

석사학위논문

창업자의 창업자정신이 창업성과에 미치는 영향에 관한 연구

—시장지향성과 기술혁신지향성의 매개효과를 중심으로—

2022년

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

김 종 만

석 사 학 위 논 문
지도교수 최승욱

창업자의 창업자정신이 창업성과에 미치는 영향에 관한 연구

－시장지향성과 기술혁신지향성의 매개효과를 중심으로－

A study on the effect of founder's entrepreneurial spirit on
entrepreneurial performance

－Focusing on the mediating effect of market orientation and
technological innovation orientation－

2021년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

김 중 만

석사학위논문
지도교수 최승욱

창업자의 창업자정신이 창업성과에 미치는 영향에 관한 연구

—시장지향성과 기술혁신지향성의 매개효과를 중심으로—

A study on the effect of founder's entrepreneurial spirit on
entrepreneurial performance

—Focusing on the mediating effect of market orientation and
technological innovation orientation—

위 논문을 컨설팅학 석사학위 논문으로 제출함

2021년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

김 중 만

김종만의 컨설팅학 석사학위 논문을 인준함

2021년 12월 일

심사위원장 유 연 우 (인)

심사위원 전 우 소 (인)

심사위원 최 승 욱 (인)

국문초록

창업자의 창업자정신이 창업성과에 미치는 영향에
관한 연구 : 시장지향성과 기술혁신지향성의
매개효과를 중심으로

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원
스 마 트 융 합 컨 설 팅 학 과
스 마 트 융 합 컨 설 팅 전 공
김 중 만

기술과 시장의 불확실성이 급증하는 시대에서 고객이 원하는 제품과 서비스를 적시에 공급하는 것이 중소기업에게는 불가능에 가까운 것이 현실이다.

정부의 수많은 창업지원 정책으로 기술개발 환경과 상황이 된다 하더라도 글로벌화한 기업환경에서 많은 경제적 시간적 비용을 들여 혁신제품, 신제품개발, 혁신서비스와 개발을 해도 자사의 기술력이 표준이 되지 못한다면 제품과 서비스가 시장에서 어렵게 획득한 포지셔닝을 잃을 수 있기 때문에 시장적인 요소없이 기술에만 초점을 맞추는 것보다 기술과 시장적 능력을 적절히 갖추고 있어야 무한경쟁시장에서 살아남을 수 있는 확률이 높아질 것이다. 따라서 기술만을 강조하는 기술적 기업들도 경쟁시장에서 살아남기 위해 시장적 요소인 마케팅 활동의 중요성이 어떻게 받아들여지고 있고, 이를 시장에서 전략적으로 어떻게 함께 활용가능한지

의 연구가 불확실성의 시대 창업기업에서의 중요한 연구과제중의 하나로 인식되고 있다.(정기수, 2014) 그럼에도 불구하고 지금까지의 창업가정신, 시장지향성, 기술지향성 창업성과에 연관한 연구는 부족한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 기존 선행연구를 통해 창업가정신, 창업성과, 시장지향성, 기술지향성에 관한 상관관계를 중심으로 비교하여 분석하고자 한다. 창업가정신 속성과 시장지향성, 기술지향성 중 창업성과에 영향을 주는 것이 무엇인지 분석하여 창업 전략을 세우고 접근해 나갈 것인가에 대해 시사점을 제시하고, 추후에는 창업교육과 지원까지 이어지는 활용의 근거를 연구하고자 하였다.

본 연구는 선행연구를 기본바탕으로 창업자의 창업가정신이 창업성과에 미치는 영향에 대한 연구로, 창업가정신이 시장지향성과 기술혁신성 및 창업성과에 미치는 영향관계를 확인 및 분석하고자 하였으며, 연구 대상은 전 연령대로 진행하였다. 선행연구를 토대로 설문지를 구성하였으며, 선행연구에서 검증된 문항과 연구자의 판단하에 본 연구에 맞게 보완한 항목과 수정한 항목들로 구성하여 설문을 실시하였다. 설문조사를 통한 자료 수집은 2021년 10월 4일에서 2021년 10월 12일까지 9일간 실시하여 146개의 설문 결과를 확보하였으며, 결측치와 이상치 없이 유효한 표본 전체 146부를 연구에 사용하였다. 모든 설문의 척도는 일괄적으로 5점 리커드 척도를 사용하였고, 수집 자료 실증 분석을 위해 통계프로그램 SPSS 22.0을 사용하여 선 빈도분석과 요인분석을 진행하고, 다음으로 신뢰도분석과 상관관계분석, 회귀분석 등을 실시하였다.

첫째, 창업가정신의 모든 속성(혁신성, 위험감수성, 진취성)은 시장지향성, 기술지향성 유의한 영향을 미쳤으나, 창업성과에는 위험감수성만이 유의미한 영향을 미쳤다. 이러한 결과는 위험감수성이 높은 창업가일수록 창업성과가 증가한 것으로 보인다.

둘째, 시장지향성과 기술지향성이 창업성과에 정(+)의 영향을 미쳤다. 이는 고객서비스 및 마케팅에 중점을 두는 시장지향성과, 제품 및 서비스품질에 중점을 두는 기술지향성 모두 창업성과를 증가시킨다는 것을 시사하고 있다.

셋째, 시장지향성과 기술지향성이 창업가정신과 창업성과 관계에서 매개 요인으로써 효과는, 시장지향성의 경우 혁신성과 진취성 자체보다 시장지향성이 직접 영향을 주지만(완전매개효과), 위험감수성은 시장지향성과 같이 부분적으로 창업성과에 영향을 주는 것으로 나타났다.(부분매개효과) 이는 위험감수성만이 창업성과에 영향을 주었던 위의 결과와도 연결된다.

한편 기술지향성은 혁신성 자체보다 기술지향성이 직접 영향을 주지만(완전매개효과), 위험감수성과 진취성은 기술지향성과 함께 부분적으로 창업성과에 영향을 주는 것으로 나타났다.(부분매개효과)

본 연구를 통해 창업을 계획하거나 창업 교육을 하고자 할 때 창업가정신, 시장지향성, 기술지향성의 어떠한 속성을 중점적으로 높여야할지를 검토하고 실행하는데 참고한다면 적은 시간적 경제적 비용으로 최대 효과를 누릴 수 있을 것이다.

【주요어】 창업가정신, 혁신성, 진취성, 위험감수성, 시장지향성, 기술지향성, 창업성과, 창업

목 차

I. 서 론	1
1.1 연구의 배경 및 목적	1
1.2 연구의 방법 및 구성	2
II. 이론적 배경	4
2.1 창업가정신	4
2.1.1 창업가정신의 정의	4
2.1.2 창업가정신의 구성 요소	6
2.2 시장지향성	9
2.3 기술지향성	10
2.4 창업성과	12
III. 연구설계	14
3.1 연구모형	14
3.2 연구가설	14
3.3 변수의 조작적 정의 및 설문구성	16
3.3.1 변수의 조작적 정의	16
3.3.2 설문지 구성	21
IV. 연구결과	22
4.1 자료 조사 방법	22

4.2 표본의 특성	23
4.3 타당성 및 신뢰도 분석	24
4.3.1 독립변수의 요인분석과 신뢰도 분석결과	25
4.3.2. 종속변수의 요인분석과 신뢰도 분석결과	26
4.4 상관관계 분석	28
4.5 가설검증	29
4.5.1 창업가 정신의 속성과 시장지향성, 기술지향성, 창업성과의 관계에 대한 가설검증	30
4.5.2. 시장지향성, 기술지향성과 창업성과의 관계에 대한 가설검증	38
4.5.3. 창업가 정신 속성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개역할에 대한 가설검증	41
4.5.4. 창업가 정신 속성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개역할에 대한 가설검증	49
4.6 가설검증결과 요약	57
 V. 결 론	 61
 5.1 연구결과 요약	 61
5.2. 이론적 및 실무적 시사점	62
5.3. 연구의 한계	63
5.4. 향후 연구과제	63
 참 고 문 헌	 65
 부 록	 70
 ABSTRACT	 76

표 목 차

[표 2-1] 창업가정신의 의의	9
[표 3-1] 연구가설	15
[표 3-2] 창업가정신에 대한 조작적 정의	18
[표 3-3] 시장지향성에 대한 조작적 정의	19
[표 3-4] 기술지향성에 대한 조작적 정의	20
[표 3-5] 창업성과에 대한 조작적 정의	20
[표 4-1] 표본의 인구 통계적 특성	23
[표 4-2] 독립변수 요인분석 결과와 신뢰도 분석결과	26
[표 4-3] 종속변수의 요인분석 결과와 신뢰도 분석결과	27
[표 4-4] 변수 상관관계 분석	29
[표 4-5] 창업가 정신 속성과 시장지향성의 관계에 대한 모형요약 ..	31
[표 4-6] 창업가 정신 속성과 시장지향성의 관계에 대한 분산분석	31
[표 4-7] 창업가 정신 속성과 시장지향성의 관계에 대한 계수	32
[표 4-8] 창업가 정신 속성과 기술지향성의 관계에 대한 모형요약 ..	33
[표 4-9] 창업가 정신 속성과 기술지향성의 관계에 대한 분산분석 ..	33
[표 4-10] 창업가 정신 속성과 기술지향성의 관계에 대한 계수	34
[표 4-11] 창업가 정신 속성과 창업성과의 관계에 대한 모형요약	36
[표 4-12] 창업가 정신 속성과 창업성과의 관계에 대한 분산분석	36
[표 4-13] 창업가 정신 속성과 창업성과의 관계에 대한 계수	37
[표 4-14] 시장지향성과 창업성과의 관계에 대한 모형요약	38
[표 4-15] 시장지향성과 창업성과의 관계에 대한 분산분석	38
[표 4-16] 시장지향성과 창업성과의 관계에 대한 계수	39
[표 4-17] 기술지향성과 창업성과의 관계에 대한 모형요약	40
[표 4-18] 기술지향성과 창업성과의 관계에 대한 분산분석	40
[표 4-19] 기술지향성과 창업성과의 관계에 대한 계수	41
[표 4-20] 창업가 정신 속성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 검증	42

[표 4-21] 창업가 정신 속성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 계수	43
[표 4-22] 진취성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 모형요약	44
[표 4-23] 진취성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 분산분석	44
[표 4-24] 진취성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 계수	45
[표 4-25] 위험감수성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 모형요약	45
[표 4-26] 위험감수성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 분산분석	46
[표 4-27] 위험감수성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 계수	47
[표 4-28] 혁신성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 모형요약	47
[표 4-29] 혁신성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 분산분석	47
[표 4-30] 혁신성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 계수	48
[표 4-31] 창업가 정신 속성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과 검증	50
[표 4-32] 창업가 정신 속성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과 계수	51
[표 4-33] 진취성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과 모형요약	51
[표 4-34] 진취성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과 분산분석	52
[표 4-35] 진취성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과 계수	

.....	52
[표 4-36] 위험감수성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과 모형요약	53
[표 4-37] 위험감수성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과 분산분석	53
[표 4-38] 위험감수성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과 계수	54
[표 4-39] 혁신성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과 모형요약	54
[표 4-40] 혁신성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과 분산분석	55
[표 4-41] 혁신성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과 계수	56
[표 4-42] 가설검증결과 요약	57

그 립 목 차

[그림 1-1] 논문의 구성	3
[그림 3-1] 통합 연구모형	14
[그림 4-1] 창업가 정신 속성과 시장지향성 관계에 대한 가설 검증 결과	32
[그림 4-2] 창업가 정신 속성과 기술지향성 관계에 대한 가설 검증 결과	35
[그림 4-3] 창업가 정신 속성과 창업성과 관계에 대한 가설 검증 결과 37	
[그림 4-4] 시장지향성과 창업성과의 관계에 대한 가설 검증 결과	39
[그림 4-5] 기술지향성과 창업성과의 관계에 대한 가설 검증 결과	41
[그림 4-6] 창업가 정신 속성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 관련 가설 검증 결과	49
[그림 4-7] 창업가 정신 속성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과 관련 가설 검증 결과	57

I. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

기술과 시장의 불확실성이 급증하는 시대에서 고객이 원하는 제품과 서비스를 적시에 공급하는 것이 중소기업에게는 불가능에 가까운 것이 현실이다.

정부의 수많은 창업지원정책으로 기술개발 환경과 상황이 된다하더라도 글로벌화한 기업환경에서 많은 경제적 시간적 비용을 들여 혁신제품, 신제품개발, 혁신서비스와 개발을 해도 자사의 기술력이 표준이 되지 못한다면 제품과 서비스가 시장에서 어렵게 획득한 포지셔닝을 잃을 수 있기 때문에 시장적인 요소없이 기술에만 초점을 맞추는 것보다 기술과 시장적 능력을 적절히 갖추고 있어야 무한경쟁시장에서 살아남을 수 있는 확률이 높아질 것이다. 따라서 기술만을 강조하는 기술적 기업들도 경쟁시장에서 살아남기 위해 시장적 요소인 마케팅 활동의 중요성이 어떻게 받아들여지고 있고, 이를 시장에서 전략적으로 어떻게 함께 활용가능한지의 연구가 불확실성의 시대 창업기업에서의 중요한 연구과제중의 하나로 인식되고 있다.(정기수, 2014)

지금까지의 창업가정신, 시장지향성, 기술지향성, 창업성과에 대한 선행연구들을 살펴보면 연구의 현실적인 한계점을 가지고 있다. 첫째, 창업가정신이 창업성과, 시장지향성, 기술지향성에 미치는 영향을 연구하면서 시장지향성과 기술지향성이 창업성과간의 관계가 다차원적이라고 생각하면서도, 이러한 구성요소들이 다른 영향을 미칠 수 있다는 것을 간과하고 있다(Day, 1994)(이학식 외, 1998)(유동근 외, 1998).

둘째, 창업가정신과 기업성과간의 관계에 있어서 셀프리더십, 창업동기 등의 요인들이 조절변수나, 매개변수로서 어떤 역할과 효과를 주는지 하는지 분석하려 하였지만 이들의 역할을 다차원적으로 분석하지 못하고 부분적으로만 살펴보았다.

본 연구의 목적을 살펴보면 다음과 같다. 기존 선행연구를 통해 창업가 정신, 창업성과, 시장지향성, 기술지향성에 관한 상관관계를 중심으로 비교하여 분석하고자 한다.

첫째, 창업가 정신이 시장지향성, 기술지향성, 창업성과에 유의한 영향을 미치는지 살펴보고자 한다.

둘째, 시장지향성과 기술지향성이 창업성과에 유의한 영향을 주는지 살펴보고자 한다.

셋째, 시장지향성과 기술지향성이 창업가정신과 창업성과 관계에서 매개 요인으로써 효과가 어느정도인지 검증해보고자 한다.

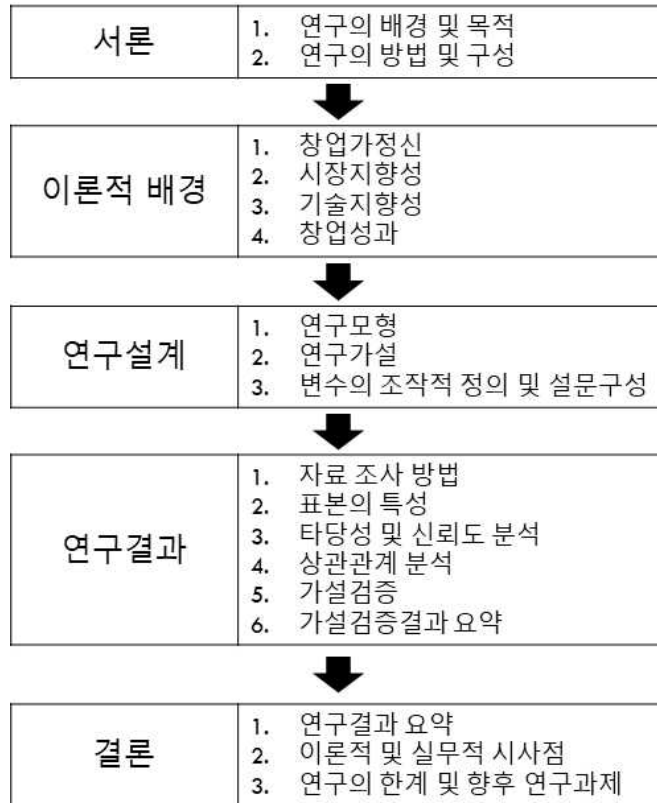
1.2 연구의 방법 및 구성

본 연구는 창업가정신과 창업성과간의 영향관계와 이에 따른 시장지향성과 기술지향성의 매개효과를 연구하기 위해서 기존의 선행 논문들을 통해 이론을 면밀히 탐구하고, 탐구한 이론을 기반으로 추가 연구한 연구모형과 가설을 설정하여 설문을 작성하였다. 설문을 통해 수집된 데이터에서 결측치나 이상치의 답변들은 제거하고 실증분석을 진행하였다.

설문의 구성은 총 4개의 변수와 인구통계 항목을 포함하여 총 56개 설문 문항으로 구성하였으며 창업가정신의 진취성, 혁신성, 위험감수성 21개, 시장지향성, 기술지향성, 창업성과에 관한 설문항목 30개 문항과 인구통계 항목 5개로 구분하여 설문을 진행하였다. 회수된 설문지를 기반으로 설문조사 자료는 SPSS 22을 사용하여 우선 빈도분석과 요인분석을 진행하고, 다음으로 신뢰도분석과 상관관계분석, 회귀분석 등을 실시하였다.

본 연구는 총 5장으로 구성하였다. [그림 1-1]과 같다.

[그림 1-1] 논문의 구성



II. 이론적배경

2.1 창업가정신

2.1.1 창업가정신의 정의

국내 연구에서는 주로 창업가정신(創業家精神; Entrepreneurship)은 기업가정신(企業家精神)을 뜻하며 연구자에 따라 기업가정신(企業家精神; Businessmanship)의 의미와 혼용되어 사용되기도 한다. 창업가정신(Entrepreneurship)은 아직 단일한 정의에 대한 합의가 이루어지지 못한 상태로 다양한 분야의 학문에서 연구되어 연속적이고 중첩되는 구조에 의해 서로 상충하는 정의들이 제시되고 있으며 연구자들은 저마다 자신의 연구 목적에 맞는 정의를 사용하고 있다(강병오, 2011).

