

중소기업 CEO의 기업가정신과 사업성과에 관한 탐색적 연구*

김지훈**, 김종성***

[국문요약]

본 연구의 목적은 중소기업 CEO의 기업가정신이 사업성과에 미치는 영향요인을 실증 분석하는데 있다. 중소기업은 창업부터 성장하기까지 많은 위험 요소에 노출되어 있으며 이러한 위험 요소를 체계적으로 관리하고 극복하는 노하우를 쌓아 잘 활용하였을 때 경쟁시장에서 생존할 수 있다. 본 연구는 CEO의 미래지향적이며, 창조적인 아이디어를 갖고 적극적으로 실행해보고자 하는 성향과 위험을 감수하는 기업가정신이 사업성과에 영향을 미칠 것이라는 상황에 주목하였다. 특히 본 연구는 중소기업 CEO의 '커뮤니케이션 스타일'에 주목하여 기업가정신과 사업성과에서 매개효과의 역할을 하고 있는지 탐색적으로 규명해 보고자 한다. 이를 위해 중소기업 CEO 109명을 대상으로 설문조사를 실시하였으며 빈도분석, 상관분석, 신뢰도 분석, 회귀분석을 실시하였다.

연구결과는 다음과 같다. 첫째, 기업가정신의 혁신성은 사업성과에 정(+)의 영향을 줄 것인가에 대하여 재무적 성과에 대하여 영향을 주지 않지만 비재무적 성과에는 정(+)의 영향을 주는 것을 확인했다. 둘째, 기업가정신의 진취성과 위험감수성은 재무적 성과와 비재무적 성과에 정(+)의 영향을 미치고 있음을 확인하였다. 셋째, 기업가정신과 사업성과 간의 관계를 매개하는 커뮤니케이션 스타일은 완전 매개효과가 있음을 확인했다. 본 연구는 CEO 커뮤니케이션 스타일이 중소기업의 사업성과에 긍정적 영향을 미친다는 것을 실증분석을 통해 규명했으며, 향후 중소기업 CEO 대상 교육에서는 기업가정신교육과 더불어 커뮤니케이션교육이 중요하게 다루어져야 할 것이다.

핵심주제어 : 기업가정신, 사업성과, 커뮤니케이션스타일, 매개효과 검증

1. 서 론

1.1 연구목적

현재까지 여러 기업시장의 환경은 인터넷 및 스마트폰 등의 정보기술의 발달로 인하여 세계화가 되어가며, 국가 간의 경계가 없어진 하나의 시장으로 형태가 변화하고 있

다. 그로 인해 기업 간의 경쟁은 점차 심화되며 고조되어 가고 있다. 더불어 이전의 기업시장은 정보를 독점하거나 그로 인한 지위를 이용하여 시장을 선점하거나 우선 선점을 유지하였지만, 현재에 이르러서 정보통신과 유통, 제조 기술 등의 발달로 인하여 그러한 이점은 사라지고 현재와 과거, 미래에 대한 정보의 흡수와 통합을 통하여 새로운 것을 창출하고 발전시켜 나가고 있다(장진영, 2019).

이제는 독보적이고 독창적인 기술을 보유하여 새로운 제

* 이 논문은 제1저자 김지훈의 석사학위 논문(국민대학교 글로벌창업벤처대학원)을 바탕으로 작성된 것임.

** 제1저자, 국민대학교 글로벌창업벤처대학원 석사, talkjh526@naver.com

*** 교신저자, 국민대학교 글로벌창업벤처대학원/경영학부 조교수, 01041603713@kookmin.ac.kr

품을 개발하여 성공하더라도 금세 기존의 제품보다 유사하거나 개선된 제품을 개발하여 만들어 낸 제품이나 아이템 등을 시장에서 확인할 수 있다. 이를 극복하기 위해서는 기존 회사는 새로운 기술을 개발하거나 기존의 기술에서 개선된 제품을 오히려 벤치마킹하고 변경하여 나만의 기술로 개발하고 경쟁하여 우선 선점을 쟁취하는 기업만이 기업시장에서 생존하고 성장할 수 있다.

기업의 무한한 경쟁 환경에서 대처하며 나아가기 위해서는 지속적으로 새로운 아이디어를 창출하고 경쟁업체와의 우위를 탐색하고 그러한 정보 및 기술을 확보하며 이를 전략적으로 활용하여야 한다. 기업이 이러한 환경에서 생존하고 성장하기 위해서는 빠르게 변화하는 정보와 기술, 기업관리, 조직원 관리 등의 요소를 빠르게 파악하고 변화 및 적용하는 것이 기업의 CEO가 해쳐 나아가야 할 숙제이며, 함께 나아가기 위해서는 기업의 구성원인 CEO, 관리자, 조직원 모두의 능력이 중요하다(조수경, 2017).

기업이 경쟁시장에서 우위를 차지하기 위한 차별화된 방법에 대한 연구는 활발히 진행되고 있으며 그 중에서도 CEO의 역할에 대한 연구는 더욱 더 중요한 영역으로 자리 잡고 있는데, 이는 CEO의 의사결정에 의해서 기업이 성장할지 쇠퇴할지 결정되기 때문이다. 사업성과에 있어 CEO의 역할은 기업의 주력사업 부문 및 목표와 전략을 결정하고, 필요한 자원을 조달받고 배분하는 일들에 있어서 중요한 역할을 수행하고 있으며, 결론적으로 CEO의 의사결정과 그 결정에 이르는 과정이 기업의 성과에 중대한 영향을 미친다. CEO는 기업의 역량과 성과향상을 위하여 조직 구성원에게 비전을 제시해주고 업무에 대한 동기를 부여해 줄 수 있다. 그리고 CEO는 기업시장과 외부 탐색을 통해 새로운 아이디어를 인식하고 개발하여 조직에 접목할 것인지를 결정함으로써 기업의 성장에 직접적인 영향력을 행사할 수 있다(이군호, 2018).

이러한 면에서 보았을 때 CEO는 기업 환경에서 차별적인 경쟁우위를 확보하는 중요한 역할을 하며, CEO의 역량과 능력이 기업의 사업성과를 향상시키는 중요한 역할을 한다는 것을 의미한다. 이에 관한 선행연구를 살펴보면 CEO의 각 개인별 성격은 조직의 의사결정과 기업경영과정에 있어서 각각의 다른 행동으로 나타나고 그 행동의 결과가 사업성과에 영향을 주는 것에 대한 연구는 많이 이루어졌으나, CEO의 특성인 기업가정신이 기업의 성과와 발전과정에 미치는 영향에 대한 연구는 부족한 상황이다(박철우, 2016). 본 연구는 이러한 연구공백을 채우고자 선행연구에서 많이 다루어져 왔던 기업의 아이템이 아닌 기업 내부의 경영자인 CEO의 관리역량에 초점을 맞춰

CEO의 기업가정신을 중심으로 사업성과와의 인관관계를 규명해 보고자 한다. 특히 기업가정신에 관한 몇몇 선행연구에서만 다루어져 왔던 조직 구성원과의 연결 혹은 파트너십을 맺고 있는 담당자와 개입하여 보다 효율적으로 업무에 대한 성과향상이 가능하도록 도와주는 중소기업 CEO의 ‘커뮤니케이션 스타일’에 초점을 맞추어 실증분석을 시도해 보고자 한다.

이를 위해 본 연구는 선행연구를 바탕으로 기업가정신 중 혁신성, 진취성, 위험감수성의 개념을 중심으로 이로 인하여 사업성과의 재무적, 비재무적 성과에 영향을 주는 지 살펴보고자 한다. 특히 선행연구에서 다루어지지 않았던 기업가정신과 사업성과 간의 관계에서 CEO의 커뮤니케이션 스타일에 대한 매개효과가 있는지 탐색적으로 규명해 보고자 한다. 이를 통해 본 연구는 중앙정부 및 지자체에서 수행하고 있는 다양한 중소기업 CEO 대상 교육에서 기업가정신과 커뮤니케이션교육의 중요성을 인식시켜 향후 중소기업의 성과향상에 이론적, 실천적 기여를 하겠다.

II. 이론적 배경

중소기업 CEO의 기업가정신이 사업성과에 미치는 영향과 기업가정신과 사업성과 사이에서 CEO의 커뮤니케이션스타일의 매개효과를 실증 분석하기에 앞서 기업가정신, 사업성과, 커뮤니케이션 스타일의 선행연구를 살펴보았다. 이후 선행연구를 기반으로 가설을 설정한 후 이를 검증하였다.

