

스타트업의 혁신성, 학습지향성, 네트워크지향성, 재무적 특성, 글로벌지향성과 액셀러레이터의 역할이 국제화 성과에 미치는 영향에 관한 연구

이동기

건국대학교 국제무역학과 박사과정, 코엑스 대표이사 사장

박광서

건국대학교 국제무역학과 교수

A Study of the Effects of the Innovativeness, Learning Orientation, Network Orientation, Financial Characteristics, Global Orientation of Startups and the role of Accelerators on the Internationalization Performance

Dong Ki Lee^a, Kwang So Park^b

^aDepartment of International Trade, Konkuk University, South Korea

^bDepartment of International Trade, Konkuk University, South Korea

Received 10 January 2022, Revised 26 February 2022, Accepted 26 February 2022

Abstract

This study aims to analyze the effects of the characteristics of startups and the role of accelerators on internationalization performance. To achieve this purpose, we collected data from the management of 180 startups promoting overseas expansion. As a result of empirical analysis, it was confirmed that among the characteristics of startups, innovativeness, learning orientation, and global orientation had a significant effect on internationalization performance. In addition, it was confirmed that the role of the accelerator has a positive effect on the internationalization performance.

Keywords: Startup, Innovativeness, Learning Orientation, Global Orientation, Accelerator, International performance

JEL Classifications: F13, M13, O24

^a First Author, E-mail: doogielee2@gmail.com

^b Corresponding Author, E-mail: kspark40@konkuk.ac.kr

© 2022 The Korea Trade Research Institute. All rights reserved.

I. 서론

코로나19는 쇼핑, 여행, 숙박, 식생활, 문화, 스포츠, 엔터테인먼트 등 사람들의 모든 소비 활동에 영향을 미치고, 이는 다시 기업들의 비즈니스 활동을 변화시키고 있다. 이러한 변화의 중심에 스타트업들이 있다. 줌(Zoom)은 오프라인에서 만나기 어려운 사람들을 화상으로 연결하고, 잔디(Jandi) 같은 협업 툴이 재택근무를 하면서도 생산성을 높이는 역할을 하고, 배달의 민족, 마켓컬리 같은 다양한 배달앱 스타트업들이 가정에서도 큰 불편 없이 소비생활을 영위할 수 있도록 해준다. “혁신적인 아이디어나 기술에 기반을 둔 반복가능하고 스케일업(scaleup) 할 수 있는 비즈니스 모델을 가진 창업초기 기업”으로 정의되는 스타트업들은 새로운 기술, 제품, 비즈니스모델을 개발하여 파괴적 혁신을 일으키며 제4차산업혁명, 디지털 전환을 가속화시키고 있다.

스타트업들의 활동은 국내에 머무르지 않고 다양한 형태로 해외로 확대되고 있다. 서비스 영역을 미국, 동남아 등 해외시장으로 확대하거나 해외 벤처캐피탈로부터 투자를 유치하거나 수천억 원, 수조 원에 외국계 기업에 인수되기도 한다. 실리콘밸리에 진출하여 유니콘기업으로 성장(센드버드)하거나 미국 증시에 직상장하는 스타트업(쿠광)도 생겨나고 있다.

본 연구는 스타트업들이 전통기업보다 빠른 성장을 거듭하며 해외진출에 있어서도 괄목할 만한 성과를 거두게 된 원인이 무엇인지 규명해 보고자 한다.

국제화 관련 선행연구들은 기업이 해외시장에 진출하려고 할 때 정치·언어·문화·제도적 차이로 국가 간에 심리적 거리(psychic distance)가 존재하며 이로 인해 외국인비용(liability of foreignness)이 발생한다고 한다. 특히 인적·재무적 자원이 부족한 중소기업들은 현지시장에 대한 정보·경험·네트워크 부족이 해외시장 진출의 큰 장애요인으로 작용한다. 신생 창업기업인 스타트업이 여러 제약조건에도 불구하고 단기간에 고객확보, 투자유치, 주식공개(IPO), 인수합병 등을 통해 비약적인 성장을 이루고 적극적인 해외진출을 통해 국제

화 성과를 창출하는 것은 전통기업과는 다른 스타트업만의 차별화된 어떠한 특성이 있기 때문일 수 있다. 또한 인적·물적 자원이 부족한 스타트업의 빠른 성장을 가능하도록 촉진하는 제3의 기관이나 기업이 존재하기 때문일 수도 있다.

본 연구의 목적은 첫째, 선행연구를 통해 전통기업과 구별되는 스타트업의 특성이 무엇인지를 밝히는 것이다. 스타트업은 창업동기, 비즈니스모델, 재원조달방식, 성장속도와 목표 등에서 전통기업과는 다른 특성을 가질 것이다. 아울러 스타트업들이 빠른 국제화를 통해 성과를 내는 것이 스타트업의 이러한 특성과 관련이 있는지 살펴보고자 한다. 둘째, 기존 수출지원기관들의 기능과는 구분되는 액셀러레이터의 역할에 대한 선행연구들을 고찰하고, 액셀러레이터의 역할이 국제화 성과에 미치는 영향을 분석하고자 한다. 액셀러레이터는 기수별로 스타트업을 선발하고 멘토링, 공간을 지원하며 초기 투자, 네트워크 연결 등을 통해 스타트업의 빠른 성장을 지원한다. 셋째, 스타트업의 빠른 국제화 현상과 관련하여 기업의 업력이 국제화 성과에 미치는 영향을 살펴보고자 한다.

본 연구가 중요한 이유는 첫째, 국가적으로 스타트업을 통한 일자리 창출효과가 크고, 스타트업의 특성 규명이 혁신창업의 활성화를 통해 일자리 창출에 기여할 수 있을 것으로 기대하기 때문이다. 둘째, 스타트업은 창업 못지않게 스케일업(scale-up)이 중요하다. 스타트업 중 죽음의 계곡(death valley)을 건너지 못하고 폐업하는 경우도 많다. 액셀러레이터의 역할 확대를 통해 스타트업의 성공률을 높이는 것은 보다 많은 청년·장년들의 혁신창업을 촉진하는데 기여할 뿐만 아니라 스타트업에서 중소·중견기업으로, 다시 대기업으로 연결되는 기업의 성장사다리를 강화하는 일이기 때문이다. 셋째, 우리나라 중소기업의 수출 참여율은 여전히 낮은 수준이며, 창업 체질 역시 내수형, 생계형에 머물고 있어 해외 진출형 기업의 확산이 필요하다(장현숙, 2018). 스타트업 연구의 대가인 Blank(2014)는 “스타트업이 스케일업 하기 위해서는 국가 내에 1억 명의 인구가 필요하며, 인구가 1억 명 이하일 경우 스타트업은 본글로

별 기업이 되어야 하고, 국가는 글로벌 진출 전략을 짜야 한다.”고 한다.

스타트업의 국제화 성과 요인을 연구하는 것은 스타트업뿐만 아니라 내수기업, 소상공인, 자영업자들의 수출기업화를 촉진하는 데에도 기여할 수 있다. 코로나19 이후 가상현실(VR), 증강현실(AR), 사회네트워크서비스(SNS) 등을 통해 비대면, 온라인으로도 해외바이어 발굴과 수출 상담이 가능하도록 관련 인프라가 확충되고 디지털 활용에 대한 기업들의 인식도 바뀌었다. 이런 변화는 스타트업들의 특성을 벤치마킹하고 액셀러레이팅 프로그램을 활용할 수 있게 기반을 조성한다면 스타트업뿐만 아니라 내수기업, 소상공인의 해외진출도 촉진할 수 있음을 시사한다.

II. 이론적 배경

1. 스타트업의 정의

Kiehl(1988)은 “스타트업은 창업한 지 5년 이내의 기업을 뜻하는 용어로 처음 사용되었다”고 하며, McDougall(1989)은 스타트업을 “창업 초기부터 해외시장에 진출하는 기업들”로 정의했다. Blank & Ries는 스타트업을 대기업으로 스케일업하기 위해 설립된 임시조직으로 정의하였으며, 초기 단계의 스타트업은 극심한 불확실성하에서 제품시장적합성(product-market fit)을 찾기 위해 설립되고, 후기 스타트업은 반복가능하고 스케일업할 수 있는 비즈니스 모델을 찾고, 높은 확실성하에서 실행하는 대기업으로 스케일업하기 위해 존재하는 것으로 이해했다”(Marmer et al., 2011).

본 연구에서는 스타트업을 “혁신적인 아이디어나 기술에 기반을 둔 반복가능하고 스케일업할 수 있는 비즈니스 모델을 가진 창업초기 기업”으로 정의하고자 한다.

