Print ISSN: 1738-3110 / Online ISSN 2093-7717
http://dx.doi.org/10.15722/jds.13.3.201503.61

Environment, Competence, and Strategy Effects on the Export Performance of Regional SMEs
지역 중소기업의 환경, 역량, 전략이 수출성과에 미치는 영향

Seung-Ho Kim(김승호)*, Moo-Yul Huh(허무열)**

Received: January 15, 2015. Revised: February 13, 2015. Accepted: March 14, 2015.

Abstract

Purpose – Exports have long been regarded as significant drivers of sustainable competitive advantage and growth among small and medium enterprises (SMEs). The export activities of SMEs are particularly important in the context of export-oriented economies such as Korea. Although many studies have examined the determinants of exports, it is difficult to find empirical studies about the determinants of the export performance of regional SMEs. This study investigates the determinants of export performance in the regional SME context based on an integrated approach that combines the environment factor of industrial organization theory, competitive strategy theory, and the competences of the resource-based view.

Research design, data, and methodology – To empirically analyze the determinants of export performance in the regional SMEs, data were collected from firms in the Daegu metropolitan area. Data were collected directly through questionnaire surveys; in addition, secondary financial data were also taken from the KIS-VALUE database. Out of the 175 responses that were received, 143 were considered to be worth examining. After testing the reliability and validity of the variables through multiple items such as environmental turbulence and competitive strategy, hypotheses were verified by using five multi-regression models. These models were: a control model with organizational size and age, an environmental model with technology and market turbulence, a competency model with R&D and foreign distribution channels, a strategy model with product and market differentiation, and an integrated model including all of these variables.

Results – First, as a control variable, the organization size has significant positive effects on export performance. Second, technology turbulence based on industrial organization theory has significant positive effects on export performance, but market turbulence does not affect export performance. Third, the foreign market distribution competency of the resource-based view has strong positive effects on export performance, but the R&D competency does not affect export performance. Fourth, the product differentiation strategy from competitive strategy theory positively impacts export performance, but market differentiation does not affect export performance. Finally, in the integrated model, only the foreign distribution competency of the resource-based view has a significant effect on export performance.

Conclusions – The empirical results of this study verified the usefulness of the rationales behind the three theories to explain the export performance of the regional SMEs, especially the importance of the foreign market distribution competency from the resource-based view. With regard to practical considerations, this study's implications suggest that the use of technological environmental changes by industries is better than the use of market changes. Further, the use of the product differentiation strategy is more effective than the use of the market-driving strategy, and the distribution channel competency plays a stronger role than the technology-oriented competency with regard to the export performance position of regional SMEs. Future studies should examine relational perspectives, such as trust among channel partners. Therefore, the configuration approach is more useful in enhancing pragmatism by comparing high- and low-export companies.

Keywords: Export Performance, Regional SMEs, Environment, Competence, Strategy.

JEL Classification: D23, F23, L1, L22, R58.

1. 서론

수출은 중소기업의 지속적인 경쟁우위 창출과 성장의 핵심적인 대안이다. 특히, 한국과 같이 내수시장이 작은 국가에서 특정 부분에 집중된 중소기업의 제품시장의 한계를 극복하고, 글로벌 시장을 통해서 규모의 경제와 범위의 경제를 실현하기 위해서 수출은 중소기업의 필수적인 과제라 할 수 있다. 또한 지역 중소기업의

* First Author, Assistant Professor, School of Health Service Management, Kyungwoon University, Korea, Tel : +82-10-3555-0054, e-mail : kshuri@naver.com

** Corresponding Author, Professor, Division of International Studies, Kongju University, Korea, Tel : +82-10-9622-3930, e-mail : hmyag@kongju.ac.kr

수출의 경우 수도권 중심의 중소기업에 비해 해외시장의 바이어, 제품 수요, 문화, 유통채널 등 수출과 관련된 정보의 한계가 존재한다. 또한 수출 지원기관이나 지원제도, 그리고 해외 마케팅 관련 인적 자원 등 여러 측면에서 많은 제약요인을 가지고 있기 때문에, 어느 정도의 규모와 제품 및 생산역량을 갖추고 있어도 많은 수출에 한계를 지니고 있다. 이러한 맥락에서 지역 중소기업의 수출 성과에 영향을 미치는 요인을 규명할 필요가 있다.

수출 성과의 결정요인에 대한 연구는 그동안 다양한 관점에서 연구들이 진행되어 오고 있다. 일례로 외부 환경(Cho and Park, 2010), 경영자 특성 및 기업가정신(Yoon et al., 2012; Kim, 2009), 공급사슬(Yoon et al., 2012; Park, 2007), 혁신역량 및 사내 벤처캐피탈(Yoon and Jeon, 2013), 무역지원기관의 서비스 품질(Moon and Bae, 2013), 마케팅 역량(Kang et al., 2009), 네트워킹(Kim, 2009), 수출전략 및 구조(Nam and Lee, 2013) 등 다양한 변수를 대상으로 연구가 진행되었다.

Morgan 등(2004)은 수출성과의 결정요인에 관한 기존 연구들이 지나치게 단편적으로 이루어져 왔음을 지적하고, 통합적 관점의 필요성을 강조하였다. 이와 같은 수출결정요인에 관한 통합적 측면의 연구들이 최근에 시도되고 있다. Kim(2008)은 시장 환경, 기업특성, 역량 및 자원 특성 등을 포괄하여 메타분석을 하였다. Nam and Lee(2013)는 전통적인 산업조직론, 자원기반관점, 관계적 관점을 통합모델을 제시하고 구조모델을 통해 실증하였다.

