

A Study on the Effects on the Strategic Orientation for the Green Management Performance

Young-Hak Ko · Young-Bae Chung[†]

Department of Industrial and Management Engineering, Incheon National University

전략적지향성이 녹색경영성과에 미치는 영향에 관한 연구

고영학 · 정영배[†]

국립인천대학교 산업경영공학과

The purpose of this study is to present that the strategic orientation affects on the green management performance. In order to carry out this research, the samples are reviewed and the ten hypotheses are verified reliably and appropriately. The results of the verification are summarized as follows: First, strategic directivity affects on the green management performance significantly. Second, two factors of the strategic directivity, customer orientation and technology orientation affect on the green performance relatively high. Finally, the two elements of the strategic orientation, competitive orientation and technology orientation affect on the financial performance significantly. In conclusion, this study shows all of the factors of the strategic orientation affect on the green management. In order to get the effective green management, education programs should be conducted by social support systems.

Keywords : Green Management Performance, Strategic Orientation, Financial Performance

1. 서 론

국내기업들은 국가의 정책 방향에 발맞추어 이전부터 산발적으로 추진하던 녹색경영을 정부주도하에 본격적으로 추진 실행하게 되어, 많은 기업들이 녹색경영을 통해 환경을 보호하는 동시에 차세대 성장 동력원으로 기대하고 있다[15].

이처럼 최근 들어 급부상 하고 있는 녹색경영에 대한 개념을 살펴보면, 녹색경영이란 ‘기업 활동의 전 과정에 걸쳐 환경성과를 개선함으로써 경제적 수익성과 환경적 지속가능성을 동시에 추구하는 일련의 경영활동’으로 정의할 수 있다[17]. 오늘날 기업들은 환경변화에 적응하기

위하여 다양한 전략의 변화를 추구하고, 전사적이고 총체적인 접근으로 전략, 조직구조, 생산시스템, 정보시스템 등 전반적인 요소들을 고려하고 있다[3, 5].

기업은 지속가능경영을 추구하고자 하는 것이 궁극적인 목표이며, 그 대상범위는 원료의 구매에서부터 생산, 마케팅, 소비, 폐기단계까지 직·간접적으로 기업 활동과 연계되는 전 과정이 될 수 있다[11].

이와 같은 기업에서도 중소기업은 우리경제의 미래성장 동력이며 우리나라 전체 사업체의 99%, 고용의 88%를 책임지고 있는 중추적인 조직인 것이다[12]. 중소기업의 성공요인을 밝혀내기 위한 연구가 이루어지고 있으나, 중소기업의 전략과 성과 간의 관계에 대한 연구는 미흡한 실정이다[20].

기업경영에서 성공전략을 개발하는 것처럼 중요한 활동은 없다. 또한 기업이 경쟁우위를 갖기 위해서는 명확한 전략의 방향이 필요한 것이다. 전략적 지향성이 기업

성과를 향상 시킨다는 연구[7]와 전략적 지향성이 성과에 직접적인 영향을 미친다는 연구 위주였다. 최근에는 전략적 지향성 개념과 성과 관련성에 관한 연구[20]와 전략적 지향성이 구성원 행동 및 조직에 영향을 미쳐 기업성과에 영향을 준다는 연구가 논의 되고 있다.

따라서 본 논문에서는 전략적 지향성이 실질적인 경영성과에 어떻게 연관되어 어떤 전략적 지향성 요소가 높은 성과를 이루고 있는지를 살펴보고자 하며, 전략적 지향성(기술 지향성, 고객 지향성, 경쟁 지향성)이 녹색경영성과 즉, 녹색성과, 고객성과, 재무성과에 어떻게 영향을 미치는지에 대한 연구로서 녹색경영성과를 가장 효과적으로 높일 수 있는 요인을 찾아보고자 한다.

본 연구 결과로 기업의 녹색경영성과에 영향을 미치는 전략적 지향성을 설명할 수 있고, 기업의 경영개선과 경쟁우위의 전략적 지향성 확보를 위한 이론적 분석 틀을 제시하고자 한다.

