

벤처기업의 사회적 자본이 조직기업가정신을 매개로 기업성장에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구

정대용¹, 노경훈^{1*}

¹송실대학교 벤처중소기업학과

An Exploratory Study on the Effects of Social Capital mediated Corporate Entrepreneurship of Venture upon Corporate Performance

Daeyong Chung¹ and Kyounghoon Roh^{1*}

¹Department of Entrepreneurship, Graduate School of Soongsil University

요약 최근 기업가정신 관련 선진연구동향을 살펴보면 네트워크를 원천으로 한 자원자본인 사회적 자본과 조직기업가정신이 벤처기업에게 다양한 자원과 정보에 접근할 수 있는 중요한 역할을 한다는 연구들이 주목받고 있다. 본 연구는 동태적 역량의 관점에서 사회적 자본과 조직기업가정신이 기업성장에 미치는 영향에 대해 탐색적으로 각각 살펴보았다. 이를 위해 국내 171명의 벤처기업 기업가를 대상으로 설문을 실시하였으며, 실증분석결과는 다음과 같다. 첫째, 네트워크에 근거한 자원 자본인 사회적 자본은 조직기업가정신에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 사회적 자본은 벤처기업의 기업성장에도 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 조직기업가정신은 기업성장에 유의한 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 따라서 본 연구는 자원조달관점에서 태생적인 불리함을 지니고 있는 벤처기업에 있어 사회적 자본과 조직기업가정신이 기업성장에 중요한 영향을 미친다는 시사점을 제공한다. 아울러 변화와 혁신의 요구를 상대적으로 치열하게 경험하고 있는 벤처기업은 외부 자원을 활용할 수 있는 사회적 자본의 축적과 조직기업가정신 활동을 적절히 수행할 때 비로소 지속가능한 경영을 할 수 있을 것이라는 시준점을 얻었다.

Abstract Researches recently made in advanced countries into entrepreneurship found that various resources and information are mainly provided to ventures through social capital, which is a resource capital based on a network, and through corporate entrepreneurship. This research is an exploratory study on the effects of social capital and corporate entrepreneurship of new ventures upon their corporate performance, conducted from the standpoint of dynamic capability. For that purpose, a questionnaire investigation was made of 171 venture entrepreneurs in Korea, and the following are the results of an empirical analysis of responses to the questionnaire. First, it was found that social capital, which is a resource capital based on a network, had a significant effect on corporate entrepreneurship. Second, social capital also had a significant effect on ventures' corporate performance. Third, corporate entrepreneurship had a significant effect on corporate performance. These results imply that social capital and corporate entrepreneurship have a significant effect on the corporate performance of ventures, which have innate disadvantages concerning the supply of resources. On the other hand, ventures, which encounter relatively more intense demands for change and renovation, can be managed in a sustainable manner just when they adequately accumulate their social capital and utilize their external resources and appropriately conduct their corporate entrepreneurship activities.

Key Words : Social Capital, Corporate Entrepreneurship (product innovation, organizational innovation, venturing), Firm Performance.

이 논문은 2010년도 송실대학교 학술진흥연구비 지원에 의한 논문임.

*교신저자 : 노경훈(westover@naver.com)

접수일 10년 04월 05일

수정일 (1차 10년 05월 01일, 2차 10년 05월 10일)

계재확정일 10년 05월 13일

1. 서론

급변하는 변화와 불확실한 환경 속에서 높은 위험성에 자주 직면하게 되는 벤처기업은 태생적으로 신생기업의 불리함(Liability of Newness), 소규모에 따른 불리함(Liability of Smallness), 심지어는 일정한 허니문기간을 지나면 실패위험이 높아지는 청년기의 불리함(Liability of Adolescence)까지 겪게 된다는 주장들이 최근 기업가정신 국내연구 분야의 주목을 받고 있다[3,4].

이에 대한 해결대안으로 자원기반관점에 근거한 네트워크 우위론이 부각되고 있다. 즉 벤처기업은 전략적 네트워크를 통해 기업의 외부에 있는 필요한 자원을 획득할 수 있는 수단을 제공해 줄 수 있다는 것이다. 하지만 최근 들어 자원기반이론에 대한 여러 비판이 등장하면서 이에 대응하여 동태적 역량이론이 주목받고 있다. 왜냐하면 자원기반이론에서는 기업이 보유한 자원을 강조하지만, 기업이 성공하는데 있어 보다 중요한 것은 보유한 자원 자체가 아니라 그러한 자원을 창출하는 능력이기 때문이다. 따라서 그러한 자원을 획득하고 창출하는 능력이 무엇이며, 어떤 과정을 통해 창출하느냐가 보다 근원적인 문제라 할 수 있다.

본 연구에서는 급변하는 환경 속에서 획득한 자원을 기업의 특정한 자원으로 구축 및 변환하는 능력을 동태적 역량이라고 정의하고, 이와 관련해 네트워크 원천의 사회적 자본을 독립변수로 설정하였다. 그 이유는 기업이 급변하는 환경 속에서 생존 및 지속 가능한 경영을 하기 위해서는 외부 네트워크를 활용한 자원 및 정보의 확보가 중요하기 때문이다.

한편 21세기는 디지털 경영시대로 국제화, IT정보화가 급속히 진행됨에 따라 기업 경쟁 패러다임에 전면적인 변화가 일어나고 있다. 20세기 산업사회에서는 자본과 규모의 경제를 중요시하는 반면에, 21세기의 지식정보사회에서는 기업의 혁신능력, 학습능력, 대응능력 등이 경쟁력의 원천으로서 새롭게 중요성이 강조됨에 따라 혁신성, 위험감수성, 진취성을 필요로 하는 기업가정신을 토대로 한 경영상의 변혁이 요구되고 있다[2].