그러나 이러한 연구들 대부분이 지역 중소기업의 현실 상황을 반영하는데 한계가 있다. 즉 대부분의 수출 관련 실증연구들이 일반적인 중소기업이라기보다는 대기업 수준 또는 기술 중심의 연구가 대부분이다. 일례로 최근 통합모델로 접근하고 있는 Nam and Lee(2013)의 연구에서도 그 대상이 전국 수준에서 해외수출 제조기업을 대상으로 하였는데, 이들 기업의 종업원 평균 규모가 971명이었다. Park(2008)의 연구에서는 중소기업이 그 대상이었으나, born-global 기업의 속성일 지닌 벤처기업(Kalinic and Forza, 2012)이 연구 대상이었으며, 연구의 주제가 공급망과 해외시장 지식에 국한되어 있다. 따라서 일반적으로 받아들일 수 있는 지역 중소기업을 대상으로 하는 통합적인 접근이 이루어지지 못하고 있는 실정이다.

본 연구는 대구지역 중소기업을 대상으로 수출 성과에 영향을 미치는 영향요인을 산업조직론, 자원기반관점, 그리고 경쟁전략이론 관점에서 환경, 역량, 전략 등 다차원적으로 고려하여, 지역 중소기업의 수출 성과에 영향을 미치는 결정요인을 규명하고 시사점을 도출하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 수출성과의 결정요인에 관한 이론적 관점

수출성과의 결정요인에 대한 이론적 관점은 크게 산업조직론, 자원기반이론, 관계적 관점 등 세 가지 흐름으로 구분된다(Nam and Lee, 2013).

산업조직론 관점은 전통적인 E-S-P 모델 구조를 근거로 외부 환경과 전략의 관계를 중심으로 수출 성과를 규명하고 있다(Koh and Robicheaux, 1988). 산업조직론 관점에 따르면, 외부 환경 변화에 대응하여 수출전략이 수립되며, 이를 어떻게 적용하느냐에 따라서 수출성과가 결정된다. 이러한 관점의 연구들은 주로 1980년 이후에서 1990년 후반까지 많이 진행되었는데, 수출전략, 기업특성, 외부환경 특성 등이 수출의 주요한 결정요인으로 다루어졌다(일례로 Cavusgil and Zou, 1994; Zou and Stan, 1998). 산업조직론 관점의 연구들은 외부환경과 기업의 전략이 수출성과에 영향을 미친다는 결과를 제시하고 있다.

자원기반관점은 산업수준에서 다루고 있는 산업조직론이 개별기업 측면에서 수출 성과의 의 결정요인을 규명하는데 한계가 있음을 지적하고, 기업 내부 자원과 역량에 중점을 두어 수출 성과에 접근하고 있다(Peteraf, 1993). Barney(1991)로 대표되는 자원기반관점(resource-based view)에서는 내부 자원과 역량이 경쟁우위를 창출하게 되며, 이를 통해 수출 성과를 달성된다고 본다(Morgan et al., 2004). 이러한 자원기반관점에서 Day and Wensley(1998)은 자원-지위-성과 구조모델을 제시하고, 차별화된 자원을 중심으로 하는 포지셔닝이 경쟁우위를 창출하여 수출 성과를 달성시킨다고 결과를 제시하였다.

관계적 관점(relational perspective)은 수출기업과 해외 구매자 간의 관계의 질에 중점을 두고 1990년 중반 이후부터 연구가 진행되고 있다(Styles et al., 2008). 산업조직론 관점이 외부 환경과 전략을 중심으로, 그리고 자원기반관점이 기업 내부 자원과 역량을 중심으로 수출 성과에 접근하고 있는 반면에, 관계적 관점은 거래비용이론, 사회적 자본이론, 관계교환이론 등을 기반으로 거래당사자 간 즉 수출업자와 고객 간의 관계에 있어서 신뢰와 몰입과 같은 관계 품질에 초점을 두고 수출 성과를 규명한다.

Morgan 등(2004)은 자원기반관점과 전략을 통합하였으며, Kim(2008)은 산업조직론과 자원기반관점을 통합하여 메타분석을 실시하였다. Nam and Lee(2013)은 산업조직론, 자원기반관점, 그리고 관계적 관점을 통합하여, 구조모델 분석을 통해 실증 결과를 제시하였다.

2.2. 중소기업의 수출성과 결정요인에 관한 선행연구 검토

중소기업의 수출성과의 결정요인과 관련항 그동안 많은 연구들이 앞서 논의한 다양한 관점에서 진행되어 오고 있다(Kim, 2001; Ko, 2002; Hwang, 2010; Lee et al., 2011; Cho, 2012).

Kim(2001)의 경우 수출마케팅 관점에서 수출 성과를 한국 중소기업 126개를 대상으로 실증연구를 실시하였다. 수출마케팅 변수의 요소로 제품의 현지 적응, 촉진의 현지 적응, 해외 유통회사 지원, 가격경쟁력, 경쟁우위, 국제적 역량, 제품 수출경험 등을 포함하였다. 실증 결과 제품 현지적응, 해외유통 회사 지원, 촉진 현지적응, 경쟁우위, 국제 역량, 수출경험 등이 수출마케팅 성과에 정(+)의 효과가 있는 것으로 발견되었다.

