벤처창업연구 제11권 제5호 (통권47호)
Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship Vol.11 No.5 pp.1-13

창업보육센터 입주기업 CEO의 기업가정신 및 시장지향성이 경영성과에 미치는 영향: 창업기업의 지원서비스 활용정도 조절효과를 중심으로*

김성일 (한국청년기업가정신재단)**
이우진 (국민대학교)***

국 문 요 약

창업은 국가경제 활성화와 기술 산업화를 용이하게 하고, 지역경제의 활성화를 높여 그 중요성이 강조되고 있다. 특히 창업보육 시스템은 경제 활성화를 위한 정책의 일환으로 창업 초기기업의 성장을 위해 물리적 및 비물리적 서비스를 제공하며 초기기업들의 성장을 위해 많은 역할을 하고 있다. 본 연구는 서울에 위치한 창업보육센터 입주기업 CEO의 기업가정신 및 시장지향성이 경영성과에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하고, 창업보육센터의 지원서비스가 경영성과에 어떠한 조절효과를 갖는지 살펴보았다. 이러한 연구의 검증을 위해 국내 BI협회에 등록이 되어있고 서울에 위치하고 있는 9개 창업보육센터 입주기업을 대상으로 온라인 및 오프라인 설문 320부를 배포하여 127부를 회수하였고, 이 중 불성실한 응답의 설문지를 제외한 117부를 통계분석에 활용하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 창업보육센터 입주기업 CEO의 기업가정신 하위변수인 혁신성, 진취성, 위험감수성 중 진취성이 경영성과의 재무적 성과와 비재무적 성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 시장지향성의 하위변수인 고객지향성, 경쟁자 지향성, 협력지향성 중 경쟁자 지향성이 경영성과의 재무적 성과와 비재무적 성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 물리적 지원서비스 활용정도는 진취성과 재무적 성과간의 조절작용을 하고, 진취성과 비재무적 성과에 조절작용을 하는 것으로 나타났다. 마지막으로, 시장지향성과 경영성과 간의 관계에서 비물리적 지원서비스 활용정도가 협력지향성과 재무적 성과간의 조절작용을 하는 것으로 나타났다.

진취적인 성향을 가지고 있는 창업보육센터 입주기업 CEO에게 사무지원, 마케팅 지원, 입주기업 간의 네트워크 구축, 교육, 법률, 회계, 세무 등 비물리적 지원서비스를 제공해준다면 고용증가, 종업원의 업무 수행능력, 종업원의 만족도 등 비재무적성과가 더욱 향상될 것이라고 기대할 수 있다. 또한, 협력의 문화를 가진 기업이 사무지원, 마케팅 지원, 입주기업 간의 네트워크 구축, 교육, 법률, 회계, 세무 등 비물리적 지원서비스를 활용한다면, 기업의 매출 증대, 순이익 증가, 고객의 충성도 및 시장점유율이 더욱 향상될 것이라고 기대할 수 있겠다.

기존의 창업보육센터 관련 연구들은 주로 창업보육 매니저의 역량에 관한 연구를 중심으로 이루어지고 있으며, 입주기업의 지원서비스와 기업의 성과에 대한 연구가 부족하였는데 본 연구를 통해 향후 BI 입주기업의 성장과 자생력을 높일 수 있는 기초 자료로 활용 가능하리라 기대한다.

핵심주제어: 창업보육센터, 입주기업, 물리적 지원, 비물리적 지원, 기업성과

Ⅰ. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

최근 세계경제의 불황으로 인해 기업의 고용시장 규모가 축소되고 있는 현 시기에 우리 경제는 창업이라는 수단을 통해 고용창출 및 경제성장을 위해 노력하고 있다(조인석·김영문, 2011).

또한, 대기업 중심의 구조에 비해 상대적으로 환경변화에 적응이 용이한 벤처기업 육성을 통해 하이테크 (High Tech) 기반의 고부가가치 산업을 발전시켜야 하며, 특정 지역의 경제발전 정책이 아닌 지역특성을 고려한 국가의 전체적인 균형발전 필요성이 대두되었다(최종열, 2002).

창업은 국가경제 활성화와 기술 산업화를 용이하게 하고, 고용창출 및 지역 경제 활성화를 높여 그 중요성이 강조되고 있다(조인석·김영문, 2011). 이러한 중요성으로 인해 창업활성화를 위한 정부지원이 점차 많아지고 있으며, 이러한 지원 중 창업보육 시스템은 창업 초기기업의 성장을 위해 다양한 지원서비스를 제공함으로써 궁극적으로는 창업기업의 성장을 통해 고용창출 및 경제 활성화를 높이기 위한 정책이라고 볼 수 있다(양현봉 외, 2002). 초기기업의 성장을 지원하기 위한 창업보

* 이 논문은 저자 김성일의 석사학위 논문(국민대학교)을 바탕으로 작성된 것임.
** 제1저자, 한국청년기업가정신재단, kimsi8466@naver.com
***교신저자, 국민대학교 글로벌 창업벤처대학원 주임교수, drlee@kookmin.ac.kr
· 투고일: 2016-09-28 · 수정일: 2016-10-17 · 게재확정일: 2016-10-28

육 시스템은 국내 창업보육센터들을 통해 다양한 창업지원 서비스를 제공하고 있다. 창업지원 서비스의 의미는 경영환경이 취약한 초기 창업기업의 성공가능성을 높이기 위한 다양한 물리적 및 비물리적 지원을 뜻한다(주현, 2006). 다시 말해, 고부가가치 창업기업을 지원하고 육성함으로 인해 자생력을 갖출 수 있도록 입주 공간 지원, 시설 및 설비 지원 등 물리적 지원과 기술 및 인력 지원, 네트워크 형성, 법률 및 경영지원 등 비물리적 지원의 의미를 포함하고 있다(박진원·강호정, 2014).

정부 차원에서 창업보육 사업을 주도하면서 창업은 고용창출을 위한 주요 수단으로 인식되고 있으며 창업을 통한 많은 일자리 창출을 기대하고 있다(조인석·김영문, 2011).

이러한 다양한 지원과 분위기로 창업은 활성화 되고 있지만 2년 내 생존율이 50%가 되지 않는 수치를 보이고 있기 때문에, 초기 기업의 어려운 점을 극복할 수 있도록 전문적인 창업교육, 멘토링, 투자유치 연계 등 지원을 고도화하여 성공적인 창업성장을 할 수 있도록 업무지원을 해줄 수 있는 지원정책이 절실하다(이승현, 2014).

현재 우리나라 창업보육센터는 정부의 주도로 양적인 성장을 해왔지만, 이에 비해 체계적인 연구는 아직 부족한 실정이며 특히 창업보육센터의 성과평가에 활용하는 모델은 턱없이 부족하다(김호정, 2012). 또한 창업보육센터의 물리적 지원에 비해 지원서비스에 대한 평가는 미약하여 체계적인 창업보육센터 지원서비스에 대한 개발과 연구의 필요성이 제기되어 왔다(이충섭 외, 2003). 최근 창업보육센터 관련 연구 중 보육기업의 기능강화 및 경영성과에 관련한 연구들이 일부 진행되고 있지만, 대부분 창업보육 매니저의 역량에 관한 연구와 운영자 관점에서의 연구로 진행되고 있으며 입주기업에게 지원되고 있는 지원서비스를 중심으로 한 연구는 부족하다 할 수 있다(최강득·김영문, 2015). 결국 입주기업들의 성장이 창업보육센터의 필요 당위성이 될 수 있으므로, 다양한 지원체계의 분석을 통해 창업보육 기업의 성과를 높일 수 있는 요인에 대한 분석 등의 연구가 필요한 시점이다.

창업보육센터 입주기업의 경영성과에 대한 선행연구들을 보면 다음과 같다. 김대임·전인오(2015)는 창업보육센터의 창업자 능력이 입주기업 성과에 영향을 미친다고 연구한 바 있다. 조인석·김영문(2011)은 창업보육센터 입주기업에 대한 경영 · 행정 · 기술적 지원이 입주 기업의 매출액 증가에 영향을 미치는 것으로 조사된 바 있다. 창업보육센터 관련 최근의 연구로 최강득 외(2015)는 창업보육센터 매니저의 고용안정성과 매니저의 역량이 입주기업에 제공하는 지원서비스 수준과 경영성과에 미치는 영향에 대해 연구하였는데, 창업보육매니저의 고용안정성이 지원서비스 만족에 중요한 요인임을 밝혀냈으며 입주기업의 경영성과를 제고하는데 중요한 요인임을 밝혀냈다. 그러나 창업보육센터 지원서비스의 활용정도가 창업기업의 경영성과에 미치는 영향에 대한 연구는 미흡하였다.

따라서 본 연구의 목적은 창업보육센터 입주기업 CEO를 대상으로 기업가정신 및 시장지향성이 경영성과에 미치는 영향을 분석하는 것에서 출발하여 입주기업들의 창업보육센터 지원서비스의 활용정도에 따른 조절효과를 살펴보고자 한다.

본 연구를 통하여 창업보육센터의 지원서비스의 필요성에 대해 제고하고 지원서비스를 고도화 할 수 있는 기초를 제공할 수 있을 것이다. 추가적으로 창업보육센터 입주기업의 성장과 자생력을 갖추기 위해 어떠한 창업보육센터의 지원서비스가 필요한지에 대해서도 분석이 가능하여 실무적인 활용도도 기대할 수 있다.