2.1 기업가정신

기업가란 ‘수행하다’, ‘모험하다’ 라는 뜻의 프랑스 어휘에서 유래되었다. 17~18세기 유럽에서는 해외무역에 종사하는 사람을 기업가(entrepreneur)라고 부르기도 하였다. 기업가의 사전적인 의미를 보면 ‘영리를 목적으로 기업에 자본을 제공하고 경영하는 사람’이다. 또한 여러 사업 중 새로운 기회를 찾아내어 자신이 발휘할 수 있는 전략과 전술로 자원을 투자하여 새롭고 혁신적인 가치를 만들어 사업을 시작하는 사람도 기업가라 할 수 있으며, 도전과 모험정신을 발휘해 기업을 운영하는 사람으로서 선구자적인 개척정신을 가지고 기회실현 및 혁신을 수행해가는 사람을 의미한다. 피터드러커는 기업의 경영과 기업가정신은 별개가 아닌 하나의 개념으로 보았으며, 기업가정신을 가지고 있지 않은 기업은 실패한다고 주장하였다. 즉, 기업의 성과는 CEO 혹은 조직 구성원이 기업가정신을 실현하

는데에 있으며, 기업가정신은 기업의 정신적인 경영이념이며, 경영 사상을 담은 뜻이라고 할 수 있다. 슐페터는 기업가정신(entrepreneurship)을 놓고 혁신적인 직능(Innovation function)을 통해 이윤을 추구하는 직무수행자로 정의하였으며, 소유주 또는 경영자와 같이 구별하였다(장홍봉 외, 2018).

기업가정신에 대한 개념이 언제부터 생겨나고 발전했는지에 대한 분명한 근거는 찾아보기 힘들지만 산업혁명의 과정에서 이러한 정신이 발견되었다고 보는 견해가 지배적이다. 그러나 현재에 와서 기업가정신은 자본주의가 급격히 성장하게 되며 그에 대한 인식의 전환이 일어났을 것으로 보여진다. 그리고 1980년도 미국을 중심으로 기업가정신은 현재까지 기업 성장의 핵심요소로 인정받고 있다.

실제로 기업의 성장에 있어서 기업가정신과 CEO의 특성 등은 매우 중요하다. 하지만 이러한 요소들 간의 관계를 실증적으로 입증한 연구가 매우 부족한 것은 기업가정신에 대한 명확한 정의를 내릴 수 없기 때문이다(Kuratko et al, 2003). 실제로 기업가정신에 대한 연구는 1980년대 이후부터 많이 이루어졌으며, 근래에는 경영학, 심리학, 경제학 등 다양한 분야에서 연구가 진행되고 있다. 이러한 이유로 인해 연구자에 따라 기업가정신에 대한 개념과 측도가 매우 다양하다(Dollinger, 1995). 기업가정신은 새로운 비즈니스나 혁신을 목표로 상향식(top down)으로 의사결정 방식, 프로세스 및 실행방식을 통한 자원의 재분배와 새롭게 결합하는 조직수준의 조직 활동과 조직과정이다(이춘우, 1999). 또한, 기업가정신은 산업에서 조직의 경쟁우위를 확보하기 위한 전략적 혁신 메커니즘으로 볼 수 있다(Lumpkin & Dess, 1996).

기업가정신이란 기업 안에서 일어나는 독창적이고 창조적인 활동이며 그러한 활동을 통하여 구축해낸 아이디어를 제품화 또는 서비스로 개발하여 사업화하는 등 새로운 형태의 혁신적인 과정물을 창출하며, 기업의 가치와 비전을 실천하는 것이며, 기업의 성과를 올리기 위한 효율적인 방안과 조직 구성원들에게 동기부여를 할 수 있는 시스템 만들고 이용하여 회사의 경영활동 활성화 및 재무성과를 향상시킨다. 기업가정신의 본질은 모든 측면에서 혁신을 얻는 것이고 이것이 그다음 비즈니스 가치로의 전환으로 이어진다는 것을 강조하고 있다.

2.2 기업가정신의 구성

2.2.1 혁신성

혁신성(Innovativeness)은 슐페터에 의해 도입되었으며, 제품의 생산과정에서의 공정 혁신, 기술혁신, 새로운 시장 개척, 제품 프로모션 등을 적극적으로 도입하고 추진하여 기업 내에 적용시키기 위한 활동을 말한다(Shumpeter, 1934). 혁신성은 설립에서부터 새로운 아이디어, 참신성, 실험, 창조적인 프로세스를 지원해주는 성향이다(Lumpkin & Dess, 1996). Hossain et al.(2022)은 혁신성은 실험에 참여하려는 기업의 창의적인 성향으로 새로운 제품과 기술 프로세스 또는 새로운 서비스를 창출해내는데 이는 기존에 기업이 가지고 있는 제품을 새로이 변화시키는 독창력이라고 정의하였다. 혁신성은 기업가 스스로가 새로운 제품과 서비스를 지속적으로 도입할 수 있도록 가능하게 해주며, 제품과 서비스가 시장/고객의 요구에 부응하며 기업이 빠르게 성장하는데 도움을 준다(Covin & Wales, 2019). Amodu & Aka(2017)은 새로운 아이디어를 창출하고, 새로운 방식으로 무언가를 도전하고, 기존의 제품과 서비스를 신기술의 방식으로 업그레이드하며 새로이 변화시키려는 기업의 성향을 혁신성이라고 하였다.

창조적인 아이디어를 발견하여 이를 실행해보고자 하는 성향으로 이는 혁신적인 경영활동을 의미하는데, 이처럼 혁신성이 높은 기업은 새로운 기회를 찾으려 하는 경향이 높다(최용석 외, 2016). 이러한 혁신성은 중소기업 CEO가 기업경영의 과정에서의 문제점과 도전에 대한 해결책을 제시하는데 도움을 주며, 혁신적인 해결 방안을 통하여 기업의 생존과 미래에 대하여 나아가고자 하는 기반을 제공하기 위하여 중요한 개념이다. 그리고 외부환경의 불확실성과 자원의 제약에도 새로운 기회를 발견하고 창출하기 위해 지속적인 활동을 통하여 조직을 변화시키고자 하는 기업가의 성향으로 볼 수 있다(강영규, 2010).

2.2.2 진취성

진취성(Proactiveness)은 기업이 새로운 기회를 포착하기 위해 기울이는 노력을 의미하며 시장내 경쟁자에 대한 적극적인 경쟁의지와 우월한 성과를 창출하려는 의지를 보이거나 시장내 지위를 변화시키기 위해 경쟁업체에 대해 직접적이고 강도 높은 수준으로 도전하는 자세와 적극적으로 새로운 시장수요에 부응하려는 경영활동(이춘우,

1999)으로 정의된다. 기업가정신에 있어서 진취성이란 시장기회의 발굴과 환경변화의 추세를 감지하고 진보적인 시각으로 전략적인 의사결정을 하여, 시장의 환경변화를 주도하고자 하는 성향을 의미한다(Miller, 1983). 진취적이고 공격적인 행동으로 경쟁자와의 경쟁구도에서 이기기 위한 성향을 말하며 기회를 발굴하고 경쟁자보다 먼저 새로운 제품 혹은 새로운 서비스를 도입하고자 하는 미래지향적인 성향을 말한다. 진취성은 미래지향적인 아이디어를 창출하고, 문제가 발생한 소지를 예견하여 미연에 방지하고자 한다(Lumpkin & Dess, 2001). 진취성은 기업이 시장 내의 경쟁사보다 경쟁적인 우위를 점하고, 경쟁 기업에게 압박을 가하면서 선제적 활동에 즉각적으로 대응할 수 있게 해주는 것이라 하였다(Astrini et al., 2022). 또한, Al-Mamary & Alshallaqi(2022)은 신제품과 신서비스를 준비하고 시장에서 적응하려는 능력을 진취성이라고 정의하였다. Hossain et al.(2022)은 시장분석을 바탕으로 시장의 기회와 수요를 예측하여 이에 대응하는 신제품과 신서비스를 경쟁사보다 빠르게 만들어내는 능력을 진취성이라고 하였다. 따라서, 진취적인 조직은 새로운 기회를 포착하고자 능동적으로 정보를 탐색하여, 공격적으로 대응해 나간다(Kuratko et al, 2003).

2.2.3 위험감수성

초기 기업가정신 연구에서 위험감수성(Risk-taking)은 위험을 기꺼이 수용하려는 자세를 뜻한다. 이것은 예상되는 이익과 손실에 대하여 불확실하며, 이러한 불확실성에서도 위험을 감수하고 신제품 또는 신서비스 등에 대하여 추진하려는 의사결정으로 정의했다. Akbar et al.(2020)은 위험감수성은 예측할 수 없는 상황 속에서 기회를 이용하고, 상황에 대한 지식이 부족할지라도 많은 자원을 투자하는 것이라 하였다. Teles & Schachtebeck(2019)는 비용이 많이 소요되는 실패 속에서도 기업의 관리자가 기꺼이 위험을 감수하고 헌신하려는 의지를 위험감수성이라 정의하였다.

위험감수성은 어떠한 위험에도 불구하고 새로운 기회를 포착하는 정신으로 기업이 자신의 보유자원이나 환경에 구애받지 않고 기회를 추구하는 것이다(정영민, 2015). 또한, 불확실한 결과가 예상됨에도 불구하고 과감히 도전하려는 의지로서 위험을 감수하려는 정도를 의미하다 즉, 실패 시 투자하는 자원 및 비용이 큰 사업임에도 기꺼이 많은 자원을 투입할 수 있는 것을 말한다. 이러한 위험감수성은 위험을 무조건 감수하는 것을 말하는 것이 아니다.

