

# 중국 중소기업의 글로벌 성과에 미치는 영향요인에 관한 연구

A Study on the Factors Affecting the Global Performance in Chinese  
Small and Medium Sized Enterprises

이준건(Jun-Jian, Li)

강원대학교 국제무역학과 박사과정(제1저자)

김태인(Tae-In, Kim)

강원대학교 국제무역학과 조교수(교신저자)

## 목 차

I. 서론	V. 결론
II. 선행연구	참고문헌
III. 연구모형 및 가설설정	Abstract
IV. 실증분석	

## 국문초록

중국 중소기업은 그 발전과정에 있어서 국가상황 및 경제적 상황과 밀접하게 관련된 독특한 특성과 규칙성을 보이고 있다. 2008년 미국에서 시작된 글로벌 금융위기를 계기로 중국의 수출비중과 경제성장률이 감소하고 있다. 특히 중국의 중소기업은 자금부족, 수출감소, 위엔화 절상, 잠재적 성장요인 부족으로 파산에 직면해 있다. 본 연구의 목적은 중국 중소기업의 글로벌 성과요인으로서 국내의 시장환경, 해외시장진입을 위한 정부의 수출지원, 기업가 특성을 조사하는 것이다. 중국 중소기업을 대상으로 한 317개의 유효한 설문지를 기초로 다중회귀분석을 실시하여 연구모형과 가설검증을 실시하였으며, 그 결과는 다음과 같다. 첫째, 중국의 국내외 시장환경 요인이 높을수록 기업의 재무적 성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 중국내시장환경과 국외시장환경 요인은 모두 재무적 성과에만 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 중국정부의 수출지원정책 측면에서 해외시장개발지원은 기업의 재무적 성과와 비재무적 성과에 모두 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 해외시장개발지원은 수출기업으로 하여금 진출국에서의 점유율, 개척현황, 유통현황, 시장적응 등 비재무적 성과에 더 높은 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 대체적으로 중국정부의 수출지원정책은 글로벌 성과에 영향을 미치고 있지만 수출활동지원과 금융지원분야에 있어서는 아직 제도적인 지원책이 부족한 것으로 나타났다. 셋째, 기업가 정신 측면에서 기업가의 혁신성과 기업가의 친척성은 재무적 성과와 비재무성과 모두에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 중국 중소수출기업의 재무적성과 및 비재무적 성과에 기업가의 자질 및 특성이 중요한 영향요인임을 알

수 있었다. 그리고 기업가 위험감수성은 비재무적 성과에만 유의한 부의 (-)영향을 미쳤다. 이는 기업가 위험감수성이 낮을수록 중소기업의 해외시장 점유율, 개척현황, 유통현황, 시장적응 등 비재무적인 글로벌성과에 도움이 됨을 의미하는 것으로 파악되었다. 본 연구의 결과를 통해 실무적 측면에서는 우선 중국 중소기업의 글로벌 성과를 높이기 위한 중국의 국내외 시장환경의 구조적인 영향요인, 중국정부의 수출지원정책 그리고 기업가 정신이 중소기업의 다차원적인 해외진출 성향 및 실질적인 성과에 유의적인 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있었다.

주제어 : 중소기업, 글로벌 성과, 시장환경, 수출지원, 기업가 특성

## I. 서론

중국경제무역위원회의 2010년 통계에 의하면 전국 중소기업의 수는 이미 1,000만개를 초과하여 중국기업의 99%를 차지하고 있다. 그 중소기업의 공업생산액, 세금 공제 전 수익, 수출 총액은 각각 전국 총량의 60%, 50%, 70%를 차지했고 중소기업이 제공한 일자리는 전국도시 취업의 80%를 차지하고 있다.

중소기업<sup>1)</sup>은 이미 중국 국민경제의 매우 중요한 부분이고 공업화의 가속, 도시화의 추진과 충분한 고용창출의 실현 등에서 나날이 그 역할이 증가하고 있다.

그러나 2008년 미국발 글로벌 금융위기로 은행시스템은 크게 파괴되었고 실물경제에까지 그 파장이 미치고 있다. 이번 금융위기와 더불어 국제 시장수요가 크게 위축되면서 중국 수출과 경제 성장에 부정적인 영향을 미치고 있다. 2011년 말 언론 발표에 의하면 “세계 공장”이라고 불리는 중국에서 제조업과 중소기업이 잇따라 파산하고 있고, 미국과 유럽의 전반적인 경기침체가 미치는 영향 때문에 중국 남쪽지역부터 시작한 심각한 기업위기는 다른 지역으로 확대되고 있다. 최근 발표에 의하면, 중국의 국가정보센터는 2012년 2분기 중국의 경제성장률이 7.5% 전후에 그칠 것으로 내다보고 있으며 씨티그룹도 7.5%로 전망하고 있다. 자금 부족, 위안화절상(人民幣升值), 인력 부족 등 여러 가지 문제가 기업들을 크게 압박하고 있다. 이런 중소기업의 파산위기는 이미 상하이를 포함한 장강삼각주와 동북지역으로 확장되고 있다. 동북3성에 있는 수십만 중소기업은 이미 파산에 직면해 있다. 중국정부는 인플레이

1) 중화인민공화국의 중소기업촉진법과 중소기업분류기준규정에 의하면 공업기업 중 중소형 기업은 총 직원 2천명 이하, 매출액 3억 위안 이하, 자산 총액 4억 위안 이하를 의미하고, 그 중 중형기업은 총 직원 수가 300명 이상, 매출액 3천만 위안 이상, 자산 총액 4천만 위안 이상이며, 나머지는 소형기업으로 분류되며 다시 미형기업을 300만 위안 또는 고용인원 20명 미만으로 분류함. 한국의 경우 중소기업기본법에 따르면 제조업은 상시근로자 수 300명 미만 또는 자본금 80억원 이하를 중소기업을 분류함.

선을 잡기 위하여 은행의 대출을 제한하고 있고 대부분 중소기업은 현금 흐름의 문제를 직면하고 있다.

중소기업들은 국유 대기업에 비해 전문인력 부족, 자금 부족, 마케팅 능력부족 등으로 인하여 독자적인 수출역량을 갖추기 힘들기 때문에 중소기업의 수출경쟁력을 강화하기 위해서는 중앙정부, 지방정부와 지방 자치단체의 체계적 지원이 필요하다. 최근과 같은 경제위기 상황 하에서 중소기업들이 집중해야 할 최대의 경영과제는 수출활성화라고 할 수 있으며, 이를 위해서는 중소기업의 자체 노력뿐만 아니라 기업의 외적 요인인 정부차원의 적극적인 수출지원제도의 지원, 대기업과 중소기업 간의 협력 등의 요구가 증가되고 있다.

따라서 본 연구의 목적은 글로벌 금융위기 하에서 중국의 국내외 시장환경, 중국정부의 수출 지원, 기업가 특성이 중국 중소기업의 글로벌 성과에 어떠한 영향을 미치는지를 파악하고, 이러한 요인들을 분석한 결과를 토대로 중국 중소기업 및 중국정부에게 제안을 제시하고자 한다. 또한 한국 중소기업들에게도 미칠 수 있는 시사점을 제시하고자 한다.

본 연구를 수행하기 위하여 제3장 연구가설 설계에서 연구가설을 설정하고, 가설검증을 위하여 산업 발달이 높고 글로벌 성과가 큰 중국 남부와 동부 연해(沿海)지역에 있는 중소기업을 대상으로 설문조사를 실증분석을 하였다. 제4장 분석결과에서는 중국 중소기업의 글로벌 성과의 주요 선행요인으로 국내외 시장환경, 정부의 수출 지원, 기업가 특성이 실제 글로벌 성과에 미치는 영향을 살펴보았다.

본 연구는 문헌연구와 직접 설문조사를 통한 실증연구를 병행하였다. 실증연구를 위한 분석방법으로 SPSS 12.0을 이용하여 요인분석, 신뢰성 분석, 상관관계분석, 회귀분석 등을 실시하였다.

## II. 선행연구

### 1. 자국시장 환경과 해외진출 요인

Porter(1990)는 기업이 전략수립을 통해서 궁극적으로 외부환경에 대처함으로써 기업에 유리하도록 변화시키는 것이 목적이라고 지적하였다. 윤동섭·조대우(2007)은 시장환경의 변화에 대한 기업차원에서의 효율적인 대처와 적응이 곧 기업의 존속과 성장에 중요한 요인이 될 수 있음을 제시하고 있다. 이장우 등(2008)은 기업이 해외로 진출하는 중요한 동기로서

동종 산업에서 경쟁하는 외국기업의 자국시장 진출을 제시하였으며 자국시장의 경쟁압력이 강할수록 기업은 해외에서 새로운 시장을 찾고자 하는 욕구가 강해진다고 밝히고 있다.

