

# 해외시장 진출전략에 관한 연구

—정보통신분야의 벤처기업을 중심으로—

김진하\*

〈 목 차 〉

- |                     |                 |
|---------------------|-----------------|
| I. 서론               | IV. 연구결과 및 가설검정 |
| II. 이론적 배경          | 1. 전체표본의 특성     |
| 1. 해외시장 진출전략에 관한 연구 | 2. 신뢰성 및 타당성 검정 |
| 2. 벤처기업의 해외시장 진출전략  | 3. 가설의 검정       |
| III. 연구모형 및 방법      | V. 결론           |
| 1. 가설의 설정           | 참고문헌            |
| 2. 변수의 정의 및 측정방법    | Abstract        |
| 3. 자료수집 및 연구방법      |                 |

## I. 서론

기업의 여러 의사결정 중에서 특히 해외시장진출에 대한 결정은 불확실한 환경에의 적용은 물론 기업의 장기적 경영전략과도 연계되어 있는 매우 중요한 의사결정이라 할 수 있다. 왜냐하면 해외시장으로의 진출은 기업의 범위가 확대됨을 의미하며, 이는 기업 활동을 내부화하는 정도를 결정함으로써 기업의 통제영역을 결정하기 때문이다.

몇몇 이론들과 모델들이 해외시장 진출전략의 내용과 프로세스를 보여주기 위해 개발되어 왔다(Hennart and Park, 1993). 해외시장 진출전략에 관한 문헌들은 과거의 연구가 주로 자원능력이 비교적 잘 구축된 기업들의 제조전략에만 초점을 맞추고 있음을 보여주고 있다. 이러한 연구들에서는 자원능력이 상대적으로 낮은 벤처기업들이 고

\* 대림대학 경영정보과 교수

려되어 있지 않을 뿐만 아니라 그와 같은 벤처기업들이 구분되지 못하고 있다. 또한 벤처기업들이 현재의 시설과 설비의 “매몰비용(sunk cost)”에 의해 어려움을 겪고 있지 않다 할지라도, 그들에게는 경쟁적 해외시장 진출전략을 개발하고 수행하는 데 필요한 자금조달과 관리적 경험이 결여되어 있다. 따라서 벤처기업들은 실행가능한 해외시장의 진출에 있어서 동일한 도전과 기회에 직면하고 있기 때문에 그와 같은 기업들에 관한 연구가 구분되어 이루어져야 할 필요가 있다.

본 연구에서는 우리 나라 벤처기업의 해외시장 진출전략의 결정요인을 분석하고, 이 결과가 벤처기업의 특성과 어떠한 관련을 맺고 있는지를 밝히고자 한다. 보다 구체적으로 해외시장 진출전략에 관한 기존의 이론, 즉 기업특유요인, 거래비용요인, 그리고 현지시장의 입지적 요인이 벤처기업의 해외시장진출과 관련성을 가지는지를 조사하고, 벤처기업들의 해외시장 진출전략에 관한 결정에 각 요인들이 어느 정도의 영향을 미치는지를 실증적으로 규명으로써 국내 벤처기업의 해외시장 진출전략에 대한 이론적 체계 및 실제적 적용의 폭을 넓히고자 한다.

## Ⅱ. 이론적 배경

### 1. 해외시장 진출전략에 관한 연구

#### 1.1 기업특유요인과 해외시장 진출전략

기업특유요인(ownership specific advantage)은 특정 기업이 해외시장의 진출을 성공적으로 수행하기 위해서는 일정한 기간 동안 배타적으로 사용할 수 있는 강력한 무형자산을 보유하고 있어야 한다는 것이다(Hymer, 1976). 투자기업은 전혀 이질적인 현지기업과의 경쟁에서 발생하는 외국비용을 상쇄시킬 정도의 우위를 유지하기 위해서는 뛰어난 생산기술, 마케팅능력, 경영관리능력, 상표 및 특허, 규모의 경제, 자본조달 및 관리능력 등을 보유해야 하는데, 이러한 우위는 특정 기업에 한정되어야 하고 기업 내부에서는 국경을 넘어서도 이동할 수 있어야 한다는 것이다.

기업특유요인을 종합적으로 정리한 Hood and Young(1979)은 다음의 다섯 가지 우위요소의 중요성을 강조하고 있다. 첫째, 기술적 우위요소로서 신제품 및 신제조공정의 개발능력, 제품의 차별화능력, 마케팅기법, 고도의 조직기술 및 경영기법 등의 요소,

둘째 산업구조 우위요소로서 과점시장구조, 규모의 경제 등의 요소, 셋째 정보우위요소로서 전세계적 조직망을 통한 정보수집, 통찰능력(scanning capability) 등의 요소, 넷째 재무 및 화폐적 요소로서 환율, 저렴한 자본조달비용, 포트폴리오 분산 등의 요소, 다섯째 자원지배 우위요소로서 자원생산량의 통제, 판매경로 및 수송의 통제 등 다섯 가지 우위요소가 갖는 해외시장진출에서의 중요성을 강조하고 있다.

한편, Caves(1981)는 제품차별화능력을 가장 중요한 기업우위로 들고 있다. 그러나 그는 기업이 제품차별화와 같은 독점적 우위를 보유하고 있다고 해서 항상 해외시장에 진출하는 것은 아니며, 기업의 해외시장진출 대안 중 수출과 라이선싱보다 해외직접투자로 부터 얻을 수 있는 이익이 많아야 한다고 주장하고 있다.

## 1.2 거래비용요인과 해외시장 진출전략

거래비용분석(Transaction Cost Analysis : TCA)은 “신제도경제학” 조류에 속하며 시간이 지남에 따라 전통적 신고전파경제학에 의해 뒷받침되고 있다. 신고전파경제학은 일반적으로 기업을 단지 생산기능으로만 여겨 무시하고 있지만(Barney, 1991), TCA는 기업을 지배구조(government structure)로 보고 있다.

TC/내부화이론은 시장거래로 인한 복지손실, 정보를 찾는 비용, 계약비용, 조정비용을 줄임으로써 갖는 효율성을 강조한다(Teece, 1981; Williamson, 1985). 거래비용이론은 기업의 해외직접투자 현상을 크게 2개의 연속적인 의사결정의 결과로 본다(Buckley and Casson, 1976; Dunning, 1981; Hennart and Park, 1994). 본국에서 생산하여 수출을 할 것인가 아니면 해외생산을 할 것인가에 관한 생산입지선정 의사결정(location decision)이 그 첫 번째이며, 해외생산이 결정되고 난 상태에서 이를 현지기업을 통해서 할 것인가 아니면 내부화하여 직접 수행할 것인가에 관한 지배구조 의사결정(governance decision) 또는 내부화 의사결정(internalization decision)이 그 두 번째 의사결정 사안이다(Hennart and Park, 1993).

기업이 직접투자를 통하여 해외시장에 진출하려고 하였다면 추가적인 의사결정이 요구된다. 일단 내부화 의사결정이 내려지고 난 다음에는 이를 단독으로 수행할 것인지, 아니면 현지기업과 협력하여 수행할 것인지를 결정하여야 하는데, 이는 기본적으로 현지기업과의 지분공유를 어떻게 할 것인가에 대한 것이기 때문에 지분공유 의사결정이라 할 수 있다(Anderson and Gatignon, 1986). 이 단계에서 현지기업과의 합작투자가 결정된 상태라면 이제 문제는 합작기업 파트너간의 소유지분을 어떻게 배분할 것인가가

핵심이 된다.

