

수출중소기업 국제화에 있어 조직의 창의성과 기업가정신의 역할에 관한 실증분석*

An Empirical Study on the Roles of Organizational Creativity and Entrepreneurship in
improving the level of Internationalization

윤정현(Junghyun Yoon)

포스텍 기업가센터 연구조교수, 주저자

이희용(Hee-young Lee)

영남대학교 국제통상학부 조교수, 교신저자

목 차

I. 서 론
II. 이론적 배경과 가설설정
III. 분석방법론
IV. 실증결과의 해석

V. 결 론
참고문헌
ABSTRACT

국문초록

창의성과 기업가정신을 강조하는 창조경제시대에 살고 있는 한국의 중소기업들은 이들 요인을 간과해서는 안 된다. 특히, 급변하고 불확실한 글로벌 시장에 진출하고 생존하고자 하는 기업들에게 창의성과 기업가정신은 무엇보다 중요하다. 이에 본 연구에서는 수출중소기업을 대상으로 창의성과 기업가정신, 그리고 이들 변수들이 국제화에 얼마만큼의 영향을 주는지 실증적으로 알아보고자 한다. 그 결과, 창의성의 하위변인 모두가 기업가정신에 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있어 창의성이 기업가정신의 선행변인임을 알 수 있었다. 더불어, 기업가정신 역시 수출중소기업의 국제화 수준에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤으며, 기업가정신은 창의성(독창성과 유창성)과 국제화 수준 간의 관계를 부분적으로 매개하고 있었다. 이러한 결과는 국제화 수준을 결정하는 기업가정신을 고취시키는데 창의성이 반드시 선행되어야 하며, 기업가정신을 통해서 국제화 수준이 향상된다는 점을 시사하고 있다.

주제어 : 창의성, 기업가정신, 국제화 수준, 수출중소기업

* 이 논문은 2012년 정부(교육부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2012S1A3A2033963)

I. 서론

2014년 1월 말, 박근혜 대통령은 제 44차 세계경제포럼(WEF) 연차 총회에서 창의성과 기업가정신을 근간으로 하는 창조경제의 중요성을 강조하였다. “창의성과 함께 창조경제 구현의 성공적인 결과를 도출하는데 핵심역할을 하는 것은 기업가정신이다.” 즉, 조직의 창의성은 혁신적인 아이디어를 도출하는데 원천적인 요인으로 작용하고 이는 다시 기업가정신으로 이어진다는 것이다. 그리고 이러한 과정을 통해 조직은 혁신을 발전할 수 있다. 특히, 급변하는 글로벌 환경에서 기업이 생존하기 위해서는 혁신적인 사고와 행동, 그리고 위험을 감수하고 기회를 탐색할 수 있는 결단이 필요하다(Kirca et al., 2012; 조연성, 2012). 여기에 중추적인 역할을 하는 것이 바로 박근혜 대통령이 말한 창의성이다.

창의성은 ‘새롭게 독창적이고 유용한 것을 생각해내는 능력’으로 정의되고 있다(Sternberg and Lubart, 1991). 그에 반해 기업가정신은 ‘위험을 감수하고 새로운 기회를 인식하며, 혁신을 추구하여 새로운 가치를 창출하는 것’으로 정의된다(김상표 외, 2014). 사실 창의성과 기업가정신은 독립된 개념으로서 다른 관점에서 연구가 진행되어왔다. 하지만, 다음과 같은 이유로 인해 창의성과 기업가정신 간의 관련성을 알아보는 것은 학문적으로 의의가 높을 것이라 판단된다. 창의성과 기업가정신 간 유의한 상관관계가 존재한다는 주장도 있으며(Rohani, 2013), 그 반대의 경우도 존재하기 때문에(Fazaneh et al., 2010) 이에 대한 명확한 관계를 실증적으로 알아봄으로써 관련 학문분야의 발전을 도모할 수 있다. 다시 말해, 조직이 가지고 있는 창의성이 기업가정신을 발전하는데 어떠한 영향을 미치는지, 창의적 역량이 높으면 기업가정신의 정도도 높아지는지, 그리고 창의적인 풍토를 만들 경우, 기업가정신도 자연스럽게 높아질 것인지를 살펴봄으로써 기업가정신과 창의성 분야의 학문적 진보를 이룰 수 있다는 것이다. 이처럼 창의성과 기업가정신이 중요하다는 생각에는 많은 연구자들(김상표 외, 2014)이 합의를 하고 있어, 최근 불어오는 창조경제와 함께 연구의 필요성이 증대되고 있다.

앞서 언급한 것처럼 창의성과 기업가정신은 사실 국제화를 추구하는 기업들에게도 매우 중요한 이슈이다. 글로벌 환경은 불확실성이 매우 높으며, 그러한 환경 속에서 기업이 성장하고 생존하기 위해서 조직 자체의 창의적 역량이 반드시 선행되어야 한다(최석봉 외, 2013). 국제화를 추구하는 중소기업들이 불확실성이 높은 글로벌 시장에 진출하기 위해서 위험을 감수하고 혁신적인 사고와 행위를 하는데 필요한 기업가정신이 필요하며 이러한 기업가정신을 고취시키기 위해서 조직의 창의성이 필요하다는 배경 하에 본 연구자는 다음과 같은 목적을 제시하고자 한다. 첫째, 조직, 특히 수출중소기업이 가지고 있는 창의성이 기업가정신에

어떠한 영향을 미치는지 실증적으로 알아보려고 한다. 둘째, 기업가정신이 실제 중소기업 국제화 수준에 어떠한 영향을 미치는지 알아본다. 셋째, 조직의 창의성이 국제화 수준에 어떠한 영향을 미치는지 실증적으로 알아본다. 넷째, 조직의 창의성과 국제화 수준 간의 관계에 있어 기업가정신이 어떠한 역할을 하는지 실증적으로 살펴본다. 끝으로 이러한 연구결과를 토대로 학문적이고 실무적인 시사점을 도출하는데 본 연구의 마지막 목적이 있다.

