

세무와회계저널
제6권 제1호 2005년 3월 pp.7~36
한국세무학회

지식자산 항목에 대한 공시의 중요성 및 실무적 공시가능성 연구

홍정화* · 유영정**

〈요 약〉

본 연구에서는 지식자산에 대한 공시를 전제로 하여 한국회계연구원(2000)이 제시하고 있는 지식자산 항목을 중심으로 하여 선정된 지식자산 항목에 대한 공시의 중요성 관점과 실무적 공시가능성 관점에서 이해관계자집단의 인식도를 검증하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 지식자산 항목에 대한 조사대상자집단의 공시의 중요성 평가결과를 보면 다음과 같다. 즉, ① 고객자산의 경우에 있어서 '기업브랜드 이미지 평가정도' 항목은 연구대상자집단 모두가 매우 중요한 항목으로 평가하고 있는 것으로 조사되었다. 또한 '제품에 대한 반복 구매정도'와 '고객만족/불만족 정도' 항목의 경우에도 회계정보제공자집단과 회계정보이용자집단은 매우 중요한 고객자산으로 인식하고 있으며, 회계전문가집단도 비교적 중요한 항목으로 인식하고 있는 것으로 나타났다. ② 구조적자산의 경우에 있어서 회계정보제공자집단과 회계정보이용자집단은 '지적재산권 활용도', '기업이미지 제고 및 투자설명회 활동내역' 및 '비전과 중장기 전략시행 내역' 항목에 대하여 매우 중요한 구조적자산 항목으로 평가하고 있으며, 나머지 항목에 대해서도 비교적 중요한 항목으로 평가하고 있는 것으로 조사되었다. ③ 인적자산의 경우에 있어서 회계정보제공자집단과 회계정보이용자집단은 '종업원에 대한 평판'을 제외한 나머지 항목에 대하여는 매우 또는 비교적 중요한 항목으로 평가하고 있으나, 회계전문가집단은 모든 항목에 대하여 약간 중요한 항목으로 평가하고 있는 것으로 확인되었다.

둘째, 지식자산 항목에 대한 조사대상자집단의 실무적 공시가능성 정도에 대한 평가결과를 보면 다음과 같다. 즉, ① 고객자산의 경우에 있어서 회계정보제공자집단과 회계정보이용자집단은 '기업 이미지 평가정도'와 '제품에 대한 반복 구매정도' 항목에 대하여 매우 또는 비교적 실무상으로 공시가능한 항목으로 평가하고 있다. 또한 회계전문가집단은 '기업 브랜드 이미지 평가 정도' 항목에 대하여는 비교적 실무상 공시가능한 항목으로 평가하고 있다. ② 구조적자산의 경우에 있어서 회계정보제공자집단은 모든 항목에 대하여 비교적 실무상으로 공시가능한 항목으로 평가하고 있으며, 회계정보이용자집단은 회계정보제공자집단에 비하여 다소 낮은 정도로 비교적 실무상으로 공시가능한 것으로 평가하고 있는 것으로 조사되었으나

* 경원대학교 경영회계학부 교수, jhhong@kyungwon.ac.kr, 031-750-5215, 주저자

** 한우세무법인 대표(경원대학교 겸임교수), yoosemusa@hanmail.net, 02-514-2477

회계전문가집단은 모든 항목에 대하여 회계정보이용자집단보다도 더 낮은 정도로 평가하고 있다. ③ 인적자산의 경우에 있어서 회계정보제공자집단은 모든 항목에 대하여 매우 또는 비교적 실무상으로 공시가 가능한 항목으로 평가하고 있으며, 회계정보이용자집단은 모든 항목에 대하여 비교적 또는 약간 실무상으로 공시가능한 것으로 평가하고 있어서 회계정보제공자집단에 비하여 다소 낮게 평가하고 있는 것으로 조사되었다. 또한 회계전문가집단은 대부분 항목에 대하여 회계정보이용자집단보다도 더 낮은 평가를 하고 있는 것으로 분석되었다.

<주제어> 지식자산, 지식자산 항목, 지식자산 공시

I. 서 론

20세기 후반부터 시작된 정보통신 기술의 획기적 발전에 따라 세계는 산업사회로부터 정보화·지식화 사회로 급속히 이행되고 있으며, 이에 따라 기업가치를 당해 기업이 보유하고 있는 전통적인 화폐적 자산과 유형자산 중심으로 평가하는 기존의 회계이론이나 실무에 대한 강한 의문점이 제기되고 있다. 즉, 오늘날에는 기업의 주된 가치창출요인(value driver)은 화폐적 자산과 유형자산 자체가 아니라 이를 결합하여 시너지효과를 낼 수 있게 하는 지식자산(knowledge assets)이라는 주장이 설득력 있게 전개되고 있다. 일반적으로 지식자산이란 기업이 보유하는 미래의 경제적 효익을 창출할 수 있는 지식을 기반으로 하는 비화폐성, 무형의 자원으로 정의되고 있다(한국회계연구원, 2000).

세계경제를 주도하는 대부분의 기업들은 화폐적 자산이나 유형자산을 거의 보유하지 않고 지식자산 특히 전문인력(인적자산)과 기술력(구조적 자산)만으로 기업가치를 창출하는 현상을 보여주고 있다. 이러한 현상은 온라인 기업이라는 신생산업 뿐만 아니라 전통적인 오프라인 중심의 산업에서도 지식자산에 대한 투자를 급격히 증대시키는 결과를 가져오고 있다. 이에 따라 새로운 기계를 도입하고 공장자동화시설을 설치하는 것과 같은 유형자산 투자를 통한 생산성 향상만이 기업가치를 창출하는 원동력이 되는 것이 아니라 지식근로자로서의 종업원, 학습하는 조직, 긴밀한 관계를 가지는 고객 및 공급자와의 관계, 기초·신제품개발·공정개선으로 구성되는 연구개발에 대한 능력을 계발, 개선시키는 활동에 대한 투자가 기업의 생존과 발전을 위한 주된 경제적 원천이라는 인식이 확산되고 있다. 이는 기업에 대한 매수합병거래에서의 지급대가 중 이러한 자산이 차지하는 비중이 막대함에서도 알 수 있다.¹⁾

그런데 전통적 재무제표에서는 자산의 인식기준을 충족시키는 항목만을 자산으로 인식 및 계상하기 때문에 이러한 경제적 자원 중 많은 부분이 보고되지 않고 있는 실정이다. 그 결과 지식자산에

1) 예를 들면, 지식집약적(knowledge-intensive) 기업인 Network Solutions을 인수할 때 VeriSign이 지급한 210억불 중 200억불 상당액이 영업권과 기타 확인가능한 무형자산인 것으로 보도된 바 있다(Buckley, 2000). 또한 2004년도상반기 중 우리나라 10대 그룹 계열사가 보유한 지적재산권, 산업재산권 등 기업들의 무형자산이 2003년 상반기 대비 30% 늘어난 것으로 알려지고 있다. 지식경제사회에서 무형자산은 기업의 성패와 밀접한 관련이 있는 만큼 기업의 장기적인 성장성을 좌우한다고 볼 수 있다(조선일보, 2004년 10월 20일자).

대한 투자가 증대되는 기업의 경우 기업이 보유하는 경제적 자원의 가치를 반영하는 주식의 시가총액과 전통적 재무제표상에 보고되고 있는 자산에 근거한 장부가액간의 차이가 점차 벌어지고 있다.²⁾

이러한 이유로 투자자들이 기업가치 창출요인이 되고 있는 지식자산을 계상하지 않은 전통적 재무제표만으로는 기업가치를 적절히 평가할 수 없을 것이다. 나아가 투자자들이 지식자산의 가치를 판단할 신뢰성있는 정보를 입수할 수가 없게 될 것이므로 전통적인 회계시스템이나 회계기준에 대하여 불신감을 가지게 될 것이며, 기업가치 평가의 불확실성으로 인하여 위험보상을 요구하게 될 것이다. 그 결과 지식자산에 대한 투자가 많은 기업의 자본조달비용이 커지게 될 것이며, 정보가 부족한 소액투자자들은 지식자산에 대하여 상대적으로 많은 정보를 가진 경영자 또는 정보접근력이 큰 대형기관투자자에 비하여 합리적 의사결정을 할 수가 없게 될 것이다. 또한 기업가치 평가의 불확실성이 증대됨에 따라 지식자산을 담보로 대출을 받고자 하는 기업의 입장에서 자본조달비용이 높아지게 될 것이고, 경영자는 투자자로부터 제대로 평가를 받지 못하는 지식자산에 대한 투자를 회피함으로써 장기적으로 볼 때 기업가치의 하락을 초래할 수도 있는 것이다.

본 연구에서는 지식기반경제(knowledge-based economy)라는 현재의 경제환경하에서 중요한 생산요소로 인식되고 있는 지식자산에 대한 공시 가능성을 전제로 하여 그 본질, 이론적 배경 및 선행연구의 고찰을 토대로 지식자산 항목에 대한 이해관계자 집단의 인식을 조사함으로써 지식자산의 공시 방법 개발에 기초자료를 제공하는데 목적을 두고자 한다. 즉, 기업의 이해관계자집단인 회계정보제공자, 회계정보이용자 및 회계전문가들이 지식자산 항목에 대하여 공시의 중요성 관점, 실무적 공시 가능성 관점에서 어떻게 평가하고 있는지를 조사하고, 집단간의 인식도 차이를 검증하고자 한다.

II. 이론적 고찰과 선행연구의 검토

1. 지식자산의 개념

지식은 무형적이고 가변적이기 때문에 화폐적 자산이나 유형자산처럼 자산으로서 쉽게 확인하기가 어렵다. 이러한 이유로 지식자산은 전통적 재무제표에서는 자산으로 보고 되지 않았으나 이제는 지식이 중요한 기업가치의 창출요인으로 보아 자산으로 보고하여야 한다는 움직임이 강하게 일고 있는 추세이다. 지식자산은 지식을 기업가치를 증대시키는 중요한 요인으로서 인정하는 추세를 반영함으로써 계상될 수 있는 자산유형이다. 지식자산은 미래의 경제적 효익을 창출할 수 있는 경제적 자원으로서 기존의 화폐적 자산이나 유형자산과 다음과 같은 차이가 있다. 첫째, 인간의 인식과 의식을 통하여 형성되므로 제약을 받지 않고 계속 증가시킬 수 있다. 둘째, 오래 사용하여도 고갈되지 않고 오히려 기존의 지식을 바탕으로 발전·증가하는 성향이 있다. 셋째, 생산과 소비의 과정이 구

2) 온라인·오프라인 산업 구별없이 이러한 그 차이는 매우 크게 나타나고 있다. 예를 들면, 마이크로소프트와 같은 기업의 시장가치 대비 장부가치의 비율은 10배를 상회하고 있는 실정이다.

분되지 않을 뿐만 아니라 기존의 지식자산과 결합함으로써 기업가치의 창출에 기여할 수 있다.

일반적으로 인정된 회계원칙에서는 외부로부터 유상 취득한 지식자산의 일부로서 무형자산이 대차대조표상의 자산에 계상되고 있으나 기업내부에서 스스로 창출한 지식자산은 자산으로서 계상되지 않고 있다. 지식자산은 재무제표 이용자의 입장에서는 목적적합한 정보이지만 이를 측정하여 보고하는데 있어서 신뢰성이 결여되어 있다는 문제가 있다.

지식자산과 함께 사용되고 있는 용어로서 지적자본(intellectual capital)과 무형자산(intangible assets)이 있는데, 이들 개념간에는 차이가 있다. 회계학적으로 무형자산은 형체가 없는 자산으로서 토지, 건물, 기계설비 등과 같이 형체가 없는 유형자산에 비교되는 개념으로 대차대조표상에 산업재산권, 프랜차이즈, 소프트웨어 등의 과목으로 계상된다. 그러나 지식자산은 현행의 회계기준하에서는 대차대조표에 표시되지 않는 무형의 자산을 의미하는 것이기 때문에 무형자산의 개념과는 차이가 있으며, 무형자산보다는 광의의 자산개념이라고 할 수 있다. 지적자본은 경제학적인 개념으로서 경제적 효익을 창출하는 지식관련 자원을 의미하기 때문에 지식자산과 같은 개념이라고 할 수 있다. 즉, 지적자본은 경제학적 용어이며, 지식자산은 회계학적 용어라고 할 수 있다.

