



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

碩士學位論文

中小企業家の 社會的 力量이
企業成果에 미치는 影響에 관한 研究

- 革新성과 經營管理 力量의 媒介效果 -

濟州大學校 經營大學院

經營學科 生産管理專攻

宋 得 榮

2009年 8月

中小企業家の 社會的 力量이
企業成果에 미치는 影響에 관한 研究

- 革新성과 經營管理 力量의 媒介效果 -

指導教授 康才正

宋得榮

이 論文을 經營學 碩士學位 論文으로 提出함

2009年 8月

宋得榮의 經營學科 生産管理專攻 碩士學位 論文을 認准함

審査委員長 _____ ①

委 員 _____ ①

委 員 _____ ①

濟州大學校 經營大學院

2009年 8月

Research on the Influence of Small Business Owner's
Social Competences over Business Performance

- Auxiliary Effect of Innovativeness and Competency for
Business Management -

Deug-Young Song
(Supervised by professor Jae-Jung Kang)

A thesis submitted in partial fulfillment of the requirement for the degree of Master of
Business Administration

2009. 8.

This thesis has been examined and approved.

Thesis director, Young-Soo Chun, Prof. of Business Administration

Sung-Kuk Yang

Jae-Jung Kang

2009. 8.

Date

Department of Business Administration
GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS ADMINISTRATION
CHEJU NATIONAL UNIVERSITY

목 차

I. 서론	1
1. 연구의 필요성과 목적	1
2. 연구의 범위와 방법	3
3. 논문의 구성	4
II. 이론적 배경	5
1. 중소기업의 의미와 특징	5
1) 중소기업의 정의	5
2) 중소기업의 특징	7
3) 중소기업의 역할	9
4) 중소기업의 현황	11
2. 기업가의 사회적 역량	13
1) 기업가의 역량 특성	13
2) 기업가의 사회적 역량	16
3) 기업가의 사회적 역량과 기업성과의 관계	17
3. 혁신성	19
4. 경영관리 역량	21
5. 기업성과	26
III. 연구설계와 방법	28
1. 연구모형의 설정	28
2. 연구가설의 설정	28
1) 사회적 역량과 기업성과간의 관계	28
2) 사회적 역량과 혁신성	29
3) 사회적 역량과 경영관리 역량	30
4) 혁신성 및 경영관리 역량과 기업성과간의 관계	30

3. 측정변수의 설정과 조사방법	31
1) 사회적 역량의 측정	31
2) 혁신성과 경영관리 역량	32
3) 기업성과	32
IV. 실증분석	34
1. 설문조사 및 방법	34
2. 표본 응답자의 일반적 특성	34
3. 변수의 신뢰성과 타당성 검증	36
4. 변수간의 상관관계분석 결과	38
5. 가설검증	39
1) 사회적 역량과 기업성과	39
2) 사회적 역량과 혁신성	40
3) 사회적 역량과 경영관리 역량	41
4) 매개변수의 유의성 검증	43
5) 추가분석	44
V. 연구결과 및 시사점	46
참 고 문 헌	48
설 문 지	61

표 목 차

<표 II-1> 중소기업의 업종별 상시근로자수, 자본금 또는 매출액의 규모기준	6
<표 II-2> 국내 사업체 현황(2007년 기준)	11
<표 II-3> 업종별 사업체 현황(2007년 기준)	12
<표 II-4> 업종별 종업원 현황(2007년 기준)	12
<표 II-5> 기업가의 역량에 관한 연구	14
<표 III-1> 측정변수의 조작적 개념과 측정항목	33
<표 IV-1> 표본 응답자의 일반적 특성	35
<표 IV-2> 사회적 역량에 대한 요인분석 및 신뢰성 검증결과	36
<표 IV-3> 매개변수에 대한 신뢰성 및 타당성 검증 결과	37
<표 IV-4> 상관관계분석 결과	38
<표 IV-5> 사회적 역량이 기업성과에 미치는 영향에 관한 회귀분석 결과	40
<표 IV-6> 사회적 역량이 혁신성에 미치는 영향에 관한 회귀분석 결과	41
<표 IV-7> 관계역량에 대한 회귀분석 결과	42
<표 IV-8> 관리역량에 대한 회귀분석 결과	42
<표 IV-9> 기업성과에 대한 회귀분석 결과	44
<표 IV-10> 추가분석	45

그림 목차

<그림 III-1> 연구모형 28



ABSTRACT

**Research on the Influence of Small Business Owner's Social
Competences over Business Performance
- Auxiliary Effect of Innovativeness and Competency
for Business Management -**

Deug-Young Song

Department of Business Administration
Graduate School of Business Administration

Cheju National University

Supervised by professor Jae-Jung Kang

Small businesses are business organizations relatively small in scale, which is very appropriate for business environment with radical changes through measures that are efficient and flexible to such environmental changes; however, there exists difficulty in capital financing, inferiority in securing human resources, lack of information, lack of management and technical skills, etc.

Such circumstances require small business owners to equip themselves with not only management skills but also social competences that enable decision-making through communication with others, that is, social perception skill, social adaptation skill, and communication skill, for successful management of small businesses.

Therefore, this research, based on existing literature and researches, assumed that small business owner's social competences play an important role, and tried to find out whether the social competences incur indirect rather than direct influence on business performance through auxiliary factors like innovativeness

and business management competency.

For this purpose, empirical research was performed on small business owners of 141 businesses in manufacturing industry, information technology service industry, construction industry, etc. located in Jeju Special Self-Governing Province.

The summary of the empirical research can be summarized as follows.

First, the result showed that when only the social competences factor is considered, only the social adaptation skill and communication skill of the business owner had significant influence on business performance.

Second, the result showed that among social competences, the factors with significant influence on innovativeness were social adaptation skill and communication skill.

Third, business management competency were divided into relationship competency and management competency to find out the relationship among the social competences, and the result showed that social perception skill and adaptation skill had significant influence on relationship competency, and social adaptation skill and communication skill on management competency.

Fourth, multiple regression analysis performed with the social competences factors, innovativeness, relationship competency and management competency simultaneously as variables showed that innovativeness and management competency had significant influence on business performance, and only communication skill among the social competences.

In conclusion, the result suggests that small business owner's social competences are factors that indirectly influence business performance through improving innovativeness and business management competency, rather than having direct influence on business performance. However, it also suggests that communication skill has both direct and indirect influence on business performance.

I. 서론

1. 연구의 필요성과 목적

최근에 발표된 중소기업중앙회 자료(2009 중소기업현황, 2007년 기준)에 의하면 국내 중소기업체수는 297만 4천여개 업체로서 총사업체의 99.9%를 차지하며 종업원 수도 88.4%를 담당하고 있는 것으로 조사되었다. 한편, 1997~2007년(10년간) 국내 중소기업 고용은 매년 증가세를 보여 총 288만 명의 일자리를 새로 창출해 2007년 현재 1,115만 명인 것으로 나타난 반면, 대기업의 고용은 오히려 106만명 줄어들어 2007년 현재 146만 명인 것으로 나타났다. 특히, 같은 기간 제조업 고용 기여율을 살핀 결과 중소기업은 신규인력 총 220만 명을 창출해 전체 고용증가분 중 78.6%를 차지하였고, 대기업은 66만 명으로 21.4%의 증가율을 기여한 것으로 나타났다. 이와 같이 중소기업은 국가 차원의 경제규모로 볼 때 높은 위상을 차지하고 있지만 중소기업 또는 중소기업가에 대한 사회·경제적 위상이나 사회적 역량 등에 관한 연구는 상대적으로 부족한 실정이다.

일반적으로 중소기업은 독자적인 경영, 소유자에 의한 자본조달, 주로 지역적 기업으로 존재하면서 비교적 소규모로 운영되는 작은 경영조직과 조직의 간소화로 환경변화에 효율적이고 유연하게 대처할 수 있기 때문에 오늘날과 같이 기술과 경영환경이 급격하게 변화하는 상황하에서는 매우 적합한 기업형태라고 할 수 있다. 이처럼 중소기업이 갖는 유리한 점을 제대로 활용하고 특히 중소기업가의 모험심, 개척정신, 그리고 사회적 역량요인이 결합된다면 아주 강력한 경쟁우위를 확보할 수 있을 뿐만 아니라 보다 나은 기업성과 창출에도 기여할 수 있을 것으로 판단된다.

그러나 중소기업은 자본조달의 어려움, 인적자원 확보의 열세, 정보력부재, 기업가 개인의 기술과 관리능력의 부족 등 해결해야 할 과제가 산적해 있는 실정이다. 이러한 상황에서 중소기업가가 성공적으로 사업을 운영하기 위해서는 기업

가의 경영능력 뿐만 아니라 다른 사람들과 의사소통하면서 판단할 수 있는 사회적 역량이 요청된다고 하겠다. 따라서 본 연구에서는 이러한 한계점을 극복하는데 있어 중소기업가의 사회적 역량이 중요한 역할을 수행할 것으로 판단하여 중소기업가의 사회적 역량이 어떠한 과정을 거쳐 기업성파로 연결되는가를 규명하고자 하였다.

대체적으로 기업을 창업하여 운영하는 과정에서 기업가는 여러 가지 자원과 아이디어를 외부로부터 확보하고 기업경영에 활용하여야 한다. 기업이 성장함에 따라 기회포착능력, 기술적 능력, 경영관리 능력, 외부자원 조달능력, 외부 네트워크 능력 등 다양한 역량이 필요하게 된다(Chandler and Jensen, 1992; Herron and Robinson, 1993). 이러한 과정에서 사회적 역량이 높은 기업가는 그렇지 못한 기업가들보다 훨씬 수월하게 필요한 자금과 인력을 동원할 수 있을 뿐만 아니라 필요한 정보를 수집하여 기업경영에 활용할 수 있게 됨으로써 기업성파에 영향을 미치게 된다. 즉, 기업 내·외부의 사람들과 효과적으로 상호작용 할 수 있는 기업가의 사회적 역량이 기업경영에 있어 매우 중요한 능력이 아닐 수 없는 것이다.

기업가의 사회적 역량이 기업성파에 영향을 미친다는 연구는 Baron and Markman(2000)에 의하여 수행되었다. 국내의 연구사례를 보면 장수덕(2007)은 이들의 논문을 바탕으로 사회적 역량과 신뢰요인의 상호작용이 기업성파로 연결된다는 주장을 하였다. 따라서 본 논문은 Baron and Markman(2000)과 장수덕(2007)의 연구에서 한 걸음 더 나아가 사회적 역량이 기업성파에 직접적으로 영향을 미치기 보다는 혁신성과 경영관리 역량의 매개 요인을 통하여 기업성파로 연결된다고 보고, 이들간의 관련성을 규명하고자 하였다. 본 연구는 기존 연구를 확장하는 한편, 매개변수를 규명함으로써 향후 이론적 측면에서 많은 기여를 할 수 있을 것으로 판단된다.

본 연구에서 수행하고자 하는 연구의 목적은 사회적 역량 요인이 기업성파에 직접 영향을 미치기 보다는 혁신성과 경영관리 역량에 영향을 미치고, 혁신성과 경영관리 역량이 기업성파에 어떠한 영향을 미치는지를 규명하는데 있다. 이러한 목적을 수행하기 위해서 기업가의 사회적 역량 특성을 간략하게 살펴본 다음, 이를 바탕으로 기업가의 사회적 역량과 기업성파간의 관련성을 파악하고, 매개변수

로서의 혁신성 및 경영관리 역량이 기업성과에 미치는 영향을 검토하기 위하여 Baron and Kenny(1986)의 3단계매개 회귀분석을 수행하여 변수들간의 유의성을 살펴봄으로써 사회적 역량이 어떠한 매커니즘을 통하여 기업의 성과로 연결되는가를 규명하고자 한다.

2. 연구의 범위와 방법

본 연구는 중소기업가의 사회적 역량이 기업성과에 영향을 미치는 과정에서 혁신성과 경영관리 역량이 매개역할을 하는지를 규명하기 위하여 수행되었다. 따라서 전국단위의 중소기업체의 사장 혹은 대표자를 대상으로 자료를 수집해야 하나 시간적, 공간적 여유의 제한으로 제주도내 중소기업중 제조업, 정보기술서비스업, 건설업 등의 대표자를 대상으로 자료를 수집 하였으며, 대기업 또는 대기업의 계열기업 등은 조사대상에서 제외하였다.

본 연구의 방법은 문헌조사와 실증분석을 병행하였다. 기본적인 문헌조사를 통하여 중소기업의 특성과 현황에 대하여 조사하였으며, 연구가설을 설정하기 위하여 기업가의 사회적 역량에 대한 자료수집을 수행하였다.

연구가설을 실증적으로 분석하기 위하여 제주도내 중소기업의 대표자를 중심으로 설문을 수집하고 통계처리는 SPSS WIN 12.0 프로그램을 사용하였다. 표본의 일반적 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 실행하였으며, 측정변수의 신뢰성을 검증하기 위하여 크론바 알파값을 산출하였으며, 타당성을 검증하기 위하여 요인분석을 수행하였다. 그리고 독립변수들간의 관련성과 다중공선성을 검토하기 위하여 상관관계분석을 수행하였다. 마지막으로 연구 가설을 검증하기 위하여 3 단계 매개 회귀분석을 수행하였다.

3. 논문의 구성

본 연구는 다음과 같이 총 5장으로 구성하였다.

제1장은 서론 부분으로 연구의 필요성과 목적, 연구의 범위와 방법을 제시하였다.

제2장은 이론적 배경과 문헌 고찰을 통해 선행연구 결과를 정리하여 중소기업의 의미와 특징, 기업가의 역량특성 및 사회적 역량 형성요인, 혁신성과 경영관리 역량에 영향을 미치는 구성요인을 고찰하였다.

제3장에서는 연구방법을 실증연구를 위한 연구모형과 가설설정 및 측정 개념들의 조작적 정의에 대해 기술하였다.

제4장에서는 실증연구 부분으로, 설문조사와 통계분석을 통해 가설 및 연구모형을 검증하고 그 결과를 분석하였다.

마지막 제5장에서는 주요 연구결과를 요약하고 본 연구의 시사점을 제시 하였으며, 연구의 한계와 향후 연구를 제시하였다.

Ⅱ. 이론적 배경

1. 중소기업의 의미와 특징

1) 중소기업의 정의

일반적으로 중소기업이란 규모가 상대적으로 작은 기업군 또는 기업을 말하는데 기업규모의 면에서는 중소기업의 경영에 속하는 기업이지만 어떤 절대적인 범위의 규모에 속하는 기업만을 중소기업이라고 하는 것은 아니다. 왜냐하면 규모를 기준으로 기업을 분류하게 되는 경우에는 상대적인 것에 지나지 않기 때문이다(조희영·박상범, 1997).

중소기업의 구분에 대해서는 국가별로 산업 특성 또는 시기 등에 따라 각각 다르게 법령 또는 지침을 마련하여 규정하고 있다. 우리나라는 「중소기업기본법」 제2조 제1항에서 “중소기업자는 업종의 특성과 상시근로자수, 자산규모, 매출액 등을 참작하여 그 규모가 대통령령이 정하는 기준이하이고, 그 소유 및 경영의 실질적인 독립성이 대통령령이 정하는 기준에 해당하는 기업을 영위하는 자”라고 일반적인 정의규정을 두고 있다. 이에 따라 「중소기업기본법 시행령」에서는 중소기업의 규모기준과 독립성기준을 규정하고 있으며, 또한 상시근로자수가 1천명 이상인 기업과 자산총액이 5천억원 이상인 기업은 중소기업에서 제외하도록 하여 중소기업 상한기준을 정하고 있다. 「중소기업기본법 시행령」에서는 각 업종별로 규모기준을 규정하여 제조업은 상시근로자수 300인 미만이거나 자본금이 80억원 이하인 경우, 광업·건설업·운송업은 상시근로자수 300인 미만이거나 자본금 30억원 이하인 경우, 도소매·서비스업은 세부업종별로 상세하게 구분하여 상시근로자수 기준은 300인부터 50인까지, 매출액 기준은 300억원부터 50억원까지로 중소기업 범위를 규정하고 있다. 그리고 중소기업중 광업·제조업·건설업·운송업의 경우 상시근로자수가 50인 미만인 기업과 도소매·서비스업인 경우 상시근

로자수가 10인 미만인 기업은 소기업으로 분류하고 있다(<표 II-1> 참고).

<표 II-1> 중소기업의 업종별 상시근로자수, 자본금 또는 매출액의 규모기준

해 당 업 종	소기업(소상공인)	중기업 범위
제조업	상시 근로자 수 50명 미만 (10인 미만)	상시 근로자 수 300명 미만 또는 자본금 80억원 이하
광업	상시 근로자 수 50명 미만 (10인 미만)	상시 근로자 수 300명 미만 또는 자본금 30억원 이하
건설업		
운수업		
출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스 사업시설관리 및 사업지원서비스업 보건 및 사회복지사업	상시 근로자 수 10명 미만 (5인 미만)	상시 근로자 수 300명 미만 또는 매출액 300억원 이하
농업, 임업 및 어업	상시 근로자 수 10명 미만 (5인 미만)	상시 근로자 수 200명 미만 또는 매출액 200억원 이하
전기, 가스, 증기 및 수도사업		
도매 및 소매업		
숙박 및 음식점업		
금융 및 보험업		
전문, 과학 및 기술 서비스업		
예술, 스포츠 및 여가관련산업		
하수, 폐기물 처리 및 환경 복원업 교육 서비스업 수리 및 기타서비스업	상시 근로자 수 10명 미만 (5인 미만)	상시 근로자 수 100명 미만 또는 매출액 100억원 이하
부동산업 및 임대업	상시 근로자 수 10명 미만 (5인 미만)	상시 근로자 수 50명 미만 또는 매출액 50억원 이하

자료: <http://stat.kbiz.or.kr/>(중소기업중앙회, 2009 중소기업현황 09-4-29)참고 및 재편, 가공.