창업가정신은 1980년대 기업경영의 분야별 연구가 진행되면서 중소기업 관련 연구주제의 하나로 다루어지기 시작하였으며(Stevenson & Jarillo, 1990), 1990년대 들어서 독립적인 연구 분야로서 연구가 시작되었다(정상철·김영진, 2017).

Schumpeter는 1912년 간행된 저서 ‘경제발전의 이론(Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung)’에서 창업가정신을 기업가가 수행하는 생산의 제수단을 새로운 형태로 결합하는 신 결합이나 종래와 다르게 새로운 방법으로 생산의 제과정을 변혁시키는 혁신으로 설명하였다(김영래, 2004). Schumpeter(1934)는 창업가정신을 신사업에서 나타나는 다양한 위험을 감수하고 극복하여 기업을 성장시키려는 확고한 의지 즉, 정태적 균형 상태를 타파하고 새로운 변화와 혁신을 추구하여 창조적으로 변혁하는 기업가의 역량으로 보았다(박영호, 2005). McClelland은 기업가정신으로 불리기도 하는 창업가정신을 기업가의 진로와 능력을 변화시킬 수 있는 자기 성취의 신념으로(McClelland, 1967), Miller는 창업가정신을 새로운 가치 창출을 위해 위험을 감수하고 진취적으로 혁신을 추구하기 위한

자원을 재결합하거나 재분배하는 행동으로 정의하였으며(Miller, 1983), Drucker는 창업가정신을 위험을 감수하고 포착한 기회를 사업화하려는 위험한 모험심과 도전정신이며 지속적인 경제발전의 중요한 핵심요소라고 주장하였다(Drucker, 1985). Covin & Slevin의 경우 변화에 적응하기 위해서 지속적으로 혁신하는 진취적 반응이 창업가정신이라고 정의했으며(Covin & Slevin, 1989), Stevenson & Jarillo의 경우 현재 보유한 자원에 구애받지 않고 미래의 기회를 포착하여 위험을 극복하기위해 진취적이고 혁신적으로 활동하려는 최고경영자의 성향이 창업가정신이라고 제안하였다(Stevenson & Jarillo, 1990).

창업가정신이란 불확실한 환경에도 불구하고 새로운 가치를 창출하기 위해 사업기회를 포착하는 창업가의 진취적, 혁신적, 위험감수적인 사고방식과 그에 따른 행동이며, 창업가정신이라는 정신 및 행동이 기업성으로 귀결되는 창업가적 과정이나 현상으로 볼 수 있다(박재환·김우중, 2013). 즉, 창업가정신은 기업 성패의 본질적인 요소로서 창업과 기업의 생존 및 성장에 영향을 주며(이춘우, 1999), 창업가정신이 경영전략의 변화를 가져오기 때문에 기업의 성패가 좌우될 수 있다. 그리고 김영래는 오늘날 창업가의 의미는 기업가정신이라고도 하는 창업가정신을 발휘하는 사람으로 위험을 극복하면서 혁신 투자·활동을 통해 고객가치를 창출하고 창의적인 기업 활동을 하는 사람으로 정의하였으며, 창업가정신을 기업 내부에서 발생하는 경영 관련 정책·절차적인 과정을 포함하여 총체적인 경제 과정과 그 구성 요소인 기업경영을 결합하는 링커(Linker)의 의미로 정의하였다(김영래, 2004). 한편 안규선은 창업가정신을 현대사회로부터 존경을 받으며 건전하고 착실하게 기업을 성장·발전시키는 창업가나 경영자로서의 철학과 이념으로 봤고 위험을 감수하는 행동과 혁신적인 아이디어로 기업의 수익성을 증대시키고 지속적인 성장을 위한 기업가의 진취적 경영 활동 과정으로 정의하였다(안규선, 2010).

창업가정신은 시대와 경제 상황에 따라 개념의 정의가 다양하며 의미가 혼재되어 있지만(강태원, 2019), 본 연구에서는 기회를 포착하여 새로운 가치를 창출하는 창업가의 진취적, 혁신적, 위험감수적인 사고방식과

그에 따른 행동을 포괄하는 개념으로 보고자 한다(박재환·안태욱·김의범, 2013). 따라서 본 연구에서는 창업자의 진취성, 혁신성 위험감수성을 기업 활동의 창업가정신으로 정의한다.

창업가정신에 대한 연구자의 정의는 [표 2-1]와 같이 정리하였다.

[표 2-1] 창업가정신의 정의

연구자	내용
Schumpeter(1934)	신사업에서 나타나는 다양한 위험을 감수하고 극복하여 기업을 성장시키려는 확고한 의지
McClelland(1967)	기업가 자신의 진로와 능력을 변화할 수 있는 자기 성취의 신념
Miller(1983)	위험을 감수하고 진취적으로 혁신을 추구해 새로운 가치 창출을 위한 자원을 재결합하거나 재분배하는 행동
Drucker(1985)	위험을 감수하고 포착한 기회를 사업화하려는 모험이자 도전정신
Covin & Slevin(1989)	변화에 적응하기 위해서 지속적으로 혁신하는 진취적 반응
Stevenson & Jarillo(1990)	보유한 자원에 구애받지 않고 기회를 포착하여 위험을 감수하며 진취적이고 혁신적으로 활동하려는 최고경영자의 성향
이춘우(1999)	창·기업 생존 및 성장에 영향을 주는 기업 성패의 본질적인 요소
김영래(2004)	기업경영 내부의 정책·절차적인 제 활동을 포함하여 총체적인 제 과정과 그 구성요소인 기업경영을 결합하는 링커(Linker)
안규선(2010)	위험을 감수하는 행동과 혁신적인 아이디어로 기업의 수익성 증대 및 지속적인 성장을 위한 기업가의 진취적 경영 활동 과정

2.1.2 창업가정신의 구성 요소

창업가정신의 하위요인은 수많은 학자들에 의해 정의되었다. Covin과

Slevin(1991)는 기업가정신이라고도 하는 창업가정신의 구성요인을 진취성, 혁신성, 위험감수성으로 제시하였으며, 이를 측정하는 도구도 제시하였다. 이는 현재까지도 다양한 실증연구 하위 요인의 개념으로 활용되어지고 있다. 이때 말하는 하위 요인의 정의로는 혁신성은 ‘끊임없이 일상의 관찰을 통해 뛰어난 창의성으로 새로운 아이디어를 찾기 위해 노력하는 창업가의 역량’이며, 진취성은 ‘전통이나 과거에 얽매이지 않고 미래지향적으로 새로운 유행을 추구하는 역량’이며, 위험감수성은 ‘불확실한 상황 속에서 과감한 결정과 행동을 할 수 있는 역량’으로 정의되고 있다(윤백중, 2011).

선행연구에서 제시한 구성요인 중 진취성, 혁신성, 위험감수성을 하위요인으로 설정하였다.

1) 혁신성

Miller는 기업가의 혁신성은 불확실한 외부환경과 제한된 자원에서도 지속적으로 활동하고, 조직을 변화를 통해 새로운 해결책과 기회를 찾으려는 기업의 노력이며, 눈앞에 있는 문제를 해결하고자 하는 욕구로 설명한다(Miller, 1983). 또한, Schumpeter(1934)는 기업가정신에서 혁신은 핵심이 되는 개념으로 설명되며, 기업의 발전과 자본주의 경제 과정을 향상시키는 핵심 요소라고 설명하고 있다(임진혁, 2017). 그는 혁신성을 ‘창조적 파괴’라는 점에서 혁신성의 역할을 설명하였고, 그가 말하는 혁신의 방식은 새로운 조직 창출, 신시장 개척, 새로운 조합, 신제품소개, 원재료의 생산 방식에 새로운 구현 등으로 설명하고 있으며 혁신성은 새로운 참신성, 실험, 아이디어, 창조적인 프로세스에 대해 지원으로 기업의 성향, 서비스, 새로운 제품 및 프로세스를 창출해 준다(김범성, 2012). 이와 같이 혁신성이 부족하다면, 신제품을 개발하기 어렵기 때문에 창업가정신의 구성요소 중에서 혁신성은 매우 중요한 요소라고 할 수 있고, 혁신성이 높다는 것은 창업자가 새로운 발견에 있어 활용을 높이기 위해 노력하기 때문에 창업에 관한 의지가 높다는 것을 의미하며, 혁신성은 개인의 차원으로

는 새로운 행동방식을 추구하는 관심과 의지로 나타나고, 개인의 성취 욕구, 자기효능감, 고차원적 욕구, 내부 통제 위치와 같은 개인의 성취지향에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(Utsch & Rauch, 2000; 이수아, 2019).

기업가정신의 혁신성은 지속적인 성장을 위하여 사업 기회창출과 탐색한 기회를 성공적으로 포착하기 위해 창업가가 갖추어야 할 핵심적인 요인이라고 할 수 있다(Utsch & Rauch, 2000; 이수아, 2019).

2) 진취성

Miller는 진취성은 전략적 판단과 의사결정에 있어 미래를 고려하는 것으로 미래지향성을 내포하고 있다고 했는데, 사업을 추진하는 데 있어 새로운 기회를 예측하고 새로운 시장을 선점하려는 기업가적 태도이다(Miller,1983). 유사한 맥락으로 경쟁우위를 지속하려는 노력, 기회를 모색하는 노력, 불확실한 어려운 상황을 극복하고자 하는 노력 등의 의미가 내포되어 있다고 설명한다(Miller,1983). Covin과 Slevin는 진취적인 창업가는 보다 공격적인 태도를 취함으로써 경쟁자와 경쟁에서 관리 기법이나 신제품의 개발, 서비스 등을 실행하는데 있어 적극적인 도전을 하며, 경쟁자에 대한 도전적 자세로 경쟁 의지와 우월한 성과를 산출하려는 진취적인 기업이 공격적으로 다른 기업들보다 경쟁한다고 설명했다(Covin, Slevin, 1991). Bateman & Crant는 진취성은 불확실하고 힘든 상황 속에서도 현재의 상황을 이겨내려고 전진하는 성향 때문에 긍정적인 성향으로 개념화 되어져 가고 있다고 했다(Bateman & Crant, 1993). 진취성은 기업이 시장에서 주도적 위치를 선점하거나 시장의 수요와 기회를 예상하고 적극적인 행동을 하는 기업의 경향성을 의미하므로 적극적 경쟁과 성과에 대한 의지를 보이는 강도 높은 수준의 도전적 자세라고 할 수 있는 진취성은 새로운 방안을 제시하고자 하는 의지를 내포하고 있기 때문에 창업과 관련한 의지에 유의한 영향 관계가 있는 것으로 보고되고 있다(유봉호, 2015).

진취성이란 창업가가 다른기업에 비해 고객의 선택을 더 받기 위해 경쟁자보다 더 도전적이고 더 공격적으로 기회를 모색하는 노력을 말한다. 이로 인해 진취성은 기존의 시장에서 벗어나 새로운 시장의 수요를 예측해야하는 창업가의 숙명에 중요한 요소라고 생각된다.

3) 위험감수성

위험감수성은 기업이 어떠한 위험에도 불구하고 자원을 투입하려는 의지라고 할 수 있는데, 위험감수성을 가진 기업가는 어떠한 위험이 있어도 새로운 기회를 포착하기 위해 기업가 스스로의 환경이나 보유한 자원에 구속받지 않고 기회를 찾고 포착하는 것을 말한다(Miller, 1983; 이수아, 2019). 창업을 하는데 있어 위험감수성이 가지고 있는 의미는 매우 중요하고, 창업의 전 후에 높은 불확실한 과정에서 창업자는 과감하고 결단력 있는 행동을 하게되는데 이때 위험감수성은 행동 실행과 의사결정을 하는데 도움을 주게 된다(강재학, 2015). 즉, 창업가의 동일한 능력으로 어떠한 사업 활동의 위험도는 모든 기업이 가지고 있는 것이 일반적이며, 비슷한 위험도일 때 더 높은 위험을 감수할 수 있는 기업이 그렇지 못한 기업에 비해 더 높은 성과와 더 많은 보상을 수확할 가능성이 있다(이수아, 2019).

위험감수성은 급변하는 시장 상황에서 창업가가 위험을 감수하고 과감한 결단으로 경쟁하는 기업보다 더 좋은 기회를 포착할 수 있도록 한다.

2.2 시장지향성

시장지향성이란 시장에서 직접적으로 고객이 원하는 욕구에 맞추게 하기 위한 기업의 전략적이면서 실천적인 경영철학이며, 경영환경의 변화 속에 경쟁자와 구매자의 정보를 목표시장에서 수집하여 이를 기업 내 조직 전체로 확산하는 활동으로 실효성있는 마케팅 전략을 실천하기 위함을 의미한다(Narver & Slater, 1990)(Armstrong & Collopy, 1996).

Day는 시장지향성을 고객을 이해하고 만족하게 하는 뛰어난 기술 또는 능력으로 개념화하고 기업의 장기적인 경쟁우위와 수익성을 위해 고객 가치를 최우선으로 생각하는 총체적인 관리활동으로 정의하였다(Day, 1994). 그리고 Varhies & Harker(2000)는 시장지향성은 기존 고객뿐만 아니라 잠재적인 고객과 경쟁사까지 고려하여 대응할 수 있도록 기업의 지식, 프로세스, 조직, 관리체계를 발전시켜 나갈 수 있는 활동을 강조하였으며, 특히 기업의 시장지향 활동은 특정 부서에만 국한되지 않고 기업 내 정보의 흐름을 원활히 할 수 있도록 필요한 모든 기업요소가 종합적으로 요구된다는 것을 의미한다(Varhies & Harker, 2000).

시장지향성의 개념적 접근에는 연구자마다 다소 차이를 보이고 있는데, 시장지향성의 대표적인 연구자인 Narver & Slater는 고객지향성, 경쟁자지향성, 부서간의 조정을 시장지향성의 구성요소로 제시하였고(Narver & Slater, 1990), Kohli & Jaworski는 시장지향성을 고객 욕구와 관련된 시장 정보 획득, 시장정보 확산, 시장정보에 대한 반응을 구성요소로 정의하였다(Kohli & Jaworski, 1990). Narver & Slater(1990)는 고객지향성은 고객을 위해 보다 좋은 가치를 지속적으로 제공 할 수 있도록 기업의 목표 고객을 이해하는 것을 의미하며, 경쟁지향성은 잠재적 경쟁자의 강점과 약점을 파악하고 경쟁자의 전략과 능력을 이해하는 것을 의미하고 부서간 조정은 목표고객에게 더 좋은 가치를 창조하기 위해 기업이 보유한 자원을 조화롭게 활용하는 것을 의미한다고 제시했다.(Narver & Slater, 1990)

Kohli & Jaworski는 시장정보획득은 고객욕구와 이에 영향을 미치는 여러 요소에 대한 정보를 수집하고 평가하는 것이며, 시장정보의 확산은 고객 욕구에 대한 필요 정보를 기업 내 부서 간에 서로 공유해야 하며, 시장정보에 대한 반응은 획득된 정보와 확산된 정보를 근거로 고객의 욕구를 만족시킬 수 있는 계획을 설계하고 그 계획을 실행하는 것이라고 제시했다 (Kohli & Jaworski, 1990).

2.3 기술지향성

기술지향성은 매우 혁신적이고 기술적으로는 경쟁제품보다 우위에 있는 제품 개발에 기업의 보유자원인 연구 개발인력, 혁신적 기술, 기술적 기반들을 중점적으로 활용하여 시장에서 경쟁제품과 비교하여 혁신적이고 좋은 디자인의 제품들을 개발하고, 치열한 경쟁에 의해 쉽게 복사될 수 없도록 차별된 기술우위를 달성하고, 기업에게는 더 큰 경쟁적 우위인 잠재력을 제공한다(Jeong et al, 2006).

Gatignon & Xuereb은 기술지향성을 경쟁사와의 시장경쟁에서 기업이 경쟁우위를 확보하기 위해 전략적으로 신기술을 받아들이고 이를 기업 내부조직에 적용하기 위하여 지속적으로 노력하는 하나의 기업조직문화로 정의하였고 기업의 기술역량을 경쟁력의 원천으로 정의하고 기술역량이 높을수록 신서비스를 개발하는 기업들은 혁신성이 높을 것이며, 기술지향성이 높을수록 신서비스를 지속적으로 개발할 가능성이 높다(Gatignon & Xuereb, 1997).

기업은 시장에서 고객의 요구를 반영하여 전략적 방향을 설정할 경우, 고객측면 뿐만 아니라 기술측면도 함께 고려해야 하며, 지향성을 체계화된 기업의 문화로써 전략적인 생각을 표현하는 정도라고 한다면, 전략적 지향성은 시장지향성과 함께 중요한 기업지향성으로 기술혁신지향성을 포함시켜야 한다(Deshpande, Farley & Webster, 1993). Cooper는 기업의 보유자원과 기술역량이 신제품을 개발하는데 중요한 요인이라 주장하고, 이것이 기술 지향적 문화의 중요성을 의미한다고 하였다(Cooper, 1979).

기술지향성의 하위요인을 검토해보면 Deshpande et al은 기술혁신 지향성, 고객지향성, 문화를 사용하여 낮은 성과와 높은 성과를 판별했는데, 고객지향성과 기술혁신지향성은 판별력이 높은 변수로 나타났으며, 이중 기술혁신지향성은 기업의 신제품과 서비스가 신규시장에 진입하여 성장할 수 있는 기반을 마련하고 기술적 혁신을 선도하는 우월한 지위를 갖는다고 하였다(Deshpande et al, 1993).

강도규, 박성용은 시장지향성과 기술지향성을 서로 독립적인 관계로 보

고 기업의 전략수립 시 각각 고려하여 적용하지만 가능하면 동시에 고려하여 적용할 필요성이 있다고 주장하였다(강도규, 박성용, 2007).

2.4 창업성과

창업성과의 정의는 연구자들 시각에 따라 해석과 요인을 다양하게 분석하고 정의하고 있다. 창업성과 측정에는 다양한 지표들이 사용되고 있는데 재무적 지표와 비재무적 지표, 그리고 객관적 지표와 주관적 지표를 사용하여 성과를 측정하고 있으며 Tsai는 창업성과를 정확하게 측정하기 위해서는 객관적 지표와 주관적 지표를 사용하여 측정할 것을 강조했다(Tsai, 1991).

Venkataraman & Ramanujam은 창업성과의 요인들을 다차원구조로 파악하여, 재무적 지표로써 총자산수익률, 자기자본수익률, 매출액수익률, 투자자본수익률 등의 재무경영성과와 비재무적 지표로써 성장률, 제품혁신, 다각화, 시장점유율 등으로 사업경영성과를 측정했으며, 주관적 지표로써 근로생활의 질, 사회적 책임, 만족도 등 조직효과성에 대해 창업성과를 측정하였다(Venkataraman & Ramanujam, 1987).