Ko(2002)는 중소수출기업 131개를 대상으로 인터넷 마케팅 전략이 수출성과에 미치는 영향에 관하여 실증 연구를 실시하였다. 여기에서 인터넷 마케팅 전략으로 인터넷 기반의 틈새시장 선호전략, 상표 포지셔닝 전략, 수출제품 표준화전략, 가격 차별화전략, 수출유통 전략, 광고 전략, 통합적 커뮤니케이션 전략 등 포괄적으로 구성하였다. 수출 성과는 재무적 성과와는 달리 인지도 향상, 문의 증가, 거래협상 촉진, 계약 체결 증가 등의 변수를 채택하였다. 실증연구 결과 틈새시장 선호전략과 상표 포지셔닝 전략, 가격 차별화 전략, 통합적 커뮤니케이션 전략 등은 모든 성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면에 수출제품 표준화 전략과 수출광고 표준화 전략은 부(-)적인 영향으로 나타났다.

Hwang(2010)은 103개의 중소기업을 대상으로 환경 및 조직역량이 e비즈니스 역량을 매개로 수출성과에 미치는 영향을 실증하였다. 여기에서 환경은 환경의 불확실성과 시장의 다양성을 조직역량 차원에서는 최고경영자의 지원과 조직학습 지향성으로 구성하였다. 실증 연구 결과 환경 특성과 조직 역량 모두 e비즈니스 역량을 통해 수출성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

특히 환경 특성 중 시장의 다양성이 조직 역량에서는 조직 학습 지향성이 상대적으로 강한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 그러나 수출 성과에 대한 직접적인 효과는 환경의 불확실성이 더 강한 효과를 지니는 것으로 나타났다.

Lee 등(2011)은 대구경북지역 중소기업 317개를 대상으로 조직 특성, 경영자 특성, 환경 특성, 그리고 기술 특성을 중심으로 국제화 성과를 실증하였다. 이들의 실증연구 결과, 조직 특성에서 연구개발능력, 경영자 특성에서 글로벌지향성, 환경특성에서 해외시장 환경, 기술특성에서 기술선도성 역량이 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Cho(2012)는 152개의 중소 제조기업을 대상으로 위험감수성, 혁신성, 제품차별화 역량 등 기업가정신 요인이 수출성과에 미치는 영향에 관하여 실증 연구를 실시하였다. 실증 연구 결과 기업가정신 역량 모든 변수가 수출성과에 정(+)의 영향과 더불어 위험감수성과 혁신성은 제품차별화 역량을 통해서 수출성과에 매개 효과가 발견되었다.

2.3. 환경과 수출 성과

수출을 위한 전략적 자원으로서 기업의 환경은 기업과 산업의 성장의 기반으로 작용한다. 이러한 글로벌 시장에 대한 전략 환경에는 국내는 물론 해외 시장의 내적 및 외적 환경이 포함해야 한다(Viatkina, 2014). 산업조직론 관점의 연구들은 외부 환경 특성이 기업의 글로벌화와 수출의 성과의 중요한 영향요인으로 보고 있다(Mago et al., 2013). Zou and Stan(1998)은 수출기업의 환경과 수출성과에 관계에 대한 실증 결과를 제시하였다. Denis and Depelteau(1995)는 국가 산업수준에서 시장 환경과 수출성과를 분석하였다. 이들에 따르면, 선진국 시장이 후진국 시장보다 안정적인 경영환경을 취하고 있어 선진국의 수출성과가 후진국보다 더 높다. 또한 Kohli and Jaworski(1990)의 시장지향성 논리에 따르면, 시장 경쟁이 심할수록 새로운 고객창출이 용이하기 때문에 환경 격변성이 높을수록 수출성과가 높다. 기존 산업구조에서 시장 또는 기술의 변화는 수출 기회의 가능성이 높아 지기 때문이다. 따라서 본 연구에서는 외부 환경의 격변성과 수출 성과에 대하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

<가설 1> 지역 중소기업의 환경 격변성은 수출 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.4. 역량과 수출 성과

자원기반관점에 따르면, 기업이 보유하고 있는 내부 자원 및 역량이 경쟁우위를 창출하여 성과를 제고한다. 자원기반관점은 수출성과의 결정요인에 대한 이론적 배경으로서 가치가 높다(Dhanaraj and Beamish, 2003). 자원기반관점에서 수출성과의 결정요인으로 내부 자원 및 역량과 수출성과의 긍정적인 관계를 실증적으로 규명하고 있다. 일례로 Chinomona(2012)는 중소제조업을 대상으로 수출딜러의 수출역량이 신뢰와 관계만족을 제고시킨다는 것을 실증 결과를 제시하였다. Yoon et al.(2012)은 CEO의 특성과 기업가정신이 수출 성과의 주요 결정 요인임을 실증하고 있다. Morgan 등(2004)의 동적역량 관점에 따르면, 자원의 개발, 결합, 변형을 통해서 수출시장에서 가치가 제고되어 수출성과가 높아진다. Kim(2012)에 따르면, 특허와 같은 연구개발 역량이 수출 성과에 직접적인 영향이 나타났다.

