



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

기업의 내부환경 요인이
수출지원 제도의 활용과 수출성과에
미치는 영향에 관한 연구
-중소 수출기업을 중심으로-

제주대학교대학원

무역학과

시렉마 몽건졸

2021년 6월

기업의 내부환경 요인이
수출지원 제도의 활용과 수출성과에
미치는 영향에 관한 연구
-중소 수출기업을 중심으로-




지도교수 라 공 우

Siilegmaa Mungunzul

이 논문을 경영학 석사학위 논문으로 제출함

2021년 6월

시렉마 뭉건줄의 경영학 석사학위 논문을 인준함

심사위원장 최윤석 
위 원 홍재영 
위 원 라공우 

제주대학교 대학원

2021년 6월

A Study on the Effects of Internal Environmental
Factors on the Utilization of Export Support
System and Export Performance
- Focused on Small and Medium-sized Export
Companies -

(Supervised by professor Kong-Woo La)

A thesis submitted in partial fulfilment of the requirement for the
degree of Master of Business Administration

JUN. 2021.

This thesis has been examined and approved.

.....
.....
.....

(Name and signature)

.....
Date

Department of International Trade
GRADUATE SCHOOL
JEJU NATIONAL UNIVERSITY

목 차

제1장 서론	1
제1절 연구의 배경 및 목적	1
제2절 연구방법 및 구성	2
제2장 중소기업과 수출지원 제도에 관한 이론적 배경	5
제1절 중소기업의 개념 및 현황	5
1. 중소기업의 개념	5
2. 중소기업의 일반현황	6
3. 중소기업의 수출현황	8
4. 수출역량	10
제2절 수출지원제도	18
1. 수출지원제도의 개념	18
2. 수출금융제도의 개념	19
3. 한국의 수출지원제도	24
4. 해외의 수출지원제도	32
제3절 수출지원제도의 활용과 성과에 대한 선행연구	45
1. 수출지원제도 인지도와 활용도의 개념과 구성요소	45
2. 수출성과의 개념과 구성요소	47
3. 수출지원제도 인지도와 활용도, 수출성과에 관한 선행연구	49
4. 기업특성과 수출성과에 관한 선행연구	55
5. 수출관련 지원 현황	60
제3장 조사 설계	63
제1절 연구모형	63

제2절 연구가설의 설정	64
1. 내부환경요인과 수출지원제도 활용 간의 관계	64
2. 수출지원제도 활용과 수출성과 간의 관계	66
3. 중소 수출기업의 내부환경 요인과 수출성과 간의 관계	67
제3절 변수의 조작적 정의와 측정	68
1. 내부환경요인	68
2. 수출지원제도 활용	69
3. 수출성과	69
제4절 설문지의 구성	70
1. 수출기업의 내부환경 설문지의 구성	70
2. 수출기업의 수출성과	70
3. 수출지원제도 활용	71
제5절 연구 방법	72
1. 자료 수집	72
2. 자료 분석	72
제4장 분석 결과	73
제1절 빈도분석과 기술통계	73
제2절 측정 도구의 신뢰도와 타당성 분석	75
1. 독립변수 및 종속변수에 대한 탐색적 요인분석	75
2. 매개변수에 대한 탐색적 요인분석	76
3. 가설의 검정	78
4. 매개효과의 검정	84

제5장 결론	87
제1절 분석결과의 요약	87
제2절 분석결과의 시사점	89
제3절 연구의 기여와 한계점	92
참고문헌	
Abstract	

[표 차 례]

<표 2-1> 연도별 기업규모별 사업체수 추이	7
<표 2-2> 연도별 기업규모별 종사자수 추이	7
<표 2-3> 한국수출입은행 전대금융 크레딧 라인 설정 현황	28
<표 2-4> 수출지원제도와 수출성과에 관한 국내 선행연구	51
<표 2-5> 수출지원제도와 수출성과에 관한 국외 선행연구	54
<표 2-6> 기업특성과 수출성과에 관한 선행연구	59
<표 4-1> 연구 대상기업의 일반적 특성	74
<표 4-2> 중소 수출기업 내부환경 요인과 수출성과의 신뢰도와 타당성	75
<표 4-3> 수출지원제도활용의 신뢰도와 타당성	77
<표 4-4> 내부환경 요인이 해외마케팅지원제도 활용에 미치는 영향	78
<표 4-5> 내부환경 요인이 글로벌역량강화 지원제도 활용에 미치는 영향	73
<표 4-6> 내부환경 요인이 무역금융 지원제도 활용에 미치는 영향	80
<표 4-7> 수출지원제도 활용이 수출성과에 미치는 영향	82
<표 4-8> 내부환경 요인이 수출성과에 미치는 영향	83
<표 4-9> 수출지원제도활용의 매개효과 분석	85
<표 4-10> 매개효과의 Sobel Test 검정 결과	87

[그림 차례]

<그림 2-1> 기업규모별 사업체수 및 한국 수출액 현황	8
<그림 2-2> 최근 5년(2014년-2018년) 중소기업 수출액 및 기업수 추이	9
<그림 2-3> 한국수출입은행 수출금융(대출·보증)지원	61
<그림 2-4> K-sure 수출보험 종목별 인수실적	62
<그림 3-1> 연구의 모형	64

제1장 서론

제1절 연구의 배경 및 목적

수출은 대한민국 산업의 발전을 이끌어 온 원동력으로 경제성장에 대한 기여도 및 산업연관 효과가 높다. 2017년 기준 대한민국 경제성장율은 3.1%이고 수출이 국민경제 성장에 기여한 비율은 64.5%로 2012년 이후 가장 높은 수치를 보였다. 생산 유발액은 1.17조 달러로 추정되고, 부가가치율은 55.1%를 나타냈으며, 또한 수출로 인해 직간접적으로 발생된 일자리는 447만명 규모로 추산된다.¹⁾

수출이 국민경제 발전에 기여하는 정도가 크기 때문에 정부의 기업에 대한 수출 지원정책은 필수였고, 초창기에는 대기업 우선정책으로 인해 중소기업에 대한 정책은 상대적으로 소외되었다.²⁾

2000년대 이후 경제성장 동력으로 중소기업의 중요성을 인식하기 시작하였고, 2008년 ‘해외마케팅 집행창구 단일화’ 조치로 정부의 수출지원은 중소기업진흥공단의 수출준비단계 및 해외진출단계 지원과 KOTRA의 무역사절단 및 해외전시회 참가, 해외지사화 사업 등 수출수행단계 지원이라는 이원적 체계로 운영되었다. 특히 2010년 이후에는 중소기업의 해외직접투자와 수출을 지원하기 위해 지원예산 확충 등 수출의 양적 확대뿐 아니라 제조업 이외의 다양한 산업에서도 해외진출을 할 수 있도록 적극적인 지원을 시작하였다.³⁾

이와 같이 한국 경제발전의 중요한 요인인 수출이 최근 부진한 모습을 보이고 있는데, 그 요인으로는 전세계적인 코로나 사태와 함께 미·중 무역분쟁과 신보호무역주의 등으로 인한 세계교역의 부진, 중국경제의 성장률 둔화와 구조전환 등에 따른 대중국 수출의 감소, 한국 수출의 약 20%를 담당하던 반도체의 경기둔화 및 가격 하락을 들 수 있다.⁴⁾

1) 강내영·심혜정, “수출의 우리 경제에 대한 기여와 시사점”, 「TRADE FOCUS」, 한국무역협회, 2018, pp.1-9.

2) 한국정책학회, “중소기업 정책 50년사와 중소기업 정책의 미래”, 2012, p.31.

3) 한국정책학회, “앞의 논문”, 2012, p.31.

4) 김재덕, “최근 수출부진 진단 및 전망과 시사점”, 산업연구원, 2019, pp.10-16.

이러한 수출 부진이 외부의 영향 때문이기도 하나, OECD경제보고서(2018)에 의하면 재벌이나 대기업이 주도하는 수출 위주의 전통적인 경제성장 모델이 한계에 직면해 있다는 지적도 있다. 대기업은 자본과 기술이 집약된 상품을 집중적으로 강화하고 있기 때문에 과거와 같은 낙수효과를 기대하기도 어려운 상황이다.

한국은 OECD 국가 중 중소기업의 고용 비중이 상대적으로 높아 경제적 포용성과 빈곤감소를 위해서는 중소기업 부문이 더욱 활성화되어야 한다. 특히 한국은 노동투입량은 많은 데 비해 노동생산성이 낮다는 문제점을 안고 있다.

2013년 기준 한국의 상품시장규제는 OECD 회원국 중 네 번째로 높았고, 규제가 복잡하고 일관적이지 않으며, 달러 확실하다는 점은 환경변화에의 신속한 대처가 어려운 소기업에게는 큰 부담이 되고 있다. 또한, 시장기반 금융이 미흡하고 기업가 정신을 발휘할 기회가 적어 중소기업의 생산성 향상을 저해하는 요인이 되고 있다.⁵⁾

하지만 이를 역으로 생각해보면 중소기업의 생산성 향상을 위한 정책을 펴고 교육과 수출지원제도 내실화를 통해 내수시장에 머물러 있는 중소기업인들의 마인드를 글로벌화 한다면 한 단계 더 도약이 가능하다는 것을 의미한다.

정부 주도 혹은 대기업 중심의 경제성장이 한계에 다다른 것으로 보이는 만큼 내수시장 활성화와 국민경제 발전을 위해서는 중소기업의 성장이 선행되어야 하고, 이를 위해서는 시장규모가 적은 내수시장에만 의존해서는 중소기업의 성장에 한계가 있으므로 향후 중소기업의 수출활성화를 정부정책의 최우선 목표로 삼을 필요가 있다.

이러한 관점에서 본 연구는 중소기업의 무역활성화를 도모하기 위해 기업이 갖고 있는 내부역량과 함께 한국의 다양한 수출지원제도의 활용성 여부와 이를 통한 성과 창출에 대한 영향력 검토 등을 통해 중소기업의 수출 활성화와 수출지원 제도에 관한 시사점과 정책적 제언을 도출하는 것이 본 연구의 목적이다.

제2절 연구방법 및 구성

본 연구는 연구범위를 한국의 수출을 우선으로 하는 중소기업을 대상으로 한정하

5) OECD, "OECD 경제보고서-한국", 2018, p.3.

였다. 대기업의 경우 자체적인 역량과 환경이 중소기업과는 많이 다를 수 있어 실제 중소기업에 대한 연구에 도움이 되지 않을 수 있어 중소기업의 수출지원제도 활성화에 초점을 맞추고 연구를 진행하였다.

본 연구의 목적을 달성하기 위해 첫째, 한국 수출지원 제도에 대한 현황과 개요를 탐구하였다. 즉 한국 중앙행정기관 및 지방자치단체 등의 수출지원제도 현황을 탐구하였다. 둘째, 중소기업의 내부역량과 경영환경에 대한 현황과 개념, 그리고 기업의 수출성과를 탐구하였다. 셋째, 이러한 중소기업의 내부역량과 수출지원제도의 활용을 통한 기업성과와의 영향 관계를 확인하였다.

위와 같은 방법을 통해 나타난 시사점을 바탕으로 중소기업과 정부에 필요한 제언을 하는 방식으로 본 논문을 작성하였다.

본 논문은 총 5개의 장으로 구성되어 있다.

제1장은 서론으로 본 연구의 배경과 목적을 밝혔고, 연구 방법과 구성체계를 제시하였다.

제2장은 중소기업의 학문적 개념과 내부역량, 그리고 수출지원제도와 관련된 선행 연구를 통한 탐구내용을 서술하였다.

제3장은 본 연구의 진행을 위한 연구의 설계에 대해서 기술하였다.

제4장은 본 연구에서 수집된 자료의 분석결과를 기술하였다. 즉 중소기업의 내부역량과 수출지원제도의 활용 및 기업성과 간의 영향 관계를 분석하는데 초점을 두었다.

제5장은 결론으로 본 논문의 연구결과를 요약하고, 한계점 및 분석결과의 시사점을 제시하였다.

서론

제1장 서론

제1절 연구의 배경 및 목적

제2절 연구방법 및 구성



본론

제2장 중소기업과 수출지원 제도에 관한 이론적 배경

제1절 중소기업의 개념 및 현황

제2절 수출지원제도

제3절 수출지원제도의 활용과 성과에 대한 선행연구



제3장 조사 설계

제1절 연구모형

제2절 연구가설의 설정

제3절 변수의 조작적 정의와 측정

제4절 설문문의 구성

제5절 연구 방법



제4장 분석결과

제1절 빈도분석과 기술통계

제2절 측정도구의 신뢰도와 타당성 분석



결론

제5장 결론

제1절 분석결과의 요약

제2절 분석결과의 시사점

제3절 연구의 기여와 한계점

제2장 중소기업과 수출지원 제도에 관한 이론적 배경

제1절 중소기업의 개념 및 현황

1. 중소기업의 개념

일반적으로 규모가 작은 기업을 중소기업이라고 하는데 이는 대기업에 대비되는 상대적인 개념으로 국가, 산업, 시대, 업종 등에 따라 그 내용이 달라질 수 있다. 중소기업의 범위를 규정하는 이유는 산업이 균형이 있게 발전할 수 있도록 대기업으로부터 중소기업을 보호하고 육성하기 위해서이다.

중소기업의 범위를 규정하기 전에 중소기업의 질적 특성에 따른 개념과 양적 특성에 따른 개념에 대해 알아볼 필요가 있다. 질적 특성에 따른 개념에 대해 A.D.H Kaplan은 ① 소유와 경영의 분리가 명확하지 않음 ② 자금조달 방식이 주식이나 사채가 아닌 은행이나 상업적 신용에 의존함 ③ 기업활동 범위가 주로 지방 지역사회와 밀착되어 있음 ④ 생산성과 임금수준이 낮고, 신생기업과 도산기업의 비율이 높으며, 경쟁이 과다함이라고 규정하고 있다. 양적 특성에 따른 개념은 통상 종사자 수, 매출액, 총자산 등의 양적인 기준에 의해서 규정되고 있는데, 이러한 기준들은 각 나라와 환경에 따라 다르게 적용되며, 하나의 기준만으로 중소기업의 특성을 나타내기에는 어려운 측면이 있다. 그럼에도 각국의 내부환경에 따라 다르겠지만, 계산하기 편하고 국제적으로 비교하기가 쉬운 종사자 수나 매출액을 기준으로 분류하는 경우가 많으며, 한국도 기업을 규모별로 분류하기 위한 기준으로 매출액과 종사자 수를 사용하고 있다.⁶⁾

법적인 의미에서의 중소기업은 영리기업이나 비영리 사회적기업 등을 대상으로 적용하며, 외형적 판단기준인 규모 기준과 계열 관계에 따른 판단기준인 독립성 기준을 모두 충족해야만 한다. 규모 기준을 충족하기 위해서는 첫째, 주된 업종의 평균 매출액 기준을 충족해야 하고, 업종과 관계없이 자산총액 5천억 원 미만이어야 한다. 독립성 기준을 충족하기 위해서는 다음의 3가지 중 어느 하나에도 해당하지

6) 강길원 · 김철교 · 곽선호, “중소기업창업론”, 탐복스, 2010, pp.2-4.

않아야 한다. 첫째, 상호출자제한 기업집단에 속하는 회사, 둘째, 자산총액 5천억 원 이상인 법인 주식 등의 30% 이상을 직접적 또는 간접적으로 소유하면서 최대 출자자인 기업, 셋째, 관계기업에 속하는 기업의 경우에는 출자 비율에 해당하는 평균 매출액 등을 합산하여 업종별 규모 기준을 미충족하는 기업이다.⁷⁾

한편 중소기업의 범위는 계속 개정되고 있는데, 2015년 이후로 달라진 점을 살펴보면 첫째, 종전에는 상시 근로자 수, 자본금/매출액 중 하나만 충족에도 중소기업으로 분류하였으나, 개정된 기준은 매출액만을 기준으로 분류한다. 둘째, 중소기업의 대상이 확대되어, 사회적 협동조합 및 사회적 협동조합연합회가 추가되었고, 자산총액 5천억 원 이상인 비영리법인이 최대출자자인 기업의 경우에도 요건에 충족하면 중소기업으로 포함되게 되었다. 셋째, 종전에는 유예 제외 조항으로 묶여있었으나 유예 가능으로 변경된 경우로, 자산총액이 5천억 원 이상인 법인이 최대출자자로서 중소기업의 주식 등의 100분의 30 이상을 인수한 경우에도 3년간 피인수 기업을 중소기업에 포함하고, 중소기업이 유예기간에 있는 중소기업을 흡수 합병한 경우 잔여 유예기간을 인정하게 되었다. 넷째, 관계기업으로 인해 중소기업에서 제외된 기업 중에서 직전 사업년도 말일 이후 주식 등의 소유현황 변경으로 중소기업에 해당하게 된 경우에는 주식 등의 소유현황의 변경일을 기준으로 관계기업 여부를 판단하게 되었다. 다섯째, 중소기업 규모 기준에 2017년 7월 1일에 개정된 제10차 한국표준산업분류를 반영하였다.

2. 중소기업의 일반현황

<표 2-1>에서 보는 바와 같이 1999년에는 전체 기업 수 2,758,627개 가운데 중소기업 수가 2,739,783개로 99.3%를, 2018년에는 전체 기업 수 6,643,756개 가운데 중소기업 수가 6,638,694개로 99.9%를 차지하는 등 그 비중이 더욱 증가하였다. 반면 중소기업의 범위를 초과하는 기업 수는 1999년 18,844개에서 2018년 5,062개로 13,782개나 급감하면서 경제구조가 더욱 양극화되고 있는 것을 확인할 수 있다.

7) 중소벤처기업부, “알기 쉽게 풀어 쓴 중소기업 범위해설”, 2018, pp.8-10.

<표 2-1> 연도별 기업규모별 사업체수 추이

(단위 : 개, %)

년도	전체	소상공인	소기업	중기업	중소기업		중소기업 범위초과
2018	6,643,756	6,199,980	6,540,865	97,829	6,638,694	(99.9)	5,062
2017	6,301,013	5,875,091	6,203,186	93,024	6,296,210	(99.9)	4,803
중략							
2000	2,729,957	2,442,787	2,660,862	46,943	2,707,805	(99.2)	22,152
1999	2,758,627	2,508,050	2,699,576	40,207	2,739,783	(99.3)	18,844

* 자료 : 중소기업중앙회 - 2020년 중소기업현황(2018기준)

한편 <표 2-2>에서 보는 것처럼 기업 규모가 중소기업 범위를 초과하는 기업에 근무하는 종사자 수는 1999년 2,142,129명에서 2018년 3,487,703명으로 늘었으나, 상대적으로 전체 종사자 수 대비 비율은 1999년 21.5%에서 2018년 16.9%로 줄었다.

반면 중소기업에 종사자 수는 1999년 8,283,269명에서 2018년 17,103,938명으로 증가하였고, 전체 종사자 수 대비 비율도 1997년 79.5%에서 2018년 83.1%를 차지하는 등 소기업군의 비중이 지속적으로 증가해 오고 있다. 이는 향후 경제 전체의 생산성 향상을 위해서는 소기업군을 정책적으로 지원할 필요가 있음을 시사하고 있다.⁸⁾

8) 김원규, “기업규모별 중요소생산성 분석”, 산업연구원, 2012, p.54.

<표 2-2> 연도별 기업규모별 종사자수 추이

(단위 : 명, %)

년도	전체	소상공인	소기업	중기업	중소기업		중소기업 범위초과
2018	20,591,641	8,969,291	13,247,685	3,856,253	17,103,938	(83.1)	3,487,703
2017	20,094,913	8,535,841	12,834,033	3,855,492	16,689,525	(83.1)	3,405,388
중략							
2000	10,768,597	4,726,727	6,963,210	1,717,484	8,680,694	(80.6)	2,087,903
1999	10,425,398	4,744,420	6,689,768	1,593,501	8,283,269	(79.5)	2,142,129

* 자료 : 중소기업중앙회 - 2020년 중소기업현황(2018기준)

오늘날 중소기업은 고용없는 성장시대의 일자리 창출의 주요 역할을 담당하고, 지방경제 활성화 및 지역 균형발전을 이룰 수 있는 열쇠가 되며, 경제의 성장동력의 원천이 되고 있고, 창의성과 유연성 등을 바탕으로 기술혁신에 기여하고 있으며, 다 품종 소량생산을 통해 소비자의 다양한 욕구를 충족시켜줄 뿐 아니라 양극화를 해결할 수 있는 주체로써 양적 성장보다 질적 성장을 할 것을 요구받고 있다.⁹⁾

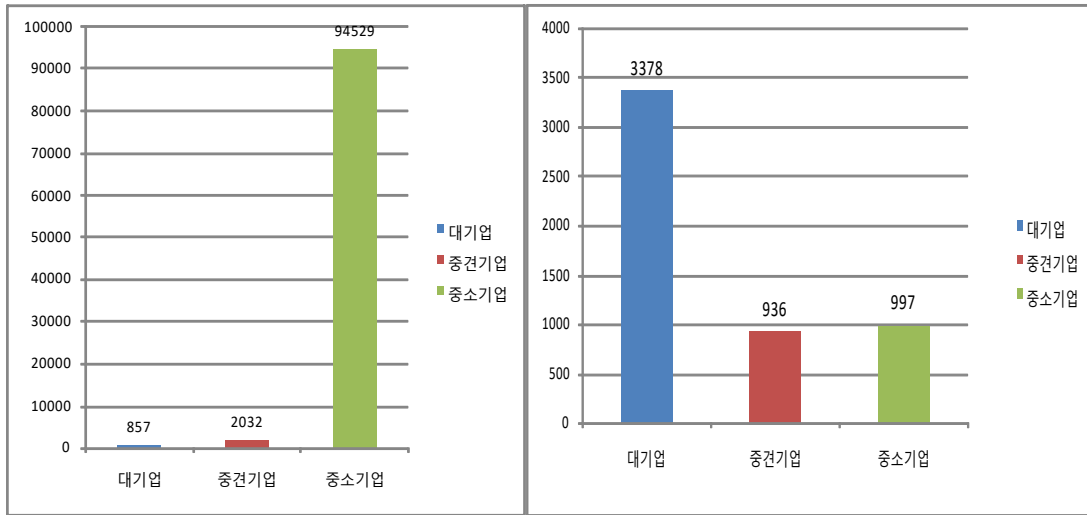
3. 중소기업의 수출현황

2019년 기준 한국 전체 기업의 수출액은 5,412억 달러이고 이중 중소기업 수출액은 997억 달러(18.4%)로, 대기업의 3,378억 달러(62.4%)보다는 적지만 중견기업의 936억 달러(17.3%)보다는 높아 수출에 대한 기여도가 적지 않았다.

하지만 <그림 2-1>처럼 중소기업 범위를 초과하는 중견기업과 대기업은 사업체 수로는 0.1%밖에 안되지만, 전체 수출금액의 79.7%를 차지하고 있어, 이를 보완하지 않으면 균형이 잡히는 성장을 기대하기는 어려운 실정이다.

9) 중소기업연구원, “중소기업의 국민경제적 기여도에 관한 연구”, 2005, p.8.

<그림 2-1> 기업규모별 사업체수 및 한국 수출액 현황



기업규모별 사업체수(2019년 기준) 한국 수출액(2019년 기준, 단위:억달러)
 자료 : 중소기업중앙회(2020), “2020년 중소기업현황” 및 국가통계포털(KOSIS) 자료를 바탕으로 정리.

한편 <그림 2-2>에서 보는 것처럼 최근 5년간 중소기업의 수출금액은 전반적으로 상승 추세이며, 2018년도 수출금액은 사상최대치를 기록했고, 수출중소기업수도 2018년 94,285개로 2014년 대비 5,799개나 증가했다.

한국 경제가 지속적인 성장하고 고용을 창출하기 위해서는 중소기업의 생산성 제고를 통한 혁신성 증대를 통한 역할 강화가 중요하다는 것에는 이견이 없다. 한편 한국의 자본계수값¹⁰⁾은 이미 선진국 수준에 도달해 있고, 향후 고령화로 인한 인구구조의 변화로 인해 생산요소 투입량을 증가하는 것만으로는 성장을 기대하기에는 어려움이 따른다.¹¹⁾ 따라서 중소기업의 질적 성장을 위한 제도적 시스템이 뒷받침되어야 하며, 중소기업들이 좁은 내수시장에 머무르지 않고 더 넓은 해외시장으로 활동 범위를 확대할 수 있도록 하는 방안의 하나로 중소기업의 수출 활성화를 위한 국가의 전방위적 지원의 필요성이 제기된다.

10) 자본스톡의 총량을 GDP 규모로 나눈 값

11) 김영준 · 이상용, “한국 중소기업의 성장기여도에 관한 연구”, 한국은행, 2014, p.26.

<그림 2-2> 최근 5년(2014년-2018년) 중소기업 수출액 및 기업수 추이



자료 : 중소벤처기업부 보도자료, “2018년 중소기업 수출실적 발표(확정치)”

4. 수출역량

본 연구에서는 중소기업의 내부 수출역량을 수출시장지향성, 위험관리수준, 수출 경쟁력을 중심으로 살펴보고자 한다.

1) 수출시장지향성

Cadogan et al(2001)¹²⁾은 수출지향적인 수출기업의 행동은 수출시장내 경쟁, 고객의 현재 및 미래 요구사항과 수출기업의 경영성과에 영향을 미치는 다양한 외생적 요인들에 초점을 두는 행위라고 언급하였다. 정기한 · 장형유(2002)¹³⁾는 기업의 시장지향성은 기업이 지속적인 경쟁우위를 달성하여 경쟁자들보다 시장요구 및 변화에 비해 잘 대응하고 예측하는 노력임을 주장하였다.

시장지향성 개념에 대한 중요한 연구자인 Kohli and Jaworski(1993)¹⁴⁾이 주장한

12) Cadogan, J et al, “Key Antecedents to ‘Export’ Market-Oriented Behaviors: A Cross-National Empirical Examination”, International Journal of Research in Marketing, 18(3), 2001, pp.261-282.

13) 정기한 · 장형유, “시장지향성 연구의 논제와 방법”, 「마케팅과학연구」제6권 제1호, Journal of Global Academy of Marketing Science, 2000, pp.391-414

14) Kohli, A. K., & Jaworski, B. J., & Kumar, A, “MARKOR : A Measure of Market Orientation ”Journal of Marketing Research, 30(5), 1993, pp.467-477.

시장지향성 개념은 첫째, 소비자와 관련된 정보에 비교해 규모가 확대된 시장정보를 강조하고 있다. 둘째, 시장정보와 관계되어 발생하는 활동에 대한 결과보다는 그 과정에 보다 중점을 두고 있다는 것이다. 셋째, 시장정보를 바탕으로 기능적인 조정과 통합적 운용의 중요함을 언급하고 있다.

Narver and Slate(1990)¹⁵⁾는 지속적인 경쟁우위와 시장지향성과의 연관을 살펴 보면서 시장지향성이 우월한 고객가치를 어떻게 창조할 수 있는지에 중점을 두고 연구하여, 평범한 성과보다 높은 수준의 성과를 지속적으로 성취하기 위해서는 기업을 포함한 조직은 지속적으로 경쟁적 우위를 창출해야 한다는 것이 분명하다고 주장하였다.

배명렬 · 문희철 · 황경연(2012)은 중소기업이 무역지원기관의 서비스에 대한 활용도를 높이고, 수출기업의 수출성과를 높이기 위하여 무역지원기관 서비스 활용도와 수출성과에 영향을 미치는 요인을 분석하였으며, 수출기업의 수출지향성이 높을 때 무역지원기관의 서비스를 더 적극적으로 활용하는 것으로 나타났다.

박광서 · 김인권 · 안종석(2010)¹⁶⁾은 기업의 본질적 속성 측면에서 해외시장에 적극적인 관심을 두며, 보다 많은 투자활동을 수출을 위해 중점을 두고, 수출기업 내부 측면에서 수출지원 시스템을 구축하고 있는 상태를 수출지향성이 라고 정의하였고, 수출기업이 수출시장지향성이 높을수록 자체적인 수출노력 뿐 아니라 외부의 수출관련 자원과 역량을 적극적으로 활용하려 할 것이므로, 즉 대체적으로 수출시장지향성이 높은 기업은 무역보험제도를 적극 활용하려는 경향을 보이기 때문에, 이는 결국 무역보험제도 활용이 향상되는 결과를 가져오게 될 것이라고 주장하였다.

정은식 · 김은미(2014)는 수출시장 지향성이 해외시장의 정보를 적극적으로 수용하고 이를 기업의 조직내부 지식으로 활용해야 중소기업에 있어 여타 기업과는 차별화되는 경쟁우위의 창출 및 유형자산의 한계를 극복해 주는 주요한 자원(resource)으로 작용한다는 주장을 이 연구의 수출시장 지향성으로 반영하였다.

15) Narver, J. C., & Stanley, F. S, "The Effect of a Market Orientation on Business Profitability", *Journal of Marketing*, 54(4), 1990, pp.20-35.

16) 박광서·김인권·안종석, "중소기업의 수출지원제도에 대한 인지도, 활용도 및 성과에 관한 연구-기업 유형에 따른 차이 분석을 중심으로", 「국제경영리뷰」 제14권 제2호

2) 위험관리수준

강동윤 · 최광호(2014)¹⁷⁾는 기업이 인지한 위험의 대상에 따라 위험을 관리하는 방법을 다양하게 선택할 수 있고, 위험관리를 통해 기업은 최소한 비용 및 위험으로부터 발생할 수 있는 손실을 최소화시켜야 한다고 주장하였다.

김창봉 · 박세환 · 권승하(2017)¹⁸⁾는 무역결제위험관리가 강화될수록 수출성과가 향상되었으며, 수출성과에 직접적인 영향을 미치지 않지만, 무역보험 활용 시 대금 회수 및 자금의 유동성이 원활하게 이루어져야 하는 중소기업이 무역대금결제 위험관리를 통해 대금 미회수위험이 감소하여 수출성과가 개선되는 것으로 판단되며 기업내부에서의 자체적인 위험관리체계도 선행되어야 하지만 적극적인 무역보험 활용을 통해 국가 간의 거래에서 수출위험을 줄일 수 있다고 주장하였다.

김창봉 · 박영연(2015)¹⁹⁾은 수출기업이 무역보험공사(KSURE)의 수출신용보증 제도를 이용하는 것이 기업의 위험관리에 별다른 영향을 미치지 않는다고 분석하였다. 한편, 기업의 수출성과에 수출신용보증 제도가 직접적 영향을 준다는 가설은 채택되었으나, 환위험관리 수준이 수출성과와 수출신용보증제도에 간접효과를 준다는 가설은 이 연구에서는 기각되었다. 즉, 기업의 위험관리는 무역보험제도의 활용과 관련하여 매개효과가 없다는 점이 실증분석 되었으나, 기업의 수출활동에 있어 위험관리수준이 재무구조에서의 탄탄함과 수출구조에서의 안정성 등 비가시적 측면에서 정성적인 기업성으로 연결될 수 있다고 주장하였다.