2. 이론적 배경 및 선행연구

2.1 전략적 지향성

전략적 지향성과 관련하여 통상적으로 기업의 성공은 제품이 시장에서의 욕구를 만족시켜야 한다는 것이다. 반면에 일부 연구자들은 너무 고객지향적 행동은 무기력을 발생시킬 수 있다고 주장했고, 이러한 경향은 신제품 개발이나 새로운 전략을 수립 시 보다 극명하게 나타날 수 있다고 하였다[8].

전략 지향적인 기업은 고객에 대해 보다 잘 이해할 수 있도록 하게하며, 결과적으로 기업의 성과를 증대 시켜 줄 것이라고 가정한다. 그러나 본 연구에서는 전략적 지향성의 다차원 적인 개념을 통해 살펴보고자 한다.

2.1.1 기술 지향성

혁신적 기업들은 R&D 지향적이며, 신기술의 획득에 매우 능동적이며 자사의 신제품 개발 시 보다 발달된 기술을 사용한다. 그러므로 기술 지향적 기업은 핵심적인 기술적 능력을 얻고자 노력하며 획득한 기술적 능력을 신제품 개발 시 활용하고자 한다[4].

또한 기술 지향성은 소비자의 새로운 욕구를 충족 시켜주기 위해 이러한 기술적 능력을 활용할 수 있음을 의미한다. 비록 이제까지의 전략적 지향성에 관련된 연구에서 주요변수로 취급되지 못했지만 기술 지향적 기업들의 주요 속성이므로 현재와 같이 기술발달이 중요한 기업 녹색경영에서 간과해서는 안되는 중요한 개념이라 할 수 있다.

2.1.2 고객 지향성

고객 지향성이란 지속적으로 목표 고객들에 대해 보다 우월한 가치를 창출해주기 위해 해당 목표 고객들에 대해 충분히 이해하고자 하는 조직의지를 지칭한다. 고객 지향성은 ‘고객이익을 우선시 하는 믿음의 집합체’로서 정의하였다. 고객지향성 기업이란 소비자의 욕구를 파악하고, 분석 이해하고 이를 충족 시켜줄 수 있는 의지와 능력을 지닌 기업이라고 정의할 수 있다[11].

고객 지향성은 또한 기업으로 하여금 시장의 기술적 현안의 상당 부분을 학습하도록 유도하며, 해당 시장의 중요성 및 성장속도 등을 알 수 있도록 도움을 준다[14]. 고객지향적인 기업이란 고객에 대해 알려고 노력하는 의지와 능력을 갖춘 기업으로 규정할 수 있다.

2.1.3 경쟁 지향성

경쟁 지향성이란 경쟁자들의 행동을 파악하고 분석하고 이에 대처하고자 하는 능력과 의지를 말한다[13]. Narver와 Slater[16]은 ‘경쟁자가 누구인가, 경쟁자가 제공하는 기술은 무엇인가, 경쟁자가 고객의 기대에 부응하는 가치를 제공할 수 있는가’ 라는 세 가지 질문을 던지며, 경쟁 지향성이 경쟁자의 장단점을 분석하고 이에 반응하는 성향을 말한다고 주장하고 있다[18]. 또한 경쟁 지향성은 특정 기능이나 질 측면에서의 경쟁적 우위의 파악 및 구축을 포함하여 해당기업으로 하여금 신제품을 보다 우수하게 위치시킬 수 있다고 주장하였다. 결과적으로 경쟁 지향성은 혁신의 시장적 성과를 필요로 한다.

2.2 녹색경영성과에 대한 선행연구

기업의 성과도 재무적 측면뿐만 아니라 유연생산성, 납기, 품질 등의 비재무적인 성과의 중요성이 강조되고 있다. 제품의 원가우위의 경쟁추구에서 기술성과와 전략성과의 통합적인 관점에서의 경영성과 평가로 변화하고 있는 것이다. 이러한 성과에서의 고객지향, 경쟁지향, 기술지향 등 세부적인 차원으로 경쟁 지향성과 기업성과 간의 관계를 주장하는 연구논문들은 고객 지향성과 경쟁자 지향성의 각각의 객관적인 혁신성과간의 관계는 기술적 불확실성에 대한 조절효과를 나타내고 있다[7]. 또한 세 가지 차원의 지향성들과 지각된 혁신성과 간의 관계를 불확실성을 조절한다는 연구 결과를 도출했다[9].