II. 이론적 배경과 가설설정

1. 창의성

라틴어 *Creo*를 어근으로 하는 *Creatio*에서 유래한 창의성(creativity)이라는 말은 ‘무(無)에서 유(有)를 만들거나 새로운 무언가를 산출하는 것’을 의미한다. 과거 창의성은 지식이 뛰어난 사람들의 전유물 정도로만 치부되었다. 하지만, 1950년대 Guilford가 미국심리학회장에 취임하면서 널리 사용되었다(박종안, 2005). 창의성은 심리학 연구에서 먼저 다루어졌으며, 경영학에서는 혁신을 논할 경우 창의성에 대한 언급을 하였다. 하지만, 20세기 중반, Amabile et al.(2004) 등 일부 학자들이 창의성을 기업조직에 적용하기 시작하였다. 이후 창의성에 대한 관심이 경영학을 전공한 학자들에게 스며들었으며, 그 중요성도 증대되었다. 그럼에도 불구하고 창의성에 대한 개념은 매우 다양하게 정의되었다(유인하, 2011). 먼저, Osborn(1953)은 창의성을 ‘일상생활에서 발생하는 여러 가지 문제들을 새롭고 독특한 방법을 해결해나가는 방법’이라고 정의하였으며, 창의성의 개념을 널리 알린 Guilford(1987)는 ‘새로운 무언가를 창출할 수 있는 개인적 능력’을 창의성이라고 불렀다. Amabile(1988)은 ‘개인이나 조직에 의해 만들어진 새로운 아이디어의 산출물’이라고 창의성을 정의하였으며, Csikszentmihalyi(1996) 역시 ‘개인적인 측면과 사회 또는 조직적인 측면에서 상호작용이 일어남으로써 발생하는 새롭고 가치있는 아이디어와 행위’로 창의성을 정의하였다. 국내의 김영채(2001)는 창의성을 ‘혁신적이고 유용한 아이디어를 창출해나가는 과정’이라 정의하였으며, 조현아·권낙원(2007)은 행동학적 관점에서 창의성을 ‘창의적인 활동, 즉 새로운 무언가를 창출하거나 아이디어를 제시할 수 있는 역량 및 활동’으로 정의하였다. 요약하면, 창의성은 누구나 그리고 어떠한 조직이나 가질 수 있는 것이며, 자신이 가지고 있는 자원을 기반으로 새롭고 독창적이며 유용한 아이디어를 창출해나가는 역량으로 정의할 수 있다.

창의성을 제대로 이해하기 위해서는 구성개념의 파악이 선행되어야 한다. 창의성에 대한 개념정의가 학자들마다 차이가 존재하기 때문에 구성개념 역시 차이가 있을 것이다. 먼저, Dacey and Lennon(1998)은 생물학적 요소, 개인적 성향, 인지적 요소, 미시사회적환경, 거시사회적환경 등을 창의성의 구성요소로 제시하였다. 그들의 주장을 좀 더 자세하게 살펴보면, 개인적 성향은 위험감수성, 도전정신 등으로 측정하였으며, 인지적 요소는 지식과 사고력으로, 미시사회적환경은 가족, 친구 등과의 관계로, 거시사회적환경은 직장, 교육, 종교 등으로 측정하였다. 그에 반해, Guilford(1967)는 유연성, 독창성, 민감성, 정교성, 유창성 등을 창의성의 구성요소라고 정의하였다. Amabile(1996) 역시 개인의 창의적 사고와 역량, 그리고 관련 지식 등이 창의성을 구성하는 구성요소로 보았다. 개인적 성향과 인지적 요소로 창의성을 구분한 Urban(2013)은 위험감수성, 모호성에 대한 인내, 집중력, 동기유발 등을 개인적 성향 요소로, 그리고 일반지식과 창의적 사고력, 그리고 관련 기술 및 역량 등을 인지적 요소라고 주장하였다. 이처럼 창의성에 관한 연구는 두 가지 관점에서 구분이 된다. 하나는 ‘혁신적이고 가치 있는 무언가를 만들어낼 수 있는 능력’으로 정의된 인지적 관점이며, 다른 하나는 개인적인 성향을 강조한 비인지적 관점이다. 먼저 창의적 역량 측면의 연구를 살펴보면, Lakshmanan and Krishnan(2011)은 경험이 많은 사람들은 어떠한 문제에 봉착했을 때 이를 해결할 수 있는 해결책이 갑자기 떠오를 수 있는 능력이 있으며, 이를 창의적인 문제해결능력으로 정의하였다. 그들은 불확실한 환경에 직면한 조직들이 이러한 경험을 통해 환경을 극복한다는 주장을 하였으며, 이는 불확실한 글로벌 환경 속에 놓여있는 수출중소기업에도 적용이 가능할 것이다. 예를 들어, 전혀 알려지지 않은 미지의 시장에 진출하기 위해서 최고경영자의 경험과 창의적인 역량이 선행되어야 한다. 그리고 창의적 역량을 가지고 있는 조직일수록 이를 확산하여 기업가정신도 고취시킬 수 있는 잠재적 가능성이 높아진다(Runco, 2004).

관련되어진 선행연구와 정의들은 역량이라는 관점에서 창의성이 글로벌 시장과 같은 불확실한 환경에 적응하고 진입하는데 있어 매우 핵심적인 요인으로 작용하고 기능한다는 것이다.

2. 창의성, 기업가정신, 그리고 국제화 간의 관계

혁신성, 진취성, 위험감수성 등이 일반적인 기업가정신의 구성개념이다(Kaufmann and Dant, 1999). 그리고 혁신성을 추구하기 위해서 창의성은 반드시 선행되어야 하며, 특히 불확실한 환경에서 기회를 발견하고자 하는 진취성과 위험감수성에도 직간접적으로 영향을 줄 것이다(김상표 외, 2014). 서론 부분에서 언급한 창의성이 높은 조직일수록 기업가정신이 높아 글로

