

소기업CEO의 역량유형별 기업성과 영향분석

김성종(러브이즈해피 대표)¹⁾

국문 요약

본 연구는 소기업 CEO 역량유형별 기업성과 영향을 분석한 것이다. 독립변수로는 소기업CEO들의 4가지 역량 즉, 전략적 역량, 마케팅 역량, 관리 역량, 네트워크 역량을 설정하였고 이것이 종속변수인 재무적 성과와 비재무적 성과에 유의한 영향관계를 미치는지를 분석하였다. 또한 영향을 미치는 소기업의 CEO 역량 중 그 영향력의 크기도 함께 실증적으로 분석하였다. 연구결과는 다음과 같다. 첫째, 본 연구에서 설정한 소기업 CEO의 4가지 역량은 재무적 성과에 모두 유의한 영향이 있는 것으로 나타났으며, 비재무적 성과에는 관리역량을 제외하고 모두 유의한 영향이 있는 것으로 나타났다. 소기업CEO의 역량이 높을수록 기업의 재무적 성과 및 비재무적 성과가 높은 것으로 나타났다. 둘째, 소기업CEO의 4가지 역량 중 재무적 성과에 미치는 영향력의 크기는 네트워크 역량 > 관리 역량 > 전략적 역량 > 마케팅 역량 순으로 분석되었다. 셋째, 비재무적 성과에 미치는 영향력의 크기는 네트워크 역량 > 마케팅 역량 > 전략적 역량 순으로 나타났다. 본 연구는 소기업CEO의 역량을 세분화하여 기업성과와 연관해서 분석하면서 그 영향력의 크기를 밝혔는데 학문적인 의의가 있었으며, 성공적인 창업을 하거나 지속가능한 경영을 위해서는 소기업CEO대상으로 정부와 관계기관의 적극적인 교육을 통해서 역량강화에 관심을 기울여야 한다는 점에서 실무적인 의의를 찾을 수 있었다.

■ 중심어: 소기업CEO, 전략적 역량, 관리 역량, 마케팅 역량, 네트워크 역량, 재무적 성과, 비재무적 성과

I. 서론

글로벌경기의 둔화와 국내경기의 위축으로 인한 경영환경의 급격한 변화와 경쟁이 치열해짐에 따라 지속적으로 생존하기 위해서는 경쟁우위를 확보하는 것이 매우 중요하게 되었다. 소기업CEO들이 현재 겪고 있는 어려움은 초기사업시 진입장벽이 낮은 반면 경쟁은 과다한 것이 주요 요인으로 이야기되고 있다. 대기업과 중소기업에 비해서 소기업은 영세한 기업 규모와 조직보다는 소기업CEO 개개인의 역량이 매우 중요하며 이는 기업성과에 직접적인 영향을 미치게 된다.

최근까지 진행된 소기업CEO에 대한 연구에서는 소기업CEO들이 지속적으로 경쟁력을 확보하고 성공적인 사업 모델을 구축하는 것에 초점이 맞추어져왔다. 또한 대부분 소기업CEO들의 사업실패의 원인으로는 주먹구구식 사업운영 및 경험과 기술부족, 정보력 부족, 판촉 및 SNS를 통한 홍보마케팅 전략 미흡, 정부자금 조달의 어려움 등으로 인해 기인한다고 볼 수 있다(성규선, 최양애, 2018).

1)제1저자 : 러브이즈해피 대표, holy210@hanmail.net
· 투고일: 2019-10-15 · 수정일: 2019-11-18 · 게재확정일: 2019-12-20

소기업CEO 경쟁력 강화를 위한 핵심요인으로 사업자의 경험, 능력 등 소기업CEO 경영자 특성이 많은 영향을 미치고 있는 것으로 연구되고 있으며 소기업CEO은 사업 성공을 위해 자금조달, 업종특성 등 자원의 특성에도 많은 영향을 받는 것으로 연구되고 있다(윤종록, 김형철, 2009 ; 이남주, 이충섭, 2010).

한편, 소기업CEO의 경쟁특성, 시장특성 등 환경적 특성에도 영향을 미칠 것이라고 하는 연구(이충섭 외, 2009)와 소기업CEO 경쟁력강화 및 사업지속을 위해 자금, 교육, 컨설팅 등 정부지원정책도 소기업CEO 성장에 상당한 영향을 주고 있는 것으로 연구되고 있다(오상영 외, 2009 ; 김순태, 2013). 또한 서비스산업 분야에서도 종업원의 역량 연구에 관한 연구가 적지않게 집중되어 왔다(손성근, 2013). 반면 소기업CEO에 관한 역량유형별 기업성과에 대한 영향력 비교연구는 매우 미흡하다(김춘화 외, 2013). 이에 소기업CEO의 역량유형별 기업성과의 관계를 체계적으로 연구할 필요가 있다. 본 연구에서는 소기업CEO의 전략적 역량, 마케팅 역량, 관리역량, 네트워크 역량 유형에 따라서 기업성과에 미치는 영향이 차이가 있다는 연구모델 및 방향을 설정하였다. 이러한 경영 성과 측정을 위해서는 종속변수로 재무요소와 더불어 정성적인 요소(비재무적요소)도 반영함으로써 소기업CEO의 직무역량과 기업성과의 관계를 규명하고자 독립변수인 소기업CEO의 역량과 종속변수인 기업성과와의 관계를 검증하여 연구모델을 제시하고자 한다.

본 연구는 소기업CEO의 역량이 기업성과에 미치는 영향을 파악하기 위해 수행되었다. 실증적인 연구와 문헌적 고찰을 병행하였다. 문헌고찰에서는 소기업CEO의 역량, 소기업CEO의 기업성과 등 본 연구에서 중점적으로 다룰 변수의 개념정의와 문헌들을 고찰하였다. 이를 바탕으로 연구의 이론적 틀을 만들었다. 문헌 연구를 토대로 소기업CEO의 역량, 기업성과 사이의 관계를 파악하여 연구모형과 가설을 설정하였고, 이들 관계를 실증적으로 검증하기 위한 자료를 수집하고자 설문 문항을 개발하였다.

설문 대상은 소기업CEO들을 대상으로 2018년 10월 1일부터 2018년 10월 5일까지 5일 간 방문조사 및 온라인조사를 병행하였다. 이중 유효한 값을 가지는 설문지는 220개였다. 통계 패키지 IBM SPSS 24.0을 활용하여 가설 검정을 하였다. 측정항목의 타당성과 신뢰성 검정하기 위해서 탐색적 요인분석을 실시하였다. 이를 통해 측정변수를 정화하였다. 타당성과 신뢰성을 확보한 자료를 토대로 위계적 회귀분석 방법을 활용하여 변수 간 관계를 통계적으로 검정하였다. 결과분석을 통해 소기업CEO 연구 분야의 학문적, 실무적 시사점을 제시하였다.

본 연구의 목적은 다음과 같다

첫째, 소기업CEO의 역량 구성 요인들과 재무적, 비재무적 기업성과 간 유의한 영향이 있는지 분석한다.

둘째, 기업성과에 영향을 미치는 독립변수인 소기업CEO 역량 요인 들이 기업성과에 미치는 영향력의 크기를 분석한다.

셋째, 소기업CEO 연구 및 실무적 시사점을 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경 및 선행연구

2.1 소기업

소기업 지원을 위한 특별조치법에 따른 소기업이라 함은 「중소기업기본법」제2조의 규정에 따른 중소기업 중 2016년 1월 1일부터 소기업을 기존의 상시근로자수, 자본금, 매출액 중 1개 요건만 충족되면 되는 방식에서 3년간 평균 매출액으로 기준을 바꾸었다. 또한 모든 업종을 대분류하여 18개 업종이었으나 제조업은 중분류 기타 업종은 대분류로 바꾸어 41개 업종이 해당되게 되었다.

