

중소기업의 네트워크 역량과 특성이 시장성과와 재무성과에 미치는 영향

배상완¹, 이동명^{2*}

¹건국대학교 신산업융합학과 교수, ²건국대학교 신산업융합학과 교수

Effect of SMEs' Network Capabilities and Characteristics on Market Performance and Financial Performance

Sang-Wan Bae¹, Dong-Myung Lee^{2*}

¹Professor, Dept. of Advanced Industry Fusion, Konkuk University

²Professor, Dept. of Advanced Industry Fusion, Konkuk University

요약 중소기업은 보유한 역량과 자원이 부족하기 때문에 외부에서 부족한 자원을 효과적으로 조달, 공유, 활용하여야 하며 이로 인해 외부 기관과의 네트워크의 중요성이 점차 커지고 있다. 본 연구에서는 중소기업의 네트워크 역량 및 네트워크 특성이 시장성과 및 재무성과에 미치는 영향을 검증하였다. 구조방정식 모형을 통해 가설을 검증한 결과 네트워크 역량은 부분적으로 재무성과에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 강도, 규모, 다양성 등 네트워크 특성의 모든 하위요인이 재무성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 네트워크 역량과 네트워크 특성은 시장성과에 부분적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 시장성과는 네트워크 역량과 재무성과의 관계에서 부분적으로 매개효과가 있고 네트워크 특성과 재무성과와 관계에서도 부분적으로 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 본 연구는 기존 연구와 달리 네트워크 역량과 네트워크 특성이라는 두 가지 요인이 기업 성과에 미치는 영향을 동시에 분석하고, 재무성과의 선행요인으로 인식되고 있는 시장성과의 매개효과를 분석하여 새로운 연구 관점을 제시하였다.

키워드 : 중소기업, 네트워크 역량, 네트워크 특성, 시장성과, 재무성과

Abstract Because small and medium-sized businesses lack capabilities and resources, they must effectively procure, share, and utilize scarce resources from outside, and as a result, the importance of networks with external organizations is gradually increasing. In this study, we verified the influence of small and medium-sized enterprises' network capabilities and network characteristics on market performance and financial performance. As a result of testing the hypothesis through a structural equation model, network capabilities were found to have a significant partial impact on financial performance, and all sub-factors of network characteristics such as strength, size, and diversity were found to affect financial performance. Additionally, network capabilities and network characteristics were found to have a significant partial effect on market performance. Market performance was found to have a partial mediating effect in the relationship between network capabilities and financial performance, and a partial mediating effect in the relationship between network characteristics and financial performance. Unlike previous studies, this study simultaneously analyzed the impact of two factors, network capabilities and network characteristics, on corporate performance and presented a new research perspective by analyzing the mediating effect of market performance, which is recognized as a leading factor in financial performance.

Key Words : SME, Network capabilities, Network characteristics, Market performance, Financial performance

This article is part of research done for the doctoral dissertation of Mr. Sang-Wan Bae.

*Corresponding Author : Dong-Myung Lee(dmlee@konkuk.ac.kr)

Received April 9, 2024

Revised June 12, 2024

Accepted June 20, 2024

Published June 28, 2024

1. 서론

4차 산업혁명 도래와 치열한 시장경쟁 속에서 외부 네트워크 자원을 기업 혁신의 자원으로 활용하는 방안에 대한 관심이 증대되고 있다[1].

모든 기업은 기업경쟁을 영위하기 위해서 인력, 시설, 자금, 조직, 기술 등 많은 자원이 필요하다. 그러나 중소기업은 대기업에 비해 상대적으로 보유하고 있는 자금, 고급 기술 인력, 물적 자원이 크게 부족하기 때문에 자체적으로 연구개발을 하고 사업을 영위하는데 많은 한계에 직면하므로 필요한 자원을 확보하고 새로운 자원을 창출할 수 있는 역량을 강화하는 것이 기업 생존과 성장에 절대적인 요소라 할 수 있다[2,3]. 기업은 환경 불확실성에 대처하기 위한 전략을 개발함으로써 고객이 필요로 하는 고유한 제품이나 서비스를 제공하여 시장 격차를 메우기 위해 노력하며 이를 위해 전략적 역량 개발에 치중하며 중요한 비즈니스 성공요인으로 인식하고 있지만[4], 이러한 비즈니스 성공은 공급업체, 고객 및 기타 관련 조직을 포함한 외부 조직과의 네트워킹에 달려있다. 네트워크는 파트너로부터 새로운 지식을 획득하고, 파트너와 위험 및 불확실성을 공유함으로써 조직 혁신에 대응하기 위한 효율적 구조를 제공하며[5,6], 중소기업이 네트워크를 통해 외부조직의 자원과 정보를 획득하고 이를 공유하고 활용하는 것은 기업의 경쟁우위를 확보하고 지속하는데 매우 중요한 요소인 것이다.

기업가의 전략적 역량은 기업가가 네트워크에서 얻을 수 있는 최신 시장 동향에 대한 정보 및 지식과 같은 자원에 의존하기 때문에[7], 네트워크 역량은 기업의 비즈니스 성공을 위해 반드시 갖추어야 할 매우 중요한 역량이라고 할 수 있다[1]. 네트워크 안에 있는 기업들은 네트워크 역량을 통해 형성한 관계를 통해 지식 획득의 기회를 얻게 되기 때문이다[8]. 따라서 네트워크 역량 함양은 모든 중소기업은 중요한 관심사 중 하나이다.

중소기업의 네트워크에서 네트워크 역량과 더불어 중요한 주제 중에 하나는 네트워크의 특성이다[9]. 네트워크 특성은 네트워크 참여자의 네트워크 상에서의 위치와 참여하는 네트워크의 규모, 다양성, 강도 등으로 네트워크에서의 활동의 정도이며[10], 네트워크 활동을 적극적으로 하여 외부 기관과의 관계도 강하게 형성할 경우 기업 성과가 향상될 수 있다[11].

많은 선행연구에서 네트워크를 통한 외부자원의 활용이 기업의 성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 실증적

으로 증명하고 있기에 중소기업은 네트워크 역량을 향상시키고 효과적으로 네트워크 특성을 관리할 필요가 있다. 중소기업의 네트워크 역량은 기업이 여러 가지 방식으로 배양하여 보유하고 있는 질적 측면의 속성을 가지고 있는 반면, 네트워크 특성은 기업이 실질적으로 다양한 형태의 네트워크 활동을 통해 구축하고 형성한 네트워크 구조이자 관계를 나타내는 속성을 가지고 있다. 이처럼 네트워크와 관련한 두 요인은 상호 보완적으로 기업의 성과 창출을 위해 필수적인 중요한 요인임에도 불구하고 지금까지의 대부분의 선행연구들은 네트워크 역량만을 연구하거나 네트워크 특성만을 각각 연구하여 네트워크 역량과 네트워크 특성을 동시에 고려하지 않은 한계점이 존재한다.

이에 따라 본 연구에서는 네트워크 역량과 네트워크 특성에 관한 문헌연구를 통하여 네트워크 역량과 네트워크 특성의 구성요인을 추출하여 이론적 근거를 제시하고 네트워크 역량과 특성이 시장성과 재무성과에 미치는 영향과 네트워크 역량, 특성과 재무성과 간 영향관계에서 시장성과의 매개효과를 분석하고자 한다. 그리고 이러한 실증분석 결과를 바탕으로 네트워크 역량 강화방안과 효과적인 네트워크 관리방안까지 동시에 모색해 보고자 한다.

본 연구는 네트워크 역량이 시장성과 재무성과에 미치는 영향관계와 네트워크 특성이 시장성과 재무성과에 미치는 영향관계를 동시에 실증분석 한다는 점에서 이들 요인에 대하여 각각 진행되어 온 선행 연구들과 차별성이 있으며, 네트워크 역량과 특성이 재무성과에 미치는 영향관계에서 시장성과의 매개효과를 실증분석 함으로써 연구의 영역을 확장한 것이라는 점에서도 의미 있다고 보여 진다.

본 연구에서는 선행연구 분석을 바탕으로 연구모형과 가설을 설정하였으며 가설 검증을 위해 중소기업 경영자 및 임직원들을 대상으로 설문조사를 실시하여 최종적으로 400건의 표본을 수집하였다. 본 연구의 설문조사는 네트워크 역량과 시장성과 및 재무성과는 5점 척도를 사용하여 측정하였고 네트워크의 특성 요인인 강도, 규모, 다양성은 비율척도를 사용하여 측정하였다. 실증분석을 위해 통계 분석 도구인 IBM의 SPSS Statistics version 25.0과 구조방정식모형 분석 도구인 AMOS version 22.0을 활용하여 연구하였다.