II. 이론적 배경

2.1 기업가정신의 개념

기업가정신 (Entrepreneurship)은 기업이 지속적인 성과와 성장을 위해 끊임없이 사업기회를 포착하고 위험을 감수하고 진취적이며 혁신적으로 행동하는 기업가의 성향이라고 할 수 있다(Morris & Paul, 1987). 이러한 기업가정신의 개념은 1934년 오스트리아 경제학자인 슘페터(Schumpeter)에 의해 처음으로 대중들에게 경제학적 해석을 통해 인식되었다. 슘페터는 창업가들의 새로운 재화와 생산, 신 시장 개척, 새로운 생산방식의 방법, 새로운 원료의 획득, 새로운 산업형성 등과 같은 생산요소들의 새로운 결합 (Combination)에 의해 한 나라의 경제가 발전하며, 이러한 과정을 '창조적파괴 (Creative Destruction)'를 유발하는 혁신활동'이라 정의하였다(김영래, 2004). 그러나 현재까지도 기업가정신은 아직 제대로 되어진 정의가 이루어지지 않은 상태이다(강병오, 2011). Shane & Venkataraman(2000)의 연구에서도 기업가정신의 연구에서 가장 어려운 점으로 기업가정신의 정의 (Definition)에 대한 합의가 이루어지지 않았다는 점을 들고 있다. 그 원인을 보면 기업가정신은 경제학, 경영학, 사회학, 심리학 등 다양한 연구 분야에서 서로 다르게 정의를 내리고 있기 때문이기도 하다 (Kaufmann & Dant, 1999).

본 연구는 Morris & Lewis(1995)와 강병오(2011)의 연구에서 주장한 것처럼, 기업가정신을 사고방식과 행동을 포괄하는 개념으로 정의하고 세부요인을 혁신성, 진취성, 위험감수성으로 구분하여 사용하였다. 혁신성 (Innovativeness)은 Schumpeter가 처음으로 도입한 의미로 기업가정신의 대표적인 개념으로 인정되고 있으며, 새로운 조합과 결합을 통해 경제발전에 원동력이 될 수 있는 주요 요인이다(박상용 2003). 이는 새로운 결합이라는 의미에서 신제품 개발, 새로운 생산방법, 기술향상 등을 위해 자원의 결합을 의미하는 것으로 모든 인적 · 물리적 요소를 결합하는 것을 의미한다(곽기영, 2013). 또한 기업이 기술혁신을 강조하고, 제품 디자인, 시장조사, 광고활동과 공정혁신 등을 적극적으로 도입하려는 경영관리활동을 말하기도 한다(이춘우, 1999).

진취성 (Proactiveness)은 시장 내 경쟁자 보다 우월한 성과를 창출하려는 의지와 경쟁우위를 위해 경쟁자에 대해 직접적이고 강도 높게 도전하는 자세라 할 수 있다(Lumpkin & Dess,

1996). 즉, 신제품 개발을 위해 진취적인 자세를 취하고, 불확실성에도 불구하고 끊임없이 새로운 기회를 찾으려 노력하며, 새로운 시장을 개척하고, 그 시장의 주도적인 위치는 선점하기 위해 노력하는 행동이다(정영민, 2015).

위험감수성 (Risk-Taking)은 리스크가 존재하는 사업에서 위험을 감수하고 기회를 포착하는 성향을 말한다(Covin & Slevin, 1991). 다시 말해, 위험이 존재하더라도 새롭고 도전할 수 있는 일을 선호하며 큰 수익을 선호하는 성향이다(정영민, 2015). 또한 Lumpkin & Dess(1996)는 새롭게 시작하는 사업의 성공확신이 없더라도 과감한 행동으로 사업기회를 포착하는 성향이라고 설명하였고, Kohli & Jaworski(1990)은 기업가가 위험 감수의 의지를 보일 때, 조직 내 구성원들이 경쟁우위에 집중할 수 있다고 하였다.

2.2 시장지향성 개념

시장지향성 (Market Orientation)은 기업이 시장 내 경쟁우위를 지속하며 고객에게 최고의 가치를 제공하고, 수익 창출을 위한 정확한 시장변화의 예측과 시장 및 고객의 욕구를 충족하기 위한 대응을 의미한다(유봉호, 2008). Felton(1959)는 기업의 수익을 창출할 수 있는 목적으로 마케팅 기능과 다른 기능들의 통합 및 협력을 지향하는 상태로 정의하였으며, 이는 기업이 진출할 시장의 니즈를 정확히 파악하고 그 니즈를 충족시킨다는 의미로써 고객지향 및 고객니즈 충족을 목적으로 한다고 할 수 있다(이재덕, 2000).

전략적 관점에서 시장지향성은 고객과의 관계를 중요시하고 시장에 대한 통찰력을 중요시하며 고객과 경쟁자의 정보를 입수하여 이를 활용할 수 있는 기업의 능력으로 고객 가치 창출을 위한 부서 간의 조정 및 협력과 같은 조직문화를 의미한다(Day, 1994).

Kohli & Jaworski(1990)는 시장지향성을 행위적 관점으로 구분하고 시장의 정보를 만들어내어 이를 전파하고 이러한 정보에 대한 조직의 반응의 관점으로 정의하였다. 다른 관점으로 고객에게 가치를 지속적으로 창출할 수 있는 기업의 문화로 보는 것이다(Narver & Slater, 1990). 이러한 기업의 문화적 관점에서의 시장지향성은 시장 및 고객을 학습하며 기업 내 조직들 간의 정보 공유를 통해 기능 간 조정할 수 있는 환경을 만드는 것이다(Narver & Slater, 1990).

이와 같이 시장지향성에 대한 연구는 문화적 관점의 시각으로 바라본 Narver & Slater(1990)의 연구와 행동적 관점의 시각으로 바라본 Kohli & Jaworski(1990)의 연구로 구분되어 두 가지 관점에서의 연구흐름을 보여왔다(Homburg & Pflesser, 2000).

문화적 관점에서 Narver & Slater(1990)의 연구는 시장지향성의 하위요인으로써 고객지향성 (Customer Oorientation), 경쟁자지향성 (Competitor Orientation), 부서 간 협동 (Interfunctional Coodination)을 구성하였고, 이것은 고객에 대한 정보와 경쟁자의 정보를 수집하여 조직 내에 공유함으로서 조직 내의 구성원이나 부서 간 협동을 하는 활동을 의미한다.

고객지향성은 기업의 목표고객에게 더 나은 가치를 제공하고 해당 고객을 이해하는 것이다. 즉, 기업이 고객에게 가치를 창출하기 위해서 고객을 이해하는 것이다(이재덕, 2000; Levitt, 1980). 경쟁자 지향성은 경쟁자의 강점 및 단점을 파악하고, 경쟁자의 위협에 대해 대비하여 반응하는 성향을 말한다(Narver & Slater, 1990). 경쟁자 지향성은 경쟁자의 정보를 수집하는 개념으로서 고객의 정보를 수집하는 고객지향성의 유사한 개념이라고 볼 수 있다(강성호 외, 2011; Lafferty & Hult, 2001).

부서 간 협동은 고객에게 더 나은 가치를 제공하기 위해 기업의 자원을 활용하는 것을 의미한다(Narver & Slater, 1990). 즉, 고객에게 기업의 가치를 전달하기 위해 기업의 마케팅 전략에서 부서 간 협동을 통해 통합되어야 한다는 것이다(이재덕, 2000). 이는 고객지향, 경쟁자지향과의 밀접한 관계가 있으며, 기업의 자원을 조정하고 통합하는데 있어 한부서의 역할이 아닌 전 부서의 역할로써의 마케팅 전략이 필요하다(홍진환, 2009).

2.3 창업보육센터 지원서비스

창업보육 사업에서 가장 중요한 요소 중 하나는 창업보육센터가 제공하는 지원서비스이며, 이는 창업보육센터 운영의 핵심요소라고 할 수 있다. 이러한 창업보육센터의 지원서비스는 시설 및 장비, 경영지원, 기술지원, 자금지원, 사무·행정지원 서비스와 같은 물리적 및 비물리적 지원으로 구분할 수 있다(주현, 2006). 특히 이러한 창업보육센터의 물리적 및 비물리적 지원 중 시설 및 장비는 창업보육 지원사업의 가장 기본적인 부분이라고 할 수 있다(김호정, 2012).

다시 말해서 창업보육센터는 운영시설 및 공용공간 그리고 기업의 운영 시 소요되는 비용 등을 제공하는 물리적 지원과 사무 · 행정지원, 경영, 마케팅, 재무, 법률 서비스 등의 비물리적 지원을 통하여 초기 창업기업의 취약한 경영환경을 지원하고 다양한 교육 및 네트워크를 지원하여 창업기업의 역량을 강화시키고 기업의 생존과 성공률을 높이도록 지원한다. 이러한 지원을 통해 창업보육센터를 졸업하기 전까지 스스로 성장할 수 있는 자생력을 갖출 수 있도록 돕는 것이다.

창업보육센터 관련 선행연구를 보면, Smilor(1987)은 의도적인 통제조건을 만들어 주며, 통제된 조건은 창업보육센터 지원서비스라 하였고 저렴한 비용으로 시설 및 공간을 지원하는 곳으로 시설 및 장비에 비중을 더 크게 두었다.

이창호(2004)는 시설의 제공, 사무 · 행정의 지원, 경영, 마케팅, 법률 등 각종 지원서비스를 통하여 창업기업들 및 입주기업들이 자금조달보다는 제품과 서비스 개발에 몰두할 수 있도록 지원하는 것이라 하였다.

Bruno(1998)는 경영, 사업계획, 법적지원, 마케팅, 컨설팅 교육, 종업원 교육, 시스템 개발 등의 전문적인 지원서비스를 제공해야 할 필요가 있다고 하였다. 행정서비스로는 입주기업 간의 네트워크, 업무 공간의 관리, 편의시설 및 부대시설 등 사용에 관한 행정 지원, 법률 및 인허가 관련 행정 지원 등의 지원을 설명하였다.