<Table I-1> 중소기업 중 소기업의 기준

업종	매출액
보건, 사회복지 서비스	10억원

개인서비스업, 교육서비스업, 숙박, 음식점	
전문과학기술서비스, 사업서비스	30억원
하수폐기물처리업, 예술, 스포츠, 여가서비스, 부동산 임대업	
출판,영상,정보서비스, 도소매업,	50억원
제조업(펄프, 종이, 종이제품 등 12개), 광업, 건설업, 운수업	80억원
제조업(의료용물질, 의약품 등 12개)	120억원

2.2 역량의 개념 및 소기업CEO역량

역량(competencies)은 개인이 직무를 수행하여 실제의 성과나 결과물을 나타내는데 있어서 지니고 있는 특성으로, 기술 및 지식, 사고유형, 성격, 태도, 가치관 등의 다양한 요소를 지닌 심리적 행동적 특성으로 정의하였다(손성곤, 2013). 역량에 대한 사회적 관심은 기업의 경영자자원론에서 시작되었지만, 그 개념이 활용된 시점은 1960년대 말 심리학 영역에서 출발하여 점차 조직 구성원의 역량으로 발전하였고, 1970년대는 역량의 개념을 개인이 수행하는 직무에서의 실질적인 성과를 더 잘 예측해 줄 수 있는 것으로 보고 조직구성원의 역량에 동기와 성격을 포함한 역량중심의 선발방식이 제기되었다(McClelland, 1973).

80년대 들어서 역량은 직무에서 높은 성과를 내는 사람이 지니고 있는 태도, 자기 이미지, 사회적 역할, 개인의 기술, 동기, 성격, 지식, 능력 등의 기본적 특성으로 개념화하였다(성규선, 최양애, 2018). 이후 90년대는 기업의 무형자산으로서 다른 기업들이 단기간에 모방할 수 없는 능력이자 여러 경쟁력있는 제품이나 기술, 또는 서비스를 만들어낼 수 있는 원천적 능력으로 연구되었다(Carpenter, 2002). 결국 역량이란 특징인이 보유하는 능력을 바탕으로 성과를 내기 위해 취한 행동으로 볼 수 있고 능력평가나 인적자원 육성에 활용하기 위해 높은 성과를 올리는 사람의 행동특성이라고 할 수 있다(Johnson, Chang and Yang, 2010).

지금까지 역량에 관한 연구가 다양하게 지속되고 있지만 그 개념은 특정 상황이나 직무와 관련되어 있고 실용적 목적에서 이루어지기 때문에 개념적 합의를 이루기는 쉽지 않다는 것이 보편적인 관점이다(문용린 외, 2007). 다만 이들 역량연구에서 공통적인 것은 특정한 동기(motives), 특질(trait), 기술(skills), 능력(abilities)이며 사람들이 특별한 방식으로 지속적으로 행동하게 하고 조직을 위한 경쟁력있는 이점들을 창출하게 하는 것이다(서명선, 2016). 한편, 소기업 CEO의 역량을 정의한다면 역량은 직무수행과 관련된 소기업CEO 개인의 자질이나 능력으로 조직구성원의 행동을 이끌며 성과에 기여하는 소기업CEO 개인의 특성으로 정의할 수 있다. 또한, 중소기업 경쟁력의 내부와 외부 원천들을 강조하고 있는 문헌에서 이러한 중소기업 CEO의 역량 요소들이 강조되고 있다. 특히 소기업CEO는 기업의 전략을 포함한 대부분의 주요 의사결정을 스스로 내리고 이에 따라 경영활동이 이루어지기 때문에 이들이 지니고 있는 업종관련 지식, 기술, 경험 및 능력은 곧 소기업CEO의 주요 역량이자 기업성과를 결정짓는 핵심 요소가 되었다(Horne, 1992).

이러한 인적요소에 대한 중소기업의 주요 차별적 역량이 CEO의 경험, 지식 및 기술이라는 연구결과에 의해서도 지지되고 있다. 최고 경영자의 심리적 특성을 세분화하면 성취 욕구, 위험감수 성향, 내적 통제위치, 모호함에 대한 인내, 자기효능감 등으로 나눌 수 있고, 성취 욕구는 사업에 대한 끊임없는 노력과 인내, 몰입 등으로 최고 경영자가 갖추어야 할 핵심 특성이라고 하였으며, 우리나라 대부분의 중소기업CEO는 기술력과 아이디어를 바탕으로 창업을 하는 경우가 많기 때문에 최고경영자의 성취욕구가 중요하다는 연구결과를 나타내고 있다(이장우, 장수덕, 2001). 중소기업의 기업성과에 대한 연구에 있어서 경영자의 역량은 기업성과에 정(+)의 영향을 미치는 요인으로 여겨 왔으며, 초기 연구에서부터 현재까지 수많은 연구자들에 의해 연구가 이루어지고 있다. 경영자 역량과 기업성과의 관계에 관한 선행연구는 인구통계학적 특성, 행위적 특성, 심리적 특성, 직무 역량, 자원 역량, 동기적 특성, 리더십, 경영자 능력 등 다양한 연구로 구분되고 있으나, 연구자들마다 접근방법이 상이하며, 변수로 고려하는 특성들이 매우 다양하기 때문에 일치된 결과를 보이지 않고 있다(장창권, 2016). 따라서 본 연구에서는 독립변수 요인인 경영자의 역량을 전략적 역량, 마케팅 역량, 관리

역량, 네트워크 역량의 4가지 차원을 중심으로 구성하여 연구방향을 설정하였다.

2.3 4가지 역량

소기업CEO의 역량에는 전략적 역량, 마케팅역량, 관리적역량, 네트워크역량을 설정하였다.

우선 전략적 역량은 김완재에 의하면 전략적 능력과 기술적 능력은 재무적 성과에 유의한 영향을 미치고, 관리적 역량은 비재무적 성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다(김완재, 2007). 윤종록은 벤처기업의 창업자 특성과 차별화전략이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 벤처기업의 경영성과에 미치는 영향요인에 대해 다차원적인 측면에서 접근이 필요하다고 보았다. 즉, 경영성과에 미치는 영향 요인에 대해 분석한 결과 창업자 특성에는 전략적 역량과 기술·기능적 역량이, 차별화된 전략에서는 혁신성 요인의 전략이 완전 또는 부분적 매개역할을 하고 있다고 하였다(윤종록, 김형철, 2009). 양수희의 연구에 의하면 전략적 역량은 기술사업화 능력에 긍정적 영향을 미치며 중간경로에 있는 기술사업화 능력에 직접적인 영향을 준 후 경영성과에 영향을 미침으로 기술사업화 능력은 경영성과에 긍정적 영향을 주며, 중요한 매개변수 역할을 수행한다고 하였다(양수희 외, 2011). 박명수의 연구에 의하면 창업자의 창업가정신, 관리능력, 마케팅능력은 매출액, 시장점유율, 수익성에 유의한 영향을 미친다고 하였다(박명수, 2012).

또한 마케팅 역량은 마케팅환경의 변화가 빠르게 진행되고 있기에 소기업CEO가 마케팅 분야에 전문적 지식과 함께 경쟁력을 갖추어야 하며 마케팅 문제 해결을 위해서 마케팅인력 확보와 함께 활용능력까지 갖추어야 할 필요성이 있다. 소기업CEO에게 있어서 마케팅 역량은 기업의 경영성과를 산출하기에 중요하며(윤종록, 김형철, 2009), 치열한 경쟁환경 하에서 경쟁기업대비 우수한 제품개발과 판매우위를 확보하는 원천으로 작용할 뿐만 아니라 지속적인 신제품개발 및 시장개척을 통해 경영성과를 향상시키는 핵심요인으로 여겨지고 있다(전인오, 2012). 기업성과 달성을 위해 마케팅 주도 비즈니스 전략이 필요하며, 비즈니스전략 수행을 위한 핵심요소로 시장과 고객을 주장하였는데, 마케팅능력은 기업이 지니는 핵심능력의 기초이며 경쟁우위의 원천이므로 적은 자원으로 보유한 기술을 기반으로 위험을 무릅쓰고 사업을 영위하는 소기업에서의 마케팅능력은 핵심 성공요인이라고 할 수 있다(윤종록, 김형철, 2009).

