



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

박사학위논문

창업기업의 기업가 정신과
경영성과와의 관계에서 혁신역량과
혁신행동의 매개효과

제주대학교 대학원

경영학과

배 창 봉

2020년 2월



창업기업의 기업가 정신과 경영성과와의 관계에서 혁신역량과 혁신행동의 매개효과

지도교수 김 정 희

배 창 봉

이 논문을 경영학 박사학위 논문으로 제출함

2019년 12월

배창봉의 경영학 박사학위 논문을 인준함

심사위원장 _____ (인)

위 원 _____ (인)

위 원 _____ (인)

위 원 _____ (인)

위 원 _____ (인)

제주대학교 대학원

2019년 12월

The Mediating Effects of Innovation Capability and Innovation Behavior on the relationships between Business Startups' Entrepreneurship and Business Performance

Chang-Bong Bae
(Supervised by Professor Jung-Hee Kim)

A thesis submitted in partial fulfillment of the requirement for the degree of
Doctor of Business Administration

December, 2019.

This thesis has been examined and approved.

.....
Thesis director, Seol-Woo Park, Prof. of Business Administration

.....
Sung Kuk Yang

Jae Jung Kang

Seung Cheol Han

Jung Hee Kim

December, 2019.

Department of Business Administration

GRADUATE SCHOOL

JEJU NATIONAL UNIVERSITY

<abstract>

The Mediating Effects of Innovation Capability and Innovation Behavior on the relationships between Business Startups' Entrepreneurship and Business Performance

Chang-Bong Bae

Department of Business Administration

Graduate School, Jeju National University

With recent expansion of start-up assistance and improvement in start-up environment from the government, people to jump into start-up business are increasing. However, increased number of start-up business lead to increased number of closures. Living in uncertain business environment where global industrial structure constantly changes, constant appearance of new technology and competitors makes the situation more complicated. Considering the huge change happening, there seems to be a limit for enterprises to develop continuously only with their innovation capability and innovation havior. Therefore, entrepreneurship is the value that should come to the front to overcome the limitations with innovation capability and innovation behavior. For start-ups, entrepreneurship and innovation behavior are valued for continuously develop the enterprise and reaching business performance. However, focusing on the relationship between entrepreneurship and innovation behavior or entrepreneurship and innovation capability makes enterprise difficult to investigate an immediate cause for business performance. And for the entrepreneur, it is difficult to motivate them to grow innovation behavior and innovation capability for improving business performance. Concerning rapidly changing business environment and severe competitions between enterprises, the need for strategic action for enterprises to survive and the need for every research are required but the research on

the need is still insufficient. Therefore, this research, for overcoming the limitations of precedent research and for securing the distinctions, will divide sub factor for entrepreneurship then look into the structural relationships between each sub factor and innovation capability, innovation behavior, and impacts on business performance. Specified purpose of the study is summarized as follows.

First, the impacts of sub factor of entrepreneurship on innovation capability, innovation behavior and business performance.

Second, the impacts of innovation capability and innovation behavior on business performance.

To certify, empirical study was implemented through survey targeting domestic start-up enterprises with the study model and hypothesis based on theoretical background. The target of the study was limited to executive, middle manager, and among 800 survey papers researched during March 18, 2019 to April 18, 488 responses were analyzed through SPSS 24 and AMOS 21.0 actual analysis. The results are as follows.

First, entrepreneurship of start-up company shows innovation, risk sensitivity, and multidimensional characteristic which is sub factor of progressive spirit. The outcome signifies that for start-up companies to cultivate entrepreneurship, comprehensive approach is important not an individual approach on certain factor.

Second, innovation, risk sensitivity and progressive spirit, the sub factor of entrepreneurship for start-up companies, have positive impacts on marketing capability except for innovation. And innovation, risk sensitivity and progressive spirit all have positive impacts on technical innovation capability. And especially, in order, innovation, risk sensitivity, and progressive spirit shown to have more impact on innovation capability of start-up company, which shows growing innovation capability within members of start-up company, inspiring entrepreneurship by focusing on progressive spirit is needed.

Third, innovation, risk sensitivity and progressive spirit, the sub factor of entrepreneurship for start-up companies, all have positive impacts on

innovation capability. And especially, in order, innovation, risk sensitivity, and progressive spirit have more impact on innovation capability of start-up company. Therefore, to motivate members of the start-up company, they need aggressive behavior to occupy the market in advance by predicting the need of future market and behavior of rivals, also should push ahead high profit project even there is high risk, advance into new business line on unclear situation and the effort to propel we range of business activity for achieving the goal of the enterprise even if there is the risk.

Fourth, innovation, risk sensitivity, and progressive spirit, the sub factor of entrepreneurship for start-up companies, all could not reach to have positive impacts on business performance. It shows that innovation, risk sensitivity, and progressive spirit, the sub factor of entrepreneurship do not affect directly on business performance.

Fifth, marketing capability and technical innovation capability, the sub factor of innovative capacity for start-up companies, all have positive impacts on business performance, which shows improvement in marketing capability and technical innovation capability for start-up companies to create business performance is valuable.

Sixth, innovation behavior could not reach to have positive impact on business performance which shows that innovation behavior itself is insufficient and have the limitation on improving business performance.

Seventh, technology innovation performance, the sub factors of innovative capability of start-up company, has been found to mediate how entrepreneurship affect Business performance. Marketing capability has shown to have mediating effect on the relationship between risk sensitivity, progressive spirit, and business performance. But innovative performance has proven to have no mediating effect. It can be said that increase in risk sensitivity leads to improvement of marketing capability and further led to improved business performance.

Key words: Entrepreneurship, Innovation Capability, Innovation Behavior, Business Performance

<목 차>

I. 서론.....	11
1. 문제제기 및 연구의 필요성.....	11
2. 연구 목적.....	13
3. 연구 방법.....	14
4. 논문 구성.....	15
II. 이론적 배경.....	17
1. 창업기업의 기업가 정신.....	17
1) 창업기업의 기업가 정신의 개념과 의의.....	17
2) 창업기업의 기업가 정신의 구성요소.....	20
3) 창업기업의 기업가 정신의 효과.....	27
2. 혁신역량.....	32
1) 혁신역량의 개념과 의의.....	32
2) 혁신역량의 구성요소.....	35
3) 혁신역량의 효과.....	42
3. 혁신행동.....	56
1) 혁신행동의 개념과 의의.....	56
2) 혁신행동의 구성요소.....	59
3) 혁신행동의 효과.....	60
4. 경영성과.....	63
1) 경영성과의 개념과 의의.....	63
2) 경영성과의 구성요소.....	65
3) 경영성과의 결정요인.....	70

III. 연구 방법	73
1. 연구 모형.....	73
2. 가설 설정.....	73
1) 기업가 정신과 혁신역량과의 관계.....	73
2) 기업가 정신과 혁신행동과의 관계.....	75
3) 기업가 정신과 경영성과와의 관계.....	76
4) 혁신역량과 경영성과와의 관계.....	78
5) 혁신행동과 경영성과와의 관계.....	80
6) 혁신역량의 매개효과.....	81
7) 혁신행동의 매개효과.....	83
3. 연구 방법.....	84
1) 변수의 조작적 정의 및 측정.....	84
2) 조사 설계.....	88
3) 분석 방법.....	89
4) 설문 구성.....	89
IV. 실증 연구	91
1. 표본의 구성.....	91
2. 탐색적 요인분석.....	93
3. 확인적 요인분석.....	95
1) 확인적 요인분석의 기준.....	95
2) 확인적 요인분석의 결과.....	97
4. 연구 개념의 판별타당성 분석	100
5. 가설 검증.....	101
1) 모형 적합도.....	101
2) 가설 검증.....	101

V. 결 론.....	121
1. 연구결과의 요약	121
2. 연구의 시사점.....	124
3. 연구의 한계 및 향후 연구방향.....	126
<참고문헌>.....	128
<부록: 설문지>.....	150

< 표 목 차 >

<표 II-1> 기업가 정신의 개념.....	19
<표 II-2> 기업가 정신의 구성요소.....	21
<표 II-3> 혁신성의 개념.....	23
<표 II-4> 진취성의 개념.....	25
<표 II-5> 위험감수성의 개념.....	26
<표 II-6> 기업가 정신과 혁신역량에 관한 선행연구.....	29
<표 II-7> 기업가 정신과 혁신행동에 관한 선행연구.....	31
<표 II-8> 기업가 정신과 경영성과에 관한 선행연구.....	32
<표 II-9> 혁신역량의 개념.....	35
<표 II-10> 혁신역량의 구성요소.....	38
<표 II-11> 마케팅역량의 개념.....	40
<표 II-12> 기술혁신역량의 개념.....	42
<표 II-13> 혁신역량에 영향을 미치는 선행요인.....	43
<표 II-14> 혁신역량과 선행변수와의 관계.....	46
<표 II-15> 혁신역량과 경영성과와의 관계.....	49
<표 II-16> 마케팅역량과 경영성과와의 관계.....	52
<표 II-17> 기술혁신역량과 경영성과와의 관계.....	53
<표 II-18> 혁신역량과 경쟁성과와의 관계.....	54
<표 II-19> 혁신역량과 혁신성과와의 관계.....	55
<표 II-20> 혁신행동의 개념.....	58
<표 II-21> 혁신행동의 구성요인.....	60
<표 II-22> 혁신행동과 경영성과에 관한 선행연구.....	62
<표 II-23> 혁신행동과 혁신성과에 관한 선행연구.....	63
<표 II-24> 경영성과의 개념.....	65
<표 II-25> 경영성과의 구성요인.....	69

<표 II-26> 경영성과의 선행연구.....	71
<표 III-1> 변수의 조작적 정의와 이론적 근거.....	85
<표 III-2> 설문지 구성.....	90
<표 IV-1> 표본의 구성.....	92
<표 IV-2> 탐색적 요인분석 결과.....	93
<표 IV-3> 모형적합도 기준값.....	96
<표 IV-4> 확인적 요인분석 모형 적합도.....	97
<표 IV-5> 연구개념의 확인요인 분석.....	98
<표 IV-6> 연구 모형의 판별타당성 분석 결과.....	100
<표 IV-7> 모형 적합도.....	101
<표 IV-8> 기업가 정신과 혁신역량과의 관계.....	104
<표 IV-9> 기업가 정신과 혁신행동과의 관계.....	106
<표 IV-10> 기업가 정신과 경영성과의 관계.....	108
<표 IV-11> 혁신역량과 경영성과의 관계.....	109
<표 IV-12> 혁신행동과 경영성과의 관계.....	110
<표 IV-13> 혁신역량의 매개효과.....	113
<표 IV-14> 혁신행동의 매개효과.....	115
<표 IV-15> 모형의 효과분해.....	116
<표 IV-16> 매개효과 검증.....	117
<표 IV-17> 가설 검증 결과의 요약.....	120

<그림 목차>

<그림 I-1> 연구의 흐름.....	16
<그림 II-1> Lawson and Samson(2001)의 혁신역량 연구모델	48
<그림 II-2> Saunila et al.(2014)의 혁신역량 연구모델	49
<그림 II-3> Akman and Yilmaz(2007)의 혁신역량 연구모델.....	55
<그림 III-1> 연구 모형.....	73
<그림 IV-1> 가설 검증 결과.....	102

I. 서론

1. 문제제기 및 연구의 필요성

최근 한국정부가 창업에 대한 지원확대와 환경개선을 함으로써 창업 인구가 지속적으로 증가하고 있다. 중소벤처기업부가 발표한 창업기업동향에 의하면, 2018년 창업기업 수는 총 134만 개로 전년대비 7.0% 증가하여 2년 연속 증가세를 나타내고 있다. 개인창업기업은 124만 개, 법인창업기업은 10만 개로 조사되었다. 그리고 기술관련 업종 창업기업은 전년대비 6.7% 증가한 것으로 나타났는데, 이는 창업형태가 생계형 창업에서 아이디어와 기술에 기초한 혁신형 창업으로 변화하고 있음을 보여준다.

반면, 창업기업이 증가함과 동시에 폐업률도 증가하고 있다. 창업기업들은 보통 창업 3~7년 사이에 상품개발에 따른 투자금액 고갈과 매출부진 등으로 성장 정체기를 맞으며, 극심한 데스밸리에 시달리게 되고 폐업을 하게 된다. 2018년 10월 현재 국내 5년차 창업기업의 생존률은 27.5%로 나타나, 경제협력개발기구(OECD) 주요국 평균(40.9%)과 비교하여 상대적으로 매우 낮게 나타나고 있다(M이코노미경제팀, 2019). 이는 창업기업의 약 70%가 데스밸리 구간을 넘기지 못하고 폐업한다는 것을 의미한다. 창업기업의 생존은 우리나라를 비롯한 주요 선진국들의 주요 관심사이며, 이는 글로벌산업구조의 변화와도 깊은 관계를 가진다. 세계적인 경제 매거진 포춘(Fortune)에 따르면, 1955년 당해 500대 기업 중에서 현재까지 글로벌 기업으로 유지하는 기업은 전체의 12%로 60개에 불과하다고 한다. 특히 IT업체의 폐업률은 더욱 심각하다. KRG가 국내 IT업체 중 2001년 기준 매출 150대기업의 10년 후 생존율을 조사한 결과, 48%만이 운영되는 것으로 나타났다(김창훈, 2019). 이는 끊임없는 혁신기술의 발달과 소비자 니즈의 다양화와 같은 현상에서 이를 따라가지 못하는 기업들은 도태됨을 의미한다고 할 수 있다. 즉, 기존 고객에 안주하여 혁신을 미루거나 거부하는 기업들은 결국 시장에서 사라지는 것이다.

글로벌 산업구조가 변화되는 불확실한 경영환경 속에서, 기업이 생존할 수 있는 전략적 방법은 끊임없이 혁신하는 기업가 정신을 가지는 것이다. 급변하는 기업환경 속에서 혁신을 일으키고 계속해서 새로운 고객가치를 창조하기 위해 노력하는 기업

만이 경쟁우위를 선점하고 생존을 할 수 있다. 기존중소기업은 이미 축적된 자원과 역량을 통하여 경영활동을 수행한다. 반면, 이제 막 시작하는 창업기업은 스스로 자원을 확보하고 불확실한 위험을 감수해야 하며, 남다른 혁신성과 차별성을 추구하여야만 한다(윤기창, 2018). 즉, 기업은 조직의 새로운 가치를 창출할 수 있는 혁신역량(Burgelman, 2009, Tomsic et al., 2015)을 높임으로써 조직의 성과를 향상시킬 수 있는 문제의식과 새로운 아이디어를 도입, 창출, 실행을 할 수 있는 혁신활동(Scott and Bruce, 1994; 이지우 외, 2003)이 요구된다. 따라서 창업기업들은 스스로 혁신기회를 발견하는 것이 중요하다.

혁신역량은 신제품과 프로세스를 개발, 우수한 기술적 경영성과를 이룰 수 있는 기업의 능력이다(Rangone, 1999). 즉 새로운 기회를 탐색하고 주어진 문제에 대하여 새로운 해결책을 찾아낼 수 있는 기업의 능력을 말한다(Dess and Lumpkin, 2005). 그리고 혁신역량은 기업의 경쟁력을 강화시킨다(Guanet et al., 2006). 혁신역량의 결과 나타나는 혁신제품은 보다 매력적으로 고객에게 다가가기 때문에, 경쟁우위를 확보하는데 긍정적 영향을 준다(Oke, 2007). 또한 조직구성원의 혁신에 대한 실천 의지와 행동은 조직 혁신을 위한 핵심 요소라고 할 수 있다(Scott and Bruce, 1994). 그리고 혁신행동을 강화하지 않는 기업들은 결국 시장에서 사라지게 되므로, 기업의 지속적인 혁신행동도 중요하다. 즉, 혁신행동은 새로운 것을 실천하기 위한 창의적인 아이디어를 제시하고 행동하는 활동을 말하는데, 이는 조직 구성원들의 자발적 혁신행동 의사에 의해 발현된다. 따라서 지속적인 변화와 혁신을 위해서는 조직전반의 노력이 필요하다(Marcy, 2015).

갈수록 기술개발과 새로운 경쟁자의 등장으로 기업환경은 더욱 복잡해지고 있으며, 이러한 변화속에서 기업 내부의 혁신역량과 혁신활동만으로는 기업이 계속해서 성장하는 것은 한계가 있다(배창봉·김정희, 2019). 이에 혁신행동과 혁신역량의 한계를 극복하기 위해 선행되어야 할 역량이 바로 기업가 정신이다. 기업가 정신은 과거 글로벌 금융위기 이후, 우리나라를 비롯한 주요 선진국 국가들의 창업기업 생존전략으로 강조되어왔다(이윤준, 2013). 그리고 Shumpeter(1934)의 연구로부터 시작된 이래 기업가 정신은 위험이 있는 신규 사업을 경영하기 위한 운영자의 모험적이고 창의적인 성향을 의미하며, 한정된 자원에 구속되지 않고 신규 사업의 기회를 추구하려는 정신으로 정의(김영환·양태용, 2013)되고 있다. 기업가 정신은 기업의 성장성,

수익성, 경쟁우위 그리고 기업생존을 증가시키는 핵심적인 요인으로 연구되어졌다 (Zahra, 1995; Zahra, 1996).

초기 국내 연구는 기업가 정신과 기업성과의 관계를 주로 다루어 왔으나, 이후 기업가 정신이 기업에 내재화되는 수준인 기업수준의 기업가 정신으로 확대되어 연구되고 있다(이재훈 외, 2007). 그럼에도 불구하고 여전히 기업가 정신의 개념을 일반화하는 데에는 여러 가지 어려움이 있으나, 선행연구들을 종합해 볼 때, 기업가 정신은 신규사업을 만드는 활동과 혁신을 추구하는 활동에 대한 내용을 내포하고 있다(Baron and Shane, 2005; 구언희·박동수, 2007). 기업가 정신은 경쟁시장을 선점하려는 진취성향과 어려운 상황에서 혁신적인 제품을 개발하고 불확실한 제품 혹은 서비스나 시장을 채택하려는 위험감수적인 의사결정은 기업에게 경쟁우위를 가질 수 있도록 한다(Covin and Slevin, 1991). 또한 기업가 정신은 혁신활동을 촉발시키는 주요 원동력으로서, 자원의 개발과 창조, 관리활동 등과 서로 연결되어 경쟁자와 기업을 차별화시킴으로 시장의 기회를 포착해 프로세스와 새로운 제품을 창조할 수 있게 해준다(Dollinger, 1983; Miller, 1983).

지금까지 기업가 정신과 관련한 선행연구는 기업가 정신이 혁신역량에 미치는 영향(Dorf and Byers, 2005; 김장호·주기중, 2015; 김종영, 2016; 류인환, 2019)과 기업가 정신과 혁신행동에 미치는 영향(임정희, 2018; 한은수, 2018)의 연구가 주류를 이루었다. 그러나 창업자는 창업을 하여 단순히 혁신역량과 혁신행동을 발휘하는 것에 한정되지 않고 지속적으로 기업을 성장시키고 경영성과를 달성해야 한다. 혁신적인 활동이 경영성과에 이어져야함에도 불구하고, 지금까지는 기업가 정신과 혁신행동, 기업가 정신과 혁신역량과의 관련성에 한정하여 연구가 이루어졌다. 이에 기업가로 하여금 경영성과 향상을 위한 혁신행동과 혁신역량을 유발하도록 동기부여 하는 데는 한계가 있다.

따라서 본 연구에서는 창업기업이 지속적인 성장을 통한 경영성과를 도출하기 위해 기업가 정신을 바탕으로 혁신행동과 혁신역량이 경영성과 달성을 촉진하는 중요한 요인인지 실증연구를 통해 검증하고자 한다.

2. 연구 목적

본 연구는 기업간의 경쟁이 급변하고 심화되는 경영환경에서 7년 미만의 창업기업 데스밸리구간 생존을 위해 혁신강화 방안과 체계적인 대응을 도출하고자 시도되었다. 이를 위해 기업가 정신의 하위요인들을 구분하고, 기업가 정신의 각 하위요인들이 혁신역량, 혁신행동, 경영성과에 미치는 영향과 이들 변수들 간의 구조적 관계를 살펴보고자 한다. 구체적인 연구목적은 다음과 같다.

첫째, 기업가 정신의 하위요인을 살펴보고, 이것이 혁신역량, 혁신행동, 경영성과에 미치는 영향을 살펴본다. 기업의 성공요인인 경영자의 혁신역량과 혁신행동을 발현시킬 주요 요인을 규명한다. 특히 기업가 정신과 혁신역량이 혁신행동과 관련하여 혁신이 어떤 구조를 가지는지를 살펴본다. 이는 경영자로 하여금 불확실한 환경과 한정된 자원이라는 제한된 조건에서도 기업을 성장시킬 기회를 포착하여 경영성과를 향상시킬 수 있도록 동기부여를 할 수 있게 할 것이다.

둘째, 혁신역량(마케팅역량, 기술혁신역량)과 혁신행동이 경영성과에 미치는 영향을 살펴본다. 기업의 혁신역량(마케팅역량, 기술혁신역량)과 혁신행동이 경영성과로 창출된다는 구조적인 관계를 규명하게 된다면, 창업기업의 생존과 성과 창출에 구체적으로 방향성을 제시해주는 의미 있는 자료가 될 수 있을 것이다.

셋째, 혁신역량(마케팅역량, 기술혁신역량)과 혁신행동이 기업가 정신과 경영성과 사이에서 어떤 매개적인 역할을 하는가를 살펴본다. 기업가 정신과 경영성과의 관계에서 기업이 혁신기회를 실현할 때 기업가 정신이 혁신역량(마케팅역량, 기술혁신역량)과 혁신행동으로 발현되어 경영성과로 창출된다는 점에서 기업가 정신, 경영성과와의 관계에서 혁신역량(마케팅역량, 기술혁신역량)과 혁신행동의 구조적인 관계의 분석도 필요한 상황이다. 이는 창업기업의 생존과 성과창출에 구체적으로 방향성을 제시해주는 의미있는 자료가 될 수 있을 것이다.

3. 연구 방법

본 연구는 연구목적을 효과적으로 달성하기 위해 문헌연구와 실증 연구를 병행하였다.

첫째, 문헌을 이용한 연구 방법은 국내·외 관련 서적, 논문과 각종 간행물 및

통계자료를 활용하여 이론을 정리함으로써 본 연구의 이해를 도모하였다. 또한 기업가 정신, 혁신역량, 혁신행동, 경영성과에 관한 선행 연구와 관련된 이론을 찾아보고, 각각의 변수들의 구성요인들을 고찰하였다. 다음으로 이론 배경을 기초로, 혁신행동, 혁신역량, 경영성과의 형성요인으로 기업가 정신을 제시하고, 이러한 요인들 간의 이론적 관계를 고찰하였다.

둘째, 실증분석 방법은 각 변수들 간의 관계를 선행연구를 기초로 논리적 추론을 통하여 연구 모형과 가설을 설정하였다. 또한 제시되어진 연구가설과 연구 모형을 검증하기 위하여 조사대상인 전국의 창업기업의 직장인을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 본 연구에서는 수집한 자료들을 사회과학 통계프로그램인 SPSS 24.0 For Windows와 구조방정식 모델링 프로그램으로 AMOS 21.0을 활용하여 분석하였다.

4. 논문 구성

본 연구는 연구목적 달성을 위하여 <그림 I -1>과 같이 구성된다.

<제 I 장>은 서론으로, 연구의 관한 문제를 제기하였고 문제해결을 위해 연구 목적을 제시하였다. 또한 연구목적의 효과적인 달성을 위하여 본 연구에 대한 구체적인 연구 방법을 제시하였고 논문의 흐름과 구성에 대해 서술하였다.

<제 II 장>은 연구의 이론적 배경으로, 문헌고찰을 통해 선행연구 결과를 정리하였다. 특히 기업가 정신의 개념정립, 구성요인 도출, 이의 기능들을 살펴보았다. 그리고 종속변수인 경영성과와 매개변수인 혁신역량과 혁신행동에 대한 개념과 특성에 대한 이론적 정립을 하였다. 또한 이들 변수간의 상호 관련성에 대해 탐색하고 기술하였다.

<제 III 장>은 본 연구 목적의 효과적인 달성을 위한 연구 방법에 관한 부분으로, 이론적 토대에 의해 연구 모형과 연구가설을 제시함으로써 실증분석의 토대를 마련하였다. 이를 검증하기 위해 변수의 조작적 정의, 측정, 조사 설계, 분석 방법 및 설문의 구성 등에 대하여 기술하였다.

<제 IV 장>은 실증 연구부분으로써 연구 모형과 연구가설의 실증분석을 시행하

였다. 실증분석을 위한 표본의 설정, 자료수집 결과와 수집된 표본의 특성에 대하여 설명하였다. 각각 수집된 자료들을 활용해 연구 개념의 신뢰성과 타당성을 검증하였고, 연구 모형과 가설을 검증하였다. 이어서 가설들의 검증결과를 제시하고 해석하였다.

<제 V 장>은 결론부분으로, 실증 연구 결과를 토대로 전체적인 연구결과의 요약과 전략적 시사점을 제시하였으며, 연구의 한계점과 향후 연구의 방향성을 제시하였다.

<그림 1-1> 연구의 흐름



II. 이론적 배경

1. 창업기업의 기업가 정신

1) 창업기업의 기업가 정신의 개념과 의의

「중소기업창업지원법」 제2조의 1항에 의하면, ‘창업’은 기업을 새로이 설립해 사업을 시작하는 것을 말한다. 그리고 ‘창업기업’은 기업을 창업하는 자와 기업을 창업해 사업을 개시한 날로부터 7년이 지나지 아니한 사업초기 기업을 말한다.

기업가 정신은 조직의 수익성, 생존, 성장과 개선 등 조직 성공에 중요한 영향을 미치는 요인이며(Heidemann Lassen, 2007), 새로운 제품 및 프로세스를 창조하여 시장에서 차별화를 통한 새로운 기회를 창출하는 요인으로(Miller, 1983; Dollinger, 1983), 창업기업의 생존전략으로서 강조되었다. 즉 기업가 정신은 변화의 불확실성을 감수하고 조직에게 혁신지향적인 문화를 갖게 하며(Antoncic and Prodan, 2008), 새로운 자원과 기술을 관리하는 활동과 연계된다.

경영학적 접근에서는 기업가 정신을 기업 경영의 성공과 실패를 결정하는 요인으로 파악하였다. 그 중 Miller(1983)는 위험을 감수하고 혁신적이며 진취적인 성향을 통해 기업가 정신이 나타날 수 있다고 보았다. 그리고 Stevenson(1983)은 기업가 정신을 기회 기반의 경영 실행이자 조직적이고 사회적 수준에서 가치를 창출하는 필수적 행동 요인으로 봄으로써, 기업가 정신을 단순하게 기업가의 개인 특징에만 국한하지 않고 조직체의 경영활동과 성과를 포함하는 조직현상으로 접근하였다.

기업가 정신의 개념은 다양하게 정의되어 왔다. Schumpeter(1934)는 기업가 정신을 모험에 기초한 행동을 통하여 창조적인 파괴를 이끌어나가는 혁신가의 마음으로 정의하였고, Burgelman(1983)은 신제품의 개발과 새로운 시장을 개척하는 혁신적인 활동가의 정신으로 규정하였으며, Miller(1983)는 혁신을 추구하고 위험요인을 감수하며, 진취적 행동을 통해 경쟁자의 기선을 제압하는 정신으로 보았다.

Venkataraman(1986)은 기업가 정신을 기업의 합병 또는 진보, 새로운 형태의 기업을 창조하는 것으로 규정하였으며, Morris and Paul(1987)은 혁신적이고 위험감수적이며 진취적으로 활동하는 기업가의 성향으로 주장하였으며, Covin and

Slevin(1989)는 기업의 경쟁력을 위하여 변화와 혁신을 주도하고 위험을 감수하며 목표 달성을 위하여 과감하게 행동하는 성향으로 정의하였다.

Zahra(1991)은 기업가 정신을 기업과 조직의 변화에 신속하게 대처하는 진취적인 반응으로 규정하였고, Zahra and Covin(1995)은 기존 기업에게 새로운 성장원 동력을 제시하는 방법으로 적극적으로 위험을 부담하고, 혁신을 추구하는 경쟁행 위라고 규정하였으며, Lumpkin and Dess(1996)는 혁신적 제품과 서비스 개발을 위한 의사결정프로세스로 의사결정 또는 실행관련 전략적인 성향으로 정의하였고, Covin and Kuratko(2009)는 기업에게 획기적 성과를 발생시키는 것으로 규정하였다.

국내연구를 살펴보면, 위홍복(2003)은 기업가 정신을 현재 사용하거나 통제할 수 있는 자원에 제한받지 않고, 치열한 경쟁속에서도 위험감수성, 혁신성, 진취성을 통하여 신규 사업기회를 발견 및 추구하는 도전정신으로 정의하였고, 민경호(2006)는 기업을 성장 및 발전시킬 수 있는 기업가로서의 이념과 경영철학으로 정의하였으며, 송영수(2010)는 신규 가치를 창출하기 위해 도전 의식과 모험정신, 열정을 가지고 위험을 감수하면서, 진취적 자세로 신사업을 개척하며 혁신을 주도하는 정신으로 정의하였다.

윤석철(2008)은 기업가 정신을 현실적인 자원의 제약과 위험에도 불구하고, 모험정신을 발휘하여 신사업, 신시장, 창업, 성장을 일구어 기업 고도화를 추구하는 기업가의 의지로 규정하였고, 김주미·박재필(2011)은 미래의 불확실성이 높은 위험에도 불구하고 모험정신을 발휘해 새로운 기회를 발견하고 가치를 창출하려는 기업가의 의지로 규정하였다.

이민화·최선(2015)은 기업가 정신을 불확실성이 높음에도 불구하고 신규사업 기회를 발견하기 위해서 노력하고, 모험정신을 발휘함으로써 적극적으로 새로운 가치를 창출하려는 기업가 의지로 정의하였고, 손인배(2018)는 불확실한 환경속에서 위험감수성과 진취성 등을 통해 부가가치를 창출하고, 성장하고, 신규 기회를 포착하고 이를 추구하려는 정신으로 규정하였다.

위와같이 기업가 정신의 개념을 일반화하는 데에는 여러 가지 어려움이 있다. 그러나 선행연구들을 종합해 볼 때, 기업가 정신은 신규 사업을 만드는 활동과 혁신을 추구하는 활동에 대한 내용을 내포하고 있음(Baron and Shane, 2005; 구언희·박동수, 2007)을 알 수 있다. 이러한 선행연구를 종합할 때, 창업기업의 기업가 정신은 (1) 사업을 시작한지 7년미만의 초기기업으로써, (2) 미래의 불확실성이 높은 위험에

도 불구하고, (3) 경쟁자보다 먼저 시장 및 조직에서 혁신 기회를 탐색 및 포착하여, (4) 신제품의 개발과 새로운 시장을 개척하려는 조직구성원의 성향으로 정의할 수 있다.

기업가 정신의 개념관련 연구들을 정리하면, <표 II-1>과 같다.

<표 II-1> 기업가 정신의 개념

연구자	개념
Shumpeter(1934)	모험에 기초한 행동을 통하여 창조적인 파괴를 이끌어나가는 혁신가의 마음
Burgelman(1983)	신제품의 개발과, 새로운 시장을 개척하는 혁신적인 활동가의 정신
Miller(1983)	혁신을 추구하고 위험요인을 감수하며, 진취적 행동을 통해 경쟁자의 기선을 제압하는 정신
Venkataraman(1986)	기업의 합병 또는 진보, 새로운 형태의 기업을 창조하는 것
Morris and Paul(1987)	혁신적이고 위험감수적이며 진취적으로 활동하는 기업가의 성향
Covin and Slevin(1989)	기업의 경쟁력을 위하여 변화와 혁신을 주도하고 위험을 감수하며 목표 달성을 위하여 과감하게 행동하는 성향
Zahra(1991)	기업과 조직의 변화에 빠르게 대처하는 진취적 반응
Zahra and Covin(1995)	기존 기업에게 새로운 성장원동력을 제시하는 방법으로 적극적으로 위험을 부담하고, 혁신을 추구하는 경쟁행위
Lumpkin and Dess (1996)	혁신적 제품과 서비스 개발을 위한 의사결정프로세스로 의사결정 또는 실행관련 전략적인 성향
Covin and Kuratko(2009)	기업에게 획기적 성과를 발생시키는 것
위홍복(2003)	현재 사용하거나 통제할 수 있는 자원에 제한받지 않고 치열한 경쟁속에서도 위험감수성, 혁신성, 진취성을 통하여 신규 사업기회를 발견 및 추구하는 도전정신
민경호(2006)	기업을 성장 및 발전시킬 수 있는 기업가로서의 이념과 경영철학
윤석철(2008)	현실적인 자원의 제약과 위험에도 불구하고, 모험정신을 발휘하여 신사업, 신시장, 창업, 성장을 일구어 기업 고도화를 추구하는 기업가의 의지
송영수(2010)	신규 가치를 창출하기 위해 도전 의식과 모험정신, 열정을 가지고 위험을 감수하면서, 진취적 자세로 신사업을 개척하며 혁신을 주도하는 정신
김주미·박재필(2011)	미래의 불확실성이 높은 위험에도 불구하고 모험정신을 발휘해 새로운 기회를 발견하고 가치를 창출하려는 기업가의 의지
이민화·최선(2015)	불확실성이 높음에도 불구하고 신규사업기회를 발견하기 위해서 노력하고, 모험정신을 발휘함으로써 적극적으로 새로운 가치를 창출하려는 기업가 의지
손인배(2018)	불확실한 환경속에서 위험감수성과 진취성 등을 통해 부가가치를 창출하고, 성장하고, 신규 기회를 포착하고 이를 추구하려는 정신

한편, 기업가 정신에 대한 연구는 첫째, 주도적인 혁신을 실현하는 기업가의 역할에 초점을 두고 기업가 정신의 정의를 확립하고자 했던 연구, 둘째, 기업가 정신의 본질을 창업이라고 주장하며, 창조적 파괴자의 개념을 도입해 시장에서의 혁신적인 성공을 이끄는 혁신가로서 정의하는 연구, 셋째, 기업가 정신을 조직의 문화적 측면에서 접근해, 조직 구성원이 인지하고 있는 조직 문화로서의 기업가 정신을 정의하고자 하는 연구로 구분 할 수 있다(류일한, 2018).

2) 창업기업의 기업가 정신의 구성요소

창업기업의 경우, 불확실한 시장 환경에서 제한된 자원으로 사업을 시작하므로 상대적으로 위험요소가 많다. 따라서 창업기업은 기존기업과는 차별적으로 조직, 공정, 제품개발, 시장 개척 등에서 새로운 방법으로 접근해야 한다. 기업가 정신의 구성요소는 여러 학자들에 의해 다양하게 정의되어지는데, 조직의 기업가 정신이 구성원 각각의 인식에 의해 결정되므로 개인과 조직의 기업가 정신 구성 요소는 동일하게 구성될 수 있다(이운주, 2014).

Miller(1983), Covin and Slevin(1986), Brockband(1999)는 혁신성, 진취성, 위험감수성의 3가지 차원으로 분류하였고, Lumpkin and Dess(1996)는 선행연구자들의 주요 차원들인 혁신성, 진취성, 위험감수성에 자율성과 경쟁적인 공격성의 2가지 범주를 추가하여 개념을 구체화시켰다. Zahra(1996)는 새로운 조직의 출현이나 전략적 변화 혹은 조직리뉴얼을 포함하였다.

국내 연구를 살펴보면, 여러 선행연구자들이 기업가 정신 구성요소를 위험감수성, 혁신성, 진취성으로 분류하였고(원혜숙, 2014; 허봉선, 2015; 최문경, 2015; 안성영, 2015, 전승연, 2017; 이승일, 2017)하였으며, 양현주(2011)와 정숙균(2015)는 혁신성, 진취성, 위험추구성으로 규정하였다. 김태현(2014)은 사회적기업가 정신의 구성요소를 혁신성, 위험감수성, 진취성, 사회적가치지향성으로 규정하였으며, 임진혁(2017)은 혁신성, 자율성, 경쟁적 적극성, 위험감수성, 미래지향성으로 정의하였다. 그리고 임정희(2018)는 자율성, 혁신성, 위험감수성, 진취성으로 제시하였다.

종합적으로 기업가 정신의 구성요소에 관한 선행연구를 정리하면, <표 II-2>

와 같다. 이에 본 연구에서도 기업가 정신을 구성하는 기본 개념으로 선행연구 (Miller, 1983; Covin and Slevin, 1986; Brockband, 1999)의 관점에 따라, 기업가 정신을 혁신성, 진취성, 위험감수성으로 분류하였다.

<표 II-2> 기업가 정신의 구성요소

연구자	구성요소
Schumpeter(1934)	경영능력, 진취성, 창의성, 혁신성
Khandwalla(1977)	위험감수성, 집중성, 유연성
Miller(1983)	위험감수성, 진취성, 혁신성
Cooper et al.(1988)	독립성, 성장지향성, 위험감수성
Covin and Slevin(1986), Namn and Slevin(1991), Zahra and Covin(1995), Kets and Vries(1997), Dickson and Weaver(1997), Marino et al.(2002), Tarabishy et al.(2005)	위험감수성, 진취성, 혁신성
Lumpkim and Dess(1996)	위험감수성, 진취성, 혁신성, 자율성, 경쟁적 공격성
Lee and Peterson(2002)	위험감수성, 진취성, 혁신성, 자율성, 경쟁적 공격성
Weerwarden and Sullivan(2006)	위험감수성, 진취성, 능동성
Lee and Lim(2009)	위험감수성, 진취성, 혁신성, 경쟁적공격성
양현주(2011), 정숙균(2015)	위험감수성, 진취성, 위험추구성
김태현(2014)	위험감수성, 진취성, 혁신성, 사회가치지향성
최문경(2015)	혁신성, 위험감수성, 진취성
임정희(2018)	혁신성, 위험감수성, 진취성, 자율성

(1) 혁신성

혁신성은 1950년에 Schumpeter에 의해서 개발되어진 기업가 정신의 대표적인 속성이다. 이는 기존의 확립된 관행으로부터 벗어나, 새로운 아이디어들을 도입하여 현재 영위하고 있는 사업이상의 사업들을 시도하는 등 현재 가장 최고의 상태를 벗어나려 하는 의지와 새로운 기회의 추구라 할 수 있다(Kimbrly, 1981; Lumpkin and Dess, 1996).

혁신성은 연구자별로 다양하게 정의되고 있는데, Miller(1983)는 혁신성을 신규 기회와 신규 해결방법을 찾으려고 하는 기업의 노력이며, 담대하고 다양한 행동으로 직면한 문제를 해결코자 하는 기업욕구라고 정의하였다. Lumpkin and Dess(1995)는 기업의 성장과 전략적인 위치를 강화하기 위한 주요 수단으로, 현재의 경쟁력을 뛰어넘기 위해 관행 또는 기존기술로부터 탈피하고자하는 의지로 규정하였으며, 이춘우(1999)는 조직의 기술혁신을 강조하거나, 제품, 시장혁신과 관리기법, 공정혁신 등을 적극적으로 도입하려는 의지로 정의하였고, 김연정(2004)은 창조적인 행위가 조직에서 실현되어 질 수 있도록 배려하고 리드하여 기업조직의 문화와 가치를 만들어내는 기업대표자의 의지로 정의하였다.

Lassen et al.(2006)는 혁신성을 신제품 및 서비스, 그리고 새로운 프로세스 개발을 목표로 창의적 과정을 통해 새로운 기술을 도입하려는 의도로 정의하였다. Walter et al.(2006)는 창조적 과정을 양성하고 새로운 아이디어를 지원하는 성향으로 정의하였으며, 강제학·하규수(2015)는 신상품의 개발이나 아이디어의 창출에 있어 기존의 틀을 벗어나려고 하는 성향으로 정의하였다. 이러한 선행연구를 종합할 때, 혁신성은 (1) 기존의 틀을 벗어나, (2) 새로운 아이디어의 시장지향적인 제품이나 서비스를, (3) 먼저 적용하고 활용하는 조직구성원의 성향으로 정의한다. 종합적으로 선행연구를 정리하면, <표 II-3>와 같다.

<표 II-3> 혁신성의 개념

연구자	개념
Miller(1983)	신규 기회와 신규 해결방법을 찾으려고 하는 기업의 노력이며, 담대하고 다양한 행동으로 직면한 문제를 해결코자 하는 기업욕구
Lumpkin and Dess(1995)	기업의 성장과 전략적인 위치를 강화하기 위한 주요 수단으로, 현재의 경쟁력을 뛰어넘기 위해 관행 또는 기존기술로부터 탈피하고자하는 의지
이춘우(1999)	조직이 기술혁신을 강조하거나, 또는 제품, 시장혁신과 관리기법, 공정혁신 등을 적극적으로 도입하려고하는 의지
김연정(2004)	창조적인 행위가 조직에서 실현되어 질 수 있도록 배려하고 리드하여 기업조직의 문화와 가치를 만들어내는 기업대표자의 의지
Lassen et al.(2006)	신제품 및 서비스, 그리고 새로운 프로세스의 개발을 목표로 창의적 과정을 통해 새로운 기술을 도입하려는 의도
Walter et al.(2006)	창조적 과정을 양성하고 새로운 아이디어를 지원하는 성향
강재학·하규수(2015)	신상품의 개발이나 아이디어의 창출에 있어 기존의 틀을 벗어나려고 하는 성향

(2) 진취성

기업은 성공적인 제품을 개발하기 위해서는 자신만의 시장을 창조하려는 진취성과 적극성이 필요하다(Lumpkin and Dess, 1996; Sandberg, 2002; Blesa and Ripolles, 2003; Tang et al., 2013; Ben-Menahem and Van Neerijnen, 2013). 높은 진취성을 가진 기업은 적극적인 태도로 경쟁을 주도함으로써 경쟁적 상황에서 보다 유리한 위치를 갖게 한다(Covin and Slevin, 1991). 높은 진취성은 기업에게 새로운 경쟁의 방식을 제시하고 새로운 시장, 제품, 서비스에 대한 선점의 형태로 표현된다(Lumpkin and Dess, 1996).

진취성은 다양하게 정의되고 있는데, Miller(1983)는 시장내 신규 제품과 기술을 도입하려는 적극적인 대응자세로, 시장기회를 발견하고 변화를 감지하여 진보적 방향으로 의사결정함으로써 경쟁사보다 먼저 행동하고 시장을 주도하려는 성향이라 주장하였다. Lumpkin and Dess(1996)은 진취성을 적극적으로 시장에 등

장한 신제품 및 신기술을 흡수하기 위한 조직의 태도이며, 이를 통해 시장에서의 새로운 기회를 창출하고, 변화에 대응하고, 적합한 의사결정을 바탕으로 시장 선점 및 주도하는 조직적 성향으로 규정하였다. Becherer and Maurer(1999)는 진취성을 목표를 이루기 위하여 적극적이고 미래지향적으로 행동하는 낙관적 사고성향이라 정의하였고, Smith et al.(2001)은 신규 기업의 입장에서 기존기업보다 높은 실패 확률에도 불구하고 시장에 진입하기 위해서 더욱 공격적 자세를 보이는 성향으로 정의하였다.

