

중소기업의 사업다각화가 기업성과에 미치는 영향: 지각가능성(정책금융, 경영지원)의 조절효과를 중심으로

김인권 (호서대학교 벤처대학원 정보경영학과 박사과정)*

허철무 (호서대학교 벤처대학원 정보경영학과 교수)**

국 문 요 약

4차산업혁명기를 맞이하여 파괴적 기술 출현이 빈번해지고 기업들은 기존 기술로는 생존이 어려운 변혁기를 맞이하여 기업들은 타개책으로 사업다각화를 통한 기업의 생존 또는 성장을 추구하고 있다. 중소기업들은 보유하고 있는 자원이 부족하여 정책금융 및 경영지원 등을 받아 사업다각화를 비롯한 기업의 성장을 추진하고 있으나 정책금융 및 경영지원에 대해 지각하고 있는 기업들만이 기업성과에 활용하고 있는 실정이다. 이러한 기업의 성장의 원동력으로 작용하는 정책금융 및 경영지원 등에 대한 지각가능성이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구가 부족한 편이다. 본 연구는 중소기업의 사업다각화가 기업성과에 미치는 영향 및 지각가능성이 조절변수로 기업성과에 미치는 영향을 실증하는 것이 목적이다. 본 연구를 위해 중소기업 20개의 기업 구성원의 525명을 대상으로 자료를 수집하였으며, 통계 분석은 회귀분석 방법을 사용하여 분석을 수행하였다. 가설 검증 결과, 첫째, 중소기업의 사업다각화의 독립 변수인 제품다각화와 시장다각화가 기업성과에 정(+)의 영향 관계가 있는 것으로 나타났다. 둘째, 독립변수인, 사업다각화 중 제품다각화가 종속변수인 기업성과에 미치는 영향에 있어 조절변수인 지각가능성에 의해 조절되는 것으로 나타났으며, 사업다각화 중 시장다각화는 지각가능성에 의해 조절되지 않는 것으로 나타났다. 이러한 분석 결과는 중소기업이 기업성과를 만들어 내는데 제품다각화의 필요함을 시사하고 있다. 이상의 연구 결론 및 시사점을 논의한 후, 후속 연구를 위한 연구의 방향을 제시하였다.

핵심주제어: 중소기업, 사업다각화, 지각가능성, 기업성과

1. 서론

세계 경제와 국내 경제가 불황기에 접어들고 있는 상황에서 중소기업이 생존할 수 있는 길은 기존 제품 및 사업에 대한 단순한 유지보다는 사업다각화를 추진함으로써 생존확률을 높이고 경쟁력을 높이는 데 의의가 있다. 사업다각화는 기업이 한 사업분야에만 집중적으로 영위하는 것이 아니라 주 사업 분야 이외의 다른 사업 분야로 사업의 범위를 확장시키는 경영 전략이라 할 수 있다. 초기에 사업다각화는 Ansoff(1957)로부터 시작되었으며 현재와 같이 시장 진입, 제품개발 또는 시장개발을 추구하지 않고 기업의 상품과 시장 사이의 관계를 변화하는 것이라고 정의하였다. Rumelt(1982)는 제품을 새로 만들고 또한 기존 제품과 새로운 제품을 확대하는 개념으로 확장시켰다.

Villalonga(2004)는 미국 전체 회사들이 1989년부터 1996년 사이의 사업다각화를 긍정적으로 받아들여서 사업다각화를 추진한 회사들이 하지 않은 회사들보다 높은 성장을 한 것으로 분석하였다.

Villalonga(2004)는 사업 및 사업환경의 불확실성하에서 기업이 살 수 있는 방법으로 사업다각화를 언급하였으며, 이러한 사업다각화를 크게 두 가지로 나누었다.

첫째는 기업의 기존 사업의 연장선상에서 제품다각화를 추진하는 것이고, 둘째는 기존 사업과 다른 새로운 시장에 진출하는 시장 다각화로 구분하였으며 중소기업은 기업의 자사 제품의 경쟁력 확보하기 위하여 사업다각화의 제품다각화와 시장다각화의 필요성이 높아지고 있는 것으로 분석하였다.

이에 대해 사업다각화는 기본적으로 기업이 생존하고 나아가 성장하기 위해 무엇을 우선적으로 할 수 있는 가를 기업이 내지 경영에 책임을 있는 경영진들이 인식해서 기존 사업을 중심으로 추진해야 성공 할 수 있는 기회가 더 높다고 하겠다. 또한 기존 사업에만 고집하기 보다는 기존 사업과 다른 새로운 사업 분야로 과감하게 진출하게 되는 경우도 생길 수 있다. 이러한 상황에서는 새로운 사업에 얼마만큼 열의를 갖고 추진하느냐가 성공할 수 있는 기회를 높여준다고 하겠다.

또한, 한편으로 중소기업이 사업다각화의 제품다각화와 시장다각화를 추진하는데 있어 실질적으로 소요되는 비용과 다

* 제1저자, 호서대학교 벤처대학원 정보경영학과 박사과정, greenikim@naver.com

** 교신저자, 호서대학교 벤처대학원 정보경영학과 교수, telekan@naver.com

· 투고일: 2018-07-11 · 수정일: 2018-08-16 · 게재확정일: 2018-08-29

각화에 따른 사업경영을 어떻게 추진해야 할지에 대한 지각 가능성에 의존하는 경우가 많다.

이제영(2010)은 지각가능성을 정책 금융인 정부출연금, 정부 보조금, 정부자금, 정부 보증금 등과 정책 금융과 동시에 외부 또는 정부로부터 받는 경영지원으로 보고, 중소기업이 사업다각화에 따른 목표를 설정하고 외부로부터 정책금융과 경영지원을 받아 자원을 보다 효율적이고 효과적인 사용함으로써 중소기업의 목표 달성하려는 노력과 의지가 필요하다고 분석하였다.

