

기업의 경영전략 및 혁신활동과 경영성과와의 관계성 연구

심태용¹, 이대규^{2*}

¹경기대학교 e-비즈니스학과, ²백석대학교 경영과

A Study on the Relationship between the Management Strategies, Innovation Activities, and Business Performance of a Company

Shim, Taeyong¹, Lee Daegy^{2*}

¹Dept. of E-Business, Kyonggi University

²Dept. of Business Administration, Baekseok University

요약 본 연구는 일반적인 중소기업과 소기업을 통하여 경영전략과 혁신활동을 통해 궁극적으로 경영성과에 미치는 영향에 관한 통합적인 인과관계를 실증적으로 분석하는데 그 목적을 두었다. 본 연구 대상은 서울·경기지역 소재의 중소기업에 재직중인 종사자를 대상으로 이루어졌으며, 최종적으로 총 328부가 분석에 사용되었다. 연구자설을 위한 자료 분석을 위해 SPSS Statistics 22.0과 AMOS 22.0 통계프로그램을 사용하였으며, 가설검증을 위한 분석방법으로 구조방정식 모형을 사용하였다. 본 연구의 주요 결과는 첫째, 경영전략 요인과 혁신활동, 경영성과의 상관관계 분석 결과 혁신활동과 상관이 높은 요인으로는 기술차별화 전략, 마케팅차별화 전략, 원가주도 전략으로 나타났으며, 경영성과와 상관이 높은 요인으로는 마케팅차별화 전략, 기술차별화 전략, 원가주도 전략으로 나타났다. 둘째, 혁신활동에 영향을 미치는 경영전략 요인으로 마케팅 차별화 전략, 기술차별화 전략, 원가주도 전략의 순으로 나타났으며, 경영성과에 영향을 미치는 요인으로는 마케팅차별화 전략과 원가주도 전략만 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 경영성과에 기술차별화 전략이 직접적으로 영향을 미치지 못하는 것으로 분석되었으나, 기술차별화 전략과 경영성과의 관계에서 혁신활동이 완전매개하는 효과가 있음을 밝혀내었다. 본 연구에서 이러한 결과들을 종합하면 기업의 혁신활동이 마케팅차별화와 기술차별화 전략으로 연계되어야만 경영성과에 기여할 수 있다는 것을 의미한다고 볼 수 있다. 최근 중소기업들은 경영환경의 악화로 스스로의 핵심역량으로는 기술혁신, 생산혁신, 경영전반의 혁신을 피하기 어렵다는 사실을 알 수 있었다. 그러나 중소기업의 경영전략은 혁신 활동을 통해 경영성과를 창출할 수 있다는 것이 확인되었다.

Abstract For this study, a survey was conducted with the employees of small and medium-size enterprises (SMEs) located in Seoul and in Gyeonggi province. In the end, a total of 328 valid questionnaires were received and used in the analysis. The data of this study were analyzed using two statistics programs: SPSS Statistics 22.0 and AMOS 22.0. As for the method to verify the hypothesis, we used a structural equation model. The key findings of this study are as follows. First, the results of correlation analysis between management strategy factors, innovation activities, and business performance showed that the factors that were at a higher level of correlation were the technology differentiation strategies, marketing differentiation strategies, and the cost-driven strategy. Second, the strategic management factors that influenced innovation activities were in the following order: marketing differentiation, technology differentiation, and the cost-driven strategy, while the valid factors that affected business performance with significance were only the marketing differentiation strategy and the cost-driven strategy. Third, while the analysis showed that the technology differentiation strategy did not have a direct effect on business performance, it was shown that the relationship between the technology differentiation strategy and business performance was completely mediated by innovation activities.

Keywords : Management Strategy, Cost-Driven Strategy, Marketing Differentiation, Technology Differentiation, Innovation Activities, Business Performance

*Corresponding Author : Lee Daegy(Baekseok Univ.)

email: 01073378564@naver.com

Revised June 14, 2019

Accepted September 6, 2019

Revised July 18, 2019

Published September 30, 2019

1. 서론

오늘날 대부분의 기업은 글로벌화에 따른 치열한 시장 경쟁과 불확실성, 고객욕구의 다양성과 제품수명주기의 단축, 첨단 생산기법의 도입과 자동화 수준의 향상 등 내외부적인 경영환경의 변화에 직면하고 있다. 기업은 이러한 경영환경의 변화에 대응하여 생존은 물론 지속적인 성장을 목표로 하는 경영전략을 수립하고, 효율적인 전략 수행을 위한 경영개선의 필요성에 따라 다양한 경영혁신 활동을 수행하고자 한다. 경영환경 변화에 적합한 경영전략은 전사적 관점에서 지속적인 경쟁우위를 창출함으로써 기업의 경영성과 향상에 기여하며, 경영혁신활동은 경쟁우위를 창출하기 위한 핵심적인 전략적 대안으로 간주된다[1-2]. 경영성과 향상을 목표로 하는 경영전략과 경영관리의 효율성을 추구하는 경영혁신활동의 유기적인 통합에 따라 기업은 경쟁우위를 확보하고 유지하기 위한 전략적 관리방안을 구체화하는 것으로 알려져 있다[3].

일반적으로 경영혁신기법의 사용은 제품과 서비스의 품질개선과 원가절감, 생산기술의 개발과 공정개선, 인적 자원 개발과 조직관리 등을 통하여 경영성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 인식된다[4]. 반면에 다양한 경영혁신기법의 도입은 조직구조와 정보시스템의 변화 및 새로운 기법에 대한 구성원의 교육 및 훈련 등으로 인한 추가적인 비용발생의 가능성이 있으므로 경영혁신기법이 실질적으로 경영성과에 미치는 영향은 체계적인 실증분석과정을 필요로 한다는 주장도 제기되고 있다[5].

또한, 경영전략을 지원하기 위한 다양한 경영혁신기법의 사용은 각각의 경영혁신기법들이 갖는 전략적 성과목표의 설정과 이에 따른 통제방식의 특성에 따라 상호간 잠재적인 갈등을 야기할 수도 있다[6]. 따라서 다양한 경영혁신기법의 사용은 경영환경에 대응하기 위한 경영전략과의 유기적인 관련성 및 전략적 성과관리시스템의 운영방식을 통합적으로 고려하여 경영성과에 미치는 영향을 분석해야 할 것으로 본다.