본 연구의 결과는 중소기업의 시장성과 재무성과에

영향을 미치는 주요 네트워크 역량과 특성 요인을 규명하고 네트워크 역량 강화방안과 효과적인 네트워크 관리방안을 제시함으로써 중소기업의 성과 향상에 기여할 것으로 기대된다.

2. 이론적 배경

2.1 네트워크의 개념

경영학 분야에서 기업 간 네트워크에 대한 정의는 연구 목적과 관점에 따라 다양하게 정의되고 있다. Rickne(2001)는 기업이 성과를 창출하기 위하여 외부 조직과 자원 및 정보, 지식 등을 공유하는 연결 관계를 네트워크라고 정의하였고[12], Wickham(2004)은 네트워크는 경쟁우위를 창출하고 유지하기 위한 기업들 간의 다양한 상호관계로 정의하였다[13]. 이성근과 이관률(2004)은 네트워크란 독립적인 다양한 주체가 기술 혁신을 위해 효과적인 의사소통 구조를 통하여 부족한 자원을 상호보완하기 위하여 상호 교류하는 관계적 구조라고 하였고[14], 김진영(2008)은 다양한 정보와 기술의 효과적인 창출과 공유 및 확산을 한 혁신 주체들의 경제적 연합행위를 네트워크라 정의하였다[15].

이처럼 경영학 분야에서 네트워크에 대한 선행연구를 살펴보면 연구 목적과 관점에 따라 크게 네트워크의 구조적 측면과 관계적 측면 및 네트워크 구성원의 네트워크 활동(Network Activity 또는 Networking) 측면 등 다양한 관점에서 정의하고 있는 것을 알 수 있고, 선행연구를 종합해보면 네트워크란 기업이 성과를 창출하기 위하여 외부 파트너와 정보, 지식 등을 교환하고 공유하며 협력하는 연결구조 및 관계를 의미한다고 할 수 있다.

2.2 중소기업의 네트워크

자체적인 보유 자원이 부족한 중소기업은 불확실성이 높고 경쟁이 치열한 시장환경 속에서 경쟁우위를 확보함으로써 지속가능한 사업영위를 하기 위해서 부족한 자원을 외부로부터 조달하거나 활용할 필요가 있다. 이에 따라 중소기업은 많은 외부의 파트너와 네트워크를 구축하고 유지, 발전시켜 나가기 위해 노력을 기울이고 있다. 네트워크는 창업자가 접근할 수 있는 자원의 범위를 확장하며 다양한 정보와 지식을 공유함으로써 시장이나 기술에 대한 불확실성을 낮출 수 있기 때문이다[16]. 중소기업 관점에서 파트너는 정부 및 공공기관, 대학교 및 연구소, 공

급업체나 제휴업체, 고객 및 거래처 등 매우 다양하고 광범위하며[17], 중소기업이 어떤 유형의 어떤 파트너를 선택하느냐에 따라 최신 기술동향에 대한 정보 및 지식의 취득 수준과 협력을 통한 성과도 달라질 수 있으므로 네트워크에 있어서 파트너 선택은 매우 중요한 부분이라 할 수 있다.

이처럼 선행연구에 따르면 중소기업의 파트너는 중소기업이 부족한 자원을 외부 조직으로부터 조달받고 활용하여 기업의 성과를 창출하기 위해 네트워크를 구축하고 유지하는 대상을 의미하며, 고객 및 거래처, 공급업체 및 협력업체, 경쟁업체, 동종업계 업체, 이업종 업체, 정부부처, 금융기관, 자문기관 등 중소기업이 비즈니스를 영위하기 위하여 네트워크 관계를 맺고 있는 모든 외부조직을 의미한다고 볼 수 있다.

이러한 파트너들과의 네트워크는 대표적으로는 고객과 공급자간 수직적 협력 네트워크, 대학·연구소 등과의 R&D 협력 네트워크, 각종 협회와의 네트워크 등이 있으며 목적과 형태에 따라 다양한 유형으로 분류될 수 있다. 한편, 정부에서는 네트워크구축과 활용에 어려움을 겪고 있는 중소기업이 외부 파트너와의 협업을 통해 혁신기술을 개발함으로써 경쟁우위를 확보하고 성과를 창출할 수 있도록 한국산업단지공단의 산업단지 클러스터 사업, 중소기업기술정보진흥원의 i-CON사업, 테크노파크의 신기술지원사업 등을 통해 중소기업의 네트워크 참여를 지원하고 있다.

2.3 네트워크 역량

네트워크 역량에 대한 선행연구에 따르면 네트워크 역량은 회사에 막대한 이익을 제공할 수 있는 다른 파트너와의 관계를 시작, 유지 및 활용하는 능력이며[18], 좋은 협력사를 선택하고 그러한 기업들과 발전적인 관계를 형성하고 유지하는 능력이다[19]. 또한 네트워크 내에 있는 조직 또는 기업들 간의 관계를 개발하고 활용하는 기업의 능력이라고 할 수 있으며[20], 핵심 공급자들과 고객들 및 다른 조직들과의 관계를 개발하고 관리하는 기업의 능력[21], 또는 다른 기업들과 상호작용하는 기업의 능력으로 정의할 수 있다[22-25].

네트워크 역량의 구성요인과 관련해 Ritter & Gemünden(2003)은 네트워크 역량은 '네트워크 관리 작업'과 이러한 작업을 수행하는데 필요한 '네트워크 관리 자책'의 두 가지 요인으로 구분하였고[18], Walter et

al.(2006)은 네트워크 역량이 조정, 관계기술, 파트너지식, 내부의사소통의 네 가지 측면으로 이루어져 있으며, 이들 요소들은 서로를 지원한다고 하였다[20]. 조정은 네트워크 내에 있는 기업들 간 관계와 개인 간 관계를 상호 보완적인 관계로 만드는 것을 뜻하고, 관계기술은 기업 간의 소통 능력, 의견충돌과 갈등을 조절하는 기술, 상대 기업에 대한 공감능력, 협력하고자 하는 의지 등을 뜻하며, 파트너지식은 네트워크 내에 있는 공급업자, 경쟁기업, 고객과 관련된 정보를 습득하고 관리하는 능력을 의미하고 내부의사소통은 네트워크 내에 있는 기업들 간에 조직학습 능력을 효과적으로 배양하기 위한 의사표현 능력 및 협동심을 의미한다.

기업은 외부 네트워크를 성공적으로 구축함으로써 거래 비용을 줄여 기업의 경쟁우위를 달성할 수 있게 되고 [26], 기업의 네트워크 역량은 기업의 활동들을 전략적으로 조직화하고 가치창출을 위해 필요한 자원 또는 능력들을 기업 외부에서 얻는데 긍정적인 영향을 미친다[27].

2.4 네트워크 특성

네트워크의 특성은 네트워크의 개념을 어느 관점에서 바라보는가에 따라 다양하게 구분할 수 있으나 일반적으로 네트워크의 강도, 규모, 다양성 등의 개념으로 네트워크의 특성을 설명하고 측정하는 경우가 많다.

네트워크의 강도는 조직 사이의 상호 연결강도를 의미하는 것으로 [9], 같은 네트워크 안에 참여하고 있는 기업들 상호간에 얼마나 강하게 연결되어 있는가에 따라 기업이 획득할 수 있는 정보와 자원의 양이나 질이 크게 달라질 수 있으며 네트워크 관계를 맺고 있는 파트너와의 접촉 빈도로 파악할 수 있다. 일반적으로, 네트워크 참여기업들 간 의사소통과 접촉의 빈도가 잦을수록 그렇지 않은 경우보다 시장변화, 고객 및 업계동향 등과 같은 정보나 자원에 대한 접근 가능성이 더 높다[10].

네트워크의 규모는 네트워크의 효과를 연구하는 거의 모든 연구들에서 공통적으로 활용되고 있는 가장 기본적인 특성으로서 네트워크의 크기로 불리기도 하며 특정 기업이 참여하고 있는 네트워크의 수로 측정하거나 특정 네트워크에 참여하고 있는 기업의 수로 측정하기도 한다. 이러한 네트워크의 규모는 다양한 정보습득과 효과적인 정보검색에 긍정적인 영향을 미친다[28].

