

박사학위논문

산업별 특성요인이 판매비와관리비 및
재량적 원가에 미치는 영향

2014년

한성대학교 대학원

경 영 학 과

회 계 학 전 공

정 윤 구

박사학위논문
지도교수 홍용식

산업별 특성요인이 판매비와관리비 및
재량적 원가에 미치는 영향

The Effects of Industrial Characteristics on Selling and Administrative
Expenses and Discretionary Costs

2013년 12월 일

한성대학교 대학원

경 영 학 과
회 계 학 전 공
정 윤 구

박사학위논문

지도교수 홍용식

산업별 특성요인이 판매비와관리비 및
재량적 원가에 미치는 영향

The Effects of Industrial Characteristics on Selling and Administrative
Expenses and Discretionary Costs

위 논문을 경영학 박사학위 논문으로 제출함

2013년 12월 일

한성대학교 대학원

경 영 학 과

회 계 학 전 공

정 윤 구

정윤구의 경영학 박사학위논문을 인준함

2013년 12월 일

심사위원장 _____인

심사위원 _____인

심사위원 _____인

심사위원 _____인

심사위원 _____인

국 문 초 록

산업별 특성요인이 판매비와관리비 및 재량적 원가에 미치는 영향

한성대학교 대학원

경영학과

회계학전공

정 윤 구

본 연구는 우리나라 2000년부터 2010년 사이에 코스피 기업 3,689개 기업-년도와 코스닥 기업 5,815개 기업-년도, 총 9,504개 기업-년도를 대상으로 우리나라 상장사들의 판매비와관리비 및 재량적 원가의 지출에 영향을 미치는 산업 차원의 요소에 대한 분석을 제조업에서 전 산업으로 확대하여 회귀분석모형으로 시도하였다.

분석의 주요 내용으로는 주요 산업변수인 산업사이즈, 산업수익률, 자본집약도, 기술선진화 정도, 첨단산업 터미와 기업변수인 기업사이즈, 기업부채비율, 코스피 여부 터미 등을 채택하였다. 이들 변수가 판매비와관리비, 판매비, 관리비, 재량적 원가(광고 선전비, 교육훈련비, 연구개발비)등 6개 원가에 영향을 미치는지, 산업변수와 판매비, 관리비의 지출 규모로 본 본분석의 결과와 산업변수, 판매비와 관리비의 지출 규모의 결과가 어떻게 다른지에 대해 검토하고, 제조업과 비제조업간의 비교 및 첨단 산업과 비첨단산업 간의 패널 분석 등을 단계적으로 추가하여 분석하였다.

선행 연구들은 판매비와 관리비의 비대칭성과 산업 차원과 판매비, 관리비의 지출에 영향을 미치는 요인을 분석하지 못하거나 재량적 원가에 대한 영향을 미치는 요인에 대한 연구가 기업의 재무적인 요소들이 주를 이루고 있

어, 외부적인 경제 환경을 제대로 반영하지 못하였다는 한계점을 지녔다. 또한 산업차원에서 판매비와관리비를 접근하였다 하더라도 다양한 산업변수를 채택하지 않거나 산업변수 중 적절하지 않았던 변수가 있는 한계가 있었다. 이로 인해 고도화되고 다양한 산업 특성을 반영하지 못하여 다양한 판매비와 관리비의 지출비율과 지출규모의 합리성과 효율성을 검증하기 어려웠던 게 현실이다.

분석 결과, 판매비와관리비는 기업수준 변수에서 음(-)의 관계로, 산업수준 변수들과는 음(-)의 관계로 유의성 가졌다. 판매비는 기업수준 변수에서 대체로 음(-)의 관계를, 산업수준 변수들과는 음(-)의 관계로 유의성을 가졌다. 관리비는 산업 신장률을 제외한 산업 수준 변수와 기업 수준 변수 모두에서 음(-)의 관계를 가졌다.

재량적 원가 중 교육훈련비와 광고 선전비는 산업수익률을 제외한 모든 항목에서, 연구개발비는 모든 항목에서 음(-)의 관계가 있는 것으로 밝혀졌다.

본 연구의 결과는 선행연구가 표본대상을 외부회계감사 대상 법인에서 분석의 상대적 중요성이 있는 상장사로 확대하고, 대상 업종도 제조업에서 다른 산업으로 확대하여 산업변수가 판매비와관리비 등에 영향을 미치는 분석하였다. 그러므로 다양한 산업 특성에 맞는 산업변수를 개발하여 분석해볼 수 있는 가능성을 열었다고 볼 수 있다. 특히 재량적 원가에 대한 영향을 미치는 요인에 대한 선행연구가 기업의 재무적인 요소들이 주를 이루고 있어 외부적인 경제환경을 제대로 반영하지 못하였다는 한계점을 본 연구에서는 산업차원으로 확대하여 연구하였다. 또한 기존의 선행 논문은 산업변수와 판매비와 관리비의 지출 규모에 대한 관계를 연구하였다면 본 논문은 산업변수와 매출액 대 판매비와관리비의 비율에 대한 관계를 실증한 최초의 논문이다.

여기에 우리나라 상장사의 판매비와 관리비의 비율이 16%에 달하는데 이에 대한 판매비와관리비 지출 규모의 적정성 내지 효율성 검증이 사실상 어려운 현실에서 실무적 차원으로 판매비와관리비의 지출 규모를 과학적인 관리의 어려움을 해결할 수 있는 전기가 되었으며 이는 기업의 원가 경쟁력과 수익성에 직결되는 매우 중요한 사항으로 산업별로 공통적인 판매비와관리비

및 재량적 원가의 지출 현상과 개별 기업의 현상에 대해 종합하여 검토하면 산업별, 개별, 기업별 판매비와관리비의 효율적 관리에 많은 도움을 줄 것으로 기대한다.

【주요어】 주요산업변수, 판매비와관리비, 재량적원가, 지출비율, 지출규모

【목 차】

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구배경 및 목적	1
제 2 절 연구범위 및 방법	5
제 3 절 논문의 구성	6
제 2 장 이론적 배경	7
제 1 절 판매비와관리비의 개요	7
1. 판매비와관리비의 원가행태 또는 원가동인	7
2. 판매비와관리비와 기업내부 요소	10
제 2 절 재량적 원가의 개요	11
1. 재량적 원가의 행태 및 특성	11
2. 재량적 원가의 종류	13
3. 기업내부 요소와 산업차원과 관련된 재량적원가	15
제 3 절 산업 차원 개요	16
1. 산업업종별 구분	17
2. 산업별 특성	18
제 4 절 산업차원 요인과 판매비와관리비(재량적 원가)의 상관관계	20
1. 산업차원 요인	20
2. 새로운 산업차원 요인의 탐색	20
3. 본 연구의 차별성	21
1) 새로운 산업 특성변수	21
2) 판매비와관리비의 세분화	23
3) 기타 추가분석 사항	23

제 3 장 선행연구 개관	24
제 1 절 판매비와관리비	24
1. 국내 선행연구	24
2. 국외 선행연구	24
제 2 절 재량적 원가	27
1. 국내 선행연구	27
2. 국외 선행연구	28
제 3 절 산업차원 요인	28
1. 국내 선행연구	28
2. 국외 선행연구	29
제 4 절 선행연구 요약	30
제 4 장 실증분석 설계	33
제 1 절 연구가설 설정	33
1. 산업사이즈 가설	33
2. 산업수익률 가설	37
3. 자본집약도 가설	38
4. 산업기술의 선진화 가설	39
5. 첨단산업 가설	41
제 2 절 연구 표본	46
제 3 절 변수의 정의	50
제 4 절 연구모형	52
1. 산업특성 변수	54
2. 기업내부 요소	57
제 5 장 실증분석의 결과	59

제 1 절	기술통계 분석	59
제 2 절	상관관계 분석	61
제 3 절	분석결과	64
	1. 산업특성에 대한 분석 결과	64
	2. 원가항목 계수 부호	64
제 4 절	추가분석	77
	1. 판매비와관리비의 지출규모로 분석 결과	77
	2. 산업특성에 대한 분석 결과	80
	3. 상관관계 분석	82
	4. 회귀분석 결과	85
	5. 본 분석과 추가분석의 원가항목별 계수부호 비교	86
	6. 제조업 분석	88
	7. 제조업과 전체 업종간 원가항목별 계수 비교	89
	8. 첨단산업과 비첨단산업 패널분석	92
제 5 절	가설 검증 결과	94
	1. <가설 1, 2, 3, 4, 5>에 대한 검증 결과	94
	2. <가설1-1, 2-1, 3-1, 4-1, 5-1>에 대한 검증 결과	95
	3. <가설1-2, 2-2, 3-2, 4-2, 5-2>에 대한 검증 결과	95
제 6 절	실증분석 결과의 요약 및 시사점.....	97
	1. 요약.....	97
	2.시사점.....	101
제 6 장	결 론	104
제 1 절	연구 결과	104
제 2 절	연구의 한계점	108
【부 록】	110
【참고 문헌】	118
【ABSTRACT】	126

【 표 목 차 】

[표 4-1] 산업사이즈 비교표(1)	34
[표 4-2] 산업사이즈 비교표(2)	35
[표 4-3] 연구가설 모형	43
[표 4-4] 실증분석의 체계도	44
[표 4-5] 산업변수와 판매비와관리비의 관계도	45
[표 4-6] 표본선정 현황	47
[표 4-7] 표본의 산업별 분포	48
[표 4-8] 표본의 산업별 분류(중분류)	49
[표 4-9] 판매비와관리비의 지출규모 결정모형의 변수	51
[표 4-10] 산업변수 추출도	58
[표 4-11] 선행연구의 산업변수 비교표	61
[표 5-1] 기술통계 분석(매출액 대비 지출비율)	63
[표 5-2] 상관관계 분석(매출액 대비 지출비율)	72
[표 5-3] 회귀분석 결과	72
[표 5-4] 실증분석 결과표	73
[표 5-5] 원가항목별 계수부호	76
[표 5-6] 추가분석 연구가설	81
[표 5-7] 기술통계(지출규모)	82
[표 5-8] 상관관계(피어슨상관계수)	84
[표 5-9] 회귀분석 결과	87
[표 5-10] 주요변수 각 원가항목별 계수 부호(지출비율 vs. 지출규모)	88
[표 5-11] 주요변수 각 원가항목별 계수 부호(전체업종 vs. 제조업)	90
[표 5-12] 회귀분석 결과 - 추가분석(제조업)	91
[표 5-13] 회귀분석 결과(지출규모-High - tech 산업)	109
[표 5-14] 회귀분석 결과(지출규모-Low - tech 산업)	110
[표 5-15] 회귀분석 결과(지출규모-High - tech 산업)	111
[표 5-16] 회귀분석 결과(지출규모-Low - tech 산업)	113

[표 5-17] 단변량 분석결과 - Ln(TOSales)	114
[표 5-18] 단변량 분석결과 - Ln(TORos)	115
[표 5-19] 단변량 분석결과 - Fixed	116
[표 5-20] 단변량 분석결과 - RND	116
[표 5-21] 단변량 분석결과 - High-tech	117

제 1 장 서 론

제 1 절 연구 배경 및 목적

원가는 어떠한 목적으로 소비된 경제 가치를 화폐액으로 표시한 재료비·노무비·경비로 구성되며, 또한 직접비와 여러 제품의 생산에 대하여 공통으로 쓰이는 간접비로 세분된다. 직접비와 제조에 소요된 간접비를 포함한 것을 제조원가라고 하며, 일반적인 상품은 여기에 관리비용과 판매비용을 더한 것을 총원가라고 한다. 원가를 구성 요소별로 크게 분류해 보면 총원가, 매출원가, 제조원가, 판매비와관리비, 재량적 원가 등으로 구분할 수 있다.

원가계산 및 손익계산상 쓰이는 주요한 원가개념으로는 매입원가·제조원가·매출원가, 그리고 제품원가·기간원가(기간비용)와 실제원가·표준원가 등이 있다.¹⁾ 이 중에서 기업이 수행하는 대표적인 가치사슬 활동 중에서 제조분야에서 발생하는 원가를 제외하고는 대부분의 원가가 판매비와관리비(selling, general and administrative expenses, SG&A)로 분류되고 있다.(Horngren et al., 2009)

기업은 매년 막대한 금액의 판매비와관리비를 지출하고 있으며 우리나라 상장 기업의 경우 지난 11여 년간 판매비와관리비의 비율은 평균적으로 매출액의 16%에 달할 정도로 중요한 비중을 차지하고 있다. 이와 함께 기업의 판매비와관리비 지출 규모가 어느 정도가 적절한 지에 대해 판단기준이 존재하지 않아 효율성 검증이 사실상 어렵다고 할 수 있다(Minz, 1994). 이에 대

1) 원가란 제품의 생산이나 판매와 같은 어떤 특정한 목적을 위해서 사용·소비되는 재화와 용역의 경제적 가치를 화폐금액으로 측정된 것을 말한다. 이 정의는 다음과 같은 세 가지의 내용이 포함되어 있다. 첫째, 원가의 본질이 정상적인 경영 상태에서 경제적 자원의 희생이란 점이다. 그러므로 제품의 생산과정에서 사용되는 재화와 용역의 희생이라 하더라도 그 희생이 비정상적 원인에 의하여 발생하는 것이라면 이를 제조원가로 보지 않고 손실(loss)로 본다. 둘째, 원가는 화폐금액으로 측정된다는 점이다. 화폐단위는 각각의 이질적인 척도에 따라 측정되는 개별자원의 사용량을 통합하여 총 자원의 사용액을 측정할 수 있는 공통분모로, 원가의 발생을 측정하는 공통의 척도가 화폐단위이다. 셋째, 원가는 어떤 목적을 위해서 사용되는 경제적 자원을 화폐금액으로 측정하는 결과이기 때문에 원가는 반드시 특정한 목적과 대상과 관련되어 측정되는 것이란 점이다(고덕필, 2002).

한 적정성 연구로 기업내부 관점에서는 많은 연구가 진행되고 있으나 산업 차원에서는 원가의 비대칭성 연구에만 그치고 있는 실정이다. 이러한 상황은 매출원가를 구성하는 제조원가의 효율성 측면에 대해 실무적인 진전과 많은 학술적 연구 성과가 나타난 것과는 매우 다른 양상이다.²⁾

그리하여 판매비와관리비의 적정한 지출 규모를 알기위하여 여러 각도로 연구한 것들이 있는데 판매비와관리비도 원가³⁾이므로 원가특성, 원가형태, 원가동인, 원가결정 요인 등 다양한 분야로 연구되고 있다.

첫째, 원가는 특성에 따라 공학적 원가와 재량적 원가(또는 기정원가)로 나누어진다.⁴⁾

둘째, 원가형태⁵⁾에 관한 연구는 크게 원가의 비례성에 관한 연구(비례성이 위배되는 연구 포함)와 대칭성(비대칭성에 관한 연구를 포함하고 비대칭성은 하방경직성이라는 용어와 혼용되고 있음)에 관한 연구로 나누어지고 있다. 이때 원가형태란 용어는 흔히 원가의 비대칭성 즉, 하방경직성을 연구하는 데 종종 사용되는 것을 발견한다.⁶⁾

2) 예를 들면 제조원가 분야에서 적시(구매/제조) 시스템(Just-in-time), 셀방식(cell manufacturing), 전사적 품질관리(total quality control), 활동기준경영관리(activity-based management) 등 다양한 경영관리기법이 제시되었고, 이에 대한 학술적 연구도 다양하게 진행되어왔다 Maiga and Jacobs, 2006).

3) 기업회계기준서에 판매비와 관리비는 급여, 퇴직급여, 복리후생비, 임차료, 접대비, 감가상각비, 무형자산상각비, 세금과공과, 광고 선전비, 연구비, 대손상각비, 외주비, 지급수수료 등이 있다. 그러나 기준서에 열거된 항목들은 예시적 규정일 뿐이며 업종의 특성이나 회사의 관리목적 등 상황에 따라 세부 계정을 별도로 사용할 수 있고, 유사한 계정 과목에 통합하여 사용할 수 있다. 판매비와 관리비로 분류되는 기준은 비용의 성격에 따른 것으로 공장 직원의 급여는 제조원가이고 본사의 영업부 직원의 급여는 판매비와 관리비로 구분된다.

4) 원가를 특성별로 재량적 원가와 공학적 원가로 나누어 분류하여 재량적 원가의 추세와 결정요인을 연구하기도 하였다(박종국·백태영, 2006).

5) 원가 행태로 접근한 연구는, 원가 행태에 관한 명확한 이해가 기업의 경제활동의 예측과 이와 관련된 예산 편성 및 예산 실행 실적 평가에 필수적이다. 수요 예측이나 예산 편성, 수익 계획과 가격 결정 전략과 관련한 의사결정은 고려중인 특정 상황에서 원가가 어떻게 반응하는지에 따라 중대한 영향을 받기 때문이다(Horngreen et al, 2000). 또한 원가 행태(Cost behaviour)는 기업의 수익성에 대한 예측과 효율적인 원가 관리에 매우 중요한 역할을 하며, 이로 인해 원가 행태는 기업의 평가 모델에서도 활용되기도 한다(Banker and Chen, 2006; 주태순 등, 2007; 정문중 등, 2009).

6) 예를 들어 원가 행태의 비대칭성과 산업별 특성 차이에 대한 종합적 분석(문호은·홍철규, 2009) 및 원가 행태와 기업가치(이석영, 2012)는 제목에 사용되고 있고, 이익 조정이 원가의 비대칭성에 미치는 영향(한백현, 2013), 비대칭적 원가 행태의 산업별 차이(이석영·유상열·윤재원·안태식, 2004), 원가 행태의 비대칭성과 산업별 특성 차이에 대한 종합적 분석(문호은·홍철규, 2010), 한국 제조기업의 비대칭적 원가 행태(안태식·이석영·정형록, 2004) 등이다.

셋째, 원가동인(cost driver)에 대한 연구는 종전에 활동기준원가(Cooper and Kaplan 1988), 여기에서 한 단계 진보된 원가동인은 구조적 원가동인과 실행적 원가동인으로 구분(Shank and Govindarajan, 1992)하는 것도 역시 내생적 관점에 머물고 있었으나 최근에는 원가동인을 산업차원으로 확대하는 중이다(홍철규, 2010).

마지막으로, 원가의 결정요인에 대한 논문들을 살펴보면 재량적 원가의 추세와 결정요인(박종국 · 백태영, 2006)에서도 판매비와관리비⁷⁾중 관심분야로 재량적 원가에 대하여 연구하였다. 이러한 판매비와관리비에 대한 분석이 주로 기업내부에 머무르고 있거나 기업외부 변수를 다루는 연구가 극히 미미하여 기업외적인 요소와 판매비와관리비의 본격적인 연구에 대한 필요성이 제기되는 것이다.⁸⁾ 이에 대한 선행 논문들은 크게 4가지로 분류할 수 있다. 산업차원에서 분석을 한 재무회계 분야의 연구를 판매비와 관리비의 산업 특성 변수로 참고할 수 있는 연구들, 산업차원과 관련한 판매비와관리비의 비대칭성연구, 산업분류와 판매비와관리비의 관계, 극소수의 연구이지만 산업차원에서 판매비와관리비에 대한 분석을 시도한 연구 등으로 대별할 수 있다.

첫째, 기업외적인 요소에서 선행논문 중, 본 연구에 중요하다고 생각하는 산업 차원의 분석을 판매비와관리비 외의 재무회계 분야에서 시도한 연구들을 살펴보면 김성환 · 손성규(2011)는 개별 산업의 특성이 회계정보의 품질에 영향을 미칠 수 있다는 보고 경쟁 환경(경쟁이 치열한지 여부), 기술 환경(첨단기술 산업 여부), 사업 영위 형태(수주형 산업 여부와 규제산업 여부) 등으로 산업 특성을 구분하였다.

김성환 등(2012)은 김성환 · 손성규(2011)의 연구에서 밝혀진 결과에서 인과관계를 보다 명확히 하고 회계정보 품질에 영향을 미치는 추가적인 산업

7) 한국 제조기업의 비대칭적 원가 행태(안태식 · 이석영 · 정형록, 2004) 연구에서 사용된 판매관리비는 임원급여, 직원급여, 제수당, 상여금, 잡급, 퇴직급여, 복리후생비, 교육훈련비, 여비교통비, 통신비, 소모품비, 수도광열비, 세금과공과, 임차료, 도서구입비, 수선비, 차량유지비, 보험료, 보상비, 사무비, 체육비, 지급수수료, 미분양주택관리비, 기타관리비, 광고 선전비, 도서인쇄비, 견본비, 해외시장 개척비, 수출비용, 판매촉진비, 판매수수료, 보관료, 포장비, 운반비, 기밀비, 연구비, 경상개발비, 기술개발준비금, 특허권사용료 등을 포함한다.

8) 판매비와관리비의 중요성에 비해 지출 규모의 적정성에 대한 연구가 상대적으로 부족한 이유는 이들 비용이 포함하는 항목이 매우 다양할 뿐 아니라, 상당부분 임의적이고 재량적인 성격으로 간주되어 지출 규모에 영향을 미치는 요인들이 무엇인지 명확하지 않기 때문인 것으로 생각된다(홍철규, 2010).

요인을 찾고자 투자형태인 산업의 자본 집약도, 경쟁산업에서 신용 등급(이익 조정 통제 효과가 더욱 크다는 결과), 첨단기술 산업의 경우 산업차원의 특성(경쟁환경, 기술환경, 사업영위 형태 등)이 기업의 회계품질 차이를 초래하고 있음을 재확인하였다.⁹⁾ 이와 같이 회계 분야에서 산업차원으로 접근한 것은 회계정보 품질과 잔여가치에 미치는 영향 등 관심분야가 판매비와관리비 외의 다른 분야에서 주로 진행되고 있지만 이도 역시 본 연구의 관심분야인 산업차원의 특성변수가 회계정보 품질에 영향을 미치는 것으로 보아서 판매비와관리비에도 영향을 미치리라는 추정을 할 수 있다. 여기서는 산업특성 변수별로 가설을 세우고 회계정보 품질의 구조식(산업변수는 자본집약도), 신용등급 점수의 구조식(산업변수는 첨단산업 여부와 재량적 비용의 발생여부), 자산화된 개발비(첨단산업에서 이익조정 더미그룹)의 구조식 등 각각 3개로 세워서 분석을 시도하였다.

둘째, 판매비와관리비에 대한 산업차원의 접근은 주로 원가행태의 비대칭성(하방경직성)의 분석을 통해서 산업차원과 판매비와관리비의 관련성을 연구한 분야가 대다수의 연구들이나 것을 알 수가 있다.

셋째, 산업을 업종별로 분류하여 판매비와관리비에 미치는 영향을 연구하는 분야인데 이는 엄밀히 산업차원으로 연구한 분야보다는 업종을 단순 분류하여 연구한 수준에 머물러 있다고 보인다.

넷째, 산업차원에서 판매비와관리비에 대한 분석을 시도한 극소수의 연구

9) 김성환 · 김태동 · 김도형(2012)은 김성환 · 손성규(2011)의 연구에서 밝혀진 인과관계를 보다 명확히 하고 회계정보 품질에 영향을 미치는 추가적인 산업 요인을 찾고자 기존의 수주형 산업 여부(규제 산업 여부)로 사업 영위 형태를 분석한 반면 사업의 영위 형태로 투자 형태(산업의 자본집약도)가 회계정보 품질에 미치는 영향을 분석하였다. 또한 김성환 · 손성규(2011)는 산업 내 경쟁정도가 심화될수록 회계정보의 품질이 제고되며 경쟁이 제한되어 있는 독과점 산업에서 회계정보 품질이 낮아지는 실증 결과를 보고한 반면에, 김성환 · 김태동 · 김도형(2012)은 신용평가가 이익조정을 통제하는 효과가 경쟁이 치열한 산업에서 이익의 상향조정에 대해 신용평가 등급이 더욱 하락하며, 신용등급의 이익조정 통제효과가 경쟁 산업에서 더욱 크다는 결과가 도출되어 크게 나타나는지를 알아봄으로써 경쟁이 극심한 산업에서 경쟁 정도가 높은 산업에서 회계정보 품질이 높다는 연구결과가 시장의 규율에 의해 나타난다는 논리적 근거를 제시한다. 그리고 김성환 · 손성규(2011)는 첨단기술이 접목되는 산업의 경우 회계정보 품질이 낮다는 실증결과를 제시하였고, 김성환 · 김태동 · 김도형(2012)은 첨단기술 산업의 경우 감사인 및 투자자들이 기술과 관련되어 이해와 전망이 어렵기 때문에 경영자의 재량적 판단이 더 많이 개입되어 회계정보 품질이 더 낮다고 추론하면서 경쟁환경, 기술환경, 사업영위 형태 등 산업차원의 특성이 기업의 회계품질 차이를 초래하고 있음을 다양한 회계정보 품질의 대응치를 이용해 재확인하였다.

등을 보면 박종국·백태영(2006)¹⁰과 재량적 원가의 추세와 외부산업 요소인 외환위기 전후하여 비교한 연구가 있으며 홍철규(2010)는 판매비와관리비의 지출 규모에 영향을 미치는 요인, 즉 원가동인(cost driver)을 기업내부적인 관점에서 벗어나 소속 산업 이상의 수준인 산업의 시장규모, 경쟁정도 및 진입장벽의 크기로 확대하는 관점의 분석을 시도하였다.

종합해 보면 판매비와관리비 및 재량적 원가의 결정 요인과 관련하여 기업차원에서는 활발한 연구가 진행되고 있으나, 산업차원에서의 연구는 극소수이며 산업차원의 연구는 대부분 하방경직성 연구 등 일부에 국한되어 있다.

본 연구는 산업 차원의 연구를 확장하여 판매비와관리비 및 재량적 원가와 관련하여 산업특성 측면에서 다양한 접근을 통하여 원가형태에 대한 이해를 제고함으로써 원가관리에 도움을 줄 수 있을 것으로 기대한다.

본 연구와 선행연구의 차이점은 산업차원에 관한 선행연구에서 밝혀내지 못한 산업차원 변수를 보완 또는 대체하여 새로운 변수를 개발하고, 판매비와관리비 비율에 미치는 영향을 분석한 것이다. 또한 판매비와관리비를 판매비, 관리비 2개로 구분하여 분석하였을 뿐만 아니라 산업차원의 연구가 거의 전무한 재량적 원가까지 포함하여 연구하였다. 추가 분석으로 매출액대비 비율이 아닌 판매비와관리비 지출금액 규모를 산업차원에서 연구함으로써 다양하게 접근하였다.

제 2 절 연구의 내용 및 방법

본 논문에서는 우리나라 거래소 시장과 코스닥 시장에 상장된 대기업·중소

10) 기업들이 경제 환경 변화 즉, 외환위기와 기업 내부 재무적 요인(부채비율, 영업현금흐름 비율, 당좌비율), 내부 전략적 요인(과거 지출형태, 법인세) 등이 판매비와 관리비 중 재량적 원가인 연구개발비, 광고선전비, 교육훈련비의 지출 규모에 어떤 영향을 미치는지에 대해 분석을 시도한바, 재량적 원가는 꾸준히 증가하다가 외환위기를 기점으로 대폭 감소하였고, 다시 증가하는 추세를 보였다. 또한 외환위기 동안 교육훈련비의 변동 폭이 가장 크게 나타나 교육훈련비가 외부 환경 요인에 가장 민감하게 반응하고 있음을 알 수 있었다.

이에 반해 연구개발비의 경우 외환위기에도 유의적인 감소 정도를 확인하지 못함으로써 경기 변동에 관계없이 일정하게 지출되고 있음을 검증하였다. 다음으로 재량적 원가에 일관되게 유의한 영향을 미치는 요인으로는 과거 매출 이익률, 과거 재량적 원가 비율 등이 있었다. 특히 과거 재량적 원가 비율은 재량적 원가의 구성요소별 분석에서도 유의한 양(+)의 관계를 보여주었다. 이는 재량적 원가의 지출이 단기적인 큰 변동없이 꾸준히 지출되고 있다고 보았다(박종국·백태영, 2006).

기업을 대상으로 기업내부 요소에 추가하여 산업특성 등 산업 차원 요소(독립 변수)가 판매비와관리비(종속변수) 및 재량적 원가에 미치는 영향을 연구해 검증해보고자 한다.

재량적 원가의 측정은 광고선전비, 연구개발비, 교육훈련비의 금액을 합산한 금액으로 한다. 판매비와관리비의 측정은 판매비, 관리비, 재량적 원가의 금액을 합산한 금액으로 한다.

실증분석 방법은 거래소 상장 대기업과 거래소 상장 중소기업, 코스닥 상장 대기업과 코스닥 상장 중소기업을 표본으로 추출하여 회귀분석을 실시함으로써 산업특성 변수와 기업내부 변수가 판매비와관리비와 재량적 원가에 어떻게 영향을 받는지 즉, 원가행태 내지는 원가동인에 대한 기본 회귀분석 모형을 만들어 분석하였다.

제 3 절 논문의 구성

본 연구는 제 1장의 서론에 이어 제 2장에서는 판매비와관리비의 원가 행태, 판매비와 관리비의 결정 요인, 재량적 원가 관련 기업내부 요소와 판매비와관리비 관련 기업외부 요소와 판매비와관리비 관련 회계분야와 산업별요인, 산업별요인과 판매비와 관리비 관련 등 연구에 관한 이론적 배경을 살펴보고, 제 3장에서 산업 특성변수와 판매비와관리비의 상관관계를 중심으로 선행 연구를 살펴본다. 제 4장에서 연구 가설을 설정하고 표본을 선정하며, 구체적인 연구 모형을 설정한다. 제 5장에서 실증 연구 결과를 분석한 후, 제 6장에서 결론을 맺는다.

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 판매비와관리비의 개요

1. 판매비와관리비의 원가행태와 원가동인

(1) 일반적 원가행태와 원가동인

원가행태에 관한 명확한 이해는 기업의 경제활동의 예측, 이와 관련한 예산편성과 예산 실행 실적의 평가에 필수적이다. 이는 수요 예측이나 예산편성, 수익계획, 가격결정 전략과 관련한 의사 결정은 고려중인 특정 상황에서 원가가 어떻게 반응하는지에 따라 중대한 영향을 받기 때문이다(Horngren et al, 2000).

또한 원가동인이란 용어는 활동기준원가나 제조간접비의 배부 연구 등에서 주로 사용하고 있는 것을 알 수 있으므로 이는 비례성에 관련될 때 주로 사용되고 있다고 보인다. 원가동인(cost driver)에 대한 연구에서 종전에는 기업내부에 초점을 맞추어 왔다고 할 수 있다. 원가동인에 대한 중요한 학술적 관점을 제공한 활동기준원가(ABC)는 기업내부 요소로 중요한 원가동인으로 간주하고 있으며 (Cooper and Kaplan, 1988), 대부분의 원가계산도 이러한 관점에서 이루어지고 있다. 여기에서 한 단계 진보된 원가동인은 구조적 원가동인과 실행적 원가동인으로 구분(Shank and Govindarajan, 1992)하였으나 이도 역시 내생적 관점에 머물고 있었다. 그러나 최근에는 원가동인을 산업차원으로 확대하는 중이다(홍철규, 2010).

원가행태와 관련하여 원가는 공학적 원가(engineered cost)와 기정원가(committed cost)로 구분할 수 있다. 공학적 원가는 활동 수준의 변화에 따라 변화하는 원가를, 기정원가는 활동 수준과 상관없이 경영자의 용량 의사 결정의 결과로 변화에 비례하여 변화하는 원가를 의미한다. 여기서 원가의 비례성, 비례성 파괴, 대칭성, 비대칭성 등의 개념이 나타나게 된다.

(2) 원가의 비례성 가정과 비례성의 파괴

전통적인 원가 분류를 적용하면 공학적 원가는 변동 원가와 일치되는 개념이다. 이 때 활동이란 매출액, 판매량, 생산량, 직접노무 시간, 기계시간 등 다양하게 정의될 수 있고, 전통적인 원가시스템이나 ABC시스템 모두 활동량 또는 활동동인과 관련원가 간의 비례 관계를 가정하고 있다. 즉, 활동수준의 증가에 따른 원가 증가액과 동일한 활동 수준 감소로 인한 원가 감소액이 동일한 것으로 간주하여 활동수준의 증감과 관련한 방향성에 관계없이 대칭적인 원가행태를 가정한다(Noreen and Soderstrom, 1997).

또한 원가행태에 따른 원가의 분류는 변동원가와 고정원가로 경제학적 S자 곡선에 대한 회계학적 근사로 볼 수 있다, 따라서 여러 원가시스템에 가정되어 있는 비례성은 현실적으로 성립하지 않을 가능성이 크며, 여러 실증연구에서도 그 사실이 입증되고 있다. 이를 비례성의 파괴라고도 한다.

비례성(proportionality)의 가정은 원가가 활동수준에 비례한다는 것으로 각종 원가들을 원가집합(cost pool)에 모은 다음에 최종 원가를 대상으로 원가를 배분하는 활동기준원가계산을 포함한 모든 이 단계가 원가계산 시스템이 정확한 원가를 제공하기 위한 핵심적 가정 중의 하나로 작용한다.¹¹⁾

반면에 비례성의 원칙이 파괴되는 대표적인 경우는 경제학의 S자 커브에서 연유된 규모의 (불)경제에 관한 실증 연구의 범주에서 발전하여 활동수준이 0인 상태에서도 양(+)의 원가가 발생하는 경우(즉, y축 절편이 양의 값)를 포함하여 활동수준과 원가간에 일종의 규모의 (불)경제가 작용하는 경우이다. 이러한 가능성은 오래 전부터 인식되었으며 대표적인 것이 고정원가의 존재와 학습곡선이다. 학습곡선은 활동수준인 생산량의 증가에 따라 제품 단위당 원가가 비례적으로 증가하지 않고 감소하여 일종의 규모의 경제를 나타내는 현상이라 할 수 있다. 또한 회계학에서는 활동기준원가계산의 등장과 함께 활동으로 구성된 원가집합 단위에서 원가동인과 원가와의 관계에 관한 연구로 발전한 것으로 볼 수 있다.

11) (Noreen, 1991; Bromwich and Hong, 1999; 홍철규, 2001, 2003). 이러한 원가 행태에 대한 가정이 현실적으로 옳은 것인지에 대한 실증연구도 실시된 바 있다(Banker and Johnston, 1993; Noreen and Soderstrom, 1994).

(3) 대칭성의 개요

원가행태의 또 다른 방향의 연구는 원가의 대칭성(symmetry)에 관한 연구로서 원가의 하방경직성(downward stickiness)으로 혼용되고 있는데 이는 활동수준의 증가와 감소에 따라 원가가 동일한 행태를 보이는 게 핵심적인 연구과제이다. 이 두 가지 방향의 연구는 원가 행태에 관해 연구하는 점에서 통합적으로 이루어질 수도 있겠지만, 개념상의 차이와 필요한 표본의 차이로 인해 별도의 연구로 구분하여 생각하는 것이 바람직하다고 할 수 있다.

첫 번째 방향(비례성)의 연구는 활동수준의 증가만 포함하는 표본에서 실시할 수 있는 반면, 두 번째 방향(대칭성)의 연구는 활동수준의 증가는 물론 감소를 포함하고 있어야 한다는 점에서 다르다. 그리고 비례성의 연구에서 활동수준의 증가와 감소(전년도 대비)여부는 원가의 수준에 영향을 미치는 요소(regressor)가 되지 못하여 활동수준이 감소한 경우에도 증가한 경우와 마찬가지로 단지 하나의 데이터로 표시될 뿐이다. 반면에 대칭성의 연구에서는 활동수준의 증가 또는 감소가 원가수준에 영향을 미치는 요소로 작용하게 된다¹²⁾

원가의 비례성에 대한 예외적인 사실들(고정원가의 존재, 학습곡선 등)이 이미 잘 알려져 있듯이, 원가의 대칭성에 대한 예외적인 몇 가지 사실들도 이미 잘 인지되어 있다. 제조원가 중에서 직접노무원가는 생산량의 단위당(또는 시간당, piece-rate) 임금형태를 띠는 제조회사에서 정의되어 전통적으로 변동원가로 간주되어 왔다. 그러나 최근의 왕성한 노조활동, 종업원 등의 사유로 인해 활동량이 다소 감소하는 경우에도 인건비의 대부분이 감소하지 않는다는 점에서 하방경직적인 비대칭적인 원가 행태(asymmetric cost behaviour)를 취하는 것이 옳다는 관점에 기초한 제약이론(Goldratt, 1990)과 쓰루풋 원가 계산(throughput costing) 등도 원가관리회계 분야에서 연구되어 오고 있다.

