

학습지향성, 시장지향성, 기업가지향성이 조직문화에 따라 경영성과에 미치는 영향

이 숙 영* · 문 송 철**

The Relation between Orientation of Learning, Marketing, Entrepreneurs, and Organizational Culture and Organizational Performance

Suk-Young Lee* · Song-Chul Moon**

Abstract

This dissertation studied the relation between orientation of learning, marketing, entrepreneurs and organizational culture and organizational performance. This study tried to look out the factors that the peoples of an organization takes part in the organizational culture to be related to the cultural efficiency and organizational performance. Accordingly result of this study, orientation of learning, marketing, entrepreneurs is related to organizational culture and organizational performance. Customer orieatation of marketing orientation showed a positive effect for organizational non-financial performance according to mission consciousness of organizational culture.

Keywords : Orientation of Learning, Orientation of marketing, Orientation of entrepreneurs,
Organizational Culture, Financial Performance, Non-financial Performance

논문접수일 : 2011년 05월 23일 논문게재확정일 : 2011년 06월 07일

※ 본 연구는 2010년도 남서울대학교 교내연구비 지원에 의해 수행되었음.

* (주)킵트리 대표이사, e-mail : sukylee4u@hanmail.net

** 남서울대학교 컴퓨터학과 교수, e-mail : moon@nsu.ac.kr

1. 서론

학습지향성(learning orientation)은 경쟁우위를 강화하기 위하여 지식을 창출하고 활용하는 조직의 폭넓은 활동, 즉 경쟁자보다 우월한 신제품을 창조하는 신기술 개발 뿐만 아니라 고객욕구, 시장변화, 경쟁자의 행동에 관한 정보를 얻는 것과 공유하는 활동이라 할 수 있다.

차별화된 핵심역량을 가지기 위해 시장지배력, 규모경제, 시장점유율, 그리고 성장성 등이 과거 핵심경영의 초점이었다면, 오늘날에는 고객에게 최상의 가치를 제공해 줄 수 있는 기업 문화를 지속적으로 창출하는 것으로 변화하였다[Voss, 2000; 2002].

신제품 성과를 올리기 위해서는 학습지향성 뿐만 아니라 시장지향성과 기업가치향성을 균형 있게 추구해야 한다는 점을 강조하고 있다[Narver and Slater, 1998], 근래에 기업들을 우수한 기업의 기업문화를 벤치마킹하며 조직혁신을 통한 성과를 향상시키려는 노력을 계속하고 있다. Narver and Slater[1990]는 기업문화를 시장지향성 구매자에 대한 보다 우수한 가치를 창출하는데 효과적이라며 중요성을 언급했다[Narver and Slater, 1990].

2. 이론적 고찰

2.1 학습지향성의 개념

조직은 성장해 나가면서 조직의 운영에 관련된 연류이 축적됨에 따라서 그 조직들의 시장을 이해하려는 성향, 즉 학습지향성을 갖게 된다고 한다[Stanley and John, 1994].

강한 학습지향은 조직 구성원들에게 시장정보 처리 활동과 조직행동을 규정하는 조직규범에 대해 끊임없이 재고할 것을 장려하고 경우에 따라서는 요구하기도 한다[Day, 1994]. 따라서 학

습지향은 고차원적인 학습을 유발할 수 있으며 [Narver et al., 2004], Dickson[1996]은 이를 통해 기업으로 하여금 경쟁기업보다 신속한 시장 정보처리 활동의 지속적인 개선을 할 수 있는 여건을 마련함으로써 장기적으로 경쟁우위를 유지할 수 있게 해준다고 하였다.

따라서 본 연구에서는 Sinkura et al.[1997]의 연구에서 제시한 업무운영에 대한 문서화 및 학습몰입 정도, 업무운영에 대한 내용을 협력 및 공유하고 공유된 비전을 향해 함께 노력하는 정도, 자유로운 사고에 기반 하여 의사소통이 활성화 되어 있는 정도 등을 측정하고 문송철[2005]의 연구에서 제시한 문서업무 표준화, 전문지식의 활용 및 확산을 위한 도구 활용 등 내부지향문화 즉 내부적 안전성 및 통제가 성과에 미치는지를 측정하여 연구하고자 한다.

2.2 시장지향성의 개념

Narver and Slater[1990] 등은 시장지향성을 고객들에게 우수한 가치를 가장 효과적이고 효율적으로 제공할 수 있도록 하는 조직문화로 이해하였으며[Narver and Slater, 1990], 이러한 조직문화는 결과적으로 우수한 가치를 제공하는 과정에서 필요한 조직구성원들의 행위를 유발시키는 역할을 담당한다. 이러한 관점에서 시장지향성은 목표 고객들의 욕구와 경쟁기업들의 능력 및 전략을 올바르게 이해하고, 이에 적절히 반응할 수 있도록 기업의 능력을 향상시키고, 기업 내부에서 수행되는 모든 기능들 간의 조정 활동을 통해 시너지 효과를 창출하는 것으로 정의된다. 시장지향성의 구성개념은 고객지향성, 경쟁사지향성, 내부 부서 간 협력과 조정으로 구분된다. 첫째, 고객지향성은 고객의 요구를 이해하고 이에 부합하는 가치를 제공하는 것을 말한다[Narver and Slater, 1990]. Levitt[1980]은 고객지향성은 고객에게 만족을 주고, 고객을 위

한 더 나은 가치를 창조할 수 있도록 목표 고객을 충분히 이해하고, Day and Wensley[1988]는 신규 고객을 창출하고 고객의 가치를 제공하여 궁극적으로 고객만족도를 높여 주는 것이다 둘째, 경쟁자 지향성(competitor orientation)은 경쟁자의 장·단점을 분석하고 정기적으로 토론하며 경쟁자의 위협에 대해 반응하는 조직의 성향을 의미하며 [Narver and Slater, 2004], Aaker[1988]와 Porter[1980]는 현재의 경쟁자뿐 아니라 잠재적인 경쟁자의 강점과 약점, 역량 및 장기적 전략까지 분석하는 것이다 셋째, 내부 부서간 협력 및 조정은 고객과 경쟁자에 관한 정보를 바탕으로 고객의 가치를 창출하기 위해 마케팅 부서뿐 아니라, 전사적 차원에서 협력하고 조정하는 기업문화를 의미한다.

2.3 기업가지향성의 개념

Miller[1983]는 기업가 지향성을 혁신성(innovativeness), 진취성(proactiveness), 위험감수성(risk taking)의 세 가지로 구성된 개념이라는데 동의하고 있다. 다시 말하여 기업가 지향성은 선제적인 경쟁적 자세, 위험한 사업을 수용하려는 경영진의 성향, 그리고 목표를 이루기 위해 “대담하고 광범위한 행동”을 시도하고자 하려는 기업 욕구와 밀접한 관련이 있다는 것이다. 또한 Covin and Dean[1993]은 Miller[1983]의 세 가지 구성개념에 경쟁적 적극성을 추가하였다. Covine and Covin[1990] 등의 연구에서는 경쟁적 적극성을 가장 강조해 왔으며, 다른 연구에서는 경쟁적 적극성과 진취성을 동일한 개념으로 보았다. 또한 기업가 지향성을 혁신성, 위험감수성, 진취성, 경쟁적 적극성, 자율성의 독립적인 5가지 구성시켜 주장하는 여러 학자들도 있다.

본 연구에서는 Miller[1983]의 정의에 따라 기업가지향성을 정의 하였으며, 이에 따라 기업가 지향성의 구성개념을 위험감수성, 혁신성, 진취성으로 구분하였다.

2.4 조직문화의 개념

조직문화가 조직 효과성에 영향을 미치는 이유는 조직문화가 조직자체와 구성원들이 공유하고 있는 가치체계에 근거하고, 이 가치체계는 조직의 목적, 전략 및 제반행동에 관한 방향과 지표를 제공하기 때문이다. 또한 조직문화는 통제수단의 하나로서 통제의 효과적인 사용은 성과를 향상시킬 수 있으며, 조직문화는 조직목표 수행 시 필요한 정보를 제공하기 때문이다.

Daniel Denison, Jay Janovics, Joana Young, Hee Jae Cho[2006]는 조직문화를 involvement, consistency, adaptability, mission의 네 가지로 개념 정의하였다[Denison et al., 2006]. 첫째로 Involvement는 위임(Empowerment), 팀 지향성(Team Orientation), 역량 개발(Capability Development)로 구분하였고, Consistency는 핵심가치(Core Values), 합의(Agreement), 조정과 통합력(Coordination and Integration)으로 구분하였으며, Adaptability는 변화 창조(Creating Change), 고객관점(Customer Focus), 조직학습(Organizational Learning)으로 구분하였고, Mission은 전략적 방향과 의도(Strategic Direction and Intent), 목표지향성(Goals and Objectives), 비전(Vision)으로 구분하였다.

2.5 조직성과의 개념

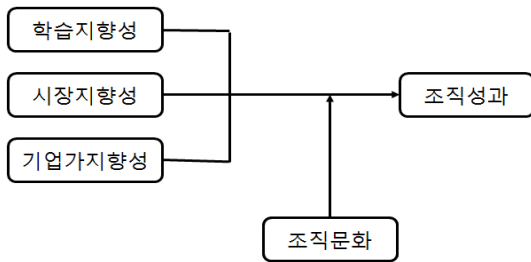
지금까지 주로 기업을 대상으로 하는 조직성과에 대해 이루어졌던 측정 방법은 크게 두 가지 측면으로 나누어 볼 수 있다. 즉 그 하나는 주관적인 관점의 측정이고 다른 하나는 객관적인 관점의 측정이다. 그 이후 이러한 두 가지 측면의 측정 방법을 보완하기 위해 두 가지 측면을 모두 사용하는 측정 방법도 사용되어졌다. 많은 경우 기업의 최고경영자가 인지하는 주관적인 성과는 객관적인 성과 평가와 일치하는 것으로

나타나서 많은 학자들이 주관적인 방법으로 조직의 성과를 측정하였다[Narver and Slater, 1990].

3. 연구 설계

3.1 연구모형 및 연구가설

앞의 이론적 고찰에서 논의된 내용을 기반으로 할 때 학습지향성, 시장지향성 및 기업가지향성이 조직성과에 미치는 긍정적인 영향을 가정할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 이를 검증하기 위해 <그림 1>과 같은 연구 모형을 설정하였다.



<그림 1> 연구모형

3.2 연구가설 설정

위에서 제시된 연구 모형에 따른 가설은 다음과 같이 설정하였다.

가설 1 : 학습지향성, 시장지향성, 기업가지향성은 조직성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1 : 학습지향성이 클수록 조직성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1a : 학습지향성(학습에 대한 몰입, 공유된 비전, 개방성)이 클수록 조직의 재무적성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1b : 학습지향성(학습에 대한 몰입, 공

유된 비전, 개방성)이 클수록 조직의 비재무적성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2 : 시장지향성이 클수록 조직성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2a : 시장지향성(경쟁자지향성, 부서간 조정, 고객지향성)이 클수록 조직의 재무적성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2b : 시장지향성(경쟁자지향성, 부서간 조정, 고객지향성)이 클수록 조직의 비재무적성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3 : 기업가지향성이 클수록 조직성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3a : 기업가지향성이 클수록 조직의 재무적성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3b : 기업가지향성이 클수록 조직의 비재무적성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2 : 학습지향성과 조직성과의 관계에 조직문화는 조절적으로 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1 : 학습지향성의 학습에 대한 몰입이 조직의 재무적성과에 미치는 영향은 조직문화(참여문화, 사명 의식)에 따라 달라질 것이다.

가설 2-2 : 학습지향성의 학습에 대한 몰입이 조직의 비재무적성과에 미치는 영향은 조직문화(참여문화, 사명 의식)에 따라 달라질 것이다.

가설 2-3 : 학습지향성의 공유된 비전이 조직의 재무적성과에 미치는 영향은

조직문화(참여문화, 사명의식)에 따라 달라질 것이다.

가설 2-4 : 학습지향성의 공유된 비전이 조직의 비재무적성과에 미치는 영향은 조직문화(참여문화, 사명의식)에 따라 달라질 것이다.

가설 2-5 : 학습지향성의 개방성이 조직의 재무적성과에 미치는 영향은 조직문화(참여문화, 사명의식)에 따라 달라질 것이다.

