

농업경영체의 경영자역량이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구: 시장지향성의 매개효과 중심으로

두영배*

호서대학교 벤처대학원 벤처투자금융학과, 박사과정

허철무**

호서대학교 벤처대학원 정보경영학과, 교수

국문 요약

최근 국내에서는 인구감소에 따른 일부 지역소멸이 화두가 되고 있다. 대부분이 농촌지역으로 여러 가지 원인이 있으나, 원인 중의 하나로 농업경영체의 성과 미흡에 따른 소득향상의 어려움이 있기 때문이다. 이를 극복하기 위해 정부와 지자체에서는 다양한 정책을 수립하여 지속해서 지원하고 있지만 큰 성과를 내지 못하고 오히려 농업경영체의 요구사항만 많아지고 있다.

본 연구의 목적은 경영자역량이 기업성과에 미치는 영향관계를 살펴보고 경영자역량과 기업성과 간에 있어 시장지향성이 매개역할을 하는지에 대해 분석하는데 있다.

본 연구에서는 농업경영체의 경영자역량을 독립변수로 하여 하위변수에 창의적역량, 네트워크역량, 자기통제역량, 기술적역량을 선정하고 종속변수에는 기업성과를 매개변수로 시장지향성을 선정하고 연구를 진행하였다. 따라서 본 연구는 농업경영체의 경영자역량이 기업성과에 영향을 미칠 수 있고 시장지향성이 매개효과가 있을 것이라는 인과적 경로를 검증하고자 한다. 세계적인 불확실한 경제환경과 빠르게 변화되고 있는 국내 산업의 구조변화는 농업경영체들이 적응함에 있어 어려움이 존재하고 있는 상황에서 농촌에서 기업활동을 하고 있는 농업경영체 경영자역량의 주요 요인들을 설정하여 연구를 진행하였고 경영자들이 기업성과를 달성함에 있어 도움이 될 것이다.

핵심어: 경영자역량, 창의적역량, 네트워크역량, 자기통제역량, 기술적역량, 시장지향성, 기업성과

1. 서론

지난 수년 동안 도시 소득의 증가 대비하여 농촌의 소득은 낮게 나타나고 있다. 농촌은 많은 자원을 확보하고 있음에도 불구하고 계속되는 수도권 내의 인구 집중화에는 여러 가지 요인이 존재하고 있다.

수도권으로의 인구 집중화는 생활을 위한 필수 시설들이 확충되었고 기업들도 집중되면서 일자리를 찾아 몰려드는 현상이 더욱 가중되었다고 할 수 있다.

이에 따라 일부 지역은 인구 소멸 위기가 발생하고 있으며, 더 이상의 인구 유출을 막고 청년인구의 유입을 장려하는 정책을 추진하고 있지만 뚜렷한 성과를 내지 못하고 있다.

농업은 자연 자원에 기반하여 이루어지고 있으나 기상이

변과 인구의 고령화, 농사 인력의 부족은 농촌의 경제활력에 영향을 미치고 있다. 농업경영체는 농촌 내에서의 가장 대표적인 기업형태로 농사의 기초사업이자 농업경제의 근간이라고 할 수 있다.

농업경영체의 경영자에게 요구되는 역량은 여러 가지가 있겠지만 최근 가장 필요한 요소로 창의적역량, 네트워크역량, 자기통제역량, 기술적역량이라고 할 수 있다. 본 연구에서는 이러한 요인들이 기업성과에 미치는 영향 정도를 조사하고 시장지향성의 역할에 대해 분석함으로써 실제 농업경영체를 경영하는데 요구되는 주요 요인들을 중점적으로 활용하고자 한다.

* 주저자, 호서대학교 벤처대학원 벤처투자금융학과 박사과정, dooybae@hanmail.net

** 교신저자, 호서대학교 벤처대학원 정보경영학과 교수, cmheo@hoseo.edu

II. 연구 배경

2.1. 경영자역량

농업경영체를 대표하는 경영자의 역량은 기업의 성장과 함께 지역산업 발전에 기여할 수 있는 중요한 요소라고 할 수 있다.

McClelland(1976)은 역량을 직무에 기초하여 경영성과와 관계가 있는 개인의 기본적인 특성이라고 정의하였고 경영자가 보유할 수 있는 기본적인 행동을 의미한다고 주장하였다. Wernerfelt(1984)는 역량을 기업내부의 특정한 자원 또는 경영전략의 구성요소로서 경쟁우위의 근본적인 원천이라고 정의하였다. Spencer & Spencer(1993)는 역량을 직무기준에 근거하여 뛰어난 경영성과와 인과관계가 있는 경영자의 기초특성이며, Parry(1996)는 경영자가 수행하는 업무성과와 관련이 높으며 교육훈련을 통하여 향상할 수 있는 지식과 기술, 태도의 집합이라고 정의하였다.

Baum & Smith(2001)는 경영자의 역량을 관리역량, 기술역량, 기업가역량, 창의역량으로 구분하였고 경영자역량은 경영체의 재무적 및 비재무적성과에 영향을 미친다고 주장하였다. 양해술·박지유(2013)는 경영자의 특성으로 혁신성향, 진취성향, 창의성향, 성취성향, 위험감수성향으로 구분하였고, 방혜민(2017)은 연구에서 관리적역량, 기업가적역량, 기술적역량, 사회적역량을 구분하고 연구하였다.