지금까지 선행연구상에서 정의되고 있는 지식자산의 개념을 검토해 보면 다음과 같다. 즉, SEC, FASB, OECD 등과 같은 회계규제기관에서 지식자산의 많은 부분이 재무제표에 인식되지 않고 있다고 지적하면서 이들을 측정하여 재무제표에 포함시키려는 노력을 기울여 오고 있다. 그 동안 지식자산에 대한 선행연구와 회계실무에서는 대차대조표에 보이지 않은 자산(invisible assets)이라고 표현하는가 하면(Itami & Roehl, 1987), 지적자본(intellectual capital)이라고 표현한 바도 있다(Edvinsson, 1997). 그러나 지식자산이라는 용어를 사용하는 선행연구가 많았는데, 이들 선행연구는 대부분 동일한 대상 즉, 기업이 보유한 무형의 자산을 지칭하기 위하여 혼용하여 사용되어 온 것으로 볼 수 있다.

이상과 같은 개념들을 종합하여 볼 때, 지식자산은 미래의 경제적 효익을 창출할 수 있는 잠재력으로서 기업가치를 형성시키고 있으면서 장부상에는 나타나지 않는 무형의 자산이라고 할 수 있다. 지식자산과 혼용되는 지적자본은 회계학 측면과 경제학 측면에서 살펴본 바와 같이 지식자산과 동일한 개념으로 볼 수 있다(홍정화, 2003).

2. 지식자산의 중요성

지식자산이 경쟁우위의 원천으로 중요해지게 된 배경을 살펴보면 다음과 같다(정종식, 1999).

첫째, 정보 및 서비스 욕구의 증대가 있다. 개인은 양을 위주로 한 경제성장 과정에서 풍요한 소비생활을 향유하기 위하여 장시간에 걸쳐서 노동하였고 절제된 생활을 하였다. 그러나 소득이 증가하면서 그 동안 억제하였던 소비를 촉진하여 만족을 크게 하려는 경향이 나타나면서 여가도 중시하게 되자 대량 소비시대에 상실하였던 자아를 찾고 개성있는 삶을 살고자 하는 의식이 발동하여 질을 중시하게 되었다. 특히 새로운 유행과 지식을 수용하고 규격화, 획일화를 거부하면서 정신욕구를 충족하기 위하여 디지털 정보 네트워크를 적극 활용하고 있다.

둘째, 소프트웨어 산업이 발전하고 있다. 산업혁명 이후 세계 경제를 주도해 온 산업은 철강, 자동차, 석유화학 등 하드산업이었다. 하드산업은 장치산업으로서 표준화된 소비자 욕구에 맞추어 제품을 생산하여 판매하는 것이었지만 개성을 중시하는 소비자가 증가하면서 학습기회 제공을 중요하게 고려하는 환경에 직면하게 되었다. 이것은 기업사이에 치열한 연구개발 경쟁을 촉진하여 제품수명주기를 짧게 하면서 소비자 욕구변화에 즉각 대응할 수 있는 고객맞춤형 제조공정이 확산되도록 하고 있다. 또한 제품 하나에서 다양한 기능을 동시에 즐길 수 있고, 자신의 기호를 반영할 수 있는 유튜브, 멀티미디어, 레저 등 소프트웨어 산업 또는 제조업의 하드웨어와 서비스업의 소프트웨어가 결합한 '2.5차' 산업이 발전하고 있다.

셋째, 고용구조가 변하고 있다. 대량생산 및 소비시대는 숙련된 노동력, 기술, 자본 등을 확보하여 생산량을 증대하려는 구조였기 때문에, 이러한 생산요소를 확보하여 생산활동에 투입하는 것이 중요하였다. 그러나 질을 중시하는 소비생활이 나타나고 급변하는 경영환경에 대응하는데 경직된 고용구조가 한계에 다다르자 유연한 고용구조를 선호하게 되었다. 즉 소비자 기호변화에 즉각 대응하고 경영활동을 이러한 변화에 적응시키면서 경쟁우위를 유지하고 창출하기 위하여 과거부터 시행하였던 종신고용을 철폐하고 조기퇴직제 또는 재택근무를 도입하고 있다. 이에 따라 기업에서 오랫동안 근무하였던 인력이 해고되거나 퇴사하는 경향이 나타나면서 이들이 보유한 정보나 지식이 동시에 사라지게 되어 새로운 경쟁력을 창출하는데 한계로 작용하고 있다.

넷째, 정부는 정보인프라를 구축하기 위한 정책을 적극 추진하고 있다. 선진국은 산업구조를 고도화하기 위하여 소프트웨어 산업, 즉 정보기술, 정보통신서비스, 교육서비스, 레저, 생명공학 등을 육성하고 있다. 이들 산업은 고객, 산업 학계 등과 끊임없이 정보를 공유 및 확보하면서 가치창출 활동에 투입하여 새로운 결과물을 꾸준히 창조하여야 하는 특성이 있다. 따라서 정부는 이것을 촉진하고 사회 및 산업구조를 개관하기 위하여 광기술 개발, 정보시스템 구축, 인력교육 등 다양한 정책을 시행하고 있다.

3. 지식자산의 분류

기업이 미래에 필요한 기업가치 증대요인으로서 지식자산을 측정하여 공시하기 위해서는 선행적으로 지식자산의 개념을 명확히 하고, 이어서 이의 분류를 통하여 자산으로서의 현실화 정도를 모색하는 것이 중요하다.

이에 따라 이하에서는 지금까지 선행연구에서 이루어진 지식자산에 대한 분류 중 한국회계연구원의 연구결과를 중심으로 고찰해 보기로 한다.

한국회계연구원(Korea Accounting Institute)의 회계기준위원회(Korea Accounting Standards Board, KASB)는 지식자산 측정 지표를 개발하기 위하여 연구를 수행하여 "지식자산 개발활동의 측정과 공시"라는 연구결과를 발표한 바 있다. 한국회계연구원의 지식자산에 관한 연구는 1999년 4월부터 10월까지 수행되어 11월에 발표되었는데, 여기에서는 지식자산을 고객자산(relational assets), 구조적자산

12 지식자산 항목에 대한 공시의 중요성 및 실무적 공시가능성 연구

(structural assets) 및 인적자산(human assets)으로 분류하고 있다.

가. 고객자산

고객·공급자 자산이라고도 하며 시장에서의 경쟁우위를 누리게 하는 고객과의 원활하고 유기적인 관계, 신축적이고 효율적인 공급망 구축여부 등을 나타내는 자산이다. 고객과 유기적인 관계를 맺는다는 것은 이러한 고객이 가지고 있는 가치에 대한 인식으로 보고, 브랜드에 대한 인지도, 고객 만족도, 효율적 공급망 등에 관한 구성요소를 측정지표로 제시하고 있다.

나. 구조적 자산

구조적 자산은 지적재산권이나 인프라자산과 같이 경영목표를 달성하기 위하여 개발된 조직적인 역량을 나타낸다. 구조적 자산은 조직의 구조, 과정 및 조직의 문화 내에서 획득, 제도화된 지식으로서 조직적, 혁신적, 과정적 자산으로 분류하고 있다. 여기서 조직적 자산이란 조직 전체만 아니라 공급 및 판매 경로까지 지식의 흐름을 촉진하는 체계, 도구에 대한 회사의 투자를 말한다. 혁신적 자산은 혁신하는 능력과 혁신의 결과인데, 신제품과 서비스를 창조에 대한 보호된 상업적 권리, 지적 재산으로 나타난다. 과정적 자산은 제조나 서비스 제공의 효율성을 더하고 높이는 작업과정, 기술, 직원 훈련 프로그램 등으로 제시하고 있다.

다. 인적자산

인적자산의 측정과 공시는 지식자산 관리에서 가장 논쟁의 여지가 있는 영역으로 보고 있다. 조직은 직원의 서비스를 단지 '빌릴' 수 있을 뿐이므로 자발적으로 조직에 기여할 때만 자산으로서 기능이 가능하다고 본다. 이는 다음의 <표 1>에서와 같이 직원의 역량으로서 조직 구성원들의 업무 관련 지식, 능력 및 교육훈련 등에 대한 요소를 측정지표로 제시하고 있다.

한국회계연구원이 연구결과로 제시한 지식자산에 대한 구성요소와 측정 지표들에 대한 요약내용은 다음의 <표 1>과 같다.

<표 1> KASB의 지식자산 측정지표

구분	고객 자산	구조적자산		인적 자산
		지적 재산권	인프라 자산	
구성 요소	• 브랜드 이미지 • 성장하는 고객 베이스 • 효율적인 공급망 • 우호적 사업 환경	• 특허권, 저작권 • 의장, 디자인권, 등록상표 • 상호	• 기업 이미지, 명성 • 경영 철학, 기업 문화 • 학습 지향, 유연 조직 • 전문가 네트워크 구성 • 효율적 정보처리	• 업무 관련 지식,능력 • 심리적 만족도 • 교육 훈련

구분	고객 자산	구조적자산		인적 자산
		지적 재산권	인프라 자산	
측정 지표	• 브랜드 선호도 • 반복 구매도 • 고객 사업 중 당해 기업의 비중 • 고객 만족/불만 지수 • 공급자의 사업에서 차지하는 당해 기업의 비중 • 고객/공급자와 체결한 제휴, 협약 시스템 공유	• 지적 재산권은 법적 보호 • 재무제표에 인식되는 무형 자산	• CI, IR활동 • 비전과 중장기 전략 • TQM,ABC 시행 • 신제품 출시 효율성 • 전문가 중심의 팀조직 • 정보 취합과 활용도	• 소양 계발, 전문교육 • 지식 근로자 파악, 관리 • 외부 평판 • 부가가치 창출 능력 • 직원 만족도

4. 지식자산의 측정과 공시

가. 지식자산의 측정

지식자산은 경영전반에 영향을 미치는 가치창출의 근원이다. 이러한 지식자산을 측정하는 것은 경영자들에게 기업의 가치가 어디에 있는지를 정확히 이해시키고, 기업의 성장을 평가하는 중요한 기준이 되며, 기업의 경영활동에서 외부 자금조달의 기준자료로 활용되기 때문에 필요하다(박성섭, 2001).

이와 같은 지식자산의 측정 필요성에도 불구하고 실제로 지식자산의 가치 측정을 위한 회계연구가 진행되어 왔지만 지식자산을 측정하여 보고할 수 있을 정도의 구체적인 연구성과는 나타나고 있지 않다. 더 나아가 회계기준상으로 지식자산을 측정하도록 요구하는 규정을 두고 있는 나라는 아직 없다.

그러나 이미 몇몇 선진국의 기업에서 지식자산을 측정하여 공시하는 시도가 이루어지고 있다. 이러한 시도는 지식자산이 기업의 자산에서 차지하는 비중이 전통적인 보고대상의 자산에 대한 가치보다도 초과하는 기업들이 출현하고 있기 때문에 나타나고 있으며, 점차로 어떤 방식으로든 지식자산 측정의 표준화를 위한 회계기준의 제정 등의 절차가 이루어질 것으로 기대된다.

지식자산의 측정을 실무적으로 정착시키기 위해서는 여러 가지 문제점들을 해결해야 할 것이다. 먼저 지식자산을 이해관계자들에게 보고하는 것이 매우 어려운 작업이라는 회의적인 시각에서 벗어나야 한다. 지식자산의 측정과 보고기준을 정립하고 그에 대한 실무적 절차를 마련하는 것은 외부 전문가나 새로운 프로그램의 도움을 받는다 하더라도 용이한 작업은 아닐 것이다. 그러나 기업의 경쟁력 강화를 위한 시도를 적절히 평가함으로써 기업가치를 제대로 평가하고 이를 회계적으로 뒷받침하려는 회계연구자들의 지속적인 관심과 회계실무계의 지원으로 가능하다는 것이 현실적으로 나타나고 있다.