본 연구에서는 중소기업이 국내뿐만 아니라 세계적인 불황 속에서 또한 급변하고 있는 사업환경 및 기술 환경에서 효과적으로 대비하기 위해서는 사업다각화 및 지각된 가능성의 중요성이 강조되고 있음에 초점을 맞추어 중소기업의 기업성 성과를 높이는 요인으로서 사업 다각화를 독립변수로 설정하여 기업 성과간의 영향관계와 사업다각화와 기업성과간의 지각 가능성의 조절 역할을 실증적으로 분석하고자 한다.

II. 이론적 배경

2.1 사업다각화

차현배(2010)는 일반적으로 기업들이 기업성 성과를 원활하게 또는 기업 성과 내지 기업의 가치를 극대화하기 위해서 사업 다각화 (diversification)를 추진하는 것으로 보았으며, 사업다각화의 정의는 연구자에 보는 시각과 방향성에 따라서 여러 방향으로 나타날 수 있으며 그 의미 또한 여러 방향으로 새롭게 정의되고 있다고 하였다.

일반적으로 사업다각화를 어떤 특정 부분에만 한정한다면 신제품을 개발해서 시장에 진출함으로써 다각화를 정의할 수 있으나 다른 한편으로 지역을 넓게 보고 또한 소비자의 계층을 다각화함으로써 새로운 접근으로 다각화의 그 의미를 더욱 확대하여 정의할 수 있다고 연구 하였다. 즉, 중소기업들의 사업다각화는 초기에는 단지 새로운 산업과 시장에 접근을 다각화로 정의해서 시장 확대와 제품 개발과 신제품이 진출을 사업다각화로 정의 했고, 그 후 기업이 지속적인 성장과 수익성 증가, 최소화의 기업의 위험성 그리고 운영 중인 사업 분야에서 우선 진출함으로써 경쟁사 내지 새로운 기업이 진출하는 것을 경계함을 다각화로 막는 전략을 추구하는 것으로 연구하였다.

이렇게 기업들이 다각화를 원하고 추구하는 우선적인 목적은 다양하겠지만 우선 경제의 불황에서도 현실적으로 고려해서 개별적인 것보다 복합적으로 작용하는 다각화를 추진한다고 할 수 있다. 이러한 복합적 목적 중 몇 가지를 보자면 첫째는 수익성의 증대이다. Penrose(1959)의 의하면 사업다각화는 수익성이 높은 제품에 관련된 정보를 외부로 유출하지 않음으로써 진입 장벽을 유지하는 것으로 언급하였다. 둘째는, 위험의 감소이다.

Alchain(1950)은 위험을 분산 다각화 차원으로 사업을 분산을 시킨다. 따라서 취급 품목 중에서 기업 성과에 도움이 되는 분야에 새로이 참여하려는 기업이 있을 시 정보를 외부로 유출되지 않게 유지함으로써 진입 장벽을 높이는 것으로 보았다.

이러한 측면에서 중소기업의 사업다각화는 기업성 성과를 올리는데 매우 중요하다고 할 수 있다. 본 연구는 중소기업의 기업 성과에 개념적 속성을 파악하기 위하여 제품다각화와 시장다각화를 구분하여 분석하고자 한다.

2.3 기업성과

강인숙(2003)은 기업 성과를 재무적 기업 성과와 비 재무적 기업 성과로 나누었다. 우선, 재무적으로 기업 성과는 기업의 목표 달성을 이루었을 때가 가장 만족스러운 성과를 이루었다 할 수 있다고 하였다.

또한 Venkatraman & Ramanujam(1986)는 비재무적으로는 기업에 종사하는 직원들이 직무적으로 만족과 조직의 활동성 등의 협력이 잘 이루어져서 만족스러운 때도 비로소 비재무적 성과로 달성을 이루었다 할 수가 있다고 분석 하였다. 대표적인 재무 분석은 투자의 수익률, 시장점유율, 현금의 유동성, 자본 수익률, 매출 증가율이 있으며, 재무적 성과에는 단일 지표 보다는 복합 지표를 이용하는 것이 더 바람직하다고 보았다.

김지연(2013)는 재무적 성과에서 복합 지표로 한다면 기업에서 현금의 유동성 자본 수익률, 매출 증가율, 투자의 수익률 등으로 분석이 사용되고 있다고 보았다. 기업들은 비재무적 성과의 중요성을 인지하고 더 많은 기업들이 꾸준히 인정하고 있으나 비재무적 기업 성과를 객관적으로 판단하기는 쉽지 않다. 비재무적 성과를 측정하기에는 너무 넓고 단기적으로 경영성 성과를 보여주기에 적합하지 않다고 보았다.

그럼에도 불구하고 기업에 구성원 모두가 이해 당사자가 되고 이들의 다양한 기준에 의해 측정 되고 이로 인한 기업성 성과를 내기에는 장점으로 기업의 장기적인 성과를 나타내기에는 효과적인 것으로 연구하였다. 기업성 성과를 재무적 성과와 비재무적 성과를 나누어서 평가할 때 어느 것이 우선적으로 중요하다고 할 수 없이 모두가 중요하고, 단지 단기적 또는 장기적으로 활용하는 것이 바람직하다고 볼 수 있다고 하였다. 한편, Porter & Millar(1985)는 기업성 성과를 서비스의 지식 자원 또는 제품 차별화를 더 기업 성과에 큰 관련성이 있다고 하였다. 또한, 기업의 비용과 분석을 할 때, 기업가치 및 재무 성과를 기업 성과에 합리적으로 반영하는 관련성을 보였다고 하였다. 이상의 선행 연구를 볼 때 사업다각화가 기업 성과에 미치는 영향과 관련하여 유사한 연구가 소수 있었으나 중소기업에 관한 사업다각화와 기업 성과와의 관계에 관하여 직접적으로 실증 분석한 연구가 많지 않아 해당 연구의 필요성을 확인하였다.