별 시장에 공격적으로 진출할 수 있을 것이라는 명제에 관련된 연구를 살펴보면, 먼저 소기업을 대상으로 창의적 기업가정신을 연구한 Halim and Mat(2010)는 개인수준의 창의성과 조직수준의 창의성 모두가 기업가정신에 유의한 정(+)의 영향을 미치며, 이를 통해 혁신적인 제품의 개발, 경쟁우위 달성, 성과 향상 등을 달성할 수 있다고 하였다. 특히, 개인수준보다 조직수준의 창의성이 기업가정신에 좀 더 큰 영향력을 행사하였음을 강조하였다. Farzaneh et al.(2010)은 대학생을 대상으로 연구를 수행하였으며, 창의성과 기업가정신 간에는 유의한 상관관계가 존재한다는 사실을 증명하였다. 하지만, 기업가정신이 반드시 창의성에 의해 직접적인 영향을 받는 것이 아니라 간접적인 영향을 통해 발현될 수 있다는 것을 회귀분석 결과를 통해 알게 되었다. 그 결과, 그들은 창의성이 기업가정신의 필요조건이지 충분조건은 아니라는 점을 강조하였다. 현상학적 방법을 사용하여 기업가정신과 창의성의 관계를 살펴본 Kleiman(2008)은 제약에 초점을 둔 경험, 과정에 초점을 둔 경험, 제품을 초점을 둔 경험, 변형에 초점을 둔 경험, 자기 충만에 초점을 둔 경험 등 다섯 가지 창의적 경험에 관한 연구를 하였다. 그는 제약에 초점을 둔 경험에서 자기 충만에 초점을 둔 경험으로 갈수록 기업가적 성향이 강해진다는 점을 발견하였다. 창의적 성격 특성과 기업가의 성격 특성 간 유의한 상관관계가 존재하고 있다고 주장한 Feist(1999)의 연구를 바탕으로 Rohani(2013)는 창의성과 기업가정신이 혁신성 및 위험추구성이라는 개념적인 측면에서 상관관계가 매우 높음을 발견하였다. AEIO, 즉 행동(Action), 탐구(Exploit), 혁신(Innovation), 망각(Oblivion), 독특함(Unique) 등으로 창의성과 기업가정신 간의 관계를 설명한 Minranda et al.(2009)은 기업가정신이 태도를 변화시키고 직무나 사업에 대한 몰입도를 높여주고 독창적인 제품과 서비스를 창출하기 위한 혁신적 아이디어를 탐구하는 행동으로 구체화된다고 하였다. 여기에서 창의성은 투입요인이며, 기업가정신은 중간과정이자 결과요인이다(김상표 외, 2014). 이처럼 창의성은 기업가정신과 직간접적으로 유의한 관계가 존재하고 있다는 것을 앞선 선행연구를 통해 알 수 있다.

창의성에 대한 연구를 지속적으로 해온 Amabile(1997)은 혁신적이고 독특한 아이디어의 산출과 실행이 신규창업을 발현할 수 있다고 주장하였다. 한편 그는 기업가정신이 기존의 시장을 벗어나 새로운 시장의 기회를 탐색하고 진출하고자 하는 일련의 과정으로 정의될 수 있음을 강조하면서 기업가들의 활동과 창의적 활동가의 행동과 유사하다는 언급을 하였다. 이는 기업가정신과 창의적 활동 또는 역량이 유의한 상관관계가 존재함으로 보여주는 결과이다. 같은 맥락에서 Lee et al.(2004) 역시 신규기업을 대상으로 조사를 해본 결과, 창업을 위해서 기업가정신이 반드시 필요하며, 기업가정신을 촉진시키기 위해서는 창의적 환경이 조직에

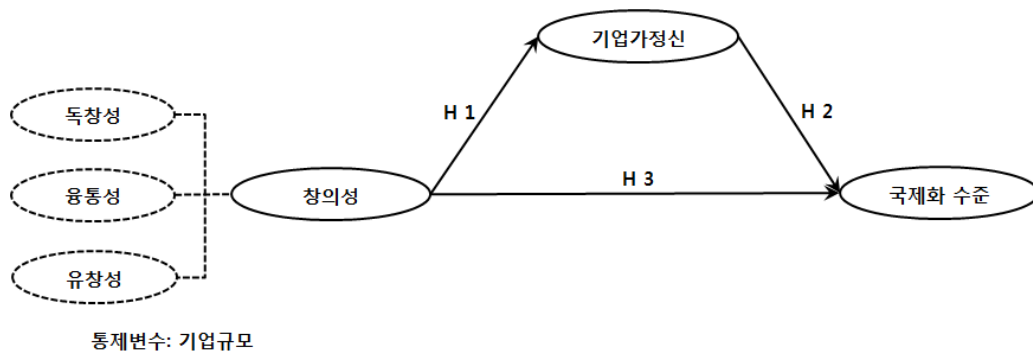
착근되어야 함을 강조하였다. 이는 국제시장에 진출하고자 하는 조직에 적용이 가능하다. 글로벌 시장이라는 알 수 없는 시장에 진출하고자 하는데 있어 기업가정신은 매우 중요한 역할을 하게 되며(Onetti, 2012), 창의성은 그러한 기업가정신을 발현하는데 없어서는 안 되는 중요한 변인이라는 점을 추측할 수 있다. 다시 말해, 창의성이 없는 조직은 글로벌 시장에 진출하기가 그리 쉽지는 않다는 것이다. 이러한 사실은 Onetti(2012)의 연구에서도 알 수 있다. 그는 혁신적인 사고, 즉 창의적인 사고가 기업가정신을 발현하고 이를 통해 성공적인 국제화가 이루어진다고 하였다. 마지막으로 가족기업을 대상으로 창의성과 혁신, 그리고 기업가정신 간의 관계를 실증적으로 알아본 Carvalho and Williams(2014)는 혁신을 도모하여 글로벌 시장에 진출하고자 하는 기업들이 반드시 가져야 하는 덕목이 바로 기업가정신이고 기업가정신을 발현하고 혁신을 창출하는데 필요한 것이 창의성이라는 것을 강조하였다.

이상의 연구결과를 종합해보면, 창의성과 기업가정신, 그리고 불확실한 글로벌 시장으로의 진출 간에는 분명한 상관관계가 존재한다는 것을 알 수 있으며, 이를 바탕으로 본 연구자는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- 가설 1. 창의성(유동성, 독특성, 유창성)은 기업가정신에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2. 기업가정신은 국제화 수준에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3. 기업가정신은 창의성(유동성, 독특성, 유창성)과 국제화 수준 간의 관계를 매개할 것이다.

3. 연구모형의 설정

본 연구에서는 역량 관점에서의 조직창의성, 기업가정신, 그리고 국제화 수준 간의 관계를 실증적으로 증명하여 학문적·실무적 시사점을 도출하는데 연구의 목적이 있다. 이러한 목적을 달성하기 위해 선행연구 검토를 하였으며, 다음과 같은 연구모형을 설정하였다.



