한국의류산업학회지
제14권 제1호, 2012
<연구논문>

J. Kor. Soc. Cloth. Ind.
Vol. 14, No. 1, pp.37-47(2012)
http://dx.doi.org/10.5805/KSCI.2012.14.1.037

혁신적인 기업의 의미: 질적 연구를 통한 고찰

여은아
계명대학교 패션마케팅학과

Meaning of Innovative Company: Exploration through Qualitative Research

Eunah Yoh
Dpet. of Fashion Marketing, Keimyung University; Daegu, Korea

Abstract : The purpose of this study was to explore an intrinsic concept of 'company innovativeness' based on qualitative data obtained from 54 practitioners with at least 5 year-experience in the industry. Data were analyzed based on the grounded theory and Nvivo 2.0 program. Based on results, seven theme were generated. Seven intrinsic theme include 5 intrinsic concepts such as learning orientation, excellence of human resource, treatment for employees, market orientation and work efficiency, and 2 performance concepts such as business performance and innovation performance. These diverse concepts were considered as an important guideline in judging whether a company is innovative or not. In addition, diverse programs were provided by companies for a purpose of enhancing company innovativeness. Based on results, a research model was suggested to be elaborated in future studies. Implications and suggestions were generated based on results.

Key words: company innovativeness, qualitative research, learning orientation, excellence in human resource, innovation performance

1. 서 론

기업에서의 혁신성은 기업의 방향성을 결정짓는 핵심 요소로 인식되면서 산업군과 기업규모를 막론하고 이 시대 산업성공의 주요 키워드로 받아들여지고 있다. 기업혁신성은 새로운 프로세스, 상품, 아이디어를 조직에 소개하는 기업의 능력으로 인식되어 왔으며(Damanpour, 1991), 이러한 기업혁신성은 조직을 변화시키는 수단으로 조직의 내외부에 영향을 미친다(Hult et al., 2004). 정보통신 혁명 시기인 1990년대를 지나오고 소비자의 급변하는 욕구를 충족시키기 위한 기술, 서비스, 시스템의 경쟁이 치열해지면서 기업의 혁신성은 더욱 더 중요한 경쟁요소로 부각되었다. 기업혁신성이란 새로운 대상을 다른 사람이나 다른 조직보다 더 자주 그리고 더 빨리 받아들이는 특질이라는 개념으로 인식되어 왔다.

그간 혁신성이라는 개념은 주로 소비자 혁신성, 사용 혁신성, 조직 혁신성으로 나뉘어 연구되어 왔다. 특히 조직 혁신성 중 기업을 중심으로 한 혁신성 연구에서 "기업혁신성" 이라는 용어를 사용하여 왔다. 선행연구에서 연구자(Hult et al., 2004; Subramanian, 1996)들은 기업이 새로운 제품이나 서비스, 새로운 아이디어나 업무체계 등을 도입한 횟수를 기업혁신성으로 간주하였다. 그러나 이러한 혁신 도입결과는 기업의 재무상황, 시장환경, 경쟁자와의 관계 등 다양한 외부 변수에 의해 영향을 많이 받기 때문에 이를 기업혁신성 중 하나의 요인으로 볼 수 있으나 전체의 개념으로 보기는 어렵다고 사료된다. 한편 다른 연구자(Hurley & Hult, 1998; Zahra & Coven, 1995)들은 기업혁신성을 하나의 내재적 특질로 보고 기업이 얼마나 혁신 추구성향을 가지고 있는가 하는 기질적 측면으로 보았다. 즉, 새로운 제품, 서비스, 프로세스, 아이디어 등을 추구하고 수용하고자 하는 적극성으로 판단하는 것이다. 이처럼 기업혁신성에 대한 연구는 지속적으로 이루어져 왔지만 그 개념에 대해서는 이견이 많았으며, 개념의 정립에 대한 고찰이 부족했다는 점에 집중하여 기업혁신성의 개념에 대해 연구하고자 한다.

섬유패션업계는 타 업계에 비해서 취급 상품에서 뿐만 아니라 마케팅 능력에서도 혁신성을 많이 요하는 산업군으로 소비자의 급변하는 생활양식에 맞추어 지속적으로 새로운 요소를 제안해야하는 숙명을 가지고 있다. 우리나라의 대표적 수출산업인 자동차, IT, 전기전자 산업은 지속적인 혁신성 강화를 통해 장기적인 비전을 수립하고 창의적인 아이디어를 실현화하여 전반적인 혁신성 수준이 매우 높아진 반면 같은 주력 수출산업인 섬유패션산업은 중소기업 비중이 높고 과다한 업무부담 등 업체별로 체계적인 혁신성 고양 프로그램을 실시하기에 어려운

Corresponding author; Eunah Yoh
Tel. +82-53-620-2222, Fax. +82-53-620-2225
E-mail: yoheunah@kmu.ac.kr

여건이 많아 상대적으로 기업혁신성을 높이기 위한 전략과 시스템이 부족한 것이 사실이다. 본 연구에서는 섬유패션산업을 포함하여 다양한 산업군에 걸쳐 다양한 직급의 실무관리자들을 대상으로 면접조사를 실시하여 이들이 가지고 있는 기업혁신성의 개념을 알아보고 업체별로 기업혁신성을 높이기 위해 시행되고 있는 방법들을 조사함으로서 섬유패션업체들이 향후 혁신성 강화를 위해 벤치마킹할 수 있는 가이드라인을 제공하고자 한다. 아울러 본 연구의 주제인 기업혁신성의 개념 고찰을 질적 혹은 양적으로 연구한 사례가 경영학 및 다른 분야에서도 거의 드문만큼 본 연구의 결과가 연구에서 흔히 사용하는 개념 중 하나인 기업혁신성이라는 개념의 정립에 조금이나마 보탬이 되기를 기대한다.

Hausman(2005)도 기업혁신성 관련 분야에 연구 모형을 개발할 정도의 충분한 자료가 없으므로 근거이론(grounded theory)(Strauss & Cobin, 2007)을 이용한 질적연구 기반 자료를 토대로 연구전제(proposition)들을 개발하여야 한다고 주장한 바 있다. 근거이론은 질적인 자료로부터 일관되고 간명한 중범위적 이론의 전제를 귀납적으로 이끌어내는 질적 연구방법으로서 인터뷰 자료를 주요 키워드별로 분류하고 이러한 키워드를 바탕으로 연구모형을 개발하는데 가장 폭넓게 활용되는 방법이다. 본 연구는 그동안 조직을 변화시키는 수단으로서 기업혁신성의 중요성에 대하여 널리 인식을 하고 있음에도 불구하고 이와 관련된 개념구조 연구가 미흡했던 점(McCarthy & Scheonecker, 1999)을 보완할 수 있는 기회가 될 것으로 기대한다.

2. 이론적 배경

2.1. 기업혁신성의 정의

기업혁신성이란 조직내의 기업가 정신으로 표현될 수 있으며 기업 경쟁력 향상에 중요한 영향을 미치는 요소이다(Zahra & Covin, 1995). 기업혁신은 기업이 행하는 비즈니스의 비용, 품질, 서비스, 속도 등 재무적 성과에서 극적인 향상을 위하여 변화를 도입하는 것이며, 그 결과로 소비자들은 다양한 제품과 서비스를 누릴 수 있게 되지만 잦은 혁신에 의한 제품 진부화는 불필요한 소비를 증가시켜 소비자의 불만을 초래하고 과도하게 투자한 자금의 회수가 용이하지 않을 시는 부정적인 결과를 낳기도 한다(Stoneman, 1992). 기업혁신성 변인은 다수의 연구에서 사용되어 왔지만 각 연구들마다 기업혁신성의 개념정의가 다소 달랐다.

