

수출벤처기업의 기업가적 지향성, 흡수능력, 전략적 능력 및 기업성과간의 관계 *

The Relationships among Entrepreneurial Orientation,
Absorptive Capacity, Strategic Capabilities and
Performance of Korean Export Venture Firms

황 경 연** Kyung-Yun Hwang

성 을 현*** Eul-Hyun Sung

문 희 철**** Hee-Cheol Moon

목 차

I. 서론	IV. 실증분석결과
II. 이론적 배경 및 가설설정	V. 결론
III. 연구모형 및 연구방법	참고문헌
	Abstract

국문초록

본 연구는 수출벤처기업을 대상으로 기업가적 지향성, 흡수능력, 전략적 능력 및 기업성과간의 관계를 밝히는데 연구목적이 있다. 기존 선행연구를 기초로 기업가적 지향성, 흡수능력, 전략적

* 이 논문은 2015년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2015S1A3A2046546). 그리고 이 논문은 2017년 한국무역학회 춘계정책세미나 및 학술발표대회에서 발표한 논문을 수정·보완한 논문임.

** 충남대학교 BK교수, 제1저자

*** 충남대학교 경영경제연구소 전임연구교수, 공동저자

**** 충남대학교 무역학과 교수, 교신저자

능력 및 기업성과간의 관계를 가설로 설정하였고, 이를 검증하기 위해 필요한 자료는 설문조사를 통해 수집하였다. 본 연구모델 검증에는 구조방정식모델인 PLS분석방법을 활용하였다. 실증분석 결과에서 다음과 같은 결과가 도출되었다. 첫째, 기업가적 지향성은 흡수능력에 유의적인 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 기업가적 지향성은 전략적 능력인 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력에 각각 유의적인 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 흡수능력은 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력에 각각 유의적인 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 전략적 능력 중에서 기술능력과 마케팅능력은 기업성과에 각각 유의적인 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면, 시장연계능력은 기업성과에 유의적인 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<주제어> 기업가적 지향성, 전략적 능력, 기술능력, 마케팅능력, 시장연계능력

I. 서론

최근 우리나라는 2년 연속 수출 감소로 경제적 불안이 가중되고 있어 이를 해결하기 위한 수출촉진정책이 필요하고, 이 과정에서 수출벤처기업의 역할이 매우 중요하다. 벤처기업은 학술적으로 명확하게 정의되지 않았으나 우리나라에서는 「벤처기업 육성에 관한 특별조치법」 제2조의2에 따른 벤처투자기업, 연구개발기업, 기술평가보증, 기술평가대출기업 중 하나에 해당하는 기업을 의미한다. 이러한 벤처기업이 지속적으로 성장하기 위해서는 내수시장이 작은 국내시장을 넘어 세계시장으로의 진출이 요구된다. 수출벤처기업은 「벤처기업 육성에 관한 특별조치법」 제2조의2에 따른 벤처투자기업, 연구개발기업, 기술평가보증, 기술평가대출기업 중 하나에 해당하면서 수출을 통해 세계시장으로 진출한 기업을 의미한다. 이 기업이 경쟁우위를 확보하고 성과를 창출하기 위해서는 전략적 능력의 향상이 요구된다. 자원준거관점(resource-based view)에서 기업의 경쟁우위는 가치 있고, 희귀하고, 비모방적이며, 대체할 수 없는 자원 및 능력에 기초한다(Barney, 1991, Dutta, Narasimhan and Rajiv, 2005). 특히, 기업의 자원을 효과적으로 배치하는 전략적 능력은 관측 할 수 없고, 계량하기 어려우며, 조직의 일상과 관행에 깊숙이 내재되어 있어 쉽게 거래하거나 모방할 수 없기 때문에 기업의 경쟁우위 및 성과를 결정하는 핵심요인이다(1994, Day). 이러한 전략적 능력으로는 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력 등이 제시되었다(Hao and Song, 2016; Di Benedetto et al., 2008).

기업의 성과를 결정하는 주요 요인인 전략적 능력은 기업가적 지향성 및 흡수능력에 따라 달라질 수 있다. 기업가적 지향성은 기업이 새로운 진입 기회를 추구하고, 위험을

감수하면서 혁신적이고 적극적인 행동을 통해 경쟁우위를 확보하는 데 중점을 두는 성향을 의미하며(Lumpkin and Dess, 1996), 이는 혁신성, 적극성 및 위험감수성으로 구성된다(Li, Guo, Liu and Li, 2008; Martin and Javalgi, 2016). 이러한 기업가적 지향성은 전략적 능력이 영향을 미칠 수 있다(Martin and Javalgi, 2016). 또한 흡수능력은 탐색적 학습, 변형적 학습 및 활용적 학습의 세 가지 프로세스를 통해 외부에서 보유한 지식을 활용할 수 있는 기업의 능력을 의미하는데(Tzokas et al., 2015; Lichtenthaler, 2009), 이러한 기업의 흡수능력은 전략적 능력에 영향을 미칠 수 있다(Zahra et al., 2006). 하지만 기존 연구에서 수출벤처기업을 대상으로 기업가적 지향성 및 흡수능력이 전략적 능력에 미치는 영향을 실증적으로 분석한 연구는 매우 미흡하다. 또한 기업의 전략적 능력인 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력이 기업성과에 영향을 미치는 관계를 밝힌 연구로 Song, Di Benedetto and Nason(2007), Hao and Song(2016) 등 일부 연구가 있으나 수출벤처기업의 대상으로 기업가적 지향성, 흡수능력, 전략적 능력 및 성과간의 구조적 관계를 밝힌 연구가 없다. 한편, 우리나라가 향후 4차 산업혁명시대에 세계시장에서 주도권을 갖기 위해서는 모방을 통한 추격형 기업이 아닌 위험을 감수하면서 끊임없는 혁신을 통해 성장해 나가는 선도형 수출벤처기업의 역할이 중요한데, 이러한 수출벤처기업의 성과를 창출할 수 있는 능력에 대한 연구가 미흡하다.

따라서 연구를 통해 수출벤처기업의 성과에 영향을 미칠 것으로 예상되는 전략적 능력을 결정하는 요인을 밝힐 필요가 있다. 특히, 기업가적 지향성 및 흡수능력은 기업의 경쟁우위 확보에 중요한 요인(Zahra, Sapienza and Davidsson, 2006; Tu, Vonderembse, Ragu-Nathan and Sharkey, 2006)으로 제시되고 있는데 이들 요인과 전략적 능력이 어떤 관계를 갖는지 밝힐 필요가 있다. 또한 기업가적 지향성과 흡수능력간에는 어떤 관계가 있는지를 밝힐 필요가 있다. 본 연구에는 수출벤처기업을 대상으로 기업가적 지향성, 흡수능력, 전략적 능력 및 기업성과간의 구조적 관계를 밝히는데 연구의 목적을 두고자 한다.

본 연구는 기존 연구에서 미흡한 기업가적 지향성 및 흡수능력과 전략적 능력간의 관계와 기업가적 지향성과 흡수능력간의 관계를 밝힌다는 점에서, 그리고 기업가적 지향성, 흡수능력, 전략적 능력 및 기업성과간 구조적 관계를 밝힌다는 점에서 차별성을 갖는다.

II. 이론적 배경 및 가설설정

1. 기업가적 지향성과 흡수능력간의 관계

기업가적 지향성은 혁신성, 적극성 및 위험감수성으로 측정되며(Martin and Javalgi, 2015), 이는 전략적 능력에 긍정적인 영향을 미칠 것이다. 기업가적 지향성을 구성하고 있는 혁신성은 새로운 제품/서비스를 도입할 때 창의성과 실험을 지원하고 새로운 프로세스를 개발할 때 참신함, 기술 리더십 및 연구개발을 지원하려는 성향을 의미하고, 위험감수성은 알 수 없는 새로운 시장으로 진출하거나, 불확실한 결과를 가진 모험적 사업에 많은 자원을 투입하거나 또는 과도하게 차입하는 것과 같이 대담한 행동을 취하는 성향을 의미하며, 적극성은 새로운 제품 및 서비스를 앞서 도입하고, 미래의 수요를 예상하여 행동하는 기회 추구적이고 미래 지향적인 성향을 의미한다(Lumpkin and Dess, 1996; Li, Huang and Tsai, 2009).

기업가적 지향성은 기업이 현재의 활동영역 밖에 있는 기회와 해결책을 지속적으로 탐색하기 위해 경쟁기업 보다 더 노력한다는 의미가 포함된 개념(Lumpkin and Dess 1996)으로 이 기업가적 지향성이 높은 기업일수록 경쟁기업 보다 자주 기회를 창출하고 활용하며(Chandra, Styles and Wilkinson, 2009), 이러한 기업가적 지향성을 보유한 기업은 핵심역량을 강화시킨다(Zahra et al. 2006). 이런 관점에서 기업가적 지향성이 높은 기업일수록 외부에서 지식을 탐색하고, 변형하고, 활용하려는 흡수능력이 높아질 것으로 기대된다. 따라서 본 연구에서는 기업가적 지향성과 흡수능력간의 관계를 가설1과 같이 설정하고자 한다.