이외에도, 이춘우(1999)는 진취성을 기업가가 적극적으로 시장의 수요를 부응하려는 경제활동과 시장에서 경쟁사를 압도하기 위한 기업의 직접적이고 집중적으로 경쟁하는 성향으로 규정하였고, 강병오 외(2010)는 다른 경영자와 비교하여 더욱, 적극적으로 경쟁하면서, 단편적 경쟁자들의 행동에 대응하기보다는 먼저 신제품과 서비스, 관리기법 등을 포착하여 이를 활용하는 것으로 규정하였으며, 김우종(2016)은 신규 기회를 적극적으로 포착하려는 노력으로, 시장변화에 대해서 미래지향적으로 빠르게 대응함으로써 경쟁사를 압도할 수 있는 성향으로 주장하였다.

김정곤(2017)은 진취성을 변화에 적극적으로 대처하고 능동적으로 문제를 해결하며, 신규 기회를 포착하기 위하여 새로움을 추구하는 성향으로 정의하였고, 손인배(2018)는 시장내에서 월등한 성과창출을 하려는 경쟁의지 및 적극적 시장대응 성향으로 규정하였다.

진취성은 미래 수요시장의 요구와 경쟁사 행동을 예측하여 경쟁사보다 먼저 시장을 선점하기 위한 적극적 행동의 기회성향을 의미한다. 이와 같은 기업가의 진취성향은 기업내 수익을 증가시키고 시장의 방향성에 긍정적 영향을 미친다. 즉, 진취성은 신규 기회를 발견하기 위해 끊임없이 행동하며 새로운 시장과 틈새시장을 창출하고, 시장 내 경쟁에서 주도적 위치를 확보하기 위해서 노력하는 적극적이면서 미래지향적인 행위이다. 선행연구자들의 진취성에 대한 개념을 정리하면, <표 II-4>과 같다. 지금까지 살펴본 선행연구를 종합할 때, 진취성은 (1) 신규 기회를 적극적으로 포착하기 위해, (2) 시장의 변화에 빠르게 대응하고, (3) 경쟁자보다 먼저 신제품 및 서비스를 개발 및 출시하여, (4) 시장을 주도하려는 조직구성원의 성향으로 정의할 수 있다.

<표 II-4> 진취성의 개념

연구자	개념
Miller(1983)	시장내 신규 제품과 기술을 도입하려는 적극적인 대응자세로, 시장기회를 발견하고 변화를 감지하여 진보적 방향으로 의사결정함으로써 경쟁사보다 먼저 행동하고 시장을 주도하려는 성향
Lumpkin and Dess(1996)	적극적으로 시장에 등장한 신제품 및 신기술을 흡수하기 위한 조직의 태도이며, 이를 통해 시장에서의 새로운 기회를 창출하고, 변화에 대응하고, 적합한 의사결정을 바탕으로 시장 선점 및 주도하는 조직적 성향
Becherer and Maurer(1999)	목표를 이루기 위하여 적극적이고 미래지향적으로 행동하는 낙관적 사고성향
이춘우(1999)	기업가가 적극적으로 시장의 수요를 부응하려는 경제활동과 시장에서 경쟁사를 압도하기 위한 기업의 직접적이고 집중적으로 경쟁하는 성향
Smith et al.(2001)	신규 기업의 입장에서 기존기업보다 높은 실패 확률에도 불구하고 시장에 진입하기 위해서 더욱 공격적 자세를 보이는 성향
장병오 외(2010)	다른 경영자보다 적극적으로 경쟁하면서, 단편적 경쟁자들의 행동에 대응하기보다는 먼저 신제품과 서비스, 관리기법 등을 포착, 활용하는 것
김우중(2016)	신규 기회를 적극적으로 포착하려는 노력으로, 시장변화에 대해서 미래지향적으로 빠르게 대응함으로써 경쟁자를 압도할 수 있는 성향
김정곤(2017)	변화에 적극적으로 대처하고 능동적으로 문제를 해결하며, 신규 기회를 포착하기 위하여 새로움을 추구하는 성향
손인배(2018)	시장내에서 월등한 성과창출을 하려는 경쟁의지 및 적극적 시장 대응 성향

(3) 위험감수성

위험감수성은 기업내 경영자들이 높은 성과를 기대함으로 위험성이 높은 사업에 대규모의 자원을 몰입코자 하는 의지의 정도를 말한다. 즉, 확실한 성공의 보장이 없다고 할지라도 공격적으로 과감하게 행동함으로써 신규기회를 포착하려는 능력이 위험감수성이라고 할 수 있다(Miller and Friesen, 1983; Brockhaus and Horwitz, 1986; Lumpkin and Dess, 1996; Dess and Lumpkin, 2005). 또한 기업의 위험관리는 경쟁우위를 선점하려는 중요한 관리요인이라고 할 수 있다.

위험감수성은 다양하게 정의되고 있는데, Miller and Friesen(1982)는 위험감수성을 사업의 실패에 따른 재무적인 손실이 큰 사업임에도 불구하고 기꺼이 막대

한 자원들을 투입하려는 의지로 규정하였고, Miller(1983)는 높은 불확실성, 위험도 등의 존재에도 불구하고 새로운 시장으로 진출을 시도하는 등의 의사결정을 내리는 기업의 성향으로 정의하였으며, Kanter(1983)는 손해와 이익에 대한 불확실성 또는 위험을 감수하고 신규 사업이나 새로운 제품 등에 대해 의사결정을 하는 것으로 규정하였다. 그리고 Sexton and Bowman(1987)은 결과의 불확실성이 높지만 과감하게 도전하려는 의지로 정의하였다.

Covin and Slevin(1991)은 위험감수성을 적극적으로 기회를 추구하는 의욕으로 낮은 위험을 가진 사업보다 높은 위험을 가진 사업을 선호하는 성향으로 정의하였고, Lumpkin and Dess(1996)는 새로운 시장에 과감히 도전하는 성향으로 결과의 불확실성이 높더라도 과감하게 투자를 진행하는 성향으로 주장하였다.

이외에도, 박기용(2009)은 위험감수성을 급변하는 외부환경속에 적극적으로 대응하려고 하거나 도전하려는 성향으로 정의하였으며, 김정곤(2017)은 빠른 변화의 경영환경으로 인하여 불확실성이 높아지는 상황에서도 과감하게 의사결정을 하는 성향으로 정의하였다. 종합적으로 선행연구의 개념을 정리하면, <표 II-5>와 같다.

이러한 선행연구를 종합해 볼 때, 위험감수성은 (1) 결과의 불확실성이 높음에도 불구하고, (2) 새로운 시장과 사업에 과감하게 진출 의사결정을 내리는 조직 구성원의 성향으로 정의할 수 있다.

<표 II-5> 위험감수성의 개념

연구자	개념
Miller and Friesen(1982)	사업의 실패에 따른 재무적인 손실이 큰 사업임에도 불구하고 기꺼이 막대한 자원들을 투입하려는 의지
Miller(1983)	높은 불확실성, 위험도 등의 존재에도 불구하고 새로운 시장으로 진출을 시도하는 등의 의사결정을 내리는 기업의 성향
Kanter(1983)	손해와 이익에 대한 불확실성 또는 위험을 감수하고 신규 사업이나 새로운 제품 등에 대해 의사결정을 하는 것
Sexton and Bowman(1987)	결과의 불확실성이 높지만 과감하게 도전하려는 의지
Covin and Slevin(1991)	적극적으로 기회를 추구하는 의욕으로 낮은 위험을 가진 사업보다 높은 위험을 가진 사업을 선호하는 성향
Lumpkin and Dess(1996)	새로운 시장에 과감히 도전하는 성향으로 결과의 불확실성이 높더라도 과감하게 투자를 진행하는 성향
박기용(2009)	급변하는 외부환경속에 적극적으로 대응하려고 하거나 도전하려는 성향
김정곤(2017)	빠른 변화의 경영환경으로 인하여 불확실성이 높아지는 상황에서도 과감하게 의사결정을 하는 성향

3) 창업기업의 기업가 정신의 효과

기업가 정신은 경쟁자보다 먼저 시장 및 조직에서 혁신의 기회를 탐색 및 포착하고, 기업이 가진 혁신역량에 대해 객관적이고 체계적으로 분석 및 인식하는 것이다. 이는 조직의 생존, 수익성, 성장과 개선 등 조직 성공에 중요한 영향을 미치는 요인이다(Heidemann Lassen, 2007). 또한 기업가 정신은 혁신으로 인한 변화의 불확실성을 감수하고 조직에게 혁신 지향적인 문화를 갖게 한다(Antonicic and Prodan, 2008). 더불어 기업가 정신은 혁신을 유발하는 주요한 동기 요인으로, 새로운 자원과 기술을 관리하는 활동과 연계되며, 나아가 새로운 제품 및 프로세스를 창조하여, 시장에서 차별화를 통한 새로운 기회를 창출한다(Miller, 1983; Dollinger, 1983).

기업가 정신은 다수의 연구에서 독립변수(전준이 외, 2007; 최종열, 2015; 김장호·주기중, 2015; 김선광, 2015; 김성인, 2016; 김광명·박주식, 2016; 김종영, 2017; 송동석, 2017; 이남민, 2018; 성필석, 2019; 류일환, 2019)와 매개변수(노후환 외, 2018), 조절변수(김지연, 2013) 등으로 연구 되어지고 있다.

(1) 기업가 정신과 경영성과

기업의 기업가 정신은 조직의 생존, 수익성, 성장과 개선 등 조직 성공에 중요한 영향을 미치는 요인으로 사업성과와 관련있다(Heidemann Lassen, 2007). 기업가 정신과 경영성과의 관계를 살펴보면, 지금까지 많은 선행연구를 통해 기업가 정신이 경영성과에 유의미한 영향을 미친다는 연구(Covin and Slevin, 1991; Smart and Conant, 1994)가 우세하였다.

기업가 정신이 경영성과에 영향을 미침을 검증한 연구를 살펴보면, 정준이 외(2007)는 비영리조직과 파트너십을 가진 대기업을 대상으로 기업가 정신이 기업성과에 미치는 영향을 연구하여, 기업가 정신의 하위요소인 혁신성이 기업성과에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다.

김선광(2014)은 금융서비스업관련 직장인을 대상으로 기업가 정신이 점진적 혁신과 경영성과에 미치는 영향을 연구하였다. 연구결과 기업가 정신의 하위요소인 진취성을 제외한 혁신성, 위험감수성이 경영성과에 긍정적인 영향을 미친 것으로 나타났다. 그리고 그는 향후 연구에서 기업가 정신과 경영성과의 지표설정

어서 기업의 재무제표 및 생산성등의 정량적 데이터 비교분석 연구의 필요성을 제안하였다.

이대희·진창현(2016)은 중소기업 종사자를 대상으로 경영혁신역량이 기업가 정신을 매개로 경영성과에 미치는 영향을 연구하여, 기업가 정신은 기업의 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 그는 지속적 성장과 경영성과 개선을 위해서는 체계적인 기업경영전략수립의 필요성을 제안하였다.

김광명·박주식(2016)은 중소기업을 대상으로 기업가 정신과 시장지향성이 재무적·비재무적성과에 미치는 영향을 연구하여, 기업가 정신은 기업성과에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 그는 기업이 현재 처한 환경에 따라서 기업가 정신이 기업성과에 미치는 영향은 상이하게 나타날 수 있다고 주장하였다.

송동석(2017)은 중소기업 최고경영자를 대상으로 기업가 정신이 경영혁신역량 활동을 매개로 경영성과에 미치는 영향을 연구하여, 기업가 정신이 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 그는 중소기업이 경쟁력을 확보하고 생존 및 지속적 발전과 성장을 위해서는 경영전반에의 혁신역량을 제고하고 혁신기업가 정신의 확충 그리고 중소기업대상 정책금융지원이 필요함을 제안하였다.

노후환 외(2018)는 ICT중소기업을 대상으로 기업가 정신과 혁신역량이 기업성과에 미치는 영향을 연구하여, 기업가 정신이 기업성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다.

임정희(2018)는 호텔기업을 대상으로 기업가 정신이 호텔직원들의 혁신행동과 경영성과에 미치는 영향을 연구하였고, 기업가 정신이 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 그는 높은 경영성과를 위해서는 신제품출시 등의 과감한 투자의 필요성을 강조하였고, 이를 위해 관련 부서와의 커뮤니케이션 및 네트워크 강화 필요성을 제기하였다.

성필석(2019)은 제약회사 임직원을 대상으로 기업가 정신이 기술혁신역량을 매개로 기업성과에 미치는 영향을 연구하였고, 기업가 정신이 기업성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 그는 치열한 경쟁속에서 기업의 핵심역량을 보완하고 전략적인 선택을 할 수 있는 전략 로드맵수립을 제안하였다.

다음의 <표 II-6>는 기업가 정신과 경영성과에 관한 선행연구를 정리한 것이다.

<표 II-6> 기업가 정신과 경영성과에 관한 선행연구

연구자	연구내용	연구결과
김선광(2014)	기업가 정신이 점진적 혁신, 경영성과에 미치는 영향	기업가 정신의 하위요소인 진취성을 제외한 혁신성, 위험감수성이 경영성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
이대희·진창현(2016)	경영혁신역량이 기업가 정신을 매개로 경영성과에 미치는 영향	기업가 정신이 기업성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
김광명·박주식(2016)	기업가 정신과 시장지향성이 재무적·비재무적성과에 미치는 영향	기업가 정신은 기업성과에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타남
송동석(2017)	기업가 정신이 경영혁신역량활동을 매개로 경영성과에 미치는 영향	기업가 정신이 경영성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
노후환 외(2018)	기업가 정신과 혁신역량이 기업성과에 미치는 영향	기업가 정신은 기업성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
임정희(2018)	기업가 정신이 혁신행동, 경영성과에 미치는 영향	기업가 정신이 경영성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
성필석(2019)	기업가 정신이 기술혁신역량을 매개로 기업성과에 미치는 영향	기업가 정신이 기업성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남

(2) 기업가 정신과 혁신역량

기업의 기업가 정신은 조직의 생존, 수익성, 성장과 개선 등 조직 성공에 중요한 영향을 미치는 요인이다(Heidemann Lassen, 2007). 그리고 기업가 정신은 경쟁자보다 먼저 시장 및 조직에서 혁신의 기회를 탐색 및 포착하고, 기업이 가진 혁신역량에 대해 객관적이고 체계적으로 분석 및 인식하는 것이다. 더불어 혁신으로 나타나는 변화의 불확실성을 감수하고 조직에게 혁신 지향적인 문화를 갖게 한다(Antoncic and Prodan, 2008). 또한 기업가 정신은 혁신을 유발하는 주요한 동기 요인으로, 새로운 자원과 기술을 관리하는 활동과 연계되며, 나아가 새로운 제품 및 프로세스를 창조하여, 시장에서 차별화를 통한 새로운 기회를 창출한다(Miller, 1983; Dollinger, 1983).

Shumpeter(1934)는 기업가 정신을 정의하며 수많은 연구에서 기업가 정신과 조직의 혁신성과간의 정(+)의 상관관계가 증명되었다고 하였다. 특히 조직 구성원들이

인지하고 있는 기업가 정신은 조직의 기술혁신을 문화적인 차원으로 수용한다는 점에서, 기업가 정신과 기업의 혁신역량은 긍정적 상관관계를 가질 것으로 예상된다고 강조하였다.

한편, 기업가 정신과 혁신역량에 대한 선행연구를 살펴보면, White and Bruton(2007)은 기업가 정신을 기술혁신을 촉진시키는 요인이라 주장하였고, 이는 기업가 정신이 기업의 지속가능한 경쟁우위를 통한 새로운 가치를 창출하는 혁신역량의 시작점이라 주장하였다.

김장호·주기중(2015)은 중소기업을 대상으로 기업가 정신이 혁신역량을 매개로 경쟁적 성과에 미치는 영향을 연구하여, 기업가 정신은 혁신역량에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 그는 기업가 정신이 경쟁적 성과에 직접 영향을 주는 관계보다 혁신역량을 통하여 경쟁적 성과로 이어지는 관계의 바람직함에 대해 제안하였다.

최종열(2015)은 벤처기업을 대상으로 기업가 정신이 혁신역량을 매개로 기술혁신 성과에 미치는 영향을 연구하여, 기업가 정신이 혁신역량에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 그는 관련산업과 업종의 특성차이에 따른 매개변수와 혁신성과에 대한 실증적 비교연구의 필요성을 제안하였다.

노후환 외(2018)는 ICT중소기업을 대상으로 기업가 정신과 혁신역량이 경영성과에 미치는 영향을 연구하였으며, 기업가 정신은 혁신역량에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다.

이남민(2018)은 제조기업을 대상으로 기업가 정신이 혁신역량(기술혁신역량, 마케팅혁신역량)과 혁신성과에 미치는 영향을 연구하여, 기업가 정신이 혁신역량에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 규명하였다. 기업가는 이윤추구에서 탈피하여 가치추구의 미래지향적인 사고로 기업의 지속적 성장을 도모하고, 고객 가치를 창출하는 혁신활동에 의해 궁극적으로 기업의 원하는 가치를 달성해야 한다.

기업가 정신이 혁신역량에 긍정적인 영향을 미친다는 것은 선행연구를 통해 규명되었다. 이를 통해 기업가 정신은 조직의 생존, 수익성, 성장과 개선 등 조직 성공에 중요한 영향을 미치는 요인(Heidemann and Lassen, 2007; Antoncic and Prodan, 2008)임을 확인할 수 있었다. 이러한 기업가 정신은 경쟁자보다 먼저 시장 및 조직에서 혁신의 기회를 탐색하여 포착하고, 기업이 가진 혁신역량에 대해

객관적이고 체계적으로 분석하게 한다. 또한 혁신으로 나타나는 변화의 불확실성을 감수하고 조직에게 혁신 지향적인 문화를 갖게 한다.

다음의 <표 II-7>은 기업가 정신과 혁신역량에 관한 선행연구를 정리한 것이다.

<표 II-7> 기업가 정신과 혁신역량에 관한 선행연구

연구자	연구내용	연구결과
김장호·주기중(2015)	기업가 정신이 혁신역량을 매개로 경쟁적 성과에 미치는 영향	기업가 정신은 혁신역량에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
최종열(2015)	기업가 정신이 혁신역량을 매개로 기술혁신성과에 미치는 영향	기업가 정신이 혁신역량에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
노후환 외(2018)	기업가 정신과 혁신역량이 기업 성과에 미치는 영향	기업가 정신은 혁신역량에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
이남민(2018)	기업가 정신이 혁신역량(기술혁신, 마케팅혁신)과 혁신성과에 미치는 영향	기업가 정신이 혁신역량에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남

(3) 기업가 정신과 혁신행동

기업가 정신과 혁신행동의 영향관계를 밝힌 연구를 살펴보면, 방태연(2015)은 직장인을 대상으로 사내기업가 정신의 결정요인과 창업의도 및 혁신행동 간 관련성에 관한 실증 연구를 통해, 사내기업가 정신이 혁신행동에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 그는 향후 연구에서 사내기업가 정신의 기업수준을 어느 정도까지 향상시키고 얼마만큼 지원해야하는 지에 대한 유효성측면의 추가 연구의 필요성을 제안하였다.

임정희(2018)는 호텔기업직원을 대상으로 기업가 정신이 혁신행동과 경영성과에 미치는 영향을 연구를 통해, 기업가 정신의 하위요소중 혁신성과 위험감수성을 제외한 진취성, 자율성 요인이 혁신행동에 긍정적 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 그리고 기업가 정신의 하위요소중 위험감수성과 혁신성을 제외한 진취성, 자율성이 혁신행동의 하위요소인 아이디어 실행에 긍정적 영향을 나타내는 것으로 조사되었다. 그는 호텔기업 직원들의 혁신행동을 높이기 위해서 직원업무

의 자율성 강화의 필요성을 제안하였다.

한은수(2018)는 직장인대상으로 예술적역량이 기업가 정신을 매개로 혁신행동에 미치는 영향을 연구하였다. 그 결과, 기업가 정신이 혁신행동에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 그는 예술적지향성과 예술적역량을 통해 창의성을 증대시키고, 기업가 정신을 통해 사업화 및 혁신 그리고 제품생산 가능성을 제안하였다.

기업가 정신은 혁신행동에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 요인임이 선행연구를 통해 규명되고 있다. 선행연구를 통해 기업가 정신은 혁신을 유발하는 주요한 동기 요인으로, 새로운 자원과 기술을 관리하는 활동과 연계되며, 나아가 새로운 제품 및 프로세스를 창조하여, 시장에서 차별화를 통한 새로운 기회로 이어진다 (Miller, 1983; Dollinger, 1983).

다음의 <표 II-8>은 기업가 정신과 혁신행동에 관한 선행연구를 정리한 것이다.

<표 II-8> 기업가 정신과 혁신행동에 관한 선행연구

연구자	연구내용	연구결과
방태연(2015)	사내기업가 정신의 결정요인과 창업의도 및 혁신행동 간 관련성	사내기업가 정신이 혁신행동에 긍정적 영향을 미친 것으로 나타남
임정희(2018)	기업가 정신이 호텔직원들의 혁신행동과 경영성과에 미치는 영향	기업가 정신의 하위요소중 혁신성과 위험감수성을 제외한 진취성, 자율성 요인이 혁신행동에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타남
한은수(2018)	예술적역량이 기업가 정신을 매개로 혁신행동에 미치는 영향	기업가 정신이 혁신행동에 긍정적인 영향을 미치는 것 나타남

2. 혁신역량

1) 혁신역량의 개념과 의의

글로벌 경쟁의 강도가 높아짐에 따라, 기업내 상품수명주기는 점차 짧아지고 있는 반면 경쟁사의 모방의 용이성은 점점 증가하고 있다. 이런 환경 내에서 기업은 제품, 기술, 품질, 공정, 서비스, 디자인을 강화하기 위해 혁신을 도입하게 된다. 특히 벤처기업은 경쟁사보다 더욱 빠르게 신기술을 개발하거나 새로운 기술을 도입하여 신제품과 신규 서비스로 상업화할 수 있는 혁신역량의 보유 및 증대가 요구된다. 혁신이 성공하려면 기업 혁신역량을 가지고, 핵심 인력들이 충분히 노력하고, 혁신의 관리가 충실히 이루어질 때만 가능한 것이다(Dadfar and Brege, 2012). 이러한 혁신관리를 가능케 하는 주요개념으로 혁신역량을 들 수 있으며, 기업의 혁신역량은 기업성공을 위한 핵심요인이라고 할 수 있다. 즉, 혁신역량은 글로벌하고 역동적인 시장 환경에서 우수한 성과와 경쟁우위를 위한 핵심동인이다(Lawson and Samson, 2001; Petroni and Paniroli, 2002; Jenssen and Randoy, 2006; Panayides, 2006). 혁신역량은 다양한 측면의 개념으로 간주되나, 일반적으로 기업 조직의 혁신관리 수준과 시장 환경변화에 대응하는 정도 관점에서 정의되고 있다.

혁신역량은 기업들의 지속적 변화관리의 능력으로, 급격하게 변화하는 환경에서 사라지지 않고 생존할 수 있는 기업의 핵심 요인이다(Cohen and Levinthal, 1990; Calantone et al., 2002; 김병수 외, 2010).

혁신역량은 다양하게 정의되고 있는데, 주요 개념을 살펴보면, Adler and Shenbar(1990)는 혁신역량을 신제품의 개발을 통해 시장의 요구사항을 만족시키는 역량, 적절한 프로세스 기술을 사용해 신제품을 생산하는 능력, 새로운 프로세스 및 신제품 생산 기술을 개발하고 도입해 미래 요구를 충족시키는 역량, 마지막으로 경쟁자와 뜻밖의 상황으로 발생된 예기치 못한 기술 활동에 대한 대응 능력 등 네 가지로 정의하였다.

Rangone(1999)은 혁신역량을 신제품과 프로세스를 개발하여, 우수한 기술적 경영성과를 이룰 수 있는 조직의 능력으로 정의하였고, Lawson and Samson(2001)은 지식 및 아이디어를 시스템, 신제품, 프로세스로 계속 전환시킬 수 있는 조직능력으로 정의하였으며, Furman et al.(2002)은 새로운 기술을 오랜기간 개발하고 상용화시키기 위해 필요자원을 적재적소에 투입시키어 그 과정의 효율적인 관리를 통해

혁신을 효과적으로 달성하는 조직의 혁신적인 추진 능력으로 규정하였다.

Yliherva(2004)는 혁신역량을 조직의 무형재산과 새로운 혁신을 지속적으로 창출할 수 있는 방법으로 이와같은 재산을 활용하는 능력으로 정의하였고, Assink(2006)는 조직 내부와 외부 자원 및 역량을 활용해 급진적이고 새로운 아이디어를 탐구 및 창출하며 이들을 적용한 새로운 제품과 서비스를 시장에 출시할 수 있도록 하는 효과적인 혁신과 개발을 위한 추진력이라 정의하였다. Akman and Yilmaz(2008)는 혁신적 조직문화를 촉진시키는 중요한 요인이며, 내부적인 촉진활동의 특성과 외부환경을 이해하고 적절히 대응하는 조직능력으로 정의하였다.

Olsson et al.(2010)은 혁신역량을 변화하는 환경에 대한 반응으로 지속적으로 혁신을 개발하는 조직능력이라 정의하였으며, 이용건(2015)은 새로운 아이디어와 지식을 제품과 프로세스로 전환시켜 성공적인 기업으로 이끄는 능력으로 정의하였으며, Iddris(2016)는 2000년부터 2015년까지 발표된 혁신역량과 관련한 51편의 논문을 분석한 결과, 대부분의 연구자는 ‘지식의 변화’, ‘학습’, ‘아이디어 발굴’, ‘과정’ 등의 용어를 사용하고 있음을 발견하고 이를 토대로, 혁신역량의 정의를 지속적인 학습, 지식의 변화, 창의력, 그리고 회사가 구할 수 있는 외부적·내부적 자원을 이용하여 혁신을 이루어낼 수 있는 조직의 역량으로 규정하였다.

지금까지 선행연구들은 혁신역량의 개념을 일반적으로 기업 조직의 혁신관리 수준과 시장 환경의 변화에 대응하는 정도를 중심으로 정의되고 있음을 알 수 있다. 즉, 혁신역량은 (1) 지속가능한 기업의 경영성과 창출을 위하여, (2) 새로운 아이디어, 프로세스, 제품, 지속적 학습, 지식의 변화, 창의력 등을, (3) 성공적으로 도입 및 적용시킬 수 있도록, (4) 기업 내·외부적 자원을 활용하는 조직구성원의 상대적인 경쟁능력으로 정의할 수 있다.

혁신역량은 지속가능한 기업의 성공을 보장하는 중요 자원이며, 기업의 혁신을 촉진하고 지원하는 포괄적인 기업특성이다(Burgelman, 2009). 그리고 혁신역량은 기술, 제품, 자산, 지식, 경험, 그리고 조직을 포함하는 일종의 특별한 자산 또는 자원이다(Guan and Ma, 2003).

다음의 <표 II-9>는 선행연구자들의 혁신역량의 개념을 정리한 것이다.

<표 II-9> 혁신역량의 개념

연구자	개념
Adler and Shenbar(1990)	신제품의 개발을 통해 시장의 요구사항을 만족시키는 역량
Rangone(1999)	신제품과 프로세스를 개발하여, 우수한 기술적 경영성과를 이룰 수 있는 조직의 능력
Lawson and Samson(2001)	지식 및 아이디어를 시스템, 신제품, 프로세스로 계속 전환시킬 수 있는 조직능력
Furman et al.(2002)	새로운 기술을 오랜기간 개발하고 상용화시키기 위해 필요자원을 적재적소에 투입시켜 그 과정의 효율적인 관리를 통해 혁신을 효과적으로 달성하는 조직의 혁신적인 추진 능력
Yliherva(2004)	조직의 무형재산과 새로운 혁신을 지속적으로 창출할 수 있는 방법으로 이와같은 재산을 활용하는 능력
Assink(2006)	조직 내부와 외부 자원 및 역량을 활용해 급진적이고 새로운 아이디어를 탐구 및 창출하며 이들을 적용한 새로운 제품과 서비스를 시장에 출시 할 수 있도록 하는 효과적인 혁신, 개발을 위한 추진력
Akman and Yilmaz(2008)	혁신적 조직문화를 촉진시키는 중요한 요인이며, 내부적인 촉진활동의 특성과 외부환경을 이해하고 적절히 대응하는 조직능력
Olsson et al.(2010)	변화하는 환경에 대한 반응으로 지속적으로 혁신을 개발하는 조직능력
이용진(2015)	새로운 아이디어와 지식을 제품과 프로세스로 전환시켜 성공적인 기업으로 이끄는 능력
Iddris(2016)	지속적인 학습, 지식의 변화, 창의력, 그리고 회사가 구할 수 있는 외부적·내부적 자원을 이용하여 혁신을 이루어낼 수 있는 조직의 역량

2) 혁신역량의 구성요소

혁신역량의 측정은 혁신프로세스에서 성과의 창출을 위한 핵심요소들을 결정하며, 결정된 핵심요소들은 기업의 혁신역량 차원에서 해석될 수 있다. 그리고, 혁신역량은 이러한 핵심요소들로부터 측정 가능하다(Perdomo-Ortiz et al., 2006).

혁신역량을 측정하는 방법은 여러 연구자들에 의해 개발되었는데, 이에는 자산접근법(Christensen, 1995), 프로세스접근법(Burgelman et al., 2004; Catechismo et al., 1996), 그리고 기능접근법(Guan and Ma, 2003; Yam et al., 2004; Guan et al., 2006; Wang et al., 2008) 등이 있다.

자산접근법은 혁신을 통하여 기업의 내부에 축적된 역량으로써 가치가 있고, 이질적이며, 모방과 대체가 어려운 특수한 자산과 자원들을 소유해야만 기업경쟁력을 가질 수 있다고 하는 개념을 근거로 하고 있다. Christensen(1995)은 혁신역량을 과학연구자산과 프로세스 혁신자산, 제품혁신자산 및 디자인 설계자산으로 분류하였다. 이는 자원준거의 관점에서 정태적 관점으로 파악한 개념으로 활동적인 요소관점에 있어 부족한 면이 있다. Adler and Shenbar(1990)는 혁신역량을 예측불가의 상황과 경쟁기업에 의해 발생되는 예기치 못한 기술 활동에 대한 신속한 대응 역량과 신제품 개발을 통하여 시장의 니즈를 충족시킬 수 있는 역량과 적절한 프로세스 기술을 사용해 신제품을 생산할 수 있는 역량으로 분류하였다.

프로세스접근법의 경우 혁신 프로세스에서 성과 창출을 위해 혁신을 촉진하고 지원하는 여러가지 기업특성을 강조한 개념이다. Catechismo et al.(1996)은 기술 성과 혁신역량의 관계 연구에서 제품혁신과 제품개발, 프로세스혁신, 리더십, 기술획득 및 자원조달 등의 핵심요소들을 기술혁신의 심사틀로 평가하는 법을 개발, 측정하였다. 이 틀은 핵심 프로세스에 초점을 맞추어, 프로세스가 기술적인 혁신을 측정할 수 있도록 하였다. 그러나 이들이 제시한 틀의 타당성을 검증하기 위해서 핵심요소를 더 세분화 해 측정할 필요가 있다. 그리고 Burgelman et al.(2004)은 경쟁자의 전략 및 산업진화 과정을 이해할 수 있는 능력, 기술개발에 대해 이해할 수 있는 능력, 기업가적인 행동에 영향을 미치는 구조적·문화적인 배경, 기업가 정신을 사용 할 수 있는 전략적 관리능력으로 분류하였다.

기능적접근법은 기업경영의 가치사슬관리상에서 반드시 필요한 핵심요소들을 체계적인 관점에서 동태적으로 파악하고 체계화한 개념이다. 이는 다차원적인 행동으로 구성된 혁신프로세스에서 투입 및 성과를 명확히 구분하여 반영하고 있다. Guan and Ma(2003)는 빠른 신제품의 도입과 필요한 새로운 프로세스의 선택이 가능한

능력은 기업의 경쟁우위에 있어 필수적이라 주장하며, 혁신역량을 학습역량, 마케팅역량, R&D역량, 생산역량, 자원탐색역량, 조직역량, 전략역량 등의 7가지로 분류하였다. 또한 Yam et al.(2004)도 혁신역량 차원을 R&D역량, 마케팅역량, 자원배분역량, 생산역량, 조직역량, 학습역량, 전략적 계획수립역량의 7가지로 제시하였다. 이들 연구는 혁신역량과 관련한 선행연구에서 학습역량을 추가해, 이에 대한 중요성을 강조하였다. 학습역량이 혁신에 있어 중요한 이유는 조직학습이 기존의 혁신을 지속시키며, 새로운 혁신의 자극 원동력이 되기 때문이다. 이와 비슷하게 Guan et al.(2006)은 혁신역량에 대해 마케팅역량, R&D역량, 조직역량, 생산역량, 자원개발역량, 전략역량으로 구분하였으며, Wang et al.(2008)은 혁신성과와 혁신역량의 관계를 분석하기 위해 R&D역량, 혁신적인 의사결정역량, 마케팅역량, 자금역량, 생산역량의 5가지로 분류하였다. 또한 이동석(2010)은 혁신역량을 연구개발투자, 기술의 포트폴리오, 기술가치 평가, 혁신 조직체계 구축으로 분류하였으며, 또한 Iddris(2016)는 2000-2015년간 발표된 관련 30종류의 저널에서 혁신역량과 관련한 51편의 논문을 분석한 결과, 233개의 혁신역량 차원을 찾아내었으며, 그중 가장 많이 사용되는 ‘지식 관리(7.7%)’, ‘조직 문화(5.1%)’, ‘조직 학습(5.1%)’, ‘리더십(4.4%)’, ‘협력(3.7%)’, ‘창의력(2.9%)’, ‘아이디어 관리(2.6%)’, ‘혁신 전략(2.6%)’의 8개의 주요 구성요인을 파악하였다. 이를 통해 혁신역량을 구성하는데 가장 중요한 차원은 지식 관리, 조직 문화, 조직 학습이고, 상대적으로 중요도가 낮은 차원은 혁신 전략과 아이디어 관리임을 확인하였다.

선행연구를 통해 혁신역량의 분류체계가 정성적, 정량적인 기준을 적용하고 있으며, 시장 환경의 변화를 인식하고 새로운 기술변화 추이와 비즈니스 기회를 포착하여 기획하고 추진하는 다양하면서 간접적인 경영지원 활동 등을 광범위하게 포함하는 것을 살펴볼 수 있었다. 본 연구에서는 혁신역량의 하위요인을 창업기업의 특성을 고려하여, 사업초기 경쟁력강화와 기업 생존의 핵심역량인 마케팅역량과 기술혁신역량 두가지 관점으로 구성하고자 한다.

다음 <표 II-10>는 선행연구자들이 제안한 혁신역량의 구성요소를 정리한 것이다.

<표 II-10> 혁신역량의 구성요소

연구자	구성요소
Adler and Shenbar(1990)	예측불가의 상황과 경쟁기업에 의해 발생하는 예기치 못한 기술 활동에 대한 신속한 대응 역량과 신제품 개발을 통하여 시장의 니즈를 충족시킬 수 있는 역량과 적절한 프로세스 기술을 사용해 신제품을 생산할 수 있는 역량
Christensen(1995)	과학연구자산, 프로세스 혁신자산, 제품혁신자산, 디자인 설계자산
Catechismo et al.(1996)	제품혁신, 제품개발, 프로세스혁신, 리더십, 기술획득, 자원조달
Burgelman et al.(2004)	경쟁자의 전략 및 산업진화 과정을 이해할 수 있는 능력, 기술개발에 대해 이해할 수 있는 능력, 기업가적인 행동에 영향을 미치는 구조적·문화적인 배경, 기업가 정신을 사용 할 수 있는 전략적 관리능력
Guan and Ma(2003)	학습역량, 마케팅역량, R&D역량, 생산역량, 자원탐색역량, 조직역량, 전략역량
Yam et al.(2004)	R&D역량, 마케팅역량, 자원배분역량, 생산역량, 조직역량, 학습역량, 전략적 계획수립역량
Guan et al.(2006)	마케팅역량, R&D역량, 조직역량, 생산역량, 자원개발역량, 전략역량
이동석(2010)	연구개발투자, 기술의 포트폴리오, 기술가치 평가, 혁신 조직체계 구축
Zawislak et al(2012)	기술개발 능력, 제조능력, 경영능력, 거래능력
Iddris(2016)	지식 관리, 조직 문화, 조직 학습, 리더십, 협력, 창의력, 아이디어 관리, 혁신 전략

(1) 마케팅역량

마케팅역량에 관한 구체적인 정의는 Day(1994)에 의해 처음 이루어졌다. 그는 마케팅역량을 기업의 기술, 집합적 지식, 자원을 사업의 시장 친화적인 요구에 적용하기 위해 기업의 상품과 서비스에 가치를 부여하고 경쟁적인 수요를 충족시키는 통합적인 과정으로 정의하였다.

Vorhies(1998)는 마케팅역량을 기업 마케팅 담당자들이 마케팅관련 투입물을 관련 결과물로 전환시키기 위하여 그들이 습득한 지식과 기술들을 반복적으로 적용해 나가는 과정에서 개발되어지는 지식과 무형자원의 프로세스로 정의하였고, 마케팅역량을 기업 경쟁우위로 효과적으로 전환시키기 위해선 기업이 가지고 있는 유형과 무형의 자산들이 적절히 조화를 이루어야 한다고 하였다.

Vorhies and Morgan(2005)은 마케팅역량을 시장과 관련된 가치창출이며 이를 위해 축적된 기술과 지식 그리고 자원을 이용할 수 있도록 설계된 통합과정으로 규정하였고, Weerawardena(2003)는 기업이 가치 있는 제품과 서비스를 보유하고 목표고객에 도달하기 위하여 사용되는 프로세스로 정의하였으며, Zou et al.(2003)는 경쟁우위를 창출할 수 있는 잠재력으로 규정하였다.

이와 같이 마케팅 역량은 시장과 연관된 가치창출을 위해 축적된 기술, 지식, 자원을 적용토록 설계된 통합된 과정으로, 궁극적으로 가치를 부가하고 수요 충족을 가능하게 한다(Day, 1994; Weerawardena, 2003; Vorhies and Morgan, 2005).

기업은 목표고객을 공략하기 위해 신제품을 판촉하고, 고객의 요구를 이해하고 이를 제품에 반영하고 만족시키기 위해서는, 시장과 지속적으로 연결시키는 것이 중요하다. 이를 통해 마케팅 역량이 표출되며, 이를 잘 활용함으로써 혁신성과를 확보하고 지속적인 경영성과를 도출할 수 있게 된다. 마케팅역량은 소비자의 현재 및 미래 요구, 고객의 접근 방법, 그리고 경쟁자의 지식을 이해한 것을 토대로 제품을 홍보하고 판매하는 기업의 능력을 말한다. 마케팅 역량의 개념의 조작적 정의가 이루어지고 실제로 연구에 활용되어진 것은 근래의 일이다(Vorhies and Harker, 2000; Vorhies and Morgan, 2005).

선행연구를 종합할 때, 마케팅역량은 (1) 기업이 고객목표를 달성하고, (2) 시장 친화적인 요구에 적용하기 위해, (3) 축적된 기술과 지식, 자원을 활용하여, (4) 경쟁우위를 가진 제품과 서비스를 창출하는, (5) 조직구성원의 상대적인 경쟁능력으로 정의할 수 있다.

다음의 <표 II-11>는 선행연구자들의 마케팅역량의 개념을 정리한 것이다.

<표 II-11> 마케팅역량의 개념

연구자	구성요소
Day(1994)	기업의 집합적 지식, 기술과 자원을 사업의 시장 친화적인 요구에 적용하기 위해 기업의 상품과 서비스에 가치를 부여하고 경쟁적인 수요를 충족시키는 통합적인 과정
Vorhies(1998)	기업 마케팅 담당자들이 마케팅관련 투입물을 관련 결과물로 전환시키기 위하여 그들이 습득한 지식과 기술들을 반복적으로 적용해 나가는 과정에서 개발되어지는 지식과 무형자원의 프로세스
Vorhies and Morgan(2005)	시장과 관련된 가치창출이며 이를 위해 축적된 기술과 지식 그리고 자원을 이용할 수 있도록 설계된 통합과정
Weerawardena(2003)	기업이 가치있는 제품과 서비스를 가지고 목표고객에 도달하기 위하여 사용되는 프로세스
Zou et al.(2003)	경쟁우위를 창출할 수 있는 잠재력

(2) 기술혁신역량

기업은 모방이 어려우며 대체가능성이 낮은 자원을 보유하는 등의 경쟁기업이 모방할 수 없는 전략을 실행함으로써 지속적인 경쟁우위를 유지하려 노력하기 때문에, 기술혁신역량은 기업이 가지고 있는 자원중에 제일 중요한 자원이라 할 수 있다 (Penrose, 1959; Wernerfelt, 1984; Barney, 1991). 이처럼 기술혁신역량은 기업의 혁신전략을 촉진하고 지원하는 일련의 기업 특성으로서 지속가능한 성공 보장의 아주 중요한 자원으로 R&D투자, 기술포트폴리오, 기술 분석 등 여러 측면에서 강조되어 오고 있다(Burgelman et al., 2004).

기술혁신역량에 관한 정의는 연구자에 따라, 주제와 적용 대상에 따라서 다양한 의미로 사용되고 있다. 기술혁신역량에 대한 선행연구자들의 개념을 살펴본다면 다음과 같다.

국내 연구자 중에서 송상호(2006)는 기술혁신역량을 기업이 새로운 시장과 고객을 창출하거나 시장 점유율을 높이기 위해 새로운 제품과 프로세스의 개발 또는 기존 제품과 프로세스를 개선하려는 모든 활동들의 집합이라고 정의하였고, 이동석

(2009)는 새로운 제품과 생산 공정, 서비스에 대한 아이디어 혹은 기술의 도입, 개발 및 채택하는 과정을 수행하는 조직능력이라고 정의하였다. 조성철(2012)은 기술혁신역량을 신기술을 통하여 성과를 이루어내는 과정상의 기업이 가지고 있는 통합의 역량이라고 정의하였으며, 안상훈(2013)은 기업이 전략적으로 새로운 기술을 도입, 개발, 채택을 통해 생산, 공정 혁신, 원가개선, 서비스 혁신, 신제품 개발, 신시장 개척 등을 종합적으로 수행하는 역량이라고 정의하였다. 또한 주설균(2013)은 기술혁신역량을 기업의 목적 달성을 위해 자원을 개발, 축적하고 다른 자원과 결합해 활용하는 조직의 역량이나 능력으로 정의하였다. 그리고 김광열(2014)은 기술혁신역량을 생산, 마케팅, 연구개발 등 아이디어나 기술의 도입단계부터 시장판매의 전 과정에 영향을 미치며, 새로운 제품생산과 서비스공급을 위해 아이디어나 지식, 기술과 프로세스를 도입, 개발, 채택하여 성공적으로 응용하는 일련의 과정이라고 정의하였다. 류구환(2016)은 기술혁신능력을 기존 기술의 보유를 뛰어넘는 생산공정의 연구개발의 신기술, 조직의 개선, 기술혁신 등으로 정의하였으며, 박정호(2017)은 기존에 이용하지 않았던 새로운 기술이나 생산방식을 도입해 기존의 지식이나 기술을 변화시킬 수 있는 일련의 활동으로 정의하였으며, 이회선(2018)은 신규 제품과 서비스를 창출하기 위하여 새로운 아이디어나 기술을 도입하고 이를 조직적으로 지원하는 역량으로 정의하였다. 즉 기술혁신역량이란 기업의 기술체계에 영향을 주며 신규 제품과 서비스에 관련된 아이디어의 채택 혹은 생산과정이나 서비스 운영에 대한 새로운 요소들의 도입형태로 나타나며, 신기술에 의한 신제품, 서비스, 장치, 프로그램, 시스템 과정이 기업에 새롭게 적용되는 것으로 조직의 변화를 가져오는 것이라 할 수 있다(Darmanpour & Evan, 1984).