따라서 본 연구에서는 경영자역량을 경영활동에 필요한 갖추어진 자격 능력의 정도, 경영목표 달성에 필요한 지식, 기술, 경험 등으로 경쟁우위가 성과창출, 경영 운영능력 등의 기본특성이라고 정의하고 창의적역량, 네트워크역량, 자기통제역량, 기술적역량으로 구분하고자 한다.

2.2. 시장지향성

시장지향성은 고객의 욕구와 경쟁사의 변화 등 시장의 환경변화에대한 정보를 수집, 분석, 제공하여 경쟁자보다 더 잘 대응함으로써 기업의 지속적 경쟁우위와 높은 수익성을 실현하기 위한 전사적인 활동을 말한다. 이숙영(2010)은 연구에서 시장지향성은 목표고객들의 욕구와 경쟁기업들의 능력 및 전략을 올바르게 이해하고 이에 적절히 반응할 수 있도록 기업능력을 향상시키고, 기업내부에서 수행되는 모든 기능들간의 조정활동을 거쳐 시너지를 창출하는 것이라고 주장하였다. 시장지향성의 개념은 학자들에 의해 개념화 되었지만 일반적으로 행동적 관점을 강조하는 하위개념으로 시장정보 창출, 시장정보 확산, 시장정

보 반응을 제시하고 있다(Kohli & Jaworski, 1990). 반면에 조직문화점 관점에 하위개념으로 고객지향, 경쟁자 지향, 부서간 협력을 제시하였다(Narver & Slater, 1990).

2.3. 기업성과

불확실한 환경 하에서 조직의 지속적인 성장과 생존을 위해 새로운 변화에 빠르게 대응할 수 있는 학습민첩성(Learning Agility)이 조직 내의 핵심 역량으로 요구되고 있다(임창현 외, 2017).

학습민첩성은 경험으로부터 민첩하게 학습하고 성과를 창출하려는 의지 및 능력으로 처음 직면하는 환경에서도 빠르게 학습하고 생각과 행동을 유연하게 변화할 수 있는 역량을 의미한다(DeMeuse et al., 2010). Lombardo & Eichinger(2000)에 의해 학습민첩성의 개념이 정립되었으며, 조직 내의 학습민첩성이 높은 구성원이 많을수록 조직의 지속적인 성장과 생존을 가능하게 한다고 하였다. 학습민첩성이 높을수록 새로운 업무를 쉽게 배우며, 정제된 상태보다는 변화를 선호하고 한계에 도전하는 성향을 갖는다(Eichinger et al., 2010).

벤처기업일수록 빠르게 발전하는 신기술에 대한 정보와 지식을 학습 활동을 통해 습득하고 불확실한 업무 상황에 이를 활용할 수 있는 능력을 보유한 구성원이 필요하다(배을규·박상오, 2018). 또한 변화하는 환경 속에서 자신의 업무를 수행함에 있어 새로운 방법을 스스로 발굴하고 활용하는 능력이 벤처기업 구성원들에게 요구되고 있다(Sumner et al., 2005).

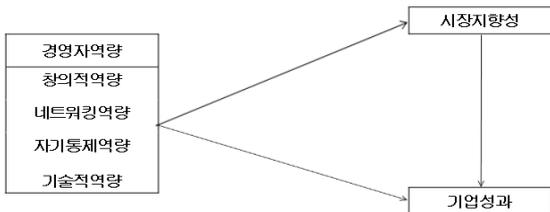
학습민첩성에 대한 관심이 높아지면서 연구자들 간의 논쟁이 고조되고 있다. 포괄적인 측면에서 학습민첩성은 민첩한 학습을 하고자 하는 동기, 이를 할 수 있는 능력, 이의 결과로서 성공적인 수행의 측면을 모두 포함하고 있다(DeMeuse et al., 2010). 학습민첩성의 능력과 동기는 서로 다른 개인적·환경적 영향을 받으며, 성공적인 수행은 학습민첩성의 결과변인이기 때문에 이 요소들은 구분되어야 한다는 주장이 제기되고 있다(DeRue et al., 2012). 이는 학습민첩성을 경험 안에서 또는 경험들 간에서 빠르고 유연하게 학습하는 능력으로 한정적인 측면에서 보아야 한다는 것이다(DeRue et al., 2012). 이러한 활발한 논쟁은 학습민첩성이 조직에서 요구되고 있으며, 이에 대한 관심이 높아지고 있다는 증거이다(류혜연·오현석, 2016).

III. 연구방법

3.1. 연구모형

선행연구에서 CEO의 기업가정신과 리더십에 대한 연구들은 많이 이루어졌지만 벤처기업의 양손잡이 구조와 학습민첩성에 대한 연구가 많이 이루어지지 않았다. 또한 CEO들의 리더십 등의 특성이 어떠한 경로를 통해 조직에 영향을 미치는지를 규명하려는 매개변수에 대한 연구들이 이루어지고 있지만 아직 부족한 실정이다(Munir & Nielsen, 2009). 따라서 본 연구에서는 CEO의 기업가정신과 리더십이 벤처기업의 양손잡이 구조를 증진하고, 증진된 양손잡이 구조가 학습민첩성에 영향을 미칠 것이라는 인과적 경로를 검증하고자 한다.