관리적 역량에는 기업의 성장과정에서 조직의 성장속도에 비해 관리역량이 따라가지 못할 때 나타나는 것이 성장통(Han, 2005)인데 기업이 발전하면서 각 부분별로 조직구조를 갖추고 경영활동을 하는 과정이 필요하므로 이 과정에서 관리역량의 불균형적인 발전이 있을 때 성장통은 더욱 커질 수밖에 없다(김병년, 양동우, 2014). 창업자 역량특성인 경영관리능력과 기술적 전문성은 행동경영 성과에 직접적인 영향을 미치고, 의사소통능력과 의사결정은 경영전략 및 조직구조 변수를 통해 간접적인 영향을 미친다(최용호 외, 2003). 그리고 김완재는 창업자의 관리적 역량인 기업가적 능력, 관리적 능력, 기술·기능적 능력이 소기업의 재무적 성과에 정(+의 영향을 미친다고 하였다(김완재, 2007). 또한 관리적 능력, 기업가적 능력, 창업경험, 비용우위 전략성향, 마케팅 차별화 전략성향은 소기업의 비재무적 성과에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다(김완재, 2007).

경영관리와 마인드개선 및 역량제고 역시 창업자 자신이 경영자로서 마인드를 구축하지 않는다면 주먹구구식 경영으로 나타나며 자기경영의 관계에서 벗어나지 못한 탓에 큰 성과를 도출해 낼 수 없다고 연구에서 밝혀졌다(성옥석, 2015). 네트워크 역량이란 타인과 상호작용 할 수 있는 능력을 네트워크 역량이라 말하며 이것이 중요한 이유는 소기업CEO의 주요 의사결정이 혼자 또는 몇 명의 동업 등으로 이루어져 있기 때문이다. 그렇기 때문에 그에 대한 해결을 외부에서 하는 경우가 많으므로 타인과 효과적으로 일할 수 있는 능력을 지녀야 하며 많은 사람들과 거래하기 위해서는 네트워크 역량이 중요하게 되었다. 네트워크 역량을 인지능력, 인상관리, 설득력, 사회적응력(Baron and Markman, 2003)으로 보기도 하고 인지능력, 인상관리(이현숙, 이장우, 2004) 또는 내부결속능력, 인지능력(장수덕, 2007)으로 보기도 하였다. 네트워크 역량이 뛰어난 기업가들은 일반적으로 타인을 제대로 판단할 수 있는 능력과 자신의 이미지를 좋게 보이게 만들 수 있는 능력 등이 뛰어나다고 했다(Baron and Markman, 2003). 네트워크 역량이 우수한 기업가는 많은 비즈니스 상황에 있어서 기술이 부족한 사람들에 비해 좋은 성과를 경험할 가능성이 크며 이는 실증연구에서도 지지되는 것으로 나타났다(Baron and Markman, 2003). 국내에서는 권미영의 연구에서 기업가 특성에서 네트워크 역량 및 관련 산업경험이

성과에 영향을 미치는 요인으로 확인되었다(권미영, 2010).

2.4 기업성과

기업성과라는 개념자체가 다차원적이기 때문에 숫자로 표시되는 정성적 평가인 숫자들만으로 기업성과를 평가하는 것은 많은 문제를 야기할 수 있다. 특히 경영전략을 평가하기 위한 기준은 경제성(또는 효율성)과 매출인 재무적 성과뿐만 아니라 생산능력의 제약조건, 불확실성 등과 같은 비재무적 요인을 포함하여야 한다. 일반적으로 성과는 기업의 내부적으로 평가하는 것으로서 수익성, 안정성, 성장성, 생산성 등이 있으나 가장 많이 활용하는 평가기준으로는 수익성, 성장성(매출액증가율)이 있다(강공경열, 2014). 성과측정에 있어서 객관적인 재무성과의 활용이 가장 적절하나, 우리나라 중소기업의 경우 재무제표의 정확성과 공개성의 미흡 등으로 해석의 어려움이 있기 때문에 이러한 방법의 적용이 쉽지 않은 경우도 많다(권미영, 2010). 기업의 성과는 경쟁사 대비 매출 및 시장점유율로 구성된 성장성과 투자대비 수익으로 측정되는 수익성으로 평가되어 왔으며 기업성과의 측정과 선택에 있어서 다양성에도 불구하고 실제의 실증분석에 있어 성과측정의 선택은 자료의 이용 가능성에 의해 크게 제한되는 것이 사실이다. 이러한 이유로 대부분의 실증연구에 있어서 기업성과의 측정을 성장성과 수익성으로 대별하고, 성장성의 측정에는 매출액 또는 고용지표를 그리고 수익성의 측정에는 매출액, 영업이익률(순이익률) 또는 자산 영업이익률(순이익률) 등의 지표를 사용하는 것이 보편적이다.

또한 기업성과를 운영적 성과와 재무적 성과로 구분하였는데 운영적 성과는 비용, 납기, 신뢰성, 품질, 그리고 유연성 등으로 측정하였고, 재무적 성과는 시장 점유율, ROI, 매출액 증가로 측정하였다. 기업의 성공과 그 성공에 영향을 미치는 성공요인 분석에 대한 기존의 연구는 미국과 한국의 벤처산업에서 집중적으로 선행 연구가 되어 있는 실정이나, 소기업CEO에 대한 선행연구 자료는 거의 없는 실정이다(이병구, 2010). 성과지표의 선행연구를 보면, 먼저 “재무적인 기업성과로 성장성 지표인 매출액 증가율, 단위당매출액 증가율, 총자산 증가율, 부가가치 등이 있으며, 수익성을 나타내는 경상이익률, 매출액이익률, 자산이익률, 투자수익률(ROI), 자본수익률(ROE), 운영이익, 공헌이익 등이 있으며, 생산성을 나타내는 1인당 인건비증가율, 1인당 부가가치증가율 등이 있다. 또한, 재무구조적인 측면인 시장점유율의 변화(MSC), 시장점유율/상대적 시장점유율(MS/RMS), 비용통제, 현금흐름(CASH FLOW), 위험수익률등이 있다”고 하였다(방혜민, 2016). 또 다른 선행연구를 보면 “지금까지 살펴본 재무적 성과지표가 가진 가장 큰 한계점은 바로 결과에 관한 지표라는 것이다. 즉, 지금 시점까지의 경영활동의 결과를 한 순간을 기준으로 보여 줄 뿐이지, 어떠한 경영활동으로 그러한 결과가 나왔는지, 앞으로 어떻게 해나갈 것인지, 궁극적으로 비즈니스를 계속 영위할 것인지에 대해서는 보여줄 수가 없고, 업력이 짧고 변동성이 큰 벤처기업의 경우에는 결과를 중시하는 재무성과 지표만으로는 전체적인 기업성과를 측정하기 어렵고, 벤처기업의 특성상 재무성과 자료의 공개를 꺼리는 경우도 있을 수 있다”고 하였다(김형철, 2011).

본 연구도 소기업CEO 관련 비즈니스의 성공과 성과 영향을 바탕으로 소기업CEO 분야에서 재무적성과와 비재무적 성과중에 어떠한 요인이 효과적인지를 도출하고자 하였다. 우선 재무성과는 조직의 경영활동이 얼마나 효과성과 효율성을 이루어 냈는지 측정하고 평가하는 기업활동에 대한 종합적이고 포괄적인 결과물이라 할 수 있다. 객관적인 성과는 시장점유율, 매출성장률, 투자수익율과 같은 성장성과 수익성에 관한 지표들이며, 기업의 단기성과 측정을 위해 주로 사용되는 재무적 기업성과 지표는 수익성으로 표시된다(방혜민, 2016). 기업 수준의 지표로 가장 많이 사용되어온 것은 매출액이다. 인당 매출액은 기업활동이 기본이 되는 수익사항으로 기업 활동에 있어 근원적인 의미를 지니고 있어 일반적으로 재무적 성과로 사용되는 것은 재무비율이다. 재무비율이란 재무제표상의 개별 항목간의 비율을 산출하고 해당 회사의 재무상태와 기업성과를 분석하는 방법으로 재무비율은 유동성비율, 레버리지(안정성)비율, 활동성 비율, 성장성 비율, 수익성 비율, 생산성 비율, 시장가치 비율로 분류된다(김창봉, 이승현, 2017). 그러나 재무적 측정치는 단기적 정량적인 성과만을 지나치게 강조함으로써 미래 이익창출의 원동력이 되는 정량적 성과 즉, 연구개발, 종업원의 교육훈련 등 조직의 운영수준과의 연계성이 부족할 뿐만 아니라, 종업원들은 기업의 비전이나 경영정책 수행에 얼마나 기여하고 있는지를 알지 못함으로써 경영목표 일치라는 관점에서도 문제점을 내포하고 있다(김형철, 2011).