선행연구를 종합할 때, 기술혁신역량은 (1) 기업성과를 달성하기 위해, (2) 기존에 이용하지 않았던 신제품개발, 학습, 공정혁신, 원가개선, 서비스 혁신, 신시장 개척 등의 활동을, (3) 지원하고 수행하는 조직구성원의 상대적인 경쟁능력으로 정의할 수 있다.

다음의 <표 II-12>는 선행연구자들의 기술혁신역량의 개념을 정리한 것이다.

<표 II-12> 기술혁신역량의 개념

연구자	구성요소
송상호(2006)	기업이 새로운 시장과 고객을 창출하거나 시장 점유율을 높이기 위해 새로운 제품과 프로세스의 개발 또는 기존 제품과 프로세스를 개선하려는 모든 활동들의 집합
이동석(2009)	새로운 제품과 생산 공정, 서비스에 대한 아이디어 혹은 기술의 도입, 개발 및 채택하는 과정을 수행하는 조직능력
조성철(2012)	신기술을 통하여 성과를 이루어내는 과정상의 기업이 가지고 있는 통합의 역량
안상훈(2013)	기업이 전략적으로 새로운 기술을 도입, 개발, 채택을 통해 생산, 공정 혁신, 원가개선, 서비스 혁신, 신제품 개발, 신시장 개척 등을 종합적으로 수행하는 역량
주설균(2013)	기업의 목적 달성을 위해 자원을 개발, 축적하고 다른 자원과 결합해 활용하는 조직의 역량이나 능력
김광열(2014)	생산, 마케팅, 연구개발 등 아이디어나 기술의 도입단계 부터 시장판매의 전 과정에 영향을 미치며, 새로운 제품생산과 서비스공급을 위해 아이디어나 지식, 기술과 프로세스를 도입, 개발, 채택하여 성공적으로 응용하는 일련의 과정
류구환(2016)	기존 기술의 보유를 뛰어넘는 생산공정의 연구개발의 신기술, 조직의 개선, 기술혁신 등
박정호(2017)	기존에 이용하지 않았던 새로운 기술이나 생산방식을 도입해 기존의 지식이나 기술을 변화시킬 수 있는 일련의 활동
이희선(2018)	신규 제품과 서비스를 창출하기 위하여 새로운 아이디어나 기술을 도입하고 이를 조직적으로 지원하는 역량

3) 혁신역량의 효과

혁신역량에 관한 선행연구는 매개변수(노후환 외, 2018; 김장호·주기중, 2015; 최종열, 2015; 성필석, 2019; 김성인, 2016; 김종영, 2017; 송동석, 2017; 김홍철, 2016; 김도관, 2014; 이용건, 2015; 이남민, 2018)와 독립변수(이대회·진창현, 2016; 윤병선, 2017; 김정호, 2017; 이재식, 2017; 윤상호, 2014; 조기영, 2016; 박우중, 2014)로 활용하여 변수간의 인과관계를 규명하였다.

특히 혁신역량은 기업의 성과에 미치는 영향이 주류를 이루고 있음을 확인하

였다(박우중, 2014; 김장호·주기중, 2015; 최종열, 2015; 이대희·진창현, 2016; 김성인; 2016; 김종영, 2017; 송동석, 2017; 노후환 외, 2018; 이남민, 2018; 성필석, 2019).

한편, 혁신역량은 다양한 변수들간의 매개효과가 있음이 밝혀졌다. 예를 들면, 경영성과(송동석, 2017; 김종영, 2017; 박지희, 2017; 성필석, 2019; 김도관, 2014; 이용건, 2015), 혁신성과(이용건, 2015), 경쟁적 성과(김홍철, 2016), 기업상생협력 성과(김정효, 2017)등이다.

(1) 혁신역량과 선행변수와의 관계

Smith et al.(2008)은 102개의 기존 연구를 분석하여 조직의 혁신관리능력에 영향을 미치는 선행요인으로 기술, 혁신프로세스, 기업전략, 조직구조, 조직문화, 직원, 자원, 지식관리, 관리스타일과 리더십으로 구분하였다. 각 요인별 하위척도로 <표 II-13>과 같이 제시하였다.

<표 II-13> 혁신역량에 영향을 미치는 선행요인

주요요인	하위차원
기술	기술활용, 기술력과 교육, 기술전략
혁신프로세스	아이디어 생성, 선택 및 평가 기법, 실현 매커니즘
기업전략	조직전략, 혁신전략, 조직의 비전과 목표, 전략적 의사결정
조직구조	조직차별화, 집중화, 형식
조직문화	커뮤니케이션, 콜라보레이션, 위험에 대한 태도, 혁신에 대한 태도
직원	혁신동기, 직원의 기술 및 교육, 직원 개성, 훈련
자원	여유자원 활용, 자원계획 및 관리, 지식 자원, 기술 자원, 재원
지식관리	조직 학습, 외부환경에 대한 지식, 지식보고서 활용
관리스타일과 리더십	관리 성격, 관리 스타일, 직원 동기부여

출처: Smith, M., Busi, M., Ball, P. and Van Der Meer, R.(2008), "Factors Influencing an Organisation's Ability to Manage Innovation: A Structured Literature Review and Conceptual Model," *International Journal of Innovation Management*, 12(4), 660-661.

한편, 혁신역량은 다양한 선행변수들의 매개변수로 사용되어 지고 있다. 예를 들면, 기업가 정신(최종열, 2015; 김장호·주기중, 2015; 송동석, 2017; 이남민, 2018; 노후환 외, 2018; 류일환, 2019), TQM활동(김도관, 2014), 6시그마 성공요인(이용건, 2015), 변혁적리더십(박지희, 2017)등을 들 수 있다.

① 기업가 정신과 혁신역량

기업가 정신과 혁신역량과의 관계를 검증한 선행연구를 살펴보면, 다음과 같다. 최종열(2015)은 벤처기업을 대상으로 기업가 정신이 혁신역량을 매개로 기술혁신 성과에 미치는 영향을 연구하여, 기업가 정신이 혁신역량에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 그는 관련산업과 업종의 특성차이에 따른 매개변수와 혁신성과에 대한 실증적 비교연구의 필요성을 제안하였다.

김장호·주기중(2015)은 중소기업을 대상으로 기업가 정신이 혁신역량을 매개로 경쟁적 성과에 미치는 영향을 연구하여, 기업가 정신은 혁신역량에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 그는 기업가 정신이 경쟁적 성과에 직접 영향을 주는 관계보다, 혁신역량을 통하여 경쟁적 성과로 이어지는 간접적 영향을 미침을 주장하였다.

노후환 외(2018)는 ICT중소기업을 대상으로 기업가 정신과 혁신역량이 경영성과에 미치는 영향을 연구하였으며, 기업가 정신은 혁신역량에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다.

이남민(2018)은 제조기업을 대상으로 기업가 정신이 혁신역량(기술혁신역량, 마케팅혁신역량)과 혁신성과에 미치는 영향을 연구하여, 기업가 정신이 혁신역량에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 규명하였다. 기업가는 이윤추구에서 탈피하여 가치추구의 미래지향적인 사고로 기업의 지속적 성장을 도모하고, 고객 가치를 창출하는 혁신활동에 의해 궁극적으로 기업의 원하는 가치를 달성해야 한다.

송동석(2017)은 중소기업 최고경영자를 대상으로 기업가 정신이 경영혁신역량활동을 매개로 경영성과에 미치는 영향을 분석하였다. 그 결과, 기업가 정신이 경영혁신역량활동에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 그는 중소기업이 경쟁력을 확보하고 생존 및 지속적 발전과 성장을 위해서는 경영진반에의 혁신역량을 제고하고 혁신기업가 정신의 확충 그리고 중소기업대상 정책금융지원이 필요함을 제안하

였다.

류일환(2019)은 중소기업 조직구성원을 대상으로 기업가 정신이 경영혁신역량에 미치는 영향을 연구한 결과, 기업가 정신이 경영혁신역량에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 그는 조직의 전략적 지향성을 보다 다양화 하고, 기업 혁신에 미치는 직접적인 영향관계를 밝혀줄 연구의 필요성을 제안하였다.

② TQM활동과 혁신역량

TQM활동과 혁신역량과의 관계를 검증한 선행연구도 이루어졌는데, 김도관(2014)은 국내주물제조기업을 대상으로 TQM활동이 혁신역량을 매개로 경영성과에 영향을 미치는 연구를 통해, TQM활동이 혁신역량에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 그는 향후 기업의 역량과 성과의 매개효과관련 연구가 필요하며, 기업의 지속가능한 성장과 성과창출을 위한 경영시스템체계의 연구 필요성을 제안하였다.

③ 6시그마 성공요인과 혁신역량

6시그마 성공요인과 혁신역량과의 관계를 검증한 이용건(2015)은 생산성인증기업을 대상으로 6시그마 성공요인이 혁신역량을 매개로 경영성과에 미치는 영향을 연구하여, 6시그마 성공요인이 혁신역량에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 그는 향후 더욱 많은 혁신역량의 요인을 파악하고, 이들 역량들이 혁신성과에 어떤 영향을 미치는지에 관련된 조사의 필요성을 제안하였다.

④ 변혁적리더십과 혁신역량

변혁적리더십과 혁신역량과의 관계를 검증한 박지희(2017)는 중소기업을 대상으로 변혁적 리더십이 혁신역량을 매개로 경영성과에 미치는 영향을 연구하였다. 연구결과, 변혁적 리더십이 혁신역량에 긍정적인 영향을 미침을 검증하였다. 그는 높은 경영성과 창출을 위해서는 리더의 혁신역량 강화가 지속적으로 이루어져야 함을 주장하였다.

다음의 <표 II-14>는 혁신역량과 선행변수와의관계에 관한 선행연구를 정리한 것이다.

<표 II-14> 혁신역량과 선행변수와의 관계

구분	독립변수	매개변수	종속변수	연구자	연구결과
기업가 정신과 혁신역량	기업가 정신	혁신역량	기업성과	노후환 외(2018)	긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
			기술혁신 성과	최종열(2015)	
			경쟁적 성과	김장호·주기중(2015)	
			혁신성과	이남민(2018)	
		경영혁신 역량	경영성과	송동석(2017), 류일환(2019)	긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
TQM활동과 혁신역량	TQM활동	혁신역량	경영성과	김도관(2014)	긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
6시그마 성공요인과 혁신역량	6시그마 성공요인	혁신역량	경영성과	이용건(2015)	긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
변혁적리더십과 혁신역량	변혁적리더십	혁신역량	경영성과	박지희(2017)	긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남

(2) 혁신역량과 경영성과

혁신역량과 경영성과의 관계를 검증한 선행연구를 살펴보면, 다음과 같다. 김도관(2014)은 국내주물제조기업을 대상으로 TQM활동이 혁신역량을 매개로 경영성과에 영향을 미치는 연구를 통해, 혁신역량이 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 그는 향후 기업의 역량과 성과의 매개효과관련 연구가 필요하며, 기업의 지속가능한 성장과 성과창출을 위한 경영시스템체계의 연구 필요성을 제안하였다.

이용건(2015)은 생산성인증기업을 대상으로 6시그마 성공요인이 혁신역량을 매개로 경영성과에 영향을 미치는 연구를 통해, 혁신역량이 기업성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 그는 향후 더욱 많은 혁신역량의 요인을 파악

하고, 이들 역량들이 혁신성과에 어떤 영향을 미치는지에 관련된 조사의 필요성을 제안하였다.

김홍철(2016)은 생산성인증기업을 대상으로 경영시스템 성숙도가 혁신역량을 매개로 기업성과에 영향을 미치는 연구를 통해, 혁신역량이 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 그는 보다 의미있는 연구를 위해서 혁신역량들 간의 상호작용에 의한 효과연구의 필요성을 제안하였다.

이대희·진창현(2016)은 중소기업 종사자를 대상으로 경영혁신역량이 기업가 정신을 매개로 경영성과에 미치는 영향을 살펴본 결과, 혁신역량과 기업가 정신은 기업의 경영성과에 긍정적인 영향을 미침을 확인하였다. 그는 기업의 혁신역량과 기업가 정신은 서로 상호보완적 관계라고 할 수 있으며, 이들 관계는 결국 기업성과에 직접적 연결로 이어진다고 하였다.

송동석(2017)은 중소기업 최고경영자를 대상으로 기업가 정신이 경영혁신역량활동을 매개로 경영성과에 미치는 영향을 분석하였다. 그 결과, 경영혁신역량의 하위요인인 전략계획역량과 기술사업화역량은 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 그는 중소기업이 경쟁력을 확보하고 생존 및 지속적 발전과 성장을 위해서는 경영전반에의 혁신역량을 제고하고 혁신기업가 정신의 확충 그리고 중소기업대상 정책금융지원이 필요함을 제안하였다.

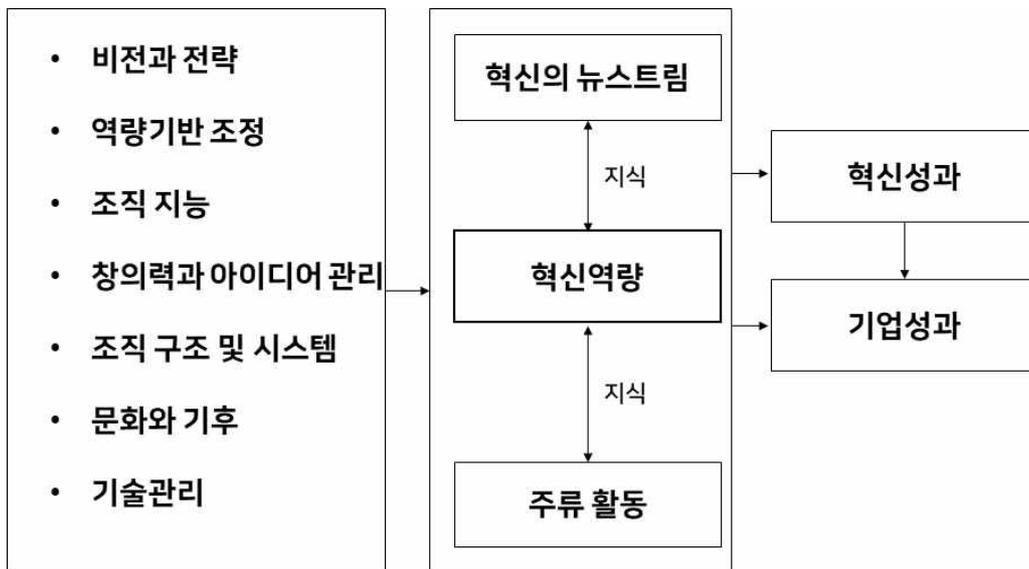
박지희(2017)는 중소기업을 대상으로 변혁적 리더십이 혁신역량을 매개로 경영성과에 미치는 영향을 연구하였다. 연구결과, 매개변수인 혁신역량이 경영성과에 긍정적인 영향을 미침을 검증하였다. 그는 높은 경영성과 창출을 위해서는 리더의 혁신역량 강화에 지속적이며, 강력한 의지를 행사하는 것의 중요성을 주장하였다.

노후환 외(2018)는 ICT중소기업을 대상으로 기업가 정신과 혁신역량이 기업성과에 미치는 영향을 연구하여, 혁신역량이 기업성과에 긍정적 영향을 준다는 것을 확인하였다.

Lawson and Samson(2001)은 혁신역량을 자극, 측정 및 강화하고 기업성과를 창출하기 위한 프로세스로 <그림 II-1>을 제시하였다. 이 모델은 조직의 주요 경쟁전략으로 혁신과 혁신성과에 초점을 맞추고 있다고 가정하였다. 혁신역량은 비전과

전략, 역량기반 조정, 조직 지능, 창의력과 아이디어 관리, 조직구조 및 시스템, 문화와 기후, 기술관리에 의해서 정의 영향을 받는다. 혁신역량은 혁신의 뉴스트림과 주류활동과 상호작용하고 있고, 이를 통해 혁신성과와 경영성과에 긍정적 영향을 미침을 밝혔다.

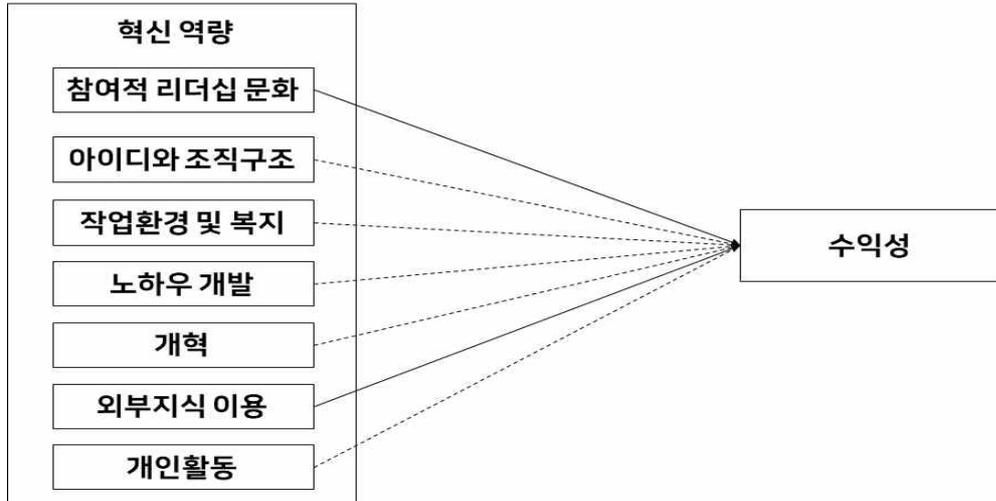
<그림 II-1> Lawson and Samson(2001)의 혁신역량 연구모델



출처: Lawson, B. and Samson, D.(2001), "Developing Innovation Capability in Organizations: a Dynamic Capabilities Approach," *International Journal of Innovation Management*, 5(3), 388.

또한 Saunila et al.(2014)은 중소기업의 혁신역량의 구성요인과 회사 수익성과의 관계와 관련된 연구모델로 <그림 II-2>을 제시하였다. 이 모델은 선행연구에서 중소기업의 혁신역량은 구성요인으로 참여적리더십문화, 작업환경 및 복지, 아이디어와 조직구조, 노하우개발, 외부지식이용, 개혁, 개인활동의 7가지 요인으로 구성되며, 이들 요인들이 기업의 수익성에 미치는 영향을 검증한 결과, '참여적 리더십 문화'와 '외부지식이용'만 기업 수익성에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 확인하였다.

<그림 II-2> Saunila et al.(2014)의 혁신역량 연구모델



출처: Saunila, M., Ukko, J., and Rantanen, H.(2014), “Does Innovation Capability Really Matter for the Profitability of SMEs?.” *Knowledge and Process Management*, 21(2), 139-140.

다음의 <표 II-15>는 혁신역량과 경영성과에 관한 선행연구를 정리한 것이다.

<표 II-15> 혁신역량과 경영성과와의 관계

연구자	연구내용	연구결과
김도관(2014)	TQM활동이 혁신역량을 매개로 경영성과에 미치는 영향	혁신역량이 기업성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
이용건(2015)	6시그마 성공요인이 혁신역량을 매개로 경영성과에 영향	혁신역량이 기업성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
김홍철(2016)	경영시스템 성숙도가 혁신역량을 매개로 기업성과에 영향	혁신역량이 경영성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
이대희·진창현(2016)	경영혁신역량이 기업가 정신을 매개로 경영성과에 미치는 영향	혁신역량이 경영성과에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타남
송동석(2017)	기업가 정신이 경영혁신역량활동을 매개로 경영성과에 미치는 영향	경영혁신역량의 하위요소인 전략계획역량과 기술사업화역량은 경영성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
박지희(2017)	변혁적 리더십이 혁신역량을 매개로 경영성과에 미치는 영향	혁신역량이 경영성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
노후환 외(2018)	기업가 정신과 혁신역량이 기업성과에 미치는 영향	혁신역량이 기업성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남

① 마케팅역량과 경영성과

마케팅역량은 기업경쟁전략과 경영성과를 결정하는 중요한 요인이다(Fang and Zou, 2009). 그리고 경쟁기업이 모방하기 어렵거나 또는 이전될 수 없는 기업의 마케팅역량은 경쟁우위의 원천으로 마케팅역량이 향상되어질수록 경영성과를 증대시킬 수 있다(Day, 1999; Fahy et al., 2000).

마케팅역량과 경영성과의 관계는 다양한 연구에 의해 검증되었다. Heunks(1998)는 유럽 6개국의 200개 중소기업을 대상으로 소규모 기업집단의 공전혁신, 마케팅혁신, R&D혁신이 기업성장에 미치는 연구를 통해, 마케팅혁신이 기업성장성에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 규명하였다. 그리고 Tsai and Shih(2004)는 타이완 기업의 마케팅 관리자를 대상으로 마케팅지식과 마케팅역량이 사업성과에 미치는 연구를 통해, 마케팅역량이 사업성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 규명하였다. 또한 Morgan et al.(2003)은 미국기업의 마케팅책임자를 대상으로 마케팅역량이 기업성과에 미치는 연구를 통해, 시장정보관리능력을 제외한 7가지의 마케팅역량이 기업성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 규명하였다.

손은호(2006)는 국내 호텔의 조직구성원을 대상으로 호텔기업의 핵심역량과 경쟁전략 간의 적합성이 경영성과에 미치는 연구를 통해, 마케팅관리능력이 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 그는 경영전략에 있어서 적합성은 모든 기업에게 항상 경영성과에 영향을 미치는 것이라는 가정에서 벗어나, 기업이 처한 상황이나 기업이 추구하는 전략에 따라 달라질 수 있다고 주장하였다. Lee and Hsieh(2010)는 기업가 정신이 혁신역량과 마케팅역량을 매개로 지속적인 경쟁우위에 미치는 연구를 통해, 마케팅역량이 기업경쟁우위에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인하였다.

양현주(2012)는 국내 수출중소기업 조직구성원을 대상으로 국제기업가 정신, 핵심역량, 네트워크 활동 그리고 국제화성과 간의 관계에 영향을 미치는 연구를 통해, 마케팅역량이 국제화성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 규명하였다. 그는 향후 연구에서는 국제화를 추구하는 기업의 역동성 및 개별기업 및 구성원들의 역할에

대한 좀 더 나은 이해를 도울 수 있는 연구의 필요성을 제안하였다.

이용건(2015)은 생산성인증기업의 중간관리자이상 조직구성원을 대상으로 6시그마 성공요인이 혁신역량을 매개로 경영성과에 영향을 미치는 연구를 통해, 혁신역량의 하위요인인 마케팅역량이 기업성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 그는 향후 더욱 많은 혁신역량 요인을 파악하고, 이들 역량들이 혁신성과에 어떤 영향을 미치는지에 관련된 조사의 필요성을 제안하였다.

김용호(2016)는 농업관련기업 조직구성원을 대상으로 산업환경과 마케팅역량이 경쟁전략과 경영성과에 영향을 미치는 연구를 통해, 마케팅역량이 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 그는 동일한 업종이나 기업군 등 연구대상 집단별로 처한 상황이나 여건이 다를 수 있으므로, 연구대상에 맞는 다양한 측정변수 개발의 필요성을 제안하였다.

한편 박주영 외(2011)는 국내 중소기업 조직구성원을 대상으로 중소기업의 시장지향성과 마케팅역량이 경쟁우위와 기업성과에 미치는 연구를 통해, 마케팅역량이 기업성과에 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 검증하였다. 그는 중소기업에 편중된 한계점에 따라, 중견 및 대기업 등 기업규모를 세분화하여 표본수 증가 등의 연구의 필요성을 제안하였다.

이남민(2017)은 중소제조 수출기업 조직구성원을 대상으로 제조기업의 기업가 정신이 기술혁신역량과 마케팅혁신역량을 매개로 혁신성과에 영향을 미치는 연구를 통해, 마케팅혁신역량이 혁신성과에 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 검증하였다. 그는 핵심역량 특성을 2개요인만 설정한 것의 한계점에 대해 향후 다른 핵심 요인에 대한 연구의 필요성을 제안하였다. 일부 연구에서 마케팅역량과 경영성과는 무의미한 관계가 있음을 주장하였지만, 두 변수간의 긍정적인 관계가 있다는 연구가 주류를 이루고 있음을 볼 때, 마케팅역량은 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 여겨진다.

다음의 <표 II-16>는 마케팅역량과 경영성과에 관한 선행연구를 정리한 것이다.

<표 II-16> 마케팅역량과 경영성과와의 관계

연구자	연구내용	연구결과
Heunks(1998)	공정혁신, 마케팅혁신, R&D혁신이 기업성장에 미치는 연구	마케팅혁신이 기업성장성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
Tsai and Shih(2004)	마케팅지식과 마케팅역량이 사업성과에 미치는 연구	마케팅역량이 사업성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
Morgan et al.(2003)	마케팅역량이 기업성과에 미치는 연구	시장정보관리능력을 제외한 7가지 마케팅역량이 기업성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
손은호(2006)	핵심역량과 경쟁전략 간의 적합성이 경영성과에 미치는 연구	마케팅관리능력이 경영성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
Lee and Hsieh(2010)	기업가 정신이 혁신역량과 마케팅역량을 매개로 지속적인 경쟁우위에 미치는 영향	마케팅역량이 기업경쟁우위에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
박주영 외(2011)	시장지향성과 마케팅역량이 기업성과에 미치는 영향	마케팅역량이 기업성과에 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타남
양현주(2012)	국제기업가 정신, 핵심역량, 네트워크 활동 그리고 국제화성과 간의 관계	마케팅역량이 국제화성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
이용건(2015)	6시그마성공요인이 혁신역량을 매개로 경영성과에 미치는 영향	마케팅역량이 기업성과에 긍정적인 영향을 미치는 나타남
김용호(2016)	산업환경과 마케팅역량이 경쟁전략과 경영성과에 미치는 영향	마케팅역량이 경영성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
이남민(2017)	기업가 정신이 기술혁신역량과 마케팅혁신역량을 매개로 혁신성과에 미치는 영향	마케팅혁신역량이 혁신성과에 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타남

② 기술혁신역량과 경영성과

기술혁신역량은 경영성과에 정(+)의 영향을 미친다는 것이 선행연구를 통해 밝혀지고 있다. Acha(2000)는 석유산업에서 기술혁신역량과 경영성과에 미치는 연구를 통해, R&D 지출, 출판물 및 특허로 측정된 기술혁신역량은 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였고, Hadjimanolis(2000)는 140개 중소기업을 대상으로 기술혁신역량과 혁신성과와의 관계에 대한 연구에서, 기술혁신역량은 혁신성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다.

그 외에도, 윤상호(2013)는 기업근로자대상으로 기술혁신역량과 특허활동이 기업성과에 미치는 영향을 연구하여, 기술혁신역량이 기업재무성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 그는 향후 중소기업의 정부 지원사업 설계시 실질적인 기술개발과 동시에 특허활동 필요성을 제안하였다.

박우중(2014)은 대기업 상생 협력활동중인 중소기업 직원을 대상으로 기술혁신역

량이 경영성과에 영향을 미치는 연구를 통해, 기술혁신역량이 기업성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 그는 연구는 최소 3년 이상의 중단 연구가 바람직함을 제안하였다.

성필석(2019)은 제약회사 임직원을 대상으로 기업가 정신이 기술혁신역량을 매개로 기업성과에 미치는 영향을 연구를 통해, 기술혁신역량이 기업성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 그는 치열한 경쟁속에서 기업의 핵심역량을 보완하고 전략적인 선택을 할 수 있는 전략 로드맵수립을 제안하였다.

한편 Coombs and Bierly(2006)는 기술적 역량이 기업성과에 미치는 연구를 통해, 기술적 역량(R&D투자수준)은 기업성과에 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 확인되었고, 김홍철(2016)은 중소기업 직원을 대상으로 경영시스템 성숙도가 혁신역량을 매개로 기업성과에 영향을 미치는 연구를 통해, 기술혁신역량이 경영성과에는 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 검증하였다. 그는 중소기업에 편중된 한계점에 따라, 향후 매출규모에 따른 연구의 필요성을 제안하였다. 일부 연구에서 기술혁신역량과 경영성과는 무의미한 관계가 있음을 주장하였지만, 두 변수간의 긍정적인 관계가 있다는 연구가 주류를 이루고 있음을 볼 때, 기술혁신역량은 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 여겨진다.

다음의 <표 II-17>는 기술혁신역량과 경영성과에 관한 선행연구를 정리한 것이다.

<표 II-17> 기술혁신역량과 경영성과와의 관계

연구자	연구내용	연구결과
Acha(2000)	기술혁신역량과 경영성과에 미치는 영향	기술혁신역량은 경영성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
Hadjimanolis(2000)	기술혁신역량과 혁신성과간 관계	기술혁신역량은 혁신성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
Coombs and Bierly(2006)	기술적 역량이 기업성과에 미치는 영향	기술적 역량은 기업성과에 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타남
윤상호(2013)	기술혁신역량과 특허활동이 기업성과에 미치는 영향	기술혁신역량이 기업재무성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
박우중(2014)	기술혁신역량이 경영성과에 미치는 영향	기술혁신역량이 기업성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
김홍철(2016)	경영시스템 성숙도가 혁신역량을 매개로 기업성과에 미치는 영향	기술혁신역량이 경영성과에는 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타남
성필석(2019)	기업가 정신이 기술혁신역량을 매개로 기업성과에 미치는 영향	기술혁신역량이 기업성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남

(3) 혁신역량과 경쟁성과

혁신역량이 경쟁적 성과에 영향을 미치는 연구를 살펴보면, Lee and Hsieh(2010)는 기업가 정신이 혁신역량과 마케팅역량을 매개로 지속적인 경쟁우위에 미치는 연구를 통해, 혁신역량이 기업경쟁우위에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다.

김장호·주기중(2015)은 대구 경북지역 중소기업을 대상으로 기업가 정신이 혁신역량을 매개로 경쟁적 성과에 미치는 영향에 관한 연구하였다. 그 결과, 혁신역량은 기업의 경쟁적 성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 그는 기업가 정신이 경쟁적 성과에 직접 영향을 주는 관계보다, 혁신역량을 통하여 경쟁적 성과로 이어지는 간접적 영향을 미침을 주장하였다.

다음의 <표 II-18>는 혁신역량과 경쟁성과에 관한 선행연구를 정리한 것이다.

<표 II-18> 혁신역량과 경쟁성과와의 관계

연구자	연구내용	연구결과
Lee and Hsieh(2010)	기업가 정신이 혁신역량과 마케팅역량을 매개로 지속적인 경쟁우위에 미치는 영향	혁신역량이 기업경쟁우위에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
김장호·주기중(2015)	기업가 정신이 혁신역량을 매개로 경쟁적 성과에 미치는 영향	기업가 정신은 경쟁적 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남

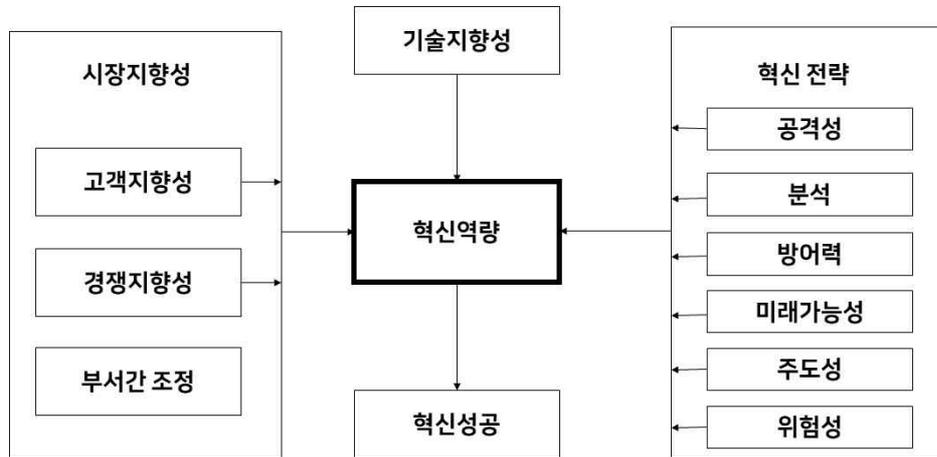
(4) 혁신역량과 혁신성과

혁신역량이 혁신성과에 영향을 미치는 연구를 살펴보면, Prajogo and Ahmed(2006)은 혁신자극, 혁신역량이 혁신성과에 미치는 연구를 통해, 혁신역량이 혁신성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였고, 이용건(2015)은 생산성인증 기업을 대상으로 6시그마 성공요인이 혁신역량을 매개로 혁신성과와 경영성과에 영향을 미치는 연구를 통해, 혁신역량이 혁신성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 그는 향후 더욱 많은 혁신역량의 요인을 파악하고, 이들 역량들이 혁신성과에 어떤 영향을 미치는지에 관련된 조사의 필요성을 제안하였다.

Akman and Yilmaz(2008)은 혁신역량을 통한 성과창출의 모델과 관련하여 시장지향성, 기술지향성, 혁신 전략과의 관계를 <그림 II-3>와 같이 제시하였다. 그들은 혁신역량은 시장지향적인 문화와 기술지향성, 혁신전략에 의해 긍정적 영향을 받고, 혁신역량은 혁신성공에 영향을 미침을 확인하였다. 특히 그들은 연구에서 시

장지향성을 고객지향성, 경쟁지향성, 부서 간 조정의 3가지 차원으로 구분하였고, 혁신전략은 공격성, 분석, 방어력, 미래가능성, 주도성, 위험성의 6가지 차원으로 구분하였다. 또한 그들은 새로운 제품이 시장에서 성공하기 위해서는, 기업들은 현재와 잠재적 고객들의 니즈에 모두 대응해야 하며, 기업들의 이러한 노력은 고객 지향적인 활동과 기업의 혁신적 능력에 긍정적인 영향을 미침을 통해 혁신성공으로 나타난다는 것을 강조하였다.

<그림 II-3> Akman and Yilmaz(2008)의 혁신역량 연구모델



출처: Akman, G. and Yilmaz, C.(2008), "Innovative Capability, Innovation Strategy and Market Orientation: An Empirical Analysis in Turkish Software Industry," *International Journal of Innovation Management*, 12(1), 84-85.

다음의 <표 II-19>는 혁신역량과 혁신성과에 관한 선행연구를 정리한 것이다.

<표 II-19> 혁신역량과 혁신성과와의 관계

연구자	연구내용	연구결과
Prajogo and Ahmed(2006)	혁신자극, 혁신역량이 혁신성과에 미치는 영향	혁신역량이 혁신성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
Akman and Yilmaz(2008)	혁신역량, 혁신전략, 시장지향성과 혁신성과에 미치는 영향	혁신역량이 혁신성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
이용건(2015)	6시그마 성공요인이 혁신역량을 매개로 혁신성과와 경영성과에 미치는 영향	혁신역량이 혁신성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남

(5) 혁신역량과 기업상생협력성과

혁신역량이 기업상생협력성과에 영향을 미치는 연구를 살펴보면, 김정호(2017)는

대기업과 협력관계중인 중소기업을 대상으로 중소기업 신뢰가 혁신역량을 매개로 기업상생협력성장에 영향을 살펴본 결과, 혁신역량이 기업상생협력성장에 긍정적인 영향을 미치는 것을 검증하였다. 그는 제조업을 기반으로 하는 중소기업대상으로 제한하여 실증분석을 실시하였기 때문에 그 분석결과의 일반화하기에 미흡함에 따라 향후 산업군확대 조사의 필요성을 제안하였다.

3. 혁신행동

1) 혁신행동의 개념과 의의

기업에서 혁신이 수행되기 위해서는 조직구성원들의 자발적인 참여의지가 중요하다. 특히 기업에게 있어 혁신행동은 종업원이 업무수행과정에서 새로운 아이디어와 효율적인 업무프로세스를 창출하여 성과를 향상시키는 것을 의미한다(Amabile, 1988). 혁신이 기업에 필요한 이유는 혁신이 기업에게 생존, 성장, 경쟁우위의 확보, 수익성을 통해 조직의 장기적 생존을 가능하게 하는 원동력으로, 단순하게 최고 경영자의 책임만이 아니라 기업의 모든 수준에서 동시에 수행되어 지는 것으로 전체 구성원들의 주도적 노력의 필요성 때문이다(Griffin, Rafferty, & Mason, 2004; Yukl, 2006). 특히, 제품과 일하는 방식에 대한 새로운 아이디어를 떠올리며 발전시키는 근로자 개인의 업무 행동은 역동적 경영환경 속에서 조직의 성공을 위해 조직의 혁신을 이끄는 중요한 자산이다(박경규 외, 2012; Yuan & Woodman, 2010). 즉, 개인 수준의 혁신은 조직 수준의 혁신을 가능하게 하는 핵심적인 요소이며, 이러한 개인 수준의 혁신을 가장 잘 포괄하는 개념이 혁신행동이라 할 수 있다.

혁신행동은 개인과 조직혁신 차원에서 개인의 과업역할이 소속 또는 조직의 성과 향상에 도움이 되는 새로운 아이디어를 의도적으로 창조, 도입, 그리고 적용하는 활동으로 정의할 수 있다(이지우 외, 2003; Janssen, 2005). 또한 혁신행동은 조직의 주어진 상황에서 구성원 개인의 업무 혹은 조직전체의 목표 및 성과를 향상시키는 목적을 가지고 있으며, 자발적인 새로운 아이디어 창조와 도입, 지원 및 후원을 얻어 실천해 나아가는 활동들을 포함하는 일체의 행동과정으로 규정할 수 있다(Scott and Bruce, 1994; Janssen, 2000; Kanter, 1988; West and Farr, 1990;

이민호, 2012; 이승희, 2011).

혁신행동은 다양하게 정의되고 있는데, Van de Ven(1986)은 혁신행동을 처한 상황에서 사회적 관계를 기초로 새로운 아이디어를 개발, 이것을 실천하는 행동으로 규정하였으며, West and Farr(1990)는 구성원 개인의 업무분야 뿐만 아니라 소속 부서를 포함해 조직의 성과향상을 위해 유익하고 새로운 아이디어를 창출하고 도입, 활용하는 행동으로 정의하였으며, King(1990)은 새로운 아이디어, 서비스, 제품, 제도, 프로그램, 과정 또는 정책등을 창안, 개발, 실용화하려는 일련의 행위로 규정하였다.

Scott and Bruce(1994)는 혁신행동을 업무수행과 관련한 신규 아이디어를 창출 및 확산하며 변화를 촉진하고 신규 문제해결 방안을 시도하려는 행동으로 정의하였으며, Janssen(2000)은 조직의 구성원 개인 과업역할이나 조직성과 등의 발전에 도움이 될 수 있도록 새로운 아이디어를 개발하고 도입과 활용을 하기 위해 노력하는 정도로 규정하였고, Kleysen and Street(2001)은 새로운 아이디어를 채택, 확산하며 실천하는 행동으로 규정하였다.

김영호(2009)는 혁신행동을 조직 또는 개인의 성과를 증대시킬 수 있는 새로운 아이디어의 창출과 도입을 실행하는 행동으로 규정하였고, 이승희(2011)는 개인 역량을 높이고 조직성과의 창출을 위해 개인 능력을 개발, 아이디어의 창출로 창의성을 발현하는 행동이라 규정하였으며, 강태완(2013)은 조직의 개별 구성원의 업무와 연관된 새로운 아이디어 창출, 적용하고 전파하는 행위로 정의하였다.

이주원(2013)은 혁신행동을 창의적인 아이디어의 생산과 적극적 옹호, 실행을 위하여 적절한 계획을 수립, 실행하기 위해 노력하는 행위로 규정하였고, 김홍재(2013)는 혁신의 필요성을 인지, 새로운 아이디어를 도출하거나 외부의 아이디어를 활용해 창의적인 활동을 실행하기 위한 일체의 총체적 행동으로 규정하였으며, 전상철(2013)은 조직경쟁력과 고객만족도 향상을 위한 새로운 업무의 효율성과 문제해결 방안을 창출한 이후 이것을 현장에 적용시키는 것이라고 개념화하였으며, 박송춘(2014)은 신규 아이디어의 채택 및 후원을 통하여 선택된 아이디어의 실행을 위한 세부적이면서 적절한 계획 그리고 스케줄의 개발등의 자발적인 행위로 정의하였다. 이러한 혁신행동은 조직의 주어진 상황에서 있어 구성원 개인의 업무 혹은 조직전체의 목표 및 성과를 향상시키는 목적을 가지고 있으며,

자발적인 새로운 아이디어 창조와 도입, 지원 및 후원을 얻어 실천해 나아가는 활동들을 포함하는 일체의 행동과정으로 규정할 수 있다(Scott and Bruce, 1994; Janssen, 2000; Kanter, 1988; West and Farr, 1990; 이승희, 2011; 이민호, 2012).

선행연구를 종합할 때, 혁신행동은 (1) 조직구성원의 과업수행을 위한 문제의식을 바탕으로, (2) 새로운 아이디어를 창출하고 도입하고, 활용하기 위해, (3) 노력하는 조직구성원의 자발적인 행동으로 정의할 수 있다.

다음 <표 II-20>는 선행연구자들의 혁신행동의 개념을 정리한 것이다.

