

무역지원기관 서비스의 활용과 기업역량 및 수출성과 간의 영향관계에 대한 연구

A Study on the Relationships between the Utilization of Service of Trade
Support Organization, Corporate Competency, and Export Performance

권승하(Seung-Ha Kwon)^a

중앙대학교 대학원 무역물류학과 BK21+ 연구전담 교수

김창봉(Chang-Bong Kim)^b

중앙대학교 경영경제대학 경영학과 교수

목차

Abstract

I. 서론

II. 선행연구 및 가설설정

III. 연구모형 및 연구방법

IV. 가설의 검증결과

V. 결론 및 시사점

References

Abstract

This paper attempts to reveal the relationships between factors of the trade support organization service, company competency, and export performance. According to precedent studies, our study analysed 163 cases from Korean export companies and then developed a structural equation model. As a result of the model test, this empirical study found that trade support organization services(customer-orientation and service quality factors) have a positive significant influence on export commitment. Second, there was a positive relationship between export commitment and technology competitiveness level, and organization capacity. Third, export commitment have a positive significant influence on export performance. Forth, there was a negative relationship between technology competitiveness level and export performance.

Keywords: Trade Support Organization, Customer-orientation, Service Quality, Export Commitment, Technology Competitiveness Level, Organization Capacity, Corporate Competency, Export Performance

JEL Classifications: F1, F18

• Received 02 June 2015, Revised 11 June 2015, Accepted 23 June 2015.

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

^b Corresponding Author, E-mail: kimchangbong@hanmail.net

© 2015 The Korea International Trade Research Institute. All rights reserved.

I. 서론

모뉴엘 사건 등 무역지원기관에서 진행하고 있는 지원제도가 글로벌 무역에서 이슈가 되고 있다. 무역의 패러다임은 근접국가 간의 무역거래에서 글로벌 지역으로 무역공급체인통합에 의하여 활발하게 이루어지고 있다. FTA (free trade agreement) 협정의 체결로 인하여 무역거래가 자유롭게 진행되고 있어서 무역 규모가 증가하고 있다. 이러한 무역 환경에서 무역지원기관은 우리 수출 경쟁력을 강화하기 위하여 기업들에게 수출 제품을 담보하는 제도를 운영하고 있다. 세계 무역기구(World Trade Organization: WTO)에서도 수출 지원 정책 제도는 규제를 하지 않을 정도로 글로벌 무역에 있어서 수출촉진에 관한 무역보험제도는 중요한 역할을 하고 있다. 무역지원기관의 서비스는 해외시장개척, 수출·입 보험, 수출금융 지원 등의 서비스를 나타내고, 기업들이 무역지원기관의 서비스를 활용함으로써 해외시장 진출에 중요한 경쟁력이 될 수 있다.

글로벌 무역의 기업활동들은 기업 규모와 관계없이 이루어지고 있으나 글로벌 거래에서는 기업의 브랜드가치 및 신용도가 파트너십을 형성하는데 중요한 역할을 하고 있기 때문에 우리나라의 대기업보다도 중소·중견 기업들에게 수출경쟁력 확보 차원에서 무역지원제도가 더욱 중요한 제도로 각광받고 있다. 무역지원기관의 서비스는 단순히 무역관련 서비스를 제공하는 것뿐만 아니라 그 서비스를 활용하는 기업에 적합한 서비스를 제공해야 한다. 따라서 기업의 무역지원기관 서비스의 활용을 촉진하기 위해서 무역지원기관이 무역관련 서비스 제공에 대한 품질이 중요하다.

기업은 해외시장에 진출을 위한 해외시장 변화에 대응 및 투자를 통하여 수출물입도를 향상시키고 있다. 기업은 해외시장의 불확실한 시장 환경에 대비하기 위해 무역지원기관의 서비스를 활용하여 발생가능한 리스크를 최소화하는 대응노력이 필요하다. 따라서 본 연구에서는 무역지원기관을 활용하는 기업을 대상으로 무역지원기관서비스 활용과 기업역량 간의 인과관계를 실증적으로 분석하고자 한다.

본 연구의 목적은 무역지원기관 서비스 활용에 대한 요인들과 기업역량 요인들을 도출하고, 최종적으로 각 요인들 간의 인과관계가 기업의 수출성과에 미치는 영향을 검증하는데 있다. 이러한 연구목적은 달성하기 위해서 무역지원기관서비스에 대한 요인으로 고객지향성과 서비스품질 요인을 도출하였고, 기업역량 요인으로 수출물입도, 기술경쟁력수준, 조직역량 요인들을 도출하여 기업의 수출성과에 미치는 영향관계에 관한 가설을 설정하여 검증하였다. 본 연구에서는 무역지원기관서비스의 고객지향성, 서비스품질 요인들을 독립변수로, 기업역량의 수출물입도, 기술경쟁력수준, 조직역량 요인들을 매개변수로 설정하였다. 이에 종속변수인 수출성과에 미치는 영향관계를 구조방정식 모형(structured equation model)을 통하여 실증분석을 수행하였다.

본 연구는 II장에서 무역지원기관서비스, 각 요인간의 관계에 관한 이론적 배경과 선행연구를 살펴보고, III장에서 본 연구의 연구모형과 가설에 대하여 설명하는 순으로 구성하였다. 본 연구의 핵심인 IV장에서는 AMOS 21.0과 SPSS 18.0 통계 패키지를 활용하여 실증분석을 통해 가설을 검증하고 V장에서 결론 및 시사점을 도출하였다.

II. 선행연구 및 가설설정

1. 무역지원기관 서비스

1) 무역지원기관

우리나라의 무역지원서비스는 산업통상자원부가 주도하여 진행하며, 매년 발표하는 무역통상진흥시책을 통해 무역 수출입에 관련된 정부산하기관, 정부조직, 지방자치단체를 관리하며 총괄적으로 진행되고 있다. 무역정책의 수립과 시행에 중점을 두고 무역지원서비스를 제공하고 있다(Bae Myong-Ryeol, 2011). 우리정부는 2015년 무역통상진흥시책에서 무역지원기관으로 중소기업청, 관세청, 대한무역투자진흥공사, 한국무역보험공사, 한국수출입은행, 한국무역협회 등 15개의 정부산하기관과 문화체육관광부, 해양부, 외교부 등 정부주요기관 4개와 17개 지방자치 단체를 지정하여 무역지원 서비스를 공시하였다(Ministry of Trade, Industry & Energy). 우리 무역지원 제도는 기업들이 세부적인 접근방법으로 그 제도를 활용하고 있다(Hwang Kyung-Yun, 2011).

