

기업의 핵심역량 영향관계 및 경영성과에 미치는 영향에 관한 포괄적 연구*

이희선¹ · 이종석^{2†}

¹성균관대학교 기술경영학과, SK 플래닛 CTO 조직, ²성균관대학교 시스템경영공학과

A Comprehensive Study on the Effect Relationship among Core Competencies and Business Performance

Hoeseon Lee¹ · Jong-Seok Lee^{2†}

¹Department of Management of Technology, Sungkyunkwan University; CTO Division, SK Planet

²Department of Systems Management Engineering, Sungkyunkwan University

■ Abstract ■

Technology innovations have been accelerating changes across industries and intensifying competition. Enterprises are therefore required to continuously secure their internal and external competitiveness. Based on the principle that core competencies of a firm are essential to its competitiveness, many research studies have been conducted to figure out the effect of core competencies to business performance. However, individual research works considered a part of core competencies or limited to a specific industry, which means that their findings may differ when additional core competencies are included in their analysis. After re-establishing the definition of each core competency from literature review, this study comprehensively investigated the effect relationship among core competencies and business performance. Structural equation modeling and multiple regression analysis with 421 survey respondents from various industries were conducted for our empirical study.

Keywords : Core Competencies, Competitive Advantage Strategy, Organizational Culture,
Technology Commercialization Capacity, Absorptive Capacity, Business Performance

논문접수일 : 2017년 01월 23일 논문게재확정일 : 2017년 04월 20일

논문수정일 : 2017년 04월 02일

* 이 논문은 2016년도 정부(교육부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 기초사업연구임(No. 2016R1D1A1B03930191).

† 교신저자, jongseok@skku.edu

1. 서 론

수년 전부터 행해진 애플과 삼성 사이의 스마트폰 전쟁, 애플과 구글 사이의 모바일 OS 플랫폼과 관련된 생태계 구축의 선점경쟁의 사례들에서 볼 수 있듯이, 기술의 혁신을 토대로 산업환경이 급격하게 변화하고 진입장벽이 낮아짐에 따라 이종 산업간 융합이 가속화되고 있다. 최근의 한 사례로, 국경을 초월한 전자상거래는 결제의 페라다임 또한 시공간을 넘어서는 변화를 야기시키고 있다[52]. 따라서 기업 간 경쟁의 강도는 극에 달했고 기업의 생존을 위한 미래 경쟁력을 확보하기가 쉽지 않은 상황이다. SERI의 연구보고서[9]에 따르면 2007~2011년 사이에 경제 위기를 거치면서 시가총액을 기준으로 한 기업가치는 평균 21.6%가 감소하여 기업의 지속성장에 대한 관심이 고조되었고, 지속 가능한 미래경쟁력은 비가시적이고 비재무적인 특성을 가진다는 점이 두드러진다. 또한, Fortune 50대 기업을 대상으로 한 추적조사 결과에 따르면 꾸준히 두 자릿수 성장을 해오던 기업들은 성장이 매우 정체되었고, 진화하는 기술혁신으로 인한 기회와 위협이 매우 다양해지고 있기 때문에 기술의 진보에 따른 혜택을 기업경쟁력과 연결시키는 것이 중요하다[28].

기업의 미래경쟁력 확보에 필요한 기초수단은 핵심역량을 기반으로 한다[17]. 핵심역량은 기업이 보유한 내부자원의 활용에서 시작하여 능력, 역량, 핵심역량의 순서로 체계화되어 형성된다는[72] 자원기반관점을 기반으로 하며, 기업의 미래경쟁력은 능동적이고 자구적인 노력을 기반으로 형성된 핵심역량의 강화를 통해 확보된다고 할 수 있다. 그 예로서, 플랫폼 기술과 저원가 제조역량을 갖추었던 노키아는 디바이스 효율화의 중요성이 감소된 환경에서도 기존의 핵심역량만을 고수하다가 실패를 경험하였고, 인텔은 PC에 적합한 고성능화 기술을 고수하며 모바일 시장에 알맞은 기술적 핵심역량을 진화/발전시키지 못하였다[40]. 소니의 경우, 장인정신을 기초로 한 혁신적인 기능과 디자인이라는 핵심역량을 시대에 걸맞게 발전시키지 못하고 미디어 산업으로 진

출함에 따라 성장 동력을 잃게 되었고[39], ‘닷컴시대’를 개척하며 web 환경에서 우수한 검색역량을 자랑했던 야후 또한 모바일 시장에 늦게 진입함으로써 경쟁우위를 확보하는데 실패하였다[29]. 이와 같은 사례를 통해 기존 핵심역량만을 고수하거나 시대의 변화에 맞게 핵심역량을 진화시키지 못하면, 급진적으로 변화하는 시장과 외부환경에 효과적으로 대응할 수 없고 성과창출이 어렵다는 사실을 알 수 있다.

그간 기업의 역량간 관계를 규명하는 연구는 다양한 목적을 가지고 다방면에 걸쳐 이루어져 왔다. 특히 본 연구와 관련된 최근의 연구 사례를 보면 다양한 학문적, 실제적 의의를 제공하고 있다. 하지만, 각 연구는 기업의 역량 중 일부분을 활용하였고 총체적 관점에서 의의를 발견하기 어려운 점이 있어, 더 다양한 역량 간 관계를 규명할 필요성이 있다[3, 13, 15, 18, 19, 21, 27, 38, 42, 45, 50, 53, 55, 70, 73, 83, 87, 88, 93, 96]. 또한 흡수역량은 주로 R&D 혁신, 지식경영, 성과효과 등과 연계한 연구가 주로 이루어져 왔기 때문에[5, 6, 25, 31, 65, 74], 타 역량과 관련된 매개 효과로서의 역할을 더욱 정교하게 규명할 필요성이 있다. 더불어, 기존의 연구는 특정 규모의 기업을 대상으로 하였거나 표본의 수가 충분하지 않아서 연구의 결과를 신뢰하기 어려운 점이 있다.

이러한 기존 연구의 한계점을 극복하기 위하여 본 연구는 다음과 같은 접근을 시도하고자 한다. 첫째, 기존 연구들을 포괄하는 다양한 수의 요소를 고려함으로써, 핵심역량 구성요소 사이의 영향 관계를 더욱 총체적 관점에서 살펴보고자 한다. 둘째, 기업의 규모나 일부 산업으로 연구대상을 국한시키지 않고 다양한 산업에 속한 기업의 구성원을 대상으로 데이터를 수집하여 분석함으로써 보다 신뢰할 수 있는 결론을 도출하고자 한다. 특히 비가시적이고 비정형적인 의미와 현상, 인과관계에 대한 정교한 분석이 필요하므로 다차원적이고 계량적인 분석방법을 적용하고자 한다. 주요 분석 기법으로 잠재변수간 영향관계의 규명을 위하여 구조방정식모형을 적용하였고, 측정변수간 영향관계 파악을 위하여 다중회귀 분석을 사용하였다. 전체적인 연관관계를 파악하기

위한 포괄적 분석과 각각의 연관관계를 파악하기 위한 개별분석을 동시에 수행하기 위함이다.

본 논문의 구성은 다음과 같다. 제 2장에서는 선행 연구를 통한 이론적 배경, 그리고 핵심역량과 구성 요소에 대한 조작적 정의를 설명하고, 제 3장에서는 검증하고자 하는 연구모형과 가설들을 수립한다. 제 4장에서는 분석결과를 바탕으로 연구모형 및 가설들을 검증하여 그 결과를 요약하고, 그 결과들을 바탕으로 본 연구가 제시하는 결론 및 시사점에 대한 방향성은 제 5장에서 언급하고자 한다.

2. 이론적 고찰

본 연구는 기업이 보유한 핵심역량을 기반으로 구성요소 사이의 직간접적인 영향관계를 규명하여 유의미한 결론과 시사점을 도출하고자 한다. 이를 위하여 관련 선행연구를 토대로 이론적 배경을 확보하고, 핵심역량의 개념과 구성요소를 조작적으로 정의하여 선별하고자 한다.

기업의 핵심역량과 관련된 주요 내용을 살펴보면, Prahalad and Hamel[91]는 다양한 제조 및 생산역량의 통합방법을 통한 조직적 학습이고, 고객의 편익에 중대한 기여를 하여 조직의 가치를 높이고 신규 산업으로 진출할 수 있는 전사 단위의 통합된 능력이라고 핵심역량을 정의하였다. Javidan[72]은 체계화된 핵심역량의 형성은 보유한 자원의 활용에서 시작되므로, 기업이 보유한 자원과 역량의 통합 및 단계적인 흐름이 우선시 되어야 함을 주장함으로써 자원기반관점에서 핵심역량의 형성에 대한 의미를 부여했다.

이상의 정의와 논리를 기반으로 본 연구는 ‘보유 자원의 유기적 결합을 통해 시장의 요구에 부합하고 차별화된 성과를 창출할 수 있는 내부역량의 집합체’로 핵심역량을 재정의한다. 또한 핵심역량의 구성요소를 경쟁우위전략, 조직문화, 흡수역량, 기술사업화 능력으로 구성하고, 이들에게 영향을 받는 결과적 측면을 고려하여 경영성과를 종속변수로 지정하였다.

핵심역량의 각 구성요소에 대한 조작적 정의는 아래 기술된 바와 같이 선행연구를 통해 객관적이고 논리적인 근거를 확보하고자 하였다.

2.1 경쟁우위전략

기업이 경쟁우위를 확보하기 위해서는 기업 구성의 다양한 부분에서 경쟁우위 전략이 필요한데, 김정권[8]은 사업다각화 및 축소, 신시장 진입, 고객관리 및 활용, 조직관리, 원가우위, 신제품 개발 등의 경쟁우위전략을 핵심역량으로 개발하였다. 추승엽 등[50]은 Porter[90]가 제시한 경쟁전략의 유형들과 마케팅·판매, 기술연구·개발, 재무 등의 내부역량이 양의 관계를 형성하는 경우가 있음을 밝히며 경쟁우위 확보를 위해 내부역량을 고려한 최적의 경쟁전략 도입이 필요함을 주장하였다. 이를 기반으로 내부자원이 경쟁전략에 미치는 영향력이 외부의 환경적 요인의 영향력보다 크므로[2], 기업의 내부자원 관점에서 경쟁우위전략을 핵심역량의 한 요인으로 구성한 것은 타당하다고 할 수 있다.

경쟁우위전략은 기업의 장·단기적 목표달성을 위해 일련의 활동을 전개하고 필요한 자원을 투입하고 조정하는 것으로 정의된다[58]. 이후 경쟁전략은 기업이 처한 환경에 대한 적응측면에서 방어전략, 분석전략, 공격전략, 반응전략으로 유형이 구분되거나[80], 산업구조 분석에 기반하여 원가우위전략, 차별화 전략, 집중화 전략으로 유형이 구분되었으나[90], 기업의 추구목적과 목표시장에 따라 경쟁우위전략의 유형은 선택적으로 활용된다는 공통점을 발견할 수 있다. 경쟁우위전략의 세부유형을 살펴보면, Miller[81]는 Mintzberg[82]가 제시했던 조직구성의 유형을 활용하여 틈새마케팅전략, 원가우위전략, 혁신차별화전략, 복합전략, 다각화전략으로 유형을 구분하고 조직구조와 처한 환경에 적합한 경쟁전략의 유형을 적용하는 방법을 제안하였다. Parnell and Wright[86]은 Miles et al.[80]의 경쟁전략을 역동적이고 급변하기 쉬운 산업에 적용하여 공격전략과 분석전략이 수익성 측면에서 효과적임을 정량적으로 규명하고, 지속적인 경쟁우위 창출을 위해서 혼합전략이

필요하다고 주장하였다. 김창수, 이유경[12]은 Porter[90]의 본원적 경쟁전략의 유형을 원가우위전략, 기업다각화전략, 집중화전략, 차별화전략, 혼합전략으로 재해석하여 포스코의 발전 단계에 적용하였다.