Park and Kim(2007)은 벤처기업의 수출성과 영향요인을 규명하면서 수출과 관련하여 조직 내부에 마케팅 계획 및 조사, 현지 마케팅 담당자 등 마케팅 전담부서와 같은 수출에 필요한 구조를 내부에 설치 운영하는 것이 수출성과를 제고시킨다는 결과를 제시하였다. Park(2008)의 실증연구에서는 해외 유통망의 구축과 같은 수출 공급사슬이 수출성과의 결정의 핵심요인임을 보여주고 있다. 본 연구에서는 기업의 역량과 관련하여 연구개발능력과 수출 성과에 대하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

<가설 2> 기업의 연구개발능력은 수출 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

<가설 3> 기업의 해외시장 유통능력은 수출 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.5. 전략과 수출 성과

산업조직론을 비롯한 대다수 전략이론들은 전략과 구조가 성과를 결정한다고 본다. 경쟁적 수출환경 하에서 효과적으로 환경변화에 대응하기 위해 기업은 경쟁우위를 확보하기 위해서 필요한 전략을 갖추게 된다. Morgan 등(2004)은 벤처기업을 대상으로 전략이 경쟁우위를 통해 수출성과를 실증하였다. 이들은 전략변수로 원가리더십, 마케팅차별화, 서비스 차별화로 구분하고 경쟁우위를 원가우위, 제품우위, 서비스우위로 접근하였다. Douglas and Claig(1989)는 경쟁우위의 매개적 효과를 배제하고 표준화와 현지화로 전략을 중심으로 하는 수출전략이 수출성과에 직접인 영향을 미친다는 결과를 제시하였다. 본 연구에서는 수출 전략과 수출성과에 관련하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

<가설 4> 수출전략은 수출 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3. 연구 방법

3.1. 자료 수집 및 표본특성

자료의 수집은 대구지역 전략산업군의 DB에 포함된 수출 제조업 200개 기업을 대상으로 2011.1~2011.4 약 4개월여에 걸쳐 전문조사자의 직접 방문을 통해 인터뷰와 구조화된 설문지를 통해 진행하였다. 수출액, 매출액, 종업원 현황, 자본금 등 객관적 지표는 한국기업데이터에 보고된 수치를 활용하였다. 이를 통해 공통방법편의(Common Method Bias) 문제의 발생을 제거하고자 하였다.

자료수집 대상은 대표자 및 임원, 인사 및 기획, 총무부서의 장을 대상으로 인터뷰를 통해 주관적 항목에 대한 설문지 작성과 2차 기업성과 지표 및 종업원 현황 등에 대한 자료의 정확성을 함께 검토하였다. 인터뷰 및 설문조사 시간은 조사 취지의 설명과 조사 내용에 대한 구체적인 내용의 설명으로 인해 기업당 평균 약 2시간-3시간 정도 소요되었다.

조사를 통해 총 175부의 자료를 수거하였다. 이 중 무성의하거나 부실한 응답 자료 24개를 1차적으로 제거하였다. 2차 단계에서는 매출액이나 종업원의 규모를 기준으로 업종별 이상치(outlier) 분석을 통해서 자본잠식에 들어갔거나 5명 미만의 기업 자료가 8개를 제거하였다. 이러한 단계를 걸쳐 최종 분석에는 143개 기업의 자료를 분석에 활용하였다.

표본기업의 특성을 살펴보면, 섬유업종이 61개(42.7%), 메카트로닉스 분야 57개(39.9%), IT 및 모바일 분야가 25개(17.5%)를 차지하였다. 자본금은 2010년말 기준 평균 21.17억(표준편차 43.29

억), 종업원 규모는 38.76명(표준편차 42.46명), 매출액은 평균 74.64억(표준편차 88.26억), 수출액은 평균 30.42억(표준편차 62.14억), 최고경영자의 평균 연령은 51.46세(표준편차 7.72세)로 나타났다.

3.2. 측정

수출 성과는 수출액으로 측정하였다. 수출액은 최근 5년을 기준으로 달성된 수출액의 평균으로 측정하였다. 대상 기업에 따라서 수출이 최초 진행된 연도가 각기 다르고, 수출액의 변화량이 급격한 경우의 기업들이 포함되어 있어서 최근 5년 동인 달성된 수출액의 평균값을 통해 측정하였다.

환경격변성은 기술환경의 변화 정도 및 예측과 관련된 기술격변성(Moorman and Miner, 1997)과 시장환경의 변화 정도 및 고객수요 변화에 대한 시장격변성(Jaworski and Kohli, 1993)으로 구분하여 측정하였다.

역량은 기술혁신과 관련하여 연구개발능력과 해외시장 유통능력으로 구분하였다. 연구개발능력은 최근 5년 동안 연구개발인력 및 연구개발지출액의 평균으로 측정하였다. 해외시장 유통능력은 해외시장 유통망 유무와 유통망의 수로 측정하였다.

수출전략은 Morgan et al.(2004)의 연구에서 활용된 제품차별화 전략과 마케팅차별화 전략으로 구분하였다. 제품차별화 전략은 원가우위를 획득하기 위한 원가리더십 및 제품품질 차별화 중심의 전략을 의미한다. 마케팅차별화 전략은 시장에서 경쟁우위를 확보하기 위한 독자 브랜드 구축, 전속 판매유통망, 촉진활동 등에 대한 강조를 의미한다. 제품차별화 전략은 제품 성능 및 품질, 원가절감, 신제품 개발, 주문생산 납기, 품질 불량 처리 등에 대한 중요성으로 측정하였다. 마케팅차별화 전략은 브랜드 구축, 판매유통망, 촉진활동, 판매원 역량 등에 대한 전략적 강조로 측정하였다.

통제변수는 수출 성과에 영향을 미칠 수 있는 종업원 수를 중심으로 하는 조직규모와 조직업력을 포함하였다.