2) 무역지원기관의 제공서비스

한국무역보험공사(K-sure)의 대표적인 무역지원서비스는 크게 수출·입보험, 지원서비스(신용조사, 추심대행), 투자위험보증사업이 있다. 중소기업의 수출 수준을 기준으로 나누어 각각 적절한 서비스를 제공하고 있으며 특히, 수출보험 측면에서 1968년 12월 31일 수출보험법 제정 이후 한국 무역 발전에 큰 공헌을 하고 있다. 한국무역협회(KITA)의 대표적인 무역지원서비스는 해외 시장개척, 무역컨설팅, 금융지원, 무역정보 제공, FTA컨설팅, 통번역 지원서비스 등 무역전반에 걸친 서비스를 제공하고 있다(Korea

Trade Insurance Corporation). 1946년에서 시작하는 KITA의 역사는 세계 곳곳에 지사를 설치하여 해외마케팅에 주력하는 기관으로 중소기업의 수출진흥에 주력하고 있다(Korea International Trade Association). 중소기업청은 2차산업 중심의 주력산업 성장을 마친 뒤 지속가능한 국가경제의 성장을 위해 중소기업의 진흥을 경제 전략으로 내세운 정부에서 본격적으로 중소기업의 성장을 지원하기 위해 설립된 기관이다. 1996년 산업자원부의 외청으로 건립된 이후, 주로 국내시장에 머무는 중소기업의 성장을 지원하다가 최근 들어 중소·중견기업을 중심으로 지원제도를 확대하고 있다.

무역지원기관의 기관별 무역서비스를 종합적으로 연구하기에는 어려움이 있다. 따라서 본 연구의 범위는 해외시장진출을 위한 무역보험제도를 지원하여 무역지원사업을 수행하고 있는 한국무역보험공사를 주 대상으로 삼아 연구를 진행하였다.

2. 무역지원기관 서비스와 수출몰입도

본 연구에서는 무역지원기관이 제공하는 서비스를 혁신성과 편리성을 나타내는 고객지향성과 서비스품질로 구분하였다. 무역지원기관의 서비스는 기업들이 수출지원제도에 대한 활용도를 향상시키는 선행요인으로써 중요한 역할을 한다.

Hwang Kyung-Yun (2011)은 무역지원기관의 서비스 품질과 기업의 특성이 수출기업의 수출성과에 미치는 영향을 분석하였다. 수출성과를 신장시키기 위해서는 서비스품질의 체계성, 신뢰성, 공감성을 향상시켜야 하며, 기업의 수출몰입도가 높아야한다고 주장하였다. Kim Heung-Ryel (2011)은 서비

스 품질의 요인을 접근성, 물적 투자, 인적 투자, 편리성, 홍보성으로 구분하여 각 요인과 기업의 서비스 활용만족도 간의 관계를 분석하였다. 그 결과 접근성, 물적 투자, 인적 투자, 홍보성 등의 요인이 서비스 활용만족도에 영향을 미친다고 하였다. Cavanaugh (1976)는 기업역량과 무역지원기관이 제공하는 서비스는 판매 이외의 기능을 지원하는데 집중해야 한다고 주장하였다. 판매외적인 측면에서, 무역지원기관의 역할로는 신제품의 도입을 위한 지원, 해외시장조사, 해외에서의 기업지명도 제고를 위한 노력을 들였고 기업역량의 역할로는 판매직원에 대한 교육, 시장에서의 안정적인 주문량 확보 등을 강조하였다. 즉, 무역지원기관은 기업의 수출물입도 향상을 위한 노력을 해야 하고 기업 내부적으로는 제품판매시장의 안정성에 집중해야함을 주장하였다. Kim So-Hyung (2014)은 최근 수출성장이 높은 기술혁신형 중소기업을 대상으로 수출에 대한 정부지원정책의 만족과 실제 수출성과 만족도와의 관계에 대한 연구를 진행하였다. 관련기업에 대한 설문조사를 진행하였으며, 기술 혁신형 중소기업의 경우에도 정부지원정책이 중요하다는 결론을 도출하였다.

3. 수출물입도와 기업역량

수출물입도란 기업역량의 하나로 기업의 수출지향적인 성향의 정도로 정의할 수 있다. 경영자의 해외진출의지, 해외마케팅 수준, 기업의 국제화 수준 등을 포함하는 개념이다(Hwang Kyung-Yun, 2010).

Park Keun-Ho and Khoe Kyung-Il (2007)은 기업의 수출물입도와 기업역량간의 관계에서 기업의 마케팅역량, 기술역량, 기업의 네트워크 특성, 시장환경특성이 벤처기업의

해외진출수준에 미치는 영향에 관해 연구하였다. 그 결과 중소기업을 비롯한 벤처기업이 해외시장으로의 진출에 주요 시사점을 도출하고, 국내시장의 크기가 작은 산업분야(예: 첨단산업)들이 해외시장진출에 보다 적극적이므로 정부산하 기관의 무역지원서비스 제공이 요구된다고 주장하였다. Olavarrieta et al. (2008)은 기업역량은 기업의 경쟁우위를 창출하여 사업성과에 영향을 미친다고 하였다. 기업의 성과를 개선하기 위한 해외시장에 대한 물적·인적 투자와 해외시장 변화에 신속하게 대응하는 것이 기업역량의 강화로 경쟁우위 창출에 중요하다고 하였다. Ibeh (2003)는 수출기업의 기술경쟁력은 축적된 수출 경험이 해외시장 진출의 가능성을 향상시킨다는 결론을 도출하였다. 또한 기업의 수출물입도는 해외시장을 이해하고 해외시장 진출을 위한 추가비용 감소시켜 신속한 해외진출을 가능하게 한다고 하였다. Cavusgil and Zou (1994)는 기업이 시장과 관련된 지식과 제품에 관련된 숙련된 기술, 기업내부의 인적, 물적자원을 결합하는 것이 기업성과를 개선하는 방안이라고 주장하였다. 특히 시장의 니즈에 맞춘 기업의 시장 마케팅 전략은 상품이나 서비스에 가치를 부과함으로써 상품의 고객화를 달성하고 고객 제안에 대응할 수 있는 마케팅 역량을 구축하는 것이 중요하기 때문에 기업의 마케팅 역량이 기업성과개선에 가장 중요한 요인이라고 주장하였다.

4. 기업역량과 수출성과

기업역량과 수출성과와의 관계에 대한 기존연구에서는 기업이 수출을 지향하는 수출물입도, 조직의 역량(정보역량), 제품경쟁력(기술수준)과 수출성과 간의 영향 관계를 분

석하였고, 대체적으로 기업역량의 수준이 높은 경우, 수출성과가 보편적으로 높게 나타났다. Robey et al. (2000)는 기업역량을 강화하는 요인으로 조직의 학습능력을 도출하였고, 수출시장에서 기업이 경쟁력을 확보하는데 중요하다고 하였다.

Choi Hak-Soo (2005)는 수출시장에서 기업이 경쟁력을 획득하기 위해서는 기술역량이 중요하다고 하였다. 고도화된 기술역량은 고객이 필요로 하는 요구들을 충족하는 것이 가능하다는 점과, 경쟁기업과 상대적으로 차별적인 상품을 제공함으로써 블루오션에 먼저 진입할 수 있다고 주장하였다.