김용호(1994)²⁰⁾는 한국 수출기업의 신용위험 관리성과 측정에 관한 실증적 연구를 진행하였는데, 이 연구에서 수출기업들은 수출이익 향상을 위해 신용위험 관리를 진행해야 하며 신용위험을 발견하고 측정, 평가, 해결하는 시스템을 구축해야 한다고 분석하였으며, 신용위험 관리역량이 우수한 기업일수록 수출성과가 높다고 주장하였고, 기업이 생산제품의 부가가치를 높여 제품의 판매 가격을 상승시키면, 신

17) 강동윤, 최광호, “중소수출기업의 신용위험 관리: 무역보험을 중심으로”, 무역보험연구, 한국무역보험학회, 제15권 제2호, 2014, pp.111-130.

18) 김창봉, 박세환, 권승하, “한국수출기업의 무역대금결제의 위험관리에 따른 무역보험제도에 관한 실증적 연구, 통상정보연구, 제19권 제2호, 2017, pp.213-236.

19) 김창봉·박영연, “e-수출보험활용과 위험관리가 기업의 수출성과에 미치는 영향에 대한 연구”, 「비즈니스연구」 제16권 제3호, 국제e-비즈니스학회, 2015, pp.265-291

20) 김용호, “한국 수출기업의 신용리스크 관리성과 측정에 관한 연구”, 「무역학회지」 제19권 제2호, 한국무역학회, 1994, pp.235-250

용위험을 감소시키는 효과를 거둘 수 있다고 주장하였다.

Mark et al(2006)²¹⁾은 기업의 신용위험관리방안을 세 가지로 분류하여 기업자체 역량 활용, 무역보험 활용, 금융 파생상품 활용에 관해 기업의 실제 사례를 통해 소개하였다. 해외시장의 고유의 달러확실성이 수출기업은 신용위험을 부담하게 되며, 기업의 이익은 신용위험의 효율적인 관리에 직결된다는 것이다. 즉, 해외시장에서 기업성과를 증가시키는 주요 요인 중 하나가 신용위험의 적극적인 관리라고 주장하였다.

홍길종 · 김구태(2012)²²⁾는 수입자가 발생시키는 신용위험 가능성에 상시 노출된 수출기업은 신용위험을 과학적으로 관리할 필요가 있다고 언급하였고, 사후송금 거래방식이 증가하고 있는 최근의 무역대금결제방식에 비추어 신용위험이 발생하는 횟수가 역시 증가하고 있음을 분석하였다. 이러한 분석결과에 따라 무역보험 제도 등을 통해 신용위험을 제어하고 전가시키는 방법을 구체적으로 제시하였다.

Venkiteshwaran(2014)²³⁾은 1986년 이후 12년간의 기업 신용등급이 포함된 패널데이터를 활용하여 수출기업의 신용등급을 상향시키기 위해 자산유동성과 신용등급이라는 두 가지 요인에 대한 연구를 실시하였으며, 연구결과 신용등급과 자산유동성은 상호 간 유의미한 영향을 주며, 외부자원 활용을 통한 위험 극복, 기업의 성과, 기업의 투자유치 역량에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이는 수입기업을 분석하여 수입자신용등급과 자산의 유동성을 높게 유지하는 것은 낮은 신용위험을 의미하며, 수출기업의 입장에서는 이러한 요소들을 확인하고 무역거래를 해야 한다고 주장하였다.

진이복(2014)²⁴⁾은 신용위험관리는 중소 · 중견 수출기업의 기업경영측면에서 인식해야 할 중요한 사안임을 주장하며, 무신용장 송금 방식이 전체 수출거래의 60% 이상을 차지하는 현실에서 신용위험으로 손실이 야기될 가능성이 크다는 점을 제시하면서, 한국무역보험공사 등을 통해 손실관리방안보다 높아져야 한다고 주장하였다.

21) Mark, C et al, "Credit Risk Management", *Managerial Finance*, 32(9), 2006, pp.761-773

22) 홍길종·김구태, "무역결제방식의 변화에 따른 신용위험 관리방안에 관한 연구", 「관세학회지」 제13권 제1호, 한국관세학회, 2012, pp. 175-192

23) Venkiteshwaran, V, "Do Asset Sales Affect Firm Credit Risk-Evidence from Credit Rating Assignments", *Managerial Finance*, 40(9), 2014, pp.903-927.

24) 진이복, "중국에 진출한 한국 수출기업의 수출신용위험관리에 관한 실증연구", 2014, 한남대학교 박사학위논문

3) 수출경쟁력

특정 기업의 수출경쟁력 또는 국제경쟁력은 아직 명확하게 정의되지는 않고 있다. 그 이유는 경제이론가들이 정의하기보다 정책입안자나 언론부터 사용하기 때문이다. 따라서 각 연구의 데이터를 이용가능성 및 분석목적에 따라 수출경쟁력을 다르게 분석하고 있는 실정이며 IMF, OECD 등 국제기구도 상대가격 또는 비용지수를 작성하여 국제경쟁력의 대용지표로 사용하고 있다.

최용재 · 변창욱 · 이상호(2010)²⁵⁾이 연구한 한국 제조업의 수출경쟁력 결정요인 분석에서는 기술경쟁력이 과거에 비해 수출경쟁력 강화에 더욱 중요한 요인으로 분석되고, 가격경쟁력을 나타내는 단위노동비용은 수출경쟁력에 유의한 마이너스 영향을 미쳐 수출경쟁력을 약화시키는 것으로 분석되고 공급능력을 간접적으로 나타내는 투자율은 수출경쟁력 강화에 유의미한 영향을 미치지 않는다고 주장하였다.

강상구(2017)²⁶⁾는 ASEAN에서 한·중·일의 수출경쟁력을 무역특화지수와 시장비교우위지수, 산업내 시장점유율 수준을 통해 거시적으로 분석한 결과, 향후 한·중·일의 경쟁은 높아질 것으로 예상되고, 한국의 수출경쟁력을 증진시키기 위한 정책적 제언으로 먼저, 부품, 소재 및 인력의 지역네트워크화를 통해 상품의 선호도를 제고하고, AS 및 소비자 보호측면에서 경쟁국과의 차별화를 꾀해야 한다고 제언했다. 그리고 시장특성을 고려한 글로벌 생산네트워크 확충을 통해 최적의 가치사슬을 구축하여 가격경쟁력을 높여가야 하고, 경쟁국에 비해 소비재시장의 비교열위를 만회하기 위해 한류를 이용한 차별화된 B2C 마케팅전략이 필요하다고 주장하였다.

Porter(1985)²⁷⁾는 기업들이 경쟁우위를 갖기 위해서는 원가 우위(Cost advantage)와 차별화 우위(Differentiation advantage) 중에서 택일해야 한다고 주장하였다.

유영신(2013)은 정보통신 중소제조 수출기업의 실증연구를 통해 수출기업의 성과가 제고되기 위해서는 시장지향성과 기술지향성을 함께 고려하는 수출기업의 통합노력이 필요하며, 기술중심 역량은 신제품의 창조성에 매우 큰 역할을 담당하고 있

25) 최용재, 변창욱, 이상호, “한국 제조업의 수출경쟁력 결정요인 분석”, 「국제통상연구」 한국국제통상학회, 제10권 제3호, 2010.9월, pp. 43-72.

26) 강상구, “ASEAN에서 한국 수출경쟁력 분석: 중국·일본과 비교를 중심으로”, 「전자무역연구」 중앙대학교 한국전자무역연구소, 2017, pp. 119-143

27) Porter, M. E.(1985), "Competitive advantage," New York: Free Press.

고, 신제품 창조성은 기업의 재무적성과 및 경쟁우위 성과에 미치는 영향력이 매우 유의미한 것으로 파악되었다.

박석준 · 황경태(2016)는 소비자의 재구매 의도에 관한 연구를 통해 가격경쟁력, 제품다양성, 평판, 원산지이미지, 이용편리성, 배송서비스, 사후서비스 등 7개의 독립변수가 재구매 의도로 구성되는지를 조사해 평판, 원산지 이미지, 이용 편리성, 배송 서비스, 사후 서비스가 재구매 의도에 유의한 영향을 미쳤다고 분석하였다.

김창봉(2013)는 SCM의 프로세스 혁신과 공급체인통합이 수출입기업의 사업성과에 미치는 영향을 연구하여 공급체인을 내부적으로 통합하고, 고객통합과 공급자의 통합이 기업의 사업성과에 영향을 긍정적으로 미쳤다고 주장하며, 수출입 기업들의 생산과 판매망이 글로벌 지역으로 확장되면서 공급체인망을 효과적으로 관리하는 것이 기업이 경쟁 우위를 창출하는 데 중요한 요인이라고 시사점을 언급하였다.

홍승린(2013)는 한국의 수출경쟁력과 물류통관에 관한 연구를 통해 기업의 수출 경쟁력을 향상시키려면 물류관련 시간과 비용을 절감하는 것이 중요하며, 이를 위해 물류 네트워크의 거점이 운송이나 배분의 거점에서 지역경제 협력정보통신의 거점으로 변화하는 시점이기 때문에 물류의 정보수집과 공유 및 그 활용에 대하여 적극적으로 대처하여야 한다고 주장하였다.

4) 수출성과

박현희(2009)²⁸⁾는 수출보험이 한국의 지역별 수출에 미친 영향을 분석한 결과, 수출보험 인수액이 많을수록 수출업자들이 가지는 위험이 줄고 수출공급량이 증가한다고 주장하였다.

김창범(2011)²⁹⁾은 무역보험과 환위험이 한국 수출에 미치는 영향을 공적분 벡터식과 오차수정 모형으로 분석한 결과, 무역보험은 수출을 주장하였다.

정창근 · 김광서(2011)³⁰⁾는 한국의 중소수출기업을 대상으로 분석한 결과, 단기수

28) 박현희, “수출보험이 수출공급에 미친 영향에 관한 연구”, 「무역연구」 제5권 제1호, 한국무역연구원, 2009, pp.347-368

29) 김창범, “무역보험과 환위험이 수출에 미치는 영향”, 「통상정보연구」 제13권 제3호, 한국통상정보학회, 2011, pp.77-95

30) 정창근 · 김광서, “중소수출기업의 단기수출보험과 수출신용보증 활용이 수출성과에 미치는 영향에 관한 연구”, 「무역보험연구」, 제12권 제2호, 무역보험학회, 2011, pp.1-30

출보험과 수출신용보증이 수출에 기여한다는 통계적으로 유의한 결과를 확인하였다.

박성재(2012)³¹⁾는 글로벌 시장환경의 달러확실성으로 인한 수출기업가의 위험감수성과 혁신성은 수출성과에 대해 긍정적인 역할을 미치며 수출성과에 있어 중소기업은 외적 환경의 변화에 비해 내적 자원의 한계로 애로를 경험하기 때문에 수출지원 사업은 중소기업의 수출성과 증가에 비해 많은 역할을 하고 있음을 제시하였다. 아울러 수출성과의 향상을 위해서는 중소기업의 내부역량과 해외시장 진출 위험을 감당할 기업가 정신이 중요함을 주장하고 있다.

김희국(2012)³²⁾는 단기수출보험이 수출에 미친 영향을 금융위기 전·후로 구분하여 분석한 결과, 단기수출보험은 수출에 긍정적, 글로벌 금융위기 전보다 후의 영향력이 크다고 주장하였다.

Janda et al. (2013)³³⁾은 체코의 수출보험과 장·단기수출량과의 관련성을 분석하여 수출보험과 장·단기수출량 간에 통계적으로 유의한 상관성을 발견하였다.

Felbermayr and Yalcin(2013)³⁴⁾은 독일의 수출보험과 수출과의 관련성을 분석한 연구를 진행한 결과, 독일 수출기업에게는 금융제약이 약한 경우에는 수출기업에게 제공한 수출보험이 기업의 수출증대에 준 효과가 낮다고 주장하였다.

박영호(2015)³⁵⁾는 수출지원제도 활용과 수출성과에 관한 연구에서 수출지원제도를 적극적으로 활용하는 중소기업이 상대적으로 소극적으로 활용하는 기업에 비해 수출성과가 높게 분석되었으며, 중소기업은 기업성과를 제고시키기 위해 수출지원제도의 활용 수준을 향상시키는 노력의 필요성을 함께 제시하였다.

이상두(2013)³⁶⁾는 기업가 지향성과 경영성과의 관계를 연구하며 두 개의 인과관계에 대해 위험감수성과 경영성과, 진취성과 경영성과, 혁신성과 경영성과라는 3가지 관계의 가설을 분석한 결과, 기업의 성장성과 수익성에는 상기의 기업가 지향성

31) 박성재, “중소기업의 수출지원정책 활용과 기업가정신이 수출성과에 미치는 영향”, 2012, 경희대학교 석사학위논문

32) 김희국, “글로벌 금융위기 전후 단기수출신용보험이 수출에 미친 영향 비교”. 「무역보험연구」, 제13권 제2호, 무역보험학회, 2012, pp.29-46

33) Janda, K., E. Michalikova and J. Skuhrovec. "Credit Support for Export : Robust Evidence from the Czech Republic." *The World Economy*, 2013, Vol.36 Issue 12, pp.1588-1610, 25

34) Felbermayr, G. J., and E. Yalcin. 2013. "Export Credit Guarantees and Export Performance: An Empirical Analysis for Germany." *The World Economy*, 2013, Vol. 36 Issue 8, pp967-999. 3

35) 박영호, 앞의 논문, 2015

36) 이상두, “중소기업 최고경영자의 기업가 지향성이 기술혁신과 경영성과에 미치는 영향”, 2013, 경성대학교 박사학위논문

이 강하게 나타난 기업보다 많은 긍정적 영향을 주고 있다고 제시하였다.

맹부영(2010)³⁷⁾은 국내 및 해외 수출시장 환경구조, 정부의 지원 및 기업의 마케팅 능력 등 간의 상호 상관관계와 수출성과의 관계를 연구한 결과, 수출지원제도의 활용을 통해 수출성과를 달성하기 위해서는 마케팅역량강화 등 수출기업의 내부적 노력이 먼저 이루어져야 함을 주장하였다.

전병영(2015)³⁸⁾은 중소기업의 수출성과에 무역지원제도 활용과 해외시장지향성이 긍정적으로 영향을 줄 수 있으나, 수출경쟁력 요인들, 예를 들면 수출 마케팅 능력 들은 무역지원사업의 활용에는 유의한 영향을 주지 않는다는 연구결과를 도출하였으며, 지원사업을 효율적으로 활용하도록 기업의 수출역량 수준에 따른 단계별 개편의 필요성을 주장하였다.

정부 등이 제공하는 수출지원사업의 기업 활용도와 성과에 관한 선행연구를 종합해보면, 지원사업의 기업 활용도와 기업성과에는 기업의 적극적인 지원사업 활성화 의지와 지원사업 형태나 기업 역량과 관련된 요인들이 중소기업의 수출성과에 긍정적인 영향을 주고 있으며, 기업 마케팅 역량이 기업의 해외 진출에는 주요 변수로 작용하지만 정부가 실시하는 수출지원사업에 대한 기업 활용도는 직접적인 영향이 없는 것으로 분석되었다.

Gencturk & Kotabe(2001)³⁹⁾는 자국 소재 기업 8,700여개를 대상으로 수출성과와 수출지원제도의 효과에 대한 연구를 실시하였다. 이 연구를 좀 더 살펴보면, 수출지원 제도는 기업 경쟁우위 제고를 위한 '직접적 수출지원제도'와 기업 수익성 제고를 위한 '간접적 수출지원제도'로 구분하여 수출성과를 위해 어떤 제도보다 유용한지를 분석하였다. 결과적으로 직접적 수출지원제도가 기업 경쟁력 증대를 위해서는 간접적 수출지원제도에 비해 유용한 것으로 제시되었다.

김정권(2003)⁴⁰⁾은 중소기업의 수출성과에 대해 기업의 수준별로 분류 가능한 요

37) 맹부영, “중소중견 수출기업의 시장환경, 기업특성, 마케팅믹스요인 및 마케팅성과의 관계”, 2011, 배재대학교 박사학위논문

38) 전병영, “무역금융지원제도의 수출기업에 미치는 영향에 관한 연구”, 2015, 강원대학교 박사학위논문

39) Gencturk, E. F. & Kotabe, M, “The Effect of Export Assistance Program Usage on Export Performance: A Contingency Explanation”, *Journal of International Marketing* , 9(2), 2001, pp.51-72

40) 김정권, “한국 중소기업의 수출 마케팅 전략과 성과의 구조적 관계”, 「통상정보연구」 제8권 제2호, 한국통상정보학회, 2003, pp.83-109

인을 연구한 결과, 기업의 특성 요인으로 분류되는 중소기업이 가진 국제적 역량과 함께 수출경험이 중요한 요인임을 제시하였다.

정재승(2006)⁴¹⁾은 222개사의 중소수출기업을 대상으로 수출지원제도의 성과에 대해 실증분석을 수행한 결과 중소기업의 특성 중 수출비중과 수출전담직원 수와 같은 수출몰입도, 수출개시년도와 수출국가수와 같은 수출경험이 수출성과뿐만 아니라 수출지원제도의 활용도와 인지도에 유의한 영향을 주고 있음을 주장하였다.

김창태(2001)⁴²⁾는 충북지역으로 한정하여 지역내 수출의 구조적 특징과 지역 중소기업의 목표시장 및 진출희망시장에 대한 연구를 실시하고 실태조사 방법으로 지역 중소기업들의 수출지원제도와 정책 관련한 참여수준을 분석하였다.

제2절 수출지원제도

1. 수출지원제도의 개념

김인호(1992)의 연구에서는 수출지원제도를 중소수출기업의 수출확대를 위한 지원제도와 국내의 수출인프라지원제도 등으로 구별하고 있으며, 지원지역 기준에 의해 국내지원제도와 현지지원제도로 구별하고, 지원자원의 특성에 따라 인적지원제도와 물적지원 제도로 나누었다.

정재승(2007)의 연구에 따르면, 수출지원 제도는 마케팅 능력이 취약하고 수출전문영업인력이 부족하여 우수한 제품을 생산하고도 해외시장 개척에 애로를 겪는 수출기업을 지원하기 위해 시행하는 제도라고 정의하였다.

중소기업수출지원센터(2021)의 홈페이지 내용에 따르면 수출지원 사업은 크게 수출유망 중소기업 지정, 글로벌 강소기업 육성, 해외 규격인증 획득지원, 중소기업 해외진출, 스타트업 해외진출, 온라인 수출지원, 해외마케팅 등으로 분류한다.

Kotabe M., Czinkota, M. R.(1992)은 중소기업의 수출지원제도를 수출활동지원제도와 해외시장개발제도로 구분하고, 수출지원 의도에 따라 기본적인 수출업무에 대

41) 정재승, “한국 중소기업 수출지원제도의 성과에 관한 실증연구”, 2006. 중앙대학교 박사학위논문

42) 김창태, “충북의 수출지원시책에 관한 연구”, 「충북연구원」 제13권 제2호, 충북개발연구, 2002, pp.55-70

한 설명회, 세미나 등의 정보적 지식(informational knowledge)지원과 해외박람회 참가 및 해외시장 개척단 파견 등의 경험적 지식(experiential knowledge)지원으로 구분했다.

김은영(2011)은 마케팅 능력이 부족하고 수출전문영업 인력이 부족하여 새로운 제품을 생산하고서도 해외시장 개척에 어려움을 겪는 수출기업을 지원하기 위해 정부기관이나 무역유관기관에서 시행하는 제도를 수출지원 제도라고 정의하였다.

김인권 (2010)은 수출지원제도의 개념을 여러 가지 각도에서 정의했다. 첫째, 수출지원제도의 시행 주체는 특정기관에 한정되지 않고 정부를 포함한 기관 및 조직이다. 중소기업의 수출촉진을 위한 정책은 중소벤처기업부를 비롯한 유관기관인 중소기업진흥공단, 한국무역협회, KOTRA, 수출보험공사, 시중은행 등의 협조 관계 속에서 시행된다. 둘째, 수출지원제도의 주요대상은 해외진출 여건이 취약한 중소수출기업이다. 셋째, 중소기업의 수출을 촉진시키기 위해 지원하는 정책은 범위가 포괄적이다. 일반적으로 중소수출기업을 위한 수출지원제도는 수출상담 등 수출활동 지원정책과 해외시장 개발정책으로 구성된다. 따라서 그는 수출지원제도란 유관기관들이 중소기업을 대상으로 지원하는 모든 정책으로 요약하였다.

앞서 살펴본 바와 같이 수출지원제도에는 금융부문과 비금융부문의 개념이 모두 포함되어 있지만 본 연구에서는 금융부문의 수출지원제도 중 공적수출신용인 수출금융과 수출보험, 그리고 민간은행의 무역금융의 개념을 좀 더 자세히 살펴보고자 한다.

2. 수출금융제도의 개념

1) 수출금융제도의 개념

수출금융제도란 공적수출신용제도 (Officially Supported ExportCredit)의 일종으로 일반적으로 정부나 정부투자기관 등의 신용공여를 말한다.

공적수출신용을 제공하는 기관을 공적수출신용기관(ExportCredit Agency, 이하 ECA)이라고 한다. ECA (Export Credit Agency)는 정부재정을 재원으로 상업금융

의 한계를 보완하기 위하여 정부 내 조직 혹은 정부기관으로 설립되거나, 민간기업에 공적수출신용 기능을 위탁하는 형태로 운영되고 있다.⁴³⁾

김상환(2010)은 최근 자유무역주의의 확산과 국제규범 강화로 자국의 수출기업을 일방적으로 지원하기 어렵게 되어 재정자금 외 시장에서 자금조달을 확대하는 추세이며 이를 공적수출금융이라고 하였다. 원론적인 의미에서 공적수출신용기관은 상업금융기관이 인수를기피하는 대외거래 관련 위험을 커버해주는 최종 위험부담자(LastResort of Risk Taker)의 역할을 한다.⁴⁴⁾

황유상(2011)은 공적수출신용의 종류를 금융지원(Financing-Support)과 보험 및 보증(Pure Cover)으로 구분하고, 금융지원에는 수출업자나 금융중개기관에게 제공하는 이차보전(Interest Subsidies;利差補填), 재할인금융(Refinancing)과 정부 또는 공적수출신용기관이 공여하는 무역관련 원조 금융을 포괄하는 개념으로 보았다.⁴⁵⁾

민동희(2015)는 공적수출신용기관의 수출지원방식은 크게 다섯 가지로 나누었다. 수출신용과 관련한 직접대출(Direct Finance), 수출신용과 관련한 보증 또는 보험지원인 Pure Cover, 금리차 보전(InterestMake-up), 프로젝트 파이낸스나 해외 M&A, 중소기업 펀드투자지분투자(Equity Investment), ODA⁴⁶⁾와 수출금융을 동시에 지원하여 상업금융의 참여를 확대하는 복합금융(Mixed Credit)이다.

미국수출입은행(USEXIM)의 경우 자금수요에 따라 프로그램을 달리 운용한다. 중소기업 대상으로 가장 활발하게 사용된 금융지원프로그램은 Non-Bank-Held Insurance(은행을 거치지 않고 수출업자에게 직접 제공하는 수출보험), 운용자금보증(Working Capital Guarantee), Bank-Held Insurance(수출입은행이 시중은행을 통해 간접 제공하는 수출보험) 등이다.⁴⁷⁾

유럽에서는 ‘ECA는 보증, 대출은 상업금융’이라는 기존 프레임에서 벗 강화와 자본시장을 통한 자금조달 등 ECA의 역할과 기능 강화 추세에 있다.⁴⁸⁾

43) 민동희 (2015). ECA 설립배경과 변천과정, 한국수출입은행 해외경제연구소. 산업경제정보, 1-2

44) 김상환 (2010), 한국 공적수출신용기관 기능 재정립과 장기발전방향, 한국금융연구원, 1-8.

45) 황유상 (2011). 한국의 수출금융과 수출보험이 수출에 미치는 영향

46) 국제개발협력에 사용되는 개발 재원을 ODA(Official Development Assistance)라고 하며 개발도상국의 개발을 주목적으로 하는 공적개발원조를 의미한다. 출처:공적개발원조 홈페이지(<http://www.odakorea.go.kr>) 참조.

47) 이정선 (2008). 「미국 수출입은행의 중소기업 금융지원 트렌드 분석」, KOTRA. <http://news.kotra.or.kr/>

48) 민동희 (2015). 전게서, 6.

중국 정부는 일대일로(One Belt, One Road) 정책을 통해 중국수출입은행(China EXIM)의 자본금을 450억 달러 증자하는 등 정책금융 지원을 확대하고 있다. China EXIM은 연평균 14%의 지원액 증가율을 기록하고 있다.⁴⁹⁾

또한 중국수출신용보험공사(China Export and Credit Insurance Corporation: Commonly Known as SINOSURE, 이하 SINOSURE)의 주요 금융상품은 중장기 수출신용보험, 해외투자(임대)보험, 단기수출신용보험, 인바운드 투자험, 국내무역 신용보험, 대외무역에 관한 채권 및 보증, 투자 및 협력, 재보험에 관한 재보험 신용보험, 투자보험, 채권 및 보증, 보험기금 관리, 채권관리, 부채회수, 인수, 신용위험 상담 및 신용등급, 정부가 승인한 기타 제품 및 서비스이며 중국 수출의 15%를 커버하고 있다. 이러한 정책으로 중국은 수출업체를 통해 첨단기술 수출, 대형 전기기계 및 완벽한 장비 수출, 해외 엔지니어링계약 등 수 천개의 중장기 프로젝트를 진행하고 있다.⁵⁰⁾

2) 무역금융제도의 개념

협정의 무역금융은 무역대금채권을 담보로 차입하는 자금 또는 무역대금채권의 채무달리이행을 보장하는 보험 등을 의미한다.⁵¹⁾ 광의의 무역금융은 무역거래에 필요한 자금의 융통 및 조달까지 모두 포괄하는 것을 의미한다. 수출입업체 간에 제공하는 신용 등도 무역금융의 하나로 볼 수 있으며 이에 따른 무역대금결제방식도 무역금융이라고 할 수 있다.⁵²⁾

김창범(2013)은 국가 간 또는 기업 간에 발생하는 모든 종류의 대외 실물 거래를 직·간접적으로 지원하는 은행의 신용공여라고 정의하였다.

박근서(2011)는 국제무역과 금융 관련 관습 및 법률을 발전시켜 온 영국이나 미국에서는 무역금융을 국제결제(payment)와 융자금융(loanfinance), 지급보증

49) 민동희 (2015), 전계서, 8.

50) China Export & Credit Insurance Corporation (2017). "Sinosure", URL: <http://www.sinosure.com.cn/sinosure/english/Company%20Profile.html>

51) Ahn, J. (2011), "A Theory of Domestic and International Trade Finance", *IMF Paper*, WP/11/262.

52) Chauffour, J. P., Farole, T. (2009), "Trade Finance in Crisis Market

(guarantee) 혹은 위험인수(risk undertaking) 기능까지 포함한 넓은 범위의 관점을 가지고 있다고 분석하였다. 무역금융은 수출거래에 직접 충당되는 자금의 지원뿐만 아니라 수출입거래의 전후에서 생산, 가공, 집하에 소요되는 자금 및 판매를 위한 자금의 융통까지도 포함한다.⁵³⁾

중소벤처기업부의 무역금융 지원정책 중 하나인 수출금융융자는 수출품 생산비용에 필요한 자금소요를 지원하여 중소기업의 안정적인 경영기반 조성하기 위해 운용되고 있다.⁵⁴⁾

「한국은행의 금융중개지원 대출규정」 제11조 및 「한국은행의 금융기관 대출세칙」에 따르면 무역금융지원 프로그램 한도 배정⁵⁵⁾에 반영하는 금융기관의 무역 관련 원화대출을 무역금융이라고 한다. 무역금융 및 무역금융 관련 지급보증은 각 외국환은행이 취급한다.⁵⁶⁾ 동 세칙에서는 대출대상을 무역업자와 수출업자로 구분하여 지원하지 않으며, 대외무역법 등에서도 무역업자와 수출업자를 특별히 구분하지 않고 있으므로 무역금융의 개념 안에 수출금융이 포함되어 있다고 볼 수 있다.

3) 수출보험의 개념

수출보험이란 국제 무역거래에서 발생할 수 있는 각종 위험을 직접 통제하거나 제도 관리와 이전을 통해 안전하고 지속적인 무역거래를 지원하는 것이다.

무역위험에는 비상위험, 신용위험, 기업위험, 환위험, 운송위험 등이 있다. 여기서 운송위험은 적화보험에서 일반적으로 부보(Covering Insurance)되는 위험이므로 수출보험으로는 다루지 않는다. 이러한 국제 거래상의 여러 가지 위험 중에서 기타 일반보험과 해상적화보험에서 위험을 보장해 주지 못하는 부분에 대한 수출보험이 보장해 주게 된다.⁵⁷⁾ 즉 신용위험과 비상위험으로 인해 수출자금을 대출해 준 금융

53) 황유상 (2011), 전제서, 13.

54) 중소기업부 (2017), “고객별 주요정책 수출금융융자”, <http://www.mss.go.kr/> (2017.10.01.)

55) 한국은행이 중소기업을 지원하기 위해 시중은행에 저리로 지원하는 자금인 금융중개지원대출 중 무역금융 지원프로그램, 2013년 12월 총액한도대출에서 금융중개지원대출로 이름을 바꿨다. 출처: 한국은행 법령/규정자료 홈페이지(<http://law.bok.or.kr>).

56) 한국은행 법령/규정자료 홈페이지(<http://law.bok.or.kr>), 『한국은행 금융중개지원 대출관련 무역금융 지원 프로그램 운영 세칙』.

57) 심의섭 외 9명 (2009), 『수출보험의 이해』, 서울: 세창출판사, 15-16.

기관의 손실을 보상함으로써 수출 진흥을 도모하기 위한 비영리 정책보험이다.⁵⁸⁾

WTO체제 출범이후 국제적 규제를 우회하는 간접적인 정책 지원책의 하나에 수출보험도 포함되어 있다.⁵⁹⁾

한국에서 중소·중견 수출기업의 각종 수출입 관련 대출·보증보험 등 수출금융지원제도를 시행하는 기관은 한국수출입은행과 한국무역보험공사가 대표적이다.

송용(2006)의 연구에서는 수출보험 인수금액은 수출보험 이용률과 무역에 따른 위험 변화에 영향을 받는다고 보았다. 수출지원제도의 유형별 사업내용이 대부분인 선행연구도 중소수출기업 수출지원제도를 유형별로 분석하였으며, 정재승 (2007)은 동 제도의 유형을 금융지원제도와 해외마케팅지원제도, 인터넷마케팅지원제도, 무역정보·교육지원제도, 수출인프라지원제도로 구분하였다.