판매비와관리비 행태는 원가의 행태와 동일하다고 보면 주로 비대칭적 원

12) 대칭성에 관한 기존 연구는 원가의 하방경직성(downward stickiness)이 주류를 이루고 있다(Cooper and Kaplan, 1998; Noreen and Soderstrom, 1997; Anderson et al, 2003; Subramaniam and Weidenmier, 2003).

가행태인 하방경직성의 연구에 치우쳐 있는 것이 현실이다. 판매비와관리비 지출에 대한 통제는 매출액 대비 지출 비율의 증감에 관심을 두고 기본적으로 분석하는 것이 통상적이다. 일반적으로 매출액 대비 판매비와관리비의 비율의 증가는 비효율적인 것으로 간주되곤 한다.¹³⁾ 이는 전년과 비교하여 매출액 대비 판매비와관리비의 비율이 증가할 경우, 경영층의 원가 통제에 문제가 있거나 모럴헤저드가 존재할 가능성이 큰 것으로 보이기 때문이다. 반면에 원가의 고정성과 하방경직성으로 매출이 줄어들 경우 관리자가 장차 매출이 늘어날 것으로 기대하고 판매비와관리비의 자원을 계속 보유해 기업의 장래 수익성이 긍정적으로 전망될 수도 있는 것이다.

판매비와관리비는 변동원가 내지는 비례성 원가나 고정원가라 하더라도 당초 예산 계획을 세울 때 통제가능한 원가를 관리하지 못하여 불요불급하게 지출되었다면 이는 경영자의 관리 능력 부재나 방만한 경영으로 볼 수 있어 시장에 나쁜 신호를 줄 수가 있다.¹⁴⁾ 반면에 일부 비용, 특히 조직적 자본에 공헌하는 연구개발과 인적 자본에 공헌하는 교육훈련 및 고객 자본에 공헌하는 광고선전에 투입되는 비용은 기업의 미래 자본에 투자하는 것이므로, 무형 자산의 증가로 공헌할 가능성이 크다고 볼 수 있다.¹⁵⁾ 또한 일부에서는 판매비는 기업 성장을 위한 바람직한 투자이고 관리비는 성장과 결부하기 어려운 비용으로 보기도 한다.¹⁶⁾

2. 판매비와관리비와 기업내부 요소

판매비와관리비 행태가 일반적인 원가의 행태와 동일하다고 보면 판매비와관리비의 결정요인은 기업내부차원 요인, 산업차원 요인 등의 독립변수들이라고 할 수 있다. 통상적으로 결정요인은 원가의 행태, 원가동인, 원가에 미치는 영향과 함께 혼용되고 있는 것이 현실이다. 그러나 본 연구에서는 결정요인을 기업내부 차원 요인, 산업 차원 요인 등이 독립변수로서 종속변수인 판

13) Lev and Thiagarajan, 1993; Abarbanell and Bushee, 1997.

14) Anderson and Banker, 2000; Lazere, 1995, 1996, 1997.

15) 홍철규 · 손부영, 2008; Kaplan and Norton, 1992; Chauvin and Hirschey, 1993.

16) Weston, 1995.

매비와관리비에 영향을 주는 요인들을 통칭하여 “결정요인”이라고 보고 접근하기로 한다.

(1) 재량적 원가와 기업 내부적 요소와의 관계

박종국 · 백태영(2006)은 재량적 원가(연구개발비, 광고선전비, 교육훈련비)가 어떤 요인에 의하여 변화하는지 그 결정 요소들을 분석하고자 한 연구로서 주요 설명변수들은 기업 내부적 요소에 국한(외환위기 전후 대상 부채 비율, 영업 현금 흐름 비율, 당좌비율, 과거 지출형태, 법인세 등의 설명변수를 채택)하였다.

(2) 판매비와관리비 원가 행태(behaviour)의 하방경직성

판매비와관리비의 원가행태(behaviour)의 하방경직성에 대한 연구를 기업 내부 요소에서 연구한 경우들이다. 국내연구로는 안태식 등(2004), 이석영 등(2004), 이용규 · 한경찬(2005), 장승현 · 백태영(2009), 문호은 · 홍철규(2010) 등이 있다. 하방경직성에 대한 대부분의 연구에서 종속변수는 판매비와 관리비의 전년대비 증가율이며, 독립변수로는 전년대비 매출액 증가율, 매출액 대비 총자산비율 등이 사용되며 하방경직성을 측정하는 주요 관심변수는 매출액 증가율이다.

제 2 절 재량적 원가의 개요

1. 재량적 원가의 행태 및 특성

재량적 원가란 경영자가 자신의 재량에 따라 특정 비용을 지출할 수도 있고 안할 수도 있으며, 또 지출 시기를 임의로 선택할 수도 있는 비용을 말한다. 예컨대 광고선전비, 연구개발비 그리고 교육훈련비 등이 이에 속한다(Horngren et al., 2000 ; 이계원, 2005).

재량적 원가는 공학적 원가에 비해 사용된 자원과 산출 간에 명확한 인과관계로 연결되어 있지 않고 해당항목의 적정성이 불분명하여 상당 부분 경영자의 자유재량에 의해 결정된다. 이러한 재량적 원가와 관련하여 경영자가 어떠한 전략적 선택을 하는지에 대한 연구는 각 기업의 원가형태를 올바르게 이해하는데 상당한 도움이 될 것으로 판단된다. 또한 재량적 원가의 지출에 따라 경영자의 의사결정에 어떠한 요인들이 영향을 미치는지를 살펴봄으로써 경영자의 원가관련 의사결정과 외부 정보이용자들에게 투자의사 결정에 도움을 줄 수가 있다.

산출물과 이를 생산하기 위하여 사용된 자원간의 명확한 인과관계로부터 계산되는 공학적 원가와 달리 재량적 원가는 다음 두 가지 특징을 지닌다 (Horngren et al., 2000).¹⁷⁾

첫째, 재량적 원가는 발생할 최대량과 관련된 기간의 의사결정으로부터 발생한다. 둘째, 산출물과 사용된 자원 간에 측정관계가 가능한 인과 관계가 존재하지 않는다. 즉, 공학적 원가는 제조활동, 고객서비스 활동 등과 같이 상세하고, 물리적으로 관찰 가능하며 반복적인 프로세스에 유용한 반면, 재량적 원가는 프로세스가 정확하게 표현되지 않고 이해가 잘 안 되는 블랙박스과 같은 프로세스와 관련이 있다.

이러한 공학적 원가와 재량적 원가의 차이는 성과측정에 있어서도 차이가 명확하게 구분된다. 공학적 원가의 중심점은 능률적인 상황에서 발생할 수 있는 표준원가를 사전에 설정하고 이를 중심으로 원가중심점의 예산을 편성한다. 그리고 해당 관리자는 사전 설정된 표준원가에 따라 투입량에 대해서만 통제할 수 있을 뿐, 표준원가가 그 자체를 통제하지 못한다. 따라서 공학적 원가 중심점은 성과평가를 객관적으로 할 수 있다는 장점이 있으나, 공학적 원가가 드물다는 단점이 존재한다. 반면에 재량적 원가 중심점은 노력에 따라 성과를 명확히 규정지을 수 없는 원가중심점으로 사전에 결정된 표준원가라

17) 기존의 원가구성 요소별, 산업별 비대칭적 원가행태의 차이에 대한 연구에 비대칭적 원가 행태에 영향을 미치는 요인을 추가하여 연구하면, 원가는 특성을 기준으로 공학원가와 재량 원가로 구분할 수 있다. 공학원가의 경우는 하방경직성을 보이지만 재량원가는 하방경직성을 보이지 않는 것으로 나타났다. 또한 기존 선행연구에서 밝힌 비대칭적 원가행태에 영향을 미치는 요인 외에 재량원가의 비율을 추가하여 재량원가 비율이 비대칭적 원가행태에 영향을 미치는 지를 검증한 결과, 재량원가 비율이 원가의 하방경직성을 완화하는 역할을 하고 있음을 밝혀냈다.(박종국 등 2007)

는 것은 없으며 경영자의 재량에 의해 결정된 예산에 의해 성과 평가가 이루어진다.

2. 재량적 원가의 종류

대표적인 재량적인 원가중심점으로는 연구개발 부문, 광고선전 부문 및 일반관리 부문 등을 들 수 있다.

첫째, 연구개발비는 우리나라의 경우 2002년도부터 적용되는 기업 회계 기준서 제 3호(2011년 12월27일 회계기준위원회 의결)에서 연구단계에서 발생한 지출은 원칙적으로 연구비 계정으로 비용 처리하고 개발단계에서 발생한 지출은 무형 자산의 인식 기준을 모두 충족한 경우에만 개발비 계정으로 무형 자산화하고 상각가정을 통하여 비용화된다. 자산화 요건을 충족하지 못한 경우에는 경상개발비 계정으로 당기 비용화한다고 규정하고 있다.

기준서 규정에 따라 개발비를 무형자산으로 인식할 것이냐 아니면 당기 비용으로 처리할 것이냐 하는 문제는 규정 자체가 지니고 있는 모호성과 추상성으로 인하여 기업 경영자와 회계 담당자의 자유재량에 의존할 수밖에 없는 한계를 지니고 있다.

또한 이러한 재량적 성격과 더불어 연구개발비의 임의 증감이 당기 경영 성과에 직접적인 영향을 미치지 못한다는 시차 효과로 인해 경영자는 연구개발비의 지출을 삭감하여 이익을 과대표시하거나, 당해 연도의 이익이 기대보다 많이 발생할 것으로 예상되는 경우 개발비를 자산화하지 않고 전액을 당기 비용으로 처리하는 등 지출 의사결정에 있어서 상당 부분 전략적 선택이 이루어지고 있다.¹⁸⁾

18) 기업회계기준상의 자산화 요건을 살펴보면 다음과 같다.

(가) 무형자산을 사용 또는 판매하기 위해 그 자산을 완성시킬 수 있는 기술적 실현가능성을 제시할 수 있어야 한다.

(나) 무형자산을 완성해 그것을 사용하거나 판매하려는 기업의 의도가 있어야 한다.

(다) 완성된 무형자산을 사용하거나 판매할 수 있는 기업의 능력을 제시하여야 한다.

(라) 무형자산이 어떻게 미래의 경제적 효익을 창출할 것인가를 보여줄 수 있어야 한다.

(마) 무형자산의 개발을 완료하고 그것을 판매 또는 사용하는 데 필요한 기술적, 금전적 자원을 충분히 확보하고 있다는 사실을 제시하여야 한다.

(바) 개발단계에서 발생한 무형자산 관련지출을 신뢰성있게 구분해 측정할 수 있어야 한다.

또한 연구개발비는 기업회계기준에 의거하여 자산 처리되는 부분과 비용 처리되는 부분으로 나누어진다. 본 연구에선 경기 변동에 따른 재량적 원가의 실질적인 지출 추이를 살펴보고자 하기 때문에 자산처리된 부분도 포함시켜 분석한다. 즉, 본 연구에서 사용된 연구개발비는 다음과 같이 정의하여 사용하기로 한다.

**재무상태표상의 당기 개발비 - 재무상태표상 전기 개발비 + 당기 개발비 상
각액 + 손익계산서상 개발비 지출액 + 제조원가명세서상의 개발비 지출액**

둘째, 광고선전비에 대해 검토해 보면 기업은 매출액을 증가시키고 수익성을 향상시키기 위해 여러 가지 활동의 일환으로 판매촉진활동을 전개시키고 있다. 그러나 과연 광고선전비가 기업의 매출을 증가시키는지 또는 경영성과를 향상시키는지에 대한 연구는 일관적인 결론을 제시하고 있지는 못하다. 예를 들어 상장기업을 표본으로 한 최정호(1994)는 광고비 지출이 당해 연도의 기업가치에 기여하지 못한다는 결론을 내리고 있으며 반면에 이상만(1994)은 광고비 지출이 매출액 증가와 관계가 있다고 주장하였다. 결국 광고선전비는 현금지출을 수반하는 공격적인 경영전략의 일환으로, 경영자는 매출액과 이익에 미치는 영향을 고려하여 자유재량으로 판단하게 된다. 선행연구에서 사용된 광고선전비는 손익계산서상의 광고선전비 + 제조원가명세서상의 광고선전비로 정의된다.

셋째, 교육훈련비에 대해 검토해 보면, 우리나라 기업의 교육훈련제도는 1976년 사업주에 대한 직업훈련제를 근간으로 하는 직업훈련기본법이 제정, 시행됨으로써 시작되었다. 1970년대 중화학공업 분야의 인력 양성을 위해서는 많은 시설과 장비가 필요했고, 이러한 인력양성을 학교나 공공훈련만으로는 감당할 수 없었다. 이에 기능능력을 필요로 하는 기업이 의무적으로 훈련에 참여하도록 하였던 것이 사업장내 직업훈련제도이다(박덕제, 1993). 이후 기업의 교육훈련은 양적으로 늘어났을 뿐만 아니라 내용면에서의 변화도 두드러지게 나타났다. 고용보험법의 직업능력개발사업과 직업훈련기본법의 직업훈련 의무제도의 비교를 통해 기업훈련의 내용면에서의 변화를 요약하면, 정

부 주도의 강제 교육에서 기업의 자율적 실시로 바뀜으로써 교육훈련의 수요자인 기업이 필요에 부응하는 수요자 중심의 교육훈련으로 바뀌었다는 점과 훈련의 중심이 재직 근로자의 교육훈련으로 변화하였다는 것이다.

이와 관련하여 기업회계기준에서는 최근 3년간 전문인력의 개발과 관련하여 발생한 전문인력의 신규채용비용, 교육훈련비용 및 이에 사용하는 유형자산의 감가상각비 등에 관한 사항을 보충적 주석사항으로 공시할 수 있도록 규정하고 있는데 이는 교육훈련비의 중요성을 인정한 증거라 할 수 있겠다. 특히 1995년 이후 고용보험법에 의해 기존의 강제적인 정부 주도형에서 기업 중심의 자율적인 교육으로의 전환은 교육훈련비 지출에 있어 경영자의 재량권을 한층 강화시키는 계기가 되었다. 그 결과 현재 교육훈련비의 지출은 교육훈련이 임금에 미치는 영향을 고려하여 상당 부분 경영자의 재량적 의사결정에 따라 이루어지고 있다. 이 시점에서 교육훈련비 지출 형태와 지출에 영향을 미치는 산업적 요인과 재무적 요인을 살펴봄으로써 정보 이용자로 하여금 재량적 원가지출에 있어 산업적 요인과 기업들의 전략적 의사결정을 이해하는데 도움을 줄 수 있을 것으로 판단된다.

3. 기업내부 요소와 산업차원과 관련된 재량적 원가

원가를 특성별로 재량적 원가와 공학적 원가로 나누어 분류하는데(박종국 등, 2007), 재량적 원가란 경영자가 자신의 재량에 따라 특정 비용을 지출할 수도 있고 안할 수도 있으며, 또 지출 시기를 임의로 선택할 수도 있는 비용이다. 그리고 광고선전비, 연구개발비 그리고 교육훈련비 등으로 이는 판매비와관리비의 분류 중에 하나이므로 판매비와관리비의 특성과 유사한 것으로 보이지만, 재량적 원가의 특수성으로 인해 다른 판매비와 관리비는 다른 특성을 보일 것으로 추정되고 있다. 왜냐하면 판매비와관리비 중에도 공학적 원가나 고정원가 등으로 비재량적 요소에 의해 지출되는 경우는 경영자의 재량성이 개입되기 쉽지 않기 때문이다.

그러므로 이러한 재량적 원가의 특성이 다른 것으로 보았을 때 판매비와 관리비에 영향을 미치는 기업 내부요소들과의 상관관계와 이 기업내부 요소

가 재량적 원가의 미치는 영향 간에는 차이가 발생한다는 것은 충분히 추정
이 가능하리라 생각한다. 그래서 Bhagat et al.(1995)은 기업내부 요소인 주
식수익률, 영업현금흐름, 부채비율, 법인세 비용, 당좌비율, 과거의 지출 행태
등이 재량적 원가의 지출 행태에 영향을 미친다고 입증하였다.

또한 박종국·백태영(2006)은 재량적 원가(연구개발비, 광고선전비, 교육
훈련비)가 어떤 요인에 의하여 변화하는지 그 결정 요소들을 분석하고자 한
연구로써 주요 설명변수들은 기업내부적 요소에 국한하였다. (외환위기 전후
를 대상으로 부채비율, 영업현금흐름비율, 당좌비율, 과거 지출형태, 법인세
등의 설명변수를 채택)

재량적 원가 중 광고비는 개별 기업의 재무적 상황이나 경영성과에 의해
영향을 받을 뿐만 아니라 거시적인 경제요인이나 산업요인 등에 의해 영향을
받을 수 있다(Peles, 1971 ; Abdel-khalik, 1985 ; 권오박·고재모, 2009 ;
이지혜·전봉걸, 2011).

또한 이지혜·전봉걸(2011)은 산업내의 경쟁정도가 클수록 광고비의 지출
이 높음을 보고하였다. 그리고 구정호·백태영·송승아(2013)는 광고비의 지
출 규모 결정 요인으로는 기업내부요인으로는 매출액, 기업규모, 부채비율, 이
익, 현금흐름, 외부 환경요인으로는 GDP 성장률, 산업별 특성, 연도별 특성,
내부 전략적 요인으로는 성장성, 전기 광고비, ROA, 교육훈련비 등이 있는
것으로 입증하였다. 그러므로 재량적 원가의 결정 요인은 산업차원 요인과 기
업내부 요소 등인 것으로 추정된다.

제 3 절 산업차원의 개요

80년대 이후 신제도주의에 따르면 산업의 중요성이 강조되고, 산업은 유
사한 기술 및 제도 환경하에서 유사한 제품 혹은 서비스를 제공하는 기업들
의 집합이며, 산업에 속해있는 기업들은 고유된 규범적, 문화적, 규제적 구조
에 영향을 받아 유사한 조직구조 및 행동양식을 보이게 된다(Scott, 2011).

조직행동론 분야의 경우 기업은 산업 내에서 생존하기 위해 필수적으로
요구되는 문화적 요소를 공유하며(Gordon, 0000), 기업 구성원들이 동일한

산업 내에서 유사한 사고방식을 가진다(Phillips, 1994). 경영전략 분야에서 산업내에 기업들은 유사한 전략적 체계(Rumelet et al., 1979), 인지적 구조(Fombrun and Shanley, 1990), 상황인식(Sutcliffe and Huber, 1998) 등을 공유하고 있으며, 이러한 요소들이 기업 활동에 영향을 미친다는 결과가 제시되었다.

재무관리 분야의 경우, 산업별 경쟁구조에 따라서 기업의 선택전략의 차이로 자본구조 결정에 반영된다(Brander and Lewis, 1986; Maksimovic, 1988). 그리고 기업의 성과가 소속된 산업에 영향을 받게 되는지에 대한 실증연구 결과 기업성과가 산업의 평균에 회귀되는 현상이 제시되었고(King, 1966; Schmalensee, 1985), 이러한 결과는 개별 기업의 성과예측에 있어서 산업단위의 분석이 매우 중요하다는 것을 의미한다.

회계학 분야에서 산업 차원의 연구가 진행된 것은 아래와 같이 크게 산업 분류에 의한 구분(산업업종별로 분류하여 회계정보 등에 어떤 영향을 미치는지 연구)과 산업상 특성으로 다시 3가지 소분류를 할 수 있다. 즉, 판매비와 관리비(재량적 원가 포함)의 결정 요인으로 산업차원 요소, 판매 관리비를 포함한 원가의 하방경직성과 관련한 산업차원 요소, 판매비와관리비 외의 결정 요인으로 산업차원 요소 등으로 일반적으로 아래와 같이 나눌 수 있다고 본다.

1. 산업 업종별 구분

이는 단순한 산업 업종별로 구분하여 회계 분야의 각종 분석을 시도하는 것이다. 먼저, 이석영 등(2004)은 매출 원가, 판매비와관리비와 총원가의 하방 경직성을 결정하는 요인으로 고정자산 집중도, 종업원 집중도, 재고자산 집중도, 산업 집중도(경쟁여부), 2년 연속 매출액 감소 여부와 산업별 차이는 제조업·건설업·유통업·서비스업으로 구분해서 업종별로 분석·연구하였다.

문호은 · 홍철규(2010)는 원가를 총원가, 매출원가, 판매비와관리비, 재량적 원가, 광고선전비, 교육훈련비, 연구개발비 원가를 세분화하고 각 원가 종류별로 제조건설·유통·서비스업으로 구분해서 그 결정 요인으로 재고자산 집중

도, 비유동자산 집중도, 부채비율 집중도, 2년 연속 매출감소, 경영자 유형 등으로 하방경직성의 분석을 시도하였다.

안일준·김정연(2008)은 완제의약품 업종이 자산 대비 판매비와관리비 항목이 가장 크게 나타난데 반해 건설업종과 종이 및 판지 제조업은 상대적으로 작은 관리비용을 사용한 바, 종이 및 판지 제조업은 판매비와관리비 항목에서 상대적으로 많은 기업이 동종 업종의 평균과 다른 이상 현상을 보였다.

2. 산업별 특성

첫째, 재무회계 분야에서 김성환·손성규(2011)는 개별 산업특성(경쟁 정도, 첨단기술 산업 여부, 수주형 산업 여부)의 회계 정보 품질에 대한 영향을 밝혔고, 김성환·김태동·김도형(2012)은 개별 산업특성(산업의 자본집약도, 경쟁시 신용등급, 첨단기술 여부)을 추가 분석하였다. 또한 안일준·유수정(2002)은 잔여가치에 미치는 산업효과를 고려하여 High-tech산업과 Low-tech산업으로 구분해 분석을 시도하였다.

이영태·김광동(2000)은 산업별 특성이 유효법인세율에 따른 기업들의 조세부담 정도를 측정하는 것에는 아무런 영향을 미치지 못함을 입증하였다. 김성환 등(2012)은 산업특성인 자본집약도가 높은 산업, 경쟁이 심한 산업, 첨단 산업 여부가 회계정보 품질에 영향을 미치는 것으로 입증하였다. 이영태·김광동(2000)은 기업규모, 수출산업, 부채비율, 감가상각비 등 잔여가치에 미치는 산업효과를 고려하여 High-Tech산업과 Low-Tech산업과 비교하였다.

안일준·유수정(2002)도 잔여가치에 미치는 산업효과를 고려하여 High-tech산업과 Low-tech산업으로 구분분석을 시도하기도 하였다. 김성환·손성규(2010)는 산업특성을 나타내는 경쟁환경, 기술환경(High-tech여부 더미변수), 사업영위 형태(수주형 산업 여부 더미변수, 규제산업 여부 더미변수)의 산업별 회계정보의 품질에 대해 입증하였다. 나종길·최기호(2005)는 회계감사인의 산업별 전문성과 회계감사보수와의 관계에서 산업별 전문성은 총자산을 기준으로 측정한 산업별 시장점유율과 제조업대 비제조업으로 나누어 입증하였다. 노현섭·이인재(1995)는 기업규모와 유효세율간의 관계를 분석

하기 위해 대체적 정치적 비용변수 및 산업별로 분석하여 4분위 수(소비재 제조업, 생산재 제조업, 건설업, 도·소매업, 운수·창고업으로 산업군을 분류)로 기업군을 분류하여 입증하였다. 정재호 등(2004)은 주요국의 산업별 관세율 구조를 비교해 산업차원의 특성이 기업의 회계 품질 차이를 초래하고 있음을 입증하였다.

둘째, 판매비와관리비의 하방경직성을 산업차원에서 분석한 연구들을 검토해 보면 이석영 등(2004)은 매출원가와 판매비와관리비를 대상으로 비대칭적 원가행태가 산업별(제조, 건설, 유통, 서비스 등)로 다르게 나타나는지와 비대칭적 원가행태가 활동수준 변화의 크기에 의하여 영향을 받는지 조사하였으며, 산업별로 원가의 하방경직성을 결정하는 요인에 대하여도 분석을 시도하였다.¹⁹⁾ 문호은·홍철규(2010)는 판매비와관리비의 하방경직성을 산업별 차이(업종별 구분)로 입증하였다.

마지막으로 판매비와관리비(재량적 원가를 포함)의 결정 요인으로 산업 차원 요소에 대해서는 아래 제 4절에서 별도로 후술한다.

19) 연구 결과, 매출원가는 건설업에서만 하방경직적인 것으로 나타났으며, 판매비와관리비와 총원가는 모든 산업에서 비대칭적 원가행태를 보였다. 원가의 하방경직성이 활동수준 변화량에 의하여 영향을 받는지를 조사한 결과, “매출원가”는 건설업에서 매출액이 30%이상 감소하는 경우에, “판매관리비”는 제조업에서 매출액이 10%이상 감소할 때, 유통업에서는 매출액이 20%이상 감소할 때, 건설업에서는 매출액이 30%이상 감소할 때, 서비스업은 매출액이 10%이상 감소할 때 하방경직적 행태를 보였다. 총원가는 유통업, 건설업, 서비스업에서 매출액이 각각 20%, 30%, 30%이상 감소할 때 하방경직성이 발견되었다. 이러한 결과는 하방경직적 원가 행태가 발견된 산업 내에서도 활동수준 변화량이 큰 경우에만 하방경직적이고, 매출액 변화가 크지 않은 경우에는 원가행태가 비례적임을 시사한 것이다.

산업별 하방경직성을 결정하는 요인(고정자산 집중도, 종업원 집중도, 재고자산 집중도, 산업집중도, 2년 연속 매출액 감소여부)에 대한 분석결과, 재고 자산 집중도는 제조업과 건설업에서 모든 원가(매출원가, 판매비와관리비, 총원가)의 하방경직적 원가행태를 결정하는 요인으로 나타났으나, 유통업과 서비스업에서는 그렇지 않았다. 종업원 집중도는 제조업의 판매비와관리비, 유통업의 매출원가에 대해서만 하방경직성 결정요인으로 분석되었다. 산업 내 경쟁 정도를 측정하는 산업집중도는 제조업과 서비스업의 총원가, 유통업의 모든 원가의 하방경직적 원가행태를 결정하는 요인으로 나타났다. 이는 경쟁적 산업에 속한 기업일수록 상황 변화에 대응하는 능력이 더 크기 때문에 산업 집중도는 원가의 하방 경직성을 감소시킴을 의미한다. 2년 연속 매출액 감소는 서비스업을 제외한 모든 산업에서 매출원가와 판매비와관리비의 하방경직성 결정요인으로 나타났다. 이로써 비대칭적 원가행태는 단기적 현상이라는 것이 검증되었다.

제 4 절 산업차원 요인과 판매비와관리비 및 재량적 원가

1. 산업차원 요인

첫째로, 박종국·백태영(2006)은 3개의 패널로 산업을 분류하고 산업 특성인 첨단산업 여부 및 외환위기라는 국가경제적 특성이 판매비와관리비의 일종인 재량적 원가에 미치는 영향에 대해 분석하여 산업 효과가 존재함을 밝혀낸 것이다.

둘째로, 홍철규(2010)는 “산업수준 요소들이 판매비와관리비에 미치는 영향”이라는 논문에서 산업특성인 산업의 시장규모, 경쟁정도, 진입장벽으로 판매비와관리비에 미치는 영향을 분석하였는바, 이도 산업 차원의 요소들을 이용하여 원가행태 내지는 원가동인에 대한 분석을 시도한 것이다.

지금까지 산업별 특성이 판매비와관리비의 영향에 대한 상관관계 연구가 극소수에 불과한 것을 알 수 있다. 이는 다른 연구에서 많은 산업특성에 대해 연구가 진행되어 온 것에 비하여 판매비와관리비 및 재량적 원가의 결정요인인 산업특성과의 상관관계 연구가 극히 부족한 것으로 나타났다. 그러므로 본 연구는 선행논문에서 사용되지 않은 새로운 산업변수를 이용하여 판매비와관리비(재량적 원가를 포함) 분석을 시도하였다.

2. 새로운 산업차원 요인의 탐색

산업차원 요인을 산업특성으로 접근하게 된 것은 판매비와관리비(재량적 원가)의 결정 요인으로 산업차원 요인에 대한 보다 구체적인 분석의 필요성이 제기되는 것이다. 그러므로 기업요인(매출액 등)은 물론 기업 외적인 요소들을 포함하여 판매비와관리비의 지출규모에 영향을 미치는 요인들을 분석할 필요를 제시하는 것이다. 기업외적인 요소, 특히 산업별 요인들로서 선행연구는 산업별 요인과 산업수준과 산업특성들의 용어로 나누어져 용어들의 개념들 간에 때로 혼용되기도 하지만 일반적으로 산업별이란 업종별로 분류하여 분석하는 방법이고, 산업별 특성이라 함은 수주형 산업과 규제형 산업, 경쟁

이 치열한 산업인지 여부와 산업의 진입 장벽 여부, 첨단산업 여부 또는 경쟁 환경, 기술환경, 사업의 영위형태 등 산업차원의 특성 등 연구자에 따라 나름 대로 구분하는 것을 알 수 있으나 어떤 획일적인 기준이 없음을 알 수가 있다. 또한 산업 수준 요소는 산업 특성을 활용하지만 수준 변수를 사용한다는 데 그 차이가 있다고 본다.

3. 본 연구의 차별성

1) 새로운 산업특성 요인변수 적용

본 연구는 산업 특성과 관련한 판매비와 관리비 지출 규모에 영향을 미치는 요인에 대하여 연구를 진행하면서 산업특성을 산업 사이즈, 산업의 자본집약도, 산업 경쟁력(기술의 선진화 정도), 산업별 수익률, 첨단산업 여부 등을 고려하여 새로운 산업변수를 적용하여 분석하였다.

첫 번째 산업변수는 산업의 자본집약도이다. 사업의 영위형태로 투자 형태, 즉 산업의 자본 집약도가 판매비와관리비(재량적 원가)에 영향을 미치므로 산업변수로 채택한다. 산업의 자본집약도 변수는 김성환 등(2012) 논문에서 회계정보품질에 영향을 주는 것과 같이 판매비와관리비(재량적 원가)의 지출에도 영향을 미치는 것으로 보아 산업변수로 채택하였다.

두 번째 산업변수는 산업의 선진기술화 관련 변수로서 이는 산업의 경쟁력 중 하나로 볼 수 있다. Porter(1998)는 산업의 경쟁력을 5가지 강점 중에서 시장 점유율(MS), 경쟁우위인 산업경쟁력 중 특히 중요한 기술력이라고 보았으므로 산업적 특성이 발생함에 유의하여 산업변수로 채택하였다. 김성기·김태완(2010)의 연구에서도 연구개발비 자본화가 회계정보의 결정 요인이므로 판매비와 관리비(재량적 원가)에도 영향을 미치는 것으로 보아 산업변수로 채택한다.

세 번째 산업변수는 산업수익률인데, RMS-ROA 매트릭스는 상대적 시장 점유율 RMA(Relative Market Share)와 자산수익률 ROA (Return on Assets)²⁰⁾를 비교하여 기업의 효율성을 진단하는 기법이다. 일반적으로 RMS

가 높을수록 ROA가 높아지므로 이는 수익률이 높으면 고효율 기업이거나 전형적인 경쟁력 있는 대규모 기업으로 본다고 해석된다. 그러므로 고효율 기업이거나 전형적인 대규모 기업이 결국 경쟁력이 있다고 보고 고효율성인 산업의 특성을 지니고 경쟁력 있는 산업의 특성일 가능성이 크므로 산업변수로 채택하였다. 이는 주식 시장이나 회계학에서 기업의 기본적인 수익률 계산은 당기순이익/매출액(표학길 등, 2009)으로 하는 것 등에 유의하여 산업적 특성에 따라 산업의 수익률이 다르고 판매비와 관리비(재량적 원가)에도 영향을 미치는 것으로 보아 산업변수로 채택하였다.

네 번째 산업변수는 High-tech산업과 Low-tech산업으로 첨단산업 여부 더미변수다. 김성환·손성규(2011)는 개별 산업의 특성이 회계정보의 품질에 영향을 미칠 수 있다는 보고 경쟁환경(경쟁이 치열한 지 여부), 기술환경(첨단기술 산업 여부, High-tech산업/Low-tech산업 분류), 사업영위 형태(수주형 산업 여부와 규제산업 여부)등으로 산업특성을 구분하고, 이러한 산업특성이 회계정보에 영향을 미치는 것으로 나타났는데 이를 참조하여²¹⁾ 판매비와 관리비(재량적 원가)에도 영향을 미치는 것으로 보아 산업변수로 채택하였다.

본 논문에서는 유가증권 상장기업과 코스닥 상장기업을 대상으로 하였다. 그리고 판매비와관리비의 지출 행태에 영향을 주는 여러 가지 요인 중 기업 내부의 요소로 기업 규모(총자산의 자연로그 값)와 기업부채(총자산에서 총부채가 차지하는 비율), 코스피 여부(더미변수)등의 값으로 정의하였다. 기업외적인 요소로는 사업을 영위하고 있는 환경으로 산업이 기업의 판매비와관리비(재량적 원가)에 미치는 영향을 설명하는 중요한 요인이라는 논리하에서 사업의 영위형태 중 투자형태인 산업의 자본집약도(총자산중 감가상각비율), 산업의 경쟁력, 선진기술화된 산업으로 자본환원률(총 R&D비용의 산업평균 중

20) ROA(Return On Assets)는 기업의 총자산에서 당기순이익을 얼마나 올렸는지를 가늠하는 지표로 기업의 일정 기간 순이익을 자산 총액으로 나누어 계산한 수치이다.

21) 기업 외적인 요소와 관련된 선행논문 중에서 본 연구에 중요하다고 생각하는 산업차원에서 분석은 판매비와관리비 외의 재무회계분야에서 시도한 연구들이다. 이를 자세히 살펴보면 김성환·손성규(2011)는 개별 산업의 특성이 회계정보에 미치는 영향을 분석한 결과, 산업 차원의 특성이 기업의 회계정보 품질에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 산업 업종별로 회계 정보 품질에 차이가 있다는 가설의 구조식 1개와 산업특성 변수 4개(경쟁정도, 첨단기술산업 여부, 수주형산업 여부, 규제산업 여부)는 회계정보 품질과 관련성에 대해 구조식을 세워 분석을 시도하였다

무형자산 인식비율), 성장산업으로 본 산업수익률(매출액대비 당기순이익), 첨단산업 여부(더미변수)등의 값을 정의하고 이 산업특성 변수들이 기업의 판매비와관리비(재량적 원가)의 미치는 영향을 미치는 지 여부를 검토하였다.

이와 같이 산업차원으로 접근한 것은 회계정보 품질과 잔여가치에 미치는 영향 등 관심 분야가 판매비와관리비 외의 다른 분야에서 주로 진행되고 있지만 산업차원 특성변수가 회계정보 품질에 영향을 미친다는 연구결과에 비추어 볼 때 판매비와관리비에도 영향을 미치리라는 추정을 할 수 있다. 본 연구에서는 산업 특성변수별로 가설을 세우고 구조식을 세워 회귀분석을 시도하였다.

2) 판매비와관리비의 세분화 분석

홍철규(2010)는 판매비와관리비를 판매비와관리비, 판매비, 관리비로 구분하여 분석하였고, 문호은 · 홍철규(2010)는 원가를 총원가, 매출원가, 판매비와관리비, 재량적 원가, 광고선전비, 교육훈련비, 연구개발비 원가를 세분화하여 분석을 시도하였다. 이석영 등(2004)은 매출원가와 판매비와관리비를 대상으로 비대칭적 원가행태가 산업별(제조, 건설, 유통 서비스업 등)로 다르게 나타나는지, 비대칭적 원가행태가 활동수준 변화의 크기에 의하여 영향을 받는 지 조사하였으며, 산업별로 원가의 하방경직성을 결정하는 요인에 대하여도 분석을 시도하였다. 이에 따라 본 연구에서도 판매비와관리비, 판매비, 관리비, 광고선전비, 교육훈련비, 연구개발비로 세분화하였다.