Kim Young-Il (2010)은 수출지원정책의 활용도와 수출성과 간의 관계를 분석하여 수출지원활용도가 향상되면 수출성과가 개선된다는 결론을 도출하였다. Park Kwang-Seo (2010)는 수출기업이 기업특성별로 수출지원제도의 인지도와 활용도, 그리고 활용성과에 차이를 분석하여 기업특성수준, 수출지원제도에 대한 인지도, 활용도의 수준이 높을수록 수출효율성이 높다고 주장하였다. Christensen et al. (1987)은 무역지원기관의 수출지원정책이 수출기업의 수출성과에 어떠한 기여를 하는지에 대해 연구하였다. 수출성과에 영향을 미치는 것은 기업의 특성, 수출관리수단, 최고경영자의 인식과 태도가 있다고 결론을 내렸다. 성공적인 수출기업은 덧붙여 품질부문에서도 개선되는 모습을 보여 품질관리역시 수출성과에 영향을 미침을 알 수 있다.

Yang Dong-Woo (2006)는 기업의 기술혁신역량 강화를 위해 중소벤처지원시스템을 통해 정책자금을 지원하고 있는 공공기관의 지원업체선정에 대한 현황을 분석한 결과 기술역량에 대한 객관적인평가, 지원재원의

효율적사용, 벤처캐피탈의 효율적인 투자를 통해 수출성과를 개선할 수 있을 것이라고 주장하였다. Park Ju-Young, Choi Soon-Sik and Hong Suk-Ki (2011)은 기업의 시장지향성과 마케팅역량이 경쟁우위에 미치는 영향을 구조방정식 모형으로 분석하여 기업의 사업성과에 기여한다고 주장하였다. 즉, 중소기업은 시장지향성과 마케팅역량 향상을 통하여 기업성과에 영향을 미치며, 중소기업이 시장지향성과 마케팅역량을 강화할 때, 기업이 지속적 경쟁우위 확보를 위한 기업성과를 제고하는데 바람직하다는 결론을 도출하였다.

Kim Cheong-Gwon (2014)은 수출기업의 수출마케팅 역량과 수출마케팅 전략의 실행효과, 수출성과와의 관계를 분석하고 효과적인 수출성과 제고방안을 제시하였다. 수출마케팅전략의 전략적 성과와 기업내부의 수출마케팅 프로그램 역량, 경영자의 자질(재무적 성과)이 중요하고 실행과정에서 효율적인 자원배분이 이루어져야 수출성과 긍정적인 영향을 미친다는 결론을 도출하였다.

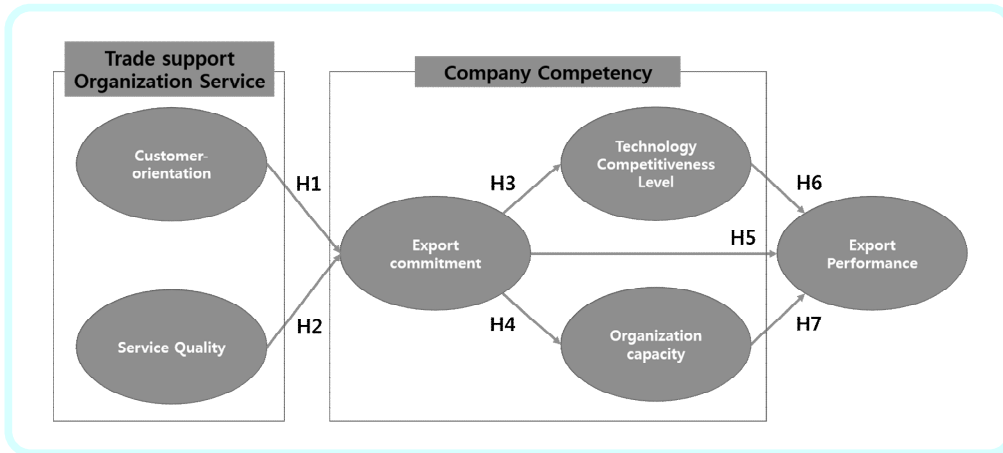
5. 연구가설의 설정

본 연구의 연구모형은 우리나라 수출기업들이 이용하는 무역지원기관서비스의 고객지향성, 서비스품질 요인들과 기업역량의 수출몰입도, 기술경쟁력수준, 조직역량 요인들로 설계되었다. 무역지원기관 서비스와 수출몰입도, 수출몰입도와 기업역량, 기업역량과 수출성과에 대한 선행연구를 바탕으로 무역지원기관서비스와 기업역량이 기업의 수출성과에 미치는 요인 간의 관계를 규명하기 위하여 <Table 1>과 같은 가설을 설정하였다.

Table 1. Research Hypotheses

Hypothesis	Contents
H1	Customer-orientation factor of trade support organization service will be positively related to export commitment.
H2	Service Quality factor of trade support organization service will be positively related to export commitment.
H3	Export commitment factor of company will be positively related to technology competitiveness level.
H4	Export commitment factor of company will be positively related to organization capacity
H5	Export commitment factor of company will be positively related to export performance.
H6	Technology competitiveness factor of company will be positively related to export performance.
H7	organization capacity factor of company will be positively related to export performance.

Fig. 1. Conceptual Research Model



Ⅲ. 연구모형 및 연구방법

1. 연구모형

본 연구에서는 우리나라의 수출기업들이 이용하는 무역지원기관서비스와 기업역량이 수출성과에 미치는 영향을 살펴보기 위함이다. 무역지원기관의 고객지향성, 서비스품질과 기업의 수출물입도, 기술경쟁력수준, 조직역량, 기업의 수출성과 간의 관계를 도식화하면 <Fig 1>과 같다.

2. 연구방법

1) 변수의 조작적 정의

연구변수의 조작적 정의는 변수의 측정 이전에 정의한 변수를 실제 측정 가능하도록 보다 구체적인 형태로 표현하는 과정이며 본 논문에서 수행한 조작적 정의를 요약하면 <Table 2>과 같다.