2.4 경영성과

경영성과의 측정요인은 매출 및 이익의 변화, 시장점유율의 변화 등과 같은 재무적 성과가 대표적이라 할 수 있다. 또한, 고객의 만족, 고용증가, 지적자산의 축적 등과 같은 비재무적 성과 역시 경영성과의 한 부분이다. 이러한 경영성과를 측정할 수 있는 대표적인 지표로써는 기업의 ROI, 영업이익, 시장점유율 등을 측정에 많이 사용하고는 있지만, 기업의 재무적 자료를 확보하기가 쉽지 않기 때문에 경영자가 인지하고 있는 성과인 '인지된 경영성과'를 측정에 많이 사용하고 있는데 이러한 경영자가 인식할 수 있는 주관적 예측 결과는 대체로 일치하고 있다(원혜숙, 2014).

Jones et al.(2001)는 수익과 투자 수익률을 바탕으로 재무적 성과를 보았고 시장 잠재력, 성장 잠재력 등을 바탕으로 비재무적 성과를 보았는데, 이는 창업기업을 재무적 성과만으로 판단할 경우 장기적인 성장에 대해 평가할 수 없다고 하였다. 강병오(2011)는 중소기업 CEO의 창업가정신이 기업성과에 미치는 영향에서 매출액 증가, 투자 수익률, 시장 점유율, 가맹점 증가 수 등 4개 항목을 재무적 성과로 사용하였고, 제품 및 서비스 품질, 선호도, 본사에 대한 만족도, 종업원의 만족도 등 4개 항목을 재무적 성과로 사용하였다.

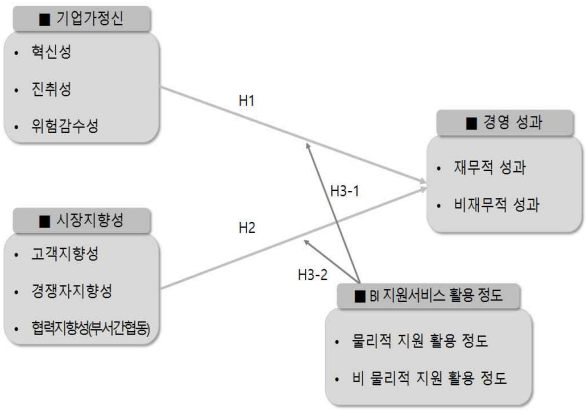
본 연구에서는 선행연구(원혜숙, 2014; 강병오, 2011; Hean K, et. al, 2007; Narver & Slater, 1990)의 선행연구에 따라 경영성과를 재무적 성과와 비재무적 성과로 구분하여 하위요소를 선정하였으며, 기업가정신 (혁신성, 진취성, 위험감수성)이 경영성과 (재무적성과, 비재무적 성과)에 어떠한 영향을 미치는지 분석하였고, 창업기업의 창업보육센터 지원서비스 활용정도를 조절효과로 설정하여 경영성과에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보았다.

Ⅲ. 연구설계

3.1 연구모형과 변수의 조작적 정의

본 연구는 앞선 선행연구의 이론적 배경을 바탕으로 국내 창업보육센터 입주기업 CEO의 기업가정신 및 시장지향성이 경영성과에 미치는 영향을 살펴보고, 창업보육센터 입주기업들의 지원서비스 활용수준이 기업가정신과 경영성과에 그리고 시장지향성과 경영성과에 조절효과를 가지는지를 살펴보고자 한다.

선행연구를 바탕으로 연구모형의 독립변수로써 기업가정신은 혁신성, 진취성, 위험감수성의 요인으로 구성하였으며, 시장지향성은 고객지향성, 경쟁자지향성, 협력지향성 (부서 간 협동)의 요인으로 구성하였다. 또한 창업기업들의 창업보육센터 지원서비스 활용정도를 조절변수로 설정하고 물리적 지원 활용정도와 비물리적 지원 활용정도로 구분하여 구성하였다. 기업의 경영성과는 재무적 성과 (매출액, 순이익, 거래비율 등)와 비재무적 성과 (고용, 지적자산 등)로 구성하였다.



<그림 1> 연구모형

독립변수인 기업가정신은 끊임없는 제품 및 서비스를 개발하고 기술을 개선하는 등 일반적인 기술향상을 위한 기업가적 사고방식과 행동적 특성으로 정의하였다. 또한, 선행연구(원혜숙, 2014; 강병오, 2011; Covin & Slevin, 1991)의 설문 항목을 본 연구에 맞게 수정 및 보완하여 혁신성 4문항, 진취성 4문항, 위험감수성 4문항으로 기업가정신을 측정하기 위한 문항을 구성하였다. 시장지향성은 선행연구(Kohli & Jaworski, 1990; Narver & Slater, 1990)에 따라 고객지향성, 경쟁자 지향성, 부서 간 협력지향성으로 구성하였다. 고객지향성은 4문항으로 구성하여 목표고객들의 욕구를 충족시키기 위한 기업의 문화적 행동으로 정의하였고, 경쟁자 지향성은 4문항으로 구성하여 경쟁자들의 전략을 올바르게 이해하고 이에 적절한 대응을 할 수 있는 문화적 행동으로 정의하였다. 마지막으로 부서 간 협력지향성은 5문항으로 구성하여 기업 내부에서 수행하는 모든 기능들 간의 협력을 하는 문화적 행동으로 정의하였다.

창업보육센터 지원서비스 활용정도는 기존 선행연구(이승현, 2014; 김호정, 2012; 조인석·김영문, 2011)를 바탕으로 물리적 지원 활용정도, 비물리적 지원 활용정도로 구성하였다. 물리적 지원 활용정도는 3문항으로 구성하여 공용공간, 기자재, 교육시설 등의 물리적 지원을 활용하는 수준으로 정의하였고, 비물리적 지원 활용정도는 4문항으로 구성하여 사무지원, 네트워크 구축 지원, 회계, 법률 서비스 등 전문서비스 지원의 활용하는 수준으로 정의하였다.

기존 연구는 지원서비스 지원정도에 따라 연구되었지만, 본 연구에서는 이러한 지원서비스를 창업기업이 활용하는 정도에 따른 경영성과와의 상관관계를 측정하였다. 경영성과는 기존 선행연구(원혜숙, 2014; 강병오, 2011; Hean, et. al. 2007; Narver & Slater, 1990)를 바탕으로 재무적 성과와 비재무적 성과에 대한 CEO의 인지된 평가로 측정하였다. 재무적 성과는 매출액, 순이익, 거래비율, 시장점유율 등의 5개 항목으로 구성하였고, 비재무적 성과는 고용성과, 지적재산권 보유, 종업원의 사기와 만족도 및 업무수행 능력 변화 등의 5개 항목으로 구성하여 측정하였다.

3.2 연구문제 및 가설설정

3.2.1 기업가정신과 경영성과와의 관계

세계경제의 성장둔화로 인해 기업 내·외적 환경의 불확실성이 높아지고 이에 따라 경제성장의 핵심요소인 기업가의 역할에 대한 분석이 기업가정신 (Entrepreneurship) 연구 분야에서 많이 거론되고 있다(원혜숙, 2014). Zahra(1991)는 실증분석을 통해 혁신성, 진취성, 위험감수성의 기업가정신과 기업의 경영성과 간의 유의미한 정(+)의 관계를 입증하였다. Matsuno et a.l.(2002)는 기업가적 특성과 시장지향성이 경영성과에 미치는 영향을 연구한 결과, 기업가적 특성인 혁신성, 진취성, 위험감수성이 시장지향성에 유의한 영향을 미쳤으며, 경영성과 중에서 시장점유율과 판매비중의 증가에 유의한 영향을 미치는 것을 입증하였다.

최무진(2013)은 지역요인의 조절효과를 중심으로 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향을 연구하였다. 기업가정신은 혁신추구성, 진취성, 민첩성, 위험감수성, 사회적 책임성으로 설정하였고 경영성과를 매출액, 경상이익, 성장잠재력으로 설정하여 연구하였다. 그 결과, 혁신추구성과 민첩성이 경영성과에 영향을 미치는 것을 입증하였다. 강석민·이형탁(2012)은 기업가정신과 기업의 핵심역량인 마케팅 능력, 기술혁신 능력이 경영성과에 미치는 영향을 연구한 결과, 기업가정신과 핵심역량 중 마케팅 능력은 경영성과에 유의한 영향을 미쳤지만 기술혁신 능력의 영향은 유의하지 않은 결과를 보였다.

강병오(2011)는 혁신성, 진취성, 위험감수성으로 측정한 기업가정신은 재무적 성과, 비재무적 성과로 측정한 기업성과에 영향을 미친다고 가정하고, 이를 검증하기 위해 국내 프랜차이즈 가맹본부 CEO 237개의 설문을 대상으로 분석을 한 결과 기업가정신은 기업성과에 유의한 영향을 미치는 것을 밝혔다.

본 연구에서는 앞서 많은 선행연구에서 입증된 바와 같이 CEO의 기업가정신이 경영성과에 영향요인이라 가정하고, 창업보육센터 입주기업 CEO의 기업가정신 요인인 혁신성, 진취성, 위험감수성이 기업의 인지된 재무적 및 비재무적 경영성과에 미치는 영향을 살펴보고자 한다.