지식자산을 측정하여야 할 필요성을 구체적으로 제시하면 다음과 같다(박성섭, 2001).

첫째, 목표달성에 필요한 조직의 능력에 정당성을 부여한다. 조직이 전략이나 목표달성에 실패하는 이유는 계획이 잘못된 데에 있는 것이 아니다. 성공에 필요한 무형의 자산을 가지지 못했다는 사실을 너무 늦게 발견하기 때문이다. 지식자산의 측정은 이러한 오류를 피할 수 있게 해 줄 것이다.

둘째, 전략적인 연구개발을 할 수 있다. 독창적인 연구를 통하여 특허권을 개발할 것인가, 아니면 이미 개발된 특허권을 이용하여 노하우를 개발할 것인가의 문제는 연구개발을 기획하는 사람들에게는 판단이 요구되는 문제이다. 전자는 주로 방어 목적에서 이루어지고, 또한 유지하는 데 많은 비용이 든다. 반면에 후자는 기업에 실질적인 혜택을 준다. 지식자산에 대한 측정을 통해 회사의 기여 정도를 파악할 수 있을 뿐만 아니라 회사의 경쟁력에 기여할 수 있는 노하우가 무엇인지를 알 수 있기 때문이다.

셋째, 리엔지니어링에 필요한 배경정보를 파악할 수 있다. 조직이 다운사이징을 하거나 리엔지니어링을 할 경우 인적자산에 대하여 보유해야 할 자산인지, 정리해야 할 자산인지를 결정하게 한다. 개별 인력에 대한 가치정보를 근거로 조직에 가치있는 역량이나 노하우가 의도와는 달리 상실되는 실수를 미연에 방지할 수 있다.

넷째, 교육 훈련 프로그램의 내실을 기할 수 있다. 지속적인 교육은 현대 조직의 슬로건이 되고 있다. 그러나 조직구성원의 생산성을 실제로 제고할 수 있는 훈련 프로그램을 개발하고 있는 기업을 찾아보기란 쉽지 않다. 지식자산의 가치를 측정함으로써 생산성 증대를 가져올 수 있는 훈련 프로그램을 만들 수 있다.

다섯째, 기업의 가치를 제대로 평가할 수 있다. 재무적 지표와 함께 보완적으로 지식자산을 측정함으로써 기업의 가치를 보다 정확하게 측정할 수 있다. 현대 지식기반사회에서 무형의 자산, 즉 지식자산의 가치를 이해하는 것이 기업 성공의 열쇠가 된다.

지식자산에 대한 이해를 통하여 급속히 변화하고 있는 기업의 경쟁적 환경하에서 기업의 강점이 어디에 있는지를 정확히 파악할 수 있으며, 그에 대한 평가도 가능할 것이다. 반대로 기업의 약점이 어디에 있는가를 파악하여 문제가 발생하기 이전에 문제해결 방법을 찾을 수 있다.

나. 지식자산의 공시

Wallman(1995)은 정보기술의 발달로 사업방식에 있어서 급변하고 있음을 지적하면서 재무보고도 개념적 수준에서부터 검토되어야 하고 회계실무에서도 그러한 변화를 수용할 재무보고의 개혁에 동참해야 한다고 주장하였다. 이러한 주장은 정보기술의 발달에 따라 기업의 핵심적 자산으로 부각되고 있는 지식자산에 대한 재무보고의 문제를 지적한 것으로 볼 수 있다.

지식자산의 공시에 대하여 지금까지 나타나고 있는 연구동향 및 주장을 살펴 보면 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 점진적 접근법(incremental approach)으로서 이 방법은 전통적인 재무제표를 기본으로 하는 재무보고의 현행 체제를 유지하면서 지식자산에 대한 정보를 보완함으로써 재무보고서의 유용성을 향

상시키는 방식(Leadbeater, 1999)이다.

둘째, 급진적 접근법(radical approach)으로서 이 방법은 Leadbeater(1999)가 점진적 접근법 이외에 보다 급진적인 접근법으로서 지식자산이 그 중심이 되는 새로운 지식자산 대차대조표를 제시하는 방식을 들고 있다. 이 급진적 접근법에서 재무적 정보는 성과평가와 투자자원을 나타내기 위하여 제공된다.

위에서 검토한 점진적 접근법과 급진적 접근법, 두 가지 접근법은 나름대로 기업의 회계담당자들이 지식자산을 측정한다는 점에서 회계적인 해결방법이라고 할 수 있다. 그런데 Leadbeater는 가장 급진적인 접근법인 혼합적 접근법(hybrid approach)을 설명하면서 지식자산의 측정 및 공시에 대하여 다음과 같이 설명하고 있다.

첫째, 지식자산의 가치는 불확실하고 급격히 변화할 뿐만 아니라 지식자산이 시장에서 거래되지 않는 경우 회계담당자들이 혁신적인 새 기법을 터득하지 않는 한 측정하기 어려울 것이므로 차라리 지식자산이 거래되는 시장을 확충하는 노력을 경주하는 것이 보다 적절한 정책방향일 수 있다.

둘째, 위와 같은 문제점을 해결하기 위하여 지식자산에 따른 미래 경제적 효익이 거래되는 지식자산 옵션시장을 개설하는 것이 타당하다. 이럴 경우 기업의 회계시스템이 수행하는 역할은 자본시장에서의 지식자산 측정액을 기록하는 것에 그치게 될 것이다.

5. 선행연구의 검토

가. 외국의 선행연구

Hall(1993) 및 Lev과 Sougiannis(1996)는 연구개발활동으로 지출된 금액이 기업의 이익에 미치는 영향, 연구개발지출액과 기업의 시장가치와의 관계를 검증한 결과 대체로 기업의 이익과 양(+)의 관계를 나타내었으며, 시장가치와도 양(+)의 관계를 나타낸다는 연구결과를 제시하고 있다.

지식자산으로서 기업의 브랜드가치에 관한 연구는 마케팅분야에서 이루어진 소비자의 인지도 등을 이용한 방법과 함께 재무적 평가방법으로 이루어진 바 있다. Peles(1979)는 광고비가 산업의 진입장벽 역할을 하여 기업의 초과이윤을 창출했다는 연구결과를 제시하였다. 또한 Kallapur와 Kwan(2000)은 브랜드가치를 자발적으로 공시한 기업을 대상으로 연구한 결과 브랜드가치가 기업가치와 미래이익에 대한 설명력이 있음을 검증하였다. 그리고 Simon과 Sullivan(1993)은 무형의 자산을 브랜드가치, 브랜드화 되지 않은 가치, 기업전반요소 가치로 구분하고 브랜드의 시장점유율에 영향을 주는 요소들의 계수를 이용하여 브랜드가치를 기업의 주가로부터 역산하여 추정하였다.

나. 국내의 선행연구

최근 지식자산의 측정과 공시문제에 대하여 관심을 가지는 선행연구들이 나타나고 있다. 최정호(1994)에 의하면 지식자산인 연구개발비는 고부가가치를 창출하는 원천이 되며, 기술개발속도가 빠른 환경에서 연구개발지출은 성과향상과 직결되어 있다는 것이다. 즉, 연구개발활동으로 지출된

금액이 기업의 이익에 미치는 영향, 연구개발지출액과 기업의 시장가치와의 관계를 검증한 결과 대체로 기업의 이익과 양(+)의 관계를 나타내었으며, 시장가치와도 양(+)의 관계를 나타낸다는 연구결과를 제시하고 있다.

김창수(1997)와 신일순 등(1998)은 지식자산투자의 일환으로서의 정보기술투자과 기업가치와의 관계를 수행하였는데, 연구결과에 의하면 정보기술에 대한 투자는 기업의 경영성과에 영향을 미치며 나아가 기업가치에 영향을 주는 것으로 나타나고 있다.

우성진(1999)은 지식자산으로서 인적자산, 구조적 자산 및 지식공유문화의 수준이 기업의 경영성과에 미치는 영향에 대하여 고찰하였다. 연구결과에 의하면 인적자산은 기업의 경영성과에 영향을 미치며, 구조적 자산의 수준에 따라 경영성과는 영향을 받는 것으로 나타났다. 또한 지식공유문화도 경영성과에 영향을 미치며, 인적 및 구조적 자산은 지식공유문화에 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다.

조호석(2000)은 지식자산에 대한 중요성에 부응하여 기업이 지식이라는 새로운 지식자산을 얼마나 가지고 있는지를 측정하기 위한 각 분야에 대한 연구문헌과 사례를 토대로 지식자산의 측정 및 보고방안을 제시하고 회계법인의 역할을 강조하였다.

정재일(2000)은 지식자산에 대한 기초연구로서 재무제표 제공자와 이용자들의 지식자산에 대한 인식조사를 실시한 후, 인식조사 결과를 토대로 지식자산의 측정과 공시에 대한 합리적 방안을 모색하였다. 연구결과에 의하면 지식자산의 측정 및 공시에 대한 필요성의 인식은 산업특성별로 다르게 나타났으며, 지식자산의 측정은 기업가치를 향상시키기 위하여 필요한 것으로 인식하고 있다. 또한 지식자산에 대한 회계정보를 충분히 공시하기 위해서는 재무제표 제공자와 이용자 모두에게 기존 재무제표와는 별도로 지식자산보고서를 작성하여 공시하는 것이 바람직한 것으로 조사되었다. 그리고 지식경영에 대한 관심과 활동수준이 지식자산의 측정과 공세에 대한 필요성을 가지는 관련성을 연구한 결과에 따르면 지식경영에 대한 활동수준이 높으면 측정에 대한 필요성은 강한 것으로 나타났으나 공시와의 관계는 약한 것으로 나타났다.

한국회계연구원(2000)에 의하면 기업은 장기적으로 경영목표를 달성하기 위하여 인적자산, 고객자산 및 구조적자산으로 구성되는 지식자산을 개발, 활용함으로써 보유하고 있는 유형자산과 화폐적 자산의 가치창출능력을 극대화시키고 있다는 것이다. 따라서 지식자산에의 전략적인 투자 및 그 효과적인 운용이 기업가치극대화 경영의 핵심이라고 할 수 있다. 또한, 외국에서는 지식자산에 대한 측정치가 경영자 및 이사회에 경영성과 평가에 사용되고, 현재 및 잠재적 종업원 및 고객의 해당 기업과 산출물에 대한 만족도에 반영되기도 하고, 신용제공기관의 신용평가과정에 고려되며, 매수합병 대상기업으로서의 적정성 여부와 매수합병대가의 산정결과가 변화되기도 하고, 재무분석가와 현재 및 잠재적 투자자의 추가정보취득 노력 및 기업가치평가 과정에 이용되고 또한 지식자산과 관련된 거시적, 사회적 정책을 제도화하는 기관에서도 이용하는 것으로 나타나고 있다고 주장하였다. 한국 회계연구원(2000)의 연구결과를 보면 다음과 같다.

첫째, 지식자산에 대한 정보수요가 급증하였음에도 각국에서 운용하는 전통적 재무회계시스템으로는 이를 적절히 충족시키지 못하고 있어서 회계제도의 개선이 필요하다. 즉, 현행 재무회계기준에

서는 지식자산의 자산 인식여부를 포괄적으로 수용하는 틀을 제공하고 있지 못하고 개별적인 지식자산을 신뢰성있게 측정하는 방법도 제시하지 못하고 있다. 따라서 결과적으로 재무제표의 유용성 저하는 기업내부의 지식자산 관리상의 비효율 및 기업외부에서의 그 기업의 가치와 신용상태를 판단함에 비효율을 초래하게 되기 때문에 이에 대한 개선방향으로 현행 재무제표를 대체하는 혁신적인 방향과 이를 보완하는 점진적인 방향이 제시되고 있다.

둘째, 점진적인 개선방향 중 학계와 실무계에서 광범위한 지지를 얻고 있는 것은 지식자산을 포괄하는 비재무적 지표를 보고하는 별도보고서를 자발적으로 공시하여 전통적 재무제표를 보완하는 방향인데, 이를 위해서 현재 실무에서 개발하여 실험적으로 운용하고 있는 지식자산 측정모형 중 대표적인 것들의 내용과 해당 모형을 채택한 기업의 구체적인 측정과 운용 사례를 검토할 필요가 있다.

