

글로벌 기업가정신과 공급사슬 내 사회적 자본이 수출성과에 미치는 영향

윤현덕(송실대학교 벤처중소기업학과)*

곽기영(송실대학교 벤처중소기업학과)**

서리빈(송실대학교 창업경영연구소)***

국 문 요 약

기업 간 경쟁이 기업군(群) 간 경쟁으로 전환되고 있는 경영환경 하에서 글로벌 공급사슬관리는 대기업에 비해 해외시장개척 능력과 자원이 상대적으로 부족한 중소기업에게 중요한 관리활동으로 인식되고 있다. 이에 본 연구는 중소기업과 글로벌 공급사슬파트너 간의 관계적 특성을 사회적 자본의 관점에서 파악하고 글로벌 기업가정신과 함께 수출성과에 미치는 구조적 영향관계를 검증하기 위해 수행되었다. 선행연구에 대한 이론적 배경을 토대로 사회적 자본과 글로벌 기업가정신을 조작적 정의, 측정문항을 개발하여 (사)글로벌 최고경영자클럽과 (사)한국중견기업연합회에 등록된 회원사 중 우수 해외진출 중소기업을 모집단으로 설문조사를 실시하였다. 그리고 수거된 총 192부의 개별응답을 표본집단으로 설정하여 통계분석에 적용하였다.

다중회귀분석 결과, 사회적 자본의 하위변수인 네트워크, 신뢰, 호혜적 규범과 글로벌 기업가정신의 하위변수인 혁신성, 진취성, 위험감수성은 주관적·재무적 수출성과에 모두 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 중소기업의 글로벌 기업가정신은 공급사슬파트너와의 사회적 자본 형성에 긍정적인 영향을 미치며, 다시 사회적 자본은 글로벌 기업가정신과 수출성과의 영향관계에서 부분적으로 매개효과가 존재하는 것으로 나타났다. 이상의 연구결과는 글로벌 시장 확대와 고객욕구 다양화에 따라 해외시장의 불확실성이 높아지는 상황에서 수출성과를 창출하기 위해선 장기적 관점에서 공급사슬파트너와의 사회적 자본 요소의 개발을 위한 노력과 투자가 필요함을 의미한다. 또한 해외시장에서 자원의 생산적 이동과 사업적 기회의 발견을 위해 요구되는 글로벌 기업가정신의 함양이 공급사슬 내 사회적 자본의 형성에 도움을 주며 공동의 목표를 달성하는데 중요한 요인임을 시사한다.

핵심주제어: 글로벌 공급사슬관리, 사회적 자본, 글로벌 기업가정신, 수출성과, 국제경영

1. 서론

오늘날의 국제경영환경 하에서 더 이상 자원 접근성이 용이한 대기업만이 해외진출을 성공적으로 수행할 수 있다는 인식보다는 자원이 부족한 중소기업에게도 해외진출은 중요한 전략적 활동으로 받아들여지고 있다(Wright et al., 2007). 중소기업은 해외진출을 통해 자국시장의 높은 경쟁강도를 회피하고 시장다각화로 급변하는 경영환경에 대처하여 보다 광범위한 사업적 기회를 실현할 수 있기 때문이다(Oviatt & McDougall, 2005a). 즉, 기업의 지속가능한 성장과 발전을 도모하고 시장유연성 및 경쟁력을 확보할 수 있다는 점에서 중소기업 해외진출의 중요성이 강조된다. 중소기업의 국제시장 진출의 일환으로서 수출촉진에 관한 연구와 함께 수출성과에 영향을 미치는 요인을 규명하려는 연구가 활발히 진행되어

왔으나, 주로 자원기반관점에서 조직역량 및 경영특성이 수출성과에 미치는 영향을 분석하고 있어, 신생기업 및 소규모에 따른 불리함으로 해외수출에 필요한 모든 역량과 자원을 보유하기 어려운 중소기업에게 그 결과를 그대로 적용하기에는 한계가 있다(Westhead et al., 2001).

이에 따라 해외시장에서 다년간 사업기반을 쌓아온 현지업체와 네트워크 또는 전략적 제휴를 맺고 수출에 필요한 자원과 정보를 공유하는 협력적 해외수출이 중요한 경영과제로 인식되고 있으며, 대기업과 비교하여 상대적으로 거래량이 적은 중소기업에게 해외수출의 성과제고를 위한 글로벌 공급사슬관리(global supply chain management)가 각광받고 있다(Mentzer et al. 2006). 이미 다국적기업을 중심으로 공급사슬관리의 활동범위를 해외시장으로 확장하여 글로벌 공급사슬

* 교신저자, 송실대학교 벤처중소기업학과 교수, hdyun@ssu.ac.kr.

** 제1저자, 송실대학교 벤처중소기업학과 박사과정, kykwak@bokuk.co.kr.

*** 제2저자, 송실대학교 창업경영연구소 연구원, ribinseo@ssu.ac.kr.

· 투고일: 2012-07-28 · 게재확정일: 2012-09-03

관리를 도입하고 있으며, 이는 수출이 국가경제성장에서 차지하는 비중이 높은 우리나라에서는 더욱 전략적 경영방식으로 인식할 필요가 있다. 이와 관련하여 해외에서는 급변하는 국제시장에서 해외협력업체와의 공급사슬이 운송, 생산, 유통, 판매에 이르는 프로세스 상에서 공동의 목적을 달성하는데 미치는 긍정적인 영향을 규명하는 연구들이 활발히 진행되고 있다(Gardner et al., 1994; Lambert et al., 1999; Fynes et al., 2004; Meixell & Gargeya, 2005). 선행연구에서는 공동의 경영목표를 달성하기 위한 공급사슬파트너와의 신뢰 및 네트워크 지향적 협업 활동이 공급사슬을 구성하는 주체들의 적극적인 참여를 유도하고 협력성과의 증대에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 보고된다(Kwon & Suh, 2005). 즉, 위험부담능력과 수출역량 및 자원이 부족한 중소기업은 해외시장에서 유통, 마케팅, 판매와 같은 가치사슬 상의 지원적 경영활동을 수행할 여력이 없기 때문에 전략적 제휴를 맺은 협력업체를 통해 이를 해결하려는 동기를 갖고 있다(Eisenhardt & Schoonhoven, 1996; Teece et al., 1997).

이와 관련하여 협력기업과 공유하는 네트워크, 신뢰, 규범으로 대변되는 사회적 자본(social capital)은 진출하려는 해외시장에 산재되어 있는 자원, 정보 및 지식, 시장, 기술에 접근할 수 있는 자본요소라는 점에서 관계적 특성에 대한 통합적 관점을 제공할 것으로 고려될 수 있다. 그러나 사회적 자본과 중소기업의 경영성과를 살펴보는 연구는 일부에 불과하며, 이마저 사회적 자본의 다양한 측면을 통합적으로 고려하지 못하고(Chetty & Agndal, 2007), 주로 협력 네트워크 관점에서만 접근되고 있다. 특히 중소기업이 내재적 한계를 극복하고 해외진출을 추진, 수출성과를 제고하기 위한 전략적 과제로서 글로벌 공급사슬관리에 대한 논의가 구체화되고 있는 현 시점에서, 공급사슬파트너와의 관계적 특성을 일관적이고 체계적으로 정립한 연구는 찾아보기 어렵고(이태희, 2012), 일반적으로 연구목적에 따라 다양한 관계요인들을 제시하고 있다. 본 연구에서는 공급사슬파트너와의 유대관계가 성과에 유의한 영향을 미친다는 선행연구를 근거로(Min et al., 2008), 이들과의 관계적 특성을 사회적 자본의 관점에서 접근하여 기업차원에서 해외수출을 위한 글로벌 공급사슬에서 장기적인 협력관계를 유지하기 위해 관심을 기울여야 할 활동적 노력이 무엇인지를 살펴보고자 한다.

사회적 자본이 수출성과에 미치는 영향검증과는 별도로, 중소기업과 공급사슬파트너 간 사회적 자본의 형성에 영향을 미치는 요인이 무엇인지를 규명하는 것도 중요한 연구주제가 될 수 있다(Westlund & Bolton, 2003; Chen et al., 2007). 해외시장에 재화와 서비스를 제공하기 위해선 기업가가 해외시장 개척에 따른 투자위험을 감수하고 급변하는 시장에 능동적으로 대응할 수 있는 높은 혁신성과 진취성이 요구된다(Lumpkin & Dess, 1996; Slater & Narver, 1995). 이와 같은 행동양식에 관한 글로벌 기업가정신은 주로 수출성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 보고되며(Dimitratos et al., 2004; Oviatt & McDougall, 2005a; Yuan et al., 2008), 높은 수준의

글로벌 기업가정신을 함양한 기업일수록 새로운 성장원동력을 발굴하고 조직성과와 목표를 달성하기 위해 진출가능한 해외시장 탐색과 해외협력업체와의 관계구출을 적극적으로 추진한다(Aldrich & Zimmer, 1986; Lee et al., 2001; Chen et al., 2007). 이러한 관점에서 해외연구는 기업가정신이 기업간 사회적 자본의 형성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 보고하고 있다(Lian & Santos, 2007; Stam & Elfring, 2008). 이와는 달리 국내연구는 주로 수출성과에 영향을 미치는 요소로서 조직특성 및 역량, 그리고 기업내부에 축적된 물리적 자산의 활용에만 집중되어 있다는 점과 네트워크의 구조적·양적 특성만을 고려하여 협력파트너와의 관계적·질적 특성을 반영하지 못하여 그 중요성을 설명하기 어렵다는 점에서 학문적 한계를 보완할 필요가 있다.

이에 따라 본 연구는 중소기업의 해외수출을 위한 공급사슬 관리에서, 조달·생산·유통·판매제휴를 맺은 해외협력업체를 공급사슬파트너로 규정하고, 이들과의 관계적 특성을 사회적 자본으로 분석한 후 수출성과에 미치는 영향을 파악하고자 한다. 또한 선행연구에서 규명된 글로벌 기업가정신과 수출성과의 영향관계를 재조명하고, 투입-산출-결과의 관점에서 과연 글로벌 기업가정신이 사회적 자본의 형성에 어떠한 영향을 미칠 것인지 분석함으로써 글로벌 공급사슬관리의 성과제고를 위한 구조적 영향관계를 파악하고자 한다. 이러한 연구결과는 기존의 해외진출을 실시한 또는 추진하려는 중소기업이 수출성과를 증대시키기 위해서 공급사슬파트너와 어떠한 관계적 자본요소를 개발해야 하며, 기업가정신의 역할과 기능에 대한 이해를 도모하는데 기여할 것으로 판단된다.

II. 이론적 배경과 가설설정

2.1 글로벌 공급사슬관리와 사회적 자본

현대의 기업경영에서 공급사슬관리의 중요성이 부각되는 이유는 기업생산과정 이외에서 발생하는 부가가치의 60% 이상이 공급사슬 상에서 발생하기 때문이다(이신규, 2006). 따라서 기업은 막대한 투자비용이 소요되는 기술개발 및 생산시설보다는 상대적으로 저비용, 고효율의 성과를 기대할 수 있는 공급사슬관리의 개선에 관심을 기울이고 있다(Fynes et al., 2004). 더욱이 기업경영의 글로벌화에 따라, 구매, 제조, 유통, 판매 등을 각각 별개의 기능으로 분류하는 전통적인 경영관리모형 보다는 공급사슬전체를 단일적 기업군으로 간주하는 공급사슬의 합리적 계획 수립 및 조정 시스템 구축은 지역적, 물리적 한계를 극복하는 방안으로서 강조되고 있다. 공급사슬관리의 활동영역을 국외적으로 확장시킨 개념인 글로벌 공급사슬관리는 외부조달과 판매, 고객과의 상호작용을 통한 요구충족, 정보공유 및 리드타임 단축, 재고 및 물류비용 감소 등에 전략적으로 대응하기 위해 필요하다(Meixell & Gargeya, 2005; 김창봉, 2005).

기업경영관리가 글로벌화되고 복잡해짐에 따라 기업은 내부적으로 담당해온 관리기능을 외부로 확장하고 있으며, 이와 함께 공급사슬 내에 공존하는 협력업체와의 파트너십 형성과 강화가 공급사슬관리의 핵심요인으로 논의되어 왔다(김창봉, 2009). 공급사슬파트너십에 대해서 Gardner et al.(1994)은 두 기업이 긴밀한 조정과 이해를 바탕으로 하나의 기업처럼 활동하며, 일정 기간 동안 약정된 사항에 대하여 상호 호혜적이고 지속적인 관계를 유지, 정보-위험-보상을 공유하는 관계로 설명하였다. 구자열·조성원(2002)은 공급사슬 내 협력업체 간에 원칙에 입각한 협상 및 주기적인 의사교환을 통해 상호 이익을 추구하여야만 장기적이고 지속적인 거래가 이루어질 수 있다고 지적하였다. 따라서 공급사슬 내 협력업체와의 상호작용을 통해 형성된 장기적이고 지속적인 파트너십은 기업의 효율적인 해외진출 성과에 유의한 영향을 미치는 요인으로 파악된다.