가설 2-6 : 학습지향성의 개방성이 조직의 비재무적성과에 미치는 영향은 조직문화(참여문화, 사명의식)에 따라 달라질 것이다.

가설 3 : 시장지향성과 조직성과와의 관계조직문화는 조절적으로 영향을 미칠 것이다.

가설 3-1 : 시장지향성의 경쟁자지향성이 조직의 재무적성과에 미치는 영향은 조직문화(참여문화, 사명의식)에 따라 달라질 것이다.

가설 3-2 : 시장지향성의 경쟁자지향성이 조직의 비재무적성과에 미치는 영향은 조직문화(참여문화, 사명의식)에 따라 달라질 것이다.

가설 3-3 : 시장지향성의 부서간 조정이 조직의 재무적성과에 미치는 영향은 조직문화(참여문화, 사명의식)에 따라 달라질 것이다.

가설 3-4 : 시장지향성의 부서간 조정이 조직의 비재무적성과에 미치는 영향은 조직문화(참여문화, 사명의식)에 따라 달라질 것이다.

가설 3-5 : 시장지향성의 고객지향성이 조직의 재무적성과에 미치는 영향은 조직문화(참여문화, 사명의식)에

따라 달라질 것이다.

가설 3-6 : 시장지향성의 고객지향성이 조직의 비재무적성과에 미치는 영향은 조직문화(참여문화, 사명의식)에 따라 달라질 것이다.

가설 4 : 기업가지향성과 조직성과와의 관계에 조직문화는 조절적으로 영향을 미칠 것이다.

가설 4-1 : 기업가지향성이 조직의 재무적 성과에 미치는 영향은 조직문화(참여문화, 사명의식)에 따라 달라질 것이다.

가설 4-2 : 기업가지향성이 조직의 비재무적 성과에 미치는 영향은 조직문화(참여문화, 사명의식)에 따라 달라질 것이다.

3.3 변수의 조작적 정의 및 측정방법

3.3.1 변수의 정의 및 측정 방법

(1) 학습지향성

앞의 Sinkula et al.[1997]의 연구에 관한 이론적 고찰에서 보듯이 이들은 학습지향성을 다시 학습몰입, 비전공유, 개방성이라는 세 가지 측면으로 보았다(Sinkula et al., 1997). 그리고 Celuch et al.[2002]과 Baker and Sinkula[1999]의 연구에서도 역시 같이 학습몰입, 비전공유, 개방성이라는 세 가지의 측면으로 학습지향성을 구성하고 측정하였다. Calantone et al.[2002]은 이러한 학습몰입, 비전공유, 개방성의 세 측면에 Moorman and Maner [1998]의 연구에 사용되었던 부서간 지식공유를 추가하여 학습지향성을 측정하였다. 앞에서의 이론적 고찰들을 참조하여 본 연구에서는 학습지향성을 “조직의 경영성과와 관련되는 조직 내의 여러 행동들에 영향을 미치는 학습에 대한 조직의

가치관”으로 정의한다. 그리고 구체적으로 이를 측정하는 척도는 Baker and Sinkula[1999]의 연구에서 사용된 척도를 번안하여 사용한다. 즉 여기서는 학습몰입, 비전공유, 개방성의 구성 변수 각각 6개의 문항으로 구성되어 총 18개의 문항으로 구성된 척도를 사용한다. 본 연구에서 각 척도는 Likert형의 7점 척도를 사용하여 측정한다.

(2) 시장지향성

앞에서의 이론적 고찰들을 참조하여 본 연구에서는 시장지향성을 고객의 요구를 이해하고 이에 부합하는 가치를 제공하고[Narver and Slater, 1990], 고객에게 만족을 주고, 고객을 위한 더 나은 가치를 창조할 수 있도록 목표 고객을 충분히 이해하고, 신규고객을 창출하고 고객의 가치를 제공하여 궁극적으로 고객만족도를 높여 주는 것으로 보았다[Day, 1994], 또한 경쟁자의 장·단점을 분석하고 정기적으로 토론하며 경쟁자의 위협에 대해 반응하는 조직의 성향을 의미한다는 것이다. 따라서 시장지향성은 현재의 경쟁자뿐 아니라 잠재적인 경쟁자의 강점과 약점, 역량 및 장기적 전략까지 분석하는 것과, 고객과 경쟁자에 관한 정보를 바탕으로 고객의 가치를 창출하기 위해 마케팅 부서 뿐 아니라, 전사적 차원에서 협력하고 조정하는 기업문화를 의미한다. 이를 구체적으로 측정하는 척도로 Narver and Slater의 세 가지의 하부 구성요소[Narver and Slater, 1990]로 고객지향성(6), 부서간 조정(5), 경쟁자지향성(4)으로 구성된 총 15개의 문항으로 구성된 척도를 사용한다.

(3) 기업가치향성

Schumpeter[1934]는 “혁신은 이미 존재하는 것들의 새로운 조합(Innovation is new combination of things existed before)이라고 하면서, 기업가정신이 지속적인 혁신적·창조적 파괴라고 주장하였다. 기업가치향성은 제품과 시장의 혁신을 추구하

고, 어느 정도 위험을 감수하며, 진취적으로 대응하여 경쟁자의 기선을 제압하려는 조직의 성향이며, 위험을 감수하고 경쟁자들과 차별될 수 있는 혁신적인 새로운 가치를 창출하고자 하는 최고경영자 또는 기업의 의사결정 프로세스와 실행에 대한 전략적 성향으로 볼 수 있다. 본 연구에서는 Miller [1983]의 정의에 따라 기업가치향성을 7문항으로 구성된 척도를 사용하여 측정한다.

(4) 조직문화

조직문화가 조직 효과성에 영향을 미치는 이유는 조직문화가 조직 자체와 구성원들이 공유하고 있는 가치 체계에 근거하고, 이 가치 체계는 조직의 목적, 전략 및 제반행동에 관한 방향과 지표를 제공하기 때문이다. 또한 조직문화는 통제수단의 하나로서 통제의 효과적인 사용은 성과를 향상시킬 수 있으며, 조직목표 수행 시 필요한 정보를 제공하기 때문이다. Daniel Denison은 조직문화의 구성 개념으로 Involvement, Consistency, Adaptability, Mission을 들었다[Denison et al., 2006].

이제껏 학습지향성, 시장지향성, 그리고 기업가치향이 동시에 독립변수로서 종속변수에 영향을 미치는지, 또한 조직문화는 종속변수인 경영성과에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 선행 연구가 우리나라에선 거의 없었기에 본 연구에서는 Daniel Denison et al.[2006]이 연구 정의한 구성 개념 중 Involvement와 Mission으로 위임, 팀 지향성, 역량 개발 등으로 표현되는 참여문화와 전략적 방향과 의도, 목표 지향성, 비전으로 대변되는 사명의식의 구성 개념이[Denison et al., 2006]. 조직문화의 효과성과 유효성에 영향을 주는 지, 또한 학습지향적 측면에서 기업의 비전과 그에 따른 목적을 조직원들이 인식할 때, 그들은 과연 사명감(Mission)을 가지고 기업에 충성하므로 더욱 좋은 조직성과를 가져 오는지에 대해 연구하고자 한다.

따라서 이를 구체적으로 측정하는 척도로 Daniel

Denison et al.[2006]의 조직문화 개념 중 Involvement와 Mission을 각 15문항씩 30문항으로 사용하여 측정한다.

(5) 조직성과

지금까지 조직의 성과측정 방법에 대해서 학자들 간에 많은 논란이 있어 왔다. 주로 기업을 대상으로 하는 조직성과에 대해 이루어졌던 측정 방법은 크게 두 가지 측면으로 나누어 볼 수 있다. 즉 그 하나는 주관적인 관점의 측정이고 다른 하나는 객관적인 관점의 측정이다. 그 이후 이러한 두 가지 측면의 측정 방법을 보완하기 위해 두 가지 측면을 모두 사용하는 측정 방법도 사용되어졌다. 객관적 지표를 보면 단순히 그 규모를 보는 척도(예를 들면 매출액 규모, 실현된 수익 규모 등)가 있고 효율성을 보기 위해 비율을 사용하는 척도(예를 들면 투자수익률(ROI), ROA, 시장점유율 등)로 구분될 수 있으며 어떤 것이든지 객관적 지표는 대부분 계량적 수리적으로 표현되어 객관적으로 비교가 가능한 지표들로 구성이 되어 있다. 따라서 객관적 지표가 객관성을 확보한다는 점에서 더 우수한 측면이 있으나 실제 자료 확보라는 관점에서 볼 때 이들 자료는 대부분 기업들의 재무적인 자료들로 구성되어 있으므로 보안의 문제 등으로 기업들이 자료 공개를 꺼리는 경향이 있어 그 확보가 쉽지 않으며, 연구의 내용에 따라 대상 표본들의 이질성으로 인해 연구 결과가 영향을 받게 되는 경우 동일한 상황에서의 객관적인 지표를 그 성과의 척도로 하기가 적합하지 않은 측면이 있다. 실제로 다른 연구에서 우리나라 기업들의 경우 객관적 자료들의 신뢰성에 대한 문제가 제기될 수 있다는 지적이 있었고, 연구대상이 다양한 산업들을 대상으로 하는 경우 산업간 성과기준이 상이하기 때문에 오류를 범할 수 있다는 지적도 있었다. 즉 객관적 지표를 이용하여 기업의 성과를 측정하는 것이 오히려 정확한 기업간의 비교가 되지 않을 수 있다는 것이다. 그리고 많

은 경우 기업의 최고경영자가 인지하는 주관적인 성과는 객관적인 성과 평가와 일치하는 것으로 나타나서 많은 학자들이 주관적인 방법으로 기업의 성과를 측정하였다[Narver and Slater, 1990].

본 연구에서도 조직의 성과를 주관적인 방법으로 측정하며, 재무적 관점의 성과와 비재무적 관점의 성과 두 부문으로 나누어서 조사하고자 한다. 재무적 관점의 성과에서는 응답자가 인식하는 수익률, 종업원 1인당 매출 규모, 매출액 성장율, 시장점유율을 보았고, 비재무적 관점의 성과에서는 응답자가 인식하는 신제품개발 성과, 조직 몰입, 회사의 미래 비전, 회사 주요 사업들의 성과 등을 보았다. 전체적인 조직성과의 측정에 있어서 균형을 기하기 위해 최근 3년간의 성과로서 측정하며 업종간의 차이에 따른 편차를 없애기 위해서 동종업계의 다른 기업들과 비교한 성과로 측정한다.

4. 실증 분석

4.1 표본구성 및 특성

4.1.1 표본추출 및 설문조사 계획

본 연구에서는 연구를 수행하기 위해 기업체들을 대상으로 다음과 같이 자료를 수집하였다. 설문조사는 2010년 7월부터 2011년 1월까지 실시하였으며, 학습지향성, 시장지향성, 기업가지향성, 조직문화, 조직성과를 측정하기 위해 제조업, 서비스업, 도·소매업, 통신업, 금융 및 보험업, 운송업, 건설업 등 각 기업의 임·직원을 대상 1기업 당 1인 응답으로 조사하였다. 표본대상은 주로 서울·경기 지역에 소재한 최소 20인 이상 기업으로, 140개 기업에 한 부씩 총 140부를 배포하였고 표본추출 방법은 1차로 여성경제인협회와 중소기업 이업종 서울연합회의 협조를 얻어 소속 사들에게 그 취지를 설명하고 임·직원, 특별히 해당 부서 담당자들에게 전화와 메일을 보내 협

조를 요청한 다음 설문지를 방문 또는 팩스와 메일로 보내 배포하였다. 2차 표본추출 방법으로는 본 연구자가 대표자로 있는 거래처 기업의 협조를 얻어 임·직원, 특별히 해당 부서 담당자들에게 전화와 메일을 보내 연구의 취지를 설명한 후 협조를 요청한 다음 설문지를 방문 또는 팩스와 메일로 보내 배포하였다.

회수결과는 총 119부가 회수되었고(회수율 85%) 이 응답 중 불성실한 응답 27부를 제외한 92개 기업 총 92부를 본 연구에서 사용하였다.