가설 1 : 수출벤처기업의 기업가적 지향성은 흡수능력에 정의 영향을 미칠 것이다.

2. 기업가적 지향성과 전략적 능력간의 관계

전략적 능력은 기업이 활동을 조정하고 자산을 활용할 수 있게 해 주는 기술(skill)과 축적된 지식의 복잡한 묶음으로 정의된다(Day, 1990). 이러한 전략적 능력은 다양한 요인으로 분류되고 있는데 Song et al.(2007)은 전략적 능력을 기술능력, 마케팅능력, 시장연계능력 및 정보기술능력으로 구분하였고, Di Benedetto et al.(2008)은 기술능력, 마케팅능력, 시장연계능력, 정보기술능력, 관리능력으로 구분하였으며, Hao and Song(2016)은 기술능력,

마케팅능력, 시장연계능력 및 정보기술능력으로 분류하였다. 특히, Di Benedetto et al.(2008)은 미국, 일본 및 중국 등 3개국의 기업을 대상으로 기술능력, 마케팅능력, 시장연계능력, 정보기술능력 및 관리능력이 혁신성과에 미치는 영향을 분석한 연구에서 주로 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력이 혁신성과에 유의적인 영향을 미치는 관계를 밝혔다. 본 연구에서는 Di Benedetto et al.(2008)의 연구에서 기초하여 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력을 수출벤처기업의 핵심적인 전략적 능력으로 분류하였다. 기술능력은 제조 프로세스, 기술, 신제품 개발, 생산 설비 및 업계의 기술 변화에 대한 예측과 관련하여 상대적으로 우수한 능력을 의미하고, 마케팅능력은 경쟁 및 고객에 대한 지식, 시장 세분화, 목표시장 선정, 광고, 가격결정 및 마케팅 활동을 통합하는 능력을 의미하며, 시장연계능력은 시장 변화를 감지하고, 고객과 지속적인 연결 고리를 유지하고, 도매 업체 및 소매 업체 등 유통채널 구성원과 유대관계를 구축하고 관리할 수 있는 능력을 의미한다(Hao and Song, 2016, Song et al. 2007, Di Benedetto et al., 2008).

Martin and Javalgi(2016)는 기업가적 지향성, 마케팅능력 및 성과간의 관계를 분석하여, 기업가적 지향성이 마케팅능력에 정의 영향을 미치는 관계를 밝혔다. Martin and Javalgi(2016)등의 연구에 기초할 때 수출벤처기업의 기업가적 지향성은 수출기업의 전략적 능력에 영향을 미칠 것으로 예상되며, 이들 구성개념간의 관계를 다음과 같이 가설로 설정하였다.

가설 2-1 : 수출벤처기업의 기업가적 지향성은 기술능력에 정의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2 : 수출벤처기업의 기업가적 지향성은 마케팅능력에 정의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-3 : 수출벤처기업의 기업가적 지향성은 시장연계능력에 정의 영향을 미칠 것이다.

3. 흡수능력과 전략적 능력간의 관계

기업은 혁신적인 기술과 실행을 도입하는 데에는 상당한 변화가 필요하며, 이러한 변화는 기업의 흡수능력에 따라 달라진다(Levinson and Asahi, 1995). 흡수능력은 탐색적 학습, 변형적 학습 및 활용적 학습의 세 가지 프로세스를 통해 외부에서 보유한 지식을 활용할 수 있는 기업의 능력을 의미한다(Tzokas et al., 2015; Lichtenhaler, 2009). 오늘날과 같이 급변하는 경영환경에서 기업이 지속적으로 경쟁우위를 확보하고 생존하기 위해서는 외부 지식을 습득하여 혁신을 발전시키고 성과를 향상시킬 수 있는 흡수능력을 확보하는 것이 필수적이다. 기업이 실질적인 능력(substantive capability)만 보유하고 있다면, 환경이 변화하면 새로운 환경에 적응하기 위한 시간과 자원이 낭비되고 학습과정

이 혼란해진다. 하지만 기업이 동태적 역량을 활용한다면 경영환경변화에 따라 기업의 변화가 필요할 때 효율적인 변화가 가능하다. 동태적 역량이 낮은 기업은 실질적인 능력을 변경하기 어렵고 비용이 많이 소요되며, 효과가 미흡하다. 반면, 기업이 보유하고 있는 실질적인 능력에 동태적 역량을 반복적으로 적용하면 실질적인 능력을 낮은 비용으로 유연하게 유지할 수 있고, 실질적인 능력을 변화시킬 수 있다(Zahra et al., 2006). 동태적 능력을 구성하는 핵심적 차원이 흡수능력이다(Lin, Su, Higgins, 2016). Tu et al.(2006)은 흡수능력, 시간기반제조실행(time-based manufacturing practices) 및 성과간의 관계에서 기업의 흡수능력이 변화하는 고객의 요구에 신속하게 대처할 수 있는 외부 중심의 생산시스템인 시간기반제조실행에 긍정적인 영향을 미치는 관계를 밝혔다. 흡수능력과 전략능력간의 관계를 직접적으로 밝힌 연구는 없지만 Zahra et al.(2006)과 Tu et al.(2006)의 연구에 기초할 때 수출벤처기업의 흡수능력은 전략적 능력에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상된다. 따라서 본 연구에서는 수출벤처기업의 흡수능력과 전략적 능력간의 관계를 다음과 같이 가설로 설정하였다.

가설 3-1 : 수출벤처기업의 흡수능력은 기술능력에 정의 영향을 미칠 것이다.

가설 3-2 : 수출벤처기업의 흡수능력은 마케팅능력에 정의 영향을 미칠 것이다.

가설 3-3 : 수출벤처기업의 흡수능력은 시장연계능력에 정의 영향을 미칠 것이다.

4. 전략적 능력과 기업성과간의 관계

자원준거관점에서 자원과 능력은 경쟁우위를 달성할 수 있는 핵심요인이며, 기술능력과 마케팅능력은 경쟁우위를 제공할 수 있는 가치 있는 자원이다(Barney, 1991; Peteraf, 1993). 기업은 기술능력이 높을수록 다양한 기술을 개발하고 활용하며, 변화하는 기술 환경에 신속하게 대응할 수 있고(Afuah, 2002), 마케팅능력이 높을수록 마케팅 정보를 생성하고 보급하며, 고객의 욕구와 선호에 적절히 대응할 수 있다(Moorman and Slotegraaf, 1999). 또한 기업은 시장연계능력이 높을수록 파트너와의 지속적인 관계를 구축하고 관리할 수 있기 때문에 시장성 있는 제품을 개발하기 위해 고객의 요구를 효과적으로 학습할 수 있다(Walter et al., 2006). 따라서 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력이 높을수록 기업의 성과가 높아질 것이다. Song et al.(2007)은 자원준거관점에서 전략적 능력의 중요성을 제시하고, 이러한 전략적 능력인 기술능력, 마케팅능력, 시장연계능력 및 정보기술능력이 재무적 성과에 긍정적인 영향을 미치는 관계를 밝혔다. Hao and Song(2016)은 신기술을 적극적으로 개발하고 신속하게 통합하며, 신제품개발에 이들 기술을 사용하는

기술주도전략(technology-drive strategy), 기술능력, 마케팅능력, 시장연계능력 및 정보기술 능력으로 구성된 전략적 능력, 그리고 기업성과간의 관계를 연구한 논문에서 전략적 능력인 기술능력, 마케팅능력, 시장연계능력 및 정보기술능력이 기업성과에 정의 영향을 미치는 관계를 밝혔다. Martin and Javalgi(2016)는 자원준거관점에서 기업성과를 결정하는 비이동성, 비모방성 및 비대체성을 가진 핵심 능력으로 마케팅 능력을 선정하고, 이러한 기업의 마케팅 능력이 기업성과에 긍정적인 영향을 미치는 관계를 밝혔다. Tzokas et al.(2015)은 기술능력, 고객관계능력, 흡수능력 및 기업성과간의 관계에서 기술능력이 기업성과에 정의 영향을 미치고 시장연계능력의 일부분인 고객관계능력이 기업성과에 정의 영향을 미치는 관계를 밝혔다. 본 연구는 Song et al.(2007), Tzokas et al.(2015), Hao and Song(2016), Martin and Javalgi(2016) 등의 연구에 기초하여 기업의 주요 전략적 능력인 기술능력, 마케팅 능력 및 시장연계능력과 수출벤처기업의 성과간 관계를 설정한 가설은 다음과 같다.

가설 4-1 : 수출벤처기업의 기술능력은 기업성과에 정의 영향을 미칠 것이다.

가설 4-2 : 수출벤처기업의 마케팅능력은 기업성과에 정의 영향을 미칠 것이다.