3.3. 변수의 신뢰도 및 타당도

실증분석에 앞서 복수항목으로 측정된 환경 격변성과 전략 변수에 대하여 신뢰도와 타당도 검증을 실시하였다. 타당도 검증은 주성분분석에 의해 varimax 요인회전 방법을 통해 요인분석을 실시하였다. 신뢰도 검증은 타당도 검증을 통해 최종 항목을 대상으로 Cronbach'α값을 통해 확인하였다. 요인분석 결과 총 4개 요인으로 도출되었으며 eigen 값이 모두 1.0이상으로 총분산은 59.14%로 나타났으며, 각 항목의 부하량이 .508 이상으로 나타나 구성타당성을 확인할 수 있었다. 도출된 요인의 내용을 살펴보면, 본 연구의 설계한 바와 같이 환경 변수는 시장 격변성과 기술격변성 요인으로, 전략 변수는 생산지향 전략과 마케팅지향 요인으로 구분되어 도출되었다. 내적 일관성을 나타내는 Cronbach'α 계수 값은 기술격변성 .686, 시장격변성 .779, 제품지향 전략 .858, 마케팅지향 전략 .825으로 나타나 신뢰도를 확인하였다.

4. 실증분석

4.1. 변수의 기술통계량 및 상관관계

수출성과에 대한 가설 검증에 앞서 변수의 기술통계량과 상관관계를 <표 1>과 같이 먼저 살펴보았다.

통제변수인 조직규모(r=.24)와 조직연령(r=.09)은 수출액과 정(+)의 성관성을 보이고 있다. 환경변수의 경우 기술격변성(r=.10)이, 역량변수의 경우 연구개발인력(r=.19), 해외 유통채널 유무(r=.37)와 해외 유통망의 수(r=.33), 전략변수의 경우 시장차별화 전략(r=.10)이 수출액과 정(+)의 상관성을 나타내었다.

4.2. 가설 검증

지역 중소기업의 수출성과에 대한 환경변수(가설 1), 역량변수(가설 2 및 가설 3), 전략변수(가설 4)의 영향에 관한 가설을 검증하기 위해서 다중회귀분석을 실시하였다. 가설 검증에 앞서 다중회귀모델을 통해 다중공선성 문제를 검토한 결과 VIF 값이 모두 2.0이하로 나타나, 기준치인 10을 넘고 있지 않아 다중공선성의 문제가 없음을 확인하였다.

가설 검증 방법을 위한 다중회귀모델은 수출성과를 종속변수로 하고, 각 가설에서 구성하고 있는 변수를 독립변수로 투입하는 개별가설 모델 검증을 통해 가설을 검증하고, 환경, 역량, 그리고 전략변수를 모두 투입할 때 수출성과의 변화를 함께 살펴보았다. 다중회귀분석 결과는 <Table 2>에 제시된 바와 같다. M1은 수출성과에 대한 통제변수의 영향에 관한 다중회귀분석 모델이며, M2는 환경변수에 관한 다중회귀모델이며, M3은 역량변수에 관한 다중회귀모델이며, M4는 전략변수에 관한 다중회귀모델이다. 그리고 M5는 환경, 역량, 전략 변수를 모두 포함하고 있는 통합 다중회귀모델이다.

<Table 1> Descriptive and correlation

		mean	s.d	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	employee size	2.72	1.05	1									
2	firm's age	2.38	0.63	.24**	1								
3	market turbulence	3.19	0.65	.01	-.03	1							
4	technology turbulence	3.46	0.68	-.02	-.14**	.38**	1						
5	RandD employee	1.13	0.81	.54**	.09	-.01	.13**	1					
6	RandD cost	0.78	1.66	-.27**	-.19**	-.00	.15**	.09	1				
7	foreign distribution channel	0.20	0.40	.19**	.05	-.02	.11**	.20**	.05	1			
8	number of foreign distribution channel	0.33	2.35	.01	-.09**	.03	.01	-.02	-.11*	.21**	1		
9	product differentiation	4.16	0.55	.03	.00	-.03	.12**	-.00	-.04	.06	.05	1	
10	market differentiation	3.47	0.65	.05	.02	.02	.15**	-.05	.02	.16**	-.00	.39**	1
11	the amount of export	1.05	2.55	.24**	.09*	.06	.10**	.19**	-.07	.37**	.33**	.10**	.06

+p<.10, *p<.05, **p<.01

<Table 2> The Results of Multi Regression Analysis

	M1 (Control)	M2 (Environment)	M3 (Competency)	M4 (Strategy)	M5 (Integration)
employee size	.235**	.234**	.203**	.227**	.210**
firm's age	.031	.047	.100+	.037	.110*
market turbulence		.016			.016
technology turbulence		.137**			.089
RandD employee			.058		.028
RandD cost			-.004		.003
foreign distribution channel			.237**		.252**
number of foreign distribution channel			.290**		.280**
product differentiation				.091*	.040
market differentiation				011	-.024
R2(F)	.060(25.954**)	.073(15.992**)	.249(18.381**)	.068(14.552**)	.265(10.542**)
change R2(ΔF)		.013(.5.729**)	.172(18.034**)	.009(3.973**)	.183(9.099**)

+p<.10, *p<.05, **p<.01

통제변수의 수출성과에 대한 영향(M1)을 살펴보면, 종업원 수가 수출액에 유의한 정(+)의 영향(β=.235)을 미치는 반면에, 조직업력은 유의하지 않은 것을 나타내고 있다. 이는 조직규모가 클수록 수출 규모가 높은 것을 의미한다. 이는 지역 중소기업의 수출 성과에 규모의 경제가 적용되고 있음을 반영해주고 있다. 이 때 조직규모와 조직업력이 수출액에 대한 회귀모형의 설명력은 6%임을 나타내고 있다.