가설 1: 창업보육센터 입주기업 CEO의 기업가정신은 기업의 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

1-1. 혁신성은 재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
1-2. 진취성은 재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
1-3. 위험감수성은 재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
1-4. 혁신성은 비재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
1-5. 진취성은 비재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
1-6. 위험감수성은 비재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2 시장지향성과 경영성과와의 관계

시장지향성은 기업가의 경영철학 또는 기업의 문화로써 기업의 성과에 영향을 미친다(유봉호, 2008). Jaworski & Kohli(1993)는 시장지향성이 산업의 경쟁강도, 기술의 격동성 등과 같은 환경에 관계없이 기업성과에 중요한 요인이라고 주장하였다. 또한 Kohli & Jaworski(1990)는 시장지향성이 고객을 만족시키기 위해 일하는 종업원들에게 소속감과 성취감을 가져온다고 주장하였다. 즉, 모든 부서와 구성원들이 고객을 만족시키기 위한 공통적인 목표를 가지고 하는 활동들은 결국 종업원들 스스로의 자부심을 이끌어내기 위함인 것이다. 이는 종업원들이 고객만족의 목적을 달성하기 위해 얼마나 몰입하는가에 달려있다. 본 연구에서는 시장지향성을 고객지향성, 경쟁자지향성, 내부 부서 간 조정으로 구분하여 사업성과에 영향을 미치는지를 연구한 결과, 경쟁자 지향성은 전반적으로 사업성과에 영향을 미쳤고, 고객 지향성만이 조직유효성과 사업성과에 영향을 미친다고 하였다.

이러한 선행연구를 바탕으로 CEO의 시장지향성이 경영성과에 영향요인이라 가정하고, 창업보육센터 입주기업 CEO의 시장지향성 요인인 고객지향성, 경쟁자 지향성, 협력지향성이 기업의 인지된 재무적 및 비재무적 경영성과에 미치는 영향을 살펴보고자 한다.

가설 2: 창업보육센터 입주기업 CEO의 시장지향성은 기업의 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

2-1. 고객지향성은 재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
2-2. 경쟁자 지향성은 재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
2-3. 협력지향성은 재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
2-4. 고객지향성은 비재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
2-5. 경쟁자 지향성은 비재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
2-6. 협력지향성은 비재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.3 창업기업의 창업보육센터 지원서비스 활용정도의 조절효과

창업보육센터의 운영의 핵심요소는 창업보육센터가 제공하는 창업관련 지원서비스라고 할 수 있다(김호정, 2012). 일반적인 창업보육센터의 지원서비스는 보육 (Incubator)이라는 측면에서 가장 기본적인 서비스이며 의도적으로 통제된 조건을 만들어주는 것이라 할 수 있다(Smilor, 1987).

최종열·송윤희(2004)는 창업보육센터 입주기업의 외부환경 및 창업자 특성, 기술 능력이 지원서비스에 따라 경영성과가 다르게 나타나는지를 연구하였다. 그 결과 외부환경, 창업자 특성, 기술능력이 지원서비스에 따라 유의한 차이를 보였다. 이는 창업보육센터의 설비, 경영, 기술, 네트워크와 같은 지원서비스가 기업의 성공에 중요한 역할을 한다는 것이다.

김호정(2012)은 창업보육센터의 특성과 창업보육 매니저 특성을 외생변수로 그리고 지원서비스를 매개변수로 설정하여 경영성과에 영향을 미치는지를 연구하였다. 그 결과 창업보육센터의 특성이 경영성과에 직접적으로 영향을 미치며 지원서비스의 매개효과를 통해 영향을 미치는 것을 실증분석을 통해 검증하였다.

본 연구에서는 김호정(2012), 이승현(2014), 조준희·김우성(2009)의 선행연구를 바탕으로 창업보육센터의 지원서비스를 정리하고, 창업기업의 지원서비스 활용정도가 기업가정신과

경영성과 그리고 시장지향성과 경영성과에 영향요인이라 가정하였다. 이를 통해 창업기업의 지원서비스 활용정도가 기업의 경영성과에 미치는 조절효과에 대한 가설을 아래와 같이 설정하였다.

가설 3-1: 창업기업의 지원서비스 활용정도는 기업가정신과 경영성과 간의 조절효과를 가질 것이다.

3-1-1: 창업기업의 물리적 지원서비스 활용정도는 혁신성과 재무적 성과 간의 관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-1-2: 창업기업의 비물리적 지원서비스 활용정도는 혁신성과 재무적 성과 간의 관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-1-3: 창업기업의 물리적 지원서비스 활용정도는 혁신성과 비재무적성과 간의 관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-1-4: 창업기업의 비물리적 지원서비스 활용정도는 혁신성과 비재무적성과 간의 관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-1-5: 창업기업의 물리적 지원서비스 활용정도는 진취성과 재무적성과 간의 관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-1-6: 창업기업의 비물리적 지원서비스 활용정도는 진취성과 재무적성과 간의 관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-1-7: 창업기업의 물리적 지원서비스 활용정도는 진취성과 비재무적성과 간의 관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-1-8: 창업기업의 비물리적 지원서비스 활용정도는 진취성과 비재무적성과 간의 관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-1-9: 창업기업의 물리적 지원서비스 활용정도는 위험감수성과 재무적성과 간의 관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-1-10: 창업기업의 비물리적 지원서비스 활용정도는 위험감수성과 재무적성과 간의 관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-1-11: 창업기업의 물리적 지원서비스 활용정도는 위험감수성과 비재무적성과 간의 관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-1-12: 창업기업의 비물리적 지원서비스 활용정도는 위험감수성과 비재무적성과 간의 관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3-2: 창업기업의 지원서비스 활용정도는 시장지향성과 경영성과 간의 조절효과를 가질 것이다.

3-2-1: 창업기업의 물리적 지원서비스 활용정도는 고객지향성과 재무적성과 간의 관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-2-2: 창업기업의 비물리적 지원서비스 활용정도는 고객지향성성과 재무적성과 간의 관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-2-3: 창업기업의 물리적 지원서비스 활용정도는 고객지향성과 비재무적성과 간의 관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-2-4: 창업기업의 비물리적 지원서비스 활용정도는 고객지향성성과 비재무적성과 간의 관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-2-5: 창업기업의 물리적 지원서비스 활용정도는 경쟁자지향성과 재무적성과 간의 관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-2-6: 창업기업의 비물리적 지원서비스 활용정도는 경쟁자지향성성과 재무적성과 간의 관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-2-7: 창업기업의 물리적 지원서비스 활용정도는 경쟁자지향성과 비재무적성과 간의 관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-2-8: 창업기업의 비물리적 지원서비스 활용정도는 경쟁자지향성성과 비재무적성과 간의 관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-2-9: 창업기업의 물리적 지원서비스 활용정도는 협력지향성과 재무적성과 간의 관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-2-10: 창업기업의 비물리적 지원서비스 활용정도는 협력지향성성과 재무적성과 간의 관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-2-11: 창업기업의 물리적 지원서비스 활용정도는 협력자지향성과 비재무적성과 간의 관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-2-12: 창업기업의 비물리적 지원서비스 활용정도는 협력자지향성성과 비재무적성과 간의 관계에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.3 연구방법

본 연구의 설문은 창업보육센터 입주기업 CEO의 기업가정신 항목 12문항, 시장지향성 항목 13문항, 창업보육센터 지원서비스 활용정도 항목 7문항, 입주기업의 경영성과 항목 10문항으로 구성하였다.

설문대상은 서울 지역에 위치한 창업보육센터 CEO로 한정하였고, 세부적인 대상은 국내 창업보육협회에 등록되어 있는 창업보육센터로 서울시의 강남청년창업센터, 한국기술벤처재단 내 창업보육센터, 서울과학기술대학교 창업보육센터, 서울여자대학교 창업보육센터, 고려대학교 창업보육센터, 서울시립대학교 창업보육센터, 숭실대학교 창업보육센터, 국민대학교 창업보육센터, 숙명여자대학교 창업보육센터 등 9개 창업보육센터의 CEO를 대상으로 수집하였다.

조사기간은 2016년 3월 28일부터 4월 30일까지 약 한달 간 진행하였고, 온라인과 오프라인 (직접방문) 배포를 통하여 총 320부를 배포하고 147부를 회수하였다. 이 중 불성실한 응답의 설문지 30부를 제외한 117부를 본 연구를 위한 분석에 활용하였다.

통계기법으로 분석하는 데 있어 SPSS 21을 사용하였으며 구체적인 통계분석 방법은 다음과 같다. 첫째, 표본들에 대한 일반적 특성을 알아보기 위해 빈도분석 (Frequency Analysis)을 실시하고, 기술통계 분석을 실시하였다.

둘째, 본 설문지에서 사용된 척도의 타당성과 신뢰성을 파악하기 위해 요인분석과 신뢰도 분석을 적용하였다. 셋째, 변수간의 상관관계를 파악하기 위해서 상관관계 분석을 사용하였다. 넷째, 회귀분석을 통해 독립변수와 종속변수간의 가설

을 검증하였으며, 조절변수의 효과를 검증하기 위해서는 조절 회귀분석을 실시하였다.

Ⅳ. 실증분석결과

4.1 기초 통계량 분석

본 연구의 실증분석을 위한 연구대상의 특성을 살펴보면 <표 1>과 같다. 설문에 응답한 창업보육센터 입주기업 CEO의 성별 중 남자는 96명으로 82.1%, 여자는 21명으로 17.9%로 나타났다. 연령은 20~29세가 34명으로 29.1%, 30~39세는 49명으로 41.9%, 40~49세는 21명으로 17.9%, 50~59세는 11명으로 9.4%, 60세 이상은 2명으로 1.7%로 나타났다.