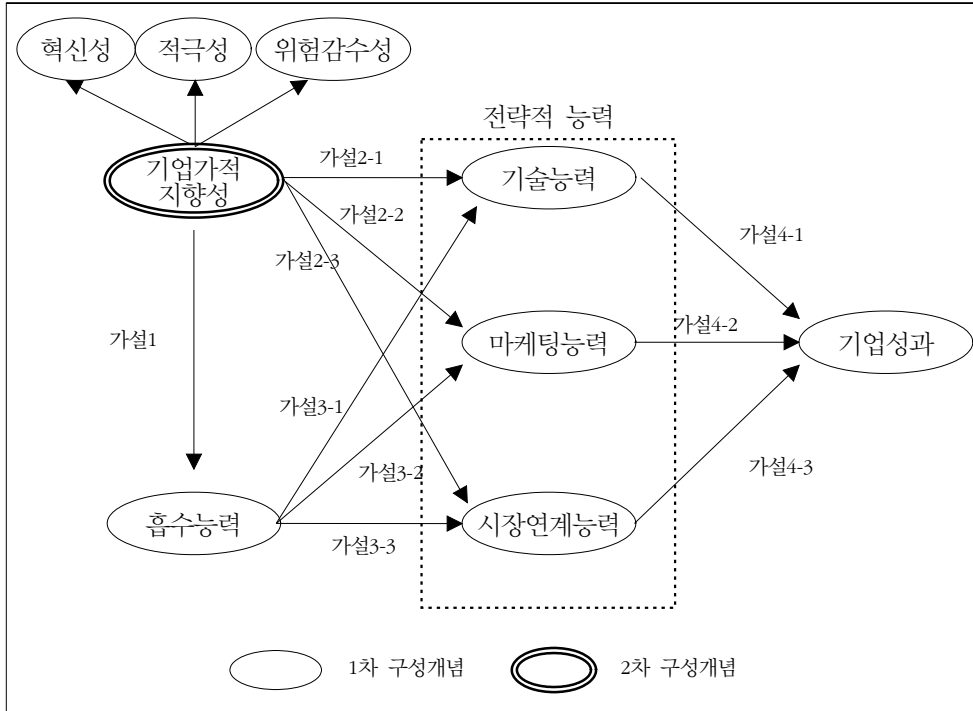
가설 4-3 : 수출벤처기업의 시장연계능력은 기업성과에 정의 영향을 미칠 것이다.

Ⅲ. 연구모형 및 연구방법

1. 연구모형

본 연구는 수출벤처기업을 대상으로 기업가적 지향성, 흡수능력, 전략적 능력 및 기업 성과간의 구조적 관계를 분석하는데 연구목적을 두고 있다. 수출벤처기업의 기업가적 지향성은 흡수능력에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상되며(Zahra et al., 2006), 기업가적 지향성은 전략적 능력인 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력에 각각 정의 영향을 미칠 것으로 예상된다(Martin and Javalgi, 2016). 또한 흡수능력은 전략적 능력인 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력에 각각 정의 영향을 미칠 것으로 예상되고(Tu et al., 2006), 전략적 능력인 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력은 기업성과에 각각 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상된다(Song et al., 2007; Tzokas et al., 2015; Hao and Song, 2016; Martin and Javalgi, 2016). 본 연구에 기초하여 본 연구에서 기업가적 지향성은 혁신성, 적극성 및 위험감수성으로 측정된 2차 구성개념이다. 본 연구의 개념적 연구모형은 <그림 1>과 같다.

〈그림 1〉 연구모형



2. 연구방법

1) 변수의 정의 및 측정

혁신성, 적극성 및 위험감수성으로 구성된 기업가적 지향성을 측정하기 위해 Li et al.(2008)와 Martin and Javalgi(2015)의 연구에 기초하여 측정문항을 개발하였다. 혁신성은 4개 문항, 적극성은 3개 문항, 위험감수성은 3개 문항이고, 5점 척도를 사용하였다(〈표 1〉 참조).

흡수능력은 측정하기 위해 Tzokas et al.(2015), Lichtenhaler(2009), Jansen, Van Den Bosch, and Volberda(2005) 등의 연구에 기초하여 8개의 문항을 개발하였고, 5점 척도를 사용하였다(〈표 1〉 참조).

전략적 능력은 Hao and Song(2016), Song et al.(2007), Di Benedetto et al.(2008) 등의 연구에 기초하여 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력 등으로 분류하였다. 기술능력을

측정하기 위해서는 Hao and Song(2016), Tzokas et al.(2015), Song et al.(2007), Di Benedetto et al.(2008) 등의 연구에 기초하여 5개의 문항을 개발하였고, 5점 척도를 사용하였다. 마케팅능력을 측정하기 위해서는 Hao and Song(2016), Song et al.(2007), Di Benedetto et al.(2008) 등의 연구에 기초하여 4개의 문항을 개발하였고, 5점 척도로 사용하였다. 시장연계능력을 측정하기 위해서는 Hao and Song(2016), Chen, Wang, Huang and Shen(2016), Song et al.(2007), Di Benedetto et al.(2008) 등의 연구에 기초하여 4개의 문항을 개발하였고, 5점 척도로 사용하였다(〈표 1〉 참조).

기업성과는 재무적 성과와 전략적 성과로 측정되고, 재무적 성과는 순이익, 매출액, 투자수익률 등으로 측정되며, 전략적 성과는 시장점유율, 경쟁력, 성장, 기업 인지도, 경쟁우위 등으로 측정된다(Zhou and Li, 2010; Hung et al., 2010; Li, Huang and Tsai, 2009). 본 연구에서 기업성과를 측정하기 위해서 기존 연구(Zhou and Li, 2010; Hung et al., 2010; Li et al., 2009)에 기초하여 7개의 문항을 개발하였고, 5점 척도를 사용하였다(〈표 1〉 참조).

〈표 1〉 변수의 조작적 정의 및 측정문항

문항	정의	측정문항	연구자
기업가적 지향성	혁신성	경쟁회사에 비해 (a1)R&D를 통한 제품 개발 강조 (a2)혁신적인 기술 채택 (a3)관리에서 혁신적인 아이디어 추구 (a4)생산 공정이나 방식을 발전시키고 혁신	Martin and Javalgi(2015) Li et al.(2008)
	적극성	경쟁회사에 비해 (b1)경쟁우위 확보를 위해 적극적으로 행동 (b2)예상하기 어려운 기회를 적극적으로 잡음 (b3)신제품, 신경영기법 등을 적극적으로 도입	
	위험 감수성	경쟁회사에 비해 (c1)고수익이지만 위험성이 높은 사업을 선호 (c2)평소 공격적인 의사결정 추구 (c3)목표 달성을 위해 전면적인 조치 추구	
흡수능력	탐색적 학습, 변형적 학습 및 활용적 학습의 세 가지 프로세스를 통해 외부에서 보유한 지식을 활용할 수 있는 능력	(d1)외부지식 습득에 개방적 (d2)외부지식을 적극적으로 습득 (d3)습득한 외부지식을 적극적으로 분석 (d4)습득한 외부지식을 내 것으로 만듦 (d5)습득한 외부지식을 내부지식과 통합 (d6)습득한 외부지식을 변형해서 사용 (d7)습득한 외부지식을 구체적인 목적에 활용 (d8)습득한 외부지식을 효과적으로 이용	Tzokas et al.(2015), Lichtenthaler (2009), Jansen et al. (2005)

문항		정의	측정문항	연구자
전략적 능력	기술 능력	기술개발, 신제품개발, 생산 프로세스의 상대적 능력	경쟁업체에 비해 (e1)신제품 개발능력 우수 (e2)제조공정 우수 (e3)기술 개발능력 우수 (e4)기술변화를 예측하는 능력 우수 (e5)생산 시설 우수	Hao and Song(2016), Tzokas et al.(2015), Song et al.(2007)
	마케팅 능력	경쟁자 및 고객에 대한 지식, 시장 세분화, 목표 시장 선정 및 마케팅 활동 통합 조정	경쟁업체에 비해 (f1)고객에 대한 지식이 많음 (f2)경쟁자에 대한 지식이 많음 (f3)시장 세분화 및 목표시장 선정 능력 우수 (f4)마케팅 활동 통합 조정하는 능력 우수	Hao and Song(2016), Song et al.(2007), Di Benedetto et al.(2008)
	시장 연계 능력	시장 변화를 감지하고, 고객, 공급업체, 도소매업체 등과의 유대 관계 형성 및 유지 능력	경쟁업체에 비해 (g1)시장 감지 능력 우수 (g2)고객과의 관계 구축 관리 능력 우수 (g3)공급업체와의 관계 구축 능력 우수 (g4)도매업자, 소매업자 등과의 관계 구축 능력 우수	Hao and Song(2016), Chen et al.(2016), Song et al.(2007)
기업성과	기업의 재무적 및 전략적 성과	지난 3년간 경쟁회사에 비해 (h1)순이익 증가 (h2)매출액 증가 (h3)빠르게 성장 (h4)경쟁력 향상 (h5)전략적 위치 강화 (h6)시장점유율 증가 (h7)기업 인지도 및 이미지 향상	Zhou and Li(2010), Hung et al.(2010), Li et al.(2009)	

2) 자료수집 및 분석방법

본 연구는 기업의 기업가적지향성, 흡수능력, 전략적 능력 및 기업성과간의 관계를 분석하기 위해 설문조사를 통해 자료를 수집하였다. 설문조사 대상 기업은 KISVALUE 데이터베이스(NICE평가정보, 2016)를 통해 선정하였다. 먼저 이 데이터베이스를 통해 제조기업 이면서 수출기업이고, 매출액이 30억원 이상이고, 수출금액이 10억원 이상인 기업을 추출하였고, KOSIS 국가통계포털(2016)을 통해 확인한 전국 기업체수를 고려하여 표본수를 지역별로 할당하였으며, 할당된 기업을 대상으로 2016년 5월 1일부터 약 1개월간 전화와 이메일을 통해 설문조사를 수행하였다. 한편, 설문조사를 수행하는 과정에서 벤처기업인가 그리고 매출액이 30억원 이상인가를 확인한 후 설문조사를 수행하였다. 본 연구를 위해

수집된 설문지는 102부이다.