경제적 관점에서는 자국시장규모, 자국시장의 성장성, 자국시장의 경쟁자 집중도와 같은 산업특성은 기업의 국제화의 압력요인으로 작용하였다. 기업들은 내수시장이 충분히 규모가 크고 매력적이라면 자국시장에 성장하는 것을 선호하게 될 것이며, 만약 협소한 자국시장 등으로 인하여 자국시장에서의 성장에 따르는 기회비용이 충분히 크다면, 국제적으로 확장하려는 옵션을 선택하게 될 것이다. 그리고, 자국시장이 충분히 크다면 기업은 자국시장에서의 추가적인 사업 확대비용이 해외시장 진출보다 높아질 때까지 자국시장에서의 확대전략을 추구하게 될 것이다(윤기창, 2009).<sup>2)</sup>

한편, 미국 금융위기로 중국 외수 성장이 둔화되면서 일부 수출 생산능력이 자국시장으로 전환됨에 따라 자국시장의 공급 증가로 인한 시장경쟁이 치열해져 이 또한 가격 수준의 상승을 억제하고 있는 것으로 나타났다.

## 2. 수출지원정책과 성과에 관한 연구

수출지원제도의 성과에 관한 대부분의 연구는 인지도, 활용도와 연관되어 이루어져 왔다. 이와 관련된 효시적인 연구를 시도한 Bilkey(1978)는 기업의 수출경험 여부에 따라 3단계로 구분하여 각 단계별로 적합한 수출지원정책을 규명하려고 하였다. 기업의 3단계는 수출경험이 있는 중소기업, 비수출기업, 수출을 시도하지 않는 기업 등으로 그룹화 하여 각 단계별로 위치해 있는 중소기업에 적합한 지원정책을 제시하고 있다.

수출성과 및 그 성과에 미치는 요인에 대한 연구는 수출마케팅전략을 중심으로 다양하게 이루어져 왔다.

박광서·안종석(2001)은 중소기업들의 수출지원제도 활용도는 인지도의 절반 이하로 낮아 인지도에 비해 활용도가 상당히 부진하다는 결과를 내놓았다. 이는 수출지원제도에 대한 최고경영자의 인지도가 매우 낮은 반면, 활용도는 높다는 Kedia & Chhokar(1986)와는 배치된다.

정재휘(2005)는 114개의 한국수출기업을 대상으로 수출지원제도와 수출성과의 관계를 분석하는 과정에서 인지도와 활용도의 관계를 살펴보았는데, 이에 따르면 기업의 규모가 작을수록, 수출몰입도가 낮을수록, 수출몰입도가 낮을수록, 해외사업경험이 풍부할수록, 최고경영자

2) 윤기창, “태생적 글로벌벤처기업의 글로벌화 정도와 성과에 관한 연구”, 충원대학교대학원 박사학위논문, 2009, p.74.

의 의지가 해외시장 지향적일수록, 수출지원제도에 대해 인지도가 높고, 이는 활용도에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

김영일(2008)의 연구에 따르면, 10개 지원 사업 중 인지도가 가장 높았던 국내전시회 지원 사업의 경우, 활용도 역시 가장 높은 것으로 나타났다, 다음으로 해외마케팅 지원 사업, 무역 상품홍보 지원 사업, 해외시장 개척요원 양성 지원 사업 순으로 활용도가 높은 것으로 나타났다. 특이한 것은 해외지사화 지원 사업 또는 현지전문가 활용 지원 사업 상당히 높은 수준의 인지도에 비해 활용도는 그리 높지 않은 것으로 나타났는데, 이는 이러한 사업들이 시행된 지 얼마 되지 않았기 때문인 것으로 보인다.

Gencturk & Kotabe(2001)는 8,761개 기업을 대상으로 수출지원사업이 수출성과에 미치는 효과를 진행하였다. 그들은 수출지원제도 프로그램을 기업의 경쟁우위를 확보하기 위한 직접적인 수출지원 프로그램과 기업의 수익성을 위한 간접적인 수출지원프로그램을 구별하여, 어느 지원 프로그램이 수출성과에 더 긍정적인 영향을 미쳤는가를 분석했는데, 연구결과는 직접적인 수출지원 프로그램이 수출 성과에 더 긍정적인 영향을 미쳤음을 밝혔다.

Alvarez(2004)는 Wilkinson & Brouthers(2000)의 연구방법을 중소기업에 적용하여 분석했는데, 연구결과에 따르면, 중소기업들이 정부의 수출지원제도를 선별적으로 활용하면 수출 증가를 이루게 되었음을 발견하였다. Wilkinson & Brouthers (2006)는 2000년도 자신들의 연구를 확장하여 개별기업의 경영자원을 통계 할 경우 전시회 및 거래선 발굴 사업을 활용할 경우 중소기업의 수출의 긍정적인 영향을 미친다는 사실을 발견하였다.

송균석·남윤형·권혁찬(2007)은 중소기업 지원정책 활용 후 지원정책 품질에 대한 만족도를 분석하기 위해 지원정책 서비스 품질을 5개 차원으로 나누어 만족도를 측정했는데, 분석 결과는 중소기업의 품질기대에 전반적을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 그러나 이들에 따르면 중소기업 지원정책 서비스 품질에 대한 지각과 전반적인 만족도는 정(+)의 관계에 있는 것으로 밝혀졌다.

이성봉(2007)은 중소기업이 해외 진출시 지원의 필요성과 실제 지원간의 차이를 분석했는데, 이 과정에서 지원정책 서비스 품질은 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 밝혔으며, 이는 송균석·남윤형·권혁찬(2007)의 연구 결과와 일치했다.

배정환·고용기(2008)는 우리나라 중소기업을 위한 수출지원제도의 성과를 지원정책에 대한 중소기업들의 만족도라는 변수를 통해 분석했는데, 만족도는 5점 만점에 2.4로 평균에도 미치지 못해 전체적으로 중소기업들이 수출 지원제도에 대한 만족하지 못하는 것으로 나타났다.

문희철·오현정(2009)은 대전 충남지역 소재 117개의 중소수출기업을 대상으로 수출지원제도의 인지도와 활용도가 수출성파에 미치는 영향을 분석했는데, 연구 결과에 따르면 수출지원제도의 인지도가 높을수록 활용도도 높고, 활용도가 높을수록 성파가 커지는 것으로 나타났다. 또한 그들은 수출발전단계에 따라 전략적 성파도 달라진다는 점을 발견하였으며, 수출발전단계별로 활용도가 전략적 성파에 영향을 크게 미치는 제도로는 수출도입기에는 교육/홍보제도, 수출 성장기와 성숙기에는 해외시장 개척제도를 활용해야 한다는 결과를 제시하였다.

### 3. 기업가 정신과 성파에 관한 연구

기업성공과 관련된 사례연구에 의하면, 급성장하는 기업이나 수익성이 높은 기업들의 경우 대부분 기업가 정신에 의해 창업이 되고 기업가적 경영에 의해 운영되고 있는 것으로 나타났다. Morris & Kuratko(2002)는 문헌적으로 나타난 기업가 정신과 관련한 다양한 성파 관점을 부 창출, 산업창출, 혁신창출, 변화창출, 고용창출, 가치창출, 성장창출 등 개인, 조직 그리고 사회적 차원의 7가지 관점을 적시하고 이를 통해 기업가 정신과 경영성파와의 관계를 개념적으로 설명하고 있었다.

Covin & Slevin(1990)은 기업가 정신을 기업수준에서의 행동으로 파악하고, 혁신성, 위험성, 감수성, 진취성으로 측정된 기업가 정신은 적대성과 역동성 차원으로 측정된 환경, 조직내적 변수, 그리고 전략변수에 의해 영향을 받고 종국적으로 성파와 관계한다는 이론 모델을 제시하여, 기업가 정신과 경영성파와 정(+)의 관계를 가정하고 있다.

Zahra(1991)는 환경과 전략, 조직요인의 결합적인 관계가 혁신성, 위험감수성, 진취성으로 측정된 기업가 정신에 각각 영향을 미치며, 기업가 정신은 최종 종속변수인 기업의 재무적 성파에도 영향을 미침을 가정하였다. 이를 위해 Fortune지의 Fortune 500에 등재된 119개의 기업을 대상으로 실증분석 한 결과 기업가정신과 수익성, 성장성으로 측정된 재무성파 간에는 정(+) 관계에 있음을 밝혀냈다.