2.4 지각가능성

지각가능성에 대한 기존에 연구는 많은 편이 아니며 그중에서 찾아본 연구를 보면 지각가능성을 일반적으로 정책 금융과 경영지원으로 나누었으며 이것을 두 가지로 나누면 첫째로 송동석(2016)은 정책 금융이란 정부가 개입해서 민간 금융이 충족시키지 못할 시 일정한 금융 수요를 사용하는 금융으로 분석 하였다.

손현철(2013)은정책금융기관으로는 중소기업진흥공단, 한국산업은행, 한국은행등과 신용보증기관의 보증지원, 사업에 도움을 주는 정부기관의 지원제도 및 대출제도 등으로 보았다.

둘째로 송동석(2016)은 경영지원은 사업에 도움이 될 수 있도록 각종 교육 및 정보, 또한 기업은 컨설팅, 마케팅등과 같은 것을 정부기관으로 부터 멘토링을 받을 수 있는 것으로 연구하였다.

중소기업은 한 국가에 경제 비중이 높음에도 불구하고 대기업에 비해 구조와 낮은 인금, 인력의 부족함 등 경영상의 어려움을 겪고 있는 실정으로 분석하였다.

본 연구에서는 이와 같이 지각가능성의 개념이 경우에 따라서 달라질 수 가 있으므로 정확하게 파악하기 위하여 이를 정책 금융 및 경영 지원보다는 오로지 지각가능성만 구성하고자 한다. 이상의 선행 연구를 볼 때 지각가능성이 사업다각화와 기업성과간의 관계에 조절 변수로써 영향을 미치고 있음을 추론할 수 있으나 중소기업에서 해당 지각가능성의 조절 작용을 직접적으로 실증 분석한 연구는 매우 부족한 실정이다.

III. 연구 방법

3.1 가설

가설 1: 사업다각화는 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 1-1: 제품다각화는 기업성과에 정(+) 영향을 미칠 것이다.
- 1-2: 시장다각화는 기업성과에 정(+) 영향을 미칠 것이다.

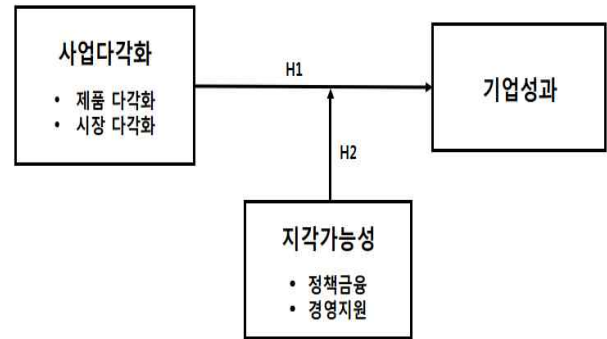
가설 2: 지각가능성은 사업다각화와 기업성과 간의 관계에서 조절 할 것이다.

- 2-1: 정책금융은 제품다각화와 기업성과에 조절영향을 미칠 것이다.
- 2-2: 정책금융은 시장다각화와 기업성과에 조절영향을 미칠 것이다.
- 2-3: 경영지원은 제품다각화와 기업성과에 조절영향을 미칠 것이다.
- 2-4: 경영지원은 시장다각화와 기업성과에 조절영향을 미칠 것이다.

3.2 연구모형

본 연구 모형은 선행 연구의 이론적 배경을 바탕으로 도출 하였다. 독립변수로 중소기업의 사업다각화를 설정하였고 종속변수로는 기업성과를 설정하였다. 사업다각화와 기업성과간의 영향 관계에 개입하는 조절변수로는 지각가능성을 설정 하였다.

이상의 개념적 변수들의 측정을 위하여 중소기업의 사업다각화는 제품다각화와 시장다각화 2가지 요인으로 구성하고 지각가능성은 정책금융과 경영지원 2가지 요인으로 구성하였으며, 기업성과는 1가지 요인으로 측정할 수 있도록 구성하였다. 이렇게 설계한 연구모형을 <그림 1>과 같이 도식화하였다.



<그림 1> 연구모형

<그림 1>상의 연구모형과 관련하여 선행연구 조사결과, 아직까지 중소기업에서 사업다각화와 기업성과에 관계에 있어 지각가능성의 하위변수인 정책금융과 경영지원의 조절 효과를 실증 분석한 연구가 많지 않아 이를 본 연구의 차별적 사항으로 초점을 맞추어 연구를 진행하고자 하였다.

3.3 변수의 정의 및 측정

본 연구 모형의 실증분석을 위하여 측정 도구인 설문 항목으로 사업다각화를 측정하는 제품다각화 5문항, 시장다각화 3 문항의 총 8문항, 기업성과를 측정하는 5문항, 지각가능성을 측정하는 정책금융 4문항과 경영지원 4문항의 총 8문항으로 구성하였다. 독립 변수인 사업다각화의 하위변인 제품다각화와 시장다각화는 권희석(2017)의 설문 문항을 참조하였으며, 조절변수인 지각가능성의 하위변인 금융지원과 경영지원은 송동석(2016)의 척도를 채택하였고, 종속 변수인 기업성과는 송동석(2016)과 김복수(2009)의 기업성과의 설문 문항을 참조하여 활용하였다. 모든 측정 문항은 구조화된 설문지 (Structured Questionnaire)로 설계하였으며 Likert 5점 척도로 구성 및 측정하였다. 변수명, 변수의 정의, 측정 문항 수를 <표 1>에서 제시하였다.

