

## 국제기업가정신과 국제화 성과와의 관계

최유리  
부산대학교 경영학과 박사과정

방호열  
부산대학교 경영학과 교수

# A Relationship between International Entrepreneurship and Internationalization Performance

Yu-Ri Choi<sup>a</sup>, Ho-Yeol Bang<sup>b</sup>

<sup>a</sup>Department of Business Administration, Pusan National University, South Korea

<sup>b</sup>Department of Business Administration, Pusan National University, South Korea

Received 20 November 2018, Revised 19 January 2019, Accepted 20 February 2019

### Abstract

The purpose of this research is to identify the global capability of international entrepreneurship, categorize internationalization opportunities into different types, and propose international entrepreneurship and the fit of opportunities. To do so, this study reviewed seven prominent business journals between 1996 and 2015 reflected the international business activities of entrepreneur and identified 6 attributes of international entrepreneurship. Second, this study analyzed researches using internationalization motivation as a keyword, categorized the researches into 4 types of internationalization opportunity according to the exploration and exploitation of resources. Third, this study developed conceptual models based on them to identify international entrepreneurship and fit of opportunities and gave a hypothesis on the relationship between international entrepreneurship, internationalization opportunity, and internationalization performance. By clarifying which capability of an international entrepreneur is needed in an internationalization opportunity, this study is expected to provide theoretical and practical implications to the internationalization performance of firms.

**Keywords:** International Entrepreneurship, Entrepreneurial Capability, Internationalization Opportunity, Fit.  
**JEL Classifications:** M12, M13, M16

## I. 서론

국제기업가정신 연구는 국제경영 활동과 관련 하여 국제신생벤처기업에 초점을 두던 것에서 점차 기업가와 기업가가 가진 역량 및 행동에 대한

연구로 흐름이 변화하고 있다(McDougall, Shane and Oviatt, 1994). 1980년대 말에는 기업가의 네트워크를 통해 해외시장에 대한 기회의 발견이 가능하며 국제화 성과에 영향을 준다는 연구가 우세했으나, 이후 인지적 과정에 의한 기업가적

<sup>a</sup> First Author, E-mail: riboni1@hanmail.net

<sup>b</sup> Corresponding Author, E-mail: hybang@pusan.ac.kr

행동과 의사결정이 국제화 과정에 영향을 준다고 보았다(Casson and Godley, 2007).

중소기업 및 벤처기업은 그들이 보유하고거나 통제 가능한 자원의 종류보다는 기업가의 역량과 행동이 더욱 중요하다고 주장한다. 이러한 기업가적 역량과 행동은 신생벤처기업이 상당한 자원을 보유한 다국적기업이나 경쟁 기업을 넘어서 가치 창출을 할 수 있는 기업의 핵심 요인으로 작용한다(Stevenson and Gumpert, 1985; Zahara, 2005).

기존문헌들은 국제기업가정신을 구체화하는 속성을 조작화 하는데 있어 기업가의 역량을 응용하고 있으나 주로 마케팅 역량, 학습 역량, 기술 역량 등 기능적인 측면에서 설명하고 있다(Dimitratos, Voudouris, Plakoyiannaki and Nakos, 2012; Zhang, Tansuhaj and McCullough, 2009). 그러나 이질적인 해외시장에서 경영활동을 수행하는 국제기업가의 역량은 차별화가 필요하며, 문화적인 측면과 글로벌 역량이 반영되어야 할 것이다.

한편, 국제기업가정신 연구에 있어 기회의 발견과 활용은 주요한 쟁점이다. 국제기업가정신은 미래의 재화와 서비스의 개발을 위해 국경을 넘나들며 기회를 발견하고, 그 기회를 규정 및 평가하며 활용하는 것이기 때문이다(Oviatt and McDougall, 2005).

모든 기업가가 기회를 발견하고 활용할 수 있는 잠재성이 있다고 가정했을 때, 실제로 제품을 개발하거나 새로운 서비스를 제공하여 이윤을 얻는 기업가는 소수에 불과하다. 이처럼 산업이나 시장의 환경 차이에서 발생하는 기회를 발견하고 포착하는 기업가는 그렇지 않은 기업가에 비해 기회를 인지하거나 활용하는 능력이 뛰어나다(Alvarez and Barney, 2007; Kirzner, 1973; Shane, 2003).

다시 말해, 국제화 기회가 발생했을 때 이를 인지하고 포착하여 국제경영 활동을 수행하는 기업가와 그렇지 않은 기업가들 간의 차이점이 존재한다는 것이다. 따라서 해외시장 기회가 발생했을 때, 이를 발견하고 포착하기 위해서 기업가의 어떠한 역량이 필요한지 국제기업가정신과 기회 간의 적합성 연구를 할 필요성이 있다.

이상과 같은 맥락에서 본 연구는 국제기업가

정신과 국제화 기회 간의 적합성을 실증적으로 분석하는 데 그 목적이 있다. 구체적으로 국제기업가정신의 하위요인인 기업가의 역량 여섯 가지(혁신성, 진취성, 위험 감수성, 네트워크 역량, 국제 경험, 문화 적응성)와 네 개 유형의 국제화 기회(혁신적 기회, 재정거래 기회, 매력적 기회, 효율적 기회)간의 영향 관계에 대해 실증 분석하고자 한다.

본 연구를 통해 국제기업가정신과 국제화 기회 간의 적합성이 밝혀진다면 이러한 결과는 실무적으로도 의미를 가질 것이다. 제한된 지식과 자원으로 국제화에 어려움을 겪는 중소기업과 벤처기업의 경우 국제화 목적에 맞는 기업가의 역량을 활용하거나 필요한 역량을 갖춘 인재를 채용함으로써 전략적인 해외시장 진출이 가능할 것으로 기대한다. 또한, 그동안 분절적으로 연구되어 온 국제기업가정신의 구성요소를 체계적으로 정리하여 글로벌 속성을 도출하고 국제화 기회의 유형 및 측정지표를 개발했다는 점에서 향후 기업가정신 연구의 발전에 도움이 될 것이다.

## II. 이론적 배경

### 1. 국제기업가정신

국제기업가 정신이란 국경을 넘어 미래의 재화와 서비스를 창출할 기회를 발견하고 규정하며, 잠재성을 평가하고 활용하는 것이다(McDougall and Oviatt, 2000).

국제기업가정신은 기업가 지향성과 구성 개념 및 속성은 유사하나 분석 수준의 차이가 있다. 기업가 지향성은 벤처기업이 창업하기 위한 행동이나 새로운 진입 방식과 관련된 것으로 조직 수준에서 다루지지만 국제기업가정신은 최고 경영자의 개인적 특성과 배경, 경험 등이 중요한 요인으로 작용하므로 개인 수준에서 측정을 한다(윤정현 및 서민교, 2015).

기존의 국제기업가정신 연구는 분절적이고 상이한 분야의 이론에 기초하고 있으며, 기업가정신을 구체화하는 속성은 다양하나 산업 및 시장의 차이에서 발생하는 국제화 기회를 인지

하고 포착하는 기업가의 국제경영 활동에 대한 역량의 반영이 부족하다(Shane and Venkatraman, 2000; Ucbasaran, Westhead and Wright 2001; 김영환 및 양태용, 2013).

따라서 본 연구에서는 국제기업가정신의 개념을 구체화하는 속성을 명확히 하기 위해, SSCI급의 경영 전문 국제학술지 일곱 종-Strategic Management Journal, Journal of International Business Studies, Academy of Management Journal, Administrative Science Quarterly, Organization Science, Journal of Management, International Business Review-에 1996~2015년 사이에 게재된 연구 논문을 탐색하였다. 경영 전문 국제학술지에 게재된 국제기업가정신을 키워드로 하는 57편의 논문에 게재된 주요 연구 논문의 초록을 분석하여 빈도수에 따라 혁신성, 위험 감수성, 기민성, 네트워크 역량, 국제 경험의 5개 요인을 도출하였다.