현시점에서 활용 가능한 수단을 확인하고 그에 따른 리스크를 감당할 수 있는지와 모든 수단을 동원하여 예측계산된 위험을 의미한다(강병오·김진수·안성식, 2010).

성공적인 CEO는 새로운 사업에 참여하기에 앞서 신중하게 위험에 대한 리스크를 계산하며, 불확실한 위험은 피할 줄 알아야 한다. 요컨대, 위험감수성은 성과가 매우 불확실한 상황임에도 불구하고 중요한 자원을 기꺼이 투입하고자 하는 성향을 말하며 실패로 인한 손실이 큰 사업에도 막대한 자원을 투입할 수 있는 성향을 말한다(강영규, 2010). 따라서 위험감수성이 높은 기업은 확실한 수입이 나타나고 검증된 사업이 아닌, 아무도 경험하고 실행하지 않은 모험적인 사업을 시도해 보려는 성향을 갖고 있다(조인아·김종성, 2022).

2.3 커뮤니케이션 스타일

2.3.1 커뮤니케이션 스타일의 개념

커뮤니케이션(communication)이란, 라틴어 communis를 어원으로 하며 common이란 뜻이며, 우리말로써는 의사소통으로 번역되고 주로 대인관계를 중심으로 메시지의 상호 교환과 해석을 의미한다(성연옥, 2012). 즉 조직이 존재하는 곳에서는 항상 커뮤니케이션이 있다고 할 수 있다. 커뮤니케이션은 사람과 사람 사이에서 오고 가는 정보라고 할 수 있으며 이는 연구영역에 따라 다양한 정의가 제시되고 있는데 김진환(2008)은 개체 간 정보의 흐름이라고 정의하였으며, 이학중·박헌준(2004)은 전달자와 수용자 사이의 의미 있는 정보의 전달과정이라고 정의하였다. 커뮤니케이션은 보통 조직 내에서 이루어지는 의사소통에 대해서 말하고 있으며, 특히 조직 내 의사소통은 개인이나 집단들 간에 정보를 상호 교환하여 공유하는 활동이나 과정을 말한다. 이는 조직 내 의사소통은 개인과 집단, 조직 간에 이루어지는 모든 의사소통을 말한다(김영삼·박재춘, 2022).

커뮤니케이션 스타일을 같은 맥락에서 글자의 의미가 어떻게 받아들여지고 해석되는지 또는 이해되는지에 대해 언어를 신호로 사용하여 상호작용하는 방법이라고 Norton(1983)은 정의하면서, ‘같은 말이라도 어떻게 표현하는 것이 좋은가’에 대하여 타인에게 어떤 내용을 전달하느냐가 중요한 것이 아닌 어떻게 전달하는가에 대한 표현 방식을 커뮤니케이션 스타일이라고 정의하였다.

커뮤니케이션은 한 사람 이상의 조직 사이에서 언어나

비언어 등의 다양한 수단을 통하여 자기들이 가지고 있는 의사나 감정 그리고 정보를 전달하고 상호 받으면서 상호 작용하는 과정이고 개인이나 집단 그리고 조직 간에 어떠한 의미가 포함된 정보를 상호 교환하고 공유하는 제반 사회적 과정이라 할 수 있다. 커뮤니케이션은 조직 구성원 간의 상호작용 하는데 매우 중요한 수단이며, 구성원의 종합적인 만족도 향상에 큰 역할을 한다고 할 수 있다. 또한, 고객사와의 만족도에도 동일한 역할을 할 것이다. 즉 커뮤니케이션의 만족이 높아지면 그만큼 조직의 내·외부 구성원간의 관계가 원활해지며, 업무에 대한 만족도가 높아져 조직의 업무성과에 긍정적인 영향을 미친다고 볼 수 있다(장추향, 2017). 특히 커뮤니케이션에 관한 국내 최신 실증연구에서는 상사의 커뮤니케이션 스타일이 부하직원의 자기효능감과 정신 건강 및 심리적 웰빙에 긍정적 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다(김소영·현성협, 2022).

선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 커뮤니케이션은 ‘사람과 사람 사이에 주고받을 수 있는 모든 언어적, 비언어적인 표현을 통해 표출되는 행동 양식’이라고 정의할 수 있으며, 이러한 커뮤니케이션의 전달방식을 ‘커뮤니케이션 스타일’이라 정의하고자 한다.

2.4 사업성과

기술경쟁이 심화되고 급변하는 기업환경에 대처해 나가기 위해서는 지속적인 기술혁신을 통하여 안정적인 보유기술을 가지고 매출과 연결시켜 사업성과의 유지와 향상을 시키는 과정이 필요하다. 사업성과는 객관적인 성과와 주관적인 성과, 재무적 성과와 비재무적 성과로 구분할 수 있다(정영민, 2015).

2.4.1 재무적 성과

재무적 성과는 영업활동을 통하여 결과로 나타난 재무적인 경과를 의미하여 매출수익률, 투자수익률, 그리고 자산수익률 그리고 자산수익률 같은 수익성 측정과 관련이 있다. 전통적인 성과측정으로서 기업의 이익달성에 얼마나 기여했는가를 나타내는 측정지표를 재무성과라고 한다(장홍봉 외, 2018). 기업의 성과측정을 하는 방법으로 과거에는 재무적 측정지표가 중요하였으나 재무적인 지표는 기업 운영 수준과의 연계성이 부족하다. 이는 단순히 기업의 수익률 측면에서 접근한다면 조직의 역량 향상을 위한 조직 구성원의 교육훈련 및 컨설팅 등의 성장에 대한 지출을 억

제하는 결과를 낳을수도 있기 때문이다. 이는 기업의 미래를 준비하기 위한 투자가 감소할 수 있기에 향후 기업의 성장에 대한 제한사항으로 나타날 수 있다(신진교, 2006).

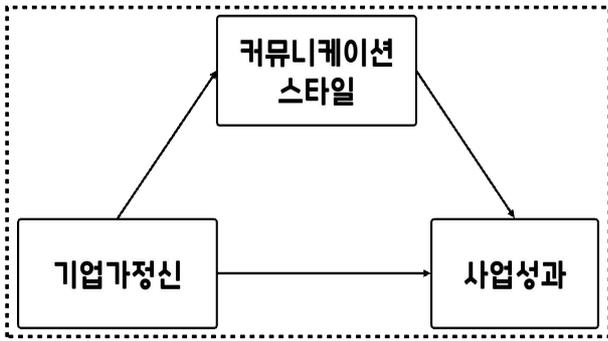
2.4.1 비재무적 성과

비재무적 성과는 기업이 어떻게 돈을 벌고 쓰는지를 평가하며, 이에 대한 내·외부 고객의 심리적, 행위적 차원에 영향을 주며, 고객만족도, 고객충성도, 고객유지, 신규고객 유치와 같은 변수들을 포함한다(김상화, 2022) 비재무적 성과는 조직구성원이 업무에 대하여 투입 대비 얻어진 결과물의 비율, 결과물이 만들어지는데 소요되는 시간, 고객응대와 불만응대에 대한 처리시간, 그에 따른 추가적인 노력과 그에 따른 소요시간, 제품이나 서비스에 대해 고객만족 수준, 업무수행 및 개선에 대한 업무의 범위, 브랜드 이미지에 대하여 고객의 신뢰도, 조직구성원이 맡은 업무에 대한 직무만족도, 팀 구성원이 프로젝트를 진행함에 있어 개인별 책임을 가지고 협력적으로 행동하는 팀워크에 대하여 말한다(장신영, 2019).

III. 연구 방법

3.1 연구모형

본 연구는 중소기업 CEO의 기업가정신이 사업성과에 미치는 영향과 이 과정에서 CEO의 커뮤니케이션 스타일이 매개효과 있는지 탐색적으로 규명해 보고자 한다. 이를 위해 중소기업 CEO를 연구대상으로 하였으며, 설문지는 구글 설문 프로그램과 출력물로 제작하여 설문하였고, 109부를 회수하였다. 본 논문의 설문자료 수집을 위해 2022년 2월 10일부터 3월 30일까지 약 7주에 걸쳐 설문을 실시하였다. SNS를 이용하여 온라인으로 설문을 수집하였으며, 중소기업 CEO 커뮤니티 모임에서 오프라인 설문지를 수집하였다. 수집된 자료는 SPSSWIN 24.0을 이용하여 분석하였으며, 분석기법은 회귀분석을 통하여 분석하였다. <그림 1>은 연구모형을 제시하고 있다.



