

소공인의 경영자 역량과 네트워크가 경영성과에 미치는 영향

김대구*

호서대학교 벤처대학원 벤처경영학과 박사과정

하규수**

호서대학교 벤처대학원 벤처경영학과 교수

국문 요약

소공인은 오랜 전통과 숙련된 기술력을 통해 제조업 경쟁력의 근간을 형성하고 있으나 최근 인력부족, 생산비용 증가, 공장 및 현장의 낙후로 인한 생산성 부족 등 어려움에 직면해 있다. 이러한 비즈니스 환경에서는 경영자역량의 중요성이 강조되고 있으며, 더불어 환경의 불확실성을 극복하기 위해서는 소규모 기업일수록 기업의 네트워크를 통해서 변화에 대응할 수 있는 자원 확보가 중요하다.

본 연구의 목적은 소공인 사업가의 역량과 네트워크가 경영성과에 미치는 영향을 분석하며, 이들 간의 관계에서 사업자기효능감이 미치는 매개효과를 분석하고자 한다. 이를 수행하기 위해서 본 연구에서는 소공인을 대상으로 설문조사 방법을 사용하여 본 연구가 설 검증을 수행하기 위한 위계적 회귀분석을 통해서 분석하고자 한다.

핵심어: 소공인, 기업역량, 네트워크, 사업자기효능감

1. 서론

소공인은 오랜 전통과 숙련된 기술력을 통해 성장동력 산업을 견인하는 제조업 경쟁력의 근간을 형성하고 있다. 소공인은 적은 자본으로 제조업 전반에 걸쳐 폭넓은 연계성을 지니기 때문에 한국에서 소상공인이 차지하는 국민경제적 비중은 매우 높다. 2015년 기준 한국에서의 전국 사업체 조사 자료에 의하면 전체 사업체 중 사업체의 규모 기준으로 소상공인이 차지하는 비율은 85.6%에 이른다. 특히, 전체 제조업 410,151개 중에 도시형 소공인은 332,062개로 제조업 대비 81.0%에 해당한다(권혁찬 외, 2022).

소공인은 규모가 상대적으로 작고 고도로 세분화되고 실질적인 산업으로 구성되어 있음에도 불구하고 국가 경제에서 지배적인 역할을 하고 있다. 그러나 현재 소공인은 몇 가지 도전에 직면해 있다. 인력부족, 생산비용 증가, 공장 및 현장의 낙후로 인한 생산성 부족, 새롭게 부상하는 저비용 생산국의 경쟁 심화 등의 안팎으로 어려움에 직면해 있다. 이에 따라 수십년 동안 축적해 온 소공인의 유·

무형 노하우, 기법, 기술들이 사라지고 있다. 이와 같이 소기업의 성과에는 기업의 내적인 요인과 외적인 요인에 의해 영향을 받기 때문에 소공인은 중소기업보다 외부 영향에 더 취약한 경우가 많다.

소공인의 비즈니스 환경은 점점 더 복잡하고 불확실성이 높아지기 때문에 기업가가 환경에 능동적으로 대응하는 것이 중요하다. 불확실한 비즈니스 환경을 향한 능동적인 움직임을 위해 경영자의 역량이 더욱 중요해지고 있다. 특히, Slevin & Covin(1995)도 창업자가 소규모 사업일 때 사업의 세부적인 운영에 주의를 기울일 수 있는 창업자가 경쟁력에 긍정적인 영향을 미친다고 제시했다.

한편 경영환경의 어려움을 극복하고자 현재 소공인은 지역특성에 따라 적절한 위치에서 클러스터를 형성해 네트워크 전략을 지향하고 있다.

이러한 소공인의 네트워크는 소공인의 사업에 대한 자기효능감을 높일 수 있으며, 궁극적으로 경영성과에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 판단된다. 이와 같이 소공인은 미래의 불확실성의 대응을 위한 기업가 역량과 새로운 기회를 얻기 위해 네트워크를 채택하고 있으나 현재 이와

* spacekdgg@naver.com

** ksh@hoseo.edu

같은 특성이 현실적으로 경영성과에 얼마나 영향을 미치는지에 대한 관심과 연구는 부족한 편이다. 특히 소공인 관련 연구는 자료를 얻기가 쉽지 않으며, 중소기업 및 대기업에 비해 상대적으로 관심이 적기 때문에 관련 연구가 양적으로 부족하다. 따라서 오늘날 급변하는 기술 영역과 경쟁이 치열한 비즈니스 환경에서 소공인의 사업성과에 영향을 미치는 경영자의 역량과 네트워크 특성에 대한 연구가 필요하다. 본 연구의 목적은 소공인 경영자의 역량과 네트워크가 경영성과에 미치는 영향을 분석하며, 이들 간의 관계에서 사업자기효능감이 미치는 매개효과를 분석하고자 한다.