2. 스타트업의 특성과 국제화 성과

전통기업과 구별되는 스타트업의 특성을 도출하기 위해 선행연구를 고찰하였다. 스타트업

관련 선행연구들은 크게 창업자의 경험·기업가정신 등 창업자의 특성(한정화 외, 2008, 장정은·이재혁, 2010), 조직의 특성·역량·전략(윤동성·황경연, 2007, 김형준·정덕화, 2007, 이재훈·박태경, 2009, Knight & Cavusgil, 1996, Madsen & Servais, 1997), 산업·시장·환경 등 외부환경 특성(조연성·박근호, 2010, 박성준 외, 2010) 등으로 대별할 수 있다.

본 연구에서는 창업자 특성이나 외부환경 보다는 기업으로서 스타트업의 특성에 초점을 맞추고자 하였으며, 박근호(2016), 윤동섭·황경연(2007), 김형준·정덕화(2007) 등의 선행연구를 참조하여 “혁신성”, “학습 지향성”, “네트워크 지향성”, “재무적 특성”, “글로벌 지향성”을 전통기업 또는 일반 창업기업과 구분되는 스타트업의 특성으로 정의하고자 한다.

첫째, 스타트업의 가장 큰 특성은 기술, 제품, 비즈니스모델의 혁신성이며, 혁신성이 국제화 성과에 영향을 미친다는 연구가 다수 존재한다. 스타트업은 Thiel(2014)의 수직적 진보, 즉 0에서 1로 진보하는 것을 추구한다는 점에서 기술창업 또는 혁신창업 기업으로 불린다. 이현호 외(2017)는 “창업을 규정하는데 있어 중요한 개념은 혁신이며, 혁신은 새로운 아이디어와 자문을 새로운 방법으로 재결합 또는 재분배함으로써 부의 창출 및 성장기회를 제공하는 수단이며 새로운 사업을 시작하는 창조적 활동”으로 정의했다. Aulet & Murray(2013)는 혁신성을 기준으로 창업기업을 중소기업(SMEs)과 혁신기반기업(innovation-driven enterprises)으로 구분하였다.

Neubert(2017)는 “본글로벌 기업들이 해외시장에 더 빠르게 진출하는 이유는 그들의 기술, 제품, 비즈니스모델이 혁신적이고, 기존 시장에서 차별성을 가지며, 비즈니스 접근방법도 혁신적이기 때문이다”고 한다. 김부수(2020)는 “기술집약적인 기업들의 혁신성과는 해당기업들이 국제화를 추진하는데 필요한 자원능력을 갖추는데 중요한 기반이 되며, 국제화를 원하는 기업들은 적절한 혁신을 통해 차별화된 기반을 우선 확보하고 그를 바탕으로 국제화를 추진하여야 한다.”고 한다. Stoian & Zaharia(2009)는 “기업들은 혁신활동을 통해 자국 시장

과는 다른 국제환경에서 경쟁력과 우위를 확보하며, 혁신에 대한 몰입이 증가할수록 경쟁력이 증가하게 되고 기업들은 자국 시장과 더 많이 다른 시장들로 확장한다.”고 한다. 선행연구를 종합하면, 스타트업들은 혁신활동을 통해 자국 시장과는 다른 국제환경에서 경쟁력과 우위를 확보하며, 혁신에 대한 몰입이 증가할수록 자국시장과는 다른 시장들로 확장하며, 연구개발(R&D), 글로벌기업 공동 이노베이션 같은 업스트림(upstream) 활동을 통해 국제화를 시작한다.

둘째, 스타트업이 일반 창업기업과 다른 점은 린스타트업(lean startup)이라고 불리는 빠르고 효율적인 비즈니스 방법론에 있다. Ries(2011)는 린 스타트업 모델에서 “유효한 학습이란 팀이 스타트업의 현재와 미래의 성장에 꼭 필요한 진실을 발견했음을 현실적으로 보여주는 방법으로, 모형의 핵심은 “만들기-측정-학습-피드백 순환”이라고 한다. 스타트업들은 고객이나 시장과 관련된 가설을 세우고 최소요건 제품(MVP, Minimum Viable Product)을 만들어 고객행동을 관찰하고 고객과 소통하면서 고객의 요구를 빠르게, 효과적으로 학습한다. 인디고고(Indiegogo), 킥스타터(Kickstarter) 같은 크라우드펀딩(crowd funding)이나 아마존 론치패드(amazon launchpad) 같은 프로그램이 유용하게 활용된다.

Autio et al.(2000)은 “국제신생벤처기업은 단계적 국제화를 추진하는 기업보다 새로운 해외시장 정보와 지식을 효율적으로 습득, 관리하며 효과적으로 활용할 수 있는 기업역량과 활동을 개발하고 수행하는데 많은 이점을 가진다.”고 한다. 김정포(2015)는 “국제신생벤처기업이 그렇지 못한 기업에 비해 새로움에 대한 학습우위 효과를 가진다.”고 한다. Zhou(2007)는 “능동적 탐색을 통해 남보다 앞선 해외 시장 지식을 보유한 기업은 그렇지 않은 기업에 비해 국제화 속도가 더 빠르다.”고 하며, 최병조·조형래(2017)는 “경험학습과 탐색학습이 국제화 수준에 정(+의 영향을 미치며, 해외 학습이 활발할수록 국제화 수준도 높아진다.”고 한다. 이상의 선행연구들을 종합하면 학습 지향성은 국제화 성과에 긍정적인 영향을 미친다

고 할 수 있다.

셋째, 수정된 옴살라 이론에서는 해외시장에서의 지식 부족보다는 외국 현지 네트워크에 들어가지 못해 발생하는 외부인비용에 초점을 맞추고 있으며, 국제화 과정을 외국 현지에서의 네트워크를 강화하는 과정으로 이해한다. Brown(2017)은 “본글로벌 기업들이 빠른 국제화를 추진하는데 있어 한계를 극복하기 위해 네트워크와 동맹을 활용한다.”고 하며, Sarmiento et al.(2016)는 “네트워크는 해외시장의 진입유형과 선택에 영향을 미치고, 해외시장에 대한 지식 획득을 가능토록 해주며, 기업의 국제화 속도를 증가시킨다.”고 한다. 장현숙(2018)은 “창업 초기부터 해외시장 진출을 목표로 하는 본글로벌 기업에게 초기 투자유치 단계부터 시작해 생산, 유통 등 경영 전 과정에 걸쳐 다양한 해외 파트너 기업과의 협력이 핵심 경쟁력”이라고 한다.

이재훈·양현주(2011)는 “국내·외 치열한 경쟁이 가속될수록 기업이 보유한 네트워크가 더욱 중요해졌으며, 기업이 보유하고 있는 네트워크역량이 기업의 국제화에 긍정적인 영향을 미친다는 연구가 다수 존재한다.”고 한다. Madsen & Servais(1997)는 “국경을 넘게 되면 소비자 선호와 행동, 비즈니스 관행이 매우 달라지기 때문에 목표시장 진출을 위해 현지 네트워크에 진입하는 것이 필수불가결한 조건”이라고 하며, Monferrer et al.(2013)은 “국제신생벤처(INV)들은 해외시장 관련 지식을 획득하려고 할 때 제한된 경험 때문에 어려움에 직면할 수 있으며, 이러한 한계를 극복하기 위해 많은 기업들은 그들과 네트워크가 형성된 관계에 의존하려고 한다. 이러한 네트워크 지향성은 네트워크 멤버들 사이에 신뢰를 구축하고 효과적인 관계 학습을 형성한다.”고 한다. 이상의 선행연구를 종합해보면, 스타트업의 해외 네트워크가 많을수록 국제화 성과가 높을 것으로 생각된다.

넷째, 스타트업과 일반 창업기업의 차별성의 하나는 기업 활동에 필요한 재원조달 방식이다. 스타트업들은 매출액이 발생하지 않는 초기단계부터 액셀러레이터, 벤처캐피탈 등의 투자를 통해 회사를 빠르게 성장시키고 인수합병

이나 기업공개를 통해 투자를 회수한다. 고희희·이호성(2016)은 “많은 스타트업들은 아이디어와 비즈니스 모델을 기반으로 시작하기에 특별한 자본이 없는 경우가 대부분이며, 자본을 댈 수 있는 존재와의 공생이 필요하다.”고 한다. 특히 국제화에는 내수시장 진입보다 많은 비용이 소요될 수 있어 중소기업이나 스타트업에게는 자금이 빠른 국제화의 장애요인으로 작용할 수 있다.

