

http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2021.7.4.693

JCCT 2021-11-85

## 중소기업의 전략적 지향성이 정보기술역량과 기업성과에 미치는 영향 Effect of Strategic Orientation on Information Technology Competency and Corporate Performance in Small and Medium-Sized Enterprises(SMEs)

양희종\*, 장길상\*\*

Yang Hee-Jong\*, Jang Gil-Sang\*\*

**요약** 본 연구는 중소기업에 종사하는 조직구성원을 대상으로 전략적 지향성이 정보기술역량과 기업성과에 미치는 영향을 실증적으로 검증하였다. 본 연구에서 제안된 연구모형에서는 전략적 지향성이 기업성과에 영향을 미치며, 이 과정에서 정보기술역량이 매개변수로 사용되었다. 본 연구를 위해서 울산광역시에 소재한 중소 제조업체에 근무하고 있는 조직구성원을 대상으로 설문조사를 하였다. 총 320부의 설문지를 배포하여 277부가 본 연구에 사용되었다. 수집된 자료는 SPSS 24.0을 사용하여 통계분석 하였다. 연구결과는 다음과 같다: 첫째, 전략적 지향성의 고객지향성, 시장지향성, 그리고 기술지향성은 정보기술역량의 정보기술지식과 정보기술운영에 모두 정(+의 영향을 미치고, 정보기술역량의 정보기술기반에 대해서는 전략적 지향성의 고객지향성과 기술지향성만이 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 전략적 지향성의 고객지향성과 기술지향성이 기업성과에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 시장지향성은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 셋째, 정보기술역량의 정보기술지식, 정보기술운영, 그리고 정보기술기반 모두 기업성과에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 전략적 지향성과 기업성과 간에 정보기술역량의 매개효과를 검증한 결과, 정보기술역량의 하위요인인 정보기술지식, 정보기술운영, 그리고 정보기술기반 모두는 전략적 지향성의 하위요인인 고객지향성 및 기술지향성과 기업성과 간에 부분매개 작용을 하는 것으로 나타났다. 이러한 연구결과는 오늘날의 제4차 산업혁명시대에서 대기업과 공급체인 상에 있는 중소기업들의 경쟁우위 및 성과 향상을 위하여 고객지향 및 기술지향 경영전략을 수립하여야 하며, 이를 실행할 수 있도록 정보기술지식, 정보기술운영, 그리고 정보기술기반 등의 정보기술역량을 강화하여야 함을 시사해 주고 있다.

**주요어** : 전략적 지향성, 고객지향성, 시장지향성, 기술지향성, 정보기술역량, 매개효과

**Abstract** This study empirically verified the effect of strategic orientation on information technology(IT) competency and corporate performance for organizational members engaged in small and medium-sized enterprises (SMEs). In the research model proposed in this study, strategic orientation affects corporate performance, and IT competency is used as a mediating variable in this process. For this study, a survey was conducted on organizational members working in small and medium-sized manufacturers located in Ulsan Metropolitan City. A total of 320 questionnaires were distributed, and 277 copies were used in this study. The collected data were statistically analyzed using SPSS 24.0. The research results are as follows: First, customer orientation, market orientation, and technology orientation of strategic orientation were found to have a positive (+) effect on both information technology knowledge and information technology operation of IT competency. And it was found that both customer orientation and technology orientation of strategic orientation only affects the information technology infrastructure of IT competency. Second, it was found that customer orientation and technology orientation of strategic orientation had a positive (+) effect on corporate performance, but market orientation had no effect on corporate performance. Third, it was found that information technology knowledge, information technology operation, and information technology infrastructure of IT competency had a positive (+) effect on corporate performance. Fourth, as a result of examining the mediating effect of information technology competency between strategic orientation and corporate performance, information technology knowledge, information technology operation, and information technology infrastructure of IT capability were found to have a partial mediating effect between customer orientation and technology orientation of strategic orientation and corporate performance. These research results suggest that in today's fourth industrial revolution era, customer-oriented and technology-oriented management strategies should be established to improve the competitive advantage and performance of small and medium-sized enterprises(SMEs) in the supply chain with large enterprises, and at the same time information technology capabilities such as information technology knowledge, information technology operation, and information technology infrastructure should be strengthened.

**Key words** : Strategic orientation, Customer orientation, Market orientation, Technology orientation, Information technology competency, Mediating effect

\*정희원, 주식회사 아이티엔제이 대표이사, 울산대학교 경영학박사 Received: September 16, 2021 / Revised: October 5, 2021  
(제1저자) Accepted: October 16, 2021

\*\*정희원, 울산대학교 경영정보학과 교수, KAIST 경영정보공학 \*Corresponding Author: gsjang@ulsan.ac.kr  
박사 (교신저자) College of Business Administration, University of Ulsan.

접수일: 2021년 9월 16일, 수정완료일: 2021년 10월 5일 Daehak-ro 93, Nam-gu, Ulsan, South Korea 680-749

게재확정일: 2021년 10월 16일

## I. 서론

오늘날 제4차 산업혁명시대를 맞아 치열해지는 시장 경쟁과 급변하는 경영환경은 많은 중소기업들의 중요한 성공요인으로서 전략적 지향성(strategic orientation)에 대한 관심이 점차 증가되고 있다[1]. 이러한 지향성은 외부환경과 관련하여 기업이 나아가야 할 방향을 제시하여 준다[2]. 많은 중소기업들이 새로운 사업 기회를 모색하고 틈새시장을 개척하며, 제품 차별화를 위한 전략 수립을 해야 하는 등 시장 환경변화에 대응하기 위해서는 고객 지향적이고 시장 지향적인 경영전략이 요구된다. 즉, 조직의 고객지향적인 성향은 변화하고 있는 고객의 욕구를 빠르게 파악함으로써 급변하는 시장 환경에 보다 신속히 대응할 수 있는 원동력이라 할 수 있고, 특히 중소기업에서 시장과 기술 즉, 시장지향성(market orientation)과 기술지향성(technology orientation)이 중요한 관리대상 자원이라고 할 수 있다. 이와 같이 중소기업의 성과 향상을 위하여 무엇보다도 고객지향성(customer orientation), 시장지향성, 그리고 기술지향성과 같은 조직적 특성이 전제되어야 한다[3, 4]. 이와 더불어, 제4차 산업혁명시대에 중소기업의 경쟁력 향상을 위해서는 정보기술역량(IT competency)을 강화하고 활용하는 것이 전략적 지향성을 실현하고, 궁극적으로 기업성과로 이어진다고 하겠다[5, 6, 7].

기존의 여러 연구에서 중소기업이 성과를 내기 위하여 정보기술을 기업 업무에 효율적으로 활용하는 정보기술역량을 강화하여야 한다고 주장하고 있다. McKay and Brockway[8]의 연구에서 정보기술 인프라는 중소기업의 다양한 경영활동을 지원하는 기업조직 내 정보기술역량의 총합으로 정의하였고, 정보기술 인프라가 중소기업에서 공유된 자원으로서 향후 정보기술역량의 토대가 된다고 주장하였다. Bharadwaj et al.[9] 연구자들은 정보기술 인프라 역량 확보를 통하여 경쟁기업들에 비해 차별화를 통한 향상된 경영성과를 나타낼 수 있다고 주장하였으며, 중소기업의 정보기술 인프라의 강화를 위한 투자의 중요성을 강조하고 있다. 또한 중소기업은 정보기술 활용에 따라 업무개선과 더불어 조직구조의 변화를 유발시키는 효과가 있으며, 끊임없는 경영환경의 변화에 능동적으로 대응할 수 있는 방법을 제시하기도 한다[9]. 정보기술은 중소기업 조직의 여러 부문에 영향을 주고 있으며, 정보기술의 도입과 활용으로

기업조직의 생산성 향상과 효율성을 높이기 위해서는 전사적 차원에서 많은 관심과 노력이 필요하다고 할 것이다[7]. 본 연구에서는 정보기술역량(IT competency)을 중소기업이 기업 내에서 정보를 관리하기 위해 정보기술 기반과 정보기술에 관한 지식을 갖추고, 이를 효과적으로 활용하는 능력으로 정의하고, Hwang[6]의 연구에서 제시한 정보기술지식, 정보기술운영, 그리고 정보기술기반의 3가지 개념으로 구성된 측정항목들을 채택하여 활용하고자 한다[10, 11, 6, 12, 13].

