

기업조직 구성원의 기업가정신과 개인 및 집단 창의성의 관계에서 기업가적 자기효능감의 매개효과에 관한 연구

송찬섭¹, 노연숙², 이다정², 이선규^{3*}

¹금오공과대학교 경영학과 박사과정, ²금오공과대학교 경영학과 박사, ³금오공과대학교 경영학과 교수

A Study on the Mediating Effect of Entrepreneurial Self-Efficacy on the Relationship between Entrepreneurship and Individual and Group Creativity of Corporate Organization Members

Chan-sub Song¹, Yeon-Sook Noh², Da-Jeong Lee², Sun-Kyu Lee^{3*}

¹Ph. D Course, of Business School, Kumoh National Institute of Technology

²Ph. D, of Business School, Kumoh National Institute of Technology

³Professor, Business School, Kumoh National Institute of Technology

요약 본 연구는 최근 조직환경에서 창의성의 중요성이 증대되는 점에 주목하여 구성원이 인식하는 기업가정신이 조직의 창의성을 향상시키는 과정을 기업가적 자기효능감을 통해 실증분석하고, 그 효과를 확인하였다. 본 연구는 기업조직의 기업가정신이 개인·집단 창의성에 미치는 영향 관계를 분석하였다. 특히, 기업가정신과 창의성 관계의 매개효과를 파악코자 한다. 본 연구를 위해, 문헌연구를 통해 연구모형 및 가설을 설정하였고, 경북지역의 제조업 종사자를 대상으로 308부의 설문지를 배포·회수하여 실증분석을 시행하였다. 연구 결과, 기업가정신이 기업가적 자기효능감에 영향을, 기업가적 자기효능감이 개인·집단창의성에 영향을 미치는 것을 확인하였다. 기업가정신은 개인·집단창의성에 유의한 영향을 직접적으로 미치지 않고 기업가적 자기효능감을 매개하여 영향을 주는 것으로 나타났다. 이를 통해 기업가정신과 창의성의 관계에서 기업가적 자기효능감의 중요성을 확인하였으며, 연구 결과는 기업전략수립 방향과 조직차원의 관리에 있어서 가이드라인을 제공할 수 있을 것이다.

주제어 : 기업가정신, 기업가적 자기효능감, 개인창의성, 집단창의성, 문화로서의 기업가정신

Abstract This study focused on the importance of creativity in organizational environment recently, and empirically analyzes the process of entrepreneurship to improve organizational creativity through entrepreneurial self-efficacy and confirmed its effect. This study analyzed the relationship between the entrepreneurship and individual and group creativity. In particular, it examines the mediating effects of entrepreneurship and creativity. For this study, the research model and hypothesis were established based on the literature research, and 308 questionnaires were distributed and collected for manufacturing workers in Gyeongbuk. The results showed that entrepreneurship affects entrepreneurship self-efficacy and entrepreneurship self-efficacy affects individual and group creativity. The effects of entrepreneurship on entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial self-efficacy on individual and group creativity were examined. These findings can provide guidelines for corporate strategy development direction and organizational management.

Key Words : Entrepreneurship, Entrepreneurial self-efficacy, Individual creativity, Collective creativity, Entrepreneurship as a culture

*Corresponding Author : Sun-Kyu Lee(sklee@kumoh.ac.kr)

Received November 19, 2019

Accepted February 20, 2020

Revised December 30, 2019

Published February 28, 2020

1. 서론

급격한 환경 변화는 각종 매체와 언론을 통해서 거듭 언급되며 일반적인 사실이 되어가고 있다. 기술의 진보는 꾸준하게 이뤄지고 있으며, 발전된 기술에 따라 조직 또한 개편되며, 이러한 결과로 인해 새로운 인재와 조직형태에 대한 욕구가 증가하고 있다. Boston Consulting Group은 미래사회의 인적 자원은 새롭게 변화하는 역할과 환경에 적응하는 유연성이 요구될 뿐만 아니라 지속적인 학제 간 학습이 필요하고, 로봇이나 기계에 대한 이해와 같은 하드스킬(Hard Skill)을 활용하여 정보통신기술과 접목할 수 있는 지식 활용에 대한 소프트스킬(Soft Skill)이 중요한 역량이라 하였다. 즉, 인재를 바라보는데 있어 기존과는 다른 역량이 요구되고, 이에 따라 조직도 변화에 구체적인 해결책이 필요하다. 새로운 방안은 궁극적으로 새로운 사업 영역을 창출할 수 있어야 한다. 이러한 시대적 요구로 인해 조직의 기업가정신이 다시금 주목받고 있다. 기업가정신은 “위험(risk)이 존재하는 신사업을 발굴하여 운영하며, 창의적이고 모험적인 성향이고, 현실적으로 자원의 제약 및 위험에도 불구하고 혁신적인 역량을 발휘하여 창업, 기업의 지속적 성장, 신사업 및 신시장을 개척하여 계속적으로 새로운 가치를 창출하는 것”이다[1]. 기업가정신은 새로운 사업 영역을 발견과 혁신의 중요한 동인으로, 특히 제조업에서 혁신적인 기술 및 제품이 기업의 생사를 결정하는 중요한 요인으로 작용하므로 우리나라에서 더욱 중요하다고 할 수 있다.

기업가정신에 관한 연구 흐름은 다음과 같다. 첫째, 혁신을 주도하는 객체로 기업에 중점을 두고 기업가정신의 정의를 확립하는데 기여한 연구, 둘째, 기업가정신의 본질을 창업으로 보고 창조적 파괴자의 개념을 도입함으로써 혁신을 통해 성공을 만드는 혁신가 역할에 관한 연구, 셋째, 문화적인 측면으로 접근하여, 조직 구성원이 인지하는 조직의 문화로 기업가정신을 바라보는 관점이 있다.

이 가운데, 기업의 문화로 바라보는 견해에 관한 기업가정신의 연구가 최근 주목받고 있으며, 이에 더해 창의성과의 관계에 관한 연구가 요구되고 있다. Mackinsey는 미국 내 800개 직업을 대상으로 자동화 가능성을 분석하였다. 이에 따르면 전체 800개 중 5%만이 자동화로 대체되고 2,000여 개 업무 활동 중 45%만이 자동화될 것으로 예측하였다. 또한, 창의력이나 감정과 관련된 업무는 자동화되기 어려울 것이라 보았다. 이를 통해 창의성, 혁신성과 같은 분야는 기술의 발전으로 대체하기 힘들며 인간이 수행해야 하는 영역이다. 다시 말해서, 조직

이 변화하는데 그 바탕에 기업가정신이 필요하며, 이를 통해 조직의 창의성을 강화할 수 있어야 한다.