본 연구에서는 이상의 논의를 바탕으로 재무적 성과를 측정하기 위해 매출액, 수익성, 시장점유율, 거래처(고객)수,

직원수 증가 지표를 사용하였다. 또한 비재무적 기업성과는 그 중요성이 인정되고 있으나 객관화되기가 쉽지 않을 뿐만 아니라 측정의 범위가 광범위하여 단기적 기업성과를 나타내기에는 부적합한 것으로 인식되고 있다(Itter and Larker, 1997). 제조업과 비제조업 모두 고객을 만족시키기 위해서는 제품과 서비스에 대한 품질 수준에 대한 성과가 필요한데, 재무적 성과로 나타낼 수 없는 부분이기 때문에 비재무적 측면으로 성과를 측정해야 한다고 보았으며, 비재무적 성과 변수로 생산성, 고객만족, 품질 및 서비스 개선 변수를 중심으로 기술 기반의 제조기업이 비제조기업보다 비재무적 성과가 좋은 것으로 나타났으며, 제조기업이 장기적 측면의 재무적 성과를 위해서는 비재무적 성과를 향상시키기 위한 노력을 하는 것의 필요성을 제시하였다(방혜민, 2016). 기업의 장기적 기업성과를 나타내는 비재무적 기업성과 지표는 조직을 중심으로 관련된 모든 이해 당사자의 여러 주주에 의해 기업성과를 측정함으로써 종합적이고 포괄적이며 조직성과의 많은 부분을 설명할 수 있는 장점이 있다고 주장하였다(손은호, 김경환, 2007). 즉, 기업의 기업성과는 복합적인 현상으로 다차원적인 측면에서 측정되어야 하며, 이를 위해서는 조직구조, 동기유발, 집단 역할, 직무 충실화, 의사결정, 리더십, 목표 설정, 계획 수립 등과 같은 요인들에 대하여 종합적으로 측정하고 평가해야 한다고 하였다.

재무지표와 비재무지표를 병용할 경우에 ROA, 시장수익률 등에 있어서 더욱 커다란 개선효과가 존재한다고 하면서, 비재무지표는 혁신지향전략, 품질지향 전략, 제품수명 주기, 산업규제 등과 같은 기업의 특성에 적합하게 선정, 활용될 필요가 있다고 주장하였다(Itter and Larker, 1997). 내부역량과 경쟁전략 간의 적합성이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 비재무지표로서 시장점유율, 신제품개발 능력, 브랜드 인지도를 사용하였다(김형철, 2011). 전략적 성과, 즉 비재무적 성과변수는 시장점유율, 기업 이미지, 품질에 대한 투자 등과 같은 변수로 단기적인 수익성의 향상에는 직접적인 영향을 미치지 못하지만 장기적으로는 기업의 수익성에 기여할 수 있다(이장우, 장수덕, 2001). 이외에도 “비재무적 성과(non-financial performance)에 대한 기존 연구에서는 주로 시장점유율, 고객만족도, 기존 고객 유지, 등에 관한 연구가 주를 이루었다. 이외에도 고객 만족, 고객충성도 및 유지, 재구매 등의 변수들이 포함되고 있다”고 하였다(박용호, 김용태, 2014). 따라서 소기업CEO의 수익성, 성장성, 생산성, 유동성, 안전성, 활동성 등은 재무적 성과의 대표적인 지표이고, 고객만족, 종사원의 사기, 직무만족, 조직몰입, 기업이미지, 정보시스템 등은 비재무적 성과의 대표적인 지표라고 할 수 있다(방혜민, 2016). 이러한 비재무적 성과는 IT 기술 기반의 기업에서도 중요하게 나타나는데, IT 시스템 분야에서 재무적 성과를 높이기 위해서는 비재무적 성과를 우선적으로 높여야 하며, 비재무적 성과를 높이기 위해서는 지원서비스 및 환경에 대한 경쟁력을 높이는 전략을 활용할 때 가능하다고 보았다(성규선, 최양애, 2018). 즉, 재무적 성과를 높이는 선행 변수로 비재무적 성과의 중요성을 제시하였다.

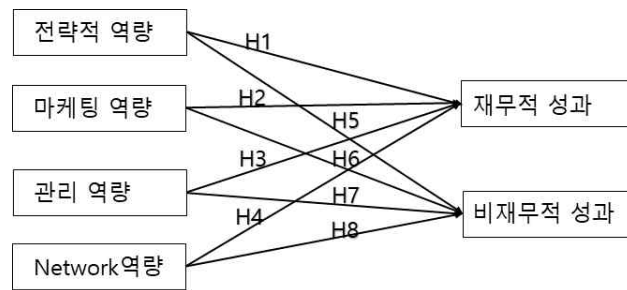
본 연구에서는 이상의 논의를 바탕으로 비재무성과 측정을 위해 고객만족도, 비전달성정도, 기업성과 만족도, 제품(서비스)우위에 의한 성과 향상 기대 지표를 사용하였다.

III. 연구모형 및 가설설정

3.1 연구모형

본 연구는 제 II장에서 조사된 선행이론들을 바탕으로 연구모형을 설계하고 연구가설을 설정하였다. 본 연구는 소기업CEO의 역량이 기업성과에 미치는 영향을 실증적으로 분석하기 위해 시행되었다. 따라서 소기업CEO의 역량이 기업성과에 미치는 영향을 검증하기 위해 다음과 같은 연구모형을 설정하고 실증 분석하고자 했다.

선행 연구를 살펴본 바에 의하면, 소기업CEO의 역량과 기업성과 간에는 높은 관련성이 있음을 알 수 있다. 이러한 선행 연구를 토대로 본 연구에서는 소기업CEO의 기업성과에 미치는 독립변수인 소기업CEO의 역량과 기업성과 간 적합성 모형을 도출하기 위하여<Figure III-1>와 같다.



[Figure III-1] 연구모형

3.2 가설설정

기업의 경영우위의 원천으로 성과가 뛰어난 우수한 역량을 갖춘 인재들을 보유하고자 하는 기업의 노력을 보면 기업의 인적자원 역량은 기업의 기업성과와 밀접한 관련이 있는 자원이라 할 수 있다. 성공적인 비즈니스를 위해서는 역량을 기반으로 한 접근법이 중요시 되고 있다. 즉, 개인과 조직의 역량 간 차이를 감소시킴으로써 기업성과를 효율적으로 달성할 수 있다(Draganids and Mentzas, 2006).

고객지향성이 비재무적 지표인 서비스품질에 영향을 미칠 수 있으며, 서비스종사원의 역량이 노동생산성에 긍정적인 영향을 미친다(서창석, 황미혜, 2008)고 하였으며, 외식업 종업원의 역량이 기업성과에 직접적인 영향관계에 있음을 증명하였다(손성곤, 2013). 따라서 소기업CEO의 역량도 기업성과와 밀접한 관계가 있을 것이며, 역량의 수준이 높을 수록 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다. 앞에서 다룬 이론적 배경과 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

구분	연구 가 설
H1	전략적 역량은 재무적 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H2	마케팅 역량은 재무적 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H3	관리 역량은 재무적 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H4	네트워크 역량은 재무적 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H5	전략적 역량은 비재무적 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H6	마케팅 역량은 비재무적 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H7	관리 역량은 비재무적 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다
H8	네트워크 역량은 비재무적 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

IV. 연구결과

4.1 연구설계

본 연구의 가설검정을 위하여 <Table IV-1>와 같이 설문지를 구성하였다.