셋째, 전통적인 재무제표에서 상정하는 이용자와 일관되게 지식자산에 대한 공시정보의 가장 주된 이용자는 투자자라는 시각이 필요하다. 이러한 관점에 따를 때 재무제표에 지식자산을 인식함으로써 투자자의 의사결정에 적합한 정보를 제공하는가의 여부는 그러한 인식 결과 재무제표와 기업가치간의 관련성 혹은 재무제표를 통한 미래이익 예측능력이 향상되는가를 살피는 것이 필요하다.

넷째, 지식자산 관련 정보의 공시방안으로는 재무제표에 지식자산을 개발하기 위하여 소요한 지출을 정리한 보충적 주석을 보강하는 방안과 재무제표와는 별개인 지식자산개발정도를 나타내는 보고서를 공시하여 재무제표를 보완하는 방안을 제시하였다.

박성섭(2001)은 기업의 지식경영도입전략 유형과 지식자산의 수준 및 경영성과간의 관계를 파악하여 경쟁우위를 강화하기 위한 기업활동에서 지식자산의 적극적인 활용을 중심으로 성공적인 지식경영체계를 구축하기 위한 전략적 방법론에 대하여 고찰하였다. 연구결과에 의하면 지식경영 도입전략이 기업의 경영성과에 미치는 영향을 분석한 결과 정보기술의 활용정도가 높을수록 그리고 학습조직과 정보기술의 경험정도가 높을수록 경영성과는 높은 것으로 나타났다, 또한 지식자산의 활용정도가 경영성과에 미치는 영향을 분석한 결과 인적자산, 구조적 자산 및 고객자산의 활용정도가 높을수록 경영성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되고 있다. 그리고 지식경영 도입전략유형에 따른 지식자산의 수준과 경영성과의 차이를 분석한 결과 조직중심 전략을 도입하는 기업에서 인적자산의 활용정도가 높을수록 경영성과가 높아지며, 정보기술중심전략 또는 학습조직과 정보기술의 결합전략을 도입하는 기업에서 고객자산의 활용정도가 높아질수록 경영성과가 높아지는 것으로 나타났다.

최수미(2001)는 한국회계연구원의 연구결과를 토대로 하여 지식자산이 중요한 산업인 전자와 화학의 대표적인 기업으로서 LG전자와 LG화학에서 최근 이루어진 지식자산과 관련된 주석사항 공시에 대하여 소개하였다. 그리고 일반적으로 인정되는 회계원칙에서 요구하는 지식자산의 공시수준을 어느 수준까지 분류하여 측정할 것인가와 기업특성에 적합한 공시사항은 향후 조속히 결정되어야 할 과제라고 결론을 맺었다.

오준환(2003)은 보이지 않는 또는 기록되지 않은 자산이라는 지식자산의 개념을 바탕으로 기업의 지식자산을 측정·평가하였는데, 시장변수(주가)와 재무변수(장부가치, 순이익)를 활용한 초과이익모

형, 비용자본화모형, 내재가치모형 등으로 지식자산가치를 측정하고 각 측정방법의 적정성을 변수간 동시 및 선도모형과 전통적 재무변수모형에서 평가하였다. 동시 및 선도모형의 분석결과, 장부에 인식되지 않은 지식자산가치가 주가에 반영되고 있으며, 초과이익모형이 다른 측정모형보다 지식자산가치를 상대적으로 적절하게 측정하는 것으로 나타났다. 지식자산의 규모별 재무변수모형의 검증과 업종별 실증분석에서도 초과이익모형의 상대적 적정성이 뒷받침되었다. 즉, 측정과정에서 산업특성을 반영하는 초과이익모형이 그렇지 않은 측정모형보다 기업의 경쟁우위, 초과수익력 등을 의미하는 지식자산가치를 적절하게 측정하는 것으로 분석되었다.

홍정화와 유영경(2004.6)은 지식자산 및 지식자산 공시에 대한 이해관계자집단의 인식도를 연구하였는데, 회계관련 이해관계자들은 지식자산의 범위, 비중에 대하여 중요하게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 또한, 지식자산에 대한 회계감사의 필요성을 느끼고 있으며, 지식자산을 공시하는 문제에 대하여는 실무상으로 어려움이 있을 것으로 인식하고 있다는 연구결과를 제시하고 있다.

홍정화와 유영경(2004.12)은 지식자산의 공시방법에 대하여 연구하였는데, 연구결과 이해관계자집단들은 대부분의 경우 지식자산을 주식사향으로 공시하는 방법을 선호하는 것으로 나타났다.

다. 선행연구와 본 연구의 차이

이상에서 검토한 선행연구와 비교하여 본 연구는 다음과 같은 차이점을 가진다.

첫째, 선행연구에서는 지식자산에 일반적인 인식도 조사에 그치는 경우가 대부분이나 본 연구에서는 회계정보제공자인 기업의 회계부서 임직원, 회계정보이용자인 증권회사의 투자상담사와 은행의 신용분석부서 근무자 및 회계전문가인 공인회계사와 세무사 등을 연구대상자로 하여 지식자산 항목에 대한 구체적인 공시가능성을 연구하였다.

둘째, 선행연구인 한국회계연구원의 지식자산보고서(한인구 등, 2000)를 비롯한 유럽에서 이루어진 연구에서는 지식자산의 개념 및 분류에 이어 주로 지식자산항목이 어떤 것인지에 대하여 그 범주를 제시하는데 그쳤으며, 또한 선행연구에서는 기존에 기업실무에서 이루어지고 있는 공시모형을 소개하고 그것들의 장점과 단점들을 검토하는데 초점이 맞추어졌다. 이에 비하여 본 연구에서는 선행연구에서 이루어진 지식자산의 검토결과를 토대로 지식자산 항목을 선정한 후, 여러 관점에서 지식자산항목에 대한 이해관계자집단의 평가결과를 도출함으로써 어떠한 지식자산 항목이 공시되어야 할 것인가를 고찰하고자 한다. 이러한 연구결과는 지식자산에 대한 현실적 공시방안을 모색하는데 기초 자료가 될 수 있을 것이다.

III. 실증연구의 설계

1. 연구가설의 설정

기업공시와 관련된 이해관계자집단으로서 회계정보제공자와 회계정보이용자 및 회계전문가를 대상으로 하여 지식자산 항목에 대한 공시의 중요성과 실무적 공시가능성을 연구하는 것은 현실적인 접근방법이다. 진정한 기업가치평가를 위해서는 지식자산을 공시하는 문제가 검토되어야 하며, 이를 위하여 이해관계자집단들의 지식자산에 대한 적절한 대안의 제시가 필요하다. 즉, 기업에서 지식자산 가치를 증대시키고 나아가 기업가치를 증대시키려면 먼저 지식자산 가치를 측정하여 이를 공시하는 것이 필요하기 때문이다.

일반적으로 지식자산의 가치증대를 위해서는 측정과 공시를 전제로 하고 있는데 이러한 과정이 이루어지기 위해서는 이해관계자집단들이 지식자산 항목으로서 중요하고 실무적으로 공시가능성이 어느 정도라고 인식하는지를 파악하는 일이 중요하다. 즉, 지식자산에 대한 정보를 제공하는 입장과 이용하려는 사람의 입장 및 회계전문가의 입장에서 느끼고 있는 공시의 중요성 및 실무적 공시가능성의 정도를 연구할 필요가 있다고 본다.

그러므로 지식자산 항목에 대한 공시의 중요성 인식 정도를 이해관계자집단별로 파악하고, 이어서 이들의 지식자산 항목에 대한 실무적 관점에서 공시가능성 정도를 파악함으로써 보다 심층적인 지식자산의 공시문제에 접근할 수 있을 것이다. 본 연구의 목적은 지식자산의 공시방안을 여러 관점에서 강구하는데 있다.

위와 같은 연구모형을 검증하기 위하여 다음과 같은 가설을 설정한다.

[가설 1] 지식자산 항목에 대한 공시에 있어서 이해관계자집단의 중요도 관점에서의 인식에는 차이가 없다.

가설 1-1 : 고객자산 항목에 대한 공시에 있어서 이해관계자집단의 중요도 관점에서의 인식에는 차이가 없다.

가설 1-2 : 구조적자산 항목에 대한 공시에 있어서 이해관계자집단의 중요도 관점에서의 인식에는 차이가 없다.

가설 1-3 : 인적자산 항목에 대한 공시에 있어서 이해관계자집단의 중요도 관점에서의 인식에는 차이가 없다.

[가설 2] 지식자산 항목에 대한 공시에 있어서 이해관계자집단의 실무적 편의성 관점에서의 인식에는 차이가 없다.

가설 2-1 : 고객자산 항목에 대한 공시에 있어서 이해관계자집단의 실무적 편의성 관점에서의 인식에는 차이가 없다.

가설 2-2 : 구조적자산 항목에 대한 공시에 있어서 이해관계자집단의 실무적 편의성 관점에서의

인식에는 차이가 없다.

가설 2-3 : 인적자산 항목에 대한 공시에 있어서 이해관계자집단의 실무적 편의성 관점에서의 인식에는 차이가 없다.

2. 조사대상자의 선정 및 자료의 분석방법

가. 조사대상자의 선정

본 연구의 조사대상자(subjects)는 회계정보제공자로서 기업의 회계부서 근무자, 회계정보이용자인 증권회사의 투자상담사 및 은행의 신용분석담당자, 그리고 회계전문가로서 공인회계사와 세무사 등의 3개의 집단으로 구성되며, 각 집단에서 조사대상자는 다음과 같이 선정되었다.

첫째, 회계정보제공자집단으로서 이들은 기업의 회계관련부서에 근무하는 임직원으로서 이들의 기업의 회계실무를 완전히 이해하고 있으며, 또한 기업의 정보를 재무제표 등을 통하여 공시하는 것을 업무로 하는 집단이다. 이들은 상장회사협의회가 발간하는 상장회사총감에서 기업규모 및 업종을 고려한 후, 무작위로 선정된 기업의 회계부서 근무자 중에서 무작위로 선정하였다.³⁾

둘째, 회계정보이용자집단으로서 이들은 증권회사와 은행에서 투자 및 신용분석 관련업무를 하는 임직원으로서 이들은 기업의 회계정보를 완전히 이해하고 있으며, 또한 기업의 회계정보를 이용하여 투자상담 및 대출 등을 업무로 하는 집단이다. 증권회사 임직원들은 우리 나라의 주요 증권회사의 투자상담업무를 담당하는 임직원들 중에서 선정하였으며, 은행의 임직원들은 서울에 본점을 둔 주요 은행의 대출심사업무를 담당하는 임직원 중에서 선정하였다.

셋째, 회계전문가집단으로서 이들은 공인회계사와 세무사로 기업의 회계실무를 이해하는 것은 물론 회계실무의 개선방향 등을 파악하고 있으며, 또한 이들은 기업의 회계나 세무분야에 감사나 자문 등을 담당업무로 한다.

회계전문가집단은 한국공인회계사의 회원명부(2003)와 한국세무사회의 회원명부(2003) 중에서 무작위로 선정하였다.

나. 자료의 분석방법

이해관계자집단의 지식자산에 대한 이해도와 지식자산 항목에 대한 인식도를 파악하기 위하여 조사연구방법(survey research)을 적용하였다. 조사연구방법을 사용하고자 하는 이유는 이 방법이 개인의 의견이나 인식을 조사하는데 있어서 주로 사용되는 방법이기 때문이며, 또한 다른 방법에 비하여 연구결과를 사회행동일반에 적용할 수 있는 일반화의 가능성이 높고 효과적으로 다룰 수 있는 변수의 수가 많기 때문이다(홍두승, 2000). 본 연구에서는 조사연구방법 중 설문지법에 의하여 자료를 수집

3) 기업규모는 한국은행이 발간한 「기업경영분석」(2003)에 의하여 기업수, 매출액의 비율 등을 고려하여 결정하였으며, 업종별 표본수는 제조기업과 비제조기업의 비율을 5 : 5로 하여 결정하였다.

