

수출마케팅 활동을 중심으로 하는 벤처 비즈니스 성공요인에 관한 실증적 연구

김형준* · 김병찬*

*서일대학교 산업시스템경영과

A Study on the Influence that Factors for Venture Success Have on Business Performance -Focus on Export Marketing-

Hyung-Jun Kim* · Byeong-Chan Kim*

*Dept. of Industrial System Management, Seoil University

Abstract

The purpose of this study is to examine the influence that factors for a successful venture have on business performance. To fulfill this goal, factors for a successful venture are presupposed as the four elements of business creator, technological innovation, type of strategy, and organization, while business performance is set as subordinate variable, with a view to creating a model and establishing a hypothesis for a positive analysis.

Data collection for the positive analysis was conducted using a questionnaire, and as for sampling, of the companies located in Seoul and greater metropolitan region and registered with Small and Medium Business Administration as of late December 2012, 98 companies have been selected for the final data.

And I have come up with the two following results.

First, factors for venture success have all proven to exercise statistically significant influence on business performance.

Second, of all factors for venture success, business creator and technological innovation exercise huge influence on business performance, as compared to the other factors.

From these two conclusions, it is understood that to upgrade business performance of a venture, business creator and technological innovation should be given priority over the other factors.

Keywords : Factors For Venture Business, Business Performance, Technological Innovation

† 본 연구는 2012년도 서일대학교 학술연구비 지원에 의해 연구되었음.

† Corresponding Author : Hyung-Jun Kim, Dept. of Industrial System Management, 28, Yongmasan-ro 90-gil, Jungnang-gu, Seoul

M · P: 010-8780-1552, E-mail : hjkim28@seoil.ac.kr

Received January 20, 2014; Revision Received March 17, 2014; Accepted March 17, 2014.

1. 서 론

1.1 연구의 배경과 목적

1990년대 중반이후 우리나라에 처음 벤처기업이 형성되어 정착된 이후 다양한 측면에서 큰 영향을 많이 미쳤다. 이 즈음에 국내 벤처기업의 특성과 성공요인에 대한 이론적, 실증적 연구가 다각적으로 이루어졌다.(조형래, 1994 ; 양현봉·주현·조영삼, 1998 ; 김홍범, 1998).

이러한 초기 연구결과들은 국내 벤처기업의 조직, 특성, 그리고 벤처기업의 성과에 미치는 영향요인 등을 규명하는 데는 기여하였으나, 한편으로 수출지원에서의 측면, 벤처기업의 기술/인력 측면, 자금조달 측면에서는 뚜렷한 연구가 진행되지 못하였다.

오늘날 벤처산업의 거품붕괴와 코스닥시장의 침체로 인한 자금조달의 애로 등으로 우리나라 벤처기업의 수는 2012년 연말 기준 3만 여개에 육박하고 있지만, 20~30대 청년 벤처기업 최고경영자(CEO) 비중은 지속 감소하는 추세다.(ZD Net Korea, 2013) 이는 창업과 경영에 대한 노하우가 부족하고 실패 시에 모든 것을 잃는다는 위기감과 실패를 용인치 않는 사회적 분위기가 작용한 결과로 볼 수 있다. 이러한 벤처산업의 위기론에도 불구하고 세계시장을 상대로 그 가능성을 시험하고 있는 벤처기업의 수는 계속 증가하고 있다는 점이다. 이는 시중의 우려와는 달리 우리 벤처산업이 건강하고 도전적이며, 한편으로 벤처기업들의 빠른 수출 신장세로 인해 장래에 우리 경제의 수출을 주도하고, 나아가 성장의 견인차 역할을 할 수 있는 대안으로서의 가능성을 보여 주고 있다는 점이다.

최근 우리나라 전체중소기업의 수출증가율은 2011년 3%에서 지난해 0.4%로 하락하였으며, 2012년 수출증가율은 1분기에 크게 증가하였으나 하반기에는 전반기에 비해 둔화세를 보이고 있다.(지식경제부, 2012).



[Figure 1] the rate of export increase

이러한 환경에서 특히 현 정부의 정책이 새로운 성장패도로 올릴 수 있는 실물경제의 비전을 마련하기 위한 대안으로 벤처산업이 수출주도산업으로 성장할 수 있는 대안으로 인식하고, 미래 과학부가 벤처 1세대의 경험을 청년창업지원에 활용하려는 의미는 벤처산업에 새로운 모멘트로 작용하고 있다고 볼 수 있다. 이러한 맥락에서 수출 마케팅 활동을 중심으로 하여 벤처 비즈니스 성공요인에 관한 실증적 연구의 필요성을 제기하며, 이를 본 연구의 목적으로 설정하였다. 이를 위해 다음과 같은 두 가지 과제를 수행하였다.

첫째, 수출 마케팅 활동을 중심으로 하는 벤처 비즈니스 성공요인을 선행연구를 중심으로 그 내용을 고찰한다.

둘째, 수출을 중심으로 하는 벤처 비즈니스 성공요인 중 어떤 요소가 우선적으로 경영성과에 영향을 미치는가를 실증적으로 분석한다.

이러한 결과는 수출 마케팅 활동을 중심으로 하는 벤처 비즈니스의 중·장기 전략 시에 유용한 자료로 사용될 수 있으며, 아울러 벤처기업의 경영성과 향상요인을 고려하고자 할 때 구체적인 가이드라인이 될 수 있다고 생각된다.