김영수(1997)는 중소기업을 대상으로 총 151개의 표본기업을 분석하여 기업가 정신과 경영성파의 관계를 규명하였다. 이에 따르면 혁신지향성과 위험감수성으로 측정된 기업가 정신은 재무적 성파 및 비재무적 성파를 향상시켜주는 것으로 나타났다.

Knight(2000)는 중소기업을 대상으로 기업가 정신과 마케팅 전략이 해외진출에 어떠한 영향을 미치는지를 연구하였다. 기업가 정신으로는 혁신성, 진취성, 위험 감수성 외에도, 자신

의 생각과 전략들을 실행하는데 있어서 필요한 자율성을 포함시켰다. 기업가 정신을 기업의 마케팅 전략과 정(+)의 관계가 있음을 제시한 후 기업가 정신과 마케팅 전략을 통하여 기업에 대한 습득, 국제화의 대응 및 대비를 가능케 하며, 이를 해외진출성으로 이어진다고 주장하였다.

Poter(1990)는 기업가 정신의 진취성과 관련해 해외 시장의 진출은 경쟁업체에게 장벽을 형성해 기업의 방어 수단이 되며 이는 궁극적으로 기업의 해외진출성과에 정(+)의 영향을 미친다고 주장하였다. 또한 Florida(1997)는 기업가 정신이 높은 벤처기업은 혁신적인 제품을 판매하기 위해 위험을 감수하며 해외시장에 진출한다고 주장하였고, 해외진출은 그들의 운영체계의 변화와 기업의 수익성을 증가시킨다고 주장하였다.

Balabanis & Katsikea(2003)는 영국의 500개 중소기업을 대상으로, 외부적인 요인으로 국내 환경의 불확실성, 적대성, 다양성을 구성요인으로 사용하였고, 내부적인 요인으로 기업 나이, 기업의 구조, 기업의 규모를 구성요인으로 사용하여 내외부적 환경이 기업가 정신과 정(+)의 관계가 있음을 제시하고, 기업가 정신이 수출로 본 해외진출성과와 정(+)의 관계가 있다고 주장하였다.

Zahra & Garvis(2000), Balabanis & Katsikea(2003), Dimitratos, Lioukas, & Carter(2004)의 연구에서 기업가 정신은 해외진출성과에 정(+)의 관계를 갖는다고 주장하였고, 이는 위험을 감수하고 진취적이고 혁신적인 기업가의 정신을 바탕으로 불확실한 해외시장에서 효과적으로 대처할 수 있음을 의미한다고 할 것이다.

기존의 여러 학자들에 의해 연구된 구성개념 중 위험감수성향, 혁신성에 대한 연구들을 살펴보고, 기업가정신과 사업성과에 영향을 주는 시장지향성에 관한 연구들을 고찰한 결과, 이상의 선행연구들은 최고경영자의 기업가정신은 기업조직 전반에 걸친 몰입과 행동에 직접적인 영향관계를 가지며, 기업가정신이 기업전략 수립과 행동에 필요한 시장지향성에 유의한 영향을 미치는 것으로 보고 있다.

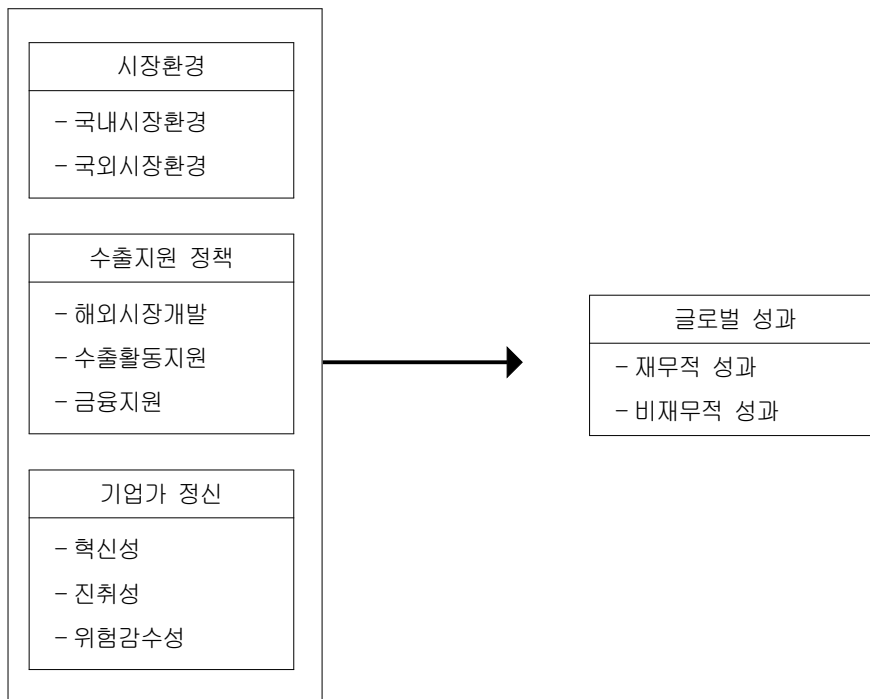
### Ⅲ. 연구모형 및 가설설정

#### 1. 연구모형

제2장에서 검토한 시장환경, 수출지원정책, 기업가 정신, 글로벌 성과 관련 연구문헌을 기

초로 시장환경, 수출지원정책, 기업가 정신이 글로벌 성과에 미치는 조절 효과를 분석하기 위해 다음 <그림 3-1>과 같은 실증 연구모형을 설계하였다.

각 변수의 구성 항목들은 이론적 고찰과 기존의 연구들에서 사용되었던 항목들을 중심으로 하되 일부 문항과 척도는 수정하여 사용하였다.



<그림 3-1> 연구모형

## 2. 가설설정

Lawrence와 Lorsch는 기업 경영과 관련된 환경특성 또한 성과에 영향을 미치는 주로 환경의 불확실성이 기업성과에 영향을 미치며, 환경자체가 정형화하기 어려운 특수상황의 복잡한 문제라고 하였다.<sup>3)</sup>

경제적 관점에서는 국내시장규모, 국내시장의 성장성, 국내시장의 경쟁자 집중도와 같은

3) 이봉기(2003), “마케팅 환경요인과 마케팅 전략유형이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 - IT 벤처기업을 중심으로”, 중부대학교대학원 박사학위논문, p.60, 재인용



상업특성이 기업의 국제화의 압력요인으로 작용한다. 기업들은 내수시장이 충분히 규모가 크고 매력적이라면 국내시장에서 성장하는 것을 선호하게 될 것이며, 만약 협소한 국내시장 등으로 인하여 국내시장에서의 성장에 따르는 기회비용이 충분히 크다면 국제적으로 확장하려는 옵션을 선택하게 될 것이다. 만약, 국내시장이 충분히 크다면 기업은 국내시장에서의 추가적인 사업 확대비용이 해외시장진출보다 높을 때까지 국내시장에서의 확대전략을 추구하게 될 것이다.<sup>4)</sup>

수출기업의 외적요인은 기업이 수출활동을 함에 따라 국내시장에서 미처 경험하지 못한 일종의 새롭고 이질성이 강한 해외시장 환경이며, 기업이 통제할 수 없는 환경으로서 정치적 불확실성, 해외시장 규모, 사회문화적 이질성, 해외시장의 무역규제 등이다. 해외수출시장 환경이 불확실하면 할수록, 그중에서도 정치적 불확실성이 높으면 높을수록 수출투자에 대한 안정성이 낮아지게 되어서 기업은 마케팅활동이나 적극적인 수출활동을 꺼리게 될 것이다.<sup>5)</sup>

한편 수출대상국의 시장잠재력이 크면 클수록 수출기업의 잠재적 수익성이 높을 것이고 보다 만족스러운 수출성과를 기대할 수 있으므로, 당해 시장에 일치되도록 제품을 개발하거나 개조된 제품을 해외시장 간에 차별화할 것으로 예측된다. 그리고 해외시장의 잠재력이 클수록 규모의 경제를 통해 제품의 생산비를 낮출 수가 있어 해외시장간에 제품의 가격을 차별화할 수 있을 것이다. 또한 해외시장의 규모가 클수록 대량 수출판매의 가능성을 예측할 수 있으므로 수출촉진활동을 강화할 것이다.<sup>6)</sup>

이러한 이론적 배경을 바탕으로 본 연구에서는 중국의 국내·외시장환경이 글로벌 성과에 어떻게 영향을 미치는가를 밝히기 위해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설1 중국의 국내·외시장환경은 글로벌 성과에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

가설1-1 중국내 시장환경은 글로벌 성과에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

가설1-2 중국의 시장환경은 글로벌 성과에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

수출지원정책이 글로벌 성과에 미치는 논리와 근거를 살펴보면 다음과 같다. Kjell & Tore(1983)의 연구에서 볼 수 있듯이 수출지원정책은 중소기업으로 하여금 기업내부의 특성에는 변화를 주지만 해외시장에 대한 지식과 이해를 높여줌으로써 수출활동에 들어가는 비용측면을 낮추어 수출활동의 효율성을 높일 것이라고 주장하고 있다.