하였다.

수집된 자료는 다음과 같은 통계적 방법을 활용하여 분석하였다.

첫째, 지식자산 항목에 대한 조사관계자집단의 평가결과는 상대적 빈도, 백분비율, 평균 및 표준 편차 등을 이용하여 분석하였다.

둘째, 가설검증을 위한 조사대상자집단간의 차이분석은 모수통계방법(parametric statistics)을 적용하였다. 즉, 제1차적으로 가설검증을 위한 조사대상자집단간의 차이검증을 위하여 모수통계방법인 F검증에 의한 분산분석을 적용하였으며, 제2차적으로 조사대상자집단간에 유의적 차이를 보인다면 어느 집단간에 차이를 보이는지를 알아보기 위하여 사후검증으로서 Duncan의 다중범위검증(Duncan's multiple range test)을 적용하였다.⁴⁾

3. 설문지의 구성, 배부 및 회수방법

가. 설문지의 구성

지식자산에 대한 인식도와 지식자산 공시에 대한 인식도를 조사하고, 지식자산 항목에 대한 연구대상자집단의 평가를 위하여 다음과 같이 설문지를 구성하였다.

설문지에 대한 구성내역은 다음과 같다.

첫째, 설문지 제1부에서는 지식자산 항목에 대한 이해관계자집단의 인식도를 조사하는 설문으로 구성하고자 하는데, 설문의 대상으로 제시할 지식자산 항목은 한국회계연구원의 지식자산의 분류를 토대로 하되, 일부 수정하여 작성하기로 하였다. 각 설문항목에 대하여는 중요도 관점과 실무적 편의성 관점에서 조사를 실시하였다.

연구대상자들로부터 조사할 설문항목은 다음과 같다.

(1) 고객자산에 대한 설문

- ① 기업의 브랜드 이미지
- ② 제품에 대한 반복 구매정도
- ③ 고객사업에서 차지하는 당해 기업의 비중
- ④ 고객만족/불만족의 정도
- ⑤ 거래처의 사업에서 차지하는 당해 사업의 비중
- ⑥ 고객/거래처와 체결한 제휴나 협약

4) 사후검증으로 자주 적용되는 통계기법은 Tukey의 다중비교법, Scheffe의 검증법, Duncan의 다중범위검증법, Newman-Keuls의 검증법 등이 있는데, Duncan의 다중범위검증이 다른 기법에 비하여 근소치차의 평균치 관정에 민감하여 우수한 통계기법으로 알려져 있다. 한편 다수 집단간의 비교를 개별 집단간 1쌍씩 t-test를 하는 경우도 있으나(last significant difference, LSD), 이 경우는 설정한 유의수준보다 더 큰 오류가 발생하는 것으로 알려져 있다(Montgomery, 1976, pp.48-50 참조).

22 지식자산 항목에 대한 공시의 중요성 및 실무적 공시가능성 연구

(2) 구조적 자산에 대한 설문

- ① 지적재산권 활용도 및 권리강화노력
- ② CI, IR 활동의 내역
- ③ 비전과 중장기 전략
- ④ TQM, ABC 시행내역
- ⑤ 신제품의 출시 효율성
- ⑥ 전문가 중심의 팀조직
- ⑦ 정보취합과 활용도
- ⑧ 연구개발비 지출 내역

(3) 인적자산에 대한 설문

- ① 소양교육과 전문교육의 내역
- ② 지식근로자의 채용 및 관리 현황
- ③ 외부평판(헤드헌터/학생)
- ④ 부가가치 창출능력
- ⑤ 임직원 만족도
- ⑥ 임직원의 헌신도
- ⑦ 인건비 중 교육훈련비의 비율

둘째, 설문지 제2부에서는 조사대상자의 배경 정보를 조사하는 항목으로 구성되어 있다.

나. 설문지의 배부 및 회수방법

설문지의 배부 및 회수방법으로는 우송, 전화 및 방문 등의 방법이 있는데, 본 연구에서는 수도권 이외의 연구대상자에게는 설문지를 우송하여 기록하게 한 후 반송을 받는 방법을 적용하였으며, 수도권의 연구대상자의 경우에는 직접 방문하여 배부한 후 우편으로 반송받는 방법을 적용하였다.

설문지는 제1차적으로 2004년 1월 16일부터 1월 30일 중에 배부하여 동년 1월 27일부터 2월 10일 중에 회수하였으나, 집단별로 회수실적이 부진하거나 응답내용이 불성실한 것이 다수 있었기 때문에 제2차적으로 2004년 2월1일부터 2월 10일 중에 설문지를 추가 배부하여 동년 2월 10일부터 회수하였다.

제1, 2차에 걸쳐 회수된 설문지 280부중에서 불성실한 것을 제외한 223부(회계정보제공자 81부, 회계정보이용자 72부, 회계전문가 70부)를 대상으로 전산처리하였다.⁵⁾

5) 회수된 설문지 중 불성실한 설문지는 일부항목에 대한 응답표시가 누락되어 있거나 극단적인 응답표시(1 또는 5에 모두 표시)를 한 것으로서 전산처리에서 제외하였다.

IV. 실증연구의 결과

설문지에 제시된 지식자산 항목들을 기업외부에 공시하는 것이 어느 정도 중요한 항목인지 그리고 공시할 경우 실무적 편의성은 어느 정도라고 생각하는지에 대한 조사대상자집단의 응답결과를 고객자산, 구조적자산 및 인적자산으로 구분하여 분석하면 다음과 같다.

1. 지식자산 항목에 대한 중요도 검증결과

설문지에 제시된 지식자산 항목들을 기업외부에 공시하는 것이 어느 정도 중요하다고 생각하는지에 대한 조사대상자집단의 인식도 검증결과를 고객자산, 구조적자산 및 인적자산으로 구분하여 분석하면 다음과 같다.

가. 고객자산 항목에 대한 중요도 검증결과

고객자산 항목들을 기업외부에 공시하는 것이 어느 정도 중요하다고 평가하는 지에 대한 조사대상자집단의 응답결과를 정리한 것이 <표 2>에 나타나 있다.

<표 2> 고객자산 항목에 대한 중요도 검증결과

항 목	회계정보제공자		회계정보이용자		회계전문가		F	P
	평균	표준편차	평균	표준편차	평균	표준편차		
1) 기업브랜드 이미지 평가 정도	4.59	0.608	4.65	0.561	4.09	0.913	13.976	0.000
2) 제품에 대한 반복 구매정도	4.04	0.798	4.15	0.573	3.70	0.857	6.936	0.001
3) 고객사업에서 차지하는 기업비중	3.95	0.789	3.78	0.676	3.66	0.832	2.792	0.063
4) 고객 만족/불만족 정도	4.27	0.742	4.11	0.865	3.77	0.802	7.497	0.001
5) 거래처 사업에서 차지하는 비중	3.77	0.926	3.65	0.790	3.56	0.828	1.128	0.326
6) 고객/거래처와 체결한 제휴나 협약	3.79	0.996	3.72	0.755	3.63	0.920	0.606	0.546

주 : 평균값은 '전혀 중요하지 않은 항목이다'에 1을, '대단히 중요한 항목이다'에 5를 부여하여 계산되었다.

위의 <표 2>에서 평균값을 중심으로 분석해 보면, 고객자산 항목에 대한 조사대상자집단의 중요도 관점에서의 평가결과를 다음과 같이 분류할 수 있다.

첫째, 연구대상자집단 모두가 '기업브랜드 이미지 평가정도'를 매우 중요한 항목으로 평가하고 있는 것으로 나타났다(평균값 4.00 이상).

둘째, 회계정보제공자집단과 회계정보이용자집단은 '제품에 대한 반복 구매정도', '고객 만족/불만족 정도'를 매우 중요한 항목으로 평가하고 있는 것으로 나타났으며(평균값 4.00 이상), '고객사업에

24 지식자산 항목에 대한 공시의 중요성 및 실무적 공시가능성 연구

서 차지하는 기업비중, '거래처 사업에서 차지하는 비중', '고객/거래처와 체결한 제휴나 협약도 비교적 중요한 항목으로 평가하고 있는 것으로 나타났다(평균값 3.65~3.97).

셋째, 회계전문가집단은 '기업브랜드 이미지 평가정도'를 제외한 나머지 항목에 대하여 비교적 중요한 항목으로 평가하고 있으나 다른 두 집단의 평가결과 보다는 다소 낮은 평가결과를 보이고 있다(평균값 3.56~3.77).

한편, F검증에 의한 분산분석 결과 '기업브랜드 평가정도', '제품에 대한 반복 구매정도' 및 '고객 만족/불만족 정도' 항목의 경우에는 유의확률 5%하에서 연구대상자집단간에 유의적 차이를 보이고 있다. 유의적 차이를 보인 항목들에 대하여 Duncan의 다중범위검증을 실시한 결과 '기업브랜드 이미지 평가정도', '제품에 대한 반복 구매정도' 및 '고객 만족/불만족 정도' 항목 모두 회계정보제공자 및 회계정보이용자집단이 동일 그룹에 속하여 이들 3개 항목에 대하여 회계전문가집단 보다 중요성을 더 인식하고 있는 것으로 나타났다.⁶⁾ 따라서 고객자산 항목에 대한 공시에 있어서 이해관계자집단의 중요도 관점에서의 인식에는 차이가 없다는 [가설 1-1]은 부분적으로 채택된다.

나. 구조적자산 항목에 대한 중요도 평가결과

구조적자산 항목들을 기업외부에 공시하는 것이 어느 정도 중요하다고 평가하는 지에 대한 조사 대상자집단의 응답결과를 정리한 것이 <표 3>에 나타나 있다.

<표 3> 구조적자산 항목에 대한 중요도 검증결과

항 목	회계정보제공자		회계정보이용자		회계전문가		F	P
	평균	표준편차	평균	표준편차	평균	표준편차		
1) 지적재산권 활용도	4.21	0.720	4.25	0.599	3.50	0.989	20.921	0.000
2) CI, IR활동 내역	3.91	0.762	4.08	0.666	3.46	0.988	11.292	0.000
3) 비전과 중장기 전략시행 내역	4.15	0.808	3.97	0.787	3.53	0.829	11.503	0.000
4) 품질관리,원가관리 시행내역	4.00	0.791	3.67	0.732	3.46	0.943	8.388	0.000
5) 신제품 출시의 효율성 정도	3.68	0.906	3.82	0.757	3.51	0.897	2.251	0.108
6) 전문가 중심의 팀조직 시행내역	3.64	0.966	3.69	0.705	3.51	0.897	0.812	0.445
7) 정보취합과 활용도	3.70	0.993	3.78	0.826	3.56	0.845	1.115	0.330
8) 연구개발비 지출내역	3.98	0.922	3.74	0.904	3.59	1.000	3.311	0.038

주 : 평균값은 '전혀 중요하지 않은 항목이다'에 1을, '대단히 중요한 항목이다'에 5를 부여하여 계산되었다.

6) 고객자산 항목에 대한 Duncan의 다중범위검증결과 회계정보제공자, 회계정보이용자 및 회계전문가간에는 다음과 같이 구분 표시된다. 단, 동일한 알파벳 표시간에는 유의적 차이가 없음을 의미하며, 다른 알파벳 표시간에는 유의적 차이가 있음을 의미한다.

- ① '기업브랜드 이미지 평가정도', '제품에 대한 반복 구매정도', '고객만족/불만족정도' : A A B
- ② 나머지 항목 : A A A

위의 <표 3>에서 평균값을 중심으로 분석해 보면, 구조적자산 항목에 대한 조사대상자집단의 중요도 관점에서의 평가결과를 다음과 같이 분류할 수 있다.

첫째, 회계정보제공자집단은 '지적재산권 활용도', '비전과 중장기 전략시행 내역' 및 '품질관리·원가관리 시행내역'을 매우 중요한 항목으로 평가하고 있는 것으로 나타났으며(평균값 4.00 이상), 'CI·IR 활동내역', '신제품 출시의 효율성 정도', '전문가 중심의 팀조직 시행내역', '정보취합과 활용도', 및 '연구개발비' 항목도 비교적 중요한 항목으로 평가하고 있는 것으로 나타났다(평균값 3.64~3.98).