1.2 연구의 범위와 방법

본 연구의 목적을 달성하기 위한 연구방법으로 문헌 연구와 설문조사를 통한 실증적 분석을 실시하였다. 먼저 이론적 배경으로 벤처 비즈니스의 개념과 특성, 벤처기업의 성공요인을 문헌연구와 선행연구들을 기초로 고찰하였다. 그 다음으로 이러한 이론적 배경과 선행연구를 바탕으로 연구모형을 구축하였고, 구축된 모형에 의해 가설을 설정한 후 조사설계의 방법에 따라 단계적인 통계처리를 실시하여 가설을 검증하였다.

실증적 분석을 위한 자료수집은 '설문에 의한 질문지 (Questionnaire) 방법'에 의해 이루어졌다. 표본설정은 서울 및 수도권에 소재한 벤처기업으로 2012년 12월말 기준의 중소기업청에서 등록되어있는 업체를 대상으로 하되, 수출중심의 기업을 대상으로 하였다.

2. 이론적 고찰

2.1 벤처기업의 개념과 특성

2.1.1 벤처기업의 개념

벤처기업에 대하여 학문적인 발전은 나라마다 다른데, 미국은 1970년대, 일본은 1980년대, 그리고 우리나라에서는 1990년대 후반으로 볼 수 있다. 1970년대 중반이후 미국을 중심으로 Venture Business, High Tech

<Table 1> 벤처기업의 성공요인

연구자	성공요인(환경변수)	연구결과
Hofer & Sandberg (1987)	산업영역, 발전단계, 산업구조, 산업불균형, 진입 장벽	산업의 진입장벽, 불균형, 진화단계 등이 성과에 영향을 미침.
Roure & Madique (1987)	산업 성장률, 추정시장, 점유율, 구매자 집중도, 경쟁도	목표시장의 점유율과 구매자 집중도는 높고, 산업내의 경쟁강도가 낮을 때 성과가 높음.
MacMillan & Day (1987)	경쟁자의 수, 관료구조, 경쟁자에 대한 의존, 수명주기, 고객의 수	경쟁자의 관료적 구조는 벤처 기업의 성과에 정(+)의 영향을 미치고 나머지는 부(-)의 영향을 미침
Tsui et al. (1991)	환경의 풍부성, 적대성	시장점유율에는 유의한 정(+)의 영향을 미치지만, 투자수익률에 대해서는 별 영향을 미치지 못함.
Chandler & Hanks (1993)	환경의 이질성, 적대성, 경쟁의 강도	환경의 이질성과 경쟁의 강도는 벤처기업 성과에 부(-)의 영향 미침.

-nology Business, NTBF(New Technology-Based Firm), Risky Business, High-Tech Business, 등으로 인식되는 벤처기업이라는 용어는 다양하게 사용되고 있는데, 우리나라는 ‘모험기업’, ‘기술집약적 기업으로서 모험기업’, ‘연구개발형 모험기업’ 등 다양하게 부르고 있다.

벤처기업은 정의는 나라마다 정책목적에 따라 다소 다를 수 있는데 일반적으로 첨단기술과 아이디어를 개발하여 사업에 도전하는 창조적인 중소기업을 말한다. 또 다른 정의로 개인 또는 소수의 창업인이 위험성은 크지만 성공할 경우 높은 기대수익이 예상되는 신기술과 아이디어를 독자적인 기반 위에서 사업화하려는 신생중소기업으로도 정의할 수 있다. 한편, 벤처기업 육성에 관한 특별조치법에서 ‘중소기업 창업투자회사, 신기술사업금융업자의 투자총액이 당해 기업 자본금의 100분의 20이상이거나 주식인수총액이 당해 기업 자본금의 100분의 10이상인 기업’이거나 ‘총 매출액에 대한 연구개발비의 비율이 100분의 5이상인 기업’, ‘특허권, 실용신안권 또는 의장권을 주된 부분으로 사업화하는 기업’, ‘기술개발사업의 성과 등을 이용하여 생산한 제품의 연간 매출액이 당해기업 연간 총매출액의 100분의 50이상인 기업’으로 정의하고 있다(벤처기업육성에 관한 특별조치법, 1997).

2.1.2 벤처기업의 특성

벤처기업은 먼저 위험부담이 크다. 벤처기업은 소수의 기술 창업자가 기술혁신의 아이디어를 상업화하기 위해 설립한 신생 기업의 경우가 많으며, 무엇보다도 위험부담은 높으며, 한편으로 성공할 경우 높은 기대이

익이 예상되는 특징이 있다. 따라서 벤처기업은 하이테크를 기반으로 하는 기업의 경우 다른 중소기업에 비해 실패의 확률이 낮지만(Bruno & Tyebjee, 1985), 많은 초기 벤처기업의 경우 사업개시 1년 내 생존가능성은 약 30%에 불과한 것으로 나타나고 있다.(Maier & Walker, 1987). 그 다음으로 첨단기술을 전제로 한다. 벤처기업은 첨단기술 산업을 중심으로 신제품의 개발과 혁신을 통해 고수익을 달성하는 데 있다. 이 외에도 벤처기업은 창조, 혁신, 모험, 불확실성 등의 특징을 가지면서 새로운 도전과 결합을 창조하는 기업이 정신을 바탕으로, 국가경제에 있어 수출, 연구개발, 혁신 등의 다양한 측면에서 많은 기여를 하고 있다.(Bollinger, Hope & Utterback 1983).