4) 박근호(2007), “벤처기업의 수출시기와 수출성과 결정요인에 관한 연구”, 서강대학교대학원, 박사학위논문, p.81.

5) 최혁준(2003), “한국중소기업의 인터넷마케팅 수출성과에 관한 연구”, 동국대학교대학원 박사학위논문, pp.45-46.

6) 최학수(2005), “수출마케팅 전략과 수출성과와의 결합관계에 관한연구: 한국방위산업을 중심으로”, 목원대학교대학원 박사학위논문, p.69.

수출활동의 실무적 차원에서 살펴보면, 중소기업들이 가장 큰 수출활동의 애로요인으로 지적되고 있는 해외시장정보 부족요인 등과 더불어 정부의 수출지원정책의 수출정책요인 등을 주요 요인으로 제시하고 있다(박철·이재경, 1998). 이러한 국내 중소기업들의 수출활동상의 애로요인들을 정부지원정책 활용을 통한 제거는 수출마케팅의 비용부문의 절감을 가져다 줄 수 있을 것이다. 실제로 수출홍보 및 수출인프라 지원제도 등 정부의 수출지원제도의 활용도에 따라 수출성과에 유의한 영향을 미치고 있음을 제시하고 있다(정재승, 2007; Wilkinson & Brouters, 2006; 송근석·남형은·권혁찬, 2007).

중소수출기업들은 대부분이 수출초기단계이거나 수출경험이 일천한 기업들이다. 따라서 해외시장의 진입장벽을 해소하거나 수출을 통한 해외시장기회를 얻기 위해서는 보다 적극적으로 정부의 수출지원정책을 활용해야만 한다(Burpitt & Rondinelli, 1998).

중국 중소기업발전을 저해하는 정책적 문제는 행정관리 미흡, 정책 불공평과 시장 무질서, 융자난과 자금 대출제도 부재, 재산권 불명료화 등 4가지가 있으며, 특히 중국은 아직 중소기업에 대출을 전담하는 금융기구가 존재하지 않아 금융권의 중소기업에 대한 대출이자가 높고 대출을 꺼리고 있어 중소기업에 대한 금융지원 정책은 매우 미흡한 실정이다.<sup>7)</sup>

중소기업 경영자들이 중앙 및 지방자치단체의 수출지원제도를 활용하면 성공적인 수출전략을 세우는데 도움이 될 수 있다고 한다. 특히 대기업에 비해 제반여건이 취약한 중소기업일수록 수출지원제도를 수출전략의 일부분으로 활용할 경우 상당한 수출증대를 가져올 수 있으므로, 수출확대를 위한 중요한 전략으로 이용할 수 있다.<sup>8)</sup>

따라서 본 연구에서는 수출지원정책이 글로벌 성과에 미치는 영향을 밝히기 위해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설2 수출지원정책의 활용도는 글로벌 성과에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

가설2-1 해외시장 개발 지원 정책의 활용도는 글로벌 성과에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

가설2-2 수출화동 지원정책의 활용도는 글로벌 성과에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

가설2-3 금융지원 정책의 활용도는 글로벌 성과에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

기업가 정신의 개념은 진취성, 위험감수성 및 혁신성이 포함된다. 또한 이러한 기업가적

7) 魏國辰, <中小企業管理提升>, 2010, p.10.

8) 문희철·오현정, “중소기업 수출지원제도의 인지도와 활용도가 수출성과에 미치는 영향”, *The Korean Small Business Review*, Vol. 31 No. 2. 2009, p.312.

글로벌 성과에 긍정적인 관련이 있음을 선행연구에서 밝혔다(Lumpkin & Dess, 1996). 태생적 글로벌 기업은 진취적이고 위험 감수적이고 혁신적인 조직 문화의 특성을 갖고 있다(Freeman, Edwards, & Schroder, 2006). 따라서 국제 기업가적 지향성은 해외 시장에서 기업의 혁신성, 위험감수성 및 선행성의 정도를 통하여 정의되고 측정되었다(McDougall & Oviatt, 2000; Zahra & Garvis, 2000).

국제적 진취성은 진취적인 자세를 취하고, 새로운 기회를 예측하여 추구하고, 해외 시장에 참여하려는 기업의 성향을 반영한다. 경쟁자에 의한 움직임에 반응하기보다 시장 기회를 능동적으로 추구하는 것을 포함한다(Miller, 1983).

국제적 위험추구성은 해외시장에서 위험한 모험을 취하려는 기업의 성향을 의미한다(Dimitratos & Plakoyiannaki, 2003). 국제적 운영에 있어 혁신성 정도는 기업의 전체성과를 증가시킬 수 있다. 혁신성의 핵심지표인 R&D 지출은 기업이 국제적으로 경쟁할 때 중요한 성공 요인이다. R&D에 대한 기업의 투자는 혁신에 대한 몰입을 반영하는 것이며, 이러한 혁신의 과정을 통해 기업은 더 높은 해외진출성과를 달성할 수 있을 것이다.

Shrader(2001)는 태생적 글로벌 기업의 경쟁우위는 혁신적이고 차별화가 높은 제품에서 발생되며, 이러한 경쟁우위는 대체로 해당 태생적 글로벌 기업의 기술적 혁신에서 파생되고 있음을 밝히고 있다. 또한 McGuiness & Little(1981)의 연구에 따르면 R&D 비용의 증가와 더불어 하이테크 제품의 수명주기가 짧아짐에 따라 해당 산업에 속한 기업들은 국내시장에만 의존할 수 없다고 주장하였다(김정포, 2004). 혁신기업은 조직의 성과를 가져오는 그들 자신의 독특한 지식과 이들 지식에서 기인하는 역량을 가지고 있다(홍성태, 2005). 강한 혁신력과 해외시장을 추구하는 성향을 가진 젊은 기업들은 혁신적 문화가 결여되어 있는 젊은 기업에 비해서 더 빨리 국제화하는 경향이 있다(Knight & Cavusgil, 2004).

이러한 혁신문화는 지식의 습득을 용이하게 하고 이는 결국 조직의 성과를 가져오는 역량으로 발전된다. 즉 글로벌 기업들은 이러한 특성을 가지고 있다고 할 수 있으며 글로벌 기업의 혁신성은 해외시장성과에 중요한 직·간접 변인으로 작용한다고 볼 수 있다.

따라서 본 연구에서는 국제 기업가적 정신이 글로벌 성과에 영향을 미치는지 알아보기 위해 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설 3 기업가 정신을 글로벌 성과에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

가설3-1 기업가의 혁신성은 글로벌 성과에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

가설3-2 기업가의 진취성은 글로벌 성과에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

가설3-3 기업가의 위험감수성은 글로벌 성과에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

### 3. 변수의 조작적 정의 및 측정

일반적으로 가설 검증을 통한 실증적 연구에 있어서 개념의 조작적 정의와 측정문제가 연구방법의 가장 핵심이 되는 부분이다. 개념의 조작적 정의는 개념을 실증적으로 파악할 수 있도록 측정의 관점에서 구체화되어야 하며, 동일한 개념의 측정을 위해서는 다양한 차원에서 조작적 정의가 이루어져야 한다.<sup>9)</sup>

본 연구에서 분석하고자 하는 중국의 수출중소기업과 관련된 국내·외시장환경, 수출지원정책, 기업가정신, 글로벌 성과 변수에 대해 연구목적에 부합되도록 <표 3-1>과 같이 조작적 정의를 내리기로 하였다.

