

# 기업가정신과 기업성과간 관계에서 기술혁신성과 마케팅역량의 영향\*

전인오 (호서대학교 벤처대학원 교수)\*\*

## 국 문 요 약

본 연구는 중소기업 경영자 또는 연구책임자를 대상으로 기업가정신과 기업성과 사이에 기술혁신성과 마케팅역량이 미치는 영향을 실증 조사 하는데 목적이 있다. 각 변수의 세부요인별로 기존의 연구에서 검증된 설문항목을 발췌하여 검증하였으며 기술혁신을 통해 다양한 성과를 획득하는 기술기반 중소기업이 있는 반면에 기술혁신활동을 했음에도 불구하고 기술혁신에 많은 투자와 기대한 만큼의 성과를 도출하지 못하는 기업들이 있음에 주목하여 연구를 시작하였다. 본 연구는 중소 규모의 신생 기업이나 벤처기업에 마케팅역량 차원과 기술혁신성 차원을 적용하였고, 기술혁신성과 마케팅역량이 기업성과에 미치는 영향을 분석하여 다양하고 전문성 있는 지속적인 성장에 관한 시사점을 제공하고자 하였다. 기업가정신이 만들어내는 기업성과는 독특한 환경과 복잡한 기술마케팅 관계 속에서 기업이 경험해 얻은 자사 기업만의 중요한 자원이므로 이를 마케팅역량이 조절할 것이라는 관점에서 접근하였다.

그 결과 기업가정신 중 혁신성과 진취성은 투자와 특허개발등록을 중심으로 신사업계획과 중장기 발전방향을 세우는 기술성과에 중요한 영향을 미치나 불확실한 환경에서 도전하는 위험감수성은 재무적 성과와 비재무적인 성과에 부정적인 영향을 미친 것으로 나타났다. 또한 기술혁신성의 매개효과가 기업가정신과 기업성과 사이에 완전매개 또는 부분매개역할을 한다는 것이 확인되어 기업가정신이 기술혁신성의 매개효과를 통해 기업성과에 영향을 미치고 있음을 확인하였다. 아울러 마케팅역량의 조절효과 역시 혁신성과 위험감수성이 부분적으로 영향관계를 보여주고 있어 마케팅역량을 이용한 효과적인 마케팅기법을 재고하기 위한 노력과 관심을 가져야 할 것이다.

핵심주제어: 기업가정신, 기술혁신성, 마케팅역량, 기업성과

## 1. 서론

최근 세계경제는 인공지능 알파고 등 디지털식 네트워크 경제로 전환되면서 세계화와 지식기반의 경영시대가 이미 진행되고 있다고 볼 수 있다. 정보화 혁명, 혁신성에 기초한 경쟁우위의 부각 등이 급속하게 진행되고 있으며 이로 인해 기업 경영의 패러다임도 큰 변화를 겪게 되었다.

특히 우리나라의 중소기업들은 요소의 투입에 의한 효율성 중심의 경영에서 급속하게 변화하는 환경에 적합한 새로운 전략이 요구되고 있다. 앞으로 다가오는 21세기에는 기업의 대응능력, 혁신능력, 학습능력 등이 경쟁우위의 원천으로 작용하고 있다고 볼 수 있다. 국내 중소기업의 비중은 99%로 전체 근로자 88%가 중소기업에 종사하고 있으며 우리나라 경제의 주축으로 인식되고 있다(전국경제인연합회 2015년 보고서). 따라서 중소기업의 기술혁신은 우리나라 경제성장에 있어서 핵심요소로 작용한다는 점에서 중요하다고 볼 수 있다.

기업의 경쟁력을 확보하기 위해서는 기업가의 일관성 있는 기업가정신과 기업성과를 위한 기술혁신성과 함께 지속적인 마케팅역량이 필요하다. 이와 같은 맥락에서 기업가정신과 기

술혁신성이 마케팅역량의 조절효과로 인해 기업성과에 얼마나 영향을 미치는지에 대한 연구의 필요성이 대두되었다.

본 연구와 기존 연구의 차별성은 첫째, 최고경영자의 기업가정신이 기업성과에 미치는 영향에 대한 기술혁신성과 마케팅역량에 대한 통합적 영향관계를 제시하였다. 둘째, 기존의 연구 대부분이 기업가정신이나 기술혁신성을 독립변수로 설정하여 회귀분석을 통해 기업성과의 재무적, 비재무적 성과만을 규명하고 있는 것과는 달리 기업가정신을 통한 기술혁신성의 매개효과를 중심으로 각 변수와의 상호 영향관계를 제시하였다. 셋째, 최고경영자의 기업가정신과 마케팅역량 관련 조절변수를 연구에 활용하여 기업성과를 파악하고자 시도하였다는 점이다.

### 1.1 연구목적

본 논문의 연구 핵심은 기업가정신과 기술혁신성, 마케팅역량 및 기업성과의 상호관련성이며 설문에 의한 실증연구와 이론연구로 구성되어 있다.

사업화를 통해 기업이 경영성과를 달성하기 위해서는 먼저

\* 본 저자의 박사학위논문을 기반으로 내용을 정리함.

\*\* 주저자, 호서대학교 벤처대학원, eric@hoseo.edu

· 투고일: 2017-02-06 · 수정일: 2017-05-22 · 게재확정일: 2017-06-23

기술기획 단계로 시작해서 기술관리 단계를 지나 기술인프라 단계를 거쳐 기술사업화까지의 추진력이 필요하다고 볼 수 있다. 명목상의 구분이지만 이는 최종 기술사업화까지 모든 단계가 유기적으로 결합되어 있기 때문에 명확하게 구분하는 것은 어렵다고 하였다(손수현 외, 2007).

기업이 기술사업화 단계를 준비 또는 진행하면서 R&D투자와 조직의 혁신 그리고 신기술 획득을 위한 다양한 노력(기술도입, 자체개발 등)을 수행하게 되며 이러한 기업활동은 기술혁신능력, 기술사업화능력, 마케팅능력으로 설명될 수 있다고 하였으며, 사업화성공에 필요한 요인으로는 기술사업화능력, 기술혁신능력, 마케팅 경쟁력, R&D집중도가 있으며 각각의 요인에 대한 성과측정으로는 재무적성과 요인과 비재무적성과 요인으로 나누어 볼 수 있다고 하였다(Branch, 1973; Jolly, 1997; Teece & Shuen, 1997; Dutta, et. al., 1999; Burgelman et al., 2004; 이동주, 2002; 김정환, 2005; 이수태, 2007; 이동석, 2009; 강지민, 2013).

중소기업의 최고경영자와 기술개발을 맡아하는 연구소장 및 연구책임자를 대상으로 혁신성, 진취성 그리고 위험감수성을 기반으로 하는 기업가정신을 이용하여 전략계획역량, 연구개발역량 그리고 기술사업화역량을 기본으로 하는 기술혁신성의 매개효과를 통한 기술성과, 재무적성과 그리고 비재무적성과를 알아보는 기업성공에 마케팅전문역량과 마케팅구조역량이 어떠한 조절효과를 주는가에 관한 시사점을 제공하려고 하였다. 따라서 그동안의 기업가정신에 대해 정리하고, 기술혁신성에 대한 본질과 역량에 대해 접근하였다. 또한 기업성공에 대해 마케팅역량 차원으로 확대 적용하였으며, 기업의 기술혁신성을 매개변수로 하며 마케팅역량의 조절요인을 기본으로 하는 기업성공에 대해 실증적으로 규명하였다.

본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다.

첫째, 중소기업 CEO의 기업가정신이 기업성공에 미치는 영향에 대해 실증적으로 분석하여 그 영향 관계를 규명한다.

둘째, 기업가정신이 기업성공에 미치는 영향관계에서 기술혁신성의 매개효과를 실증적으로 분석하여 변수간의 관계 양상을 규명한다.

셋째, 중소기업 CEO의 기업가정신이 기업성공에 미치는 영향관계에서 마케팅역량의 조절효과를 검증하여 변수간의 관계 양상을 실증적으로 분석한다.

## 1.2 연구내용

본 연구는 치열해지는 시장환경에서 중소기업의 성공전략을 위한 기업가정신에 관한 내용과 기술혁신성, 그리고 기업성공요인을 유형화하여 각 개념들 간의 관련성을 제시하고 기술혁신성의 매개효과와 마케팅역량의 조절효과를 중심으로 실증적으로 분석한 후 시사점을 도출하려 하였다.

이를 구체적으로 제시하면 다음과 같다.

첫째, 기업가정신에 대해 혁신성과 진취성, 위험감수성을 기본으로 정의한다. 둘째, 기술혁신성의 개념을 전략계획역량,

연구개발역량 그리고 기술사업화능력으로 구분하여 각각의 개념을 정립한다. 셋째, 마케팅역량에 대한 포괄적인 개념 접근과 더불어 마케팅전문역량과 마케팅구조역량으로 분류하여 기업성과와의 관련성을 설명한다. 넷째, 앞에 설명한 기업가정신과 기술혁신성, 마케팅역량, 그리고 기업성과에 대한 개념화와 관련성을 토대로 기술혁신성과 기업성과와의 인과관계, 그리고 마케팅역량과 기업성과와의 인과관계를 검증하고, 그 결과를 바탕으로 시사점을 제시한다.

## II. 이론적 배경

### 2.1 기업가정신의 개념 및 구성요소

Schumpeter(1934)는 ‘기업가 (Entrepreneur)는 새로운 방식을 통해 시장에서 새로운 변화를 실행하는 혁신가 (Innovator)’로 정의 했으며 Peter Drucker(1964)는 ‘혁신가란 의미는 변화를 탐색하며, 변화를 찾아 기회를 모색하는 사람들이라고 정의’하고 있다. 이러한 의미는 조직의 변화를 새롭게 시도하거나, 자원을 절감하여 원자재 및 부품을 확보하는 방법, 또는 생산방법을 개선하는 등 이전과는 다른 접근 방식으로 생산원가를 절감하고 이익을 만들어 가는 사람이라고 할 수 있다.

기업가정신 (Entrepreneurship)이란 기업가와 분리해서 생각할 수 없는 개념이다. 기업가정신이란 사회로부터 존경받을 수 있고, 기업을 건설하게 성장·발전시킬 수 있는 기업가 또는 경영자로서의 이념과 경영철학이다(민경호, 2001).

김상표 외(2014)는 한 곳에 집중적인 몰입성격을 가진 사람들이 혁신적인 성향을 보이며, 모험심과 자기 확신이 강한 사람들이 위험감수성향이 높고, 모험심이 강한 사람일수록 진취적인 성향이 높은 것을 알 수 있다고 하였다.

#### 2.1.1 혁신성 (Innovation)

사전적 정의로 혁신성이란 프로세스의 개선이나 기회로 창의적이고 시장지향적인 아이디어를 접목시키는 창의적 혁신과정이라 할 수 있다. Schumpeter(1934)는 혁신과 관련하여 시장구조가 새로운 회사의 성장을 동반하는 새로운 서비스와 상품 도입으로 세분화되고, 새로운 이익이 창조되는 창조적 파괴의 경제적 과정으로 설명하였다. 따라서 새로운 상품과 서비스 또는 기술적 프로세스를 실행하는 생각과 참신함 그리고 실험정신과 창의적인 활동을 지원하는 기업의 혁신경향이라고 하였다.

#### 2.1.2 진취성 (Pro-Activeness)

기업이 시장에서 주도적 위치를 차지하거나 시장기회를 선점하는 것을 진취성이라고 한다. 또한 진취성은 경쟁자에 대한 경쟁의지와 우월한 성과를 산출하려는 도전자세를 포함하는 개념이다(Lumpkin & Dess, 1996). 따라서 신제품을 개발하기 위한 진취적 행동과, 불확실성이 높다고 해도 새로운 기회를

찾기 위해 끊임없이 행동하며, 새로운 틈새시장을 창출하고, 시장에서 주도적인 위치를 확보하기 위해 적극적이며 미래지향적으로 노력하는 행동이다. Covin, et. al.(1991)은 다른 기업들보다는 진취적 기업이 공격적으로 경쟁을 한다고 주장하였다.

### 2.1.3 위험감수성 (Risk-Taking)

위험감수성이란 항상 불확실성이 존재하는 경쟁시장 안에서 확실성이 없음에도 불구하고 기회를 포착하려고 하는 위험선호적 의사결정을 말한다. 또한 위험감수성에 대해 Slevin & Covin(1989)은 리스크가 낮은 사업보다는 위험도가 높은 프로젝트를 선호하는 경향으로 적극적인 기회 추구하는 욕망이라 하였다. 다소 위험이 있더라도 위험을 무릅쓰고 환경변화에 대응하며, 새롭고 도전적인 일을 좋아하거나 수익이 큰 사업을 선호하는 경향이다.

기업가정신은 기업의 혁신과 진취성을 바탕으로 기업의 경쟁력을 다시 확인하고, 새로운 기회를 창출하려는 경영자의 의지와 도전정신이다. 짧은 기간에 눈부신 성장을 이룩한 한국기업들의 성장배후에는 ‘할 수 있다’는 기업가정신이 자리하고 있으며, 창업자의 높은 성취욕과 소명의식이 필요하다고 하였다.

## 2.2. 기술혁신성의 개념 및 구성요소

기술혁신성은 기업의 지속가능한 성공을 이끌어내는 중요한 자원이며, 기업의 기술혁신을 촉진하고 지원하는 포괄적 기업 특성이라 할 수 있다(Burgelman et al., 2004). 박노운(1998)은 기술혁신의 평가 영향요인으로 최고경영자의 가치관과 환경(시장경쟁성, 기술변화와 이용가능성, 정부지원)과 내부능력(연구개발능력, 생산능력, 재무능력, 조직내부능력)으로 나누어 정의하고 있으며, 최지선·김형진(2010)은 기술혁신성을 기술혁신 경로 창출능력의 관점에서 핵심기술 관리역량 6개 지표, 기술혁신 전략수립역량 3개 지표 그리고 연계통합역량 4개 지표로 나누어 분석하였다. 따라서 본 연구는 개발프로세스 모형이라 할 수 있는 기술혁신형에 관한 중소기업의 평가요소로서 전략계획역량과 연구개발역량 그리고 기술사업화역량의 3가지 요인을 선정하고 주요 요인의 측정항목에 반영하였다.