2.2 벤처기업의 성공요인

벤처비즈니스 성공요인은 개별 성과요인별로 구분하는 경우도 있으며, 내부요인과 외부요인, 기업내 창업과 기업의 창업 등의 범주별로 구분하는 경우도 있다. (조한국·원성수, 2008)<Table 1> 본 연구에서는 기존의 선행연구(윤종록·김형철·김광숙, 2008)를 기초로 하여 창업자 특성, 기술혁신 특성, 전략적 특성, 조직특성으로 구분하였다.

2.1.1 창업가특성

초기 벤처기업의 성공요인으로 창업가 측면에서 창업가의 특성과 벤처기업의 성과와의 상관관계에 관한 연구가 주류를 이루었다. 창업가 특성은 창업가의 ‘창

업의도', '성취욕구'라는 심리적인 특성과 관리자로서의 일반적인 능력, 그리고 기타 해당산업 대한 경험/기술력 등 전문적 능력 등의 창업자의 태도를 경영성과의 주요 변인으로 설정하고 있다.

먼저 창업의도는 Van Gelderen, Brand, Van Pragg, Bodewes, Poutsma, and Van Gils(2008)와 Schwarz, Almer-Jarz, and Breitenecker(2009)에 의하면 새로운 조직을 설립하기 위한 기본적인 의사결정과 행위를 형성한다는 이유로 창업가 특성 중 가장 핵심적인 개념으로 간주하고 있다. 이러한 측면은 창업가의 창업의사결정을 중시한 것으로 사업개시 전에 미리 치밀하게 계획되고 준비된 행동으로 미래에 새로운 기업을 창업하기 위한 창업의도에 해당되는 내용이다. 창업의도를 구체적으로 세분하여 볼 때 창업의도는 성취욕구와 관련되어 창업자의 창업 가망성과 타당성에 따라 변화할 수 있다(Fitzsimmons and Douglas, 2011).

2.1.2 기술혁신특성

기술혁신은 기술지향성을 기초로 하여 신제품 개발에 사용되는 기술적 바탕을 지속적으로 확보하는 역량을 의미한다. Jeong et al.(2006)은 기술혁신으로 인해 기술지향성이 높은 기업은 기술적으로 뛰어난 제품들은 개발하기 위해 기업의 다양한 기술자원을 사용하여 혁신적이고 보다 뛰어난 제품을 시장에 출시하게 되는데, 이는 경쟁사에 의해 쉽게 복제될 수 없는 기술적 요소이어서 경쟁우위는 물론 경영성과를 가져오게 하는 잠재적 원천이 되고 있다.

한편, 기술혁신 지향성은 새로운 제품 또는 서비스를 제공하여 시장진입을 쉽게 하고, 나아가 기술적 혁신에 앞장서는 선도적 지위를 가지게 해 준다(Deshpande et al., 1993).

또한 Gatignon and Xuereb(1997)은 기술지향적 기업일수록 획기적 신제품을 개발할 가능성이 크다고 지적하고 있으며, 아울러 기술전문가를 많이 보유한 기업일수록 공정혁신을 이룰 수 있는 가능성이 높다고 주장하고 있다.

2.1.3 전략유형특성

기업의 경쟁적 전략유형은 저원가전략, 차별화전략, 집중화전략으로 분류할 수 있다. 제품의 차별화전략을 위한 가격선택의 의사결정은 시장수요와 산업경쟁구도에 영향을 미쳐 결과적으로 원가구조를 변화시키는 저원가전략을 가져오게 한다. 이러한 근본적인 이유는 차별화 전략이 비용이 많이 들기 때문에 품질향상이나 서비스 수준을 높이려면 자원에 대한 부가적인 지출이 요구되므로 제품차별화를 위한 의사결정은 마지막에

기업의 원가구조를 변화시키게 된다.(김형준, 김혜정, 2008) Miller and Friesen(1986)의 연구에서는 기업이 차별화전략을 저원가전략과 동시에 구사할 수 있다는 것을 제시하였는데, 특히 오늘날 인터넷 기반기술을 통해 차별화전략과 저원가전략을 통합할 경우 경쟁사가 모방하기 어려운 전략을 구사할 수 있다고 주장하고 있다. 한편, e-비즈니스를 활용한 경쟁전략에 관한 연구에서는 기업이 e-비즈니스를 활용하여 차별화전략과 저원가전략을 동시에 활용함으로써 보다 더 높은 경쟁우위를 확보할 수 있다고 제시하고 있다(Krell and Gale, 2005, Lumpkin et al., 2002).

2.1.4 조직특성

대기업에 비해 벤처기업은 경영자나 구성원 자신이 스스로 기업에 대해 자부심을 갖게 되고, 또한 중요한 인적자원이라고 느끼도록 형성된 조직 문화가 대기업과 직접 경쟁할 수 있는 강점이 될 수 있으며, 벤처기업의 인적, 물적자원이 절대적으로 부족하여 무엇보다도 구성원의 잠재력을 최대한 활용함으로써 경영성과와 직결된다고 할 수 있다.(Cooper et al, 1986). 또한 국내 벤처기업의 조직특성은 부서 간에 명확한 구분 없이 팀 단위로 편성되어 운영하는 경우가 많고, 계층구조가 간단하고, 의사결정단계에서 분권화된 구조를 가짐으로써 신속한 의사결정을 이루는 것으로 나타났다(장수덕, 2007).

