



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원 저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리와 책임은 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)



석사학위논문

중소기업 CEO의 기업가정신이 기업의
성장 및 글로벌화에 미치는 영향에 관한
연구



한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원
지식서비스&컨설팅학과
매니지먼트컨설팅전공
최성인

석사학위논문
지도교수 나도성

중소기업 CEO의 기업가정신이 기업의
성장 및 글로벌화에 미치는 영향에 관한
연구

The Effects of CEO 's Entrepreneurship of SMEs on
Enterprise's Growth and Globalization

2015년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원
지식서비스&컨설팅학과
매니지먼트컨설팅전공
최성인

석사학위논문
지도교수 나도성

중소기업 CEO의 기업가정신이 기업의
성장 및 글로벌화에 미치는 영향에 관한
연구

The Effects of CEO 's Entrepreneurship of SMEs on
Enterprise's Growth and Globalization

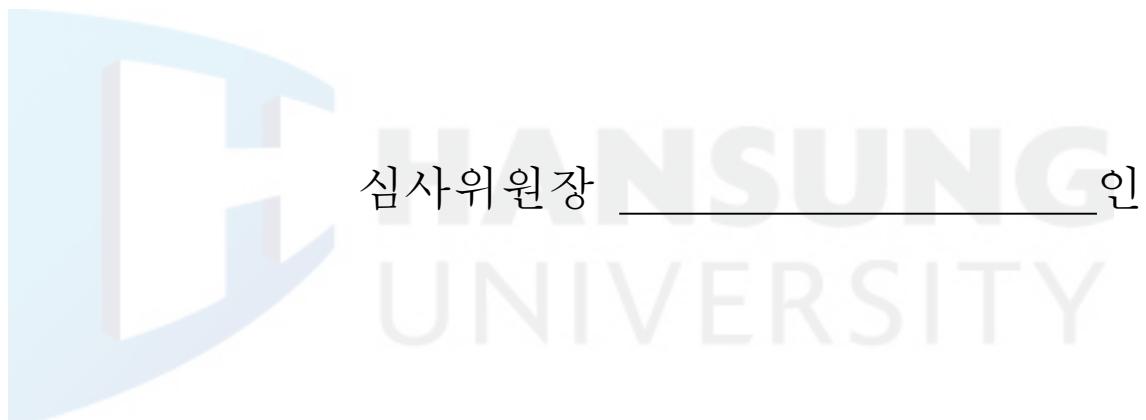
위 논문을 컨설팅학 석사학위 논문으로 제출함

2015년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원
지식서비스&컨설팅학과
매니지먼트컨설팅전공
최성인

최성인의 컨설팅학 석사학위논문을 인준함

2015년 12월 일



심사위원장 _____인

심사위원 _____인

심사위원 _____인

국 문 초 록

중소기업의 기업가정신이 기업의 성장 및 글로벌화에 미치는 효과에 대한 실증연구

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원
지식서비스&컨설팅학과
매니지먼트컨설팅 전공
최 성 인

본 연구는 경기도, 충청북도, 경상북도 소재하고 있는 중소기업을 대상으로 하여 기업가정신이 기업의 성장에 긍정적인 영향을 미칠 것이며 또한 기업가정신이 기업의 글로벌화에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가정하에 기업가정신의 결과물인 성장이 기업의 글로벌화 즉 기업의 해외진출에 미치는 영향에 대하여 실증적으로 검증하고자 실시되었다. 이러한 연구과정을 거침으로써 중소기업 CEO의 기업가정신 중에서 혁신성, 진취성, 위험 감수성 등의 성향이 중소기업의 성장에 영향을 미치며 이러한 성장이 주 소기업의 해외진출에 영향을 줄 것이라는 제언을 하고자 한다.

연구결과를 요약해 보면, 첫째, 중소기업 CEO의 기업가정신이 기업의 성장에는 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나 기업의 글로벌화에는 유의한 영향을 미치지는 않는 것으로 나타났다. 둘째 이러한 기업가정신의 발현으로 인해 기업이 성장하게 되면 최근의 국내경기 침체 및 시장협소 등을 타개하기 위한 전략으로서 해외진출을 적극적으로 모색 할 것이며 기업의 성장이 기업의 해외진출에 정(+)의 효과를 미칠 것이라고 가정하였는 바, 검증결과 기업의 해외진출 즉 글로벌화 전략은 기업가

정신과 관련이 있으며 기업이 성장하게 되면 그러한 성장이 기업의 해외 진출에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

결론적으로 중소기업의 CEO의 기업가정신은 기업의 성장에 영향을 미치며 이러한 성장은 판매망 확대 등의 전략에 따라 해외진출에 영향을 미치는 것으로 확인되었으나 기업가정신이 발현된다고 해서 기업이 해외진출에 적극적으로 진출하는 등 즉, 글로벌화 하지는 않는다는 연구결과를 확인할 수 있었다.

【주요어】 중소기업, 기업가정신, 혁신성, 진취성, 위험감수성, 성장, 글로벌화

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구의 배경 및 목적	1
제 2 절 연구 방법 및 논문 구성	2
제 2 장 이론적 배경 및 선행연구 고찰	3
제 1 절 기업가정신에 관한 일반적 고찰	3
1) 기업가정신의 정의	3
2) 기업가정신의 구성개념	6
가) 혁신성	7
나) 진취성	8
다) 위험감수성	8
제 2 절 기업의 성장에 관한 일반적 고찰	10
1) 성장의 개념 정의	10
2) 성장의 연구흐름	11
제 3 절 기업의 글로벌화에 관한 일반적 고찰	14
1) 글로벌화의 정의	14
2) 중소기업의 글로벌화	15
제 4 절 선행연구의 흐름	17
1) 기업가정신의 연구흐름	17
2) 기업가정신과 성장	19

3) 기업의 글로벌화	19
제 3 장 연구모형 및 가설	22
제 1 절 연구모형	22
제 2 절 연구가설의 설정	23
1) 기업가정신과 성장과의 관계	23
2) 기업가정신과 글로벌화,기업의 성장과 글로벌화의 관계	23
제 4 장 실증연구결과 및 분석	26
제 1 절 설문지의 구성과 자료의 수집	26
1) 설문지의 구성	26
2) 표본의 선정 및 자료의 수집	26
3) 자료의 분석 방법	27
제 2 절 연구대상의 일반적 특성	27
제 3 절 요인분석 및 신뢰도분석 결과	30
1) 요인분석 결과	30
2) 신뢰도분석 결과	31
제 4 절 연구모형의 분석결과	32
1) 회귀분석결과	32
가) 기업가정신과 성장 간 회귀분석 결과	33
나) 기업가정신과 글로벌화 간 회귀분석 결과	34
다) 기업의 성장과 글로벌화 간 회귀분석 결과	34

라) 매개효과에 대한 회귀분석 결과	35
2) 최종모델의 가설검증 결과	36
제 5 장 결 론	37
제 1 절 연구결과의 요약	37
제 2 절 연구의 한계 및 향후 연구방향	38
참고문헌	39
부록: 설문지	43
ABSTRACT	47



【 표 목 차 】

<표 1-1> 기업가정신의 정의	5
<표 1-2> 설문지의 구성	26
<표 1-3> 조사대상자 일반적 특성	27
<표 1-4> 요인분석 결과	29
<표 1-5> 신뢰도분석 결과	31
<표 1-6> 기업가정신과 성장 간의 회귀분석 결과	33
<표 1-7> 기업가정신과 글로벌화 간의 회귀분석 결과	33
<표 1-8> 기업의 성장과 글로벌화 간의 회귀분석 결과	34
<표 1-9> 매개효과에 대한 회귀분석 결과	34



제1장 서론

제1절 연구의 배경 및 목적

최근 기업환경은 세계경제의 장기적인 불황으로 경쟁이 격화되고 있으며 불확실성은 증대되어 기업이 부담해야 할 위험은 더욱 커지게 되었다. 우리나라는 1997년도에 IMF 외환위기를 겪었으며 2008년의 리먼브러더스 사태 등 국제금융위기는 세계경제의 글로벌화에 따른 리스크 등을 새삼 깨닫게 하였다. 글로벌이라는 단어는 종합무역상사 등 대기업의 전유물로 여겨져 왔으나 이제는 중소기업에게도 기업의 운영을 결정짓는데에 커다란 역할을 하는 요인이라는 것을 인식하게 되었다. 오늘날의 기업들은 단순하고 다양한 형태의 경영전략뿐만 아니라 해외진출 등 네트워크를 이용하여 항상 새로운 기회를 추구해 나가야 한다.

특히 중소기업에서는 기업가정신이 그 어느 형태의 기업보다도 중요시되며 기업의 실질적인 소유자 또는 전문 경영인에 불문하고 기업의 성장에 전반적인 책임을 지고 있는 사람인 바 기업의 영속성을 유지시키는 원천이라 할 수 있다. 이러한 기업가정신은 기업의 나아갈 바를 제시해 주는 중요한 기준이 되는 것이며 밑거름인 것이다.

정보통신 IT의 발달, 과학기술의 발달, 국가간 FTA 등으로 인한 무역장벽의 감소로 세계경제의 경쟁구도는 더욱 격화되고 있으며 국가간의 지리적인 경계는 더 이상 중요하지 않게 되는 상황에 이르게 되었다. 과거 우리나라의 경우에도 정부의 각종 수출지원 정책에 따라 기업의 해외진출 등을 손쉽게 수행하였으나 지금의 시대에는 정부의 지원도 중요하지만 개개 기업체들이 각자가 판단하여 기업의 해외진출이나 글로벌화를 기업의 성장과 연계하여야 할 것이다. 특히 중국산 저가 제품의 수입에 따라 국내업체의 부도급증, 국내업체간의 무한한 경쟁 등으로 힘들어 하는 중소기업이 새로운 수출시장의 개척 등 새로운 시장으로의 돌파구를 찾는 것은 쉬운 일은 아닐 것이나 이제는 기업이 살아 남기 위해서는 무조건 해야 한다는 의무감을 갖게 되었다. 이러한 시대적인 환경을 감안하여 기업의 성장 및 글로벌화 간에 대한 많은

연구들이 행하여지고 있다. 신생기업이나 중소기업이 직면한 자원의 한계, 규모의 한계를 극복해 주는 요소로 기업가정신에 대하여는 이미 많은 선행논문들에서 자원의 제약을 뛰어넘는 활동을 가능하게 해주는 경향이라고 설명하고 있으며(Oviatt and McDougall, 1997; Rialp et al., 2005), 해외시장의 진출에 있어서 네트워크 구축이 다양한 자원을 갖추지 못한 기업들에게 그 기회를 갖게 해줄 수 있는 글로벌화에 미치는 성과에 대한 연구들도 이루어지고 있다(Hakansson and Johanson, 1993; 박근호와 고경일, 2008).

따라서 본 연구는 중소기업 CEO의 기업가정신을 설명하는 수많은 요인들 중에서도 가장 중요하고 실질적인 요인이라 할 수 있는 혁신성, 진취성, 위험감수성의 3요인이 기업의 성장과 글로벌화에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하고 기업이 지속적으로 성장함에 따라 이러한 기업의 성장이 기업의 글로벌화에 미치는 영향에 대하여 살펴보고자 한다.

제2절 연구 방법 및 논문 구성

이 연구는 5장으로 구성되었으며 제 1장에서는 연구의 배경 및 목적 그리고 연구의 방법 및 논문의 구성을 다루었다. 제 2장은 기업가정신에 대한 정의와 기업의 성장, 기업의 글로벌화에 대한 이론을 살펴보았으며 제 3장에서는 실증적 연구를 위해서 이론적 배경의 내용을 기초로 하여 연구모형과 가설을 제시하였다. 제 4장은 실증분석을 위해서 설문조사 등을 통해 수집된 자료를 바탕으로 SPSS를 활용해 기술통계부분과 요인분석, 신뢰도분석을 실시하였으며 마지막으로는 설정된 가설에 대한 검증을 하였다. 제 5장은 결론적으로 실증 분석을 통하여 도출된 연구결과를 요약하였으며 연구의 시사점 그리고 연구의 한계점 및 향후 연구방향 등을 제시하였다.

제2장 이론적 배경 및 선행연구 고찰

제1절 기업가정신에 관한 일반적 고찰

1) 기업가정신의 정의

기업가정신에 대하여 최초로 체계적으로 접근한 학자는 Shumpeter(1934)로 그는 기업가정신이란 새로운 방식으로 새로운 제품을 만들어내는 “창조적 파괴”에 앞장서는 기업가의 노력이나 의욕이라고 규정하였으며, Drucker(1985)는 지식기반을 가지고 기업의 목적을 달성하기 위한 경영자의 노력과 실천이라고 정의하였으며 기업가정신이 투철하지 못한 경영자는 기업 경영에서 결코 성공하지 못한다고 하였다.(김현숙 2015)

Ronstadt(1988)는 기업가 정신이란 위험을 감수하고 저돌적으로 전진해 나가는 것이라고 정의하였으며, Zahra(1993)는 기업가정신은 새로운 가치를 창출하기 위해 위험감수적, 진취적 그리고 혁신적으로 자원을 재분배하거나 재결합시키는 활동(김현숙 2015)이라고 하였다. Shane and Venkataraman(2000)은 사업 기회의 발견과 이를 최대한 활용할 수 있는 능력이 기업가정신의 핵심이라고 하였으며 Stevenson(1999)과 배종태, 차민석(2009)은 기업이 이미 보유하고 있는 자원과 능력의 한계를 뛰어넘어 새로운 기회를 포착하고 추구하는 사고방식 및 행동양식이라고 설명하였다(백종태, 차민석 2009, 윤백중 2012).