1980년대 이후부터 기업가정신에 대한 연구는 많은 연구가 이루어졌으며, 이 주제를 다루고 있는 분야들도 인류학, 역사학, 심리학, 사회학, 경제학, 경영학 등 다양하다[21]. 또한 기존의 기업가정신에 대한 많은 연구들은 개인차원에서 창업가들의 행동을 주 연구대상으로 삼았으나, 최근에는 조직차원에서의 기업가정신에 대한 중요성이 부각됨에 따라 이에 대한 연구흐름이 바뀌고 있다. 특히, 최근에는 이익창출을 목표로 하는 벤처기업을 중심으로 신사업개발·창업 부문에서 발전해 온 기업가정신의

메커니즘과 비즈니스 모델의 원리가, 순수 상업적 영역을 벗어나 대학 및 비영리단체, 사회적 기업 등 다른 영역으로도 확장 적용되고 있어 이에 대한 연구 필요성이 더욱 절실해지고 있다[1].

이에 본 연구는 조직기업가정신을 동태적 역량, 즉 자원의 탐색과 활용, 조직의 역량 구축에 영향을 미치는 핵심 변수로 보았으며, 조직기업가정신의 선행변수로서 네트워크 원천의 사회적 자본을 설정하였다. 따라서 본 연구는 대기업에 비해 태생적으로 신생의 한계와 자원의 불리함을 지니고 있는 벤처기업이 네트워크 원천의 사회적 자본과 조직기업가정신을 통해 벤처기업의 성과에 어떠한 영향을 미치는가에 대해서 국내 벤처기업을 대상으로 탐색적으로 각각을 살펴보고자한다.

2. 이론적 배경 및 연구의 가설

2.1 사회적 자본과 조직기업가정신

사회적 자본이란 네트워크 내 개인이나 조직들이 보유하고 있는 관계로부터 발생하고, 또한 그 관계에 내재되어 있는 자원의 총합을 의미한다[22]. 즉, 관계의 네트워크가 개인이나 조직에게 유용한 자원역할을 한다고 설명한다. 이에 대해 사회적 자본을 관계에 내재하는 사회적 자본으로 규정하는 연구도 있고[9,11], 사회적 관계뿐만 아니라 그 관계에 영향을 미치는 규범(Norms)과 가치(Values)까지 포함하는 연구도 있다[14,34]. 이처럼 사회적 자본은 개인이나 조직이 보유한 관계의 네트워크 내에 놓여있고, 그러한 관계들을 통해 발생하는 실질적이고 잠재적인 자원들의 합을 의미한다고 할 수 있다. 즉 네트워크와 네트워크를 통해 활용될 수 있는 자산 모두를 포함하는 것으로 정의할 수 있다[30]. 이와 유사한 정의를 살펴보면, Lin[27]은 사회적 자본이란 ‘특정 목적을 가진 행위에 있어 접근하거나 동원할 수 있는 사회적 구조에 내재되어 있는 자원들’이라고 정의하며, 그 구성요소들로 ‘사회적 구조에 내재된 자원’, ‘사회적 자본에 대한 접근 가능성’, ‘목적 있는 행위를 위한 사회적 자본의 사용’ 등을 제시한다. 즉 구조적 배태성(Embeddedness), 기회에 대한 접근가능성, 그리고 행위 지향적인 활용측면을 강조한다. 또한 Peng et al[33]은 신흥시장의 맥락에서 제도적 배태성의 개념을 제안하면서 사회적 자본이란 관계의 네트워크 안에 포함되어 있고, 관계의 네트워크를 통해 입수할 수 있고, 관계의 네트워크로부터 끌어낼 수 있는 실질적인 자원과 잠재적인 자원을 통틀는 것으로 정의한다.

한편, 조직기업가정신은 여러 유형의 현상과 과정 즉,

혁신, 벤처사업에 대한 투자(Venturing), 전략적 쇠퇴를 포함하는 것으로 정의된다[20,42]. 여기서 혁신은 일반적으로 새로운 제품, 생산 공정, 조직 시스템을 도입해야 하는 기업의 책임을 의미하는데 반해, 벤처기업에 대한 투자는 새로운 기업을 창립하는 것을 의미한다[15,28]. 또한 전략적 쇠퇴는 조직 내부의 자원들을 새롭게 결합시킴으로써 새로운 가치를 창출하는 것을 의미한다[20]. 즉 전략적 쇠퇴는 사업의 범위, 경쟁적 접근법을 변경하고 새로운 역량을 구축, 획득함으로써 기업경영에 활력을 불어넣는 것을 포함한다[42]. 그리하여 Zahra, Neubaum, & Huse [46]는 전략적 쇠퇴를 일종의 조직 혁신으로 간주하였다. 또한 Zahra, Nielsen, & Bogner[47]는 조직기업가정신은 사실상 지식창출과정이라고 제안하였으며, Borch, Huse, & Senneseth[8]는 조직기업가정신을 소기업의 자원 구성과정이라고 주장하였다. Dess[18] 또한 조직적 학습을 조직기업가정신의 결과로서 제안함으로써 이러한 견해를 지지하였다.

조직기업가정신은 신흥경제의 벤처기업이 활력을 되찾고, 자원을 재구성하고, 글로벌 경제 안에서 언제든지 경쟁할 수 있는 시장지향적인 기업으로 전환하기 위한 열쇠라고 강조하였다[45]. 예를 들어 신흥국가와 같은 체이행경제에서, 기존 기업이 행해왔던 이전의 거래 방식은 현재의 변화무쌍하고 불확실한 환경에 더 이상 적용될 수가 없다. 기업가적 기업의 두드러진 특징은 경쟁기업보다 앞서서 기회를 인식하고 추구하는 능력과 자원이 제한적임에도 그렇게 하는 것이다[36,44]. 따라서 기업가적 사고방식의 함양과 조직적 전환은 신흥국가의 벤처기업에게 특히 필요하다. 그럼에도 불구하고, 개인 수준의 기업가정신에 관한 기존 연구논문들을 살펴보면, 제도적 영향과 관련해 신흥시장에서의 조직기업가정신에 관한 연구는 지금까지 많이 이루어지지 않았다[45]. 이에 본 연구는 Zahra, Neubaum, & Huse[46]의 조직기업가정신에 대한 정의를 채택하였고, 그 구성요소를 제품혁신, 조직혁신, 신규사업으로 구분하였다[40].