4.1.2 자료 타당성 및 신뢰성 분석

측정한 항목들이 연구의 의도와 동일하게 측정되었는지를 분석하기 위해 신뢰성 및 타당성을 분석하였다. 신뢰성이란 동일한 개념에 대해 측정을 여러 번 반복하였을 경우에도 동일한 결과가 나오는 정도를 의미하며, 타당성이란 측정하고자 하는 것을 얼마나 정확하게 측정하였는가를 나타내는 것이다. 본 연구에 사용된 변수 및 측정 문항의 개념 타당성을 검증하기 위해 변수별로 요인분석을 실시하였다. 프로세스성과를 제외한 설문 총 53문항을 통계분석 도구인 SPSS Version 18.0을 이용하여 베리맥스 회전 방식으로 요인 분석하였다. 독립변수 대분류의 학습지향성 변수에서 세부 분류의 공유된 비전, 개방성 변수, 그리고 시장지향성의 세부분류 변수인 경쟁자지향성, 부서간 조정, 고객지향성 변수, 또한 기업가지향성 변수에 대한 총 7개 그룹의 요인 분석을 하여 기술통계량과, 공통성의 추출, 공분산 및 요인별 고유값 등을 모두 통계분석 하였다. 독립변수 대분류에 따른 세부 분류의 독립변수들을 요인 분석한 결과 타당성 검증을 위한 적재량 범위와 표본 설문의 적합도를 설명해주는 KMO 값도 <표 4-1>과 같이 0.750이상으로 나타나 본 연구를 하기 위하여 타당성이 충분한 것으로 판단된다.

<표 4-1> 학습에 대한 몰입 변수에 대한 KMO와 Bartlett의 검정

KMO와 Bartlett의 검정		
표준형적질성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도		0.847
Bartlett의 구형성 검정	근사카이제곱 유의확률	237.44 0.000

요인의 적재량범위도 0.5를 넘으면 아주 중요한 변수라고 판단할 수 있는데[강병서, 2001] 모두 중요한 변수임을 알 수 있다. 또한 설문의 측정 도구에 대한 신뢰성을 검증하기 위해 신뢰도 분석을 실시하여 크론바하 알파 값을 계산하였다. 크론바하 알파 값이 0.6이상이면 어느 정도 신뢰성을 가지는 것으로 판단할 수 있는데 <표 4-2>와 같이 측정 결과, 크론바하 알파 값은 모두 신뢰성에 문제가 없는 것으로 판단할 수 있다.

<표 4-2> 전체 변수간의 요인분석 및 신뢰성 분석

변수의 구성		항목수	KMO값	크론바하 알파계수
학습 지향성	학습몰입	6	0.847	0.841
	개방성	6	0.752	0.680
	공유된 비전	6	0.791	0.816
시장 지향성	경쟁자지향성	6	0.800	0.857
	부서간 조정	5	0.833	0.853
	고객지향성	4	0.754	0.878
기업가 지향성		7	0.774	0.732
조직문화 (참여문화)	위임	5	0.872	0.903
	팀 지향성	5	0.788	0.846
	역량개발	5	0.814	0.768
조직문화 (사명의식)	전략적 방향과 의도	5	0.866	0.900
	목표지향성	5	0.866	0.912
	비전	5	0.729	0.677
조직성과	재무적 성과	4	0.785	0.874
	비재무적 성과	4	0.758	0.826

4.1.3 가설검증

(1) 학습지향성과 조직성과의 관계분석

가설 1-1a를 검증하기 위하여 <표 4-3>과 같이 학습지향성의 세부변수인 학습에 대한 몰입, 공유된 비전, 개방성이 재무적 성과에 미치는 영향을 중회귀분석으로 분석하였다.

<표 4-3> 학습지향성의 학습에 대한 몰입, 공유된 비전, 개방성이 재무적 성과에 미치는 영향 분석

회귀모형	비표준화 계수			t	p	VIF
	B	표준오차	베타			
(상수)	1.48	.699		2.48	0.015	
학습몰입	0.36	.127	.33	2.86	0.005	1.7
공유된 비전	0.12	.142	.10	0.85	0.399	1.8
개방성	0.33	.139	.18	1.63	0.107	1.6

다중회귀분석을 수행하기 위해서는 먼저 독립변수간 다중공선성의 존재 여부를 파악하여야 한다. 독립변수간의 다중공선성을 판단하기 위한 방법은 Tolerance(다중공선허용치)나 또는 분산팽창계수를 사용하는데, 일반적으로 Tolerance값이 크거나, 분산팽창계수 값이 10 보다 작으면 다중공선성의 문제가 없다고 판단한다[강병서, 1999]. 가설 1-1a를 검증하기 위해 본 연구에서는 회귀분석을 실시하였고, 분산팽창계수를 중심으로 다중공선성을 진단하였다. 다중 회귀분석에서 독립변수간의 다중공선성을 판단하는데 사용되는 분산팽창계수 값은 최대 1.583-1.823으로서 10보다 작은 것으로 나타났으며, 잔차의 독립성을 판단하기 위하여 Durbin-Watson 값을 분석하여 보았다. 독립변수가 셋이고 응답표본이 92(N = 92)개 일 때의 Dubin-Watson 임계치는 1.60 <= D <= 1.73인데 본 연구에서는 DW 값이 2.056이므로 수행된 회귀분석의 결과는 의미가 있다고 볼 수 있다. 따라서 자기 상관이 없다고 결론을 내릴 수 있고 그에 따라 회귀분석을 수행하였다. 분석결과 학습지향성의 세부변수 중 학습에 대한 몰입만이 재무적 성과에 유의한 영향을 미치

는 것으로 나타났다. 공유된 비전은 유의하지 않은 결과를 보여주었고 개방성은 통계적으로 유의하지는 않았으나 어느 정도 관련성을 나타내는 결과를 보여주었다. 관련 회귀식은 $Y = 1.488 + 0.365X1 + 0.121X2 + 0.227X3$ (X1 = 학습몰입, X2 = 공유된 비전, X3 = 개방성)이다. 독립변수의 설명력 (R^2)은 0.287로 나타났고 전체 회귀식은 매우 유의한 것으로 나타났다. 이 분석결과에 따르면 학습지향성의 세부변수 중 학습에 대한 몰입이 클수록 조직의 재무적 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이로써 가설 1-1a는 부분 채택됨을 알 수 있다.

가설 1-1b를 검증하기 위하여 <표 4-4>와 같이 학습지향성의 학습지향성의 학습에 대한 몰입, 공유된 비전, 개방성이 비재무적 성과에 미치는 영향을 중회귀분석으로 분석하였다.

<표 4-4> 학습지향성의 학습에 대한 몰입, 공유된 비전, 개방성이 비재무적 성과에 미치는 영향 분석

회귀모형	비표준화 계수			t	유의 확률	상관 계수	VIF
	B	표준 오차	베타				
(상수)	1.03	.50		2.06	0.042		
학습몰입	0.15	.10	.15	1.47	0.144	.50	1.71
공유된 비전	0.48	.12	.44	4.03	0.000	.62	1.82
개방성	0.16	.11	.14	1.41	0.162	.47	1.58

분산팽창계수를 중심으로 다중공선성을 진단하였다. 분산팽창계수 값은 최대 1.583-1.823으로서 10보다 작은 것으로 나타났으며, 잔차의 독립성을 판단하기 위하여 Durbin-Watson 값을 분석하여 보았다. 독립변수가 셋이고 응답표본이 92 (N = 92)개 일 때의 Dubin-Watson 임계치는 1.60 <= D <= 1.73인데 본 연구에서는 DW 값이 1.736이므로 수행된 회귀분석의 결과는 의미가 있다고 볼 수 있다. 분석결과 학습지향성의 세부변수 중 공유된 비전만이 비재무적 성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 학습몰입과 개방

성은 통계적으로 유의하지는 않았으나 어느 정도 관련성을 나타내는 결과를 보여주었다. 관련 회귀식은 $Y = 1.037 + 0.158X_1 + 0.483X_2 + 0.165X_3$ 이다. 이 때 X_1 = 학습몰입, X_2 = 공유된 비전, X_3 = 개방성이다. 독립변수의 설명력(R^2)은 0.420으로 나타났고 전체 회귀식은 매우 유의한 것으로 나타났다. 이 분석결과에 따르면 학습지향성의 세부변수 중 공유된 비전이 클수록 조직의 비재무적 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 공유된 비전을 통해 신제품개발성과, 업무에의 몰입도 증가, 미래비전에의 목표 설정 등 비재무적성과가 향상된다고 하는 것이다. 이로써 가설 1-1b도 부분 채택됨을 알 수 있다.

(2) 시장지향성과 조직성과의 관계분석

가설 1-2a를 검증하기위하여 <표 4-5>와 같이 시장지향성의 경쟁자지향성, 부서간 조정, 고객지향성이 재무적 성과에 미치는 영향을 중회귀분석으로 분석하였다. 분산팽창계수를 중심으로 다중공선성을 진단하였다. 다중 회귀분석에서 독립변수간의 다중공선성을 판단하는데 사용되는 분산팽창계수 값은 최대 1.649-2.475로서 10보다 작은 것으로 나타났으며, 잔차의 독립성을 판단하기 위하여 Durbin-Watson 값을 분석하여 보았다. 독립변수가 셋이고 응답표본이 92(N=92)개 일 때의 Dubin-Watson 임계치는 $1.60 < D <= 1.73$ 인데 본 연구에서는 DW 값이 1.73이므로 수행된 회귀분석의 결과는 의미가 있다고 볼 수 있다. 분석결과 시장지향성의 세부변수 고객지향성만이 조직의 재무적성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 부서간 조정은 유의하지 않은 결과를 보여주었고 경쟁자 지향성은 통계적으로 유의하지는 않았으나 어느 정도 관련성을 나타내는 결과를 보여주었다.

가설 1-2a는 부분 채택된다. 관련 회귀식은 $Y = 2.319 + 0.145X_1 + 0.054X_2 + 0.328X_3$ 이다. 이 때 X_1 = 경쟁자지향성, X_2 = 부서간 조정, X_3 = 고객지향성이다. 독립변수의 설명력(R^2)은 0.269로 나타났고

전체 회귀식은 매우 유의한 것으로 나타났다. 이 분석결과에 따르면 시장지향성의 세부변수 중 고객지향성이 클수록 조직의 재무적 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이로써 가설 1-2a도 부분 채택됨을 알 수 있다.

<표 4-5> 시장지향성의 경쟁자지향성, 부서간 조정, 고객지향성이 재무적 성과에 미치는 영향

회귀모형	비표준화 계수			t	유의 확률	상관 계수	VIF
	B	표준 오차	베타				
(상수)	2.32	.51		4.53	0.000		
경쟁자지향성	0.14	.11	.14	1.22	0.225	.40	1.6
부서간 조정	0.05	.14	.05	0.38	0.700	.40	2.7
고객지향성	0.33	.12	.37	2.63	0.010	.50	2.4

가설 1-2b를 검증하기위하여 <표 4-6>과 같이 시장지향성의 경쟁자지향성, 부서간 조정, 고객지향성이 비재무적 성과에 미치는 영향을 중회귀분석으로 분석하였다. 분산팽창계수를 중심으로 다중공선성을 진단하였다. 분산팽창계수 값은 10보다 작은 것으로 나타났다. 분석결과 시장지향성의 세부변수 중 부서간 조정만이 비재무적 성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 고객지향성은 유의하지 않은 것으로 나타났으며 경쟁자지향성은 통계적으로 유의하지는 않았으나 어느 정도 관련성을 나타내는 결과를 보여주었다. 관련 회귀식은 $Y = 1.824 + 0.165X_1 + 0.380X_2 + 0.102X_3$ 이다. 이 때 X_1 = 경쟁자지향성, X_2 = 부서간 조정, X_3 = 고객지향성이다. 독립변수의 설명력(R^2)은 0.373으로 나타났고 전체 회귀식은 매우 유의한 것으로 나타났다. 이 분석결과에 따르면 시장지향성의 세부변수 중 부서간 조정이 클수록 조직의 비재무적 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 부서간 조정을 통해 부서간 의사소통 및 상호협력으로 비재무적성과가 향상된다고 하는 것이다. 이로써 가설 1-1b도 부분 채택됨을 알 수 있다.