실증적인 연구를 위하여 설문조사는 소기업CEO를 대상으로 조사를 실시하였다. 온라인과 오프라인 설문조사를 병행하였다. 2018년 10월 1일부터 2018년 10월 5일까지 5일간 방문조사 및 온라인조사를 병행하였다. 총 231부가 회수되었고 회수된 설문지 중 불성실하게 응답하였다고 판단되는 설문지 11부를 제외한 최종 유효 설문지 220부를 실증분석에 활용하였다. 각 변인을 구성하는 측정항목의 신뢰도를 크론바흐 알파 값으로 측정하였고 독립변수로 전략적 역

량, 마케팅 역량, 관리 역량, 네트워크 역량으로 구성하였으며 종속변수로 재무적 성과와 비재무적 성과로 문항을 구성하였다. 문항들은 여러 변수들과 연구모형과 맞는 척도들을 생성하였고, 일부 문항은 연구목적에 맞도록 수정 보완했다. 각 문항에 대해서는 리커트(Likert)의 5점 척도를 이용하여 측정하였다. 설문 대상은 소기업CEO들을 대상으로 2018년 10월 1일부터 2018년 10월 5일까지 5일 간 방문조사 및 온라인조사를 병행하였다. 이중 유효한 값을 가지는 설문지는 220개였다.

측정항목의 타당성과 신뢰성 검정하기 위해서 탐색적 요인분석을 실시하였다. 이를 통해 측정변수를 정화하였다. 타당성과 신뢰성을 확보한 자료를 토대로 위계적 회귀분석 방법을 활용하여 변수 간 관계를 통계적으로 검정하였다. 결과 분석을 통해 소기업CEO 연구 분야의 학문적, 실무적 시사점을 제시하였다.

본 연구를 위해 수집된 자료의 분석은 IBM SPSS 24.0 프로그램을 이용하여 다음의 과정으로 수행하였다.

첫째, 설문응답자의 인구 통계학적 특성을 파악하기 위하여 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 타당도를 검정하기 위해서 측정항목에 대한 요인분석을 실시하여 구성개념들의 측정타당성을 분석하였다. 탐색적 요인분석 요인 추출모델로는 측정의 타당성을 저해하는 항목들을 제거하기 쉽게 해주는 주성분 분석을 이용하였고, 회전방식으로는 직교회전방식(Verimax)을 이용하였다.

셋째, 신뢰도를 검정하기 위한 이론변수의 여러 측정항목 간의 내적일관성인 Cronbach's α 계수를 기준으로 분석하였다.

넷째, 상관관계 분석을 하여 변수들 간의 관계 파악과 변수들 간의 관계를 수치로 나타내었다.

다섯째, 연구가설에 대한 검정을 위해 위계적 회귀분석을 사용하였다.

<Table IV-1> 설문 항목

주요요인	측정항목
전략적역량	나는 중요한 사안에 대해서는 전략적으로 사고한다
	나는 새로운 전략이나 계획 수립시 다양한 채널을 통해 정보를 탐색해 본다
	나는 긴급적 심도있는 분석을 통해 문제를 해결하는 편이다
	나는 새로운 시도에서 앞서 실패 사례를 분석하여 문제 해결에 접근하는 경향이 있다
	나는 문제 상황에서 겉으로 드러난 문제뿐만 아니라 숨은 원인까지도 찾아보는 편이다
마케팅역량	나는 시장정보를 수집 하거나 판단하는 능력이 우수한 편이다
	나는 수집되어진 시장 정보를 활용하는 능력이 우수한 편이다
	나는 시장 세분화에 따른 목표시장을 선정하는 능력이 우수한 편이다
	나는 신제품 및 서비스에 대한 마케팅 능력이 우수한 편이다
	나는 신규 및 추가 유통채널 발굴 능력이 우수한 편이다
	나는 고객 관리 능력이 우수한 편이다
관리역량	나는 직원들을 동기 부여함으로써 기업성과를 달성하는 능력을 가지고 있다
	나는 자원을 적절히 배분하고 과업을 조정하는 역량을 가지고 있다
	나는 사람들을 설득하고 지도하는 역량을 가지고 있다
	나는 권한을 효율적으로 위임하는 역량을 가지고 있다
	나는 조직구성원에게 비전을 제시하고 공유하도록 노력한다
네트워크역량	나는 주변 거래처들과 좋은 관계를 유지하고 있다
	다른 사람들과 좋은 관계를 유지하는 것이 나의 중요한 자산이다
	나는 외부 전문가들과 좋은 관계를 유지하고 있다
	나는 필요한 사람과의 네트워크를 잘 구축하고 있다

재무적성과	최근 2년간 회사의 매출액이 점점 증가하고 있다
	최근 2년간 회사의 수익성이 점점 향상되고 있다
	최근 2년간 회사의 시장점유율이 점점 높아지고 있다
	최근 2년간 거래처수(혹은 고객)가 점점 증가하고 있다
	최근 2년간 회사의 직원수가 점점 증가하고 있다
비재무적성과	현재 회사의 비전을 어느 정도 달성하고 있다
	현재 회사의 기업성과에 대해 만족하고 있다
	제품이 우수해서 향후 전반적인 성과가 좋을 것으로 예상된다
	우리 회사의 고객만족도는 경쟁사에 비해 높은 편이다

4.2 가설검정

4.2.1 표본 특성

응답자의 인구통계학적인 특성을 살펴보면 응답자 중 남성 169명(76.8%), 여성 51명(23.2%)이었다. 연령은 40대가 115명(52.3%)으로 가장 많았고 그 다음으로 50대가 77명(35.0%)이었다. 학력은 대학졸업이 57.7%, 그리고 대학원졸이 30.0%로 대졸이상이 88%를 차지하였다 또한 기업관련 특성을 살펴보면 기업의 형태는 개인회사가 123개로 55.9%를 차지하였다. 업종은 기타서비스업 74개(33.6%), 도소매, 유통업 58개(26.4%), 교육, 컨설팅 28개(12.7%) 순이었다. 업력은 5년 이상이 115개로 전체의 52.3%를 차지하였다. 1년 미만도 20개사로 9.1%였다.

한편, 매출액은 3억 미만이 119개사로 54.1%를 차지하였으며, 전체적으로 10억 미만이 78.2%로 나타났다. 종업원수에 있어서 5인 미만이 156개사로 전체의 70.9%를 차지하였고 5인 이상 10인 미만이 32개사로 14.5%로 나타나 이 둘을 합하면 85.5%에 이르렀다.

4.2.2 타당도와 신뢰도 분석

각 변인들의 측정항목의 타당성과 신뢰성을 검정하기 위해 탐색적 요인분석과 신뢰성 분석을 실시하였다. 요인분석은 설문에서 사용된 다양한 변수들의 상호관련성을 소수의 요인으로 추출하여 전체변수들의 공통요인을 찾아내어 각 변수가 받는 영향의 정도와 그 집단의 특성을 규정하는 통계분석 방법으로 여러 개의 변수들에 내재된 정보를 이용하여 보다 적은 수의 요인으로 압축, 요약하는데 그 목적이 있다. 즉, 모든 변수들 간의 관계를 분석함으로써 변수들의 토대를 이루는 요인을 발견하여 주어진 자료 자체를 분석하는 것이다(송지준, 2015).

요인분석의 적합성 판단은 KMO와 Bartlett의 구형성 검정을 이용하였다. 그 결과 <Table IV-2>에서 보는 바와 같이 본 연구의 경우 유의확률 .000에서 KMO값이 .788으로 적절한편에 속한다. KMO는 다른 변수에 의해 잘 설명되는 정도를 나타내는 값이다. 일반적으로 KMO값이 .90이상이면 상당히 좋은 것이고, .80에서 .89 사이는 꽤 좋은 편, .70에서 .79 사이는 적당한 편으로 보고 있다. .50 미만인 경우 받아들일 수 없는 수치로 판단한다.

<Table IV-2> KMO와 Bartlett의 검정

표본 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도.		.788
Bartlett의 구형성 검정	근사 카이제곱	3364.071
	자유도	253
	유의확률	.000

Bartlett의 구형성 검정 값은 3364.071(p=0.00)인 것으로 나타났다. 설명된 총 분산은 73.346%로 나타났다. 본 연구에서의 문항 선택기준은 요인 적재치는 .60이상, 고유값(Eigen Value)은 1.0이상 이었다. 연구모형과 동일하게 독립변

수는 4개의 요인으로 구분되었으며, 종속변수도 2개의 요인으로 구분되었다. 총 23개 문항을 사용하였다. 요인분석 결과 6개 요인이 <Table IV-3>에서 보는 바와 같이 잘 묶이는 것을 확인할 수 있었다.

