

사람중심 기업가정신이 중소기업 핵심역량과 기업성과에 미치는 영향

The Effect of Humane Entrepreneurship on the Core Competencies and Corporate Performance of SMEs

김광현, 동학림

호서대학교 정보경영학과

Kwang-Hyun Kim(ipanzer@naver.com), Hak-Lim Dong(hldong9@hanmail.net)

요약

급변하는 경제 환경 속에서 기업의 지속적인 성장(Scale-up)을 위해 기업가정신의 역할이 중요해지면서 많은 연구가 이루어지고 있다. 그러나 그간의 연구는 효율만을 강조하는 사업 중심의 기업가 정신을 주로 다루어 왔다. 그러나 4차 산업혁명 시대를 맞이하면서 기업의 효율보다는 사람이 더 중요시되고 있는데 반해 사람중심의 기업가정신 연구는 활발히 진행되지 못하였다. 특히, 중소기업에 대상으로 한 연구는 미비한 실정이다. 이에 본 연구에서는 기존 전통적 기업가정신에 이어, 사람중심 기업가정신이 중소기업 핵심역량에 어떠한 영향을 미치는지, 핵심역량은 기업성과에 어떤 영향을 주는지를 연구하는데 목적이 있다.

본 연구에서는 사람중심 기업가정신의 관점에서 중소기업 핵심역량과 기업성과를 살펴보기 위해 전통적 기업가정신과 사람중심 기업가정신 그리고 기업성과를 요인으로 선정하였고 이들을 중심으로 연구모형을 개발하여 총 5개의 가설을 설정하였다. 가설검증을 위해 서울경기지역에 소재한 중소기업 최고경영자와 임직원 등 간부를 대상으로 2018년 6월 26일부터 8월 1일까지 총 36일에 걸쳐 설문조사를 실시하여 최종 310개를 분석하였다.

그 결과, 전통적 기업가정신과 사람중심 기업가정신 모두 중소기업 핵심역량에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났고, 중소기업 핵심역량도 비재무성과와 재무성과 둘 다 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 비재무성과는 재무성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이러한 분석결과를 종합해 볼 때, 기업가정신 특히, 사람중심 기업가정신이 전통적 기업가정신에 못지않게 중소기업에 있어서 매우 중요하기에 사람중심 기업가정신 제고가 필요하다는 것이 본 연구의 시사점이라 할 수 있다.

■ 중심어 : | 사람중심 | 기업가정신 | 핵심역량 | 기업성과 |

Abstract

As the role of entrepreneurship has become more important for continuous business growth in a rapidly changing economic environment, numerous studies dealing with entrepreneurship are taking place. However, recent studies has concentrated mainly on business-oriented entrepreneurship which emphasizes corporate efficiency only. While in the era of fourth industrial revolution human resources are more important than corporate efficiency, the existing literature is largely focused on traditional entrepreneurship. Research on humane entrepreneurship has not been rigorous, and there are few studies involving small and medium-size enterprises (SMEs) in particular. The purpose of this study is to fill in this void by investigating the effect of humane entrepreneurship on core competencies of SMEs and the effect of these core competencies on corporate performance.

To examine SMEs core competencies and their performance from the perspective of humane entrepreneurship, this study set up traditional entrepreneurship and humane entrepreneurship as variables, and develop research model based on these variables. This study tests 5 different hypothesis using this model. A survey was conducted among CEOs and executives at SMEs in Seoul and Gyeonggi-do, South Korea from, June 26 to August 1, 2018. A total of 310 questionnaires were analyzed.

The results show that both traditional and human entrepreneurship have a positive effect on the core competencies of SMEs, which are core competency factors, and that core competencies positively affect both non-financial performance and financial performance. Moreover, non-financial performance is found to have positive effect on financial performance.

Given these findings, this study suggests that humane entrepreneurship is critical to SMEs and their performance, no less than traditional entrepreneurship. This study provides profound implications of necessity of raising humane entrepreneurship in environment of companies.

■ keyword : | Humane Entrepreneurship | Entrepreneurship | Core Competencies | Performance |

I. 서론

오늘날 세계화(globalization)와 지역주의(regionalism)의 확산에 따라 세계경제의 불확실성은 증대되고, 통신 및 인터넷의 급속한 발달과 클라우드 슈밥(2016)이 다보스포럼에서 주창한 4차 산업혁명시대를 맞아 변화의 속도는 그 어느 때보다 빠르게 전개되고 있다[1]. 피터 드러커(2004)는 “변화를 탐구하고 변화에 대응하며, 변화를 기회로 이용하는 기업만이 살아남을 수 있다”고 역설하면서 기업가 정신의 중요성을 강조하였다[2]. 이와 같이 기업가정신(corporate entrepreneurship)은 그동안 많은 학자에 의해 연구가 활발히 진행되면서 기업이 성장하는데 크게 기여를 해왔다. 그러나 기존의 기업가정신은 효율을 중시하는 사업중심 기업가정신을 주로 연구해 왔다. 이는 대기업위주의 경제성장, 오톤중심과 비용감축을 최우선으로 하는 효율주도형(efficiency driven country) 경제에 집중한 결과였다. 이제는 효율주도형 경제에서 혁신을 통한 혁신주도형(innovation driven country) 경제를 정착시켜 나가기 위해서는 기업가정신의 변화가 불가피하게 되었다.

이필상(2018)은 “1~3차 산업혁명이 사람의 손을 기계가 대체하는 혁명이라면 4차 산업혁명은 사람의 두뇌를 기계가 대체하는 혁명이다”라고 하였다[3]. 과거 사람에 대한 인식이 사업을 수행하는 수단으로만 보던 관점이 강했다면, 이제는 사람이 변화와 혁신을 주도하는 중요한 기업 자원이며 가치를 함께 창출하고 나누어야 할 목표가 되었다[4]. 따라서 사업 중심인 전통적인 기업가정신의 개념에 사람이 중심이 되는 사람중심 기업가정신(Human Entrepreneurship)의 필요성에 대한 관심이 점차 높아지고 있다. 사람중심 기업가정신은 세계 중소기업학회(ICSB)의 두바이선언(2015.6)을 필두로, 자카르타선언(2015.8), 브에노스아이레스선언(2015.10), 서울선언(2016.4), UN선언(2016.6)을 통해 사람중심 기업가정신 개념이 정리되면서 중소기업의 장기적인 성장을 위해서는 사람중심의 기업가정신이 필요하다는 공감대가 형성되었다.

토마스제어 왓슨(2002)은 기업이 성공하느냐 실패하느냐의 실제 차이는 그 기업에 소속되어 있는 사람들의 재능과 열정을 얼마나 잘 끌어내느냐 하는 능력에 의해 좌우 된다고 하였다[5]. 이에 본 연구에서는 선행연구를

토대로 전통적 기업가정신과 사람중심 기업가정신이 핵심역량에 미치는 영향과 핵심역량이 기업성과에 미치는 영향 등을 확인하고자 포괄적인 통합모형(comprehensive model)을 구축하여 실증연구를 수행하고자 한다. 전통적 기업가정신은 혁신성과 진취성, 위험감수성을 하위변수로 설정하고, 사람중심 기업가정신은 권한위임, 직원공감, 직원육성을 하위변수로 설정하였으며, 중소기업 핵심역량의 하위변수로 기술역량, 마케팅역량 및 네트워크역량을 설정하고 변수 간 관계를 연구하였다. 특히, 이번연구는 중소기업을 경영하고 있는 경영간부를 대상으로 기존 전통적 기업가정신에 사람중심 요소를 추가하고 융합한 실증연구를 수행한다는 점에서 큰 의미가 있다고 하겠다.

본 연구를 토대로 사람중심 기업가정신에 대한 이론적 기여는 물론 중소기업이 지속적인 성장이 가능하도록 도움을 주고자 한다. 본 연구에서는 연구목적을 달성하기 위해 먼저, 각 개념들에 대해 선행연구를 문헌고찰을 통해 탐색하였고, 기존연구를 바탕으로 연구모형과 설문지를 설계하였으며, 구조방정식모형을 활용하여 요인분석과 가설검증 등 실증분석을 실시하였다.

II. 이론적 배경

1. 전통적 기업가정신의 개념과 구성요소

1.1 전통적 기업가정신 개념

기업가정신(corporate entrepreneurship)하면, 대표적인 학자로 Schumpeter를 꼽는다. Schumpeter(1934)는 1912년 발표한 「경제발전론」에서 창조적파괴(creative destruction)를 통해 기술혁신에 앞장서는 기업가를 혁신가(Innovator)라 하였고[6], Miller(1983)는 기업가정신을 제품과 시장의 혁신을 도모하고 어느 정도 위험은 감수하면서 진취적으로 대응하여 경쟁자보다 우월적인 지위를 확보하는 기업이라고 정의하였고 구성요소로 혁신성, 진취성, 위험감수성을 제시하였다[7]. Lumpkin & Dess(1996)은 불확실한 환경에서 조직의 목표달성과 성과향상을 통한 지속적인 경쟁우위 확보를 위해 매우 중요한 요소라 하였고[8], 기업가 정신을 새로운 가치창출을 위한 혁신적이고 진

취적이며, 위험을 감수하면서 자원을 배분배하거나 재결합하는 활동이라 정의하였다[9]. 이처럼 기업가정신은 경영학 연구 분야에서 다루는 여러 주제가운데 비교적 짧은 역사임에도 불구하고 실무에서 필요성과 중요성의 대두로 연구가 가속화 되고 있다[10]. 그러나 많은 연구에도 불구하고 기업가정신에 대한 정의가 일치되지 못하고 있는데 김영수, 김현구(2018)는 개인에 적용될 때는 기업가정신으로, 조직에 적용될 때는 사내기업가정신 또는 기업가지향성 등으로 개념이 확장되어 왔지만, 일부 연구들은 개인이나 조직을 구분하지 않고 적용하는 등 엄밀히 구분하여 사용되지 않는 실정이라 하였다[11]. 이에 본 연구에서는 기업가정신을 위험을 감수하고, 혁신적이고 진취적인 생각을 바탕으로 새로운 가치를 창조해 나가는 기업가적 활동을 전통적 기업가정신이라 정의하였으며, 중소기업 경영자 및 간부 개인을 대상으로 기업가정신을 측정하고자 설계하였고 구성요소로 일반적 개념인 혁신성, 진취성, 위험감수성으로 분류하여 연구를 진행하였다.