환경변수의 수출성과에 대한 영향(M2)에 관한 가설1의 분석 결과를 살펴보면, 통제변수를 포함한 환경격변성의 수출액에 대한 회귀모형의 설명력은 7.3%로 나타났으며, 환경변수의 투입에 따라서 회귀모형의 설명력이 유의하게 변화하고 있음을 보여준다(ΔF=5.729). 환경변수의 영향력의 경우 기술격변성(β=.137)은 수출액에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타난 반면에, 시장격변성(β=.016)의 영향은 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 기술격변성이 높은 환경에서 수출성과가 제고되는 것을 의미한다. 따라서 환경격변성이 수출성과에 미치는 영향에 관한 가설 1은 기술격변성을 중심으로 부분적으로 지지되었다.

역량변수의 수출성과에 대한 영향(M3)에 관한 가설 2와 가설3의 분석 결과를 살펴보면, 역량변수의 수출회귀모델의 설명력은 24.9%로 급격하게 증가하게 되며, 역량변수의 투입에 따라서 회귀모형의 설명력이 유의하게 변화하고 있음을 보여준다(ΔF=18.034). 역량변수의 영향력의 경우 해외시장 유통 채널의 유무(β=.237)와 유통망의 수(.290) 등 해외시장 유통능력이 수출에 정(+)의 영향을 지니는 반면에, 연구개발능력과 관련된 연구개발 인력(β=.058)과 연구개발 지출(β=-.004)은 유의한 영향이 발견되지 않았다. 이러한 결과는 지역 중소기업의 수출은 연구개발능력보다 해외시장 유통능력에 강한 영향을 받고 있음을 보여준다. 따라서 연구개발능력이 수출성과에 미치는 영향에 관한 가설 2는 지지되지 못하였으나, 해외시장 유통능력이 수출성과에 미치는 영향에 관한 가설 3은 지지되었다.

전략변수의 수출성과에 대한 영향(M5)에 관한 가설 4의 분석 결과를 살펴보면, 전략변수의 수출회귀모델의 설명력은 6.8%이며, 전략변수의 투입에 따라서 회귀모형의 설명력이 유의하게 변화하고 있음을 나타내고 있다(ΔF=3.973). 전략변수의 영향력의 경우 제품차별화 전략(β=.091)은 수출성과에 정(+)의 영향을 미치는 반면에, 시장차별화 전략은 유의하지 않았다. 이러한 결과는 지역 중소기업의 수출은 시장차별화 전략보다 제품차별화 전략이 더 효과적임을 의미한다. 따라서 전략의 수출성과에 대한 가설 4는 제품차별화 전략을 중심으로 부분적으로 지지되고 있음을 알 수 있다.

마지막으로 환경, 역량, 그리고 전략을 모두 한꺼번에 고려하는 통합모형(M5)의 경우 26.5%의 모델 설명력이 나타났다. 이들을 모두 고려하는 경우의 영향력은 조직규모와 조직업력과 같은 전통적인 통제변수가 유의하며, 특히 역량관점에서 해외시장 유통능력이 강하게 작용하고 있음을 보여준다. 통합모델 측면에서 조직규모가 크고, 오래된 기업일수록, 해외 유통채널을 지니고 있으며, 유통채널의 수가 많을수록 수출성과가 높아진다는 것을 보여주고 있다. 결국 수출액을 중심으로 하는 수출성과에 대한 산업조직론 관점, 전략이론 관점, 자원기반관점 등의 통합적 접근에서 자원기반관점의 해외 유통능력이 가장 강한 설명력을 갖추고 있음을 보여준다.

5. 결론

5.1. 요약

본 연구는 지역 중소기업 수출성과에 대한 결정요인을 전통적인 산업조직론, 경쟁전략이론, 그리고 자원기반관점 등의 통합적인 측면에서 실증을 통해 규명하였다. 실증 연구 결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 통제변수인 조직규모는 수출성과에 긍정적으로 작용한다. 이는 혁신 이슈와 같이 조직의 여유 자원과 규모의 경제가 수출성과를 제고시킨다는 합리적 효율론의 주장이 작용하고 있음을 시사한다. 둘째, 전통적인 산업조직론의 환경 속성이 지역 중소기업의 수출성과에도 긍정적으로 작용한다. 특히, 시장격변성 보다 기술격변성이 지역 중소기업의 수출성과를 제고시키는 것으로 나타났다. 셋째, 자원기반관점에서 역량은 지역 중소기업의 수출성과를 결정하는데 핵심적인 요인으로 작용한다. 특히 지역 중소기업의 수출은 혁신이론에서 강조하는 연구개발능력 보다는 해외 시장의 유통능력과 같은 직접적인 시장역량이 효과가 강하게 나타난다. 넷째, 경쟁전략이론 측면에서 전략은 지역 중소기업의 수출성과에 긍정적으로 작용한다. 특히, 시장차별화 전략보다는 제품차별화 전략이 지역 중소기업의 수출성과에 보다 효과적이다. 다섯째, 이상의 산

업조직론, 자원기반관점, 그리고 경쟁전략이론을 통합적으로 고려하여 지역 중소기업의 수출 성과를 접근하는 경우, 자원기반관점의 해외시장 유통능력이 가장 중요한 요인으로 작용함을 확인하였다.