본 연구는 CEO의 기업가정신과 변혁적리더십이 조직의 학습민첩성에 미치는 영향을 살펴보고, 그 관계에서 조직의 양손잡이 구조의 매개효과를 확인하기 위해 연구모형을 <그림 1>과 같이 구성하였다.



<그림 1> 연구모형

3.2. 가설설정

3.2.1. 경영자역량과 기업성과

- H1-1: 창의적역량은 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H1-2: 네트워킹역량은 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H1-3: 자기통제역량은 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H1-4: 기술적역량은 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2. 경영자역량과 시장지향성

이현진 외(2023)는 경영자역량의 행동적관점이 시장지향성에 영향을 미친다고 주장하였다. 허윤조(2022)는 연구에서 경영자역량의 창의적능력, 네트워킹능력, 자기통제능력이 재무적·비재무적 기업성과에 영향을 미친다고 하였다.

- H2-1: 창의적역량은 시장지향성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2-2: 네트워킹역량은 시장지향성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2-3: 자기통제역량은 시장지향성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2-4: 기술적역량은 시장지향성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.3. 시장지향성과 기업성과

- H3: 시장지향성은 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.4. 시장지향성의 매개효과

허윤조(2022)는 연구에서 경영자의 개인역량에서 창의적능력, 네트워킹능력, 자기통제능력이 시장지향성의 정보창출 및 반응이 매개효과가 있다는 것을 확인하였다.

이현진외(2013)는 시장지향성이 경영자역량과 경쟁우위 간을 매개하지 않는다고 주장하였다. 박재환·김우중(2013)은 시장지향성이 창업가정신과 기업성과간의 관계를 매개한다고 하였다.

- H4-1: 시장지향성은 창의적역량이 기업성과에 미치는 영향을 매개할 것이다.
- H4-2: 시장지향성은 네트워킹역량이 기업성과에 미치는 영향을 매개할 것이다.
- H4-3: 시장지향성은 자기통제역량이 기업성과에 미치는 영향을 매개할 것이다.
- H4-4: 시장지향성은 기술적역량이 기업성과에 미치는 영향을 매개할 것이다.

3.3. 변수의 조작적 정의와 측정

본 연구에서는 다음과 같이 조작적 정의를 하고자 한다.

3.3.1. 경영자역량

선행연구를 통해 확인한 경영자역량은 기업성과에 요구되는 경영자 역량으로 경영자의 창의력, 리더십, 기술력, 지식정도, 성격 등 다양하게 정의할 수 있으며, 본 연구에서는 창의적역량, 네트워킹역량, 자기통제역량, 기술적역량으로 구성하고 조작적 정의를 하고자 한다.

첫째, 창의적역량은 고정관념에서 벗어나 독특하고 혁신적인 아이디어를 생각해 낼 수 있는 능력으로 정의한다.

둘째, 네트워킹역량은 네트워크의 개발관리 및 향상에

기여하는 능력으로 정의한다.

셋째, 자기통제역량은 경영체가 난관에 봉착했을 때, 긍정적 에너지를 불러일으켜 부정적 상황을 극복하는데 도움을 주는 역량으로 정의한다.

넷째, 기술적역량은 관련분야의 전문적인 기술을 능숙하게 다루고 필요한 기술을 효율적으로 활용하고 획득할 수 있는 능력으로 정의한다.

3.3.2. 시장지향성

시장지향성의 개념은 학자들에 따라 행동적 관점과 조직문화적 관점으로 구분하고 있다. 본 연구에서는 행동적 관점을 기본으로 하고 고객의 욕구와 경쟁사의 변화 등 시장의 변화에 적극적으로 대응함으로써 기업의 지속적인 기업성과를 실현하기 위한 역량으로 정의한다.

3.3.3. 기업성과

기업의 성과는 재무적성과와 비재무적성과로 구분할 수 있다. 이에 본 연구에서는 재무적성과를 기업성으로 한정하고 매년 발생되고 있는 매출과 수익의 증감, 시장점유율의 증감추이로 정의한다.

3.4. 자료수집 및 분석방법

본 연구에서 설정한 가설검증을 위하여 온라인 설문조사를 통하여 자료를 수집하였다. 농업경영체 경영자를 대상으로 2024.1.10.-2024.1.31까지 설문조사를 실시하여 총 211부의 설문을 회수하였다. 회수된 설문 중 불성실한 응답 등으로 분석에 부적합한 3부를 제외하고 총 208부를 분석에 사용하였다.

분석방법은 다음과 같다. 연구대상의 인구통계학적 특성을 확인하기 위하여 먼저 빈도분석을 실시하였고 이어서 탐색적 요인분석을 통하여 측정도구의 타당성을 점검하였다. Cronbach's alpha를 산출하여 측정변수들의 내적일관성을 확인하였으며, Pearson 상관계수를 산출하여 변수 간 상호 연관성을 확인하였다. 가설검증을 위하여 SPSS 회귀분석과 PROCESS Macro를 사용하여 변수 간의 영향관계를 검증하였으며 PROCESS macro 모델 4를 이용하여 매개효과를 검증하였다.