1.2 구성요소

혁신성(Innovativeness)은 현재에 만족하지 않고 새로운 제품과 시장개척, 새로운 생산방식, 새로운 결합을 혁신(Innovation)이라 하였다[6]. Lumpkin & Dess(1996)은 혁신성을 새로운 아이디어와 참신성, 실험과 프로세스를 지원하는 기업성향으로 이를 바탕으로 새로운 제품개발 및 서비스, 프로세스를 창출한다고 하였고[7], 혁신의 아이콘이라 불리는 스티브잡스는 진정한 혁신은 업계의 흐름을 바꾸고 사회상까지 바꾼다고 하였다[12].

진취성(Proactiveness)은 시장에서 신제품을 도입할 때 경쟁지향적이며 미래지향적인 관점에서 미래요구를 형성하는 것이라 하였다[7]. 또한, 경쟁사에 앞서 제품 및 서비스를 개발하는 미래지향적인 예측능력으로 공격적으로 경쟁자를 압도할 수 있는 성향이라고 하였다[13].

위험감수성(Risk-taking)은 위험감수성이 높은 사업을 선호하는 경향으로 경쟁사에 비해 적극적으로 기회를 탐색하려는 의욕이라 정의하였다[14]. 위험감수성은 불확실한 미래의 상황임에도 불구하고 과감히 도전하고 성취하려는 노력의 정도라고 하였으며[15], 불확실

성이 존재하는 의사결정과정에서 위험을 감수하더라도 기회를 포착하고자 하는 위험 선호적 의사결정을 하는 성향을 말한다.

2. 사람중심 기업가정신의 개념과 구성요소

2.1 사람중심 기업가정신 개념

기존의 기업가정신에서 기업 경영자는 기업을 관리하는 관리자인 동시에 혁신가로서의 역할을 부여받으면서 Suhumpeter, Miller, Drucker 등 많은 학자들에 의해 기업가정신이 연구되어 왔지만 사람중심 개념은 인적자원관리부문과 사회적 자본 등에서 일부 다루어져 왔다. 그러나, 급속한 경영환경의 변화와 기업의 성장정체, 4차 산업혁명시대를 맞이하면서 과거 효율만을 강조하는 사업 중심의 기업가정신이 한계에 직면하면서 이를 극복하고자 기존의 기업가정신 개념에 사람중심 요소를 새로 추가하고 이를 융합한 사람중심 기업가정신이 필요하게 되었다[16]. 사람중심 기업가정신은 세계중소기업학회 두바이선언(2015.6)을 통해 알려지면서 점차 관심을 받고 있으며, 기업가정신을 기업가가 스스로 돈 벌기에 집중하면 기업가정신 1.0, 기술과 시장개발에 도전하면 기업가정신 2.0, 사람을 존중하며 가치를 공유하면 기업가정신 3.0이라 주장하였다[17]. 사람중심 기업가정신은 인적자원관리(Human Resource Management : HRM)부문에서 조직의 성과가 높은 이유에 대한 연구내용[18-21] 이외에 이해관계자이론, 리더십이론, 인본주의 경영이론에 근거를 두고 있다[16]. 선행연구에서 배종태, 송창식 등은 사람중심 기업가정신은 권한위임으로 직원의 열정을 만들고, 공감으로 직원의 협력을 얻어내고, 역량개발로 직원의 능력을 키운다고 하였으며[4], 사람중심 기업가정신은 조직 내에 인간애와 인간중심 리더십을 유지하면서 기업의 발전을 추구하는 것이라고 정의하였다[22]. 조금 다른 측면에서 서여주(2017)는 사람중심 기업가정신을 기존 인적자원관리(HRM)의 확장이 아닌 사람의 내면적 가치창출에 중심을 둔 인적가치관리(Human Value Management : HVM)측면에서 보는 것이 합당하다고 주장하였다[23]. 이제 사람중심 기업가정신을 사회적 기업가정신, 사내기업가정신, 대학 기업가정신 등과 같이 기업가정신 연구의 한 영역으로 자리매김 해야 할

때라고 하였다[4]. 따라서 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 사람중심 기업가정신을 직원이 열정을 갖고 자율적이고 능동적으로 행동하도록 권한을 위임하고, 조직의 비전을 공유하고 협력하는 공감대를 형성하는 한편, 개인과 조직이 함께 발전해 나가도록 직원을 육성하는 것이라 정의하였다. 사람중심 기업가정신의 구성요소는 다양할 수 있지만 선행연구를 기반으로 권한위임, 직원공감, 직원육성 3가지로 분류하여 연구하고자 한다.

2.2 구성요소

권한위임(empowerment)은 권한을 조직 내에서 하급자에게 책임을 재분배하는 과정이라 하였으며[24], Spreitzer(1996)는 권한을 위임받은 직원은 조직 내에서 상당적인 영향력과 혁신적인 영업력을 발휘하면서 성과를 향상시킬 가능성이 높다고 주장했다[25]. 변혁적리더십은 조직의 목표에 대한 헌신과 열정, 권한위임이라 할 수 있고[26], 권한을 위임받은 직원은 직무에 대한 의미성이 높고, 자기결정 영향력을 행사함으로써 조직참여도가 높아지는 결과를 보이고, 이에 따라 권한 위임이 낮은 조직구성원 보다 이직가능성이 적다고 하였다[27]. 호텔관리자를 대상으로 한 실증연구에서 권한위임은 조직민첩성에 유의한 결과를 보여주어 하위 직원의 사기진작은 물론 고객만족으로 이어져 경영성과에 도움을 준다는 결과를 도출하였다[28].

공감(empathy)은 타인의 상황을 이해하기 위해 타인의 입장에서 자신을 이입시키고, 타인의 입장에서 감정을 이해하고 느끼는 능력이라고 하였다[29]. Schwartz(1991)는 서번트리더십을 조직구성원 각자를 리더라고 인식하고, 구성원의 공감을 통해 조직의 목표를 달성하는 요인이라 하였으며[30], 이해관계자이론(stakeholder theory)에서는 기업이 추구하는 가치와 관련하여 협력적인 동시에 경쟁적인 여러 이해관계자가 있음을 주장하였다[31]. 이는 기업이 균형성장을 도모하기 위한 공감과 동기부여의 이론적 기반이라 할 수 있다. 또한, 정부의 성과공유제 지원정책으로 기업과 직원간의 성과를 공유하는 성과공유제 도입이 기업성과에 긍정적인 영향을 주었다는 연구결과가 있다[32].

직원육성(enablement)은 인본주의 경영이론

(humanistic management theory)에서 기업경영에 있어 구성원의 인간으로서의 존엄성을 인정하고 그들이 처한 상황과 조건을 이해하는 것을 의미한다고 하였는데[33], 이는 구성원의 역량개발을 통한 개인의 성장과 발전을 통해 조직전체의 기업가적 역량이 증대한다는 의미라 할 수 있다. 또한, 기업의 지속적인 성장을 위해서는 인적자원과 관련한 채용, 배치 등의 기본방향과 더불어 직원의 교육, 훈련, 보상, 평가가 필요하다고 하였다[34]. 정태영, 최운실(2009)은 리더의 역량과 관련하여 직원육성에 대한 노력의 중요성을 주장하였으며[35], 직원육성과 관련하여 교육훈련 운영과 교육비 지원정책은 조직구성원의 직무만족과의 관련성이 크다는 연구결과를 제시하였다[36].

3. 중소기업 핵심역량의 개념과 구성요소

3.1 중소기업 핵심역량 개념

Prahalad & Hamel(1990)은 기업의 핵심역량은 고객의 가치를 높이거나 신규 사업으로 진출할 수 있는 능력이라고 하였다[37]. 핵심역량은 다른 기업이 쉽게 모방할 수 없는 경쟁력이 높은 제품이나 서비스를 만들어 낼 수 있는 원천능력이라고 하였으며[38], 핵심역량은 기업의 경영자원 중에서 경쟁기업과의 경쟁우위를 제공하는 기업의 우월적인 능력이라고 개념화 된다[39]. 이와 같이 기업의 핵심역량으로 많은 선행연구들은 기술역량, 마케팅역량, 네트워크역량, 자원역량, 인력자원역량, 브랜드역량 등을 독립변수로 사용하였다[13][36][37][40]. 본 연구에서는 중소기업이 갖춰야 할 핵심역량으로 경쟁기업과 차별화한 기술역량과 소비자를 이해하고 시장 판매활동에 강점이 있는 마케팅역량 특히, 기업간 제휴를 통한 협업으로 경쟁력을 높여 나가는 네트워크역량을 중소기업 핵심역량이라 정의하였다. 이에 구성요소를 선행연구를 이론적 기반으로 3가지 구성요소인 기술역량, 마케팅역량, 네트워크역량의 3가지 구성요소로 정의하고 연구하고자 한다.