기업혁신성은 일반적으로는 다음의 두 가지 차원으로 개념화(conceptualization) 되어 왔다. 첫째로 다수의 기업혁신성 관련 선행연구들은 혁신성을 혁신적 특질이라기보다는 혁신성과 혹은 혁신적 결과물이라고 정의하고 있다(Hult et al., 2004; Subramanian, 1996). 전유상(1994)도 혁신성은 창조적 파괴의 개념으로 이해될 수 있으며 이는 새로운 제품의 도입, 새로운 제조방법의 도입, 신시장 개척, 새로운 원재료의 도입, 새로운 조직체계의 추구 등의 형태로 나타날 수 있다고 설명한 바 있다. 이는 Rogers(1995)의 혁신도입 이론에 기초하여 혁신제품, 서비스, 프로세스, 아이디어 등의 도입행동에 초점을 맞춘 것으로, 혁신의 도입횟수와 도입시기를 기업혁신성의 주요 측정변인으로 활용한 연구들이다. 다른 연구자들도 이 개념에 기반하여 혁신적 조직은 새로운 제품이나 프로세스 등의 혁신을 도입하는 조직이며(Subramanian, 1996), 이러한 혁신을 다른 경쟁자보다 더 빨리 도입하는 조직을 혁신적 조직이라고 하였다(Attewell, 1992). 따라서 이러한 개념에 입각하여 Damanpour and Evan(1990) 등은 기업혁신성을 혁신도입의 수준 등으로 측정하였으며, Subramanian(1996) 등은 혁신도입 시기의 일관성 요인을 추가하여 측정하였다.

둘째로 앞의 개념에 비해 소수가 채택하고 있는 개념으로서 Hurley and Hult(1998)가 제시한 문화적 혁신성 개념에 기반한 것이 있다. 기업혁신성을 하나의 조직문화인 회사경영방침에 집중된 무형적 요소로 보는 시각이 있다. 여기서 혁신성은 하나의 기질이며, 내재적 혁신성과 실행적 혁신성은 다르다는 점, 즉, 혁신을 좋아하는 것과 혁신을 실행하는 것에는 차이가 있다는 점에 입각하여 기업혁신성의 개념을 혁신을 선호하는 문화로 정의하는 것이다. 이는 기업혁신성을 하나의 내재된 특질로 보고 기업혁신성을 기술진보우위를 점하려는 노력수준, 위험을 감수하며 전략적 활동을 추구하는 정도 등으로 측정하는 것이다(Zahra & Covin, 1995). 즉, 기업혁신성을 그 기업이 창조적 파괴를 추진하기 위한 적극성과 수용능력 등으로 이해하는 것이다. Zangwill(1993)도 기업의 혁신성은 혁신도입의사 등으로 평가될 수 있다고 하였으며, Van de Ven(1986) 또한 조직 구성원들의 혁신도입에 대한 개방적 태도와 적극성이 조직 혁신성이라고 정의하였다. 기업문화의 혁신성과 관련하여 Scott and Bruce(1994)도 기업혁신성을 조직내에서 혁신적 행동을 독려하는 업무환경으로 보아 내재적 혁신성 개념의 내용타당성을 뒷받침하였다.

이 두 가지의 개념을 비교할 때 전자는 혁신도입수준, 혁신역량 등에 더 가까우며, 후자는 혁신성향이라고 해석할 수 있다. 본 연구에서는 기업혁신성에 대한 개념 인식에서 이러한 두 가지 개념 중 하나만을 채택하기 보다는 이것이 공존할 것으로 보고 더욱 세부적인 요인들을 고찰하고자 한다.

2.2. 기업혁신성의 개념구조

대부분의 선행연구들이 혁신의 결과에 집중하여 왔으며 기업혁신성 자체의 개념구조에 대한 연구는 상대적으로 적었던 것이 사실이다(윤영진, 1999). 몇몇 관련 연구에서 기업혁신성의 개념 요소로 인적요소의 혁신성과 문화요소의 혁신성 관련 내용들이 인지되어 왔다.

먼저 Zaltman et al.(1973)은 인적요소의 혁신성, 즉 기업 구성원들이 혁신에 대해 얼마나 개방적인지에 따라 기업혁신성 수준이 달라진다고 하였다. Miller and Friesen(1982)도 기업이 혁신적이려면 혁신수행에 필요한 인적자원과 조직구조를 갖추고 혁신수행에 관한 의사결정이 적절히 이루어져야 한다고 제

시한 바 있다. 이는 조직변화가 조직원의 능력과 효과적인 리더십에 의해 결정되기 때문이라는 관점에 기반한다(McEven et al., 1988). Damanpour(1991)와 Kanter(1988)도 창의성, 의사결정 스타일 등 CEO를 비롯한 구성원의 개인특성이 기업혁신의 주요 내재요소라고 하였다.

특히 인적요소 중 CEO의 혁신성은 다른 계급 직원의 혁신성, 기업문화, 혁신의 도입 등에 강하게 영향을 미쳐 기업혁신성을 예측하는 중요한 요소로 여겨져 왔다(Dahl & Moreau, 2002). Avlontis et al.(1993)은 기업혁신성을 측정함에 있어 내재적 혁신성과 관련하여 핵심 경쟁자의 혁신도입에 대한 경영진의 반응을 하나의 도구로 사용함으로서 기업혁신성에 대한 CEO 요소의 중요성을 환기시켰다. 특히 중소기업 경영자의 경우 혁신을 배우고 도입하려는 의지가 더 적극적일 수 있다고 인식하며 중소기업 CEO 요소와 기업혁신성을 연결시켜 연구한 사례가 다수 있었다(Frans et al., 2004). Hausman(2005)도 소기업의 경우 기업혁신성은 CEO를 비롯한 인적자원 요소에 의해 결정될 수 있다고 하였다.

인적요소 외에 기업의 다양한 문화적 요소가 기업혁신성의 주요 개념요소라는 인식은 공유되어 왔다. 실증적 결과로 Hurley and Hult(1998)는 9000여명의 실무자들을 대상으로 실시한 조사에서 기업의 문화요소로 제시한 변인들 중 학습개발과 참여의사결정이 기업혁신성의 주요 결정요소라는 분석 결과를 제시하였다. 이 중에서 학습개발은 조직이 직원들의 학습개발 행동을 격려하는 수준이 기업혁신성의 척도로 인식되어 왔다. 즉 기업이 구성원의 학습개발을 격려하고 기업의사결정에 영향을 미치는 기업은 혁신성이 높다고 보는 관점이다. Baker and Sinkula (1999)도 학습추구, 개방성, 비전공유를 회사 경쟁력을 향상시키는 조직의 중요한 문화요소로 보았으므로 이 요소들이 기업혁신성의 개념과 연관성이 높을 것으로 예측할 수 있다.

이 중 학습지향은 기업이 지식추구, 공유, 창출에 적극적인지를 나타내는 것이며, 이는 기업 경쟁력 향상에 필수적 요소(Hunt & Morgan, 1996)라고 하였다. 학습지향과 관련하여 Keizer et al.(2002)은 구성원의 교육수준과 연구개발 투자가 기업혁신성과 밀접한 관계를 가진다고 하였다. 회사는 지속적인 학습을 통해 회사업무를 진단하고 잘못을 수정하는 작업을 행해야 한다고 하였으며, 이러한 학습추구 요소는 다양한 연구들(Sackmann, 1991; Senge, 1990)에서 중요하게 지지되어 왔다.