본 연구모델 검정을 위해 PLS(Partial Least Square)분석방법을 활용한다. PLS분석방법은 전반적인 모델 적합성을 평가하기 위한 기준이 없기 때문에 잘 구축된 복잡한 이론을 검증하는 데에는 적합하지 않다(Hair, Sarstedt, Ringle and Mena, 2012). 하지만 PLS 분석방법은 이론개발의 초기 단계에 있는 예측연구모델을 분석할 때 구조방정식모델(structural equation model) 보다 이점이 있다(Fornell and Bookstein, 1982). 본 연구에서 검증하고자 하는 기업가적 지향성, 흡수능력, 전략적 능력 및 기업성과간의 구조적 관계를 실증적으로 분석한 연구가 없기 때문에 PLS분석방법이 더 적합한 모델검증 방법이다. 또한 PLS는 표본의 크기가 작은 복잡한 모델을 분석하는데 있어서 구조방정식모델보다 적합하다(Reinartz, Haenlein and Henseler, 2009). 본 연구에서 SmartPLS 2.0 소프트웨어(Ringle, Wende and Will, 2005)를 사용하여 PLS분석을 수행하였다.

3) 무응답편의와 동일방법편의 검증

무응답편의(non-response bias) 문제는 설문조사과정에서 집단의 응답비율이 상이하여 발생할 수 있는 문제로 이를 검증하기 위해 Armsrong and Overton(1977)이 제시한 방법을 활용하였다. 본 연구에서는 설문조사시간의 앞부분에 응답한 설문과 뒷부분에 응답한 설문을 각각 25% 추출하여, 이 두 집단간에 측정변수들의 차이를 t-검정을 통해 분석한 결과에서 두 집단간에 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다. 이는 본 연구에서 무응답 편의의 문제가 없는 것을 의미한다.

동일방법편의(common method bias)는 설문조사와 같이 자체보고 척도(self-reported measure)로 연구를 수행할 때 발생할 수 있는 문제이다(Meade, Watson and Kroustalis, 2007). 동일방법편의는 척도간의 위조된 관계를 유발할 수 있어 조자연구에서 결론의 타당성을 위협한다(Podsakoff, MacKenzie, Lee and Podsakoff, 2003). 본 연구는 설문조사를 통해 자료를 수집하였으므로 동일방법편의의 문제가 발생할 수 있기 때문에 동일방법편의가 있는지 검증할 필요가 있다. Craighead, Ketchen, Dunn and Hult(2011)는 추가적인 자원을 발생시키기 않으면서 동일방법편의를 검증할 수 있는 방법으로 Harman의 단일요인 검증법(single-factor test)을 제안하였다. 일반적으로 동일방법편의 문제는 단일요인의 분산이 50% 이상 일 때 높은 것으로 간주한다(Messerschmidt and Hinz, 2012). 본 연구에서 단일요인 검증을 수행한 결과에서 설명력이 높은 단일요인의 분산이 44.2%로 나타났고, 이는 동일방법편의가 높지 않다는 것을 의미한다.

IV. 실증분석결과

1. 표본의 특성

수출벤처기업의 유형을 살펴보면, 기술평가보증기업의 비율이 42.2%로 가장 많은 것으로 나타났고, 그 다음은 벤처투자기업(26.5%)의 비율이 높은 것으로 나타났으며, 기술평가대출기업과 연구개발기업은 각각 16.7%, 14.7%의 비율을 차지하는 것으로 나타났다(〈표 2〉 참조). 수출벤처기업의 규모를 보면, 중기업이 53.9%로 가장 많은 비율을 차지하는 것으로 나타났고, 중견기업이 28.4%, 대기업이 10.8%, 소기업이 6.9%인 것으로 나타났다. 수출벤처기업의 매출액규모를 보면, 50억원 미만 규모의 기업이 28.4%, 50억원~100억원 규모의 기업이 34.3%, 100억원 이상 규모의 기업이 37.3%인 것으로 나타났다.

수출벤처기업의 수출금액별 분포를 살펴보면, 수출액이 10억원인 기업이 2.0%, 10억원 초과~20억원인 기업이 11.8%, 20억원 초과~40억원인 기업이 15.7%, 40억원 초과~70억원인 기업이 30.4%, 70억원 초과~100억원인 기업이 22.5%, 100억원 초과 기업이 17.6%인 것으로 나타났다.

응답자의 특성을 살펴보면, 과장급이 30.4%, 대리급이 26.5%, 부장급이 18.6%, 차장급이 13.0%, 사원이 7.0%, 임원급이 4.9% 등의 순으로 나타났다. 이처럼 응답자는 대부분 과장급 이상으로 수출벤처기업의 상황을 잘 알고 있는 구성원이 응답한 것으로 나타났다.

〈표 2〉 표본의 특성

구분		빈도	비율
벤처기업유형	기술평가대출기업	17	16.7%
	기술평가보증기업	43	42.2%
	벤처투자기업	27	26.5%
	연구개발기업	15	14.7%
	합계	102	100.0%
기업규모	소기업 (광업, 제조업, 건설업 및 운수업의 종업원수 50인 미만, 그외 업종의 종업원수 10인 미만)	7	6.9%
	중기업 (광업, 제조업, 건설업 및 운수업의 종업원수 50인~299인, 그 외 업종의 종업원수 10인~299인)	55	53.9%
	중견기업 (종업원수 300인~999인 또는 매출액 400억원 이상, 상호 출자 제한 기업 집단 제외)	29	28.4%
	대기업 (종업원수 1000인 이상 또는 매출액 1500억원 이상, 상호 출자 제한 기업 집단)	11	10.8%
	합계	102	100.0%
매출규모	50억원 미만	29	28.4%
	50~100억원	35	34.3%
	100억원 이상	38	37.3%
	합계	102	100.0%

2. 신뢰성과 타당성 분석

본 연구는 1차 구성개념과 2차 구성개념을 포함하는 연구모형을 설정하였기 때문에 고차구성개념(higher-order construct)을 고려하는 측정모형 평가방법을 활용해야 한다. Wilson and Henseler(2007)에 따르면 반영적 2차 구성개념(reflective second-order construct)을 포함하는 측정모형 평가방법으로 2단계접근법(two-step approach), 계층적 성분 접근법(hierarchical components approach) 및 하이브리드 접근법(hybrid approach)을 제시하였으며, 그 중에서 소규모 표본의 경우에 2단계접근법과 하이브리드 접근법이 유용한 방법으로 제시하였다. 따라서 본 연구에서는 Wilson and Henseler(2007)가 제시한 2단계 접근법에 의해 측정모형을 평가하였다.

우선 1단계로 1차 구성개념만을 포함하는 측정모형을 평가하였으며, 그 결과는 <표 3>과 같다. 측정모형 평가에서는 결합신뢰성(composite reliability)을 통해 신뢰성을 분석하고, 요인적재량과 평균분산추출값(AVE; average variance extracted)을 통해 집중타당성을 분석하며, 구성개념간 상관관계수와 평균분산추출값의 제곱근을 비교하여 판별타당성을 분석한다. <표 3>에는 1단계 최종 측정모형 평가 결과가 제시되어 있다. 이 표에서 나타난 바와 같이 구성개념의 결합신뢰성은 모두 0.846으로 이상으로 나타났으며, 이는 Chiu, Cheng, Huang and Chen(2013)이 제시한 기준(0.7)보다 높은 값이기 때문에 구성개념 모두 신뢰성이 확보되었다고 할 수 있다. 한편 측정지표의 요인적재량이 모두 0.685이상이고, 모든 측정지표 요인적재량의 t값이 13.263으로 1%유의수준에서 유의적인 것으로 나타났으며, 평균분산추출값도 0.553으로 Urbach and Ahlemann(2010)이 제시한 기준(0.5)보다 높게 나타났기 때문에 집중타당성도 확보되었다고 할 수 있다.