Cooper & Dunkelberg(1987)는 창업성과를 재무적성과, 상용화 실적, 상대적성과로 제시하고 재무적 성과에는 매출과 영업이익률, 상대적 성과에는 이익 대비 재무적 성과와 경쟁 대비 재무적 성과, 그리고 목표대비 재무적성과로 구분하고 있으며 창업성과는 시장점유율 1위 또는 2위 달성, 상장여부, 기업 상장예비심사통과, 지명도 보유 등을 측정 기준으로 제시하였다(이장우, 2002).

Hughes는 초기 창업기업의 성과를 제품성과와 고객성과로 구분했으며, 제품성과는 판매를 통해 이루어지는 제품의 시장진입 성공여부와 이에 따른 시장점유율을 기초로 측정되고, 고객성과는 고객유치를 통해 이루어지는데 신규시장에 진입하는 기업은 생존하기 위해 기존 고객은 물론, 새로운 고객에게 관심을 갖고 이러한 고객들의 재구매를 통해 기업은 성장할 수 있다고 하였다(Hughes, 2007). 그리고 Kivijarvi & Saarinen은 최근 3

년간 매출액 증가율, 총자산수익률, 순이익율로 성과를 측정하였다 (Kivijarvi & Saarinen, 1995).

Beard & Dess는 비재무적 성과지표로 가장 많이 연구되고 있는 측정방법은 시장점유율 분석이라고 했고, 시장점유율이 높은 기업은 상표인지도, 고객과 유리한 거래조건 확보, 규모의 경제, 경험 축적 등을 통해 유리한 위치를 확보할 수 있으며 시장점유율과 수익성은 서로 밀접한 상관관계가 있다고 주장하였다(Beard & Dess, 1981).

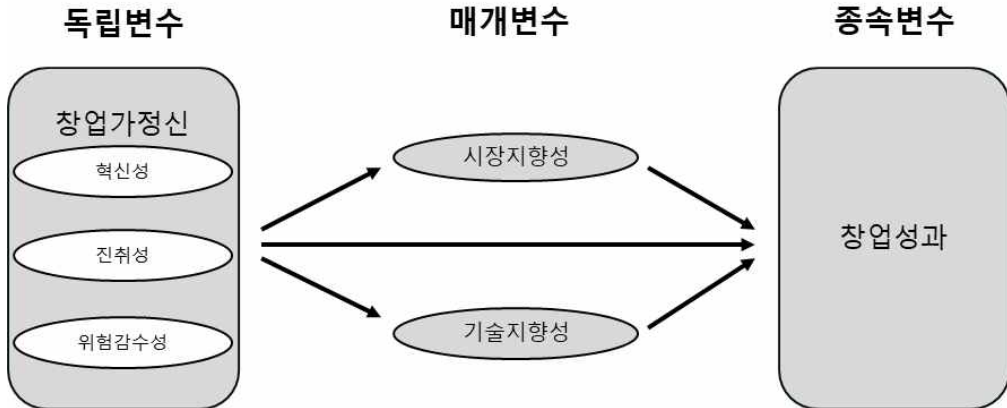
재무적 성과 측정할 때, 본 연구에서는 객관적 지표인 매출 증가, 수익률 증가, 현금흐름 개선, 자산 증가를 측정하였다.

Ⅲ. 연구설계

3.1 연구모형

본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 창업자의 창업자정신이 창업성과에 미치는 영향에 대한 연구로, 창업자의 창업자정신이 시장지향성과 기술혁신지향성 및 창업성과에 미치는 영향관계를 확인하고자 창업자정신을 독립변수로 설정하였으며, 시장지향성과 기술혁신지향성을 매개변수, 창업성과를 종속변수로 하는 연구 모형을 정립하였다. 또한 시장지향성과 기술혁신지향성이 창업성과에 미치는 영향관계를 검증하고자 한다.

[그림 3-1] 통합 연구모형



3.2 연구가설

본 연구에서는 연구모형의 변수 간 인과관계 파악을 하기 위해 [표 3-1]과 같이 선행연구를 바탕으로 연구가설을 설정하였다.

[표 3-1] 연구가설

가설	연구가설의 내용
H1	창업가정신은 시장지향성에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .
H1-1	진취성은 시장지향성에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .
H1-2	위험감수성은 시장지향성에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .
H1-3	혁신성은 시장지향성에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .
H2	창업가정신은 기술혁신지향성에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .
H2-1	진취성은 기술혁신지향성에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .
H2-2	위험감수성은 기술혁신지향성에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .
H2-3	혁신성은 기술혁신지향성에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .
H3	창업가정신은 창업성과에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .
H3-1	진취성은 창업성과에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .
H3-2	위험감수성은 창업성과에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .
H3-3	혁신성은 창업성과에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .

가설	연구가설의 내용
H4	시장지향성은 창업성과에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .
H5	기술혁신지향성은 창업성과에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .
H6	시장지향성은 창업가정신과 창업성과 관계에서 매개역할을 할 것이다
H6 -1	시장지향성은 창업가정신의 진취성과 창업성과 관계에서 매개역할을 할 것이다 .
H6-2	시장지향성은 창업가정신의 위험감수성과 창업성과 관계에서 매개역할을 할 것이다 .
H6-3	시장지향성은 창업가정신의 혁신성과 창업성과 관계에서 매개역할을 할 것이다 .
H7	기술혁신지향성은 창업가정신과 창업성과 관계에서 매개역할을 할 것이다
H7-1	기술혁신지향성은 창업가정신의 진취성과 창업성과 관계에서 매개역할을 할 것이다 .
H7-2	기술혁신지향성은 창업가정신의 위험감수성과 창업성과 관계에서 매개역할을 할 것이다 .
H7-3	기술혁신지향성은 창업가정신의 혁신성과 창업성과 관계에서 매개역할을 할 것이다 .

3.3 변수의 조작적 정의 및 설문구성

3.3.1 변수의 조작적 정의

본 연구에 사용하는 변수들의 개념적 정의에 대해 위에서 살펴보았다. 그래서 본 절에서는 실증적 검증을 위하여 변수들의 조작적 정의와 측정을 위한 항목들을 제시하고자 한다. 아래에 이어지는 질문 항목에 대한 모든 문항을 일괄적으로 리커트 5점 척도로 측정하였다.

변수의 조작적 정의는 경험적 연구에서 매우 중요한 역할을 하며, 변수가 어떤 방법으로 측정되고 있는지를 설명하고, 그 변수에 대한 의미를 부여하는 내용을 가지고 있어야 한다(이군희, 2014). 연구방법론의 이해, 서울: 북넷).

3.3.1.1 창업가정신 속성 변수의 조작적 정의

본 연구는 창업가의 창업가정신이 창업성과에 미치는 영향에 관한 연구로, 서로 중복되는 속성은 변수로 제외하였다. 위의 기본전제를 바탕으로 앞에서 살펴보았던 선행연구에서 도출한 창업가정신의 속성을 분석하였다.

선행 연구들은 기업가 정신의 구성개념을 혁신성(innovativeness), 진취성(proactiveness), 위험감수성(risk-taking)의 세 가지로 구분하고 있다(송동석, 2017). 진취성은 미래의 기회를 예측하고 적극적인 행동을 취함으로써 경쟁자보다 선도기업의 기술을 선점하여 유리한 위치를 확보하려는 경향을 나타내고, 혁신성은 소비자들이 원하는 새로운 제품, 새로운 서비스, 새로운 공정의 개발을 목표로 아이디어를 계획하고 장려하며, 실험과 창의적인 과정을 통하여 새로운 기술을 도입하려는 의도이며, 위험감수성은 기업의 경영환경이 불확실한 상황에서도 미래의 잠재적 보상을 위해 의사결정을 내리고 행동을 취하며 자원을 투입하려는 경향을 의미한다(송동석, 2017). 기업가 정신은 위험부담과 그에 상응하는 보상을 전제

로 하여 가치 있는 그 무엇을 새로이 창조하는 과정이다(이수아, 2019).

[표 3-2] 창업가정신에 대한 조작적 정의

구분	조작적 정의	선행연구
진취성(7)	새로운 기회를 추구하며 적극적으로 포착하기 위한 노력	S c h u m p e t e r (1934), 송동석(2017), 이수아(2019)
혁신성(7)	창의적이고 독창적으로 새로운 변화와 혁신을 추구	
위험감수성(7)	결과가 불확실하여도 과감히 도전하며 대응하는 자세	

3.3.1.2 시장지향성의 조작적 정의

시장지향성의 정의는 학자들마다 관점에 따라 주장하는 정의가 다소 차이가 나는데 문화적 관점을 주장한 Narver & Slater와 행동적 관점을 주장한 Kohli & Jaworski의 연구를 근거로 하였다(Narver & Slater, 1990)(Kohli & Jaworski, 1993). Narver & Slater는 시장지향성은 고객의 욕구를 반영하여 고객을 이해하고 고객을 위해 더 많은 가치를 창조할 수 있는 고객지향성과 경쟁자에 대한 정보를 파악하고, 신속한 대응을 할 수 있게 하는 경쟁지향성과 이러한 정보들은 기업 내부의 조직과 공유하고 서로 협력해 나가는 부서간 조정으로 구성하여 측정 하였다(Narver & Slater, 1990).

Kohli & Jaworski는 시장지향성은 고객의 욕구파악, 제품선호도파악, 경쟁기술파악 등과 같은 시장정보 창출과 창출된 시장정보를 기업의 내부 조직에게 알리는 정보전파와 제품개발, 시장선정 등 실질적인 계획수립과 같이 행동으로 반응하는 개념인 정보에 대한 반응으로 구성하여 측정 하였다(Kohli & Jaworski, 1993).

이에 따라 본 연구에서는 시장지향성을 측정하기위해 Narver & Slater가 주장한 고객지향성, 경쟁지향성, 부서간 조정, 총 12문항을 사용하여

측정하고자 한다(Narver & Slater, 1990).

[표 3-3] 시장지향성에 대한 조작적 정의

구분	조작적 정의	선행연구
시장지향성 (12)	■ 고객을 위해 더 많은 가치를 창조할 수 있는 고객지향성 ■ 경쟁자에 신속한 대응을 할 수 있는 경쟁지향성 ■ 기업 내부의 조직과 공유하고 서로 협력해 나가는 부서간 조정	홍윤식(2003) 이곡지(2011)

3.3.1.3 기술지향성의 조작적 정의

기술지향성은 경쟁사보다 우수한 기술력을 가지고 경쟁사보다 많은 고객을 확보하기 위한 기업 활동을 의미한다(Gatignon & Xuereb, 1997). 조병탁은 많은 기업들이 기술변화를 통해서 성장하기 때문에 기업성과 요인 중에 기술부분이 영향력이 가장 큰 경쟁요인이라고 하였다(조병탁, 1995).

강도규, 박성용은 기술지향성의 하부 구성요소를 연구개발 활동과 연구개발 환경으로 구분하였으며, 이 하부구성요소는 검증된 기술혁신만을 의미하지는 않고 제품개발 초기부터 제품 차별화를 위해 신기술도 적극적으로 채택하여 시장에서의 기술적 우위를 강조하였고 시장지향성과 기술지향성을 서로 독립적인 관계로 보고 기업의 전략수립 시 각각 고려하여 적용 하지만 가능하면 동시에 고려하여 적용할 필요성이 있다고 주장하였다(강도규, 박성용, 2007).

본 연구에서는 기술지향성을 측정하기 위해 시장지향성과 기술지향성을 독립적 관계로 연구하고자 하므로 강도규, 박성용 연구에서 주장한 연구개발 활동과 연구개발 환경, 총 10문항을 사용하였다(강도규, 박성용, 2007).

[표 3-4] 기술지향성에 대한 조작적 정의

구분	조작적 정의	선행연구
기술지향성 (10)	■ 연구개발 활동에 대한 구성원들의 수용 여부 ■ 연구개발 환경에 대한 구성원들의 관심도 및 인지도	이곡지(2011) 고기호(2012)

3.3.1.4 창업성과의 조작적 정의

Tsai는 창업성과를 정확하게 측정하기 위해서는 객관적 지표와 주관적 지표를 사용하여 측정할 것을 강조했다 (Tsai, 1991). Venkataraman & Ramanujam은 창업성과의 요인들을 다차원구조로 파악하여, 재무적 지표로써 총자산수익률, 자기자본수익률, 매출액수익률, 투자자본수익률등의 재무경영성과와 비재무적 지표로써 성장률, 제품혁신, 다각화, 시장점유율 등으로 사업경영성과를 측정했으며, 주관적 지표로써 근로생활의 질, 사회적 책임, 만족도 등 조직효과성에 대해 창업성과를 측정하였다 (Venkataraman & Ramanujam, 1987).

본 연구에서는 창업성과를 측정하기 위해 재무적 성과와 비재무적 성과로, 총 8문항을 사용하였다.

[표 3-5] 창업성과에 대한 조작적 정의

구분	조작적 정의	선행연구
창업성과 (8)	■ 매출, 수익률, 현금흐름, 자산의 재무적 성과 ■ 시장점유율, 인지도, 신기술, 지적재산권의 비재무적 성과	이인우(2009) 신종철(2012)

3.3.2 설문지 구성

설문의 구성은 총 4개의 변수와 인구통계 항목을 포함하여 총 56개 설문 문항으로 구성하였으며 창업가정신의 진취성, 혁신성, 위험감수성 21개, 시장지향성, 기술지향성, 창업성과에 관한 설문항목 30개 문항과 인구통계 항목 5개 문항으로 구성하여 설문을 진행하였다. 회수된 설문조사의 자료는 통계프로그램 SPSS 22을 사용하여 우선 빈도분석과 요인분석을 그리고, 신뢰도분석과 상관관계분석, 회귀분석 등을 순차적으로 실시하였다. 본 설문지의 항목 구성은 아래 [표 3-6]과 같이 구성하였다.

[표 3-6] 설문지 구성

설문 항목		문항수	척도
창업가정신	진취성	7	5점 등간척도
	혁신성	7	5점 등간척도
	위험감수성	7	5점 등간척도
시장지향성		12	5점 등간척도
기술지향성		10	5점 등간척도
창업성과		8	5점 등간척도
인구통계(공통)		5	명목척도, 비율척도

IV. 연구결과

4.1 자료 조사 방법

본 연구는 선행연구를 기본바탕으로 창업자의 창업자정신이 창업성과에 미치는 영향에 대한 연구로, 창업가정신이 시장지향성과 기술혁신성 및 창업성과에 미치는 영향관계를 확인 및 분석하고자 하였으며, 연구 대상은 전 연령대로 진행하였다. 선행연구를 토대로 설문지를 구성하였으며, 선행연구에서 검증된 문항과 연구자의 판단하에 본 연구에 맞게 보완한 항목과 수정한 항목들로 구성하여 설문을 실시하였다. 설문조사를 통한 자료 수집은 2021년 10월 4일에서 2021년 10월 12일까지 9일간 실시하여 146개의 설문 결과를 확보하였으며, 결측치와 이상치 없이 유효한 표본 전체 146부를 연구에 사용하였다. 모든 설문의 척도는 일괄적으로 5점 리커드 척도를 사용하였고, 수집 자료 실증 분석을 위해 통계프로그램 SPSS 22.0을 사용하여 아래와 같이 통계분석을 진행하였다.

첫째, 표본의 기업형태, 성별, 학력, 연령, 사업년수의 인구 통계학적인 특성의 빈도수와 구성 비율을 알기 위하여 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 독립변수의 타당성과 종속변수의 타당성 검증을 하기 위해 Verimax 직각회전방식을 사용하여 탐색적인 요인분석을 실시하였다.

셋째, 연구모형의 모든 변수들 신뢰성의 검증을 하기 위해 Cronbach's Alpha 계수를 활용하여 신뢰성 분석을 실시하였다.

넷째, 독립변수와 종속변수들 간의 관계를 검증하고 가설검증을 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

다섯째, 창업가정신과 창업성과의 관계에서 시장지향성과 기술지향성의 매개역할에 대한 효과의 가설검증을 위해 단순회귀분석과 위계적 회귀분석을 실시하였다.

4.2 표본의 특성

조사 표본의 인구통계적인 특성을 살펴보기 위해 기업형태, 성별, 학력, 연령, 사업년수에 대하여 빈도분석을 실행하였으며, 그 결과는 [표 4-1]과 같다.

성별은 남성이 113명(77.4%), 여성이 33명(22.6%)으로 나타났고, 연령은 20대가 5명(3.4%), 30대가 27명(18.5%), 40대가 39명(26.7%), 50대가 42명(28.8%), 60대 이상이 30명(20.5%)으로 조사되었다. 학력은 초등학교 졸업이 1명(0.7%), 중학교 졸업이 6명(4.1%) 고등학교 졸업이 2명(1.4%), 전문대 졸업이 7명(4.8%), 그 중 대학교 졸업이 66명(45.2%)으로 전체의 40% 이상을 차지했고, 대학원 졸업(대학원 재학생 포함)이 60명(41.1%)으로 나타났다. 응답자의 사업년수는 1년이 51명(34.9%)으로 가장 높은 비율을 차지했으며, 2년이 13명(8.9%), 3년이 19명(13%), 4년이 7명(4.8%), 5년이 8명(5.5%), 6년이 8명(5.5%) 7년 이상이 33명(22.6%)으로 조사되었다. 응답자의 기업형태는 개인기업이 106명(72.6%)으로 가장 높은 비율을 차지했으며, 법인기업이 40명(27.4%)으로 분석되었다.

[표 4-1] 표본의 인구 통계적 특성

[N=146]

항목		빈도(응답자수)	백분율(%)
전체		146	100
성별	남성	113	77.4
	여성	33	22.6

	항목	빈도(응답자수)	백분율(%)
연령	20대	5	3.4
	30대	27	18.5
	40대	39	26.7
	50대	42	28.8
	60세 이상	30	20.5
학력	초등학교 졸업	1	.7
	중학교 졸업	6	4.1
	고등학교 졸업	2	1.4
	전문대 졸업	7	4.8
	대학교 졸업	66	45.2
	대학원 졸업(대학원재학포함)이상	60	41.1
사업년수	1년	51	34.9
	2년	13	8.9
	3년	19	13.0
	4년	7	4.8
	5년	8	5.5
	6년	8	5.5
	7년 이상	33	22.6
기업형태	개인기업	106	72.6
	법인기업	40	27.4

4.3 타당성 및 신뢰도 분석

타당성 분석은 측정 도구가 측정대상을 얼마나 잘 측정하는가를 검증하는 것으로, 일반적으로는 요인분석을 활용해 동일한 구성개념을 측정하는 변수들이 동일한 요인으로 묶이는가를 확인하는 것으로, 요인분석을 통해 동일 요인으로 묶인 변수들의 동질성을 확인하는 것을 신뢰도 분석이라고

하는데, 측정한 것이 얼마나 일치하는지 검증하는 것이다(최창호, 2013).