3. 연구모형 및 가설

3.1 연구모형의 구축

본 연구는 수출 마케팅 활동을 중심으로 벤처 비즈니스 성공요인에 관한 실증적 연구를 고찰하기 위해 Lumpkin et al.(2002), Cooper et al.(1986) 등의 선행연구의 내용을 기초로 연구의 모형을 설정하였다.<Fig. 2> 이때 본 모형의 독립변수는 창업자특성, 기술혁신특성, 전략유형특성, 조직특성으로 정하고, 종속변수는 경영성과로 정하였다.

3.2 연구가설의 설정

3.2.1 창업자특성과 경영성과

창업자특성으로 심리적 요인 중 '성취욕구'는 창업자의 선구자적 역할로 인해 성취욕구가 높을수록 경영성과는 높을 것으로 주장하고 있으나, 한편으로 창업자의 성취욕

구가 경영성과와는 유의하지 않은 연구결과를 제시하는 경우도 있다.(Begley & Boyd) 그러나 일반적인 다른 선행연구(Cooper et al, 1986)의 경우처럼 높은 수익을 달성하는 소수의 성공적인 벤처비즈니스 경우를 보면 위험을 회피하려 하기보다는 성취욕구를 통해 이를 정면으로 맞서 경영성과를 달성하는 경우가 많다. 실제로 대부분의 벤처기업의 핵심 제품들은 기술혁신 제품의 특성을 가지고 있어 기술적 위험성을 그 자체 존재하고 있으나, 창업자의 성취욕구가 우선일 수 있다. 따라서 본 연구에서는 창업자특성을 '창업의도'와 '성취욕구'로 조작적 정의로 설정하고 다음과 같은 가설을 도출하였다.

가설 1 : 창업자특성은 경영성과에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

3.1.2 기술혁신특성과 경영성과

벤처기업은 해당 기업이 보유하고 있는 기술자원 즉, 신규기술 또는 첨단기술과 관련된 우수한 기술능력을 확보함으로써 기업이 경쟁우위를 달성하고 유지하는 데 있어서 핵심적인 역할을 담당하고 있다. 즉, 기업이 현재 보유하고 있는 기술역량과 자원은 신제품을 개발시 중요한 요인이 될 수 있으며, 이와 더불어 기술지향적인 기업문화가 동시에 창달되어야 한다.(Cooper, 2000) 기술혁신을 위해 기술지향성을 추구하는 기업은 소비자의 다양한 욕구를 충족시키기 위해 새로운 기술적 해결안을 구축하는 되는데, 이때 기술지식을 활용해야 한다(Gatignon and Xuereb, 1997). 이와 같이 기술혁신의 중요성으로 인해 성공한 벤처기업과 실패한 벤처기업을 구분 지을 수 있으며, 이에 기술혁신의 특성이 여러 선행연구에서도 경영성과와 관련성을 지지하고 있다.(MacMillan, Zeman & Subba Narasimaha, 1987) 따라서 기술혁신은 벤처기업의 성장이나 수익과 직결되는 것이라 할 수 있다. 이에 본 연구에서는 기술혁신특성을 '제품혁신'과 '공정혁신'으로 조작적 정의로 설정하고 다음과 같은 가설을 도출하였다.

가설 2 : 기술혁신특성은 경영성과에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

3.1.3 전략유형특성과 경영성과

기업의 경쟁전략은 경영성과를 결정하는 데 중요한 요인이 될 수 있는데, 특히 인터넷 기반기술은 비용을 최소화할 수 있는 새로운 방법을 제공함으로써 저원가전략을 통해 경쟁우위를 달성할 수 있고, 고객에게 차별화된 제품 및 서비스를 제공함으로써 경영성과를 가져올 수 있다.(손주선, 2000; 문영자, 2002; 박용재, 2006)

그리고 Wang and Ang(2004)은 싱가포르 벤처기업의 성과를 결정하는 요인에 대한 실증적 연구에서 혁신전략, 품질전략, 저원가전략 가운데 품질전략이 기업의 성장성 성과에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한편, Lai and Wong(2005)의 연구에서도 e-전략마케팅 전략과 비용절감 전략이 기업성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구는 이러한 관점에서 전략유형특성을 '차별화전략', '원가우위전략', '집중화전략'으로 조작적 정의를 설정하고, 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 3 : 전략유형특성은 경영성과에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

3.1.4 조직특성과 경영성과

벤처기업의 조직특성은 경영성과 달성에 주요한 변인이 되고 있다. 하지만 벤처기업은 반드시 어떤 특정한 조직특성이 벤처기업의 성장에 긍정적인 영향을 미친다고는 볼 수 없다. 이에 대하여 장수덕(2007)은 벤처기업의 조직특성과 경영성과와의 관련성을 실증적으로 분석한 결과 계층수가 많을수록 경영성과는 부정적 영향을 미치며, 분권화 구조에서 작은 계층은 오히려 긍정적 요인으로 작용하고 있다. 이러한 관점에서 본 연구는 조직의 특성을 '조직구성'과 '조직문화'로 조작적 정의를 설정하고, 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 4 : 조직특성은 경영성과에 유의적인 영향을 미칠 것이다.

3.3 변수의 개념적 정의

수출 마케팅 활동을 중심으로 하는 벤처 비즈니스 성공요인에 관한 실증적 연구를 위해 먼저 독립변수로 창업자특성, 기술혁신특성, 전략유형특성, 조직특성으로 정하고, 이들 요소에 대한 조작적 정의는 선행연구를 기초로 하였다.