학력으로는 고등학교 졸업은 9명으로 7.7%, 전문대 졸업은 2명으로 1.7%, 대학교 졸업은 84명으로 71.8%, 대학원 이상의 학력은 22명으로 18.8%로 나타났다. 사업 분야는 정보통신이 25명으로 21.4%, 반도체 관련 분야는 5명으로 4.3%, 컴퓨터 관련 분야는 10명으로 8.5%, 소프트웨어 분야는 25명으로 21.4%, 바이오 분야는 6명으로 5.1%, 환경 및 의료 분야는 4명으로 3.4%, 전기 및 전자기기 분야는 12명으로 10.3%, 기계금속은 3명으로 2.6%, 기타 분야는 27명으로 23.1% 나타났다. 특히, 기타 분야는 본 설문지에 제시하지 못한 교육, 문화사업, 일반 소상공인으로 분류될 수 있는 창업자가 다양하게 포진되어 있었다. 창업보육센터 입주기간으로 1년 미만은 34명으로 29.1%, 1~2년 미만은 50명으로 42.7%, 2~3년 미만은 17명으로 14.5%, 3~4년 미만은 14명으로 12.0%, 5년 이상은 2명으로 1.7%로 나타났다. 마지막으로 입주기업 CEO의 현재 시점에서 이전 창업 경험으로 유(有)는 36명으로 30.8%, 무(無)는 81명으로 69.2%로 나타났다.

4.2 변수의 타당성 분석 및 구조모형 분석

본 연구는 총 117개의 설문지를 대상으로 SPSS 21 프로그램을 사용해 빈도분석과 타당성 분석, 신뢰성 분석, 회귀 분석을 실시하였다. 변수의 신뢰성과 타당성을 검토를 위해 먼저 요인분석과 신뢰성 분석을 실시하였다.

측정변수는 척도 순화과정을 거쳐 일부 항목을 제거하였다. 요인분석 (Factor Analysis)은 배리맥스 (Varimax) 회전 방식을 사용했으며, 주성분 분석 (Principal Component Analysis) 방식을 사용하였다. 일반적으로 사회과학 분야에서 요인과 문항의 기준은 고유값은 1.0 이상, 요인적재치는 0.4 이상이면 유의한 변수로 간주하여 본 연구에서도 고유값이 1.0 이상, 요인적재치를 0.4 이상을 기준으로 하였다.

기업가정신에 대한 요인분석 결과, 설명된 총 분산은 68.467%로 나타났다. 전체적으로 3개의 요인으로 추출되었으며, 추출된 요인은 선행 연구와 같이 혁신성, 진취성, 위험감수성으로 명명하였다. 이 중 혁신성 1개 항목, 진취성 1개 항목, 위험감수성 1개 항목은 구조에 맞지 않아 제거하였다.

<표 1> 기초통계량 분석

구분	변수	빈도(명)	비율(%)
성별	남	96	82.1
	여	21	17.9
연령	20~29세	34	29.1
	30~39세	49	41.9
	40~49세	21	17.9
	50~59세	11	9.4
	60세 이상	2	1.7
학력	중졸 이하	-	-
	고졸	9	7.7
	전문대졸	2	1.7
	대졸	84	71.8
	대학원 이상	22	18.8
사업 분야	정보통신	25	21.4
	반도체관련	5	4.3
	컴퓨터관련	10	8.5
	소프트웨어	25	21.4
	바이오	6	5.1
	환경 및 의료	4	3.4
	전기 · 전자기기	12	10.3
	기계금속	3	2.6
	기타	27	23.1
창업보육센터 입주기간	1년 미만	34	29.1
	1~2년 미만	50	42.7
	2~3년 미만	17	14.5
	3~4년 미만	14	12.0
	5년 이상	2	1.7
창업 경험	예	36	30.8
	아니오	81	69.2

시장지향성에 대한 요인분석 결과는 13개 항목 중 고유값 1.0 이상인 3개의 하위요인으로 추출되었으며, 고객지향성, 경쟁자 지향성, 협력지향성으로 구분하였다. 이 중 협력지향성 1개 항목은 이론구조에 맞지 않아 제거하여 총 12개 항목을 분석에 이용하였다.

BI 지원서비스 활용정도에 대한 요인분석 결과는 활용정도의 7개 항목 중 고유값 1.0 이상인 2개의 하위요인으로 추출되었으며, 물리적 지원서비스 활용정도, 비물리적 지원서비스 활용정도로 구분하였다. 이 중 물리적 지원서비스 활용정도 1개 항목은 이론적 구조에 맞지 않아 제거하여 총 6개 항목을 분석에 이용하였다.

경영성과에 대한 요인분석 결과 10개 항목 중 고유값 1.0 이상인 2개의 하위요인으로 추출되었으며, 재무적 성과, 비재무적 성과로 구분하였다. 이중 비재무적성과 1개 항목은 이론 구조에 맞지 않아 제거하여 총 9개 항목을 분석에 이용하였다.

신뢰도분석은 연구대상에 대한 반복적으로 측정을 가정했을 때 동일한 값을 얻을 수 있는가에 대한 가능성을 확인하는 과정이다. 또한 신뢰도분석은 요인분석 된 결과를 토대로 어느 정도 신뢰할 수 있는지 확인한다.

신뢰성 검증을 위해 크론바하 알파계수 (Cronbach's alpha)를 이용하여 개별항목의 신뢰성을 검증하였다. Cronbach's α는 0과 1사이에서 1에 가까울수록 신뢰성이 높다는 것을 의미하

고 특히, 사회과학 연구에서는 0.6이상이면 신뢰도가 있다고 판단한다.

기업가정신 중 신뢰성을 떨어뜨리는 혁신성 1개 항목, 진취성 1개 항목, 위험감수성 1개 항목을 제거하여, 혁신성 .698, 진취성 .814, 위험감수성 .728의 수치를 확인하였다. 이는 설문항목이 기업가정신을 측정하기 위해 유효성이 충분한 설문임을 의미한다고 할 수 있다.

시장지향성 중 고객지향성에 대한 신뢰성은 .855, 경쟁자지향성은 .871, 협력지향성은 .864로 나타났다. 이는 설문항목이 시장지향성을 측정하는데 있어 유효성이 충분한 설문임을 의미한다고 할 수 있다. 협력지향성 1개의 항목을 제외할 경우 α값이 높게 나타나, 협력지향성의 신뢰성을 떨어뜨리고 있다고 판단하여 해당 항목을 제외하고 분석하였다. BI 지원서비스 활용정도에 대한 신뢰도분석 결과는 <표 2>에 독립변수 및 종속변수와 함께 제시하였다.

<표 2> 연구변수의 요인분석 및 신뢰성 분석 결과

변수		항목	고유값	분산설명	α
독립변수	기업가정신	혁신성	2.319	25.761	.698
		진취성	1.956	21.738	.814
		위험감수성	1.887	20.967	.728
	시장지향성	고객지향성	2.962	24.681	.855
		경쟁자 지향성	2.878	23.987	.871
		협력지향성	2.873	23.946	.864
BI 지원서비스 활용정도		물리적 지원	2.415	40.252	.673
		비물리적 지원	1.679	27.986	.801
경영성과		재무적 성과	3.446	38.294	.883
		비재무적 성과	2.825	31.388	.847

BI 지원서비스 활용정도 중 물리적 지원서비스 활용정도에 대한 신뢰성은 .673, 비물리적 지원서비스 활용정도는.801로 나타났다. 이는 설문항목이 시장지향성을 측정하는데 있어 유효성이 충분한 설문임을 의미한다고 할 수 있다. 물리적 지원서비스 활용정도 1개 항목을 제외했을 경우 α값이 높게 나타나, 물리적 지원서비스의 신뢰성을 떨어뜨리고 있다고 판단하여 해당 항목을 제외하고 분석하였다.

경영성과에 대한 신뢰도 분석 결과는 재무적 성과에 대한 신뢰성은 .883, 비재무적성과에 대한 신뢰성은 .847로 나타났다. 이는 설문항목이 경영성과를 측정하는데 있어 유효성이 충분한 설문임을 의미한다고 할 수 있다. 역시 비재무적 성과 중 1개 항목을 제외했을 경우 α값이 높게 나타나, 비재무적 성과의 신뢰성을 떨어뜨리고 있다고 판단되는 항목을 제외하고 분석을 진행하였다.

기업가정신과 경영성과의 상관관계를 살펴보면 혁신성과 재무적성과의 상관계수는 .203, 혁신성과 비재무적성과는 .221로 5%에서 유의한 상관관계를 가지고 있으며, 진취성과 재무적 성과는 .339, 진취성과 비재무적 성과는 .370으로 1%에서 유의한 상관관계를 가지고 있는 것을 알 수 있다. 시장지향성과 경영성과의 상관관계를 살펴보면 고객지향성과 재무적성과는 .285로 1%에서 유의하며, 고객지향성과 비재무적 성과는 .211로 5%에서 유의한 상관관계를 가지고 있다. 경쟁자지향성과 재무적성과는 .334, 경쟁자지향성과 비재무적 성과는 .312로 1%에서 유의한 상관관계를 가지고 있으며, 협력지향성과 재무적성과는 .274, 협력지향성과 비재무적성과는 .256으로 1%에서 유의한 상관관계를 가지고 있는 것으로 나타났다. 조절변수인 물리적 지원서비스 활용정도와 비물리적 지원서비스 활용정도 간의 상관관계를 보면 .394로 1%에서 유의한 상관관계를 가지고 있는 것으로 나타났다. 이상의 결과를 종합하면 기업가정신, 시장지향성, BI지원서비스 할용정도, 경영성과는 유의한 상관관계가 있다고 할 수 있다.