한편, 신뢰도 분석이란 연구자가 측정하고자 하는 개념이 설문 응답자로부터 정확하고 일관되게 측정되었는가를 확인하는 작업이다. 즉, 동일한 개념에 대해 측정을 반복했을 때 동일한 측정값을 얻을 수 있는 가능성을 말한다(송지준, 2015). 본 연구에서는 변수의 특성을 측정하기 위하여 복수로 설계된 항목간의 신뢰도를 평가하는 대표적인 방법인 크론바흐 α 값을 사용하였다. 각 변인의 신뢰도 분석결과 Cronbach's α 계수가 전략적 역량 .818, 마케팅역량 .834, 관리역량 .781, 네트워크 역량 .848이고, 종속변수인 재무적성과 .939, 비재무적성과 .802로 모두 임계치인 .7이상으로 나타났다. 따라서 본 연구의 탐색적 요인분석 및 신뢰성 분석 결과 측정모형은 적합한 것으로 분석되었다.

<Table IV-3> 요인 분석 결과

	재무성과	네트워크 역량	마케팅 역량	전략역량	관리역량	비재무 성과	cronbach α
재무성과2	.905						.939
재무성과1	.883						
재무성과4	.843						
재무성과3	.804						
네트워크역량2		.844					.848
네트워크역량3		.819					
네트워크역량4		.776					
네트워크역량1		.754					
마케팅역량1			.767				.834
마케팅역량4			.765				
마케팅역량2			.743				
마케팅역량5			.672				
마케팅역량3			.633				
전략역량3				.843			.818
전략역량2				.768			
전략역량1				.741			
전략역량4				.635			
관리역량1					.846		.781
관리역량5					.661		
관리역량4					.658		
관리역량2					.650		
비재무성과4						.778	.802
비재무성과3						.745	
회전제곱합 적재량(%)	16.155	13.024	12.923	12.056	11.850	7.338	

4.2.3 요인간 상관관계 분석

요인분석을 통해 집중타당성이 확인된 요인들 간의 판별타당성을 검정하기 위한 상관관계 분석을 실시한 결과 <Table IV-4> 와 같이 각 요인들 간의 상관계수가 1.0미만으로 나타나 판별타당성이 충족되었다. 전략적 역량, 마케팅 역량, 관리 역량, 네트워크 역량 모두 재무적 성과와 .01수준에서 유의한 상관관계를 가지고 있는 것으로 분석되었다. 한편, 전략 역량, 마케팅 역량, 네트워크 역량은 비재무적 성과와 .01수준에서 유의한 상관관계를 가지고 있는 것으로 분석되었다. 관리 역량은 비재무적 성과와 .05수준에서 유의한 상관관계를 가지고 있는 것으로 분석되었다.

<Table IV-4> 상관관계 분석

	전략적 역량	마케팅 역량	관리역량	네트웍 역량	재무성과	비재무 성과
전략적역량	1					
마케팅역량	.353**	1				
관리역량	.367**	.447**	1			
네트웍역량	.324**	.256**	.242**	1		
재무성과	.413**	.385**	.429**	.394**	1	
비재무성과	.289**	.273**	.152*	.397**	.607**	1

*. 상관관계가 0.05, **. 상관관계가 0.01 수준에서 유의함(양측).

4.2.4 가설 검정 결과

4.2.4.1 재무성과에 미치는 영향 관계 검정

본 연구는 기업성과에 미치는 영향을 분석하기 위하여 앞에서 언급한 모형과 가설을 토대로 회귀분석을 이용하여 가설을 검정하였다.

검정결과 재무성과 관련된 가설들은 모두 채택되었다.

<Table IV-5> 재무성과에 미치는 연구가설 검정

구분	연 구 가 설	검정결과
H1	전략적 역량은 재무적 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
H2	마케팅 역량은 재무적 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
H3	관리 역량은 재무적 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
H4	네트웍 역량은 재무적 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택

본 연구의 가설을 검정하기 위해 방법으로 다중 회귀분석을 실시하였다. 즉, 독립변수인 전략적 역량, 마케팅 역량, 관리 역량, 네트워크 역량을 동시에 투입하여 재무성과와의 영향 관계를 분석하였다. 분석결과 <Table IV-6>와 같이 상관계수 R=.576이며, 설명력 R제곱은 .332로 나타났다.

<Table IV-6> 재무성과에 미치는 영향관계 분석 통계 값

R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	F	유의확률
.576	.332	.320	.64872	26.734	.000

분석결과 전략적 역량(회귀계수=.198, p=.002), 마케팅 역량(회귀계수=.152, p=.019), 관리 역량(회귀계수=.232, p=.000), 네트워크 역량(회귀계수=.234, p=.000)로 유의수준 .05이하에서 모두 유의한 것으로 나타났다. 독립변수 간의 다중공선성 발생 여부를 체크한 결과 공차가 모두 .1보다 크게 나타났으므로 다중공선성은 발생하지 않았다.

독립변수가 재무성과에 미치는 영향의 크기는 네트워크 역량 > 관리 역량 > 전략 역량 > 마케팅 역량 순이었다.

<Table IV-7 독립변수와 재무성과 간의 영향관계 분석>

모형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량
	B	표준오차	베타			공차
(상수)	-.897	.408		-2.199	.029	
네트워크역량	.276	.071	.234	3.908	.000	.865
마케팅역량	.202	.086	.152	2.356	.019	.748
전략역량	.267	.085	.198	3.137	.002	.777
관리역량	.344	.096	.232	3.591	.000	.744

4.2.4.2 비재무성과에 미치는 영향 관계 검정

다음으로 독립변수인 전략적 역량, 마케팅 역량, 관리 역량, 네트워크 역량을 동시에 투입하여 비재무성과와의 영향 관계를 분석하였다.

검정결과 비재무성과 관련된 가설들 중 H5, H6, H8은 채택되었다.

그러나, 'H7. 관리 역량은 비재무적 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다'라는 가설은 기각되었다.

<Table IV-10> 비재무성과에 미치는 연구가설 검정

구분	연구 가 설	검정결과
H5	전략적 역량은 비재무적 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
H6	마케팅 역량은 비재무적 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택
H7	관리 역량은 비재무적 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	기각
H8	네트워크 역량은 비재무적 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다	채택

분석결과 <Table IV-8>와 같이 상관계수 R=.454이며, 설명력 R제곱은 .206으로 나타났다.

<Table IV-8> 비재무성과에 미치는 영향관계 분석 통계값

R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	F	유의확률
.454	.206	.191	.59520	13.946	.000

분석결과 전략적 역량(회귀계수=.148, p=.033), 마케팅 역량(회귀계수=.163, p=.022), 네트워크 역량(회귀계수=.320, p=.000)은 유의수준 .05이하에서 모두 유의한 것으로 나타났다. 그러나, 관리역 량(회귀계수=-.052, p=.458)의 경우 유의수준 .05이하에서 유의하지 않은 것으로 나타났다. 독립변수 간의 다중공선성 발생 여부를 체크한 결과 공차가 모두 .1보다 크게 나타났으므로 다중공선성은 발생하지 않았다

독립변수가 비재무성과에 미치는 영향의 크기는 네트워크 역량 > 마케팅 역량 > 전략 역량 순이었다.

<Table IV-9> 독립변수와 비재무성과 간의 영향관계 분석

모형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률	공선성 통계량
	B	표준오차	베타			공차
(상수)	1.195	.374		3.194	.002	
네트워크역량	.318	.065	.320	4.893	.000	.865
마케팅역량	.182	.079	.163	2.315	.022	.748
전략역량	.167	.078	.148	2.142	.033	.777
관리역량	-.065	.088	-.052	-.743	.458	.744

이상을 간략히 영향력순위를 도식화하면 다음 <Table IV-10> 연구 결과와 같다.