중소기업중앙회 자료에 의하면 미국의 경우에는 미연방규정집 제13권 제121장 「Small Business Size Regulations」에서 1,200개 내외의 업종별 기준을 규정하고 있으며, 제조업은 세부 업종별로 500인에서 1500인 까지, 광업은 500인 이하, 도매업은 100인 이하, 소매업은 세부업종별로 600만불에서 2,450만불 이하 등을 Small Business로 규정하고 있다. 일본의 경우는 「中小企業基本法」에서 공업·광업·운송업 등은 상시근로자수 300인이하 또는 자본금 3억엔 이하, 도매업은 상시근로자수 100인 이하 또는 자본금 1억엔 이하, 서비스업은 상시근로자수 100인 이하 또는 자본금 5천만엔 이하, 소매업은 상시근로자수 50인이하 또는 자본금 5천만엔 이하를 중소기업으로 규정하고 있다. EU에서는 업종별 구분을 두지 않고 단일 규정을 적용하고 있으며, 상시근로자수 250인 이하로서 매출액 5천만 유로 이하인 기업을 중기업, 상시근로자 50인 이하이고 매출액 1천만유로 이하인 기업은 소기업, 상시근로자수 10인 이하이고 매출액 2백만 유로 이하인 기업은 영세기업으로 규정하고 있다.

이와 같이 중소기업의 범위를 상시근로자수나 자본금, 자산총액 또는 매출액 등과 같은 수량적인 기준에 따라 정하고 있기는 하나, 중소기업은 각각의 나라마다 경제발전 단계 또는 시대상황별로 상대적으로 파악되는 개념이므로 절대적인 어떤 범위를 가지는 것이 아니라 경제상황 및 여건 등에 따라 달라지고 있다고 볼 수 있다.

2) 중소기업의 특징

중소기업의 특징을 국민경제적 측면과 기업경영적 측면에서 나누어 살펴보면 다음과 같다.

(1) 국민경제적 특성

국민경제적 측면에서 중소기업의 특성을 요약하면 다음과 같다(이경의, 1986). 첫째, 존립분야의 범위가 넓다는 점이다. 일반적으로 중소기업은 거대자본이 참여하지 않는 제조업, 수송업, 서비스업 등 국민경제적으로 광범위한 분야에서 사업을 운영하고 있다. 대기업이 참여하지 않는 분야에서 중소기업은 중요한 역할

을 담당할 뿐만 아니라 대기업을 보완하는 역할을 하기도 한다. 둘째, 일반적으로 자유경쟁이 이루어지고 있다. 대부분 대기업이 참여하는 분야에선 독과점적 지배가 강하고 시장 및 가격의 경직성이 나타나지만 중소기업은 일반적으로 자유경쟁을 통한 가격이 형성되므로 건전한 시장구조가 이루어진다. 셋째, 하지만 대자본에의 종속성이 강하다. 전반적으로 중소기업이 상대적으로 소규모이고 경기변동에 쉽게 영향을 받기 때문에 개업율이 높으면서도 또한 폐업율도 높다. 즉, 호황기에는 신규 중소기업이 늘어나서 과당경쟁으로 인한 기존의 기업들이 위협을 받게 되지만 불황기에는 그만큼 경쟁력이 일반적으로 약하기 때문에 도태되기 쉽다. 다섯째, 유희노동력을 많이 활용할 수 있다. 대부분 중소기업은 유희노동력, 즉 중년층, 부녀자, 계절 노동자, 농사 부업자 등의 유희노동력을 고용, 활용하기 때문에 과잉 노동력과 자본축적이 낮은 저개발국가에서는 중소기업의 경제적 역할에 대한 평가가 높다. 여섯째, 지역적 특성이 강하다. 즉, 기업활동 영역이 대체로 지역적이므로 중소기업은 지역사회와 밀접한 상관관계를 맺고 있다. 특히 중소기업은 해당 지역의 노동력을 흡수하고 금융, 원재료, 제품 등의 시장관계가 지역사회와 밀착될 뿐만 아니라, 노동자와 경영자가 직접 대면접촉하게 됨으로써 사회의 안정세력으로서 건전한 지역사회 발전 조성에 기여한다.

(2) 기업경영적 특성

이와 같은 국민경제적인 특성 이외에 중소기업의 경영상 특성을 장·단점으로 나누어 보면 다음과 같다(김이태 외, 2000).

먼저 장점으로는, ① 기업규모가 작기 때문에 경기변동 등의 경영환경변화에 따라서 기민하게 대응할 수 있다. 즉, 소비자의 기호나 변화가 심한 제품 등은 수요가 한정되어 있어서 대량 생산이 어렵기 때문에 이럴 때는 탄력성 있는 중소기업이 대기업에 비해 유리하다(김원수, 1985).

② 제품의 특성상 노동집약적이고 기계화할 수 없는 어려운 제품의 경우에는 중소기업에게 더 유리하다.

③ 대기업에 비하여 효율적인 경영이 가능하다. 경영조직을 간소화 할 수 있고 관리자의 수를 적절하게 통제함으로써 인건비를 줄이고 관리자의 시간낭비를 줄일 수 있다.

④ 특히 간소한 조직구조와 유연성 및 신속한 의사결정과정은 급변하는 시장 환경의 변화와 소비자의 욕구변화에 대응하기가 쉽고 소비자들과의 의사소통을 신속하고 직접적으로 할 수 있다.

이와 같은 장점 외에 단점으로는, ① 기업운영이 주로 대표자의 개인적 역량에 의존하게 되므로 기업의 지속성이 결여될 수도 있다.

② 원할치 못한 자금 조달력으로 인하여 생산방식의 근대화가 어렵다.

③ 시장에서의 경쟁력 확보에 상대적으로 약하다.

④ 사회적 신용도가 낮고 인력확보나 판매 활동면에서 불리하다.

⑤ 원자재를 구입하게 되는 경우 소량 구매로 인하여 가격할인등 면에서 불리하다.

따라서 중소기업이 더 발전적으로 경쟁우위를 확보하기 위해서는 그들이 가지고 있는 경제적 및 경영측면에서의 특성을 고려하여 기업활동을 전개하여야 할 것이다. 뿐만 아니라, 불리한 점을 유리한 경쟁력으로 전환시킬 수 있는 잠재능력을 보유할 수 있도록 미래지향적이고 능동적인 기업경영활동을 지향하는 기업가의 자세가 필요하다.

3) 중소기업의 역할

일반적으로 중소기업의 개념이 상대적이고 각각의 나라마다 정치, 경제, 사회적 환경에 따라 정하는 기준이 다르기 때문에 그 존립을 단적으로 표현하기는 어렵지만 광의적 측면에서 보면 오늘날 중소기업은 국가경제에서 차지하는 비중이 매우 크기 때문에 선진국이든, 후진국이든 각국의 경제에 디딤돌 역할을 하고 있다. 중소기업의 역할을 일반적으로 거시적인 측면에서 살펴보면 다음과 같다 (조희영·박상범, 1997).

첫째, 중소기업은 경제발전의 기반을 조성한다. 한 국가경제에서 중소기업의 비중은 상당히 높아 어느 나라에서든지 수적인면에서 95%(한국의 경우 99.9%) 이상을 차지한다. 이렇게 많은 숫자의 중소기업은 아주 활동적으로 생산과 균형 있는 소득분배의 역할을 수행하고 그 기능을 확대함으로써 사회적으로 안정적인 기반을 구축할 수 있는 역할을 한다. 또한 대기업 위주의 경제력 집중방지로 시장기능을 확대하는 등 경제발전의 기반을 조성한다.

둘째, 균형 있는 산업발전에 기여한다. 일반적으로 대기업과의 원만한 유대관계와 독자적인 중소기업의 관계는 산업구조의 저변 확대를 위해 큰 역할을 담당하며, 산업에서의 전·후방으로 파급되는 효과는 시너지효과를 일으키고 전문생산체제를 통한 생산의 우회화의 역할을 한다. 또한, 경제의 안정성장을 위해서는 대기업과 중소기업의 균형 있는 역할분담으로 국가경제의 경쟁력을 향상시키는데 가장 중요한 토대를 마련한다.

셋째, 중소기업은 고용창출 및 사회의 안정화에 기여한다. 우리나라의 경우 전체기업 중 중소기업에서 고용하고 있는 종업원의 고용 비중은 88.4%에 달한다. 중소기업은 개별적으로는 기업규모가 대기업에 비하여 작지만 국가차원의 경제규모로 볼 때 그 크기는 대기업보다 훨씬 더 크기 때문에 노동력의 흡수와 활력소로서 그 사회적 안정망을 형성하며 고용기회 제공 및 고용 창출하는데 있어서도 중요한 역할을 한다.

넷째, 중소기업은 다양한 수요를 충족시키는데 적합하다. 오늘날 현대사회는 갈수록 다양화, 개성화, 전문화되어 가고 있는데 이러한 현대사회의 특성에 맞는 개성 있는 상품으로 다양한 수요를 충족시켜 줄 수 있는 것은 소품종다량생산의 대기업보다 다품종소량생산인 중소기업이 적절하기 때문에 소비자의 다양한 수요변화에 민첩하게 대응할 수 있는 역할을 수행한다.

다섯째, 지방경제를 활성화하는데 중요한 역할을 수행한다. 대체적으로 중소기업은 전국에 걸쳐 광범위하게 존재하고 있으며 소규모시장을 대상으로 하고 있기 때문에 각 지역의 특성에 맞는 고유제품을 생산, 육성할 수 있다. 따라서 각 지역의 전통적인 기술이나 기능을 유지하고 계승, 발전시킴과 아울러 농어촌 소득증대에도 큰 역할을 하여 지역간의 균형 있는 발전을 가능하게 한다.

여섯째, 중소기업은 기술개발의 촉진제 역할을 수행한다. 중소기업의 특성 중 하나인 수요에 대한 높은 탄력성이 개발된 기술의 제품화를 가능하게 함으로써 기업화하는데 대체적으로 용이하다. 따라서 전문성이 있는 우수한 기술발전의 원천으로서 그 역할이 크다. 최근에는 국가경쟁력 향상과 산업구조 고도화를 이루는데 중소기업의 기술개발 촉진에 대한 역할이 증대되고 있고 위에서 살펴본 바와 같이 중소기업 특징과 역할의 장점으로 말미암아 급변하는 시대에 적절한 기업형태로서 지속적으로 각광을 받을 것으로 본다.

4) 중소기업의 현황

(1) 국내 사업체 현황

국내 사업체 수의 현황은 다음 <표 II-2>와 같이 중소기업은 297만여 업체수로서 전체 사업체 수 대비 99.9%를 차지하며, 종업원 종사자 수는 약 1,150만 명으로서 전체 사업체의 종업원 수 대비 약 88.4%를 차지하고 있다.

<표 II-2> 국내 사업체 현황

(2007년 기준)

구 분	전사업체	중소기업	소기업	소상공인
업 체 수	2,976,646	2,974,185	2,874,794	2,616,222
종업원수	12,612,692	11,149,134	7,724,227	5,102,578

자료: <http://stat.kbiz.or.kr/>(중소기업중앙회, 2009중소기업현황 09-4-29).

(2) 업종별 사업체 현황

업종별 사업체 수는 다음의 <표 II-3>과 같이 중소기업 중에서도 도·소매업이 28.4%로 가장 중요한 비중을 차지하고 있으며, 그 다음으로 음식 및 숙박업이 20.0%, 기타 개인 서비스업 등이 12.0%, 운수업 11.3%, 제조업이 11.1% 순으로 분포되어 있다.

(3) 업종별 종업원 현황

업종별 종업원의 수 현황은 다음의 <표 II-4>과 같이, 중소기업 중 제조업 종사자비율이 가장 많은 24.1%를 차지하고 있고 그 다음 도·소매업이 21.1%, 음식,숙박업이 14.4% 순으로 종사하고 있는 것으로 나타나고 있다.

<표 II-3> 업종별 사업체 현황(2007년 기준)

(단위: 개, %)

구 분	중소기업		소상공인	
	업체 수	비율	업체 수	비율
합 계	2,974,185	100.0	2,616,222	100.0
제조업	328,944	11.1	267,657	10.2
광업	1,777	0.1	1,389	0.1
건설업	92,060	3.1	72,576	2.8
전기, 가스 및 환경복원업	4,786	0.2	1,739	0.1
도·소매업	844,515	28.4	759,906	29.0
숙박 및 음식업	594,951	20.0	536,866	20.5
운수업	335,203	11.3	326,576	12.5
영상, 방송통신 및 정보서비스	20,119	0.7	9,431	0.4
금융 및 보험업	9,264	0.3	5,763	0.2
부동산 및 임대업	99,499	3.3	91,919	3.5
전문과학기술및사업서비스	85,367	2.9	54,617	2.1
교육서비스업	132,574	4.5	107,529	4.1
보건 및 복지서비스업	63,776	2.1	40,265	1.5
기타 스포츠 및 개인서비스 등	361,350	12.0	339,989	13.0

자료: <http://stat.kbiz.or.kr/>(중소기업중앙회, 2009 중소기업현황 09-4-29).

<표 II-4> 업종별 종업원 현황(2007년 기준)

(단위: 명, %)

구 분	중소기업		소상공인	
	종업원 수	비율	종업원 수	비율
합 계	11,149,134	100.0	5,102,578	100.0
제조업	2,684,368	24.1	814,628	16.0
광업	13,684	0.1	4,392	0.1
건설업	743,241	6.7	244,111	4.8
전기, 가스 및 환경복원업	56,580	0.5	4,568	0.1
도·소매업	2,351,081	21.1	1,377,936	27.0
숙박 및 음식업	1,609,708	14.4	1,111,946	21.8
운수업	768,668	6.9	391,813	7.7
영상, 방송통신 및 정보서비스	262,229	2.4	22,456	0.4
금융 및 보험업	90,748	0.8	10,428	0.2
부동산 및 임대업	227,633	2.0	145,807	2.8
전문과학기술및사업서비스	708,589	6.3	122,341	2.4
교육서비스업	476,632	4.3	195,827	3.8
보건 및 복지서비스업	376,995	3.4	125,377	2.5
기타 스포츠 및 개인서비스 등	778,978	7.0	530,948	10.4

자료: <http://stat.kbiz.or.kr/>(중소기업중앙회, 2009 중소기업현황 09-4-29).

2. 기업가의 사회적 역량

중소기업의 성공적인 운영은 기업가의 능력과 역량에 달려있다. 물론 대기업의 경우에도 마찬가지이나, 특히 규모가 작고 영세한 중소기업인 경우에는 필요한 자금과 정보의 확보는 물론 기업조직을 운영하는 것도 전적으로 기업가에게 의존할 수 밖에 없어 기업가의 역량이 매우 중요하다. 그래서 기업가에 관한 기존의 연구들은 기업가의 심리적 특성, 배경 특성에 관한 연구에 관심이 집중되었다. 그러나 최근에는 기업가의 행동특성, 역량특성 등을 강조한 연구들이 진행되고 있다(Baron and Markman, 2003; Erikson, 2002; 이운재, 2007). 이러한 연구 흐름 중에서도 기업가의 사회적 역량에 대한 연구는 비교적 최근에 주목을 받고 있다. 따라서 본 절에서는 기업가의 사회적 역량과 기업성과의 관계 등을 살펴보고자한다. 이에 앞서 이전에 주목을 받아왔던 기업가의 역량에 대하여 살펴보면 다음과 같다.

1) 기업가의 역량 특성

사전적(인터넷 한자사전) 의미로 역량(competency)이라는 용어는 “어떤 일을 감당하여 해낼 수 있는 힘”이나 “능력”이라는 의미로 사용되고 있다. Boyatzis(1982)는 역량을 “직무에서 효율적이거나 우수한 수행 능력을 보이는 개인의 잠재적인 특성”으로 보았으며, 최근에 Summers(2004)는 역량을 “효과적인 작업을 수행하기 위해 필요한 조직 구성원들의 행동 양식이나 지식, 업무동기”라고 정의하였다. 즉, 역량이란 “효과적 혹은 우수한 성과와 결정적으로 관련된 동기, 특성, 기술, 자기이미지, 사회적 역할, 지식체계 등의 내재된 특성들이 직무상황에서 통합되어 행동으로 발휘된 것”이라 할 수 있다(이운재, 2007).