한편, 기업가가 국제경영 활동을 하기 위해서는 문화적 차이를 이해하고 유연하게 다룰 수 있는 글로벌 역량이 필요하다. 특정 문화에 대한 기업가의 성향은 직감적으로 해당 문화를 매력적으로 느끼게 하며, 해외시장의 문화적인 요소들과 상충적 요소들의 상호작용은 새로운 사업을 시작하기 위한 긍정적 또는 부정적 요소로 작용한다(Low and MacMillan, 1988; Shapero and Sokol, 1982).

이와 같은 맥락에서 이효미, 김명소 및 한영석(2011)의 연구에서 탐색적 및 확인적 요인분석을 통해 도출된 글로벌 마인드 역량 요인을 참고하여 문화 적응성을 추가하였다.

본 연구에서는 환경의 차이에서 발생하는 기회를 인식하고 분석하며, 대응하는 기업가적 행동을 기회의 인지과정을 바탕으로 개념화하였다. 첫째, 기회의 인식 단계에서는 해외 시장의 환경 차이에 대한 정보를 수집하고 중요한 정보를 거르는 과정을 통해 기회를 발견한다. 둘째, 기회의 분석 단계에서는 수집된 정보를 종합 및 평가하는 과정을 거쳐 기회인지 위험인지 판단한다. 마지막으로 대응의 단계에서는 자원을 재조정하거나 기업의 프로세스를 조절하여 국제화 전략을 세운다(Daft and Weick, 1984; Teece, Pisano and Shuen, 1997; Tomas,

Clark and Gioia., 1993). 이와 같은 국제기업가의 기업가적 행동을 반영하여 기회의 탐색 및 활용에 필요한 역량을 글로벌 속성으로 선정하였다.

최종적으로 6개의 국제기업가정신 구성요인을 선정하였는데 일반적 속성에는 ‘혁신성’, ‘위험 감수성’, ‘기민성’의 3개 요인을 포함하였고, 글로벌 속성에는 ‘네트워크 역량’, ‘국제 경험’, ‘문화 적응성’ 3개 요인을 선정하였다.

## 2. 국제화 기회

국제화 과정에서 나타나는 문화적, 정치적, 경제적, 제도적 차이점과 이러한 환경적 차이로 인한 불확실성은 위험요소로 작용하기도 하지만 예상치 않은 사건이 되기도 하며 이는 곧 기회로 작용한다(Ellis, 2011; Hohenthal, Johanson and Johanson, 2003).

기존 연구는 주로 해외시장의 잠재적 고객에게 제품을 판매하기 위해 국제화한다는 근본적인 동기를 제시하고 있으며, 기업 행동의 동기보다는 국제화 과정에서의 기업 행동을 서술하고 있다(Cuervo-Cazurra, Narula and Un, 2015; Dunning, 1993; Hymer, 1976; Porter, 1986; Williams, 1992).

그러나 국제화 목적에 따라 기업가가 추구하는 기회는 다양하며, 글로벌 환경 차이에서 발견하거나 활용할 수 있는 다양한 기회를 해외 시장 지향만으로 설명하는 것은 너무 일반적이고 구체성이 결여되어 있다.

따라서 해외시장은 국내시장과 다른 어떠한 요인이 새로운 기회로 작용할 수 있으며, 해외 시장에서 발견할 수 있는 기회의 구체적인 형태가 무엇인지를 분류해 보는 것이 필요할 것이다. 기회의 유형이 달라짐에 따라 그 기회를 활용하기 위한 역량도 달라지는데 기존의 해외시장 지향과 같은 일반적인 동기로는 효과적인 기회의 탐색과 발굴이 어려울 것이기 때문이다.

이상과 같은 맥락에서 국제기업가가 추구하는 기회는 무엇인지 구체화하고 유형화하기 위해서 1996~2015년 사이에 SSCI급 경영 전문 국제학술지 일곱 종에 게재된 국제화 동기 및 해외직접투자 동기를 키워드로 하는 주요 연구

논문들을 탐색하였다. 기존 문헌에서 다양한 요인들을 제시하고 있는데, 자원을 탐색 또는 활용하는 경제행위(March, 1991)에 따라 국제화 기회를 4개로 유형화하였다.

기존 문헌의 탐색을 통해 수집한 요인들을 분석 및 종합한 후, 통합하여 '혁신적 기회', '재정거래 기회', '매력적 기회', '효율적 기회'로 유형화하였다.

### Ⅲ. 연구모형과 연구가설

#### 1. 연구모형

본 연구는 수출 중소기업과 벤처기업의 최고 경영자를 대상으로 국제기업가정신과 국제화 기회와의 적합성을 밝히고, 국제기업가정신이 기회 탐색 및 활용과 국제화 성과에 어떤 영향을 미치는지를 살펴보고자 했다.

따라서 국제기업가정신과 관련한 기존연구에서 제시한 결과를 종합하고 글로벌 역량을 반영하여 국제기업가정신을 혁신성, 위험 감수성, 기민성, 네트워크 역량, 국제 경험, 문화 적응성 여섯 개의 요인으로 정의하였다. 그리고 국제화 기회를 기회 탐색(혁신적 기회, 재정거래 기회)과 기회 활용(매력적 기회, 효율적 기회)으로 유형화하고 이를 토대로 <Fig. 1>과 같은 연구모형을 설계하였다.

#### 2. 연구가설

##### 1) 국제기업가정신과 국제화 기회와의 관계

Shane and Venkataraman (2000)은 다른 사람들이 찾아내지 못한 사업 기회를 발견해내는 기업가의 능력을 기업가정신의 핵심이라고 주장하였다. 국제기업가정신은 미래의 제품과 서비스를 창출할 기회가 기업가에 의해서 어떻게 발견되고 만들어지는가에 관련된 것으로 기업가는 다양한 수단을 써서 기회를 탐색하고 활용한다.

모든 기업가가 기회를 발견하고 활용할 수

있는 잠재성이 있다고 가정했을 때, 실제로 기회를 포착하여 이윤을 얻는 기업가는 소수에 불과하다. 이처럼 환경 차이에서 발생하는 기회를 발견하고 포착하는 기업가와 그렇지 않은 기업가 사이에는 기회를 인지하거나 활용하는 역량의 차이가 존재한다(Alvarez and Barney, 2007; Kirzner, 1973; Shane, 2003).

즉, 기업가는 기회를 탐색하고 활용하는 주체이며 기회를 발견하고 포착하기 위하여 역량을 최대한 활용한다. 같은 맥락에서 많은 실증 연구는 기회 탐색 및 활용과 관련된 다양한 기업가 역량들을 제시하고 있다.

혁신성은 기업가정신의 핵심으로 국제화를 추진하는 기업은 혁신적인 기회를 발견하고 포착하는 능력을 갖추고 있으며, 창조적인 파괴를 통해 국제화의 수단으로 활용한다. 위험 감수성은 해외시장 진출과 관련하여 상당한 양의 위험성 높은 자원을 투자하는 것으로, 해외시장 기회의 활용을 위해서 막대한 부채를 감수하는 위험한 행동으로 특징지어진다. 기업가의 위험 감수적인 역량은 국제적인 기회의 인식 및 추구하고 밀접한 관련이 있다(Dimitratos et al., 2010; Lumpkin and Dess, 1996). 또한, 국제화 기회에 대한 기업가의 기민성은 선도적인 행동과 네트워크의 활용 또는 배경지식의 사용 능력을 바탕으로 한다(McDougall et al., 1994).

