

# 기업가 정신 및 기업의 사회적 책임과 기업의 경영성과 관계

## The Effects of Entrepreneurship and Corporate Social Responsibility on Firm Performance

서주환

동아대학교 경영학과

JooHwan Seo(joohwans@dau.ac.kr)

### 요약

본 논문은 한국의 중소기업을 대상으로 기업가정신 및 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility: CSR)과 기업의 경영성과와의 관계를 규명할 목적으로 진행되었다. 일반적으로 사용하는 최소자승법(Ordinary least Square) 및 분위회귀 분석(Conditional Quantile Regression)을 사용하여 전국에 있는 중소기업을 대상으로 표본 300개를 분석하였다. 첫째, 기업가정신 변수는 전반적으로 경영성과에 정(+)의 영향을 미치고 있으며, 분위마다 그 영향이 달랐다. 둘째, 중소기업의 CSR변수 또한 경영성과에 전반적으로 정(+)의 영향을 주는 것으로 분석되었다. 이러한 분석결과 시사점은 다음과 같다. 첫째, 리더쉽에 범주에 있는 기업가정신의 혁신성, 위험감수성, 진취성이 중소기업에서도 실무적으로 매우 필요한 부분으로 인지되었다. 둘째, 이전 선행연구에서 CSR은 대부분 대기업중심으로 기업의 이미지 및 대외적인 부분으로 인지되었으며, 실질적인 경영성과에서 효과는 미미할 것이라고 보았으나 중소기업의 성장에 필요한 성장 동력으로 향후 더욱 더 확장적인 연구가 필요할 것으로 보인다.

■ 중심어 : | 기업가정신 | 기업의사회적책임 | 경영성과 | 분위회귀분석 |

### Abstract

This study investigates the effects of entrepreneurship and corporate social responsibility (CSR) on firm performance. I use the conditional quantile regression as well as the ordinary least square (OLS) with 300 samples, only medium and small size companies. I found firstly, entrepreneurship affected overall positively firm performance in the all quantile levels. Secondly, CSR also have a positive impact on firm performance in the overall all quantile levels. By these results, I recommend that entrepreneurship and CSR should a positive impact on the firm performance for the small and medium business companies.

■ keyword : | Entrepreneurship | Corporate Social Responsibility | Firm Performance | Conditional Quantile Regression |

\* 본 논문은 동아대학교 교내연구비 지원에 의하여 연구되었음

접수일자 : 2016년 02월 03일

심사완료일 : 2016년 02월 16일

수정일자 : 2016년 02월 15일

교신저자 : 서주환, e-mail : joohwans@dau.ac.kr

## I. 서론

기업의 환경이 빠른 속도로 변화하고 그 속에서 경쟁력 있게 살아남는 기업은 변화에 빠르게 적응하며 꾸준한 성과를 나타낼 수 있는 기업내부의 역량이 있다. 그것의 핵심적인 부분은 최고 경영자의 리더십적인 부분이다. 따라서, 최고 경영자는 대내적인 변화에 효과적으로 대응하여 수행할 수 있는 능력과 기업의 내부의 혁신이 필요하다. 이러한 때만 기업은 살아남을 수 있다. 예를 들어, 1960년대 상위 10위의 기업 중 현재까지 동일한 지위를 가지고 있는 기업은 삼성과 LG 정도에 불과하다는 것은 시사하는 점이 많다. 이는 90년대 후반 국내 기업들은 아시아 금융위기에서 변화에 둔감하여 실패한 기업들이 많다는 뜻이다[1].

경영환경에 능동적인 대처가 요구되는 2012년 현재 한국의 전체 기업의 99%가 중소기업이 차지하고 있으며 여기에 종사자 또한 88%에 해당된다[2]. 이러한 한국의 현실에 중소기업이 국가 경제에 차지하는 비중이 매우 크며, 경제 성장력의 확충 및 일자리 창출에 직접적인 효과가 크다고 할 수 있다. 하지만, 중소기업은 대기업에 비해 상대적으로 조직의 시스템이 덜 갖추어져 있고, 연구개발, 생산, 유통, 운영 및 가격정책까지 많은 부분을 최고 경영자에 의존해야 되는 부분이 있다[3]. 그리하여, 중소기업에서의 기업의 성장을 위해서 최고 경영자의 기업가 정신이 매우 중요한 부분이다. 기업가 정신은 기술혁신, 진취성, 외부협력 그리고 위험감수성을 포함하고 있다[4].