<그림 1> 연구의 모형

Ⅲ. 분석방법론

1. 모집단의 정의와 표본 추출

국제화 경험을 가지고 있는 기업을 선별하는 것은 쉬운 일이 아니다. 하지만, 관련 데이터 베이스가 한국무역협회 등과 같은 기관에서 보유를 하고 있었기 때문에 다음과 같은 절차를 통해 표본을 정제하였다. 먼저, 한국무역협회에서 제공하는 수출기업 리스트를 조사하여 1차 적으로 기업을 분류하였다. 이 중에서 홈페이지(homepage)가 존재하는 기업에 들어가 국제화를 시작한지 많이 되지 않은 기업들로 2차 분류하였다. 국제화를 시작한지 많이 되지 않은 기업들로 분류한 이유는 그러한 기업일수록 보다 생생한 의견을 줄 수 있기 때문이다. 이러한 과정을 통해 분류된 500개 기업을 대상으로 2015년 1월부터 4월까지 설문지 수거를 하였으며, 총 298부를 회수하였다(회수율 59.6%). 회수된 설문지 가운데 일부 답이 표기되지 아니한 설문지와 불성실한 응답을 보인 10부를 제외한 288부를 최종분석에 투입하였다. 표본의 특성을 살펴보면 <표 1>과 같다. <표 1>에서 알 수 있듯이, 응답자 대부분(86.15%)가 과장 이상의 직위를 가지고 있어 조직의 의견을 대변하는데 무리가 없을 것이라 판단된다. 다음으로 수출경험년수를 살펴보면, 모든 기업들이 7년 미만 안에 국제화를 경험한 기업으로 태생적인 국제화 기업임을 알 수 있다. 마지막으로 조직규모를 설명하기 위해 채택된 종업원 수의 경우에는 249명 미만의 종업원을 가진 중소기업임을 알 수 있으며, 연구의 목적이 부합한 결과이다.

<표 1> 표본의 인구통계학적 특성

구분		응답자 수	비율(%)
직위	주임	16	5.55
	대리/계장	24	8.3
	과장	80	27.8
	부장/팀장	16	5.55
	임원(이사)	40	13.9
	전문경영인	50	17.4
	소유경영인(창업자)	62	21.5
	계	288	100.0

구분		응답자 수	비율(%)
수출 경험 년수	1년 미만	8	2.8
	1-3년 미만	128	44.4
	3-5년 미만	112	38.9
	5-7년 미만	40	13.9
	계	288	100.0
종업원수	1-39명	48	16.7
	40-49명	152	52.8
	50-99명	64	22.2
	100-149명	16	5.5
	200-249명	8	2.8
	계	288	100.0

2. 변수의 조작적 정의와 측정방법

1) 조직창의성

조직창의성은 ‘그 조직만이 가지고 있는 원천적인 아이디어를 산출할 수 있는 능력(독창성)’, ‘다양한 각도로 현상을 파악함으로써 포괄적이면서 유용한 아이디어를 산출할 수 있는 능력(융통성)’, ‘문제를 해결하기 위해 가능한 다양하고 많은 정보를 획득할 수 있는 능력(유창성)’ 등으로 정의하고 있으며(김상표 외, 2014; 엄혜미, 2014), Zhou and George(2003)와 엄혜미(2014)가 사용한 설문항목들을 연구목적에 맞게 수정·보완하여 사용하였다. 각각 4개, 4개, 5개의 설문항목을 사용하여 Likert 5점 척도(1=전혀 아니다, 5=매우 그렇다)를 통해 측정하였다.

2) 기업가정신

국제시장으로 진출하고자 하는 그리고 그러한 국제시장으로의 진출을 통해 가치를 창출하고자 하는 기업가의 혁신적이고 진취적이며, 위험감수적인 성향을 기업가정신으로 정의한 McDougall and Oviatt(2000)의 연구를 토대로 본 연구에서는 국제화를 추구하고자 하는 기업의 혁신성, 진취성, 위험감수성으로 이를 정의하고자 한다. Likert 5점 척도를 활용하여 이를 측정하였다(1=전혀 아니다, 5=매우 그렇다).

3) 국제화 수준

기업의 국제화 정도는 다양한 방법으로 측정할 수 있다. 해외진입 국가 수나 국가별 주주, 해외지사, 해외매출액 등 다양한 방법으로 측정이 가능하다. 본 연구에서는 국제화 수준을 측정하기 위해 진출한 국가의 수와 해외매출액 등을 사용하였다. 총 4개의 설문항목을 Likert 5점 척도를 활용하여 측정하였다.

4) 통제변수

국제화와 기업가정신을 함께 고려한 연구에서 가장 많이 사용되고 있는 통제변수가 바로 기업규모이다(Lekmat and Chelliah, 2014). 본 연구에서도 기업규모를 통제함으로써 변수들 간 순수한 효과를 도출하고자 하였다.

3. 변수의 신뢰도 및 타당도 분석

1) 타당도 분석

타당도란 측정도구가 측정하고자 하는 것을 정확히 측정할 수 있는 정도를 의미하다 (Carmines and Zeller, 1979). 본 연구에서는 타당도를 검증하기 위하여 확인적 요인분석을 실시하였다. 이를 위해 본 연구에서는 AMOS 22.0을 사용하였으며, 요인분석 결과는 다음 <표 2>와 같다.

<표 2> 확인적 요인분석 결과

요인	측정항목	타당도 검증			
		표준화 적재량	측정 오차	C.R	CR1 (AVE)
창의성	문제해결을 위한 정보를 최대한 수집	.748	.412	-	.869 (.623)
	문제해결을 위한 가능한 많은 아이디어 도출	.787	.325	42.789	
	수집된 정보를 최대한 활용하기 위한 폭넓은 방법 모색	.765	.407	37.580	
	문제해결을 위한 아이디어 도출의 원천을 다양하게 활용	.812	.321	36.795	
독특성	경쟁기업보다 탁월한 아이디어를 생각	.798	.324	-	.854 (.593)
	타기업과 다른 아이디어를 고안	.812	.472	38.159	
	경쟁기업이 생각하기 어려운 아이디어를 생각	.741	.493	37.185	
	우리 조직만의 새로운 방법으로 문제를 해결	.788	.401	41.581	

요인	측정항목	타당도 검증			
		표준화 적재량	측정 오차	C.R	CR1 (AVE)
유동성	우리 조직은 문제의 의미를 여러 각도에서 접근	.682	.402	-	.838 (.624)
	문제에 대한 원인으로 여러 각도에서 접근	.799	.312	33.745	
	문제해결의 결과를 여러 각도에서 접근	.784	.387	32.777	
	문제에 직면했을 때 해결책을 폭넓게 모색	.878	.433	41.859	
	복합한 현상을 여러 각도에서 분석하여 전체 파악	.821	.374	42.214	
기업가 정신	혁신성	.729	.358	-	.860 (.673)
	진취성	.884	.331	47.998	
	위험추구성	.839	.289	47.233	
국제화 수준	해외시장 진출 국가 수	.876	.273	-	.880 (.647)
	해외매출액	.709	.547	37.628	
	해외시장 진출 지사 수	.801	.385	43.285	
	전반적인 국제경쟁력 수준	.829	.211	45.693	

모형적합도: $\chi^2=534.607(df=180)$, RMR=0.051, GFI=0.912, AGFI=0.847, NFI=0.923, TLI=0.925, CFI=0.942

1. CR=Construct Reliability

모형의 적합도는 만족할만한 수치였다. 요약하면, χ^2 의 값은 기준치보다 높은 값을 보이고 있지만, χ^2 의 값은 표본의 수에 매우 민감하기 때문에 다른 지수를 살펴볼 필요가 있으며, RMR, GFI, AGFI, NFI, TLI, CFI 모두가 기준치를 넘고 있어 모형의 적합도는 만족할 수준이었다. 그리고 타당도를 알 수 있는 평균분산추출지수(AVE) 값 모두가 기준치인 0.5 이상을 넘기고 있어 변수의 타당도가 확보되었다고 판단할 수 있다.