과학기술의 발달 등으로 기업환경은 나날이 변화하고 있는 가운데 기업이 성장하고 발전하기 위해서는 기업가정신이 그 어느 때 보다도 절실한 상황이다. 기업가정신은 비단 국내시장에서만이 아니라 해외시장에서도 더 새로운 사업기회를 발견하고 사업화하는데 있어 필요한 활동에 필요한 것으로서 새로운 기회 확보를 위해서는 적극적으로 물적, 인적 자원을 할당하면서 그로 인한 위험 등에는 굴하지 않고 감내한다는 것을 의미한다. 즉 혁신성, 진취성, 위험감수성 등과 같은 기업가정신은 기업에게 있어서 낯선 해외시장에서 외국기업으로써의 불리함을 극복하고 현지 적응과 수출

성과에 도움을 주는 요소라고 주장하였으며(Rialp et al., 2005), 이러한 활동은 기업의 글로벌화에 있어서 긍정적인 영향을 미치는 핵심요인으로 보게 되었다(Dimitratos et al., 2004).

앞서 연구되고 언급된 수많은 선행연구들을 통하여 기업가정신에서 공통적으로 강조되는 것은 “문제”로 부터 ”새로운 기회의 포착하고”, ”새로운 것을 현실화하고”, ”새로운 가치창출”로써 문제를 기업가정신이라는 요인을 통해서 해결함으로써 가치를 창출하는 활동이다(김현숙 2015). 이러한 기업가정신을 구성하고 있는 핵심 요인들을 근간으로 하여 최근에는 기업가정신을 다양한 분야에 적용하고 있다. 그 예로 국내에서도 많이 확산되고 있는 사내 기업가정신에 대하여 Sharma and Chrisman(1999)는 기존 기업에 소속된 개인이나 소집단이 기업 내에 새로운 조직 또는 사업을 영위하거나 조직 전체를 혁신적으로 변화시키는 과정에서 나타나는 기업가정신이라고 설명하고 있으며, Stevenson and Wei-Skillern(2006)은 사회적 기업 가정신에 대하여 비영리기관이나 기업, 정부에서 또는 서로 연계하여 일어나는 혁신적인 사회적 가치 창출 활동이라고 설명하였다(김현숙 2015). 앞에서 보았듯이 기업 가정신은 신생 벤처회사에만 적용되는 개념이 아니라 일반 중소 제조기업 및 중견 기업, 대기업 등을 망라하여 모든 기업체에 적용될 수 있는 기본적인 개념이자 실천적 행동기준임을 알 수 있다.

앞서 언급된 것처럼 창업자나 경영진에 내재된 기업가정신은 조직 문화를 특정한 방향으로 이끌어 가는 데 영향을 주며(Zahra et al., 2001), 최근에는 기업가정신이 경영자에게 심리적인 정신 상태만이 아니라 꼭 필요한 능력으로 봐야 한다고 하고 있으며 선천적으로 타고 나는 것이 아니라 교육이나 훈련을 통하여 후천적으로 얼마든지 개발 가능한 능력으로 보아야 한다고 주장하고 있다(Hisrich and Peters, 1998). Audretsch and Thurik(2001)의 연구에서는 새롭고 창의적인 지식이 그 경제 내에서 아무리 많이 존재하더라도 그것을 상업화하여 가치 있게 만들거나 또는 부의 창출로 이어지게 하는 기업가정신이 발현되지 않고서는 새로운 지식이 성장에 기여할 길은 없다고 설명하고 있는 것에서 기업가 정신의 실천적 방향에 대하여 강조되고 있음을 알 수 있다(김현숙 2015).

최근에는 글로벌화가 더욱 진전됨에 따라 국가간에 무한경쟁시대로 들어 가자 기존의 기업가정신에 더하여 국제적으로 그 범위를 확장시킨 국제적 기업가정신 (international entrepreneurship) 또는 글로벌 기업가정신(global entrepreneurship)에 대하여 활발하게 논의가 되고 있다. 해외로 진출하는 기업가들의 기업가정신은 한 국가의 지리적, 경제적 경계를 넘어 글로벌시장을 대상으로 기업의 성장과 가치창출이라는 목표를 달성하기 위하여 발현되는 일련의 경영 및 기술에 대한 위험감수활동, 진취적 활동 및 혁신적 활동의 총합으로 이러한 관점은 Covin and Slevin(1989)과 Miller(1983)의 기업가정신 개념을 확장한 것으로 다수의 연구자들은 기업가정신이 기업의 해외시장의 진출 성과에 영향을 준다고 주장하였다(Salvato et al., 2009; Liu et al., 2011). 이와 같이 수 많은 선행 연구들에서 기업가정신에 대한 속성을 기술하고 있으며 그 구성 변수에 대하여도 학자들에 따라 다양하게 언급되어지고 있다(Lumpkin & Dess, 1996).

<표1-1> 기업가 정신의 정의

연구자	개념정의
Schumpeter (1973)	이윤 추구를 위하여 새롭게 자원을 결합하는 ‘창조적 파괴’ (creative destruction)에 앞장서는 기업가의 노력이나 의욕.
Kirzner(1973)	기회포착에 대하여 민감하여 이로써 불균형상태의 시장에 다시금 새로운 균형의 상태를 가져오는 것
Cole(1979)	불확실성으로 특징되는 글로벌화 속에서 사업경영에 종사하는 개인 또는 집단에 의해 실시되는 일련의 통합적 행위
Ronstadt(1984)	점진적인 부(富)의 창출을 창조하는 역동적 과정
Drucker(1985)	새로운 부의 창출 능력을 가진 기존 자원의 할당을 포함한 혁신에 의한 행동
Miller(1986)	혁신활동을 촉발 시키는 중요한 동인
Dollinger(1995)	불확실한 경영환경과 위험성이 존재하는 조건에서 기업이 그들이 목표를 달성하기 위하여 이루어나가는 과정
Timmons(1999)	사실상의 무(無)로부터 비전을 창출하는 능력
Shane and Venkataraman, (2000)	어떻게, 누구에 의해, 그리고 무슨 효과가 미래의 제품과 서비스들이 창출할 수 있는 기회가 발견되어지고 평가되어지고 기회창출과 획득, 경영자의 비전 그리고 활용되어졌는지에 대한 탐구

Zahra and Dess(2001)	외부환경의 기회 포착 및 활용
Kuratko and Hodgetts(2007)	사업 기회의 인지, 위험부담의 적절한 관리 및 적절한 자원 동원의 기준을 바탕으로 새로운 가치를 창출의 시도
박종복 등(2009)	미래에 대한 불확실성과 높은 위험에도 혁신 능력을 발휘, 새로운 가치의 창출에 대한 기업가의 의지 및 활동

자료 : Kaufmann and Dant (1988), 강병오(2010).김현숙(2015) 외

2) 기업가정신의 구성개념

21세기 현재와 같이 전 세계가 기술의 혁신에 따라 하나의 시장으로 통합되고 신기술들의 개발, 성장, 소멸의 한 사이클이 그 어느 때보다도 빠른 시대에 살고 있다(김현숙 2015). 이러한 끊임없는 환경의 변화 속에서 변화의 차이와 그 차이를 통해 미래를 내다 볼 수 있는 통찰력으로 다가올 새로움을 발견하여 혁신적인 사고로써 창조하고 혁신의 과정을 실행을 통해 밟아가는 것이 기업가정신의 핵심적인 가치라고 할 수 있다(김현숙 2015).

기업가 정신에 대한 구성개념은 각 학자마다 그 정의하는 바가 다양한데 Covin and Slevin(1989)은 위험감수성, 진취성, 혁신성으로, Miller(1983)는 위험감수성, 도전정신, 혁신정신을 창업가정신으로 개념화하였으며, 이정호(2005)는 중소기업의 기업가정신을 위험감수성, 진취성, 혁신성 등으로 정의하면서 기업가 정신이 높을수록 조직성과가 높아지는 것으로 나타났다고 밝혔다(김현숙 2015). 강병오 외(2012)는 프랜차이즈 가맹본부 CEO의 기업가정신이 기업성과에 미치는 영향에 관한 실증연구를 통해 위험감수성, 진취성, 혁신성으로 정의하면서 모두 재무적 그리고 비재무적 성과에 정(+)의 영향을 미친다고 하였다(김현숙 2015). 그 외에도 자율성과 경쟁적 공격성을 포함한 Lumpkin and Dess(1996), 집중성을 포함한 Mintzberg(1979), 자기개신을 포함한 Zahra(1993)등이 기업가정신의 추가적인 구성요소로 거론하고 있다. 이러한 요소들은 위험감수성이나 진취성, 혁신성 중 하나의 속성과 유사해서 세요소 중 하나에 포함시켜 연구하는 경우가 일반적이다(강병오 외, 2010).

따라서 본 연구에서는 이미 앞서서 수많은 연구자들이 선행연구에서 밝힌 것을 바탕으로 혁신성, 진취성, 위험감수성 세 개의 변수를 기업가정신의 구성개념으로 활용하고자 한다.

가) 혁신성

혁신의 사전적 의미는 ‘묵은 풍속, 관습, 조직, 방법 따위를 완전히 바꾸어서 새롭게 함이다(김현숙 2015). 처음 혁신성의 개념을 도입한 Shumpeter(1934)는 혁신이 기업가의 궁극적 과업이라고 하면서 “새로운 아이디어를 찾고 활용하며 자원의 새로운 조합을 시도하고 반복되는 순환활동에서 벗어나도록 경제를 이끄는 것”이라고 정의하였다(김현숙 2015).

즉, 새로운 조직 또는 기존 조직에서 아이디어, 제품, 서비스, 시장 또는 기술에 의해 무엇인가 새로운 것으로 특징화하는 것이라고 하였으며, Miller(1983)는 기술 및 제품이나 시장의 혁신을 적극적으로 시도하는 경영관리활동을 의미하며, 새로운 제품 디자인, 시장조사, 광고활동 등을 적극적으로 추진하거나 프로세스상의 창조적 공정혁신, 실험적 관리관행기법을 적극적으로 도입하려는 등의 노력을 동반한 경영 관리나 행태라고 말하였다(김현숙 2015).

이외에도 Covin and Slevin(1991)은 일상적인 기업 활동에서 벗어나 모든 물적 요소와 힘을 새롭게 결합하는 신결합으로 기업가에 의해서 수행되는 일체의 행위와 과정을 의미한다고 하였으며, Zhou et al.,(2007)는 CEO의 혁신성향이 해외로 진출하는 기업이 진취성을 향상시키며 글로벌화에 대한 비전을 더욱 구체적으로 할 수 있고 성과 또한 향상시킬 수 있다고 하였다(윤백중 2012). 이렇듯 혁신성이 강한 기업은 자신만의 제품, 서비스, 기술, 공급망 구축과 경영의 프로세스 등의 모든 분야에서 혁신을 도모함으로써 기업 특유의 역량을 구축하여 경쟁기업과 비교 시 차별적인 우위를 가져갈 수 있는 요인이 될 수 있다(김현숙 2015).

나) 진취성

기업가 정신 중 진취성에 대하여 Miller(1983)는 미래의 문제, 필요, 변화에 참여하는 미래지향적 의미를 포함하며 새로운 전략적 의사결정에 미래를 반영하는 속성이 있다고 정의하였으며, Lumpkin and Dess(2001)는 진취성이 기회에 대한 적극적인 반응 및 위협에 대응한 경쟁적 저돌성의 성격을 포함하고 있어 산업발전단계에서 성숙기보다는 도입기의 산업에서 다른 요인들보다 더 중요하다고 설명하였다(백승수 2013).

Covin and Slevin(1989)의 연구에서 시장 내 경쟁자에 대한 적극적인 경쟁의지와 우월한 성과를 달성하려는 의지를 보이거나 시장 내 지위를 바꾸기 위해 경쟁자에 대해 직접적이고 강도 높게 도전하는 자세로서의 진취성을 의미한다고 하였으며, 이는 시장진입의 기회나 우월한 성과를 내기 위한 의욕을 보이거나 시장 내에서 선발자의 위치를 선점하기 위한 노력과 자세라고 하였다(윤백중 2012). 또한 국내의 이춘우(1999)는 새로운 시장 수요에 대한 적극적인 부응의 경영활동이라고 정의하였으며 진취적인 기업가는 자신이 먼저 신제품과 새로운 서비스 및 관리기법등을 소개하려고 시도하는 사람이라고 하였다(김현숙 2015).