이와 같은 선행연구들을 바탕으로, 중소기업들의 전략적 지향성, 정보기술역량, 그리고 기업성과 간의 영향 관계를 살펴보기 위한 연구의 필요성이 대두되고 있다. 그럼에도 불구하고, 전략적 지향성, 정보기술역량, 그리고 기업성과의 동시에 고려한 연구는 미흡한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 중소기업 종사자를 대상으로 전략적 지향성이 기업성과에 미치는 영향과 그 과정에서 정보기술역량의 매개효과를 실증적으로 검증하여 중소기업의 경쟁력 및 성과 향상을 위한 경영전략을 수립함에 있어서 더욱 체계적으로 접근할 수 있는 지침을 제공하고자 한다.

## II. 연구 설계

### 1. 연구모형

본 연구는 전략적 지향성, 정보기술역량, 그리고 기업성과에 대한 선행연구를 근거로 그림 1과 같이 연구모형을 제안하고, 연구가설을 설정하였다. 제안된 연구모형을 살펴보면, 전략적 지향성이 기업성과에 영향을 미치며, 이 과정에서 정보기술역량이 매개변수로 사용되었다. 또한, 본 연구에서는 기존의 선행연구들을 근거로 전략적 지향성(고객지향성, 시장지향성, 기술지향성)과 정보기술역량(정보기술지식, 정보기술운영, 정보기술기반)을 각각 3가지 차원으로 설정하였다.

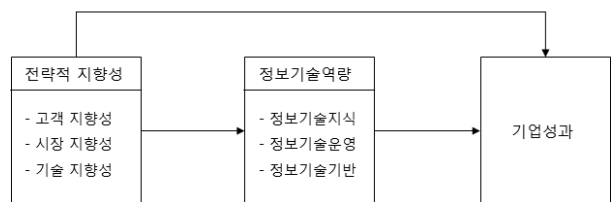


그림 1. 연구모형  
Figure 1. Research model

## 2. 연구가설

### 2.1 전략적 지향성과 정보기술역량의 관계

먼저 Kim and Chang[14]은 우리나라 제3자 물류기업의 IT 역량 요인들과 사업성과 간의 관계 연구에서 기술지향성이 IT 역량 향상을 위한 자원투입과 비즈니스 전략과 IT 전략을 일치시키는 관리적 몰입을 통하여 IT 역량에 영향을 미친다고 하였다. Kim and Ku[15]는 중국 제조기업의 제3자 물류 활동에서 전략적 지향성이 정보기술역량에 정(+)의 영향을 미친다고 주장하였다. Yoon[16]의 연구에서는 기업의 전략적 가치 지향성은 기업의 IT 자산기반 역량인 핵심 자원 관리역량에 직접 정(+)의 영향을 미친다고 하였다. 이러한 이론적 근거와 선행연구의 결과를 토대로 다음과 같은 연구가설을 설정하고자 한다.

가설 1: 전략적 지향성은 정보기술역량에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1: 전략적 지향성은 정보기술지식에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2: 전략적 지향성은 정보기술운영에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3: 전략적 지향성은 정보기술기반에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 2.2 전략적 지향성과 기업성과의 관계

Jeong and Ko[17]는 제조기업의 전략 지향성이 신제품 성과에 미치는 영향과 고객지향성과 신제품 성과 간의 관계를 살펴보았다. 제조기업의 고객지향성이 커질수록 재무적 성과와 비재무적 성과에는 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 경쟁지향성이 증대될수록 신제품의 재무적 성과는 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 기술지향성과 신제품 성과 간의 인과관계에 있어 기술지향성이 증대될수록 신제품의 재무적 성과는 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다[1]. Narver and Slater[18]는 시장지향성이 높을수록 높은 성과를 가져온다고 주장하면서 시장지향성이 높은 조직은 고객과 경쟁자에 대한 정보를 효과적으로 수집하고 전략을 세울 수 있는 능력이 높다는 것을 제시하였고, Yoon[19]은 소상공인 기업 및 소기업을 대상으로 시장지향성(경쟁자지향성, 고객지향성)이 기업성과에 유의한 영향을 미친다고 주장하였다.

Lee[1]은 중소기업 및 소상공인들을 대상으로 전략적 지향성(고객지향성, 경쟁자지향성, 시장지향성)이 기업 성과에 미치는 영향에 관한 연구를 제시하였다. 이론적 근거와 선행연구의 결과를 토대로 다음과 같은 연구가설을 설정하고자 한다.

가설 2: 전략적 지향성은 기업성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1: 고객지향성은 기업성과에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2: 시장지향성은 기업성과에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-3: 기술지향성은 기업성과에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

### 2.3 정보기술역량과 기업성과의 관계

정보기술은 기업성과에 직·간접 영향을 미치고 있는데, 운영시스템은 기업성과에 직접 영향을 미치고 정보기술은 창의성을 구성하는 조직구조에 직접 영향을 미치는 것으로 나타났다[20]. 기업에서 정보의 효과적인 사용을 위한 정보기술능력, 정보관리능력, 정보행위와 가치의 종합적인 3개 능력은 기업성과에 도움이 되며, 이를 위해 경영진의 마음속에 융합하여야 하고 향상된 사업성과를 달성하기 위하여 정보, 기술, 사람을 관리하는 방법과 새로운 사고방식에 관심을 가질 필요가 있다[21]이와 같이 기술집약적 중소기업에서 정보기술역량을 보유하고 관리하며, 정보를 활용하여 가치를 공유하면 기업의 성과가 향상될 수 있다. 또한 기술집약적 중소기업은 정보지향적인 조직으로서의 운영프로세스 등 정보시스템을 구축하고 조직의 성과를 달성하기 위하여 시장, 기술, 고객, 경쟁자 등에 대한 정보를 효율적으로 활용하여 관리할 필요가 있다[22]. 이러한 이론적 근거와 선행연구의 결과를 토대로 다음과 같은 연구가설을 설정하고자 한다.

가설 3: 정보기술역량은 기업성과에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3-1: 정보기술지식은 기업성과에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3-2: 정보기술운영은 기업성과에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3-3: 정보기술기반은 기업성과에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.4 전략적 지향성과 기업성과의 관계에서 정보기술역량의 매개효과

Yoon[16]의 연구에서는 기업의 전략적 가치 지향성은 기업의 IT 자산기반 역량인 핵심 자원 관리역량에 직접 정(+)의 영향을 미치며, 이어서 순차적으로 CRM 역량과 SCM 역량은 프로세스 효율성에 정(+)의 영향을 미치고, 프로세스 효율성이 종국적으로 기업의 업무생산성과 재무적 성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되어졌다. Hwang[6]은 기업의 시장지향성이 정보기술을 활용한 기업의 자원 강화에 긍정적인 영향을 미치고, 정보기술을 활용한 기업의 자원 강화가 정보기술을 활용한 전략에 영향을 미쳐, 궁극적으로 기업성과에 영향을 미친다고 하였다. 기존 연구를 종합해보면, 전략적 지향성은 정보기술역량에 긍정적 영향을 미치며, 정보기술역량은 기업성과에 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 따라서 정보기술역량은 전략적 지향성과 기업성과 간의 관계에 있어서 매개 역할을 하는 것으로 볼 수 있다. 이러한 이론적 근거와 선행연구의 결과를 토대로 다음과 같은 연구가설을 설정하고자 한다.