<표 II-20> 혁신행동의 개념

연구자	개념
Van de Ven(1986)	처한 상황에서 사회적 관계를 기초로 새로운 아이디어를 개발, 이것을 실천하는 행동
West and Farr(1990)	구성원 개인의 업무분야 뿐만 아니라 소속부서를 포함해 조직의 성과향상을 위해 유익하고 새로운 아이디어를 창출하고 도입, 활용하는 행동
King(1990)	새로운 아이디어, 서비스, 제품, 제도, 프로그램, 과정 또는 정책 등을 창안, 개발, 실용화하려는 일련의 행위
Scott and Bruce(1994)	업무수행과 관련한 신규 아이디어를 창출 및 확산하며 변화를 촉진하고 신규 문제해결 방안을 시도하려는 행동
Janssen(2000)	조직의 구성원 개인 과업역할이나 조직성과 등의 발전에 도움이 될 수 있도록 새로운 아이디어를 개발하고 도입과 활용을 하기 위해 노력하는 정도
Kleysen and Street(2001)	신규 아이디어를 선택하고 확산하며 실천하려는 행동
장동걸(2006)	문제의식을 바탕으로 이를 해결하기 위하여 새로운 아이디어를 생성, 외부의 아이디어를 적극적으로 수용, 조직내에서 활용하고 확산시키는 일체의 과정
김영호(2009)	조직 또는 개인의 성과를 증대시킬 수 있는 새로운 아이디어의 창출과 도입을 실행하는 행동
이승희(2011)	개인역량을 강화하고 조직성과의 창출을 위해 개인능력을 개발, 아이디어창출로 창의성을 발현케 하는 행동
강태완(2013)	조직의 개별 구성원의 업무와 연관된 새로운 아이디어 창출, 적용하고 전파하는 행위
김홍재(2013)	혁신의 필요성을 인지, 새로운 아이디어를 도출하거나 외부의 아이디어를 활용해 창의적인 활동을 실행하기 위한 일체의 총체적 행동
이주원(2013)	창의적인 아이디어의 생산과 적극적 옹호, 실행을 위하여 적절한 계획을 수립, 실행하기 위해 노력하는 행위
전상철(2013)	조직경쟁력과 고객만족도 향상을 위한 새로운 업무의 효율성과 문제해결 방안을 창출한 이후 이것을 현장에 적용시키는 것
박송춘(2014)	새로운 아이디어의 채택 및 후원을 통하여 선택된 아이디어의 실행을 위한 세부적이며 적절한 계획, 스케줄의 개발 등 자발적 행위

2) 혁신행동의 구성요소

혁신행동은 조직내에서 혁신의 발전, 도입을 직·간접적으로 고무시키는 역할을 하기 때문에, 이의 구체적인 구성요소들을 파악함으로써 체계적인 접근이 가능하다. 기존 여러 연구자들이 혁신행동을 여러 가지 다양한 차원으로 구분하고 있다. 우선 Kanter(1988)는 혁신행동은 첫째, 문제에 관한 인식과 새로운 아이디어 채택 혹은 해결책의 생성으로부터 시작된다고 하였다. 둘째, 혁신적인 성향을 가진 개인은 그러한 아이디어에 대해 후원을 찾아 나서고 이것의 실현을 위해 지지자들의 연합 구축을 시도한다고 강조하였다. 셋째, 자신의 아이디어를 완성하는데 이는 구체적인 상품이나 서비스 혹은 대량 생산체제로 전환되어 상업적 생산과 사회적인 상품화가 이루어 질 수 있도록 하는 혁신을 위한 시제품이 완성된다고 하였다. 또한 Scott and Bruce(1994)는 혁신에 대한 구성요소를 혁신인식과 혁신실행으로 구분하였으며, Janssen(2000)은 도출, 촉진, 실현이라는 3개의 하위요인으로 구분하여 연구하였다. 구체적으로 아이디어의 도출은 어떤 영역으로부터 유용하고 새로운 아이디어를 발견하는 것이며, 그 다음 과정으로 새롭게 개발된 아이디어를 실현하기 위해 뒷받침해줄 우호적인 세력과 스폰서, 지지자를 확보하므로 아이디어의 실현을 위해 필요한 힘을 공급해 주는 아이디어 촉진 과정을 거쳐 아이디어가 실제적으로 직무 내에서 궁극적으로 활용되고 실행될 수 있는 혁신의 원형과 모형이 개발되어야 한다는 아이디어들의 실현으로 구성된다고 하였다. 더불어 Kleysen and Street(2001)은 혁신행동의 주요한 구성요인을 확인하기 위해 관련 분야의 논문 28개를 검토해 17개의 혁신행동으로 분류해, 혁신의 창조, 전파, 적용의 차원으로 제시하였고, Moore(2004)는 혁신의 종류가 실제적으로 아주 폭이 넓다고 하였고, 혁신의 유형을 파괴적 혁신, 제품 혁신, 프로세스 혁신, 마케팅 혁신, 경험 혁신, 응용혁신, 비즈니스모델 혁신, 구조 혁신의 8가지 유형으로 분류하였다.

다음의 <표 II-21>는 기존 연구자들의 선행연구를 정리한 것이다.

<표 II-21> 혁신행동의 구성요인

연구자	구성요인
Scott and Bruce(1994), 조왕욱(2010), 남봉우·서인덕(2010), 정윤미(2010), 이기은, 전문경(2011), 김정훈(2011), 권민경(2011), 김미정(2011), 이승희(2011), 한윤자(2012), 이민호(2012), 이남도(2012)	인식 실행
김경환(2010), 김주인(2010), 남원희(2010), 이길운(2010), 이인호(2011), 주희(2010), 최석봉 외(2010), 한철환(201), 김미경(2011), 박만주(2011), 고득영(2012), 정선화(2012), 진윤희(2015)	인식 실행 지지자 후원 및 지원
Janssen(2000), 김창중(2011), 백유성 외(2011), 김영신(2012), 백재석(2012), 이주영(2012), 임나연(2012), 홍현경(2012), 최창열(2012), 권미경(2014)	아이디어 도출 아이디어 촉진 아이디어 실현
Kleysen and Street(2001), 이수원(2010)	혁신의 창조 혁신의 전파 혁신의 적용

출처: 권미경(2014), **항공사 종사원의 코칭리더십, 서비스 태도와 혁신행동에 관한 연구: 개인성격유형과 직무자율성의 조절효과를 중심으로**, 경기대학교 대학원 박사위논문, 47.

3) 혁신행동의 효과

혁신행동은 경영성과(김명호, 2009; 차영태, 2016; 박기성, 2017; 김진권, 2017; 이금심, 2017), 혁신성과(이금심, 2017; 서남숙, 2017), 직무성과(황서현, 2015)에 영향을 미친다는 것을 확인하였다.

그 연구대상을 살펴보면, 중소기업 직장인(김영호, 2009; 김진권, 2017), 호텔업 종사자(임정희, 2018; 황서현, 2015), 금융보험업 종사자(이금심, 2017), 공무원 및 공기업조직원(박기성, 2017), 외식기업 종사자(김광열, 2014) 등으로 구분 할 수 있다.

(1) 혁신행동과 경영성과

혁신행동이 경영성과에 영향을 미치는 연구를 살펴보면, 김명호(2009)는 프랜차이즈업체 경영자를 대상으로 경영자의 창의경영이 혁신행동을 매개로 기업성과에 미치는 영향을 분석하였다. 연구결과, 혁신행동이 기업성과에 긍정적인 영향을

미친다는 것을 확인하였다. 그는 기업조직내 개인 창의성 중심에서 조직창의성 중심으로의 수준확장의 필요성을 제안하였다.

Bukhari and Hilmi(2012)는 혁신행동의 창의 및 결과에 대한 연구를 통해, 전략적 혁신행동은 기업성장에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다.

박기성(2017)은 공기업·출연기관 구성원을 대상으로 고용관계의 특성이 혁신행동 및 경영성장에 미치는 영향을 연구를 통해, 혁신행동이 경영성장에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 그는 최근에 조직의 혁신과 경영성과관련 내·외부의 강력한 도전을 받고있는 공기업 및 출연기관 구성원의 혁신행동을 통하여 경영성장에 긍정적인 영향을 나타낸다는 것을 실증적으로 검증하였다.

김진권(2017)은 중소기업 임직원대상으로 생산 공정방식 유형에 따른 동적역량과 혁신활동이 경영성장에 미치는 영향을 연구하였다. 그 결과, 혁신활동은 경영성장에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 그는 혁신활동에 대한 보다 다양한 변수를 활용한 연구를 제안하였다.

임정희(2018)는 호텔기업을 대상으로 기업가 정신이 호텔직원들의 혁신행동과 경영성장에 미치는 영향에 대한 연구를 통해, 혁신행동이 기업성장에 유의한 영향을 미침을 확인하였다. 그는 호텔기업의 경영성장을 높이기 위해서는 우선적으로 직원들의 업무환경에 대한 자율성 활성화의 필요성을 제안하였다.

한편 차영태(2016)는 메인비즈 기업을 대상으로 혁신활동과 경쟁우위 및 경영성과 간의 인과관계를 규명하였고, 혁신활동의 하위요소인 공정혁신은 경영성장에 정(+)^의 영향을 미치고, 제품혁신은 경영성장에 부(-)^의 영향을 미치며, 마케팅혁신, 조직혁신은 유의하지 않는 것으로 나타났다. 그는 기업에서는 혁신활동을 통해 차별화우위를 확보하기 위한 지속적인 노력이 필요하며, 중소기업의 경쟁력을 높이기 위한 지원정책도 해당 기업 고유의 고객 가치를 창출할 수 있는 차별화우위를 확보할 수 있도록 운영되어야 한다고 주장하였다.

이금심(2017)은 개인의 창의성과 조직 구성원들의 가치혁신문화가 혁신성과와 경영성장에 미치는 영향에서 혁신행동 및 지식공유의 매개효과를 연구하였고, 혁신행동이 경영성장에 긍정적인 영향을 미치지 못함을 확인하였다. 일부 연구에서 혁신행동과 경영성과는 무의미한 관계가 있음을 주장하였지만, 두 변수간의 긍정적인 관계가 있다는 연구가 주류를 이루고 있음을 볼 때, 혁신행동은 경영성장에 정

(+)의 영향을 미칠 것으로 여겨진다.

다음의 <표 II-22>는 혁신행동과 경영성과에 관한 선행연구를 정리한 것이다.

<표 II-22> 혁신행동과 경영성과에 관한 선행연구

연구자	연구내용	연구결과
김명호 외 (2010)	창의경영이 혁신행동을 매개로 기업성과에 미치는 영향	혁신행동이 기업성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
Bukhari and Hilmi(2012)	혁신행동의 창의 및 결과에 대한 연구	전략적 혁신행동은 기업성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
차영태(2016)	혁신활동과 경쟁우위 및 경영성과 간의 인과관계	혁신활동의 하위요소인 공정혁신은 경영성과에 정(+)의 영향을 미치고, 제품혁신은 경영성과에 부(-)의 영향을 미치며, 마케팅혁신, 조직혁신은 유의하지 않는 것으로 나타남
박기성(2017)	고용의 관계특성이 혁신행동과 기업경영성과에 미치는 영향	혁신행동이 경영성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
이금심(2017)	개인의 창의성이 혁신행동을 매개로 혁신성, 경영성과에 미치는 영향	혁신행동이 경영성과에 미치는 영향은 파악하지 못하였음
김진권(2017)	동적역량과 혁신활동이 경영성과에 미치는 영향	혁신활동은 경영성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
임정희(2018)	기업가 정신이 직원들의 혁신행동과 경영성과에 미치는 영향	혁신행동이 기업성과에 유의한 영향을 나타내는 것으로 나타남

(2) 혁신행동과 혁신성과

혁신행동이 혁신성과에 영향을 미치는 연구를 살펴보면, Bowen et al.(2010)는 메타분석을 통한 조직의 혁신이 성과에 미치는 영향에 대한 연구를 통해, 조직의 혁신행동이 조직의 혁신성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 규명하였다.

서남숙(2017)은 조리사대상으로 창의성이 혁신행동과 혁신성과에 미치는 영향을 연구하였으며, 혁신행동이 혁신성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 그는 창의적 아이디어 실행을 위하여 적합한 계획을 구성하고 스케줄 개발

하는 등의 조직차원에서의 지원과 노력의 필요성을 제안하였다.

이금심(2017)은 일반개인대상으로 개인의 창의성과 조직구성원들의 가치혁신 문화가 혁신성과와 경영성과에 미치는 영향에서 혁신행동 및 지식공유의 매개효과를 연구를 통해, 혁신행동이 혁신성과에 긍정적인 영향을 미침을 규명하였다. 그는 기업 특성을 고려한 혁신활동을 장려하는 조직분위기 조성의 필요성을 제안하였다.

다음의 <표 II-23>는 혁신행동과 혁신성과에 관한 선행연구를 정리한 것이다.

<표 II-23> 혁신행동과 혁신성과에 관한 선행연구

연구자	연구내용	연구결과
Bowen et al.(2010)	메타분석을 통한 조직의 혁신이 성과에 미치는 영향	조직의 혁신행동이 조직의 혁신성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
서남숙(2017)	창의성이 혁신행동과 혁신성과에 미치는 영향	혁신행동이 혁신성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
이금심(2017)	개인의 창의성이 혁신행동을 매개로 혁신성, 경영성과에 미치는 영향	혁신행동이 혁신성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남

(3) 혁신행동과 직무성과

혁신행동이 직무성과에 영향을 미치는 연구를 살펴보면, 황서현(2015)은 호텔직원을 대상으로 직업소명의식이 혁신행동을 매개로 직무성과에 미치는 영향을 연구를 통해, 혁신행동이 직무성과에 긍정적인 영향을 미친다고 주장하였다. 그는 호텔직원들의 혁신행동이 직무성과에 영향을 나타내는 결과뿐 아니라, 최신 혁신행동관련 연구동향에서 볼 수 있는 한계점에 대한 추가 연구 필요성을 제안하였다.

4. 경영성과

1) 경영성과의 개념과 의미

경영성과에 관한 연구는 경영학과 관련된 분야에서 지속적인 연구 주제가 되고 있으며, 조직이론 및 전략이론 그리고, 산업조직론 등 연구의 매우 중요한 종속변수로서 다루어져 왔다. 이러한 경영성과의 측정은 해당기업의 경영상태를 진단하고 효율적인 경영조직을 운영하기 위한 척도가 되고 있으며, 기업이 존립해 온 이래로 꾸준히 이루어져 오고 있다(Zarhra, 1996).

경영성과는 다양하게 정의된다. Kotler(1984)는 기업은 일정기간 달성해야 되는 다양한 목표를 가지고 있으며, 경영활동을 통하여 이루어낸 결과를 바탕으로 기업 목표달성여부의 성과표현으로 정의하였고, Kaplan and Norton(1996)는 전략적인 기업의 의도에 대한 실행여부의 결과로 규정하였으며, Price(1997)는 급변하는 경쟁환경에서 기업이 지속적으로 성장하고 발전 할 수 있도록 돕는 기업의 능력이며, 기업조직의 장단기 성장목표관련 달성여부 정도라고 정의하였다.

Li and Calantone(1998)는 경영성과를 기업의 인적자원과 물적자원의 효율적이고 효과적 관리를 통해 산출되는 결과이며, 개인 또는 조직 전체 목표실현의 달성결과의 정도로 규정하였고, Tanriverdi(2005)는 기업의 경영활동 결과로 나타나는 것이라고 정의하였으며, 이임규(2013)는 이익보다 넓은 광의의 의미로 사용되어지며 전통적으로 경영활동 결과, 발생하는 총수익에서 비용을 제외한 잔액으로 정의하였다.

다음 <표 II-24>는 선행연구자들의 경영성과의 개념을 정리한 것이다.

선행연구를 종합할 때, 경영성과는 (1) 기업조직구성원이 설정한 목표대비, (2) 실제 달성되어진 재무적, 비재무적 결과물로, (3) 기업의 인적·물적 자원의 효율적이고 효과적인 관리를 통해, (4) 산출되어지는 경영활동의 실제적인 성과로 정의할 수 있다.

경영성과는 기업활동의 결과로 얻은 종합적 성과물이며, 경제자원의 활동과 사용이 얼마나 효율적으로 이루어졌는지를 평가하는 수단(신진교·임재현, 2008)이며, 조직활동의 종합적, 포괄적 결과물로 경영활동의 효과성 및 효율성이 얼마만큼 달성되었는지에 대한 평가수단이다(차재희, 2014). 경영성과를 측정하기 위해서는 기업내부 구성원과 조직단위가 설정한 목표가 선행되어야 하고, 구체적인 평가기간 목표실적을 나타내는 것이다(이근화, 2015).

<표 II-24> 경영성과의 개념

연구자	개념
Kotler(1984)	기업은 일정기간 달성해야 되는 다양한 목표를 가지고 있으며, 경영활동을 통하여 이루어낸 결과를 바탕으로 기업 목표달성여부의 성과표현
Kaplan and Norton(1996)	전략적인 기업의 의도에 대한 실행여부의 결과
Price(1997)	급변하는 경쟁환경에서 기업이 지속적으로 성장하고 발전할 수 있는 기업 능력
Li and Calantone(1998)	기업의 인적자원과 물적자원의 효율적이고 효과적 관리를 통해 산출되는 결과이며, 개인 또는 조직 전체 목표실현의 달성결과의 정도
Tanriverdi(2005)	기업에서 경영활동의 결과로 나타나는 것
이임규 외(2013)	이익보다는 넓은 의미로 쓰였으며, 전통적으로 경영활동 결과가 발생하는 총수익에서 비용 차감한 잔액

2) 경영성과의 구성요소

기업의 경영성과는 크게 재무적 성과와 비재무적 성과로 나누어 볼 수 있는데, 재무적 성과에는 수익성, 성장성, 생산성, 총매출액 등의 계량적 분석이 가능한 성과를 말하며, 비재무적 성과는 구성원들의 사기, 직무 만족, 조직몰입 등의 계량적 분석이 어려운 성과를 비재무적 성과라고 말한다(Park et al., 2011). 현대적인 접근방법으로 기업의 경영성과는 다양한 기준의 복수지표를 활용하여 측정하고 있으며, 최근에는 기업의 규모가 확대되고 업무환경이 복잡하고 다양해지면서 재무적 성과측면에서만 측정하기에는 한계가 있으며, 기업의 가치와 성과의 비재무적 요인들과의 측정연구도 활발히 진행되고 있다(Li and Calantone, 1998).

이러한 선행연구를 통해서 경영성과를 조직의 재무적, 비재무적 목표달성을 위한 경영활동의 실제적인 성과로 정의할 수 있을 것이다.

경영성과는 기업성과, 사업성과 등과 같이 다양한 용어로 혼용하여 사용되고 있으며, 경영학관련 연구에서는 지속적인 연구주제가 되고 있으며 조직이론과 산업조직론, 전략이론 등 연구에서 기업경영 상태를 진단하고 효율적 경영조직 운

영을 위한 척도로 연구되어지고 있다. 하지만, 경영성과의 개념화 및 측정은 연구자에 따라, 보다 다양한 관점 및 접근법등으로 연구되어지고 있다(Murphy et al., 1996; 김범중, 1990; 서민교, 2012; Adam, 1994; 윤주형, 2018; 최순식, 2011 이상두, 2014). 본 연구에서는 Venkatraman and Ramanujam(1986), Brentani(1989), Forsman and Temel(2011)의 선행연구를 바탕으로 이용건(2015)의 연구에서 사용된 문항들을 사용하여 연구를 진행하였다.

(1) 재무 성과

재무적 성과는 전통적 성과측정으로 기업에서 가장 먼저 고려해야 하는 기업 성과로 기업의 이익달성, 즉, 기업의 설정목표를 가장 정형화하고 가시화되어진 수치로 표현할 수 있는 측정지표이다. 재무적 성과는 기업의 최종적 성과를 평가하는 중요한 기준인 수익성을 표시하는 재무적 측정지표로 경영성과에 대해 가장 효과적인 측정을 할 수 있는 분석이다(Venkatraman and Ramanujam, 1986; 이문영, 2009; 윤형석, 2012).

재무적 성과는 기업마다 다양한 측정항목과 분석 방법을 적용하여 연구되고 있기 때문에, 단순하게 성과를 비교하는 데는 문제가 있으며, 단기적이고 과거지향적 성과지표로 급속하게 변화하는 시장의 경우 측정하는 시기 및 기간에 따라, 향후 기업 상황의 표현에 어려움이 있는 등의 우발적 시장 상황에 아주 민감한 분석이라고 할 수 있다(박동진·최대정, 2003; 조종현, 2017). 이러한 재무적 성과는 기업의 영업결과에 관한 평가와 더불어 사업 성과평가 지표로 포괄적인 손익 계산서에 의해 나타나게 되며, 이와 같은 포괄손익서는 기업의 미래현금흐름 및 수익창출 능력 등의 미래 예측에 유용한 정보로써 활용되고 있다.

재무적 성과는 재무제표상의 개별 항목간에 비율을 산출하고 기업의 재무 상태 및 성과를 분석하는 방법으로 생산성, 수익성, 유동성, 활동성, 안정성, 매출 성장성, 시장점유율, 수출성과 등을 측정도구로 사용해 다양한 분야에서 연구들이 이루어지고 있다(Sterlacchini, 1999; Schoenecker and Swanson, 2002; Heunks, 1998; Robinson, 1990; Roper, 1997; 최용호 외, 2003; 서해중, 2016).

Gupta and Gonvindarajan(1984)은 재무적인 성과를 매출액 증가율과 납세전 이익 증가율, 시장점유율, 신제품의 개발정도, 납세전 자산이익률, 직원복지 및

사기 증대로 척도를 구성해 연구를 진행하였고, Mitra and Chaya(1996)은 매출액과 비교하여 제조원가의 비율과 간접비 비율, 총원가 비율 등의 척도를 구성해 연구를 진행하였으며, 이진수(2000)는 보유하고 있는 자산에 대해 수익향상, 판매수익의 향상, 투자수익의 향상, 시장점유율로 척도를 구성해 연구를 진행하였다.

박무현·전옥자(2008)는 매출 증가율, 자본회전율, 시장점유율, 수익성, 투자수익률, 운전자본비율 등으로 척도를 구성해 연구를 진행하였고, 이윤원 외(2009)는 재무적인 성과를 투자수익률, 매출액 증가율, 영업이익률을 척도를 구성해 연구를 진행하였고, 김오순 외(2010)는 시장점유율, 수익성, 신제품 개발능력, 브랜드 인지도로 척도를 구성해 연구를 진행하였으며, 전의숙 외(2010)는 자본이익률과 영업이익률로 척도를 구성해 연구를 진행하였다. 정문중 외(2011)는 재무적인 성과를 고객만족과 기업성과의 관계 연구에서 기업의 재무적인 성과를 매출비용률, 매출이익률, 총자산회전율로 척도를 구성해 연구를 진행하였고, 이성호·박노국(2012)은 고객의 증가율과 순이익 증가율로 척도를 구성해 연구를 진행하였으며, 황정희 외(2013)는 순이익 증가율과 고객증가율, 좌석회전율로 척도를 구성해 연구를 진행하였다. 김광열·최우성(2014)는 재무적인 성과를 자산 증가율과 영업이익 증가율, 생산선 증가율로 척도를 구성해 연구를 진행하였고, 정중희·조지운(2015)은 기업의 매출 증가율과 순이익 증가율, 투자 수익률로 척도를 구성해 연구를 진행하였으며, 이용건(2015)은 매출액과 영업이익률, 총자산 수익률로 척도를 구성해 연구를 진행하였고, 윤주형(2018)은 매출추세, 매출액, 수익률 만족, 현금흐름, 수익률 향상, 가성비 등으로 척도를 구성해 연구를 진행하였다.

(2) 비재무 성과

비재무적 성과는 기존의 재무적 성과의 단점을 보완하며, 종합적인 관점에서 경영성과를 측정할 수 있는 균형성과지표로 고객만족, 내부프로세스, 조직의 학습 및 성장의 관점등으로 다양하게 측정한다(용재명, 2013; Kaplan and Norton, 1992). 즉 비재무적 성과는 기업조직을 중심으로 관련한 모든 관계자의 여러 가지 기준에 의해 측정되기 때문에, 종합적이며 포괄적으로 장기적 성과를 측정할 경우 적합한 분석으로 인식된다(Steers, 1975; 이상호, 2015; 장용운, 2011). 비재

무적 성과의 중요성은 점차적으로 인정되고 있는 분위기지만, 객관화의 한계를 가지고 측정범위에 문제점이 지적되고 있어, 경영성과의 정확성과 객관성을 높이기 위해 객관적 지표와 주관적 지표를 모두 다 활용하여야 한다는 단점을 가지고 있다. 측정의 범위가 광범위해 단기적 경영성과 측정과 객관화되기에 부적합한 분석으로 인식되어지고 있다. 하지만 재무적인 성과가 구체화되지 않은 단계에서, 주관적지표 역시 중요한 성과의 지표로 인식되어지고 있다(Zahra, 1996; Tsai et al., 1991). 특히 Covin and Selvin(1988)은 기업의 재무적인 데이터 확보의 어려움과 데이터비교와 해석이 어려우며 산업효과의 영향 때문에, 재무적인 성과와 같은 객관적지표보다는 비재무적 성과와 같은 주관적지표를 척도로 사용해 경영성과를 측정하는 것이 보다 바람직하다고 주장하면서, 기업 초기에 최고 경영자의 특성, 사업 및 기술의 독창성, 사업모델의 타당성 등과 같은 비재무적인 성과를 활용해 평가해야 한다고 주장했다.

비재무적 성과는 종합적이고 포괄적이기 때문에 다양한 요인들이 제시되고 있다. Venkataraman and Ramanujam(1986)는 비재무적인 성과를 시장점유율, 성장률, 다각화, 제품 혁신 이외 주관적인 경영성과로 조직효과성을 포함해 연구를 진행하였다. 김정연·양동우(2009)는 비재무적인 성과를 경쟁자와 비교한 고객만족, 재구매, 고객충성도, 고객유치, 타인의 추천 등과 같은 변수를 포함해야 함을 주장하였고, 이지운·강성민(2010)은 원가, 시장점유율, 신제품 개발활동, 시장위치, 관리자 개발과 성과, 제품의 가치, 조직구성원의 생산성 및 태도 등을 척도로 구성해 연구를 진행하였으며, 김의근 외(2012)는 사업만족도 및 경쟁자와 비교한 전반적 성과로 척도를 구성해 연구를 진행하였다. 송홍규(2013)는 비재무적인 성과를 브랜드 선호도, 직무만족, 고객만족, 메뉴 품질 등으로 척도를 구성해 연구를 진행하였고, 함성필(2014)은 경영자의 만족도와 경제적인 안정으로 척도를 구성해 연구를 진행하였으며, 하종률(2017)은 외식업대상으로 메뉴개발 역량, 고객만족, 서비스 개발역량, 직무만족으로 척도를 구성해 연구를 진행하였다.

다음의 <표 II-25>는 선행연구자들의 경영성과의 구성요인을 정리한 것이다.

<표 II-25> 경영성과의 구성요인

구분	연구자	구성요소
재무적 성과	Gupta and Gonvindarajan(1984)	매출액 증가율, 납세전 이익 증가율, 시장점유율, 납세전 자산이익률, 신제품의 개발 정도, 직원 복지 및 사기 증대
	Mitra and Chaya(1996)	매출액 보다 총원가 비율, 제조원가의 비율, 간접비 비율
	이윤원 외(2009)	투자수익률, 영업이익률, 매출액 증가율
	김오순 외(2010)	신제품 개발능력, 수익성, 시장점유율, 브랜드 인지도
	정문중 외(2011)	매출비용률, 총자산회전율, 매출이익률
	황정희 외(2013)	순이익 증가율, 고객증가율, 좌석회전율
	김광열 · 최우성(2014)	자산 증가율, 영업이익 증가율, 생산선 증가율
	정종희 · 조지운(2015)	기업의 매출 증가율, 순이익 증가율, 투자 수익률
	이용건(2015)	매출액, 영업이익률, 총자산 수익률
윤주형(2018)	매출추세, 매출액, 현금흐름, 가성비, 수익률 향상, 수익률 만족,	
비재무적 성과	Venkataraman and Ramanujam(1986)	성장률, 시장점유율, 다각화 및 제품 혁신, 조직효과성
	Covin and Selvin(1988)	최고경영자의 특성, 사업모델의 타당성, 사업 및 기술의 독창성
	김정연 · 양동우(2009)	경쟁자와 비교한 고객충성도, 고객만족, 타인에 대한 추천, 고객유치, 재구매,
	이지운 · 강성민(2010)	신제품 개발활동, 원가, 시장점유율, 시장위치, 조직구성원의 생산성과 태도, 제품의 가치, 관리자 개발과 성과
	김의근 외(2012)	사업만족도, 경쟁자와 비교한 전반적 성과
	송홍규(2013)	고객만족, 메뉴 품질, 브랜드 선호도, 직무만족
	함성필(2014)	경영자의 만족도와 경제적 안정
	하종률(2017)	고객만족, 메뉴개발 역량, 서비스 개발역량, 직무만족

3) 경영성과의 결정요인

창업기업의 경영성과는 다양한 요인들에 의해 영향을 받고 있음이 규명되었다. 예를 들면, 윤형보(2015)는 기술 및 IT기업을 대상으로 기술창업기업의 기업특성이 경영성과에 미치는 영향을 연구하였으며, 기업특성이 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 그는 이후 연구에서 일반제조업이나 서비스업과 같은 다른 분야의 산업에서 고속성장형 기업특성의 도출 및 추가 연구가 필요함을 주장하였다.

이선호(2015)는 전국의 창업보육센터 입주기업을 대상으로 창업자특성이 창업기업의 경영성과에 미치는 영향을 연구하여, 창업자의 특성의 하위요소인 성취욕구는 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 그러나 하위요소인 혁신성은 경영성과에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 그는 예비창업자의 창업아이템이나 기술의 연계가 가능한 창업기업에 일정기간 근무하며 창업분야 전문성을 제고할 수 있는 기술창업인턴십 프로그램의 추진과 확대의 필요성을 제안하였다.

이길원(2016)은 창업기업 경영자대상으로 창업경영자의 기업가적 속성이 경영성과에 영향을 미치는 연구를 실시하였고, 창업경영자의 기업가적 속성이 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 그는 이러한 결과가 창업단계에 있는 소규모 기업은 경영자의 영향력이 절대적이어서 경영 전반에 걸쳐 경영자의 경영 스타일과 보유 역량이 기업의 성과를 창출하는 데 상당한 영향을 기인한 결과라고 주장하였다.

최지희(2019)은 디자인 창업기업을 대상으로 기업의 지속가능한 경영요인이 경영성과에 미치는 영향을 연구하였다. 연구결과, 지속가능경영의 하위요인중 경제적 책임과 사회적 책임은 경영성과에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 환경적 책임과 자선적 책임은 경영성과에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 그는 기업이 직면한 재무적 성과를 증대시키기 위한 노력뿐 아니라 환경적 책임과 자선적 책임에도 비용과 시간을 투자해야하며, 이를 통해 비재무적 성과 창출의 필요성을 제안하였다. 경영성과에 대한 주요 선행연구를 <표 II-26>와 같이 정

리하였다.

<표 II-26> 경영성과의 선행연구

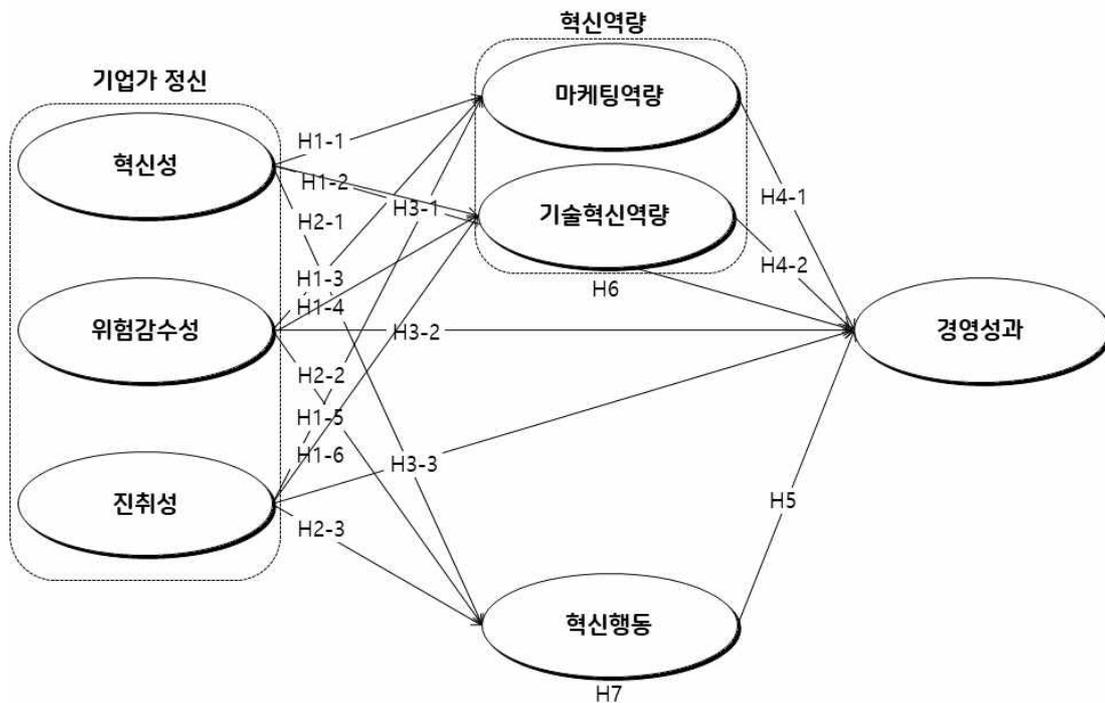
연구자	연구내용	연구결과
윤형보(2015)	기술창업기업의 기업특성이 경영 성과에 미치는 영향	기업특성이 경영성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
이선호(2015)	창업자의 특성이 창업기업의 경영 성과에 미치는 영향	창업자의 특성의 하위요소중 혁신성을 제외한 성취욕구만 경영성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
이길원(2016)	창업경영자의 기업가적 속성이 경영성과에 미치는 영향	창업경영자의 기업가적 속성이 경영성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타남
최지희(2019)	기업의 지속가능 경영 요인이 경영성과에 미치는 영향	지속가능경영의 하위요인중 환경적 책임과 자선적 책임을 제외한 경제적 책임과 사회적 책임이 경영성과에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타남

III. 연구 방법

1. 연구 모형

본 연구는 기업가 정신이 혁신역량, 혁신행동, 경영성과에 미치는 영향과 이들 개념들간의 인과관계를 규명하고자 한다. 이와 관련하여 기업가 정신, 혁신역량, 혁신행동, 경영성과에 관한 이론과 구성요소 및 관련 선행연구를 살펴보았다. 이를 위해 본 연구에서는 독립변수인 기업가 정신을 혁신성, 위험감수성, 진취성으로 분류하고, 매개변수를 혁신역량(마케팅역량, 기술혁신역량)과 혁신행동으로 제안하며 이들 요인들의 종속변수인 경영성과에 미치는 영향을 규명하고자 하며, 아래 <그림 III-1>과 같이 연구 모형을 제시한다.

<그림 III-1> 연구 모형



2. 가설 설정

1) 기업가 정신과 혁신역량과의 관계

기업가 정신은 경쟁자보다 먼저 시장 및 조직에서 혁신의 기회를 탐색하여 포착하고, 기업이 가진 혁신역량에 대해 객관적이고 체계적으로 분석하게 한다. 또한 혁신으로 나타나는 변화의 불확실성을 감수하고 조직에게 혁신 지향적인 문화를 갖게 한다. 또한 기업가 정신은 조직의 생존, 수익성, 성장과 개선 등 조직 성공에 중요한 영향을 미치는 요인(Heidemann and Lassen, 2007; Antoncic and Prodan, 2008)임을 확인되었다.

기업가 정신이 혁신역량에 긍정적인 영향을 미친다는 것은 선행연구를 통해 규명되고 있다. Shumpeter(1934)는 기업가 정신과 조직의 혁신성과간의 정(+)의 상관관계를 확인하였다. Dorf and Byers(2005)와 Lumpkin and Dess(1996)에 의하면, 기업가 정신은 높은 불확실성과 다양한 환경의 위협적인 요소에도 불구하고, 조직이 가진 기술체계와 혁신역량을 활용하여 시장에서 새로운 가치를 창출하는 다양한 혁신성과를 창출한다고 하였다. 김장호·주기중(2015)은 중소기업을 대상으로 기업가 정신이 혁신역량을 매개로 경쟁적 성과에 미치는 영향을 연구하여, 기업가 정신은 혁신역량에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 최종열(2015)은 벤처기업을 대상으로 기업가 정신이 혁신역량을 매개로 기술혁신 성과에 미치는 영향을 연구하여, 기업가 정신이 혁신역량에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 노후환 외(2018)는 ICT중소기업을 대상으로 기업가 정신과 혁신역량이 경영성과에 미치는 영향을 연구하였으며, 기업가 정신은 혁신역량에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다.

또한 기업가 정신은 혁신역량의 하위요인인 마케팅역량에 긍정적인 영향을 미친다는 것이 규명되었다. 양현주(2012)는 국내 수출중소기업 조직구성원을 대상으로 국제기업가 정신, 핵심역량, 네트워크 활동 그리고 국제화 성과 간의 관계에 영향에 관한 연구를 통해, 국제기업가 정신이 마케팅역량에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 규명하였다. 그리고 이남민(2018)은 중소제조 수출기업 조직구성원을 대상으로 제조기업의 기업가 정신이 기술혁신역량과 마케팅혁신역량을 매개로 혁신성과에 영향을 미치는 연구를 통해, 기업가 정신이 마케팅혁신역량에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다.

한편, 기업가 정신은 혁신역량의 하위요인인 기술혁신역량에 정의 영향을 미침을 확인하였다. 김종영(2017)은 수도권소재 창업보육센터 입주기업을 대상으로

기술적기업가 정신이 기술혁신역량을 매개로 기술혁신성과에 미치는 영향을 연구하여, 기술적 기업가 정신이 기술혁신역량에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 이남민(2018)은 제조기업을 대상으로 기업가 정신이 혁신역량(기술혁신역량, 마케팅혁신역량)과 혁신성과에 미치는 영향을 연구하여, 기업가 정신이 기술혁신역량에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 규명하였다. 성필석(2019)은 제약회사 임직원을 대상으로 기업가 정신이 기술혁신역량을 매개로 기업성과에 미치는 영향을 연구를 통해, 기업가 정신이 기술혁신역량에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 규명하였다. 기업가 정신은 혁신을 유발하는 주요한 동기 요인으로, 새로운 자원과 기술을 관리하는 활동과 연계되며, 나아가 새로운 제품 및 프로세스를 창조하여, 시장에서 차별화를 통한 새로운 기회를 창출한다(Miller, 1983; Dollinger, 1983). 따라서 기업가 정신은 혁신으로 나타나는 변화의 불확실성을 감수하고 조직에게 혁신 지향적인 문화를 갖게 할 것이다. 기업가 정신은 불확실한 환경에 직면하여, 혁신역량을 활용하여 새로운 가치창출을 하기 위한 원동력이 되고 있음을 고려하여, 다음과 같은 가설을 설정하였다.

<가설 1> 기업가 정신은 혁신역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1. 혁신성은 마케팅역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2. 혁신성은 기술혁신역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3. 위험감수성은 마케팅역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-4. 위험감수성은 기술혁신역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-5. 진취성은 마케팅역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-6. 진취성은 기술혁신역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2) 기업가 정신과 혁신행동과의 관계

기업가 정신은 혁신을 유발하는 주요한 동기 요인으로, 새로운 자원과 기술을 관리하는 활동과 연계되며, 나아가 새로운 제품 및 프로세스를 창조하여, 시장에서 차별화를 통한 새로운 기회로 이어진다(Miller, 1983; Dollinger, 1983). 기업가 정신은 혁신행동에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 요인임이 선행연구를 통해 규명

되고 있다. Shumpeter(1934)가 기업가 정신을 정의하면서, 수많은 연구에서 기업가 정신과 조직의 혁신성과간의 정(+)의 상관관계가 증명되었고, 특히 조직의 구성원들이 인지하고 있는 기업가 정신은 조직의 기술혁신을 문화적인 차원으로 받아들인다는 점에서, 혁신역량과 마찬가지로 혁신행동도 기업가 정신과 긍정적인 상관관계를 가질 것으로 예상된다.

방태연(2015)은 직장인을 대상으로 사내기업가 정신의 결정요인과 창업의도 및 혁신행동 간 관련성에 관한 실증 연구를 통해, 사내기업가 정신이 혁신행동에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 임정희(2018)는 호텔기업직원을 대상으로 기업가 정신이 혁신행동과 경영성과에 미치는 영향을 연구를 통해, 기업가 정신의 하위요소중 혁신성과 위험감수성을 제외한 진취성, 자율성 요인이 혁신행동에 긍정적 영향을 미친다는 것을 규명하였다. 한은수(2018)는 직장인대상으로 예술적 역량이 기업가 정신을 매개로 혁신행동에 미치는 영향을 연구하였다. 그 결과, 기업가 정신이 혁신행동에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 창업기업의 기업가가 혁신을 추구하고 위험요인을 감수하며, 진취적 행동을 통해 경쟁자의 기선을 제압하려는 의지는 창업기업 구성원들로 하여금 새로운 제품이나 서비스 및 프로세스, 기술, 구조, 관리시스템, 계획 등을 도입하도록 동기를 부여한다. 따라서 기업가 정신은 창업기업이 처한 불확실한 상황에서도 새로운 아이디어를 개발하고 이것을 실천하는 행동을 자극시킬 것으로 추측할 수 있다. 그러므로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

<가설 2> 기업가 정신은 혁신행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1. 혁신성은 혁신행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2. 위험감수성은 혁신행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-3. 진취성은 혁신행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3) 기업가 정신과 경영성과와의 관계

기업가 정신과 경영성과와의 관계에 대해서는 다양한 주장이 제기 되고 있다. 예를 들면 기업가 정신이 경영성과에 부정적인 영향을 미친다는 연구(Matsuno et al.,

2002; 김광명·박주식, 2016), 기업가 정신과 경영성과의 관계를 역U자 관계라고 설명하는 연구(Tang et al., 2008; Tang and Tang, 2012; Chen and Hsu, 2013; 윤현중, 2014), 기업가 정신이 수익성에는 간접적인 영향만을 준다고 주장하는 연구(Slater and Narver, 2000), 기업가 정신이 경영성과에 유의한 영향을 미친다는 연구(Wiklund, 1999; 정준이 외, 2007; 송동석, 2017; 노후환 외, 2018; 임정희, 2018)등이 있다. 하지만 기업가 정신이 사업성과에 유의한 영향을 미친다는 연구(Covin and Slevin, 1991; Smart and Conant, 1994)가 우세하다.

기업가 정신과 경영성과와의 선행연구를 살펴보면, Wiklund(1999)의 연구는 기업가 정신이 경영성과에 긍정적 영향을 미친다는 것을 제시하였다. 그리고 Wiklund and Shepherd(2011)는 기업의 경영성과 뿐만 아니라 조직 실패, 즉 생존에 미치는 효과를 분석하였으며, 그 결과, 기업가 정신과 경영성과간 정(+)의 관련성을 보였고, 기업가 정신과 기업 실패도 정(+)의 관련성이 있음을 증명하였다. 또한 손명해(2007)는 중국에 있는 의약 기업 사원을 대상으로 기업가 정신이 조직학습과 경영성과의 관계에 대한 연구에서, 기업가 정신이 조직학습을 매개효과로 경영성과에 정(+)의 영향을 미친다는 것을 규명하였다. 뿐만 아니라 Kuratko et al.(2005)의 연구에서도 기업가 정신은 경영성과와 정(+)의 관계가 나타났다.

정준이 외(2007)는 비영리조직과 파트너십을 가진 대기업을 대상으로 기업가 정신이 기업성과에 미치는 영향을 연구하여, 기업가 정신의 하위요소인 혁신성이 기업성과에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. 김선광(2014)은 금융서비스업관련 직장인을 대상으로 기업가 정신이 점진적 혁신과 경영성과에 미치는 영향을 연구하였고, 기업가 정신의 하위요소인 진취성을 제외한 혁신성, 위험감수성이 경영성과에 긍정적인 영향을 미친 것으로 나타났다. 김광명·박주식(2016)은 중소기업을 대상으로 기업가 정신과 시장지향성이 재무적·비재무적성과에 미치는 영향을 연구하여, 기업가 정신은 기업성과에 유의한 영향을 미치지 않는다고 하였다. 송동석(2017)은 중소기업 최고경영자를 대상으로 기업가 정신이 경영혁신역량활동을 매개로 경영성과에 미치는 영향을 연구하여, 기업가 정신이 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 노후환 외(2018)는 ICT중소기업을 대상으로 기업가 정신과 혁신역량이 기업성과에 미치는 영향을 연구하여, 기업가 정신이 기업성과에 긍정적인 영

향을 미친다는 것을 검증하였다. 임정희(2018)는 호텔기업을 대상으로 기업가 정신이 호텔직원들의 혁신행동과 경영성과에 미치는 영향을 연구하였고, 기업가 정신이 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 성필석(2019)은 제약회사 임직원을 대상으로 기업가 정신이 기술혁신역량을 매개로 기업성과에 미치는 영향을 연구하였고, 기업가 정신이 기업성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다.

