

중국 중소기업의 정보수집 및 활용 역량이 수출성과에 미치는 영향

유평초*

대전대학교 무역통상학과 박사과정

허평평**

대전대학교 무역통상학과 박사과정

한상연***

공주대학교 산업유통학과 부교수

국 문 요 약

중국 중소기업들은 기업 경영에서 아웃소싱을 광범위하게 활용하고 있다. 이에 따라 아웃소싱을 위한 정보 수집 및 활용 역량은 기업의 성과에 영향을 미치는 매우 중요한 역량으로 작용할 수 있다. 특히, 글로벌 시장에서 이러한 정보 역량은 기업의 수출 경쟁력을 제고하고, 지속가능한 성과 향상의 핵심 역량으로 작용할 수 있다. 이에 본 연구에서는 중국 중소기업의 이러한 아웃소싱 전략을 개방형 혁신 전략의 프레임워크에서 논의하고, 중국 중소기업의 정보수집 및 활용 능력이 기업들이 추진하는 제품 차별화나 원가우위 전략에 미치는 영향을 실증분석 하였다. 또한, 이러한 정보 역량들이 궁극적으로 기업의 최종적인 성과로서 수출성과에 어떠한 영향을 미치는지 검증하였다. 이를 위하여 설문조사를 통해 중국 중소기업 345개사의 응답을 확보하였고, 구조방정식모형(SEM)을 통해 실증분석을 실시하였다. 분석 결과 중국 중소기업들의 정보수집 및 활용 역량은 각각 제품차별화 전략과 원가우위전략의 실행에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 이를 통해 최종적으로 기업의 수출성과 역시 향상되는 것을 규명하였다.

핵심어: 정보수집 역량, 정보활용 역량, 제품 차별화, 원가우위전략, 수출성과, 중소기업, 개방형 혁신

1. 서론

중국의 수출 중심 중소기업은 글로벌 차원의 분업이 매우 세분화 되어 있다. 실제로 기업들은 원료 구매, 제품 생산, 물류 및 배송, 해외 판매에 이르기까지 전체 가치 사슬을 수직화하기 보다는 단계별로 아웃소싱을 통해 비용 절감은 물론 기업 내 자원의 전략적 활용 측면에서 효율성을 제고하는데 초점을 맞추고 있다(Luyi, 2020; Lidandan et al., 2019). 이에 따라 기업들이 확보하고 활용하여야 할 정보의 범위도 소비자, 시장환경 및 기술 트렌드와 같은 전통적인 전략경영상의 요소들 뿐 만 아니라 공급자 및 물류 네트워크, 해외 딜러 및 시장 정보 등 비즈니스 환경과 관련한 자원정보로 확대되는 추세이다. 반면, 그간 기업의 정보역량이 성과 향상 제고에 기여한다는 연구는 다수 존재하였으나(Jin min, 2020; LiuJun, 2019), 정보

역량의 차원에서 정보의 수집이후 활용이 성과로 어떻게 연계되는지에 대한 논의는 충분히 진행되지 못하였다. 또한, 그러한 정보 역량이 일반적인 경영환경에서 논의됨에 따라 증가하는 개방형 혁신 형태의 기업 전략의 맥락에서 역할 규명도 충분하지 못하였다. 마지막으로 선행 연구들은 이러한 기업의 정보 역량과 기업 성과를 직접적 관계로 간주함에 따라 기업 내부의 전략적 영향관계를 간과하였다.

따라서 본 연구에서는 아웃소싱과 같은 개방형 혁신 전략을 추진하는 중국 수출 중심 중소기업의 정보역량을 정보 수집역량과 정보 활용역량으로 구분하였다. 또한 이러한 두 가지 세부 차원의 정보 역량이 직접적으로 기업 성과에 영향을 미치기 보다는 기업이 추진하는 차별화 전략과 원가 우위전략에 영향을 미치게 되고 궁극적으로 기업의 성과를 향상시키는 것으로 가정하여 영향관계를 검증

* 1010150667@qq.com

** 375772982@qq.com

*** syhan@kongju.ac.kr

하였다. 본 연구는 그간의 기업의 정보역량을 정보 수집과 활용이라는 순차적인 과정 관점에서 구분하여 제안하였다는 점에서 의의가 있다. 또한, 중국 수출중심 중소기업이 추진하는 개방형 혁신 전략이 성과로 연계되는 과정에서 정보역량의 역할을 규명함에 따라 기업 전략의 수립과 활용에 시사점을 제공한다.