2) 자료의 수집 및 분류

본 연구의 목적은 우리나라 수출기업들이

Table 2. Operational Definition of Variables

Factor	Operationalization	Source
Customer-orientation	<ul style="list-style-type: none"> - Compliance with commitment - Customer response level - Considerate level of company - Business handling speed - To accommodate corporate level 	Jeong Yoon-Seo (2009), Cavanaugh (1976)
Service Quality	<ul style="list-style-type: none"> - Business Processing modernized level - Business processing simplification level - Post management level 	Kim Hong-Ryel (2011), Hwang Kyung-Yun (2011, 2012), Bae Myong-Ryeol (2012), Kim So-Hyung (2014)
Technology Competitiveness Level	<ul style="list-style-type: none"> - Differentiation of technology - Market competitiveness of product - Technology competitiveness of product 	Hwang Kyung-Yun (2010), Cavusgil, Zou (1994), Ideh (2003), Choi Hak-Soo (2005), Yang Dong-Woo (2006), Ibeh and Young (2001), Zou and Stan(1998)
Organization capacity	<ul style="list-style-type: none"> - For the new technology acquisition level of effort - efforts to establish a new business area level - Existing technologies for the advancement of the level of effort 	Robey et al. (2000), Kim Young-Il (2010), Park Kwang-Seo (2010), Park Ju-Young, Choi Soon Sik and Hong Suk-Ki (2011), Kim Cheong-Gwon (2014), Taylor, Baker (1994), Zahara et al. (1993)
Export commitment	<ul style="list-style-type: none"> - Improvement of overseas marketing for the material level of investment - improvement of overseas marketing for the human level of investment - Overseas markets that respond to changes in levels 	Park Keun-Ho and Khoe Kyung-Il (2007), Kim Jae-Woo and Jeong Yoon-Say (2012), Olavarrieta et al.(2008), Christensen et al(1987), Park Ju-Young, Choi Soon Sik and Hong Suk-Ki (2011)
Export performance	<ul style="list-style-type: none"> - Improvement of overseas market share - Improvement of price for export recovery - Sales increase - Actual export improvement 	Hwang Kyung-Yun (2010), Park Kwang-Seo (2010)

무역지원 기관의 서비스를 활용함으로써 기업역량에 따른 수출성과의 제고에 기여 여부를 분석하기 위함이다. 이를 위해서 Pilot study와 인터뷰를 통하여 설문지를 작성하였고, 무역보협공사에서 제공하는 서비스를 이용하고 있는 수출기업들을 대상으로 설문 조사를 실시하였다. 본 연구의 설문은 7점 척도로 측정되었으며, 2015년 3월 16일부터 2015년 5월 15일까지 약 2개월에 걸쳐 온·오프라인을 통하여 조사하였다. 총 1000부의 설문을 배부하여 17.8%에 해당되는 178부의 설문지를 회수하였고, 이 중에서 부적절하거나 오류가 있는 15부를 제외하고 최종적으로 16.3%에 해당되는 163부의 설문지

를 수거하여 실증분석에 활용하였다.

3) 통계분석기법

본 연구의 자료 분석은 다음의 네 단계로 수행되었다. 첫 번째 단계는 본 연구의 조사 대상 표본의 분포를 파악하는 단계로, 기업의 특성과 인구통계학적 특성을 파악하기 위하여 기술통계분석의 빈도분석을 수행하였다. 두 번째 단계는 본 연구의 연구모형에 사용된 무역지원기관 서비스의 고객지향성, 서비스품질, 기업역량의 수출몰입도, 기술경쟁력수준, 조직역량, 기업의 수출성과 변수에 대한 신뢰성을 검증하는 단계로, 신뢰도 계수(cronbach's alpha)에 기초하여 신뢰성

을 측정하였다. 세 번째 단계는 연구모형에 사용된 변수에 대한 타당성을 검증하는 단계로, 본 연구에서는 탐색적요인분석(exploratory factor analysis: EFA)과 확인적요인분석(confirmatory factor analysis: CFA)을 사용하여 타당성을 검증하였다. 탐색적요인분석은 주성분분석(principal component analysis: PCA)과 직교3회전방법(varimax method)을 사용하여 연구모형의 타당성을 검증하였고, 확인적요인분석은 적합도 지수를 사용하여 연구모형의 타당성을 검증하였다. 네 번째 단계는 본 연구에서 제시한 7개의 연구가설을 검증하는 단계로, 본 연구에서는 구조방정식모형(structural equation model: SEM)

을 사용하여 연구가설을 검증하였다. 본 연구의 연구모형 및 연구가설의 검증은 유의수준 $p < .05$ 에서 연구가설을 채택하고 기각하는 것을 판단하였으며, SPSS 18.0, AMOS 18.0 통계패키지를 활용하여 실증분석을 수행하였다.

IV. 가설의 검증결과

1. 기초통계 분석결과

본 연구의 기초통계 분석결과는 <Table 3>, <Table 4>와 같다. 먼저 산업군별 분포

Table 3. Analysis of Basic Statistics (1)

Type of Company		
Classification	Frequency	%
Food Industry	14	8.6
Cigarette Industry	2	1.2
Textile Product(clothing, shoes)	31	19.0
Wood, Wooden Product	1	0.6
Paper, Paper Product(Pulp)	1	0.6
Petroline	0	0
Chemical Products	10	6.1
Medical Supplies	1	0.6
Rubber and Plastic Product	10	6.1
Nonmetallic Minerals Products	4	2.5
Metal Products	27	16.6
Electronic component, Computer, Image, Sound communication Manufacturing Industry	19	11.7
Medical device, precision Instrument, optical Instrument	4	2.5
Electrical Equipment	11	6.7
Others	28	17.2
Total	163	100.0
The number of employees		
Fewer than 10	40	24.5
10-50	59	36.2
50-100	31	19.0
100-300	26	16.0
300-500	2	1.2
500-1000	3	1.8
More than 1001	2	1.2
Total	163	100.0

Table 4. Analysis of Basic Statistics (2)

Trade support organization service application period			Export experience		
Classification	Frequency	%	Classification	Frequency	%
1 year fewer than	14	8.6	2 year fewer than	7	4.3
1-3 years	29	17.8	2-5 years	21	12.9
3-5 years	37	22.7	5-8 years	45	27.6
5-10 years	47	28.8	8-10 years	25	15.3
10-15 years	23	14.1	10-15 years	27	16.6
15-20 years	7	4.3	15-20 years	20	12.3
20 years More than	6	3.7	20 years More than	18	11.0
Total	163	100.0	Total	163	100.0

를 보면 전체 163부의 설문 조사 중에서 섬유제품이 31부(19.0%)로 가장 높은 분포를 차지하였다. 다음으로 금속가공제품 27부(16.6%), 화학제품 10부(6.1%), 고무 및 플라스틱제품 10부(6.1%)로 나타났다. 기업인원을 살펴보면 10명 미만이 40개 기업(24.5%), 10-15명 미만이 59개 기업(36.2%), 50-100명 미만의 기업이 31개 기업(19.0%), 100-300명 미만의 기업이 26개 기업(16.0%)로 종업원 300명 미만의 중소기업이 다수를 차지하고 있다.

〈Table 4〉에서 무역지원제도 활용기간과 수출경력을 살펴보았다. 먼저 무역지원제도 활용기간은 5-10년 미만 47개 기업(28.8%)로 가장 많은 비중을 차지하였고, 다음으로 3-5년 미만 37개 기업(22.7%), 1-3년 미만 29개 기업(17.8%)의 순으로 나타났다. 수출 경력은 5-8년 미만 기업이 45개(27.6%)로 가장 많은 비중을 차지하였고, 2-5년 미만, 5-8년 미만, 8-10년 미만, 10-15년 미만, 15-20년 미만, 20년 이상 기업들이 18-27개 사이의 분포를 나타내고 있다.