### 2.2.1 전략계획역량

전략계획역량은 기업의 비전과 목표에 맞게 계획을 수립하고, 내부의 장·단점 그리고 외부의 기회나 위협을 파악하여 전략에 대한 실행을 조정해 나가는 역량을 의미한다.

또한 조직문화를 육성하고 훌륭한 관리기술을 습득하며, 조직체계와 조화를 이루어내는 능력을 의미한다(장지호, 외, 2008). 윤현덕·서리빈(2011)은 전략계획역량에 대해 기술적 경쟁우위를 확보하기 위한 조직차원의 목표를 달성할 수 있도록 하는 체계적인 전략을 계획할 수 있도록 확실하고 정확한 정보에 근거한 전략계획역량으로 정의하였다.

### 2.2.2 연구개발역량

기업들은 연구개발이 기업성과를 높일 수 있는 가장 기본적이고 궁극적인 활동으로 인식하기 때문에 기업은 많은 자본과 인력을 투입하여 연구개발 활동을 수행한다(성태경, 2006).

한편 연구개발역량은 연구개발 전략, 프로젝트 수행과 포트폴리오 관리, 연구개발 비용을 통합하는 역량을 의미한다(장지호 외, 2008). 최석봉·하귀룡(2011)은 기술혁신활동을 연구개발비, 연구개발활동, 연구인력 규모 그리고 연구개발 전담부서의 유·무를 통해서 측정하였다. 이러한 기술혁신활동은 기술혁신성과 (혁신제품의 매출 비중, 지적재산권 출원, 기술혁신 소요기간)에 유의한 영향을 미친다고 하였다.

### 2.2.3 기술사업화역량

기술사업화는 일반적으로 개발된 기술의 이전, 거래, 확산과 적용을 통하여 부가가치를 창출하는 제반활동과 과정으로 정의되고 있다(박종복, 2008). 기술혁신형 중소기업 육성계획을 기준으로 이노비즈사업 관련 기술혁신능력 평가요소의 기술사업 부문에는 기술의 제품화 능력에 대해 설명하고 있다. 이는 기술의 생산화 능력과 마케팅 능력으로 구성되어 있는데 생산화 능력은 연구개발 결과를 시장 요구에 맞게 제품으로 만들어내는 역량이며, 마케팅능력은 소비자 욕구를 이해하여 경쟁적 환경 하에 수지타산을 맞춰 제품을 팔고 광고하는 역량이다(장지호 외, 2008). 따라서 기술사업화역량은 자체 연구개발 또는 외부도입을 통하여 획득한 신기술을 이용하여 제품/서비스의 개발, 생산, 판매하는 일련의 과정으로, 기술을 활용한 생산활동, 마케팅활동 등 제반 활동을 수행하는 능력을 말한다(서창수, 2011).

## 2.3. 마케팅역량의 개념 및 구성요소

마케팅역량은 경쟁기업에 비해 기업이 잘 할 수 있는 상대적인 마케팅 경쟁능력이라고 할 수 있으며 마케팅역량의 향상은 우호적인 관계를 개선하는 등 지속적인 경쟁우위 확보할 수 있어 새로운 고객을 창출하고 유지하며 기업성과에 긍정적인 영향을 미치게 된다. Day(1994)는 마케팅 역량을 “기업의 집합적 지식기술자원을 사업의 시장 친화적 요구에 적용하기 위하여 기업의 상품, 서비스에 가치를 부가하고 경쟁적 수요를 충족시키는 통합적 과정”이라고 정의하였다. 또한 마케팅역량은 “기업의 마케팅 담당자들이 마케팅 투입물을 마케팅 결과물로 전환시키기 위해 지속적으로 연구하는 과정에서 개발되는 지식과 무형자원의 프로세스”라고 하였다.

최근 연구에서 마케팅역량 개발 프로세스 중에서 학습 프로세스의 중요성이 강조되고 있으며, 마케팅역량은 기업의 구성원들이 마케팅문제를 해결하기 위해 반복적으로 그들의 지식을 적용하는 과정을 통해 개발되어 진다고 하였다(Day, 1994; Grant, 1996). 이런 결과를 보면, 마케팅역량은 기업의 경영성과에 미치는 영향이 매우 지대하다고 할 수 있으며, 기업이

추구하는 지속적 경쟁우위를 달성하기 위하여 마케팅역량은 반드시 갖추어야할 중요한 핵심요소라고 할 수 있다.

### 2.3.1 마케팅전문역량

마케팅전문역량 (Specialized Marketing Capabilities)은 기능적 역량과 유사한 것으로 마케팅조직이 가용할 수 있는 자원, 지식, 기술을 제품, 가격, 유통, 판촉 등의 마케팅믹스 업무와 결합해서 가치 있는 결과로 전환할 수 있는 능력을 의미하며, 마케팅 조직이 정보, 지식, 자원 등을 조합하는 기획 프로세스이며, 목표고객들에게 기획을 실행하여 가치로 전환하는 능력을 말하며, 시장정보관리역량, 마케팅기획역량, 마케팅실행역량으로 구분된다(Vorhies & Morgan, 2005).

### 2.3.2 마케팅구조역량

마케팅구조역량과 마케팅전문역량과의 관계에는 인과관계가 존재함을 알 수 있다. 시장정보관리역량은 제품개발역량과 밀접한 관련을 맺고 있는데(Vorhies & Harker, 1999), 마케팅리서치에 의해 포착된 이점을 활용하면 목표고객에 맞는 제품이나 서비스를 개발할 수 있다(Day, 1994).

Good & Stone(1995)의 연구에서 기업이 정확한 시장정보시스템을 가질 경우에 신제품개발, 경쟁우위, 새로운 시장의 확신 등에 좋은 영향을 미친다는 것을 증명하였다.

## 2.4. 기업성과의 개념 및 구성요소

기업의 경영성과는 기업의 시장 개척능력, 목표달성 정도, 생산성, 수익률 그리고 시장환경에 따른 적응력 등 기업특성에 따라 다양한 정의를 내릴 수 있다. 이덕재(2002)는 기업성과는 매우 다양하고 포괄적인 의미로 어떤 단일 기본으로 그 전체적 의미를 포함하기는 곤란하며, 성과 지표들 간의 서로 반대되는 면으로 인해 성과의 높고 낮음 등의 일률적인 평가에 문제가 있다고 설명하고 있다. 또한 성과측정의 의미를 마케팅 관점에서 보면 경쟁자에 비해 보다 효율적이고 효과적으로 고객을 만족시키는 것을 말하며 그 성과는 효율성과 효과성에 의해서 결정된다고 하였다(이관호, 2007). 기업성과지표의 명확한 기준은 지난 3년간 동종 산업내의 경쟁사와 비교하여 매출액이 증가, 시장점유율, 제품/서비스 개발능력, 또는 상업화능력, 전반적 수익성, 고객만족도, 그리고 제품/서비스 증가 등에 대해 측정하였다.

### 2.4.1 기술성과

기술혁신을 통한 기업성과를 수익성, 매출액, 시장점유율의 증가와 같은 조직목표 달성과 전반적인 기업의 전략목표 달성으로 분리하여 측정 할 수 있다(Damanpour, 1991). 이번 연구에서는 기술성과로 혁신성과가 높은 신제품 개발건수와 개량형 신제품 개발 건수, 지적재산권 취득건수, 품질향상건수, 생산원가절감이 지속적으로 이루어졌는지, 그리고 경쟁사 대비 기술경쟁력이 향상되었는지를 측정하였다. 이는 기술성과

분석을 토대로 기술적 성과를 파악하여 개선된 아이디어를 얻을 수 있기 때문이다.

### 2.4.2 재무적성과

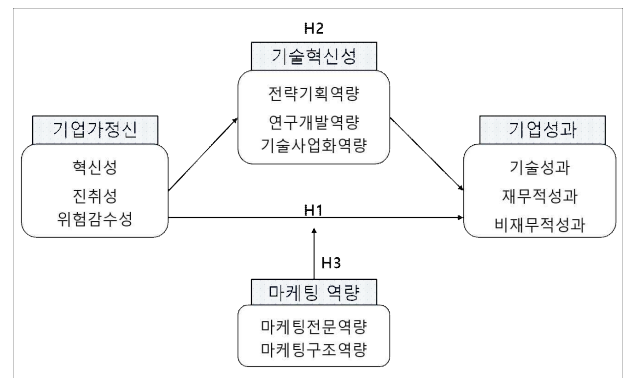
일반적으로 사용되는 전통적인 재무적성과는 매출액 성장률, 시장점유율, EPS (Earnings Per Share: 주당순이익), ROE (Return on Equity: 자기자본이익률), ROA (Return on Assets: 총자산순이익률) 등 예산 대 비용, 각종 수익률 지표, 생산단위당 비용 등의 재무적 성과를 의미한다. 이때 재무적 성과는 외부환경, 시장지체효과 (Time Lagging Effect)등 성과에 영향을 미치는 다양한 변수로 존재하고 있고, 그 영향력으로 인하여 객관적인 측정이 어렵다.

### 2.4.3 비재무적성과

비재무적 성과지표에는 책임감 증대, 직무만족, 조직몰입, 신뢰 등의 요인이 있는데, 재무적 성과와 유사한 상관관계가 있다는 것이 많은 선행연구에서 밝혀지고 있다. 기업에서 활용하는 비 재무적 성과지표에는 고객만족도, 브랜드 인지도 등을 들 수가 있으며, O'Regan & Ghobadian(2005)는 내부 및 외부지향성, 제품디자인 및 홍보, 가격경쟁력 등 비재무지표를 이용하였다.

## III. 연구방법

### 3.1. 연구모형의 설계



<그림 1> 연구모형

본 연구는 앞선 이론적 고찰을 통해 최고경영자의 기업가정신과 기술혁신성이 기업성과에 미치는 영향을 알아보고, 최고경영자의 기업가정신과 기업성과의 관계를 마케팅역량이 매개하는지를 살펴보고 중소기업의 사업화 성과 측정을 위하여 기술능력의 중요성과, Leonard & Barton(1995)이 주장한 기술능력을 폭넓게 해석하여, 기술사업화 능력과 기술혁신 능력으로 분류하여, 이동석(2009)의 경영성과와의 관계를 분석한 연구와 기술경쟁력에 관한 기술사업화능력, 기술혁신능력, 기술집약도 요인을 성과요인으로 연구한 강만영(2013)의 연구를

바탕으로 분석하였다. 이러한 기본적인 개념구성을 토대로 본 연구에서는 <그림 3-1>과 같이 연구모형을 제시 한다.

최초 본 연구의 연구모형은 기업가정신의 변수를 선행연구를 토대로 혁신성, 진취성, 위험감수성의 세가지의 구성차원으로 제시하였다. 그러나 본 연구를 진행하면서 수행된 사전 연구 (Pilot Study)에서 기업가정신의 구성차원이 혁신성과 위험감수성이라는 두 개가 차원으로 나타났으며, 이 변수들에 대한 신뢰성과 타당성 검증결과 역시 신뢰성과 타당성을 확보한 것으로 나타나 최초의 연구모형을 수정하였다. 즉, 본 연구에서는 기업가정신이 세 개인 최초의 연구모형에서 현재의 연구모형처럼 진취성 변수를 혁신성에 통합하여 기업가정신의 구성요인을 두 개의 차원으로 수렴하여 연구모형을 제시하고 연구를 진행하였다.

### 3.2. 연구가설

#### 3.2.1 기업가정신과 기업성과

Covin, et. al.(1991)은 기업행동으로서의 기업가정신이 가지는 개념적 모형을 제시하고 기업가적 태도로 진취성과 혁신 추구성 그리고 위험감수성으로 간주하여 전략, 환경, 조직의 내적인 변수와의 관계 검증과 아울러 경영성과와의 관계를 이론적으로 제시하였다. 그리고 기업가정신의 최종 종속변수는 기업성과가 되어야 함을 강조하였으며 기업가정신이 기업의 재무적 성과인 수익성 성장 간에는 정(+)의 상관관계가 있음을 증명하였다.

그러나 본 논문에서 주목하는 것은 기업가 정신과 기업 성과간의 정(+)의 영향관계에 미치는 기술혁신성의 매개효과이다. 앞에서와 같이 기업가정신이 경영성과에 직·간접적으로 영향을 주고 있음을 선행연구는 보여주고 있으며 대부분의 연구는 단기적 기업성과와의 상관관계에 초점을 맞추었지만, 기업가정신은 단기적 성과보다는 중장기적 성과에서 더욱 중요한 의미를 가질 수 있다고 하였다. 따라서 기업가정신과 기업성과의 상관관계를 파악하기 위해 다음과 같이 <가설 1>을 설정하였다.

**가설 1: 최고경영자의 기업가정신은 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.**

#### 3.2.2 기술혁신성

초기의 기술혁신 연구들은 Schumpeter의 가설로 시작되어 기업규모, 자금흐름, 시장집중도 등의 기업특성 및 산업특성과 혁신활동 간 관계규명에 집중하였으나 최근에는 혁신역량을 높이기 위한 기업 내부의 긴밀한 활동, 즉 어떠한 프로세스를 거쳐 혁신성과를 달성할 수 있는지에 대한 시스템적인 관점에서의 연구 필요성이 강조되고 있다.

이와 같이 선행연구들을 통해 기술혁신성은 기업성과에 영향을 미칠 뿐만 아니라 기업의 지속적인 성장을 위해 필요한 자원이 될 수 있음을 예측할 수 있다. 따라서 기술혁신을 통

한 기술성과가 지속가능한 기업성과에 미치는 영향을 알아보기 위해 다음과 같이 <가설 2>를 설정하였다.