<표 4-6> 시장지향성의 경쟁자지향성, 부서간 조정, 고객지향성이 비재무적 성과에 미치는 영향 분석

회귀모형	비표준화 계수			t	유의 확률	상관 계수	VIF
	B	표준 오차	베타				
(상수)	1.82	.44		4.1	0.000		
경쟁자지향성	0.16	.10	.17	1.6	0.109	.46	1.6
부서간 조정	0.38	.12	.39	3.1	0.002	.57	2.1
고객지향성	0.10	.10	.12	0.9	0.346	.51	2.4

(3) 기업가지향성과 조직성과의 관계분석

가설 1-3a를 검증하기위하여 <표 4-7>과 같이 기업가지향성이 재무적 성과에 미치는 영향을 회귀분석하였다. 독립변수간의 다중공선성을 판단하는데 사용되는 분산팽창계수 값은 1로서 10보다 작은 것으로 나타났으며, 잔차의 독립성을 판단하기 위하여 Durbin-Watson 값을 분석하여 보았다. 독립변수가 셋이고 응답표본이 92개 일 때의 Dubin-Watson 임계치는 $1.60 \leq D \leq 1.73$ 인데 본 연구에서는 DW 값이 1.7이므로 수행된 회귀분석의 결과는 의미가 있다고 볼 수 있다. 분석결과 기업가지향성은 유의확률 0.225로서 통계적으로 유의하지는 않았으나 어느 정도 관련성을 나타내는 결과를 보여주었다.

관련 회귀식은 $Y = 2.634 + 0.538X1$ 이다. 이 때 $X1 =$ 기업가지향성, $Y =$ 재무적 성과이다. 독립변수의 설명력(R^2)은 0.208로 나타났고 전체 회귀식은 유의한 것으로 나타났다.

이로써 가설 1-3a는 기각되었다.

가설 1-3b를 검증하기위하여 <표 4-8>과 같이 기업가지향성이 비재무적 성과에 미치는 영

<표 4-7> 기업가지향성이 재무적 성과에 미치는 영향 분석

회귀모형	비표준화 계수			t	유의 확률	상관 계수	VIF
	B	표준 오차	베타				
(상수)	2.63	.47		5.5	0.000		
기업가지향성	0.53	.11	.45	4.8	0.225	.456	1.0

<표 4-8> 기업가지향성이 비재무적 성과에 미치는 영향 분석

회귀모형	비표준화 계수			t	유의 확률	상관 계수	VIF
	B	표준 오차	베타				
(상수)	2.288	.412		5.5	0.00		
기업가지향성	0.622	.095	.566	6.5	0.00	.56	1.0

향을 회귀분석으로 분석하였다. 분산팽창계수를 중심으로 다중공선성을 진단하였다. 분산팽창계수 값은 1로서 10보다 작은 것으로 나타났다. 분석결과 기업가지향성은 조직의 비재무적 성과에 매우 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 관련 회귀식은 $Y = 2.288 + 0.622X1$ 이다, 이 때 $X1 =$ 기업가지향성, $Y =$ 비재무적 성과이다. 독립변수의 설명력(R^2)은 0.320으로 나타났고 전체 회귀식은 매우 유의한 것으로 나타났다. 이 분석결과에 따르면 기업가지향성이 클수록 조직의 비재무적 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 연구개발 및 신제품에 대한 적극적인 도입 등의 모험과 도전, 전략적 행동, 정보수집과 공유 등을 통해 비재무적성과가 향상된다고 하는 것이다. 이로써 가설 1-3b는 채택됨을 알 수 있다.

(4) 학습지향성이 조직문화에 따른 조직성과 관계 분석

1) 조직문화를 조절 변수로 하여 독립변수인 학습지향성(학습에 대한 몰입)이 종속변수인 조직성과에 미치는 영향 분석

가설 2-1을 검증하기위하여 <표 4-9>와 같이 독립변수인 학습지향성의 세부변수 중 학습에 대한 몰입과 조직성과간의 관련성에 조직문화가 미치는 조절효과를 분석하였다. 이에 있어서 재무적 성과와 비재무적 성과 두 개의 종속변수 각각에 대하여 회귀분석을 실시하였다. 먼저 종속변수를 재무적 성과로 할 때 독립변수인 학습몰입과 재무적 성과간의 관련성에 조직문화가 미치는 조절효과를 분석하기위한 회귀분석을 실시하였다. 우선

<표 4-9> 학습지향성의 학습에 대한 몰입이 재무적 성과에 미치는 영향 분석

회귀모형	비표준화 계수			t	유의 확률	상관 계수	VIF
	B	표준 오차	베타				
(상수)	3.66	.53		6.8	0.000		
학습몰입	-0.4	0.2	-0.3	-1.	0.056	0.4	5.7
학습몰입 *참여문화	0.07	0.0	0.5	2.0	0.042	0.6	11.2
학습몰입 *사명의식	0.05	0.0	0.4	1.5	0.120	0.6	10.0

변수간의 다중공선성을 진단하였다. 분산팽창계수 값은 최대 5.7-11로서 모두 작은 것으로 나타났으며, 잔차의 독립성을 판단하기 위하여 더빈윌슨 값을 분석하여 보았다. 독립변수가 셋이고 응답표본이 92(N=92)개 일 때의 더빈윌슨 임계치는 $1.60 \leq D \leq 1.73$ 인데 본 연구에서는 DW 값이 1.844 이므로 수행된 회귀분석의 결과는 의미가 있다고 볼 수 있다.

분석결과 조절변수인 참여문화가 가지는 조절 효과의 유의성이 확인되었다. 독립변수인 학습지향성의 세부변수중 학습에 대한 몰입과 조직의 재무적 성과간의 관련성에 미치는 참여문화의 조절 효과가 확인되었으며, 이것은 조직내에서의 학습몰입이 조직의 재무적인 성과에 영향을 미치는데 있어서 참여적인 문화가 형성될수록 학습몰입이 재무적 성과에 미치는 영향이 더 강화된다는 것을 의미한다. 이상의 결과에 의해 도출된 회귀식은 다음과 같다. $Y = 3.663 - 0.410X_1 + 0.055 X_1 \cdot C_1$ 이다. 이 때 $X_1 =$ 학습몰입, $C_1 =$ 조직문화(참여문화), $Y =$ 조직의 재무적 성과이다. 독립변수인 학습지향성(학습에 대한 몰입)이 조직문화(사명의식)를 조절 변수로 하여 종속변수인 조직의 재무적 성과에 미치는 영향에 대한 회귀식은 $Y = 3.663 - 0.410X_1 + 0.077X_1 \cdot C_2$ 이다 이 때 $X_1 =$ 학습몰입, $C_2 =$ 조직문화(사명의식), $Y =$ 조직의 재무적 성과이다. 조직문화의 참여문화측면이 신뢰수준 95%

에서 유의수준 0.042로서 이를 기반으로 설정된 가설 2-1을 검증하면 학습지향성의 학습몰입은 조직문화의 참여문화 측면이 재무적 성과인 조직성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이로써 가설 2-1은 부분 채택됨을 알 수 있다.

가설 2-2를 검증하기 위하여 <표 4-10>과 같이 독립변수인 학습지향성의 세부변수 중 학습에 대한 몰입과 조직의 비재무적 성과간의 관련성에 조직문화가 미치는 조절효과를 분석하였다. 즉 조직문화(참여문화)를 조절 변수로 하여 독립변수인 학습지향성(학습에 대한 몰입)이 종속변수인 조직의 비재무적 성과에 미치는 영향 분석과 조직문화(사명의식)를 조절 변수로 하여 독립변수인 학습지향성(학습에 대한 몰입)이 종속변수인 조직의 비재무적 성과에 미치는 영향에 대한 분석이다. 조절효과를 분석을 위한 회귀분석을 실시하였다. 우선 변수간의 다중공선성을 진단하였다. 분산팽창계수 값은 최대 5.7-11로서 모두 작은 것으로 나타났으며, 잔차의 독립성을 판단하기 위하여 더빈윌슨 값을 분석하여 보았다. 독립변수가 셋이고 응답표본이 92개 일 때의 더빈윌슨 임계치는 $1.60 \leq D \leq 1.73$ 인데 본 연구에서는 DW 값이 1.7이므로 수행된 회귀분석의 결과는 어느 정도 의미가 있다고 볼 수 있다. 분석결과 조절변수인 사명의식이 가지는 조절 효과의 유의성이 확인되었다. 독립변수인 학습지향

<표 4-10> 학습지향성의 학습에 대한 몰입이 비재무적 성과에 미치는 영향 분석

회귀모형	비표준화 계수			t	유의 확률	상관 계수	VIF
	B	표준 오차	베타				
(상수)	4.16	0.4		9.50	0.00		
학습몰입	-0.6	0.1	-0.6	-3.6	0.00	0.50	5.7
학습몰입 *참여문화	0.04	0.0	0.33	1.40	0.16	0.64	11.
학습몰입 *사명의식	0.11	0.0	0.92	4.05	0.00	0.68	10.

성의 세부변수중 학습에 대한 몰입과 조직의 비재무적 성과간의 관련성에 미치는 사명의식의 조절효과가 확인되었으며, 이것은 조직내에서의 학습몰입이 조직의 비재무적인 성과에 영향을 미치는데 있어서 사명의식의 문화가 형성될수록 학습몰입이 비재무적 성과에 미치는 영향이 더 강화된다는 것을 의미한다. 이상의 결과에 의해 도출된 관련 회귀식은 다음과 같다. $Y = 4.165 - 0.634X1 + 0.043X1 \cdot C1$ 이다. 이 때 $X1 =$ 학습몰입, $C1 =$ 조직문화(참여문화), $Y =$ 조직의 비재무적 성과이다. 독립변수인 학습지향성(학습에 대한 몰입)이 조직문화(사명의식)를 조절 변수로 하여 종속변수인 조직의 재무적성과에 미치는 영향에 대한 회귀식은 $Y = 4.165 - 0.634X1 + 0.117X1 \cdot C2$ 이다. 이 때 $X1 =$ 학습몰입, $C2 =$ 조직문화(사명의식), $Y =$ 조직의 비재무적 성과이다. 학습지향성의 세부변수중 학습에 대한 몰입과 조직의 비재무적 성과간의 관련성에 미치는 참여문화의 조절효과는 유의수준 0.165로서 통계적으로 유의하지는 않았으나 어느 정도 관련성을 나타내는 결과를 보여주었다. 이로써 가설 2-2는 부분 채택됨을 알 수 있다.

학습지향성의 학습에 대한 몰입과 비재무적 성과 상관분석에서 보는 바와 같이 재무적 성과의 조직성과와 학습몰입, 참여문화와 사명의식의 조직문화측면에서 보는 학습몰입*참여문화와 학습몰입*사명의식 조절효과 항목 모두 상관관계가 높은 것이 나타났다.

2) 조직문화를 조절 변수로 하여 독립변수인 학습지향성(공유된 비전)이 종속변수인 조직성과에 미치는 영향 분석

가설 2-3을 검증하기위하여 <표 4-11>과 같이 독립변수인 학습지향성의 세부변수 중 공유된 비전과 조직의 재무적 성과간의 관련성에 조직문화에 미치는 조절효과를 분석하였다. 중회귀분석을 실시하였고, 분산팽창계수를 중심으로 다중공선

성을 진단하였다. 다중 회귀분석에서 독립변수간의 다중공선성을 판단하는데 사용되는 분산팽창계수 값은 6~11로 작은 것으로 나타났으며, 독립변수가 셋이고 응답표본이 92개 일 때의 더빈릿슨 임계치는 $1.60 \leq D \leq 1.73$ 인데 잔차의 독립성을 판단하기 위한 더빈릿슨 값도 1.73으로 수행된 회귀분석의 결과는 의미가 있다고 볼 수 있다. 학습지향성의 공유된 비전과 조직문화에 따른 재무적 성과 분석 모형과 학습지향성의 공유된 비전과 조직문화에 따른 재무적 성과 분석에서의 유의수준은 0.000으로서 회귀분석의 의미는 있는 것으로 나타났다.