이렇듯 기업에게 있어서 진취적인 성향을 지닌 기업만이 기업의 글로벌화를 추진하기 위한 미래의 기회를 예견하고 행동으로 취함으로써 경쟁기업에 앞선 선도적인 역할을 하려는 경향이 있다(김현숙 2015). 특히 규모의 열악함을 가진 중소기업의 경우 시장 내 파트너 또는 가능성 있는 고객에 대한 기회인식을 바탕으로 새로운 시장으로의 진출에 대한 자극을 받아 글로벌화를 추진하게 되는 경향이 있으며 진취성이 이 시장의 진입을 위한 선택과 방식을 결정하는 중요한 요인이 된다고 하였다(Dimitratos et al., 2010).

다) 위험감수성

위험감수성은 성과가 불확실한 상황에서도 의사결정을 내리고 구체적 행동을 취하

여 자원을 투입하려는 경향을 의미한다(김현숙 2015). Cantillon(1730)은 기업가를 ‘자신의 자본으로 위험을 감수하며 무역을 하는 사람’으로 정의하면서 기업가정신을 ‘불확실한 가격으로 상품 구입하여 불확실한 가격으로 판매함으로써 발생되는 위험 부담’으로 정의, 기업가 정신 중에서 위험감수성이 가장 오래된 핵심 요소이다(윤백중 2012).

Miller(1983)는 위험감수성을 불확실성이 존재하는 사업의 의사결정에 있어 위험선호적 의사결정을 도입하는 기업의 경향이라 하였으며, Covin and Slevin(1991)은 높은 위험의 프로젝트를 선호하는 경향으로, 적극적으로 기회를 모색하고 추구하고자 하는 의욕이라고 설명하였는데 여기서의 위험은 무모한 위험이 아닌 현실에서 활용가능한 모든 수단을 통한 계산된 위험을 의미하는 것이다(안태옥 2012).

Lumpkin and Dess(1996; 2007)는 성공 가능성에 대한 확신 없이 신사업을 전개하거나 또는 검증되지 않는 기술에 투자하여 시험되지 않은 시장으로의 진입과 같은 위험을 감수하는 성향이라 하였으며 이후 신규 사업의 성공 확신이 없다 하여도 과감히 활동하여 새로운 사업 기회를 포착하는 능력이라 설명하였다(김현숙 2015). Nielsen and Bogner(1999) 역시 위험감수성이 높은 기업일수록 미지의 환경에 적응하기 위하여 새로운 기회에 대하여 재빠르게 포착하며, 조직의 역량의 재구축을 통하여 중소기업의 글로벌화 성과에 긍정적인 영향을 미친다는 사실을 발견하였으며 Dimitratos et al.(2010)는 글로벌 시장에서 활동하고 있는 55개의 그리스 중소·벤처기업에 대한 사례연구에서 글로벌 시장에 진입하기 위하여 위험을 감수하는 것은 해외 진출 시 동반될 수 있는 수 년 동안 회수할 수 없는 자원을 투입하는 것을 의미하는 것이며, 매출 증가의 기회 및 국제적 감각과 통용되는 비즈니스관행의 습득을 통한 네트워크 확보의 기회가 된다고 하였다(김현숙 2015). 이처럼 위험감수성은 위험을 감수하는 그 자체에 의미가 있는 것이 아니라 위험의 존재를 인지함에도 불구하고 기회를 포착하는 태도에 의미가 있다고 할 수 있다(안태옥 2012).

제2절 기업의 성장에 관한 일반적 고찰

1) 성장의 개념 정의

성장의 사전적 의미는 규모나 세력 등이 점점 커지는 것 또는 양적으로 증가해 나가는 과정을 말한다(이정민 2010). 조직 이론가들은 세월이 흐름에 따라서 새로이 창립한 신설기업에 대한 연구가 더욱 중요하다고 생각하고 있으며 기업가정신의 결과변수로 성과 향상 및 기업성장을 고려하고 있다(Carter,stearns, reynolds & miller,1994; eisenhardt & shoonhoven, 1990; romaneli,1989). 즉 기업의 성장은 경영과 기술혁신의 중요한 결과들(tushman & anderson, 1986), 고용창출(birley,1986) 및 산업들의 경쟁의 결과물(scherer & ross, 1990) 그리고 기업가정신의 결과물로 여겨지고 있다(이정민 2010). 그러나 최근의 성장과 관련된 집중적인 연구에도 불구하고 기업의 성장에 관련한 명쾌한 이론은 매우 부족한 것이 사실이다(구언희 2007).

기업성장에 관한 이론은 여러 학자들의 견해에 따라 다양하게 전개되고 있는데 이를 정리 검토해 보면 주로 양적 성장을 전제로 하는 것이 일반적인 견해라고 할 수 있다(요신희 2011). 그러나 기업성장에 관한 문제의식은 기업의 양적성장에 의하여 파악하는 것만으로는 불충분하다는 인식하에 기업의 질적 성장문제가 제기되고 있는 것이다(요신희 2011). 일본 학술진흥위원회에서 일본기업의 성장에 관하여 연구한 결과를 보면 기업의 질적성장의 지표로서 기업의 연구개발능력, 경영조직의 근대화, 종업원의 자질 노사관계의 안정, 기업의 이미지, 소비자에 대한 서비스 향상 등을 들고 있다(요신희 2011). 기업의 성장은 산업성을 의미하는 것으로 경제성장의 바탕이 된다고 한다.

따라서 기업성장은 경영활동의 성과로서 나타나는 매출액, 종업원의 수, 총자본이익 증가에 의한 기업규모의 확대 현상으로 봐야 한다. 그러므로 기업의 동일선(identity)과 수익성이 유지되면서 인적, 물적 요소에 의한 양적 확대 현상과 생산성, 경영자 능력 등 질적요소의 향상이 동시적으로 나타나는 것이라고 할 수 있다(요신희

2011).

2) 성장의 연구흐름

기업의 성장과 관련한 연구흐름은 아래와 같이 크게 세 가지로 구분할 수 있다.

첫번째 연구 흐름은 기업의 전략 구조 과정(process), 환경, 그리고 이러한 변수들간의 상호작용이 기업의 성장에 영향을 미친다는 기업성장에 관한 전략적 관점이다 (김선왕 2008). 이는 이미 상당한 실증적 근거가 확보되어 있는데 전력경영과 조직 이론의 주장과 일치하며 주로 산업분류, 진입장벽(McDougall etal, 1992),환경적 유리함(munificence)과 다이나미즘(dynamism)(Covin & Slevin, 1991), 경쟁전략과 구조(Covin & Slevin, 1990), 구조적,문화적 및 환경적 요인들 간의 상호작용등과 같은 예측치 즉 결정요인들에 주로 관심을 갖는다(구언희 2007). 예컨대 Pearce, Robbins, & Robinson(1987)은 공식적인 전략수립 활동이 재무적 성과에 미치는 영향을 조사 하였으며 Cragg & King(1988)은 중소기업의 광범위한 계획수립 활동과 다양한 성과 척도간의 관계를 검토하였다(구언희 2007). Boag(1987)는 중소기업을 대상으로 통제 시스템과 성과간의 관계를 조사하였으며 Covin & Slevin(1989)은 상이한 환경하에서 경영자의 지향점(orientation), 전략적 자세 및 성과간의 체계적인 관계를 발견하였다(구언희 2007).

두번째 연구흐름은 근본적으로 경험과 교육수준 및 성취욕구, 통제의 위치, 위험감수행동, 희생(sacrifice), 동기부여(motivation) 등과 같은 기업가의 심리적 구조를 포함하여 주로 개별 기업가의 특성에 관심을 가지는 미시적 행동적 관점이다(구언희 2007). 예컨대 Bailey(1986)는 67명의 호주 기업가샘플을 통해서 교육수료 증명서, 무역자격증 등이 기업의 성장과 매우 관련성이 높으며, 경험의 폭, 기능, 경험 및 경영경험(management experience)등이 기업성장의 주요 예측치라는 것을 발견하였다 (Davisson, 1991). 기업가의 심리적 특성과 관련된 연구는 여러 연구자들에 위해서 다양한 접근방식이 사용되고 있다. Cooper & G. Gascon(1992)은 희생,동기부여, 열의(intensity), 위험감수행동과 등과 같은 31개의 속성(attribute)들이 기업성장과 관련되

어 연구되어 왔다는 것을 발견하였다(구언희 2007).

결론적으로 이러한 흐름의 연구결과는 매우 모순적이고 일관성도 부족하며 특히 기업가의 심리적구조 (make-up)만을 중심으로 성장에 미치는 영향을 연구하고 있다는 한계점이 있다.(구언희 2007) 미시적관점에서 기업의 성장과 관련된 연구에서 가장 관심있는 하부 연구흐름(sub-stream) 중의 하나는 동기부여와 관련된 문제이다. 기업가들을 비기업가들과 구분하는 동기부여 요소들은 무엇이며 기업가는 무엇 때문에 벤처기업 설립에 관련된 개인적, 사회적, 재정적 위험을 감수하려 하는지에 대한 것이다(구언희 2007). 초기 McClelland(1965)의 연구 이후 많은 연구자들이 동기부여 요소들의 해명에 몰두하였고 기업가정신에 대한 수많은 후대 연구자들이 기업가의 두드러진 심리적 특성으로서 동기(motives)를 연구해 왔다(구언희 2007). 예컨대 만족 이론(theory of satisfaction)을 바탕으로 몇몇 학자들은 기업가들이 그들의 성취욕구(need for achievement)를 충족시키기 위하여 기업을 설립한다고 설명하였다(구언희 2007). 즉 기업가들은 스스로의 노력을 통하여 하나의 문제를 해결했을 때 인정받고 평가되기를 기대한다고 주장하였다(구언희 2007).

이에 반해 목표 이론(goaltheory) 주창자들은 기업가들은 독립성(independence)이나 자기개발 또는 탈출구가 될 수 있는 장기적인 야망을 추구하기 위하여 사업에 도움을 건다고 주장하였다(김선왕 2008). 또한 이를 외에도 기업가들은 권위(authority)에 대한 그들의 양의성 때문에 사업을 시작한다고 주장하는 정신분석이론 (psychoanalytictheory)을 지지하는 연구자들도 있다(구언희 2007). 즉 기업가들은 리드당하기 보다는 리드하기를 희망하며 계속해서 그들 자신만의 공간과 환경을 창조한다는 것이다(구언희 2007). 기업가의 동기를 내생적 견인요인들과 외생적 압력요인으로 구분하는 연구들도 있다. 내생적 견인이론(pull theories)에 따르면 기업가정신은 내부로 부터의 성취욕구(McClelland,1961)와 내적통제위치(internallocus of control)에 의해서 영향을 받는다는 것이다(구언희 2007).

즉 일(event)의 결과는 개인적 노력에 달렸다는 신념(Brockhaus, 1982), 개인적 행동들의 실용적인 합목적성(Birch, 1987), 위험을 감수하고자 하는 성향(propensity)

(Slevin & Covin, 1992), 과업을 완수하는데 있어서의 개인 역량에 대한 믿음(Boyd & Vozikis, 1994) 등에 의해서 기업가정신이 영향을 받는다고 주장하였다(구언희 2007). 반대로 외생적 압력이론(push theories)은 일터에서의 갈등, 실업, 제한된 대안들(Greenberger & Sexton, 1988) 등과 같은 부정적인 외부적 요인들이 일부 사람들의 기업가정신에 영향을 미친다고 주장하였다. 동기부여와 기업가 정신간의 관계에 대한 수많은 연구에도 불구하고 놀랍게도 동기부여의 요소들이 기업성장에 어느 정도 영향을 미치는가 하는 질문에 대한 관심은 거의 없었다(구언희 2007). 비록 기업가의 동기와 성장간에 결정적인 관계가 있음이 입증되었다 하더라도 일부학자들은 단편적인 기업가의 심리적측면(Gartner, 1988; Sandberg & Hofer, 1987)이나 혹은 단순히 전략적 접근이 아니라 기업가 과정 즉 특별한 성장과 확장에 대한 연구가 필요하다고 주장하는 것은 놀라운 일이 아니다(구언희 2007). 더구나 앞서의 연구는 견인적으로 동기부여된(pull-motivated) 기업가들이 더 높은 수준의 기업성장을 보여 주고 있으며 이러한 관계가 비례적이라는 것을 암시하고 있다(김선왕 2008). 하지만 Solymossy(1996)에 의한 탐색연구는 이러한 가정들을 반박하였다. 따라서 동기부여와 성장간의 관계에 관한 제한적이고 모순되는 연구 결과들은 보다 포괄적인 연구가 필요함을 시사하고 있다(구언희 2007).