중소기업은 자원의 제약 때문에 국내에서 비즈니스를 시작하고 가까운 시장부터 단계적으로 진출하지만, 자원의 제약이 오히려 국제화를 촉진한다는 주장도 있다. Wadson(2020)은 “기업들이 위험 효과보다 기대가치 효과가 더 클 때 빠른 국제화를 추진하는 방향으로 이익의 균형(balance of incentive)을 이동시키며, 기업들이 특화되어 있고, 많은 R&D 비용을 투자했다면 더 일찍, 가속화된 국제화 성장을 추구한다.”며, “내수시장 매출만으로 충분한 수익을 확보하지 못한다면 늦은 국제화가 오히려 파산을 초래할 수 있다”고 한다. 한편, 투자자에 따라 스타트업들로부터 빠른 회수, 빠른 성장 또는 더 큰 규모의 성장을 기대하며, 이러한 투자자의 기대는 스타트업의 국제화 전략과 성과에 영향을 미친다.

다섯째, 선행 연구들은 본글로벌 기업들이 빠른 국제화를 달성하는 이유의 하나로 경영자들의 글로벌 지향성을 제시한다. Knight(1997)는 “본글로벌 기업들은 신생기업이고 지속적인 성공에 필요한 재무자원과 기타 자원이 부족하기 때문에, 최고경영자들의 지향성이 더욱 더 중요하고 수출시장에서의 성과에 큰 영향을 미친다.”고 한다. Madsen & Servais(1997)는 “스타트업들은 홍보, 마케팅, 인허가, 규제 등의 접근에 있어 자국시장에 진입하는 것이 국제화 과정과 유사하며, 글로벌 시장에서의 문제해결 역량과 크게 다르지 않다.”고 하였다.

Blank(2014)는 “대부분의 국가들은 내수시장이 스타트업을 스케일업시킬 만큼 충분한 인구를 보유하지 못하기 때문에 궁극적으로 창업 때부터 글로벌 기업을 지향할 수밖에 없다.”고 한다. 장현숙(2018)은 “본글로벌 기업들은 창업 초기 제품 기획 단계부터 해외 시장진출을 염

두에 두고 품질과 규격, 디자인 등을 고려함으로써 제품출시와 동시에 글로벌 시장공략이 가능하다”고 한다. Neubert(2016)는 “창업초기부터 글로벌 지향성을 갖는 많은 하이테크 스타트업들은 시장개척, 수출과 같은 다운스트림 활동에 앞서 R&D, 글로벌기업 공동 이노베이션 같은 업스트림 활동을 통해 글로벌화를 시작한다.”고 한다. Bailetti(2012)는 “오늘날의 기술 스타트업들은 인터넷 또는 IT를 기반으로 창업하거나 비즈니스를 수행하며, 문화 비교연구, 시장진입(market entry), 시장 확장(market expansion)과 같은 과거에 배웠던 교훈들은 시간, 공간, 속도, 품질, 구조, 권력 등에 대한 현실세계의 전통적인 인식에 기반한 것으로 인터넷상에 존재하는 보이지 않는 공간(invisible space)과 잘 부합되지 않기 때문에 가상세계에서는 적용되기 어렵다”고 한다. 상기 선행연구들과 같이 글로벌 지향성은 국제화에 긍정적인 영향을 미친다고 볼 수 있다.

3. 액셀러레이터의 역할과 국제화 성과

전통 기업들은 일반적으로 기업 자체의 자원·역량에 기반하여 비즈니스를 시작하지만, 스타트업은 창업 준비 단계부터 멘토링과 컨설팅을 제공하거나 네트워크를 연결해주는 액셀러레이터의 지원을 받기도 한다. Cohen & Hochberg(2014)는 액셀러레이터를 “일정한 기간에 선발된 기수를 중심으로 멘토링과 교육을 제공하고 공개적인 피칭 이벤트나 데모데이를 통해 스타트업의 향상된 비즈니스모델을 선보이는 프로그램을 제공하는 집단”으로 정의하였다. 최초의 액셀러레이터인 미국의 Y-Combinator는 스타트업들에게 장기간의 육성 프로그램 대신 3개월의 훈련 프로그램을 제공하고 소액의 시드 투자를 한 최초의 액셀러레이터이며, 대부분의 스타트업들이 프로그램에 참가하고 싶어 하는 세계에서 가장 영향력 있는 액셀러레이터이기도 하다. 유럽에서 가장 대표적인 액셀러레이터는 2007년 런던에서 설립된 SeedCamp로, 전 세계에서 스타트업을 선발한다.

McHugh et al.(2013)은 액셀러레이터를 “소규모의 자본을 초기단계 스타트업들에게 대략 4%에서 10%까지 지분 투자하고, 약 3-4개월의 기간 동안 멘토링을 제공하며, 스타트업들이 미래에 더 큰 투자를 받을 수 있도록 비즈니스 창출을 지원하는 기업들”로 정의하고, “시드 액셀러레이터들은 스타트업들을 그들의 네트워크에 포함될 수 있도록 돕는 역할을 하기 때문에 더 조직화된 액셀러레이터들이 더 우수한 포트폴리오 기업들과 연결될 수 있으며, 더 오래된 액셀러레이터일수록 그들의 포트폴리오에 소속된 스타트업들은 더 높은 생존율을 가진다.”고 한다. Tymoshchuck(2020)은 “한 스타트업이 아이디어와 시제품(prototype)을 가지고 있고 첫 고객이나 매출을 기록했다면 액셀러레이터가 성장에 큰 도움을 줄 수 있으며, 액셀러레이터 프로그램들은 스타트업들이 비즈니스가 정상적인 궤도에 빨리 오를 수 있도록 하고 죽음의 계곡에 빠지지 않도록 돕기 때문에 스타트업들은 몇 년 걸릴 성과들을 몇 달 만에도 거둘 수 있게 된다.”고 한다. 만약 어떤 스타트업이 좋은 액셀러레이터 프로그램에 선정된다면 그 스타트업의 발전 가능성이 높다는 것을 의미하기 때문이다.

권용석 외 (2019)는 “액셀러레이터는 발원지인 미국뿐 아니라 유럽에서도 부흥하고 있는 등 세계적으로 주목받고 있지만 현재까지 액셀러레이터에 대한 선행연구는 많지 않으며, 국내에서는 액셀러레이터 범제화 이후에도 액셀러레이터의 연구는 극소수에 불과해 액셀러레이터에 대한 다양하고 심도 있는 학문적 연구가 필요한 상황”이라고 한다. Bagnoli외(2020)는 액셀러레이터를 지원하는 기관의 성격에 따라 ①벤처지원형 ②정부지원형 ③기업후원형 ④대학주도형의 4가지로 구분한다. 본 연구에서 액셀러레이터라 함은 “스케일업 가능성이 큰 스타트업을 선발하여 일정 기간 동안 교육과 멘토링을 제공하고 초기투자나 사업자금을 지원하며, 투자자와 비즈니스 네트워크를 연결하여 스타트업의 빠른 성장을 돕는 조직”으로 정의한다.

Hochberg(2016)은 “Techstars, 500 Startups 등 액셀러레이터들이 자국을 넘어 해외에서 프

로그래밍을 진행하는 등 글로벌화 하는 사례가 확산되고 있다”고 한다. Kuebart & Ibert(2019)는 “디지털 분야의 스타트업들은 전형적인 지식인 집단에서는 불가능한 방식으로 비즈니스 모델과 기술에 대한 정보를 공유하며, 액셀러레이터를 중심으로 한 기업생태계는 특정 지역에 국한되지 않고 지역을 초월하여 확장된다.”고 한다. Sarmiento et al.(2016)는 “액셀러레이터는 기술기반 스타트업의 국제화를 지원하는 메커니즘으로서 외부시장의 진입유형과 선택에 영향을 미치고, 시장과 산업에 대한 정보를 제공하는 등 기업의 사회적 네트워크를 대체하며, 국제화 속도를 증가시킨다.”고 한다. Neubert(2016)는 “스위스, 파라과이와 같은 소규모 개방경제 국가들은 자유무역협정(free-trade agreements)을 체결하고 그 네트워크를 통해 하이테크 스타트업들이 자본, 사람, 상품, 서비스를 자유롭게 이동할 수 있도록 지원하며, 하이테크 스타트업들은 자국시장 내에서는 접근할 수 없는 해외 자원과 고객에 대한 접근성을 필요로 하기 때문에 이러한 제도적 측면이 매우 중요하다.”고 한다. 이상과 같은 선행연구들을 고려할 때, 액셀러레이터의 역할은 스타트업의 국제화 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다.