한편, Carolis & Saporito[13]는 사회적 자본과 기업가정신의 관계에 대해 보다 체계적인 접근을 시도하였다. 기업가와 연관하여 사회적 자본으로부터 얻을 수 있는 두 가지의 이득이 있는데, 정보와 영향력이 그것이다. 사회적 자본은 기업가적 기회와 중요한 요소인 정보에 접근하게 한다. 또한 사회적 자본은 정보의 타이밍, 타당성, 질을 각각 높여준다.

또한, 기업가적 첨단기술 벤처사업에 관한 연구에서, Yli-Renko, Autio, & Sapienza[41]는 네트워크 안에서 이루어지는 사회적 상호작용 즉, 사회적 자본은 신제품 개발을 위한 지식 획득과 그 이후의 지식 이용을 촉진하는

것을 발견하였다. Tsai & Ghoshal[39]은 네트워크 관계 안에서 확립된 신뢰와 같은 사회적 자본은 조직 내부의 자원 교환에 긍정적인 영향을 미치고, 차례로 제품 혁신을 고무시킨다는 것을 발견하였다.

더하여, Larson[25]은 기업가적 기업들의 네트워크 안에서 발생하는 호혜주의 규범과 같은 사회적 자본은 지식 획득, 위험 감수성, 혁신을 촉진한다는 것을 경험적으로 보여주었다.

Simsek, Lubatkin, & Floyd[37] 또한 기업 수준의 네트워크가 점증적이고 급진적인 기업가적 행동에 개인적으로 또는 집합적으로 영향을 미칠 수 있다고 주장하였다. Butler[12]는 타이의 제조업체들에 관한 경험적 연구에서, 사회적 자본의 원천인 기업 네트워크가 기업가적 기업에게 기회를 인식하는데 필요한 정보를 제공한다는 것을 발견하였다.

그러므로 기업 네트워크로부터 더 많은 자원 자본인 사회적 자본을 획득한 기업은 조직기업가정신에 필요한 자원 및 정보를 보유할 가능성이 높고, 이런 자원과 정보의 확보는 제품혁신과 조직혁신, 그리고 신규사업에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 추론할 수 있다. 따라서 기존 선행이론을 근거로 사회적 자본이 조직기업가정신에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설을 다음과 같이 수립하고자 한다.

가설 1. 사회적 자본은 조직기업가정신에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1. 사회적 자본은 제품혁신에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2. 사회적 자본은 조직혁신에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3. 사회적 자본은 신규사업에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.2 사회적 자본과 기업성과

신흥시장에서의 벤처기업의 사회적 자본은 기업에게 자원, 정보 및 지식, 시장, 기술에 접근할 수 있는 수단을 제공하므로 매우 중요하다.

사회적 자본은 기업과 사업파트너의 관계로부터 획득할 수 있는데, 사업파트너와 맺고 있는 더욱 친밀한 형태의 네트워크는 전략적 제휴관계를 형성시킨다. 이러한 제휴관계는 신흥시장의 기업에게 있어서는 노하우가 대단히 중요한 연구개발, 마케팅, 물류 분야에서 나타날 수 있다. 전략적 제휴관계는 기업으로 하여금 경쟁 요소시장에서 쉽게 입수할 수 없는 자산, 권한, 또는 역량을 획득할 수 있게 할 뿐만 아니라, 시간압축의 비경제성과 전략

적인 요소시장에서는 거래하기가 어려운 역사-의존적 권한을 이용할 수 있게 한다[32]. 전략적 제휴관계는 기업에게 보완적 자산에 접근할 수 있는 수단을 제공할 뿐만 아니라, 기업으로 하여금 자원 자본을 더 신속하게 획득하고, 그렇게 함으로써 선발기업 이익을 획득할 수 있는 가능성을 강화할 수 있게 한다[29].

Liao & Welsch[26]는 기술 및 비 기술 신생기업가를 상호비교하고, 사회자본이 기술에 기반 한 기업가적 성장 목표 달성에 중대한 역할을 한다는 것을 확인하였다[17]. 또한 Ahlstrom & Bruton[5]은 조직적 수준에서, 이러한 네트워크가 공식적 제도를 대신하고 벤처 자본가의 행동에 영향을 미친다고 제안하였다. Batjargal[6] 역시 기업가의 사회자본이 기업성과에 영향을 미치고 있음을 확인하였다. 따라서 사업파트너와의 제휴관계를 통해 획득한 사회적 자본은 기업성과에 이바지하는 귀중한 자원 자본이라고 개념화할 수 있다.

Eisenhardt & Martin[19]는 동태적 능력 관점에서 기업간 전략적 제휴가 상대적으로 불리한 위치에 있는 신생 벤처기업들이 제휴를 통해 얻는 자원을 필요로 할 때 일어나는 조직간 협력적 관계임을 지적했다. 제휴는 비용공유와 위험공유와 같은 재무적 자원을 제공해주고, 신 시장을 사회적으로 정당화시키는 등 기업성과에 도움을 줄 수 있다고 한다. 전략적 제휴 형태의 사회적 자본은 제휴 파트너가 제품의 고객(수요처)이나 유통채널이 되는 경우가 많기 때문에 기업의 시장 지배력을 개선시켜주며, 특유의 지식에 기반 한 자원을 얻을 수 있다[38]. 그리고 필요하기는 하지만 자체 개발 하는데 시간이 걸리며 외부로부터 쉽게 매입하기 곤란한 암묵지식인 기술기반자원을 신속히 획득할 수 있으므로, 경쟁자들과 차별화시켜 준다[7]. 이러한 차별화는 기업에게 가시성 및 개선된 이미지를 제공해줌으로서 기업성과에 직간접적으로 긍정적인 영향을 미칠 수 있다. 그러므로 이상의 논의를 근거로 사회적 자본이 기업성과에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설을 제시하고자 한다.