**가설 2: 최고경영자의 기업가정신이 기업성과에 미치는 정(+)의 영향은 기술혁신성이 매개역할을 할 것이다.**

#### 3.2.3 마케팅역량과 기업성과

마케팅역량은 기업의 지속적 경쟁우위를 달성하기 위하여 반드시 갖추어야할 가장 중요한 핵심역량이라고 할 수 있으며 경쟁자가 쉽게 모방하거나 대체하기 어렵고 쉽게 이전되지 못할 경우에 지속적인 경쟁에서 우위에 설수 있다고 하였다(Grant, 1996). 본 연구에서는 다음의 가설을 통해 중소기업의 최고경영자의 기업가정신과 기업성과의 관계에서 마케팅 역량의 조절효과를 검증하고자 다음과 같이 <가설 3>을 설정하였다.

**가설 3. 최고경영자의 기업가정신이 기업성과에 미치는 정(+)의 영향은 마케팅역량에 의해 조절 될 것이다**

### 3.3. 변수의 측정

본 연구에서 사용한 구성 (Construct) 개념은 기업가정신, 기술혁신성, 마케팅역량, 기업성과로 구분된다. 각각의 구성개념에 대한 조작적 정의와 변수에 대한 측정방법은 다음과 같다.

#### 3.3.1 기업가정신

최고경영자의 기업가정신은 해당기업의 경영자에 대해 경영 방식이 어느 정도 진취적인지 혹은 혁신적인지 정도를 개념화한 것으로 Miller, & Friesen(1983)가 제안한 세 가지 차원 (진취성, 혁신성, 위험감수성)을 사용하였으며 구체적인 설문내용은 Miller & Friesen(1982)과 Covin & Slevin(1986) 등의 설문을 기반으로 Barringer & Bluedorn(1999) 개발한 7점 척도의 설문을 참조하여 진취성 5문항, 혁신성 5문항, 위험감수성 5문항으로 총 문항 수는 15문항으로 Likert 5점 척도로 수정하여 측정하였다. 앞의 연구모형에서 서술한 바와 같이 사전조사 결과 기업가정신의 구성차원은 최초 세 개의 차원에서 혁신성과 위험감수성 차원의 두 개의 차원으로 구성되어 연구를 진행하였다.

##### 3.3.1.1 혁신성

혁신성은 지난 3년간을 기준으로 경쟁자에 대한 혁신 정도와 시장에서의 경쟁우위 확보를 위해 변화와 혁신을 선호하고 추구하는 성향을 의미하며 진취성은 타 경쟁 조직보다 먼저 실행하고 적극적으로 대응하는 성향을 의미하는 것으로 경쟁자와 대비한 진취성의 정도를 하나의 기준으로 혁신성이라 명하였다.

##### 3.3.1.2 위험감수성

위험감수성은 위험을 수반하는 사업을 추진하는 것으로 사업의 불확실성과 위험에 대한 경영진의 수용태도를 기준으로 하였다.

### 3.3.2 기술혁신성

기술혁신역량 요인인 전략계획역량, 연구개발역량, 기술사업화역량의 조작적 정의와 측정항목은 다음과 같다.

#### 3.3.2.1 전략계획역량

전략계획역량을 ‘조직 내·외부의 자원과 역량을 통합하여 조직의 수준에 맞고 시장경쟁력 있는 기술혁신전략을 수립하고, 실행을 조정해 나가는 능력’이라고 정의하였다. 전략계획역량을 측정하기 위해 Westphal et al.(1985), Yam et al.(2004)과 장지호 외(2008), 유세준(2010) 등의 논문을 참고하여 7개 측정항목을 설정 하였고, 이를 Likert 5점 척도로 측정하였다.

#### 3.3.2.2 연구개발역량

연구개발역량에 대해 본 연구에서는 ‘기업내부의 연구개발과 관련된 전략계획역량, 프로세스를 통합 실행하는 기업의 연구개발능력’으로 정의하였으며 연구개발 역량을 알아보기 위해 Romijin & Albaladejo(2002), Yam et al.(2004), 김훈김능진(2009) 등의 논문을 참고하여 7개 측정항목을 설정 하였고, 이를 Likert 5점 척도로 측정하였다.

#### 3.3.2.3 기술사업화역량

기술사업화역량은 기술을 자체적으로 흡수하고, 개량하여 기업의 생산 및 판매 활동하는 것으로 마케팅활동과 기술을 활용한 제조활동 등을 수행하는 능력을 의미한다. 따라서 본 연구에서는 기술사업화역량을 ‘전략계획에 따른 연구개발에 대한 결과로 제품을 성공적으로 전환 출시하는 능력’으로 정의하였다. Westphal et al.(1985), Schroeder et al.(2002), 최석봉·하귀룡(2011) 등의 논문을 참고하여 6개 측정항목을 설정하였고, 이를 5점 척도로 측정하였다.

### 3.3.3 마케팅역량

마케팅역량은 기업의 마케팅믹스역량과 시장정보역량 그리고 마케팅기획 및 마케팅실행역량으로 종합됨으로써, Vorhies & Morgan(2005)의 연구와 가장 일치성을 보이고 있으며 크게 마케팅전문역량과 마케팅구조역량으로 구분하여 볼 수 있다. 이에 기존 문헌연구를 참고하여 마케팅전문역량에 대한 6개 측정항목과 마케팅구조역량에 대한 6개 측정항목을 설정하여 모두 12개 문항을 5점 척도로 측정하였다.

#### 3.3.3.1 마케팅 전문능력

Prahalad & Hamel(1990), 장세진(2002)이 제시한 기능적 역량과 유사한 것으로 기업의 마케팅조직이 활용할 수 있는 지식과 자원 그리고 기술에 대해 마케팅믹스 (제품, 가격, 유통, 판촉) 업무와 결합해서 이익이 되는 결과로 전환할 수 있는 능력을 의미한다.

#### 3.3.3.2 마케팅 구조능력

마케팅 조직이 정보, 지식, 자원 등을 조합하는 기획 프로세

스이며, 목표고객들에게 기획을 실행하여 가치로 전환하는 능력을 말하며, 시장정보관리역량, 마케팅기획역량, 마케팅실행능력으로 구분된다(Morgan et al., 2002; Vorhies & Morgan, 2005).

### 3.3.4 기업성과의 개념 및 구성요소

기업성과란 기업에서 기술혁신활동을 통해 산출된 혁신지표를 의미한다. 본 연구에서는 기업성과를 ‘기술혁신을 통한 기업성과의 증대’로 정의하였고 이를 기술성과와 재무적성과 그리고 비재무적성과로 구분하였다. 본 연구에서는 주관적 지표를 이용하여 재무성과를 측정하였으며 동일 산업내의 타 기업과 비교한 지각수준을 재무성과 변수로 사용하였으며 이익증가율, 매출증가율과 시장점유 신장률, 투자수익률(ROI)을 측정지표로 사용하였다. 이와 같은 지표들은 재무성과 측정에 가장 널리 사용되고 있다(Kaplan & Norton, 1992).

#### 3.3.4.1 기술성과

기술혁신을 통한 기술성과를 효과적으로 측정하기 위해 유태욱(2009), 윤현덕·서리빈(2011)의 논문을 참고하여 <표 1>과 같이 6개 측정항목을 설정하였으며 Likert 5점 척도를 활용하였다.

<표 1> 기업성과 측정항목

변수	측정항목	참고문헌
기술 성과	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 혁신정도 매우 높은 신제품 개발건수</li> <li>· 다양한 혁신형 신제품 개발건수</li> <li>· 지적재산권 취득건수 (특허, 실용신안, 상표)</li> <li>· 품질개선 및 향상 건수</li> <li>· 생산원가 절감 정도(인건비 제외)</li> <li>· 경쟁사 대비 기술경쟁력 향상 정도</li> </ul>	Swamidass & Newwell(1987) Damanpour & Evan(1984) 임채운 외(2010) 윤현덕·서리빈(2011) 유태욱(2009) 이정수(2011)
재무적 성과	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 지난 3년간 평균 매출증가율 비교</li> <li>· 지난 3년간 평균 시장점유 신장률 비교</li> <li>· 지난 3년간 평균 이익증가율 비교</li> <li>· 지난 3년간 평균 투자수익률 비교</li> <li>· 매출액대비 총원가 비율</li> </ul>	Kaplan & Norton(1992) Hurselid(1995) Mitra & Chaya(1996)
비재무적 성과	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 기술혁신제품 보유 비율 증가 정도</li> <li>· 경쟁사 대비 시장경쟁력 향상 정도</li> <li>· 기술혁신에 의한 목표 매출달성 정도</li> <li>· 기술혁신에 의한 수익증가 정도</li> <li>· 시장점유율 증가 정도</li> <li>· 기술적 측면 시장경쟁력 향상 정도</li> </ul>	Yam et al.(2004) Cooper & Kleinschmidt(1987) 박재민·이종만(2011) 장지호 외(2008) 최순식(2011)

#### 3.3.4.2 재무적성과

이 설문은 Green, et al.,(2001)에 의해 개발된 것에 근거하여 지속가능 경쟁우위의 측면에서 과거 3년간 평균 개념을 사용하였다. Kaplan & Norton(1992), Gurbuz & Mert(2011)가 사용한 설문을 이용해 6개 측정항목을 설정하였으며 Likert 5점 척도를 활용하였다.

#### 3.3.4.3 비재무적성과

Kaplan & Norton(1992)이 주장한 우리 회사는 주주들에게 어떻게 보일까? 하는 재무적 관점과 고객들은 우리 회사를 어떻게 보는가? 하는 고객 관점, 그리고 우리 회사는 어떤 점에

서 탁월해야 하는가? 하는 내부프로세스 관점, 마지막으로 우리 회사는 지속적으로 가치를 개선하고 창출할 수 있는가? 하는 혁신 및 학습 관점에서 그의 논문을 참고하여 6개 측정 항목을 설정하였으며 Likert 5점 척도를 활용하였다.

### 3.4. 조사 설계

#### 3.4.1 조사대상과 조사방법

본 연구에서는 연구목적과 범위를 고려하여 정부에서 인정하는 기초연구진흥 및 기술개발지원에 관한 법률 제14조 제1항, 동법 시행령 제16조에 의한 기업부설연구소를 보유한 중소기업을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 연구의 신뢰도와 타당성을 확보하고자 설문응답자는 기업연구소를 보유한 중소기업의 최고경영자와 기술을 책임지는 연구책임자를 대상으로 작성하였다.

총 290부의 설문지를 배포하였으며, 수집된 272부의 설문 중 응답항목의 누락이나 실증분석에 미흡한 응답을 한 설문 9부를 제외하여 총 263부를 실증분석을 위해 사용하였다.

## IV. 실증 분석결과

### 4.1. 인구 통계적 특성

<표 2> 설문응답자의 인구통계학적 특성(N=263)

구분		빈도수(명)	구성비율(%)
성별	남자	239	90.9
	여자	24	9.1
나이	20대	8	3.0
	30대	30	11.4
	40대	88	33.5
	50대	98	37.3
	60대 이상	39	14.8
소재지	서울	65	24.7
	경기	79	30.0
	충청	46	17.5
	전라	12	4.6
	경상	61	23.2
근로자수	1-5	15	5.7
	6-10	51	19.4
	11-30	94	35.7
	31-100	79	30.0
	101-199	19	7.2
	200이상	5	1.9
업종	제조업	137	52.1
	서비스업	16	6.1
	정보통신	66	25.1
	전기/전자	19	7.2
	문화콘텐츠	2	.8
	친환경/에너지/자원	20	7.6
	기타	3	1.1
학력	고졸이하	9	3.4
	전문대졸	11	4.2

소유관계	대학졸	91	34.6
	대학원(석사)졸	67	25.5
	대학원(박사)졸	85	32.3
기업형태	자기 소유	110	41.8
	전문경영인	153	58.2
	주식회사	238	90.5
	개인회사	22	8.4
	기타(유한회사)	3	1.1

### 4.2. 기업 운영 형태

<표 3> 설문응답자의 기업운영 형태 (N=263)

구분		빈도수(명)	구성비율(%)
기술개발 조직형태	기업부설 연구소운영	229	87.1
	연구개발 전담 부서운영	33	12.5
	외부기관외뢰 아웃소싱	1	.4
핵심기술 확보 방법 (다중 선택)	자체기술인력	238	55.5
	외부 기관 기술도입	76	17.7
	위탁연구 공동연구	104	24.2
	모기업의 기술전수	5	1.2
	기타	6	1.4
기술개발 인력비율	5% 미만	13	4.9
	5-10% 미만	26	9.9
	10-20% 미만	41	15.6
	20-30% 미만	47	17.9
	30% 이상	136	51.7
연구개발 투자율	당해연도투자감소	8	3.0
	0-5% 미만	24	9.1
	5% 이상10% 미만	95	36.1
	10% 이상20% 미만	58	22.1
	20% 이상	78	29.7
전체 종업원 대비 마케팅 인력 비율	5% 미만	104	39.5
	5-10% 미만	74	28.1
	10-20% 미만	60	22.8
	20-30% 미만	24	9.1
	30% 이상	1	.4
최근 1년 개발제품 매출액 기여도	매출액 없음	25	9.5
	5% 미만	49	18.6
	5% 미만	51	19.4
	10-30% 미만	82	31.2
	30% 이상	56	21.3

### 4.3. 타당성과 신뢰도 검증

#### 4.3.1 타당성 분석

연구를 위한 사전테스트 결과와 마찬가지로 본 조사 결과에서도 기업가정신의 차원은 혁신성과 진취성의 각 요인들이 같은 요인으로 묶이는 현상을 보이고 있어 기업가 정신의 요

인 중 혁신성과 진취성 요인은 통합하여 혁신성으로 명명하였다. 다른 설문문항 중 상이하게 묶여진 문항은 기업가정신에서 혁신성 1개 문항, 위험감수성 1개 문항, 기술혁신성 중 전략계획역량으로 가정하였던 3개 문항은 제거되었고 연구개발역량으로 가정하였던 3개 문항을 기술사업화역량에서 2개 문항, 마케팅전문역량에서 2개 문항, 기업성과 중 기술성과 3개 문항, 재무적 성과에서 1개 문항, 비재무적 성과에서 1개 문항이 제거 되었으며 총 10개 요인이 추출되었다.