타당도 검증을 진행하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였으며, 모든 측정변수는 구성 요인을 추출하기 위해 주성분 분석(principle component analysis)을 사용하였고, 요인 적재치의 단순화를 위해 베리맥스(Varimax)회전을 통하여 요인 회전을 하였다(최창호, 2013).

요인 적재치(factor loading value)는 각 변수와 요인 간 상관관계의 정도를 나타내는 것으로, 각 변수들은 요인적재치가 가장 높은 요인에 속하게 되고, 요인이 설명하는 분산의 양을 나타내는 고유값은 특정 요인에 적재된 모든 변수의 적재량을 제곱하여 합한 값을 말한다(최창호, 2013). 값이 클수록 중요한 요인임을 의미하고, 일반적으로 사회과학 분야에서는 요인과 문항의 선택기준으로 고유값은 1.0 이상, 요인 적재치는 0.50 이상이면 유의한 변수로 간주하고, 0.50이 넘으면 아주 중요한 변수로 보는 경향이 있어서 본 연구에서는 고유값이 1.0 이상, 요인 적재치가 0.50 이상인 요인만을 추출하여 사용하였다(최창호, 2013).

신뢰도 분석은 측정도구의 정확성 혹은 정밀성을 나타내는 것으로, Cronbach's α 의 신뢰도 척도 측정값으로 신뢰도 분석결과를 판단한다(채서일 외, 2015). Cronbach's α 값의 신뢰도 기준은 0.6이상이면 수용할 수 있음이며, 0.7이상이면 바람직함, 0.8이상이면 높음, 0.9이상이면 매우 높음이고, 0.6이하일 경우 내적 일관성에 문제가 있다고 의심할 수 있다(황윤정, 2019).

4.3.1 독립변수의 요인분석과 독립변수 신뢰도 분석결과

본 연구의 요인 적재 값이 0.5 이상인 항목들만 추출하여 측정 항목으로 선택했으며, 요인 적재 값이 0.5 미만인 값들에 대해서는 측정 항목에서 제외시켰다. 탐색적 요인분석 단계에서는 타당성 검증을 하기 위해 모든 구성요인을 추출하려고 주성분 분석을 사용하였고, 단순화되어 도출된 요인 적재 값을 확인하기 위해 Varimax 회전을 사용하였다.

독립 변수들의 대한 요인분석과 신뢰도분석은 다음 [표 4-2]와 같다. 추출된 요인의 적재 값은 최소 .516에서 최대 .780로 나타났다. 표본형성 적절성을 나타내는 KMO는 .894로 적절한 수준 .7보다 높은 값으로 나타났다으며, Bartlett에서 구형성 검정 결과 값으로는 p값이 0.05보다 작게나와 요인분석에 적합한 것으로 판단 할 수 있다.

독립 변수에 대한 신뢰도 분석한 결과, Cronbach α 값은 최소 0.791에서 최대 0.853로 나타났다.

[표 4-2] 독립변수 요인분석 결과와 신뢰도 분석결과

항목	요인분석				항목 삭제시 Cronbach's α	Cronbach's α
	성분1	성분2	성분3	공통성		
위험감수성5	.771	.286	.178	.707	.814	.853
위험감수성6	.751	.199	.308	.699	.806	
위험감수성4	.736	.195	.183	.614	.834	
위험감수성7	.685	.208	.273	.707	.833	
위험감수성3	.516	.448	.419	.643	.826	
진취성3	.316	.778	.106	.716	.732	.815
진취성5	.147	.760	.205	.641	.792	
진취성2	.174	.730	.379	.706	.760	
진취성4	.438	.617	.154	.597	.783	
혁신성7	.331	.057	.781	.723	.773	.791
혁신성6	.270	.316	.729	.705	.677	
혁신성4	.203	.411	.713	.718	.693	
Eigen Value	3.003	2.772	2.282			
분산설명(%)	25.025	23.104	19.016			
누적 분산 설명(%)	25.025	48.129	67.145			

Kaiser-Meyer-Olkin 표본 적합도. = 0.894
근사카이제곱=863.089, df = 66, P = .000

4.3.2 종속변수의 요인분석과 신뢰도 분석결과

종속변수의 요인분석과 신뢰도 분석의 경우 앞의 독립변수의 요인분석과 신뢰도분석과 동일하게 진행되었으며, 21개의 항목을 분석에 활용했다.

본 연구에서의 요인 적재 값이 0.5 이상인 항목만 추출하여 측정 항목으

로 선택했으며, 반면 요인 적재 값이 0.5 미만인 값들에 대해서는 측정 항목에서 제외시켰다. 탐색적 요인분석 단계에서는 타당성을 검증하기 위해 모든 구성요인을 추출하려고 주성분 분석을 사용하였고, 단순화되어 도출된 요인 적재 값을 확인하기 위해 Varimax 회전을 사용하였다.

종속변수들의 요인분석은 아래 [표 4-3]와 같다. 추출한 요인의 적재 값은 최소 .546에서 최대 .887로 나타났다. 표본형성 적절성을 나타내는 KMO는 .923로 적절한 수준인 .7보다 높은 값으로 나타났으며, Bartlett의 구형성 검정 결과값은 p값이 0.05보다 작게 나타나 요인분석에 적합하다고 할 수 있다.

종속변수에 대한 신뢰도 분석 결과는 시장지향성의 신뢰의 Cronbach α 값은 0.922로 나타났다. 또한 창업성과의 Cronbach α 값은 0.930로 기술지향성의 Cronbach α 값은 0.861로 나타났다.

[표 4-3] 종속변수의 요인분석 결과와 신뢰도 분석결과

항목	요인분석				항목 삭제시 Cronbach 's α	Cronbach 's α
	성분1	성분2	성분3	공통성		
시장지향성10	.795	.324	.246	.797	.906	.922
시장지향성11	.781	.278	.137	.706	.914	
시장지향성9	.744	.347	.284	.754	.908	
시장지향성7	.737	.118	.304	.649	.914	
시장지향성12	.730	.256	.154	.622	.915	
시장지향성8	.686	.156	.420	.671	.911	
시장지향성5	.649	.117	.497	.681	.912	
시장지향성6	.546	.230	.480	.581	.917	
창업성과3	.156	.887	.108	.823	.914	.930
창업성과2	.164	.857	.167	.790	.915	
창업성과4	.078	.794	.239	.693	.924	
창업성과5	.370	.784	.215	.797	.912	
창업성과1	.230	.773	.301	.740	.917	
창업성과6	.381	.672	.262	.665	.921	
창업성과7	.422	.618	.195	.598	.929	
기술지향성2	.133	.168	.786	.664	.839	.861
기술지향성4	.475	.137	.690	.720	.821	
기술지향성3	.439	.132	.679	.672	.824	
기술지향성7	.172	.255	.641	.505	.852	

항목	요인분석				항목 삭제시 Cronbach 's α	Cronbach 's α
	성분1	성분2	성분3	공통성		
기술지향성8	.286	.283	.640	.571	.838	
기술지향성1	.218	.322	.598	.508	.848	
Eigen Value	5.224	4.983	4.002			
분산설명(%)	24.875	23.726	19.058			
누적분산설명(%)	24.875	48.601	67.659			

Kaiser-Meyer-Olkin 표본 적합도 = .923
Bartlett의 단위행렬검정 근사카이제곱 = 2232.202, df = 210 (p = .000)

4.4 상관관계 분석

상관관계란 변수들 간 관계를 말하는 것으로, 두 개 이상의 변수에 있어서 한 변수가 변화함에 따라 다른 변수가 어떻게 변화하는지와 같은 변화의 방향과 강도를 의미한다(송지준, 2015). 상관관계 분석에서 변수들 간의 관련성 정도를 값으로 판단하는데, 값은 0에서 ± 1 사이로 나타나고, 계수의 절대 값이 크면 클수록 변수들 사이에 강한 관계가 있다고 본다(Judge, Griffiths, Hill, Lee, 1980). 상관계수로부터 상관관계를 판단하는 기준은 상관계수가 ± 0.2 미만이면 상관관계가 거의 없다고 보며, ± 0.4 미만이면 낮은 상관관계, ± 0.7 미만이면 다소 높은 상관관계로 볼 수 있으며(채서일, 2003), ± 0.9 미만이면 높은 상관관계, ± 0.9 이상이면 매우 높은 상관관계로 본다. 또한 변수들 간의 상관계수 값이 0.80 이상이라면 다중공선성을 의심할 수 있다(Judge, Griffiths, Hill, Lee, 1980).

본 연구에서는 각 변수들의 상관관계 확인을 위하여 타당성 및 신뢰도 분석을 통해 확정된 변수들만을 대상으로 Pearson 상관관계 분석을 진행하였다(Judge, Griffiths, Hill, Lee, 1980).

먼저, 변수의 상관관계분석 결과는 아래 [표 4-4]과 같다. 결론적으로 0.01 유의수준 하에서 모든 변수들 간의 상관관계는 유의한 관계로 나타났다. 변수들 간의 상관계수 값이 모두 .80보다는 적다는 것은 다중공선

성은 없는 것으로 볼수 있으므로 변수들 간 회귀분석이 가능하다고 판단했다. 상관관계를 세부적으로 살펴보기 위하여 다음 장의 다중회귀분석을 통하여 좀 더 심층적인 연구를 진행하고자 한다.

[표 4-4] 변수 상관관계 분석

		진취성	위험 감수성	혁신성	시장 지향성	기술 지향성	창업성과
진취성	Pearson 상관계수	1					
	유의수준(양쪽)						
	N	144					
위험 감수성	Pearson 상관계수	.641**	1				
	유의수준(양쪽)	.000					
	N	144	146				
혁신성	Pearson 상관계수	.621**	.654**	1			
	유의수준(양쪽)	.000	.000				
	N	143	145	145			
시장 지향성	Pearson 상관계수	.411**	.528**	.485**	1		
	유의수준(양쪽)	.000	.000	.000			
	N	143	144	143	144		
기술 지향성	Pearson 상관계수	.360**	.461**	.470**	.590**	1	
	유의수준(양쪽)	.000	.000	.000	.000		
	N	142	144	143	142	144	
창업 성과	Pearson 상관계수	.369**	.440**	.343**	.618**	.522**	1
	유의수준(양쪽)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	139	141	140	139	141	141

**. 상관관계가 0.01 수준에서 유의합니다(양측).

4.5 가설검증

회귀분석은 사회과학분야 연구에서 매우 많이 사용되며, 독립변수들이 종속변수들에 어떠한 어느정도의 영향을 미치는지에 대한 파악을 위해 실

시한다. 두 변수 간 인과관계를 분석하는 것이다. 단순회귀분석은 독립변수와 종속변수가 각 1개일 때 이용하며, 다중회귀분석은 두 개 이상의 독립변수와 한 개의 종속변수 일 때 이용한다(송지준, 2015)

다중회귀분석의 특성상 독립변수들 간의 다중공선성이 없어야 한다. 다중공선성(multi-collinearity)이란 독립변수들 간 상관관계를 의미하며, 하나의 독립변수가 다른 독립변수에 미치는 영향이 클 경우에 다중공선성이 존재한다고 볼 수 있다(이훈영, 2013).

다중공선성을 평가하는 지표로는 분산팽창요인인 VIF(Variance Inflation Factor로 VIF 값이 10이상인 경우에 다중공선성이 존재하는 것으로 판단한다(이일현, 2014).

4.5.1 창업가 정신의 속성과 시장지향성, 기술지향성, 창업성과의 관계에 대한 가설검증

가설 H1 : 창업가 정신은 시장지향성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H1-1 : 창업가 정신의 진취성은 시장지향성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H1-2 : 창업가 정신의 위험감수성은 시장지향성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H1-3 : 창업가 정신의 혁신성은 시장지향성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

시장지향성이 창업가 정신의 속성으로부터 받는 영향을 확인하기 위해 창업가 정신의 속성 혁신성, 진취성, 위험감수성을 독립변수로, 시장지향성을 종속변수로 정하여 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 아래 [표 4-5]와 같다. 독립변수와 종속변수의 상관계수는 0.558로 나타나고, 독립변수는 종속변수를 31.2%(R제곱=0.312) 설명하고 있다. Durbin-Watson는 1.949로 기준값이 2에 근접했기 때문에 잔차들 간에 상관관계가 없다

고 판단했으며, 이는 회귀모형이 적합하다고 해석이 가능하다.

[표 4-5] 창업가 정신 속성과 시장지향성의 관계에 대한 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1	.558a	.312	.297	.57133	1.949

a. 예측자: (상수), 혁신성, 진취성, 위험감수성

b. 종속변수: 시장지향성

[표 4-6]에서 분산분석을 살펴보면, F값은 20.812, 유의확률은 .000($p < .05$)으로 나타나서, 회귀선이 분석 모델에 적합한 것으로 판단이 가능하다.

[표 4-6] 창업가 정신 속성과 시장지향성의 관계에 대한 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	20.380	3	6.793	20.812	.000b
	잔차	45.045	138	.326		
	전체	65.426	141			

a. 예측자: (상수), 혁신성, 진취성, 위험감수성

b. 종속변수: 시장지향성

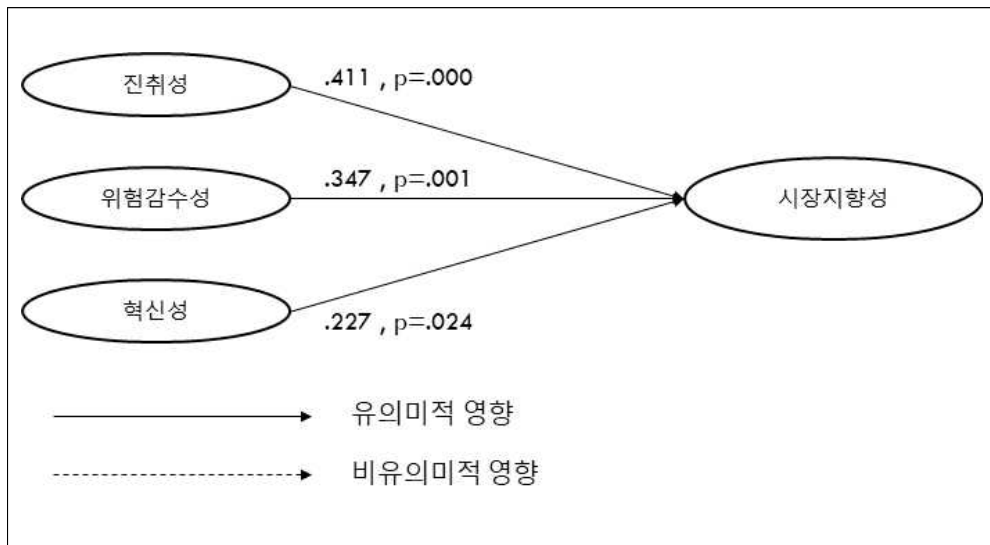
[표 4-7]의 계수를 통해 창업가 정신 속성과 시장지향성의 영향관계를 파악한 결과, t값은 3.403, p값은 .001로 나타나 가설 H1-2은 채택되었다. 즉, 위험감수성을 높게 지각하면 시장지향성이 높아진다는 것을 의미한다. 또한 혁신성은 t값이 2.290으로 p값은 .024로 나타나 가설 H1-3은 채택되었다. 그리고 진취성은 t값이 5.539으로 p값은 .000로 나타나 가설 H1-1은 채택되었다. 공차한계는 진취성, 위험감수성, 혁신성이 각각 .513 .479 .507로 0.1보다는 모두 훨씬 높게 나타나 다중공선성에는 아무 문제 없다고 판단 할 수 있다.

[표 4-7] 창업가 정신 속성과 시장지향성의 관계에 대한 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1	(상수)	1.332	.324		4.113	.000		
	진취성	.398	.074	.411	5.359	.000	.513	1.949
	위험감수성	.363	.107	.347	3.403	.001	.479	2.086
	혁신성	.229	.100	.227	2.290	.024	.507	1.973

a. 종속변수: 시장지향성

[그림 4-1] 창업가 정신 속성과 시장지향성 관계에 대한 가설 검증 결과



가설 H2 : 창업가 정신은 기술지향성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H2-1 : 창업가 정신의 진취성은 기술지향성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H2-2 : 창업가 정신의 위험감수성은 기술지향성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H2-3 : 창업가 정신의 혁신성은 기술지향성에 정(+)의 영향을

미칠 것이다.

기술지향성이 창업가 정신의 속성으로부터 받는 영향을 확인하기 위해 창업가 정신의 속성 혁신성, 진취성, 위험감수성을 독립변수로, 기술지향성을 종속변수로 정하여 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 아래 [표 4-8]과 같다. 독립변수들과 종속변수의 상관계수는 0.509로 나타났고, 독립변수는 종속변수를 25.9%(R제곱=0.259) 설명하고 있다. Durbin-Watson는 1.820로 값이 나와 기준값이 2에 가까우므로 잔차들 간에 상관관계가 없다고 할 수 있다. 이에 회귀모형이 적합하다고 판단 할 수 있다.

[표 4-8] 창업가 정신 속성과 기술지향성의 관계에 대한 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1	.509a	.259	.243	.67165	1.820

- a. 예측자: (상수), 혁신성, 진취성, 위험감수성
b. 종속변수: 기술지향성

[표 4-9]에서 분산분석을 살펴보면, F값은 15.996, 유의확률 값은 .000($p < .05$)으로 나타나서, 회귀선이 모델에 적합한 것으로 판단 할 수 있다.