참여의사결정은 기업의 의사결정시 구성원 참여에 대한 독려 수준이다. 참여란 힘, 정보, 지식 보상을 공유하는 것이란 의미에서(Lawler, 1991), 기업의 목표와 비전을 공유하는 측면도 가지고 있다. 참여의사결정은 직원들의 신뢰감을 높이고, 조직 생산성을 향상시킨다(Denhardt, 1993)고 알려져 있다. 개방성은 구성원들이 얼마나 생각의 틀에 갇히지 않고 유연적 사고를 하는지, 그리고 얼마나 새로운 지식의 아이디어 수용에 개방적이고 적극적인지를 표현하며 이는 기업성과를 이루는 주요 요소이다(Baker & Sinkula, 1999). 이러한 참여의사결정과 개방성 또한 기업의 혁신성의 주요한 구조개념 변인으로 고려될 수 있을 것이다.

이처럼 기업혁신성의 개념과 관련된 선행연구들 중 일부는 도출 변인들을 기업혁신성의 내재적 개념으로 보았으나 일부는 기업혁신성과 등의 성과적 개념으로 보았다(Table 1 참조). 이 중 특히 아이디어 창출과 수용, 학습개발, 참여의사결정, 인적자원의 혁신성, 혁신성과 개념이 제시된 바 있다. 본 연구에서는 아직 개념정립이 미흡한 기업혁신성이라는 요소를 실무관리자 측면에서 어떻게 인지하고 있는지를 조사연구함으로서 기업혁신성의 개념을 더욱 심도깊게 고찰하여 향후 연구를 위한 모형을 제안하고자 한다.

3. 연구방법

3.1. 조사방법 및 조사대상자의 특성

본 연구에서는 질적연구(Qualitative Research) 방법을 선택하여 기업 실무자 면접조사를 실시하였는데 다양한 업종의 국내기업 중 종사기간이 5년 이상, 종사자 수 10인 이상인 업체 근무자를 대상으로 업체당 1명씩 구조화된 자기기입식 설문지를 이용하여 총 9문항에 대한 대인면접을 실시한 결과 54명의 표본에 대한 면접결과를 얻어 분석에 반영하였다.

질적조사에서는 기업혁신성에 대한 의미를 다른 방식으로 반복적으로 질문함으로서 기업혁신성 개념구조의 다양성을 끌어내기 위해 노력하였다. 먼저 응답자에게 자신이 근무하는 회사의 혁신성을 평가해보라고 하고 척도로 매우 비혁신적-매우 혁

Table 1. Concept of company innovativeness in the literature

Item			Prior resesrach
Intrinsic concept	Idea Generation & acceptance		Baker & Sinkula, 1999 Hurley & Hult, 1998 Scott & Bruce, 1994 Van de Ven, 1986 Zahra & Coven, 1995 Zangwill, 1993
	Learning & development		Baker & Sinkula, 1999 Hurley & Hult, 1998 Keizer et al., 2002
	Participative decision making		Baker & Sinkula, 1999 Hurley & Hult, 1998
	Innovativeness of human resources	Practitioner	Miller & Friesen, 1982 Zaltman et al., 1973
		CEO	Dahl & Moreau, 2002 Damanpour, 1991 Frans et al., 2004 Hausman, 2005 Kanter, 1998
Performance concept	Innovative performance		Yu-sang Jeon, 1994 Attewell, 1992 Hult et al. 2004 Rogers, 1995 Subramanian, 1996

신적을 축으로 하는 5점 척도를 제시하였다. 이후 사용된 질문은 모두 자기기입식 응답을 유도하는 질문으로 자신이 근무하는 회사에 대한 혁신성 평가의 이유, 자신이 근무하는 회사가 혁신적이라고 느꼈던 사례와 이유, 자신이 근무하는 회사가 비혁신적이라고 느꼈던 사례와 이유, 기업의 혁신성 평가시 중요하게 고려해야 하는 요소와 이유, 기업혁신성 개발지원 및 유지방법에 대한 총 5개의 질문에 대하여 1차적 응답을 얻고, 2차적으로 추가 응답할 내용이 없는지 묻는 방법으로 반복 질문하였다. 여기에 응답자의 인구통계적 특성과 기업 특성을 묻는 질문을 추가하여 질적조사 항목을 구성하였다.

응답자들은 25-54세까지 연령대의 사원부터 임원급까지 고르게 분포하였고, 업무영역도 경영, 기획, 영업, 연구개발, 자금, 생산 등의 다양한 분야에 걸쳐 있었으며, 근무업종도 섬유/의류업종을 포함하여 IT, 전기/전자, 건설, 금속, 식품, 무역, 화학 등의 업종에까지 고루 분포되어 있었다. 동종업계 근무년수는 5년-20여년까지 폭넓었으며, 최소 2년제 대학 졸업 이상의 학력을 보유하고 있었다(Table 2).

3.2. 분석방법

수집된 자료를 분석하기 위하여 근거이론(Grounded Theory)(Strauss & Cobin, 2007)의 바탕으로 질적 자료의 키워드 추출과 분류, 해석을 통해 특정 개념(Construct)에 대한 구조를 파악하였다. 답변내용을 연구자가 2회에 걸쳐서 숙독하고 내용으로부터 핵심개념을 도출한 후, 도출된 개념들을 분류, 정리하여 종합적 아이디어로부터 영역, 테마, 반복적 패턴들을 도출해내어 이를 체계화 시킬 수 있는 표로 정리하며, 그 결과물을 다른 전문가에게 교차확인하여 분석결과의 신뢰성을 높이는 내용비교분석법(constant comparative analysis methods)(Glaser, 2007)을 사용하였다. 이렇게 도출된 개념들을 Nvivo 2.0 프로그램(박종원, 2005)에 코딩하여 각 항목들에 대한 빈도를 제시하였다. Nvivo 프로그램은 질적연구 자료를 통계화하여 이를 토대로 연구모형을 개발하는 데 사용되는 것으로 교육학 등에서 활용되고 있다. 질적연구에서의 빈도 개념은 양적연구의 그것과는 다르게 빈도수는 참고자료로 활용될 뿐 유의성과 관련된 의미가 있는 것은 아니며 다만 중복적으로 연상 및 답변된 항목일수록 기업혁신성의 내재된 의미에 포함될 가능성은 높다고 추론할 수 있다. 이렇게 도출된 개념을 토대로 후속연구를 위한 연구모형을 제시하고자 하였다.

Table 2. Characteristics of respondents

Item		N=54	
		N	%
Age	25-34	27	50.0
	35-44	15	27.8
	45-54	12	22.2
Gender	Male	38	70.4
	Female	16	29.6
Position	Entry level	27	50.1
	Manager	12	22.2
	Department manager	8	14.8
	Executive	7	12.9
Education	2-year College	13	240.
	4-year University	35	64.9
	Graduate School	6	11.1
Job category	Management	12	22.6
	Planning	13	24.5
	Sales	13	24.5
	R&D	8	15.1
	Finance	8	15.1
	Production	10	18.9
	Etc.	5	9.4
Years in the work	5-9	34	63.1
	10-14	12	22.2
	15-19	3	5.5
	20 and more	5	9.2

4. 결과 및 논의

4.1. 기업혁신성 개념 요소

질적자료를 바탕으로 도출된 기업혁신성 개념 요소는 Table 3에 정리되었다. 답변에서 키워드로 도출된 세부항목을 유사항목끼리 묶어가며 이를 포괄하는 용어로 명명하였다. 이러한 개념에 대한 정의는 선행연구(Baker & Sinkula, 1999; Hurley & Hult, 1998; Kohli et al., 1993)를 토대로 하여 유사한 개념을 학술적으로 사용되어 오던 용어로 정리하는 방법을 사용하였다. 혁신적인 기업의 개념은 크게 내재적 요인과 성과적 요인으로 도출되었다. 내재적 요인에는 학습지향성, 인적자원의 우수성, 직원대우, 시장지향성, 업무효율성 순으로 답변 빈도가 높게 나타났으며, 성과적 요인에는 사업성과와 혁신성과 개념이 도출되었다.