가설 2. 사회적 자본은 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

2.3 조직기업가정신과 기업성과

선행 연구들에서 논의되고 있는 조직기업가정신의 영향을 정리해보면 제품·서비스의 혁신 및 시장혁신, 지속적인 조직성장 및 경쟁우위의 원천, 고성능·탁월한 경제적(재무적) 성과의 산출, 종업원 및 이해관계자의 목표 조화, 경제성장 및 사회발전에 기여 등으로 집약할 수 있다. 구체적으로 살펴보면, 조직기업가정신은 제품·서비스

혁신 및 시장혁신·조직이 과거보다 향상되거나 혁신적인 제품·서비스를 산출하도록 한다[46]. 즉 기존시장을 대체하거나 신규시장을 창출할 수 있는 경쟁력 있는 제품의 산출을 촉진하는 혁신적 성과역할을 한다. 그 결과 기존의 낡은 경제시스템을 창조적으로 파괴하거나 자원의 비효율적 활용으로 인한 경제적 불균형 상태를 효율성을 갖도록 하는데 기여한다[35,23,10].

또한 지속적인 조직성장 및 경쟁우위의 역할을 살펴보면, 조직기업가정신은 조직의 성장(매출 / 시장점유율)을 일으키는 역할을 한다[42]. Covin & Slevin[15]은 조직의 기업가적 태세(Entrepreneurial Posture)의 종속변수로 경영성과를 제시한다. Lumpkin & Dess[28]는 조직의 기업가적 성향의 종속변수로서 매출성장, 시장점유율, 전반적인 기업목표달성도 등을 개념적 모델을 통해 논의하고 있다. 또한 조직기업가정신은 경쟁자에 비해 상대적으로 높은 경쟁우위를 획득하도록 하는 역할을 한다[24]. 즉 경쟁자를 제압하거나 따라 잡을 수 있는 기업능력(corporate capability)를 증대시켜준다. 아울러 조직기업가정신은 고성능·탁월한 경제적(재무적) 성과의 산출·조직의 기업가적 활동은 탁월한 성과 또는 고성능을 산출하도록 한다. 개별기업의 경제적 성과를 높여주는 역할, 재무적 성과 제고의 핵심적이 요소로서의 역할도 한다[15]. 특히 격변하는 환경 속에서 보수적인 경영을 하는 기업보다 더 높은 성과를 산출하도록 한다.

이처럼 조직기업가정신은 그에 대한 정의들에서도 알 수 있는 것처럼, 경제 시스템 내 흩어져 있는 자원(자신이 보유한 자원 및 자신이 보유하지 못한 자원)들을 창조적으로 조합하거나 결합시키는 활동을 통해 기존의 경제 질서를 건설적으로 대체하거나 새로운 경제 질서를 창출할 수 있는 제품이나 서비스를 산출하고 조직의 지속적인 성장과 고성능을 달성할 수 있도록 하는 역할을 하는 것으로 볼 수 있다.

한편, 조직기업가정신 활동을 하지 않는 다른 기업들에 비해, 상대적으로 더 많은 조직기업가정신 활동에 착수하는 기업은 복제가 더욱 어려운 동적 역량을 축적할 수 있을 것으로 기대된다. 그리하여 복제가 더욱 어려운 동적 역량은 지속 가능한 경쟁우위의 원천이 되며, 이후에는 강화된 상대적 기업성과에 반영이 된다. 따라서 조직기업가정신과 기업성과가 특히 불리한 환경에서 명확한 관계가 있었음은 선행연구문헌에서 이미 입증되었[43].

Covin & Slevin[15]은 기업가 지향성은 기업의 성과에 직접적이면서도 긍정적으로 영향을 미치고 있다고 하였다. 그는 기업행동으로서 기업가정신의 개념적 모형을 제시하면서 조직기업가정신이 성과에 직접적으로 관련이

있는 동시에, 조직기업가와 외부환경, 내부변수, 그리고 전략적 변수간의 관계를 서술하였다. 그들은 조직기업가정신이 기업성과와 정(+)의 관계가 있으며 그 강도는 시간이 경과하면서 더욱 커진다고 주장하였다. 또한 조직기업가정신이 발휘되는 환경은 기존기업의 기업가적 행동의 효과성에 지속적인 영향을 미치므로 조직기업가정신의 개발과 관리는 장기적 관점에서 이루어져야 한다고 주장하였다.

이상과 같이 선행연구를 기초로 다음과 같이 가설을 제시한다.

가설 3. 조직기업가정신은 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3-1. 제품혁신은 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

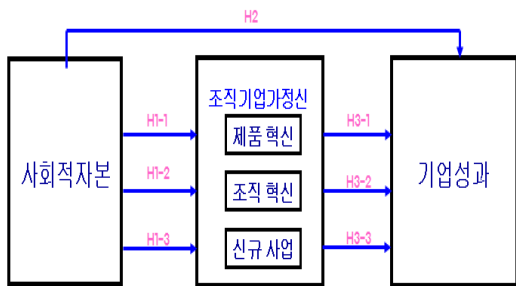
가설 3-2. 조직혁신은 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3-3. 신규사업은 기업성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3. 연구방법

3.1 연구모형

벤처기업의 사회적 자본과 조직기업가정신이 기업성과에 미치는 영향관계의 검증은 앞에서 살펴보았다. 이에 대한 선행이론을 토대로 다음 그림 1과 같은 연구모형을 설계하였다.



[그림 1] 연구모형

3.2 변수의 조작적 정의 및 측정도구

본 연구에서는 연구 분석에 사용된 모든 변수들에 대하여 선행연구를 근거로 조작적 정의를 내렸고, Zahra와 Covin[43]이 개발한 5점 리커트(Likert)척도를 사용했다.

이하에서는 각 변수들의 조작적 정의와 그에 따른 측정 방법을 기술한다.