2. 신뢰성 및 타당성 분석결과

1) 신뢰성 분석결과

본 연구에서는 가설을 검증하기 전에 측정의 신뢰성을 파악하기 위하여 각 요인에 관한 신뢰성 분석을 실시하였다. 신뢰계수 값의 범위는 0과 1사이로 0.7~1.0의 경우는 매우 강한 관련성을 의미하고, 0.4~0.7의 경우는 상당한 관련성임을 의미한다. 또한 0.2~0.4의 경우는 약간의 관련성, 0.2~0.0의 경우는 거의 관련성이 없다고 해석된다.

본 연구에서 사용된 연구 변수 신뢰성(cronbach's alpha)을 분석한 결과 〈Table 5〉에서와 같이 나타났다. 고객지향성(요인1)은 cronbach's alpha = .933, 수출성과(요인2)는 cronbach's alpha = .937, 서비스품질(요인3)은 cronbach's alpha = .918, 기술경쟁력수준(요인4)은 cronbach's alpha = .913, 조직역량(요인5)은 cronbach's alpha = .910, 수출몰입도(요인6)는 cronbach's alpha = .851로 신뢰계수 값의 범위가 모두 .850 ~ .940 사이에 있어 각 변수에 대한 신뢰성이 높은 것으로 나타났다.

Table 5. Exploratory Factor Analysis of Variables

Items		Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5	Factor6
Compliance with commitment	A1	.851	.164	.219	.084	.101	.142
Customer response level	A2	.827	.048	.251	.211	.035	.141
Considerate level of company	A3	.819	.322	.227	.066	.095	.061
Business handling speed	A4	.778	.150	.267	.160	.080	.084
To accommodate corporate level	A5	.769	.353	.223	.030	.126	.118
Improvement of overseas market share	B1	.172	.875	.220	.029	.171	.137
Improvement of price for export recovery	B2	.182	.842	.257	.041	.160	.152
Sales increase	B3	.214	.834	.231	.017	.108	.164
Actual exports improvement	B4	.311	.771	.224	.106	.159	.110
Business processing modernized level	C1	.156	.184	.856	.117	.085	.113
Business processing simplification level	C2	.241	.261	.797	.190	.107	.075
Post management level	C3	.384	.270	.755	.095	.116	.085
Level of diversity our business approach	C4	.420	.179	.704	.189	.122	.058
Level of service providers of access	C5	.399	.398	.620	.077	.023	-.087
Differentiation of technology	D1	.129	.136	.164	.865	.234	.131
Market competitiveness of Product	D2	.132	-.011	.148	.841	.221	.215
Technology competitiveness of product	D3	.142	-.013	.135	.823	.285	.217
For the new technology acquisition level of effort	E1	.118	.164	.090	.249	.866	.173
Efforts to establish a new business area level	E2	.088	.178	.060	.302	.807	.245
Existing technologies for the advancement of the level of effort	E3	.120	.199	.198	.271	.777	.240
Improvement of overseas marketing for the material level of investment	F1	.063	.212	.031	.188	.339	.787
Improvement of overseas marketing for the human level of investment	F2	.252	.189	.056	.287	.210	.773
Overseas markets that respond to changes in levels	F3	.233	.196	.236	.429	.257	.596
eigenvalue		4.260	3.646	3.498	2.857	2.596	2.014
% of variance		18.521	15.854	15.209	12.422	11.287	8.755
cumulative %		18.521	34.375	49.584	62.006	73.292	82.047
cronbach's alpha(α)		.933	.937	.918	.913	.910	.851

2) 확인적 요인분석 결과

본 연구에서는 가설검증 전에 정확하게 측정이 되었는지 평가하고 측정의 신뢰도와 타당도를 확인하기 위해서 확인적 요인분석을 실시한 결과 <Table 6>과 같다.

본 연구의 확인적 요인분석의 모델 적합도를 평가하기 위해서 절대적합지수와 증분적합지수의 적합도 지수를 살펴보았다. 먼저, 절대적합지수를 살펴보면 $\chi^2 = 347.949$

(df = 211, p=.000)로 나타났고, 잔차평균자승이증근(root mean square residual)은 .05 이하이면 우수한 것으로 판단되는데 .058으로 나타났다. 공분산잔차의 평균을 표준화한 SRMR은 0.08 이하이면 모델적합도가 좋은 것으로 판단되는데 .052으로 나타났다.

둘째, 증분적합지수를 살펴보면 표준적합지수(normed fit index: NFI)는 .902, 증분적합지수(incremental fit index; IFI)는 .959,

Table 6. Confirmatory Factor Analysis

Factor	Item	Standardized Regression Weights	S.E.	C.R	SMC	AVE (C.R.)	Composite Reliability (C.R.)
Customer-orientation	A5	.826			.682	.721	.928
	A4	.833	.080	12.407	.694		
	A3	.875	.063	17.632	.765		
	A2	.836	.086	12.198	.698		
	A1	.874	.080	13.059	.763		
Export Performance	B4	.831			.691	.792	.938
	B3	.883	.079	14.347	.780		
	B2	.908	.074	15.047	.825		
	B1	.934	.073	15.773	.873		
Service Quality	C5	.783			.613	.692	.918
	C4	.871	.075	12.338	.759		
	C3	.900	.075	13.001	.810		
	C2	.839	.078	11.669	.704		
	C1	.759	.078	10.360	.575		
Technology Competitiveness Level	D3	.890			.792	.779	.914
	D2	.869	.063	15.164	.755		
	D1	.889	.062	15.778	.790		
Organization Capacity	E3	.866			.751	.776	.912
	E2	.884	.061	14.908	.782		
	E1	.893	.067	15.125	.797		
Export Commitment	F3	.840			.706	.656	.851
	F2	.824	.088	11.876	.678		
	F1	.764	.095	10.773	.584		
Goodness-of-Fit of Model	$\chi^2 = 347.949$ (df = 211, p = .000), Q = 1.649, RMR = .058 (SRMR=.052), RMSEA = .063, GFI = .854, AGFI = 0.808, NFI = .902, RFI = .882, IFI = .959, TLI = .950, CFI = .958						

터커-루이스지수(Turker-Lewis index; TLI)는 .950, 비교적합지수(comparative fit index; CFI)는 0.958로 나타났다. 증분적합지수는 보편적으로 1에 근접한 값이 권장되는 수용 수준이며 본 연구에 나타난 연구모형의 적합도 지수는 0.9 이상으로 양호한 것으로 평가된다.