이와 같이 기업가 정신은 경영성과에 긍정적인 행동을 유발할 수 있는 요인임을 알 수 있다. 창업기업의 수익성, 생존, 성장과 개선 등 조직 성공을 위해서는 무엇보다 창업기업의 기업가 정신이 전제되어야 할 것으로 사료된다. 그러므로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

<가설 3> 기업가 정신은 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3-1. 혁신성은 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3-2. 위험감수성은 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3-3. 진취성은 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

4) 혁신역량과 경영성과와의 관계

혁신역량은 기업들이 지속적인 변화관리 능력을 가지는 것으로 급격하게 변화하는 환경에서 기업이 생존할 수 있게 하는 핵심적인 요인이다(Cohen and Levinthal, 1990; Calantone et al., 2002; 김병수 외, 2010). 여러 연구에서는 혁신역량이 경영성과에 긍정적인 행동을 유발할 수 있는 요인으로 확인되었다. Schoonhoven et al.(1990)은 내부역량과 조직을 갖춘 혁신지향적인 기업일수록 기업 생존과 성과창출의 가능성이 높다고 주장하였다. 그리고 White and Bruton(2010)은 성과창출을 위해서는 우선적으로 기업내부 혁신역량에 대한 평가와 성공적 혁신전략수립의 필요성을 주장하였다.

한편, 혁신역량은 경영성과에 정(+)의 영향을 미침이 밝혀졌다. 김도관(2014)은 국내주물제조기업을 대상으로 TQM활동이 혁신역량을 매개로 경영성과에 영향을 미치는 연구를 통해, 혁신역량이 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검

증하였다. 이용건(2015)은 생산성인증기업을 대상으로 6시그마 성공요인이 혁신역량을 매개로 경영성과에 영향을 미치는 연구를 통해, 혁신역량이 기업성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 김홍철(2016)은 생산성인증기업을 대상으로 경영시스템 성숙도가 혁신역량을 매개로 기업성과에 영향을 미치는 연구를 통해, 혁신역량이 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 송동석(2017)은 중소기업 최고경영자를 대상으로 기업이 정신이 경영혁신역량활동을 매개로 경영성과에 미치는 영향을 분석하였고, 연구결과, 경영혁신역량의 하위요소인 전략계획역량과 기술사업화역량은 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 박지희(2017)는 중소기업을 대상으로 변혁적 리더십이 혁신역량을 매개로 경영성과에 미치는 영향을 연구하였다. 연구결과, 매개변수인 혁신역량이 경영성과에 긍정적인 영향을 미침을 검증하였다.

한편 혁신역량의 하위요인인 마케팅역량은 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것이 규명되었다. 이와 관련하여 손은호(2006)는 국내 호텔의 조직구성원을 대상으로 호텔기업의 핵심역량과 경쟁전략 간의 적합성이 경영성과에 미치는 연구를 통해, 마케팅관리능력이 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였고, 양현주(2012)는 국내 수출중소기업 조직구성원을 대상으로 국제기업가 정신, 핵심역량, 네트워크 활동 그리고 국제화성과 간의 관계에 대한 연구를 통해, 마케팅역량이 국제화 성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 규명하였다. 이용건(2015)은 생산성인증기업의 중간관리자이상 조직구성원을 대상으로 6시그마 성공요인이 혁신역량을 매개로 경영성과에 영향을 미치는 연구를 통해, 혁신역량의 하위요인인 마케팅역량이 기업성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 또한 김용호(2016)는 농업관련기업 조직구성원을 대상으로 산업환경과 마케팅역량이 경쟁전략과 경영성과에 영향을 미치는 연구를 통해, 마케팅역량이 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다.

혁신역량의 하위요인인 기술혁신역량 또한 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 밝혔다. 박우중(2014)은 대기업 상생 협력활동중인 중소기업 직원을 대상으로 기술혁신역량이 경영성과에 미치는 영향을 연구하였고, 기술혁신역량이 기업성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 성필석(2019)은 제약회사 임직원을 대상으로 기업이 정신이 기술혁신역량을 매개로 기업성과에 미치는 영향을 연구를 통

해, 기술혁신역량이 기업성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 규명하였다.

창업기업의 혁신역량은 지식 및 아이디어를 신제품, 프로세스, 시스템으로 계속 전환시켜주고, 시장 환경 변화에 탄력적으로 대응할 수 있게 한다. 나아가 이는 경영 성과를 향상시키는 역할을 할 것으로 여겨짐에 따라, 다음과 같은 가설을 설정하고자 한다.

<가설 4> 혁신역량은 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 4-1. 마케팅역량은 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 4-2. 기술혁신역량은 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

5) 혁신행동과 경영성과와의 관계

변화하는 환경에서 창업기업이 경영성과를 이루기 위해서는 혁신행동이 무엇보다 중요하다. 선행연구를 통해 혁신행동이 경영성과에 긍정적인 행동을 유발할 수 있는 요인임을 확인할 수 있다. Scott and Bruce(1994)는 혁신이 조직의 성과와 직결되기 위해서는 먼저 조직 구성원의 혁신행동이 아주 중요한 역할을 한다고 주장하였다. Drucker(2006)도 혁신활동은 소비자들의 가치 만족과 변화를 일으키는 수요측면의 성과를 가져온다고 하였다. 뿐만 아니라 그는 혁신활동이 동일한 자원을 투입해 보다 많은 양의 산출이 가능한 공급측면의 성과 등이 생길 수 있음을 주장하였다. Bukhari and Hilmi(2012)는 전략적인 혁신행동은 기업 성과를 향상시킨다고 주장하였다.

김명호(2009)는 프랜차이즈업체 경영자를 대상으로 경영자의 창의경영이 혁신행동을 매개로 기업성과에 미치는 영향을 연구하였고, 혁신행동이 기업성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 차영태(2016)는 메인비즈 기업을 대상으로 혁신활동과 경쟁우위 및 경영성과 간의 인과관계를 규명하였고, 혁신활동의 하위요소인 공정혁신은 경영성과에 정(+)의 영향을 미치고, 제품혁신은 경영성과에 부(-)의 영향을 미치며, 마케팅혁신, 조직혁신은 유의하지 않는 것으로 나타났다. 박기성(2017)은 공기업·출연기관 구성원을 대상으로 고용관계의 특성이 혁신행동 및 경영성과에 미치는 영향에 대한 연구를 통해, 혁신행동이 경영성과에

긍정적인 영향을 미친다는 것을 규명하였다. 서남숙(2017)은 조리사대상으로 창의성이 혁신행동과 혁신성가에 미치는 영향을 연구하였으며, 혁신행동이 혁신성가에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 김진권(2017)은 중소기업 임직원대상으로 생산 공정방식 유형에 따른 동적역량과 혁신활동이 경영성가에 미치는 영향을 연구하였으며, 혁신활동은 경영성가에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 이금심(2017)은 개인의 창의성과 조직 구성원들의 가치혁신문화가 혁신성가와 경영성가에 미치는 영향에서 혁신행동 및 지식공유의 매개효과를 연구하였고, 혁신행동이 혁신성가에 미치는 영향은 파악했지만, 경영성가에는 미치는 영향을 파악하지 못하였다. 임정희(2018)는 호텔기업을 대상으로 기업가 정신이 호텔직원들의 혁신행동과 경영성가에 미치는 영향을 연구하여, 혁신행동이 기업성가에 유의한 영향을 미침을 확인하였다. 일부 연구에서 혁신행동과 경영성가는 무의미한 관계가 있음을 주장하였지만, 두 변수간의 긍정적인 관계가 있다는 연구가 주류를 이루고 있음을 볼 때, 혁신행동은 경영성가에 정(+의 영향을 미칠 것으로 여겨진다. 즉, 새롭고 유용한 아이디어를 창출하여 프로세스를 도입하는 창업기업의 실천행위는 경영성가를 향상시켜 줄 것으로 예측할 수 있다. 그러므로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

<가설 5> 혁신행동은 경영성가에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

6) 혁신역량의 매개효과

혁신역량은 기업가 정신과 경영성과의 관계에서 매개효과가 유의하게 작용됨이 선행연구를 통해 규명되고 있다.

김장호·주기중(2015)은 대구 경북지역 중소기업 대상으로 기업가 정신이 혁신역량을 매개로 경쟁적 성과에 미치는 영향을 연구하였다. 그 결과, 혁신역량의 매개효과가 통계적으로 유의하게 나타났다. 박지희(2017)는 중소기업 임직원을 대상으로 변혁적 리더십이 혁신역량을 매개로 경영성가에 미치는 영향을 연구하였다. 연구결과, 독립변수인 변혁적 리더십과 종속변수인 경영성과 사이 혁신역량이 유의한 매개효과를 하는 것으로 나타났다.

혁신역량의 하위요인인 마케팅역량의 매개효과에 대해서는 많은 선행연구를 통해 밝혀지고 있다. 양현주(2012)는 국내 수출중소기업 조직구성원을 대상으로 국제기업가 정신, 핵심역량, 네트워크 활동 그리고 국제화성과 간의 관계에 관한 연구를 통해, 마케팅역량은 국제기업가 정신과 국제화성과와의 관계를 매개하는 것으로 검증하였다. 그리고 이용건(2015)은 생산성인증기업의 중간관리자이상 조직구성원을 대상으로 6시그마 성공요인이 혁신역량을 매개로 경영성과에 영향을 미치는 연구를 통해, 마케팅역량은 6시그마 성공요인과 경영성과 간의 관계를 매개한다는 것을 확인하였다. 이남민(2018)은 중소기업 수출기업 조직구성원을 대상으로 제조기업의 기업가 정신이 기술혁신역량과 마케팅혁신역량을 매개로 혁신성과에 미치는 영향을 연구하여, 기업가 정신은 마케팅혁신역량에 긍정적인 영향을 미친다는 것이 규명되었다.

한편 혁신역량의 하위요인인 기술혁신역량의 매개관련 선행연구를 살펴보면, 김홍철(2016)은 중소기업 직원을 대상으로 경영시스템 성숙도가 혁신역량을 매개로 기업 성과에 미치는 영향을 연구하였고, 기술혁신역량은 기업성과에는 부분매개 한다는 것을 검증하였고, 전인오(2016)은 중소기업 직원을 대상으로 기업가 정신이 기술혁신성과 마케팅역량을 매개로 경영성과에 미치는 영향을 연구하였다. 그는 기업가 정신과 경영성과와의 관계에서 기술혁신성의 매개효과가 통계적으로 유의하게 나타났다.

성필석(2019)은 중소기업을 대상으로 기업가 정신이 기술혁신역량을 매개로 기업 성과에 미치는 영향을 분석한 결과, 기술혁신역량의 매개효과가 통계적으로 유의하게 나타났다. 또한 최선희(2018)은 기업 임직원을 대상으로 중소기업의 경영자역량, 경영혁신, 기술혁신 및 경영성과의 구조적 관계에 관한 연구를 통해, 경영자역량과 경영성과와의 관계에서 기술혁신의 매개효과가 통계적으로 유의하게 나타났다.

이러한 측면에서 본 연구에서도 기업가 정신이 혁신역량을 매개로 경영성과에 영향을 미칠 것으로 예상하며 다음과 같이 가설을 설정하였다.

<가설 6> 기업가 정신은 혁신역량을 매개로 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 6-1. 혁신성은 마케팅역량을 매개로 경영성과에 정(+)²의 영향을 미칠 것이다.

가설 6-2. 혁신성은 기술혁신역량을 매개로 경영성과에 정(+)²의 영향을 미칠 것이다.

가설 6-3. 위험감수성은 마케팅역량을 매개로 경영성과에 정(+)²의 영향을 미칠 것이다.

가설 6-4. 위험감수성은 기술혁신역량을 매개로 경영성과에 정(+)²의 영향을 미칠 것이다.

가설 6-5. 진취성은 마케팅역량을 매개로 경영성과에 정(+)²의 영향을 미칠 것이다.

가설 6-6. 진취성은 기술혁신역량을 매개로 경영성과에 정(+)²의 영향을 미칠 것이다.

7) 혁신행동의 매개효과

혁신행동의 기업가 정신과 경영성과의 관계에서 매개효과에 관한 연구는 거의 이루어지지 않았다. 혁신행동을 매개한 선행연구를 살펴보면, 김명호(2009)는 프랜차이즈업체 경영자를 대상으로 경영자의 창의경영이 혁신행동을 매개로 기업성과에 미치는 영향을 연구하여, 혁신행동의 매개효과가 통계적으로 유의하지 않는 것으로 나타났다. 이금심(2017)은 개인의 창의성과 조직 구성원들의 가치혁신문화가 혁신성과와 경영성과에 미치는 영향에서 혁신행동 및 지식공유의 매개효과를 연구하였고, 혁신행동이 혁신성과에 미치는 영향은 파악했지만, 경영성과에 미치는 영향을 파악하지 못하였다.

한편, 선행연구를 통해 기업가 정신은 혁신행동에 정의 영향을 미침이 밝혀졌다. 방태연(2015)은 직장인을 대상으로 사내기업가 정신의 결정요인과 창업의도 및 혁신행동간의 실증 연구를 통해, 사내기업가 정신이 혁신행동에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 임정희(2018)는 호텔기업직원을 대상으로 기업가 정신이 혁신행동, 경영성과에 미치는 영향을 연구하였고, 기업가 정신의 하위요소중 위험감수성

을 제외한 혁신성과 진취성, 자율성 요인이 혁신행동의 하위요소인 아이디어 개발에 긍정적 영향을 미친다는 것을 규명하였다.

또한 선행연구를 통해 혁신행동과 경영성과간의 유의한 영향을 미침을 확인하였다. 김진권(2017)은 중소기업 임직원대상으로 생산 공정방식 유형에 따른 동적역량과 혁신활동이 경영성과에 미치는 영향을 연구하였으며, 그 결과, 혁신활동은 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 규명되었다. 임정희(2018)는 호텔기업을 대상으로 기업가 정신이 호텔직원들의 혁신행동과 경영성과에 미치는 영향을 연구를 통해, 혁신행동이 기업성과에 유의한 영향을 미침을 확인하였다.

이러한 측면에서 본 연구에서도 기업가 정신이 혁신행동을 매개로 경영성과에 영향을 미칠 것으로 예상하며 다음과 같이 가설을 설정하였다.

<가설 7> 기업가 정신은 혁신행동을 매개로 경영성과에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

가설 7-1. 혁신성은 혁신행동을 매개로 경영성과에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

가설 7-2. 위험감수성은 혁신행동을 매개로 경영성과에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

가설 7-3. 진취성은 혁신행동을 매개로 경영성과에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

3. 연구 방법

1) 변수의 조작적 정의 및 측정

선행연구를 바탕으로 각 변수들의 조작적인 정의를 <표 III-1>과 같이 정리하였다.

<표 III-1> 변수의 조작적 정의와 이론적 근거

구분	변수	변수정의	이론적 근거
기업가 정신		미래의 불확실성이 높은 위협에도 불구하고 경쟁자보다 먼저 시장 및 조직에서 혁신 기회를 탐색 및 포착하여 적극적으로 새로운 가치를 창출하려는 조직구성원의 성향	Burgelman(1983), Zahra and Covin(1995), 이민화·최선(2015)
	혁신성	기존의 틀을 벗어나, 새로운 아이디어의 시장지향적인 제품이나 서비스를 먼저 적용하고 활용하는 조직구성원의 성향	Miller(1983), Lassen et al.(2006), 강재학·하규수(2015)
	위험 감수성	결과의 불확실성이 높음에도 불구하고, 새로운 시장과 사업에 과감하게 진출 의사결정을 내리는 조직구성원의 성향	Miller(1983), Sexton and Bowman(1987), 김정곤(2017)
	진취성	신규 기회를 적극적으로 포착하기 위해 시장의 변화에 빠르게 대응하고 경쟁자보다 먼저 신제품 및 서비스를 개발 및 출시하여 시장을 주도하려는 조직구성원의 성향	Miller(1983), Lumpkin and Dess(1996), 김우중(2016)
혁신 역량		지속가능한 기업의 경영성과 창출을 위하여 새로운 아이디어, 프로세스, 제품, 지속적 학습, 지식의 변화, 창의력 등을 성공적으로 도입 및 적용시킬 수 있도록 기업 내·외부적 자원을 활용하는 조직구성원의 상대적인 경쟁능력	Lawson and Samson(2001), Assink(2006), Akman and Yilmaz(2008), Iddris(2016)
	마케팅 역량	기업이 고객목표를 달성하고 시장 친화적인 요구에 적용하기 위해 축적된 기술, 지식, 자원을 활용하여 경쟁우위를 가진 제품과 서비스를 창출하는 조직구성원의 상대적인 경쟁능력	Day(1994), Weerawardena(2003), Zou et al.(2003)
	기술혁신 역량	기업성과를 달성하기 위해 기존에 이용하지 않았던 신제품개발, 학습, 공정혁신, 원가개선, 서비스 혁신, 신시장 개척 등의 활동을 지원하고 수행하는 조직구성원의 상대적인 경쟁능력	안상훈(2013), 이희선(2018)
혁신 행동	조직구성원의 과업수행을 위한 문제의식을 바탕으로 새로운 아이디어를 창출하고, 도입하고, 활용하기 위해 노력하는 조직구성원의 자발적인 행동	West and Farr(1990), Janssen(2000), 김영호(2009), 이주원(2013)	
경영성과	조직구성원이 설정한 재무적, 비재무적 목표달성을 위한 경영활동의 실제적인 성과	Price(1997), Tanriverdi(2005), 차재희(2014)	

(1) 기업가 정신

기업가 정신은 미래의 불확실성이 높은 위험에도 불구하고 경쟁자보다 먼저 시장 및 조직에서 혁신 기회를 탐색 및 포착하여 적극적으로 새로운 가치를 창출하려는 조직구성원의 성향으로 정의하며, 혁신성, 위험감수성, 진취성으로 측정하였다.

본 연구는 Miller and Friesen(1983), Miller(1983), Covin and Slevin(1986, 1989, 1991), Lumpkin and Dess(1996), 김지연(2013) 등의 연구를 본 연구에 맞게 수정·보완하여 15개 항목을 개발하여 활용하였다. 모든 설문문항은 Likert 7점 척도(1점; 전혀 그렇지 않다, 7점; 매우 그렇다)를 이용하여 측정하였다.

첫째, 혁신성은 기존의 틀을 벗어나, 새로운 아이디어의 시장지향적인 제품이나 서비스를 먼저 적용하고 활용하는 조직구성원의 성향으로 정의한다. 현재 재직 중인 우리 회사는 ‘지난 3년간 제품과 서비스의 연구개발 분야에서 산업평균 이상의 투자를 하였다’, ‘지난 3년간 우리기업은 시장에 많은 신제품과 서비스를 출시하였다’, ‘새로운 프로세스를 적용하는데 유연하고 부문 내 서로 다른 노력을 통합한다’, ‘안정적이기보다는 혁신적이고 성장을 지향하는 편이다’, ‘독창적이고 혁신적인 아이디어를 수용하고 장려한다’의 총 5문항을 활용하여 측정하였다.

둘째, 위험감수성은 결과의 불확실성이 높음에도 불구하고, 새로운 시장과 사업에 과감하게 진출의 의사결정을 내리는 조직구성원의 성향으로 정의한다. 현재 재직 중인 우리 회사는 ‘리스크가 높더라도, 높은 수익을 올릴 수 있는 프로젝트를 추진하려는 성향을 갖고 있다’, ‘모험성이 높고 불확실한 상황에서도 새로운 사업분야에 적극 진출하고자 노력한다’, ‘목표와 성과를 달성하기 위해 다소 위험이 있더라도 광범위한 경영활동을 적극적으로 추진한다’, ‘기존 경영기조를 유지보다는 성장에 초점을 둔다’, ‘자원이 없더라도, 유망한 사업에 우선 초점을 둔다’의 총 5문항을 활용하여 측정하였다.

셋째, 진취성은 신규 기회를 적극적으로 포착하기 위해 시장의 변화에 빠르게 대응하고, 경쟁자보다 먼저 신제품 및 서비스를 개발 및 출시하여 시장을 주도하려는 조직구성원의 성향으로 정의한다. 현재 재직 중인 우리 회사는 ‘새로운 기회를 예측 활용하고 진취적인 행동을 권장한다’, ‘경쟁업체에 대한 대처과정에 우리기업은 신제품·서비스경영관리기법 및 운영기술 등을 가장 먼저 도입하는 업체로 인정받고 있다’, ‘새로운 시장을 개척하고 그 시장에서의 주도적 지위를 확보하기 위해 노력한

다’, ‘기회요인을 규명하는데 탁월한 진취적 능력을 가진다’, ‘경쟁기업과 공존공생하 기보다는 경쟁을 선호하고 능동적으로 대응한다’의 총 5문항을 활용하여 측정하였다.

(2) 혁신역량

혁신역량은 지속가능한 기업의 경영성과 창출을 위하여 새로운 아이디어, 프로세스, 제품, 지속적 학습, 지식의 변화, 창의력 등을 성공적으로 도입 및 적용시킬 수 있도록 기업 내·외부적 자원을 활용하는 조직구성원의 상대적인 경쟁능력으로 정의하며, 마케팅역량, 기술혁신역량으로 측정하였다. 본 연구는 Utterback & Abernathy(1975), Keizer et al.(2002), Birchall et al.(1996), Langerak et al.(2004), Hitt & Ireland(1986), Conanat et al.(1990), Grant(1991), Chandler and Hanks(1994), 이종덕(2016), 이남민(2018)의 연구에서 사용한 문항을 본 연구에 맞게 수정·보완하여 14개 항목을 개발하여 활용하였다. 모든 설문문항은 총 14문항을 7점 Likert 척도(1점; 전혀 그렇지 않다, 7점; 매우 그렇다)로 측정하였다.

첫째, 마케팅역량은 기업이 고객목표를 달성하고 시장 친화적인 요구에 적용하기 위해 축적된 기술과 지식, 자원을 활용하여 경쟁우위를 가진 제품과 서비스를 창출하는 조직구성원의 상대적인 경쟁능력으로 정의한다. 내가 재직 중인 우리 회사는 ‘고객의 요구에 충분한 대응 역량이 있다’, ‘고객의 욕구에 맞는 새로운 가치창출 역량이 있다’, ‘고객의 불만예방과 발생시 대응조치에 역량이 있다’, ‘경쟁업체의 정보 파악 및 분석 역량이 있다’, ‘경쟁업체 강점과 약점 파악에 대한 역량이 있다’, ‘경쟁사에 대한 시장 대응 역량이 있다’의 6개 항목으로 구성되었다.

둘째, 기술혁신역량은 기업의 성과를 달성하기 위해 기존에 이용하지 않았던 신제품개발, 학습, 공정혁신, 원가개선, 서비스 혁신, 신시장 개척 등의 활동을 지원하고 수행하는 조직구성원의 상대적인 경쟁능력으로 정의한다. 내가 재직 중인 우리 회사는 ‘연구개발 역량이 있다’, ‘시장개척 역량이 있다’, ‘새로운 기술에 대한 학습역량이 있다’, ‘고객요구에 대한 품질개선 역량이 있다’, ‘고객이 요구한 납기에 신속하게 대응할 수 있는 역량이 있다’, ‘원가 개선 역량이 있다’, ‘외부기관과의 협업 역량이 있다’, ‘구매업체들과 기술협력 역량이 있다’의 8개 항목으로 구성되었다.

(3) 혁신행동

혁신행동은 조직구성원의 과업수행을 위한 문제의식을 바탕으로 새로운 아이디어를 창출하고 도입하고, 활용하기 위해 노력하는 조직구성원의 자발적인 행동으로 정의한다.

본 연구는 Kanter(1988), Scott and Bruce(1994), Janssen(2000), 최인옥 외(2011), 김인권(2019)이 사용한 문항을 본 연구에 맞게 수정·보완하여 활용하였다. 내가 재직 중인 우리 회사는 ‘업무 수행에 늘 새로운 아이디어를 접목하려고 노력한다’, ‘혁신을 위하여 지속적으로 새로운 제안을 하려 노력한다’, ‘회사발전을 위하여 새로운 기술과 지식을 습득하려 노력한다’, ‘업무혁신을 위하여 구성원간의 활발한 의사소통을 하려 노력한다’, ‘사업목적 달성을 위하여 새로운 기회를 적극적으로 찾고 있다’의 총 5개 설문문항을 7점 Likert 척도(1점; 전혀 그렇지 않다, 7점; 매우 그렇다)로 측정하였다.

(4) 경영성과

경영성과는 조직구성원이 설정한 재무적, 비재무적 목표달성을 위한 경영활동의 실제적인 성과로 정의한다.

본 연구는 Venkatraman and Ramanujam(1986), Brentani(1989), Forsman and Temel(2011), 이용건(2015)이 사용한 문항을 본 연구에 맞게 수정·보완해 활용하였다. 내가 재직 중인 우리 회사는 경쟁사와 비교하여 ‘상대적으로 매출이 많은 편이다’, ‘상대적으로 영업 이익율이 높은 편이다’, ‘상대적으로 총자산수익률(ROA)이 높은 편이다’, ‘상대적으로 시장 점유율이 높은 편이다’, ‘상대적으로 제품에 대한 고객의 선호도가 높은 편이다’의 총 5개 설문문항으로 구성하고, Likert 7점 척도(1점; 전혀 그렇지 않다, 7점; 매우 그렇다)로 측정하였다.

2) 조사 설계

본 연구는 문헌연구를 통해 개발된 설문지를 활용하여 구성하였다. 설문조사대상은 「중소기업창업지원법」에 따른 창업 7년이 경과하지 않은 창업기업의 구성원을 대상으로 이루어졌다. 본 연구에서 조사대상을 7년이 경과하지 않은 창업기업으로 선정

한 이유는 창업기업의 5년차 생존율이 27.5%로, 창업기업의 생존은 우리나라를 비롯한 주요 선진국들의 주요관심사이기 때문이다. 자료의 수집은 2019년 3월 18일부터 4월 19일까지 설문 방법은 온라인 및 오프라인 방식을 통해 편의추출법에 의해 이루어졌다. 전체적으로 고른 분포의 표본을 확보하기 위해서 전국을 대상으로 이루어졌으며, 조사의 신뢰도를 높이기 위해 임원, 중간관리자로 한정하여, 실시하였다.

총 800부를 배포하고, 이중 600부를 회수하였다. 회수된 설문지 중 불성실한 응답과 기업현황 파악이 어려운 대리이하 직원이 작성한 설문 112부를 제외하고, 488부(56.1%)를 분석에 사용하였다.

3) 분석 방법

본 연구에서는 수집한 자료들을 사회과학 통계프로그램인 SPSS 24.0 For Windows와 구조방정식모델링 프로그램 AMOS 21.0을 활용해 분석하였다.

구체적인 분석 방법을 살펴보면, 다음과 같다.

첫째, 표본의 연령, 성별, 직급, 재직기간 등 인구통계 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 하였다.

둘째, 연구 모형의 분석도구에 대한 타당성과 신뢰성을 확보하기 위하여 신뢰도 분석(Reliability), 탐색 요인분석(EFA; Exploratory Factor Analysis)과 확인적 요인분석(CFA; Confirmatory Factor Analysis)을 실시하였다.

셋째, 주요 잠재요인간의 인과관계와 적합도 등 주요 관련지표들을 검토하기 위하여 구조방정식 모델링 분석(SEM; Structural equation modeling)을 실시하였다.

넷째, 잠재요인 간 영향관계에서 매개변수의 매개효과를 파악하기 위해 부트스트래핑을 활용하여 유의성 검증을 하였다.

4) 설문 구성

본 연구에 투입된 독립변수인 기업가 정신의 하위요소인 혁신성, 위험감수성,

진취성 등 3개의 범주로 구분되며, 매개변수는 혁신역량과 혁신행동으로 구성되고, 그리고 종속변수는 경영성으로 하였다. 모든 설문문항은 7점 리커트(1점; 전혀 그렇지 않다, 7점; 매우 그렇다)척도로 구성하였다.

조사된 설문의 전체적인 구성내용은 조사대상 변수를 포함해 총 39개 문항이며, 구체적인 설문 구성은 <표 III-2>과 같다

<표 III-2> 설문의 구성

구분	변수	선행연구	문항번호	측정 문항수
기업가 정신	혁신성	Miller and Friesen(1983),	I - 1~5	5
	위험감수성	Miller(1983), Covin and Slevin(1986, 1989, 1991), Lumpkin and	I - 6~10	5
	진취성	Dess(1996)	I - 11~15	5
혁신역량	마케팅역량	Hitt & Ireland(1986), Conant et al.(1990), Grant(1991), Chandler and Hanks(1994), 이종덕(2016), 이남민(2018)	II - 1~6	6
	기술혁신역량	Utterback & Abernathy(1975), Keizer et al.(2002), Birchall et al.(1996)	II - 7~14	8
	혁신행동	Kanter(1988), Scott and Bruce(1994), Janssen(2000), 최인옥 외(2011)	III - 1~5	5
	경영성과	Venkatraman and Ramanujam(1986), Brentani(1989), Forsman and Temel(2011), 이용건(2015)	IV - 1~5	5

IV. 실증 연구

1. 표본의 구성

본 연구를 위해 수집된 설문 응답자의 인구통계학적 특성은 아래 <표 IV-1>에 나타난 바와 같다.

분석결과, 성별은 전체 응답자 488명 가운데, 남자 348명(71.3%), 여자 140명(28.7%)으로 남자의 응답률이 높았고, 연령은 30대 156명(32.0%), 40대 175명(35.9%), 50대 157명(32.2%)으로 40대가 175명으로 가장 많이 나타났다.

응답자의 학력을 살펴보면, 대학교 졸업 309명(63.3%)으로 가장 높은 비중을 보였으며, 다음은 대학원졸 이상 81명(16.6%), 전문대졸 67명(13.7%), 고졸 31명(6.4%) 순으로 나타나, 대학교 졸업자가 제일 많은 것으로 분석되었다.

직급별로는 과장급이 246명(50.4%)으로 가장 많았고, 다음은 차부장급 188명(38.5%), 임원 이상 54명(11.1%) 순으로 분석되었다.

응답자의 회사 경력기간을 살펴보면, 15년 미만 128명(26.2%)으로 가장 많았고, 다음은 10년 미만 125명(25.6%), 5년 미만 106명(21.7%), 20년 미만 55명(11.3%), 20년 이상 74명(15.2%) 순으로 많은 것으로 분석되었다.

응답자의 회사 업력을 살펴보면, 6~7년 이하 297명(60.9%)으로 가장 많았고, 다음은 4년~5년 이하 103명(21.1%), 2년~3년 이하 44명(9.0%), 1년 이하 44명(9.0%) 순으로 분석되었다.

응답자의 업종을 살펴보면, 제조업이 151명(30.9%)으로 가장 높은 비중을 보였고, 다음은 서비스 114명(23.4%), IT 64명(13.1%), 유통 57명(11.7%) 순으로 나타났다.

응답자의 매출을 살펴보면, 50억 이상이 229명(46.9%)으로 가장 많았으며, 다음은 21억~50억 80명(16.4%), 11억~20억 66명(13.5%), 5억미만 61명(12.5%), 5억~10억 52명(10.7%) 순으로 분석되었다.

응답자의 소재지를 살펴보면, 서울경기 137명(28.1%)으로 가장 높은 비중임을 보였고, 대전충청 86명(17.6%), 대구경북 82명(16.8%), 광주전남북 82명(16.8%),

부산경남 81명(16.6%), 제주지역 20명(4.1%) 순으로 나타났다.

<표 IV-1> 표본의 구성

구분		빈도(N=488)	유효비율(%)	누적비율(%)
성별	남자	348	71.3	71.3
	여자	140	28.7	100.0
연령대	30대	156	32.0	32.0
	40대	175	35.9	67.9
	50대	157	32.2	100.0
최종학력	고졸	31	6.4	6.4
	전문대졸	67	13.7	20.1
	대졸	309	63.3	83.4
	대학원졸 이상	81	16.6	100.0
직급	과장급	246	50.4	50.4
	차부장급	188	38.5	88.9
	임원 이상	54	11.1	100.0
경력기간	5년 미만	106	21.7	21.7
	5~10년 미만	125	25.6	47.3
	10~15년 미만	128	26.2	73.5
	15~20년 미만	55	11.3	84.8
	20년 이상	74	15.2	100.0
업력	2년 미만	44	9.0	9.0
	2년~4년 미만	44	9.0	18.0
	4년~6년 미만	103	21.1	39.1
	6년~7년 미만	297	60.9	100.0
업종	유통	57	11.7	11.7
	제조	151	30.9	42.6
	서비스	114	23.4	66.0
	IT	64	13.1	79.1
	기타	102	20.9	100.0
매출액	5억 미만	61	12.5	12.5
	5억~10억	52	10.7	23.2
	11억~20억	66	13.5	36.7
	21억~50억	80	16.4	53.1
	50억 이상	229	46.9	100.0
소재지	서울경기	137	28.1	28.1
	대전충청	86	17.6	45.7
	부산경남	81	16.6	62.3
	대구경북	82	16.8	79.1
	광주전남북	82	16.8	95.9
	제주지역	20	4.1	100.0

2. 탐색적 요인분석

모든 측정변수의 구성요인 타당성을 검증하기 위해 주성분 분석(Principle component analysis)을 사용하여 탐색적 요인분석을 하였고 요인적재치의 단순화를 위해 직교회전방식(Varimax)를 채택하였다. 본 연구에서 문항 선택의 기준은 고유값(Eigen value)이 1.0 이상이고 요인적재치는 0.4 이상이다. 분석결과, KMO 값은 0.961로 0.7을 상회하였다. 구형성 검증에서도 귀무가설이 유의확률 0.000으로 기각되어, 전체 상관관계 행렬이 요인분석에 적합하다 할 수 있다. 아이겐값은 최소값이 2.664으로 기준치 1 이상으로 나타났고, 총 설명력이 83.46%로 60%를 상회하는 것으로 나타나 측정변수들의 타당도는 확보되었다. 이 과정에서, 혁신성중 ‘안정적이기 보다는 혁신적이고 성장을 지향하는 편이다’(.243), ‘독창적이고 혁신적인 아이디어를 수용하고 장려한다’(.227)의 2개 항목과 위험감수성중 ‘기존 경영기조를 유지보다는 성장에 초점을 둔다’(.113), ‘자원이 없더라도, 유망한 사업에 우선 초점을 둔다’(.045)의 2개 항목, 혁신역량 중 ‘연구개발 역량이 있다.’(.278) 등 총 5개의 적재치가 0.4 미만으로 제거 하였다.

탐색적 요인분석 결과를 다음 <표 IV-2>과 같이 요약된다.

<표 IV-2> 탐색적 요인분석 결과

측정문항	요인							공통성	비고
	마케팅 역량	혁신 행동	경영 성과	위험 감수성	진취성	기술혁 신역량	혁신성		
지난 3년간 제품, 서비스 연구개발 투자	.167	.191	.220	.294	.197	.157	.844	.863	
지난 3년간 신제품, 서비스 출시	.166	.188	.217	.286	.197	.160	.847	.851	
새로운 프로세스를 적용시 유연하고 노력	.263	.320	.202	.336	.349	.174	.467	.745	
리스크가 높더라도 고수익 프로젝트를 추진	.193	.188	.192	.819	.185	.137	.201	.780	
불확실상황에서 새로운 사업분야에 적극 진출 목표달성 위해 위험이 있더라도 광범위한 경영활동 추진	.103	.238	.173	.804	.189	.185	.243	.822	
	.171	.254	.200	.777	.261	.143	.215	.822	

측정문항	요인							공통성	비고
	마케팅 역량	혁신 행동	경영 성과	위험 감수성	진취성	기술협 신역량	혁신성		
새로운 기회예측 활용하고 진취적 행동 권장	.291	.272	.267	.255	.683	.277	.279	.807	
신제품·서비스경영관리 기법 등 가장 먼저 도입	.269	.297	.307	.380	.501	.116	.236	.803	
신규시장개척과 시장주도적 지위위해 노력	.291	.273	.268	.258	.682	.280	.280	.768	
기회요인을 규명에 탁월한 진취적 능력보유	.344	.350	.231	.222	.554	.148	.178	.808	
경쟁기업과 경쟁을 선호하고 능동적으로 대응	.264	.241	.259	.311	.655	.136	.144	.688	
구매자요구 대응역량 보유	.766	.296	.240	.068	.136	.175	.157	.766	
구매자 가치창출역량 보유	.689	.204	.254	.122	.183	.187	.216	.801	
A/S 대응 역량 보유	.791	.208	.191	.132	.184	.215	.094	.776	
경쟁업체의 정보 파악 및 분석 역량 보유	.646	.223	.294	.314	.256	.224	.121	.760	
경쟁업체 강·약점 파악에 대한 역량 보유	.602	.253	.352	.295	.304	.254	.074	.783	
경쟁업체 대응 역량 보유	.620	.257	.358	.248	.298	.261	.112	.804	
시장개척 역량 보유	.306	.310	.352	.282	.321	.451	.178	.718	
새로운기술 학습역량 보유	.357	.204	.296	.240	.313	.411	.254	.763	
고객요구 품질개선 역량 보유	.230	.336	.256	.140	.184	.503	.179	.786	
고객요구 납기 신속대응 역량 보유	.136	.199	.249	.106	.161	.584	.165	.768	
원가 개선 역량 보유	.322	.306	.301	.177	.232	.629	.112	.749	
외부기관 협업 역량 보유	.302	.202	.239	.262	.153	.588	.183	.774	
구매업체들과 기술협력 역량 보유	.366	.380	.293	.218	.177	.610	.201	.846	

측정문항	요인							공통성	비고
	마케팅 역량	혁신 행동	경영 성과	위험 감수성	진취성	기술혁 신역량	혁신성		
업무 수행시 새로운 아이디어 접목하려 노력	.299	.795	.223	.241	.217	.204	.196	.990	
혁신위해 지속적새로운 제안하려 노력	.303	.793	.222	.247	.216	.209	.197	.984	
회사발전위해 새로운 기술, 지식 습득하려 노력	.324	.647	.244	.236	.225	.347	.101	.992	
업무혁신 위해 구성원간 의사소통하려 노력	.299	.795	.214	.237	.219	.203	.193	.993	
사업목적 달성위해 새로운 기회 적극적으로 찾고있음	.337	.656	.246	.259	.226	.323	.104	.989	
상대적으로 매출 많은 편	.231	.091	.825	.121	.105	.140	.156	.802	
상대적으로 영업이익율 높은 편	.200	.219	.781	.140	.180	.154	.092	.779	
상대적으로 총자산수익률 (ROA)이 높은 편	.241	.222	.772	.194	.201	.128	.104	.806	
상대적으로 시장점유율 높은 편	.181	.155	.788	.199	.186	.212	.177	.829	
상대적으로 제품에 대한 고객의 선호도가 높은 편	.366	.306	.621	.144	.144	.275	.199	.762	
아이겐 값	5.409	4.998	4.828	3.869	3.340	3.268	2.664		
총설명력(%)	15.909	14.699	14.199	11.380	9.825	9.612	7.834		
KMO(.961), p(.000)									

3. 확인적 요인분석

1) 확인적 요인분석의 기준

확인적 요인분석은 이론적인 배경 하에서 설정된 변수와 도출한 측정문항을 미리 설정한 후 요인분석을 실시하는 경우를 말한다(김원표, 2008).

확인적 요인분석에서는 연구 모형의 적합도를 평가해야한다. 확인적 요인분석

뿐만 아니라 AMOS를 활용한 구조방정식 모형을 평가할 때에는 주로 3가지(절대 적합지수, 증분적합지수, 간명적합지수)의 적합도 평가지수를 활용한다(허준, 2014). 먼저 절대적합지수는 모형이 전반적으로 적합한가 부적합한가를 평가하는 지수로 전체적인 모형의 적합성을 파악하는데 있어 주로 활용된다. 이런 측면에서 절대적합지수는 구조방정식모형에 가장 기초적이고 우선적으로 파악되어야 하는 평가지수이다. 절대적합지수로 CMIN(x^2), GFI, AGFI, RMSEA가 있다. 증분적합지수는 모형과 실제 데이터와의 괴리가 있는지에 대한 여부를 파악하는 지표이다. 대표적으로 TLI, CFI, NFI, RFI, IFI와 같은 평가지표가 있다. 간명적합지수는 경로도형이 얼마나 복잡한지 고려해 만든 적합도의 지표이다. 복잡한 모형일수록 근사값이 의미가 없이 좋아지는 경우가 발생하는데 간명적합지수는 모형의 복잡성을 고려해 평가하는 지표이다. 주요한 평가지표는 AIC, AGFI, PNFI 등이 있다.

주요 모형적합도와 권장수준은 아래의 <표 IV-3>와 같다.

<표 IV-3> 모형적합도 기준값

유형	적합지수	권장수준
절대적합지수	x^2	
	GFI	0.9 이상
	AGFI	0.9 이상
	RMSEA	0.05 ~ 0.08
증분적합지수	NFI	0.9 이상
	NNFI(TLI)	0.9 이상
간명적합지수	CFI	0.9 이상
	CMIN/DF	3 이하

확인적 요인분석에서 모형적합도를 충족하게 되는 경우, 집중타당도 검증을 실시하여야 한다. 타당성은 주로 3가지로 개념타당성, 수렴타당성, 그리고 판별타당성으로 나눌 수 있다(Yanamandram, 2006). 개념타당성은 관측변수들이 적절한 개념과 정의를 바탕으로 만들어졌는지 확인하는 타당도로 표준화 계수의 값이 0.5 이상인 경우에 개념타당도를 확보했다 판단한다. 수렴타당성은 잠재변수를 구성하는 관측변수들의 설명력에 대해 확인하는 것이다. 수렴타당성은 개념신뢰

도 및 분산추출지수를 이용하는데, 개념신뢰도는 0.7 이상일 경우, 분산추출지수(AVE)는 0.5 이상 일 경우, 수렴타당성을 확보했다 판단한다. 판별타당성은 2개 이상 잠재변수 간에 상호 중복이나 유사성이 없는지 확인하는 타당성으로 수렴타당성의 분산추출지수 및 각 요인의 상관계수의 제곱값을 비교해 검증한다.

2) 확인적 요인분석의 결과

연구를 위하여 설정한 연구 모형에 대해 가설검정에 앞서 확인적 요인분석을 실시한 후에 모형적합도 확인을 한 결과, 아래의 <표 IV-4>이 나타났다. GFI(.929), AGFI(.891), NFI(.903), TLI(.918), CFI(.929), CMIN/DF(3.423)로 대부분이 기준치에 근사하거나 적합함에 따라, 본 연구를 위한 모형적합도는 부합하다고 판단하였다.