II. 연구 배경

2.1. 경영자 역량

Bird(1995)는 경영자 역량을 기본적인 지식, 동기, 특성, 자아 이미지, 역할 및 기술과 같은 주요 특성으로 정의하면서 역량을 행동적이고 관찰 가능한 것으로 볼 수 있다고 제안했다. Man et al.(2002)은 객관적인 환경이나 기업 자원의 차이는 경쟁적 범위를 형성하고 조직적 역량을 창출하는 역할을 하지만 기업가적 역량 없이는 기업의 장기적 성과에 영향을 미치는 경쟁적 범위와 조직적 역량으로 발전할 수 없다. Boam & Sparrow(1992)은 비즈니스 성과와 직원 기술 사이의 연관성이 커짐에 따라 비즈니스 성과를 유지하기 위해 관리능력을 향상시킬 필요성을 강조하고 있다. Miller & Toulouse(1986)는 기업의 전략적 지향이 최고경영자(CEO)의 영향을 받는다고 하였으며, 또한 비즈니스 전략은 주로 기업가의 개인 역량에 따라 달라지는 것으로 나타났다(Morris et al., 2005). 따라서 궁극적으로 장기적인 기업성과의 차이는 경영자 역량에 의해 설명된다고 할 수 있다. 이에 따라 경영자 특성을 연구하는 방법으로 역량 접근법이 대중화되었다(Bird, 1995; Chandler & Jansen, 1992; Men et al., 2002; Schmitt-Rodermund, 2004).

Man et al.(2002)은 기업가의 역량의 중요성을 강조하면서 기업가의 역량을 기회역량, 관계역량, 개념역량, 조직역량, 전략역량, 헌신역량으로 구분하였으며, 이와 같은 기업가 역량은 조직역량과 기업 경쟁력의 범위에 영향을 미치기도 하며, 궁극적으로 기업성과에 영향을 미치는 것을 검증하였다. Sparrow(1996)은 역량을 조직역량, 관리역량, 그리고 개인역량으로 나누어 설명했다. Porter(1985)는 중소기업 상황과 관련된 창업자 역량의 6가지 주요 영역을 기회, 관

계, 개념적, 조직적, 전략적 및 헌신 역량으로 분류하였다. Vesper(2010)는 이전 직장에서의 경험 또는 이전 직장파 관련된 사업 아이템, 전문화된 기술, 도구 사용능력 등에 의해 시장에서의 기회포착 능력을 획득할 수 있다고 주장했다.

또한 성공한 기업들은 자신들만의 전문적인 기술이나 독점적인 기술을 가지고 있다. 경영에서 경쟁을 유발하는 가장 중요한 요인 중 하나가 기술이며, 이러한 기술적인 변화에 적응하지 못한다면 시장에서 경쟁력을 상실하게 된다. 반면, 비록 후발주자라 할지라도 자신들만의 기술이나 시장에 최초로 공개되는 기술을 가지고 있다면 큰 성공을 거둘 수 있게 되기도 한다. 기업이 경쟁우위를 확보하기 위해서는 기술능력이 매우 중요하다. 자원기반관점(resourcebased view)에서 소기업의 기술력은 기업생존과 성과창출에 중요한 요소라고 할 수 있다(Zahra, 1996). 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 소공인의 특성을 고려하여 경영자 역량으로 직무역량, 기술역량, 커뮤니케이션 역량을 포함하여 경영성과에 미치는 영향력을 분석하고자 한다.

2.2. 네트워크

기업 네트워크의 중요성에 관해서 Acquaah(2012)은 네트워크가 기업 활동들을 전략적으로 조직화하고 가치창출을 위해 필요한 자원 또는 능력들을 외부로부터 획득하는데 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. Hitt & Duane(2002)는 실제 중소기업 또는 소규모 기업들의 네트워크 활동의 규모가 급격하게 증가하고 있는 것을 밝혔으며, 이러한 현상은 기업들이 정보 및 자원을 공유함으로써 시장실패 요인들을 제거하고 기업의 성과를 극대화하는 것을 목표로 하기 때문이라고 주장했다. 이와 같이 기업 네트워크는 자원 및 정보공유가 주된 목적이 됨에 따라 Jarillo(1989)는 자원 확보를 위해 활용하는 모든 것을 네트워크라고 정의했고, Rickne(2006)은 다양한 자원공유를 통해 긍정적인 성과를 불러올 수 있는 조직 간 연결을 네트워크라고 정의했다. Street & Cameron(2007)은 기업이 획득할 수 없는 자원이거나 지식 같은 이점을 주고받을 수 있는 잠재력을 가진 관계라고 정의했다.