3.2 구성요소

기술역량(technological capability)은 혁신을 통해 이루어지는 과정으로서 기술혁신은 기존의 자원에 새로운 부(富)를 생산하는 능력이라 하였고[41], Pavitt(2002)

는 기업의 이익창출을 위한 새로운 제품과 서비스의 지속적인 전환능력이며[42], 기업의 기존 시스템과 새로운 혁신을 통합하는 역할을 한다고 하였다[43]. 즉, 기술역량은 개별기업이 보유하고 있는 기술과 관련된 역량으로서 기업의 기술혁신을 촉진하는 일련의 기업의 특성이라고 정의할 수 있다[44].

마케팅역량(marketing capability)은 기업의 마케팅 기획능력 및 실행능력, 시장정보관리능력과 같은 마케팅능력과 시장에 대한 기업의 전략변화, 재배치 등의 적극적인 조직능력을 의미하고, 제품역량, 가격역량, 유통역량, 촉진역량, 마케팅조사역량, 관리역량, 판매역량 등 일곱 개의 하위요소들로 구성되어 있다[45]. 장성수(2015)는 마케팅역량을 제품, 가격, 유통, 촉진의 마케팅믹스(4p's: Product, Price, place, promotion)를 관리하는 능력으로 볼 수 있고, 관리자에 의해 통제 관리가 가능한 요소들을 활용한다는 의미라고 하였다[46].

네트워크역량(Network capability)과 관련하여 Hamel(1991)은 기업 간의 전략적 제휴가 참여 기업들로 하여금 범위의 경계를 창출할 수 있도록 도와줘 시장경쟁력을 향상시키고 제휴기업간 기술의 재분배 등 협력적인 학습기회를 준다고 하였으며[47], 네트워크역량은 상호보완적인 측면에서 기업들의 보유역량을 제휴를 통해 서로 부족한 부분을 보완함으로써 제휴기업 각각의 경영목표를 보다 쉽게 성취할 수 있다고 하였다[48].

4. 기업성공의 개념과 구성요소

기업성공은 기업이 보유한 자원을 활용하여 기업의 경영목표를 달성하는 정도를 나타내는 것으로서 조직구성원의 동기부여와 보상기준이 된다고 하였다[49]. 또한 기업의 경영성공은 대체적으로 재무성과와 비재무성과로 구분하여 측정되고 있으며 이중 재무성과는 안정성, 성장성, 수익성 측면을 측정지표로 사용되고 있으며 기업분석 자료로 많이 사용되고 있는 지표들이다 [11]. Covin & Slevin(1991)은 중소기업에 대한 성과 측정은 주로 주관적인 지표를 사용하는데 이는 중소기업 특성상 재무자료의 공개를 꺼리고 정확성도 낮은 것이 원인이라고 하였다[14]. 그러나 연구결과, 주관적인 지표로 측정한 결과와 객관적인 지표로 측정한 결과간의 상관관계가 매우 높다는 사실이 확인되었다[50]. 따

라서 본 연구에서는 기업성과 측정을 주관적인 지표로 평가하면서 측정을 보다 구체화하기 위해 최근 3년간 기업성공으로 한정하여 측정하였으며[51][52], 측정항목은 선행연구를 기반으로 비재무성과는 고용인력 증가 여부, 직원 소속감과 만족도 증가여부, 이직률 하락여부로 측정하였고, 재무성과는 매출액, 순이익, 총자산, 시장점유율의 증가여부와 현금흐름의 원활여부를 측정하였다.

III. 가설의 설정과 연구방법

1. 가설의 설정

1.1 전통적 기업가정신과 핵심역량과의 관계

신진교, 임재현 (2014)은 기업가정신이 기술혁신에 유의한 영향을 미친다는 연구결과로 기업가정신은 기술혁신을 기반으로 기술역량에 영향을 미친다고 하였으며[53], 박동수, 구인회(2007)는 기업가정신을 가진 기업은 고객의 욕구에 민감하고 시장에서 기회를 찾고자하는 성향이 강해 기업가정신이 마케팅역량에 직접적인 영향을 미쳐 마케팅역량을 강화한다고 하였다 [54]. 벤처기업의 기업가정신은 기업성공에 간접적인 영향을 미치기보다 기술역량과 마케팅역량에 직접적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다[55]. 또한, 기업가정신은 기업목표를 달성하기 위해 새로운 신시장과 협력하는 기업을 탐색하고 많은 경영상의 문제점을 해결하는데 있어 사회적 자본으로서의 네트워크역량을 증가시킨다고 분석하였으며[56][57], 이재훈, 양현주(2011)의 연구에서도 기업가정신이 기술 및 마케팅역량, 네트워크역량을 높이고 기업성공을 높이는데 긍정적인 영향을 준다고 주장하였다[58]. 이상의 문헌적 연구를 종합해 보면, 기업가정신이 핵심역량을 강화시킨다고 볼 수 있으며, 본 연구에서도 전통적 기업가정신은 중소기업의 핵심역량인 기술역량과 마케팅역량, 네트워크역량에 영향을 미친다는 것을 확인하고자 다음과 같이 가설을 설정하였다.

[가설 1] 전통적 기업가정신은 중소기업 핵심역량에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

1.2 사람중심 기업가정신과 핵심역량과의 관계

Brown & Peterson(1993)은 결정권을 하부에 위임하는 권한위임은 직원들이 열정을 갖고 고객의 요구와 문제를 현장에서 유연하고 신속하게 처리하여 충성고객으로 만들고 기업의 역량을 강화하는데 기여했다고 하였으며[59], 성과에 영향을 주는 요인으로 목표의 명확성, 다양한 조직문화와 함께 권한의 집중화 정도가 조직성과에 중요한 영향을 미치는 변수들로 입증되었다[43]. 김종현(2006)은 경영층과 직원간의 상호 공감을 통해 기업 내 핵심역량인 기술역량과 마케팅역량을 증진시켰다고 하였다[60]. 직원육성과 관련해서 김훈, 김능진(2009)은 학습역량을 통해 다른 기업이 모방이 불가능하여 경쟁우위로 이어지도록 자체 보유역량에 대한 고찰과 강화전략이 필요함을 주장 하였다[61]. 한편, 박노윤(1997)은 조직구조 차원에서 유연한 조직은 조직 구성원에게 보다 많은 권한이양과 자율성을 부여하여 환경변화에 대한 신속한 대응능력과 혁신역량을 촉진하는 특성을 가진다고 하였다[62]. 따라서 사내기업가정신, 인적자원관리 등 선행 문헌내용을 토대로 사업보다 사람에 초점이 맞춰진 권한위임과 공감, 직원육성으로 구성된 사람중심 기업가정신이 중소기업 핵심역량인 기술역량과 마케팅역량, 네트워크역량에 직접적인 영향을 미치는지 확인하기 위해 다음과 같이 가설을 설정하였다.

[가설 2] 사람중심 기업가정신은 중소기업 핵심역량에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

1.3 중소기업 핵심역량과 기업성과와의 관계

중소기업 핵심역량 중 기술역량과 마케팅역량과 관련해서 Prahalad & Hame(1990)은 경쟁기업이 모방하기 어려운 자신만의 차별화된 기술역량을 보유할수록 기업성과가 높다고 증명하였고[37]. 강석민, 이형탁(2011)은 기술역량과 마케팅역량은 경쟁기업과의 비교에서 경쟁우위의 잠재적인 원천으로 작용하고 기업성과의 향상을 가능하게 한다고 하였다[63]. 이대락, 김명환(2002)은 기술혁신활동이 신제품 개발과 제품성능 개선을 통하여 매출액과 시장점유율을 확대시킨다고 하였다[64]. 네트워크역량과 관련해서 Hasen(1995)은

기업가적 네트워크역량은 소속감 또는 직무만족 등 비재무성과와 관련이 있다고 하였고[65], 44명의 기업가와의 인터뷰 결과에서 기업가적 네트워크 변수들을 도출하였다[48]. 최근 IT중소기업을 대상으로 한 연구에서는 기술역량, 마케팅역량, 네트워크역량의 핵심역량이 기업성과에 영향을 미치는 것으로 확인되었다[13]. 이와 같이 기업 핵심역량이 기업성과에 영향을 미치고 있는 것으로 많은 선행연구에서 확인되었는데 본 연구에서도 중소기업 핵심역량인 기술역량과 마케팅역량, 네트워크역량이 기업성과에 직접적인 영향을 주는지를 비재무성과와 재무성과로 구분하여 확인하고자 다음과 같이 가설을 설정하였다.

중소기업 핵심역량은 기업성과에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

[가설 3] 중소기업 핵심역량은 비재무성과에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

[가설 4] 중소기업 핵심역량은 재무성과에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

1.4 비재무성과와 재무성과와의 관계

김기태, 조봉순(2008)은 조직구성원의 태도, 구성원 간 협력, 직무만족 등의 인적자원관리가 기업성과에 영향을 준다고 하였고[66], 나인강(2011)은 비재무성과 측정요소인 이직률과 관련하여 이직률이 낮은 기업은 1인당 순이익이 증가하여 재무성과에 영향을 미친다는 결과를 입증하였다[67]. 이와 같이 직무만족을 통해 조직구성원의 소속감이 증대되었고 생산성도 향상되었으며, 이직률은 감소함으로써 직무성과는 높아지는 등 비재무성과가 재무성과로 이어지는 유의한 영향관계를 이룬다고 하였다[68]. 본 연구는 기존의 선행연구를 바탕으로 비재무성과가 재무성과에 미치는 영향을 연구하기 위해 다음과 같이 가설을 설정하였다.