기회 인식 및 활용과 관련된 기업가의 역량 가운데 가장 많은 연구가 이루어진 것은 네트워크 역량이다. 네트워크를 통해 중소기업은 대기업에 비해 한정적인 자원의 한계를 극복하고 기회를 발견할 수 있으며(Sullivan and Weerawardena, 2006), 기업가의 개인적 네트워크가 벤처기업의 국제화 초기 단계에서 해외시장 기회의 발견에 중요한 요소가 된다(Sasi and Arenius, 2008; Styles and Genua, 2008). 또한 기업가의 교육 수준이나 해외 거주 경험, 해외 경영 활동 등과 같은 국제 경험은 국제신생벤처기업의 신속한 국제화를 설명해주는 차별적인 역량으로 작용하며, 해외시장 기회와 새로운 고객을 발견하는 데 도움이 되는 네트워크 형성과 지식의 축적에 영향을 미친다(Chandra, Styles and Wilkinson, 2009; Madsen and Servais, 1997). 문화 적응성은 새로운 문화나 상황에 저항감 없이 신속하게 변화하

고 대응하는 역량으로 역동적인 해외시장 환경에서 유연하게 전략을 변화시킴으로써 기회를 포착하고 활용하는 데 중요한 역할을 한다(Nguyen, Nguyen and Barrett, 2008; Webb et al., 2010).

이상의 논의는 국제기업가정신과 국제화 기회 간의 관련성을 보여주며 상관관계가 있음을 주장하고 있다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- 가설 1. 국제기업가정신은 국제화 기회에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-1. 국제기업가정신의 일반적 속성은 기회 탐색 지향일 것이다.
- 가설 1-1-1. 혁신성은 기회 탐색에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-1-2. 위험 감수성은 기회 탐색에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-1-3. 기민성은 기회 탐색에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-2. 국제기업가정신의 글로벌 속성은 기회 탐색 지향일 것이다.
- 가설 1-2-1. 네트워크 역량은 기회 탐색에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-2-2. 국제 경험은 기회 탐색에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-2-3. 문화 적응성은 기회 탐색에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-3. 국제기업가정신의 일반적 속성은 기회 활용 지향일 것이다.
- 가설 1-3-1. 혁신성은 기회 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-3-2. 위험 감수성은 기회 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-3-3. 기민성은 기회 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-4. 국제기업가정신의 글로벌 속성은 기회 활용 지향일 것이다.
- 가설 1-4-1. 네트워크 역량은 기회 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-4-2. 국제 경험은 기회 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-4-3. 문화 적응성은 기회 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

## 2) 국제화 기회와 국제화 성과와의 관계

혁신적인 기회는 현재 주어진 대안에 대한 불만족으로 인해 기업가가 창의적으로 행동함으로써 나타난다. 혁신적인 기회는 새로운 자원 및 역량을 탐색하는 기업가적 의도와 행동에 의해 포착될 수 있으며, 기업가적 아이디어에 집중함으로써 새로운 경제적 가치를 가져올 수 있다(Anokhin, Wincent and Autio, 2011).

재정거래 기회는 시장의 비효율성을 인지하고 있는 기민성 있는 기업가에게 나타난다. 다른 기업가들이 알지 못하는 가치 있는 정보와 지식을 먼저 획득함으로써 기회를 포착하고 활용하여 이윤을 얻는다(Anokhin et al., 2011; Kirzner, 1973; Shane, 2012).

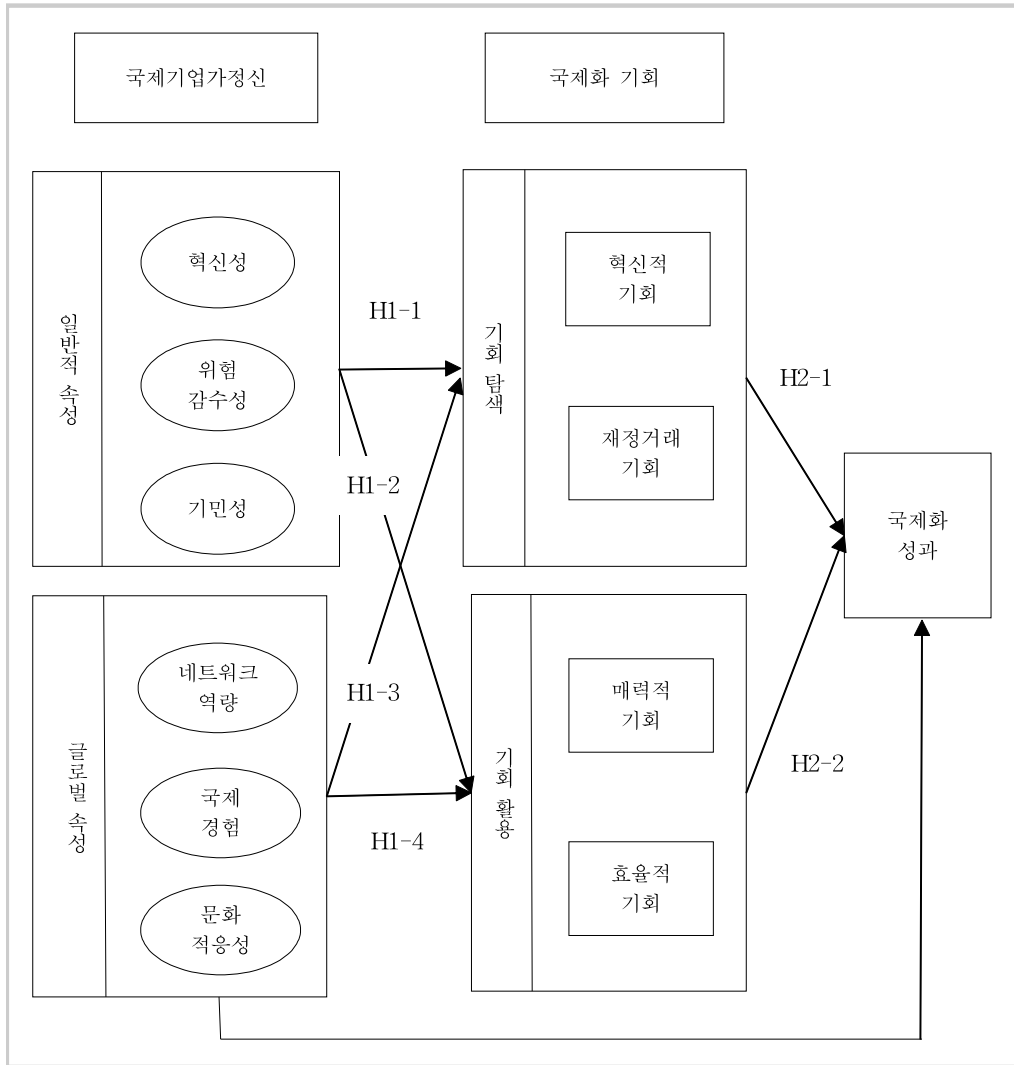
매력적 기회는 기업이 보유하고 있는 유·무형의 기업 특유 자산을 활용하면서 기업의 해외 활동에 수반되는 제약 요인을 극복한다. 이를 통해 다국적기업과 경쟁 기업을 능가할 수 있는 경쟁우위를 창출할 수 있으므로 국제화 성과 향상에 긍정적인 영향을 미친다(Cuervo-Cazurra et al., 2015; Nguyen, 2014).

효율적 기회는 기업이 가 진출하려는 국가에서 사용 가능한 자원과 역량을 활용하기 위해서 기업을 해외로 이전시키는 것으로, 자국에서의 경쟁적인 불리함을 극복하기 위한 것이다. 기업의 자원 및 역량 관리 능력을 해외에 이전시키고 현지국의 경쟁적 우위 요소와 통합하여 활용함으로써 생산 공정의 효율성을 높일 수 있으며, 경쟁 기업에 대응할 수 있는 전략적 능력 향상에도 도움을 준다(Cuervo-Cazurra et al., 2015; Dunning, 1993).

이상의 선행연구를 바탕으로 가설을 설정하였다.