본 연구는 기업가정신에 대해 문화적인 차원에서 접근하고자 한다. 경영자와 같은 리더에 국한하지 않고 구성된 전체적인 인식이 중요하므로 기업가적 자기효능감의 역할을 포함한 연구를 수행하고자 한다. 기업가적 자기효능감은 경영자의 새로운 모험적인 의지에 대한 자기효능감으로, 성공적으로 기업가의 모험심을 발휘할 수 있는 능력에 대한 신념이다[2,3]. 이는 기업가적인 행동을 보여주는 강력한 예측변수이다[2,4]. 이는 구성원의 기업가정신이 창의성에 영향을 미치는 과정에 크게 관여될 것으로 보여진다.

이와 같이 실제로 업무를 수행하는 구성원이 기업가정신을 가질 때, 기존의 연구에서 다루던 창업자나 경영자들과는 다른 결과를 예상할 수 있다. 이러한 중요성에도 불구하고 구성원의 기업가정신에 대한 기존의 국내 선행연구는 부족하며, 더욱이 기업가적 자기효능감의 매개효과를 통한 이론적 과정을 설명하는 연구는 매우 부족하다고 할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 기업가적 자기효능감을 고려하여 기업가정신이 조직의 창의성에 영향을 미치는 것을 확인하고자 한다.

이러한 연구는 구성원이 갖는 기업가정신의 효과를 검증함으로써, 기업이 문화적인 측면에서 기업가정신을 독려할 때, 어떠한 효과가 있을지, 조직의 창의성을 위해서는 구성원을 어떻게 관리해야 할지 실무적인 가이드라인을 제시할 수 있으며, 학술적으로 구성원의 기업가정신에 대한 연구를 확장할 수 있을 것이다.

2. 이론적 배경

2.1 기업가정신과 창의성

기업가정신(Entrepreneurship)은 “위험(risk)이 존재하는 신사업을 발굴하여 운영하며, 창의적이고 모험적인 성향이고, 현실적으로 자원의 제약 및 위험에도 불구하고 혁신적인 역량을 발휘하여 창업, 기업의 지속적 성장, 신사업 및 신시장을 개척하여 계속적으로 새로운 가치를 창출하는 것”이다[1]. Schumpeter는 기업가를 “새로운 분야를 조합하여 시장에서 변화를 이끌어 내는 혁신가(innovator)”라 하였으며[5], 이러한 기업가의 정의에서 시작하여 기업가정신에 대한 다양한 개념이 발전되며 정의된다.

일부 연구자들은 기업가정신에 대해 한정적으로 다루으로써, 그 의미를 초기 창업자에 적용되는 창업단계의 리더십 차원의 개념, 혹은 소규모 조직이나 사업과 관련 지었지만 다양한 연구를 통해 기업가정신은 기업의 다양한 수준에서 고려될 수 있으며[6], 개인 및 조직 수준에서 논의하는 방향으로 확대되고 있다[1]. 이에 따라 구성원이 인식하는 기업가정신에 대한 연구가 활발히 진행되고 있다. 구성원이 인식하는 기업가정신은 기존 창업자나 경영자를 대상으로 한 것에서 구성원 차원으로 확장한 것으로 문화적인 성격을 갖는다. 이들은 그 대상에서 차이를 가지며, 구성요소에서는 차이를 가지지 않는다[7,8].

기업가정신은 신기술을 창출하는 기반으로 기업 성공에 있어 매우 중요한 요인이 된다. 기본적으로 개인은 어느 정도 수준의 기업가적 능력을 가지고 있다. 하지만 특정 사건이나 상황, 혹은 개인의 특성에 따라 그것이 발현되는 수준이 다르다[9]. 이러한 수준을 결정짓는 요인은 혁신성, 위험 감수성, 진취성이며, 이들은 기업가정신의 구성 요인으로 다뤄진다[10,11].

혁신성(Innovativeness)은 기업가정신을 발휘하는데 있어 가장 핵심적인 요소로 여겨진다. 조직에서 신제품, 신공법, 새로운 원재료, 제품의 디자인의 개발, 신 시장의 창출, 새로운 조직의 실현 등을 위한 가용한 자원의 재결합 등의 활동을 적극적으로 추진하는데 필요한 기술적인 진보를 실현할 수 있는 아이디어와 창조적 프로세스를 선택하고 지원하는 기업 지향성을 의미한다[1]. Covin & Slevin(1991)은 혁신성을 시장 지향적 아이디어를 기회로 전환시키는 경영활동으로 설명하였다[11].

진취성(Proactiveness)은 새로운 제품이나 기술을 도입하기 위해 적극적으로 대응하며, 변화를 예측하고 시장의 새로운 기회를 발굴하며, 발전적인 방향으로 의사결정을 함으로써 경쟁자보다 앞서 시장을 주도하는 성향을 의미한다. 시장에서 수요를 사전에 예측하고, 시장을 선도함으로써 경쟁자보다 우월한 성과를 내는 활동을 의미한다[1]. 진취성은 공격적인 경쟁을 지향하는 기업가의 태도로, 이는 경쟁에서 우위를 점하게 함으로써 기업의 성공의 주요 요인이 된다[11]. 뿐만 아니라 높은 수준의 진취성은 경쟁 형태의 변화를 피하고자 하는 의지를 지니고 있으며, 이는 새로운 기회나 제품, 서비스에 대한 선점 의지로 나타난다[11].

위험감수성(Risk-taking)은 불확실성이 존재하는 의사결정에서 높은 위험도를 감수하는 판단을 하는 성향을 위험감수성이라 한다[10]. 새로운 시장에 대해 모험하려는 성향이 강할 때, 결과에 대해 높은 불확실성에도 불구하고

하고 과감한 투자를 진행하는 선택을 할 수 있다[1].

본 연구에서는 기업가정신을 조직 수준에 광범위하게 논의하고자 하여, 구성원이 인식하는 문화로 다루고자 한다. 이에 따라 구성원이 인식하는 기업가정신 요인을 바탕으로 연구를 진행하고자 한다.

창의성은 초기에는 심리학의 관점에서 인간의 비합리성, 비이성적 요인으로부터 발현되는 것으로 보았다. 하지만 지속적인 연구를 통해 지적인 특성에서 기인한 것으로 여겨지며 문제 해결을 위한 지적 능력으로 인지적 관점으로 다루고 있다[12]. 이러한 관점으로 인과적 추론을 통해 창의성의 원인이 되는 변수를 찾아내고자 하였다. 그 결과, 내재적 동기[13], 지능[14], 성격[15,16], 인지[17]와 같은 개인의 특성에 대한 변수들이 창의성과 관련이 있는 것을 확인하였다. 이후에는 개인 특성 중 성격적 특성에 대해 구체적인 연구가 다수 이루어졌다. 그 결과 관심 수준, 개인적 흥미의 광범위성, 어려운 문제에 대한 관심, 열정적인 에너지, 독립적 판단, 자율성, 자신감, 개방성, 인내심, 도전성, 스스로에 대한 확신감이 창의성과 관계가 있는 것으로 확인되었다[18,19].