<표 1> 변수의 정의

구분	변수	문항 수	정의	
독립 변수	사업 다각화	제품 다각화	5	신제품의 출시와 품질향상과 지속적인 품질관리
		시장 다각화	3	경제흐름을 정보를 파악하고 활용
종속 변수	기업성과	5	품질과 성능을 유지하고, 신제품의 출시빈도로 기업성과 향상	
조절 변수	지각 가능성	금융 정책	4	정부지원정책 내지 금융권의 동양 주시하고 연구, 독창적 아이디어 수용과 불확실성 환경에서 고위험·고수익 사업추구, 의사결정과 의사결정의 신속성과 정확성
		경영 지원	4	정부지원정책의 일환으로 기업은 컨설팅, 마케팅과 같은 것을 정부기관으로부터 멘토링 가능
통제 변수	성별	1	남, 여	
	연령	1	20세 이상 5구간	
	결혼여부	1	기혼, 미혼, 그외	
	학력	1	고졸이하, 전문대졸, 대졸, 대학원졸	
	근무경력	1	1년미만 ~ 10년이상 5구간	
	업력	1	1년이하 ~ 10년이상 5구간	
	업종	1	유통, 제조, 서비스, IT, 기타	
	전년도 매출	1	5억미만 ~ 50억이상 5구간	
	직급	1	사원급, 대리급, 과장급, 차부장급, 임원	
	담당분야	1	기획, 관리, 영업, 생산, 연구개발, 기타	
	입직원수	1	5명미만 ~ 30명이상 5구간	
	기업 소재지	1	수도권 및 충청권 6구간	

IV. 연구결과

4.1 자료수집

실증연구를 위한 본 연구의 목적에 맞게 자료를 수집하기 위하여 수도권 소재의 20개 중소기업의 조직구성원들을 대상으로 2018년 3월 12일부터 2018년 4월 28일까지 총 7주 동안 600부의 설문지를 배포하였다. 설문응답 자료를 수집한 결과 총 545부가 수집되었으며, 이중 결측값이나 동일한 패턴의 응답결과를 보이고 있는 20부의 설문자료를 제외하고 총 525부를 최종 표본으로 확정하였다. 이때 표본의 대표성과 신뢰성을 높이기 위하여 1기업 당 최소 15~20부 이상의 설문결과를 확보하였다.

4.2 표본 특성

본 연구에 참여한 응답자 525명 중 남자는 348명(66.3%)의 높은 비중을 차지하였다. 연령대는 30대에서 50대까지 비교적 고른 분포를 보였다(24.4% ~ 34.7%). 근무 경력은 10년 이상이 36%로 가장 높은 응답 비중을 보였다. 또한, 회사의 업력 역시 10년 이상이라고 응답한 경우가 40.0%로 가장 많이 차지하고 있으며, 직급의 경우 차·부장 급이 응답한 경우가 138명(25.3%)로 나타났다.

<표 2> 기업의 특성

변수	범주	빈도(N)	백분율(%)
기업업력	3년미만	63	4
	4-5년	48	11
	10-115년	40	36
	16-20년	40	40
	20년이상	13	9
시장 내 성장주기	진입기	52	9.9
	초기성장기	129	24.6
	고도성장기	150	28.4
	성숙기	95	18.2
기업소재지	수도권	280	53.4
	충청권	244	46.6
	기타		

4.3 신뢰성 및 타당성 분석 결과

본 연구에서는 연구 모형을 구성하고 있는 다양한 연구 변수들의 타당성과 신뢰성 검증에 위해 요인 분석과 신뢰도 분석을 실시하였다.

4.3.1 타당성 검증

가설 검증을 위한 연구 변인들의 타당성을 검증에 위한 요인 분석 <표 2>은 동일한 개념을 측정하는 변수들이 하나의 요인으로 묶이는 지를 확인하는 탐색적 요인분석 (EFA: Exploratory Factor Analysis)이다(김신애·권기대, 2015). 주성분 분석의 요인 추출 방법을 이용하였고, 요인 회전 방식은 요인 행렬의 열의 분산의 합계를 최대화하는 방식인 베리맥스 (varimax)를 이용하였다. 고유값 (Eigen Value)이 1.0이상인 요인을 추출하고, 공통성과 요인 적재량은 .5를 유의 적 기준으로 판단해 요인 별 문항을 선택하였다. 그 결과 연구 변인 들은 추출된 요인들의 누적 분산의 69.07%를 설명하는 것으로 나타났다.

<표 3> 요인분석 결과

	구성요소				
	1	2	3	4	5
제품다각1	.260	.753	-.006	.129	.027
제품다각2	.225	.750	.015	.116	.058
제품다각3	.148	.735	.127	.087	.248
제품다각4	.179	.718	.167	.090	.152
제품다각5	.128	.601	.220	.088	.391
시장다각1	.035	.257	.050	.150	.780
시장다각2	.167	.462	.267	-.001	.623
시장다각3	.314	.077	.073	.089	.768
경영지원1	.143	.093	.811	.218	.143
경영지원2	.194	.108	.782	.249	.152
경영지원3	.278	.111	.739	.316	.019
경영지원4	.274	.139	.736	.276	.052
정책금융1	.222	.113	.183	.817	.026
정책금융2	.230	.130	.222	.804	.088
정책금융3	.176	.119	.350	.718	.042
정책금융4	.172	.109	.291	.697	.200
기업성과1	.781	.206	.148	.231	.074
기업성과2	.754	.258	.157	.226	.091