[가설 5] 비재무성과는 재무성과에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

2. 연구모형

본 연구는 기업가정신이 중소기업 핵심역량에 미치

는 영향과 핵심역량이 기업성과인 비재무성과 및 재무성과에 미치는 영향, 비재무성과가 재무성과에 미치는 영향을 AMOS24를 활용하여 공분산구조분석을 통해 규명하고자 한다. 기존의 연구들은 사업중심의 전통적 기업가정신이 중소기업 핵심역량과 기업성과에 긍정적인 영향을 주고 있다는 사실에 초점을 두고 있지만, 본 연구에서는 전통적 기업가정신을 확장하여 사람중심 기업가정신이 핵심역량과 기업성과와의 영향관계와 비재무성과가 재무성과에 미치는 영향에 대해 연구하고자 한다. 연구를 위해 다음과 같이 연구모형을 설계하였다.

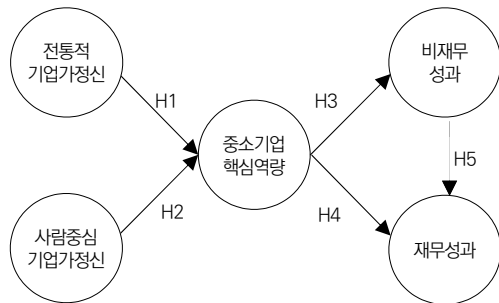


그림 1. 연구모형

3. 변수의 조작적 정의

3.1 전통적 기업가정신

중소기업이 급변하는 환경에서 지속성장을 이루기 위한 혁신적인 활동과 위험을 감수하면서 진취적인 활동을 추진하는 전통적 기업가정신으로서 기업가정신을 측정하는 변수로 가장 일반적으로 사용하는 Miller & Friesen(1983)의 세 가지 변수인 혁신성, 진취성, 위험감수성을 주요변수로 구성하였다. 구체적인 설문내용은 Miller & Friesen(1983)[69]과 Covin & Slevan(1991)[14], 원혜숙(2015)[57] 등의 설문문항을 본 연구내용에 적합하게 수정 및 보완하여 설문문항을 구성하였다. 기업가정신 총 15문항(혁신성 5문항, 진취성 5문항, 위험감수성 5문항)으로 Likert 5점 척도로 측정하였다.

3.2 사람중심 기업가정신

사람중심 기업가정신의 이론적 기반으로 전략적 기

업가정신, 이해관계자이론, 변혁적리더십, 동기부여 이론, 인본주의 경영의 5가지 이론을 참고하였고[16], 내부마케팅을 권한위임, 직원육성, 직원공감, 보상 및 고용안정, 경영충지원의 6개요인 내용[70]과 권한위임, 교육훈련, 커뮤니케이션, 보상시스템, 경영충지원의 5개요인으로 실증 분석한 선행연구를 참고하였다[71]. 또한, 인적자원관리(HRM : Human Resource Management)를 통한 조직참여와 비즈니스 성과[72]와 ‘사람중심 기업가정신’ 책자[4] 등의 내용을 토대로 본 연구에 적합하도록 수정 및 보완하여 설문문항을 구성하였다. 사람중심 기업가정신은 총 15문항(권한위임 5문항, 직원공감 5문항, 직원육성 5문항)으로 Likert 5점 척도로 측정하였다.

3.3 중소기업의 핵심역량

많은 연구자들은 중소기업 핵심역량과 관련해서 자원기반관점 등에서 핵심역량을 분류하면서 기술역량과 마케팅역량을 거의 공통적으로 포함하고 있다[40]. 마케팅역량에서는 마케팅믹스라 불리는 4P(Price, Price, Place, Promotion)와 3C(Customer, Competitor, Company)전략, STP(Segment, Target, Positioning)전략 내용을 참조하여 설문문항을 구성하였다. 네트워크역량은 사회적자본에서 연구된 측정내용(네트워크, 신뢰, 규범)을 참고하였고[73], 기업간 협력관계를 구축, 유지, 결속, 공유 등의 협력관계[74]의 측정항목을 참고하여 본 연구에 맞도록 수정 및 보완하여 문항을 구성하였다. 중소기업 핵심역량은 총 15문항(기술역량 5문항, 마케팅역량 5문항, 네트워크역량 5문항)으로 Likert 5점 척도로 측정하였다.

3.4 비재무성과와 재무성과

기업성과 측정은 중소기업 특성상 개별기업의 재무적 자료 확보와 평가 자료의 부정확성으로 성과측정을 주관적인 지표를 활용하였다[14]. 비재무성과 측정항목은 고용인력 증가, 직원 소속감, 만족도 증가, 직원 이직률 감소여부의 4개 항목[57]을 기준으로 선행연구를 참고[61]하여 측정하였으며, 재무성과는 Kaplan & Norton(1996)의 측정기준인 매출성장률, 영업이익률, 시장점유율을 기준으로 기존 연구 설문문항을 참고[11]

하여 수정 보완하였으며, IBK기업은행의 중소기업신용평가 항목의 성장성 부분의 측정지표인 자산증가 항목을 측정항목으로 추가하였다. 재무성과측정은 최근 3년간 매출액 증가, 순이익증가, 총자산증가, 시장점유율 증가, 현금흐름에 대해 5개 항목으로 구성하였다. 기업성과 측정은 총 9개 문항(비재무성과 4개 문항, 재무성과 5개 문항)으로 Likert 5점 척도로 측정하였다.

IV. 연구결과

1. 자료수집과 표본의 특성

본 연구의 자료 수집은 서울 및 수도권에 소재하고 있는 중소기업을 대상으로 2018년 6월 26일부터 7월 20일까지 총 25일에 걸쳐 중소기업체의 CEO, 임원, 팀장급이상의 간부를 대상으로 실시하였다. 설문지 배포는 중소기업 500개 업체를 대상으로 문자발송 후 네이버오피스를 이용하여 323개의 설문지를 확보하였고, 중심화경향이 심하거나 불성실한 응답자 13부를 제외하고 310부를 최종분석에 사용되었다.

본 연구의 설문에 응답한 기업에 대한 기술통계학적 특성은 [표 1]와 같다. 설문에 응답한 전체 310개 기업 중 성별은 남성이 285개로 92.0%를 차지하여 남성비율이 높게 나타났으며, 직위별로는 대표이사 170명 54.8%, 임원급 75명 24.2%, 팀장/부장급 65명 21.0%로서 모

표 1. 기술통계학적 특성

구분		빈도	비율(%)
성 별	남	285	92.0
	여	25	8.0
매출액	1,000억초과	35	11.5
	501-1000억	35	11.5
	101-500억	89	28.5
	51-100억	56	17.9
	21-50억	49	15.8
	20억이하	46	14.8
직 위	대표이사	170	54.8
	임원급	75	24.2
	부장/팀장급	65	21.0
업 종	제조업	137	44.2
	유통서비스업	85	27.4
	도소매업	21	6.8
	건설업	20	6.5
	기 타	47	15.1

두 조직을 대변하는 표본이라 할 수 있다. 매출액은 500억 미만이 77.0%이며 1,000억원을 초과하는 중소기업은 11.5%였다. 마지막으로 업종별로는 제조업이 137개로 전체의 44.2%, 유통서비스업 85개, 27.4%, 도소매업은 21개, 6.8%, 건설업은 20개, 6.5%로 나타났다.

2. 변수의 신뢰성과 타당성 검토

310개의 표본에 대해 5개의 개념에 대해 탐색적 요인분석(EFA)을 실시하여, 각 개념별로 측정된 항목들에 대해 타당성과 신뢰성에 대해 탐색하였다. EFA방법의 요인추출은 주성분분석, 회전은 베리맥스(Varimax)를 실시하였다. 먼저 전통적 기업가정신은 혁신성, 진취성 및 위험감수성을 중심으로 하위요인을 구성하고, 각 하위요인별로 5개의 문항을 구성하여 측정하였는데 분석 결과 2개의 하위요인으로 분류되는 것으로 나타났다.

따라서 본 연구에서는 전통적 기업가정신은 두 개의 요인(혁신적 진취성, 위험감수성)으로 수정하였고, EFA 결과에서 위험감수성 4, 5 항목을 제거하고 분석하였다. ‘혁신적 진취성’ 신뢰성계수(Cronbach’s α)는 혁신적 진취성은 0.941, 위험감수성은 0.876로서 높은 신뢰수준을 보였으며, 사람중심 기업가정신은 3개 하위요인인 권한위임, 직원공감, 직원육성으로 각 5개씩의 항목으로 측정하였으나, 단일요인으로 묶이는 것으로 나타났으며, 신뢰성계수는 0.967로 매우 높은 신뢰수준을 보였다.

다음으로 중소기업 핵심역량은 기술역량, 네트워크역량, 마케팅역량을 중심으로 하위요인을 구성하였으며, 신뢰성계수는 모두 양호한 0.8이상으로 나타났다.