이와 같이 공급사슬파트너와의 관계적 특성이 경쟁우위의 원천으로 작용할 수 있는 중요한 분석대상임에도 불구하고, 이에 대한 연구접근은 주로 공급사슬통합, 고객대응성 및 만족도, 공급적시성, 공급일정관리 등과 같이 내부적 기업경영 차원에서 논의가 이루어져왔다(Kwon & Suh, 2005). 그러나 해외시장에서 중소기업의 경영활동은 현지업체와 글로벌 공급사슬체계의 구축을 요구하며, 이들과의 네트워크, 신뢰, 호혜적 규범의 질적 수준은 수출성장에 지대한 영향을 미친다(김창봉·권승하, 2011). 공급사슬파트너와의 경영계획 및 정보교관, 신뢰수준, 위험과 책임의 공유, 공동운영체제 수립, 계약유형 및 규범강도, 상호 호혜적 규범 및 의존성 등은 중소기업의 부족한 해외진출자원과 역량을 보완하는 효과적인 수단으로 작용하기 때문이다(Lambert et al., 1999). 따라서 수출기업은 글로벌 공급사슬파트너와의 네트워크를 개발하고, 상호의 경영목표달성에 도움을 줄 수 있는 영역을 탐색하며, 원활한 협력활동이 발생하도록 신뢰를 구축하기 위해 노력해야 한다. 이러한 측면에서 ‘경제주체가 특정한 목적을 달성하기 위해 자신의 사회적 유대관계를 활용하여 접근, 동원할 수 있는 무형적 자원’인 사회적 자본(social capital)은 해외수출기업과 글로벌 공급사슬파트너 간의 구조적·관계적 특성을 통합적으로 분석하는 유용한 관점을 제공할 것으로 판단된다(Lin et al., 2001; Krause et al., 2007).

경제주체들 간의 신뢰와 지원관계에 의해 형성되는 사회적 자본은 네트워크로 연결된 개인 또는 조직 간에 공유된 유대관계가 경쟁우위 원천으로 작용할 때 형성되는 것으로 본다(이영찬 외, 2009). Lin et al.(2001)은 사회적 자본이 사회구조적 네트워크 내에 존재하는 무형적 자산이며, 시장에서의 일정한 보상과 목표달성을 위해 사회적 자본에 기반한 관계형성에 투자를 실시한다고 주장하였다. 사회적 자본을 ‘네트워크(network), 규범(norm), 그리고 신뢰(trust)와 같이, 상호적 이익을 위한 협력과 협동을 용이하게 하는 사회구조적 특성’으로 정의한 Putnam(1993)은 사회적 자본이 물적 및 인적자본에 대한 투자이익을 증대시키며, 기업 간 거래비용을 낮추고 정

보와 혁신을 촉진하기 때문에 사회적 자본이 기업의 재무자본으로 인식될 수 있다고 보았다. Walker et al.(1997)은 사회적 자본이 새로운 관계구축을 통한 네트워크 형성에 영향을 미치며, 조직 환경에 적합한 협력 네트워크 창출에 도움을 준다고 주장한다.

이러한 사회적 자본의 형성과 활용전략이 자원이 부족하고 혁신의 범위가 좁은 중소기업에게 중요한 이유는 (1) 이를 통해 기업가적 기회(entrepreneurial opportunity)의 주요 요소인 혁신자원에 수월히 접근할 수 있고, (2) 제품 및 기술혁신을 위한 정보와 지식의 새로운 활용을 촉진하며, (3) 신뢰에 근거한 협력적 활동이 신생기업의 성장과 경제적 성과를 촉진하는데 효과적이기 때문이다(Florin et al., 2003; Adler & Kwon, 2002). 또한 공급사슬과 같은 전략적 제휴에서 형성된 사회적 자본에 기반한 기업들은 상호신뢰와 이해를 바탕으로 불필요한 자원 투입과 비용을 줄임으로써 공동의 목표와 성과를 달성하도록 협력적 경영활동을 전개하는데 효과적인 것으로 보고된다(Burt, 2000). Nahapiet & Ghoshal(1998)은 조직구성원들 간의 구조적, 관계적, 인지적 차원의 사회적 자본이 지적자본의 결합과 교환을 유발하여 새로운 지적자본의 창출에 긍정적인 영향을 미침을 개념적으로 제시하고 있다.

글로벌 공급사슬관리와 사회적 자본에 관한 이상의 논의를 종합해보면, 해외수출기업과 글로벌 공급사슬파트너의 구조적·관계적 특성을 파악함에 있어, 네트워크, 신뢰 및 호혜적 규범으로 대변되는 사회적 자본은 유용한 통합적 분석관점을 제공할 것으로 판단된다. 기업 간 네트워크 개념이 내포되어 있는 공급사슬관리에 관한 선행연구에서도 신뢰와 호혜성은 파트너십의 형성과 강화 또는 공급사슬관리 성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 보고되고 있으며(Maloni & Benton, 1997; Vickery et al., 2003; Fynes et al., 2003; Mentzer et al., 2006; 이만상 외, 2007; 김창봉·권승하, 2011), 이는 앞서 살펴본 사회적 자본의 하위요인과 동일한 개념으로 파악된다. 그럼에도 불구하고 공급사슬관리와 사회적 자본은 독립적인 연구로 진행되어 왔고, 사회적 자본을 통해 공급사슬파트너와의 관계적 특성을 접근한 연구는 거의 찾아볼 수 없다(Krause et al., 2007). 이에 따라 본 연구에서는 중소기업의 공급사슬 내 해외협력업체를 글로벌 공급사슬파트너로 규정하고, 이들 간의 관계에서 형성·공유된 사회적 자본이 수출성장에 미치는 영향을 규명하고자 한다. 그 결과는 중소기업의 적극적인 해외진출과 수출을 요구하는 국제경영환경 하에서 공급사슬과 사회적 자본의 통합적 접근을 통한 실무적인 시사점을 논의할 수 있는 토대를 제공할 것으로 판단된다.

2.2 사회적 자본과 수출성과

사회적 자본에 관한 연구는 주로 사회학 및 정치학 분야에서 경제개발이론 또는 윤리적 및 사회적 책임에 관한 주제로 다루어져 왔으나, 최근에는 이에 대한 경영학 관점의 연구흐

름이 가시화되면서 기업경영 측면에서 사회적 자본을 탐구하는 개념적 및 실증적 연구들이 진행되고 있다. 사회적 자본에 관한 대표적인 연구로서, Nahapiet & Ghoshal(1998)은 기업 간 관계에서 축적된 사회적 자본이 지식획득을 촉진하고 신제품 개발과 기술 차별화 및 비용절감을 이루어 기업성장에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. Adler & Kwon(2002)은 사회적 자본이 조직 구성원의 경력과 경영자의 보수에 영향을 미치고, 부서 내 자원의 교환과 제품 혁신을 촉진, 기업가정신을 촉진하는 효과가 있다고 주장하였다. Tsai & Ghoshal(1998)은 자원의 교환 및 결합에 영향을 미치는 사회적 자본과 혁신성과의 관계를 연구모형으로 제시하였다. 그러나 기업의 사회적 자본을 다루는 연구는 주로 사회적 자본과 혁신성의 관계를 다루고 있으며(Fountain, 1998; Landry et al., 2002), 조사대상의 초점 역시 기업내부 수준에 머무르고 있다. 또한 국내연구들도 주로 개념적 또는 이론적 논의수준에 머무르고 있을 뿐만 아니라, 사회적 자본과 경영성애에 관한 실증연구 역시 노사관계 또는 인적자원개발과 관련된 주제를 다루고 있어 연구대상이 기업 내부의 구성원 또는 조직 수준에 한정되어 있다(이영찬 외, 2009).

이상과 같이, 기업 간 사회적 자본에 관한 연구는 찾아보기 어려우나, 전략적 제휴의 성공은 공동의 목표를 달성하기 위한 유무형 자원의 상호 공유와 이해에 달려 있다는 점에서 기업 간 사회적 자본은 중요한 연구주제로 이해되어야 한다. 이러한 측면에서 해외의 선행연구들은 협력 네트워크로 맺어진 사업 파트너와의 구조적 및 관계적 차원에 사회적 자본 이론을 적용하여 기업의 목표달성에 미치는 영향을 검증하고 있다. Eisenhardt & Schoonhoven(1996)은 상대적으로 불리한 위치에 있는 신생 벤처기업들은 기업 간 전략적 제휴를 통해 얻을 수 있는 자원으로 기업성장을 촉진시킬 수 있음을 밝히고 있어, 협력 네트워크에 내재되어 있는 사회적 자본이 새로운 경영자원으로서 기업성애에 미치는 긍정적인 영향을 추론할 수 있다. 전략적 제휴와 같은 공급사슬파트너십은 고객 또는 유통채널이 되는 경우가 많기 때문에 기업의 시장 지배력을 개선시켜주며 현지시장의 특수자원을 확보하는 통로로 작용함으로써 Teece et al., 1996), 현지시장의 협력 파트너는 기업에게 성공적인 해외수출에 필요한 자원에 접근할 수 있는 수단을 제공할 뿐 아니라, 기업이 자원을 신속하게 획득하도록 함으로써 선발기업의 이점을 누릴 수 있도록 한다(Mitchell & Singh, 1996). 또한 마케팅, 물류, 판매 분야에서 현지업체와의 글로벌 공급사슬구축은 수출기업에게 투입자원을 낮추고, 위험을 공유, 경쟁력 구축에 필요한 시간을 단축하는데 효과적인 것으로 보고된다(Min et al., 2008).

선행연구에서 공통적으로 중요하게 다루고 있는 사회적 자본의 하위요인인 네트워크, 신뢰, 규범이 수출성애에 미치는 영향을 추론하면 다음과 같다.

우선, 글로벌 공급사슬파트너와의 네트워크는 진출국의 시장 및 산업환경에 관한 정보의 확산과 공유를 가능하게 한다(Krause et al., 2007). 일반적으로 중소기업은 해외고객의 욕

<표 1> 사회적 자본의 구성요소

연구자	구성요소	공통요소
Bourdieu (1986)	네트워크, 호혜적 규범	네트워크, 신뢰, 호혜적 규범
Coleman(1990)	신뢰, 호혜적 규범	
Putnam(1993)	신뢰, 호혜적 규범, 네트워크	
Fukuyama(1995)	신뢰, 호혜적 규범	
Mattessich & Monsey(1997)	신뢰, 규범, 네트워크	
Nahapiet & Ghoshal(1998)	호혜적 규범, 네트워크	
Lin et al.(2001)	신뢰, 호혜적 규범, 네트워크	

구, 법적 규제, 사회·문화적 관습을 반영한 제품과 서비스를 생산하기에는 일반적으로 현지시장에 대한 정보를 수집하는데 어려움을 겪게 된다. 기업 간 네트워크는 정보교환을 유도하여 필요한 정보가 무엇인지(know-how) 뿐 아니라 정보를 누가 갖고 있는지(know-who)를 탐색하는데 수반되는 비용을 낮추는데 효과적이다(Chen et al., 2007). 또한 네트워크는 해외진출의 보완적 자산인 수출역량을 공유하는데 효과적이다(Lee et al., 2001). 현지유통망 또는 판매망을 구축하기 위해 많은 인적 및 금융자본을 투입할 필요 없이, 그러한 역량과 자원을 보유한 해외협력업체와의 공급사슬체계를 구축하면 신속한 진출이 가능하다. 그러나 이와 같이 전략적 제휴를 통한 자원 및 정보의 교환은 상호간에 신뢰가 없을 경우 작동하지 않으며, 신뢰를 창출하기 위해선 지속적이고 반복적인 협력활동이 필요하다(Koka & Prescott, 2002).

둘째, 기업 간 신뢰 수준이 높아질수록 부정행위 또는 계약 불이행에 대한 모니터링 비용이 줄어들고 서면계약의 필요성이 낮아짐에 따라 기업이 다른 목적을 위해 시간과 자원을 사용할 수 있도록 만든다(Fukuyama, 1995). 반대로, 상호 간에 신뢰가 없다면 주체들 간의 관계에 있어서 정보가 원활히 전달되지 못하고 기회주의적 행동을 추구하게 되어 도덕적 위험 및 역(逆)선택의 손실이 나타나며, 이러한 문제를 해결하기 위해 협상비용이 발생하게 된다(Burt, 2000). 따라서 긴밀하고 자발적인 협력관계를 유지하기 위해선 상대방에 대한 높은 신뢰가 필요하며, 이는 해외수출에 대한 투자위험을 해외협력업체와 공유·분산하는데 도움을 준다.