<표 3-1> 변수의 조작적 정의 및 측정

변수		관련연구	본연구		
			조작적 정의	문항	측정 방법
국내·외 시장 환경	국내시장 환경	윤기창(2009) 이병호(2008) 김영일(2007) 최학수(2005) 김정권(2003)	① 국내 주력제품시장규모 ② 가격경쟁력 ③ 신규경쟁기업의 등장 ④ 주력제품의 성장속도	4	리커트 7점척도
	국외시장 환경		⑤ 해외 주력제품시장규모 ⑥ 해외 제품트렌드 변화속도 ⑦ 해외 동종업체간 경쟁강도 ⑧ 해외 주력제품시장 성장속도	4	리커트 7점척도

9) 이봉기(2003), “마케팅 환경요인과 마케팅 전략유형이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 - IT 벤처기업을 중심으로”, 중부대학교대학원 박사학위논문, p.75.

수출 지원 정책	해외시장 개발지원 사업	김영일(2008) 정재승(2007) 정재휘(2005) Kedia & Chhokar (1986)	① 해외마케팅 지원 사업 활용 ② 해외규격 인증 획득 지원 사업 활용 ③ 중소기업 브랜드 관련 육성 지원 활용 ④ 해외상품 홍보 지원 사업 활용 ⑤ 국내 전시회 지원사업 활용	7	리커트 5점척도
	수출활동 지원정책		⑥ 인터넷 지원 사업 활용 ⑦ 해외 지사화 지원 사업 활용 ⑧ 지역별 현지 전문가 활용 ⑨ 무역 촉진단 파견 지원 사업 활용	5	리커트 5점척도
	금융지원		⑩ 직접적인 수출 금융 지원 사업 활용 ⑪ 직접적인 수출 금융 혜택지원 활용	2	리커트 5점척도
기업 가 정신	혁신성	김정포·고경일(2009) 강성일(2007) Dimitratos, Lioukas,& Carter(2004) 이준성(2002) 박상문·배종태(1998) Lumpkin & Dess(1996) Covin & Slevin(1990)	① R&D, 기술혁신, 신기술 리더십 강조 ② 신제품/새로운 서비스의 개발 ③ 제품/서비스 혁신 추구성향	3	리커트 7점척도
	진취성		④ 신상품/신관리기법 수용도 ⑤ 경쟁자들과 적극적 경쟁 ⑥ 경쟁자들보다 앞선 행동	3	리커트 7점척도
	위험 감수성		⑦ 개발위험이 높은 과제 ⑧ 국제적인 모험에 따른 성공 기회 ⑨ 불확실한 상황에 대처하는 자세 ⑩ 국제적 위험 추구 경향	4	리커트 7점척도
글로벌 성과	비재무 적성과	Masuno & Mentzer(2002) Zou & Stan(1998) Knight(1997)	① 진출국에서의 점유율 성과 ② 진출국 시장 개척현황 성과 ③ 현지시장 유통현황 성과 ④ 해외·현지 시장 적응도 성과	4	리커트 7점척도
	재무적 성과		⑤ 매출액 올리고 있다 ⑥ 수익률 증가하고 있다 ⑦ 시장점유율 증가하고 있다	3	리커트 7점척도

## IV. 실증분석

### 1. 자료조사 및 설계

실증 조사를 위한 설문항목은 기존의 문헌들을 참고하여 작성하였으며, 연구의 목적에 맞

게 재설계하였다. 실증 연구를 위한 조사 대상은 중국정부 등에서 수출지원정책을 활용하거나 혜택을 받은 글로벌 성과가 높은 중국 남부와 동부 연해(沿海)지역에 있는 중소기업을 대상으로 하였다. 본 연구의 설문기간은 2011년 9월 15일부터 2011년 10월 20일까지 실시되었으며 설문방법은 중국 중소기업의 CEO, 수출담당자, 부서장을 통한 전화와 팩스 및 e-mail을 활용하여 600부의 설문지를 배포하였다. 총 330개의 설문지 회수되었으며 무응답, 불성실한 응답, 결측값 등을 제외하고 317부를 통계분석에 활용하였다. 또한 중국 및 한국의 중소기업 관련법의 분류기준에 맞추어 종업원 300인 이하의 기업을 대상으로 설문을 실시하였다.

중국의 중소기업촉진법과 중소기업분류기준규정에 의하면 공업기업 중 중소형 기업은 총 직원 2천명 이하, 매출액 3억 위안 이하, 자산 총액 4억 위안 이하를 의미하고, 그 중 중형기업은 총 직원 수가 300명 이상, 매출액 3천만 위안 이상, 자산 총액 4천만 위안 이상이며, 나머지는 소형기업으로 분류되며 다시 미형기업을 300만 위안 또는 고용인원 20명 미만으로 분류하고 있다.

한국의 중소기업기본법에 따르면 제조업은 상시근로자 수 300명 미만 또는 자본금 80억원 이하를 중소기업으로 분류하고 있어, 중국과 한국의 종업원 수 기준에 따라 설문조사대상 기업이 중소기업의 범위에 해당함을 알 수 있다.

본 연구를 위해 조사된 총 317개의 표본에 대한 일반적인 특성에 대해 분석하였다. 조사대상 기업의 종업원 수는 101명~300명이 132개(41.64%)로 가장 많았으며, 그 다음 순으로 51~100명이 92개(29.02%), 21~50명이 60개(18.93%), 11~20명이 23개(7.26%), 10명 이하가 10개(3.15%) 순으로 나타났다.

〈표 4-1〉 표본특성 분석결과

구분		빈도수	비율(%)
기업 업종	농림수산물	11	3.47
	광산물	11	3.47
	화학공업제품	24	7.57
	플라스틱/고무/가죽	15	4.73
	섬유류	20	6.31
	생활용품	47	14.83
	철강/금속제품	13	4.1
	기계류	20	6.31
	자동차/자동차부품	20	6.31

	전기·전자제품	78	24.61
	기타	58	18.3
종업원수	10명 이하	10	3.15
	11~20명	23	7.26
	21~50명	60	18.93
	51~100명	92	29.02
	101~300명	132	41.64
해외수출년도	창업과 동시	64	20.19
	창업 후 1년	38	11.99
	창업 후 1~3년	80	25.24
	창업 후 3~5년	62	19.56
	창업 후 5년 이후	73	23.03
해외수출 국가 수	1개국	58	18.3
	2-3개국	120	37.85
	4-6개국	81	25.55
	7-9개국	23	7.26
	10개국 이상	35	11.04
수출비중	10%이하	53	16.72
	10~20%	102	32.18
	21~40%	88	27.76
	41~60%	42	13.25
	61%이상	32	10.09
계		317	100

## 2. 타당성, 신뢰성 및 상관관계 분석

본 연구에서는 다수의 측정 변수들이 특정 요인으로 구별되는지 그 타당성을 검증하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다.

구성된 측정변수들에 대하여 신뢰성 검증이 선행되어야 하며, 이러한 신뢰성 검증의 일환으로 앞서 본 연구의 구성개념에 대하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인분석은 여러 변수들 사이의 상관관계를 기초로 하여 정보의 손실을 최소화하면서 변수의 개수보다 적은 수의 요인으로 자료변동을 설명하는 기법을 말한다.<sup>10)</sup>

이론상으로 체계화되거나 정립되지 않은 연구에서 연구의 방향을 파악하기 위한 탐색적인 목적을 가진 탐색적 요인분석방법을 채택하게 된 것은 보편적으로 측정변수와 잠재변수간의 관계에 따른 사전지식 유무를 떠나 탐색적 요인분석방법을 이용하기 때문이다.<sup>11)</sup> 변수별 탐색적 요인분석 결과는 아래 <표 4-2>와 같다.

요인적재값(Factor Loading)은 각 변수와 요인사이의 상관관계 정도를 나타내는데 일반적으로 요인적재값이 0.4이상이면 유의한 변수로 간주하고 0.5를 넘으면 아주 중요한 변수라고 할 수 있다.<sup>12)</sup> 따라서 본 연구에서는 표본이 200개를 초과하므로 0.4이상을 유의적 수준으로 판단하고자 한다.

요인분석 결과, 독립변수와 종속변수의 요인적재값이 모두 0.5이상이고, 고유치(eigen값)는 1이상으로 나타나 구성개념들의 단일차원성과 신뢰성에는 문제가 없는 것으로 판단되었다.