일반적으로 기업가의 역량에 관한 선행 연구들은 대부분 성공적인 리더와 기업가는 기업 성과와 관련된 남다른 역량을 소유하고 이를 실천한다는 공통적인 특징을 찾을 수 있다. 이에 따른 선행연구들을 살펴보면, Locke et al.(1990)은 인지적 능력, 전문화된 기술에 대한 지식과 의사 결정과 문제 해결 능력을 리더

의 중요한 역량으로 꼽았으며, Ibrahim & Goodwin(1986)은 권한의 위양 능력, 고객 관리 능력, 대인관계 능력 등을 기업가의 중요한 역량으로 보았다. Yulk(1990)는 의사 결정 기술, 정보처리 기술, 네트워킹 기술, 전문화된 지식, 기술적 능력 등을 기업가의 중요한 역량으로 제시하였다. 또한, Chandler & Jansen(1992)은 기업가의 역량을 기회 인지, 개념적 능력, 인지 능력, 정치적 능력, 기술적-기능적 역량으로 구분하고 있다. 하지만, 최근의 기업가의 역량에 관한 연구에서는 주로 내부 자원의 부족을 보완하기 위해 외부로부터 자원을 조달하고, 다양한 협력적 네트워크를 구축할 수 있는 능력으로서의 사회적 역량을 중요시하고 있다. 특히, Baron and Markman(2003)은 사회적 역량으로서의 사회적 지각능력, 사회적 적응능력, 표현력 및 인상관리능력을 강조하고 있다. 지금까지의 기업가의 역량에 관한 선행 연구들을 요약하면 다음의 <표 II-5>와 같다.

한편, 국내에서 기업가의 역량과 기업성과에 미치는 영향을 종합적으로 분석한 이윤재(2007)는 기업가 역량을 기회개발 역량, 관리 역량, 사회적 역량으로 구분하여 설명하고 있다. 기회개발 역량은 여러 가지 상황 속에서 사업 기회를 포착하고 좋은 기회를 선점할 수 있는 능력인 ‘기회인지 역량’과 전통적인 기업가의 특징인 혁신을 위한 일반적인 능력인 ‘기회 개발’ 활동을 모두 포함하는 개념으로 정의하고 있다. 관리 역량은 인적자원 관리 능력, 의사 결정기술, 리더십에 관련된 능력을 포함한다. 여기서 인적자원 관리 능력이란 권한 위임, 인사시스템 구축, 갈등 해결, 팀 구성, 보상 체계 능력 등을 포함하는 일반적인 역량을 지칭하고 있다. 의사 결정기술은 문제의 발견과 문제와 관련되지 않은 정보를 정확하고 빠르게 판단하며, 복잡한 문제를 분석하고 문제에 대한 해결책을 찾고 창의적으로 식별할 수 있는 능력이다. 리더십 역량은 리더인 그가 소속된 조직의 구성원들과 성공적으로 상호작용할 수 있고 그들의 행동에 영향을 줄 수 있는 능력을 포함한다. 다음에 기술할 기업가의 사회적 역량은 기업가가 타인과 상호작용 할 수 있는 능력을 뜻하는 것으로서 이는 신생 기업의 성공에 있어 매우 중요한 요소이다.

<표 II-5> 기업가의 역량에 관한 연구

연구자	역량변수
Minzber & Waters(1982)	기술적 능력, 환경에 대한 탐색, 유망한 기회 선택, 시장기회 포착 능력
Stevenson & Gumpert(1985)	기업가의 지능, 열정, 경험
Mitton(1986)	전문적 지식, 기회 인식, 전략적 관찰 능력, 경영 통제 기술
Wheelen & Hunger(1989)	과업수행 성과평가, 제도, 예산, 절차 등에 대한 개발 능력
Bird(1988, 1989)	시간적 신장(미래를 현재로 바꾸는 능력), 전략적 집중(목표지향성), 기능적 능력, 추상적 사고, 실시간 학습 능력, 자기 관리능력, 기회 인식
McClelland(1987)& Ducette(1986)	기회 인식, 통제기술, 네트워크기술, 계획기술
Herron & Robinson(1990)	전문적 기술 능력, 산업 지식, 사업 능력, 관리 능력, 리더십 능력, 네트워킹기술, 기회 인식
Chandler & Jenson(1992)	기회 인식, 개념적 능력, 인적기술, 정치적 능력, 기술적-기능적 역량
Hood & Young(1993)	기능적 기술, 리더십, 인적 기술, 커뮤니케이션 능력, 기회 능력(비전 포함), 자기관리 능력
Chandler & Hanks(1994a)	고객 욕구 인식 능력, 제품의 시장성 탐색 노력, 시장성 있는 제품 포착 능력
Mirabile(1997)	문제 해결 능력, 분석적 사고, 리더십
Ulrich(1997)	변화선도, 비전 설정 능력
박철민, 윤병섭(2004)	의사소통 능력, 동기부여능력, 의사 결정 능력
김경식(2005)	성취 욕구, 창의성, 조직화, 사회적(네트워크), 기술능력, 개념화, 전략, 시장 감지
장수덕(2007)	조직화, 동기부여, 리더십, 비전과 목표제시능력, 타인 평가능력

자료: Baum, 1994 ; 이운재, 2007 수정 보완.

2) 기업가의 사회적 역량

기업가의 사회적 역량(social competences)에 관한 연구는 비교적 최근에 주목을 받고 있는데, 기존에는 주로 사회적 역량이라는 용어 보다는 주로 네트워크 기술 혹은 인간관계 능력 등으로 간주되었다. 사회적 역량에 관한 연구의 시발점은 Baron and Markman(2000)의 연구를 들 수 있다. 이들은 기업가의 사회적 역량이 뛰어날수록 높은 재무적 성과를 달성할 것으로 가정하여, 기업가의 사회적 역량을 사회적 지각능력, 사회적 적응능력, 표현력과 인상관리능력으로 규정하였다.

사회적 지각능력이란 타인의 감정, 동기, 개인적 특성 및 의도를 얼마나 잘 지각하는가를 의미한다. 사회적 지각능력이 높은 기업가는 종업원들의 특성, 동기, 의도를 잘 파악함으로써 기업성과 저하의 원인이 그들의 동기 부족인지, 자원의 결핍인지, 혹은 다른 원인들 때문인지를 쉽게 알 수 있기 때문에 사회적 지각능력은 비즈니스 상황에서 매우 유용한 개념임을 알 수 있다. 사회적 적응능력은 변화하는 환경속에서 재빠르게 적응할 수 있는 능력과 타인을 편안하게 할 수 있는 능력을 말하며, 표현력은 자신의 생각이나 느낌을 정확하게 논리적으로 타인에게 전달하는 기술을 뜻한다. 인상관리는 타인에게 호감을 주거나, 선물을 보내는 등의 행위를 통해 타인과의 상호작용에 있어 좋은 이미지를 남기고자 노력하는 모든 기술을 포함한다. 장수덕(2007)은 기업가의 사회적 역량을 내부 사회적 역량과 외부 사회적 역량으로 구분하였다. 내부사회적 역량으로는 조직화, 동기부여 능력, 리더십능력, 비전과 목표제시 능력 등을 의미하며, 외부 사회적 역량으로 타인에 대한 평가능력이라고 밝히고 있다.

기업가의 사회적 역량에 관심을 갖는 이유는 사회적 역량이 높은 기업가는 외부로부터 기술이나 자본을 조달하거나 마케팅을 효과적으로 수행할 수 있기 때문이다. 기업활동은 기업가 혼자서 아닌 둘 이상이거나 혹은 팀을 이루어 수행되는 경우가 대부분이므로, 이때 타인과 함께 효과적으로 일할 수 있는 능력은 기업의 성공에 큰 영향을 미칠 수 있다. 특히, 중소기업의 경우에는 내부 자원이 부족하기 때문에 대부분 외부의 자원을 이용하는 경우가 많은데, 이 때 기업가는 외부로부터 자원을 조달하기 위해 회사외부의 개인이나 단체들과의 네트워크를 형성하고 이를 통한 외부자원을 적극 활용함으로써 경영관리상의 어려움을 극복하고 성장할 수 있다.

외부와의 네트워크 형성시 기업가의 사회적 역량은 외부의 이해관계자들과 효과적인 거래를 할 수 있는 매우 중요한 능력으로서 기업가의 사회적 역량이 높을수록 대면 접촉에서 우호적인 결과를 얻을 수 있는 기회가 많아진다. 그러므로 기업가는 창업초기에서부터 성숙기에 이르기까지 각 단계별로 외부의 필요자원에 접근함은 물론 외부로부터 자원을 동원할 수 있어야 하며 내부적으로는 종업원들을 이끌어가기 위해 동기부여하고 조직몰입을 유도할 수 있어야 한다. 즉, 기업가가 대내·외적으로 어떤 역량을 발휘하느냐에 따라 기업성과가 매우 달라질 수 있다는 것이다(Chandler and Jansen, 1992; Carter, Gartner, and Reynolds, 1996; Baron, 1998; Baron and Markman, 2000; Baron and Markman, 2003; 장수덕, 2007).

3) 기업가의 사회적 역량과 기업성과의 관계

기업가에게 요구되는 역량은 아주 다양할 수 있는데 일반적으로 사업수명주기(business life cycle)에 따라 다양한 능력과 기술(skills)이 요구된다. 기업의 창업 단계에서는 사업기회의 인지 및 개발 능력이 요구되며, 사업을 개시하거나 인수할 때에는 자금조달 능력이나 협상 능력이 필요하다. 그리고 기업이 성장함에 따라 기업을 합리적으로 운영할 수 있는 조직관리 능력이 요구된다. 여기서는 기업가의 사회적 역량과 기업성과와의 관련성에 대한 연구를 개괄하고자 한다.

우선, Baron and Markman(2000)은 기업가의 사회적 역량을 사회적 지각능력, 사회적 적응능력, 표현력 및 인상 관리능력 차원으로 구분한 다음, 기업가의 사회적 역량과 기업성과에 미치는 영향을 검증하였다. 연구결과, 기업가의 사회적 역량 중에서 사회적 지각(social perception)과 사회적 적응력(social adaptation)은 벤처기업의 성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이후의 연구(2003)에서도 사회적 역량, 특히 사회적 지각과 사회적 적응력은 인구통계적 특성에 비해 기업성과를 보다 강하게 설명할 수 있는 변수이며 영향력 또한 정(+)의 유의성을 갖는 것으로 나타났다.

장수덕(2007)은 사회적 자본의 중요성을 제기한 연구들에서 한발 더 나아가 단순히 사회적 자본의 크기나 양이 중요한 것이 아니라 사회적 자본에 접근하고

유지하는 데 있어서 혹은 사회적 자본의 강도(intensity)를 높이는 데 있어서 필요할 것으로 판단되는 기업가의 신뢰를 조절변수로 사용하였다. 그는 사회적 역량을 내부적 결속력을 높일 수 있는 내부 사회적 능력과 외부적으로 타인들의 효과적인 상호작용에 필요한 외부 사회적 능력으로 구분하여 연구하였다.

내부 사회적 역량은 Alder and Kwon(2002)의 연구에서처럼 외부 사회적 역량을 가능하게 하는 내부적 결속(bonding) 능력에 관한 것이다. 다시 말해서 기업가가 조직내부의 구성원들을 대상으로 효과적인 상호작용을 위해 얼마나 관리능력(조직화, 동기부여 능력, 리더십능력, 비전과 목표 제시 능력)을 갖고 있으며 이를 발휘할 수 있는가 하는 것이다. 외부 사회적 역량은 Baron and Markman(2000; 2003)의 연구들에서 제시한 사회적 역량 중에서 타인에 대한 평가능력(타인을 제대로 보고 판단할 수 있는 능력, 타인의 행동을 통해서 그들의 특성을 파악할 수 있는 능력, 주어진 상황 하에서 타인이 어떻게 느끼고 생각하는지 평가할 수 있는 능력 등)에 관한 것을 활용하였다(Baron, 1998; Baron and Markman, 2000; Baron and Markman, 2003; 장수덕, 2007).

특히, 그는 기업가의 신뢰를 사회적 역량을 통해 구축된 내·외부적 네트워크를 강화하고 유지하는데 매우 중요하다고 인식하여 사회적 역량과의 상호작용이 기업성파로 연결된다고 보았다. 연구결과, 기업가의 내·외부 사회적 역량은 벤처기업 성과에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 즉, 기업가의 사회적 역량이 구체적인 기업성파로 나타나기까지는 보다 많은 변수들을 고려할 필요성을 제기하였다. 그러나 기업가의 내·외부적 사회적 역량과 신뢰와의 상호작용은 모두 기업성파에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 결국 기업가들은 조직 내·외부의 이해관계자들과 상호작용함에 있어 신뢰가 기반이 되는 관계를 형성할 필요가 있으며 타인들과의 상호작용을 효과적으로 이끌 수 있는 능력을 갖추는 것이 기업성파 창출 혹은 기업 성장에 있어 매우 중요하다는 것을 설명하고 있다.

또한, 김경식(2005)은 문헌연구와 벤처기업가 및 전문가 인터뷰과정을 통해 기업가의 역량을 성취 역량, 기술적 역량, 창의성 역량, 개념화 역량, 전략 역량, 사회적 역량, 시장감지 역량으로 구분하여 기업가 역량과 기업성파의 관계를 실증적으로 분석하였다. 여기에서 성취 역량이란 목표지향적이고 이익과 부의 획득,

기업성장의 실현, 신제품의 실시 등과 같은 도전적인 목표를 달성하기 위한 성취 욕구를 의미하며, 기술적 역량은 기술지식은 부족하지만 기술의 성격 및 로드맵, 발전 경로, 전개 과정에 대한 이해도로 설명하고 있다. 창의성 역량은 기존의 아이디어나 제품을 변형, 재구성하여 신시장을 개척하려는 중요한 기업자산으로 보고 있다. 개념화 역량은 수행자가 중대상황이나 문제를 액면 그대로, 혹은 타인에 의해 정의된 대로 받아들이기를 거부하고, 보다 심층적이고 복합적인 수준에서 스스로 이해하려는 정도를 나타낸다. 전략 역량(조직화 역량 및 전략적 역량 통합)은 환경을 분석하고 미래에 대한 확고한 비전을 설립하여 이를 달성하기 위한 전략수립으로 보고 있다. 사회적 역량은 Baron and Markman(2003)의 연구를 활용하여 사회적 지각, 사회적 적응성, 표현력 등을 네트워크 역량으로 의미를 부여하고 있고, 시장감지 역량은 현재의 고객과 미래의 고객을 동시에 만족시키기 위한 노력도로서 시장의 변화를 파악하는 능력으로 설명하고 있다. 연구결과 개념화 역량과 사회적 역량은 기업성과에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 나머지 5개 역량은 조절변수인 성장단계별, 산업유형별과 상관없이 기업성과에 유의한 것으로 입증되었다.

3. 혁신성

혁신(innovation)이란 용어는 연구자의 관심분야와 연구의 초점에 따라 3가지로 구분하여 살펴볼 수 있다(강재정, 1993). 첫째 혁신이란 발명(invention)과 동의어로 사용하는 것이다. 즉, 두 개 이상의 현존 개념이나 실체를 획기적인 방법으로 결합하여 기존에 알려지지 않은 형태를 만드는 창조적 발명을 의미하며, 이런 업무를 수행하는 개인이나 조직은 혁신적이라고 말한다. 둘째, 혁신을 과정으로 파악하여 착안단계, 채택단계, 실행단계 등을 거치는 과정으로 파악하는 것이다. Knight(1967)는 혁신이란 조직과 관련환경에서 새로운 변화의 채택(adaption)으로 정의하고 있다. Damanpour and Evan(1984)는 혁신을 환경의 변화에 대처하고 조직의 변화를 가져오는 수단으로 보고 기술적 혁신과 관리적 혁신으로 구

분하였다. 기술적 혁신이란 새로운 상품, 서비스 혹은 공정, 서비스 운영에 새로운 요소를 도입하고 실행하는 것이며, 관리적 혁신이란 조직의 사회적 시스템내에서 새로운 아이디어를 도입하고 실용화하는 것을 의미한다. 예를 들어 조직구조, 인사정책, 정보 및 통제시스템, 보상관리 등 조직구조와 관리기법 등에서의 새로운 변화를 의미한다. 셋째는 채택과 관계없이 고안되거나 신기한 것(novel)으로 간주되는 아이디어, 실천, 가공물 등을 의미하는 경우이다. 이와 같이 혁신(innovation)에 대한 연구는 많이 이루어졌으나 혁신성(innovativeness)에 대한 연구는 상대적으로 많이 이루어지지 못하였다.

Miller(1983)는 혁신성의 개념을 ‘목표를 이루기 위한 대담하고 광범위한 행동을 추진하려는 기업의 욕구’라고 정의하고 있으며, Naman and Slevin(1993)은 혁신을 하고자 하는 자발성(willingness to innovate)로 정의하고 있다. Covin과 Slevin(1989)의 연구에서 혁신성은 ‘혁신을 하고자 하는 기업의 성향(the firm’s tendency toward innovation)’으로 정의하고 있다. Thompson(1965)은 혁신성을 ‘새로운 아이디어, 프로세스 및 제품과 서비스를 창조하고 수용하고 실행해 가는 능력’으로 정의하고 있으며, Calantone과 그의 동료들(2002) 및 최순영(2004)은 혁신능력(혁신성)을 ‘다른 경쟁자와 비교하여 상대적으로 새로운 것에 일찍 적응하는 능력의 정도’로 정의하였다. 이와 같이 혁신성의 개념에는 혁신을 포함하는 광의의 개념으로 보고자 하는 경향이 높다(Miller, 1983). 따라서 본 연구에서도 혁신성을 혁신의 개념을 포괄하는 광의의 개념으로 보고 조직내에서 새로운 공정, 제품 또는 아이디어를 도입하려는 기업의 성향 혹은 기업가의 능력으로 정의하고자 한다. 즉 다른 사람이나 조직과 비교하여 새로운 것을 상대적으로 얼마나 일찍 수용하여 활용하고자 하는 것인가를 의미하는 것이다.