요인들의 요인적재량 (Factor Loading)은 .858에서 .408의 범위를 가지기 때문에 추출된 10개의 요인 모두 적합한 것으로 나타났다. 또한 요인1 (혁신성)의 고유값 (Eigen-Value)은 5.995, 요인2 (마케팅구조역량)의 고유값은 5.152, 요인3 (재무적 성과)의 고유값은 3.600, 요인4 (비재무적 성과)의 고유값은 2.916, 요인5 (전략계획역량)의 고유값은 2.899, 요인6 (기술사업화역량)의 고유값은 2.837, 요인7 (기술 성과)의 고유값은 2.745, 요인8 (연구개발역량)의 고유값은 2.580, 요인9 (위험감수성)의 고유값은 2.155, 그리고 요인10 (마케팅전문역량)의 고유값은 2.129으로 나타났다. 전체변량에 대한 각 요인들의 설명력은 요인1이 12.755%, 요인2는 10.961%, 요인3은 7.659%, 요인4는 6.2045%, 요인5는 6.168%, 요인6은 6.036%, 요인7은 5.841%, 요인8은 5.490%, 요인9는 4.586%, 요인10은 4.529% 설명력을 갖고 있으며, 총 누적 분산설명력은 70.228%로 나타났다.

이상의 분석된 결과를 종합해 볼 때, 본 연구에서 제시하고 있는 각 연구모형내의 변수들의 구성차원은 개념적으로 타당하며, 이를 구성하고 있는 변수 역시 전반적으로 적합하다고 판단된다.

<표 4> 측정 변수의 대한 KMO와 Bartlett의 검정

표준형성 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도		<b>.928</b>
Bartlett의 구형성 검정	근사 카이제곱	8418.508
	자유도	1081
	유의확률	.000

<표 5> 측정변수에 대한 확인적 요인분석

	요인1	요인2	요인3	요인4	요인5	요인6	요인7	요인8	요인9	요인10	공통성
혁신2	<b>.806</b>	.042	.048	.113	.098	.127	.209	-.033	.020	-.046	.726
혁신1	<b>.766</b>	.041	.117	.020	.037	.195	.281	.011	-.027	.062	.739
진취2	<b>.762</b>	-.025	.174	.039	.177	.072	.008	.021	.082	.158	.701
혁신3	<b>.746</b>	.114	.100	.123	.188	.127	.222	-.008	.018	-.069	.629
혁신5	<b>.683</b>	.167	.037	.185	-.029	.301	.064	.023	.053	.028	.675
진취1	<b>.673</b>	.177	.124	.090	-.061	.072	.126	.098	.126	.342	.682
진취10	<b>.656</b>	.174	.118	.096	.282	.055	.083	-.042	.193	.079	.585
진취3	<b>.654</b>	.124	.149	.156	.131	.166	-.027	.133	.126	.125	.672
진취4	<b>.582</b>	.248	.134	.301	.255	.031	.002	.079	.145	.266	.618
마구6	.067	<b>.858</b>	.128	.148	.132	.094	.182	-.005	.074	.052	.628

마구5	.109	<b>.843</b>	.171	.146	.160	.096	.077	.011	.073	.067	.756
마구3	.156	<b>.774</b>	.252	.100	.090	.077	.069	-.069	.046	.083	.667
마구4	.145	<b>.746</b>	.178	.190	.081	.109	.195	.028	.038	.187	.732
마구1	.056	<b>.730</b>	.144	.155	.133	-.036	.030	.058	.014	.041	.733
마구2	.157	<b>.656</b>	.243	.066	.253	.100	.014	-.017	.064	.354	.777
재성2	.122	.246	<b>.764</b>	.058	.011	-.001	.028	.047	.019	-.006	.827
재성5	.153	.219	<b>.758</b>	.211	.069	.083	.104	.015	.008	.095	.565
재성1	.087	.201	<b>.689</b>	.170	.252	.120	.091	.068	.208	.095	.688
재성4	.224	.293	<b>.667</b>	.206	.090	.151	.271	-.036	-.039	.117	.678
재성3	.230	.192	<b>.637</b>	.297	.232	.030	.260	-.002	-.027	.146	.744
비성4	.178	.278	.113	<b>.675</b>	.264	.046	.161	.113	.055	-.054	.668
비성2	.185	.149	.345	<b>.667</b>	.110	.180	.118	.008	.087	.156	.693
비성1	.220	.241	.305	<b>.620</b>	.098	.166	.028	.041	-.011	.257	.697
비성3	.185	.343	.256	<b>.616</b>	.078	.138	.138	-.028	.103	.130	.712
비성5	.277	.169	.157	<b>.544</b>	.111	.169	.488	.061	.028	.119	.661
전략7	.229	.307	.132	.166	<b>.723</b>	.210	.203	.047	.025	.157	.749
전략6	.206	.332	.195	.075	<b>.718</b>	.146	.112	.025	.098	.147	.761
전략2	.268	.177	.179	.268	<b>.601</b>	.291	.247	.008	-.042	.122	.573
전략3	.314	.241	.139	.213	<b>.590</b>	.252	.277	-.009	.016	.152	.606
기술5	.211	.002	.056	.149	.074	<b>.776</b>	.043	-.126	.019	.028	.722
기술4	.181	.189	.076	.069	.172	<b>.762</b>	.020	-.002	.031	-.033	.730
기술6	.311	.128	.103	.200	.265	<b>.630</b>	.261	-.008	.058	.099	.739
기술3	.276	-.017	.094	.007	.098	<b>.579</b>	.371	.055	.048	.308	.824
기성1	.246	.128	.262	.118	.187	.212	<b>.716</b>	.061	.096	.058	.847
기성3	.161	.201	.047	.127	.161	.011	<b>.674</b>	-.010	.214	.012	.769
기성2	.294	.158	.350	.171	.160	.202	<b>.651</b>	.086	.071	.140	.786
연구7	-.001	.032	.027	.043	-.028	-.026	.051	<b>.835</b>	.007	.197	.611
연구3	.021	-.010	.002	.016	-.111	.018	-.019	<b>.805</b>	-.093	.134	.695
연구6	.065	.050	-.012	-.003	.087	-.137	-.006	<b>.801</b>	.051	-.025	.665
연구2	.036	-.058	.069	.046	.110	.061	.055	<b>.682</b>	.060	-.257	.728
위험2	-.067	-.016	-.005	-.003	.024	-.025	-.025	.036	<b>.862</b>	.066	.745
위험3	.273	.079	.116	.001	.015	.050	.116	-.018	<b>.741</b>	.084	.722
위험1	.211	.139	-.001	.148	.037	.080	.217	-.013	<b>.698</b>	-.016	.689
마전4	.241	.383	.118	.236	.196	.007	.167	.076	.014	<b>.644</b>	.710
마전3	.206	.322	.163	.174	.417	.048	.069	.050	.095	<b>.596</b>	.669
마전5	.190	.228	.185	.157	.153	.262	.033	.079	.288	<b>.494</b>	.693
마전1	.294	.255	.175	.148	.240	.337	.336	-.072	.038	<b>.408</b>	.723
Eigen Value	5.995	5.152	3.600	2.916	2.899	2.837	2.745	2.580	2.155	2.129	
%분산	12.755	10.961	7.659	6.204	6.168	6.036	5.841	5.490	4.586	4.529	
%누적	12.755	23.716	31.375	37.579	43.746	49.782	55.624	61.113	65.699	70.228	

### 4.3.2 신뢰도 분석

본 연구에서는 변수의 특성을 측정하기 위하여 복수로 설계된 항목간의 신뢰도를 평가하는 대표적인 방법인 내적 일치도를 적용하였다. 또한 신뢰성을 검정하기 위하여 전체 항목과 구성요소별로 Cronbach's Alpha계수를 이용하였다. 각 구성요인에 대한 신뢰성에 대한 내용은 다음과 같다.



<표 6> 신뢰도 분석결과(종합)

구분	요인	Cronbach's Alpha	문항
기업가 정신	혁신성	.916	9문항
	위험 감수성	.726	3문항
기술혁신성	전략기획역량	.899	4문항
	연구개발역량	.793	4문항
마케팅역량	기술사업화역량	.808	4문항
	마케팅전문역량	.829	4문항
기업성과	마케팅구조역량	.921	6문항
	기술 성과	.798	3문항
	재무적 성과	.879	5문항
	비재무적 성과	.862	5문항

4.3.3 상관관계 분석

본 연구의 목적인 각 요인간의 연관성 척도를 파악하기 위하여 상관관계 분석을 실시하였는데, 모든 연구 개념들 간의 상관관계는 유의적으로 정(+)의 방향으로 나타났다. 이것은 요인간의 관계가 양의 방향성을 보이고 있어 연구가설에 제시된 요인들 간의 관계와 일치하는 것을 나타내어 기준타당성을 만족시키고 있는 것으로 판단된다.

<표 7> 상관관계

구분	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
혁신성	1									
위험감수성	.328**	1								
전략기획역량	.587**	.216**	1							
연구개발역량	.610**	.273**	.673**	1						
기술사업화역량	.820**	.646**	.760**	.774**	1					
마케팅전문역량	.590**	.306**	.697**	.637**	.727**	1				
마케팅구조역량	.404**	.215**	.585**	.427**	.565**	.639**	1			
기술성과	.536**	.333**	.604**	.644**	.749**	.536**	.447**	1		
재무적성과	.471**	.196**	.556**	.454**	.636**	.561**	.574**	.549**	1	
비재무적성과	.565**	.246**	.629**	.596**	.726**	.644**	.578**	.581**	.654**	1

\* < .05, \*\* < .01

4.3.4 가설검정

4.3.4.1 가설 1 검정

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

- 1-1-1 혁신성은 기술성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-1-2 위험감수성은 기술성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-2-1 혁신성은 재무적성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-2-2 위험감수성은 재무적성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-3-1 혁신성은 비재무적성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-3-2 위험감수성은 비재무적성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<가설 1>은 기업가정신이 기업성과에 미치는 영향을 파악하는 가설로써, 총 6개의 하위가설로 구성되어 있다. 본 연구에서는 <가설 1>을 검정하기 위해서 다중회귀분석을 실시하였다.

<표 8> 기업가정신과 기업성과 중 기술성과에 대한 회귀분석

독립변수	비표준화 계수B	비표준화 표준오차	표준화 계수베타	t값	유의 확률	공차 한계	공선성 통계량 VIF
(상수)	.935	.258		3.631	.000		
혁신성	.543	.062	.478	8.792	.000	.892	1.121
위험감수성	.171	.053	.177	3.254	.001	.892	1.121
종속 변수 : 기술성과							
유의확률	Durbin-Watson	F	R	R <sup>2</sup>			
.000	1.994	59.755	.651	.315			

<가설 1>을 검정하기 위해 분석한 결과는 <표 8>과 같다.

기업가정신과 기술성과의 다중회귀분석 결과, 수정된 R<sup>2</sup>값은 0.315이며, F값이 59.755, 그리고 F값에 대한 유의수준이 0.000으로 나타나 이 회계식은 통계적으로 유의성을 확보하고 있다. 구체적으로 기업가정신 (혁신성, 위험감수성)이 기업성과 중 기술성과에 대해 미치는 영향에 대해 혁신성과 위험감수성 역시 통계적으로 유의하게 나타났다. 따라서 <가설 1-1-1>, <가설 1-1-2>은 모두 채택 되었다.

이러한 결과는 기업가정신 혁신성과 위험감수성 모두 혁신적 신제품, 지적재산권, 원가절감, 기술경쟁력 등은 기업에 필요한 요소이기 때문에 유의한 영향을 미친 것으로 판단된다.

<표 9> 기업가정신과 기술성과 중 재무적 성과에 대한 회귀분석

독립변수	비표준화 계수B	비표준화 표준오차	표준화 계수베타	t값	유의 확률	공차 한계	공선성 통계량 VIF
(상수)	1.432	.250		5.731	.000		
혁신성	.472	.060	.456	7.882	.000	.892	1.121
위험감수성	.041	.051	.047	.808	.420	.892	1.121
종속 변수 : 재무적 성과							
유의확률	Durbin-Watson	F	R	R <sup>2</sup>			
.000	2.150	37.511	.473	.224			

<표 9>은 기업가정신과 재무적성과의 다중회귀분석 결과, 수정된 R<sup>2</sup>값은 0.224이며, F값이 37.511, 그리고 F값에 대한 유의수준이 0.000으로 나타나 이 회계식은 통계적으로 유의성을 확보하고 있다. 구체적으로 기업가정신 (혁신성, 위험감수성)이 기업성과 중 재무적성과에 대해 미치는 영향을 살펴보면 혁신성은 통계적으로 유의하게 나타났지만, 위험감수성은 재무적성과에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 <가설 1-2-1>은 채택 되었으나 <가설 1-2-2>는 기각되었다.

이러한 결과는 혁신성은 기업의 경우는 상품을 개발하여 마케팅과 연계하여 판매가 이루어지면 재무적성과에 직접 영향을 미치므로 유의한 영향을 미친 것으로 판단된다. 그러나 위험감수성의 경우 불확실한 상황에서의 투자 및 개발이 다소 제한되므로 위험감수성이 재무적 성과에 미치는 영향은

제한적이라고 해석할 수 있다.

<표 10>는 기업가정신과 비재무적 성과의 다중회귀분석 결과, 수정된 R<sup>2</sup>값은 0.323이며, F값이 62.012, 그리고 F값에 대한 유의수준이 0.000으로 나타나 이 회계식은 통계적으로 유의성을 확보하고 있다.

<표 10> 기업가정신과 기업 성과 중 비재무적 성과에 대한 회귀분석

독립변수	비표준화 계수β	비표준화 표준오차	표준화 계수베타	t값	유의 확률	공차 한계	공선성 통계량 VIF
(상수)	1.389	.207		6.711	.000		
혁신성	.498	.050	.542	10.037	.000	.892	1.121
위험감수성	.053	.042	.068	1.266	.207	.892	1.121
종속 변수 : 비재무적 성과							
유의확률	Durbin-Watson	F	R	R <sup>2</sup>			
.000	2.178	62.012	.658	.323			

구체적으로 기업가정신(혁신성, 위험감수성)이 기업성과 중 비재무적 성과에 대해 미치는 영향을 살펴보면 혁신성은 통계적으로 유의하게 나타났지만, 위험감수성은 비재무적 성과에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 <가설 1-2-1>은 채택 되었으나, <가설 1-2-2>는 기각되었다.