· 사회적 자본: 사회적 자본이란 네트워크 내 개인이나 기업들이 보유하고 있는 관계로부터 발생하고, 그 관계에 내재되어 있는 자원의 총합을 의미한다[22]. 기존 선행연구를 살펴보면 벤처기업의 사회적 자본을 측정하는데 있어서 주로 전략적 네트워크의 수로 측정하였다[33]. 본 연구에서도 기존연구들을 참고로 벤처기업의 전략적 제휴를 마케팅 제휴와 기술 제휴 등의 두 가지 유형으로 나누어 체결된 제휴 네트워크이 수로 측정하였다. 또한 측정척도는 벤처기업이 지난 5년간 마케팅 및 기술 개발 영역에서 사업파트너와 체결한 전략적 제휴관계의 수를 계산하는 연속 척도로 설정하였다. 그리고 체결된 제휴관계의 수는 그와 같은 제휴관계로부터 획득한 자원과 사회자본의 양을 나타내는 것으로 추정하였다. 또한 두 가지 유형의 전략적 제휴관계의 수를 합계하고 이를 자연로그로 변환 실시하여 사용하였다.

· 조직기업가정신: Zahra, Neubaum, & Huse [46]은 조직기업가정신의 개념을 혁신과 신규사업투자라는 두 차원으로 나누고 혁신을 다시 제품혁신, 프로세스혁신, 조직혁신으로 나누었으며, 이를 평가하기 위해 22개 항목의 척도를 개발하였다. 본 연구는 Zahra, Neubaum, & Huse[46]에 의해 개발된 척도를 기초로 Yiu & Lau[40]에 의해 보완되어진 척도를 사용했으며, 요인분석 과정에서 프로세스혁신이 제품혁신에 하나의 요인으로 포함됨으로 인하여 프로세스혁신 요인을 제거하고 제품혁신이라는 하나의 요인으로 묶었다. 따라서 최종적으로 제품혁신(6문항), 조직혁신(6문항), 신규사업(2문항) 등 세 가지 요인으로 정리되었다. 또한 5점 리커트 척도를 사용했다.

· 기업성과: 일반적으로 중소·벤처기업을 포함한 중소기업의 성과를 연구하는데 있어 가장 큰 걸림돌은 신뢰할만한 원천자료가 충분치 않다는 것이다. 특히 벤처기업의 경우 성과에 관한 정보를 정확히 파악하기 어렵다는 점이 있으며 전통적인 재무적 측정방법들이 초기의 벤처기업에 맞지 않을 수 있다는 문제점도 있다[4]. 이와 같이 기업성과를 위한 객관적 측정은 많은 어려움이 따른 바, 이에 대한 적절한 해결책으로 Covin & Slevin[16]이 벤처기업의 성과측정을 위해 사용한 주관적인 지표를 제시할 수 있다. 이러한 문제점들을 고려·해결한 본 연구는 설문 응답자가 인지하는 기업성과를 주관적 성과와 전반적 경영성으로 구분하여 5점 척도로 지각된 경영성과를 측정하였다.

3.3 자료수집

본 연구는 벤처기업협회에 가입되어 있는 중소벤처기

업의 경영자를 대상으로 2010년 1월 20일부터 2월 10일까지 20,000여개의 벤처기업을 대상으로 온라인 설문조사를 실시하였다. 그 결과 총 182개 자료를 수집하였으며, 이 가운데 설문지의 응답이 불성실하거나 신뢰성이 낮다고 판단되는 기업, 본 연구에 적합하지 않은 설문 등을 제외한 표본들만 선별하여 최종분석에는 171개 표본을 사용하였다.

3.4 표본의 특성

수집된 표본의 특성을 살펴보면 성별로는 남성이 전체의 85.4%인 147명이고, 여성이 16.4%인 24명이었다. 학력별로는 4년제 대졸이자가 전체의 78.8%이고 업종별로는 제조업이 전체의 70% 이상으로 주를 이루었다. 설립연수는 대부분 3년 이상인 벤처기업들이며, 마지막으로 종업원 수를 살펴보면 전체 응답자들 중 60% 이상이 10인 이상 50인 이하 기업의 운영자로 나타났다. 이는 조사 대상 기업가들 중 상당수가 중소기업 벤처기업을 운영하고 있다는 것이다.

4. 분석 결과

4.1 신뢰성과 타당성

본 연구에서 사용된 변수의 신뢰성은 내적 일관성을 측정하는 Cronbach's 알파 계수를 통하여 확인하였다. 분석결과 표 1에서 보는 바와 같이 변수들의 신뢰도를 나타내는 Cronbach's 알파 계수가 Nunnally[31]가 제시한 0.6을 모두 상회하는 것으로 나타나 측정도구의 신뢰성에는 문제가 없는 것으로 나타났다. 그리고 신뢰성 검증은 요인분석을 통해 도출된 모든 변수들을 포함하여 측정된 후 신뢰도를 저해하는 항목들을 제거해 나가는 방식으로 신뢰도를 개선하는 방식을 취하였다.

타당성 검증은 선행연구를 통해 도출된 각 측정문항들을 모두 포함하여 탐색적 요인분석(Exploratory factor analysis)을 실시하였다.

분석결과, 표 1에서 보는 바와 같이 사회적 자본과 조직기업가정신의 세 구성요인인 제품혁신, 조직혁신, 신규사업, 그리고 기업성과는 각각 하나의 요인으로 묶였으며, 각 변수들의 요인 적재량이 최소 기준치인 0.5를 모두 상회하는 것으로 나타나 타당성에는 문제가 없는 것으로 나타났다.

[표 1] 신뢰성 및 타당성 분석결과

변수	측정문항	요인1	요인2	요인3	요인4	요인5
사회 자본	사회자본1	0.869				
	사회자본2	0.838				
제품 혁신	제품혁신6		0.814			
	제품혁신5		0.814			
	제품혁신7		0.792			
	제품혁신3		0.769			
	제품혁신1		0.769			
조직 혁신	제품혁신2		0.696			
	조직혁신3			0.814		
	조직혁신1			0.800		
	조직혁신4			0.773		
	조직혁신2			0.742		
	조직혁신6			0.699		
신규 사업	조직혁신5			0.691		
	신규사업4				0.864	
기업 성과	신규사업3				0.700	
	기업성과5					0.885
	기업성과6					0.880
	기업성과4					0.880
	기업성과1					0.878
	기업성과2					0.853
	기업성과3					0.610
Eigen 값		1.579	4.291	3.927	1.794	4.545
분산(%)		7.176	19.506	17.850	8.155	20.658
누적설명비율		73.345	40.164	58.014	66.169	20.658
크론바흐 알파계수		0.665	0.900	0.903	0.699	0.932

4.2 상관관계분석

상관관계 분석결과 표 2에서 보는 바와 같이, 사회적 자본, 제품혁신, 조직혁신, 신규사업은 기업성과에 대하여 유의한 상관관계를 나타내고 있다.

