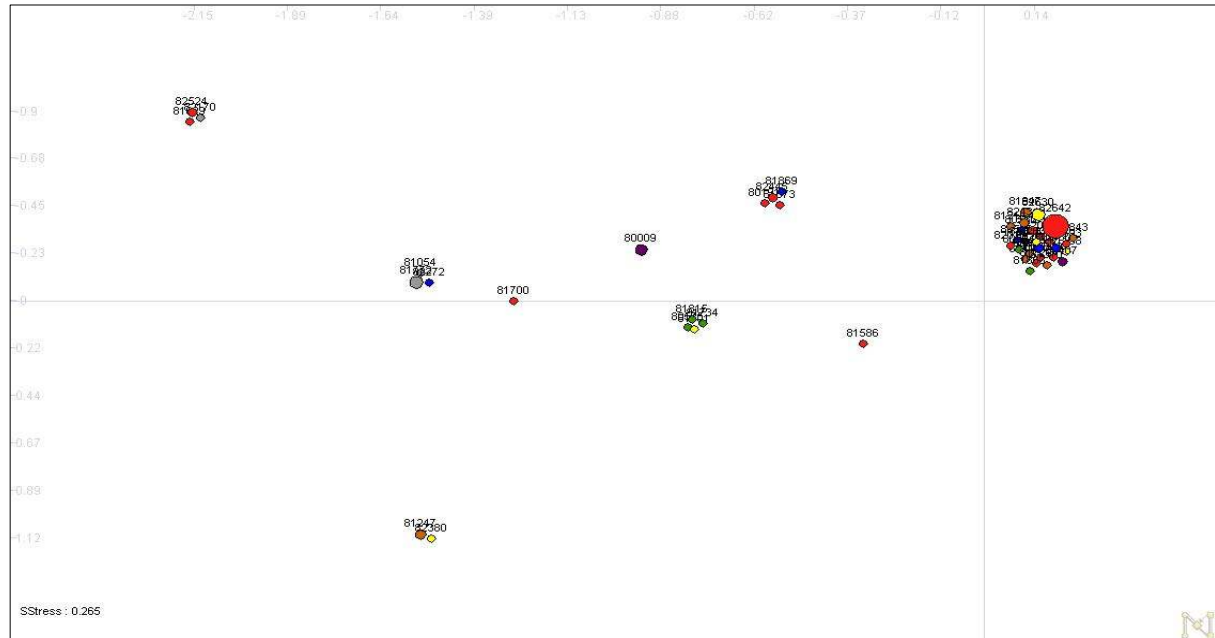
나. 자동차 차체 부품 제조업 분석

자동차 차체 부품 제조업은 <표 1>에서 업종을 구분 했듯이 제도적 환경의 영향은 작은 반면 기술적 환경의 영향은 큰 업종으로 볼 수 있다. 자동차 차체 부품 제조업 내에서 다양한 인력 평가 방식의 조합들이 혼재되어 나타나고 있으면서, 그와 동시에 하나의 거대한 군집이 구성되어 있다는 점을 볼 때 동형화의 압력도 비교적 강하게 작용하고 있음을 유추해볼 수 있다. 따라서 가설 2.2 또한 지지된다.

[그림 3]에서와 같이 절반 이상의 사업체들(58.6%)이 동일한 평가 방식을 적용하여 인력을 충원하는 것으로 나타났다. 동쪽에 위치한 이 군집에 속한 사업체들은 면접 만으로 인력을 충원하는 것으로 나타났으며 이 중 가장 큰 노드는 연간 약 2조 9천억원의 매출을 올리는 것으로 조사 되었다. 두 번째로 큰 노드(81772번)와 세 번째로 큰 노드(80009번)는 각각 6천 7백억원과 5천 8백 억원 가량의 연간 매출을 각각 기록하였으며 이들의 평가 방식은 1위 노드와 상당한 차이가 있었다. 2 위 노드는 적성, 인성, 그리고 면접을 사용한 반면 3위 노드는 인성, 면접, 실기 테스트를 실시하였다. 면접 이외의 다른 평가 방식을 활용하는 것은 기업의 입장에서 보면 비용이 들어가는 선택이 된다. 업계 지위 1순위 사업체가 면접만으로 인력을 채용하고 있는 상황에서 지위가 낮은 다른 사업체들이 추가 비용을 들여가면서 대안적인 평가 방식을 도입할 이유가 없다고 유추해볼 수 있다. 업계 1위 사업체가 면접 만을 활용한다는 것은 여타 낮은 지위의 사업체들에게 면접만으로도 효과