경영환경의 변화와 이에 따른 경영전략과 경영혁신은 기업 운영방식을 통하여 경영성과에 영향을 미칠 수 있다는 주장에도 불구하고 이들 간의 체계적인 인과관계에 대한 실증적 연구는 매우 미흡한 것으로 파악되고 있다[5]. 그 동안의 관련 선행연구는 주로 경영혁신과 성과관리시스템 및 경영성과 등에 관한 단편적인 관계를 중심으로 이루어져 왔다. 또한 이러한 연구들은 대기업을 주된 연구대상으로 함으로써 조직구조가 다르고 자원과 자본이 상대적으로 부족한 중소기업을 포함하여 연구결과

를 일반화하기에는 제약이 있을 수 있다[7]. 이로 인하여 상황이론의 관점에서 제기되는 경영전략 및 전략실행을 위한 경영혁신기법 사용의 적합성과 이들 간의 상호관련성이 궁극적인 경영성과에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 체계적이고 종합적인 분석결과는 충분한 정도로 제시되지 않고 있다[2,5,7].

이에 따라 본 연구에서는 일반적인 중기업과 소기업을 통하여 경영전략과 혁신활동을 통해 궁극적으로 경영성과에 미치는 영향에 관한 통합적인 인과관계를 실증적으로 분석하고자 한다. 기업은 경영환경 변화에 대응하기 위하여 경영전략을 수립하고 효율적인 전략실행을 지원하기 위하여 다양한 경영혁신기법을 도입하고 있다. 이 과정에서 다양한 성과지표의 사용과 전략연계성을 중심으로 하는 운영방식은 경영성과에 차별적인 영향을 미치는 것으로 알려져 있다. 관련 선행연구에서는 또한 기업의 환경변화에 따른 경영전략과 경영혁신을 통한 운영방식에 대해 경영성과의 창출과정의 체계적이고 종합적인 실증연구의 필요성을 지속적으로 제기하고 있다.

2. 이론적 배경

2.1 경영전략

전략(strategy)은 본래 군사적 용어로 사용되었으며, Chandler(1962)에 의하여 경영학분야에 처음 도입된 이후 Ansoff(1965), Andrews(1980) 등에 의해 경영전략에 대한 연구가 본격적으로 시작되었다[8-10]. 특히 경영전략은 1980년대 후반 급격한 환경변화에 직면하고 기업을 둘러싼 경영환경이 불확실성의 시대로 들어가지 이에 대응하는 방법을 모색하는 과정에서 경영학의 주요 관심 분야로 부상하게 되었다.

경영전략에 대한 정의는 연구자의 연구목적이나 분석 수준 또는 전략에 대한 인식방법에 따라 다양하게 제시되고 있다. Chandler(1962)는 전략의 정의를 기업의 장기적인 목표의 결정, 그 목표를 달성하기 위한 행동을 결정하고 경영자원을 분배하는 것이라고 하였다[8]. Ansoff(1965)는 전략의 정의를 제품과 시장의 범위, 성장벡터, 경쟁적 우위, 시너지 효과 등에 관한 의사결정을 하는 규칙이라고 하였으며[9], Andrews(1980)는 기업의 목표와 그 목표를 달성하기 위한 여러 가지 계획이나 정책을 전략이라 정의하고 전략은 그 회사가 사업 참여 분야와 그 회사의 성격을 결정하는 중요한 단서라고 하였다[10]. Porter(1980)는 전략이란 기업의 경쟁우위 구축

과 구체적인 경쟁 방식을 선택하는 의사결정이라고 하였으며[11], Hambrick(1983)는 전략은 환경적응과 조정 및 내부 활동을 통합하는 메커니즘이라고 하였다[12].

경영전략의 유형에 대해서 다양한 학자들이 다양한 유형을 제시하였지만, 본 연구에서는 Porter(1980)가 제시한 경영전략 유형을 사용하고자 한다[11]. Porter(1980)는 경쟁기업보다 앞서기 위한 본원적 전략으로 원가우위 전략(cost leadership strategy), 차별화 전략(differentiation strategy), 그리고 집중화 전략(focus strategy)등의 세 가지 전략을 제시하였다[11].

원가우위 전략은 특정 산업 내에서 원가를 낮추는 여러 가지 정책을 활용하여 원가를 기업 입장에서 주도하는 전략으로 해석될 수 있으며, 이를 통한 기업 성과의 긍정적 향상을 달성하려는 전략을 말한다[13]. 차별화 전략은 특정 산업 내의 다른 회사와 구별되는 독특한 제품이나 서비스를 제공하여 경쟁력 향상을 달성하는 전략이다[14]. 따라서 차별화 전략의 핵심적인 성공요인은 창의력, 연구개발, 제품 엔지니어링 등이다. 집중화 전략은 특정 구매자 집단이나 지역시장을 집중적으로 공격하는 경영전략이다[15]. 이러한 집중화 전략은 소규모의 기업에 적합하고, 대기업의 경우에는 집중화 전략이 차별화 전략과 결부되어 선택되어야 한다고 하였다. 이창대(2011)의 연구에서는 경영전략과 조직문화, 경영혁신 간의 관련성을 밝히기 위한 인과관계연구를 통해 경영전략과 경영혁신 사이에 양(+)의 상관관계가 있음을 나타내고 있으며[16], 경영전략은 경영혁신에 유의한 영향을 미친다고 밝혔다. 또한, 반태현과 송신근(2011)의 연구에서 경영전략은 경영혁신과 경영성과에 직접적인 상관관계가 있는 선행변수임을 밝히고 있으며[17], 김현(2018)의 연구에서는 차별화전략인 마케팅 전략, 원가주도 전략, 기술차별화 전략이 경영혁신과 직접적인 상관관계가 높음을 밝히고 있고, 경영성과에도 직접적으로 영향을 미치는 선행변수임을 주장하였다[18].

2.2 혁신활동

혁신활동은 연구자에 따라 다양한 개념으로 정의되고 있다. Pierce와 Delbecq(1977)는 새로운 것을 조직 내에 수용하는 하나의 사회적 프로세스를 혁신활동으로 보았으며[19], Birkinshaw 외(2008)는 혁신활동을 아주 새롭고 향후 조직의 목표로 삼아야 할 경영관행, 프로세스, 구조, 기술의 발명과 그들의 실행이라고 정의하였다[20]. Drucker(2014)는 혁신활동을 기업의 목표달성을 위해 지금까지 해오던 사업과 업무를 새로운 아이디어와

새로운 방법으로 변화시키는 것으로 규정하며, 기업이 특유의 도구로서 환경변화를 사업이나 서비스를 위한 변화로 이용하기 위한 수단으로 간주한다[6].

박광진(2010)은 혁신활동의 다양한 개념과 정의를 근거로 혁신활동의 특성은 내·외부의 동태적 환경변화에 대한 대처활동 또는 환경을 지배하고자 조직을 변화시키는 사전활동이 포함된다고 하였다[21]. 또한 혁신활동에는 개인수준과 조직수준 및 환경수준의 조직특성이 영향을 미칠 수 있으며 혁신성과를 제고하기 위해서는 조직의 구성요소들을 균형 있게 할 필요가 있다고 하였다. 안영진(2011)은 혁신의 개념에 대한 다양한 의견을 종합하여 기존의 상식을 부정하고 독창적이며 경제적인 가치가 있는 새로운 제품, 서비스, 프로세스를 창출하는 활동을 혁신으로 정의하였다[22].