<그림 1> 연구모형

3.2 가설 설정

3.2.1 기업가정신과 사업성과

최근 기업가정신과 사업성과에 관련된 연구가 늘어나고 있는데, 기업가정신은 기업성공의 중요한 요인이며 (Lumpkin & Dess, 1996) 경쟁적 환경을 적응함에 있어서 더욱 중요한 역할을 한다(Covin & Slevin, 1989). 이와 같은 선행연구를 토대로 기업가정신이 사업성과에 유의한 영향을 줄 수 있다는 것으로 인식하고 있으며, 여러 연구들을(Smart & Conant 1994) 통해 입증되었다. 기업 경영에서 신제품 개발의 중요성을 인식하게 된 것은 오래 전의 일이다. 기본적으로 기업에서 상품의 우월성은 시장에서 경쟁력을 확보하는데 필수적인 요소이고, 신제품 개발의 성공은 기업의 장기적인 생존에 매우 중요한 역할을 하기 때문이다. 기업가정신은 신규 사업을 창출함에 있어서 많은 영향을 미치며, 경쟁적 우위를 확보함으로써 재무 성과를 높이는데 지대한 영향을 준다. 기업가정신이 조직의 성과를 높일 수 있는 관계를 가지고 있는 것으로 주장되고(Covin & Slevin, 1989), 신제품 및 서비스 개발(Zahara et al, 1999)등과도 긍정적인 관계를 맺고 있는 것으로 나타났다. 많은 학자들은 점차 기업가정신이 사업 성과에 유의한 영향을 미친다고 주장하고 있다. 뿐만 아니라 실증연구를 통해 기업가정신이 사업성과에 긍정적 영향을 미친다는 사실이 입증되었는데, 기업가정신은 사업성과(재무적, 비재무적 등)와 높은 상관관계를 나타냈으며 특히 독립변수인 혁신성, 진취성, 위험감수성이 사업성과와 직접적인 유의미한 상관관계가 있음을 증명하였다(Rauch et al., 2009). 국내 선행연구에서도 기업가정신과 사업 성과에 대해 다양한 실증분석을 시도하고 있는데, 청년 CEO 203명을 대상으로 기업가정신이 사업성과 미치는 영향력을 분석한 결과 창업 준비와 기업가정신은 사업성과에 통계적으로 유의미하게 영향력을 미치는 것으로 나타났다(박

재환·안태욱, 2016). 최근에는 기업가의 심리적 특성, 기업가정신, 사업성과에 관한 다양한 실증분석이 시도되고 있으며, 기업가정신과 사업성과는 유의미한 상관관계를 가지는 것으로 보고되고 있다(이성인·이호택, 2022). 이러한 선행연구를 바탕으로 기업가정신과 사업성과에 대하여 다음과 같이 가설을 수립하였다.

가설 1-1 : 기업가정신 중 혁신성은 사업성과에 정(+)의 영향을 줄 것이다.

가설 1-2 : 기업가정신 중 진취성은 사업성과에 정(+)의 영향을 줄 것이다.

가설 1-3 : 기업가정신 중 위험감수성은 사업성과에 정(+)의 영향을 줄 것이다.

3.2.2 커뮤니케이션 스타일의 매개효과

커뮤니케이션 스타일은 기업가정신 중 혁신성, 진취성, 위험감수성이 사업성과와의 관계에 있어서 매개역할을 할 것으로 탐색적으로 가정했다. 이는 중소기업은 조직 구성원과의 연결 혹은 파트너십을 맺고 있는 담당자와의 관계에서 효율적인 업무성과 향상이 가능하도록 도와주는 CEO의 ‘커뮤니케이션 스타일’이 사업성과에 중요하게 미치고 있기 때문이다(김소영·현성협, 2022). 즉 커뮤니케이션 스타일은 혁신성, 진취성, 위험감수성에 대한 사업성과와의 관계에 영향을 미치며, 이는 다시 커뮤니케이션 스타일이 사업성과 증가에 영향을 미치기에 커뮤니케이션 스타일의 매개효과를 예측할 수 있다고 판단하였으며, 이에 근거하여 다음과 같이 가설을 수립하였다.

가설 2-1. CEO의 커뮤니케이션 스타일은 혁신성과 사업 성과의 관계를 매개할 것이다.

가설 2-2. CEO의 커뮤니케이션 스타일은 진취성과 사업 성과의 관계를 매개할 것이다.

가설 2-3. CEO의 커뮤니케이션 스타일은 위험감수성과 사업성과의 관계를 매개할 것이다.

3.3 변수의 조작적 정의 및 측정항목

본 연구의 가설 검증을 위해 변수의 조작적 정의와 측정 항목을 <표 1>과 같이 정리하였다. 사업성과의 설명변수로 연구되고 있는 기업가정신은 혁신성과 진취성, 위험감수성으로 하위요소가 구성된 설문들을 각 5문항씩 총 15문항

으로 설계하였으며, 사업성과(재무적성과, 비재무적 성과)는 총 15문항으로 설계하였다. 커뮤니케이션 스타일은 25 문항으로 각 Likert 5점 척도(1점(전혀 아니다), 2점(아니다), 3점(보통이다), 4점(그렇다), 5점(매우 그렇다))의 각 5개 문항으로 구성하였다.

<표 1> 변수의 조작적 정의 및 측정항목

| 변수 | 조작적 정의 | 출처 |
|------------|--|----------------------|
| 혁신성 | 기존의 틀을 탈피하고, 새로운 상품이나 서비스를 개발하려는 성향 | 강영규, 2010 |
| 진취성 | 경쟁자보다 앞서기위해 계속 기회를 모색하고, 어려운 상황에서도 앞으로 나가려는 성향 | Lumpkin & Dess, 1996 |
| 위험감수성 | 위험에 대해 개인이 느끼는 정도로 위험부담은 있지만 보상을 기대하여 가치있는 것을 창조하려는 과정과 행동 | 정영민, 2015 |
| 사업성과 | 재무적 성과: 수익성 | 신진교, 2006 |
| | 비재적 성과: 성장성 | 장신영, 2019 |
| 커뮤니케이션 스타일 | 사람과 사람 사이에 주고받을 수 있는 모든 언어적, 비언어적인 표현을 통해 표출되는 행동 양식 | 임대혁, 2018 |

IV. 실증분석 및 가설검증

4.1 연구표본의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 사항을 살펴보면, 남 43명(39.4%), 여 66명(60.6%)로 조사되었다. 소재지의 경우 서울 45명(41.3%), 지방 33명(30.3%), 수도권 31명(28.4%)로 조사되었다. 연령의 경우 30대 51명(46.8%), 40대 39명(35.8%), 50대 11명(10.1%) 순으로 조사되었다. 학력의 경우 전문학사졸 40명(36.7%), 석사졸업 38명(34.9%), 학사졸 14명(12.8%) 순으로 조사되었다. 설립연차의 경우 3년 이상~7년 이내 39명(35.8%), 3년 미만 31명(28.4%), 1년 미만 22명(20.2%) 순으로 조사되었다. 업종은 교육(컨설팅) 69명(63.3%)로 가장 높게 나타났으며, IT인터넷 8명(7.3%), 연구/개발/설계 6명(5.5%) 순으로 조사되었다. 종업원 수의 경우 1인 기업 53명(48.6%), 2~3인 이하 32명(29.4%), 4~5인 이하 11명(10.1%) 순으로 조사되었다.

<표 2> 연구 대상자에 대한 빈도분석

| 변수 | 항목 | 빈도 | % |
|----------|------------|-------|--------|
| 성별 | 남 | 43 | (39.4) |
| | 여 | 66 | (60.6) |
| 소재지 | 서울 | 45 | (41.3) |
| | 수도권 | 31 | (28.4) |
| | 지방 | 33 | (30.3) |
| 연령 | 20대 | 8 | (7.3) |
| | 30대 | 51 | (46.8) |
| | 40대 | 39 | (35.8) |
| 학력 | 50대 | 11 | (10.1) |
| | 고졸 | 3 | (2.8) |
| | 전문학사졸 | 40 | (36.7) |
| | 학사졸 | 14 | (12.8) |
| | 석사졸업 | 38 | (34.9) |
| | 박사재학 | 9 | (8.3) |
| 설립연차 | 박사졸업 | 5 | (4.6) |
| | 1년미만 | 22 | (20.2) |
| | 3년미만 | 31 | (28.4) |
| | 3년이상~7년이내 | 39 | (35.8) |
| 업종 | 7년 이상 | 17 | (15.6) |
| | IT인터넷 | 8 | (7.3) |
| | 마케팅 | 7 | (6.4) |
| | 교육(컨설팅) | 69 | (63.3) |
| | 교육(강사) | 3 | (2.8) |
| | 경영/무역/유통 | 3 | (2.8) |
| | 패션 디자인 | 2 | (1.8) |
| | 예술공연 | 4 | (3.7) |
| | 서비스 | 4 | (3.7) |
| | 건설/건축/인테리어 | 3 | (2.8) |
| 연구/개발/설계 | 6 | (5.5) | |
| 종업원 수 | 1인 기업 | 53 | (48.6) |
| | 2~3인 이하 | 32 | (29.4) |
| | 4~5인 이하 | 11 | (10.1) |
| | 5~10인 이하 | 5 | (4.6) |
| | 10~20인 이하 | 4 | (3.7) |
| | 20인 이상 | 4 | (3.7) |

4.2 타당성 및 신뢰성 분석

4.2.1. 타당도 검증(요인분석)

기업가정신에 대한 개인특성 타당도를 검증하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인분석은 주성분 요인분석(principal component analysis)법을 이용하였으며 요인회전에 있어서는 요인들 간의 상호독립성을 검정하는데 유용한 직교회전방법(varimax)을 이용하였는데 이는 요인 추출 시 요인의 수와 정보의 손실을 최소화하는데 유용하기 때문이다.