II. 이론적 배경

개방형 혁신은 내부 지식자원을 외부로 이전하거나 외부의 지식을 내부로 이전하여 활용함으로써 조직의 성과를 향상시킬 수 있는 전략을 의미한다(김희남, 2019; Hung and Chou, 2013). 이러한 개방형 혁신 전략의 추진을 위해서는 기업이 외부 기업들이 가진 지식자원 수요를 파악하거나 자사가 가진 지식자원이 어디에 존재하는지에 대한 정보가 필요하다. 즉, 이는 일종의 정보역량으로서 기업의 성과향상에 필요한 다양한 정보를 수집하는 역량을 의미한다. 특히, 복잡화되고 글로벌화 되어가는 경영환경에서 이러한 정보역량은 기업이 경영전략을 수립하기 위한 중요한 근거자료로 활용될 뿐 만 아니라 환경 변화에 대한 대응역량을 제고하는데 기여할 수 있다(Morgan et al, 2004). 특히, 이러한 정보수집 역량은 자원과 역량이 상대적으로 제한된 중소기업에 더 큰 영향을 미칠 수 있다. 더욱이 점차 글로벌화 되어가는 최근 중소기업들의 경영환경에서는 네트워크를 통해 다양한 해외 현지 국가의 시장 동향, 경쟁상황, 협력업체 등과 관련한 정보, 고객의 요구 사항 등에 대한 정보에 대한 접근이 가능하며, 이러한 정보 접근성의 향상은 기업의 전략적 의사결정의 질적 제고에 기여할 수 있다(이양복, 2017).

정보의 활용 측면에서 기업은 경쟁 기업 대비 우수하고 독점적이고 가치있는 정보자원을 확보하게 되는 경우 이를 활용하여 여타 기업 대비 차별적인 상품의 설계, 원가의 조정 등의 가능한 상대적 우위를 확보할 수 있다(Yuanli, 2019). 특히, 중소기업은 이러한 정보자원에 대한 수요가 더 높을 수밖에 없으며, 중소기업이 보유한 정보 자원은 비즈니스 환경에서 여타 가치가 있는 자원과 유상 교환하는 전략으로 활용될 수 있다(Chen and Sui, 2019; Liu xinxing, 2019). 이러한 상황에서는 정보를 매매하는 기업이 일종의 중개역할을 수행하며, 일종의 정보 아웃소싱과 같은 비즈니스 모델이 형성된다. 이는 기업이 반복되는 정보의 획득과 교환 과정을 통해 학습을 경험하게 되고 이를 통해 축적된 정보획득 및 관리 역량을 통해 동종 업계에서 정보획득과 관련한 아웃소싱 서비스를 제공할 수 있는

기업으로 자리잡을 수 있다.

따라서 이러한 기업의 정보역량은 그 자체로서 하나의 독립적인 비즈니스 모델이 될 수도 있으며, 성과 향상을 위한 전략 추진의 기반으로 활용할 수 있다. 앞서 설명한 기업의 정보 중개나 아웃소싱은 결국 기업이 내외부의 다양한 네트워크 연결을 통해 정보시스템을 구축하고 이를 공유함에 따라 기업의 자원을 보다 효율적으로 활용할 수 있다는 것을 의미한다. 즉, 정보의 획득과 활용이라는 측면에서 기업의 역량은 기업에서 비용 측면의 효율성 제고를 가능하게 하고, 궁극적으로 성과향상에 기여한다고 할 수 있다(Angeles and Nath, 2000). 자원기반관점(Resource based-view, RBV)에서 보면 정보역량은 일종의 기업 고유의 경쟁우위를 확보할 수 있는 중요한 핵심역량의 하나이다. 자원기반 관점은 기업이 보유하는 자원들 중 모방과 대체 불가능한 자원을 기업 경쟁우위 생성의 핵심적 요소로 간주한다(Barney and Hesterly, 2006). 즉, 기업이 성과향상을 위해서 가치있고 희소하며 경쟁자가 모방하기 어려운 고유한 자원의 확보를 강조한다(Barney, 1991; Grant, 1991).

이러한 자원기반관점의 논의에서 정보역량은 기업 고유의 경쟁우위로서 작용할 수 있다. 특히, 경쟁이 가속화 되어가고 본 연구가 대상으로 하는 중국 수출중심 중소기업들의 경우에는 시장 및 상품, 기술개발 등 다양한 기업의 영역에서 정보를 획득하고 이를 전략수립을 비롯한 다양한 영역에서 활용하는 역량이 매우 중요하다. 이는 정보역량이 일종의 조직역량(organizational capacities)으로서 기업 경쟁력의 기반이 되기 때문이다(Collis, 1994; Day, 1994). 특히, 기업의 전략수립은 기업이 처한 다양한 내외부 환경에 대한 분석도 중요하지만 자원기반이론이 제시하는 것과 같이 기업이 보유하고 있는 자원으로서 역량에 초점을 맞출 필요도 있다(이장호, 2004). 따라서 본 연구에서는 중국 수출중심 중소기업들이 자원으로서 보유하는 정보의 획득과 활용 역량이 기업의 전략 수립에 영향을 미치게 되고 궁극적으로 기업의 성과향상에 영향을 미치는 것으로 가정하였다. 특히, 이러한 가정은 그간 중소기업의 정보역량의 영향을 규명하는 연구에서 미흡하였던 정보 역량의 차원을 획득과 활용이라는 측면에서 구분하였고, 이를 기업의 경쟁전략과 연계하였다는 점에서 의의가 있다.