이러한 혁신활동은 새로운 기술 개발과 이러한 과학기술의 성과가 상용화 되어 실제 생산성으로 이전되는 기술혁신[23]과 중소기업의 경우 혁신 자원이 부족하기 때문에 최고 경영진의 리더십을 통한 혁신 활동인 경영혁신[24]으로 구분할 수 있다. 기술혁신은 조직의 경쟁우위 창출은 물론 해당 산업의 생산성을 향상시켜 국가 전체의 경제발전을 견인하며, 사회를 혁신시키는 주요 원동력으로 작용하고 있다[25]. 한편, 경영혁신은 경쟁의 강도가 높을수록 경영혁신이 다른 경쟁기업들과 차별화시켜 기업의 경쟁우위를 높여주는 중요한 수단이라고 하였다[26]. 박수환(2011)의 연구에서는 기업의 혁신활동이 경영성과에 직접적인 영향을 미친다고 밝히고 있으며[27], 또한 박무현과 임상중(2013)의 연구에서도 혁신활동이 기업의 성과에 직접적인 영향을 미치며, 이는 지식경영과도 밀접한 관계가 있다고 주장하였다[28]. 차영태(2015)의 연구에서는 경영혁신중소기업의 혁신활동이 경영성과에 미치는 영향에 대해 연구하였으며, 상관관계에서 혁신활동은 경영성과와 높은 상관을 나타내고, 직접적으로 영향을 미치는 선행변수임을 밝혔다[29].

2.3 경영성과

전통적 성과관리시스템 한계의 보완을 목적으로 전략적 성과관리시스템으로의 전환 필요성에 의하여 전략적 성과관리시스템의 속성에 대해 재무적 지표와 비재무적 지표의 상대적인 중요성을 분석하거나 성과지표의 보완 또는 통합하려는 연구가 지속적으로 이루어져 왔다.

최근에는 기업이 규모가 확대되고 업무환경이 복잡하고 다양해지면서 재무적 성과측면에서만 측정하기에는 한계가 있으며, 기업의 가치와 성과의 비재무적 요인들과

의 측정연구도 활발히 진행되고 있다[30]. 재무적 측면의 직접적 기업의 경영성과는 매출 및 이익극대화라는 단일 목표를 중점적으로 판단하는데 반해, 비재무적 측면에서의 경영성과는 직접적인 지표들이 나타나는 것이 아니라 다양한 이해관계자, 복잡한 기업환경 등의 연계와 상호작용으로 나타나는 다원목표를 고려한 관점이라고 할 수 있다[31-32].

Kaplan과 Norton(1996)은 한쪽 면에서의 과다수행이 다른 면에서는 과소수행을 가져오므로 재무적 지표와 비재무적 지표 사이에 불균형 관계가 발생한다는 점을 지적하고 재무적 성과지표와 비재무적 성과지표의 상대적 효과를 파악하는 것이 중요하다고 하였다[33]. 이러한 비재무적 성과지표들의 통합은 경영자가 다양한 전략목적 간의 관계를 더욱 잘 이해하고 종업원들의 행동과 전략적 목표의 일치를 이룰 수 있으며, 전략에 기초한 우선순위에 맞추어 기업의 자원을 분배하는 것을 가능하게 한다고 하여 비재무적 성과지표의 중요성을 강조하였다.

Stivers 외(1998)는 미국과 캐나다 기업의 비교를 통해 비재무적 성과지표의 중요성은 인정하나 실제 그것을 측정하지 않은 경우와 비재무적 요인이 측정되어도 그것이 목표설정계획에 반영되지 않는 2가지 경우를 살펴본다[34]. 연구결과 미국 기업이 캐나다에 비해 혁신의 사용이 비교적 높지만 두 나라 모두 혁신과 목표 달성, 종업원 관련지표가 중요도에 비해 상대적으로 사용이 미흡하므로 비재무적 성과지표의 사용방안에 대한 보완점이 필요하다고 주장하였다.

선행연구에서 나타난 바와 같이 비재무적 성과지표의 사용은 기업의 경쟁력 제고를 위해 개선해야 할 분야를 명시적으로 나타내어 주는 장점이 있다. 따라서 본 연구에서의 경영성과는 비재무적 성과지표를 사용하여 측정하고자 한다.

3. 조사설계 및 연구방법

3.1 연구모형 및 연구가설

경영전략은 일반적으로 경영성과에 영향을 미치는 요인으로 인식되고 있고, 경영전략의 유형에 따라 경영성과에 상이하게 유의한 영향을 미친다고 하였다[11,35-36]. 차별화전략과 원가주도 전략이 모두 비재무적 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다고 한 연구[37-38]가 있는 반면, 원가주도 전략은 재무성과에 유의한 영향을 미치지

않고[33], 마케팅 차별화 전략이 경영성과에 유의한 영향을 미치지 않는다고 한 연구[39]도 있다.

또한 이러한 기업의 경영전략은 기업 내·외부에 존재하는 자원을 통합, 재조정함으로써 타기업과 차별화되는 경영전략이 조직 변화와 혁신활동 및 성과에 긍정적인 영향을 미치는 관계를 실증적으로 밝혔다[40]. 정재진(2007)[41]의 연구에서는 차별화전략과 경영혁신은 정(+)적 상관관계가 있다고 밝히고 있으며, 송상호(2006)[42]의 연구에서는 원가주도 전략은 기술혁신과 상관관계가 있음을 밝히고 있다. 또한 이창대(2011)[16]도 경영전략인 원가주도 전략, 마케팅차별화 전략, 기술차별화 전략은 혁신활동인 기술혁신과 경영혁신 간의 정(+)적 상관관계가 있음을 밝히고 있으며, 이종선과 박지훈(2013)[43]의 연구결과에서도 중소기업의 전략 유형은 혁신활동과 정적 상관관계가 있음을 시사하고 있다.

이러한 혁신활동은 제한된 자원을 보유한 중소기업의 경우 이러한 혁신활동을 통한 경쟁력확보다 매우 중요하기 때문에 기업 간의 협력관계를 통한 경영성과의 창출이 반드시 필요하다. 따라서 장관순 외(2010)[44]와 김광두와 홍운선(2011)[45]의 연구결과를 근거로 기업의 혁신활동인 기술혁신과 경영혁신은 경영성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 가정할 수 있다[46].