3) 기타 추가분석

첫째, 매출액 대비 판매비와관리비 및 재량적 원가의 지출 비율을 본 분석으로 하고 매출액 대비 판매비와관리비 및 재량적 원가의 지출규모의 자연로그값을 추가 분석하였다.

둘째, 판매비와관리비 및 재량적 원가의 지출규모를 연구모형에 추가했다.

제 3 장 선행연구의 개관

제 1 절 판매비와관리비

1. 국내 선행연구

첫째, 원가행태란 용어는 흔히 원가의 비대칭성 즉, 하방경직성을 연구하는 데 종종 사용된다. 예를 들어 원가행태의 비대칭성과 산업별 특성 차이에 대한 종합적 분석(문호은 · 홍철규, 2009) 및 원가행태와 기업가치(이석영, 2012)는 제목에 사용되고 있고, 이익조정이 원가의 비대칭성에 미치는 영향(한백현, 2013)은 비대칭성을 설명시 원가의 행태로 설명하고 있는 것을 보아서도 알 수 있다.

원가동인이란 용어는 활동기준원가나 제조간접비의 배부 연구 등에서 주로 사용하고 있는 것을 알 수가 있다. 공학적 원가와 달리 기정 원가는 해당 자원에 대한 수요에 비례하여 발생하지 않는다. 기정원가는 설비용량 원가(capacity cost)와 같이 예측된 수요에 입각하여 사전에 그 총액이 결정되기 때문에, 사후적으로 설비의 사용량이나 설비자원의 수용량에 비례하여 그 발생 원가가 변화하지 않는다. 하방경직성을 연구하는 항목으로 판매비와관리비를 포함하고 있는데, 판매 수수료, 포장비, 운반비는 매출액에 비례하여 발생할 수 있는 일종의 공학적 원가성격이 큰 비용 항목으로 볼 수 있으나, 감가상각비와 같이 매출액과 상관없이 발생하는 비용 항목을 포함하고 있다(안태식 등, 2004).

둘째, 박종국 등(2007)은 “비대칭적 원가행태의 원가특성별 차이”라는 논문에서 기존의 원가구성 요소별, 산업별로 비대칭적 원가행태의 차이에 대한 연구에 추가하여 이들 비대칭적 원가행태에 영향을 미치는 요인에 대해 연구하였다. 제조회가명세서 등을 통해서 원가발생 구조 및 원가관리 실태를 연구한 논문으로 이경태 등(2006)과 정형록 · 안태식(2006)은 원가 행태는 대칭성 여부에 따라 전통적인 원가행태 모형에 따른 대칭적인 원가행태와 비대칭적 원가행태(하방경직성)로 분류하기도 하며, 원가를 특성별로 분류하면 재량적

원가와 공학적 원가로 나누기도 하였다.

셋째, 박종국·백태영(2006)은 재량적 원가의 추세와 결정요인에서 원가를 특성별로 분류하여 재량적 원가와 공학적 원가로 나누어 분류하였다. 판매비와 관리비의 행태(behaviour)에 대해 보다 일반적인 연구 분야는 원가행태의 대칭성 여부에 관한 연구이며, 활동수준이 증가하고 감소함에 따라 원가가 동일한 행태를 보이는지가 핵심적인 연구내용이라고 할 수 있다. 이 분야의 주요 연구들은 원가행태의 비대칭성, 특히 하방경직성(downward stickiness)이 존재한다는 유사한 연구 결과를 내놓고 있다(안태식 등, 2004 ; 이석영 등, 2004 ; 이용규·한경찬, 2005 ; 장승현·백태영, 2009).

넷째, 기업내부 요소, 판매비와관리비 관련 선행 연구에서는 판매비와관리비의 원가행태의 하방경직성에 대해서 기업 내부의 관점으로 연구한 경우들이다(안태식 등, 2004 ; 이석영 등, 2004 ; 이용규·한경찬, 2005 ; 장승현·백태영, 2009 ; 문호은·홍철규, 2010).

2. 국외 선행연구

첫째, 전통적인 원가행태 모형은 관련범위 내에서 활동수준의 변화에 따라 비례적으로 변하는 대칭적인 원가행태의 가정이다(Noreen and Soderstrom, 1997). 원가동인에 대한 연구와 분석은 주로 기업내부에 초점을 맞추어 왔으며 원가동인에 대한 중요한 학술적 관점 제공한 ABC는 4가지 원가계산 층과 대표적 원가동인을 제시하고 있다. 그러나 원가 동인에 대한 내생적 관점은 제조분야의 원가발생 요소에 대한 설명이 효과적이나 기업 외적요소에 많은 영향을 받는 비제조분야 활동원가의 설명에는 한계가 있었다. Shank and Govindarajan(1992)은 활동기준원가보다 한 단계 진보된 원가 동인(구조적 원가동인, 실행적 원가동인)으로 이해의 폭을 넓혔으나 여전히 내생적 관점으로 분석하였다.

둘째, 매출액대비 지출비율 증감분석인데 Lev and Thiagarajan(1993)과 Abarbanell and Bushee(1997)는 판매비와관리비 지출에 대한 통제는 절대

규모보다는 매출액 대비 지출비율의 증감으로 분석하였다. 기본 분석(fundamental analysis)에서도 매출액 대비 판매비와관리비의 비율의 증가는 비효율적인 것으로 간주되어 기업의 미래 수익성과 기업가치에 종종 부정적인 신호로 인식되는 것이 일반적이다. 이러한 인식의 배경에는 전년보다 매출액 대비 판매비와관리비의 비율이 증가할 경우, 이는 경영층의 원가통제 능력 부족 또는 도덕적 해이가 존재할 가능성이 큰 것으로 판단하기 때문이다.

셋째, 판매비와관리비의 원가행태의 하방경직성인데 하방경직성에 대한 연구에서 종속변수는 판매비와관리비의 전년 대비 증가율이며, 독립변수로는 전년 대비 매출액 증가율, 매출액 대비 총자산비율 등이 사용되며 하방경직성을 측정하는 주요 관심 변수는 매출액 증가율이다(Anderson et al., 2003). 이를 통해 t 기의 판매비와 관리비에 결정요인으로서 t 기의 매출액과 $(t-1)$ 기의 매출액이 t 기의 판매비와 관리비를 결정하는 요인이 될 수 있음을 추정할 수 있다. Anderson et al.(2003)의 연구에 의하면 원가의 고정성과 하방경직성으로 인해, 매출이 감소할 때 경영자들이 미래에 매출이 증가할 경우에는 기업의 미래 수익성에 대한 경영자의 기대를 반영하는 것으로 긍정적으로 해석될 수 있다는 것이다.

Chen et al.(2008)은 대리인 이론에 근거하여 기업의 지배구조가 원가의 비대칭성을 완화시키는지 분석한 결과, 이사회 규모의 크고, 사외이사 비율이 높고, CEO와 회장이 분리되어있고, 이사가 소유한 주식의 가치가 높아질수록 경영자의 대리인 비용을 감소시켜 결과적으로 판매관리비의 하방경직성은 낮아질 것으로 보았다. Banker et al.(2011)은 원가의 하방경직성에 의문을 제기한 최근 논문들에 대해 논의하면서 그들의 경제통계적 분석에 비현실적 가정과 오류가 있기 때문에 그들의 주장이 실제적으로 정당화되지 못하고 있음을 입증하였다. Yasukata and Kajiwara(2011)는 미래예측 전망이 선행연구에서 다루어지지 않았다고 지적하면서 경영자의 미래 매출전망의 대응치로 경영자들이 발표한 매출 예측치를 사용하여 원가의 비대칭성이 경영자의 자의적인 의사결정의 결과라는 것을 검증하였다.

판매비와관리비 결정 요인에 대해 추가적으로 이해하기 위해서는 이들 원

가에 대한 지출을 바라보는 상반된 관점을 이해할 필요가 있다. 한편으로는 판매비와관리비는 낭비적인 요소를 포함하고 있어서 이들에 대한 지출을 늘리는 것은 이익의 감소로 연결될 뿐만 아니라 경영층의 원가통제에 대한 도덕적 해이의 가능성을 내포하는 것으로 부정적인 인식이 될 수 있다 (Anderson and Banker, 2000 ; Lazere, 1995, 1996, 1997).

또한 판매비는 기업 성장을 위한 바람직한 투자이지만 관리비는 성장과의 연계를 찾기 어려운 비용이라고 주장하기도 한다(Weston, 1995). 이와 같이 판매비와관리비에 대한 관점이 통일되지 않은 데는 성격이 다양한 월가항목이 포함되어 있는 것이 가장 큰 원인일 수 있다. 하지만 근본적으로 판매비와 관리비의 총괄적 지출규모에 영향을 미치는 요인에 대한 이해가 부족한 것도 중요한 원인으로 작용하고 있는 것으로 보인다.

선행연구에 의하면 판매비, 그리고 관리비는 매출액을 비롯한 기업요인(매출액 등)의 여러 변수와 정관계가 있고 판매비를 별도로 구분하고 분석할 시에는 판매비및 관리비는 각각 기업변수에 의해 영향을 받은 것으로 나타났다.

제 2 절 재량적 원가

1. 국내 선행연구

재량적 원가의 지출은 기업에 발생한 이익의 규모와 비교하여 일정 수준을 계속해서 유지하고 있을 때의 이익은 그렇지 못한 이익보다 질적으로 높다고 판단할 수도 있고, 이런 비용을 지출하지 않고 소극적인 기업경영전략 수행으로 인해 기업의 미래의 성과에 부정적인 영향을 미치게 될 수도 있다. (신건권 등, 2003)

또한 박종국 · 백태영(2006)은 재량적 원가(연구개발비, 광고선전비, 교육훈련비)가 어떤 요인에 의하여 변화하는지 그 결정요소들을 분석하고자 한 연구로서 주요 설명변수들은 기업 내부적 요소에 국한(외환위기 전후 대상 부채비율, 영업현금흐름 비율, 당좌비율, 과거 지출형태, 법인세 등의 설명변수를 채택)하였다. 또한 재량적 원가와 관련하여 기업가치 및 기업의 미래성과에

미치는 영향에 연구한 논문(조성표 · 정재용, 2001)들이 있다.

그 외에 박종국 등(2007)의 연구에서는 총원가를 공학적 원가와 재량적 원가로 구분하여 비대칭적 원가행태에 대하여 연구한 결과, 공학적 원가는 하방경직성을 보이지만 재량적 원가는 하방경직성을 보이지 않는다는 결과를 보였다.

2. 국외 선행연구

재량적 원가와 관련하여 기업가치 및 기업의 미래성과에 미치는 영향을 연구한 논문(Ben Zion, 1978 ; Chauvin, K. and M. Hirschey, 1993; Sougiannis, 1994)들이 있다. 연구개발비는 조직적 자본에 해당된다고 할 수 있으며, 광고선전비는 고객자본, 교육훈련비는 인적자본에 해당된다.(Davidson, 1969 ; Edvinsson and Malone, 1997) 따라서 이러한 재량적 원가는 무형자산적인 성격을 지니고 있으며 이런 무형자산적 성격으로 인하여 당기지출의 효과가 당기에 모두 발생하는 것이 아니라 생산성과 수익성으로 구체화되는데 일정 시간이 소요된다는 것이다.(Bublitz. B. and M. Ettredge, 1989 ; Lev, B. and T. Sougiannis, 1996).

광고선전비는 경영자의 재량에 따라 지출금액이나 시기 등을 통제할 수 있는 대표적인 재량적 원가이기 때문에 단기적인 경영성과나 목적을 위해 의도적으로 조정되기도 한다. (Graham et al. 2005; Cohen et al. 2010)

제 3 절 산업차원 요인의 개요

1. 국내 선행연구

회계학분야와 관련한 산업차원요인의 관련 연구를 보면 한봉희(1998)는 국내기업을 대상으로 현행 기업회계기준 하에서 급변하는 산업변화에 따라 특정산업에 대해 회계이익의 유용성이 감소여부를 첨단산업대 비첨단산업으로 검증하였다.

김성환 · 손성규(2011)는 경쟁환경, 기술환경, 사업의 영위형태 등 산업차원의 특성으로 구분하고, 이러한 산업 특성이 기업의 회계품질 차이를 초래하고 있음을 실증하였다. 김성환 등(2012)은 산업특성인 자본집약도, 산업경쟁 정도, 첨단기술 여부가 회계정보 품질에 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

그 외에 박종국 · 백태영(2006)은 재량적 원가에 대해 기업들이 외부 경제 환경 변화에 따라 재량적 원가에 대해 분석하였다. 김문철(1994)은 기업이 치측정에 있어서 회계정보의 역할을 신규공모주식의 발행가격 결정의 관점에서 고찰하고, 주요 기업특성간 회계정보의 역할이 어떻게 차이가 나는지 첨단 산업 여부로 분석하였다. 또한 홍철규외(2010)는 산업수준과 판매관리비의 상관관계를 살펴본 바 기업수준에 한정해 온 원가동인에 대한 관점의 재검토를 주장하였다. 박종국 · 백태영(2006)은 3개의 산업을 분류하고 산업특성인 첨단산업여부 및 외환위기라는 국가경제적 특성이 판매비와관리비의 일종인 재량적 원가에 미치는 영향에 대해 입증하였다.

2. 국외 선행연구

첫째, 특정 산업내에서 동일한 마케팅 활동과 기술전략이 나타나며(Mauri and Michaels, 2003), 경영자는 산업을 분석하고 자신의 기업에 산업지식을 적용한다(Spender, 1989). 증권사, 컨설팅기업, 회계법인등은 산업별 전문성을 높이기 위해 노력하고, 투자자는 해당 산업의 맥락 속에서 기업 성과 및 전략을 파악하고 투자 의사결정을 내리게 된다. 이와 같이 산업 차원의 정보는 개별 경제주체가 의사결정과 경제활동을 하는데 매우 큰 영향을 미치게 된다.

Barth et al.(1998)은 인식되지 않은 무형자산을 기준으로 3개의 산업-계약회사, 금융회사, 제조회사를 선정하고, 장부가치와 순이익의 계수 값과 설명력은 인식되지 않은 무형자산에 대한 회계측정방법과 금액의 차이로 인해 산업별 차이가 있다고 보았다. 마이클포터(1998)는 세분산업에 따라 절대규모나 성장률이 차이가 나는 경우 절대규모나 성장률은 산업내 어디에서 경쟁할 것인가를 결정하는 데 있어 매우 중요한 변수로 보고 각 세분산업의 기대성장률은 경쟁정도 및 신규진입 위협정도를 결정하는 데 중대한 영향을 준다고

보았다. Amir와 Lev(1996)는 빠르게 변화하는 산업 및 기술에 기초한 기업의 재무정보가 투자자들에게 제한된 정보만을 준다고 보았다.

재무관리 분야의 경우 산업별 경쟁구조에 따라서 기업의 선택전략의 차이로 자본구조 결정에 반영된다(Brander and Lewis, 1986; Maksimovic, 1988). 그리고 기업의 성과가 소속된 산업에 영향을 받게 되는지에 대한 실증연구결과 기업 성과가 산업의 평균에 회귀되는 현상이 제시되었고(King, 1966 ; Schmalensee, 1985), 이러한 결과는 개별 기업의 성과예측에 있어서 산업 단위의 분석이 매우 중요하다는 것을 의미한다.

둘째, 원가의 하방경직성에 대해 국내외적으로 다수의 실증연구가 존재하고 있다. Anderson et al.(2003)은 미국 기업의 판매비와관리비에 대한 자료를 가지고 비대칭적인 원가행태에 관하여 최초로 실증연구를 실시하였다. Subramaniam and Weidenmier(2003)는 제조업, 유통업, 서비스업, 금융업을 대상으로 판매비와관리비, 매출원가 및 이들의 합인 총원가 세 가지 원가그룹에 대해 원가행태를 분석하였다. 이들의 연구에 의하면, 매출액의 변화가 작은 경우에는 하방경직성을 보이지 않았다. 그러나 10%이상의 매출액 변화가 나타날 경우 판매비와관리비 및 매출원가에서 하방경직성을 보이는 경향이 나타났으며, 산업별로는 제조업이 가장 높은 하방경직성을 보이고 유통업이 가장 낮은 하방경직성을 나타내는 것으로 분석되었다.

Prevost et al(2008)은 역시 이익조정과 타인자본비용 사이에 양의 관계를 보고하였고, 투자자가 경쟁이 치열한 산업에서 보다 높은 수준의 회계정보 품질을 요구한다면 기회주의적 이익조정에 대해서 보다 큰 불이익을 주게 될 가능성이 있다고 보고하였다. 따라서 판매비와관리비 및 재량적원가의 결정요인에도 산업차원의 요소들이 결정요인이 될 것으로 추정된다.

제 4 절 선행연구의 요약

판매비와관리비에 대한 연구는 첫 번째, 재량적원가(연구개발비, 광고 선전비, 교육훈련비)가 어떤 기업내부 요인에 의하여 변화하는지 여부에 관련된 연구 (박종국 · 백태영, 2006)가 있다. 두 번째로는 판매비와관리비의 원가행

태의 하방경직성에 관한 연구들로 해외에서는 Anderson et al.(2003), 국내에서는 안태식 등(2004)의 연구가 시작되었다. 세번째는 재무회계 분야에 대한 연구로서 산업차원에서 연구들은 전규안 · 오용락(2003), 산업특성(자본집약도가 높은 산업, 경쟁이 심한 산업, 첨단산업여부)이 회계정보품질에 미치는 영향(김성환 등, 2012), 산업별 특성(기업규모, 수출산업, 부채비율, 감가상각비)과 조세부담 정도 측정에 관한 연구(이영태 · 김광동, 2000), 산업별특성(High-Tech산업 더미변수)이 잔여가치에 미치는 영향(안일준 · 유수정, 2002), 산업별특성(경쟁환경, 기술환경인 High-tech 여부 더미변수, 사업영위 형태인 수주형 산업 여부 더미변수와 규제산업 여부 더미변수)이 회계정보의 품질에 대한 실증연구(김성환 · 손성규, 2011), 산업별(업종별 분류)횡단면적 분석을 기반으로 한 실질적 이익조정에 관한 연구(안일준 · 김정연, 2008)가 있다.

네번째, 판매비와관리비에 대한 연구로서 산업차원의 연구들인데 이석영 등(2004), 문호은 · 홍철규(2010)의 하방경직성이 산업별로 차이가 난다는 연구들이고, 홍철규(2010)의 산업수준별(산업시장규모, 산업의 경쟁정도, 진입장벽정도)로 판매비와관리비의 결정요인에 영향이 있는 연구 등이 많지 않은 것이 현실이지만, 산업특성이 회계정보와 이익조정, 하방경직성 등에 영향을 미치는 것으로 보아 판매비와관리비에도 영향을 줄 것으로 추정된다. 그러므로 산업변수인 자본집약도, 기술선진화 수준, 성장성, 경쟁력을 독립변수로 하여 판매비와관리비의 결정요인으로 볼 수 있다.

또 같은 이유로 기업내부변수 중 총자산 자연로그값, 부채비율, 상장여부 더미변수를 기업내부 독립변수로 보도록 한다. 또한 선행연구에 따르면 재량적원가의 개별항목 즉, 연구개발비, 광고 선전비, 교육훈련비는 각각 기업가치 및 이익에 영향을 미친다고 보고하였다.(Ben Zion, 1978; Chauvin and Hirschey, 1993; Sougiannis, 1994; 조성표 · 정재용, 2001)

또한 Bhagat and Welch(1995)는 주식수익률, 영업현금흐름, 부채비율, 법인세비용 등이 재량적 원가의 지출형태에 영향을 미치고 있음을 보고하였다. 그 밖에도 최정호(1994)는 당좌비율을, 이민호(2000)는 과거의 지출행태를 재량적 원가의 지출에 영향을 미치는 요소로 보았다. 이와 같이 재량적원가에도

각 산업변수와 기업내부 요소가 관련이 있을 것으로 추정되므로 이에 대해서도 추가적으로 분석을 시도하고자 한다.

그러므로, 산업변수인 산업사이즈, 자본집약도, 산업수익률, 기술선진화수준, 첨단산업더미를 독립변수로 하여 판매비와관리비의 결정요인으로, 기업내부변수로 총자산 자연 로그값, 부채비율, 상장여부 더미변수를 기업내부 독립변수로 하여 판매비와관리비의 결정요인으로 설정한다. 추가적으로 각 산업변수와 기업내부요소와 변수를 재량적원가의 결정요인으로 하여 연구하고자 한다.

통상적으로 결정요인이라 함은 원가의 행태, 원가동인, 원가에 미치는 영향과 함께 혼용되고 있는 것이 현실이다. 그러므로 본 연구에서는 결정요인을 기업내부 차원 요인, 산업차원 요인 등이 독립변수로서 종속변수인 판매비와관리비 및 재량적 원가에 영향을 주는 요인들을 분석시도하기로 한다.

본 연구는 다음과 같은 점에서 선행연구와 차이가 있다.

첫째, 산업차원에서 연구된 선행연구들이 판매비와관리비의 하방경직성이나 회계정보품질 등 다른 관심분야 대해 연구하였으나 본 연구는 산업차원에서 판매비와관리비의 결정 요인에 대해 분석하였다.

둘째, 기존의 산업차원의 측면에서 접근하여 판매비와관리비의 결정요인으로 연구가 하나 있기는 하나 다양한 산업차원의 연구시도가 되고 있지 않았으므로 본 연구는 산업변수인 산업사이즈, 자본집약도, 산업수익률, 기술선진화 수준, 첨단산업더미와 판매비와관리비의 결정요인에 대해 새롭게 접근하였다. 또한 선행논문이 기업내부 변수로 총자산, 시장규모 요소 등으로 분석하였으나 본 연구는 총자산 자연로그값, 부채비율, 상장여부로 분석을 시도하였다.

셋째, 본 연구는 판매비와관리비 분석에 그치지 않고 재량적 원가이자 인적자산, 고객자산, 지적자산인 교육훈련비, 광고선전비, 연구개발비로 세분화하여 시도하였다.

넷째, 판매비와관리비의 결정요인과 관련하여 첨단산업여부의 더미변수 분석을 최초로 시도하여 첨단산업 여부가 판매비와관리비에 미치는 영향을 분석하였다.

제 4 장 실증연구의 설계

제 1 절 연구가설의 설정

본 연구에서는 판매비와 관리비 결정요인에 대하여 기업내부의 요소(매출액, 부채비율 등)와 기업외부요인인 산업요소들을 포함하여 판매비와관리비 및 재량직원가의 지출규모에 영향을 미치는 요인들을 분석하였다. 기업외적인 요소인 산업별 요인들로는 판매비와관리비 지출규모에 영향을 미치는 요인으로는 산업사이즈, 산업의 자본집약도, 산업의 기술선진화 정도, 산업수익률, 첨단산업여부를 고려하고자 한다. 또한 아래에서 판매비와관리비 및 재량직원가의 합계액을 편의상 판매비와관리비라 칭하고, 판매비와관리비 중 판매비, 관리비로 분리하여 따로 분석하기로 한다.

1. 산업사이즈 가설

산업사이즈(industry volume)는 산업매출액의 평균값인 자연로그값을 사용하였다. 홍철규(2010)는 산업매출액의 합계액인 자연로그값을 사용하여 산출하였으나 홍철규(2010)는 산업매출액의 합계액의 자연로그값이 대기업의 영향으로 변수값이 왜곡될 가능성이 있으므로 이를 보정하기 위하여 산업매출액의 평균값인 자연로그값을 사용하였다.

〈표4-1〉 산업사이즈에 대한 비교표(1)

		홍철규(2010)	본 연구
Ln(TOSales)의 정의		산업j의 매출액 합계액의 자연로그값	산업j의 매출액의 평균값의 자연로그값
변수 적용의 이유	단점	큰기업의 영향으로 변수값이 왜곡될 가능성이 있다.	산업의 매출이 큰기업과 작은 기업의 단순평균으로 인하여 큰기업과 작은 기업의 특성이 무시될 수도 있다.
	장점	산업 매출의 대부분이 큰기업인 경우는 오히려 대표성을 가질 가능성이 있다.	산업평균으로 하므로 큰기업의 영향으로 인한 왜곡을 완화할 가능성이 있다.

본 연구에서 산업사이즈의 수준에 따라 기업단위의 판매비와관리비의 지출비율에 미치는 영향을 분석함이 주요 목적이다. 판매비와관리비의 지출비율은 기업(경영자)의 산업사이즈에 대한 인식수준에 따라 판매비와관리비 지출에 다른 결과를 보일 것으로 예측된다. 즉 단순히 매출액의 합계액을 산업사이즈로 정의 하는 경우에 있어 측정에 문제점이 발생할 여지가 있다. 예를 들어 보면 매출액의 합계액이 10억원인 산업에 속한 기업의 수가 10개 기업인 경우와 동일한 매출액의 합계액이라도 5개 기업이 속해 있는 경우를 보면 5개 기업이 속해 있는 기업이 산업사이즈가 더 크다고 인식할 것이다. 따라서 산업사이즈가 동일하다도 하더라도 동일한 판매관리비 지출비율을 보이지는 않을 것으로 추측된다. 개별 기업별로 인식하는 산업사이즈는 다를 것이고, 판매관리비에 대한 지출비율도 상이한 결과를 보일 것으로 추측된다. 기업의 산업사이즈를 산업매출액의 평균값을 사용하여 측정하면 기업(경영자)의 인식수준을 반영할 수 있을 것으로 판단된다. 또한 단순 매출액의 합계액을 사용하는 경우 일부 기업이 동일한 산업내에서 시장을 독점하고 있어 매출액 합

계약에서 차지하는 비율이 높아 산업사이즈가 크게 측정되는 경우 그 산업에 속해 있는 개별기업의 판매비와관리비 지출비율은 산업사이즈 내에서도 상이한 결과를 보일 것이다. 본 연구에서는 이러한 문제점을 다소 완화한 것으로 추측되어 산업 매출액의 평균값에 자연로그값을 사용하여 분석에 사용하였다.

산업사이즈의 판매비와관리비의 영향은 2가지로 해석할 수 있다. 산업사이즈가 크다는 것은 경제학적으로 수요와 공급의 원리에 의거 하여 수요시장이 크고 공급이 모자라다는 기본 전제가 깔려 있는 상태를 말한다. 그런데 이 경우도 사이즈가 얼마나 크냐는 것은 상대적으로 다르다. 예를 들어서 산업공급이 100인데 산업의 수요는 1,000인지 10,000인지 100,000인지 또는 무한대 수요가 존재하는 지에 따라 상대적으로 다를 수도 있다는 것이다.

그러나 본 연구에서 진정한 수요는 추정할 뿐이지 측정이 주관적일 수 밖에 없으므로 산업의 수요는 산업의 실증분석상 산업의 매출액으로 본 연구에서는 간주 할 수 밖에 없다. 그러므로 산업매출액의 합계액이 많은 산업군이 적은 산업군보다 산업의 수요가 많다고 밖에 가정할 수 밖에 없다. 예를 들어서 산업수요가 차이가 나는 A산업군(수요가 큰 경우)와 B산업군(수요가 작은 경우) 있다고 가정하면 산업매출의 변동에 따른 판매비과관리비의 변동을 추정해보기로 한다.

〈표 4-2〉 산업사이즈 비교표(2)

구분		산업규모가 큰 산업의 판매관리비(A군)		산업규모가 작은 산업의 판매관리비(B군)	
		판매관리비	비율	판매관리비	비율
산업매출	100,000	20,000	20%	20,000	20%
	200,000	40,000	20%	60,000	30%
	300,000	60,000	20%	120,000	40%
소계	600,000	120,000	20%	200,000	33.33%
평균	200,000	40,000	20%	200,000	100%

산업수요가 다른 두 산업군의 경우에 동일한 산업매출일 때를 가정하여

산업매출의 여러 가지 경우의 수를 놓고서 이러한 수요시장에 대한 산업공급이 대처하는 반응은 크게 2가지로 나타날 수 있다.

첫번째 해석은 수요가 넘치므로 이익 극대화에만 관심을 두고 고정비는 투자를 하지 않고 관련 증분 생산에 대한 변동비만 추가하고 판매비와관리비의 지출감소를 기도하려는 반응이 있을 수 있다. 이러면 판매비와관리비는 감소될 것이다. 일반적으로 기업의 매출액이 증가하면 판매비와관리비가 증가할 가능성이 있지만 매출을 포함한 다른 요소들을 통제 한 후에는 산업사이즈는 부(-)의 상관관계를 가질 수 있다.

두 번째 해석은 수요가 넘치지만 향후 산업내경쟁자에 대해 비교우위가 되면서 더 많은 수익을 확보하기 위하여 잉여수요에 공격적인 마케팅을 하면서 판매비와관리비의 지출을 확대하는 반응을 예상할 수 있다. 그러나, 산업규모가 동일한 경우라도 다음과 같은 경우가 발생할 수도 있다.

홍철규(2010)는 시장규모(본 연구의 산업사이즈와 동일함)를 해당산업에 속한 기업들의 매출액의 합계를 사용하여 시장규모가 클수록 주어진 가격에서 제품에 대한 수요가 더 크다는 것을 의미하므로 시장규모는 판매비와관리비와 부(-)의 상관관계를 가질 가능성이 있다고 보고 다른 요소들을 통제 한 후에 시장규모는 부(-)의 상관관계를 가진다는 결과를 얻어냈다.

본 연구에서도 상기 도표와 같이 동일한 매출이라면 산업수요가 큰 규모의 산업군이 작은 산업군보다 판매비와관리비의 지출이 덜 지출되어 음(-)의 상관관계가 있을 것으로 예상된다.

또한 재량적원가에 대해서 Devereau and Shiantarelli(1989)는 영국의 제조기업을 대상으로 현금흐름이 투자지출에 미치는 영향을 연구한 결과 기업규모가 클수록, 성장 경과년수가 짧을수록 그리고 성장산업일수록 현금흐름과 투자지출이 강한 양(+)의 상관관계가 있음을 입증하였다. 재량적원가는 인적 자원, 고객자원, 기술자원등에 대하여 투자를 하는 것인데다 산업사이즈가 크다는 것은 좋은 성장기회로 보고 재량적원가의 지출규모가 늘어난다고(김연용 · 신진권, 2004) 연구결과가 입증되었다. 그러나 경영자는 산업사이즈가 증가될 경우는 주요 미래자원에 대한 지출규모를 증가시킬 것으로 예상되므로 추가분석에서 지출규모의 자연로그값으로 이를 입증하고 본 분석에서는 산업사

이즈가 증가되면 매출액대비 원가비율은 음(-)의 상관관계가 있을 것으로 예측되므로 매출액대비 판매비와관리비 등의 비율에관한 <가설 1>을 설정한다.

본 연구에서는 산업사이즈는 해당산업에 속한 기업들의 매출액의 합계수치를 적용해 보고 종속변수인 매출액대비 판매비와관리비의 비율증감의 변화에 대하여 살펴보기로 한다.

<가설 1> 산업사이즈는 매출액대비 판매비와관리비의 지출비율과 음(-)의 관계가 있다.

<가설 1-1> 산업사이즈는 매출액대비 판매비 비율및 관리비 비율과 음(-)의 관계가 있다.

<가설 1-2> 산업사이즈는 매출액대비 재량적원가 비율과 음(-)의 관계가 있다.

2. 산업수익률 가설

회계학의 기본 분석이나 주식분석을 할 경우에 기업의 수익률은 일반적으로 당기순이익/매출액으로 분석하게 되어 있거나 주당순이익이 관심사항이므로 판매비와관리비(재량적원가)에 산업요인으로 영향을 미칠 것으로 추정할 수 있다.

산업수익률이 높으면 이 분야에 판매비와관리비의 지출규모는 증가될 것으로 보인다. 특히 재량적원가에서, 더욱이 투자개념에서 지출이 확대 될 것으로 보인다. 판매비와관리비도 같은 원리로 지출이 확대될 것으로 보인다. 높은 수익률을 가진 기업이 좋은 성장기회를 가지고 있다고 입증하였고(김연용 · 신건권, 2004), 기업은 미래의 성장기회가 클수록 재량적 원가의 지출을 증가시키는 것으로 설명하고 있다(박종국 · 백태영 , 2006).

산업수익률이 높다는 것은 고효율산업 또는 고부가가치 산업이라고 할 수 있다. 산업수익률이 높은 기업의 경우 현재에도 좋은 수익률을 기록하고 있기

때문에 미래의 성장기회에 대한 투자인식이나, 보다 높은 수익목표를 달성하기 위한 판촉행사에 대한 인식은 상대적으로 낮을 가능성이 존재하고 구조적 저비용산업일 가능성이 크므로 산업수익률이 높을수록 판매비의 지출비율은 낮을 것으로 예상된다. 또한, 관리비 측면에서도 고부가가치 산업에 속한 기업에서 핵심인재의 유출은 효율성의 저하로 이어지기 때문에 직원의 복지와 관련된, 인건비나 복지후생비등 항목의 지출을 늘려 핵심인재의 유출을 방지하고자 노력하면 관리비는 반대로 증가될 가능성도 있다. 표학길 등(2009)은 한국의 산업별수익률에 따라 비용이 달라짐을 실증하였다,

산업의 수익률이 높으므로 비용이 감소한다는 것은 고부가가치 산업과 저부가가치산업이 존재한다는 것이다. 즉, 구조적으로 비용이 적게 들어가는 산업구조의 특성 때문에 수익률이 높다는 것이다. 이와 관련 사례로 이정희·이영훈(2009)은 새로운 세대의 DRAM을 조기 생산한 경험이 현재 주력 DRAM의 원가를 낮추는 것으로 나타났다. 본 연구에서는 산업수익률은 매출액대비 판매비와관리비 비율과 음(-)의 관계가 있을 것으로 <가설 2>를 설정하고, 또한 산업수익률이 높을수록 판매비 또는 관리비 지출비율이 낮을 것으로 예상되어 <가설 2-1>로 설정하고, 재량적 원가에서는 산업수익률이 증가되면 매출액대비 재량적 원가비율은 증가될 것으로 예상되어 <가설2-2>와 같이 설정한다.

<가설 2> 산업수익률은 매출액대비 판매비와관리비 비율과 음(-)의 관계가 있다.

<가설 2-1> 산업수익률은 매출액대비 매출액대비 판매비 비율및 관리비 비율과 음(-)의 관계가 있다.

<가설 2-2> 산업수익률은 매출액대비 재량적원가의 지출비율과 양(+의 관계가 있다

3. 자본집약도 가설

사업의 영위형태로서 투자 형태 즉, 산업의 자본집약도를 고려할 수 있는데 자본집약도가 높은 산업은 (김성환 등, 2012) 전체 비용중 고정비의 비중이 크고 영업레버리지 효과²²⁾로 인해 수요(매출)의 변동성에 따라 이익의 변동성도 커진다(Lev, 1983). 또한 자본집약도가 큰 산업에서는 전체비용 또는 원가에서 유형자산 관련비용이 차지하는 비중이 크다.

이 경우에 새로운 경쟁자는 진입비용을 감수할 수 밖에 없게 되기 때문에 이러한 진입비용은 진입장벽이 되며, 새로운 경쟁자나 잠재적인 경쟁자의 출현을 억제하는 효과를 볼 수가 있다. 결과적으로 기존의 기업은 경쟁우위에 서게 되고 판매비와관리비지출이 결과적으로 감소하는 것으로 볼 수 있다. 따라서 다음과 같은 <가설3>을 설정하였다.

<가설 3> 산업의 자본집약화 정도는 매출액대비 판매비와관리비 비율과 음(-)의 관계가 있다.

<가설 3-1> 산업의 자본집약화 정도는 매출액대비 판매비율및 관리비 비율과 음(-)의 관계가 있다.

<가설 3-2> 산업의 자본집약화정도는 매출액대비 재량적원가의 비율과 음

22) 이때 영업레버리지라 함은 기업이 영업비 중에서 고정영업비를 부담하는 정도를 의미한다. 따라서 기업이 생산·판매시 변동비 대신 고정비를 많이 사용하는 경우에는 높은 레버리지를 갖는다고 한다.

