

비영리조직의 기업가지향성과 시장지향성 그리고 경영성과 간의 매개모형

홍진혁*, 조동환**

*경남과학기술대학교 벤처경영학과 외래강사(hjh0588@empal.com)

**경남과학기술대학교 벤처경영학과 조교수(dhcho@gntech.ac.kr)

A Mediation Model among the Entrepreneurial Orientation, Market Orientation and Business Performance of Non-Profit Organization

Jin-Hyuk Hong*, Dong-Hwan Cho**

*Part-Time Instructor, Dept of Venture and Business, Gyeongnam National University of Science and Technology

**Assistant Professor, Dept of Venture and Business, Gyeongnam National University of Science and Technology

요 약

본 연구는 서부 경남 및 부산지역 비영리조직을 중심으로 한 기업가지향성과 시장지향성 그리고 경영성과 간의 매개모형을 연구하고자 하였다. 결과적으로, 가설 1 은 기업가지향성인 위험감수성은 경영성과인 재무성과는 유의한 영향을 미치지 못했으며, 그리고 가설 2 부터가설 8까지는 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 가설이 채택되었다. 본 연구는 향후 비영리조직과 단체의 다양한 분야에서 적합한 시스템 도입에 유용한 자료가 될 수 있을 것이다.

Abstract The main object of this study is explore to be consider a mediation model on the entrepreneurial orientation, market orientation, and business performance of the non-profit organization in the Western Gyeongnam and Busan Regions of South Korea. As a result, the H₁ was not shown to significantly the financial performance, and From H₂ to H₈ was adopted to be effect on the variable. This study will be able to become data that is suitable system introduction in various field of Not-Profit organization and sector.

Key Words : Entrepreneurial Orientation. Market Orientation. Business Performance. Non-Profit Organization. Mediation Model.

1. 서론

최근 사회적 기여를 추구하면서 다양한 형태의 사업을 수행하고 있는 비영리조직의 관심도가 매우 높다. 규모면에서도 지속적으로 증가추세에 있으며, 활동 및 내용면에서도 여성, 환경, 인권, 교육, 청소년, 소비자, 의료, 보건, 복지, 문화, 예술, 생활협동 등 사회의 다양한 영역으로 확대되고 있는 실정이다. 이러한 비영리조직의 역할은 복지사각지대에 놓여 있는 비수혜자들에게 그 중요성이 점차 강화되고 있다. 이러한 현실에서 비영리조직들은 경영효율화 및 환경성에 관심이 높아지고 있으며 과거에 요구하지 않았던 경영평가에 대해 많은 학자들이 논의되고 있다. 특히, 영리조직의 수준에 맞는 '경영성과(business performance)' 항목에 대해 최근 많은 비영리조직들이 중앙정부 및 지방자치단체, 시민단체 등에게 평가를 요구받고 있다.

이에 본 연구는 서부 경남·부산지역의 비영리조직(학교, 병원, 요양원, 어린이집, 복지단체 등)을 대상으로 성공할 수 있는 경영성과를 구체적으로 분석하고자 하였으며, 이러한 경영성과가 기업가지향성과 시장지향성, 그리고 경영성과로 나누어 각 변수의

매개모형을 실증 분석함으로써 본 연구의 시사점에 대해 제공하는데 그 목적이 있다.

2. 이론적 배경 및 가설설정

2.1. 기업가지향성과 경영성과와의 관계

최근 기업가지향성과 경영성과에 대한 여러 선행연구에서는 규모가 작은 벤처 및 중소기업의 성공에 가장 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났으며(Covin and Selvin, 1991[1]; Lumpkin and Dess, 1996[2]), Keh et. al.(2007)[3]은 중소기업을 대상으로 기업가지향성과 기업성과에 대한 연구에서 유의한 영향을 미친다고 주장하였다. 또한, 사회적 기업이 기업가정신에 따라 재무성과와 공익성과에 유의한 영향을 미친다고 하였다(이광우, 2008)[4]. 황미애(2007)[5]도 여성창업가의 특성에 따라 경영성과 및 공익성과에 유의한 관계가 있다는 연구를 제시하였다.