2) 신뢰도 분석

신뢰도란 동일한 측정도구를 사용하여 개념을 반복하여 측정하였을 때 일관성 있게 측정하는 능력이며 반복적으로 적용하여 동일한 결과를 얻게 되는 내적일관성의 정도를 뜻한다. 신뢰도를 평가하기 위해 본 연구에서는 Cronbach's α 계수의 값과 개념신뢰도(CR=Construct Reliability)를 살펴보았다. 보수적인 연구의 경우, Cronbach's α 계수의 값은 0.6이상이면 유효하다고 볼 수 있으며, 개념신뢰도는 0.7 이상일 경우에 신뢰도가 확보되었다고 판단한다 (Nunnally, 1967). <표 3>에서 알 수 있듯이, 신뢰도 분석 모두가 기준치를 초과하고 있어 내적일관성이 확보되었다.

<표 3> 신뢰도 분석 결과

변수명	항목수	Cronbach' α	Construct Reliability
창의성	유동성	4	.844
	독특성	4	.798
	유창성	5	.809
기업가정신	3	.834	.860
국제화수준	4	.867	.880

4. 동일방법편의와 비응답편의 검증

본 연구에서는 변수 측정을 위해 설문지 기법만을 사용하였다. 그로 인해, 동일방법편의(common method bias) 현상이 발생할 가능성이 존재한다. 동일방법편의 현상의 존재유무를 판단하기 위해 본 연구자는 Podsakoff et al.(2003)의 연구를 참고하였다. 그들은 Harman의 단일요인 검증(Harman's single factor test)을 제안하였으며, 단일요인 검증을 실시한 결과, 가장 큰 설명력을 가진 제 1요인이 전체변량의 31.289%의 비중만을 가지고 있어 그 어떤 지배적 요인이 발견되지 않았다고 판단된다. 즉, 본 연구에서는 동일방법편의가 존재하지 않는다고 판단할 수 있다.

동일방법편의 현상과 더불어 대표적인 측정도구의 오류 중 하나가 바로 비응답편의(Non-response Bias)이다. 비응답편의 현상은 설문결과를 한쪽으로 치우치게 만들게 되어 이에 대한 검증이 필요하다. Armstorong and Overton(1977)의 연구를 바탕으로 본 연구에서는 먼저 받은 응답자 집단과 나중에 받은 응답자 집단으로 구분하여 집단 간 차이분석을 실시하였다. 그 결과 비응답편의 현상 역시 존재하지 않았다(혁신성, $p=0.458$; 진취성, $p=0.874$; 위험감수성, $p=0.641$; 창의성, $p=0.782$, 국제화 수준, $p=0.512$).

IV. 실증결과의 해석

1. 변수의 기술통계 및 상관관계 분석

변수들의 기술적 통계 특성과 변수들 간 상관관계가 어떤 방향이며, 어느 정도 관계를 갖는지, 그리고 판별타당도를 검증하기 위해 상관관계분석과 AVE 값을 살펴보았다. 이 과정에서 두 잠재변수 각각의 AVE 값이 개념들 간 상관관계수의 제곱값을 상회하는지 여부를 검토하였다. 상관관계분석(correlation analysis) 결과는 다음 <표 4>와 같다. <표 4>에 나타난 바와 같이 대각선의 상응하는 상관행렬의 제곱근 값보다 대부분 크기 때문에 구조방정식 모형 분석을 위한 판별타당성이 확보되었다고 판단할 수 있으며, 각 변수들 간에도 유의한 상관관계가 존재함을 알 수 있었다.

<표 4> 변수들의 평균, 표준편차 및 상관관계분석 결과표

	평균	표준 편차	기업 규모 (1)	유동성 (2)	독특성 (3)	유창성 (4)	기업가 정신 (5)	국제화 수준 (6)
(1)	1.8333	.82639	1					
(2)	3.5729	.76217	.032	1(.789)				
(3)	3.4418	.79844	.004	.454**	1(.770)			
(4)	3.5521	.67488	.009	.224**	.319**	1(.790)		
(5)	3.3125	.69652	-.069	.234**	.370**	.230**	1(.820)	
(6)	3.6076	.67442	-.044	.282**	.243**	.128*	.402**	1(.804)

* P<0.05, ** P<0.01

2. 가설의 검증

1) 연구의 적합성 평가

본 연구에서는 연구모형의 적합성 검증과 인과관계를 분석하기 위하여 독립변수로 수출중소기업의 조직창의성을 제시하였으며, 결과변수로는 국제화 수준을, 그리고 매개변수로는 기업가정신을 제시하고 있다. 먼저 모형의 적합도를 알아본 결과, $\chi^2=586.824(d.f=196, p=.000)$ 로 나타나 기준치를 완벽하게 충족시키는 것은 아니다. 하지만, χ^2 값만을 사용하는 것은 다소

문제가 있다. 왜냐하면 χ^2 은 표본크기와 다변수 정규성 편차에 너무 민감하기 때문이다. 특히, χ^2 값이 매우 크고 그 확률치가 매우 작아 유의적인 차이가 존재한다고 하더라도, 실제로 연구모형이 현실을 제대로 반영하는 적합도가 좋은 모형일 가능성이 크며, 모형검증의 다른 많은 조건들이 적합할 경우가 많기 때문에, χ^2 값이 아닌 다른 적합도 지수를 살펴보는 것이 타당하다. 우선 절대적합지수를 나타내는 대표적인 지수인 χ^2 과 함께 절대적합지수를 나타내는 GFI와 AGFI, 그리고 RMR값을 살펴보면, GFI=0.907, AGFI=0.855, 그리고 RMR=0.049로 나타났으며, 기초모형에 대한 제안모형의 부합도를 평가하는 증분적합지수 중 0.9이상이면 좋은 모형적합도를 가진다고 판단할 수 있는 NFI는 0.924이며, 나머지 적합도 지수인 TLI=0.937, CFI=0.947, 그리고 RMSEA=0.053으로 적합도가 만족할 만한 수준이라 연구를 수행하는데 문제가 없을 것이라 판단된다.