여러 학자들은 혁신성과 기업성과 간의 관계를 연구한 결과, 혁신성은 기업성과와 일관성 있게 관련되어 있는 것으로 밝혀져 왔고 이는 경쟁에서 생존하고 경쟁력을 확보하기 위해서는 혁신적이어야 한다는 것을 강조하고 있다(Cooper and Dunkelberg, 1987; Cooper, 2000; Rogers, 1995; Liand Calantone et al., 2002). 대표적으로 Damanpour(1991)는 일반적으로 혁신의 채택이 기업성과나 유효성에 기여한다고 주장하였으며, Zaltman과 그의 동료들(1973)은 혁신성은 적절한 정보 수집과 의사결정의 결과로서 기업의 성공을 위해 필요한 수단이며, 혁신성은 기업성과에 매우

중요한 영향을 미친다고 주장하였다. Deshpande, Farley & Webster(1993)도 50개의 일본 기업을 대상으로 분석한 결과 혁신적인 기업일수록 더 높은 기업성과(수익, 매출성장, 시장점유율)를 달성함을 규명하였다.

4. 경영관리 역량

기업가는 어떤 훌륭한 아이템이나 적절한 자본을 가지고 사업을 시작한다 하더라도 경영관리 역량이 부족하여 사업실패로 이어지는 경우가 많다. 여러 선행 연구들에서도 성공 및 실패의 요인으로서 이러한 경영관리 역량의 부재를 꼽으면서 그 중요성을 강조하고 있다(Haswell and Holmes, 1989; Keats, and Barker, 1988). 경영관리 역량은 계획하고 실천하고 통제하는 반복적으로 수행되는 과정이다. 이와 같은 중소기업가의 경영관리 역량에 대하여 생산관리, 기술혁신, 자금관리, 인력관리, 마케팅관리 등을 중심으로 살펴보면 다음과 같다(박정기, 2002)

1) 생산관리

제조업에 있어서 제품 또는 서비스를 생산함은 그 비즈니스의 핵심적 활동에 해당되는 것이다. 신생기업의 경우 창업초기 또는 창업 후에 발생하는 여러 가지 과업들을 효과적으로 처리하고, 발생하는 문제점들을 능률적으로 해결해 나가는 일체의 활동이 생산관리이다. 그러므로 생산관리는 생산해서 판매하려고 하는 제품을 소비자의 욕구에 일치시키고, 기업의 최종적인 목표에 공헌하면서 또한 그 기업의 목표전략에 일치하는 제품에 대한 사업 아이디어를 수립하는 일을 필요로 한다(WheelWright, 1982).

따라서 생산관리는 생산성의 향상을 그 목표로 하고 있는데, 세부적으로 살펴보면 첫째, 원가절감 노력이다. 생산원가를 줄이거나 재고량을 줄이거나 불량률을 감소시키는 등의 원가절감 노력은 생산관리에서 중요한 목표이다. 둘째, 품질 향상이다. 제품이나 서비스의 품질을 통한 경쟁력이 갈수록 심화되고 있는 상황

에서 품질향상은 중요한 요소이다. 셋째, 생산시간 단축이다. 이는 기업의 경쟁력에 크게 영향을 미치는 요소이다. 넷째, 유연성이다. 시장의 요구사항을 생산부문에서 얼마나 신속성있고 유연하게 대처하느냐 하는 것이다.

이처럼 생산성 향상을 위한 생산관리(production management)는 기업경영에 있어서 직접적 생산활동인 제조활동을 능률화하고 최고의 생산력이 발휘될 수 있도록 하기 위해 수행하는 일련의 계획적 내지 체계적 관리활동을 말한다. 다시 말해서 양질의 제품을 기간과 양에 기대되는 원가로 생산하게끔 제 활동을 계획·실시·통제하는 것을 의미하는 것으로서 기업의 입장에서는 저렴하고 신속하게 양질의 제품을 생산하고 그리고 소비자에게는 그들이 필요로 하는 시기에 좋은 상품을 적정한 수량만큼 공급하기 위해 생산하는 것이다. 이러한 관리활동이 잘 이루어질 때 생산 또는 판매비용을 낮출 수 있고, 이로 인해 기업의 경쟁력도 한층 강화될 수 있을 것이다.

2) 기술혁신

기술혁신(technological product and process innovation)은 기술적으로 새로운 제품공정의 개발과 기술적 개선을 의미하는 것으로서 이는 시장에 도입되거나 생산공정에 사용되는 경우에 해당된다. 이러한 기술혁신은 급진적인 신기술을 채택하거나 기존의 기술이라 하더라도 여러가지의 기술을 복합적으로 응용한 경우이며, 공정혁신은 기술적으로 새롭다거나 현저히 개선된 생산방식이나 운송방식을 채택한 경우를 말한다(윤문섭·장진규, 2000). 또한 Schumpeter(1934)는 기술혁신을 기술의 발전 뿐만아니라, 새로운 시장개척, 상품공급 방식의 변경 등 경제에 충격을 주고 변동을 야기시키며 이것에 의해 동태적 이윤을 발생시키는 모든 계기를 뜻하는 것으로서 기술발전의 도입과 보급되는 과정을 포함하고 있다.

따라서 기업이 기술혁신을 수행하기 위해서는 우선적으로 기술적 기회를 선점하고 포착해야 하는데 기업체마다 이를 인식하고 개발하는 능력에는 차이가 있게 마련이다. 이러한 기술적 기회와 관리능력은 기업이 갖고 있는 내부역량만으로 결정되는 것이 아니라 시장수요의 대응 또는 외부조직과의 관계로부터 영향을 받게 되므로 지속적으로 변화에 대응하려는 자세를 가져야 한다.

기업이 성장·발전하기 위해서는 시장개척에 있어서 신규 수요창출과 관련하여 새로운 상품의 개발이나 기존의 상품과는 전혀 다른 품질, 기능면에서 크게 발전된 상품의 개발이 중요시 여겨져야 하며, 또한 고객의 욕구충족 수준에 맞추기 위한 노력의 일환으로 부단한 신제품의 개발에 의존하지 않을 수 없기 때문이다. 아무리 규모가 작은 중소기업가라 할지라도 고객의 욕구충족을 시켜주지 못한다면 자연 도태될 수 밖에 없다. 따라서 시장의 요구에 부응하는 기술혁신을 통한 지속적인 신제품 개발만이 그 기업이 존속되거나 유지할 수 있을 것이다.

3) 자금관리

경영관리의 통제도구로서 널리 사용되는 것이 자금이다. 통제는 계획수립과 관련하여 예산과 상관관계를 가지며 어떠한 비용, 수익, 또는 물질적인 투입과 산출이 포함되는가를 명확하게 알 수 있도록 일종의 일목요연함을 갖추도록 강요하는 것이다(Stewart, 1990). 일반적으로 기업은 활용할 수 있는 자금이 매우 제한되어 있기 때문에 그 자금을 얼마나 효율적으로 활용하는가는 그 기업의 성공에 큰 영향을 미치게 된다. 선행연구들에 있어서도 성공한 모든 기업체가 완벽한 재무적 기록을 가지고 있고 그것을 잘 활용하고 있다고 지적한다(Lussier, 1996; Reynolds and Miller, 1989).

신생기업들의 경우 당시 생각하지 못한 자금소요에 따른 자금의 압박 또는 자금관리상의 작은 실수로 인하여 큰 낭패를 겪게 되는 경우가 많다. 특히, 대부분의 중소기업가 혹은 소상공인들의 경우 자금통제를 소홀히 하거나 올바른 지식 습득이 없는 데에서 기인하는 효율적 자금통제 저해요소가 되어 기업 경영과정에서 다양한 문제를 일으키는 원인이 될 수 있다.

4) 인력관리

인력관리는 일반적으로 기업가들이 경영활동에 있어 가장 큰 어려움을 느끼는 요인이라 할 수 있다. 중소기업청(2005)의 중소기업 인력실태 현황에 의하면 중소기업의 인력부족 원인은 근로조건 격차, 열악한 작업환경 등 중소기업에 대한

낮은 사회적 인식과 같은 구조적 요인이 근본적 원인으로 중소기업 특히, 소상공인의 경우에는 더 많은 어려움을 겪고 있다. 선행연구에 있어 유능한 종업원들을 유인하고 확보한 기업의 경우 그러한 능력을 갖지 못한 업체들보다 더욱 높은 성공확률을 가질 것이라고 주장하기도 하는데 Sommers와 Koc(1987)은 유능한 인재의 확보가 기업의 성공에 영향을 주는 변수로 주장하였다. 종업원은 마케팅 의사전달자로서 고객과 직접적으로 대면접촉하기 때문에 대단히 중요한 역할과 기능을 담당하고 있다. 따라서 기업은 이들의 역량과 만족도를 높이기 위해서는 적절한 훈련과 교육이 필수적이며 종업원에게 있어서는 교육이나 훈련의 기회를 갖는 것은 모두에게 좋은 일이다. 즉, 기업체의 입장에서는 우수한 인력 확보를 가능하게 하고, 종업원은 자기계발을 통한 자기발전의 기회를 갖는 것이다. 이와 같이 유능한 종업원의 확보와 관리는 기업성장에 많은 영향을 미치게 한다.

5) 마케팅관리

기업의 마케팅 활동은 직접적으로 구매자 또는 소비자들이 원하는 욕구를 충족시킴으로써 이들의 삶의 질을 향상시키고 더 나아가서는 인간의 행복을 증진시키는데 그 목적이 있다. 마케팅 기능을 수행하기 위해서는 활용할 수 있는 네 가지 하부기능 즉, 마케팅의 전략적 수단이 있으며, 네 가지 하부기능이란 제품(product), 유통(place), 판매촉진(promotion), 가격(price) 등의 계획과 관리를 말한다. 이를 일컬어 4P 기능 또는 마케팅 믹스(marketing mix) 관리기능 이라고 한다(Perreault and McCarthy, 1996). 기업은 창업과 동시에 그가 생산하는 제품 또는 서비스와 관련된 다양한 마케팅활동을 수행하면서 이러한 활동을 통해 생산된 제품 또는 서비스의 판매를 촉진시킬 수 있다. 또한 고객의 욕구가 무엇이고 그 욕구를 어떻게 적절히 대응할 것인가 하는 다양한 마케팅기술들을 요구하게 되는데, 기업은 자신이 표적으로 하고 있는 고객들의 욕구에 적합한 마케팅 전략을 추구함으로써 기업성장을 향상시킬 수 있을 것이다.

선행연구들에 따르면, 마케팅기술을 갖지 못한 기업은 그 기술을 가진 기업에 비해서 실패확률이 높다고 하는데 마케팅은 경쟁에 대한 지식을 기업가에게 심어주기 때문에 성공확률을 높이는 것으로 이해될 수 있다. Vesper(1990)는 시장

에 대한 지식이 기업의 성공과 정적인 상관관계를 명확히 가질 것으로 주장하였다. 그에 의하면, 일반적으로 몇몇 기업들이 적절한 사전 시장조사와 함께 사업을 시작하게 되는데 시장조사를 실시한 기업들은 많은 수가 성공을 하게 된다고 설명한다. 또한, 장영주(1996)에 의하면 창업기업의 성과와 환경간에는 상관관계가 없었으며, 전략적 마케팅기술과 기업의 성과는 정(+)의 관계가 있어 기업의 성과 창출을 위해서는 무엇보다도 마케팅전략인 광고 및 판촉활동, 시장개척을 위한 시장조사, 새로운 유통경로 개발 등의 마케팅활동을 강화해야 한다고 하였다.

이와 같이 기업가의 경영관리 역량은 내부의 자원을 효과적으로 활용하여 어떻게 기업성공을 창출하느냐에 따라 경쟁력 있는 기업이 될 수도 있으나 어느 분야든지 소홀히 하거나 홀대하게 되면 도태되는 기업이 될 수도 있기 때문에 경영관리 역량은 중요하다.

이러한 경영관리 역량과 기업성과의 관계에 대해 연구한 내용들을 상세히 살펴보면, 이인찬 등(1998)은 “벤처기업의 성장단계별 성공요인 분석과 정책과제”에서 300개의 정보통신 중심의 국내 벤처기업에 대한 설문조사를 통해 성공요인을 분석하였다. 평가된 요소는 기술력이 벤처기업의 성공요인이라는 기업이 59%로 가장 많았으며, 두 번째로 자금조달능력, 세 번째는 창업단계와 상업화단계에서는 마케팅능력을 들었으나, 안정화단계에서는 인력조달 능력을 성공요인으로 꼽았다. 이외에도 시장개척능력, 신상품 아이디어, 판매력 등이 있었다. 한편, 창업단계에서는 시장개척능력이 더 중요하게 생각하고 있고, 안정화단계에서는 신상품 아이디어, 상업화단계에서는 판매력이 다른 단계에서보다 더 중요하게 생각하고 있다는 것으로 나타났다.

고중선(1991)은 “벤처기업의 성공요인에 관한 연구”에서 한국기술금융(주)로부터 지원 받은 벤처기업 중 33개 업체를 대상으로 성공, 보통, 실패업체로 나누어 76가지의 성공요인을 실증분석 했다. 연구를 통해 성공기업과 실패기업간의 차이를 회사의 능력, 제품, 환경, 창업자로 나누어 검증한 결과 회사의 능력부문이 가장 두드러진 차이를 나타냈으며, 그 다음으로 제품, 환경, 창업자 순으로 나타났다. 부문별로는 회사의 능력부문(마케팅, 기술, 생산, 인사, 자금조달)에서는 마케팅이 가장 중요한 요인으로 나타났고, 제품부문(성능, 판매성, 방어성, 제품수명주기)에서는 판매성이 가장 중요한 요인으로 나타나 고객지향적인 활동이 벤처기업

에도 강조되어야 함을 시사하고 있다.

박정기(2002)는 소상공인 창업의 성공요인에 관한 실증적 연구에서 전국적으로 창업후 6개월이 경과한 410개 업체를 대상으로 경영관리요인(생산·기술혁신, 자금통제, 전문가 상담, 유능한 종업원, 마케팅)이 기업성과에 미치는 영향을 파악했다. 연구결과 생산·기술혁신, 자금통제, 유능한 종업원, 그리고 마케팅 등이 소상공인의 사업성과에 유의한 것으로 나타났다. 따라서 본 논문에서는 경영관리 역량요인으로 박정기(2002)의 연구에서 기업성과에 유의한 영향을 미치는 요인을 사용하였다.

5. 기업성과

일반적으로 기업성과는 기업의 경영활동 성과를 뜻하는 것으로서 매출액, 순이익, 이익률, 성장을 등 수치로 표시한다. Damanpour(1991)는 기업성과란 수익성과 매출액 및 시장점유율 증가와 관련이 있는 조직목표의 달성뿐만 아니라 전반적인 기업의 전략적 목표의 달성으로 정의하기도 하였다.

한편, 기업성과 측정방법에 대하여 다양한 논란이 있어 왔지만 지금까지 기업 성과에 대한 측정은 주관적 평가와 객관적 평가 모두 사용되어 왔다. Hooley et al.(1999)는 Morgan et al.(1995), Porter(1991)가 이용한 주경쟁자와 비교하는 형식의 주관적 평가방식을 이용하여 재무적 부문(이윤, ROI)과 시장부문(판매량, 시장점유율)에 한정하여 기업성과를 측정하였고, Calantone et al.(2002)는 ROI, ROA, Return on Sales, overall profitability로 성과를 측정하였다. Pelham(2000)은 판매성장률, 시장점유율, 수익성, 마케팅효과성으로 성과를 측정하였으며, Narver and Jacobson, Slater(1999)에 의하면 시장기반능력은 ROI보다는 판매성장률과 매우 관련이 있다고 하였다. 기업성과는 실제로 ROA, P/L, B/S 등 재무제표에 의해 객관적으로 측정할 수 있기도 하지만, Fisher et al(1983)은 ROI, 영업이익, 판매량, 시장점유율과 같은 성과의 절대수치는 상이한 시장, 상이한 회계기준의 차이, 상이한 시장크기 등으로 인해 회사들간의 비교를 어렵게 한다고 보

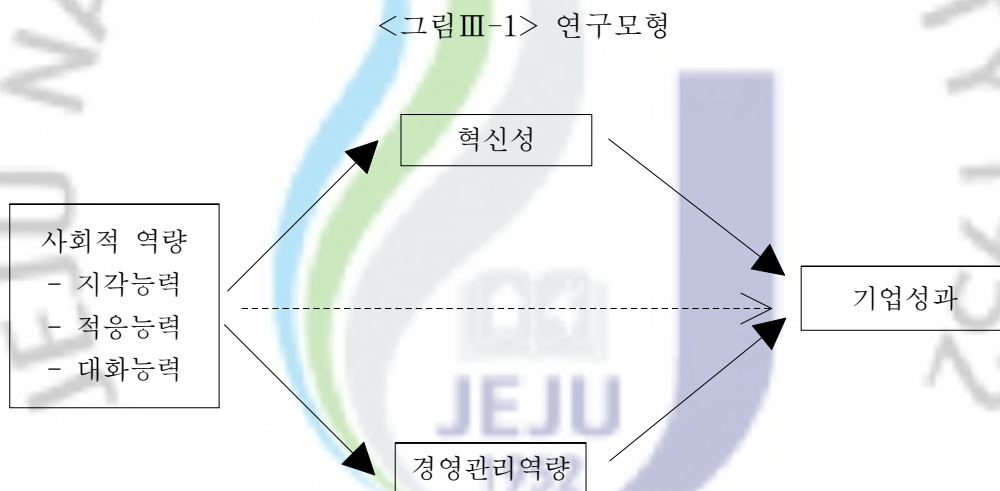
고 있다. 그러나 많은 선행연구들에서 객관적 평가와 주관적 평가간에 아주 강한 상관관계가 있음이 밝혀지고 있으며, 지금까지 많은 연구논문들은 객관적 평가(Dess et al., 1984; Venkatraman and Ramanujam, 1986; Dess, 1987; Verhage and Waarts, 1988; Venkatraman, 1990; Golden, 1992; Powell, 1992; Covin et al., 1994; Hart and Banbury, 1994)와 주관적인 평가(Jaworski et al., 1993; Slater et al., 1990; Hart and Diamantopoulos, 1993; Greenley, 1995)를 함께 사용하고 있다. 한편, 객관적 평가는 결산 등 재무제표를 통해 사후에만 측정가능하다는 약점 때문에 Jaworski et al.(1993)은 객관적 평가보다는 오히려 주관적 평가가 성과개념을 보다 잘 측정할 수 있다고 주장하고 있다.