가설 4: 전략적 지향성과 기업성과 간에 정보기술역량은 매개 역할을 할 것이다.

가설 4-1: 전략적 지향성과 기업성과 간에 정보기술 지식은 매개 역할을 할 것이다.

가설 4-2: 전략적 지향성과 기업성과 간에 정보기술 운영은 매개 역할을 할 것이다.

가설 4-3: 전략적 지향성과 기업성과 간에 정보기술 기반은 매개 역할을 할 것이다.

### 3. 연구방법

#### 3.1 변수의 조작적 정의 및 측정 도구

##### 3.1.1 전략적 지향성

전략적 지향성은 기업이 지속적인 성공을 하기 위해 전략적 의사결정을 실행하는 것을 의미한다. 본 연구에서는 전략적 지향성을 Narver and Slater[18]의 연구와 Gatignon and Xuereb[23]의 연구를 기반으로 임성근(2012) 연구에서 채택한 고객지향성, 시장지향성, 기술지향성의 세 가지 요인으로 구분하고, 각 요인별 6개

문항씩, 총 18개 문항으로 측정하고자 한다.

##### 3.1.2 정보기술역량

정보기술역량(IT competency)은 기업이 기업 내에서 정보를 관리하기 위해 정보기술 기반과 정보기술에 관한 지식을 갖추고, 이를 효과적으로 활용하는 능력을 의미하고[10, 11, 6, 12, 13], 측정항목은 Hwang[6]의 연구에서 제시한 15개 문항들로 구성하였다.

##### 3.1.3 기업성과

기업성과는 Moorman[24], Griffin and Page[25], Moon[26], Ha[27], Ji et al.[28]이 사용한 주관적 성과의 척도를 본 연구의 목적에 맞게 수정하여 ‘재무성과’의 3개 문항, ‘비재무성과’의 3개 문항, ‘신제품성과’의 3개 문항으로 구분하여 측정하였다.

#### 3.2 설문지 구성

본 연구에서는 실증분석을 위하여 앞서 논의한 바와 같이 변수의 조작적 정의 및 측정 도구에 의하여 설문을 구성하였다. 조사 방법은 구성된 설문 내용을 울산 지역 제조업체의 조직구성원들에게 배포하고 회수하는 설문지 법을 사용하였다. 설문지는 전략적지향성 18문항(고객지향성 6문항, 시장지향성 6문항, 기술지향성 6문항), 정보기술역량 15문항, 혁신성 6문항, 기업성과 9문항(재무성과 3문항, 비재무성과 3문항, 신제품성과 3문항)으로 구성하였다. 또한 일반통계분석 내용은 성별, 연령, 학력, 고용형태, 부서, 직책, 재직기간 등 7문항에 관한 조사를 포함하였다. 이와 같이 전체 설문 문항의 합계는 55문항으로 구성되었다.

#### 3.3 자료수집 및 분석 방법

본 연구의 연구대상은 울산 지역에 소재하고 있는 중소기업 종사자를 대상으로 연구자의 연구수행에 대한 편의성을 자료수집의 근거로 사용하는 편의표집법(convenience sampling)으로 설문조사를 실시하였다[29]. 연구자가 해당 기업체를 직접 방문하거나 온라인으로 설문 취지를 설명하고, 설문지 320부를 배부하였다. 2020년 11월 9일부터 12월 18일까지 약 40일간 총 294부의 설문지가 회수되었으며, 이들 가운데 응답이 불성실한 17부를 제외한 277부가 본 연구의 자료로 사용되었다. 모든 연구변수의 설문 문항은 5점 리커트 척

도로 측정되었다. 수집된 자료는 SPSS 24.0 통계프로그램을 활용하여 분석하였다. 구체적으로 SPSS 24.0 통계프로그램을 활용하여 빈도분석, 신뢰도 및 타당도 분석, 상관관계분석, 그리고 다중회귀분석 분석을 통해 기술통계분석과 연구가설을 검증하였다.

### III. 실증분석 및 결과

#### 1. 기초통계분석

분석대상인 응답자의 인구통계학적 특성은 다음과 같다: 응답자 전체의 62.1%가 남성이고 여성은 37.9%의 비율을 형성하고 있었다. 연령별로는 20대가 21.7%, 30대가 43.3%, 40대가 23.1%, 50대 이상이 11.9%이었다. 또한 학력별로는 고졸 7.2%, 전문대졸 16.6%, 대졸 66.4%, 대학원졸 이상이 9.7%로 나타났다. 그리고 고용형태별로는 정규직이 92.4%, 비정규직이 7.6%였다. 그리고 부서별로는 마케팅/영업 22.4%, 인사/재무/회계 17.3%, 생산/연구개발이 47.3%, 기타가 13.0%이었다. 또한, 직책별로는 사원 30.7%, 대리 19.5%, 과장 18.4%, 차장 12.3%, 부장 이상 관리직 19.1%로 나타났다. 재직기간은 5년 미만이 51.6%, 5-10년 미만이 31.0%, 10-15년 미만이 9.0%, 15-20년 미만이 5.4%, 20년 이상이 2.9%였다.

#### 2. 신뢰성 및 타당성 분석

실증분석에 앞서 복합지수로 구성된 변수의 신뢰성과 타당성 분석을 실시하였다. 이를 위한 방법으로 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)과 크론바하알파(Cronbach's Alpha) 분석을 하였다.

본 연구에서는 먼저 탐색적 요인분석을 통하여 측정항목들의 타당성을 검증하고 타당성이 확보된 항목을 중심으로 신뢰도를 검증하였다.

본 연구는 독립변수, 매개변수, 그리고 결과변수로 통합하여 요인분석을 실시하였다. 요인추출방법은 주성분분석(principal component analysis)을 이용하였고, 요인이 적어도 1개 이상의 분산을 설명할 수 있는 고유치(eigen value) 1 이상을 기준으로 하여 요인을 추출하였으며, 항목의 축소와 각 요인 간의 독립성을 확보하기 위해 배리맥스(varimax) 방법으로 요인회전을 실시하였다. 요인의 평가기준으로는 요인 적재치(factor loading) 0.4 이상[30]으로 하였고, 총 분산에 대한 설명력은 50% 이상[31]으로 하였다.

표 1. 독립변수, 매개변수, 종속변수의 신뢰성 및 타당성 분석  
 Table 1. Reliability and validity analysis of independent variables, mediating variables, and dependent variables