네트워크의 다양성은 기업이 자신에게 필요한 자원, 정보, 기술 등을 얻기 위해 다양한 유형의 네트워크를 열

거나 적극적으로 활용하고 있는지를 의미하며 네트워크의 범위로 부르기도 한다. 창업초기기업은 다양한 유형의 네트워크를 많이 형성할수록 개별 네트워크 합 이상의 시너지 효과를 얻을 수 있고[29], 네트워크 형성 및 교류의 범위를 넓혀 다양한 자원을 확보할수록 기업의 성과가 향상된다[11]. 그러나 네트워크의 다양성이 크다고 해서 네트워크 활동이 효과적인 것은 아니라는 연구결과도 있다 [30].

2.5 시장성과

시장성과의 개념을 한 마디로 정의하기는 쉽지 않으며 활용 분야와 목적에 따라 다양하게 정의되고 있으나, 시장성과는 기업이 제품 및 서비스를 기반으로 고객을 유인하고 기업과 브랜드를 고객에게 인식시키는 등 시장에서의 경영활동을 통해 창출된 성과라고 할 수 있다. 시장성과의 구성요인에 관한 선행연구를 살펴보면 Schneider et al.(2003)은 매출성장, 시장점유율, 시장개발의 세 가지 요인을 시장성과의 구성요인으로 규정하였고[31], 고세훈 외(2013)는 거래처수, 시장점유율, 기업이미지 수준, 기업이미지 개선, 제품브랜드인지도 수준, 제품브랜드인지도 개선을 시장성과의 구성요인으로 정의하였으며[32], 이정하와 이동명(2023)은 고객만족도 향상, 고객충성도 증대, 신규 고객 확보 등을 고객성과 구성요인으로 정의하였다[33].

2.6 재무성과

기업의 재무성과는 회계정보와 재무제표를 토대로 경영성과를 양적으로 측정하여 수치로 나타낸 지표로서 기업의 경영자와 관리자의 의사결정과 기업성과 평가의 근거가 되는 지표를 의미하며[34]. 매출액, 매출액증가율, 영업이익률, 영업이익증가율, 현금흐름, 부채비율, 시장점유율, 당기순이익, 투자수익률 등 수많은 지표들이 있다. 이러한 재무적 지표들은 기업의 경영성과를 확인하는데 있어서 객관적인 성과지표로 선행 연구에서 보편적으로 사용되는 있다[35].

3. 연구모형 및 방법

3.1 연구모형과 가설

본 연구에서는 중소기업의 네트워크 역량과 특성이 시장성과와 재무성과에 미치는 영향을 밝히기 위하여 네트

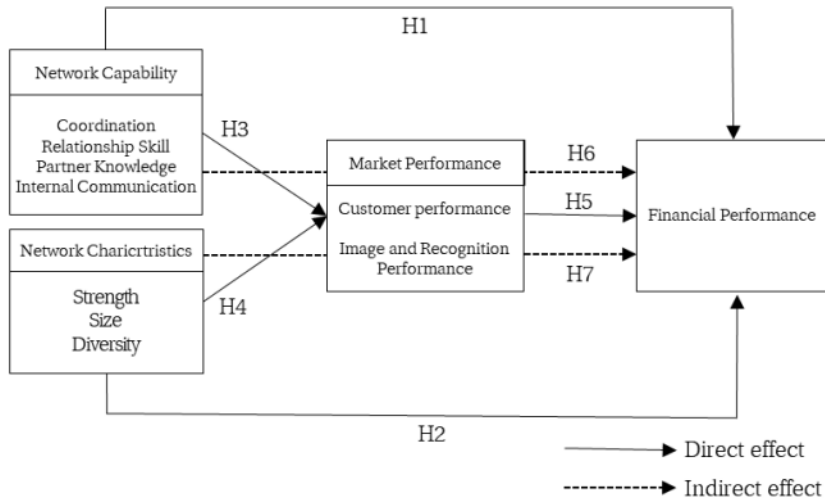


Fig. 1. Research model

워크 역량은 조정, 관계기술, 파트너지식, 내부의사소통으로, 네트워크 특성은 강도, 규모, 다양성으로, 시장성과는 고객성과와 이미지인지도성으로 구성하고 재무성과를 종속변수로 구성하였으며, 연구 목적에 부합하도록 Fig. 1 과 같이 연구모형을 설계하였다.

선행연구에 따르면 중소벤처기업의 네트워크 역량은 기업성과 및 신제품성과에 긍정적인 영향을 미친다[36]. 또한 네트워크의 강도가 강할수록 지식이나 자원의 공유 및 이전을 효과적으로 할 수 있고[37], 네트워크의 규모가 큰 기업은 재무성과와 비재무성과에 유의한 효과가 있으며[38], 네트워크의 다양성은 벤처기업들로 하여금 이들이 필요로 하는 다양한 자원에 접근할 수 있도록 해준다. 이에 따라 선행연구를 바탕으로 다음과 같이 가설을 설정하였다.

- H1 네트워크 역량은 재무성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2 네트워크 특성은 재무성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H3 네트워크 역량은 시장성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H4 네트워크 특성은 시장성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

시장성과란 생산의 기술적 효율, 가격비용관계, 이윤율 등 기업이 선택한 어떤 시장에서 경영과 관련된 활동을 수행함으로써 달성된 최종적인 결과를 말하며, 재무성

과를 실현하기 위하여 선행적으로 달성되는 성과지표의 성격을 띠고 있다고 할 수 있다[39]. 이에 따라 선행연구를 바탕으로 다음과 같이 연구 가설을 설정하였다.

H5 시장성과는 재무성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

선행연구들에 따르면 네트워크 역량이 기업성과 및 신제품성과에 공히 긍정적인 영향을 미친다[18,36,40]. 또한 네트워크의 강도와 규모, 다양성은 기업의 재무성과에 영향을 미친다[38,41]. 그리고, 시장성과는 재무성과를 실현하기 위하여 선행적으로 달성되는 성과지표의 성격을 띠고 있어서 시장에서 고객을 대상으로 수행하는 활동을 통해 의도한 성과가 먼저 나타나면 이어서 재무성과도 개선되는 효과를 기대할 수 있다[39]. 따라서 네트워크 역량이 재무성과에 미치는 영향에 시장성과가 간접적으로 영향을 미칠 것으로 예상할 수 있다. 이에 따라 선행연구를 바탕으로 다음과 같이 연구 가설을 설정하였다.

- H6 네트워크 역량은 시장성과를 통해 재무성과에 간접적으로 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H7 네트워크 특성은 시장성과를 통해 재무성과에 간접적으로 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2 연구방법

3.2.1 표본선정과 자료수집

연구대상 모집단은 전국의 중소기업이며 2022년 2월, 이메일과 구글 온라인 설문을 통하여 설문조사를 실시해

회수된 423건 중 부적절한 설문응답 자료 23부를 제외한 400건의 설문응답 자료를 사용하여 분석에 활용하였다. 자료 분석도구는 IBM의 SPSS Statistics 25.0과 AMOS 22.0을 사용하였다. 표본의 일반적 특성은 Table 1과 같다.

Table 1. The characteristics of samples

	Categories	Fre.	Ratio(%)
Gender	Male	351	87.8
	Female	49	12.2
Age	Under 30's	65	16.3
	40's	177	44.2
	50's	133	33.2
	Over 60's	25	6.3
Education	High school diploma	30	7.5
	Bachelor's degree	261	65.3
	Master's degree/ Doctoral degree	109	27.2
Position	CEO	233	58.2
	Executives	59	14.8
	Director	30	7.5
	Manager etc	78	19.5
Sectors	Manufacturing	118	32.0
	Service industry	135	33.8
	Wholesale and retail business etc	137	34.2
Start-up period	Less than 3 years	74	18.5
	More than 3 years and less than 7 years	90	22.5
	More than 7 years	236	59.0
Sales volume	Less than 1 billion won	121	30.2
	More than 1 billion won and less than 5 billion won	117	19.3
	More than 5 billion won and less than 10 billion won	55	13.7
	Over 10 billion won	107	16.8
Total		400	100.0

3.2.2 조작적 정의와 측정항목

본 연구에서 변수는 다음과 같이 조작적 정의하였다. 네트워크 역량은 선행연구를 참고하여 조정, 관계기술, 파트너지식, 내부의사소통의 네 가지 요인으로 구분하였고 네트워크 특성은 강도, 규모, 다양성의 세 가지 요인으로 구분하였으며 시장성과는 고객성과와 이미지인지도 성과의 두 가지 요인으로 구분하였고 재무성과를 종속변수로 구성하였다.