전략적 지향성 각각과 기업성과의 관계는 산업특성, 고객특성, 성과변수의 종류 등과 같은 여러 조건들이 달라질 수 있으나 전략적 지향성이고 혁신지향적인 기업들이 보다 나은 녹색경영성과를 내고 있으며, 연구자들은 이러한 견해에 대해 지지하고 있다.

2.2.1 녹색성과

녹색경영과 관련하여 1970년대부터 이루어진 주요 실증연구는 다음과 같다. 녹색경영성과가 양의 상관관계를 갖는 연구[1]는 71.5%가 상관관계가 있는 것으로 나타났으며, 상관관계가 없는 것으로 나타난 연구는[2] 9.5%이며, 음의 상관관계를 갖는 연구[13]가 9.5%이다.

녹색경영의 모든 연구는 선행연구의 절대다수(약 71.5%)가 녹색경영성과와 기업가치 간의 양의 상관관계를 입증하고 있다. 기존 환경친화기업지정제도는 「녹색경영 기준」에 따라 일정기준 이상 녹색성도가 뛰어난 상위 기업들을 지정, 지원하는 체계로 전환되고 있으며, 해당기업에 대한 녹색자금지원 및 가점이 부여될 계획이다[15].

2.2.2 고객성과

기업의 성과의 영향으로 고객 및 조직 구성원들이 전략적으로 증진시키고 고객의 니즈(Needs)와 기술적으로 개선시킬 수 있는 방향으로 기업성과를 달성하고자 하는데 그 목적이 있다[7]. 각종 고객성과를 정확하게 개념화하여 정의 내리는 것은 가벼운 문제가 아니다. 이러한 고객성과에 관하여 다음과 같이 개념적 정의를 내리고 있다.

녹색성과 차원에서 두 개의 개념으로 나눈 개념적 모형을 제시하고 있다. 이들의 녹색 및 사업단위의 성과는 제조 중심적 정의와 제품 중심적 정의라고 나누고 있다. 그러나 이러한 개념적 녹색차원을 가지고 고객성과를 정확히 측정하는 것은 매우 어려운 문제이다. 본 연구에서는 고객성과 요인에서 관리자의 인지된 녹색경영과 경쟁적 우위를 고려하여 고객성과로 정의된 연구에 대하여 고찰하고자 한다[6].

2.2.3 재무성과

경쟁 지향성과 재무성과를 통하여 녹색경영성과가 이루어 졌다고 하더라도 만약 재무적 지표와 생산성이 극도로 악화된다면 이러한 개선은 의미가 없을 것이다. 이는 시스템 비용의 경제성이라는 개념을 연구에 고려함을 의미한다.

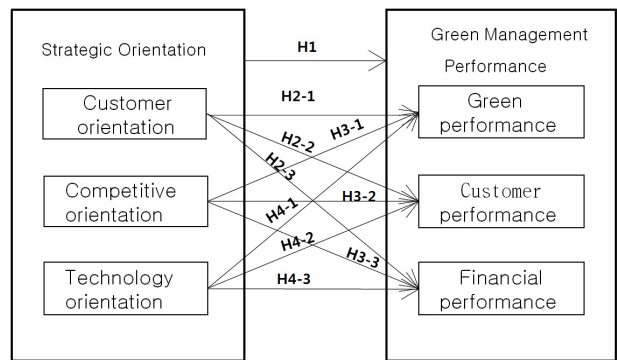
재무적 지표와 생산성 지표를 구하는 가장 적절한 방법은 녹색경영시스템 개선활동에 투여한 제반비용과 그 기간 동안의 매출액 성장률, ROI, 순이익, 원자재의 수량, 생산된 제품의 수량, 재작업 및 불량품 폐기비용, 환경개선비용 등을 고려하여 각 지표를 산출하는 것으로 산정된다[10].