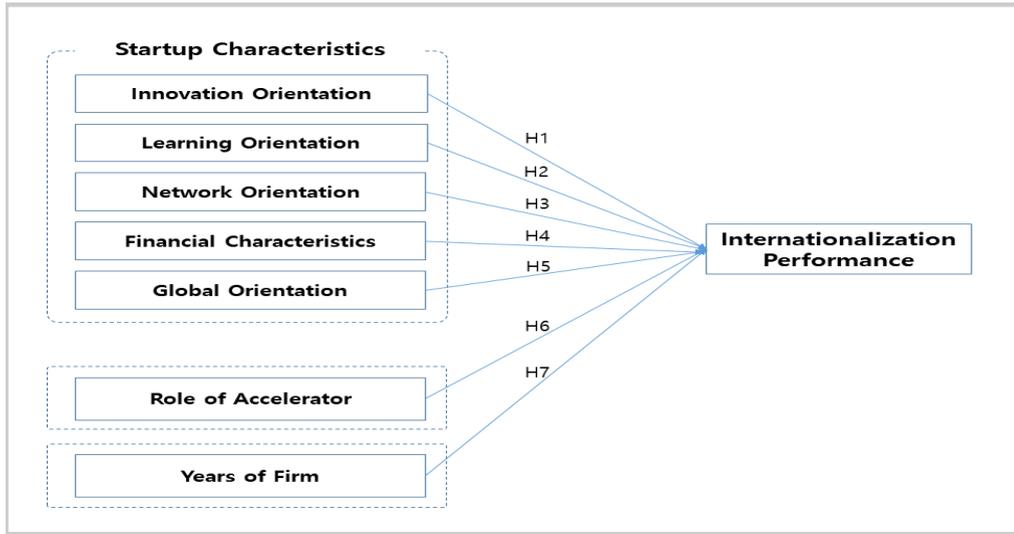
4. 기업의 업력과 국제화 성과

Huynh & Petrunia(2010), Zanjani et al.(2016), Love et al.(2016), 전재일(2016) 등은 기업의 업력이 국제화 성과에 미치는 영향을 분석하였으나, 그 효과는 긍정적, 부정적, 유의미하지 않은 경우 등 각기 다른 결과를 보인다.

Love et al.(2016), Zanjani et al.(2016) 등은 기업 업력이 늘어나면 기업경험이 증가하긴 하지만, 경영진이나 기업의 경직성이 증가해 국제화 경험에서 얻는 조직적 학습이 극히 제한된 이점만을 제공할 수도 있으며, 해외비즈니스 경험이 첫 수출에 영향을 미치기는 하지만, 업력이 많은 기업들은 심리적 거리에 의해 국제화를 포기할 가능성이 크고, 신생기업들이 국경 간 차이들에 덜 민감할 수도 있다고 한다.

본 연구에서는 기업의 업력이 오래될수록 국

Fig. 1. Research Model



제화 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 가정한다.

Ⅲ. 연구방법론

1. 연구모형

본 연구는 스타트업의 특성, 액셀러레이터의 역할 그리고 기업의 업력이 국제화 성과에 미치는 영향을 분석하기 위해 Fig. 1과 같이 연구모형을 설정하고 이를 실증 분석하였다. 첫째, 스타트업을 내수기업, 전통기업과 구분 짓는 ‘혁신성’, ‘학습 지향성’, ‘네트워크 지향성’, ‘재무적 특성’과 ‘글로벌 지향성’ 등 스타트업의 특성이 국제화 성과에 어떠한 영향을 미치는지 분석하고자 한다. 다음으로 액셀러레이터의 역할과 기업의 업력이 스타트업의 국제화 성과에 미치는 영향을 분석하고자 한다.

2. 연구가설의 설정

앞서 살펴본 선행연구와 연구모형에 의거하여 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

- 가설 1. 혁신성은 스타트업의 국제화 성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2. 학습 지향성은 스타트업의 국제화 성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3. 네트워크 지향성은 스타트업의 국제화 성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 4. 재무적 특성은 스타트업의 국제화 성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 5. 글로벌 지향성은 스타트업의 국제화 성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 6. 액셀러레이터의 역할은 스타트업의 국제화 성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 7. 기업의 업력은 스타트업의 국제화 성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

3. 연구방법 및 자료수집

1) 변수의 조작적 정의 및 측정

(1) 스타트업의 특성

선행연구를 바탕으로 ‘혁신성’, ‘학습 지향성’, ‘네트워크 지향성’, ‘재무적 특성’ 그리고 ‘글로벌

별 지향성'을 스타트업의 특성으로 정의하였다.

'혁신성'은 Neubert(2017), Blank(2013), Sledzik(2013), Ries(2018), 장현숙(2018) 등의 선행연구를 참고하여, 연구개발(R&D)과 기술 확보를 위한 투자노력, 가격·마케팅·유통·A/S의 차별성, 종업원의 혁신노력, 조직과 일하는 방식의 혁신, 도전적 목표 등 6개 항목을 사용하였다.

'학습 지향성'은 Autio et al.(2000, 2005), 김정포(2015), 이홍구(2016), 최병조(2018) 등의 선행연구를 참고하여 진출희망 국가 지식·경험, 해외시장 환경변화 모니터링, 외국잠재 고객 교류, 글로벌 선도 기업 모니터링, 잠재적 진출시장 정보수집, 글로벌 고객 요구·니즈 파악 노력, 제품·서비스 관련 지식개발 등 7개 항목을 측정하였다.

'네트워크 지향성'은 Brown(2017), Sarmento et al.(2016), 최병조(2018), 김정포(2015), 이재훈·양형주(2011) 등의 선행연구를 참고하여 경영진의 외부네트워크 구축 및 활성화 지원, 사업목표에 따른 네트워킹계획 수립, 네트워킹 기여도 평가 및 보상, 해외시장 경쟁기업 교류·네트워킹, 네트워킹 전략 점검 및 수정 등 5개 항목을 측정하였다.

'재무적 특성'은 George(2005), Wadeson(2020), 옥지호·백유진(2015), 이동현·박종훈(2018) 등의 선행연구를 참고하여 필요한 재무적 자원조달 용이성, 내부 자금조달 용이성, 외부차입 용이성, 외부 투자유치 용이성, 글로벌 진출 자원조달 용이성 등 5개 항목을 측정하였다.

'글로벌 지향성'은 Knight(1997), Madsen & Servais(1997), Blank(2014), 조치현(2009), 장경순(2010)의 선행연구를 참고하여 타 문화권 이해, 글로벌 이슈 관심, 문화적 차이 이해, 국가·문화적 편견 극복 노력, 이질적인 환경 대응능력, 문화적 개방성 등 8개 항목을 측정하였다.

(2) 액셀러레이터의 역할

액셀러레이터의 역할은 권용석 외(2019), Cohen & Hochberg(2014), Tymoshchuk(2020), Wright & Drori(2018), 나기혁 외(2019), Kuebart & Ibert(2019)의 선행연구를 참고하여 해외시장 진출정보 제공, 글로벌 진출전략 수

립 지원, 해외 거래선·투자자 네트워크 연결, 투자, 기술·제품의 해외실증기회 제공 등 8개 항목을 측정하였다.

(3) 국제화 성과

국제화 성과는 '거래선 확보, 수출, 현지조직 확대 등 스타트업의 해외 성과를 증가시키는 활동'으로 정의하고 Sullivan(1994), Zou & Stan(1998), 손은호·김경환(2007), 손방화·이경구(2020) 등의 연구를 참고하여 신규 및 잠재고객 수 증가, 해외거래선 다양화, 해외고객 재구매 증가, 수출금액 증가, 해외파트너 비즈니스 계약 체결, 매출 중 해외 매출 비중 증가, 해외 현지법인·지사 설립 등 7개 항목을 측정하였다.

2) 자료수집

본 절에서는 연구모형과 연구가설 검증에 위해 창업초기부터 해외진출을 추진하고 있는 스타트업들을 표본으로 선정하여 설문지를 작성하고 설문조사를 실시하였다. 자료 조사는 한국무역협회 해외진출 프로그램에 참여한 380개사를 대상으로 2021년 4월 1일부터 6월 30일까지 3개월에 걸쳐 구글 서베이를 활용하여 온라인으로 진행하였으며, 180개사의 유효 설문을 회수하였다.

IV. 실증분석

1. 표본의 특성

1) 변수의 조작적 정의 및 측정

연구대상의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였다. 한국무역협회 해외진출 프로그램에 참가한 스타트업 180개사에 대한 설문결과와 일반적 특성은 Table 1과 같다.