셋째, 규범은 기업 간 행동양식을 형성하는데 중요한 역할을 한다(Adler & Kwon, 2002). 전략적 제휴와 같은 협력 네트워크에서 기업은 자신이 상대방에게 기대한 이익만큼 행동할 것 원한다. 반면, 규범이 높은 기업 간에는, 설령 현재 시점에서 교환된 정보 및 자원의 양이 동일하지 않더라도 미래에 회수 또는 보상할 수 있다는 기대가 높기 때문에, 각자의 목표달성에 필요한 지원적 활동에 제한을 두지 않는다. 이러한 규범의 특성을 호혜성이라고 하며, 협력을 강화하는 요인으로 작용한다(Fountain, 1998). 호혜성은 사회적 자본의 생산적 요소로서, 규범이 통용되는 관계에서 기회주의적 행동으로 야기되는 문제를 효율적으로 억제할 수 있고, 상대를 부당하게 이용하지 않고 목표와 보상을 달성할 수 있을 것이라는 확신의 기반이 된다(Westlund & Bolton, 2003).

이상과 같이 사회적 자본에 관한 선행연구를 바탕으로 사회적 자본과 해외수출의 연관성을 이론적으로 고찰해본 결과, 유의한 영향관계를 추론할 수 있다. 즉, 글로벌 공급사슬파트

너와의 협력 네트워크 또는 전략적 제휴에 내재되어 있는 사회적 자본은 중소기업에게 새로운 시장에 산재되어 있는 자원, 정보, 지식, 시장, 기술, 문화 등에 접근할 수 있는 통로와 해외시장에서 겪게 될 경영상의 문제를 효율적으로 해결하기 위한 수단을 제공하므로 이에 대한 학문적 연구의 중요성이 대두된다. 또한 사회적 자본 이론은 중소기업이 겪게 되는 경영상의 어려움을 개선하는데 필요한 역량으로 주목받았으나, 변수 측정의 어려움과 같은 다양한 상황적 여건으로 인하여 대부분 이론을 정리한 수준, 또는 이를 배경으로 연구 제안을 수립하거나 사례연구를 통해서 확인한 경우가 대부분이다. 따라서 실증분석을 통해 사회적 자본이 수출성장에 미치는 영향을 규명할 필요가 있다. 본 연구는 중소기업이 글로벌 공급사슬파트너와 구축한 사회적 자본, 즉 이들이 보유한 자원의 교환 및 결합 정도를 결정짓는 상호적 네트워크, 신뢰 및 규범 수준이 수출성장에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설을 다음과 같이 수립하고자 한다.

가설1. 중소기업과 글로벌 공급사슬파트너 간의 사회적 자본은 수출성장에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-1. 중소기업과 글로벌 공급사슬파트너 간의 네트워크는 수출성장에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-2. 중소기업과 글로벌 공급사슬파트너 간의 신뢰는 수출성장에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-3. 중소기업과 글로벌 공급사슬파트너 간의 호혜적 규범은 수출성장에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.3 글로벌 기업가정신과 수출성파

내수시장의 포화로 인한 한계, 국내시장의 글로벌 경쟁의 심화, 정보기술의 발달로 해외진출 비용의 감소, 성장기의 확장을 통한 추가적인 이익확보 등 다양한 동기를 가지고 해외시장에 진출하는 중소기업이 많아지고 있으나, 이러한 외부적 동기만을 가지고 해외시장에서의 성공은 보장될 수 없다. 이에 따라 중소기업의 신속하고 활발한 해외진출과 이에 따른 성과창출을 설명하는 기업 내부적 요인에 관한 연구들이 진행되어 왔으며, 이러한 연구흐름에서 기업가정신은 해외진출에 긍정적인 영향을 미치는 핵심요인으로 보고된다(Lumpkin & Dess, 1996; Dimitratos et al., 2004; 2010).

기업가정신은 기업문화, 경영전략, 리더십, 국제경영, 지식경영 등의 다양한 분야에서 기업의 경영성파에 영향을 미치는 중요한 요인으로 간주되고 있다(윤기창, 2009). 특히 경영전략 측면에서는 기업가정신이 기업 내 구성원의 개인 또는 집단 간 상호작용의 결과로서 발생하는 전사적 수준의 행동양식으로 파악하고 있다(Barringer & Bluedorn, 1999). 기업 내부적으로 마케팅역량과 기술개발역량과 같은 혁신역량을 발전시키며 해외진출의 직접적 선행요인으로서 그 중요성이 강조되고 있다(Oviatt & McDougall, 2005a). 기업가정신이 해외진출과

그에 따른 성파에 미치는 긍정적인 효과에 대해서 Zahra & Garvis(2000)는 기업가정신에 따른 기업의 선도적 해외시장진출은 후발경쟁기업에게 진입장벽으로 작용하여 궁극적으로 기업의 성파를 유지하는데 도움을 준다고 주장하였다. Knight(2000) 역시 중소기업이 글로벌 시장환경 변화에 효율적으로 대응하기 위해선 기업가정신이 필수적이며, 이를 기반으로 기업의 선도적 지위를 유지시켜 경영성파에 유의할 것으로 보았다. 이러한 경향 속에서 최근에는 한 국가의 지리적 또는 경제적 경계를 넘어 활동하는 기업경영활동을 설명하기 위해 기존의 기업가정신에 관한 개념이 글로벌 기업가정신으로 확장하고 있는데, 이는 ‘조직의 가치창출을 위해 한 국가의 지리적, 경제적 경계를 넘어 활동하는 기업가의 혁신적, 진취적 및 위험감수 행동양식의 총합’으로 정의될 수 있다(Oviatt & McDougall, 2005b; Zahra & Garvis 2000; Zahra & George, 2002). Oviatt & McDougall(2005b)은 해외진출을 추구하는 기업의 경우 일반기업과는 다른 기업가정신을 지니고 있으며, 이는 기업의 세계화를 추진하는 선도적 행동, 이를 위한 혁신적이고 위험을 감수할 수 있는 행동양식을 글로벌 기업가정신으로 제시하였다.

이러한 측면에서 글로벌 기업가정신과 해외진출성파 간의 긍정적인 영향관계를 실증적으로 규명하는 연구들이 진행되고 있는데, Dimitratos et al.(2004)은 기업가정신을 기업이 처한 외부환경변화에 효율적으로 대응하기 위해 해외시장에 적합한 혁신제품을 개발하고 위험을 감수하여 해외직접수출을 추구하며, 국제적 네트워크를 구축하여 공급, 유통 및 마케팅 채널을 확보하고, 해외공장설립과 같은 직접진출을 유발하는 등 해외시장진출을 증진시키는 주요 요인으로 분석하고 있다. Matsuno et al.(2002)는 기업가적 성향이 시장지향성에 직접적으로 영향을 미치고 기업의 성파 중에서 시장점유율과 신제품 판매 비중에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 보고하고 있다. 기업가정신이 해외시장진출에 미치는 영향을 분석한 Dess et al.(1997)은 국내경쟁이 심화되는 상황에서 경쟁자의 시장 대응능력이 떨어날수록 필요한 기술과 시장정보를 습득하는데 어려움을 겪기 때문에 국내시장에 경영활동을 집중해온 기업들은 기업가정신을 발휘하여 해외시장으로 신속히 진출하려 노력한다고 주장한다. Balabanis & Katsikea(2003)는 기업의 해외진출축진과 정(+)의 상관관계를 갖고 있는 기업가정신은 해외시장진출에 따른 문화적, 경제적, 지리적 차이를 극복하기 위해 치밀한 전략을 수립하고 효율적인 대처와 적응하도록 만든다고 밝히고 있다. Dimitratos et al.(2010)은 일반적으로 기업설립초기부터 해외진출경향이 강한, 즉 높은 글로벌 기업가정신을 함양한 벤처기업 중에서 글로벌 시장을 주도하는 중소기업이 많다는 점을 지적하였고, 이들 기업은 자원이 부족하더라도 기업가정신을 활용하여 해외진출에 투입된 고정비용을 상쇄하기 위해 공격적으로 네트워크를 구축함으로써 진입장벽을 뛰어 넘을 수 있다고 주장한다.

이상과 같은 선행연구가 제시하는 이론적 및 실증적 결과를 종합하면, 급변하는 해외시장의 욕구를 충족시키기 위해서는

새로운 혁신을 신속하게 전개할 필요성이 생기나, 이러한 활동에는 본질적으로 위험이 내포되어 있기 때문에, 해외고객이 욕구를 표출하거나 경쟁기업이 이러한 욕구를 파악하기 이전에 앞서 선도기업의 이점을 누리기 위해 혁신적인 방식으로 자원을 이동시킴으로써 해외고객의 욕구를 충족시킬 수 있는 제품과 서비스를 제공하기 위해선 혁신성, 위험감수성 및 진취성으로 대변되는 글로벌 기업가정신이 필요하다(Yuan et al., 2008). 한편, 선행연구는 주로 기업가정신을 해외진출을 유발하는 선행요인으로 보고 있으며, 수출성파에 미치는 직접적인 영향관계를 실증적으로 규명하는 연구는 부족한 실정이다(조연성·박근호, 2010). 그러나 높은 기업가정신은 해외진출에 필요한 집중적 투자에 대한 의사결정 및 행동양식과 관련되어 있다는 점에서, 이러한 집중적 투자는 현지시장에서 필요한 역량 혹은 새로운 기회를 포착하기 위한 활동으로 연결되어 목표된 성과를 창출하는데 도움이 될 것이다(Knight, 2000). 따라서 기업가정신이 수출성파에 미치는 긍정적 영향관계를 추론할 수 있으며, 다음의 연구가설을 통해 규명하고자 한다.

가설2. 중소기업의 글로벌 기업가정신은 수출성파에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2-1. 중소기업의 글로벌 혁신성은 수출성파에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2-2. 중소기업의 글로벌 진취성은 수출성파에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2-3. 중소기업의 글로벌 위험감수성은 수출성파에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.4 글로벌 기업가정신과 사회적 자본

한편, 선행연구는 중소기업의 기업가정신과 해외진출의 영향관계를 살펴보는데 초점을 맞추고 있는 반면, 해외 현지시장의 파트너 기업과의 협력관계에서 발생하는 사회적 자본과 성과의 구조적 영향관계에서 기업가정신이 과연 사회적 자본의 형성을 촉진하는가에 관한 접근은 다루어지지 않았다.

앞서 살펴본 바와 같이, 기업간 특수자원(interspecific resources)인 사회적 자본은 둘 이상의 조직 간의 교환협력관계에서 발생하며 해외진출과정에서 실시되는 전략적 의사결정의 기반으로 작용한다. 즉, 해외협력업체와 우호적인 네트워크를 통해 구축된 사회적 자본의 수준이 높을 경우, 해외진출기업은 현지시장에서 자체적으로 획득하기 어려운 지식이나 기술 등의 무형적 자산에 쉽게 접근할 수 있고 경쟁우위를 신속히 확보할 수 있다(Chen et al., 2007; Wiklund & Shepherd, 2005). 이러한 과정에서 목표를 달성하기 위해 조직을 전향적으로 이끌고 새로운 방식으로 자원을 활용하도록 만드는 행동양식, 즉 기업가정신은 협력 네트워크에서 사회적 자본과 같은 무형적 자산을 획득, 개발하도록 함으로써

현지시장에서 사업적 기회를 실현할 수 있는 능력에 유의한 영향을 미친다(Lee et al., 2001). Chen et al.(2007)은 기업가적 성향(entrepreneurial orientation)이 사회적 자본을 발견하고 외부자원을 확보하는데 중요한 역할을 수행한다는 점을 상관분석을 통해 규명하였으며, Aldrich & Zimmer(1986)은 신생기업의 사회적 네트워크가 사업적 기회 발견과 검증 및 자원획득에 기반을 제공한다고 보고함으로써, 기업가정신과 사회적 자본의 높은 상관성을 설명하였다. Wiklund & Shepherd(2005)은 기업가적 성향과 중소기업의 성과의 구조적 영향관계를 규명하였다.

한편, 앞선 선행연구와는 다른 관점에서 기업가정신이 성과에 미치는 영향관계에서 사회적 자본의 조절효과를 검증한 Stam & Elfring(2008)은 two-way ANOVA 분석을 통해 네트워크 중심적 기업은 그렇지 않은 기업보다 기업가적 성향과 성과의 관계가 더욱 강화됨을 증명하였으나, 성과창출의 전 과정에 영향을 미치는 기업가정신은 사회적 자본의 활용과 촉진에도 유의할 것으로 보았다. 이와 유사하게 Lian & Sntos(2007)은 개인 수준의 사회적 자본이 기업가정신에 미치는 영향을 분석하였는데, 여기서는 기업가정신을 성과창출 이전에 나타나는 창업의도(entrepreneurial intention)에 초점을 두었다. 사회적 자본의 설명변수로 기업가정신의 효과를 규명한 이들 연구를 통해서 기업가정신과 사회적 자본의 영향관계를 충분히 추론할 수 있다.