본 논문에서는 재무적 자료로서 녹색경영관련 비용의 상승과 매출액의 상승비율을 사용한다. 이 비율의 차이가 크면 재무적 지표가 비용의 상승이 매출액의 상승을 초과한다는 의미가 되며, 낮으면 그 반대의 개념의 의미를 말한다[11].

3. 연구 방법

3.1 연구모형 및 가설

본 연구에서는 앞서 살펴본 여러 이론적 배경을 바탕으로 하여, 연구모형과 연구가설을 설정함으로써 각 변수들 간의 관계를 규명하고자 분석을 실시하였다. 본 연구에서는 전략적 지향성에 따라 녹색경영성과(녹색성과, 고객성과, 재무성과)에 미치는 영향 정도를 분석하였으며, 본 연구의 모형은 <Figure 1>과 같다.



<Figure 1> Research Model

전략적 지향성이 녹색경영성과에 미치는 영향을 살펴 보기 위해 회귀분석을 실시하였고, 기업의 전략적 지향성(고객, 경쟁, 기술)이 녹색경영성과와의 관계를 규명하고자 다음과 같이 가설을 설정한다.

- H1 : 전략적 지향성은 녹색경영성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H2 : 전략적 지향성 중 고객 지향성은 녹색경영 성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.
 - H2-1 : 고객 지향성은 녹색성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.
 - H2-2 : 고객 지향성은 고객성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.
 - H2-3 : 고객 지향성은 재무성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H3 : 전략적 지향성 중 경쟁 지향성은 녹색경영과에 유의한 영향을 미칠 것이다.
 - H3-1 : 경쟁 지향성은 녹색성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.
 - H3-2 : 경쟁 지향성은 고객성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H3-3 : 경쟁 지향성은 재무성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H4 : 전략적 지향성 중 기술 지향성은 녹색경영 성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H4-1 : 기술 지향성은 녹색성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H4-2 : 기술 지향성은 고객성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H4-3 : 기술 지향성은 재무성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3.2 설문지의 구성

본 연구에서 각 업체의 전략적 지향성(고객 지향성, 경쟁 지향성, 기술 지향성)의 3개 요소와 녹색경영성과(녹색 성과, 고객성과, 재무성과)의 3개 요소에 대한 기대수준의 실증적 자료를 수집하기 위한 설문지 구성은 <Table 1>과 같다.

<Table 1> Questionnaire Configuration

Composition	Details	The number of questions
Strategic orientation	Customer orientation	7
	Competitive orientation	8
	Technology orientation	12
Green management performance	Green performance	5
	Customer performance	2
	Financial performance	4
Total		38

각 문항들은 7점 리커트 척도로 응답하도록 하여 4점이 보통 수준이며, 이보다 점수가 높을수록 해당 문항에 대한 긍정의 정도가 높은 것으로 해석된다. 그리고 설문 영역의 세부 요인들은 각 문항에 대한 산술평균으로 산출하였으며, 역시 7점 만점으로 해석하였다.

3.3 표본의 특성

본 연구는 전략적 지향성의 구성요소인 고객지향성, 경쟁지향성, 기술지향성을 심층적으로 분석하고자 한다. 이에 따라 조사는 다음과 같이 중견기업 및 중소기업을 대상으로 각 업체 품질 및 관리업무 담당자를 대상으로 총 175부의 설문조사를 실시하였으며, 이 중에서 불성실한 응답이 많거나 회수하지 못한 설문지를 제외한 126부의 자료를 분석하여 사용하고자 한다.

본 논문의 인구통계학적 특성을 알아보면 다음과 같다. 먼저 연령특성을 살펴보면, 30세 이하 37명으로 29.4%로 가장 높은 비율을 보였고 46~50세는 7명으로 5.6%로 가장 낮은 비율로 나타났다. 성별 분포 특성을 살펴보면, 여자 41명으로 32.5%인 것으로 나타났으며 남자 85명으로 67.5%로 여자보다 비율이 높게 나타났다.