이에, 본 연구는 유형별 특성을 고려하여 전사적 역량을 선택적으로 집중하고 최적화된 운용이 필요하다는 점을 토대로 ‘자원의 효과적인 투입과 운영을 기반으로 우월한 역량을 확보하고 차별화된 비전을 제시해주는 전사적 경영역량’으로 경쟁우위전략을 재정의하고, Porter[90], Miller[81], 김창수, 이유경[12]이 제시한 경쟁전략의 유형을 참고하여 원가우위전략, 혁신차별화전략, 집중화전략으로 요인을 구성하고자 한다.

2.2 조직문화

Pfeffer[89]는 조직의 경쟁우위를 지속시켜주던 과거 자원의 영향력이 이전에 비해 약해지면서 조직과 구성원을 관리하는 방식과 문화가 점차 중요해진다고 하였다. 더불어, 조직문화는 기업경쟁력의 한 원천으로서 기업의 지속적인 성장을 위해 반드시 필요하며[13], 혁신성과를 창출하는데 있어 자율적 참여 풍토 등의 조직문화가 중요한 역할을 한다[43]. 또한 Barney[56]는 기업문화가 가치 있고 희귀하며 모방이 불가능하다면 지속적인 경쟁우위를 창출할 수 있는 요소가 된다고 하였다. 이상의 주장을 통해 조직문화를 기업핵심역량의 한 구성요소로 선택하는 것은 타당하다고 할 수 있으며 관련 문헌[40]과도 일치한다.

Schein[94]은 조직이 외부환경에 적응하고 경험을 내부적으로 통합하는 과정에서 발생하는 문제 해결을 위한 패턴이 조직문화라고 정의하였고, 유승교[32]는 구성원들이 공유한 고유의 가치관과 신념, 규범과 관습, 행동패턴의 총체로서 조직문화를 정의하였다. 조직문화의 유형을 살펴보면, Quinn and McGrath[92]는 경쟁가치 모형을 제시함으로써 구성원이 처한 환경에 대한 반응패턴과 지각된 상황의 정도에 기반하여 조직문화의 유형을 합의문화, 개발문화, 위계문화, 합리문화로 구분하였다. Denison and Spreitzer

[63]는 조직문화를 중심으로 한 경쟁가치 프레임워크를 통해 내부조직과 외부환경에 의해 발생하는 상반된 요구와 변화의 안정성을 기반으로 집단문화, 개발문화, 계층문화, 합리문화로 유형을 다양화 하였다. 이처럼 조직문화는 몇 가지의 유형으로 정의되어 왔으나 시간의 흐름에 따라 지속적으로 각 시대상황에 맞게 재정의되어 왔음을 알 수 있다.

이에 본 연구는 ‘조직과 구성원이 문제해결을 통해 학습한 경험, 행동패턴, 규율의 총체이고 기업경쟁력 확보를 가능하게 해주는 조직의 가치’로 조직문화를 재정의하고, Quinn and McGrath[92], Denison and Spreitzer[63], 그리고 Cameron and Quinn[57]이 제시한 유형들을 참고하여 합의문화, 개발문화, 위계문화, 합의문화로 조직문화를 구분하고자 한다.

2.3 흡수역량

구철모, 최정일[4]은 자원기반관점에서 주장한 역량과 내부자원과의 관계를 자원과 흡수역량의 관계에도 적용하여 흡수역량은 기업의 자원과 밀접한 관계가 있음을 발견하였다. Zahra and George[101]는 동적역량 측면의 흡수역량은 기업이 경쟁우위를 확보하고 지속적인 경쟁력 발휘를 위한 핵심원천이 될 수 있다고 주장하였고, 김주일[11]은 지식역량을 핵심역량으로 요인화하며 이를 획득 및 축적할 수 있는 능력과 과정이 중요함을 강조하였다. 즉, 외부로부터 지식을 획득하고 축적하는데 필요한 흡수역량은 핵심역량의 한 요소로써 정의될 수 있으며 기업의 차별화된 경쟁력을 확보시켜줄 수 있는 요인이 될 수 있을 것이다.

Cohen and Levinthal[60]은 외부지식의 가치를 인식하고 내부적으로 동화하여 상업적 목표달성의 단계까지 적용할 수 있는 기업의 혁신능력으로 흡수역량을 정의하였다. 은 탐색적 학습을 통해 Lane et al.[77]는 가치가 있는 지식을 외부로부터 인지하고, 변형적 학습을 통해 지식을 축적하고, 상업적 성과를 달성하고자 지식을 활용하는 역량으로 흡수역량을 정의하였다. Zahra and George[101]는 획득역량과

동화역량으로 구성된 잠재적 흡수역량과, 변형역량과 활용역량으로 구성된 실현적 흡수역량을 구분하고, 이들의 상호 보완적 역할을 위한 조직프로세스와 루틴의 집합으로서 흡수역량을 정의하였다. 나아가 잠재적 흡수역량은 부서간 교류, 참여, 직무전환 등의 협업능력에 의해 향상되고, 실현적 흡수역량은 유대감, 사회적 관계 등 사회적 능력에 의해 강화된다는 특징이 있다[71].

이에 본 연구는 ‘외부로부터 새로운 지식을 인지하고 내부적으로 활용하여 기업의 경쟁적 가치를 창출해낼 수 있는 조직적 학습의지’로 흡수역량을 재정의하고, Zahra and George[101]가 구분한 유형에 기업에서 공유된 지식의 품질과 공유의지는 흡수역량을 향상시키는데 중요하게 작용한다는 점을[5] 더해 획득역량, 동화역량, 공유역량, 변형역량, 활용역량으로 흡수역량을 구성하고자 한다.

2.4 기술사업화 능력

기술사업화 능력은 경쟁이 심한 시장 환경에서 기업의 생존을 위한 필수적인 사항이다[61]. 서상혁[26]은 기술사업화를 기술혁신을 통해 제품을 개선하고 새로운 제품을 개발하거나 창출하는 것으로 정의하고, 치열하게 변화하는 경쟁시장에서 기업의 생존과 지속적인 성장을 위한 핵심적 요소가 될 수 있다고 하였다. 여러 선행 연구문헌을 살펴보면 기술사업화 능력으로 볼 수 있는 제조 및 제품개발, 생산 기술, 마케팅 능력을 기업의 핵심역량으로 정의하고 있다[14, 41, 48]. 따라서 기술사업화 능력은 기업의 경쟁력 확보를 위한 핵심역량의 한 요인으로 간주될 수 있다. 기술사업화 능력이란 아이디어 획득에서부터 연구개발을 통한 기술의 개발, 제품의 생산, 서비스의 판매에 이르는 과정의 제반 활동을 수행하는 능력을 뜻한다[37]. Kumar and Jain[76]은 프로세스를 개선하거나 공장이나 장비 등을 설계 및 제조하여 신시장을 개척하고 시장의 요구를 만족시키는 능력으로 기술사업화 능력을 정의하고, 기술의 상태와 원천, 상품에 대한 시장의 가능성이 기술사업화의

성공에 가장 중요한 요인이라고 주장하였다[75]. 박종복[22]에 의하면 기술사업화 능력은 연구개발의 성과와 기술의 적용을 통한 가치창출의 활동과정이며, 산업경쟁력의 확보와 경제의 발전을 위한 핵심적인 메커니즘으로 인식된다. 기술사업화 능력의 향상을 위해서 R&D 기획능력, 기술흡수능력, 기술리더십 등 기술경영의 범주 내에서 다양한 실현방안을 모색해야 한다는[27] 주장을 토대로, 기술사업화 능력은 전사적 수준에서 기업의 역량이 다기능, 다차원적으로 결합됐을 때 효과적으로 발현된다고 판단할 수 있다. 기술사업화 능력의 세부요인에 대해 Yap and Souder[99]는 시장의 불확실성에 대비하는 사업화 전략이나 틈새시장 선정, 유통망의 형성 등 마케팅 능력을 중점적으로 강조하였고, 주설균[46]은 신기술을 활용하여 제품과 서비스를 개발, 생산, 판매하는 일련의 과정을 수행하는 조직능력으로 기술사업화 능력을 정의하고, 제품화 능력, 생산화 능력, 마케팅 능력으로 요인을 구분하였다[46].

이에 본 연구는 ‘자원과 기술을 기반으로 최신의 기술과 제품을 개발하고 이를 시장에 판매할 수 있는 경쟁적 역량’으로 기술사업화 능력을 재정의하고, Yap and Souder[99]와 주설균[46]의 내용을 참고하여 제조화 능력, 생산화 능력, 마케팅 능력으로 유형을 구분하고자 한다.

2.5 경영성과

경영성과는 급변하는 시장과 고객의 요구에 대한 효과적 대응과 사업의 성공을 토대로 창출된다. 구정대[3]에 따르면 경영성과는 고객에게 가치를 전달할 수 있는 조직의 능력을 대변할 수 있으며, 사업분야에서 경쟁우위를 점할 수 있는 능력을 측정할 수 있게 한다.

경영성과의 향상을 위해서는 기업의 재무적, 비재무적 성과의 균형이 중요하기 때문에 이 둘은 통합적으로 관리되어야 한다[44]. 또한, 경영성과를 전략적으로 관리하고 측정하기 위해 성과측정치 등을 활용한 시스템적 경영기법은 재무적 성과에 유의한 영

향을 미친다[33]. 이를 토대로 정교한 경영성과의 관리는 지속적인 경쟁력 강화를 위해 필수적인 사항임을 파악할 수 있다. Venkatraman and Ramanujam [98]은 경영전략과 이슈의 관점에서 성과의 유형을 재무적 성과, 운영적 성과로 구분하였고, 재무적 성과의 구성요소를 매출액, 수익률(ROI, ROS, ROE, EPS)로, 운영적 성과의 구성요소는 시장점유율, 신제품 출시, 제품 품질, 마케팅효과, 기술효율성으로 구성하였다. 황정선[55]은 경영성과를 재무적 성과, 시장 성과, 기술혁신성과로 유형을 구분하였다. 이와 같은 선행연구는 본 연구에서 경영성과를 결과적 요소로 고려한 부분을 지지하고 있으며, 핵심역량의 구성요소간 영향관계 및 경영성과에 미치는 영향에 대한 세심한 검증의 필요성을 대변해주고 있다.

이에 본 연구에서는 ‘기업의 장·단기적 목적을 달성하기 위해 계획을 수립하고 전략을 운용하여 얻어진 유·무형적 결과의 총체’라고 경영성과를 재정의하고, 선행연구 특히, Venkatraman and Ramanujam [98]과 장충석[44]의 내용을 참고하여 재무적 성과와 비재무적 성과로 유형을 구성하고자 한다.