김은영(2011)은 정부기관 및 지자체, 수출유관기관, 금융기관으로 나누어 유형별 수출지원제도와 각국의 수출지원제도를 비교 연구하였다. 중소벤처기업부의 지원사업, 지식경제부(현 산업통상자원부)와 지방자치단체의 지원제도, KOTRA, 중소기업진흥공단, 한국무역협회, 대한상공회의소, 중소기업중앙회, 한국산업기술재단의 지원제도, 한국수출입은행과 한국무역보험공사의 각종 수출금융지원제도를 살펴보고 정리하였다.

김인규(2016)의 연구에 의하면 한국의 수출지원 프로그램은 중앙정부와 각 지방자치단체, 무역유관기관 및 금융기관을 통해 추진되고 있으며, 이를 유형별로 분류하여 해외마케팅지원 프로그램, 금융지원 프로그램, 정보교육지원 프로그램과 수출인프라지원 프로그램으로 나누어 지원하고 있다.

본 연구에서도 선행연구를 바탕으로 주요 수출지원제도 중 2017년 기준으로 산업통상자원부와 중소벤처기업부에서 주관하고 KOTRA와 중소기업진흥공단 등을 통해 수행하고 있는 지원프로그램과 한국무역협회의 수출지원 사업을 위주로 살펴보고자 한다.

58) 황유상 (2011), 전계서, 11.

59) 황유상 (2011), 전계서, 151.

3. 한국의 수출금융제도

1) 산업통상자원부 & 중소벤처기업부 수출지원사업⁶⁰⁾

(1) 해외진출지원사업

산업통상자원부는 주로 대한무역투자진흥공사(KOTRA)를 통해 지원사업 진행하고 있으며, 중소벤처기업부는 주로 중소기업진흥공단에 많은 지원사업 위임하여 수행하고 있었다.

2016년 12월, 산업통상자원부와 중소벤처기업부는 중소·중견기업에 대한 수출컨설팅과 해외전시회 해외규격·인증, 수출 R&D 등을 지원하는 ‘2017년 해외진출지원사업 계획’을 통합 공고했다. 예산은 전년에 비해 29.5% 증가한 총 3,729억원 규모이다.

2017년 해외진출지원사업은 크게 수출기반 조성사업, 중소·중견 역량강화사업, 수출바우처사업, 해외시장진출지원, 해외 규격인증 획득지원, 지역중소기업 수출 마케팅, 수출기업기술개발지원, 산업(분야)별 특화사업, 해외투자진출사업, 글로벌 CSR, 해외 전문인력 발굴·공급사업의 11개 사업으로 구분되어 있다.

정부의 해외진출지원사업 수행하는 기관은 KOTRA를 비롯하여 중소기업 중앙회, 중소기업진흥공단, 대중소기업협력재단, 수출지원센터 등이 있다.

(2) 한국형 히든챔피언 사업⁶¹⁾

런던 비즈니스 스쿨 교수인 헤르만 지몬은 독일이 지난 7년간(2002~2008년) 세계 수출 1위를 차지한 비결은 1천개가 넘는 ‘히든챔피언’이라고 강조하였다. 독일에는 1천개가 넘는 히든챔피언 기업이 있지만 한국에는 25개 정도이다. 히든챔피언 기업의 수출비중을 살펴보면 독일의 경우 총수출의 26.1%를 차지하고 있으나, 한국의 경우 0.35%에 불과하다. 현재 한국도 한국형 히든챔피언 기업과 같은 수출강

60) 중소벤처기업부, 「2017년 해외진출 지원 사업 계획」, <http://www.mss.go.kr> 참조

61) 한국수출입은행, 「히든챔피언」, <http://www.koreaexim.go.kr> (2017.10.01.) 참조 연구자 재구성.

소기업 육성을 위하여 산업통상자원부, 중소벤처기업부에서 추진하며 한국산업기술진흥원에서 전담하고 있는 글로벌 성장단계(월드클래스 300프로젝트 및 글로벌 전문기업) 사업과 글로벌 도약단계(글로벌 강소기업)사업을 시행하고 있다.

2) 중소기업진흥공단의 수출지원사업⁶²⁾

중소기업진흥공단의 중소기업에 대한 마케팅 및 글로벌화 지원사업 중소기업 글로벌 경쟁력 강화를 통한 수출확대를 위한 사업으로 「중소기업진흥에 관한 법률」 제67조 및 제74조에 근거를 두고 있다. 1979년 해외기술도입 및 해외투자지원 등 해외산업협력지원을 시작하면서 1996년에는 공공부문 최초로 온라인 B2B 사이트인 고비즈코리아(Gobizkorea)를 운영하기 시작하였다.

온라인 수출지원(Gobizkorea)은 중소기업의 온라인 수출지원 여건을 개선하기 위한 지원사업으로 온라인 수출 모든 과정을 원스톱으로 지원하는 통합 플랫폼이다. 고비즈코리아 등을 통해 무역의 모든 단계를 지원하는 구매오피 사후관리 사업을 신규 추진하여 총 누계 13,249건의 사후관리 실적을 달성하였다.⁶³⁾

1998년부터 수출인큐베이터(BI)사업을 추진하였고, 2008년부터는 해외마케팅 창구 단일화 조치 및 2013년 중소·중견기업 총력 수출지원체계 구축 등을 통해 현재의 중소기업진흥공단 수출 마케팅 지원사업이 완성되었다.

한편, 2016년 산업통상자원부에서 주관한 범정부 공동추진 사업인 「내수기업 수출기업화」 사업에서 중진공은 목표 5,000개 기업 중 2,275개 내수기업을 수출기업화하였으며, 선도기관인 KOTRA의 1,882개 기업보다 더 높은 성과를 기록했다. 내수기업 수출기업화 사업을 공동 추진하는 기관은 한국무역보험공사, 한국무역협회, 중소기업중앙회 등이 있다.⁶⁴⁾

중진공 마케팅 및 글로벌화 지원사업 31개 지역 본·지부를 통해 유망내수기업 및 제품 발굴과 육성, 온·오프라인 해외진출을 지원하는 체계로 운용된다. 또한 수출성

62) 중소기업진흥공단, 「수출지원사업」, <http://hp.sbc.or.kr> (2017.10.01.) 참조 연구자 재구성

63) 중소기업진흥공단 (2017), 2016년 중진공 연차보고서, 47.

64) 중소기업진흥공단 (2017), 전계서, 43.

장단계별(내수/초보→ 수출초보 → 수출유망 → 글로벌강소) 맞춤형 지원체계를 구축하여 지원하고 있다.⁶⁵⁾

GMD(글로벌 시장개척자)사업은 수출유망 중소기업의 해외진출 전과정(수출준비 → 해외영업→ 수출)을 지원하여 2016년 말 기준으로 284개 기업에 323백만 달러의 성과를 창출하였다. 2017년부터 추진하는 수요자 선택형 수출바우처 사업의 2대 관리기관으로 중진공과 KOTRA가 지정되었다.⁶⁶⁾

2017년 수출바우처 사업도입과 함께 수출역량강화사업이 수출성공패키지 사업으로 명칭이 변경되었다. 수출성공패키지사업(前수출역량강화사업)은 제조업, 제조업 관련 서비스업 또는 지식기반 관련 서비스업을 영위하는 중소기업 수출과 관련 교육, 디자인, 바이어 연계, 심층시장조사, 글로벌 브랜드 개발 등 수출에 필요한 해외 마케팅을 매출 및 수출역량별로 차등 지원하는 사업이다.⁶⁷⁾

해외유통망 진출사업은 해외 유수의 유통망에 B2C(소비재) 위주의 중소기업제품 진출을 지원하는 사업이다.

중소기업은 자력으로 해외 진출이 어려워 중진공은 중소기업 우수제품(Made in Korea)에 대한 전략적 지원과 우수제품 DB를 구축하여 해외 바이어에 관한 정보를 제공하고 수출상품 현지화를 위한 지도·실행 등을 지원하고 있다. 이 밖에도 다양한 지원프로그램을 운영하고 있는데 특히 해외 현지유통망과 연계하는 해외전시판매장은 미국, 중국, 베트남 등 3개국에 설치·운영되어 2016년 누적으로 총 734개 기업에 3,412개 품목의 입점을 지원하였다.⁶⁸⁾

3) 한국무역협회의 수출지원사업⁶⁹⁾

한국무역협회(Korea International Trade Association, KITA)는 무역 업체들을 회원으로 하는 민간 경제단체이다. 한국무역협회는 2016년부터 10대 Flagship 사업을 다음과 같이 추진하고 있다. 신흥유망시장 공략 해외마케팅 지원 강화사업, 글로벌

65) 중소기업진흥공단 (2017), 전계서, 42.

66) 중소기업진흥공단 (2017), 전계서, 43. 연구자 재구성.

67) 중소기업진흥공단, 「수출성공패키지사업」, <http://hp.sbc.or.kr> (2017.10.01.) 참조 연구자 재구성.

68) 중소기업진흥공단 (2017), 전계서, 46. 연구자 재구성.

69) 한국무역협회, 「수출지원사업」, <http://www.kita.net> (2017.10.01.) 참조 연구자 재구성.

e-옴니채널마케팅지원 강화사업, 한중 FTA를 활용한 중국 내수시장 공략 본격사업, 취업연계형 전문무역인력 양성 및 일자리지원 확대사업, 중소기업·지방회원 현장 맞춤형 전문서비스 강화사업, 무역환경 개선을 위한 대정부 건의 및 수출전략 연구지원사업, ICT 및 IoT 활용 산업 혁신 생태계 조성사업, 한류·서비스산업 육성 및 수출산업화 지원사업, 무역센터 CSR 강화 및 선진형 무역인프라 구축 추진사업, 민간통상지원 및 경제협력 네트워크구축 강화사업이다.

4) 한국수출입은행의 수출관련 금융지원제도⁷⁰⁾

1976년 「한국수출입은행법」에 의해 설립된 공적수출신용기관인 한국수출입은행의 역할은 수출입, 해외투자 및 해외자원개발 등 금융지원업무와 수출촉진지원, 대외경제협력기금을 통한 개도국과의 경제협력 증진, 남북협력기금을 통한 통일기반 조성, 공적수출신용, OECD수출신용협약, 수출신용 등으로 구분할 수 있다.

금융지원업무는 WTO에서도 허용하고 있는 제도이며, 크게 대출과 보증으로 구분한다.⁷¹⁾

대출 중에서 간접대출은 전대금융(국외전대은행)과 해외은행(국내전대은행)으로 나눌 수 있는데, 전대금융(국외전대은행)은 은행 간 신용한도 금융지원 프로그램(Interbank Credit Facility Program: ICFP)이라고 한다. 수출입은행이 외국의 은행에 신용한도(Credit Line)를 설정하고, 한국으로부터 물품 등을 수입하는 외국기업, 해외 진출 자국법인 및 해외 진출 자국법인과 거래하는 현지 기업 앞 대출 등을 통해 한국 기업을 지원하는 금융상품이다. 수출입은행이 해외은행 리스크를 부담하고 해외은행이 현지 기업 리스크를 부담한다. 2015년 12월 말 기준, 15개국 35개 은행과 수출기반(간접)⁷²⁾ 현지법인(간접) + 해외사업활성화(간접)⁷³⁾에 6,993백만 달러의

70) 한국수출입은행, 「수출관련 금융지원제도」, <http://www.koreaexim.go.kr> (2017.10.01.) 참조 연구자 재구성.

71) 이은재 (2005), WTO/OECD하에서 공적수출기관인 한국수출입은행의 단기 및 중장기 수출자금 대출 지원제도가 수출에 미치는 영향에 관한 실증연구, 통상정보연연구, 7(3), 253-254.

72) 수출기반(간접): 한국산 물품과 서비스를 수입하고자 하는 현지 수입자에게 전대은행을 통해 수입결제자금을 지원. 출처: 한국수출입은행 홈페이지 (www.koreaexim.go.kr) 참조 연구자 재구성

73) 현지법인(간접)+해외사업활성화(간접): 해외 자국법인 앞 설비·운영자금 지원, 해외 자국법인과 거래

Credit Line을 약정하여 전대금융을 제공하고 있으며, 2017년 8월 말 현재는 14개국 31개 은행과 8,165백만 달러의 Credit Line을 약정하여 점진적으로 규모가 확대되고 있다.

보증에는 채무보증과 이행성보증이 있다. 채무보증은 수출금융보증, 수입금융보증, 해외사업금융보증이 있다. 수출금융보증은 무역업자의 채무달러이행시 수출거래 자금을 대출한 국내외 금융기관에게 해당 대출금을 상환할 것을 보증하는 것을 말한다. 이행성 보증에는 수출이행성보증, 수입이행성보증, 해외사업이행성보증이 있다.

<표 2-3> 한국수출입은행 전대금융 크레딧 라인 설정 현황

(단위: 백만달러, 2017년 8월말 기준)

지역(Total)	대상국가(Total)	채무은행	Credit Line
CIS (2,195)	Russia (1,640)	ALFA-BANK	280
		PROMSVYAZBANK	260
		UniCredit Bank	200
		VEB	200
		SBER BANK	700
	Uzbekistan: (285)	NATIONAL BANK OF UZBEKISTAN	100
		ASAKA	86
		IPOTEKA	10
		UZPSB	10
중동 (1,050)	Iran (400)	Parsian Bank	100
		Bank Pasargad	100
		Bank of Industry and Mine	100
		Export Development Bank of Iran	100

하는 현지기업 앞 물품과 서비스 구매 및 납품자금 지원. 출처: 한국수출입은행 홈페이지 (www.koreaexim.go.kr) 참조 연구자 재구성.

	Turkiye (650)	AKBANK	100
		Yapi Kredi	100
		TURKIYE IS BANKASI	160
		A.S. Garant	60
중남미 (1,840)	중남미 경제 통합 은행	CABEI	300
		Brasil	Banco Santander Brasil Itau Unibanco S.A.
	Ecuador	Banco del Pacifico	30
	Panama	Multibank	60
	Guatemala	Bank Industrial	30
	Dominican	Banco de Reservas	30
아시아 (3,200)	India (2,300)	CICI	1300
		State Bank of India	1000
	Vietnam (170)	BIDV	60
		TechcomBank	20
	Philippines (730)	VietinBank	100
아프리카 (100)	나이지리아(100)	BDO Unibank	780
		Zenith Bank	100
Credit Line Total			8,105

5) 한국무역보험공사의 수출보험 지원제도⁷⁴⁾

한국무역보험공사(Korea Trade Insurance Corporation, 이하 K-sure라고 한다)는 수출 및 수입보험제도를 전담하는 정부기관으로 산업통상자원부 소속의 무역투자보험기관이다. 1992년 7월 설립된 K-sure는 무역과 해외투자 촉진을 통한 국가경쟁력 강화라는 설립목적 달성을 위해 수출·수입보험, 수입자 신용조사, 중소기업금융지원, 중소기업특별지원, 보험료지원, 환리스크 관리, 국외보상, 투자위험 보증사업 등을 수행하고 있다. 중소기업을 위한 수출보험은 결제기간 2년 이내의 단기수출보험(농수산물패키지 포함), 중소기업 Plus+ 보험과 결제기간이 2년을 초과하는 중장기수출보험(선적전), 중장기수출보험(공급자신용), 중장기수출보험(구매자신용) 등이

74) 한국무역보험공사, 「수출보험 지원사업」, <http://www.ksure.or.kr> 참조.

있다. 기타 수출관련 보험으로는 환변동보험, 수출보증보험이 있다. 중소기업 지원프로그램에는 수출 첫걸음 희망보험, 단체보험, 수출안전망 단체보험, K-sure 컨설팅, 무역보험 특례지원, 수출희망보증, 패키지 증권, 국외기업 신용조사, 해외채권추심대행 서비스 등이 있다. 금융기관을 위한 수출금융보험에는 포페이팅이나 수출채권 미회수위험을 담보해주는 단기 수출보험, 이자율변동 위험을 커버하는 이자율변동보험, 해외사업자금 대출 위험을 보장하는 해외사업 금융보험, 선박구매자금 대출의 위험을 보장하는 수출기반보험, 자원개발, 부동산개발, M&A 등 금융기관의 다양한 해외사업 위험을 보장하는 해외투자보험 등이 있다.⁷⁵⁾

6) 상업은행의 무역금융

무역금융의 종류는 일반수출입금융, 건설용역 수출금융, 농수산물준비자금 등이 있으며, 자금용도는 생산자금, 원자재 수입자금, 원자재구매자금, 완제품구매자금 및 포괄금융이 있다. 포괄금융은 연간 수출실적이 미화 5천만 달러 미만인 업체를 대상으로 자금용도 구분 없이 일괄하여 취급하는 것을 말한다.⁷⁶⁾ 외국환은행이 취급하는 무역금융의 종류는 매입외환, 내국신용장, 구매확인서, 수출팩토링, 포페이팅 등이 있으며 신용장 개설약정과 지급보증 등이 있다. 매입외환(negotiation)을 수출환어음매입이라고도 하는데 신용장 또는 무신용장방식(D/A, O/A 방식 등)⁷⁷⁾ 수출거래를 근거로 발행된 수출환어음을 매입함으로써 국내 수출기업을 지원하는 선적 후 수출금융이다. 내국신용장제도는 외국에서 수출신용장 등을 받거나 과거 수출실적이 있는 국내 수출업체가 수출용 원자재 또는 완제품을 국내에서 원활하게 조달하기 위하여 발행은행이 지급보증하는 국내용 신용장으로서 일명 Local L/C라 한다. 내국신용장에 의한 물품공급 실적을 수출실적으로 인정하고 부가가치세 영세율을 적용하는 등 국산 원자재 사용촉진을 통한 외화가득률 제고에 중요한 역할을 한

75) 한국무역보험공사, 「수출보험 종목」, <http://www.ksure.or.kr> 참조.

76) KEB하나은행, 「무역금융」, <http://fx.kebhana.com> 참조 연구자 재구성.

77) D/A방식(Documents against Acceptance, 인수인도조건): 2013년도 수출 총액에서 D/A 방식의 비중은 8.1%이다. O/A방식(Open Account): 선적통지조건부 사후송금 결제방식. 출처: 한국무역협회 홈페이지(<http://www.kita.net>) 무역실무매뉴얼 참조.

다.⁷⁸⁾

약정 및 보증은 신용장(L/C)개설, 특정 거래와 관련되는 우발채무(계약이행보증, 입찰보증 등) 및 지급보증을 말한다.⁷⁹⁾ 포페이팅(Forfaiting)이란 해외 수입국 은행에서 개설한 신용장 또는 보증한 환어음 및 선적서류를 은행(Forfaiter)이 국내 수출자로부터 상환청구권이 없는 무소구(Without Recourse)조건⁸⁰⁾으로 매입하는 수출금융이다.

ND 포페이팅(Non Delivery Forfaiting)은 국외은행 소재국의 국가위험과 국외은행 파산 등 신용위험, 해외은행의 지급 거절 위험을 한국수출입은행이 부담하는 상품이다. 수출팩토링은 사후송금방식(Open Account) 외상수출거래에서 발생된 수출채권을 수출기업으로부터 무소구조건(Without Recourse)으로 매입하는 수출금융 상품이다. 한국수출입은행이 직접 해외수입자의 신용위험을 인수하는 직접방식(One-Factor System)과 국외 팩토링회사와 연계하여 지원하는 제휴방식(Two-Factor System)이 있다.⁸¹⁾

7) 신용보증기금의 수출기업 보증제도⁸²⁾

신용보증기금은 중소기업의 수출단계별로 수출기업 종합지원 프로그램과 수출스타기업육성 프로그램, 국내복귀기업보증 제도를 운영하고 있다. 수출기업 종합지원 프로그램 중 수출희망기업특례보증은 수출을 희망하거나 준비 중인 기업을 대상으로 기업당 최대 3억원 한도로 보증 지원한다. 수출진입기업보증은 당기 또는 최근 1년간 수출실적이 100만 달러 미만 또는 수출실적은 없으나 신용장 또는 수출계약서 등을 보유한 기업을 대상으로 기업당 최대 30억원 한도로 보증지원을 한다. 수출확장기업보증은 당기 또는 최근 1년간 수출실적 100만 달러 이상~500만 달러 미

78) 한국무역협회, 「무역실무매뉴얼」, <http://www.kita.net>. 참조 연구자 재구성.

79) KEB하나은행, 「무역금융」, <http://fx.kebhana.com> 참조 연구자 재구성.

80) 무소구조건: 수입국은행이 환어음 만기일에 수출대금을 상환하지 못할 경우에도 수출자에게 대금을 청구하지 않는 조건으로, 수출기업은 수출대금 회수 위험을 제거함과 동시에 차입금으로 계상되지 않기 때문에 재무구조를 개선시키는 효과를 얻을 수 있다. 출처: 한국수출입은행 홈페이지(<https://www.koreaexim.go.kr>)참조 연구자 재구성.

81) 한국수출입은행, 「수출팩토링」, <https://www.koreaexim.go.kr>. 참조 연구자 재구성.

82) 신용보증기금, 「수출중소기업 종합지원 프로그램」, <https://www.kodit.co.kr> 참조

만인 기업 또는 중소기업부 선정 수출유망중소기업, 해외규격인증획득 지원사업 참여기업, 중소기업 브랜드 지원사업 참여기업, 한국무역보험공사 수출과 관련된 환변동 보험 가입기업을 대상으로 한다. 수출주력기업보증은 당기 또는 최근 1년간 수출실적 500만 달러 이상인 기업에게 보증지원을 한다. 신용보증기금이 별도로 지정한 서비스업은 업종코드(대분류)⁸³⁾E·J·M·N·P·Q·R·S로 수출실적이 적더라도 보증한도를 확대 배정하고 있다. 수출스타기업육성 프로그램은 글로벌 수출 선도기업(수출스타기업)으로 성장할 수 있는 잠재력을 갖춘 수출스타후보기업에 대하여 3년간 지원할 보증한도를 설정하여 집중 지원하는 프로그램이다. 국내복귀기업 보증은 해외진출기업이 해외사업장을 청산·양도 또는 축소하고, 사업장을 국내로 이전하는 경우에 국내 사업장 시설자금 또는 운전자금을 지원하는 보증제도이다.

8) 기술신용보증기금의 수출기업 보증제도

기술신용보증기금에서는 중소기업의 수출잠재력 확충을 위하여 무역금융과 수출실적이 연간 매출액의 10% 이상인 수출중소기업이거나, 수출실적이 없어도 신용장이나 수출계약서를 보유하여 향후 수출이 예상되는 기업(30대 주 채무계열 소속기업을 제외)을 대상으로 수출기업 보증 프로그램을 운영하고 있다.⁸⁴⁾

4. 해외의 수출지원제도

1) 미국의 수출지원제도

미국은 중소기업을 종업원 수와 연간 매출액을 기준으로 구분하는데, 세부 업종별

83) 별도로 지정한 서비스업 업종코드(대분류) E: 하수·폐기물처리, 원료재생 및 환경복원업, J: 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업, M: 전문, 과학 및 기술서비스업, N: 사업시설관리 및 사업지원서비스업, P: 교육서비스업, Q: 보건업 및 사회복지서비스업, R: 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업, S: 협회 및 단체, 수리 및 기타 개인서비스업. 출처: 신용보증기금 홈페이지(<http://www.kodit.co.kr>) 참조.

84) 기술신용보증기금, 「수출기업 보증지원」, <http://www.kibo.or.kr>. 참조 연구자 재구성

로 종업원 수 500인, 연간 매출액 600만 달러를 기준으로 구분하고 있다.⁸⁵⁾ 중소기업에 대한 용어도 경제협력개발기구(OECD)등 국제기구에서는 중소기업(small and medium enterprises)이라는 표현이 보편적으로 쓰이는데 미국에서는 소기업(small business)라는 표현이 주로 쓰인다. 중소기업은 2011년 기준 전체 기업 수의 99.6%로 대다수를 차지하고 있으나, 고용인원수는 전체의 48.5%로 중소기업 범위를 초과하는 대기업의 고용비중 51.5%보다 낮아 중소기업의 고용비중이 높고 대기업의 고용비중이 낮은 한국과는 많은 차이가 있다.⁸⁶⁾

미국 서비스 수출의 경우 1997년 이전까지는 국경 간 무역이 중심이었으나, 2009년 기준 국경 간 서비스 교역금액은 4,879억 달러(전체의 31.2%)로 해외지사 설립을 통한 서비스 교역금액 1조 764억 달러(전체의 68.8%)보다 낮았다. 후자와 같은 거래방식이 늘어난 것은 수출국의 규제를 회피하고, 달러화에 대한 확실한 지식재산권 보호의 회피, 최종 고객과의 근접거리 중요성 때문으로 분석된다.⁸⁷⁾ 미국의 대표적인 수출과 관련 기관에는 무역대표부 (USTR ; Office of the United State Trade Representative), 국제무역위원회(USITC ; U.S. International Trade Council), 중소기업청 (SBA ; Small Business Association), 미국수출입은행(Export-Import Bank of the United States), 농림부(USDA ; U.S. Department of Agriculture) 산하 대외농업기구(FAS ; Foreign Agricultural Service), 상무부 산하 국제무역관리청(ITA ; International Trade Administration) 및 미국상업서비스(U.S. Commercial Service), 해외 민간투자공사(OPIC; Overseas Private Investment Insurance Corporation) 등이 있다. 국제무역위원회(USITC)는 중소기업의 국내외 무역장벽 해소를 위해 동종업계산업협회(industry association)를 구성하여 해외시장 조사, 마케팅, 국제무역의 분쟁 해결 등에 대해 중소기업 간 공동협력을 통해 대응하는 전략과 해외시장 진출 시 필요한 전문적이고 법률적인 서비스 지원을 위한 대기업과의 협력, 해외시장 진출 접근성을 높이고 통관절차 간소화, 선적물 추적의 용이성을 위해 물류기업과의 협력 전략을 자국 정부에 제시하기도 했다. 중소기업청

85) 중소기업중앙회, “2020년 중소기업현황”, 2020, p.18.

86) 김정근, 최보영, 이보람, 이민영, “주요국의 중소기업 해외진출 지원전략과 시사점”, 대외경제정책연구원, 2014, p.96.

87) 고희채, 오민아, 이보람, “미국의 중소기업 수출확대정책 및 시사점”, 대외경제정책연구원, 2011, pp.23-24.

의 국제무역국 (OIT ; Office of International Trade)은 수출에 관심이 있는 중소기업을 식별하고, 그 기업을 대상으로 수출이 가능한 상태가 되도록 준비를 지원하며, 수출로 이어질 수 있는 환경과 여건을 제공한 후, 수출기회를 발굴한 기업을 대상으로 지원하는 방식의 수출지원제도를 운영하고 있다.⁸⁸⁾

수출잠재력이 있는 중소기업 발굴을 위해 미국 중소기업청과 수출입은행 등은 ‘Global Business Solution’ 사업을 통해 수요자 맞춤형 무역금융 패키지를 제공하고, 연방정부는 ‘Export Business Planner’ 사업을 통해 중소기업에게 맞춤형 정보 제공과 수출사업 계획수립을 지원하며, ‘Export Matchmaker Trade Show’ 사업을 통해 수출자와 생산자를 연결시켜주고 있다.⁸⁹⁾

농산품 수출지원제도의 경우 농무부 산하 대외농업기구(FAS)의 시장접근프로그램(MAP; Market Access Program)이 대표적인데 농산품 홍보를 위해 해외 마케팅 및 홍보 활동과 관련 자금을 지원해주고 있다.⁹⁰⁾ 상무부 산하 국제무역관리청(ITA, International Trade Association)은 국제무역을 관장하는 연방정부기관으로 성장잠재력을 보유한 중소기업의 협력파트너 알선, 네트워크 구축지원, 비즈니스 매칭 기회의 제공, 정보공유, 해외시장 관련 정보제공 등을 통해 중소기업의 수출을 지원하고 보호하는 역할을 하고 있다. 시행중인 여러 프로그램 중 대표적인 것으로 Gold Key Matching 서비스가 있는데, 중소기업에 맞는 해외시장 선정 및 무역전문가들과의 산업브리핑, 정확한 시장조사, 무역파트너와의 네트워크 형성, 전문가 미팅 후 니치(niche)전략 수립, 숙박·통역 등 다양한 서비스를 제공하고 있다.⁹¹⁾

중소기업청(SBA)은 중소기업을 위한 2018-2022 전략 계획 목표를 수립하고, 이를 달성하기 위해 근거와 평가에 기초하여 분기별로 그리고 해마다 성과를 재검토하여 성과목표 및 정부기관의 우선순위 목표에 대한 개선방안을 논의한다. 프로그램 평가, 성과데이터, 회계감사, 전통적인 리서치 등 다양한 원천으로부터 나오는 근거는 리더십에 있어 프로그램의 전략, 정책, 자원에 대해 좋은 결정을 내릴 수 있도록 도와준다. SBA는 이러한 사실에 기초하여 최적화된 결정을 내리기 위해 집중화된 프로그램 평가를 통해 지속적인 학습환경을 조성하고, 프로그램에 권한을 부여하는

88) 고희채외 2인, 전계서, 2011, pp.38-40.40) 김정근외3인, 전계서, 2014, p.101.

89) 김정근외 3인, 전계서, 2014, p.105.

90) 고희채외 2인, 전계서, 2011, p.48.

91) 고희채외 2인, 전계서, 2011, pp.48-52.

기업 학습 의제를 개발하였다. SBA는 자체 운영 중인 프로그램을 주기적으로 재검토하고 평가를 통해 핵심적인 성공, 기회, 도전, 위험요소를 파악하고 이를 바탕으로 전략적 목적을 평가하는 방식으로 중소기업 지원프로그램을 발전시켜 나가고 있다.⁹²⁾

미국은 문화적 특성상 정부의 개입은 개인의 창의적이고 자율적인 시장참여를 방해할 수 있다는 부정적인 인식이 있어, 정부의 역할은 개인들의 활동이 효율적으로 잘 작동되도록 인프라를 구축해주는 것에 초점을 맞춘다. 이와 같은 맥락에서 중소기업 지원정책도 금융 중심의 직접지원 정책에서 행정서비스나 정보제공, 신용보증 등 인프라 보완을 통해 지원하는 간접지원 방식으로 전환되었다. 또한 창업이나 기업경영 경험자들로부터의 정보나 경영자문이 때로는 자금보다 더 중요한 역할을 한다고 판단하여 퇴역 경영자와 현직 경영자를 연결시켜주기 위해 1964년 SCORE (Service Corps of Retired Executives)라는 조직을 만들었다. 이와 같은 인적자원을 통하여 경영전반에 걸친 자문, 기술지도, 자금조달, 수출입 절차 및 정보제공 등을 수행하는 지원사업은 미국의 중소기업을 성장시키는 데 큰 기여를 하고 있다.⁹³⁾

2) 일본의 수출지원제도

일본은 중소기업을 상시고용 종업원 수와 자본금을 기준으로 구분하고 있다. 제조업 및 기타 업종은 종업원 수 300명 이하 또는 자본금 3억엔 이하, 도매업은 종업원 수 100명 이하 또는 자본금 1억엔 이하, 소매업은 종업원 수 50명 이하 또는 자본금 5천만엔 이하, 서비스업은 종업원 수 100명 이하 또는 자본금 5천만엔 이하의 경우 중소기업으로 분류된다.⁹⁴⁾

일본은 1963년에 제정된 중소기업기본법에 기초하여 중소기업 지원정책을 시행하고 있다. 2012년 기준 일본의 전체 기업수에서 중소기업이 차지하는 비중은 99.7%, 고용비중은 69.7%(소규모 1,192만 명, 중견기업 2,024만 명)였다. 전체 기업수에서 5명 미만을 고용하는 기업 수의 비중은 76%로 높았지만 고용비중은 16%로 낮았고, 50-299명을 고용하는 기업 수의 비중은 6.3%로 낮았지만 고용비중은 30.8%로 상대

92) U.S. Small Business Administration, "Strategic Plan, Fiscal Years 2018-2022", 2018, p.5.