적인 판단을 내릴 수 있다는 믿음과 면접 이외의 평가 방식을 도입하지 않아도 될 정당성을 동시에 충족시켜 준다 하겠다.

[그림 3] 자동차 자체 부품 제조 사업체 평가 방식 MDS



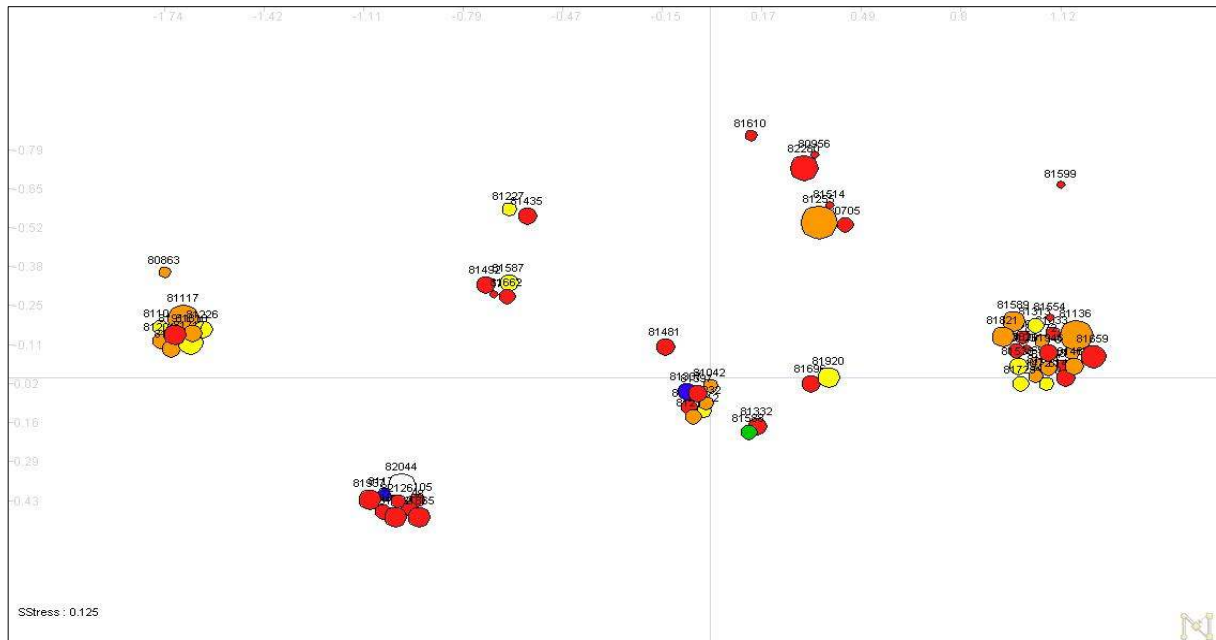
주 : 노드의 크기는 연간 매출액과 함께 커진다. 색깔은 가입된 단체수에 따라 달라진다.