산업별 분포 특성을 살펴보면, 기타제조업 57개로 45.2%인 것으로 가장 높은 비율로 나타났다. 구성내용은 요약하면 <Table 2>와 같다.

<Table 2> Demographic Characteristics

Division		Persons	(%)
Age	Less than 30	37	29.4
	31-35	27	21.4
	36-40	27	21.4
	41-45	19	15.1
	46-50	7	5.6
	51 or more	9	7.1
Sex	Male	85	67.5
	Female	41	32.5
Industry Distribution	Fibers and petroleum products	8	6.3
	Chemicals and chemical products	5	4.0
	Machinery and fabricated metal	16	12.6
	Electrical and optical instruments	15	11.9
	Rubber and Plastic Products	6	4.8
	Non-metallic and mineral products	1	0.8
	Other manufacturing	57	45.2
Engineering Services	18	14.3	

Survey : large corporations and small businesses, N = 126.

3.4 신뢰성 · 타당성 분석

문항간의 신뢰성분석을 실시하여 Cronbach's α 계수 값을 살펴보았다. 신뢰성분석은 측정도구의 신뢰성을 확인하기 위한 분석방법으로 신뢰도계수는 Cronbach's α 계수로 검사의 내적 일관성을 나타내는 값으로서 한 검사 내에서의 변수들 간의 평균상관관계에 근거해 사용되고 있다.

또한, 본 연구에서는 설문지에 대한 타당성을 검증하기 위하여 요인분석을 실시하였다. 요인분석 과정에서 공통성이 0.4 이하로 낮은 문항은 제외하였다. 추출된 요인에 대한 문항 적재 값은 0.5 이상인 문항을 요인분석을 분석을 실시하였다.

추출된 각 요인에 대한 신뢰성검증을 위하여 Cronbach's α 계수를 이용하여 분석하였으며 일반적으로 0.6 이상이면 신뢰성이 높다고 볼 수 있다. 요인추출법으로 주성분

<Table 3> Factor Analysis on the Strategic Orientation

Questionnaire items	F1	F2	F3	F4
Technology orientation				
1. technical development and support strengthening.	.845	.114	.046	.115
2. New products and technologies Strategic vision.	.820	.141	.109	.205
3. Product compared with competitors in the development of New technology inputs.	.811	.145	.265	.137
4. Strengthen the internal capabilities of technology for the development of enterprises.	.807	.115	-.029	.244
5. Ideas for technology development Explore and strengthen.	.803	.128	.188	.142
6. Actively in the external technology adoption and acceptance.	.781	.229	.139	.225
7. Members when they need to develop the technology.	.772	.213	.167	.353
8. To establish a strategy for technological innovation Regular meetings.	.721	.260	.190	.211
9. Technological innovation in research and development projects by management.	.716	.319	.140	.368
10. Existing technology for new technology creation and development.	.704	.259	.107	-.093
11. Technology training to internal and external training.	.647	.234	.242	.357
12. Documenting the development of Issues and ideas.	.577	.215	.318	.180
Customer Orientation				
1. Considering customer's needs and satisfaction goals.	.224	.812	.139	.181
2. Performed to customer satisfaction, customer evaluation.	.059	.805	.124	.217
3. Customer needs to understand the advantage of competitors.	.273	.780	.253	.096
4. Strategies for customer value.	.350	.769	.109	.141
5. Identify customer satisfaction.	.265	.715	.335	.256
6. The focus on after-sales service.	.289	.697	.221	.284
7. Regular visits to customers.	.120	.689	.322	.141
Competitive orientation				
1. Strategies for charging the customer value.	.157	.230	.793	.340
2. On the competitors, behavioral quickly, correspondence.	.268	.279	.792	.179
3. Regularly discuss competitors' strengths, weaknesses.	.172	.205	.786	.305
4. Competitive advantage for the selection of target customers.	.165	.399	.732	.025
5. Integrate internal functions to meet customer needs.	.313	.313	.226	.777
6. Inter organizational or interdepartmental resources.	.407	.239	.250	.716
7. Employees understand how customer value.	.384	.273	.237	.694
8. Free dialogue between the department of customer information.	.239	.366	.334	.686
Cronbach's α	.922			

Method : Principal Component Analysis, Berry Max Kaiser normalization.