스타트업의 제품/서비스 유형은 제품 57개사(31.7%), 서비스 43개사(23.7%), 제품과 서비스 융합제품 80개사(44.4%)로 나타나, 2/3 이상의 스타트업들이 서비스 또는 제품과 서비

Table 1. Characteristics

Category	Classification	Frequency(n=180)	Ratio(%)
Product Type	Product	57	31.7
	Service	43	23.9
	Product as a service	80	44.4
Investment Attraction	None	53	29.4
	Seed	83	46.1
	Series A	33	18.3
	Series B & C	11	6.1
Years of Firm	Within 1 year	3	1.7
	1 - 3 years	36	20.0
	3 - 5 years	72	40.0
	5 - 7 years	38	21.1
	Longer than 7 years	31	17.2
Years of Export	Within 1 year after establishment	72	40.0
	1 - 3 years	70	38.9
	3 - 5 years	25	13.9
	5 - 7 years	12	6.7
	Later than 7 years	1	0.6
First Region to Internationalize	Asia	101	56.1
	Middle East	10	5.6
	North America	42	23.3
	Europe	20	11.1
	Others	7	3.9
Type of Internationalization (multiple choice, 283)	Indirect Exporting	78	27.6
	Direct Exporting	83	29.3
	Licensing	36	12.7
	Funding from Overseas Investor	26	9.2
	Establishment of overseas entities	56	19.8
	Others	4	1.4
Support Organization for Internationalization	Private Startup Accelerators	32	17.8
	Public Accelerators	121	67.2
	Both	27	15.0
Export Volume	Less than \$100,000	123	68.3
	\$100,000~499,999	45	25.0
	\$500,000~999,999	10	5.6
	More than \$1,000,000	2	1.1

스가 결합된 제품을 개발, 공급하고 있다는 것을 보여주고 있다.

응답기업 중 엔젤, 벤처캐피탈 등으로부터 투자를 받지 않은 기업은 127개사(70.6%)였다. 기업의 업력은 창업한지 3년 이내 39개사(21.7%), 3~5년 이내 72개사(40.0%), 5년 이

상 69개사(38.3%)로 나타났다. 해외진출 시기는 창업 후 1년 이내 72개사(40.0%), 1~3년 이내 70개사(38.9%), 3~5년 이내 25개사(13.9%), 5~7년 이내 13개사(7.3%)로 78.9%가 창업한지 3년 이내에 해외진출을 추진하고 있는 것으로 나타났다.

Table 2. Factor Analysis

Factor	Measurement Item	Factor Loading	Eigen Value	Cronbach's α
Global Orientation	Ability to understand the other side	0.828	12.497 (28.402)	.733
	Ability to respond flexibly to new environments and situations	0.826		
	Openness to new cultures and experiences	0.765		
	Able to act as a mediator between foreign cultures	0.758		
	Recognize that people from different cultures are different	0.733		
	A lot of attention on the latest global issues	0.678		
	Understanding other cultural norms and expectations	0.582		
	Efforts to eliminate prejudice against specific countries and cultures	0.536		
Role of Accelerators	Connecting foreign investors through Accelerator	0.837	4.931 (11,208)	.777
	Global strategy consulting through Accelerator	0.822		
	Connecting overseas customers through Accelerator	0.814		
	Securing customers and investors through Accelerator	0.771		
	Acquisition of overseas market knowledge through Accelerator	0.769		
	Discovering overseas partners through Accelerator	0.762		
	Securing opportunities for overseas PoC through Accelerator	0.686		
	Investment attraction through Accelerator	0.583		
Internationalization Performance	Increase in the proportion of overseas sales in sales	0.878	3.446 (7,832)	.738
	Increase in the number of new and potential customers overseas	0.877		
	Increase in export amount	0.847		
	Increase in repurchase	0.830		
	Expansion and diversification of overseas customers	0.806		
	Business contract with overseas partner	0.655		
Financial Characteristics	Easy to procure financial resources necessary for business	0.891	2.906 (6,605)	.740

	Ease of financing for global expansion	0.876		
	Easy to secure funds through external borrowing	0.827		
	Easy internal resource procurement	0.820		
	Easy to attract investment from external investors	0.818		
Learning Orientation	Continuous search for information on potential markets	0.741		
	Monitoring environmental changes in overseas markets	0.690		
	Focus on fast-growing companies in the global market	0.674	2.302	.699
	Possess knowledge and experience in the target country	0.653	(5,232)	
	Efforts to identify global customer needs	0.625		
	Development of necessary knowledge for product/service	0.496		
	Monitoring a lot of foreign potential customers	0.476		
Innovation Orientation	Efforts to introduce innovative methods by employees	0.804		
	Pursuing innovation in work and organizational operation	0.723		
	Opportunities are more important than risks	0.608	1.814	.737
	Invest resources to secure R&D and technological advantage	0.548	(4,124)	
	Differentiation in price, marketing, logistics, and A/S	0.464		
Challenge to enter high-risk overseas markets	0.455			
Network Orientation	Rewards according to the extent to which networking contributes to business goals.	0.766		
	Revision of networking activity plan based on business goals	0.719	1.598	.719
	Networking with foreign companies and competitors in overseas markets	0.648	(3,633)	
	Establishment of networking activity plan based on business goals	0.542		
KMO=.856, Bartlett's test 결과: $\chi^2=5983.638$ (df=946, p<.001)				

해외진출 과정에서 도움을 받은 기관(기업) 중 (민간) 스타트업 액셀러레이터는 32개사(17.8%), 정부·유관기관 등 공공 액셀러레이터는 121개사(67.2%), 두 유형의 지원을 함께 받은 기업은 27개사(15.0%)로 나타났다.

마지막으로 수출실적은 연간 수출금액이 10만 달러 미만인 기업이 123개사(68.3%), 10~50만 달러가 45개사(25.0%), 51~100만 달러가 10개사(5.6%), 101만 달러 이상이 2개사(1.1%)로 나타났다. 앞서 제품·서비스 유형, 해외진

출 유형에서 고찰한 바와 같이 스타트업 제품이 서비스와 제품·서비스 융합제품(78.3%)이 대부분을 차지한다는 점을 고려할 때 상품통관 실적은 스타트업의 국제화 성과에서 일부분만을 대표한다고 볼 수 있다.

응답자 중 최고경영자가 136명(75.6%), 임원 18명(10.0%) 기타 26명(14.4%)로 85.6% 이상이 경영진으로 조사의 신뢰도를 높였다.

2. 가설검정

1) 신뢰성과 타당성 분석

배리맥스 회전방법(varimax rotation)을 통해 요인분석을 진행하였다. 총 46개 문항에 대한 요인분석 결과, “경영진의 외부 네트워크 구축/활성화 지원” 항목과 “해외지사, 법인 설립”은 요인 부하량이 각각 0.356, 0.390으로 0.4보다 낮게 나와 두 항목을 분석에서 제외하였다. 두 항목을 제거한 후 다시 요인분석을 실시하였다.

총 44개 문항에 대한 요인분석 결과 KMO 값은 .856으로 높게 나타났고 Bartlett의 구형성 검증 결과 0.001% 유의수준에서 유의한 결과를 보여($\chi^2=5983.638$, $p<.001$) 요인분석 모형은 적합한 것으로 평가되었으며, 그 결과는 Table 2와 같다.

다섯 요인의 설명력은 62.647%로 나타났다. 44개 문항은 7개 요인으로 분류되었고 첫째 요인(글로벌 지향성)에는 8개 항목, 둘째 요인(엑셀러레이터의 역할)은 8개 항목, 셋째 요인(국제화 성과)은 6개 항목, 넷째 요인(재무적 특성)은 5개 항목, 다섯 번째 요인(학습 지향성)은 7항목, 여섯 번째 요인(혁신성)은 6개 항목, 일곱 번째 요인(네트워크 지향성)은 4개 항목이 포함되었다.

구성된 요인에 포함된 항목들 간의 일관성을 파악하기 위해 크론바흐알파(Cronbach's α)를 활용하여 신뢰도 검증을 실시한 결과는 신뢰도 지수가 모두 0.6 이상으로 나타나 측정도구의 신뢰도에도 문제가 없는 것으로 평가되었다.

2) 가설검증 결과

스타트업의 특성, 엑셀러레이터의 역할, 업력이 국제화 성과에 미치는 영향을 추정된 결과는 Table 3과 같이 회귀모형은 통계적으로 유의하게 나타났으며($F=12.242$, $p<.001$) 스타트업의 특성은 국제화 성과를 33.3% 설명하는 것으로 나타났다($R^2=.333$).

스타트업의 특성이 국제화 성과에 미치는 회귀계수 유의성 검증 결과, 혁신성($\beta=.234$, $p<.1$), 학습 지향성($\beta=.330$, $p<.05$)과 글로벌 지향성($\beta=.528$, $p<.01$)은 각각 $p=0.093$, $p=0.022$, $p=0.000$ 으로 국제화 성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

따라서 “혁신성이 스타트업의 국제화 성과에 긍정적인 영향을 미칠 것”이라는 가설 H1, “학습 지향성이 스타트업의 국제화 성과에 긍정적이 영향을 미칠 것”이라는 가설 H2와 “글로벌 지향성이 스타트업의 국제화 성과에 영향을 미칠 것”이라는 가설 H5는 지지되었다.