1990년대에 들어서면서 경영학 분야에서 창의성에 대한 연구가 이뤄졌다. 특히 조직행동 분야에서 일반적인 조직의 분석 수준과 동일하게 개인, 집단, 조직 수준으로 분류되어 창의성을 연구하였다[20-22]. 이후 연구에 따르면 창의성은 개인이나 집단의 직접적인 상호작용으로 발현될 수 있다[23]. 이에 따라 최근 연구에서는 창의성을 개인 차원과 집단 차원으로 구분하여 다루고 있다.

개인 창의성은 개인이 환경과 상호작용을 통해 만들어 내는 새롭고 유용한 아이디어를 의미한다[20]. 창의성은 창의적 사고능력, 전문적 지식, 동기수준으로 구성된다[24]. 창의적 사고능력은 인지적 양식, 새로운 인지적 경로를 탐색하고 발견을 적용하는 것을 포함한다. 개인이 인지적으로 정보를 감지하고, 해석하고, 처리하고, 인출하는 방식에 따라 개인 창의성은 그 정도가 달라진다. 전문적 지식은 업무수행을 위한 기반으로 보유하고 있는 사실적 지식, 전문 기술을 의미하며 문제 영역에서의 특수한 재능을 포함된다. 자신의 과업영역에 대하여 가지는 사전지식과 경험은 창의적인 성과의 필수적 조건이 된다[20]. 동기수준은 과업에 대한 접근을 결정짓는 동기와 관련된 변수들을 의미한다. 이는 작업환경에 직접적으로 영향을 받는 것으로, 개인이 새로운 것을 위한 전문적 지식과 창의적 사고 능력을 보유하고 있다 하더라도, 새로운 아이디어를 도출하고자 하는 동기가 없으면 결과 나올 수 없다. 내적, 외적 동기 중 창의성은 내재적 동기

와 크게 관련된다[16].

창의성은 개인이 독자적으로 발휘되기도 하지만, 집단에서 특정 지식에 대하여 다양한 관점이 결합을 통해 발현될 수도 있다. 집단 창의성은 기존에 연구되고 있던 개인 창의성이 집단 및 조직까지 영향을 미칠 수 있는지에 대한 의문으로부터 시작되었다고 할 수 있다. 집단에서 발휘되는 창의성은 프로세스(Process)적인 특성을 갖고 있으며, 개인이나 집단의 직접적인 상호작용으로 발현될 수 있다[23]. 집단 창의성은 기존 개인 창의성의 연구 관점을 조직 환경이나 집단의 컨텍스트 요인으로 확장한 것이다[20]. 집단 창의성에서 지식은 핵심적인 요인으로, 구성원들이 다양한 사고방식을 통해 정보, 아이디어, 지식의 교환을 활성화시켜 집단 창의성을 향상시킬 수 있다[25].

이 두 변수 간의 연구는 주로 벤처 창업가를 대상으로 창의적인 사업기회 발견이나 창의적인 사업 모델 구현에 대해 이뤄졌다. Shane & Nicolaou는 개인의 창의적 인성(Creative Personality)이 기회 포착과 벤처 창업 성향에 영향을 미치는 것을 확인하였다[26]. 또한 사회적 인지 이론을 바탕으로 기업가정신 교육을 통해 피교육자의 잠재적 창의성이 기업가정신에 미치는 영향을 설명한 연구가 있다[27]. Ward는 벤처사업가가 보이는 독창적이고 유용한 아이디어의 창출 과정과 방법을 인지적 관점에서 설명하였다[28]. 이러한 선행 연구는 기업가가 창의적인 아이디어를 도출하는 과정을 설명하는 것으로 이는 한 명의 개인이 창의성을 발휘하는 연구이다. 이와 같은 인지적 과정은 구성원이 기업가정신을 인지할 때 창의성을 발휘하는 것에도 상이한 특징이 없을 것이다.

2.2 기업가적 자기효능감의 매개효과

기업가적 자기효능감(Entrepreneurial self-efficacy)은 자기효능감에서 파생된 개념이다[29]. 자기효능감은 개인이 어떠한 목표를 달성하는데 요구되는 행동과정을 조직화하고 실행할 수 있다고 믿는 신념이다[30]. 따라서 기업가적 자기효능감은 기업가의 역할과 행동에 대한 자기효능감으로, 구체적으로 기업가로서 새롭고 모험적인 경영환경에서 과업을 잘 수행할 수 있다고 믿는 신념이다[2]. 이는 기업가의 성격을 형성하는데 영향을 미치며, 기업가의 의도와 행동에 영향을 미치는 요인으로 여겨진다[2,4]. 또한, 최근 연구를 통해서 개인 차원에서 기업가 효능감은 기업가적인 행동을 교육시킴으로써 함양할 수 있다.[31-33].

기업가적 자기효능감이 높은 경우 기대할 수 있는 특

징으로, 타 조직, 사업영역에 비해 환경에 대한 불확실성이 높을 때, 효율적인 작용을 한다[29]. 기업가로서 자신의 능력을 통해 기업의 내·외부 환경에 영향을 미치고, 상황에 대해서 효과적인 행동을 함으로써 기업을 성공적으로 운영할 수 있다는 자신감을 총체적으로 아우른다. 이러한 특징으로 인해 기업가적 자기효능감은 환경의 불확정성, 정의의 주관성, 활용 영역의 광범위성 등의 기업 환경의 다양한 영역에서 발휘될 때 검증이 가능하다[34].

따라서 기업가적 자기효능감은 기업가의 구체적 역할에 대한 신념, 인식자원과 행동노선으로 의도와 관계가 있다. 이는 창업과 기업가적인 역할과 관련된 선행연구를 통해 확인할 수 있다. Bird(1988)는 자기효능감이 높을수록 높은 수준의 창업의도를 보인다는 연구 결과를 제시함으로써 자기효능감을 창업의도에 영향을 미치는 선행 변수로 설명하였다[4]. 자기효능감은 어려운 환경 속에서도 새로운 기회를 찾아 활용할 수 있다는 믿음을 제공하여 기회인식도 보다 빈번하게 발생하므로 창업의도에도 긍정적인 영향을 미친다[3]. 자신의 운명이 타인이나 자신 외 요인으로 결정된다고 사람들과 달리 자기효능감이 높은 사람들은 스스로 운명을 통제할 수 있다고 믿는다. 이에 따라 자기효능감이 높은 사람들은 자신들의 행동과 결과가 외부의 원인으로부터 이뤄진 것이 아니라 자신들의 능력에서 기인한다고 믿는다[35]. 이러한 특성으로 자기효능감이 높은 사람들은 다른 사람에 비해 동일한 업무에서 더 높은 성취욕과 열정, 지속성을 보인다. 보다 높은 목표를 설정하고 적절한 전략을 수립하는 것과 같은 계획 활동에서도 차이가 발생한다. 뿐만 아니라, 부정적인 피드백을 긍정적으로 활용하여 자신의 성장의 토대로써 활용한다. 이는 높은 수준으로 인내, 열정, 계획, 노력이 요구되는 창업 과정에서 중요한 역할을 한다[36]. 앞의 선행연구는 기업가적 자기효능감을 개념화하여 다른 자기효능감과 구분한 것은 아니다. 하지만 자기효능감은 개인이 어떠한 목표를 달성하는데 요구되는 행동과정을 조직화하고 실행할 수 있다고 믿는 신념으로[30], 창업과 관련된 자기효능감은 자신이 창업에 대해 잘 해낼 수 있다는 믿는 것이므로 기업가적 자기효능감과 유사하다고 할 수 있다.