대부분 최고경영자가 지각하는 주관적 예측결과는 객관적 평가결과와 일치하고 있어 많은 연구자들은 기업성과를 측정하는데 주관적 평가를 활용하고 있다 (Slater et al., 1990; Jaworski et al., 1993; Hart et al., 1993; Greenley, 1995; 최순영, 2004; 이재훈 외, 2006). 따라서 본 연구에서의 기업성과는 기업가의 주관적 판단에 의한 정성적 방법을 사용하였다.

Ⅲ. 연구설계와 방법

1. 연구모형의 설정

사회적 역량이 직접적으로 기업성으로 연결된다는 (Baron and Markman, 2003)의 연구에서 한 걸음 더 나아가 본 연구에서는 사회적 역량이 기업성으로 직접 연결되기 보다는 혁신성과 경영관리 역량에 영향을 미치고, 혁신성과 경영관리 역량이 기업성으로 연결된다고 보고 있다. <그림Ⅲ-1>은 본 연구의 모형을 보여주고 있는데, 점선은 Baron and Markman(2003)의 연구를 나타내고 있다.



2. 연구가설의 설정

1) 사회적 역량과 기업성과간의 관계

최근 기업가의 사회적 자본(social capital)의 중요성을 제기한 많은 연구들이

이루어졌다(Starr and MacMillan, 1990; Ostgaard and Birley, 1994; Yli-Renko, Autio, and Sapienza, 2001). 이러한 연구에서는 풍부한 사회적 네트워크, 개인적 인맥, 여타 준거인들 등을 소유한 기업가가 그렇지 못한 기업가들에 비해 더 많은 지식과 정보뿐만 아니라 창업 및 운영자금과 같은 외부자원을 받을 수 있다고 주장하고 있다. Alder and Kwon(2002)은 사회적 자본을 네트워크 연결(bridging)자본과 내부적 결속(bonding)자본으로 나누어 설명하고 있다. 네트워크 연결자본은 네트워크 이론가들의 관점을 반영하여 외부 자원에 대한 접근과 활용과 관련된 역량이나 특성을 의미한다. 내부적 결속자본은 외부적 네트워킹을 가능하게 하는 자본으로 외적 활동을 효율적으로 수행할 수 있도록 하는 내부적 구조를 말하는 것이다. 실제 Baron and Markman(2000)의 연구에 의하면 기업가의 사회적 역량 중에서 사회적 지각(social perception)과 사회적 적응력(social adaptation)은 벤처기업의 성과에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마찬가지로 이들에 의해 이후에 진행된 연구에서도 사회적 역량, 특히 사회적 지각과 사회적 적응력은 인구통계적 특성에 비해 기업가의 재무적 성과를 보다 강하게 설명할 수 있는 변수이며 영향력 또한, 정(+의 유의성을 갖는 것으로 나타났다(Baron and Markman, 2003). 장수덕(2006)은 Alder and Kwon(2002)의 개념적 연구를 토대로 국내 벤처기업의 생존과 실패가 기업가의 사회적 자본에 크게 좌우됨을 주장한바 있다. 이와 같은 근거로 다음과 같은 가설을 설정했다.

가설 1-1 : 중소기업가의 사회적 지각능력은 기업성과에 정의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2 : 중소기업가의 사회적 적응능력은 기업성과에 정의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3 : 중소기업가의 대화능력은 기업성과에 정의 영향을 미칠 것이다.

2) 사회적 역량과 혁신성

Baron과 Markman(2000)에 의하면, 사회적 역량이 뛰어난 기업가들은 일반적으로 타인을 제대로 판단할 수 있는 능력, 자신의 이미지를 좋게 보이게 만들 수 있는 능력, 자신의 생각을 타인에게 충분히 전달할 수 있는 능력, 타인에게 편안함을 제공할 수 있는 능력 등이 뛰어나다고 한다. 따라서 사회적 역량이 뛰어난

기업가일수록 다른 사람으로부터 유용한 정보와 지식, 그리고 기술 등을 발견하고 흡수할 가능성이 높을 것으로 판단할 수 있을 것이다. 여기서 흡수능력이란 기업 외부로부터 유용한 정보, 지식, 기술을 발견 및 흡수하고 상업적인 목적의 활용에 적용하는 기업가의 능력을 의미한다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 2-1 : 중소기업가의 사회적 지각능력은 혁신성에 정의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2 : 중소기업가의 사회적 적응능력은 혁신성에 정의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-3 : 중소기업가의 대화능력은 혁신성에 정의 영향을 미칠 것이다.

3) 사회적 역량과 경영관리 역량

Ferris, Witt, and Hochwarter(2001)의 연구에서는 사회적 기술(social skill)이 뛰어난 사람일수록 주어진 상황을 이해하고 적응하는 능력이 탁월하며 다른 사람들의 반응에 효과적으로 반응하여 설득할 수 있는 능력을 가지고 있어 결과적으로 조직내 성과에 유의한 영향을 미친다는 사실을 보여주었다. 마찬가지로 백윤정(2003)의 연구는 여성창업자들의 사회적 기술이 관리역량에 긍정적 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 이러한 근거에 의거하여 연구자는 다음과 같은 가설을 설정했다.

가설 3-1 : 중소기업가의 사회적 지각능력은 경영관리 역량에 정의 영향을 미칠 것이다.

가설 3-2 : 중소기업가의 사회적 적응능력은 경영관리 역량에 정의 영향을 미칠 것이다.

가설 3-3 : 중소기업가의 대화능력은 경영관리 역량에 정의 영향을 미칠 것이다.

4) 혁신성 및 경영관리 역량과 기업성과 간의 관계

여러 학자들은 혁신성과 기업성과 간의 관계를 연구한 결과, 혁신성은 기업성과와 일관성 있게 관련되어 있는 것으로 밝혀져 왔고 이는 경쟁에서 생존하고 경쟁력을 확보하기 위해서는 혁신적이어야 한다는 것을 강조하고 있다(Cooper and Dunkelberg,

1987; Cooper, 2000; Rogers, 1995; Liand Calantone et al., 2002). 대표적으로 Damanpour(1991)는 일반적으로 혁신의 채택이 기업성이나 유효성에 기여한다고 주장하였으며, Zaltman과 그의 동료들(1973)은 혁신성은 적절한 정보 수집과 의사결정의 결과로서 기업의 성공을 위해 필요한 수단이며, 혁신성은 기업성이나 매출 성장, 시장점유율)를 달성함을 규명하였다.

박정기(2002)는 소상공인 창업의 성공요인에 관한 실증적 연구에서 생산관리능력, 기술혁신능력, 자금통제능력, 전문가 상담, 유능한 종업원 확보, 마케팅 능력과 같은 경영관리요인이 기업성이나 매출 성장에 미치는 영향을 파악한 결과 생산관리능력·기술혁신능력, 자금통제능력, 유능한 종업원, 그리고 마케팅 능력 등이 사업성이나 매출 성장에 유의한 것으로 나타났다. 따라서 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 4-1 : 혁신성은 기업성이나 매출 성장에 정의 영향을 미칠 것이다.

가설 4-2 : 경영관리 역량은 기업성이나 매출 성장에 정의 영향을 미칠 것이다.

3. 측정변수의 설정과 조사방법

1) 사회적 역량의 측정

Baron and Markman(2000)은 사회적 역량을 사회적 지각(social perception), 사회적 적응(social adaptation), 표현력(expressiveness), 그리고 인상관리(impression management) 차원으로 구분하여 측정하였다. 그러나 본 연구에서는 Baron and Markman(2000)이 제시한 사회적 역량 중에서 사회적 지각(social perception)과 사회적 적응(social adaptation), 그리고 표현력(expressiveness)을 나타내는 차원만을 이용하였으며, 유의하지 않은 차원인 인상관리는 제외하였다. 사회적 지각과 사회적 적응항목은 원문을 그대로 번역하여 사용하였으며, 표현력의 차원은 사회적 적응능력과 일부 중복되는 부분이

있어 본 연구에서는 타인과의 대화과정에서 얼마나 이해하고 의견을 종합할 수 있는지를 측정하여 대화능력으로 정의 하였다. 구체적인 측정항목은 <표 III-1>에 제시되어 있는데, 사회적 지각은 4개 항목, 사회적 적응능력은 5개 항목, 그리고 대화능력은 3개의 항목으로 구성되어 있으며 각각 5점 척도로 측정하였다.

2) 혁신성과 경영관리 역량

Damanpour(1991)과 Hurley & Hult(1998)의 연구에서 사용된 정의에 기초하여 본 연구에서는 혁신성을 조직에서 새로운 과정, 제품 또는 아이디어를 도입하여 실행하고자 하는 능력으로 정의하였다. 혁신성의 측정을 위한 항목으로는 Hurley & Hult(1998)가 개발한 문항¹⁾이 대표적이거나 이 문항은 조직문화를 중심으로 이루어져 있으므로, 본 연구에서는 최고경영자 본인의 입장에서 혁신성을 측정하기 위한 항목으로 구성하고자 하였으며, 5개 항목을 개발하여 5점 척도로 측정하였다. 구체적인 측정항목은 <표 III-1>에 제시되어 있다.

조직의 경영관리 역량을 측정하기 위하여 기업활동이 각 기능별로 얼마나 제대로 이루어지고 있는가로 측정하였다. 구체적으로 인사관리분야, 자금관리분야, 생산관리분야, 마케팅분야, 그리고 기술개발분야로 나누어 각 분야별로 얼마나 관리가 이루어지고 있는지를 5점 척도로 평가하도록 하였다.

3) 기업성과

기업성과를 측정하는 방법으로는 재무적 성과를 가지고 측정하는 계량적 방법과 경영자의 주관적 판단을 측정하는 정성적 방법으로 구분할 수 있다. 계량적 방법이 기업성과를 정확하게 측정할 수 있으나 자료의 획득어려움으로 인하여 많은 연구에서는 주관적 방법인 정성적 방법을 사용하고 있다(Narver and Slater, 1990; Jaworski et al, 1993; Greenley, 1995; 이재훈 외, 2006). 본 연구에서도 기업성과를 주관적 평가를 이용하여 경영자에게 당사 기업의 매출액 증가율수준, 소비자 선호도수준, 산업에서의 경쟁력 수준을 5점 척도로 평가하도록

1) 이들은 혁신성을 ① 기술혁신의 수용정도, ② 혁신적 아이디어의 탐색 적극성, ③ 혁신에 대한 경영층의 수용정도, ④ 실행되지 않은 아이디어에 대한 별척정도, ⑤혁신에 대한 저항과 위협인식정도로 측정하였다.

하였다.

<표 III-1> 측정변수의 조작적 개념과 측정항목

조작적 개념	측정항목	관련연구자
사회적 지각	1. 나는 타인을 잘 판단할 수 있는 능력이 있다.	Baron & Markman (2003) 장수덕(2007)
	2. 나는 타인의 행동을 보고 그들의 특성을 파악할 수 있다	
	3. 나는 특정한 상황에서 그들의 감정을 잘 파악할 수 있다.	
	4. 나는 특정한 상황에서 다른 사람들이 행동하는 이유를 알 수있다	
사회적 적응	1. 나는 사회생활에서 쉽게 적응하는 편이다.	
	2. 나는 구별하지 않고 다른 사람들과 잘 어울린다.	
	3. 모르는 사람들과도 자연스럽게 이야기 할 수 있다.	
	4. 나는 어떤 일에 대하여 누군가와 말할 수 있다.	
	5. 나는 잘못된 사람을 너그럽게 용서하는 편이다.	
대화능력	1. 나는 다른 사람의 대화 요점을 빨리 이해하는데 부족함을 느낀다(R).	
	2. 나는 다른 사람의 의견을 종합하여 제시하는데 부족함을 느낀다(R).	
	3. 나는 전체적인 관점에서 문제의 발생과 그 영향을 파악하는데 어려움을 느낀다(R).	
혁신성	1. 나는 항상 일상생활에서 아이디어를 찾으려고 노력한다.	Hurley & Hult(1998) 박상용 김연정(2004)
	2. 새로운 아이디어를 노트에 적거나 시험적으로 적용해 본다.	
	3. 필요한 경우 가능성을 확인하기 위하여 연구소나 전문가에게 문의한다.	
	4. 사업을 효율적으로 운영하기 위하여 업무처리과정을 변경해 본다.	
	5. 사업상 아이디어나 문제점을 발견하기 위하여 친구나 종업원의 의견을 듣는다.	
경영관리 역량	1. 능력있는 종업원들이 확보되어 있다.	박정기(2002)
	2. 종업원들은 회사를 위하여 열심히 일한다.	
	3. 필요한 자금은 은행이나 주위에서 융통할 수 있다.	
	4. 자금 및 장부관리는 제대로 이루어지고 있다.	
	5. 기업활동(생산, 운영)은 정상적으로 수행되고 있다.	
	6. 자사의 유통 및 배달시스템은 잘 이루어지고 있다.	
	7. 판매 및 마케팅활동은 잘 이루어지고 있다.	
	8. 신기술과 상품개발은 잘 이루어지고 있다.	
기업성과	1. 업계평균과 비교하여 매출액 증가율은?	Narver & Slater(1990) 장수덕(2007) 윤영진(2000)
	2. 귀사상품에 대한 소비자의 선호도는?	
	3. 경쟁사와 비교하여 귀사의 경쟁력은?	

IV. 실증분석

1. 설문조사 및 방법

본 연구의 표본은 제주에서 현재 중소기업을 운영하고 있는 업체를 대상으로 설문조사가 이루어졌다. 조사기간은 2009년 3월 23일에서 4월 10일까지이며, 1명의 전문조사자가 도내의 농공단지 및 학교의 중소벤처기업, 그리고 현지업체를 직접 방문하여 조사하였다. 물론 조사하는 과정에서 거부하는 업체도 있었으나 대체로 우호적으로 조사에 응답해 주었다. 200부의 설문지를 준비하여 조사하였으나 최종 162부가 회수되었으며, 불성실한 응답을 제외하여 최종 141부만이 통계처리에 사용되었다. 통계처리는 SPSS 12로 이루어졌다.

2. 표본 응답자의 일반적 특성

<표 IV-1>는 조사 응답자들의 일반적인 특성을 보여주고 있다. 기업의 형태별로 개인은 34.7%이고 법인이 65.3%를 차지하고 있으며, 업종별로는 제조업이 55.3%, 정보기술서비스업이 26.2%의 비중을 보여주고 있다.

<표 IV-1> 표본 응답자의 일반적 특성

회사의 특성		빈도	퍼센트 (%)	응답자의 특성		빈도	퍼센트 (%)	
기업형태	개인	49	34.7	성별	남자	102	72.3	
	법인	92	65.3		여자	39	27.7	
업종별	제조업	78	55.3	연령별	20대이하	4	2.8	
	정보기술	37	26.2		30-35세	10	7.1	
	건설업	11	7.8		36-40세	21	14.9	
	도소매	8	5.8		41-45세	27	19.1	
	농축수산	4	2.8		46-50세	25	17.7	
	기타	3	2.1		51-55세	32	22.7	
창업유형	신규창업	119	84.4		56-60세	17	12.1	
	업체인수	13	9.2		61세이상	5	3.5	
	프랜차이즈	5	3.5		학력별	고졸이하	14	9.9
	가업상속	3	2.1			전문대졸	52	36.9
	기타	1	0.7			대졸이상	75	53.2
사업기간	1-3년	31	22.0	창업전 실무경험	없음	57	40.4	
	4-7년	37	26.2		있음	84	59.6	
	8-10년	38	27.0	창업경험	없음	99	70.2	
	11-15년	21	14.9		있음	42	29.8	
	16-20년	9	6.4	친인척 사업여부	없음	47	33.3	
	21년 이상	5	3.5		있음	94	66.7	
종업원수	1-5명	30	21.3	직장경험	없음	39	27.7	
	6-10명	44	31.2		있음	102	72.3	
	11-20명	49	34.8	결혼여부	미혼	15	10.6	
	21-50명	13	9.2		결혼	124	87.9	
	50명이상	5	3.5		기타	2	1.4	

3. 변수의 신뢰성과 타당성 검증

본 연구에서는 다항목 척도를 사용하여 독립변수와 매개변수들을 측정하였다. <표 IV-2>는 독립변수에 대한 타당성과 신뢰성을 검증한 결과이다. 타당성 검증은 구성타당성을 검증하기 위한 방안으로 요인분석을 수행하였다. 요인분석방법은 배리맥스(varimax)방식을 이용하였으며, 고유값이 1이상인 요인만을 추출하는 방식을 사용하였다. 분석결과 모두 3개의 요인으로 묶이고 있으며, 요인적재치가 모두 0.724이상을 보이고 있어 타당성에는 문제가 없는 것으로 나타났다. 신뢰성 검증을 위해서는 변수들간의 내적일관성을 측정하는 크론바알파(cronbach alpha) 값을 산출하였다. 신뢰성 검증결과도 알파값이 모두 0.887에서 0.947 범위에 있어 변수의 내적 일관성 기준에서 볼 때 문제가 없는 수준이다.