여러 선행연구의 결과를 통해서 비영리조직의 기업가지향성이 경영성과인 재무성과와 공익성과에 향상된다는 공통점을 도출하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

**H₁: 비영리조직의 위험감수성은 재무성과에 정(+)
영향을 미칠 것이다.**

H₂: 비영리조직의 위험감수성은 공익성과에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

H₃: 비영리조직의 혁신성은 재무성과에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

H₄: 비영리조직의 혁신성은 공익성과에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

2.2. 기업가지향성과 시장지향성과의 관계

기업가지향성과 시장지향성의 영향 관계와 조절효과에 대한 연구가 다수 진행되어 왔었는데, Matsuno et al.(2002)[6]은 기업가지향성이 시장지향성인 시장점유율, 신제품비율, ROI에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. Gonzalez-Benito et al.(2008)[7]은 기업가지향성과 시장지향성이 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다. Li et al(2008)[8]은 시장지향성이 성과에 영향을 미치는 요인과 기업가지향성이 조절효과가 있는지를 검증하였는데, 시장지향성이 성과에 유의한 영향을 미쳤으며, 기업가지향성 중 혁신성이 조절효과가 있는 것으로 나타났다. 조연성·원동환(2010)[9]은 기업가지향성인 위험감수성과 혁신성, 그리고 시장지향성인 고객지향성과 경쟁자지향성은 수출성과에 유의한 영향을 미친다고 하였다.

여러 선행연구의 결과를 통해서 비영리조직의 기업가지향성이 시장지향성에 향상된다는 공통점을 도출하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H₅: 비영리조직의 위험감수성은 시장지향성에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

H₆: 비영리조직의 혁신성은 시장지향성에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

2.3. 시장지향성과 경영성과와의 관계

시장지향성은 경영성과에 유의한 영향을 미친다는 연구가 다수 진행되어 왔으며(조원섭·손삼호, 2007)[10], Matsuno et al.(2002)[6]는 시장지향성정도는 시장환경(시장급변, 경쟁강도, 기술급변)에 의해 경영성과에 유의한 영향을 미친다고 하였다. 최영우(2008)[11]는 시장지향성은 기업성과인 ROI, 이익, 매출액, 시장점유율, 성장률 등에 유의한 영향을 미친다고 하였다. 또한, 이광우(2008)[4]도 시장지향적인 사회적 기업들은 경쟁강도, 경쟁조직에 따른 경영성과를 향상시킨다는 연구결과를 제시하였다.

여러 선행연구의 결과를 통해서 비영리조직의 시장지향성이 경영성과인 재무성과와 공익성과에 향상된다는

공통점을 도출하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H₇: 비영리조직의 시장지향성은 재무성과에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

H₈: 비영리조직의 시장지향성은 공익성과에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

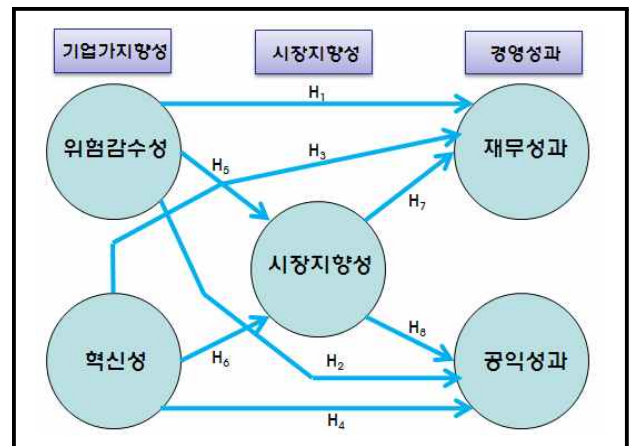
3. 연구방법

3.1. 연구모형 및 변수의 조작적 정의

본 연구에서는 선행논문들을 바탕으로 [그림 1]과 같이 연구모형 및 가설을 설정하였다. 각 변수들 간에 유의한 영향을 미치는지 선행연구를 고찰한 후 실증연구를 시도하였으며, 연구의 목적에 부합하도록 수정 및 보완 후 조작적 정의와 측정치를 [표 1]과 같이 정리하였다. 이렇게 구성된 항목은 리커트 5점 척도로 수정 후 활용하였다.