<Table IV-10> 연구결과에 따른 영향력 순위

네트워크 역량, 관리 역량, 전략 역량, 마케팅 역량	재무적 성과
네트워크 역량, 마케팅 역량, 전략 역량	비재무적 성과

V. 결 론

5.1 연구결과

본 연구에서는 소기업CEO의 역량이 기업성과에 유의한 영향을 미치는지를 분석하고자 하였다. 이를 위해 소기업 CEO의 역량을 전략적 역량, 마케팅 역량, 관리 역량, 네트워크 역량 4개 항목으로 설정하고 종속변수인 기업성과는 재무적 성과와 비재무적 성과의 2개 항목으로 하였다.

연구결과,

첫째, 소기업CEO의 역량이 높을수록 재무적 기업성과와 비재무적 기업성과에 모두 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 소기업CEO의 역량이 높으면 기업성과도 좋게 나타난다는 의미로 성공적인 창업을 하거나 지속가능한 경영을 위해서는 소기업CEO의 역량강화에 관심을 기울여야 할 것이다.

둘째, 소기업CEO의 전략적 역량, 마케팅 역량, 관리 역량, 네트워크 역량은 기업의 재무적 성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이들 영향력 크기는 네트워크 역량(표준화계수 베타=.234), 관리역량(표준화계수 베타=.232), 전략적 역량(표준화계수 베타=.198), 마케팅 역량(표준화계수 베타=.152)순으로 나타났다. 따라서 재무적 성과에 미치는 영향으로는 네트워크 역량 > 관리 역량 > 전략적 역량 > 마케팅 역량 순으로 분석되었다.

셋째, 전략적 역량, 마케팅 역량, 네트워크 역량은 비재무적 경영성과에 통계적으로 유의한 영향이 있는 것으로 분석되었다. 그러나 관리 역량은 비재무적 경영성과에 통계적으로 유의한 영향이 없는 것으로 분석되었다.

그 영향력의 크기는 네트워크 역량(표준화계수 베타=.320), 마케팅 역량(표준화계수 베타=.163), 전략적 역량(표준화계수 베타=.148) 순으로 나타났다. 마찬가지로 비재무적 성과에 미치는 영향으로는 네트워크 역량 > 마케팅 역량 > 전략적 역량 순으로 나타났다.

이러한 연구결과는 소기업CEO의 역량 중 기업성과에 어떤 역량이 영향을 미치는지에 대해 확인을 했다는 점에 의의가 있다.

5.2 시사점

연구결과에 따른 시사점을 정리하면 다음과 같다.

본 연구의 학문적 시사점은 소기업CEO의 역량이 재무적, 비재무적 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 기존의 연구(김완재, 2007; 양수희 외, 2011; 박명수, 2012 등)결과를 지지하였다. 또한, 각 독립변수의 영향관계를 추가로 분석한 것은 학문적으로도 의미가 있었다.

본 연구의 실무적 시사점은 다음과 같다.

첫째, 우리나라 대부분의 소기업CEO는 단순히 기술과 아이디어만으로 창업과 기업을 운영하는 경우가 많다. 정부의 소기업 관련 부서나 창업관련 부처에서 소기업 경영자들을 대상으로 전략수립, 마케팅계획수립 등에 관한 체계적인 교육을 한다면 기업성과에 좋은 기여를 할 것이다.

둘째, 여러 가지 영향들 중에서 기업성과에 대한 영향요인으로서 네트워크 역량이 가장 유의도가 높은 것으로 연구 결과가 나타났다. 특히 네트워크 역량은 재무적 성과와 비재무적 성과 모두에서 가장 높은 회귀계수값을 나타냈다. 이는 소기업CEO는 거래처들과 갑을관계가 아닌 동반자적 입장에서 관리를 해야 하고 사업에 필요한 사람과도 평상시에 좋은 관계를 유지해야하며 외부의 전문가들과도 좋은 관계를 유지해야함을 의미한다. 사업에 필요할 때에 도움을 받을 수 있는 장기적인 관계가 필요하다는 점에서 실무적으로 시사하는 바가 크다고 할 수 있다.

셋째, 본 연구의 독립변수들 중 재무적 성과에 대한 영향에서 관리 역량의 중요성이 부각되었다. 이는 기업의 인적, 물적 자원의 활용 영역이라 할 수 있다. 독불장군식의 기업운영 형태가 아닌 직원들에게 동기를 부여함으로써 같은 목적을 위해 노력하고 비전을 제시함으로써 공동 목표를 이루고 공동체의식을 조망해 나가야 한다는 점에서 소기업CEO 들에게 시사하는 바가 크다. 또한 상명하복이 아닌 CEO의 권한을 적절히 나눔으로써 주인의식과 책임의식을 가지고 직원들이 일 할 수 있는 분위기를 만들어 주는 것도 중요한 점이다.

5.3 한계점 및 향후 연구방향

본 연구는 소기업 CEO 4가지 역량이 기업성과에 어떤 영향을 미치는지에 대한 실증분석과 더 나아가 그 역량 중 어떤 역량이 경영성과에 미치는 영향력이 큰 지에 대한 분석을 했다. 그러나 연구를 진행하면서 다음과 같은 한계성을 가지고 있었으며 향후 이 연구를 진행하는데 필요한 방향을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서는 업종의 특성을 감안하지 못했다. 즉, 서비스업과 제조업은 분명 소기업CEO에게 요구되는 역량의 차이나 각 역량별 중요도가 다를 수도 있는데 본 연구에서는 세분화하여 분석하지 못해 연구결과를 일반화하는데 일정한 제약조건이 발생할 수도 있을 것이다. 향후 연구에서는 업종별로 어떤 역량이 경영성과에 더 큰 영향력을 미치는 지에 대한 분석이 필요할 것으로 사료된다.

둘째, 본 연구에서는 소기업CEO의 역량을 전략적 역량, 마케팅 역량, 관리 역량, 네트워크 역량으로 나누었고 이들 역량이 기업의 재무적 성과와 비재무적 성과에 미치는 영향 관계를 분석하였다. 하지만 이러한 요인들로 전반적인 소기업 CEO에 대한 역량을 충분히 설명하기에는 한계가 있으며 향후 연구에서는 일반화를 위해 보다 다양한 요소들을 고려한 연구가 필요할 것으로 보인다.

셋째, 본 연구에서 사용한 표본추출 방법은 비확률 추출법인 편의추출법이었다. 연구결과 인구통계학적 분석에서 학사와 석사 이상이 87.7% 이었다. 즉, 본 연구자가 속해있는 CEO집단과 창업/벤처대학원생들의 응답비율이 높은 관계로 학력표본이 국내 소기업CEO 모집단을 대표하는데 한계가 있다.

넷째, 기업의 성과를 측정하는데 있어 소기업의 특성상 객관적인 자료를 입수하는 것이 거의 불가능하였다. 이에 본 연구에서는 응답자의 자기기입식 자료에 의존하여 분석을 하였다. 설문에 응한 대상들이 모두 소기업CEO인 관계로 자신의 사업체에 대한 정보노출을 꺼려할 수도 있었다. 향후 연구에서는 보다 객관적으로 경영성과를 측정할 수 있는 방안을 모색할 필요성도 있다.

REFERENCE

강공경열(2014), *경영자 특성과 기술경영 활동이 혁신성과와 기업 성과에 미치는 영향*, 박사학위논문, 부산대학교 대학원

권미영(2010), *기업가 특성, 마케팅 능력 및 네트워크 특성이 기술 창업기업의 성과에 미치는 영향*, 박사학위논문, 부산대학교 대학원.

김병년, 양동우(2014), “중소벤처기업의 특성과 성장통, 경영성과 와의 관계에 관한 실증연구,” *벤처창업연구*, 9(3), 75-88.

김순태(2013), *소상공인 특성과 정부지원 정책 요인이 사업전략 및 기업 성과에 미치는 영향*, 박사학위논문, 충북대학교 대학원.

김완재(2007), “창업자 특성과 소기업 창업성과 간 관계에 관한 연구,” *벤처창업연구*, 2(3), 33-60.

김창봉, 이승현(2017), “1인 기업 창업자 역량이 기업 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구,” *대한경영학회지*, 30(8), 1387-1407.

김춘화, 강병오, 윤형보(2013), “점포 창업자의 창업 전 창업교육 및 현장체험이 점포의 운영성과에 미치는 영향에 관한 실증연구,” *한국산학기술학회지*, 14(3), 1135-1147.