· 영업레버리지가 높은 경우 매출량이 변할 때 영업이익은 매출량이 변하는 비율보다 높은 비율로 변하게 되는데, 이를 영업레버리지효과라고 한다. 다시 말해서 영업레버리지효과는 매출량의 변화가 영업이익에 미치는 영향을 나타내는 것이며, 이러한 매출량과 영업이익의 관계는 고정비의 크기에 의해서 영향을 받게 된다.

· 영업레버리지의 척도로서 영업레버리지도(degree of operating leverage;DOL)가 있는데 DOL 이 높다는 것은 매출량이 손익분기점으로부터 커지면 커질수록 고정비부담이 그만큼 작아져, 영업이익이 많아지게 됨을 의미하며 다음과 같이 계산된다.

$$DOL = \frac{Q(P - V)}{Q(P - V) - FC}$$

· 여기서, Q : 판매량
 · P : 판매단가
 · V : 단위당 변동비
 · FC : 고정비

(-)의 관계가 있다

4. 산업기술의 선진화정도 가설

산업기술의 선진화정도는 산업의 경쟁력중 하나로 볼 수 있으며 마이클 포터(1998)는 산업의 경쟁력은 5가지 강점 중에서 시장점유율(MS), 경쟁우위인 산업경쟁력 중 특히 중요한 기술력이라고 보았다.

경쟁우위를 차지하는 것은 기술 선진화가 관건이라고 볼 수 있다. 의료산업에서도 우수한 의료진과 치료기술이 탁월하다고 호평이 나면 의료소비자는 물려들 것이다. 또한 각종 제조 산업에서도 제조기술 비법이 뛰어나고 소비자의 사용후기가 호평이 난다면 당연히 소비수요가 넘칠 것이다. 서비스 산업에서도 소비자의 만족도를 높이는 불만제로에 도전하여 소비자의 호평을 받는다면 신규 소비수요가 창출될 것이며, 이에 따라 매출액대비 판매비와관리비의 지출비율은 감소될 것으로 추정할 수 있다. 그러나 미래이익 창출능력이 있는 자산의 투자개념인 재량적 원가지출은 산업기술의 선진화가 이루어질수록 증가하고 낙후되면 감소될 것으로 보이므로 <가설 4>를 설정하고 변수의 측정은 산업의 R&D 자본환원율(김성기·곽태완, 2010)²³⁾로 한다.

<가설 4> 산업기술의 선진화정도는 매출액대비 판매비와관리비 비율과 음(-)의 관계가 있다.

<가설 4-1> 산업기술의 선진화정도는 매출액대비 판매비 비율 및 관리비 비율과 음(-)의 관계가 있다.

<가설 4-2> 산업기술의 선진화정도는 매출액대비 재량적 원가의 비율과 음(-)의 관계가 있다.

23) 무형자산으로 인식된 R&D비용의 평균을 총R&D비용의 평균으로 나누어서 계산하였다.

5. 첨단산업 가설

첫째, Lev and Sougiannis(1996)는 연구개발비를 자산화하는 경우에 주가와 수익률에 미치는 영향을 연구한 결과 연구개발비 지출과 주가수익률 사이에는 유의적인 관련성이 있으며 또한 연구개발비 1\$를 지출하는 경우 산업별로 향후 5~9년간에 걸쳐 순이익은 \$1.7에서 \$2.6, 시장가치는 \$5 증가하는 것으로 보고하였다. 따라서 연구개발비를 지출할 경우 미래수익능력이 창출되므로 지출유인이 있으며 특히 첨단산업에서 이 유인이 더 강할 것으로 보인다. 김성기·곽태완(2010)은 “연구개발비 투자규모와 회계정보”에서 연구개발의 집중도와 가치관련성 측면에서 투자성향이 다른 첨단산업 기업과 비첨단산업 기업에 대한 연구개발비 자본화수준의 분석을 통하여, 적정 투자규모를 도출한 바 다양한 회귀분석모형에서 첨단산업 기업과 비첨단산업 기업의 연구개발비 자본화 수준은 매출액 대비 4~6%와 2%로 각각 평가하고 있다.

따라서 IT, BT, 항공산업 등과 같은 첨단산업 기업들에 대한 연구개발비 자본화 수준이 제지제조, 식품산업 등과 같은 전통 제조기업들에 비해 2배 이상 더 높은 것으로 나타났으므로 첨단산업에서 연구개발비가 더 지출될 것으로 본다. 또한 김성환 등(2012)은 첨단기술산업에 있어서 개발비의 자산화를 통한 이익조정이 더 많이 이루어진다는 것을 입증하였다.

둘째, 교육훈련비는 종업원의 전문성과 숙련도가 이미 갖추어져 있으므로 상대적으로 비첨단산업보다는 지출이 감소될 가능성이 있다.

셋째, 광고선전비는 경쟁회사와의 경쟁적 관계에 있어서 부득이 지출하는 경우와 시점점유율의 증대를 목적으로 하는 경우, 그리고 소비자들에게 신제품 출시에 따른 시장침투전략으로 지출하는 경우 등이 있다.

그러나 과연 광고선전비가 기업의 매출을 증가시키는지, 또는 경영성과를 향상시키는지에 대한 연구는 일관적인 결론을 제시하고 있지는 못하다. 결국 이러한 광고선전비는 현금지출을 수반하는 공격적인 경영전략의 일환으로, 경영자는 매출액과 이익에 미치는 영향을 고려하여 자유재량으로 판단하게 된다. 따라서 첨단산업은 경쟁우위에 있으므로 광고선전비는 비첨단산업보다 감소

될 것으로 가설을 설정한다.

첨단산업은 경쟁우위와 진입장벽등으로 인해 다른 산업에 비해 판매비와 관리비등의 지출이 감소할 것으로 예상되어 <가설 5>를 설정하였다.

<가설 5> 첨단산업은 매출액대비 판매비와 관리비 비율과 음(-)의 상관관계가 있다.

<가설 5-1>첨단산업은 매출액대비 판매비 비율및 관리비 비율과 음(-)의 관계가 있다.

<가설 5-2> 첨단산업은 재량적원가중 매출액대비 교육훈련비와 광고선전비 비율과 음(-)의 관계가 있다.

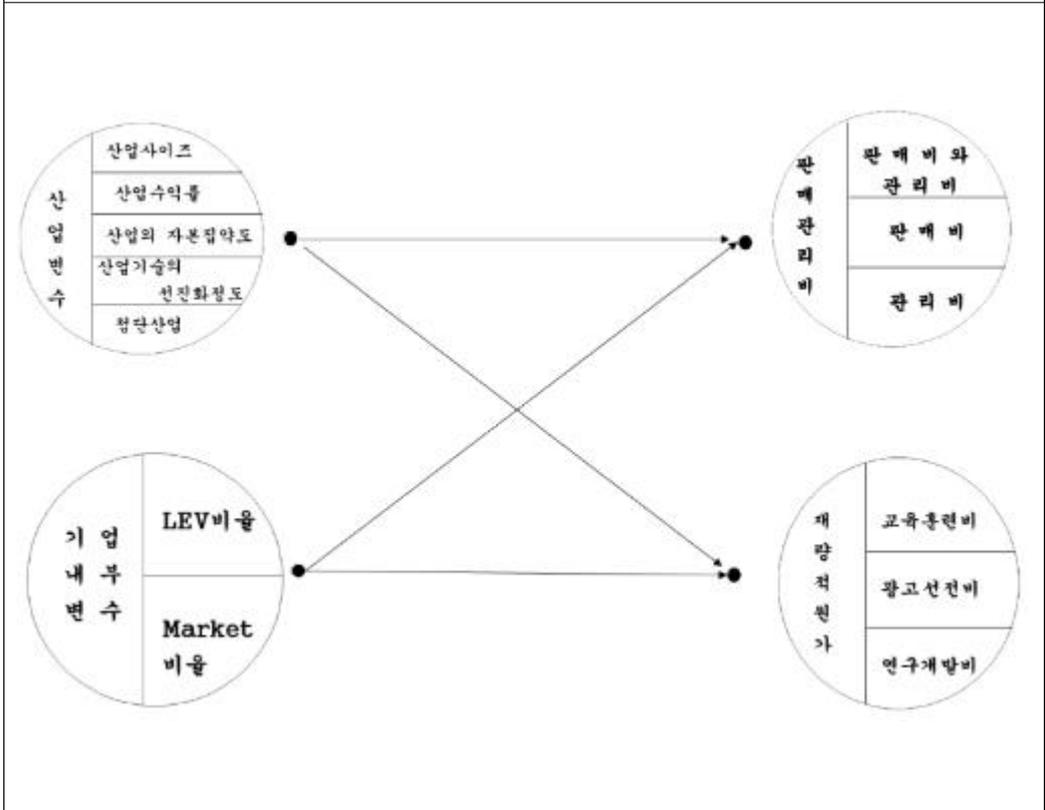
〈표 4-3〉 연구가설 모형

연 구 목적	산업특성이 판매비와관리비의 지출행태에 미치는 영향
가설	1. 산업사이즈는 매출액대비 판매비와관리비는 산업사이즈와 음(-)의 관계가 있다.
	가설1-1 산업사이즈는 판매비와 관리비중 매출액대비 판매비,관리비와 음(-)의 관계가 있다.
	가설1-2 산업사이즈는 매출액대비 재량적원가와 음(-)의 관계가 있다.
	<u>2.산업별 수익률은 매출액대비 판매비와관리비와 음(-)의 관계가 있다.</u>
	가설2-1 산업별 수익율은 판매비와 관리비(중 매출액대비 판매비, 관리비와 음(-)의 관계가 있다.
	가설2-2 산업별 수익율은 매출액대비 재량적원가와 양(+의 관계가 있다
	3.산업의 자본집약화는 매출액대비 판매비와 관리비와 음(-)의 관계가 있다.
	가설3-1 산업의 자본집약화정도는 판매비와 관리비중 매출액대비판매비, 관리비와 음(-)의 관계가 있다.
	가설3-2 산업의 자본집약화정도는 매출액대비 재량적원가와 음(-)의 관계가 있다
	4.산업기술의 선진화는 매출액대비 판매비와 관리비와 음(-)의 관계가 있다.
	가설4-1 산업기술의 선진화정도는 판매비와 관리비중 매출액대비판매비, 관리비와 음(-)의 관계가 있다.
	가설4-2 산업기술의 선진화정도는 매출액대비 재량적원가와 음(-)의 관계가 있다
	<u>5.첨단산업은 매출액대비 판매비와관리비와 음(-)의 관계가 있다.</u>
	가설5-1.첨단산업은 판매비와 관리비중 매출액대비 판매비, 관리비와 음(-)의 관계가 있다.
	가설5-2.첨단산업은 매출액대비 교육훈련비와 광고선전비의 지출규모와 음(-)의 관계가 있을 것이다.
가설5-3.첨단산업과 매출액대비 연구개발비와 음(-)의 관계가 있을 것이다.	

(표4-4) 실증분석의 체계도

연구목적	산업별특성요인이 판매비와관리비 및 재량적원가에 미치는 영향			
가설		판매비와관리비 에 미치는영향	판매비와관리비 에 미치는영향	재량적원가 (연구개발비, 광고선전비, 교육훈련비) 에미치는영향
	1. 산업사이즈	가설1	가설1-1	가설 1-2
	2. 산업수익률	가설2	가설2-1	가설 2-2
	3.산업의자본집약도	가설3	가설3-1	가설 3-2
	4.산업기술의선진화정도	가설4	가설4-1	가설 4-2
	5. 첨단산업	가설5	가설 5-1	가설 5-2 가설 5-3
연구모형	모형식 <ul style="list-style-type: none"> ● 연구모형식 1- 지출비율 ● 연구모형식 2- 지출규모 			
검증방법	회귀분석 : 본문분석 + 추가분석			

(표4-5) 산업변수와 판매비와관리비의 관계도



제 2 절 연구 표 본

유가증권상장기업과 코스닥상장기업을 대상으로 2000년부터 2010년까지이며 분석에 사용된 기업-년도의 재무자료는 FN-GUIDE를 통하여 수집하였으며 다음의 절차를 수행하여 최종표본을 선정하였다.

- 1) 금융업 및 보험업에 속하는 기업 제외
- 2) 12월 결산법인이 아닌 기업 제외
- 3) 관리종목지정기업 제외
- 4) 자본잠식기업 제외
- 5) 재무자료를 입수할 수 없는 기업 제외
- 6) 마지막으로 이상치로 인한 영향을 통제하기 위해 터미변수를 제외한 종속변수와 독립변수의 전체의 상위 1% 및 하위 1%를 초과하는 경우에 해당하는 값을 윈저화(winsorization)기법으로 처리하였다.

먼저 산업(j)의 구분은 제9차 한국 표준산업 분류 개정사항(KSIC-9)에 나온 5대 분류중 첫 번째 단계인 대분류를 산업분류 기준으로 삼았다.

본 연구에서 사용한 분석대상 기업들의 분석대상 기간(2000~2010)에 해당하는 데이터는 총 18,876개 기업-연도이다.²⁴⁾ 이중에서 12월이 아닌 결산법인 940개와 상장관리기업 244개과 통계상의 결측값인 2,621개 기업-연도는 제외하였으며, 상·하위 1%를 초과하는 기업은 윈저화기법으로 처리하였다. 최종적으로 표본에 추출된 기업은 총 14,230개이며, <표 4-4>은 본 연구의 표본 선정과정을 요약, 정리한 것이다.

산업별, 상장형태별 분포는 <표 4-5>에 요약되어 있다. 산업별 분포를 먼저 살펴보면, 제조업 6,972개, 도소매업455개, 건설업 334개, 서비스업1,486개(출판, 방송, 정보업 1,094개, 전문, 과학기술서비스업 286개, 사업지원 업 83개, 예술스포츠 13개, 기타 개인 10개), 기타 업 257개이며 17개 산업이다. 이를 점유비중으로 보면 제조업이 73.36%, 도소매업 4.78%, 건설업 3.51%,

24) Fn-Guide에서 상장대기업과 상장 중소기업중에서 금융회사들은 표본선정에서 제외됨

서비스업 10.82%로 나타난다. 상장형태별 분포를 보면, 코스피 상장기업이 3,689개, 코스닥 상장기업이 5,815개로 코스닥 상장기업이 코스피 상장기업보다 2,126개 더 많은 분포를 보이고 있다. 이들 점유비율로 보면 코스피 상장기업이 38.8%, 코스닥상장기업이 61.12%로 나타난다.

산업별 기업-년도의 구체적인 분포는<표 4-6>에 정리되어 있다. 이를 살펴 보면, 전자부품, 컴퓨터, 영상, 음향 및 통신장비업의 표본비율은 19.93%로 가장 높고, 출판업이 6.47%로 두 번째로 비율이 높다. 의료물질 및 의약품 제조업이 6.45%, 화학물질 및 화학제품제조업이 6.14%, 자동차 및 트레일러제조업이 5.10%, 전기장비제조업이 3.20%, 1차금속제조업이 3.13%, 종합건설업이 2.97%, 고무제품 및 플라스틱제조업이 2.36%, 비금속광물제조업이 2.26%의 순서를 보이고 있다. 한편, 서비스업의 점유비율은 매우 낮게 나타나는데, 전문서비스업이 1.82%, 정보업이 1.56%, 사업지원업이 0.87%, 건축기술·엔지니어링 및 기타 과학업이 0.61%, 교육업이 0.14%의 분포를 보이고 있다.

〈표 4-6〉 표본선정 현황

구분	코스피	코스닥	합계
	기업-년도	기업-년도	기업-년도
전체표본	7,975	10,901	18,876
1 금융업 및 보험업제외	550	220	770
2 12월 결산법인이 아닌 기업	487	453	940
3 관리종목지정기업	176	68	244
4 자본잠식기업제외	40	31	71
5 재무자료를 입수 할 수 없는 기업	3,033	4,314	7,347
최종표본	3,689	5,815	9,504

〈표 4-7〉 표본의 산업별 분포

	대분류	코스피	코스닥	합계	비율
A	농업, 임업 및 어업	13	0	13	0.14%
B	광업	0	0	0	0.00%
C	제조업	2,668	4,304	6,972	73.36%
D	전기, 가스, 증기 및 수도사업	80	19	99	1.04%
E	하수·폐기물처리, 원료재생 및 환경복원업	0	6	6	0.06%
F	건설업	243	91	334	3.51%
G	도매 및 소매업	222	233	455	4.79%
H	운수업	67	16	83	0.87%
I	숙박 및 음식점업	0	0	0	0.00%
J	출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업	160	934	1,094	11.51%
L	부동산업 및 임대업	15	0	15	0.16%
M	전문, 과학 및 기술서비스업	171	115	286	3.01%
N	사업시설관리 및 사업지원서비스업	30	53	83	0.87%
O	공공행정, 국방 및 사회보장행정	0	0	0	0.00%
P	교육서비스업	9	32	41	0.43%
R	예술, 스포츠 및 여가관련서비스업	11	2	13	0.14%
S	협회 및 단체, 수리 및 기타 개인서비스업	0	10	10	0.11%
	합계	3,689	5,815	9,504	100%

〈표 4-8〉 표본의 산업별 분포(중분류)

분류코드	중분류	구분	코스피	코스닥	합계	비율
A3	어업	L	13	0	13	0.14%
C10	식품제조업	L	159	91	250	2.63%
C11	음료제조업	L	18	15	33	0.35%
C12	담배제조업	L	8	0	8	0.08%
C13	섬유제품제조업;의복제외	L	55	48	103	1.08%
C14	의복,의복액세서리및모피제품제조업	L	40	28	68	0.72%
C15	가죽,가방및신발제조업	L	9	0	9	0.09%
C16	목재및나무제품제조업;가구제외	L	17	0	17	0.18%
C17	펄프,종이및종이제품제조업;의약품제외	L	70	36	106	1.12%
C18	인쇄및기록매체복제업	L	0	12	12	0.13%
C19	코스,연탄및석유정제품제조업	H	5	0	5	0.05%
C20	화학물질및화학제품제조업;의약품제외	H	362	222	584	6.14%
C21	의료용물질및의약품제조업	L	269	344	613	6.45%
C22	고무제품및플라스틱제품제조업	L	115	109	224	2.36%
C23	비금속광물제품제조업	L	155	60	215	2.26%
C24	1차금속제조업	L	201	96	297	3.13%
C25	금속가공제품제조업;기계및가구제외	H	61	134	195	2.05%
C26	전자부품,컴퓨터,영상,음향및통신장비제조업	H	316	1,578	1,894	19.93%
C27	의료,정밀,광학기기및시계제조업	H	61	243	304	3.20%
C28	전기장비제조업	H	114	212	326	3.43%
C29	기타기계및장비제조업	H	281	757	1,038	10.92%
C30	자동차및트레일러제조업	H	252	233	485	5.10%
C31	기타운송장비제조업	H	58	62	120	1.26%
C32	가구제조업	L	42	6	48	0.51%
C33	기타제품제조업	L	0	18	18	0.19%
D35	전기,가스,증기및공기조절공급업	L	80	19	99	1.04%
E38	폐기물수집운반,처리및원료재생업	L	0	6	6	0.06%
F41	종합건설업	L	227	55	282	2.97%
F42	전문직별공사업	L	16	36	52	0.55%
G46	도매및상품중개업	L	166	197	363	3.82%
G47	소매업;자동차제외	L	56	36	92	0.97%
H49	육상운송및파이프라인운송업	L	15	13	28	0.29%
H50	수상운송업	L	10	0	10	0.11%
H51	항공운송업	L	19	0	19	0.20%
H52	창고및운송관련서비스업	L	23	3	26	0.27%
J58	출판업	L	39	576	615	6.47%
J59	영상·오디오기록물제작및배급업	L	4	54	58	0.61%
J60	방송업	H	29	9	38	0.40%
J61	통신업	H	21	75	96	1.01%
J62	컴퓨터프로그래밍,시스템통합및관리업	H	44	95	139	1.46%
J63	정보서비스업	H	23	125	148	1.56%
L68	부동산업	L	8	0	8	0.08%
L69	임대업;부동산제외	L	7	0	7	0.07%
M70	연구개발업	H	0	39	39	0.41%
M71	전문서비스업	H	131	42	173	1.82%
M72	건축기술,엔지니어링및기타과학기술서비스업	H	40	18	58	0.61%
M73	기타전문,과학및기술서비스업	H	0	16	16	0.17%
N75	사업지원서비스업	H	30	53	83	0.87%
P85	교육서비스업	L	9	32	41	0.43%
R91	스포츠및오락관련서비스업	L	11	2	13	0.14%
S95	수리업	L	0	10	10	0.11%
	합계		3,689	5,815	9,504	100.00%

제 3 절 변수의 정의

본 논문에서는 우리나라 유가증권상장기업과 코스닥상장기업을 대상으로 판매비와관리비의 지출행태에 영향을 주는 여러 가지 요인 중에 기업내부의 요소로는 기업내부변수는 기업규모(총자산에 자연로그 값)와 기업부채(총자산에서 총부채가 차지하는 비율), 코스피 여부(더미변수)등의 값을 정의하여 구하였다. 기업외적인 요소로 산업특성 변수는 산업사이즈(산업평균매출액의 자연로그값), 산업수익률(매출액대비 당기순이익), 산업의 자본집약도(총자산중 감가상각자산의 비율), 산업의 경쟁력(산업기술의 선진화정도;총 R&D비용의 산업평균중 무형자산인식비율), 첨단산업여부(더미변수)등의 값을 정의하여 구하였다.

첨단산업 여부 더미변수는 김성환·손성규(2011)에서 개별 산업의 특성이 회계정보의 품질에 영향을 미칠 수 있다고 보고 경쟁환경(경쟁이 치열한 지 여부), 기술환경(첨단기술 산업 여부), 사업영위 형태(수주형 산업 여부와 규제산업 여부)등으로 산업 특성을 구분하고, 이러한 산업 특성이 회계정보에 미치는 영향을 미치는 것으로 설명하고 있다.

기업 외적인 요소 중, 선행논문 중에서 중요하다고 생각하는 산업차원의 분석을 판매비와관리비 외의 재무회계분야에서 시도한 연구들을 살펴보면 김성환·손성규(2011)는 개별 산업의 특성이 회계정보에 미치는 영향을 분석한 결과 산업 차원의 특성이 기업의 회계정보 품질에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 산업업종별로 회계정보 품질에 차이가 있다는 가설의 구조식 1개와 산업특성변수4개(경쟁정도, 첨단기술산업 여부, 수주형 산업 여부, 규제산업 여부)는 회계정보품질과 관련성에 대해 구조식을 세워서 분석을 시도하였다.

산업의 자본집약도 변수는 추가적인 산업요인 중 투자형태인 산업의 자본 집약도, 경쟁산업에서 신용등급(이익조정통제효과가 더욱 크다는 결과), 첨단 기술 산업의 경우 기술환경 등 산업차원의 특성(경쟁환경, 기술환경, 사업의 영위형태 등)이 기업의 회계품질 차이를 초래하고 있음을 확인하였다.²⁵⁾ 이와

25) 김성환·김태동·김도형(2012)은 김성환·손성규(2011)의 연구에서 밝혀진 결과의 인과 관계를 보다 명확히 하고 회계정보품질에 영향을 미치는 추가적인 산업 요인을 찾고자 기존의 수주형산업 여부(규제산업 여부)로 사업영위 형태를 분석한 반면 투자형태(산업의 자본집

같이 회계분야에서 산업차원으로 접근한 것은 회계정보 품질과 잔여가치에 미치는 영향 등 관심분야가 판매비와관리비 외의 다른 분야에서 주로 진행되고 있지만 이도 역시 저자의 관심분야인 산업차원 특성변수가 회계정보 품질에 영향을 미치는 것으로 보아서 판매비와관리비에도 영향을 미치는 것으로 보아 추정을 할 수가 있다.

본 연구에서는 산업특성 변수별로 가설을 세우고 구조식을 세워 회귀분석을 시도하였고 재량적원가에 대해서도 관심을 가지고 분석하였다.

이를 위해 5개의 가설과 10개의 보조가설을 설정하고, 2개의 추가분석을 시도하였으며, 검증을 위하여 기본 회귀분석 모형으로 모형식을 추정하였다.

이상의 선행연구를 바탕으로 판매비와관리비의 지출 및 재량적 원가 지출과 관련한 변수들의 관계를 통해 원가결정 요인 모형을 <표 4-9>과 같이 설정하였다.

<표4-9> 판매비와관리비의 지출규모 결정모형의 변수

산업 요인	기업내부 요인	자본시장 요인
○ 산업사이즈		
○ 산업수익률	○ 총자산의자연로그값	○ Market
○ 산업의 자본집약도	○ LEV(부채비율)	(코스피, 코스닥여부)
○ 산업의기술선진화정도		
○ High-Tech산업여부		



종속변수: 매출액 대비 판매비및관리비 비율 및 재량적원가 비율
○ 분석단위: 판매비, 관리비, 연구개발비, 광고선전비, 교육훈련비

약도가 회계정보품질에 미치는 영향을 분석하였다. 또한 김성환 · 손성규(2011)는 산업내 경쟁정도가 심화될수록 회계정보품질이 제고되며, 경쟁이 제한되어있는 독과점 산업에서 회계정보품질이 낮아지는 실증결과를 보고한 반면 김성환 · 김태동 · 김도형(2012)는 신용평가가 이익조정을 통제하는 효과가 경쟁이 치열한 산업에서 이익의 상향조정에 대해 신용평가 등급이 더욱 하락하며, 신용등급의 이익조정 통제효과가 경쟁산업에서 더욱 크다는 결과가 도출되어 경쟁이 극심한 산업에서 회계정보품질이 높다는 결과가 시장규모에 의해 나타난다는 논리적 근거를 제시하면서 경쟁환경, 기술환경, 사업의 영위형태 등 산업차원의 특성이 기업의 회계품질 차이를 초래하고 있음을 다양한 회계정보품질의 대응치를 이용해 재확인하였다.

제 4 절 연구모형

본 연구에서 자료의 분석은 기업차원의 자료를 기본적으로 활용하되, 기업의 판매비와관리비의 설명변수는 기업차원, 산업차원인 산업특성으로 각각 설정하였다. 기업차원의 변수로는 기업의 총자산 자연로그 값, 부채비율, 코스피 시장여부 등을 사용하였다. 산업차원은 산업사이즈 자연로그 값, 산업수익율, 자본집약도, 산업경쟁력 비율 등을 사용하였으며 첨단산업여부는 High-tech 산업의 더미변수로 각각 구분하였다. 또한 판매비와관리비 및 재량적 원가에 대하여는 본 분석에서는 매출액 대비 판매비와관리비비율 및 재량적 원가 비율을 사용하였고, 추가분석에서는 판매비와관리비 및 재량적원가의 자연로그 값을 사용하여 분석하였다.

본 연구의 기본 회귀분석 모형은 검증을 위하여 산업특성변수로 살펴보는 방법은 본 분석은 종속변수로 매출액 대비 판매비와관리비비율 및 재량적 원가 비율을 사용한 식(1)로 가설을 검증하였다.

개별기업차원에서는 SIZE가 클수록, LEV가 클수록, Market(코스피 여부)로 판매비와관리비 및 재량적원가에 미치는 영향에 대해 분석하였다.

$$\begin{aligned}
 SGA_{i,j,t}/Sales_{i,j,t} = & \beta_0 + \beta_1 \ln(TOSales_{j,t}) + \beta_2 TORos_{j,t} + \beta_3 Fixed_{j,t} \\
 & + \beta_4 RNDcap.rate_{j,t} + \beta_5 High - Tech_i + \beta_6 \ln(SIZE_{i,t}) \\
 & + \beta_7 LEV_{i,t} + \beta_8 Market_{i,t} + \beta_9 YEAR_t + \beta_{10} IND_j + \epsilon_{i,t} \dots \dots \dots (식1)
 \end{aligned}$$

$SGA_{i,j,t}/Sales_{i,j,t}$: 산업 j에 속한 기업 i의 t년도 매출액에서 판매관리비가 차지하는 비율

(판매관리비, 판매비, 관리비, 교육훈련비, 광고선전비, 연구개발비)/매출액

$\ln(TOSales_{j,t})$: 산업 j의 t년도 산업규모

(매출액의 산업평균에 자연로그 값)

$TORos_{i,t}$: 산업 j의 t년도 산업수익률

(당기순이익의 산업평균 / 매출액의 산업평균)

$Fixed_{j,t}$: 산업 j의 t년도 자본집약도

(감가상각대상자산²⁶의 산업평균/총자산의 산업평균)

$RNDcap.rate_{j,t}$: 산업 j의 t년도 산업경쟁력

(무형자산으로 인식된 R&D비용의 산업평균/총 R&D비용의
산업평균)

$High-Tech_i$: 기업 i가 High-Tech산업에 속하면 1, 그렇지 않으면 0

$\ln(SIZE_{i,t})$: 기업 i의 t년도 총자산에 자연로그 값

$LEV_{i,t}$: 기업 i의 t년도 총자산에서 총부채가 차지하는 비율
(총부채/총자산)

$Market_{i,t}$: 기업 i가 코스피상장기업이면 1, 그렇지 않으면 0

$YEAR_{i,t}$: 기업 i가 해당(t)년도에 속하면 1, 그렇지 않으면 0

$IND_{i,t}$: 기업 i가 t년도 해당(j)산업²⁷에 속하면 1, 그렇지 않으면 0

$\epsilon_{i,t}$: 잔차항

본 연구에서 산업별 특성요인인 산업사이즈($\ln(TOSales_{j,t})$), 자본집약도($Fixed_{j,t}$), 산업경쟁력($RNDcap.rate_{j,t}$), 산업수익률($TORos_{i,t}$)변수 등은 상장 기업을 대상으로 제 9차 한국표준산업분류 개정사항(KSIC-9)에 나온 5대 분류 중 대분류를 산업분류기준으로 삼았다. 또한 산업별 특성을 측정하는데 있어 한정된 표본으로 인한 측정오차를 최소화할 수 있을 것으로 기대된다. 변수들중에 자연로그(ln)값을 취한 이유는 원래의 값을 그대로 쓰면 한쪽으로 치우치는 현상을 보정하여 정규분포를 그리도록 하고 데이터의 왜곡을 보정하기 위해서이다. 또한 첨단 산업 여부를 나타내는 $High-Tech_i$ 구분은 박종국 · 백태영 (2006) 및 김성환 · 손성규(2011)의 산업 구분 방법으로 분류하였다.

26) 감가상각대상자산 = 유형자산 - (토지 + 건설중인 자산)

27) 한국표준산업분류의 대분류에 따라 분류하였다.

1. 산업특성 변수

첫째, 산업사이즈(TOSales)는 산업매출액의 평균값의 자연로그값을 사용하였다. 홍철규(2010)는 산업매출액 합계액의 자연로그값을 사용하여 산출하였으나 이는 산업매출액의 합계액의 자연로그값이 대기업의 영향으로 변수값이 왜곡될 가능성이 있으므로 이를 보정하기 위하여 산업매출액의 평균값의 자연로그값을 사용하였다.

둘째, 산업수익률(TORos)을 보면 Porter(1998)는 세분산업에 따라 절대규모나 성장률이 차이가 나는 경우 절대규모나 성장률은 산업내 어디에서 경쟁할 것인가를 결정하는 데 있어 매우 중요한 변수로 보고 각 세분산업의 기대 성장률은 경쟁정도 및 신규진입 위협정도를 결정하는 데 중대한 영향을 준다고 보았다. 그런데 성장률은 결국 수익률이 높아야 성장률이 높으므로 산업수익률을 성장률의 대응변수로 사용하여 당기순이익의 산업평균/매출액의 산업평균 산식을 사용하였다. 이는 주식분석이나 회계학에서 일반적으로 수익률은 당기순익/매출액으로 사용하기 때문이다.

셋째, 산업의 선진기술화인데, 산업의 경쟁이란 용어도 경쟁치열성 여부인 경쟁정도와 경쟁력 여부의 2가지로 나눌 수 있으나 선행연구들은 전자의 경쟁의 치열여부로 산업요인을 찾았으나 본 연구에서는 산업경쟁력을 독립변수로 보아서 산업기술의 선진화정도를 산업의 경쟁력으로 보고 분석하고자 한다. 다른 산업별 요인으로는 산업의 경쟁정도가 있을 수 있다. 28)

본 연구에서는 산업의 경쟁중 산업의 경쟁력을 산업별 특성요인으로 보고 산업의 경쟁력(기술의 선진화정도)은 산업의 R&D자본환원율로 측정하였다.

28) 홍철규(2010)는 산업의 경쟁정도를 산업의 집중도지표로서 시장점유율 CR₃, 즉 매출액 상위 3개 기업의 시장점유율의 합계를 해당 산업의 경쟁정도를 나타내는 측정치로 사용하여 판매관리비와 경쟁정도의 상관관계를 연구하였다. 박종국 · 백태영(2006)과 Devereau and Shiantarelli(1989)는 기업규모 클수록, 성장경과년수가 짧을수록 성장산업일수록 부채비율이 낮을수록 재량적원가에 영향을 미친다고 보았고, 김연룡 · 신건권 (2004)은 높은 수익률을 기업의 좋은 성장기회로 보았고, 이상식 · 박병권은 글로벌 소소전략과 경쟁전략이 성과에 영향을 미친다고 보았으며 박주영 · 최순식 · 홍석기(2011)는 중소기업의 시장지향성과 마케팅역량이 경쟁우위와 기업성과에 영향을 미친다고 보았다. Porter(2011)의 구분에의하면 차별화우위와 원가우위로 Weerawarde(2002)는 경쟁우위확보부담정도와 난이도로 구분하고 있으며 ,이국철 · 전성현(1989)의 기업경쟁 우위분석의 개념적 모형개발에서 기업의 경쟁우위와 경쟁우위확보에서도 판매비와관리비 및 재량적원가에 영향을 미칠 것으로 추정된다.

산업의 R&D 자본환원율은 무형자산으로 인식된 R&D비용의 평균을 총 R&D비용의 평균으로 나누어서 계산하였다(김성기 · 곽태완, 2010).

넷째. 자본집약도인데, 사업의 영위형태로서 투자형태 즉, 산업의 자본집약도를 고려할 수 있는데 자본집약도가 높은 산업은 (김성환 등, 2012) 전체 비용 중 고정비의 비중이 크고 영업레버리지 효과로 인해 수요(매출)의 변동성에 따라 이익의 변동성도 커진다(Lev, 1983). 또한 자본집약도가 큰 산업에서는 전체비용 또는 원가에서 유형자산 관련비용이 차지하는 비중이 크게 된다 이 경우에 새로운 경쟁자는 진입비용을 감수할 수 밖에 없기 때문에 이러한 진입비용은 진입장벽이 되며, 새로운 경쟁자나 잠재적인 경쟁자의 출현을 억제하는 효과를 볼 수가 있다. 결과적으로 자본집약도가 높을수록 기존의 기업은 경쟁우위에 서게 되기 때문에 자본집약도는 판매비와관리비 지출에 영향을 주는 변수로 판단된다.

다섯째. 첨단산업여부를 패널로 구분하여 김성환 · 손성규(2011), 김문철(1994), 한봉희(1998) 등이 사용하여 실증한 바 있다.

〈표 4-10〉 산업변수 추출도

산업변수 명칭	산업변수 산식 (독립변수)	종속변수의 분야	참고문헌
$\ln(TOSales_{j,t})$: 산업 j의 t년도 산업규모	(매출액의 산업평균에 자연로그 값)		홍철규(2010)
산업의 선진기술화(주1) $RNDcap.rate_{j,t}$ (산업j의t년도 산업경쟁력)	(무형자산으로 인식된 R&D비용의 산업평균/총 R&D비용의 산업평균)	회계정보	김성기,김태완(2010) 연구개발비자본화와 회계정보
산업별수익률(주2) $TORos_{i,t}$	(당기순이익의산업평균 / 매출액의 산업평균)	회계학	한국의 산업별 수익률 및 사용자비용 추계 (1970-2006) ²⁹⁾ 주식분석이나 회계학에서 일반적으로수익률은 당기순익/매출액
자본집약도(주4) $(Fixed_{j,t})$	(감가상각대상자산 ³⁰⁾ 의 산업평균/총 자산의 산업평균)	회계정보품 질	김성환·김태동·김도형 (2012)
첨단여부(주5)	High-tech /Low - tech	회계정보의 역할	김문철(1994)
		회계이익정 보의유용성	한봉희(1998)
		회계정보품 질	김성환과손성규(2011)

29) 각 산업별 매출액의 성장률을 표본산업 전체의 성장률 평균값과 비교하여 측정한다. 산업별 성장률은 한국은행에서 발간하는 각 연도별 “기업경영분석”책자를 참고했다.