<표 3> 기업가정신 요인분석

| 구분 | 성분 | | | 합계 | 분산 | 누적 |
|------------|-------|-------|-------|-----------|------------|------------|
| | 1 | 2 | 3 | | | |
| 위험 감수성2 | .817 | .058 | -.004 | 3. 076 | 20. 507 | 20. 507 |
| 위험 감수성3 | .795 | .180 | .098 | | | |
| 위험 감수성4 | .719 | .236 | .308 | | | |
| 위험 감수성5 | .673 | .112 | .230 | | | |
| 위험 감수성1 | .606 | .099 | .380 | | | |
| 혁신성4 | -.042 | .844 | .162 | 2. 819 | 18 .794 | 39. 301 |
| 혁신성3 | .209 | .737 | .295 | | | |
| 혁신성2 | .232 | .658 | .344 | | | |
| 혁신성5 | .184 | .597 | -.222 | | | |
| 혁신성1 | .297 | .549 | .327 | | | |
| 진취성3 | .263 | .118 | .750 | 2. 808 | 18. 720 | 58. 021 |
| 진취성2 | .197 | .251 | .697 | | | |
| 진취성4 | .188 | .321 | .663 | | | |
| 진취성5 | .249 | -.128 | .578 | | | |
| 진취성1 | -.119 | .401 | .544 | | | |

KMO=.856 카이제곱=629.954 df=105

<표 3>은 기업가정신에 관한 요인분석을 제시하고 있는데, 먼저 기업가정신을 요인분석결과 상관관계 정도를 나타내는 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)검증 및 Bartlett의 구형성 검증을 실시하였다. 분석결과를 보면, KMO=.856, Bartlett 구형성 검증 $\chi^2=629.954(df=105, p=.000)$ 로 나타났다. 일반적으로 KMO값이 .5이상이고 Bartlett의 구형성 검증의 경우 p값이 유의수준 .1이하이면 요인분석을 해도 괜찮은 정도의 상관관계가 존재한다고 볼 수 있다. 요인분석에서 관련요인들의 요인적재량(factor loading)은 .5이상을 기준으로 하였고, 고유값(eigen-value)이 1.0이상인 혁신성, 진취성, 위험감수성 요인 3개가 추출되었으며 개인특성을 설명하는 총분산 설명력은 58.0%로 나타나 측정항목들의 타당도가 검증되었음을 알 수 있다.

<표 4> 사업성과 요인분석

| 구분 | 성분 | | 합계 | 분산 | 누적 | |
|----------|-----|-------|------|-----------|------------|------------|
| | 1 | 2 | | | | |
| 사업 성과 | 성과1 | -.123 | .877 | 2. 536 | 25. 358 | 54. 717 |
| | 성과2 | .124 | .840 | | | |
| | 성과3 | .358 | .622 | | | |

KMO=.794 근사카이제곱=358.582 df=45

사업성과요인에 대한 요인분석결과 상관관계 정도를 나

타내는 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) 검증 및 Bartlett의 구형성 검증을 실시하였다. 분석결과를 보면, KMO=.794, Bartlett 구형성 검증 $\chi^2=358.58(df=45, p=.000)$ 로 나타났다. 요인적재값의 경우 .5 이상을 기준으로 하였고, .5 미만의 항목은 삭제하였다. 따라서, 요인분석을 해도 괜찮은 정도의 상관관계가 존재한다고 볼 수 있다. 고유값(eigen-value)이 1.0이상인 재무적 성과 요인이 추출되었으며 총분산 설명력은 54.7%로 나타나 측정항목들의 타당도가 검증되었음을 알 수 있다. <표 4>는 사업성과에 관한 요인분석을 제시하고 있다.

<표 5> 커뮤니케이션 스타일 요인분석

| 구분 | 성분 1 | 합계 | 분산 | 누적 |
|-----------------|---------|----|----|----|
| | | | | |
| 커뮤니케이션 스타일13 | .826 | | | |
| 커뮤니케이션 스타일17 | .794 | | | |
| 커뮤니케이션 스타일2 | .771 | | | |
| 커뮤니케이션 스타일15 | .771 | | | |
| 커뮤니케이션 스타일12 | .766 | | | |
| 커뮤니케이션 스타일3 | .762 | | | |
| 커뮤니케이션 스타일5 | .759 | | | |
| 커뮤니케이션 스타일16 | .744 | | | |
| 커뮤니케이션 스타일21 | .740 | | | |
| 커뮤니케이션 스타일22 | .703 | | | |
| 커뮤니케이션 스타일24 | .697 | | | |
| 커뮤니케이션 스타일23 | .684 | | | |
| 커뮤니케이션 스타일1 | .675 | | | |
| 커뮤니케이션 스타일25 | .664 | | | |
| 커뮤니케이션 스타일20 | .616 | | | |
| 커뮤니케이션 스타일14 | .578 | | | |
| 커뮤니케이션 스타일18 | .531 | | | |

KMO=.900 근사카이제곱=1356.331 df=153

〈표 5〉는 커뮤니케이션스타일에 관한 요인분석을 제시하고 있는데, 분석결과를 보면 살펴보면, KMO=.900, Bartlett 구형성 검증 $\chi^2=1356.33(df=153, p=.000)$ 로 나타났다. 또한, 고유값의 경우 9.38, 총분산 설명력은 각각 52.15%로 나타나 측정항목들의 타당도가 검증되었음을 알 수 있다.

4.2.2. 신뢰성 분석

〈표 6〉 기업가정신, 사업성과, 커뮤니케이션 스타일 신뢰도 분석

| 영역 | Cronbach의 알파 |
|------------|--------------|
| 혁신성 | .658 |
| 진취성 | .786 |
| 위험감수성 | .741 |
| 재무적 성과 | .826 |
| 커뮤니케이션 스타일 | .793 |

기업가정신, 사업성과, 커뮤니케이션 스타일 요인에 대한 안정성, 일관성 및 예측가능성을 알아보기 위하여 본 연구에서는 크론바하 알파(Cronbach's α)계수를 신뢰도 계수로 사용하였다. 사회과학에서 일반적으로 0.6 이상을 측정지표의 신뢰성에 커다란 문제가 없다고 인정하므로, 본 연구에서도 0.6 이상을 기준으로 신뢰성을 평가하기로 하는 것으로 한다. 본 연구에서는 이와 같은 크론바하 알파계수를 이용하여 내적 일관성에 의한 측정도구의 신뢰도를 검증하였으며, 그 결과 기업가정신, 사업성과, 커뮤니케이션 스타일 영역에서 0.6이상의 수치로 나타나 신뢰수준을 만족한다고 할 수 있다. 〈표 6〉은 기업가정신, 사업성과, 커뮤니케이션 스타일 요인에 대한 신뢰도 분석결과를 제시하고 있다.

4.3 상관관계분석

〈표 7〉은 기업가정신, 사업성과, 커뮤니케이션 스타일 관련변인의 상관관계 분석을 실시한 결과를 제시하고 있는데, 먼저, 사업성과와 혁신성($r=.500$), 진취성($r=.428$), 위험감수성($r=.456$)의 경우에는 정적인 유의한 상관관계를 보였다($p<.001$). 성과와 커뮤니케이션 스타일($r=.625$)의 경우에도 정적인 유의한 상관관계를 보였다($p<.001$). 기업가정신과 커뮤니케이션 스타일($r=.390$)의 경우에는 정적인 유의한 상관관계를 보였다($p<.001$).

〈표 7〉 변인의 상관관계 분석

| 항목 | 혁신성 | 진취성 | 위험감수성 | 기업가정신(전체) | 재무적 성과 | 비재무적 성과 | 성과 | 커뮤니케이션 스타일 |
|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| 혁신성 | r 1 | | | | | | | |
| 진취성 | r .506** | 1 | | | | | | |
| 위험감수성 | r .439*** | r .498*** | 1 | | | | | |
| 기업가정신(전체) | r .780*** | r .810*** | r .833*** | 1 | | | | |
| 재무적 성과 | r .158 | r .332*** | r .368*** | r .362*** | 1 | | | |
| 비재무적 성과 | r .542*** | r .367*** | r .383*** | r .527*** | r .299** | 1 | | |
| 성과 | r .500*** | r .428*** | r .456*** | r .569*** | r .639*** | r .925*** | 1 | |
| 커뮤니케이션 스타일 | r .345*** | r .271** | r .327*** | r .390*** | r .242* | r .657** | r .625*** | 1 |

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

4.4 가설 검증

4.4.1 기업가정신과 사업성과에 대한 가설 검증

가설 1-1 : 기업가정신 중 혁신성은 사업성과에 정(+)의 영향을 줄 것이다.