<표 IV-4> 확인적 요인분석 모형 적합도

유형	적합지수	연구 모형	권장수준	적합여부
절대적합지수	χ^2	1752.516		
	GFI	.929	0.9 이상	적합
	AGFI	.891	0.9 이상	근사
	RMSEA	.065	0.05 ~ 0.08	적합
증분적합지수	NFI	.903	0.9 이상	적합
	NNFI(TLI)	.918	0.9 이상	적합
간명적합지수	CFI	.929	0.9 이상	적합
	CMIN/DF	3.423	3 이하	적합

한편, 확인적 요인분석 결과를 토대로 연구개념의 개념타당성을 확인하였다. 이는 표준적재치의 값을 기준으로 0.5 이상이면 개념타당성을 확보했다고 할 수 있다(김원표, 2008). 독립변수인 혁신성의 경우, 최소값인 ‘새로운 프로세스를 적용하는데 유연하고 부문 내 서로 다른 노력을 통합한다’는 0.684, 최대값이 ‘지난 3년간 우리기업은 시장에 많은 신제품과 서비스를 출시하였다’는 0.996로 기준치를 상회하였다. 그리고 위험감수성은 최소(.899), 최대(.917) 모두 기준치를 상회하였다. 또한 진취성은 최소(.735), 최대(1.000) 모두 기준치를 충족하였다. 혁신역량, 혁신

행동, 경영성과 모두 기준치 이상 상회하여 개념타당성을 확보했다고 판단된다 (<표 IV-5> 참조).

본 연구의 연구개념 개념신뢰도는 모두 기준치 0.7을 상회하는 것으로 확인되었다. 그리고 평균분산추출(AVE) 또한 혁신성이 가장 낮은 0.518로써 기준치를 상회하는 것을 확인하였다. 이로써 본 연구의 모형에서 수렴타당성이 확보되었다고 판단된다(<표 IV-5> 참조).

한편, 신뢰도 분석은 Cronbach α 를 이용하여 분석한 결과, 신뢰도가 최소 0.912(혁신성)에서 최대 0.956(혁신행동)으로 모두 기준치를 충족함에 따라, 설문문항에 대한 신뢰도는 확보되었다(<표 IV-5> 참조).

<표 IV-5> 연구개념의 확인요인 분석

구분		Estimate	표준 적재 치	S.E.	T value	Cronb ach의 알파	개 념 신 뢰 도(CR)
혁신 성	→ 새로운 프로세스를 적용시 유연하고 노력	1	0.684			0.912	0.763
	→ 지난 3년간 신제품, 서비스 출시	1.512	0.995	0.073	20.637		
	→ 지난 3년간 제품, 서비스 연구개발 투자	1.519	0.996	0.073	20.686		
위험 감수 성	→ 목표달성 위해 위험이 있더라도 광범위한 경영활동 추진	1	0.917			0.922	0.850
	→ 불확실상황에서 새로운 사업분야에 적극 진출	1.03	0.899	0.033	31.255		
	→ 리스크가 높더라도 고수익 프로젝트를 추진	1.014	0.902	0.032	31.478		
진취 성	→ 신규시장개척과 시장주도적 지위위해 노력	1.405	1	0.059	23.873	0.940	0.880
	→ 신제품·서비스경영관리 기법 등 가장 먼저 도입	1.075	0.779	0.06	18.012		
	→ 새로운 기회예측 활용하고 진취적 행동 권장	1.395	0.998	0.059	23.828		
	→ 기회요인을 규명에 탁월한 진취적 능력보유	1.059	0.798	0.057	18.489		
	→ 경쟁기업과 경쟁을 선호하고 능동적으로 대응	1	0.735				

구분		Estimate	표준 적재 치	S.E.	T value	Cronb ach의 알파	개 념 신뢰 도(CR)
마 케 팅 역 량	→ 구매자요구 대응역량 보유	1	0.802			0.934	0.803
	→ 구매자 가치창출역량 보유	1.114	0.85	0.05	22.181		
	→ A/S 대응 역량 보유	1.053	0.809	0.051	20.667		
	→ 경쟁업체의 정보 파악 및 분석 역량 보유	1.163	0.886	0.049	23.607		
	→ 경쟁업체 강·약점 파악에 대한 역량 보유	1.207	0.905	0.05	24.364		
	→ 경쟁업체 대응 역량 보유	1.223	0.91	0.05	24.565		
기 술 신 역 량	→ 시장개척 역량 보유	1	0.831			0.914	0.897
	→ 새로운기술 학습역량 보유	1.075	0.865	0.044	24.334		
	→ 고객요구 품질개선 역량 보유	1.017	0.866	0.042	24.376		
	→ 고객요구 납기 신속대응 역량 보유	0.916	0.817	0.041	22.153		
	→ 원가 개선 역량 보유	0.947	0.83	0.042	22.721		
	→ 외부기관 협업 역량 보유	1.038	0.845	0.044	23.375		
	→ 구매업체들과 기술협력 역량 보유	1.084	0.901	0.042	26.118		
혁 신 행 동	→ 업무 수행시 새로운 아이디어 접목하려 노력	1.299	0.998	0.042	30.779	0.956	0.915
	→ 혁신위해 지속적새로운 제안하려 노력	1.3	0.998	0.042	30.8		
	→ 회사발전위해 새로운 기술, 지식 습득하려 노력	0.977	0.797	0.046	21.185		
	→ 업무혁신 위해 구성원간 의사소통하려 노력	1.291	0.992	0.042	30.421		
	→ 사업목적 달성위해 새로운 기회 적극적으로 찾جوم	1	0.814				
경 영 성 과	→ 상대적으로 총자산수익률 (ROA)이 높은 편	0.996	0.836	0.043	23.214	0.921	0.875
	→ 상대적으로 영업이익율 높은 편	1.026	0.836	0.044	23.192		
	→ 상대적으로 매출 많은 편	1.069	0.866	0.043	24.633		
	→ 상대적으로 시장점유율 높은 편	1.115	0.881	0.044	25.409		
	→ 상대적으로 제품에 대한 고객의 선호가 높은 편	1	0.847				

4. 연구 개념의 판별타당성 분석

판별타당성이란 서로 다른 잠재변수 간에 차이를 표시하는 정도를 의미한다.

판별타당성의 첫째, 조건은 (AVE값) > (상관계수)² 관계이다. 이것은 변수 간에 AVE 값이 상관계수(ρ) 제곱의 값보다 반드시 커야 한다는 것을 말한다. 판별타당성의 둘째, 조건은 (상관계수 $\pm 2 \times$ 표준오차) $\neq 1$ 관계이다. 이것은 상관계수(ρ)와 표준오차를 이용한다. 즉, 표준오차에 2를 곱한 값에다 상관계수에 더하거나 빼 범위에 1이 포함되지 않아야 한다는 것을 말한다(김원표, 2008). 이러한 기준을 통하여 판별타당성 검정을 한 결과, 추정구간에서 1이 포함되지 않았고 평균분산추출의 값이 각 상관계수 제곱의 값보다 모두 크게 나타났다. 그리고 부트스트래핑을 통하여 유의성을 확인해 본 결과, 전부 통계적으로 유의($p < .01$)한 것을 확인 할 수 있었다. 이에 따라, 본 연구 모형에 대한 변수 간 상관관계에 대하여 판별타당성을 확보했다고 판단하였으며, 다음 <표 IV-6>와 같이 참고하여 요약된다.

<표 IV-6> 연구 모형의 판별타당성 분석 결과

구분	평균	혁신성	위험 감수성	진취성	마케팅 역량	기술혁신 역량	혁신 행동	경영 성과
혁신성	3.96	(0.518)						
위험 감수성	3.90	0.48***	(0.655)					
진취성	4.09	0.46**	0.39***	(0.595)				
마케팅 역량	4.62	0.47**	0.38**	0.39**	(0.814)			
기술혁신 역량	4.57	0.34**	0.24**	0.19**	0.28**	(0.715)		
혁신행동	4.54	0.31**	0.46**	0.29***	0.43**	0.19**	(0.683)	
경영성과	4.47	0.34***	0.32***	0.14**	0.45***	0.19**	0.45***	(0.584)

주1) ()는 연구개념의 AVE 값임.

주2) **: $p < 0.01$, ***: $p < 0.001$

5. 가설 검증

1) 모형 적합도

본 연구에서 제안한 연구모형의 적합도와 가설 검증을 위해 경로분석을 실시하였다. 본연구의 가설검증을 위해 투입된 독립변수는 기업가 정신이며, 매개변수는 혁신역량, 혁신행동, 종속변수는 경영성으로 구성된다.

분석결과, <표 IV-7>와 같이 모형 적합도는 GFI=0.864, AGFI=0.846, RMSEA=0.076, NFI=0.897, NNFI=0.904, CFI=0.914 등으로 나타나, 모두 기준에 근사하거나 충족되는 것으로 나타났다.

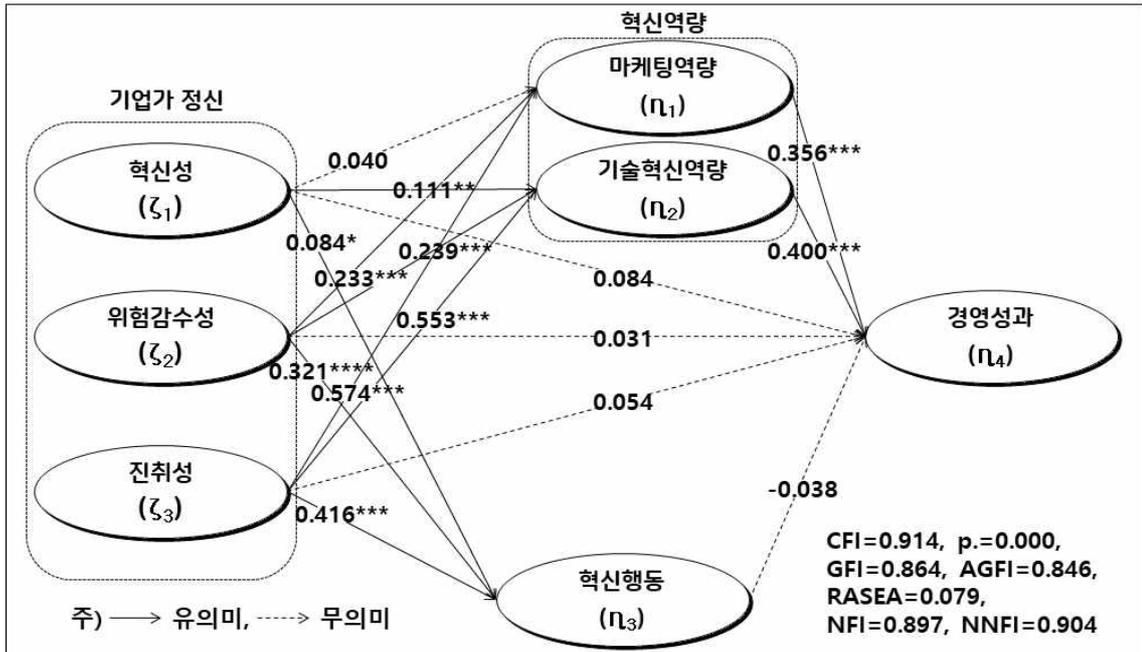
<표 IV-7> 모형 적합도

유형	적합지수	연구 모형	권장수준	적합여부
절대적합지수	χ^2	2758.119		
	GFI	.864	0.9 이상	근사
	AGFI	.846	0.9 이상	근사
	RMSEA	.076	0.05 ~ 0.08	적합
충분적합지수	NFI	.897	0.9 이상	적합
	NNFI(TLI)	.904	0.9 이상	적합
간명적합지수	CFI	.914	0.9 이상	적합
	CMIN/DF	4.479	3 이하	적합

2) 가설 검증

본 연구에서 투입된 변수들 간의 관계를 검증하기 위해 구조방정식 모형에 의한 분석결과는 <그림 IV-1>과 같이 도식화된다.

<그림 IV-1> 가설 검증 결과



주)*; p<0.05, **; p<0.01, ***; p<0.001

(1) 기업가 정신과 혁신역량과의 관계

창업기업의 기업가 정신의 하위요인인 혁신성이 창업기업의 혁신역량의 하위요인인 마케팅역량에 대한 정(+)의 영향을 검증한 결과는 <표 IV-8>과 같다. 분석 결과, 회귀계수는 0.038이고, 표준오차는 .040, CR=0.950 < t= [±1.96] 으로 유의(p>.05)하지 않음을 알 수 있다. 따라서 <가설 1-1> “혁신성은 마케팅역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”은 기각되어 마케팅역량에 직접적인 영향을 미치지 않는다고 할 수 있다. 이와 같은 결과는 오상환(2018)의 연구 결과와 맥락을 같이 한다.

창업기업의 기업가 정신의 하위요인인 혁신성이 창업기업의 혁신역량의 하위요인인 기술혁신역량에 대한 정(+)의 영향을 검증한 결과는 <표 IV-8>과 같다. 분석 결과, 회귀계수는 0.129이고, 표준오차는 .047, CR=2.758 > t= [±1.96] 으로 유의(p<.001)함을 알 수 있다. 따라서 <가설 1-2> “혁신성은 기술혁신역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”는 채택되어, 혁신성이 높아질수록 기술혁신역량에 직접적인 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 이와 같은 결과는 Shumpeter(1934), Lumpkin and Dess(1996), Dorf and Byers(2005), 김장호·주기중(2015), 최종열

(2015), 노후환 외(2018), 김종영(2017), 이남민(2018), 성필석(2019)등의 연구 결과와 일치한다. 창업기업의 기업가 정신의 하위요인인 혁신성과 창업기업의 혁신행동과의 관계에서, 창업기업 구성원들의 기술혁신역량이 발휘될 수 있도록 혁신성을 높여 기업가 정신을 고취시킬 수 있도록 해야 할 것이다.

창업기업의 기업가 정신의 하위요인인 위험감수성이 창업기업의 혁신역량의 하위요인인 마케팅역량에 대한 정(+)의 영향을 검증한 결과는 <표 IV-8>과 같다. 분석 결과, 회귀계수는 0.166이고, 표준오차는 .035, $CR=4.673 > t= [\pm 1.96]$ 으로 유의($p<.001$)함을 알 수 있다. 따라서 <가설 1-3> “위험감수성은 마케팅역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”는 채택되어, 위험감수성이 높아질수록 마케팅역량이 높아짐을 알 수 있다. 이와 같은 결과는 양현주(2012), 이남민(2018)등의 연구 결과와 일치한다. 창업기업 구성원들의 마케팅역량이 발휘될 수 있도록 위험감수성을 높여 기업가 정신을 고취시킬 수 있도록 해야 할 것이다.

창업기업의 기업가 정신의 하위요인인 위험감수성이 창업기업의 혁신역량의 하위요인인 기술혁신역량에 대한 정(+)의 영향을 검증한 결과는 <표 IV-8>과 같다. 분석 결과, 회귀계수는 0.212이고, 표준오차는 .041, $CR=5.180 > t= [\pm 1.96]$ 으로 유의($p<.001$)함을 알 수 있다. 따라서 <가설 1-4> “위험감수성은 기술혁신역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”는 채택되어, 위험감수성이 높아질수록 기술혁신역량에 직접적인 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 이와 같은 결과는 Shumpeter(1934), Lumpkin and Dess(1996), Dorf and Byers(2005), 김장호·주기중(2015), 최종열(2015), 노후환 외(2018), 김종영(2017), 이남민(2018), 성필석(2019) 등의 연구 결과와 일치한다. 창업기업 구성원들의 기술혁신역량이 발휘될 수 있도록 위험감수성을 높여 기업가 정신을 고취시킬 수 있도록 해야 할 것이다.

창업기업의 기업가 정신의 하위요인인 진취성이 창업기업의 혁신역량의 하위요인인 마케팅역량에 대한 정(+)의 영향을 검증한 결과는 <표 IV-8>과 같다. 분석 결과, 회귀계수는 0.524이고, 표준오차는 .051, $CR=10.376 > t= [\pm 1.96]$ 으로 유의($p<.001$)함을 알 수 있다. 따라서 <가설 1-5> “진취성은 마케팅역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”는 채택되어, 진취성이 높아질수록 마케팅역량에 직접적인 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 이와 같은 결과는 양현주(2012), 이남민(2018)등

의 연구 결과와 일치한다. 혁신역량에 미치는 영향의 크기는 진취성, 위험감수성, 혁신성 순으로 나타나, 창업기업 구성원들의 혁신역량이 발휘될 수 있도록 무엇보다 진취성에 초점을 두어 기업가 정신을 고취시킬 수 있도록 해야 할 것이다.

창업기업의 기업가 정신의 하위요인인 진취성이 창업기업의 혁신역량의 하위요인인 기술혁신역량에 대한 정(+)의 영향을 검증한 결과는 <표 IV-8>과 같다. 분석 결과, 회귀계수는 0.630이고, 표준오차는 .057, CR=11.144 > t= [±1.96] 으로 유의(p<.001)함을 알 수 있다. 따라서 <가설 1-6> “진취성은 기술혁신역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”는 채택되어, 진취성이 높아질수록 기술혁신역량에 직접적인 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 이와 같은 결과는 Shumpeter(1934), Lumpkin and Dess(1996), Dorf and Byers(2005), 김장호·주기중(2015), 최종열(2015), 노후환 외(2018), 김종영(2017), 이남민(2018), 성필석(2019)등의 연구 결과와 일치한다. 혁신역량에 미치는 영향의 크기는 진취성, 위험감수성, 혁신성 순으로 나타나, 창업기업 구성원들의 혁신역량의 하위요인인 마케팅역량과 기술혁신역량이 발휘될 수 있도록 무엇보다 진취성에 초점을 두어 기업가 정신을 고취시킬 수 있도록 해야 할 것이다.

<표 IV-8> 기업가 정신과 혁신역량과의 관계

가설	경로		비표준 화계수	표준화 계수	S.E.	C.R.	채택 여부	
H1-1	혁신성	→	마케팅역량	0.038	0.040	0.040	0.950	기각
H1-2		→	기술혁신역량	0.129	0.111	0.047	2.758**	채택
H1-3	위험 감수성	→	마케팅역량	0.166	0.233	0.035	4.673***	채택
H1-4		→	기술혁신역량	0.212	0.239	0.041	5.180***	채택
H1-5	진취성	→	마케팅역량	0.524	0.574	0.051	10.376***	채택
H1-6		→	기술혁신역량	0.630	0.553	0.057	11.144***	채택

주) *, p<0.05, **, p<0.01, ***, p<0.001

(2) 기업가 정신과 혁신행동과의 관계

창업기업의 기업가 정신의 하위요인인 혁신성이 창업기업의 혁신행동에 대한 정(+)의 영향을 검증한 결과는 <표 IV-9>과 같다. 분석 결과, 회귀계수는 0.090 이고, 표준오차는 .047, $CR=2.014 > t = [\pm 1.96]$ 으로 유의($p < .001$)함을 알 수 있다. 따라서 <가설 2-1> “혁신성은 혁신행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”는 채택되어, 혁신성이 높아질수록 혁신행동에 직접적인 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 이와 같은 결과는 방태연(2015), 임정희(2018), 한은수(2018) 등의 연구 결과와 일치한다. 창업기업의 구성원들에게 혁신행동을 동기부여하기 위해서는 혁신성에 초점을 두어 기업가 정신을 고취시킬 수 있도록 해야 할 것이다.

창업기업의 기업가 정신의 하위요인인 위험감수성이 창업기업의 혁신행동에 대한 정(+)의 영향을 검증한 결과는 <표 IV-9>과 같다. 분석 결과, 회귀계수는 0.261 이고, 표준오차는 .042, $CR=6.216 > t = [\pm 1.96]$ 으로 유의($p < .001$)함을 알 수 있다. 따라서 <가설 2-2> “위험감수성은 혁신행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”는 채택되어, 위험감수성이 높아질수록 혁신행동에 직접적인 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 이와 같은 결과는 방태연(2015), 임정희(2018), 한은수(2018) 등의 연구 결과와 일치한다. 창업기업의 구성원들에게 혁신행동을 동기부여하기 위해서는 위험감수성에 초점을 두어 기업가 정신을 고취시킬 수 있도록 해야 할 것이다.

창업기업의 기업가 정신의 하위요인인 진취성이 창업기업의 혁신행동에 대한 정(+)의 영향을 검증한 결과는 <표 IV-9>과 같다. 분석 결과, 회귀계수는 0.435 이고, 표준오차는 .054, $CR=8.044 > t = [\pm 1.96]$ 으로 유의($p < .001$)함을 알 수 있다. 따라서 <가설 2-3> “진취성은 혁신행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”는 채택되어, 진취성이 높아질수록 혁신행동에 직접적인 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 이와 같은 결과는 방태연(2015), 임정희(2018), 한은수(2018) 등의 연구 결과와 일치한다. 진취성, 위험감수성, 혁신성의 순으로 창업기업의 혁신행동에 많은 영향을 미쳐, 창업기업의 구성원들에게 혁신행동을 동기부여하기 위해서는 무엇보다 진취성에 초점을 두어 기업가 정신을 고취시킬 수 있도록 해야 할 것이다.

<표 IV-9> 기업가 정신과 혁신행동과의 관계

가설	경로		비표준 회계수	표준화 계수	S.E.	C.R.	채택 여부	
H2-1	혁신성	→	혁신행동	0.090	0.084	0.047	2.014*	채택
H2-2	위험감수성	→		0.261	0.321	0.042	6.216***	채택
H2-3	진취성	→		0.435	0.416	0.054	8.044***	채택

주) *: p<0.05, **: p<0.01, ***: p<0.001

(3) 기업가 정신과 경영성과와의 관계

창업기업의 기업가 정신의 하위요인인 혁신성이 창업기업의 경영성과에 대한 정(+)의 영향을 검증한 결과는 <표 IV-10>과 같다. 분석 결과, 회귀계수는 0.089 이고, 표준오차는 .047, CR=1.888 < t= [±1.96] 으로 유의(p>.05)하지 않음을 알 수 있다. 따라서 <가설 3-1> “혁신성은 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.” 은 기각되어, 혁신성은 경영성과에 직접적인 영향을 미치지 않는다고 할 수 있다. 이와 같은 결과는 Skyes(1986), Block(1989), Covin et al.,(1994), 김광명·박주식 (2016) 등의 연구 결과와 일치한다. 이는 창업기업의 기업가 정신의 하위요소인 혁신성과 경영성과는 직접적인 연관성이 없음을 시사한다. 이와 같이 기업가 정신이 경영성과에 영향을 미치지 않는다는 결과의 원인은 창업기업의 특성에서 찾을 수 있을 것이다. 본 연구의 조사대상인 7년 미만의 창업기업은 대체로 업력이 낮고 영세한 규모의 특징을 가진다. 창업기업은 사업초기 기업 경쟁력 강화 및 생존을 위해 연구개발 분야의 높은 투자와 많은 신제품을 출시하는 혁신적 기업활동을 하더라도 주요 경쟁기업은 자원이 풍부하고 시장 지위가 우월하며 인지도가 높아 기득권을 확보한 대기업일 확률이 높기 때문에, 창업기업은 상대적으로 경영성과가 높지 않을 것이다. 특히 본 연구의 주요 응답 업종인 제조업에서 생산되는 제품은 브랜드 파워나 유통지배력이 약하다. 따라서 창업기업이 상대적으로 강한 영업력과 유통력을 기반으로 한 대기업과 경쟁하기는 쉽지 않을 것이다. 그러므로 창업기업의 경영성과는 단순히 현식성만 의존하기보다는 전사적인 혁신역량이 전제되어야 한다.

창업기업의 기업가 정신의 하위요인인 위험감수성이 창업기업의 경영성과에 대한 정(+)의 영향을 검증한 결과는 <표 IV-10>과 같다. 분석 결과, 회귀계수는

0.025이고, 표준오차는 .046, $CR=0.534 < t= [\pm 1.96]$ 으로 유의($p>.05$)하지 않음을 알 수 있다. 따라서 <가설 3-2> “위험감수성은 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”은 기각되어, 위험감수성이 높을수록 경영성과에 직접적인 영향을 미치지 않는다고 할 수 있다. 이와 같은 결과는 Skyes(1986), Block(1989), Covin et al.,(1994), 김광명·박주식(2016) 등의 연구 결과와 일치한다. 이는 창업기업의 기업가 정신의 하위요소인 위험감수성과 경영성과는 직접적인 연관성이 없음을 시사한다. 이와 같이 기업가 정신이 경영성과에 영향을 미치지 않는다는 결과의 원인은 창업기업의 특성에서 찾을 수 있을 것이다. 본 연구의 조사대상인 7년 미만의 창업기업은 대체로 업력이 낮고 영세한 규모의 특징을 가진다. 창업기업은 사업초기 기업 경쟁력 강화 및 생존을 위해 리스크가 높은 고수익 프로젝트를 추진하거나, 부족한 자원에도 유망한 사업에 우선 초점을 맞추는 위험 감수적인 기업활동을 하더라도 주요 경쟁기업은 자원이 풍부하고 시장 지위가 우월하며 인지도가 높아 기득권을 확보한 대기업일 확률이 높기 때문에, 창업기업은 상대적으로 경영성과가 높지 않을 것이다. 특히 본 연구의 주요 응답 업종인 제조업에서 생산되는 제품은 브랜드 파워나 유통지배력이 약하다. 따라서 창업기업이 상대적으로 강한 영업력과 유통력을 기반으로 한 대기업과 경쟁하기는 쉽지 않을 것이다. 그러므로 창업기업의 경영성과는 단순히 위험감수성 의존하기보다는 전사적인 혁신역량이 전제되어야 한다.

창업기업의 기업가 정신의 하위요인인 진취성이 창업기업의 경영성과에 대한 정(+)의 영향을 검증한 결과는 <표 IV-10>과 같다. 분석 결과, 회귀계수는 0.056이고, 표준오차는 .069, $CR=0.806 < t= [\pm 1.96]$ 으로 유의($p>.05$)하지 않음을 알 수 있다. 따라서 <가설 3-3> “진취성은 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”은 기각되어, 진취성은 경영성과에 직접적인 영향을 미치지 않는다고 할 수 있다. 이와 같은 결과는 Skyes(1986), Block(1989), Covin et al.,(1994), 김광명·박주식(2016) 등의 연구 결과와 일치한다. 이는 창업기업의 기업가 정신의 하위요소인 진취성과 경영성과는 직접적인 연관성이 없음을 시사한다. 이는 창업기업의 기업가 정신의 하위요소인 진취성과 경영성과는 직접적인 연관성이 없음을 시사한다. 이와 같이 기업가 정신이 경영성과에 영향을 미치지 않는다는 결과의 원인은 창업기업의 특성에서 찾을 수 있을 것이다. 본 연구의 조사대상인 7년 미만의 창업기업은 대체로 업력이 낮고 영세한 규모의 특징을 가진다. 창업기업은 사업초기 기업 경쟁력 강

화 및 생존을 위해 새로운 기회를 예측하여 신제품·서비스경영관리기법 및 운영기술 등을 가장 먼저 도입하고 새로운 시장을 개척하고 그 시장에서의 주도적 지위를 확보하기 위해 노력하더라도, 주요 경쟁기업은 자원이 풍부하고 시장 지위가 우월하며 인지도가 높아 기득권을 확보한 대기업일 확률이 높기 때문에, 창업기업은 상대적으로 경영성과가 높지 않을 것이다. 특히 본 연구의 주요 응답 업종인 제조업에서 생산되는 제품은 브랜드 파워나 유통지배력이 약하다. 따라서 창업기업이 상대적으로 강한 영업력과 유통력을 기반으로 한 대기업과 경쟁하기는 쉽지 않을 것이다. 그러므로 창업기업의 경영성과는 단순히 진취성에 의존하기보다는 전사적인 혁신역량이 전제되어야 한다.

<표 IV-10> 기업가 정신과 경영성과의 관계

가설	경로		비표준 화계수	표준화 계수	S.E.	C.R.	채택 여부
H3-1	혁신성	→	0.089	0.084	0.047	1.888	기각
H3-2	위험감수성	→	0.025	0.031	0.046	0.534	기각
H3-3	진취성	→	0.056	0.054	0.069	0.806	기각

(4) 혁신역량과 경영성과와의 관계

창업기업 혁신역량의 하위요인인 마케팅역량이 창업기업의 경영성과에 대한 정(+)의 영향을 검증한 결과는 <표 IV-11>과 같다. 분석 결과, 회귀계수는 0.402 이고, 표준오차는 .063, CR=6.401 > t = [±1.96] 으로 유의(p<.001)함을 알 수 있다. 따라서 <가설 4-1> “마케팅역량은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.”는 채택되어, 마케팅역량은 경영성과에 직접적인 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 이와 같은 결과는 Day(1999), Fahy et al.(2000), 손은호(2006), 양현주(2012), 이용건(2015), 김용호(2016) 등의 연구 결과와 일치한다. 따라서 창업기업의 경영성과를 향상하기 위해서는 무엇보다 구성원들의 마케팅역량이 강화되어야 함을 시사한다.

창업기업 혁신역량의 하위요인인 기술혁신역량이 창업기업의 경영성과에 대한 정(+)의 영향을 검증한 결과는 <표 IV-11>과 같다. 분석 결과, 회귀계수는

0.362이고, 표준오차는 .055, $CR=6.630 > t = [\pm 1.96]$ 으로 유의($p < 0.001$)함을 알 수 있다. 따라서 <가설 4-2> “기술혁신역량은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.”는 채택되어, 기술혁신역량은 경영성과에 직접적인 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 이와 같은 결과는 Schoonhoven et al.(1990), White and Bruton(2010), 박우중(2014), 성필석(2019) 등의 연구 결과와 일치한다. 따라서 창업기업의 경영성과를 향상하기 위해서는 무엇보다 구성원들의 기술혁신역량이 강화되어야 함을 시사한다.

<표 IV-11> 혁신역량과 경영성과의 관계

가설	경로		비표준 화계수	표준화 계수	S.E.	C.R.	채택 여부
H4-1	마케팅역량	→	0.402	0.356	0.063	6.401***	채택
		경영성과					
H4-2	기술혁신역량	→	0.362	0.400	0.055	6.630***	채택

주) ***; $p < 0.001$

(5) 혁신행동과 경영성과의 관계

창업기업의 혁신행동이 창업기업의 경영성과에 대한 정(+)의 영향을 검증한 결과는 <표 IV-12>과 같다. 분석 결과, 회귀계수는 -0.037이고, 표준오차는 .046, $CR=-0.809 < t = [\pm 1.96]$ 으로 유의($p > .05$)하지 않음을 알 수 있다. 따라서 <가설 5> “혁신행동은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.”은 기각되어, 혁신행동은 경영성과에 직접적인 영향을 미치지 않는다고 할 수 있다. 이와 같은 결과는 이금심(2017)의 연구 결과와 일치하며, 임정희(2018), 차영태(2016) 등의 연구결과와는 일부 일치한다. 이와 같이 창업기업의 기업가 정신이 경영성과에 영향을 미치지 않는다는 결과의 원인은 기업정신이 경영성과에 영향을 미치지 않는다는 결과의 원인과 유사하다고 할 수 있다. 즉, 상대적으로 자본과 시장지위가 낮은 창업기업이 대기업과의 경쟁시장에서 성과를 내기란 쉽지 않기 때문이다. 혁신행동의 성과를 창출하기 위해서는 무엇보다 소비자 지향적이며, 차별화된 제품을 출시하고 기업에 역량에 맞는 경영전략을 수립할 수 있는 기업역량과 혁신역량이 선행되어야 한다.

<표 IV-12> 혁신행동과 경영성과의 관계

가설	경로		비표준 회계수	표준화 계수	S.E.	C.R.	채택 여부	
H5	혁신행동	→	경영성과	-0.037	-0.038	0.046	-0.809	기각

(6) 혁신역량의 매개효과

창업기업의 기업가 정신의 하위요인인 혁신성이 혁신역량의 하위요인인 마케팅역량을 매개로 창업기업의 경영성과에 대한 정(+)의 영향을 검증한 결과는 <표 IV-13>과 같다. 분석 결과, 혁신성이 마케팅역량에 영향을 미치는 회귀계수는 0.038이고, 표준오차는 .040, CR=0.950 < t= [±1.96] 으로 유의(p>.05)하지 않음을 알 수 있다. 그리고 마케팅역량이 경영성과에 영향을 미치는 회귀계수는 0.402이고, 표준오차는 .063, CR=6.401 > t= [±1.96] 으로 유의(p<.001)함을 알 수 있다. 따라서 <가설 6-1> “혁신성은 마케팅역량을 매개로 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”은 기각되었다. 혁신성이 높아진다고 하더라도 마케팅역량이 바로 향상되지 않고 이로 인해서 경영성과에 연결이 되지 않음을 의미한다. 이와 같은 결과는 이남민(2018)의 연구 결과를 부분적으로 지지하는 결과이다. 이러한 이유는 창업초기의 기업들은 시장에 혁신적인 제품을 출시하여 경쟁력을 갖고 하지만 제품의 경쟁력 이외의 영업경쟁력, 마케팅 경쟁력, 원가 경쟁력을 확보하는 것이 쉽지 않기 때문에, 시장 경쟁역량에 직접적인 영향을 미치지 않는다고 이해할 수 있을 것이다.

창업기업의 기업가 정신의 하위요인인 혁신성이 혁신역량의 하위요인인 기술혁신역량을 매개로 창업기업의 경영성과에 대한 정(+)의 영향을 검증한 결과는 <표 IV-13>과 같다. 분석 결과, 혁신성이 기술혁신역량에 영향을 미치는 회귀계수는 0.129이고, 표준오차는 .047, CR=2.758 > t= [±1.96] 으로 유의(p<.001)함을 알 수 있다. 그리고 기술혁신역량이 경영성과에 영향을 미치는 회귀계수는 0.362이고, 표준오차는 .055, CR=6.630 > t= [±1.96] 으로 유의(p<.001)함을 알 수 있다. 따라서 <가설 6-2> “혁신성은 기술혁신역량을 매개로 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”은 채택되었다. 이는 혁신성이 높아질수록 기술혁신역량이 높아지고, 이는 곧 경영성과로 이어진다는 것을 의미하는 것이다. 이와 같은 결과는

정인오(2016), 최선희(2018), 성필석(2019)의 연구 결과와 일치한다. 즉 기술혁신역량이 높은 기업일수록 기업의 경쟁력을 높이는 새로운 기술과 시스템을 기반으로 경쟁기업이 모방하기 어려운 경쟁우위를 가질 가능성이 높아진다는 것을 의미한다. 그러나 이런 연구 결과가 현실경영에서 실질적인 경영성파로 이어지게 하기 위해서는 조직내의 기업가 정신의 하위요소인 혁신성이 뒷받침 되어야 한다.

창업기업의 기업가 정신의 하위요인인 위험감수성이 혁신역량의 하위요소인 마케팅역량을 매개로 창업기업의 경영성파에 대한 정(+)의 영향을 검증한 결과는 <표 IV-13>과 같다. 분석 결과, 위험감수성이 마케팅역량에 영향을 미치는 회귀계수는 0.166이고, 표준오차는 .035, $CR=4.673 > t= [\pm 1.96]$ 으로 유의($p<.001$)하게 나타났다. 그리고 마케팅역량이 경영성파에 영향을 미치는 회귀계수는 0.402이고, 표준오차는 .063, $CR=6.401 > t= [\pm 1.96]$ 으로 유의($p<.001$)하게 나타났다. 따라서 <가설 6-3> “위험감수성은 마케팅역량을 매개로 경영성파에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”은 채택되었다. 즉, 위험감수성이 높아질수록 마케팅역량이 높아지고, 이는 곧 경영성파로 이어진다는 것을 의미하는 것이다. 이와 같은 결과는 양현주(2012), 이용건(2015)의 연구 결과와 일치한다. 본 연구의 가설검증 결과, 기업가 정신의 하위요소인 위험감수성은 마케팅역량을 매개로 창업기업의 경영성파에 영향을 미치는 중요 변수임이 입증되었다. 마케팅역량이 높은 기업일수록 기업의 경쟁력을 높이는 새로운 기술과 시스템을 기반으로 경쟁기업이 모방하기 어려운 경쟁우위를 가질 가능성이 높아진다. 그러나 이런 연구 결과가 현실경영에서 실질적인 경영성파로 이어지게 하기 위해서는 조직내의 기업가 정신의 하위요소인 위험감수성이 뒷받침 되어야 한다.

창업기업의 기업가 정신의 하위요인인 위험감수성이 혁신역량의 하위요인인 기술혁신역량을 매개로 창업기업의 경영성파에 대한 정(+)의 영향을 검증한 결과는 <표 IV-13>과 같다. 분석 결과, 진취성이 기술혁신역량에 영향을 미치는 회귀계수는 0.212이고, 표준오차는 .041, $CR=5.180 > t= [\pm 1.96]$ 으로 유의($p<.001$)하게 나타났다. 그리고 기술혁신역량이 경영성파에 영향을 미치는 회귀계수는 0.362이고, 표준오차는 .055, $CR=6.630 > t= [\pm 1.96]$ 으로 유의($p<.001$)하게 나타났다. 따라서 <가설 6-4> “위험감수성은 기술혁신역량을 매개로 경영성파에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”은 채택되었다. 이와 같은 결과는 위험감수성이 높아질수록 기술혁

혁신역량이 높아지고, 이는 곧 경영성파로 이어진다는 것을 의미하는 것이다. 이와 같은 결과는 정인오(2016), 최선희(2018), 성필석(2019)의 연구 결과와 일치한다. 기술혁신역량이 높은 기업일수록 기업의 경쟁력을 높이는 새로운 기술과 시스템을 기반으로 경쟁기업이 모방하기 어려운 경쟁우위를 가질 가능성이 높아진다. 그러나 이런 연구 결과가 현실경영에서 실질적인 경영성파로 이어지게 하기 위해서는 조직내의 기업가 정신의 하위요소인 위험감수성이 뒷받침 되어야 한다.

창업기업의 기업가 정신의 하위요인인 진취성이 혁신역량의 하위요소인 마케팅역량을 매개로 창업기업의 경영성파에 대한 정(+)의 영향을 검증한 결과는 <표 IV-13>과 같다. 분석 결과, 진취성이 마케팅역량에 영향을 미치는 회귀계수는 0.524이고, 표준오차는 .051, $CR=10.376 > t = [\pm 1.96]$ 으로 유의($p < .001$)하게 나타났다. 그리고 마케팅역량이 경영성파에 영향을 미치는 회귀계수는 0.402이고, 표준오차는 .063, $CR=6.401 > t = [\pm 1.96]$ 으로 유의($p < .001$)하게 나타났다. 따라서 <가설 6-5> “진취성은 마케팅역량을 매개로 경영성파에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”은 채택되었다. 이는 진취성이 높아질수록 마케팅역량이 높아지고, 이는 곧 경영성파로 이어진다는 것을 의미하는 것이다. 이와 같은 결과는 양현주(2012), 이용건(2015)의 연구 결과와 일치한다. 마케팅역량이 높은 기업일수록 기업의 경쟁력을 높이는 새로운 기술과 시스템을 기반으로 경쟁기업이 모방하기 어려운 경쟁우위를 가질 가능성이 높아진다. 그러나 이런 연구 결과가 현실경영에서 실질적인 경영성파로 이어지게 하기 위해서는 조직내의 기업가 정신의 하위요소인 진취성이 뒷받침 되어야 한다.

창업기업의 기업가 정신의 하위요인인 진취성이 혁신역량의 하위요인인 기술혁신역량을 매개로 창업기업의 경영성파에 대한 정(+)의 영향을 검증한 결과는 <표 IV-13>과 같다. 분석 결과, 진취성이 기술혁신역량에 영향을 미치는 회귀계수는 0.630이고, 표준오차는 .057, $CR=11.144 > t = [\pm 1.96]$ 으로 유의($p < .001$)하게 나타났다. 그리고 기술혁신역량이 경영성파에 영향을 미치는 회귀계수는 0.362이고, 표준오차는 .055, $CR=6.630 > t = [\pm 1.96]$ 으로 유의($p < .001$)하게 나타났다. 따라서 <가설 6-6> “진취성은 기술혁신역량을 매개로 경영성파에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.”은 채택되었다. 이는 진취성이 높아질수록 기술혁신역량이 높아지고, 이는 곧 경영성파로 이어진다는 것을 의미하는 것이다. 이와 같은 결과는 정인오(2016),

최선희(2018), 성필석(2019)의 연구 결과와 일치한다. 기술혁신역량이 높은 기업일수록 기업의 경쟁력을 높이는 새로운 기술과 시스템을 기반으로 경쟁기업이 모방하기 어려운 경쟁우위를 가질 가능성이 높아진다. 그러나 이런 연구 결과가 현실경영에서 실질적인 경영성으로 이어지게 하기 위해서는 조직내의 기업가 정신의 하위요소인 진취성이 뒷받침 되어야 한다.

<표 IV-13> 혁신역량의 매개효과

가설	경로			비표준 화계수	표준화 계수	S.E.	C.R.	채택 여부
H6-1	혁신성	→	마케팅역량	0.038	0.040	0.040	0.950	기각
	마케팅역량	→	경영성과	0.402	0.356	0.063	6.401***	
H6-2	혁신성	→	기술혁신역량	0.129	0.111	0.047	2.758**	채택
	기술혁신역량	→	경영성과	0.362	0.400	0.055	6.630***	
H6-3	위험감수성	→	마케팅역량	0.166	0.233	0.035	4.673***	채택
	마케팅역량	→	경영성과	0.402	0.356	0.063	6.401***	
H6-4	위험감수성	→	기술혁신역량	0.212	0.239	0.041	5.180***	채택
	기술혁신역량	→	경영성과	0.362	0.400	0.055	6.630***	
H6-5	진취성	→	마케팅역량	0.524	0.574	0.051	10.376***	채택
	마케팅역량	→	경영성과	0.402	0.356	0.063	6.401***	
H6-6	진취성	→	기술혁신역량	0.630	0.553	0.057	11.144***	채택
	기술혁신역량	→	경영성과	0.362	0.400	0.055	6.630***	

주) **: p<0.01, ***: p<0.001

(7) 혁신행동의 매개효과

창업기업의 기업가 정신의 하위요인인 혁신성이 혁신행동을 매개로 창업기업의 경영성과에 대한 정(+)의 영향을 검증한 결과는 <표 IV-14>과 같다. 분석 결과, 혁신성이 혁신행동에 영향을 미치는 회귀계수는 0.090이고, 표준오차는 .047,

CR=2.014 > t= [±1.96] 으로 유의(p<.001)하게 나타났다. 그리고 혁신행동이 경영성과에 영향을 미치는 회귀계수는 -0.037이고, 표준오차는 .046, CR=-0.809 < t= [±1.96] 으로 유의(p>.05)하지 않음을 알 수 있다. 따라서 <가설 7-1> “혁신성은 혁신행동을 매개로 경영성과에 정(+의 영향을 미칠 것이다.”는 기각되었다.” 이는 혁신성이 높아질수록 혁신행동이 높아지지만, 경영성과로는 이어지지 않는다는 것을 의미하는 것이다. 이와 같은 결과는 이금심(2017)의 연구 결과와 일치한다. 본 연구는 기업의 경영성과를 높이기 위해서는 혁신행동만으로는 한계가 있음을 알 수 있다. 혁신적인 행동은 제품과 프로세스의 단순한 도입과 적용을 넘어 혁신 목표를 달성하기 위한 체계적인 기업의 내부역량 즉 혁신역량과 조직내의 기업가 정신의 하위요소인 혁신성이 뒷받침되어야 한다는 것을 시사한다.