- 가설 2. 국제화 기회는 기업의 국제화 성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2-1. 기회의 탐색(혁신적 기회, 재정거래 기회)은 국제화 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2-2. 기회의 활용(매력적 기회, 효율적 기회)은 국제화 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

Fig. 1. 국제기업가정신과 국제화 기회의 적합성 연구모형



### 3) 국제기업가정신과 국제화 성과와의 관계

기업가정신과 국제화 성과 간의 관계는 긍정적이며 대부분의 연구자는 기업가정신이 기업이 성과를 높인다고 주장한다(Covin and Slevin, 1991; McDougall and Oviatt, 2000; Zahra and Covin, 1995).

Porter (1990)는 기업가정신으로 인한 선도적인 해외시장 진출은 경쟁 기업에 해당 시장 진

출을 어렵게 하는 진입 장벽으로 작용하기 때문에 궁극적으로 기업의 성과에 긍정적인 영향을 미친다고 주장하였다. 또한 Florida (1997)는 기업이 해외 시장에 진출하는 것은 혁신성과 관련이 있으며 이는 해당 기업의 혁신적인 신제품의 개발로 이어지고 생산 공정의 개선뿐만 아니라 기업 성과를 높인다고 주장하였다.

같은 맥락에서 국제화를 추진하는 과정에서 국제기업가정신의 중요성과 기업성과와의 영향 관계를 실증 분석한 연구들도 있다. Zou

**Table 1.** 변수의 조작적 정의

변수	측정	연구자	
일반적 속성	혁신성	새로운 제품과 서비스 개발을 위한 창의적인 생각을 수용하는 역량	Teece et al. (2016), Lumpkin and Dess (1996) and Zhang et al. (2009)
	위험 감수성	불확실성이 포함된 상황에서 위험을 감수하고 대범한 의사 결정을 내리는 기업가의 성향	
	기만성	이윤 기회에 민감하고 재빠르게 행동하여 기회를 적극적으로 활용하는 역량	
글로벌 속성	네트워크 역량	연결된 수많은 주체들과의 관계를 통해 사회적 자본을 얻는 역량	Nguyen et al. (2008), Zhang et al. (2009) and 이효미 외 (2011)
	국제 경험	해외에서의 학습 경험 및 거주 경험, 국제경영 활동을 한 역량	
	문화 적응성	새로운 문화나 상황에 저항감 없이 변화하고 유연하게 대응하는 역량	
혁신적 기회	창의적인 아이디어 및 유·무형 자산, 최첨단 기술을 획득하기 위한 목적으로 국제화 기회를 탐색하는 것	Dunning (1993), Mainela et al. (2014) and Cuervo-Cazurra et al. (2015)	
재정거래 기회	국가 간 환율 및 금리 차이와 같은 잠재적인 이윤 기회에 반응하여 수익을 창출할 수 있는 기회를 탐색하는 것		
매력적 기회	고객 및 시장 추구를 목적으로 기업의 특유우위와 역량의 활용을 통해 해외시장에 진입하는 것		
효율적 기회	효율성 추구를 목적으로 보유하고 있는 자원과 역량의 활용을 통해 해외시장에 진입하는 것		

and Stan (1998)은 최고경영진의 해외시장 진출 의지와 혁신적 성향이 수출중소기업의 기업 성과에 유의한 정(+)의 영향을 미친다고 하였다. Zahara and Garvis (2000)는 중소기업의 국제화 결정 요인으로 국제기업가정신을 제안하면서 국제기업가정신이 국제화 성과에 정(+)의 영향을 미치고 있다고 분석하였다. 이와 더불어, 이장우, 최명신 및 사무엘츄 (2002)는 82개의 벤처기업을 대상으로 최고경영자의 국제경험, 기회인지 능력 등이 기업의 국제화 유형을 결정하는 요인임을 실증 분석하였다.

이상과 같은 맥락에서 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 3. 국제기업가정신은 국제화 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

#### IV. 실증분석

##### 1. 표본추출 및 자료수집

본 연구는 목적을 달성하기 위하여 전국의 수

출 중소기업 및 벤처기업의 최고경영자를 대상으로 조사하였다. 자료수집은 대한상공회의소에 등록된 수출중소기업들과 벤처기업협회(KOVA)에 등록된 기업을 대상으로 표본을 선정하였다. 설문 조사는 2018년 3월부터 9월까지 약 6개월에 걸쳐 두 번에 나누어 실시되었다.

먼저 최고경영자들에게 협조를 구하고, 일차적으로 이메일과 팩스를 이용하여 설문지를 발송했다. 사전 설문조사를 포함하여 설문지의 배포 및 회수는 두 차례로 나누어 실시하였다. 총 532부를 배포하여 최종적으로 회수된 설문지는 182부였는데, 중심화 경향이 심하거나 불성실한 응답이 많은 32부를 제외하였다. 따라서 검증에 적합하다고 판단된 150부를 최종분석을 위해 사용하였다.

##### 2. 변수의 조작화와 신뢰성 및 타당성 검증

본 연구에서는 기업가 역량의 개념을 구성하는 변수들을 6개로 다차원화하고 기존연구에서 이미 사용된 변수들을 이용하여 리커트 7점 척

**Table 2.** 변수의 신뢰성 분석

변수		최종 문항 수	Cronbach's $\alpha$
국제기업가정신 일반적 속성	혁신성	3	.832
	위험 감수성	4	.881
	기민성	5	.913
국제기업가정신 글로벌 속성	네트워크 역량	5	.936
	국제 경험	4	.920
	문화 적응성	5	.934
기회 탐색	혁신적 기회	3	.936
	재정거래 기회	4	.930
기회 활용	매력적 기회	5	.946
	효율적 기회	6	.944
국제화 성과		5	.953

도로써 측정하였다.

국제화 기회는 혁신적 기회, 재정거래 기회, 매력적 기회, 효율적 기회 4개로 구분하였는데, 기존연구에서 이미 사용된 변수들을 이용하거나 새로 개발하여 측정하였다. Cuervo-Cazurra et al. (2015), Mainela, Puhakka and Servais (2014) 등의 선행연구를 참고하여 설문문항을 구성하였으나, 국제화 기회에 대한 설문은 경우 유형의 분류를 새롭게 범주화 함으로써 관련된 설문 조사를 행한 선행연구를 찾기 어려웠으므로 대부분 항목이 자체적으로 개발되었다. 연구모형에 제시된 변수의 조작적 정의는 <Table 1>과 같다.

### 1) 신뢰성 검증

본 연구에서는 측정 도구들의 신뢰도를 측정하기 위하여 크론바하 알파계수를 이용하였다. 신뢰성 검증결과 각 측정항목에 대한 Cronbach's  $\alpha$  값이 전부 0.6 이상으로 나타나 측정항목은 적절하게 사용되었다고 볼 수 있다(Nunnally, 1967).

다음의 <Table 2>는 본 연구에서 사용된 구성개념의 신뢰성 검증에 관한 표이다.

### 2) 확인적 요인분석

측정항목들의 집중 타당성을 검증하기 위해서 전체 변수에 대한 확인적 요인분석을 하였고, <Table 3>과 같이 나타났다. 분석결과 모두 0.7 이상의 CR값과 0.5 이상의 AVE값을 나타

내고 있어 내적 일관성이 있다고 말할 수 있다(Nunnally, 1978).

### 3) 상관관계분석 및 판별타당성 검증

가설을 검증하기 위해서 먼저 상관관계 분석을 하였고, 각 변수의 상관관계는 <Table 4>와 같다. Fornell and Larcker (1981)에 의하면, 각 요인의 추출된 평균분산(AVE) 제곱근이 해당 요인의 상관계수 값보다 크면, 측정모형의 판별 타당성이 존재하는 것으로 간주한다. 확인적 요인 분석표의 AVE값을 활용해 AVE 제곱근과 해당 요인들의 상관계수 값을 대조 및 작성하여 비교해 보면, 모두 AVE 제곱근보다 상대적으로 작다는 것을 알 수 있다. 따라서 해당 변수의 판별 타당성이 충족된 것으로 분석되었다.