본 연구의 연구모형은 Fig.1과 같다. 본 연구는 이상식과 김복구(2002)[47], 정재진(2007)[41], 조용현(2015)[48]의 연구를 근거로 하여 기업의 경영전략인 기술차별화 전략, 마케팅 차별화 전략, 원가주도 전략이 혁신활동과 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 선행연구를 바탕으로, 기업의 경영전략과 혁신활동이 경영성과에 미치는 영향을 구조방정식 모형을 통해 살펴보고, 경영전략과 경영성과 간의 관계에서 혁신활동의 매개효과를 살펴보기 위하여 구조방정식 모형에서 총효과, 직접효과, 간접효과와 Sobel-test 분석을 통하여 파악하기 위해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

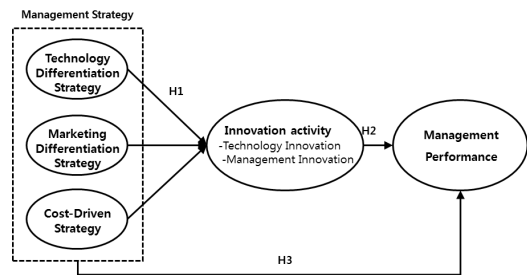


Fig. 1. Research Model

- H1. 기업의 경영전략(기술차별화, 마케팅차별화, 원가 주도)은 혁신활동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2. 기업의 혁신활동은 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H3. 기업의 경영전략(기술차별화, 마케팅차별화, 원가 주도)은 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H4. 기업의 경영전략과 경영성과 간의 관계에서 혁신 활동은 매개효과가 있을 것이다.

3.2 자료수집 및 분석방법

본 연구의 설문조사는 서울·경기지역 소재의 중소기업을 대상으로 실시하였다. 설문기간은 2019년 3월 6일부터 20일까지 약 2주에 걸쳐 해당 기업 종사자들 350명에게 현장방문으로 조사하였다. 자료수집은 337(96.3%)부의 설문지가 회수되었고, 자료로 사용하기 어렵다고 판단된 설문지 9부가 제외되어 최종적으로 사용한 설문지는 총 328(93.7%)부이다.

자료 분석을 위해 SPSS Statistics 22.0과 AMOS 22.0 통계프로그램을 사용하였으며, 가설검증을 위한 분석방법으로 구조방정식 모형을 사용하였다.

3.3 측정도구

3.3.1 경영전략

본 연구에서 사용할 중소기업의 전략 변수는 Porter(1980)의 본원적 전략[11]을 검증하기 위하여 Miller와 Friesen(1988)이 사용한 설문문항[1]을 최종 정리하여 사용한 송상호(1991)의 변수로 구성하였으며, 기술차별화 전략, 마케팅 차별화 전략, 원가주도 전략으로 분류하였다[49].

기술차별화 전략은 신제품의 개발, 전문기술인력 확보, 외국기술의 도입 및 제품강화, 제품의 고품질화, 연구개발 및 기술혁신에 대한 투자에 대하여 기업이 어느 정도 중요시하고, 어느 정도 노력을 기울여왔는지에 대하여 5문항으로 측정하였다. 마케팅 차별화 전략은 원가주도 전략은 광고 및 판매촉진 활동, 판매 대리점 및 유통망 확보, 소비자 서비스 강화 등에 대한 전략으로 5문항이고, 원가주도 전략은 가격으로부터 경쟁적 우위 확보, 원가통제제도의 활용, 생산효율성 제고, 적정재고유지를 위한 노력 등 4문항으로 구성되었다. 모두 각각 5점 리커트 척도로 이루어졌으며, 전체 14문항으로 점수가 높으면 높을수록 경영전략 수준이 높음을 의미한다.

3.3.2 혁신활동

혁신활동 척도는 기술혁신과 경영혁신으로 구분하여 측정하였는데, 기술혁신은 Zahra와 George(2002)와 신태영 외(2006)의 연구에서 사용한 문항으로 기술적으로 새로운 제품 및 공정의 개발, 제품과 공정의 기술적 개선에 관하여 5문항으로 구성하였다[50-51]. 경영혁신은 Mohr(1976)와 Rogers(1995)의 연구를 바탕으로 조직 내부 의사소통체계에서의 개방성이나 신속성이 혁신을 통해 추구하는 비전을 공유하고 새로운 기술이나 관리방식을 학습하고 다양한 의견조율을 하는 활동으로 5문항으로 구성하였다[52-53]. 모두 각각 5점 리커트 척도로 이루어졌으며, 전체 10문항으로 점수가 높으면 높을수록 혁신활동 수준이 높음을 의미한다.

3.3.3 경영성과

본 연구에서의 경영성과는 조직의 경영활동에 대한 실제적 결과로 설명할 수 있고, King과 Teo(2000), Ward와 Duray(2000), 이근화(2015)의 연구를 바탕으로 재무적 지표와 비재무적 지표를 통합적으로 사용한 문항을 사용하였다[54-56]. 경영성과 설문문항은 동종업계와 비교 매출 및 이익의 경쟁우위, 동종업계와 비교 업무수행 수준 및 생산성의 경쟁우위, 고객에게 차별적이고 혁신적인 상품 및 서비스 제공, 높은 고객만족도와 충성도, 신규고객의 증가, 브랜드 이미지 및 상품·서비스 이미지의 향상 등 총 6개의 문항으로 구성하여 Likert 5점 척도로 측정하였다. 점수가 높으면 높을수록 경영성과 수준이 높음을 의미한다.

3.4 조사대상자의 일반적 특성

응답자들은 남성 224명(68.3%), 여성 104명(31.7%)로 구성되었고, 연령은 30대가 131명(39.9%)으로 가장 많았고, 그 다음으로 20대 109명(33.2%), 40대 67명(20.4%), 50대 이상 21명(6.4%) 순으로 나타났다. 응답자들이 속해있는 기업의 업종은 생산/제조업이 129명(39.3%)로 가장 비율 높았으며, IT/지식기반이 104명(31.7%), 유통/서비스업 95명(29.0%) 등의 순으로 나타났다.

4. 연구결과

4.1 타당성 및 신뢰도 검증

본 연구의 측정도구인 경영전략, 혁신활동, 경영성과 요인의 신뢰도와 타당도 분석을 위하여 확인적 요인분석을 실시하였다. 신뢰도 분석 결과, 경영전략, 혁신활동, 경영성과의 개념신뢰도인 CR(construct reliability: CR)과 평균분산추출지수인 AVE(average variance extracted: AVE)신뢰도 값이 각각 기준치인 0.7이상, 0.5이상으로 나타나 모든 측정도구에 대한 내적일관성을 확인하였다. Table 1과 같이 측정도구의 확인적 요인분석을 실시한 결과 연구모형의 변수에 대한 적합도가 모두 권장수준에 부합하였고, Table 2와 같이 요인부하량(λ)의 값은 0.503에서 0.924로 나타남으로써 각 요인에 대한 수렴타당성을 검증하였다.