기업가적 자기효능감이 기업가정신과 창의성을 매개한다는 근거는 선행연구를 통해 확인할 수 있다. 기업가적 자기효능감은 기업가정신의 교육을 통해 향상시킬 수 있으며, 긍정적인 이익이나 대가를 기대할 수 있을 때 강화되며, 부정적 결과는 행동을 감소시키게 된다[37]. 또한 기업가적인 행동에 대한 교육을 통해서 기업가적 자

기효능감을 증대시킬 수 있다는 연구가 다양하게 존재한다[31-33]. 기업가적 자기효능감기업가정신으로 인해 기대되는 인내나 열정, 노력 등의 결과를 향상시킬 수 있다[36]. 이에 따라 기업가정신이 창의성에 영향을 미칠 때 기업가적 효능감이 이러한 결과를 매개할 수 있을 것이다.

3. 실증적 연구설계

3.1 연구모형 및 가설 설정

선행연구를 근거로 도출한 Fig. 1의 모형에 따라, 연구 가설들을 설정하였다.

- 가설 1. 기업가정신은 창의성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-1. 기업가정신은 개인창의성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-2. 기업가정신은 집단창의성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2. 기업가정신은 기업가적 자기효능감에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3. 기업가적 자기효능감은 창의성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3-1. 기업가적 자기효능감은 개인창의성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3-2. 기업가적 자기효능감은 집단창의성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 4. 기업가적 자기효능감은 기업가정신과 창의성의 관계를 매개할 것이다.
- 가설 4-1. 기업가적 자기효능감은 기업가정신과 개인 창의성의 관계를 매개할 것이다.
- 가설 4-2. 기업가적 자기효능감은 기업가정신과 집단

창의성의 관계를 매개할 것이다.

3.2 변수의 조작적 정의 및 측정

3.2.1 기업가정신

기업가정신은 통제할 수 있는 자원에 한정되지 않고 혁신성, 위험감수성, 진취성을 가지고 새로운 기회를 포착하고 추구하며 도전하는 것이다. 여기에는 미래 지향성을 통해 변화와 불확실성에 대처하는 자세와 능력까지 포함한다. 기업가가 아닌 구성원이 인식하는 기업가정신을 측정하기 위해 대상을 구성원으로 하며 세부적으로 혁신성, 위험감수성, 진취성의 세 가지를 통해 측정하였다[38]. 각 구성요소에 대해 15개 문항을 사용하여, Likert의 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로 측정하였다.

3.2.2 기업가적 자기효능감

기업가적 자기효능감을 기업가적인 역할 및 업무, 또는 기업가적 자기확신을 성공적으로 수행하기 위한 개인의 능력에 대한 자기 확신으로 정의하고, 이에 대한 측정을 위해 De Noble, Jung & Ehrlich이 고안한 측정도구를 토대로 Chen et al., Zhao et al., Forbes 연구를 참고하여 목표수립 및 신시장 개척(Setting goal and New venturing), 조직혁신(Defining Organization), 투자자 관계 정립(Financial control), 위기극복대처(Making decisions under uncertainty and risk) 등의 4개 영역 18개의 문항을 사용하여, Likert의 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로 측정하였다[29,33,39,40].

3.2.3 개인창의성

본 연구에서는 Amabile가 제시한 구성요인모형을 토대로 전문성, 창의관련작용, 그리고 내재적 과업동기를

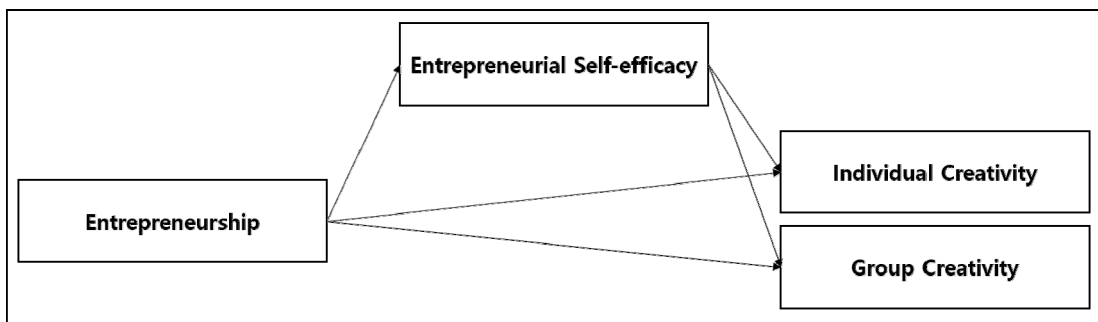


Fig. 1. Research Model

하위척도로 구성하였다[20,41]. 개인창의성 평정을 위해 창의적 행동 및 성취에 대한 자기보고식 측정법을 활용하였다[42].

전문성은 해당 분야의 지식, 기술, 재능을 의미하는 것으로 “나는 참신하고 기발한 아이디어를 잘 떠올리는 편이다.” 등 3문항으로 측정하였다[43,44]. 창의관련활동은 창의적 사고와 관련된 인지능력과 성격 자질을 뜻하며, 최종인, 김혜숙의 연구를 참조하여 “나는 현재 하고 있는 일에 상당히 재능이 있는 편이다.” 등 3문항으로 측정하였다[43,44]. 내재적 동기는 과업에 대한 기본적인 태도를 의미하며, WPI(Work Preference Inventory)에 따라 호기심에 의해 동기 부여된다[45]. “작업에 열중하면 다른 일을 잊어버리는 편이다.”, “자신이 하는 일을 즐기는 것이 중요하다고 믿는다.” 등 3개문항으로 전체 9개 문항을 사용하였다. 세가지 구성요소 모두 Likert의 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로 측정하였다.