3. 가설과 연구모형 설정

3.1 가설설정

첫 번째 가설은 경쟁우위전략과 기술사업화 능력의 관계이다. 신제품이나 신기술을 사업화하기 위해서는 전사적 측면의 역량과 자원을 기업이 선택한 경쟁전략의 특성에 맞도록 집중하는 것이 중요하다. 신제품의 성공적인 기술사업화를 위해서는 신제품의 특성에 맞는 가격, 포지션, 유통 등 관련된 경쟁전략이 중요한 요인이 될 수 있고[99], 포화된 시장과 경쟁에서 벗어나 기업의 핵심역량을 창조적으로 운용할 수 있는 틈새시장을 목표로 하여 전략상품에 대한 고가정책을 수립하는 전략적 방안을 강구해보는 것도[34] 중요하다고 할 수 있다. 더불어, 기업은 시장에서 전략적 우위를 확보하기 위해 기술사업화 능력을 토대로 경영방식이나 전략까지 변화시킴으

로써 안정적인 성과창출을 목표로 한다는 점[84]과 기술사업화 역량은 수출기업의 경쟁우위를 확보하는데 중요한 역할을 한다는 점[53]을 토대로 경쟁우위전략과 기술사업화 능력은 긍정적인 영향관계를 형성한다고 판단할 수 있다. 이에 본 연구는 아래와 같은 가설을 제시하고자 한다.

H1 : 경쟁우위전략은 기술사업화 능력에 정(+) 의 영향을 미칠 것이다.

두 번째 가설은 경쟁우위전략과 경영성과의 관계이다. 경쟁우위전략이 경영성과에 중요한 영향을 미친다는 점은 많은 연구를 통해서 증명되었다[15, 21, 35, 50, 54, 83, 95]. 반태현, 송신근[23]에 따르면 경쟁우위전략은 기업이 속한 산업의 불확실성 속에서 기업의 성과를 향상시킬 수 있고 지속적인 경쟁우위를 창출하는데 기여할 수 있다고 한다. 고세훈 등 [2]은 중소기업의 경쟁전략과 경영성과와의 연구를 통해 원가우위전략과 기술혁신전략은 시장성과 기술성과에 영향을 미치고, 마케팅 차별화 전략은 재무성과, 시장성과, 기술성과에 영향을 미친다는 점을 밝혔다. Pertusa-Ortega et al.[88]는 경쟁우위전략의 요인과 6개의 재무적 경영지표와의 관계분석을 통해 유의미한 영향관계를 밝히며 상황적응적 접근을 가능하게 해주는 이론적 설명을 제시하였다.

이상의 논의를 토대로 유사한 경쟁우위전략이라고 하더라도 기업이 처한 상황과 속한 산업에 따라 경영성과에 미치는 영향은 상이하므로 본 연구는 아래와 같은 가설을 제시하고자 한다.

H2 : 경쟁우위전략은 경영성과에 정(+) 의 영향을 미칠 것이다.

세 번째 가설은 경쟁우위전략과 흡수역량과의 관계이다. 경쟁사와 차별되는 의사결정자와 구성원의 경험과 지식체계의 확충을 위해서는 기업이 추구하는 전략의 특성을 고려하여 구성원의 흡수역량을 향상

시키는 방향을 고려해야 한다. 황정선[55]은 Porter [90]가 제시한 경쟁우위전략의 유형과 흡수역량의 유형간 상호 영향관계를 분석하여 원가우위전략은 흡수역량에 영향을 미치지 않으며, 차별화 전략이 잠재적 흡수역량과 실현된 흡수역량에 영향을 미친다는 사항을 규명하였다. 박영은[20]은 기업이 해외 진출을 추진할 때 필요한 전략적 방향성에 기반하여 흡수역량과 타 요인간의 유의한 영향관계를 창의적 관점에서 밝히며 흡수역량, 창의성, 시장지향성, 혁신지향성을 바탕으로 한 해외시장 진입전략의 이론적 프레임워크를 제시하였다. 이를 통해 경쟁우위전략은 외부로부터 지식을 흡수하여 목적에 맞게 체득하고 공유된 가치를 활용하는 흡수역량에 영향을 미친다는 점을 파악할 수 있다.

이상의 논의를 토대로 흡수역량의 수준과 발휘 정도는 경쟁우위전략에 따라 영향을 받고 결과가 상이할 것으로 추측되므로, 본 연구는 아래와 같은 가설을 제시하고자 한다.

H3 : 경쟁우위전략은 흡수역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

네 번째 가설은 조직문화와 기술사업화 능력의 관계이다. 기술사업화 과정을 통해 축적된 성공과 실패의 경험 및 대응방식, 노하우 등도 조직문화에 기반하여 형성된다고 할 수 있다. Yap and Souder[99]는 신제품 개발의 성공과 실패를 좌우하는 조직적 요인으로 사업부간 정보의 흐름, 최고 의사결정자의 초기 관여, Product champion의 영향력 등의 조직특성을 포함하여 조직문화와 관련한 사항을 구성하였고, 이를 통해 조직문화가 지닌 특성이 신제품 및 신기술의 개발에서부터 기술을 사업화하는 단계까지 영향을 미친다고 주장하였다. 또한, Markman et al. [79]이 주장한 바와 같이, 기술사업화의 유형이 달라지면 조직화의 유형도 달라진다는 점을 통해, 조직화의 유형이 달라짐에 따라 조직문화도 유형별로 차이가 있을 것으로 추론되며 이를 기반으로 기술사업화 능력과 조직문화는 상호 영향관계에 있다는 점을

파악할 수 있다. 서상혁[26]은 혁신기업의 기업가 정신이 기술사업화에 긍정적인 영향을 미치는 것을 밝히며, 기술사업화를 더욱 향상시키기 위해서는 기업가적 지향성을 중요시하는 조직문화를 확대해야 한다고 주장하였다. 이에 본 연구는 아래와 같은 가설을 제시하고자 한다.

H4 : 조직문화는 기술사업화 능력에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

다섯 번째 가설은 조직문화와 경영성과와의 관계이다. 일반적으로 좋은 조직문화는 구성원의 지지를 얻으며 소속감과 직무만족 등에 기여를 할 수 있다. 기업의 조직 문화를 구성하는 가치관이나 내부규율, 관습, 의사결정, 보고체계의 다양한 유형과 특색은 구성원의 조직 효과성에 영향을 미친다[10]. 또한, 기업의 문화적 특성 차이가 기업의 재무적 성과와 비재무적 성과에 부분적으로 영향을 미친다는 것이 밝혀진바 있다[47]. 이를 토대로, 특색이 있는 좋은 조직문화는 구성원의 조직 유효성과 기업의 성과적인 부분에도 영향을 미칠 것으로 판단할 수 있다. Barney [56]는 기업의 문화가 쉽게 바뀌지 않는 고유한 자원으로 관리되고 발전될 때, 기업의 지속적이고 우수한 재무적 성과를 달성할 가능성이 크다고 강조하며 기업문화와 경영성과와의 양의 관계에 대해서 규명하였고, Deshpandé and Farley[64]는 리더십, 충성도, 응집력, 사기, 전통 등의 조직문화가 조직의 성과에 긍정적인 영향을 미치며, 개방된 조직문화가 폐쇄된 조직문화보다 성과에 더욱 긍정의 영향을 미친다고 하였다. 이에 본 연구는 아래와 같은 가설을 제시하고자 한다.

H5 : 조직문화는 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

여섯 번째 가설은 조직문화와 흡수역량의 관계이다. 조직이 구성원들의 외부 학습활동을 장려하는 환경을 제공하거나 역량강화와 육성을 중요시 여기

는 정도는 사내 분위기, 추구가치, 학습의지 등에 따라 차이가 나타날 수 있다. Jansen et al.[71]은 사업부 등의 단위조직에 따라 흡수역량의 관리수준이 달라지며, 내부적 협업역량이 우수한 조직은 잠재적 흡수역량에 더욱 영향을 미치고, 외부의 사회관계적 역량과 관계된 조직은 실현된 흡수역량을 강화시킨다고 하였다. 이를 통해, 단위조직의 차별된 가치나 문화의 차이에 따라서 흡수역량에 다른 영향을 끼친다는 점을 파악할 수 있다.

뿐만 아니라, Harrington and Guimaraes[69]는 구성원의 자발적 참여와 지식공유 등을 지원하는 문화와 공유된 가치 등은 흡수역량의 발전에 중요한 역할을 하고, 외부와의 교류가 활발한 조직문화가 관료주의적 문화보다 흡수역량을 더 발전시켜줄 수 있다고 주장하였다. 김수영[7]은 흡수역량을 포함한 조직의 동적역량을 향상시키기 위해서는 조직문화에 대한 차별한 관리가 필요하다고 주장하였다. 이에 본 연구는 아래와 같은 가설을 제시하고자 한다.

H6 : 조직문화는 흡수역량에 양(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

일곱 번째 가설은 흡수역량과 기술사업화 능력의 관계이다. 외부로부터 지식을 찾아 축적하고, 공유하며, 활용하는 흡수역량의 수준은 상황에 따른 대응 방식 등에 영향을 미치고, 기술을 사업화하는 과정에서도 이들의 유기적인 결합에 있어 중요한 역할을 할 것이다. Frishammar et al.[66]는 잠재적 흡수역량이 조직의 외부 학습활동을 촉진시키고, 나아가 기술 라이선스의 습득 및 활용체계가 이루어져 기술사업화 등의 성과에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. Datta[62]는 사업화 혁신을 위한 역량모델의 통합 관련 연구에서 사업화 혁신의 성과를 높이기 위해서는 흡수역량의 강화가 중요하며, 실현적 흡수역량은 기업의 생산역량과 관련되어 성과에 직접적인 영향을 미칠 수 있다고 하였다. 더불어, 노종범, 강민형[16]은 Zahra and George[101]가 제시한 잠재적 흡수역량과 실현적 흡수역량이 기술사업화의 성과

와 긍정적인 영향관계가 형성되는 것을 규명하였다. 또한, 신제품 출시속도, 시장성, 특허 수 및 활용도 등 기술사업화의 성과를 향상시키기 위해서는 외부로부터 습득된 지식, 정보, 보완적 자원 등을 응용이 가능한 형태로 내재화하고, 다양한 영역에 응용할 수 있는 역량의 강화가 중요하다고 하였다. 이에 본 연구는 아래와 같은 가설을 제시하고자 한다.

H7 : 흡수역량은 기술사업화 능력에 양(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

여덟 번째 가설은 흡수역량과 경영성과의 관계이다. 외부로부터 획득된 지식과 정보를 조직 내에서 다양한 목적으로 활용하면 조직과 구성원의 역량을 강화하거나 개발, 구매, 제조, 마케팅, 전략 등의 전략적 경영단위간 유기적인 시너지를 통해 경영성과를 향상시킬 수 있을 것이다. Zahra and George[101]에 따르면 높은 수준의 흡수역량을 보유한 기업은 경쟁사보다 우선하여 선도자의 이점을 활용할 수 있고, 고객의 요구에 빠른 응대가 가능하며, 잠금 효과를 통해 시장과 고객층을 두텁게 할 수 있기 때문에 우수한 성과창출이 가능하다고 한다. Lee et al.[78]는 흡수역량이 높은 중소기업은 외부에서 획득한 자원을 효과적으로 활용함으로써 성과를 극대화시킬 수 있는 반면, 그렇지 못한 기업은 성과를 향상시키지 못한다고 주장하며 흡수역량이 경영성과에 미치는 긍정적인 역할에 대한 시사점을 제공하였다. Tsai [97]는 흡수역량의 상업적 목적이 수익적 창출을 가능하게 하는 것으로 재해석하고, R&D 강도와 이익률 등을 활용하여 흡수역량이 기업성과에 유의한 정(+)¹의 영향을 끼치는 것을 규명하였다. 배순철, 김병근[24]은 흡수역량을 포함한 동적역량이 기업성과에 미치는 영향을 변화가 빠른 산업과 느린 산업으로 구분하여 검증하였다. 이에 본 연구는 아래와 같은 가설을 제시하고자 한다.