세번째 연구흐름은 조직의 성장단계가설Greiner,1978)에 기초를 두고 있는 조직수명주기관점(organizational life cycle)이다(김선왕 2008). 이러한 흐름의 기업성장관련 연구는 기업들은 그들의 시장이 확대됨에 따라 예상되는 후속단계로 옮겨 간다고 가정하는 수명주기이론을 조직에 적용시킨다(구언희 2007). 예컨대 Churchill & Lewis(1983), Scott & Bruce(1987)는 중소기업의 성장과 관련하여 개시(inception), 생존, 성장, 확장, 성숙이라는 다섯 단계를 개발하였다(구언희 2007). 이러한 연구들은 미리 결정된 성장단계에 있어서의 기업성장의 특징들이나 혹은 성장단계 모델이 유효한지를 확인하는데 관심을 두고 있다(Smith, Mitchell & Summer 1985; Hanks, 1990). 기업성장은 규칙적이거나 순차적일 수 없기 때문에 그 성격상 기술적(descriptive)인 이러한 연구들 역시 기업성장을 촉진시키는 가이드라인을 제시하는데 한계가 있다(김선왕 2008). 그러나 이 접근방식의 한가지 긍정적인 특성은 기업가정신을 하나의 과정으로 인식하고 있다는 것이다(구언희 2007). 기업성장 연구와

관련된 과제들 중의 하나는 여러 요소들이 그 성장과정에 영향을 미친다는 점이다 (김선왕 2008). Schumpeter(1947)는 경제성장은 순수하게 경제학 관점에서 만족스럽게 분석될 수 있는 독립적인 현상이 아니라고 주장하였다(구언희 2007). 이 주장은 물리적 인프라, 사회조직, 정치, 기술, 민족정신, 인적자원과 같은 여러 요인들이 경제성장에 영향을 미친다는 주장에 근거하고 있다(구언희 2007).

제3절 기업의 글로벌화에 대한 일반적 고찰

1) 글로벌화의 정의

1990년대 IMF의 외환위기와 2008년의 글로벌 금융위기와 같은 국제정세의 큰 변화는 기업에게 있어서 생존의 문제가 어느 한 지역적인 문제에서 해결될 수 있는 사항이 아님을 깨닫게 해주었다(김현숙 2015). 교통, 정보통신의 발달, 물류시장의 확대로 인한 전 세계에서 발생하는 다양한 경제적, 문화적 충격은 그대로 소비자들에게 직접적으로 전달되었으며, 소비자로 하여금 새로운 기술에 의해 탄생한 제품, 더 가격이 싼 제품이 해외시장 어디에 있는지 쉽게 알 수 있게 하였으며 직접 구매도 가능하게 하였다(김현숙 2015). 이 결과 어느 한 지역 또는 한 국가 시장에서 독점적인 지위를 유지하던 기업들도 경쟁이 불가피해졌다(김현숙 2015).

이렇듯 소비자의 욕구와 수요가 글로벌화 되면서 기업의 모든 생산과 공급도 글로벌화 과정을 겪게 되면서 자연스러운 글로벌기업들의 탄생을 야기시켰으며 더불어 글로벌 경쟁을 심화시키게 된다(김현숙 2015). 기업의 글로벌화는 제품, 서비스, 자본 등의 시장이 점진적으로 ‘하나의 시장’으로 통합되는 과정으로(홍유수와 반수미, 2006), 지리적인 국경의 개념이 사라지게 됨에 따라 기업의 경영전략도 바뀌게 되는데 이러한 글로벌화는 대부분의 기업에서 고려하고 있는 경영 전략적 측면에서 매우 중요한 요소가 된다(Melin,1992).

급변하는 경영환경에서 기업의 생존과 지속성의 이슈는 기업들로 하여금 글로벌 시

장으로의 경영확대라는 새로운 국면에 들어서게 하였으며, 기업이 가지고 있는 다양한 제품과 서비스, 그리고 자원들을 거래할 수 있는 국가를 선택하여 그 국가에 판매하는 기업의 활동, 즉 국내가 아닌 해외로 진출하려는 움직임(Turnbull, 1987), 그리고 ‘국경선을 넘어서는, 또는 2개국 이상에서 동시에 일어나는 경영활동’이라는 개념으로 수렴되고 있으며(조동성, 1997), 해외시장에 대한 지식 및 몰입의 결과로써 기업에 의해 만들어진 증가된 국제적 몰입의 과정으로도 언급되고 있다(Johanson and Vahlne, 1997).

이렇듯 기업의 글로벌화는 매우 광범위한 개념으로 한 기업이 자국 이외의 지역에서 벌어 들이는 수익 혹은 글로벌 경영활동을 하고 있는 국가의 수, 투자방식, 글로벌 조직구조 및 운영방식, 글로벌화에 대한 최고경영층의 태도(Permutter, 1969), 해외활동에 대한 투자정도(OECD, 1997) 등의 이슈들이 총망라된 것으로 이에 대한 다양한 이론들이 연구되어지고 있으며 지금까지도 변화하는 시대적 상황에 따른 새로운 기업의 글로벌화 이론들이 대두되고 있다.

2) 중소기업의 글로벌화

기업에게 있어서 글로벌화는 더 이상 선택의 문제가 아니며 이미 공급의 포화상태가 된 단일시장에서 글로벌 시장으로의 진출은 기업의 생존이 걸린 문제가 되었다(김현숙 2015). 글로벌 경쟁이 심화되는 가운데 국가 내에서 풍부한 내·외부자원을 갖춘 대기업과는 달리 한정적인 인적자원, 물적 자원을 보유한 신생기업 및 중소기업의 국가적 차원에서의 역할은 점차 커질 것으로 예상되고 있으며, 그 중요성 또한 커지고 있다(Oviatt and McDougall, 1999). 그 이유는 중소기업의 기술혁신, 고용창출, 경제성장은 이미 외형적인 확대의 한계를 갖고 있는 대기업과는 달리 민간 부문을 대표하는 부문으로써 전체 종사자의 87%를 차지하는 절대 다수로써 국가경제에 긍정적인 영향을 미치기 때문이다(김현숙 2015). 특히 전 세계가 당면한 고용의 한계에서 중소기업은 국가적인 고용창출의 중요한 수단으로 인식되어 경제 불황기를 벗어날 수 있는 역할을 할 것으로 기대되고 있다(Coviello and McAuley, 1999).

그러나 한국의 중소기업은 그 간의 역사를 돌이켜 볼 때 보호, 육성, 혁신, 경쟁의 다양한 정부의 지원 정책에 따라 성장해 옴에 따라 빠르게 변화하는 비즈니스환경에 적절히 대응하지 못하였으며, 현재와 같은 글로벌시대에서도 내수시장에 대한 의존도가 높은 한계가 있으며 자국에서 또는 어느 한 지역에서의 기반에서의 경쟁우위만으로는 중소기업의 생존과 지속적 성장을 담보할 수 없는 글로벌환경이 도래함에 따른 국내 수출경쟁력 강화는 국가적인 과제가 되었다(김현숙 2015). 더구나 빠른 고령화와 인구감소는 만성적인 인력수급의 문제를 가중시킬 뿐 아니라 내수시장의 규모 역시 축소됨을 의미하며 이러한 내수시장에 의존하는 중소기업에게 있어서 경영전략도 자연스럽게 글로벌화 되어야 한다(오동윤, 2011).

중소기업이 해외로 진출하고자 하는 이유에 대하여 자국시장의 치열한 경쟁조건이 국제화를 촉진시킨다고 하였으며(Rasmussen and Madsen, 2002; Moen, 2002), 국내 시장 규모가 작을 때 그리고 기업의 기업성과가 하락국면에 있을 때 기업들은 이러한 문제를 해결하기 위해 적극적으로 해외진출을 추진하는 경향이 있다고 하였으며 이는 결국 국내시장의 크기와 경쟁강도가 조기 국제화에 영향을 미친다는 것을 의미한다고 하였다(Preece and Baetz, 1999). 즉, 시장크기의 협소화로 인한 성장의 한계를 극복하기 위하여, 그리고 해외시장으로 진출하여 새로운 수익과 성장기회를 발견하고자 하는 목적에서 중소기업의 글로벌화를 설명할 수 있다(김현숙 2015).

이렇듯 기업이 글로벌화하기 위한 최종적인 목적은 기업의 성과를 향상시키기 위함이다(김현숙 2015). 글로벌화와 기업성과 간 관련성에 대한 논의가 미국학자들을 중심으로 진행되어 왔는데 대부분의 연구들은 기업의 글로벌화가 기업성과를 향상시킨다고 주장하였으며(Geringer et al., 1989), 국내 중소벤처기업을 대상으로 분석한 연구에서도 기업의 글로벌화와 성과 간에 정(+)의 관계를 나타냈다(박상문, 2005). 각 국의 정부들은 국가의 경제성장을 위한 창업가 및 중소기업의 글로벌화에 대하여 다양한 정책들을 추진하고 있으며 동일한 외부적 환경 하에서 기업마다 다른 글로벌 수준이 기업의 내부역량에 기인함을 인식하고 이에 따른 CEO의 역량에 대한 논의가 활발하게 연구되고 있다(김현숙 2015).

제4절 선행연구의 흐름

1) 기업가정신의 연구흐름

기업가정신은 최근 많은 기업관련 연구자들에게 가장 관심있는 주제중 하나이다(백승수 2013). 그러나 기업가 정신과 관련된 다양한 주제에 걸친 많은 연구들을 체계적으로 분류하고 연구 동향을 파악하려는 시도는 아직 부족하다(윤백중 2012). 기업가정신에 대한 연구는 분석수준을 기준으로 크게 두 가지 흐름으로 나누어 볼수 있다(윤백중 2012). 첫번째 흐름은 사회심리적 접근방법이다(McClelland,1961; Brockhaus,1980; Collins& Moore,1964;Norton,1975;Sexton& Bowman,1980,1986). 이 접근방법은 주로 개별 기업가의 특성에 초점을 둔 연구이다. 즉 개인으로서의 기업가를 강조하며 개인이 분석의 대상이다. 그러므로 이 접근방법은 개인들이 기업가적 으로 행동하게 하는 원인들에 대해 관심을 갖는다. 이 접근방법의 초기 연구자는 McClelland(1961)로서 기업가의 중요한 특성으로 성취욕구(needforachievement)에 초점을 두었다(박정수 2008). 이외에도 다양한 연구들에서 내부적 통제의 위치, 위험 감수 성향, 개인적 가치관, 모호성의 수용등 기업가들의 공통적인 특성으로 주장되었다(Becherer& Maurer,1999; Brockhaus,1975, 1980 ; Hochner& Granrose, 1985 ; Marcin& Cockrum,1984). 그러나 이러한 기업가의 심리적 특성에 초점을 둔 연구들은 기업가정신의 복잡한 현상들을 설명하기에는 많은 한계를 가지고 있는 것으로 비판을 받았다(Garter,1988). 두번째 흐름은 행동 또는 과정지향적 접근방법이다 (Mintzberg & McHugh,1985; Gray& Ariss,1985;Dollinger,1984). 즉 기업가의 개인적 특성을 중심으로 한 접근방법에 대한 한계점이 드러남에 따라 이 접근방법은 기업가 행동의 중요성을 강조하기 시작하였다(백승수 2013). 따라서 이 접근방법은 개인의 특정 성향보다는 기업가의 행동에 초점을 둠으로써 기업가정신에 대한 설명력을 보다 더 높일 수 있다는 것이다(Gartner,1994). 따라서 새로운 사업을 창업하기 위한 기업가의 행동은 기업가정신을 이해할 수 있는 확실한 하나의 방법이 될 수 있다는 것이다(Stewart,Carland and Carland,1996). 기업가적 활동과 관련된 또 다른 중요한 행동으로서 전략적 계획을 들 수 있는데(Olson,1995) 기업가정신의 개념에 대하여 전략적 접근법을 사용할 필요가 있다는 점이다. 즉 전략적 사고와 기업가적 사고의

통합이 필요하다(Hittetal.,2001). 기업가는 조직 속에서 기회를 포착하고 자원을 확보하고 제품과 서비스를 판매하고 제품을 생산하고 조직을 수립하고 정보와 사회에 대응하는 등 다양한 활동을 수행한다(Gartner,1985). 기업가는 일반적으로 설립되어 진 기업을 운영하는 것이 아니라 창의성,권위,통찰력 등으로 새로운 결합을 통하여 동태적 과정을 창조하는 경제발전의 중심적 존재로 인식된다(이정호 2005). 이러한 기업가의 행동은 경제성장의 중요한 추진력(majorengine)과 새로운 사업의 개발을 유발시켜 왔다(권규미 2007). 기업가정신의 필수적인 행위는 시장이나 제품영역의 신규진입에서 비롯된다. 이때 기업가정신(entrepreneurialorientation)은 시장진입에 이르기까지의 과정, 실행, 의사결정을 통해 나타날 수 있으며 새로운 투자에 대한 모험을 창조하는 사람들의 동적인 발생과정을 수행하는 행동과 의지를 포함하고 있다 (Lumpkin & Dess,1996). 이러한 행동지향적 접근방법은 기업가정신이 개인뿐만 아니라 모든 사회, 모든 크기와 형태의 기업에서 어느 정도 나타나고 있음을 함축하고 있다(Davis, Morris,& Allen,1991). 이러한 다양한 관점들에 대하여 최근에는 기업가적 행동(entrepreneurialactivities)들을 보다 더 이해할 수 있는 통합적인 연구접근방법들이 시도되었다(박재현 2007). 이러한 관점들은 개인의 특성들과 기업가의 행동들을 동시에 조명함으로서 기업가정신을 보다 더 잘 설명할 수 있다는 것이다 (Becherer& Maurer,1999). 따라서 본 연구에서 역시 조직행동으로서의 기업가정신에 초점을 두고자 한다. 즉 기업가정신의 행동적 측면을 강조하고자 한다. 이러한 관점에서 기업가정신은 Covin과 Slevin(1991)이 제시한 기업가적 자세와 Lumpkin과 Dess(1996)가 제시한 기업가정신과 일치되는 개념이라고 할 수 있다(박정수 2008). 이와 같이 기업가정신의 패러다임이 확장됨에 따라 조직 자체도 기업가적으로 행동 할수 있음을 인식하기 시작했다(Jennings & Lumpkin,1989;Covin & Slevin,1991; Lumpkin & Dess,1996). 기업가적으로 행동하는 조직에서는 특정한 행동패턴이 나타난다. 즉 기업가적인 조직은 위험을 추구하고, 혁신적이며 진취적으로 행동한다(김창호 2008). 그들은 기꺼이 매우 높은 수익률을 위해 높은 위험의 프로젝트를 실시하고 기회를 추구하는데 있어서 대담하고 공격적이다(김창호 2008). 기술선도와 연구개발을 강조하는 기업가적 조직은 흔히 경쟁업자가 모방할 행동을 먼저 시작하고 빈번히 출시한다(Miller,1983).