기업성과3	.751	.193	.209	.163	.164
기업성과4	.722	.221	.245	.148	.143
기업성과5	.707	.195	.202	.157	.153
고유값	3.452	3.171	3.010	2.861	2.010
%분산	16.440	15.101	14.332	13.625	9.573
%누적	16.440	31.541	45.873	59.498	69.071

이러한 연구 변인 간의 개념들 사이에 상관관계는 <표 3>와 같다. 상관관계를 통하여 연구변인 개념 간의 관련성을 제시하고 있다. 즉, 상관 관계 분석은 실증적 연구모형과 가설을 검증하기 위해서 필요한 기초분석이다. 일반적으로 상관계수의 크기가 .2보다 작으면 매우 약한 상관관계, .4이하이면 약한 상관관계, .6이상이면 강한 상관관계를 보인다고 해석할 수 있다(김신애·권기대, 2015). 제품다각화와 시장다각화는 각각 기업성과와 중간 정도의 유의한 정적인 관계를 보였다(제품다각화 $r=.541, p<.001$; 시장다각화 $r=.484, p<.001$).

또한, 제품다각화와 시장다각화는 각각 지각가능성과 중간 정도의 유의한 정적인 관계를 보였다(제품다각화 $r=.414, p<.001$; 시장다각화 $r=.407, p<.001$).

<표 4> 연구변인의 기술통계 및 상관관계

	제품다각화	시장다각화	지각가능성	기업성과
제품다각화	1			
시장다각화	.647**	1		
지각가능성	.414**	.407**	1	
기업성과	.541**	.484**	.597**	1
최소값	1.00	1.00	1.00	1.00
최대값	5.00	5.00	5.00	5.00
평균	3.396	3.254	3.271	3.410
표준편차	.693	.814	.692	.710
왜도	-.113	-.270	-.277	-.188
첨도	-.209	-.090	.313	-.040

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

4.2.2 신뢰성 분석 검증

본 연구에서 제시한 연구 모형을 검증하기 위해 구성 개념에 대하여 확인된 문항 별 요인들의 신뢰도를 측정하는 방법으로 Cronbach's Alpha를 사용하였다. 일반적으로 연구 변수들의 Cronbach's Alpha 계수는 .6 이상이면 만족할 수준(satisfactory)으로 본다(Nunnally, 1978). 신뢰도 분석 <표 5> 결과 제품다각화(.830), 시장다각화(.752), 정책금융(.863), 경영지원(.880), 기업성과(.886) 모두 만족할 만한 수준을 보였다.

<표 5> 신뢰도 분석

척도	문항수	평균	표준편차	신뢰도
제품다각화	5	3.396	.854	.830
시장다각화	3	3.131	.120	.752
정책금융	4	3.358	.888	.863
경영지원	4	3.249	.895	.880
기업성과	5	3.371	.828	.886

4.3 가설검증 결과

4.4.1 기업성과에 대한 제품다각화의 영향: 지각가능성의 조절효과

4.4.1.1 기업성과에 대한 제품다각화와 지각가능성의 상호작용 검증

기업 성과에 대한 제품다각화의 영향이 지각가능성에 의해 조절되는지 검증하기 위하여, 지각가능성과 제품다각화 간의 상호작용 효과를 검증하였다. 다중공선성 (Multi-Collinearity) 발생을 방지하기 위해서 연구에 투입된 독립 변인은 평균중심화 (Mean-Centering)을 한 후에 상호 작용항을 생성하여 다음과 같이 위계적 회귀분석을 실시하였다. 1단계에서 평균중심화된 제품다각화와 지각가능성을 독립 변수에 투입하고, 기업 성과를 종속변수에 투입하였다. 2단계에서 제품다각화와 지각가능성의 상호 작용항을 추가로 투입하였으며 결과는 <표 6>와 같이 나타났다.

<표 6> 기업성과에 대한 제품다각화와 지각가능성의 상호작용

		비표준화 회귀계수	표준화 계수	t	p	결과
1	(상수)	3.411		152.256	.000	정(+) 영향
	제품다각화c	.364	.355	10.230	.000	정(+) 영향
	지각가능성c	.462	.450	12.964	.000	정(+) 영향
2	(상수)	3.431		145.072	.000	정(+) 영향
	제품다각화c	.351	.342	9.819	.000	정(+) 영향
	지각가능성c	.474	.462	13.263	.000	정(+) 영향
	상호작용 (제품다각화* 지각가능성)	-.104	-.083	-2.605	.009	부(-) 영향

1단계에서 모형 설명량은 46.1%로 나타났으며, 제품다각화와 지각가능성간의 상호 작용항을 추가로 투입한 2단계에서는 모형 설명량이 46.8%로 나타나, 약 .7%의 통계적으로 유의한 설명량의 증가를 보였다($\Delta F=6.784, p=.009$). 2단계에서 제품다각화($\beta=.342$)와 지각가능성($\beta=.462$)은 기업성과에 미치는 주 효과는 정적으로 유의하였다. 제품다각화와 지각가능성의 상호작용은 기업성과에 유의한 부적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 제품다각화와 지각가능성을 상호작용을 하면서 기업성과에 영향을 미쳤다.