네트워크 역량 중 조정은 네트워크 내에 있는 기업들, 개인 간의 관계를 상호 보완적인 관계로 만드는 능력을 의미하고, 관계기술은 기업 간의 소통능력, 의견충돌과 갈등을 조절하는 기술, 상대기업에 대한 공감능력, 협력하고자 하는 의지 등을 뜻하는 사회적 능력을 의미하며,

파트너지식은 네트워크 내에 있는 공급업자, 경쟁기업, 고객 등과 관련된 정보를 습득하고 관리하는 능력을 의미하고, 내부의사소통은 네트워크 내에 있는 기업들 간의 관계에서 효과적인 조직학습 능력 배양을 위한 의사표현 능력 및 협동심을 의미한다[42].

네트워크 특성 중 강도는 조직 사이의 상호 연결강도를 의미하고 규모는 기업이 참여하고 있는 네트워크의 규모와 크기를 의미하며 다양성은 기업이 참여하고 있는 네트워크의 유형의 다양한 정도를 의미한다.

시장성과는 기업의 시장에서의 경영활동의 결과로 나타나는 성과를 의미하고 고객성과와 이미지인지도성과를 하위 구성요인으로 유형화하였다. 고객성과는 시장에서 고객을 획득함으로써 시장을 확대하는 성과를 의미하고 이미지인지도성과는 기업이미지 성과와 제품 및 서비스의 브랜드이미지 성과를 합친 성과를 의미한다. 재무성과는 회계정보와 재무제표를 토대로 경영성과를 양적으로 측정된 지표로 정의하였다.

변수의 조작적 정의와 측정항목은 Table 2와 같으며 본 연구에서는 네트워크 역량, 특성, 시장성과, 재무성과의 측정항목은 Likert 5점 척도로, 네트워크 특성은 비율척도로, 응답기업과 응답자의 일반적 특성은 명목척도로 비율척도로 측정하였다.

4. 실증분석

4.1 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석

네트워크 역량에 대한 탐색적 요인분석 결과 조정, 관계기술, 파트너지식, 내부의사소통의 네 가지 요인이 추출되었다. 이들 요인에 대한 누적분산 값은 69.967%로 나타나 분산에 의한 설명력이 어느 정도 높은 것으로 나타났다. 모든 측정항목의 요인 적재값은 모두 0.6 이상으로 나타났고, 공통성 역시 0.5 이상으로 나타나 추출된 요인에 의한 설명력과 측정항목의 타당성이 우수하다고 할 수 있다. 또한 KMO 표본 적합도는 0.924로 변수들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되고 있으며, Bartlett 검정도 유의확률 0.000으로 나타나 요인분석 모형이 적합한 것으로 확인되었다. 네트워크 역량에 대한 탐색적 요인분석 결과는 Table 3과 같다.

매개변수인 시장성과와 종속변수인 재무성과에 대한 탐색적 요인분석 결과 고객성과, 이미지인지도성과, 재무성과의 세 가지 요인으로 구분되었다. 이들 요인에 대한

Table 2. Operational definition of variables

Factor	Variable	Definition of Variables	Measurement item	Preceding research
Network capabilities (NC)	Coordination (NCO)	The ability to make the relationships between companies and individuals within the network complementary	-Analyze what you want to achieve with your partner -Analysis of partners' goals, potential and strategies -Deciding which partner to build a relationship with -Regular discussions with partners on mutual support measures	[20], [43], [44]
	Relationship skills (NCR)	Communication skills between companies, skills to control disagreements and conflicts	-Ability to build good relationships with partners -The extent to which issues are considered from the partner's point of view -Degree of flexibility in dealing with partners -How constructively you solve problems with your partner	
	Partner knowledge (NCP)	Ability to acquire and manage information related to suppliers, competitors, customers, etc. within the network	-Awareness of Partner's market -Awareness of partner's product/service -The degree to which you understand your partner's strengths and weaknesses -How well do you understand your partner's potential and strategy?	
	Internal communication (NCC)	Expression skills and cooperation to cultivate effective organizational learning capabilities in relationships between companies within the network	-Frequency of project-related meetings among company employees -Dynamics of executives and employees, degree of communication among executives and employees across projects and topics -Degree of mutual feedback between company employees -Degree of voluntary exchange of information among company employees	
Network characteristics	Strength	Strength of interconnections between organizations	-Average contact frequency with partner	[45], [46], [47]
	Size	Size and size of the network in which the company participates	-Number of partners in contact	
	Diversity	The varying degrees of types of networks in which a company participates.	-The number of network types the partners are in contact with	
Market performance (MP)	Customer performance (CP)	Achievement in expanding the market by acquiring customers in the market	-Increase in number of customers -Increase in market share	[39], [48], [49]
	Image and Recognition Performance (IRP)	Performance that combines corporate image performance and brand image performance of products and services	-Corporate image level -Improve corporate image -Product/service brand image level -Product/service brand image improvement	
Financial performance (FP)		Indicator that quantitatively measures business performance based on accounting information and financial statements	-Yield improvement -Satisfaction level of yield -Money flow improvement -Asset growth	[39], [49]

Table 3. Results of exploratory factor analysis and reliability analysis on network capabilities

Variable	Measurement item	NCO	NCR	NCP	NCC	Cronbach's α
Coordination (NCO)	NCO1	.769				.843
	NCO2	.730				
	NCO3	.690				
	NCO4	.688				
Relationship skills (NCR)	NCR1		.783			.840
	NCR2		.737			
	NCR3		.711			
	NCR4		.668			
Partner knowledge (NCP)	NCP1			.785		.876
	NCP2			.784		
	NCP3			.760		
	NCP4			.667		
Internal communication (NCC)	NCC1				.825	.879
	NCC2				.812	
	NCC3				.800	
	NCC4				.744	
	NCC5				.661	
Original Value		2.773	2.774	2.868	3.480	-
Variance(%)		16.312	16.315	16.869	20.471	-
Cumulative Variance(%)		16.312	32.627	49.496	69.967	-
KMO = 0.924, Bartlett's $\chi^2=4020.256$, $p=0.000$						

누적분산 값은 77.379%로 나타나 분산에 의한 설명력이 매우 높은 것으로 나타났다. 모든 측정항목의 요인 적재 값은 모두 0.7 이상으로 나타나 추출된 요인에 의한 설명력과 측정항목의 타당성이 우수한 것으로 나타났다. 또한 KMO 표본 적합도는 0.851로 변수들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되는 것을 알 수 있으며, Bartlett 검정도 유의확률 0.000으로 나타나 요인분석 모형이 적합한 것으로 확인되었다. 시장성과 재무성과에 대한 탐색적 요인분석 결과는 Table 4와 같다.

Table 4. Results of exploratory factor analysis and reliability analysis on market performance and financial performance

Variable	Measurement item	CP	IRP	FP	Cronbach's α
MP	CP	CP1	.869		.875
		CP2	.760		
	IRP	IRP1		.848	.886
		IRP2		.834	
IRP3			.820		
IRP4			.783		
FP	FP1			.869	.870
	FP2			.803	
	FP3			.770	
	FP4			.675	
Original Value		1.842	3.064	2.832	-
Variance(%)		18.420	30.641	28.318	-
Cumulative Variance(%)		18.420	49.061	77.379	-
KMO = 0.851, Bartlett's $\chi^2=2755.040$, p=0.000					

측정변수에 대한 신뢰도 분석을 실시한 결과 신뢰수준을 저해하는 요인은 없는 것으로 나타나 모든 항목을 분석에 이용하였으며, 각 측정항목의 Cronbach's α 값은 0.840~0.886에 분포하고 있어 신뢰할 수 있는 수준인 것으로 확인되었다. 본 연구에서 측정변수의 신뢰성 분석 결과는 Table 3, Table 4와 같다.

4.2 확인적 요인분석

탐색적 요인분석과 신뢰성분석 결과를 바탕으로 측정 모형의 적합성 평가를 위해 구조방정식모형 분석 소프트웨어인 AMOS 22.0을 이용해 확인적 요인분석을 수행하였다. 구조방정식모형 분석 프로그램은 AMOS, PLS, LISREL 등 다양하게 존재하고 있으나 본 연구에서는 구조방정식모형의 구조와 모델적합도 분석 등 통계적 유의성을 쉽게 이해하고 분석하는데 적합한 프로그램으로 널리 사용되고 있으며, 변수들 간의 상관계수는 이상치가

있을 정도로 높지 않았기에 공분산 행렬로 계산하는 CB-SEM인 AMOS프로그램이 잔차를 최소화하는 PLS보다 더 적합하다고 판단하여 AMOS를 사용하였다. 수용가능한 적합도를 생성시키기 위하여 최초 연구모형에서 측정항목 중 다중상관치(SMC: Squared Multiple Correlation)가 낮은 문항부터 하나씩 제거하는 과정을 반복적으로 실시하였고, 또한 잔차(residual)값에서 문항들 간에 높은 수치(기준값 3.84)를 많이 보이는 문항을 제거함으로써 적합도 향상을 도모하였다.

