

The effect of financial resource availability on entrepreneurial orientation, customer orientation and firm performance in an international context: an empirical analysis from Austria and Hungary*

*Matthias Filser, Fabian Eggers, Sascha Kraus and Éva Málóvics***

This study investigates the impact of financial resource availability on entrepreneurial orientation (EO), customer orientation (CO) and on growth in small- and medium-sized enterprises (SME) in Austria and Hungary. Structural equation modeling revealed that financial resource availability is attributed to EO and, subsequently, to firm growth. However, differences prevail between the two analyzed countries. While financial resource availability fosters CO in Hungary, there is no effect identified with regard to financial resource availability and CO in Austria. Furthermore, the effect of CO on firm growth showed negative effects in both of the analyzed countries.

Der vorliegende Artikel untersucht den Einfluss von finanzieller Ressourcenverfügbarkeit auf unternehmerische Orientierung, Kundenorientierung und Wachstum klein- und mittelgroßer Unternehmen (KMU) in Österreich und Ungarn. Aus den Strukturgleichungsmodellen geht hervor, dass die Verfügbarkeit finanzieller Ressourcen eine unternehmerische Orientierung und damit einhergehend Unternehmenswachstum positiv beeinflusst. Ferner wurden Unterschiede zwischen den analysierten Ländern festgestellt. So begünstigt finanzielle Ressourcenverfügbarkeit eine Kundenorientierung in ungarischen Unternehmen, während dies in österreichischen Unternehmen nicht konstatiert werden konnte. Letztlich zeigen die Ergebnisse unserer Untersuchung, dass von Kundenorientierung ein negativer Einfluss auf Unternehmenswachstum ausgeht.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial Orientation, Customer Orientation, Innovativeness, Proactiveness, Risk-taking, Responsiveness, Financial resource availability, Firm performance, Multi-country study (JEL: L26, O16, O31)

* Manuscript received: 4.5.12, accepted: 10.2.13 (2 revisions)

** Matthias Filser, Project Researcher, University of Turku, Finland; Ph.D. student, Utrecht University, Netherlands. Main research interests: Entrepreneurship, strategic entrepreneurship and family business research.

Fabian Eggers, Assistant Professor of Marketing, Menlo College, USA. Main research interests: interface between marketing and entrepreneurship, entrepreneurial marketing and strategic entrepreneurship.

Sascha Kraus, Professor of Entrepreneurship, University of Liechtenstein, Professor, Utrecht University, Netherlands; Adjunct Professor, Lappeenranta University of Technology, Finland. Main research interests: entrepreneurship, strategic entrepreneurship, international entrepreneurship and family business research.

Éva Málóvics, Associate Professor, University of Szeged, Hungary. Main research interests: organizational culture, human resource management and family business research.