한편, 기존의 많은 실증적 연구는 암묵적 지식의 이전은 종종 완전소유의 형태로 이루어지는 것이 더 낫다고 말한다(Killing, 1983). 이는 개개인이 이전에 더 큰 동기의식을 가지고 있으며 운영에 있어서 더 적극적인 자세를 취하기 때문이다. 기술의 특성은 시장실패 안에서의 적합성과 이전에 대하여 중요하다. 기술이 더 새롭고, 더 혁신적일수록 거래를 내부화하려는 성향은 커진다. 왜냐하면, 이 단계에서 기술은 아직 정형화되지 않았고 그 가치는 증명되지 않았으며, 매수인 불확실성 문제는 특별히 민감하기 때문이다. 게다가 그 기술의 암묵성, 비정형화된 특성, 그리고 이전에 대한 사전경험이 적으므로 이전비용이 더 클 수 있다(Davidson and McFetridge, 1985; Teece, 1981). R&D 집약적인 산업에 해외직접투자가 증가하는 것을 봐서도 이와 같은 논리는 증명될 수 있다(Davidson and McFetridge, 1985; Caves, 1981).

또한 기업은 기술이 특수할수록 높은 대체비용이 발생하므로 파트너를 쉽게 바꿀 수 없게 되는데, 이를 파트너가 이용하게 되는 것이다. 이러한 경우 기업은 장기적인 계약을 통한 안정적인 관계를 확신할 수 없으므로 거래를 내부화하려고 한다.

### 1.3 입지적 요인과 해외시장 진출전략

입지요인과 해외시장 진출전략에 관한 기존의 연구에서 중요시되고 있는 대표적 입지적 변수로 들 수 있는 것은 정치적 위험, 문화적 환경, 무역 및 진입장벽 등과 같이 현지국의 장소특유우위와 관련된 것들이다(Li and Guisinger, 1991).

Li and Guisinger(1991)는 미국제조업 해외시장진출의 현지국 결정요인에 관한 연구에서 다음과 같은 결정요인을 발견하였다. 시장규모, 문화적 유사성 및 특정 국가에 대한 경험은 정(+ )의 영향을 미쳤고, 정치적 불안전성, 경제적 유사성은 해외시장진출에 부(-)의 요인으로 작용하였으며, 비용우위는 분석연도에 따라서 영향이 다르게 나타났다는 것이다.

Agrawal and Ramaswami(1992)는 현지국의 시장규모와 해외시장진출 사이의 관계에 관한 연구에서, 해외시장진출 기업들은 시장규모가 큰 국가에 훨씬 높은 전략적 중요성을 부여하게 되고, 이러한 시장에서는 규모의 경제에 따라 원가절감 등의 효과를 거둘 수 있기 때문에 보다 높은 수준의 수익을 확보할 수 있는 단독투자방식이 선호된다고 하였다. 그리고 진출경로와 관련해서는 규모가 큰 시장에 진출하는 경우, 보다 높은 수준의 판매와 수익을 보장받을 수 있는 신설방식에 의한 진출이 선호된다는 것을

밝혀냈다. 그리고, 현지시장이 급속하게 성장하고 있거나 또는 과점산업의 후발기업인 경우에는 단독투자방식을 이용하여 진출하는 경우 오랜 시간을 요하여 시장기회를 활용하기가 힘들 뿐만 아니라 경쟁적 지위를 조속하게 확보하기 위해서는 현지기업과의 협력을 필요로 하기 때문에 합작투자방식이 선호될 것이다(Caves, 1972).

Lecraw(1984)는 현지국들은 자국 기업에 대한 기술이전을 촉진하거나 자국 시장에 대한 독점을 방지하기 위하여 외국인투자기업을 강력하게 규제하는 경향이 있다고 하였다. 이 경우 그들은 해외시장진출기업들이 합작투자방식을 이용하여 목표시장에 진출하려는 경향이 강하다는 것을 밝혀냈다.

한편, 해외시장 진출전략에 영향을 미치는 현지국시장의 입지적 결정요인에 관한 기존의 연구들을 살펴보면, Horst(1972)는 현지시장의 규모를 강조하고 있으며, Lecraw(1984)는 현지국의 무역장벽을 특히 강조하고 있는 것으로 나타났다.

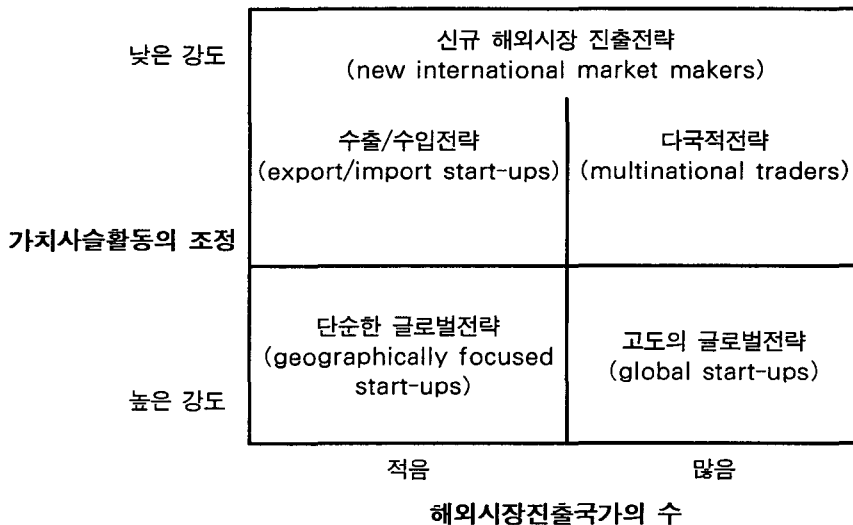
## 2. 벤처기업의 해외시장 진출전략

몇몇 벤처기업들은 그들의 상품과 경영자원의 해외간 이동을 적극적으로 조정하고 (Oviatt and McDougall, 1994), 다른 몇몇 벤처기업들은 주로 상품을 필요로 하는 지역으로 이동시킴으로써 부가가치를 창출하는 수출업자(exporter)이다.

Oviatt and McDougall(1994)은 <그림 1>에서 보는 바와 같이 벤처기업의 해외시장 진출전략의 상이한 형태를 두 가지 요인에 의해 구분하고 있다. 이 그림은 두 가지 요인, 즉 벤처기업이 진출한 해외시장의 수와 가치활동을 위한 조정의 정도에 따라 벤처기업의 해외시장 진출전략의 형태를 네 가지로 구분한 것이다. 비록 그림이 Porter(1987)의 가치사슬을 이용하고 그의 기존 다국적기업에 대한 국제전략의 내용과 유사하지만, 그들의 연구에서는 벤처기업에만 초점을 맞추고 기업의 해외시장 진출전략의 형태를 설명한다는 데에서 그 의의를 가진다고 할 수 있다. 또한 그림에서 볼 수 있듯이 그들은 해외시장의 넓이를 간단하게 특정 가치사슬활동이 발생한 국가의 수만을 포함시키고 있다.