김형철(2011), “벤처기업 내부역량과 경쟁전략 간의 적합성이 기업 성과에 미치는 영향에 관한 연구,” *대한경영학회지*, 24(2), 769-787.

문용린, 유경재, 전종희, 엄채운(2007), “개인의 역량측정을 위한 다중지능 하위요소의 재분석,” *교육심리연구*, 21(2), 283-309.

박명수(2012), *중소기업 경영자의 창업경험이 기업성과에 미치는 영향: 창업실패율을 중심으로*, 박사학위논문, 중앙대학교 대학원.

박용호, 김용태(2014), “창업멘토링이 창업 및 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구,” *상업교육연구*, 28(5), 513-528.

방혜민(2016), *창업자 특성이 기술창업 성과에 미치는 영향: 창업 생태계 플랫폼의 조절효과*, 박사학위논문, 호서대학교 벤처대학원.

서명선(2016), “항공사 객실승무원의 역량이 직무만족, 고객지향 성에 미치는 영향,” *한국항공경영학회지*, 14(2), 141-172.

성규선, 최양애(2018), “소상공인 역량 강화교육이 경영성과에 미치는 영향,” *벤처혁신연구*, 1(1), 99-112.

성옥석(2015), “소상공인 창업자 특성이 경영마인드 개선과 역량 제고 및 성과에 미치는 영향,” *대한경영학회지*, 28(2), 581-599.

소상공인보호 및 지원에 관한 법률, 시행령, 시행 규칙(2015년 시행 2017년 7월 개정)

손성곤(2013), *외식업 종업원 역량이 서비스몰입과 기업성과 지각 에 미치는 영향*, 박사학위논문, 조선대학교 대학원.

손은호, 김경환(2007), “핵심 역량과 경쟁전략 간의 적합성이 기업 성과에 미치는 영향: 호텔산업을 중심으로,” *호텔경영학연구*, 16(5), 93-111.

송지준(2015), *논문작성에 필요한 SPSS/AMOS 통계분석방법*, 21세기사, 서울

송흥규(2016), “소상공인의 역량이 서비스몰입과 기업성과에 미치는 영향,” *관광레저연구*, 28(10), 443-461.

양수희, 김명숙, 정화영(2011), “기술창업 기업의 기업가 역량과 기술사업화 능력이 경영성과에 미치는 영향,” *벤처창업연구*, 6(4), 195-213.

오상영, 홍현기, 전제란(2009), “정부의 중소기업 지원정책과 기업 성과와의 상관성 분석,” *한국산학기술학회논문지*, 10(7), 1696-1701.

원종하, 정대현(2017), “소상공인의 기업가 특성이 기업성과에 미치는 영향,” *벤처창업연구*, 12(1), 111-121.

- 윤종록, 김형철(2009), “벤처기업의 창업가 특성과 차별화 전략이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구,” *대한경영학 회지*, 22(6), 3693-3721.
- 이남주(2010), *소상공인의 기업성과 결정요인에 관한 연구*, 박사 학위논문, 동아대학교 대학원.
- 이남주, 이충섭(2010), “소상공인의 성장 단계별 경영전략과 지원 서비스의 기업성과 영향,” *재무와 회계정보저널*, 10(2), 167-188.
- 이병구(2010), *소상공인 경쟁력 강화를 위한 핵심 성공요인에 관한 연구*, 박사학위논문, 건국대학교 대학원
- 이장우, 장수덕(2001), “벤처기업의 성장단계별 성공요인에 관한 탐색적 연구,” *인사조직연구*, 9, 59-92.
- 이충섭, 이남주, 김준호(2009), “소상공인의 시장 환경특성과 지원 서비스가 균형성과에 미치는 영향,” *회계정보연구*, 27(1), 261-284.
- 장수덕(2007), “기업가의 사회적 역량과 신뢰의 상호작용이 벤처 기업의 매출액 성장률에 미치는 영향,” *e-비즈니스 연구*, 8(1), 198-217
- 장창권(2016), *소상공인의 기업가정신과 경영자역량이 기업성과 에 미치는 영향에 관한 연구*, 박사학위논문, 숭실대학교 대학원.
- 전인오(2012), “창업보육기업의 기술 사업화에 따른 기술역량이 지원과 경영성과 단계에 미치는 영향,” *한국콘텐츠학회 논문지*, 12(9), 325-339.
- Atuahene-Gima, K. and J. Murray(2007), “Exploratory and exploitative learning in new product development: A social capital perspective on new technology ventures in China,” *Journal of International Marketing*, 15(2), 1-29.
- Baron, R. A. and G. D. Markman(2003), “Beyond social capital : The role of entrepreneurs' social competence in their financial success,” *Journal of Business Venturing*, 18(1), 41-60.
- Carpenter, M. A.(2002), “The Implications of strategy and social context for the relationship between top management team heterogeneity and firm performance,” *Strategic Management Journal*, 23(3), 275-284
- Draganidis, F. and G. Mentzas(2006), “Competency based management: A review of systems and approaches,” *Information Management & Computer Security*, 14(1), 51-64.
- Han, J. H.(2005), *Seven Survival Strategies for Overcome Depression*, Random House Joongang Press, Seoul
- Horne, M.(1992), “Understanding the competitive process: A guide to effective intervention in the small firms sector,” *European Journal of Operational Research*, 56(1), 54-66.
- Itter, C. D. and D. F. Larcker(1997), “Quality strategy, strategic control systems, and organizational performance accounting,” *Organizations and Society*, 22(3-4), 293-314.
- Johnson, R. E., C. H. Chang, and L. Q. Yang(2010), “Commitment and motivation at work: The relevance of employee identity and regulatory focus,” *Academy of Management Review*, 35(2), 226-245.
- McClelland, D. C.(1973), Testing for competence rather than for intelligence,” *American Psychologist*, 28(1), 1-14.
- Ng, H. S. and D. M. H. Kee(2018), “The core competence of successful owner managed SMEs,” *Management Decision*, 56(1), 252-272.
- Wernerfelt, B.(1984), “A resource-based view of the firm,” *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.
- Zahra, S. A. and J. G. Covin(1995), “Contextual influences on the corporate entrepreneurship-performance relationship : A longitudinal analysis,” *Journal of Business Venturing*, 10(1), 43-58.

An Analysis of the Effects of Small Business CEO's Competence Types on Business Performance

Kim, Sung-jong¹⁾

Abstract

This study analyzed the effects of small business CEO's competencies type on business performance. For this purpose, 4 independent variables(strategic, marketing, management and network competencies) and 2 dependent variables(financial and non-financial performance) were used. 220 data were collected from the field survey questionnaires administered to a convenience sample of small business CEO. For hypothesis testing, the IBM SPSS Statistics 24.0 was used. Frequency analysis, exploratory factor analysis, correlation analysis, and hierarchical regression analysis were conducted.

Empirical studies showed as follows.

First, this study showed that the four competencies were significant to financial performance and the three competencies(except management competencies) were significant to non-financial performance. The higher small business CEO's competencies, the more likely it affects both the financial and non-financial performance of the company.

Second, effects of small business CEO's competencies on financial performance were analyzed in order of network competencies > management competencies > strategic competencies > marketing competencies.

Third, effects of small business CEO's competencies on non-financial performance were analyzed in order of network competencies > marketing competencies > strategic competencies.

These findings had some implications. In academia, the impact forces of 4 small business CEO's competencies were analyzed for the first time.

In practices, successful start-ups or sustainable management requires an interest in the active enhancement of small business CEO's competencies.

Keywords: *small business CEO, strategic competence, marketing competence, management competence, network competence, financial performance, non-financial performance*

1)First author, Loveishappy CEO, holy210@hanmai.net

제1 저자 소개

- 김 성 종(Kim, Sung-jong)
 - 러브이즈해피 대표, 스위트플러스 인터넷쇼핑몰(14년차) 운영 중
 - 벤처타임즈 전문기자, 양천구소상공인회 사무국장, (사)수다나무협동조합 등기이사, 성남시 멘토위원
 - 한국콘텐츠진흥원 심사평가위원, KBIZ 분쟁조정위원
- <관심분야> : 온라인쇼핑몰, 소상공인창업, 벤처창업, 소상공인 컨설팅 및 교육