93) 숭실대학교 산학협력단, "중소기업 경쟁활성화 방안 연구", 2010, pp.111-112.

94) 중소기업중앙회, 전계서, 2020, p.17.

적으로 고용비율이 높았다. 일본은 2009년 이후에 매년 전체 예산의 0.2%를 중소기업 지원을 위해 사용하고 있으며, 2013년에는 중소기업의 해외진출지원에 중소기업 지원예산의 2.6%를 사용하였다. 일본의 중소기업 지원정책은 1948년 설치된 경제산업성 산하의 중소기업청에서 주관하고 지원사업의 시행은 일본정책금융공고 등에서 한다. 산업별로 보면 농림수산성은 농림수산물업, 외무성은 신흥국 진출과 ODA정책을, 국토교통성은 해외인프라·부동산건설업 관련 지원제도를 시행중에 있다.⁹⁵⁾

일본의 중소기업 지원프로그램 중 비재정적 지원프로그램을 시행하는 기관으로는 일본무역진흥기구(JETRO), 중소기업기반정비기구(中小企業基盤整備機構 ; SMRJ ;Organization for Small and Medium Enterprises and RegionalInnovation, JAPAN), 국제협력기구(JICA), 해외산업인재협회(HIDA)가 대표적이다. 중소기업기반정비기구(SMRJ)는 1962년 설립된 지역진흥정비공단(JRDC)과 1986년 설립된 사업기반준비기금(JSIF)의 합병으로 설립된 경제산업성 소관 독립행정법인으로, 해외진출 모색을 지원하기 위해 진출국가별, 분야별 컨설팅을 위해전문가를 파견하고, 해외진출 전 단계별로 일대일 원스톱 상담서비스를 제공하며, 판로개척·비즈니스 모델 구축·번역비용·현지물류 및 유통기업과의 매칭 등의 서비스를 지원하고 있다. 일본무역진흥기구(JETRO)는 1958년 설립되어 2003년 독립 행정법인화된 기관으로 일본기업의 무역과 해외투자를 촉진하는 것이 목적으로, 해외코디네이터 사업, 신흥국 진출 개별지원서비스, 수출유망 안전지원서비스, 지식재산권 관련 상담, 보조금 사업 등의 서비스를 통해 해외진출 전 단계에 걸쳐 정보수집, 전문가의 자문, 해외판로 개척, 해외임대사무실 대여 등 포괄적인 지원을제공하고 있다. 국제협력기구(JICA)는 ODA와 민간투자를 무역과 전략적으로 연계하는 방식으로 자국 기업의 해외진출을 위한 기반을 조성하는 역할을 통해 일본기업의 신흥시장에서의 선점효과와 일본기업 브랜드에 대한 인지도 확립을 도모하고 있다.⁹⁶⁾

일본 중소기업의 해외진출을 지원하는 주요 기관에는 일본무역보험(NEXI), 일본정책금융공고(JFC), 상공조합중앙금고 및 신용보증협회, 해외경제협력기금(JBIC) 등이 있다.

95) 고희채외2인, 전게서, 2011, pp.208-212.

96) 고희채외2인, 전게서, 2011, pp.213-217.

일본정책금융공고(日本政策金融公庫, Japan Finance Cooperation ; JFC)의 대표적인 중소기업 해외진출 프로그램에는 장기융자 지원제도와 스탠바이 크레디트 프로그램(Standby Letter of Credit Program)이 있다. 융자지원제도는 일본 내 본사가 있는 기업으로 국내사업의 연장선상에서 해외진출사업이 필요한 정도의 규모를 보유하고 있으며 국내시장 축소, 노동력 부족, 원재료 공급사정, 거래처의 해외진출 등으로 인해 해외시장 진출이 필요하게 된 기업을 대상으로 설비자금이나 운전자금을 지원하는 프로그램이다.

스탠바이 크레디트 프로그램은 해외에 진출한 신용도가 낮은 중소기업이 현지법인 혹은 지사가 현지의 금융기관으로부터 원활한 융자가 이루어질 수 있도록 채무를 보증하는 제도로, 2014년 30개의 지역금융기관과 협력체계를 구축하였고, 2013년 46개의 중소기업이 이 프로그램을 활용하였다.⁹⁷⁾

쿨재팬(Cool Japan) 전략은 일본의 제조업, 서비스업을 포함한 창조산업의 해외진출을 지원하는 전략으로 2002년 지식재산전략과 2004년 콘텐츠 비즈니스 진흥정책을 기초로 국가 차원에서 진행되는 전략이다. 일본의 전통문화, 요리, 디자인, 패션, 콘텐츠 등과 같은 창조산업의 해외진출을 지원하기 위해 1단계로 해외 방송미디어를 통해 일본 붐을 일으키고, 2단계로 현지 유통망을 확보하고 판로를 개척하여 콘텐츠를 현지화하며, 3단계로 일본 관광유치를 통한 소비증대를 꾀하는 방식으로 관광산업이 주된 제주도의 관점에서는 참고해 볼 만한 제도이다.⁹⁸⁾

3) EU 국가의 수출지원제도

(1) 독일의 수출지원제도

독일은 기업 규모를 업종별 구분 없이 종사자 수와 연간 매출액을 기준으로 소상공인, 소기업, 중기업, 대기업으로 구분하는데, 소상공인은 종사자 수 10명 미만이고 연간 매출액 2백만 유로 미만인 경우, 소기업은 종사자 수 50명 미만이고 연간 매출액 1천만 유로 미만인 경우, 중기업은 종사자 수 250명 미만이고 연간 매출액 5

97) 고희채 외 2인, 전계서, 2011, pp.219-221.

98) 고희채 외 2인, 전계서, 2011, pp.229-232.

천만 유로 미만인 경우, 대기업은 종사자 수 250명 이상 또는 연간 매출액 5천만 유로가 초과하는 경우로 구분된다.⁹⁹⁾

EU 정의에 근거한 독일 중소기업은 2014년 기준으로 중소기업 수로는 전체의 99.5%, 부가가치 비중은 전체의 54.2%, 고용비중은 전체의 62.3%이고, 중소기업이 수출이 전체 수출에서 차지하는 비중은 29.3%로 같은 해 한국의 20.3%보다 높았다.¹⁰⁰⁾

독일의 연방정부 차원에서 이루어지는 중소기업 대상 해외진출지원은 정부 부문은 연방경제기술부(BMWi ; Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie)에서 제공하고 있으며, 민간 부문은 독일무역투자청(Germany Trade & Invest)에서 제공하고 있다.

독일의 수출과 관련 업무는 연방경제기술부의 중소기업정책국(DG II :SME Policy), 대외경제정책국(DG IV : External Economic Policy), 청(BAFA : Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle) 등에서 담당한다.

경제수출관리청은 1954년 설립된 연방경제청(BAW)과 1992년 설립된 연방수출청(BAFA)의 기관으로 중소기업을 중심으로 경제개발촉진정책과 수출인증, 수입규제 등 무역과 관련된 관리업무를 수행한다.

무역투자청은 해외기업의 독일 내 투자유치 지원과 독일기업의 해외수출증진을 지원하는 업무를 주로 하며, 연방경제기술부, 독일 상공회의소 등과 협력활동을 하는데, 독일기업을 대상으로 해외시장 정보제공, 외국기업의 독일내 비즈니스 지원, 구동독권 연방주의 경제개발 촉진 등을 수행하고 있다.

대표적인 민간기관으로는 독일상공회의소(AHK ;Deutsche Auslandshandelskammern)와 독일산업 무역협회(DIHK ; Deutscher Industrie und Handelskammertag)가 있다. 독일상공회의소는 독일산업과 무역계의 공식적인 대표역할과 해외진출 독일기업의 외국현지에서 필요한 서비스를 제공하는 업무를 담당하며, 독일산업 무역협회는 독일 무역기업의 정치경제적 이익을 대변하면서 현지진출지원·중소기업 금융지원 상담·교육훈련실시·법률세법관련자문·기술관련 상담·EU 차원 결정 시 독일 산업계의 관심사 반영 등의 업무를 수행한다. 독일의 중소기업정책은

99) 중소기업중앙회, 전계서, 2018, p.18.

100) 고희채외 2인, 전계서, 2011, p.136.

중소기업의 경쟁력 강화, 경기변화에 따른 완충기능의 유지, 일자리 창출을 정책 목표로 잡고 있다. 독일 중소기업의 해외진출과 관련해서는 국내외 무역전시회에의 참여를 확대하고, 이와 관련된 자문을 하는 것이 재정지원보다 더 중요한 것으로 평가하고 있다.¹⁰¹⁾

독일은 1970년에 중소기업의 경쟁력 강화방안으로 연구개발 인력의 인건비를 지급하는 PKZ프로그램을 통해 연구개발과 혁신역량 향상에 집중적으로 투자하였다. 특히, 독자활동 중이던 45개의 연구조합 중 20개의 조합을 연합하여 출범한 산업연구조합연합회(AiF)의 업종별, 기술분야별로 공통기반 혹은 공통애로 기술이나 기술표준화 등의 지원을 통해 중소기업의 경쟁력이 증진된 것으로 평가받고 있다.¹⁰²⁾

독일은 2006년 중소기업 이니셔티브를 통해 다양한 지원방안 및 개선책을 제시하였다. 행정부담과 규제를 줄이는 등 관료주의를 완화하였고, 총리주도로 중소기업 혁신·성장위원회를 설립하여 혁신역량 강화를 도모하였으며, 수출중소기업을 대상으로 자금지원과 벤처캐피탈을 확대하는 등 적극적인 지원제도를 수행하였다.

독일은 2010년 해외통상캠페인(Foreign Trade Campaign)을 통해 고위급 경제외교시 특별히 중소기업의 해외진출 지원을 고려하도록 하였고, 중소기업을 중심으로 수출진흥 프로그램을 실시하며, 중소기업의 수출신용보증이나 투자보증과 관련한 의사결정을 신속히 추진하는 방식으로 중소기업의 수출활성화를 도모하고 있다.¹⁰³⁾

독일은 EU 역외국 수출 대상 지역이 미국이나 캐나다 등에만 치중되어 있지 않고, 중남미, 중동, 아프리카, 인도, 아시아 등 신흥국을 포함하여 여러 나라로 수출 다각화가 이루어진 것을 알 수 있다.

2000년대 중반까지 독일은 ‘유럽의 병자(thesick of man of Europe)’ 취급을 받았으나, 2008년 글로벌 금융위기 이후에도 견실한 성을 기록하면서 Economic Superstar로 제조명을 받았다. 독일의 빠른 회복세의 이면에는 세계최고 수준의 기술력을 보유한 제조업의 경쟁력이 있었다. 독일중간기업(Mittlestand)¹⁰⁴⁾이 R&D 및 혁신활동을 통해 고부가가치 전문제품을 생산하고 글로벌 틈새시장을 개척한 것이

101) 고희채 외 2인, 전게서, 2011, pp.140-142.

102) 송실대학교 산학협력단, 전게서, 2010, p.99.

103) 고희채 외 2인, 전게서, 2011, pp.146-148.

104) 중간기업(Mittelstand)은 19세기 독일 사회에서 귀족층과 저숙련 노동자 사이에서 중간층을 형성했던 ‘숙련기능인(artisan)’들이 근대 중소기업을 창업한 것으로부터 유래된 ‘중산층(Middle Class)’이라는 의미에서 파생된 용어로 독일의 중소기업을 지칭한다.

제조업 혁신과 시장을 선도할 수 있었던 배경으로 판단된다.

특히 전세계 히든챔피언(Hidden Champions)의 약 50%가 독일의 중간기업으로, 기업수로는 미국 히든챔피언 기업의 약 4배에 달한다. 이러한 독일 기업의 기술력의 바탕에는 지속적이고 일관된 첨단기술전략과 연구성과가 상용화되었기 때문이다.

독일정부는 중소기업-중간-대기업간 기술이전과 지식의 확산 등 협력관계 구축을 위해 'IKT 2020 - 혁신을 위한 연구' 등 연구프로그램을 통해 중소기업의 혁신을 지원하였다. 독일의 중소기업 지원제도는 실무와 이론을 겸비한 숙련된 기술인력을 양성하기 위해 듀얼 시스템(Duales System)을 통해 기업에는 필요한 인력확보를, 학생들에게는 직업교육훈련을 통한 취업기회를 제공하는 등 노동시장과 학교를 이어주는 가교 역할을 담당하기도 한다.¹⁰⁵⁾

(2) 핀란드의 수출지원제도

핀란드는 북유럽의 강소국이고 인구가 약 540만 명으로 한국의 10% 정도밖에 되지 않지만, 1인당 GDP는 2012년 기준 3만 5천 유로가 넘어 미국, 독일 등 경제 대국과 견줄만큼 경제력은 강하고, 인적자원의 역할이 경제발전의 근간이라는 생각하에 교육시스템이 발달하여 대부분의 교육비용은 국가에서 지원한다. 핀란드의 중소기업 분류기준은 EU 기준에 따르는데 종사자 수가 250명 미만이고, 연간 매출액이 5천만 유로 미만 혹은 대차대조표 총액이 4천3백만 유로 미만인 기업을 중소기업으로 분류한다. 세부적으로 보면 종사자 수가 10명 미만이고 연간 매출액이나 대차대조표 총액이 2백만 유로 미만인 기업은 영세기업(Micro enterprises)으로, 종사자 수가 50명 미만이고 연간 매출액이나 대차대조표 총액이 1천만 유로 미만인 기업은 소기업(Small enterprises)으로, 종사자 수가 250명 미만이고 연간 매출액이나 대차대조표 총액이 4천3백만 유로 미만인 기업은 중기업(Medium-sized enterprises)으로 분류된다. 핀란드 전체 기업 수에서 중소기업 수는 99.7%의 비중을 차지하며, 고용비중은 62.8%를 상회하고, 부가가치 비중은 59.4%를 나타내고 있다.

한때 핀란드의 대표기업이었던 노키아가 전체 수출의 약 20%를 담당했었으나 스마트폰 대응에의 실패로 몰락하였고, 이로 인해 핀란드 경제에 큰 변화가 나타났다.

105) 전기용, “독일, 유럽의 Sick Man에서 Economic Superstar로”, 포스코경영연구원, 2016, pp.1-9.

안정적인 대기업의 존재로 인해 낮았던 기업가 정신이 되살아나 노키아 이후 창업 문화가 형성되고, 그 연장선상에서 모바일게임업체들이 세계적이 기업이 되기도 하는 등 중소기업들의 세계진출이 가시화되었다. 핀란드 경제인연합회(EK ;Confederation of Finnish Industries)의 관계자의 인터뷰에 따르면 핀란드는 오래전 부터 있던 중소기업은 내수시장에 집중하려는 성향이 강하고, 새로 창업하는 중소기업들은 해외진출에 관심이 많다고 한다. 이를 통해 중소기업의 해외진출과 창업은 밀접한 관련성이 있음을 알 수 있다. 핀란드에서의 창업은 실패를 동반하지만 그로부터 교훈을 얻어 다시 성공할 수 있으며, 기회를 얻는 것(serial entrepreneur)이 중요하다는 창업에 대한 긍정적인 사회적 분위기가 생성되어 있다.¹⁰⁶⁾

핀란드의 중소기업 해외진출지원과 관련되는 정부 부처로는 고용경제부(Ministry of Employment and the Economy), 외교부(Ministry for Foreign Affairs), 교육문화부(Ministry of Education and Culture)가 있다. 고용경제부는 팀핀란드(Team Finland), 중소기업 지원 네트워크(EEN ;Enterprise Europe Network), 등 기업의 국제화를 촉진하기 위한 사업과 기업에서 필요로 하는 정보 및 서비스를 Enterprise Finland 라는 홈페이지를 통해 한 곳에서 제공하기도 한다.

또한 Vigo 가속 프로그램(Vigo Accelerator Programme), 장기적인 성장금융 프로그램(Long-term Growth-financing Programme) 등의 금융프로그램도 운영해 왔다. 특히 팀핀란드는 핀란드의 중소기업 지원기관이 많고 지원체계 분절로 인한 중복지원을 줄이고 지원기관을 한데 모아 효율적이고 체계적인 정보를 제공하며, 새로운 제도를 또 만드는 것이 아닌 기존의 자원을 활용함으로써 추가구축에 따른 시간과 비용을 줄일 수 있다는 장점도 있다.

Finnvera Plc는 고용경제부 소속 공적수출신용기관(Official Export Credit Agency)으로 수출금융(export financing), 중소기업 금융(SME financing), 벤처캐피탈 투자(venturecapital investment)가 주요 업무이다. Finpro는 중소기업의 수출과 국제화를 지원하는 수출진흥기관으로, 특히 중소기업들이 해외시장 진출시 그룹으로 진출할 수 있도록 'Export Partner Groups' 라는 서비스를 제공하는데, 최소 4개 이상의 중소기업 타깃시장에 함께 진출함으로써 시너지를 얻는 데 중점을 둔다. 또한 성장기업(growth companies)과 같이 중소기업 중에서도 주요기업을 대상으로

106) 고희채 외 2인, 전게서, 2011, pp.171-179.

수출전문가를 지원하여 성공 가능성을 높이고자 하였다.

글로벌 마케팅 관련 컨설팅 부문은 과거에는 공공부문이 독점하다시피 하였으나 현재는 민간영역으로 많이 이전된 상이다. 핀란드 기술혁신투자청(Tekes ; Finnish Funding Agency for Technology and Innovation)은 R&D 및 혁신과 관련된 공공 금융기관으로, 정부부처 및 연구혁신위원회(Research and Innovation Council)와 함께 R&D 업무를 주로 지원한다.

Tekes는 중소기업을 새롭게 떠오르는(new emerging) 회사, 빠른 성장을 하는(fast growing)회사, 완만하게 성장하는(moderately growing) 회사로 구분하여 방식을 달리하여 지원하고 있다.

핀란드의 중소기업에 대한 지원체계의 강점 중 가장 좋은 평가를 받고 있는 것이 효율적인 산학연 네트워크의 구축이다. 특히 대학이 창업하는 데 있어 중요한 역할을 하게 되었는데, 그 중심에 알토 대학교가 있다. 2010년 핀란드의 3대 국립대학을 통합하여 만들어진 알토대학교는 학사과정까지는 각자 본인의 전공에 대한 기초와 전문성을 확립하고, 석사과정부터는 타 분야로까지 전문성을 확장시키는 것을 목적으로 하고 있다. 창업에 도움이 되는 커리큘럼 제공할 뿐 아니라, 알토 중소기업센터(Alto Small Business Center) 운영을 통해 창업에의 실질적인 도움을 주고 있다.¹⁰⁷⁾

(3) 덴마크의 수출지원제도

덴마크는 종사자 수가 100명 미만인 기업이 전체의 98.8%를 차지할 정도로 중소기업의 비중이 매우 높다. 덴마크의 인구는 약 540만 명으로 핀란드와 인구 규모가 비슷한 인구 소국이지만 GDP 5만 달러가 넘는 강국이다. 이는 강한 경쟁력을 갖춘 중소기업이 많은 기여하고 있기 때문이다. 덴마크는 좁은 국내시장 환경으로 글로벌화할 수밖에 없고 개방경제를 표방할 수밖에 없는 특징을 보면 한국과 비슷하다.

덴마크 정부는 중소기업에 대한 수출 지원책이나 직접적인 자금지원이 없으며, 대신 간접적인 지원으로 중소기업이 공정한 환경에서 경쟁할 수 있도록 했다.

107) 고희채 외 2인, 전게서, 2011, pp.178-189.

중소기업의 경쟁력 강화를 위해 글로벌 기업가 정신 함양과 더달리어 기업을 설립할 때의 자금조달 방법, 창업가를 대상으로 한 지역조언 서비스 등 간접지원 형식을 띄고 있으며, 중소기업의 창업단계부터 기존 기업이나 연구기관을 통해 노하우 확보와 전수로 창업 활성화를 지원하고 있다.

또한 창업 이후에도 창업의욕이 지속되도록 사후관리를 시행하고 있다. 덴마크는 민간투자 촉진을 위해 시드머니(seed money) 역할을 하는 정부와 민간이 공동출자한 펀드형태로 자금을 운용하는데, 이 경우에도 직접적인 자금지원은 없고, 벤처펀드, 연금, 해외펀드 등 민간투자자의 중소기업에의 투자를 유도하는 등 중소기업이 필요한 자금을 정부나 금융기관 등이 직접 지급하기보다 투자형태로 참여하여 자금의 효율성을 높이고 도덕적 해이를 최소화하고 있다.¹⁰⁸⁾

(4) 네덜란드의 수출지원제도

네덜란드는 자국의 농업을 보호하는 무역조치 대신 아예 농업시장을 개방하여 미국의 값싼 농산물을 수입해 사료로 사용, 우유의 생산비를 낮추고 치즈와 같이 부가가치가 높은 제품을 생산하여 전 세계로 수출하는 등 자유무역을 적극 활용하는 방식으로 무역정책을 펼치고 있다.¹⁰⁹⁾

또한 전통적인 농업경영 방식에서 벗어나 가족농을 유지하면서도 자동화와 규모화를 기반으로 통합과 협력, 클러스터화를 통해 경쟁력을 높이는 방식을 채택하고 있다.¹¹⁰⁾ 그러한 예로, 애그리포트(Agriport)와 같이 대규모 첨단 단지를 만들어 토마토를 유리온실에서 수경재배로 키운다거나 해수재배가 가능한 감자를 개발하는 등 새로운 농업기법을 적용하여 열악한 자연환경을 극복하거나, 영농기업을 스마트팜¹¹¹⁾화하여 노동비용을 줄이고 에너지 사용량을 절감하며, 정확한 데이터에 기반한 최첨단 생산기법을 통해 양질의 제품을 만들어 낼 수 있는 환경 등을 조성하고 있

108) 송실대학교 산학협력단, 전게서, 2010, pp.122-127.

109) 전국경제인연합회, “네덜란드 농업이 한국에 주는 시사점”, 2016, p.5.

110) 농림수산물기술기획평가원, 우물밖 개구리, 농식품 R&D 해외 동향, 제2014-12호, 2014, p.1.

111) 스마트팜(Smart Farm)이란 농작물 재배나 가축 사육시 온도, 습도, 일조량, 영양성분 등을 정보통신기술(ICT)을 접목하여 조절 및 관리함으로써 생산효율을 향상시키는 최첨단 농법을 말한다.

다.

한편, 트리플헬릭스(Triple Helix Innovation System)¹¹²⁾를 통해 푸드밸리(FoodValley), 씨드밸리(Seed Valley) 등 산관학 협력체계를 만들었고, 이를 통해 공무원, 농업경영자, 연구원 등 참여 주체들이 자유롭게 농산품과 관련된 문제점과 지식을 공유하고 함께 투자하는 등 상호 유기적인 협력 시스템을 통해 협업을 극대화하고 있다. 또한 연구의 품질을 높이기 위해 연구성과를 논문의 인용횟수나 언론 보도량이 아닌 참여기업에의 도움의 정도나 실용성을 기준으로 평가하고 있다.¹¹³⁾

네덜란드 경제부(농업자연식품부)는 대상이 되는 산업에 대한 보조금 지급과 같은 직접지원보다 방향성만 제시하고, 산업주체들의 요구를 바탕으로 지원시책을 개발하는 상향식 거버넌스 체계로, R&BD¹¹⁴⁾ 지원 등을 통해 기업의 경쟁력을 제고하는 것에 정책적 초점이 맞춰져 있다.¹¹⁵⁾

네덜란드의 농업은 한국의 농업과는 기후가 다르고 지정학적 차이가 있어 단순비교하기에는 한계가 있으나, 제주도 중소기업의 수출활성화를 도모하기 위해서는 가족농 중심의 새로운 영농기법을 도입하여 환경적 어려움을 극복하는 네덜란드의 사례를 통해 시사점을 얻을 수 있을 것이다.

112) 트리플헬릭스(Triple Helix Innovation System)는 산관학 주체들이 유기적으로 관계를 형성함으로써 혁신을 일으키며 이러한 과정이 '혁신의 나선형'으로 이름 지은 것에서 유래되었다.

113) 전국경제인연합회, 전계서, 2016, pp.6-11.

114) R&BD는 R&D 과제선정부터 사업성을 검토하고, 매 단계마다 사업화가 가능하도록 연구방향을 설정하고 조정해 나가는 경영시스템으로 단순히 논문이나 기술을 위한 연구개발이 아니라 사업 아이템이 될 수 있는 현실적인 연구개발이 필요하다는 생각에 글로벌 경영컨설팅업체인 Arthur D. Little에서 고안한 사업화(Business)가 가능한 R&D(Research & Development, 연구개발) 활동을 의미한다.

115) 농림수산물기술기획평가원, 상계서, 2014, p.4.

제3절 수출지원제도의 활용과 성과에 대한 선행연구

1. 수출지원제도 인지도와 활용도의 개념과 구성요소

수출지원제도의 인지도와 활용도에 대한 개념에서는 관련된 선행연구를 찾지 못하였다. 따라서 본 연구에서는 수출지원제도의 인지도 및 활용도를 2017년 현재 수출기업을 대상으로 지원정책을 시행하는 정부기관 및 무역유관단체의 수출지원 프로그램에 관하여 중소수출기업들이 인지하고 있는 정도와 활용도를 개념 정의로 대체하고자 한다. 수출지원제도의 인지도와 활용도의 구성요소에 대해서는 다음과 같은 선행연구가 있다.

정재승(2007)은 중소기업 수출지원제도의 성과에 관한 실증연구에서 220개 중소기업에 대해 설문조사 및 가설검정을 통해 수출지원제도 인지도와 활용도가 수출성과에 미치는 영향을 분석하였다. 중소기업 특성요인을 기업규모, 창업년도, 매출액, 수출비중, 창업개시년도, 수출물입도, 수출경험, CEO의 해외시장 중요도, CEO의 해외시장 마케팅 중요도, CEO의 인터넷마케팅 활용도로 나누어 각 요소가 수출지원제도의 인지도, 활용도 및 수출성과에 미치는 영향을 분석하였다. 또한 수출지원제도 인지의 애로 요인, 수출지원제도 활용의 장애요인과 활용도, 중소기업의 수출애로요인과 수출성과, 업종별 중소기업의 구분에 따른 인지도와 활용도, 성과 간의 관계를 함께 분석하였다.

수출지원제도의 구성요소로는 국제박람회 개별 또는 단체참가지원, 수출지원제도 시책설명회참가, 무역현안에 대한 특강·설명회 참가, 해외시장개척단 파견, 해외바이어 수출상담회 참가, 해외상품홍보지 제작·배포, 수출상품 홍보 CD디렉토리 제작·배포, 해외시장조사, 인터넷 해외마케팅 지원사업, 종이카탈로그 제작, 인터넷 홈페이지 구축, e-무역상사 참가, 무역아카데미 무역실무교육 운영, 수출기업 해외지사화 사업, 수출보험료 가입 지원, 해외인증규격 획득지원, 통·번역 지원이 있었다.

김영일(2008)은 한국 중소수출기업 중 수출지원정책 및 사업 활용 경험이 있는 기업을 대상으로 기업 내·외부 환경요인 및 중소수출 기업을 지원하는 개별 수출지원사업과 활용요인과의 상관관계를 분석하였다. 수출지원정책의 활용 요소로 해외마케팅 지원, 해외시장 개척요원양성 지원, 중소기업 공동상표 세계화 지원, 무역상

품 홍보지원, 글로벌 브랜드 육성 지원, 국내 전시전 지원, 인터넷 중소기업관 지원, 해외지사화 지원, 현지전문가활용 지원(통·번역센터), 수출인큐베이터운영 지원사를 선정하였다. 연구결과, 인지도가 높은 지원사업은 국내전시회참가 지원사업으로 나타났다. 그 다음으로는 현지전문가활용 지원사업, 해외시장 개척요원양성 지원사업, 해외마케팅 지원사업의 순으로 나타났다. 그의 연구에서는 인지도와 활용도의 일반화된 경로관계가 정립되지 못하고 있는 실정이라고 밝혔다.

김은영(2011)은 수출지원제도 수혜 중소기업 500개를 대상으로 수출지원제도의 활용도와 수출성과를 분석하였으며, 인지도와 활용도구성요소를 KOTRA의 해외지사화 지원사업과 전시사업의 인지도, 중소벤처기업부의 수출유망중소기업 지정사업과 내수기업의 수출기업화지원사업의 인지도, 중소기업진흥공단의 수출인큐베이터 운영지원과 해외민간네트워크 활용사업의 인지도, 무역협회의 해외전시회 참가지원과 수출상품 온라인 홍보지원의 인지도 항목으로 측정하였다.

오병석(2011)은 중소기업 수출지원제도 인지수준과 활용에 관한 연구에서 중소기업 117개를 대상으로 다음 18개 요인에 대한 수출전담 부서 유무에 따른 지원제도의 인지도와 활용도 차이를 분석하였다. 구성요소로는 국제전시회 단체참가, 국제전시회 개별참가, 지원정책설명회 참가, 무역특강설명회 참가, 해외시장개척단 파견, 해외홍보 수출상담회 참가, 해외 상품홍보지 제작배포, 상품홍보물 제작배포, 해외시장조사, 인터넷 마케팅 지원사업, 카탈로그제작, 홈페이지구축, e-무역상사 참가, 무역실무교육 참가, 해외지사 설립, 수출보험료 지원, 해외 인증규격 취득, 통·번역 서비스로 측정하였다. 연구결과, 수출지원제도 및 정책인지도, 해외시장개척단 파견, 해외인증규격 획득지원, 해외현지화 사업 등은 수출전담부서가 있는 기업의 인지도 및 활용도가 높다고 분석하였다.

김인규(2016)는 수출지원제도 활용도에 대한 독립 변수를 회사의 검색엔진을 통한 온라인 업무 활용, 수출지원제도를 통한 제품디자인 개발, 해외전시회 참가율, 홍보물디자인 개발로 구성하였다.