30) 감가상각대상자산 = 유형자산 - (토지 + 건설중인자산)

2. 기업내부 요소

기업수준에서 측정된 기업규모($\ln(SIZE_{i,t})$)는 총자산에 자연로그 값으로 생략된 변수의 문제를 통제하기 위하여 사용하였으며, 부채비율이 높은 경우 재무적 곤경에 빠질 위험이 판매비 및 관리비 지출에 영향을 미칠 것으로 예상되어 부채비율($LEV_{i,t}$)을 사용하였으며, $Market_{i,t}$ 는 코스피여부로 재무적 영향이 있을 것으로 예상되어 기업 변수로 사용하였다. 또한 $IND_{i,t}$ 는 해당기업이 속한 시장과 산업별 특성효과를 통제하기 위하여 추가하였으며, $YEAR_{i,t}$ 는 연도별 효과를 통제하기 위하여 통제변수에 포함하였다.

〈표 4-11〉 선행연구의 산업변수 비교표

		종속변수 =관관비	독립변수			
			기업변수	산업변수	통제변수	패널분석
본연구	본분석	SGA/sales	LEV비율 MARKET 더미	Ln(Tosales) TOROS(비율) FIXED(비율) RND(비율) 첨단더미	Ln(기업규모) YEAR IND	-
	추가분석	Ln(SGA)	LEV비율 MARKET 더미	Ln(Tosales) TOROS(비율) FIXED(비율) RND(비율)	Ln(기업규모) YEAR IND	-
홍철규 (2010)	본분석	Ln(SGA)	Ln(sales) _t 년 Ln(sales) _{t-1} Ln(총자산)	Ln(시장규모) Ln(유형고정자산총액) Ln(CR3)	YEAR IND	
	추가분석	Ln(SGA)	Ln(sales) _t 년 Ln(sales) _{t-1} Ln(총자산)	Ln(시장규모) Ln(유형고정자산총액) Ln(CR3)	시간영향제거 시장점유율추가 판매비외관리비추가분석	
박종국. 백태영 (2006)	본분석	재량적 원가 /매출액	부채비율 현금비율 당좌비율 2년간이익율 1년간이익율 법인세율	외환위기더미	Ln(기업규모) YEAR	제조업을 첨단산업 업종별분류
	추가	상동	상동	외환위기더미변 수상호작용변수 추가	상동	상동
안일준 유수정 (2002)	본분석	주식가치	장부가치 비정상이익 잔여가치			첨단산업 패널분석

제 5 장 실증분석 결과

제 1 절 기술통계 분석

실증 분석에서 사용된 변수들의 기술 통계는 <표 5-1>과 같다. 이는 종속변수를 매출액대비 판매비와관리비 비율, 재량적 원가비율로 하고, 독립변수를 산업변수와 기업변수로 한 기술통계이며 이와 관련하여 살펴보면 종속변수인 매출액 대비 판매비와관리비 등은 대체로 유사한 분포를 보이고 있다.

매출액대비 판매비와관리비 비율에 대한 측정치의 경우 평균값이 0.208이고, 표준편차는 0.200, 최소값은 0.024, 중위수는 0.139, 최대값은 1.125이다.

매출액대비 판매비비율에 대한 측정치의 경우는 평균값이 0.066이고, 표준편차는 0.074, 최소값은 0.002, 중위수는 0.042, 최대값은 0.0438이다.

매출액대비 관리비 비율은 평균값이 0.141이고, 표준편차는 0.149, 최소값은 0.015, 중위수는 0.090, 최대값은 0.0870이다. 대표적으로 매출액 대비 판매관리비의 비율을 살펴보면 평균 0.208이고 중위수가 0.139로 나타나 왼쪽으로 치우친 분포를 보이고 있다.

매출액대비 교육훈련비율은 평균값이 0.001이고, 표준편차는 0.002, 최소값은 0.000, 중위수는 0.000, 최대값은 0.010이다. 또한 매출액대비 광고선전비율은 평균값이 0.009이고, 표준편차는 0.020, 최소값은 0.000, 중위수는 0.002, 최대값은 0.116이다. 또한 매출액대비 연구개발비 비율은 평균값이 0.056이고, 표준편차는 0.113, 최소값은 0.000, 중위수는 0.016, 최대값은 0.764이다.

재량적 원가와 관련하여 매출액 대비 교육훈련비 비율과 광고선전비 비율의 평균은 각각 0.001과 0.009로 나타난 반면 연구개발비 비율의 평균은 0.056으로 상대적으로 높은 지출비율을 보이고 있다.

연구개발비 비율의 최대값(0.764)은 판매비 비율 최대값 0.438보다 높아 일부기업의 경우 판매비보다 연구개발비 지출이 높은 것으로 나타났다.

본 연구의 주요 관심변수인 TOSales(산업사이즈로 매출액의 산업평균 자연로그값)에 대한 측정치의 경우 평균과 중위수는 18.122과 18.024로 기업규모($\ln(size)$)변수와 유사하다.

Fixed(산업의 자본집약도)는 평균값이 0.207이고 중위수가 0.183이며, RND자본환원율(산업기술의 선진화정도) 및 산업수익률변수(TORos)는 평균이 중위수보다 낮았으나 비교적 대칭분포를 보이고 있다. 특히 자본환원율의 평균값이 0.504이고 중위수가 0.524이면서 최대값은 0.984로 중위수와 평균치가 유사하나 최소값과 최대값의 편차가 큰 것은 산업경쟁력을 가진 극단치와 약한 경쟁력을 가진 극단치에 속하는 기업들이 공존하고 있는 좌측으로 약간 치우친 좌우대칭모형을 보이는 것으로 보인다. 후술하는 <표5-2>에서도 약40%의 산업경쟁력이 있는 산업이 약40%인 것으로 보아 60%의 산업경쟁력이 없는 기업이 산업경쟁력 전체 평균(0.504)을 떨어뜨리는 것으로 보인다.

산업기술력의 대응변수인 High(첨단기술 산업여부)변수의 평균은 0.604로 나타났다. High-tech산업에 속한 기업수가 표본에서 60.4%를 차지하고 있는 것으로 나타났는데, 유가증권 상장기업보다 코스닥 상장기업에 High-tech산업의 기업수가 많기 때문이다.

〈표 5-1〉 기술통계 분석(매출액대비 지출비율)

N=9,504

변수	N	평균	표준 편차	최소값	25%	중위수	75%	최대값
판매관리비/매출액	9,504	0.208	0.200	0.024	0.084	0.139	0.253	1.125
판매비/매출액	9,504	0.066	0.074	0.002	0.020	0.042	0.081	0.438
관리비/매출액	9,504	0.141	0.149	0.015	0.054	0.090	0.173	0.870
교육훈련비/매출액	9,504	0.001	0.002	0.000	0.000	0.000	0.001	0.010
광고선전비/매출액	9,504	0.009	0.020	0.000	0.000	0.002	0.007	0.116
연구개발비/매출액	9,504	0.056	0.113	0.000	0.003	0.016	0.055	0.764
$\ln(TOSales_{j,t})$	9,504	18.122	1.029	16.348	17.385	18.024	18.505	21.483
$TORos_{i,t}$	9,504	0.027	0.065	-0.276	0.005	0.034	0.059	0.196
$Fixed_{j,t}$	9,504	0.207	0.109	0.036	0.127	0.183	0.271	0.530
$RNDcap.rate_{j,t}$	9,504	0.504	0.243	0.006	0.347	0.524	0.696	0.984
$High-Tech_i$	9,504	0.604	0.489	0.000	0.000	1.000	1.000	1.000
$\ln(SIZE_{i,t})$	9,504	18.317	1.548	15.581	17.261	18.072	19.081	23.138
$LEV_{i,t}$	9,504	0.433	0.196	0.055	0.280	0.436	0.581	0.893

주1) 변수의 조작적 정의는 (식 1) 참조

주2) ***는 1%, **는 5%, *는 10% 수준에서 통계적으로 유의함을 의미(양측검증)

주3) 최소값이 0인기업은 매출액대비 지출비율이 너무 낮지만 재정적 지출비용이 없는 기업은 아니다.

제 2 절 상관관계 분석

〈표 5-2〉를 검토해보면 종속변수인 매출액 대비 판매비와관리비 비율

및 매출액 대비 재량적 원가 비율 상호간에 모두 양(+)의 상관관계를 보이며 1% 유의수준에서 유의한 관계를 보이고 있다. 특히 교육훈련비, 광고선전비, 연구개발비 지출간에도 유의한 양(+)의 상관관계를 보이고 있다.

관심변수인 TOSales(산업사이즈)는 판매비와관리비 전체 항목에서 강한 음(-)의 상관관계가 나타났으며 통계적으로 유의하다. 산업수익율인 TORos는 매출액 대비 교육훈련비율과 광고선전비율이 의미있는 양(+)의 상관관계를 나타내고 나머지 원가항목의 매출액대비 원가비율항목에서 의미있는 음(-)의 상관관계가 나타났다. 자본집약도(FIXED)는 모든 원가비율 항목에서 강한 음(-)의 상관관계를 보이는 것으로 나타났다. 산업기술의 선진화정도인 RND자본환원률은 판매비율항목과 광고선전비율에서 음(-)의 상관관계가 나타났으나 통계적 유의성이 없는 것으로 나타났으며 나머지 원가비율 항목에서 음(-)의 상관관계가 유의성이 있는 것으로 나타났다. 첨단산업더미인 High-tech여부는 연구개발비만 강한 양(+)의 상관관계가 나타났고 나머지 원가비율항목은 강한 음(-)의 상관관계가 유의성이 있는 것으로 나타났다.

개별수준에서 측정된 Ln(SIZE)는 매출액 대비 교육훈련비율은 강한 양(+)의 상관관계가, 광고선전비율은 유의성이 없는 양(+)의 상관관계가, 나머지 원가비율항목에서는 강한 음(-)의 상관관계가 나타났다. 부채비율인 LEV는 모든 원가항목비율에서 1% 유의수준에서 통계적으로 유의한 음(-)의 상관관계를 보이고 있다. 또한 코스피(Market)여부는 광고선전비율은 유의성이 없는 것으로, 교육훈련비율은 강한 양(+)의 상관관계가 나타난 것 외에 나머지 원가비율에서는 모두 강한 음(-)의 상관관계가 나타났다. 독립변수들간의 상관관계에서 0.7이하로 유의적인 높은 상관관계는 존재하지 않는 것으로 나타나 다중공선성 문제는 없을 것으로 판단된다. 회귀분석모형에서 추가적으로 다중공선성(multi-collinearity) 테스트를 실시한 결과에서 분산팽창지수(VIF)의 최대치가 3이하로 나타나 본 연구모형에서 다중공선성은 문제되지 않는다고 판단된다.

〈표 5-2〉 상관관계 분석(피어슨 상관계수-매출액 대비 지출비율)

구분	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]	[8]	[9]	[10]	[11]	[12]	[13]	[14]
[1]판매비와관리비 /매출액	0.773*** (0.000)	0.945*** (0.000)	0.461*** (0.000)	0.513*** (0.000)	0.504*** (0.000)	-0.172*** (0.000)	-0.024** (0.022)	-0.177*** (0.000)	0.056*** (0.000)	-0.105*** (0.000)	-0.196*** (0.000)	-0.172*** (0.000)	-0.163*** (0.000)
[2]판매비/매출액	1	0.541*** (0.000)	0.363*** (0.000)	0.555*** (0.000)	0.433*** (0.000)	-0.116*** (0.000)	-0.022** (0.032)	-0.130*** (0.000)	-0.017 (0.102)	-0.147*** (0.000)	-0.099*** (0.000)	-0.126*** (0.000)	-0.100*** (0.000)
[3]관리비/매출액	-	1	0.435*** (0.000)	0.415*** (0.000)	0.470*** (0.000)	-0.173*** (0.000)	-0.019* (0.063)	-0.173*** (0.000)	0.082*** (0.000)	-0.071*** (0.000)	-0.219*** (0.000)	-0.169*** (0.000)	-0.172*** (0.000)
[4]교육훈련비/매출액	-	-	1	0.360*** (0.000)	0.203*** (0.000)	-0.060*** (0.000)	0.024** (0.019)	-0.147*** (0.000)	0.024** (0.019)	-0.118*** (0.000)	0.042*** (0.000)	-0.115*** (0.000)	0.071*** (0.000)
[5]광고선전비/매출액	-	-	-	1	0.171*** (0.000)	-0.081*** (0.000)	0.074*** (0.000)	-0.176*** (0.000)	-0.008 (0.434)	-0.215*** (0.000)	0.009 (0.403)	-0.112*** (0.000)	-0.010 (0.343)
[6]연구개발비/매출액	-	-	-	-	1	-0.193*** (0.000)	-0.097*** (0.000)	-0.117*** (0.000)	0.142*** (0.000)	0.034*** (0.001)	-0.270*** (0.000)	-0.134*** (0.000)	-0.269*** (0.000)
[7]Ln($TOSales_{j,t}$)	-	-	-	-	-	1	0.216*** (0.000)	0.412*** (0.000)	-0.336*** (0.000)	0.023** (0.026)	0.462*** (0.000)	0.173*** (0.000)	0.290*** (0.000)
[8] $TORos_{i,t}$	-	-	-	-	-	-	1	0.017* (0.098)	-0.142*** (0.000)	-0.017 (0.103)	0.103*** (0.000)	-0.048*** (0.000)	0.085*** (0.000)
[9] $Fixed_{j,t}$	-	-	-	-	-	-	-	1	-0.152*** (0.000)	0.182*** (0.000)	0.152*** (0.000)	0.135*** (0.000)	0.120*** (0.000)
[10] $RNDcap.rate_{j,t}$	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.125*** (0.000)	-0.191*** (0.000)	-0.046*** (0.000)	-0.125*** (0.000)
[11] $High - Tech_i$	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-0.147*** (0.000)	0.004 (0.698)	-0.177*** (0.000)
[12]Ln($SIZE_{i,t}$)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.229*** (0.000)	0.643*** (0.000)
[13] $LEV_{i,t}$	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.195*** (0.000)
[14] $Market_{i,t}$	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1

주1) 변수의 조작적 정의는 (식 1) 참조

주2) ***는 1%, **는 5%, *는 10% 수준에서 통계적으로 유의함을 의미(양측검증)

제 3 절 분석 결과

판매비와관리비 지출에 대한 통제는 절대규모보다는 매출액대비 지출 비율의 증감에 있는 것으로 볼 수 있다. 매출액대비 판매비와관리비의 비율의 증가는 비효율적인 것으로 간주되어 기업의 미래 수익성과 기업가치에 종종 부정적인 신호로 인식되는 것이 일반적이다(Lev and Thiagarajan, 1993 ; Abarbanell and Bushee, 1997). 이러한 인식의 배경에는 전년보다 매출액대비 판매비와관리비의 비율이 증가할 경우, 이는 경영층의 원가통제 능력부족 또는 도덕적해이가 존재할 가능성이 큰 것으로 판단하기 때문이다.

$$\begin{aligned}
 SGA_{i,j,t}/Sales_{i,j,t} = & \beta_0 + \beta_1 \ln(TOSales_{j,t}) + \beta_2 TORos_{j,t} + \beta_3 Fixed_{j,t} \\
 & + \beta_4 RNDcap.rate_{j,t} + \beta_5 High - Tech_i + \beta_6 \ln(SIZE_{i,t}) \\
 & + \beta_7 LEV_{i,t} + \beta_8 Market_{i,t} + \beta_9 YEAR_t + \beta_{10} IND_j + \epsilon_{i,t} \dots \dots \dots (식1)
 \end{aligned}$$

$SGA_{i,j,t}/Sales_{i,j,t}$: 산업 j에 속한 기업 i의 t년도 판매비와관리비
(판매비, 관리비, 교육훈련비, 광고선전비, 연구개발비)

독립변수는 (식1)과 동일함.

1. 산업특성에 대한 분석결과

(1) 산업사이즈 가설 분석

<가설 1>의 산업사이즈와 매출액 대비 판매비와관리비 비율은 음(-)의 관계가 있다는 것이 실증결과 일치하였다. 따라서 기업(경영자)의 산업사이즈에 대한 주관적 인식수준에 따라 판매비와관리비 지출에 다른 결과를 보일 것으로 예측된다. 즉, 산업사이즈가 동일하다도 하더라도 동일한 판매비와관리비

지출비율을 보이지는 않을 것으로 추측된다. 이는 개별 기업별로 경영자가 인식하는 산업사이즈는 다를 것이고, 판매관리비에 대한 지출비율도 상이한 결과를 보일 것으로 예상된다. 그러므로 기업의 산업사이즈를 산업매출액의 평균값을 사용하여 측정하면 기업(경영자)의 인식수준을 반영할 수 있을 것으로 판단되어, 단순히 매출액의 합계액을 산업사이즈로 정의하는 기존의 연구에서의 측정상 문제점을 보정하기 위하여 산업매출액의 평균값인 자연로그값을 사용하여 분석하였다.

산업사이즈와 판매비와관리비 등의 지출비율 영향에 대하여 산업수요가 다른 두 산업군의 경우에 동일한 산업매출일 때를 가정하여 산업매출의 여러 가지 경우의 수를 놓고서 이러한 수요시장에 대한 산업공급이 대처하는 반응은 판매비와관리비 등의 비율을 감소시키려는 기도할 것으로 예상하였고 실증분석 한 결과도 일치하였다. 이는 산업사이즈가 크다는 것은 수요가 넘치므로 이익 극대화에만 관심을 두고 고정비는 투자를 하지 않고 관련 증분 생산에 대한 변동비만 추가하고 판매비와관리비의 지출비율을 감소시키려는 반응으로 해석할 수 있다. 일반적으로 기업의 매출액이 증가하면 판매비와관리비가 증가할 가능성이 있지만 매출을 포함한 다른 요소들을 통제 한 후에는 산업사이즈는 음(-)의 관계를 가진다는 것을 시사하는 것이다.

이는 홍철규(2010)는 시장규모(본 연구의 산업사이즈와 동일함)를 해당 산업에 속한 기업들의 매출액의 합계를 사용하여 시장규모가 클수록 주어진 가격에서 제품에 대한 수요가 더 크다는 것을 의미하므로 시장규모는 판매비와관리비와 음(-)의 관계를 가질 가능성이 있다고 보고 다른 요소들을 통제 한 후에 시장규모는 음(-)의 관계를 가진다는 결과를 얻어냈다는 것과 일치한다.

〈가설 1-1〉의 산업사이즈와 매출액 대비 판매비 비율과 관리비 비율과는 음(-)의 관계를 보여 주고 있다. 그러나 산업사이즈와 관리비 비율이 더 강한 음(-)의 부호 유의성이 있는 것으로 나타나 산업사이즈와 관리비 비율과 강한 관계성이 있는 것으로 해석된다. 홍철규(2010)는 판매비는 기업차원요소와는 밀접한 관련이 있고 산업차원 요소와는 유의한 설명력을 보이지 않는 것과는 달리 유의성(10% 수준)이 있는 것으로 해석된다.

〈가설 1-2〉의 산업사이즈와 매출액대비 재량적 원가와 관계에 대해서

Devereau and Shiantarelli(1989)과 김연용·신건권(2004)는 산업사이즈가 크다는 것은 좋은 성장기회로 보고 재량적원가의 지출규모가 늘어난다는 것을 입증하였다. 그러나 본 연구는 산업사이즈가 커질 수록 재량적 원가의 지출규모는 증가하지만 지출비율은 감소될 것으로 예상하였다. 본 분석에서는 산업사이즈가 증가되면 매출액대비 재량적 원가비율은 음(-)의 관계가 있을 것으로 예측하였으나 광고선전비 비율만이 강한 유의성을 나타내었다. 그러나 교육훈련비 비율과 연구개발비 비율은 유의성이 없었다. 이는 매출 증가에 따라 산업사이즈가 커질수록 기업들은 매출액 대비 광고비 비율을 줄이는 것으로 해석된다. 반면에 사이즈가 작은 산업이나 축소되는 상황에서는 기업들은 광고비 비율을 매출액 변화에 비하여 확대하는 것으로 해석할 수 있다. 이러한 해석은 박종국 등(2006)은 재량적 원가의 자본적 성격으로 인하여 기업이 장기적인 안목에서 지출을 결정하게 되고 이렇게 결정된 지출은 단기적으로 큰 변동없이 유지된다고 입증한 바와 유사하게 일치하는 것으로 보인다.

(2) 산업수익률 가설 분석

산업수익률이 높다는 것은 고효율산업 또는 고부가가치 산업이라고 할 수 있다. 산업수익률이 높은 기업의 경우 현재에도 좋은 수익률을 기록하고 있기 때문에 미래의 성장기회에 대한 투자인식이나, 보다 높은 수익목표를 달성하기 위한 판촉행사에 대한 인식은 상대적으로 낮을 가능성이 존재하고 구조적 저비용 산업일 가능성이 크므로 산업수익률이 높을수록 판매비의 지출비율은 낮을 것으로 예상된다. 또한, 관리비 측면에서도 고부가가치 산업에 속한 기업에서 핵심인재의 유출은 효율성의 저하로 이어지기 때문에 직원의 복지와 관련된, 인건비나 복지후생비등 항목의 지출을 늘려 핵심인재의 유출을 방지하고자 노력하면 관리비는 반대로 증가될 가능성도 있다. 표학길 등(2009)은 한국의 산업별수익률에 따라 비용이 달라짐을 연구한 결과와 같이 산업수익률에 따라서 지출비율이 영향을 주고 있음이 입증되었다.

또한 산업의 수익률이 높으므로 비용이 감소한다는 것은 고부가가치 산업과 저부가가치산업이 존재한다는 것이다. 즉, 구조적으로 비용이 적게 들어가

는 산업구조의 특성 때문에 수익률이 높다는 것이다. 이와 관련 사례로 이정희·이영훈(2009)은 새로운 세대의 DRAM을 조기 생산한 경험이 현재 주력 DRAM의 원가를 낮추는 것으로 나타났다는 연구결과와 일치하였다.

〈가설 2〉의 검증 결과 산업수익률은 매출액대비 판매비와관리비 비율과 음(-)의 관계가 있는 것으로 나타났다. 고수익, 고부가가치 산업에 속한 기업들은 매출액 증가에 비해 판매비와관리비 비율을 낮춤으로써 기업의 수익성을 한층 증가시킬 것으로 해석할 수 있다.

〈가설 2-1〉은 산업수익률과 매출액 대비 판매비 비율, 관리비 비율과 음(-)의 관계가 있다는 것은 판매비의 경우에는 실증결과 일치하였으나 관리비는 유의성이 없었다. 이는 산업수익률이 증가할수록 기업은 적극적으로 판매비 비율을 감소시키는 전략을 실행하지만 관리비는 고정된 부분이 많으므로 지출의 감소에는 한계가 있는 것으로 보인다. 홍철규(2010)는 판매비는 기업차원 요소와는 밀접한 관련이 있고 산업차원 요소와는 유의한 설명력을 보이지 않는 것과는 반대적인 해석이 되는 것으로 의미있는 연구결과이다.

〈가설 2-2〉에서 산업수익률과 매출액 대비 재량적 원가의 비율은 양(+)의 관계가 있다는 것의 검증 결과, 광고선전비 비율은 유의적인 양(+)의 관계가 있는 것으로, 교육훈련비 비율은 양(+)의 부호는 같으나 유의성이 없는 것으로, 그리고 연구개발비 비율은 음(-)의 유의성이 있는 것으로 나타났다. 따라서 산업수익률 변수는 광고선전비 비율은 증가시키는 것으로, 연구개발비 비율은 감소시키는 것으로 나타남으로써 산업수익률은 광고선전비 비율을 증가시키는 것은 고부가가치산업에서는 단기적인 수익확대에 영향을 주기 때문인 것으로 해석되나, 장기적으로 효과가 있는 연구개발비 비율은 오히려 감소시키는 것으로 해석될 수 있다. 이는 고부가가치산업의 경우에 장기적인 대비를 하지 않고 단기적인 성과에 집착하는 것으로 해석되어 향후 고부가가치산업의 경우도 장기적인 안목에서 연구개발비 비율을 증가시켜야 할 것으로 보여 진다.

이는 일부 선행연구에서는 광고선전비가 차기의 당기순이익과 정(+)의 상관관계가 있다고 입증하였다. 산업수익률이 높은 산업에 속해 있는 기업일수록 잉여 자원에 대하여 광고선전비에 재투자할 가능성이 높을 것을 시사하는

것이다. 이는 동일한 산업매출 규모에서는 산업수익률이 높은 산업에서 재량적 원가 중 광고선전비만 지출비율이 증가시키는 것은 기업이미지 광고 등에 지출을 적극적으로 확대하는 것으로 해석된다. 이는 산업수익률이 높을수록 매출액 대비 광고선전비 비율 및 광고선전비 지출규모는 증가시키는 반면 연구개발비비율 및 연구개발비 지출규모는 감소하는 것으로 나타났다. 이는 현재 수익률이 좋기 때문에 미래 성장기에 대한 인식이 낮아 연구개발비에 적극적으로 투자하지 않기 때문으로 해석된다.

그런데 기술선진화정도 변수를 제외한 모든 산업변수는 연구개발비와는 강한 음(-)의 관계를 보였으며, 추가분석인 지출규모에서도 강한 음(-)의 관계를 보여 산업수익률이 높은 산업등 에서 연구개발비에 투자가 소홀한 것으로 해석되어 추후 더 투자할 가능성이 있는 것으로 보여 진다.

(3) 자본집약도 가설 분석

<가설 3>의 매출액 대비 판매비와관리비 비율 등 모든 비율은 자본집약도(fixed)와 부(-)의 관계가 실증분석 결과로 확인되었다. 자본집약도(fixed)가 높을수록 매출액 대비 판매비와관리비 등 모든 항목에서 원가비율과 음(-)의 유의한 관계가 나타났다. 이는 판매비와 관리비 구분한 경우와 교육훈련비, 광고선전비, 연구개발비에 걸쳐서 공통적으로 같은 부호로 강한 유의한 결과가 나와서 자본집약도는 모든 항목과 상당히 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

사업의 영위형태로서 투자 형태 즉, 산업의 자본집약도를 고려할 수 있는데 자본집약도가 높은 산업은 (김성환 등, 2012) 전체 비용 중 고정비의 비중이 크고 영업레버리지 효과로 인해 수요(매출)의 변동성에 따라 이익의 변동성도 커진다(Lev, 1983). 또한 자본집약도가 큰 산업에서는 전체비용 또는 원가에서 유형자산 관련비용이 차지하는 비중이 크다. 이 경우에 새로운 경쟁자는 진입비용을 감수할 수밖에 없게 되기 때문에 이러한 진입비용은 진입장벽이 되며, 새로운 경쟁자나 잠재적인 경쟁자의 출현을 억제하는 효과를 볼 수 있다. 결과적으로 기존의 기업은 경쟁우위에 서게 되고 판매비와관리비지

출이 결과적으로 감소하는 것으로 볼 수 있다고 예측할 수 있다. 또한 홍철규 (2010)는 산업의 진입비용과 부(-)의 상관관계가 있다는 가설에 대해 유의한 결과를 못 얻었으나 본 연구는 산업진입비용의 변수를 적절히 개발하여 유의한 결과를 얻어 산업진입비용의 변수로 자본집약도임을 입증한데 의의가 있다.

자본집약도(fixed)와 매출액 대비 판매비 비율 및 관리비 비율과 모두 음(-)의 관계가 있다는 <가설 3-1>도 유의한 결과를 나타냈다. 이는 자본집약적인 산업에 속한 기업은 고정자산의 투자로 말미암아 변동비의 성격이 강한 판매비 및 관리비의 지출비율을 감축시킬 수 있는 여력이 있으며, 그러한 경향을 보이는 것으로 해석할 수 있다.

<가설 3-2>의 실증분석 결과도 자본집약도(fixed)와 매출액대비 재량적 원가와 1% 수준의 유의한 음(-)의 관계가 있다는 것을 보여 주고 있다. 이는 자본재에의 집중적인 투자로 기업은 교육훈련비, 광고선전비, 연구개발비 등에 매출 증가율에 비해 낮은 지출을 가능하게 하는 결과를 초래하고 있음을 입증하였다.

(4) 산업기술의 선진화정도 가설 분석

<가설 4>의 매출액 대비 판매비와관리비의 비율은 산업기술의 선진화와 부(-)의 관계가 있는 것이 실증결과 확인되었다. 산업기술의 선진화정도는 산업의 경쟁력중 하나로 볼 수 있으며 산업경쟁력 중 특히 중요한 기술력이라고 볼 수 있다. 경쟁우위를 차지하는 것은 기술 선진화가 관건이라고 볼 수 있다. 각종산업에서 경쟁우위에 있는 기술력이 확보되었다면 당연히 소비수요가 넘칠 것이다. 이에 따라 매출액대비 판매비와관리비의 지출비율은 감소될 것으로 추정할 수 있는 바 실증결과와 일치하였다.

<가설 4-1>의 산업기술 선진화정도가 매출액 대비 판매비 및 관리비의 비율과 음(-)의 관계가 있다는 것은 나타났다. 따라서 기술우위의 산업에선 매출신장률에 비해 낮은 판매비 및 관리비의 증가율을 보이는 것으로 확인할 수 있다.

〈가설 4-2〉에선 산업기술의 선진화는 매출액대비 재량적 원가와 음(-)의 관계가 있다는 것이 부(-)의 관계가 있다는 것과 실증분석결과는 일치하였다. 그러나 이는 산업기술의 선진화가 되려면 연구개발비 지출비율이 늘리는 것으로 나타났다. 이는 기술이 선진화될수록 경쟁우위를 확보하기 위한 연구개발비의 지출비율은 증가시키는 것으로 나타나 산업의 경쟁우위확보를 위해서는 연구개발비 지출이 산업의 사활을 걸린 필수적인 선투자적인 성격으로 해석되어진다.

(5) 첨단산업여부 가설 분석

〈가설 5〉의 검증결과 첨단기술 산업과 판매비와관리비의 지출비율은 음(-)의 관계가 있다는 것이 실증분석결과는 일치하였다. 첨단산업은 경쟁우위와 진입장벽 등으로 인해 다른 산업에 비해 판매비와관리비 등의 지출 비율이 감소할 것으로 예상된다.

또한 첨단기술 산업과 매출액 대비 판매비 및 관리비 비율과도 음(-)의 관계가 있다는 것은 실증결과 밝혀졌다(〈가설 5-1〉).

〈가설 5-2〉에 관해서 첨단기술 산업과 매출액대비 교육훈련비, 광고선전비 비율및 연구개발비 비율과 음(-)의 관계가 있다는 것이 실증분석결과로 나타났다. 교육훈련비 비율이 종업원의 전문성과 숙련도가 이미 갖추어져 있으므로 상대적으로 비첨단산업보다는 지출이 감소될 가능성이 있다고 판단된다. 광고선전비의 지출은 경쟁회사와의 경쟁적 관계에 있어서 부득이 지출하는 경우와 시장점유율의 증대를 목적으로 하는 경우, 그리고 소비자들에게 신제품 출시에 따른 시장침투전략으로 지출하는 경우 등이 있다. 그러나 과연 광고선전비가 기업의 매출을 증가시키는지, 또는 경영성과를 향상시키는지에 대한 연구는 일관적인 결론을 제시하고 있지는 못하다. 결국 이러한 광고선전비는 현금지출을 수반하는 공격적인 경영전략의 일환으로, 경영자는 매출액과 이익에 미치는 영향을 고려하여 자유재량으로 판단하게 된다. 따라서 첨단산업은 경쟁우위에 있으므로 광고선전비 비율이 비첨단산업보다 감소될 것으로 가설을 설정한바 실증결과 일치하였다..

첨단기술 산업과 매출액대비 연구개발비는 음(-)의 관계가 있다는 것이 실증분석 결과로 나타났다. IT, BT, 항공 산업 등과 같은 첨단산업 기업들에 대한 연구개발비 자본화 수준이 제지제조, 식품산업 등과 같은 전통 제조 기업들에 비해 2배 이상 더 높은 것으로 나타났으므로 첨단산업에서 연구개발비가 더 지출될 것으로 본다. 첨단산업에서 연구개발비의 지출규모는 증가하지만 산업매출액을 통제하고 동일한 산업매출에서 첨단산업분야의 매출액대비 연구개발비 비율이 증가할 것인지 감소될 것인지 흥미로운 관심사인바 이에 대하여 연구개발비 지출비율이 감소될 것이라는 가설이 입증됐다고 할 수 있다.

또한 연구개발비는 첨단산업이 비첨단산업보다 연구개발비 지출비율은 낮았으나 지출규모면에서는 첨단산업이 비첨단산업보다 높음을 의미할 수가 있다. 첨단산업이 비첨단산업보다 연구개발비 투자가 많으며, 첨단산업이 성장가능성이 높고 그에 상응하여 매출액이 높기 때문으로 해석된다.

홍철규(2010)는 판매비는 산업변수 중에서 산업사이즈만 유의한 결과를 못 얻었어 판매비는 산업변수와 연관관계가 덜하고 관리비는 산업변수에 영향을 받는 것으로 나타났으나 본 연구는 판매비 또는 관리비 모두에서 산업변수 모두에서 유의한 결과를 얻어 판매비 또는 관리비를 각각 설명하는데 적절한 산업변수임을 밝혀냈다.

개별 기업차원에서 살펴보면 SIZE(총자산의 자연로그값)이 클수록, LEV(부채비율)이 높을수록 Market(코스피 상장기업일 경우) 등은 판매비와관리비 지출비율이 음(-)의 관계가 있었다. 단, Ln(SIZE)가 증가할수록 교육훈련비 비율과 광고선전비 비율이 강한 양(+)의 관계를 보였다. 이는 기업사이즈가 증가할수록 교육훈련비 비율과 광고선전비 비율이 증가하는 것으로 나타났다.