<Table 2> The factors for venture success have on business performance

변수		조작적 정의	문항 수	관련연구	척도
독립 변수	창업가 특성(A)	창업의도(A1)	2	McClelland(1961), Sexton & miner(1984). Cooper et al.(1986), 이장우(1997)	리커트 7점척 도
		성취욕구(A2)			
	기술혁신 특성(B)	제품혁신(B1)	2	, MacMillan, Zeman & Subba Narasimaha(1987), Gatignon and Xuereb(1997),Cooper(2000)	
		공정혁신(B2)			
	전략유형 특성(C)	차별화 전략(C1)	3	Lumpkin et al.(2002), Wang and Ang(2004), 손주선(2000), 문영자(2002), 박용재(2006)	
		원가우위전략(C2)			
집중화전략(C3)					
조직적 특성(D)	조직구성(D1)	2	Baum(1995), 장수덕, 이장우(1998)		
	조직문화(D2)				
종속 변수	경영성과(E)	성장성(E1)	2	Zahar(1996)	
		수익성(E2)			

<Table 3> The characteristics of the sample

/	세부항목	빈도(%)	/	세부항목	빈도(%)
성별	남자	92(99.9)	창업기간	1년 미만	1(1.0)
	여자	6(6.1)		1-3년 미만	33(33.7)
연령	25살	0(0.0)		3-5년 미만	25(25.5)
	26-35살	19(19.4)		5년 이상	39(39.8)
	36-45살	43(43.9)	종업원수	5명 이하	30(30.6)
	46-55살	25(25.5)		6-10명	32(32.7)
56살 이상	11(11.2)	11-30명		19(19.4)	
학력	고등학교 졸업	3(3.1)		31-100명	10(10.2)
	전문대학 졸업	18(18.3)	101명 이상	7(7.1)	
	대학교 졸업	47(48.0)	자본금	5천-1억원 미만	29(29.6)
	대학원 졸업	30(30.6)		1억-5억원	41(41.8)
업종	제조업	40(40.8)		6억-10억원	11(11.2)
	정보(인터넷)/ 소프트웨어	25(25.5)		11억-50억	8(8.2)
	R&D(연구개발)	14(14.3)	51억 이상	9(9.2)	
	기타	19(19.4)			

한편, 종속변수가 되는 경영성과는 일반적으로 재무적 지표와 비재무적 지표로 나눌 수 있다. 먼저 벤처기업의 경우 경영성과를 단일지표인 매출액증가율, 경상이익률, 수출증가율, 고용증가율 등에서 이를 재무적 지표로 사용하지 않은데, 그 이유는 벤처기업의 경우 단일항목으로 측정하기는 어렵기 때문이며, 특히 벤처기업은 성장단계마다 경영성과가 다르게 측정되어야 하기 때문이다 (Zahar, 1996). 하지만 재무적 지표는 초창기 단계에서

적절하지 않으나 성장단계 이후에 적절할 수 있으며, 재무적인 지표에서 나타나지 않은 측정요인을 보충하여 주기도 한다. 이와는 달리 협의의 경영성과를 기준으로 마케팅 경쟁력과 마케팅 경영성과로 설정하는 경우도 있으며(이재학, 김인규, 이미순, 박철, 2011), 매출액 성장률과 같은 객관적 지표를 사용하는 경우도 있다.(장수덕, 2007) 벤처 비즈니스 성공요인 및 경영성과에 대한 조작적 개념은 <Table 2>와 같다.

4. 실증분석

4.1 자료수집과 표본설정

표본설정은 서울 및 수도권에 소재한 벤처기업으로 2012년 12월말 기준의 중소기업청에서 등록되어있는 업체로 총 수출액이 매출액의 50%를 넘는 기업을 대상으로 하였다. 설문지 조사내용은 표본의 성별, 연령별, 학력별, 업종별, 창업기간 등의 인구통계학적인 측면에서 5개 문항의 기본조사와 연구의 핵심인 본조사로 나누어 실시하였다. 본 조사는 연구모형에 나타난 벤처비즈니스 성공요인에 해당되는 독립변수와 경영성과에 해당되는 종속변수와 관련된 문항으로 모두 11개 문항으로 이루어졌으며, 설문지 전체의 문항은 총 16개 문항으로 구성하였다.

설문조사의 척도는 리커트 5점 척도 대신에 리커트 7점 척도를 이용하였는데, 이는 설문자의 평가기준 차이로 인한 편의(bias)를 가급적 줄이기 위함이었다.

설문지 기입은 창업자가 직접 작성하는 자기기입법에 의한 방법을 원칙으로 하되, 부득이한 경우 임원이

나 이사가 기입하는 방법을 선행연구의 자료수집 방법을 준용하였다.(원종화, 이도화, 2001) 이러한 방법은 성장성과 수익성에 대한 개괄적 파악이 용이하기 때문으로 생각된다.

자료의 수집기간은 2013.8.17.~2013.9.4까지 18일간이었으며, 수집된 자료는 108개로 집계되었으나, 내용이 불충분한 10개를 제외한 98개를 최종자료로 사용하였다. 자료분석은 실증적 분석시 요구되는 요인분석, 신뢰도분석, 상관분석, 다중회귀분석을 실시하였으며, 이용된 통계분석 도구는 'SPSS Win. 11.5'을 이용하였다.