[표 4-9] 창업가 정신 속성과 기술지향성의 관계에 대한 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	21.648	3	7.216	15.996	.000b
	잔차	61.803	137	.451		
	전체	83.450	140			

- a. 예측자: (상수), 혁신성, 진취성, 위험감수성
b. 종속변수: 기술지향성

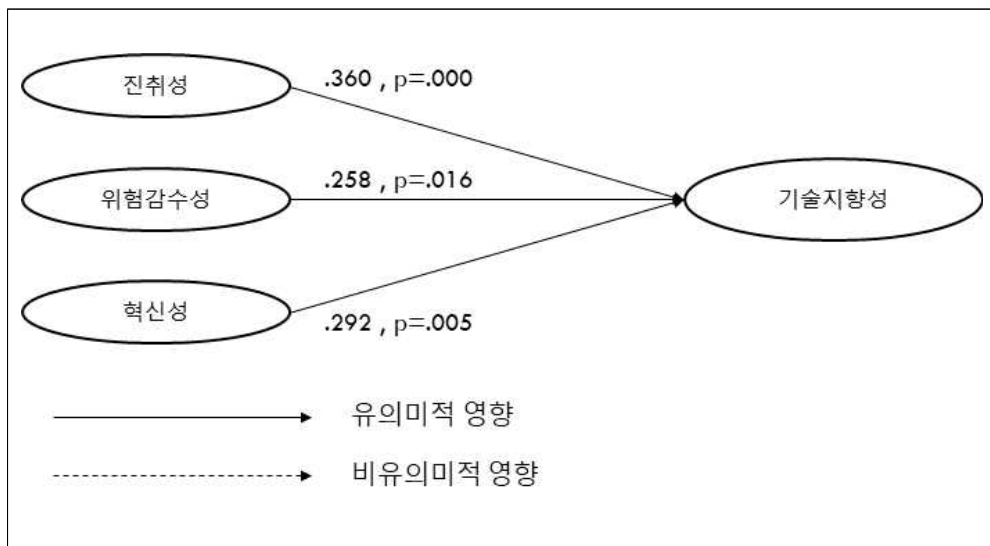
[표 4-10]의 계수를 통해 창업가정신이 속성과 기술지향성 간의 영향 관계를 파악한 결과, 위험감수성의 t값은 2.435, p값은 .016로 나타나 가설 H2-2은 채택되었다. 즉, 위험감수성을 높게 지각하면 시장지향성이 높아진다는 것을 의미한다. 또한 혁신성은 t값이 2.821으로 p값은 .005로 나타나 가설 H2-3은 채택되었다. 그리고 진취성은 t값이 4.564으로 p값은 .000로 나타나 가설 H2-1은 채택되었다. 공차한계는 진취성, 위험감수성, 혁신성이 각각 .511 .483 .504로 0.1보다 모두 매우 높게 나타나 다중공선성에는 문제가 없다고 판단이 가능하다.

[표 4-10] 창업가 정신 속성과 기술지향성의 관계에 대한 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1	(상수)	1.375	.384		3.577	.000		
	진취성	.397	.087	.360	4.564	.000	.511	1.956
	위험감수성	.306	.126	.258	2.435	.016	.483	2.072
	혁신성	.337	.120	.292	2.821	.005	.504	1.983

a. 종속변수: 기술지향성

[그림 4-2] 창업가 정신 속성과 기술지향성 관계에 대한 가설 검증 결과



가설 H3 : 창업가 정신은 창업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H3-1 : 창업가 정신의 진취성은 창업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H3-2 : 창업가 정신의 위험감수성은 창업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H3-3 : 창업가 정신의 혁신성은 창업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

창업성과가 창업가 정신의 속성으로부터 받는 영향을 확인하기 위해 창업가 정신의 속성 혁신성, 진취성, 위험감수성을 독립변수로, 창업성과를 종속변수로 정하여 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 아래 [표 4-11]와 같다. 독립변수들과 종속변수의 상관계수는 0.454로 나타나고, 독립변수는 종속변수를 20.6%(R제곱=0.206) 설명하고 있다. Durbin-Watson는 2.080로 값이 나와 기준값이 2에 매우 가까워서 잔차들 간에 상관관계가 없다고 할 수 있다. 그래서 회귀모형이 적절한 방법이라고 해석할 수 있다.

[표 4-11] 창업가 정신 속성과 창업성과의 관계에 대한 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1	.454a	.206	.188	.67479	2.080

a. 예측자: (상수), 혁신성, 진취성, 위험감수성

b. 종속변수: 창업성과

[표 4-12]에서 분산분석을 살펴보면, F값은 11.606, 유의확률 값은 .000($p < .05$)으로 나타나서, 회귀선이 모델에 적합한 것으로 판단 할 수 있다.

[표 4-12] 창업가 정신 속성과 창업성과의 관계에 대한 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	15.853	3	5.284	11.606	.000b
	잔차	61.016	134	.455		
	전체	76.869	137			

a. 예측자: (상수), 혁신성, 진취성, 위험감수성

b. 종속변수: 창업성과

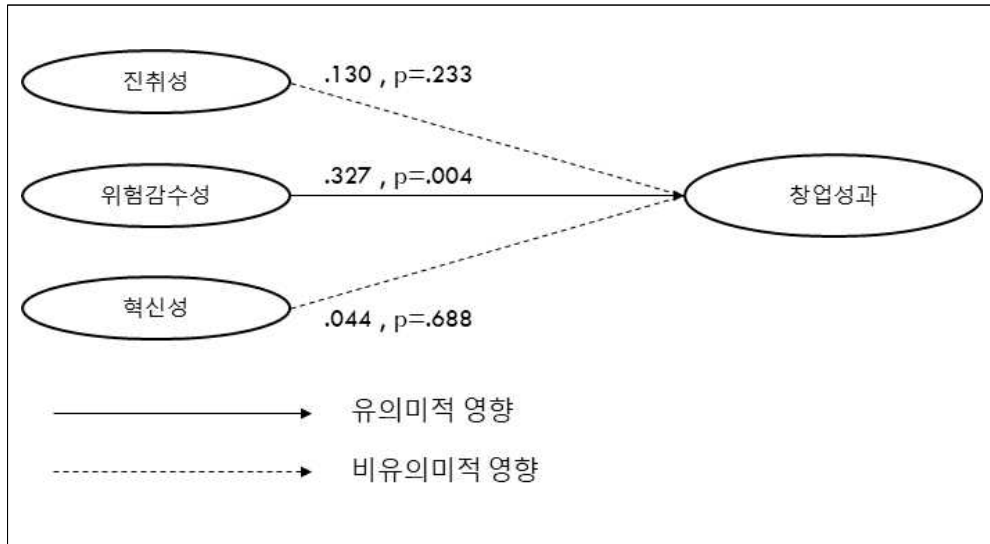
[표 4-13]의 계수를 통해 창업가정신의 속성과 창업성과 간의 영향관계를 파악한 결과, 위험감수성의 t값은 2.956, p값은 .004로 나타나 가설 H3-2은 채택되었다. 즉, 위험감수성을 높게 지각하면 창업성과가 높아진다는 것을 의미한다. 그러나 혁신성은 t값이 .403으로 p값은 .668로 나타나 가설 H3-3은 기각되었다. 또한 진취성은 t값이 1.198으로 p값은 .233로 나타나 가설 H3-1은 기각되었다. 공차한계는 진취성, 위험감수성, 혁신성이 각각 .505 .484 .497로 0.1보다 모두 매우 크게 나타나 다중공선성에는 문제가 없다고 판단 할 수 있다.

[표 4-13] 창업가 정신 속성과 창업성과의 관계에 대한 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1	(상수)	1.402	.388		3.615	.000		
	진취성	.138	.115	.130	1.198	.233	.505	1.979
	위험감수성	.373	.126	.327	2.956	.004	.484	2.064
	혁신성	.049	.122	.044	.403	.688	.497	2.011

a. 종속변수: 창업성과

[그림 4-3] 창업가 정신 속성과 창업성과 관계에 대한 가설 검증 결과



4.5.2 시장지향성, 기술지향성과 창업성과의 관계에 대한 가설검증

가설 H4 : 시장지향성은 창업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

창업성과가 시장지향성으로부터 받는 영향을 확인하기 위해 시장지향성을 독립변수로, 창업성과를 종속변수로 정하여 단순회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 아래 [표 4-14]와 같다. 독립변수인 시장지향성과 종속변수인 창업성과의 상관계수는 0.618로 나타나고, 독립변수는 종속변수를 38.2%($R^2=0.382$) 설명하고 있다. Durbin-Watson은 2.080로 값이 나와 기준값이 2에 매우 근접하여 잔차들 간에 상관관계가 없다고 판단했으며, 이는 회귀모형이 적합하다고 해석이 가능하다.

[표 4-14] 시장지향성과 창업성과의 관계에 대한 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1	.618a	.382	.377	.58904	2.080

- a. 예측자: (상수), 시장지향성
b. 종속변수: 창업성과

[표 4-15]에서 분산분석을 살펴보면, F값은 84.580, 유의확률 값이 .000($p < .05$)으로 나타나서, 회귀선이 모델에 적합하다고 판단된다.

[표 4-15] 시장지향성과 창업성과의 관계에 대한 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	29.347	1	29.347	84.580	.000b
	잔차	47.534	137	.347		
	전체	76.881	138			

- a. 예측자: (상수), 시장지향성
b. 종속변수: 창업성과

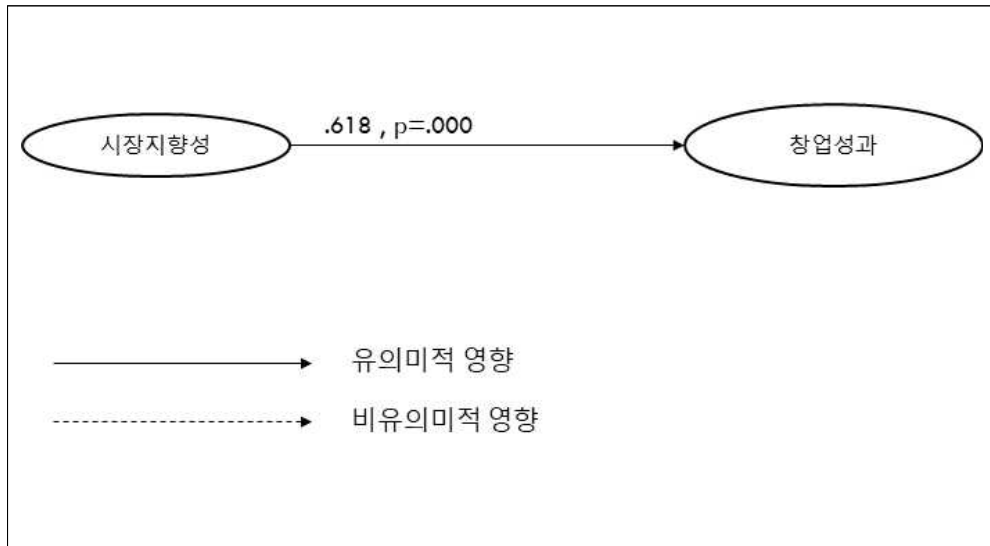
[표 4-16]의 계수를 통해 시장지향성과 창업성과의 영향관계를 파악한 결과, t값은 9.197, p값은 .000로 나타나 가설 H7은 채택되었다. 즉, 시장지향성을 높게 지각하면 창업성고가 높아진다는 것을 의미한다.

[표 4-16] 시장지향성과 창업성과의 관계에 대한 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1	(상수)	1.006	.287		3.507	.001		
	시장지향성	.676	.073	.618	9.197	.000	1.000	1.000

- a. 종속변수: 창업성과

[그림 4-4] 시장지향성과 창업성과의 관계에 대한 가설 검증 결과



가설 H5 : 기술지향성은 창업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

창업성과가 기술지향성으로부터 받는 영향을 확인하기 위해 기술지향성을 독립변수로, 창업성과를 종속변수로 정하여 단순회귀분석을 실시하였다. 그 결과는 아래 [표 4-17]와 같다. 독립변수인 기술지향성과 종속변수인 창업성과의 상관계수는 0.522로 나타나고, 독립변수는 종속변수를 27.2%(R제곱=0.272) 설명하고 있다. Durbin-Watson는 1.967로 기준값이 2에 근접하여 잔차들 간에 상관관계가 없는 것으로 판단했으며, 이는 회귀모형이 적합하다고 해석이 가능하다.

[표 4-17] 기술지향성과 창업성과의 관계에 대한 모형 요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1	.522a	.272	.267	.63610	1.967

a. 예측자: (상수), 기술지향성

b. 종속변수: 창업성과

[표 4-18]에서 분산분석을 살펴보면, F값은 51.939, 유의확률 값이 .000($p < .05$)으로 나타나서, 회귀선이 모델에 적합한 것으로 나타났다.

[표 4-18] 기술지향성과 창업성과의 관계에 대한 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀	21.016	1	21.016	51.939	.000b
	잔차	56.242	139	.405		
	전체	77.257	140			

a. 예측자: (상수), 기술지향성

b. 종속변수: 창업성과

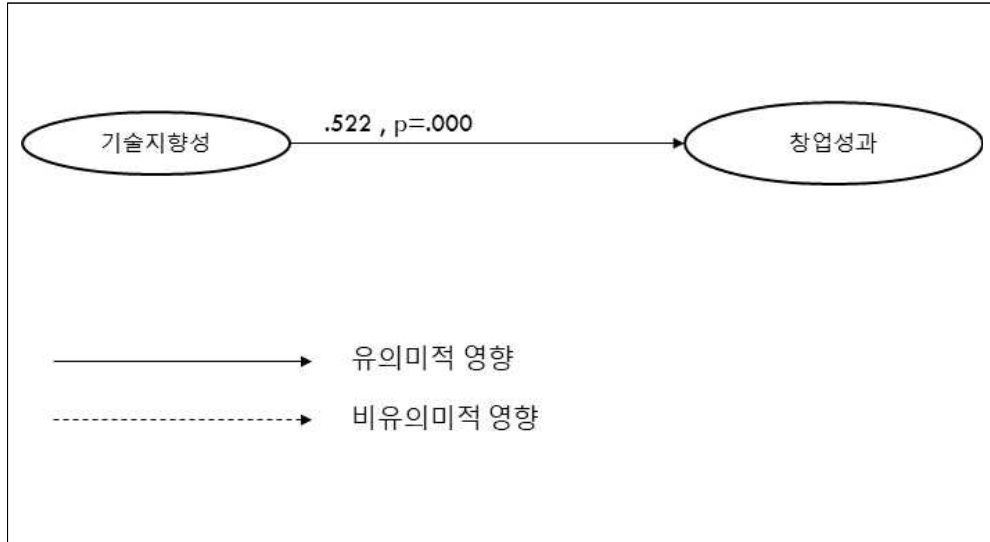
[표 4-19]의 계수를 통해 시장지향성과 창업성과의 영향관계를 파악한 결과, t값은 7.207, p값은 .000로 나타나 가설 H8은 채택되었다. 즉, 기술지향성을 높게 지각하면 창업성과가 높아진다는 것을 의미한다.

[표 4-19] 기술지향성과 창업성과의 관계에 대한 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1	(상수)	1.606	.282		5.691	.000		
	기술지향성	.505	.070	.522	7.207	.000	1.000	1.000

a. 종속변수: 창업성과

[그림 4-5] 기술지향성과 창업성과의 관계에 대한 가설 검증 결과



4.5.3 창업가 정신 속성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개역할에 대한 가설검증

창업가 정신 속성이 창업성과에 미치는 영향을 시장지향성이 매개하는 효과가 있는지 검증하기 위해, Baron & Kenny가 제안한 3단계 검증방식 (Baron & Kenny, 1986)에 따라 매개효과 분석을 실시하였다.

매개 효과 검정은 다음과 같은 3단계 방법을 통하여 검정이 이루어지는데, 1단계에서는 회귀분석을 통해 독립변수가 매개변수에 통계적으로 유의한 영향을 미쳐야 하며, 2단계에서 역시 독립변수가 종속변수에 유의한 영향을 미쳐야 하고, 3단계에서도 독립변수와 매개변수를 동시에 투입한 다중회귀분석을 실시하여 매개변수가 종속변수에 통계적으로 유의한 영향을 미치는지 확인해야한다(배병렬, 2015)(이일현, 2014). 이 때 제 2단계 회귀분석 결과 도출된 독립변수의 회귀계수값은 제 3단계에서 도출된 독립변수의 회귀계수값보다 커야만 하는데, 이러한 매개효과 검정방법을 적용하여 매개역할을 하는지를 규명하도록 하겠다(송지준, 2015).

3단계 분석결과 매개변인이 종속변인에 유의한 영향을 미치지만 독립변

인이 종속변인에 유의한 영향을 미치지 않는 경우 완전매개라 하고, 독립변인이 종속변인에 유의한 영향을 미치지만 2단계 비해 감소하는 경우 부분매개라 한다(전동근, 2020)

가설 H6 : 창업가 정신의 속성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성은 매개역할을 할 것이다.

가설 H6-1 : 창업가 정신의 속성 진취성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성은 매개역할을 할 것이다.

가설 H6-2 : 창업가 정신의 속성 위험감수성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성은 매개역할을 할 것이다.

가설 H6-3 : 창업가 정신의 속성 혁신성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성은 매개역할을 할 것이다.

[표 4-20] 창업가 정신 속성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 검증

독립 변수	단계	1단계	2단계	3단계	매개 효과 확인
		가설 H1에서 검증	가설 H9-1, H9-2, H9-3에서 검증		
		단순회귀분석	위계적회귀분석		
		독립변수→매개변수	독립변수→종속변 수	(독립변수+매개 변수)→종속변 수	
진취성	진취성→시장지향성	진취성→창업성과	(진취성+시장지향성)→창업성과		2단계 와 3단계 의 β값 비교
위험감수성	위험감수성→시장지향성	위험감수성→창업성과	(위험감수성+시장지향성)→창업성과		
혁신성	혁신성→시장지향성	혁신성→창업성과	(혁신성+시장지향성)→창업성과		
종속변수	시장지향성	창업성과			

먼저 1단계에서 독립변수인 진취성, 위험감수성, 혁신성이 매개변수인 시장지향성에 유의한 영향을 미치는가를 확인하기 위하여 진취성, 위험감

수성, 혁신성을 독립변수로, 시장지향성을 종속변수로 설정하여 [표 4-21]처럼 회귀분석을 실행했다(가설 H1-1, H1-2, H1-3).

그 결과 위험감수성은 시장지향성과의 관계에 있어서 통계적으로 유의 수준 속에서 유의미한 영향을 미친다고 도출되었고($t=3.403$, $p=.001$), 혁신성 역시 유의한 영향을 미친다고 도출되었다($t=2.290$, $p=.024$). 그리고 진취성의 t 값은 5.359, p 값은 .000로 나타나 시장지향성에 통계적 유의수준하에서 영향을 미치는 것으로 나타났다.