〈표 5-3〉 회귀분석 결과

종속변수	판매비와관리비		판매비 vs 관리비				재량적 원가					
	판매관리비/매출액		판매비/매출액		관리비/매출액		교육훈련비/매출액		광고선전비/매출액		연구개발비/매출액	
	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량
(상수)	0.704	15.571***	0.155	8.899***	0.554	16.674***	0.001	2.692***	0.013	2.797***	0.299	
< 가설1 > $\ln(TOSales_{i,t})$	-0.008	-3.247***	-0.002	-1.732*	-0.006	-3.231***	0.000	-1.430	-0.001	-3.298***	-0.002	
< 가설2 > $TORos_{i,t}$	-0.003	-0.108	-0.036	-2.986***	0.034	1.498	0.000	1.320	0.024	7.532***	-0.102	
< 가설3 > $Fixed_{i,t}$	-0.147	-6.345***	-0.087	-9.680***	-0.066	-3.883***	-0.002	-10.218***	-0.033	-14.116***	-0.035	
< 가설4 > $RNDcap.rate_{i,t}$	-0.071	-7.535***	-0.035	-9.524***	-0.037	-5.279***	0.000	-4.346***	-0.010	-10.128***	0.039	
< 가설5 > $High-Tech_i$	-0.045	-9.803***	-0.032	-17.859***	-0.015	-4.508***	0.000	-10.059***	-0.009	-18.317***	-0.011	
$\ln(SIZE_{i,t})$	-0.013	-7.021***	0.001	1.009	-0.014	-10.578***	0.000	4.658***	0.002	9.033***	-0.010	
$LEV_{i,t}$	-0.067	-6.656***	-0.021	-5.340***	-0.047	-6.330***	-0.001	-7.706***	-0.006	-5.964***	-0.031	
$Market_{i,t}$	-0.018	-3.532***	-0.012	-5.761***	-0.007	-1.841*	0.000	5.674***	-0.003	-4.867***	-0.035	
$\Sigma YEAR_{i,t}$	포 함		포 함		포 함		포 함		포 함		포 함	
$\Sigma IND_{i,t}$	포 함		포 함		포 함		포 함		포 함		포 함	
F_{adj}	64.109***		35.465***		74.570***		37.518***		52.056***		42.057***	
$Adj. R^2$	0.171		0.101		0.194		0.106		0.143		0.118	

주1) 변수의 조작적 정의는 (식 1) 참조

주2) ***는 1%, **는 5%, *는 10% 수준에서 통계적으로 유의함을 의미(양측검증)

〈표 5-4〉 실증분석 결과표

가설	분석 내용	결과	지출비율	지출규모
가설1	산업사이즈가 판매관리비와 음(-)의 관계	판매비외관리비	지지	지지안함
가설1-1	산업사이즈가 판매비,관리비와 음(-)의 관계	판매비, 관리비	지지	지지안함
가설1-2	산업사이즈가 재량직원가와 음(-)의 관계	교육훈련비, 광고선전비, 연구개발비	지지	지지안함
가설2	산업수익율이 판매관리비와 음(-)의 관계	판매비외관리비	지지	지지안함
가설2-1	산업수익율이 판매비,관리비와 음(-)의 관계	판매비, 관리비	판매비만 지지	지지안함
가설2-2	산업수익율이 재량직원가와 양(+)의 관계	교육훈련비, 광고선전비, 연구개발비	광고선전비와 교육훈련비 지지	광고선전비와 교육훈련비 지지
가설3	자산집중도와 판매관리비와 음(-)의 관계	판매비외관리비	지지	지지
가설3-1	자산집중도와 판매비,관리비와 음(-)의 관계	판매비, 관리비	지지	지지
가설3-2	자산집중도와 재량직원가와 음(-)의 관계	교육훈련비, 광고선전비, 연구개발비	지지	지지

〈표 5-4〉 실증분석 결과표(계속)

가설	분석 내용	결과	지출 비율	지출 규모
가설4	산업기술선진화정도와 판매관리비와 음(-)의 관계	판매비외관리비	지지	지지
가설4-1	산업기술선진화정도와 판매비,관리비와 음(-)의 관계	판매비, 관리비	지지	지지
가설4-2	산업기술선진화정도와 재량직원가와 음(-)의 관계	교육훈련비, 광고선전비, 연구개발비	지지	지지 안함
가설5	첨단산업여부와 판매관리비와 음(-)의 관계	판매비외관리비	지지	지지
가설5-1	첨단산업여부와 판매비,관리비와 음(-)의 관계	판매비, 관리비	지지	지지
가설5-2	첨단산업여부와 교육훈련비와 광고선전비와 음(-)의 관계	교육훈련비, 광고선전비	지지	지지
가설5-3	첨단산업여부와 연구개발비와 음(-)의 관계	연구개발비	지지	지지 안함

2. 원가항목별 계수 부호

산업변수가 매출액 대 판매비와관리비의 지출비율에 미치는 영향에 대해 분석한 결과 <표 5-5>에서 제시된 바와 같이 산업사이즈는 판매비와관리비율등항목에 대체로 유의한 음(-)의 값을 가지고, 산업수익률은 판매비와 연구개발비에 음(-)의 유의한 값을 가지고, 광고선전비는 양(+의 유의한 값을 가지고, 자산집중도는 모든 항목에 대해 유의한 음(-)의 값을 가지고, 기술선진화는 연구개발비만 양(+의 유의한 값이고 나머지는 모두 음(-)의 유의한 값을 가진다. 첨단산업여부도 모든 항목에 대해 유의한 음(-)의 값을 가진다.

기업변수를 분석한 결과 기업규모는 판매관리비, 관리비, 연구개발비는 음(-)의 유의한 값을 가지고, 교육훈련비와 광고선전비는 양(+의 유의한 값을 가진다. 부채비율은 모든 항목에서 유의한 음(-)의 값을 가지며, 코스닥여부도 모든 항목에서 유의한 음(-)의 값을 가진다.

〈표 5-5〉 원가항목별 계수부호

구분	산업변수					기업변수		
	산업 사이즈	산업 수익율	자산 집중도	기술 선진화	첨단 산업여부	기업 규모	부채비율	코스피여 부
판매관리비/매출액	-(유의적)	비유의적	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)
판매비/매출액	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)	비유의적	-(유의적)	-(유의적)
관리비/매출액	-(유의적)	비유의적	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)
교육훈련비/매출액	비유의적	비유의적	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)	+(유의적)	-(유의적)	-(유의적)
광고선전비/매출액	-(유의적)	+(유의적)	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)	+(유의적)	-(유의적)	-(유의적)
연구개발비/매출액	비유의적	-비유의적	-(유의적)	+(유의적)	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)

제 4 절 추가분석

1. 판매비와관리비 지출규모 분석 결과

본 분석에서는 매출액대비 판매비와관리비의 비율로 분석하였다면 추가분석에서는 대다수 기존의 선행연구에서와 같이 종속변수를 판매비와관리비의 금액으로 설정하여 분석을 시도하였다. 본 연구의 주요 목적은 판매비와 관리비 그리고 재량적 원가와 관련하여 산업특성 측면에서 다양한 접근을 통해 원가형태에 대한 이해를 제고하기 위함이다. 따라서 산업특성이 판매관리비 및 재량적 원가 지출규모에 미치는 영향을 추가적으로 분석함으로써 원가지출 형태의 이해에 도움을 줄 수 있을 것으로 판단된다. 식2는 식1의 매출액 대비 판매관리비비율 대신 판매관리비에 자연로그값을 설정하여 다변량 회귀 분석을 수행하였다.

$$\begin{aligned} \text{Ln}(SGA_{i,j,t}) = & \beta_0 + \beta_1 \text{Ln}(TOSales_{j,t}) + \beta_2 TORos_{j,t} + \beta_3 Fixed_{j,t} \\ & + \beta_4 RNDcap.rate_{j,t} + \beta_5 High - Tech_{i,t} + \beta_6 \text{Ln}(SIZE_{i,t}) \\ & + \beta_7 LEV_{i,t} + \beta_8 Market_{i,t} + \beta_9 YEAR_t + \beta_{10} IND_j + \epsilon_{i,t} \dots \dots \dots (\text{식2}) \end{aligned}$$

변수의 정의

$\text{Ln}(SGA_{i,j,t})$: 산업 j에 속한 기업 i의 t년도 판매관리비에 자연로그

$\text{Ln}(\text{판매관리비, 판매비, 관리비, 교육훈련비, 광고선전비, 연구개발비})$

분석결과를 요약하면 산업사이즈의 대용변수인 $\text{Ln}(TOSales_{j,t})$ 은 광고선전비를 제외하고 1% 수준에서 정(+)의 유의한 상관관계를 보이고 있다. 이는 산업사이즈가 클수록 판매비와관리비 및 재량적 원가가 증가한다는 것을 의미한다. 그러나 음(-)의 관계를 보이는 본 연구의 분석결과와는 상이한 결과를 보이고 있다. 이는 산업사이즈가 판매비와관리비의 지출규모와는 양(+)의

관계를 보이지만 매출액대비 판매비와관리비의 비율은 음(-)의 관계를 보이는 것으로 나타난 것이다. 홍철규(2010)는 Pooled OLS모형에서는 양(+)의 관계를 보였으나, 산업특유의 효과(industry-specific effect)를 고려하고 분석한 결과에서는 음(-)의 관계를 제시하였으나, 그는 기업은 매출액이 증가하면 판매비와관리비 지출을 늘리는 경향이 있으나, 산업의 시장규모의 경우에는 다른 조건이 동일할 경우 규모가 클수록 판매비와관리비 지출을 줄이기 때문으로 해석하였다. 분석결과와 선행연구결과를 종합하면 산업 매출액이 높은 산업에 속한 기업은 판매비와관리비 지출규모를 늘리지만, 매출액 규모에 비하여 판매관리비 지출은 적기 때문으로 해석된다.

본 연구에서는 산업수익률($TORos_{i,t}$)이 높다면 기업의 판매비와관리비의 지출규모는 증가될 것으로 가설을 세웠다. 특히 재량직원가에서는 투자개념에서 더욱 지출이 확대될 것으로 보이며, 판매비와관리비도 같은 원리로 지출규모는 확대될 것으로 보여 양(+)의 관계가 예상된다. 산업수익률이 높은 고효율 산업(고부가가치 산업)에 속한 기업은 효율성을 높이기 위해 교육훈련비 지출규모가 높을 것으로 예상된다.

고부가가치 산업의 경우 노동집약적 산업보다 비교적 전문 지식 산업에 가깝기 때문에 신규인재의 채용이나 기존 인재에 대한 지속적인 교육훈련을 통하여 산업 내에서 경쟁 우위를 확보하려 할 것이다. 따라서 산업수익률이 높을수록 교육훈련비 지출규모가 높은 것으로 예상된다. 전통적인 관점에서 광고를 많이 하는 경우 매출이 상승하는 것으로 알려졌으며, 일부 선행연구에서는 광고선전비가 차기의 당기순이익과 정(+)의 상관관계가 있음을 보여주고 있다. 산업수익률이 높은 산업에 속해 있는 기업일수록 잉여 자원에 대하여 광고선전비에 재투자할 가능성이 높을 것으로 보인다.

본 분석결과에서 일관된 결과를 보여주고 있지 않으나 지출규모의 추가분석에서는 연구개발비(회귀계수는 -1.325 , 1% 유의수준)를 제외하고 양(+)의 유의한 관계를 보였다. 재량적 원가인 광고선전비, 연구개발비 항목은 본 분석과 동일하게 광고선전비는 양(+)의 관계를 연구개발비는 음(-)의 관계를 1% 유의수준에서 유의한 결과를 보이고 있다. 산업수익률이 높을수록 매출액 대비 광고선전비 비율 및 광고선전비 지출규모는 증가시키는 반면 연구개발

비비율 및 연구개발비 지출규모는 감소하는 것으로 나타났다. 산업수익률이 높은 산업에 속한 기업들은 잉여자금을 광고 선전비에 투자하는 반면, 현재 수익률이 좋기 때문에 미래 성장기에 대한 인식이 낮아 연구개발비에 적극적으로 투자하지 않기 때문으로 해석된다.

자본집약도($Fixed_{j,t}$)와 산업경쟁력($RNDcap.rate_{j,t}$)은 본분석과 동일하다. 연구개발비 지출규모는 1% 유의수준에서 양(+)의 관계를 보이고 있다. 다른 원가항목들은 1% 유의수준에서 유의적인 음(-)의 관계를 보이고 있다. 지출 규모 측면에서도 자본집약도나 산업경쟁력이 높은 산업일수록 판매관리비 등 지출을 감소시키는 것으로 해석된다. 지출규모 측면에서 살펴본 결과에서도 연구가설을 지지하는 결과이며, 산업특성 변수로 새롭게 개발한 $Fixed_{j,t}$ 변수와 $RNDcap.rate_{j,t}$ 변수의 사용은 적절했던 것으로 판단된다.

마지막으로 첨단사업 여부를 나타내는 $High-Tech_i$ 변수에서 다른 원가항목은 본 분석과 동일하게 나타났으나 연구개발비에서만 본 분석과 다르게 1%유의 수준에서 유의한 양(+)의 관계를 보이고 있다. 이는 매출액을 대비했을 경우 연구개발비는 첨단산업이 비첨단산업보다 연구개발비 지출비율은 낮았으나 지출규모면에서는 첨단산업이 비첨단산업 보다 높음을 의미한다. 첨단산업이 비첨단산업보다 연구개발비 투자가 많으며 첨단산업이 성장가능성이 높고 그에 상응하여 매출액이 높기 때문으로 해석된다.

개별기업차원에서 살펴보면 $\ln(SIZE_{i,t})$ (총자산의 자연로그값)가 클수록, $LEV_{i,t}$ 부채비율이 높을수록, $Market_{i,t}$ (코스피여부)등은 판관비가 증가되었다. 단, LEV 부채비율이 높을수록 광고선전비와 연구개발비는 감소되는 것을 보였는데 이는 재량적원가의 특성상 경영자가 경영의 어려움을 타개하기 위하여 지출을 줄이는 것으로 보인다.

또한 유가증권상장기업($Market_{i,t}$)는 연구개발비가 낮은 것으로 나타나는데 이는 선행연구에서 상장사일수록 연구개발비가 늘어나는 것과 대조적이고 이례적인 것이다.

2. 산업특성에 대한 추가분석결과

실증 분석에서 사용된 변수들의 기초 통계는 <표 5-7>과 같다. 본 기술통계의 수준변수와 관련하여 살펴보면 판매비와 관리비에 대한 측정치의 경우 평균값이 16.252이고 중위수가 15.987로 평균값이 중위수보다 높았으며 최소값은 13.701이고 최대값은 20.830으로 중위수와 최소값의 차이는 2.286이고 최대값과 중위수의 차이는 4.843으로 2배이상 높은 것으로 나타나 표본의 분포가 오른쪽으로 치우친 형태의 분포를 가지고 있는 것으로 나타났으며, 판매비와관리비도 유사한 형태를 보이고 있다.

판매비와 관리비, 판매비, 관리비의 표준편차는 1정도이나 재량적원가의 표준편차는 각각 2이상으로 최소값과 평균값과 중위수의 차이가 유사한 것으로 보아 대칭적으로 넓은 분포를 보이고 있는 것으로 해석된다. 이는 판매비야관리비는 재량적원가에 비해 평균에 밀집되어 있는 반면에 재량적원가는 넓게 분포되어있음을 알 수 있다. 이는 경영자의 재량성이 강하게 나타나는 것으로 보인다.

본 연구의 주요 관심변수인 TOSales(산업사이즈로 매출액의 산업평균 자연로그값)에 대한 측정치의 경우 평균과 중위수는 18.122와 18.024로 기업규모(Lnsize)변수와 유사하다. 이는 본 분석과 산업변수가 동일하므로 분석결과 동일하다.

Fixed(산업의 자본집약도)는 평균값이 0.207, 중위수가 0.183이고, 이는 본 분석과 산업변수가 동일하므로 분석결과 동일하다. RND자본환원률(산업기술의 선진화정도)및 산업수익률변수(TORos)는 평균이 중위수보다 낮았으나 비교적 대칭분포를 보이고 있다.특히 자본환원률의 평균값이 0.504이고 중위수가 0.524이면서 최대값은 0.984로 중위수와 평균치가 유사하나 최소값과 최대값의 편차가 큰 것은 산업기술의 선진화를 가진 극단치와 산업기술의 선진화가 약한 극단치에 속하는 기업들이 공존하고 있는 좌측으로 약간 치우친 좌우대칭모형을 보이는 것으로 보인다. 후술하는 <표5-7> 에도 산업기술선진화된 산업이 약40%인 것으로 보아서 60%의 산업기술 선진화될된 기업이 산업선진화정도 전체 평균(0.504)을 떨어뜨리는 것으로 보인다. 이

〈표 5-6〉 추가분석 - 연구가설

연구목적	산업특성이 판매비와관리비의 지출행태에 미치는 영향
가설	1. 산업사이즈는 판매관리비지출규모와 양(+)의 관계가 있다.
	가설1-1 산업사이즈는 판매비와 관리비중 판매비,관리비와 양(+)의 관계가 있다.
	가설1-2 산업사이즈는 매출액대비 재량적원가와 양(+)의 관계가 있다.
	2.산업의 수익률은 판매관리비지출규모와 양(+)의 관계가 있다.
	가설2-1 산업별수익률은 판매비와관리비중 판매비, 관리비와 양(+)의 관계가 있다.
	가설2-2 산업별수익률은 재량적원가와 양(+)의 관계가 있다
	3.산업의 자본집약화는 판매관리비지출규모와 음(-)의 관계가 있다.
	가설3-1 산업의 자본집약화정도는 판매비와 관리비(SG&A)중 판매비, 관리비와 음(-)의 관계가 있다.
	가설3-2 산업의 자본집약화정도는 재량적원가와 음(-)의 관계가 있다
	4.산업기술의 선진화는 판매비와 관리비의 지출규모와 음(-)의 관계 있다.
	가설4-1 산업기술의 선진화정도는 판매비와관리비(SG&A)중 판매비, 관리비와 음(-)의 관계가 있다.
	가설4-2 산업기술의 선진화정도는 재량적원가와 음(-)의 관계가 있다
	5.첨단산업은 판매비와 관리비의 지출규모와 음(-)의 관계가 있다.
	가설5-1.첨단산업은 판매비와 관리비(SG&A)중 판매비, 관리비와 음(-)의 관계가 있다.
	가설5-2.첨단산업은 교육훈련비와 광고선전비의 지출규모와 음(-)의 관계가 있다.
가설5-3첨단산업은 연구개발비의 지출규모와 양(+)의 관계가 있다.	

는

본 분석과 산업변수가 동일하므로 분석결과 동일하다.

산업기술력의 대응변수인 High(첨단기술 산업여부)변수의 평균은 0.604로 나타났는데 이는 High-tech산업에속한 기업수가 표본에서 60.4%를 차지하고 있는 것으로 나타났는데, 유가증권상장기업보다 코스닥상장기업에 High-tech산업의 기업수가 많기 때문인 것이다. 이는 본 분석과 산업변수가 동일하므로 분석결과 동일하다.

〈표 5-7〉 기술통계(지출규모)

N=9,504

변수	N	평균	표준 편차	최소값	25%	중위수	75%	최대값
판매관리비	9,504	16.252	1.462	13.701	15.223	15.987	16.955	20.830
판매비	9,504	14.937	1.718	11.500	13.754	14.758	15.856	19.829
관리비	9,504	15.826	1.404	13.384	14.860	15.574	16.480	20.266
교육훈련비	9,504	10.045	2.309	5.106	8.450	9.899	11.465	15.964
광고선전비	9,504	11.817	2.482	6.372	10.144	11.542	13.351	18.208
연구개발비	9,504	13.718	2.041	7.901	12.618	13.861	15.008	18.682
$\ln(TOSales_{j,t})$	9,504	18.122	1.029	16.348	17.385	18.024	18.505	21.483
$TORos_{i,t}$	9,504	0.027	0.065	-0.276	0.005	0.034	0.059	0.196
$Fixed_{j,t}$	9,504	0.207	0.109	0.036	0.127	0.183	0.271	0.530
$RNDcap.rate_{j,t}$	9,504	0.504	0.243	0.006	0.347	0.524	0.696	0.984
$High - Tech_i$	9,504	0.604	0.489	0.000	0.000	1.000	1.000	1.000
$\ln(SIZE_{i,t})$	9,504	18.317	1.548	15.581	17.261	18.072	19.081	23.138
$LEV_{i,t}$	9,504	0.433	0.196	0.055	0.280	0.436	0.581	0.893

주1) 변수의 조작적 정의는 (식 1) 참조

주2) ***는 1%, **는 5%, *는 10% 수준에서 통계적으로 유의함을 의미(양측검증)

주3)최소값이 0인기업은 매출액대비 지출비율이 너무 낮지만 재정적 지출비용이 없는 기업은 아니다.

3. 상관관계 분석

종속변수인 판매관리비 지출규모 및 재량적원가는 상호간에 모두 양(+)의 상관관계를 보이며 1% 유의수준에서 유의한 관계를 보이고 있다. 특히 교육 훈련비, 광고선전비, 연구개발비 지출간에도 유의한 양(+)의 상관관계를 보이고 있다.

관심변수인 TOSals는 판매비와관리비 전 항목에서 양(+)의 상관관계가 나

타났고 통계적으로 유의하며, LNSIZE변수 다음으로 높은 상관관계를 보이고 있다. 자본집약도(FIXED)는 판매관리비(판매비, 관리비)와 양(+)의 상관관계를 보이는 반면 광고선전비와 연구개발비는 1% 유의수준에서 음(-)의 상관관계가 나타났으나, 교육훈련비는 음(-)의 상관관계수값을 가지고 통계적으로 유의하진 않으며 재량적원가와와는 대체로 음(-)의 상관관계를 보이고 있다.

산업기술의 선진화인 RND자본환원률은 판매관리비항목과 교육훈련비, 광고선전비와 음(-)의 상관관계(1% 유의수준)를 나타냈으나 연구개발비만은 반대부호인 양(+)의 상관관계를 보이며 10% 유의수준에서 유의하다.

산업수익률인 TORos는 연구개발비를 제외한 모든 원가항목에서 양(+)의 상관관계를 보인다. 마지막으로 첨단산업더미인 High-tech는 FIXED변수에서 나타난 결과와 유사하게 연구개발비에서는 양(+)의 관계를 보이고 있으며 다른 원가항목에서는 음(-)의 상관관계를 보인다.

개별수준에서 측정된 LNSIZE 및 LEV는 원가항목과 1% 유의수준에서 통계적으로 유의한 양(+)의 상관관계를 보이고 있다. 독립변수들간의 상관관계에서 0.7이하로 유의적인 높은 상관관계는 존재하지 않는 것으로 나타나 다중공선성 문제는 없을 것으로 판단된다. 회귀분석모형에서 추가적으로 다중공선성(multi-collinearity) 테스트를 실시한 결과 분산팽창지수(VIF : variance inflation factor)의 최대치가 3이하로 나타나 본 연구모형에서 다중공선성은 문제되지 않는다고 판단된다.

〈표 5-8〉 상관관계(피어슨 상관계수)

구분	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]	[8]	[9]	[10]	[11]	[12]	[13]	[14]
[1]판매관리비	0.922*** (0.000)	0.981*** (0.000)	0.821*** (0.000)	0.780*** (0.000)	0.406*** (0.000)	0.409*** (0.000)	0.128*** (0.000)	0.054*** (0.000)	-0.191*** (0.000)	-0.201*** (0.000)	0.883*** (0.000)	0.187*** (0.000)	0.583*** (0.000)
[2]판매비	1	0.843*** (0.000)	0.719*** (0.000)	0.733*** (0.000)	0.438*** (0.000)	0.370*** (0.000)	0.111*** (0.000)	0.074*** (0.000)	-0.204*** (0.000)	-0.195*** (0.000)	0.810*** (0.000)	0.158*** (0.000)	0.529*** (0.000)
[3]관리비	-	1	0.829*** (0.000)	0.772*** (0.000)	0.381*** (0.000)	0.400*** (0.000)	0.134*** (0.000)	0.028*** (0.007)	-0.175*** (0.000)	-0.193*** (0.000)	0.869*** (0.000)	0.190*** (0.000)	0.574*** (0.000)
[4]교육훈련비	-	-	1	0.693*** (0.000)	0.362*** (0.000)	0.322*** (0.000)	0.115*** (0.000)	-0.007 (0.496)	-0.122*** (0.000)	-0.188*** (0.000)	0.741*** (0.000)	0.123*** (0.000)	0.517*** (0.000)
[5]광고 선전비	-	-	-	1	0.322*** (0.000)	0.224*** (0.000)	0.130*** (0.000)	-0.100*** (0.000)	-0.106*** (0.000)	-0.273*** (0.000)	0.622*** (0.000)	0.063*** (0.000)	0.412*** (0.000)
[6]연구개발비	-	-	-	-	1	0.147*** (0.000)	0.010 (0.339)	-0.030*** (0.004)	0.017* (0.092)	0.088*** (0.000)	0.354*** (0.000)	0.008 (0.440)	0.096*** (0.000)
[7]Ln($TOSales_{j,t}$)	-	-	-	-	-	1	0.216*** (0.000)	0.412*** (0.000)	-0.336*** (0.000)	0.023** (0.026)	0.462*** (0.000)	0.173*** (0.000)	0.290*** (0.000)
[8] $TORos_{i,t}$	-	-	-	-	-	-	1	0.017* (0.098)	-0.142*** (0.000)	-0.017 (0.103)	0.103*** (0.000)	-0.048*** (0.000)	0.085*** (0.000)
[9] $Fixed_{j,t}$	-	-	-	-	-	-	-	1	-0.152*** (0.000)	0.182*** (0.000)	0.152*** (0.000)	0.135*** (0.000)	0.120*** (0.000)
[10] $RNDcap.rate_{j,t}$	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.125*** (0.000)	-0.191*** (0.000)	-0.046*** (0.000)	-0.125*** (0.000)
[11] $High - Tech_i$	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-0.147*** (0.000)	0.004 (0.698)	-0.177*** (0.000)
[12]Ln($SIZE_{i,t}$)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.229*** (0.000)	0.643*** (0.000)
[13] $LEV_{i,t}$	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.195*** (0.000)
[14] $Market_{i,t}$	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1

주1) 변수의 조작적 정의는 (식 1) 참조

주2) ***는 1%, **는 5%, *는 10% 수준에서 통계적으로 유의함을 의미(양측검증)

4. 회귀분석 결과

〈표 5-9〉와 같이 독립변수인 산업차원의 변수가 종속변수인 판매비와관리비 등의 지출규모의 자연로그값에 미치는 영향에 대해서 아래와 같이 분석해보았다.

〈가설1〉 산업사이즈(TOSales)는 산업매출액이 증가할수록 판매관리비, 판매비, 관리비, 교육훈련비, 연구개발비등 대부분의 항목에서 강한 양(+)의 관계가 나타났고 광고선전비는 음(-)의 관계가 나타나 유의성이 없는 것으로 분석결과에 나타났다.

이는 기업은 매출액이 증가하면 판매비와관리비 지출을 늘리는 경향이 있으나, 산업의 시장규모의 경우에는 다른 조건이 동일할 경우 규모가 클수록 판매비와관리비 지출을 줄이기 때문으로 해석하였다. 분석결과와 선행연구결과를 종합하면 산업 매출액이 높은 산업에 속한 기업은 판매비와관리비 지출 규모를 늘리지만, 매출액 규모에 비하여 판매관리비 지출은 적기 때문으로 볼 수 있다. .

〈가설2〉 산업수익률(TORos)이 높을수록 판매관리비, 관리비, 교육훈련비, 광고선전비는 강한 양(+)의 관계가, 판매비는 유의성이 없는 음(-)의 관계가 나타났으며, 연구개발비는 강한 음(-)의 관계가 실증분석 결과 나타났다.

이는 판매비와관리비의 지출규모는 산업의 매출액과 이익의 증가에 공헌하는 높은 관계가 있음을 보여주고 있다. 그러나 세분화하여 분석하면 판매비는 양(+)의 관계이나 유의성이 없는 것으로 보여 의외의 결과로 해석된다.

반면 산업수익률이 높을수록 연구개발비와는 감소하는 강한 음(-)의 관계가 나타나 산업의 수익률에만 관심을 둔다면 공격적인 영업비성격의 판매비가 줄어들고 기술 및 장기투자에 부정적 영향을 미치는 것으로 보인다. 이 부분에 대해서는 대차대조표상 연구비 등의 지출 포함여부를 더 검토해보아야 할 것으로 보인다.

본 분석과 비교시 광고선전비와 연구개발비만 일치하고 판매비와관리비는 본 분석과 다른 결과가 나왔다. 이는 산업수익률의 평균값과 판매비와관리비 총액의 산업간 비교가 적절치 않음을 시사하고 있다.

<가설3> 자본집약도(Fixed)가 높을수록 판매비와관리비의 지출규모가 감소되었다. 이는 판매비와 관리비 구분한 경우와 교육훈련비, 광고선전비, 연구개발비에 걸쳐서 공통적으로 같은 부호로 강한 유의한 결과가 나와서 자본집약도와 판매비와 상당히 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 이는 본분석과 일치한다.

<가설4> 산업기술의 선진화($RNDcap.rate_{j,t}$)가 높을수록 판매비와관리비의 지출규모가 감소되었다. 이는 연구개발비만 강한 양(+의) 관계가 나타났고, 나머지 모든 항목에서 강한 음(-)의 관계가 나타났다. 이는 본분석과 일치한다.

<가설5>또한 High-tech(첨단기술 산업)일수록 판매비와관리비의 지출이 감소된다. 그러나 판매비중 연구개발비는 증가되는 것으로 나타났다. 이유는 첨단산업특성상 연구개발비를 많이 지출해야 하기 때문이다.

첨단기술 산업일수록 판매비와관리비의 지출규모는 연구개발비가 강한 양(+의) 관계를 나타낸 것을 제외하고는 첨단기술 산업과 부(-)의 관계가 있었다. 이는 본분석과 일치한다.

개별기업차원에서 살펴보면 SIZE(총자산의 자연로그값)이 클수록,LEV(부채비율)이 높을수록, Market(코스피 상장기업일 경우)등은 판매비와관리비가 증가되었다. 단,LEV부채비율이 높을수록 광고선전비와 연구개발비는 감소되는 것을 보였는데 이는 재량적원가의 특성상 경영자가 경영의 어려움을 타개하기 위하여 지출을 감소하는 것으로 보인다.

또한 Market(코스피 상장기업일 경우)는 연구개발비가 감소되는 것으로 나타나는데 이는 선행연구에서 상장사일수록 연구개발비가 늘어나는 것과 대조적이고 이례적인 것이다.이 부분은 재무상태표상 연구비등의 지출 포함여부의 검토 필요성이 있다.

〈표 5-9〉 회귀분석 결과

종속변수	판매비와관리비		판매비 vs 관리비				재량적 원가					
	Ln(판매관리비)		Ln(판매비)		Ln(관리비)		Ln(교육훈련비)		Ln(광고선전비)		Ln(연구개발비)	
	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량
(상수)	0.868	5.526***	-2.025	-8.653***	1.380	8.833***	-10.465	-28.894***	-6.633	-15.138***	-1.357	
$\ln(TOSales_{j,t})$	0.039	4.544***	0.049	3.832***	0.029	3.432***	0.061	3.101***	-0.009	-0.392	0.153	
$TORos_{i,t}$	0.506	4.707***	0.013	0.081	0.768	7.172***	1.109	4.467***	2.516	8.376***	-1.325	
$Fixed_{j,t}$	-1.479	-18.373***	-1.476	-12.302***	-1.576	-19.682***	-3.106	-16.722***	-5.043	-22.445***	-3.074	
$RNDcap.rate_{j,t}$	-0.476	-14.456***	-0.586	-11.941***	-0.410	-12.537***	-0.459	-6.049***	-0.797	-8.677***	0.338	
$High-Tech_i$	-0.143	-8.961***	-0.401	-16.829***	-0.030	-1.905*	-0.195	-5.290***	-0.710	-15.931***	0.424	
$\ln(SIZE_{i,t})$	0.829	133.040***	0.929	100.095***	0.778	125.577***	1.098	76.364***	1.111	63.932***	0.715	
$LEV_{i,t}$	0.138	3.921***	-0.015	-0.291	0.186	5.323***	-0.220	-2.709***	-0.497	-5.066***	-0.441	
$Market_{i,t}$	0.086	4.760***	0.011	0.415	0.097	5.380***	0.300	7.196***	-0.057	-1.138	-0.766	
$\Sigma YEAR_{i,t}$	포 함		포 함		포 함		포 함		포 함		포 함	
$\Sigma IND_{i,t}$	포 함		포 함		포 함		포 함		포 함		포 함	
F_{adj}	1339.167***		717.226***		1228.655***		465.478***		303.434***		85.987***	
$Adj. R^2$	0.814		0.700		0.800		0.602		0.497		0.217	

주1) 변수의 조작적 정의는 (식 1) 참조

주2) ***는 1%, **는 5%, *는 10% 수준에서 통계적으로 유의함을 의미(양측검증)

5. 본 분석과 추가분석의 원가항목별 계수 부호비교

산업변수가 매출액대 판매비와관리비의 지출비율과 지출규모에 미치는 영향에 대해 비교 분석한 결과 <표 5-10>에서 제시된 바와 같이 산업사이즈는 매출액대 판매비와관리비의 지출비율과 지출규모는 반대부호이나 유의성이 있었고, 산업수익율과 지출비율은 유의성과 비유의성이 50%였고, 산업수익율과 지출규모는 모두 양(+)으로 유의하였다. 자산집중도, 기술선진화, 첨단산업 여부 등은 매출액 대 판매비와관리비의 지출비율과 지출규모 모두에서 음(-)의 관계를 나타내었다.

<표 5-10> 주요변수 각 원가항목별 계수 부호(지출비율 vs. 지출규모)

구분		산업 사이즈	산업 수익율	자산 집중도	기술 선진화	첨단 산업여부
지출비율	판매관리비/매출액	-(유의적)	비유의적	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)
	판매비/매출액	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)
	관리비/매출액	-(유의적)	비유의적	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)
	교육훈련비/매출액	비유의적	비유의적	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)
	광고선전비/매출액	-(유의적)	+(유의적)	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)
	연구개발비/매출액	비유의적	비유의적	-(유의적)	+(유의적)	-(유의적)
비용지출 규모	판매관리비	+(유의적)*	+(유의적)*	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)
	판매비	+(유의적)*	+(유의적)*	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)
	관리비	+(유의적)*	+(유의적)*	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)
	교육훈련비	+(유의적)*	+(유의적)*	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)
	광고선전비	비유의적*	+(유의적)	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)
	연구개발비	+(유의적)*	비유의적	-(유의적)	+(유의적)	+(유의적)

*는 지출비율과 반대부호나 결과가 나온 것을 표시

6. 제조업 분석

<표5-12>과 같이 제조업만을 대상으로 분석한 결과를 보면 <가설1> TOSales(산업사이즈)는 본분석과 비교시 광고선전비만 일치하고 판매비와관리비는 본분석과 다른 결과가 나왔다. 이는 본분석은 지출비율과 비교한 것이기 때문으로 해석된다. 또한, 제조업 추가분석은 전체업종의 지출규모와 동일한 결과가 나왔다.

<가설2> TORos는 산업별수익률을 나타내는 바 이는 전체업종을 지출규모로 비교한 추가분석의 결과와 제조업을 지출규모로 본 경우와 동일한 결과가 나왔다.

<가설3> 자본집약도(Fixed)는 본분석과 전체업종을 지출규모로 비교한 추가분석의 결과 제조업을 지출규모로 본 경우와 동일한 결과가 나왔다. 이는 자본집약도가 판관비의 관계 설명변수로 적절함을 알수가 있다.

<가설4> 산업기술의 선진화($RNDcap.rate_{j,t}$)는 본분석과 전체업종을 지출규모로 비교한 추가분석 결과와 제조업을 지출규모로 본 경우와 동일한 결과가 나왔다. 이는 산업기술의 선진화가 판관비의 관계 설명변수로 적절함을 알수가 있다.

<가설5> 또한 high(첨단기술 산업)은 본분석과 전체업종을 지출규모로 비교한 추가분석 결과와 제조업을 지출규모로 본 경우와 동일한 결과가 나왔다. 이는 자본집약도가 판관비의 관계 설명변수로 적절함을 알수 있다.

개별기업차원에서 살펴보면 SIZE(총자산의 자연로그값), LEV부채비율, MK(코스피 여부)등도 본분전체업종을 지출규모로 비교한 추가분석의 결과와 제조업을 지출규모로 본 경우와 동일한 결과가 나왔다.

7. 제조업과 전체업종간 원가항목별 계수 비교

산업변수가 판매비와관리비의 지출에 미치는 영향을 전체업종과 제조업으로 나누어서 분석한 결과를 계수부호로 비교하여 보면 산업사이즈는 전체업종과 제조업은 서로 다른 부호를 나타내고 있다. 산업수익률에서는

판매비, 관리비, 교육훈련비에서 제조업과 계수가 다르게 나타나고 있다. 자산집중도와 기술선진화정도, 첨단산업여부는 전체업종과 제조업이 일치하고 있다. 그러므로 제조업과 비교에서도 산업사이즈와 산업수익률변수는 서로 다른 부호를 나타내고 있음을 알 수 있다.