2. 수출성과의 개념과 구성요소

성과(performance)란 인사관리 측면에서 능력과 구분되는 개념으로 직무수행능력이 구현되고 그 결과로서 나타난 현재적 측면을 지니고 있다.¹¹⁶⁾ 수출성과(export performance)의 개념은 다양하게 해석되고 측정되고 있으며¹¹⁷⁾, 수출성과의 개념에 대한 기존 연구는 대부분 수출액, 수출성장률, 수출시장점유율, 수출수익률 등으로 조작적 정의가 이루어져 왔다.

조이현(2005)은 중소기업 지원사업 성과평가모형 연구에서 성과의 개념을 효율성(Efficiency)와 효과성(Effectiveness)로 나누었다. 그의 연구에서는 결과 중심의 성과 개념을 활동량이나 산출물에 기초하는 효율성보다 궁극적인 영향을 반영하는 효과성 개념을 더 강조하였다.¹¹⁸⁾ 결국 수출지원정책 활용과 관련된 효과성은 정책 활용기업들의 수출성과 및 만족도 등과 같은 항목으로 평가할 수밖에 없으므로 기존 연구나 본 연구에서 사용한 수출성과의 하위 변수들과 같은 구체적인 정의가 필요하다.

Leonidou, Leonidas(2002)는 수출성과에 영향을 미치는 마케팅전략의 결정적 요인이 어떤 것인지 밝히면서 수출판매율, 수출시장 점유율, 수출성장율을 수출성과의 세부항목으로 정의하였다.¹¹⁹⁾

김영일(2008)의 연구에서 수출성과 항목은 매출액, 수출성장률, 수출수익률, 해외시장 점유율, 해외시장 개척율로 구성하였다.

문희철, 오현정(2009)은 대전·충남지역 중소수출기업을 대상으로 수출지원제도의 인지도와 활용도가 수출성과에 미치는 영향을 연구하였는데 수출성과를 경제적 수출성과와 수출기업의 이미지 제고, 고객만족도, 기업경쟁력 향상 등의 전략적 수출성과로 나누었다.

김인권(2010)은 중소기업 수출지원제도에 관한 연구에서 수출성과를 수출액, 수출액성장률, 수출수익률, 해외시장 점유율, 수출계약건수의 증가, 수출 거래선의 다

116) 김영일 (2008), 중소기업의 수출지원정책 활용실태와 성과에 관한 실증연구, 영남대학교대학원 박사학위논문, 61.

117) 김영일 (2008), 전거서, 80.

118) 조이현 (2005), 중소기업지원사업 성과평가모형 연구, 중소기업연구원, 기본연구

119) Leonidou, Leonidas. C. (2002), Marketing Strategy of Determinants of Export Performance, *Journal of Business of Research*, 51-67.

양화 및 확대, 새로운 수출시장의 개척, 신속한 대금결제, 수출업무처리의 신속성 및 효율성 등 ‘재무적 수출성과’와 ‘전략적 수출성과’로 분류하였다.

김정권(2014)은 수출 마케팅의 성과를 해외시장에 대한 제품수출과 관련하여 기업의 전략적 목표와 재무적 목표가 수출 마케팅전략의 수립과 실행을 통하여 어느 정도 달성되었는가를 분석하였다. 또한 기업의 목표로 재무적 목표(매출액, 시장점유율, 수익성)와 전략적 목표(제품과 서비스의 질, 고객만족과 상표충성도, 신규고객 유치와 기존고객 유지, 상표 이미지와 기업 이미지 등)를 제시하였다.

안우진(2014)은 수출보험이 대기업 및 중소기업 수출에 미치는 효과 연구에서 수출 인수실적 총액, 수출 상대가격지수(수출물가지생산자물가지수)를 수출성과의 구성요소로 분석하였다.

전병영(2015)은 수출성과를 해외시장에서 기업이미지와 인지도 구축, 해외 주요시장으로의 진출 성공, 수출성장률, 해외시장점유율의 향상, 수출수익성, 수출성과에 대한 만족도, 거래문의 횟수의 증가, 거래제의 횟수의 증가, 계약체결 횟수의 증가로 구성하였다.

김인규(2016)는 수출성과를 재무성과와 비재무성과로 나누었고, 재무성과는 총매출 증가도, 수출규모 증가도, 수출국가 증가도로 구성하였으며, 비재무성과는 기업 이미지 강화 정도, 제품인지도 향상 정도, 해외진출 역량강화 정도로 구성하였다.

노은식(2016)은 글로벌중소기업의 글로벌 지향성이 마케팅 역량 및 경영성과에 미치는 영향 연구에서 기업경영성과를 매출액 대비 수익률, 투자액 대비 수익률, 당기 순이익, 장래 성장 잠재력, 고용증가율, 매출증가율, 영업이익, 시장점유율, 총자산이익률로 구성하였다.

Cavusgil, Zou(1994)는 수출성과 결정요인을 포괄적으로 파악하기 위해 글로벌 마케팅 전략과 수출성과의 관계를 연구하였다. 또한 수출성과에 재무적 측정에는 객관적·주관적 측정치를 동시에 포함하였다. 연구결과 글로벌 마케팅 전략기업의 역량, 경영자의 몰입도 등을 주요 수출성과 요인으로 제시하였다.¹²⁰⁾

본 연구에서는 이러한 선행연구들을 바탕으로 수출성과를 매출액증가, 수출성장

120) Cavusgil, S. T., Zou, S. (1994), "Marketing Strategy-Performance Relationship: An Investigation of the Empirical Link in Export Market Ventures", *Journal of marketing*, 58(1), 1-21.

를, 수출수익성 개선, 신규계약체결 건수의 증가, 자사 제품 및 브랜드이미지 강화로 구성하였고, 기존 바이어의 거래유지율, 해외진출역량 강화정도를 추가하여 재무적·비재무적 요소를 균형있게 측정하였다.

3. 수출지원제도 인지도와 활용도, 수출성과에 관한 선행연구

1) 국내 선행연구

정재승(2007)의 연구결과에 의하면 전체 수출지원제도 중 해외전시회의 인지도와 해외전시회 단체참가지원제도의 인지도가 가장 높았다. 활용도에서는 무역정보제공 지원제도가 가장 높았으며 종이 카탈로그 제작지원 제도가 가장 높게 나타났으며 수출지원제도 인지도와 활용도가 수출성과에 정(+)¹⁾의 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

김영일 (2008)은 수출지원정책의 활용도가 현재 수출성가와 미래수출성과 예측치와 양(+)²⁾의 상관성을 띄고 있으며, 이는 수출지원정책이 현재의 수출성과에도 영향을 미치지만 미래 수출성과에 더 영향을 미친다고 분석하였다.

문희철 외(2009)는 수출지원제도 인지도, 활용도가 경제적 성과와 전략적 성과에 미치는 영향에 관한 인과관계 분석과 수출발전 단계에 따른 수출지원제도의 인지도와 활용도를 분석하였다. 분석결과, 대부분의 수출지원제도 세부 분야에서 중소기업의 수출지원제도에 대한 인지도가 높을수록 활용도도 높았으며 활용도가 높을수록 전략 적성과와 경제적 성과에 정(+)³⁾의 영향이 있음을 증명하였다. 기업의 수출 성과를 높이기 위해서는 수출지원제도의 적극적인 홍보가 필요하며 중소기업에 대한 출장형 지원제도(Reach out program)의 개발이 요구되는 등 수출발전 단계별로 차별화된 수출지원제도가 필요함을 강조하였다.

김인권(2010)은 중소벤처기업부이 시행하고 있는 각종 수출지원제도에 참여한 경험이 있는 중소기업 1,000개를 대상으로 수출발전단계치는 영향을 연구하였다. 그의 연구에서는 수출기업을 전통적 수출기업, 점진적 수출확대 추구기업, 적극적 해외시장 추구기업의 세 가지 군집으로 나누어 분석했는데, 적극적 해외시장 추구기업이

수출지원 제도에 대한 관심도가 상대적으로 높았고, 수출지원제도의 활용성과에 있어서도 적극적 해외시장 추구가기업이 정책적 효과가 가장 크다는 결과를 도출하였다.

김은영(2011)은 중소기업 수출지원제도와 수출성과에 관한 연구를 통해 수출지원 제도의 인지도와 활용도가 높을수록 수출성과에 긍정적인 영향을 미치며, 기관별 수출지원프로그램에 대한 중복성이 중소기업의 인지도에 애로사항을 가중시키는 문제점을 지적하였다.

오병석(2011)은 중소기업 수출지원제도 인지 수준과 활용에 관한 연구에서 중소기업 117개를 대상으로 18개 요인에 대하여 수출전담부서 유무에 따른 지원제도의 인지도와 활용도 차이를 분석하였다. 연구결과로 중소기업 수출지원제도의 인지 수준과 활용 수준에 양극화 현상이 나타났다. 인지 수준과 활용 수준이 모두 높은 수출지원제도는 개별기업 수준의 국제전시회 참가, 해외바이어 상담회 참가, 해외시장 조사, 인터넷을 통한 해외마케팅 지원, 일반 카탈로그의 제작, 자사의 인터넷 홈페이지구축 등이었다. 높은 인지 수준에도 달리 구하고 실제 활용 수준이 낮은 분야는 해외시장개척단의 파견, 해당 기업의 해외 현지사 설립 지원 등과 같이 국제화 요소와 관련된 부분으로 분석되었다. 이는 기업마다 국제화 단계가 상이하고 수출 시장에 있어서 현지화 및 국제화 필요성이 낮기 때문으로 파악되었다.

황유상(2011)은 한국의 수출금융과 수출보험이 수출에 미치는 영향에 관한 실증적 연구에서 수출금융, 수출보험, 세계소득, 그리고 실질실효환율을 독립변수로 하여 분석하였다.

연구결과 모형 I에서 수출금융과 수출보험, 세계소득 및 실질실효환율은 수출에 정(+)의 관계가 있으며, 수출금융을 중심으로 한 모형 II에서도 수출금융, 세계소득 및 실질실효환율은 수출에 정(+)의 관계가 있었고, 수출보험을 중심으로 한 모형 III에서 역시 수출보험, 세계소득 및 실질실효환율은 수출에 정(+)의 관계가 있는 것으로 나타났다. 즉 수출금융이나 수출보험이 많아질수록 수출업자의 자금부담이 완화되어 수출이 증가한다는 것으로 해석할 수 있다.

박미정(2014)은 해외마케팅 프로그램에 참가한 중소수출업체를 대상으로 정부의 해외마케팅 간접지원 프로그램인 수출컨설팅이 수출성과에 미치는 영향을 실증 분석하였는데, 연구결과 중소기업진흥공단 및 KOTRA의 해외마케팅지원 프로그램 중

하나인 수출컨설팅의 활용도가 높을수록 재무적 성과 및 비재무적 성과가 높다는 것을 증명하였다.

전병영(2015)은 무역금융지원제도 활용도에 따른 수출성과가 전체 종업원 수 100명 초과 기업, 매출액이 31억~50억 이하인 기업, 수출 비중 41~60%인 기업, 창업년도 11년 이상인 기업, 수출개시년도 6~10년인 기업에서 가장 많은 것으로 나타났다. 수출경험이 많은 기업일수록 포괄금융의 비중이 높았고, 수출 초기 기업의 경우에는 생산 그의 연구를 종합해보면 창업과 수출경험이 충분하면서 종업원 수나 매출액, 수출액이 다소 큰 기업이 활용도와 수출성과가 높으므로, 신규 수출기업이나 수출초보기업에 대한 차별화된 정책이 필요하다는 결론을 도출하였다.

조동성(2006)의 연구에서는 기업을 유형 자원과 무형자원의 독특한 집합체로 보고 개별 기업체의 특성에 초점을 두어 기업의 차별적 성과를 설명하는 이론을 자원기반이론(Resource Based Theory)이라고 정의하였다. 자원기반이론에서는 그동안 기존 연구자들의 관심의 대상이 되지 못했던 조직능력, 핵심역량, 기업문화, 경영자의 능력과 같은 무형의 자산을 중요하게 다루고 있다. 수출에 종사하는 종업원이 정부의 수출지원제도를 잘 인지하고 잘 활용하는 역량도 수출성과에 중요한 영향을 미칠 것이라고 분석되었다.

<표 2-4> 수출지원제도와 수출성과에 관한 국내 선행연구

연구자	연구내용	연구결과
정재승 (2007)	한국 중소기업 수출지원제도의 성과에 관한 실증연구	수출지원제도의 인지도와 활용도가 수출성과에 긍정적인 영향을 미치며 중소기업의 수출종업원 수와 수출비중, 수출국가수와 수출개시년도가 유의한 영향을 미침
김영일 (2008)	중소기업의 수출지원정책 활용실태와 성과에 관한 실증연구	수출지원정책의 활용도가 현재 수출성과와 미래수출성과 예측치와 양의 상관성을 띄고 있으며, 현재 수출성과보다는 미래수출성과에 더 유효함
문희철 외(2009)	중소수출기업의 수출지원 제도 인지도, 활용도가 수출성과에 미치는 영향을 연구	중소수출기업의 수출지원제도에 대한 인지도가 높을수록 활용도도 높았으며 활용도가 높을수록 전략적 성과와 경제적 성과에 긍정적인 영향을 미침

김인권 (2010)	중소기업 수출지원제도에 관한 연구	수출 중소기업을 전통적 성숙수출기업, 점진적 수출확대 추구기업, 적극적 해외시장 추구기업 등 3개의 기업유형으로 분류, 적극적 해외시장 추구기업이 수출지원제도에 대한 관심도, 활용도, 활용성과 월등히 높았음
김은영 (2011)	중소기업 수출지원제도와 수출성과에 관한 연구	수출지원제도의 인지도와 활용도가 높을수록 수출성과에 긍정적인 영향을 미치며, 기관별 수출지원프로그램에 대한 중복성이 중소기업의 인지도에 애로사항을 가중시킴
오병석 (2011)	수출전담부서 유무에 따른 지원제도의 인지도와 활용도 차이를 분석	중소기업 수출지원제도의 인지수준과 활용수준에 양극화 현상이 나타난다고 주장
황유상 (2011)	한국의 수출금융과 수출보험이 수출에 미치는 영향에 관한 실증 연구	수출금융과 수출보험, 세계소득 및 실질실효환율은 수출에 정(+)의 관계가 있음
박미정 (2014)	정부의 해외마케팅 프로그램 중 수출컨설팅이 수출성과에 미치는 영향 연구	모든 해외마케팅 지원프로그램의 활용도가 높을수록 재무적 성과가 높은 것으로 나타났으며 비재무적 수출성과도 유의적으로 증가함
전병영 (2015)	무역금융지원제도가 수출기업 성과에 미치는 영향 연구	창업과 수출경험이 충분하면서 종업원 수나 매출액, 수출액이 다소 큰 기업이 활용도와 수출성과 및 만족도가 높음

자료: 선행연구를 바탕으로 연구자가 재구성

2) 국외 선행연구

Bilkey(1978)는 수출지원제도 지원대상 중소기업의 수출경험 단계에 따라 수출경험기업, 비수출기업, 수출비시도기업으로 구분하여 그 단계별 무역 촉진 지원정책이 필요하며, 수출경험기업에게는 통화가치절하 및 수출장벽을 제거하는 프로그램을 비수출기업에게는 수출확대제도 및 수출자문서비스 등 적합한 지원정책이 필요한 것을 제시하였다.

Wiedersheim, Welch(1978)는 수출 결정 과정에 영향을 미치는 요인의 차이를 반영한 수출지원제도와 중소기업의 수출단계에 맞는 제도의 개발이 필요하다고 강조하였다. Naidu, Rao (1993)은 기업의 글로벌화 정도에 따라 4개 집단으로 나눠 분석했으며 수출지원제도의 실효성에 대한 평가지표로 최고경영자의 인지도와 활용도를 사용했다. 수출지원제도의 인지도가 높을수록 활용도가 높다는 것을 증명하였다.

Moini(1998)는 미국 위스콘신 주의 111개 중소기업을 4개의 집단으로 나누어 연구를 진행하였는데, 수출지원정책의 실효성은 수출지원제도의 적절성과 최고경영자의 인지도가 중요한 결정요인으로 작용하며 수출초기기업 등 중소기업의 국제화에

따라 수출지원제도의 효과의 차이가 나타남을 증명하였다.

Abraham, Dewit(2000)은 벨기에의 수출보험이 수출장려 효과가 있는지 여부를 실증 분석하였다. 분석방법은 보험요율과 지역부보율을 종속변수로 하고 클레임, 외환보유고, 해외직접투자, 수출대상국의 1인당 GDP, 수출대상국의 경제성장률, 시장점유율의 영향에 따라 벨기에의 수출보험요율과 지역부보율의 변화를 회귀 분석하였다. 연구결과, 벨기에 수출기업들은 리스크를 제거하기 위하여 수출보험에 크게 의존하고 있는 것으로 나타났다.

Gencturk, Kotabe(2001)는 수출성과에 대한 수출지원제도의 효과에 대해 분석하였다. 수출지원제도를 기업의 경쟁우위를 위한 직접적인 수출지원제도와 기업의 수익성 제고를 위한 간접적인 수출지원제도로 나누고 어떤 제도가 수출성과에 더 유용한지를 분석하였다. 연구결과는 직접적인 수출지원제도가 더 유용함을 증명하였다.

Ahemed et al.(2002)은 말레이시아 중소기업의 수출진흥 프로그램연구에서 수출지원정책 활용실태를 실증 분석하였는데 수출지원프로그램의 전반적인 인지도는 낮게 나타났다. 수출지원 프로그램의 활용도는 기업규모, 수출집중도, 수출경험이 많은 기업에서 높게 나타났다. 따라서 수출 초기단계 지원에 대한 개발 방안이 필요한 것으로 나타났다.

Francis, Collins-Dodd(2004)는 캐나다의 하이테크 중소기업들을 대상으로 수출촉진 프로그램이 기업의 역량 및 성과에 미치는 영향에 대하여 분석하였다. 연구결과 수출촉진 프로그램의 이용이 기업의 수출 마케팅 역량강화와 수출성과에 긍정적인 영향을 미친 것으로 나타났다.

Shamsuddoha, Ali(2006)는 개발도상국의 수출기업을 대상으로 수출촉진 프로그램이 수출성과에 미치는 직·간접적인 영향을 분석하였다. 연구결과 수출촉진 프로그램이 수출성과에 대한 직접적인 영향 외에도 기업의 수출지식과 경영자의 인지에 영향을 미치게 되고 이는 적극적인 수출전략 추진으로 이어져 수출성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Wolkinson, Brouters(2006)는 수출지원 정책이 마케팅 노력에 미친 영향을 연구했는데 전시회 및 수출거래처 발굴 지원정책이 경영성과에 정(+)의 영향을 미친 것으로 나타났다.

Walker et al.(2008)은 기업의 성과를 측정함에 있어 시장점유율과 수익성 등 재무적 성과에 대한 주요 영향요인인 고객만족의 중요성을 인식하지 않고 재무적 성과만으로 기업의 전반적인 성과를 측정함은 달리 충분한 것으로 분석하였다. 해외 시장에서의 경쟁이 치열해질수록 기업간에 제품과 서비스의 품질이 비슷해지기 때문에 다양한 고객만족 활동은 기업이 높은 성과를 달성하는데 매우 중요한 변인이다.

기업의 자원기반관점(Resource Based View, RVB) 이론을 처음으로 제시한 학자는 Wernerfelt(1984)였으며, Barney(1991)가 이를 이론적 개념으로 체계화하였다. 자원기반관점을 강조하는 학자들은 자원이 장기간 우월한 성과가 되기 위해서는 기업가치가 높고, 희소하며, 완전한 모방이나 대체가 달리 가능한 특성을 가져야 한다고 강조하였다.¹²¹⁾ Barney(1991)의 연구에 따르면 기업이 보유하고 있는 자원은 유형자원 외에도 무형자원인 능력, 조직문화, 조직 프로세스, 기업성향, 정보, 지식, 고객이 인식하는 명성, 신뢰, 팀워크 등 모든 자산과 역량을 포함한다고 보았다. 기업은 자원 보유수준이 각기 다르며, 이는 장기적으로 기업들간 성과 차이로 나타난다고 보았다. 수출성과를 창출하기 위한 종업원의 역량(capability)과 기업의 역량이 자원기반 관점에서 가장 중요한 핵심요소 중 하나라고 할 수 있다.

<표 2-5> 수출지원제도와 수출성과에 관한 국외 선행연구

연구자	주요 연구 내용
Bilkey (1978)	지원대상 중소기업의 수출경험 단계에 따라 3단계 수출경험 기업, 비수출기업, 수출을 시도하지 않는 기업으로 구분하여 단계별 지원정책 필요 <ul style="list-style-type: none"> . 수출경험기업 : 통화가치 절하 및 수출장벽 제거 . 비수출기업 및 수출을 시도하지 않는 기업: 수출확대제도 및 수출 자문 서비스 등 적합한 무역촉진지원정책 제시
Welch, Wiedersheim (1979)	수출 결정 과정에 영향을 미치는 요인의 차이를 반영한 수출 지원제도의 필요성 주장 <ul style="list-style-type: none"> . 중소기업의 수출단계에 부합하는 제도의 개발 필요성 강조

121) 전재일 (2016), 수출중소기업의 내부특유자원, 전략적지향성 및 동적역량이 해외 진출성과에 미치는 영향, 한양대학교대학원 박사, 15-17.

Naidu, Rao (1993)	기업의 글로벌화 정도에 따라 4개의 집단으로 구분 . 수출지원제도의 실효성에 대한 평가지표로 최고경영자의 인지도 및 활용도 사용, 인지도가 높을수록 활용도도 높음
Gencturk, Kotabe (2001)	수출성과에 대한 수출지원제도의 효과에 대해 분석 . 수출지원제도의 효과는 간접적인 수출지원제도보다 직접적인 수출지원제도가 더 유용함
Ahemed. et al. (2002)	중소기업의 수출지원정책 활용 실태 실증 분석 . 수출지원프로그램의 전반적인 인지도가 낮음 . 수출지원프로그램의 활용도는 기업규모, 수출집중도, 수출 경험이 많은 기업에서 높게 나타남. . 수출초기단계에서 지원방안 개발 필요
Francis, Collins-Dodd (2004)	캐나다 하이테크 중소기업 대상 수출촉진 프로그램이 기업의 역량 및 성과에 미치는 영향 분석 . 수출촉진 프로그램 이용이 기업 수출 마케팅 역량강화와 수출성과에 긍정적인 영
Shamsuddoha, Ali (2006)	수출촉진 프로그램이 수출성과에 미치는 직·간접적 영향 분석 . 직접적인 영향 외 수출지식과 경영자의 인지에 영향을 미치게 되고 적극적인 수출전략 추진으로 이어져 수출성과에 영향을 미침
Wolkinson, Brouthers (2006)	수출지원정책이 마케팅 노력에 미친 영향 . 전시회 및 거래처 발굴이 경영성과에 정의 영향

자료: 선행연구를 바탕으로 연구자가 재구성.

4. 기업특성과 수출성과에 관한 선행연구

Teece et al.(1997)는 동적역량(dynamic capability)이라는 새로운 개념을 연구하였다. 그는 동적역량을 ‘빠르게 변화하는 환경에 적응하기 위하여 기업 내부와 외부의 역량을 통합하고 구축하며 재구성할수 있는 기업의 능력’이라고 정의하였다.

Morgan, N. A., Zou, D. W. Vorhies & Katsikeas, C. S.(2003)는 수출벤처기업의 수출 마케팅 역량을 수출시장의 특성을 파악한 후 그에 적합한 수출 마케팅 전략을 개발하는 역량이라고 정의하였다.

윤혜전(2004)은 기업 간 전자상거래를 하는 수출중소기업의 정보기술 활용정도 및 수출성과에 관한 연구에서 기업특성을 최고경영자의 수출지향성, 기업의 혁신성, 종업원의 인터넷 활용 능력, 수출을 위한 마케팅 자원의 제약 정도로 구성하였다. 기업의 일반적인 특성은 업태, 수출품목, 종업원 수, EDI 담당직원 수, 수출대상국으로 분류하였다. 연구결과는 기업의 규모가 큰 기업일수록 연구개발, 경영능력, 자

금력 등에서 소규모의 기업보다 경쟁우위에 있어서 수출을 더 적극적으로 추진할 수 있으며, 최고경영자의 수출지향성, 기업의 혁신성이 높을수록 수출성과가 좋아졌다. 수출성과는 효율성 성과와 효과성 성과로 나누어 분석하였는데, EDI 등 정보 기술을 많이 활용할수록 기업의 수출액, 수출시장 점유율 등 수출성과는 매우 높게 유의한 결과를 보임을 증명하였다.

Slotegraaf, R. J., Dickson, P. R.(2004)은 강력한 수출 마케팅 프로그램 역량을 보유하고 있는 기업은 의도된 수출 마케팅전략의 의사결정과 실현된 수출 마케팅전략과 관련 자원 배분 간에 차이가 줄어들 것이라고 주장하였다. 또한, 손쉬운 조정 메커니즘도 갖고 있다. 이에 따라 수출기업은 수출 마케팅 프로그램을 잘 활용함으로써 수출 마케팅 전략을 성공적으로 실행할 수 있게 된다고 분석하였다.

Vorhies, D. W., Morgan, N. A.(2005)는 수출시장 공략을 위해 수출 마케팅을 계획하는 프로세스를 결정하는 게 수출 마케팅 역량이라고 주장하였다. 수출기업이 수출시장의 고객에게 고객가치 관리, 수출시장 유통관리와 소통, 사후관리(After Services)와 판매관리 등을 제공한다고 제시하였다.

정재승(2007)의 연구에서는 기업의 업종을 전체업종별로 분류하지 않으며, 한국 중소기업 주력 수출품목군으로 분류하여 측정하였다. 수출기업의 업종별로 최근 3년간의 수출성과 요인을 조사해 본 결과, 수출성과 중 이미지 상승요인이 가장 높은 업종은 기계·철강 업종이었고, 거래기회 증가가 가장 큰 업종은 전기·전자제품 업종인 것으로 나타났다.

Zahraetal(2006)은 기업이 기술자원을 많이 확보하면 할수록 고품질의 제품을 생산할 수 있어 새로운 시장에 진입기회가 되므로 기업의 수출성과를 높일 수 있다고 분석하였다.

김영일(2008)은 기업의 일반적인 특성으로 소재지, 업종, 주력제품형태, 종업원 수, 수출부서 담당자 수, 창업년도 또는 경영 기간으로 선정하였다. 연구결과 기업 규모의 요인은 모든 성과 면에서 정(+의 영향을 미치고, 미래 수출성과에는 기업 규모와 수출 경험, 그리고 자사 상표 수출 비중이 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면 현재 수출성과에는 기업 규모와 수출 경험, 그리고 해외시장 다변화 변수만 정(+의 영향을 미치는 것으로 분석하였다. Rosier, E., Morgan, R. E. & Cadogan, J. W. (2010)는 수출 마케팅전략의 효과적인 실행은 수출성과에 중요한

영향을 미치므로 실행의 관점을 경영자 개인에게 집중하여 경영자의 몰입에 영향을 미치는 요인에 초점을 맞추고 있다.

김은영(2011)은 기업의 특성 중 수출 경험과 종업원 수, 수출 비중액이 활용도에 미치는 영향을 실증분석하였는데, 연구결과 기업특성 중 수출 경험은 수출지원제도 활용도와 통계적으로 연관성이 없는 것으로 나타났다. 기업에서 수출 경험이 없는 초창기에는 수출지원제도를 활용하다가 수출 경험이 늘어날수록 오히려 활용을 적게 한다고 유추하였다. 종업원 수는 많을수록 지원제도의 활용도가 떨어지는 것으로 나타났다. 수출 비중은 60% 이하일 때 제도의 활용도가 높아지다가 수출 비중이 60%를 초과하면서 활용도가 떨어지는 것으로 나타났다. 그는 수출 비중이 작을 때는 수출지원제도를 적극적으로 활용하다가 수출 비중이 커지면 활용을 덜 한다고 분석하였다.

이원태(2013)의 연구에서는 기업 관계 특성변수들이 거래 관계 특성의 하위 변수인 신뢰성과 의존성에 미치는 영향 관계를 분석하였는데, 자원기반이론에서 중요하게 다루는 기업가정신, 의사소통의 질, 보유자산의 특유성의 순으로 상대적인 중요성이 확인되었다.

보유자산의 특유성, 의사소통의 질 변수는 신뢰성, 의존성, 몰입에 정(+)의 상관관계를 가지는 것으로 조사되었으나, 기업가 정신은 몰입에 부(-)의 상관관계를 나타내는 것으로 조사되었다. 또한, 수출제조기업 관리자를 개인 이익 지향적인 특성과 집단이익 지향적인 특성을 지닌 관리자로 구분하여 분석하였는데 집단지향적인 관리자가 개인 지향적인 관리자보다 신뢰성, 몰입도, 의존성 모두에 상대적으로 높은 영향을 미치고 있는 것으로 분석되었다.

장상식 · 김예민(2013)은 무역 창업업체 기업 연령별 수출입활동 조사보고서에서 무역업 창업업체의 수출 활동이 가장 활발한 영업년도는 창업 후 2년(t+2년)으로 활동률이 26%에 달한다고 했다. 창업 후 2년 정점에 달한 활동률은 창업 후 3년부터 점차 하락하여 창업 후 9년 후에는 23%까지 하락하는 것으로 나타났다.

지난 1991~2000년 중 수출활동률과 비교했을 때 2003~2012년의 수출활동률이 더 양호한 것으로 나타났으며, 그 원인으로 세계 교역량 증가와 한국 수출기업의 생존력이 과거보다 강화되었기 때문으로 조사되었다.

생존에 성공한 수출기업의 경우 연차가 증가할수록 품목 수, 국가 수, 속하는 업

체를 살펴보면 외부요인보다는 기업 내부요인이 더 큰 것으로 나타났다. 즉 기업 내부의 품질, 가격, 디자인 등의 경쟁우위 확보가 성장의 핵심 과제임을 주장하였다.

현재 20%대인 중소기업의 수출 비중을 더 높이기 위해서는 기업과 정부의 다각적인 노력이 필요하며 기업 연차, 기업 규모, 수출증감 여부에 따라 기업의 니즈가 다양하므로 기업특성에 맞는 세밀한 맞춤형 지원프로그램 개발이 필요한 것으로 나타났다.

김인규(2016)는 기업의 일반적인 특성을 업종, 종업원 수, 업력, 수출기간, 수출과 관련 매출액, 수출과 관련 직원 수, 수출과 관련 지원사업 참여횟수, 국내인증 보유수, 해외인증 보유수, 응답자 직급으로 구성했다.

기술 혁신적 특성에는 최고경영자의 기술혁신에 대한 적극성, 회사의 기술력, 기술특허 개발투자의 적극성, 특허 보유수준, 기술보안수준, 지속적인 신기술 교육 실시로 구성하였다.