구체적 항목으로는 변화추구문화, R&D 강화, 참여의사결정, 좋은 사업성과, 아이디어 창출과 수용, 근로조건 개선, 업무효율성, CEO의 전반적인 사업능력, 우수인재확보노력, 근로조건 개선 등 10가지가 높은 코딩수를 보여 주요 요인으로 부각되었다. 이러한 주요 요인에 대한 주요 답변은 Table 4에 정리되었다. 여기에서 자사의 기업혁신성 평가응답에 다소 비혁신적이라고 응답한 업체가 23개, 중간이라고 응답한 업체가 12개, 다소 혁신적 혹은 비혁신적이라고 응답한 업체가 18개로 나타났다. 따라서 응답자를 나타내는 기호를 비혁신적 기업 종사자의 경우 L, 중간집단인 경우 M, 혁신적인 집단의 경우 H로 표시하여 대표응답을 정리하고 중복도출된 개념별 응답수를 표시하였다.

4.1.1. 내재적 개념

1) 학습지향성

가장 많은 수의 중복응답이 도출된 개념은 학습지향성으로 나타났으며, 이의 세부개념은 개방성, 학습수행, 비전공유로 파

악되었다. 이러한 개념은 Baker and Sinkula(1999)가 정의한 학습지향성의 세부개념과 유사하였는데 각 개념과 이에 대한 주요 응답을 다음에 정리하였다.

먼저 개방성과 관련하여 변화추구문화, 아이디어 창출과 수용, 유연한 사고, 자율성 강조, 투명한 재정관련 키워드들이 도출되었다. 이 중 가장 많은 응답이 나온 개념은 변화추구문화로 지속적인 변화를 추구하는 기업의 문화가 기업이 혁신적 혹은 비혁신적이라고 느끼게 하는 중요한 근거가 된다는 것을 알 수 있었는데, 예를 들어 "회사구성원들이 현실에 안주하는 모습을 볼 때마다 회사가 결코 혁신적이 될 수 없음을 느낀다(L2)"던지, "조직원들이 모두 새로운 것에 대해 호의적일 때 기업이 혁신적이라고(L13)" 느끼고 있었다. 새로운 아이디어 창출과 이에 대한 적극적인 수용도 혁신성에 대한 지표로 매우 중요하게 인식되고 있었는데, "새로운 제안을 꺼냈을 때 적극적으로 검토가 이루어질 때 혁신적이라고 느낀다(L12)"던가, "아무리 아래에서 수정하고 보완해야할 것들을 제시해도 통하지

Table 3. Concept of company innovativeness

Item				Number of coding* (%)			New finding
Intrinsic concept	Learning orientation	Openness	Change-seeking culture	40 (10.38%)	75 (19.48%)	162 (42.07%)	O
			Idea generation and acceptance	20 (50.19%)			
			Flexible thinking	6 (1.55%)			
			Emphasis on autonomy	6 (1.55%)			O
			Transparent finance	3 (0.77%)			O
		Learning	Reinforcing R&D	36 (9.35%)	44 (11.42%)		
			Reinforcing employee education	8 (2.07%)			
		Vision sharing	Participative decision making	26 (6.75%)	43 (11.16%)		
			Reinforcing unity of employees	8 (2.07%)			O
			Share of long-term goals	9 (2.33%)			O
	Excellence in human resource	CEO leadership	General business capability	14 (3.63%)	33 (8.57%)	61 (15.84%)	
			Market analysis capability	9 (2.33%)			
			Capability to push forward business	6 (1.55%)			
			Use of new management method	4 (1.03%)			O
		Excellence in HR regulations	Effort to procure excellent employees	14 (3.63%)	14(3.63%)		O
		Employee capability	Trust and sincerity	8 (2.07%)	8(2.07%)		O
		Middle-level manager's capability	Capability to provide motivation	3 (0.77%)	6 (1.55%)		O
			Good relationships with subordinates and superiors	3 (0.77%)			O
	Employee benefits	Employee benefits	Advancement of work conditions	13 (3.37%)	41 (10.64%)	41 (10.64%)	O
			Welfare benefit and incentive regulations	11 (2.85%)			O
			High employee satisfaction	9 (2.33%)			O
			Stable wage guarantee	8 (2.07%)			O
	Market orientation	Information creation	New market development	16 (4.15%)	33 (8.57%)	33 (8.57%)	O
			Obtain industry and market information	10 (2.59%)			O
			Obtain competitor information	7 (1.81%)			O
	Work efficiency	Work efficiency	Work Efficiency	15 (3.89%)	23 (5.97%)	23 (5.97%)	O
			Resource management efficiency	8 (2.07%)			O
Per formance concept	Business performance	Business performance	Good business performance	21 (5.45%)	48 (12.46%)	48 (12.46%)	O
			Active investment	11 (2.85%)			O
			Good cash flow	9 (2.33%)			O
			Customer satisfaction	7 (1.81%)			O
	Innovation performance	Advancement in work environment	Advancement in work environment	12 (3.11%)	12 (3.11%)	17 (4.41%)	
		Product innovation	New product development	5 (1.29%)	5 (1.29%)		
Total number of coding				380	385	385	

*The number of coding of responses to repeted questions about *cases and reasons why you think your company is innovative or not innovative, significantly considering factors and reasons in evaluation of company innovativeness.*

않을 때 비혁신적이라고(L13)" 느끼고 있었다. 다음으로 유연한 사고와 관련하여서는 경직되지 않고 개방적인 조직의 사고를 강조하였는데, "오픈마인드가 부족한 조직의 경우 혁신성은 없으며 결정사항 등이 왜곡된다(H3)"던가 "상황에 따라 유동적으로 대처할 때(M5)" 기업이 혁신적이라고 느낀다는 응답들이 있었다. 개방성과 관련하여 "사복입는 날을 정해 자율성을 부여(H8)"하거나 "근무요일제를 개인에 맞게 조절하는 등(H11)" 직원들에게 자율성을 강조하는 문화나 기업의 투명한 재정운영으로 조직원들에게 신뢰를 얻을 때에도 기업이 개방적이라고 느끼며 이러한 요소가 기업이 혁신적이라고 느끼게 하는 발판이 되는 것을 알 수 있었다.

두 번째로 학습수행과 관련하여서는 "예산의 30% 이상을 기술개발비로 꾸준히 투자(H13)"한다던가, "프랑스 회사와 협력하여 파트너십에 의한 기술력 공유 적용하는 사례(L7)" 등 R&D(Research & Development) 강화 노력을 통해 회사 내 조직원들이 자신의 조직이 혁신적이라고 느끼고 있었다. 또한 다양한 교육 프로그램 가동을 통하여 직원교육을 강화하는 면을 보고 기업이 혁신적이라고 느끼기도 했다.