기업 네트워크 연구들은 네트워크의 하위 특성을 다양하게 분류되고 있다. 네트워크 밀도는 네트워크 내의 구성원 간의 심리적 거리라고 할 수 있다(조창현, 2022). 네트워크 밀도의 개념적 정의에 대해 Ray et al.(2004), Srivastava & Gnyawali(2011)은 정보 근접성의 정도와 범위

라고 하였으며, Rost(2011), Guan et al.(2015)은 관계 품질, 접촉, 헌신, 개인의 친근함, 협력 빈도라고 하였다.

네트워크 밀도는 같은 그룹 구성원 간의 관계에서 파생되며, 구성원간의 친밀하고 빈번한 관계는 더 높은 수준의 신뢰, 지원 및 친밀감을 형성한다. 결국 네트워크 밀도는 친밀하고 긴밀한 관계를 강한 결합에서 발생되며, 조밀하고 응집력 있는 네트워크 구조의 결과이다(Adler & Kwon, 2002). 즉, 네트워크 밀도는 기업과 연결된 이해관계자를 식별하고 연결의 정도를 반영한다. 이러한 연결은 기업이 지식을 획득하는 데 필수적인 채널이다(Tsai, 2000). 일부 연구에서는 협력자와의 강한 유대가 혁신에 대한 집중적인 상호 작용과 상호 신뢰를 나타내며, 더 복잡하고 독점적인 정보의 교환을 허용한다고 하였다(Rost, 2011).

한편, 네트워크 중심은 네트워크 내에서 구성원의 위치라고 할 수 있다(조창현, 2022). 중소기업 CEO가 네트워크 내에서 위치의 중요도에 따라 정보를 교환하는데 중요한 역할을 한다. 중심(또는 주변) 위치에 있는 구성원은 독특한 지식, 정보, 유형 및 무형 지원에 더 많이 접근하여 성과를 향상시킬 수 있다(Bolander et al., 2015). 연구에 따르면 더 중심적인 위치에 있는 구성원은 다른 구성원에게 더 신뢰할 수 있는 것으로 인식된다(Arriaga et al., 2008).

본 연구에서는 소공인의 네트워크를 밀도와 중심을 통해서 경영성과에 미치는 영향력을 분석하고자 한다.

2.3. 사업자기효능감

성공적인 기업가들은 종종 그들이 설정한 목표를 달성할 수 있는 능력에 대해 높은 수준의 자신감을 가지고 있는 것으로 관찰되며, 기업가적 자기효능감은 기업가의 사업을 성공적으로 시작할 수 있는 자신의 능력에 대한 믿음으로 정의된다(McGee & Peterson, 2019). 또한 목표와 행동 지향적이며 성취에 대한 욕구가 높다고 주장하였다(Lee & Tsang, 2001). 특히, 기업가정신과 관련된 자기효능감은 소규모 기업의 성과에 영향을 미치는 기업가의 개인적 특성으로 간주된다(Poon et al. 2006). 사업가의 자기효능감은 어려움에 직면했을 때 긍정적인 감정으로 일대 대한 추진력, 끈기 및 회복력을 유도하여 기업가의 목표 달성에 도달하도록 유도한다(Judge et al. 2007; Markman et al. 2002).

관련 연구들에서 Khedhaouria et al.(2015), Dessyana et al.(2017), McGee & Peterson(2019), Bachmann et al.(2021)의 연구결과 기업가의 자기효능감은 태도 및 기업성과 직접적인 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

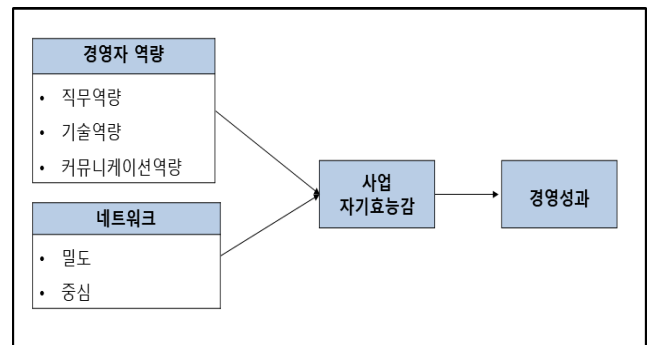
또한 Kazumi & Kawai(2017)은 여성 벤처 기업의 성과에

미치는 영향력을 파악한 결과 자아효능감의 유의미한 매개효과가 있는 것으로 나타났다. Schmitt et al.(2018)은 기업가의 인식된 환경 불확실성 수준과 비즈니스 기회 식별에 대한 영향력에서 자기효능감의 조절효과를 검증하였다. 양준환(2015)의 연구에서 자기효능감은 기업가적 동기부여에 유의한 영향을 미치는 매개변인으로서 역할을 하는 것으로 나타났다. 박성희(2016)은 사업자기효능감이 소상공인의 성격특성과 사업성과 사이에서 매개효과가 있음을 확인하였다.