이러한 결과는 혁신성은 기업의 경우는 고객만족, 제품만족, 직원만족 등에 직접 영향을 미치므로 유의한 영향을 미친 것으로 판단된다. 그러나 위험감수성은 비재무적 성과에 직접적 영향력이 유의미하지 않다는 것을 알 수 있다.

**4.3.4.2 가설 2 검증**

<가설 2>는 기업가정신과 기업성과의 관계에서의 기술혁신성의 매개효과를 파악하는 가설로써 본 연구에서는 <가설 2>를 검증하기 위해서 매개회귀분석을 실시하였다.

**a) 기업가 정신(혁신성)과 기업성과 간 기술혁신성의 매개효과 분석결과**

<가설 2> 최고경영자의 기업가정신이 기업성과에 미치는 정(+)의 영향은 기술혁신성이 매개역할을 할 것이다.

- 2-1-1 전략계획역량은 혁신성과 기술성과 사이에서 매개 역할을 할 것이다.
- 2-1-2 전략계획역량은 혁신성과 재무적 성과에서 매개 역할을 할 것이다.
- 2-1-3 전략계획역량은 혁신성과 비재무적 성과에서 매개 역할을 할 것이다.
- 2-1-4 연구개발역량은 혁신성과 기술성과 사이에서 매개 역할을 할 것이다.
- 2-1-5 연구개발역량은 혁신성과 재무적 성과에서 매개 역할을 할 것이다.
- 2-1-6 연구개발역량은 혁신성과 비재무적 성과에서 매개 역할을 할 것이다.

할을 할 것이다.

- 2-1-7 기술사업화역량은 혁신성과 기술성과 사이에서 매개 역할을 할 것이다.
- 2-1-8 기술사업화역량은 혁신성과 재무적 성과에서 매개 역할을 할 것이다.
- 2-1-9 기술사업화역량은 혁신성과 비재무적 성과에서 매개 역할을 할 것이다.
- 2-2-1 전략계획역량은 위험감수성과 기술성과 사이에서 매개 역할을 할 것이다.
- 2-2-2 전략계획역량은 위험감수성과 재무적 성과에서 매개 역할을 할 것이다.
- 2-2-3 전략계획역량은 위험감수성과 비재무적 성과에서 매개 역할을 할 것이다.
- 2-2-4 연구개발역량은 위험감수성과 기술성과 사이에서 매개 역할을 할 것이다.
- 2-2-5 연구개발역량은 위험감수성과 재무적 성과에서 매개 역할을 할 것이다.
- 2-2-6 연구개발역량은 위험감수성과 비재무적 성과에서 매개 역할을 할 것이다.
- 2-2-7 기술사업화역량은 위험감수성과 기술성과 사이에서 매개 역할을 할 것이다.
- 2-2-8 기술사업화역량은 위험감수성과 재무적 성과에서 매개 역할을 할 것이다.
- 2-2-9 기술사업화역량은 위험감수성과 비재무적 성과에서 매개 역할을 할 것이다.

<표 11>은 혁신성과 기업성과 간의 관계에서 기술혁신성의 매개회귀분석을 실시한 결과로 혁신성과 전략계획역량, 연구개발역량, 기술사업화역량 모두 매개효과가 있는 것으로 나타났다.

<표 11> 기업가정신(혁신성)과 기업성과 간 기술혁신성의 매개회귀분석 결과

독립변수	종속변수																
	기술성과	매개조 건충족				재무적성과	매개조 건충족				비재무적성과	매개조 건충족					
		1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3	4		
혁신성																	
1단계(β1)	β=.587	○			β=.587	○			β=.587	○			β=.587	○			
2단계(β2)	β=.536		○		β=.471		○		β=.565		○		β=.565		○		
3단계(β3:독립)	β=.277			○	β=.221			○	β=.298			○	β=.298			○	
3단계(β4:매개)	β=.441			○	β=.426			○	β=.454			○	β=.454			○	
a매개변수 : 전략계획역량																	
독립변수	종속변수																
	기술성과	매개조 건충족				재무적성과	매개조 건충족				비재무적성과	매개조 건충족					
		1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3	4		
혁신성																	
1단계(β1)	β=.610	○			β=.610	○			β=.610	○			β=.610	○			
2단계(β2)	β=.536		○		β=.471		○		β=.565		○		β=.565		○		
3단계(β3:독립)	β=.227			○	β=.309			○	β=.320			○	β=.320			○	
3단계(β4:매개)	β=.506			○	β=.266			○	β=.401			○	β=.401			○	
a매개변수 : 연구개발역량																	

독립변수	종속변수												
	기술성과	매개조 건충족			재무적성과	매개조 건충족			비재무적성과	매개조 건충족			
		1	2	3		4	1	2		3	4	1	2
혁신성													
1단계( $\beta_1$ )	$\beta=.646$	○			$\beta=.646$	○			$\beta=.646$	○			
2단계( $\beta_2$ )	$\beta=.536$		○		$\beta=.471$		○		$\beta=.565$		○		
3단계( $\beta_3$ :독립)	$\beta=.238$			○	$\beta=.152$			X	$\beta=.093$			X	
3단계( $\beta_4$ :매개)	$\beta=.944$			○	$\beta=.761$			○	$\beta=.803$				○

a매개변수 : 기술사업화역량

첫째, 전략계획역량의 매개회귀분석을 실시한 결과 ① 1단계 검정에서 독립변수인 혁신성에는 전략계획역량에 유의한 독립변수( $\beta_1=587, p<.001$ )인 것으로 나타나 매개효과 검정을 위한 첫 번째 조건을 충족시키고 있다. 그리고 ② 2단계 검정에서 독립변수인 혁신성은 기술성과에 유의한 영향( $\beta_2=536, p<.001$ )을 미치는 것으로 나타나 두 번째 조건을 충족시키는 것으로 나타났다. ③ 3단계 검정에서는 혁신성과 전략계획역량을 동시에 독립변수로 투입하여, 기술성과를 종속변수로 한 Full 모형에서 혁신성은 기술성과에 대하여 통계적으로 유의한 영향력( $\beta_3=277, p<.001$ )을 갖는 것으로 나타났고, 전략계획역량도 기술성과에 대하여 통계적으로 유의한 영향력( $\beta_4=441, p<.001$ )을 갖는 것으로 나타나 세 번째 조건을 충족시키고 있다. 그리고 ④ 4단계 검정에서 2단계의 직접적으로 미치는 효과와 3단계의 매개변수를 포함하여 미치는 효과를 비교하였을 때 ( $\beta_2$ )가 ( $\beta_3$ )보다 커야한다( $\beta_2>\beta_3$ )는 조건을 충족시키고 있다.

따라서 혁신성과 기술성과의 관계에서 전략계획역량은 부분 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 같은 방법으로 혁신성과 재무적 성과의 관계에서 전략계획역량의 매개효과를 분석한 결과 혁신성에 부분 매개효과가 있는 것을 분석되었다. 또 같은 방법으로 혁신성과 비재무적 성과의 관계에서 전략계획역량의 매개효과를 분석한 결과 부분매개효과가 있는 것으로 분석되었다.

두 번째, 연구개발역량의 매개회귀분석을 실시한 결과 ① 1단계 검정에서 독립변수인 혁신성은 연구개발역량에 유의한 독립변수( $\beta_1=610, p<.001$ )인 것으로 나타나 매개효과 검정을 위한 첫 번째 조건을 충족시키고 있다. 그리고 ② 2단계 검정에서 독립변수인 혁신성은 기술성과에 유의한 영향( $\beta_2=536, p<.001$ )을 미치는 것으로 나타나 두 번째 조건을 충족시키는 것으로 나타났다. ③ 3단계 검정에서는 혁신성과 전략계획역량을 동시에 독립변수로 투입하여, 기술성과를 종속변수로 한 Full 모형에서 혁신성은 기술성과에 대하여 통계적으로 유의한 영향력( $\beta_3=277, p<.001$ )을 갖는 것으로 나타났고, 전략계획역량도 기술성과에 대하여 통계적으로 유의한 영향력( $\beta_4=560, p<.001$ )을 갖는 것으로 나타나 세 번째 조건을 충족시키고 있다. 그리고 ④ 4단계 검정에서 2단계의 직접적으로 미치는 효과와 3단계의 매개변수를 포함하여 미치는 효과를 비교하였을 때 ( $\beta_2$ )가 ( $\beta_3$ )보다 커야한다( $\beta_2>\beta_3$ )는 조건을

충족시키고 있다. 따라서 혁신성과 기술성과의 관계에서 연구개발역량은 부분매개효과가 있는 것으로 나타났다. 같은 방법으로 혁신성과 재무적 성과의 관계에서 연구개발역량의 매개효과를 분석한 결과 혁신성에 부분 매개효과가 있는 것을 분석되었다. 또, 같은 방법으로 혁신성과 비재무적 성과의 관계에서 전략계획역량의 매개효과를 분석한 결과 부분매개효과가 있는 것으로 분석되었다.

세 번째, 기술사업화역량의 매개회귀분석을 실시한 결과 ① 1단계 검정에서 독립변수인 혁신성은 기술사업화역량에 유의한 독립변수( $\beta_1=.646, p<.001$ )인 것으로 나타나 매개효과 검정을 위한 첫 번째 조건을 충족시키고 있다. 그리고 ② 2단계 검정에서 독립변수인 혁신성은 기술성과에 유의한 영향( $\beta_2=536, p<.001$ )을 미치는 것으로 나타나 두 번째 조건을 충족시키는 것으로 나타났다. ③ 3단계 검정에서는 혁신성과 기술사업화역량을 동시에 독립변수로 투입하여, 기술성과를 종속변수로 한 Full 모형에서 혁신성은 기술성과에 대하여 통계적으로 유의한 영향력( $\beta_3=.238, p<.001$ )을 갖는 것으로 나타났고, 기술사업화역량도 기술성과에 대하여 통계적으로 유의한 영향력( $\beta_4=560, p<.001$ )을 갖는 것으로 나타나 세 번째 조건을 충족시키고 있다. 그리고 ④ 4단계 검정에서 2단계의 직접적으로 미치는 효과와 3단계의 매개변수를 포함하여 미치는 효과를 비교하였을 때 ( $\beta_2$ )가 ( $\beta_3$ )보다 커야한다( $\beta_2>\beta_3$ )는 조건을 충족시키고 있다. 따라서 혁신성과 기술성과의 관계에서 기술사업화역량은 부분매개효과가 있는 것으로 나타났다.

그리고 혁신성과 재무적 성과의 관계에서 기술사업화역량의 매개효과를 분석한 결과 ① 1단계 검정에서 독립변수인 혁신성은 기술사업화역량에 유의한 독립변수( $\beta_1=.646, p<.001$ )인 것으로 나타나 매개효과 검정을 위한 첫 번째 조건을 충족시키고 있다. 그리고 ② 2단계 검정에서 독립변수인 혁신성은 기술성과에 유의한 영향( $\beta_2=471, p<.001$ )을 미치는 것으로 나타나 두 번째 조건을 충족시키는 것으로 나타났다. ③ 3단계 검정에서는 혁신성과 기술사업화역량을 동시에 독립변수로 투입하여, 기술성과를 종속변수로 한 Full 모형에서 혁신성은 재무적성과에 대하여 통계적으로 유의한 영향력을 미치지 않는 것으로 나타났다( $\beta_3=.152, p>.05$ ). 기술사업화역량은 재무적 성과에 대하여 통계적으로 유의한 영향력( $\beta_4=761, p<.001$ )을 갖는 것으로 나타나 세 번째 조건을 충족시키고 있다. 그리고 ④ 4단계 검정에서 2단계의 직접적으로 미치는 효과와 3단계의 매개변수를 포함하여 미치는 효과를 비교하였을 때 매개변수( $\beta_4$ )는 유의한 영향을 주지만 독립( $\beta_3$ )가 유의하지 않을 경우 완전매개의 조건을 충족시키고 있다.

따라서 혁신성과 재무성과의 관계에서 기술사업화역량은 완전매개효과가 있는 것으로 나타났다. 같은 방법으로 혁신성과 비재무적 성과의 관계에서 기술사업화역량의 매개효과를 분석한 결과 완전매개효과가 있는 것으로 분석되었다.

따라서 <가설2-1-1>, <가설2-1-2>, <가설2-1-3>, <가설2-1-4>, <가설2-1-5>, <가설2-1-6>, <가설2-1-7>은 부분매개의 효과가

있는 것으로 나타났다. 반면 <가설2-1-8>과 <가설2-1-9>는 완전매개효과가 있는 것으로 나타났다. 따라서 가설<2-1-1>에서 <가설2-1-9>는 모두 채택되었다.

**b) 기업가정신(위험감수성)과 기업성과 간 기술혁신성의 매개 회귀분석 결과**

<표 12>은 위험감수성과 기업성과 간의 관계에서 기술혁신성의 매개회귀분석을 실시한 결과로 위험감수성과 전략개발역량, 연구개발역량, 기술사업화역량 모두 매개효과가 있는 것으로 나타났다.