4.4.1.2 기업성과에 대한 제품다각화와 지각가능성의 조절효과 검증

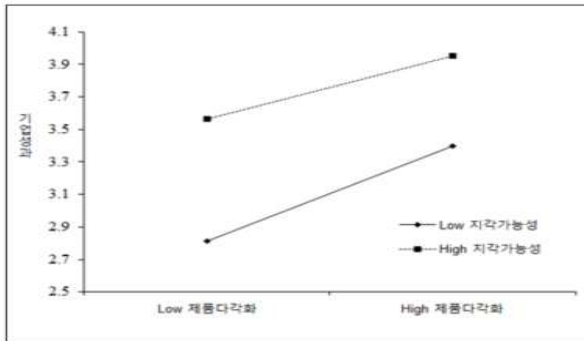
두 변인 간의 상호작용이 지각가능성의 조절효과로 나타나는지 확인하고자, 단순 회귀 기울기 검증 (Simple Slope Test)을 실시하였다. 제품다각화와 지각가능성을 그 정도에 따라 집단을 각각 상·하로 구분하고, 지각가능성이 높은 집단과 낮은 집단으로 구분하여, 각 집단 내에서 제품다각화와 기업성과 간의 회귀식을 유도하였다. 유도한 회귀 식의 통계적 유의성 검증은 <표 7>과 같다.

<표 7> 지각가능성의 조건값에 따른 단순회귀선 유의성 검증

지각가능성	비표준화 회귀계수	표준오차	t	p	결과
-1SD	.4229	.0420	10.0668	.0000	유의
M	.3509	.0357	9.8188	.0000	유의
+1SD	.2789	.0481	5.7930	.0000	유의

<표 6>에서 제시된 것처럼, 지각가능성이 높은 집단과 낮은 집단에서 기업성과에 대한 제품다각화의 회귀식의 기울기는 통계적으로 유의한 것으로 확인되어, 결과적으로 지각가능성의 조절효과는 통계적으로 유의하였다.

이러한 관계를 <그림 1>과 같이 나타내었다. 즉, 제품다각화가 기업성과에 미치는 정적인 영향은 지각가능성이 높은 집단보다 낮은 집단에서 더 큰 것으로 나타났다. 이는, 지각가능성이 낮다 해도 제품다각화가 기업성과에 미치는 영향이 중요한 역할을 하는 것으로 해석할 수 있다.



<그림 1> 기업성과에 대한 제품다각화의 영향: 지각가능성의 조절효과

4.4.2 기업성과에 대한 시장다각화의 영향: 지각가능성의 조절효과

4.4.2.1 기업성과에 대한 시장다각화와 지각가능성의 상호작용 검증

기업성과에 대한 시장다각화의 영향이 지각가능성에 의해 조절되는지 검증하기 위하여, 지각가능성과 시장다각화 간의 상호작용 효과를 검증하였다. 역시, 다중공선성(Multi-Collinearity) 발생을 방지하기 위해서 평균중심화(Mean-Centering)한 독립변인을 사용하였으며 결과는 <표 8>과 같이 나타났다.

<표 8> 기업성과에 대한 시장다각화와 지각가능성의 상호작용

		비표준화 회귀계수	표준화 계수	t	p	결과
1	(상수)	3.410		147.871	.000	정(+) 영향
	시장다각화c	.258	.294	8.262	.000	정(+) 영향
	지각가능성c	.490	.478	13.419	.000	정(+) 영향
2	(상수)	3.423		140.889	.000	정(+) 영향
	시장다각화c	.254	.289	8.118	.000	정(+) 영향
	지각가능성c	.490	.478	13.445	.000	정(+) 영향
	상호작용 (시장다각화*지각가능성)	-.056	-.053	-1.634	.103	영향 없음

1단계에서 모형 설명량은 42.9%에서 시장다각화와 지각가능성 상호 작용항을 투입한 2단계에서는 모형설명량이 43.2%로 나타나 약 .3%의 설명량의 증가를 보였으나, 통계적으로 유의하지 않았다($\Delta F=2.669$, $p=.103$). 시장다각화와 지각가능성이 기업성과에 미치는 구체적인 영향을 1단계에서 확인해보면, 시장다각화($\beta=.294$)와 지각가능성($\beta=.478$)이 기업성과에 미치는 주 효과는 정적으로 유의하였다. 그러나, 상호작용항을 투입한 2단계 분석의 설명량 증가분(ΔR^2)이 통계적으로 유의하지 않았으며, 그에 따른 상호작용항도 통계적으로 유의하지 않았다($p=.103$). 즉, 시장다각화가 기업성과에 미치는 정적인 영향은 지각가능성에 의해 조절되지 않는 것으로 확인하였다.

4.5 가설검증 결과요약

이상의 실증연구 상의 가설검증 결과를 다음 <표 9>와 같이 요약되었다.

<표 9> 가설검증 결과의 요약

가설		채택 여부
H1	사업다각화 → 기업성과 (+)	채택
H1-1	제품다각화 → 기업성과 (+)	채택
H1-2	시장다각화 → 기업성과 (+)	채택
H2	'사업다각화 → 기업성과(+)'에 대한 지각가능성의 조절효과	부분 채택
H2-1	'제품다각화 → 기업성과(+)'에 대한 정책금융의 조절효과	채택
H2-2	'시장다각화 → 기업성과(+)'에 대한 정책금융의 조절효과	기각
H2-3	'제품다각화 → 기업성과(+)'에 대한 경영지원의 조절효과	채택
H2-4	'시장다각화 → 기업성과(+)'에 대한 경영지원의 조절효과	기각

이는 선행연구결과에 따라 수도권 및 충청권에 소재하고 있는 중소기업에서의 사업다각화가 기업성과에 영향을 미치고 중소기업의 지각가능성이 사업다각화와 기업성과의 관계에 있어 조절변수의 역할을 할 것으로 가설을 세웠으며 다음과 같이 검증한 결과를 정리하였다.

첫째, 중소기업의 기업성과에 대한 사업다각화의 인과관계를 검증하였으며 결과적으로 통계적으로 유의한 수준에서 정적인(+) 영향력을 발휘되고 있는 것으로 나왔다.