가설 H1의 지지는 “스타트업들이 해외시장에 더 빠르게 진출하는 이유는 혁신성 때문”이라는 Neubert(2017)의 연구나 “새로운 비즈니스 모델과 혁신적인 기술을 가진 하이테크 스타트업들은 초기 비즈니스플랜에 국제화 전략을 포함하고 있다”는 Blank(2013)의 연구들을 뒷받침한다. 가설 H2의 지지는 “능동적 탐색을 통해 남보다 앞선 해외 시장지식을 보유한 기업은 그렇지 않은 기업에 비해 국제화 속도가 더 빠르다.”는 Zhou(2007)의 연구와 “경험학습과 탐색학습이 국제화 수준에 정의 영향을 미치며, 해외 학습이 활발할수록 국제화 수준도 높아진다.”는 최병조·조형래(2017)의 연구들을 뒷받침한다. 스타트업들은 더 빠른 성장을 원하고, 빠른 성장을 하려면 “자전거를 타면서 자전거를 만든다.”는 표현처럼 스타트업에게 학습 지향성이 중요하다는 것을 본 연구를 통해 확인할 수 있었다. 가설 H5의 지지는 글로벌 지향성이 국제화 성과에 긍정적인 영향을 미친다는 연구는 기존 연구들을 재확인하였다.

스타트업의 특성 중 네트워크 지향성, 재무적 특성이 각각 국제화 성과에 유의미한 영향을 미친다는 가설 H3과 H4는 지지되지 못하였다. 선행연구, 연구가설 및 연구방법론에 대한 보완 연구가 필요하다고 판단된다.

Table 3. Result for the Influence of the Startup Characteristics and the role of Accelerators on the International Performance

Dependent Variables	Independent Variables	Path Coefficient	Standardized error	t Value	p Value
Internationalization Performance	Innovation Orientation	0.234*	0.139	1.687	0.093
	Learning Orientation	0.330**	0.143	2.309	0.022
	Network Orientation	-0.067	0.105	-0.640	0.523
	Financial Characteristics	0.089	0.085	1.055	0.293
	Global Orientation	0.528***	0.136	3.886	0.000
	Role of Accelerators	0.143**	0.067	2.132	0.034
	Years of Firm	0.233**	0.094	2.478	0.014
F=12.242 (p<0.001), R2=0.333, adj R2=0.305					

* p<0.10, ** p<0.05, *** p<0.01

액셀러레이터의 역할이 국제화 성과에 미치는 영향 회귀계수 유의성 검증 결과 액셀러레이터의 역할($\beta=.143$, $p<.05$)이 국제화 성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 Hochberg(2016), Kuebart & Ibert (2019), Sarmiento et al.(2016) 등의 선행연구를 지지한다.

기업의 업력이 국제화 성과에 미치는 회귀계수 유의성 검증 결과는 기업의 업력($\beta=.233$, $p<.05$)이 국제화 성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

V. 결론

본 연구는 기업 국제화 및 스타트업 관련 선행연구들을 참조하여 스타트업의 특성을 5개로 도출하였고, 각각이 특성이 국제화 성과에 유의미한 영향을 미치는 지를 분석하고자 하였다. 아울러 스타트업의 빠른 성장을 촉진하는 액셀러레이터의 역할이 국제화 성과에 미치는 영향을 함께 분석하고자 하였다.

동 연구가설을 검증하기 위해 설문조사를 시행하고 요인분석, 회귀분석 등 실증분석을 실시하였다. 이러한 과정을 통해 도출된 주요 연

구결과와 결론은 다음과 같다.

첫째, 스타트업의 특성 중 혁신성, 학습 지향성 및 글로벌 지향성이 스타트업의 국제화 성과에 유의미한 정(+) 영향을 미칠 것이라는 가설이 채택되었다.

둘째, 액셀러레이터의 역할이 스타트업의 국제화 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설이 채택되었다.

셋째, 기업의 업력이 스타트업의 국제화 성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 하지만, 기업의 업력은 명목척도로, 국제화 성과는 리커트 척도를 사용하였다는 점에서 기업의 업력과 국제화 성과 간 상관관계가 있다는 것을 보여줄 뿐 관계의 내용이나 강도에 대해서는 추가 연구가 필요하다.

본 연구를 통한 이론적 시사점은 다음과 같다.

첫째, 스타트업 관련 선행연구는 대부분 창업동기, 창업자의 경험·특성·역량·기업가정신, 투자유치나 벤처캐피탈과의 관계 등에, 글로벌 관련 선행연구는 기업가정신, 국제신생벤처, 국제화과정, 네트워크 관점, 조직역량 등에 각각 초점을 맞추고 있다. 본 연구는 스타트업 연구를 창업자가 아닌 기업으로서의 스타트업의 특성에 중점을 두고, 각 특성이 국제화에 미치는 영향을 분석함으로써 스타트업과 국제화

연구에 새로운 접근을 시도했다고 평가한다.

둘째, 제4차산업혁명과 디지털 전환의 가속화로 국경과 산업을 뛰어 넘는 초연결, 초지능, 초융합의 시대가 오면서 국제화의 동기와 내용 또한 크게 변화하고 있다. 본 연구는 혁신성, 학습 지향성, 글로벌 지향성 등 스타트업 특성이 국제화 성과에 미치는 영향을 분석하였으며, 이는 기업들이 이업종 산업과의 협업, 글로벌 대기업의 개방형 혁신 참여, 자사 기술·제품·비즈니스모델에 대한 외국 현지 실증 등 다양한 목적에서 국제화를 추진하고 있는 현상과도 부합된다.

셋째, Y-combinator, Techstar, Plug&Play 같은 액셀러레이터는 자국뿐만 아니라 전 세계에서 유망 스타트업을 발굴하고, 여러 국가에서 액셀러레이팅 프로그램을 운영하고 있다. 이와 같은 액셀러레이터의 역할 증대에도 불구하고 국제화 연구에서 액셀러레이터에 대한 연구는 찾아보기 어렵다. 본 연구는 액셀러레이터가 스타트업의 국제화에 미치는 영향을 분석했다는 점에서 의의가 있다.

본 연구를 통한 정책적 시사점은 다음과 같다.

첫째, 2021년도 상반기 전체 창업은 약 73만 개인에 비해 기술창업은 약 12만개로 전체 창업의 16.4%에 불과하다. 기회형, 혁신형 창업이 보다 활성화되기 위해서는 창업 및 기업가 정신 교육 확대, 기업의 사내벤처제도 활성화, 창업지원을 위한 산업생태계 개선, 신산업 규제 완화와 함께 혁신창업을 장려하는 사회 분위기 조성이 필요하다. 혁신창업·기술창업의 활성화는 창업기업 또는 전체 기업 수의 단순한 증가를 넘어 미래 성장동력을 강화하고 전통기업과 스타트업 간 오픈이노베이션을 통해 전통기업의 혁신까지 촉진함으로써 국가 전체의 혁신생태계를 강화한다는 점에서 매우 중요한 정책적 과제라고 할 수 있다.

둘째, 공유경제, 구독경제의 확산, 비대면·온라인 쇼핑의 증가 등 기술, 고객, 시장의 트렌드 변화에 대응하기 위해 기업들의 학습 지향성 제고가 중요하다. 소품종 대량생산에서 다품종 소량생산으로, 중간상이나 유통상을 통한 간접 판매에서 소비자에 대한 직접 판매(D2C)로 전환하기 위해서는 데이터 축적과 ICT 기술

도입뿐만 아니라 기업 전반의 학습 지향성 제고가 수반되어야 한다. 정부의 지원정책에 있어서도 학습 지향성은 중요한 시사점을 제공한다. 그동안 중소기업에 대한 수출지원은 무역 정보 제공, 전시·상담회 개최, 바이어 알선 등에 초점을 맞추어 왔다. 수출기업에 대한 해외 바이어 알선에서 한걸음 더 나아가 디지털 무역 전문인력 양성, 빅데이터 구축·활용, 사회네트워크서비스(SNS) 활용, 해외현지에서의 실증(PoC)기회 제공 등으로 스타트업 또는 중소기업의 해외 학습기회를 확대해 주는 것이 보다 효과적일 수 있다.