본 연구가 가정하는 영향관계에서 경쟁전략은 제품차별화 전략과 원가우위전략으로 구분할 수 있는데, 원가 우위 전략은 기업의 원가를 최대한 낮추고 낮은 원가로 상품가격을 낮추며 유지하는 전략이다. 차별화 전략은 제품을 차별화된 디자인과 생산으로 소비자들에게 독특한 제품이미

지와 기업이미지를 수립되면서 고객들의 브랜드 충성심을 활용해 경쟁우세를 하는 전략이다. 따라서 경쟁 우위의 구축은 치열한 시장 경쟁 속에서 경영성과와 시장점유율을 높이는 데 도움이 된다.

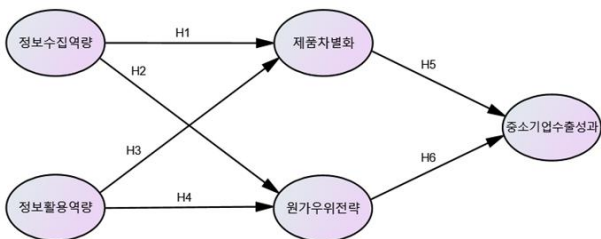
III. 연구방법

3.1. 가설설정 및 연구모형

선행연구에서는 정보역량을 주로 정보 획득이나 정보시스템을 통한 기업의 정보화 역량등에 초점을 맞추어 왔다. 반면, 본 연구에서는 기업의 경쟁우위를 형성하는 자원으로 중국 수출중심 기업들이 주로 활용하는 아웃소싱이라는 맥락에서 기업의 정보 획득과 활용이 매우 중요한 성과향상의 요인이라는 점에 주목하였다. 이는 실제로 가치사슬이 매우 세분화 되어 있고 이러한 환경에서 중국 수출중심 기업들이 성과 향상을 위하여 이를 적극적으로 활용하는 등 산업구조 자체의 특성을 반영한 것이다.

따라서 본 연구에서는 중국 수출중심 중소기업들이 성과 향상을 위하여 기업들이 보유한 정보 획득 및 활용 역량이 제품차별화 전략과 원가우위전략의 수립에 영향을 미치고 이를 통해 성과가 향상될 것이라는 인과적 경로를 검증하고자 한다. 이를 위하여 본 연구는 <그림 1>과 같은 연구 모형을 구성하였다.

본 연구는 CEO의 기업가정신과 변혁적리더십이 조직의 학습민첩성에 미치는 영향을 살펴보고, 그 관계에서 조직의 양손잡이 구조의 매개효과를 확인하기 위해 연구모형을 <그림 1>과 같이 구성하였다.



<그림 1> 연구모형

본 연구의 가설은 다음과 같다.

가설1: 중국 수출중심 중소기업의 정보수집역량은 제품차별화전략 수립에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설2: 중국 수출중심 중소기업의 정보수집역량은 원가우위전략 수립에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설3: 중국 수출중심 중소기업의 정보활용역량은 제품차별화전략 수립에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설4: 중국 수출중심 중소기업의 정보활용역량은 원가우위전략 수립에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설5: 중국 수출중심 중소기업의 제품차별화전략은 수출성장에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설6: 중국 수출중심 중소기업의 원가우위전략은 수출성장에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

3.2. 설문문항

본 연구에서 사용한 설문의 변수 및 측정 문항은 다음과 같다.

<표 1> 설문의 측정문항

변수	측정 문항	선행 연구
정보 수집 역량	시장정보와 경영자원정보 등에 대한 주기적 수집여부, 정보 평가, 전문적인 조직구조, 집목적, 수집 네트워크	Chesbrough et al.(2006), Hung & Chou(2013), Burcharth et al.(2014)
정보 활용 역량	시장정보, 소비자 정보 등 교류여부, 경영자원정보, 공동 개발	Lichtenthaler(2009), Hung & Chou (2013)
제품 차별화	품질, 포장, 디자인과 스타일, 기능	Morgan et al.(2004), Hill & Jones(2004), 조연성(2012)
원가 우위 전략	유통마진, 원자재 가격 경쟁력, 제품가격경쟁력, 대금결제 및 외상판매조건, 외부 전략 신속 대응	Lin(2013), 김용규(2006), 조선배·최영수(2008)
수출 성과	해외시장점유율, 수출성장률, 세전이익, 해외시장 제품 성공	Brouthers et al.(2015)

3.3. 자료수집 및 분석방법

본 연구에서는 실증분석을 위하여 중국 수출중심 중소기업의 CEO 및 경영진을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사기간은 2021년 7월 11일부터 9월 25일까지이며, 이메일 및 웹설문방식으로 진행하였다. 총 응답자는 860개 기업이었으나 불성실 응답자를 제외한 최종 345명의 응답 결과를 설문에 활용할 예정이다. 설문 데이터의 기술통계 분석은 SPSS 26을 사용하고, 연구모형 검증은 AMOS 26f 을 사용하여 실증분석을 진행할 계획이다.