변수	요인	설명분량	요인1	요인2	요인3	요인4	요인5	요인6	요인7		
기업성과	기업성과	신제품 개발시 최초 설정한 전반적 성과 목표에 비해 매우 성공적이다.	0.730								
		신제품 개발시 최초 설정한 고객만족 목표에 비해 매우 성공적이다.	0.703								
		신제품 개발시 최초 설정한 기술개발 목표에 비해 매우 성공적이다.	0.699								
		최근 경쟁사와 비교할 때, 우리 회사의 시장 점유율 증가는 더 높은 편이다.	0.698								
		최근 경쟁사와 비교할 때, 우리 회사 수익성은 더 높은 편이다.	0.698								
		최근 우리 기업은 기존 고객 유지율이 높아지고 있다.	0.697								
		최근 경쟁사와 비교할 때, 우리 회사 매출액의 증가율은 더 높은 편이다.	0.694								
		최근 우리기업 단골고객들이 늘어나고 있다.	0.684								
		최근 우리 기업은 신규고객 창출이 높아지고 있다.	0.681								
		기술지향성	기술지향성	우리 회사는 신제품 개발을 위하여 노력하고 있다.	0.736						
우리 회사는 제품혁신을 위한 투자를 지속적으로 하고 있다.	0.654										
우리 회사는 기술혁신을 위한 투자를 지속적으로 하고 있다.	0.637										
우리 회사는 프로세스혁신을 지속적으로 하고 있다.	0.634										
우리 회사는 신제품 아이디어를 빠르게 수용하는 편이다.	0.609										
우리 회사는 연구개발을 위해 대학 및 연구기관과 지속적인 협력관계를 유지한다.	0.564										
시장지향성	시장지향성			우리 회사는 고객만족을 사업 목표의 핵심으로 삼고 있다.	0.761						
				제품관련 정보수집에 관심을 기울이고 있다.	0.678						
				고객가치를 중요하게 생각하고 있다.	0.624						
				우리 회사는 새로운 시장기회를 포착하기 위해 노력한다.	0.611						
정보기술역량	정보기술역량	제품 판매후 고객만족에 관심을가지고 있다.	0.589								
		우리 회사는 고객만족에 대하여 사후 관리를 하고 있다.	0.566								
		우리 회사는 전문적으로 정보기술을 관리하는 책임 인력들을 잘 확보하고 있다.	0.744								
		정보기술은 경쟁이점(전산) 분석에 잘 갖추어져 있다.	0.717								
		우리 회사의 모든 직원들은 컴퓨터 네트워크로 잘 연결되어 있다.	0.683								
		우리회사는 필요할 때 맞춤형 소프트웨어를 개발할 수 있는 능력을 갖추고 있다.	0.603								
		우리 회사는 온라인상에서 고객 정보를 수집하기 위한 절차가 잘 갖추어져 있다.	0.649								
		우리 회사는 정보기술을 이용하여 외부 데이터베이스에서 시장정보를 얻고 있다.	0.644								
		우리 회사는 정보기술을 이용하여 고객 및 시장정보를 분석하고 있다.	0.573								
		우리 회사는 자주 의사결정지원 시스템으로 고객정보를 관리한다.	0.542								
정보기술지식	정보기술지식	우리 회사는 정보기술을 이용하여 고객 정보를 획득하고, 저장하고 처리한다.	0.53								
		우리 회사는 고객과의 정보네트워크를 구축, 유지할 수 있는 충분한 지식을 갖고 있다.	0.641								
		우리 회사는 높은 수준의 정보기술 관련 지식을 갖고 있다.	0.565								
		우리 회사는 새로운 정보기술 혁신에 대해 잘 이해 할 수 있다.	0.521								
전략지향성	전략지향성	우리 회사는 정보기술을 통해 시장정보를 능숙하게 수집하고, 분석할 수 있다.	0.514								
		현재적으로 우리 회사의 기술지원 인력은 정보기술에 매우 익숙해 있다.	0.506								
		고객과 직접 만나서 제품에 관련된 의사소통을 자주하는 편이다.	0.869								
신뢰계수	신뢰계수	고객과 직접 만나서 서비스에 관련된 의사소통을 자주하는 편이다.	0.857								
		고객과 제품과 서비스에 관련된 의사소통을 자주하는 편이다.	0.515								
		아이겐값	16.836	2.586	1.713	1.464	1.230	1.048	1.008		
누적 분산비율	44.357	51.163	55.670	59.523	62.788	65.517	68.170				
신뢰계수	0.927	0.889	0.848	0.881	0.881	0.885	0.794				

본 연구에서 제안된 가설들을 검증하기 위해 SPSS 24.0을 이용하여 측정도구의 신뢰성과 타당성을 검증하였다. 측정도구에 대한 신뢰성은 선형적인 경우에는 전체

적인 크론바하 알파계수의 값이 있다(Hair et al., 2006). 표 1에서 제시된 모든 연구변수의 크론바하 알파계수는 0.7 이상으로 신뢰성이 양호한 것으로 나타났다. 측정도구의 요인분석은 보편적으로 활용하는 기법인 요인추출방법으로 주성분분석을 통한 직각회전을 이용하였다. 표 1은 독립변수, 매개변수, 그리고 결과변수에 대한 탐색적 요인분석을 실시한 결과이다. 전략적 지향성은 고객지향성의 6개 문항 중에서 3개 문항(3개 문항제거), 시장지향성의 6개 문항 중에서 6개 문항(3개 문항제거, 고객지향성 3개 문항추가), 기술지향성의 6개 문항 모두, 정보기술역량은 정보기술지식의 5개 문항 모두, 정보기술운영의 5개 문항 모두, 정보기술기반의 5개 문항 중 4개 문항(1개 문항제거), 그리고 기업성과 9개 문항 모두가 1이상의 고유치를 가졌으며, 누적분산비율은 추출된 7개 요인에 대하여 전체 분산의 68.170%를 설명해주고 있다.

3. 상관관계 분석

표 2는 가설검증을 위한 선행단계로 SPSS 24.0을 이용하여 연구변수들의 평균과 표준편차 그리고 상관관계를 보여준다. 상관관계 분석을 통해서 연구변수들은 서로 높은 관련성이 있음을 확인하였다. 전체적으로 연구변수들 간의 유의한 상관관계를 살펴보면 정보기술역량의 정보기술지식과 정보기술운영 간의 관계가 가장 높은 것으로 나타났고, 정보기술역량의 정보기술운영과 전략적 지향성의 고객지향성 간의 관계가 가장 낮은 것으로 나타났다.

표 2. 기술통계 및 상관관계  
Table 2. Descriptive statistics and correlation

변수	평균	표준편차	1	2	3	4	5	6	7
1	3.771	0.725	1						
2	4.108	0.610	.490**	1					
3	3.920	0.662	.422**	.685**	1				
4	3.916	0.660	.439**	.659**	.718**	1			
5	3.870	0.740	.410**	.554**	.639**	.744**	1		
6	3.935	0.798	.464**	.532**	.634**	.700**	.702**	1	
7	3.845	0.689	.420**	.495**	.623**	.685**	.734**	.642**	1

주) 1.고객지향성, 2.시장지향성, 3.기술지향성, 4.정보기술지식, 5.정보기술운영, 6.정보기술기반, 7.기업성과  
\*\*. 상관관계가 0.01 수준에서 유의함(양측).

4. 가설검증

본 연구의 가설검증에 앞서 연구변수들 간의 다중공선성 검토를 위해 분산팽창요인(VIF: variance inflation

factor)을 조사하였다. 일반적으로 VIF의 값이 10을 넘지 않으면 다중공선성의 가능성이 없다고 할 수 있다 [32]. 연구변수들 간의 VIF의 값을 확인한 결과, 가장 큰 값이 2.239로 다중공선성의 문제는 없는 것으로 판단된다. SPSS 24.0을 이용하여 회귀분석을 실시하여 검증한 결과는 다음과 같다.

가설 1은 전략적 지향성(고객지향성, 시장지향성, 기술지향성)과 정보기술역량(정보기술지식, 정보기술운영, 정보기술기반)의 관계에 관한 것이며, 세부 가설은 가설 1-1(1-1-1에서 1-1-3까지)에서 1-3(1-3-1에서 1-3-3까지)까지 설정하였다. 표 3에서 전략적 지향성(고객지향성, 시장지향성, 기술지향성)이 모두 정보기술역량의 정보기술지식에 대해 유의한 수준( $\beta=0.097, p<0.05; \beta=0.278, p<0.01; \beta=0.486, p<0.01$ )에서 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 가설1-1-1, 가설 1-1-2, 가설1-1-3은 모두 채택되어 가설 1-1은 채택되었다.

표 3. 가설1-1의 회귀분석 결과  
Table 3. Results of regression analysis of Hypothesis 1-1

독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
	B	표준 오차	베타		
(상수)	0.446	0.190		2.346	0.020**
고객지향성	0.089	0.042	0.097	2.132	0.034**
시장지향성	0.300	0.061	0.278	4.886	0.000***
기술지향성	0.485	0.055	0.486	8.896	0.000***
R <sup>2</sup> = 0.575, 수정된 R <sup>2</sup> = 0.570, F = 123.105***, *p < 0.1, **p < 0.05, ***p < 0.01					

표 4에서 전략적 지향성(고객지향성, 시장지향성, 기술지향성)이 모두 정보기술역량의 정보기술운영에 대해 유의한 수준( $\beta=0.130, p<0.05; \beta=0.170, p<0.01; \beta=0.468, p<0.01$ )에서 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 가설1-2-1, 가설1-2-2, 가설1-2-3은 모두 채택되어 가설 1-2은 채택되었다.