5.2. 시사점

본 연구의 시사점은 그동안 중소기업에 대한 연구가 단편적인 관점에서 수출성과를 규명해온 것과는 달리, 산업조직론의 환경, 경쟁전략이론의 경쟁전략, 그리고 자원기반관점의 역량 관점을 통합적으로 포함하여 수출성과의 결정요인을 실증적으로 규명하였다는 점에서 의의가 있다. 실증 연구 결과에 따르면, 수출성과에 대하여 개별적인 관점에서 환경, 전략, 역량 등 모든 변수가 지역 중소기업의 수출성과에 긍정적으로 작용하고 있음을 확인할 수 있었다. 그러나 환경, 전략, 역량의 통합적인 관점에서 지역 중소기업의 수출성과에는 해외시장 유통 역량을 중심으로 하는 자원기반관점의 설명력이 가장 강한 것으로 확인되었다. 이러한 결과는 Park(2008)과 Kim(2001)의 실증 연구 결과와도 일맥상통하고 있다. 또한 Lee 등(2011)의 결과에서 나타난 최고경영자의 해외시장 유통망에 대한 글로벌지향성에 대한 결과와도 궤를 같이하고 있다. 따라서 재무 및 인적 자원과 해외 시장 정보가 미약한 지역 중소기업의 상황에서, 해외시장으로의 수출을 준비하는 경우 내부 역량 차원에서 해외 유통망의 확보가 가장 우선적으로 고려되어야 할 것이다.

지역 중소기업의 수출성과를 제고하기 위해서 무엇보다도 해외시장 유통망 구축이 핵심적인 요인이라 할 수 있다. 이러한 맥락에서 지역 중소기업의 수출역량을 제고시키기 위해서, 다양한 수출지원 정책들 중에서 지역 중소기업들이 해외시장에서 자신의 제품을 직접 유통할 수 있는 채널을 구축하고 확대하는데 주력할 필요성을 시사한다. 즉 지역의 주요 수출산업별 바이어 풀에 대한 정보구축과 더불어 이들과 긴밀한 협력관계를 형성할 수 있는 해외 유통망 구축에 집중할 필요가 있다. Kim and Youn(2014)의 사례연구 결과에 따르면, 국내 유통기업의 중국 시장진출에 있어서 시장 상황에 대한 체계적인 정보 획들을 통해, 이를 기반으로 적절한 조치가 선행되어야 해외 시장 진출을 성공적으로 수행할 수 있음을 시사해준다. 특히 한중 FTA 체결로 인해 한국과 중국의 무역구조가 변화하고 있는 상황에서(Hang, 2012), 직접적인 해외유통망의 구축은 자원이 미약한 중소기업의 상황에서는 필수적 요건으로 자리매김되고 있다. 한편 산업조직론 관점에서 시장의 변화보다 기술의 변화에 민감하게 적응을 통해 수출성과를 제고하는데 효율성을 기할 필요성을 시사하고 있다. 경쟁전략이론 맥락에서 시장차별화 보다는 제품차별화 전략이 수출 성과에 더 효과적임을 고려할 필요가 있다.

또한, 통제변수로 고려한 기업의 규모와 연령 변수가 개별관점과 통합관점 모두에서 지역 중소기업의 수출에 중요한 변수로 확인되었다. 따라서 Spanos and Lioukas(2001)의 수출성과에 대한 자원기반관점에서 접근된 맥락에서 이들 변수에 대한 심층적인 연구가 추후에 진행될 필요가 있다.

5.3. 연구한계

본 연구는 다음의 한계와 추후 연구에 대한 방향성을 제공하고 있다. 첫째, 본 연구는 지역 중소기업의 수출성과의 결정요인에 초점을 두어 환경, 역량, 전략 관점에서 접근하였다. 이와 같은 결정요인에 대한 선형관계를 중심으로 접근과 더불어 형태론적 접근을 통해 수출성과의 내용을 보다 구체화할 필요성이 있다. 즉 수출성과를 높은 수출성과와 낮은 수출성과를 내는 기업들간의 특성을 비교하거나, 수출기업과 비수출기업의 특징에 있어서 차이를 규명할 필요성이 있다. 이를 통해 고성과를 창출하는 성공 수출기업의 특징을 발견함으로써 보다 실무적 시사점을 강화할 수 있을 것이다.

둘째, 본 연구에서는 최근 관심이 증대되고 있는 관계적 관점에서 결정요인을 고려하지 못하였다. 일례로 해외시장 유통능력의 중요성이 발견되었는데, 이를 보다 심층적으로 접근하기 위해서는 해외 유통채널에 있어서 신뢰와 같은 관계의 질의 측면을 결합해서 규명할 필요가 있다(Nam and Lee, 2013).

References

Barney, J. B.(1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.

Cavusgil, S. T., and Zou, S.(1994). Marketing Strategy-Performance Relationship, An Investigation of the Empirical Link in Export Market Ventures. *Journal of Marketing*, 58(Jan), 1-21.

Cavusgil, S. T., Zou, S., and Naidu, G. M.(1993). Product and Promotion Adaptation in Export Ventures, An Empirical Investigation. *Journal of International Business Studies*, 24(3), 479-506.

Chinomona, R.(2012). The Role of Dealers'Non-Mediated Power in Fostering SME Manufacturers' Cooperation, SME Manufacturers' Perspective. *The International Journal of Industrial Distribution and Business*, 3(2), 5-16.

Cho, Y. S.(2012), In Relation to Entrepreneurship and Export Performance of Small and Medium Manufacturing Firm, the Mediating Effect of Product Differentiation Capabilities. *International Commerce and Information Review*, 14(3), 113-138.