경영 환경에 대한 빠른 변화에 따라 최고 경영자 및 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility; CSR)은 우리 사회에 핵심적인 화두로 자리를 잡고 있다. 물론, 기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 해석이 다양하고 광범위하게 나타나고 있지만, CSR은 기업이 단순히 사회를 위해서 희생하는 것이 아니라 하나의 경쟁력 강화의 측면에서 생각해야 되는 부분이다. 또한, 최근에는 CSR을 뛰어 넘는 공유가치창출(Creating Shared Value; CSV)라는 새로운 개념이 나타났다[5-7]. 최고 경영자의 이런 CSR적인 사고가 단순히 봉사하는 것으로 이해하기 보다는 기업의 경쟁력 강화를

위해서 그리고, 기업의 경영성과를 필요한 것으로 연관시켜 이해할 필요가 있다.

본 연구는 한국에서 많은 비중을 차지하고 있는 중소기업을 대상으로 하고 있다. 중소기업의 최고 경영자의 혁신성, 위험감수성, 진취성, 그리고 외부협력 등을 포함하는 기업가 정신 및 기업의 CSR를 통한 중소기업의 경영성과와의 관계를 규명하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 기업가정신

기업가 정신이란 기업의 경쟁력강화를 위한 일종의 행동과 태도를 말하는 것이며, 기업가 정신은 Schumpeter(1934)의 혁신의 관점에서 정의한 이후 기업의 경쟁력 강화를 위해 시장경제의 혁신성 및 역동성인 측면에서 성장 발전 하였다. 새로운 것을 창출하기 위해 탐색하고 행동으로 실천하는 것으로 간주된다[8]. 이러한 부분을 종합하여 보면, 기업가 정신은 크게 기업의 혁신성, 환경적응 능력, 학습능력, 및 조직에 헌신 등이 기업 경쟁력의 원천으로 간주되고 있다[3][4][9].

기업가 정신은 몇 가지 영역으로 나누어서 살펴 볼 수 있지만, 기업의 전략적 차원의 세 가지 영역 즉, 위험감수성, 혁신성, 공격성을 기업가적 행동으로 정의하였다 [10]. 이후, 기업가적인 행동에 경쟁적인 공격성 및 자율성을 추가하여 기업가적 지향성을 발전시켰다[11]. 여기에서 혁신성은 기업가 정신에서 가장 중요한 활동으로 말하고 있으며, 일상적인 틀을 벗어나 새로운 기회나 남다른 해결책을 찾는 과정으로 볼 수 있다 [12][13]. 이러한 혁신적인 부분에서 말하는 부분은 연구개발역량, 자원분배역량, 마케팅역량, 전략계획역량, 학습역량, 조직역량, 그리고 생산역량을 7가지 부분으로 나누어서 구분하였다[4][14]. 또한 기술적인 부분을 말하며, 이 부분을 통하여 시장의 기회를 가지게 되는 것을 의미한다. 기술적인 부분은 기업의 입장에서 볼 때 최근에 새로운 제품혁신과 연구개발에 얼마나 능동적으로 투자를 하고 있는지에 관계된 부분이라고 할 수 있다.

위험감수성은 기업이 높은 위험의 프로젝트를 적극적으로 임하는 자세를 말하는 것으로, 이를 통해 적극적인 기회를 선택하는 것으로 볼 수 있다. 즉, 기업이 한 단계 발전적인 방향으로 나아가 경쟁우위에 도달하기 위해서는 위험함을 받아들이고, 과감히 도전하려는 의지이다. 그리하여, 기존의 기업이 새로운 사업에 대한 과감한 도전으로 실패를 두려워하지 않고 그것으로 인해서 새로운 사업에 대한 기회를 포착하는 능력을 의미한다[10]. 또한, 새로운 역량의 획득을 통하여 조직의 새로움이 더해져서 부가가치를 새로이 창조하는 활동도 포함된다. 덧붙여 환경에 대한 관심도가 높아진 시대에 기업가들은 환경변화에 공격적으로 대응하여 끊임없이 새로운 기회를 포착하고 새로운 환경에 대한 적극적인 모습을 보여 경쟁우위를 확보하는 것이 환경에 대한 공격적인 역량을 의미한다[11].