세 번째로 비전공유의 측면에서는 참여의사결정, 단합 및 공감대 형성, 장기방향성 공유의 측면이 포함되었다. 참여의사결정은 다수가 응답하여 기업혁신성의 의미에서 중요한 부분을 차지한다고 볼 수 있는데 "회사에서의 의사소통이 구성원들의 상하관계에 의존하는 명령체계식이 아닌 자율적으로 의논, 타협할수 있는 체제(H11)"라던가 "윗사람들이 신입사원의 의견을 반영했을 때(H8)" 등 참여적 의사결정을 할 때 기업이 혁신적이라고 느꼈으며, 반대로 "오너의 단독결정에 의존(M3)" 할 때 기업이 비혁신적이라고 느끼는 것으로 나타났다. 또한 "등산이나 봉사들을 함께하며 공감대를 형성(H11)"하는 등 단합 및 공감대 형성에 노력하는 기업의 자세는 기업을 혁신적으로 느끼게 하는 원동력이었으며, 기업의 "장기계획을 가지고 혁신적으로 개혁하려하는 자세(H18)'는 장기방향성 공유로 인식되어 기업혁신성의 지표로 생각되고 있었다.

이러한 결과는 Hurley and Hult(1998)가 제시한 학습개발, 참여의사결정이 학습지향성에 중요한 내재요소 혹은 결정요소라는 인식과 일관된다고 볼 수 있으며 그간 학습지향성의 3가지 요소, 즉 개방성, 학습수행, 비전공유가 기업의 경쟁력강화에 중요한 영향을 미치는 요소라는 인식을 했음에도(Baker & Sinkula, 1999), 이를 기업혁신성의 개념으로 인식하지는 않았던 점을 상기하며 이러한 요소들이 기업혁신성 인식과 평가에 직접적으로 관여될 수 있는 요인이라는 새로운 관점을 제시하는 결과라 할 수 있다.

2) 인적자원의 우수성

기업혁신성 개념 요소 중 인적자원의 혁신성은 학습지향성 다음으로 매우 중요한 요소로 나타났다. 인적자원의 혁신성과 관련하여 CEO 리더십, 인사제도의 우수성, 직원의 능력, 중간관리자의 능력이 두루 언급되었으며, 특히 CEO의 시장판단능력, 동기부여능력, 사전지식과 경험, 오픈마인드, 사업추진력 등이 두루 언급되었다.

먼저 CEO의 리더십은 전반적인 사업능력, 시장판단능력, 사업추진력, 신관리기법 등 여러 가지 면에서 탁월한 능력이 요구되고 이것이 기업이 혁신적인지를 판단하게 하는 주요 요인이 된다는 응답이 많았다. 전반적인 사업능력과 관련하여서는 "CEO의 시장분석과 날카로운 투자안목(H9)", "해당사업관련 사전 경험과 노하우를 갖춘 준비된 경영자의 선정(H3)" 등을 통해 기업이 혁신적인지를 평가하고 있었다. 또한 "CEO의 사업 아이템의 과감한 선택과 추진력으로 시장을 선점(M4)" 등의 시장판단능력과 사업추진력은 기업혁신성 결정의 중요한 요소이며, "팀장에서 목표조정권과 예산권까지 부여하겠다는 차년도 계획 발표(L19)" 등 신관리기법 도입시 기업이 혁신적이라고 느끼는 것을 알 수 있었다.

한편 "개개인의 혁신성이 총체적인 기업의 혁신성을 결정한다(M8)"는 생각하에 다각도의 우수인재확보 노력은 기업이 혁신적이라고 인식하게 하는 원인 중 하나였는데 "신입직원을 채용할 때 프로젝트를 부여하여 각 업무에 적합한 사람으로 선발하려할 때(H9)"가 이렇게 느끼는 사례 중 하나인 것으로 나타났다.

또한 일반직원과 중간관리자의 능력도 매우 중요한 요소였는데 일반직원에게는 신의와 성실성 요소가 기대되는 요소이지만 중간관리자에게는 기업의 중간자로서 아래위의 조직체계를 잘 매개하는 역할을 기대하였다. 특히 중간관리자에게는 "관리자가 개별 조직원을 직접 관리하고 격려하는 조직관리(H1)", "중간관리자급이 부하직원들을 잘 보살피며 가족과 같이 지내며 조직관리를 실현(L10)"하는 등 중간관리자의 동기부여능력이 확보될 때 그 기업은 혁신적으로 인식되었으며, "중간관리자의 뛰어난 리더십으로 윗사람과 아랫사람의 자유로운 교류를 실현(H16)"하는 등 중간관리자급의 상하관계 교류능력이 확보될 때 기업을 혁신적으로 인식하였다.

이러한 결과는 CEO의 역량과 혁신성을 강조한 선행연구(Dahl & Moreau, 2002; Frans et al., 2004; Hausman, 2005)들을 넘어 중간관리자와 일반직원의 혁신성과 역량도 기업전체의 혁신성에 매우 중요한 지표로 인식되고 있다는 새로운 사실을 보여주는 결과이며, 이는 그간 CEO 중심의 혁신추구 문화가 전사적으로 이루어져야함을 보여주는 근거라 할 수 있다.

3) 직원대우

직원을 잘 대우해주는 회사인 경우 기업이 혁신적으로 인식되고 있었는데, 근로조건을 개선한다던가 복리후생제도를 강화하고 인센티브를 보장하거나, 높은 직원만족도를 보이고 혹은 안정된 급여가 보장될 때 기업이 혁신적으로 인식되었다.

예를 들어 "근무환경의 개선 후 실적이 5% 향상(M12)" 되었다던가 "휴게공간을 확보하여 조직내 커뮤니티를 활성화하고 자유로운 의견과 아이디어 교류환경 마련(L10)"하는 등의 경험을 통해 사원들은 자신의 기업이 혁신적이라고 느꼈다.

4) 시장지향성

시장지향성은 소비자에게 제공하는 가치를 증대하고 기업의

경쟁력을 강화하기 위해 매우 중요한 요소로 고객지향성, 경쟁자지향성, 부서간 통합의 요소를 포괄하여 시장의 욕구에 지속적인 대응을 하려는 전사적 노력을 말한다(Slater & Narver, 1994). 여기에서 도출된 세부 요소로는 신시장개척, 산업 및 시장정보 파악, 경쟁사 정보파악으로 정리되었는데, 신시장 개척과 관련하여서는 "새로운 시장개척을 등한시(H9)"하거나 "국내외 시장개척보다는 인원과 시설감축에만 관심을 가질 때(L10)" 기업이 비혁신적이라고 느낀다는 응답에서 실무자들은 신시장 개척을 기업혁신성 지표의 중요한 기준으로 보고 있다는 것을 알 수 있었다. 또한 산업정보와 더불어 경쟁사 정보파악은 기업혁신성의 개념으로 중요하게 나타났는데, 예를 들어 "부품납품 업체와의 연계가 혁신성의 결과(M3)"로 이어진다거나 "경쟁사의 제품개발정보에 귀기울여 벤치마킹하는 사례(H4)" 등을 통하여 자신이 근무하는 기업이 혁신적이라고 인식하였다.

5) 업무효율성

업무효율성과 효율적 자원관리는 기업혁신성의 또 다른 지표였는데 "내부역량은 좋으나 경쟁사들과의 위치선정에서 미흡(H3)"하다거나 "불합리한 제도를 유지하여 같은 실수를 반복(L4)" 하는 등 업무효율성이 떨어질 때 기업혁신성이 낮다고 인식하였다. 한편 "기존장비를 버전업시킬 필요가 있을 시 각 분야의 의견을 모아 예산이 닿는 한 신속히 실현시키는(H13)" 등 효율적인 자원관리가 이루어지는 상황에서 기업혁신성이 높게 지각되었다.