표 4. 가설1-2의 회귀분석 결과  
Table 4. Results of regression analysis of Hypothesis 1-2

독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
	B	표준 오차	베타		
(상수)	0.472	0.244		1.938	0.054*
고객지향성	0.132	0.053	0.130	2.484	0.014**
시장지향성	0.206	0.079	0.170	2.613	0.009***
기술지향성	0.524	0.070	0.468	7.504	0.000***
R <sup>2</sup> = 0.446, 수정된 R <sup>2</sup> = 0.440, F = 73.360***, *p < 0.1, **p < 0.05, ***p < 0.01					

표 5에서 전략적 지향성의 고객지향성과 기술지향성은 정보기술역량의 정보기술기반에 대해 유의한 수준( $\beta=0.214, p<0.01$ ;  $\beta=0.473, p<0.01$ )에서 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으나, 시장지향성은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 가설1-3-1과 가설1-3-3은 채택되었고, 가설1-3-2는 기각 되어서, 가설 1-3은 부분 채택되었다.

표 5. 가설1-3의 회귀분석 결과  
 Table 5. Results of regression analysis of Hypothesis 1-3

정보기술기반 독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
	B	표준 오차	베타		
(상수)	0.258	0.261		.990	0.323
고객지향성	0.236	0.057	0.214	4.141	0.000***
시장지향성	0.134	0.084	0.102	1.590	0.113
기술지향성	0.570	0.075	0.473	7.630	0.000***
R <sup>2</sup> = 0.454, 수정된 R <sup>2</sup> = 0.448, F = 75.574***, *p < 0.1, **p < 0.05, ***p < 0.01					

표 6에서 전략적 지향성의 고객지향성과 기술지향성은 기업성과에 대해 유의한 수준( $\beta=0.175, p<0.01$ ;  $\beta=0.507, p<0.01$ )에서 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으나, 시장지향성은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 가설2-1과 가설2-3은 채택되었고, 가설2-2는 기각 되어서, 가설 2는 부분 채택되었다.

표 6. 가설2의 회귀분석 결과  
 Table 6. Results of regression analysis of Hypothesis 2

기업성과 독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
	B	표준 오차	베타		
(상수)	0.859	0.232		3.701	0.000
고객지향성	0.167	0.051	0.175	3.287	0.001***
시장지향성	0.070	0.075	0.062	0.929	0.353
기술지향성	0.528	0.067	0.507	7.940	0.000***
R <sup>2</sup> = 0.4420, 수정된 R <sup>2</sup> = 0.414, F = 65.955***, *p < 0.1, **p < 0.05, ***p < 0.01					

표 7. 가설3의 회귀분석 결과  
 Table 7. Results of regression analysis of Hypothesis 3

기업성과 독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	0.710	0.164		4.324	0.000***
정보기술지식	0.258	0.065	0.247	3.970	0.000***
정보기술운영	0.405	0.058	0.435	6.963	0.000***
정보기술기반	0.142	0.050	0.164	2.805	0.005***
R <sup>2</sup> = 0.594, 수정된 R <sup>2</sup> = 0.589, F = 132.921***, *p < 0.1, **p < 0.05, ***p < 0.01					

표 7에서 정보기술역량(정보기술지식, 정보기술운영, 정보기술기반)이 모두 기업성과에 대해 유의한 수준( $\beta=0.130, p<0.05$ ;  $\beta=0.170, p<0.01$ ;  $\beta=0.468, p<0.01$ )에서 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 가설3-1, 가설3-2, 가설3-3은 모두 채택되어 가설 3은 채택되었다.

지금부터는 전략적 지향성(고객지향성, 시장지향성, 기술지향성)과 기업성과 간의 관계에 있어서 정보기술역량(정보기술지식, 정보기술운영, 정보기술기반)의 매개효과 분석에 관한 것이다. 이러한 매개효과 검증에 위하여 4단계 매개회귀분석을 실시하였다. 이것을 위하여, Baron and Kenny[33]는 매개작용을 완전매개와 부분매개로 구분하고 각 매개작용이 성립되기 위해서는 네 가지 조건들이 충족되어야 한다. 즉 (1) 1단계에서 독립변수는 매개변수에 유의적인 영향을 미쳐야 하고, (2) 2단계에서 매개변수는 종속변수에 유의적인 영향을 미쳐야 하며, (3) 3단계에서 독립변수는 종속변수에 유의적인 영향을 미쳐야 한다. (4) 매개변수를 포함한 회귀방정식에서 종속변수에 대한 독립변수의 영향은 조건(3)의 경우보다 적거나 전혀 없어야 한다. 감소한 경우는 부분매개효과가 존재함을 의미하며, 없는 경우는 완전매개효과가 존재함을 의미한다.

가설 4-1은 전략적 지향성(고객지향성, 시장지향성, 기술지향성)과 기업성과 간의 관계에 있어서 정보기술역량의 하위요인인 정보기술지식의 매개효과에 관한 것이다. 가설 4-1을 검증하기 위해 4단계 매개회귀분석을 실시하였다. 표 8은 독립변수인 전략적 지향성과 종속변수인 기업성과 간에 매개변수인 정보기술역량의 하위요인인 정보기술지식의 매개효과에 대한 단계별 회귀분석결과를 보여준다. 먼저 1단계에서 전략적 지향성의 하위요인인 고객지향성, 시장지향성, 기술지향성 모두 정보기술역량의 하위요인인 정보기술지식에 대해 유의한 수준( $\beta=0.097, p<0.05$ ;  $\beta=0.278, p<0.01$ ;  $\beta=0.486, p<0.01$ )에서 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 매개회귀분석 조건(1)이 충족되었다. 2단계에서 정보기술역량의 하위요인인 정보기술지식은 기업성과에 대해 유의한 수준( $\beta=0.242, p<0.01$ )에서 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 매개회귀분석 조건(2)가 충족되었다. 3단계에서 전략적 지향성의 하위요인인 고객지향성과 기술지향성만이 기업성과에 대해 유의한 수준( $\beta=0.175, p<0.01$ ;  $\beta=0.507, p<0.01$ )에서 영향을 미치는 것으로 나타나

매개회귀분석 조건(3)이 충족되었으나, 전략적 지향성의 하위요인인 시장지향성은 정보기술역량의 정보기술 지식에 대한 매개효과 검증을 위한 단계별 조건에 충족되지 못해서 매개효과 확인에서 제외되었다. 마지막으로 4단계에서의 기업성과에 대한 정보기술역량의 하위차원인 정보기술지식을 동시 투입한 전략적 지향성의 하위요인인 고객지향성과 기술지향성의 영향이 조건(3)에 비해 감소( $\beta=0.175$ ,  $p<0.01$ 에서  $\beta=0.129$ ,  $p<0.01$ ,  $\beta=0.507$ ,  $p<0.01$ 에서  $\beta=0.274$ ,  $p<0.01$ )하거나 전혀 없으므로 조건 (4)도 충족시키고 있다. 이러한 결과는 전략적 지향성의 하위요인인 고객지향성과 기술지향성과 기업성과간의 관계에서는 정보기술역량의 하위요인인 정보기술지식이 부분매개 효과가 있는 것으로 검증되었다. 따라서 가설 4-1-1과 4-1-3은 채택되었고, 가설 4-1는 부분 채택되었다.