Cho, Y. S., and Park, K. H.(2010). A Comparative Study on the Determinants of Export Performance of Export Venture Firms by Export Timing. *Journal of Korean Academic Association of Business Administration*, 23(2), 713-730.

Day, G. S., and Wensley, R.(1988). Assessing Advantage, A Framework for Diagnosing Competitive Superiority. *Journal of Marketing*, 52(April), 1-20.

Douglas, S. P., and Craig, C. S.(1989). Evolution of Global Marketing Strategy, Scale, Scope and Synergy. *Columbia Journal of World Business*, 24(1), 47-59.

Downs, G. W., and Mohr, L. B.(1976). Conceptual issues in the study of innovation. *Administrative Science Quarterly*, 21, 700-714.

Hang, G.(2012). Study on Changes and Development Trends of the Trade Structure between Korea and China. *East Asian Journal of Business Management*, 2(1), 19-23.

Hwang, K. Y.(2010). An Empirical Study on e-Business Competence and Export Performance of Small and Medium Sized Firms. *International Commerce and Information Review*, 12(3), 311-332.

Kalinic, I., and Forza, C.(2012). Rapid Internationalization of Traditional SMEs, Between Gradualist Models and Born Globals. *International Business Review*, 21, 694-707.

Kang, N., Seo, M. K., and Kim, T. H.(2009). The Concept,

Antecedents of Export Planning Orientation and Its Relationship with Export Marketing Competencies Focusing on the Mediating Roles of EAPs. *Journal of Korean Academic Association of Business Administration*, 22(4), 2299-2317.

Kim, G. O.(2012). An Empirical Study on the Factors Influencing the Innovations of Korea's Exporting Companies and Export Performance. *Journal of Korean International Commerce and Information*, 14(2), 201-225.

Kim, M. H.(2009). A Study on the Influences that Entrepreneurship and Local Physical Distribution Networks Affect Corporate Capabilities and the Performances of Korean Exporting Ventures. *Korea Logistics Review*, 19(5), 103-131.

Kim, N. M., and Youn, M. K.(2014). Global Distribution Enterprises' Entry into the Chinese Market, Focus on the Three Northeastern Provinces. *International Journal of Industrial Distribution and Business*, 5(3), 25-34.

Kim, J. K.(2001). An Empirical Study on the Determinants of Export Performance by Korean Small and Medium Firms. *Journal or Korea Trade*, 9, 323-351.

Ko, K. S.(2002). Internet Marketing Strategy and Performance in the Korean Small Export Fims. *International Commerce and Information Review*, 4(1), 107-128.

Kohli. A. K., and Jaworski, B. J.(1990). Market Orientation, The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications. *Journal of Marketing*, 54(2), 1-18.

Mago, G., Musasa., G., and Matunhu, J.(2013). The Impact of Globalization on Business and Economic Development in Zimbabwe. *East Asian Journal of Business Management*, 3(2), 31-37.

Miller, D., and Friesen, P. H.(1984). A longitudinal study of the corporate life cycle. *Management Science*, 30, 1161-1183.

Moon, H. C., and Bae, M. R.(2013). An Empirical Study on the Determinants of the Service Quality of the TSOs and Performance of the Exporting Firms. *Journal of International Trade and Commerce*, 9(1), 1-25.

Lee, H. Y., Yoon, J. H., and Yeo, T. D.(2011). The Impacts of Internationalization Determinants of Exporting SMEs in Deagu and Gyeongbuk on Internationalization Performance. *International Commerce and Information Review*, 13(3), 435-462.

Morgan, N. A., Kaleka, A., and Katsikeas, C. S.(2004). Antecedents of Export Venture Performance, A Theoretical Model and Empirical Assessment. *Journal of Marketing*, 68(1), 90-108.

Nam, Y. H., and Lee, C.(2013). Developing an Integrated Model of Determinants of Export Performance, *International Business Studies*, 24(1), 77-118.

Park, K. H.(2007). Supply Chain Characteristics, Foreign Market Knowledge and Export Performance. *Journal of Korean Production and Operation Management Society*, 18(4), 33-58.

Park, W. S., and Kim, D. H.(2007). A Study on the Factors affecting the Export Performance of Ventures. *The Journal of Business and Venturing*, 2(1), 11-36.

Peteraf, M. A.(1993). The Cornerstones of Competitive Advantage, A Resource- Based View. *Strategic Management Journal*, 14(3), 179-191.

Rao, C. P., Pearce, J. L. and Xin, K.(2005). Organizational Scholarship and the Eradication of Global Poverty. *Academy of Management Journal*, 48(6), 970- 972.

Spanos, Y. E., and Lioukas, S.(2001). An Examination into the Causal Logic of Rent Generation, Contrasting Porter's Competitive Strategy Framework and the Resource-Based Perspective. *Strategic Management Journal*, 22(10), 907-934.

Styles, C., Patterson, P. G., and Ahmed, F.(2008), A Relational Model of Export Performance. *Journal of International Business Studies*, 39, 880-900.

Viatkina, T.(2014), Strategic Resource Initiative of Enterprise. *East Asian Journal of Business Management*, 4(4), 5-11.

Yoon, B. S., and Jeon, B. M.(2012). A Study on Effects of Corporate Venture Capital on Building Up the Internal Corporate Venture's Export Competency. *Journal of Korean Academic Association of Business Administration*, 25(5), 2391-2412.

Yoon, H. D., Kwak, K. Y., and Seo, R. B.(2012). The Effects of Global Entrepreneurship and Social Capital within Supply Chain on the Export Performance. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 7(3), 1-16.