독립변수인 학습지향성(공유된 비전)이 조직문화(참여문화)를 조절 변수로 하여 종속변수인 조직의 재무적성과에 미치는 영향에 대한 회귀식은 $Y = 4.384 - 0.646X1 + 0.087X1 \cdot C1$ 이다. 이 때 $X1 =$ 공유된 비전, $C1 =$ 조직문화(참여문화), $Y =$ 조직의 재무적 성과이다. 독립변수인 학습지향성(공유된 비전)이 조직문화(사명의식)를 조절 변수로 하여 종속변수인 조직의 재무적성과에 미치는 영향에 대한 회귀식은 $Y = 4.384 - 0.646X1 + 0.064X1 \cdot C2$ 이며 이 때 $X1 =$ 공유된 비전, $C2 =$ 조직문화(사명의식), $Y =$ 조직의 재무적 성과이다. 조직문화의 참여문화측면이 신뢰수준 95%에서 유의수준 0.025로서 이를 기반으로 설정된 가설 2-3을 검증하면 학습지향성의 공유된 비전은 조직문화의

<표 4-11> 학습지향성의 공유된 비전이 재무적 성과에 미치는 영향 분석

회귀모형	비표준화 계수			t	유의 확률	상관 계수	VIF
	B	표준 오차	베타				
(상수)	4.38	.63		6.95	0.00		
공유된 비전	-0.6	0.2	-0.5	-2.5	0.01	0.4	6.1
공유된 비전 *참여문화	0.08	0.0	0.61	2.28	0.02	0.5	9.8
공유된 비전 *사명의식	0.06	0.0	0.45	1.55	0.12	0.5	11

참여문화 측면이 재무적 성과인 조직성공에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이로써 가설 2-3은 부분 채택됨을 알 수 있다.

가설 2-4를 검증하기 위하여 <표 4-12>와 같이 독립변수인 학습지향성(공유된 비전)과 종속변수인 조직의 비재무적성과간의 조직문화의 조절효과를 분석하였다. 즉, 조직문화(참여문화)를 조절 변수로 하여 독립변수인 학습지향성(공유된 비전)이 종속변수인 조직의 비재무적성과에 미치는 영향 분석과 조직문화(사명의식)를 조절 변수로 하여 독립변수인 학습지향성(공유된 비전)이 종속변수인 조직의 비재무적성과에 미치는 영향에 대한 분석이다. 조절효과를 분석하기 위한 회귀분석을 실시하였다. 우선 변수간의 다중공선성을 진단하였다. 분산팽창계수 값은 최대 6-11로서 모두 작은 것으로 나타났으며, 잔차의 독립성을 판단하기 위하여 더빈릿슨 값을 분석하여 보았다. 독립변수가 셋이고 응답표본이 92개 일 때의 더빈릿슨 임계치는 $1.60 \leq D \leq 1.73$ 인데 본 연구에서는 DW 값이 1.6이므로 수행된 회귀분석의 결과는 어느 정도 의미가 있다고 볼 수 있다. 분석결과 조절변수인 사명의식이 가지는 조절효과의 유의성이 확인되었다. 독립변수인 학습지향성의 세부변수중 공유된 비전과 조직의 비재무적 성과간의 관련성에 미치는 사명의식의 조절효과가 확인되었으며, 이것은 조직내에서의 공유된 비전이 조직의 비재무적

인 성과에 영향을 미치는데 있어서 사명의식의 문화가 형성될수록 공유된 비전이 비재무적 성과에 미치는 영향이 더 강화된다는 것을 의미한다(<표 4-45>참조). 이상의 결과에 의해 도출된 관련 회귀식은 $Y = 3.146 - 0.222X1 + 0.023X1 \cdot C1$ 이다. 이 때 $X1 =$ 공유된 비전, $C1 =$ 조직문화(참여문화), $Y =$ 조직의 비재무적 성과이다. 독립변수인 학습지향성(공유된 비전)이 조직문화(사명의식)를 조절 변수로 하여 종속변수인 조직의 재무적성과에 미치는 영향에 대한 회귀식은 $Y = 3.146 - 0.222X1 + 0.095X1 \cdot C2$ 이고 이 때 $X1 =$ 공유된 비전, $C2 =$ 조직문화(사명의식), $Y =$ 조직의 비재무적 성과이다.

학습지향성의 세부변수중 학습에 대한 몰입과 조직의 비재무적 성과간의 관련성에 미치는 참여문화의 조절효과는 유의수준 0.453로서 통계적으로 유의하지 않는 결과를 보여주었다. 이로써 가설 2-4는 부분 채택됨을 알 수 있다.

3) 조직문화를 조절 변수로 하여 독립변수인 학습지향성(개방성)이 종속변수인 조직성공에 미치는 영향 분석

가설 2-5를 검증하기 위하여 <표 4-13>과 같이 독립변수인 학습지향성(개방성)과 종속변수인 조직의 재무적 성과간의 조직문화의 관련성에 조직문화가 미치는 조절효과를 분석하였다. 이에 있어서 재무적 성과와 비재무적 성과 두 개의 종

<표 4-12> 학습지향성의 공유된 비전이 비재무적 성과에 미치는 영향 분석

회귀모형	비표준화 계수			t	유의 확률	상관 계수	VIF
	B	표준 오차	베타				
(상수)	3.14	0.5		6.1	0.000		
공유된 비전	-0.2	0.2	-0.2	-1.	0.275	0.6	6.2
공유된 비전 *참여문화	0.02	0.0	0.18	0.7	0.453	0.7	9.9
공유된 비전 *사명의식	0.09	0.0	0.73	2.9	0.005	0.7	11

<표 4-13> 학습지향성의 개방성이 재무적 성과에 미치는 영향 분석

회귀모형	비표준화 계수			t	유의 확률	상관 계수	VIF
	B	표준 오차	베타				
(상수)	3.99	0.54		6.9	0.00		
개방성	-0.5	0.23	-0.4	-2.	0.01	0.4	4.8
개방성 *참여문화	0.09	0.04	0.61	0.5	0.05	0.5	11.
개방성 *사명의식	0.06	0.04	0.45	0.4	0.11	0.567	10.

속변수 각각에 대하여 회귀분석을 실시하였다. 먼저 종속변수를 재무적 성과로 할 때 독립변수인 개방성과 재무적 성과간의 관련성에 조직문화가 미치는 조절효과를 분석하기위한 회귀분석을 실시하였다. 우선 변수간의 다중공선성을 진단하였다. 분산팽창계수 값은 최대 4~11로서 모두 작은 것으로 나타났으며, 잔차의 독립성을 판단하기 위하여 Durbin-Watson 값을 분석하여 보았다. 독립변수가 셋이고 응답표본이 92(N=92)개일 때의 Dubin-Watson 임계치는 $1.60 \leq D < 1.73$ 인데 본 연구에서는 DW 값이 1.844이므로 수행된 회귀분석의 결과는 의미가 있다고 볼 수 있다. 분석결과 참여문화가 가지는 조절효과의 유의성이 확인되었다($p = 0.046$). 즉, 독립변수인 학습지향성의 세부변수중 개방성과 조직의 재무적 성과간의 관련성에 미치는 참여문화의 조절효과가 확인되었으며, 이것은 조직내에서의 개방성이 조직의 재무적인 성과에 영향을 미치는데 있어서 참여적인 문화가 형성될수록 개방성이 재무적 성과에 미치는 영향이 더 강화된다는 것을 의미한다. 이상의 결과에 의해 도출된 회귀식은 다음과 같다. $Y = 3.989 - 0.567 X1 + 0.088 X1 \cdot C1$ 이다. 이 때 $X1 =$ 개방성, $C1 =$ 조직문화(참여문화), $Y =$ 조직의 재무적 성과이다. 독립변수인 학습지향성(개방성)이 조직문화(사명의식)를 조절 변수로 하여 종속변수인 조직의 재무적 성과에 미치는 영향에 대한 회귀식은 $Y = 3.989 - 0.567 X1 + 0.067 X1 \cdot C2$ 이다. 이 때 $X1 =$ 개방성, $C2 =$ 조직문화(사명의식), $Y =$ 조직의 재무적 성과이다. 조직문화의 참여문화측면이 신뢰수준 95%에서 유의수준 0.046으로서 이를 기반으로 설정된 가설 2-5를 검증하면 학습지향성의 개방성은 조직문화의 참여문화 측면이 조직의 재무적 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이로써 가설 2-5는 부분 채택됨을 알 수 있다.

가설 2-6을 검증하기 위하여 <표 4-14>와 같이 독립변수인 학습지향성(개방성)과 종속변수

<표 4-14> 학습지향성의 개방성이 비재무적 성과에 미치는 영향 분석

회귀모형	비표준화 계수			t	유의 확률	상관 계수	VIF
	B	표준 오차	베타				
(상수)	4.02	0.43		9.25	0.00		
개방성	-0.6	0.18	-0.5	-3.4	0.00	0.5	4.883
개방성 *참여문화	0.03	0.03	0.19	0.79	0.43	0.6	11.080
개방성 *사명의식	0.14	0.03	0.98	4.27	0.00	0.7	10.038

인 조직의 비재무적성과간의 관련성에 조직문화가 미치는 조절효과를 분석하였다. 즉, 종속변수를 비재무적 성과로 할 때 독립변수인 개방성과 비재무적 성과간의 관련성에 조직문화가 미치는 조절효과를 분석하기위한 회귀분석을 실시하였다. 변수간의 다중공선성을 진단하였다. VIF 값은 최대 4~11로서 모두 작은 것으로 나타났으며, 잔차의 독립성을 판단하기 위하여 더빈왓슨 값을 분석하여 보았다. 독립변수가 셋이고 응답표본이 92(N=92)개일 때의 더빈왓슨 임계치는 $1.60 \leq D \leq 1.73$ 인데 본 연구에서는 DW 값이 1.583이므로 수행된 회귀분석의 결과는 의미가 있다. 분석결과 조절변수인 사명의식이 가지는 조절효과의 유의성이 확인되었다. 독립변수인 학습지향성의 세부변수중 개방성과 조직의 비재무적 성과간의 관련성에 미치는 사명의식의 조절효과가 확인되었으며, 이것은 조직내에서의 개방성이 조직의 비재무적인 성과에 영향을 미치는데 있어서 사명의식의 문화가 형성될수록 개방성이 비재무적 성과에 미치는 영향이 더 강화된다는 것을 의미한다. 이상의 결과에 의해 도출된 관련 회귀식은 $Y = 4.021 - 0.638 X1 + 0.028 X1 \cdot C1$ 이다. 이 때 $X1 =$ 개방성, $C1 =$ 조직문화(참여문화), $Y =$ 조직의 비재무적 성과이다. 독립변수인 학습지향성(개방성)이 조직문화(사명의식)를 조절 변수로 하여 종속변수인 조직의 재무적 성과에 미치는

영향에 대한 회귀식은 $Y = 4.021 - 0.638X_1 + 0.144X_1 \cdot C_2$ 이며 이 때 $X_1 =$ 개방성, $C_2 =$ 조직문화(사명의식), $Y =$ 조직의 비재무적 성과이다. 학습지향성의 세부변수중 개방성과 조직의 비재무적 성과간의 관련성에 미치는 참여문화의 조절효과는 유의수준 0.429로서 통계적으로 유의하지 않는 결과를 보여주었다. 이로써 가설 2-4는 부분 채택됨을 알 수 있다.

(5) 시장지향성이 조직문화에 따른 조직성과 관계 분석

1) 조직문화를 조절 변수로 하여 독립변수인 시장지향성(경쟁자지향성)이 종속변수인 조직성과에 미치는 영향 분석

가설 3-1을 검증하기 위하여 <표 4-15>와 같이 시장지향성 중 경쟁자지향성과 종속변수인 조직의 재무적 성과간의 조직문화의 관련성에 조직문화가 미치는 조절효과를 분석하였다. 이에 있어서 재무적 성과와 비재무적 성과 두 개의 종속변수 각각에 대하여 회귀분석을 실시하였다. 먼저 종속변수를 재무적 성과로 할 때 독립변수인 개방성과 재무적 성과간의 관련성에 조직문화가 미치는 조절효과를 분석하기 위한 회귀분석을 실시하였다. 우선 변수간의 다중공선성을 진단하였다. 분산팽창계수 값은 분산팽창계수 값은

작게 나타났으며, 잔차의 독립성을 판단하기 위하여 더빈릿슨 값을 분석하여 보았다. 독립변수가 셋이고 응답표본이 92(N=92)개 일 때의 더빈릿슨 임계치는 $1.60 \leq D \leq 1.73$ 인데 본 연구에서는 DW 값이 1.709이므로 수행된 회귀분석의 결과는 의미가 있다고 볼 수 있다. 분석결과 조절변수인 사명의식이 가지는 조절효과의 유의성이 확인되었다. 독립변수인 시장지향성의 세부변수중 경쟁자지향성과 조직의 재무적 성과간의 관련성에 미치는 사명의식의 조절효과가 확인되었으며, 이것은 조직내에서의 경쟁자지향성이 조직의 재무적인 성과에 영향을 미치는데 있어서 사명의식의 문화가 형성될수록 경쟁자지향성이 재무적 성과에 미치는 영향이 더 강화된다는 것을 의미한다. 이상의 결과에 의해 도출된 회귀식은 다음과 같다. $Y = 4.283 - 0.631X_1 + 0.088 X_1 \cdot C_1$ 이다. 이 때 $X_1 =$ 경쟁자지향성, $C_1 =$ 조직문화(참여문화), $Y =$ 조직의 재무적 성과이다. 독립변수인 시장지향성(경쟁자지향성)이 조직문화(사명의식)를 조절 변수로 하여 종속변수인 조직의 재무적 성과에 미치는 영향에 대한 회귀식은 $Y = 4.283 - 0.631X_1 + 0.086 X_1 \cdot C_2$ 이다. 이 때 $X_1 =$ 경쟁자지향성, $C_2 =$ 조직문화(사명의식), $Y =$ 조직의 재무적 성과)이다. 조직문화의 사명의식 측면이 신뢰수준 95%에서 유의수준 0.048로서 이를 기반으로 설정된 가설 3-1을 검증하면 시장지향성의 경쟁자지향성은 조직문화의 사명의식 측면이 조직의 재무적 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이로써 가설 3-1은 부분 채택됨을 알 수 있다.