수출 경험적 특성은 수출 관련 업무능력, 수출 관련 외국어 홍보물 제작 경험, 해외전시회 참가 경험, 수출 관련 문제해결 능력으로 구성하였다. 마케팅 역량은 CEO 등 임원진의 수출확대 의지, 글로벌 거래처와의 의사소통 채널 활용, 해외영업과 관련 독자적 업무수행 가능 여부, 회사의 마케팅 투자지원의 적극성, 해외시장 정보 수집능력으로 구성하였다.

수출의 경험적 특성과 사업활용도의 변수 간에는 전반적으로 상관관계가 높게 나타났다. 마케팅 역량과 사업활용도의 상관관계와 사업활용도와 수출성과의 상관관계도 대부분 높은 것으로 나타나 기업의 활용도가 높을수록 수출성과는 높아진다고 해석하였다. 기업의 기술혁신이 높을수록, 수출 경험이 높을수록, 기업의 마케팅 역량이 높을수록, 수출지원제도의 활용이 높을수록 수출성과에 정(+)의 영향을 미침을 증명하였다.

전재일(2016)은 수출기업 중 수출강소기업¹²²⁾과 수출약소기업¹²³⁾ 3,500개를 대상

122) 수출강소기업: 히든챔피언 기업이 가지는 글로벌 경쟁력, 고성장 기업이 가지는 성장성, 중견기업의 성장 가능성이라는 유전인자를 가지고 있는 기업으로 정의함
출처: 전재일 (2016), 전계서, 11.

123) 수출약소기업: 일정한 기준이 제시된 것이 없어 정부의 World Class 300 및 글로벌 강소기업 후보선정시 최저기준인 수출액 500만달러 이하 수출액 비중 10% 이하와 평균수출액 증가율 5%이하인 기업으로 정의함. 출처: 전재일 (2016), 전계서, 63

으로 해외진출성과에 미치는 영향 연구에서 수출중소기업의 해외진출성과를 측정하기 위하여 해당 기업이 주관적으로 인지하는 해외진출성과에 대한 정성적 평가방법을 이용하였다.

이는 수출중소기업들이 해외진출 초기단계인 기업들이 많아 재무적으로 해외진출성과 전반을 측정하는 데 한계가 있기 때문이다. 연구결과 해외진출성과와 동적역량의 하위 변인인 자원획득 역량, 자원재구성 역량이 정(+)의 상관관계가 있으며, 환경 동태성의 조절 효과와 관련하여 자원재구성과 상호작용시 정(+)의 영향을 보이는 것으로 나타났다. 또한 기술자원, 인적자원, 물리적 자원, 네트워크 자원, 글로벌 고객지향성, 기술지향성, 기회탐색 역량 모두 유의한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

따라서 수출약소기업이 글로벌 경쟁력을 확보하고 수출강소기업으로 성장하기 위해서는 국내시장만으로는 한계가 있기 때문에 글로벌시장으로 사업 영역을 확대하고 이를 위한 지속적인 투자와 역량을 확보해야 함을 주장하였다.

<표 2-6> 기업특성과 수출성과에 관한 선행연구

기존연구	연구 내용 및 결과
윤혜전 (2004)	최고 경영자의 수출지향성, 기업의 혁신성, 종업원의 인터넷 활용 능력, 수출을 위한 마케팅 자원의 제약 정도로 구성, 기업의 일반적인 특성은 업태, 수출품목, 종업원 수, EDI 담당직원 수, 수출대상국으로 분류. 기업 규모가 클수록 연구 개발, 경영 능력, 자금력 등에서 소규모의 기업보다 경쟁 우위에 있어서 수출을 더 적극적으로 추진. 정보 기술의 활용정도와 수출성과는 매우 높게 나타남. 기업업종을 중소기업 주력수출품목 군으로 분류함, 업종별 수출성과 중 이미지 상승요인이 가장 높은 업종은 기계·철강 업종, 거래 기회증가가 가장 큰 수출성과 업종은 전기·전자제품 업종임

정재승 (2007)	기업업종을 중소기업 주력수출품목 군으로 분류함, 업종별 수출성과 중 이미지 상승요인이 가장 높은 업종은 기계·철강 업종, 거래 기회증가가 가장 큰 수출성과 업종은 전기·전자제품 업종임
김영일 (2008)	일반적 특성 : 소재지, 업종, 주력제품형태, 종업원 수, 수출부서 담당자 수, 창업년도 또는 경영기간. 기업규모 : 매출액, 수출경험 : 수출년수, 시장다변화 : 해외수출국 수, 시장성장성, 자기상표 수출비중, 수출경쟁력 : 가격경쟁력, 품질경쟁력, 기술경쟁력으로 분류 기업규모는 수출성과와 정(+)의 상관관계 증명
김은영 (2011)	기업특성을 수출경험과 종업원 수, 수출비중액으로 구분했다. 수출경험이 적을수록 종업원 수가 적을수록 수출비중액이 60%이하의 경우, 수출지원제도의 활용도가 높음을 밝힘.
장상식, 김예민 (2013)	수출활동률이 가장 활발한 영업년도는 창업 후 2년. 활동률은 창업 후 9년에 가장 떨어지는데 생존에 성공한 기업은 연차가 증가할수록 수출성과가 향상됨. 기업연차, 기업규모, 수출증감여부에 따라 기업니즈가 다르므로 세밀한 맞춤형 지원프로그램 필요함.
전재일 (2016)	해외진출성과를 영업이익률, 해외시장점유율, 전반적으로 만족한 해외진출성과전망, 해외시장인지도로 구분. 해외진출성과와 기술자원, 인적자원, 물리적 자원, 네트워크 자원, 글로벌 고객지향성, 기술지향성, 기회탐색역량, 자원획득역량, 자원재구성역량, 환경 동태성 모두 유의한 정(+)의 상관관계 있음
김인규 (2016)	업종, 종업원 수, 업력, 수출기간, 수출관련 매출액, 수출관련 직원수, 수출관련 지원사업 참여횟수, 국내인증보유수, 해외인증보유수, 응답자 직급, 기술적 혁신특성, 수출경험적 특성, 마케팅 역량으로 기업특성 구분.

자료: 선행연구를 바탕으로 연구자 작성.

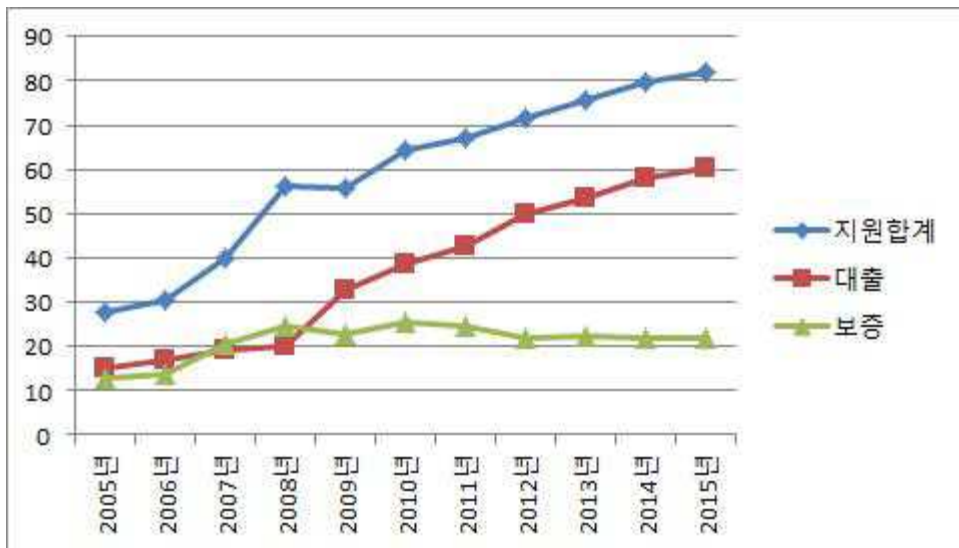
5. 수출관련 지원 현황

1) 수출금융 지원 현황

한국수출입은행의 대출·보증 지원 합계는 매년 큰 폭으로 증가하고 있다. 2004년 대출 11.5조 원, 보증 11.8조 원으로 합계 23.3조 원 지원을 시작으로 2004~2008년

까지 두 자리 수 증가율을 기록하였는데, 특히 2007년과 2008년에는 30%이상의 증가율을 나타내고 있다. 보증 규모는 2004년 11.8조 원에서 2010년 25.5조 원으로 216%증가했으며, 2015년에는 21.7조 원으로 2010년에 비해 다소 주춤한 모습이다. 대출금액은 2004년 11.5조 원에서 2015년 60.2조 원으로 약 5.2배나 급증하였다.¹²⁴⁾

<그림 2-3> 한국수출입은행 수출금융(대출·보증)지원



출처: 「주요산업현황」, 한국수출입은행. <https://www.koreaexim.go.kr> 연구자 재구성.

2) 수출보험 인수 현황

한국무역보험공사의 수출보험 인수실적은 단기보험의 경우 1997년 13조 1321억 원, 2002년 33조 7692억 원, 2007년 65조 2593억 원, 2012년 177조 3085억 원으로 비약적인 증가세를 보였다. 2013년에는 179조 9천억 원 으로 정점을 찍은 후 2015년 149조 4천억, 2016년 139조 4770억 원으로 감소세를 보이고 있다.

이는 2014년을 전후한 세계 교역의 감소와 연관이 있다. 중장기보험과 신용보증 인수실적은 매년 큰 변동 없이 점진적으로 증가되고 있다. 다만 환변동 보험의 경우에는 2006년 16.3조 원, 2007년 17조 원, 2008년 14.5조 원을 인수한 이후 금융위

¹²⁴⁾ 한국수출입은행, 「주요사업현황」, <https://www.koreaexim.go.kr>. 참조 연구자 재구성

기 직후인 2009년부터는 매년 1~2조원대로 급감하여 기업의 환율변동 리스크를 커버하기에는 크게 부족한 것으로 나타났다.¹²⁵⁾

<그림 2-4> K-sure 수출보험 종목별 인수실적



출처: 한국무역보험공사 홈페이지(<https://www.ksure.or.kr>). 연구자 재구성.

3) 무역금융 지원 현황

대한민국은 1964년 46억 원의 무역금융을 지원하기 시작한 이래 수출의 성장과 더불어 지원 규모도 지속적으로 증가해 왔다. 무역금융규모는 1984년 2조 7650억 원에서 2013년 13조 1890억 원까지 확대¹²⁶⁾되었으며, [그림 2-3]에서 보는 바와 같이 수출총액과 무역금융은 정(+)의 상관관계로 나타났다.

2008년 이후 무역금융 규모가 다소 감소한 것은 글로벌 금융위기이후 세계 경기의 회복세 미흡, 경제 달러확실성의 지속 등 경기 요인과 보호주의 강화 등 구조적 요인에 기인한 세계 교역 감소와 연관이 있다.¹²⁷⁾

125) 한국무역보험공사, 「수출보험 인수실적」, <https://www.ksure.or.kr>. 연구자 재구성.

126) 전병영 (2015), 무역금융지원제도의 수출기업에 미치는 영향에 관한 연구, 강원대학교 대학원 박사학위논문, 16.

127) 박진호, 최정은 (2015), 전계서, 2-5.

글로벌 금융위기 이후 수출 위축의 또 하나의 원인으로 무역금융이될 경우 수출이 더욱 영향을 받을 수 있다는 우려가 제기되는 등 최근 무역금융에 대한 관심이 높아지고 있다.¹²⁸⁾

2000년대 후반에도 실물경제 위축이 심화된 원인 중 하나로 은행의 무역금융의 감소가 지목되고 있다. 일본은행의 무역금융 취급액과 거래기업의 수출액의 관계를 미시 데이터를 활용하여 분석한 결과, 은행 건전성이 무역금융의 취급에 영향을 미친 것으로 나타났다.¹²⁹⁾

김창범(2013)의 연구에 따르면 한국은행의 무역금융은 금융기관의 리스크가 상대적으로 낮은 매입외환과 내국수입유산을 중심으로 이루어져 있다. 기획재정부에 따르면 국제회계기준(IFRS) 도입시 수출기업의 재무건전성 문제로 포페이팅과 수출팩토링 시장규모가 지속적으로 확대될 것으로 전망하였다.

제3장 조사 설계

제1절 연구모형

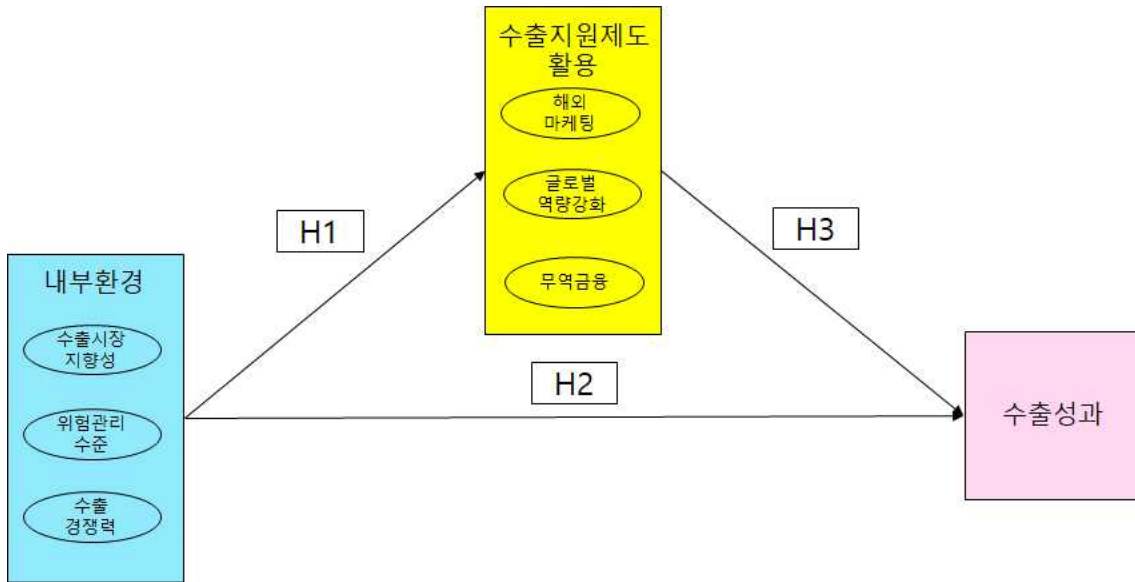
본 연구는 중소기업의 수출기업의 내부 환경과 중앙정부 및 지방자치단체가 제공하는 수출지원제도가 실질적으로 수출성과에 어떤 영향을 미치는지를 검증하려고 하는 연구이다. 즉 중소기업의 수출성과에 미치는 영향요인이 무엇인지를 검증하고자 하는데 목적을 가지고 있다. 특히 수출지원제도의 활용이 수출기업의 내부환경과 수출성과와의 영향관계에서 수출지원제도의 활용이 매개효과를 가질 수 있는지를 검증하고자 하였다. 이러한 본 연구의 목적을 달성하기 위해 <그림 3-1>과 같은 연구모형을 설정하였다. <그림 3-1>과 같은 연구모형에 따른 분석결과를 바탕으로 궁극적으로 중소기업의 수출성과를 높일 수 있는 영향 요인에 대해 체계적인 파악과 효과적인 수출지원제도 개선방안을 도출하는데 의미 있는 정보를 도출

128) 장정석, 한혜린 (2013), 무역금융과수출간의 관계 분석 및 시사점, 한국은행 조사 통계월보, 1.

129) Amity, M., Weinstein, D. E. (2011), "Exports and financial shocks", *The Quarterly Journal of Economics*, 126, 1,841-1,877.

하고, 관련 자료를 확보하는 데 도움을 줄 수 있을 것으로 생각한다.

<그림 3-1> 연구의 모형



제2절 연구가설의 설정

1. 내부환경 요인과 수출지원제도 활용 간의 관계

중소기업의 수출시장 지향성과 수출지원제도의 활용 간의 연구와 관련하여, 배명렬 등(2012), 박광서 등(2007)은 수출시장지향성이 높은 기업은 무역보험제도 또는 수출지원 서비스 등 수출지원제도를 보다 많이 활용한다고 하였다. 이는 수출지향성이 높은 기업은 외부의 수출 관련 제도, 자원, 역량을 적극적으로 활용하려 하는 것이 일반적인 특성일 것으로 보인다고 하였다.

수출지원제도 활용에 기업의 위험관리수준이 영향을 미치는 지에 대한 연구는 홍길종과 김구태(2012), Kevin(2007) 등의 연구에서 확인할 수 있다. 이들에 의하면 수출기업의 위험관리와 무역보험 등의 수출지원제도 활용 간에는 유의미한 영향이 있다고 보고하였다. 즉 위험관리 측면에서 대기업의 경우 기업자체의 역량을 통해

일정 부분 예측과 대비가 가능할 수 있다. 이러한 역량을 통해 수출에 따른 위험을 예방 또는 대처할 수 있다고 볼 수 있는 것이다. 반면에 중소기업은 역량의 한계로 수출경험이 있는 기업일지라도 위험이 발생하는 경우에는 자체적인 대처가 충분하지 못하게 된다. 결론적으로, 중소 수출기업은 위험발생 시에 대비하기 위해 무역보험제도를 비롯한 다양한 수출지원제도 활용보다 필요하다는 것이다. 즉, 중소 수출기업 내부적으로 여러 예상되는 위험에 대해 예측할 수 있으나 기업이 보유한 자체 역량의 한계로 인해 이의 해결은 쉽지 않아, 관련 지원제도의 활용을 통해 위험을 해결하게 된다는 것이다.

기업의 수출경쟁력과 수출지원제도의 활용 간의 연구에 대해서는 아직까지 의미 있는 연구가 많이 진행되지는 않았다. 다만, 최근 박재형(2018)의 연구에서 기업의 수출경쟁력은 무역보험제도 활용에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 경쟁기업에 비해 가격 및 기술수준이 양호하고 다양한 제품을 공급할 수 있는 수출경쟁력이 높은 기업의 경우 수출활동을 보다 적극적으로 추진하게 되고 이에 수반되는 위험을 줄이기 위해 무역보험제도를 비롯한 다양한 수출지원제도의 활용이 상대적으로 많을 것이라고 하였다. 실제 수출경쟁력이 양호한 대기업이 무역보험을 통해 수출관련 리스크를 대비하고 있는 현실을 감안하여 볼 때 수출경쟁력이 우수한 중소기업의 경우에도 동일한 양상이 나타나는 것으로 추론될 수 있다고 하였다. 또한, 수출경쟁력이 다소 열위에 있는 중소기업들에 있어서는 무역보험, 수출지원금 융 등 수출지원제도의 이용효과가 더욱 크게 나타날 수 있으므로, 중소기업에 대한 무역보험 등의 수출지원제도 활용 제고방안에 대해 적극적인 검토가 필요할 것이라고 밝히고 있다.

본 연구는 이러한 선행연구들을 참조하여 중소기업의 내부환경을 구성하는 각 요인이 수출지원제도 활용에 영향을 미칠 수 있다는 가정을 가지고 다음과 같은 가설 1을 설정하였다.

H1: 중소 수출기업의 내부환경요인은 수출지원제도 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-1 수출시장지향성은 해외마케팅 지원제도 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-2 수출시장지향성은 글로벌역량강화 지원제도 활용에 정(+)^{의 영향을 미칠 것이다.}

H1-3 수출시장지향성은 무역금융 지원제도 활용에 정(+)^{의 영향을 미칠 것이다.}

H1-4 위험관리수준은 해외마케팅 지원제도 활용에 정(+)^{의 영향을 미칠 것이다.}

H1-5 위험관리수준은 글로벌역량강화 지원제도 활용에 정(+)^{의 영향을 미칠 것이다.}

H1-6 위험관리수준은 무역금융 지원제도 활용에 정(+)^{의 영향을 미칠 것이다.}

H1-7 수출경쟁력은 해외마케팅 지원제도 활용에 정(+)^{의 영향을 미칠 것이다.}

H1-8 수출경쟁력은 글로벌역량강화 지원제도 활용에 정(+)^{의 영향을 미칠 것이다.}

H1-9 수출경쟁력은 무역금융 지원제도 활용에 정(+)^{의 영향을 미칠 것이다.}

2. 중소 수출기업의 내부환경 요인과 수출성과 간의 관계

Cadogan et al(2001)은 수출지향적인 수출기업은 수출시장내의 경쟁, 고객의 현재 및 미래 요구사항에 필요한 행동을 강화하며, 이를 통해 수출기업의 경영성과에 영향을 미친다고 하였다. 박광서 등(2010)은 해외시장에 적극적인 관심을 두며, 보다 많은 투자활동을 수출에 중점을 두고 수행하며, 수출에 적합한 수출지원 시스템을 구축하고 있는 상태를 수출지향성이라고 하였고, 이러한 수출기업의 수출시장지향성이 높을수록 자체적인 수출노력 뿐 아니라 외부의 수출관련 제도와 자원, 역량을 적극적으로 활용하여 수출성과를 높인다고 하였다. 즉 수출시장지향성이 높은 기업은 수출관련제도를 적극 활용하려는 경향을 보이고, 이를 통해 수출성과를 제고하는 결과를 가져오게 될 것이라고 하였다.

김창봉 등(2017)은 위험관리가 강화될수록 수출성과가 향상되며, 수출성과에 직접적인 영향을 미치지 않는 무역금융이나 무역보험 활용 시 대금 회수 및 자금의 유동성이 원활하게 이루어져야 하는 중소기업 입장에서 무역대금결제 등의 위험관리를 통해 대금미회수위험을 감소시켜 수출성과가 개선될 수 있다고 하였다.

Porter(1985)는 기업들이 경쟁우위를 갖기 위해서는 원가 우위(Cost advantage)와 차별적 우위(Differentiation advantage) 제고해야 한다고 하였고 이를 통해 기업의 성과를 높일 수 있다고 하였다. 유영신(2013)은 정보통신 제조 수출기업의 실증연구

를 통해 수출기업의 성과가 제고되기 위해서는 시장지향성과 기술지향성을 함께 고려하는 수출기업의 경쟁력을 제고하기 위한 통합적인 노력이 필요하며, 이러한 기술중심 역량과 시장지향 역량은 기업의 재무적성과 및 경쟁우위 성과에 미치는 영향을 미친다고 하였다.

이러한 선행연구의 결과와 추론을 통해 중소 수출기업의 내부환경요인이 수출성과에 정(+)³의 영향을 미칠 수 있다는 가정을 설정하였고, 이에 따라 다음과 같은 가설3을 설정하였다.

H2: 중소 수출기업의 내부환경 요인은 수출성과에 정(+)³의 영향을 미칠 것이다.

H2-1 수출시장지향성은 수출성과에 정(+)³의 영향을 미칠 것이다.

H2-2 위험관리수준은 수출성과에 정(+)³의 영향을 미칠 것이다.

H2-3 수출경쟁력은 수출성과에 정(+)³의 영향을 미칠 것이다.

3. 중소 수출기업의 내부환경 요인과 수출지원제도 활용은 수출성과 간의 관계

무역금융지원제도, 무역보험제도 등 수출지원제도의 활용이 수출성과에 정(+)³의 영향을 미친다는 내용의 연구는 Benjamin(2009), 윤상철(2009) 등의 연구를 통해 확인할 수 있다. 이 연구들은 수출기업이 수출지원제도의 활용을 통해 수출시장에서 발생할 수 있는 위험을 경감하며, 기업 활동의 안정성을 향상시키는 기능을 가져온다고 하였다. 특히 무역보험제도의 활용은 중소 수출기업에 긍정적인 영향을 미치고 있다고 분석하였다.

본 연구는 이러한 선행연구들을 참조하여 중소기업의 수출지원제도 활용이 수출성과에 영향을 미칠 수 있다는 가정을 가지고 다음과 같은 가설2를 설정하였다.

H3: 중소 수출기업의 내부환경 요인과 수출지원제도 활용은 수출성과에 정(+)³의 영향을 미칠 것이다.

H3-1 수출시장 지향성은 수출성과에 정(+)³의 영향을 미칠 것이다.

H3-2 위험관리 수준은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3-3 수출경쟁력은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3-4 해외마케팅 지원은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3-5 글로벌역량 강화는 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3-6 무역금융 지원은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

제3절 변수의 조작적 정의와 측정

1. 내부 환경요인

이 연구에서의 중소 수출기업의 내부환경 요인은 수출기업이 갖고 있는 내부적인 역량과 관계된 개념으로 설명할 수 있다. 이러한 내부적인 역량을 수출기업들의 특성을 나타낼 수 있는 수출시장지향성, 위험관리수준, 수출경쟁력 수준 등으로 구분하였다. 여기에서 수출시장지향성은 내수보다는 해외시장을 보다 더 중요하게 지향하는 노력정도를 의미하며, 해외중심의 의사 결정과 해외시장 상황에 대한 정기적 검토를 하는 수준과 함께 해외고객 선호도 변화 감지에 민감한 수준과 함께 해외경쟁기업의 가격변화에 신속히 대응하는 정도를 의미한다. 위험관리수준은 기업이 수출하는 과정에서 실질적인 손실을 피하고 잠재적인 위험을 최소화하기 위한 노력정도를 의미하며, 위험의 종류와 내용에 대해 인지하는 수준, 위험 관리목표를 수립하고 달성을 위한 노력수준, 수출대금 미회수 위험을 인지하고 경감방안을 활용하는 수준, 환위험에 대비하여 환위험 경감방안을 활용하는 수준, 수입자 신용정보 확보를 위해 노력하는 수준 등으로 구성하였다. 기업의 수출경쟁력은 수출기업들이 경쟁기업에 비해 가지는 비교우위를 생각하는 정도를 의미하며, 가격경쟁력(단위당 생산비용) 수준, 기술수준(특허 등 보유), 다양한 제품 공급능력, 신속하고 정확하게 적기에 공급하는 능력, 신속하고 적기에 A/S하는 능력 등으로 구성하였다. 이러한 내부환경 요인의 구성과 측정 설문은 박재형(2018)의 연구를 참조하였으며, 5점 리커트 척도로 측정하였다.

2. 수출지원제도 활용

본 연구에서는 선행 연구를 바탕으로 하여 2018년 기준, 정부 및 공적신용기관과 무역유관기관에서 시행하고 있는 수출지원 사업을 측정 요인으로 하였다. 이러한 수출지원사업의 종류는 다음과 같이 구분할 수 있다. 첫째 해외 마케팅 지원사업으로 KOTRA의 수출기반조성사업 지원, 해외마케팅지원, 해외투자진출사업 지원, 중소벤처기업부와 중소기업진흥공단, 그리고 대중소기업협력재단의 해외시장 진출지원, KOTRA와 중소기업진흥공단의 수출바우처 사업 등을 포함하였다. 둘째, 글로벌 역량 강화를 위한 지원사업으로 중소벤처기업부와 중소기업진흥공단의 글로벌 중소기업 지원 및 각종 인증지원 사업, KOTRA의 역량별 마케팅 지원사업, 중소기업기술정보진흥원의 수출기업기술개발 지원사업 등으로 구성하였다. 셋째, 수출 및 무역금융과 관련된 지원사업으로 수출보험 및 보증보험, 수출 금융 및 보증, 그리고 기타 무역금융제도 등을 포함하였다. 또한 이러한 무역금융을 포함하여 무역투자 상담 및 컨설팅 지원사업으로 KOTRA의 무역투자상담 지원사업을 추가로 포함하였다. 이러한 수출지원제도에 관한 변수 구성은 김영애(2017)의 연구에서 검증된 모델을 기반으로 하였으며, 5점 리커트 척도로 측정하였다.

3. 수출성과

본 연구에서의 수출성과는 중소 수출기업들이 내부환경에 의한 노력과 수출지원제도를 활용하여 나타내는 성과의 개념이 되며, 수출거래 문의 횟수 증가, 해외 주요시장으로의 진출 증가, 수출거래 제의 횟수 증가, 수출금액 증가, 수출계약 체결 횟수 증가 등의 세부요인으로 구성하였다. 수출성과에 대한 변수구성은 박재형(2018)과 김영애(2017)의 연구에서 사용한 내용을 참조하였으며, 5점 리커트 척도로 측정하였다.

제4절 설문 의 구성

본 연구에서 다루는 변수의 측정을 위해 구성된 설문을 정리하면 다음과 같다.

1. 수출기업의 내부환경 설문 의 구성

요인	측정 항목	선행연구
수출시장 지향성	해외시장 중심의 의사결정을 하는 수준 해외시장을 정기적으로 검토하는 수준 해외고객의 선호도 변화를 감지하는 것에 대한 민감함 해외 경쟁기업들의 가격변화에 신속히 대응함 해외수출비중 증가를 중요시 함	Kevin(2007) 박재형(2018)
위험관리 수준	위험의 종류와 내용에 대해 충분히 검토 위험 관리목표를 수립하고 목표달성을 위해 노력 수출대금 미회수 위험을 인지하고 경감방안을 활용 환위험에 대비하여 환위험 경감방안을 활용 수입자에 대한 신용정보 확보를 위해 노력	
수출 경쟁력	경쟁기업에 비해 가격경쟁력(단위당 생산금액)이 양호한 수준 경쟁기업에 비해 기술수준(특허 등)이 양호한 수준 경쟁기업에 비해 다양한 제품 공급가능 정도 경쟁기업에 비해 신속하고 정확한 공급능력 수준 경쟁기업에 비해 신속하고 정확한 AS제공 수준	
항목수	15	

2. 수출기업의 수출성과

요인	측정 항목	참조 선행연구
수출 성과	수출거래 문의 횟수 증가 수출거래 제의 횟수 증가 수출계약 체결 횟수 증가 해외 주요시장으로의 성공적 진출 해외 신규시장으로의 성공적 진출 수출금액의 증가	김영애(2017) 박재형(2018)
항목수	6	

3. 수출지원제도 활용

요인	측정 항목	참조 선행연구
해외마케팅 지원제도	해외시장조사, 해외시장설명회 지원 무역사절단, 해외비즈니스출장 지원 해외 전시회 지원 B2B 온라인마케팅 지원 해외 물류네트워크 지원 지적재산권보호 지원 무역촉진단 파견(단체 전시회, 시장개척단 참가) 전자상거래 수출시장 진출 지원 온라인 수출지원(B2B플랫폼, 고비즈코리아 등) 수출인큐베이터 사업 유망기업 해외시장 진출 지원 대중소기업 동반진출 지원 수출바우처 지원	
글로벌 역량강화 지원제도	글로벌 역량진단 지원 신규수출기업화, 스타트업 해외진출 지원 해외무역관 지사화 활용 지원 월드챔프, 세계일류상품육성 지원 해외 전문 인력 발굴/공급 지원 수출초보/유망 R&D 지원	Benjamin(2009) 윤상철(2009) 김영애(2017)
무역금융 지원제도	중단기 수출보험 및 패키지보험 지원 수출신용보증보험 지원 무역보험특례 지원 수출 및 해외사업관련 대출 지원 채무보증 지원 이행성 보증 지원 매입외환/수출팩토링/포페이팅 지원 내국수입신용장(Local L/C) 지원 포괄금융 지원 무역투자 수출금융(상담) 지원 해외투자진출 금융컨설팅 지원 외국인투자유치 금융컨설팅 지원	
항목수	32	

제5절 연구 방법

1. 자료 수집

본 연구는 중소기업의 내부 환경요인이 수출지원제도 활용과 수출성과 간의 영향관계를 검증함으로써, 궁극적으로 중소기업의 수출성과에 영향을 미치는 영향요인을 확인하는데 연구의 목적을 두고 있다. 이러한 연구의 목적을 달성하기 위하여 수출 중소기업을 대상으로 구조화된 설문지를 통해 설문조사를 진행하였다. 즉 본 연구의 자료수집을 위해 국내 전역에 산재한 중소기업을 대상으로 설문문에 대한 설명서를 부착한 설문서를 약 400부를 배포하여 온라인 혹은 우편으로 수거하는 방식을 통해 자료수집을 진행하였다. 수거된 설문서중 달러성실하게 기입하였거나 결측치가 발생한 설문을 제거하고 남은 300부의 설문서를 가지고 통계분석에 사용하였다.