<표 IV-2> 사회적 역량에 대한 요인분석 및 신뢰성 검증결과

측정항목	평균 (알파계수)	성분		
		1	2	3
사회적 적응3	3.870 (0.887)	.874	.048	-.098
사회적 적응2		.873	.025	-.075
사회적 적응1		.805	.026	-.112
사회적 적응4		.803	.257	-.195
사회적 적응5		.724	-.121	-.210
사회적 지각3	3.236 (0.947)	.046	.941	-.050
사회적 지각2		-.028	.927	.050
사회적 지각1		.081	.924	-.035
사회적 지각4		.054	.916	-.004
대화능력3	3.602 (0.939)	-.329	.007	.852
대화능력2		-.374	.040	.837
대화능력1		.040	-.054	.726
누적분산		36.02%	64.37%	76.67%
아이겐값(고유값)		4.323	3.40	1.474
통계량		KMO:0.796, 구형성검정: 1239.03(p<0.000)		

매개변수에 대한 타당성과 신뢰성 검증결과는 <표 IV-3>에 제시되어 있다. 그러나 매개변수에 대한 타당성 분석결과에서 경영관리역량이 2개의 요인으로 분리되어 이후의 연구에서는 별도의 요인으로 취급하여 분석하였다. 경영관리역량 요인 중에서 “능력있는 종업원이 확보되어 있다”, “종업원들은 회사를 위하여 열심히 일한다”, “필요한 자금은 은행이나 주위에서 융통할 수 있다”라는 항목은 기업가가 타인과의 관계에 의한 성과라 볼 수 있기 때문에 여기서는 관계역량이라고 명칭 하였으며, 나머지 항목인 자금관리, 생산운영관리, 유통 및 배달시스템, 판매 및 마케팅, 기술 및 제품개발 요인은 관리역량이라고 명칭 하였다. 요인 분석결과 요인적재치가 수용할만한 수준이고, 신뢰도를 평가하는 크론바알파값 또한 수용할 수 있는 수준임을 알 수 있다.

<표 IV-3> 매개변수에 대한 신뢰성 및 타당성 검증 결과

측정항목	평균 (알파계수)	성분		
		혁신성	관리역량	관계역량
혁신성3	3.830 (0.915)	.883	.242	-.012
혁신성1		.832	.177	.196
혁신성4		.798	.314	.068
혁신성2		.793	.269	.230
혁신성5		.769	.265	.143
경영관리 역량8	3.974 (0.895)	.302	.816	.143
경영관리 역량5		.239	.802	.246
경영관리 역량7		.345	.795	.017
경영관리 역량6		.216	.789	.159
경영관리 역량4		.204	.654	.352
경영관리 역량3	3.780 (0.664)	.007	.017	.771
경영관리 역량1		.224	.418	.696
경영관리 역량2		.287	.394	.609
누적분산		29.37	57.47	71.30
아이겐값(고유값)		6.603	1.603	1.043
통계량		KMO: 0.886, 구형성검증: 1180.6(p>0.000)		

4. 변수간의 상관관계분석 결과

독립변수들간의 관련성을 검증하고 다중공선성을 알아보기 위하여 피어슨 상관관계분석을 수행하였다. 상관관계분석 결과는 <표 IV-4>에 제시되어 있으며, 다중공선성을 의심할 수 있는 정도의 상관관계는 없는 것으로 판단된다.

<표 IV-4> 상관관계분석 결과

		사회지각	사회적응	대화능력	혁신 지향성	관계역량	관리역량	기업성과
사회 지각	Pearson 상관계수	1	.135	.019	.051	.308**	.050	.054
	유의 확률 (양쪽)		.111	.827	.550	.000	.556	.528
	N	140	140	139	140	140	140	140
사회 적응	Pearson 상관계수	.135	1	.444**	.661**	.413**	.648**	.541**
	유의 확률 (양쪽)	.111		.000	.000	.000	.000	.000
	N	140	141	140	141	141	141	141
대화 능력	Pearson 상관계수	.019	.444**	1	.498**	.165	.477**	.499**
	유의 확률 (양쪽)	.827	.000		.000	.051	.000	.000
	N	139	140	140	140	140	140	140
혁신성	Pearson 상관계수	.051	.661**	.498**	1	.422**	.600**	.573**
	유의 확률 (양쪽)	.550	.000	.000		.000	.000	.000
	N	140	141	140	141	141	141	141
관계 역량	Pearson 상관계수	.308**	.413**	.165	.422**	1	.560**	.370**
	유의 확률 (양쪽)	.000	.000	.051	.000		.000	.000
	N	140	141	140	141	141	141	141
관리 역량	Pearson 상관계수	.050	.648**	.477**	.600**	.560**	1	.626**
	유의 확률 (양쪽)	.556	.000	.000	.000	.000		.000
	N	140	141	140	141	141	141	141
기업 성과	Pearson 상관계수	.054	.541**	.499**	.573**	.370**	.626**	1
	유의 확률 (양쪽)	.528	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	140	141	140	141	141	141	141

5. 가설 검증

본 연구에서는 가설검증을 위하여 다중회귀분석을 이용하였다. 다중회귀분석에서 다중공선성의 문제는 분석결과를 왜곡할 수 있으므로 매우 중요하다. 앞에서 상관관계분석 결과 각 변수들간의 상관관계가 다소 높은 것으로 나타나 다중공선성(multicollinearity) 여부를 검증할 필요성이 있다고 판단되어 공차한계와 VIF 계수를 산출하였다. 공차한계의 최대값은 1이며, 다중공선성이 낮을수록 공차한계값은 높게 나타난다. 다중공선성을 검증한 결과 투입된 변수들의 공차한계는 모두 0.5이상을 나타내고 있어 다중공선성이 존재하지 않는 것으로 판단할 수 있다(이재훈 외, 2006). VIF(분산팽창계수)도 10미만으로 나타나 다중공선성은 없는 것으로 판단된다.

1) 사회적 역량과 기업성과

기업가의 사회적 역량이 기업성과에 미치는 영향에 관한 가설을 검증하기 위하여 사회적 지각, 사회적 적응, 대화능력을 독립변수로 하고 기업성과를 종속변수로 하여 다중회귀분석을 수행하였으며, 그 결과는 <표 IV-5>에 제시되어 있다. 이 표에서 보듯이 설명력을 나타내는 R제곱값이 0.364로 나타나고 있으며, F값은 25.781($p < 0.000$)로 유의한 결과를 보여주고 있는데, 기업성과에 미치는 요인으로는 사회적응(t 값: 4.913, $p < 0.000$)과 대화능력(t 값: 4.302, $p < 0.000$)으로 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 사회적 역량 중에서 사회지각 요인은 기업성과에 영향을 미치지 않은 것으로 조사되었다.

<표 IV-5> 사회적 역량이 기업성과에 미치는 영향에 관한 회귀분석 결과

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	F값	유의수준
1	.604	.364	.350	.48468	25.781	p<0.000

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차한계	VIF
1	(상수)	1.293	.325		3.975	.000		
	사회 지각	.000	.063	.000	.006	.995	.978	1.023
	사회 적응	.369	.075	.380	4.913	.000	.786	1.272
	대화 능력	.261	.061	.330	4.302	.000	.802	1.247

2) 사회적 역량과 혁신성

사회적 역량이 혁신성에 미치는 영향에 관한 가설을 검증하기 위하여 다중회귀분석을 수행하였으며, 그 결과는 <표 IV-6>에 제시되어 있다. 이 표에서 보듯이 설명력을 나타내는 R제곱값이 0.481로 나타나고 있으며, F값은 41.73(p<0.000)로 유의한 결과를 보여주고 있는데, 혁신성에 미치는 요인으로는 사회적응(t값: 7.760, p<0.000)과 대화능력(t값: 3.724, p<0.000)이 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히, 사회적 적응능력이 기업성과에 미치는 영향력은 B값이 0.369이었는데, 혁신성에 미치는 영향력은 B값이 0.569으로 높아지고 있음을 알 수 있다. 그러나 사회적 역량 중에서 사회지각 요인은 기업성과와 혁신성에 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 조사되었다.

<표 IV-6> 사회적 역량이 혁신성에 미치는 영향에 관한 회귀분석 결과

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	F값	유의수준
1	.694	.481	.470	.47288	41.73	p>0.000

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차한계	VIF
1	(상수)	.909	.317		2.866	.005		
	사회지각	-.025	.062	-.025	-.406	.685	.978	1.023
	사회적응	.569	.073	.543	7.760	.000	.786	1.272
	대화능력	.220	.059	.258	3.724	.000	.802	1.247

3) 사회적 역량과 경영관리 역량

사회적 역량이 경영관리 역량에 미치는 영향에 관한 가설을 검증하기 위하여 다중회귀분석을 수행하였다. 요인분석에서 경영관리 역량이 2개의 요인으로 구분되었기 때문에 본 연구에서는 관계역량과 관리역량으로 나누어 각각에 대하여 회귀분석을 수행하였다. 관계역량에 대한 회귀분석 결과는 <표 IV-7>에 제시되었는데, R제곱값은 0.230, F값은 13.412(p<0.000)로 나타났으며, 사회적 지각이 관계역량에 미치는 영향력은 B값이 0.214(t값: 3.456, p<0.001)으로 나타나고 있으며 사회적 적응능력은 B값이 0.315(t값: 4.274, p<0.000)으로 유의한 영향관계를 보여주고 있으며, 대화능력은 관계역량에 유의하게 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

<표 IV-7> 관계역량에 대한 회귀분석 결과

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	F값	유의수준
1	.479	.230	.212	.47539	13.412	p>0.000

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차한계	VIF
1	(상수)	1.865	.319		5.846	.000		
	사회지각	.214	.062	.264	3.456	.001	.978	1.023
	사회적응	.315	.074	.364	4.274	.000	.786	1.272
	대화능력	.000	.059	.000	.003	.998	.802	1.247

그러나 <표 IV-8>과 같이 관리역량에 대한 회귀분석 결과는 R제곱값이 0.460, F값이 38.306(p<0.000)로 유의한 결과를 보여주고 있으며, 사회적 적응과 대화능력이 유의하게 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 사회적 적응능력이 관리역량에 미치는 영향력은 B값이 0.614(t값: 7.578, p<0.000)이며, 대화능력의 영향력은 B값이 0.221(t값: 3.378, p<0.001)로 유의하게 나타났다. 여기서 특이한 사실은 관계역량에 영향을 미치는 요인은 사회적 지각능력과 사회적 적응능력인데 비하여 관리역량에 영향을 미치는 요인은 사회적 적응능력과 대화능력이라는 사실이다.

<표 IV-8> 관리역량에 대한 회귀분석 결과

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	F값	유의수준
1	.678	.460	.448	.52211	38.306	p<0.000

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차한계	VIF
1	(상수)	.894	.350		2.551	.012		
	사회지각	-.028	.068	-.027	-.416	.678	.978	1.023
	사회적응	.614	.081	.541	7.578	.000	.786	1.272
	대화능력	.221	.065	.239	3.378	.001	.802	1.247

4) 매개변수의 유의성 검증

사회적 역량요인이 직접 기업성과에 영향을 미치기 보다는 혁신성과 경영관리 역량에 영향을 미치고, 혁신성과 경영관리 역량이 기업성과에 어떠한 영향을 미치는가를 규명하기 위하여 여기서는 Baron and Kenny(1986)의 3단계 매개회귀 분석(three step mediated regression)을 검증하는 절차에 따라 분석하였다. 1단계에서는 독립변수와 매개변수간의 회귀분석 결과가 유의한 결과가 나타나야 한다는 것은 <표 IV-6, IV-7, IV-8>에서 제시되어 있다. 2단계에서는 독립변수와 최종종속변수간의 회귀분석 결과 유의한 결과가 나타나야 한다는 것을 <표 IV-5>에 제시되어 있다. 마지막으로 3단계에서는 독립변수와 매개변수를 동시에 투입하여 회귀분석한 결과 독립변수의 영향정도가 감소하거나 유의한 영향관계가 없으면서 매개변수는 종속변수와 유의한 영향관계를 보여주어야 한다. 따라서 앞서 분석한 결과를 가지고 최종적으로 3단계 모형의 영향관계를 분석하기 위하여 독립변수와 매개변수 모두를 투입하여 다중회귀분석한 결과는 <표 IV-9>와 같다. <표 IV-5>에서 보는 바와 같이 사회적 역량요인과 기업성과간의 회귀분석 결과 R제곱값이 0.364(F값: 25.781, $p < 0.000$)로 유의한 결과를 보여주고 있다. 여기에서 사회적 적응능력의 B값이 0.369(t값: 4.913, $p < 0.000$), 대화능력의 B값이 0.261(t값: 4.302, $p < 0.000$)로 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 독립변수와 매개변수 모두를 투입하는 경우(<표 IV-9>참조)에는 R제곱값이 0.473이고 F값이 19.786($p < 0.000$)으로 R제곱값이 0.109만큼 증가하고 있음을 알 수 있다. 또한, 사회적 적응과 대화능력이 유의하였으나 모두 투입할 경우에는 관리역량과 혁신성, 그리고 대화능력만이 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과로 볼 때 사회적 역량이 직접적으로 기업성과에 영향을 미치는 것이 아니라 혁신성과 경영관리 역량에 영향을 미치고, 혁신성과 경영관리 역량이 기업성과로 연결되고 있음을 알 수 있다.

<표 IV-9> 기업성과에 대한 회귀분석 결과

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	F값	유의수준
1	.688	.473	.449	.44631	19.786	p<0.000

모형		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량	
		B	표준오차	베타			공차 한계	VIF
1	(상수)	.825	.338		2.444	.016		
	사회지각	.010	.062	.011	.160	.873	.861	1.162
	사회적응	.075	.090	.077	.826	.410	.460	2.172
	대화능력	.154	.061	.195	2.525	.013	.673	1.487
	혁신성	.184	.085	.199	2.175	.031	.478	2.092
	관계역량	.017	.093	.015	.182	.856	.583	1.714
	관리역량	.301	.084	.351	3.571	.000	.413	2.423

5) 추가분석

본 연구에서는 혁신성과 관계역량이 관리역량에 어떠한 영향을 미치는가를 파악하기 위하여 혁신성과 관계역량을 독립변수로 투입하고 관리역량을 종속변수로 투입하여 다중회귀분석을 수행하였다. 분석결과는 <표 IV-10>에 제시되어 있는데, R제곱값은 0.475이며, F값은 62.34(p<0.000)로 나타났다. 즉 혁신성은 직접적으로 기업성과에 영향을 미치기도 하지만 관리역량을 향상시킴으로써 기업성과에 간접적으로 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 또한 관계역량은 관리역량을 향상시켜주는 역할을 함으로써 간접적으로 기업성과에 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.

<표 IV-10> 추가분석

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	F값	유의수준
1	.689(a)	.475	.467	.51320	62.34	p<0.000

관리역량2에 대한 회귀분석 결과		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성 통계량	
		B	표준 오차	베타			공차한계	VIF
독립 변수	(상수)	.302	.338		.894	.373		
	관계역량	.488	.089	.373	5.480	.000	.822	1.217
	혁신성	.477	.073	.443	6.505	.000	.822	1.217

V. 연구결과 및 시사점

본 연구에서는 기업가의 사회적 역량이 기업성과에 직접적으로 영향을 미치는 것보다는 혁신성과 경영관리 역량에 영향을 미쳐 간접적으로 영향을 미치는가를 규명하기 위해 수행되었다. 도내 141개 중소기업체의 대표를 대상으로 설문조사 후 분석한 결과는 다음과 같다.

첫째, 사회적 역량 요인만을 고려할 경우 중소기업가의 사회적 적응능력과 대화능력만이 기업성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 사회적 지각능력은 기업성과에 유의하지 않는 것으로 조사되었다. 이러한 결과는 Baron & Markman(2003)의 연구결과와 일치하고 있으며, 중소기업가의 사회적 역량에 따라 기업성과가 달라진다는 의미를 내포하고 있다.

둘째, 중소기업가의 사회적 역량 중에서 사회적 적응능력과 대화능력은 혁신성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 사회적 지각능력은 혁신성에 유의한 영향관계를 보이지 않고 있다. 이러한 결과는 타인을 잘 판단하는 능력보다는 타인과 잘 어울리고 대화능력이 높은 기업가일수록 개방적이라서 외부로부터 아이디어나 혁신성을 잘 수용하고 있는 것으로 해석할 수 있다. 이러한 결과는 기업가의 개방성이 혁신성에 영향을 미친다는 결과와 일치하는 것으로 해석할 수 있다.