따라서 매개효과 분석절차 1단계에서 위험감수성과 혁신성, 진취성이 조건에 만족하는 것으로 나타났다.

[표 4-21] 창업가 정신 속성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1	(상수)	1.332	.324		4.113	.000		
	진취성	.398	.074	.411	5.359	.000	.513	1.949
	위험감수성	.363	.107	.347	3.403	.001	.479	2.086
	혁신성	.229	.100	.227	2.290	.024	.507	1.973

a. 종속변수: 시장지향성

4.5.3.1 창업가 정신(진취성)과 창업성과 간 시장지향성의 매개효과

다음으로 매개효과의 확인을 위해 2단계에서 위계적 회귀분석을 실행하였다. [표4-22]과 같이 나타난 3단계의 수정된 R제곱 값이 38.5%의 설명력을 가지고 있다.

[표 4-22] 진취성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1(2단계)	.367a	.135	.128	.69770	2.110
2(3단계)	.628b	.394	.385	.58587	

- a. 예측변수: (상수), 진취성
b. 예측변수: (상수), 진취성, 시장지향성
c. 종속변수: 창업성과

[표4-23]와 같이 3단계의 F값은 43,954이고 유의확률 값이 $p=.000$ 으로 나타나 모든 값이 통계적 유의수준 하에 있는 것으로 판된되어, 도출된 회귀선이 모델에 적합하다고 할 수 있다.

[표 4-23] 진취성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1(2단계)	회귀	10.308	1	10.308	21.176	.000b
	잔차	66.203	136	.487		
	전체	76.512	137			
2(3단계)	회귀	30.174	2	15.087	43.954	.000c
	잔차	46.338	135	.343		
	전체	76.512	137			

- a. 종속변수: 창업성과
b. 예측변수: (상수), 진취성
c. 종속변수: (상수), 진취성, 시장지향성

[표4-24]과 같이 2단계에서는 진취성의 t 통계량에 따른 유의확률(p) 값이 $p=.000$ 로 나타났고, 3단계에서는 시장지향성만의 t 통계량에 따른 유의확률 값이 $p=.000$ 으로 나타났다. 창업가정신 속성의 진취성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성은 완전매개효과가 있는 것으로 분석되었다. 다중공선성은 일반적으로 분산팽창요인(VIF : variation inflation factor) 값으로 진단하며, VIF 값이 10이상이면 다중공선성이 존재하는 것으로 간주하나(R.R. Hocking & O.J. Pendleton, 1983, 이일현, 2014), VIF 지수가 10보다 낮으므로 다중공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다.

[표 4-24] 진취성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 계수

모형		비표준 계수		표준 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
2(2단계)	(상수)	2.085	.337		6.193	.000		
	진취성	.389	.085	.367	4.602	.000	1.000	1.000
3(3단계)	(상수)	.696	.337		2.067	.041		
	진취성	.142	.078	.134	1.813	.072	.826	1.210
	시장지향성	.613	.081	.560	7.608	.000	.826	1.210

a. 종속변수: 창업성과

4.5.3.2 창업가 정신(위험감수성)과 창업성과 간 시장지향성의 매개효과

다음으로 매개효과를 확인을 위해 2단계에서 위계적 회귀분석을 실행하였다. [표4-25]과 같이 3단계의 수정된 R제곱 값이 39.1%의 설명력을 가지고 있다.

[표 4-25] 위험감수성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1(2단계)	.439a	.193	.187	.67302	2.077
2(3단계)	.632b	.400	.391	.58263	

a. 예측변수: (상수), 위험감수성

b. 예측변수: (상수), 위험감수성, 시장지향성

c. 종속변수: 창업성과

[표4-26]와 같이 3단계의 F값은 45,240이고 유의확률 값은 $p=.000$ 으로 모두 통계적 유의수준 속에 있다고 판단 가능하며, 도출된 회귀선이 모델에 적합하다고 할 수 있다.

[표 4-26] 위험감수성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1(2단계)	회귀	14.826	1	14.826	32.733	.000b
	잔차	62.055	137	.453		
	전체	76.881	138			
2(3단계)	회귀	30.714	2	15.357	45.240	.000c
	잔차	46.167	136	.339		
	전체	76.881	138			

- a. 종속변수: 창업성과
b. 예측변수: (상수), 위험감수성
c. 종속변수: (상수), 위험감수성, 시장지향성

[표4-27]과 같이 2단계에서는 위험감수성의 t 통계량에 따른 유의확률 값이 $p=.000$ 로 나타났고, 3단계에서는 위험감수성과 시장지향성이 t 통계량에 따른 유의확률 값이 각각 $p=.047$ $p=.000$ 으로 나타났다. 창업가 정신 속성의 위험감수성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성은 부분매개효과가 있는 것으로 분석되었다. 다중공선성은 일반적으로 분산팽창요인(VIF : variation inflation factor) 값으로 진단하며, VIF 값이 10이상이면 다중공선성이 존재하는 것으로 간주하나(R.R. Hocking & O.J. Pendleton, 1983, 이일현, 2014), VIF 지수가 10보다 낮으므로 다중공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다.

[표 4-27] 위험감수성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 계수

모형		비표준 계수		표준 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
2(2단계)	(상수)	1.648	.347		4.750	.000		
	위험감수성	.497	.087	.439	5.721	.000	1.000	1.000
3(3단계)	(상수)	.655	.334		1.964	.052		
	위험감수성	.178	.089	.157	2.007	.047	.722	1.385
	시장지향성	.585	.086	.535	6.841	.000	.722	1.385

- a. 종속변수: 창업성과

4.5.3.3 창업가 정신(혁신성)과 창업성과 간 시장지향성의 매개효과

다음으로 매개효과의 확인을 위해 2단계에서 위계적 회귀분석을 실행하였다. [표4-28]과 같이 나타난 3단계의 수정된 R제곱 값이 39.1%의 설명력을 가지고 있다.

[표 4-28] 혁신성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1(2단계)	.341a	.117	.110	.70662	2.061
2(3단계)	.620b	.385	.376	.59180	

- a. 예측변수: (상수), 혁신성
b. 예측변수: (상수), 혁신성, 시장지향성
c. 종속변수: 창업성과

[표4-29]와 같이 3단계의 F값은 42.243이고 유의확률 값은 $p=.000$ 으로 모든 값은 통계적 유의수준 속에 있다고 할 수 있고, 도출된 회귀선이 모델에 적합하다고 할 수 있다.

[표 4-29] 혁신성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1(2단계)	회귀	8.963	1	8.963	17.952	.000b
	잔차	67.906	136	.499		
	전체	76.869	137			
2(3단계)	회귀	29.589	2	14.794	42.243	.000c
	잔차	47.280	135	.350		
	전체	76.869	137			

- a. 종속변수: 창업성과
b. 예측변수: (상수), 혁신성
c. 종속변수: (상수), 혁신성, 시장지향성

[표4-30]과 같이 2단계에서는 혁신성의 t 통계량에 따른 유의확률 값이 $p=.000$ 로 나타났고, 3단계에서는 시장지향성이 t 통계량에 따른 유의

확률 값이 $p=.000$ 으로 나타났다. 창업가 정신 속성의 혁신성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성은 완전매개효과가 있는 것으로 분석되었다. 다중공선성은 일반적으로 분산팽창요인(VIF : variation inflation factor) 값으로 진단하며, VIF 값이 10이상이면 다중공선성이 존재하는 것으로 간주하나(R.R. Hocking & O.J. Pendleton, 1983, 이일현, 2014), VIF 지수가 10보다 낮으므로 다중공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다.

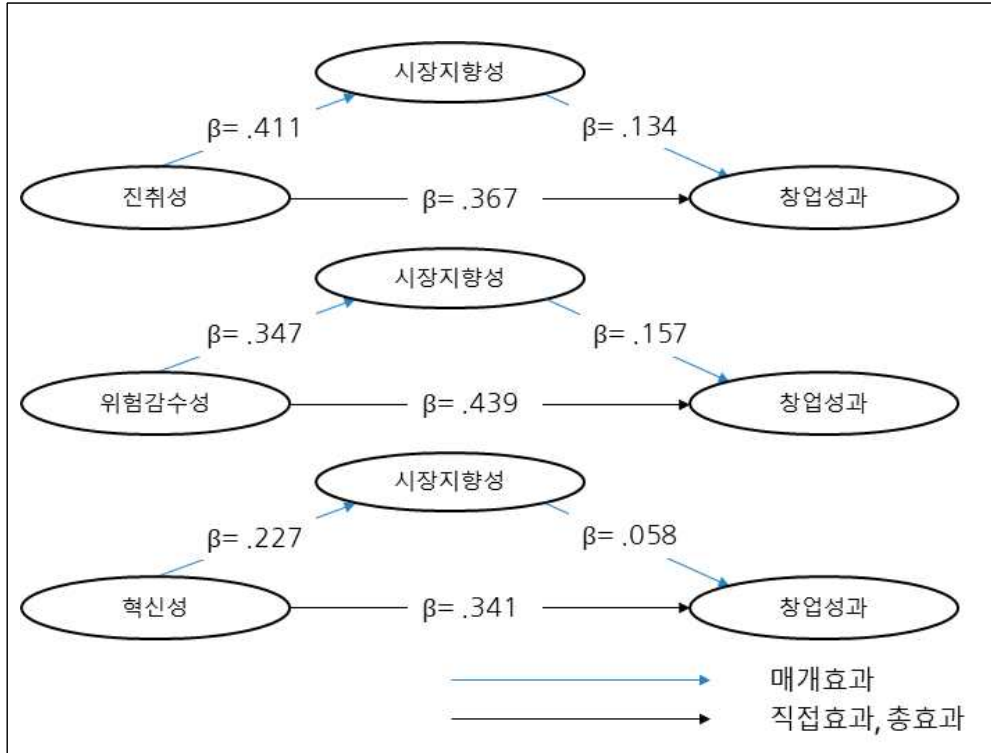
[표 4-30] 혁신성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 계수

모형		비표준 계수		표준 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
2(2단계)	(상수)	2.119	.356		5.960	.000		
	혁신성	.380	.090	.341	4.237	.000	1.000	1.000
3(3단계)	(상수)	.867	.340		2.551	.012		
	혁신성	.065	.086	.058	.758	.450	.770	1.299
	시장지향성	.646	.084	.590	7.674	.000	.770	1.299

a. 종속변수: 창업성과

결론적으로 가설 H6-1(진취성), H6-3(혁신성)은 완전매개 효과가 있는 것으로, H6-2(위험감수성)는 부분매개 효과가 있는 것으로 나타났으며 따라서 가설은 채택되었다. 창업가정신과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 관련하여 가설 검정한 결과를 요약한다면 [그림 4-6]와 같다.

[그림 4-6] 창업가 정신 속성과 창업성과와의 관계에서 시장지향성의 매개효과 관련 가설 검증 결과



4.5.4 창업가 정신 속성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개역할에 대한 가설검증

가설 H7 : 창업가 정신의 속성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성은 매개역할을 할 것이다.

가설 H7-1 : 창업가 정신의 속성 진취성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성은 매개역할을 할 것이다.

가설 H7-2 : 창업가 정신의 속성 위험감수성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성은 매개역할을 할 것이다.

가설 H7-3 : 창업가 정신의 속성 혁신성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성은 매개역할을 할 것이다.

[표 4-31] 창업가 정신 속성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과 검증

독립 변수	단계	1단계	2단계	3단계	매개 효과 확인
		가설 H2에서 검증	가설 H10-1, H10-2, H10-3에서 검증		
		단순회귀분석	위계적회귀분석		
		독립변수→매개변수	독립변수→종속변 수	(독립변수+매개 변수)→종속변 수	
진취성		진취성→기술지향성	진취성→창업성과	(진취성+기술지 향성)→창업성과	2단계 와 3단계 의 β값 비교
위험감 수성		위험감수성→기술지 향성	위험감수성→창업 성과	(기술감수성+기 술지향성)→창업 성과	
혁신성		혁신성→기술지향성	혁신성→창업성과	(혁신성+기술지 향성)→창업성과	
종속변 수		기술지향성	창업성과		

먼저 1단계에서 독립변수인 진취성, 위험감수성, 혁신성이 매개변수인 기술지향성에 유의한 영향을 미치는가를 확인하기 위하여 진취성, 위험감수성, 혁신성을 독립변수로, 기술지향성을 종속변수로 설정하여 [표 4-32]처럼 회귀분석을 실행하였다(가설 H2-1, H2-2, H2-3).

그 결과 위험감수성은 기술지향성과의 관계에서 통계적으로 유의수준 하에서 유의미한 영향을 미친다고 판단할 수 있고($t=2.435$, $p=.0161$), 혁신성 역시 유의미한 영향을 미친다고 판단할 수 있다($t=2.821$, $p=.005$). 그리고 진취성의 t 값은 4.564, p 값은 .000로 나타나 시장지향성에 통계적 유의수준하에서 영향을 미치는 것으로 나타났다.

따라서 매개효과 분석절차 1단계에서 위험감수성과 혁신성, 진취성이 조건에 만족하는 것으로 나타났다.

[표 4-32] 창업가 정신 속성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과 계수

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
1	(상수)	1.375	.384		3.577	.000		
	진취성	.397	.087	.360	4.564	.000	.511	1.956
	위험감수성	.306	.126	.258	2.435	.016	.483	2.072
	혁신성	.337	.120	.292	2.821	.005	.504	1.983

a. 종속변수: 기술지향성

4.5.4.1 창업가 정신(진취성)과 창업성과 간 기술지향성의 매개효과

다음으로 매개효과의 확인을 위해 2단계에서 위계적 회귀분석을 실행하였다. [표4-33]과 같이 3단계의 수정된 R제곱 값이 29.7%의 설명력을 가지고 있다.

[표 4-33] 진취성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1(2단계)	.369a	.136	.130	.69638	2.074
2(3단계)	.555b	.308	.297	.62565	

a. 예측변수: (상수), 진취성

b. 예측변수: (상수), 진취성, 기술지향성

c. 종속변수: 창업성과

[표4-34]와 같이 3단계의 F값은 30.204이고 유의확률 값이 $p=.000$ 으로 모든 값이 통계적 유의수준 속에 있다고 판단 할 수 있고, 도출된 회귀선이 모델에 적합하다고 할 수 있다.

[표 4-34] 진취성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1(2단계)	회귀	10.443	1	10.443	21.533	.000b
	잔차	66.438	137	.485		
	전체	76.881	138			
2(3단계)	회귀	23.646	2	11.823	30.204	.000c
	잔차	53.235	136	.391		
	전체	76.881	138			

- a. 예측변수: (상수), 진취성
b. 예측변수: (상수), 진취성, 기술지향성
c. 종속변수: 창업성과

[표4-35]과 같이 2단계에서는 진취성의 t 통계량에 따른 유의확률 값이 $p=.000$ 로 나타났고, 3단계에서는 진취성의 t 통계량에 따른 유의확률 값이 $p=.008$ 로 나타났고, 기술지향성의 t 통계량에 따른 유의확률(p)이 $p=.000$ 으로 나타났다. 창업가정신 속성의 진취성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성은 부분매개효과가 있는 것으로 분석되었다. 다중공선성은 일반적으로 분산팽창요인(VIF : variation inflation factor) 값으로 진단하며, VIF 값이 10이상이면 다중공선성이 존재하는 것으로 간주하나(R.R. Hocking & O.J. Pendleton, 1983, 이일현, 2014), VIF 지수가 10보다 낮으므로 다중공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다.

[표 4-35] 진취성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과 계수

모형		비표준 계수		표준 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
2(2단계)	(상수)	2.073	.336		6.177	.000		
	진취성	.392	.084	.369	4.640	.000	1.000	1.000
3(3단계)	(상수)	1.043	.350		2.982	.003		
	진취성	.220	.081	.207	2.703	.008	.868	1.152
	기술지향성	.430	.074	.445	5.808	.000	.868	1.152

- a. 종속변수: 창업성과

4.5.4.2 창업가 정신(위험감수성)과 창업성과 간 기술지향성의 매개효과

다음으로 매개효과의 확인을 위하여 2단계에서 위계적 회귀분석을 실행하였다. [표4-36]과 같이 나타난 3단계의 수정된 R제곱 값이 39.1%의 설명력을 가지고 있다.

[표 4-36] 위험감수성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1(2단계)	.439a	.193	.187	.67302	2.077
2(3단계)	.632b	.400	.391	.58263	

- a. 예측변수: (상수), 위험감수성
b. 예측변수: (상수), 위험감수성, 기술지향성
c. 종속변수: 창업성과

[표4-37]와 같이 3단계의 F값은 45.240이고 유의확률 값이 $p=.000$ 으로 모든 값이 통계적 유의수준 속에 있다고 판단 가능하며, 도출된 회귀선이 모델에 적합하다고 할 수 있다.

[표 4-37] 위험감수성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1(2단계)	회귀	14.826	1	14.826	32.733	.000b
	잔차	62.055	137	.453		
	전체	76.881	138			
2(3단계)	회귀	30.714	2	15.357	45.240	.000c
	잔차	46.167	136	.339		
	전체	76.881	138			

- a. 예측변수: (상수), 위험감수성
b. 예측변수: (상수), 위험감수성, 기술지향성
c. 종속변수: 창업성과

[표4-38]과 같이 2단계에서는 위험감수성의 t 통계량에 따른 유의확률

값이 $p=.000$ 로 나타났고, 3단계에서는 위험감수성의 t 통계량에 따른 유의확률 값이 $p=.047$ 로 나타났고, 기술지향성의 t 통계량에 따른 유의확률 값이 $p=.000$ 으로 나타났다. 창업가정신 속성의 위험감수성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성은 부분매개효과가 있는 것으로 분석되었다. 다중공선성은 일반적으로 분산팽창요인(VIF : variation inflation factor) 값으로 진단하며, VIF 값이 10이상이면 다중공선성이 존재하는 것으로 간주하나(R.R. Hocking & O.J. Pendleton, 1983, 이일현, 2014), VIF 지수가 10보다 낮으므로 다중공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다.