3.2. 표본선정 및 자료수집

본 연구에서의 표본선정은 조사목적과 연구범위를 고려하여 서부 경남·부산지역의 비영리조직(학교, 병원, 요양원, 어린이집, 복지단체 등) 경영자 및 임직원을 대상으로 1:1 및 방문조사를 통하여 2009년 11월 20일부터 12월 03일까지 조사하였다. 이중 200부 중 156부(회수율 78%)의 설문지를 회수하였으며, 결측값을 제외하고 142부의 설문지를 최종분석에 사용하였다. 분석에 사용된 설문지 응답자의 인구 통계적 특성은 여성이었으며, 근무년수는 과장급이 31.7%로 45명이 재직하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 창업교육유무에 대해서도 65.5%에 달하는 93명이 창업교육경험이 없어 앞으로 개선되어야 할 여지가 있는 것으로 생각된다.



[그림 1] 연구모형

[표 1] 연구변수의 조작적 정의

변수명	조작적 정의	선행연구	문항수
시장지향성	고객의 욕구에 최상으로 제공할 수 있는 고객지향성, 경쟁자지향성, 내부부서간 조정의 정도	Narver & Slater(1990)	5
기업가 지향성	위험에도 불구하고 기회를 포착하는 정신을 바탕으로, 불확실한 결과가 예상됨에도 불구하고 과감하게 도전하는 의사결정을 내리거나 프로젝트를 추진하는 정도	Miller(1983) Covin & Slevin(1989) Naman & Slevin(1993)	2
혁신성	새로운 제품 혹은 서비스, 새로운 아이디어, 색다른 경험, 새로운 시도를 수용하고 지지하는 기업의 성향		3
경영성과	기업의 윤리경영을 바탕으로 하여 기업의 생산성 향상, 기업내부의 노사 안정 등을 조화시킴으로써 얻는 기업의 재무적 수치	Moshe & Lerner(2006)	3
공익성과	기업의 이윤창출 등의 영리활동을 추구함에 있어 사회적 목적 즉, 내부적으로는 효율적인 부의 분배와 복지와 외부적으로는 저소득층 혹은 소외계층을 위한 다양한 서비스를 통한 이윤의 재투자 목적	이동진(2007) 이광우(2008)	3

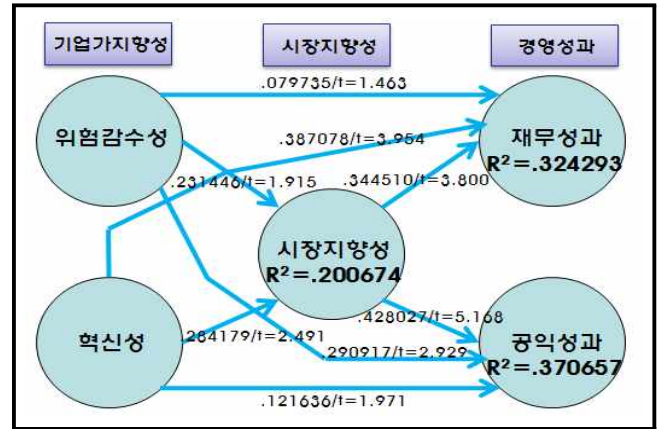
[표 2] 신뢰성 및 타당성 분석 결과

변수	항목	요인적재량	AVE	CR	Conbach's α
기업가 지향성	위험감수성1	.847	.729	.890	.815
	위험감수성2	.893			
	위험감수성3	.820			
혁신성	혁신성1	.878	.819	.931	.889
	혁신성2	.927			
	혁신성3	.909			
시장지향성	시장지향성1	.718	.687	.916	.886
	시장지향성2	.796			
	시장지향성3	.884			
	시장지향성4	.865			
	시장지향성5	.870			
경영성과	재무성과1	.960	.885	.958	.935
	재무성과2	.938			
	재무성과3	.922			
	공익성과1	.907	.802	.924	.875
	공익성과2	.922			
	공익성과3	.856			

[표 3] 상관관계분석 결과

요인	①	②	③	④	⑤
기업가 지향성	1				
혁신성	.515	1			
시장지향성	.391	.375	1		
경영성과	.423	.441	.454	1	
공익성과	.520	.345	.486	.549	1

통계분석은 SMART PLS 2.0 M3와 SPSS 19.0을 활용하였다. PLS는 다변량분석을 위한 차세대 구조방정식 모델 중 하나로 독립변수가 종속변수에 예측력이 높은지를 R²값으로 도출하여 경로분석을 통해 실현시켜주는 통계프로그램이며, SPSS는 표본의 인구통계학적 분석과 신뢰성 및 타당성 분석을 사용하였다.