(빨강: 0 주황: 1 노랑: 2 파랑: 3 초록: 4 회색: 5 검정: 6 보라: 10 이상)

다. 택시 운송업

택시 운송업은 제도적 환경의 영향이 약하면서 기술적 환경의 영향도 비교적 작은 업종으로 분류된다. 기술적 환경의 영향력이 약한 조직군에서는 조직 내부의 활동을 평가할 객관적인 기준을 발견하기 어렵다.(이재열, 1994) 택시 서비스를 객관적으로 평가할 만한 기준을 세워야 한다는 택시업계의 최근 논의(개인택시신문, 2004년 6월 13일)는 그만큼 기술적 환경의 영향력이 이 업종에서 약하게 작용하고 있음을 반증한다. 약한 기술적 환경의 영향 만 작용한다면 그 택시운송업체들은 모방적 동형화를 통해 조직성과를 제고하고자 하려는 경향이 관찰될 것이다. 한편, 택시 경영실태와 관련된 자료들의 투명성이 부족함에도 불구하고 오랜 기간 동안 제대로 감사가 이루어지지 않았다는 점과 함께 지속적으로 제기되고 있는 택시 서비스에 대한 승객들의 불만(Ibid)이 약한 제도적 환경의 영향력을 반증한다고 볼 수 있다. 만약 제도적 압력이 강하게 작용했다면 택시 사업체의 경영과 서비스 개선의 요구가 오랫동안 해결되지 않은 채로 지속되기는 어려웠을 것이다. 이는 택시 운송업이 대중교통 시장의 틈새시장이라는 점을 반영하는 것일 수도 있다.

[그림 4] 택시운송업체 평가 방식 MDS



주 : 노드의 크기는 연간 매출액과 함께 커지며 색깔은 가입된 단체수에 따라 달라진다.
(빨강: 0 주황: 1 노랑: 2 파랑: 3 초록: 4 회색: 5 검정: 6 보라: 10 이상)

[그림 4]에서 보듯 택시운송업체들은 7가지 평가 방식들을 다양하게 조합, 활용하고 있다. 비교적 고른 숫자의 노드로 이루어진 군집들이 평면에 고루 분포하고 있는 것이다. 지위가 높은 기업들은 각 군집에 고루 분포되어 있으며 북동 방향과 북북서 방향에 비교적 지위가 낮은 소규모 사업체들이 개별적으로 분포되어 있다. 각 군집에 높은 지위의 기업들이 존재하고 이 기업들을 지위가 낮은 기업들이 모방하고 있는 형상이다.

라. 부가통신업

본 연구에서는 부가통신업을 제도적 환경과 기술적 환경이 모두 조직에 강한 영향을 미치는 업종으로 보았다. 부가통신업은 기간통신사업자로부터 전기통신회선설비를 임차하여 기간통신업무 외의 전기통신업무를 제공하는 사업이다. 여기에는 부가적으로 통신판매업도 포함 된다. 따라서 부가통신업은 국가 기간사업과 밀접한 연관을 맺고 있으며 국가 정책 결정에 민감하게 반응하게 되는 사업 구조를 지닌다. 따라서 부가통신업에서는 강압적 동형화를 향한 제도적 압력이 강하다. 한편, 부가통신사업은 혁신과 기술선점, 기술표준 등의 문제에 민감하다. 새롭게 개발된 기술을 바탕으로 새로운 시장을 선점하는 사업체가 그 시장을 상당 기간 동안 독점하다시피 하는 것이다. 예를 들어 한국의 대표적인 부가통신 사업자인 “한국정보통신”은 1995년 1월에 미국으로부터 IC카드 기술도입 계약을 체결 한 직후부터 2년여에 걸친 짧은 시간 동안 조흥은행, 강원은행, 기업은행, 농협중앙회 등과 IC카드 시스템 개발 계약을 체결 하였다.(한국정보통신 홈페이지) 이러한 기술적 환

경에 대한 이 업종의 민감성은 곧 목표를 수행하기 위한 적절한 수단에 대한 명확한 이해를 가능케 해준다. 조직의 목표를 달성하기 위한 기술적 요소들이 분명하기 때문에 모방적 동형화의 압력이 줄어드는 것이다.