앞선 문헌을 통해서 확인한 바와 같이 기업가정신은 기업의 경영성과에 양의 상관관계가 있음을 알 수가 있다. 물론, 기업 크기의 다양한 차이가 현재 존재하고, 많은 위험성도 내포하고 있지만, 전반적으로 기업가 정신은 이러한 기업이 가지고 있고 내재적인 한계를 뛰어넘는데 매우 적절하고, 경영성과에 긍정적인 부분이 많다. 본 연구에서 기업의 크기를 중소기업에 맞추어서 진행하고자 한다[4][10-14].

가설1: 중소기업 경영자의 기업가 정신은 기업의 경영성과에 양의 영향을 미칠 것이다.

1-1: 중소기업 기업가 정신은 기업의 경영성과에 분위별로 다르게 정(+의) 영향력을 미칠 것이다.

1-2: 중소기업 기업가 정신은 기업의 경영성과에 분위별로 항상 일정하게 정(+의) 영향력을 미칠 것이다.

## 2. 기업의 사회적 책임 (Corporate Social Responsibility; CSR)

기업의 사회적 책임 (CSR)에 대한 많은 연구가 현재 진행되고 있지만, 학문적인 영역에서 논의가 진행된 것은 1953년 Bowen이며, 기업의 성과를 장기적인 관점까지 고려해야 한다는 연구들이 1970년대 이후로 나타나게 된다[15]. CSR은 단기적으로는 기업의 비용 부분에

대한 부담감이 생겨 기업의 수익이 감소하는 결과를 나타나게 되지만 기업에 대한 긍정적인 이미지 향상 등의 긍정적인 요소가 장기적으로는 기업의 이익 증가로 돌아온다는 주장이다. CSR은 다양한 관점에서 연구가 진행되고 다양한 의견들이 존재한다. 예를 들어, 마케팅분야만 보더라도, CSR 활동과 소비자 구매활동, CSR 활동과 브랜드 이미지 및 브랜드 충성도를 통한 기업의 경영성과 등 다양한 연구활동이 진행된다[16-18].

이러한 CSR에 대한 연구는 시대상황에 따라 경영여건, 수익성, 특정한 분석 및 경제적 성과 등 다양한 관점에서 진행 되고 발전되어 왔다. 이러한 다양한 방법 중에서도 대표적으로 주주의 이익을 극대화하는 관점, 이해관계이익을 균형 있게 추구하는 관점 등으로 나누어 볼 수 있다. Porter & Kramer (2011)[6]는 CSR개념을 더욱 더 발전시켜서 기업자체의 경쟁력강화 및 기업이 속해있는 지역의 사회적 경제적 향상을 시킬 수 있는 CSV개념을 도입하였다. 본 연구에서는 CSR의 경영성과를 중심으로 알아보고자 한다. 경영성과는 기업의 매출 증가, 시장점유율 향상, 고용개선 등 다양한 질문을 통해서 측정되었다.

가설2: 중소기업 CSR은 기업의 경영성과에 양의 영향을 미칠 것이다.

2-1: 중소기업 CSR은 기업의 경영성과에 분위별로 다르게 정(+의) 영향력을 미칠 것이다.

2-2: 중소기업 CSR은 기업의 경영성과에 분위별로 항상 일정하게 정(+의) 영향력을 미칠 것이다.

## III. 연구방법

### 1. 연구모형의 설계 및 변수

본 연구는 중소기업의 경영자의 기업가정신과 기업의 사회적 책임에 대한 활동이 기업의 이익에 정(+의) 영향을 미칠 것으로 예측하고 있으며, 기업의 변수들, 즉, 기업의 운영설립 후 운영한 기간, 그리고 최고 경영자의 성별 및 나이를 등을 통제변수로 사용하고 있다.

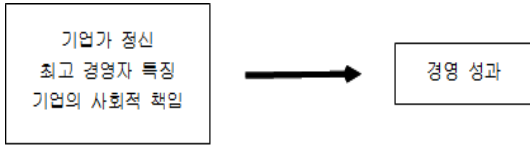


그림 1. 연구모형

본 연구에 사용된 기업가 정신 및 기업의 사회적 책임의 선행연구를 바탕으로 재구성 하였으며, 척도(likert)는 7점으로 측정하였다. 또한, CSR 문항에 KLD STATS(Statistical Tool for Analysis of Trends)에서 발행하는 CSR지표가 바탕이 구체적으로 세부 항목을 만들어서 설문지를 구성하였으며, 아울러 한국 경제정의실천연합(경실련)에서 발행하는 CSR지표도 문항을 만드는데 참고가 되었다.