셋째, 기업들의 글로벌 지향성을 제고하고, 관련 인프라를 강화해야 한다. 코로나19로 인한 거리두기 장기화, 온라인·비대면 소비의 확산 등으로 내수에만 의존하는 소상공인, 자영업자들은 큰 어려움을 겪고 있으며, 코로나19 종식이후에도 재택근무, 온라인·비대면 소비 트렌드는 지속될 가능성이 높다. 글로벌 밸류체인(GVC) 변화, 선진국들의 공급망 강화 정책에 따른 대기업 공장들의 해외 이전, 탄소중립·ESG 경영 확산에 따른 산업전환 등으로 국내 대기업과의 거래에만 의존하는 중소기업들 또한 지속가능한 성장을 기대하기 어렵게 되었다. 저출산과 인구의 감소는 내수시장을 더욱 위축시킬 수도 있다. 보다 많은 내수기업, 중소기업이 해외시장에서 답을 찾고 국제화를 통해 경쟁력을 키워 나가야 한다. 이러한 점들을 고려할 때 국가 전반적으로 국민과 기업의 글로벌 지향성을 강화하려는 노력이 필요하다. 우리 기업들이 글로벌 밸류체인과 공급망에 진입할 수 있도록 지원하고 글로벌 기업들과의 개방형 혁신을 확대하고, 기술, 제품, 비즈니스모델을 해외 현지에서 실증 테스트할 수 있는 기회를 늘려 현지 시장과 미래의 소비자를 선점할 수 있도록 해야 한다. 정부의 각종 정책 또한 국내 산업의 시각이 아닌 글로벌 시각에서 전면 재검토하여 우리 기업의 글로벌 경쟁력을 키울 수 있도록 해야 한다.

넷째, 액셀러레이터, 특히 글로벌 역량을 가진 액셀러레이터들을 많이 발굴하고 육성해야 한다. 액셀러레이터들은 성공가능성이 높은 유망 스타트업을 공개 오디션 형식으로 선발하여

일정기간 동안 집중적인 멘토링을 제공하고 네트워크 연결과 초기 투자까지 패키지 형태로 진행한다. 정부 지원사업의 경우 대부분 개별 사업으로 한정되고, 자금지원 형태로 이루어지기 때문에 사업기간 종료 후에는 지원 대상 기업의 성과에 대한 추적이나 평가가 어렵다. 액셀러레이터는 멘토링, 네트워크 연결과 함께 지분투자를 하기 때문에 프로그램 종료 후에도 그 기업의 성장에 대한 지속적인 모니터링과 성과 평가가 가능하다. 또한 최근엔 한걸음 더 나아가 새로운 비즈니스 아이디어를 발굴하고, 사업화를 위한 팀을 짜고, 자금을 조달하여 회사를 설립하고 원격 경영하는 컴퍼니 빌더(company builder) 또는 벤처빌더(venture builder)까지 등장했다. 정부 또는 정부지원기관들도 사후 성과 측정이 어려운 지원 사업 대신 액셀러레이터 모델을 도입하는 방안을 적극 검토할 필요가 있다. 실제로 TIPS 사업의 경우 민간 액셀러레이터가 스타트업을 선발하여 지분 투자를 하면 정부가 매칭으로 사업자금을 지원하는 방식이다.

물론, 액셀러레이터가 글로벌 투자유치나 네트워크 연결 등 스타트업의 국제화를 지원할 수 있으려면 액셀러레이터들의 글로벌 역량 제고가 필요하다. 국내 300여 액셀러레이터들 중 해외 네트워크나 글로벌 지원역량을 갖춘 곳은 소수에 불과하다. 국내 액셀러레이터들의 인적, 물적 자원을 감안할 때 미국의 Techstars처럼 여러 국가에 법인을 두고 글로벌 액셀러레이팅 프로그램을 운영하는 것은 어렵다. 따라서 특정 국가에 법인이나 네트워크를 가진 액셀러레이터들이 공동으로 해외 프로그램을 운영하거나 한국무역협회, KOTRA 등 무역진흥기관의 해외 네트워크를 활용하거나 외국 액셀러레이터들과 협력하여 글로벌 역량을 강화하는 방안을 강구할 필요가 있다.

본 연구는 다음과 같은 한계를 가지며, 추가 연구를 통한 학문의 발전을 기대한다.

첫째, 설문 문항 작성 등에 있어 참고할 수 있는 선행연구가 제한적이었고, 설문대상인 해외 진출 스타트업 리스트를 확보하는 데에도 어려움이 있었다. 향후 표본 수뿐만 아니라 표본 구성에 있어서도 해외 수출 추진 중인 스타트업뿐만 아니라 실리콘밸리 등 해외 현지에 진출하거나 해외 액셀러레이터 프로그램을 통해 유니콘 등으로 스케일업한 스타트업을 대상에 포함하여 보다 다양한 실증분석이 이루어질 수 있기를 기대한다.

둘째, 국제화 성과와 관련하여 스타트업이 국가경제에 기여하는 상품수출 뿐만 아니라 상기와 같은 다양한 유형의 서비스 제공방식을 고려하고, 투자유치, 기업 매각, 해외증시 상장 등으로 국제수지에 기여하는 부분들을 포함할 필요가 있으며, 국제화 성과를 측정하는 방법에 대한 보다 심층적인 연구가 필요하다. 국제화 성과 측정방법에서 수출금액이나 고객 증가 여부에 대한 리커트 척도가 아닌 수출금액 증가율, 투자수익률 등 구체적 데이터에 기반을 둔 심층연구가 필요하다.

셋째, 액셀러레이터에는 벤처지원형, 기업후원형, 대학주도형, 정부지원형 등 다양한 형태가 존재하며, 각각의 액셀러레이터가 국제화에 미치는 영향을 보다 세분화하여 연구할 필요가 있다. 연구방법에 있어서도 액셀러레이터의 역할을 독립변수가 아닌 조절변수로 분석하는 방안도 검토할 필요가 있다.

넷째, 기업의 업력에 대한 설문에서 본 연구는 창업년도에 대한 명목척도를 사용하였으며, 창업 후 7년 이내만 고려하였다. 하지만 본글로벌 기업뿐만 아니라 내수기업의 수출기업화까지 포함하는 보다 다양한 분석을 위해서는 기업의 업력에 대한 실제 데이터를 활용할 필요가 있으며, 7년 이상의 보다 장기적인 관점에서 기업의 업력이 국제화 성과에 미치는 영향을 분석할 필요가 있다.

References

- Aulet, W. and F. Murray (2013), *A tale of two entrepreneurs: Understanding differences in the types of entrepreneurship in the economy*, Ewing Marion Kauffman Foundation, 1-9.
- Autio, E. (2005), "Creative Tension: The Significance of Ben Oviatt's and Patricia McDougall's article 'Toward a Theory of International New Ventures'", *Journal of International Business Studies*, 36(1), 9-19.
- _____, H. J. Sapienza and J. Almeida (2000), "Effects of Age at Entry, Knowledge Intensity and Imitability on International Growth," *The Academy of Management Journal*, 43(5), 909-924.
- Bagnoli, C., M. Massaro, D. Ruzza and K. Toniolo (2020), "Business Models for Accelerators: A Structured Literature Review", *Journal of Business*, 8(2), 4-6.
- Bailletti, A. J. (2012), "What technology startups must get right to globalize early and rapidly", *Technology Innovation Management Review*, October, 5-16.
- Blank, S. (2013), "Why the Lean Start-Up Changes Everything". *Harvard Business Review*, 91(5), 1-9.
- _____. (2014), *Born Global or Die Local: Building a Regional Startup Playbook*, Available from <https://wecanmag.com/wp-content/uploads/2015/01/Born-Global-or-Die-Local-Building-a-Regional-Startup-Playbook.pdf>, 1-6.
- Brown, L. V. (2017), *How Entrepreneurial Founders of Born Global Companies Succeed: A Case Study* (Doctoral Dissertation), Northcentral University, 15-61.
- Cohen, S. G. and Y. V. Hochberg (2014), *Accelerating Startups: The Seed Accelerator Phenomenon*, University of Richmond Robinson's School of Business Management Faculty Publications, Available from SSRN Journal, March, 1-16. doi:10.2139/ssrn.2418000.
- Cho, Chi-Hyun (2009), *An Empirical Study on Global Orientation, Marketing Strategy & Overseas Market Performance of Born Global Firms* (Doctoral Dissertation), Daejeon, Chungnam National University, 36-37.
- Choi, Byung-Jo and Jo, Hyung-Rae (2017), "The Influence of Foreign Knowledge Learning and Networking on the Level of Internationalization of Technology-Based SMEs in Korea: Focusing on the Moderating Effect of Networking Behaviour", *Journal of Korea Culture Industry*, 17(4), 147-157.
- Choi, Byung-Jo, The Effect of International Entrepreneurial Orientation on the Level of Internationalization of Technology-Based SMEs in Korea : Focusing on the Mediating Effect of Foreign Knowledge Learning and the Moderating Effect of Networking Behaviour (Doctoral Dissertation), Kyunggi-do, Gachon University, ???
- Chun, Jai-Il (2016), *A Study on the Effect of Firm-specific Resources, Strategic Orientation, and Dynamic Capabilities on the International Performance of Korean Exporting SMEs* (Doctoral Dissertation), Seoul, Hanyang University, 69-70.
- George, G. (2005), "Slack resources and the performance of privately held firms", *Academy of Management Journal*, 48(4), 2005. 661-676
- Hochberg, Y. V. (2016), "Accelerating Entrepreneurs and Ecosystem: The Seed Accelerator Mode", *Innovation Policy and the Economy*, 16, 25-51.
- Huynh, K. P., & R. J. Petrunia (2010), "Age effects, leverage and firm growth", *Journal of Economic Dynamics and Control*, 34(5), 1003-1013.
- Jang, Kyung-Soon (2010), *A Study on the Factors Affecting the Global Performance of Small & Medium-Sized*