<표 4-2> 탐색적 요인분석 결과

변수명		요인적재값	eigen 값	누적분산(%)
중국내 시장환경	중국내 주력제품시장규모	0.813	2.953	36.910
	가격경쟁력	0.824		
	신규경쟁기업의 등장	0.811		
	주력제품의 성장속도	0.787		
중국외 시장환경	해외 주력제품시장규모	0.819	2.760	71.413
	해외 제품트렌드 변화속도	0.877		
	해외 동종업체간 경쟁강도	0.824		
	해외 주력제품시장 성장속도	0.846		
해외시장 개발지원	지원 참여 건수	0.517	1.922	32.034
	지원에 따른 활용도	0.861		
수출활동 지원	지원 참여 건수	0.859	1.866	63.472
	지원에 따른 활용도	0.566		
금융지원	지원 참여 건수	0.856	1.637	90.756
	지원에 따른 활용도	0.746		
기업가 혁신성	R&D, 기술혁신, 신기술 리더십 강조	0.818	2.675	26.746
	신제품/새로운 서비스의 개발	0.795		
	제품/서비스 혁신 추구성향	0.625		

10) 김계수, AMPS 구조방정식 모형분석, SPSS아카데미, 2005, pp.345-347.

11) 최이규, 구조방정식 모형, 무역경영사, 2006, p.8.

12) 표본의 수와 변수의 수가 증가할 수록 요인적재값 수준을 낮추어 측정하는 견해도 있다. 100개일 때 0.55, 200개일 때 0.4, 350개일 때 0.3 등을 제시하고 있다. 김계수, 전제서, pp.201-202.



기업가 진취성	신상품/신관리기법 수용도	0.590	2.569	52.439
	경쟁자들과 적극적 경쟁	0.762		
	경쟁자들보다 앞선 행동	0.804		
기업가 위험감수성	개발위험이 높은 과제	0.655	2.364	76.075
	국제적인 모험에 따른 성공 기회	0.724		
	불확실한 상황에 대처하는 자세	0.844		
	국제적 위험 추구 경향	0.820		
비재무적 성과	진출국에서의 점유율 만족	0.868	3.225	46.071
	진출국 시장 개척현황 만족	0.909		
	현지시장 유통현황 만족	0.837		
	해외·현지 시장 적응도 만족	0.847		
재무적 성과	매출액 올리고 있다	0.907	2.483	81.542
	수익률 증가하고 있다	0.920		
	시장점유율 증가하고 있다	0.759		

또한 신뢰도 분석 결과, 신뢰도 계수(Cronbach's Alpha)는 중국내 시장환경은 0.843, 중국의 국외 시장환경은 0.880, 해외시장개발지원은 0.750, 수출활동지원은 0.840, 금융지원은 0.759, 기업가 혁신성은 0.875, 기업가 진취성은 0.866, 기업가 위험 감수성은 0.845, 비재무적 성과는 0.921, 재무적 성과는 0.882로 각각 나타나 관련변수들을 하나의 성분으로 판단해도 무관함을 보여주고 있다.

〈표 4-3〉 신뢰도 분석 결과

변수		항목수	신뢰도계수 (Cronbach's Alpha)
중국내·외시장환경	중국내 시장환경	4	.843
	국외 시장환경	4	.880
수출지원정책	해외시장개발지원	2	.750
	수출활동지원	2	.840
	금융지원	2	.759
기업가 정신	기업가 혁신성	3	.875
	기업가 진취성	3	.866
	기업가 위험 감수성	4	.845
글로벌 성과	비재무적 성과	4	.921
	재무적 성과	3	.882

상관관계분석은 두 변수 간에 얼마나 밀접한 선형관계를 가지고 있는가를 분석하는 통계 기법이다. 본 연구에서는 변수들 간의 관련성을 알아보기 위해서 피어슨(Pearson) 계수를 이용하여 관련성의 유무를 알아보았다.

본 연구의 가설검증에 앞서 가설에 포함되는 변수들 사이의 상관관계를 분석하면 <표 4-4>와 같다. <표 4-4>에서 보는 바와 같이 전체적으로 유의확률값은 각각 유의수준  $p < 0.05$ 에서 볼 때 상호변수들 간에는 상호관련성이 존재하는 것으로 볼 수 있다.<sup>13)</sup>

<표 4-4> 상관관계분석 결과

분류	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10
중국내시장환경	1									
해외시장환경	.382**	1								
해외시장개발지원	.311**	.452**	1							
수출활동지원	.303**	.354**	.718**	1						
금융지원	.276**	.388**	.634**	.676**	1					
기업가 혁신성	.469**	.477**	.515**	.387**	.405**	1				
기업가 진취성	.501**	.535**	.491**	.390**	.381**	.801**	1			
기업가 위험감수성	.341**	.466**	.477**	.407**	.480**	.572**	.590**	1		
비재무적 성과	.315**	.381**	.528**	.431**	.475**	.378**	.440**	.565**	1	
재무적 성과	.446**	.475**	.499**	.420**	.418**	.622**	.605**	.448**	.533**	1

\*\* :  $p < 0.05$

### 3. 가설검증 결과

본 연구에서는 글로벌 성과에 영향을 미치는 요인별 정도를 알아보기 위하여 8개의 독립 변수와 글로벌 성과에 대한 다중회귀분석을 실시하였다. 글로벌 성과라는 종속변수는 다시 비재무적 성과와 재무적 성과 예측치로 대별하여 그 정도의 차이가 있는지 비교분석하고자 하였다.

분석결과 <표 4-5>에서 보면, 선형모형의 적합도를 측정하는데 이용되는 R제곱은 종속변수에 대한 전체 설명력이 각 0.430, 0.483, 즉 43%, 48.3%라는 것을 의미한다. 이는 통계분석

13) 이학식, 마케팅조사, 법문사, 2005, p.330.

에 이용된 사례들의 각 43%, 48.3%가 표본회귀선에 적합하다는 것을 의미한다. 비재무적 성과 및 재무적 성과와 영향 요인별에 대한 전체 회귀모형은 F값이 각 29.058, 35.990로 통계적으로 유의한( $p < 0.01$ ) 것으로 나타났다.

분석결과 우선 해외시장개발지원은 재무적 성과와 비재무성과 모두에 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 재무적 성과보다 비재무적 성과에 더 유의한 영향을 미치고 있었다. 이는 해외시장개발지원이 재무적 성과에도 영향을 미치지만 수출기업으로 하여금 진출국에서의 점유율, 개척현황, 유통현황, 시장적응 등 비재무적 성과에 더 높은 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

기업가 혁신성과 진취성은 재무적 성과와 비재무성과 모두에 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 비재무적 성과 보다 매출액 및 수익률 증가, 시장점유율 증가 등 재무적 성과에 더 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이는 기업가 혁신성과 진취성은 진출국에서의 점유율, 개척현황, 유통현황, 시장적응 등 비재무적 성과에 영향을 미쳐서 수출기업으로 하여금 매출액 및 수익률 증가, 시장점유율 증가 등 재무적 성과에 직접적인 영향을 미치는 것으로 파악되었다.

한편, 중국내시장환경과 국외시장환경 요인은 모두 재무적 성과에만 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 중국 수출기업들이 중국내시장과 해외시장에서 어느 정도 재무적인 글로벌성과를 거두고 있으나 주요 시장에 대한 비재무적 부문에는 가시적 성과를 거두고 있지 않음을 시사하는 것으로 생각해 볼 수 있다.

금융지원은 비재무적 성과에서만 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있었는데, 이는 중국정부의 직접적인 수출 금융 지원이 저조하고, 중소기업 경영자들의 활용 또한 저조하여 중국 중소기업의 직접적인 매출액 및 수익률 증가, 시장점유율 증가 등에는 영향을 미치지 않는 것을 알 수 있었다. 이는 선행연구에서 언급되었듯이 특히 중국은 아직 중소기업에 대출을 전담하는 금융기구가 존재하지 않고 있어 중국내 중소기업에 대한 금융지원 정책이 매우 미흡한 것과 일치하는 결과이다.

기업가 위험감수성은 비재무적 성과에 유의한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이는 기업가 위험감수성이 낮을수록 중소기업의 해외시장 점유율, 개척현황, 유통현황, 시장적응 등 비재무적인 글로벌성과에 도움이 됨을 의미하는 것으로 파악되었다. 이는 단기적으로는 개발위험이 높은 과제수행, 국제적인 모험에 따른 성공 기회, 불확실한 상황에 대처하는 자세, 국제적 위험 추구 경향 등 공격적인 해외시장 진출이 일시적인 시장개척과 점유에는 도움이 될 수 있는 것처럼 보이나 장기적으로 보면 기업의 비재무적 글로벌 성과에는 부

(-)의 영향을 미치게 됨을 알 수 있는 대목이다.