이상의 선행연구를 종합하면, 자원에 대한 접근성을 제공함으로써 성과에 직접적 영향을, 현지시장에서 활용될 기업내부자원의 생산성을 높이는 간접적 효과를 발휘하는 사회적 자본은 자원의 원천 또는 자원 그 자체로 볼 수 있으며(Florin et al., 2003), 글로벌 기업가정신은 기업목표를 달성하도록 해외시장과 협력업체를 탐색하고 사회적 자본의 구축을 촉진하여 직면한 경영상의 문제를 해결하도록 자원을 이동시키는 행동과 관련되어 있다(Zahra & Gravis, 2000; Zahra & George, 2002). 기업의 특수자원과 역량의 보유 및 활용을 통해 경쟁우위를 설명하는 자원기반관점(resource-based view)에서도 기업가정신을 새로운 경영자원으로서 혁신활동을 개시하는 중요한 동인인 동시에, 관련역량을 포함한 혁신자원의 형성에 정(+)의 영향을 미치는 시장지향적인 전략행동으로 본다(이춘우, 2009). 본 연구는 위와 같은 논의를 바탕으로 중소기업의 글로벌 기업가정신이 사회적 자본의 형성을 촉진할 것이라는 다음과 같은 가설을 설정한다.

가설3. 중소기업의 글로벌 기업가정신은 글로벌 공급사슬파트너와의 사회적 자본에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설3-1. 중소기업의 글로벌 기업가정신은 글로벌 공급사슬파트너와의 네트워크에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설3-2. 중소기업의 글로벌 기업가정신은 글로벌 공급사슬파트너와의 신뢰에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설3-3. 중소기업의 글로벌 기업가정신은 글로벌 공급사슬파트너와의 호혜적 규범에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

중소기업의 경영환경은 외부주체들과의 전략적 제휴를 요구하고 있으며, 단일 중소기업의 부족한 자원과 역량만으로는 기업을 둘러싼 경쟁구도에 대처할 수 없기 때문에 상호보완적 자원 및 역량공유를 연계한 기업 간 협력관계를 구축할 필요가 있다. 그러나 단기적 이익을 추구하는 일시적 협력활동 만으로는 경쟁우위의 원천인 기업특수자원(firm-specific resources)을 공유하여 상호적 성과와 목표달성을 추구할 필요성이 제기되지 않는다(Gardner et al., 1994). 따라서 장기적인 협력관계 속에서 기업 간 시간과 자원을 투자하여 내생적으로 창출해야 하는 사회적 자본이 높을수록 공급사슬로 맺어진 파트너들은 단일체로서의 소속감을 함양하고 공동의 목표를 달성하기 위해 효과적으로 협력할 수 있다(Min et al., 2008). 따라서 정보공유, 협업, 자원교환으로 특징되는 공급사슬관리에서 사회적 자본은 기업 간 협력관계를 더욱 강화시키는 요인으로 볼 수 있다(Lin et al., 2001).

Min et al.(2008)의 연구에서는 공급사슬 내 관계에 내제된 사회적 자원의 총합으로 공급사슬 사회자본(supply chain social capital)을 정의하고, 다양한 문헌고찰을 바탕으로 사회적 자본의 구조적, 관계적, 인지적 차원이 공급사슬관리에 대한 기업의 참여도는 물론 정보공유, 협업 및 자원교환을 촉진할 것이라고 제안하였다. Koka & Prescott(2002) 역시 기업 간 전략적 제휴에서 사회적 자본은 공유되는 정보의 거래량, 다양성, 풍요성에 긍정적인 영향을 주어 기업성과에 유의한 영향을 미칠 것으로 보았다. 따라서 높은 사회적 자본을 공유한 공급사슬파트너일수록 중소기업기업에게 현지시장 동향 정보, 진출활동결과에 따른 성과정보, 제품 및 서비스에 대한 고객만족 정보 등을 조기에 수집, 제공할 수 있는 비·공식적 창구의 역할을 수행할 수 있다(Chettu & Agndal, 2007). Westlund & Bolton(2003)은 기업가정신과 상호적 영향관계를 이루고 있는 사회적 자본의 질적·양적 수준은 생산요소의 새로운 조합을 추구하는 기업가정신이 수익이 미치는 영향관계에서 유의한 영향을 미칠 수 있다고 설명한다.

이상과 같이, 해외고객의 욕구를 파악하기에 앞서 선도기업의 이점을 누리기 위해 혁신적인 방식으로 자원을 이동시킴으로서 고객욕구를 충족시킬 수 있는 제품과 서비스를 제공하려는 의지 또는 행동양식인 기업가정신이 수출성가에 미치는 영향관계에서 공급사슬파트너와의 사회적 자본은 일정한 역할을 담당할 것으로 판단된다. 해외시장의 불확실성과 변화에 신속히 대응하기 위해선 공급사슬의 모든 구성주체의 협력적 활동이 요구되지만, 현실적으로 주체들 간의 의사소통 부재 및 정보 분절 현상이 발생하여 구성원이 공동으로 시장변화에 대응하는 능력이 낮아질 수 있기 때문이다(Mentzer et al., 2006). 이러한 현상은 조직내부에 충분한 자원과 능력을 보유한 기업일지라도 공급사슬 전체의 경쟁력을 떨어뜨리는 요인이 될 수 있다.

따라서 경영환경이 기업 간 경쟁이 아닌 기업군 간 경쟁으로 전환되는 현 시점에서, 공급사슬의 경쟁력 강화와 유연성 증대를 위한 무형적 자원인 공급사슬파트너와의 사회적 자본

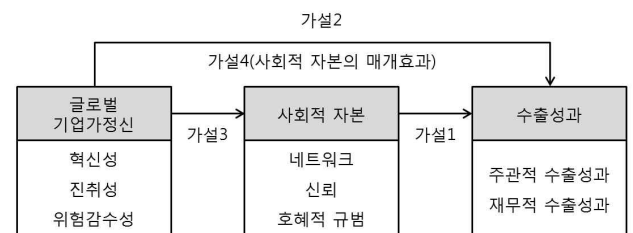
은 개별 기업이 공급사슬 전체의 수익증대를 추구하도록 만드는 관계적 특성으로서, 사회적 자본 수준이 높을수록 해외 진출기업은 해외협력기업과 공동의 목표를 달성하기 위해 비·공식적 의사소통, 유·무형적 자원의 공유와 지원, 협력적 활동이 활발히 나타날 것이다. 따라서 사회적 자본은 기업의 함양한 글로벌 기업가정신과 수출성과의 관계를 직접적으로 조절하기 보다는 해외시장에 산재되어 있는 자원의 새로운 조합을 가능케 하는 일종의 통로로서 작용할 것으로 고려된다. 이에 따라 본 연구에서는 다음의 가설을 통해 중소기업의 글로벌 기업가정신과 수출성과의 관계에서 사회적 자본의 매개효과를 검증하여, 공급사슬로 묶인 기업의 경쟁력 향상을 위한 시사점을 도출하고자 한다.

가설4. 중소기업과 공급사슬파트너 간의 사회적 자본은 글로벌 기업가정신이 수출성가에 미치는 영향관계에서 매개 효과를 가질 것이다.

III. 연구방법

3.1 연구모형

본 연구는 앞선 문헌고찰을 통해 글로벌 공급사슬 내 협력파트너와의 관계적 특성을 사회적 자본의 관점에서 살펴보고, 글로벌 기업가정신과 함께 수출성가에 미치는 영향을 살펴보고자 한다. 또한 사회적 자본의 형성에 미치는 선행변수로서 글로벌 기업가정신을 설정하고, 글로벌 기업가정신과 수출성과의 영향관계에서 사회적 자본의 매개효과를 검증하기 위한 가설을 도출하였다. 이와 같은 내용을 바탕으로 연구모형을 도식화하면 다음의 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 연구모형

3.2 조작적 정의와 측정

본 연구에서는 앞선 이론적 고찰을 근거로 다음과 같이 변수에 대한 조작적 정의를 실시하고 이에 대한 측정도구와 문항은 <표 2>로 정리하였다. 신뢰성과 타당성을 확보하기 위해 변수를 구성하는 모든 개념을 복수항목의 설문으로 측정하였고(Nunnally, 1994), 분석의 용이성을 위해 리커트 5점 척도를 적용하였다.

3.2.1 사회적 자본

본 연구에서는 수출성과의 설명변수로 중소기업과 글로벌 공급사슬파트너 간에 형성된 사회적 자본을 ‘특정 목적을 달성하기 위해 경제주체가 자신의 사회적 유대를 통해 사용할 수 있는 실제적이고 잠재적인 무형적 자원의 총합’으로 정의하고(Lin et al., 2001), Putnam(1993) 이후의 연구들에서 사회적 자본의 구성요인으로 다루어졌던 네트워크, 신뢰, 규범을 하위요인으로 설정한다.

우선, 네트워크는 수출 중소기업과 글로벌 공급사슬파트너로 구성된 현지시장의 해외협력업체 간 사업적 협력의 구조적 특성을 반영하여, 상호 신뢰와 호혜적 규범을 바탕으로 유대관계를 보다 지속적으로 유지시키는 관계요소이다. 이러한 구조화된 네트워크는 자원들의 교환 및 공유로 새로운 지식을 창출하며(Nahapiet & Ghoshal, 1998), 비·공식적 의사소통 채널을 통해 상호적 접근성이 높은 기업 간 네트워크는 협상비용과 감시비용을 절감, 기업특수자원을 쉽게 획득할 수 있게 함으로써 기업경쟁력 확보의 중요한 원천이 된다(Adler & Kwon, 2002).

둘째, 신뢰는 타인이 행위를 할 때 나의 이해 관심을 고려할 것이라는 기대로 배신의 가능성이 있음에도 그 위험을 무릅쓰고 상대방에게 호의를 베푸는 심리상태로 정의한다(Fukuyama, 1995). 이러한 위험을 무릅쓰고 타인과의 지식과 정보를 공유하기 위해서는 협력주체 상호간에 신뢰가 필수적이며, 신뢰는 조직 내, 조직 간에 서로를 개방하는 역할을 하고 거래비용과 감시비용을 줄여 지식과 정보의 교환, 협력과 학습활동 참여를 위한 기반이며 신뢰가 구축되지 않았다면 정보의 전달과 공유가 되지 않음으로 기회주의적 행동으로 인한 비용이 발생하고 이로 인한 협상비용과 역선택의 손실이 발생한다. 또한 기업 간 신뢰는 기회주의적인 행동에 대한 감시와 통제 없이도 교환 활동에 참여하는 당사자들이 조화롭게 행동하기 위하여 성실히 노력하고 협상에도 응할 것이라는 기대감이다. 기업 간 신뢰 형성의 전제는 이해관계가 있는 기업 간 상호 의존성이 선행되어야 그 중요성이 부각되고 기회주의적 비용이 감소한다. 이러한 신뢰는 개인이나 조직간 사회적 자본의 축적에 중요한 요소이며 네트워크 활성화를 위한 필수요소로 강조된다(Coleman, 1990).

셋째, 사회적 자본의 존재여부를 확인 하는 수단으로서 규범은 기본적으로 집단의 구성원 모두가 공유하고 있는 관념으로 호혜성을 기본 속성으로 한다(박희봉, 2009). 호혜성이란 보상이 미래의 불특정한 시기에 돌아오며 어쩌면 미지의 타인으로부터 주어질 수도 있다는 가정 하에 성립된다(Fountain, 1998). 호혜성은 집단 구성원으로 하여금 보상이 신속하고 분명하게 또한 자동적으로 되돌아 올 것이라고는 확신을 의미하지 않으며, 일반적으로 공유된 문화, 목표, 비전 등의 형태로 나타난다. 따라서 기업간 공유된 목표와 가치, 비전이 내재되어 있는 규범이 있다면 기업 상호간에 자원의 결합과 협력을 가능하게 하여 시장거래에서 발생하는 거래비용을 줄일

수 있으며, 다른 기업의 자원을 활용하여 경제적 비용을 감소시킴으로써 경영성과를 향상시킬 수 있다.

3.2.2 글로벌 기업가정신

글로벌 기업가정신은 새로운 가치창출을 위해 한 국가의 지리적, 경제적 경계를 넘어 활동하는 기업가의 혁신적, 진취적 및 위험감수적 행동양식으로 정의하며(Oviatt & McDougall, 2005b), 해외시장의 변화를 관찰, 사업적 기회를 포착, 이를 실현하기 위해 위험을 감수, 혁신적인 방식으로 자원을 이동시켜 새로운 가치를 창조하는 의지 및 행동양식과 관련되어 있다(Dimitratos & Carter, 2004). 글로벌 기업가정신의 하위요인에 대해선 연구자에 따라 다양한 견해가 있으나, 다수의 연구에서는 혁신성, 위험감수성, 진취성을 공통적인 하위요인으로 제시하고 있다(Lumpkin & Dess, 1996).