해외시장 진출전략을 추구하는 벤처기업은 상품을 해외의 수요지역으로 이동시킴으로써 이익을 획득한다. 그러므로, 가장 중요한 가치사슬활동 및 내부화 요소는 내부 및 외부의 시스템 및 지식이다. 다른 활동을 수반하는 거래는 대안적 구조에 의해 통제된다. 다른 국가에 대한 직접투자는 전형적으로 최소인 상태를 유지한다. 이와 같은 벤처기업의 입지우위는 국가간 자원의 불균형을 발견하는 능력과 존재하지 않는 시장을 창

출하는 데 달려 있다. 지속적인 경쟁우위는 (1) 이전에 개척한 시장에서의 이익감소와 경쟁자의 증가가 있기 전에 높은 진출비용을 구축하는 능력, (2) 시장과 공급자에 대한 지식, (3) 충성도 높은 사업네트워크의 유지능력에 따라 좌우된다. 신규 해외시장 진출 전략을 추구하는 벤처기업은 수출/수입창업자이거나 또는 다국적 거래자이다. 수출/수입을 추구하는 벤처기업은 단지 몇 개의 국가에서만 활동을 한다. 다국적 거래자는 다양한 국가에서 사업을 추구하며 그들의 네트워크가 빠르게 구축될 수 있는 사업기회를 끊임없이 탐색한다.



〈그림 1〉 벤처기업의 해외시장 진출전략

그리고, 단순한 글로벌전략은 해외자원을 이용하여 몇몇 특정 해외시장의 요구에 부합하는 상품을 개발함으로써 경쟁우위를 추구하는 벤처기업의 해외시장 진출전략이다. 이와 같은 전략을 추구하는 벤처기업들은 특별한 요구에 부합하는 입지에만 상품을 제공하는 것처럼 지리적으로 제한을 두고 있다는 측면에서 다국적 거래자와 같은 특성을 지닌 벤처기업과는 다르며, 다국적 거래를 추구하는 벤처기업보다 더 내부 및 외부의 가치사슬활동을 조정한다. 또한, 이와 같은 해외시장 진출전략을 추구하는 벤처기업의 경쟁우위의 원천은 기술개발, 인적자원, 그리고 생산과 같은 다양한 가치사슬활동에 있다. 사회적 복잡성과 암묵적 지식(tacit knowledge) 때문에, 이러한 벤처기업들은 성공적인 조정이 필수이다. 따라서, 이 전략을 추구하는 벤처기업은 지리적으로 한정된 지역에서 밀접하고 배타적인 제휴네트워크에 의해 자사의 경쟁우위를 유지한다.

해외진출전략 중 고도의 글로벌전략을 추구하는 벤처기업은 다차원적인 조직활동을 통한 포괄적인 조정에 의하여 경쟁우위를 창출하고, 지리적으로 제한을 두지 않고 다양한 국가에 진출한 벤처기업을 말한다. 이와 같은 기업은 글로벌시장에 반응할 뿐만 아니라 해외시장에서 가장 가치가 있는 자원을 획득하려고 노력하고 그와 같은 상품을 적극적으로 판매한다.

고도의 글로벌전략은 지리적 조정 및 활동에 대한 조정 모두에서 숙련된 기술을 필요로 하기 때문에 가장 어려운 해외시장 진출전략이다. 그러나, Oviatt and McDougall(1994)이 밝혔듯이 일단 이 전략이 성공적으로 구축되면, 다양한 국가에 걸쳐 밀접한 네트워크를 가질 수 있는 역사적으로 유일하고, 원인으로 모호하며, 사회적으로 복잡한 독특성으로 인하여 가장 성공적인 경쟁우위를 확보할 수 있다.

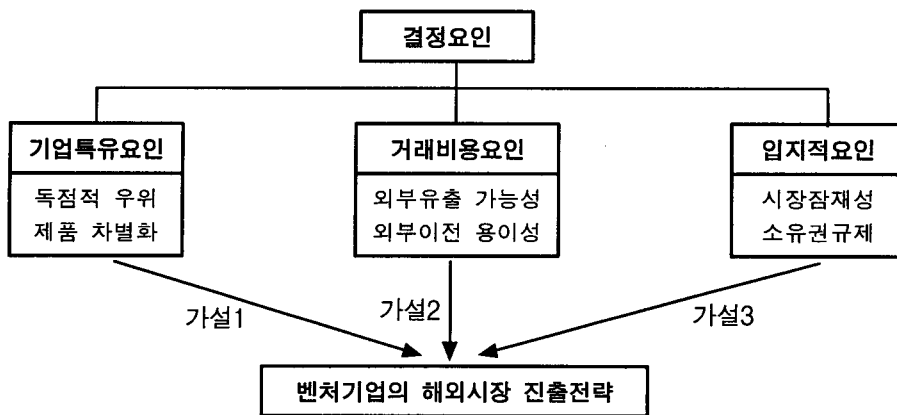
### Ⅲ. 연구모형 및 방법

#### 1. 가설의 설정

본 논문에서 분석할 벤처기업의 해외시장 진출전략에 관한 개념적 틀을 도식적으로 나타내면 다음의 <그림 2>와 같다. 개념적 틀은 기본적으로 기존의 연구들에서 다국적기업의 현상을 설명하기 위한 기업특유요인, 거래비용요인, 그리고 입지요인에 관한 이론적 배경을 전제로 하고 있다. 그러나, 본 연구에서는 벤처기업의 차원제약과 경쟁우위 전략에 관한 기존 연구들과 더불어 기존의 다국적기업의 특별한 형태로서 벤처기업의 해외시장 진출전략을 실증적으로 분석한다.

따라서, 본 연구에서는 기업특유요인 중 벤처기업의 독점적 우위 및 제품차별화 능력, 거래비용요인 중 벤처기업의 보유자원의 외부유출 가능성 및 외부이전 가능성, 그리고 입지적 요인 중 벤처기업의 해외진출시장의 시장잠재성 및 소유권규제와 벤처기업의 해외시장 진출전략과의 관계에 관한 가설을 설정하고 이를 실증적으로 분석한다.

이러한 연구의 목적 및 개념적 틀을 토대로 하여 다음과 같은 가설을 설정하고자 한다.



〈그림 2〉 개념적 틀

가설 1. 기업특유요인은 벤처기업의 해외시장 진출전략에 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1. 기업특유요인 중 독점적 우위는 벤처기업의 해외시장 진출전략에 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2. 기업특유요인 중 제품차별화 능력은 벤처기업의 해외시장 진출전략에 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 거래비용요인은 벤처기업의 해외시장 진출전략에 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1. 거래비용요인 중 보유자산의 외부유출 가능성은 벤처기업의 해외시장 진출전략에 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2. 거래비용요인 중 보유자원의 외부이전 용이성은 벤처기업의 해외시장 진출전략에 영향을 미칠 것이다.

가설 3. 입지적 요인은 벤처기업의 해외시장 진출전략에 영향을 미칠 것이다.

가설 3-1. 입지적 요인 중 해외시장의 잠재성은 벤처기업의 해외시장 진출전략에 영향을 미칠 것이다.

가설 3-2 : 입지적 요인 중 해외시장의 소유권규제는 벤처기업의 해외시장 진출전략에 영향을 미칠 것이다.

## 2. 변수의 정의 및 측정방법

### 2.1 기업특유요인

본 연구에서는 연구방법과 벤처기업이라는 기업상의 특징을 고려하여, 기업특유요인



과 관련한 변수인 독점적 우위를 “특정 자원에 대하여 특정 벤처기업이 경쟁사에 비해 상대적으로 우위를 인식하는 정도”로서 정의하고, 특정 자원에 대한 상대적 보유의 정도로써 독점적 우위를 측정하고자 한다. 구체적으로 마케팅능력, 경영관리능력, 재무능력, 기술수준에 대하여 벤처기업이 경쟁사에 비해 보유하고 있는 정도를 7점등간척도로 측정하였다. 또한 벤처기업의 기술특성상 특허에 관한 변수를 추가하여 벤처기업이 보유한 특허권의 수를 명목척도로 측정하였다.