4.2. 표본의 특성

표본의 특성에서 먼저 성별의 경우 남성이 92명(93.9%), 여성이 6명(6.1%)으로 남성이 여성보다 87.8% 높게 나타났다. 연령별에서는 36-45살이 43명(43.9%)으로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 46-55살(25.5%), 26-35살(19.4%)의 순으로 나타났다. 그리고 학력별 구분의 경우 대학교 졸업이 48.0%로 가장 높으며, 업종별 경우에는 제조업이 40.8%로 가장 높게 나타났다.

<Table 4> Factor analysis of variables and Reliability analysis

변수		요인 1	요인 2	요인 3	요인 4	크론바하 α
전략유형 특성(C)	C1	.882	-.034	.197	.035	.840
	C3	.862	-.129	-.133	.033	
	C2	.860	.312	-.010	.023	
창업자 특성(A)	A1	.172	.918	.022	.030	.833
	A2	-.114	.906	.113	.170	
기술혁신특성(B)	B1	.047	.005	.921	.076	.816
	B2	-.013	.126	.888	.180	
조직적 특성(D)	D1	.061	.039	.074	.898	.748
	D2	.010	.146	.174	.859	
Eigen Value		2.307	1.817	1.741	1.616	
분산율(%)		25.636	20.192	19.345	17.960	
누적분산율(%)		25.636	45.827	65.173	83.132	

<Table 5> The correlation between variables

/	k1	k2	k3	k4	종속
창업자 특성	1				
기술혁신 특성	.149**	1			
전략유형 특성	.174**	.176**	1		
조직적 특성	.234**	.215**	.282**	1	
경영성과	.420**	.250**	.216**	.197**	1

*. 상관계수는0.05 수준(양쪽)에서 유의.**. 상관계수는0.01 수준(양쪽)에서 유의.

<Table 6> the success factors of venture business and regression analysis with business performance

/	비표준화 계수		표준화 계수	t-value	유의 확률(Sig.)	공선성 통계량	
	B	표준오차	베타			공차	VIF
(constant)	-.039	.210		-.187	.852		
창업자특성	.431	.045	.427	9.565	.000***	.739	1.353
기술혁신특성	.343	.048	.320	7.137	.000***	.733	1.364
조직특성	.153	.044	.153	3.468	.001**	.758	1.319
전략유형특성	.097	.040	.098	2.454	.015*	.920	1.087
Adj. R ²				.526			
F-value				83.859			
Sig.				.000***			

* p<0.5, **p<0.01, *** p<0.001

창업기간에서는 5년이상(39.8%), 1-3년미만(33.7%), 3-5년미만(25.5%)의 순서로 나타났으며, 종업원 수에서는 6-10명(32.7%), 5명이하(30.6%), 11-30명(19.4%)의 순서로 나타났다. 마지막으로 자본금 크기에서 1억-5억원이 41.8%로 가장 높고, 그 다음으로 5천-1억원 미만(29.6%), 6억-10억원(11.2%)의 순서로 나타났다.<Table 3>

이상의 인구통계학적 분표를 기초로 본 연구의 대상 기업의 특성은 서울, 수도권 소재 벤처기업의 경우 36-45살 남성위주의 대졸의 학력을 가진 제조업 중심으로 볼 수 있다. 또한 창업기간의 경우 1-3년 미만으로 종업원 수 6-10명, 그리고 자본금의 경우 1억-5억원의 규모로 특정 지을 수 있다고 볼 수 있다.

4.2 요인분석과 신뢰도분석

변수의 요인분석은 공통의 속성을 가진 요인으로 묶어냄으로써 불필요한 변수를 제거하고 측정항목의 타당성을 평가하기 위한 통계적 기법이다.(김계수, 2004) 본 연구에서 요인분석은 회전방법으로 직각회전(Orthogonal Rotation) 방식을 선택했으며, 직각회전에서 베리맥스(Varimax) 방식을 선택했다. 독립변수의 요인분석 결과 초기에 예상한 대로 요인이 4개의 영역으로 구성되었는데, 이러한 결과는 변수의 개념적 정의를 참고한 선행연구의 결과로 생각된다. <Table 4>에서 누적분산율이 83.132%로 제시되고 있는데, 이는 4개 요인이 전체 변량의 83.132%를 설명하고 있다는 것을 나타내고 있다. 그리고 각 요인과 문항간의 상관정도인 요인적재치(Factor Loading)가 요인별로 0.5이상으로 나타나고 있다.

요인적재치의 크기가 어느 정도 되어야 유의한 변수로 채택할 수 있는지를 결정하는 절대적인 기준은 없으나, 일반적으로 요인적재치가 0.5가 넘으면 중요한

변수로 해석할 수 있다.(채서일, 1990) 본 연구에 있어서 4개 요인에서 요인적재치가 모두 0.5이상으로 나타남으로써 요인에서 타당성이 있다고 볼 수 있다. 신뢰도분석은 설문항목들 간의 내적 일관성을 측정하기 위해 크론바하 알파(α) 값을 사용하였다. 이 계수는 0에서 1까지의 값을 가지며, 높을수록 좋으나 특정 수치를 기준으로 삼지 않는다. 보통 0.6이상이면 바람직하다고 간주하고 있다.(채서일, 2001) 본 연구에서 신뢰도분석 결과 이 값들이 모두 0.6이상으로 나타나고 있어 각 변수들의 설문항목들은 만족할만한 신뢰를 갖고 있는 것으로 판단된다.