다만 사회적 자본은 신규 사업에 대해 유의미한 상관관계를 나타내지 않는 것으로 파악된다.

[표 2] 상관관계 분석결과

변수	평균	표준 편차	사회 자본	제품 혁신	조직 혁신	신규 사업	기업 성과
사회 자본	1.882	0.753	1.000				
제품 혁신	3.979	0.766	0.237**	1.000			
조직 혁신	3.326	0.800	0.176**	0.532**	1.000		
신규 사업	2.714	1.054	-0.035	0.284**	0.449**	1.000	
기업 성과	3.626	0.996	0.205**	0.382**	0.410**	0.193**	1.000

**상관계수는 0.01 수준(양쪽)에서 유의합니다.

[표 3] 다중회귀분석결과

모형		비표준화 계수		표준화	t	유의확률	공선성 통계량	
종속변수	독립변수	B	표준오차	베타			공차한계	VIF
제품혁신	사회적 자본	0.227	0.053	0.237	4.278	0.000	1.000	1.000
	F값 = 17.013 Adjusted R2 = 0.136 Sig.F = 0.000a							
조직혁신	사회적 자본	0.181	0.058	0.176	3.137	0.002	1.000	1.000
	F값 = 25.622 Adjusted R2 = 0.195 Sig.F = 0.008a							
신규사업	사회적 자본	-0.048	0.078	-0.035	-0.620	0.536	1.000	1.000
	F값 = 6.188 Adjusted R2 = 0.049 Sig.F = 0.000a							
기업성과	설립연수	-0.118	0.058	-0.108	-2.056	0.041	0.895	1.117
	종업원수	0.122	0.059	0.105	2.060	0.040	0.948	1.055
	사회적 자본	0.135	0.068	0.104	1.997	0.047	0.923	1.084
	제품혁신	0.283	0.083	0.208	3.398	0.001	0.662	1.512
	조직혁신	0.316	0.088	0.248	3.593	0.000	0.519	1.925
	신규사업	0.036	0.056	0.038	0.648	0.517	0.713	1.402
F값 = 16.859 Adjusted R2 = 0.236 Sig.F = 0.000a								

4.3 가설검증

상관관계분석에 이어 본 연구에 적용된 가설을 검증하기 위하여 단순회귀분석 및 다중회귀분석을 실시하였으며, 분석결과는 표 3과 같다.

4.3.1 가설1의 검증결과

가설1은 사회적 자본이 조직기업가정신에 미치는 영향을 검증하는 것이다. 가설검증을 위한 다중회귀분석결과 사회적 자본은 조직기업가정신의 구성요인들 중에서 제품혁신과 조직혁신에는 긍정적인 정(+)의 영향을 미치는데 반해서, 신규 사업에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이런 결과는 전략적 네트워크를 통해 획득할 수 있는 효과인 사회적 자본이 제품혁신과 조직혁신에는 중요한 영향을 미치는데 반해, 신규 사업에는 가시적인 기여를 하지 못하는 것으로 조심스럽게 해석할 수 있다. 따라서 가설 1-1과 가설1-2는 채택되었고, 가설 1-3은 기각되었다.

4.3.2 가설2의 검증결과

가설2는 사회적 자본이 기업성장에 유의한 정(+)의 영향을 미친다는 것을 검증하는 것이다. 단순회귀 분석을 통해 분석해 본 결과 사회적 자본은 기업성장에 긍정적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 벤처기업이 부족한 자원 및 정보를 외부에서 조달하기 위해 외부 기업들과의 전략적 네트워크 활동이 많을수록 기업성장에 기여한다는 것을 의미한다. 따라서 가설 2는 채택되었다.

4.3.3. 가설3의 검증결과

가설3은 조직기업가정신이 기업성장에 유의한 정(+)의 영향을 미치는지 여부를 검증하는 것이다. 다중회귀분석결과 제품혁신과 조직혁신은 기업성장에 긍정적 영향을 미치는데 반해, 신규사업투자는 유의한 정(+)의 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

따라서 가설 3-1과 가설 3-2는 채택되었고, 가설 3-3은 기각되었다.

4.3.4. 가설이외 매개효과 검증결과

[표 4] 매개회귀분석결과

	변인	Beta	R2	F	t	유의확률	종속변수
1단계	사회적자본	0.227	0.136	17.013	4.278	0.000	제품혁신
2단계	사회적자본	0.234	0.055	9.168	3.028	0.003	기업성과
3단계	사회적자본	0.122	0.146	31.229	2.434	0.015	기업성과
	제품혁신	0.332			6.598	0.000	
1단계	사회적자본	0.181	0.195	25.622	3.137	0.002	조직혁신
2단계	사회적자본	0.234	0.055	9.168	3.028	0.003	기업성과
3단계	사회적자본	0.147	0.192	43.134	3.088	0.002	기업성과
	조직혁신	0.389			8.142	0.000	
1단계	사회적자본	-0.048	0.049	6.188	-0.620	0.536	신규사업
2단계	사회적자본	0.234	0.055	9.168	3.028	0.003	기업성과
3단계	사회적자본	0.135	0.112	22.872	2.621	0.009	기업성과
	신규사업	0.270			5.250	0.000	

** 1단계: 독립->매개, 2단계: 독립->종속, 3단계: 독립*매개->종속

가설 이외에 본 연구에서는 조직기업가정신의 매개효과를 검증하기 위해 Baron & Kenny의 분석방법을 통해 매개회귀분석을 실시하였다. 분석결과, 표 4와 같이 사회적 자본에 대해 제품혁신과 조직혁신만이 부분매개효과가 있음이 밝혀졌다.