셋째, 요인분석 결과 경영관리 역량을 관계역량과 관리역량으로 구분되어, 사회적 역량과 관계역량간의 관계를 파악하기 위하여 회귀분석을 하였다. 분석결과, 사회적 지각능력과 사회적 적응능력이 관계역량에 유의한 영향을 미치는 반면, 관리역량에는 사회적 적응능력과 대화능력이 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타나 사회적 역량이 경영관리 역량에 동일하게 영향을 미치는 것은 아니라는 사실을 알 수 있었다. 이러한 결과는 타인과의 인간관계가 주로 기업가의 사회적 지각능력과 사회적 적응능력에 의하여 영향을 받고 있으며, 관리역량은 사회적 지각능력보다는 사회적 적응능력과 대화능력에 영향을 받고 있음을 보여주고 있다. 그러나 추가분석에서 살펴보았듯이 관계역량과 혁신성이 모두 관리역량에 영향을 미치는 것으로 나타나 관계역량도 관리역량을 통하여 기업성과에 간접적으로

로 기여하고 있음을 보여주고 있다.

넷째, 사회적 역량변수와 혁신성, 그리고 관계역량 및 관리역량 변수를 동시에 투입하여 다중회귀분석한 결과 관리역량과 혁신성이 기업성과에 유의한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났으며, 사회적 역량변수 중에서 대화능력만이 유의한 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 이러한 결과로 볼 때, 사회적 역량이 직접적으로 기업성과로 연결되기 보다는 중간단계인 혁신성과 경영관리 역량을 향상시킴으로써 간접적으로 기업성과에 영향을 미치는 요인임을 알 수 있었다. 그러나 기업가의 대화능력은 직·간접적으로 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.

본 연구의 공헌은 기존 연구에서 사회적 역량이 기업성과에 직접연결 된다는 주장(Baron & Markman, 2003)과 장수덕(2007)의 연구에서 한걸음 더 나아가 매개변수를 포함하여 연구함으로써 사회적 역량이 어떠한 메카니즘으로 기업성과로 연결되는지를 파악하였다는 점에서 의의가 있다.

그러나 본 연구의 한계점으로는 제주지역의 중소기업체를 대상으로 연구를 수행하였으므로 연구결과를 일반화하는데 한계가 있으며, 추후 전국단위로 연구를 확대한다면 보다 나은 연구결과를 얻을 수 있을 것으로 판단된다. 또한 기업성과 측정방법에 있어서 자료확보의 어려움 등으로 인해 객관적 자료가 아닌 기업가의 인식된 개념인 주관적 판단에 의존하는 정성적 방법을 적용하였다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 강성일(2006), “관광중소기업 소유경영자의 기업가정신과 성과의 관계에 관한 연구, 제주대학교 대학원 박사학위 논문.
- 강신일·이창원(1997), “한국의 기업가정신과 기업성장”, 자유기업센터.
- 강재정(1993), 정보기술이 조직혁신에 미치는 영향에 관한 연구, 한국외국어대학교 경영정보대학원 석사학위논문. pp. 12-18.
- 강재정·천영수(2001), “환경, 혁신지향성, IS활용과 조직성과”, 산업논집, Vol.15 No.1.
- 고중선(1991), “벤처기업의 성공요인에 관한 연구,” 숭실대학교 대학원 논문집, 28-41.
- 권영철·Michael Y. Hu·권업(2007), “환경동태성, 시장지향성, 혁신지향성 및 성과에 관한 연구: 한·미 벤처기업 비교, 국제경영리뷰, Vol. 11 No.2.
- 김경식(2005), “벤처기업가의 역량이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구”, 건국대학교 대학원 박사학위 논문.
- 김영수(1996), “기업가적 행동성향의 결정요인과 성과의 관계,” 한양대학교 대학원 박사학위 논문, 103.
- 김원수(1985), 「경영학원론」, 경문사, 649-650.
- 김이태 외(2000), “벤처창업경영론”, 한울출판사.
- 나중덕(1995), “모험자본회사의 유형별 투자형태 및 성과분석,” 한국과학기술원 박사학위 논문, 24-45.
- 민경호(2006), “기업가정신”, 무역경영사, 44-45.
- 민상훈, 전병찬(2001), “불황기의 중소기업 성과분석,” 2001년 춘계학술연구발표회, 한국중소기업학회, 25-37.
- 박정기(2002), “소상공인창업의성공요인에관한실증적연구”,동의학교 대학원 박사학위 논문.
- 백윤정(2003), “여성창업자의 자기유능감과 사회적 기술, 인적자본이 관리역량 및

- 조직성파에 미치는 영향,” 인사관리연구, 27(3), 한국인사관리학회, 191-219.
- 신유근(1986), “한국기업의 특성과 과제”, 서울대학교 출판부.
- 신유근(1996), “현대경영학: 원론적 접근”, 다산출판사
- 윤문섭·장진규(2000), 우리나라의 기술혁신조사, 서울 : 과학기술정책연구원, 22-26.
- 이경의(1986), 「경제발전과 중소기업」, 창작사, 55-57.
- 이운재(2007), “창업보육기업의 기업가 특성이 기업성파에 미치는 영향”, 호서대학교 벤처 전문대학원 박사학위 논문.
- 이인찬 등(1998), “벤처기업의 성장단계별 성공요인 분석과 정책과제”, 정보통신정책연구원.
- 이장우·장수덕(1999), “성공벤처기업 특성에 관한 탐색적 연구”, 중소기업연구, 제21권 제1호.
- 이재훈 외(2006), “혁신성과 학습지향성의 선행변수 및 성과변수와의 관계”, 중소기업연구원, Vol. 28 No. 2.
- 이지우(2000), “개인특성과 창업의지와의 관계,” 중소기업연구, 제22권, 1호, 한국중소기업학회, 129.
- 이춘우(1999), “조직양트라프러뉴십의 역할과 조직성파에 관한 연구”, 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 이현숙(2003), “비즈니스인큐베이터의 관여에 따른 기업가적 네트워크와 기업성파와의 관계”, 경북대학교 대학원 박사학위 논문, 31.
- 장수덕(2006), “기업생존에 있어서 인적자본과 사회적 자본의 역할: IMF전후의 생존 벤처기업을 대상으로”, 「경영학연구」, 35(4), 1131-1151
- 장수덕(2007), “기업가의 사회적역량과 신뢰의 상호작용이 벤처기업의 매출액성장률에 미치는 영향”, e-비즈니스연구, Vol. 8 No. 1.
- 장영주(1996), “창업중소기업의 성공요인에 관한 연구,” 서강대학교 대학원 논문집, 57-63.
- 정성한·김해룡(2001), “소상공인 창업성공요인에 대한 탐색적 연구”, 벤처경영연구, 제4권 제2호.

- 조항(2006), “조직기억의 신제품개발 속도와 혁신성에 대한 영향 연구” 연세대학교 박사학위논문, 35.
- 조형래(1994), “창업인의 특성, 제품혁신성과 벤처기업 성과간의 상황적 관계,” 한국과학기술원 박사학위 논문, 42-43.
- 조희영·박상범(1997), 「중소기업 경영론」, 삼영사.
- 최순영(2004), “학습지향성이 기업성가에 미치는 영향에 관한 실증연구”, 강원대학교 대학원 박사학위 논문.
- 최종관(2009), “소상공인 창업의 특성과 창업초기 성과와의 관계에 관한 연구”, 충주대학교 산업대학원 석사학위 논문.

2. 국외문헌

- Amabile T. M., Conti. R., Coon. H., Lazenby, J., Herron, M.(1996), "Assessing the work environment for creativity", *Academy of Management Review*, 39, 54-84.
- Alder, P. S. and Kwon, S. W.(2002), Social Capital : Prospects for a New Concept, *Academy of Management Review*, 27(1), 17-40.
- Aldrich, H. E. and Auster, E. R.(1986), "Even Dwarfs Started Small: Liabilities of Age and Size and Their Strategic Implications", *Research in Organizational Behavior*, 8: 165-198.
- Baker, W. and Sinkula, J. M.(1999), "The synergistic effect of market orientation and learning orientation on organizational performance", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27, 411-427.
- Baker, W. E. and Sinkula, J. M.(2002), "Market orientation, learning orientation and Product Innovation: Delving into the Organization's Black Box", *Journal of Market-Focused Management*, 5, 5-23.
- Baron, R. A.(1998), "Cognitive mechanisms in entrepreneurship: why and when entrepreneurs think differently than other people", *J. Bus. Venturing*, 12.

- Baron, R. A. and Markman, G. D.(2000), "Beyond Social Capital: How Social Skills Can Enhance Entrepreneurs' Success", *Academy of Management Executive*, 14.
- Baron, R. A. and Markman, G. D.(2003), "Beyond Social Capital: the role of entrepreneurs' social competence in their financial success", *Journal of Business Venturing*, 18.
- Begley, T. M. and Boyd, D. P.(1987), "Psychological Characteristics Associated with Performance in Entrepreneurial Firms and Smaller Business," *Journal of Business Venturing*, 2, 79-93.
- Bird, B.(1989), *Entrepreneurial Behavior*, Glenview, IL: Scott Foresman and Company.
- Box, T. M., Watts, L. R., and Hisrich, R. D.(1994), "Manufacturing Entrepreneur: An Empirical Study of the Correlates of Employment Growth in the Tulsa MSA and Rural east Texas, *Journal of Business Venturing*, 9(3): 261-270.
- Boyatzis, R.(1982), *The Competent manager: A model for effective performance*, Jhon Wiley and Son Publishing, 35-42.
- Brüderl, J., Preisendorfer, P., and Ziegler, R.(1992), "Survival Chances of Newly Founded Business Organizations," *American Sociological Review*, 57(2): 227-242.
- Buttner, E. H and Rosen. B.(1989), "Funding New Business Ventures : Are Decision Makers Biased Against Women?" *Journal of Business Venturing*, 4, 249-261.
- Calantone, R. J., Cavusgil, S. T., Zhao, Y.(2002), "Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance", *Industrial Marketing Management*, 31, 515-524.
- Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R. and J. A. C. Carland(1984), "Differentiating Entrepreneurs Small Business Owners: A Conceptualization", *Academy of Management Review*, 9, 354-359.

- Chandler, G. N. and Jansen, E. (1992), "The Founder's Self-Assessed Competence and Venture Performance", *Journal of Business Venturing*, 7, 223-236.
- Chrisman, J. J. and Leslis, J.(1989), "Strategic, Administrative and Operating Problems : the Impact of Outsiders on Small Firm Performance," *Entrepreneurship Theory and Practice*, Spring, 37-51.
- Collins, J. C. and Lazier, W. C.(1992), *Beyond Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Collins, O. F. and Moore, G.(1964), *The Enterprising Man East Landing*, MI :Michigan State University Graduate School of Business Administration.
- Cooper, A. C.(1985), "The Role of Incubator Organizations in the Founding of Growth-Oriented Firms," *Journal of Business Venturing*, 1(1), 75-86.
- Cooper, A. C.(1995), "Challenges in Predicting New Firm Performance", In Bull, I., Thomas, H. and G. Willard, *Entrepreneurship: Perspectives on Theory Building*, Pergamon.
- Cooper, A. C., and Dunkelberg, W. C.(1987), "Old question, new answers, and methodological issues", *American Journal of small Business*, 11(3), 11-23.
- Cooper, A. C. and Gascon, F. J.(1995), "Entrepreneurs, Processes of Founding, and New-Firm Performance," In D.L. Sexton and J.D. Kasarda(Eds.), *The State of the Art of Entrepreneurship*, Boston, MA : PWS-Kent. 301-374.
- Cooper, A. C. Gascon, F. J. and Woo, C. A.(1991) Resource-based Predication of Venture Survival and Growth. *Proceedings of Academy of Management*, 113-119.
- Cooper, A. C., Woo, C. Y., Dunkelberg, W. C.(1989), "Entrepreneurship and the Initial Size of Firm," *Journal of Business Venturing*, 4(5): 317-332.
- Cooper, R. G.(2000), "New product performance: What distinguishes the star products", *Australian Journal of Management*, 25(1), 17-45.

- Covin, J. G. and Slevin, D. P.(1989), "Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments", *Strategic Management Journal*, 10, 75-87.
- Covin, J. G. and Slevin, D. P.(1990), "New Venture Strategic Posture. Structure, and Performance : An Industry Life Cycle Analysis," *Journal of Business Venturing*, 5, 125-135.
- Covin, J. G., Slevin, D. P., Schultz, R. L.(1994), "Implementing Strategic Mission: Effective Strategic, Structural and Tactical choices," *Journal of Management Studies*, 31, 481-505.
- Damanpour, F.(1991), " Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinations and moderators", *Academy of Management journal*, 34(3), 555-590.
- Day, G. S.(1994), "The Capabilities of Market-Driven Organizations", *Journal of Marketing*, 58(Oct.), 37-52.
- DeCarlo, J. F. and Lyons, R. L.(1979), "A Comparison of Selected Personal Characteristics of Management, 17(4), 22-29.
- Deshpande, R., Jarley, U., Webster, F.(1993), "Corporate Culture, Customer Orientation, and Innovativeness in Japanese Firms: A Quadrad Analysis, *Journal of Marketing*, 57, 23-37.
- Dess, G. G.(1987), "Consensus on strategy Formulation and Organizational Performance:Competitors in fragmented industry," *SMJ*, 8, 259-277.
- Dess, G. G. and Richard, B., Robinson, Jr.(1984), "Measuring organizational performance in the absence of objective measures: The case of the privately held firm and conglomerate business unit," *Strategic Management Journal*, 5, 265-273.
- Drucker, P. F.(1954), "The practice of management", Harper, New York.
- Eisenhardt, K. M. and Schoonhoven, C. B.(1990), "Organizational Growth: Linking Founding Team, Strategy, Environment, and Growth among U. S. Semiconductor Venture, 1978-1988," *Administration Science*

Quarterly, 35, 504-529.

- Erikson(2002), "Entrepreneurial capital: the emerging venture's most important asset and competitive advantage", *Journal of Business Venturing*, 17, 275-290.
- Ferris, G. R., Witt, L. A., and Hochwarter, W. A.(2001), "Interaction of Social Skill and General Mental Ability on Job Performance and Salary", *Journal of Applied Psychology*, 86(6), 1075-1082.
- Fischer, E. M. Reuber, A. R. and Dyke, L. S.(1993), "A Theoretical Overview and Extension of Reserch on Sex, Gender, and Entrepreneurship," *Journal of Business Venturing*, 8, 225-240.
- Fisher, F. M., McGowan, J. J.(1983), "On the issues of account rates of return to infer monopoly profits," *American Economic Review*, march, 82-97.
- Gartner, W. B.(1989), "Some Suggestions for Research on Entrepreneurial Traits and Characteristics," *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(1), 27-38.
- Golden, B. R.(1992), "SBU strategy and performance: the moderating effects of corporate-SBU relationship," *Strategic Management Journal*, 13, 145-148.
- Greenley, G. E.(1995), "Market Orientation and Company performance: Empirical evidence from UK Companies," *British Journal of Management*, 32.
- Greenley, G. E., Foxal, G. R.(1998), "External moderation of associations among stakeholder orientations and company performance," *International Journal of Research in Marketing*, 15(1), 51-69.
- Hansen, E. L.(1995), "Entrepreneurial Networks and New Organizaion Growth," *Entrepreneurship Theory and Practice*, Summer, 7-9.
- Hart, S., Banbury, C.(1994), " How Strategy Making Processes can make a Difference," *Strategic Management Journal*, 15, 251-269.
- Hart, S., Diamantopoulos, A.(1993), "Linking market orientation and company

- performance: Preliminary work on Kohli and Jaworski's framework," *Journal of Strategic Marketing*, 1(2), 93-122.
- Haswell, S. and Holmes, S.(1989), "Estimating the Small Business Failure Rate : A Reappraisal," *Journal of Small Business Management*, 27, July, 68-74.
- Herron, L. and R. B. Robinson, Jr.(1993), "A Structural Model of the Effects of Entrepreneurial Characteristics on Venture Performance", *Journal of Business Venturing*, 8, 281-294.
- Hisrich, R. D and Peters, M. P.(1992), *Entrepreneurship: Starting, Developing and Management a New Enterprise*, Homewood Irwin.
- Hofer, C. W. and Sandberg, W. R.(1987), "Improving New Venture Performance: The role of Strategy, Industry, and the Entrepreneur", *Journal of Business Venturing*, 2, 5-28.
- Hooley, G. J., Fahy, J., Cox, T. et al.(1999), "Marketing capabilities and firm performance: a hierarchical model", *Journal of Market Focused Management*, 4, 259-278.
- Hornaday, J. A. and Abould, J. S.(1971), "Characteristics of Successful Entrepreneurs," *Personnel Psychology*, 24, 141-153.
- Hornaday, J. A. and Bunker, C. S.(1970) "The Nature of the Entrepreneurs," *Personal Psychology*, 23, 47-54.
- Hurley, R. F. and Hult, G. T. M.(1998), "Innovation, market orientation, and organizational learning: An integration and empirical examination", *Journal of Marketing*, 62, 42-54.
- Hurt, T. H. and Joseph, K. and Cook, C. D.(1977), "Scales for the measurement of innovativeness", *Hum Commun Res*, 4(1), 58-65.
- Ibrahim, A. and Goodwin, J.(1986), "Perceived causes of success in small business", *American Journal of Small Business*, 11(fall).
- Jaworski, B. J., Kohli, A.(1993), "Market orientation: Antecedents and consequences," *Journal of Marketing*, vol. 57(Jul.).