둘째, 회계정보이용자집단은 '지적재산권 활용도'와 'CI·IR 활동내역'을 매우 중요한 항목으로 평가하고 있으며(평균값 4.00 이상), 그 밖의 나머지 항목들도 비교적 중요한 항목으로 평가하고 있는 것으로 나타났다(평균값 3.67~3.97)

셋째, 회계전문가집단은 모든 항목에 대하여 약간 중요한 정도로 평가하고 있는 것으로 나타나(평균값 3.46~3.59), 상대적으로 두 집단에 비하여 중요도를 낮게 평가하고 있다.

한편, F검증에 의한 분산분석 결과 '지적재산권 활용도', 'CI·IR 활동내역', '비전과 중장기 전략시행내역', '품질관리·원가관리 시행내역' 및 '연구개발비 지출내역' 항목의 경우에는 유의확률 5% 하에서 연구대상자집단간에 유의적 차이를 보이고 있다. 유의적 차이를 보인 항목들에 대하여 Duncan의 다중범위검증을 실시한 결과 '품질관리·원가관리 시행내역' 항목의 경우에는 회계정보이용자집단과 회계전문가집단이 동일 그룹에 속하여 회계정보제공자집단과 유의적 차이를 보였는데, 회계정보제공자집단은 다른 두 집단에 비하여 보다 더 중요도를 높게 인식하고 있었다. 그러나 유의적 차이를 보인 항목 중 나머지의 경우에는 회계정보제공자집단과 회계정보이용자집단이 동일 그룹에 속하여 회계전문가집단과 유의적 차이를 보여 두 집단은 이들 4개 항목에 대하여 회계전문가집단 보다 중요성을 더 인식하고 있는 것으로 나타났다.⁷⁾

따라서 구조적자산 항목에 대한 공시에 있어서 이해관계자집단의 중요도 관점에서의 인식에는 차이가 없다는 [가설 1-2]는 부분적으로 채택된다.

다. 인적자산 항목에 대한 중요도 평가결과

인적자산 항목들을 기업외부에 공시하는 것이 어느 정도 중요하다고 평가하는 지에 대한 조사대상자집단의 응답결과를 정리한 것이 <표 4>에 나타나 있다.

7) 구조적자산 항목에 대한 Duncan의 다중범위검증 결과에 의하면 회계정보제공자, 회계정보이용자 및 회계전문가의 관계는 다음과 같이 구분 표시된다. 단, 동일한 알파벳 표시간에는 유의적 차이가 없음을 의미하며, 다른 알파벳 표시간에는 유의적 차이가 있음을 의미한다.

① '품질관리·원가관리 시행내역' : A B A

② '지적재산권 활용도', 'CI·IR활동내역', '비전과 중장기 전략시행 내역', '연구개발비 지출내역' : A A B

③ 나머지 항목 : A A A

〈표 4〉 인적자산 항목에 대한 중요도 검증결과

항 목	제공자		이용자		전문가		F	P
	평균	표준편차	평균	표준편차	평균	표준편차		
1) 소양교육, 전문교육 시행내역	3.96	0.766	3.94	0.820	3.49	0.944	7.436	0.001
2) 지식근로자 채용, 관리 현황	3.90	0.784	3.92	0.900	3.51	0.864	5.196	0.006
3) 종업원에 대한 평판	3.68	0.772	3.49	0.769	3.44	0.773	2.045	0.132
4) 종업원의 부가가치 창출능력	3.95	0.907	4.10	0.842	3.53	0.944	7.681	0.001
5) 종업원의 만족도	3.98	0.851	4.08	0.746	3.56	0.895	7.929	0.000
6) 종업원 헌신도	3.83	0.848	3.96	0.863	3.56	0.942	3.806	0.024
7) 인건비 중 교육훈련비 비율	3.93	0.803	3.88	0.786	3.39	0.839	9.852	0.000

주 : 평균값은 ‘전혀 중요하지 않은 항목이다’에 1을, ‘대단히 중요한 항목이다’에 5를 부여하여 계산되었다.

위의 <표 4>에서 평균값을 중심으로 분석해 보면, 인적자산 항목에 대한 조사대상자집단의 중요도 관점에서의 평가결과를 다음과 같이 분류할 수 있다.

첫째, 회계정보제공자집단은 모든 인적자산 항목에 대하여 비교적 중요한 항목으로 평가하고 있는 것으로 나타났다(평균값 3.68~3.98).

둘째, 회계정보이용자집단은 ‘종업원의 부가가치 창출능력’과 ‘종업원의 만족도’를 매우 중요한 항목으로 평가하고 있으며(평균값 4.00 이상), 그 밖의 나머지 항목들도 비교적 중요한 항목으로 평가하고 있는 것으로 나타났다(평균값 3.49~3.96).

셋째, 회계전문가집단은 모든 항목에 대하여 약간 중요한 정도로 평가하고 있는 것으로 나타나(평균값 3.39~3.56), 상대적으로 두 집단에 비하여 중요도를 낮게 평가하고 있다.

한편, F검증에 의한 분산분석 결과 ‘종업원에 대한 평판’을 제외한 모든 항목에 대하여 유의확률 5% 하에서 연구대상자집단간에 유의적 차이를 보이고 있다. 유의적 차이를 보인 항목들에 대하여 Duncan의 다중범위검증을 실시한 결과 회계정보제공자집단과 회계정보이용자집단이 동일 그룹에 속하여 회계전문가집단과 유의적 차이를 보였는데, 회계정보제공자집단과 회계정보이용자집단은 회계전문가집단에 비하여 보다 더 인적자산 항목들에 대하여 중요성을 더 인식하고 있는 것으로 나타났다.⁸⁾

따라서 인적자산 항목에 대한 공시에 있어서 이해관계자집단의 중요도 관점에서의 인식에는 차이가 없다는 [가설 1-3]은 대체적으로 기각된다.

8) 인적자산 항목에 대한 Duncan의 다중범위검증 결과에 의하면 회계정보제공자, 회계정보이용자 및 회계전문가의 관계는 다음과 같이 구분 표시된다. 단, 동일한 알파벳 표시간에는 유의적 차이가 없음을 의미하며, 다른 알파벳 표시간에는 유의적 차이가 있음을 의미한다.

① ‘소양교육, 전문교육 시행내역’, ‘지식근로자 채용, 관리현황’, ‘종업원의 부가가치 창출능력’, ‘종업원의 만족도’, ‘종업원 헌신도’, ‘인건비 중 교육훈련비 비율’ : A A B

② ‘종업원에 대한 평판’ : A A A

이상에서 분석한 <표 2>, <표 3> 및 <표 4>를 종합하여 볼 때, 지식자산 항목에 대한 공시에 있어서 이해관계자집단의 중요도 관점에서의 인식에는 차이가 없다는 [가설 1]은 부분적으로 채택된다고 할 수 있다.

2. 지식자산 항목에 대한 실무적 편의성 정도 검증결과

설문지에 제시된 지식자산 항목들을 기업외부에 공시하는 것이 실무상으로 어느 정도 가능하다고 생각하는지에 대한 조사대상자집단의 평가결과를 고객자산, 구조적자산 및 인적자산으로 구분하여 분석하면 다음과 같다.

가. 고객자산 항목에 대한 실무적 편의성 정도 검증결과

고객자산 항목들을 기업외부에 공시하는 것이 실무상으로 어느 정도 가능하다고 평가하는 지에 대한 조사대상자집단의 응답결과를 정리한 것이 <표 5>에 나타나 있다.

<표 5> 고객자산 항목에 대한 실무적 편의성 정도 검증결과

항 목	제공자		이용자		전문가		F	P
	평균	표준편차	평균	표준편차	평균	표준편차		
1) 기업브랜드 이미지 평가정도	4.11	0.880	4.07	0.757	3.77	0.904	3.450	0.033
2) 제품에 대한 반복 구매정도	3.83	0.905	3.82	0.861	3.44	0.911	4.363	0.014
3) 고객사업에서 차지하는 기업비중	3.72	1.003	3.47	0.872	3.29	0.919	4.024	0.019
4) 고객 만족/불만족 정도	3.70	1.018	3.54	0.871	3.43	0.791	1.773	0.172
5) 거래처 사업에서 차지하는 비중	3.56	1.037	3.33	0.856	3.20	1.016	2.580	0.078
6) 고객/거래처와 체결한 제휴나 협약	3.65	1.120	3.69	0.866	3.36	1.036	2.348	0.098

주 : 평균값은 '실무상으로 전혀 가능하지 않은 항목이다'에 1을, '실무상으로 매우 가능한 항목이다'에 5를 부여하여 계산되었다.

위의 <표 5>에서 평균값을 중심으로 분석해 보면, 고객자산 항목에 대한 조사대상자집단의 실무적 편의성 정도 관점에서의 평가결과를 다음과 같이 분류할 수 있다.

첫째, 회계정보제공자집단은 '기업브랜드 이미지 평가정도'를 매우 실무상으로 가능한 항목으로 평가하고 있는 것으로 나타났으며(평균값 4.00 이상), 나머지 항목들에 대하여는 비교적 실무상으로 가능한 항목으로 평가하고 있는 것으로 나타났다(평균값 3.56~3.83).

둘째, 회계정보이용자집단도 '기업브랜드 이미지 평가정도' 매우 실무상으로 가능한 항목으로 평가하고 있는 것으로 나타났고(평균값 4.00 이상), '제품에 대한 반복 구매정도' '고객 만족/불만족 정도' 및 '고객/거래처와 체결한 제휴나 협약'을 비교적 실무상으로 가능한 항목으로 평가하고 있는 것으로

나타났으며(평균값 3.54~3.82), ‘고객사업에서 차지하는 기업비중’과 ‘거래처 사업에서 차지하는 비중’ 항목은 약간 실무상으로 가능한 항목으로 평가하고 있는 것으로 나타났다(평균값 3.33~3.47).

셋째, 회계전문가집단은 ‘기업브랜드 이미지 평가정도’ 항목을 비교적 실무상으로 가능한 항목으로 평가하고 있으나(평균값 3.77), 나머지 다른 항목들에 대하여는 약간 실무상으로 가능한 항목으로 평가하고 있는 것으로 나타나(평균값 3.20~3.44), 다른 집단에 비하여 고객자산의 공시가 실무상으로 쉽지 않을 것이라는 평가결과를 보이고 있다.

한편, F검증에 의한 분산분석 결과 ‘기업브랜드 평가정도’, ‘제품에 대한 반복 구매정도’ 및 ‘고객사업에서 차지하는 기업비중’ 항목의 경우에는 유의확률 5%하에서 연구대상자집단간에 유의적 차이를 보이고 있다. 유의적 차이를 보인 항목들에 대하여 Duncan의 다중범위검증을 실시한 결과 ‘기업브랜드 이미지 평가정도’, ‘제품에 대한 반복 구매정도’ 및 ‘고객사업에서 차지하는 기업비중’ 항목 모두 회계정보제공자 및 회계정보이용자집단이 동일 그룹에 속하여 이들 3개 항목에 대하여 회계전문가집단 보다 실무적 편의성 정도를 더 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다.⁹⁾

따라서 고객자산 항목에 대한 공시에 있어서 이해관계자집단의 실무적 편의성 관점에서의 인식에는 차이가 없다는 [가설 2-1]은 부분적으로 채택된다.

나. 구조적자산 항목에 대한 실무적 편의성 정도 검증결과

구조적자산 항목들을 기업외부에 공시하는 것이 실무상으로 어느 정도 가능하다고 평가하는 지에 대한 조사대상자집단의 응답결과를 정리한 것이 <표 6>에 나타나 있다.