4.3 가설검정 및 연구결과

기업가정신이 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설을 검증하기 위해 재무적성과, 비재무적성과를 종속변수로 설정하고, 혁신성, 진취성, 위험감수성을 독립변수로 설정하여 다중회귀분석을 실시하여 결과를 도출하였다.

기업가정신과 경영성과간의 상관관계는 각 .340, .372의 상관관계를 보이고 있다. R^2는 .116과 .139로 나타났으며, Durbin-Watson는 1.598과 1.708의 수치로 나타나며, 이는 2에 가까운 수치이고 4에 가깝지 않아 회귀모형이 적합하다고 해석할 수 있다. 또한 F값이 각각 4.927, 6.067과 P값 .003, 0.001로 본 회귀모형은 통계적으로 유의한 것으로 판단된다.

기업가정신과 재무적성과 중 진취성이 재무적성과에 미치는 영향은 t값이 3.042(P = 0.003)로 나타나 가설 1-2은 채택되었다.

반면에 혁신성이 재무적성과에 미치는 영향은 t값이 .324(P = .747)로 기각되었으며, 위험감수성이 재무적성과에 미치는 영향은 t값이 -.185(P = .853)로 기각되었다.

기업가정신과 비재무적성과의 검증 결과를 보면 진취성이 비재무적성과에 미치는 영향은 t값이 3.412(P = 0.001)로 나타나 가설 1-5는 채택되었다. 반면에 혁신성이 비재무적성과에 미치는 영향은 t값이 .379(P = .706)로 기각되었으며, 위험감수성이 비재무적성과에 미치는 영향은 t값이 -.375(P = .708)로 기각되었다.

시장지향성이 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설을 검증하기 위해 재무적성과, 비재무적성과를 종속변수로 설정하고, 고객지향성, 경쟁자지향성, 협력지향성을 독립변수로 설정하여 다중회귀분석을 실시한 결과 변수 간의 상관관계는 각 .384, .346의 상관관계를 보이고 있다. R^2는 .148과 .120로 나타났으며, Durbin-Watson는 1.657과 1.762의 수치로 나타나며, 이는 2에 가까운 수치이고 4에 가깝지 않아 회귀모형이 적합하다고 해석할 수 있다. 또한 F값이 각각 6.524, 5.121과 P값 .000, 0.002로 본 회귀모형은 통계적으로 유의한 것으로 판단된다.

<표 3> 가설 검정결과

가설				표준오차	베타	t 값	유의확률	채택여부
H1	혁신성	→	재무적 성과	.109	.035	.324	.747	기각
	진취성	→		.098	.327	3.042	.003**	**채택**
	위험감수성	→		.077	-.018	-.185	.853	기각
	혁신성	→	비재무적 성과	.124	.040	.379	.706	기각
	진취성	→		.111	.362	3.412	.001**	**채택**
	위험감수성	→		.088	-.036	-.375	.708	기각
H2	고객지향성	→	재무적 성과	.095	.132	1.309	.193	기각
	경쟁자지향성	→		.074	.215	2.092	.039*	**채택**
	협력지향성	→		.101	.140	1.438	.153	기각
	고객지향성	→	비재무적 성과	.110	.049	.476	.635	기각
	경쟁자지향성	→		.086	.231	2.214	.029*	**채택**
	협력지향성	→		.118	.145	1.472	.144	기각
H3	혁신성	→	재무적 성과 (조절효과검증) *기업가정신은 물리적, 시장지향성은 비물리적 결과만 표기	.137	-.119	-1.198	.234	기각
	진취성	→		.100	.294	2.845	.005	**채택**
	위험감수성	→		.109	-.197	-2.139	.035	**채택**
	고객지향성	→		.117	-.155	-1.607	.111	기각
	경쟁자지향성	→		.103	.096	.925	.357	기각
	협력지향성	→		.120	-.226	-2.285	.024	**채택**
	혁신성	→	비재무적 성과 (조절효과검증) *기업가정신은 물리적, 시장지향성은 비물리적 결과만 표기	.154	-.095	-.980	.329	기각
	진취성	→		.112	.225	2.219	.029	**채택**
	위험감수성	→		.123	-.070	-.779	.438	기각
	고객지향성	→		.141	.012	.115	.908	기각
	경쟁자지향성	→		.124	.044	.402	.688	기각
	협력지향성	→		.144	.019	.184	.855	기각

시장지향성과 재무적성과 중 경쟁자지향성이 재무적성과에 미치는 영향은 t값이 2.092(P = 0.039)로 나타나 가설 2-2은 채택되었다. 반면에 고객지향성이 재무적성과에 미치는 영향은 t값이 1.309(P = .193)로 기각되었으며, 협력지향성이 재무적성과에 미치는 영향은 t값이 1.438(P = .153)로 기각되었다.

시장지향성과 비재무적성과의 검증 결과를 보면 경쟁자지향성이 비재무적성과에 미치는 영향은 t값이 2.214(P = 0.029)로 나타나 가설 2-5는 채택되었다. 반면에 고객지향성이 비재무적성과에 미치는 영향은 t값이 .476(P = .635)로 기각되었으며, 협력지향성이 비재무적성과에 미치는 영향은 t값이 1.472(P = .144)로 기각되었다.

기업가정신과 재무적 성과의 관계에서 물리적 지원 활용정도는 혁신성을 제외한 진취성과 위험감수성에서 각각 .005, .035로 유의확률이 통계적 유의수준하에서 영향이 있는 것으로 나타났다.

기업가정신과 비재무적 성과의 관계에서 물리적 지원 활용정도는 혁신성과 위험감수성을 제외한 진취성(p=.029)에서 유의확률이 통계적 유의수준하에서 의미가 있는 것으로 나타났고, 비물리적 지원 활용정도는 마찬가지로 혁신성과 위험감수성을 제외한 진취성(p=.042)에서 유의확률이 통계적 유의수준하에서 의미가 있는 것으로 나타났다.

시장지향성과 재무적 성과의 관계에서 물리적 지원 활용정도는 각각 .424, .141, .097로 유의확률이 통계적 유의수준하에서 영향이 없는 것으로 나타났으며, 시장지향성과 재무적 성과의 관계에서 비물리적 지원 활용정도는 고객지향성과 경쟁자지향성을 제외한 협력지향성(p=.024)에서 유의확률이 통계적으로 유의수준하에서 의미가 있는 것으로 나타났다.

Ⅴ. 결론

본 연구는 창업보육센터 입주기업 CEO의 개인적 특성 관점에서 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향을 분석하고 입주기업의 문화적 관점에서의 시장지향성이 경영성과에 미치는 지를 분석하였다. 또한 창업보육센터 입주기업에 지원되는 지원서비스가 기업가정신 및 시장지향성이 경영성과 간의 관계에서 어떠한 영향의 조절작용을 할 것인지를 살펴보았다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 창업보육센터 입주기업 CEO의 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향을 살펴보았다. 먼저 기업가정신의 하위변수인 혁신성, 진취성, 위험감수성이 경영성과의 하위변수인 재무적 성과에 미치는 영향을 살펴보면 혁신성과 위험감수성은 재무적 성과에 영향을 미치지 못했으며, 진취성만이 재무적 성과에 영향을 미쳤다. 또한 기업가정신이 비재무적 성과에 영향을 미치는지를 보았을 때, 마찬가지로 혁신성과 위험감수성은 비재무적 성과에 영향을 미치지 않았으며, 진취성만이 비재무적 성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 결과적으로 혁신성과 위험감수성은 경영성과와의 관계가 통계적으로 유의하지 않으며, 기업가정신 요인 중 진취성만이 재무적 성과와 비재무적 성과에 영향을 미치는 것을 알 수 있었다.

이는 성장이 불확실한 초기의 창업기업에서 CEO가 나타내는 경쟁사에 대한 적극적인 대응과 새로운 기술의 도입의지를 통한 시장의 주도적 지휘확보 자세가 구성원들에게 업무에 대한 몰입 및 만족감을 높여주고 있다는 것으로 설명될 수 있을 것이다. 이러한 구성원의 만족과 같은 비재무적 성과들이 높아지는 것은 또한 동시에 재무적 성과를 높이는 동인이 된다고 해석할 수 있다. 그러므로 초기 창업기업 CEO는 사업에 대한 적극적이고 진취적인 자세를 바탕으로 기업의 경영성과 향상을 기대할 수 있을 것이다.

둘째, 창업보육센터 입주기업의 문화적 관점으로 시장지향성이 경영성과에 미치는 영향을 살펴보았다. 시장지향성의 하위변수로 고객지향성, 경쟁자 지향성, 협력지향성이 경영성과에 미치는 영향을 살펴보면, 시장지향성과 재무적 성과의 관계에서 고객지향성과 협력지향성은 통계적으로 유의하지 않았으며, 경쟁자 지향성만이 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 시장지향성이 비재무적 성과에 미치는 영향에서도 역시

고객지향성과 협력지향성을 제외한 경쟁자 지향성만이 비재무적 성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 <표 4>에서 보는바와 같이 앞서 검증된 CEO의 진취성 요인과도 일맥상통하고 있다. 시장지향성 중 경쟁자 지향성은 시장의 경쟁사를 분석하고 이에 대한 적극적이고 신속한 대응을 의미하는데, 이러한 행동은 성장이 불확실한 초기의 창업기업 구성원들의 몰입을 유도할 수 있는 것이다. 진취성의 영향관계와 마찬가지로 이러한 비재무적 성과들이 높아지는 것은 또한 동시에 재무적 성과를 높이는 동인으로 작용한다고 유추할 수 있다.