Table 1. Model fit of Confirmatory Factor Analysis

$\chi^2(p)$	df	RMR	GFI	AGFI	IFI	CFI	RMSEA
754.071 (p=0.000)	197	.043	.890	.859	.917	.916	.071

Table 2. Confirmatory Factor Analysis Study Model Results

Path	Std. β	Std. error	t-value	Construct reliability	AVE	Cronbach's α	
Cost-Driven	→ CD 1	0.569	Fix	-	0.845	0.525	0.797
	→ CD 2	0.625	0.072	16.060			
	→ CD 3	0.759	0.101	12.271			
	→ CD 4	0.719	0.106	11.948			
	→ CD 5	0.573	0.103	10.375			
Marketing Differentiation	→ MD 1	0.717	Fix	-	0.920	0.698	0.865
	→ MD 2	0.746	0.063	16.557			
	→ MD 3	0.774	0.061	17.153			
	→ MD 4	0.765	0.063	16.956			
	→ MD 5	0.749	0.063	16.618			
Technology Differentiation	→ TD 1	0.503	Fix	-	0.899	0.654	0.831
	→ TD 2	0.865	0.133	12.436			
	→ TD 3	0.536	0.098	9.725			
	→ TD 4	0.598	0.100	10.407			
	→ TD 5	0.924	0.134	12.592			
Innovation activity	→ Technology	0.732	Fix	-	0.866	0.764	0.691
	→ Management	0.786	0.069	15.637			
Management Performance	→ MP 1	0.670	Fix	-	0.938	0.751	0.879
	→ MP 2	0.810	0.072	16.751			
	→ MP 3	0.762	0.071	15.944			
	→ MP 4	0.842	0.074	17.271			
	→ MP 5	0.780	0.075	16.250			

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

4.2 상관관계 분석

본 연구는 경영전략, 혁신활동, 경영성과 간의 관계를

분석하기 위해 상관분석을 실시하였으며, 결과는 다음 Table 3과 같다.

경영전략, 혁신활동, 경영성과의 상관관계를 분석한 결과 경영전략의 원가주도 전략은 혁신활동과 경영성과에 대해 각각 정적 상관관계가 있는 것으로 나타났고 설명력은 51.0%, 51.3%로 나타났다. 마케팅차별화 전략은 혁신활동과 경영성과에 대해 각각 정적 상관관계가 있는 것으로 나타났고 설명력은 56.0%, 53.9%로 나타났다. 기술차별화 전략은 혁신활동과 경영성과에 대해 각각 정적 상관관계가 있는 것으로 나타났고 설명력은 57.2%, 52.9%로 나타났다. 판별타당성은 다른 구성개념들 간의 상관관계들이 AVE의 제공근보다 적어야 판별타당성이 있다고 한다. 각 측정도구들은 모형 내 다른 개념보다 자신이 나타내고자하는 개념과 더 큰 분산을 공유해야 하는데, 도출된 AVE의 제공근 값이 다른 측정변수와의 분산공유정도 보다 높으면 판별타당성이 있다고 볼 수 있다. 상관관계의 계수가 가장 높은 계수는 $r=568$ 로 이를 제공하면 0.323이다. 이때 0.323은 각 개념의 AVE 값 중 제일 작은 값인 원가주도 전략의 AVE값인 0.525보다 작게 나타나 모든 구성개념의 판별 타당도는 있다고 할 수 있다(Fornell and Larcker, 1981)[57]. 본 연구의 측정변수들의 상관관계 분석을 통해 다중공선성에 문제가 없고, 각 변수들의 판별타당성을 확보하였다.

Table 3. Correlation

Variables	Cost-Driven	Marketing Differentiation	Technology Differentiation	Innovation activity	Management Performance
Cost-Driven	1				
Marketing Differentiation	.568**	1			
Technology Differentiation	.513**	.517**	1		
Innovation activity	.510**	.560**	.572**	1	
Management Performance	.513**	.539**	.529**	.553**	1

** $p < .01$

4.3 가설검증

본 연구의 연구모형 검증을 위한 적합도를 살펴본 결과는 Table 4와 같으며, χ^2 , GFI, AGFI, RMR, NFI, RMSEA 등의 적합도가 권장수준에 부합하였다.

Table 4. Research Model Fit

$\chi^2(p)$	df	GFI	AGFI	CFI	NFI	IFI	TLI	RMR	RMSEA
754.071 (p=0.000)	197	.890	.859	.916	.890	.917	.902	.043	.071

본 연구의 가설검증을 위한 구조모형 경로계수를 살펴 본 결과 Table 5와 같이, 경영전략 요인 중 원가주도 전략($\beta=.191, p<.01$), 마케팅차별화 전략($\beta=.382, p<.01$), 기술차별화 전략($\beta=.381, p<.01$)은 혁신활동에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 혁신활동($\beta=.383, p<.01$)은 경영성파에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 경영전략 요인 중 원가주도 전략($\beta=.264, p<.01$), 마케팅차별화 전략($\beta=.153, p<.01$)은 경영성파에 정(+)의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Table 5. Validation Results of the Hypothesis

Hypothesis		Std. β	Std. error	C.R.	P	Sig.
Cost-Driven	→	.191	.071	2.760	.006	Sig.
Marketing Differentiation	→	.382	.059	5.703	.000	Sig.
Technology Differentiation	→	.381	.069	6.675	.000	Sig.
Innovation activity	→	.383	.090	4.193	.000	Sig.
Cost-Driven	→	.264	.071	3.779	.000	Sig.
Marketing Differentiation	→	.153	.062	2.169	.030	Sig.
Technology Differentiation	→	.004	.067	0.079	.937	No Sig.

*** $p<.001$, ** $p<.01$, * $p<.05$

다음 Table 6은 경영전략 요인인 원가주도 전략, 마케팅차별화 전략, 기술차별화 전략과 경영성파의 관계에서 혁신활동의 매개효과 검정을 위한 간접효과 분석결과이다. 경영전략 요인인 원가주도 전략, 마케팅차별화 전략, 기술차별화 전략과 경영성파의 관계에서 혁신활동의 간접효과는 $p<.05$ 의 수준에서 모두 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

Table 6. Indirect Effect Analysis of Innovation Activity

Independent Variable	dependent Variable	Direct effect		Indirect effect		Total effect	
		Path factor	P	path factor	P	Path factor	P
Cost-Driven	Management Performance	0.264	.004	0.073	.007	0.337	.003
Marketing Differentiation		0.153	.039	0.146	.005	0.300	.004
Technology Differentiation		0.004	.952	0.146	.003	0.150	.013

*** $p<.001$, ** $p<.01$, * $p<.05$

본 연구에서는 경영전략 요인인 원가주도 전략, 마케팅차별화 전략, 기술차별화 전략과 경영성파의 관계에서 혁신활동의 매개효과를 알아보기 위하여 Baron과 Kenny(1986)가 제시[58]한 Sobel-test를 실시하였으며, 분석결과는 다음 Table 7과 같다. 고통 감내력에 대한 매개효과는 우울·불안과 주관적 안녕감의 관계에서 매개효과가 있는 것으로 나타난 것을 알 수 있다.