한편, 제품차별화능력의 경우 Anderson and Gatignon(1986)은 연구개발비용이 매출액에서 차지하는 비용으로 자산의 특유성을 측정하였고, Hood and Young(1979)은 기업의 연구개발비를 기업의 매출액으로 나눈 기업의 연구개발도로 측정하였다. 본 연구에서는 기업특유요인의 변수 중 하나인 제품차별화능력을 나타내는 지표로써 경쟁사에 대한 신제품개발능력의 상대적 보유정도를 이용하고, 이를 7점등간척도로 측정하였다. 또한, 추가적으로 벤처기업의 매출액 대비 연구개발비의 비중도 제품차별화능력에 포함시키고, 이를 비율척도로 측정하였다.

## 2.2 거래비용요인

벤처기업이 보유한 지식이나 기술이 조직적으로 체화되어 있을 경우 외부에서 보았을 때 이는 대단히 이행하기 어렵고 비구조적인 것으로 파악되기 때문에 복잡성을 지니게 된다(Hennart, 1991; Kogut and Zander, 1993). 따라서 이러한 경우에 이의 조직간 이전이 용이하지 않게 된다. 이는 기업이 보유한 독점적 지식을 최초로 이전하는 경우 구조화, 명세화, 문서화 정도가 낮기 때문에 이전에 따른 높은 비용을 경험한다는 것이다. 따라서 기업은 자신들이 보유한 제품이나 공정이 조직적으로 체화된 지식에 바탕을 두고 있을수록 보다 높은 통제를 행사할 수 있는 진출방식을 통해서 해외사업활동을 하려고 한다. 이는 기업이 해외투자에 있어서 조직적으로 체화된 지식의 경우 단독투자를 선호한다는 것을 의미한다.

본 연구에서는 거래비용요인과 관련된 변수로써 보유자원의 외부유출 가능성을 벤처기업이 보유한 특허, 기술, 경영노하우 등이 해외시장에서 경쟁기업 등 외부로 유출될 것을 염려하는 정도로 정의하고, 이를 7점등간척도 측정하였다. 또한, 거래비용요인의 변수 중 하나인 보유자원의 외부이전 용이성을 벤처기업이 보유한 특허, 기술, 경영노하우 등을 외국의 다른 기업들에게 쉽게 이전될 가능성의 정도로 정의하고, 이 가능성이 어려울수록 거래비용을 줄이고 기업기능 안에서 내부화를 통하여 해외시장진출을 선택하는 것으로 기대하였으며, 이를 7점등간척도로 측정하였다.

## 2.3 입지적 요인

벤처기업의 경우 현지시장의 잠재성이 높다는 것은 벤처기업으로 하여금 높은 성장 기회를 활용할 수 있다는 매력적인 요인을 제공하는 반면, 한편으로는 사전적으로 정의하기 어려운 현지고객들의 반응과 경쟁자들의 대응 등으로 인한 어려움을 내포한다. 높은 성장률 또는 잠재성을 지닌 시장의 사업활동은 비구조적이고 잘 이해되지 않기 때문에, 벤처기업에게는 현지기업과의 협력을 통하여 필요한 정보의 탐색이 중요하게 된다 (Oviatt and McDougall, 1994). 또한, 벤처기업이 보유한 지식의 유동성은 매우 크기 때문에, 소유권(property)은 다국적기업뿐만 아니라 벤처기업에게 입지우위를 제공할 수 있다. 그러므로, 지적소유권은 벤처기업으로 하여금 다양한 국가에서 동시에 차별화우위와 비용우위를 창출할 수 있도록 한다.

본 연구에서는 입지적 요인과 관련된 변수로서 현지국의 소유권규제를 특정 벤처기업이 소유한 특허 및 기술에 대하여 그 기업이 진출한 주력 해외시장국의 규제를 어느 정도로 지각하는지를 7점등간척도로 측정하였다. 그리고, 입지적 요인의 변수 중 현지시장의 수요잠재성은 벤처기업이 진출한 해외시장국에서 그 기업 주력제품의 수요잠재력, 즉 현지시장의 성장가능성에 대한 지각정도로 정의하고, 이를 7점등간척도로 측정하였다.

## 3. 자료수집 및 연구방법

본 연구의 대상 및 표본은 창업한지 3년 이상 8년 이하인 정보, 전자, 통신 기술분야의 국내 벤처기업이다. 이는 창업 3년 미만의 경우에는 기업의 생존 여부의 불확실성과 성과변수의 부정확성 때문이며 8년 초과인 경우에는 벤처기업의 형태를 벗어나 어느 정도 규모를 갖춘 기업의 모습을 형성함으로써 벤처기업의 특성을 반영하기 어렵기 때문에 기업연륜으로 통제하였다(McDougall and Robinson, 1990; McDougall *et al.* 1994).

본 연구에서 정의하고 있는 기술집약적 벤처기업에 해당되는 기업들은 많지 않을 것으로 생각된다. 이런 측면을 고려하여 표본프레임(sample frame)은 통계청의 산업표준분류체계(통계청, 1999) 중 소분류(4-digit)에 따라, 그리고 기술집약적 해외시장진출 벤처기업에 관한 중소기업청의 목록과 삼성경제연구소의 자료에서 130개의 업체를 벤처기업을 임의적으로 표본추출하였다.

이들 업체들을 대상으로 주로 우편설문과 방문면담을 실시하였으며, 전체 130개 업체 중에서 주소불명, 도산 등의 이유로 21개 업체(16.15%)는 설문이 불가능하였고 98개 업체(75.38%)로부터 설문지가 회수되었다. 그러나 회수된 설문지 중에서 창업한 지 8년 초과 1개 업체, 3년 미만 2개 업체, 불완전한 응답 2개 업체를 제외한 92개 업체에서 회수된 설문지를 분석에서 사용하였다.

본 연구에서는 수집된 자료의 분석을 위해 SPSS/PC+ 통계패키지프로그램을 이용하였다. 표본으로 선정된 집단의 특성을 정리하기 위하여 빈도분석(Frequency Analysis)을 이용하였다. 측정항목들의 신뢰성(Reliability)검정은 알파계수(Cronbach's alpha)로 확인하고, 변수간 편별타당성을 검정하기 위해 요인분석(Factor Analysis)을 이용하였다. 그리고, 벤처기업의 해외시장 진출전략과 기업특유요인, 거래비용요인, 입지적요인 간의 관계에 관한 가설을 검정하기 위하여, 로지스틱 회귀분석(Logistic Regression Analysis)을 이용하였다.

## IV. 연구결과 및 가설검정

### 1. 전체표본의 특성

표본으로 정의된 집단의 특성에 대한 정보를 얻기 위해 빈도분석을 실시한 결과, 벤처자본회사의 지원을 받은 경험이 있는 표본업체는 전체의 25.0%를 차지하고 있으며, 전체 표본의 13.0%가 정부의 지원을 받은 경험이 있는 것으로 나타났다. 그리고, 기업의 평균연륜은 5.33년이며, 종업원 규모는 50인 이하인 업체가 전체의 80.7%를 차지하고 있고, 특히 40인 이하의 업체들도 61.4%의 분포를 보이고 있다. 또한, 매출액 대비 해외시장의 비중은 평균 52.19%이며 매출액 대비 연구개발비의 비중은 평균 27.45%이고, 통신/통신망 기술분야에 진출한 기업이 전체 표본의 28.3%로 가장 많으며 표본기업의 기술분야가 고르게 분포되었다.