<Table 4> Factor analysis on the Green Management Performance

Questionnaire items	F1	F2	F3
Green performance			
1. Waste quality dignified recycling reuse.	.907	.116	.039
2. Improving energy efficiency is higher.	.872	.078	.076
3. Friendly green process improvement.	.777	.279	.105
4. Waste generation was reduced.	.745	.229	.170
5. Safety/risk management, green management skills improve.	.905	.141	.115
Customer performance			
1. Customer satisfaction has improved.	.175	.901	.202
2. Was higher customer retention.	.490	.674	-.047
Financial Performance			
1. The usable life increase in net profit to sales and financial performance.	.197	.138	.912
2. Increase over the previous year, export growth to increase competitiveness.	.226	.167	.900
3. The past three years, net sales increased financial performance.	.175	.224	.883
4. Increase competitiveness by increasing domestic market share.	.180	.159	.763
Cronbach's α	.836		

Method : Principal Component Analysis, Berry Max Kaiser normalization.

법을 사용하였으며, 요인의 회전은 베리맥스 방식을 사용하여 실증분석을 하였다. 전략적 지향성에 대한 요인분석은 <Table 3>과 같고, 녹색경영성과에 대한 요인분석은 <Table 4>와 같다. 신뢰도계수는 0.922, 0.836로 신뢰성이 있는 것으로 분석되었다.

4. 분석 결과

본 연구에서는 가설 검증을 위해 분석을 실시하였다. 분석은 1단계로 전략적 지향성(기술, 고객, 경쟁)을 독립변수로 투입하고, 2단계로 녹색경영성과를 종속변수를 투입하여 조사한 결과 <Table 5>와 같이 검증되었다.

H1의 분석결과 전략적 지향성은 녹색경영성과에 대하여 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta = .701, p < .005$).

전략 지향성의 세 차원 고객지향 고객선호들을 통합하여 제품개발 및 마케팅활동에 영향을 미치며 경쟁 지향성은 경쟁자에 대한 정보를 통합하여 제품개발 및 마케팅 활동이 녹색경영성과에 영향을 미치고 있다. 기술 지향성은 혁신을 통합하여 제품개발 및 마케팅 활동으로 녹색경영성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<Table 5> Regression Analysis for Green Management Performance

Division	Non-standardized coefficients		Standardized coefficients	t	P-Value
	B	standard error	β		
(Constant)	1.988	.352		5.642	.000***
Strategic Orientation	.810	.074	.071	10.944	.000***

R² = .491, F Variation = 119.774
P-Value = .000, Durbin-Waston = 2.050

N = 126. * $\rho < .05$, ** $\rho < .01$, *** $\rho < .001$.

<Table 6>에서 H2-1~H2-3 분석결과 고객 지향성과 기술 지향성은 녹색경영성과에 대하여 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났고, 경쟁 지향성은 녹색경영성과에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 회귀 분석결과 H2-1, H2-3은 지지되었고, H2-2는 지지되지 않았다.

고객 지향성은 고객의 불편사항에 적극적으로 개선하고, 고객에 대한 많은 정보, 고객만족, 사후서비스 등은 녹색성과에 영향을 미치고 있으며, 기술지향성은 설계능력, 직원자질향상, 새로운 기술 및 기법수용, 우수한 인적자원 운영은 녹색성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<Table 6> Regression Analysis on the Green Performance

Division	Non-standardized coefficients		Standardized coefficients	t	P-Value
	B	standard error	β		
(Constant)	1.706	.341		4.999	.000***
customer orientation	.329	.089	.370	3.713	.000***
competitiv orientation	-.017	.097	-.019	-.178	.859
technology orientation	.329	.079	.377	4.164	.000***

R² = .416, F Variation = 28.952
P-Value = .000, Durbin-Waston = 1.929

N = 126. * $\rho < .05$, ** $\rho < .01$, *** $\rho < .001$.