## 3. 가설 검증

### 1) 국제기업가정신과 국제화 기회와의 영향 관계

분석결과를 살펴보면 <Table 5>와 같이 우선, 국제기업가정신의 일반적 속성 중 혁신성(표준화 경로계수=.147,  $p=.039$ ), 위험 감수성(표준화 경로계수=.179,  $p=.021$ ), 기민성(표준화 경로계수=.203,  $p=.027$ )은 국제화 기회 탐색에 전부 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 1-1-1, 가설 1-1-2, 가설 1-1-3은 채택되었고( $p<.05$ ), 혁신성(표준화 경로계수



**Table 3. 확인적 요인분석**

요인	항목	추정치		SE	t-값	CR	AVE	
		비표준화	표준화					
일반적 속성	혁신성	혁신성 1	1	.771				
		혁신성 2	.981	.868	.105	9.312	.836	.631
		혁신성 4	.894	.738	.103	8.679		
		위험 감수성 2	1	.797				
	위험 감수성	위험 감수성 3	1.036	.772	.103	10.071		
		위험 감수성 4	1.205	.889	.102	11.771	.883	.654
		위험 감수성 5	1.121	.772	.111	10.066		
		기민성 1	1	.814				
	기민성	기민성 2	1.004	.870	.080	12.538		
		기민성 3	.996	.790	.091	10.944	.915	.682
기민성 4		1.065	.839	.089	11.910			
기민성 5		1.054	.813	.092	11.398			
글로벌 속성	네트워크 역량	네트워크 역량 1	1	.876				
		네트워크 역량 2	1.024	.884	.067	15.367		
		네트워크 역량 3	1.058	.814	.081	13.091	.938	.752
		네트워크 역량 4	1.353	.923	.080	16.853		
		네트워크 역량 5	1.062	.835	.078	13.702		
	국제 경험	국제 경험 1	1	.892				
		국제 경험 2	.975	.929	.055	17.708	.921	.745
		국제 경험 3	.789	.749	.068	11.527		
		국제 경험 5	.949	.871	.062	15.345		
	문화 적응성	문화 적응성1	1	.830				
문화 적응성2		1.042	.836	.083	12.556			
문화 적응성3		1.181	.910	.082	14.432	.937	.748	
문화 적응성4		1.248	.916	.085	14.595			
문화 적응성5		1.235	.829	.100	12.382			
기회 탐색	혁신적 기회	혁신적 기회 1	1	.948				
		혁신적 기회 2	.838	.856	.050	16.796	.937	.833
		혁신적 기회 4	1.013	.931	.047	21.532		
	재정거래 기회	재정거래 기회 1	1	.877				
		재정거래 기회 2	1.015	.936	.059	17.127	.932	.775
		재정거래 기회 3	.890	.856	.062	14.322		
		재정거래 기회 5	.909	.849	.065	14.086		
	매력적 기회	매력적 기회 1	1	.827				
		매력적 기회 2	.883	.802	.075	11.837		
		매력적 기회 3	1.028	.916	.070	14.702	.948	.785
매력적 기회 4		1.058	.948	.068	15.635			
매력적 기회 5		1.074	.928	.071	15.051			
기회 활용	효율적 기회	효율적 기회 1	1	.830				
		효율적 기회 2	1.178	.855	.090	13.034		
		효율적 기회 3	1.263	.881	.092	13.702	.946	.743
		효율적 기회 4	1.168	.826	.095	12.350		
		효율적 기회 5	1.197	.892	.085	14.004		
		효율적 기회 6	1.382	.887	.100	13.873		
국제화 성과	국제화 성과 1	1	.851					
	국제화 성과 2	.979	.881	.067	14.537			
	국제화 성과 3	1.072	.926	.067	16.042	.954	.806	
	국제화 성과 4	1.015	.912	.065	15.575			
	국제화 성과 5	1.031	.917	.066	15.739			

$\chi^2(p)=1542.650(.000)$ ,  $df=1072$ ,  $\chi^2/df=1.439$ ,  $IFI=.936$ ,  $TLI=.928$ ,  $CFI=.935$ ,  $RMSEA=.054$ .

**Table 4. 상관관계 분석**

변수	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. 혁신성	1								
2. 위험 감수성	.065	1							
3. 기민성	.089	.434**	1						
4. 네트워크 역량	-.124	.276**	.518**	1					
5. 국제 경험	-.085	.223**	.418**	.630**	1				
6. 문화 적응성	.023	.261**	.424**	.627**	.661**	1			
7. 기회 탐색 <sup>1</sup>	.058	.381**	.534**	.578**	.573**	.500**	-		
8. 기회 활용 <sup>2</sup>	-.034	.276**	.489**	.687**	.695**	.675**	.477**	-	
9. 국제화 성과	.053	.231**	.474**	.681**	.735**	.691**	.613**	.735**	1

Notes: 1. \* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$ .

2. 1) 기회 포착: 혁신적 기회와 재정거래 기회를 합한 후 평균, 2) 기회 활용: 매력적 기회와 효율적 기회를 합한 후 평균.

=.044,  $p=.503$ ), 위험 감수성(표준화 경로계수 =.012,  $p=.871$ ), 기민성(표준화 경로계수=.080,  $p=.352$ )은 국제화 기회 활용에는 전부 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 가설 1-3-1, 가설 1-3-2, 가설 1-3-3은 기각되었다( $p > .05$ ). 다음으로 국제기업가정신의 글로벌 속성 중 네트워크 역량(표준화 경로계수=.238,  $p=.027$ ), 국제 경험(표준화 경로계수=.360,  $p=.000$ )은 기회 탐색에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 1-2-1 가설 1-2-2는 채택되었고( $p < .05$ ) 문화 적응성(표준화 경로계수=-.014,  $p=.897$ )은 기회 탐색에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 가설 1-2-3은 기각되었다( $p > .05$ ). 다음으로 네트워크 역량(표준화 경로계수=.356,  $p=.000$ ), 국제 경험(표준화 경로계수=.348,  $p=.000$ ), 문화 적응성(표준화 경로계수=.248,  $p=.013$ )은 국제화 기회 활용에 전부 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 1-4-1, 가설 1-4-2, 가설 1-4-3은 채택되었다( $p < .05$ ).

### 2) 국제화 기회와 국제화 성과와의 영향 관계

국제화 기회가 국제화 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 예측한 가설 2는 국제화 기회의 하위요인 기회 탐색 및 기회 활용과 국제화 성

과와의 영향 관계로 가설 2-1, 가설 2-2로 분류하여 검증하였다. 분석결과를 살펴보면 <Table 5>와 같이 국제화 기회 탐색(표준화 경로계수 =.259,  $p=.005$ )과 기회 활용(표준화 경로계수 =.606,  $p=.007$ )은 국제화 성과에 전부 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 2-1과 가설 2-2는 전부 채택되었다( $p < .05$ ).

### 3) 국제기업가정신과 국제화 성과와의 영향관계

국제기업가정신이 국제화 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것으로 예측한 가설 3의 분석결과를 살펴보면 <Table 5>와 같이 혁신성(표준화 경로계수=.046,  $p=.440$ ), 위험 감수성(표준화 경로계수=-.105,  $p=.102$ ), 기민성(표준화 경로계수=-.050,  $p=.516$ ), 네트워크 역량(표준화 경로계수=.007,  $p=.954$ ), 국제 경험(표준화 경로계수=.133,  $p=.269$ ), 문화 적응성(표준화 경로계수=.054,  $p=.588$ ) 6개 변수 모두 국제화 성과에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 가설 3은 기각되었다( $p > .05$ ).