혁신성은 조직목표를 달성하기 위해 새로운 방식으로 자원을 재결합 또는 도입하려는 의도로서(Zahra & Garvis, 2000; Zahra & George, 2002), 해외진출 및 해외시장개척 과정에서 겪는 문제를 해결하기 위해 새로운 자원을 창출하여 기존과 다른 창의적인 접근법을 도입하려는 경향과 관련되어 있다. 특히, 높은 혁신성은 기업의 시장지향성을 증대시킴으로써 급변하는 시장에 유연적인 대응을 가능하게 한다(Oviatt & McDougall, 2005b).

진취성을 세계시장 내 경쟁자에 대한 적극적인 경쟁의지와 우월한 성과를 창출하려는 의지를 보이거나 시장 내 지위를 바꾸기 위해 경쟁 업체에 대해 직접적이고 강도 높은 수준으로 도전하는 자세이다(Lumpkin & Dess, 1996). 이는 기업이 시장환경을 변화시키기 위해 경쟁자보다 우선하여 시장에 진출함으로써 선점자의 이점(first mover advantage)을 추구하는 진보적 성향을 의미하며(Oviatt & McDougall, 2005a), 진취성이 높은 기업가는 추종자가 아니라, 시장에서 미래 수요를 예측하여 행동 할 수 있는 시장의 리더로서 역할을 수행한다.

위험감수성은 성과가 불확실한 상황에서도 수익을 창출하기 위해 과감한 의사결정으로 세계시장에서 위험이 높은 사업적 기회를 포착하고 자원을 투입하려는 경향으로 정의하며(Covin & Slevin, 1991; Lumpkin & Dess, 2007) 이는 예상되는 잠재적 손실에 대한 위험이 존재함에도 불구하고 성과를 창출하기 위해 위험을 선호하며 안정보다는 성장을 추구하는 성향과 관련되어 있다(Wiklund & Shepherd, 2005).

3.2.3 수출성과

수출성과는 단일적 요인에 의해 결정되기 보다는 환경, 산업, 전략, 조직 등의 다양한 요인들이 종합적으로 작용하여 나타나는 결과로서, 수출성과에 영향을 미치는 요인이 다양한 만큼 수출성과를 측정하는 방법도 다양하나, 크게 주관적·정성적 지표와 객관적·정량적 지표로 구분된다. 한편, 중소기업은 상장기업 또는 코스닥등록기업 등의 공개기업과는 달리 신뢰할만한 재무 데이터를 확보하기 어려우며, 단기적 재무

<표 2> 변수의 측정도구

구분	변수	하위변수	측정도구	문항수
독립변수	사회적 자본	네트워크	해외업체와의 협력 네트워크 구축 / 경영목표 달성을 위한 협력업체와의 긴밀한 비즈니스 관계 유지 / 지리적 한계를 극복하기 위한 접근성 확보 / 경영평가를 위한 주기적 의사소통 / 상품개발, 생산, 판매 등 계획수립에 대한 참여 / 시장 및 상품정보 교환을 위한 공식적 또는 비공식적 채널 확보	6
		신뢰	해외협력업체와 상호적 신뢰 확보 노력 / 상호간의 비즈니스 의존성 현지시장에서 경영활동의 자율성 존중 / 서로의 경영발전에 기여하기 위한 상호협약 체결 여부 / 가격 및 문제해결을 위한 협상규정 명시 / 문제해결과정에서 정직하고 성실한 협상 여부 / 상호 거래에 관한 책임과 의무를 규정	6
		호혜적 규범	상호간의 경영목표와 비전의 정확한 인식 / 서로의 경영목표를 달성하기 위한 도움 / 서면 및 구두약속 없이 어려울 때 상호협력 노력 정도 / 서로 부당하게 이용하거나 약속을 어기지 않기 위한 노력 정도 / 상호수용 가능한 수준에서 성과를 공유 / 경영활동에 대한 참여수준의 적정성	6
	글로벌 기업가정신	혁신성	해외시장에서 사업적 기회의 발견 / 혁신을 위한 새로운 접근법 도입의 적극성 / 신제품 및 기술개발을 위한 고객욕구 파악 노력 / 문제해결을 위한 새로운 아이디어 탐색 노력 /	6
		진취성	산업 및 시장 환경변화에 대한 대응의지 / 적극적 경쟁우위 확보 / 선도 기업으로서의 이점 확보 / 신속한 시장개발 활동 / 목표달성을 위한 과감한 의사결정 / 사업기회 포착을 위한 전략적 계획수립 및 실행	6
		위험감수성	해외시장 진출에 따른 잠재적 손실 및 위험감수 / 사업기회 발굴을 위해 자원하게 극복의지 / 성과창출을 위한 실패 극복의지 / 안정보다 성장추구를 위한 위험선호 / 가치실현을 위한 시장개발의지	6
종속변수	수출성과	주관적 수출성과	해외경영현황에 대한 만족도 / 현지적응에 대한 만족도 / 해외매출성과에 대한 만족도 / 해외고객의 만족도 / 제품 및 서비스에 대한 현지시장의 반응 및 평가수준	6
		재무적 수출성과	총 종업원수, 총 매출규모, 총 시장점유율, 해외사업부 종업원수, 해외매출규모, 해외시장점유율 증가추세	6
통제변수	설립연수	설립년도로부터의 경과연수		1
	성장단계	주력산업의 도입기, 초기성장기, 고도성장기, 성숙기, 쇠퇴기		1
	조직규모	총 종업원 수(자연로그)		1

성과만으로는 미래 경쟁력을 평가하는데 부적절하다는 지적이 지속적으로 제기되고 있다. Lumpkin & Dess(1996)은 중소기업의 경영성과는 단일적 요인에 의해 결정되기 보다는 환경, 산업, 전략, 조직 등의 다양한 요인이 종합적으로 작용하여 나타난 결과로서, 이에 대한 측정은 다양한 관점에서 접근되어야 함을 밝히고 있다. 이에 따라 본 연구에서는 해외진출기업의 성과를 응답자의 주관적 판단으로 측정한다. Knight & Cavusgil(2004)의 연구와 같이 주관적 수출성과와 재무적 수출성과로 구분한다.

우선, 주관적 수출성과는 기업이 수출 후에 나타난 전반적인 경영성과에 대한 만족도로서 목표달성 정도와 비교하여 인정되는 수출성과를 의미한다(Evangelista, 1994). 이의 측정도구는 ① 해외경영현황에 대한 만족도, ② 현지적응도에 대한 만족도, ③ 해외매출성과에 대한 만족도, ④ 해외고객의 만족도 수준, ⑤ 제품과 서비스에 대한 현지시장의 반응과 평가 수준, ⑥ 해외시장에서 제품 경쟁력에 대한 만족도의 총 여섯 개 항목으로 구성하였다.

재무적 수출성과는 수출활동이 기업의 재무적 지표의 증대에 기여한 정도에 대한 경영주체의 인식도로 정의하고(Raven et al., 1994), 목표된 기대치와 비교한 ① 지난 3년 동안의 총 종업원수, ② 총 매출규모, ③ 총 시장점유율의 증가추세와 ④ 해외사업부 종업원수, ⑤ 해외매출규모, ⑥ 해외시장점유율의 증가추세의 총 여섯 개 항목으로 구성하고 5점 척도로 측정하였다. 이러한 지표들은 다양한 기준으로 성과를 정의할 수 있는 중소기업의 경영특성을 반영한다.

3.2.4 통제변수

본 연구는 이미 해외진출을 실시하고 있는 중소기업을 연구 대상으로 설정하고 있으므로, 그 연구결과를 미수출 기업 또는 해외진출 추진계획을 수립한 기업으로 확대-적용하기 위해 해선 기업일반특성을 통제변수로 적용할 필요가 있다. 이에 따라 본 연구에서는 중소기업의 해외진출에 유의한 영향을 미치는 것으로 보고되는 설립연수, 성장단계, 조직규모를 통

제변수로 적용하였다(이태희, 2012).

설립연수는 기업이 설립한 년도로 부터의 측정연도인 2012년까지의 경과연수로, 조직규모는 총 종업원 수의 자연로그를 취하여 산정하였다. 조직규모와 유의한 상관성을 갖는 것으로 나타나는 기업의 성장단계를 구분하는 방법은 연구방법에 따라 다양하게 제시되고 있으나, 본 연구에서는 연구자가 제시한 성장단계 구분을 응답자인 중소기업의 최고경영자가 직접 선택하는 방식을 채택하였다(이양현·심상규, 2007).

3.3 모집단 선정 및 표본기업 특성

본 연구는 해외협력업체를 공급사슬파트너로 규정하고 중소기업이 이들과 형성한 사회적 자본이 수출성장에 미치는 영향을 규명하고, 글로벌 기업가정신 수준이 사회적 자본의 형성과 수출성장에 어떠한 영향을 미치는 살펴보기 위해 수행되었다. 이에 따라, 본 연구는 중소기업 중에서 공급사슬관리에 대한 관리적 체계가 수립되었을 것으로 판단되는 우수 해외진출 중소기업을 연구대상으로 설정하였고, (사)글로벌 최고경영자클럽과 (사)한국중견기업연합회의 협조를 받아 등록회원사 510개를 모집단으로 선정하였다. 최고경영자 및 대표이사를 대상으로 2012년 4월 동안 개인메일을 발송하여 인터넷 설문조사를 실시한 결과, 총 204개의 응답을 회수(회수율 40%), 이 중 기술통계에서 응답누락 등과 같은 불성실한 응답지를 제외하고 192개 표본기업을 통계분석에 적용하였다.

본 연구의 가설검증을 위한 통계분석에 활용될 표본기업의 인구통계학적 특성을 살펴보면 <표 3>과 같다. 표본기업의 업종은 기계금속 45.8%, 전기전자 18.8%. 정보통신과 화학이 각각 12.5%로 분포되어 있어, 대부분 제조업 중심의 해외수출 중소기업인 것으로 파악된다. 성장단계에서는 성장기와 성숙기가 각각 43.2%와 46.9%를 차지하고 있어 매출이 확대되고 지속가능한 성장을 위해 적극적으로 새로운 시장을 탐색하려는 해당 성장단계의 속성을 반영하고 있다. 조직규모는 300명 이상의 조직규모를 갖춘 기업이 전체의 27.1%,

<표 3> 표본기업의 인구통계학적 특성

구분	항목	빈도(개)	비율(%)	
일반 경영 특성	산업 분류	기계금속	88	45.8
		전기전자	36	18.8
		정보통신	24	12.5
		화학	24	12.5
		기타	20	10.4
	성장 단계	창업기	3	1.6
		성장기	83	43.2
		성숙기	90	46.9
	조직 규모	쇠퇴기	16	8.3
		10~50명 미만	24	12.5
		50~100명 미만	42	21.9
		100~200명 미만	50	26.0
		200~300명 미만	24	12.5
최고 경영자 특성	연령	300명 이상	52	27.1
		20~29세	0	0
		30~39세	1	0.5
		40~49세	12	6.3
		50~59세	102	53.1
	교육 수준	60세 이상	77	40.1
		고졸	14	7.3
		학사	103	53.6
	전공	석사	43	22.4
		박사	32	16.7
		공학	110	57.3
		자연과학	31	16.1
		경영학	40	20.8
		인문학	7	3.6
	성별	기타	4	2.1
		남성	189	98.4
		여성	3	1.6

(N=192)

100~300명 미만도 38.5%에 해당되며, 표본기업의 설립연수가 평균 23.2년(표준편차 13.03)이라는 점을 고려하였을 때 중견 수출 제조업체로서의 성격을 갖고 있고 볼 수 있다.

IV. 실증분석

4.1 타당성 및 신뢰도 분석

가설검증에 앞서, 측정도구가 실증분석으로 활용되기 위해서 갖추어야 할 신뢰도와 타당성을 분석하였다. 본 연구에서

타당성은 탐색적 요인분석으로 직교회전방식(Varimax)을 취하였고, 신뢰도는 내적 일관성을 측정하는 Chronbach's α 를 통하여 확인하였다. 본 분석결과는 <표 4>로 제시하였다.