IV. 연구방법

4.1. 표본의 인구통계학적 특성

<표 1> 표본의 특성

	구분	빈도	비율 (%)	누적 비율 (%)
성별	남성	163	78.4	78.4
	여성	45	21.6	100.0
연령대	20-30세 미만	2	1.0	1.0
	30-40세 미만	1	0.5	1.4
	40-50세 미만	25	12.0	13.5
	50-60세 미만	90	43.3	56.7
	60세 이상	90	43.3	100.0
결혼 여부	기혼	187	89.9	89.9
	미혼	14	6.7	96.6
	기타	7	3.4	100.0
학력	고등학교 졸업	0	0	0
	전문대학 졸업	25	12.0	12.0
	대학교 졸업	55	26.4	38.5
	대학원 재학/졸업	128	61.5	100.0
사업장 소재지	서울/경기/인천	173	83.2	83.2
	대전/세종/충남/충북	22	10.6	93.8
	광주/목포/전남/전북	8	3.8	97.6
	부산/대구/경남/경북	3	1.4	99.0
	강원	2	1.0	100.0
매출 규모	3천만원 미만	67	32.2	32.2
	3천만~5천만원 미만	23	11.1	43.3
	5천만~1억원 미만	39	18.8	62.0
	1억~3억원 미만	22	10.6	72.6
	3억~5억원 미만	9	4.3	76.9
	5억원 이상	48	23.1	100.0
업력	1년 미만	24	11.5	11.5
	1년~3년 미만	41	19.7	31.3
	3년~5년 미만	31	14.9	46.2
	5년~10년 미만	37	17.8	63.9
	10년~20년 미만	28	13.5	77.4
	20년 이상	47	22.6	100.0
직원수	1명	76	36.5	36.5
	2-3명	55	26.4	63.0
	4-5명	23	11.1	74.0
	6-7명	6	2.9	76.9
	8-9명	5	2.4	79.3
	10명 이상	43	20.7	100.0
기업형태	개인(경영체)	141	67.8	67.8
	농업회사법인	10	4.8	72.6
	양농조합법인	4	1.9	74.5
	협동조합	3	1.4	76.0
	사회적기업	12	5.8	81.7
	기타	38	18.3	100.0
업종	농산물 재배	57	27.4	27.4
	농식품 가공	11	5.3	32.7
	농식품 유통 서비스	27	13.0	45.7
	농산업컨설팅	10	4.8	50.5
	기타	103	49.5	100.0

4.2. 탐색적 요인분석

측정자료가 실증분석에 적합한지를 판단하기 위하여 SPSS v.27을 이용하여 탐색적 요인분석과 타당성 및 신뢰도를 점검하였다. 요인분석에 앞서 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)와 Bartlett 구형성 검정을 먼저 실시하였다. KMO는 표본 적합도를 나타내는 지표로서 0.5를 상회하면 표본자료가 요인분석에 적합한 것으로 해석한다. Bartlett 구형성 검정은 변수 간 상관행렬이 단위행렬인지 여부를 확인하는 검정으로서 유의수준이 0.05를 하회하면 표본자료가 요인분석을 하는데 적합한 것으로 간주한다(Kaiser 1974; 조철호 2016). 검정 결과 KMO와 Bartlett 구형성 검정이 각각 0.888 및 0.000으로 나타나 검정기준에 부합하므로 요인분석을 진행하는데 문제가 없는 것으로 판단하였다.

<표 5>는 탐색적 요인분석 결과를 나타내고 있다. 총 26개 설문항목 중 타당성을 저해하는 3개 항목(기술적역량4, 경영성과1, 경영성과5)을 제외하고 23개 항목에 대하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인추출방법은 주성분분석을 활용하여 고유값 1을 기준으로 추출하였으며 요인회전은 가장 일반적으로 사용하는 직각회전방법인 베리맥스(varimax)방법을 사용하였다. 타당성(validity)은 측정하고자 하는 개념을 측정변수들이 얼마나 정확하게 대변하는지를 나타내는 지표이다. 산출된 요인적재량의 절대값을 기준으로 최소 0.3~0.4 이상이 되어야 하고 일반적으로 0.5 이상이면 타당성이 있는 것으로 판단한다(Hair, 2019). <표 2>에서 보는 바와 같이 탐색적 요인분석을 실시한 결과 모든 항목의 요인적재량이 0.5를 초과하여 측정변수들의 타당성이 확보된 것으로 판단하였다. 신뢰도(reliability)는 동일 개념으로 분류된 측정항목 간의 내적일치도(internal consistency reliability)를 측정하는 지표이다. 본 연구에서는 Cronbach's α 를 산출하여 신뢰도를 점검하였다. Cronbach's α 계수는 실험적 연구에서는 0.6 이상, 일반연구에서는 0.7 이상을 수용기준으로 한다(Hair, 2017). <표 5>에서 보는 바와 같이 모든 항목에 대하여 Cronbach's α 가 0.7을 초과하여 비교적 높은 신뢰도를 보이는 것을 확인하였다. 탐색적 요인분석 결과로 총 6개의 요인이 추출되었으며 총분산의 77.6% 설명하고 있어 요인들의 설명력이 비교적 높은 것으로 나타났다.