4.1.2. 성과적 개념

1) 사업성과

좋은 사업성과, 적극적 투자 현실화, 원활한 자금유동성 확보, 고객만족 등의 상황에서 기업이 혁신적으로 인식되었다. 무엇보다 "도달하기 힘든 한계 이상의 목표를 설정해 전년대비 130% 실적향상(M11)"을 시킨다던지, "당사개발 신제품이 타사의 것에 비해 시장을 선점할 때(H12)" 등 사업성과가 훌륭할 때 기업이 혁신적으로 인식되었다. 또한 "기업의 생산라인이 증가하는 것을 볼 때(H6)"라던가 "장비구입시 시간이 너무 오래 걸리는 등(M1)" 적극적 투자가 현실화되거나 혹은 그러지 못했을 때 기업은 혁신적 혹은 비혁신적으로 인식되었다. 한편 "자본금 부족으로 사업확장에 어려움(H1)"을 겪는 등의 자금유동성 확보와 관련하여서도 기업이 혁신적인지를 인식하는 척도였으며, 고객만족 등의 상황에서도 기업이 혁신적이라고 느꼈다. 이처럼 사업의 결과로 인식되어 온 것이 사업성과이나 이러한 사업성과는 긍정적 학습지향문화와 우수한 인적자원이 전제되어 나오는 것일 수 있고 또한 이러한 사업성과의 결과물로 재투자와 시장개척이 이루어진다는 측면에서 이를 순환적 요소로 보고 하나의 혁신성 지표로 인식하는 것은 흥미로운 결과라 할 수 있다.

2) 혁신성과

선행연구(Hult et al., 2004; Subramanian, 1996)에서 혁신성과를 기업혁신성 자체로 인식하는 사례도 다수 있었는데 본 결과에서는 혁신성과를 기업혁신성으로 인지하는 사례는 전체 중 일부에 불과하며 혁신성과 이외에 여러 가지 개념 요소가 기업혁신성의 개념을 정리하는 데 함께 고려되어야 한다는 점을 제시한다. 혁신성과의 세부개념으로 업무환경의 개선과 관련하여 "우수한 제품원료를 새로운 공정에 접목시켜 제품단가를 향상시키는 사례(L10)"나 "기술개발에 필요한 자동화, 전산화에 능동적으로 대처(H13)"하는 등의 응답이 얻어졌으며, 신제품 개발과 관련하여서는 "현재 진행중인 모든 일에 만족하지 않고 새로운 제품개발을 위해 연구하는 자세(H5)" 등이 주요 응답으로 나타났다.

4.1.3. 새로운 결과

기존 선행연구에서 제시되었거나 유사한 개념으로 인식되었던 요소를 제외하고 본 연구에서 새로 확인된 내용은 Table 4에 제시되었다("O" 표시 참조). 여기에서 개방성, 학습수행, 비전공유의 일부 요소와 CEO 리더십, 혁신성과 외에 다수의 개념들이 본 연구에서 새로이 도출된 개념들이었다. 개방성과 관련하여서는 자율성을 강조하고 투명한 재정을 실현하며 변화를 추구하는 문화가 혁신적인 기업의 개념이었으며, 직원들과의 장기방향성 공유, 공감대 형성 등도 매우 중요한 혁신문화임을 알 수 있었다. 인적자원의 우수성과 관련하여서는 CEO 요소 외에 중간관리자와 실무자급의 능력과 인사제도의 우수성도 기업혁신성을 보여주는 요소로 인식되었다. 특히, 직원에 대한 대우와 복지도 기존 기업의 보수성을 깨트리는 좋은 혁신지표로 인식되고 있다는 사실은 기업들이 좀더 내부고객의 만족을 강화해 나가는 것이 장기적인 혁신성 확립에 도움이 된다는 것을 시사한다. 그 외에도 정보홍수의 시대에 적절한 시장 및 경쟁사 정보를 파악하고 이에 재빨리 대응하는 시장지향적 능력은 혁신성의 매우 중요한 지표로 인식되고 있으며, 특이한 것은 사업의 성과가 혁신성과와 함께 기업이 얼마나 혁신적인지를 보여준다고 인식하고 있는 것이었다. 이는 사업성과가 탁월하여 이를 적극적으로 재투자하는 기업의 경우 기업의 전반적 영역에서 두루 혁신적 체제를 갖출 수 있기 때문일 것으로 풀이된다.

본 연구를 통하여 실무자들은 기업내에서 직접 기업의 문화를 경험하는 내부고객으로서 기존의 일반적 인식의 틀보다 훨씬더 다양한 요소를 혁신성의 개념으로 인지하고 있는 것을 발견하였으며, 이를 토대로 제 3자가 판단하는 혁신성 개념에 일방적으로 의지하기 보다는 다양한 주체의 다면적 평가를 통한 개념 설정이 매우 중요하다는 것을 상기시키는 결과라 할 수 있다. 또한 기업의 혁신성이라는 것은 기업의 내재적 특질 혹은 결과적 성과요소에서 개별적으로 평가되는 것이 아니라 전 사업의 영역과 주체, 업무 프로세스, 성과 단계에서 모두 인식, 평가되는 것이라고 파악할 수 있다.

4.2. 기업혁신성을 강화하기 위한 기업의 노력

다음으로 기업혁신성을 강화하기 위하여 기업들이 사용하는 혁신성 개발 및 유지방법에 대하여 조사한 결과 학습수행, 개

Table 4. Core responses in the concept of company innovativeness

Rank	Item	Core responses	No. of coding	%
1	Change-seeking culture (Learning Orientation)	-I feel it is not innovative whenever I see employees are just satisfied with the current situation of the company(L2) -Positive views of CEO and other employees on new things(L13)	40	20.10%
2	Reinforcing R&D (Learning Orientation)	-Consistently invest more than 30% of the budget on R&D(H13) -Share and application of new technology with French partners(L7)	36	18.09%
3	Participative decision making (Learning Orientation)	-Talk freely about works in the company(H8) -Communication within the company is not issuing the order but free discussion and compromise(H11) -Shorten budget execution time by direct interviews between decision makers and middle-level team heads (M2) -Executives reflect opinions of entry-level workers in decision making(H8) -I feel it is not innovative when depending on only owner's decisions(M3)	26	13.07%
4	Good business performance (Business Performance)	-In spite of severe goals, when we made 130% improvement of business performance compared to the last year(M11) -When new products take more market shares over competitor's ones(H12) -I feel that it is not innovative when we bear market depression and overproduction(M2)	21	10.55%
5	Idea generation and acceptance (Learning Orientation)	-When our new suggestion is under seriously consideration(L12) -I feel it is not innovative when suggestions of what to modify and complement are never be accepted(L13) -When opinion of employees was readily accepted and applied on the day when it was suggested(L9)	20	10.05%
6	Advancement of work conditions (Employee Benefits)	-5% improvement of the revenue after advancement of work environments(M12) -Vitalize community in the organization and provide environments to exchange opinions and ideas by providing resting rooms(L10)	13	6.53%
7	Work Efficiency (Work Efficiency)	-I feel it is not innovative when positioning is failed in spite of good capabilities of employees(H3) -I feel it is not innovative when same mistakes are repeated by maintaining irrational systems(L4) -Increase product price by applying good raw materials to new processes(L10)	15	7.54%
8	General business capability of CEO (Excellence in Human Resource)	-Market analysis and discerning investment of CEO(H9) -Selection of good executives with prior experience and knowhows in the given business(H3)	14	7.04%
9	Effort to procure excellent employees (Excellence in Human Resource)	-When they try to select new workers better fit to the job content by reviewing the project performance(H9)	14	7.04%
	Total		199	100%

방성, 비전공유 등 주로 학습지향성과 관련한 노력들을 많이 하고 있는 것으로 인지되었으며, 직원에 대한 대우수준을 높이는 것도 기업혁신성을 강화하기 위한 방법으로 여겨지고 있었다 (Table 5).