## 2. 분위회귀법(Quantile Regression)과 회귀분석법(OLS)

본 연구는 우선 기존의 중소기업의 이익에 미치는 영향을 선행연구에서 기업가 정신 및 기업의 사회적 책임 등의 변수를 전통적인 회귀분석으로 인과관계를 변동을 측정하여 사용하였다. 선형 회귀분석 방법 중에서 가장 일반적인 방법인 최소자승법인 회귀분석법(OLS)은 Conditional Mean(조건부 평균값)을 이용하여 추정 한 값이다. 이 방법은 회귀식을 추정하여 집단의 평균적 결정요인을 측정하는 것은 매우 유용하나, 종속변수인 중소기업의 이익이 기업마다 그 분위별로 결정요인의 영향력이 다를 가능성이 있다.

분위회귀분석(Quantile Regression Model)은 Koenker & Basset(1978)[19]에 의해 사용된 방법으로, Conditional quantile(조건부 분위수)을 이용하여 회귀식을 추정하는 방법이다. 흔히들 전체표본을 수준별로 나눈 뒤, 그걸 다시 집단 별로 OLS회귀분석을 통하여 측정하는 방법과 혼동하는 경우가 많은데, 그것은 전체표본을 외생적인 표본선택 기준을 임의로 부과하는 sample selection bias(표본선택 편의)의 문제를 일으킬 수 있다. 하지만, 분위회귀 분석은 이런 문제를 극복하는 방법으로 분위(quantile level)에 따라 가중치를 다르게 주어 모든 표본을 사용하게 되어 기존에 연구에서 가지게

되는 표본선택 편의(sample selection bias)에서도 비교적 자유로운 편이다[20-23].

본 연구에서는 현실적으로 기업의 이익의 증가는 그 분위별 결정요인이 다를 가능성이 존재한다고 추론한다. 그래서, 본 연구는 기존의 선행연구에서 많이 다루었던 전통적인 OLS 회귀분석과 Quantile Regression Model(분위회귀분석)을 함께 사용하여, 분석결과를 제시할 예정이다. 이는 기존 분석 결과 및 새로운 방법을 동시에 보여줌으로써 기업의 이익이 분위별로 기업가 정신 및 기업의 사회적 책임 및 기업의 가지고 있는 고유의 변수들의 영향력이 다른 것을 알아내는데 아주 유용하다고 생각된다.

## 3. 분석 모형

본 장에서는 기업가 정신과 기업의 사회적 책임, 기업 고유의 변수들을 이용하여 기업의 이익을 결정하는 요인이 무엇인지에 대해서 분석하고자 한다. 앞장에서도 설명한 바와 같이 분위 회귀분석의 설명은 간략하게 다음과 같이 할 수 있다. 설명변수, 즉 독립변수의 영향을 통제된 후의 종속변수의 조건부 분포를 기준으로 했을 때, 각 분위별로 종속변수의 결정요인이 이질적일 가능성이 있다면 이것은 일반적 회귀분석(OLS)의 평균적인 결정요인만을 추정하는 것은 무리가 있으며 각 분위별로 결정요인을 확인해야 한다.

일반적인 최소자승법(OLS)를 사용하면 추정하면 다음과 같다.

$$P_i = \beta_0 + \beta_1 ENS + \beta_2 CSR + \beta_3 AGE + \beta_4 CEO + \varepsilon_i \quad (1)$$

하지만, 분위회귀 분석법은 종속변수의 조건부 분위(Conditional quantile)를 고려해서 선행모형을 이용한 분석하는 것이 일반적인 OLS 모형과 다른 것이다. 따라서, 표본집단의 이질적인 요소가 강할 때 분위회귀 분석으로 하는 것이 좀 더 적당한 방법이다.