[표 4-38] 위험감수성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과 계수

모형		비표준 계수		표준 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
2(2단계)	(상수)	1.648	.347		4.750	.000		
	위험감수성	.497	.087	.439	5.721	.000	1.000	1.000
3(3단계)	(상수)	.655	.334		1.964	.052		
	위험감수성	.178	.089	.157	2.007	.047	.722	1.385
	기술지향성	.585	.086	.535	6.841	.000	.722	1.385

a. 종속변수: 창업성과

4.5.4.3 창업가 정신(혁신성)과 창업성과 간 기술지향성의 매개효과

다음으로 매개효과의 확인을 위하여 2단계에서 위계적 회귀분석을 실행하였다. [표4-39]과 같이 나타난 3단계의 수정된 R제곱 값이 37.6%의 설명력을 가지고 있다.

[표 4-39] 혁신성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson
1(2단계)	.341 ^a	.117	.110	.70662	2.061
2(3단계)	.620 ^b	.385	.376	.59180	

a. 예측변수: (상수), 혁신성

- b. 예측변수: (상수), 혁신성, 기술지향성
- c. 종속변수: 창업성과

[표4-40]와 같이 3단계의 F값은 42.243이고 유의확률 값이 $p=.000$ 으로 모든 값이 통계적 유의수준 속에 있다고 판단할 수 있으며, 도출된 회귀선이 모델에 적합하다고 할 수 있다.

[표4-40]혁신성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과 분산분석

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1(2단계)	회귀	8.963	1	8.963	17.952	.000b
	잔차	67.906	136	.499		
	전체	76.869	137			
2(3단계)	회귀	29.589	2	14.794	42.243	.000c
	잔차	47.280	135	.350		
	전체	76.869	137			

- a. 예측변수: (상수), 혁신성
- b. 예측변수: (상수), 혁신성, 기술지향성
- c. 종속변수: 창업성과

[표4-41]과 같이 2단계에서는 혁신성의 t 통계량에 따른 유의확률 값이 $p=.000$ 로 나타났고, 3단계에서는 혁신성의 t 통계량에 따른 유의확률 값이 $p=.450$ 로 나타났고, 기술지향성의 t 통계량에 따른 유의확률 값이 $p=.000$ 으로 나타났다. 창업가정신 속성의 혁신성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성은 완전매개효과가 있는 것으로 분석되었다. 다중공선성은 일반적으로 분산팽창요인(VIF : variation inflation factor) 값으로 진단하며, VIF 값이 10이상이면 다중공선성이 존재하는 것으로 간주하나(R.R. Hocking & O.J. Pendleton, 1983, 이일현, 2014), VIF 지수가 10보다 낮으므로 다중공선성에 문제가 없는 것으로 나타났다.

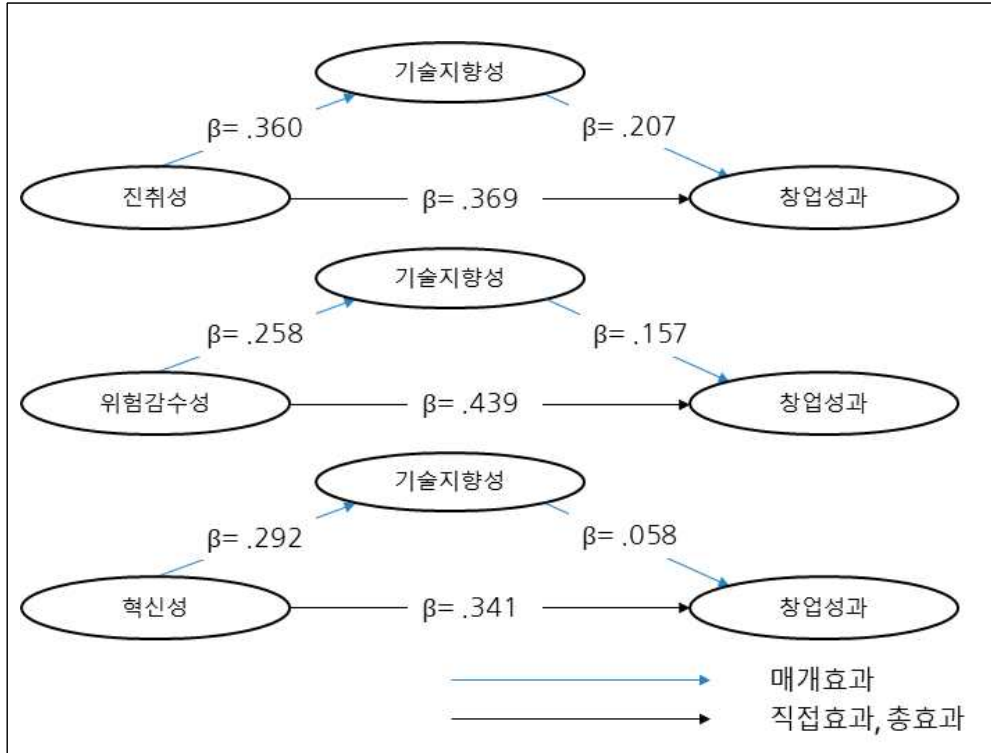
[표 4-41] 혁신성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과 계수

모형		비표준 계수		표준 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차	VIF
2(2단계)	(상수)	2.119	.356		5.960	.000		
	혁신성	.380	.090	.341	4.237	.000	1.000	1.000
3(3단계)	(상수)	.867	.340		2.551	.012		
	혁신성	.065	.086	.058	.758	.450	.770	1.299
	기술지향성	.646	.084	.590	7.674	.000	.770	1.299

a. 종속변수: 창업성과

결론적으로 가설 H7-1(진취성), H7-2(위험감수성)는 부분매개 효과가 있다고 판단할 수 있고, 따라서 가설은 채택되었다. H7-3(혁신성)는 완전매개 효과가 있는 것으로 나타나 채택되었다. 창업가 정신 속성과 창업 성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과와 관련하여 가설을 검정한 결과를 요약한다면 [그림 4-7]와 같다.

[그림 4-7] 창업가 정신 속성과 창업성과와의 관계에서 기술지향성의 매개효과 관련 가설 검증 결과



4.6 가설검증결과 요약

다음과 같이 본 연구에 대한 전체 가설검증결과를 요약·정리 할 수 있다.
[표 4-50]과 같다.

[표 4-42] 가설검증결과 요약

가설	연구가설의 내용	p값	검증결과
H1	창업가정신은 시장지향성에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .	—	채택
H1-1	진취성은 시장지향성에 유의한 정 (+)의 영향	.000	채택

가설	연구가설의 내용	p값	검증 결과
	을 미칠 것이다 .		
H1-2	위험감수성은 시장지향성에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .	.001	채택
H1-3	혁신성은 시장지향성에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .	.024	채택
H2	창업가정신은 기술혁신지향성에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .	—	채택
H2-1	진취성은 기술혁신지향성에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .	.000	채택
H2-2	위험감수성은 기술혁신지향성에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .	.016	채택
H2-3	혁신성은 기술혁신지향성에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .	.005	채택
H3	창업가정신은 창업성과에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .	—	부분 채택
H3-1	진취성은 창업성과에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .	.233	기각
H3-2	위험감수성은 창업성과에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .	.004	채택
H3-3	혁신성은 창업성과에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .	.688	기각
H4	시장지향성은 창업성과에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .	.000	채택
H5	기술혁신지향성은 창업성과에 유의한 정 (+)의 영향을 미칠 것이다 .	.000	채택

가설	연구가설의 내용	p값	검증 결과
H6	시장지향성은 창업가정신과 창업성과 관계에서 매개역할을 할 것이다	매개효과분석	
H6 -1	시장지향성은 창업가정신의 진취성과 창업성과 관계에서 매개역할을 할 것이다 .	완전매개	
H6-2	시장지향성은 창업가정신의 위험감수성과 창업성과 관계에서 매개역할을 할 것이다 .	부분매개	
H6-3	시장지향성은 창업가정신의 혁신성과 창업성과 관계에서 매개역할을 할 것이다 .	완전매개	
H7	기술혁신지향성은 창업가정신과 창업성과 관계에서 매개역할을 할 것이다	매개효과분석	
H7-1	기술혁신지향성은 창업가정신의 진취성과 창업성과 관계에서 매개역할을 할 것이다 .	부분매개	
H7-2	기술혁신지향성은 창업가정신의 위험감수성과 창업성과 관계에서 매개역할을 할 것이다 .	부분매개	
H7-3	기술혁신지향성은 창업가정신의 혁신성과 창업성과 관계에서 매개역할을 할 것이다 .	완전매개	

창업가정신이 경영성과에 미치는 영향에 대해서는 창업가정신의 3가지 하위요인인 진취성, 혁신성, 위험감수성과 경영성과의 관계를 검정하였다.

본 연구에서는 창업가정신의 하위요소 중 위험감수성이 창업성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 창업가정신의 하위요소가 경영성과에 영향을 미친다는 강병오(2011), 강석민 이형탁(2012), 양희철(2014), 배옥란(2014), 정영민(2015), Begley & Boyd(1987)의 연구를 지지하는 결과이다.

최근 청년을 대상으로 한 연구에서 혁신성이 창업과 관련하여 긍정적인

영향을 미치는 요인이라고 나타났다(임아름, 2015). 하지만 본 연구에서는 창업가 정신의 성분중에서는 위험감수성만이 창업성과에 긍정적인 영향을 미친다고 나타났다.

시장지향성과, 기술지향성이 창업성과에 긍정적인 영향을 미쳤다는 것을 검증한 (정기수, 2014)선행연구와 마찬가지로, 본 연구에서도 시장지향성과 기술지향성 모두 창업성과에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다.

앞서 창업가정신이 창업성과에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 회귀분석 결과를 살펴보았다. 이에 대해 본 연구에서는 시장지향성과 기술지향성이라는 각각의 매개변수를 투입함으로써 보다 심층적인 분석을 진행하였다.

시장지향성은 고객서비스 및 마케팅에 중점을 두는 것을 말하며 기술지향성은 제품 및 서비스품질에 중점을 두는 것을 의미한다.

우선 창업가정신의 혁신성과 진취성의 창업성과에 대한 관계에 있어서 시장지향성은 완전매개효과를 보임으로써 혁신성과 진취성 자체의 영향보다는 시장지향성이 직접적인 매개변수로써 창업성과에 영향을 주는 것으로 나타났다. 위험감수성은 시장지향성과 같이 부분적으로 창업성과에 영향을 주는 것으로 나타났다.

한편 기술지향성은 혁신성과 창업성과의 관계에서 완전매개효과를 나타냄으로써 혁신성의 직접적인 효과보다는 기술지향성의 영향이 창업성과에 지배적인 것을 알 수 있다. 그리고 위험감수성 및 진취성은 각각 기술지향성과 함께 부분적으로 창업성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

V. 결론

5.1 연구결과 요약

창업자의 창업가정신이 창업성과에 미치는 영향에 대한 연구로, 창업가정신이 시장지향성과 기술혁신성 및 창업성과에 미치는 영향관계를 확인하고자 하였으며 이에 대한 결론은 다음과 같다.

설문조사를 통한 자료 수집은 2021년 10월 4일에서 2021년 10월 12일까지 9일간 실시하여 146개의 설문을 확보하였으며, 결측치 없이 유효한 표본 전체 146부를 연구에 사용하였다. 설문 척도는 5점 리커트 척도를 활용하였고, 수집 자료 실증 분석을 위해 SPSS 22.0 통계 툴을 사용하여 아래와 같이 통계분석을 진행하였다.

본 연구는 창업가정신이 창업성과에 미치는 영향에 대한 연구로, 서로 중복되는 속성은 변수로 제외했음을 밝혀둔다. 위의 전제를 바탕으로 선행연구에서 도출된 창업가정신의 속성을 분석하였고, 연구자의 판단 하에 선별하였다. 창업가정신에서 속성은 혁신성, 위험감수성, 진취성을 선별하였다.

본 연구의 연구모형에 대해 총 17개의 가설 중 9개는 채택, 2개는 기각, 완전매개효과는 3개, 부분매개효과는 3개로 나타났다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 창업가정신의 모든 속성(혁신성, 위험감수성, 진취성)은 시장지향성, 기술지향성 유의한 영향을 미쳤으나, 창업성과에는 위험감수성만이 유의미한 영향을 미쳤다. 이러한 결과는 위험감수성이 높은 창업가일수록 창업성과가 증가한 것으로 보인다.

둘째, 시장지향성과 기술지향성이 창업성과에 정(+)의 영향을 미쳤다. 이는 고객서비스 및 마케팅에 중점을 두는 시장지향성과, 제품 및 서비스 품질에 중점을 두는 기술지향성 모두 창업성과를 증가시킨다는 것을

시사하고 있다.

셋째, 시장지향성과 기술지향성이 창업가정신과 창업성과 관계에서 매개 요인으로써 효과는, 시장지향성의 경우 혁신성과 진취성 자체보다 시장지향성이 직접 영향을 주는 완전매개효과인 것으로 나타났다. 다시 말해, 혁신성과 진취성은 창업성과에 직접적인 영향을 주지 못하고 시장지향성을 통해 창업성과에 영향을 미치게 된다는 것이다. 위험감수성은 시장지향성과 같이 부분적으로 창업성과에 영향을 주는 부분매개효과인 것으로 나타났다. 즉, 위험감수성이 높을수록 시장지향성이 높아지고 그 결과 창업성과도 높아지는 것으로 나타났다. 다시 말해, 위험감수성은 창업성과에도 직접적인 영향을 미치지만, 높은 위험감수성은 시장지향성을 강화시키게 되어 결국 창업성과가 더욱 높아 진다는 것이다. 이는 위험감수성만이 직접 창업성과에 영향을 주었던 위의 결과와도 연결된다.

한편 기술지향성은 혁신성 자체보다 기술지향성이 직접 영향을 주는 완전매개효과인 것으로 나타났다. 다시 말해, 혁신성은 창업성과에 직접적인 영향을 주지 못하고 기술지향성을 통해 창업성과에 영향을 미치게 된다는 것이다. 위험감수성과 진취성은 기술지향성과 함께 부분적으로 창업성과에 영향을 주는 부분매개효과인 것으로 나타났다. 즉, 위험감수성과 진취성이 높을수록 기술지향성이 높아지고 그 결과 창업성과도 높아지는 것으로 나타났다. 다시 말해, 위험감수성과 진취성은 창업성과에도 직접적인 영향을 미치지만, 높은 위험감수성과 진취성은 기술지향성을 강화시키게 되어 결국 창업성과가 더욱 높아 진다는 것이다.

5.2 이론적 및 실무적 시사점

정부의 창업지원정책이 확대되고, 사회적인 분위기도 창업을 독려하면서 창업은 증가하고 있다. 그러나 창업을 하기도 어렵지만, 유지하기는 더 어렵다는 인식속에, 과연 성공적인 창업의 필요조건은 무엇인지에 대한 연구의 필요성이 높아지고 있다.

따라서 본 연구에서는 창업가정신, 시장지향성, 기술지향성은 창업성과에 어떤 영향을 미치는지 중점적으로 연구하고자 한다.

창업하는 이들에게 창업가정신의 어떤 부분을 중점적으로 성장시키고, 시장지향성과 기술지향성에 대한 전략을 세우고 접근해 나갈 것인가에 대해 시사점을 제시하고, 실무에 적용 가능하도록 하여 창업성과까지 이어지는 활용 방안을 연구하고자 하였다.

본 연구결과를 토대로 **시사점을 제시하면** 다음과 같다.

첫째, 창업가정신 속성인 위험감수성만이 창업성과에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 창업을 계획한 사람에게는 보다 높은 위험감수성이 중요하다고 할 수 있다.

둘째, 시장지향성과 기술지향성이 창업성과에 정(+)의 영향을 미친다는 것은 불확실성의 시대에, 기술에만 초점을 맞추는 것보다 시장 마케팅 능력을 함께 갖추고 있어야 경쟁시장에서 살아남을 수 있다는 것을 의미한다.

셋째, 시장지향성의 매개변수를 투입했을 경우, 위험감수성만이 부분매개효과를, 기술지향성의 매개변수를 투입했을 경우, 위험감수성과 진취성이 부분매개효과를 나타냈다. 이는 위험감수성 또는 위험감수성과 진취성이 매개변수와 함께 창업성과에 부분적으로 영향을 미친다는 것을 의미한다.

본 연구를 통해 창업을 계획하거나 창업 교육을 하고자 할 때 창업가정신, 시장지향성, 기술지향성의 어떠한 속성을 중점적으로 높여야할지를 검토하고 실행하는데 참고한다면 적은 시간적 경제적 비용으로 최대 효과를 누릴 수 있을 것이다.

앞서 살펴본 선행연구에서도 창업가정신의 성분 중 일부가 창업성과에 영향을 미친다는 결과가 있었다. 본 연구가 선행연구와 차별되는 점은 시장지향성과 기술지향성을 매개변수로 투입하여, 창업가정신의 하위요소별로 매개효과가 다르게 나온 결론이 도출되었다는 점에서 유의미한 연구로

보인다.

5.3 연구의 한계

본 연구는 이론적이고 실무적인 시사점을 제공하려 하고 있으나, 한계점 역시 가지고 있다. 본 연구의 한계점은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 일부 창업가를 중심으로 진행되었다. 따라서 이곳에서 도출된 연구 결과가 모든 창업가에게 일반화될 수 없다.

둘째, 본 연구는 자기보고식 질문지를 사용하여, 설문 응답들이 사회적으로 바람직한 방향이나 방어적인 차원에서 도출된 결과들일 수 있다는 점을 고려할 필요가 있다.

마지막으로 이번 연구에서는 서울에서 근무하는 창업가를 대상으로 설문조사를 실시 하였기 때문에, 연구 결과를 전국적으로 일반화하기에는 한계가 있다.

5.4 향후 연구과제

본 연구의 한계점을 극복하기 위한 제언은 다음과 같다.

첫째, 향후 연구에서는 다양한 직업군을 대상으로 연구를 진행한다면 일반화의 오류를 극복할 수 있다고 생각한다.

둘째, 자기보고식 질문지의 한계를 극복할 수 있는 설문조사 방법을 도입할 필요가 있다.