<표 3> 1차 구성개념 신뢰성 및 집중타당성 분석결과

구성개념		측정문항	Loading	t값	AVE	Composite Reliability
기업가적 지향성	혁신성	a2	0.895	46.323 ^{***}	0.819	0.901
		a3	0.915	76.322 ^{***}		
	적극성	b2	0.839	21.343 ^{***}	0.745	0.854
		b3	0.887	56.400 ^{***}		
	위험감수성	c1	0.867	26.923 ^{***}	0.665	0.856
		c2	0.767	10.351 ^{***}		
흡수능력		c3	0.809	19.194 ^{***}	0.553	0.908
		d1	0.710	13.693 ^{***}		
		d2	0.750	18.762 ^{***}		
		d3	0.761	20.404 ^{***}		
		d4	0.685	13.263 ^{***}		

구성개념	측정문항	Loading	t값	AVE	Composite Reliability
	d5	0.754	14.593 ^{***}		
	d6	0.761	18.994 ^{***}		
	d7	0.772	21.503 ^{***}		
	d8	0.752	19.823 ^{***}		
기술능력	e1	0.874	40.977 ^{***}	0.672	0.891
	e2	0.802	21.901 ^{***}		
	e4	0.803	21.425 ^{***}		
	e5	0.798	18.074 ^{***}		
마케팅능력	f1	0.763	16.208 ^{***}	0.647	0.846
	f3	0.820	24.630 ^{***}		
	f4	0.827	26.682 ^{***}		
시장연계능력	g1	0.813	24.700 ^{***}	0.669	0.858
	g3	0.814	14.931 ^{***}		
	g4	0.827	17.030 ^{***}		
기업성과	h1	0.864	35.171 ^{***}	0.652	0.929
	h2	0.812	19.767 ^{***}		
	h3	0.783	23.912 ^{***}		
	h4	0.759	16.711 ^{***}		
	h5	0.797	19.697 ^{***}		
	h6	0.799	18.533 ^{***}		
	h7	0.834	25.288 ^{***}		

주: * : p<0.10, ** : p<0.05, *** : p<0.01

Fornell and Larcker(1981)에 따르면 평균분산추출값의 제공근 보다 구성개념간 상관관계 계수간의 값이 작으면 구성개념간 판별타당성이 확보되었다고 할 수 있다. <표 4>에 제시된 바와 같이 구성개념간 상관관계계수가 평균분산추출값의 제공근 보다 낮기 때문에 구성개념간 판별타당성이 확보되었다고 할 수 있다.

<표 4> 1차 구성개념간 상관관계계수와 평균분산추출값 제공근

	1	2	3	4	5	6	7	8
1. 혁신성	0.905							
2. 적극성	0.729	0.863						
3. 위험감수성	0.388	0.474	0.815					
4. 흡수능력	0.675	0.631	0.346	0.744				
5. 기술능력	0.716	0.754	0.543	0.699	0.820			
6. 마케팅능력	0.765	0.704	0.494	0.691	0.771	0.804		
7. 시장연계능력	0.679	0.702	0.416	0.685	0.767	0.755	0.818	
8. 기업성과	0.689	0.649	0.452	0.695	0.744	0.731	0.641	0.807

주 : 대각선의 숫자들은 평균분산추출값의 제공근임.

2단계로 2차 구성개념을 포함한 최종 측정모델 평가는 <표 5>와 <표 6>과 같다. 1단계의 분석결과에서 집중타당성과 판별타당성이 만족스럽다면 2단계 분석을 위해 2차 구성개념을 생성해야 하는데 이 때 1차 구성개념에 사용된 측정지표 값을 단일측정값으로 변환해야 한다. 본 연구에서는 이를 위해 Wilson and Henseler(2007)가 제안한 잠재변수 점수(latent variable score) 활용 방법을 적용하였다. 이 방법을 활용하여 생성된 2차 구성개념을 포함한 측정모델을 평가한 결과를 살펴보면, 구성개념의 결합신뢰성이 모두 기준인 0.7보다 높은 0.846이상으로 나타났고, 구성개념의 요인적재량도 0.673이상으로 높게 나타났으며, 이에 대한 t값도 6.685이상으로 높게 나타났다. 평균분산추출값은 기준인 0.5보다 높은 0.553 이상으로 나타났다. 구성개념간 상관관계계수는 평균분산추출값의 제곱근보다 낮게 나타났다. 이처럼 2단계 측정모델 평가결과에서 구성개념의 신뢰성과 타당성이 모두 높게 나타났다.

<표 5> 2차 구성개념을 포함한 신뢰성 및 집중타당성 분석결과

구성개념	측정문항	Loading	t값	AVE	Composite Reliability
기업가적 지향성	혁신성	0.886	37.514 ^{***}	0.689	0.867
	적극성	0.910	57.884 ^{***}		
	위험감수성	0.673	6.685 ^{***}		
흡수능력	d1	0.710	13.603 ^{***}	0.553	0.908
	d2	0.748	18.077 ^{***}		
	d3	0.761	18.490 ^{***}		
	d4	0.688	11.900 ^{***}		
	d5	0.754	16.310 ^{***}		
	d6	0.760	17.053 ^{***}		
	d7	0.773	15.879 ^{***}		
	d8	0.752	18.658 ^{***}		
기술능력	e1	0.875	35.240 ^{***}	0.672	0.891
	e2	0.802	24.545 ^{***}		
	e4	0.803	21.767 ^{***}		
	e5	0.798	20.778 ^{***}		
마케팅능력	f1	0.762	15.067 ^{***}	0.647	0.846
	f3	0.822	26.614 ^{***}		
	f4	0.827	28.139 ^{***}		
시장연계능력	g1	0.814	23.587 ^{***}	0.669	0.858
	g3	0.813	13.717 ^{***}		
	g4	0.827	12.920 ^{***}		
기업성과	h1	0.864	32.606 ^{***}	0.652	0.929
	h2	0.812	27.707 ^{***}		
	h3	0.783	20.755 ^{***}		
	h4	0.759	17.270 ^{***}		
	h5	0.797	18.703 ^{***}		
	h6	0.799	22.478 ^{***}		
	h7	0.834	29.109 ^{***}		

주: * : p<0.10, ** : p<0.05, *** : p<0.01

〈표 6〉 2차 구성개념을 포함한 구성개념간 상관관계계수와 평균분산추출값 제공근

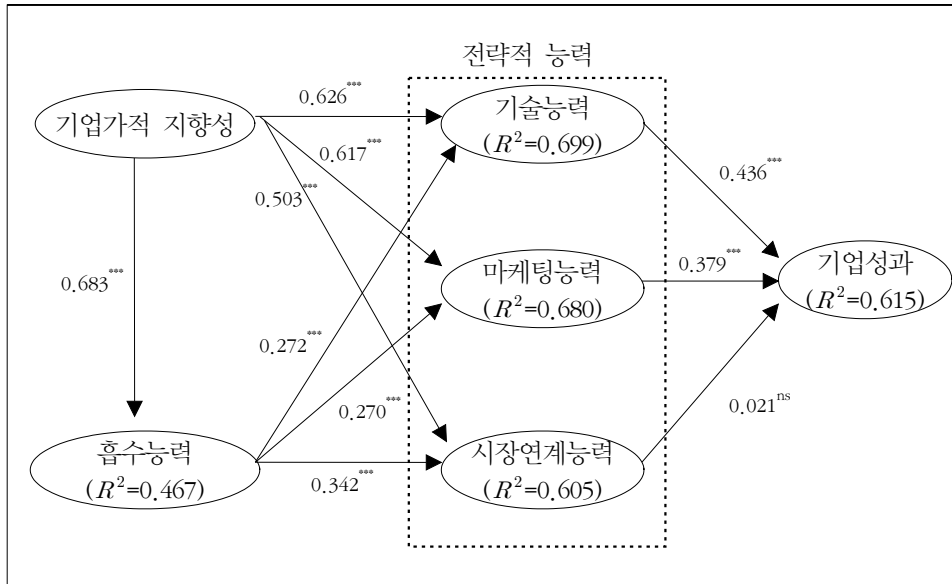
	1	2	3	4	5	6
1. 기업가적 지향성	0.830					
2. 흡수능력	0.683	0.744				
3. 기술능력	0.812	0.700	0.820			
4. 마케팅능력	0.801	0.691	0.771	0.804		
5. 시장연계능력	0.736	0.686	0.767	0.755	0.818	
6. 기업성과	0.731	0.695	0.744	0.731	0.642	0.807

주 : 대각선의 숫자들은 평균분산추출값의 제공근임.