<표 4> 채택된 주요가설 요약

가설				요인별 세부 측정항목
H1	진취성	→	경영성과 (재무적/ 비재무적 성과)	• 경쟁사 반응에 대한 능동적이며 적극적으로 행동 • 시장에서 주도적 지휘를 확보하려는 노력 • 경쟁사가 보다 앞선 움직임 • 새로운 제품이나 서비스, 생산기술의 선제적 도입
H2	경쟁자 지향성	→		• 경쟁사의 전략에 대한 정기적 논의 • 경쟁사의 행동에 대한 신속한 대응 • 경쟁사의 정보 수집 및 구성원과의 공유 • 경쟁사의 마케팅 전략에 대한 신속 대응

셋째, 기업가정신 및 시장지향성이 경영성과에 미치는 영향을 살펴본 후 독립변수와 종속변수 간의 관계에서 창업기업의 지원서비스 활용정도를 조절효과로 분석하였다. 즉, 창업보육센터에서 제공하는 지원서비스의 활용정도에 따라 경영성과의 조절작용을 하는지를 살펴보기 위해 조절변수로 설정하였다.

먼저, 기업가정신과 경영성과 간의 관계에서 물리적 지원서비스 활용정도가 진취성과 재무적 성과간의 조절작용을 하는 것으로 나타났다. 또한, 물리적 지원서비스 활용정도는 위험감수성과 재무적 성과 간의 조절작용을 하는 것으로 나타났다. 이 결과를 보았을 때 위험감수성은 재무적 성과에 긍정적인 영향을 미치지는 못했지만, 물리적 지원서비스 활용정도에 따라 경영성과에 긍정적인 영향을 미쳤다고 볼 수 있을 것이다.

다음으로, 기업가정신과 비재무적 성과간의 관계에서는 물리적 지원 활용정도가 진취성과 비재무적 성과에 조절작용을 하는 것으로 나타났으며, 비물리적 지원서비스 활용정도가 진취성과 비재무적 성과에 조절작용을 하는 것으로 나타났다.

이는 진취적인 성향과 위험감수성의 성향을 가지고 있는 창업보육센터 입주기업 CEO에게 공용 공간 및 회의실, 교육장 등의 교육시설, 각종 물리적 지원서비스를 제공해준다면 기업의 매출 증대 등의 재무적성과가 더욱 향상될 것이라고 기대할 수 있다. 또한, 진취적인 성향을 가지고 있는 창업보육센터 입주기업 CEO에게 사무지원, 마케팅 지원, 입주기업 간의 네트워크 구축, 교육, 법률, 회계, 세무 등 비물리적 지원서비스를 제공해준다면 고용 증가, 종업원의 업무 수행 능력, 종업원의 만족도 등 비재무적성과가 더욱 향상될 것이라고 판단할 수 있다.

넷째, 시장지향성과 경영성과 간의 관계에서 비물리적 지원서비스 활용정도가 협력지향성과 재무적 성과간의 조절작용을 하는 것으로 나타났다. 이를 제외한 시장지향성과 경영성과 간의 관계에서 창업보육센터 지원서비스의 조절효과는 통계적으로 나타나지 않는 것으로 나타났다.

본 연구는 지금까지 살펴본 것과 같이 창업보육센터 입주기업 CEO의 개인적 특성인 기업가정신과 기업 문화적 관점인 시장지향성이 경영성과에 미치는 영향에 관하여 연구하였다. 또한 창업보육센터의 지원서비스가 독립변수와 종속변수 간의 관계에서 어떠한 조절작용을 하는지를 살펴보았다.

이를 통해 창업보육센터 입주기업의 경영성과에 영향을 주는 요인을 파악하는 것에 의미를 부여할 수 있다. 그러나 창업보육센터 입주기업의 경영성과를 판단하는데 있어 본 연구의 변수만으로 검증하기에는 다음과 같은 몇 가지 한계를 가지고 있다.

창업보육센터 입주기업의 경영성과 분석을 CEO의 인지된 경영성과 평가에 의존할 수밖에 없었다. 향후 창업보육센터 입주기업의 재무 분석을 활용할 수 있는 방안이 마련된다면 창업보육센터 입주기업의 경영성과를 더욱 정교하게 분석하고 의미 있는 결과를 도출할 수 있을 것이다(김호정, 2012). 또한, 연구대상 기업의 창업보육센터 보육기간을 살펴보면, 1-2년이 42.7%로 가장 많았으며, 1년 미만이 29.1%로 나타났다. 이 기간은 창업기업이 물적 · 인적 자원이 부족한 시기로 경영성과를 판단하는 기준이 명확하지 않기 때문에 결과도출에 대한 한계점이 있다.

본 연구에서는 표본을 상대적으로 창업인프라가 활성화되어 있는 서울지역의 창업보육센터 입주기업으로 설정하였지만, 향후 연구에서는 창업인프라가 활성화되어 있지 않은 지역의 창업보육센터 입주기업의 경영성과를 연구하여 비교해 본다면 지원서비스의 취약점을 찾아 지원 체계를 수정 보완할 수 있는 연구결과를 도출할 수 있을 것이다.

REFERENCE

강병오(2011), *중소기업의 CEO의 창업가정신이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구; 프랜차이즈 기업을 중심으로*, 중앙대학교 박사학위 논문

강석민·이형탁(2012), 기업가정신과 핵심역량이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구; 환경 불확실성의 조절효과를 중심으로, *한국전략마케팅학회*, 20(1), 1-16.

강성호·최선미·박홍수(2011), 시장지향성이 기업의 성과에 미치는 영향에 관한 연구, *연세경영연구*, 48(1), 1-32.

곽기영(2013), *글로벌 기업가정신과 공급사슬 내 사회적자본이 중소기업의 수출성과에 미치는 영향*, 숭실대학교 박사학위 논문

김대임·전인오(2015), 창업보육센터의 창업자능력이 입주기업성과에 미치는 영향, *기업경영연구*, 64(-), 71-85

김영래(2004), 앙트러프러너십과 이노베이션에 관한 고찰, *경영사학*, 19(3), 157-181.

김호정(2012), *창업보육 특성과 지원서비스가 입주기업의 경영성과에 미치는 영향*, 조선대학교 박사학위 논문

박상용(2003), *벤처기업의 기업가정신 구성원의 임파워먼트 조직 유효성의 관계에 대한 구조적 모형*, 호서대학교 박사학위 논문

박진원·강호정(2014), 창업보육센터 입주기업의 성과관리 수용성이

창업성과에 미치는 영향, *한국콘텐츠학회*, 14(10), 730-740.
원혜숙(2014), *중소기업 최고경영자의 기업가정신이 기업성과에 미치는 영향; 사회적 자본의 매개효과를 중심으로*, 가천대학교 박사학위 논문
양현봉·송하율·김홍석(2002), 우리나라 창업보육센터 평가에 관한연구, *중소기업연구*, 24(1), 25-52
유봉호(2008), *시장지향성과 경영성과 간에 기업가지향성의 매개효과에 관한 연구; 시장지향성의 선행변수인 정보를 중심으로*, 숭실대학교 박사학위 논문
이승현(2014), *창업자의 특성 및 창업가정신 그리고 정부의 창업지원정책이 기업경영성과에 미치는 영향에 관한 연구*, 중앙대학교 석사학위 논문
이재덕(2000), *시장지향성이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구*, 건국대학교 대학원 석사학위 논문
이창호(2004), *창업보육센터 운영주체별 서비스 만족도에 관한 연구*, 경남대학교 석사학위 논문
이춘우(1999), *조직 앙트러프러뉴십의 역할과 조직 성과에 관한 연구*, 서울대학교 박사학위 논문
이충섭·정양헌·최수일·권철홍(2003), 창업보육센터 입주기업의 특성과 창업보육서비스에 따른 기업성과 분석, *대한경영학회지*, 41, 2405-2420
정영민(2015), *기업가정신이 재무성과에 미치는영향; 인간중심경영의 매개효과를 중심으로*, 인하대학교 대학원 박사학위 논문
조인석·김영문(2011),창업보육센터의 지원서비스가 입주기업 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구, *경영교육연구*, 26(6), 547-567
조준희·김우성(2009), 창업보육센터 입주기업의 성과 요인에 관한 연구, *산업경제연구*, 22(1), 289-308.
주현(2006), *창업보육사업 지원정책 평가에 관한 연구*, 서울대 대학원 박사학위
최강득·김영문(2015), 창업보육센터 매니저의 역량이 입주기업 경영성과에 미치는 영향; 지원서비스 요인의 매개효과를 중심으로, *산업경제연구* , 28(1), 551-574
최강득·김영문·조인석(2015), 창업보육센터 매니저의 고용안정성이 창업보육 성과에 미치는 영향, *벤처창업연구*, 10(1), 13-21
최무진(2013), 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향; 지역요인의 조절효과를 중심으로, *한국경영교육학회*, 28(1), 235-255.
최종열(2002), 국내 창업보육센터의 발전방안 연구, *경영·경제연구*, 21(1), 243-258
최종열·송윤희(2004), 대학 창업보육센터 입주기업의 특성 및 보육서비스에 따른 기업성과 분석, *경영 · 경제연구*, 23(1), 137-154
홍진환(2009), *시장지향성과 기업가지향성이 중소기업의 신제품 성과에 미치는 영향*, 중앙대학교 대학원 박사학위 논문