요인분석결과, 사회적 자본의 하위변수인 네트워크, 신뢰, 호혜적 규범과 기업가정신의 하위변수인 혁신성, 진취성, 위험감수성, 그리고 학습역량과 주관적·재무적 수출성과는 각각 하나의 요인으로 묶였으며, 각 변수의 요인적재량은 최소 기준인 0.5을 모두 상회하는 것으로 나타나 타당성에는 문제가 없는 것으로 확인되었다. 신뢰도 분석결과, Cronbach's α 계수는 일반적 기준인 0.6을 모두 상회하는 것으로 나타나 측정도구의 신뢰성에는 문제가 없는 것으로 판단되어, 모든 문항을 가설검증을 위한 통계분석에 활용하였다(Nunnally, 1994).

4.2 상관관계 분석

본 연구에서 설정된 가설을 검증하기 위해서 변수들의 기술 통계특성과 각 변수들 간 상관관계의 방향 및 통계적 관련성을 개관하기 위해 변수들의 평균, 표준편차 및 상관관계 분석(Pearson Correlation)을 실시하였다. <표 5>에서 제시된 바와 같이, 모든 변수들의 상관관계가 통계적 유의성을 나타내고 있다. 전반적인 상관성과 유의성으로 미루어 볼 때, 본 연구가설의 지지여부를 대략적으로 판단할 수 있다. 반면, 상관관계 분석결과, 기업가정신의 하위변수인 혁신성, 진취성, 위험감수성 간에 상관관계가 다소 높게 나타나 다중공선성의 가능성을 배제할 수 없다. 이에 다중공선성의 여부를 살펴볼 필요가 있으며, 이는 각 가설의 검증을 위한 다중회귀분석에서 공차한계와 Durbin-Watson으로 다루도록 한다.

4.3 가설1의 검증결과

중소기업이 해외협력업체와 공유한 사회적 자본이 수출성장에 미치는 영향에 관한 가설1의 검증결과는 <표 6>과 같다. 우

<표 4> 타당성 및 신뢰도 분석결과

항목	변수	초기문항	최대 요인적재량	최소 요인적재량	고유값	분산 설명력	Cronbach's α	채택문항
사회적 자본	네트워크	6	.755	.639	3.545	19.695	.848	6
	호혜적 규범	6	.721	.567	3.421	19.004	.810	6
	신뢰	6	.804	.533	3.199	17.771	.846	6
글로벌 기업가정신	진취성	6	.804	.712	4.933	27.408	.955	6
	위험감수성	6	.780	.629	4.881	27.118	.927	6
	혁신성	6	.778	.578	4.283	23.793	.942	6
주관적 수출성과	재무적 수출성과	6	.839	.739	5.220	43.497	.957	6
	재무적 수출성과	6	.868	.700	4.937	41.138	.958	6

<표 5> 상관관계 분석결과

변수	평균	표준편차	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(9)
(1) 네트워크	3.592	0.736	1							
(2) 신뢰	3.784	0.711	.615**	1						
(3) 호혜적 규범	3.670	0.649	.482**	.636**	1					
(4) 혁신성	3.603	0.734	.548**	.584**	.495**	1				
(5) 진취성	3.760	0.744	.546**	.599**	.508**	.830**	1			
(6) 위험감수성	3.531	0.756	.559**	.551**	.508**	.820**	.803**	1		
(7) 주관적 수출성과	3.845	0.629	.652**	.568**	.608**	.667**	.719**	.670**	1	
(8) 재무적 수출성과	3.703	0.523	.631**	.537**	.538**	.699**	.719**	.676**	.818**	1

** 상관계수는 0.01수준(양쪽)에서 유의함

<표 6> 가설1의 검증결과

독립변수	종속변수	수출성과				공선성 통계량	
		주관적 수출성과		재무적 수출성과		공차	VIF
		Model 1	Model 2	Model 1	Model 2		
통제 변수	업력	.063	.043	-.133	-.146 [†]	.657	1.523
	성장단계	-.213**	-.048	-.244**	-.149 [†]	.685	1.460
	조직규모	.196**	.096	.042	-.017	.807	1.239
사회적 자본	네트워크		.339***		.267***	.901	1.110
	신뢰		.160**		.140*	.960	1.042
	호혜적 규범		.385***		.122 [†]	.948	1.055
	R2	.080	.334	.106	.201		
	Adj-R2	.065	.313	.092	.175		
	Δ R2	.080	.255	.106	.094		
	F-Value	5.419***	15.473***	7.467***	7.748***		
	Durbin-Watson		1.908		2.046		

주) *** p < 0.001, ** p < 0.01, * p < 0.05, † p < 0.1

선, 공선성 통계량을 확인하기 위한 공차한계는 기준값 0.1을 상회하는 것으로 나타나 문제가 없는 것으로 나타났으며, Durbin-Watson은 2에 가깝고 0 또는 4에 근접하지 않으므로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형에 적합하다고 판단된다.1) 글로벌 기업가정신에 관한 가설2에서도 다중공선성의 문제는 없는 것으로 나타나, 이하의 가설검증을 위한 통계분석에서는 이에 대한 해석을 생략한다.

분석결과, 사회적 자본의 하위변수인 네트워크, 신뢰, 호혜적 규범은 주관적 수출성과에 모두 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면, 재무적 수출성과에는 네트워크와 신뢰가 통계적 유의수준에서 영향을 미치며, 호혜적 규범은 낮은 영향관계(p<0.1)에서 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 연구결과는 공급사슬파트너와 공동의 목표의식을 지향함으로써 해외진출에 따른 비용과 위험, 이익을 공유하고 상호보완적 관계의 형성을 공급사슬지향성으로 파악하고 수출성과와의 유의한 영향관계를 규명한 이태희(2012)의 연구결과와 동일하다. 즉, 국제적 공급사슬체계를 성공적으로 유지하고 관리하기 위해서는 구성주체인 협력기업들이 공급체계를 단일적 경제주체로 인식하고 상호 간에 질적 관계특성을 개발하는 것은 개별기업의 수출성과를 강화시키는 요인으로 작용한다. 즉, 국제적 공급사슬을 통한 중소기업의 수출성과를 위해선 공급사슬파트너 간에 유기적 활동과 정보공유(네트워크), 공평한 성과적용과 원칙에 입각한 성실한 협상 및 책임·의무 수행(신뢰), 공생의식에 근거한 비용·위험의 분담 및 상호적 목표의 공유와 이해(호혜적 규범)의 관계적 특성을 개발할 필요가 있다(Mentzer et al., 2006).

4.4 가설2의 검증결과

중소기업의 글로벌 기업가정신이 수출성과에 유의한 영향을 미칠 것이라는 가설2의 검증결과를 <표 7>로 제시하였다. 글

1) 다중회귀분석에서 독립변수 간 높은 상관관계가 존재하면 다중공선성이 발생할 가능성이 높다. 공차한계(=1/VIF)의 최대값은 1이고 다중공선성이 낮을수록 공차한계값은 높게 나타나며, 일반적으로 0.1이상일 경우에는 다중공선성의 문제가 없다고 해석한다. 한편, Durbin-Watson은 정상분포곡선을 나타내는 2가 되며, 이는 잔차에 대한 상관관계가 없다는 것을 의미한다. 본 수치가 0에 가까울수록 양의 상관관계, 4에 가까울수록 음의 상관관계가 있음을 의미하며, 회귀모형이 부적합함을 나타낸다.

<표 7> 가설2의 검증결과

독립변수	종속변수	수출성과				공선성 통계량	
		주관적 수출성과		재무적 수출성과		공차	VIF
		Model 1	Model 2	Model 1	Model 2		
통제 변수	업력	.063	.071	-.133	-.120	.642	1.558
	성장단계	-.213**	-.083	-.244**	-.133 [†]	.686	1.458
	조직규모	.196**	.098	.042	-.031	.805	1.243
글로벌 기업가 정신	혁신성		.117 [†]		.211**	.946	1.057
	진취성		.359***		.227***	.944	1.059
	위험감수성		.271***		.200**	.869	1.150
	R2	.080	.270	.106	.225		
	Adj-R2	.065	.246	.092	.199		
	Δ R2	.080	.190	.106	.118		
	F-Value	5.419***	11.386***	7.467***	8.926***		
	Durbin-Watson		1.775		2.246		

주) *** p < 0.001, ** p < 0.01, * p < 0.05, † p < 0.1

로별 기업가정신의 하위변수인 진취성과 위험감수성은 주관적 수출성과에 유의적 수준 하에서 정(+)의 영향을 미치고, 혁신성은 약한 영향(p<0.1)을 미치는 것으로 나타났다. 반면, 재무적 수출성과는 혁신성, 진취성, 위험감수성이 모든 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 기업가정신이 해외시장에서 발생하는 사업적 기회를 발견하고 잠재고객과 시장을 발굴·이해하고 선도기업의 이점을 확보하기 위해 해외진출에 따른 위험을 감수하여 신속히 시장개발활동에 착수하도록 만드는 글로벌 기업가정신의 함양수준이 높을수록 기업의 수출성과가 증대된다는 선행연구의 결과와 일치한다(Lumpkin & Dess, 1996; Slater & Narver, 1995). 특히, 기업가정신의 진취성과 위험감수성은 주관적·재무적 수출성과와 강한 영향성을 지니는 것으로 나타났다. 이는 한정된 자원과 역량을 보유한 중소기업의 특성상, 목표달성을 위한 과감한 의사결정, 사업기회를 포착하기 위한 전략적 계획 수립 및 실행, 성과창출을 위한 실패 극복 의지, 사업기회의 실현을 위한 자원한계 극복의지로 특징되는 진취성과 위험감수성이 중소기업의 내제적 한계를 극복하고 해외시장으로 조직을 전향적으로 이끄는 데 유용한 행동양식임을 증명한다(Balabanis & Katsikea, 2003).

4.5 가설3의 검증결과

중소기업의 글로벌 기업가정신이 해외협력업체와의 사회적 자본을 형성하는데 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설3의 검증결과를 <표 8>로 제시하였다. 글로벌 기업가정신의 하위변수인 혁신성, 진취성, 위험감수성은 사회적 자본의 하위변수인 네트워크, 신뢰, 호혜적 규범에 모두 유의한 것으로 나타났다.

이는 제조업 중심인 표본기업의 특성상, 이들의 해외진출은 제품의 생산 후 수출이라는 단순한 프로세스로만으로는 장기적인 공급사슬관계를 유지하기 어려우며, 제품을 수요하는 해외시장, 고객, 경쟁사에 관한 정보와 지식을 제공하는 공급사슬파트너와 사회적 자본 형성에도 유의한 영향을 미침으로써 이들과 지속적인 관계를 형성할 수 있도록 도와주는 것으로 볼 수 있다(Stam & Elfring, 2008).

<표 8> 가설3의 검증결과

독립변수	종속변수	사회적 자본					
		네트워크		신뢰		호혜적 규범	
		Model 1	Model 2	Model 1	Model 2	Model 1	Model 2
통제 변수	업력	.072	.072	-.048	-.024	.007	-.002
	성장단계	-.204*	-.090	-.115	.018	-.202*	-.095
	조직규모	.236**	.150*	-.119	-.199**	.101	.011
글로벌 기업가 정신	혁신성		.199**		.243***		.143*
	진취성		.192**		.316***		.181**
	위험감수성		.256***		.209**		.277***
	R2	.095	.218	.040	.217	.048	.160
	Adj-R2	.081	.192	.024	.192	.033	.132
	△ R2	.095	.122	.040	.177	.048	.111
	F-Value	6.616***	8.582***	2.590 [†]	8.543***	3.184*	5.861***

주) *** p < 0.001, ** p < 0.01, * p < 0.05, † p < 0.1

본 가설3의 검증결과는 수출성과의 설명변수로서 사회적 자본과 글로벌 기업가정신의 영향을 규명한 가설1과 가설2의 분석결과를 적용하여 통합적으로 해석할 필요가 있다. 우선 해외진출에 따른 목표를 달성하기 위해 조직을 전향적으로 이끌고 새로운 방식으로 자원의 결합을 촉진하는 기업가정신은 공급사슬파트너와의 강한 유대관계에서 나타나는 무형적 자산인 사회적 자본의 개발을 촉진한다. 그리고 높은 사회적 자본을 구축한 공급사슬파트너일수록 공동의 목표를 달성하기 위한 유대관계가 지속되도록 현지시장에 산재되어 있는 자원에 대한 접근성을 제공한다. 여기서 글로벌 기업가정신은 조직내부의 특수자원과 사회적 자본을 기반으로 접근 가능한 외부자원을 융합하여 수출성과 증대에 긍정적인 영향을 미치는 구조적 영향관계를 유추할 수 있다. 즉, 이상의 연구 결과의 결과를 종합하면, 글로벌 공급사슬 내 중소기업의 공급사슬에는 글로벌 기업가정신·사회적 자본·수출성과의 구조적 관계가 작용하는 것으로 판단되며, 이는 사회적 자본의 매개효과를 검증한 가설4의 결과로서 일부 뒷받침 된다.