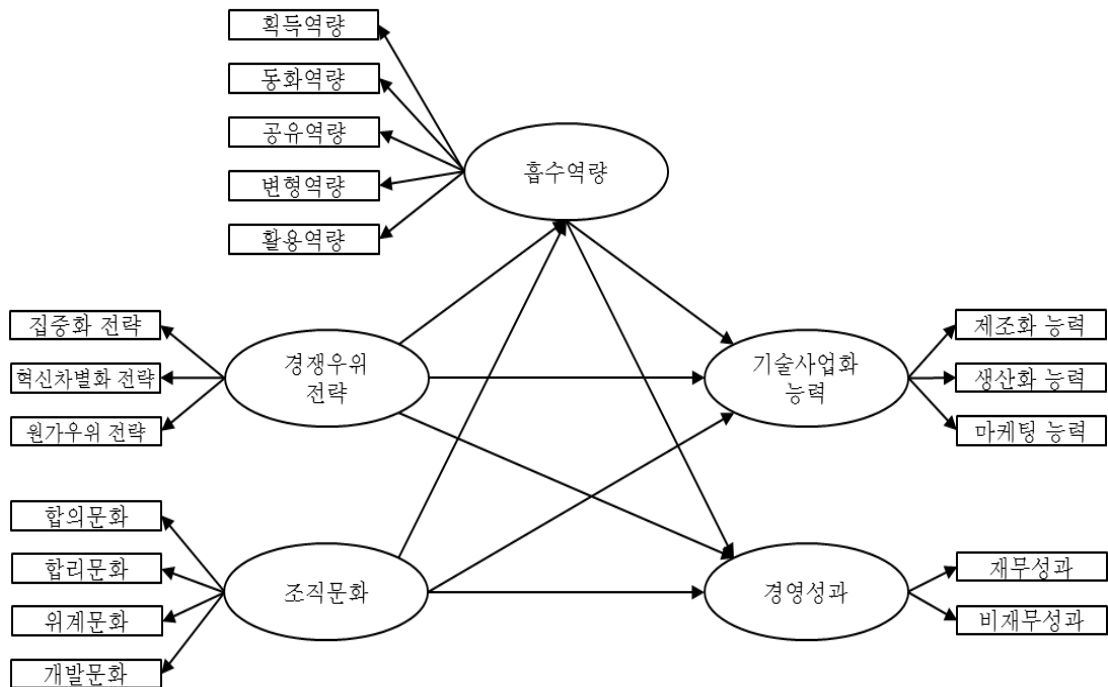
H8 : 흡수역량은 경영성과에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

마지막 가설은 흡수역량의 매개효과에 대한 사항이다. 흡수역량은 조직의 프로세스를 효율적이고 효과적으로 운영되도록 하는 역할을 한다[4]. 이를 토대로 본 논문에서 재정의 된 핵심역량의 요소 간 영향관계의 시작과 끝을 하나의 조직 프로세스로 간주한다면, 이 프로세스 상에서 흡수역량은 유기적인 매개역할을 할 것으로 판단된다. 이러한 추론과 앞에서 수립된 가설들을 바탕으로 본 연구는 다음과 같은 가설들을 수립하였다.

- H9 : 흡수역량은 경쟁우위전략과 기술사업화 능력의 관계에서 매개역할을 할 것이다.
- H10 : 흡수역량은 경쟁우위전략과 경영성파의 관계에서 매개역할을 할 것이다.
- H11 : 흡수역량은 조직문화와 기술사업화 능력의 관계에서 매개역할을 할 것이다.
- H12 : 흡수역량은 조직문화와 경영성파와의 관계에서 매개역할을 할 것이다.

3.2 연구모형

본 연구의 목적을 검증하기 위하여 선행연구 및 문헌조사를 통해 가설의 내용 및 방향성에 대한 논리적 근거를 확보하였고 가설의 통계적 검증을 위한 연구모형의 구조화 과정을 거쳤다. Grant[67]의 자원기반이론을 통해 역량간 체계화된 흐름을 파악하고 선행연구의 연구모형을 참고하였다[38, 47, 88]. 이후, 핵심역량간 관계를 고려하여 원인으로 작용할 수 있는 역량들과 결과로서 나타날 수 있는 역량들을 구분하여 경쟁우위전략과 조직문화를 독립변수로, 기술사업화 능력과 경영성파를 종속변수로 설정하였다. 기술사업화 능력은 핵심역량의 구성요소이자 시장에서의 판매(selling) 전, 기업 내부적인 결과로 간주하였고, 경영성파를 시장에서의 판매(selling) 후, 기업 외부적인 결과로 구분하였다. 더불어, 흡수역량의 매개역할을 확인하기 위해[30] 아래 <그림 1>과 같이 연구모형을 수립하였다.



<그림 1> 연구모형

4. 분석 결과

4.1 표본설계와 자료수집

본 연구는 특정 산업집단을 선정하거나 특정 기준에 치중하지 않고, 국내의 산업전반에 속한 기업의 구성원을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문 대상은 논문의 주제 및 내용과 직·간접적인 영향 범주에 있는 경영전략, 사업기획, 사업개발, 기술연구, 생산제조 분야의 직무전문가를 대상으로 하였다. 또한 설문기반의 연구에서 흔히 발생하는 common method bias를 최소화하기 위해 시간적, 심리적 측면을 고려하여 측정환경을 분리하고, 설문 점화효과

를 줄이기 위해 설문항목의 순서를 매 설문지마다 변경하였다. 사전 조사된 50부의 설문을 기초 분석한 후 내용의 일부를 보완하여, 수개월에 걸쳐 450부의 응답을 받았으며, 불성실한 응답 29부를 제외하고 최종적으로 421부의 수집된 데이터를 분석에 활용하였다.

4.2 표본과 설문구성

설문조사에 응답한 표본을 아래 <표 1>과 같이 정리하였다. 성별, 연령, 학력수준, 근속년수, 직급, 조직규모, 산업군 등을 포함하는 내용을 살펴보고자 빈도분석을 실시하였다.

<표 1> 설문응답자의 인구 통계학적 분포

구 분		빈도 (명)	비율 (%)	구 분		빈도 (명)	비율 (%)
성별	남	305	72.4	산업군	ICT 및 IT서비스	52	12.4
	여	116	27.6		전자 기기 및 부품	45	10.7
연령	20세 이상~30세 미만	116	27.6		금융 서비스	39	9.3
	30세 이상~40세 미만	218	51.8		인터넷 서비스	34	8.1
	40세 이상~	87	2.07		교육 서비스	32	7.6
학력	고졸 및 전문학사	57	13.6		자동차 및 부품	31	7.4
	학사	255	60.6		건설 및 엔지니어링	30	7.1
	석사 및 박사	109	25.9		소프트웨어	24	5.7
근속년수	5년 미만	224	53.2		기타	23	5.5
	5년 이상~10년 미만	113	26.8		컨설팅 및 리서치	15	3.6
	10년 이상~15년 미만	48	11.4		무역 및 상사	14	3.3
	15년 이상~	36	8.6		의료 및 제약	14	3.3
직급	사원	129	30.6		에너지 및 화학	14	3.3
	대리급	116	27.6		방송 및 미디어	13	3.1
	과장급	77	18.3		반도체 및 부품	12	2.9
	차장급	39	9.3		무선 통신 서비스	11	2.6
	부장 및 임원급	60	14.2		섬유 및 의류	9	2.1
조직규모	~100명 미만	108	25.6	우주항공과 국방	9	2.1	
	100명 이상~300명 미만	64	15.2	합계	421	100	
	300명 이상~1,000명 미만	48	11.4				
	1,000명 이상	201	47.7				
합계		421	100				

항목별 분포는 약간의 차이는 있으나 대부분 탐색범위를 포괄하는 형태를 보였다. 설문응답은 왜도와 첨도, 표준편차의 계산을 통해 정규 분포를 형성하는 것을 확인하였고, 결측응답과 이상응답(out-lier)이 없는 것을 확인하였다. 설문문항은 7개의 인구통계학적 문항 이외에 82개 문항으로 구성하였다. 경쟁우위전략, 조직문화, 흡수역량, 기술사업화

능력, 경영성과를 잠재변수로 설정하고 Likert 5점 척도를 활용하였다. 다음 <표 2>는 설문문항의 구성과 근거가 되는 선행연구를 정리하여 보여주고 있다.

설문을 통해 수집된 데이터를 바탕으로 통계적 가설검정을 위해, 구조방정식 모형분석은 AMOS 22를 사용하고, 다중회귀분석은 SPSS 21을 사용하였다.

<표 2> 설문내용의 구성

측정 요인		설문 문항	관련 선행연구
경쟁우위전략 (14개)	원가우위전략 (5개 문항)	대규모 재원 투자, 통제/관리체계, 프로세스/인프라, 제품/서비스 표준, 노동력 관리	Miles et al.[80] Porter[90] Miller[81] 반태현, 송신근[23] 황오성[54] 김창수, 이우경[12]
	혁신차별화 전략 (5개 문항)	시장 조사연구, 차별화 마케팅, 고객 서비스, 제품/서비스 창의성, 혁신적 결과물	
	집중화 전략 (4개 문항)	시장 세분화, 자원집중도, 틈새 시장 선별, 결과의 적시성	
조직문화 (15개)	합리문화 (3개 문항)	목표수립의 합리성, 계획/목표달성 의지, 선의의 경쟁	Quinn and McGrath[92] Cameron and Quinn[57] 한인규[51] 김태성, 허찬영[13] 김수영[7]
	개발문화 (4개 문항)	시행착오 격려, 도전 장려, 아이디어 독려, 친밀한 선후배 관계	
	위계문화 (4개 문항)	조직 내 규정, 제한된 여건, 역할과 책임, 조직 내 서열	
	합의문화 (4개 문항)	교육 장려, 협업/팀워크 중시, 소통 중시, 사기 진작	
흡수역량 (25개)	획득역량 (6개 문항)	업계 동향 분석, 지식/정보 식별, 변화 민감도, 유/무형 인프라, 내/외부 교류, 요구사항 파악	Cohen and Levinthal[60] Zahra and George[101] Jansen et al.[71] 김병수 등[5] 우형록, 권정연[31]
	동화역량 (6개 문항)	지식 해석, 유/무형적 환경 구축, 지식 가치파악, 목적분석, 지식 가공, 변화 분석	
	공유역량 (4개 문항)	Community 활성화, 지식공유 문화, 공유 기반 업무효율화, 공유의지	
	변형역량 (4개 문항)	지식 재해석 역량, 통합/분류 프로세스, 불필요 지식식별, 저장과 기록	
	활용역량 (5개 문항)	지식융합역량, 업무활용, 목적에 활용, 책임과 역할, 지식자산화	
기술사업화 능력 (20개)	제조화 능력 (7개 문항)	표준 프로세스, 제조시스템/인프라, 핵심 제조공정, 핵심기술 연계, 제품 기능 분석역량, 표준 체계, 외부 협업	Yap and Souder[99] Zahra and Nielsen[100] Kumar and Jain[75] 박종복[22] 이성화, 조근태[36] 서상혁[26] 주설균[46] 황경연, 성을현[53]
	생산화 능력 (6개 문항)	생산관리 시스템 우수성, 생산설비 배치, 생산설비 자동화, 생산공정 관리수준, 검사/품질관리 수준, 원자재/부품조달 수준	
	마케팅 능력 (7개 문항)	마케팅 전략 수립, Life cycle분석 역량, 경쟁사/시장 분석, 시장/고객 지향성, 마케팅채널, 우수 마케팅 인력, 마케팅 인프라	
경영성과 (8개)	재무적 성과 (4개 문항)	매출액, 영업이익률, 시장점유율, 수익구조	Venkatraman and Ramanujam[98] 장충석[44] 반태현, 송신근[23] 이성화[37]
	비 재무적 성과 (4개 문항)	기업/제품 이미지, 고객 충성도, 고객 만족도, 직무 만족도	

4.3 데이터 타당성 검증

설문구성의 타당성을 확보하기 위하여 1차(설문 문항과 측정변수)와 2차(측정변수와 잠재변수)로 나누어 확인적 요인분석을 실시하였다. 요인적재량이

낮은 문항을 제거한 후의 1차 분석의 요인적재량(β)은 다음 <표 3>과 같이 0.5~0.8로 나타나 설문문항의 구성은 타당한 것으로 확인되었고, 2차 분석의 요인적재량(β) 또한 모두 0.7 이상으로 나타나 요인구성이 타당함을 확인하였다.