기업성과는 비재무성과와 재무성과로 구분하였다. 먼저 비재무적 성과는 5개의 항목으로 구성하여 측정하였으며, 신뢰성계수는 0.877로서 비교적 높은 수준을 보였다. 재무적 성과는 4개의 항목으로 구성하여 측정하였지만, ‘비재무적 성과1’ 항목의 요인적재량이 0.507로서 이 항목을 제거하고 측정하였다.

3. 측정모형의 평가

연구의 측정모형을 평가하기 위해 AMOS 24를 활용하여 확인적 요인분석을 실시하였다. 변수의 타당성과

신뢰성 평가는 최대우도법에 의해 평가하였고[75], 측정모형의 적합성(measurement model fit)은 CFI(comparative fit index), GFI(goodness of fit index), AGFI(Adjusted Goodness of fit index), NFI(normed fit index) 및 RMSEA(root man square error of approximation)를 카이제곱(χ^2 : chi-square)

검증에 추가하여 평가하였다[76]. 전통적 기업가정신과 핵심역량에 대해 고차 확인적 요인분석(Higher-Order CFA)을 실시하였다. 이러한 CFA결과를 토대로 측정항목과 변수에 대해 구성개념타당성을 평가하였다. 일반적으로 구성개념의 타당성은 집중타당성(convergent validity)과 판별타당성(discriminant validity)으로

표 2. 확인적 요인분석 결과

요인		측정항목	표준 적재량	표준 오차	t값	개념 신뢰도	평균분산추출 (AVE)
2차요인	1차요인						
전통적 기업가 정신	혁신적 진취성 (0.992)	혁신성_2	0.735	-	-	0.941	0.664
		혁신성_3	0.739	0.088	12.869		
		혁신성_4	0.741	0.077	12.837		
		진취성_5	0.774	0.076	14.903		
		진취성_1	0.754	0.079	13.220		
		진취성_3	0.718	0.086	12.582		
	위험감수성(0.534)	위험감수성_1	0.802	-	-	0.876	0.703
		위험감수성_2	0.757	0.073	12.735		
		위험감수성_3	0.798	0.071	13.176		
		진취성_5	0.750	0.071	13.063		
사람중심 기업가정신		권한위임_1	0.831	-	-	0.967	0.694
		권한위임_2	0.817	0.048	20.500		
		권한위임_3	0.777	0.056	16.795		
		권한위임_4	0.752	0.061	15.272		
		권한위임_5	0.780	0.060	16.092		
		직원공감_1	0.794	0.058	16.511		
		직원공감_2	0.719	0.063	14.382		
		직원공감_3	0.702	0.061	13.924		
		직원공감_4	0.760	0.059	15.472		
		직원공감_5	0.786	0.057	16.281		
		직원육성_1	0.771	0.066	14.296		
		직원육성_3	0.718	0.064	13.499		
직원육성_5	0.787	0.059	16.360				
핵심역량	기술적 역량 (0.788)	기술역량_1	0.700	-	-	0.869	0.623
		기술역량_3	0.748	0.081	11.688		
		기술역량_4	0.761	0.090	11.856		
		기술역량_5	0.752	0.073	11.738		
	네트워크역량 (0.849)	네트워크역량_1	0.737	-	-	0.881	0.650
		네트워크역량_2	0.834	0.070	15.352		
		네트워크역량_3	0.711	0.092	10.806		
		네트워크역량_4	0.751	0.094	11.360		
	마케팅역량 (0.797)	마케팅역량_3	0.709	-	-	0.882	0.715
		마케팅역량_4	0.783	0.088	12.362		
비재무적 성과	마케팅역량_5	0.839	0.094	12.982	0.925	0.756	
	비재무성과_1	0.841	-	-			
	비재무성과_2	0.856	0.061	17.258			
	비재무성과_3	0.826	0.051	17.419			
재무적 성과	비재무성과_4	0.782	0.060	15.128	0.907	0.766	
	재무성과_2	0.859	-	-			
	재무성과_3	0.901	0.051	20.026			
	재무성과_4	0.728	0.065	14.717			

주 1) 개념신뢰도와 AVE는 Fornell & Larker(1981)의 계산법을 적용함.

주 2) 전통적 기업가정신과 핵심역량은 2차 확인적 요인분석(Second-order CFA)을 실시함.

주 3) 1차 요인의 () 안은 표준적재량임.

주 4) 측정모형의 적합도: $\chi^2=830.548$, $df=334$, $p=0.000$, $\chi^2/df=1.547$, $GFI=0.844$, $AGFI=0.817$, $NFI=0.880$, $TLI=0.948$, $CFI=0.954$, $RMSEA=0.042$.

분류하며, 이 두 가지의 타당성이 확보되었을 때 측정 모형은 타당하다고 한다. 따라서 본 연구에서는 집중타당성을 분석하고 다음에 판별타당성을 분석하여 연구에서 설정한 측정모형이 타당한 것인지를 확인하였다.

우선, 집중타당성은 각 구성개념인 변수를 구성하는 항목들이 높은 상관관계를 유지하면서 해당 구성개념을 제대로 설명하고 있는지를 의미하는 것으로 전통적 기업가정신의 경우 혁신성과 진취성을 하나의 요인으로 묶여 '혁신적 진취성'이라 하였고, 진취성의 두 번째 항목(진취성2)을 삭제하여도 나머지 항목의 수(9개)가 충분하기 때문에 향후의 분석에서는 이 항목을 제외하였다. 다음으로 '사람중심 기업가정신'은 단일로 묶여 직원육성2와 직원육성4의 표준화 요인적재량이 기준치 0.7보다 낮아 삭제하기로 하였다. 이어서 핵심역량 중에서 기술적 역량을 구성하는 두 번째 항목(기술적 역량2)의 표준화 요인적재량은 0.575로, 네트워크역량의 다섯 번째 항목(네트워크역량5)은 0.611, 마케팅역량의 첫 번째 항목(마케팅역량1)은 0.593으로서 기준치에 미달하여 세 개의 항목도 제거하기로 결정하였다. 마지막으로 기업성과 중에서 재무적 성과를 구성하는 항목 중에서 5번째 항목의 요인적재량은 0.619로서 기준치에 다소 미달하지만, 항목수가 충분하다고 판단하여 역시 삭제하기로 결정하였다. 이와 같이, 삭제하기로 결정한 항목들을 제외한 후, 다시 확인적 요인분석을 실시하여 표준화 요인적재량을 살펴본 결과, 혁신적 진취성을 구성하는 첫 번째 항목(혁신성1)의 요인적재량이 0.7보다 작은 값을 나타내어 이 항목도 삭제하였다.

이상의 과정을 거친 최종적인 확인적 요인분석의 결과는 [표 2]와 같다. 최종적으로 생존한 항목들의 표준화요인적재량은 모두 0.7 이상이고, 개념신뢰도는 모두

0.8 이상이며, 평균분산추출은 모두 0.6 이상인 것으로 나타남에 따라 본 연구에서 설정한 측정모형의 집중타당성은 매우 양호한 것으로 판단된다. 한편, 변수별로 개념신뢰도(construct reliability)는 혁신적 진취성 0.941, 위험감수성 0.876, 사람중심 기업가정신 0.967, 기술적 역량 0.869, 네트워크역량 0.881, 마케팅역량 0.882, 비재무적 성과 0.925, 재무적 성과 0.907 등으로 매우 높은 수준인 것으로 나타났다. 그리고 연구의 측정모형에 대한 적합도를 나타내는 지표들인 CFI, AGFI 및 NFI는 일반적인 적합도 기준치인 0.9보다 다소 작게 나타났지만 다른 지표들(χ^2/df , TLI, CFI, RMSEA)은 양호한 값을 보임에 따라 측정모형은 비교적 양호하다고 결정하였다[77].

다음으로 판별타당성은 개념 간의 차별성이 있는지를 확인하는 것으로 AVE값이 개념들 간 상관계수의 제곱값(Φ^2)을 상회하는지 여부를 검토 하였다[78].

[표 3]에서 보는 바와 같이, 각 개념간 상관계수의 제곱값(Φ^2)이 평균분산추출지수 보다 작으면 판별타당성이 있는 것으로 판단된다. 본 연구에서는 상관계수가 가장 큰 것은 핵심역량과 사람중심 기업가정신 간의 상관계수가 0.738로서 나타났는데 이 상관계수의 제곱은 0.544로서 각 변수 간 AVE 지수중에서 가장 작은 값인 0.623(기술역량)을 상회하지 않아 본 연구에서의 각 변수간 사이에서 판별타당성은 충족된 것으로 판단된다. 종합적으로 본 연구의 측정모형은 집중타당성과 판별타당성을 모두 충족하고 있으므로, 2단계 분석인 구조모형분석의 결과를 해석함에 있어서 문제가 없을 것으로 판단된다.

표 3. 변수 간 상관계수

변수		AVE	변수 간 상관계수(Φ)				
			1	2	3	4	5
1. 전통적 기업가정신	혁신적 진취성	0.664					
	위험감수성	0.703	1				
2. 사람중심 기업가정신		0.695	0.723	1			
3. 핵심역량	기술역량	0.623					
	네트워크역량	0.650	0.734	0.738	1		
	마케팅역량	0.715					
4. 비재무적 성과		0.756	0.461	0.439	0.471	1	
5. 재무적 성과		0.766	0.697	0.698	0.676	0.573	1

주) 모든 상관계수는 p(0.01에서 유의함.