<표 5> 연구모형에 대한 적합도 지수

적합도 지표	χ^2	GFI	AGFI	RMR	NFI	TLI	CFI	RMSEA
지 수	586.824 (d.f.=196)	.907	.855	.049	.924	.937	.947	.053

2) 직접효과 가설 검증 (가설 1, 2)

<표 6>은 본 연구의 선행변수, 수출중소기업의 창의성의 하위변수들과 기업가정신이 국제화 수준에 미치는 직접효과에 대한 가설을 검증한 결과이다. 먼저, 수출중소기업의 조직창의성 모두가 기업가정신에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 보다 구체적으로 살펴보면, 유동성의 경로계수는 0.278이고, C.R값은 2.512, 그리고 p값은 0.022로 기업가정신에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤으며, 독창성($\lambda=0.416$, C.R=5.293, $p=0.000$)과 유창성($\lambda=0.403$, C.R=3.147, $p=0.002$) 역시 기업가정신에 긍정적인 영향을 미쳤다. 이는 조직창의성이 기업가정신을 발현하는 매우 중요한 선행요인임을 보여주는 결과이며, Halim and Mat(2010)와 Onetti(2012)의 연구결과를 지지하고 있다. 요약하면 가설 1은 완벽하게 지지되고 있다.

<표 6> 국제화 수준에 대한 직접효과 분석 결과

경로	경로계수	C.R	P
기업규모 → 기업가정신	.248	2.320	.022
유동성 → 기업가정신	.278	2.512	.012
독창성 → 기업가정신	.416	5.293	.000
유창성 → 기업가정신	.403	3.147	.002
기업규모 → 국제화 수준	.124	1.904	.057
유동성 → 국제화 수준	.102	1.027	.284
독창성 → 국제화 수준	.125	1.984	.049
유창성 → 국제화 수준	.119	2.335	.018
기업가정신 → 국제화 수준	.245	4.448	.000

다음으로 기업가정신과 국제화 수준 간의 관계를 살펴본 결과, 기업가정신($\lambda=0.245$, $C.R=4.448$, $p=0.000$)은 국제화 수준에 유의한 정(+)의 미쳤다. 중소기업들이 성공적인 국제화와 함께 수준을 향상시키기 위해서는 기업가정신이 선행되어야 한다는 것을 시사하고 있으며, Carvalho and Williams(2014)의 연구결과를 지지하고 있다. 가설 2 역시 완벽하게 지지되었다.

마지막으로 기업가정신의 매개역할을 보기 위한 과정으로 독립변수와 종속변수 간의 관계를 살펴본 결과, 유동성($\lambda=0.102$, $C.R=1.027$, $p=0.284$)을 제외한 독창성($\lambda=0.125$, $C.R=1.984$, $p=0.049$)과 유창성($\lambda=0.119$, $C.R=2.335$, $p=0.018$) 모두가 국제화 수준에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 이는 창의성이 국제화 수준을 개선시키는데에도 영향을 미친다는 것을 보여주고 있다.

3) 간접효과 가설 검증 (가설3)

Baron and Kenny(1986)의 매개효과검증과정을 통해 본 연구자는 창의성과 기업가정신 모두를 고려해야 함을 알 수 있다. 따라서, 이들 변수를 중심으로 최종 간접효과를 검증하였다. 다시 말해, 창의성이 국제화 수준에 영향을 미치는데 있어 기업가정신이 매개역할을 할 수 있는지를 검증한 결과가 <표 7>에서 보여주고 있다.

<표 7> 국제화 수준에 대한 간접효과 분석 결과

경로	경로계수	P
기업규모 → 기업가정신 → 국제화 수준	-.012	.487
유동성 → 기업가정신 → 국제화 수준	.041	.189
독특성 → 기업가정신 → 국제화 수준	.182	.008
유창성 → 기업가정신 → 국제화 수준	.191	.003

<표 6>에서 살펴본 선행변수들의 직접효과에 대한 가설검증 결과와 <표 7>에 나타나 있는 간접효과 분석 결과에 근거하여, 다음과 같이 기업가정신의 매개효과에 대한 가설검증을 실시하였다. 먼저, 수출중소기업의 창의성이 국제화 수준에 미치는 영향에 있어 기업가정신이 매개효과를 가지는지를 실증적으로 분석한 결과, 부분적이지만 기업가정신이 창의성과 국제화 수준 간의 관계를 매개하였다. 구체적으로, 독특성 → 기업가정신 → 국제화 수준에 대한 경로계수는 0.182이고 p값은 0.008로 통계적 유의성을 가져 기업가정신이 수출중소기업의 독특성과 국제화 수준 간의 관계를 부분매개하였다. 이는 수출중소기업의 경우, 성공적인 국제화를 도모하고 국제화 수준을 향상시키기 위해서 경쟁기업과 차별화된 아이디어나 솔루션의 마련과 함께 기업가정신이 반드시 선행되어야 함을 시사하고 있다.

기업가정신은 유창성과 국제화 수준 간 관계 역시 매개해주었다. 좀 더 구체적으로 살펴보면, 유창성 → 기업가정신 → 국제화 수준($\lambda=0.191$, $p=0.003$)의 간접효과가 통계적으로 유의하여 기업가정신은 이들 변수 간 관계를 부분적으로 매개하였다. 이는 국제화 수준 향상을 위해 진출하고자 하는 시장의 가능한 모든 정보를 수집할 수 있는 능력과 함께 기업가정신이 존재하여야 함을 보여준다. 이상의 연구결과를 요약하면, 가설 3이 부분적으로 채택되었다. 이상의 연구결과는 조직창의성이 기업가정신을 통해서 국제화 수준을 개선시킬 수 있음을 보여준다.