3. 가설검증결과

PLS분석의 측정모델 평가를 통해 구성개념의 신뢰성과 타당성을 분석하였으며, 그 결과에서 모든 구성개념의 신뢰성과 타당성을 확인하였다. 따라서 PLS분석에서 구조모델 평가를 통해 본 연구에서 설정된 연구가설을 검증하였다. 구조모델 평가에서 경로계수의 통계적 유의성을 검증하고, 표준 오차를 생성하기 위해 500개의 재샘플(resample)을 사용하는 부트스트랩(bootstrapping) 절차를 사용하였다(Chin, 1998). PLS 분석결과에서 R^2 는 모델의 적합도를 대신해서 사용된다(Mathieson, Peacock and Chin, 2001). 본 연구에서 기업가적 지향성이 흡수능력을 설명하는 정도는 46.7%로 비교적 높게 나타났고, 기업가적 지향성과 흡수능력이 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력을 설명하는 정도는 각각 69.9%, 68.0%, 60.5%로 높게 나타났으며, 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력이 기업성과를 설명하는 정도는 61.5%로 높게 나타났다. PLS분석에서도 GoF(goodness-of-fit)가 계산될 수 있는데 본 연구에서는 Akter, Ambra and Ray(2011)의 계산식에 따라 GoF를 계산하였다. 이 값이 0.10이면 작고, 0.25이면 중간이고, 0.36이면 크다는 것을 의미한다(Wetzels, Odekerken-Schröder and van Oppen, 2009), GoF를 계산한 결과에서 0.6298이 산출되었으며, 이는 본 연구모델이 높은 적합도를 갖는다는 것을 의미한다(〈그림 2〉 참조).

〈그림 2〉 PLS 구조모델



주 : *:p<0.10, **:p<0.05, ***:p<0.01, ns: 비유의적

기업가적 지향성은 흡수능력에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구의 실증분석결과에서 기업가적 지향성에서 흡수능력으로의 경로계수는 0.683(t 값=11.408)이고, 이는 1% 유의수준에서 유의적이라는 것을 의미한다(〈표 7〉 참조). 즉, 이 결과는 수출벤처기업의 기업가적 지향성이 높을수록 수출벤처기업의 흡수능력이 높아진다는 가설1을 채택한다는 것을 의미한다. 이처럼 수출벤처기업이 혁신적이고, 적극적이며, 위험감수성향이 높을수록 수출벤처기업의 흡수능력이 높아지는 것으로 나타났다.

기업가적 지향성은 전략적 능력에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 기업가적 지향성에서 기술능력으로의 경로계수는 0.625(t 값=9.236)이고, 기업가적 지향성에서 마케팅 능력으로의 경로계수는 0.617(t 값=8.587)이며, 기업가적 지향성에서 시장연계능력으로의 경로계수는 0.503(t 값=4.125)인 것으로 나타났다(〈표 7〉 참조). 이는 1% 유의수준에서 수출벤처기업의 기업가적 지향성이 수출기업의 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력에 유의적으로 긍정적인 영향을 미친다는 것을 의미하고, 이는 가설2-1, 가설2-2, 가설2-3을 채택한다는 것을 의미한다. 이처럼 수출벤처기업이 혁신적이고, 적극적이며, 위험감수적일수록 수출벤처기업의 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력이 높아지는 것으로 나타났다.

흡수능력은 기업의 전략적 능력에 긍정적인 영향을 미친다. 본 연구에서 흡수능력에서 기술능력의 경로계수는 0.272(t 값=3.543)이고, 흡수능력에서 마케팅능력으로의 경로계수는 0.270(t 값=3.514)이며, 흡수능력에서 시장연계능력으로의 경로계수는 0.342(t 값=2.644)로

나타났다(표 7) 참조). 이는 1% 유의수준에서 흡수능력이 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력에 유의적으로 긍정적인 영향을 미친다는 것을 의미하는 동시에 가설3-1, 가설3-2, 가설3-3을 채택한다는 것을 의미한다. 이처럼 수출벤처기업의 흡수능력이 높을수록 수출벤처기업의 전략적 능력인 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력이 높아지는 것으로 나타났다.

전략적 능력 중에서 기술능력 및 마케팅능력은 기업성가에 긍정적인 영향을 미치지만 시장연계능력은 기업성가에 유의적인 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 기술능력에서 기업성가로의 경로계수는 0.436(t 값=4.582)이고, 마케팅능력에서 기업성가로의 경로계수는 0.379(t 값=2.487)이다. 이는 5% 유의수준에서 전략적 능력인 기술능력과 마케팅능력이 기업성가에 유의적인 정의 영향을 미친다는 것을 의미한다. 이러한 결과는 가설4-1과 가설4-2를 채택한다는 것을 의미한다(표 7) 참조). 반면, 전략적 능력인 시장연계능력에서 기업성가로의 경로계수는 0.021(t 값=0.154)로 나타났다. 이는 5% 유의수준에서 전략적 능력의 하나인 시장연계능력이 기업성가에 유의적인 영향을 미치지 못한다는 것을 의미한다. 이러한 결과는 가설4-3을 기각한다는 것을 의미한다(표 7) 참조). 본 연구에서 시장연계능력은 수출벤처기업이 고객, 공급업체, 도소매업체 등과의 유대 관계를 형성하고 유지하는 능력을 의미하는데 본 연구결과에서 이러한 능력은 수출벤처기업의 성과에 유의적인 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났으며, 이러한 결과는 Cacciolatti and Lee(2016)의 연구결과와 유사한 것이다. 그들의 연구에서는 고객 연계능력과 기업성과간에 유의적인 관계가 나타나지 않았다. 이는 수출벤처기업의 성과가 수출벤처기업의 시장연계능력에 의해 좌우되지 않는다는 것을 의미한다. 수출벤처기업은 혁신적인 기술에 기반한 기업이면서 신생기업인 경우가 많기 때문에 일반기업과 달리 시장연계능력을 확보하지 못한 수출벤처기업이 많은 것이 현실이다. 수출벤처기업의 이러한 현실적인 특성이 반영되어 일반기업을 대상으로 연구한 Song et al.(2007)과 Hao and Song(2016)의 연구와 다른 연구결과가 나타난 것으로 보인다. 즉, 기술 중심의 수출벤처기업은 고객, 공급업체, 도소매업체 등과의 유대 관계를 형성하고 유지하는 시장연계능력이 부족한 경우가 많기 때문에 수출벤처기업의 시장연계 능력과 성과간의 관계가 유의적이지 않게 나타난 것으로 볼 수 있다.

〈표 7〉 가설검정결과

가설	경로계수	t값	가설채택여부
가설1 : 기업가적 지향성 → 흡수능력	0.683	11.408 ^{***}	채택
가설2-1 : 기업가적 지향성 → 기술능력	0.626	9.236 ^{***}	채택
가설2-2 : 기업가적 지향성 → 마케팅능력	0.617	8.587 ^{***}	채택
가설2-3 : 기업가적 지향성 → 시장연계능력	0.503	4.125 ^{***}	채택
가설3-1 : 흡수능력 → 기술능력	0.272	3.543 ^{***}	채택
가설3-2 : 흡수능력 → 마케팅능력	0.270	3.514 ^{***}	채택
가설3-3 : 흡수능력 → 시장연계능력	0.342	2.644 ^{***}	채택
가설4-1 : 기술능력 → 기업성과	0.436	4.582 ^{***}	채택
가설4-2 : 마케팅능력 → 기업성과	0.379	2.487 ^{**}	채택
가설4-3 : 시장연계능력 → 기업성과	0.021	0.154 ^{ns}	기각

주: * : $p < 0.10$, ** : $p < 0.05$, *** : $p < 0.01$, ns: 비유의적

V. 결론

본 연구는 수출벤처기업을 대상으로 기업가적 지향성, 흡수능력, 전략적 능력 및 기업성과간의 관계를 밝히는데 연구목적이 있다. 기존 선행연구를 기초로 기업가적 지향성, 흡수능력, 전략적 능력 및 기업성과간의 관계를 가설로 설정하였고, 이를 검정하기 위해 필요한 자료는 설문조사를 통해 수집하였다. 본 연구모델 검정에는 구조방정식모델인 PLS분석방법을 활용하였다. 실증분석결과에서 다음과 같은 결과가 도출되었다. 첫째, 기업가적 지향성은 흡수능력에 유의적인 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 기업가적 지향성은 전략적 능력인 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력에 각각 유의적인 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 흡수능력은 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력에 각각 유의적인 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 전략적 능력 중에서 기술능력과 마케팅능력은 기업성과에 각각 유의적인 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면, 시장연계능력은 기업성과에 유의적인 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 이와 같이 수출벤처기업을 대상으로 수행된 본 연구는 기업을 대상으로 수행된 Song et al.(2007), Hao and Song(2016) 등의 기존 연구결과와 달리 시장연계능력이 기업성과에 유의적인 영향을 미치지 못한다는 점에서 차이가 있는 것으로 나타났다.