<표 3> 확인적 요인분석 결과

설문문항	측정변수		잠재변수	β
대규모 재원 투자(β : 0.711), 프로세스/인프라 구축(β : 0.669), 제품/서비스 표준(β : 0.685)	원가우위 전략	←	경쟁우위 전략	0.998***
시장 조사연구(β : 0.726), 차별화 마케팅(β : 0.667), 제품/서비스 창의성(β : 0.71)	혁신차별화 전략	←		1.104***
시장 세분화(β : 0.801), 틈새시장 선별(β : 0.744)	집중화 전략	←		0.981***
시행착오 격려(β : 0.72), 도전 장려(β : 0.77), 아이디어 독려(β : 0.776), 친밀한 선후배 관계(β : 0.736)	개발문화	←	조직문화	0.936***
조직 내 규정(β : 0.559), 제한된 여건(β : 0.675), 역할과 책임(β : 0.589)	위계문화	←		0.822***
목표수립의 합리성(β : 0.799), 계획/목표달성 의지(β : 0.701), 선의의 경쟁(β : 0.581)	합리문화	←		0.999***
교육 장려(β : 0.662), 협업/팀워크 중시(β : 0.712), 소통 중시(β : 0.735), 사기 진작(β : 0.736)	합의문화	←		0.938***
업계 동향분석(β : 0.693), 지식/정보 식별(β : 0.744), 내/외부 교류(β : 0.677), 유/무형 인프라(β : 0.75)	획득역량	←	흡수역량	1.019***
지식 해석(β : 0.723), 유/무형 환경 구축(β : 0.775), 지식 가치파악(β : 0.755), 목적분석(β : 0.78), 지식 가공(β : 0.781), 변화 분석(β : 0.823)	동화역량	←		1.001***
Community 활성화(β : 0.742), 지식공유 문화(β : 0.796), 공유 기반 업무효율화(β : 0.796), 공유 의지(β : 0.771)	공유역량	←		0.922***
지식 재해석 역량(β : 0.786), 통합/분류 프로세스(β : 0.766), 불필요 지식 식별(β : 0.675), 저장/ 기록(β : 0.757)	변형역량	←		1.021***
지식 융합역량(β : 0.813), 업무 활용(β : 0.757), 목적에 활용(β : 0.787), 지식정보 자산화(β : 0.746)	활용역량	←		0.974***
표준 프로세스(β : 0.765), 제조 시스템 인프라(β : 0.825), 핵심 제조공정(β : 0.811), 핵심기술 연계(β : 0.805), 제품기능 분석역량(β : 0.82), 표준 체계(β : 0.839), 외부 협업(β : 0.665)	제조화 능력	←	기술사업화 능력	0.934***
생산관리 시스템 우수성(β : 0.795), 생산설비 배치(β : 0.802), 생산설비 자동화(β : 0.831), 생산공정 관리 수준(β : 0.87), 검사/품질관리 적극성(β : 0.802), 원자재/부품조달 수준(β : 0.821)	생산화 능력	←		0.950***
마케팅 전략 수립(β : 0.815), Life cycle분석 역량(β : 0.75), 시장 분석(β : 0.707), 시장/고객 지향성(β : 0.664), 마케팅 채널(β : 0.849), 우수 마케팅 인력(β : 0.844), 마케팅 인프라(β : 0.882)	마케팅 능력	←		0.757***
매출액(β : 0.853), 영업이익률(β : 0.899), 시장점유율(β : 0.849), 수익구조(β : 0.859)	재무적 성과	←		경영 성과
기업/제품 이미지(β : 0.836), 고객 충성도(β : 0.86), 고객 만족도(β : 0.879), 직무만족도(β : 0.711)	비재무적 성과	←	0.943***	

***적재된 모든 변수(설문 문항)는 $p < .001$ 수준에서 유의미하게 나타났음.

확인적 요인분석을 실시하여 타당성을 확보한 후, 모형적합도를 측정하였다. GFI, AGFI는 모든 모형에서 0.8~0.96으로 나타났고 표본의 크기에 민감한 특성을 지니므로[30] 별도로 기재하지 않았다. 주요 적합도 지수는 아래 <표 4>와 같다. RMR과 RMSEA가 기준치에 다소 부족한 것으로 나타났으나 대부분의 지표가 양호한 수준을 보이고 있어 요인분석 모형

은 적합하다고 할 수 있다.

측정도구의 타당성을 확보하기 위하여 확인적 요인분석을 실시하였고 모형적합도를 측정하였다. 그 결과, 아래 <표 5>와 같이 요인적재량(β)이 모두 0.6 이상으로 나타나 요인구성은 타당한 것으로 확인되었고, 대부분의 적합도 지수가 기준을 충족한 것으로 나타나 측정모형은 적합한 것으로 나타났다.

<표 4> 요인분석 모형적합도

요인분석 모형	χ^2	df	p	χ^2/df	RMR	RMSEA	NFI	IFI	TLI	CFI
경쟁전략	68.77	15	.000	4.585	.032	.092	.961	.969	.942	.969
조직문화	205.379	69	.000	2.977	.044	.069	.930	.952	.936	.952
흡수역량	854.378	225	.000	3.797	.038	.082	.897	.922	.904	.921
기술사업화 능력	540.684	161	.000	3.358	.062	.075	.924	.945	.935	.945
경영성과	67.536	19	.000	3.555	.027	.078	.975	.982	.973	.982

※ 기준 : $\chi^2/df < 5.0$, TLI $> .90$, NFI $> .90$, CFI $> .90$, IFI $> .90$ [68]/RMSEA $< .08$, RMR $< .05$ [30].

<표 5> 측정모형의 확인적 요인분석 결과

구 분		B	S.E.	C.R.	P	β
개발문화	←	1				0.849
위계문화	←	0.671	0.045	15.016	***	0.662
합리문화	←	0.887	0.04	22.051	***	0.86
합의문화	←	0.882	0.044	20.267	***	0.815
원가우위전략	←	1				0.867
혁신차별화 전략	←	1.073	0.042	25.562	***	0.896
집중화 전략	←	1.049	0.044	23.729	***	0.862
획득역량	←	1				0.917
동화역량	←	1.008	0.031	32.328	***	0.917
공유역량	←	1.075	0.04	26.727	***	0.854
변형역량	←	1.034	0.032	31.936	***	0.913
활용역량	←	1.027	0.033	30.808	***	0.902
제조화 능력	←	1				0.885
생산화 능력	←	1.032	0.042	24.708	***	0.875
마케팅 능력	←	0.927	0.041	22.551	***	0.833
재무적 성과	←	1				0.816
비 재무적 성과	←	1.066	0.052	20.364	***	0.926

*** p < .001.

모형적합도	χ^2	df	p	χ^2/df	RMR	RMSEA	NFI	IFI	TLI	CFI
	452.219	109	.000	4.149	.024	.087	.938	.952	.940	.952

※ 기준 : $\chi^2/df < 5.0$, TLI $> .90$, NFI $> .90$, CFI $> .90$, IFI $> .90$ [68]/RMSEA $< .08$, RMR $< .05$ [30].

이러 개념신뢰도(CR)와 평균분산추출(AVE)을 통해 집중타당성을 파악하였고, 아래 <표 6>과 같이 모든 요인에서 기준조건을 충족하여 타당한 것으로 나타났다. 그리고 측정모형의 판별타당성을 확인하기 위하여 Pearson 상관계수(r)과 \sqrt{AVE} 를 비교하여 $r < \sqrt{AVE}$ 의 조건을 이루는지 확인하였고[1, 49, 59], 모든 요인에서 조건을 충족하고 있어 판별 타당한 것으로 나타났다. 또한, 잠재변수 간 상관관계를

확인한 결과, 아래 <표 6>과 같이 0.730 이상의 정(+)의 상관관계를 나타내어 본 연구가설의 방향과 일치하는 것으로 확인되었다.

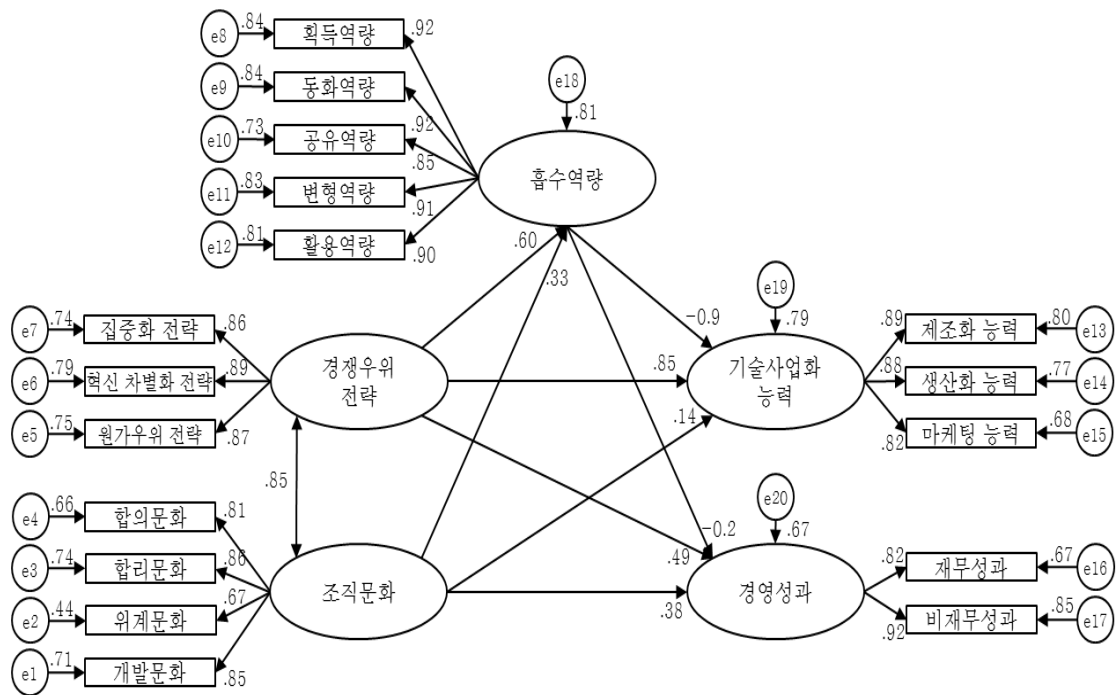
4.4 구조방정식모형을 통한 가설검증

본 연구에서 수립한 가설을 총체적으로 검증하기 위한 구조모형은 <그림 2>와 같다.