3.2.4 집단창의성

관련 기존 연구에서는 집단 창의성에 대한 명확한 정의를 내리기 보다는 집단 창의성에 영향을 미치는 집단이나 조직의 특성과 상황적 특성, 프로세스와 같은 요소들을 제시하고 있다. 본 연구에서는, 집단 창의성을 구성원들의 창의적인 아이디어 도출과 문제해결활동으로 정의하여, Amabile et al.이 고안하고 최종인이 활용한 연구에서 측정된 척도를 사용하였다[43,46]. 집단의 아이디어 도출은 구성원들이 새롭고 다양한 시각에서 문제를 다룸으로써 혁신적인 아이디어와 접근방식을 제시하는 능력을 의미한다. 집단 창의적 문제 해결활동은 도출된 문제를 활용, 구성원들이 새롭고 유용한 해결방안을 만들어 가는 활동을 말한다. Amabile et al.의 8개 문항을 사용하여, Likert의 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로 측정하였다[46].

3.3 조사대상과 방법

3.3.1 표본추출 방법

표본은 대한민국의 대표적인 산업이라 할 수 있는 제조업 종사자를 대상으로 설문조사를 하였으며 대구·경북 지역을 중심으로 수집하였다. 조사기간은 2018년 2월, 3월로 약 2달간 진행되었고, 총 350부를 배포, 323부가 회수되었다. 회수된 설문지 가운데 분석에 사용하기에 과도한 오류가 있는 것을 제외하고, 총 308부가 분석에 사용되었다. 표본의 특성은 Table 1과 같이 나타났다.

Table 1. Structure of the sample

Category		N	Ratio(%)
Sex	Male	208	67.5
	Female	100	32.5
Age	Under 30	17	5.5
	Under 40	104	33.8
	Under 50	91	29.5
	Under 55	87	28.2
	Over 55	9	2.9
Academic Ability	A high school graduate	64	20.8
	College Graduate	64	20.8
	A university Graduate	148	48.1
	Graduate school	32	10.4
Position	Staff	102	33.1
	Section manager	48	15.6
	Senior manager	64	20.8
	General manager	71	23.1
	Executive	23	7.5
Tenure	~3	40	13.0
	4, 5	57	18.5
	6, 7	41	13.3
	8, 9	29	9.4
	Over 10	141	45.8

4. 실증분석

4.1 자료의 타당성, 신뢰성 분석

본 연구의 실증분석에 앞서 먼저, 척도의 신뢰성과 타당성을 검증하였다. 이들 검증에는 SPSS 21을 활용하였다.

신뢰성은 Cronbach- α 계수를 사용하여 검증하였다. 신뢰성 계수는 .7 이상이면 충분한 수준으로 판단되며, 이에 따라 본 연구의 척도는 충분히 신뢰성이 확보되었다고 할 수 있다. Table 2는 이후 탐색적 요인분석에서 제외된 변수를 반영하여 제시하였다.

Table 2. Reliability Analysis

Variables	Factor	Questions	Cronbach's α
Entrepreneurship	Innovativeness	5	.846
	Proactiveness	3	.810
	Risk-taking	3	.811
Entrepreneurial Self-efficacy	SG & NV	5	.845
	DO	4	.789
	FC	2	.728
	MD	3	.854
Individual creativity		9	.850
Group creativity		8	.918

또한, 측정항목의 타당성을 검증하기 위해 고차요인분석을 활용하였다. 먼저 기업가정신과 기업가적 자기효능감을 탐색적 요인분석을 통해 구성요소들의 문항의 타당성을 검증하고 전체 모형의 확인적 요인분석을 하였다.

탐색적 요인분석은 일반최소제곱을 통해 요인을 추출하였으며, 그 결과 기업가정신에서 위험감수성의 4, 5번 문항, 진취성 3, 4번 문항이 충분히 적재되지 않아 이후 분석에서 제외하였다. 기업가적 자기효능감의 요인분석에서는 목표수립 및 신시장 개척 4, 5번 조직혁신 4, 5번과 투자관계정립 1번, 위기극복대처 1번이 충분히 적재되지 않은 것으로 나타나 이후 분석에서는 제외하였다. 상세한 내용은 Table 3과 Table 4에서 각각 확인할 수 있다.

Table 3. exploratory factor analysis of Entrepreneurship

Factor	1	2	3
Innovateness1	.633	.139	.340
Innovateness2	.733	.228	.267
Innovateness3	.824	.050	.296
Innovateness4	.690	.178	.272
Innovateness5	.544	.157	.043
Risk-taking1	.419	.533	.260
Risk-taking2	.326	.647	.360
Risk-taking3	.266	.700	.166
Proactiveness1	.398	.193	.783
Proactiveness2	.464	.118	.665
Proactiveness5	.440	.265	.411
Eigen-Value	3.386	1.990	1.937
Percentage of Variance	22.573	13.265	12.912

x²=122.990*** DF : 63

이후 전체 변수에 대해 확인적 요인분석을 실시하였다. Table 5와 같이SMC의 값이 충분하지 않은 개인창의성 7, 8, 9번과 집단창의성 8을 이후 분석에서 제거하였다.

척도의 판별타당성(discriminant validity)을 확인하기 위하여 AVE 값이 구성개념 간의 상관계수의 제곱 값을 상회하는지 여부를 검토하였다. Table 6, 7에서 확인할 수 있듯 이 평가에서 상관계수 제곱 값이 모두 기준을 충족시키는 것으로 나타났다.

Table 5. Confirmatory factor analysis

Factors	Loading	T	S.E
Entrepreneurship	Inno	1.000	
	Risk	.986	12.562
	Pro	.985	14.135
Entrepreneurial Self-efficacy	SG & NV	1.000	
	DO	.858	11.953
	FC	.973	11.143
	MD	1.149	12.725
Individual Creativity	1	1.115	13.442
	2	1.163	14.345
	3	1.000	
	4	1.029	12.960
	5	.915	10.622
	6	.943	10.558
	7	1.000	
Group Creativity	2	.996	14.454
	3	.846	13.122
	4	.874	13.116
	5	.968	14.262
	6	1.002	14.714
	7	.967	14.117
	Model fit	x ² =466.497***, CFI=.915, IFI=.915, RMR=.034, RMSEA=.078	

Table 4. exploratory factor analysis of Entrepreneurial Self-efficacy

Factor	1	2	3	4
Setting goal and New venturing1	.715	.181	.135	.259
Setting goal and New venturing2	.920	.112	.163	.195
Setting goal and New venturing3	.628	.278	.260	.251
Defining Organization1	.219	.554	.171	.254
Defining Organization2	.116	.753	.164	.089
Defining Organization3	.262	.595	.161	.251
Defining Organization6	.265	.452	.165	.590
Financial control2	.219	.341	.529	.175
Financial control3	.181	.118	.876	.212
Making decisions under uncertainty and risk2	.214	.122	.272	.755
Making decisions under uncertainty and risk3	.278	.143	.309	.752
Making decisions under uncertainty and risk4	.215	.276	.222	.633

x²=216.035*** DF : 87

Table 6. Construct Reliability and AVE

Factors		Standard	error	AVE	C.R
Entrepreneurship	Inno	.828	.167	.627	.834
	Risk	.720	.314		
	Pro	.822	.155		
Entrepreneurial Self-efficacy	SG & NV	.724	.245	.537	.823
	DO	.735	.169		
	FC	.685	.29		
	MD	.785	.221		
Individual Creativity	1	.777	.235	.530	.870
	2	.826	.181		
	3	.747	.228		
	4	.751	.235		
	5	.624	.378		
	6	.620	.409		
Group Creativity	1	.757	.296	.602	.914
	2	.803	.217		
	3	.738	.238		
	4	.737	.254		
	5	.793	.219		
	6	.815	.201		
	7	.786	.229		