표 8. 가설 4-1에 대한 회귀분석 결과

Table 8. Results of regression analysis of Hypothesis 4-1

독립변수	종속변수	기업성과			
		1단계 (독립->매개)	2단계 (매개->종속)	3단계(독립, 매개->종속)	
				매개통제(O)	매개통제(X)
연구변수:					
고객지향성	0.097**		0.175***	0.129***	
시장지향성	0.278***		0.062	-0.071	
기술지향성	0.486***		0.507***	0.274***	
정보기술지식		0.242***		0.479***	
R <sup>2</sup>	0.575	0.594	0.420	0.518	
수정R <sup>2</sup>	0.570	0.589	0.414	0.511	
F	123.105***	132.921***	65.955***	73.041***	

\*p < 0.10 \*\*p < 0.05 \*\*\*p < 0.01

가설 4-2은 전략적 지향성(고객지향성, 시장지향성, 기술지향성)과 기업성과 간의 관계에 있어서 정보기술역량의 하위요인인 정보기술운영의 매개효과에 관한 것이다. 가설 4-2을 검증하기 위해 4단계 매개회귀분석을 실시하였다. 표 9는 독립변수인 전략적 지향성과 종속변수인 기업성과 간에 매개변수인 정보기술역량의 하위요인인 정보기술운영의 매개효과에 대한 단계별 회귀분석결과를 보여준다. 먼저 1단계에서 전략적 지향성의 하위요인인 고객지향성, 시장지향성, 기술지향성 모두 정보기술역량의 하위요인인 정보기술운영에 대해 유의한 수준( $\beta=0.130$ ,  $p<0.05$ ;  $\beta=0.170$ ,  $p<0.01$ ;  $\beta=0.468$ ,  $p<0.01$ )에서 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 매개회귀분석 조건(1)이 충족되었다. 2단계에서 정보기술역량의 하위요인인 정보기술운영은 기업성과에 대해 유의한 수준( $\beta=0.435$ ,  $p<0.01$ )에서 영향을 미치고 있는

것으로 나타났다. 매개회귀분석 조건(2)가 충족되었다. 3단계에서 전략적 지향성의 하위요인인 고객지향성과 기술지향성만이 기업성과에 대해 유의한 수준( $\beta=0.175$ ,  $p<0.01$ ;  $\beta=0.507$ ,  $p<0.01$ )에서 영향을 미치는 것으로 나타나 매개회귀분석 조건(3)이 충족되었으나, 전략적 지향성의 하위요인인 시장지향성은 정보기술역량의 정보기술운영에 대한 매개효과 검증을 위한 단계별 조건에 충족되지 못해서 매개효과 확인에서 제외되었다. 마지막으로 4단계에서의 기업성과에 대한 정보기술역량의 하위차원인 정보기술운영을 동시 투입한 전략적 지향성의 하위요인인 고객지향성과 기술지향성의 영향이 조건(3)에 비해 감소( $\beta=0.175$ ,  $p<0.01$ 에서  $\beta=0.104$ ,  $p<0.05$ ,  $\beta=0.507$ ,  $p<0.01$ 에서  $\beta=0.250$ ,  $p<0.01$ )하거나 전혀 없으므로 조건 (4)도 충족시키고 있다. 이러한 결과는 전략적 지향성의 하위요인인 고객지향성과 기술지향성과 기업성과간의 관계에서는 정보기술역량의 하위요인인 정보기술운영이 부분매개 효과가 있는 것으로 검증되었다. 따라서 가설 4-2-1과 4-2-3은 채택되었고, 가설 4-2는 부분 채택되었다.

표 9. 가설 4-2에 대한 회귀분석 결과

Table 9. Results of regression analysis of Hypothesis 4-2

독립변수	종속변수	기업성과			
		1단계 (독립->매개)	2단계 (매개->종속)	3단계(독립, 매개->종속)	
				매개통제(O)	매개통제(X)
연구변수:					
고객지향성	0.130**		0.175***	0.104**	
시장지향성	0.170***		0.062	-0.031	
기술지향성	0.468***		0.507***	0.250***	
정보기술운영		0.435***		0.548***	
R <sup>2</sup>	0.446	0.594	0.420	0.587	
수정R <sup>2</sup>	0.440	0.589	0.414	0.581	
F	73.360***	132.921***	65.955***	96.490***	

\*p < 0.10 \*\*p < 0.05 \*\*\*p < 0.01

가설 4-3은 전략적 지향성(고객지향성, 시장지향성, 기술지향성)과 기업성과 간의 관계에 있어서 정보기술역량의 하위요인인 정보기술기반의 매개효과에 관한 것이다. 가설 4-3을 검증하기 위해 4단계 매개회귀분석을 실시하였다. 표 10는 독립변수인 전략적 지향성과 종속변수인 기업성과 간에 매개변수인 정보기술역량의 하위요인인 정보기술기반의 매개효과에 대한 단계별 회귀분석결과를 보여준다. 먼저 1단계에서 전략적 지향성의 하위요인인 고객지향성과 기술지향성만이 정보기술역량의 하위요인인 정보기술기반에 대해 유의한 수준( $\beta=0.214$ ,  $p<0.01$ ;  $\beta=0.473$ ,  $p<0.01$ )에서 영향을 미치지



있는 것으로 나타나 매개회귀분석 조건(1)을 충족하였으나, 시장지향성은 매개변수인 정보기술의 하위차원인 정보기술기반에 대한 매개효과 검증을 위한 단계별 조건에 충족되지 못해서 매개효과 확인에서 제외되었다. 2단계에서 정보기술역량의 하위요인인 정보기술기반은 기업성과에 대해 유의한 수준( $\beta=0.164, p<0.01$ )에서 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 매개회귀분석 조건(2)가 충족되었다. 3단계에서 전략적 지향성의 하위요인인 고객지향성과 기술지향성만이 기업성과에 대해 유의한 수준( $\beta=0.175, p<0.01; \beta=0.507, p<0.01$ )에서 영향을 미치는 것으로 나타나 매개회귀분석 조건(3)이 충족되었으나, 전략적 지향성의 하위요인인 시장지향성은 정보기술역량의 정보기술기반에 대한 매개효과 검증을 위한 단계별 조건에 충족되지 못해서 매개효과 확인에서 제외되었다. 마지막으로 4단계에서의 기업성과에 대한 정보기술역량의 하위차원인 정보기술기반을 동시 투입한 전략적 지향성의 하위요인인 고객지향성과 기술지향성의 영향이 조건(3)에 비해 감소( $\beta=0.175, p<0.01$ 에서  $\beta=0.094, p<0.1, \beta=0.507, p<0.01$ 에서  $\beta=0.328, p<0.01$ )하거나 전혀 없으므로 조건(4)도 충족시키고 있다. 이러한 결과는 전략적 지향성의 하위요인인 고객지향성과 기술지향성과 기업성과간의 관계에서는 정보기술역량의 하위요인인 정보기술기반이 부분매개 효과가 있는 것으로 검증되었다. 따라서 가설 4-3-1과 4-3-3은 채택되었고, 가설 4-3는 부분 채택되었다.

표 10. 가설 4-3에 대한 회귀분석 결과

Table 10. Results of regression analysis of Hypothesis 4-3

독립변수	종속변수	기업성과		
		1단계 (독립->매개)	2단계 (매개->종속)	
			3단계(독립, 매개->종속)	매개통제(O)
연구변수:				
고객지향성	0.214***		0.175***	0.094*
시장지향성	0.102		0.062	0.023
기술지향성	0.473***		0.507***	0.328***
정보기술기반		0.164***		0.378***
R <sup>2</sup>	0.454	0.594	0.420	0.498
수정R <sup>2</sup>	0.448	0.589	0.414	0.491
F	75.574***	132.921***	65.955***	67.585***

\*p < 0.10 \*\*p < 0.05 \*\*\*p < 0.01

본 연구의 검증결과를 다음과 같이 정리할 수 있다. 전략적 지향성의 하위요인인 고객지향성과 기술지향성은 기업성과에 영향을 미치며, 이들 간에 정보기술역량의 하위요인인 정보기술지식, 정보기술운영, 그리고 정보기술기반 모두는 부분매개효과가 있는 것으로 나타

났다. 즉, 전략적 지향성의 고객지향성과 기술지향성은 기업성과에 직접적으로 영향을 미치는 동시에 고객지향성과 기술지향성이 정보기술지식, 정보기술운영, 그리고 정보기술기반에 영향을 미치고, 정보기술지식, 정보기술운영, 그리고 정보기술기반이 다시 기업성과에 간접적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다.