이를 통해 재무성과의 측정문항 중 1개 문항(FP4)을 제거한 후 구조방정식 연구모형에 대한 적합도를 분석한 결과 Table 5와 같이 $\chi^2/df=1.970$ 으로 2.0보다 낮은 수치로 나타났고, 그 외의 지수는 RMR=0.043, RMSEA=0.049, GFI=0.897, AGFI=0.866, TLI=0.954, NFI=0.911, IFI=0.892, CFI=0.954로 수용 가능한 적합도 지수인 것으로 나타났다.

Table 5. Results of confirmatory factor analysis and goodness of fit of measurement model

Variable	Measurement item	SRW	S.E	t(C.R)	p값	SMC
NCO	NCO1	1.000	-	-	-	.725
	NCO2	1.027	.051	20.200	.000	.728
	NCO3	.692	.050	13.744	.000	.411
	NCO4	.912	.059	15.456	.000	.492
NCR	NCR1	1.000	-	-	-	.530
	NCR2	1.069	.077	13.852	.000	.546
	NCR3	1.085	.076	14.280	.000	.581
	NCR4	1.054	.072	14.739	.000	.622
NCP	NCP1	1.000	-	-	-	.675
	NCP2	.924	.054	17.056	.000	.600
	NCP3	1.001	.056	17.936	.000	.648
	NCP4	1.114	.062	17.871	.000	.644
NCC	NCC1	1.000	-	-	-	.444
	NCC2	1.156	.085	13.534	.000	.606
	NCC3	1.102	.077	14.297	.000	.696
	NCC4	1.098	.077	14.257	.000	.691
	NCC5	1.077	.081	13.362	.000	.587
CP	CP1	1.000	-	-	-	.687
	CP2	1.093	.055	19.801	.000	.880
IRP	IRP1	1.000	-	-	-	.752
	IRP2	1.042	.055	19.085	.000	.633
	IRP3	.862	.044	19.756	.000	.663
	IRP4	.873	.046	19.108	.000	.634
FP	FP1	1.000	-	-	-	.643
	FP2	1.008	.065	15.599	.000	.590
	FP3	1.084	.065	16.679	.000	.679
Goodness of Fit	$\chi^2/df=1.970$, RMR=0.043, RMSEA=0.049, GFI=0.897, AGFI=0.866, TLI=0.954, NFI=0.911, IFI=0.892, CFI=0.954					

4.3 가설 검증결과

4.4.1 직접효과 검증결과

확정된 연구모형으로 구조방정식모형(SEM)을 적용하여 네트워크 역량과 재무성과 간, 네트워크 특성과 재무성과 간, 네트워크 역량과 시장성과 간, 네트워크 특성과 시장성과 간, 시장성과와 재무성과 간 직접효과에 대한 가설 검증을 실시하였고 직접효과 검증 결과는 Table 6과 같다.

첫째, 네트워크 역량과 재무성과 간 직접효과 검증 결과 관계기술과 내부의사소통은 재무성과에 유의한 정(+)의 영향을 미친 것으로 나타났지만, 조정과 파트너지식은 재무성과에 직접적인 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 분석되었다.

이러한 결과는 네트워크 역량의 네 가지 구성요소인 조정, 관계기술, 파트너지식, 내부의사소통이 각각 재무성과에 어떠한 직접효과를 미치는지 세분화해 규명한 점에서 네트워크 역량의 네 가지 구성요소를 구분하지 않고 요소 평균의 선형 합으로 경영성과와의 관계를 규명한 Walter et al.(2006)의 선행연구[20]와 차이가 있다. 네트워크 역량 중에서도 외부 파트너와의 의사소통의 기술이 중요하며 이러한 역량을 강화하는 것이 재무성과 향상에

도움이 될 수 있다는 것을 의미한다. 반면에 조정의 경우 제조업체 간 핵심기술 공유를 통해 공동연구개발 등을 진행하는 경우처럼 매우 중요한 요인임에도 불구하고 실무적으로는 매우 어려운 과제이므로 실제 재무성과로 이어지는 것이 쉽지 않을 것으로 추론되고 파트너지식은 파트너와의 협업 및 파트너의 자원을 효과적으로 활용하기 위한 전제조건에 해당하지만 이러한 요인이 재무성과에 직접적으로 영향을 미친다고 인식하지는 않는 것으로 해석된다.

둘째, 네트워크 특성과 재무성과 간 직접효과 검증 결과 본 연구에서 네트워크의 강도, 규모, 다양성은 모두 재무성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 선행연구와 맥을 같이하는 것으로 네트워크 특성인 강도, 규모, 다양성이 높으면 재무성과 역시 높아진다는 것을 의미한다.

셋째, 네트워크 역량과 시장성과 간 가설 검증 결과 관계기술과 내부의사소통은 고객성과와 이미징인지도성과에 모두 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났지만, 조정과 파트너지식은 고객성과와 이미징인지도성과 모두에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 앞서 언급한 Walter et al.(2006)의 선행연구

Table 6. Result of hypothesis test on direct effect

Hypothesis		Path		Path Coefficient	S.E	C.R	p	Result	
H1	H1-1	NCO	→	FP	.072	.092	.789	.430	Reject
	H1-2	NCR	→		.140	.045	3.102	.002**	Accept
	H1-3	NCP	→		-.115	.109	-1.048	.295	Reject
	H1-4	NCC	→		.249	.075	3.314	.000**	Accept
H2	H2-1	Strength	→	FP	.250	.081	3.089	.002**	Accept
	H2-2	Size	→		.035	.016	2.210	.027*	Accept
	H2-3	Diversity	→		.242	.071	3.416	.000**	Accept
H3	H3-1	NCO	→	CP	.046	.109	.425	.671	Reject
	H3-2	NCR	→		.355	.072	4.920	.000**	Accept
	H3-3	NCP	→		-.172	.131	-1.315	.189	Reject
	H3-4	NCC	→		.202	.073	2.767	.006**	Accept
	H3-5	NCO	→	IRP	-.092	.081	-1.138	.255	Reject
	H3-6	NCR	→		.343	.125	2.735	.006**	Accept
	H3-7	NCP	→		-.001	.097	-.006	.995	Reject
	H3-8	NCC	→		.222	.077	2.900	.004**	Accept
H4	H4-1	Strength	→	CP	.253	.093	2.709	.007**	Accept
	H4-2	Size	→		.047	.019	2.470	.013*	Accept
	H4-3	Diversity	→		.223	.083	2.696	.007**	Accept
	H4-4	Strength	→	IRP	.179	.070	2.571	.010*	Accept
	H4-5	Size	→		.009	.014	.673	.501	Reject
	H4-6	Diversity	→		.031	.061	.506	.613	Reject
H5	H5-1	CP	→	FP	.631	.069	9.153	.000**	Accept
	H5-2	IRP	→		.086	.036	2.388	.017*	Accept

* p<0.05, ** p<0.01

[20]에서 하나의 변수만 이용한 연구 결과와 차이를 보여 주고 있다. 네트워크 역량의 관계기술과 내부의사소통이 높으면 시장성과가 높아진다는 것을 의미한다. 반면에 조정과 파트너지식은 재무성과에 유의한 영향을 미치지 않는 것과 비슷한 맥락으로 이해된다. 즉, 조정능력과 파트너지식은 시장성과에 직접적으로 영향을 미치지보다는 다른 역량 요인과 결합했을 때 시너지효과를 낼 수 있고 다른 모든 네트워크 역량을 발휘하는데 필요한 기본적인 소스를 제공하는 것으로 해석된다.

넷째, 네트워크 특성과 시장성과 간 가설 검증 결과 네트워크 강도는 고객성과와 이미지인지도성과 모두에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 네트워크 규모는 고객성과에는 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나 이미지인지도성과에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 또한, 네트워크의 다양성은 고객성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나 이미지인지도성과에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 네트워크의 강도가 높을 수록 시장성과가 커지는 반면 네트워크의 규모와 다양성이 커진다고 해서 반드시 기업이미지나 브랜드인지도가 높아지는 것은 아니라는 것을 의미한다. 따라서 파트너와의 네트워크를 양적으로 확대하는 것도 중요하지만 우호적이고 친화적으로 형성하고 유지할 필요가 있다는 것을 의미한다.