5. 결론

벤처기업은 급변하는 환경과 불확실한 상황 속에서 생존과 지속적 경영우위를 달성하는데 위협받고 있다. 본 연구는 이런 벤처기업의 한계 극복방안으로서 전략적 네트워크를 원천으로 한 사회적 자본과 조직기업가정신을 중요 변수로 설정해서 가설설정 및 연구를 진행했다. 특히 조직기업가정신을 세 가지 구성요인인 제품혁신과 조직혁신, 그리고 신규사업으로 나누어서 각각 기업성공에 어떠한 영향을 미치는 지를 살펴보았다. 아울러 사회적 자본이 기업성공에 미치는 영향관계를 실증하였다.

이에 대한 분석결과 및 시사점은 다음과 같다.

첫째, 사회적 자본이 조직기업가정신에 미치는 영향관계를 검증해 본 결과 사회적 자본은 조직기업가정신의 구성요인들 중 제품혁신과 조직혁신에는 유의한 정(+)의 영향을 미치는데 반해서, 신규사업에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이와 같은 연구결과는 기업가적 첨단기술 벤처사업에 관한 연구에서, Yli-Renko, Autio, & Sapienza[41]가 사회적 자본은 네트워크 안에서 이루어지는 사회적 상호작용을 통해 신제품 개발을 위한 지식 획득과 그 이후의 지식 이용을 촉진함으로써 제품혁신에 긍정적 영향을 미친다는 주장과 일치하는 것이다.

둘째, 사회적 자본이 기업성공에 미치는 영향관계를 검증해 본 결과 사회적 자본은 기업성공에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이런 연구결과는 Liao & Welsch[26]가 기술 및 비 기술 신생기업가를 비교하고, 사회적 자본이 기술에 기반 한 기업가적 성장목표달성에 증대한 역할을 한다는 주장과 일치한다고 볼 수 있다[17].

셋째, 조직기업가정신이 기업성공에 미치는 영향관계를 분석해 본 결과 조직기업가정신은 기업성공에 부분적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구성요인별로 살펴보면 제품혁신과 조직혁신은 유의한 정(+)의 영향을 미치는데 반해, 신규사업투자는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 신규사업투자의 경우 장기적 기업성공을 목표로 한다는 점과 실패 위험

이 매우 높다는 점에서 유의성이 나오지 않은 것으로 파악된다. 또한, 제품혁신과 조직혁신에 대한 연구결과는 기본적으로 조직기업가정신이 기업성공에 긍정적인 영향을 주는 것으로 주장하고 있는 다수의 검증된 연구결과[43]와 일치하는 결과이다.

한편, 본 연구는 급변하는 환경과 미래의 불확실성 속에서 변화와 혁신의 요구를 상대적으로 치열하게 경험하고 있는 벤처기업은 외부 자원을 활용할 수 있는 사회적 자본의 축적과 조직 차원의 기업가정신 활동을 수행할 때만이 비로소 지속가능한 경영을 할 수 있을 것이라는 시사점을 얻었다.

참고문헌

- [1] 배종태·차민석, “기업가정신의 확장과 활성화”, 중소기업연구, 31(1), 111-128, 2009.
- [2] 위홍복, “기업가정신이 조직유효성에 미치는 영향에 관한 실증연구”, 조선대학교 박사학위논문, 2003.
- [3] 장수덕·Christopher Scotte·이상설, “벤처기업의 실패에 관한 국제비교연구: 연령의존관점과 자원기반관점의 통합적 접근”, 벤처경영연구, 11(2), 41-63, 2008.
- [4] 정대용·노경훈, “신생벤처 창업가의 특성과 네트워크가 기업성공에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구”, 산학기술학회지, 17(1), 425-426, 2009.
- [5] Ahlstrom, D. & Bruton, G. D., “Venture capital in emerging economies: Networks and institutional change”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30, 299-320, 2006.
- [6] Batjargal, B., “Social capital and entrepreneurial performance in Russia: A longitudinal study”, *Organization Studies*, 24, 535-556, 2003.
- [7] Baum, J. A. & Oliver, C., “Institutional embeddedness and the dynamics of organizational populations”, *American Sociological Review*, 57, 540-559, 1992.
- [8] Borch, O. J., Huse, M., & Senneseth, K., “Resource configuration, competitive strategies, and corporate entrepreneurship: An empirical examination of small firms”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24, 49-70, 1999.
- [9] Bourdieu, P., *Sociology in question*, London: Sage, 1993.
- [10] Bruno, A.V. & Tyebjee, "The Environment for Entrepreneurship", *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 288-307, 1982.
- [11] Burt, R. S. *Structural holes: The social structure of*