4.3 상관관계분석

본 연구에서 상관분석은 피어슨 상관계수를 이용하여 분석하였다. 먼저 4개의 독립변수와 종속변수와의 상관관계를 분석한 결과 ‘창업자특성’과 ‘경영성과’ 간에 0.420의 높은 상관관계를 보이고 있으며, 독립변수들 간의 관계는 비교적 높은 상관관계로 나타났으며, 또한 유의한 상관관계로 나타났다.<Table 5>

4.4 가설검정과 해석

본 연구의 가설은 “벤처 비즈니스 성공요인은 경영성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.”의 검증결과 설정된 회귀모형에 대한 조정된 설명력(Adj. R²)은 52.6%로 나타났으며, 회귀모형에 대한 통계적 유의성을 검증하는 F통계량은 83.859로 회귀모형은 유의수준 p<0.001에서 통계적으로 유의하다고 판단할 수 있다.

<Table 6>에서 개별 독립변수에 대한 통계적 유의성의 결과를 보면 창업자특성(가설1), 기술혁신특성(가설2), 전략유형특성(가설3), 조직특성(가설4) 요인은 별

도로 제시된 유의수준에서 통계적으로 모두 유의하게 나타남에 따라 이들 요인은 전체적으로 경영성과에 영향을 미치고 있다고 판단된다. 그리고 벤처비즈니스의 개별 요인들이 경영성과에 미치는 상대적 영향력을 파악하기 위해 각 요소들의 표준화 계수(β)의 크기를 비교했을 때 '창업자특성' 요인이 0.427로 가장 크게 나타났으며, 그 다음으로 '기술혁신특성'(0.320), '조직특성'(0.153), '전략유형특성'(0.098)의 순서로 나타나고 있다. 이러한 결과를 고려한다면 '창업자특성' 요인과 '기술혁신특성' 요인이 타 요인에 비해 상대적으로 경영성과에 크게 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 따라서 벤처 비즈니스의 경영성과를 제고시키기 위해서는 '창업자특성' 요인과 '기술혁신특성' 요인을 다른 요인보다 우선적으로 고려해야 함을 알 수 있다. 마지막으로 독립변수 간의 상관관계를 파악하는 분산팽창계수(VIF)를 통해 다중공선성을 조사한 결과 10이상으로 기준을 삼을 때 가장 큰 값이 1.364로 나타남으로써 다중공선성을 의심할 수준은 아닌 것으로 나타났다.

5. 결론

본 연구의 목적은 벤처 비즈니스 성공요인이 경영성과에 미치는 영향력을 고찰하는 데 있다. 이러한 목적을 달성하기 위해 벤처 비즈니스 성공요인을 창업자특성, 기술혁신특성, 전략유형특성, 조직특성의 4개 요소를 독립변수로 정하고, 경영성과를 종속변수로 정하여 모형을 구축하고 가설을 설정하여 이를 실증적으로 분석하였다.

다음과 같은 두 가지 결과를 얻었다.

첫째, 벤처 비즈니스 성공요인들은 모두 경영성과에 통계적으로 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 벤처 비즈니스 성공요인들 중에서 '창업자특성' 요인과 '기술혁신특성' 요인이 타 요인에 비해 상대적으로 경영성과에 크게 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.

이상의 두 가지 결론을 통해 벤처 비즈니스의 경영성과를 제고시키기 위해서는 '창업자특성' 요인과 '기술혁신특성' 요인을 다른 요인보다 우선적으로 고려해야 함을 알 수 있다. 이러한 결과는 수출 마케팅 활동을 중심으로 하는 벤처 비즈니스의 중·장기 전략 수립 시에 유용한 자료로 사용될 수 있으며, 아울러 벤처기업의 경영성과 향상요인을 고려하고자 할 때 구체적인 가이드라인이 될 수 있다고 생각된다. 다만 조사대상 표본수의 제약과 경영성과의 재무적 지표의 미비로 인해 본 연구의 결과를 모든 벤처기업의 결과로 일반화하는 데 한계점이 있다.