2) 기업가정신과 성장

많은 연구자들 (Gartner, 1985; Guth & Ginsberg, 1990; Covin & Slevin, 1991; Zahra, 1991; Brazeal, 1993, Hornsby et al, 1993)이 기업가정신과 관련한 이론적 모형을 설정하였으며 궁극적으로 기업성장과 정(+)의 관계를 가지고 있다는 사실에 동의하고 있다(구언희 2007). 이와 같은 연구와 그 맥을 같이하고 있는 오종석 · 이용탁(1999)은 벤처기업의 성공요인으로 벤처기업 창업자의 개인적은 특성과 기업가적 특성을 제시하였으며 이의 증명을 위해 국내중소 500개 벤처기업을 대상으로 설문 조사를 실시하였다(구언희 2007). 그 결과 다음과 같은 결론을 도출하게 되었다. 즉 기업가가 혁신적으로 진취적이며 민첩하게 그리고 위험을 감수하는 행동을 할수록 기업은 보다 빠르게 성장할 수 있다는 사실을 실증적으로 증명한 것이다(구언희 2007). 박노윤(2000) 역시 기업가정신은 기업성과와 높은 관련성이 있다는 것을 주장하였으며 최용호 · 신진교 · 김승호(2003)는 그들의 연구에서 기업가정신이 기업의 재무적성과에 정(+)의 영향을 미친다는 사실을 실증적으로 증명하였다(구언희 2007). 이처럼 아직까지 기업가정신의 효과성에 대해서 명확하게 규명한 연구는 존재하지 않지만 이들의 연구를 종합해 볼때 기업가가 기업적행동을 실시할 경우 기업의 성과를 향상시킨다고 주장할 수 있다(이정민 2010).

3. 기업의 글로벌화

새로운 글로벌 시장을 창출하려는 기업은 전통적인 수출입 활동을 영위하는 기업들로 일반적으로 국내에서 그 기반을 갖추는 충분한 시간을 가진 후 점차적으로 해외 진출을 모색하며, 축적된 경험과 자원으로써 본격적인 해외진출에 성공하게 된다(김현숙 2015). 이러한 글로벌시장으로의 진출관련 행태를 전통적 이론이라고 하는데 여기에는 거래비용이론(transaction cost theory), 독점적 우위이론(monopolistic advantage theory), 제품수명주기이론(product life cycle approach), 내부화이론(internalization theory), 독점적 우위이론과 내부화이론의 두 가지 이론에 생산입지 이론을 접충하여 글로벌화 행태를 포괄하는 접충이론(eclectic theory), 그리고 단계적 글로벌화의 대표적 이론인 융살라모델(uppsala internationalization processmodel)

이 포함된다(김현숙 2015). 또한 급변하는 세계 정세와 더불어 기업의 파괴적 혁신과 기업가정신 및 네트워크 활동을 통해 해외시장으로의 빠르고 직접적인 진출을 시도하는 최근의 태생적 글로벌 기업(born globals)이론에 대하여 많은 연구가 이루어지고 있다(김현숙 2015).

거래비용이론은 Coase(1937)가 발표한 기업 조직에 대한 이론을 설명한 것으로 시장에서의 필연적인 다양한 거래비용을 절약하기 위하여 기업이 형성되었다는 이론으로 내부적으로 처리하는 비용이 더 낮으면 조직은 유지될 수 있으며, 추가 거래에 대한 부분을 기업의 내부에서 처리할 때에 소비되는 비용과 외부 시장에서 처리하는 비용을 비교하여 동일해 질 때까지 기업이 확대되는 경향이 있다고 하였으며 이 이론은 이후 Buckley and Casrson의 내부화이론의 토대가 된다(김현숙 2015). Hymer(1960)에 의하여 제시된 독점적 우위론은 기업의 해외진출 시 현지에서 겪게 되는 다양한 불리한 점들 즉 현지의 정치, 경제, 시장 환경, 사회적 관습, 법률, 소비자, 공급업체, 노동조합, 현지법인 관리비용, 현지 소비자의 제품에 대한 선호도, 현지 종업원 관리비용 등과 같은 외국인 비용이 존재하는데 이러한 비용들을 충분히 상쇄할 수 있는 기업 고유의 경쟁우위적 요소가 있어야만 해외진출이 성공할 수 있다는 이론으로 기업의 고유의 제품과 기술을 소수의 다국적 기업들만 소유할 수 있다는 시장의 불완전성을 전제로 한다(김현숙 2015).

Vernon(1966)의 제품수명주기 접근론은 제품의 생산의 단계가 기업의 수입과 수출을 결정하는 이론으로써 해당제품 또는 기술이 표준화 또는 범용화되어 국내시장에서 안정적으로 활성화되고 충분히 성숙된 후에 기업이 해외로 진출한다는 이론을 설명하고 있다(김현숙 2015). Buckley and Casson(1976)의 내부화이론은 기업특유의 자산 이전시 문제되는 시장 불완전성, 외부화전략 선택시 발생되는 거래비용, 거래파트너의 기회주의적 행동으로 인한 위험 등을 감소시키기 위하여 시장거래가 아닌 기업의 내부역량으로 흡수시키는 과정을 설명한 것으로 다국적 기업들의 100% 지분투자하는 자회사 형태의 해외 직접투자 문제에 도입하여 체계화시킨 이론이다(김현숙 2015).

Dunning(1979)은 독점적 우위론과 내부화 이론에 생산입지 이론을 접종하였는데, 기업 특유의 자산인 특허, 상품, 기업 이미지, 기술, 영업기밀 및 지적자산과 거래비용을 최소화하기 위해 기업이 해외진출시의 활동을 내부화함으로써 발생되는 이점에 특정 지역에 직접투자시 타 지역 투자시에 비해 갖는 이점들 즉, 무역장벽을 피할 수 있거나 수송비 및 기타 생산요소 비용을 절감하는 이점들을 접종한 해외직접투자 이론을 설명하고 있다(김현숙 2015). 이러한 세 가지 요인들을 고려하여 상표개발, 해외자금 투자, 해외 수출등의 방법을 선택한다고 주장하였다.

점진적인 해외진출에 대한 Johanson and Vahlne(1977)의 읍살라이론은 스웨덴의 읍살라 대학의 몇몇 학자들에 의해 주창된 기업의 글로벌화 모델로써 기업들이 다양한 동기로 해외 진출을 하며 이들의 해외진출 활동이 축적됨에 따라 글로벌화에 대한 투자를 확대시킨다는 이론이다(김현숙 2015). 즉 해외진출 경험이 전혀 없는 기업은 기본적으로 심리적 거리 개념에 따라 가까운 국가부터 최소한의 지원을 투여하여 진출하게 되며, 시간이 흐름에 따라 해외진출에 대한 경험이 축적되고 시장에 대한 이해가 높아지면서 상이한 조건의 시장에도 과감히 진출한다는 것을 설명한 이론으로 현재까지도 기업의 글로벌화를 설명하는 가장 표준적 모델로 이용되고 있다(김현숙 2015).

Oviatt and McDougall(1995)의 태생적 글로벌기업 모델은 기업의 창업 초기부터 글로벌 시장을 지향하는 기업으로써 글로벌 틈새시장을 목표로 하는 기업에 관한 이론이다(김현숙 2015). 즉 해외시장의 진입시 심리적 거리 개념보다는 국내 및 해외 고객과의 동반 해외진출, 목표 세분시장의 해외시장 존재유무, 산업 특성 등을 고려하여 기업의 설립과 동시에 생성 초기부터 글로벌화를 추구하는 신생기업을 지칭하고 있다(김현숙 2015).

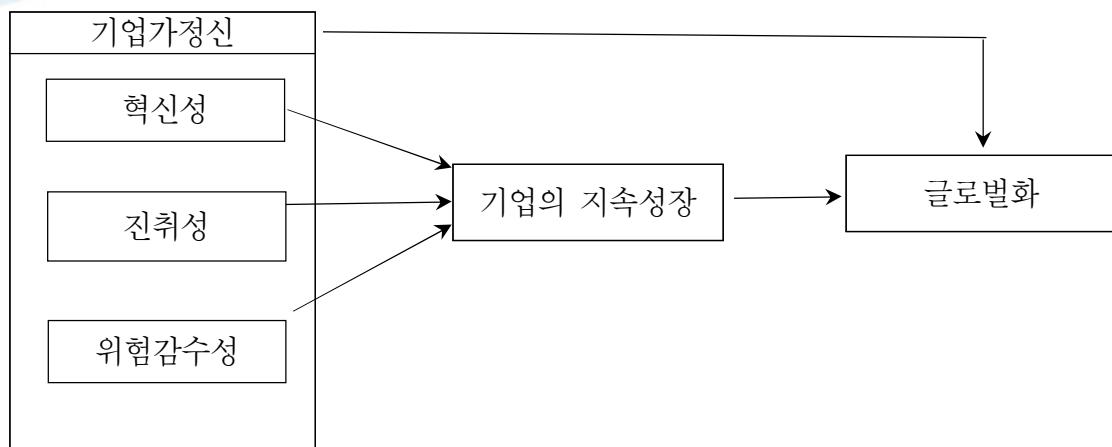
Andersen and Buvik(2002)등이 제시한 네트워크이론은 조직간 혹은 개인 간 관계에 초점을 맞추어 기업이 글로벌화 하는 행동을 분석하는 이론으로써 글로벌화의 관점을 네트워크를 통해 발생하는 과정으로 정의하고 있다(김현숙 2015).

제3장 연구모형 및 가설

앞서 논의한 연구모형의 내용을 바탕으로 연구가설을 수립하였는 바, 기업가정신 중에서 진취성, 혁신성, 위험감수성을 독립변수로 선정하였으며 기업의 글로벌화를 종속변수로, 기업의 지속성장을 매개변수로 선정(백승수 2013)하여 선정된 변수를 이용하여 연구모형을 구성하고 구성된 연구모형에 기초하여 변수들 간의 관계를 규명하기 위한 가설을 설정하였다. 첫째 기업가정신중에서 혁신성, 진취성, 위험감수성의 각 요인이 기업의 성장과 글로벌화 간의 관계에 대한 영향을 살펴 보고 둘째 기업가정신과 기업의 글로벌화간 매개변수인 기업의 성장의 매개효과를 검증해 보고자 한다.

제1절 연구모형

본 절에서는 기업가정신 중 혁신성, 진취성, 위험감수성 요인이 기업의 성장 및 글로벌화에 미치는 영향, 기업가정신과 기업의 글로벌화 간에 기업성장의 매개효과를 분석하기 위하여 다음과 같이 연구모형을 설계하였다.



제2절 연구가설의 설정

이상의 연구모형에 따라 설정된 가설은 다음과 같다.

1) 기업가정신과 성장과의 관계

성장이란 기업의 경영규모나 기업활동의 성과가 얼마나 증가했는지를 금년과 작년 혹은 과거 몇해의 경우를 비교해서 나타내는 지표이다(Eisenhardt & Sohounhoven, 1990; Smith, 1995). 최고경영자의 특성, 전략 그리고 조직구조와의 관계를 연구한 Miller & Toulouse(1986)는 최고경영자의 특성이 기업성장에 유의한 정(+)의 영향을 미친다고 하였으며 실제경영자의 행동적 지향성이 보다 혁신적이고 적극적일수록 양호한 성장과 성과를 기대할 수 있음이 규명되었다(구언희 2007).