다섯째, 시장성과와 재무성과 간 직접효과 검증 결과 시장성과의 하위요인인 고객성과와 이미지인지도성과는 모두 재무성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 시장성과가 재무성과 향상의 선행요인임

을 의미하고 중소기업이 재무성과를 향상시키기 위해서는 시장성과를 향상시키기 위해 노력할 필요가 있다는 것을 의미한다.

4.4.2 시장성과의 매개효과 검증결과

네트워크 역량과 특성이 재무성과에 미치는 영향에 대하여 시장성과가 매개역할을 하는지 팬텀변인(phantom variable)을 사용한 부트스트래핑 방법(Bootstrapping method)을 통해 통계적 유의성을 검증하였다. 시장성과의 매개효과 검증결과는 Table 7과 같다.

가설 검증 결과를 살펴보면 첫째, 네트워크 역량 중 관계기술, 내부의사소통이 재무성과에 미치는 영향관계에서 이미지인지도성과는 부분매개효과를 가지는 반면 고객성과는 매개효과가 없는 것으로 나타났다. 이는 관계기술과 내부의사소통의 경우 요인의 특성 상 관계기술을 통해 파트너와의 관계를 개시하고 유지하고 내부적인 의사소통을 통해 피드백을 함으로써 파트너에게 자신의 기업에 대한 기업이미지와 브랜드인지를 제고하는 등 이미지인지도성과에는 직접적인 영향을 미치는 반면, 고객의 수나 시장점유율과 같이 장기적인 관점에서 창출되는 고객성과에는 직접적으로 영향을 미치지 어려운 측면이 강하기 때문인 것으로 해석된다.

조정과 파트너지식의 경우는 재무성과에도 유의한 영향을 미치지 않을 뿐 아니라 고객성과, 이미지인지도성과 등 시장성과에도 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 시장성과가 매개효과를 가지지 않는 것으로 밝혀졌다. 이는 조정능력의 경우 제조업체 간 핵심기술 공유를 통해 공동연구개발 등을 진행하는 경우와 같이 파트너와의 긴

Table 7. Results of hypothesis verification of mediating effects of market performance

Hypothesis	Path				Indirect Effect (S.E)	95% confidence interval		p	Result
						upper limit	lower limit		
H6-1	NCO	→	CP	→	.029(.080)	-.089	.183	.528	Reject
H6-2	NCR	→		→	.224(.109)	-.088	.347	.075	Reject
H6-3	NCP	→		→	-.108(.092)	-.296	.061	.235	Reject
H6-4	NCC	→		→	.127(.071)	-.057	.236	.109	Reject
H6-5	NCO	→	IRP	→	-.008(.012)	-.058	.008	.335	Reject
H6-6	NCR	→		→	.029(.009)	-.039	.103	.022*	partial mediation
H6-7	NCP	→		→	-.000(.011)	-.024	.021	.943	Reject
H6-8	NCC	→		→	.019(.007)	-.027	.073	.041*	partial mediation
H7-1	Strength	→	CP	→	.159(.055)	.052	.277	.004**	partial mediation
H7-2	Size	→		→	.029(.012)	.008	.053	.005**	partial mediation
H7-3	Diversity	→		→	.141(.064)	-.274	.026	.020*	partial mediation
H7-4	Strength	→		→	.015(.008)	-.023	.050	.043*	partial mediation
H7-5	Size	→	IRP	→	.000(.002)	-.001	.006	.444	Reject
H7-6	Diversity	→		→	.002(.007)	-.006	.025	.446	Reject

* p<0.05, ** p<0.01

밀한 자원 공유와 세밀한 이해관계 조율 등 고난이도의 작업을 요하는 매우 중요한 역량임에도 불구하고 국내에서는 현실적으로 조정능력을 제대로 구현하는 것이 쉽지 않음에 따라 재무성과는 물론 시장성과에도 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 해석되고, 파트너지식의 경우는 요인 특성 상 파트너와의 협업 및 파트너의 자원을 효과적으로 활용하기 위한 전제조건에 해당되고 원활한 조정, 관계기술, 내부의사소통을 지원하는 특성이 강해 [20], 단독으로 재무성과나 시장성과에 직접적인 영향을 미치지 않은 것으로 해석된다.

따라서 자체적인 역량과 자원이 부족한 중소기업은 네트워크 역량 요인 중 관계기술과 내부의사소통 향상 노력과 기업이미지와 브랜드인지도 제고 노력을 함께 기울인다면 재무성과를 제고할 수 있을 것이다.

둘째, 네트워크 특성 중 강도가 재무성과에 미치는 영향관계에서는 고객성과와 이미지인지도성과 모두 부분 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 이는 네트워크 강도가 시장성과에 긍정적인 영향을 미친다는 선행연구[38,41] 및 네트워크 강도가 재무성과에 긍정적인 영향을 미친다는 선행연구[37]와 유사한 결과로서 중소기업이 재무성과를 제고하기 위해서는 네트워크 강도를 강화할 뿐 아니라 시장성과 향상에도 힘을 필요하다는 것을 의미한다.

규모, 다양성과 재무성과 간 관계에서 고객성과는 부분매개효과가 있는 것으로 나타난 반면 이미지인지도성과는 유의한 매개효과가 없는 것으로 나타났다. 이는 중소기업이 규모나 다양성을 확대할 경우 고객의 수나 시장점유율 증가 등 고객성과가 향상될 수는 있으나 기업이 이미지나 브랜드인지도 등 이미지인지도성과에 반드시 영향을 미치는 것은 아니라는 것을 의미한다. 따라서 중소기업이 재무성과를 제고하려면 네트워크 규모나 다양성 확대와 함께 고객의 수 증가나 시장점유율 확대 등 고객성과 향상을 위한 별도의 노력이 필요하다고 할 것이다.

이처럼 네트워크 역량 중 관계기술, 내부의사소통이 재무성과에 미치는 영향관계에서 이미지인지도성과가 매개역할을 한다는 사실과 네트워크 역량 중 강도가 재무성과에 미치는 영향관계에서 고객성과와 이미지인지도성과가 매개역할을 한다는 사실 및 규모, 다양성이 재무성과에 미치는 영향관계에서 고객성과가 매개역할을 한다는 사실을 확인하였고 네트워크 역량과 특성을 강화함에 있어 보다 세분화된 관리전략이 요구된다는 점을 확인

한 점에서 본 가설 검증 결과는 의미가 있다고 할 수 있다.

5. 결론 및 시사점

본 연구는 중소기업의 네트워크 역량과 네트워크 특성이 시장성과와 재무성과에 미치는 영향관계와 시장성과의 매개효과에 대한 실증연구이다. 연구 결과 네트워크 역량은 부분적으로 시장성과와 재무성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났고 네트워크 특성도 부분적으로 시장성과와 재무성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 네트워크 역량과 재무성과 간 영향관계와 네트워크 특성과 재무성과 간 영향관계에서 시장성과는 각각 부분적으로 매개효과가 있는 것으로 나타났다.

구체적인 분석결과로는 첫째, 네트워크 역량은 부분적으로 재무성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 네트워크 역량의 하위요인 중 관계기술과 내부의사소통은 재무성과에 영향을 미치는 것으로 나타났지만 조정과 파트너지식은 재무성과에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

둘째, 네트워크 특성은 강도, 규모, 다양성 모두 재무성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 네트워크 역량은 부분적으로 시장성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 네트워크 역량의 하위요인 중 관계기술과 내부의사소통은 시장성과의 하위요인인 고객성과와 이미지인지도성과에 모두 영향을 미치는 것으로 나타났지만, 조정 및 파트너지식은 고객성과와 이미지인지도성과 모두 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

넷째, 네트워크 특성과 시장성과 간의 관계에서 네트워크 특성은 부분적으로 시장성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 강도는 고객성과와 이미지인지도성과에 모두 영향을 미치는 것으로 나타났고, 규모와 다양성은 고객성과에는 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나 이미지인지도성과에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

다섯째, 네트워크 역량과 재무성과 간의 영향관계에서 시장성과의 매개효과를 살펴보면 고객성과는 조정, 관계기술, 파트너지식, 내부의사소통과 재무성과 간 영향관계에서 모두 매개효과가 없는 것으로 나타난 반면, 이미지인지도성과는 관계기술, 내부의사소통과 재무성과 간 영향관계에서 부분매개효과가 있는 것으로 나타났다.