한편, 창업기업의 기업가 정신의 하위요인인 위험감수성이 혁신행동을 매개로 창업기업의 경영성과에 대한 정(+의 영향을 검증한 결과는 <표 IV-14>과 같다. 분석 결과, 위험감수성이 혁신행동에 영향을 미치는 회귀계수는 0.261이고, 표준오차는 .042, CR=6.216 > t= [±1.96] 으로 유의(p<.001)하게 나타났다. 그리고 혁신행동이 경영성과에 영향을 미치는 회귀계수는 -0.037이고, 표준오차는 .046, CR=-0.809 < t= [±1.96] 으로 유의(p>.05)하지 않음을 알 수 있다. 따라서 <가설 7-2> “위험감수성은 혁신행동을 매개로 경영성과에 정(+의 영향을 미칠 것이다.”는 기각되었다. 이는 위험감수성이 높아질수록 혁신행동이 높아지지만, 경영성과로는 이어지지 않는다는 것을 의미하는 것이다. 이와 같은 결과는 이금심(2017)의 연구 결과와 일치한다. 본 연구는 기업의 경영성과를 높이기 위해서는 혁신행동만으로는 한계가 있음을 알 수 있다. 혁신적인 행동은 제품과 프로세스의 단순한 도입과 적용을 넘어 혁신 목표를 달성하기 위한 체계적인 기업의 내부역량 즉 혁신역량과 조직내의 기업가 정신의 하위요소인 위험감수성이 뒷받침되어야 한다는 것을 시사한다.

창업기업의 기업가 정신의 하위요인인 진취성이 혁신행동을 매개로 창업기업의 경영성과에 대한 정(+의 영향을 검증한 결과는 <표 IV-14>과 같다. 분석 결과, 진취성이 혁신행동에 영향을 미치는 회귀계수는 0.435이고, 표준오차는 .054, CR=8.044 > t= [±1.96] 으로 유의(p<.001)하게 나타났다. 그리고 혁신행동이 경영성과에 영향을 미치는 회귀계수는 -0.037이고, 표준오차는 .046, CR=-0.809 <

t= [±1.96] 으로 유의(p>.05)하지 않음을 알 수 있다. 따라서 <가설 7-3> “진취성은 혁신행동을 매개로 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다”는 기각되었다. 이는 진취성이 높아질수록 혁신행동이 높아지지만, 경영성과로는 이어지지 않는다는 것을 의미하는 것이다. 이와 같은 결과는 이금심(2017)의 연구 결과와 일치한다. 본 연구는 기업의 경영성과를 높이기 위해서는 혁신행동만으로는 한계가 있음을 알 수 있다. 혁신적인 행동은 제품과 프로세스의 단순한 도입과 적용을 넘어 혁신 목표를 달성하기 위한 체계적인 기업의 내부역량 즉 혁신역량과 조직내의 기업이 정신의 하위요소인 진취성이 뒷받침되어야 한다는 것을 시사한다.

<표 IV-14> 혁신행동의 매개효과

가설	경로			비표준 화계수	표준화 계수	S.E.	C.R.	채택 여부
H7-1	혁신성	→	혁신행동	0.090	0.084	0.047	2.014*	기각
	혁신행동	→	경영성과	-0.037	-0.038	0.046	-0.809	
H7-2	위험감수성	→	혁신행동	0.261	0.321	0.042	6.216***	기각
	혁신행동	→	경영성과	-0.037	-0.038	0.046	-0.809	
H7-3	진취성	→	혁신행동	0.435	0.416	0.054	8.044***	기각
	혁신행동	→	경영성과	-0.037	-0.038	0.046	-0.809	

주) ***; p<0.001

한편, 연구개념 간 직접관계 및 간접관계를 명확히 확인하기 위해 변수간 효과분석을 실시하였다. 구조방정식 모형은 잠재변수들이 회귀분석에서 독립변수가 종속변수에 미치는 영향력을 볼 수 있는 것처럼, 잠재변수들의 직접적인 효과를 알 수 있을 뿐 아니라 간접효과와 총 효과의 크기도 파악할 수 있다. 이를 위해 부트스트래핑(Bootstrapping) 검정을 통하여 효과에 대한 유효성 검정을 실시하였다. 이 방법은 간접효과에 대한 유의성 확인하며 모집단에서 무작위로 표본의 데이터를 재추출을 한다. 이를 위하여 부트스트래핑 500회와 유의수준을 95%수준으로 지정하였다. 또한 최대우도법(Bootstrap ML)을 사용해 분석하였다.

분석결과는 <표 IV-15>과 같이 요약된다.

<표 IV-15> 모형의 효과분해

구분	독립 변수	매개 변수	종속 변수	비표준화			표준화			매개 효과
				총효과	직접	간접	총효과	직접	간접	
가설 1-1	혁신성	마케팅 역량	혁신성	0.423	0.038		0.410	0.040		
가설 1-2		기술혁신역량		0.129**	0.129**		0.111**	0.111**		
가설 1-3	위험 감수성	마케팅 역량		0.166***	0.166***		0.233***	0.233***		
가설 1-4		기술혁신역량		0.212***	0.212***		0.239***	0.239***		
가설 1-5	진취성	마케팅 역량		0.524***	0.524***		0.574***	0.574***		
가설 1-6		기술혁신역량		0.63***	0.63***		0.553***	0.553***		
가설 2-1	혁신성	혁신 행동	혁신성	0.09*	0.090*		0.084*	0.084*		
가설 2-2	위험 감수성			0.261***	0.261***		0.321***	0.321***		
가설 2-3	진취성			0.435***	0.435***		0.416***	0.416***		
가설 3-1	혁신성	경영 성과	경영 성과	0.148*	0.089*	0.059	0.139*	0.084*	0.055	
가설 3-2	위험 감수성			0.165**	0.025***	0.140	0.206**	0.031***	0.175	
가설 3-3	진취성			0.479**	0.056***	0.423	0.464**	0.054***	0.410	
가설 4-1		마케팅 역량	경영 성과	0.402***	0.402***		0.356***	0.356***		
가설 4-2		기술혁신역량	경영 성과	0.362***	0.362***		0.400***	0.400***		
가설 5		혁신 행동	경영 성과	-0.037	-0.037		-0.038	-0.038		

주) *, p<0.1, **, p<0.05, ***, p<0.001

다음으로 경로 간 관계에서 매개효과가 유의한 경로에 대한 효과분석과 매개 효과 검증을 실시하였다(<표 IV-16> 참조).

<표 IV-16> 매개효과 검증

구분	독립변수	매개변수	종속변수	비표준화			표준화			매개효과
				총효과	직접	간접	총효과	직접	간접	
가설 6-1	혁신성	마케팅역량	경영성과	0.104	0.089	0.015***	0.098	0.084	0.014***	매개효과 없음
가설 6-2		기술혁신역량		0.136**	0.089	0.047**	0.128**	0.084	0.044**	완전매개
가설 6-3	위험감수성	마케팅역량		0.092***	0.025	0.067***	0.114***	0.031	0.083***	완전매개
가설 6-4		기술혁신역량		0.102***	0.025	0.077***	0.127***	0.031	0.096***	완전매개
가설 6-5	진취성	마케팅역량		0.267***	0.056	0.211***	0.258***	0.054	0.204***	완전매개
가설 6-6		기술혁신역량		0.284***	0.056	0.228***	0.275***	0.054	0.221***	완전매개
가설 7-1	혁신성	혁신행동		0.086	0.089	-0.003*	0.081	0.084	-0.003*	매개효과 없음
가설 7-2	위험감수성			0.022	0.025	-0.003*	0.028	0.031	-0.003*	매개효과 없음
가설 7-3	진취성			0.040	0.056	-0.016**	0.038	0.054	-0.016**	매개효과 없음

주) **: p<0.05, ***: p<0.001

혁신성이 마케팅역량을 매개로 경영성으로 이어지는 경로에서 직접효과는 0.089이고, 간접효과는 .015이고, 총효과는 .104(.089+.015)으로 유의(p>.01)하지 않음에 따라, 마케팅역량의 매개효과는 없는 것으로 확인되었다. 그리고 혁신성이 기

술혁신역량을 매개로 경영성으로 이어지는 경로에서 직접효과는 0.089이고, 간접효과는 .047이고, 총효과는 .136(.089+.047)로써 유의($p < .01$)하게 나타났다. 기술혁신역량이 혁신성과 경영성과와의 관계에서 완전매개를 갖는 것을 알 수 있다. 그리고 위험감수성이 마케팅역량을 매개로 경영성으로 이어지는 경로에서 직접효과는 0.025이고 간접효과는 .067이고, 총효과는 .092(.025+.067)로 유의($p < .001$)한 것으로 나타나, 마케팅역량이 위험감수성과 경영성과와의 관계에서 완전매개효과를 갖는 것을 알 수 있었다. 그리고 위험감수성이 기술혁신역량을 매개로 경영성으로 이어지는 경로에서 직접효과는 0.025이고 간접효과는 .077이고, 총효과는 .102(.025+.077)로 유의($p < .001$)한 것으로 나타나, 기술혁신역량이 위험감수성과 경영성과와의 관계에서 완전매개효과를 갖는 것을 알 수 있었다. 또한 진취성이 마케팅역량을 매개로 경영성으로 이어지는 경로에서 직접효과는 0.056이고, 간접효과는 .211이고, 총효과는 .267(.056+.211)로 유의($p < .001$)한 것으로 나타나, 마케팅역량이 진취성과 경영성과와의 관계에서 완전매개효과를 갖는 것을 알 수 있었다. 또한 진취성이 기술혁신역량을 매개로 경영성으로 이어지는 경로에서 직접효과는 0.056이고 간접효과는 .228이고, 총효과는 .284(.056+.228)로 유의($p < .001$)한 것으로 나타나, 기술혁신역량이 진취성과 경영성과와의 관계에서 완전매개효과를 갖는 것을 알 수 있었다. 그리고 혁신성이 혁신행동을 매개로 경영성으로 이어지는 경로에서 직접효과는 0.089이고, 간접효과는 -0.003이고, 총효과는 .086(.089+-0.003)로 유의($p > .01$)하지 않음에 따라, 혁신행동의 매개효과는 없는 것으로 확인되었다. 그리고 위험감수성이 혁신행동을 매개로 경영성으로 이어지는 경로에서 직접효과는 0.025이고 간접효과는 -0.003이고, 총효과는 .022(.025+-0.003)로 유의($p > .01$)하지 않아, 혁신행동의 매개효과는 없는 것으로 확인되었다. 또한 진취성이 혁신행동을 매개로 경영성으로 이어지는 경로에서 직접효과는 0.056이고, 간접효과는 -0.016이고, 총효과는 .040(.056+-0.016)로 유의($p > .01$)하지 않음에 따라, 혁신행동의 매개효과는 없는 것으로 확인되었다.

(8) 가설검증 결과 요약

기업가 정신이 혁신역량, 혁신행동, 경영성으로 미치는 영향과 이들 개념들 간의

인과관계를 규명하기 위하여 이론적 배경에 기반하여 연구모형과 가설을 도출하여, 전국의 창업기업대상으로 실증분석을 실시하였다.

분석결과는 <표 IV-17>과 같이 요약된다.

첫째, 창업기업의 기업가 정신의 하위요소인 혁신성, 위험감수성, 진취성중 혁신성을 제외한 위험감수성, 진취성이 마케팅역량에 정(+)의 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 그리고 혁신성, 위험감수성, 진취성 모두 기술혁신역량에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나, <가설 1>은 부분 지지되었다. 특히 진취성, 위험감수성, 혁신성 순으로 마케팅역량과 기술혁신역량에 영향을 미친다는 것을 확인하였다.

둘째, 창업기업의 기업가 정신의 하위요소인 혁신성, 위험감수성, 진취성 모두 혁신행동에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나, <가설 2>는 지지되었다. 혁신행동에 미치는 영향의 크기는 진취성, 위험감수성, 혁신성 순으로 나타났다.

셋째, 창업기업의 기업가 정신의 하위요소인 혁신성, 위험감수성, 진취성 모두 경영성파에 정(+)의 영향을 미치지 못하여 <가설 3>은 기각되었다.

넷째, 창업기업의 마케팅역량과 기술혁신역량이 모두 경영성파에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나, <가설 4>는 지지되었다. 특히 경영성파에 미치는 영향의 크기는 기술혁신역량, 마케팅역량 순으로 나타났다.

다섯째, 창업기업의 혁신행동이 경영성파에 정(+)의 영향을 미치지 못하여 <가설 5>는 기각되었다.

여섯째, 창업기업의 혁신역량의 하위요소인 기술혁신역량은 기업가 정신이 경영성파에 미치는 영향관계에서 매개하는 것으로 확인되었다. 반면 마케팅역량은 위험감수성과 진취성과 경영성파와의 관계에서는 매개효과를 가졌으나, 혁신성과는 매개효과가 없는 것으로 나타나 <가설 6>은 부분 지지되었다. 이는 위험감수성과 진취성이 높아지면 마케팅역량이 향상되고 이로 인해 기업의 경영성파는 높아진다고 할 수 있다.

일곱째, 창업기업의 혁신행동은 기업가 정신이 경영성파에 미치는 영향관계를 매개하지 않는 것으로 나타나 <가설 7>은 기각되었다. 이는 기업가 정신의 하위요인인 혁신성, 위험감수성, 진취성이 향상되면 혁신행동이 향상되지만 경영성파로는 이어지지 않았기 때문이다.

<표 IV-17> 가설 검증 결과의 요약

가설	경로		표준 화 계수	S.E.	C.R.	채택 여부	비고	
H1-1	혁신성	→	마케팅역량	0.040	0.040	0.950	기각	
H1-2		→	기술혁신역량	0.111	0.047	2.758**	채택	
H1-3	위험감수성	→	마케팅역량	0.233	0.035	4.673***	채택	
H1-4		→	기술혁신역량	0.239	0.041	5.180***	채택	
H1-5	진취성	→	마케팅역량	0.574	0.051	10.376***	채택	
H1-6		→	기술혁신역량	0.553	0.057	11.144***	채택	
H2-1	혁신성	→	혁신행동	0.084	0.047	2.014*	채택	
H2-2	위험감수성	→		0.321	0.042	6.216***	채택	
H2-3	진취성	→		0.416	0.054	8.044***	채택	
H3-1	혁신성	→	경영성과	0.084	0.047	1.888	기각	
H3-2	위험감수성	→		0.031	0.046	0.534	기각	
H3-3	진취성	→		0.054	0.069	0.806	기각	
H4-1	마케팅역량	→	경영성과	0.356	0.063	6.401***	채택	
H4-2	기술혁신역량	→		0.400	0.055	6.630***	채택	
H5	혁신행동	→	경영성과	-0.038	0.046	-0.809	기각	
H6-1	혁신성	→	마케팅역량	0.040	0.040	0.950	기각	혁신 역량 의 매개 효과
H6-2	혁신성 기술혁신역량	→	기술혁신역량	0.111	0.047	2.758**	채택	
		→	경영성과	0.400	0.055	6.630***		
H6-3	위험감수성 마케팅역량	→	마케팅역량	0.233	0.035	4.673***	채택	
		→	경영성과	0.356	0.063	6.401***		
H6-4	위험감수성 기술혁신역량	→	기술혁신역량	0.239	0.041	5.180***	채택	
		→	경영성과	0.400	0.055	6.630***		
H6-5	진취성 마케팅역량	→	마케팅역량	0.574	0.051	10.376***	채택	
		→	경영성과	0.356	0.063	6.401***		
H6-6	진취성 기술혁신역량	→	기술혁신역량	0.553	0.057	11.144***	채택	
		→	경영성과	0.400	0.055	6.630***		
H7-1	혁신성 혁신행동	→	혁신행동	0.084	0.047	2.014*	기각	혁신 행동 의 매개 효과
		→	경영성과	-0.038	0.046	-0.809		
H7-2	위험감수성 혁신행동	→	혁신행동	0.321	0.042	6.216***	기각	
		→	경영성과	-0.038	0.046	-0.809		
H7-3	진취성 혁신행동	→	혁신행동	0.416	0.054	8.044***	기각	
		→	경영성과	-0.038	0.046	-0.809		

주) *, p<0.1, **, p<0.05, ***, p<0.001

V. 결 론

1. 연구결과의 요약

본 연구는 경쟁환경에서 창업기업이 테스벨리구간을 극복하기 위해 필요한 체계적인 대응과 혁신강화 방안을 모색하기 위해, 창업기업의 기업가 정신과 경영성과와의 관계에서 혁신역량과 혁신행동의 매개효과를 검증하였다. 이를 위해 문헌연구를 바탕으로 연구 모형과 가설을 도출하고, 전국의 창업기업종사자 대상으로 설문조사에 의한 실증 연구를 하였다. 실증분석 결과는 다음과 같이 요약된다.

첫째, 창업기업의 기업가 정신은 혁신성, 위험감수성, 진취성의 하위요인으로 구성되는 다차원 특성을 보였다.

둘째, 창업기업의 기업가 정신의 하위요소인 혁신성, 위험감수성, 진취성중 혁신성을 제외한 위험감수성, 진취성이 마케팅역량에 정(+)의 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 그리고 혁신성, 위험감수성, 진취성 모두 기술혁신역량에 정(+)의 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 특히 진취성, 위험감수성, 혁신성 순으로 마케팅역량과 기술혁신역량에 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 이와 같은 결과는 Shumpeter(1934), Lumpkin and Dess(1996), Dorf and Byers(2005), Heidemann Lassen(2007), 양현주(2012), 김장호·주기중(2015), 최종열(2015), 김종영(2017), 노후환 외(2018), 이남민(2018), 오상환(2018), 성필석(2019) 등의 연구 결과와 맥락을 같이한다.

셋째, 창업기업의 기업가 정신의 하위요소인 혁신성, 위험감수성, 진취성 모두 혁신행동에 정(+)의 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 혁신행동에 미치는 영향의 크기는 진취성, 위험감수성, 혁신성 순으로 나타났다. 이와 같은 결과는 방태연(2015), 임정희(2018), 한은수(2018) 등의 연구 결과와 일치한다. 따라서 창업기업의 구성원들에게 혁신행동을 동기부여하기 위해서는 무엇보다 진취성에 초점을 두어 기업가 정신을 고취시킬 수 있도록 해야 할 것이다.

넷째, 창업기업의 기업가 정신의 하위요소인 혁신성, 위험감수성, 진취성 모두 경영성과에 정(+)의 영향을 미치지 못하였다. 이는 창업기업의 기업가 정신의 하위요인인 혁신성, 위험감수성, 진취성이 직접적으로 경영성과에 영향을 미치지 않는다는 것을 의미하며,

이는 기업가 정신이 경영성과에 영향을 미치지 않는다는 선행연구(Skyes, 1986; Block, 1989; Covin et al., 1994; 김광명·박주식, 2016)를 지지하는 결과이다. 그리고 기업가 정신과 경영성과에 관련된 선행연구(정준이 외, 2007; 김선광, 2014)를 부분적으로 지지하는 결과이다. 이와 같이 기업가 정신이 경영성과에 영향을 미치지 않는다는 결과의 원인은 창업기업의 특성에서 찾을 수 있을 것이다. 본 연구의 조사대상인 7년 미만의 창업기업은 대체로 업력이 낮고 영세한 규모의 특징을 가진다. 창업기업은 사업초기 기업 경쟁력 강화 및 생존을 위해 위험을 감수하여 혁신적이며, 진취적인 제품의 출시와 효율적 프로세스를 도입하더라도 주요 경쟁기업은 자원이 풍부하고 시장 지위가 우월하며 인지도가 높아 기득권을 확보한 대기업일 확률이 높기 때문에, 창업기업은 상대적으로 경영성과가 높지 않을 것이다(배창봉·김정희, 2019). 특히 본 연구의 주요 응답 업종인 제조업에서 생산되는 제품은 브랜드 파워나 유통지배력이 약하다. 따라서 창업기업이 상대적으로 강한 영업력과 유통력을 기반으로 한 대기업과 경쟁하기는 쉽지 않을 것이다. 그러므로 창업기업의 경영성과는 단순히 기업가 정신에 의존하기보다는 전사적인 혁신역량이 전제되어야 한다. 창업기업 또한 양적 성장은 이루어지고는 있지만, 대기업과 비교하여 상대적 열악한 경영환경과 낮은 핵심역량으로 인해, 대기업과 비교하여 경영성과의 불균형은 더욱 확대되고 있다는 선행연구(조금재·전인오, 2017)도 이를 뒷받침 한다. 또한 Block(1989)의 연구에서도 기업가 정신과 경영성과와의 상관관계는 약하게 나타났는데, 이와 같은 결과에 대해 그는 재무성과 기간을 단기적으로 측정하였기 때문이며, 측정기간을 장기적으로 하면 할수록 기업가 정신은 높은 경영성과를 창출할 수 있다고 하였다.

다섯째, 창업기업의 마케팅역량과 기술혁신역량이 모두 경영성과에 정(+)의 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 이는 창업기업의 마케팅역량과 기술혁신역량이 향상되면 경영성과가 높아진다는 것을 의미한다. 이는 마케팅역량과 기술혁신역량이 높은 기업일수록 기업의 경쟁력을 높이는 새로운 기술과 시스템을 기반으로 경쟁기업이 모방하기 어려운 경쟁우위를 가질 가능성이 높아진다. 이와 같은 결과는 Schoonhoven et al.(1990), Day(1999), Fahy et al.(2000), 손은호(2006), White and Bruton(2010), 양현주(2012), 박우중(2014), 이용건(2015), 김용호(2016), 성필석(2019)의 연구와도 일치하는 것이다. 따라서 창업기업들이 경영성과를 창출하기 위해서는 마케팅역량과 기술혁신역량의 향상이 요구된다.

여섯째, 창업기업의 혁신행동이 경영성과에 정(+)의 영향을 미치지 못하였다. 이는 기업의 경영성과를 높이기 위해서는 혁신행동만으로는 한계가 있음을 의미한다. 이와 같은 결과는 이금심(2017)의 연구와도 맥락을 같이하는 결과이다. 그리고 혁신행동과 경영성과에 관련된 선행연구(임정희, 2018; 차영태, 2016)를 부분적으로 지지하는 결과이다. 이와 같이 창업기업의 혁신행동이 경영성과에 영향을 미치지 않는다는 결과의 원인은 기업가 정신이 경영성과에 영향을 미치지 않는다는 결과의 원인과 유사하다고 할 수 있다. 이는 상대적으로 자본과 시장지위가 낮은 창업기업이 대기업과의 경쟁시장에서 성과를 내기란 쉽지 않기 때문이다. 혁신행동의 성과를 창출하기 위해서는 무엇보다 소비자 지향적이며, 차별화된 제품을 출시하고 기업에 역량이 맞는 경영전략을 수립할 수 있는 기업역량과 혁신역량이 선행되어야 한다.

일곱째, 창업기업의 혁신역량의 하위요소인 기술혁신역량은 기업가 정신이 경영성과에 미치는 영향관계에서 매개하는 것으로 확인되었다. 이는 기업가 정신의 하위요인인 혁신성, 위험감수성, 진취성이 향상되면 기술혁신역량이 향상되어 경영성과로 이어진다는 것을 의미한다. 반면 마케팅역량은 위험감수성과 진취성과 경영성과와의 관계에서는 매개효과를 가졌으나, 혁신성과는 매개효과가 없는 것으로 나타났다. 이는 위험감수성과 진취성이 높아지면 마케팅역량이 향상되고 이로 인해 기업의 경영성과는 높아진다고 할 수 있다. 하지만 혁신성이 높아진다고 하더라도 마케팅역량이 바로 향상되지 않고 이로 인해서 경영성과에 연결이 되지 않음을 의미한다. 이러한 이유는 창업초기의 기업들은 시장에 혁신적인 제품을 출시하여 경쟁력을 갖고 있지만 제품의 경쟁력 이외의 영업경쟁력, 마케팅 경쟁력, 원가 경쟁력을 확보하는 것이 쉽지 않기 때문에, 시장 경쟁역량에 직접적인 영향을 미치지 않는다고 이해할 수 있을 것이다. 그리고 본 연구의 실증분석을 통해 기업가 정신은 혁신역량을 매개로 창업기업의 경영성과에 영향을 미치는 중요 변수임이 입증되었다. 또한 이러한 연구결과는 양현주(2012), 이용건(2015), 전인오(2016), 최선희(2018), 이남민(2018), 성필석(2019)와의 연구를 지지하는 내용이라 할 것이다.

여덟째, 창업기업의 혁신행동은 기업가 정신이 경영성과에 미치는 영향관계는 매개하지 않는 것으로 확인되었다. 이는 기업가 정신의 하위요인인 혁신성, 위험감수성, 진취성이 향상되면 혁신행동이 향상되지만 경영성과로는 이어지지 않았기 때문이다. 이같은 결과는 선행연구 이금심(2017)의 연구와도 일치하는 것이다.

2. 연구의 시사점

본 연구는 기업 간 경쟁이 심화되고 급변하는 경영환경에서, 7년 미만 창업기업의 데스밸리구간의 생존을 위한 체계적인 대응과 혁신강화 방안을 도출하고자 시도되었다. 이를 위해 이론적 배경에서 연구모형과 가설을 도출하고 전국의 창업기업대상으로 설문조사에 의한 실증연구를 하였다. 연구결과를 토대로 학문적 관점을 제시하면 다음과 같이 요약된다.

첫째, 본 연구에서는 7년 이하의 창업기업들의 경우에는 창업기업의 기업가 정신의 하위요소들과 경영성과는 직접적인 연관성이 없다는 점과 창업기업의 혁신행동은 경영성과에 직접적인 연관성이 없다는 것을 검증하였다.

둘째, 본 연구에서는 혁신역량을 마케팅역량과 기술혁신역량으로 구분함으로 기존 선행연구와의 차별성을 확보하였다. 그리고 기술혁신역량은 혁신성, 위험감수성, 진취성과 직접적인 연관성이 있음을 확인하였다.

셋째, 지금까지 선행연구는 기업가 정신이 혁신역량과 혁신행동에 미치는 영향을 밝히는 수준이었다. 그러나 창업자가 지속적으로 성장을 하고 성과를 달성함에 있어서 기업가의 정신과 혁신적인 활동이 중요함에도 불구하고 이와 관련된 연구는 미흡한 수준이었다. 이러한 측면에서 본 연구에서 제시한 것과 같이 기업가 정신이 마케팅역량과 기술혁신역량, 혁신행동과 관련성이 있으며 기술혁신역량이 완전매개로 하여 경영성과로 이어진다는 것을 밝혔다. 특히 7년 미만의 창업기업을 대상으로 기업가 정신과 혁신역량, 혁신행동, 경영성과의 구조적 관계를 밝혔다.

한편, 실무적 관점에서 시사점은 다음과 같이 요약된다. 첫째, 창업기업의 기업가 정신은 혁신성, 위험감수성, 진취성의 하위요인으로 구성되는 다차원적인 특성을 보였다. 따라서 창업기업의 기업가 정신을 함양시키기 위해서는 어느 특정 요인별 개별적으로 접근하기보다는 종합적으로 접근되어야 한다.

둘째, 창업기업 구성원들의 혁신역량의 하위요인인 마케팅역량과 기술혁신역량이 발휘될 수 있도록 무엇보다 진취성에 초점을 두어 기업가 정신을 고취시킬 수 있도록 해야 할 것이다. 따라서 창업기업이 구성원의 혁신역량을 강화하기 위해서는 새로운 기회예측을 가능하게 하고 진취적 행동을 권장해야 한다. 뿐만 아니라 신제품,

서비스경영관리기법 등을 경쟁사보다 먼저 도입하며 신규시장개척과 시장 주도적 지위 확보를 위해 노력해야 한다. 또 기회요인을 찾을 수 있는 탁월한 진취적 능력을 보유하고, 경쟁기업과의 경쟁에 능동적으로 대응하려는 마음가짐을 고취시켜줘야 한다.

셋째, 창업기업의 구성원들로 하여금 혁신행동을 하도록 동기부여하기 위해서는 미래 시장의 요구와 경쟁사 행동을 사전에 예측하여 경쟁사보다 먼저 시장을 선점하기 위한 적극적인 행동을 하도록 지원해야 한다. 그리고 리스크가 높더라도 고수익 프로젝트를 적극적으로 추진하고, 광범위한 경영활동을 추진하려는 노력이 필요하다.

넷째, 창업기업들이 경영성과를 창출하기 위해서는 혁신역량의 하위요인인 마케팅 역량과 기술혁신역량의 향상이 무엇보다 중요하다. 혁신역량이 높은 창업기업은 경쟁기업이 모방하기 어려운 기술과 시스템을 가지고 있어, 경제우위를 점할 수 있다. 그러므로 창업기업은 시장의 변화에 빠르게 대응하여 시장지향적이고 혁신적인 기술 및 제품을 개발하는 것이 필요하다. 또한 예비창업자 및 창업기업 종사자를 대상으로 창업교육을 제공함으로써 혁신성, 진취성, 위험감수성의 역량을 함양하고 기업의 혁신역량을 강화할 수 있는 교육 프로그램이 필요하다. 방혜민(2018)은 창업가의 중요성만큼 창업가 역량은 노력에 의해 변화가 가능하며 창업교육의 중요성을 강조하였다. 문성식·전인오(2017)는 창업교육은 예비창업자들에게 체계적인 창업가로서 능력을 향상시키기 위한 기회이며, 성공적 창업의 길로 가기위한 단계라고 하였다. 현재의 창업교육은 창업진흥원과 중소기업진흥공단을 비롯한 지역 대학 창업교육센터, 경제통상진흥원 등의 다양한 기관에서 예비창업자들의 창업교육을 실시하고 있다. 현재 실시하는 교육의 내용은 기업가 정신, 창업아이템 발굴 및 선정, 비즈니스모델 수립, 사업계획서작성등이 주를 이룬다. 즉 기업가 정신을 제외하고는 대부분의 교육이 창업절차나 창업지원에 맞춘 실무교육이 대부분이다. 현재 이루어지는 기업가 정신에 대한 교육은 이론 및 역경을 딛고 성공한 기업인에 대한 내용이다. 이제는 성공한 기업가들의 혁신성과 위험감수성, 진취성을 다룬 사례중심의 기업가 정신교육이 필요하다. 또한 창업가의 마인드 강화에 도움을 주는 기업가적 마인드셋교육, 고객과 시장의 변화에 기반한 창업마케팅전략 교육도 필요하다(배창봉·김정희, 2019). 나아가 창업기업의 차별화 및 혁신역량강화 교육이 강화된다면, 예비창업자

의 혁신성, 진취성, 위험감수성의 역량을 함양하고 기업의 혁신역량을 강화하는데 도움을 줄 것이라 예상된다.

넷째, 기업의 경영성과를 높이기 위해서는 혁신행동만으로는 한계가 있음을 확인하였다. 혁신적인 행동은 제품과 프로세스의 단순한 도입과 적용을 넘어 혁신 목표를 달성하기 위한 체계적인 기업의 내부역량 즉 마케팅역량과 기술혁신역량이 뒷받침되어야 한다. 다시 말해, 창업기업은 혁신행동보다 혁신역량을 갖추는 것이 선행되어야 한다. 이를 위해 조직내부의 역량을 진단하고 혁신지향적 전략계획 및 시스템을 끊임없이 도입하기 위한 적극적인 노력이 요구된다.

3. 연구의 한계 및 향후 연구방향

본 연구는 창업기업의 기업가 정신, 혁신역량, 혁신행동, 경영성과와의 구조적 관계를 제시하였다. 그리고 기업가 정신과 혁신행동은 직접적으로 경영성과에 영향을 미치지 않는다는 것을 확인할 수 있었다. 더불어 창업기업의 기업가 정신은 혁신역량을 매개한다는 점을 밝힘으로 학문적인 관점과 실무적인 관점에서 시사점을 제시하였음에도 다음과 같은 한계점을 가진다.

첫째, 설문 표본에 대한 한계점이다. 본 연구는 전국을 대상으로 연구를 함에 있어 각 지역을 고르게 할당하여 표본을 추출하여 일반화를 시키고자 하였으나, 지역적인 차이점이 있음을 고려하지 않았다. 후속연구에서는 각 지역별 표본추출을 통한 지역에 따른 관계연구도 필요하다.

둘째, 본 연구는 상대적으로 영세한 창업기업이 처한 환경적인 문제에 대한 반영과 조사대상 선정이 부족했다는 한계를 가진다. 현재 국내의 7년 미만 창업기업들은 강도 높은 경쟁과 불확실한 환경속에서 생존활동을 수행하고 있다. 조사대상인 창업기업의 과장급과 차.부장급의 경우, 중소기업 및 대기업보다 경력과 기업에 대한 충성도가 상대적으로 낮을 것으로 예상된다. 이는 창업기업의 업종과 종업원의 직급에 따라 창업기업의 기업가 정신이 성과에 미치는 영향이 상이하게 나타날 수 있다는 점이다. 따라서 후속 연구에서는 이런 부분을 반영할 필요가 있다.

셋째, 조사대상 표본의 업종에 대한 고려가 필요하다. 기존 시장에서 시장점유

율이 높은 중소기업 및 대기업과의 비교보다는 동종업계 창업기업을 대상으로 설문을 변경하여 연구를 진행한다면 일반화 가능성이 높은 결과를 얻을 것으로 기대된다.

넷째 기업가 정신과 경영성과와의 관계를 연구함에 있어서 본 연구에서는 혁신역량(마케팅역량, 기술혁신역량)과 혁신행동을 매개변수로 사용하였으나, 보다 다양한 변수를 개발하여 적용할 필요성이 있을 것이다. 다양한 측면에서 매개 및 조절변수를 활용하여 연구를 진행한다면, 창업기업의 경영 및 성과창출 단서를 규명하는데 도움이 될 것이다.

다섯째, 기업가 정신과 혁신역량 사이에서 구조적 관계를 체계적으로 변화시킬 수 있는 조절변수들을 확인할 필요가 있다. 특히 혁신행동 또는 다른 조절변수를 활용하여 연구를 진행한다면, 창업기업의 혁신역량강화와 성과창출 단서를 규명하는데 도움이 될 것이다.

<참고문헌>

- 강병오(2011), 중소기업 CEO의 기업가 정신이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구, 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 강병오·김진수·안성식(2010), “프랜차이즈 가맹본부 CEO의 기업가 정신이 기업성과에 미치는 영향에 관한 실증 연구,” 유통연구, 15(4): 87-117.
- 강태완(2013), 호텔 직원의 자기효능감, 창의성, 서비스 혁신인식, 혁신 행동 간의 관계, 제주대학교 대학원 박사학위논문.
- 고성삼·이창수(2002), 중소기업의 균형성과표에 의한 경영성과측정, 중소기업연구, 24(4), 99-129.
- 구준모(2008), “문화산업의 기업가 정신이 사업성과에 미치는 영향,” 중소기업연구, 30(4), 117-138.
- 권미경(2014), 항공사 종사원의 코칭리더십, 서비스 태도와 혁신행동에 관한 연구: 개인성격유형과 직무자율성의 조절효과를 중심으로, 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 김광명·박주식(2016), “중소기업의 기업가 정신과 시장지향성이 재무적·비재무적 성과에 미치는 영향,” 한국콘텐츠논문지, 16(10), 326-337.
- 김광열·최우성(2014), “외식기업의 기술사업화능력과 경영성과의 영향에 관한 연구,” 관광리서치, 39(4), 1-24.
- 김도관(2014), 전사적품질경영(TQM) 활동이 기업의 혁신역량 및 성과에 미치는 영향: 국내 주물제조업체들을 중심으로, 영남대학교 대학원 박사학위논문.
- 김명호·백유성·이재경·박삼화(2010), “창의경영, 혁신행동 및 기업성과와의 관계,” 한국인사조직학회, 2010(3), 1-28.
- 김범중(1990), 동태적 시장변화에 대한 전략적 대응이 성과에 미치는 영향에 관한 연구: 소비재-포장재 제품을 중심으로, 고려대학교 대학원 박사학위논문.
- 김병수(2010), “지식경영활동의 혁신역량으로의 연계: IT 서비스 산업을 중심으로,” 지식경영연구, 11(1), 97~113.

- 김선광(2014), 기업가 정신이 점진적 혁신 및 경영성과에 미치는 영향: 금융서비스업을 중심으로, 목원대학교 대학원 박사학위논문.
- 김선아·김영걸(2000), “조직지식 창출 프로세스에 관한 탐색적 연구,” 지식경영연구, 1(1), 91-107.
- 김성규(2007), 경영혁신과 기업성과에 관한 네트워크 조직의 조절효과, 부산대학교 대학원 박사학위논문.
- 김영호(2009), 창의경영, 혁신행동 및 기업성과와의 관계, 동양대학교 대학원 박사학위논문.
- 김영환·양태용(2013), “기업가 정신 전문 유명 국제학술지 논문 검토를 통한 기업가 정신 연구 동향 분석,” 중소기업연구, 35(3), 347-376.
- 김용호(2017), 농업관련기업의 산업환경과 마케팅역량이 경쟁전략과 경영성과에 미치는 영향, 호서대학교 벤처대학원 박사학위논문.
- 김오순·윤종록·김형철(2010), “창업가의 혁신성향이 벤처기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구,” 안국창업학회지, 5(1), 61-91.
- 김우중(2016), 창업가정신과 전략지향성이 기업성과에 미치는 영향: 디지털 리더십과 학습지향성의 조절된 매개효과, 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 김인권(2019), 중소기업의 제품 다각화와 시장 다각화가 혁신행동에 미치는 영향: 연령과 직급의 조절효과를 중심으로, 호서대학교 대학원 박사학위논문.
- 김의근·배름련·이철우(2012), “외식 창업자의 특성이 마케팅 지향성과 창업성과에 미치는 영향,” 관광·레저연구, 24(4), 315-333.
- 김장호·주기중(2015), “환경 불확실성, 산업인프라, 기업가 정신이 혁신역량 및 경쟁적 성과에 미치는 영향. 대구경북 기술혁신형 중소기업을 중심으로,” 대한경영정보학회, 34(3), 41-60.
- 김정연·양동우(2009), “펫 창업자의 개인적 특성 및 창업과정 특성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증 연구: 동물병원을 중심으로,” 한국벤처창업학회 학술대회논문집, 11, 83-112.
- 김정효(2017), 중소기업의 신뢰와 혁신역량이 상생협력성과에 미치는 영향에 관한 실증 연구: 시장지향성 요인의 매개효과, 동국대학교 대학원 박사학위논문

- 김정곤(2017), 기업가 정신이 창업의지에 미치는 영향에 관한 실증 연구: 정부 창업 지원정책의 조절효과를 중심으로, 호서대학교 대학원 박사학위논문.
- 김종관(1994), 경영조직에서의 기업가 정신과 그 영향요인 및 성과와의 관계, 부산대학교 대학원 박사학위논문.
- 김종영(2017), 기술적 기업가 정신과 네트워크역량이 기술혁신역량과 혁신성장에 미치는 영향에 관한 연구: 기술창업기업을 대상으로, 숭실대학교 대학원 박사학위논문.
- 김지연(2013), 중소기업의 대기업과의 협력이 기업성장에 미치는 영향: 기업가 정신과 시장지향성의 조절효과를 중심으로, 숭실대학교 대학원 박사학위논문.
- 김홍재(2013), 조직구성원 혁신행동의 영향요인에 관한 연구, 창원대학교 대학원 박사학위논문.
- 김홍철(2016), 중소·중견기업의 경영시스템성숙도, 혁신역량과 경영성장에 관한 실증 연구, 금오공과대학교 대학원 박사학위논문
- 김창훈(2019), “ 변화와 기업가 정신,” 머니투데이, 2019년 3월21일자.
- 노후환 등(2018), “ICT중소기업의 기업가 정신과 혁신역량이 기업성장에 미치는 영향에 관한 연구: 사회적 자본의 조절효과 분석을 중심으로,” 한국벤처창업학회, 13(4), 217-231.
- 류일환(2019), 조직구성원의 기업가 정신이 경영 혁신역량에 미치는 영향에 관한 연구: 지향성의 조절효과를 중심으로, 금오공과대학교 대학원 박사학위논문.
- 박기성(2017), 고용관계특성이 혁신행동과 경영성장에 미치는 영향: 경력전망의 조절효과 검증, 전북대학교 대학원 박사학위논문.
- 박기용(2009), “외식산업의 기업가 정신이 성과에 미치는 영향,” 한국조리학회지, 15(3), 153-165.
- 박동건·최대정(2003), “창업자의 역량평가도구 개발 및 타당도 분석,” 한국심리학회지, 16(2), 61-91.
- 박동수·구언희(2007), “벤처기업의 기업가 정신 이 성장의도에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구,” 대한경영학회지, 20(6), 2979-3011.
- 박무현·전옥자(2008), “고객에 대한 제공가치 및 고객만족과 재무성과의 상호관련

- 성,” 국제회계연구, 21, 129-156.
- 박상용·김연정(2004), “벤처기업 CEO의 기업가 정신, 구성원의 임파워먼트와 벤처 조직유효성의 상호관계,” 벤처경영연구, 7(3), 3-31.
- 박송준(2014), VP 및 품질 경영활동이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구: 혁신행동의 조절 효과를 중심으로, 목원대학교 대학원 박사학위논문.
- 박우중(2014), 중소기업의 혁신역량이 대·중소기업 협력성과에 미치는 영향에 관한 실증 연구, 한양대학교 대학원 박사학위논문.
- 박주영·최순식·홍석기(2011), “중소기업의 시장지향성과 마케팅역량이 경쟁우위와 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구,” 대한경영학회, 24(2), 1115~1137
- 박지희(2017), 변혁적 리더십이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구: 혁신역량, R&D역량 매개효과 중심으로, 창원대학교 대학원 박사학위논문.
- 방태연(2015), 사내기업가 정신의 결정요인과 창업의도 및 혁신행동 간 관련성에 관한 실증 연구: 조직지원인식과 역할모델의 조절효과검증을 중심으로, 영남대학교 대학원 박사학위논문.
- 배종태·차민석(2005), “기업가 정신과 벤처경영 부문의 연구동향: 한국과 미국의 학술지 비교 분석(1998~2004),” 벤처경영연구, 8(3), 57-94.
- 배창봉·김정희(2019), “창업기업의 기업가 정신이 혁신역량, 혁신행동, 경영성과에 미치는 영향,” 유통경영학회, 22(4), 33-45.
- 배창봉·김정희(2019), “예비창업자의 역경지수가 창업지향성, 학습지향성, 창업의도에 미치는 영향,” 물류학회, 29(4), 91-105.
- 서남숙(2017), 조리사의 창의성이 혁신행동과 혁신성과에 미치는 영향에 있어 자기주도학습 능력의 조절효과, 호남대학교 대학원 박사학위논문
- 서민교(2012), 프랜차이즈 기업의 핵심역량과 시장지향성: 환경 불확실성, 경쟁우위와 경영성과의 관계, 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 서해중(2016), 기업의 사회적 책임활동(CSR)과 재무성과간의 관계에 관한 연구, 한국항공대학교 대학원 박사학위논문.
- 성필석(2019), 제약회사의 기술혁신역량과 기술사업화의 결정요인 및 기업성과와의 관계에 관한 연구, 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 손은호(2006), 호텔기업의 핵심역량과 경쟁전략 간의 적합성이 경영성과에 미치는

- 영양, 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 손인배(2018), 중소기업의 흡수역량과 기술사업화역량이 제품경쟁력에 미치는 영향: 중소기업 기업가 정신의 조절 효과를 중심으로, 호서대학교 대학원 박사학위논문.
- 송동석(2017), 기업가 정신과 경영혁신역량활동이 중소기업 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구: 정책금융 및 경영지원의 조절효과 중심으로, 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 송홍규(2013), “경영성과에 미치는 창업가정신에 관한 연구,” 외식경영연구, 16(4), 97-118.
- 양현주(2012), 국제기업가 정신, 핵심역량, 네트워크활동, 그리고 국제화 간의 관계: 수출중소기업을 중심으로, 영남대학교 대학원 박사학위논문.
- 오상환(2018), 사회적기업가 정신이 사회적기업의 시장지향성과 지속가능성에 미치는 영향, 부산카톨릭대학교 대학원 박사학위논문.
- 용재명(2013), 경주산업 종사자의 내부마케팅과 직무만족, 조직몰입, 고객지향성 및 경영성과의 관계, 국민대학교 대학원 박사학위논문.
- 위홍복(2003), 기업가 정신이 조직유효성에 미치는 영향에 관한 실증연구, 조선대학교 대학원 박사학위논문.
- 유봉호(2008), 시장지향성과 경영성과 간에 기업가지향성의 매개효과에 관한 연구: 시장지향성의 선행변수인 정보를 중심으로, 숭실대학교 대학원 박사학위논문.
- 윤상호(2014), 기술혁신역량과 특허활동이 기업성과에 미치는 영향에 관한 실증연구, 창원대학교 대학원 박사학위논문
- 윤병선(2017), 창업기업의 혁신활동이 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증연구: 창업활동, 경영혁신, 기업역량을 중심으로, 대전대학교 대학원 박사학위논문
- 윤주형(2018), 전력분야 중소벤처기업의 고객지향성과 기술역량이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구, 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 윤현중(2014), “기업가적 지향성에 대한 이론적 동향연구,” 벤처창업연구, 10(5), 45-62.