#### IV. 결론 및 시사점

최근 제4차 산업혁명 시대를 맞아 치열해지는 시장 경쟁과 급변하는 경영환경은 많은 중소기업의 중요한 성공 요소로서 전략적 지향성(strategic orientation)에 대한 관심이 점차 증가되고 있다. 또한, 제4차 산업혁명 시대를 맞아 중소기업의 경쟁력 향상 및 성과 달성을 위해서는 최신 정보통신기술을 활용할 필요성이 그 어느 때보다도 대두되고 있다. 이러한 관점에서, 본 연구는 선행연구를 토대로 전략적 지향성이 기업성과에 미치는 영향과 함께 정보기술역량이 이들 사이의 관계를 매개하고 있는지를 조사하였다. 연구의 목적을 위해 울산 지역에 소재하고 있는 중소 제조업체의 구성원을 대상으로 설문조사를 통하여 실증적으로 검증하였다. 검증 결과는 다음과 같다.

첫째, 전략적 지향성의 하위요인인 고객지향성, 시장지향성, 기술지향성은 정보기술역량의 하위요인인 정보기술지식과 정보기술운영에 대해 모두 통계적으로 유의한 수준에서 영향을 미치고 있는 것으로 나타났고, 정보기술역량의 정보기술기반에는 고객지향성과 기술지향성만 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 연구 결과는 기업의 전략적 지향성이 기업의 IT 자산기반 역량에 정(+)의 영향을 미친다고 주장한 Yoon[16]의 연구, 전략 지향성은 정보기술 역량 및 파트너 관계에 정(+)의 영향을 미친다는 Kim and Ku[15]의 연구, 그리고 기술지향성이 IT 자원투입과 관리적 몰입에 정(+)의 영향을 미치고, 이를 통해서 IT 역량에 영향을 미친다고 주장한 Kim and Chang[14]의 연구 결과와 맥락을 같이 하고 있다.

둘째, 전략적 지향성(고객지향성, 시장지향성, 기술지향성)이 기업성과에 미치는 영향에 대한 가설에서 고객지향성과 기술지향성이 기업성과에 대해서 통계적으로 유의한 수준에서 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 Jeong and Ko[17], Narver & Slater[18], Yoon[19], Lee[1] 등의 많은 연구들에서 전략적 지향성

이 기업성가에 유의한 영향을 미친다는 실증분석 결과를 제시하고 있으므로 이러한 연구 결과들과 일관되는 결과를 보여주고 있다.

셋째, 정보기술역량의 하위요인인 정보기술지식, 정보기술운영, 정보기술기반은 모두 기업성가에 대해 통계적으로 유의한 수준에서 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 이러한 연구결과는 기업조직구성원의 정보기술활용역량(업무정보화, 업무지원성, 업무확장성, 업무상호작용성)이 경영혁신을 통하여 순차적으로 경영성가에 정(+)의 영향을 미친다는 사실을 입증한 Lee[34]의 연구와 중소기업의 정보기술역량이 수출성가에 통계적으로 유의하게 영향을 미친다는 Hwang[6]의 연구결과와 맥락을 같이 있다[10, 35].

넷째, 전략적 지향성의 하위요인인 고객지향성 및 기술지향성과 기업성과 간의 관계에서 정보기술역량의 하위요인인 정보기술지식, 정보기술운영, 정보기술기반이 모두 부분매개효과가 있는 것으로 검증되었다. 이러한 연구결과는 기업의 전략적 지향성이 IT 자산기반역량, CRM 역량, SCM 역량, 그리고 프로세스 효율성을 통하여 기업의 업무 생산성과 재무적 성과인 경영성가에 영향을 미친다는 Yoon[16]의 연구결과와 기업의 시장지향성이 정보기술활용을 통하여 기업성가에 영향을 미친다는 Hwang[6]의 연구결과와 일치한다고 볼 수 있다.

본 연구는 이론적 시사점으로는 중소기업의 지속적인 발전과 경쟁우위 달성을 위하여 중요한 요소인 전략적 지향성, 정보기술역량, 그리고 기업성과 간의 통합된 연구모형을 제시하였다는 점에서 이론적 의의가 있겠다고 하겠다. 연구결과, 전략적 지향성의 고객지향성과 기술지향성이 기업성가에 직접 영향을 미치기도 하지만, 정보기술역량의 하위요인인 정보기술지식, 정보기술운영, 그리고 정보기술기반을 매개로 하여 간접적으로도 기업성가에 영향을 미친다는 사실을 입증하였다. 본 연구는 Lim[36], Hwang[6], Moon[27], Ha[28], Ji et al.[29], Kim and Ku[15], Jeong and Ko[17], Lee[1], Yoon[19], Hagsten and Kotnik[37], Lee[34], 그리고 Choi[22] 등의 선행연구들에서 제안한 연구모형을 확장한 모형을 제시하였으며, 전략적 지향성의 후행변수들과 기업성과의 선행변수들에 대한 이해를 촉진하였다. 이러한 결과는 전략적 지향성, 정보기술역량, 그리고 기업성과 간의 이론을 통합하고 그 논리를 확대하였다는

점에서 이론적 시사점이 있다고 할 수 있다.

본 연구의 실무적 시사점으로는 중소기업이 고객지향성, 시장지향성, 기술지향성과 같은 전략적 지향성을 구현하고자 할 때, 반드시 자사에 적합한 정보기술기반 및 정보기술운영 능력을 갖추고, 조직구성원들의 정보기술지식 배양 및 활용능력을 향상시켜야 하며, 이것이 궁극적으로 기업성가로 이어질 수 있음을 시사한다. 즉, 중소기업이 기업성가를 향상시키기 위하여 고객지향성과 기술지향성 등 전략적 의사결정을 시행할 때 반드시 기업의 정보기술역량을 향상시켜야 궁극적으로 중소기업이 목표로 하는 기업성가를 달성할 수 있음을 시사하고 있다고 볼 수 있다.

이러한 이론적 및 실무적 시사점에도 불구하고 다음과 같은 한계점을 가지고 있어 향후 연구에는 충분히 고려할 필요가 있다. 첫째, 연구변수들에 대한 측정은 자기보고식(self-report) 설문지를 이용하였기 때문에 개인적 특성에 따른 공통방법분산(common method variance)의 가능성이 크다. 둘째, 수집된 자료는 어느 한 시점에서의 횡단적 연구방법을 실시하였기 때문에 연구결과에 대한 확실한 결론을 내리기에 한계가 있다. 향후 연구에서는 종단적 연구방법을 통하여 연구변수들의 인과관계 과정을 설명할 수 있을 것이다. 셋째는 조사대상이 지역적으로 제한된 울산 지역의 중소기업체의 종사자들을 대상으로 검증되었기 때문에, 연구의 결과를 일반화하는 것에서는 한계가 있다. 따라서 연구결과의 일반화를 위해서는 다양한 산업 분야와 업종을 대상으로 실증적 연구를 진행하여야 할 것으로 사료된다.

## References

- [1] K.S. Lee, "The Effect of Strategic Orientation of Small and Medium Enterprises and Small Businesses on Corporate Performance - The Mediating Role of Strategic Networks -," Chung-Ang University Graduate School of Industrial Startup Management, Master's thesis, 2018.
- [2] H. Hakala, "Strategic Orientations in Management Literature: Three Approaches to Understanding the Interaction between Market, Technology, Entrepreneurial and Learning Orientations," International Journal of Management Reviews, Vol. 13, pp. 199-217, 2011.