### 2. 신뢰성 및 타당성 검정

본 연구에서는 기업특유요인, 거래비용요인, 입지요인 및 성과관련 변수들 중 두 개

이상의 항목으로 구성된 기업특유요인의 독점적 우위 및 성과와 관련된 변수들의 신뢰성을 검증하기 위해 Cronbach's alpha 계수를 이용해 변수의 내적 일관성을 조사하였다.

〈표 1〉의 분석결과에 나타난 것처럼 여러 가지 차원들을 측정하기 위해 이용한 항목들의 Cronbach's alpha값들이 모두 0.5 이상을 넘었으며, 특히 독점적 우위 요인의 경우 Cronbach's alpha값이 0.687을 나타내고 있는데, 이는 각 척도들을 구성하는 항목들간에 내적 일관성이 있음을 의미하는 것이다.

한편, 타당성은 측정하고자 하는 개념이나 속성을 정확히 측정하였는가를 말하는 것으로 본 연구에서는 요인분석(factor analysis)을 통하여 해외시장 진출전략의 결정변수에 대한 판별타당성(discriminant validity)을 살펴보았다. 분석방법은 주요인분석 방법 중 요인들 간의 독립성을 보장해 주는 직각회전방법(varimax rotation)을 사용하였다.

〈표 2〉는 독점적 우위, 제품차별화능력, 외부유출가능성, 외부이전용이성, 소유권규제, 시장잠재성, 그리고 성과의 판별타당성을 검증하기 위한 공통요인분석표(common factor analysis)이다. 각 측정항목들의 부하(loadings)는 일반적으로 수용기준인 0.5를 넘고 있다. 요인 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7은 전체 분산 중 91.22%의 설명력을 지니고 있다. 그러나, 요인 1은 독점적 우위의 요인들로서 성과요인의 변수인 해외시장인지도가 복합되어 나타나고 있다. 이는 설문에 응답한 표본기업들이 해외시장인지도를 기업특유요인인 독점적 우위의 한 변수로 인지하고 있는 데에서 기인한다. 따라서 벤처기업의 해외시장 진출전략에 관한 가설검정에서 해외시장인지도를 독점적 우위의 한 변수로 포함시켜 분석하고자 한다.

요인 7의 신제품개발능력 변수는 제품차별화요인인데, 기존의 연구들에서는 이 요인을 매출액 대비 연구개발비의 비중으로 측정하고 있으나 본 연구에서는 이 두 변수를 모두 제품차별화요인과 관련된 변수로 파악하여 가설검정에 이용하였다.

〈표 1〉 변수의 신뢰성

(n=92)

변 수		측정항목수		Cronbach' s $\alpha$
		최 초	최 종	
기업특유관련 변수	독점적 우위	4	4	0.687
	제품차별화능력	1	1	-
거래비용관련 변수	외부유출가능성	1	1	
	외부이전용이성	1	1	
입지관련 변수	소유권규제	1	1	-
	시장잠재성	1	1	-
성과관련 변수	주관적 성과	2	2	0.563

〈표 2〉 타당성분석 : 요인분석

(n=92)

변수명	요인 1	요인 2	요인 3	요인 4	요인 5	요인 6	요인 7
재무능력	.953	.039	.118	-.091	.073	.014	.167
해외시장 인지도	.899	-.146	.053	.111	.182	.121	-.046
경영관리능력	.861	.073	.016	.054	-.396	-.008	-.093
마케팅능력	.851	-.190	.113	-.068	-.006	.275	-.183
기술수준	.609	.274	.297	.403	.329	-.138	.189
소유권규제	.130	.946	-.003	.180	.013	-.071	-.051
외부유출가능성	-.026	-.134	.880	.021	.250	.209	.203
외부이전용이성	.153	.025	-.123	.917	-.063	.162	.154
시장점유율	-.192	.268	-.025	.102	.890	-.090	.125
시장잠재성	.001	.266	.188	.078	-.257	.856	-.116
신제품개발능력	.029	.411	.336	.345	.249	-.329	.508
특성치	2.937	2.483	1.279	1.107	1.093	1.051	1.020
비율(%)	26.702	22.570	11.631	10.061	8.147	6.348	5.763
누적비율(%)	26.702	49.273	60.903	70.965	79.111	85.459	91.222

### 3. 가설의 검정

#### 3.1 가설 1의 검정

가설 1을 검정하기 위해서 우선 해외시장진출전략별로 수출-직접투자, 합작투자-단독투자, 라이선싱-합작투자, 라이선싱-단독투자를 종속변수로 하고 독점적 우위, 제품차별화능력의 활용, 연구개발비를 독립변수로 하는 로지스틱 회귀분석을 수행하였다.

〈표 3〉 가설 1에 대한 Logistic Regression 분석

종속변수 (진출전략)	독립변수	B	S.E.	Sig.	R	Chi-S(Sig.)	-2 Log Likelihood
0=수출 1=직접투자	독점적 우위	-5.7280	1.8670	.0022	-.3252	28.136(.000)	36.648
	신제품개발능력	-0.6401	0.6050	.2900	.0000		
	연구개발비	0.0327	0.0255	.2005	.0000		
	(constant)	36.2513	12.3762	.0034			
0=합작투자 1=단독투자	독점적 우위	-0.1098	0.7497	.8835	.0000	20.386(.009)	32.521
	신제품개발능력	-1.6148	0.9476	.0884	-.1293		
	연구개발비	0.0415	0.0192	.0308	.2220		
	(constant)	8.2101	8.2544	.3199			
0=라이선싱 1=합작투자	독점적 우위	3.7693	1.8988	.0471	.1621	7.283(.400)	21.915
	신제품개발능력	1.4176	0.7641	.0635	.1397		
	연구개발비	0.1262	0.0654	.0535	.1529		
	(constant)	-30.2047	10.2542	.0032			
0=라이선싱 1=단독투자	독점적 우위	3.3827	3.2141	.2926	.0000	5.636(.583)	8.822
	신제품개발능력	-0.6967	1.3455	.6046	.0000		
	연구개발비	0.3032	0.1550	.0505	.1595		
	(constant)	-19.5661	14.3317	.1722			

〈표 3〉에 의하면 수출-직접투자전략과 라이선싱-합작투자전략의 경우 독점적 우위가 유의적인 것으로 나타나 독점적 우위가 벤처기업의 수출-직접투자 및 라이선싱-합작투자전략에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면, 독점적 우위 요인이 수출-직접투자전략에 대하여  $p < .01$  수준에서 음(-)의 방향으로 통계적으로 유의하게 영향을 미치고 있으며, 이는 벤처기업이 독점적 우위요인의 활용을 위해 직접투자전략보다는 상대적으로 수출전략을 통해 해외시장에 진출하는 것을 의미한다. 그리고, 독점적 우위요인이 벤처기업의 라이선싱-합작투자전략에  $p < .05$  수준에서 양(+ )의 방

향으로 통계적으로 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 이는 벤처기업이 독점적 우위 요인을 활용하기 위해 라이선싱전략보다는 합작투자전략으로 해외시장에 진출하는 것을 의미한다.

한편, 합작투자-단독투자전략의 경우에서만 제품차별화 요인 중 연구개발비가  $p < .05$  수준에서 양(+ )의 방향으로 유의적인 것으로 나타났다. 즉, 벤처기업은 매출액 중 상당 부분을 연구개발비에 투자함으로써 획득한 제품차별화능력을 활용하기 위해 합작투자 전략보다는 단독투자 전략으로 해외시장에 진출하는 것으로 나타났다.