6. References

- [1] 김계수(2004), 「AMOS 구조방정식 모형분석」, SPSS 아카데미 : 189.
- [2] 김형준, 김해정(2008), 「전략경영론, 형설출판사」, : 148-149
- [3] 김홍범(1998), "한국벤처기업의 성공전략과 성공요인에 관한 문헌연구", 벤처경영연구, 1(2) : 97-127.
- [4] 문영자(2000), "e-비즈니스 전략과 기업성과간 IS 성숙도의 조절효과에 관한 연구", 제주대학교 대학원 박사학위논문.
- [5] 박용재(2006), "e-비즈니스 발전단계에 따른 경쟁전략과 e-비즈니스 성과와의 관련성 분석", 경북대학교 대학원, 박사학위논문, 2006.
- [6] 벤처기업육성에 관한 특별조치법, 1997
- [7] 손주선(2000), "e-비즈니스 경영전략에 관한 연구", 건국대학교 대학원, 박사학위논문.
- [8] 양영익 · 김창수(2007), "한국제조기업의 시장지향성이 제품혁신, 마케팅 능력, 그리고 성과에 미치는 영향", 경영연구, 제22권, 제2호, pp.223-254.
- [9] 원종화, 이도희(2001), "벤처기업 네트워킹 활동이 경영성과에 미치는 영향", 기업이정신과 벤처연구, Vol 4 No. 1 : 35-62
- [10] 윤종록, 김형철, 김광숙(2008), "벤처기업의 성공요인에 관한 실증연구 : 광주·전남지역의 벤처기업을 중심으로", 한국비즈니스 리뷰, 제1권 제1호, pp.39-67.
- [11] 이재학, 김인규, 이미순, 박철(2011), "녹색벤처기업의 마케팅 성과에 영향을 미치는 애로요인에 관한 연구", 기업가정신과 벤처연구, Vol. 14 No.2 : pp.49-69.
- [12] 조한국 · 원성수(2009), "지역 중소 벤처기업의 성공요인에 관한 실증분석", 지역발전연구, 제9권 제1호, pp.161-185.
- [13] 장수덕(2007), "기업가의 사회적 역량과 신뢰의 상호작용이 벤처기업의 매출액 성장률에 미치는 영향", e-비즈니스 연구, Vol. 8 No.1 : 198-217.
- [14] 조형래(1994), "창업인의 특성, 제품혁신성과 벤처기업 성과간의 상황적 관계", 한국과학기술원 박사학위논문.
- [15] 채서일(1990), 「사회과학 조사방법론」, 법문사, : 575.
- [16] 채서일(2001), 「사회과학 조사방법론」, 학현사, : 250.
- [17] Begley, T. M. and D. P. Boyd(1987), "Psychological characteristics association with performance in entrepreneurial firms and smaller and business", Journal Of Business Venturing, 2 : 79-93.
- [18] Bollinger, L., K. Hope and J. M. Utterback(1983), A review of literature and hypotheses on new technology-based firm, Research policy, 12, 1-14.
- [19] Cooper, Robert G.(2000), "Winning with New

- Product : DOING RIGHT,"Ivey Business Journal Vol.64 No.6, : 54-64.
- [20] Cooper, Robert G. and E.J. Kleinschmidt(1986), "An Investigation into the Nes Product Process : Steps, Deficiencies, and Impact,"Journal of Product Innvatiion Management, Vol.3, : 71-85.
- [21] Cui, A.S., Griffith, D.A., and Cavusgil, S.T.(2005), "The Influence of Competitive Intensity and Market Dynamism on Knowledge Management Capabilities of Multinational Corporation Subsidiaries", Journal of International Marketing Vol. 13 N0.3, : 32-53.
- [22] Deshpande, R., J. U. Farley, and F. E. Webster Jr(1993), "Corporate Culture, Customer Orientation, and Innovativeness in Japanese Firms : A Quadrad Analysis," Journal of Marketing, Vol.57, No.1 : 23-37
- [23] Fitzsimmons, J. R. and E. J. Douglas(2001), "Entrepreneurial intentions: the influence of organization and individual factors," Journal of Business Venturing, Vol.26 : 431-440
- [24] Gatignon, Hubert and Mean-Marc Xuereb(1997), "Strategic Orientation of the Firm and New Product Performance," Journal of Marketing Research, Vol.34, No.2 : 77-90
- [25] Krell, T. and Gale, J.(2005), "E-business Migration : A Process Model", Journal of Organization Change Management, Vol.18, No. 2 : 117-131.
- [26] Lai, V. S. and Wong, B. K.(2005), "Business Types, E-strategies, and Performance", Communi cations of the ACM, Vol. 48, No. 5 : 80-85.
- [27] Lumpkin, G. T., Droege, S. B., and Dess, G. G.(2002), "E-Commerce Strategies : Achieving Sustainable Competitive Advantage and Avoiding Pitfalls", Organizational Dyn-amics, Vol. 30. No. 4 : 325-340.
- [28] MacMillan, I. C., L. Zemann and P. N. SubbaNarasimha(1987), "Criteria distinguishing successful from unsuccessful ventures in the venture screening process", Journal Of Business Venturing, 2 : 123-137.
- [29] Miller, D. and Friesen, P. H.(1986), "Porter's Generic Strategies and Performance : Anpirical Examination with American Data", Organization Studies, Vol. 7, No. 1 : 37-55.
- [30] Schwarz, E. J., M. A. Wdowiak, D. A. Almer-Jarz, and R. J. Breitenecker(2009), "The Effects of Attitudes and Perceived Environment Conditions an Students' Entrepreneurial Intent," Education Training, Vol.51, No.4 : 272-291.
- [31] Van Gelderen, M., M. Brand, M. Van Pragg, W. Bodewes, E. Poutsma, and A. Van Gils(2008), "Explaining Entrepreneurial Intentions by Means of the Theory of Planned Behaviour," Career Development International, Vol.13, No.6 : 538-559.
- [32] Wang, C. K and Ang, B. L(2004), "Determinants of Venture Performance in Singapore", Journal of Small Business Management, Vol. 42, No1 : 347-363.
- [33] Zahra, S. A. and Covin, J. G.(1993), "Business Strategy, Technology Policy and Company Performance", Strategic Management Journal, Vol. 14, No. 6 : 451-478.

저 자 소 개

김형준



명지대학교에서 경영학박사를 취득하였다. 현재 서일대학교 산업시스템경영과 교수로 재직 중이며, 관심분야는 생산관리이다.

주소 : 서울특별시 중랑구 용마산로 90길 28

김병찬



경기대학교 대학원 산업공학과에서 석사와 박사를 취득하였다. 현재 사)한국기술거래사회 사무국장으로 재직 중이며, 관심분야는 생산공학, 제조공학, 물류관리이다.

주소 : 서울특별시 금천구 시흥대로 165