<표 2> 탐색적 요인분석 결과

측정항목	요인 적재량	고유값	설명된 분산 (%)	설명된 누적분산 (%)	cronbach's α
기업성과3	0.884	4.293	18.667	18.667	0.949
기업성과2	0.877				
기업성과1	0.865				

기업성과4	0.819	3.047	13.247	31.914	0.888
기업성과5	0.798				
창의적역량2	0.789				
창의적역량1	0.781				
창의적역량3	0.769				
창의적역량4	0.724	2.859	12.429	44.343	0.841
자기통제역량3	0.813				
자기통제역량1	0.797				
자기통제역량2	0.785				
자기통제역량4	0.548	2.779	12.084	56.427	0.864
네트워킹역량1	0.802				
네트워킹역량3	0.784				
네트워킹역량2	0.777				
네트워킹역량4	0.595	2.554	11.105	67.532	0.888
기술적역량1	0.902				
기술적역량2	0.851				
기술적역량3	0.813	2.318	10.077	77.609	0.875
시장지향성3	0.847				
시장지향성4	0.771				
시장지향성2	0.766				

4.3. 상관관계분석

도출된 변수 간의 관계를 확인하기 위하여 Pearson 상관계수를 산출하였다. Pearson 상관계수는 두 변수 간의 선형 상관관계를 분석하는 것으로 -1에서 +1의 범위에서 나타난다. 상관계수가 0에 가까우면 상관관계는 낮아지고 상관계수가 -1 또는 +1에 가까우면 상관관계가 높아진다. 상관계수의 절대값이 0.8을 초과하면 다중공선성이 있을 수 있으나 <표 3>에서 보는 것과 같이 모든 상관계수가 0.8 미만으로 나타나서 다중공선성의 우려는 크지 않은 것으로 나타났다. 후술하는 회귀분석 과정에서 VIF(Variance Inflation Factor)계수를 이용하여 다중공선성 여부를 별도로 검증하였다. 또한 상관관계를 분석한 결과 독립변수와 매개변수 및 종속변수 간의 상관관계가 모두 정(+)의 관계로 나타나고 유의성 또한 $p < 0.01$ 로서 매우 유의하여 전반적으로 설정된 가설과 부합하는 결과를 보여주고 있다.

<표 3> 상관관계 표

	1	2	3	4	5	6
창의적역량	1					
네트워킹역량	.590**	1				
자기통제역량	.649**	.588**	1			
시장지향성	.307**	.394**	.247**	1		
기업성과	.481**	.440**	.404**	.551**	1	
기술적역량	.184**	.361**	.247**	.520**	.321**	1
평균	3.7344	3.5901	3.9567	2.9599	3.1788	2.8013
표준편차	0.8098	0.8201	0.6906	1.0525	0.9276	1.0382

주) **. 상관관계가 0.01 수준에서 유의합니다(양측).

4.4. 가설검증

SPSS v.27과 Hayes(2013)의 PROCESS Macro v.4.2를 사용하여 위계적 회귀분석을 실시하였다. 창의적역량, 네트워킹역량, 자기통제역량 및 기술적역량을 독립변수로 설정하고, 시장지향성과 기업성과를 각각 매개변수와 종속변수로 설정하였다. 그 외에도 성별, 결혼여부, 업력, 매출액 등을 통제변수로 삽입하여 검증에 정밀을 기하였다. 검증결과는 <표 4>과 같다. VIF를 산출하여 다중공선성을 점검한 결과 모두 수용기준인 10 미만(Hair, 2019)으로 나타나 변수 간 다중공선성의 문제가 없는 것으로 확인되었다.

회귀분석은 Baron & Kenny의 3단계 위계적 회귀분석 절차에 따라 진행하였다. 모델 1에서 독립변수와 매개변수 간의 관계를 분석한 결과, <표 7>에서 보는 바와 같이 독립변수인 네트워킹역량($B=0.238, p=0.019$)과 기술적역량($B=0.477, p=0.000$)이 모두 매개변수인 시장지향성에 대하여 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한편 창의적역량($B=0.180, p=0.092$)와 자기통제역량($B=0.118, p=0.335$)은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서, 가설 H2-2와 H2-4은 채택되었고 가설 H2-1와 H2-3는 기각되었다. 표준화 계수를 살펴보면 시장지향성에 미치는 독립변수의 영향력은 기술적역량($\beta=0.471$)이 네트워킹역량($\beta=0.185$) 보다 월등하게 큰 것을 알 수 있다.

모델 2에서는 Baron & Kenny의 2단계로서 독립변수와 종속변수 사이에서 총효과를 분석하였다. 총효과는 직접효과와 매개효과를 모두 포함한 개념이다. 독립변수인 창의적역량($B=0.267, p=0.003$), 네트워킹역량($B=0.175, p=0.042$), 기술적역량($B=0.209, p=0.000$)은 종속변수인 기업성과에 대하여 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 총효과가 확인되었으나, 자기통제역량($B=0.095, p=0.361$)은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이에 따라 가설 H1-1, H1-2, H1-4는 채택되었고 H1-3는 기각되었다. 표준화 계수를 보면 총효과 면에서 독립변수가 종속변수에 미치는 영향력은 기술적역량($\beta=0.234$)과 창의적역량($\beta=0.233$)이 비슷한 수준이고 네트워킹역량($\beta=0.155$)이 다음 순인 것으로 확인되었다.