둘째, 중소기업의 기업성과에 대한 지각가능성의 인과관계 검증하였으며 통계적으로 부분적으로 유의한 수준에서 정적인(+) 영향력을 발휘되고 있는 것으로 나왔다. 즉 지각가능성 변수 중 경영지원 변수가 통계적으로 유의한 수준에서 제품다각화와 기업성과의 관계를 조절하며, 또한 정책금융 변수가 통계적으로 유의한 수준에서 제품다각화와 기업성과의 관계를 조절 하는 것으로 나타났다. 반면, 지각가능성의 변수 중 금융지원은 시장다각화와 사업성과 간의 관계를 조절하지 않는 것으로 나타났고 또한 지각가능성의 변수 중 경영지원도 시장다각화와 기업성과 간의 관계를 조절하지 않는 것으로 나타났다.

V. 연구 결론 및 한계

본 연구의 가설 검증 결과는 중소기업의 사업다각화의 제품다각화와 시장다각화가 기업성과를 향상시키는 것으로 나타났으며, 제품다각화가 기업성과에 미치는 영향에 있어 지각가능성이 유의하게 조절하는 것으로 나타났다. 그러나 시장다각화가 기업성과에 미치는 영향에 있어 지각가능성에 의해 조절되지 않는 것으로 확인되었다. 사업다각화가 기업성과에 영향을 미친다는 연구 결과는 중소기업들은 기업성과를 높이기 위해서는 제품다각화가 중요하다는 것을 시사한다. 기업의 사업다각화는 기본적으로 제품 생산을 서로 다른 종류의 제품을 개량 생산과 개발함으로써 제품다각화로 인하여 시장의 개척함을 다원화 할 수 있다. 또한 제품다각화는 기업이 자원에 대한 브랜드, 마케팅, 기술의 공유, 인터넷 등을 효과적으로 이용하여 거래 비용을 줄이는 전략이기도 하다. 이는 차현배(2010)의 기업성과를 지속하기 위해서는 지속적인 제품의 다각화의 관리를 갖고 관리하는 것이 중요하다고 언급한 것과 일맥상통하고 있다.

이와 함께 본 연구에서 실증 했듯이 지각가능성 역시 중소기업 기업성과의 향상을 위해 중요하다고 판단된다. 특히, 세계 경제와 국내 경제가 어려운 상황 속에서도 4차 산업혁명으로 인해 새로운 기술이 빠른 속도로 도입되고 있어 지각가능성의 역할은 더욱 더 중요하게 인지되고 부상할 것으로 전망되고 있다. 한국에서 중소기업은 대기업에 비해 자본이나 인력 투자를 등을 비교해 볼 때 매우 부족하다. 따라서 중소기업이 차별적인 아이디어 제품의 개발 및 출시하거나 기존 제품의 성능을 높일 수 있도록 지원할 수 있는 정책자금, 경영지원 등을 활용하는데 대한 인식인 지각가능성이 더욱 필요하다. 이와 관련하여 Shane & Venkataraman(2000)는 효율적으로 공유하고 새로운 기회를 활용함으로써 기업 성장에 기여하게 하는 지각가능성을 강조하는 바 있다.

이상의 연구 결론과 시사점에서 발견된 본 연구의 차별적 가치에도 불구하고 본 논문은 연구의 완성도 측면에서 몇가지 한계를 지니고 있어 후속 연구를 통해 이를 보완하여 해당 연구의 일반화를 위해 추가 검증을 진행할 필요가 있다.

첫째, 본 논문은 시간적인 제약이 있어 횡단적 연구로 진행되었으므로 차후에 연구는 시간적 변화를 반영한 종단적 연구를 함으로서 변수들 간의 인과관계를 장기간에 시간을 갖고 검증할 필요가 있다.

둘째, 설문조사 및 자료 수집상의 제약으로 중소기업이 여러 지역에 분포되어 있지만 본 실증 분석은 수도권과 경기도에 한하여 진행되었다. 따라서 다른 지역을 영남, 호남 등을 포함해서 표본의 범위를 확장함으로써 본 연구 결과를 일반화 하여 검토할 필요가 있다.

셋째, 기업성과에 영향을 미치는 결정 요인으로 사업다각화와 지각가능성외에도 기업의 내부 R&D 및 사업화와 관련된 다양한 변수들을 추가하여 차후에 후속 연구를 진행할 필요

가 있다.

넷째, 본 연구에서는 사업다각화와 기업성과간의 조절변수로 지각가능성을 채택하여 실증한 결과 사업다각화 중 제품다각화는 유의한 것으로 나타났으나 시장다각화는 유의하지 않은 것으로 나타났다. 즉 사업다각화가 기업성과에 정적인 영향이 지각가능성에 의해 조절될 것으로 예상하였으나 본 연구에서는 결과와 같이 부분적으로만 조절되는 것으로 확인되었기에 표본을 달리하여 차후에 후속 연구를 진행하여 실증 결과가 어떻게 달라지는 지에 대한 연구를 권장된다. 특히, 본 연구는 설문지 응답자 대부분이 마케팅/영업직 종사자의 사원과 대리급에 집중되어 있고 기업업력에 비해 5년 이하의 근무자에 집중되어 있어 차후에 후속 연구는 보다 표본의 범위가 폭넓고 균형을 가지도록 확장하여 진행할 필요가 있다.

앞으로 더욱더 후속 연구를 함에 있어 본 연구의 주요한 실증 결과들을 보완하고 제품다각화의 결정 요인과 지각가능성을 분석함으로써 차후에는 더욱더 차원이 있고 다양화함으로써 서로 상관관계를 비교 분석함으로써 중소기업의 발전을 위해 더욱 더 유의미한 시사점들이 도출되기를 바란다.