<표 6> CR & AVE 및 상관분석 결과

구 분	상관계수(r)					\sqrt{AVE}	AVE	CR
	1	2	3	4	5			
1	1					.858	.736	.917
2	.763**	1				.904	.817	.930
3	.785**	.822**	1			.936	.876	.997
4	.713**	.805**	.731**	1		.899	.808	.927
5	.675**	.689**	.662**	.707**	1	.900	.810	.894

1. 조직문화, 2. 경쟁우위전략, 3. 흡수역량, 4. 기술사업화 능력, 5. 경영성과



<그림 2> 구조모형

구조모형의 모수 추정결과와 모형적합도는 아래 <표 7>과 같이 나타났고, 이를 통해 가설을 검증하였다.

가설 1인 ‘경쟁우위전략은 기술사업화 능력에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.’는 표준화 계수(β)가 0.847 ($p < .001$)이고 C.R.값이 8.279로 유의미한 정(+)의 영향력이 나타나 채택되었다. 이를 통해 고도화된 경쟁우위전략은 기술사업화 능력의 발전에 긍정적 기여를 하는 것으로 해석될 수 있다. 측정변수간 영향관계를 세부적으로 살펴본 바, 제조화 능력과 생산화 능력은 원가우위전략에 의해($\beta: 0.449, t: 8.317, p: 0.000/\beta: 0.502, t: 8.995, p: 0.000$), 마케팅 능력은 혁신차별화 전략에 의해($\beta: 0.305, t: 5.002, p: 0.000$) 영향을 많이 받는 것으로 나타나, 경쟁우위전략의 유형별로 기술사업화 능력의 발전에 각기 다른 영향을 미친다는 것을 확인할 수 있었다.

가설 2인 ‘경쟁우위전략은 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.’는 표준화 계수(β)가 0.493($p < .001$)이고 C.R.값이 4.61로 유의미한 정(+)의 영향력이 나타나 채택되었다. 이는 경쟁우위전략의 고도화가 경영성과의 향상에 긍정적 기여를 하는 것으로 해석될 수 있다. 두 요인을 구성하는 측정변수간 영

향관계를 세부적으로 살펴본 바, 재무적 성과는 원가우위전략에 의해($\beta: 0.340, t: 5.422, p: 0.000$), 비재무적 성과는 집중화 전략에 의해($\beta: 0.288, t: 4.670, p: 0.000$) 영향을 많이 받는 것으로 나타나, 경쟁우위전략의 유형별로 경영성과의 향상에 달리 영향을 미친다는 선행연구의 내용을 지지하였다.

가설 3인 ‘경쟁우위전략은 흡수역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.’는 표준화 계수(β)가 0.604($p < .001$)이고 C.R.값이 8.947로 유의미한 정(+)의 영향력이 나타나 채택되었다. 이를 통해 경쟁우위전략의 고도화가 흡수역량의 강화에 긍정적인 기여를 한다고 해석될 수 있다. 두 요인의 측정변수간 영향관계 세부적으로 살펴본 바, 획득역량과 동화역량은 집중화 전략에 의해($\beta: 0.355, t: 6.789, p: 0.000/\beta: 0.355, t: 6.468, p: 0.000$), 공유역량과 변형역량과 활용역량은 원가우위전략에 의해($\beta: 0.303, t: 5.437, p: 0.000/\beta: 0.352, t: 6.804, p: 0.000/\beta: 0.321, t: 6.330, p: 0.000$) 영향을 많이 받는 것으로 나타났다. 이를 통해, 흡수역량의 강화를 위한 경쟁우위전략은 기업이 추구하는 유형별로 다르다는 점을 확인하였다.

가설 4인 ‘조직문화는 기술사업화 능력에 영향을 미칠 것이다.’는 표준화 계수(β)가 0.141($p < .001$)이고

<표 7> 구조모형 분석 결과

구분			직접효과				간접효과	총효과
			B	S.E.	C.R.	P-value	β	β
흡수역량	←	경쟁우위 전략	0.567	0.063	8.947	***	0.604	.604*
경영성과	←		0.496	0.107	4.61	***	0.493	-.015
기술사업화 능력	←		0.873	0.105	8.279	***	0.847	-.054
흡수역량	←	조직문화	0.298	0.06	4.998	***	0.329	.329*
경영성과	←		0.369	0.089	4.137	***	0.381	-.008
기술사업화 능력	←		0.14	0.079	1.767	0.077	0.141	-.029
기술사업화 능력	←	흡수역량	-0.097	0.096	-1.013	0.311	-0.089	-.089
경영성과	←		-0.027	0.103	-0.258	0.797	-0.025	-.025

*** $p < .001$.

모형적합도	χ^2	df	p	χ^2/df	RMR	RMSEA	NFI	IFI	TLI	CFI
		473.102	110	.000	4.301	.026	.089	.935	.949	.937

※ 기준 : $\chi^2/df < 5.0$, TLI $> .90$, NFI $> .90$, CFI $> .90$, IFI $> .90$ [68]/RMSEA $< .08$, RMR $< .05$ [30].

C.R. 값이 1.767로 나타나 기각되었고, 이를 통해 조직문화는 기술사업화 능력의 발전에 영향을 미치지 않는다는 점을 확인하였다.

가설 5인 '조직문화는 경영성과에 영향을 미칠 것이다.'는 표준화 계수(β)가 0.381($p < .001$)이고 C.R. 값이 4.137로 유의미한 정(+)의 영향력이 나타나 채택되었으므로 조직문화의 수준이 높을수록 경영성과의 향상에 긍정적 기여를 한다고 해석할 수 있다. 재무적 성과와 비재무적 성과는 개발문화에 의해서만($\beta: 0.291, t: 4.453, p: 0.000/\beta: 0.316, t: 5.373, p: 0.000$) 영향을 받는 것으로 나타났다. 이를 통해 경영성과의 향상을 위해서는 개발문화의 특성이 많이 반영되어야 한다는 점을 시사한다.

가설 6인 '조직문화는 흡수역량에 영향을 미칠 것이다.'는 표준화 계수(β)가 0.329($p < .001$)이고 C.R. 값이 4.998로 유의미한 정(+)의 영향력이 나타나 채택되었다. 이는 조직문화의 수준이 높을수록 흡수역량의 강화에 긍정적 기여를 한다고 해석할 수 있다. 다중회귀분석은 획득역량, 동화역량, 그리고 공유역량은 개발문화에 의해($\beta: 0.338, t: 6.076, p: 0.000/\beta: 0.284, t: 4.999, p: 0.000/\beta: 0.302, t: 5.382, p: 0.000$), 변형역량과 활용역량은 합리문화에 의해($\beta: 0.284, t: 4.975, p: 0.000/\beta: 0.262, t: 4.800, p: 0.000$) 영향을 많이 받는다는 것을 보여주었다. 이는 흡수역량의 강화에 영향을 미치는 조직문화가 유형별로 다르다는 선행연구의 내용을 지지한다.

가설 7인 '흡수역량은 기술사업화 능력에 영향을 미칠 것이다.'는 표준화 계수(β)가 -0.089($p < .001$)이고 C.R. 값이 -1.013으로 나타나 기각되었고, 흡수역량은 기술사업화 능력의 발전에 영향을 미치지 않는다는 것을 확인하였다.

가설 8인 '흡수역량은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.'는 표준화 계수(β) 값이 -0.025($p < .001$)이고 C.R. 값이 -0.258로 나타나 기각되었고, 흡수역량은 경영성과의 향상에 영향을 미치지 않는다는 점을 확인할 수 있었다.

마지막으로, 흡수역량의 매개효과와 관련된 가설(가설 9~가설 12)은 모든 경로에서 유의미한 영향

력이 나타나지 않아서 기각되었다. 간접효과의 유의성 판단은 boot strapping-test를 활용하였다. 가설 9의 간접효과는 크기가 -.054이나 유의확률이 0.475이고, 가설 10의 간접효과는 크기가 -.015이나 유의확률이 0.924였으며, 가설 11의 간접효과는 크기가 -.029이나 유의확률이 .321이고, 가설 12의 간접효과는 크기가 -.008이나 유의확률이 .884로 나타났다. 경로 별 간접효과의 계수변화가 있었고, 유의미한 상태가 유지되어 부분매개 한다고 볼 수 있으나, 유의확률이 무의미하여 기각되었다. 총 효과는 직접효과가 나타난 경로에서 정(+)의 방향으로 유의미한 영향력이 나타났다.

5. 결론 및 시사점

본 연구에서는 구조방정식과 다중회귀방정식 등 계량적 분석방법론의 활용을 통하여 조직의 핵심역량과 이를 구성하는 역량간의 영향관계에 대한 분석을 실시하였다. 통계적 검증을 거친 가설 중 일부는 채택되고, 일부는 기각되었지만 이러한 결과를 통해 본 연구에서 얻어진 몇 가지 결론을 다음과 같이 제공하고자 한다.

첫째, 기업의 핵심역량과 구성역량에 대한 개별적인 접근과 분석이 아닌 이를 구성하는 유형까지 포함하는 전체적인 관점에서 계량적 분석을 실시하였다. 몇 개의 요인에 집중하여 내용을 살펴보기 보다는 기업 내에서 다루어질 수 있는 총체적 역량과 유형을 중심으로 상호 영향관계에 대한 전체적인 이해의 필요성을 부각시켰다고 할 수 있다. 이를 통해 경쟁우위전략과 조직문화는 기업이 처한 환경과 전략적 목적에 따라 다양한 유형으로 추진되고 형성될 수 있기 때문에 최적의 맞춤형 유형을 선택하고 운용해야 한다는 논거를 확보하였다. 동시에, 이를 구성하는 다양한 유형 중 어떠한 유형과 내용이 기술의 사업화를 성공적으로 지지하고 발전적인 경영성과를 창출하는가에 대한 통계적 결론과 전략적 시사점을 얻을 수 있었다.

둘째, 본 연구를 통하여 흡수역량은 기업의 핵심

역량간 상호 영향관계에서 직·간접적인 영향관계가 없음을 확인하였다. 이는 흡수역량이 조직단위 혹은 개인단위에서 형성되는 과정에서 암묵적으로 체득된 역량이고, 구성원 별 이해의 정도와 관심의 차이로 달라질 수 있기 때문이다. 따라서 기업은 단편적이고 획일적인 흡수역량의 향상을 위한 노력에서 벗어나 현실적이고 다양한 목적으로 활용이 가능한 흡수역량 향상체제를 수립하여, 구성원이 능동적인 노력을 경주하도록 지원해야 할 필요성이 있다.

셋째, 비정량적이고 비가시적인 현상 혹은 이론적인 사항에 대해 선행연구의 분석방법을 다차원적으로 해석하고 확대 적용하기 위해 1, 2차 확인적 요인 분석, 타당성 분석, 다중회귀분석, 구조방정식 모형 등의 계량적 분석방법을 단계별로 적용하여 데이터 기반의 신뢰성을 확보하였다. 또한, 특정산업에 치우치지 않고 400개 이상의 기업을 대상으로 표본을 수집하여 분석을 실시하였기 때문에 다양한 기업이 실질적으로 적용하고 활용할 수 있는 객관적인 결론을 도출하였다.