이에 본 연구에서는 중소벤처기업을 대상으로 한 기준의 선행연구를 바탕으로 하여 벤처기업이 아닌 일반 중소기업에 대하여 재무적 성장지표 중 매출증가 등을 설문 문항으로 사용하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1-1 : 기업가정신중 혁신성은 기업성장에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-2 : 기업가정신중 '진취성은 기업성장에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-3 : 기업가정신중 모험감수성은 기업성장에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2) 기업가정신과 글로벌화,기업의 성장과 글로벌화 간의 관계

기업가정신은 하나의 기업이 다른 기업과 차별화를 목적으로 기술, 서비스 및 전반적인 사항에 대한 의사결정 과정을 의미한다(Lumpkin and Dess, 1996). 새로운 시장의 기회를 확보하기 위한 노력, 그리고 사업의 개선 및 영역을 확장 하려고 시도하는 노력의 정도도 포함되며(Naman and Slevin, 1993), 이는 시장에서의 기회를 찾고자 하는 성향이 강한 기업가는 조직에 동일한 드라이브를 가하여 결국 고객의 요구에 민감하게 반응하게 되기 때문이다(구언희, 2007).

기업가정신과 기업성과 간의 관계를 연구한 Zahra et al.(2000)은 기업가 정신이 기업의 학습과 지식을 창출하여 경쟁우위를 높일 수 있다는 사실을 발견하였다(김현숙 2015). 즉, 제품, 공정과정 및 서비스의 혁신을 제고함으로써 위험감수성과 적극성 같은 기업가 정신은 기업의 성과에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다(김현숙 2015). 이렇듯 글로벌화에 미치는 영향요인으로써 기업의 내부 역량의 중요성을 지적하였는데(Yeoh, 2000), 이러한 내부적 역량을 가능하게 할 수 있는 요인으로 CEO의 태도를 들 수 있으며, 이 태도를 크게 위험감수성, 진취성, 혁신성등으로 나누고 있다. Aaby and Slater(1989) 역시 글로벌화에 여러 요인들을 설명하고 있으나 그 중 가장 대표적인 것이 바로 CEO와 관련된 기업가 정신이며 특히 위험감수성이나 혁신성을 글로벌화의 성과를 향상 시키는 주요 변수로 강조하였다(김현숙 2015). Baron and Shane(2007)은 기업가정신의 구성개념을 모험, 전략적 개신, 혁신으로 간주하여 기업의 글로벌화 및 국제화간의 관계를 분석하였으며, 기업의 글로벌화를 위하여 기업가 정신이 매우 중요한 변인임을 발견하였다(김현숙 2015). 기업가정신은 글로벌화의 선행적 요인일 뿐만 아니라 기업 조직의 전반적 자원과 역량에 긍정적이며 직접적인 영향을 미칠 수 있다(김현숙 2015). 즉, CEO의 기업가정신이 높을수록 자원의 효율적인 배분과 통합, 조정이 이루어지고, 이로써 기업이 보유한 다양한 역량들을 강화하여 글로벌시장에서 새로운 사업기회를 탐색하는데 매우 적극적이고 열성적이게 된다(Teece, 2007). 이러한 기업가정신은 역동적인 외부환경의 변화를 극복하고 기업을 글로벌화하고 기업의 성과 달성에 필요한 경쟁우위를 가능하게 하는 요인으로 작용하게 된다(McDougall et al., 1994).

이에 본 연구에서는 이상의 선행연구에서 검토한 내용을 참고하여 기업가정신은 기업의 지속적인 성장에 있어서 가장 중요한 정신이라고 정의하며 이 기업가정신을 구성하고 있는 요인으로 혁신성, 진취성, 위험감수성을 선택하였다. 이러한 기업가정신이 발휘됨에 따라 그 결과로서 기업이 성장하게 되면 그 성장의 다음 단계로서 글로벌화(해외진출)에도 역시 기업가정신은 발현된다고 정의하였으며 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H2 : 기업가정신은 기업의 글로벌화에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3 : 기업의 성장은 기업의 글로벌화에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.



제4장 실증연구 결과 및 분석

본 연구는 중소기업 CEO의 기업가정신 중 혁신성, 진취성, 위험감수성이 기업의 성장에 어떠한 영향을 미치는가 그리고 기업가정신이 글로벌화에 어떠한 영향을 미치는가 또한 이렇게 기업이 성장함에 따라 기업이 성장을 매개로 하여 기업의 글로벌화에 어떤 영향을 미치는지를 분석하기 위한 것이다.

제1절. 설문의 구성과 자료의 수집

1) 설문지구성

본 연구에서 사용하는 설문지는 5개의 측정기준을 바탕으로 총 29개의 문항으로 구성되었다. 첫째 ‘기업가정신’에 관하여 ‘혁신성(4문항)’, ‘진취성(4문항)’, ‘위험감수성(4문항)’, 등의 총 12항목으로 설정하였다. 둘째, ‘기업의 지속성장’에 관하여 해당하는 4문항으로 설정하였다. 셋째, ‘기업의 글로벌화’에 관하여 해외진출 의도를 포함하여 해당하는 5문항으로 설정하였다. 마지막으로 인구 통계학 자료 수집을 위하여 성별, 연령, 학력, 업종, 설립연도, 종업원 수 등에 해당하는 8가지 문항을 설정하였다. 최종 확정된 설문지의 각 구성은 다음의 <표3-1>과 같다.

<표1-2> 설문지의 구성

변수명	문항수
기업가정신	혁신성
	진취성
	위험감수성
기업의 지속성장	4
글로벌화	5

2) 표본의 선정 및 자료의 수집

본 연구의 연구가설을 검증하기 위하여 각 변수에 대하여 작성된 설문지를 통해 자료를 수집하였다. 2015년 11월 1일부터 11월 30일까지 설문조사를 실시하였다. 설문의 대상은 충청북도 청원군 소재 중소기업 및 경상북도, 경기도 소재 중소기업체의 CEO를 대상으로 하였으며, 회수된 설문지 123부중 응답내용이 불성실하거나 무응답이 많은 설문지를 제외한 후 112부를 연구의 분석에 사용하였다.

3) 자료분석방법

본 연구에서 설문조사를 통해 획득한 자료를 SPSS 20.0(Ver.)을 이용하여 분석하였는 바 조사대상자의 일반 특성 및 응답 수준을 파악하기 위하여 빈도분석 및 기술통계분석을 실시하였다. 또한 척도의 타당성과 신뢰성을 위한 요인분석 및 신뢰도분석을 적용하였다. 가설의 검증은 회귀분석을 통하여 검증하였으며 본 연구의 유의수준은 알파=0.05로 설정하였다.

제2절. 연구대상의 일반적 특성

연구대상의 일반적인 특성을 살펴 보기 위한 분석을 실시하였으며, 결과는 다음과 같다.

본 연구의 표본은 충청북도 청원군 소재 중소기업, 경상북도 및 경기도 지역의 중소기업 CEO를 대상으로 성별, 학력, 연령, 종업원 수 등에 대해 질문 하였으며 그 결과는 <표 1-3>와 같다

<표1-3> 조사대상자 일반적 특성

변수	구분	빈도(명)	비율(%)
기업활동 시작연도	5년 미만	23	20.5
	5년 이상~10년 미만	24	21.4
	10년 이상~15년 미만	20	17.9

	15년 이상~20년 미만	23	20.5
	20년 이상	22	19.6
업종	정보통신/인터넷	7	6.3
	기계/조선/항공	13	11.6
	제약/바이오	9	8.0
	환경기술	6	5.4
	문화/엔터테인먼트	5	4.5
	교육	4	3.6
	반도체	4	3.6
	화학	6	5.4
	의류/섬유	14	12.5
	전기/전자	14	12.5
	무역	10	8.9
	기타	20	17.9
회사규모	중소기업	112	100
	중견기업	0	0
국내사업장 자수	10명 미만	47	42.0
	10명 이상~50명 미만	27	24.1
	50명 이상~100명 미 만	21	18.8
	100명 이상~300명 미 만	15	13.4
	300명 이상	2	1.8
해외사업장 종사자수	10명 미만	25	22.3
	10명 이상~50명 미만	9	8.0
	50명 이상~100명 미 만	2	1.8
	100명 이상~300명 미 만		
	300명 이상		
	해당없음	76	67.9
해외진출 기간	5년 미만	17	15.2
	5년 이상~10년 미만	35	31.3
	10년 이상~15년 미만	7	6.3
	15년 이상~20년 미만	4	3.6
	20년 이상	3	2.7
	미진출	46	41.1
CEO성별	남자	104	92.9
	여자	8	7.1

CEO 나이	30대	5	4.5
	40대	30	26.8
	50대	60	53.6
	60대 이상	17	15.2
CEO 학력	고졸	9	8.0
	전문대졸	13	11.6
	대졸	71	63.4
	대학원졸	19	17.0
합계		112	100.0%

본 연구에서는 총 112명으로부터 유효한 응답을 확보하였으며 먼저 설립 시부터 활동기간을 보면 5년미만이 20.5%, 5년이상~10년 미만이 21.4%, 10년 이상~15년 미만이 17.9%, 15년 이상~20년 미만이 20.5%, 20년 이상이 19.6%로 나타났다.

업종은 정보통신/인터넷 6.3%, 기계/조선/항공 11.6%, 제약/바이오 8.0%, 환경기술 5.4%, 문화/엔터테인먼트 4.5%, 교육 3.6%, 반도체 4%, 화학 5.4%, 의류/섬유 12.5%, 무역 8.9%, 기타 17.9%로 응답하였다.

국내사업장 종사자수는 10명 미만이 42.0%, 10명이상~50명미만이 24.1%, 50명이상~100명미만이 18.8%, 100명이상~300명미만이 3.4% 300명이상이 1.8%로 나타났다. 해외사업장에 있는 기업체의 경우 10명 미만이 22.3%, 10명 이상~50명 미만이 8.0%, 50명이상~100명 미만이 1.8%로 나타났으며 해외에 사업장이 없는 기업체는 67.9%로 나타났다. 해외진출한 기업체의 해외 진출기간을 보면 5년미만이 15.2%, 5년이상~10년미만이 31.3%, 10년이상~15년미만이 6.3%, 15년이상~20년미만이 3.6%, 20년 이상이 2.7%로 나타났다.

CEO의 성별은 남자가 92.9%, 여자가 7.1%로 나타났으며 CEO의 나이는 50대가 가장 많은 53.6%를 나타났고 30대 4.55%, 40대 26.8%, 60대 이상이 15.2%로 나타났다.

제3절. 요인분석 및 신뢰도분석

1) 요인 분석 결과

<표1-4> 요인분석 결과

변수		요인1	요인2	요인3	요인4	요인5
요인	측정문항	혁신성	진취성	위험감수성		
혁신성	혁신3	.812				
	혁신1	.788				
	혁신2	.776				
	혁신4	.689				
진취성	진취2		.786			
	진취1		.668			
	진취3		.572			
	진취4					
위험감수성	위험감수1			.840		
	위험감수4			.635		
	위험감수2			.612		
	위험감수					
성장	성장4				.797	
	성장1				.733	
	성장3				.701	
	성장2				.691	
글로벌화	글로벌2					.932
	글로벌4					.928
	글로벌3					.915
	글로벌1					.907
	글로벌5					
EIGEN-VALUE		6.444	3.102	1.631	1.097	1.020
분산설명(%)		35.802	17.231	9.064	6.093	5.667
분산누적(%)		35.802	53.033	62.067	68.190	73.857
KMO= .841 Bartlett's X2= 1258.290 (P<.001)						

본 연구의 측정변수는 척도 순화과정을 통하여 일부 항목을 제거하였다. 먼저 타당도 검증하기 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인적재치는 각 변수와 요인간의 상관관계의 정도를 나타낸다. 그러므로 각 변수들은 요인적재치가 가장 높은 요

인에 속하게 된다. 또한 고유값은 특정 요인에 관련된 표준화된 분산을 가리킨다. 일반적으로 사회과학 분야에서 요인과 문항의 선택기준은 고유값(EIGEN VALUE)은 1.0이상, 요인적재치는 0.40이상이면 유의한 변수로 간주하며 0.50이 넘으면 아주 중요한 변수로 본다. 따라서 본 연구에서는 이들의 기준에 따라 고유값이 1.0이상, 요인적재치가 0.40이상을 기준으로 하였다. <표 1-4>는 기업가정신에 대한 요인분석 결과이다. 설명된 총 분산은 62.067 %로 나타났다. 전체적으로 기업가정신은 선 행 연구결과의 이론 구조와 동일하게 3개의 요인으로 추출되었다. 추출된 요인은 선 행연구와 동일하게 혁신성, 진취성, 위험감수성으로 명명하였다. 이중 혁신성은 4개의 문항으로서 요인적재치가 0.6이상으로 높게 나타나 적합하여 4개의 문항 모두 채택하였다. 진취성은 4개의 문항 중 ‘진취2’ 항목이 이론 구조에 맞지 않게 적재되어 제거하고 3개의 문항을 채택하였다. 위험감수성은 4개의 문항 중 적합하지 않은 ‘위험 감수3’ 항목을 제거해 나머지 3개의 문항을 최종적으로 채택하였다.