Table 7. Coefficient of Correlation and AVE

	1	2	3	4
Entrepreneurship	.627	.386	.208	.308
Entrepreneurial Self-efficacy	.621	.537	.521	.539
Individual Creativity	.457	.722	.530	.506
Group Creativity	.555	.734	.711	.602

under the diagonal is coefficient of correlation, diagonal is the AVE, over the diagonal is coefficient of correlation's square

4.2 가설 검증

4.2.1 구조모형의 적합도 평가

변수 간의 관계를 확인하기 위해 구조모형에 대한 적합도 평가를 실시하였으며, 그 결과 $\chi^2=481.289$, $df=165$, $p=.000$ 으로 나타났다. 카이제곱을 통한 검정에서는 값이 크면 적합하지 않은 모델로 해석하지만, 표본수에 민감하다는 특성이 있어 다른 적합도 지수를 함께 참조하여 판단하였다. 본 연구에서는 RMR, IFI, CFI, RMSEA를 활용하였으며, RMR은 .05 이하, IFI와 CFI는 .9 이상, RMSEA는 .08 이하에서 그 모형의 적합도를 인

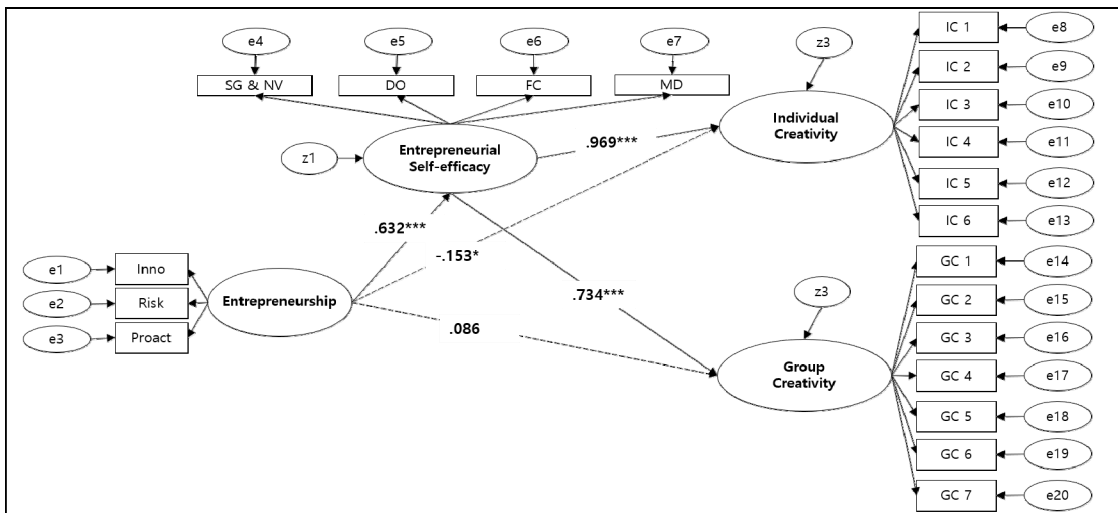


Fig. 2. Result of Research

정한다. 본 연구에서는 RMR=.030, IFI=.912, CFI=.911, RMSEA=.080으로 확인되어 전반적으로 양호한 모형으로 판단할 수 있다.

4.2.2 가설의 검증

Fig. 2을 보면 기업가정신이 개인창의성($\beta=-.153$, $p=.030$)에 부정적 영향을, 집단창의성($\beta=0.086$, $p=.206$)에 유의미한 긍정적 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1은 기각되었다.

반면 기업가정신이 기업가적 자기효능감에 미치는 영향은 유의하여 가설2는 채택되었으며, 기업가적 자기효능감이 개인, 집단창의성에 미치는 영향도 유의하게 나타나 가설 3도 채택되었다.

가설 4의 매개효과를 검증하기 위해 Byron(2013), Jöreskog & Sörbom(1993)이 제시한 경로분석 절차에 따라 진행하였다(47,48). 이를 위해 먼저 부분 매개모형과 완전 매개모형의 적합도를 비교하였다. 부분 매개모형의 적합도는 위에서 살펴봤듯, $\chi^2=481.289$, $df=165$, $p=.000$, RMR=.030, IFI=.912, CFI=.911, RMSEA=.080이다. 완전 매개모형의 적합도는 $\chi^2=490.558$, $df=167$, $p=.000$, RMR=.032, IFI=.909, CFI=.909, RMSEA=.080로 충분한 수준에 부합된다. 구체적으로 두 모형 간의 χ^2 의 차이는 9.269($DF=4$)로 완전 매개모형보다 부분 매개모형이 더 나은 모형인 것을 확인할 수 있다.

부분 매개모형에서 기업가정신이 기업가적 자기효능감에 미치는 영향은 .632이며 기업가적 자기효능감이 개인창의성에 미치는 영향은 .969로 두개 경로 모두 유의하다. 이에 따라 간접효과는 .613인 것을 확인하였으며, 부트스트래핑을 통해 유의성을 확인한 결과 $p<.05$ 수준에서 유의한 것을 확인하였다. 따라서 가설 4-1은 채택되었다.

또한, 기업가적 자기효능감이 집단창의성에 미치는 영향은 .734로 유의하다. 이에 따라 간접효과는 .464인 것을 확인하였으며, 부트스트래핑을 통해 유의성을 확인한 결과 $p<.05$ 수준에서 유의한 것을 확인하였다. 따라서 가설 4-2도 채택되었다.

5. 결론

본 연구는 구성원이 인식하는 문화적 차원에서 기업가정신이 개인과 집단의 창의성에 미치는 영향과 그 관계에서 기업가적 자기효능감의 매개효과를 확인하였다. 연

구 결과, 기업가정신이 개인창의성과 집단창의성에 미치는 영향은 유의하지않았으나, 기업가적 자기효능감을 통한 매개효과는 유의하게 나타난 것을 확인할 수 있다. 결론적으로 구성원의 기업가정신은 기업가적 자기효능감을 통해 개인 및 집단의 창의성에 영향을 미친다. 구성원의 기업가정신이 개인 창의성과 집단 창의성에 직접적으로 영향을 미치는 것이 아닌 기업가적 자기효능감이 있어야 한다는 것을 규명한 것이 본 연구의 핵심적인 의의라고 할 수 있다. 이는 자기효능감이 행동을 만드는 매개역할을 하는 특징으로 설명할 수 있을 것이다. 동등한 능력을 가진 사람이라 할지라도 자기효능감이 낮은 사람보다 높은 사람이 실제 행동으로 옮기는 경향이 강하다[30]. 따라서 높은 혁신성, 진취성, 위험감수성을 가지고 있다고 하더라도 이를 통해 실제 산출물을 만들기 위해서는 기업가적 자기효능감이 필요하다.