- [3] H.W. Yeo, "An Empirical Study on the Effect of Strategic Orientation on Management Performance in Small and Medium Enterprises," Incheon National University Graduate School, Ph.D. thesis, 2014.
- [4] H.S. Han, "Relationship between strategic orientation, technological cooperation, technological innovation capability, and innovation performance of small and medium enterprises: a verification of the mediating effect of self-efficacy," Wonkwang University graduate school, doctoral thesis, 2020.
- [5] K.S. Choi, "A Study on the Effects of Market Orientation and Technology Orientation on Innovation and New Product Performance: Focusing on the Korean Defense Industry," Mokwon University Graduate School, Ph.D. thesis, 2009.
- [6] K.Y. Hwang, "A Study on the Relationship between Organizational Characteristics, Information Technology Competence, and Export Performance of Small and Medium Export Enterprises," Journal of the Korean Trade Association, Vol. 35, No. 1, pp. 177-199, 2010.
- [7] D.W. Yoo, "A Study on the Influence of Small Business Leadership and Information Technology on Management Performance - Focusing on Dynamic Competency and Technology Innovation -," Daejeon University Graduate School, Ph.D. thesis, 2017.
- [8] D.T. McKay and D.W. Brockway. "Building I/T Infrastructure for the 1990s," Stage by Stage (Nolan Norton & Company), 1989.
- [9] A.S. Bharadwaj, "A Resource-based Perspective on Information Technology Capability and Firm Performance : An Empirical Investigation," MIS Quarterly, pp. 169-196, 2000.
- [10] M.J. Tippins and R.S. Sohi, "IT Competency and Firm Performance: IS Organizational Learning a Missing Link?," Strategic Management Journal, Vol. 24, pp. 745-761, 2003.
- [11] J.W. Ong and H.B. Ismail, "Sustainable competitive advantage through information technology competence: resource-based view on small and medium enterprises," Communications of the IBIMA, Vol. 1, pp. 62-70, 2008.
- [12] G.A. Kim and S.H. Kim, "Contribution of Information Technology to Corporate Performance: Focusing on the Integrated Model of Resource-Based Perspective and Competitive Strategy," 2015 Spring Conference of the Korean Society for Management and Information Technology, pp. 215-231, 2015.
- [13] S.H. Son, "The Effects of Information and Communication Technology Competence and Dynamic Competence of Small and Medium Venture Businesses on Overseas Expansion Performance," Pusan University of Foreign Studies Graduate School, Ph.D. thesis, 2021.
- [14] C.B. Kim and Y.C. Chang, "A Study on the Relationship between IT Competency Factors and Business Performance of Third-Party Logistics Companies in Korea," Journal of Logistics Society, Vol.22, No. 1, pp. 59 - 80, 2012.
- [15] C.B. Kim and Y.H. Ku, "A Study on the Effects of Chinese Manufacturing Companies' Strategic Orientation of Using Third-Party Logistics on Information Capability, Partnership, and Business Performance," Journal of the Korean Institute of Port Economics, Vol. 29, No. 4, pp. 223-246, 2013.
- [16] D.J. Yoon, "A Study on the Effects of Organizational Strategic Orientation and IT Asset-Based Competence on Management Performance," Gyeongsang National University Graduate School, Ph.D. thesis, 2014.
- [17] D.H. Jeong and G.H. Koh, "The Effect of Manufacturing Firms' Strategic Orientation on New Product Performance: Focusing on the Moderating Effect of Market Entry Order," Commodity Studies, Vol. 31, No. 2, pp.71 - 91, 2013.
- [18] J.C. Narver and S.F. Slater, "The Effect of a Market Orientation on Business Profitability," Journal of Marketing, Vol. 54, pp. 20-35, 1990.
- [19] M.J. Yoon, "The Effects of Strategic Orientation of Small Entrepreneurs and Small Enterprises on Corporate Performance-Focused on the Mediating Effect of Organizational Commitment-," Hoseo University Graduate School of Ventures, Ph.D. thesis, 2016.
- [20] A.A. Farhanghi, A. Abbaspour, and R.A. Ghassemi, "TheEffect of Information Technology on Organizational Structure and Firm Performance: An Analysis of Consultant Engineers Firms," Procedia-Social and Behavioral Sciences, Vol. 81, pp. 644-649, 2013.
- [21] D.A. Marchand, W.J. Kettinger, and J.D. Rollins, "Information orientation: The Link to Business Performance," Oxford University Press, 2001.
- [22] J.Y. Choi, "A Study on the Effects of Technology Commercialization Capability, Information Orientation, and Entrepreneurial Orientation of Technology-intensive SMEs on Creative Environment

- and Corporate Performance,” Gachon University Graduate School, Ph.D. thesis, 2015.
- [23]H. Gatignon and J. M. Xuereb, “Strategic orientation of the firm and new product performance”, *Journal of Marketing Research*, Vol. 34, pp. 77-90, 1997.
- [24]C. Moorman and R.T. Rust, “The role of marketing,” *Journal of marketing*, Vol. 63, No. 4, pp. 180-197, 1999.
- [25]A. Griffin and A.L. Page, “An interim report on measuring product development success and failure,” *Journal of product innovation management*, Vol. 10, pp. 291-308, 1993.
- [26]Y.B. Moon, “A Study on the Effect of Strategic Orientation of Innovative SMEs on Intellectual Capital and Corporate Performance,” Yeungnam University Graduate School, Ph.D. thesis, 2011.
- [27]S.G. Ha, “A Study on the Business Environment and Corporate Performance of Small and Medium Export Companies,” Kyung Hee University Graduate School, Ph.D. thesis, 2011.
- [28]S.G. Ji, G.O. Jeong, and M.S. Kang, “The Effects of Market Orientation and Technology Orientation of Venture Companies on New Products and Corporate Performance,” *Entrepreneurship and Venture Research*, Vol. 12, No. 4, pp. 95-116, 2009.
- [29]D.B. Kwon and Y.S. Hyun, “Research Methods in Humanities and Social Sciences,” Hakjisa, 2004.
- [30]H.J. Han, “A Study on the Effects of SCM Success Factors and Management Performance in Small and Medium-sized Manufacturing Companies,” Daejeon University, Master’s thesis, 2011.
- [31]R.P. Bagozzi and Y. Yi, “On the evaluation of structural equation models,” *Journal of the Academy Marketing Science*, Vol. 16, No. 1, pp.74-94, 1988.
- [32]S.D. Yoo, “Relationship between transformational leadership and empowerment: the mediating role of trust,” *Human Resources Management Research*, Vol. 24, No. 2, pp.193-218, 2001.
- [33]R.M. Baron and D. A. Kenny, “The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations,” *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 51, No. 6, pp.1173-1182, 1986.
- [34]J.H. Lee, “A Study on the Effects of Information Technology Utilization Competencies of Corporate Organizational Members on Customer Relationships, Management Innovation and Management Performance,” Daejeon University Graduate School, Ph.D. thesis, 2011.
- [35]Zhang, M.,(2005), “Information Technology capability, Organization Culture, and Export Performance”, Washington State University, A Doctor Dissertation.
- [36]S.G. Lim, “A Study on the Effect of CEO’s Strategic Orientation by Emotional Leadership on BSC Performance. (Comparison between Family-Friendly Company Certified Companies),” Changwon University Graduate School, Ph.D. thesis, 2012.
- [37]E. Hagsten and P. Kotnik, “ICT as facilitator of internationalisation in small-and medium-sized firms,” *Small Business Economics*, Vol. 48, pp. 431 - 446, 2017.
- [38]J.Y. Choi, “A Study on the Effects of Technology Commercialization Capability, Information Orientation, and Entrepreneurial Orientation on the Creative Environment and Corporate Performance of Technology-intensive SMEs”, Gachon University Graduate School, Ph.D. thesis, 2015.