본 연구는 학문적으로 다음과 같은 점에서 의미 있는 연구이다. 첫째, 수출벤처기업의

전략적 능력에 영향을 미치는 요인을 밝혔다. 기존 연구에서 수출벤처기업을 대상으로 기업가적 지향성과 흡수능력의 관계를 밝힌 연구가 미흡하고, 이들 능력이 전략적 능력인 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력에 영향을 미치는 관계를 분석한 연구도 미흡하다. 본 연구는 이처럼 기존 연구에서 미흡했던 기업가적 지향성과 흡수능력간의 관계를 실증적으로 밝혔고, 기업가적 지향성과 전략적 능력인 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력간의 관계를 밝혔으며, 흡수능력과 전략적 능력인 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력간의 관계를 실증적으로 밝혔다는 점에서 의미 있는 연구이다.

둘째, 수출벤처기업의 기업가적 지향성, 흡수능력, 전략적 능력 및 기업성과간의 구조적 관계를 실증적으로 밝혔다는 점에서 의미 있는 연구이다. 기존 연구에서 전략과 기업성과간의 관계를 밝힌 연구는 많지만, 수출벤처기업의 기업가적 지향성, 흡수능력, 전략적 능력 및 기업성과간의 구조적 관계를 밝힌 연구는 없다.

한편, 본 연구는 실무적으로 다음과 같은 점에서 시사점을 제공한다. 첫째, 수출벤처기업은 기업가적 지향성을 높이기 위한 적극적인 노력이 필요할 것이다. 본 연구에서 수출벤처기업의 기업가적 지향성이 높을수록 전략적 능력인 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력이 높아지는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 Martin and Javalgi(2016)의 연구에서 밝혀진 기업가적 지향성과 마케팅능력간의 관계와 일관된 결과이다. 이러한 기초할 때 수출벤처기업은 보다 혁신적이고, 적극적이며, 위험감수적인 기업이 될 수 있도록 지속적인 노력이 필요하다. 즉, 새로운 제품/서비스를 도입할 때 창의성과 실험을 지원하고, 새로운 프로세스를 개발할 때 참신함, 기술 리더십 및 연구개발을 지원하는 노력이 필요하다. 또한 새로운 제품 및 서비스를 적극적으로 도입하고, 미래수요를 예상하여 적극적으로 기회를 추구할 필요가 있으며, 새로운 시장에 진출하거나 불확실한 사업에 많은 자원을 투자하는 등 대담하게 행동할 필요가 있다. 이처럼 수출벤처기업이 기업가적 지향성을 높이는 것은 수출벤처기업의 전략적 능력인 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력을 향상시킬 수 있기 때문에 더욱 중요하다.

둘째, 수출벤처기업의 흡수능력은 전략적 능력을 결정하는 중요한 요인이기 때문에 기업의 흡수능력을 높이기 위한 노력이 필요하다. 본 연구에서 수출벤처기업의 흡수능력이 높을수록 제조 프로세스, 기술, 신제품 개발, 생산 설비 및 업계의 기술 변화에 대한 예측과 관련된 기술능력이 더 높아지고, 경쟁 및 고객에 대한 지식, 시장 세분화, 목표시장 선정, 광고, 가격결정 및 마케팅 활동 통합 능력을 의미하는 마케팅능력이 더 높아지는 것으로 나타났다. 이 결과는 Zahra et al.(2016)의 연구에서 밝혀진 흡수능력과 실질적 능력간의 관계와 유사한 결과이다. 이러한 결과에 기초할 때 수출벤처기업은 흡수능력을 향상시킴으로써 전략적 능력인 기술능력, 마케팅능력 및 시장연계능력을 향상시킬 수 있을 것이다.

한편, 수출벤처기업의 흡수능력은 수출벤처기업의 기업가적 지향성에 영향을 받기 때문에 수출벤처기업의 기업가적 지향성을 높이려는 노력이 함께 이루어져야 할 것이다.

셋째, 수출벤처기업의 기술능력 및 마케팅능력은 기업성과를 결정하는 핵심요인이기 때문에 이러한 수출벤처기업의 능력을 높이려는 노력이 필요하다. 본 연구에서 수출벤처기업의 전략적 능력인 기술능력 및 마케팅능력은 기업성과에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 결과는 Hao and Song(2016), Song et al.(2007), Tzokas et al.(2015) 등의 연구와 일치하는 결과이다. 이러한 결과에 기초할 때 수출벤처기업은 기술능력 및 마케팅능력을 확보하고 높일 필요가 있다. 더불어 수출벤처기업의 기술능력 및 마케팅능력이 수출벤처기업의 기업가적 지향성과 흡수능력에 따라 달라진다는 점에서 수출벤처기업은 기업가적 지향성과 흡수능력을 향상시키기 위한 노력이 필요하다.

본 연구는 수출벤처기업의 기업가적 지향성, 흡수능력, 전략적 능력 및 기업성과간의 관계를 실증적으로 밝혔다는 점에서 의미 있는 연구이지만 다음과 같은 점에 향후 연구가 이루어질 필요가 있다. 첫째, 본 연구는 우리나라 수출벤처기업을 대상으로 자료를 수집하였는데 표본의 수가 작은 관계로 산업별 특성을 반영한 분석을 수행하지 못했다. 향후 연구에서는 산업별 표본을 충분히 확보하여 산업특성을 반영한 차이를 분석할 필요가 있다. 둘째, 수출벤처기업의 규모에 따라 전략적 능력에 미치는 영향과 전략적 능력이 기업성과에 미치는 영향이 달라질 수 있는데 표본 수가 충분히 크지 못해 이에 대한 분석이 이루어지지 못했다. 향후 연구에서는 기업규모별 차이를 검증할 필요가 있다. 셋째, 기업의 성과를 결정하는 능력은 다양하지만 본 연구에서는 전략적 측면에서의 능력만을 고려하였다. 향후 연구에는 전략적 능력뿐만 아니라 다른 수출벤처기업의 능력들을 함께 고려한 연구가 이루어질 필요가 있다. 예를 들어 수출벤처기업의 관리능력과 같은 관리적 차원의 능력을 함께 고려한 연구가 이루어질 필요가 있다. 넷째, 본 연구에서 활용된 PLS 분석 방법의 한계(Guide, Jr and Ketokivi, 2015; McIntosh, Edwards and Antonakis, 2014)로 인하여 향후 연구에서는 충분한 표본 수를 확보하여 공분산구조방정식모형을 활용하거나 새로운 분석기법을 도입하여 구조적 관계를 검증할 필요가 있다.

참고문헌

- Afuah, A.(2002), "Mapping Technological Capabilities into Product Markets and Competitive Advantage: The Case of Cholesterol Drugs," *Strategic Management Journal*, Vol.23, No.2, pp.171-179.
- Akter, S., Ambra, J. D. and Ray, P.(2011), "Trustworthiness in mHealth Information Services: An Assessment of a Hierarchical Model with Mediating and Moderating Effects Using Partial Least Squares (PLS)," *Journal Of The American Society For Information Science And Technology*, Vol.62, No.1, pp.100-116.
- Armstrong, J. S. and Overton, T. S.(1977), "Estimating Non-response Bias in Mail Survey," *Journal of Marketing Research*, Vol.14, No.3, pp.396-402.
- Barney, J. B.(1991), "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage," *Journal of Management*, Vol.17, No.1, pp.99-120.
- Cacciolatti, L. and Lee, S. H.(2016), "Revisiting the Relationship between Marketing Capabilities and Firm Performance: The Moderating Role of Market Orientation, Marketing Strategy and Organisational Power," *Journal of Business Research*, Vol.69, No.12, pp.5597-5610.
- Chandra, Y., Styles, C. and Wilkinson, I.(2009), "The Recognition of First Time International Entrepreneurial Opportunities," *International Marketing Review*, Vol.26, No.1, pp.30-61.
- Chen, K. H., Wang, C. H., Huang, S. Z. and Shen, G. C.(2016) "Service Innovation and New Product Performance: The Influence of Market-linking Capabilities and Market turbulence," *International Journal of Production Economics*, Vol.172, pp.54-64.
- Chin, W. W.(1998), "Issues and Opinion on Structural Equation Modeling," *MIS Quarterly*, Vol.22, No.1, pp.7-16.
- Chiu, C., Cheng, H., Huang, H. and Chen, C.(2013), "Exploring Individuals' Subjective Well-being and Loyalty towards Social Network Sites from the Perspective of Network Externalities: The Facebook Case," *International Journal of Information Management*, Vol.33, pp.539-552
- Craighead, C. W, Ketchen, D. J., Dunn, K. S. and Hult, G. T. M.(2011),