<표 4-5> 비재무적 성과 및 재무적 성과 예측치에 미치는 영향요인 회귀분석

구분		비재무적 성과			재무적 성과		
		Beta	T	유의확률	Beta	T	유의확률
독립 변수	중국내시장환경	.080	1.573	.117	.124	2.561	.011**
	해외시장환경	.025	.468	.640	.120	2.321	.021**
	해외시장개발지원	.275	3.962	.000***	.111	1.679	.094*
	수출활동지원	.017	.256	.798	.050	.772	.441
	금융지원	.125	1.982	.048**	.062	1.025	.306
	기업가 혁신성	.171	2.271	.024**	.281	3.909	.000***
	기업가 진취성	.135	1.727	.085*	.162	2.175	.030**
	기업가 위험감수성	-.360	-6.190	.000***	-.009	-1.169	.866
R 제곱		.430			.483		
수정된 R 제곱		.415			.470		
F		29.058***			35.990***		

\*p<0.1, \*\*p<0.05, \*\*\*p<0.01

이상의 결과를 토대로 가설1-1에서 3-3까지 검증결과(비재무적 성과)와 재무적 성과 예측치와의 검증결과를 종합적으로 정리하면 <표 4-6>과 <표 4-7>과 같다.

<표 4-6> 가설검증결과 (비재무적성과)

구성개념		가설내용	상관성	채택여부
시장환경	중국내시장환경	[1-1]중국내시장환경과 글로벌 성과	+	기각
	국외시장환경	[1-2]국외시장환경과 글로벌 성과	+	기각
수출지원 정책	해외시장개발지원	[2-1]해외시장개발지원과 글로벌 성과	+	채택
	수출활동지원	[2-2]수출활동지원과 글로벌 성과	+	기각
	금융지원	[2-3]금융지원과 글로벌 성과	+	채택
기업가 정신	기업가 혁신성	[3-1]기업가 혁신성과 글로벌 성과	+	채택
	기업가 진취성	[3-2]기업가 진취성과 글로벌 성과	+	채택
	기업가 위험감수성	[3-3]기업가 위험감수성과 글로벌 성과	-	채택

〈표 4-7〉 가설검증결과 (재무적성과)

구성개념		가설내용	상관성	채택여부
시장환경	중국내시장환경	[1-1]중국내시장환경과 글로벌 성과	+	채택
	국외시장환경	[1-2]국외시장환경과 글로벌 성과	+	채택
수출지원 정책	해외시장개발지원	[2-1]해외시장개발지원과 글로벌 성과	+	채택
	수출활동지원	[2-2]수출활동지원과 글로벌 성과	+	기각
	금융지원	[2-3]금융지원과 글로벌 성과	+	기각
기업가 정신	기업가 혁신성	[3-1]기업가 혁신성과 글로벌 성과	+	채택
	기업가 진취성	[3-2]기업가 진취성과 글로벌 성과	+	채택
	기업가 위험감수성	[3-3]기업가 위험감수성과 글로벌 성과	-	기각

## V. 결론

본 연구에서는 중국의 국내외 시장환경, 중국정부의 해외 시장 진출 지원, 기업가 특성 등이 중국 중소기업의 글로벌 성과에 어떠한 영향을 미치는지를 파악하고자 하였다.

본 연구의 목적을 달성하고자, 이론적 검토 및 선행연구를 검토하여 다음과 같은 3가지의 가설을 설정하였다. 첫째, 중국의 국내·외시장환경은 글로벌 성과에 유의미적으로 영향을 미칠 것이다. 둘째, 수출지원정책의 활용도는 글로벌 성과에 유의미적으로 영향을 미칠 것이다. 셋째, 기업가 정신을 글로벌 성과에 유의미적으로 영향을 미칠 것이다.

연구결과는 다음과 같다. 첫째, 중국의 국내외 시장환경이 높을수록 기업의 재무적 성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 중국내시장환경과 국외시장환경 요인은 모두 재무적 성과에만 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 중국 수출기업들이 중국내시장과 해외시장에서 어느 정도 재무적인 글로벌성과를 거두고 있으나 주요 시장에 대한 비재무적 부문에는 가시적 성과를 거두고 있지 않음을 시사하는 것으로 생각해 볼 수 있다.

둘째, 중국정부의 수출지원정책 측면에서 해외시장개발지원은 기업의 재무적 성과와 비재무적 성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 해외시장개발지원은 수출기업으로 하여금 진출국에서의 점유율, 개척현황, 유통현황, 시장적응 등 비재무적 성과에 더

높은 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 금융지원에 있어서는 기업의 재무적 성과에만 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있어, 중국 중소기업의 직접적인 매출액 증가 등에는 영향을 미치지 않는 것을 알 수 있었다. 대체적으로 중국정부의 수출지원정책은 글로벌 성과에 영향을 미치고 있지만 수출활동지원과 금융지원분야에 있어서는 아직 제도적인 지원책이 부족한 것으로 나타났다.

셋째, 기업가 정신 측면에서 기업가의 혁신성과 기업가의 진취성은 재무적 성과와 비재무적 성과 모두에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 중국 중소수출기업의 재무적성과 및 비재무적 성과에 기업가의 자질 및 특성이 중요한 영향요인임을 알 수 있었다. 그리고 기업가 위험감수성은 비재무적 성과에만 유의한 부의 (-)영향을 미쳤다. 이는 기업가 위험감수성이 낮을수록 중소기업의 해외시장 점유율, 개척현황, 유통현황, 시장 적응 등 비재무적인 글로벌성과에 도움이 됨을 의미하는 것으로 파악되었다. 이는 글로벌 시장의 불확실성에 기인하여 지나치게 위험을 감수하는 성향은 바람직하지 않음을 시사하는 결과이기도 한다.

본 연구의 결과를 통해 실무적 측면에서는 우선 중국 중소기업의 글로벌 성과를 높이기 위한 중국의 국내의 시장환경의 구조적인 영향요인, 중국정부의 수출지원정책 그리고 기업가 정신이 중소기업의 다차원적인 해외진출 성향 및 실질적인 성과에 유의적인 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있었다.

이러한 중국의 중소기업들을 대상으로 한 연구결과에서 우리나라 중소기업들은 경쟁상대국인 중국의 중소기업들의 처한 상황과 중국정부의 지원현황을 알 수 있기 때문에 많은 시사점을 얻을 수 있을 것이다. 또한 한국정부차원에서도 수출지원정책 중 수출활동지원과 금융지원분야에 있어서는 부족함이 없는지 확인해 볼 수 있으며 한국 중소기업의 경영진 역시도 혁신성과 진취성을 키우면서도 위험감수성은 줄이는 방향으로 글로벌 경영전략을 설정하는 등 본 연구 결과를 활용할 수 있을 것이다.

본 연구의 한계점은 중국 중소기업을 대상으로 한 연구이기 때문에 우리나라 중소기업들에게 주는 시사점이 약하다는 점을 들 수 있다. 향후 중국과 한국의 중소기업을 대상으로 글로벌 성과에 미치는 영향요인을 비교 분석하는 후속연구를 통해 이러한 부분을 보완해 보고자 한다.

## 참 고 문 헌

- 고용기·배정한, “중소기업을 위한 수출지원제도 개선 방안”, 「통상정보연구」, 제10권 제2호, 한국통상정보학회, 2008, p.192.
- 김영일, “중소기업의 수출지원정책 활용실태와 성과에 관한연구”, 영남대학교 대학원 박사학위 논문, 2008
- 김정권, “한국중소기업의 수출마케팅전략과 성과에 구조적 관계”, 「국제통상연구」, 제8권 제2호, 한국국제통상학회, 2003, pp.83-109.
- 김정포·고경일, “우리나라 중소벤처기업의 지식기반지원과 해외진출성과 간 관계에 있어 기업성의 조절효과에 관한연구”, 「국제경영리뷰」, 제13권 제4권, 한국국제경영관리학회, 2009, pp.123-143.
- 문희철·오현정, “중소기업 수출지원제도의 인지도와 활용도가 수출성과에 미치는 영향”, *The Korean Small Business Review*, Vol. 31 No. 2. 2009, p.312.
- 박광서·안종석, “중소기업 수출지원제도의 인지도와 활용에 관한연구”, 「무역학회지」, 제26권 제1호, 한국무역학회, 2003, pp.149-167.
- 박근호, “벤처기업의 수출시기와 수출성과 결정요인에 관한 연구”, 서강대학교 대학원, 박사학위논문, 2007, p.81.
- 박상문, “국내시장지향 벤처와 해외시장지향 벤처의 특성 비교”, 「기술혁신학회지」, 제8권 제2호, 한구기술혁신학회, 2005, pp.809-831.
- 박철·이재정, “중소기업의 수출애로요인과 성과간의 관계에 관한 연구: 수출애로요인, 수출경쟁력, 수출성과간의 관계모형 개발과 검증을 중심으로”, 「중소기업연구」, 제20권 제2호, 한국중소기업학회, 1998, pp.113-136.
- 배정한·고용기, “우리나라 중소 수출기업의 해외바이어 발굴방법과 그 성과에 관한 연구: 대구 경북지역 중소수출기업을 중심으로”, 「국제상학」, 제23권 제1호, 한국국제상학회, 2008, pp.87-104.
- 송균석·남운형·권혁찬, “중소기업지원정책 품질에 대한 수혜자 만족도 분석: 서브퀄(SEVQUAL) 요인을 중심으로”, 「중소기업연구」, 제29권 제2호, 한국중소기업학회, 2007, pp.271-293.
- 윤기창, “태생적 글로벌벤처기업의 글로벌화 정도와 성과에 관한 연구”, 충원대학교대학원 박사학위논문, 2009, p.74.