따라서 가설 1의 경우, 독점적 우위요인과 제품차별화능력요인이 특정 해외시장 진출전략에만 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타남에 따라 부분적으로 지지되었다.

한편, 가설 1의 결과를 바탕으로 독점적 우위와 관련한 변수들이 해외시장 진출전략에 대하여 구체적으로 어느 정도 영향을 미치는지를 파악하기 위하여 <표 4>에서 보는 바와 같이 추가분석을 실시하였다.

수출-직접투자전략 및 합작투자-단독투자의 경우 마케팅능력의 활용이  $p < .01$  수준에서 음(-)의 방향으로 유의적인 것으로 나타나 독점적 우위가 벤처기업의 수출-직접투자 및 합작투자-단독투자전략에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 마케팅능력의 활용이 라이선싱-합작투자전략에 미치는 영향은 통계적으로 유의한 것으로 나타났다( $p < .01$ ), 라이선싱-단독투자전략에 대하여  $p < .10$  수준에서 유의한 음(-)의 방향인 것으로 나타남에 따라, <표 3>에서 볼 수 있듯이 독점적 우위가 해외시장 진출전략에 미치는 영향은 마케팅능력의 활용이 해외시장 진출전략에 미치는 영향과 관련이 있다는 것을 알 수 있다.

그리고, 독점적 우위요인 중 해외인지도가 벤처기업의 수출-직접투자전략에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 변수인 것으로 나타났고( $p < .05$ ), 합작투자-단독투자전략에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 독점적 우위요인 관련 변수는 경영관리능력의 활용인 것으로 나타났다( $p < .05$ ). 라이선싱-합작투자전략의 경우에는 기술수준과 경영관리능력이  $p < .01$  수준에서 이들 전략에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

〈표 4〉 가설 1에 대한 추가분석

종속변수 (진출전략)	독립변수	B	S.E.	Sig.	R	Chi-S(Sig.)	-2 Log Likelihood
0=수출 1=직접투자	마케팅능력	-1.7592	0.5061	.0005	-.3444	27.833(.001)	58.139
	기술수준	0.5503	0.6239	.3777	.0000		
	경영관리능력	0.4859	0.4372	.2664	.0000		
	재무능력	-0.1634	0.3078	.5956	.0000		
	해외인지도	-0.5390	0.2488	.0303	-.1780		
	(constant)	8.1677	3.3992	.0163			
0=합작투자 1=단독투자	마케팅능력	-2.6287	0.9917	.0080	-.3050	23.063(.030)	34.052
	기술수준	-0.0873	0.8641	.9195	.0000		
	경영관리능력	1.8758	0.8803	.0331	.2168		
	재무능력	-0.8405	0.4751	.0769	-.1466		
	해외인지도	-0.1799	0.2582	.4861	.0000		
	(constant)	8.7500	6.1306	.1535			
0=라이센싱 1=합작투자	마케팅능력	2.0833	0.9227	.0240	.2048	15.489(.030)	37.815
	기술수준	3.0136	1.0124	.0029	.3047		
	경영관리능력	-3.4254	1.2940	.0081	-.2604		
	재무능력	0.6685	0.4232	.1142	.0819		
	해외인지도	0.0623	0.2784	.8231	.0000		
	(constant)	-15.0994	4.1697	.0003			
0=라이센싱 1=단독투자	마케팅능력	-1.9736	1.0173	.0524	-.1568	14.442(.043)	36.889
	기술수준	11.5878	31.2935	.7112	.0000		
	경영관리능력	0.9537	0.7440	.1999	.0000		
	재무능력	-1.2253	0.7684	.1108	-.0870		
	해외인지도	0.5196	0.3384	.1246	.0706		
	(constant)	-60.5526	87.6685	.7470			

### 3.2 가설 2의 검정

가설 2는 거래비용요인과 관련하여 벤처기업이 보유한 특허, 기술, 경영노하우 등이 경쟁기업 등 외부로 유출될 가능성과 외부로의 이전용이성이 이들 기업들의 해외시장 진출전략에 영향을 미칠 것이라라는 것이다.

가설 2를 검정하기 위해서 가설 1의 검정에서와 마찬가지로 각 해외시장 진출전략별로 수출-직접투자, 합작투자-단독투자, 라이센싱-합작투자, 그리고 라이센싱-단독투자를



종속변수로 하고 외부유출가능성과 외부이전용이성을 독립변수로 하여 로지스틱 회귀분석을 수행하였다.

〈표 5〉 가설 2에 대한 Logistic Regression 분석

종속변수 (진출전략)	독립변수	B	S.E.	Sig.	R	Chi-S(Sig.)	-2 Log Likelihood
0=수출 1=직접투자	외부유출가능성	0.8530	0.2716	.0017	.3042	11.971(.102)	72.761
	외부이전용이성	-0.1663	0.2251	.4601	.0000		
	(constant)	-1.6367	1.2478	.1897			
0=합작투자 1=단독투자	외부유출가능성	-1.8742	0.6994	.0074	-.3097	15.094(.019)	43.845
	외부이전용이성	0.0507	0.2129	.8119	.0000		
	(constant)	10.5735	4.1021	.0100			
0=라이센싱 1=합작투자	외부유출가능성	2.7770	0.8023	.0005	.3676	11.325(.125)	37.922
	외부이전용이성	0.1337	0.2403	.5781	.0000		
	(constant)	-16.4108	5.0205	.0011			
0=라이센싱 1=단독투자	외부유출가능성	1.2709	0.4219	.0026	.3140	14.151(.015)	56.431
	외부이전용이성	-0.2074	0.2656	.4349	.0000		
	(constant)	-6.1328	2.6117	.0189			

분석결과 〈표 5〉에서 보는 바와 같이, 외부유출가능성이 벤처기업의 해외시장 진출 전략에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다( $p < .01$ ). 구체적으로 살펴보면, 외부유출가능성은 벤처기업의 수출-직접투자, 라이센싱-합작투자, 라이센싱-단독투자 전략에 양(+)의 방향으로 유의적인 것으로 나타났는데, 이는 거래비용요인과 관련하여 벤처기업이 자신이 보유한 특허, 기술, 경영노하우 등이 외부로 유출될 가능성이 높다고 인식할수록 벤처기업들은 수출전략보다는 직접투자 전략으로, 라이센싱전략보다는 합작투자전략으로, 그리고 라이센싱전략보다는 단독투자 전략으로 해외시장에 진출한다는 것을 의미한다. 또한, 외부유출가능성이 벤처기업의 합작투자-단독투자 전략에 음(-)의 방향으로 유의적인 것으로 나타남에 따라, 벤처기업이 외부유출가능성에 대하여 높게 지각할수록 단독투자전략보다는 합작투자전략으로 해외시장에 진출하는 것으로 나타났다. 이는 기존의 다국적기업에 대한 연구들과 상반된 결과를 보이는 것으로서 벤처기업의 성격에 기인한 것으로 추측된다. 즉, 벤처기업은 기존의 다국적기업보다 상대적으로 적은 경영자원을 보유하고 있고 해외시장에 대한 경험이 적기 때문에 단독투자 전략보다는 합작투자전략을 선호하고, 자신이 보유한 특정 경영자원에 대해서는 외부로

의 유출을 막기 위해 라이선싱전략보다는 합작투자전략으로 해외시장에 진출하는 것으로 추측된다(Oviatt & Patricia, 1994).