여섯째, 네트워크 특성과 재무성과 간의 영향관계에서 시장성과의 매개효과를 살펴보면 고객성과는 강도, 규모, 다양성과 재무성과 간 영향관계에서 모두 부분매개효과가 있고 이미지인지도성과는 강도와 재무성과 간의 영향관계에서는 부분매개효과가 있으나 규모, 다양성과 재무성과 간의 영향관계에서는 매개효과가 없는 것으로 나타났다.

본 연구의 학문적인 시사점은 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 그동안 네트워크, 네트워크 역량, 네트워크 특성 등 네트워크 분야에서 다소 혼재되어 사용되어 오던 네트워크의 개념을 체계적으로 정리하여 네트워크 역량과 네트워크 특성으로 구분하여 정리한 점에서 학술적인 가치가 있다고 할 수 있다. 둘째, 본 연구는 기업 성과의 영향요인으로서 네트워크 역량 또는 네트워크 특성 중 어느 한 요인에 대하여 연구해온 선행연구들과는 달리 두 요인을 동시에 고려하여 독립변수로 설정하여 기업 성과와의 영향관계를 실증적으로 분석함으로써 네트워크 역량과 특성이 기업의 성과의 미치는 영향에 대한 통합적인 연구를 시도했다는 점에서 선행연구와 차별화된 시각을 제시하고 있다. 셋째, 네트워크 역량 또는 특성이 주로 기업의 경영성과에 미치는 직접적인 영향관계를 중심으로 연구가 이루어진 대부분의 선행연구들과 달리 본 연구는 재무성과의 선행요인으로 인식되고 있는 시장성과의 매개효과를 분석함으로써 선행연구에 비해 보다 더 세분화되고 차별화된 연구 관점을 제시한 점에서 의미가 있다.

본 연구의 실무적인 시사점은 다음과 같다. 첫째, 중소기업이 경쟁우위를 확보함으로써 지속가능한 사업영위를 위해서 네트워크 역량 강화 뿐 아니라 기업 특성에 맞는 효과적인 네트워크 관리 역시 중요하다는 점을 확인하여 실무적인 시사점을 제공하였다. 둘째, 기존 선행연구들은 기업의 성과를 제고하기 위해서 네트워크의 중요성을 강조한 연구들이 대부분이나 본 연구는 네트워크 역량 강화방안과 네트워크의 강도, 규모, 다양성 확대방안 등 효과적인 네트워크 관리방안까지 제시하였다는 점에서 실무적 가치를 지닌다고 할 수 있다.

본 연구는 앞서 제시한 차별점과 시사점에도 불구하고 다음과 같은 한계가 있으며 이에 대해서는 향후 더욱 더 심층적이고 구체적인 후속연구가 진행될 수 있기를 기대한다. 첫째, 본 연구는 국내 중소기업을 대상으로 한 연구이지만 창업초기기업부터 스타트업, 일반기업, 대기업과 거래하는 협력중소기업, 중견기업 등 중소기업의 성장단

계 또는 기업의 업력, 규모 등에 따라 연구 결과가 다르게 나타날 수 있고 내수기업이나 수출기업, B2B기업과 B2C기업, 산업단지 입주기업과 그렇지 않은 기업 등 기업의 형태에 따라 네트워크 구축 형태나 활용 내용이 다를 수 있으나 이처럼 다양한 기업 여건을 충분히 반영해 연구하지 못한 한계가 있다. 따라서 본 연구를 일반화하기에는 한계점을 가지고 있으며 향후 연구대상을 좀 더 세분화하거나 특정하여 연구한다면 추가적인 시사점이 도출될 수 있을 것이다. 둘째, 본 연구는 대부분의 선행연구와는 달리 기업의 네트워크 역량과 네트워크 특성이 시장성과와 재무성과에 미치는 영향을 동시에 연구한 점에서 차별점이 있으나 네트워크 역량과 네트워크 특성 간 상호관계에 대하여 연구하지 못한 한계가 있다. 향후 네트워크 역량과 특성 간 상호관계까지 연구가 이루어진다면 더욱 더 많은 학문적 시사점과 실무적 시사점을 제공할 수 있을 것으로 기대된다. 셋째, 본 연구는 대부분의 선행연구와는 달리 기업의 네트워크 역량과 네트워크 특성이 재무성과에 미치는 영향관계에서의 시장성과의 매개효과를 실증분석을 시도한 점에서 네트워크 역량과 특성이 각각 재무성과에 미치는 직접적인 영향관계에 치중한 대부분의 기존 선행연구와 차별점이 있으나 보다 다양한 매개변수를 연구하지 못한 한계가 있다. 향후 네트워크 역량과 재무성과 간, 네트워크 특성과 재무성과 간 관계에서 매개효과를 가지는 변수에 대한 보다 다양한 연구가 이루어진다면 더욱 더 많은 학문적 시사점과 실무적 시사점을 제공할 수 있을 것으로 본다.

REFERENCES

- [1] M. Daradkeh, W. Mansoor. (2023). The impact of network orientation and entrepreneurial orientation on startup innovation and performance in emerging economies: The moderating role of strategic flexibility. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 100004.
DOI : 10.1016/j.oiotmc.2023.02.001
- [2] C. H. Lee, S. W. Kim, and D. M. Lee. (2020). The Impact of Absorptive Capacity of SMEs and Venture Firms on R&D Capacity and Technology Commercialization Capacity. *Journal of the Korea Management Engineers Society*, 25(4), 139-155.

- [3] K. Wenke, F. B. Zapkau and C. Schwens. (2021). Too Small to Do It All? A Meta-Analysis on the Relative Relationships of Exploration, Exploitation, and Ambidexterity with SME Performance. *Journal of Business Research*, 132, 653-665. DOI : 10.1016/j.jbusres.2020.10.018
- [4] B. Barringer, and R. D. Ireland. (2019). *Entrepreneurs successfully launching new ventures*. London, UK : Pearson Education Limited.
- [5] V. Gilsing, and B. Nooteboom. (2005). Density and strength of ties in innovation networks: an analysis of multimedia and biotechnology. *European Management Review*, 2(3), 179-197. <https://doi.org/10.1057/palgrave.emr.1500041>
- [6] G. Rampersad, P. Quester, and I. Troshani. (2010). Managing innovation networks: Exploratory evidence from ICT, biotechnology and nanotechnology networks. *Industrial marketing management*, 39(5), 793-805. DOI : 10.1016/j.indmarman.2009.07.002
- [7] S. Tehseen, S. Sajilan, E. Yafi, H. Rehman, and S. Butt. (2019). Does ICT based network competence mediate strategic competency's impact on SME's competitive advantage? An empirical evidence from Malaysian manufacturing SMEs. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(2), 1-15.
- [8] S. Freeman, and S. T. Cavusgil, S. T. (2007). Toward a Typology of Commitment States Among Managers of Born Global Firms: A Study of Accelerated Internationalization. *Journal of International Marketing*, 15(4), 1-40. DOI : 10.1509/jimk.15.4.1
- [9] J. Yang. (2008). *The Impact of Korean and Chinese SMEs' Core Competence and Entrepreneurial Networking Activities on Business Performance*. Ph. D. Dissertation, Soongsil University Graduate School, Seoul.
- [10] H. M. Kim. (2015). *A Study on the Effects of Entrepreneurship's Network Orientation on Business Performance*. Ph. D. Dissertation, Gachon University Graduate School.
- [11] J. H. Won, and D. H. Lee. (2001). Influence of Venture Business Networking Activities on Business Performance. *Entrepreneurship and Venture Research*, 4(1), 35-62.
- [12] A. Rickne. (2001). *Assessing the functionality of an innovation system*. Goteborg, Chalmers University of Technology.
- [13] P. Wickham. (2004). *Strategic Entrepreneurship: A Decision-Making Approach to New Venture Creation*. FT Prentice Hall: London.
- [14] S. K. Lee, and K. R. Lee. (2004). Impacts of Networks on Innovative Results of Korean Corporations. *Technology Innovation Research*, 12(3), 25-47.
- [15] J. Y. Kim. (2008). *Empirical studies on the determinants of the demand for industrial networks and their effects on firm performance*. Ph. D. Dissertation, Hanyang University Graduate School, Seoul.
- [16] N. J. Foss, M. Andersson, M. Henrekson, S. Jack, M. Stenkula, K. Thorburn, I. Zander. (2023). Sarasvathy: Recipient of the 2022 Global Award for Entrepreneurship Research, *Small Business Economics*, 61, 1-10.
- [17] Y. S. Yoon, M. H. Kang, and S. M. Park. (2009). *External Network for Improving Corporate Competitiveness*. Issue Paper, Samsung Economic Research Institute.
- [18] T. Ritter, and H. G. Gemunden. (2003). Network competence: Its impact on innovation success and its antecedents. *Journal of Business Research*, 56(9), 745-755. DOI : 10.1016/S0148-2963(01)00259-4
- [19] C. Lechner, and M. Dowling. (2003). Firm networks: external relationships as sources for the growth and competitiveness of entrepreneurial firms. *Entrepreneurship & Regional Development*, 15(1), 1-26. DOI : 10.1080/08985620210159220
- [20] A. Walter, M. Auer, and T. Ritter. (2006). The impact of network capabilities and entrepreneurial orientation on university spin-off performance. *Journal of business venturing*, 21(4), 541-567.
- [21] Z. Jian, and C. Wang. (2013). The impacts of network competence, knowledge sharing on service innovation performance: Moderating role of relationship quality. In *LISS 2012*, 569-576, Springer Berlin Heidelberg.
- [22] B. Kenny, and J. Fahy. (2013). The role of tie