Table 7. Sobel-test Result of

Independent Variable	parameter	Sobel-test	
		Z-value	P
Cost-Driven	Management Performance	2.313	.020
Marketing Differentiation		3.381	.001
Technology Differentiation		3.545	.000

5. 결론

본 연구는 경영전략 요인인 원가주도 전략, 마케팅차별화 전략, 기술차별화 전략과 경영성파의 관계에서 혁신활동의 매개효과에 대해 살펴보았다.

연구결과는 다음과 같다. 먼저 경영전략 요인과 혁신활동, 경영성파의 상관관계 분석 결과 혁신활동과 상관성이 높은 요인으로는 기술차별화 전략, 마케팅차별화 전략, 원가주도 전략으로 나타났으며, 경영성파와 상관성이 높은 요인으로는 마케팅차별화 전략, 기술차별화 전략, 원가주도 전략으로 나타났다. 다음으로 혁신활동에 영향을 미치는 경영전략 요인으로 마케팅 차별화 전략, 기술차별화 전략, 원가주도 전략의 순으로 나타났으며, 경영성파에 영향을 미치는 요인으로는 마케팅차별화 전략과 원가주도 전략만 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 안치수와 이영택(2011)의 연구에서는 혁신할

동에 영향을 직접적으로 미치는 요인으로 중소기업의 기술개발과 정보 활용을 통한 마케팅 활동을 언급하였으며 [59], 실질적으로 혁신활동을 촉진시키기 위해 기업의 신기술확보에 대한 중요성을 주장하였다. 또한 이창대 (2011)의 연구에서는 경영혁신을 통한 혁신활동은 경영성과와 밀접한 상관관계가 있으며, 기업 성과를 촉진시킬 수 있는 중요한 변수임을 주장하였다[16]. 이러한 경영혁신을 위해서는 경영전략 중 공격형 전략이 경영혁신을 높일 수 있는 수단의 중요성을 언급하였으며, 공격형 전략으로 중소기업이 가지고 있는 내적 특성을 이용한 차별화와 원가절감의 필요성을 들 수 있다.

그러나 본 연구에서는 경영성과에 기술차별화 전략이 직접적으로 영향을 미치지 못하는 것으로 분석되었으나, 기술차별화 전략과 경영성과의 관계에서 혁신활동이 완전매개하는 효과가 있음을 밝혀내었다. 이러한 결과는 조연성(2011)의 연구에서 기업의 성공적인 경영성과를 위해서 혁신활동의 매개가 필요하다는 연구결과[60]과 일치한다. 즉, 중소기업이 내부적으로 장기적인 발전지향을 위해서는 기술적 한계를 가지고 있기 때문에 자체적으로 지속적인 혁신활동을 통하여 외부기업과 장기적인 협력 관계를 바탕으로 하는 경영성과에 초점을 맞추어야 한다는 것을 의미한다. 또한 원가주도전략, 마케팅차별화 전략과 경영성과의 관계에서 혁신활동이 부분 매개하는 효과가 나타났으며, 기업의 경영성과를 높이기 위해서는 원가주도전략과 마케팅차별화 전략은 혁신활동을 함께 적용한 전략적 방안이 나타나야 함을 시사하고 있다.

기업의 혁신활동이 마케팅차별화와 기술차별화 전략으로 연계되어야만 경영성과에 기여할 수 있다는 것을 의미한다. 즉, 중소기업이 보유하고 있는 혁신활동은 재무성과나 고객성과와 같이 단기적인 성과로 나타나기 보다는 기업 내 프로세스 개선과 종업원의 학습과 성장과정을 통해 혁신활동을 바탕으로 성과에 영향을 미친다고 볼 수 있다.

최근 중소기업들은 경영환경의 악화로 스스로의 핵심 역량으로는 기술혁신, 생산혁신, 경영전반의 혁신을 꾀하기 어렵다는 사실을 알 수 있었다. 그러나 중소기업의 경영전략은 혁신 활동을 통해 경영성과를 창출할 수 있다는 것이 확인되었다. 즉, 국내 중소기업들이 글로벌 환경 속에서 개별 기업의 내부적 노력과 종사원들과의 상호 발전적인 혁신활동을 통해서 서로의 성과를 높이고자 노력할 때 경영성과를 가져온다는 것을 의미한다. 여기서 더욱 중요한 것은 기술의 변화와 마케팅전략의 흐름이나 트렌드 등 시장의 변화에 빠르게 주시하고 대응하는 전

략은 혁신의 성과와 직결된다는 사실이다.

기업은 내부적 혁신 활동을 통해 연구개발 전담부서가 확대되고 이에 따른 기술 인력의 증가와 새로운 아이디어를 제기하고 제품화하는 것이 매우 활발해 졌으며, 공격적 전략을 적극 활용하는 것으로 나타났다. 또한 생산 공정 개선, 품질관리 역량, 시스템 구축 등의 제조혁신, 조직 구성원 간의 아이디어 및 자원을 상호 공유하고, 커뮤니케이션 통로를 구축하여 내부적으로 상호 협조가 원활하게 이루어짐을 알 수 있었다.

4차 산업혁명의 도래 및 인공지능, 융복합 등의 변화는 모두 생산성 향상에 대한 문제로 판단된다. 이러한 환경에서 중소기업의 성장을 위해서 혁신은 무엇보다 중요한 이슈로 생각되며 실증분석을 통해 이를 검증했다는 것이 본 논문의 의의라고 할 수 있다.