그리하여, 분위회귀 분석은 다음과 같다.

$$y_i = \beta'_\tau x + e_i, \quad Q_\tau(y_i | X_i) = \beta'_\tau X_i \quad (2)$$

$$\min_{\beta \in \mathbb{R}^p} \sum_{i=1}^n \rho_\tau(y_i - x'_i \beta_\tau), \quad (3)$$

여기서  $i = 1, 2, \dots, n$  이며,  $B_{\tau}$  는  $(k \times 1)$  계수벡터,  $X_i$  는 설명변수의  $(k \times 1)$  벡터,  $e_i$ 는 오차항(error term)을 말하며,  $Q_{\tau}(Y_i|X_i)$ 는  $y$ 의  $\tau$ 번째 조건부 분위(Conditional quantile)를 말한다.

$$Q_{\tau}(y_i|x_i) = \beta_{0\tau} + \beta_{1\tau}ENS_i + \beta_{2\tau}CSR_i + \beta_{3\tau}AGE_i + \beta_{4\tau}CEO_i + \varepsilon_{i\tau} \quad (4)$$

여기서,  $0 < \tau < 1$  해당되며, 여기에서 분위회귀 분석 최종 모델은 다음과 같다.

#### IV. 실증분석

##### 1. 표본의 특성

본 연구의 설문조사는 전국에 중소기업을 대상으로 2015년 8월부터 9월사이 총 300개의 설문지를 수거하였다. 한국의 중소기업의 차지하는 비중이 앞서 말한바와 같이 한국 전체기업의 99%이기 때문에 아주 중요한 부분이다[2]. 중소기업 중 각각 150개의 제조업과 비제조업의 대상으로 하였다. 본 연구의 포함된 실증분석에 포함된 특성은 아래의 [표 1]과 같다. 대상 기업 대표자의 연령은 50-59세 54% 그리고 60세는 36%를 차지해서 상대적으로 50대 이후가 전체에 90%를 차지하는 것으로 보인다. [표 2]에서 조사기업의 소재지 별로 살펴보면 서울 28.3%, 경기 및 인천 25.6%, 부산, 울산, 및 경남 15%, 그리고, 대전 및 충청 13% 차지하고 있다. 대부분의 기업가들은 남성이 기업의 대표로 되어있다. 남성이 대표로 있는 기업은 97%이며, 여성은 2.7% 그리고 공동대표로 되어 있는 1개의 회사도 있었다. [표 3]에서 보듯이 기업가 정신은 기업의 제품의 혁신성, 위험감수성, 그리고 공격적인 부분에 대해서 각각 7-Likert 형식의 7점 척도로 사용하여 조사하였다. CSR은 윤리적 기업경영, 거래업체와의 공정성, 소비자와의 거래, 및 친환경적인 제품 등에 관한 설문을 사용하여 측정하였다. 그리고 기업의 역사는 각각의 설립년도가 기준이 되었다. 마지막으로 기업의 경영성과는 크게 기업의 매출액에 대한 부분과 2014년 및 2015년 상반기까지 수익성을 이전과 비교하여 응답하도록 하였다.

표 1. 표본의 특성 : 최고경영자

기업가 연령	빈도(명)	비율(%)
30-39세	4	1.33
40-49세	27	9
50-59세	162	54
60세이상	107	35.6
합계	300	100
기업가 성별		
남성	291	97
여성	8	2.7
남여공동	1	0.33
합계	300	100

표 2. 표본의 특성 : 기업의 소재지

기업의 소재지	빈도(명)	비율(%)
서울	85	28.3
인천/경기	77	25.67
대전/충청	39	13
광주/호남	27	9
대구/경북	20	6.67
부산/울산/경남	45	15
강원/제주	7	2.33
합계	300	100

표 3. 변수들의 기초 통계분석

	경영성과	기업가 정신	CSR	기업 역사
평균값	7.35	13.51	26.30	20.46
최대값	13.00	21.00	34.00	52.92
최소값	2.00	6.00	17.00	0.33
표준편차	2.06	3.49	2.82	11.19
왜도	0.24	-0.36	0.07	0.76
첨도	2.81	2.35	3.64	3.02

##### 2. 분석 결과

본 연구에서는 수집된 자료를 토대로 분위회귀분석과 최소자승법(OLS)을 통한 분석을 실시하였다. 측정된 결과 값은 전통적으로 분석된 OLS값에 비해서 다양한 해석이 가능하며, 몇몇의 결과 값은 매우 흥미로운 분석이 가능하다. [표 4]에서 보면 다음과 같은 특성이 있는 것을 알 수 있다. 첫째, OLS 결과 값을 보면 기업가 정신은 오히려 경영성과에 미세하지만 (-)의 영향을 기각역 0.1에서 유의한 값을 가진다. 일반적으로 예상했던 부분과 다른 결과 값이다. CSR은 (+)의 방향으로 유의수준 0.05에서 의미 있는 값을 가진다. 또한, CSR이 기업가 정신변수보다 좀 더 경영성과에 유의미하게 영향력을 끼치는 것을 알 수 있다. 통계변수로 사용된 기업의 운영된 기간은 특별한 의미를 찾아 볼 수 없으