더불어 본 논문을 통해 검증된 사항을 바탕으로 다음과 같은 실질적인 시사점을 제공할 수 있다. 기술사업화 능력을 향상시키고자 할 경우, 조직문화를 형성하고 흡수역량을 강화하는데 필요한 많은 노력과 긴 시간에 대한 부담에서 벗어날 필요가 있다. 특히, 대기업에 비해 상대적으로 규모가 작고 활용 가능한 자원이 적은 중견기업과 중소기업은, 단기간에 형성될 수 있는 보거나 의사결정체계 등의 조직문화를 우선하여 형성하고, 타사와의 기술협력, 마케팅 채널 공유, 지식공유의 체계 확대 등의 방법을 활용하는 것이 필요할 것이다. 이를 위해 기업의 의사결정자는 기업이 처한 상황, 보유 자원, 발휘 역량 등을 정확히 진단하여 가장 효과적인 기술사업화 능력의 향상 방안을 피하여야 한다. 또한 흡수역량은 기술사업화 능력과 경영성과에 직접적인 영향관계를 미치지 않았고, 동시에 매개효과로서의 역할도 유의미하지 않은 점을 고려하여야 한다. 이에 흡수역량을 향상시키기 위해 기업과 조직이 인위적인 노력을 기울이는 것보다 셀러와 시장, 고객에게 더욱 집중해

야 한다. 끝으로, 각 기업이 대비해야 할 미래의 환경 변화에 유연하게 대처하기 위해 본 논문을 통해 검증된 내용을 토대로 핵심역량을 정교하게 가다듬고 발전시켜 나가야 하며 효과적인 선택적 활용이 필요하다. 이는 유관 문헌을 통해서 지지된 사항과 맥락을 같이하며, 동일한 메시지를 전달한다.

본 연구는 기존 연구와는 차별화된 접근을 시도하였지만 다음과 같은 한계점을 지니고 있다. 첫째 근속년수가 10년 미만인 집단의 설문비율이 높았다. 이는 해당 응답자가 속한 기업의 문화, 전략, 성과, 능력 등을 전체적으로 파악하고 깊이 있는 내용을 체감하는데 다소 부족할 수도 있다. 둘째, 본 논문을 통해 제시된 여러 결론들은 기업의 규모나 산업의 구분에 따른 집단비교 및 차이분석이 아니므로, 기업의 규모에 따라 대기업, 중견기업, 중소기업 별 어떤 차이가 있는지, 산업의 차이에 따라 어떠한 결론과 시사점을 제공할 수 있는지는 추후 연구될 필요가 있다.

기업의 경쟁력을 확보하기 위한 방법은 산업의 변화 속에 다양한 내용과 형식으로 나타날 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 경쟁우위전략, 조직문화, 흡수역량, 기술사업화 능력, 경영성과 외에 추가적인 핵심역량을 더해서 분석함으로써 새로운 시사점을 도출해 낼 필요성이 있다. 또한, 경영전략이나 조직문화는 유형별로 다른 결과를 도출해낼 수 있는 변수로 작용할 수도 있기 때문에 조절효과 검증 등을 구분하여 살펴보는 것 또한 연구적 의의가 클 것으로 기대된다.

참 고 문 헌

- [1] 강제정, 김유정, “정보리터러시와 동기요인이 정보표현능력과 정보공헌에 미치는 영향”, 『디지털융복합연구』, 제15권, 제1호(2017), pp.97-108.
- [2] 고세훈, 유왕진, 이운보, “중소벤처기업의 경쟁전략과 경영성과 간의 구조적 관계에 관한 실증연구”, 『생산성논집』, 제27권, 제1호(2013), pp. 225-260.
- [3] 구정대, “기업의 핵심역량과 비재무적 및 재무적

- 경영성과간의 관계”, 『관광연구』, 제23권, 제4호(2009), pp.259-277.
- [4] 구철모, 최정일, “조직의 흡수역량이 기업성과에 미치는 영향에 대한 실증연구”, 『경영학연구』, 제37권, 제3호(2008), pp.515-536.
- [5] 김병수, 허용석, 이희석, “지식경영 성과 선행 요인이 조직원 흡수 역량에 미치는 영향”, 『지식경영연구』, 제12권, 제1호(2010), pp.59-79.
- [6] 김봉선, 김언수, “지식 탐색 흡수능력과 혁신의 속도”, 『전략경영연구』, 제12권, 제1호(2009), pp.1-24.
- [7] 김수영, “중소벤처기업의 조직자원과 동적역량이 조직유효성에 미치는 영향에 관한 연구”, 건국대학교 대학원 : 서울, 2015.
- [8] 김정권, “경쟁우위의 유지를 위한 핵심역량”, 『지역발전연구』, 제5권, 제1호(2005), pp.265-278.
- [9] 김종년, 김경란, 정태수, 김지윤, 주수진, “지속가능경영과 기업경쟁력 모형의 재구축”, 『SERI 연구보고서』, (2012), pp.1-136.
- [10] 김종수, “조직의 문화와 특성이 조직효과성에 미치는 영향”, 『한국정책연구』, 제15권, 제1호(2015), pp.1-17.
- [11] 김주일, “중소기업의 핵심역량이 비교우위에 미치는 영향에 관한 연구-자동차 부품기업을 중심으로”, 서울대학교 박사학위논문, 1999.
- [12] 김창수, 이유경, “경영환경 변화에 따른 전략, 조직구조, 조직문화 간 적합성에 관한 연구”, 『경영과학』, 제28권, 제3호(2011), pp.47-60.
- [13] 김태성, 허찬영, “공기업에서의 조직문화 유형 지각이 조직유효성에 미치는 영향”, 『대한경영학회지』, 제26권, 제7호(2013), pp.1771-1802.
- [14] 김 현, “기업역량이 전략과 성과에 미치는 영향에 관한 연구”, 연세대학교 박사학위논문, 1997.
- [15] 김형철, “벤처기업 내부역량과 경쟁전략 간의 적합성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구”, 『대한경영학회지』, 제24권, 제2호(2011), pp.769-787.
- [16] 노종범, 강민형, “기술집약적 기업의 사회적 자본과 흡수역량이 기술사업화 성과에 미치는 영향에 관한 실증연구”, 『산업혁신연구』, 제32권, 제1호(2016), pp.31-71.
- [17] 노형진, “제조기업의 핵심역량 및 가치혁신전략이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구”, 『한국컴퓨터정보학회논문지』, 제17권, 제4호(2012), pp.155-6.
- [18] 모영배, “기업의 조직문화유형이 구성원의 조직몰입과 혁신행동에 미치는 영향”, 『국가정책연구』, 제30권, 제1호(2016), pp.49-71.
- [19] 문계완, 최석봉, 문재승, “리더십 유형과 조직문화가 혁신행동에 미치는 영향”, 『산업경제연구』, 제22권, 제6호(2009), pp.3289-3320.
- [20] 박영은, “해외시장 진입전략에서 창의성과 흡수역량, 전략적 지향성이 미치는 효과에 대한 연구”, 『문화경제연구』, 제17권, 제2호(2014), pp.29-62.
- [21] 박종경, 임성준, “경쟁전략이 기업성과에 미치는 영향과 환경 불확실성의 조절효과 : 혼합 전략을 중심으로”, 한국전략경영학회 춘계학술대회, (2014), pp.147-167.
- [22] 박중복, “기술사업화 이론과 기술경영 적용방안”, 『KIET 산업경제』, 산업연구원, (2008), pp.26-31.
- [23] 반태현, 송신근, “경영전략, 경영혁신, 전략적 관리회계시스템 및 경영성과 간의 관계”, 한국국제회계학회 추계국제학술발표논문집, (2011), pp.229-262.
- [24] 배순철, 김병근, “동적역량과 기업성과에 대한 운영역량의 매개효과 분석”, 『한국경영과학회지』, 제41권, 제4호(2016), pp.15-32.
- [25] 배준철, 이상용, “기업의 흡수역량과 정보기술 활용도가 혁신에 미치는 영향”, 『데이터베이스학회지』, 제20권, 제1호(2013), pp.173-195.
- [26] 서상혁, 혁신형, “기업들의 기업가적 지향성과 기술사업화”, 『기술혁신학회지』, 제15권, 제4호(2012), pp.862-880.
- [27] 신용세, 하규수, “기술경영능력이 기술사업화 성

- 공에 미치는 영향”, 『디지털정책연구』, 제10권, 제8호(2012), pp.97-110.
- [28] 신원무, “경쟁력 높이는 사업혁신, 타기업과의 협력과 차별화된 네트워크로”, 『LG Business Insight』, (2010), pp.18-25.
- [29] 양영경, “‘닷컴시대’ 열었던 야후...어쩌다 몰락했나”, 헤럴드경제, 2016.
- [30] 우종필, “우종필 교수의 구조방정식모델 개념과 이해”, 한나래 아카데미, 2012.
- [31] 유형록, 권정연, “기업가적 지향성과 흡수역량이 중소기업의 신제품개발에 미치는 영향”, 『기술혁신연구』, 제21권, 제2호(2013), pp.57-84.
- [32] 유승교, “조직문화 유형과 조직구성원의 임파워먼트가 직무만족 및 조직몰입에 미치는 영향”, 한양대학교 교육대학원 : 서울, 2011.
- [33] 이갑수, 이종환, 김철석, 위도영, “중소제조기업의 경영전략과 전략적 성과관리시스템의 연계성이 경영성과에 미치는 영향”, 『디지털융복합연구』, 제12권, 제5호(2014), pp.101-113.
- [34] 이건영, “엔지니어링산업에서의 기술획득 및 사업화의 성과요인과 촉진방안에 관한 연구”, 한국과학기술원 : 대전, (1998), pp. 90-92.
- [35] 이상식, 김복구, “경쟁전략 및 경영혁신과 경영성과와의 관련성에 관한 연구”, 『大韓經營學會誌』, 제16권, 제2호(2003), pp.321-343.
- [36] 이성화, 조근태, “R&D 투자가 경영성과에 미치는 영향 : 기술사업화 능력의 매개효과를 중심으로”, 『기술혁신연구』, 제20권, 제1호(2010), pp. 264-294.
- [37] 이성화, “R&D 투자와 기술사업화 능력이 경영성과에 미치는 영향 연구”, 성균관대학교 일반대학원 : 서울, 2012.
- [38] 이창대, “경영전략, 조직문화, 경영혁신유형간의 관련성과 인과관계연구”, 『대한경영학회지』, 제24권, 제6호(2011), pp.3441-3460.
- [39] 이태형, “(세상속으로) 소년의 몰락으로 보는 한국 과학 기술의 미래”, 헤럴드경제, 2014.
- [40] 장성근, “고객이 알아주는 핵심역량 기업 미래 이끈다”, 『LG Business Insight』, 2015.
- [41] 장세진, “글로벌 경쟁시대의 경영전략 3편”, 서울, 박영사, 2004.
- [42] 장용선, “조직문화 유형이 지식공유에 미치는 영향 분석”, 『大韓經營學會誌』, 제23권, 제5호(2010), pp.2793-2813.
- [43] 장은영, 김병근, “R&D 조직의 창의적 팀 특성이 혁신성과에 미치는 영향 : 창의적 풍토의 매개효과”, 『한국경영과학회지』, 제41권, 제4호(2016), pp.75-93.
- [44] 장충식, “조직의 인적자원 학습 및 성장성과, 재무적 성과와 경영성과 간의 관계에 관한 연구”, 『산학경영연구』, 제21권, 제2호(2008), pp.111-136.
- [45] 정동섭, “정보기술기업의 역량, 경쟁전략 및 성과의 관계”, 『경영정보연구』, 제29권, 제4호(2010), pp.287-304.
- [46] 주설균, “기업의 기술혁신역량과 기술사업화역량이 기술성과와 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구”, 가천대학교 일반대학원 : 성남, 2013.
- [47] 진광영, “경영전략이 조직문화와 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구”, 경희대학교 경영대학원 : 서울, 2013.
- [48] 최이규, 이수형, “기업의 전략군과 역량군 유형 간 경영성과 차이에 관한 비교연구-해의 현지법을 대상으로”, 『마케팅논집』, 제10권, 제1호(2001), pp.51-72.
- [49] 최창호, 유연우, “동일 데이터의 비교분석에 관한 연구(회귀분석모형과 구조방정식모형)”, 『디지털융복합연구』, 제14권, 제6호(2016), pp.167-175.
- [50] 추승엽, 유정민, 임성준, “경영환경, 경쟁전략 및 기업 내부역량 간의 적합성이 성과에 미치는 영향에 관한 연구”, 『전략경영연구』, 제12권, 제1호(2009), pp.101-126.
- [51] 한인규, “조직문화 유형 및 강도가 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향”, 광운대학교 : 서울, 2012.
- [52] 한재진, 조근태, “시나리오 플래닝을 통한 국내