모델 3은 Baron & Kenny의 3단계로서 매개효과를 검증하기 위하여 독립변수에 추가하여 매개변수를 투입하고 종속변수와의 영향관계를 분석한 것이다. 분석 결과, 독립변수 중에서는 창의적역량($B=0.211, p=0.014$)이 매개변수를 거치지 않고도 종속변수인 만족도에 직접적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 직접효과가 확인된 반면 네트워킹역량($B=0.100, p=0.216$), 자기통제역량($B=0.132,$

$p=0.175$) 및 기술적역량($B=0.059, p=0.297$)은 기업성과에 대한 직접효과가 확인되지 않았다. 한편, 매개변수인 시장지향성($B=0.314, p=0.000$)은 종속변수인 기업성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나서 가설 H3이 채택되었다.

<표 4> 위계적 회귀분석 결과

모델	1.종속변수= 시장지향성		2.종속변수= 기업성과		3.종속변수= 기업성과		VIF
	비표준화 계수 (B)	표준화 계수 (β)	비표준화 계수 (B)	표준화 계수 (β)	비표준화 계수 (B)	표준화 계수 (β)	
(상수)	1.199*	-	0.902	-	0.525	-	-
성별_D	0.122	0.048	0.070	0.031	0.032	0.0141	1.102
결혼여부_D	-0.041	-0.010	0.179	0.049	0.192	0.052	1.209
소재지_D	-0.140	-0.050	-0.215	-0.087	-0.171	-0.069	1.023
연령	-0.185*	-0.135	-0.169*	-0.140	-0.111	-0.092	1.280
업력	-0.016	-0.025	-0.002	-0.003	0.003	0.006	1.381
매출액	0.069	0.127	0.137	0.286	0.115***	0.241	1.514
창의적역량	0.180	0.138	0.267**	0.233	0.211*	0.184	2.102
네트워킹역량	0.238*	0.185	0.175*	0.155	0.100	0.089	1.954
자기통제역량	-0.118	-0.077	0.095	0.071	0.132	0.098	2.003
기술적역량	0.477***	0.471	0.209***	0.234	0.059	0.066	1.550
시장지향성					0.314***	0.357	1.582
R2	0.368		0.411		0.491		
F	11.458(p=0.000)		13.730(p=0.000)		17.194(p=0.000)		

분석결과를 정리해보면, 네트워킹역량과 기술적역량은 시장지향성을 매개로 하여 경영성과에 영향을 미치는 완전매개효과가 있는 것으로 나타난 반면, 창의적역량은 시장지향성을 경유한 매개효과는 없으나 기업성과에 대하여 직접효과가 있는 것으로 나타났다. 한편, 자기통제역량은 기업성과에 직접 또는 간접으로 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 총효과 면에서 기업성과에 미치는 영향력은 기술적역량($\beta=0.234$)과 창의적역량($\beta=0.233$)이 비슷한 수준이고 네트워킹역량($\beta=0.155$)이 다음 순인 것으로 확인되었다.

4.4.1. 가설검증에 대한 요약

본 연구에서 설정한 가설검증을 위하여 온라인 설문조사를 통하여 자료를 수집하였다. 농업경영체 경영자를 대상으로 2024.1.10.-2024.1.31까지 설문조사를 실시하여 총 211부의 설문을 회수하였다. 회수된 설문 중 불성실한 응답 등으로 분석에 부적합한 3부를 제외하고 총 208부를 분석에 사용하였다.

4.4.2. 매개효과 검증 결과

Hayes(2009)는 Baron & Kenny의 3단계 매개효과 검증방법이 통계적 검증이 아니라 논리적 검증이라는 한계를 가지고 있다고 지적하고 이를 극복하기 위한 방안으로 부트스트래핑 방법을 권고하였다. 부트스트래핑은 구조방정식 분석 등에서 널리 사용되고 있는 방법이다. 본 연구에서는 매개효과 검증을 위하여 Hayes가 고안한 PROCESS macro 모델 4를 사용하였다. PROCESS macro는 매개효과의 효과 크기 산출과 더불어 부트스트래핑을 이용하여 매개효과의 유의성을 함께 점검해준다는 장점이 있다. 부트스트래핑은 원 표본을 이용하여 복원추출을 반복함으로써 다수의 표본을 만든 후 오차와 신뢰구간을 추정하여 간접효과의 유의성을 파악하는 방식이다. 부트스트래핑에서는 95% 신뢰구간의 하단(LLCI: Lower Limit of Confidence Interval)과 상단(ULCI: Upper Limit of Confidence Interval) 사이에 '0'이 포함되지 않으면 유의한 것으로 해석하고, '0'이 포함되어 있으면 유의하지 않은 것으로 해석한다. 부트스트래핑은 표본분포의 정규성을 가정하지 않기 때문에 정규이론방법인 Sobel 검정보다 검정력이 높다(이형권, 2020). 본 연구에서는 부트스트래핑을 5,000회 실시하여 매개효과와 유의성을 검증하였다.

부트스트래핑 결과는 <표 5>와 같다. 독립변수에서 매개변수를 거쳐 종속변수에 미치는 4개의 경로 가운데 시장지향성은 독립변수 중 네트워킹역량 및 기술적역량과 종속변수인 기업성과 간의 영향관계를 매개하는 것으로 나타났다. 따라서, 가설 H4-2와 H4-4는 채택되었고 가설 H4-1과 H4-3은 기각되었다.