표 4. 분위회귀 분석 및 최소자승법(OLS) 결과값

변수	분위회귀 분석					OLS 분석
	0.1	0.25	0.5	0.75	0.9	
Intercept	4.57** (0.04)	3.771** (0.025)	3.96** (0.012)	4.33** (0.022)	11.84*** (0.000)	5.45*** (0.000)
기업가 정신	-0.07 (0.30)	0.01 (0.79)	0.08* (0.057)	0.13** (0.01)	0.13** (0.025)	0.06* (0.067)
CSR	0.14* (0.08)	0.11** (0.027)	0.13** (0.015)	0.13* (0.074)	-0.01 (0.87)	0.09** (0.03)
기업의 역사	-0.005 (0.843)	0.001 (0.90)	0.01 (0.65)	0.01 (0.37)	0.006 (0.78)	0.005 (0.63)
CEO 나이	-0.61* (0.07)	-0.20 (0.40)	-0.31** (0.15)	-0.26 (0.24)	-0.75** (0.04)	-0.38** (0.034)

\*p<.10 \*\*p<.05 \*\*\*p<.01

며, 최고 경영자의 나이는 (-)의 상관관계를 가지는 것으로 나타난다.

둘째, 분위회귀분석(Conditional quantile) 결과를 보면 우선 각 분위수마다 경영성과에 미치는 영향이 상당히 다른 것으로 나타난다. 우선, 기업가 정신은 아주 재미있는 결과값이 나왔다. 만약에 기업가 정신 변수는 음의 상관관계부터 양의 상관관계까지 그 분위마다 다양한 결과값이 나왔다. 기업가 정신은 0.1분위에서는 음의 상관관계를 나타내고 있어서, 유의미한 값을 가지지는 못하였다. 하지만, 0.5분위수 이상으로는 기업가 정신이 항상 (+)값으로 경영성과에 영향을 주고 있으며, 그 값은 0.08부터 0.13까지 다양하다. 이러한 결과값을 바탕으로 가설1을 채택할 수 있으며, 가설 1-1 또한 채택 가능하다. 그러므로, 가설 1-2는 채택할 수 없다. 또한, OLS분석으로 했다면 가설1은 유의수준 0.1에서 채택할 수 있다.

셋째, CSR 변수 또한 전반적으로 경영성과에 유의미한 영향력을 미치는 것을 볼 수 있다. 우선, 0.1분위에서는 0.14만큼의 영향을 경영성과에 미치는 것을 알 수 있으며, 0.75변수까지 유의수준 0.1부터 0.05사이에서 유의미한 영향력을 경영성과에 미치는 것을 알 수 있다. 0.9분위에서는 오히려 (-)의 상관관계를 가지고 있지만, 하지만 유의미한 값을 가지지는 못하였다. 아울러 각 분위에서 전반적으로 CSR이 좀 더 경영성과에 영향력을 많이 끼치는 것을 알 수 있다. 이러한 결과값을 가설 2 및 가설 2-1은 채택할 수 있으며 가설 2-2는 기각된다.

통계변수 중 기업의 역사는 OLS 분석과 같이 어떤 분위에서도 10% 유의수준에서도 유의미 하지 않는 것으로 보여 진다. 경영자의 연령의 부분적으로 5-10% 유의수준에서 유의미한 것으로 나타났지만, 음의 상관관계인 것은 기존의 예측했던 것과는 좀 더 다른 결과 값으로 보인다.

본 연구의 실증분석 결과를 정리해보면, 기업가 정신 변수는 중위 분위수부터 상위 분위수까지 유의수준(1-10%)사이에서 유의미한 영향을 기업 경영성과에 준 것으로 보여 진다. 이러한 것은 위험감수성, 혁신성, 공격성을 기업가적 행동은 전반적으로 기업의 경영성과에 많은 영향력을 미치는 나타난다. CSR 변수 또한 각 분위마다 전반적으로 경영성과에 유의미하게 영향을 준 것으로 분석된다. 이것은 기업에 대한 긍정적인 이미지가 결국 기업의 경영성과에 영향을 준 것으로 볼 수 있다.