본 연구의 학술적인 시사점은 다음과 같다.

첫째, 기업가정신과 창의성을 집단의 수준에서 다루어 연구하였다. 과거 기업가정신은 한 명의 개인이 가지고 있는 태도로 보면서 주로 창업자를 대상으로 이뤄졌다. 이후 구성원이 바라보는 문화적 차원으로 다루면서 공통적으로 공유하는 함으로써 구성원이 갖는 태도로 연구의 범위가 확장되는 가운데 이러한 연구 흐름에 맞춰 기업가정신을 다루었다. 마찬가지로 창의성도 개인과 집단을 구분하여 다룸으로써 기업가정신과 창의성의 관계를 조직차원에서 그 효과를 확인하였다.

둘째, 기업가적 자기효능감이 기업가정신과 조직의 성과에서 매우 중요한 매개 역할을 하는 것을 규명하였다. 본 연구에서는 기업가정신이 직접적으로 창의성에 영향을 미치는 것이 아닌, 기업가적 자기효능감을 통해 영향을 미친다는 것을 확인함으로써 기업가정신의 연구 영역 확장으로 이어질 수 있는 계기를 마련하였다고 할 수 있다.

다음으로 실무적인 시사점이 있다.

첫째, 조직문화 형성의 방향에 대해 시사점을 제공하는데, 구성원들이 기업가정신에 대한 인식을 공유할 때, 창의성이 개선될 수 있으므로, 창의적인 측면이 강조되는 조직에서는 구성원이 기업가정신을 가질 수 있도록 하는 교육, 환경이 제공되어야 한다.

둘째, 구성원이 인지하고 있는 기업가정신에 대해서, 보다 확신을 심어줄 수 있도록 구성원을 이끄는 방법으로 기업가적 자기효능감을 제시한다. 기업가정신이 창의성에 직접적으로 영향을 미치지보다 기업가적 자기효능감을 통해 영향을 미치므로 구성원 개인들이 높은 수준의 기업가적 자기효능감을 가질 수 있도록 이끄는 리더

십이나, 교육이 필요하다는 것을 시사한다.

위와 같은 시사점에도 불구하고, 다음의 한계점이 있다. 첫번째로 한정된 표본이다. 연구대상이 대구·경북지역 종사하는 조직구성원에 한정되어 분석이 이뤄졌기 때문에 업종의 종류, 조직 규모에 따라 발생할 수 있는 차이를 감안하지 못했다.

둘째, 보다 다양한 변수를 활용한 관계분석 및 결과 분석이 요구된다. 연구 결과에서 알 수 있듯, 기업가적 자기 효능감에 매개될 때, 기업가정신이 창의성에 영향을 미치는데, 이러한 매개 역할을 하는 것은 다양하게 있을 것으로 판단할 수 있다. 다양한 매개 변수를 활용할 때 기업가정신과 창의성의 구체적인 관계를 확인할 수 있을 것으로 판단된다.

셋째, 기업가정신과 창의성의 관계에 대한 구체적인 설명이 부족하다. 두 변수 간의 직접효과는 없는 것으로 나타났지만, 이는 둘의 관계를 설명하는 선행연구와는 차이가 있다[28,49,50]. 이에 대해 그 차이를 보다 명확하게 설명할 필요가 있다

이러한 한계를 보완하여 다양한 표본을 대상으로 기업가정신과 개인 및 집단 창의성의 관계를 연구할 필요가 있으며, 그 과정을 설명할 수 있는 매개변수를 다양하게 적용해보는 것이 향후 연구에서 요구된다고 할 수 있다.

REFERENCES

- [1] G. T. Lumpkin & G. G. Dess. (1996). *Enriching the Entrepreneurial Orientation Construct-A Reply to "Entrepreneurial Orientation or Pioneer Advantage"*. JSTOR.
- [2] N. G. Boyd & G. S. Vozikis. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63-77.
- [3] N. F. Krueger Jr & D. V. Brazeal. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91-104.
- [4] B. Bird. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- [5] J. A. Schumpeter. (1934). *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Dunker & Humblot, Leipzig. The Theory of Economic Development translated by R. Opie*. MA. : Harvard University Press.
- [6] B. Ronen & D. Trietsch. (1988). A Decision Support System for Purchasing Management of Large Projects: Special Focus Article. *Operations Research*, 36(6), 882-890.
- [7] B. Antoncic & R. D. Hisrich. (2001). Intrapreneurship: Construct refinement and cross-cultural validation. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 495-527.
- [8] Y. H. Koh & C. S. Song. (2019). A Study on the Relationship among Corporate entrepreneurship, R&D capacity and Technology commercialization capacity of administrative position - Moderating effect of Technology orientation. *Journal of Digital Convergence*, 17(10), 187-197
DOI : 10.14400/JDC.2019.17.10.187
- [9] D. F. Kuratko. (2007). Entrepreneurial leadership in the 21st century: Guest editor's perspective. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), 1-11.
- [10] D. Miller. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770-791.
- [11] J. G. Covin & D. P. Slevin. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 7-26.
- [12] R. W. Weisberg. (2006). *Creativity: Understanding innovation in problem solving, science, invention, and the arts*. John Wiley & Sons.
- [13] T. M. Amabile. (1997). Motivating creativity in organizations: On doing what you love and loving what you do. *California Management Review*, 40(1), 39-58.
- [14] J. W. Getzels & P. W. Jackson. (1962). *Creativity and intelligence: Explorations with gifted students*.
- [15] J. V Singh. (1986). Performance, slack, and risk taking in organizational decision making. *Academy of Management Journal*, 29(3), 562-585.
- [16] T. M. Amabile. (1998). *How to kill creativity (Vol. 87)*. MA : Harvard Business School Publishing Boston.
- [17] R. M. Hogarth. (1987). *Judgement and choice: The psychology of decision*.
- [18] F. Barron & D. M. Harrington. (1981). Creativity, intelligence, and personality. *Annual Review of Psychology*, 32(1), 439-476.
- [19] R. J. Sternberg & T. I. Lubart. (1995). *Defying the crowd: Cultivating creativity in a culture of conformity*. Free Press.
- [20] T. M. Amabile. (1988). A model of creativity and innovation in organizations. *Research in Organizational Behavior*, 10(1), 123-167.
- [21] R. W. Woodman, J. E. Sawyer, & R. W. Griffin. (1993). Toward a theory of organizational creativity. *Academy of Management Review*, 18(2), 293-321.
- [22] T. M. Amabile, S. G. Barsade, J. S. Mueller, & B. M. Staw. (2005). Affect and creativity at work. *Administrative Science Quarterly*, 50(3), 367-403.
- [23] D. Leonard-Barton & W. C. Swap. (1999). *When sparks*