2. 자료 분석

본 연구에서는 최종적으로 수집된 자료를 바탕으로 SPSS 23.0 통계패키지 프로그램을 이용하여 수집된 표본기업의 일반적인 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시하고, 각각의 측정 변수들의 타당성과 신뢰성 검증을 위해서 신뢰도 분석과 탐색적 요인분석을 실시할 예정이다. 또한 가설검증을 위해 다중 회귀분석을 실시하여 독립변수와 종속변수간의 영향관계를 검증하고자 한다. 아울러, 본 연구의 주요 목적 중 하나인 수출지원제도 활용이 매개변수로서의 역할을 가질 수 있는지를 확인하기 위하여 위계적 회귀분석과 Sobel Test 분석을 추가로 실시하였다.

제4장 분석 결과

본 연구의 목적을 달성하기 위해 수집된 자료는 다음과 같은 방법을 거쳐 분석이 진행되었다.

첫째, 연구 대상기업의 일반적 현황에 대한 빈도분석과 기술통계분석을 실시하였다.

둘째, 설문에 사용된 변수들의 내적일관성을 확인하기 위한 신뢰도 분석을 실시하였고, 탐색적 요인분석을 실시하여 변수의 타당성을 검증하였다.

셋째, 본 연구의 가설을 검증하기 위한 변수 간의 영향관계와 매개효과를 분석하기 위해 다중회귀분석과 위계적 회귀분석을 실시하였다.

제1절 빈도분석과 기술통계

빈도분석을 통한 연구 대상 기업의 일반적 특성을 정리하면 <표 4-1>과 같다.

먼저 수출형태의 특성을 살펴보면, 유효표본 300개 기업 중 직접 수출기업 145개(48.3%), 해외지사 운영기업 65개(21.7%), OEM 수출기업 63개(21.0%), ODM수출기업 11개(3.7%) 등으로 나타나 직접 수출기업이 상대적으로 높게 분포된 것을 확인할 수 있다.

매출규모에 있어서는 10억 이상-100억 미만기업(93개, 31.0%)이 가장 많았고 그 뒤를 이어 1000억 이상 기업(75개, 25.0%), 그리고 100억 이상-500억 미만 기업(72개, 24.0%) 순으로 나타났다. 매출액 중 수출 비중은 10%이상 - 30%미만(89개, 29.7%)이 가장 많았고, 90% 이상(14개, 4.7%)이 가장 적은 분포를 보이고 있다. 수출국가는 2-3개국(117개, 39.0%)과 4-6개국(85개, 28.3%)이 가장 높은 분포를 보였다.

업종별로는 제조업이 224개(74.7%), 서비스업 및 기타 업종이 76개(25.3%)의 분포를 보이고 있으며 제조업 중에서는 기계 및 부품제조업이 51개(17.0%)로 가장 많은 것으로 분석되었다.

<표 4-1> 연구 대상기업의 일반적 특성

	구분	빈도	%	Model
수출형태	직접수출	145	48.3	왜도: 1.074 첨도: 0.390
	해외지사	65	21.7	
	OEM	63	21.0	
	ODM	11	3.7	
	기타	16	5.3	
	합계	300	100.0	
연간 매출규모	10억미만	28	9.3	왜도: 0.196 첨도: -1.236
	10억이상-100억미만	93	31.0	
	100억이상-500억미만	72	24.0	
	500억이상-1000억미만	32	10.7	
	1000억이상	75	25.0	
	합계	300	100.0	
매출액 중 수출비중	10%미만	56	18.7	왜도: 0.559 첨도: -0.600
	10%이상-30%미만	89	29.7	
	30%이상-50%미만	70	23.3	
	50%이상-70%미만	35	11.7	
	70%이상-90%미만	36	12.0	
	90%이상	14	4.7	
합계	300	100.0		
직원수	5명미만	17	5.7	왜도: 0.579 첨도: -0.624
	5명이상-100명미만	116	38.7	
	100명이상-500명미만	92	30.7	
	500명이상-1000명미만	28	9.3	
	1000명이상	47	15.7	
	합계	300	100.0	
수출기간	1년미만	9	3.0	왜도: -0.468 첨도: -0.964
	1년이상-3년미만	51	17.0	
	3년이상-5년미만	61	20.3	
	5년이상-10년미만	74	24.7	
	10년이상	105	35.0	
	합계	300	100.0	
수출국가	1개국	20	6.7	왜도: 0.550 첨도: -0.735
	2-3개국	117	39.0	
	4-6개국	85	28.3	
	7-8개국	27	9.0	
	9개국이상	51	17.0	
	합계	300	100.0	
업종	식품제조	23	7.7	왜도: 0.321 첨도: -1.396
	기계제조	51	17.0	
	금속제조	19	6.3	
	섬유제조	26	8.7	
	목재제조	4	1.3	
	화학제조	16	5.3	
	전자제조	21	7.0	
	차량제조	21	7.0	
	농어업	1	.3	
	전기가스	4	1.3	
	도소매	19	6.3	
	정보통신	15	5.0	
	운수상고	5	1.7	
	보건복지	8	2.7	
	예술여가	4	1.3	
	기타제조	43	14.3	
	기타서비스	20	6.7	
합계	300	100.0		

제2절 측정도구의 신뢰도와 타당성 분석

타당성은 측정하려는 개념을 정확히 측정했는가를 의미하는데, 내용 타당성(Content Validity)과 개념 타당성(Construct Validity)으로 구분된다. 내용 타당성은 변수를 구성하고 있는 항목이 측정하고자 하는 개념을 어느 정도 대표하고 있는지를 의미한다. 개념 타당성은 측정 변수에 해당하는 문항들이 같은 개념을 측정하는데 얼마나 적합한가를 설명한다. 타당성을 입증하기 위한 방법으로 수행하는 요인 분석은 관측된 변수에 근거하여 관측되지 않은 요인을 확인하기 위한 것이다. 즉 많은 문항들을 몇 가지의 요인으로 묶어줌으로써 각 문항들이 한 요인을 동일한 개념으로 측정하고 있는지를 확인하게 된다.

신뢰성은 측정문항 간의 내적 일관성(Internal Consistency)을 의미하는데, 측정변수의 실제의 값을 측정할 수 있는 정도라고 설명할 수 있다. 이러한 측정도구들에 관한 정확성이나 정밀성의 신뢰도를 측정하기 위해 본 연구에서는 하나의 개념에 대해 여러 개의 항목으로 구성된 척도에 사용되는 크론바하 알파계수(Cronbach's Alpha Coefficient)를 활용한 기법을 사용하였다.

1. 독립변수 및 종속변수에 대한 탐색적 요인분석

본 연구의 독립변수가 되는 중소 수출기업의 내부환경 요인과 종속변수인 수출성과의 신뢰도와 타당성 분석을 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 추정 방법은 주성분 분석을 택하였고, 회전방식은 베리맥스 회전법을 사용하였다. 내부환경 요인에 대한 타당성 및 신뢰도 분석 결과는 다음의 <표 4-2>와 같다.

<표 4-2> 중소 수출기업 내부환경요인과 수출성과의 신뢰도와 타당성

요인	문항	요인 적재량	고유치 (Eigen Value)	분산 설명력	신뢰도 (Cronbach α)

수출 성과	수출성과3	.839	9.092	50.510	.926
	수출성과2	.814			
	수출성과6	.794			
	수출성과1	.778			
	수출성과4	.664			
	수출성과5	.662			
수출 지향성	수출지향5	.785	1.560	8.667	.873
	수출지향2	.721			
	수출지향4	.703			
	수출지향3	.696			
	수출지향1	.674			
수출 경쟁력	수출경쟁2	.810	1.412	7.844	.872
	수출경쟁3	.783			
	수출경쟁4	.743			
	수출경쟁5	.653			
	수출경쟁1	.604			
위험 관리	위험관리4	.782	1.012	4.512	.751
	위험관리5	.699			

KMO 측도: 0.944, Bartlett의 구형성 검정: 3554.125(p=.000), 설명된 총분산: 71.532

요인분석에서 각 변수의 요인간의 상관관계의 정도를 나타내는 요인 적재량의 수용기준은 보통 0.4 이상이면 유의할 수 있다고 보며 0.5 이상이면 높은 유의성을 갖고 있다고 본다. 본 연구에서는 높은 기준의 유의수준인 0.5 이상을 기준으로 선택하였다. 독립변수와 종속변수에 대한 탐색적 요인분석 결과 수출성과, 수출지향성, 위험관리, 수출경쟁력 등 연구모형에서 설정한 내용에 맞게 4개의 요인으로 도출되었다. 도출된 모든 요인의 고유치가 1 이상을 보이고 있으며, 요인에 대한 신뢰도를 나타내는 크론바하 알파계수도 모든 요인에서 0.7 이상으로 나타나고 있다. 각 요인을 구성하는 문항별 요인 적재량의 경우에도 모두 0.5 이상으로 나타나 독립변수와 종속변수를 구성하는 요인 4개 모두의 타당성과 신뢰도가 충분히 확보된 것으로 판단되었다. 다만, 본 요인분석 중 문항별 요인적재량이 수용기준 미충족 등의 문제로 3개의 문항(위험관리1, 2, 3)을 삭제한 후 이후 분석을 진행하였다.

2. 매개변수에 대한 탐색적 요인분석

본 연구의 매개변수가 되는 수출지원제도 활용에 관한 설문도구의 신뢰도와 타당성 분석을 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 추정 방법은 주성분 분석을 택하였고, 회전방식은 베리맥스 회전법을 사용하였다. 수출지원제도 활용에 대한 타당성 및 신뢰도 분석 결과는 다음의 <표 4-3>과 같다.

탐색적 요인분석 결과 매개 변수인 수출지원제도 활용을 구성하는 요인은 선행연구들을 참조하여 설정한 모형과 일치하는 수준에서 무역금융지원제도, 수출경쟁력, 수출지향성 등 모두 3개 요인으로 도출되었다. 도출된 3개 요인의 고유치가 모두 1 이상을 보이고 있으며, 요인에 대한 신뢰도를 나타내는 크론바하 알파계수가 모두 0.9이상으로 높게 나타나고 있다. 매개변수를 구성하는 각 요인별 문항의 요인 적재량의 경우에도 모두 0.5 이상으로 나타나 매개변수인 수출지원제도 활용 3개 요인 모두 타당성과 신뢰도가 확보된 것으로 판단되었다.

<표 4-3> 수출지원제도활용의 신뢰도와 타당성

요인	문항	요인 적재량	고유치 (Eigen Value)	분산 설명력	신뢰도 (Cronbach α)
무역 금융 지원	무역금융8	.783	17.607	65.212	.966
	무역금융9	.741			
	무역금융3	.732			
	무역금융2	.727			
	무역금융7	.711			
	무역금융5	.703			
	무역금융1	.666			
	무역금융6	.665			
	무역금융4	.662			
	금융컨설팅1	.590			
	금융컨설팅2	.570			
	금융컨설팅4	.530			
해외 마케팅 지원	마케팅4	.743	1.437	5.321	.949
	마케팅5	.741			
	마케팅9	.735			

	마케팅7	.726			
	마케팅8	.716			
	마케팅10	.711			
	마케팅1	.707			
	마케팅3	.700			
	마케팅2	.696			
글로벌 역량강화 지원	글로벌2	.711	1.102	2.969	.936
	글로벌1	.684			
	글로벌6	.677			
	글로벌4	.656			
	글로벌3	.624			
	글로벌5	.621			

KMO 측도: 0.977, Bartlett의 구형성 검정: 8145.905(p=.000), 설명된 총분산: 73.502

3. 가설의 검정

본 연구에서 설정한 연구모형에 의해 각 변수 간에 서로 인과관계가 있을 것이라는 추정을 하였다. 이러한 인과관계의 검증을 위해 SPSS 23.0을 이용하여 다중회귀 분석과 위계적 회귀분석을 시행하였다.

1) 가설 1의 검정

가설 1에서 중소 수출기업의 내부환경 요인은 수출지원제도 활용에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이라고 설정하였다. 본 가설의 검정을 위해 회귀분석을 실시한 결과는 다음의 <표 4-4>, <표 4-5>, <표 4-6>과 같다.

<표 4-4> 내부환경 요인이 해외마케팅지원제도 활용에 미치는 영향

종속변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
		B	표준오차	β		

	(상수)	.114	.222		.511	.610
해외 마케팅 지원 제도	수출지향성	.181	.072	.161	2.513*	.012
	수출경쟁력	.428	.072	.353	5.959**	.000
	위험관리	.207	.069	.191	3.025**	.003
모형 요약	R=.606 R ² =.368 수정R ² =.361 F=57.348 p=.000 Durbin-W=2.062					

**p<.01 *p<.05

가설 1의 분석결과 <표 4-5>에서와 같이 수출지향성, 수출경쟁력, 위험관리 요인으로 구성된 독립변수인 중소 수출기업의 내부환경 요인이 수출지원제도 중 해외마케팅지원제도 활용에 미치는 영향은 R=.606, 설명력 R²=36.8%로 도출되었으며, 회귀모형 F=57.348(p<.01)에서 통계적 유의성을 확보한 것으로 나타났다.

내부 환경요인을 구성하는 하위 요인별 영향관계를 살펴보면, 수출지향성, 수출경쟁력, 위험관리 요인 모두 해외마케팅 지원제도 활용에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 수출경쟁력(t=5.959, p<.01) 요인이 해외마케팅 지원제도 활용에 가장 높은 수준의 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 다음으로는 위험관리(t=3.025, p<0.01)가 해외마케팅 지원제도 활용에 높은 수준의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 4-5> 내부환경요인이 글로벌역량강화 지원제도 활용에 미치는 영향

종속변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
		B	표준오차	β		
글로벌 역량 강화 지원 제도	(상수)	.227	.244		.932	.352
	수출지향성	.151	.079	.129	1.913	.057

	수출경쟁력	.473	.079	.373	6.006**	.000
	위험관리	.150	.075	.132	1.992*	.047
모형 요약	R=.552 R ² =.305 수정R ² =.298 F=43.322 p=.000 Dubrin-W=1.950					

**p<.01 *p<.05

중소 수출기업의 내부환경 요인이 수출지원제도 중 글로벌 역량강화 지원제도 활용에 미치는 영향은 R=.552, 설명력 R²=30.5%로 도출되었으며, 회귀모형 F=43.322(p<.01)에서 통계적 유의성을 확보한 것으로 나타났다.

내부 환경요인을 구성하는 하위 요인별로 영향관계를 살펴보면, 수출지향성을 제외한 수출경쟁력, 위험관리 요인이 글로벌 역량강화 지원제도 활용에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 수출경쟁력(t=5.837, p<.01) 요인이 글로벌 역량강화 지원제도 활용에 가장 높은 수준의 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었고, 수출지향성 요인은 통계적 유의성을 확보하지 못한 것으로 나타났다.

<표 4-6> 내부환경 요인이 무역금융 지원제도 활용에 미치는 영향

종속변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
		B	표준오차	β		
무역 금융 지원 제도	(상수)	.220	.238		.924	.356
	수출지향성	.154	.077	.135	2.005*	.046
	수출경쟁력	.449	.077	.361	5.837**	.000
	위험관리	.162	.073	.146	2.210*	.028
모형 요약	R=.557 R ² =.310 수정R ² =.303 F=44.277 p=.000 Dubrin-W=1.911					

**p<.01 *p<.05

중소 수출기업의 내부환경 요인이 수출지원제도 중 금융 및 보험 등 무역금융과 관련한 지원제도 활용에 미치는 영향은 $R=.557$, 설명력 $R^2=31.0\%$ 로 도출되었으며, 회귀모형 $F=44.277(p<.01)$ 에서 통계적 유의성을 확보한 것으로 나타났다.

내부환경 요인을 구성하는 하위 요인별로 영향관계를 살펴보면, 수출지향성, 수출경쟁력, 위험관리 요인 모두 무역금융 지원제도 활용에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 수출경쟁력($t=5.837, p<.01$) 요인이 무역금융 지원제도 활용에 가장 높은 수준의 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 다음으로는 위험관리($t=2.210, p<.01$)가 무역금융 지원제도 활용에 높은 수준의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 결과를 정리하면 가설 1이 부분 채택된 가운데 세부가설 H1-2는 기각되었고, 나머지 가설은 모두 채택되었다.

즉 중소기업의 수출지원제도 활용에 유의한 영향을 미치는 내부환경 요인 중 가장 중요한 수준을 보이고 있는 요인은 수출경쟁력으로 나타났으며, 그 다음으로는 위험관리 요인인 것으로 나타났다. 즉 수출경쟁력이 높을수록 해외시장에 진출하기 위해 필요한 수출지원제도 활용에 더욱 적극적일 수 있다는 것과 해외시장에서의 위험관리수준이 높을수록 오히려 관련 지원제도를 더욱 적정하게 활용할 수 있는 것으로 분석된 것이다.

2) 가설 2의 검정

가설 3에서 중소기업의 내부환경 요인은 수출성과에 직접적인 정(+)의 영향을 미칠 것이라고 설정하였다. 본 가설의 검정을 위해 회귀분석을 실시한 결과는 다음의 <표 4-7>과 같다.

<표 4-7> 내부환경 요인이 수출성과에 미치는 영향

종속변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
		B	표준오차	β		

	(상수)	-.017	.183		-.093	.926
수출 성과	수출지향성	.436	.059	.405	7.349**	.000
	수출경쟁력	.475	.059	.407	8.021**	.000
	위험관리	.017	.057	.016	.305	.761
모형 요약	R=.732 R ² =.536 수정R ² =.531 F=113.851 p=.000 Dubrin-W=2.120					

**p<.01 *p<.05

가설 2의 검정결과 <표 4-7>에서와 같이 수출지향성, 수출경쟁력, 위험관리 요인으로 구성된 독립변수인 중소 수출기업의 내부환경 요인이 수출성과에 미치는 영향은 R=.732, 설명력 R²=53.6%로 높은 수준으로 도출되었으며, 회귀모형 F=113.851(p<.01)에서 통계적 유의성을 확보한 것으로 나타났다.

내부환경요인을 구성하는 하위 요인별로 수출성과에 미치는 영향 관계를 살펴보면, 수출지향성과 수출경쟁력이 수출성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 위험관리는 통계적으로 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 분석되었다. 나아가 수출경쟁력(t=8.021, p<.01) 요인이 수출성과에 가장 높은 수준의 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 다음으로는 수출지향성(t=7.349, p<.01)이 수출성과에 높은 수준에서 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

3) 가설 3의 검정

가설 3에서는 수출지원제도의 활용이 수출성과에 유의한 영향을 미칠 것이라고 설정하였다. 본 가설의 검정을 위해 회귀분석을 실시한 결과는 다음의 <표 4-8>과 같다.

분석결과 중소 수출기업의 수출지원제도 활용이 수출성과에 직접적으로 미치는 영향은 R=.632, 설명력 R²=39.9%로 도출되었으며, 회귀모형 F=65.467 (p<.01)에서

통계적 유의성을 확보한 것으로 나타났다.

수출지원제도 활용의 세부 요인별로 수출성과에 미치는 영향관계를 살펴보면, 해외마케팅지원 만이 수출성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 글로벌역량강화 지원과 무역금융 지원이 수출성과에 정(+)의 영향을 미치는 부분은 통계적으로 유의성을 확인하지 못하였다.

<표 4-8> 수출지원제도 활용이 수출성과에 미치는 영향

종속변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
		B	표준오차	β		
수출 성과	(상수)	1.409	.138		10.187	.000
	해외 마케팅 지원	.492	.081	.511	6.052**	.000
	글로벌 역량 강화 지원	.095	.094	.103	1.007	.315
	무역금융 지원	.036	.095	.038	.378	.706
모형 요약	R=.632 R ² =.399 수정R ² =.393 F=65.467 p=.000 Dubrin-W=1.911					

**p<.01 *p<.05

이러한 분석결과를 정리하면 가설 3은 부분 채택된 가운데 세부가설 H3-1은 채택되었고, H3-2와 H3-3의 가설은 기각되었다.

즉 중소기업의 수출성과에 유의한 영향을 미치는 수출지원제도는 해외마케팅 지원제도가 가장 유력한 요인인 것으로 나타난 것이다. 중소기업 입장에서 다른 글로벌역량강화 지원과 무역금융지원은 간접적인 지원으로 인식할 수 있는 여지가 있으며, 해외마케팅지원제도만이 수출성과에 직접적으로 영향을 미칠 수 있는 요인으로 인식하고 있는 것으로 분석된 것이다.

4. 매개효과의 검정

본 연구의 목적은 기본적으로 중소수출기업의 내부 환경요인이 수출성과에 미치는 영향을 살펴보는 것과 이러한 중소기업의 내부 환경요인과 수출성과와의 영향관계에서 수출지원제도가 매개의 효과를 갖는지를 확인하는 것이다.

따라서 수출지원제도 활용의 매개효과 검증을 위해 Baron & Kenny(1986)가 제안한 4단계의 위계적 회귀분석 절차를 거쳐 분석을 진행하였다. 위계적 회귀분석에 따르면 첫 번째 단계는 독립변수와 매개변수를 회귀분석하여 그 결과 독립변수가 매개변수와 유의한 관계를 가지고, 두 번째 단계에서는 독립변수와 종속변수를 회귀분석을 실시하여 그 결과 독립변수가 종속변수에 유의한 관계를 가지며, 세 번째 단계에서 독립변수와 매개변수를 가지고 종속변수에 동시에 회귀분석을 실시하여 그 결과 매개변수가 종속변수에 유의한 영향 관계를 가져야 한다. 그리고 매개효과의 유의성을 확인하기 위한 마지막 네 번째 2단계에 도출된 베타값이 3단계의 베타값보다 클 때 독립변수-매개변수-종속변수의 관계가 성립되는 것으로 알려져 있다 (Baron & Kenny, 1986).

즉, Baron & Kenny(1986)는 3단계에서 도출된 결과를 가지고 4단계에서 독립변수의 표준화 회귀계수 보다 2단계에서 도출된 계수 값이 클 경우, 매개변수의 역할이 입증 되면서 매개효과가 있음이 검증된다고 하였다. 이러한 경우에는 독립변수와 매개변수, 종속변수 사이에 부분매개효과(partial mediation)가 있다고 해석할 수 있다. 또한 앞의 조건이 만족된 후 3단계 회귀분석에서 유의했던 독립변수와 종속변수의 관계가 비 유의적이라고 나타나는 경우 이는 완전 매개(complete mediation) 역할을 한다고 판단할 수 있다고 하였다.

매개효과를 검증하기 위한 1단계로서 중소 수출기업의 내부환경 요인이 수출지원제도 활용에 어떠한 영향을 주는지 다중회귀분석을 앞서 실시한 결과, 해외마케팅 지원제도 활용에는 수출지향성, 수출경쟁력, 위험관리의 세 요인 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 글로벌역량강화 지원제도 활용에는 내부환경 요인 중 수출경쟁력만 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 무역금융지원제도 활용에는 수출지향성, 수출경쟁력, 위험관리의 세 요인 모두 유의한 영향을 미치는

것으로 나타났다.

매개효과를 검증하기 위한 두 번째 단계를 위해 중소 수출기업의 내부환경 요인과 수출지원제도 활용이 수출성과에 어떠한 영향을 주는지 다중 회귀분석을 실시한 결과는 <표 4-9>와 같다.

2단계에서는 앞서도 확인한 바와 같이 독립변수인 중소 수출기업의 내부환경 요인 중 수출지향성, 수출경쟁력, 위험관리 요인 중 종속변수인 수출성과에 유의한 정의 영향을 미치는 요인은 수출지향성($t=7.349, p<0.01$)과 수출경쟁력($t=8.021, p<0.01$)인 것으로 나타났다. 내부환경 요인이 수출성과에 미치는 영향에 대한 회귀 모형의 F-value는 113.851($p<0.01$)이며, 내부환경 요인의 설명력은 53.6%로 나타났다.

매개효과 검증을 위한 3단계에서는 1단계에서 매개변수에 유의한 영향이 있는 것으로 확인된 내부환경을 구성하는 3개의 요인과 매개변수인 수출지원제도활용을 구성하는 3개의 요인을 함께 독립변수로 투입하여 종속변수인 수출성과에 미치는 영향을 살펴보았다.

<표 4-9>에서 보는 바와 같이 독립변수인 내부환경 요인 중 수출성과에 직접적인 영향력을 가지는 수출지향성과 수출경쟁력 요인을 매개변수인 해외마케팅 지원, 글로벌역량강화 지원, 무역금융 지원과 함께 투입하여 분석한 결과, 수출지향성과 수출경쟁력이 수출성과 간에서 갖게 되는 영향관계에서 수출지원제도 활용 중 해외마케팅지원만이 유의한 영향을 미치는 것으로 도출되었다. 이러한 해외마케팅 지원의 매개효과의 유의성 검증을 위한 마지막 4단계로 2단계의 베타값과 3단계의 베타값을 비교한 결과 2단계의 수출지향성과 수출경쟁력의 베타값이 3단계의 베타값보다 크게 도출되었으므로 해외마케팅지원이 수출지향성 및 수출경쟁력과 수출성과 간의 관계에서 유의한 매개효과를 갖는 것으로 확인되었다.

<표 4-9> 수출지원제도활용의 매개효과 분석

Model	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	p	모형 요약
		B	표준오차	β			
2	(상수)	-.017	.183		-.093	.926	R=.732
	수출지향성	.436	.059	.405	7.349	.000**	R ² =.536
	수출경쟁력	.475	.059	.407	8.021	.000**	수정R ² =.531 F=113.851**

	위험관리	.017	.057	.016	.305	.761	
3	(상수)	-.054	.172		-.317	.752	R=.773 R ² =.598 수정R ² =.589 F=15.045**
	수출지향성	.382	.056	.354	6.808	.000**	
	수출경쟁력	.344	.059	.294	5.799	.000**	
	위험관리	-.044	.054	-.042	-.817	.415	
	마케팅지원	.279	.070	.289	3.989	.000**	
	글로벌역량	.055	.078	.060	.715	.475	
	무역금융	-.031	.078	-.033	-.394	.694	
Durbin-Watson=2.132							

종속변수: 수출성과, **p<.01 *p<.05

한편, 유의한 매개변수가 존재한다면, 독립변수가 종속변수에 주는 영향은 직접 효과(direct effect)와 간접효과(indirect effect)로 나뉜다. 직접 효과(c)는 매개변수가 존재함에도 달려구하고 매개변수를 거치지 않고 종속변수에 영향을 주는 것이고, 간접효과(a×b)는 매개변수를 통해 종속변수에 영향을 주는 것이다. 이 간접효과를 매개효과라고 한다.

독립변수가 매개변수를 통해 종속변수에 미치는 효과, 즉 간접효과(a×b)의 통계적 유의성을 '소벨테스트(Sobel test)'로 확인할 수 있다. 이때 소벨테스트 통계값(Z값)의 경우가 +1.96보다 크거나 -1.96보다 작으면 간접효과 즉 매개효과는 5% 유의수준에서 통계적으로 유의한 것으로 해석한다. 따라서 위계적 회귀분석을 통해 매개효과를 검증한 후 매개효과의 통계적 유의성을 재검증하기 위해 소벨테스트(Sobel Test)를 진행하였다.

소벨테스트 검정결과는 매개변수인 해외마케팅지원제도 활용은 내부환경 요인 중 수출지향성과 수출성과 간, 그리고 수출경쟁력과 수출성과 간의 영향관계에서 매개효과가 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 즉 매개변수인 해외마케팅지원제도 활용은 수출지향성 요인(Z=4.667)이 수출성과에 미치는 영향에 대해서 유의확률 1% 범위에서 매개효과가 유의한 것으로 나타났다. 또한 수출경쟁력(Z=3.572)이 수출성과에 미치는 영향에 대해서도 유의확률 1% 범위에서 매개효과가 유의한 것으로 분석되었다. Sobel Test 분석결과를 정리하면 다음의 <표 4-10>과 같다.

<표 4-10> 매개효과의 Sobel Test 검정 결과

독립 변수	매개 변수	종속 변수	Sobel Test (Z)	p	매개 여부
수출 지향성	해외 마케팅 지원	수출 성과	4.667	0.000**	매개함
수출 경쟁력	해외 마케팅 지원	수출 성과	3.572	0.000**	매개함

**p<.01 *p<.05

제 5장 결 론

제1절 분석결과의 요약

본 연구는 수출지원제도 활용의 매개를 통해 중소 수출기업의 내부환경 요인이 수출성장에 미치는 영향에 대한 검증을 진행하였다. 본 연구를 통해 수집된 자료의 분석결과를 요약, 정리하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구의 독립변수와 종속변수로 설정한 수출기업의 내부환경 요인과 종속변수인 수출성과의 신뢰도와 타당성 분석을 위해 탐색적 요인분석을 실시한 결과 수출성과, 수출지향성, 위험관리, 수출경쟁력 등 선행연구를 참조하여 연구모형에 설정한 내용과 일치하게 4개의 요인으로 도출되었다. 다만, 본 요인분석 중 문항별 요인적재량이 수용기준 미충족 등의 문제로 위험관리 요인을 구성하는 문항 중 3개의 문항이 탈락되어 위험관리 요인은 최초 5개의 문항에서 2개의 문항으로 구성되었다. 한편 매개변수인 수출지원제도 활용 변수의 경우에도 변수를 구성하는 요인은 설정한 연구모형과 일치하는 수준에서 수출지향성, 수출경쟁력, 무역금융지원제도 등 모두 3개 요인으로 도출되었다.