### V. 결론 및 한계점

본 연구는 우리나라 중소기업을 대상으로 해서, 기업가정신 및 CSR에 대한 연구를 진행하였다. CSR은 기업의 이미지를 긍정적으로 하여 기업의 경영성과에 긍정적인 효과가 있다는 것이 많이 선행연구에서 나타났지만, 국내기업 중 중소기업을 대상으로 한 것은 많지 않다. 아울러 중소기업에서 기업가들이 CSR에 대한 많은 필요성을 공감하지 못하는 경우 역시 많다고 할 수

있다. 이 논문은 실용적인 의미로 제시 될 수 있으리라 생각한다.

기업가정신 중 위험감수성, 혁신성, 공격성의 리더십은 전반적으로 긍정적으로 경영성과에 영향을 미치고 있다. 물론, 모든 분위수에서 유의미하다고 할 수 없지만, 이러한 기업가정신은 중소기업에서도 매우 중요한 리더십의 수단으로 볼 수 있다. 아울러, 기업가정신이 높을수록 기업성과에 높고, 이는 중소기업의 경쟁력 제고의 원인이 될 수 있다는 것을 인지해야 한다.

CSR은 중소기업에서 단기적으로 경영성과에 부정적으로 영향을 끼칠 것이라는 생각과는 달리 전반적으로 모든 분위수에서 긍정적으로 경영성과에 영향을 미쳤다. 이런 결과를 통해서 CSR이 기존 연구가 외부 이해관계자의 초점을 맞추었거나, 대기업 중심으로 연구가 진행되었다면 이제는 한국의 중소기업에서도 좀 더 그 필요성에 대한 공감대 형성 및 유,무형의 영향을 규명해야 될 필요성이 있다. 최근 CSR에 대한 국내기업의 관심도 높아지고, 소비자 및 시민단체 등도 적극적으로 관심을 표명하고 있다. 그리하여, CSR이 단순히 기업의 홍보효과를 제고한다는 틀을 벗어날 필요성이 있다. 상대적으로 대기업에 비해서 CSR에 대한 인식의 높지 않은 상태에서 중소기업에서 적극적으로 CSR을 활용하여 기업의 내부 구성원의 긍정적으로 미치는 효과, 지속 가능한 기업의 성장 및 기업의 가치제고, 타 기업의 비해 경쟁우위의 원천으로 활용해야 될 필요성이 있다. 즉, 본 연구는 향후 기업이 정신 및 CSR에 대해서 좀 더 중소기업을 대상으로 심도 있게 진행해야 될 필요성이 있다.

이러한 몇 가지 시사점에도 불구하고 본 연구는 한계점 및 후속 연구과제는 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 기업가정신을 사용했지만, 그 기업가정신의 크게 세 가지 영역, 위험감수성, 혁신성, 공격성을 나누어서 보지 못한 한계점이 있다. 둘째, CSR에서도 다양한 범주로 나누어서 볼 수 있지만 이 부분에서도 본 연구는 잘 반영되지 못하였다. 마지막으로 중소기업에서도 창업시점에 대해서는 통제변수로 사용하였지만, 중소기업 중에서도 다양한 중견기업이나 소기업이나에 따라서 기업의 특성이 달리 나타날 수 있는데 이를 충분히 반영

하지 못한 한계점이 있다. 향후 연구에서는 연구모형을 좀 더 확장해서 이러한 변수들을 충분히 반영하여 연구를 진행해야 할 필요성이 있다.