학습수행과 관련하여 사내에서 외국어 교육, 연수, 학점제 등 교육 프로그램을 가동하는 사례가 많았으며, 서적 등을 제공하고 자기계발 기회를 다양하게 부여하는 등 기업의 다각적인 노력이 드러났다. 다음으로 아이디어 창출/수용과 관련하여 직원과 고객의 아이디어 제안을 장려하거나 이를 수용할 창구를 확보하는 등의 노력이 있는 것으로 확인되었다. 또한 비전공유는 참여의사결정 및 단합과 공감대 형성의 두 가지 측면에서 노력상이 도출되었는데 부서 및 소그룹별 의견수렴과 이의 반영을 통하여 참여의사결정을 유도하는 한편 산행과 운동회 등을 통해 직원 단합을 위해 노력하는 모습이 확인되었다. 다음으로 직원 대우와 관련하여서는 우수직원 포상 및 해외연수 특전 등을 적극적으로 실시하는 모습이 직원들에게는 기업이 혁신성을 강화하기 위해 노력하는 근거로 여겨지는 것을 알 수 있었다.

4.3. 후속 연구모형 제안

본 연구의 결과를 바탕으로 후속연구를 위한 연구모형이 제시되었다. 기업의 학습지향성, 인적자원의 우수성, 사업성과, 직원대우, 시장지향성, 업무효율성, 혁신성과는 기업의 혁신성의 개념요소임을 보여주는 개념모형을 제안하였다. 이는 추후 양적 자료를 가지고 검증함으로서 수정, 보완, 발전될 수 있을 것이다.

Table 5. Effort to strengthen company innovativeness

Item		Response	No. of coding*
Learning (Learning orientation)	Reinforcing employee education	-Operating strong human resource development programs(H12) -Running a foreign language education program by inviting instructors to the company(L2) -Operating internal training, cyber training, etc.(L8) -Reflecting internal academic credits obtained through on-line study, book report, external education on individual performance(L19) -Providing diverse opportunities for self-improvement(M5) -Providing international academic papers and technology books for employees(H13) -Reflecting completion 6 Sigma program as the team head requirements(L19)	18
Openness (Learning orientation)	Idea generation and acceptance	-Providing rewards when innovative methods are accepted(M2) -Having daily idea meeting for new process development(M3) -Active seeking solutions for customer claims obtained from the new CRM center(H9) -Suggesting ideas based on weekly proposals(H10)	10
Vision sharing (Learning orientation)	Participative decision making	-Collecting opinions from seminars by each department(H13) -Making discussions for problem solving by small group meeting, rather than the plenary meeting(H4)	9
	Unity strength	-Making family-like relationships with employees(L10) -Unity through mountain-hiking and sports event(L14)	4
Employee benefit (Employee benefit)	Welfare benefit and incentive regulations	-Giving prizes for excel1ent employees 4 times a year(H4) -Providing opportunities for overseas training for employees(H5) -Providing special promotion of employee's efforts for customer satisfaction(L19)	7
		Total Number of Coding	46

* Responses to questions asking methods to support and maintain company innovativeness

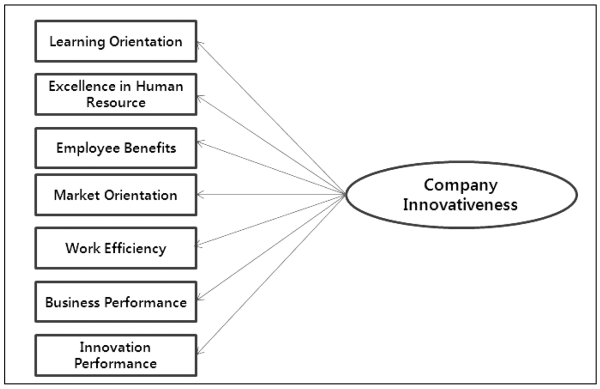

Fig. 1. Research model on concept of company innovativeness.

5. 요약 및 제언

본 연구는 그동안 조직을 변화시키는 수단으로서 기업혁신성의 중요성에 대하여 널리 인식을 하고 있었음에도 불구하고 이와 관련된 개념구조 연구가 미흡했던 점을 보완하기 위하여 기업혁신성에 대한 개념 요소를 질적연구기법을 이용하여 도출하는 것을 목표로 하였다. 섬유패션업종을 포함하여 다양한 업종에 종사하는 5년이상 실무 경력자 54명을 대상으로 자유기입식 면접조사를 실시하여 질적응답을 얻었으며 이를 바탕으로 Nvivo 2.0 프로그램을 이용하여 도출된 키워드를 코딩하고 빈도를 도출하여 표로 정리하였다.

조사결과에 따르면 기업혁신성의 개념은 크게 학습지향성, 인적자원의 우수성, 사업성과, 직원대우, 시장지향성, 업무효율성, 혁신성과의 7가지 나타났으며 각 개념에 대한 세부요소들이 도출되었다. 이 중 학습지향성(Hurley & Hult, 1998; Keizer et al., 2002)과 시장지향성(Slater & Narver, 1995)은 기존 선행연구에서 기업혁신성과 기업경쟁력 강화에 영향을 미치는 주요 요소인 것으로 지적된 바 있으나 본 연구에서는 이 요소 자체가 기업이 혁신적인지 비혁신적인지를 평가하는 데 중요한 기준으로 이 요소들이 기업혁신성 자체를 대변하는 것을 볼 수 있었다.

또한 인적자원의 우수성 요소는 기존 연구들에서는 CEO의 혁신성에 집중하여 조명되었는데(Dahl & Moreau, 2002; Hausman, 2005), CEO의 혁신성이 전체 기업의 혁신성에 강하게 투영될지라도 실제로 각 조직에 근무하는 직원들의 관점으로 보았을때는 중간관리자급과 일반직원의 혁신성 요소도 전체 기업의 혁신성을 평가하는 데 매우 중요한 요소인 것으로 파악되었다. 이는 기존 연구들에서는 거의 다루어지지 않았던 관점인데 향후 인적자원관리 등과 관련한 연구에서는 직급별 인적자원요소의 특성을 개별적으로 보는 것도 중요하리라 사료된다.

그 외에 사업성과와 혁신성과 요소는 선행연구에서 기업혁신성 자체를 측정하는 도구로 사용될 만큼 대표성 있는 개념으로 인식되었으나(Damanpour & Evan, 1990; Subramania, 1996) 본 조사에서는 이 요소는 일부에 불과하며 다면적 요소로 기업혁신성 개념이 인식되어야 함을 알 수 있었다. 따라서

단순히 기업이 어떠한 혁신을 얼마나 도입했는지 혹은 얼마만큼의 매출액 증가 등 사업성과를 내었는지는 기업의 혁신성을 보여주는 일부의 개념이라고 할 수 있다. 마지막으로 직원대우와 업무효율성은 해당 기업에 종사하는 실무자들이 더욱 직접적으로 느끼는 부분이었는데 내부고객의 만족도를 얼마나 중시하며 기업이 이에 얼마나 민감하게 반응하는지 하는 것은 기업이 혁신적인지를 보여주는 척도이며 조직원들의 자발적인 혁신 고양 욕구를 자극하여 상기한 다른 모든 요소와 긍정적으로 상호작용하는 요소라고 사료된다.