- Enterprises - Focusing on the Moderating Effect of Global Firm Type*, (Doctoral Dissertation), Kyunggi-do, Anyang University, 104-109.
- Jang, Hyun-Suk (2018), "A Study on the Export Characteristics and Success Strategy of Born-Global Firms", *Institute for International Trade - Trade Focus*, 47, 1-21.
- Kiehl, S. J. (1988), A comparative study of the characteristics of high technology start-up firms, *Doctoral Dissertations*, Portland State University, 4-6
- Kim, Boo-Soo (2020), *A study on the relationship among internationalization commitment, innovation performance and global firm capabilities* (Doctoral Dissertation), Seoul, Gachon University, 40-56.
- Kim, Jung-Po (2015), "Factors Influencing the Choice of Entry Modes in International New Ventures", *International Business Review*, 19(3), 171-193.
- Kim, Hyung-Jun and Jung, Duk-Hwa (2007), "A Study on the Born Global Venture Corporation's Characteristics and Performance", *Journal of Global Academy of Marketing Science*, 17(3), 39-59.
- Knight, G. (1997), Cross-cultural Reliability and Validity of a Scale to Measure Firm Entrepreneurial Orientation, *Journal of Business Venturing*, 12(3), 213-225.
- Ko, Young-Hee and Lee, Ho-Sung (2016), "Interrelation Between Start-up Characteristic and Venture Capital Investment Portfolio for Strategic Decision, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 11(2), 63-73.
- Kuebart, A., and O. Ibert (2019), "Beyond territorial conceptions of entrepreneurial ecosystems: The dynamics spatiality of knowledge brokering in seed accelerators", *DE GRUYTER*, 63(2-4), 118-133.
- Kwon, Yong-Seok, Hwangbo, Yun and Lee, Jong-Hoon (2019), "Key Factors Affecting a Startup Entrepreneur's Choice of Accelerator", *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 14(1), 33-46.
- Lee, Dong-Ki, Nam, Kyung-Doo and Jin, Hyung-Suk (2019), "A Study on The Influence of Company Characteristics, Market Structure and Start-up Ecosystem on the Motivation and Performance of Global Market Entry of Born-global Start-up", *Journal of International Trade & Commerce*, 15(1), 541-561.
- Lee, Dong-Hyun and Park, Jong-Hun (2018), "Internationalization and Performance of Korean Companies: Moderating Effects of Financial Slack and Industry Globalization", *International Business Journal*, 29(4), 51-84
- Lee, Hyun-Ho, Hwang-Bo, Yun and Gong, Chang-Hoon (2017), "A Study on the Factors that Determine the Initial Success of Start-Up", *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 12(1), 1-13.
- Lee, Hong-Goo (2016), *A Study on the relationship between knowledge and learning of foreign market and the level of internationalization of technology-based SMEs* (Doctoral Dissertation), Kyunggi-do, Gachon University, 86-91.
- Love, J. H., S. Roper and Y. Zhou (2016), Experience, age and exporting performance in UK SMEs, *International Business Review*, 25, 806-819.
- Madsen, K. and P. Servais (1997), "The Internationalization of Born Globals: an Evolutionary Process?", *International Business Review*, 6(6), 561-583.
- Marmer, M., B. L. Herrmann, E. Dogrultan and R. Berman (2011), *Startup Genome Report Extra on Premature Scaling*, Available from <https://integral-entrepreneurship.org/wp-content/uploads/2016/07/Startup-Genome-Premature-Scaling.pdf>.

- McDougall, P. P. (1989), "International versus Domestic Entrepreneurship: New Venture Strategic Behavior and Industry Structure", *Journal of Business Venturing*, 4(6), 387-400.
- McHugh, P., C. Whipple and X. Yang (2013), "Falling to Succeed: A Network Theoretic Comparison of Global Accelerators", *European Conference on Innovation and Entrepreneurship*, 2, 425-433.
- Monferrer, D., A. Blesa, M. Ripollés, I. Kuster and N. Vila (2013), "Effects of network market orientation on new ventures' international performance", *International Journal of Business Environment*, 5(3), 268-298.
- Neubert, M. (2016), "How and Why born global firms differ in their speed of internationalization – a multiple case study approach", *International Journal of Teaching and Case studies*, 7(2), 19-20.
- _____, (2017), "Lean Internationalization: How to Globalize Early and Fast in a Small Economy", *Technology Innovation Management Review*, 7(5), 16-22.
- _____, (2018), "The Impact of Digitalization on the Speed of Internationalization of Lean Global Startups", *Technology Innovation Management Review*, 8(5), 47-48.
- Ok, Chi-Ho and Back, Yu-Jin (2015), "The Relationship between Slack Resources of Venture Firms and Internationalization: Moderating Effects of Domestic Industry Characteristics", *Korean Academy of International Business*, 26(4), 1-35.
- Ra, Kee-Hyuk, Yang, Dae-Gyu and Battulga, A. (2019), "Understanding the Effects of Accelerators on Startups: A Network-Based Approach", *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 14(1), 85-99.
- Rhee, Jae-Hoon and Yang, Hyun-Joo (2011), "Relationships Among International Entrepreneurship, Core Competence, and Internationalization", *Korea Journal of Business Administration*, 24(6), 3247-3271.
- Ries, E. (2011), *The Lean Startup*, YCS Publishers, 3-18.
- Sarmento, C. F. B., C. A. S. Carvalho and L. A. R. Dib (2016), "Effectuation and the influence of social networks on the internationalization of accelerated startups", *Review of International Business*, 11(1), 63-73.
- Son, Eun-Ho and Kim, Kyung-Hwan (2007), "Effects of the Alignment between Core Competence and Competitive Strategy on the Business Performance in the Hotel Industry", *Korean Journal of Hospitality & Tourism*, 16(5), 93-111.
- Stoian, C. and R. M. Zaharia (2009), "Corporate social responsibility in Romania: trends, drivers, challenges and opportunities", *International Journal of Economics and Business Research*, 1(4), 422-437.
- Sun, Fang-Hua and Rhee, Kyung-Gu (2021), "The Effect of International Entrepreneurship and Intellectual Capital on Firm's International Performance", *The Korean-Japanese Journal of Economics & Management Studies*, 92, 71-86.
- Sullivan, D. (1994), "Measuring the Degree of Internationalization of the Firm", *Journal of International Business Studies*, 25(2), 325-342.
- Tymoshchuk, T. (2020), "What is a startup accelerator? Research on top startup accelerators", google, (June 1, 2020). Available from <https://medium.datadriveninvestor.com/what-is-a-startup-accelerator-research-on-top-startup-accelerators-2020-ddbc-0550f876> (2021.9.26.).
- Thiel, P. (2014), *Zero to One*, Seoul, The Korea Economic Daily, 15-16..
- Wadeson, N. (2020), "Internationalisation theory and born globals" *Journal of Multinational Business Review*, 28(4), 447-461.
- Wright. M. and I. Drori (2018), *Accelerators: Successful Venture Creation and Growth*, MA, Northampton.

Edward Elgar Publishing, 1-20

- Zanjani, S., K. Chan and D. Pillai (2016), "Internationalization factors and years of firms export performance: Does it matter when a born global was born?", *Journal of International Marketing and Exporting*, 20(1), 1-6.
- Zhou, L. (2007), "The effects of entrepreneurial proclivity and foreign market knowledge on early internationalization," *Journal of World Business*, 42(3), 281-293.
- Zou, S. and S. Stan (1998), "The determinants of export performance: a review of the empirical literature between 1987 and 1997", *International Marketing Review*, 15(5), 333-356.