<표 4-15> 시장지향성의 경쟁자지향성이 재무적 성과에 미치는 영향 분석

회귀모형	비표준화 계수			t	유의 확률	상관 계수	VIF
	B	표준 오차	베타				
(상수)	4.28	0.48		8.8	0.00		
경쟁자지향성	-0.6	0.22	-0.6	-2.	0.00	0.4	6.6
경쟁자지향성 *참여문화	0.09	0.04	0.49	1.6	0.11	0.5	13.
경쟁자지향성 *사명의식	0.09	0.04	0.63	2.0	0.05	0.5	13.

가설 3-2를 검증하기 위하여 <표 4-16>과 같이 독립변수인 시장지향성의 경쟁자지향성과 종속변수인 조직의 비재무적 성과간의 관련성에 조직문화가 미치는 조절효과를 분석하였다. 즉, 종속변수를 비재무적 성과로 할 때 독립변수인 시장지향성의 경쟁자지향성과 비재무적 성과간의

<표 4-16> 시장지향성의 경쟁자지향성이 비재무적 성과에 미치는 영향 분석

회귀모형	비표준화 계수			t	유의 확률	상관 계수	VIF
	B	표준 오차	베타				
(상수)	4.26	0.41		10.4	0.00		
개방성	-0.6	0.19	-0.7	-3.5	0.00	0.4	6.6
개방성 *참여문화	0.03	0.04	0.22	0.77	0.45	0.6	13
개방성 *사명의식	0.13	0.04	1.06	3.73	0.00	0.6	13

관련성에 조직문화가 미치는 조절효과를 분석하기 위한 회귀분석을 실시하였다. 우선 변수간의 다중공선성을 진단하였다. 분산팽창계수 값은 모두 작은 것으로 나타났으며, 잔차의 독립성을 판단하기 위하여 Durbin-Watson 값을 분석하여 보았다. 독립변수가 셋이고 응답표본이 92(N = 92)개 일 때의 Dubin-Watson 임계치는 $1.60 < D <= 1.73$ 인데 본 연구에서는 DW 값이 1.60이므로 수행된 회귀분석의 결과는 어느 정도 의미가 있다고 볼 수 있다. 분석결과 조절변수인 사명의식이 가지는 조절효과의 유의성이 확인되었다($p = 0.000$). 즉, 독립변수인 시장지향성의 경쟁자지향성과 조직의 비재무적 성과간의 관련성에 미치는 사명의식의 조절효과가 확인되었으며, 이것은 조직내에서의 시장지향성의 경쟁자지향성이 조직의 비재무적인 성과에 영향을 미치는데 있어서 사명의식의 문화가 형성될수록 시장지향성의 경쟁자지향성이 비재무적 성과에 미치는 영향이 더 강화된다는 것을 의미한다. 이상의 결과에 의해 도출된 회귀식은 $Y = 4.264 - 0.655X1 + 0.027X1 \cdot C1$ 이다. 이 때 $X1 =$ 경쟁자지향성, $C1 =$ 조직문화(참여문화), $Y =$ 조직의 비재무적 성과이다. 독립변수인 시장지향성(경쟁자지향성)이 조직문화(사명의식)를 조절 변수로 하여 종속변수인 조직의 재무적성과에 미치는 영향에 대한 회귀식은 $Y = 4.264 - 0.655X1 + 0.134 X1 \cdot C2$ 이다. 이 때 $X1$

$=$ 경쟁자지향성, $C2 =$ 조직문화(사명의식), $Y =$ 조직의 비재무적 성과이다. 시장지향성의 경쟁자지향성과 조직의 비재무적 성과간의 관련성에 미치는 참여문화의 조절효과는 유의수준 0.445로서 통계적으로 유의하지 않는 결과를 보여주었다. 이로써 가설 3-2는 부분 채택됨을 알 수 있다.

2) 조직문화를 조절 변수로 하여 독립변수인 시장지향성(부서간 조정)이 종속변수인 조직성과에 미치는 영향 분석

가설 3-3을 검증하기 위하여 <표 4-17>과 같이 시장지향성의 세부변수중 부서간 조정과 조직의 재무적 성과간의 조직문화의 관련성에 조직문화가 미치는 조절효과를 분석하였다. 이에 있어서 재무적 성과와 비재무적 성과 두 개의 종속변수 각각에 대하여 회귀분석을 실시하였다. 먼저 종속변수를 재무적 성과로 할 때 독립변수인 시장지향성의 세부변수중 부서간 조정과 재무적 성과간의 관련성에 조직문화가 미치는 조절효과를 분석하기 위한 회귀분석을 실시하였다. 우선 변수간의 다중공선성을 진단하였다. 분산팽창계수 값은 작게 나타났으며, 잔차의 독립성을 판단하기 위하여 Durbin-Watson 값을 분석하여 보았다. 독립변수가 셋이고 응답표본이 92(N = 92)개 일 때의 Dubin-Watson 임계치는 $1.60 <= D <= 1.73$ 인데 본 연구에서는 DW 값

<표 4-17> 시장지향성의 부서간 조정이 재무적 성과에 미치는 영향 분석

회귀모형	비표준화 계수			t	유의 확률	상관 계수	VIF
	B	표준 오차	베타				
(상수)	4.63	0.5		8.02	0.000		
부서간 조정	-0.7	0.2	-0.754	-2.9	0.005	0.4	8.9
부서간 조정 *참여문화	0.09	0.042	0.730	2.31	0.023	0.5	13
부서간 조정 *사명의식	0.07	0.045	0.512	1.54	0.127	0.5	14

이 1.7이므로 수행된 회귀분석의 결과는 어느 정도 의미가 있다고 볼 수 있다.

분석결과 조절변수인 참여문화가 가지는 조절 효과의 유의성이 확인되었다(p = 0.023). 즉, 독립변수인 시장지향성의 세부변수중 부서간 조정과 조직의 재무적 성과간의 관련성에 미치는 참여문화의 조절효과가 확인되었으며, 이것은 조직 내에서 시장지향성의 세부변수중 부서간 조정이 조직의 재무적인 성과에 영향을 미치는데 있어서 참여문화가 형성될수록 시장지향성의 세부변수중 부서간 조정이 재무적 성과에 미치는 영향이 더 강화된다는 것을 의미한다. 이상의 결과에 의해 도출된 회귀식은 다음과 같다. $Y = 4.637 - 0.784X1 + 0.098X1 \cdot C1$ 이다. 이 때 $X1 =$ 부서간 조정, $C1 =$ 조직문화(참여문화), $Y =$ 조직의 재무적 성과이다. 독립변수인 시장지향성(부서간 조정)이 조직문화(사명의식)를 조절 변수로 하여 종속변수인 조직의 재무적 성과에 미치는 영향에 대한 회귀식은 $Y = 4.637 - 0.784X1 + 0.069 X1 \cdot C2$ 이다. 이 때 $X1 =$ 부서간 조정, $C2 =$ 조직문화(사명의식), $Y =$ 조직의 재무적 성과이다. 조직문화의 사명의식 측면이 신뢰수준 95%에서 유의수준 0.023로서 이를 기반으로 설정된 가설 3-3을 검증하면 시장지향성의 세부변수중 부서간 조정은 조직문화의 참여문화 측면이 조직의 재무적 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이로써 가설 3-3은 부분 채택됨을 알 수 있다.

가설 3-4를 검증하기 위하여 <표 4-18>과 같이 독립변수인 시장지향성의 세부변수중 부서간 조정과 종속변수인 조직의 비재무적 성과간의 관련성에 조직문화가 미치는 조절효과를 분석하였다. 즉, 종속변수를 비재무적 성과로 할 때 독립변수인 시장지향성의 세부변수중 부서간 조정과 비재무적 성과간의 관련성에 조직문화가 미치는 조절효과를 분석하기 위한 회귀분석을 실시하였다. 우선 변수간의 다중공선성을 진단하였다. 분산팽창계수 값은 모두 작은 것으로 나타났으며, 잔차의 독립성

<표 4-18> 시장지향성의 부서간 조정이 비재무적 성과에 미치는 영향 분석

회귀모형	비표준화 계수			t	유의 확률	상관 계수	VIF
	B	표준 오차	베타				
(상수)	3.844	0.470		8.18	0.00		
부서간조정	-0.509	0.219	-0.526	-2.3	0.02	0.6	8.9
부서간조정 *참여문화	0.030	0.034	0.239	0.87	0.39	0.6	13
부서간조정 *사명의식	0.118	0.036	0.944	3.25	0.00	0.7	14

을 판단하기 위하여 Durbin-Watson 값을 분석하여 보았다. 독립변수가 셋이고 응답표본이 92(N = 92)개 일 때의 Dubin-Watson 임계치는 $1.60 < = D < = 1.73$ 인데 본 연구에서는 DW 값이 1.496이므로 수행된 회귀분석의 결과는 어느정도 의미가 있다고 볼 수 있다. 분석결과 조절변수인 사명의식이 가지는 조절효과 유의성이 확인되었다(p = 0.002). 즉, 독립변수인 시장지향성의 세부변수중 부서간 조정과 조직의 비재무적 성과간의 관련성에 미치는 사명의식의 조절효과가 확인되었으며, 이것은 조직내에서의 시장지향성의 세부변수중 부서간 조정이 조직의 비재무적인 성과에 영향을 미치는데 있어서 사명의식의 문화가 형성될수록 시장지향성의 세부변수중 부서간 조정이 비재무적 성과에 미치는 영향이 더 강화된다는 것을 의미한다. 이상의 결과에 의해 도출된 관련 회귀식은 $Y = 3.844 - 0.509X1 + 0.030X1 \cdot C1$ 이다. 이 때 $X1 =$ 부서간 조정, $C1 =$ 조직문화(참여문화), $Y =$ 조직의 비재무적 성과이다. 독립변수인 시장지향성(부서간 조정)이 조직문화(사명의식)를 조절 변수로 하여 종속변수인 조직의 재무적 성과에 미치는 영향에 대한 회귀식은 $Y = 3.844 - 0.509X1 + 0.118X1 \cdot C2$ 이다. 이 때 $X1 =$ 부서간 조정, $C2 =$ 조직문화(사명의식), $Y =$ 조직의 비재무적 성과이다. 시장지향성의 세부변수중 부서간 조정과 조직의 비재무적 성과간의 관련성에 미치는 참여문

화의 조절효과는 유의수준 0.388로서 통계적으로 유의하지 않는 결과를 보여주었다. 이로써 가설 3-2는 부분 채택됨을 알 수 있다.