REFERENCE

- 장인숙(2003). *호텔 기업의 환경경영전략 조직구조 및 기업성과의 구조적 관계 분석*, 박사학위논문, 경기대학교.
- 김복수(2009). *특허보유기업의 정보기술이 기업성과에 미치는 영향에 관한연구*, 박사학위논문, 건국대학교.
- 김신애·권기대(2015). *중농산물 브랜드 시자에서 농산물 공급자-소비자 간의 관계 만족요인, 농촌경제*, 38(1), 21-51
- 김지연(2013). *중소기업의 대기업과의 협력이 기업성과에 미치는 영향*, 박사학위논문, 경기대학교.
- 권희석(2017). *여행기업의 사업다각화와 지식경영활동이 경영성과에 미치는 영향*, 박사학위논문, 경희대학교.
- 손현철(2013). *기술혁신성공요인, 혁신역량과 기업성과의 관계: 정부 지원제도의 조절효과를 중심으로*, 박사학위논문, 충북대학교.
- 송동석(2016). *기업가 정신과 경영혁신역량활동이 중소기업 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구*, 박사학위논문, 경기대학교.
- 이제영(2010). *중소기업 발전에 관한 연구 금융지원제도를 중심으로*, 석사학위논문, 단국대학교.
- 차현배(2010). *사업다각화가 중소 벤처기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구*, 석사학위논문, 건국대학교.
- Alchain, A.(1950). *Uncertainty,Evolution,andEconomicTheory*, *Journal of Political Economy*, 58, 211-221.
- Ansoff, H. Igor.(1957). *Strategies for Diversification*, *Harvard Business Review*, 35(5), 113-124.
- Cha, H. B.(2010). *A study on the effect of business diversification on management performance of SMB and venture companies*, Master Thesis. Konkuk University Graduate School.
- Kang, I. S.(2003). *A study on the structural relationship analysis of management environment, strategy, firm structure and performance in hotel industry*, Doctoral dissertation, Kyonggi University.
- Kim, B. S.(2009). *A Study of the Effect on Business*

- Performance from the Information Technology Strategy of a Patent Holding Company*, Doctoral dissertation, Konkuk University Graduate School,
- Kim, J. Y.(2013). *The Effects of SMEs' Collaboration with Large Enterprises on Company Performance*, Doctoral dissertation, Soongsil University Graduate School.
- Kim, S. A., & Kwon, G. D.(2015). The relationship between farmers' supplier satisfaction and consumer satisfaction factors, *Rural Economy*, 38(1), 21-51
- Kwon, H. S.(2017). *The effects of business diversification and knowledge management on management performance*, Doctoral dissertation, Graduate School of Kyung Hee University: Department of Hotel Management.
- Lee, J. Y.(2010). *A Study on Small Medium Enterprises Development*, Master Thesis, Dankook University.
- Nunnally, J. C.(1978). *Psychometric theory. 2nd Edition*, McGraw-Hill.
- Penrose, E.(1959). *the Theory of the Growth of the Firm*, Blackwell, Oxford.
- Porter, M. E., & Millar, V. E.(1985). *How Information Gives You Competitive Advantage*, Harvard Business Review, July-August. 1985.Schumpeter, J. A.(1934). Change and the Entrepreneur, *Essays of JA Schumpeter*.
- Shane, S., & Venkataraman, S.(2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research, *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Song, D. S.(2016). *A role of entrepreneurship and managerial innovation capability acitivity on the SME's business performance*, Doctoral dissertation, Gyeonggi University Graduate School.
- Son, H. C.(2013). *The Relationship among Technological innovation Factors, Innovation Capability and Business Performances*, Doctoral dissertation, Chungbuk National University Graduate School.
- Rumelt, Richard P.(1982). Diversification Strategy and Profitability, *Strategic Management Journal*, 3(4), 359-369.
- Venkataraman, N., & V. Ramanujam.(1986). Measurement of Business Performance in Strategy Research: A Comparison of Approaches, *Academy of Management Review*, 11(4), 801-814.
- Villalonga, Belen.(2004) Diversification Discount or Premium? New Evidence from the Business Information Tracking Series. *The Journal of Finance*, 59(2), 479-506.

The Impact of Small and Medium Enterprises of Business Diversification on Corporate Performance: Focused on the Moderating Effect of Perceived Possibility (Policy Finance, Management Support)

Kim, In Kwon*
Huh, Chul Moo**

Abstract

With the advent of the 4th Industrial Revolution, destructive technologies have become more frequent and companies are facing difficulties in survival with existing technologies, and companies are pursuing the survival or growth of businesses through business diversification as a countermeasure. There is a lack of research on the effects of perceived possibility of policy finance and management support, which act as a driving force of corporate growth, on firm performance. The purpose of this study is to demonstrate the effect of business diversification on the performance of SMEs. For this study, data were collected from 525 employees of 20 SMEs. Statistical analysis was performed using regression analysis. First, the product diversification and market diversification, which are independent variables of business diversification of SMEs, have a positive (+) influence on firm performance. Second, it is shown that product diversification, which is an independent variable, is controlled by the possibility of perceiving as a controlling variable in the effect of product diversification, which is a dependent variable, while market diversification during business diversification is not controlled by perception appear. This analysis suggests that SMEs need product diversification to create corporate performance. After discussing the above conclusions and implications, the direction of the research for the follow - up study was suggested.

Keywords: SMEs, Business diversification (product diversification, Market diversification), Perceived possibility (strategy establishment, R & D), Corporate performance

* First Author, Dept. of Information Management, Graduate School of Venture, Hoseo University, greenikim@naver.com

** Corresponding Author, Professor, Professor, Dept. of Information Management, Graduate School of Venture, Hoseo University, telekan@naver.com