기타적합지수의 근사오차평균자승의 이중근(root mean square error of approximation: RMSEA)은 모델을 표본이 아닌 모집단에서 추정하는 경우 기대되는 적합도인데 0.05-0.08의 범위를 보일 때 수용할 수 있는 것으로 간주하는데 0.063으로 나타나 수용할 수

있다. 본 연구에 관측변수들의 표준화 요인 값인 C.R값은 2.301(p<0.01)을 초과해 유의한 것으로 나타났고, 요인 부하량(factor loading)의 표준적재치가 0.5 이상으로 나타나 개별 관측변수의 신뢰도가 있다고 할 수 있다. 다중상관자승(squared multiple correlation; SMC)은 0.2 이상으로 집중타당도가 있는 것으로 나타났다. 구성개념신뢰성(construct reliability: C.R.)의 경우 추천 기준치는 0.7 이상은 되어야 하고(Bagozzi and Yi, 1988), 평균분산추출값(averaged variance extracted: AVE)의 추천기준치는 0.5 이상인데 모두 충족하는 것으로 나타났다.

3. 구조방정식 모형 검증

본 연구의 연구가설을 검증하기 위하여 구조방정식모형으로 실증분석을 수행한 결과 <Table 7>, <Table 8>과 같은 연구결과를 얻었다.

본 연구의 조사 척도의 유효성과 신뢰성을 구축하기 위한 모형의 적합도를 분석한 결과는 <Table 7>와 같다. 먼저, 모형의 전반적 적합도를 평가하는 절대적합지수(absolute fit index)를 살펴보면 표준 χ^2 값인 Q는 1 이하이면 모형이 과대적합되고, 2-3 이상이면 표본공분산행렬을 잘 적합시키지 않음을 의미하는데 1.842로 나타났다.

둘째, 제안모형을 기초모형과 비교한 증분적합지수를 살펴보면 증분적합지수(IFI)는 .945, 터커-루이스지수(TLI)는 .935, 비교적합지수(CFI)는 .944로 나타나 모두 좋은 적합도를 갖는 것으로 나타났다. 기타지수로 근사오차평균자승의 이중근(RMSEA)은 .072로 수용범위에 좋은 적합도로 나타났다. 따라서 본 연구의 구조방정식 모형에 대한 연구단위 적합도가 적절하게 구성되었다.

본 연구의 우리나라 수출기업의 무역지원기관서비스 요인과 기업역량 요인, 수출성과 간의 영향관계에 대한 구조방정식 모형을 검증한 결과 <Table 8>과 같다. 첫째, 무역지원기관의 고객지향성은 수출물입도에 긍정

적인 영향을 미쳤다. 고객지향성의 수출물입도에 대한 경로계수는 .298이고, 표준오차는 .108, t값은 2.767로 나타났다. 이는 무역지원기관이 제공하는 서비스를 활용하는 기업에 맞춤형 서비스를 제공하는 수준이 높을수록 기업은 수출지향성과 최고경영자의 수출에 대한 관심 및 의지가 높아진다는 것을 의미한다. 따라서 본 연구의 가설 1은 채택되었다. 이는 최고경영자가 수출에 대한 관심이 개선되면 수출 지향성을 향상시키기 위해 한국무역보험공사의 서비스의 활용도가 더 높아질 있을 것이다.

둘째, 무역지원기관의 서비스품질이 개선될수록 기업의 수출물입도에 긍정적인 영향을 미쳤다. 서비스품질의 수출물입도에 대한 경로계수는 .298이고, 표준오차는 .115, t값은 2.606로 나타났다. 이는 무역지원기관에서 제공하는 서비스를 이용하는 방법이 최신화되고 업무처리가 간소화 될수록 기업은 그 서비스를 활용하는 수준이 향상될 것이다. 거기에 서비스를 활용이 용이해지고 사후관리까지 지원이 된다면 기업은 수출을 지향하게 되는 것이다. 이런 과정을 거치면서 기업은 수출에 몰입하는 수준이 향상될 것이다. 따라서 본 연구의 가설 2도 채택되었다.

셋째, 기업의 수출물입도는 기업의 기술경쟁력수준에 유의미한 영향을 미쳤다. 수출물입도의 기술경쟁력수준에 대한 경로계수는

Table 7. Goodness-of-Fit of Model

	Classification	Result	Certification	Choice
χ^2	Chi-square	407.657 (df = 218, p = .000)	p>0.05	-
Q	χ^2 / df	1.842	≤ 3.0	○
IFI	incremental fit index	0.945	≥ 0.9	○
TLI	Turker-Lewis index	0.935	≥ 0.9	○
CFI	comparative fit index	0.944	≥ 0.9	○
RMSEA	root mean square error of approximation	0.072	0.5~0.8	○

Table 8. Hypotheses Verification Results

Hypothesis	Path	Coefficient	S.E	t-value(C.R)	P-value
H1	Customer-orientation → Export Commitment	.298***	.108	2.767	.006***
H2	Service Quality → Export Commitment	.298***	.115	2.606	.009***
H3	Export Commitment → Technology Competitiveness Level	.894***	.094	9.502	.000
H4	Export Commitment → Organization capacity	.889***	.094	9.462	.000
H5	Export Commitment → Export Performance	1.049***	.243	4.317	.000
H6	Technology Competitiveness Level → Export Performance	-.492***	.141	-3.487	.000
H7	Organization capacity → Export Performance	.135	.140	.965	.334

Note: *** = p<0.01, ** = p<0.05, * = p<0.10

.894로 나타났고, 표준오차는 .094, t값은 9.502로 나타났다. 이는 기업이 수출몰입도가 높다는 것은 수출지향적인 성향이 강하다는 것이다. 수출지향성이 강한 기업은 자연스럽게 해외시장에서도 경쟁력 있는 제품을 만들고자 노력할 것이며 이것은 기술경쟁력에 대한 투자의 증가로 이어진다. 높은 수준의 수출몰입도는 기업의 기술경쟁력도 높아지게 하는 것이다. 따라서 가설 3도 채택되었다.