그러나, 외부이전용이성은 벤처기업의 해외시장 진출전략에 통계적으로 유의한 결과를 보여주지 못하고 있다. 따라서, 가설 2의 경우 가설 2-1만 지지되었고, 이에 따라 거래비용요인이 벤처기업의 해외시장 진출전략에 영향을 미칠 것이다라는 가설은 부분적으로 지지되었다.

### 3.3 가설 3의 검정

가설 3은 입지적 요인과 관련하여 벤처기업이 진출하고 있거나 진출을 고려중인 해외시장국의 소유권 규제와 시장수요의 잠재력이 벤처기업의 해외시장 진출전략에 영향을 미칠 것이다라는 것이다.

가설 3을 검정하기 위해서 앞서의 검정에서와 마찬가지로 각 해외시장 진출전략별로 수출-직접투자, 합작투자-단독투자, 라이선싱-합작투자, 그리고 라이선싱-단독투자를 종속변수로 하고 해외시장국의 소유권규제와 수요잠재력을 독립변수로 하여 로지스틱 회귀분석을 수행하였다.

〈표 6〉 가설 3에 대한 Logistic Regression 분석

종속변수 (진출전략)	독립변수	B	S.E.	Sig.	R	Chi-S(Sig.)	-2 Log Likelihood
0=수출 1=직접투자	해외시장규제	0.2572	0.1832	.1603	.0000	33.536(.000)	73.424
	수요잠재력	0.9404	0.3394	.0056	.2584		
	(constant)	-4.9440	2.2221	.0261			
0=합작투자 1=단독투자	해외시장규제	-0.6539	0.2469	.0081	-.3046	14.824(.011)	45.213
	수요잠재력	-1.3218	0.7930	.0955	-.1200		
	(constant)	11.0251	5.7055	.0533			
0=라이선싱 1=합작투자	해외시장규제	0.9548	0.3119	.0022	.3159	24.909(.000)	47.716
	수요잠재력	4.2948	1.2883	.0009	.3512		
	(constant)	-31.4890	9.2666	.0007			
0=라이선싱 1=단독투자	해외시장규제	-0.1473	0.2184	.4999	.0000	15.067(.019)	59.088
	수요잠재력	1.7536	0.7348	.0170	.2269		
	(constant)	-10.7600	4.9154	.0286			

분석결과 <표 6>에서 보는 바와 같이, 해외시장국의 수요잠재력이 벤처기업의 해외 시장 진출전략에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면, 수요잠재력은 벤처기업의 수출-직접투자전략에 양(+)의 방향으로 유의적인 것으로 나타나( $p < .01$ ), 해외시장국의 수요잠재력이 클수록 벤처기업은 수출보다는 상대적으로 직접투자전략으로 해외시장에 진출하는 것으로 밝혀졌다. 합작투자-단독투자 전략의 경우 수요잠재력은  $p < .10$  수준에서 음(-)의 방향으로 부분적 유의성을 보이고 있으며, 라이선싱-합작투자전략의 경우 수요잠재력은  $p < .001$  수준에서 양(+)의 방향으로 유의적인 것으로 나타남에 따라 해외시장국의 수요잠재력이 클수록 벤처기업은 라이선싱전략보다는 합작투자전략으로 해외시장국에 진출하는 것으로 나타났다. 그리고, 수요잠재력은 벤처기업의 라이선싱-단독투자전략에 양(+)의 방향으로 유의적인 것으로 나타났는데( $p < .05$ ), 이는 해외시장국의 수요잠재력이 클수록 벤처기업이 라이선싱전략보다는 상대적으로 단독투자전략으로 해외시장에 진출하는 것을 의미한다.

한편, 해외시장국의 소유권규제는 합작투자-단독투자전략과 라이선싱-합작투자전략에  $p < .01$  수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 구체적으로, 합작투자-단독투자 전략의 경우 소유권규제는 음(-)의 방향으로 통계적 유의성을 보임에 따라 해외시장국의 소유권규제의 정도가 높을수록 벤처기업은 단독투자전략보다는 합작투자전략을 선택하는 것으로 나타났으며, 라이선싱-합작투자의 경우 소유권규제는 양(+)의 방향으로 유의적인 것으로 나타나 해외시장국의 소유권규제 정도가 높을수록 벤처기업은 라이선싱전략보다는 합작투자전략으로 해외시장에 진출하는 것으로 나타났다.

따라서, 가설 3의 경우 가설 3-1은 지지되었고 가설 3-2는 부분적으로 지지되었으며, 이는 입지적 요인이 벤처기업의 해외시장 진출전략에 영향을 미칠 것이다라는 가설을 부분적으로 지지하는 것이다.

## V. 결 론

본 연구에서는 벤처기업의 해외시장진출요인과 관련된 12개의 설명변수에 대하여 요인분석을 실시함으로써 6개의 결정요인들을 도출하였다. 도출된 결정요인은, 첫째 기업 특유요인과 관련된 것으로서 독점적 우위, 제품차별화, 둘째 거래비용요인과 관련된 것으로서 벤처기업이 보유한 특허, 기술, 경영노하우 등에 대한 외부유출가능성 및 외부이전용이성, 셋째 입지적 요인과 관련된 것으로서 해외시장의 소유권 규제 및 시장수요의

잠재력이었다. 이에 따라 분석된 연구의 결과는 다음과 같이 요약될 수 있다.

첫째, 독점적 우위요인과 제품차별화능력요인이 벤처기업의 특정 해외시장 진출전략에만 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 벤처기업이 독점적 우위요인의 활용을 위해 직접투자전략보다는 상대적으로 수출전략을 통해 해외시장에 진출하는 것으로 나타났으며, 독점적 우위요인이 벤처기업의 라이선싱-합작투자전략에서 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 제품차별화요인은 합작투자-단독투자전략의 경우에서만 양의 방향으로 유의적인 것으로 나타났다. 즉, 벤처기업은 매출액 중 상당부분을 연구개발비에 투자함으로써 획득한 제품차별화능력을 활용하기 위해 합작투자전략보다는 단독투자전략으로 해외시장에 진출하는 것으로 나타났다.

셋째, 외부유출가능성이 벤처기업의 해외시장진출전략에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 거래비용요인과 관련하여 벤처기업이 자신이 보유한 특허, 기술, 경영노하우 등이 외부로 유출될 가능성이 높다고 인식할수록 벤처기업들은 수출전략보다는 직접투자전략으로, 라이선싱전략보다는 합작투자 전략으로, 그리고 라이선싱 전략보다는 단독투자전략으로 해외시장에 진출한다는 것을 의미한다. 그러나, 외부유출가능성이 벤처기업의 합작투자-단독투자전략에 음의 방향으로 유의적인 것으로 나타남에 따라, 벤처기업이 외부유출가능성에 대하여 높게 지각할수록 단독투자전략보다는 합작투자전략으로 해외시장에 진출하는 것으로 나타났다. 이는 벤처기업은 기존의 다국적 기업보다 상대적으로 적은 경영자원을 보유하고 있고 해외시장에 대한 경험이 적기 때문에 단독투자전략보다는 합작투자전략을 선호하고, 자신이 보유한 특정 경영자원에 대해서는 외부로의 유출을 막기 위해 라이선싱전략보다는 합작투자전략으로 해외시장에 진출하는 것으로 추측된다.

넷째, 해외시장국의 수요잠재력이 벤처기업의 해외시장진출전략에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 해외시장국의 수요잠재력이 클수록 벤처기업은 수출보다는 상대적으로 직접투자 전략으로, 라이선싱전략보다는 합작투자 전략으로, 라이선싱 전략보다는 상대적으로 단독투자 전략으로 해외시장국에 진출하는 것으로 나타났다.