〈표 5-11〉 주요변수 각 원가항목별 계수 부호(전체업종 vs. 제조업)

구분		산업 사이즈	산업 수익율	자산 집중도	기술 선진화	첨단 산업여부
전체업종	판매관리비/매출액	-(유의적)	비유의적	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)
	판매비/매출액	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)
	관리비/매출액	-(유의적)	비유의적	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)
	교육훈련비/매출액	비유의적	비유의적	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)
	광고선전비/매출액	-(유의적)	+(유의적)	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)
	연구개발비/매출액	비유의적	비유의적	-(유의적)	+(유의적)	-(유의적)
제조업	판매관리비	+(유의적)*	비유의적	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)
	판매비	+(유의적)*	비유의적*	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)
	관리비	+(유의적)*	+(유의적)*	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)
	교육훈련비	+(유의적)*	+(유의적)*	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)
	광고선전비	비유의적*	+(유의적)	-(유의적)	-(유의적)	-(유의적)
	연구개발비	+(유의적)*	비유의적	-(유의적)	비유의적*	+(유의적)*
*전체업종과 다르게 나타난 제조업에서 통계결과						

〈표 5-12〉 회귀분석결과 _추가분석 (제조업)

종속변수	판매비와관리비		판매비 vs 관리비				재량적 원가					
	Ln(판매관리비)		Ln(판매비)		Ln(관리비)		Ln(교육훈련비)		Ln(광고선전비)		Ln(연구개발비)	
	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량
(상수)	1.344	7.725***	-1.373	-5.218***	2.010	11.730***	-10.633	-24.381***	-4.989	-9.758***	-2.308	-4.395***
$\text{Ln}(TOSales_{j,t})$	0.029	3.188***	0.026	1.860*	0.021	2.339**	0.064	2.757***	-0.022	-0.812	0.127	4.575***
$TORos_{i,t}$	0.177	1.427	-0.125	-0.664	0.402	3.292***	1.057	3.405***	2.279	6.259***	-0.658	-1.761*
$Fixed_{j,t}$	-2.064	-24.434***	-2.149	-16.815***	-2.163	-25.984***	-3.281	-15.492***	-7.109	-28.628***	-2.296	-9.001***
$RNDcap.rate_{j,t}$	-0.592	-15.993***	-0.774	-13.824***	-0.502	-13.759***	-0.569	-6.132***	-1.153	-10.595***	0.182	1.625
$High - Tech_i$	-0.174	-10.476***	-0.377	-14.987***	-0.070	-4.253***	-0.246	-5.905***	-0.779	-15.926***	0.760	15.139***
$\text{Ln}(SIZE_{i,t})$	0.825	118.793***	0.929	88.431***	0.764	111.679***	1.116	64.068***	1.069	52.358***	0.771	36.747***
$LEV_{i,t}$	0.030	0.789	-0.088	-1.532	0.067	1.802*	-0.464	-4.897***	-0.596	-5.368***	-0.394	-3.454***
$Market_{i,t}$	0.079	4.127***	0.079	2.721***	0.091	4.812***	0.242	5.029***	0.042	0.747	-0.728	-12.578***
$\Sigma YEAR_{i,t}$	포 함		포 함		포 함		포 함		포 함		포 함	
F_{adj}	1710.837***		973.660***		1498.295***		508.696***		368.818***		120.635***	
$Adj. R^2$	0.815		0.715		0.795		0.567		0.487		0.236	

주1) 변수의 조작적 정의는 (식 1) 참조

주2) ***는 1%, **는 5%, *는 10% 수준에서 통계적으로 유의함을 의미(양측검증)

7. 첨단산업과 비첨단산업 패널분석

부록편에 첫째, 종속변수가 매출액대 판매비와관리비비율로 본분석할 때는 첨단산업여부를 더미변수로 구분하여 분석하였다. 그러나 이는 첨단산업과 비첨단산업을 패널군으로 나누워서 분석할 때와는 독립변수인 산업변수가 종속변수에 어떤 영향을 미치는지에 대해 분석의 필요성이 제기되므로 패널분석을 하였다. <가설1> $TOSales$ (산업사이즈)는 첨단산업에서는 본 분석과 유사하게 나왔으나, 비첨단산업에서는 전체적으로 유의성이 없는 것으로 나왔다. <가설2> $TORos$ (산업별수익률)을 나타내는 바 이는 첨단산업 패널에서는 본 분석과 일치하였다. 그러나 비첨단산업 분야에서는 반대의 부호가 나왔다. <가설3> 자본집약도(Fixed)는 첨단산업분야와 비첨단산업 분야 모두에서 본 분석과 일치하였다. <가설4> 산업기술의 선진화($RNDcap.rate_{j,t}$)는 첨단산업분야와 비첨단산업분야 모두에서 본분석과 일치하였다. 산업변수를 첨단산업과 비첨단산업으로 패널분석한 결과는 대체로 일치하였으나 $TOSales$ (산업사이즈)에서는 첨단산업에서만 일부 유사하였고, $TORos$ 는 산업별수익율은 역시 첨단산업에서만 일치하였다. 그러므로 패널분석의 결과는 첨단산업에서 모든 산업변수가 판매비와관리비의 관계에 영향을 미치는 것으로 나왔다.

둘째, 종속변수를 판매비와관리비의 지출규모로 추가분석할 때는 첨단산업여부를 더미변수로 구분하여 분석하였다. 그러나 이는 첨단산업과 비첨단산업을 패널군으로 나누워서 분석할 때와는 독립변수인 산업변수가 종속변수에 어떤 영향을 미치는지에 대해 분석의 필요성이 제기되므로 첫째와 동일한 이유로 패널분석 하였다.

<가설1> $TOSales$ 는 첨단산업에서는 추가분석과 동일하게 나왔으나, 비첨단산업에서는 전체적으로 부호가 반대로 나오며 유의성이 없는 것으로 나왔다. <가설2> $TORos$ 는 는 첨단산업패널에서는 본분석과 같이 유의하였으나 비첨단분야에서는 유의성이 없었다 . <가설3> 자본집약도는 첨단산업분야와 비첨단산업분야 모두에서 추가분석과 일치하였다. <가설4> 산업기술의 선진화는 첨단산업분야와 비첨단산업분야 모두에서 본분석과 일치하였다. 판매비와관리비의 지출규모로 본 추가분석을 패널분석 한 결과와 산업변수를

첨단산업과 비첨단산업으로 패널분석한 결과는 대체로 일치하였으나 TOSales에서는 첨단산업에서만 일부 유사하였고, TORos는 비첨단산업에서만 일치하였다. 그러므로 판매비와관리비의 지출규모의 패널분석 결과는 첨단산업에서 TORos를 제외하고는 대부분의 산업변수가 판매비와관리비의 관계에 영향을 미치는 것으로 나왔다.

제 5 절 검증결과

1. <가설 1, 2, 3, 4, 5>에 대한 검증 결과

첫째, 산업변수와 매출액 대비 판매비와 관리비비율에 대한 가설을 본 분석에서 검증해본 결과는 아래와 같다.

<가설 1>는 산업사이즈와 매출액 대비 판매비와 관리비비율은 음(-)의 관계가 있다는 것이 실증결과 일치하였다.

<가설 2>는 매출액 대비 판매비와 관리비의 비율은 산업수익율과 음(-)의 관계가 있다는 것이 실증결과 일치하였다.

<가설 3>는 매출액 대비 판매비와 관리비등의 모든 비율은 자본집약도(fixed)와 부(-)의 관계가 있다는 것이 실증분석 결과는 일치하였다.

<가설 4>는 매출액 대비 판매비와 관리비의 비율은 산업기술의 선진화($RNDcap.rate_{j,t}$)와 부(-)의 관계가 있는 것이 실증결과 일치하였다.

<가설 5>는 첨단기술 산업과 판매비와 관리비의 지출비율은 음(-)의 관계가 있다는 것이 실증분석결과는 일치하였다.

둘째, 산업차원의 변수와 판매비와 관리비의 지출규모의 관계를 가설설정하여 추가분석한 결과는 아래와 같다.

<가설 1>는 산업사이즈와 판매비와 관리비비의 지출규모는 양(+)의 관계가 있다는 것이 실증결과 일치하였다.

<가설 2>는 산업수익율과 판매비와 관리비비의 지출규모는 양(+)의 관계가 있다는 것이 실증결과 일치하였다.

<가설 3>는 자본집약도(fixed)와 판매비와 관리비비의 지출규모는 부(-)의 관계가 있다는 것이 실증분석 결과는 일치하였다.

<가설 4>는 산업기술의 선진화($RNDcap.rate_{j,t}$)와 판매비와 관리비비의 지출규모는 부(-)의 관계가 있다는 것이 실증분석결과는 일치하였다.

<가설 5>는 첨단기술 산업과 판매비와 관리비비의 지출규모는 부(-)의 관계가 있다는 것이 실증분석 결과는 일치하였다.

2. <가설1-1, 2-1, 3-1, 4-1, 5-1>에 대한 검증 결과

첫째, 산업변수와 매출액 대비 판매비율 vs 관리비비율에 대한 가설을 본 분석에서 검증해본 결과는 아래와 같다.

<가설 1-1>은 산업사이즈와 매출액 대비 판매비, 관리비와 음(-)의 관계가 있다는 것이 실증결과 일치하였다.

<가설 2-1>은 산업수익율과 매출액 대비 판매비, 관리비와 음(-)의 관계가 있다는 것은 판매비는 실증결과 일치하였으나 관리비는 유의성이 없었다..

<가설 3-1>은 자본집약도(fixed)와 매출액 대비 판매비, 관리비와 음(-)의 관계가 있다는 것은 실증결과 일치하였다.

<가설 4-1>은 산업기술의 선진화는 매출액 대비 판매비, 관리비와 음(-)의 관계가 있다는 것은 실증결과 일치하였다.

<가설 5-1>은 첨단기술 산업과 매출액 대비 판매비, 관리비와 음(-)의 관계가 있다는 것은 실증결과 일치하였다.

둘째, 산업차원의 변수와 판매비, 관리비의 지출규모의 관계를 가설 설정하여 추가분석한 결과는 아래와 같다.

<가설 1-1>는 산업사이즈와 판매비, 관리비비의 지출규모는 양(+)의 관계가 있다는 것이 실증결과 일치하였다.

<가설 2-1>는 산업수익율과 판매비, 관리비비의 지출규모는 양(+)의 관계가 있다는 것이 실증결과 일치하였다.

<가설 3-1>는 자본집약도(fixed)와 판매비, 관리비비의 지출규모는 부(-)의 관계가 있다는 것이 실증분석결과는 일치하였다.

<가설 4-1>는 산업기술의 선진화와 판매비, 관리비비의 지출규모는 부(-)의 관계가 있다는 것이 실증분석결과는 일치하였다.

<가설 5-1>는 첨단기술 산업과 판매비, 관리비비의 지출규모는 부(-)의 관계가 있다는 것이 실증분석결과는 일치하였다.

3. <가설1-2,2-2,3-2,4-2,5-2>에 대한 검증 결과

첫째, 산업변수와 매출액 대비 재량직원가비율에 대한 가설을 본 분석에서 검증해본 결과는 아래와 같다.

<가설 1-2>는 산업사이즈와 매출액대비 재량직원가와 음(-)의 관계가 있다는 것이 실증분석결과 광고선전비와 교육훈련비는 유의성이 없었고, 연구개발비는 부호는 일치하나 유의성이 없는 것으로 나타났다.

<가설 2-2>는 산업수익율과 매출액 대비 재량직원가의 비율은 양(+)의 관계가 있다는 것은 광고선전비는 강한 양(+)의 관계가 있는 것으로, 교육훈련비는 부호는 같으나 유의성이 없는 것으로, 연구개발비는 반대부호로 유의성이 없는 것으로 나타났다.

<가설 3-2>는 자본집약도(fixed)와 매출액대비 재량직원가와 음(-)의 관계가 있다는 것이 부(-)의 관계가 있다는 것과 실증분석 결과는 일치하였다.

<가설 4-2>는 산업기술의 선진화는 매출액대비 재량직원가와 음(-)의 관계가 있다는 것이 부(-)의 관계가 있다는 것과 실증분석결과는 일치하였다.

<가설 5-2>는 첨단기술 산업과 매출액대비 교육훈련비및 광고선전비와 음(-)의 관계가 있다는 것이 실증분석결과는 일치하였다.

<5-3>는 첨단기술 산업과 매출액대비 연구개발비는 음(-)의 관계가 있다는 것이 실증분석결과는 일치하였다.

둘째, 산업변수와 재량직원가의 지출규모에 대한 가설을 추가 분석에서 검증해본 결과는 아래와 같다.

<가설 1-2>는 산업사이즈와 재량직원가와 양(+)의 관계가 있다는 것이 실증분석결과 교육훈련비와 연구개발비는 강한 유의성이 있었고, 광고선전비는 유의성이 없는 것으로 나타났다.

<가설 2-2>는 산업수익율과 재량직원가와 양(+)의 관계가 있다는 것이 실증분석결과 교육훈련비와 광고선전비는 강한 양(+)의 관계가 있는 것으로, 연구개발비는 반대부호로 유의성이 없는 것으로 나타났다.

<가설 3-2>는 자본집약도(fixed)와 재량직원가와 음(-)의 관계가 있다는 것이 실증분석 결과는 일치하였다.

<가설 4-2>는 산업기술의 선진화()는 재량직원가와 음(-)의

관계가 있다는 것이 실증분석 결과는 일치하였다.

〈가설 5-2〉는 첨단기술 산업과 교육훈련비와 광고선전비의 지출규모는 음(-)의 관계가 있다는 것이 실증분석결과는 일치하였다.

〈가설 5-3〉는 첨단기술 산업과 연구개발비의 지출규모와 양(+)의 관계가 있다는 것이 실증분석결과는 일치하였다.

제 6 절 실증분석 결과의 요약 및 시사점

1. 요약

본 연구는 2000년부터 2010년 사이에 코스피기업 3,689개 기업-년도와 코스닥기업 5,815개 기업-년도, 총 9,504개 기업-년도를 대상으로 주요산업 변수인 산업사이즈, 산업수익률, 자본집약도, 기술선진화정도, 첨단산업터미와 기업변수인 기업사이즈, 기업부채비율, 코스피 여부터미 등을 설정하여 회귀 분석모형을 이용해 분석을 시도하였다. 본 분석으로는 매출액대비 판매비와 관리비비율, 추가분석으로는 판매비와관리비의 지출규모, 제조업과 제조업이 외의 업종간 비교, 부록으로 첨단산업패널분석 등을 단계적으로 추가하여 분석하였다.

분석의 주요 내용은 주요산업변수인 산업사이즈 등이 판매비와관리비, 판매비, 관리비, 재량적원가(광고선전비, 교육훈련비, 연구개발비) 등에 영향을 미치는지, 산업변수와 판매비와관리비의 지출규모로 본 분석의 결과와 산업변수와 판매비와 관리비의 지출규모와 결과가 어떻게 다른지에 대해 검토하고 제조업과 비제조업간의 비교 및 첨단산업과 비첨단산업간의 회귀분석결과는 〈표 5-12〉 실증분석 결과표와 같다.

첫째, 산업차원에서 매출액대비 판매비와관리비의 원가에 대한 모든 항목의 비율을 검토한 결과 산업사이즈(TOSales)산업매출액이 증가할수록 매출액 대비 모든 원가비율 항목이 대체로 음(-)의 관계가 나타났다.

〈가설 1〉인 산업사이즈와 매출액 대비 판매비와 관리비비율은 음(-)의 관계가 있다는 것으로 〈가설 1-1〉은 판매비와관리비는 가설과 같이 음(-)의

관계로, <가설 1-2>는 재량적원가중 광고선전비는 강한 음(-)의 관계로 실증 분석결과는 일치하였으나 교육훈련비나 연구개발비는 부호는 일치하나 유의성이 없는 것으로 나타났다. 첨단산업패널분석에서는 본분석과 유사하나 비첨단산업 패널분석에서 유의성이 없는 것으로 나타났다. <가설 2>인 매출액 대비 판매비와관리비의 비율은 산업수익율과 음(-)의 관계가 있다는 것은 실증결과 일치하였다. <가설 2-1>은 매출액 대비 판매비 vs 관리비의 비율은 산업수익율과 음(-)의 관계가 있다는 것은 판매비는 실증분석결과와 일치하였으나 관리비는 유의성이 없는 것으로 나타났다. <가설 2-2>은 매출액 대비 재량적원가의 비율은 산업수익율과 양(+)의 관계가 있다는 것은 교육훈련비는 부호는 같으나 유의성이 없는 것으로, 광고선전비는 강한 양(+)의 관계가 있는 것으로, 연구개발비는 반대부호로 유의성이 없는 것으로 나타났다. 또한 첨단산업 패널분석에서는 본분석과 유사하나 비첨단산업 패널분석에서 유의성이 없는 것으로 나타났다.<가설 3><가설 3-1><가설 3-2>는 매출액 대비 판매비와 관리비등의 모든 비율은 자본집약도(fixed)와 부(-)의 관계가 있다는 것과 실증분석결과는 일치하였으며 또한 첨단산업 패널분석과 비첨단산업 패널분석에서 본분석과 일치하였다.<가설 4><가설 4-1><가설 4-2>인 산업기술의 선진화($RNDcap.rate_{j,t}$)는 판매비와 관리비(SG&A) 지출비율등과 연구개발비를 제외하고는 모두 부(-)의 관계가 있다는 것과 실증분석결과는 일치하였다. 이는 산업기술의 선진화가 되려면 연구개발비 지출비율이 늘어날 가능성이 있는 것으로 보여진다. 또한 첨단산업패널분석과 비첨단산업패널분석에서 본분석과 일치하였다. <가설 5><가설 5-1><가설 5-2>인 첨단기술 산업과 판매비와 관리비의 지출비율은 모든 항목에서 음(-)의 관계가 있다는 것과 실증분석결과는 일치하였다. 종합해 보면 첨단산업패널에서 산업변수가 지출비율에 영향을 끼치고 있으며, 비첨단산업 패널까지 합쳐서 분석 시에는 자본집약도, 산업기술의 선진화정도가 더 강한 유의성을 보여 산업변수로 더욱 적합한 변수임을 입증하였다.

개별기업차원에서 살펴보면 SIZE(총자산의 자연로그값)이 클수록 LEV부채비율 높을수록, Market(코스피 상장기업일 경우)등은 판매비와관리비 지출비율이 음(-)의 상관관계가 있었다. 단, Ln(SIZE)가 증가할수록 교육훈련비율

과 광고선전비 비율이 강한 양(+)의 관계를 보였다. 이는 기업사이즈가 증가할수록 대규모기업일수록 인적자원과 사회적자원에 대한 투자비율이 높은 것임을 반증하는 것이다.

둘째, 산업차원의 변수와 판매비와관리비의 지출규모의 관계를 살펴보면 산업사이즈(TOSales)는 산업매출액이 증가할수록 판매관리비, 판매비, 관리비, 교육훈련비, 연구개발비등 대부분의 항목에서 강한 양(+)의 관계가 나타났고 광고선전비는 음(-)의 관계가 나타나 유의성이 없는 것으로 분석결과에 나타났다. 첨단산업 패널분석에서는 본 분석과 유사하나 비첨단산업 패널분석에서 유의성이 없는 것으로 나타났다.

TORos는 산업별수익률을 나타내는 바 산업수익율이 높을수록 판매비와관리비, 관리비, 교육훈련비, 광고선전비는 강한 양(+)의 관계가, 판매비는 유의성이 없는 양(+)의 관계가 나타나 실증결과와 대체로 일치하였으나 연구개발비는 반대로 강한 음(-)의 관계로 나타나 산업수익률이 높으면 연구개발비투자에 등한시 하는 것으로 나타났다.

본 분석과 비교시 광고선전비와 연구개발비만 일치하고 판매비와 관리비는 본 분석과 다른 결과가 나왔다. 이는 지출비율로 본 본분석과 지출규모로 본 추가분석의 차이 때문인 것으로 해석된다. 또한 첨단산업 패널분석에서는 본 분석과 유사하나, 비첨단산업 패널분석에서 유의성이 없는 것으로 나타났다.

자본집약도(Fixed)가 높을수록 판매비와관리비의 지출규모가 감소되었다. 이는 판매비 및 관리비 구분한 경우와 교육훈련비, 광고선전비, 연구개발비에 걸쳐서 공통적으로 같은 부호로 강한 유의한 결과가 나와서 자본집약도와 판매비와관리비와 상당히 관계가 있는 것으로 나타났다. 이는 본 분석과 일치한다. 또한 첨단산업과 비첨단산업 패널분석에서 본 분석과 일치하였다.

산업기술의 선진화가 높을수록 판매비와관리비의 지출규모가 감소되었다. 이는 연구개발비만 강한 양(+)의 관계가 나타났고, 나머지 모든 항목에서 강한 음(-)의 관계가 나타났다. 이는 본분석과 일치한다. 또한 첨단산업 패널분석에서는 본분석과 유사하나 비첨단산업 패널분석에서 유의성이 없는 것으로 나타났다.

첨단기술 산업일수록 판매비와관리비의 지출규모는 연구개발비가 강한 양(+)의 관계를 나타낸 것을 제외하고는 첨단기술 산업과 음(-)의 관계가 있었다. 이는 본분석과 일치한다.

지출규모로 분석시에는 모든 산업변수가 제조업만을 분석시에도 동일한 결과가 나와 제조업과 전체산업에 미치는 영향이 차이가 없음을 시사한다.

종합해보면 첨단산업패널에서 산업변수가 지출비율에 영향을 끼치고 있으며, 비첨단산업 패널까지 합쳐서 분석시에는 자본집약도, 산업기술의 선진화정도가 더 강한 유의성을 보여 산업변수로 더욱 적합한 변수임을 입증하였다.

개발기업차원에서 살펴보면 SIZE(총자산의 자연로그값)이 클수록, LEV부채비율이 높을수록, MK(코스피일 경우) 등은 판관비가 증가되었다. 단, LEV부채비율이 높을수록 광고선전비와 교육훈련비, 연구개발비는 감소되는 것을 보였는데 이는 경영의 어려움을 타개하기 재량적 원가를 줄이기 때문이다.

또한 MK(코스피경우)는 연구개발비가 감소되는 것으로 나타나는데 이는 선행연구에서 상장사일수록 연구개발비가 늘어나는 것과 반대의 결과가 나타났다. 이 부분은 재무상태표상 연구비 등의 지출 포함여부의 검토 필요성이 있다.

셋째, 첨단산업과 비첨단산업으로 패널분석을 부록에서 실시하였던바 첨단산업군이 모든 산업변수와 판매비와관리비의 관계에서 유의성이 있는 것으로 나타나 첨단산업군이 산업변수가 판매비와관리비에 영향을 미치는 것을 가장 설명하는 산업군으로 시사할 수 있다. 또한 산업의 집중도와 기술의 선진화등은 첨단과 비첨단산업군 모두에서 유의성이 있는 것으로 나타나 가장 적절한 변수임을 입증하였다.

넷째, 산업변수와 매출액 대 판매비와관리비지출비율과 판매비와관리비지출규모의 계수부호를 비교해보면 산업사이즈와 산업수익률에서 부호가 대체로 다르게 나타나고, 자산집중도와 기술선진화정도, 첨단산업여부는 거의 대부분 일치하는 것으로 나타났다.

다섯째, 산업변수가 판매비와관리비의 지출규모에 미치는 영향을 분석한 계수부호를 전체업종과 제조업과 비교해보면 역시 산업사이즈와 산업수익률에서 부호가 대체로 다르게 나타나고, 자산집중도와 기술선진화 정도, 첨단산

업여부는 거의 대부분 일치하는 것으로 나타났다.

2. 시사점

기존의 선행연구가 표본대상을 외부회계감사 대상 법인에서 분석의 상대적 중요성이 있는 상장사로 확대하고 대상 업종도 제조 산업에서 유의한 결과가 나왔다면 다른 산업분야의 모든 업종으로 확대해도 동일한 결과를 보리라 추정하고 확대하여 연구한 결과 산업변수가 판매비와 관리비· 판매비 vs 관리비· 재량적 원가에 제조업뿐만 아니라 다른 산업에서도 산업변수가 판매비와 관리비등에 영향을 미침을 입증하였으므로 다양한 산업특성에 맞는 산업변수를 개발하여 분석해볼 수 있는 가능성을 열었다는 데 큰 의의가 있다.

본 연구는 재량적 원가에 대한 영향을 미치는 요인에 대한 선행연구가 기업의 재무적인 요소들이 주를 이루고 있어 외부적인 경제 환경을 제대로 반영하지 못하였다는 한계점을 본 연구에서 산업차원으로 확대하여 연구하였으며, 또한 선행연구에서 다양한 산업변수를 채택하지 않거나 산업변수중 적절하지 않았던 변수를 보강하고 재량적 원가까지 포함한 후에 제조업이외의 산업으로 확대하여 산업변수가 판매비와 관리비등에 미치는 영향을 실증하였다는데 의의가 있다.

연구결과 교육훈련비와 광고선전비와 다르게 연구개발비는 매출액대비 판매비와 관리비비율에서 산업변수중 기술선진화정도에서 양(+)으로, 지출규모에서는 산업변수중 기술선진화도와 첨단산업에서 양(+)으로 부호가 나타난 것은 재량적원가중에서도 연구개발비가 기술선진화도와 첨단산업에서 광고선전비와 교육훈련비와 성격이 다르게 지출비율이나 지출규모에서 더 지출되고 있는 것을 알 수 있고 이것은 결국 기술선진화와 첨단산업의 관건이 연구개발비 투자를 많이 한다는 것을 시사한 것이다.

선행연구에서 판매비는 매출액등 기업차원의 요소에 의해 결정되는 경향이 강한 것으로 보이고 판매비가 매출과 연계되어 상대적으로 단기적인 이익과 밀접한 연관을 맺고 있는 것으로 보이면서 관리비는 기업차원은 물론 기업이 소속한 산업차원의 요소도 추가적으로 고려하여 결정되는 경향이 있다

고 하였으나 본 연구에서는 판매비도 산업차원의 요소와 밀접하게 관련되어 있는 것을 발견하였다.

새로운 산업변수로 산업의 자본집약도, 산업경쟁력(기술의 선진화정도), 산업별수익율, 첨단산업여부더미변수가 판매비와관리비 및 재량직원가의 지출규모에 영향을 미치는지에 대해 연결하여 최초로 분석을 시도하였다. 또한, 산업의 자본집약도, 산업경쟁력(기술의 선진화정도), 첨단산업 여부 더미변수 등에서 강한 유의성이 나왔을 뿐 아니라 다양한 추가분석 즉, 산업변수와 매출액대비 판매비와관리비의 지출비율로 분석한 방법과 판매비와 관리비지출 규모로 비교하여 본 연구결과나 전체업종과 제조업을 비교하여 본 결과로도 자산집중도와 기술선진화정도, 첨단산업여부는 거의 대부분 일치하는 것으로 나타난 것으로 보아, 자산집중도와 기술선진화정도, 첨단산업여부의 산업변수는 판매비와관리비를 설명하는 적절한 변수임을 밝혀냈다는데 큰 의의가 있다.

기존의 선행논문은 산업변수와 판매비와관리비의 지출규모에 대한 관계를 연구하였다면 본 논문은 산업변수와 매출액대 판매비와 관리비의 비율에 대한 관계를 실증한 최초의 논문으로 단순히 지출규모만으로는 산업규모가 큰 산업이 지출이 더 클 수 밖에 없는 것을 동일한 사이즈라는 조건하에서 지출 비율의 정도가 다른 정도를 더 세부적으로 연구하여 산업변수와 판매비와관리비의 관계를 심층적으로 밝혀내 산업별 회계감사나 기업을 분석할 때 산업별 특징에 따라 적절한 지출비율을 제시할 근거를 마련했다는 데 시사점이 있다.

부록에서 첨단산업과 비첨단산업으로 패널분석을 실시한 결과 첨단산업군이 모든 산업변수와 판매비와 관리비의 관계에서 유의성이 있는 것으로 나타났다. 비첨단산업에서도 산업의 집중도와 기술의 선진화등은 모든 분석에서 유의성이 있는 산업변수로 나타나고 있다. 이는 산업변수가 비첨단산업 분야 보다는 첨단산업분야에서 판매비와 관리비의 설명하는데 적절한 하다는 것을 발견하였다.

우리나라 상장기업의 경우 지난 11년간 판매비와관리비의 비율은 평균적으로 매출액의 16%에 달할 정도로 중요한 비중을 차지하고 있다. 기업의 판매

비와 관리비 지출규모의 적정성내지 효율성에 대해 의문이 제기되기도 하지만 이에 대한 판단기준이 존재하지 않아 효율성 검증이 사실상 어려운 현실에서 판매비와 관리비에 대한 이해의 부족과 실무적으로 지출규모의 과학적인 관리의 어려움으로 연결되고 있으므로 이는 기업의 원가경쟁력과 수익성에 직결되는 매우 중요한 사항으로 산업별로 공통적인 판매비와관리비및 재량적원가의 지출현상과 개별기업의 현상에 대해 종합하여 검토하면 산업별 개별기업별 판매비와관리비의 효율적 관리에 많은 도움을 줄 것으로 기대한다.

제 6 장 결 론

제 1 절 연구 결과

기업은 매년 많은 금액의 판매비와관리비를 지출하고 있으며, 우리나라 상장기업의 경우 지난 11년간 판매비와관리비의 비율은 평균적으로 매출액의 16%에 달할 정도로 중요한 비중을 차지하고 있다. 이와 함께 기업의 판매비와관리비 지출규모의 적정성내지 효율성에 대해 의문이 제기되기도 하지만 이에 대한 판단기준이 존재하지 않아 효율성 검증이 사실상 어렵다고 할 수 있으며(Minz, 1994), 학술적으로도 이에 대한 연구를 찾아 보기 매우 힘든 실정이다.

이와 같은 판매비와관리비에 대한 이해의 부족은 실무적으로 지출규모의 과학적인 관리의 어려움으로 연결되고 있으며, 이는 기업의 원가경쟁력과 수익성에 직결되는 매우 중요한 사항이라고 할 수 있다.

판매비와 관리비의 중요성에 비해 지출규모 및 지출비율에 대한 적정성에 대한 연구가 상대적으로 부족한 이유는 이들 비용이 포함하는 항목이 매우 다양하고, 임의적이며 재량적인 성격으로 간주되어 지출규모 및 지출비율에 영향을 미치는 요인들이 무엇인지 명확하지 않기 때문인 것으로 생각된다.

선행연구는 이익조정이라든가 원가의 비대칭성에 관한 연구 및 감사에 관련된 논문들에서 산업차원에서 미치는 영향을 종전의 기업수준에서 산업수준으로 확대하여 연구하는 논의가 많이 진행되고 있다.

그러나 최근의 선행논문은 우리나라 제조업의 판관비 지출에 영향을 미치는 산업수준 변수(시장규모, 산업진입비용, 산업경쟁정도)에 대한 분석을 시도한 바 있다. 이 산업수준의 변수는 산업차원의 일부 특성이라 볼 수 있으며 연구자별로 나름대로 중요하다는 요소들을 설정하여 분석을 시도하였다.

산업이란 분야도 크게 3가지로 나누워 연구하는 추세임을 알 수가 있다. 즉, 첫째로 산업별로 하면 업종을 분류하는 방식으로 분석을 시도하는 것이고 둘째는 산업수준별로 분석을 시도하는 방법과 셋째로, 산업특성별로 분석을

시도하는 방법 등이다. 그런데 연구자에 따라 개념과 용어를 혼용하여 쓰는 경우가 많으나 대체로 추세는 이런 분류에 의하여 연구가 진행되고 있다.

본 연구에서도 종속변수인 판매비와관리비(이를 다시 판매비, 관리비, 재량적원가로 나누워 세분함)가 개별기업의 자료를 이용하여 산업특성에 따른 요소(산업사이즈, 산업수익률, 자본집약도, 산업경쟁력, 첨단산업 등)에 대한 영향 분석이 주요 연구 목적중의 하나인 바 산업특성 변수들의 영향에 대한 의미있는 결과를 얻었다고 생각된다.

분석결과를 종합하면 첫째, 산업차원에서 검토하면서 매출액대비 판매비와 관리비의 원가에 대한 모든 항목의 비율을 검토한바 산업차원에서 검토한 바로는 산업사이즈(TOSales)산업매출액이 증가할수록 매출액대비 모든 원가비율 항목이 대체로 음(-)의 관계가 나타났다. 이는 중위수로 구분한 단변량분석에서도 동일한 결과가 나왔다. 이는 판매비 또는 관리비, 재량적원가가 각각 산업변수와 유의한 것으로 나타났다.

TORos는 산업별수익률을 나타내는 바 산업수익률이 높을수록 매출액대비 판매비와관리비 비율에서는 유의성없는 음(-)의 관계로, 판매비율에서는 강한 음(-)의 관계를, 관리비율에서는 유의성없는 양(+)의 관계를 보이는 것은 가설대로 저원가구조등의 영향으로 판매비율이 낮은 것으로 나타났다. 반면에 관리비에서는 지출규모에서 오히려 강한 양(+)의 관계를 나타나고 있는 것은 관리비가 강한 고정성비용이거나 저원가 구조상 필수불가결한 비용만 남거나 수익률이 높기 때문에 임직원의 관리비 조정에는 강한 드라이브를 걸기가 쉽지 않을 수도 있는 여러 가지 해석이 가능한 것으로 보인다. 그러나 재량적인 원가인 연구개발비 비율에서는 강한 음(-)의 관계로 유의성이 없는 것으로 보였으며, 광고선전비 비율은 강한 양(+)의 관계로 유의성이 있었으며, 교육훈련비율은 유의성이 없는 것으로 나타났다. 이는 산업별수익률이 높으면 가설대로 연구개발비를 제외하고 교육훈련비는 유의성없는 양(+)의 관계를, 광고선전비 비율은 강한 양(+)의 관계를 유의성을 보여 광고선전비 비율이 높게 지출되는 것으로 나타났다. 이는 동일한 산업매출규모에서는 산업수익률이 높은 산업에서 재량적 원가중 광고선전비만 지출비율이 증가시키는 것은 기업이미지 광고 등에 지출을 적극적으로 확대하는 것으로 해석된다. 이에 대하

여 가설을 추가로 입증하기 위하여 지출규모로 추가분석해 본 결과 교육훈련비와 광고선전비의 지출규모가 산업수익율과 강한 양(+)의 관계를 보여 가설대로 산업수익률이 높다면 재량직원가중 광고선전비와 교육훈련비가 더 지출됨을 입증되었다. 그러나 기술선진화정도변수를 제외한 모든 산업변수는 연구개발비와는 강한 음(-)의 관계를 보였으며, 추가분석인 지출규모에서도 강한 음(-)의 관계를 보여 산업수익률이 높은 산업에서는 연구개발비에 투자가 소홀한 것으로 해석되어 추후 더 투자할 가능성이 있는 것으로 보여진다.

자본집약도(fixed)가 높을수록 매출액 대 판매비와관리비의 모든 항목에서 원가비율의 음(-)의 관계가 나타났다. 이는 판매비와 관리비 구분한 경우와 교육훈련비, 광고선전비, 연구개발비에 걸쳐서 공통적으로 같은 부호로 강한 유의한 결과가 나와서 자본집약도와 판매비와관리비는 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

기술선진화정도가 높을수록 연구개발비를 제외한 판매비와관리비의 모든 항목에서 원가비율의 음(-)의 관계가 나타났다. 이는 판매비와 관리비 구분한 경우와 교육훈련비, 광고선전비등이 공통적으로 같은 부호로 강한 유의한 결과가 나와서 기술선진화 정도와 판매비와관리비는 높은 관계가 있는 것으로 나타났다.

첨단기술 산업과 판매비와 관리비 지출비율은 모든 항목에서 음(-)의 관계가 있었다. 개별기업차원에서 살펴보면 SIZE(총자산의 자연로그값)이 클수록, LEV(부채비율)높을수록 Market(코스피상장 기업일 경우) 등은 판매비와 관리비 지출비율이 음(-)의 관계가 있었다. 단, Ln(SIZE)가 증가할수록 교육훈련비율과 광고선전비율이 강한 양(+)의 관계를 보였다. 이는 기업사이즈가 증가할수록 교육훈련비율과 광고선전비 비율이 증가하는 것으로 나타났다.