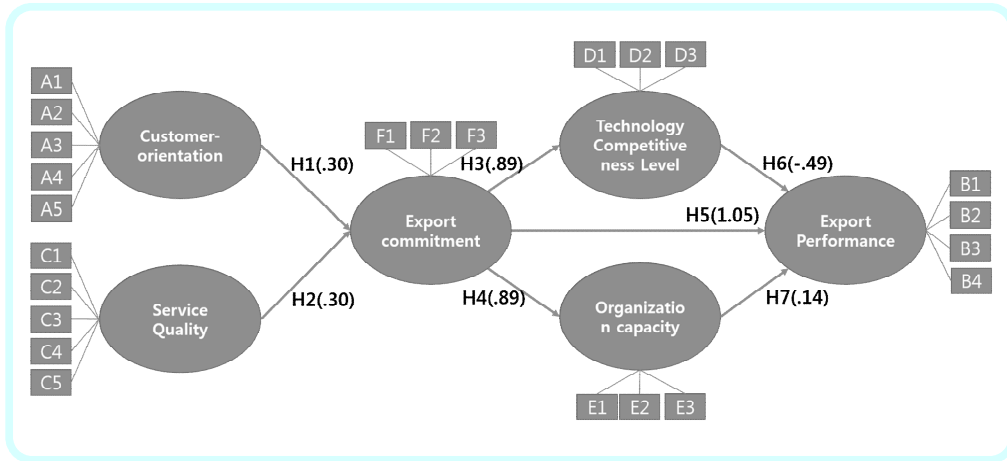
넷째, 기업의 수출몰입도는 조직역량에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 수출몰입도의 조직역량에 대한 경로계수는 .889로 나타났고, 표준오차는 .094, t값은 9.462로 나타났다. 이는 수출지향적인 기업일수록 해외시장을 개척하기 위해 다양한 노력을 기울여 조직 내부 직원들의 수출지향적 마인드 함양을 위한 교육, 해외마케팅 전략, 해외시장조사 등 해외진출을 위한 다양한 전략적, 재무적 노력을 하게 된다. 따라서 수출몰입도가 높은 기업은 해외진출을 위한 조직 내부의 역

량을 강화한다. 따라서 본 연구의 가설 4는 채택되었다.

다섯째, 기업의 수출몰입도는 수출성과에 영향을 미쳤다. 수출몰입도의 수출성과에 대한 경로계수는 1.049로 나타났고, 표준오차는 0.243, t값은 4.317으로 나타났다. 따라서 가설 5는 채택되었다.

여섯째, 기업의 기술경쟁력수준은 수출성과에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 기술경쟁력수준에 대한 수출성과의 경로계수는 -.492로 나타났고, 표준오차는 .141, t값은 -3.487로 나타났다. 이는 벤처기업의 해외진출에 관한 선행 연구를 살펴보면 첨단 산업 분야 등 내수시장의 크기가 작아 주로 해외로 진출하게 되는 벤처기업들은 여러 가지 지원이 필수적이다(Ibeh and Young, 2001; Yang, 2006). 기술경쟁력을 바탕으로 무역지원기관의 적극적인 지원과 기업 내부의 조직역량, 경영자의 수출지향성, 시장 환경 등 무역환경 요소들이 복합적으로 작용하여 수출성과를 향상시킬 수 있다(Ibeh, 2003).

Fig. 2. Relationships of Factors



그러나 기업의 기술차별성과 제품의 시장 및 기술에 대한 경쟁력을 향상시키기 위해서는 많은 자본이 소요된다. 본 연구의 설문대상 기업들이 대부분 중견·중소기업이 대부분을 차지함에 따라 우리나라 중소기업의 수출은 기술경쟁력이 낮은 수준의 제품이 주를 이루고 있고, 대규모의 자본 투입이 어려운 우리나라 수출기업의 실정으로 기술경쟁력 수준이 기업의 수출성과에 부정적인 영향을 미치는 것으로 판단된다. 따라서 가설 6은 기각되었다.

일곱째, 기업의 조직역량은 수출성과에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 조직역량의 수출성과에 대한 경로계수는 .135로 나타났고, 표준오차는 .140, t값은 .965로 나타났다. 이는 따라서 가설 7은 기각되었다.

V. 결론 및 시사점

본 연구는 무역보험공사에서 제공하는 서비스를 이용하고 있는 무역 기업들을 대상으로 에 대한 무역지원기관서비스 요인들과 기

업역량 요인들을 도출하여 수출성과에 미치는 영향관계를 파악하고자 하였다. 기존 문헌을 토대로 가설 설정에 필요한 측정문항을 개발하였고 개념적 연구모형을 도출하여 설문조사를 실시하여 실증분석을 하였다.

무역지원기관은 수출·입 보험, 신용조사 및 추심대행 지원서비스, 투자위험보증사업 등의 서비스를 제공하고 있으며 한국무역보험공사, 한국무역협회, 중소기업청 등에서 지원하고 있다. 본 연구에서는 무역지원서비스 기관별 업무를 종합적으로 연구하기에는 어려움이 존재하여 한국무역보험공사의 무역서비스를 활용하는 기업들을 대상으로 연구를 진행하였다. 이에 무역지원기관서비스를 활용하는 기업들이 기업역량을 향상시키는데 중요하게 고려해야 할 요인들에 대하여 다음과 같은 연구결과를 도출하였다.

첫째, 무역지원기관서비스의 고객지향성과 서비스품질이 강화되면 기업의 수출물입도가 개선되었다. 무역지원기관의 신속하게 업무를 처리하고, 기업의 의견을 수용하는 수준이 개선하는 등 고객지향성이 강화되고, 무역지원기관의 업무처리의 최신회 및 간소

화를 통해 서비스 제공의 접근성을 향상시키는 등 서비스품질의 수준을 개선하면 기업들이 수출에 대한 몰입도를 심화할 수 있다.

둘째, 기업의 수출몰입도가 향상되면 기업의 기술경쟁력수준과 조직역량이 강화되었다. 이는 무역지원기관의 서비스의 접근성이 개선되면서 해외마케팅에 대한 물적·인적 투자를 통하여 해외시장 변화에 신속하게 대응함으로써 기업의 기술경쟁력 수준과 조직역량의 개선을 확장할 수 있다. 기업들이 외부자원을 통해 수출몰입도가 심화되면 기업의 핵심역량에 집중하여 기업의 조직 및 제품에 대한 경쟁력을 향상시키는 시발점이 될 수 있다는 것을 나타낸다.

셋째, 기업의 수출몰입도의 기업역량이 개선되면 기업의 수출성과가 강화되었다. 이는 무역지원기관의 서비스를 통하여 기업의 수출에 대한 투자가 활성화되면 기업의 해외시장점유율이 개선되고, 수출대금회수율이 향상되어 기업의 매출액이 증가함으로써 수출 실적 개선이 이루어지면서 수출성과를 향상할 수 있다는 것을 나타낸다. 즉, 기업의 수출에 대한 의지가 수출성과에 직접적인 영향을 미친다.

넷째, 본 연구에서는 Ibeh (2003), Ibeh and Young (2001)의 연구결과와 차별화된 연구결과는 기술경쟁력수준이 강화될수록 기업의 수출성과가 감소하는 결론이 도출되었다. 이는 본 연구의 설문대상 기업들이 대부분 중견·중소기업이 대부분으로 기술 및 제품에 대한 대규모의 자본 투입이 어려움을 갖고 있기 때문에 기업의 기술경쟁력수준이 기업의 수출성과를 감소시키는 결론이 도출된 것으로 판단된다.