이와 같은 조사를 통해 기업들은 다양한 측면의 혁신성 개념들이 포함되어 있다는 사실을 직시하고 다면적 차원의 기업혁신적 고양책들을 실시해야 할 것이다. 고양책으로는 학습지향 부분의 직접적인 지원책들이 많이 거론되었으며 주로 교육프로그램 제공, 동기부여를 위한 특전 및 승진기회 제공, 조직원간의 단합을 유도하는 행사 프로그램 등이 언급되었다. 이는 기업혁신성을 증진시키기 위한 기업의 노력이 실질적인 정책과 프로그램 상에서 구현되고 있다는 것을 보여주며, 이러한 노력들이 중소기업에도 더욱 확대된다면 조직원의 혁신적 마인드를 고양하여 업무실적으로 되돌아올 수 있으리라 사료된다.

특히 중소기업의 경우 기업혁신성에 대한 관심과 지원책은 열악한 것이 사실인데, 섬유패션기업은 중소기업 비중이 85% 이상에 달해 기업혁신성에 대한 업계의 심도깊은 고찰이 부족하며 도입하거나 런칭하는 상품의 트렌드성에 주로 치중해온 것이 사실이다. 실은 조직의 근본적인 문화가 조직원을 바꾸고 이렇게 변화된 문화가 기업의 혁신적인 활동을 이끌어내어 보다 더 진취적이고 미래지향적인 기업의 비전을 공유하는 가운데 장기적인 안목에서의 기업발전을 위한 전략과 수행이 이루어 질 수 있을 것이다. 본 연구에서는 섬유패션 기업만의 혁신성을 고찰하기 보다는 전 업종에 걸친 혁신성 고찰을 통하여 섬유패션 기업들이 향후 기업혁신성의 개념을 제대로 인식하고 이를 현실업무 프로세스에 적용하여 기업문화와 마인드에서 역시 혁신성을 더욱 확보할 수 있도록 노력하는 데 하나의 가이드라인으로 활용될 수 있기를 기대한다.

아울러 본 주제에 대한 타 분야의 연구가 부족한 가운데 기본 개념을 조사하여 제시한 연구모형은 향후 양적자료로 검증, 보완되어 연구의 틀로서 활용될 수 있기를 기대한다. 본 연구는 54명의 실무자들을 대상으로 조사연구한 것으로 향후 더 많은 수의 응답자를 확보하여 조사한다면 업종별, 응답자특성별 비교도 가능하리라 생각된다.

참고문헌

Park, J. W. (2005). *Innovation of qualitative research data analysis.* Seoul: Hyoung-seol Publications.

Yoon, Y. J. (1999). *Research on the effect of innovation on company performance and relationships with performance scales.* Unpublished Doctoral Dissertation, Sogang University, Seoul.

Jeon, Y. S. (1994). *Reality of company in the competitive era.* Seoul: Eo-mun Gak.

Attewell, P. (1992). Technology diffusion and organizational learning: The case of business computing. *Organizational Science, 3*(1), 1-19.

Avlonitis, G. J., Kouremenos, A., & Tzokas, N. (1993). Assessing the innovativeness of organizations and its antecedents. *Project Innovstrat, 28*(11), 5-28.

Baker, W. E., & Sinkula, J. M. (1999). The synergistic effect of market orientation and learning orientation on organizational performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *27*(4), 411-427.

Dahl, D. W., & Moreau, P. (2002). The influence and value of analogical thinking during new product ideation. *Journal of Marketing Research*, *39*(1), 47-61.

Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, *34*(3), 555-590.

Damanpour, F., & Evan, W. M. (1990). The adoption of innovation over time: Structural characteristics and performance of organizations. *Proceedings of National Decision Science Institute Conference*, San Diego, CA.

Denhardt, R. B.(1993). *Theories of public organizations.* Belmont, CA: Wadsworth.

Frans, J. H. M., Verhees, M., & Meulenberg, M. T. G. (2004). Market orientation, innovativeness, product innovation, and performance in small firms. *Journal of Small Business Management*, *422,* 134-154.

Glaser, B. G. (2007). Doing formal theory. In A. Bryant & K. Charmaz (Eds.), *The Sage handbook of grounded theory.* Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Hausman, A. (2005). Innovativeness among small businesses: Theory and propositions for future research. *Industrial Marketing Management, 34,* 773-782.

Hult, G. T. M., Hurley, R. F., & Knight, G. A. (2004). Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management, 33*, 429-438.

Hunt, S. D., & Morgan, R. M. (1996). The resource-advantage theory of competition: Dynamics, path dependencies, and evolutionary dimensions. *Journal of Marketing, 60*(October), 107-114.

Hurley, R. F., & Hult, T. M. (1998). Innovation, market orientation, and organizational learning: An integration and empirical examination. *Journal of Marketing, 62*(July), 42-54.

Kanter, R. M. (1988). *The change masters: Innovation for productivity in the American corporation.* New York: Simon and Schuster.

Keizer, J. A., Dijkstra. L., & Halman, J. I. M. (2002). Explaining innovation efforts of SMEs: An exploratory survey among SMEs in the mechanical and electrical engineering sector in the Netherlands. *Technovation*, 22, 1-13.

Kohli, A. K., Jaworski, B. J., & Kumar, A. (1993). MARKOR: A measure of market orientation. *Journal of Marketing Research, 30*(November), 467-477.

Lawler, E. E. (1991). *High-involvement management.* San Francisco, CA: Jossey-Bass.

McCarthy, A. M., & Schoenecker, T. S. (1999). Commitment to innovation: The impact of top management team characteristics. *R & D Management, 29,* 199-216.

McEvan, N., Carmichael, C., Short, D., & Steel, A. (1988). Managing organizational change: A strategic approach. *Long Range Planning, 21*(6), 71-72.

Miller, D., & Friesen, O. H. (1982). Innovation in conservative and entrepreneurial firm: Two models of strategic momentum. *Strategic Management Journal, 3,* 1-25.

Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovations.* New York: Free Press.

Sackmann, S. A. (1991). *Cultural knowledge in organizations.* Newbury Park, CA: Sage.

Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Academy Management Journal, 37*(3), 580-607.

Senge, P. M. (1990). The fifth discipline: The art and practice of the learning. *Journal of Marketing*, *58*(January), 35-45.

Stoneman, P. (1992). Why innovate? In A. Bowen & M. Ricketts, *Stimulating innovation in industry.* New York: Kogan Page Limited.

Strauss, A. L., & Cobin, J. (2007). *Basics of qualitative research-techniques and procedures for developing grounded theory.* New York: Sage Publications,.

Subramanian, A. (1996). Innovativeness: Redefining the concept. *Journal of Engineering and Technology Management, 13,* 223-243.

Van de Ven, A. H. (1986) Central problems in the management of innovation. *Management Science*, *32,* 590-607.

Zahra, S. A., & Covin, J. G. (1995). Contextual influences on the corporate entrepreneurship-performance relationship: A longitudinal analysis. *Journal of Business Venturing, 10,* 43-58.

Zaltman, G., Duncan, R., & Holbek, J. (1973). *Innovations and organizations.* New York: John Wiley & Sons.

Zangwill, W. I. (1993). *Lightning strategies for innovation: How the world's best firms create new product.* New York: Lexington Books.

(2011년 7월 4일 접수/2011년 11월 18일 1차 수정/2011년 12월 5일 게재확정)