## V. 결론 및 토의

본 연구의 목적은 국제기업가정신의 하위요

**Table 5. 가설검증 결과**

가설		경로	표준화 경로계수	t-값	p-값
H 1-1	H 1-1-1	혁신성 → 기회 탐색	.147*	2.060	.039
	H 1-1-2	위험 감수성 → 기회 탐색	.179*	2.311	.021
	H 1-1-3	기민성 → 기회 탐색	.203*	2.207	.027
H 1-2	H 1-2-1	네트워크 역량 → 기회 탐색	.238*	2.211	.027
	H 1-2-2	국제 경험 → 기회 탐색	.360***	3.366	.000
	H 1-2-3	문화 적응성 → 기회 탐색	-.014	-.130	.897
H 1-3	H 1-3-1	혁신성 → 기회 활용	.044	.669	.503
	H 1-3-2	위험 감수성 → 기회 활용	.012	.162	.871
	H 1-3-3	기민성 → 기회 활용	.080	.930	.352
H 1-4	H 1-4-1	네트워크 역량 → 기회 활용	.356***	3.488	.000
	H 1-4-2	국제 경험 → 기회 활용	.348***	3.455	.000
	H 1-4-3	문화 적응성 → 기회 활용	.248*	2.484	.013
H 2	H 2-1	기회 탐색 → 국제화 성과	.259**	2.788	.005
	H 2-2	기회 활용 → 국제화 성과	.606**	2.701	.007
H 3	H 3-1	혁신성 → 국제화 성과	.046	.773	.440
	H 3-2	위험 감수성 → 국제화 성과	-.105	-1.634	.102
	H 3-3	기민성 → 국제화 성과	-.050	-.649	.516
	H 3-4	네트워크 역량 → 국제화 성과	.007	.058	.954
H 3	H 3-5	국제 경험 → 국제화 성과	.133	1.105	.269
	H 3-6	문화 적응성 → 국제화 성과	.054	.541	.588

Note: \* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$ , \*\*\* $p < 0.001$ .

인인 기업가의 역량을 기회의 인지 과정과 기업가적 행동을 반영하여 글로벌 차원에서 논의하는 것이다. 또한, 국제경영 활동에서 기업가가 추구하는 기회는 무엇이고 어떠한 종류가 있는지 구체화하여 국제화 기회의 유형을 분류하는 것이다. 마지막으로 기업가의 역량에 따라 기회의 탐색과 활용의 영향 관계가 있는 것 인지 알아보기 위하여 기업가의 역량과 기회의 적합성에 대해 검증하는 것이다.

연구 결과의 요약은 다음과 같다.

첫째, 1996년부터 2015년까지 사이의 SSCI 급 경영 전문 국제 학술지 일곱 종에 게재된 국제기업가정신과 관련된 주요 선행 연구를 바탕으로 기존의 국제기업가정신 구성 요소를 체계화하고 확장해 글로벌 속성을 도출하였다. 종합적인 문헌 연구를 통해 빈도수를 기준으로 혁신성, 위험 감수성, 기민성, 네트워크 역량, 국제 경험 5개 요인을 선정하고 글로벌 마인드 역량을 참고하여 문화 적응성을 추가하였다. 총 6개 요인을 도출하였는데, ‘혁신성’, ‘위험 감

수성’, ‘기민성’을 일반적 속성으로 선정하고 ‘네트워크 역량’, ‘국제 경험’, ‘문화 적응성’을 글로벌 속성으로 구성하였다.

그동안 본질적으로 연구되어 온 국제기업가정신의 구성 요소를 체계적으로 정리하여 이를 일반적 속성과 글로벌 속성으로 개념화하였다는 점에서 학술적인 의미가 있다.

둘째, 국제화 동기 및 해외직접투자 동기를 주제로 하는 주요 연구 논문들의 문헌 연구를 통해 국제화 기회와 관련된 요인을 수집하고, 이후 요인들 간의 공통점을 바탕으로 국제화 기회를 4개로 유형화하였다. 또한 기회를 탐색하고 활용하는 경제행위에 따라 국제화 기회를 기회의 탐색 ‘혁신적 기회’, ‘재정거래 기회’와 기회의 활용 ‘매력적 기회’, ‘효율적 기회’로 분류하였다.

국제기업가가 추구하는 기회는 어떤 종류가 있고 무엇인지 구체화하여 유형화했다는 점과 기회의 유형에 따른 측정지표를 개발했다는 점에서 향후 연구에 미치는 의미가 크다고 할 수 있다.

셋째, 이상의 개념적 개발을 토대로 국제기업가정신과 국제화 기회와의 적합성 모델을 제시하였다.

국제기업가의 혁신성, 위험 감수성, 기민성이 높을수록 기회 탐색을 목적으로 하는 혁신적 기회와 재정거래 기회에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 기대와 달리 기회의 활용(매력적 기회, 효율적 기회)에는 유의한 영향을 미치지 않았다. 해외시장에서 외생적 요인에 의해 기회가 발생했을 때, 기회를 발견하더라도 활용하기 위해서는 글로벌 역량이 필요하다. 예컨대, 기회를 탐색하더라도 그 기회를 활용할 자체적 기술이 없으면 외부적 네트워크를 통해 획득해야 할 것이다. 또한, 혁신적인 제품을 개발하더라도 제품 디자인이나 마케팅 전략에서 문화적인 요소를 고려하지 않는다면 주어진 기회를 활용할 수 없을 것이다. 즉, 국제기업가의 일반적 속성이 기회의 탐색에 긍정적인 영향 관계가 있음을 알 수 있었으나, 기회의 활용을 위해서는 발견한 기회의 잠재성을 분석하고 대응할 수 있는 글로벌 속성이 뒷받침되지 않고서는 한계가 있음을 시사한다.

국제기업가의 네트워크 역량, 국제 경험이 풍부할수록 기회 탐색에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나 문화 적응성은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 그리고 기회 활용에는 네트워크 역량, 국제 경험, 문화 적응성 모두 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 중소기업은 네트워크를 통해 부족하고 한정적인 자원의 한계를 극복할 수 있으며 네트워크에 내재한 사회적 자본을 통해 해외시장 기회에 대한 정보를 얻고, 발견한 기회를 활용하는데 이용할 수 있다. 기업가의 국제 경험을 통한 사전적인 지식과 현지 네트워크의 형성은 기회의 발견을 용이하게 하며 해외시장에서의 심리적 거리를 줄여주고 국제화 속도를 향상해주므로 기회의 활용에도 도움이 된다. 그러나 문화 적응성은 환경의 변화에 따라 유연하게 전략을 변화시킴으로써 기회의 탐색보다는 기회의 활용에 중요한 역할을 함을 알 수 있다.

넷째, 국제화 기회의 탐색 및 활용은 국제화 성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 기존 연구에서 제시한 것처럼 국제화

기회를 적극적으로 탐색하고, 포착한 기회를 활용함으로써 국제화 성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것과 일치되는 결과이다(Anokhin et al., 2011; Kirzner, 1973; Shane, 2012). 중소기업 및 벤처기업이 해외시장에 진출할 때 기업가의 역량뿐만 아니라 기회를 탐색하고 활용하는 기업가적 행동의 중요성을 인식하여 이를 활용하는 것이 필요하다고 할 수 있다.