- 윤형보(2015), 기술창업기업의 기업특성이 경영성과에 미치는 영향에 한 연구: 고속 성장기업과 일반기업 비교분석, 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 윤형석(2012), 골프장 운영의 핵심역량과 경쟁전략 간의 적합성이 경영성과에 미치는 영향, 고려대학교 대학원 박사학위논문.
- 원혜숙(2014), 중소기업 최고경영자의 기업가 정신이 기업성과에 미치는 영향: 사회적 자본의 매개효과를 중심으로, 가천대학교 대학원 박사학위논문.
- 이근화(2015), 창조경영이 혁신과 경영성과에 미치는 영향, 서경대학교 대학원 박사학위논문.
- 이금심(2017), 개인 창의성과 조직 구성원의 가치혁신문화 인식이 혁신성과 및 경영성과에 미치는 영향: 혁신행동, 지식공유의 매개효과, 건양대학교 대학원 박사학위논문.
- 이길원(2016), 창업경영자의 기업가적 속성과 차별화 경쟁우위가 경영성과에 미치는 영향, 서울벤처대학원대학교 대학원 박사학위논문.
- 이남민(2018), 제조기업의 기업가 정신이 혁신성과에 미치는 영향에 관한 연구: 기술혁신과 마케팅혁신의 핵심역량을 중심으로, 숭실대학교 대학원 박사학위논문.
- 이대희·진창현(2016), “한국기업의 경영혁신역량과 기업가 정신이 기업의 경영성과에 미치는 영향,” 한국기업경영학회, 23(3), 127-149.
- 이동석(2009), 우리나라 중소기업의 기술혁신능력과 기술사업화능력이 경영성과에 미치는 영향 연구, 숭실대학교 대학원 박사학위논문.
- 이문영(2009), 골프장 CEO의 리더십 특성과 내부고객만족, 서비스품질지각 및 경영성과 분석, 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 이민호(2012), 지방 공무원의 셀프리더십이 혁신행동에 미치는 영향: 임파워먼트의 매개효과를 중심으로, 단국대학교 대학원 박사학위논문.
- 이상두(2012), 중소기업 최고경영자의 기업가 지향성이 기술혁신과 경영성과에 미치는 영향, 경성대학교 대학원 박사학위논문.
- 이상호(2015), 호텔조직의 리더십 유형이 조직몰입과 경영성과 미치는 영향, 동명대학교 대학원 박사학위논문.
- 이선호(2015), 창업자 및 정보기술특성이 창업기업의 경영성과에 미치는 영향에 관

- 한 연구, 건국대학교 대학원 박사학위논문.
- 이성호·박노국(2012), “음식업 창업자들의 경영성과 요인 실증분석,” 벤처창업연구, 7(3), 151-159.
- 이승일(2006), 임파워링 리더십이 조직구성원의 혁신행동과 조직시민행동에 미치는 영향, 조선대학교 대학원 박사학위논문.
- 이용건(2015), 6시그마 성공요인이 혁신성과와 경영성과에 미치는 영향: 혁신역량의 매개효과를 중심으로, 한양대학교 대학원 박사학위논문.
- 이윤원·이남주·이혜옥·이충섭(2009), “소상공인의 시장 환경 특성과 경영전략이 기업 성과에 미치는 영향,” 재무와 회계정보저널, 9(1), 91-111.
- 이윤준(2013), “창조경제 시대의 창업 활성화 방안,” 과학기술정책, 23(2), 10-21.
- 이장우(1997), “기업경쟁력의 결정요인: 국제비교를 위한 실증 연구,” 한국산업경영학회, 12(1), 27-52.
- 이재식(2017), 기술금융이 중소기업의 기술혁신역량과 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구, 고려대학교 대학원 박사학위논문.
- 이재훈·이정호·윤정현(2007), “기업가 정신과 공식화 및 조직문화와 조직성과 간의 관련성에 관한 연구,” 경영연구, 22(1), 91-118.
- 이종익(2018), 중소기업에서 직장인이 지각하는 조직공정성과 공유가치가 혁신행동에 미치는 영향: 조직신뢰의 매개효과를 중심으로, 호서대학교 대학원 박사학위논문.
- 이주원(2013), 학교조직문화 유형이 혁신행동과 학교조직효과성에 미치는 영향: LMX의 매개효과, 중부대학교 대학원 박사학위논문.
- 이지우·김일천·김종우(2003), “혁신적 업무행동의 선행요인에 관한 연구,” 경영연구, 19(2), 281-316.
- 이지운·강성민(2010), “IT서비스 유형별 경쟁력요인이 IT서비스 기업의 비즈니스 성과에 미치는 영향에 관한 연구: 재무적 및 비재무적 성과관점으로,” Journal of Information Technology Applications and Management, 17(4), 157-180.
- 이진수(2000), “통합생산의 전략적 활용이 생산성과에 미치는 영향연구,” 대한경영학회지, 24, 167-188.
- 이춘우(1999), 조직 앙트라프러뉴십의 역할과 조직성과에 관한 연구: 자원 기초

- 이론을 중심으로, 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 임정희(2018), 호텔기업의 기업가 정신이 직원들의 혁신행동 및 경영성과에 미치는 영향, 극동대학교 대학원 박사학위논문.
- 임효창·이규만(2001), “리더-구성원 교환관계가 조직몰입 및 혁신행동에 미치는 영향: 상사의 지원 및 자기유능감의 조절효과를 중심으로,” 대한경영학회지, 30, 139-161.
- 장록기·원철식·박현진(2007), 외식산업의 성공영향요인이 경영성과에 미치는 영향, 호텔리조트카지노연구, 6(2), 163-179.
- 장용운(2011), 골프리조트의 품질경영이 경영성과에 미치는 영향, 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 장창권(2017), 소상공인의 기업가 정신과 경영자 역량이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구, 송실대학교 대학원 박사학위논문.
- 전상철(2013), 기업가 정신이 기업성과에 미치는 영향 : 기술혁신성과 마케팅역량의 효과를 중심으로, 남서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 전인오(2016), 다양성 인적자원관리와 조직 몰입, 맥락 성과 및 혁신행동의 관계, 조선대학교 대학원 박사학위논문.
- 전의숙·이형룡·우상철(2010), “중급호텔의 재무성과에 영향을 미치는 내부역량의 효율성과 직원만족에 관한 연구,” 호텔경영학연구, 19(3), 39-59.
- 정문중·이상철·권오경(2011), “경쟁이 고객만족과 재무성과의 관계에 미치는 영향,” 회계연구, 16(2), 1-24.
- 정종희·조지운(2015), “소상공업의 경영자 자질과 경영성과와의 관계에서 정부지원 프로그램의 조절효과,” 벤처창업연구, 20(1), 137-161.
- 정준이·권규미·반성식(2007), “기업가 정신과 기업성과: 비영리조직과의 파트너십의 조절효과를 중심으로,” 대한경영학회, 20(4), 1797-1820.
- 정피아(2016), 기업가 특성이 혁신활동과 경영성과에 미치는 영향, 부산대학교 대학원 박사학위논문.
- 조금재, 전인오 (2017), “대·중소기업간 상생협력 활동이 핵심역량 및 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구,” 유통경영학회지, 20(2), 5-15.
- 조기영(2016), 기술혁신역량과 기술경영활동이 경영성과에 미치는 영향에 관한

- 연구: 정부 중소기업 지원사업을 중심으로, 한국산업기술대학교 대학원 박사학위논문.
- 조연성(2010), “자원, 동적역량이 경쟁우위에 미치는 영향에 관한 연구,” 무역학회지, 35(5), 275-301.
- 조연성·원동환(2010), “기업가 정신과 시장지향성이 수출성과에 미치는 영향에 관한 연구,” 무역학회지, 35(1), 131-154.
- 조종현(2017), 사회적기업 경영자의 직무스트레스가 경영성과에 미치는 영향: 사회적 지원과 정부지원제도의 조절효과, 호서대학교 대학원 박사학위논문.
- 주철근(2018), 중소기업의 조직문화가 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증연구: 기업가지양성과 시장지향성의 매개효과 및 네트워크와 환경격변성의 조절효과 중심으로, 호서대학교 대학원 박사학위논문.
- 차영태(2016), 경영혁신형 중소기업의 혁신활동이 경영성과에 미치는 영향에 대한 연구: 경쟁우위의 매개효과 및 기업수명주기의 조절효과를 중심으로, 상명대학교 대학원 박사학위논문.
- 차재희(2014), 의료기관 인증제도 인식이 병원경영성과에 미치는 영향: 조직역량의 매개효과, 건양대학교 대학원 박사학위논문.
- 채갑석(2014), 소상공인의 기업가 정신과 사회적자본이 마케팅성과에 미치는 영향, 청주대학교 대학원 박사학위논문.
- 최동주(2011), “외식 프랜차이즈 기업의 기업가 정신이 신상품 개발성과에 미치는 영향: 시장지향성의 매개효과를 중심으로,” 기업경영연구, 18(4), 39-61.
- 최만기·이지우(1999), “조직혁신에 관한 연구 모형의 개발과 연구명제의 설정,” 경영학연구, 27(5), 1331-1360.
- 최순식(2011), 중소기업의 시장지향성과 마케팅역량이 경쟁우위와 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구, 숭실대학교 대학원 박사학위논문.
- 최용호·신진교·김승호(2003), “최고경영자, 전략, 구조요인이 중소기업의 성과에 미치는 영향,” 중소기업연구, 25(2), 103-125.
- 최인욱, 박지환, 선종규(2011), “조직문화와 구성원 혁신행동의 관계: 조직신뢰와 과업갈등의 조절효과,” 산업혁신연구, 27(3), 1-33.
- 최종열(2015), “기업가 정신, 혁신역량 및 외부협력이 벤처기업의 기술혁신 성과

- 에 미치는 영향,” 한국벤처창업학회, 10(5), 219-231.
- 최지희(2019), 디자인 창업기업의 지속가능경영 요인이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구, 성균관대학교 대학원 박사학위논문.
- 최탁열·이상석(2007), “여성기업의 경영자 특성과 기업성과간의 관계 연구,” 벤처창업연구, 2(3), 123-143.
- 하종률(2017), 연장 경험에 따른 독립경영 외식업 경영성과에 미치는 성공요인, 순천향대학교 대학원 박사학위논문.
- 한윤자(2012), 조직문화 인식과 직무만족이 간호사의 혁신행동에 미치는 영향, 단국대학교 대학원 박사학위논문.
- 한은수(2018), 예술적역량 및 예술적지양성과 기업가 정신이 혁신행동에 미치는 영향에 관한 연구, 충남대학교 대학원 박사학위논문.
- 함성필(2014), “소자본 창업가의 개인특성, 기업가 정신 및 성과에 관한 연구: 부산 지역 디저트카페 창업자를 중심으로,” 국제e-비즈니스연구, 14(5), 287-304.
- 황서현(2015), 호텔 직원의 직업소명의식과 자기주도학습, 혁신행동 및 직무성과의 구조적관계, 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 황정희·정규성·홍승표(2013), “창업기업의 경영성과에 미치는 영향요인에 관한 연구: 외식산업을 중심으로,” 벤처창업연구, 8(1), 51-59.
- Acha, V.(2000), “*The Role of Technological Capabilities in Determining Performance: The Case of the Upstream Petroleum Industry*,” DRUID Winter Conference on Industrial Dynamics, Hillerod, Denmark
- Adam, E. E. Jr.(1994), “Alternative Quality Improvement Practices and Organization Performance,” *Journal of Operations Management*, 12(1), 27-44.
- Adler, P. S., and Shenbar, A.(1990), “Adapting Your Technological Base: The Organizational Challenge,” *Sloan Management Review*, 32(1), 25-37.
- Akman, G. and Yilmaz, C.(2008), “Innovative Capability, Innovation Strategy and Market Orientation: An Empirical Analysis in Turkish Software Industry,” *International Journal of Innovation Management*, 12(1), 69-111.
- Amabile, T. M.(1988), “A Model of Creativity and Innovation in Organizations,” In Staw, B.

- M. and Cummings, L. L. (Eds.), *Research in organizational behavior*, Vol. 10. Greenwich, CT: JAI Press.
- Antoncic, B. and Prodan, I. (2008), "Alliances, Corporate Technological Entrepreneurship and Firm Performance: Testing a Model on Manufacturing Firms," *Technovation*, 28(5), 257-265.
- Atuahene-Gima, K., and Ko, A.(2001), "An Empirical Investigation of the Effect of Market Orientation and Entrepreneurship Orientation Alignment on Product Innovation," *Organization Science*, 12(1), 54-74.
- Assink, M.(2006), "Inhibitors of Disruptive Innovation Capability: A Conceptual Model," *European Journal of Innovation Management*, 9(2), 215-233.
- Becherer R. C., and Maurer, J. G.(1999), "The Proactive Personality Disposition and Entrepreneurial Behavior Among Small Company Presidents," *Journal of Small Business Management*, 37(1), 9-37.
- Ben-Menahem, S. M. and Van Neerijnen, P.(2013), "The Impact of Task, Social, and Environmental Context Characteristics on Firm Proactiveness," *In Academy of Management Proceedings*, 2013(1), 121-157.
- Blesa, A. and Ripollés, M.(2003), "The Role of Market Orientation in the Relationship Between Entrepreneurial Proactiveness and Performance," *Journal of Entrepreneurship*, 12(1), 1-19.
- Boer, H. and During, W. E.(2001), "Innovation, What Innovation? A Comparison Between Product, Process and Organizational Innovation," *International Journal of Technology Management*, 22(3), 83-107.
- Bowen, F., Rostamin, M. and Steel, P.(2010), "Timing is Everything: A Meta-Analysis of the Relationship between Organizational Performance and Innovation," *Journal of Business Research* , 63(11), 1179-1185.
- Brentani, U. D.(1989), "Success and Failure in New Industrial Services," *Journal of Product Innovation Management*, 6(4), 239-258.
- Birchall, D. W., Chanaron, J. J., and Soderquist, K.(1996), "Managing Innovation

- in SMES: A Comparison of Companies in the UK, France and Portugal," *International Journal of Technology Management*, 12(3), 291-305.
- Block, Z.(1989), "Damage Control for New Corporate Ventures," *Journal of Business Strategy*, 10, 22-28.
- Brockhaus, R. H. and Horwitz, P. S.(1986), "The Art and Science of Entrepreneurship," *The Psychology of the Entrepreneur*, Ed. DSR Smilor, Ballinger, Cambridge, MA, 25-48.
- Bukhari, A. and Hilmi, M.(2012), "Challenges and Outcome of Innovative Behavior: A Qualitative Study of Tourism Related Entrepreneurs," *Journal of Technology Management and Innovation*, 7(2), 131-142.
- Burgelman, A.(2009), "*Strategic management, Integrating Technology and Strategy: A general Management Perspective*," McGraw - Hill, 5(1), 4.
- Burgelman, R. A., C. M. Christensen, and S. C. Wheelwright(2004), *Strategic Management of Technology and Innovation*, Irwin: McGraw-Hill.
- Calantone, R., Cavusgil, S., and Zhao, Y.(2002), "Learning Orientation Firm Innovation Capability and Firm Performance," *Industrial Marketing Management*, 31(5), 515-524.
- Cassiman, B., and Golovko. E.(2011), "Innovation and Internationalization Through Exports," *Journal of International Business Studies*, 42(1), 56-75.
- Christensen, J. F.(1995), "Asset Profiles for Technological Innovation", *Research Policy*, 24(5), 727-745.
- Cohen, W. M. and Levin, R. C.(1990), "Empirical Studies of Innovation and Market Structure," in Schmalensee, R. and Willig, R. D. (Eds), *Handbook of Industrial Organization*, Vol.2, North Holland, Amsterdam, 93-103.
- Coombs, Joseph E. and Paul E. Bierly(2006), "Measuring Technological Capability and Performance," *R&D Management*, 36(4), 421-438.
- Covin, J. G. and Slevin, D. P.(1986), "The Development and Testing of an Organizational-Level Entrepreneurship Scale," In R. Ronsradt, J. A. Hornaday, R. Peterson, and K. H. Vesper, eds., *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley,

- MA: Babson College, 628-639.
- Covin, J. G., and Slevin, D. P.(1989), "Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments," *Strategic Management Journal*, 10(1), 75-87.
- Covin, J. G. and Slevin, D. P.(1991), "A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior," *Entrepreneurship: Critical Perspectives on Business and Management*, 3, 5-28.
- Dadfar, H. and Brege, S.(2012), "Differentiation by Improving Quality of Services at the Last Touch Point: The Case of Tehran Pharmacies," *International Journal of Quality and Service Sciences*, 4(4), 345 - 363.
- Daft, R. L.(1992), *Organization theory and design*, Minnesota: West Publishing.
- Damanpour, F. and Evan, W. M.(1984), "Organizational Innovation and Performance: The Problem of Organizational Lag," *Journal of Management Studies*, 29(3), 392-402.
- Damanpour, F.(1991), "Organization Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators," *Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590.
- Davenport, TH.(1993), *Process Innovation: Reengineering Work through Information Technology*, Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Day, G. S.(1994), "The Capabilities of Market-Driven Organizations," *Journal of Marketing*, 58, 37-52.
- Day, G. S. (1999), *The Market Driven Organization: Understanding, Attracting, and Keeping Valuable Customers*, The Free Press.
- Dess, G. G. and Lumpkin, G. T.(2005), "The Role of Entrepreneurial Orientation in Stimulating Effective Corporate Entrepreneurship," *The Academy of Management Executive*, 19(1), 147-156.
- Dollinger, M. J.(1983), "Use of Budner's Intolerance of Ambiguity Measure for Entrepreneurial Research," *Psychological Reports*, 53(3), 1019-1021.
- Dorf, R. C. and T. H. Byers.(2005), *Technology Ventures: From Idea to Enterprise*, New York : McGraw-Hill.

- Drucker, P.F.(1985), "The Discipline of Innovation," *Harvard Business Review*, 63(3), 67-72.
- Drucker, P. F.(1991), *Our Changing Economic Society: The Best of Drucker's Thinking on Economic and Societal Change*, New York, NY: Harper Collins.
- Drucker, P. F.(1993), *Post-Capitalism Society*. New York, NY: Harper Business.
- Ducan, R. B and Weiss, A.,(1979), Organizational Learning: Implications for Organizational Design, in B. Staw(Ed.), *Research in Organizational Behavior*, Greenwich, JAI Press, 75-124.
- Gupta, A. K., and Govindarajan, V.(1984), "Business Unit Strategy, Managerial Characteristics at Strategy Implementation," *Academy of Management Journal*, 27(1), 25-41.
- Hadjimanolis, A.(2000), "An Investigation of Innovation Antecedents in Small Firms in the Context of a Small Country, *R&D Management*, 30(3), 235-246.
- Heunks, F. J.(1998), "Innovation, Creativity and Success," *Small Business Economics*, 10(3), 263-27
- Hurley, R. F., and Hult, G. T. M.(1998), "Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination," *The Journal of Marketing*, 42-54.
- Janssen, O.(2000), "Job Demands, Perceptions of Effort-Reward Fairness and Innovative Work Behavior," *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73, 289-302.
- Jesús Perdomo-Ortiz., Javier González-Benito and Jesús Galende.(2006), "Total Quality Management as a Forerunner of Business Innovation Capability," *Technovation*, 26, 1170-1185.
- Fahy, J., G. Hooley, T. Cox, J. Beracs, K. Fonfara and B. Snoj.(2000), "The Development and Impact of Marketing Capabilities in Central Europe," *Journal of International Business Studies*, 3(1), 63-81.
- Forsman, H. and S. Temel.(2011), "Innovation and Business Performance in Small

- Enterprises: An Enterprise-Level Analysis," *International Journal of Innovation Management*, 15(3), 641-665.
- Gartner, W. B.(1985), "A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation," *Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
- Guan, J. and Ma, N.(2003), "Innovation Capability and Export Performance of Chinese Firms," *Technovation*, 23(9), 737-747.
- Guan, J. C., Yam, R. C., Mok, C. K., and Ma, N.(2006), "A Study of the Relationship Between Competitiveness and Technological Innovation Capability Based on DEA Models," *European Journal of Operational Research*, 170(3), 971-986.
- Iddris, F.(2016), "Innovation Capability: A Systematic Review and Research Agenda. Interdisciplinary", *Journal of Information, Knowledge, and Management*, 11, 235-260.
- Kaplan, R. S. and Norton, D. P.(1996), "Using the Balanced Scorecard as a Strategic Management System," *Harvard Business Review*, 1(2), 75-85.
- Kanter, R. M.(1983). *The Change Masters*. New York: Simon and Schuster.
- Kaplan, R. S. and Norton, D. P.(1992), "The Balanced Scorecard-Measures that Drive," *Harvard Business Review*, 70(1), 71-79.
- Kaplan, R. S. and Norton, D. P. (1996), "Using the Balanced Scorecard as a Strategic Management System," *Harvard Business Review*, 1(2), 75-85.
- Kanter, R. (1988), "When a Thousand Flowers Bloom: Structural, Collective, and Social Conditions for Innovation in Organization," *Research in Organizational Behavior*, 10, 169-211.
- Keizer, J. A., Dijkstra, L., Halman, J. I. M.(2003), "Explaining Innovative Efforts of SMEs: An Exploratory Survey among SMEs in the Mechanical and Electoical Engineering Sector in the Netherlands," *Technovation*, 22(1), 1-13.
- Kenneth Simmonds.(1986), "Marketing as Innovation the Eighth Paradigm," *Journal of Management Studies*, 23(5), 479-500.

- King, N.(1990), Innovation at work: The research literature, In M.A. West and J.L. Farr (Eds.), Innovation and creativity at work, Psychological and Organizational Strategies: John Wiley & Sons.
- Kimberly, J. R. and M. J. Evanisko(1981), "Organizational Innovation: The Influence of Individual, Organizational, and Contextual Factors on Hospital Adoption of Technological and Administrative Innovations," *Academy of Management Journal*, 24(4), 689-713.
- Kirzner, I. M .1973. *Competition and Entrepreneurship*, University of Chicago Press, Chicago, IL.
- Kleysen, R. F. and Street, C. T.(2001), "Toward a Multi-Dimensional Measure of Individual Innovation Behavior," *Journal of Intellectual Capital*, 2(3),1469-1930.
- Knight, F. H. (1921), *Risk, Uncertainty, and Profit*, New York: Harper.
- Knight, K. E.(1967), "A Descriptive Model of the Intra-Firm Innovation Process," *The Journal of Business*, 40(4), 478-496.
- Kohli, A. K. and Jaworski, B. J(1990), "Market Orientation: the Construct, Research Propositions, and Managerial Implications," *The Journal of Marketing*, 54(2), 1-18.
- Kohli, A. K. and Jaworski, B. J(1990), "Market Orientation: Antecedents and Consequences," *The Journal of Marketing*, 57(3), 53-70.
- Kuratko, D. F., Ireland, R. D., Covin, J.G. and Hornsby, J. S.(2005), "A Model of Middle-level Managers Entrepreneurial Behaviour," *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(6), 699 - 716.
- Jaworski, B. and Kohli, A.(1993), "Market Orientation: Antecedents and Consequences," *Journal of Marketing* , 35(3), 348-358.
- Kuratko, D., and Hodgetts, R.(2001), *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*. Thomson Publishers: OH.
- Lall, S. (1992), "Technological Capabilities and Industrialization," *World Development*, 20(2), 165-186.

- Lawson, B. and Samson, D.(2001), "Developing Innovation Capability in Organizations: a Dynamic Capabilities Approach," *International Journal of Innovation Management*, 5(3), 377-400.
- Lebas, J.(1995), "Performance Measurement and Performance Management," *International Journal of Production Economics*, 41(1-3), 23-35.
- Lee, J-S, and Hsieh, C-J(2010), "A Research In Relating Entrepreneurship, Marketing Capability, Innovative Capability And Sustained Competitive Advantage," *Journal of Business & Economics Research*, 8(9), 109-119.
- Leibenstein, H.(1978), *General X-Efficiency Theory and Economic Development*, New York: Oxford University Press.
- Li, T. and Calantone, R.(1998), "The Impact of Market Knowledge Competence on New Product Advantage: Conceptualization and Empirical Examination," *Journal of Marketing*, 62(4), 13-29.
- Low, M. B. and MacMillan, I. C.(1988), "Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges," *Journal of Management*, 14(2): 139-161.
- Lumpkin, G. and Dess, G.(1996), "Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance," *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Matsuno, K., Mentzer, J. T., and Özsoyner, A.(2002), "The Effects of Entrepreneurial Proclivity and Market Orientation on Business Performance", *Journal of Marketing*, 66(3), 18-32.
- Miller, D.(1983), "The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firm," *Management Science*, 29(7), 770-79.
- Miller, D. and Friesen, P. H.(1982), "Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms: Two Models of Strategic Momentum," *Strategic Management Journal*, 3, 1-25.
- Miller, D. P. and Friesen, P. H.(1983), "Strategy Making and Environment: The Third Link," *Strategic Management Journal*, 4(3), 221-235.
- Mitra, A., and K. Chaya(1996), "Analyzing Cost-Effectiveness of Organizations:

- The Impact of Information Technology Spending," *Journal of Management Information Systems*, 13(2), 29-57.
- Morgan, Neil A., Shaoming Zou, Douglas W. Vorhies and Constantine S. Katsikeas(2003), "Experiential and International Knowledge, Architectural Marketing Capabilities, and the Adaptive Performance of Export Ventures: Across National Study," *Decision Science*, 34(2), 287-321.
- Morris, M. H., and Paul, G. W.(1987), "The Relationship Between Entrepreneurship and Marketing in Established Firms," *Journal of Business Venturing*, 2(3), 247-259.
- Murphy, G. B., and Trailer, J. W. and Hill, R. C.(1996), "Measuring Performance in Entrepreneurship," *Journal of Business Research*, 36(1), 15-23.
- Narver, J. C. and Slater, S. F.(1990), "The Effect of a Market Orientation on Business Profitability", *The Journal of Marketing*, 54, 20-35.
- Narver, J. C. and Slater, S. F.(1994), "Does Competitive Environment moderate the Market Orientation-Performance Relationship?", *The Journal of Marketing*, 58(1), 46-55.
- Nohria, N. and Gulati, R.(1996), "Is Slack Good or Bad for Innovation?," *Academy of Management Journal*, 39(5), 1245-1264.
- Oke, A., Burke, G., and Myers, A.(2007), "Innovation types and performance in growing UK SMEs," *International Journal of Operations & Production Management*, 27(7), 735-753.
- OECD(2005), *Oslo Manual: Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*, Paris.
- Oldham, G. R. and Cummings, A.(1996), "Employee creativity: Personal and Contextual Factors at Work," *Academy of Management Journal*, 39(3), 607-634.
- Olsson, A., Wadell, C., Odenrick, P., and Bergendahl, M. N.(2010), "An Action Learning Method for Increased Innovation Capability in Organizations," *Action Learning: Research and Practice*, 7(2), 167-179.
- Prajogo, D. I. and P. K. Ahmed.(2006), "Relationship between Innovation Stimulus, Innovation

- Capacity, and Innovation Performance," *R&D Management*, 36(5), 499-515.
- Price, J.(1997), "Handbook of Original Measurement," *International Journal of Manpower*, 18(4-6), 305-558.
- Rangone, A.(1999), "A Resource-based Approach to Strategy Analysis in Small-medium Sized Enterprises," *Small Business Economics*, 12(3), 233-48.
- Robinson, W. T.(1990), "Product Innovation and Start-up Business Market Share Performance," *Management Science*, 36, 1279-1289.
- Rogers, E.(1983), *Diffusion of Innovations*, Free Press.
- Roper, S.(1997), "Product Innovation and Small Business Growth: A Comparison of the Strategies of German, U. K. and Irish Companies," *Small Business Economics*, 9, 523-537.
- Sandberg, B.(2002), "Creating the Market for Disruptive Innovation: Market Proactiveness at the Launch Stage," *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 11(2), 184-196.
- Saunila, M., Ukko, J., and Rantanen, H.(2014), "Does Innovation Capability Really Matter for the Profitability of SMEs?," *Knowledge and Process Management*, 21(2), 134-142.
- Schoenecker, T., and Swanson, L.(2002), "Indicators of Firm Technological Capability: Validity and Performance Implications," *IEEE Transactions on Engineering Management*, 49(1), 36-44.
- Schumpeter, J.(1934), *The Theory of Economic Development*, Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Schumpeter, J. A.(1942), *Capitalism, Socialism and Democracy*, New York: Harper and Row.
- Sexton, D. L., and Bowman, N.(1985), "The Entrepreneur: A Capable Executive and More," *Journal of Business Venturing*, 1(1), 129-140
- Sexton, D., and Bowman-Upton, N.(1987), "A growth Model of the Firm Based on Market, Owner, and Strategic Factors," *Research at the marketing/Entrepreneurship Interface*, Marietta, GA..
- Scott, S. G. and R. A. Bruce.(1994), "Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in the Workplace," *Academy of Management Journal*, 37(3),

580-607.

- Shapiro, S. M.(2002), *Innovation: A Blueprint for Surviving and Thriving in an Age of Change*, New York, NY: McGraw-Hill.
- Slater, S. F. and Narver, J. C.(1995), "Market Orientation and the Learning Organization," *The Journal of Marketing*, 59(3), 63-74.
- Smith, K. G., Ferrier, W. J., and Grimm, C. M.(2001), "King of the Hill: Dethroning the Industry Leader," *The Academy of Management Executive*, 15(2): 59-70.
- Smith, M., Busi, M., Ball, P. and Van Der Meer, R.(2008), "Factors Influencing an Organisation's Ability to Manage Innovation: A Structured Literature Review and Conceptual Model," *International Journal of Innovation Management*, 12(4), 655-676.
- Steers, R. M.(1975), "Problems in the Measurement of Organizational Effectiveness," *Administrative Science Quarterly*, 20(4), 546-558.
- Sterlacchini, A.(1999), "Do Innovative Activities Matter to Small Firms Innon R and D Intensive Industries? An Application to Export Performance," *Research Policy*, 28, 819-832.
- Stevenson, H. H., and Jarillo, J. C.(1991), "A New Entrepreneurial Paradigm," *Socio-Economics: Toward a New Synthesis*, Armonk, NY. Sharp, Inc, 185-208.
- Tang, J., Pee, L. G., and Iijima, J.(2013), "The Role of External Information Awareness and Proactiveness of Innovation Strategy in Employees' Innovation Behavior: A Psychological Perspective," *In Knowledge Discovery, Knowledge Engineering and Knowledge Management*, 377-392.
- Tanriverdi, H.(2005), "Information Technology Relatedness, Knowledge Management Capability, and Performance of Multi Business Firms," *MIS Quarterly*, 29(2), 311-334.
- Tsai, W.M., MacMillan, I.C., and Low, M.B.(1991), "Effects of Strategy and Environment on Corporate Venture Success in Industrial Markets," *Journal of Business Venturing*, 6(1), 9-28.

- Tsai, Ming-Tien and Chia-Mei Shih(2004), "The Impact of Marketing Knowledge among Managers on Marketing Capabilities and Business Performance," *International Journal of Management*, 21(4), 524-530.
- Thompson, J. D.(1967), *Organizations in action*, NY: Mc-Graw-Hill.
- Tidd, J., Bessant, J. and Keith, P.(1997), "*Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change, Chichester*," New York, NY: John Wiley and Sons.
- Utterback, J. M. and W. J. Abernathy.(1975), "A Dynamic Model of Product and Process Innovation," *Omega*, 3(6), 639~656.
- Van de Ven A. H. (1992), "Suggestions for Studying Strategy Process: A Research Note," *Strategic Management Journal*, 13, 169-188.
- Venkatraman, N. and Ramanujam, V. (1986), "Measurement of Business Performance in Strategy Research: A Comparison of Approaches," *Academy of Management Review*, 1(4), 801-808.
- Vorhies, D. W. (1998), "An Investigation of Factors Leading to the Development of Marketing Capabilities and Organizational Effectiveness," *Journal of Strategic Marketing*, 6, 3-23.
- Vorhies, Douglas W. and Michael Harker(2000), "The capabilities and performance advantages of market driven firms," *Australian Journal of Marketing*, 25(2), 145-171.
- Vorhies, D. W. & N. A. Morgan(2005), "Bench-Marking Marketing Capabilities for Sustainable Competitive Advantage," *Journal of Marketing*, 69(1), 80-94.
- Wang, C. H., Lu, I. Y., and Chen, C. B. (2008), "Evaluating Firm Technological Innovation Capability Under Uncertainty," *Technovation*, 28(6), 349-363.
- Weerawardena, J.(2003), "Exploring the Role of Market Learning Capability in Competitive Strategy," *European Journal of Marketing*, 37(3/4), 407-429.
- West, M. A. and Farr, J. L. (1990), *Innovation and Creativity at Work: Psychological and Organizational Strategies*, Chichester, England: Wiley.
- White, M. A. and Bruton, G. D. (2010), *The Management of Technology and Innovation: A Strategic Approach*, Cengage Learning.

- Wilkund, J., and Shepherd, D. A.(2011), "Where to from Here? EO-as-Experimentation, Failure, and Distribution of Outcomes," *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 35(5), 925 - 946.
- Yam, R., Guan, J., Pun, K., and Tang, E.(2004), "An Audit of Technological Innovation Capabilities in Chinese Firms: Some Empirical Findings in Beijing, China," *Research Policy*, 33(8), 1123-1140.
- Yliherva, J. (2004), Management Model of an Organization's Innovation Capabilities: Development of Innovation Capabilities as Part of the Management System, Dissertation, *Department of Industrial Engineering and Management*, Oulu(in Finnish), University of Oulu.
- Zahra, S. A. (1996), "Technology Strategy and New Venturer Performance: A Study of Corporate Sponsored and Independent Biotechnology Venture," *Journal of Business Venturing*, 11(4), 289-321.
- Zahra, S. A. and Covin, J. G. (1995), "Contextual Influences on the Corporate Entrepreneurship-Performance Relationship," *Journal of Business Venturing*, 10(1), 43-59.
- Zahra, S. and Covin, J.(1995), "Contextual Influences on the Corporate Entrepreneurship Performance Relationship: A Longitudinal Analysis," *Journal of Business Venturing*, 10, 43-58.
- Zairi, M., Letz, S. R., and Oakland, J. S.(1994), "Does TQM Impact on Bottom Line Results?," *The TQM Magazine*, 6(1), 38-43.
- Zaltman, G., Duncan, R., and Holbek, J.(1973), *Innovations and Organizations*, Chichester, John Wiley and Sons.
- Zhao, Y., Li, Y., Lee, S. H., and Chen, L. B.(2011), "Entrepreneurial Orientation, Organizational Learning, and Performance: Evidence from China," *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 24(2), 293 - 317.
- Zou, S., E. Fang and S. Zhao (2003), "The Effect of Export Marketing Capabilities on Export Performance: An Investigation of Chinese Exporters," *Journal of International Marketing*, 11(4),32-55.

<부록>

설문지

안녕하십니까? 바쁘신 업무 중에도 불구하고 조사에 응하여 주셔서 감사합니다.
귀하의 무궁한 발전을 기원합니다.

본 설문지는 기업의 혁신역량강화에 관한 연구를 위한 것입니다. 응답결과는 우리나라기업의 혁신역량강화 방안 모색에 기초자료가 됩니다. 평소의 생각과 가장 일치되는 항목에 빠짐없이, 솔직하게 기록해 주시면 됩니다.

응답하신 설문지는 무기명으로 처리되며, 통계조사법 제 33조의 비밀 보호 원칙에 따라, 답변 내용에 대해 비밀이 절대적으로 보장되고, 이 연구 이외의 목적으로 사용되지 않을 것입니다.

귀한 시간 내어주신데 대해 깊은 감사드립니다.

2019년 3월

제주대학교 일반대학원 경영학과 박사과정
지도교수 : 김정희
연구자 : 배창봉 (bong3025@naver.com)

■ 다음은 귀하에 관한 일반적인 질문들입니다. 각 질문마다 귀하의 생각과 일치하는 항목에 √표 해 주시기 바랍니다.

성 별	① 남성	② 여성		
1) 연령	① 20 대 ⑤ 60 대이상	② 30 대	40대	④ 50 대
2) 최종학력	① 고졸	② 전문대졸	③ 대졸	④ 대학원졸 이상
3) 직급	① 사원급 ⑤ 임원	② 대리급	③ 과장급	④ 차부장급
4) 경력기간	① 5년 미만 ⑤ 20년 이상	② 10년 미만	③ 15년 미만	④ 20년 미만
5) 귀사의 업력	① 1년미만 ⑤ 6년이상~7년미만	② 1년이상~2년미만	③ 2년이상~4년미만	④ 4년이상~6년미만
6) 업종	① 유통 ⑤ 기타	② 제조	③ 서비스	④ IT
7) 전년도 매출액	① 5억 미만 ⑤ 50억이상	② 5~10억미만	③ 11억~20억미만	④ 21~50억미만
8) 소재지	① 서울, 경기지역 ⑤ 광주, 전남지역	② 대전, 충청지역	③ 부산, 경남지역	④ 대구, 영남지역

<계속>

■[1. 기업가 정신] 다음은 귀사의 기업가 정신과 관련된 사항입니다. 항목별로 귀사의 실패와 가장 가까운 란에 하나만 √표시해 주시기 바랍니다.(①전혀 그렇지 않다, ⑦매우 그렇다)

번호	우리 회사는	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
1	지난 3년간 제품과 서비스의 연구개발 분야에서 산업평균 이상의 투자를 하였다.		②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	지난 3년간 우리기업은 시장에 많은 신제품과 서비스를 출시하였다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	새로운 프로세스를 적용하는데 유연하고 부문 내에서 다른 노력을 통합한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	안정적이기보다는 혁신적이고 성장을 지향하는 편이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	독창적이고 혁신적인 아이디어를 수용하고 장려한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6	리스크가 높더라도, 높은 수익을 올릴 수 있는 프로젝트를 추진하려는 성향을 갖고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7	모험성이 높고 불확실한 상황에서도 새로운 사업 분야에 적극 진출하고자 노력한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
8	목표와 성과를 달성하기 위해 다소 위험이 있더라도 광범위한 경영활동을 적극적으로 추진한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
9	기존 경영기조를 유지보다는 성장에 초점을 둔다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
10	자원이 없더라도, 유망한 사업에 우선 초점을 둔다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
11	새로운 기회를 예측 활용하고 진취적인 행동을 권장한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
12	경쟁업체에 대한 대처과정에 우리기업은 신제품·서비스경영관리기법 및 운영기술 등을 가장 먼저 도입하는 업체로 인정 받고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
13	새로운 시장을 개척하고 그 시장에서의 주도적 지위를 확보하기 위해 노력한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
14	기회요인을 규명하는데 탁월한 진취적 능력을 가진다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
15	경쟁기업과 공존공생하기보다는 경쟁을 선호하고 능동적으로 대응한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

<계속>

■ [2. 혁신역량] 다음은 귀사의 혁신역량과 관련된 사항입니다. 항목별로 귀사의 실태와 가장 가까운 란에 하나만 √표시해 주시기 바랍니다. (①전혀 그렇지 않다, ⑦매우 그렇다)

번호	우리 회사는	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	약간 그렇 지 않다	보통 이다	약간 그렇 다	그렇 다	매우 그렇 다
1	고객의 요구에 충분한 대응 역량이 있다.		②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	고객의 욕구에 맞는 새로운 가치창출 역량이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	고객의 불만예방과 발생시 대응조치에 역량이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	경쟁업체의 정보 파악 및 분석 역량이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	경쟁업체 강점과 약점 파악에 대한 역량이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6	경쟁사에 대한 시장 대응 역량이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7	연구개발 역량이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
8	시장개척 역량이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
9	새로운 기술에 대한 학습역량이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
10	고객요구에 대한 품질개선 역량이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
11	고객이 요구한 납기에 신속하게 대응할수 있는 역량이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
12	원가 개선 역량이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
13	외부기관과의 협업 역량이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
14	구매(고객)업체들과 기술협력 역량이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

<계속>

■[3. 혁신행동] 다음은 귀사의 혁신행동과 관련된 사항입니다. 항목별로 귀사의 실태와 가장 가까운 란에 하나만 √표시해 주시기 바랍니다.(①전혀 그렇지 않다, ⑦매우 그렇다)

번호	우리 회사는	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
1	업무 수행에 늘 새로운 아이디어를 접목하려고 노력한다.		②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	혁신을 위해 지속적으로 새로운 제안을 하려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	회사발전을 위해 새로운 기술과 지식을 습득하려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	업무혁신을 위해 구성원간의 활발한 의사소통을 하려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	사업목적 달성을 위해 새로운 기회를 적극적으로 찾고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

■[4. 경영성과] 다음은 귀사의 경영성과와 관련된 사항입니다. 항목별로 귀사의 실태와 가장 가까운 란에 하나만 √표시해 주시기 바랍니다. (①전혀 그렇지 않다, ⑦매우 그렇다)

번호	우리 회사는	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
1	경쟁사와 비교하여, 상대적으로 매출이 많은 편이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	경쟁사와 비교하여, 상대적으로 영업 이익율이 높은 편이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	경쟁사와 비교하여, 상대적으로 총자산수익률(ROA)이 높은 편이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	경쟁사와 비교하여, 상대적으로 시장 점유율이 높은 편이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	경쟁사와 비교하여, 상대적으로 제품에 대한 고객의 선호도가 높은 편이다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

♣ 설문 응답에 깊은 감사드립니다. ♣