**<표 12> 기업가 정신(위험감수성)과 기업성과 간 기술혁신성의 매개회귀분석 결과**

독립변수	종속변수																			
	기술성과	매개조건 충족				재무적 성과	매개조건 충족				비재무적 성과	매개조건 충족								
		1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3	4					
위험감수성																				
1단계(β1)	β=.216	○				β=.216	○				β=.216	○								
2단계(β2)	β=.333		○			β=.196		○			β=.246		○							
3단계(β3:독립)	β=.213			○		β=.080			X		β=.115			X						
3단계(β4:매개)	β=.558				○	β=.539				○	β=.604									○
a매개변수 : 전략개발역량																				
독립변수	종속변수																			
	기술성과	매개조건 충족				재무적 성과	매개조건 충족				비재무적 성과	매개조건 충족								
		1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3	4					
위험감수성																				
1단계(β1)	β=.646	○				β=.646	○				β=.646	○								
2단계(β2)	β=.333		○			β=.196		○			β=.246		○							
3단계(β3:독립)	β=.170			X		β=.078			X		β=.090			X						
3단계(β4:매개)	β=.598				○	β=.433				○	β=.572									○
a매개변수 : 연구개발역량																				
독립변수	종속변수																			
	기술성과	매개조건 충족				재무적 성과	매개조건 충족				비재무적 성과	매개조건 충족								
		1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3	4					
위험감수성																				
1단계(β1)	β=.646	○				β=.646	○				β=.646	○								
2단계(β2)	β=.333		○			β=.196		○			β=.246		○							
3단계(β3:독립)	β=.257			○		β=.367			○		β=.382			○						
3단계(β4:매개)	β=.915				○	β=.873				○	β=.973									○
a매개변수 : 기술사업화역량																				

첫째, 전략계획역량의 매개회귀분석을 실시한 결과 ① 1단계 검정에서 독립변수인 위험감수성에는 전략계획역량에 유의한 독립변수( $\beta_1=216, p<.001$ )인 것으로 나타나 매개효과 검정을 위한 첫 번째 조건을 충족시키고 있다. 그리고 ② 2단계 검정에서 독립변수인 위험감수성은 기술성과에 유의한 영향( $\beta_2=333, p<.001$ )을 미치는 것으로 나타나 두 번째 조건을 충족시키는 것으로 나타났다. ③ 3단계 검정에서는 위험감수성과 전략계획역량을 동시에 독립변수로 투입하여, 기술성과를 종속변수로 한 Full 모형에서 위험감수성은 기술성과에 대하여 통계적으로 유의한 영향력( $\beta_3=.277, p<.001$ )을 갖는 것

으로 나타났고, 전략계획역량도 기술성과에 대하여 통계적으로 유의한 영향력( $\beta_4=441, p<.001$ )을 갖는 것으로 나타나 세 번째 조건을 충족시키고 있다. 그리고 ④ 4단계 검정에서 2단계의 직접적으로 미치는 효과와 3단계의 매개변수를 포함하여 미치는 효과를 비교하였을 때 ( $\beta_2$ )가 ( $\beta_3$ )보다 커야한다( $\beta_2>\beta_3$ )는 조건을 충족시키고 있다. 따라서 위험감수성과 기술성과의 관계에서 전략계획역량은 부분매개효과가 있는 것으로 나타났다.

그리고 위험감수성과 재무적 성과의 관계에서 전략계획역량의 매개효과를 분석한 결과 ① 1단계 검정에서 독립변수인 위험감수성은 기술사업화역량에 유의한 독립변수( $\beta_1=.216, p<.001$ )인 것으로 나타나 매개효과 검정을 위한 첫 번째 조건을 충족시키고 있다. 그리고 ② 2단계 검정에서 독립변수인 위험감수성은 기술성과에 유의한 영향( $\beta_2=196, p<.001$ )을 미치는 것으로 나타나 두 번째 조건을 충족시키는 것으로 나타났다. ③ 3단계 검정에서는 혁신성과 기술사업화역량을 동시에 독립변수로 투입하여, 기술성과를 종속변수로 한 Full 모형에서 위험감수성은 재무적 성과에 대하여 통계적으로 유의한 영향력을 미치지 않는 것으로 나타났다( $\beta_3=.070, p<.05$ ).

전략계획역량은 재무적 성과에 대하여 통계적으로 유의한 영향력( $\beta_4=530, p<.001$ )을 갖는 것으로 나타나 세 번째 조건을 충족시키고 있다. 그리고 ④ 4단계 검정에서 2단계의 직접적으로 미치는 효과와 3단계의 매개변수를 포함하여 미치는 효과를 비교하였을 때 매개변수( $\beta_4$ )는 유의한 영향을 주지만 독립( $\beta_3$ )가 유의하지 않을 경우 완전매개의 조건을 충족시키고 있다. 따라서 위험감수성과 재무성과의 관계에서 기술사업화역량은 완전매개효과가 있는 것으로 나타났으며 위험감수성과 비재무적 성과의 관계에서 전략계획역량의 매개효과를 분석한 결과 완전매개효과가 있는 것으로 분석되었다.

두 번째, 연구개발역량의 매개회귀분석을 실시한 결과 결과 ① 1단계 검정에서 독립변수인 위험감수성은 연구개발역량에 유의한 독립변수( $\beta_1=.646, p<.001$ )인 것으로 나타나 매개효과 검정을 위한 첫 번째 조건을 충족시키고 있다. 그리고 ② 2단계 검정에서 독립변수인 위험감수성은 기술성과에 유의한 영향( $\beta_2=33, p<.001$ )을 미치는 것으로 나타나 두 번째 조건을 충족시키는 것으로 나타났다. ③ 3단계 검정에서는 혁신성과 기술사업화역량을 동시에 독립변수로 투입하여, 기술성과를 종속변수로 한 Full 모형에서 위험감수성은 재무적 성과에 대하여 통계적으로 유의한 영향력을 미치지 않는 것으로 나타났다( $\beta_3=.170, p<.05$ ). 전략계획역량은 재무적 성과에 대하여 통계적으로 유의한 영향력( $\beta_4=598, p<.001$ )을 갖는 것으로 나타나 세 번째 조건을 충족시키고 있다. 그리고 ④ 4단계 검정에서 매개변수( $\beta_4$ )는 유의한 영향을 주지만 독립( $\beta_3$ )가 유의하지 않을 경우 완전매개의 조건을 충족시키고 있다. 따라서 위험감수성과 재무성과의 관계에서 기술사업화역량은 완전매개효과가 있는 것으로 나타났다. 같은 방법으로 위험감수성과 재무적 성과의 관계에서 연구개발역량의 매개효과를 분석한 결과 위험감수성에 완전 매개효과가 있는 것을 분석

되었다. 또, 같은 방법으로 위험감수성과 재무적 성과의 관계에서 전략계획역량의 매개효과를 분석한 결과 완전매개효과가 있는 것으로 분석되었다.

세 번째, 기술사업화역량의 매개회귀분석을 실시한 결과 ① 1단계 검정에서 독립변수인 위험감수성은 기술사업화역량에 유의한 독립변수( $\beta_1=646, p<.001$ )인 것으로 나타나 매개효과 검정을 위한 첫 번째 조건을 충족시키고 있다. 그리고 ② 2단계 검정에서 독립변수인 위험감수성은 기술성과에 유의한 영향( $\beta_2=333, p<.001$ )을 미치는 것으로 나타나 두 번째 조건을 충족시키는 것으로 나타났다. ③ 3단계 검정에서는 위험감수성은 기술성과에 대하여 통계적으로 유의한 영향력( $\beta_3=-.257, p<.001$ )을 갖는 것으로 나타났고, 기술사업화역량도 기술성과에 대하여 통계적으로 유의한 영향력( $\beta_4=915, p<.001$ )을 갖는 것으로 나타나 세 번째 조건을 충족시키고 있다. 그리고 ④ 4단계 검정에서 ( $\beta_2$ )가 ( $\beta_3$ )보다 커야한다 ( $\beta_2>\beta_3$ )는 조건을 충족시키고 있다. 따라서 위험감수성과 기술성과의 관계에서 기술사업화역량은 부분매개효과가 있는 것으로 나타났다. 같은 방법으로 위험감수성과 재무적 성과의 관계에서 기술사업화역량의 매개효과를 분석한 결과 위험감수성에 부분 매개효과가 있는 것을 분석되었다. 또, 같은 방법으로 위험감수성과 재무적 성과의 관계에서 기술사업화역량의 매개효과를 분석한 결과 부분매개효과가 있는 것으로 분석되었다.

따라서 <가설2-2-1>, <가설2-2-7> <가설2-2-8>, <가설2-2-9>는 부분매개효과가 있는 것으로 나타났다. 반면 <가설2-2-2>, <가설2-2-3>, <가설2-2-4>, <가설2-2-5>, <가설2-2-7>은 완전매개효과가 있는 것으로 나타났다. 따라서 <가설 2-2-1>에서 <가설 2-2-9>는 모두 채택되었다.

**4.3.4.3 가설 3의 검정**

**<가설 3> 최고경영자의 기업가정신이 기업성과에 미치는 정(+)의 영향은 마케팅역량에 의해 조절될 것이다**

- 3-1-1 마케팅전문역량은 혁신성이 기업성과에 미치는 영향을 조절할 것이다.
- 3-1-2 마케팅전문역량은 위험감수성이 기업성과에 미치는 영향을 조절할 것이다.
- 3-2-1 마케팅구조역량은 혁신성이 기술성과에 미치는 영향을 조절할 것이다.
- 3-2-2 마케팅구조역량은 위험감수성이 기술성과에 미치는 영향을 조절할 것이다.

<가설 3>은 기업가정신과 기업성과의 관계에서의 마케팅역량 조절효과를 파악하기 위해 조절회귀분석을 실시하였다.

<가설 3-1>인 기업가정신과 기업성과와의 관계에서 마케팅전문역량의 조절역할을 분석하기 위해 조절회귀분석을 수행한 결과는 <표 13>과 같다. 먼저 모형의 적합도를 살펴보면, 2개의 기업가정신 변수들을 포함하고 있는 1단계 회귀모형의

전체 설명력( $R^2$ )은 0.388로 나타났고 F통계량 값은 82.297, 이에 대한 유의도가 0.000 ( $p<0.05$ )로 통계적으로 유의성을 확보하고 있다.

<표 13> 기업가정신과 기업성과의 관계에서 마케팅전문역량의 상호조절효과

독립변수	1단계		2단계		3단계	
	계수	t	계수	t	계수	t
혁신성	.574	11.171	.314	5.846	.296	1.420
위험감수성	.118	2.297	.059	1.286	-.493	-1.968
마케팅전문역량			.473	8.867	.075	.321
혁신 * 마케팅전문					.043	.108
위험 * 마케팅전문					.759	2.229
R2	0.388		.530		.532	
F 값	82.297		97.456		60.787	

따라서 1단계 회귀모형에 포함된 기업가정신 각 요인들이 종속변수인 기업성과에 모든 변수가 정(+)의 영향을 미치는 것으로 해석할 수 있다.

2단계에서는 마케팅전문역량 변수를 추가하여 기업성과에 대한 영향력을 분석하였다. 이 모형의 설명력( $R^2$ )은 0.530로 나타나 1단계에 비해 설명력이 증가하였으며,  $p=.000$  수준에서 설명력에 대한 F검정 통계량이 97.456로 나타나 역시 통계적으로 유의성이 있다.

마지막 3단계에서는 2개의 상호작용 항을 추가하여 기업가정신과 기업성과와의 관계에서 마케팅전문역량의 조절변수 역할을 알아보기 위해 전체 설명력( $R^2$ )증가분을 파악하였는데 전체 설명력은 0.532로 높아졌다. F통계량의 값은 60.787이고 이에 대한 유의도가 0.000( $p<0.05$ )이므로 이 회귀식은 통계적으로 유의하였다.

이러한 결과는 기업가정신과 마케팅전문역량의 상호작용 항들이 기업성과에 유의한 영향을 미치며, 이 상호작용 항들이 기업성과 변수에 대해 14.4%를 추가적으로 설명하고 있다는 것을 의미한다. 개별 변수들에 대한 회귀계수들을 살펴보면, 혁신성 요인의 경우 상호 작용항 변수들은 통계적으로 유의하지 않았다. 반면 혁신성\*마케팅전문역량 상호작용항 변수는 통계적으로 유의한 결과를 나타내고 있으며, 회귀계수 값 역시 0.118에서 0.759로 증가된 값을 보여주고 있다.

이러한 결과는 불확실한 상황에서 위험을 감수하고 적극적인 시장을 공략하는 기업가정신이 기업의 기술 및 재무적, 비 재무적 성과에 미치는 영향은 그 기업이 가격경쟁력, 기술투자, 서비스 개발력이 우수 할수록 높아지고 있다는 것으로 해석할 수 있다. 따라서 기업가정신과 기업성과에 대한 영향관계에서 마케팅전문역량이 조절역할을 할 것이라는 <가설 3-1>은 일부 변수만(위험감수성)이 유의한 영향을 미치고 있어 부분적으로 채택되었다.

<표 14> 기업가정신과 기업성과의 관계에서 마케팅구조역량 상호조절효과

독립변수	1단계		2단계		3단계	
	계수	t	계수	t	계수	t
혁신성	.574	11.171	.410	8.633	-1.666	-9.852
위험감수성	.118	2.297	.078	1.743	-.644	-2.901
마케팅구조역량			.437	9.512	-.046	-1.084
혁신 * 마케팅구조					2.634	9.664
위험 * 마케팅구조					.080	.253
R2	0.388		.546		.790	
F 값	82.297		103.907		193.439	

<가설 3-2>인 기업가정신과 기업성과와의 관계에서 마케팅구조역량의 조절역할을 분석하기 위해 수행한 조절회귀분석의 결과는 <표 14>와 같다. 먼저 모형의 적합도를 살펴보면, 2개의 기업가정신 변수들을 포함하고 있는 1단계 회귀모형의 전체 설명력(R<sup>2</sup>)은 0.388로 나타났고 F통계량 값은 82.297로 나타났다. 따라서 1단계 회귀모형에 포함된 기업가정신의 각 요인들이 종속변수인 기업성과에 모든 변수가 정(+)의 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 2단계에서는 마케팅구조역량 변수를 추가하여 기업성과에 대한 영향력을 분석하였다. 이 모형의 설명력은 0.546로 나타나 1단계에 비해 설명력이 크게 증가하였으며, p=.000 수준에서 설명력에 대한 F검정 통계량이 103.907로 나타나 통계적 유의성을 보여주고 있다.