다섯째, 본 연구에서는 국제기업가정신과 국제화 성과와의 긍정적인 영향 관계가 존재할 것으로 기대하였다. 그러나 검증결과는 국제기업가정신이 국제화 성과와 직접 관계가 없는 것으로 나타났다. 김영조 (2002)의 연구에 따르면 단기적 측정 지표로 기업가정신과 성과 간의 관계를 측정할 경우 유의하지 않은 결과가 나올 수 있으며, 이는 기업이 환경의 영향으로 고성장이나 고수익을 이루고 있을 때 기업 내부에 축적되어 사용하지 않는 잉여자원이 발생하기 때문이라고 보았다. 중소기업은 보유 자원이 부족한 경우가 대부분이기 때문에 기회를 민첩하게 포착하기 위한 혁신적이고 위험 감수적인 선택이 기업의 성패를 결정짓는 문제가 될 수 있다. 또한, 이러한 결과는 외부환경과 내부 역량 간의 적합성이 중요함을 시사하는 결과로 해석될 수 있다. 국제기업가정신과 성과가 직접적인 영향관계가 있는 것이 아니라 외부환경과 기업내부의 특성 등이 기업가적 활동에 영향을 미치기 때문이다(강성일, 2006; 김영조, 2002). 따라서 효과적으로 국제화 전략을 수립하기 위해서는 기업 내부강점과 외부환경과의 적합성을 고려해야 하므로 기업가의 역량 활용 뿐만 아니라 다양한 국제 경험과 네트워크를 통해 외부 환경의 정보를 수집하고, 진출하려는 국가의 문화를 적용하여 국제화 전략을 세워야 할 것이다.

이와 같은 연구의 시사점에도 불구하고 문제점과 향후 연구 방향은 존재한다.

첫째, 본 연구의 표본 대상은 전국의 수출 중소기업 및 벤처기업이다. 하지만 기업들의 해외수출 경험 년수가 보통 5년 이상이며 제조업에 편중되어 있어 이를 일반화하기에는 한계가 있다. 국제기업가정신에 대해 심층적인 연구를 하기 위해서는 국제신생벤처기업의 창업자 및

최고 경영자를 대상으로 연구를 진행하는 것이 보다 타당성을 확보 할 수 있을 것이다. 따라서 향후 연구에서는 설립단계 또는 설립 후 3년 이내에 해외시장에 진출했으며, 지식 및 첨단기술을 기반으로 하는 국제신생벤처기업을 대상으로 분석할 필요가 있다.

둘째, 본 연구에서는 국제기업가정신의 하위요인을 기업가 역량으로 개념화 하여 문헌 연구를 통해 일반적 속성과 글로벌 속성 6개 요인으로 도출하였다. 앞으로 변수들을 추가하여 연구를 진행하는 것도 의미가 있을 것이다. 또한, 일반적 속성과 글로벌 속성 간의 상호 관계에 대한 추가적인 연구가 필요하다.

셋째, 국제기업가정신의 글로벌 속성을 도출하였으나 이러한 속성이 기회의 인지과정에서

어떠한 역할을 하는지 분석하지 못하였다. 향후 연구에서는 기회를 인지·분석·대응하는 각각의 인지 단계에서 어떠한 글로벌 속성(네트워크 역량, 국제 경험, 문화 적응성)이 영향을 미치는지 연구해볼 필요가 있다.

마지막으로 본 연구는 국제기업가정신과 국제화 기회 간의 적합성을 알아보기 위해 국제화 기회를 기회 탐색(혁신적 기회, 재정거래 기회)과 기회 활용(매력적 기회, 효율적 기회)으로 나누어 분석하였다. 향후 연구에서는 국제기업가정신의 속성이 어떠한 기회를 추구할 때 영향력을 크게 발휘하는지 알아보기 위하여 국제화 기회를 유형별로 나누어 분석하는 것이 필요할 것이다.

## References

- Alvarez, S. A. and Barney, J. B. (2007), "Discovery and Creation: Alternative Theories of Entrepreneurial Action", *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1, 11-26.
- Anokin, S., J. Wincent and E. Autio (2011), "Operationalizing Opportunities in Entrepreneurship Research: Use of Data Development Analysis", *Small Business Economics*, 37, 39-57.
- Casson, M. and A. Godley (2007), "Revisiting the Emergence of the Modern Business Enterprise: Entrepreneurship and Singer Global Distribution System", *Journal of Management Studies*, 44, 1064-1077.
- Chandra, Y., C. Styles and I. Wilkinson (2009), "The Recognition of First Time International Entrepreneurial Opportunities: Evidence from Firms in Knowledge-based Industries", *International Marketing Review*, 26(1), 30-61.
- Covin, J. G. and D. P. Slevin (1991), "A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 7-25.
- Cuervo-Cazurra, A., R. Narula and C. A. Un (2015), "Internationalization Motives: Sell More, Buy Better, Upgrade, and Escape," *Journal of The Multinational Business Review*, 23(1), 25-35.
- Daft, R. L. and K. E. Weick (1984), "Toward a Model of Organizations as Interpretive Systems", *Academy of Management Review*, 9, 284-295.
- Dimitratos, P., I. Voudouris, E. Plakoyiannaki and G. Nakos (2012), "International Entrepreneurial Culture-toward a Comprehensive Opportunity-based Operationalization of International Entrepreneurship", *International Business Review*, 21(4), 708-721.
- Dunning, J. H. (1993), *Multinational Enterprises and the Global Economy*, New York, NY: Addison-Wesley.
- Ellis, P. (2011), "Social Ties and International Entrepreneurship: Opportunities and Constraint Affecting Firm Internationalization", *Journal of International Business Studies*, 42, 99-127.
- Florida, R. (1997), "The Globalization of R&D: Results of a Survey of Foreign-affiliated R&D Laboratories

- in the USA”, *Research Policy*, 26(1), 85-103.
- Hohenthal, J., I. Johanson and M. Johanson (2003), “Market Discovery and the International Expansion of the Firm”, *International Business Review*, 12, 659-672.
- Hymer, S. H. (1976), *The International Operations of National Firms: A Study of Foreign Direct Investment*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Kang, Sung-Il (2007), *Relationships of Owner-Manager’s Entrepreneurship and Performance in the Small and Medium Tourism Enterprise* (Doctoral Dissertation).
- Kim, Young-Hwan and Tae-Yong Yang (2013), “Researching Entrepreneurship over the Last Decade: A Challenge for the 21st Century”, *Asia Pacific Journal of Small Business*, 35(3), 347-376.
- Kim, Young-Joe (2002), “The Moderating Effects of Environmental Dynamism and Centralized Structure on the Relationship between Entrepreneurial Orientation and Financial Performance”, *Journal of Strategic Management*, 5(1), 69-89.
- Kizner, I. (1973), *Competition and Entrepreneurship* (1st ed.), Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Lee, Hyo-Mi, Myung-So Kim and Young-Seok Han (2011), “Exploration of the Structure of Global Mindset Competency and Development of Global Mindset Index”, *Korean Journal of Industrial and Organizational Psychology*, 24(3), 493-521.
- Lee, Jang-Woo, S. S. Chiu and Myung-Shin Choi (2002), “Globalization of Korean High-tech Ventures: International Market Entry Strategies”, *Korea Business Review*, 31(4), 1135-1162.
- Low, M. B. and I. C. MacMillan (1998), “Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges”, *Journal of Management*, 14(2), 139-161.
- Lumpkin, G. T. and G. G. Dess (1996), “Clarifying the Entrepreneurial Construct and Linking It to Performance”, *Academy of Management Review*, 21, 135-172.
- Madsen, T. K. and P. Servais (1997), “The Internationalization of Born Globals: An Evolutionary Process”, *International Business Review*, 6(4), 41-57.
- Mainela, T., V. Puhakka and P. Servais (2014), “The Concept of International Opportunity in International Entrepreneurship: A Review and a Research Agenda”, *International Journal of Management Review*, 16, 105-129.
- March, J. G. (1991), “Exploration and Exploitation in Organizational Learning”, *Organization Science*, 2(1), 71-87.
- McDougall, P. and B. Oviatt (2000), “International Entrepreneurship: The Interaction of Two Research Paths”, *Academy of Management Journal*, 43, 902-908.
- McDougall, P., S. Shane and B. Oviatt (1994), “Explaining the Formation of International New Venture: The Limit of Theories from International Business Research”, *Journal of Business Venturing*, 9, 469-487.
- Nguyen, T. D., T. M. Nguyen and N. J. Barrett (2008), “Consumer Ethnocentrism, Cultural Sensitivity, and Intention to Purchase Local Product-evidence from Vietnam”, *Journal of Consumer Behavior*, 7, 88-100.
- Nguyen, T. K. (2014), “The Regional Strategies of British Multinational Subsidiaries in South East Asia”, *British Journal of Management*, 25, 60-76.
- Nunnally, J. C. (1978), *Psychometric Theory* (2nd ed.), New York, NY: McGraw Hill.
- Oviatt, B. J. and P. P. McDougall (2005), “Defining International Entrepreneurship and Modeling the Speed of Internationalization”, *Entrepreneurship Theory of Practice*, 5, 537-553.
- Porter, M. E. (1986), *Competition in Global Industries: A Conceptual Framework*, Boston, MA: Harvard Business School Press.