- strength, relational capability and trust in the international performance of high tech SMEs. *The IMP Journal*, 7(3), 188-203.
<https://www.researchgate.net/publication/260025345>
- [23] K. M. Bengesi, and I. Le Roux. (2014). The influence of dimensions of networking capability in small and medium enterprise performance. *International Journal of Business and Social Science*, 5(2), 189-200.
- [24] R. Zacca, M. Dayan, and T. Ahrens. (2015). Impact of network capability on small business performance. *Management Decision*, 53(1), 2-23.
- [25] R. Kamasak. (2017). The contribution of tangible and intangible resources, and capabilities to a firm's profitability and market performance. *European Journal of Management and Business Economics*, 26(2), 252-275.
- [26] M. S. Freel. (2003). Sectoral patterns of small firm innovation, networking and proximity. *Research Policy*, 32(5), 751-770.
 DOI : 10.1016/S0048-7333(02)00084-7
- [27] M. Acquaaah. (2012). Social networking relationships, firm-specific managerial experience and firm performance in a transition economy: A comparative analysis of family owned and nonfamily firms. *Strategic Management Journal*, 33(10), 1215-1228. DOI : 10.1002/smj.1973
- [28] G. E. Choi. (2022). *The Structural Relationship among Technology Entrepreneur's Social Network, Informal Learning, Individual Absorptive Capacity and Entrepreneurial Resilience and the Moderating Effect of Environmental Uncertainty*. Seoul National University Graduate School.
<http://www-riss-kr.libproxy.dju.ac.kr/link?id=T16161476>
- [29] L. A. Renzulli, H. Aldrich, and J. Moody. (2000). Family matters: Gender, networks, and entrepreneurial outcomes. *Social Forces*, 79(2), 523-546. DOI : 10.1093/sf/79.2.523
- [30] B. R. Koka, and J. E. Prescott. (2002). Strategic alliances as social capital: a multidimensional view. *Strategic Management Journal*, 23(9), 795-816. DOI : 10.1002/smj.252
- [31] B. Schneider, P. J. Hanges, D. B. Smith, and A. N. Salvaggio. (2003). Which comes first employee attitudes or organizational financial and market performance. *Journal of applied psychology*, 88(5), 836-851.
 DOI : 10.1037/0021-9010.88.5.836
- [32] S. H. Ko, W. J. Yoo, and Y. B. Lee. (2013). Empirical Study on the Structural Relationship between Competition Strategy and Management Performance of Small and Medium Venture Businesses. *Korea Productivity Society*, 27(1), 225-260.
- [33] J. H. Lee, and D. M. Lee. (2023). The Effect of Mentoring Function on Management Performance of Start-up Companies: Focusing on Entrepreneurial Alertness, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 18(5), 45-61.
 DOI : 10.16972/apjbve.18.5.202310.45
- [34] Y. H. Lee, and Y. J. Song. (2019). A Study on the Impact of Government Support Funds on Business Performance of Venture Companies: Focusing on the Mediating Effect of Internal Capability and the Interaction Effect of Corporate Growth Stages. *Venture Startup Research*, 14(2), 31-46.
- [35] T. Yoon, and D. Lee. (2021). A Study on the Effect of Representative Competency of SMEs on Accounts Receivable Management and Management Performance, *Journal of Digital Convergence*, 19(1), 107-115.
 DOI : 10.14400/JDC.2021.19.1.107
- [36] K. W. Lee. (2010). *The Intensity and Diversity of Venture Business Network Exchanges on Business Performance: Mediating Effects of Technological Innovation and New Product Development*. Ph. D. Dissertation, Seoul Venture Information Graduate School.
- [37] R. Reagans, and B. McEvily. (2003). Network structure and knowledge transfer: The effects of cohesion and range. *Administrative Science Quarterly*, 48(2), 240-267.
 DOI : 10.2307/3556658
- [38] J. A. Baum, S. X. Li, and J. M. Usher. (2000). Making the next move: How experiential and vicarious learning shape the locations of chains' acquisitions. *Administrative Science Quarterly*, 45(4), 766-801.

DOI : 10.2307/2667019

[39] S. H. Koh. (2011). *Empirical Study on the Structural Relationship between Competition Strategy and Business Performance of Small and Medium Venture Businesses*. Ph. D. Dissertation, Konkuk University Graduate School, Seoul.

[40] S. A. Zahra, and W. C. Bogner. (2000). Technology strategy and software new ventures' performance: Exploring the moderating effect of the competitive environment. *Journal of business venturing*, 15(2), 135-173.
DOI : 10.1016/S0883-9026(98)00009-3

[41] M. Y. Kwon. (2010). *Influence of Entrepreneur Characteristics, Technology Ability and Network Characteristics on the Performance of Technology Startups*. Ph. D. dissertation, Pusan National University Graduate School.

[42] D. C. Seol. (2021). *Influence of Small and Medium Venture Business Technology Innovation Capability and Network Capability on Employment Performance and Business Performance*. Ph. D. dissertation, Pusan National University Graduate School.

[43] E. K. Park. (2013). *The Effects of Entrepreneurial Orientation and Network Competence on Internationalization Performance of Korean Firms*. Ph. D. dissertation, Chonnam National University Graduate School.

[44] Y. M. Ganjeh, N. Khani, and A. A. Tabriz. (2020). The relationship between networking capability and commercialisation performance by considering the role of dimensions of network structure. *International Journal of Business Innovation and Research*, 22(1), 47-68.
DOI : 10.1504/IJBIR.2020.107087

[45] D. Y. Jeong, and K. H. Noh. (2010). Influence of Entrepreneur's Self-Efficacy and Network Type on Performance of New and Growing Companies. *Journal of the Korean Society of Business Administration*, 23(1), 385-403.

[46] J. Y. Choi. (2010). Influence of Network Characteristics of Technology Startups on Firm Performance: Focusing on Incubation Center Companies. *Entrepreneurship and Venture Research*, 13(4), 87-108.

[47] T. H. Choi. (2016). *The Effects of Small Workers' Psychological Characteristics, Environmental Uncertainty, and Industrial Cluster Characteristics on Business Performance: The Mediating Effect of Network and Cooperation*. Ph. D. Dissertation, Seoul Venture University.

[48] K. Y. Hwang. (2005). A study on the relationship between the environment, market orientation and performance of venture companies. *Venture Management Research*, 8(1), 89-116.

[49] A. Yusuf, and K. Saffu, K. (2009). Planning practices, strategy types and firm performance in the Arabian Gulf region. *Education, business and society: Contemporary Middle Eastern issues*, 2(3), 203-217.

배 상 완(Sang-Wan Bae)

[정회원]



- 2022년 8월 : 건국대학교 대학원 경영공학박사
- 1992년 12월~현재 : 신용보증기금 부장
- 2023년 9월~현재 : 건국대학교 산업융합학과 겸임교수

- 관심분야 : 창업지원, e-비즈니스
- E-Mail : crediman@naver.com

이 동 명(Dong-Myung Lee)

[정회원]



- 2009년 7월 : (英)리버풀대학교 경영학 박사
- 2012년 3월~현재 : 건국대학교 산업융합학과 교수

- 관심분야 : 전략경영, e-비즈니스
- E-Mail : dmlee@konkuk.ac.kr