3) 조직문화를 조절 변수로 하여 독립변수인 시장지향성(고객지향성)이 종속변수인 조직성과에 미치는 영향 분석

가설 3-5를 검증하기 위하여 <표 4-19>와 같이 시장지향성의 세부변수중 고객지향성과 조직의 재무적 성과간의 조직문화의 관련성에 조직문화가 미치는 조절효과를 분석하였다. 이에 있어서 재무적 성과와 비재무적 성과 두 개의 종속변수 각각에 대하여 회귀분석을 실시하였다. 먼저 종속변수를 재무적 성과로 할 때 독립변수인 시장지향성의 세부변수중 고객지향성과 재무적 성과간의 관련성에 조직문화가 미치는 조절효과를 분석하기 위한 회귀분석을 실시하였다. 분산팽창계수 값은 작게 나타났으며, 잔차의 독립성을 판단하기 위하여 Durbin-Watson 값을 분석하여 보았다. 독립변수가 셋이고 응답표본이 92(N=92)개 일 때의 Durbin-Watson 임계치는 $1.60 \leq D \leq 1.73$ 인데 DW 값이 1.7이므로 수행된 회귀분석의 결과는 의미가 있다고 볼 수 있다. 분석결과 조절변수인 참여문화 및 사명의식의 조절효과가 모두 유의하지 않음이 확인되었다. 이상의 결과에 의해 도출된 회귀식은 $Y =$

<표 4-19> 시장지향성의 고객지향성이 재무적 성과에 미치는 영향 분석

회귀모형	비표준화 계수			t	유의 확률	상관 계수	VIF
	B	표준 오차	베타				
(상수)	3.441	0.421		8.17	0.00		
고객지향성	-0.255	0.176	-0.3	-1.4	0.15	0.5	5.9
고객지향성 *참여문화	0.060	0.038	0.49	1.59	0.11	0.6	13
고객지향성 *사명의식	0.048	0.038	0.39	1.54	0.21	0.6	13

$3.441 - 0.255X1 + 0.060X1 \cdot C1$ ($X1 =$ 고객지향성, $C1 =$ 조직문화(참여문화), $Y =$ 조직의 재무적 성과)이다. 독립변수인 시장지향성(고객지향성)이 조직문화(사명의식)를 조절 변수로 하여 종속변수인 조직의 재무적 성과에 미치는 영향에 대한 회귀식은 $Y = 3.441 - 0.255X1 + 0.048X1 \cdot C2$ ($X1 =$ 고객지향성, $C2 =$ 조직문화(사명의식), $Y =$ 조직의 재무적 성과)이다. 조직문화의 참여문화 측면이 신뢰수준 95%에서 유의수준 0.114, 사명의식 측면이 신뢰수준 95%에서 유의수준 0.207로서 이를 기반으로 설정된 가설 3-5를 검증하면 시장지향성의 고객지향성은 조직문화의 참여문화와 사명의식 측면이 조직의 재무적 성과에 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이로써 가설 3-5는 기각되었다.

가설 3-6을 검증하기 위하여 <표 4-20>과 같이 독립변수인 시장지향성의 세부변수중 고객지향성과 종속변수인 조직의 비재무적 성과간의 관련성에 조직문화가 미치는 조절효과를 분석하였다. 즉, 종속변수를 비재무적 성과로 할 때 독립변수인 시장지향성의 세부변수중 고객지향성과 비재무적 성과간의 관련성에 조직문화가 미치는 조절효과를 분석하기 위한 회귀분석을 실시하였다. 우선 변수간의 다중공선성을 진단하였다. 분산팽창계수 값은 모두 작은 것으로 나타났으며, 잔차의 독립성을 판단하기 위하여 더빈잇슨 값을 분석하여 보았

<표 4-20> 시장지향성의 고객지향성이 비재무적 성과에 미치는 영향 분석

회귀모형	비표준화 계수			t	유의 확률	상관 계수	VIF
	B	표준 오차	베타				
(상수)	3.838	0.342		8.18	0.000		
부서간 조정	-0.484	0.143	-0.6	-2.3	0.001	0.518	5.9
부서간 조정 *참여문화	0.030	0.031	0.26	0.86	0.337	0.658	13
부서간 조정 *사명의식	0.111	0.031	0.98	3.25	0.001	0.685	14

다. 독립변수가 셋이고 응답표본이 92(N = 92)개일 때의 더빈릿슨 임계치는 $1.60 \leq D \leq 1.73$ 인데 본 연구에서는 DW 값이 1.507이므로 수행된 회귀분석의 결과는 의미가 있다. 분석결과 조절변수인 사명의식이 가지는 조절효과의 유의성이 확인되었다. 독립변수인 시장지향성의 세부변수중 고객지향성과 조직의 비재무적 성과간의 관련성에 미치는 사명의식의 조절효과가 확인되었으며, 이것은 조직내에서의 시장지향성의 세부변수중 고객지향성이 조직의 비재무적인 성과에 영향을 미치는데 있어서 사명의식의 문화가 형성될수록 시장지향성의 세부변수중 고객지향성이 비재무적 성과에 미치는 영향이 더 강화된다는 것을 의미한다. 이상의 결과에 의해 도출된 회귀식은 $Y = 3.838 - 0.484X1 + 0.030X1 \cdot C1$ 이다. 이 때 $X1 =$ 고객지향성, $C1 =$ 조직문화(참여문화), $Y =$ 조직의 비재무적 성과이다. 독립변수인 시장지향성(고객지향성)이 조직문화(사명의식)를 조절 변수로 하여 종속변수인 조직의 재무적성과에 미치는 영향에 대한 회귀식은 $Y = 3.838 - 0.484X1 + 0.111X1 \cdot C2$ 이다. 이 때 $X1 =$ 고객지향성, $C2 =$ 조직문화(사명의식), $Y =$ 조직의 비재무적 성과이다. 시장지향성의 세부변수중 고객지향성과 조직의 비재무적 성과간의 관련성에 미치는 참여문화의 조절효과는 유의수준 0.337로서 통계적으로 유의하지 않는 결과를 보여주었다. 이로써 가설 3-6은 부분 채택됨을 알 수 있다.

(6) 기업가지향성이 조직문화에 따른 조직성과 관계 분석
 가설 4-1을 검증하기 위하여 <표 4-21>과 같이 기업가지향성과 조직의 재무적 성과간의 조직문화의 관련성에 조직문화가 미치는 조절효과를 분석하였다. 종속변수를 재무적 성과로 할 때 독립변수인 기업가지향성과 재무적 성과간의 관련성에 참여문화가 미치는 조절효과를 분석하기 위한 회귀분석을 실시하였다. VIF 값은 작게 나타났다으며, 잔차의 독립성을 판단하기 위하여 더

<표 4-21> 기업가지향성이 재무적 성과에 미치는 영향 분석 (중회귀분석)

회귀모형	비표준화 계수			t	유의 확률	상관 계수	VIF
	B	표준 오차	베타				
(상수)	4.106	0.545		7.533	0.00		
기업가지향성	-0.622	0.273	-0.527	-2.279	0.02	0.45	7.36
기업가지향성 *참여문화	0.075	0.046	0.496	1.639	0.10	0.56	12.6
기업가지향성 *사명의식	0.087	0.049	0.573	1.782	0.07	0.56	14.2

빈릿슨 값을 분석하여 보았다. 독립변수가 셋이고 응답표본이 92개일 때의 더빈릿슨 임계치는 $1.60 \leq D \leq 1.73$ 인데 DW 값이 1.7이므로 수행된 회귀분석의 결과는 의미가 있다. 분석결과 조절변수인 참여문화 및 사명의식의 조절효과가 모두 유의하지 않음이 확인되었다. 회귀식은 $Y = 4.106 - 0.622X1 + 0.075X1 \cdot C1$ 이다. 이 때 $X1 =$ 기업가지향성, $C1 =$ 조직문화(참여문화), $Y =$ 조직의 재무적 성과이다. 독립변수인 기업가지향성이 조직문화(사명의식)를 조절 변수로 하여 종속변수인 조직의 재무적성과에 미치는 영향에 대한 회귀식은 $Y = 4.106 - 0.622X1 + 0.087X1 \cdot C2$ 이다. 이 때 $X1 =$ 기업가지향성, $C2 =$ 조직문화(사명의식), $Y =$ 조직의 재무적 성과이다. 조직문화의 참여문화 측면이 유의수준 0.105, 사명의식측면이 유의수준 0.078로서 가설 3-5를 검증하면 시장지향성의 고객지향성은 조직문화의 참여문화와 사명의식 측면이 조직의 재무적 성과에 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 가설 4-1은 기각되었다.

가설 4-2를 검증하기 위하여 <표 4-22>와 같이 독립변수인 기업가지향성과 종속변수인 조직의 비재무적 성과간의 관련성에 조직문화가 미치는 조절효과를 분석하였다. 즉, 종속변수를 비재무적 성과로 할 때 독립변수인 기업가지향성과 비재무적 성과간의 관련성에 조직문화가 미

〈표 4-22〉 기업가지향성이 비재무적 성과에 미치는 영향 분석

회귀모형	비표준화 계수			t	유의 확률	상관 계수	VIF
	B	표준 오차	베타				
(상수)	4.010	0.426		9.42	0.00		
기업가지향성	-0.682	0.213	-0.621	-3.2	0.00	0.566	7.3
기업가지향성 *참여문화	0.024	0.036	0.170	0.67	0.50	0.670	12
기업가지향성 *사명의식	0.158	0.038	1.117	4.14	0.00	0.705	14

치는 조절효과를 분석하기위한 회귀분석을 실시하였다. 우선 변수간의 다중공선성을 진단하였다. VIF값은 모두 작은 것으로 나타났으며, 잔차의 독립성을 판단하기 위하여 더빈윌슨 값을 분석하여 보았다. 독립변수가 셋이고 응답표본이 92개일 때의 더빈윌슨 임계치는 $1.60 \leq D < 1.73$ 인데 본 연구에서는 DW 값이 1.454이므로 수행된 회귀분석의 결과는 의미가 있다. 조절변수인 사명의식이 가지는 조절효과의 유의성이 확인되었다. 즉, 독립변수인 기업가지향성과 조직의 비재무적 성과간의 관련성에 미치는 사명의식의 조절효과가 확인되었으며, 이것은 조직내에서의 기업가지향성이 조직의 비재무적인 성과에 영향을 미치는데 있어서 사명의식의 문화가 형성될수록 기업가지향성이 비재무적 성과에 미치는 영향이 더 강화된다는 것을 의미한다. 이상의 결과에 의해 도출된 관련 회귀식은 $Y = 3.838 - 0.484X1 + 0.030X1 \cdot C1$ 이다. 이 때 $X1 =$ 기업가지향성, $C1 =$ 조직문화(참여문화), $Y =$ 조직의 비재무적 성과이다. 독립변수인 기업가지향성이 조직문화(사명의식)를 조절 변수로 하여 종속변수인 조직의 재무적성과에 미치는 영향에 대한 회귀식은 $Y = 3.838 - 0.484X1 + 0.111X1 \cdot C2$ 이다. 이 때 $X1 =$ 기업가지향성, $C2 =$ 조직문화(사명의식), $Y =$ 조직의 비재무적 성과이다. 기업가지향성과 조직의 비재무적 성과간의 관련성에 미치는 참여문화의 조절효과는 유의수준 0.506으로서 통

계적으로 유의하지 않는 결과를 보여주었다. 이로써 가설 4-2는 부분 채택됨을 알 수 있다.

5. 결론

본 연구의 기대효과는 기업들이 재무적 성과와 비재무적 성과를 더욱 증대시키는데 기여하는 연구로서 학습지향성, 시장지향성, 기업가지향성이 조직문화에 따라 경영성과에 미치는 영향에 대하여 연구 분석한 결과이며 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 학습지향성의 학습에 대한 몰입이 조직의 재무적성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 학습에 대한 몰입이라는 학습지향성이 클수록 조직성과가 향상된다고 하는 것이다. 그리고 학습지향성의 공유된 비전이 조직의 비재무적성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 공유된 비전 설정을 통해 주요 경쟁자들에 대한 도전, 신제품 도입, 전략적인 행동, 경쟁자의 행동에 신속하게 대응하여 기업의 경쟁력을 향상시킬 수 있다고 하는 것이다.

둘째, 시장지향성의 고객지향성이 조직의 재무적성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 고객만족을 측정하며 고객요구의 이해를 바탕으로 신제품 아이디어를 창출하고 고객이 감동하는 신제품을 개발하는 시장지향성의 고객지향성을 통해서 기업의 재무적성과를 향상시키는 조직성과를 달성할 수 있게 될 것이다. 그리고 시장지향성의 부서간 조정이 조직의 비재무적성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 부서간 조정 즉, 부서간의 상호협력과 의사소통이 전략수립 등의 비재무적 성과로 이어진다고 판단된다.