본 연구의 학문적 시사점에서 선행연구의 차이점은 선행 연구에서 무역지원기관의 서비스를 통한 만족도와 수출성과간의 관계에

대한 연구가 이루어지고 있다. 본 연구에서는 무역보험공사의 무역서비스를 활용하는 기업들의 기업역량강화 관점에서 무역지원기관의 서비스가 기업의 수출몰입도, 기술경쟁력수준, 조직역량 등의 기업역량 간의 관계에서 기업의 수출성과에 미치는 영향을 살펴보고 있다. 이는 무역지원서비스를 이용하는 우리나라의 수출기업의 입장에서 외부자원을 통한 수출몰입도가 기업의 해외진출의 동인이 된다는 결론이 도출되었다. 실무적인 시사점은 중견·중소기업들이 해외시장 진출을 위해서 무역지원기관의 서비스를 활용하여 수출몰입도를 향상시킴으로써 기업의 기술경쟁력과 조직역량이 강화되어 중소·중견기업들이 무역서비스에 대한 필요성이 더욱 필요로 한다는 결론을 도출하였다. 본 연구의 한계점은 우리나라의 중견·중소기업이 수출경쟁력에 있어서 글로벌 파트너 기업과 협력하는데 무역지원서비스 활용과 기업의 성과 관계를 규명하는데 노력이 필요할 것으로 판단된다.

References

- Bae, Myong-Ryeol (2011), *A Study on Determining Factors Affecting Service Quality and Performance of Trade Support Organizations* (Doctoral Dissertation), Chungnam National University Graduate School.
- _____ (2012), "A Study on the Factors for Service Utilization of Trade Support Organizations and Its Performance in Korean Small and Medium Sized Exporting Firms", *Korea Trade Review*, 37(5), 347-368.

- Bilkey, W. J. (1982), "Variables Associated with Export Profitability", *Journal of International Business Studies*, 13(2), 39-55.
- Cavanaugh, S. (1976), "Swtting Objectives and Evaluating the Effectiveness of Trade Show Exhibits", *Journal of Marketing*, 40(4), 100-103.
- Christensen, C. H., A. D. Rocah and R. K. Gertner (1987), "An Empirical Investigation of the Factors Influencing Exporting Success of Brazilian Firms", *Journal of International Business Studies*, 18(3) 61-77.
- Cavusgil, S. T., S. Zou (1994), "Marketing Strategy-performance Relationship : An Investigation of the Empirical Link in Export Market Ventures", *Journal of Marketing*, 58(1), 1-21.
- Choi, Hak-Soo (2005), *A Study on Mutual Relationship Between Export Marketing Strategies and Export Performances* (Doctoral Dissertation), Mokwon University.
- Hwang, Kyung-Yun (2010), "A Study on Relationship among Organizational Characteristics, IT Competency and Export Performance in Small and Medium-Sized Firms", *Korea Trade Review*, 35(1) 177-199.
- Hwang, Kyung-Yun (2011), "The Effects of the Service Quality of the TSO (Trade Support Organization) on the Utilization, Satisfaction and Performance of the Exporting Firms", *International Commerce and Information Review*, 13(3) 275-298.
- Hwang Doo-Hyun, Woo-Jin Kim and So-Young Sohn (2008), "Data Mining for the Effectiveness of Government Support Strategies for Technology Innovation in Service Sectors", *IE Interfaces*, 21(2), 237-246.
- Ibeh, K., S. Young (2001), "Exporting as an Entrepreneurial act-An Empirical Study of Nigerian Firms", *European Journal of Marketing*, 35(5), 566-586.
- Ibeh, K. (2003), "Toward a Contingency Framework of Export Entrepreneurship Conceptualisations and Empirical Evidence", *Small Business Economics*, 20(1), 49-68.
- Kim, Young-Il (2010), "The Influence of Internal or Exterior Factors and Utilization of Export Assistance Programs on Export Performance", *International Commerce and Information Review*, 12(1), 299-325.
- Kim, So-Hyung (2014), "The Effect on Satisfaction of Technology Innovation Small and Medium-sized Enterprises using Export Support Policies", *Journal of International Trade & Commerce*, 10(1), 409-425.
- Kim, Cheong-Gwon (2014), "Effects of Export Marketing Capabilities and Export Marketing Strategy Implementation on Export Performance in Korean Export Firms", *Journal of International Trade & Commerce*, 10(5), 383-405.
- Kim, Jae-Woo and Yoon-Say Jeong (2012),

- “An Empirical Study on Determinants Affecting to the Perceived Organizational Performances of Korean Organizations Promoting SMEs’ Export”, *International Commerce and Information Review*, 14(4), 273-293.
- Kim, Heung-Ryel (2011), “A Study on the Relation of Participation Purpose, Perceived Service Quality and Satisfaction in an Exhibition: A Focus on the Exhibitor”, *Journal of Hospitality and Tourism Studies*, 40, 167-178.
- Korea International Trade Association (n.d.). Available from <http://www.kita.net>
- Korea Trade Insurance Corporation (n.d.). Available from <http://www.ksure.or.kr>
- Ministry of Trade, Industry & Energy (n.d.). Available from <http://www.motie.go.kr>
- Olavarrieta, S. and R. Friedemann (2008), “Market Orientation, Knowledge-realted Resources and Firm Performance”, *Journal of Business Research*, 61(6), 623-630.
- Park, Keun-Ho and Kyung-Il Khoe (2007), “The Determinants of the Internationalization Speed of Small New Ventures”, Autumn Conference Collection of Dissertations, Korean Academy of International Business Management, Korea, 303-325.
- Park, Kwang-Seo (2010), “A Study on Export Promotion Program at the Korean Small-Medium Exporters”, *International Business Review*, 14(2) 1-25.
- Park, Kwang-Seo, In-Kwon Kim and Jong-Seok Ahn (2010), “A Study on the Use of Export Assistance Programs of Small Exporting Firms”, *Korea Trade Review*, 26(1), 149-167.
- Park, Ju-Young, Soon-Sik Choi and Suk-Ki Hong (2011), “The Effects of Market Orientation, Marketing Capability on Competitive Advantage and Performance in SME”, *Korean Journal of Business Administration*, 24(2), 1115-1137.
- Prahalad, C. K., G. Hamel (1990), “The Core Competence of the Corporation”, *Harvard Business Review*, 68(3), 79-91.
- Small and Medium Business Administration (n.d.). Available from <http://www.smba.go.kr>
- Taylor, S. A. and T. L. Baker (1994), “An Assessment of the Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumers’ Purchase Intentions”, *Journal of Retailing*, 70(2), 163-178.
- Yang, Dong-Woo (2006), “Empirical Study on Relationship Between Ex-ante Early Stage Venture Technology Innovation Power and Ex-post Firm’s Performance”, *Knowledge Management Research*, 7(1), 49-63.
- Yoo, Hee-Jin (2013), “Definition of Subsidies

and Feasibility of Countervailing Measures under the WTO General Agreement on Trade in Services”, *Soong Sil Law Review*, 33(3), 321-350.

Zahra, S. A. (1993), “A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior : A Critique and Extension”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(4), 5-21.

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.