<표 6> 구조적자산 항목에 대한 실무적 편의성 정도 검증결과

항 목	회계정보제공자		회계정보이용자		회계전문가		F	P
	평균	표준편차	평균	표준편차	평균	표준편차		
1) 지적재산권 활용도	3.80	0.843	3.64	0.909	3.31	1.029	5.333	0.005
2) CI, IR활동 내역	3.83	0.834	3.78	0.892	3.17	0.900	12.643	0.000
3) 비전과 중장기 전략시행 내역	3.73	0.936	3.61	1.120	3.41	1.123	1.673	0.190
4) 품질관리, 원가관리 시행내역	3.84	0.858	3.68	0.917	3.39	0.967	4.721	0.010
5) 신제품 출시의 효율성 정도	3.60	0.971	3.51	0.872	3.27	0.962	2.490	0.085
6) 전문가 중심의 팀조직 시행내역	3.63	1.018	3.54	0.918	3.14	0.937	5.313	0.006
7) 정보취합과 활용도	3.52	0.937	3.29	0.956	3.13	0.992	3.151	0.045

9) 고객자산 항목에 대한 Duncan의 다중범위검증 결과에 의하면 회계정보제공자, 회계정보이용자 및 회계전문가의 관계는 다음과 같이 구분 표시된다. 단, 동일한 알파벳 표시간에는 유의적 차이가 없음을 의미하며, 다른 알파벳 표시간에는 유의적 차이가 있음을 의미한다.

① ‘기업브랜드 이미지 평가정도’, ‘제품에 대한 반복구매 정도’, ‘고객사업에서 차지하는 기업비중’ : A A B
 ② 나머지 항목 : A A A

항 목	회계정보제공자		회계정보이용자		회계전문가		F	P
	평균	표준편차	평균	표준편차	평균	표준편차		
8) 연구개발비 지출내역	4.04	0.843	3.75	0.931	3.54	0.879	5.978	0.003

주 : 평균값은 '실무상으로 전혀 가능하지 않은 항목이다'에 1을, '실무상으로 매우 가능한 항목이다'에 5를 부여하여 계산되었다.

위의 <표 6>에서 평균값을 중심으로 분석해 보면, 구조적자산 항목에 대한 조사대상자집단의 실무적 편의성 정도 관점에서의 평가결과를 다음과 같이 분류할 수 있다.

첫째, 회계정보제공자집단은 '연구개발비 지출내역'을 매우 실무상으로 가능한 항목으로 평가하고 있는 것으로 나타났으며(평균값 4.00 이상), 나머지 항목들에 대하여는 비교적 실무상으로 가능한 항목으로 평가하고 있는 것으로 나타났다(평균값 3.52~3.84).

둘째, 회계정보이용자집단은 '정보취합과 활용도'를 약간 실무상으로 가능한 항목으로 평가하고 있으며(평균값 3.29), 나머지 항목에 대하여는 비교적 실무상으로 가능한 항목으로 평가하고 있는 것으로 나타났다(평균값 3.51~3.78).

셋째, 회계전문가집단은 '연구개발비 지출내역' 항목을 비교적 실무상으로 가능한 항목으로 평가하고 있으나(평균값 3.54), 나머지 다른 항목들에 대하여는 약간 실무상으로 가능한 항목으로 평가하고 있는 것으로 나타내(평균값 3.13~3.41), 다른 집단에 비하여 구조적자산의 공시가 실무상으로 쉽지 않을 것이라는 평가결과를 보이고 있다.

한편, F검증에 의한 분산분석 결과 '비전과 중장기 전략시행 내역'과 '신제품출시 효율성 정도' 항목을 제외한 나머지 항목의 경우에는 유의확률 5%하에서 연구대상자집단간에 유의적 차이를 보이고 있다. 유의적 차이를 보인 항목들에 대하여 Duncan의 다중범위검증을 실시한 결과 회계정보이용자집단과 회계전문가집단이 동일 그룹에 속하여 회계정보제공자집단과 유의적 차이를 보인 '연구개발비 지출내역' 항목을 제외한 나머지 항목인 '지적재산권 활용도', 'CI·IR 활동내역', '품질관리·원가관리 시행내역', '전문가 중심의 팀조직 시행내역' 및 '정보취합의 활용도' 항목들은 모두 회계정보제공자 및 회계정보이용자집단이 동일 그룹에 속하여 이들 5개 항목에 대하여 회계전문가집단보다 실무적 편의성 정도를 더 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다.¹⁰⁾

따라서 구조적자산 항목에 대한 공시에 있어서 이해관계자집단의 실무적 편의성 관점에서의 인식에는 차이가 없다는 [가설 2-2]는 대체적으로 기각된다.

10) 구조적자산 항목에 대한 Duncan의 다중범위검증 결과에 의하면 회계정보제공자, 회계정보이용자 및 회계전문가의 관계는 다음과 같이 구분 표시된다. 단, 동일한 알파벳 표시간에는 유의적 차이가 없음을 의미하며, 다른 알파벳 표시간에는 유의적 차이가 있음을 의미한다.

① '연구개발비 지출내역' : A B B

② '지적재산권 활용도', 'CI·IR 활동내역', '품질관리·원가관리 시행내역', '전문가 중심의 팀조직 시행내역', '정보취합의 활용도' : A A B

③ 나머지 항목 : A A A

다. 인적자산 항목에 대한 실무적 편의성 정도 검증결과

인적자산 항목들을 기업외부에 공시하는 것이 실무상으로 어느 정도 가능하다고 평가하는 지에 대한 조사대상자집단의 응답결과를 정리한 것이 <표 7>에 나타나 있다.

<표 7> 인적자산 항목에 대한 실무적 편의성 정도 검증결과

항 목	회계정보제공자		회계정보이용자		회계전문가		F	P
	평균	표준편차	평균	표준편차	평균	표준편차		
1) 소양교육, 전문교육 시행내역	4.05	0.723	3.71	0.895	3.31	0.808	15.525	0.000
2) 지식근로자 채용, 관리 현황	4.01	0.733	3.69	0.929	3.44	0.927	8.287	0.000
3) 종업원에 대한 평판	3.63	0.766	3.19	0.959	3.30	0.998	4.846	0.009
4) 종업원의 부가가치 창출능력	3.70	0.955	3.39	1.042	3.14	0.921	6.306	0.002
5) 종업원의 만족도	3.84	0.798	3.60	1.083	3.19	0.856	9.660	0.000
6) 종업원 헌신도	3.59	0.997	3.38	1.106	3.16	0.845	3.637	0.028
7) 인건비 중 교육훈련비 비율	4.06	0.899	3.88	0.918	3.56	0.895	5.914	0.003

주 : 평균값은 '실무상으로 전혀 가능하지 않은 항목이다'에 1을, '실무상으로 매우 가능한 항목이다'에 5를 부여하여 계산되었다.

위의 <표 7>에서 평균값을 중심으로 분석해 보면, 인적자산 항목에 대한 조사대상자집단의 실무적 편의성 정도 관점에서의 평가결과를 다음과 같이 분류할 수 있다.

첫째, 회계정보제공자집단은 '소양교육·전문교육 시행내역', '지식근로자 채용·관리 현황' 및 '인건비 중 교육훈련비 비율'을 매우 실무상으로 가능한 항목으로 평가하고 있는 것으로 나타났으며(평균값 4.00 이상), 나머지 항목들에 대하여는 비교적 실무상으로 가능한 항목으로 평가하고 있는 것으로 나타났다(평균값 3.59~3.84).

둘째, 회계정보이용자집단은 '종업원에 대한 평판', '종업원의 부가가치 창출능력 및 '종업원 헌신도'를 약간 실무상으로 가능한 항목으로 평가하고 있으며(평균값 3.19~3.39), 나머지 항목에 대하여는 비교적 실무상으로 가능한 항목으로 평가하고 있는 것으로 나타났다(평균값 3.60~3.88).

셋째, 회계전문가집단은 '인건비 중 교육훈련비 비율' 항목을 비교적 실무상으로 가능한 항목으로 평가하고 있으나(평균값 3.56), 나머지 다른 항목들에 대하여는 약간 실무상으로 가능한 항목으로 평가하고 있는 것으로 나타나(평균값 3.14~3.44), 다른 집단에 비하여 인적자산의 공시가 실무상으로 쉽지 않을 것이라는 평가결과를 보이고 있다.

한편, F검정에 의한 분산분석 결과 모든 항목의 경우에 유의확률 5%하에서 연구대상자집단간에 유의적 차이를 보이고 있다. 유의적 차이를 보인 항목들에 대하여 Duncan의 다중범위검증을 실시한 결과 '소양교육·전문교육의 시행내역' 항목에 대해서는 연구대상자 세 집단간에 각각 유의적인 차

이를 보였으며, '지식근로자 채용·관리현황'과 '종업원에 대한 평판' 항목에 대해서는 회계정보이용자집단과 회계전문가집단이 동일 그룹에 속하여 회계정보제공자집단과 유의적 차이를 보였다. 또한 '종업원의 부가가치 창출능력'과 '종업원의 헌신도' 항목의 경우에는 회계정보제공자집단과 회계전문가집단간에 유의적인 차이를 보인 것으로 나타났으며, '종업원의 만족도'와 '인건비 중 교육훈련비의 비율' 항목의 경우에는 회계정보제공자집단과 회계정보이용자집단이 동일 그룹에 속하여 회계전문가집단과 유의적인 차이를 보임으로써 상대적으로 실무적 편의성 정도에서 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다.¹¹⁾ 따라서 인적자산 항목에 대한 공시에 있어서 이해관계자집단의 실무적 편의성 관점에서의 인식에는 차이가 없다는 [가설 2-3]은 기각된다.

이상에서 분석한 <표 5>, <표 6> 및 <표 7>을 종합하여 볼 때, 지식자산 항목에 대한 공시에 있어서 이해관계자집단의 실무적 편의성 관점에서의 인식에는 차이가 없다는 [가설 2]는 대체적으로 기각된다고 할 수 있다.

V. 결 론

본 연구에서는 지식기반경제의 도래에 따라 중요한 생산 및 기업가치 요소로 인식되고 있는 지식자산에 대한 공시를 전제로 하여 한국회계연구원(2000)이 제시하고 있는 지식자산 항목을 중심으로 하여 선정된 지식자산 항목에 대한 공시의 중요성 관점, 실무적 공시가능성 관점에서 이해관계자집단의 인식도를 검증하였다.

위와 같은 연구의 목적을 달성하기 위하여 문헌적 연구를 통하여 본 연구에 관련된 이론적 배경과 선행연구를 검토하였으며, 이어서 실증연구방법으로서 설문지를 이용한 조사연구방법(survey research method)을 적용하였다. 연구대상자(subjects)로는 회계정보제공자인 기업의 회계부서 근무자, 회계정보이용자인 금융 및 증권회사 근무자, 회계전문가로서 공인회계사와 세무사를 선정하였으며, 이들에게는 1, 2차에 걸쳐 500부의 설문지를 배부하여 회수된 280부 중 기재내용이 불성실한 57부를 제외한 223부를 대상으로 통계분석을 위한 연구자료로서 활용하였다.

설문자료를 통하여 수집된 연구자료를 분석하기 위하여 상대적 빈도, 백분비율, 평균, 표준편차 등을 이용하였으며, 조사대상자집단간의 차이를 검증하기 위하여 F검증과 Duncan의 다중범위검증을 이용하였다.

11) 인적자산 항목에 대한 Duncan의 다중범위검증 결과에 의하면 회계정보제공자, 회계정보이용자 및 회계전문가의 관계는 다음과 같이 구분 표시된다. 단, 동일한 알파벳 표시간에는 유의적 차이가 없음을 의미하며, 다른 알파벳 표시간에는 유의적 차이가 있음을 의미한다.

- ① '소양교육·전문교육의 시행내역' : A B C
- ② '지식근로자 채용·관리현황', '종업원에 대한 평판' : A B B
- ③ '종업원의 부가가치 창출능력', '종업원의 헌신도' : A AB B
- ④ '종업원의 만족도', '인건비 중 교육훈련비의 비율' : A A B

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

먼저 지식자산 항목에 대한 조사대상자집단의 공시의 중요도 평가결과를 보면 다음과 같다.