- fly: Igniting creativity in groups*. Harvard Business Press.
- [24] T. M. Amabile. (1983). The social psychology of creativity: A componential conceptualization. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(2), 357.
- [25] J. J. Sosik, S. S. Kahai, & B. J. Avolio. (1998). Transformational leadership and dimensions of creativity: Motivating idea generation in computer-mediated groups. *Creativity Research Journal*, 11(2), 111-121.
- [26] S. Shane & N. Nicolaou. (2015). Creative personality, opportunity recognition and the tendency to start businesses: A study of their genetic predispositions. *Journal of Business Venturing*, 30(3), 407-419.
- [27] J. N. Arnold, R. Saldova, U. M. A. Hamid, & P. M. Rudd. (2008). Evaluation of the serum N-linked glycome for the diagnosis of cancer and chronic inflammation. *Proteomics*, 8(16), 3284-3293.
- [28] T. B. Ward. (2004). Cognition, creativity, and entrepreneurship. *Journal of business venturing*, 19(2), 173-188.
- [29] C. C. Chen, P. G. Greene & A. Crick. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 12(4), 295-316.
DOI : 10.1016/S0883-9026(97)00029-3
- [30] A. Bandura. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191.
- [31] J. Florin, R. Karri & N. Rossiter. (2007). Fostering entrepreneurial drive in business education: An attitudinal approach. *Journal of Management Education*, 31(1), 17-42.
- [32] S. L. Mueller & S. Goić. (2003). East-West differences in entrepreneurial self-efficacy: Implications for entrepreneurship education in transition economies. *International Journal for Entrepreneurship Education*, 1(4), 613-632.
- [33] H. Zhao, S. E. Seibert & G. E. Hills. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265.
- [34] A. Bandura. (1999). Moral disengagement in the perpetration of inhumanities. *Personality and Social Psychology Review*, 3(3), 193-209.
- [35] A. Gibb & P. Hannon. (2006). Towards the entrepreneurial university. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 4(1), 73-110.
- [36] S. Shane, E. A. Locke, & C. J. Collins. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257-279.
- [37] C. Howorth, S. M. Smith, & C. Parkinson. (2012). Social learning and social entrepreneurship education. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 371-389.
- [38] J. G. Covin & D. P. Slevin. (1986). The development and testing of an organizational-level entrepreneurship scale. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 1(3), 628-639.
- [39] D. I. Jung, S. B. Ehrlich, A. F. De Noble, & K. B. Baik. (2001). Entrepreneurial self-efficacy and its relationship to entrepreneurial action: A comparative study between the US and Korea. *Management International*, 6(1), 41.
- [40] D. P. Forbes. (2005). Are some entrepreneurs more overconfident than others? *Journal of Business Venturing*, 20(5), 623-640.
- [41] T. M. Amabile, R. Conti, H. Coon, J. Lazenby, & M. Herron. (1996). Assessing the work environment for creativity. *Academy of Management Journal*, 39(5), 1154-1184.
- [42] O. Janssen. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behaviour. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73(3), 287-302.
- [43] J. I. Choi. (1995). *A Study on Determinants of Group Creativity*. Ph.D dissertation, Korea University, Seoul.
- [44] H. S. Kim, (1999). Development and validation of creativity diagnostic measurement tools. *Journal of Educational Psychology*, 13(4), 269-303.
- [45] T. M. Amabile, K. G. Hill, B. A. Hennessey, & E. M. Tighe. (1994). The Work Preference Inventory: assessing intrinsic and extrinsic motivational orientations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66(5), 950.
- [46] T. M. Amabile, R. Burnside, & S. S. Grysiewicz. (1995). *User's guide for KEYS: Assessing the climate for creativity*.
- [47] B. M. Byrne. (2013). *Structural equation modeling with LISREL, PRELIS, and SIMPLIS: Basic concepts, applications, and programming*. Psychology Press.
- [48] K. G. Jöreskog & D. Sörbom. (1993). *LISREL 8: Structural equation modeling with the SIMPLIS command language*. Scientific Software International.
- [49] B. C. Han, Y. W. Cho, C. S. Song, E. K. Kim, & S. K. Lee. (2018). A study of the relationship of Entrepreneurship, Absorptive capacity and Creative product. *Journal of Digital Convergence*, 16(10), 187-197.
DOI : 10.14400/JDC.2018.16.10.187
- [50] Y. H. Cho, B. C. Han, E.-K. Kim, C. S. Song, & S. K. Lee. (2018). A Study on the Moderating Effects of Motivation in Technological Entrepreneurship, Absorption Capacity and Creative Product in the Convergence Era. *Journal of Digital Convergence*, 16(12), 243-256.
DOI : 10.14400/JDC.2018.16.12.243

송 찬 섭(Chan-sub Song) [정회원]



- 2015년 2월 : 금오공과대학교 경영학과(석사)
- 2017년 9월 ~ 현재 : 금오공과대학교 경영학과 박사 과정
- 관심분야 : 경영전략, 조직/인사, 프로세스 관리
- E-Mail: songchansub@kumoh.ac.kr

노 연 숙(Yeon-Sook Noh) [정회원]



- 1663년 2월 : 경일대학교 세무회계정보학과(학사)
- 2012년 2월 : 금오공과대학교 테크노경영학과 (석사)
- 2018년 8월 : 금오공과대학교 경영학과 (박사)
- 관심분야 : 인사조직, 경영전략, 행정
- E-Mail : roh-ys@hanmail.net

이 다 정(Da-Jeong Lee) [정회원]



- 2008년 8월 : 금오공과대학교 산업경영학과(석사)
- 2013년 2월 : 금오공과대학교 경영학과(박사)
- 관심분야 : 경영전략, 조직/인사, 프로세스 관리
- E-Mail : misefree@naver.com

이 선 규(Sun-Kyu Lee) [정회원]



- 1983년 2월 : 성균관대학교(석사)
- 1990년 2월 : 성균관대학교 경영학과 (경영학박사)
- 1998년 3월 : 미국 Univ. of Michigan 객원교수
- 2003년 3월 : 미국 Editorial Board of HFEM(SSCI)
- 1990년 3월 ~ 현재 : 금오공과대학교 경영학과 교수
- 관심분야 : 경영전략, 조직/인사, R&D생산성
- E-Mail : sklee@kumoh.ac.kr