References

- [1] B. R. Miller, R. H. Friesen, "Oral atropine premedication in infants attenuates cardiovascular depression during halothane anesthesia", *Anesthesia and Analgesia*, Vol.67, No.2 pp. 180-185, 1988. DOI: <https://doi.org/10.1213/0000539-198802000-00013>
- [2] S. S. Lee, B. K. Kim, "A study on the relationships between competitive strategies, business, innovation, and performance", *Korean Journal of Business Administration*, No.36 pp. 321-343, 2003.
- [3] N. J. Lee, K. Y. Oh, C. S. Lee, "Effects of Resource Characteristics on the Performance of Small Business and relevance to Management Strategies", *Journal of Korea Accounting Information Association*, Vol.31, No.2 pp. 141-162, 2013.
- [4] J. E. Kim, "The relations between KPI use on strategy practice and performance evaluation and firm's performance", *Korean Corporation Management Review*, Vol.30 pp. 197-219, 2009.
- [5] T. H. Ban, S. K. Song, "The relationship between business strategy, management innovation, strategic managerial accounting system and business performance", *Korean Accounting Journal*, Vol.21, No.1 pp. 203-236, 2012.
- [6] P. Drucker, *Innovation and entrepreneurship*. Routledge, 2014.
- [7] S. K. Cho, *The effect of management innovation techniques and attributes of performance management system on the business performance of small and medium size companies*, Ph.D dissertation, Dong-A University of Pusan, Korea, 2009.
- [8] A. D. Chandler, *Strategy and structure: Chapters in the history of the American industrial enterprise*. MA:

- MIT press, 1962.
- [9] H. I. Ansoff, *Corporate strategy: An analytic approach to business policy for growth and expansion*. New York: McGraw-Hill, 1965.
- [10] K. R. Andrews, *The concepts of corporate strategy*, 2nd edition. Homewood II: Irwin, 1980.
- [11] M. E. Porter, *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York: Free Press, 1980.
- [12] D. C. Hambrick, "High profit strategies in mature capital goods industries: A contingency approach", *Academy of Management Journal*, Vol.26, No.4 pp. 687-707, 1983.
DOI: <https://doi.org/10.5465/255916>
- [13] V. Govindarajan, J. Fisher, "Strategy, control systems, and resource sharing: Effects on business-unit performance", *Academy of Management Journal*, Vol.33, No.2 pp. 259-285, 1990.
DOI: <https://doi.org/10.5465/256325>
- [14] M. Simon, B. Elango, S. M. Houghton, S. Savelli, "The successful product pioneer: maintaining commitment while adapting to change", *Journal of Small Business Management*, Vol.40, No.3 pp. 187-203, 2002.
DOI: <https://doi.org/10.1111/1540-627x.00050>
- [15] K. W. Park, *Relationship between management strategy, use of performance measurement system, diversity of measurement, and management performance*. Ph.D dissertation, Sogang University of Korea, pp. 13-17, 2007.
- [16] C. D. Lee, "The Causal Relationship among Strategy, Organization Culture, Innovation", *The Korean Academic Association of Business Administration*, Vol.24, No.6 pp. 3441-3460, 2011.
- [17] T. H. Ban, S. G. Song, "The Relationship between Business Strategy, Management Innovation, Strategic Managerial Accounting System and Business Performance", *Korean Accounting Journal*, Vol.21, No.1 pp. 203-236, 2012.
- [18] Hyun. Kim, *Effects of Business Innovation and Performance Management Efficiency on the Relationship of Differential Strategy and Business Performance*. Master's Thesis, Dong-a University of Korea, 2012.
- [19] J. L. Pierce, A. L. Delbecq, "Organization structure, individual attitudes and innovation", *Academy of Management Review*, Vol.2, No.1 pp. 27-37, 1977.
DOI: <https://doi.org/10.5465/amr.1977.4409154>
- [20] J. Birkinshaw, G. Hamel, M. J. Mol, "Management innovation", *Academy of management Review*, Vol.33, No.4 pp. 825-845, 2008.
DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.1306981>
- [21] K. J. Park, "The influence of employee cooperation and CEO support on the management innovation performance", *Journal of Social Sciences*, Vol.15 pp. 127-147, 2010.
- [22] Y. J. Ahn, "A review on innovation", *Journal of Korea Service Management Society*, Vol.12, No.1 pp. 257-277, 2011.
- [23] R. C. Yam, W. Lo, E. P. Tang, A. K. Lau, "Analysis of sources of innovation, technological innovation capabilities, and performance: An empirical study of Hong Kong manufacturing industries", *Research Policy*, Vol.40, No.3 pp. 391-402, 2011.
- [24] K. H. Kim, G. I. Jee, C. G. Park, J. G. Lee, "The stability analysis of the adaptive fading extended Kalman filter using the innovation covariance", *International Journal of Control, Automation and Systems*, Vol.7, No.1 pp. 49-56, 2009.
DOI: <https://doi.org/10.1007/s12555-009-0107-x>
- [25] T. Koc, C. Ceylan, "Factors impacting the innovative capacity in large-scale companies", *Technovation*, Vol.27, No.3 pp. 105-114, 2007.
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2005.10.002>
- [26] E. Mansfield, "Size of firm, market structure, and innovation", *Journal of Political Economy*, Vol.71, No.6 pp. 556-576, 1963.
DOI: <https://doi.org/10.1086/258815>
- [27] S. H. Kwak, "The Moderating Effect of Innovation Activity on Business Performance in Service Industry", *Journal of the Korea Service Management Society*, Vol.12, No.4 pp. 227-245, 2011.
DOI: <https://doi.org/10.15706/jksms.2011.12.4.011>
- [28] M. H. Park, S. J. Lim, "Effect of Innovation Activities on Business Performances : Focused on KM and TQM", *Korea International Accounting Association*, Vol.0, No.49 pp. 363-386, 2013.
DOI: <https://doi.org/10.21073/kiar.2013.49.016>
- [29] Y. T. Cha, "The Influence of Innovation Activities of Mainbiz Enterprise on Competitive Advantage and Management Performance", *Journal of the Korea management engineers society*, Vol.20, No.3 pp. 87-103, 2015.
- [30] T. Li, R. J. Calantone, "The impact of market knowledge competence on new product advantage: conceptualization and empirical examination", *Journal of Marketing*, Vol.62, No.4 pp. 13-29, 1998.
DOI: <https://doi.org/10.2307/1252284>
- [31] M. A. Huselid, "The impact of human resource management practices on turnover, productivity, and corporate financial performance", *Academy of Management Journal*, Vol.38, No.3 pp. 635-672, 1995.
DOI: <https://doi.org/10.2307/256741>
- [32] Y. H. Kim, *The relationships between creative management, innovative behaviors and performance*. Doctoral Thesis, Dongyang University of Korea, pp. 22-26, 2009.
- [33] R. Kaplan, D. Norton, "Using the Balanced Scorecard as a Strategic Management System", *Harvard Business Review*, Vol.29, No.1 pp. 75-85, 1996.