<표 5> 매개효과 검증

독립 변수	매개 변수	종속 변수	Effect	BootS E	BootL LCI	BootU LCI	유의성
창의적 역량	시장 지향성	기업 성과	0.057	0.035	-0.010	0.132	비유의
네트워킹역량			0.075	0.037	0.0149	0.158	완전 매개
자기통제역량			-0.037	0.041	-0.122	0.045	비유의
기술적역량			0.150	0.038	0.080	0.228	완전 매개

<표 6> 가설검증 요약

가설	경로	Effect	p	LLCI	ULCI	검증결과
H1-1	창의적역량→ 기업성과	0.267	0.003	-	-	채택
H1-2	네트워킹역량→ 기업성과	0.175	0.042	-	-	채택
H1-3	자기통제역량→ 기업성과	0.095	0.361	-	-	기각
H1-4	기술적역량→ 기업성과	0.209	0.000	-	-	채택

H2-1	창의적역량→ 시장지향성	0.180	0.092	-	-	기각
H2-2	네트워킹역량→ 시장지향성	0.238	0.019	-	-	채택
H2-3	자기통제역량→ 시장지향성	-0.118	0.335	-	-	기각
H2-4	기술적역량→ 시장지향성	0.477	0.000	-	-	채택
H3	시장지향성→ 기업성과	0.314	0.000	-	-	채택
H4-1	창의적역량→ 시장지향성→ 경영성과	0.057	-	-0.010	0.132	기각
H4-2	네트워킹역량→ 시장지향성→ 기업성과	0.075	-	0.0149	0.158	채택(완전매개)
H4-3	자기통제역량→ 시장지향성→ 기업성과	-0.037	-	-0.122	0.045	기각
H4-4	기술적역량→ 시장지향성→ 기업성과	0.150	-	0.080	0.228	채택(완전매개)

V. 결론

본 연구는 농업경영체 경영자역량이 기업성과에 미치는 영향정도를 알아보고자 실증적으로 연구하였다. 도시와 비교하여 농촌의 경제환경은 과히 좋다고 얘기할 수 없다. 특히 우리나라는 인구가 감소되는 상황으로 농촌지역은 인구소멸위기를 맞고 있다. 따라서 본 연구는 지역경제의 기반인 경영경영체의 기업성과를 확대하여 지속적인 경영을 이루고자 했다는 점에서 연구의 의의가 있다.

농업경영체 경영자의 여러 가지 역량 중에서 창의적역량, 네트워킹역량, 자기통제역량, 기술적역량 등 4개의 하위변인을 선정하여 검증한 바, 창의적역량, 네트워킹역량, 깃루적역량은 기업성과에 직접적인 영향을 미쳤고 네트워킹역량, 기술적역량이 시장지향성에 영향을 미친다는 것을 확인하였다. 그리고 시장지향성은 기업성과에 영향을 미쳤고 시장지향성은 네트워킹역량과 기업성과 간, 기술적역량과 기업성과 간에 매개효과가 있음을 확인하였다.

5.1. 학문적 및 실무적 시사점

본 연구의 실증분석 결과를 토대로 다음과 같은 학문적 시사점과 실무적 시사점을 제공한다. 학문적 시사점으로는 첫째, 그동안 농업경영체의 경영자는 외부 환경에 대해 다소 소홀한 태도를 보였고 시대적인 변화에 늦게 대응하는 것이 일반적이었다. 그러나 경영자의 다양한 역량 중에서도 네트워킹역량과 기술적역량이 시장지향성에 영향을 미친다는 것은 연구 영역을 확장한 측면에서 의의가 있을

것이다.

둘째, 독립변수의 자기통제역량은 기업성과에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났는데, 경영자에게 있어 자기통제역량이 영향을 미칠 것이라는 가설하에 연구를 진행하였으나 상반된 결과가 도출됨에 의의가 있을 것이다.

셋째, 시장지향성의 매개효과 검증에서 네트워크역량과 기술적역량만이 매개하는 것으로 확인된바, 농업경영체의 경영자는 창의적역량이나 자기통제역량을 신중하게 생각하고 수행할 필요가 있다는 사실을 인식해야 한다는 것은 본 연구의 성과일 것이다.

한편, 본 연구의 실무적 시사점으로는 첫째, 농업경영체 경영자가 기업성과를 달성 함에 창의적역량, 네트워크역량, 기술적역량이 요구된다는 사실이다. 이에 경영자는 자기분석을 통해 즉각적으로 접목한다면 농업경영체 지속경영에 도움이 될 것으로 판단된다.

둘째, 시장지향성의 요인이 기업성과에 직접적인 영향을 미친다는 것이다. 재무적 기업성과를 내는 것은 매출과 수익성이 기본이라고 할 수 있고 역시 시장지향적인 경영은 계속해서 관리할 필요가 있다고 판단된다.

5.2. 연구의 한계점 및 향후 연구

본 연구는 농촌지역의 농업경영체 경영자의 역량의 중요성을 살펴보는 연구였지만, 본 연구에는 몇 가지 한계점을 가지고 있다.

첫째, 본 연구의 대상 지역이 서울, 경기, 인천에 집중되고 있어 우리나라 전체를 대표하여 일반화하기에는 어려움이 존재한다, 따라서 향후 연구에서는 전국지역의 비중을 고려하여 진행할 필요가 있다.