V. 결론

본 연구에서는 중소기업의 국제화에 있어 조직의 창의성과 기업가정신이 어떠한 역할을 수행하는지 그 결과를 실증적으로 알아보려고 하는데 연구의 목적이 있으며, 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 창의성을 구성하는 하위변인 모두가 기업가정신에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 이는 높은 수준의 창의성을 보유한 기업일수록 기업가정신이 발현되는 환경을 만들어주게 되어 궁극적으로는 기업가정신이 향상된다는 것을 보여주고 있다. 즉, 국제화를 추구하는 조직의 관리자들은 창의성이 자유롭게 활동할 수 있는 분위기를 만들어주는게 매우 중요하다는 것을 연구결과를 통해 알 수 있으며, Halim and Mat(2010)와 Onetti(2012)의 연구결과를 지지하고 있다.

둘째, 기업가정신은 국제화 수준에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 이는 성공적인 국제화를 도모하고 성과를 향상시키기 위해서 기업가정신이 선행되어야 함을 보여주고 있으며, Carvalho and Williams(2014)의 연구결과를 지지하고 있다. 이처럼 중소기업의 국제화는 그들이 가지고 있는 개별적인 역량도 중요하지만 최고경영자의 기업가정신이 매우 중요함을 알 수 있다. 왜냐하면, 중소기업의 경우 최고경영자의 의사결정이 바로 조직의 의사결정으로 연결되기 때문이다.

마지막으로 기업가정신은 조직창의성의 하위변인 중 독특성과 유창성, 그리고 국제화 수준 간의 관계를 부분적으로 매개해주었다. 이는 중소기업의 기업들이 국제화 수준을 향상시키기 위해서 진출하고자 하는 시장의 정보를 최대한 많이 그리고 다양하게 수집할 수 있는 능력과 차별화된 아이디어나 솔루션을 창출할 수 있는 능력을 고취시키고 기업가정신을 발현시켜야 함을 보여주고 있으며, Carvalho and Williams(2014)와 Onetti(2012)의 연구결과를 지지해주고 있다.

이상의 연구결과를 통해 우리가 알 수 있는 가장 중요한 점은 기업가정신을 고취시킬 수 있는 선행변인으로 창의성이 긍정적인 영향력을 행사하고 있다는 사실과 기업가정신의 매개 역할에 대한 증거를 제시함으로써 관련 연구자들에게 학문적 시사점을 제공하고 있다는 것이다. 더불어 실무자들에게도 국제화를 위해 조직이 취해야 하는 전략과 역량의 종류에 대한 시사점을 제공해주고 있다.

다음은 본 연구에서 고려하지 못했던 몇 가지 한계점을 가지고 있으며, 본 연구에서는 이러한 한계점의 설명과 함께 향후 연구의 방향을 제시하고자 한다. 먼저 창의성을 역량의 관점에서만 접근하고 있다. 이는 조직수준의 분석을 하기 위해 부득이하게 선택된 것이지만 향후 연구에서는 보다 다양한 창의성 변인, 예를 들어 개인의 성격특성 등을 고려한 연구가 추가되어야 할 것이다.

다음으로 기업가정신을 구성하는 대표적인 구성개념이 혁신성, 진취성, 위험추구성임에도 불구하고 이들 구성개념을 개별적으로 구분하여 창의성과의 관계를 살펴보지 못하였다는 한

계를 가지고 있다. 이에 향후 연구에서는 기업가정신을 세 가지 구성개념으로 구분하여 개별 변수들 간 관계를 살펴봄으로써 좀 더 심도 있는 연구결과를 도출할 필요가 있다.

끝으로 본 연구는 양적방법론을 사용하고 있다. 즉, 계량학적 접근을 통해 해석하는 연구에 치중하다보니, 현장의 목소리를 완벽하게 담지는 못하고 있다는 한계가 있다. 이에 향후에는 양적연구방법과 함께 질적연구방법을 병행하여 양적연구방법을 통해 증명된 사실들에 대해 연구자 본인의 자위적인 해석이 아닌 보다 객관적인 해석이 들어간 추가적인 연구가 진행되어야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 김상표 · 변충규 · 하환호, “창의성이 높으면 기업가정신도 높은가?: 인지적 · 비인지적 창의성이 기업가정신에 미치는 영향,” 『경영컨설팅연구』, 제14권 제3호, 2014, pp.67-78.
- 김영채, 『창의적 문제해결: 창의력의 이론 개발과 수업』, 2001, 서울: 교육과학사.
- 박근호 · 노승재 · 임효창, “국내 벤처기업 수출시기와 수출성과 결정요인에 관한 연구,” 『통상정보연구』, 제9권 제4호, 2017, pp.41-66.
- 박종안, 『대한민국 창의력 교과서』, 2005, 서울: 푸른솔.
- 엄혜미, “개인의 창의적 특성과 프로젝트 특성의 적합이 R&D 성과에 미치는 영향,” 이화여자대학교 박사학위논문, 2014.
- 유인하, “광고 아트디렉터의 업무환경이 개인창의성과 조직창의성에 미치는 영향 연구 : 임파워먼트 매개변인을 중심으로 『광고학연구』, 제22권 제5호, 2011, pp.147-172.
- 이희용 · 윤정현 · 여택동, “중소기업의 국제화 결정요인이 국제화 성과에 미치는 영향 : 대구 · 경북지역의 수출중소기업을 중심으로,” 『통상정보연구』, 제13권 제4호, 2011, pp.435-462.
- 조연성, “중소제조기업의 기업가정신과 수출성과 관계에서 제품차별화 역량의 매개효과,” 『통상정보연구』, 제14권 제3호, 2012, pp.113-138.
- 조현아 · 권낙원, “창의성의 영역과 측정에 대한 고찰,” 『학습자중심교과교육연구』, 제7권 제2호, 2007, pp.257-275.
- 최석봉 · 김정은 · 장수덕, “임파워링 리더십이 조직구성원의 혁신행동에 미치는 영향,” 『인적자원관리연구』, 제20권 제3호, 2013, pp.209-229.