〈표 8〉 기업가정신 혁신성이 사업 성과에 미치는 영향

| 모형 | 비표준화 계수 | | 표준화 계수 | t | P | VIF |
|------|---------|------|---------|-------|------|-------|
| | B | SE | β | | | |
| (상수) | 2.435 | .501 | | 4.864 | .000 | |
| 혁신성 | .203 | .122 | .158 | 1.659 | .100 | 1.556 |

R제곱(수정)=.025(.016), F=2.752

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

기업가정신 혁신성이 재무적 성과에 미치는 영향에서 $\beta = .158$ 로 유의한 영향을 미치지 않는 것을 알 수 있다 ($p < .05$). 설명력은 2%로 나타났다. 이러한 결과는 기업가정신 하위변인 혁신성이 재무적 성과에 영향을 미치지 않았다. 따라서, ‘가설 1-1 : 기업가정신 중 혁신성은 재무적 성과에 정(+)의 영향을 줄 것이다.’의 경우 가설이 기각되었음을 알 수 있다.

가설 1-2 : 기업가정신 중 진취성은 사업성과에 정(+)의 영향을 줄 것이다.

<표 9> 기업가정신 진취성이 사업성과에 미치는 영향

| 모형 | 비표준화 계수 | | 표준화 계수 β | t | P | VIF |
|------|---------|------|----------------|----------|------|-------|
| | B | SE | | | | |
| (상수) | 1.764 | .416 | | 4.238 | .000 | |
| 진취성 | .420 | .116 | .332 | 3.637*** | .000 | 1.999 |

R제곱(수정)=.110(.102), F=13.228***

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

기업가정신 중 진취성이 재무적 성과에 미치는 영향에서 $\beta = .332$ 로 유의한 정적인 영향을 미치는 것을 알 수 있다 ($p < .001$). 설명력은 11%로 나타났다. 이러한 결과는 기업가정신 하위변인 진취성이 높으면, 재무적 성과가 높아지는 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 따라서, ‘가설 1-3 : 기업가정신 중 진취성은 재무적 성과에 정(+)의 영향을 줄 것이다.’의 경우 가설이 채택되었음을 알 수 있다.

가설 1-3 : 기업가정신 중 위험감수성은 사업성과에 정(+)의 영향을 줄 것이다.

<표 10> 기업가정신 위험감수성이 사업성과에 미치는 영향

| 모형 | 비표준화 계수 | | 표준화 계수 β | t | P | VIF |
|-------|---------|------|----------------|----------|------|-------|
| | B | SE | | | | |
| (상수) | 2.071 | .298 | | 6.960 | .000 | |
| 위험감수성 | .372 | .091 | .368 | 4.094*** | .000 | 1.999 |

R제곱(수정)=.135(.127), F=16.762***

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

기업가정신 중 위험감수성이 사업성과에 미치는 영향에서 $\beta = .368$ 로 유의한 정적인 영향을 미치는 것을 알 수

있다($p < .001$). 설명력은 13%로 나타났다. 이러한 결과는 기업가정신 하위변인 위험감수성이 높으면, 재무적 성과가 높아지는 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 따라서, ‘가설 1-3 : 기업가정신 중 위험감수성은 재무적 성과에 정(+)의 영향을 줄 것이다.’의 경우 가설이 채택되었음을 알 수 있다.

4.4.2 커뮤니케이션 스타일의 매개효과 검증

가설 2-1. CEO의 커뮤니케이션 스타일은 혁신성과 사업성과의 관계를 매개할 것이다.

매개효과에 관한 가설을 검증하기 위해서는 세 가지 조건이 충족되어야 한다. <표 11>에서 제시된 조건들이 충족되면 종속변수에 대한 독립변수의 영향력은 회귀식 ②에서 보다는 회귀식 ③에서 더 작아진다($\beta_2 > \beta_3$). 회귀식 ③에서 매개변수가 투입되어 종속변수(Y)에 대한 독립변수(X1)의 영향력이 더 이상 통계적으로 유의하지 않다면 이는 잠정적인 매개변수(X2)가 독립변수와 종속변수의 관계를 강하게 매개하는 것으로 볼 수 있다(김지훈, 2022). 그러나 통계적 유의성이 매개가설 검증을 위한 필수조건이긴 하지만 충분조건으로 볼 수는 없다.

<표 11> 매개효과에 관한 가설 검증의 조건

| 회귀식 | 조건 |
|--|---|
| ① $X_2 = \alpha_1 + \beta_1 X_1$ | 회귀식 ①에서 독립변수가 매개변수에 통계적으로 유의한 영향을 미쳐야 한다. 즉, β_1 이 유의해야 한다. |
| ② $Y = \alpha_2 + \beta_2 X_1$ | 회귀식 ②에서 독립변수가 종속변수에 통계적으로 유의한 영향을 미쳐야 한다. 즉, β_2 가 유의해야 한다. |
| ③ $Y = \alpha_3 + \beta_3 X_1 + \beta_4 X_2$ | 회귀식 ③에서 매개변수가 종속변수에 통계적으로 유의한 영향을 미쳐야 한다. 즉, β_4 가 유의해야 한다. |

주) X1:독립변수, X2:잠정적인 매개변수, Y:종속변수, α :상수, β :표준화된 회귀계수

Baron과 Kenny의 분석법으로 매개효과를 검증하기 위해서는 다음과 같은 가설을 만족해야 한다. 첫째, 독립변인이 매개변인에 유의한 영향을 미쳐야 하고, 둘째, 독립변인은 종속변인에 유의한 영향을 미쳐야 하고, 셋째, 매개변인이 종속변인에 유의한 영향을 주어야 한다. (마지막 세 번째 가설을 검증하는 회귀분석에서 매개변인을 추가할 때 독립변인의 β 계수가 유의미 수준에서 무의미 수준으로 떨어지는 경우에는 완전매개(full mediation)관계, β 계수가 감소하기는 하나 무의미 수준으로 떨어지지 않는

경우에는 부분매개(partial mediation)관계가 성립된다(김지훈, 2022). 매개효과를 검증한 결과는 다음과 같다.

<표 12> 커뮤니케이션 스타일의 혁신성과 사업성과의 관계 매개효과

| 항목 | 비표준화 계수 | 표준화 계수 | t | P | R Square (수정) | | | |
|-------------|------------|--------|-----------|-----------|---------------|-------------|-------|------|
| | | | | | | B | SE | β |
| | | | | | | (상수) | 2.408 | .378 |
| 혁신성 | .351 | .092 | 3.806 *** | .000 | | | | |
| 독립 → 종속 | (상수) | 2.052 | .276 | 7.445 | .000 | .250 (.243) | | |
| | 혁신성 | .402 | .067 | 5.974 *** | .000 | | | |
| 독립, 매개 → 종속 | (상수) | 1.074 | .270 | 3.974 | .000 | .483 (.473) | | |
| | 혁신성 | .259 | .060 | 4.335 *** | .000 | | | |
| | 커뮤니케이션 스타일 | .406 | .059 | 6.906 *** | .000 | | | |

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

CEO의 커뮤니케이션 스타일의 혁신성과 사업성과의 관계 매개효과에 대하여 살펴보면, 독립변인이 매개변인에 미치는 영향의 경우 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나며 (p<.001), 첫 번째 조건을 만족하는 것을 알 수 있다. 회귀식의 설명력은 11%로 나타났다. 둘째, 독립변인이 종속변인에 미치는 영향의 경우 유의한 정적인 영향을 미치는 것으로 나타나(p<.001), 두 번째 조건을 만족하는 것을 알 수 있다. 회귀식의 설명력은 25%로 나타났다. 마지막으로 독립변인과 매개변인이 종속변인에 미치는 영향의 경우 매개변인과 독립변인이 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나며(p<.001), 부분적으로 매개하는 것으로 나타났다. 따라서, CEO의 커뮤니케이션 스타일은 혁신성과 사업성과의 관계를 매개하는 것으로 나타나, ‘가설 2-1. CEO의 커뮤니케이션 스타일은 혁신성과 사업성과의 관계를 매개할 것이다.’의 경우 가설이 채택되었음을 알 수 있다.

가설 2-2. CEO의 커뮤니케이션 스타일은 진취성과 사업성과의 관계를 매개할 것이다.