4. 구조모형 및 가설의 검증

본 연구의 가설검증을 위해 AMOS 24를 이용하여 경로분석을 실시하였다. 측정모형의 적합도 지수는 $\chi^2=1330.596(df=813, p=0.000)$, GFI=0.833, AGFI=0.805, NFI=0.870, TLI=0.939, CFI=0.945, RMSEA=0.045로 나타났으며, 이 지수는 양호한 수준은 아니지만, 연구자에 의해 수용 가능한 수준으로서 전반적으로 본 연구에서 설정한 연구가설과 연구의 구조모형은 실증자료로서 무리가 없는 것으로 판단된다. 경로분석 결과는 [표 4]와 같다. 가설들은 유의수준(α) 0.1, 0.05 및 0.01에서 유의성을 판단하고 가설을 설정한 부호의 방향과 검증결과에서 나타난 부호의 방향이 일치성을 확인하여 가설의 채택여부를 판단하였다.

가설1, 전통적 기업가정신이 핵심역량에 미치는 영향의 표준화된 회귀계수는 0.583이고 t-값은 4.745로서 유의수준 0.01에서 정(+)의 유의한 것으로 나타나 가설 1은 채택되었다. 이는 핵심역량을 보유하거나 강화하기 위해 전통적 기업가정신이 중요함을 보여주는 결과이다. 가설2, 사람중심 기업가정신이 핵심역량에 미치는 영향의 표준화된 회귀계수는 0.454이고 t-값은 4.483으로서 유의수준 0.01에서 정(+)의 유의한 것으로 나타났다. 이는 사람중심 기업가정신이 전통적 기업가정신에 이어 기업의 핵심역량을 높이는데 중요한 요소임을 밝혀지게 되었다. 가설3, 핵심역량이 비재무적 성과에 표준화된 회귀계수는 0.471이고 t-값은 6.850이며, 가설4, 핵심역량이 재무성과에 표준화된 회귀계수는 0.612이고 t-값은 8.489로서 유의수준 0.01에서 정(+)의 유의한 것으로 나타났고, 가설5, 비재무적 성과가 재

무적 성과에 미치는 영향의 표준화된 회귀계수는 0.285이고 t-값은 5.437로서 유의수준 0.01에서 정(+)의 유의한 것으로 나타나 가설 4, 5 모두 채택되었다. 이와 같은 결과는 기업의 비재무성과와 재무성과를 내기 위한 선행요건으로 핵심역량의 중요성이 입증되었고, 직원의 소속감 및 만족감 증가 등의 비재무성과는 순이익증가, 및 시장점유율 증가 등에 영향을 준다는 사실을 알게 되었다. 지금까지 내용을 정리해 보면, 핵심역량 강화를 위해 전통적 기업가정신은 물론 사람중심 기업가정신이 중요한 영향을 미치고 있음을 증명하였고, 핵심역량은 기업성장을 창출하는데 주요한 선행변수라는 사실을 입증하였다.

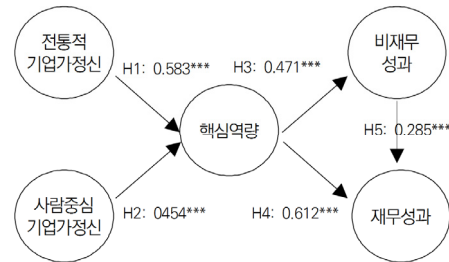


그림 2. 가설검증 결과

주1) $\chi^2=1330.596(df=813, p=0.000)$, GFI=0.833, AGFI=0.805, NFI=0.870, TLI=0.939, CFI=0.945, RMSEA=0.045, 0
 주2) 표준화된 회귀계수, ***: $p<0.01$, 실선화살표: 가설채택, 점선화살표: 가설기각.

한편, 독립변수와 종속변수 사이의 인과관계에 대한 설명력은 [표 4]에서 보는 바와 같이 최소 22.2%(핵심역량 → 비재무적 성과)로서 일반적으로 양호한 수준으

표 4. 가설검증 결과

가 설			표준 경로계수	표준 오차	t-값	p	채택 여부	R^2
H1:	전통적 기업가정신	→ 핵심역량	0.583	0.109	4.745	***	채택	
H2:	사람중심 기업가정신	→ 핵심역량	0.454	0.077	4.483	***	채택	
H3:	핵심역량	→ 비재무적 성과	0.471	0.099	6.850	***	채택	0.620
H4:	핵심역량	→ 재무적 성과	0.612	0.096	8.489	***	채택	
H5:	비재무적 성과	→ 재무적 성과	0.285	0.049	5.437	***	채택	

주 1) 구조모형의 적합도 평가: $\chi^2=1330.596(df=813, p=0.000)$, GFI=0.833, AGFI=0.805, NFI=0.870, TLI=0.939, CFI=0.945, RMSEA=0.045.
 주 2) *** $p<0.01$.

로 간주하는 20% 이상을 나타냈으며, H1과 H2의 핵심역량에 대한 설명력(R^2)이 0.96으로 매우 높고 각각의 표준화경로계수가 0.583과 0.454로 비슷한 수준을 보였음에 따라 사람중심 기업가정신이 전통적인 기업가정신에 못지않은 높은 영향력을 가지는 것을 보여주었다. 이상의 가설검증 결과에 대해 그림으로 요약하면 [그림 2]와 같다.

V. 결론

그동안 기업가정신과 관련된 연구는 사업 중심적 사고를 바탕으로 혁신성, 진취성, 위험감수성의 하위요인으로 주로 연구되어 왔다. 그러나 4차 산업혁명시대와 우리경제의 주춧돌 역할을 하고 있는 중소기업의 지속적인 성장을 담보하기 위해서는 기업성장과 더불어 성장을 주도해 나갈 사람이 함께 성장해 나가야 한다는 데 관심이 높아지고 있다. 기계중심의 효율보다는 사람중심을 바탕으로 한 구성원간의 공감대 형성과 역량강화, 성과공유, 자율권 확대의 사람중심 기업가정신이 필요한 이유라 할 수 있다.

본 연구에서는 기존의 전통적 기업가정신과 더불어 사람중심 기업가정신을 새로 접목하여 기업 핵심역량에 미치는 영향, 핵심역량은 기업성과에 미치는 영향, 기업성과 중 비재무성과가 재무성과에 미치는 영향을 연구하였다. 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 전통적 기업가정신과 사람중심 기업가정신 모두 중소기업 핵심역량인 기술역량, 네트워크역량, 마케팅역량에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 전통적 기업가정신과 사람중심 기업가정신이 핵심역량을 설명하는 설명력(R^2)이 0.960으로 매우 높고 각각의 표준화계수가 큰 차이를 보이지 아니함은 사람중심 기업가정신이 기업의 핵심역량이나 기업성과에 미치는 영향에 있어서 전통적 기업가정신에 못지않은 중요한 요인이라는 점을 말해주고 있다고 할 수 있다. 전통적 기업가정신이 핵심역량인 기술역량과 마케팅역량, 네트워크역량에 정(+)의 유의한 영향을 미칠 것이라는 이남민(2017)의 선행연구와 같은 결과로서 전통적 기업가정신은 중소기업을 대상으로 핵심역량에 영향을 주는 선행변수로서 중요한 요인인 것을 확인하였으며[79], 특

히 이번 연구로 사람중심 기업가정신은 권한위임을 통해 직원의 열정을 끌어내고, 공감대 형성으로 직원간의 협력을 도모하는 한편, 직원육성으로 직원들의 업무역량을 향상시킴으로서 중소기업 핵심역량 강화에 증대한 영향을 준다는 점을 확인하였다.

둘째, 중소기업 핵심역량과 기업성과인 비재무성과와 재무성과와의 관계는 모두 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 노두환, 박호영(2015)의 선행연구에서 기술역량과 마케팅역량 그리고 네트워크역량은 기업성과에 정(+)의 영향을 미친다[13]는 선행연구를 뒷받침하고 있으나 유래현(2015)는 경영자의 네트워크역량이 재무성과에 영향을 미치지 않는다는 연구도 있다[80]. 본 연구에서는 R&D개발능력, 기존기술의 업그레이드 능력의 기술역량과 협력기업과의 관계구축·유지·결속·공유하는 능력인 네트워크역량 그리고, 가격경쟁력 및 유통경로, 판매촉진, 시장세분화 능력의 마케팅역량은 중소기업의 핵심역량으로서 비재무성과인 조직의 소속감과 만족도는 높이고 이직률은 낮추는데 영향을 주었고, 재무성과인 순이익과 총자산, 시장점유율은 높였다는 연구결과를 보여주었다.

셋째, 기업성과 중 비재무성과가 재무성과에 미치는 영향에서도 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이는 선행연구에서 호텔종사원의 직무만족이 호텔 사업성과에 미치는 영향관계 분석결과 영향을 미치는 것으로 확인된 고석면, 박인양(2002)의 연구결과와도 같다[81]. 이와 같이 비재무성과 지표인 조직 만족도와 소속감이 높은 기업, 이직률이 낮은 기업은 재무성과 지표인 순이익, 총자산, 시장점유율이 높았다는 사실을 본 연구를 통해 확인하였다.

이상의 연구결과와 함께 본 연구를 통해 다음과 같은 시사점을 찾을 수 있다.

첫째, 전통적 기업가정신에 더해 사람중심 기업가정신을 추가해서 중소기업을 대상으로 실증연구 했다는 점에서 본 연구의 학문적 기여점을 찾을 수 있다. 당초 중소기업은 대기업이나 공공기관에 비해 사람중심 경영에 대한 인식이 낮아 유의한 결과가 나오지 않을 것이라는 우려가 있었으나, 분석결과 사람중심 기업가정신도 전통적 기업가정신 못지않게 핵심역량과 기업성과에 중요한 영향을 미치고 있음을 확인하였다는데 큰

의미가 있다고 하겠다.