마지막으로 연구 결과를 전국적으로 일반화하기 위해 향후 연구에서는 전국의 창업가를 대상으로 조사할 필요가 있다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 강도규, 박성용(2007). 기술지향성의 의미와 기술지향성이 성과에 미치는 영향에 관한 연구. 한국상품학회, 상품학연구, 25(4)
- 강병오(2011). 「중소기업 CEO의 창업가정신(Entrepreneurship)이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구」. 중앙대학교 대학원, 박사학위논문.
- 강병오, 김진수, 안성식(2010). 프랜차이즈 가맹본부 CEO의 기업가정신이 기업성과에 미치는 영향에 관한 실증연구. 「유통연구」, 15(4), 87-117.
- 강재학(2015). 대학생의 셀프리더십과 기업가정신이 창업효능감 및 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구. 창업기회인식의 매개효과를 중심으로. 호서대학교 벤처대학원. 박사학위논문
- 강태원(2019). 「기업가정신이 자기효능감, 열의, 그리고 창의성에 미치는 영향. 세종대학교 대학원, 박사학위논문.
- 권영성(2020). 청년예비창업가의 창업가정신과 창업동기가 창업의지에 미치는 영향. 한밭대학교 창업경영대학원. 석사학위논문
- 김보경(2019). 창업가적 리더십과 개인적 특성이 사업성과에 미치는 영향_관리행동의 매개 역할. 중앙대학교 산업·창업경영대학원. 석사학위논문
- 김영래(2004). 앙트러프러너십(Entrepreneurship)과 이노베이션(Innovation)에 관한 고찰. 「經營史學」, 19(3), 157-181.
- 박영호(2005). 「경제발전의 이론: 기업가 이윤, 자본, 신용, 이자, 경기순환에 관한 연구. 서울: 박영률.

- 박재환, 김우종(2013). 창업가정신과 기업성과 간의 관련성 연구 -시장지향성의 매개효과를 중심으로. 「경영교육연구」, 28(3), 417-438.
- 박재환, 김재호, 윤인철(2011). 기업가지향성 및 시장지향성이 혁신성공과 기업성과에 미치는 영향. 한국상업교육학회, 상업교육연구, 25 (2), 243-265
- 박재환, 안태욱, 김의범(2013). 청년창업가의 특성과 창업가정신이 창업성과에 미치는 영향에 관한 연구. 「한국경영교육학회 학술발표대회 논문 집, 2013(1), 1-27.
- 배옥란(2014). 「1인 창조기업 기업가 특성에 따른 지식경영이 사업성과에 미치는 영향. 호서대학교 글로벌창업대학원, 석사학위논문.
- 백효정(2011). 여성창업 및 고용촉진제도가 창업동기 및 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구. 중앙대학교 산업·창업경영대학원. 석사학위논문
- 선량(2018). 예비청년창업가의 창업동기와 실패부담감이 창업기회역량에 미치는 영향. 호서대학교 벤처대학원. 박사학위논문
- 안규선(2010). 「경영환경과 기업가정신이 기업경영성과에 미치는 영향. 한성대학교, 석사학위논문.
- 양희철(2014). 「1인 창조기업의 경영자 특성과 사업 성과에 관한 연구」. 한 성대학교 지식서비스&컨설팅대학원, 석사학위논문.
- 유동근, 강성단, 이용기(1998). 서비스 기업의 시장지향성과 성과: 벤치마킹, 서비스품질 및 고객만족의 인과적 역할. 한국마케팅학회, 마케팅연구, 13(1), 1-5
- 이인우(2009). 기술창업기업의 기술혁신지향성과 시장지향성이 성과에 미치는 영향. 경희대학교 대학원 박사학위논문.
- 이재호(2016). 창업동기와 실패부담감이 창업의지에 미치는 영향 국가간 비교를 통한 회안전망의 조절효과를 중심으로. 계명대학교대학원.

박사학위논문

- 이재훈, 이도형, 박태경(2006). 혁신성과 학습지향성의 선행변수 및 성과 변수와의 관계. 중소기업연구, 28(2), 75-108
- 이춘우(1999). 「조직앙트라프러뉴십의 역할과 조직성과에 관한 연구」. 서울대학교, 박사학위논문.
- 이학식, 김영, 이용기(1998). 시장지향성과 성과: 직원만족, 고객만족 및 기업이미지의 매개적 역할. 한국경영학회, 경영학연구, 27권 1(2), 157-184
- 임진혁(2017). 「기업가정신과 리더십이 인지적 성공에 미치는 영향에 관한 연구」. 숭실대학교 대학원, 박사학위논문.
- 전동근(2020). 창업 멘토링과 창업동기가 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구 - 매개변수 멘토링 효과를 중심으로. 중앙대학교 산업창업경영대학원. 석사학위논문
- 전수연(2020). 1인 창조기업가의 자기효능감이 경영성과에 미치는 영향 - 창업가정신의 매개효과를 중심으로. 중앙대학교 산업·창업경영대학원. 석사학위논문
- 정기수(2014). 창업기업의 시장지향성과 기술지향성이 창업성과에 미치는 영향에 관한 연구. 중앙대학교 산업·창업경영대학원. 석사학위논문
- 정상철, 김영진(2017). 창업가정신이 창업만족도에 미치는 영향에 대한 기업 멘토링의 조절효과에 관한 연구: 부산·경남지역의 창업기업을 대상으로. 「국제지역연구」, 21(1), 119-136.
- 정영민(2015). 「기업가정신이 재무성과에 미치는 영향」. 인하대학교 대학원, 박사학위논문.
- 채서일(1997). 사회과학조사방법론, 제2판, 서울: 학현사.

2. 국외문헌

- Begley, T., & Boyd, D.(1987). Psychological Characteristics Associated with Performance in Entrepreneurial Firms and Smaller Business. *Journal of Business Venturing*, 2(1), 79-93
- Drucker, P.(1985). *Innovation and Entrepreneurship*. Harper and Row. New York.
- Day, George S.(1994). The Capabilities of Market-Driven Organization., 58(10), 37-52.
- Deshpande, R., John U., Farley, Frederick E., & Webster J.(1993).Corporate Culture, Customer Orientation, and Innovativenessin Japanese Firms: A Quadrat Analysis. 57(january), 23-27.
- Gatignon H., & Xuereb J. M.(1997). Strategic orientation of the firmand new product performance. J 34(1), 77-90.
- Hocking, R. R., & Pendleton, O. J. (1983). The regression dilemma. *Communications in Statistics-Theory and Methods*, 12(5), 497-527.
- Jeong, Insik, Jae H. Pae, Dongsheng Zhou(2006). Antecedents and Consequences of the Strategic Orientations in New Product Development: The Case of chinese Manufacturers. *Industrial Marketing Management*, 35, 348-358.
- Judge, G. G., Griffiths, W. E., Hill, R. C., Lutkepohl, H., & Lee, T. C. (1980). *The Theory and Practice of Econometrics*, 1985. John Wiley and Sons, New York.
- Kohli, A. K., & Jaworski, B. J.(1990). Market Orientation:

- theConstruct, Research Propositions and Managerial Implication. *Journal of Marketing*, 54, 1–18.
- McClelland, D.(1967). *The Achieving Society*. New York: Macmillan.
- Miller, D.(1983). The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. *Management Science*, 29(7), 770–791.
- Narver, J. C., & Slater, S. F.(1990). The Effect or a Market Journal of Marketing Orientation on Business Profitability. 56(Oct.), 20–35.
- Schumpeter, J. A., 1934, *The Theory of Economic Development*, MA:Harvard University Press.
- Slevin, Dennis p., Covin, Jeffrey G.(1990), Juggling entrepreneurial style and organizational structure, *MIT Sloan Management Review*, Vol. 31 No. 2.

부 록

창업자의 창업자정신이 창업성과에 미치는 영향에 관한 연구

안녕하십니까?

먼저 바쁘신 중에도 설문에 응해주심에 감사의 말씀을 드립니다.

저는 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 스마트융합컨설팅학과에서 “창업자의 창업자정신이 창업성과에 미치는 영향에 관한 연구”를 주제로 석사학위 논문을 준비하고 있습니다.

본 조사는 창업자와 창업성과를 분석하는 연구로서 귀하의 인식을 묻는 설문입니다.

귀하께서 응답하신 내용은 모두 익명으로 처리되고 있으며 귀하의 답변내용은 철저히 보호될 것입니다. 그리고 수집된 정보는 비밀을 유지하고 통계 목적으로만 활용될 것이며 본 연구목적 이외의 다른 용도로는 절대 사용하지 않을 것을 약속드립니다.

귀하의 협조에 다시 한번 깊은 감사를 드립니다.

2021년 10월

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 스마트융합컨설팅학과
연구자 : 김 종 만

1. 다음은 창업가정신에 대한 귀하의 의견을 묻는 질문입니다. 가장 적절하다고 생각하는 문항에 체크(✓)하여 주세요.

진취성	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이 다	그렇다	매우 그렇다
나는 늘 일에 대해 적극적이고 잘하고자 한다.	1	2	3	4	5

나는 옛것보다는 새것이 좋으며 새로운 것을 추구 한다.	1	2	3	4	5
나는 보수적이기보다는 개혁적이라고 생각한다.	1	2	3	4	5
나는 고생을 하더라도 진취적인 일을 하고 싶다.	1	2	3	4	5
나는 호기심이 많고 새로운 유행을 추구 한다.	1	2	3	4	5
나는 새로운 시장 창출과 그 시장에서의 주도적인 위치를 확보하기 위해 노력한다	1	2	3	4	5
나는 시장에서 주도적인 위치 확보를 위해 공격적인 마케팅 전략을 구사한다.	1	2	3	4	5
혁신성	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
나는 항상 새로운 제품이나 기술에 관심이 많다.	1	2	3	4	5
나는 창의력과 독창력이 뛰어나다.	1	2	3	4	5
나는 독창적이고 혁신적인 아이디어를 적극 수용 하고 높이 평가한다.	1	2	3	4	5
나는 새로운 제품이나 서비스, 아이디어를 자주 개발 적용한다.	1	2	3	4	5
나는 창조적인 생각과 행동을 하는 사람이다.	1	2	3	4	5
나는 생산 및 운영 프로세스를 자주 개선한다	1	2	3	4	5
나는 항상 신제품 개발에서 모방이 아닌 경쟁 업체를 앞서기 위해 노력한다.	1	2	3	4	5
위험감수성	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
나는 불확실성을 감수하며 과감하게 의사결정을 한다.	1	2	3	4	5
나는 과거에 진행하지 않은 새로운 도전	1	2	3	4	5

에 대한 두려움이 없다.					
나는 안전만을 추구하기 보다는 리스크가 있더라도 새로운 것을 추진한다.	1	2	3	4	5
나는 위기가 다가올수록 포기하지 않으며 강해지려는 성향을 가지고 있다.	1	2	3	4	5
나는 새로운 환경 속에서 목적달성을 위해 환경변화에 대응할 수 있다.	1	2	3	4	5
나는 사업 성장을 위해 크고 작은 위험을 감수한다	1	2	3	4	5
나는 경제 상황이 불확실하더라도 투자 전략과 성장전략을 수립해 실천한다	1	2	3	4	5

2. 다음은 시장지향성과 기술지향성에 관한 질문입니다. 각 문항에 귀하의 생각에 해당되는 란에 체크(V) 해주십시오

시장지향성	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이 다	그렇다	매우 그렇다
고객 욕구를 잘 이해하고 있다	1	2	3	4	5
사업목표는 고객만족에 따른 고객가치 창출에 두고 있다	1	2	3	4	5
고객만족에 관해 지속적으로 모니터링하고 있다	1	2	3	4	5
제품 판매 후 서비스 노력에도 신경을 많이 쓴다	1	2	3	4	5
경쟁사 행동에 신속히 대응한다	1	2	3	4	5
경쟁우위를 확보하기 위한 시장 기회를 잘 포착하는 편이다	1	2	3	4	5
경쟁사에 관한 정보를 조직 내에서 공유하고 있다	1	2	3	4	5
경쟁사의 마케팅 전략에 대하여 항상 논의하고 있다	1	2	3	4	5
고객의 욕구에 대하여 부서간 협조가 잘 이루어진다	1	2	3	4	5

정보공유, 전략수립, 시장변화 에 대응하 기 위해 수시로 부서간 또는 부서원과 회의를 하고 있다	1	2	3	4	5
모든 부서는 고객가치(고객이 익)에 기여하기 위해 노력한다	1	2	3	4	5
타부서와 인적, 물적자원을 공 유하고 있 다	1	2	3	4	5
기술지향성	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이 다	그렇다	매우 그렇다
구성원들이 외부기술의 도입과 수용에 적극적이다	1	2	3	4	5
필요한 신기술 교육을 대내외적 으로 연 수시키고 있다	1	2	3	4	5
기존 제품대비 신제품 품질을 혁신적 으로 개선시키고 있다	1	2	3	4	5
고객의 욕구에 만족하는 품질을 유지하 려고 노력하고 있다	1	2	3	4	5
기술혁신에 대한 전략수립을 위해 정기 적으로 회의를 개최하고 있다	1	2	3	4	5
기술개발에 대한 관심과 지원을 강화하 고 있으며 연구개발 부서의 인원도 꾸준 히 늘고 있다	1	2	3	4	5
제품의 기술혁신을 회사의 핵심 역량이 라고 생각 한다	1	2	3	4	5
기술개발에 대한 아이디어 모색 을 강화 하고 있다	1	2	3	4	5
개발 중 문제점 및 아이디어를 문서화 하고 있다	1	2	3	4	5

3. 다음은 창업성과에 관한 질문입니다. 각 문항에 귀하의 생각에 해당되는
란에 체크(V) 해주십시오

창업성과	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이 다	그렇다	매우 그렇다
-------------	-----------------	-----------	----------	-----	-----------

	않다				
매출이 증가 하였다	1	2	3	4	5
수익률이 증가하였다	1	2	3	4	5
현금흐름이 개선되었다	1	2	3	4	5
자산이 증가하였다	1	2	3	4	5
제품의 시장점유율이 높아졌다	1	2	3	4	5
제품의 인지도 또는 회사의 인 지도가 높아졌다	1	2	3	4	5
신제품 및 신기술 개발 속도가 향상되 었다	1	2	3	4	5
지적재산권 보유 및 증가하였다 (특허출 원/등록, 디자인등록, 프로 그램등록, 상 표등록, 기술/품질인 증 등)	1	2	3	4	5

4. 다음은 귀하의 일반적 특성에 관한 질문입니다. 해당하는 곳에 체크하여
주시기 바랍니다.

1. 귀하의 성별은 무엇입니까?

- ☐ 남성
☐ 여성

2. 귀하의 연령대는?

- ☐ 10대
☐ 20대
☐ 30대
☐ 40대
☐ 50대
☐ 60세 이상

3. 귀하의 학력은?

- ☐ 초등학교 졸업
☐ 중학교 졸업
☐ 고등학교 졸업

- ☐ 전문대학 졸업
- ☐ 대학교 졸업
- ☐ 대학원 졸업(대학원재학 포함) 이상

4. 창업기업의 형태는?

- ☐ 법인기업
- ☐ 개인기업
- ☐ 기타

5. 창업한지 얼마나 되셨습니까?

- ☐ 1년 미만
- ☐ 2년
- ☐ 3년
- ☐ 4년
- ☐ 5년
- ☐ 6년
- ☐ 7년

ABSTRACT

A study on the effect of founder's
entrepreneurial spirit on entrepreneurial
performance : Focusing on the mediating effect
of market orientation and technological
innovation orientation

Kim, Jong-Man

Major in Smart Convergence Consulting

Department of Smart Convergence Consulting

Graduate School of Knowledge Service

Consulting

Hansung University

In an era of rapid technological and market uncertainty, it is virtually impossible for SMEs to provide timely products and services that customers want.

Even if the government's numerous start-up support policies create a technological development environment and circumstances, even if the company spends a lot of time and economic time in a globalized business environment to develop innovative products, new products, and innovative services, if its own technology does not become the standard, products and services will not be available. Since the difficultly acquired positioning in the market can be lost, the probability of surviving in the infinitely competitive market will increase when the company has adequate technology and market capability rather than focusing on technology without market factors. Therefore, a study on how the importance of marketing activities, which is a market factor, is accepted in order to survive in a

competitive market even for technological companies that emphasize only technology, and how it can be used strategically in the market is an important study in start-ups in an era of uncertainty. It is recognized as one of the tasks. (Jeong, Gi-soo, 2014) Nevertheless, studies related to entrepreneurship, market-oriented, and technology-oriented entrepreneurial performance so far are insufficient.

Therefore, in this study, the correlation between entrepreneurship, entrepreneurial performance, market orientation, and technology orientation is mainly compared and analyzed through previous studies. To analyze the attributes of entrepreneurship, market orientation, and technology orientation, which influence start-up performance, suggest implications for setting up a start-up strategy and approach, and to study the rationale for its use leading to start-up education and support. did.

This study is a study on the effect of founder's founder's spirit on startup performance based on previous research. It was conducted for all age groups. The questionnaire was constructed based on the previous research, and the questionnaire was composed of the items verified in the previous study and the items supplemented and modified according to the researcher's judgment. Data collection through the survey was conducted for 9 days from October 4, 2021 to October 12, 2021, and 146 survey results were obtained, and a total of 146 valid samples without missing or outliers were used for the study. A 5-point Likert scale was used collectively for the scale of all questionnaires. For the empirical analysis of collected data, line frequency analysis and factor analysis were performed using the statistical program SPSS 22.0, followed by reliability analysis, correlation analysis, and regression. Analysis and the like were performed.

First, all attributes of entrepreneurship (innovation, risk tolerance, initiative) had a significant effect on market orientation and technology orientation, but only risk tolerance had a significant effect on startup performance. These results suggest that entrepreneurs with higher risk tolerance have higher entrepreneurial performance.

Second, market orientation and technology orientation had a positive (+) effect on startup performance. This suggests that both market-oriented performance, which focuses on customer service and marketing, and technology-oriented, which focuses on product and service quality, increase entrepreneurial performance.

Third, market orientation and technology orientation are mediating

factors in the relationship between entrepreneurship and entrepreneurial performance. In the case of market orientation, market orientation has a direct impact rather than innovation and initiative itself (complete mediation effect), but risk tolerance is similar to market orientation. It was found to partially influence the start-up performance (partial mediating effect).

On the other hand, it was found that technology orientation has a direct effect on technology orientation rather than innovation itself (completely mediating effect), but risk tolerance and initiative partly affect entrepreneurial performance along with technology orientation (partial mediation effect).

Through this study, if you review and implement which attributes of entrepreneurship, market orientation, and technology orientation should be focused on when you plan a startup or provide startup education, you will be able to enjoy the maximum effect with little time and economic cost.

【Keywords】 Entrepreneurship, innovation, initiative, risk sensitivity, market orientation, technology orientation, start-up performance, start-up