마지막 3단계에서는 2개의 상호작용 항을 추가하여 기업가정신과 기업성과와의 관계에서 마케팅구조역량의 조절변수 역할을 파악하기 위해 전체 설명력(R<sup>2</sup>)증가분을 파악하였는데 전체 설명력은 0.790로 매우 높은 수준으로 증가하였다.

F통계량의 값 역시 193.439이고 이에 대한 유의도가 0.000(p<0.05)이므로 이 회귀식 역시 통계적으로 유의성을 확보하고 있다. 이러한 결과는 기업가정신과 마케팅구조역량의 상호작용 항들이 기업성과에 유의한 영향을 미치며, 이 상호작용 항들이 기업성과 변수에 대해 40.2%의 추가적인 설명을 하고 있음을 의미한다. 개별 회귀계수들의 값을 살펴보면, 기업가정신의 위험감수성 요인의 경우 상호작용항 변수들이 통계적으로 유의하지 않았다. 반면 혁신성\*마케팅구조역량의 상호작용항 변수는 통계적으로 유의하였다. 마케팅구조역량 회귀계수 역시 0.574에서 2.634로 매우 증가한 수준으로 나타나고 있다.

이러한 결과는 새로운 혁신이나 아이디어 개발을 추구하는 진취적이며 혁신적인 기업가에게 타 경쟁사들보다 성과에 대한 모니터, 우수한 정보능력, 시장세분화 등의 마케팅 구조적인 역량이 우수할수록 기업의 기술 및 재무적, 비재무적성과가 높아지고 있다는 것으로 해석 수 있다. 따라서 기업가정신과 기업성과에 대한 영향관계에서 마케팅구조역량이 조절역할을 할 것이라는 <가설 3-2>는 일부 변수(혁신성)만이 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있어 부분적으로 채택되었다.

4.3.4.4 가설 검정의 요약

본 연구는 기업을 경영하는 경영자나 전문경영인의 기업가정신이 기업성과에 기술혁신성과 마케팅역량을 어떠한 영향을 미치는가를 을 파악하고자 하였다. 가설 검정 결과를 정리하면 다음과 같다.

<표 15> 가설 검정 결과의 요약

가설	가설의 내용	결과
<b>1</b>	<b>최고경영자의 기업가정신은 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.</b>	
1-1-1	혁신성은 기술성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
1-1-2	위험감수성은 기술성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
1-2-1	혁신성은 재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
1-2-2	위험감수성은 재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
1-3-1	혁신성은 비재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
1-3-2	위험감수성은 비재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
<b>2</b>	<b>최고경영자의 기업가정신이 기업성과에 미치는 정(+)의 영향은 기술혁신성이 매개역할을 할 것이다.</b>	
2-1-1	전략계획역량은 혁신성과 기술성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.	채택 (부분매개)
2-1-2	전략계획역량은 혁신성과 재무적 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.	채택 (부분매개)
2-1-3	전략계획역량은 혁신성과 비재무적 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.	채택 (부분매개)
2-1-4	연구개발역량은 혁신성과 기술성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.	채택 (부분매개)
2-1-5	연구개발역량은 혁신성과 재무적 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.	채택 (부분매개)
2-1-6	연구개발역량은 혁신성과 비재무적 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.	채택 (부분매개)
2-1-7	기술사업화역량은 혁신성과 기술성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.	채택 (부분매개)
2-1-8	기술사업화역량은 혁신성과 재무적 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.	채택 (완전매개)
2-1-9	기술사업화역량은 혁신성과 비재무적 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.	채택 (완전매개)
2-2-1	전략계획역량은 위험감수성과 기술성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.	채택 (부분매개)
2-2-2	전략계획역량은 위험감수성과 재무적 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.	채택 (완전매개)
2-2-3	전략계획역량은 위험감수성과 비재무적 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.	채택 (완전매개)
2-2-4	연구개발역량은 위험감수성과 기술성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.	채택 (완전매개)
2-2-5	연구개발역량은 위험감수성과 재무적 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.	채택 (완전매개)
2-2-6	연구개발역량은 위험감수성과 비재무적 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.	채택 (완전매개)
2-2-7	기술사업화역량은 위험감수성과 기술성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.	채택 (부분매개)
2-2-8	기술사업화역량은 위험감수성과 재무적 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.	채택 (부분매개)
2-2-9	기술사업화역량은 위험감수성과 비재무적 성과 사이에서 매개역할을 할 것이다.	채택 (부분매개)
<b>3</b>	<b>최고경영자의 기업가정신이 기업성과에 미치는 정(+)의 영향은 마케팅역량에 의해 조절될 것이다.</b>	

3-1-1	마케팅전문역량은 혁신성이 기업성과에 미치는 영향을 조절할 것이다.	가각
3-1-2	마케팅전문역량은 위험감수성이 기업성과에 미치는 영향을 조절할 것이다.	채택
3-2-1	마케팅구조역량은 혁신성이 기업성과에 미치는 영향을 조절할 것이다.	채택
3-2-2	마케팅구조역량은 위험감수성이 기업성과에 미치는 영향을 조절할 것이다.	가각

## V. 결론

### 5.1. 연구의 요약

기업의 생존에 직결되는 시장경쟁에서 기술혁신이 경쟁력의 중요요인으로 인식되고 있으며 경영성과를 위해 많은 기업들은 다양한 기술혁신활동에 노력을 기울이고 있다. 그러나 기술혁신을 통해 다양한 성과를 획득하는 기술기반 기업이 있는 반면에 기술혁신에 많은 투자와 활발한 기술혁신활동을 했음에도 불구하고 기대한 만큼의 성과를 도출하지 못하는 기업들이 있다. 특히 활발한 기업활동 내지 다양한 기술혁신 활동 등의 노력에도 불구하고 바람직한 성과 내지 긍정적인 성과를 도출하거나 또는 도출하지 못한 기업들이 많은 것에 착안해서 본 연구는 기업가정신, 기술혁신, 그리고 마케팅활동 (역량)과 기업성과에 존재하는 영향관계를 파악하고자 연구를 시작하였다.

본 연구를 진행하는데 있어서는 정부에서 인정하는 기업연구소를 보유한 국내 중소기업을 대상으로 하였다. 기업가정신을 기반으로 한 혁신성과 위험감수성이 전략계획역량과 연구개발역량 그리고 기술사업화역량을 통해 기술성과와 재무적, 비재무적 성과에 어떠한 영향을 미치는지, 그리고 기업가정신과 기업성과에 사이에 마케팅전문역량과 마케팅구조역량이 어떤 영향을 미치고 있는지를 파악해 보고자 하였다. 결과적으로 기술혁신과 마케팅역량이 긍정적인 때 이는 곧 기업의 지속 가능한 경쟁력에 영향을 줄 수 있다는 관점에서 그 영향관계를 검증하기 위해 시도된 연구이다. 이 연구를 위해 표준화된 설문지를 이용하였고, 수집된 자료는 통계처리를 거쳐 연구목적에 맞게 잘 분석되고 해석되었다.

본 연구의 실증분석 결과를 토대로 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, <가설 1>인 기업가정신 (혁신성, 위험감수성)이 기업성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 혁신성의 경우 모든 기업성과에 정(+)의 영향을 미치고 있다. 다만 위험감수성은 기술성과에만 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 기업가정신 중 혁신성은 기업의 경우 진취적인 투자, 특허 개발을 중심으로 하여 신사업, 중장기 계획을 세우는 일은 기술성과에 중요한 요소로 유의한 영향을 미치나 불확실한 환경에서 도전하는 위험감수성은 재무적성과와 비재무적성과에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

둘째, <가설 2>인 기술혁신성이 기업가정신과 기업성과 사이에서 정(+)의 매개역할을 하는가 하는 연구에 대해 기술혁신성은 모든 항목에서 정(+)의 부분매개 또는 정(+)의 완전매개역할을 하는 것으로 나타났다. 그 중에서도 혁신성의 경우에는 기술사업화역량이 재무적성과와 비재무적성과에 미치는 정(+)의 영향관계에 있어 완전매개역할을 하는 것으로 나타났다. 또한 위험감수성의 경우에는 전략계획역량이 재무적성과 및 비재무적성과 사이에서 완전매개역할을 하였고, 연구개발역량은 기술성과, 재무적성과 및 비재무적성과 사이에서 완전매개역할을 하는 것으로 나타났다.

셋째, <가설 3>인 마케팅역량은 기업가정신이 기업성과에 미치는 영향에서 정(+)의 조절효과가 있을 것이라는 연구에서 마케팅전문역량은 위험감수성과 기업성과 사이에서 정(+)의 조절역할을 한 것으로 나타났다. 또한 마케팅구조역량은 혁신성과 기업성과 사이에서 정(+)의 조절역할을 하는 것으로 나타났다.

### 5.2. 연구의 시사점

본 연구는 다음과 같은 학술적, 실무적 시사점을 가진다.

첫째, 기존의 선행연구에서는 R&D집약도와 혁신역량을 바탕으로 기업의 기술혁신과 성과 간의 관계를 분석 측정하였지만, 본 연구는 기업가정신에 초점을 두어 기업성과를 측정하였다. 그 결과 기업가정신 중 혁신성은 진취적인 투자와 특허개발 등 신사업에 대해 영향을 미치며, 위험감수성은 요즘처럼 경기 둔화로 인해 전망이 불확실한 환경에서 도전하기 위해 중장기 계획을 세우는 과업 등의 특성으로 인해 기술성과에 유의한 영향을 미치지 않지만, 재무적성과나 비재무적성과에는 유의미한 영향을 미치지 않는다는 것을 확인할 수 있었다.

둘째, 정부에서 인정하는 기업연구소를 보유한 국내 중소기업을 대상으로 기업가정신이 기술혁신성을 매개로 한 기업성과에 미치는 정(+)의 영향 관계에 마케팅역량의 조절효과를 추가하여 연구범위를 확대하였다. 즉, 기존의 연구에 기술혁신성을 매개변수로 투입하고, 동시에 마케팅역량을 조절변수로 투입하여 연구를 진행한 것이다. 특히 우리나라에 현존하는 다수의 중소기업들 중 기술혁신성을 매개로한 기업가정신과 기업성과 간에 전략계획역량과 연구개발역량 그리고 기술사업화역량을 측정된 선행연구가 많지 않은 실정에서 본 연구의 기술혁신성의 매개효과와 마케팅역량의 조절효과를 함께 연구한 실증적 분석은 의의가 있다고 볼 수 있다.

셋째, 기술혁신성과 마케팅역량에 대한 이론적 접근과 실증적 연구를 통한 연구결과를 제시함으로써 기업가정신과 기업성과의 사이에서 기술혁신성의 주요 구성차원 및 마케팅역량의 구성차원별 매개 내지 조절역할을 규명함으로써 중소기업의 기술경쟁력과 마케팅경쟁력을 향상시킬 수 있는 소중한 지적자산의 형성에 일조를 하고 있다는 점이다. 즉, 기술혁신성을 매개로 경영성과에 미치는 영향을 분석하여 성공적인 기술창업 창출과 다양하고 전문성 있는 마케팅활동을 추구하여

지속적인 성장을 가져올 수 있다는 시사점을 제공하고 있다.

마지막으로 기업가정신이 만들어내는 기업성과는 해당 기업만의 독특한 환경과 최고경영자의 특성, 그리고 현재 그 기업이 추구하고 있는 다양하고 복잡한 기술마케팅 관계 속에서 기업이 경험해서 획득한 자기기업만의 중요한 자산이다. 또한 마케팅역량이라는 전문적역량 역시 기업의 현황이나 상황에 관련되어 수행되어지는 특성이다. 이 연구의 결과에서 나타났듯이 이 두 변수들이 기업성과에 미치는 영향을 감안하여 기업활동에서는 이 두 변수들의 영향관계를 잘 파악하여 적용하는 것이 유효한 기업성과를 달성할 수 있다는 관점에서 현실의 중소기업 뿐만 아니라 모든 기업에게 의미있는 시사점이 될 것이다.

### 5.3. 연구의 한계와 향후 연구 방향

본 연구는 한계점도 가지고 있다.

첫째, 본 연구는 규정된 방법에 의한 설문조사를 토대로 연구가 진행되어 표본조사를 통한 연구일지라도 어느 정도 대표성을 띄고 있다고 할 수 있다. 그러나 정부가 인정하는 기업연구소를 보유한 중소기업의 최고경영자와 기술을 책임지는 연구책임자를 대상으로 설문조사를 실시한 바, 그 수가 263개로 비교적 작은 편이라고 판단되며, 이런 측면에서 볼 때 우리나라 중소기업 전체를 대표한다는 관점에서는 다소 부족한 측면이 있다고 판단될 수 있다.

둘째, 설문참여 기업의 업종특성과 기업규모에 따라 기술혁신성과 마케팅역량에 대한 심층적 분석을 통해 기업성과에 어떠한 영향을 미치며, 기업가정신과의 연계성을 위해서는 가장 중요한 요인이 무엇인지에 대해 모든 기업이 규범화된 답변을 제시하지 못해 연구의 일관성을 갖추는데 많은 어려움이 있었으며, 이로 인해 연구가 단순하게 영향관계에만 초점을 두어 진행되었다는 한계가 있다.

셋째, 기술혁신성의 매개효과를 기반으로 기업 간에 매출액 대비 경영성과에 기업가정신이 어떻게 반영되는지에 대한 명확한 분석을 위해서는 통일된 계량적인 비교분석 가능수단이 필요하며, 이를 위한 지속적인 연구가 이루어져야 할 필요성이 제기되는 연구이기도 하였다.

마지막으로 본 연구에서는 직무별 특성을 고려하지 못했으나 향후 연구에서는 응답자의 직무 특성을 고려한 연구로 세분화 할 필요가 있다고 볼 수 있다. 따라서 향후에는 요인들에 따라 어느 정도의 영향을 미치고 있는지에 대해 그룹별 분리된 연구모형을 개발하고 실증분석 해 보는 것이 본 연구의 개선적인 진행 방향이라 하겠다.