- [34] B. P. Stivers, T. J. Covin, N. G. Hall, S. W. Smalt, "How nonfinancial performance measures are used", *Strategic Finance*, Vol.79, No.8 pp. 44-49, 1998.
- [35] S. J. Kong, *The effects of business strategy on business performance: IT applicability with parameter and regulation effect*. Doctoral Thesis, Hoseo University of Korea, pp. 46-49, 2013.
- [36] V. Govindarajan, A. K. Gupta, *Linking control systems to business unit strategy: Impact on performance*. Boston, MA: Springer, pp. 646-668, 1985.
DOI: https://doi.org/10.1007/978-1-4899-7138-8_29
- [37] B. W. Seo, "A study of the effects that management policies and accounting and information systems of small and medium businesses have on business performances", *The Journal of Eurasian Studies*, Vol.7, No.4 pp. 101-125, 2010.
DOI: <https://doi.org/10.31203/aepa.2010.7.4.006>
- [38] J. J. Jeong, "A study on the effect of fitness among differentiation strategies, management innovations and management accounting informations on organization performances", *Journal of Industrial Economics and Business*, Vol.20, No.4 pp. 1579-1606, 2004.
- [39] M. O. Seon, W. C. Lee, "Small business-specific management strategies and its impact on business performance", *Korea International Accounting Review*, Vol.50 pp. 305-322, 2013.
DOI: <https://doi.org/10.21073/kiar.2013..50.015>
- [40] H. Makkonen, M. Pohjola, R. Olkkonen, A. Koponen, "Dynamic capabilities and firm performance in a financial crisis", *Journal of Business Research*, Vol.67, No.1 pp. 2707-2719, 2014.
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.03.020>
- [41] J. J. Jung, "A Study on the Effect of Fitness Among Differentiation Strategies, Management Innovations and Management Accounting Informations on Organization Performances", *Journal of Industrial Economics and Business*, Vol.20, No.4 pp. 1579-1606, 2007.
- [42] S. H. Song, "Organizational Contingency Factors and Technological Innovation in Korean Telecommunications Industry : A Contingency Approach", *Korean Journal of Management*, Vol.14, No.2 pp. 177-213, 2006.
- [43] J. S. Lee, J. H. Park, "The Influence of SMEs' Innovation Activities according to Types of Strategy on their Perception to the Opening of Economies: The Moderating Effects of External Search and Market Entry Strategy", *The Korean Society For Technology Management & Economics*, Vol.21, No.1 pp. 199-228, 2013.
- [44] K. S. Jang, Y. B. Kim, I. S. Koo, "A Study on the Relationship between Innovation Activity and Business Results -Focused on the Small and Medium Manufacturing Enterprises-", *Korean Society For Quality Management*, Vol.38, No.4 pp. 512-520, 2010.
- [45] K. D. Kim, W. S. Hong, "Effect of Firm's Activities on Their Performances", *Journal of Korea Technology Innovation Society*, Vol.14, No.2 pp. 373-404, 2011.
- [46] I. S. Koo, "The effects of innovation activity to business performance in small and medium enterprises", *Asia-Pacific Journal of Business and Venturing*, Vol.7, No.4 pp. 1-8, 2012.
DOI: <https://doi.org/10.16972/apjv.7.4.2012.1>
- [47] S. S. Lee, B. K. Kim, "A Study on the Relationships Between Competitive Strategies, Business, Innovation, and Performance", *The Korean Academic Association of Business Administration*, Vol.16, No.2 pp. 321-343, 2003.
- [48] Y. H. Cho, "Effects of Innovation Types and Competitive Strategy of Logistics Firms on Business Performance", *The Journal of Korea Research Society for Customs*, Vol.16, No.1 pp. 249-269, 2015.
- [49] S. H. Song, *Environment, strategy, organizational characteristics and technological innovation: Configuration approach*. Doctoral Thesis, Korea University of Korea, pp. 56-59, 1991.
- [50] S. A. Zahra, G. George, "Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension", *Academy of Management Review*, Vol.27, No.2 pp. 185-203, 2002.
DOI: <https://doi.org/10.5465/amr.2002.6587995>
- [51] T. Y. Shin, J. K. Song, W. S. Lee, C. W. Song, H. H. Kim, S. J. Son, "The determinants of technological innovation in manufacturing industries and policy implications", *STI Policy Review*, pp. 1-271, 2006.
- [52] L. B. Mohr, "Conceptual Issues in the Study of Innovation", *Administrative Science Quarterly*, Vol.21, No.4 pp. 700-714, 1976.
DOI: <https://doi.org/10.2307/2391725>
- [53] E. M. Rogers, *Diffusion of innovations(4th ed)*. New York: The Free Press, 1995.
- [54] W. R. King, T. S. Teo, "Assessing the impact of proactive versus reactive modes of strategic information systems planning", *Omega*, Vol.28, No.6 pp. 667-679, 2000.
DOI: [https://doi.org/10.1016/s0305-0483\(99\)00079-1](https://doi.org/10.1016/s0305-0483(99)00079-1)
- [55] P. T. Ward, R. Duray, "Manufacturing strategy in context: environment, competitive strategy and manufacturing strategy", *Journal of Operations Management*, Vol.18, No.2 pp. 123-138, 2000.
DOI: [https://doi.org/10.1016/s0272-6963\(99\)00021-2](https://doi.org/10.1016/s0272-6963(99)00021-2)
- [56] K. W. Lee, *The effect of creativity management on innovation and business performance*. Doctoral Thesis, Seokyeong University of Korea, pp. 36-41, 2015.
- [57] C. Fornell, D. F. Larcker, "Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics", *Journal of marketing research*, Vol.18, No.3 pp. 382-388, 1981.
DOI: <https://doi.org/10.2307/3150980>
- [58] R. M. Baron, 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. 1173-1186, 1986.

DOI: <https://doi.org/10.1037//0022-3514.51.6.1173>

- [59] C. S. Ahn, Y. D. Lee, "An empirical analysis of the influence factors on open innovation activities in Korea", *Journal of Korea Technology Innovation Society*, Vol.14, No.3 pp. 431-465, 2011.
- [60] Y. S. Cho, "The relationship between precedent factors, commitment and performance for successful inter-firm cooperation : Focused on small and medium raw material importing enterprises in Korea", *Korean Journal of Business Administration*, Vol.24, No.2 pp. 1183-1203, 2011.
-

심 태 용(Shim, Taeyong)

[정회원]



- 2017년 2월 : 경기대학교 e-비즈니스 학과 석사
- 2019년 8월 : 경기대학교 e-비즈니스학과 박사

<관심분야>

e-비즈니스, 관계마케팅, 인터넷 마케팅, 소비자 행동

이 대 규(Lee Daegyul)

[정회원]



- 2000년 2월 : 한영대학교 상담학과 학사
- 2003년 2월 : 백석대학교 상담학과 석사
- 2007년 2월 : 호서대학교 경영학 박사
- 2000년 1월 ~ 현재 : 백석대학교 상담학 교수

<관심분야>

모바일 마케팅, 소비자행동, 마케팅 전략