4.6 가설4의 검증결과

중소기업의 글로벌 공급사슬파트너와의 사회적 자본이 글로벌 기업가정신과 수출성과의 영향관계에서 매개효과를 가질 것이라는 가설4의 분석을 위해 Baron & Kenny(1986)의 분석 방법을 활용하여 회귀분석을 실시하였다.²⁾

우선, 매개효과 분석의 단순성과 결과의 명확성을 확보하기 위해서 각각 세 가지의 하위요인으로 구성된 사회적 자본과 글로벌 기업가정신을 요인분석 단계에서 각각 하나의 요인점으로 통합시켰다. 가설1과 가설2의 검증결과에서 각 하위요인이 주관적·재무적 수출성과에 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타난 점, 상관관계 분석에서도 여섯 개의 하위요인이 유의적인 상관성을 지니는 것으로 나타난 점, 그리고 사회적 자본과 기업가정신은 하나의 요인만으로 구성되지 않으며 각 하위요인의 개념들이 상호 보완적 성격을 갖고 있다는

2) 일반적으로 매개효과 분석에 적용되는 Baron & Kenny(1986)의 검증모형은 총 4단계로 구성되어 있다. 우선, 1단계(독립변수→매개변수), 2단계(독립변수→종속변수), 3단계(독립/매개변수→종속변수)의 회귀모형이 모두 유의해야 하며, 마지막으로 2단계의 회귀계수가 3단계의 회귀계수보다 높을 경우를 만족하였을 때 부분매개효과가 존재하는 것으로 판정한다.

<표 9> 가설4의 검증결과

검증단계	독립변수	종속변수	Beta	Adj-R ²	F-Value	T-value
기업가 정신	1	기업가정신	.673	.481	45.203***	12.003***
	2	기업가정신	.473	.228	15.130***	6.389***
↓ 주관적 수출성과	3	기업가정신	.173	.304	17.692***	4.621***
		사회적 자본	.391			
기업가 정신	1	기업가정신	.673	.481	45.203***	12.003***
	2	기업가정신	.369	.208	13.506***	5.325***
↓ 재무적 수출성과	3	기업가정신	.292	.210	11.157***	3.177**
		사회적 자본	.114			

주) *** p < 0.001, ** p < 0.01, * p < 0.05

점에 미루어, 위와 같이 각 하나의 변수로 통합·산정함에 문제가 없을 것으로 판단된다. 또한 이상의 통계분석과 마찬가지로 매개효과 분석에서도 설립연수, 성장단계, 조직규모를 통제변수로 설정하였으나, 해당 결과는 앞선 가설검증단계에서 제시되어 있으므로 <표 9>에서는 별도 제시하지 않았다.

분석결과, 글로벌 기업가정신이 주관적 수출성과에 미치는 영향관계에서는 사회적 자본의 매개효과가 존재하는 것으로 나타났다. 반면, 재무적 수출성과에서는 3단계의 사회적 자본이 재무적 수출성과에 미치는 영향이 유의하지 않은 것으로 나타나, 매개효과가 검증되지 않았다. 이에 따라 중소기업과 공급사슬파트너 간의 사회적 자본은 글로벌 기업가정신과 수출성과의 영향관계에서 부분적으로 매개효과를 갖는 것으로 볼 수 있다. 위 결과는 앞서 기술한 글로벌 기업가정신·사회적 자본·수출성과의 구조적 영향관계를 일부 지지하는 것으로 판단된다. 반면, 글로벌 기업가정신과 재무적 수출성과의 영향관계에서 사회적 자본의 매개효과가 나타나지 않은 점에 대해선, 해당 수출성과는 전반적인 경영활동을 설명하는 변수가 고려될 필요가 있는 것으로 조심스럽게 해석할 수 있다.

V. 결론

오늘날의 국제경쟁환경은 중소기업의 지속가능한 성장을 위해 해외진출을 절실히 요구하고 있다. 이에 운송·생산·유통·판매의 과정에서 발생하는 지리적 및 물리적 한계를 기업 간 전략적 제휴를 통해 극복하는 방안으로 논의되어온 공급사슬 관리의 대기업과 비교하여 상대적으로 거래량이 적은 중소기업에게 신속한 해외진출과 그에 따른 성과제고를 위한 전략적 관리활동으로 인식된다. 이와 관련된 선행연구에서는 협력업체와의 파트너십 형성 및 강화가 공급사슬관리의 핵심요인으로 논의되어 왔으나, 각 연구들이 다양하게 제시하는 요인들은 일관성과 체계성을 갖추고 있지 못하다. 또한 공급사슬파트너와의 관계구축을 촉진하는 동인 또는 선행요인이 무엇인가에 대해선 연구와 이해가 부족한 편이다.

이를 위해 본 연구는 선행연구를 통해 글로벌 공급사슬관리에서 해외협력업체와의 관계적 특성과 사회적 자본의 연관성을 파악하고, 선행연구에서 규명된 사회적 자본과 글로벌 기업가정신의 하위요인이 주관적·재무적 수출성과에 미치는 영향관계를 가설로 설정하였다. (사)글로벌 최고경영자클럽과 (사)한국중견기업연합회의에 등록된 회원사 중 우수 해외진출

중소기업을 모집단으로 추출하고 최고경영자를 대상으로 설문조사를 실시, 192부의 개별 응답지를 표본기업으로 설정하여 가설을 검증하였다. 이상의 연구결과를 종합하면 다음과 같이 논의될 수 있다.

첫째, 글로벌 공급사슬파트너와 형성한 사회적 자본, 즉 네트워크, 신뢰, 호혜적 규범은 주관적 재무적 수출성과를 강화시키는 요인으로 볼 수 있다. 이는 중소기업이 해외진출의 효율성과 그에 따른 성과를 제고하기 위해선 공급사슬로 연결된 해외협력업체와 함께 사회적 자본을 개발하려는 노력과 투자가 필요함을 의미한다. 이와 같이 공급사슬의 구성주체들 간의 유대관계에 함양된 사회적 자본은 서로의 경영목표가 달성될 수 있도록 상호협력을 촉진함으로써 경쟁우위 원천으로 작용할 것이다(이영찬 외, 2009). 구체적으로 글로벌 공급사슬파트너 간에 유기적 협업 활동과 정보공유, 공평한 성과적용과 원칙에 입각한 성실한 협상 및 책임·의무의 수행, 공생의식에 근거한 비용과 위험의 분담 및 상호적 목표의 공유와 이해는 단기적으로 비용과 노력이 수반될 수 있으나 장기적으로 수출성과를 강화시키는 요인이다. 이 과정을 통해 형성된 공급사슬 내 사회적 자본은 자체적으로 해외진출을 실시하기에는 자원과 역량이 부족한 중소기업에게 생산한 현지시장에서 획득하기 어려운 무형적 자산에 대한 접근성을 제공함으로써 경쟁우위 원천으로 작용한다(Chen et al., 2007). 또한 본 연구결과는 사회적 자본의 장점으로 논의되는 협상 비용, 감시비용 및 거래비용과 같은 경제적 비용의 절감효과가 작동하는 것으로 파악될 수 있다(Chetty & Agndal, 2007).

둘째, 중소기업의 글로벌 기업가정신의 하위변수인 혁신성, 진취성, 위험감수성은 수출성과는 물론 사회적 자본의 형성에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 현지시장의 정보와 자원에 대한 접근성을 제공함으로써 성과에 직접적인 영향을, 그리고 현지시장에서 활용될 기업내부자원의 생산성을 높이는 간접적 효과를 발휘하는 사회적 자본을 경쟁우위의 원천 또는 자원 그 자체로 본다면, 본 연구결과는 글로벌 기업가정신이 공급사슬파트너와 공동의 목표를 달성하도록 사회적 자본의 형성과 강화에 도움을 주는 요인임을 증명하는 것이다(Florin et al., 2003). 따라서 새로운 경영자원으로서 혁신활동을 개시하는 동인인 기업가정신은 해외진출의 보완적 자산인 사회적 자본에 정(+)의 영향을 미치는 동시에, 해외수출에 필요한 자원과 역량을 결합시킴으로써 목표된 성과를 창출하는데 필요한 전략적 행동양식으로서 이해되어야 하며, 이를 개발하기 위한 교육훈련이 필요할 것으로 판단된다(Knight, 2000).

셋째, 사회적 자본은 중소기업의 글로벌 기업가정신과 수출성과의 영향관계 일부에서 매개효과를 보여주었다. 구체적으로 기업가정신이 주관적 수출성과에 미치는 관계에서는 사회적 자본의 매개효과가 존재하였다. 즉, 본 연구에서 적용한 변수들은 투입(글로벌 기업가정신)-산출(사회적 자본)-결과(수출성과)의 프로세스적 관점에서 이해될 수 있음 시사한다. 선행연구에서도 협력기업들이 공급사슬 전체의 공동목표를 추

구하도록 만드는 관계적 특성으로서 사회적 자본은 공급사슬 파트너와 비·공식적 의사소통, 유·무형적 자원공유와 지원 등과 같은 협력적 활동을 촉진하는 것으로 보고된다(Min et al., 2008). 따라서 본 연구결과는 해외시장의 불확실성과 변화에 신속히 대응하고 사업적 기회를 실현하기 위해선 공급사슬의 모든 구성주체의 협력적 활동이 필요함을 의미한다. 만약 사회적 자본의 낮은 수준으로 말미암아 주체들 간에 의사소통 부재와 정보단절 현상이 발생한다면, 조직내부에 충분한 자원과 능력을 보유한 기업일지라도 공급사슬 전체의 경쟁력을 떨어뜨리는 요인으로 작용할 수 있다. 한편, 재무적 수출성과에서는 사회적 자본의 매개효과가 검증되지 않았다. 이에 대해선 본 연구결과만으로 판단하기 어려우나, 정량적 지표에 가까운 재무적 수출성과는 공급사슬파트너와의 사회적 자본보다는, 본질적으로 내부기업경영과 관련된 다양한 변수가 작용할 것으로 조심스럽게 추측할 수 있다.

본 연구는 공급사슬로 관계된 해외협력업체를 공급사슬파트너로 파악하고, 이들과의 관계에서 형성되는 사회적 자본이 수출성과에 미치는 영향을 살펴보기 위한 목적으로 수행되었다. 또한 투입-산출-결과의 프로세스 관점에서 수출성과 증진에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 기대된 사회적 자본의 형성을 촉진하는 요인으로서 글로벌 기업가정신의 역할을 검증하는데 이차적 목적을 두었다 즉, 중소기업의 해외진출과 성과제고를 설명하기 위한 방법론으로서, 선행연구에서 독립적으로 진행되어온 공급사슬관리와 사회적 자본에 관한 논의들 연계·통합하여 공급사슬파트너와의 질적·관계적 특성에 대한 개발과 투자노력의 중요성을 규명하는데 본 연구의 차별성을 둘 수 있다.

참고문헌

구자열·조성원(2002), 전자상거래시 국제물류에서 신뢰와 파트너십에 관한 구조모형분석, *마케팅관리연구*, 7(1), 25-43.
 김창봉(2005), GSCM 기업의 물류전략과 사업성과에 관한 연구, *한국물류학회지*, 15(2), 109-126.
 김창봉(2009), 한국 기업의 GSCM이 사업성과에 미치는 영향에 관한 실증연구: 전기전자산업을 중심으로, *국제지역연구*, 13(2), 335-354.
 김창봉·권승하(2011), SCM의 위험관리, 파트너십, 사업성과의 관계 연구, *통상정보연구*, 13(3), 203-228.
 윤기창(2009), 한국 벤처기업의 경영성과에 미치는 영향요인에 관한 연구: 국제적 기업가정신과 기업역량을 중심으로, *국제지역연구*, 13(2), 405-432.
 이만상·이용길·이국용(2007), 공급망 관리(SCM) 파트너십이 기업의 경영성과에 미치는 영향, *한국생산관리학회지*, 18(3), 105-133.
 이신규(2006), 공급사슬관리(SCM)를 활용한 기업의 물류 혁신, *창업정보학회지*, 9(1), 231-251.