매개변수인 기업의 성장 요인분석 결과 4개의 문항 모두 요인적재치가 0.6이상으로 4개의 요인 모두 채택하였으며 글로벌화 5가 문항중 ‘글로벌5’ 문항이 요인 적재치에 미달하여 제거하고 나머지 4개 항목을 분석에 이용하였다.

2) 신뢰도분석 결과

수집된 자료를 이용하여 연구변수가 측정하고자 하는 현상을 일관성 있게 측정할 수 있는가에 대한 검증이 가설검증 이전에 이루어져야 하는 바, 이를 위하여 신뢰성 분석이 먼저 수행되어야 한다. 신뢰성은 동일한 개념에 대해 측정을 되풀이 했을 때 동일한 측정값을 얻을 가능성 즉 측정도구의 정확성을 말한다. 신뢰성 분석의 결과는 <표 1-5>와 같다.

<표1-5> 신뢰도분석 결과

척도	항목	N	평균	표준편차	왜도	첨도	Cronbach's 알파
혁신성	혁신1	112	3.83	.899	-.791	.738	.865
	혁신2	112	4.05	.889	-.655	-.321	

	혁신3	112	4.02	.939	-.833	.228	
	혁신4	112	3.64	.976	-.470	-.260	
진취성	진취1	112	3.80	.879	-.496	.065	.721
	진취2	112	3.87	.895	-.805	.818	
	진취3	112	3.76	.862	-.455	.106	
위험감수성	위험1	112	3.36	1.003	-.389	-.230	.649
	위험2	112	3.63	.712	-.224	-.079	
	위험4	112	3.29	.917	-.409	-.362	
성장	성장1	112	4.09	.833	-1.02 6	1.438	.833
	성장1	112	4.01	.800	-.339	-.580	
	성장3	112	3.59	.896	-.082	-.367	
	성장4	112	3.86	.769	-.353	-.101	
글로벌화	해외1	112	3.41	1.242	-.655	-.594	.952
	해외2	112	3.29	1.262	-.503	-.713	
	해외3	112	3.21	1.276	-.385	-.995	
	해외4	112	3.00	1.259	-.221	-.965	

설문조사에 이용된 측정항목들이 측정도구로서의 신뢰성을 가지는지 여부를 확인하기 위하여 Cronbach's 알파 계수를 이용하였다. Cronbach's 알파 값이 일반적으로 0.8~0.9 이상이면 바람직하고 0.6~0.7이면 수용할 만한 것으로 여겨진다. 그러나 0.6보다 작으면 신뢰성이 결여된 것으로 받아 들여진다.

변수들의 Cronbach's 알파 계수는 가장 낮은 위험감수성 요인이 .649로 나타났으며 가장 높은 글로벌화가 0.952로 나타나 모두 높은 신뢰도 계수값을 갖는 것으로 확인되었다. 따라서 독립변수와 종속변수 모두 내적 일관성을 지니는 것으로 판단되어 진다.

제4절. 연구모형의 분석 결과

1) 회귀분석 결과

본 절에서는 기업가정신과 기업의 성장, 글로벌화에 대한 평가항목을 대상으로 수행된 요인분석 결과에 근거해서 기업가정신과 기업의 성장 간, 기업가정신과 기업의 글로벌화 간, 기업의 성장과 기업의 글로벌화 간의 회귀분석 결과를 해석한다.

가) 기업가정신과 성장 간의 회귀분석 결과

기업가정신의 3가지 요인을 독립변수로 하고 기업의 성장을 종속변수로 한 다중회귀분석 결과는 <표 1-6>과 같다. 중소기업 CEO의 기업가 정신이 기업의 성장에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 H1-1, H1-2, H1-3의 검정결과는 다음과 같이 나타났다.

<표1-6> 기업가정신과 성장 간의 회귀분석 결과

종속변수 모형	독립변수 모형	표준오차	베타	t값	유의확률	공차한계
성장	(상수)	.331	-	3.968	.000	-
	혁신성	.083	.357	3.716	.000	.600
	진취성	.088	.332	3.601	.000	.651
	위험감수	.082	.049	.591	.556	.807
통계량	$R=.635$ $R^2=.403$ 수정된 $R^2=.387$, $F=24.346$, $P=.000$ Durbin-Watson =1.887					

혁신성이 기업의 성장에 미치는 영향은 t값이 3.716으로 나타나 H1-1은 채택되었으며 진취성이 기업의 성장에 미치는 영향은 t값이 3.601로 나타나 H1-2는 채택되었다. 그러나 위험감수성은 t값이 0.591로 나타나 H1-3은 기각되었다. 즉 기업가정신 중 혁신성과 진취성만이 통계적 유의수준 하에서 기업의 성장에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

회귀모형은 F값이 24.346으로 나타나 통계적으로 유의한 것으로 판단되며 회귀식에 대한 설명력은 R2가 0.403으로 40.3%의 설명력을 보이고 있다. Durbin-Watson값은 1.887로 나타나 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 볼 수 있다. 또한 공차 한계값이 각각 0.600, 0.651, 0.807로 나타나 다중공선성에는 문제가 없다고 해석된다.

나) 기업가정신과 글로벌화 간의 회귀분석 결과

<표1-7> 기업가정신과 글로벌화 간의 회귀분석 결과

종속변수 모형	독립변수 모형	표준오차	베타	t값	유의확률	공차한계
글로벌화	(상수)	.709	-	1.505	.135	
	혁신성	.177	-.129	-1.100	.274	.600
	진취성	.189	.261	2.314	.023	.651
	위험감수	.176	.211	2.076	.040	.807
통계량	R=.322 R2=.103 수정된 R2=.079, F=4.156, P=.008 Durbin-Watson =.947					

기업가정신을 독립변수로 하고 글로벌화를 종속변수로 한 회귀분석 결과는 표 1-7과 같다. 기업가정신이 기업의 글로벌화에 정의 영향을 미칠 것이라는 H2는 유의확률 P>.005한 것으로 나타나 H2는 기각되었다

다) 기업의 성장과 글로벌화 간의 회귀분석 결과

<표1-8> 기업의 성장과 글로벌화 간의 회귀분석 결과

종속변수 모형	독립변수 모형	표준오차	베타	t값	유의확률	공차한계
글로벌화	(상수)	.624		1.776	.079	
	성장	.158	.312	3.444	.001	1.000
통계량	R=.312 R2=.097 수정된 R2=.089, F=11.863, P=.001 Durbin-Watson =1.754					

회귀모형은 F값이 11.863으로 나타나 통계적으로 유의한 것으로 판단되며 회귀식에 대한 설명력은 R2가 0.097으로 9.7%의 설명력을 보이고 있다. Durbin-Watson값은 1.754로 나타나 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 볼 수 있다. 또한 공차한계값이 1.0으로 나타나 다중공선성에는 문제가 없다고 해석된다. 따라서 H3는 채택되었다.

라) 매개효과에 대한 회귀분석 결과

<표1-9> 매개효과에 대한 회귀분석 결과

총속변수 모형	독립변수 모형	표준오차	베타	t값	유의확률	공차한계
1	(상수)	.709		1.505	.135	
	혁신성	.177	-.129	-1.100	.274	.600
	진취성	.189	.261	2.314	.023	.651
	위험감수성	.176	.211	2.076	.040	.807
2	상수	.741		.532	.596	
	혁신성	.184	-.234	-1.920	.058	.532
	진취성	.195	.164	1.407	.162	.581
	위험감수성	.172	.196	1.980	.050	.805
	성장	.201	.293	2.548	.012	.597

기업의 성장이 기업가정신과 기업의 글로벌화간에 있어서 매개역할을 하는지를 규명하기 위해서는 1단계에서 기업가정신이 성장에 미치는 영향 관계가 통계적으로 유의수준 하에서 유의한 영향관계가 있어야 하며 2단계에서 기업가정신이 기업의 글로벌화에 미치는 영향이 통계적 유의수준 하에서 유의한 영향관계가 있어야 한다. 3단계에서 기업가정신과 기업의 성장이 기업의 글로벌화에 통계적으로 유의한 수준 하에서 유의한 영향관계가 있어야 한다. 마지막으로 4단계에서는 2단계의 회귀분석 결과 도출된 독립변수의 회귀계수 값은 3단계에서 도출된 기업가정신의 회귀계수값 보다 커야만 한다. 이러한 결과가 도출되어야 매개효과가 있다고 할 수 있다.

기업가정신이 기업의 글로벌화에 미치는 영향 관계에서 기업의 성장이 매개역할을 할 것이라는 H3를 검증하기 위하여 회귀분석을 실시하였다. 분석결과 1단계에서는

기업가정신이 기업의 성장에 통계적으로 유의 수준하에서 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 2단계는 기업가정신이 기업의 글로벌화에 미치는 영향은 유의하지 않은 것으로 나타났다. 결론적으로 성장이라는 매개변수는 조건에 성립하지 않으므로 매개효과는 없는 것으로 나타났다.

2) 최종모델의 가설검증 결과

가설	내 용	채택여부
H1-1	기업가정신중 혁신성은 기업성장에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H1-2	기업가정신중 진취성은 기업성장에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H1-3	기업가정신중 모험감수성은 기업성장에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
H2	기업가정신은 기업의 글로벌화에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
H3	기업의 성장은 기업의 글로벌화에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택

제5장. 결론

제1절. 연구결과의 요약

본 연구는 중소기업 CEO의 기업가정신 중에서 혁신성, 진취성, 위험감수성이 기업의 성장과 기업의 글로벌화에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하였다. 이를 위하여 선행 연구들에서 채택한 변수중에서 혁신성, 진취성, 위험감수성 3가지 요인을 분석에 이용하였다. 기업가정신에 대한 설문 문항들은 요인분석을 통하여 혁신성과 진취성, 위험감수성 3개 요인으로 분석하였으며 이러한 요인을 독립변수로 채택하였으며 다음과 같은 연구결과를 도출하였다.

첫째 기업가정신의 3개 요인과 기업의 성장과의 다중회귀분석 결과를 살펴보면 혁신성 요인 및 진취성 요인은 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 파악되었지만 위험감수성 요인은 유의하지 않은 것으로 나타났다. 중소기업의 경우 CEO의 혁신성향이나 진취성향은 기업의 성장에 영향을 미치지만 위험감수성은 기업의 성장과는 그다지 영향을 미치지 않은 것으로 파악되었다. 둘째 기업가정신은 기업의 글로벌화에는 유의하지 않은 것으로 나타났다. 셋째 기업가정신과 기업의 글로벌화간의 매개 변수인 기업의 성장은 유의한 것으로 나타났다. 이는 기업이 성장할수록 판매망 확충 즉 다시 말해서 해외진출 등을 시도할 것이라는 가설이 채택되었는 바 기업이 성장할수록 해외진출 등을 적극적으로 모색한다는 것을 시사한다고 할 수 있다.

총 5가지의 가설이 모두 타당할 것이라고 예상했던 것과는 다르게 기업가정신 중 위험감수성은 기업의 성장에 유의한 정(+)의 효과를 미치지 않으며 기업가정신이 기업의 글로벌화에 역시 유의한 정(+)의 효과를 미치지는 못하는 것으로 나타났다. 선행연구(중소기업 CEO의 역량이 기업의 글로벌화에 미치는 영향/김현숙)에서는 ‘CEO에게 있어 기업이 해외 진출함에 있어서 다른 무엇보다도 위험을 감수하고자 하는 성향이 새로운 시장과 문화의 불확실성과 위험을 극복할 수 있는 가장 큰 원동력이 된다’고 하였으나 동 연구에서는 벤처기업을 표본으로 분석하였기에 벤처기업의 특성상 CEO의 위험감수성이 다른 어떤 형태의 기업보다 기업 성장에 절실히

요구된다는 특성을 감안할 때 의미있는 연구 결과이나 본 연구에서는 벤처기업이 아닌 일반 중소기업을 표본으로 하였기 때문에 위험감수성은 기업의 성장 및 글로벌화에 그리 큰 영향을 미치지 않는 것으로 분석된 것으로 판단된다.

제2절. 연구의 한계 및 향후 연구방향

첫째 조사대상을 우리나라 전 지역의 중소기업을 대상으로 선정하여야 하였으나 충청북도, 경상북도, 경기도 기업 등을 대상으로 설문지를 작성하였기 때문에 표본이 다소 편중되는 문제점이 있을 수 있다. 둘째 중소기업 CEO의 기업가정신을 평가할 때는 다양하고 검증된 실제 측정방법을 적용하여 검증하여야 하나 본 연구에서는 설문응답자 개인의 주관적 평가에 의존하였기 때문에 그 결과에 대한 평가는 신중을 기해야 할 것이다.