첫째, 고객자산의 경우에 있어서 '기업브랜드 이미지 평가정도' 항목은 조사대상자집단 모두가 매우 중요한 항목으로 평가하고 있는 것으로 조사되었다. 또한 '제품에 대한 반복 구매정도'와 '고객만족/불만족 정도' 항목의 경우에도 회계정보제공자집단과 회계정보이용자집단은 매우 중요한 고객자산으로 인식하고 있으며, 회계전문가집단도 비교적 중요한 항목으로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 나머지 고객자산 항목에 대하여도 모든 조사대상자집단이 비교적 중요한 고객자산으로 평가하고 있는 것으로 조사되었다.

둘째, 구조적자산의 경우에 있어서 회계정보제공자집단과 회계정보이용자집단은 '지적재산권 활용도', 'CI·IR 활동내역' 및 '비전과 중장기 전략시행 내역' 항목에 대하여 매우 중요한 구조적자산 항목으로 평가하고 있으며, 나머지 항목에 대해서도 비교적 중요한 항목으로 평가하고 있는 것으로 조사되었다. 그러나 회계전문가집단은 모든 항목에 대하여 약간 중요한 항목으로 평가하고 있는 것으로 조사되었다.

셋째, 인적자산의 경우에 있어서 회계정보제공자집단과 회계정보이용자집단은 '종업원에 대한 평판'을 제외한 나머지 항목에 대하여는 매우 또는 비교적 중요한 항목으로 평가하고 있으나, 회계전문가집단은 모든 항목에 대하여 약간 중요한 항목으로 평가하고 있는 것으로 조사되었다.

다음으로 지식자산 항목에 대한 조사대상자집단의 실무적 공시가능성 정도 평가결과를 보면 다음과 같다.

첫째, 고객자산의 경우에 있어서 회계정보제공자집단과 회계정보이용자집단은 '기업 이미지 평가정도'와 '제품에 대한 반복 구매정도' 항목에 대하여 매우 또는 비교적 실무상으로 공시가능한 항목으로 평가하고 있으며, 나머지 항목에 대하여 회계정보제공자집단은 비교적 실무상으로 공시가능한 항목으로 평가하고 있는데 반하여 회계정보이용자집단은 상대적으로 실무상의 공시가능성을 낮게 평가하고 있는 것으로 조사되었다. 또한 회계전문가집단은 '기업 브랜드 이미지 평가 정도' 항목에 대하여는 비교적 실무상 공시가능한 항목으로 평가하고 있으나, 나머지 항목에 대하여는 약간 실무상 공시가능한 항목으로 평가하고 있는 것으로 조사되었다.

둘째, 구조적자산의 경우에 있어서 회계정보제공자집단은 모든 항목에 대하여 비교적 실무상으로 공시가능한 항목으로 평가하고 있으며, 회계정보이용자집단은 회계정보제공자집단에 비하여 다소 낮은 정도로 비교적 실무상으로 공시가능한 것으로 평가하고 있는 것으로 조사되었다. 그러나 회계전문가집단은 모든 항목에 대하여 약간 공시가능한 것으로 평가하여 회계정보이용자집단보다도 더 낮은 정도로 평가하고 있다.

셋째, 인적자산의 경우에 있어서 회계정보제공자집단은 모든 항목에 대하여 매우 또는 비교적 실무상으로 공시가능한 항목으로 평가하고 있으며, 회계정보이용자집단은 모든 항목에 대하여 비교적 또는 약간 실무상으로 공시가능한 것으로 평가하고 있어서 회계정보제공자집단에 비하여 다소 낮게 평가하고 있는 것으로 조사되었다. 또한 회계전문가집단은 비교적 '인건비 중 교육훈련비 비율' 항

목을 실무상으로 공시가능한 것으로 평가하였을 뿐 나머지 항목에 대하여는 약간 실무상으로 공시 가능한 항목으로 평가하여 회계정보이용자집단보다도 더 낮은 평가를 하고 있는 것으로 조사되었다.

이상에서 지식자사항목의 공시에 대한 이해관계자집단의 평가결과를 종합하여 볼 때, 다음과 같은 의견을 제시할 수 있다.

첫째, 이해관계자집단은 고객자산 중 '기업브랜드 이미지 평가정도'와 '제품에 대한 반복 구매정도' 및 '고객만족/불만족 정도'는 공시하는 것이 중요하다는데 의견이 일치하고 있다.

둘째, 이해관계자집단은 고객자산 중 '기업브랜드 이미지 평가정도' 및 인적자산 중 '인건비 중 교육훈련비 비율' 항목에 대하여 외부에 공시하는데 있어서 실무적으로 문제가 없는 것으로 평가하고 있다.

셋째, 지식자사항목에 대한 공시의 중요성 및 실무적 공시가능성을 이해관계자집단별로 인식도 차이를 검증한 결과, 대체로 회계전문가집단이 가장 보수적인 입장을 보인 것으로 나타났다. 즉, 회계전문가집단은 지식자산의 공시에 대하여 중요성 정도나 실무적 편의성 정도를 매우 낮게 인식함으로써 다른 집단과 차이를 보이고 있다. 이러한 결과는 회계전문가집단이 회계실무의 수준을 고려하여 볼 때 지식자산의 공시문제에 대하여 보다 더 연구가 이루어져야 한다는 것을 의미한다.

본 연구는 다음과 같은 한계점을 갖는다.

첫째, 본 연구의 조사대상자들이 회계정보제공자, 회계정보이용자 및 회계전문가 전체를 대표한다고 보기에는 한계가 있다. 지식자산의 공시와 관련된 이해관계자집단으로서는 회계규제기관으로서 재정경제부, 금융감독위원회, 국세청 및 한국회계연구원 등의 회계정보의 공시와 직접적 권한이 있는 집단을 제외함으로써 연구결과를 일반화하는데 한계점이 있을 수 있다.

둘째, 설문조사 및 자료수집상의 한계점이 있다. 설문조사를 토대로 하여 연구를 수행하였기 때문에 질적 특성을 가지는 항목에 대하여도 연구대상자들의 인식을 단순히 5점 척도(five point scale) 또는 서열척도(ordinal scale)를 이용하여 계량화하는 방법을 적용하였다. 그러므로 측정상의 편의(bias)가 존재할 수도 있다.

셋째, 지식자산 항목으로는 본 연구에서 채택된 항목 이외에 다양한 것들이 있을 수 있으며, 또한 이들 항목간에는 중복되거나 상충되는 것도 있을 수 있어서 본 연구에서 이루어진 지식자산 항목에 대한 평가결과를 일반화하는데 한계가 있을 수 있다.

이상과 같은 한계점을 보완하여 향후 연구되어야 할 과제를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구의 조사대상자를 포함하여 회계규제기관집단의 구성원까지 광범위하게 연구대상자를 선정하여 연구를 수행함으로써 지식자산의 공시문제에 대한 보다 현실성 있는 연구로 발전시킬 필요가 있다.

둘째, 본 연구에서는 설문지법에 의존하여 연구자료를 수집하였으나 향후에는 설문지법 이외에 실험방법 및 면접방법 등을 이용한 연구가 이루어져야 하며, 아울러 지식자산을 공시하는 기업의 사례와 비교할 필요가 있다.

셋째, 지식자산 항목을 보다 다양하고 광범위하게 선정하여 조사대상자를 대상으로 검증함으로써 보다 진전된 연구결과를 얻을 수 있을 것으로 판단된다.

참고문헌

- 김창수. 1997. “정보기술지출과 기업가치에 대한 실증적 연구”. 회계학연구 제22권 제2호 : 29-58.
- 박성섭. 2001. “지식경영의 경영성과 요인에 관한 연구”. 인천대학교 대학원 박사학위논문.
- 오준환. 2003. “성과선도모형을 이용한 지식자산가치의 측정 및 평가”. 회계학연구 제28권 제3호 : 1-29.
- 우성진. 1999. “지식경영의 핵심요인이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구”. 창원대학교 대학원 박사학위논문
- 정종식. 1999. “지식자산확보를 위한 전략적 제휴”. 제3회 지식경영 학술심포지움 : 555-558.
- 정재일. 2000. “지식자산의 측정·공시에 대한 집단특성별 인식수준에 관한 연구”. 명지대학교 대학원 박사학위논문.
- 조호석. 2000. “지식자산의 가치측정과 보고”. 성균관대학교 대학원 석사학위논문.
- 최수미. 2001. 『지식자산의 공시제도와 기업의 공시사례』. LG경제연구원.
- 최정호. 1994. “광고비 및 연구개발비지출이 기업가치에 미치는 영향 : 토빈 Q에 의한 실증적 분석”. 회계학연구 제19호 : 103-122.
- 한국공인회계사회. 2003. 『회원명부』.
- 한국상장회사협의회. 2003. 『상장회사총감』.
- 한국세무사회. 2003. 『회원명부』.
- 한국은행. 2003. 『기업경영분석』.
- 한인구·장지인·나인철. 2000. “지식자산개발활동의 측정과 공시”. 연구보고서 제5호, 서울 : 한국회계연구원.
- 홍두승. 2000. 『사회조사분석』. 다산출판사.
- 홍정화·유영경. 2004.6. “지식자산 및 지식자산 공시에 대한 이해관계자집단의 인식도 연구”. 지식연구 제2권 제1호. 명지대학교 금융지식연구소 : 29-62.
- 홍정화·유영경. 2004.12. “지식자산의 공시방법에 관한 연구”, 지식연구 제2권 제2호, 명지대학교 금융지식연구소 : 3-30.
- Buckley, E. 2000. The Hidden Value of Intellectual Capital. *The Standard*, 4 : 24.
- Edvinsson L. 1997. Developing Intellectual Capital at Skandia. *Long Range Planning*, Vol. 3 : 366-373.
- Itami, H. and T. Roehl. 1987. *Mobilizing Invisible Assets*, Harvard Business School Press.
- Leadbeater, C. 1999. New Measures for the New Economy. *OECD International Symposium*.
- Lev, B. and P. Zarowin. 1999. The boundaries of financial reporting and how to extend them. *Journal of Accounting Research*, Autumn : 353-385.
- _____. 1999. The Inadequate Public Information on Intellectual Capital and Its Consequences. *OECD International Symposium*.
- Stewart T. 1997. *Intellectual Capital : The New Wealth of Organizations*, Doubleday/Nicholas Brealy.

- Sveiby, K. 1998. *The New Organizational Wealth : Managing & Measuring Knowledge-Based Assets*, Berrett-Koehler. 미래
경영개발연구원 역, 1999.
- Wallman, S. 1995. The Future of Accounting and Disclosure in an Evolving World : The Need for a Dramatic
Change, *Accounting Horizons*, Vol. 9 : 81-91.

A Study on the Materiality and Practical Possibility of Disclosure for Knowledge Assets Items

Jung Hwa Hong* · Young Kyung Yu**

—〈Abstract〉—

The purpose of this study was to analyze the difference in interested group's recognition level to disclose a class of productive resources, which can best be christened as knowledge assets.

The results of subjects' recognition level for materiality and practical easiness of knowledge assets disclosure are summarized as follows :

First, Knowledge assets items of which subjects thought much are as follows : ① in case of relational assets, company brand image was valued as very important, repeated purchasing level and customer's satisfaction/dissatisfaction was valued as important item. ② in case of structural assets, intellectual right usage, corporation image/investor relation and vision & medium-long term strategy were valued as very important items, other items were valued as relatively important. ③ in case of human assets, all the items except of reputation for employees were valued as very/a little important.

Second, the result of subjects' valuation for knowledge assets disclosure item with view of practical easiness is follows : ① in case of relational assets, company brand image and repeated purchasing level were valued as very/relatively practically disclosable items, but other items were valued as a little disclosable items. ② in case of structural relatively disclosable and accounting information users recognized all the items as relatively/a little disclosable while accounting profession assets, accounting information providers recognized all the items as very/relatively disclosable and accounting information users recognized all the items as relatively/a little disclosable while accounting professions recognized all the items as a little practically disclosable.

<Key Words> knowledge assets, knowledge assets items, knowledge assets disclosure

* Professor, Kyungwon University

** President, Hanwoo Tax Firm