- 이양현·심상규(2007), 중소기업의 성장단계 판별모형에 관한 연구, *중소기업학회*, 29(2), 23-39.
- 이영찬·김영재·이승석(2009), 사회적 자본이 노사관계 및 기업 성과에 미치는 영향에 관한 실증연구, *지식경영연구*, 10(4), 133-151.
- 이춘우(2009), 자원기반관점의 연구지평 확장 방향 탐색: 중소기업 자원경영의 전략적 과제를 중심으로, *중소기업연구*, 21(1), 51-71.
- 이태희(2012), 기업 규모에 따른 공급사슬지향성과 공급사슬관리가 수출성과에 미치는 영향, *국제경영리뷰*, 16(1), 243-273.
- 조연성·박근호(2010), 기업가정신과 보유역량의 국제신벤처기업 수출성과에 관한 연구, *국제경영리뷰*, 14(4), 119-143.
- Adler, P. S. & Kwon, S. W.(2002), Social Capital: Prospects for a New Concept, *Academy of Management Review*, 27(1), 17-40.
- Aldrich, H. E. & Zimmer, E. R.(1986), Entrepreneurship through Social Network, in Sexton, D. L. & R. W. Smilor (Eds), *The Art and Science of Entrepreneurship*, Cambridge, MA: Ballinger.
- Balabanis, G. I. & Katsikea, E. S.(2003), Being An Entrepreneurial Exporter: Does It Pay?, *International Business Review*, 12, 233-252.
- Baron, R. M. & Kenny, D. A.(1986), The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations, *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Barringer, B. R. & Bluedorn, A. C.(1999), The Relationship between Corporate Entrepreneurship and Strategic Management, *Strategic Management Journal*, 20(5), 421-444.
- Bourdieu, P.(1986), The Forms of Capital, in J. G. Richardson (Eds.) *Handbook of Theory and Research for The Sociology of Education*, New York: Greenwood.
- Burt, R. S.(2000), The Network Structure of Social Capital, *Research in Organizational Behavior*, 22, 345-423.
- Chen, C., Tzeng, L, Ou, W. & Chang, K.(2007), The Relationship among Social Capital, Entrepreneurial Orientation, Organizational Resources and Entrepreneurial Performance for New Ventures, *Contemporary Management Research*, 3(3), 213-232.
- Chetty, S. & Agndal, H.(2007), Social Capital and Its influence on Changes in Internationalization Mode Among Small and Medium-Sized Enterprises, *Journal of International Marketing*, 15(1), 1-29.
- Coleman, J. S.(1990), *Foundations of Social Theory*, Cambridge, M.A : Harvard University Press.
- Dess, G. G., Lumpkin, G. T. & Covin, J. G.(1997), Entrepreneurial Strategy Making and Firm Performance: Tests of Contingency and Configurational Models, *Strategic Management Journal*, 18(9), 677-695.
- Dimitratos, P., Plakoviannaki, E. & Pitsoulaki, A.(2010), The Global Smaller Firm in International Entrepreneurship, *International Business Review*, 19, 589-606.
- Dimitratos, P., Lioukas, S. & Carter, S.(2004), The Relationship between Entrepreneurship and International Performance: The Importance of Domestic Environment, *International Business Review*, 13, 19-41.
- Eisenhardt, K. M. & Schoonhoven, C. B.(1996), Resource-based View of Strategic Alliance Formation: Strategic and Social Effects in Entrepreneurial Firms, *Organizational Science*, 7(2), 136-150.
- Evangelista, F. U.(1994), Export Performance and Its Determinants: Some Empirical Evidence from Australian Manufacturing Firms, in Cavusgil, S. T. and C. Axinn. (Eds.), *Advances in International Marketing*, Greenwich: JAI Press.
- Florin, J., Lubatkin, M. H. & Schulze, W.(2003), A Social Capital Model of High-growth Ventures, *Academy of Management Journal*, 46, 374-384.
- Fountain, J.(1998), Social Capital: A Key Enabler of Innovation, in L. Branscomb and J. Keller (Eds.), *Investing in Innovation*, Cambridge, M.A: MIT Press.
- Fukuyama, F.(1995), *Trust: Social Virtues and the Creation of Prosperity*, New York: Free Press.
- Fynes, B., de Burca, S. & Marshall, D.(2004), Environmental Uncertainty, Supply Chain Relationship Quality and Performance, *Journal of Purchasing and Supply Management*, 10(5), 179-190.
- Gardner, J. T., Cooper, M. C. & Noordewier, T.(1994), Understanding Shipper-Carrier and Shipper Warehouse Relationships: Partnerships Revisited, *Journal of Business Logistics*, 15(2), 121-143.
- Knight, G. A.(2000), Entrepreneurship & Marketing Strategy: the SME under Globalization, *Journal of International Marketing*, 8(2), 12-32.
- Knight, G. A. & Cavusgil, S. T.(2004), Innovation, Organizational Capabilities, and the Born-global Firm, *Journal of International Business Studies*, 35, 124-141.
- Koka, B. R. & Prescott, J. E.(2002), Strategic Alliances as Social Capital: A Multidimensional View, *Strategic Management Journal*, 23(9), 795-816.
- Krause, D. R., Handfield, R. B. and Tyler, B. B.(2007), The Relationships Between Supplier Development, Commitment, Social Capital Accumulation and Performance Improvement, *Journal of Operational Management*, 25(2), 528-545.
- Kwon, I. G. & Suh, T.(2005), Trust, Commitment and Relationships in Supply Chain Management: A Path Analysis, *Journal of Supply Chain Management*, 10(1), 26-33.
- Lambert, D. M., Emmelhainz, M. A. & Gardner, J. T.(1999), Developing and Implementing Supply Chain Partnership,

- International Journal of Logistics Management*, 7(2), 1-17.
- Landry, R., Amara, N. & Lamari, M.(2002), Does Social Capital Determine Innovation? To What Extent?, *Technological Forecasting and Social Change*, 69, 681-701.
- Lee, C., Lee, K. & Pennings, J. M.(2001), Internal Capabilities, External Networks, and Performance: A Study on Technology-based Ventures, *Strategic Management Journal*, 22, 615-640.
- Lian, F. & Santos, F. J.(2007), Does Social Capital Affect Entrepreneurial Intentions?, *International Advances in Economic Research*, 13, 443-453.
- Lin, N, Cook, K. & Burt, R.(2001), Building a Network Theory of Social Capital, in Lin, N. K. Cook and R. Burt (Eds.), *Social Capital Theory and Research*, New York: Aldine De Gruyter.
- Lumpkin, G. T. & Dess, G. G.(1996), Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance, *Academy of Management Review*, 21(1), 135-72.
- Maloni, M. & Benton, W. C.(1997), Supply Chain Partnership: Opportunities for Operations Research, *European Journal of Operational Research*, 419-429.
- Matsuno, K., Mentzer, J. T. & Ozsomer, A.(2002), The Effects of Entrepreneurial Proclivity and Market Orientation on Business Performance, *Journal of Marketing*, 66(3), 18-32.
- Meixell, M. J. & Gargeya, V. B.(2005), Global Supply Chain Design: A Literature Review and Critique, *Logistics and Transportation Review*, 41(6), 531-550.
- Mentzer, J. T., Myers, M. B. & Stank, T. P.(2006), *Handbook of Global Supply Chain Management*, Sege Publications.
- Min, S., Kim, S. K. & Chen, H.(2008), Developing Social Identity and Social Capital for Supply Chain Management, *Journal of Business Logistics*, 29(1), 283-304.
- Mitchell, W. & Singh, K.(1996), Survival of Businesses Using Collaborative Relationships to Commercialize Complex Goods, *Strategic Management Journal*, 17, 169-195.
- Nahapiet, J. & Ghoshal, S.(1998), Social Capital, Intellectual Capital, and The Organizational Advantage, *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
- Nunnally, J. C.(1994), *Psychometric Theory*, New York: McGraw-Hill.
- Oviatt, B. M. & McDougall, P. P.(2005a), The Internationalization of Entrepreneurship, *Journal of International Business Studies*, 36, 2-8.
- Oviatt, B. M. & McDougall, P. P.(2005b), Defining International Entrepreneurship and Modeling the Speed of Internationalization, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 537-554.
- Putnam, R. D.(1993), *Making Democracy Work*, Princeton: Princeton University Press.
- Raven, P. V., McCullough, J. M. & Tansuhaj, P. S.(1994), Environmental Influences and Decision Making Uncertainty in Export Channel: Effects of Satisfactions and Performance, *Journal of International Marketing*, 2(3), 37-59.
- Slater, S. F. & Narver, J. C.(1995), Market Orientation and the Learning Organization, *Journal of Marketing*, 59(3), 63-74.
- Stam, W. & Elfring, T.(2008), Entrepreneurial Orientation and New Venture Performance: The Moderating role of Intra- and Extra-industry Social Capital, *Academy of Management Journal*, 51(1), 97-111.
- Teece, D. J., Pisano, G. & Shuen, A.(1996), Dynamic Capabilities and Strategic Management, *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.
- Tsai, W. & Ghoshal, S.(1998), Social Capital and Value Creation: The Role of Intrafirm Networks, *Academy of Management Journal*, 41, 464-476.
- Vickery, S. K., Jayaram, J., Droge, C. & Calantone, R.(2003), The Effects of an Integrative Supply Chain Strategy on Customer Service and Financial Performance: An Analysis of Direct Versus Indirect Relationship, *Journal of Operations Management*, 21(5), 523-539.
- Walker, G., Kogut, B. & Shan, W.(1997), Social Capital, Structural Holes and the Formation of an Industry Network, *Organizational Science*, 8(2), 109-125.
- Westhead, P., Wright, M. & Ucbasaran, D.(2001), The Internationalization of New and Small Firms: A Resource-based View, *Journal of Business Venturing*, 16, 333-358.
- Westlund, H. & Bolton, R.(2003), Local Social Capital and Entrepreneurship, *Small Business Economics*, 21(2), 77-103.
- Wiklund, J. & Shepherd, D.(2005), Entrepreneurial Orientation and Small Business Performance, *Journal of Business Venturing*, 20, 71-91.
- Wright, M., Filatotchev, I., Hoskisson, R. E. & Peng, M. W.(2005), Strategy Research in Emerging Economies: Challenging the conventional Wisdom, *Journal of Management Studies*, 42(1), 1-33.
- Yuan, L., Zhao, Y., Tan, J. & Liu, Y.(2008), Moderating Effects of Entrepreneurial Orientation on Market Orientation-Performance Linkage: Evidence from Chinese Small Firm, *Journal of Small Business Management*, 46(1), 113-133.
- Zahra, S. A. & Gravis, D. M.(2000), International Corporate Entrepreneurship: The Moderating Effect of International Environmental Hostility, *Journal of Business Venturing*, 15, 469-492.
- Zahra, S. A. & George, G.(2002), International Entrepreneurship: The Current Status of the Field and Future Research Agenda, in M. Hitt, D. Ireland, D. Sexton and M. Camp (Eds.) *Strategic Entrepreneurship: Creating and Integrated Mindset*, Oxford: Blackwell.

The Effects of Global Entrepreneurship and Social Capital Within Supply Chain on the Export Performance

Yoon, Heon Deok*

Kwak, Ki Young**

Seo, Ri Bin***

Abstract

Under the international business circumstance, global supply chain management is considered a vital strategic challenge to small and medium-sized enterprises(SMEs) suffering from deficient resources and capabilities to exploit overseas markets comparing with large corporations. That is because they can expand their business domains into overseas markets by establishing strategic alliances with global supply chain partners. Although a wide range of previous researches have emphasized the cooperative networks in the chain, most are ignoring the importance of developing relational characteristics such as trust and reciprocity with the partners. Besides, verifying the relational factors influencing firms' export performances, some studies proposed different and inconsistent factors. According to the social capital theory, which is the social quality and networks facilitating close cooperation of inter-individual and inter-organization, provides the integrated view to identify the relational characteristics in the aspects of network, trust and reciprocal norm. Meanwhile, a number of researchers shows that global entrepreneurship is the internal and intangible resource necessary to promote SMEs' internationalization. Upon closer examination, however, they cannot explain clearly its influencing mechanism in the inter-firm cooperative relationships.

This study is to verify the effect of social capital accumulated within global supply chain on SMEs' qualitative and quantitative export performance. In addition, we shed new light on global entrepreneurship expected to be concerned with the formation of social capital and the enhancement of export performances. For this purpose, the questionnaires, developed through literature review, were collected from 192 Korean SMEs affiliated in Korean Medium Industries Association and Global Chief Executive Officer's Club focusing on their memberships' international business. As a result of multi-regression analysis, the social capital - network, trust and reciprocal norm shared with global supply chain partner - as well as global entrepreneurship - innovativeness, proactiveness and risk-taking - have positive effect on SMEs' export performances. Also global entrepreneurship affects positively social capital which has mediating effect partially in the relationship between global entrepreneurship and performances. These results means that there is a structural process - global entrepreneurship(input), social capital(output), and export performances(outcome). In other words, a firm should consistently invest in and develop the social capital with global supply chain partners in order to achieve common goals, establish strategic collaborations and obtain long-term export performances. Furthermore, it is required to foster the global entrepreneurship in an organization so as to build up the social capital. More detailed practical issues and discussion are made in the conclusion.

Key Words: Global Supply Chain Management, Social Capital, Global Entrepreneurship, Export Performance, International Business

* Professor, Department of Small Business and Entrepreneurship, Soongsil University.

** Doctoral Fellow, Department of Small Business and Entrepreneurship, Soongsil University.

*** Researcher, Institute of Entrepreneurial Management, Soongsil University.