<표 13> 커뮤니케이션 스타일의 진취성과 사업성과의 관계 매개효과

| 항목 | 비표준화 계수 | 표준화 계수 | t | P | R Square (수정) | |
|-------------|------------|--------|------|-----------|---------------|-------------|
| | | | | | | B |
| 독립 → 매개 | (상수) | 2.861 | .337 | 8.483 | .000 | .074 (.065) |
| | 진취성 | .273 | .094 | 2.917 ** | .004 | |
| 독립 → 종속 | (상수) | 2.472 | .250 | 9.875 | .000 | .183 (.175) |
| | 진취성 | .340 | .070 | 4.898 *** | .000 | |
| 독립, 매개 → 종속 | (상수) | 1.229 | .264 | 4.660 | .000 | .463 (.453) |
| | 진취성 | .222 | .059 | 3.769 *** | .000 | |
| | 커뮤니케이션 스타일 | .435 | .058 | 7.434 *** | .000 | |

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

CEO의 커뮤니케이션 스타일의 진취성과 사업성과의 관계 매개효과에 대하여 살펴보면, 독립변인이 매개변인에 미치는 영향의 경우 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나며 (p<.01), 첫 번째 조건을 만족하는 것을 알 수 있다. 회귀식의 설명력은 7%로 나타났다. 둘째, 독립변인이 종속변인에 미치는 영향의 경우 유의한 정적인 영향을 미치는 것으로 나타나(p<.001), 두 번째 조건을 만족하는 것을 알 수 있다. 회귀식의 설명력은 18%로 나타났다. 마지막으로 독립변인과 매개변인이 종속변인에 미치는 영향의 경우 매개변인과 독립변인이 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나며(p<.001), 부분적으로 매개하는 것으로 나타났다. 따라서, CEO의 커뮤니케이션 스타일은 진취성과 사업성과의 관계를 매개하는 것으로 나타나, ‘가설 2-2. CEO의 커뮤니케이션 스타일은 진취성과 사업성과의 관계를 매개할 것이다.’의 경우 가설이 채택되었음을 알 수 있다.

가설 2-3. CEO의 커뮤니케이션 스타일은 위험감수성과 사업성과의 관계를 매개할 것이다.

<표 14> 커뮤니케이션 스타일의 위험감수성과 사업성과의 관계 매개효과

| 항목 | 비표준화 계수 | 표준화 계수 | t | P | R Square (수정) | |
|-------------|------------|--------|------|-----------|---------------|-------------|
| | | | | | | B |
| 독립 → 매개 | (상수) | 2.994 | .240 | 12.466 | .000 | .107 (.099) |
| | 위험 감수성 | .263 | .073 | 3.580 *** | .001 | |
| 독립 → 종속 | (상수) | 2.760 | .179 | 15.429 | .000 | .207 (.200) |
| | 위험 감수성 | .289 | .055 | 5.293 *** | .000 | |
| 독립, 매개 → 종속 | (상수) | 1.497 | .232 | 6.454 | .000 | .462 (.451) |
| | 위험 감수성 | .179 | .048 | 3.727 *** | .000 | |
| | 커뮤니케이션 스타일 | .422 | .060 | 7.074 *** | .000 | |

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

CEO의 커뮤니케이션 스타일의 위험감수성과 사업성과의 관계 매개효과에 대하여 살펴보면, 독립변인이 매개변인에 미치는 영향의 경우 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나며(p<.001), 첫 번째 조건을 만족하는 것을 알 수 있다. 회귀식의 설명력은 10%로 나타났다. 둘째, 독립변인이 종속변인에 미치는 영향의 경우 유의한 정적인 영향을 미치는 것으로 나타나(p<.001), 두 번째 조건을 만족하는 것을 알 수 있다. 회귀식의 설명력은 20%로 나타났다. 마지막으로 독립변인과 매개변인이 종속변인에 미치는 영향의 경우 매개변인과 독립변인이 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나며(p<.001), 부분적으로 매개하는 것으로 나타났다. 따라서, CEO의 커뮤니케이션 스타일은 위험감수와 사업성과의 관계를 매개하는 것으로 나타나, '가설 2-3. CEO의 커뮤니케이션 스타일은 위험감수성과 사업성과의 관계를 매개할 것이다.'의 경우 가설이 채택되었음을 알 수 있다. <표 15> 가설 검증한 것을 요약해서 제시하고 있다.

<표 15> 가설검증요약

| 구분 | 가설 내용 | 채택 여부 |
|--------|-------------------------------------|-------|
| 가설 1 | 기업가정신은 사업성과에 정(+)의 영향을 줄 것이다. | |
| 가설 1-1 | 기업가정신 중 혁신성은 사업성과에 정(+)의 영향을 줄 것이다. | 기각 |

| 구분 | 가설 내용 | 채택 여부 |
|--------|--|-------|
| 가설 1-2 | 기업가정신 중 진취성은 사업성과에 정(+)의 영향을 줄 것이다. | 채택 |
| 가설 1-3 | 기업가정신 중 위험감수성은 사업성과에 정(+)의 영향을 줄 것이다. | 채택 |
| 가설 2 | CEO의 커뮤니케이션 스타일은 기업가정신과 사업성과의 관계를 매개할 것이다. | |
| 가설 2-1 | CEO의 커뮤니케이션 스타일은 혁신성과 사업성과의 관계를 매개할 것이다. | 채택 |
| 가설 2-2 | CEO의 커뮤니케이션 스타일은 진취성과 사업성과의 관계를 매개할 것이다. | 채택 |
| 가설 2-3 | CEO의 커뮤니케이션 스타일은 위험감수성과 사업성과의 관계를 매개할 것이다. | 채택 |

V. 결론

5.1. 연구의 시사점

본 논문은 중소기업 CEO들의 기업가정신이 사업성과에 미치는 영향을 커뮤니케이션 스타일을 매개역할로 분석하였으며, 이론적, 실무적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 기업가정신의 혁신성은 사업성과에 정(+)의 영향을 줄 것인가에 대한 검증결과에 대하여 확인하였으며, 혁신성이 높은 CEO는 미래지향적인 성향으로 인하여 재무적 성과인 실질적인 매출에 대하여 영향을 주지 않지만 비재무적 성과에는 정(+)의 영향을 줄 것을 의미한다. 이처럼 기술혁신, 새로운 시장 개척, 제품 프로모션 등을 위한 혁신성은 고객만족, 고객충성도, 고객의 유지, 신규고객 유치를 포함하는 비재무적 성과를 향상시킬 수 있음을 의미한다.

둘째, 기업가정신의 진취성과 위험감수성은 사업성과에 정(+)의 영향을 준다는 것에 대한 검증결과이다. 기업가정신이 사업성과에 영향을 미치는데 있어 진취성과 위험감수성이 중요한 요인이며 실증연구 결과 사업성과에 정(+)의 영향을 미치고 있음을 보여주고 있다. 이를 통해 기업이 새로운 기회를 포착하며, 경쟁자에 대한 적극적인 경쟁의지와 높은 성과를 창출하려는 의지를 보여주는 진취성과 예측되거나 측정되는 위험을 기꺼이 수용하려는 위험감수성을 준비하고 진행하였을 경우 재무적, 비재무적인 사업 성과에 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

셋째, 기업가정신과 사업성과간의 관계를 매개하는 커뮤니케이션 스타일은 완전 매개효과가 있음을 검증하였다. 이를 통해 중소기업 CEO가 공유, 공감, 유대감 등의 심리적 요인을 활용한 커뮤니케이션 스타일을 기업가정신과 함께 기업에 적용시킬 경우 사업성과에 긍정적 영향을 미치

는 것으로 나타났다. 따라서 중소기업의 사업성과 향상을 위해 중소기업 CEO의 심리적 요인을 활용한 커뮤니케이션 스타일은 중요한 하나의 요소임을 탐색적으로 규명했다. 현재 중앙정부, 지자체에서 중소기업 CEO 대상 다양한 교육을 정기적으로 실시하고 있다. 이 교육은 주로 사업실무에 대한 내용을 중심으로 이루어지고 있는데, 향후 중소기업 CEO 대상 교육에서 기업가정신교육이 필수로 수행되어야 할 것이다. 본 연구결과에 의하면 중소기업 CEO의 기업가정신은 사업성과에 영향을 미쳐 기업의 흥망성쇠에 영향을 미칠 수 있기 때문이다. 아울러 CEO 대상 다양한 커뮤니케이션교육이 수행된다면 기업가정신은 커뮤니케이션 스타일을 통해 사업성과로 이어져 중소기업의 사업성과에 긍정적 영향을 미칠 것으로 기대한다.

5.2. 연구의 한계점

본 연구의 한계점은 다음과 같다. 첫째, 설문 대상인 중소기업이 1인~3인 기업이 높은 비중을 차지하고 있으며 1년 미만(예비포함)의 기업이 있음에 따라 사업성과를 확인할 수 있는데 한계가 있다. 그리고 연구의 설문대상이 유효 설문 109개로 한정하여 상대적으로 적은 표본을 연구함으로써 일반화시키는 것에 한계가 있다. 즉, 한정된 기업에서 사업을 운영하는 중소기업을 대상으로 연구함으로써 일반화에 대한 제약이 다소 있다. 따라서 후속연구에서는 3인 이상 및 3년 이상의 설립연차를 가지고 있는 기업체를 규모별로 대표성을 가지고 다양한 대상으로 한 연구가 필요하다.

둘째, 본 연구는 CEO의 커뮤니케이션 스타일만 매개변수로 활용하기 위해 조사하였고, 조직 구성원의 커뮤니케이션 스타일에 대해서는 조사를 진행하지 못한 한계점을 가지고 있다. 향후 후속 연구에서는 중소기업 조직원 전체에 대한 커뮤니케이션 스타일을 조사하여 이러한 조직구성간 상호작용이 기업성과에 미치는 영향분석이 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

강병오·김진수·안성식(2010). 프랜차이즈 가맹본부 CEO의 기업가정신이 기업성과에 미치는 영향에 관한 실증연구. *유통저널*, 15(4), 87-117.