## 참고 문헌

- [1] 이임정, "CEO의 변혁적 리더십과 구조조정 성과의 영향관계-카리스마와 만족도를 중심으로," 경영교육저널, Vol.2, pp.139-161, 2000.
- [2] 중소기업청, *알기 쉽게 풀어쓴 중소기업 범위해설*, 2015.
- [3] 강성두, 강영순, "중소기업 경영자의 기업가정신과 조직구성원의 목표지향성이 조직효능감에 미치는 영향: 구조방정식 모형 접근," 한국콘텐츠학회논문지, Vol.12, No.10, pp.439-452, 2012.
- [4] 최종열, "기업가정신, 혁신역량 및 외부협력이 벤처기업의 기술혁신 성과에 미치는 영향," 벤처창업연구, Vol.10, No.5, pp.219-231, 2012.
- [5] A. McWilliams and D. Siegel, "Corporate social responsibility and financial performance : Correlation or Misspecification," Strategic management Journal, Vol.21, pp.603-609, 2000.
- [6] M. E. Porter and M. R. Kramer, "Creating Shared Value," Harvard Business Review, Vol.89, pp.62-77, 2011.
- [7] 장영철, 안치용, "기업의 사회적 책임(CSR)과 기업성과, 경쟁력의 재음미- 선행연구들을 중심으로," 대한경영학회지, Vol.25, No.9, pp.3553-3577, 2012.
- [8] 윤남수, "잠재적 창업자의 창업동기 요인이 기업가정신 및 창업의지에 미치는 영향 - 기업가정신의 매개효과," 산업경제연구, Vol.25, No.2, pp.1537-1557, 2012.
- [9] P. P. McDougall and B. M. Oviatt, "International Entrepreneurship: The Intersection of two research paths," The Academy of Management Journal, Vol.43, No.5, pp.902-908, 2000.

- [10] G. T. Lumpkin and G. G. Dess, "Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance," *Academy of Management Research*, Vol.21, No.1, pp.135-172, 1996.
- [11] 장수덕, "벤처기업의 기업가정신 유형화와 유형별 특성차이," *기업가정신과 벤처연구*, Vol.14, No.3, pp.49-73, 2011
- [12] J. G. Covin and M. P. Miles, "Corporate Entrepreneurship and the pursuit of Competitive Advantage," *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol.24, No.1, pp.47-63, 1999
- [13] G. G. Dess and G. T. Lumpkin, "The Role of Entrepreneurial Orientation in Stimulating Effective Corporate Entrepreneurship," *Academy of Management Executive*, Vol.19, No.1, pp.147-156, 2005.
- [14] R. C. Yam, M. J. C. C. K. F. Pun, and E. P. Y. Tang, "An audit of technological innovation capabilities in Chinese firm: Song empirical finding in Beijing," *Research Policy*, Vol.33, No.8, pp.1123-1140, 2004.
- [15] A. B. Carroll, "A three-dimensional conceptual model of corporate performance," *Academy of Management Review*, Vol.4, No.4, pp.497-505, 1979.
- [16] P. S. Ellen, D. J. Webb, and L. A. Mohr, "Building Corporate Associations: Consumer Attributions for Corporate Socially Responsible Programs," *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.34, No.2, pp.147-157, 2006.
- [17] R. Mandhachitara and Y. Poolthong, "A Model of Customer Loyalty and Corporate Social Responsibility," *Journal of Services Marketing*, Vol.25, No.2, pp.122-133, 2011.
- [18] T. Wagner, R. J. Lutz, and B. A. Weitz, "Corporate Hypocrisy: Overcoming the Threat of Inconsistent Corporate Social Responsibility Perceptions," *Journal of Marketing*, Vol.73, No.6, pp.77-91, 2009.
- [19] R. Koenekr and Jr. G. Basset, "Regression Quantiles," *Econometrica*, Vol.46, No.1, pp.33-50, 1978.
- [20] H. Li, S. Y. Park, and J. H. Seo, "Quantile elasticity of international tourism demand for South Korea using the quantile autoregressive distributed lag model," *Tourism Economics*, Vol.17, pp.997-1015, 2011.
- [21] J. H. Seo, G. V. Perry, D. Tomczyk, and G. T. Solomon, "Who benefits most? The effects of managerial assistance on high-versus low-performing small businesses," *Journal of Business Research*, Vol.67, No.1, pp.2845-2852, 2014.
- [22] 양재훈, "전자상거래환경에서 민첩성 역량이 물류성과 수준에 미치는 영향에 관한 실증 연구," *전자무역연구*, Vol.8, No.3, pp.41-64, 2010.
- [23] 이성원, 허식, "서울시 주거용지 가격의 분위회귀 분석," *산업경제연구*, Vol.24, No.2, pp.591-612, 2011

#### 저자 소개

서주환(Joohwan Seo)

정희원



- 2013년 1월 : The George Washington University(경영학 박사)
- 2014년 3월 ~ 현재 : 동아대학교 경영학과 조교수

<관심분야> : 마케팅 전략, 디지털마케팅, 계량마케팅