## REFERENCE

강만영(2013). *중소기업의 기술경쟁력과 기술마케팅이 사업화성과에 미치는 영향*. 호서대학교벤처대학원, 박사학위논문.  
 강지민(2013). *개방형 혁신 활동이 기술사업화 성과에 미치는 영향*

성균관대학교 박사학위논문.  
 김상표·변충규·하환호(2014). 창의성이 높으면 기업가정신도 높은가? : 인지적·비인지적 창의성이 기업가정신에 미치는 영향. *한국경영컨설팅학회*, 14(3), 67-78  
 김정환(2005). *연구개발 투자활동이 중소기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구*. 건국대학교 박사학위논문.  
 김훈·김능진(2009). 제조기업의 혁신 성공요인과 혁신 역량이 성과에 미치는 영향. *한국생산성관리학회*, 20(3), 99-125.  
 민정호(2001). 벤처기업과 기업가정신. 서울: 무역경영사  
 박노윤(1998). 새로운 조직문화의 창출방안. *연구논문집, 誠信女子大學校*, 36, 267-300.  
 박종복(2008). *기술사업화이론과 기술경영 적용방안·줄리의 이론을 중심으로*. KIET산업경제, KIET.  
 서창수(2011). *중소기업의 기술사업화 역량이 경영성과에 미치는 영향*. 가천대학교 석사학위 논문.  
 성태경(2006). 기술혁신 활동의 결정요인 우리나라 제조기업과 서비스기업의 비교분석. *경영연구*, 21(4), 283-304.  
 손수현·이성룡·정세호(2007). *연구기획평가 실무자를 위한 기술사업화*. 서울: 한국산업기술진흥협회.  
 유세준(2010). 디지털시대의 지방 중소기업의 육성 방안. *e-비즈니스연구*, 11(1), 267-286.  
 유태욱(2009). *기술혁신형 중소기업의 기술혁신활동이 기술성과와 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증연구*. 호서대학교 박사학위 논문.  
 윤현덕·서리빈(2011). 기술혁신형(Inno-Biz) 중소기업의 기술경영성과에 미치는 핵심요인에 관한 연구. *기술혁신연구*, 19(1), 111-144.  
 이관호(2007). *골프장의 서비스 지향성과 조직 유효성 및 경영성과 간의 인과관계*. 단국대학교 박사학위논문.  
 이덕재(2002). *호텔의 시장지향성과 사업성과: 통합적 매개변수로써 기업역량 변수와 고객반응변수의 역할*. 전남대학교 박사학위논문.  
 이동석(2009). *우리나라 중소기업의 기술혁신능력과 기술사업화능력이 경영성과에 미치는 영향 연구*. 숭실대학교 박사학위논문.  
 이동주(2002). *벤처기업의 시장, 기술혁신지향성과 선행변수 및 성과에 관한 연구*. 건국대학교 박사학위논문.  
 이수태(2007). *기술혁신과 시장지향성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구*. 창원대학교 박사학위논문.  
 장세진(2002). *글로벌시대의 경영전략*. 서울: 박영사.  
 장지호·김왕식·이병현(2008). *중소기업 혁신역량 진단 및 평가 지표의 국내의 활용사례*. *사회과학연구*, 24(2), 153-177.  
 최석봉·하귀룡(2011). 국내 제조기업의 기술혁신 결정요인 중요도 분석. *산업경제연구*, 24(1), 1-24.  
 최지선·김형진(2010). 게임산업 선도기업의 혁신역량 분석과 시사점. *한국게임학회 논문지*, 10(5), 51-63.  
 전국경제인연합회(2015). *2015년 주요 교역·투자국 하반기 경기전망 조사결과*. 서울: 전국경제인연합회

Branch, B.(1973). Research and development and its relation to sales growth. *Journal of Economics and Business*, 25(2), 107-111.  
 Barringer, B., & Bluedorn, A.(1999). The relationship between corporate entrepreneurship and strategic management. *Strategic Management Journal*, 20, 421-444.  
 Burgelman, R. A., Christensen., C. M., & Wheelwright, S. C.(2004). *Strategic management of technology and innvation, Irwin: A guide to profitable new ventures*. John Wiley & Sons.



- Chang, S. J.(2002). *Management Strategies in the Global Era*. Seoul; ParkYoung Books.
- Choi J. S., & Kim H. J.(2010). Innovation Capability Analysis and Implications of Leading Companies in the Game Industry. *Journal of Korea Game Society*, 10(5), 51-63.
- Choi S. B., & Ha G. R.(2011). Importance analysis of technological innovation determinants of domestic manufacturing companies. *Industrial economy research*, 24(1), 1-24.
- Covin, J. G., Covin, T., & Slevin, D. P.(1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 16(1), 7-24
- Covin, J. G., & Slevin, D. P.(1986). The development and testing of an organizational-level entrepreneurship scale. *Frontiers of entrepreneurship research*, 1(3), 628-639.
- Damanpour, F.(1991). Organizational Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590.
- Day, G. S.(1994). The capabilities of market-driven organizations. *Journal of Marketing*, 58(4), 37-52.
- Dutta, S., Narasimhan, O., & Rajiv, S.(1999). Success in high-technology markets: Is marketing capability critical?. *Marketing Science*, 18(4), 547-568.
- Good, D. J., & Stone, R. W.(1995). Computer technology and the marketing organization: an empirical investigation. *Journal of Business Research*, 34(3), 197-209.
- Grant, R. M.(1996). Prospering in Dynamically-Competitive Environments: Organizational Capability as Knowledge Integration. *Organization Science*, 7(4), 375-387.
- Gurbuz, S. & Mert, I. S.(2011). Impact of the human resource management on organizational performance: evidence from Turkey. *The International Journal of Human Resource Management*, 22(8), 1803-1822.
- Jang J. H., Kim W. S., & Lee B. H.(2008). Examples of Domestic and Foreign Use of SME Innovation Capability Diagnosis and Evaluation Indicators. *Social science research*, 24(2), 153-177.
- Jolly, V. K.(1997). *Commercializing new technologies*, Boston. MA: *Harvard Business School*
- Kang J. M.(2013). *The effect of open innovation on technology commercialization performance: A case of bio-pharmaceutical industry*. Doctoral dissertation, Graduate School of Sungkyunkwan University
- Kang M. Y.(2013). *Effect of Small and Medium-sized Enterprises' Technological Competitiveness and Technology Marketing on Commercialization Performance*. Doctoral dissertation, Graduate School of Venture at Hoseo University
- Kaplan, R. S., & Norton. D. P.(1992). Using the Balanced Scorecard as to a Strategic Management System. *Harvard Business Review*, 76.
- Kim H., & Kim N. J.(2009). The Effect of Innovation Success Factors and Innovation Capabilities on Performance in Manufacturing Firm. *Korea Production & Operation Management Society*, 20(3), 99-125.
- Kim J. H.(2005). *A Study on the Effect of R&D Investments on Business Performance of SME and Venture Enterprise*, Doctoral thesis, Konkuk University graduate school.
- Kim S. P., Byeon C. G., & Ha, H. H.(2014). Creativity and Entrepreneurship : What is The Relationship between Creativity and Entrepreneurship?. *The Korean Society Of Management Consulting*, 14(3), 67-78
- Lee D. J.(2002). *Market Orientation and Business Performance of Hotel: Role of Enterprise Capacity Variables and Customer Response Variables as Integrated Parameters*. Doctoral thesis, Chonnam National University Graduate School.
- Lee D. J.(2002). *A study on the market orientation and the technology-innovation orientation of new ventures in Korea: Antecedents and consequences*. Doctoral thesis, Graduate School of Konkuk University
- Lee D. S.(2009). *A Study on Effect of Technological Innovation Capability and Technology Commercialization Capability on Business Performance in SMEs of Korea*. Doctoral thesis, Soongsil university graduate school.
- Lee K. H.(2007). *Causal Relationships among Service Orientation, Organization Effectiveness, Management Performance in Golf Country Club*. Doctoral thesis. Dankook University Graduate School.
- Lee S. T.(2007). *Effects of the Technology Innovation and the Market Orientation on the Management Performance in Small and Medium Inno-Biz Enterprises*. Doctoral thesis at Changwon University.
- Leonard, D. A.(1995). *Wellsprings of Knowledge. Building and Sustaining the Source of Innovation*, Harvard Business School Press, Boston: MA.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G.(1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *The Academy of Management Review*, 21(1): 135-38.
- Miller, D., & Friesen. P. H.(1982). Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms: Two Models of Strategic Momentum. *Strategic Management Journal*, 3(1), 1-25.
- Miller, D., & Friesen, P. H.(1983). Strategy-making and environment: the third link. *Strategic management journal*, 4(3), 221-235.
- Min K. H.(2001). *Venture Firms and Entrepreneurship*. Seoul: Trade Management Publishing Co.
- Morgan, N. A., Zou, S., Vorhies, D. W., & Katsikeas, C. S. (2005). Experiential and informational knowledge, architectural marketing capabilities, and the adaptive performance of export ventures: A cross-national study. *Decision Sciences*, 34(2), 287-321.
- O'Regan, N., & Ghobadian, A.(2005), Innovation in SMEs: the impact of strategic orientation and environmental perceptions. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 54(2), 81-97.
- Park J. B.(2008), The Actual Condition and Developmental Challenges of Korean Technology Commercialization: Focused on Public Technology, Issue paper 2008-233, *Industry Research Institute*,
- Park N. Y.(1998), Creation of new organizational culture, *Research Papers*. Seongin University, 36, 267-300
- Peter F. Drucker(1964). *Innovation and Entrepreneurship*,

- Harper & Row, Publishers, Inc, 122.
- Prahalad, C. K. & Hamel, G.(1990). The core competition of the corporation, *Harvard Business Review*, 68 (May-June), 79-91.
- Romijn, H. & Albaladejo, M.(2002). Determinants of Innovation capability in small electronics and software firms in southeast England. *Research Policy* 31, 1053-1067.
- Schroeder, R. G., Bates, K. A. & Junttila, M. A.(2002). A Resource-based view of manufacturing strategy and the relationship to manufacturing performance. *Strategic Management Journal*. 23(29), 105-117.
- Schumpeter(1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle, translated from the German by Redvers Opie, New Brunswick (U.S.A) and London (U.K.):* Transaction Publishers.
- Seo C. S.(2011). *The effects of enterprise capabilities on technology innovation and business performance : focusing on the types of technology transfer.* Master's thesis, Graduate School of Gacheon University.
- Seong T. K.(2005). Determinants of technological innovation performance of companies: The role of external network?. *Korea Economic Association*, 18(4), 1767-1788
- Shon S. H., Lee S. R., & Jeong S. H.(2007). *Technology Commercialization for Research Planning and Evaluation Practitioners.* Seoul: Korea Industrial Technology Association.
- Slevin & Covin(1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 14(2), 137-153
- Teece, D. J., Pisano, G. & Shuen, A.(1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic management journal*, 509-533.
- The Federation of Korean Industries(2015). *As a result of the second half of the major trade and investment bureau in 2015.* Seoul: Federation of Korean Industries
- Vorhies, D. W., Harker, M., & Rao, C. P.(1999). The capabilities and performance advantages of market-driven firms. *European journal of marketing*, 33(11/12), 1171-1202.
- Westphal, L. E., & Dahlman, C. J.(1985). Reflections on the Republic of Korea's acquisition of technological capability. in N. Rosenberg and C. Frischtack(2eds.). *International Technology Transfer: Concepts, Measures, and Comparison.* Praeger: New York. 162-221.
- Yam, R. C. M., Guan, J. C., Pun, K. F., & Tang, E. O. Y.(2004). An Audit of technological innovation capabilities in chinese firms: some empirical finding in Beijing. China, *Research Policy*, 31(3), 543-567, 2004
- You T. W.(2009). *An Empirical Study on the Effect of Technology Innovation Activities on Technology and Management Performances in INNO-BIZ Companies.* Doctoral Thesis, Graduate School of Hoseo University.
- You S. J.(2010). The plan to foster local small and medium enterprises in the digital age. *e-business research Institute*, 11(1), 267-286.
- Yoon H. D. & Seo, R. B.(2011). Inno-Biz: A Study on the Key Factors on Technology Management Performance of SMEs. *Technology Innovation Research*, 19(1), 111-144,

# The Impact of Entrepreneurship on Corporate Performance: Focusing on the Effects of Technological Innovation and Marketing Competence\*

Jeon In-oh\*\*

## Abstract

This study investigates the effect of entrepreneurship on corporate performance highlighting the mediating role of technological innovation and the moderating role of marketing competence. By identifying the role of technological innovation and marketing competence within the relationship between the entrepreneurship and corporate's business performance, this study aims to improve SMBs' competence. Special attention was given to the fact that while there are some technology-based SMBs which have achieved positive outcomes through innovation, there are some other firms which have not been able to deliver expected outcomes despite of their technological competence.

The data used in this study came from CEO or chief research executives of SMBs. Results of the data analysis show that the innovative spirit which is an important factor of entrepreneurship has an positive effect on technological performance, financial performance and non-financial performance. However, risk-taking tendency has an positive effect on technological performance but negative effects on financial and non-financial performance of the firms.

This study also has examined the mediating effect of technological innovation on the relationship between entrepreneurship and corporate's performance and the result reveals that technological innovation plays a mediating role within the relationship. Specially, innovative spirit plays a full mediating role within the relationship between technological commercialization capacity and financial and non-financial performances of SMEs'. Also, risk taking tendency has a full mediating effect on the positive relationship between strategic planning capability and both financial and non-financial performance.

Regarding the moderating role of marketing capability within the relationship between the entrepreneurship and the performance of the firms, results of data analysis shows as follows. Marketing professional capability plays a moderating role between risk taking tendency and performance of the firm and marketing structural capability plays a moderating role between innovative spirit and the performance of the firms.

Based on these results, this study confirms that SMEs' business performance is effected by entrepreneurship. Innovative spirit plays a mediating role within the relationship entrepreneurship and business performance. However, Marketing capability has a partial moderating effect on the relationship between the entrepreneurship and the business performance.

*Keywords: Entrepreneurship, Technological Innovation, Marketing Competence, Business Performance*

\* Additional research is based on the doctoral thesis of the author.

\*\* Professor, Graduate School of Venture at Hoseo University, eric@hoseo.edu