- 전자결제 산업의 활성화 전략 : 간편결제를 중심으로”, 『경영과학』, 제33권, 제1호(2016), pp.59-75.
- [53] 황경연, 성을현, “기술혁신능력 및 기술사업화역량이 경쟁우위에 미치는 영향”, 『국제지역연구』, 제19권, 제1호(2015), pp.365-387.
- [54] 황오성, “기업의 경영전략이 조직구조와 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구”, 경희대학교 경영대학원 : 서울, 2013.
- [55] 황정선, “중소기업의 경쟁전략과 흡수역량이 경영성과에 미치는 영향”, 경기대학교 건설산업대학원, 석사학위논문, 2014, pp.1-103.
- [56] Barney, J.B., "Organizational culture : can it be a source of sustained competitive advantage?," *Academy of Management Review*, Vol. 11, No.3(1986), pp.656-665.
- [57] Cameron, K.S. and R.E. Quinn, "Diagnosing and changing organizational culture : Based on the competing values framework, John Wiley & Sons, 2005.
- [58] Chandler, A.D., *Strategy and structure : Chapters in the history of the American enterprise*, Massachusetts Institute of Technology Cambridge, 1962.
- [59] Choo, J.Y. and J.H. Bae, "An Analysis of the Structure Relationship of Organizational Culture, Organizational Justice, Empowerment and Organizational Effectiveness Using Structural Equation Models," *Crisisonomy*, Vol.12, No.9 (2016), pp.39-55.
- [60] Cohen, W.M. and D.A. Levinthal, "Absorptive capacity : A new perspective on learning and innovation," *Administrative Science Quarterly*, Vol.35, No.1(1990), pp.128-152.
- [61] Cooper, L.G., "Strategic marketing planning for radically new products," *Journal of Marketing*, Vol.64, No.1(2000), pp.1-16.
- [62] Datta, A., "Combining networks, ambidexterity and absorptive capacity to explain commercialization of innovations : a theoretical model from review and extension," *Journal of Management and Strategy*, Vol.2, No.4(2011), pp.2-25.
- [63] Denison, D.R. and G.M. Spreitzer, "Organizational culture and organizational development : A competing values approach," *Research in Organizational Change and Development*, Vol. 5, No.1(1991), pp.1-21.
- [64] Deshpandé, R. and J.U. Farley, "Organizational culture, market orientation, innovativeness, and firm performance : an international research odyssey," *International Journal of Research in Marketing*, Vol.21, No.1(2004), pp.3-22.
- [65] Fosfuri, A. and J. Tribo, "Exploring the antecedents of potential absorptive capacity and its impact on innovation performance," *Omega*, Vol.36, No.2(2008), pp.173-187.
- [66] Frishammar, J., U. Lichtenthaler, and J. Rundquist, "Identifying technology commercialization opportunities : The importance of integrating product development knowledge," *Journal of Product Innovation Management*, Vol.29, No.4 (2012), pp.573-589.
- [67] Grant, R.M., "The resource-based theory of competitive advantage : implications for strategy formulation," *California Management Review*, Vol.33, No.3(1991), pp.114-135.
- [68] Hair, J.F., *Multivariate data analysis*, Pearson College Division, 2010.
- [69] Harrington, S.J. and T. Guimaraes, "Corporate culture, absorptive capacity and IT success," *Information and Organization*, Vol.15, No.1(2005), pp.39-63.
- [70] Huarng, K.H. and A. Mas-Tur, "Spirit of strategy(S.O.S) : The new S.O.S for competitive business," *Journal of Business Research*,

- Vol.68, No.7(2015), pp.1383-1387.
- [71] Jansen, J.J.P., F.A.J. Van Den Bosch, and H.W. Volberda, "Managing potential and realized absorptive capacity : how do organizational antecedents matter?," *Academy of Management Journal*, Vol.48, No.6(2005), pp.999-1015.
- [72] Javidan, M., "Core Competence : What Does it Mean in Practice," *Long Range Planning*, Vol.31, No.1(1998), pp.60-71.
- [73] Kato, K. and K. Miyazaki, "Application Path for Promoting Technology Commercialization," *International Journal of Innovation and Technology Management*, Vol.11, No.4(2014), pp.1450025-1-20.
- [74] Kostopoulos, K., A. Papalexandris, M. Papachroni, and G. Ioannou, "Absorptive capacity, innovation, and financial performance," *Journal of Business Research*, Vol.64, No.12(2011), pp.1335-1343.
- [75] Kumar, V. and P. Jain, "Commercialization of new technologies in India : an empirical study of perceptions of technology institutions," *Technovation*, Vol.23, No.2(2003), pp.113-120.
- [76] Kumar, V. and P. Jain, "Commercializing new technologies in India : a perspective on policy initiatives," *Technology in Society*, Vol.24, No.3 (2002), pp.285-298.
- [77] Lane, P.J., B.R. Koka, and S. Pathak, "The reification of absorptive capacity : A critical review and rejuvenation of the construct," *Academy of Management Review*, Vol.31, No.4 (2006), pp.833-863.
- [78] Lee, C., K. Lee, and J.M. Pennings, "Internal capabilities, external networks, and performance : a study on technology based ventures," *Strategic Management Journal*, Vol.22, No.6-7 (2001), pp.615-640.
- [79] Markman, G.D., D.S. Siegel, and M. Wright, "Research and technology commercialization," *Journal of Management Studies*, Vol.45, No.8 (2008), pp.1401-1423.
- [80] Miles, R.E., C.C. Snow, A.D. Meyer, and H.J. Coleman, "Organizational strategy, structure, and process," *Academy of Management Review*, Vol.3, No.3(1978), pp.546-562.
- [81] Miller, D., "Configurations of strategy and structure : Towards a synthesis," *Strategic Management Journal*, Vol.7, No.3(1986), pp.233-249.
- [82] Mintzberg, H., The structuring of organizations : A synthesis of the research. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship, 1979.
- [83] Moghaddam, M.H., H.R.V. Fard, and G. Talebnia, "Evaluate the Kind of Corporate Strategy on Remuneration Management and Corporate Performance," *Journal of Current Research In Science*, Vol.S(2)(2016), pp.338-346.
- [84] Nevens, T.M., "Commercializing technology : what the best companies do," *Planning Review*, Vol.18, No.6(1990), pp.20-24.
- [85] Nieto, M. and P. Quevedo, "Absorptive capacity, technological opportunity, knowledge spillovers, and innovative effort," *Technovation*, Vol.25, No.10(2005), pp.1141-1157.
- [86] Parnell, J.A. and P. Wright, "Generic strategy and performance : An empirical test of the Miles and Snow typology," *British Journal of Management*, Vol.4, No.1(1993), pp.29-36.
- [87] Parnell, J.A., M.A. Koseoglu, Z. Long, and J.E. Spillan, "Competitive Strategy, Uncertainty, and Performance : An Exploratory Assessment of China and Turkey," *Journal of Transnational Management*, Vol.17, No.2(2012), pp.91-117.
- [88] Pertusa-Ortega, E.M., J.F. Molina-Azorin,

- and E. Claver-Cortes, "Competitive strategy, structure and firm performance : A comparison of the resource-based view and the contingency approach," *Management Decision -London then Bradford-*, Vol.48, No.8(2010), pp.1282-1303.
- [89] Pfeffer, J., "Competitive advantage through people," *California Management Review*, Vol. 36, No.2(1994), pp.9-28.
- [90] Porter, M.E., "Competitive strategy : techniques for analyzing industries and competitors," New York : Free Press, 1980.
- [91] Prahalad, C.K. and G. Hamel, "The core competence of corporation," *Harvard Business Review*, Vol.33(1990), pp.79-91.
- [92] Quinn, R.E. and M.R. McGrath, "The transformation of organizational culture : A competing values perspective," in *Organizational culture*, ed. P.J. Frost et al.(Beverly Hills, CA: Sage Publications, 1985), pp.315-334.
- [93] Sarros, J.C., B.K. Cooper, and J.C. Santora, "Leadership vision, organizational culture, and support for innovation in not-for-profit and for-profit organizations," *Leadership and Organization Development Journal*, Vol.32, No.3 (2011), pp.291-309.
- [94] Schein, E.H., "Defining organizational culture," *Classics of Organization Theory*, Vol.3 (1985), pp.490-502.
- [95] Slater, S.F. and J.C. Narver, "Product-market Strategy and Performance : An Analysis of the Miles and Snow Strategy Types," *European Journal of Marketing*, Vol.27, No.10 (1993), pp. 33-51.
- [96] Teh, C.J., A. Boerhannoeddin, and A. Ismail, "Organizational culture and performance appraisal process : Effect on organizational citizenship behavior," *Asian Business and Management*, Vol.11, No.4(2012), pp.471-484.
- [97] Tsai, W., "Knowledge transfer in intraorganizational networks : Effects of network position and absorptive capacity on business unit innovation and performance," *Academy of Management Journal*, Vol.44, No.5(2001), pp.996-1004.
- [98] Venkatraman, N. and V. Ramanujam, "Measurement of business performance in strategy research : A comparison of approaches," *Academy of Management Review*, Vol.11, No.4(1986), pp.801-814.
- [99] Yap, C.M. and W.E. Souder, "Factors influencing new product success and failure in small entrepreneurial high-technology electronics firms," *Journal of Product Innovation Management*, Vol.11, No.5(1994), pp.418-432.
- [100] Zahra, S.A. and A.P. Nielsen, "Sources of capabilities, integration and technology commercialization," *Strategic Management Journal*, Vol.23, No.5(2002), pp.377-398.
- [101] Zahra, S.A. and G. George, "Absorptive capacity : A review, reconceptualization, and extension," *Academy of Management Review*, Vol.27, No.2(2002), pp.185-203.