- “Addressing Common Method Variance: Guidelines for Survey Research on Information Technology, Operations, and Supply Chain Management,” *IEEE Transactions on Engineering Management*, Vol.58, No.3, pp.578-88.
- Day, G. S.(1994), “The Capabilities of Market-driven Organizations,” *Journal of Marketing*, Vol.58, No.4, pp.37-52.
- Di Benedetto, C. A., DeSarbo, W. S. and Song, M.(2008), “Strategic Capabilities and Radical Innovation: An Empirical Study in Three Countries,” *IEEE Transactions On Engineering Management*, Vol.55, No.3, pp.420-433.
- Dutta, S., Narasimhan, O. and Rajiv, S.(2005), “Conceptualizing and Measuring Capabilities: Methodology and Empirical Application,” *Strategic Management Journal*, Vol.26, No.3, pp.277-285.
- Fornell, C. and Bookstein, F. L.(1982), “Two Structural Equation Models: Lisrel and Pls Applied to Consumer Exit-Voice Theory,” *Journal of Marketing Research*, Vol.19, pp.440-452.
- Fornell, C. and Larcker, D. F.(1981), “Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error,” *Journal of Marketing Research*, Vol.18, No.1, pp.39-50.
- Guide, Jr., V. D. R. and Ketokivi, M.(2015), “Notes from the Editors: Redefining Some Methodological Criteria for the Journal,” *Journal of Operations Management*, Vol.37, pp.v-viii.
- Hair, J., Sarstedt, M., Ringle, C. and Mena, J.(2012), “An Assessment of the Use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling in Marketing Research,” *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.40, pp.414-433.
- Hao, S. and Song, M.(2016), “Technology-driven Strategy and Firm Performance: Are Strategic Capabilities Missing Links?”, *Journal of Business Research*, Vol.69, pp.751-759.
- Hung, R. Y. Y., Yang, B., Lien, B. Y. H., McLean, G. N. and Kuo, Y. M.(2010), “Dynamic Capability: Impact of Process Alignment and Organizational Learning Culture on Performance,” *Journal of World Business*, Vol.45, No.3, pp.285-294.
- Jansen, J. J. P., Van den Bosch, P. A. J. and Volberda, H. W.(2005), “Managing Potential and Realized Absorptive Capacity: How do Organizational Antecedents Matter?”, *Academy of Management Journal*, Vol.48, No.6,

pp.999-1015.

- Levinson, N. S. and Asahi, M.(1995), "Cross-national Alliances and Interorganizational Learning," *Organizational Dynamics*, Vol.24, No.2, pp.50-63.
- Li, Y., Guo, H., Liu, Y. and Li, M.(2008), "Incentive Mechanisms, Entrepreneurial Orientation, and Technology Commercialization: Evidence from China's Transitional Economy," *Journal of Product Innovation Management*, Vol.25, No.1, pp.63-78.
- Li, Y., Huang, J. and Tsai M.(2009), "Entrepreneurial Orientation and Firm Performance: The Role of Knowledge Creation Process," *Industrial Marketing Management*, Vol.38, pp.440-449.
- Lichtenthaler, U.(2009), "Absorptive Capacity, Environmental Turbulence, and the Complementarity of Organizational Learning Processes," *Academy of Management Journal*, Vol.52, No.4, pp.822-846.
- Lin, H., Su, J. and Higgins A.(2016), "How Dynamic Capabilities Affect Adoption of Management Innovations," *Journal of Business Research*, Vol.69, pp.862-876.
- Lumpkin, G. and Dess, G.(1996), "Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance," *Academy of Management Review*, Vol.21, No.1, pp.135-172.
- Martin, S. L. and Javalgi, R. G.(2016), "Entrepreneurial Orientation, Marketing Capabilities and Performance: The Moderating Role of Competitive Intensity on Latin American International New Ventures," *Journal of Business Research*, Vol.69, No.6, pp.2040-2051.
- Mathieson, K., Peacock, E. and Chin, W. W.(2001), "Extending the Technology Acceptance Model: The Influence of Perceived User Resources," *The DATA BASE for Advances in Information Systems*, Vol.32, No.3, pp.86-112.
- Mathieson, K., Peacock, E. and Chin, W. W.(2001), "Extending the Technology Acceptance Model: The Influence of Perceived User Resources," *The DATA BASE for Advances in Information Systems*, Vol.32, No.3, pp.86-112.
- McIntosh, C., Edwards, J. R. and Antonakis, J.(2014), "Reflections on Partial Least Squares Path Modeling," *Organizational Research Methods*, Vol.17, No.2, pp.210-251.
- Meade, A. W., Watson, A. M. and Kroustalis, C. M.(2007), "Assessing Common Methods Bias in Organizational Research," *Paper presented at the 22nd Annual*

- Meeting of the Society for Industrial and Organizational Psychology*, New York, pp.1-10.
- Messerschmidt, C. M. and Hinz O.(2012), "Explaining the Adoption of Grid Computing: An Integrated Institutional Theory and Organizational Capability Approach," *Journal of Strategic Information Systems*, Vol.22, No.2, pp.137-56.
- Moorman, C. and Slotegraaf, R. J.(1999), "The Contingency Value of Complementary Capabilities in Product Development," *Journal of Marketing Research*, Vol.36, No.2, pp.239-257.
- Peteraf, M. A.(1993), "The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-based View," *Strategic Management Journal*, Vol.14, No.3, pp.179-191.
- Podsakoff, P. M, MacKenzie, S. B., Lee, J. Y. and Podsakoff, N. P.(2003), "Common Method Biases in Behavioral Research: A Critical Review of the Literature and Recommended Remedies," *Journal of Applied Psychology*, Vol.88, No.5, pp.879-903.
- Reinartz, W., Haenlein, M. and Henseler, J.(2009), "An Empirical Comparison of the Efficacy of Covariance-Based and Variance-Based Sem," *International Journal of Research in Marketing*, Vol.26, pp.332-344.
- Ringle, C. M., Wende, S. and Will, A.(2005), *SmartPLS 2.0 (M3) Beta*, Retrieved from, <http://www.smartpls.de>
- Song, M., Di Benedetto, C. A. and Nason, R. W.(2007). "Capabilities and Financial Performance: The Moderating Effect of Strategic Type," *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.35, pp.18-34.
- Tu, Q., Vonderembse, M. A., Ragu Nathan, T. S. and Sharkey, T. W.(2006), "Absorptive Capacity: Enhancing the Assimilation of Time Based Manufacturing Practices," *Journal of Operations Management*, Vol.24, No.5, pp.692-710.
- Tzokas, N. Kim, Y. A., Akbar, H. and Al-Dajani, H.(2015), "Absorptive Capacity and Performance: The Role of Customer Relationship and Technological Capabilities in High-tech SMEs," *Industrial Marketing Management*, Vol.47, pp.134-142.
- Urbach, N. and Ahlemann, F.(2010), "Structural Equation Modeling in Information Systems Research using Partial Least Squares," *Journal of Information Technology Theory and Application*, Vol.11, No.2, pp.5-40.

- Walter, A., Auer, M. and Ritter, T.(2006), "The Impact of Network Capabilities and Entrepreneurial Orientation on University Spin-off Performance," *Journal of Business Venturing*, Vol.21, pp.541-567.
- Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G. and van Oppen C.(2009), "Using PLS Path Modeling for Assessing Hierarchical Construct Models: Guidelines and Empirical Illustration," *MIS Quarterly*, Vol.33, No.1, pp.177-195.
- Wilson, B. and Henseler, J.(2007), "Modeling Reflective Higher-order Constructs Using Three Approaches with PLS Path Modeling: A Monte Carlo Comparison," *Australian and New Zealand Marketing Academy Conference*, Otago, Australia, pp.791-800.
- Zahra, S. A., Sapienza, H. J. and Davidsson, P.(2006), "Entrepreneurship and Dynamic Capabilities: A review, Model and Research Agenda," *Journal of Management Studies*, Vol.43, No.4, pp.917-955.
- Zhou, K. Z. and Li, C. B.(2010), "How Strategic Orientations Influence the Building of Dynamic Capability in Emerging Economies," *Journal of Business Research*, Vol.63, No.3, pp.224-231.
- KOSIS 국가통계포털(2016.3.15.) Available at <http://kosis.kr/>
- NICE평가정보 KISVALUE(2016.3.15.) Available at <https://www.kisvalue.com/>

The Relationships among Entrepreneurial Orientation, Absorptive Capacity, Strategic Capabilities and Performance of Korean Export Venture Firms

Kyung–Yun Hwang

Eul–Hyun Sung

Hee–Cheol Moon

Abstract

This study investigates how entrepreneurial orientation and absorptive capacity influence strategic capabilities (technology, marketing, and market-linking capabilities), as well as how strategic capabilities affect performance in Korean export venture firms. To analyze this empirically, we hypothesized the relationship between entrepreneurial orientation, absorptive capacity, strategic capabilities, and firm performance based on an existing resource-based review and empirical literatures. We collected data using questionnaires and used a partial least squares (PLS) structural equation model for hypothesis testing. The following results were obtained from the empirical analysis. First, entrepreneurial orientation has a significant positive impact on absorptive capacity. Second, entrepreneurial orientation has a significant positive effect on technology, marketing, and market-linking capabilities. Third, absorptive capacity has a significant positive influence on technology, marketing, and market-linking capabilities. Fourth, technology and marketing capabilities have a significant positive effect on firm performance. However, market-linking capabilities have no significant influence on firm performance.

〈Key Words〉 Entrepreneurial Orientation, Strategic Capabilities, Technology Capabilities, Marketing Capabilities, Market-linking Capabilities