강영규(2010). *중소기업의 조직문화를 기반으로 한 기업가정신성이 전략지향성에 미치는 영향*. 박사학위논문, 숭실대학교 대학원.

교 대학원.

김상화(2022). 정부의 창업지원정책 및 기업가정신이 창업기업의 비재무적 성과에 미치는 영향에 관한 연구. *한국진로창업경영학회지*, 6(3), 111-131.

김선아·김영결(1999). *(제2회)지식경영 학술심포지엄* (The)2nd knowledge management academic symposium.

김소영·현성협(2022). 상사의 커뮤니케이션 스타일이 객실승무원의 자기효능감과 정신건강 및 심리적 웰빙에 미치는 영향: 공감능력의 조절효과. *MICE관광연구*, 22(1), 129-143.

김영삼·박재춘(2022). 조직문화유형이 개인성과에 미치는 영향: 커뮤니케이션 매개효과와 조직신뢰의 조절효과. *한국진로창업경영학회지*, 6(3), 33-62.

김지훈(2022). *중소기업 CEO의 기업가정신이 사업성과에 미치는 영향: 기업교육 강사의 커뮤니케이션 스타일의 매개효과를 중심으로*. 석사학위논문. 국민대학교 글로벌창업벤처대학원.

김진환(2008). BSC의 커뮤니케이션과 기업성과: 흡수능력, 신뢰 및학습의 역할. *회계저널*, 17(3), 287-321.

박재환·안태욱(2016). 기업가정신과 창업 준비가 사업성과에 미치는 영향에 관한 연구. *벤처창업연구*, 11(1), 39-47.

박철우(2016). 기업가정신과 자기효능감이 지식경영성과에 미치는 영향연구: 여성CEO를 중심으로. *벤처창업연구*, 11(6), 11-26.

성연옥(2012). 조직 커뮤니케이션의 이론에 관한 연구. *기업경영리뷰*, 3(1), 19-47.

신진교(2006). 최고경영자, 전략, 구조 및 관리시스템 특성이 중소기업의 성과에 미치는 영향에 관한 한-대만 비교연구. *인적자원관리연구*, 13(3), 123-138.

이군호(2018). *기업 사내강사의 커뮤니케이션 스타일이 조직 구성원의 업무성과에 미치는 영향에 관한 연구: 방문판매업을 중심으로*. 박사학위논문, 목원대학교 대학원.

이성인·이호택(2022). 소상공인 기업가의 심리적 특성이 기업가정신과 소상공인 사업성과에 미치는 영향: 소상공인 정책자금의 조절효과. *벤처창업연구*, 17(1), 139-155

이춘우(1999). *조직양트라프러뉴십의 역할과 조직성과에 관한 연구 : 자원기초이론을 중심으로*. 박사학위논문, 서울대학교 대학원.

이학중·박헌준(2004). *조직행동론*, 파주: 법문사.

장진영(2019). *창업벤처기업 CEO의 사내 창업가정신이 사업성과에 미치는 영향 직무자율성의 매개역할*. 석사학위논문, 중앙대학교 대학원.

장추향 (2017). *조직문화, 커뮤니케이션, 직무태도 및 자기효능감 구조적 관계 검증*. 박사학위논문, 원광대학교 대학원.

장홍봉·김종관·왕환환·이윤경(2018). 사내창업가정신이 조직성과에 미치는 영향: 개방형 혁신의 매개효과를 중심으로-부산지역 중소기업 중심으로. *디지털융복합연구*, 16(3), 101-111.

- 정영민(2015). *기업가정신이 재무성과에 미치는 영향: 인간중심 경영의 매개효과를 중심으로*. 박사학위논문, 인하대학교 대학원.
- 조수경(2017). *사내기업가정신이 사내벤처와 혁신에 미치는 영향 분석*. 석사학위논문, 고려대학교 대학원.
- 조인아·김종성(2022). 군 장병의 개인특성과 기업가정신이 창업 의지에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구, *한국진로창업경 영학회지*, 6(2), 73-106.
- 최용석·이재은·강지원·김선구·한가록(2016). 청소년의 기업가정 신이 창업의지에 미치는 영향: 학업성적의 조절효과를 중 심으로. *벤처창업연구*, 11(6), 15-27.
- Al-Mamary, Y. H., & Alshallaqi, M.(2022). Impact of autonomy, innovativeness, risk-taking, proactiveness, and competitive aggressiveness on students' intention to start a new venture. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 100239.
- Akbar, F., Khan, R.A., Wadood, F., & Bin Bon, A. T. (2020). Entrepreneurial orientation dimension affects firm performance: A perspective from the Malaysian furniture industry. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(4), 157-181.
- AMEH, A. A., & UDU, A. A.(2017). The primacy of social networks in entrepreneurship: a study of networking ability and innovativeness among university students in north Central Nigeria. *International Journal of Social Sciences*, 3(3), 644-657.
- Astrini, N. J., Rakhmawati, T., Sumaedi, S., Bakti, I. G. M. Y., Yarmen, M., & Damayanti, S.(2020). Innovativeness, proactiveness, and risk-taking: corporate entrepreneurship of Indonesian SMEs. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 722(1), 012037.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P.(1989). Strategic Management of Small Firm in Hostile and Benign Enviroment. *Strategic Management Journal*, 10, 75-87
- Covin, J. G. & Wales, W. J.(2019). Crafting high-impact entrepreneurial orientation research : Some suggested guidelines. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43, 18.
- Dollinger, S. M.(1995). Identity Styles and the Five-Factor Model of Personality. *Journal of Research in Personality*, 29, 475-479.
- Hossain, K., Soon Lee, K. C., Abdul Ghani Azmi, I. B., Idris, A. B., Alam, M. N., Rahman, M. A., & Mohd Ali, N.(2022). Impact of innovativeness, risk-taking, and proactiveness on export performance in a developing country: evidence of qualitative study. *RAUSP Management Journal*, 57, 165-181.
- Kuratko, D. F., Ireland, R. D., & Hornsby, J. S.(2004). Corporate entrepreneurship behavior among managers: a review of theory, research, and practice. *Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth*, 7, 7-45.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G.(1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G.(2001). Linking Two Dimensions of Entrepreneurial Orientation to Firm Performance: The Moderating Role of Environment and Industry Life Cycle. *Journal of Business Venturing*, 16, 429-451.
- Miller, D.(1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770-791.
- Norton, R. W., & Pettegrew, L. S.(1979). Attentiveness as a style of communication: A structural analysis. *Communications Monographs*, 46(1), 13-26.
- Rauch, A., Wilkund, J., Lumpkin, G. T & Frese, M.(2009). Entrepreneurial Orient-action and Business Performance: An Assessment of Past Research and Suggestions for the Future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 761-787.
- Schumpeter, J. A.(1934). *The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Harvard University Press.
- Smart, D.T. and Conant, J. S.(1994). Entrepreneurial Orientation, Distinctive Marketing Competencies and Organizational Performance. *Journal of Applied Business Research*, 10, 28-38.
- Teles, D., & Schachtebeck, C.(2019). Entrepreneurial Orientation in South African Social Enterprises. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 7(3), 83-97.
- Zahra, S. A., D. F., & Kuratko and D. F. Jennings (1999). Entrepreneurship and the Acquisition of Dynamic Organizational Capabilities. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 23(3), 5-10.

[abstract]

A Study on Impact of SMEs CEO's Entrepreneurship on business performance

Kim, Ji Hun,* Kim, Jong sung**

The purpose of this study is to empirically analyze the effect of entrepreneurship of CEOs of small and medium-sized companies on business performance. SMEs are exposed to many risk factors from start-up to growth, and they can survive in the competitive market when they are well utilized by building know-how to systematically manage and overcome these risk factors. This study focused on the situation in which CEOs' future-oriented, creative ideas and entrepreneurship that takes risks will affect business performance. In particular, we would like to explore whether small and medium-sized CEOs play a mediating role in entrepreneurship and business performance by paying attention to the CEO's communication style. In this study, frequency analysis, correlation analysis, reliability analysis, and regression analysis were conducted on 109 CEOs of small and medium-sized companies

The results of the study are as follows. First, it was confirmed that the innovativeness of entrepreneurship does not affect financial performance as to whether it will have a positive (+) effect on business performance, but has a positive (+) effect on non-financial performance. Second, it was confirmed that entrepreneurship's innovativeness and risk taking had a positive (+) effect on financial and non-financial performance. Third, it was confirmed that the communication style that mediates the relationship between entrepreneurship and business performance has a complete mediating effect. This study identified that CEO communication styles have a positive effect on the business performance of SMEs, and communication education should be important in future education for CEOs of SMEs along with entrepreneurship education.

KeyWord: SMEs CEO, Entrepreneurship, Business performance, Communication Style

* First Author, Master's Degree, Graduate School of Global Entrepreneurship, Kookmin University, talkjh526@naver.com

** Corresponding Author, Assistant Professor, Graduate School of Global Entrepreneurship/Business School, Kookmin University, 01041603713@kookmin.ac.kr