둘째, 기업은 전통적 기업가정신과 사람중심 기업가정신을 통해 기술역량이 축적되고, 마케팅역량이 강화되었으며, 협력기업 및 전문기관과의 네트워크 관계 확대를 통해 네트워크역량을 높이는데 영향을 주었다는 사실을 확인하였다. 이는 사업중심의 전통적 기업가정신과 사람중심 기업가정신이 잘 융합되어 중소기업 핵심역량에 영향을 주고 이는 다시 기업성장으로 이어지는 결과를 낳는 선순환 모형이 된다는 점에서 의미가 있다.

셋째, 이번 연구결과로 중소기업 경영자는 기업성고를 높이기 위해서 자사만의 핵심역량을 더욱 발전시켜 나가야 한다는 점과 핵심역량의 선행요건인 기업가정신, 특히 사람을 비용이 아닌 자본으로 인식한 사람중심의 기업가정신을 적극적으로 발휘함으로써 직원들의 열정과 주인의식, 헌신을 통해 기업성장을 견인할 것이라는 사실을 발견했다는데 본 연구의 실무적 기여점을 찾을 수 있다.

본 연구의 한계점과 향후 제언은 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서 설문대상을 중소기업의 영위업종을 특정하지 않고 전 업종을 대상으로 연구를 진행하여 업종별로 근무여건 및 환경에서 차이가 있다는 점을 고려하지 못한 한계가 있었다. 향후 연구에서는 전통적인 공장형 제조기업과 IT업종 그리고 인공지능, 빅데이터, 사물인터넷 등 4차산업혁명 시대의 업종 등을 세분화하여 심도 있는 연구가 필요하다.

둘째, 우리나라 중소기업 분류는 중견기업, 중기업, 소기업, 소상공인 등으로 구분되며 매출액 및 총자산규모와 종업원수 등에서 큰 차이가 난다. 예를 들어, 매출액이 1,000억원인 중기업과 매출액 10억원 미만인 소기업 간의 규모의 갭이 크다는 한계가 있다. 따라서 표본을 규모별로 세분하여 분석할 필요가 있다.

셋째, 중소기업이 규모의 열세로 대기업, 공공기관 등에 비해 상대적으로 어려운 상황이지만, 중소기업의 지속적인 혁신성장을 이루기 위해서는 직원들의 복지제도 확대와 사회적으로 공감대가 형성되고 있는 워라밸(work-life balance)운동에 발맞춰 사람이 일의 도구가 아닌 혁신성장의 주인공이라는 인식이 확산되는데 본 연구가 기폭제가 되기를 기대한다.

참 고 문 헌

- [1] 클라우스 슈밥, *클라우스 슈밥의 제4차 산업혁명*, 새 로운현재, 2016.
- [2] 피터드러커, *미래사회를 이끌어가는 기업가정신*, 한국 경제신문출판사, 2004.
- [3] <http://www.edaily.co.kr/news/read?newsId=01138166619303384&mediaCodeNo=257&OutLnkChk=Y>, 2019.3.1.
- [4] 배종태, 송창석, 김용진, 강명수, 박지훈, 김기찬, *사람중심 기업가정신*, 더메이커, 2018.
- [5] 고종문, *성공의 기술*, 지구문화, 2010.
- [6] J. A. Schumpeter, *The Theory of Economic Development*, Harvard University Press, Cambridge, MA, 1934.
- [7] D. Miller, The correlates of entrepreneurship in three types of firms, *Management Science*, Vol.29, No.7, pp.770-791, 1983.
- [8] G. T. Lumpkin and G. G. Dess, "Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance," *Academy of Management Review*, Vol.21, No.1, pp.135-72, 1996.
- [9] H. H. Stevenson and J. C. Jarillo, "A Paradigm of Entrepreneurship : Entrepreneurial Management," *Strategic Management Journal*, Vol.11, No.4, pp.17-27, 1990.
- [10] 배종태, 차민석, "기업가정신과 벤처경영 부문의 연 구동향 한국과 미국의 학술지 비교분석(1998-2004)," *벤처경영연구*, 제8권, 제3호, pp.57-94, 2005.
- [11] 김영수, 김현구, "가족기업 승계요인이 기업가정신과 경영성과에 미치는 영향," *한국콘텐츠학회논문지*, 제 18권, 제9호, pp.375-389, 2018.
- [12] 사이먼 사이벡, *나는 왜 이 일을 하는가?*, 타임비즈, 2003.
- [13] 노두환, 박호영, "IT중소기업의 핵심역량이 기업성과 에 미치는 영향에 관한 연구 : 기업가정신과 정부지원 의 조절효과," *한국IT서비스학회*, 제14권, 제1호, pp.23-40, 2015.
- [14] J. G. Covin and D. P. Slevin, "A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior," *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol.16, No.1, pp.7-25, 1991.

- [15] 김예정, 오영호, “기업가정신이 기업성장에 미치는 영향 : CSR활동의 매개요인을 중심으로,” 글로벌경영학회지, 제14권, 제5호, pp.303-331, 2017.
- [16] 배종태, 강명수, 김기찬, 박지훈, “사람중심 기업가정신 : 이론적기반과 개념 개발,” The Journal of Small Business Innovation, Vol.20, No.4, pp.11-21, 2018.
- [17] 김기찬, “혁신주도형으로 나가기 위해 필요한 것, 사람중심 기업가정신,” 이노비즈협회, <INNOBIZ+>봄호, pp.58-59, 2017.
- [18] T. Kochan and P. Osterman, *The Mutual Gains Enterprise : Forging a Winning Partnership among Labor, Management, and Government*. Boston, MA, Harvard Business Press, 1994.
- [19] D. E. Guest, J. Michie, M. Sheehan, N. Conway, and M. Metochi, *Effective people Management: Initial Findings of the Future of Work Survey*, London: CIPD(Chartered Institute of Personnel and Development), 2000.
- [20] J. Pfeffer, *The Human Equation: Building Profits by Putting People First*, Boston, MA: Harvard Business School Press, 1998.
- [21] K. C. Kim, Ayman Eltarabisby, and Z. T. Bae, “Humane Entrepreneurship: How Focusing on People Can Drive a New Era of Wealth and Quality Job Creation in a Sustainable World,” Journal of small Business Management, Vol.56, No.51, pp.10-29, 2018.
- [22] S. Zecchini, “Humane entrepreneurship in SMEs,” 2016 Entrepreneurship and SME World Conference, Seoul, South Korea. 2016.
- [23] 서여주, “지속가능한 기업가정신 모델, 사람중심의 기업가정신,” Entrepreneurship Korea, Vol.5, p.27, 2017.
- [24] R. C. Ford and M. D. Fottler, “Empowerment : A matter of degree,” Academy of Management Executive, Vol.9, No.3, pp.21-31, 1995.
- [25] G. H. Spreitzer, “Social structural characteristics of psychological empowerment,” Academy of Management Journal, Vol.39, pp.483-504, 1996.
- [26] A. G. Stone, R. F. Russell, and K. Patterson, “Transformational versus servant leadership: A difference in leader focus,” Leadership & Organization Development Journal, Vol.25, No.4, pp.349-361, 2004.
- [27] 이동선, 유태용, “권한위임과 지각된 조직지원이 조직동일성과 맥락수행에 미치는 영향,” 한국심리학회지, 산업 및 조직, 제24권, 제1호, pp.183-206, 2011.
- [28] 류경민, 정향진, 신정신, “관리자의 권한위임이 종사원의 서비스민첩성과 기업성장에 미치는 영향,” 관광연구저널, 제27권, 제6호, pp.175-186, 2013.
- [29] R. B. Marks, *personal Selling: An Interactive Approach(3rd ed.)*, Boston: Allyn and Bacon, 1988.
- [30] <https://ko.m.wikipedia.org/wiki/서번트리더십>, 2019.3.10
- [31] T. Donaldson and L. E. Preston, “The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications,” Academy of Management, Vol.29, No.6, pp.963-989, 1995.
- [32] 이홍열, 이은구, “성과공유제 지원정책의 문제점 분석 및 기업성장에 미친 효과성 연구,” Source 융합정보논문지, 제8권, 제4호, pp.237-245, 2018.
- [33] H. Spitzack, “An integrated model of humanistic management,” Journal of Business Ethics, Vol.99, No.1, pp.51-62, 2011.
- [34] 이동식, *인적자원관리 전략과 경영전략의 적합성에 관한 연구*, 영남대학교 대학원, 박사학위논문, 2003.
- [35] 정태영, 최운실, “영업관리자의 코칭이 직원의 직무 성과에 미치는 영향분석 : 평생학습 및 HRD에서의 코칭성과와 신뢰의 매개효과 중심으로,” 인력개발연구, 제11권, 제3호, pp.125-153, 2009.
- [36] 박순애, 오현주, “성과지향적 조직문화와 조직효과성,” 한국행정정보, Korea Public Administration Review, 제40권, 제4호, pp.224-252, 2006.
- [37] C. K. Prahalad and G. Hamel, “The competence of the corporation,” Harvard Business Review, Vol.68, No.3, pp.79-91, 1990.
- [38] 이종덕, 이윤보, 배운성, “중소기업의 핵심역량과 경쟁전략이 기업의 경영성과에 미치는 영향,” 한국창업학회, 제9권, 제3호, pp.154-183, 2014.
- [39] 장세진, *글로벌 경쟁시대의 경영전략*, 박영사, 2000.
- [40] 고세훈, *중소벤처기업의 경쟁전략과 경영성과간의*