셋째, 기업가지향성이 조직의 비재무적성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 주요 경쟁자들에 대한 정보수집 및 도전, 신제품

도입, 전략적인 행동, 경쟁자의 행동에 신속하게 대응하는 등의 기업가지향성이 클수록 조직의 비재무적인 성과가 향상된다고 분석된다.

넷째, 학습지향성의 학습에 대한 몰입측면이 조직문화의 참여문화에 따라 조직의 재무적 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 학습지향성의 학습에 대한 몰입측면이 조직문화의 사명의식에 따라 조직의 비재무적인 성과가 향상된다고 분석된다. 참여문화는 사업 과정에의 참여와 폭넓은 정보의 공유, 긍정적인 영향력의 상호 신뢰와 협력 등으로 구성된다. 학습지향성의 공유된 비전 측면이 조직문화의 참여문화에 따라 조직의 재무적 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 학습지향성의 공유된 비전 측면은 조직문화의 사명의식에 따라 조직의 비재무적 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 학습지향성의 개방성이 조직문화의 참여문화에 따라 조직의 재무적 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 학습지향성의 개방성은 조직문화의 사명의식에 따라 조직의 비재무적인 성과가 향상된다고 분석된다.

다섯째, 시장지향성의 경쟁자 지향성측면이 조직문화의 사명의식에 따라 재무적 성과와 비재무적성과의 조직성과에 모두 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 시장지향성의 부서간조정측면이 조직문화의 참여문화에 따라 재무적 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며 시장지향성의 부서 간 조정측면이 조직문화의 사명의식에 따라 비재무적성과의 조직성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 사명의식은 리더십, 방향 설정 및 방향 설정이 가져다주는 명확한 임무 부여, 능력, 권한의 책임감, 미래 전략 수립 등으로 구성된다. 시장지향성의 고객지향성측면은 조직문화의 사명의식에 따라 비재무적성과의 조직성과에 긍정적인 영향을 미

치는 것으로 나타나 기업들은 사명의식이 포함된 고객지향측면을 강화함으로써 비재무적성과를 향상시킬 수 있을 것으로 판단된다.

여섯째, 기업가지향성이 조직문화의 사명의식에 따라 비재무적성과의 조직성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 신제품 개발 및 주요사업들에 대한 성과가 향상되고 직원들이 업무에 대한 몰입도가 향상되고 미래 비전을 갖게 됨으로써 비재무적 조직성과가 향상될 것으로 분석되었다.

참고 문헌

- [1] 강보현, 오세조, “기업의 시장지향성이 성과에 미치는 영향”, *한국유통학회*, 2008.
- [2] 강태희, 차희원, “기업문화의 유형이 기업명성에 미치는 영향 : 기업의 사회적 책임 및 동일시의 매개효과”, *한국언론학보*, 제54권 제1호, 2010.
- [3] 김계수, “인터넷 포털사이트의 서비스품질 전략에 관한 연구”, *경영학연구*, 제31권 제1호, 2001, pp. 191-209.
- [4] 도운섭, “조직문화 유형과 조직 효과성 관계에 관한 실증적 분석”, *한국거버넌스학회보*, 제13권 제2호, 2006, pp. 271-290.
- [5] 문송철, “소프트웨어 프로세스 기반구조 구축 및 개선을 통한 소프트웨어 프로세스 수준과 성과 향상에 관한 연구”, 국민대학교 박사학위논문, 2005.
- [6] 박성수, “온라인여행업 e-서비스 품질에 대한 고객만족과 신뢰가 구매의도에 미치는 영향”, 전주대학교 박사학위논문, 2005.
- [7] 박찬정, 임규찬, “기업전략과 기업문화의 상호관련성이 BSC 활용성에 미치는 영향분석”, *한국세무학회 세무와 회계저널*, 제7권 제4호, 2006, pp. 237-259.

- [8] 박형권, “조직의 학습지향성이 조직성과에 미치는 영향과 상황요인의 조절효과에 관한 연구”, 세명대학교 석사학위논문 2002.
- [9] 안병덕, “점진적 혁신의 결정요인과 조직문화의 조절효과에 관한 연구”, 상지대학교 박사학위논문, 2009.
- [10] 양영익, “시장대응, 시장창출의 시장지향성과 기술지향성이 제품창조성과 성과에 미치는 영향”, *마케팅연구*, 2007.
- [11] 양영익, 김창수, “기술지향성과 환경요인이 제품창조성과 성과에 미치는 영향”, *경영학연구*, 2008.
- [12] 여은아, 박광희, 김문영, “섬유업체의 시장지향성과 학습지향성이 사업성과에 미치는 영향”, *한국의류산업학회지*, 제10권 제1호, 2008
- [13] 이문규, “e-SERVQUAL : 인터넷 서비스품질의 소비자 평가 측정 도구”, *마케팅연구*, 제17권 제1호.
- [14] 신태현, 홍윤식, “시장지향성과 학습지향성이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구”, *한국철도학회*, 2004.
- [15] 신태현, “기업문화가 조직효과성에 미치는 영향”, *한국철도학회논문집*, 제8권 제2호, 2005.
- [16] 정대용, 유봉호, “기업가 지향성과 시장 지향성이 조직유효성과 사업성과에 미치는 영향”, *벤처경영연구*, 제10권 제2호, 2007.
- [17] 조춘봉, 이상현, 이상건, “호텔 F&B 조직의 시장지향성과 조직몰입의 관계”, *외식경영학회*, 2010.
- [18] 지성구, 정강욱, 강민수, “벤처 기업의 시장지향성과 기술지향성이 신제품과 기업 성과에 미치는 영향”, *벤처경영연구*, 제12권 제4호, 2009.
- [19] 천명환, 신종국, “리더십과 기업문화가 전시회에 미치는 영향에 관한 연구”, *한국광고홍보학회*, 2006.
- [20] 황경연, “수출기업의 시장지향성 및 학습지향성이 성과에 미치는 영향”, *통상정보연구*, 제12권 제1호, 2010, pp. 271-295.
- [21] 홍진환, 최인혁, 박찬희, “시장지향성과 기업가치향성이 중소기업의 신제품 성과에 미치는 영향”, *Asia Pacific Journal of Small Business*, Vol. 32, No. 1, 2010.
- [22] Argyris, Chris and Donald A. Schon, *Organizational Learning : A Theory of Action Perspective*. Reading, MA : Addison-Wesley, 1978.
- [23] Cengiz Yilmaz and Ercan Ergun, “Organizational culture and firm effectiveness : An examination of relative effects of culture traits and the balanced culture hypothesis in an emerging economy”, *Journal of World Business*, Vol. 43, 2008, pp. 290-306.
- [24] Voss, C., “Developing an E-service strategy”, *Business Strategy Review*, Vol. 11, No. 1, 2000, pp. 21-33.
- [25] Voss, C., “Developing an E-service strategy”, *Business Strategy Review*, Vol. 11, No. 1, 2002, pp. 73-95.
- [26] Daniel Denison, Jay Janovics, Joana Young and Hee Jae Cho, “Diagnosing Organizational Cultures : Validating a Model and Method”, International Institute for Management Development and the University of Michigan Business School for the support that they have provided for this research, 2006.
- [27] Day, George S., “The Capabilities of Market-Driven Organizations”, *Journal of Marketing*, Vol. 58, 1994, pp. 37-52.
- [28] Dirk De Clercq, Dimo Dimov and Narongsak (Tek) Thongpapanl, “The moderating impact of internal social exchange processes on the entrepreneurial orientation-performance

- relationship”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 25, 2001, pp. 87-103.
- [29] Farah Asif, “Estimating the impact of Denison’s(1996), “What is the difference between organizational culture and organizational climate? A native’s poing of view on a decade of paradigm wars”, *Journal of Business Research*, 2010.
- [30] Gao, Gerald yong, kevin Zhou and Chi Kin Yim, “On what should firms focus in transitional economies A stududududthe contingent value of strategic orientations in China”, *International Journal of research in Marketting*, Vol. 24, 2007, pp. 3-15.
- [31] Gatinon, Hubert and Jean-Marc Xuereb, “strategic Orientation of the Firms and New Product Perfomance”, *Journal of Marketing Research*, Vol. 34, 1997, pp. 77-90.
- [32] Kang, Bohyeon and Oh, Sejo, “The Influence of Salesperson’s Customer Orientation, Role Obviousness, Role Conflict, Job Satisfaction, and Organizational Commitment on the Company’s Performance”, *Market research*, Vol. 14, No. 3, 2009.
- [33] Kaplan, R. S. and Norton D. P., The Balanced Scored Measures that Drive Performance, *Harvard Business Review*, Vol. 1, 1996, pp. 75-85.
- [34] Kohli, Ajay K. and Jaworski Bernard J., “Market Orientation : The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications”, *Journal of Marketing*, Vol. 54, 1990, pp. 1-18.
- [35] Narver, John C. and Stanley F. Slater, “The Effects of Market Orientation on Business Profitability”, *Journal of Marketing*, Vol. 54, 1990, pp. 20-35.
- [36] Narver, John C., Stanley F. Slater, and B. Tietje, “Creating a Market Orientation”, *Journal of Market Focused Management*, Vol. 2, 1998, pp. 241-255.
- [37] Narver, John C. and Stanley F. Slater, and Douglas I., Maclachlau, “Responsive and proactive Market orientation and New Product Success”, *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 21, 2004, pp. 334-347.
- [38] Phil, C., Quality is Free : the Art of Making Quality Certain, McGraw-Hill, 1980.
- [39] Sinkula, James M., “Market Information Processing and Organizational Learning”, *Journal of Marketing*, Vol. 58, 1994, pp. 35-45.
- [40] Sinkula, James M., Baker, W. E., and Noordewier, “A Framework for Market-based Organizational Learning : Liking Values, Knowledge and Behavior”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 25, No. 4, 1997, pp. 305-318.
- [41] Stanley F. Narver and John C. Narver, “Does competitive environment moderate the market orientation-performance relationship?”, *Journal of Marketing*, Vol. 58, 1994, pp. 46-55.
- [42] Stanley F. Narver and John C. Narver, “Market Orinetation and the Learning Organization”, *Journal of Marketing*, Vol. 59, 1995, pp. 63-74, 19.
- [43] Stanley F. Slater and John C. Narver, “The Positive Effect of a Market Orientation on Business Profitability : A Balanced Replication”, *Journal of Business*, Vol. 48, 2000, pp. 69-73.
- [44] Vorhies, Douglas W. and Michael Harker, “The Capabilities and Performance Advan-

- tages of Market Driven Firms : An Empirical Investigation”, *Australian Journal of Marketing*, Vol. 25, No. 2, 2000, pp. 145-171.
- [45] Zahran, S., Establishing a System Integration Process, In Proc. International Conference on Software Quality Management, SQM '96, Cambridge, UK, Dec. 1996.
- [46] Zahran, S., *Software Process Improvement*, Addison Wesley, 1998, pp. 83-105.
- [47] Zhou, Kevin Zheng, Chi Kin Yim, and David K. Tse, “The Effects of Strategic Orientations on Technology and Market Based Break through Innovations”, *Journal of Marketing*, Vol. 69, 2005, pp. 42-60.

■ 저자소개



이 숙 영

경원대학교 경영대학원에서 MIS 전공으로 경영학석사학위를 취득하였고, 현재 (주)컴트리 대표이사로 재직중이다. (주)가나시스텍에서 상무이사로 재직하

였다. 한국정보기술응용학회 학술대회에서 논문을 발표하였다. 주요관심분야는 MIS, 인터넷 마케팅이다.



문 승 철

KAIST에서 정보공학석사학위, 국민대학교 정보관리학부에서 MIS전공으로 박사학위를 취득하였고, 현재 남서울대학교 컴퓨터학과 교수로 재직중이다. 한

보정보통신(주)에서 철강SI사업부장, 관리이사과 가나시스텍(주) 사장으로 재직하였다. 정보시스템 감리인 자격을 보유하고 있다. 주요 논문은 정보처리학회지, 한국IT서비스학회지, 디지털콘텐츠학회지, ICCMSE 등의 국내외 학술지와 한국 IT서비스학회, 경영정보학회, ICCMSE 등의 국내외 학술대회에서 논문을 발표하였다. 주요관심분야는 MIS, 소프트웨어공학, 소프트웨어프로그램개발, 정보시스템 평가 및 감리이다.