- 이봉기, “마케팅 환경요인과 마케팅 전략유형이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 - IT 벤처기업을 중심으로”, 중부대학교대학원 박사학위논문, 2003, p.60, p.75.
- 이성봉, “중소기업 해외시장진출 지원 : 필요와 지원 간 차이분석”, 「국제경영연구」, 제18권 제3호, 2007, pp.1-26.
- 정재승, “우리나라 중소기업 수출지원제도의 성과에 관한 실증연구”, 중앙대학교 대학원, 박사학위논문, 2006, p.9.
- 정재휘, “정부의 해외마케팅 지원프로그램인제도 및 이용도의 결정변수와 수출성과에 미치는 영향”, 서강대학교 대학원 석사학위논문, 2009
- 최혁준, “한국중소기업의 인터넷마케팅 수출성과에 관한 연구”, 동국대학교 대학원 박사학위 논문, 2003, pp.45-46.
- 최학수, “수출마케팅 전략과 수출성과와의 결합관계에 관한연구: 한국방위산업을 중심으로”, 목원대학교 대학원 박사학위논문, 2005, p.69.
- 홍성태, “신생글로벌 기업 출현과 점진적 국제화 이론의 재고찰”, 「사회과학연구」, 제11권 제 2호, 상명대학교 사회과학연구소, 2005, pp.375-395.
- 김계수, “AMPS 구조방정식 모형분석”, SPSS아카데미, 2005, pp.345-347.
- 이학식, 마케팅조사, 법문사, 2005, p.330.
- 최이규, 구조방정식 모형, 무역경영사, 2006, p.8.
- 陳靜. <技術創新爲中小企業發展增添動力>. 載<經濟日報>. 2011.01.26.
- 魏國辰, <中小企業管理提升>, 2010, p.10.
- Álvarez, R. Álvarez, Sources of export success in small and medium-sized enterprises: the impact of public programs. *International Business Review*, 13, 2004.
- Balabanis, G. I., “Factors Affecting Export Intermediaries Service Offerings: The British Example”, *Journal of International Business Studies*, 31(1), 2000, pp.83-99.
- Balabanis, G. I, & Katsikea, E. S. “Being an Entrepreneurial Exporter: Does It Pay?”, *International Business Review*, 12(2), 2003, pp.233-252.
- Bilkey, W. J., “Variables Associated with Export Profitability”, *Journal of International Business Studies*, 13(fall), 1982, pp.39-55.
- Burpitt & Rondinelli, W.J Burpitt and D.A Rondinelli, Export decision-making in small firms: The role of learning. *Journal of World Business*, 33, 1998, pp.51-60.
- Covin, J. & Slevin, D. P., “New Venture Strategic Posture, Structure and Performance: An



- Industry Life Cycle Analysis”, *Journal of Business Venturing*, 5(2), 1990, pp.123-135.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P., A conceptual model of entrepreneurship firm behavior. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 16(1), 1991, pp.7-25.
- Dimitratos, P. Lioukas, S. & Carter, S., “The Relationship between Entrepreneurship and International Performance”, *International Business Review*, 13(1), 2004, pp.19-41.
- Freeman, S.; Edwards, R. & Schroder, B., “How Smaller Born-Global Firms Use Networks and Alliances to Overcome Constraints to Rapid Internationalization”, *Journal of International Marketing*, 14(3), 2006, pp.33-63.
- Gencturk E, Kotabe M, “The effect of export assistance program usage on export performance: A contingency explanation”, *Journal of International Marketing* 9, 2001, pp.51-72.
- Kedia ,ben, and Jagdeep Chhokar., “An empirical Investigation of Export. promotion programs”, *columbia journal of world Business*, 1986, 21:13-20.
- Kjell, G. & Tore, L., “Exploring the Impact of Government Export Subsidies”, *European Journal of Marketing*, 17(2), 1983, pp.5-17.
- Knight G, A., “Entrepreneurship and Marketing Strategy: The SME Under Globalization”, *Journal of International Marketing*, 8(2), 2000, pp.12-32.
- Knight G, A. & Cavusgil, S, T., “An Inquiry into Born-Global Firms in Europe and the USA”, *International Business Studies*, 35(2), 2004, pp.124-141.
- Lumpkin, G, T. & Dess, G., “Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance”, *Academy of Management Review*, 21(1), 1996, pp.135-172.
- McDougall, P. P.& Oviatt, B, M., “International Entrepreneurship: The Intersection of Two Research Paths”, *Academy of Management Journal*, 43(5), 2000, pp.902-06.
- McGuiness, N, W. & Little, B., “The Influence of Products Characteristics on the Export Performance of New Industrial Products”, *Journal of Marketing*, 45(1), 1981, pp.110-12.
- Miller, “The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms”, *Management Science*, 29(7), 1983, pp.770-791.
- Morris, M. H. and D. F. Kuratko, *Corporate Entrepreneurship*, (South-Western College Publishers: Mason, Ohio), 2002.
- Porter, M. E., “The Competitive Advantage of Nations,” *Harvard Business Review*, 68(2), 1990, pp.73-93.

Shrader, R. C., "Collaboration and Performance in Foreign Markets: The Case of Young High-Technology Manufacturing Firms", *Academy of Management Journal*, 44(1), 2001, pp.45-60.

Wilkinson, T. J. and Brouters, L. E., "An Evaluation of State Sponsored Promotion Program", *Journal of Business Research*, 47(3), 2000, pp.229-236.

Wilkinson, T. J. and Brouters, L. E., "Trade Promotion and SME Export Performance", *International Business Review*, Vol. 15(3), 2006, pp.233-252.

## ABSTRACT

## A Study on the Factors Affecting the Global Performance in Chinese Small and Medium Sized Enterprises

Jun-Jian, Li · Tae-In, Kim

In the development process, small and medium-sized enterprises in China have shown their unique features and regularities which are closely related to China's national condition and economic characteristics. But in 2008, because of the global financial crisis which started in the USA, the rate of Chinese export and the rate of economic growth has evidently slowed. Due to shortage of funds, foreign orders fell, increase the value of RMB, lack of talented factors, Chinese SMEs are facing bankruptcy.

In this context, the purpose of this study is to examine the effects of domestic and international market environment, the government assistance for entering overseas market, entrepreneur characteristics, etc. on the global performance. Based on these, a research model and some hypotheses were set up and tested by the multiple regression analysis with total 317 effective survey data. The results of this paper are as follows.

First, a positive effect relation on the financial performance was shown for the companies with high domestic and international market environment in the aspect of market environment. According to such analysis result, it was found that the market environment in which SMEs belong to is a very important factor.

Second, in the aspect of government export assistance related to overseas, market development showed a positive effect relation on the both financial and non-financial performance. However, the direct financial assistance showed a positive effect relation only on the non-financial performance. Overall, it was found that the government assistance program on entering overseas market is having significant effects on SMEs, but direct financial assistance have not achieved the

desired results.

Third, the innovative-ness and progressiveness of entrepreneur showed a positive effect relation on the global market performance. However, the risk-taking of entrepreneur only showed a negative effect relation on the non-financial performance. Overall, it was found that the entrepreneurship of SMEs is an important and influential factor. This is a result implying that the propensity of taking too much risk is not desirable based on the uncertainty of the global environment market.

To sum up, this study confirmed that the market environment, the government assistance and entrepreneur characteristics, which are the major prerequisites of global performance, have effects on global performance.

**Key Words** : SMEs, Market Environment, Government Assistance, Entrepreneur Characteristics, global performance