<Table 7>에서 H3-1~H3-3 분석결과 경쟁 지향성은 녹색경영성과에 대하여 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났고, 고객 지향성과 기술 지향성은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 분석결과 H3-2은 지지되었고, H3-1, H3-3은 지지되지 않았다.

기업은 경쟁회사정보, 고객요구사항, 경쟁회사 전략, 경쟁을 통한 수주전략, 경쟁우위 기회포착으로 고객성과

를 올릴 수 있는 것으로 나타났다. 고객지향과, 기술지향에 대한 지나친 노력은 오히려 고객성과에 영향을 미치지 않을 수 있다는 연구 결과를 도출할 수 있었고, 내부적인 경쟁력 확보와 혁신으로 고객성과 달성을 위한 노력을 해야 한다.

<Table 7> Regression Analysis for Customer Performance

Division	Non-standardized coefficients		Standardized coefficients	t	P-Value
	B	standard error	β		
(Constant)	2.034	.634		3.208	.002**
customer orientation	.173	.165	.128	1.049	.296
competitiv orientation	.343	.181	.245	1.900	.050*
technology orientation	.016	.147	.012	.107	.915

R² = .126, F Variation = 5.850
P-Value = .000, Durbin-Waston = 2.010

N = 126. * $\rho < .05$, ** $\rho < .01$, *** $\rho < .001$.

<Table 8>에서 H4-1~H4-3 분석결과 기술 지향성과 경쟁 지향성은 재무성과에 대하여 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났고, 고객 지향성은 영향을 미치지 않는 것으로 분석됐다. 따라서 회귀분석결과 H4-2, H4-3는 지지되었고, H4-1는 지지되지 않았다.

경쟁적이고 혁신적인 운용과, 기술혁신, 인적자원 발굴, 신기술획득, 설계능력 등은 재무성과에 영향을 미치는 것으로 나타났고, 이러한 활동은 더 높은 재무적성과를 올릴 수 있다는 시사점을 주고 있다. 그러나 고객지향은 고객정보, 고객요구사항, 고객만족을 위한 투자 등은 주요한 요소이나 지나친 활동은 오히려 재무성과에는 부정적 영향을 줄 수 있다는 결론을 얻을 수 있었다.

<Table 8> Regression Analysis on the Financial Performance

Division	Non-standardized coefficients		Standardized coefficients	t	P-Value
	B	standard error	β		
(Constant)	1.052	.382		2.754	.007**
customer orientation	.044	.099	.043	.440	.660
competitiv orientation	.384	.109	.366	3.530	.001***
technology orientation	.331	.088	.333	3.742	.000***

R² = .435, F Variation = 31,373
P-Value = .000, Durbin-Waston = 2.175

N = 126. * $\rho < .05$, ** $\rho < .01$, *** $\rho < .001$.

본 연구의 검증결과 전략적 지향성(고객, 경쟁, 기술)이 녹색경영성과에 미치는 영향을 요약하면 <Table 9>과 같다.

<Table 9> Hypothesis Testing Results

Division	Green performance	Customer performance	financial performance
customer orientation	Significant	Non Significant	Non Significant
competitiv orientation	Non Significant	Significant	Significant
technology orientation	Significant	Non Significant	Significant

5. 결 론

본 연구의 가설 검증결과를 요약하면 전략적 지향성 즉, 고객 지향성, 경쟁 지향성, 기술 지향성은 녹색경영성과에 대하여 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 가설검증 결과를 보면 첫째, 전략적 지향성 중 고객 지향성과 기술 지향성은 녹색성과에 대하여 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 전략적 지향성 중 경쟁 지향성은 고객성과에 유의한 영향을 나타냈다. 마지막으로, 전략적 지향성 중 경쟁 지향성과 기술 지향성은 재무성과에 대하여 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구의 연구결과가 제시하는 시사점은 다음과 같다. 전략적 지향성적인 기업은 녹색경영성과에서 높은 성과가 있는 것으로 나타났다. 본 연구를 통해 측정된 가설 검증결과 조직구성원들의 전략적 지향성과 녹색경영성과는 기업에 직접적인 영향을 미치는 것으로 파악 되었다. 본 논문에서 보면 전략적 지향성이 녹색경영성과에 미치는 영향에 대해서 사회적 지원, 지지를 확대하여 좀 더 효율적인 성과를 이끌어내기 위한 정책지원과 교육훈련을 시행할 필요가 있다고 본다.