III. 연구방법

3.1. 가설설정 및 연구모형

본 연구는 소공인의 경영자 역량과 네트워크가 경영성과에 미치는 영향을 살펴보고, 그 관계에서 사업자기효능감의 매개효과를 확인하기 위해 연구가설을 중심으로 연구모형을 <그림 1>과 같이 구성하였다.



<그림 1> 연구모형

가설 1: 경영자 역량은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1: 경영자의 직무역량은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2: 경영자의 기술역량은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3: 경영자의 커뮤니케이션역량은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

가설 2: 네트워크는 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1: 네트워크 밀도는 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2: 네트워크 중심은 경영성과에 영향을 미칠 것이다.

가설 3: 사업자기효능감은 경영자 역량과 경영성과 간의 관계에 있어 매개역할을 할 것이다.

가설 4: 사업자기효능감은 네트워크와 경영성과 간의 관계에 있어 매개역할을 할 것이다.

3.2. 연구대상 및 분석방법

본 연구의 표본은 서울 및 경기 지역에 소재한 소공인의 경영자를 대상으로 설문조사를 하고자 한다. 설문조사는 사전에 전화나 메일을 통하여 조사의 목적과 내용을 설명하고 협조를 요청하고 온라인으로 배포 및 수행하고자 한다.

본 연구의 분석방법은 가설검증을 위해 SPSS/WIN 24.0 프로그램을 이용하여 분석하고자 한다. 조사대상자의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도, 백분율을 사용하였으며, 측정도구의 타당성을 검증하기 위해 요인분석과 신뢰도를 확인하기 위해 Cronbach's α 계수를 사용하고 있다. 본 연구의 가설검증을 위해 위계적 회귀분석(hierarchical multiple regression analysis)과 소벨테스트를 수행하고자 한다.

참고문헌

권혁찬·이철규·장호성·김우형(2022). 소공인의 경영자 특성이 자기효능감과 네트워크 및 협업 전략을 매개로 기업의 경영성과에 미치는 영향. *무역학회지*, 47(6), 135-171.

박성희(2016). 소상공인의 성격특성이 사업성과에 미치는 영향: 사업자기효능감 및 사회적 자본 확보의 매개효과와 사회적 지지의 조절효과를 중심으로. *숭실대학교 대학원 박사학위논문*.

양준환(2015). 지각된 관계적 지원이 한·중 대학생의 기업가적 동기에 미치는 영향: 자기효능감의 매개효과를 중심으로. *한국벤처창업학회*, 3(10), 1-13.

조창현(2022). 중소기업 CEO의 사회적 자본이 경영성과에 미치는 영향 지식공유의 매개효과를 중심으로. *호서대학교 벤처대학원 박사학위논문*.

Acquaah, M.(2012). Social networking relationships, firm-specific managerial experience and firm performance in a transition economy: A comparative analysis of family owned and nonfamily firms. *Strategic Management Journal*, 33(10), 1215-1228.

Adler, P. S., & Kwon, S. W.(2002). Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of management review*, 27(1), 17-40.

Arriaga, X. B., Agnew, C. R., Capezza, N. M., & Lehmiller, J. J.(2013). *The social and physical environment of relationship initiation an interdependence analysis*. Modern China: An Ency Hist, 197.

Bachmann, A. K., Maran, T., Furtner, M., Brem, A., & Welte, M.(2021). Improving entrepreneurial self-efficacy and the attitude towards starting a

business venture. *Review of Managerial Science*, 15(6), 1707-1727.

Bird, B.(1995). Toward a theory of entrepreneurial competency. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*. JAI Press, 2, 51-72.

Boam, R., & Sparrow, P. R.(1992). *Designing and Achieving Competency: A Competency-Based Approach to Managing People and Organisations*. London: McGraw-Hill

Bolander, W., Satornino, C. B., Hughes, D. E., & Ferris, G. R.(2015). Social networks within sales organizations: Their development and importance for salesperson performance. *Journal of Marketing*, 79(6), 1-16.