[그림 5]는 부가통신업에 국가와의 빈번한 상호작용으로부터 발생하는 제도적 환경의 동형화 압력이 강한 기술적 환경의 영향력에도 불구하고 강하게 작용하고 있음을 시사한다. 좌표의 동쪽에 위치한 사업체들은 모두 조직이 업계에서 차지하고 있는 지위와 관계없이 면접을 통하여 인력을 채용하였고, 서쪽에 위치한 두 업체 중 한 개는 적성검사, 필기시험, 면접을 활용하였으며, 나머지는 적성검사와 면접을 실시하고 있는 것으로 나타났다.

<표 2>에서 개념적으로 대척점에 있는 택시운송업과 부가통신업을 비교해 보았을 때 부가통신업에서 선발 방식의 동형화가 더 뚜렷하게 관찰되었다. 이는 제도적 환경과 기술적 환경 중 제도적 환경의 압력이 더 강하게 작용한다는 가설 2.3을 지지해주는 발견이다.

[그림 5] 부가통신업체 평가 방식 MDS



주 : 노드의 크기는 연간 매출액과 함께 커지며 색깔은 가입된 단체수에 따라 달라진다.

(빨강: 0 주황: 1 노랑: 2 파랑: 3 초록: 4 회색: 5 검정: 6 보라: 10 이상)

V. 결론

본 연구는 기업들 간의 인력 채용에 활용되는 평가 방식이 어떻게 비슷해지고 어떻게 달라지는지를 알아보기 위하여 3차년도 사업체 패널 자료를 바탕으로 신제도주의와 지위 이론으로부터 도출된 가설들을 MDS를 사용하여 검증해 보았다. 그 결과 조직군에 따라 모방의 정도가 달라진다는 가설 1을 대략적(eye-balling)으로 확인할 수 있었으며 기술적 환경의 영향은 약하면서 제도적 환경의 영향력은 강한 조직군에서 모방적 동형화가 강하게 발견될 것이라는 가설 2-1과 기술적 환경

의 영향은 강하면서 제도적 환경의 영향은 약한 조직군에서 모방적 동형화가 덜 발견될 것이라는 가설 2-2가 지지됨을 확인하였다. 또, 기술적 환경과 제도적 환경의 상대적인 영향력을 비교하는 가설 2-3 또한 지지되었다. 한편, 모든 조직군에서 지위가 높은 기업들은 자율성을 바탕으로 서로 선발 방식을 차별화 하고 있었고 중간 지위의 기업들은 각기 다른 상위 지위의 기업들을 모방하고 있었다(가설 3-1). 지위가 낮은 기업들은 모방의 대상이 될 만한 높은 지위의 기업들이 비용이 적게 드는 평가 방식을 사용하는 경우 그 기업들과 같거나 비슷한 평가 방식을 사용했지만 높은 지위의 기업들이 비용이 많이 드는 다양한 선발 방식들을 조합하여 사용하고 있는 경우에는 자체적인 평가 방식을 사용하였다. 따라서 낮은 지위의 기업들은 중간 지위의 기업들보다 평가 방식의 변이가 더 큰 것으로 확인되었다(가설 3-2).

MDS는 업종 내 행위자(사업체)들의 평가 방식의 유사성을 이해하기 쉽게 보여주는 데에는 효과적이다. 그러나 지위에 따른 모방 대상의 차이 등은 그림으로써 표현하기 보다는 하나의 지표(index)를 사용하여 수치로 보여주는 등의 대안적인 방법을 모색해야 할 것으로 보인다. 지위를 노드의 크기로 표현한 MDS에서는 대략적인 지위와 모방 대상의 관계를 파악하는데에는 유용하지만 이 관계의 내적인 연결을 반영하지 못하는 한계를 갖는다.