따라서 본 연구를 통해서 향후에 개선되어야 할 과제는 여기에 사용된 방법을 근간으로 우리나라 전체 중소기업 중에서 지역적으로 되도록 많은 표본을 분석대상으로 삼아서 수차례에 걸쳐 반복, 확대 연구함으로써 중소기업 CEO의 기업가정신에 대한 지침을 제공해 줄 필요가 있다. 또한 기존의 연구 방법외에 다양한 접근 방법을 이용하여 중소기업의 특성이나 시대적 흐름에 따른 기업가정신의 연구가 이루어져야 할 것으로 판단된다.

【참고문헌】

1. 국내문헌

- 강병오 · 김진수 · 안성식(2010), 프랜차이즈 가맹본부 CEO의 기업가정신이 기업성과에 미치는 영향에 관한 실증연구. 유통연구 15권4호.
- 강성일(2006), 관광중소기업 소유경영자의 기업가정신과 성과의 관계에 관한 연구,
곽기영(2012), 글로벌 기업가정신과 공급사슬 내 사회적 자본이 중소기업의 수출성과에 미치는 영향. 숭실대학교대학원 박사학위논문.
- 구언희(2006), 기업가정신과 벤처기업 성장의 결정요인에 관한 연구. 영남대학교대학원 박사학위논문
- 김선광(2014), 기업가정신이 점진적 혁신 및 경영성과에 미치는 영향, 목원대학교 박사학위논문
- 김선왕(2008), 리더십 유형과 기업성장의도 간의 관련성에 관한 연구, 영남대학교 대학원 석사학위논문
- 김정포 · 고경일(2005), 우리나라 벤처기업의 해외진출시기 결정요인에 관한연구. 대한경영학회지 18.3 1287-1305.
- 김현숙(2015), 중소기업 CEO의 역량이 기업의 글로벌화에 미치는 영향, 중앙대학교 석사학위논문
- 박상문(2005), 학술연구: 벤처기업의 창업 특성과 해외시장 진출시기가 국제화 수준에 미치는 영향. 기업가정신과 벤처연구 (구 벤처경영연구), 8(2), 3-26.
- 박은경(2013), 기업가지향성과 네트워크 역량이 한국기업의 국제화 성과에 미치는 영향. 전남대학교 대학원 박사학위논문.
- 박정수(2008), 비영리조직의 기업가정신, 조직구조 및 조직문화가 경영성과에 미치는 영향 : 비영리 사회복지기기관을 중심으로, 진주산업대학교 벤처창업대학원 석사학위논문
- 박종훈 · 성연달 · 이동현(2014), 최고경영자의 경험과 기업의 국제화: CEO 영향력의 조절효과. 국제경영연구, 제25권 제1호.

- 박태경 · 전인(2011), 본 글로벌기업의 국제화 동인에 관한 사례 연구. 기업가정신과
벤처연구 제14권 제2호.
- 백승수(2013), 중소기업 CEO 의 기업가정신이 구성원의 역량과 조직성과에 미치는
영향, 경운대학교 산업정보대학원 석사학위논문
- 변정희·조수봉·정인식(2008), “수출기업의 신제품개발 : 글로벌 지향성이 성과에 미
치는 영향,” 통합학술대회, 4
- 양현주(2011), 국제기업가정신, 핵심역량, 네트워크 활동 그리고 국제화 및 기업성과
간의 관계-수출중소기업을 중심으로. 영남대학교 대학원박사학위논문.
- 이정호(2005), 기업가 정신, 조직구조, 조직문화 및 조직성과간의 관련성에 관한 연
구. 영남대학교 대학원 박사학위논문.
- 이춘우(1999), 조직앙트라프러뉴십의 역할과 조직성과에 관한 연구: 자원기초이론을
중심으로. 서울대학교 대학원 박사학위논문. 제주대학교 대학원 박사학
위논문.



2. 국외문헌

- Miller, D.(1983), The correlates of entrepreneurship in three types of firms, Management Science, 29(7), pp.770-792
- Miller, K.D. and Droege, C.(1986), Psychological and Traditional Determinants of Structure. Administrative Science Quarterly, 31, 539-560.
- Oviatt, B. and P. P. McDougall(1997), Challenges for Internationalization Process Theory : The case of International New Ventures, Management International Review, Vol.37, No.2, 85-99.
- Sharma, D.D. and A. Blomstermo(2003), The internationalization process of born globals; a network view, International Business Review, 12, 739-753.
- Sharma, P., & Chrisman, J. J. (1999), Entrepreneurship: Theory and practice.
- Shrader, R.C., Oviatt, B.M. and P.P. McDougall(2000), How new ventures exploit trade-offs among international risk factors;Lessons for the accelerated internationalization of the 21st century. Academy of Management Journal, 43,1227-1248.
- Slevin, D.P. and Covin, J.G.(1991), Juggling Entrepreneurial Style and Organizational Structure. Sloan Management Review, 31(2), 43-54.
- Strategic leadership: creating a new mind-set 255-288. London, UK: Blackwell.
- Walter, A., A. Auer and T. Ritter(2006), The impact of network capabilities and entrepreneurial orientation on university spin-off performance. Journal of Business Venturing, 21(4), 541-567.
- Zahra, S. A. and Garvis, D. M.(2000), International corporate entrepreneurship: the moderating effect of international environmental hostility, Journal of Business Venturing, 15, 469-492.
- Zahra, S. A. and George, G.(2002), "International entrepreneurship: the current status of the field and future research agenda," In M. Hitt, R. Ireland, M. Camp, and D. Sexton, (eds.)
- Zahra, S. A..(1993), A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior: A critique and extension. Entrepreneurship Theory and Practice, 17(4), 5-22.
- Zahra, S. and G. Dess(2001), Entrepreneurship as a field of research : encouraging dialogue and debate. Academy of Management Review, 26, 1-11.
- Zhou, L., Wu, W. P., & Luo, X. (2007), Internationalization and the performance of born-global SMEs: the mediating role of social networks.

Journal of International Business Studies, 38(4), 673-6



설문지

안녕하십니까?

바쁘신 중에도 본 조사에 참여해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

저는 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원에서 매니지먼트컨설팅을 전공하는 학생입니다.

본 설문조사는 ‘중소기업 CEO의 기업가정신이 기업의 지속성장 및 글로벌화에 미치는 영향’에 관한 것으로, 기업의 경영활동에 기초자료로 활용될 것입니다.

귀하의 응답내용은 통계법 제 33조에 의거하여 통계처리에만 사용되며, 조사 외의 목적으로 절대로 사용되지 않음을 약속드립니다.

귀하게서 응답하신 결과 하나하나가 연구의 결과에 크게 영향을 미치게 되므로 성심 성의껏 응답해 주시면 감사하겠습니다..

바쁘신 중에도 소중한 시간을 내시어 설문에 응하여 주신 것에 대하여 깊이 감사드립니다.

귀하와 귀사의 무궁한 발전을 기원합니다.

2015년 11월

연락처 : 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지도교수 : 나 도성(010-5222-2520)

석사과정 : 최 성인(010-9496-6622)

red453@hanmail.net

I. 다음은 CEO의 기업가정신(혁신성, 위험감수성, 진취성)에 대한 질문입니다. 각 문항에 대해 귀하의 생각이 어느 정도인지 (V)표 해 주시기 바랍니다.

항 목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그 저 그렇다	그렇다	정말 그렇다
1 우리 회사는 새로운 경영기법으로 조직 전반의 혁신을 추구한다.					

2	우리 회사는 고객의 욕구를 파악 함으로써 신제품과 기술개발에 대한 지속적인 혁신을 강조한다.				
3	우리 회사는 창의적이고 혁신적인 마케팅전략 및 혁신적 아이디어를 적극 수용한다.				
4	우리 회사는 시장주도적 상품이나 아이디어를 제시한 직원에게 인센티브를 부여한다.				
5	우리 회사는 위험을 감수하고라도 높은 수익창출을 위해 새로운 영역을 개척하고자 노력한다.				
6	우리 회사는 새로운 아이디어의 시도가 비록 실패하더라도 가치 있다고 생각한다.				
7	우리 회사는 자원이 부족하더라도 수익성이 높은 사업기회를 발굴하기 위해 노력하는 편이다.				
8	우리 회사는 회사의 경쟁우위를 높이기 위해 위험한 프로젝트를 판단되어도 실행하는 편이다.				
9	우리 회사는 새로운 사업기회를 포착하기 위한 전략회의를 주기적으로 실시하는 편이다.				
10	우리 회사는 신제품 개발, 신사업 발굴 등에서 모방전략을 취하기보다는 경쟁업체를 앞서려고 노력한다.				
11	우리 회사는 미래시장을 찾기 위해 신제품, 신기술, 신공정 기술 등을 먼저 도입하는데 노력하는 편이다.				
12	우리 회사는 새로운 유망사업 또는 관련 사업에 진입하려고 노력				

	한다.				
--	-----	--	--	--	--

II. 다음은 기업의 지속성장 및 글로벌화에 대한 질문입니다. 해당되는 란에 V 표 해 주십시오.

항 목	전혀 그 렇 지 않다	그 렇 지 않다	그 저 그 렇 다	그 렇 다	정말 그 렇 다
1 우리 회사는 신제품이나 새로운 서비스를 도입할 의향이 있다.					
2 우리 회사는 새로운 시장에 진입할 의향이 있다.					
3 우리 회사의 매출액은 꾸준히 증가하는 추세이다.					
4 우리 회사는 지속적으로 성장하여 왔다.					
5 우리 회사는 해외시장 개척을 위해 꾸준히 노력해 왔다.					
6 우리 회사는 해외판매를 업무 계획 또는 업무 예측에 포함시켰다.					
7 우리 회사는 특정한 해외 현지 시장에 대해 시장조사를 진행하였다.					
8 우리 회사의 해외수출 규모와 비중은 증가추세에 있다.					
9 우리 회사는 해외에 법인(공장)을 설립할 계획을 갖고 있거나 설립하였다.					

III. 다음은 응답하시는 분의 일반사항에 대한 질문입니다. 해당하는 문항에 V 표시해 주십시오.

1. 귀사가 처음 설립되어 기업활동을 시작한 시기를 적어 주십시오.

시기 : ()년도

2. 귀사가 해외 수출활동을 시작한 시기를 적어 주십시오.

시기 : ()년도

3. 귀사의 회사규모는?

① 중소기업 ② 중견기업 ③ 대기업

4. 귀사의 주 업종은 무엇인지요?

①정보통신/인터넷 ②기계/조선/항공우주 ③제약/바이오 ④환경기술
⑤문화/엔터테인먼트 ⑥교육 ⑦반도체 ⑧화학 ⑨의류/섬유
⑩전기/전자 ⑪무역업 ⑫기타()

5. 귀사의 종업원 수는 몇 명이신지요?

한국사업장> 10명 미만 20~50명 50명~100명
100~300명 300명 이상

해외사업장> 10명 미만 20~50명 50명~100명
100~300명 300명 이상

6. 다음은 귀사의 CEO에 대한 질문입니다. 해당되는 란에 V 표시해 주십시오.

(1) CEO의 성별은?

① 남 ② 여

(2) CEO의 나이는?

① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대 이상

(3) CEO의 학력은?

① 고졸 ② 전문대졸 ③ 대졸 ④ 대학원졸

[설문에 응해주셔서 진심으로 감사합니다. 성함과 이메일을 기록하여 주시면,

설문 및 분석결과를 공유해 드리도록 하겠습니다.]

성함 : 최성인이메일 :red453@hanmail.net

ABSTRACT

The effects of CEO 's Entrepreneurship of Small and Medium-sized Enterprises on enterprise's Growth and Globalization

Choi, Sung In

Major in Management Consulting

Dept. of Knowledge Service &
Consulting

Graduate School of Knowledge Service
Consulting

Hansung University

The purpose of this research is to empirically examine the impact of ceo's entrepreneurship on the growth and globalization of the small and medium-sized company. Through ceo's entrepreneurship, the company will grow and enter into the overseas market. In this study, I have assumed that innovativeness, progressive spirit, risk sensitivity among the entrepreneurship may have produced positive impact on the growth and globalization of small and medium-sized enterprises(SMEs). According to the result of several sample management consulting activities mainly performed Gyeonggi-Do, Chungchungbuk-do, Kyungsangfbuk-do. The results of this study are as follows:

First, this study finds evidence that the ceo's entrepreneurship

, that is, innovativeness, progressive spirit and risk sensitivity positively affect growth of SME.

Second, the results of the company's growth, the company will be grow and consequently the growth of SMEs will induce the overseas enterance.

Conclusively, this study suggests that ceo's entrepreneurship significantly influences on development of SMEs and through the growth, the company will go into the overseas markets.

Keywords: *Entrepreneurship*, Small and Medium-sized Enterprises (SMEs), Innovativeness, Progressive spirit, Risk sensitivity