[그림 2] 경로분석결과

[표 4] 가설검증 결과

가설	경로	경로계수	t 값	채택유무
H ₁	위험감수성 → 재무성과	0.079735	1.463	기각
H ₂	위험감수성 → 공익성과	0.290917	2.929***	채택
H ₃	혁신성 → 재무성과	0.387078	3.954***	채택
H ₄	혁신성 → 공익성과	0.290917	2.929**	채택
H ₅	위험감수성 → 시장지향성	0.231446	1.915*	채택
H ₆	혁신성 → 시장지향성	0.264179	2.491**	채택
H ₇	시장지향성 → 재무성과	0.344510	3.800***	채택
H ₈	시장지향성 → 공익성과	0.428027	4.168***	채택

* P<0.1, ** P<0.05, ***<0.001

4. 실증분석

4.1. 측정도구의 평가

4.1.1 신뢰성 및 타당성 분석

측정도구의 신뢰성 평가를 실시하기 위하여 신뢰성 계수인 Conbach's α를 활용하였다. 분석결과 모든 변수에 대한 신뢰도값이 기준치를 초과하는 것으로 나타나 측정도구의 신뢰성을 확보했다고 판단된다. 또한, 타당성 검증을 위하여 개념 신뢰도값과 평균 분산추출값을 도출하였다. 개념 신뢰도값은 0.7 이상, 그리고 평균분산추출값은 0.5 이상을 초과되면 만족스러운 값이 도출된다고 하였으므로(Vincenzo et al., 2010)[12], 신뢰성 및 타당성이 확보되었다고 볼 수 있다. [표 2]과 [표 3]는 신뢰성 및 타당성에 관한 결과를 나타낸 것이다.

4.2. 주요 가설검증

본 연구에서 제시된 모형에 대한 경로분석결과[그림 2]와 같으며, 가설검증결과는 다음과 같다. 첫째, 기업가 지향성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 가설에서는 위험감수성이 재무성과에 유의한 영향을 미치지 않았으며 (경로계수=0.079735, t=1.463), 나머지 하위변수들은 유의

한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 기업가향성이 시장지향성에 미치는 영향에 관한 가설에서는 유의한 영향을 미치고 있으므로 가설 5와 6은 채택되었다. 셋째, 시장지향성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 가설에서는 유의한 영향을 미치고 있으므로 가설 7과 8은 채택되었다. [표 4]는 본 연구에 대한 가설검증결과를 요약한 것이다.

5. 결론 및 시사점

본 연구는 서부 경남 및 부산지역 비영리조직과 단체를 중심으로 기업가지향성과 시장지향성 그리고 경영성과 간의 매개모형을 연구하고자 하였다.

분석결과 기업가지향성과 경영성과간의 관계에서 가설 1인 위험감수성이 재무성과에 영향을 미치는 가설은 유의하지 않은 결과가 도출되었으며, 가설 2부터 가설 4에 대한 가설검증에서는 유의한 것으로 나타나 비영리조직의 CEO 및 관리자들이 위험적인 투자에 대해서는 고려하고 있지 않음을 알 수 있었다. 그리고 기업가지향성과 시장지향성 간의 가설 5 및 가설 6과 시장지향성과 경영성과 간의 가설 7 및 가설 8은 직접적으로 유의한 것으로 나타나 여러 선행연구의 결과에 일치한다(Matsuno et al., 2002[6]; 이형택·채명수, 2007[13]; Li et al., 2008[8]).