Bruno, F.(1998), The Fort Collins Virtical Business Incubator, *Public Management*, 91-94
Choi. J. Y.(2002), A Study on the Promotion Policies of Business Incubators, *The Journal of Management & Economics,* 21(1) 243-258
Choi. J. Y. & Song. Y. H.(2004), Analysis on the firm's performance based on the characteristics of incubating center firms and services from the center, *The Journal of Economics and Management*, 23(1), 137-154
Choi. K. D. & Kim. Y. M.(2015), The Effect of Business Incubator Manager Capability on the Firm's Management Performance: Focusing on the Mediating Role of Support Services Factor, *Journal of Industrial Economics and Business,* 28(1), 551-574
Choi. K. D., Kim. Y. M. & Jo. I. S.(2015), An Effect of Employment Stability by Business Incubator Manager on Performance by Business Incubation, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship,* 10(1), 13-21
Choi, M. J.(2013), Effects of Entrepreneurship on Managerial Performances: Centering on Control Effects of Region , *Korea Association of Business Education,* 28(1), 235-255
Covin, J. G. & Slevin, D. P.(1991), A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior, *Entrepreneurship Theory and Practice,* 16(1), 7-25.
Day, G. S.(1994), The capabilities of market-driven organizations, *Journal of Marketing*. 58(Oct.), 37-52.
Felton, A. P.(1959), Making the Marketing Concept Work , *Harvard Business Review*, 37(July - August), 55-65.
Hean, K., Thi, M. N. & Hewi, N.(2007), The effects of entrepreneurial orientation and market information on the performance of SMEs, *Journal of Business Venturing*, 22, 592-611.
Homburg, C. & Pflesser, C.(2000), A multiple-layer model of market-oriented organizational culture: Measurement issues and performance outcomes, *Journal of Marketing Research,* 37(4), 449-462.
Hong, J. H.(2009), *Market orientation, rntrepreneurship orientation, and new product performance in SMEs,* Doctoral dissertation, The Graduate School, Chung-Ang University
Jaworski, B. J., & Kohli, A. K. (1993). Market orientation: antecedents and consequences. *The Journal of marketing*, 53-70.
Jeong, Y. M.(2015), *The Effects of Entrepreneurship on Financial Performance: Focused on the Mediating Role of Human-oriented Management,* Doctoral dissertation, Graduate School of Inha University
Jo, I. S. & Kim. Y. M.(2011), A Study on the Effect of Support Services of Business Incubator Center on a Management Performance of Moving-In Firms, *Korea Association of Business Education,* 26(6), 547-567
Jo, J. H. & Kim. W. S.(2009), A Study of Performance Factors on the Business Incubator, *Journal of Industrial Economics and Business,* 22(1), 289-308
Joo, H(2006), *A Study on the evaluation of policy supporting business incubators,* Doctoral dissertation, Graduate School of Seoul University
Jones, G. K., Lanctot Jr. A. & Teegen H. J.(2001), Determinants and Performance Impacts of External Technology Acquisition, *Journal of Business Venturing,* 16(3), 255-283.
Kang. B. O.(2011), *A Study on the Influence of CEO's Entrepreneurship in SMEs on Business Performance, Franchise Business*, Doctoral dissertation, The Graduate School, Chung-Ang University
Kang. S. H & Choi. S. M & Park. H. S.(2011), The Effect of Market Orientation on Business Performance: Focus on Mediating Role of New Product Development Performance, *Yonsei Business Review,* 48(1), 1-32.
Kang. S. M. & Lee. H. T.(2012), A Study on the Effect of Entrepreneurship and Core Competencies on Firm

Performance, *Korea Strategic Marketing Association,* 20(1), 1-16

Kaufmann, P. J., & Dant, R. P. (1999). Franchising and the domain of entrepreneurship research. *Journal of Business venturing*, 14(1), 5-16.

Kim, D. I & Jeon, I. O.(2015), Effects of the founder's abilities of the business incubator center to the performance of the resident enterprises; focusing on the characteristics of the operating types and the manager capabilities, *Korean Corporation Management Association,* 64(0), 71-85

Kim, H. J.(2012), *A Study on the Business Incubator Characteristics, Supporting Services and Firm's Performance,* Doctoral dissertation, Graduate School Chosun University

Kim, Y. R.(2004), A Study on Innovation and Entrepreneurship, *The Korean Academy of Business History,* 19(3), 157-181

Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. (1990). Market orientation: the construct, research propositions, and managerial implications. *The Journal of Marketing*, 1-18.

Kwak, K. Y.(2013), *The Effects of Global Entrepreneurship and Social Capital within Supply Chain on the Export Performance of SMEs*, Doctoral dissertation, Graduate School of Soongsil University

Lafferty, B. A. & Hult, G. T. M.(2001), Orientation Perspective, *European Journal of Marketing,* 35, 92-109.

Lee. C. H.(2004), *A Study of occupant's service satisfaction caused by the kind of operation of business incubator* Master's thesis, Graduate School of Kyung-Nam University

Lee. C. S., Jeong. Y. H, Choi. S. I. & Kwon. C. H.(2003), Analysis of the Characteristics of Firms in Business Incubators and Relationship of Firms' Performance and Incubating Services, *The Korean Academy Association of Business Administration,* 41, 2405-2420

Lee. C. W.(1999), *A Study of the Role of Corporate Entrepreneurship and Organization Performance,* Doctoral Dissertation, Graduate School of Seoul University

Lee. J. D.(2000), *A Study on the Effects of a Market Orient ationon Business Performance,* Master's thesis, Graduate School of Kon-Kuk University

Lee. S. H.(2014), *A Study on Effect of Entrepreneur Characteristics, Entrepreneurship and Entrepreneurial supporting policy on Business Performance, Focused on The Support Services of Business Incubator Center,* Master's thesis, Graduate School of Industrial & Entrepreneurial Management Chung-Ang University

Levitt, T.(1980), Marketing success through differentiation of anything, *Harvard Business Review.*

Lumpkin, G. T. & Dess, G. G.(1996), Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking its performance, *Academy of Management Review*, 2(1), 135-172

Matsuno, K., Johm, T. M. & Ozsorner, A.(2002), The effect of entrepreneurial proclivity and market orientation on business performance, *Journal of Marketing*, 66(3), 18-32.

Morris, M. H. & Paul, G. W.(1987), The Relationship Between Entrepreneurship and Marketing in Established Firms, *Journal of Business Venturing*, 2(3), 247-259.

Morris, M. H., & Lewis, P. S.(1995). The determinants of entrepreneurial activity: implications for marketing. *European journal of marketing*, 29(7), 31-48.

Narver, J. C. & Slater, S. F.(1990), The Effect of a Market Orientation on Business Profitability, *Journal of Marketing,20-35.*

Park, J. W. & Kang. H. J.(2014), The Effect on Start-up Performance and Organizational Trust of Receptiveness for Balanced Scorecard in Business Incubator. The Korea Contents Society, *The Korea Contents Association*, 14(10), 730-740

Park, S. Y.(2003), *A Structural Model of the Relationships between CEO's Entrepreneurship in Venture Business, the Empowerment on the Members and Organizational Effectiveness*, Doctoral dissertation, Graduate School Hoseo University.

Shane, S. & Venkataraman, S.(2000), The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research, *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.

Smilor, R. W.(1987), Managing the incubator system: critical success factors to accelerate new company development. *IEEE transactions on Engineering Management*, (3), 146-155.

Won. H. S.(2014), *An Effect on Business Performance of S&M Business CEOs' Entrepreneurship: Focusing on the mediation Social Capital,* Doctoral dissertation, Graduate School of Gachon University

Yang. H. B., Song. H. Y. & Kim. H. S.(2002), A study on the Assessment of Korean Business Incubator, *The Korean Association of Small Business Studies*, 24(1), 25-52

Yoo. B. H.(2008), *The Mediating Effects of Entrepreneurial Orientation between Market Orientation and Management Performances of the Company, The Focus of Information Which Is Prevariable of Market Orientation*, Doctoral dissertation, Graduate School of Soongsil University

Zahra, S. A.(1991), Predictors And Financial Outcomes of corporate Entrepreneurship: An Exploratory Study, *Journal of Business Venturing*, 6(4), 259-285

Impacts of Entrepreneurship and Market Orientation of Business Incubator CEO's on business performance: Focusing on Moderating effects of utilization level of BI Supporting Services*

Kim, Seong Il**
Lee, Woo Jin***

Abstract

This study aims to observe the impacts of entrepreneurship and market orientation of Seoul's business incubator (BI) CEO's on business performance, as well as investigate the moderating effects of BI supporting services. The main objectives of this study are as follows: first, to observe how the entrepreneurship of CEO's affects business performance; second, to observe how CEO's market orientation as a cultural factor attributes to business performance; third, to verify whether the utilization level of BI supporting services shows moderating effects between entrepreneurship and business performance, and finally to verify whether the utilization level of BI supporting services shows moderating effects between market orientation and business performance.

Business incubators in Seoul registered with the Business Incubator Association were surveyed both online and offline to receive 127 responses out of 320 circulations. By filtering out insincere reponses, 117 were used for statistical analysis.

Our results assert that the utilization level of physical BI supporting services does indeed strengthen the relation between initiative and financial performance. Also, it is interesting to note that the utilization level of physical BI supporting services supports the relation between risk sensitivity and financial performance. While risk sensitivity on its own shows no positive effect on business performance, a suitable utilization level of BI supporting services is likely to strengthen the connection.

In addition, the utilization level of both physical and non-physical supporting services shows a moderating effect between initiative and non-financial performance. Based on the results above, risk-taking business incubator CEOs with initiative are likely to yield better financial performance in terms of increasing sales, if provided with various physical supporting services such as sufficient educational facilities including communal spaces and conference rooms.

Key Words: entrepreneurship, business incubation center, business support, entrepreneurship Education

* This manuscript is an addition based on the first author's master's thesis from Kookmin University

** Korea Entrepreneurship Foundation, kimsi8466@naver.com
*** Kookmin University, drlee@kookmin.ac.kr