- Sasi, V. and P. Arenius (2008), "International New Ventures and Social Networks: Advantage or Liability?", *European Management Journal*, 62, 400-411.
- Shane, S. (2003), *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual Opportunity Nexus*, Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Shane, S. and S. Venkataraman (2000), "The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research", *Academy of Management Review*, 25, 217-226.
- Shapiro, A. and L. Sokol (1982), "The Social Dimensions of Entrepreneurship", *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 72-88.
- Stevenson, H. H. and D. E. Gumpert (1985), "The Heart of Entrepreneurship", *Harvard Business Review*, 2, 85-94.
- Styles, C. and T. Genua (2008), "The Rapid Internationalization of High Technology Firms Created through the Commercialization of Academic Research", *Journal of World Business*, 43, 146-157.
- Sullivan Mort, G. and J. Weerawardena (2006), "Network Capability and International Entrepreneurship: How Network Function in Australian Born Global Firms", *International Marketing Review*, 23, 549-572.
- Teece, D. J., G. Pisano and A. Shuen (1997), "Dynamic Capabilities and Strategic Management Capabilities", *Strategic Management Journal*, 20, 1133-1156.
- Thomas, J. B., S. M. Clark and D. A. Gioia (1993), "Strategic Sensemaking and Organizational Performance: Linkages among Scanning, Interpretation, Action, and Outcomes", *Academy of Management Journal*, 36(2), 239-270.
- Ucbasaran, D., P. Westhead and M. Wright (2001), "The Focus of Entrepreneurial Research: Contextual and Process Issue", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4), 57-80.
- Webb, J., G. Kistruck, R. D. Ireland and D. Ketchen (2010), "The Entrepreneurship Process in Base of the Pyramid Market: The Case of Multinational Enterprise/Nongovernment Organization Alliances", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34, 555-581.
- Williams, D. E. (1992), "Retailer Internationalization: An Empirical Inquiry", *European Journal of Marketing*, 26, 8-24.
- Yoon, Jung-Hyun and Min-Kyo Seo (2015), "An Empirical Study on the Roles of Entrepreneurial Orientation, Technology Orientation, and Market Orientation in the Rapid Internationalization: Based on International New Ventures", *Journal of Business Research*, 30(1), 231-255.
- Zahara, S. A. (2005), "A Theory of International New Ventures: A Decade of Research", *Journal of International Business Studies*, 36, 20-28.
- Zahra, S. A. and D. M. Garvis (2000). "International Corporate Entrepreneurship: The Moderating Effect of International Environmental Hostility", *Journal of Business Venturing*, 15, 469-492.
- Zahra, S. A. and J. G. Covin (1995), "Contextual Influences on the Corporate Entrepreneurship-Performance Relationship: A Longitudinal Analysis", *Journal of Business Venturing*, 10(1), 43-58.
- Zhang, M., P. Tansuhaj and J. McCullough (2009), "International Entrepreneurial Capability: The Measurement and a Comparison between Born Global Firms and Traditional Exports in China", *Journal of International Entrepreneurship*, 7, 292-322.
- Zou, S. and Stan, S. (1998), "The Determinants of Export Performance a Review of the Empirical Literature between 1987 and 1997", *International Marketing Review*, 15(5), 333-356.

Appendix

Table A. 측정 설문 문항

구분	내 용
일반적 속성	혁신성 연구개발이나 기술상 우위를 중요시한다. 최근에 새로운 생산 공정을 도입하거나 신제품을 출시했다. 창의적이고 혁신적인 아이디어를 적극적으로 수용한다. 환경이 불확실할 때는 점진적으로 투자 규모를 늘린다.
	위험 감수성 불확실한 의사결정일 때는 신중하게 한다. 해외 시장의 높은 위험을 감수할 각오가 되어 있다. 안정적인 국내 시장보다 역동적인 해외 시장을 선호한다 고객의 선호도 변화를 재빨리 파악하는 편이다.
	기민성 경쟁기업의 전략 변화에 지체 없이 반응한다. 필요할 경우 제품 가격을 신속히 변경할 수 있다. 기업의 자원을 적시에 재구성 할 수 있다. 환경변화로 발생하는 기회와 위협을 재빨리 발견한다.
글로벌 속성	네트워크 역량 해외 시장의 고객과 지속적으로 소통한다. 해외 시장의 공급업자와 지속적으로 소통한다. 수출과 관련된 외부전문가 및 조직과 지속적으로 접촉하고 있다. 해외 파트너들과 전략적 제휴를 맺고 있다. 고객/공급업자/유통업자/현지국 정부 등과 적극적으로 협력한다. 해외마케팅이나 해외생산과 관련한 국제경영 경험이 있다.
	국제 경험 전 세계가 우리의 목표시장이라고 생각한다. 해외에 거주한 경험이 있다. 해외에서 어학연수 또는 정규 교육을 받은 경험이 있다.
	문화 적응성 다양한 문화권 사람들이 모이는 문화적 행사에 참석한다. 외국 문화는 한국 문화에 긍정적 영향을 미칠 것이다. 다른 문화권에서 생활하면 고립되는 느낌이 든다. 전 세계 사람은 근본적으로 같은 인류라고 생각한다. 우리와 다른 문화에 대해 배우기를 즐긴다.
기회 탐색	혁신적 기회 해외 유형 자산을 획득·활용하기 위해서 국제화한다. 해외 무형 자산을 획득·활용하기 위해서 국제화한다. 창의적 아이디어를 얻기 위해 국제화 한다.
	재정거래 기회 환율 변동에 따른 차익을 추구하기 위해서 국제화 한다. 국제간 금리 차익을 추구하기 위해서 국제화 한다. 관세장벽을 회피하기 위해서 국제화 한다. 국제간 서비스 가격의 차익을 추구하기 위해서 국제화 한다. 추가적인 수익과 이윤 창출을 위해 국제화 한다.
	매력적 기회 새로운 사업기회를 발견하기 위해서 국제화 한다. 새로운 고객을 찾기 위해서 국제화 한다. 새로운 공급업자를 찾기 위해서 국제화 한다.
기회 활용	효율적 기회 해외시장의 규모와 잠재적 성장 가능성을 추구하기 위해서 국제화 한다. 현지국의 산업 클러스터에 접근하기 위해서 국제화 한다. 저렴한 노동력을 확보하기 위해서 국제화 한다. 저렴한 생산요소를 확보하기 위해서 국제화 한다. 현지국의 우대정책을 활용하기 위해서 국제화 한다. 현지국의 물류 인프라를 활용하기 위해서 국제화 한다. 글로벌 소싱의 성과를 높이기 위해서 국제화 한다.
	국제화 성과 최근 3년간 해외 시장점유율의 증가율 최근 3년간 해외 매출액의 증가율 최근 3년간 해외 영업이익의 증가율 최근 3년간 기업의 국제 경쟁력 상승률 국제경영과 관련한 지식이나 경험이 축적되었다.