Chandler, G. N., & Jansen, E.(1992). The founder's self-assessed competence and venture performance. *Journal of Business venturing*, 7(3), 223-236.

Dessyana, A., & Riyanti, B. P. D.(2017). The influence of innovation and entrepreneurial self-efficacy to digital startup success. *International Research Journal of Business Studies*, 10(1), 57-68.

Guan, J., Zhang, J., & Yan, Y.(2015). The impact of multilevel networks on innovation. *Research Policy*, 44(3), 545-559.

Hitt, M. A., & Duane, R.(2002). The essence of strategic leadership: Managing human and social capital. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 9(1), 3-14.

Jarillo, J. C.(1989). Entrepreneurship and growth: The strategic use of external resources. *Journal of Business Venturing*, 4(2), 133-147.

Judge, T. A., Jackson, C. L., Shaw, J. C., Scott, C. A., & Rich, B. L.(2007). Self-efficacy and work-related performance: The integral role of individual differences. *Journal of Applied Psychology*, 92(1), 107-127.

Kazumi, T., & Kawai, N.(2017). Institutional support and women's entrepreneurial self-efficacy. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(3), 345-365.

Khedhaouria, A., Gurău, C., & Torrès, O.(2015). Creativity, self-efficacy, and small-firm performance: the mediating role of entrepreneurial orientation. *Small Business Economics*, 44(3), 485-504.

Lee, D. Y., & Tsang, E. W.(2001). The effects of entrepreneurial personality, background and network activities on venture growth. *Journal of management studies*, 38(4), 583-602.

Man, T. W. Y., Lau, T., & Chan, K. F.(2002). The competitiveness of small and medium enterprises: a conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of Business Venturing*, 17(2), 123-142

Markman, G. D., Balkin, D. B., & Baron, R.(2002).

- Inventors and new venture formation: The effects of general self-efficacy and regretful thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 149-165.
- McGee, J. E., & Peterson, M.(2019). The long-term impact of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial orientation on venture performance. *Journal of small business management*, 57(3), 720-737.
- Miller, D., & Toulouse, J. M.(1986). Chief executive personality and corporate strategy and structure in small firms. *Management science*, 32(11), 1389-1409.
- Morris, M., Schindehutte, M., & Allen, J.(2005). The entrepreneur's business model: toward a unified perspective. *Journal of business research*, 58(6), 726-735.
- Poon, J. M. L., Ainuddin, R. H., & Junit, S. A.(2006). Effects of self-concept traits and entrepreneurial orientation on firm performance. *International Small Business Journal*, 24(1), 61-82.
- Porter, M. E.(1985). Technology and competitive advantage. *Journal of business strategy*, 5(3), 60-78.
- Ray, G., Barney, J. B., & Muhanna, W. A.(2004). Capabilities, business processes, and competitive advantage: choosing the dependent variable in empirical tests of the resource-based view. *Strategic management journal*, 25(1), 23-37.
- Rickne, A.(2006). Connectivity and performance of science-based firms. *Small Business Economics*, 26(4), 393-407.
- Rost, K.(2011). The strength of strong ties in the creation of innovation. *Research policy*, 40(4), 588-604.
- Schmitt-Rodermund, E.(2004). Pathways to successful entrepreneurship: Parenting, personality, early entrepreneurial competence, and interests. *Journal of vocational behavior*, 65(3), 498-518.
- Schmitt, A., Rosing, K., Zhang, S. X., & Leatherbee, M.(2018). A dynamic model of entrepreneurial uncertainty and business opportunity identification: Exploration as a mediator and entrepreneurial self-efficacy as a moderator. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 42(6), 835-859.
- Slevin, D. P., & Covin, J. G.(1995). Entrepreneurship as firm behavior: A research model. *Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth*, 2, 175-224.
- Sparrow, P.(1996). Too good to be true?. *People Management*. 2(24). 22-27
- Srivastava, M. K., & Gnyawali, D. R.(2011). When do relational resources matter? Leveraging portfolio technological resources for breakthrough innovation. *Academy of Management Journal*, 54(4), 797-810.
- Street, C. T., & Cameron, A. F.(2007). External relationships and the small business: A review of small business alliance and network research. *Journal of Small Business Management*, 45(2), 239-266.
- Tsai, W.(2000). Social capital, strategic relatedness and the formation of intra organizational linkages. *Strategic management journal*, 21(9), 925-939.
- Vesper, K. H.(2010). *New venture experience*. Vector Books.
- Zahra, S. A.(1996). Technology strategy and new venture performance: a study of corporate-sponsored and independent biotechnology ventures. *Journal of Business Venturing*, 11(4), 289-321.