둘째, 중소 수출기업의 내부환경 요인이 수출지원제도 활용에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이라고 설정한 가설의 검정 결과 수출지향성, 수출경쟁력, 위험관리 요인으로 구성된 독립변수인 중소 수출기업의 내부환경 요인이 수출지원제도 중 해외

마케팅 지원제도 활용에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 내부환경 요인을 구성하는 하위 요인별 영향 관계를 살펴보면, 수출지향성, 수출경쟁력, 위험관리 요인 모두 해외마케팅지원제도 활용에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 수출경쟁력 요인이 해외마케팅지원제도 활용에 가장 높은 수준의 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 다음으로는 위험관리가 해외마케팅지원제도 활용에 높은 수준의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 중소 수출기업의 내부환경 요인이 수출지원제도 중 글로벌역량강화 지원제도 활용에 미치는 영향도 통계적 유의한 수준에서 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 내부환경 요인을 구성하는 하위 요인별로 영향관계를 살펴보면, 수출지향성을 제외한 수출경쟁력, 위험관리 요인이 글로벌역량강화 지원제도 활용에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 수출경쟁력 요인이 글로벌역량강화 지원제도 활용에 가장 높은 수준의 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 다만, 수출지향성 요인이 글로벌역량강화 지원제도 활용에 미치는 영향은 통계적 유의성을 확보하지 못한 것으로 나타났다. 한편, 중소 수출기업의 내부환경 요인이 수출지원제도 중 금융 및 보험 등 무역금융과 관련한 지원제도 활용에 미치는 영향도 통계적 유의성을 확보한 것으로 나타났다. 내부환경 요인을 구성하는 하위 요인별로는 수출지향성, 수출경쟁력, 위험관리 요인 모두 무역금융 지원제도 활용에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 수출경쟁력 요인이 무역금융 지원제도 활용에 가장 높은 수준의 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 다음으로는 위험관리가 무역금융 지원제도 활용에 높은 수준의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 수출지원제도의 활용이 수출성과에 유의한 영향을 미칠 것이라고 설정한 가설을 검정한 결과 중소 수출기업의 수출지원제도 활용이 수출성과에 직접적으로 미치는 영향이 통계적 유의성을 확보한 것으로 나타났다. 세부요인별로는 해외 마케팅지원제도 활용만이 수출성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 글로벌 역량강화 지원제도와 무역금융 지원제도는 수출성과 직접적인 영향을 미치는 부분은 통계적으로 유의성을 확인하지 못하였다.

넷째, 중소 수출기업의 내부환경 요인은 수출성과에 직접적인 정(+)의 영향을 미칠 것이라고 설정한 가설을 검정한 결과 수출지향성, 수출경쟁력, 위험관리 요인으로 구성된 독립변수인 중소 수출기업의 내부환경 요인이 수출성과에 미치는 영향은

통계적 유의성을 확보한 것으로 나타났다. 내부환경 요인을 구성하는 하위 요인별로 수출성과에 미치는 영향 관계에서는 수출지향성과 수출경쟁력이 수출성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며 위험관리는 통계적으로 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 분석되었다. 나아가 수출경쟁력 요인이 수출성과에 가장 높은 수준의 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 다음으로는 수출지향성이 수출성과에 높은 수준에서 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다섯째, 중소기업의 내부환경 요인과 수출성과와의 영향관계에서 수출지원제도가 매개의 효과를 갖는 지를 확인한 결과 수출지향성과 수출경쟁력이 수출성과 간에 갖게 되는 영향 관계에서 수출지원제도 활용 중 해외마케팅지원만이 유의한 영향을 미치는 것으로 도출되었다. 따라서 수출지원제도 활용 중 해외마케팅지원 활용만이 내부환경 요인 중 수출지향성 및 수출경쟁력과 수출성과 간의 관계를 부분 매개하는 것으로 확인되었다. 이러한 결과를 소벨테스트를 통해 검정한 결과 매개변수인 해외마케팅지원제도 활용은 내부환경 요인 중 수출지향성과 수출성과 간, 그리고 수출경쟁력과 수출성과 간의 영향관계에서 매개효과가 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

제2절 분석결과의 시사점

본 연구에서 도출된 분석결과를 바탕으로 그 시사점을 논의하면 다음과 같다.

첫째, 수출기업의 내부환경 요인과 수출성과의 신뢰도와 타당성 분석을 위해 탐색적 요인분석을 실시한 결과 내부환경 요인은 수출지향성, 위험관리, 수출경쟁력 등의 3개의 요인으로 도출되었다. 수출지원제도 변수의 경우에는 해외마케팅 지원제도, 글로벌 역량강화 지원제도, 무역관련 금융지원제도 등 모두 3개 요인으로 도출되었다. 즉 선행연구를 탐구하여 설정한 수출기업의 내부환경 요인을 측정하는 도구로 수출지향성, 위험관리수준, 수출경쟁력 등의 3개 변인은 향후 수출기업의 내부환경을 측정하는데 유용한 측정도구로서의 역할을 할 수 있을 것으로 판단되었으며, 학문적으로 적정한 검증이 된 것으로 설명될 수 있다. 또한, 정부 및 공공기관에서 제공하는 다양한 수출지원제도를 3개의 분야, 즉 해외마케팅 지원제도, 글로벌

역량강화 지원제도, 그리고 무역관련 금융지원제도 등으로 구분한 시도도 통계적 검증되어 향후 수출성과 향상을 위한 지원제도의 분류가 이러한 3개의 분야로 나뉘어 진행함으로써 전문성이 있고 효율적인 수출지원제도의 수립이 가능할 것으로 판단된다. 이 또한 학문적으로 유용한 결과가 도출된 것으로 이해할 수 있다.

둘째, 중소 수출기업의 내부환경 요인이 해외마케팅지원제도 활용에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타난 가운데 수출지향성, 수출경쟁력, 위험관리 요인 모두 해외마케팅지원제도 활용에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 수출경쟁력 요인이 해외마케팅지원제도 활용에 가장 높은 수준의 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석된 것은 수출경쟁력을 확보한 기업이 우선적으로 해외마케팅 지원제도에 더 많은 관심을 갖고 활용하고자 하는 의도와 관련이 있음을 알 수 있다. 즉 내부적으로 수출경쟁력을 갖추지 못하면 해외수출 자체에 대한 경영적 관심과 선택적 집중이 어려울 수 있으므로 해외마케팅지원제도는 수출경쟁력을 갖춘 기업 중심으로 이루어지는 것보다 타당한 것으로 보인다.

셋째, 중소 수출기업의 내부환경 요인이 수출지원제도 중 글로벌 역량강화 지원제도 활용에 미치는 영향도 통계적 유의한 수준에서 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 수출경쟁력과 위험관리 요인이 글로벌역량강화 지원제도 활용에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 앞서 살펴본 해외마케팅지원제도와와의 관계에서와 마찬가지로 수출경쟁력 요인이 글로벌역량강화 지원제도 활용에 가장 높은 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 여기에서 수출지향성 요인이 글로벌역량강화 지원제도 활용에 미치는 영향이 통계적 유의성을 확보하지 못한 것은 수출지향에 대한 관심만 높고 내부적으로 수출경쟁력을 갖추지 못하게 되면 결국 최종적으로 글로벌 역량 강화지원제도에 실질적으로 나서기가 어려움을 설명해 주고 있는 것으로 이해할 수 있을 것이다.

넷째, 중소 수출기업의 내부환경 요인이 수출금융 및 보험 등 무역금융과 관련한 지원제도 활용에 미치는 영향도 통계적 유의성을 확보한 것으로 나타났는데 수출지향성, 수출경쟁력, 위험관리 요인 모두 무역금융 지원제도 활용에 유의한 영향을 미치는 있다. 특히 다른 요인과의 관계에서와 마찬가지로 수출경쟁력 요인이 무역금융 지원제도 활용에 가장 높은 수준의 영향을 미치는 것으로 나타나 수출지원제도의 활용을 높이는 방법은 우선적으로 수출경쟁력을 갖춘 기업을 발굴하거나 기업들

의 수출경쟁력을 갖추 수 있도록 지원하는 예비적 혹은 내부역량 강화를 위한 지원 제도의 필요성을 검토해야 할 것으로 판단된다.

다섯째, 중소 수출기업의 수출지원제도 활용이 수출성과에 직접적으로 미치는 영향이 통계적 유의성을 확보한 가운데 세부요인별로는 해외마케팅지원제도 활용이 수출성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타난 것은 수출경쟁력을 갖추 기업에 있어서 마케팅지원이 수출성과에 가장 큰 도움이 될 수 있는 것을 설명하고 있다. 따라서 내부 역량이나 마케팅과 관련이 없는 전시적 해외수출지원제도는 큰 의미를 가질 수 없을 것으로 판단되며, 중소 수출기업이 고유적으로 갖고 있는 상품력을 포함한 자산 등 내부 역량을 갖추도록 만든 후에 해외 마케팅을 지원하는 방식의 선별적 집중적 지원이 수출성과 향상에 보다 도움이 될 수 있을 것으로 보이는 것이다.

여섯째, 중소 수출기업의 내부환경 요인이 수출성과에 미치는 영향이 통계적 유의성을 확보한 것으로 나타난 가운데 수출지향성과 수출경쟁력이 수출성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타난 것은 앞서 살펴본 수출경쟁력과 함께 기업의 수출지향성이 함께 추진되어야 함으로 설명하고 있다. 이러한 수출지향성과 수출경쟁력이 수출성과에 영향을 미침에 있어서 해외마케팅지원제도의 활용이 유의한 매개 효과를 보이는 것은 본 연구의 결과를 정리하고 있다고 볼 수 있다.

결론적으로 중소수출기업의 수출성과를 제고하기 위해서는 가장 먼저 기업의 수출경쟁력을 갖추게 하는 것이다. 즉, 정부와 공공기관의 수출지원 제도에 소요되는 자금을 단순히 수출경쟁력을 갖춘 이후의 반복 혹은 중복되는 단순 성과를 위한 지원제도를 지양하고, 기업의 본원적이고 내부적인 역량을 갖추게 하는 것이 가장 중요한 과제가 되는 것이다. 즉 중소 수출기업의 후발적 수출지원제도에만 국한되지 않고 선제적 지원제도를 더욱 강화하는 지원정책이 필요할 것으로 보이며, 특히 제품과 기술 수준의 경쟁력을 확보할 수 있는 지원제도를 더욱 활성화하는 것이 수출지원제도의 지원에 앞서 중요할 수 있을 것이다.

제3절 연구의 기여와 한계점

본 연구가 중소기업의 내부 환경과 수출성과, 그리고 수출지원제도의 활용과의 연계성을 규명하였다는 점에서 연구의 의의가 높지만, 일반화를 위한 본 연구의 한계점을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 국내 중소기업에서 수출 관련 종사하고 있는 자를 중심으로 해당 기업의 종사자를 대상으로 한 연구를 진행하였기에 연구주체에 맞는 모집단의 특성을 충분히 반영하지 못했을 수 있을 것으로 판단된다. 즉 중소기업에 대한 일반화된 연구를 진행하기 위해서는 중소기업의 일반 종사자가 아닌 수출기획 혹은 전략기획 업무를 담당하거나 총괄하고 있는 인력이 연구의 조사 대상에 포함이 된다면 이보다 명확하고 일반화된 결과를 얻을 수 있을 것으로 판단된다.

둘째, 조사 대상기업이 연간 매출규모 10억 이상 100억 미만, 직원 수 5명 이상 100명 미만, 수출 기간 10년 이상, 업종은 제조기업이 상대적으로 많이 분포되어 있어 매출액 10억 미만의 소규모기업과 100억 이상의 중대규모 기업, 그리고 수출 기간 10년 미만 기업, 서비스상품의 수출과 관련된 서비스기업 등과 일반적이고 균형적 결과를 도출하는데 차이가 있을 수 있으므로 연구의 결과 또한 모든 기업에 일반적으로 적용할 수 없는 한계점을 안고 있다.

셋째, 중소기업의 수출성과향상에 미칠 수 있는 다른 독립변수 혹은 매개변수나 조절변수가 있을 수 있음을 본 연구에 포함하지 않았다. 즉 내부환경 요인과 수출지원제도 외에 수출성과에 영향을 미치는 다른 독립변수 혹은 매개와 조절 변수들을 추가적으로 고려하여 연구를 수행하였다면 더욱 정교한 연구결과를 얻을 수 있었을 것이다.

이와 같은 한계점을 보완하고 연구결과의 일반화를 도출할 수 있도록 향후 관련된 연구에서는 보다 확장된 변수를 사용하고 확대된 조사대상 기업을 포함하는 시도가 필요할 것으로 보인다.

참 고 문 헌

【 국 내 문 헌 】

□ 국내 논문

김영일, “중소기업의 수출지원정책 활용실태와 성과에 관한 실증연구”, 영남대학교대학원 박사학위논문, 2008.

김용호, “한국 수출기업의 신용리스크 관리성과 측정에 관한 연구”, 「무역학회지」 제19권 제2호, 한국무역학회, 1994.

맹부영, “중소중견 수출기업의 시장환경, 기업특성, 마케팅믹스요인 및 마케팅성과의 관계”, 배재대학교 박사학위논문, 2011.

박성재, “중소기업의 수출지원정책 활용과 기업가정신이 수출성과에 미치는 영향”, 경희대학교 석사학위논문, 2012.

이상두, “중소기업 최고경영자의 기업가 지향성이 기술혁신과 경영성과에 미치는 영향”, 경성대학교 박사학위논문, 2013.

전병영, “무역금융지원제도의 수출기업에 미치는 영향에 관한 연구”, 강원대학교 박사학위논문, 2015.

전재일, “수출중소기업의 내부특유자원, 전략적지향성 및 동적역량이 해외 진출성과에 미치는 영향”, 한양대학교대학원 박사 논문, 2016.

정재승, “한국 중소기업 수출지원제도의 성과에 관한 실증연구”, 중앙대학교 박사학위논문, 2006.

진이복, “중국에 진출한 한국 수출기업의 수출신용위험관리에 관한 실증연구”, 한남대학교 박사학위논문, 2014.

□ 연구 자료

강동윤, 최광호, “중소수출기업의 신용위험 관리: 무역보험을 중심으로”, 무역보험 연구, 한국무역보험학회, 제15권 제2호, 2014.

강상구, “ASEAN에서 한국 수출경쟁력 분석;중국·일본과 비교를 중심으로”, 「전자무역연구」 중앙대학교 한국전자무역연구소, 2017.

강길원·김철교·곽선호, “중소기업창업론”, 탐북스, 2010.

강내영·심혜정, “수출의 우리 경제에 대한 기여와 시사점”, 「TRADE FOCUS」, 한국무역협회, 2018.

고희채·오민아·이보람, “미국의 중소기업 수출확대정책 및 시사점”, 대외경제정책연구원, 2011.

김영준·이상용, “한국 중소기업의 성장기여도에 관한 연구”, 한국은행, 2014.

김원규, “기업규모별 중요소 생산성 분석”, 산업연구원, 2012.

김정곤·최보영·이보람·이민영, “주요국의 중소기업 해외진출 지원전략과 시사점”, 대외경제정책연구원, 2014.

김정권, “한국 중소기업의 수출 마케팅 전략과 성과의 구조적 관계”, 「통상정보연구」 제8권 제2호, 한국통상정보학회, 2003.

김재덕, “최근 수출부진 진단 및 전망과 시사점”, 산업연구원, 2019.

김창범, “무역보험과 환위험이 수출에 미치는 영향”, 「통상정보연구」 제13권 제3호, 한국통상정보학회, 2011.

김창봉, 박세환, 권승하, “한국수출기업의 무역대금결제 위험관리에 따른 무역보험제도에 관한 실증적 연구, 통상정보연구, 제19권 제2호, 2017.

김창봉·박영연, “e-수출보험활용과 위험관리가 기업의 수출성과에 미치는 영향에 대한 연구”, 「e-비즈니스연구」 제16권 제3호, 국제e-비즈니스학회, 2015.

김창태, “충북의 수출지원시책에 관한 연구”, 「충북연구원」 제13권 제2호, 충북개발연구원, 2002.

김희국, “글로벌 금융위기 전후 단기수출신용보험이 수출에 미친 영향 비교”. 「무역보험연구」, 제13권 제2호, 무역보험학회, 2012.

민동희 (2015). ECA 설립배경과 변천과정, 한국수출입은행 해외경제연구소. 산업

경제정보, 1-2

박광서·김인권·안종석, “중소기업의 수출지원제도에 대한 인지도, 활용도 및 성과에 관한 연구-기업유형에 따른 차이 분석을 중심으로”, 「국제경영리뷰」 제14권 제2호

박현희, “수출보험이 수출공급에 미친 영향에 관한 연구”, 「무역연구」 제5권 제1호, 한국무역연구원, 2009.

승실대학교 산학협력단, “중소기업 경쟁활성화 방안 연구”, 2010.

이은재, “WTO/OECD하에서 공적수출기관인 한국수출입은행의 단기 및 중장기 수출자금 대출지원제도가 수출에 미치는 영향에 관한 실증연구”, 통상정보연연구, 2005.

이정선, “미국 수출입은행의 중소기업 금융지원 트렌드 분석”, KOTRA. 2008.

장정석, 한혜린, “무역금융과수출간의 관계 분석 및 시사점”, 한국은행 조사 통계월보.

전기용, “독일, 유럽의 Sick Man에서 Economic Superstar로”, 포스코경영연구원.

정기한·장형유, “시장지향성 연구의 논제와 방법”, 「마케팅과학연구」제6권 제1호, 2000.

조이현, “중소기업지원사업 성과평가모형 연구”, 중소기업연구원, 기본연구, 2005.

중소기업연구원, “중소기업의 국민경제적 기여도에 관한 연구”, 2005.

최용재, 변창욱, 이상호, “한국 제조업의 수출경쟁력 결정요인 분석”, 「국제통상연구」 한국국제통상학회, 제10권 제3호, 2010.

한국정책학회, “중소기업 정책 50년사와 중소기업 정책의 미래”, 2012.

황유상, “한국의 수출금융과 수출보험이 수출에 미치는 영향”, 2011.

홍길중·김구태, “무역결제방식의 변화에 따른 신용위험 관리방안에 관한 연구”, 「관세학회지」 제13권 제1호, 한국관세학회, 2012.

【 외 국 문 헌 】

Ahn, J. (2011), "A Theory of Domestic and International Trade Finance", IMF Paper, WP/11/262.

Cadogan, J et al, "Key Antecedents to 'Export' Market-Oriented Behaviors : A Cross-National Empirical Examination," International Journal of Research in Marketing, 18(3), 2001.

Cavusgil, S. T., Zou, S. (1994), "Marketing Strategy-Performance Relationship: An Investigation of the Empirical Link in Export Market Ventures", Journal of marketing, 58(1), 1-21. Chauffour, J. P., Farole, T. (2009), "Trade Finance in Crisis Market

China Export & Credit Insurance Corporation (2017). "Sinosure", URL: <http://www.sinosure.com.cn/sinosure/english/Company%20Profile.html>

Felbermayr, G. J., and E. Yalcin. 2013. "Export Credit Guarantees and Export Performance: An Empirical Analysis for Germany." The World Economy, 2013, Vol. 36 Issue 8, pp967-999. 3

Gencturk, E. F. & Kotabe, M, "The Effect of Export Assistance Program Usage on Export Performance: A Contingency Explanation", Journal of International Marketing , 9(2), 2001.

Janda, K., E. Michalikova and J. Skuhrovec. "Credit Support for Export : Robust Evidence from the Czech Republic." The World Economy, 2013, Vol.36 Issue 12, pp.1588-1610, 25

Kohli, A. K., & Jaworski, B. J., & Kumar, A, "MARKOR : A Measure of Market Orientation "Journal of Marketing Research, 30(5), 1993.

Mark, C et al, "Credit Risk Management", Managerial Finance , 32(9), 2006.

Narver, J. C., & Stanley, F. S, "The Effect of a Market Orientation on Business Profitability", Journal of Marketing, 54(4), 1990.

Porter, M. E.(1985), "Competitive advantage," New York: Free Press.

U.S. Small Business Administration, "Strategic Plan, Fiscal Years 2018-2022",

2018.

Venkiteshwaran, V, “Do Asset Sales Affect Firm Credit Risk–Evidence from Credit Rating Assignments”, *Managerial Finance* , 40(9), 2014.

【 웹 사 이 트 】

기술신용보증기금, <http://www.kibo.or.kr>

신용보증기금, <http://www.kodit.co.kr>

중소기업중앙회, <http://www.kbiz.or.kr>

중소벤처기업부, <http://www.mss.go.kr>

한국무역보험공사, <http://www.ksure.or.kr>

한국무역협회, <http://www.kita.net>

한국수출입은행, <http://www.koreaexim.go.kr>

KEB하나은행, <http://www.kebhana.com>

ABSTRACT

A Study on the Effects of Internal Environmental Factors on the Utilization of Export Support System and Export Performance - Focused on Small and Medium-sized Export Companies -

Siilegmaa Mungunzul

Department of International Trade, Graduate School
Jeju National University

In this study, the following results were obtained. First, in the case of export support system variables, three factors were derived: the overseas marketing support system, the global capacity building support system, and the trade finance support system. In other words, as a tool to measure the internal environmental factors of exporting companies by reflecting previous studies, the three variables of export orientation, risk management level, and export competitiveness can serve as a useful tool to measure the internal environment of exporting companies in the future.

Second, it was found that the internal environmental factors of small and medium exporting companies had a significant positive (+) effect on the use of overseas marketing support systems. In particular, it was analyzed that export

competitiveness factors had the highest level of positive (+) influence on the use of overseas marketing support systems. It can be seen that this reason is related to the intention that companies that have secured export competitiveness prefer to pay more attention to and utilize the overseas marketing support system.

Third, the influence of internal environmental factors of small and medium-sized exporting companies on the use of the global capacity building support system was also found to be a positive (+) effect. In addition, it was found that export competitiveness and risk management factors affect the use of the global capacity building support system.

Fourth, the effect of internal environmental factors of small and medium-sized exporting companies on the use of support systems related to trade finance was also found to have statistical significance. Export orientation, export competitiveness, and risk management factors all have a significant effect on the use of the trade finance support system. In particular, it is judged that it is necessary to examine the necessity of a support system for strengthening preliminary or internal capacity to first discover companies with export competitiveness or to support companies to acquire export competitiveness.

In conclusion, in order to improve the export performance of small and medium-sized export companies, it is necessary to equip them with export competitiveness. In other words, the funds required for the export support system of the government and public institutions should be invested where the company's fundamental and internal capabilities are equipped.

In addition, a support policy that preemptively strengthens the customized export support system for small and medium-sized export companies will be needed.

중소기업 수출환경 및 수출지원제도 활용에 관한 설문서

I. 아래 질문은 귀사의 수출을 위한 내부 환경에 대해 느끼는 수준에 대한 질문입니다. 귀하의 생각과 일치하는 곳에 √ 표시해주시기 바랍니다.

내용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1. 우리 회사는 해외시장 중심의 의사결정을 하는 수준이 높다	①	②	③	④	⑤
2. 우리 회사는 해외시장을 정기적으로 검토하고 있다.	①	②	③	④	⑤
3. 우리 회사는 해외고객의 선호도 변화를 감지하는 것에 대한 민감하다.	①	②	③	④	⑤
4. 우리 회사는 해외 경쟁기업들의 가격변화에 신속히 대응한다.	①	②	③	④	⑤
5. 우리 회사는 해외수출비중 증가를 중요시 한다.	①	②	③	④	⑤
6. 우리 회사는 해외 수출에 대한 위험의 종류와 내용에 대해 충분히 검토하고 있다.	①	②	③	④	⑤
7. 우리 회사는 해외 수출에 대한 위험 관리 목표를 수립하고 목표달성을 위해 노력하고 있다.	①	②	③	④	⑤
8. 우리 회사는 수출대금 미회수 위험을 인지하고 경감방안을 활용하고 있다.	①	②	③	④	⑤
9. 우리 회사는 환위험에 대비하여 환위험 경감방안을 활용하고 있다.	①	②	③	④	⑤
10. 우리 회사는 수입자에 대한 신용정보 확보를 위해 노력하고 이다.	①	②	③	④	⑤
11. 우리 회사는 우리 회사 제품이 경쟁기업에 비해 가격 경쟁력(단위당 생산금액)이 양호하다.	①	②	③	④	⑤
12. 우리 회사는 경쟁기업에 비해 기술수준(특허 등)이 양호하다.	①	②	③	④	⑤
13. 우리 회사는 경쟁기업에 비해 다양한 제품의 공급이 가능하다.	①	②	③	④	⑤
14. 우리 회사는 경쟁기업에 비해 신속하고 정확한 공급능력을 갖고 있다.	①	②	③	④	⑤
15. 우리 회사는 경쟁기업에 비해 신속하고 정확한 AS를 제공한다.	①	②	③	④	⑤

II. 다음은 귀하 회사의 최근 3년간의 성과에 대해 귀하가 인식하고 있는 수준에 대한 질문입니다. 귀하의 인식과 일치하는 곳에 √ 표시해주시기 바랍니다.

내용	전혀 그렇지 않음	그렇지 않음	보통임	그러함	매우 그러함
1. 우리 회사는 수출거래 문의 횟수가 증가하였다.	①	②	③	④	⑤
2. 우리 회사는 수출거래 제의 횟수가 증가하였다.	①	②	③	④	⑤
3. 우리 회사는 수출계약 체결 횟수가 증가하였다.	①	②	③	④	⑤
4. 우리 회사는 해외 주요시장으로의 성공적 진출을 이미 완료하였거나 앞두고 있다.	①	②	③	④	⑤
5. 우리 회사는 해외 신규시장으로의 성공적 진출을 이미 완료하였거나 앞두고 있다.	①	②	③	④	⑤
6. 우리 회사는 전체적인 수출금액이 증가하였다.	①	②	③	④	⑤

III. 다음은 귀사가 활용하고 있는 KOTRA, 한국무역보험공사, 한국수출입은행 등에서 시행하고 있는 수출지원 제도의 활용수준에 관한 질문입니다. 각 수출지원 제도별로 귀사에서 활용하고 계시는 수준에 대해 귀하의 생각과 일치하는 곳에 √ 표시해주시기 바랍니다.

내용	활용도 매우 낮음	활용도 낮음	활용도 보통임	활용도 높음	활용도 매우 높음
1. 해외시장 조사, 해외시장설명회 지원	①	②	③	④	⑤
2. 무역 사절단, 해외비즈니스출장 지원	①	②	③	④	⑤
3. 해외 전시회 지원	①	②	③	④	⑤
4. B2B 온라인마케팅 지원	①	②	③	④	⑤
5. 해외 물류네트워크 지원	①	②	③	④	⑤
6. 지적재산권 보호 지원	①	②	③	④	⑤
7. 무역촉진단 파견(단체 전시회, 시장개척단 참가)	①	②	③	④	⑤
8. 전자상거래 수출시장 진출 지원	①	②	③	④	⑤
9. 온라인 수출지원(B2B플랫폼, 고비즈코리아 등)	①	②	③	④	⑤
10. 수출인큐베이터 사업	①	②	③	④	⑤
11. 유망기업 해외시장 진출 지원	①	②	③	④	⑤
12. 대중소기업 동반진출 지원	①	②	③	④	⑤
13. 수출바우처 지원	①	②	③	④	⑤
14. 글로벌 역량진단 지원	①	②	③	④	⑤
15. 신규수출 기업화, 스타트업 해외진출 지원	①	②	③	④	⑤
16. 해외무역관 지사화 활용 지원	①	②	③	④	⑤
17. 월드챔프, 세계일류상품육성 지원	①	②	③	④	⑤
18. 해외 전문인력 발굴/공급 지원	①	②	③	④	⑤
19. 수출초보/유망 R&D 지원	①	②	③	④	⑤
20. 무역투자 금융상담 지원	①	②	③	④	⑤
21. 수출 금융상담 지원	①	②	③	④	⑤
22. 해외투자 진출 금융컨설팅 지원	①	②	③	④	⑤
23. 투자유치 금융컨설팅 지원	①	②	③	④	⑤
24. 단·중기 수출보험, 패키지보험 지원	①	②	③	④	⑤
25. 수출신용보증보험 지원	①	②	③	④	⑤
26. 무역보험 특례지원제도	①	②	③	④	⑤

27. 수출 및 해외사업관련 대출제도	①	②	③	④	⑤
28. 채무 보증제도	①	②	③	④	⑤
29. 이행성 보증제도	①	②	③	④	⑤
30. 매입외환, 수출 팩토링, 포페이팅	①	②	③	④	⑤
31. 내국수입신용장(Local L/C)	①	②	③	④	⑤
32. 포괄금융 지원	①	②	③	④	⑤

IV. 다음은 통계자료 처리를 위한 일반적인 사항입니다. 해당 되는 곳에 √표시해주시기 바랍니다.

1. 귀하의 성별은? ①남자 ②여자
2. 귀하의 직급은?
 ①사원급 ②중간 간부급(대리, 과장) ③팀장급(차장, 부장) ④임원급 ⑤대표이사
3. 귀사의 종업원 수는?
 ① 2명 이하 ② 5명 이하 ③ 6~10명 ④ 11~20명 ⑤ 21~49명 ⑥ 50~249명 ⑦ 250명 초과
4. 귀사의 최근 1년간 매출액은 얼마입니까?
 ① 10억원 미만 ② 10억~30억원 미만 ③ 30억~50억원 미만 ④ 50억~100억원 미만
 ⑤ 100억~500억원 미만 ⑥ 500억~1,000억 미만 ⑦ 1,000억 초과
5. 귀사의 최근 1년간 전체 매출액 대비 수출액 비중은 얼마나 됩니까?
 ① 10% 미만 ② 10~30% 미만 ③ 30~50% 미만
 ④ 50~70% 미만 ⑤ 70%~90% 미만 ⑥ 90% 이상
6. 귀사의 무역형태는 ?
 ① 직접수출 ② 해외지사 ③ OEM ④ ODM ⑤ 기타
7. 귀사가 수출을 시작하여 현재까지 수출한 전체 기간은 ?
 ① 1년 미만 ② 1~3년 미만 ③ 3~5년 미만 ④ 6~10년 미만 ⑤ 10년 이상
8. 귀사의 수출대상 국가 수는?
 ① 1개국 ② 2~3개국 ③ 4~6개국 ④ 7~8개국 ⑤ 9개국 이상
9. 귀사의 업종은 무엇입니까?
 A.제조업 ()
 ① 식품·음료제조 관련
 ② 전기·기계장비 및 부품제조
 ③ 1차 금속, 금속가공·비금속광물제품
 ④ 의복·액세서리·섬유·가죽·가방·신발·모피제품
 ⑤ 목재·나무제품·고무제품 및 플라스틱제품
 ⑥ 화학제품 및 화학물질(의약품 제외)
 ⑦ 전자부품, 컴퓨터 영상, 음향 및 통신장비제조
 ⑧ 자동차 및 운송장비 등 제조
 ⑨ 기타 제조업
 B.비제조업 ()
 ⑩ 농업·임업 및 어업

- ⑪ 전기·가스·증기·수도사업
- ⑫ 도매 및 소매
- ⑬ 정보통신업(출판·영상·방송통신 등)
- ⑭ 운수 및 창고업
- ⑮ 보건업 및 사회복지서비스업
- ⑯ 예술·스포츠 및 여가관련 서비스업
- ⑰ 기타