둘째, 판매비와관리비의 지출규모에 대하여는 기업특성의 변수들은 모든 분석대상 모형에서 유의한 양(+)의 회귀계수를 보이고 있으며, 매출(TOSales, 산업수익률 등)은 판매비와 관리비 지출규모에 영향을 미치는 중요한 변수로 확인되었다. 기업규모Ln (SIZE와 기업부채(LEV)와 Market(코스피상장기업일 경우) 역시 판매비와 관리비 지출규모에 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

산업사이즈는 광고선전비를 제외한 판매비와관리비· 판매비· 관리비· 재량적원가중 교육훈련비· 연구개발비의 지출규모는 양(+)²의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 산업사이즈가 클수록 광고선전비의 지출규모가 많은 것으로 나타나는 바 이는 대기업일수록 기업이미지 광고 등에 광고비를 많이 지출하는 것으로 여겨진다.

산업의 수익률과 연구개발비를 제외한 판매비와관리비의 지출규모는 양(+)²의 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

산업의 자본집약화정도와 판매비와관리비지출규모는 음(-)²의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이는 판매비와 관리비· 판매비· 관리비· 재량적원가중 교육훈련비· 광고선전비· 연구개발비의 지출규모 모두에서 같은 강한 음(-)²의 부호로 나타났다. 이는 산업의 자본집약화정도와 판매비와관리비에 미치는 영향에 적절한 변수임을 나타내는 것이다.

산업기술의 선진화정도와 연구개발비를 제외하고는 판매비와관리비의 지출규모는 음(-)²의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이는 산업기술의 선진화 되려면 연구개발비를 많이 투자하는 것이 선행되어야 하는 것을 실증하는 것이다.

첨단산업은 연구개발비를 제외한 판매비와관리비의 지출규모는 음(-)²의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이는 첨단산업군에서는 연구개발비를 많이 투자하는 것을 실증하는 것이다. 또한 판매비와 관리비(SG&A) 지출규모는 개별기업특성인 SIZE(총자산의 자연로그값)이 클수록 판매비와관리비의 모든 항목에서 지출규모가 많이 지출되었고, LEV부채비율이 높을수록 판매관리비, 관리비와 강한 양(+)²의 관계가 나타났고 판매비와 재량적 원가에서는 강한 음(-)²의 관계가 나타났다. Market(코스피일 경우)는 연구개발비를 제외하고는 대체로 양(+)² 상관관계가 있는 것으로 확인되었다.

셋째, 산업변수와 매출액 대 판매비와 관리비지출비율과 판매비와관리비지출규모의 계수부호를 비교해본 결과나 전체업종과 제조업을 비교해본 결과는 산업사이즈와 산업수익률에서 부호가 대체로 다르게 나타나고, 자산집중도와 기술선진화정도, 첨단산업여부는 거의 대부분 일치하는 것으로 나타난 것으로 보아, 자산집중도와 기술선진화정도, 첨단산업여부의 산업변수는 판매비와 관

리비를 설명하는 적절한 변수임을 알 수 있다. 그러나 산업사이즈는 지출비율과 지출규모로 비교한 결과로 다르게 나타난 것이고, 산업수익률이 높은 원인이 다르기 때문에 여러 가지 분석방법에서 서로 다른 결과가 나와서 판매비와 관리비에 영향을 미치는 적절한 설명변수가 아닐 가능성도 배제할 수가 없으므로 더 적절한 변수정의를 내려야 할 것으로 생각한다.

넷째, 판매비와 관리비에 미치는 산업효과를 고려하여 High - tech산업과 Low - tech산업 모두에 추정된 판매비와관리비간의 판매관리비, 판매비, 교육훈련비, 광고선전비 등에서 강한 음(-)관계가 0.01수준에서 모두 의미가 있었고, 단지 연구개발비는 양(+)의 관계가 나타났다. 이는 첨단산업이 비첨단산업에 비해 판매비의 지출규모가 감소되지만 연구개발비는 비첨단산업에 비해 더 증가하는 것으로 보인다.

다섯째, 판매비의 경우 다른 산업요인과는 유의한 결과를 보인 반면에 산업수익율과 기업요소중 지출비율에서는 기업사이즈와 지출규모에서는 기업사이즈, 부채비율과 코스피 터미변수와는 유의하지 않은 것으로 나타났으며 관리비의 경우는 산업특성과 기업내부특성 모두와 강한 유의성이 나타나서(단, 첨단산업여부터미는 10%수준에서 유의) 의미있는 결과로 받아들여진다. 이는 선행연구에서 판매비는 기업차원요소와는 밀접한 관련이 있고 산업차원요소와는 유의한 설명력을 보이지 않는 것과는 반대적인 해석이 된다. 판매비가 기업내부변수보다 산업변수와 강한 유의성이 있는 것은 판매비의 기업변수요소로 적절하지 않을 수 있으며 특히 기업사이즈를 자산규모로 본 것이 적절하지 않을 수 있음을 시사한다.

제 2 절 연구의 한계점

1) 산업변수로 추정한 변수들이 자의적 해석의 우려가 있고 객관성이 결여될 우려가 있다.

2) 본 연구에서 Market(코스피 여부)는 지출비율이나 지출규모 모두에서 연구개발비가 감소되는 것으로 나타나는데 이는 선행연구에서 상장사일수록 연구개발비가 늘어나는 것과 대조적이고 이례적인 것이다. 이 부분은 재무상

대표상 연구비 등의 지출 포함여부의 계정상 세부적인 검토 필요성이 있다.

3) 한 구조식에 산업변수가 5개 이상이 들어가 있어 다중공선성의 우려가 있었으나 문제는 해결되었지만 다음에는 좀 더 개량된 모형식을 기대한다.

4) 본 연구에서는 산업의 분류를 분류하는 방법에 따라 업종이 달라지는 문제가 발생되어 연구결과를 왜곡 할 수도 있다. 그러나 현실은 연구자마다 분류기준이 조금씩 다른 문제점이 있어 정형화된 모델이 개발되어야 할 것이다.

5) 기업경쟁우위분석의 개념적 모형개발에서 기업의 경쟁우위 측면에서 추가 연구가 필요한 것으로 보인다.

6) 종속변수인 매출액대비 판매비와관리비의 비율로 분석과 판매비와 관리비의 지출규모의 실증분석 결과 산업사이즈와 산업수익률에서 다른 결과가 나온 것에 대하여 적절한 변수였는지에 대해 추가 연구가 필요한 것으로 보인다.

7) 산업변수를 추출하는 과정에서 대기업의 영향으로 인해 일반기업에 대한 산업변수가 획일화 될 가능성이 있으며 이에 대한 추가 연구가 필요하다.

8) 본 연구에서 가설 설정시 산업별분류(제조업, 건설업, 유통업, 서비스업)와 판매비와관리비 및 재량적원가의 지출규모가 차이가 있을 것으로 추정되므로 연구가설에서 개별기업 내부요인과 산업특성 외에 산업별 업종분류를 추가 분석하면 의미 있을 것으로 추정된다.

9) 산업변수와 매출액대비 판매비와관리비의 지출비율로 분석한 방법과 판매비와 관리비지출규모로 비교하여 본 연구결과나 전체업종과 제조업을 비교하여 본 결과로는 산업사이즈와 산업수익률에서 서로 다른 부호가 나타나 적절한 변수가 아닐 수 있음을 추정할 수 있는 바 적절한 변수값을 지정하는 것이 향후 과제라 할 수 있다.

【부 록】

〈표 5-13〉 회귀분석결과 *_High-Tech_i* 산업

종속변수	판매관리비		판매비와 관리비				재량적 원가					
	판매관리비/매출액		판매비/매출액		관리비/매출액		교육훈련비/매출액		광고 선전비/매출액		연구개발비/매출액	
	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량
(상수)	0.571	10.484***	0.098	4.963***	0.474	11.441***	0.001	1.960*	0.011	2.538**	0.281	
$\ln(TOSales_{j,t})$	-0.006	-2.147**	-0.001	-1.244	-0.004	-2.001**	0.000	-3.343***	-0.001	-2.878***	-0.002	
$TORos_{i,t}$	-0.240	-6.470***	-0.114	-8.510***	-0.124	-4.379***	-0.001	-3.566***	-0.009	-2.831***	-0.242	
$Fixed_{j,t}$	-0.029	-1.022	-0.021	-2.036**	-0.017	-0.777	-0.001	-4.175***	-0.014	-6.002***	0.042	
$RNDcap.rate_{j,t}$	-0.010	-0.762	-0.008	-1.797*	-0.002	-0.242	0.000	-4.778***	-0.005	-4.887***	0.052	
$\ln(SIZE_{i,t})$	-0.013	-5.935***	0.000	0.377	-0.014	-8.267***	0.000	5.033***	0.001	3.692***	-0.011	
$LEV_{i,t}$	-0.062	-5.095***	-0.022	-4.949***	-0.041	-4.348***	0.000	-3.051***	-0.004	-3.550***	-0.010	
$Market_{i,t}$	-0.014	-2.248**	-0.012	-5.227***	-0.002	-0.494	0.000	4.623***	-0.001	-1.410	-0.034	
$\Sigma YEAR_{i,t}$	포 함		포 함		포 함		포 함		포 함		포 함	
$\Sigma IND_{i,t}$	포 함		포 함		포 함		포 함		포 함		포 함	
F_{adj}	51.321***		11.923***		65.385***		45.511***		31.374***		40.371***	
$Adj. R^2$	0.149		0.037		0.183		0.134		0.096		0.121	

주1) 변수의 조작적 정의는 (식1) 참조

주2) ***는 1%, **는 5%, *는 10% 수준에서 통계적으로 유의함을 의미(양측검정)

〈표 5-14〉 회귀분석결과 $_{Low-Tech_i}$ 산업

종속변수	판매관리비		판매비와 관리비				재량적 원가					
	판매관리비/매출액		판매비/매출액		관리비/매출액		교육훈련비/매출액		광고 선전비/매출액		연구개발비/매출액	
	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량
(상수)	0.716	8.610***	0.126	3.608***	0.599	10.285***	0.001	0.928	-0.010	-0.948	0.237	5.005***
$\ln(TOSales_{j,t})$	-0.004	-0.799	0.000	0.231	-0.004	-1.118	0.000	-0.065	-0.001	-1.616	-0.001	-0.521
$TORos_{i,t}$	0.366	6.513***	0.116	4.929***	0.252	6.419***	0.002	3.806***	0.080	11.462***	0.218	6.844***
$Fixed_{j,t}$	-0.340	-8.707***	-0.170	-10.404***	-0.167	-6.107***	-0.004	-11.010***	-0.065	-13.381***	-0.102	-4.581***
$RNDcap.rate_{j,t}$	-0.113	-7.703***	-0.058	-9.392***	-0.056	-5.445***	0.000	0.747	-0.011	-6.015***	0.031	3.678***
$\ln(SIZE_{i,t})$	-0.015	-4.981***	0.001	0.463	-0.017	-7.831***	0.000	2.493**	0.003	8.459***	-0.007	-3.947***
$LEV_{i,t}$	-0.042	-2.411**	-0.008	-1.129	-0.035	-2.896***	-0.001	-7.005***	-0.007	-3.205***	-0.053	-5.361***
$Market_{i,t}$	-0.032	-3.653***	-0.010	-2.874***	-0.021	-3.505***	0.000	3.600***	-0.005	-4.723***	-0.026	-5.199***
$\Sigma YEAR_{i,t}$	포 함		포 함		포 함		포 함		포 함		포 함	
$\Sigma IND_{i,t}$	포 함		포 함		포 함		포 함		포 함		포 함	
F_{adj}	40.665***		26.023***		46.037***		14.962***		26.157***		30.020***	
$Adj. R^2$	0.228		0.157		0.251		0.094		0.158		0.178	

주1) 변수의 조각적 정의는 (식 1) 참조

주2) ***는 1%, **는 5%, *는 10% 수준에서 통계적으로 유의함을 의미(양측검증)

〈표 5-15〉 회귀분석결과 $_{High-Tech_i}$ 산업

종속변수	판매관리비		판매비와 관리비				재량적 원가					
	Ln(판매관리비)		Ln(판매비)		Ln(관리비)		Ln(교육훈련비)		Ln(광고 선전비)		Ln(연구개발비)	
	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	
(상수)	0.444	2.365**	-2.551	-8.701***	0.961	5.212***	-11.148	-25.206***	-8.508	-16.193***	-2.577	
$\ln(TOSales_{j,t})$	0.057	5.865***	0.069	4.543***	0.047	4.954***	0.069	3.003***	0.072	2.640***	0.148	
$TORos_{i,t}$	0.007	0.057	-0.522	-2.614***	0.240	1.911*	0.192	0.636	0.448	1.252	-2.113	
$Fixed_{j,t}$	-1.317	-13.246***	-1.315	-8.470***	-1.329	-13.615***	-2.119	-9.046***	-4.411	-15.854***	-1.534	
$RNDcap.rate_{j,t}$	-0.379	-8.731***	-0.415	-6.129***	-0.342	-8.037***	-0.365	-3.570***	-0.146	-1.199	0.104	
$\ln(SIZE_{i,t})$	0.825	108.495***	0.915	77.059***	0.780	104.363***	1.103	61.530***	1.072	50.344***	0.798	
$LEV_{i,t}$	-0.025	-0.598	-0.207	-3.134***	0.039	0.939	-0.246	-2.474**	-0.567	-4.792***	-0.246	
$Market_{i,t}$	0.053	2.400**	-0.027	-0.788	0.082	3.777***	0.273	5.231***	-0.050	-0.809	-0.895	
$\Sigma YEAR_{i,t}$	포 함		포 함		포 함		포 함		포 함		포 함	
$\Sigma IND_{i,t}$	포 함		포 함		포 함		포 함		포 함		포 함	
F_{adj}	1223.181***		571.416***		1172.236***		430.821***		256.750***		100.102***	
$Adj. R^2$	0.810		0.665		0.803		0.600		0.471		0.257	

주1) 변수의 조작적 정의는 (식 1) 참조

주2) ***는 1%, **는 5%, *는 10% 수준에서 통계적으로 유의함을 의미(양측검증)

〈표 5-16〉 회귀분석결과 $Low - Tech_i$ 산업

종속변수	판매관리비		판매비와 관리비				재량적 원가					
	Ln(판매관리비)		Ln(판매비)		Ln(관리비)		Ln(교육훈련비)		Ln(광고 선전비)		Ln(연구개발비)	
	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량	계수	t-통계량
(상수)	1.391	4.697***	-2.071	-4.971***	2.238	7.484***	-9.354	-14.013***	-5.319	-6.485***	1.803	2.192**
$\ln(TOSales_{j,t})$	-0.006	-0.357	0.023	0.902	-0.031	-1.739*	-0.020	-0.497	-0.137	-2.767***	0.010	0.205
$TORos_{i,t}$	1.519	7.600***	1.286	4.577***	1.766	8.755***	2.545	5.652***	6.153	11.121***	1.525	2.748***
$Fixed_{j,t}$	-1.828	-13.154***	-1.663	-8.510***	-2.099	-14.962***	-4.956	-15.827***	-5.959	-15.486***	-4.566	-11.830***
$RNDcap.rate_{j,t}$	-0.492	-9.429***	-0.729	-9.935***	-0.373	-7.088***	-0.280	-2.378**	-1.278	-8.842***	0.684	4.716***
$\ln(SIZE_{i,t})$	0.834	76.340***	0.944	61.416***	0.784	71.044***	1.119	45.440***	1.156	38.199***	0.674	22.206***
$LEV_{i,t}$	0.484	7.855***	0.380	4.384***	0.515	8.280***	-0.066	-0.478	-0.110	-0.647	-0.739	-4.318***
$Market_{i,t}$	0.119	3.852***	0.067	1.551	0.099	3.178***	0.319	4.596***	-0.101	-1.181	-0.337	-3.945***
$\Sigma YEAR_{i,t}$	포함		포함		포함		포함		포함		포함	
$\Sigma IND_{i,t}$	포함		포함		포함		포함		포함		포함	
F_{adj}	561.841***		353.856***		494.095***		187.586***		115.054***		39.609***	
$Adj. R^2$	0.807		0.724		0.786		0.581		0.459		0.223	

주1) 변수의 조작적 정의는 (식 1) 참조

주2) ***는 1%, **는 5%, *는 10% 수준에서 통계적으로 유의함을 의미(양측검증)

〈표 5-17〉 단변량 분석결과 $\ln(TOSales_{j,t})$ 중위수 기준

변수명	중위수보다 작음 N=2,337		중위수보다 큼 N=7,167		t-값
	평균	표준 편차	평균	표준 편차	
판매관리비/매출액	0.271	0.229	0.187	0.184	-16.160***
판매비/매출액	0.079	0.084	0.061	0.070	-9.272***
관리비/매출액	0.192	0.173	0.125	0.136	-16.990***
교육훈련비/매출액	0.001	0.002	0.001	0.002	-2.971***
광고 선전비/매출액	0.012	0.022	0.009	0.019	-7.054***
연구개발비/매출액	0.095	0.147	0.044	0.096	-15.786***

〈표 5-18〉 단변량 분석결과 $TORos_{i,t}$

변수명	중위수보다 작음 N=4,243		중위수보다 큼 N=5,261		t-값
	평균	표준	평균	표준	
		편차		편차	
판매관리비/매출액	0.201	0.202	0.213	0.197	2.996***
판매비/매출액	0.064	0.075	0.067	0.073	1.889*
관리비/매출액	0.136	0.148	0.146	0.149	2.983***
교육훈련비/매출액	0.001	0.001	0.001	0.002	6.715***
광고 선전비/매출액	0.007	0.016	0.011	0.022	10.873***
연구개발비/매출액	0.061	0.116	0.053	0.110	-3.366***

〈표 5-19〉 단변량 분석결과 $Fixed_{j,t}$

변수명	중위수보다 작음 N=4,615		중위수보다 큼 N=4,889		t-값
	평균	표준	평균	표준	
		편차		편차	
판매관리비/매출액	0.247	0.220	0.171	0.171	-18.666***
판매비/매출액	0.075	0.083	0.057	0.063	-11.612***
관리비/매출액	0.171	0.164	0.113	0.127	-19.322***
교육훈련비/매출액	0.001	0.002	0.001	0.001	-14.493***
광고 선전비/매출액	0.013	0.023	0.007	0.016	-14.699***
연구개발비/매출액	0.071	0.127	0.042	0.095	-12.667***

〈표 5-20〉 단변량 분석결과 $RNDcap.rate_{j,t}$

변수명	중위수보다 작음 N=5,715		중위수보다 큼 N=3,789		t-값
	평균	표준	평균	표준	
		편차		편차	
판매관리비/매출액	0.202	0.193	0.216	0.208	3.223***
판매비/매출액	0.068	0.075	0.062	0.072	-3.471***
관리비/매출액	0.134	0.141	0.153	0.160	5.852***
교육훈련비/매출액	0.001	0.002	0.001	0.002	0.810
광고 선전비/매출액	0.010	0.021	0.008	0.018	-4.799***
연구개발비/매출액	0.045	0.096	0.073	0.132	10.914***

〈표 5-21〉 단변량 분석결과 *High-Tech_i*

변수명	<i>Low-Tech_i</i> N=3,763		<i>High-Tech_i</i> N=5,741		t-값
	평균	표준	평균	표준	
		편차		편차	
판매관리비/매출액	0.234	0.210	0.191	0.190	-10.114***
판매비/매출액	0.079	0.084	0.057	0.065	-13.770***
관리비/매출액	0.154	0.149	0.133	0.148	-6.897***
교육훈련비/매출액	0.001	0.002	0.001	0.001	-10.860***
광고 선전비/매출액	0.015	0.025	0.006	0.015	-19.442***
연구개발비/매출액	0.052	0.116	0.059	0.110	3.290***

【참고문헌】

1. 국내문헌

- 구정호 · 백태영 · 송승아, 2013. “광고비의 재무적 결정요인과 특성”, 한국회계학회, 한국회계학회 학술발표논문집, 2013권0호, 547-573
- 권오박 · 고재모, 2009. “기업의 경영성과와 광고비 간의 인과관계 분석”, 한국광고홍보학보(제11권 제1호), 141-166
- 고덕필, 2002. “원가회계 제5판”, 박영사, 16-17
- 김문철, 1994. “신규공모주식의 발행가격결정에 있어서의 회계정보의 역할”, 회계학연구, 19, 73-102
- 김문철 · 황인태, 1996. “전기손익수정항목을 통한 이익조정행위에 대한 연구 : 이익유연화를 중심으로”, 회계학연구, 21(4), 123-142.
- 김성기 · 곽태완, 2010. “연구개발비 투자규모와 회계정보”, 국제회계연구, 제32집, 17-38
- 김성환 · 김태동 · 김도형, 2012. “산업특성이 회계정보품질에 미치는 영향”, 회계학연구, 17(3), 273~295
- 김성환 · 손성규, 2011. “산업별 회계정보의 품질에 대한 실증연구”, 회계학연구, 36(3), 179 - 215.
- 김연용 · 신건권, 2004. “교육훈련비가 기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 - 패널분석을 중심으로”, 회계정보연구, 제21권
- 나종길 · 최기호, 2006. “회계감사인의 산업별 전문성과 회계감사보수와의 관계”, 회계학연구, 31권 1호, 33-67
- 노현섭 · 이인재, 1995. “기업규모와 유효세율간의 관계 ; 대체적 정치적 비용변수 및 산업별 분석”, 세무회계연구, 2권10호, 73 - 174
- 문호은 · 홍철규, 2010. “원가형태의 비대칭성과 산업별 특성차이에 대한 종합적분석”, 관리회계연구 (제 10권 제1호) : 1-38
- 박종국 · 백태영, 2006. “재량적원가의추세와결정요인”, 관리회계연구(제6권 제2호): 33-57.
- 박덕제, 1993. “사업내 직업훈련제도의 현황과 발전방향”, 한국노동연구원

- 신건권 · 정근오 · 김연용, 2003. “교육훈련비가 기업의 경영성가에 미치는 영향에 관한 연구 - 패널분석을 중심으로”. 회계정보연구(제21권).
- 안일준 · 유수정, 2002. “산업별특성이 잔여가치에 미치는 영향”, 회계정보연구 2권2호, 91 - 94
- 안일준 · 김정연, 2009. “산업별 횡단면적 분석을 기반으로 한 실질적 이익조정에 관한 연구, 회계정보연구, 27권 3호, 31-55
- 안태식 · 이석영 · 정형록, 2004. “한국 제조기업의 비대칭적 원가 행태”, 경영학연구 (제33권제3호): 789-807.
- 이계원, 2005. “자유재량적 비용지출이 기업 가치에 미치는 영향에 관한 연구”, 세무와 회계저널 (제6권 제4호): 7-31.
- 이경태 · 정문종 · 이상철, 2006. “한국제조기업의 원가발생구조 및 원가관리 실태”. 관리회계연구 (6권 1호): 1-25.
- 이민호, 2000. “연구개발비투자지출의 재무적 결정요인에 대한 연구”. 석사학위논문 서울대학교.
- 이상만. 1994. “연구개발비와 광고비지출의 이익예측력에 관한 연구”. 박사학위 논문 단국대학교
- 이석영 · 유상열 · 윤재원, 2004. “비대칭적원가행태의산업별차이”, 회계와감사연구(제40호):59-81.
- 이영태 · 김광동, 2000. “산업별 특성에 따라 조세부담정도 측정에 관한 연구”, 한국세무회계학회지 통권 제7호, 199 - 222
- 이용규 · 한경찬, 2005. “원가행태와경영자유형”, 관리회계연구 (제5권제2호): 1-23.
- 이정희 · 이영훈, 2009.은 “반도체 산업의 학습효과 원가우위전략”, 경영학연구, 2010.4. (제39권 제2호): 255-278
- 이지혜 · 전봉걸, 2011. “우리나라 기업의 광고 결정요인 : 국내 전체 기업 자료를 활용하여”, 광고학연구 (제22권 제4호), 161-178
- 장승현 · 백태영, 2009. “기업의 경영조건이 비대칭적 원가행태에 미치는 영향: 원가관리와 이익조정의 역할”, 회계학연구 (제34권제4호): 71-107.

- 전규안 · 오용락, 2003. “거래소 기업과 코스닥 기업의 특성과 조세부담”, 세무학연구, 20(1), 7-31.
- 정재호 · 2004. “주요국의 산업별 관세율 구조비교 및 시사점”, 재정포럼, 10(6), 6-29.
- 조성표·정재용, 2001. “연구개발비의 다기간 이익효과 분석”, 경영학연구, 30(1), 289-313
- 최정호, 1994. “광고비 및 연구개발비 지출이 기업가치에 미치는 영향 : 토빈의 Q에 의한 실증적 분석”. 회계학연구. 제19권 : 103 - 124.
- 한백현, 2013. “이익조정이 원가의 비대칭성에 미치는 영향”, 박사학위논문, 한성대학교, 8-24
- 한봉희, 1998. “국내자본시장에서 회계이익정보의 유용성 향상여부에 관한 실증적 연구”, 회계학연구, 9, 1-24
- 홍철규 · 손부영, 2008. “BSC도입의 자원배분 변경효과 및 기업가치와의 관련성에 관한 연구”, 대한경영학회지 (제21권제3호): 1211-1234
- 홍철규, 2010. “산업수준 요소들이 판매비와관리비에 미치는 영향”, 회계학연구, 35(4), 133-162.
- 표학길 · 김우철 · 전은경, 2009. “한국의 산업별수익률 및 사용자 비용 추계 (1970~2006)”, 한국조세연구원, 49-73

2. 해외 문헌

- Abarbanell, J., and B. Bushee, 1997. "Fundamental Analysis, Future Earnings, and Stock Prices". *Journal of Accounting Research* Vol. 35 Issue 1, 1-24
- Abdel-khalik, A. Rashad, 1985. "The Effect of LIFO-Switching and Firm Ownership on Executives' pay" *The Accounting Review*. Oct 75, Vol. 50 Issue 4, 657-670. 14.
- Amir, E. and Lev, B, 1996. "Value-Relevance of nonfinancial information : The Wireless Communication Industry", *The Journal of Industrial Economics* 22 : 3-30.
- Anderson, M. C., R. D. Banker, R. Huang., and S. Janakiraman, 2007. "Cost Behavior and Fundamental Analysis of SG&A Costs". *Journal of Accounting, Auditing & Finance* Vol. 22 Issue 1, 1-28
- Anderson, M. C., R. D. Banker., and S. Janakiraman, 2003. "Are Selling, General, and Administrative Costs 'Sticky'?". *Journal of Accounting Research* Vol. 41 Issue 1, 47-63.
- Banker, R. D., D. Byzalov, and J. M. Plehn-Dujowich. 2011. "Sticky Cost Behavior: Theory and Evidence." *Working paper*, Temple University.
- Barth, M., W. Beaver and W. Landsman. 1998. "Relative Valuation Roles of Equity Book Value and Net Income as a Function of Financial Health", *Journal of Accounting and Economics*, 1, 1-34.
- Ben Zion, U, 1978. "The Investment Aspect of Nonproduction Expenditure : An Empirical Test", *Journal of Economic and Business* 30: 224-229.
- Bhagat, Sanjai and Ivo Welch. 1995. "Corporate Research & Development

- Investment International Comparison", *Journal of Accounting and Economics*:
- Brander, J., and T. Lewis. 1986. "Oligopoly and Financial Structure: The Limited Liability Effect", *American Economic Review* 76: 956–970
- Bublitz. B. and M. Ettredge(1989), "The Information in Discretionary Outlays: Advertizing, Research, and Development", *The Accounting Review* 64: 108–124
- Chauvin, K. and M. Hirschey, 1993. "Advertising, R&D Expenditure and the Market Value of the Firm", *Financial Management*.
- Chen C. H, H. Lu, and T. Sougiannis. 2008. "Managerial Empire Building, Corporate Governance, and the Asymmetrical Behavior of Selling, General, and Administrative Costs." *Working paper*. University of Illinois at Urbana–Champaign – Department of Accountancy.
- Cooper, R. and R. Kaplan, 1988. "How Cost Accounting Distorts Product Costs", *Management Accounting*(April): 20–27.
- Cohen, D., R. Mashuruwala, and T. Zach(2010), "The Use of Adversting Activities to Meet Earning Benchmarks: Evidence from Monnthly Data", *Review of Accountng Studies* 15(4),808–832
- Davidson. S.. 1969. "Accounting and Financial Reporting Seventies", *Journal of Accountancy*(128): 29.
- Devereau. M. and F. Shiantarelli, 1989. "Investment. Financial Factors and Cash Flow: Evidence From U. K. Panel Data", NBER *Working Paper*.
- Edvinsson. L and M. S. Malone. 1997. "Intellectual Capital." Harpercollins Publishers Inc.
- Fombrun, C. and M. Shanley. 1990. "What's in a Name? Reputation Building and Corporate Strategy". *Academy of Management Journal* 33(2):233–258.

- Goldratt, E. M., 2012. "The goal: A Process of Ongoing Improvement", 3e (*A Process of Ongoing Improvement 25th Anniversary Edition*), North River Press
- Gordon. G., 1991. "Industry Determinants of Organizational Culture". *Academy of Management Review* 16(2):296-415.
- Graham, J. R., C. R. Harvey, and S, Raigopal, 2005. "The Economic Implications of Corporate Financial Reporting, *Journal of Accounting and Economics* 40, 3-73
- Horngren, C., S. Datar, G. Foster, M. Rajan and C. Ittner, 2009. *Cost Accounting—A managerial emphasis*. 13rd ed., Prentice Hall.
- Horngren. C. T., G. Foster and S. M. Datar., 2000. *Cost Accounting*. 10th edition: Prentice Hall.
- Kaplan, R. and D. Norton, 1992. "Balanced scorecard measures that drive performance". *Harvard Business Review*(Jan/Feb): 71-79.
- King. B. 1966. "Market and Industry Factors in Stock Price Behavior". *The Journal of Business* 39: 139-190
- Lazere, C, 1995. "Spotlight on SG&A". *CFO Magazine*(Vol.11, Iss. 12): 39-49.
- _____ 1996. "Holding the line on SG&A". *CFO Magazine*(Vol.12, Iss. 12): 28-36.
- _____1997. "Resisting temptation". *CFO Magazine*(Vol.13, Iss. 12):.64-70.
- Lev, B. and S. Thiagarajan, 1993. Fundamental Information Analysis. *Journal of Accounting Research* 31(Autumn): 190-215.
- Lev, B, 1983, "Some Economic Determinants of Time-Series Properties of Earnings," *Journal of Accounting and Economics* 5(1), 31-48.
- Lev. B. and T. Sougiannis(1996), "The Capitalization, Amortization, and Value-Relevance of R&D", *Journal of Accounting and Economics* 21: 107-138.

- Maiga, A. and F, 2006. Jacobs. "Assessing the impact of benchmarking antecedents on quality improvement and its financial consequences". *Journal of Management Accounting Research*: December 2006, Vol. 18, No. 1, pp. 97-123.
- Maksimovic, V. 1988. "Capital Structure in Repeated Oligopolies". *Rand Journal of Economics* 19: 389-407.
- Mauri, A., and M. Michaels. 2003. "Firm and Industry Effects within Strategic Management: An Empirical Examination". *Strategic Management Journal* 19:211-219.
- Minz, S, 1994. "Spotlight on SG&A". *CFO Magazine*(Vol.10 Iss.12): 63-65.
- Noreen, E. and N. Soderstrom. 1994. "Are Overhead Costs Strictly Proportional to Activity: Evidence from Hospital Service Departments". *Journal of Accounting and Economics* (17): 255-278.
- Peles, Y, 1971. "Rate of amortization of advertising expenditures". *Journal of Political Economy* 79(5) 1032-1058.
- Phillips, M. 1994. "Industry Mindsets: Exploring the Cultures of Two Macro-organizational Settings. *Organization Science*", 5(3), 384-402.
- Porter, M., 1980. *Competitive Strategy*, Free Press, New York.
- Porter, M., 1998. *Competitive advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Prevost, A, C. Skousen, and R. Rao, 2008, "Earning Management the Cost of Debt," *Working paper*, Ohio University
- Rumelt, R. 1991. "How Much Does Industry Matter?" *Strategic Management Journal* 12: 167-185.
- Schmalensee, R. 1985. "Do Markets Differ Much?", *The American Economic Review* 75: 341-351.

- Scott, W. 2001. *Institutions and Organizations*. Sage Publications. *Thousands Oaks*.
- Sougiannis, T.(1994), "The Accounting Based Valuation of Corporate R&D", *The Accounting Review* 69:44-68.
- Spender, J. 1989. *Industry Recipes: An Inquiry into the Nature and Sources of Managerial Judgments*. Cambridge. MA: Blackwell.
- Subramaniam, C. and M. Weidenmier, 2003. Additional Evidence on the Sticky February 10, 2003, *TCU Working Paper*
- Sucliffe, K., and G. Huber. 1998. "Firm and Industry as Determinants of Executive Perceptions of the Environment." *Strategic Management Journal* 19: 793-807.
- Weston, J, 1995. "Letter to the Editor: Clarifying SG&A." *CFO Magazine*(Vol.11 Iss.12): 8
- Yasukata, K. and T. Kajiwara. 2011. "Are "Sticky Costs" the Result of Deliberate Decision of Managers?" *Working paper*, Kinki University, 1-26.

【Abstract】

The Effects of Industrial Characteristics on Selling, General and Administrative Expenses and Discretionary Costs

Jeong, Yoon-gu
Major in Accounting
Department of Business
Administration
The Graduate School
Hansung University

This study analyzed the industrial elements that affect the selling, general and administrative expenses and discretionary costs of listed companies in Korea. In all, data were used from 3,689 KOSPI companies and 5,815 KOSDAQ companies (total 9,504) between 2000 and 2010 in Korea. The analysis employed the regression analysis model, and was conducted by expanding the scope from the manufacturing industry to all industries.

The main contents of the analysis were as follows. This study examined whether there are effects on six costs: selling and administrative expenses, selling expenses, administrative expenses, and discretionary costs (advertising expenses, training expenses, research and development (R&D) expenses). The major industry variables used were industry size, industry earnings rate, capital intensity, technology advancement, and high-tech industry dummies. In addition, company size, corporate debt ratio, and

KOSPI listing status dummies were used as company variables. The study also examined the differences in the results using the industry variables and the size of selling, general and administrative expenses. Finally, the manufacturing and non-manufacturing industries were compared, and a panel analysis between the high-tech and non-high-tech industries was added in phases for analysis.

Similar previous studies had various limitations. They do not properly reflect external economic environments, as they focus primarily on financial elements when studying the factors that affect discretionary costs. Other limitations include not selecting a variety of industry variables, even when approaching selling, general and administrative expenses from an industrial point of view, or including inappropriate variables among those that were selected. Accordingly, these studies were not able to reflect the advanced and diverse industrial characteristics, which meant it was difficult to verify the rationality and efficiency of the expenditure ratio and the size of diverse selling general and administrative expenses.

According to the results of our analysis, selling, general and administrative expenses have a significant negative (-) correlation with both company-level variables and industry-level variables. Selling expenses generally had a significant negative (-) correlation with both company-level variables and industry-level variables. Administrative expenses also have a with both company-level variables and industry-level variables, with the exception of the industry expansion rate.

Therefore, this study opens new possibilities for developing and analyzing industry. In particular, most previous studies on factors that affect discretionary costs were limited in that they focused only on the financial elements of a company. This study overcame this limitation by

expanding its focus to the industrial dimension.

While previous studies have examined the relations between industry variables and the size of selling and administrative expenses, this study is the first to prove the relations between industry variables and the ratio of sales to selling and administrative expenses. Moreover, the ratio of selling and administrative expenses of listed companies in Korea is as much as 16%. While verifying the propriety and efficiency of the size of selling and administrative expenses is difficult in reality, these results serve as a turning point in solving the difficulties in the scientific management of the size of selling expenses and administrative expenses at a working level. This is an important matter that directly links to the cost competitiveness and profitability of a company. If we view the phenomena of common selling and administrative expenses and discretionary costs in each industry, as well as individual companies, collectively, we expect these findings to contribute greatly to the efficient management of these expenses at both levels.

Is this what you mean? In case of any clarification, please get back to me, and I will be glad to be of further assistance to you.

【Key words】 The major industry variable, selling and administrative expenses, discretionary costs, the industry expansion rate, selling, general and administrative expenses