- 구조적 관계에 관한 실증연구, 건국대학교 대학원, 박사학위논문, 2011.
- [41] 김정선, 송태민, “빅데이터 기술수용의 초기 특성 연구: 기술이용자 및 기술활용자 측면의 조절효과를 중심으로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제14권, 제9호, pp.538-555, 2014.
- [42] K. Pavitt, “Innovating Routines in Business Firm: What Corporate Tasks Should They be Accomplishing?,” *Industrial and Corporate Change*, Vol.11, No.1, pp.117-133, 2002.
- [43] 김수진, “중소기업의 기업가정신이 시장지배력에 미치는 영향 : 핵심역량의 매개적효과,” 경영경제연구, 제39권, 제1호, pp.53-85, 2017.
- [44] 이병현, 김영근, 박상문, “중소기업의 사업영역과 기술역량이 경영성장에 미치는 영향,” 기술혁신연구, 제16권, 제1호, pp.23-46, 2008.
- [45] 정갑연, 이동훈, 채명수, “비영리조직의 시장지향성이 마케팅역량을 통해 성과에 미치는 영향,” 연세경영연구, 제54권, 제2호, pp.91-123, 2017.
- [46] 장성수, *경영인의 사회·심리적 자본이 마케팅역량에 미치는 영향에 관한 연구 : 세계시민주의 조절효과 중심으로*, 경기대학교 대학원, 박사학위논문, 2015.
- [47] G. Hamel, “Competition for Competence and Inter-Partner Learning within International Strategic Alliances,” *Strategic Management Journal*, Vol.12, pp.83-103, 1991.
- [48] 정대용, 양준환, “중소기업의 핵심역량 및 네트워킹 활동이 기업성장에 미치는 영향 : 한국기업가와 중국 기업가의 네트워킹 특성을 중심으로 한 비교연구,” 한국창업학회지, 제3권, 제2호, pp.43-69, 2008.
- [49] 최종학, *호텔 종사원 가치의제(Employee Value Proposition)가 고객지향성 및 재무성과에 미치는 영향*, 경기대학교 대학원, 박사학위논문, 2010.
- [50] 장희복, *중소가족기업이 승계교육전략과 조직 갈등이 후계자수에 따른 기업내부역량 및 경영성장에 미치는 영향*, 건국대학교 대학원, 박사학위논문, 2017.
- [51] H. Kivijarvi and T. Saarinen, “Investment in Information Systems and the Financial Performance of the Firm,” *Information & Management*, Vol.28, No.2, pp.143-163, 1995.
- [52] 박길호, 조준희, “중소기업 경영자의 기업가특성이 성과에 미치는 영향,” 한국창업학회지, 제12권, 제1호, pp.16-34, 2017.
- [53] 신진교, 임재현, “산업클러스터의 체계성과 중소기업의 기업가정신, R&D역량 및 기술혁신,” 경영과 정보연구, 제33권, 제2호, pp.171-188, 2014.
- [54] 박동수, 구인회, “벤처기업의 기업가정신이 성장의도에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구,” 대한경영학회지, 제20권, 제6호, pp.2979-3011, 2007.
- [55] 윤기창, 김문홍, “기술개발, 네트워크 역량과 경영성과 간 관계에서 국제마케팅 활동의 매개적 역할에 관한 연구,” 국제지역연구, 제14권, 제2호, pp.181-204, 2010.
- [56] 광기영, *글로벌 기업가정신과 공급사슬 내 사회적 자본이 중소기업의 수출성과에 미치는 영향*, 숭실대학교 대학원, 박사학위논문, 2013.
- [57] 원혜숙, 홍정화, 차진화, “중소기업 최고경영자의 기업가정신이 기업성장에 미치는 영향,” 상업교육연구, 제29권, 제1호, pp.309-340, 2015.
- [58] 이재훈, 양현주, “국제기업가정신, 핵심역량 그리고 국제화간 관련성에 관한 연구,” 대한경영학회지, 제24권, 제 6호, pp.3247-3271, 2011.
- [59] S. P. Brown and R. A. Peterson, “Antecedents and Consequences of Salesperson Job Satisfaction: Meta-Analysis and Causal Effects,” *Journal of Marketing Research*, Vol.30, No.1, pp.63-77, 1993.
- [60] 김종현, *대학에서의 내부마케팅이 고객만족과 서비스품질, 관계몰입에 미치는 영향*, 경상대학교 대학원, 박사학위논문, 2006.
- [61] 김훈, 김능진, “제조기업의 혁신성공요인과 혁신역량이 성과에 미치는 영향,” 한국생산관리학회지, 제20권, 제3호, pp.99-125, 2009.
- [62] 박노윤, “조직행동으로서의 기업가정신과 성과의 관계,” 인사관리연구, 제24권, 제1호, pp.253-287, 1997.
- [63] 강석민, 이형탁, “기업가정신과 핵심역량이 경영성장에 미치는 영향에 관한 연구,” 마케팅논집, 제20권, 제1호, pp.1-15, 2012.
- [64] 이대락, 김명환, “연구개발비의 증가율이 기업의 성장성에 미치는 영향 : 코스닥시장을 중심으로,” 한국세무학회, 제3권, 제1호, pp.5-31, 2002.
- [65] E. L. Hansen, “Entrepreneurial Network and New Organization Growth, *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Vol.19, Summer, pp.7-19, 1995.

[66] 김기태, 조봉순, “인적자원관리와 조직 성과간의 관계에 관한 연구: 인적자원관리 성과로써 종업원 태도의 매개효과를 중심으로,” 인사조직연구, 제16권, 제1호, pp.115-157, 2008.

[67] 나인강, “이직이 기업성과에 미치는 영향,” 조직과 인사관리연구, 제35집, 제1권, pp.23-47, 2011.

[68] 남대현, “호텔 기업명성과 직무환경이 직무만족, 조직몰입, 직무성과에 미치는 영향,” 관광연구저널, 제31권, 제11호, pp.153-166, 2017.

[69] D. Miller and P. H. Frisen, “Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms: Two Models of Strategic Momentum,” Strategic Management Journal, Vol.3, No.1, pp.1-25, 1982.

[70] C. Gronroos, “A Service Quality Model and It's Marketing Implication,” European Journal of Marketing, Vol.18, No.4, pp.36-44, 1993.

[71] 윤각, 조재수, 강성주, “인터넷마케팅 요인들이 임직원들의 직무만족에 미치는 영향,” 홍보학연구회논문집, 제14권, 제2호, pp.82-114, 2010.

[72] A. Carmeli, J. Schaubroeck, and A. Tishler, “How CEO Empowering Leadership Shapes Top Management Team Processes: Implications for Firm Performance,” Leadership Quarterly, Vol.22, pp.399-411, 2011.

[73] 안장훈, 김선근, “기업가정신이 혁신성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 사회적 자본과 지적자본의 매개효과를 중심으로,” 경영과 정보연구, 제36권, 제2호, pp.261-276, 2017.

[74] Janine Nahapiet and Sumantra Ghoshal, “Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage,” Academy of Management Review, Vol.23, No.2, pp.242-26, 1998.

[75] J. L. Arbuckle, Full information estimation in the presence of incomplete data. In G. A. Marcoulides & R. E. Schumacker (Eds.), Advanced structural equation modeling: Issues and techniques, pp.243-277, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1996.

[76] 윤기창, 서해생, 임달호, “중국 게이머의 온라인게임 참여의도에 관한 연구,” 산경연구논집, 제9권, 제4호, pp.63-72, 2018.

[77] J. F. Hair, R. E. Anderson, R. L. Tatham, and W. C. Black, “Multivariate Data Analysis(5th ed.),” Englewood Cliffs. NJ: Prentice-Hall, 1998.

[78] Fornell and Larcker, “Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics,” Journal of marketing research, Vol.18, No.3, pp.382-388, 1981.

[79] 이남민, *제조기업의 기업가정신이 혁신성과에 미치는 영향에 관한 연구*, 송실대학교 대학원, 박사학위논문, 2017.

[80] 유래현, *중소기업 경영자 역량이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구*, 경기대학교 대학원, 박사학위논문, 2016.

[81] 고석면, 박인양, “관광호텔종사원의 서비스지향성이 조직성과에 미치는 영향에 관한 연구,” 관광경영연구, 제6권, 제1호, pp.1-22, 2002.

저 자 소 개

김 광 현(Kwang-Hyun Kim)

정회원



- 2003년 2월 : 성균관대학교 경영학과(학사)
- 2006년 5월 : 헬싱키경제경영대학원 금융경영학(석사)
- 2016년 3월 ~ 현재 : 호서대학교 벤처대학원 박사수료

<관심분야> : 중소기업 경영, 창업, 금융, 경영컨설팅

동 학 림(Hak-Lim Dong)

정회원



- 1981년 2월 : 중앙대학교 무역학과(학사)
- 1995년 8월 : Indiana University, MBA(석사)
- 2014년 8월 : 송실대학교 벤처중소기업학과(박사)
- 2015년 3월 ~ 현재 : 호서대학교

벤처대학원 정보경영학과 교수

<관심분야> : 중소기업 경영, 창업, 금융, 경영컨설팅