- Johnson, J. D., Meyer, M. E., Berkowitz, J. M., Ethington, C. T., Miller, V. D.(1997), "Testing two contrasting structural model of innovativeness in a contractual network", *Hum Commun Res*, 24(2), 320-348.
- Kalleberg, A. L. and Leicht, K.T.(1991), and Organizational Performance : Determinants of Small Business Survival and Success," *Academy of Management Journal*, 34(1), 136-161.
- Keats, B. W. and Barker, J. S.(1988), "Toward a Theory of Small Firm Performance : a Conceptual Model," *Entrepreneurship Theory and Practice*, 12(4), 41-58.
- Kohli, A. K. and Jaworski, B. J., (1990), " Marketing Orientation: The Construct, Research Proposition, and Managerial Implications", *Journal of Marketing*, 54(Apr.), 1-18.
- Kuratko, M. H. and Morris, D. F.(2002), *Corporate Entrepreneurship*, Harkurt.
- Lamont, L. M.(1972), "What Entrepreneurs Learn form Experience," *Journal of Small Business Management*, 10, 36-41.
- Li, T. and Calantone, R. J.(1998), "The impact of market knowledge competence on new product advantage: concetualization and empirical examination", *Journal of Marketing*, 62(4), 13-29.
- Locke, E. A. and Latham, G. P.(1990), *A Theory of Goal Setting and Task Performanc*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Lussier, R. N.(1995), A Non Financial Business Success Versus Failure Predication Model. *Journal of Small Business Management*, 33, 8-20.
- Lussier, R. N.(1996), "A Startup Business Success Versus Failyre Prediction Model for the Retail Industry." *The Mid-Atlantic Journal of Business*, 32(2), 79-92.
- Macmillan, I. C. Kulow, D. M. and Khoulim, R.(1989), "Venture Capitalists Involvement in their Investments : Extent and Performance," *Journal of Business Venturing*, 4, 27-47.
- Miller, D.(1983), "The correlates of entrepreneurship in three types of firms",

- Management Science, 29(7), 770-791.
- Mone, M. A. and McKinley, W. and Barker, V. L.(1998), "Organizational decline and innovation: a contingency framework", *Academy of Management Review*, 23(1), 115-132.
- Moorman, C. and Miner, A. S.(1998), "Organizational Improvisation and Organizational Memory", *Academy of Management Review*, 23(4), 698-723.
- Murray, H. A.(1938), *Entrepreneurship in Personality*. New York : Oxford University Press.
- Naman, J. L. and Slevin, D. P.(1993), "Entrepreneurship and the concept of fit: A model and empirical tests", *Strategic Management Journal*, 14, 137-153.
- Narver, J. C., Jacobson, R. L., Slater, S. F.(1999), " Market Orientation and Business Performance: An Analysis of Panel Data," in developing a market orientation, Rohit Deshpande, ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 195-216.
- Narver, J. C. and Slater, S. F.(1990), " The Effect of a Market Orientation on Business Profitability," *Journal of Marketing*, 54(Oct), 20-35.
- Ostaggard, T. A. and Birley, S.(1994), "personal Networks and Competitive Strategies," *Journal of Business Venturing*, 9, 281-305.
- Palmer, M.(1980), "The Application of Psychological Testing to Entrepreneurial Potential," *California Management Journal*, 23, 509-520.
- Perreault, W. D. and McCarthy, E. J.(1996), *Basin Marketing*, 12th ed. Homewood, Illinois : Richard Irwin, 50-53.
- Philips, N.(1993), *Innovative Management*, London: Pitman.
- Porter, M. E.(1991), " Towards a Dynamic Theory of Strategy," *Strategic Management Journal*, 1, 95-117.
- Quinn, J. B.(1986), "Managing innovation: Controlled chaos", *Harvard Business Review*, 63(3), 73-84.

- Reynolds, P. and Miller, B.(1989) "New firm Survival : Analysis of a Panel's Fourth Year." In R.H. Brockhaurs, N.C. Churchill, J.A. Katz, B.A. Kirchoff, K.H. Vesper, and W.E. Wetzel(Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA : Babson College.
- Rogers, E. M.(1983), *Diffusion of innovations*, 3rd ed. New York, Free Press.
- Rogers, E. M.(1995), *Diffusion of innovations*, 4rd ed. New York, Free Press.
- Rogers, E. M. and Shoemaker, F.(1971), *Communication of Innovations: A Cross Cultural Approach*, 2nd. ed., Free Pess of Glencoe, New York.
- Schumpeter, J.(1934), *The theory of economic development*, Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Sextons, D. L. and Bowman, N.(1983), *Comparative Entrepreneurship Characteristics of Studets*, Wellesley, M.A : Babsson College, 212-231.
- Sexton, D. L. and Bowman, N.(1990), "Female and Male Entrepreneurs : Psychological Characteristics and Their Role in Gender-Related Discrimination," *Journal of Business Venturing*, 5, 29-36.
- Sexton, D. L. and Bowman, N.(1986), "Validation of a Personality Index : Frontiers of Entrepreneurship Research," Wellesley, MA : Babson College, 40-51.
- Sexton, D. L. and Bowman, N.(1985), " The Entrepreneur: A Cable Executive and More," *Journal of Business Venturing*, 1, 129-140.
- Sexton, D. L. and Bowman, N.(1980), "Risk Taking Propensity of Entrepreneurs," *Academy of Management Journal*, 23, 509-520.
- Singh, J. V., Tucker, D. J., and House, R. J.(1982), "Organizational Legitimacy and the Liability of Newness", *Administrative Science Quarterly*, 31(2), 171-193.
- SinKula, J. M. and Bake, W. and Noordewier, T. G.(1997), " A Framework for Market-Based Organizational Learning: Linking Values, Knowledge and Behavior", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(4), 305-318.

- Slater, S. F. and Narver, J. C.(1995), " Market Orientation and the Learning Organization", *Journal of Marketing*, 59, 63-74.
- Slater, S. F., Narver, J. C.(1990), " The effect of market orientation on business profitability," *Journal of Marketing*, 54:(4), 20-35.
- Spencer, Lyle M. and Spencer, Singne M.(1998), 핵심역량모델의 개발과 활용, 민병모 외3인(역) PSI컨설팅, 19-52.
- Sommers, W. and Koc, A.(1987), "Why Most New Ventures Fail(and How Others Don't)," *Management Review*, 35-39.
- Starr, J. A. and MacMillan, I. C.(1990), "Resource Cooperation Via Social Contracting: Resource Acquisition Strategies for New Ventures," *Strategic Management Journal*, 11, 79-92.
- Stewart, T. A.(1990), "Why Budgets Are Bad for Buiness," *Fortune*, June(4), 179-190.
- Stinchcombe, A. L.(1965), *Social struture and organization*. In James G. March(Ed), *Handbook of Organizations*: 142-193. Chicago: Rand McNally.
- Streers, R. M.(1975), "The Effects of Applied Psychology, 60, 678-682.
- Stuart, R. W. and Abetti, P. A.(1987), "Start-up Ventures : Towards the Prediction of Early Success," *Journal of Business Venturing*, 2(3), 215-230.
- Teach, R. D. Schwartz, R. G. and Fred A. Tarpley, Jr.(1989), "The Recognition and Exploitation of Opportunity in the Software Industry : A Study of Surviving Firms," In R.H. Brockhaus, Sr., and Other(Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 155-168.
- Thompson, V. A.(1965), "Bureaucracy and Innovation", *Administrative Science Quaterly*, 10, 1-20.
- Timmons, J. A., Smollen, L. E. and Dingee, A. A. M.(1985), *New Venture Creation*, 2nd ed. Hoomwood, IL: Richard D. Irwin.
- Van de Ven, A. H.(1986), "Central Problem in the Management of Innovation",

- Management Science, 32, 590-607.
- Venkatraman, N.(1990), Performance Implications of Strategic Coalignment: A Methodological Perspective," *Journal of Management Studies*, 27, 19-41.
- Venkatraman, N., Ramanujam, V.(1986), "Measurement of Business Performance in Strategic Research: A comparison of approach," *Academy of Management Review*, 11(4), 801-814.
- Verhage, B. J., Waarts, E.(1988), "Marketing planning for Improved Performance: A comparative analysis," *International Marketing Review*, 5(2), 21-30.
- Verona, G. A.(1999), " A resource-based view of product development", *Academy of Management Review*, 24(1), 132-142.
- Vesper, K. H.(1990), *New Venture Strategies*, Englewood Cliffs, NJ; Prentice-Hall.
- Wheelwright, S. C.(1982), "Operations as Strategy. Lessons From Japan," *Stanford GSB(Fall)*, 3-7.
- Yli-Renko, H., Autio, E. and Sapienza, H. J.(2001), "Social Capital, Knowledge Acquisition, and Knowledge Exploitation in Young Technology-Based Firms," *Strategic Management Journal*, 22, 587-613.
- Yulk, G. and Falbe, C. M.(1990), "Influence tactics in upward, downward, and lateral influence attempts," *Journal of Applied Psychology*, 75, 132-140.
- Zaltman, G. and Duncan, R. and Holbeck, J.(1973), *Innovations and Organizations*, New York: John Wiley and Sons, Inc.

3. 기타문헌

<http://stat.kbiz.or.kr/>(중소기업중앙회, 2009중소기업현황, 09-4-29).

《 설 문 지 》

안녕하십니까?

본 설문은 “중소기업의 성공요인에 관한 실증적 연구”를 위한 자료를 수집하기 위하여 작성된 것입니다

본 설문지는 무기명으로 실시되어 전체적인 통계치리에만 이용되므로 본인의 이름이나 업체를 밝힐 필요가 없습니다.

따라서 개개인의 응답 내용은 전혀 알 수가 없으며 응답결과 또한 본 연구를 위해서만 사용됩니다.

여러분의 솔직한 응답은 많은 중소기업인 뿐만 아니라 학문적으로도 귀중한 자료가 될 것입니다. 그러므로 끝까지 관심을 가지시고 성실히 응답하여 주시기를 부탁드립니다.

2009년 3월

지도교수 : 제주대학교 경상대학
경영학과 교수 강 재 정
jaejung@cheju.ac.kr
(Tel. 064-754-3122)

연구자 : 제주대학교 경영대학원
경영학과 석사과정 송 득 영
songdy0@naver.com
(MP. 010-3565-3004)

I. 다음은 귀사 및 귀하 관련 사항입니다. 해당되시는 항목에 √표해 주십시오.

1. 귀사의 현재 기업형태는 어디에 해당되니까? ① 개인 ② 법인
2. 귀사는 설립한지 어느 정도 지났습니까? 약 _____ 년 정도
3. 귀사의 현재 사업자등록증상의 업태와 종목은 무엇입니까?
① 업태: _____ ② 종목: _____
4. 귀사의 창업유형은?
① 새로운 사업의 창업 ② 기존업체의 인수 ③ 프랜차이즈 창업
④ 가업의 상속 ⑤ 기타 ()
5. 귀사의 현재 종사자 수는 몇 명입니까?
() 명) → 이중에 가족 수는? () 명)
6. 귀하의 성별은? ① 남 ② 여
7. 귀하의 현재 연령은? ① 20대 ② 30-35세 ③ 35-40세 ④ 41-45세
⑤ 46-50세 ⑥ 51-55세 ⑦ 56- 60세 ⑧ 61세 이상
8. 귀하의 학력 수준은? ① 중졸이하 ② 고졸 ③ 전문대졸 ④ 대졸 이상
9. 귀하는 결혼을 하셨습니까? ① 아니오 ② 예 ③ 기타

II. 다음은 귀하의 심리적 특성을 파악하기 위한 질문입니다. 해당하는 번호 위에 √표 해주십시오.

항	목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	정말 그렇다
1.	나는 타인을 잘 판단할 수 있는 능력이 있다.	①	②	③	④	⑤
2.	나는 타인의 행동을 보고 그들의 특성을 파악할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
3.	나는 특정한 상황에서 그들의 감정을 잘 파악할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
4.	나는 특정한 상황에서 다른 사람들이 행동하는 이유를 알 수 있다.	①	②	③	④	⑤
5.	나는 사회생활에 쉽게 적응하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
6.	나는 구별하지 않고 다른 사람들과 잘 어울린다.	①	②	③	④	⑤
7.	모르는 사람들과도 자연스럽게 이야기 할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
8.	나는 어떤 일에 대하여 누군가와 말할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
9.	나는 잘못된 사람을 너그럽게 용서하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
10.	나는 다른 사람의 대화 요점을 빨리 이해하는데 부족함을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
11.	나는 다른 사람들의 의견을 종합하여 제시하는데 부족함을 느낀다.	①	②	③	④	⑤
12.	나는 전체적인 관점에서 문제의 발생과 그 영향을 파악하는데 어려움을 느낀다.	①	②	③	④	⑤

III. 다음은 혁신성을 측정하기 위한 질문입니다. 해당하는 번호 위에 √표해 주십시오.

항	목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	정말 그렇다
1.	나는 항상 일상생활에서(모임, 대화, 여행, 신문이나 책, 행사 등) 업무 아이디어를 찾으려고 노력한다.	①	②	③	④	⑤
2.	새로운 아이디어를 노트에 적거나 시험적으로 적용해 본다.	①	②	③	④	⑤
3.	필요한 경우 가능성을 확인하기 위하여 전문가나 관련단체나 연구소 등에 문의해 본다.	①	②	③	④	⑤
4.	사업을 효율적으로 운영하기 위하여 업무처리과정을 변경해 본다.	①	②	③	④	⑤
5.	사업상의 아이디어나 문제점을 발견하기 위하여 친구나 종업원들의 의견을 듣는다.	①	②	③	④	⑤

IV. 다음은 귀사에 대한 경영관리 능력을 측정하기 위한 설문입니다. 귀사의 현재 수준을 솔직하게 답변해 주시기 바랍니다.

항 목	전혀 아니다	저조 하다	보통	그렇다	매우 그렇다
1. 능력있는 종업원들이 확보되어 있다.	①	②	③	④	⑤
2. 종업원들은 회사를 위하여 열심히 일한다.	①	②	③	④	⑤
3. 필요한 자금은 은행이나 주위에서 유통할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
4. 자금 및 장부관리는 제대로 이루어지고 있다.	①	②	③	④	⑤
5. 기업활동(생산,운영)은 정상적으로 수행되고 있다.	①	②	③	④	⑤
6. 자사의 유통 및 배달시스템은 잘 이루어지고 있다.	①	②	③	④	⑤
7. 판매 및 마케팅 활동은 잘 이루어지고 있다.	①	②	③	④	⑤
8. 새로운 기술이나 상품개발은 잘 이루어지고 있다.	①	②	③	④	⑤
9. 나는 회사를 정상적으로 경영관리하고 있다.	①	②	③	④	⑤

V. 다음은 창업 후 귀 사업체의 성과에 대한 질문입니다. 업계의 평균과 비교하여 해당하는 번호 위에 √표해 주십시오.

항 목	매우 낮음	낮음	보통	높음	매우 높음
1. 업계평균과 비교하여 매출증가율은 어떻습니까?	①	②	③	④	⑤
2. 귀사 상품에 대한 소비자의 선호도는 어떻습니까?	①	②	③	④	⑤
3. 경쟁사와 비교하여 귀사의 경쟁력은 어떻습니까?	①	②	③	④	⑤

VI. 다음은 귀사의 창업관련 사항입니다. 해당되는 곳에 √표해 주십시오.

1. 귀하의 부모 혹은 4촌 이내 친인척 중에 사업을 하시는 분이 계십니까?
 ① 아니오 ② 예 (몇 명인지 기입해 주세요. 대략 : 명 정도)

2. 창업 이전에 현 업종에 대한 실무경험이 있습니까?

- ① 아니오 ② 예 (대략 : 년)

3. 현재 사업 이전에 창업해 보신 경험이 있으십니까?

- ① 아니오 ② 예 (창업해 본 횟수를 기입해 주세요. 대략 : 번)

4. 창업하시기 이전에 직장생활을 해본 경험이 있습니까? (1년 이상만 해당)

- ① 아니오 ② 예 (근무연수를 기입해 주세요. 대략 : 년)

5. 창업하시게 주된 동기를 2개만 선택한다면? ----- (,)

- ① 사장이 되고 싶어서 ② 경험과 보유기술을 활용하고 싶어서
③ 자신의 성장과 만족을 위하여 ④ 돈을 많이 벌기 위하여
⑤ 직장보다 안전하여 ⑥ 취직하기 어려워 ⑦ 취미나 부업으로
⑧ 개인적인 자유시간이 많아서 ⑨ 남의 간섭을 받기 싫어서
⑩ 생계유지를 위하여 ⑪ 집안의 가업으로 ⑫ 기타

6. 현재 사업을 선택하게 된 정보원천을 2개만 선택한다면----- (,)

- ① 이전의 일과 경험으로부터 ② 취미 및 개인적 관심이 높은 분야여서
③ 친구 및 타인의 권유로 ④ 다른 사람보다 더 잘 할 수 있다고 생각하여
⑤ 창업보육센터 등의 설명회를 통하여 ⑥ 전공분야 혹은 사업기회에 대한 체계적인 연구를 통하여
⑦ 충족되지 않는 틈새시장을 발견하여
⑧ 신문, 잡지 등의 광고를 보고 ⑨ 뜻하지 않은 기회로
⑩ 기타 ()

♣ 귀하의 협조에 진심으로 감사드리며, 사업이 번창하시길 기원합니다.