다섯째, 해외시장국의 소유권규제는 합작투자-단독투자전략과 라이선싱-합작투자전략에 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 즉, 해외시장국의 소유권규제의 정도가 높을수록 벤처기업은 단독투자전략보다는 합작투자 전략을 선택하는 것으로 나타났으며, 라이선싱전략보다는 합작투자전략으로 해외시장에 진출하는 것으로 나타났다.

한편, 본 연구는 국내에서 최초로 벤처기업의 해외시장진출전략을 실증적으로 분석함으로써, 벤처기업들의 해외시장진출전략의 행태를 파악하고 이에 영향을 미치는 결정요

인들에 대하여 통계적으로 의미있는 변수들을 도출함에 따라 앞으로의 연구방향을 제시하였다고 할 수 있다.

그러나, 본 연구는 다음과 같은 한계점을 가지고 있고, 이에 따라 추후연구가 필요하다. 본 연구에서 분석한 벤처기업의 표본의 크기가 작고(92개 기업), 설문대상기업이 무작위 추출되어서 본 연구결과가 모집단인 벤처기업 전체를 대표하기에는 조금 무리가 있다고 본다. 둘째, 본 연구에서 벤처기업의 해외시장 진출전략에 영향을 미치는 결정요인들을 도출하기 위해 사용한 12개의 설명변수들은 국내외 문헌고찰을 통해 선택한 것으로, 그러한 설명변수들이 과연 벤처기업의 해외시장진출의 전략적 패턴을 정확하게 반영하고 있는지에 대한 근거가 아직 부족하다. 따라서 이를 보완하기 위해서는 심층적 사례연구와 문헌연구를 병행한 메타이론적 연구방법론을 통해 설명가능한 변수들을 추출하는 등 추가적인 연구가 필요하다. 셋째, 벤처기업들의 일차적인 성패는 생존 자체에 있으며, 본 연구의 표본들은 모두 현재 생존하고 있는 기업들이므로 어느 정도 성공한 기업들만 표본에 포함되었다고 볼 수 있다. 표본 확보에 어려움이 있으나, 도산한 벤처기업들을 포함한 벤처기업들의 해외시장진출전략과 이에 따른 성패요인에 관한 추후연구가 필요하다고 생각된다.

## 참 고 문 헌

1. 중소기업청 벤처정책과(1999), 벤처기업에 대한 실태의 결과·분석 자료, 중소기업청.
2. 통계청 통계기획국(1999), 한국표준산업분류체계, 통계청.
3. Anderson, E. and H. Gatignon(1986), "Mode of Foreign Entry : A Transaction Cost Analysis and Propositions," *Journal of International Business Studies*, Vol.3, pp.1~26.
4. Agarwal, S. and S.N. Ramaswami(1992), "Choice of Foreign Market Entry Mode : Impact of Ownership, Location and Internalization Factors," *Journal of International Business Studies*, Vol. 23, No. 1, pp.1~27.
5. Barney, J.B.(1991), "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage," *Journal of Management*, Vol. 17, pp.99~120.
6. Buckley, P.J. and M.C. Casson(1976), *The Future of Multinational Enterprise*, London : The Macmillan Press.
7. Caves, R.(1981), *Multinational Enterprise and Economic Analysis*, Cambridge University Press.
8. Davidson, W.H. and D.G. McFetridge(1985), "Key Characteristic in the Choice of International Transfer Mode," *Journal of International Business Studies*, Vol. 16, No. 2, pp.116~124.
9. Dunning, J.H.(1981), *International Production and Multinational Enterprise*, George Allen & Unwin.
10. Hennart, J.F.(1991), "The Transaction Costs Theory of Ventures : An Empirical Study of Japanese Subsidiaries in the United States," *Management Science*, Vol. 37, No. 4, pp.483~497.
11. Hennart, J.F and Y.R. Park(1993), "Greenfield vs. Acquisition : The Strategy of Japanese Investors in the United States," *Management Science*, Vol. 39, No. 9, pp.1054~1070.
12. Hood, N. and S. Young(1979), *The Economics of Multinational Enterprise*, Longham.

13. Horst, T.(1972), "Firm and Industry Determinants of the Decision to Invest Abroad : An Empirical Study," *Review of Economics and Statistics*, Vol. 8, pp.16~31.
14. Hymer, S.H.(1976), *The International Operations of National Firms : A Study of Direct Foreign Investment*, Cambridge, Mass., MIT Press.
15. Killing, J.P.(1983), *Strategies for Joint Venture Success*, New York : Praeger.
16. Kindleberger, C.P.(1969), *American Business Abroad : Six Lecture on Direct Investment*, Yale University Press.
17. Kogut, B. and U. Zander(1993), "Knowledge of the Firm and Evolutionary Theory of the Multinational Corporation," *Journal of International Business Studies*, Vol. 24, pp.625~645.
18. Lecraw, D.J.(1984), "Bargaining Power, Ownership and Profitability of Transactional Corporations in Developing Countries," *Journal of International Business Studies*, Vol. 15, No. 3, pp.27~43.
19. Li, J., and S. Guisinger(1991), "Comparative Business Failures of Foreign-Controlled Firms in the United States," *Journal of International Business Studies*, Vol. 22, No. 2, pp.209~224.
20. McDougall, P.P. and R.B. Robinson, Jr.(1990), "New Venture Strategies : An Empirical Identification of Eight 'Archetypes' of Competitive Strategies for Entity," *Strategic Management Journal*, Vol. 11, pp.447~467.
21. Oviatt, M.B. and P.P. McDugall(1994), "Toward a Theory of International New Ventures," *Journal of International Business Studies*, Spring, pp.45~63.
22. Porter, M.E(1987), "From Competitive Advantage to Corporate Strategy," *Harvard Business Review*, Vol. 65, pp.75~92.
23. Teece, D.J.(1981), "The Multinational Enterprise: Market Failure and Market Power Considerations," *Strategic Management Review*, Vol. 2, No. 1, pp.3~17.
24. Williamson, O.E.(1985), *The Economic Institution of Capitalism*, New York : The Free Press.

## Abstract

### A Study on the Foreign Market Entry Strategy of Venture Firms

Kim, Jin-ha

A review of shows that past research has focused predominately on foreign market entry strategy issues in relatively well-established firms. These studies have either ignored venture firms or have failed to treat these firms separately. Only recently, researchers have broadened their search to include aspects of the foreign market investment of the venture.

The purposes of this study are to identify and explain the impact factors such as ownership specific advantage, transaction cost, and location specific advantage on the choice of foreign market entry strategy for venture firms.

To find the perceived the foreign market entry strategy and determinant factors, 130 venture CEOs from the computer and communications equipment industries were asked to describe their venture's foreign market entry strategy through 17 questionnaire items on competitive method. Using factor analysis, the six determinant factors were categorized.

To test the relationships between the foreign market entry strategy and factors such as ownership specific advantage, transaction cost, and location specific advantage, the data collected by questionnaire from 92 ventures.

The main results of this research are as follows. First, the factors of ownership specific advantage have partially significant impact on the foreign market entry strategy of venture firms. Second, the factors of transaction cost have significant impact on their foreign market entry strategy. Third, the factors of location specific advantage have significant impact on their foreign market entry strategy.



---

This study has produced evidence to demonstrate that the foreign market entry strategy profile of venture firms can be distinguished from those of relatively well-established firms. An expanded study would allow for stronger conclusions regarding the relative explanatory power of individual variables in the method. Additional research is also needed to examine other determinant variables connecting foreign market entry strategy.