References

- [1] Bragdon, J. and Marlin, J., Is Pollution Profitable?. *Risk Management*, 1972, Vol. 19, p 9-18.
- [2] Chen, K. and Metcalf, R., The Relation between pollution control record and Financial Indicators Revisited. *Accounting Review*, 1980, Vol. 55, No. 1, p 168-177.
- [3] Chung, J.K., A study on the effect of fitness among strategic typology, FMS level and management accounting informations characteristics on manufacturing performance. *Korean Accounting Association*, 2005, Vol. 27, No. 1, p 1-26.
- [4] Cooper, R.G., New Product Strategies : What Distinguish es the Top Performers?. *Journal Product Innovation Management*, 1984, Vol. 2, No. 2, p 151-164.
- [5] Dulworth, M.R., Landen, D.L., and Usilaner, B.L., Employ involvement systems in USA corporations : Right objectives. *Wrong Strategies National Productivity Review*, 1990, p 141-156.
- [6] Flynn, B.B., Schroeder, R.G., and Sakakibarac, S., A framework for international quality management research and an associated measurement instrument. *Journal of Operations Management*, 1994, Vol. 11, No. 4, p 339-366.
- [7] Gatignon, H. and Xuereb, J.-M., Strategic Orientation of the Firm and New Product Performance. *Journal of Marketing Research*, 1997, Vol. 34(February), p 77-90.
- [8] Hamel, G. and Prahalad, C.K., Corporate Imagination and Expeditionary Marketing. *Harvard Business Review*, 1991, Vol. 69(July/August), p 81-92.
- [9] Han, J.K., Kim, N.W., and Rajendra, K.S., Market Orientation and Organizational Performance : Is Innovation a Missing Link? *Journal of Marketing*, 1998, Vol. 62(October), p 30-45.
- [10] Kim, C.H., Study on the Effects of the introduction of an environmental management system in the company's financial performance. ChungAng University doctoral dissertation, 2005.
- [11] Ko, Y.H., Chung, Y.B., and Yoo, W.S., A Study of the Green Management Requisites Effect on Corporate Performance. *Journal of the Society of Korea Industrial and Systems Engineering*, 2012, Vol. 35, No. 1, p 93-100.
- [12] Korea Federation of Small and Medium-sized Businesses, 2009.
- [13] Kwak, S.G. and Kim, P.G., Evaluation of social performance, been to South Korea of enterprises. *Journal of Business Administration*, Seoul National University, 1993, p 63-93.
- [14] Lee, S.G. and Kim, J.G., A Study on the Effects of corporate performance to strategic orientation The moderating effect of organizational structure and the size of the organization. *The Korean Society of Corporate Management*, 2009, Vol. 16, No. 1, p 223-236.
- [15] Ministry of Environment, Environmentally Friendly Company designation system of an environment friendly comp

- any ratings Notice, 2004.
- [16] Narver, J. and Slater, S.F., *The Effect of a Market Orientation on Business Profitability Journal of Marketing*, 1990, Vol. 54, p 20-35.
- [17] The basic act on Low carbon Green growth, 2010.
- [18] The Presidential Committee on Green Growth, Ministry of Environment. *Small and Medium Business Administration*, Green growth, spread Seminar, 2009.
- [19] Veliyath, R. and Shortell, S.M., Strategic orientation strategic planning system characteristics and performance. *The Journal of management studies*, 1993, Vol. 30, No. 3, p 64-76.
- [20] Yoon, J.H. and Kim, Y.J., Impact of environmental management in Small Business operating performance of the company. *Small Business Research*, 2000, Vol. 22, No. 1, p 63-1.