- competition*, Cambridge, MA: Harvard University Press, 1992.
- [12] Butler, J. E., Brown, B., & Chamornmarn, W., "Informational networks, entrepreneurial action and performance", *Asia Pacific Journal of Management*, 20, 151-174, 2003.
- [13] Carolis, D. M. D. & P. Saporito, "Social capital, cognition, and entrepreneurial opportunities: A theoretical framework", *Entrepreneurship Theory and Practice*, January, 41-56, 2006.
- [14] Coleman, J. S., *Foundations of social theory*, Cambridge, MA: Belknap Press of Harvard University Press, 1990.
- [15] Covin, J. G. & Slevin, D. P., "New Venture strategic posture, structure, and performance: An industry life cycle analysis," *Journal of Business Venturing*, 5, 123-135, 1990.
- [16] Covin, J. G. & Slevin, D. P., "A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16, 7-25, 1991.
- [17] Davidson, P. & Honing, B., "The role of social and human capital among nascent entrepreneurs", *Journal of Business Venturing*, 18, 301-331, 2003.
- [18] Dess, G. G., Ireland, R. D., Zahra, S. A., Floyd, S. W., Janney, J. J., & Lane, P., "Emerging issues in corporate entrepreneurship", *Journal of Management*, 29, 351-378, 2003.
- [19] Eisenhardt, K. M. & Martin, J., "Dynamic capabilities: What are they?", *Strategic Management Journal*, 21(Special issue), 1105-1121, 2000.
- [20] Guth, W. D. & Ginsberg, A., "Guest editors' introduction: Corporate entrepreneurship", *Strategic Management Journal*, 11(Summer Special Issue), 5-15, 1990.
- [21] Herbert, R. F. & Link, A. N., "The Entrepreneur", New York, Praeger Publishers, 1988.
- [22] Inkpen, A. C. & E. W. K. Tsang, "Social capital, network, and knowledge transfer", *Academy of Management Review*, 30(1), 146-165, 2005.
- [23] Kirzner, J. A., "Entrepreneurs and the Entrepreneurial function: A Commentary", In Ronen J., *Entrepreneurship*, 281-290, 1983.
- [24] Knight, G. A., "Cross-Cultural Reliability and Validity of A Scale to Measure Firm Entrepreneurial Orientation", *Journal of Business Venturing*, 12, 213-225, 1997.
- [25] Larson, A., "Network dyads in entrepreneurial settings: A study of the governance of exchange relationships", *Administrative Science Quarterly*, 37, 76-104, 1992.
- [26] Liao, J. & Welsch, H., "Social capital and entrepreneurial growth aspiration: A comparison of technology- and non-technology-based nascent entrepreneurs", *Journal of High Technology Management Research*, 14, 149-170, 2003.
- [27] Lin, N., "Building a network theory of social capital", *Connections*, 22(1), 28-51, 1999.
- [28] Lumpkin, G. T. & Dess, G. G., "Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance", *Academy of Management Review*, 21, 135-172, 1996.
- [29] Mitchell, W. & Singh, K., "Incumbent's use of pre-entry alliances before expansion into new technical subfields of an industry", *Journal of Economic Behavior and Organization*, 18, 347-372, 1992.
- [30] Nahapiet, J. & Ghoshal, S., "Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage", *Academy of Management Review*, 23, 242-266, 1998.
- [31] Nunally, J. C., *Psychometric Theory*, New York: McGraw Hill, 1978.
- [32] Oliver, C., "Sustainable competitive advantage: Combining institutional and resource-based views", *Strategic Management Journal*, 18, 697-713, 1997.
- [33] Peng, M. W., Lee, S-H., & Wang, D. Y. L., "What determines the scope of the firm over time? A focus on institutional relatedness", *Academy of Management Review*, 30, 622-633, 2005.
- [34] Putnam, R. D., "Bowling alone: America's declining social capital", *Journal of Democracy*, 6, 65-78, 1995.
- [35] Schumpeter, J. A., *The Theory of Economic Development*, Cambridge, MA: Harvard University Press, 1934.
- [36] Shane, S. & Venkataraman, S., "The promise of entrepreneurship as a field of research", *Academy of Management Review*, 25, 217-226, 2000.
- [37] Simsek, Z., Lubatkin, M. H., & Floyd, S. W., "Inter-firm networks and entrepreneurship behavior: A structural embeddedness perspective", *Journal of Management*, 29, 427-442, 2003.

- [38] Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A., "Dynamic capabilities and strategic management", *Strategic Management Journal*, 18, 509-533, 1997.
- [39] Tsai, W. & Ghoshal, S., "Social capital and value creation: The role of intrafirm networks", *Academy of Management Journal*, 41, 464-478, 1998.
- [40] Yiu, D. W. & Lau, C. M., "Corporate Entrepreneurship as Resource Capital Configuration in Emerging Market Firms", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1042-2587, 2008.
- [41] Yli-Renko, H., Autio, E., & Sapienza, H. J., "Social capital, knowledge acquisition, and knowledge exploitation in young technology-based firms", *Strategic Management Journal*, 22, 587-613, 2001.
- [42] Zahra, S. A., "Governance, ownership, and corporate entrepreneurship: The moderating impact of industry technological opportunities", *Academy of Management Journal*, 39, 1713-1735, 1996.
- [43] -----, & J. G. Covin, "Contextual influence on the corporate entrepreneurship-performance relationship: A longitudinal analysis," *Journal of Business Venturing*, 10(1), 43-58, 1995.
- [44] -----, & Dess, G., "Defining entrepreneurship as a scholarly field", *Academy of Management Review*, 26, 8-10, 2001.
- [45] -----, Ireland, D. R., Gutierrez, I., & Hitt, M. A., "Privatization and entrepreneurial transformation: Emerging issues and a future research agenda", *Academy of Management Review*, 25, 509-524, 2000.
- [46] -----, Neubaum, D. O., & Huse, M., "Entrepreneurship in medium-size companies: Exploring the effects of ownership and governance systems", *Journal of Management*, 26, 947-976, 2000.
- [47] -----, Nielsen, A. P., & Bogner, W. C., "Corporate entrepreneurship, knowledge, and competitive development", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23, 169-189, 1999.

정 대 용(Daeyong Chung)

[정회원]



- 1988년 12월 : 고려대학교 경영학 박사.
- 1983년 3월 ~ 현재 : 송실대학교 벤처중소기업학부 교수
- 1993년 12월 ~ 1995년 7월 : 미국 펜실베니아대학교 와튼스쿨 방문교수

- 2001년 8월 ~ 2002년 7월 : 미국 케네소우 주립대학교 초빙교수
- 2007년 7월 ~ 2008년 12월 : 한국창업학회 회장

<관심분야>

기업가정신, 창업전략, 사회적 기업, 사회적 자본, 리더십

노 경 훈(Kyoungsoon Roh)

[정회원]



- 2007년 2월 : 중앙대학교 창업경영대학원 창업학 석사
- 2009년 8월 : 송실대학교 벤처중소기업학과 박사과정수료
- 2004년 3월 ~ 현재 : 공무원저널 발행인
- 2007년 5월 ~ 현재 : (주)에듀미션 대표이사

- 2008년 6월 ~ 현재 : 소호진흥협회 이사

<관심분야>

기업가정신, 창업전략, 사회적 자본, 리더십