그러나 본 연구 역시 다른 연구들과 마찬가지로 한계를 지적하고 앞으로의 연구방향에 대해 제시하고자 한다. 첫째, 비영리조직의 조직 특성상 성과가 실현되는데 걸리는 시간이 길고 비영리조직의 유형과 내용에 따라 달라지기 때문에 그 성과를 직접적으로 기업성과와 연계시켜 규명하는 것에는 다소 무리가 있었다. 둘째, 비영리조직의 업종에 대하여 반영하려고 하였으나, 시간과 공간의 제약에 의해 다소 어려움이 있어 후속 연구에 반영할 예정이다.

이러한 연구결과를 통해 연구의 시사점을 살펴보면, 비영리조직의 기업가지향성과 시장지향성 그리고 경영성과에 대한 경영성과 간의 매개모형연구는 기업가지향성인 위험감수성이 경영성과인 재무성과는 유의하지 않은 결과를 제외하고는 다른 변수에 대한 연구결과는 유의한 영향을 미쳤다는 점에서 상당한 의의를 찾을 수 있겠다.

향후 연구방향을 제시하자면, 조직환경, 조직문화, 사회적 네트워크, 사회공헌활동, 신뢰성, 고객중시, 환경친화성 등의 평가항목을 포함한 성과요인연구가 필요할 것이라고 사료된다.

참고문헌

[1] Covin, J. G. and Slevin, D. P., "A Conceptual Model of

Entrepreneurship as Firm Behavior", *Entrepreneurial Theory and Practice*, Vol. 16, pp. 615-623, 1991.

[2] Lumokin, G. T. and G. G. Dess, "Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking its Performance", *Academy of Management Review*, Vol. 2, No. 1, pp. 135-172, 1996.

[3] Keh, H. T., T. T. M. Nguyen, and H. P. Ng, "The Effect of Entrepreneurial Orientation and Marketing Information on the Performance of SEMs", *Journal of Business Venturing*, Vol. 22, No. 4, pp. 85-97, 2007.

[4] 이광우, "지속가능한 사회적기업의 성공요인에 관한 연구", *승실대학교 대학원 박사학위논문*, 2008.

[5] 황미애, "여성창업가의 특성이 경영성과와 사회적 성과에 미치는 영향 연구", *승실대학교 대학원 박사학위논문*, 2007.

[6] Matsuno Ken and John T. Mentzer, "The Effects of Entrepreneurial Proclivity and Market Orientation on Business Performance", *Journal of Marketing*, Vol. 66, No. 4, pp. 1-16, 2002.

[7] Gonzalez-Benito, O., J. Gonzalez-Benito, and P. A. Munoz-Gallego, "Role of Entrepreneurship and Market Orientation in Firms' Success", *Journal of Marketing*, Vol. 43, No. 3/4, pp. 500-522, 2009.

[8] Li, Y., Y. Zhao, Tan, and Y. Liu, "Moderating Effects of Entrepreneurial Orientation on Market Orientation-Performance Linkage: Evidence from Chinese Small Firm", *Journal of Business Management*, Vol. 46 No. 1, pp. 113-133, 2008.

[9] 조연성·원동환, "기업가정신과 시장지향성이 수출성과에 미치는 영향에 관한 연구: 시장지향성의 매개효과를 포함하여", *무역학회지*, 제 35 권, 제 1 호, pp. 131-154, 2010.

[10] 조원섭·손삼호, "호텔 시장지향성이 경영성과에 미치는 영향: 경주지역을 중심으로", *관광학연구*, 제 31 권, 제 2 호, pp. 330-358, 2007.

[11] 최영수, "관광호텔업의 시장지향성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구: 수도권 소재 특1급호텔을 중심으로", *안양대학교 대학원 박사학위논문*, 2006.

[12] Vinzi, Vincenzo Esposito, Chin, Wynne W. Henseler, Jorg., and Wang, Huiwen, "Handbook of partial least squares concepts, methods and applications in marketing and related fields", 1st Edition, *Springer*, 2010.

[13] 이형택·채명수, "기업가정신, IT능력, 시장지향성, 기업성과의 관계: 워킹인투자기업을 대상으로 한 실증연구", *국제통상연구*, 제 12 권, 제 3 호, pp. 205-229, 2007.