참고문헌

- 김규남(2019). 개방형 혁신전략이 ICT 기업의 기술융합에 미치는 영향에 관한 연구. *한국혁신학회지*, 14(3), 211-235.
- 이양복(2017). 중소기업의 ICT 역량, 글로벌지향성 및 수출마케팅의 관계에 대한 연구. *무역학회지*, 42(2), 251-276.
- 김용규(2006). 한국 기업의 해외마케팅 역량 결정 요인에 대한 실증 연구. *한국국제경영관리학회 학술발표대회 논문집*, 455-475.
- 이장호(2004). 자원, 제휴, 전략적 의도와 그들의 상호작용이 기업의 국제진출에 미치는 영향. *경영학연구*, 33(6), 1875-1893.
- 조선배·최영수(2008). 관광호텔의 시장지향성과 경영성과. *호텔경영학연구*, 17(1), 57-70.
- 조연성(2012). 중소 제조기업의 기업가정신과 수출성과 관계에서 제품차별화 역량의 매개효과. *한국통상정보학회*, 4(3), 113-138.
- Barney, J.(1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120.
- Barney, J. B., & Hesterly, W.(2006). Organizational economics: Understanding the relationship between organizations and economic analysis. *The SAGE handbook of organization studies*, 111-148.
- Burcharth, A. L., Knudsen, M. P., & Sondergaard, H. A.(2014). Neither invented nor shared here: The impact and management of attitudes for the adoption of open innovation practices. *Technovation*, 34(3), 149-161.
- Brouthers, K. D., Nakos, G., & Dimitratos, P.(2015). SME entrepreneurial orientation, international performance, and the moderating role of strategic alliances. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(5), 1161-1187.
- Chesbrough, H. W.(2006). Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profit from Technology by Henry Chesbrough[J]. *Academy of Management Perspectives*, 20(2), 86-88.
- Chen & Sui.(2019). Value release and transformation path of physical retail traffic from the perspective of industrial upgrading[J]. *Business Economics Research*, 000(011), 5-7.
- Collis, D. J.(1994). Research note: how valuable are organizational capabilities. *Strategic management journal*, 15(S1), 143-152.
- Day, G. S.(1994). The capabilities of market-driven organizations. *Journal of marketing*, 58(4), 37-52.
- Grant, R. M.(1991). The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation. *California management review*, 33(3), 114-135.
- Hung, K. P., & Chou, C.(2013). The impact of open innovation on firm performance: The moderating effects of internal R&D and environmental turbulence. *Technovation*, 33(10), 368-380.
- Hill, C. W. L., & Jones, C. R.(2004). *Strategic Management Theory an Integrated Approach. 6th ed.* Boston. MA, Houghton Mifflin.
- Jin min.(2020). Information level, cooperative innovation ability and enterprise performance: a case study of retail enterprises[J]. *Commercial age*, 000(011), 140-142.
- Lichtenthaler, U.(2009). Outbound open innovation and its effect on firm performance: examining environmental influences. *R&D Management*, 39(4), 317-330.
- Liu jun.(2019). Export intensity, product value chain and enterprise informatization level: learning effect or economies of scale effect[J]. *Research on industrial economy*, 000(002), 27-38.
- Lu yi.(2020). Application value and effective path of human resource outsourcing in small and medium-sized enterprises[J]. *Enterprise reform and management*, 369(04), 73-74.
- Li dandan, Gao Hongli, & Hou Lingling.(2019). Risk analysis and prevention of logistics outsourcing of small and medium-sized enterprises[J]. *Mass standardization*, 309(16), 144-146.
- Liu xinxing.(2019). *Research on Foxconn Group's business strategy*. Master thesis, Beijing Jiaotong University.
- Lin yingyao.(2013). *An empirical study on cost leadership strategy of private manufacturing enterprises*. Master thesis, Nanjing University of Aeronautics and Astronautics.
- Morgan, N. A, Kaleka, A., & Katsikeas, C. S.(2004). Antecedents of export venture performance: a theoretical model and empirical assessment. *Journal of marketing*, 68(1), 98-108.
- Yuan li.(2019). *Selection and assessment system of production outsourcing suppliers of company a in 5g Era*. Master thesis, China University of mining and technology.