또, MDS는 업종 간의 비교가 가능하도록 해주는 모방적 동형화의 정도를 나타내는 데에도 한계를 보인다. 왜냐하면 여기에서 사용된 MDS는 한 업종 내에서 노드들 간의 상대적인 거리를 표현하기 때문에 업종들 간의 거리를 나타낼 수는 없는 것이다. MDS보다 나은 업종 간의 비교를 위하여 Herfindahl 지표를 응용한 이질성 척도(heterogeneity index)를 사용하여 비교를 시도해 보기도 했으나 이 척도가 모방 정도를 완벽하게 나타내주지 못한다는 것을 깨닫고 분석에 포함시키지 않았다.⁶⁾

향후 연구 과제는 본 연구의 가설1과 가설3의 측정 지표를 개발하여 보다 체계적인 분석을 수행하는 것이다. 이 지표들을 개발할 수 있게 된다면 업종간, 지위간 비교를 보다 체계적으로 할 수 있을 것으로 기대한다.

6) heterogeneity index는 $1 - (\text{herfindahl index} / 10000)$ 으로 이해할 수 있다. 이 지표를 사용한 본래 의도는 이렇다. 즉, 한 업종 내의 사업체들이 활용하는 평가 방식의 조합을 하나의 군집으로 보았을 때 각 군집들이 전체에서 차지하는 비율이 고르게 분포할수록 하나의 군집을 향하여 동형화 되지 않은 것이라고 생각하였다. 따라서 heterogeneity index가 높을수록 동형화가 이루어지지 않은 것으로 생각하였다. 그러나 문제가 된 것은 군집들 간에도 유사성의 정도가 존재한다는 것이다. 즉 A라는 군집에서 a, b, c라는 평가 방식을 사용하고 B라는 군집에서 a, b, c, d를 사용하였다고 한다면 heterogeneity index상에서는 이 두 군집이 전혀 관련성이 없는 이질적인 것으로 계산이 된다. 그러나 실제로 이 두 군집에서 활용되고 있는 평가방식은 3개(a, b, c)가 일치하고 있다. 참고로 위에서 분석한 업종들의 heterogeneity index는 다음과 같이 나왔다. 호텔업: 0.662 방송업: 0.58 부가통신업: 0.231 택시운송업: 0.823 자동차 부품 제조업: 0.6285

참고문헌

「택시운송업 제도개선방안」, 2004년 6월 13일 『개인택시신문』.

<http://ohmytaxi.cafe24.com/index.php?code=paper&mode=&type=checkview&No=615&Start=0&content=&sel=C&rdate=>

한국정보통신 주식회사 홈페이지: <http://www.kicc.co.kr/about/history.asp>

김용학, (2003), 『사회연결망 분석』, 박영사

이재열, (1994), 「개인의 합리성에서 제도의 신화까지: 조직과 시장의 사회학」, 『사회비평』 11: 34-63.

Beggs, John J. (1995), "The Institutional Environment: Implications for Race and Gender Inequality in the U.S. Labor Market." *American Sociological Review*, 60: 612-633.

DiMaggio, Paul J. and Walter W. Powell. (1983), "The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields." *American Sociological Review*, 48: 147-160.

Han, Shin-Kap. (1994), "Mimetic Isomorphism and Its Effect on the Audit Services Market" *Social Forces*, 73: 637-663.

Meyer, John W. and Brian Rowan. (1977), "Institutional Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony." *American Journal of Sociology*, 83: 340-363.

Perrow, Charles. (1961), "The Analysis of Goals in Complex Organizations." *American Sociological Review*, 26: 854-866.

Podolny, Joel M. (1993), "A Status Based Model of Competition." *American Journal of Sociology*, 98: 82-872.

Wasserman, Stanley, and Katherine Faust. (1999), *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge University Press.

White, Harrison C. 1981. "Where Do Markets Come From?" *American Journal of Sociology* 81: 517-547.