- Amabile, T. M., "A Model of Creativity and Innovation in Organizations," *Research in Organizational Behavior*, Vol.10, 1988, pp.123-168.
- Amabile, T. M., Schatzel, E. A., Moneta, G. B., and Kramer, S. J., "Leader Behaviors and the Work Environment for Creativity: Perceived Leader Support," *Leadership Quarterly*, Vol.15, 2004, pp.5-32.
- Armstrong, J. S. and Overton, T. S., "Estimating Nonresponse Bias in Mail Surveys," *Journal of Marketing Research*, XIV (August 1977), 1977, pp.396-402.
- Carmines, E. G. and Zeller, R. A., *Reliability and validity assessment* (Vol. 17), New York: Sage publications, 1979.
- Carvalho, L. and Williams, B., "Let the Cork Fly: Creativity and Innovation in a Family Business." *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, Vol.15, No.2, 2014, pp.127-133.
- Chelliah, S., Sulaiman, M., and Munusamy, J., "The Role of Corporate Entrepreneurship in Internationalization of Small and Medium Manufacturing Enterprises (SMEs)." *International Journal of Interdisciplinary Social Sciences*, Vol.5, No.9, 2011, pp.505-516.
- Csikszentmihalyi, M. and Getzel, J. W., "Creativity and Problem Finding," In F. H. Farley and R. W. Neperud (Eds.), *The foundations of aesthetics, art, and art education*, pp.91-106, New York, NY: Praeger, 1988.
- Dacey, J. S. and Lennon, K. H. *Understanding Creativity: The Interplay of Biological, Psychological and Social Factors*. San Francisco: Jossey-Bass, 1998.
- De Miranda, P. C., Aranha, J. A. S., and Zardo, J., "Creativity: People, Environment and Culture, the Key Elements in Its Understanding and Interpretation," *Science and Public Policy*, Vol.36, No.7, 2009, pp.523-535.
- Farzaneh, G., Hassan, A., Gholamreza, P., Mirsalaldin, E., Parviz, A., and Alireza, H., "Relationship Between Creativity, Grade Point Average, Achievement Motivation, Age and Entrepreneurship among University Students," *Australian Journal of Basic & Applied Sciences*, Vol.4, No.10, 2010, pp.5372-5378.
- Feist, G. J., "The Influence of Personality on Artistic and Scientific Creativity," in R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of Creativity*, Cambridge: Cambridge University Press, 1999.
- Guilford, J. P., *The Nature of Human Intelligence*, New York: McGraw-Hill, 1967.

- Guilford, J. P., "Creativity Research: Past, Present, and Future," in S. G. Isaksen ed., *Frontiers of Creativity Research*, New York: Bearly Press, 1987.
- Halim, H. A. S. A. and Mat, A. C., "Craftermakers: A Significant Study on Entrepreneurial Creativity and Competitive Advantage," *Canadian Social Science*, 2010, pp.59-66.
- Kaufmann, P. J. and Dant, R. P., "Franchising and the Domain of Entrepreneurship Research," *Journal of Business Venturing*, Vol.14, No.1, 1999, pp.5-16.
- Kleiman, P., "Towards Transformation: Conceptions of Creativity in Higher Education," *Innovations in Education and Teaching International*, Vol.45, No.3, 2008, pp.209-217.
- Kirca, A. H., Hult, G. T. M., Deligonul, S., Perry, M. Z., and Cavusgil, S. T., "A Multilevel Examination of the Drivers of Firm Multinationality: A Meta-Analysis." *Journal of Management*, Vol.38, No.2, 2012, pp.502-530.
- Lakshmanan, A. and Krishnan, H. S., "The Aha! Experience: Insight and Discontinuous Learning in Product Usage," *Journal of Marketing*, Vol.75, No.6, 2011, pp.105-123.
- Lee, S. Y., Florida, R., and Acs, Z., "Creativity and Entrepreneurship: A Regional Analysis of New Firm Formation. *Regional Studies*, Vol.38, No.8, 2004, pp.879-891.
- Lekmat, L. and Chelliah, J., "What Are The Antecedents to Creating Sustainable Corporate Entrepreneurship in Thailand?" *Contemporary Management Research*, Vol.10, No.3.
- McDougall, P. P. and Oviatt, B. M., "International Entrepreneurship: The Intersection of Two Research Paths," *Academy of Management Journal*, Vol.43, No.5, 2000, pp.902-906.
- Nunnally, J. C., *Psychometric Theory*, New York: McGraw-Hill, 1967.
- Onetti, A., Zucchella, A., Jones, M. V., and McDougall-Covin, P. P., "Internationalization, Innovation and Entrepreneurship: Business Models for New Technology-based Firms." *Journal of Management & Governance*, Vol.16, No.3, 2012, pp.337-368.
- Osborn, A. F., *Applied Imagination: Principles and Procedures for Creative Problem-solving*. New York: Charles Scribner & Sons, 1953.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., and Podsakoff, N. P., "Common Method Biases in Behavioral Research: A Critical Review of the Literature and Recommended Remedies," *Journal of Applied Psychology*, Vol.88, 2003, pp.879-903.
- Rohani, A., "Entrepreneurship in Sustainable Development," *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, Vol.7, No.2, 2013, pp.480-489.

Runco, M. A., "Creativity," Annual Review of Psychology, Vol.55, 2004, pp.657-687.

Sternberg , R. J. and Lubart, T. I., "An Investment Theory of Creativity and Its Development," Human Development, Vol.34, No.1, 1991, pp.1-31.

Urban, B. "Social Entrepreneurship in an Emerging Economy: A Focus on the Institutional Environment and Social Entrepreneurial Self-efficacy," Managing Global Transitions: International Research Journal, Vol.11, No.1, 2013, pp.3-25.

Zhou, J. and George, J. M. "Awakening Employee Creativity: The Role of Leader Emotional Intelligence," Leadership Quarterly, Vol.14, 2003, pp.545-568.

ABSTRACT

An Empirical Study on the Roles of Organizational Creativity and Entrepreneurship in improving the level of Internationalization*

Junghyun Yoon** · Hee-Yong Lee***

In the era of creative economy emphasizing creativity and entrepreneurship, the Korean small and medium-sized enterprises(SMEs) never ignore them. Especially, firms, that would like to penetrate into international markets and hence survive in them, must have creativity and entrepreneurship. Nevertheless, little study has been studied the casual relationships of the variables comprehensively. Therefore, based on small and medium-sized exporters, this study would like to investigate empirically the relationships among the creativity, the entrepreneurship, and the level of internationalization. According to the research results, firstly, creativity has positive and significant effects on entrepreneurship. Moreover, entrepreneurship has a positive and significant effect on the level of internationalization. Finally, it was found that entrepreneurship partially mediated the relationships between the creativity and the level of internationalization. These results implied that creativity and entrepreneurship can play a pivotal role in improving the level of internationalization.

Key Words : creativity, entrepreneurship, the level of internationalization, small and medium-sized exporters

* This work was supported by the National Research Foundation(NRF) of Korea Grant funded by the Korean Government (NRF-2012S1A3A2033963).

** Research Assistant Professor, POSTECH Entrepreneurship Center, POSTECH.(First Author)

*** Assistant Professor, School of International Economics and Business Yeungnam University.(Corresponding Author)