둘째, 농업경영체의 경우에도 생산, 가공, 유통 등 다양한 영업 형태가 존재하고 품목도 다를 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 업태 또는 종목을 구분하여 연구한다면 더 실질적인 연구로 진행할 필요가 있을 것이다.

참고문헌

김인환·최영훈(2002). 지방정부의 과학 기술 역량 평가: 광역자치단체를 중심으로. *현대사회와 행정*, 12(1), 75-97.
 김중영(2016). *기술적 기업가정신과 네트워크역량이 기술혁신역량과 혁신성과에 미치는 영향에 관한 연구*, 박사학위 논문, 숭실대학교 대학원.
 박용필(2015). R&D 역량, 생산역량, 시장지향성, 기업가지향성이 기술혁신에 미치는 영향에 관한 연구, 박사학위 논문, 한양대학교 대학원.
 박재환·김우중(2013). 창업가정신과 기업성과 간의 관련성 연구.

시장지향성의 매개효과를 중심으로. *한국경영교육학회*, 28(6), 417-438.
 박태경·정현석·류동우(2014). 기업가지향성과 시장지향성이 기업 성과에 미치는 영향: 흡수역량의 매개효과 중심으로. *한국경영교육학회*, 29(5), 28-50.
 신기일(2022). *기술 창업기업의 창업가 역량이 지속 가능 경영 성과에 미치는 영향에 관한 실증연구*, 박사학위 논문, 중앙대학교.
 우형록(2015). 최고경영자의 기업가적 지향성과 네트워크역량이 조직성과에 미치는 영향. *한국산학기술학회논문지*, 16(9), 5998-6008.
 유봉호(2011). 기업가적 시장지향성과 조직유효성·경영성과 간에 혁신성·고객지향성의 매개효과. *한국산학기술학회논문지*, 12(9), 3924-3935.
 윤병선·서영옥(2016). 창업기업의 혁신전략과 혁신문화가 역동적 역량과 기술적역량을 통해 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구. *한국창업학회지*, 11(3), 45-67.
 이선호(2015). *창업자 및 정보기술특성이 창업기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구*, 박사학위 논문, 건국대학교 대학원.
 이현진·전수성·장형우(2023). 항공산업의 기술, 제품 및 경영자 역량이 시장지향성과 경쟁우위에 미치는 영향. *마케팅논집*, 31(3), 48-73.
 이형권(2020). *PROCESS macro를 이용한 조절된 매개효과분석*, 파주: 신영사.
 이홍배(2012). 벤처기업의 성패 요인에 관한 탐색적 연구. *한국산업경영학회*, 4, 364-390.
 장수덕(2002). 시장지향성이 혁신활동 및 경영성과에 미치는 영향 분석: 보완자산의 조절효과를 중심으로. *경영교육연구*, 27(6), 181-208.
 장수덕·이장우(2003). 벤처기업의 기업가, 환경, 그리고 조직구조 특성과 성과변화. *한국경영학회지*, 28(2), 35-60.
 조철호(2016). *SPSS/AMOS 활용 구조방정식모형 논문통계분석*, 서울: 도서출판 청람.
 허운조(2022). *개인공인증개사의 개인역량이 경영성과에 미치는 영향: 시장지향성의 매개효과와 연령 및 학력의 조절효과 검증*을 중심으로, 박사학위 논문, 광운대학교 대학원.
 Coombs J. E. & Bierly P. E.(2006). Measuring Technological Capability and Performance. *R&D Management*, 36(4), 421-438.
 Hair, J. F., Hollingsworth, C. L., Randolph, A. B., & Chong, A. Y. L.(2017). An Updated and Expanded Assessment pf PLS-SEM in Information System Research. *Industrial Management & Data Systems*, 117, 442-458
 Hair J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson R. E., (2019). *Multivariate Data Analysis*, Cengage Learning EMEA, UK: Hampshire.
 Kohli, A. K., & Jaworski, B. J.(1990). Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications. *Journal of Marketing*, 54(2), 1-18.
 Hayes F. A.(2009). Beyond Baron and Kenny: Statistical Mediation Analysis in the New Millennium, *Common Monographs*, 74(4), 408-420.

- Hayes, F. A.(2013). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: a regression approach*, NY: The Guilford Press.
- Jian, Z., & Wang, C.(2013). The impacts of network competence, knowledge sharing on service innovation performance: Moderating role of relationship quality. *In LISS 2012*, 569-576, Springer Berlin Heidelberg.
- Kaiser, H. F.(1974). An Index of Factorial Simplicity. *Psychometrika*, 39(1), 31-36.
- Narver, J. C., & Slater, S. F.(1990). The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, 54, 20-35.
- Pisano G. P.(1990). The R&D Boundaries of the Firm: An Empirical Analysis. *Administrative Science Quarterly*, 153-176.
- Ritter, T., & Gemunden, H. G.(2003). Network competence: Its impact on innovation success and its antecedents. *Journal of Business Research*, 56(9), 745-755.
- Sampson, S. C.(2007). R&D Alliances and Firm Performance: The Impact of Technological Diversity and Alliance Organization on Innovation. *Academy of Management Journal*, 50(2), 364-386.
- Walter, A., Auer, M., & Ritter, T.(2006), The impact of network capabilities and entrepreneurial orientation on university spin-off performance. *Journal of Business Venturing*, 21(4), 541-567.