

기술혁신이 혁신성과에 미치는 영향 : 비기술혁신과 제휴 파트너 다양성의 관계를 중심으로 (사례연구 최종보고서)



2019년 10월



한양대학교 지식서비스연구소
Hanyang University Institute of Knowledge Service

제 출 문

본 보고서를
“기술혁신이 혁신성장에 미치는 영향 : 비기술혁신과
제휴 파트너 다양성의 관계를 중심으로”의
최종 결과보고서로 제출합니다.

2019년 10월

연 구 주 관 : 한양대학교 지식서비스연구소

연 구 기 간 : 2019. 09. ~ 2019. 10. (2개월)

연구책임자 : 권 수 연 (한양대학교)

지식서비스연구소장 귀하

※ 본 보고서는 중소벤처기업부에서 시행한 컨설팅대학원 및 컨설팅 R&D 센터 사업 지원으로 연구되었습니다.

목 차

<Abstract>	4
제1장 연구 배경과 목적	5
제2장 이론적 배경	7
1) 혁신의 개념	7
2) 기술혁신 패러다임과 추진방향	9
3) 기술혁신과 혁신성과 간의 관계	11
4) 조직혁신과 마케팅혁신의 조절효과	13
5) 제휴파트너 다양성의 조절효과	15
제3장 연구모형 및 가설	16
제4장 기업분석	18
1) 분석대상 기업의 특성	18
2) 변수의 조작적 정의	18
3) 연구결과	23
제5장 결론	24
참고문헌 및 부록	27

<Abstract>

본 연구는 기술혁신이 특허 수로 측정되는 기술적 성과에 미치는 영향에 대한 가설을 설정하고 실증분석을 수행하였다. 추가적으로 기술적 혁신과 조직혁신, 마케팅의 상호작용 및 제휴 파트너 다양성의 조절효과에 대해 분석하였다. 한국의 과학기술연구원(STEPI)에서 제공한 2016년도 제조업체들을 대상으로 실시한 자료를 이용한 실증분석 결과, 기술적 혁신이 활발할수록 특허 수에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 조직 및 마케팅 혁신 활동 또한 기술적 혁신과 기술 성과 사이를 긍정적으로 조절하는 것으로 나타났으며 제휴 파트너 다양성의 조절효과도 양의 방향으로 유의미한 관계를 나타낸다.

이에 본 연구는 제조업에서 기술혁신의 중요성과 더불어 혁신성과에 미치는 영향이 유의미한 결과를 보인다는 것을 확인하였다. 따라서 기술혁신 분야의 연구 폭을 확장하였으며, 기술혁신에 있어서 시너지 효과를 낼 수 있는 세가지 요인들에 대해 파악하였다. 즉, 조직혁신과 마케팅 혁신, 제휴 파트너 다양성은 기업이 혁신을 하기 위해 필요한 요소임을 인지하고 이에 대한 필요성을 제시함으로써 연구의 의미를 가진다.

Key Words : 기술적 혁신, 조직혁신, 마케팅혁신, 제휴 파트너, 혁신성과

제 1장. 연구 배경과 목적



[그림 1] 연구의 배경 및 목적

혁신은 성장의 핵심요소로 간주되며 기업이 경쟁우위를 선점할 수 있는 원천이 될 수 있다(Schumpeter, 1983). 여기서 중요한 핵심은 실용적 이용과 응용이라 할 수 있는데 기업은 혁신을 통해 또 다른 혁신들이 가능하도록 해야 한다(Goedhuys, Veugelers, 2012). 이렇게 창출된 성공적인 혁신은 기업의 수익을 증가시키고 이러한 혁신역량은 기업의 고유한 자원으로 자리 잡게 된다. 따라서 많은 기업들은 R&D를 통해 신제품개발과 공정개발과 같은 기술혁신활동을 함으로써 끊임없는 결과물을 창출해내고 있다. 이러한 관심이 높아짐에 따라 R&D를 통한 기술혁신활동은 기업의 필수요소로 자리 잡게 되었다. 이와 관련된