



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

국내 조선기자재 중소기업의 해외진출 성과에
대한 수출지원정책의 영향에 관한 실증연구



2020년 2월

부경대학교 대학원

기술경영협동과정

박희상

석 사 학 위 논 문

국내 조선기자재 중소기업의 해외진출 성과에
대한 수출지원정책의 영향에 관한 실증 연구

지도교수 김 영 진

이 논문을 박희상의 석사학위논문으로 제출함.

2020년 2월

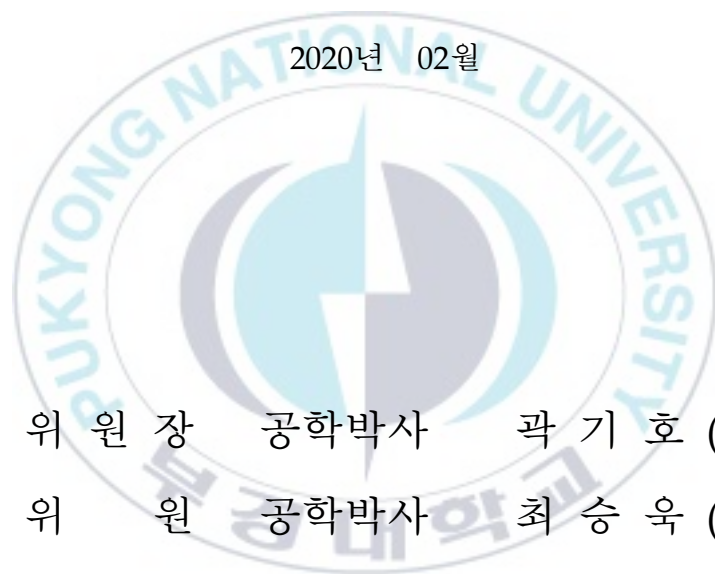
부 경 대 학 교 대 학 원

기술경영협동과정

박 희 상

박희상의 석사 학위논문을 인준함

2020년 02월



위 원 장 공학박사 곽 기 호 (인)

위 원 공학박사 최 승 욱 (인)

위 원 공학박사 김 영 진 (인)

<목 차>

Abstract	v
I. 서 론	1
제 1 절 연구 배경 및 목적	1
제 2 절 연구의 방법 및 논문의 구성	5
II. 선행연구	7
제 1 절 중소기업 수출지원제도에 관한 선행연구	7
1. 수출지원제도	7
제 2 절 내부적 요인에 관한 선행연구	9
1. CEO 특성	9
2. 기업역량	10
3. 외부적 요인	12
4. 수출성과	14
5. 국내 조선기자재 산업 현황	16
III. 연구의 설계와 방법	22
제 1 절 연구 모형의 설계	22
제 2 절 연구 가설의 설정	24
1. 수출지원과 수출성과 간 관계	24
2. 기업역량과 해외 진출 성과 간 관계	24
3. 수출환경과 해외 진출 성과 간의 관계	25
IV. 실증분석	27
제 1 절 조사 개요 및 자료 분석	27
1. 조사개요	27
2. 자료 분석방법	28
3. 표본의 특성	28
4. 기술통계	30
5. 요인분석 및 신뢰도 분석	31
6. 상관관계분석	34
7. 가설의 검증	38

V. 결 론	55
제 1 절 연구결과의 요약 및 시사점	55
1. 연구결과 요약	55
2. 연구결과 시사점	57
제 2 절 연구의 한계 및 향후 연구방향	59
참고문헌	60
설문지	64



<표 차례>

[표 1] 우리나라 조선 산업 신조 수주 변화	2
[표 2] 우리나라 조선 산업 수출액	3
[표 3] 한국조합 회원사 변화	16
[표 4] 조선기자재 산업 공급액 변화	16
[표 5] 국내 조선기자재 산업 수출액 변화	18
[표 6] 해외 수출 지원 프로그램	20
[표 7] 응답자 특성	29
[표 8] 응답자 분포	30
[표 9] 기술통계분석	30
[표 10] 요인분석 및 신뢰도 분석	33
[표 11] 상관관계 분석	35
[표 12] 선형회귀분석	38
[표 13] CEO 내부역량, 기술역량, 마케팅역량, 제휴협력의 관계	40
[표 14] 수출지원, 수출성과, 기업역량 조절변수의 관계	42
[표 15] 수출지원, 수출성과, CEO 내부역량 조절변수의 관계	43
[표 16] 수출지원, 수출성과, 기술역량 조절변수의 관계	44
[표 17] 수출지원, 수출성과, 마케팅역량 조절변수의 관계	45
[표 18] 수출지원, 수출성과, 제휴협력 조절변수의 관계	46
[표 19] 경쟁강도, 무역장벽, FTA활용의지의 관계	48
[표 20] 수출지원, 수출성과, 수출환경 조절변수의 관계	49
[표 21] 수출성과, 수출지원, 경쟁강도 조절변수의 관계	51
[표 22] 수출성과, 수출지원, 무역장벽 조절변수의 관계	52
[표 23] 수출지원, 수출성과, FTA 활용의지 조절변수의 관계	53
[표 24] 연구가설의 결과	54

<그림 차례>

<그림 1> 국내 조선 산업과 조선기자재 산업의 변화	17
<그림 2> 연구모형	23



국내 조선기자재 중소기업의 해외진출 성과에 대한 수출지원정책의 영향에 관한 실증 연구

박 희 상

부 경 대 학 교 대 학 원 기술경영협동과정

Abstract

Korea's shipbuilding industry has developed into an important pillar of the national infrastructure industry while growing to a greater extent through trade between countries. As the demand for ships increased worldwide, the shipbuilding industry began to develop around Busan and South Gyeongsang Province, and naturally the shipbuilding and equipment industries also grew together. But in recent years, the shipbuilding industry has faced a persistent crisis and its impact has hurt the shipbuilding and machinery industries as the industry has stagnated. In particular, Korea's shipbuilding and machinery industries are heavily dependent on the three major shipbuilders (Daewoo Shipbuilding & Marine Engineering, Samsung Heavy Industries, and Hyundai Heavy Industries), which led to the crisis of the three shipbuilders. To overcome this problem, the government has prepared and implemented various support policies to revitalize the shipbuilding and equipment industries, and export support policies are being developed to overcome the order crisis due to market diversification through expansion of export channels. Recognizing the need for research on the impact of such export support policies on overseas advancement of shipbuilding and equipment companies, this study aims to provide a research model for analyzing the relationship between the government support policy and export performance by considering factors such as corporate capacity, domestic and external market environment, and corporate capacity, and to contribute to the design and development of effective export support policies by conducting empirical analysis.

To achieve this goal, the survey was conducted on 1,259 small and medium-sized export companies in Korea for shipbuilding and equipment and materials and verified their research models and assumptions using SPSS 23.0. Looking at the results of the empirical analysis of the hypotheses in this study, it has been found that the hypothesis that export support policies have a significant impact on the performance of the enterprise, and that the performance of the company's overseas expansion varies depending on the internal capacity level of the CEO. In addition, the export environment of trade barriers has proven to be a modulating variable that significantly affects the performance of companies entering overseas markets. On the other hand, factors such as technology capabilities, marketing capabilities, and relationships with affiliates have no statistically significant impact, as expected. In terms of analysis related to corporate capabilities, it can be inferred that the mid- to long-term development strategy of the company through CEO's leadership is significant to the performance of overseas advancement rather than focusing strategy on the technology and external promotion of the company, and that the government's support of removing trade barriers in terms of small and medium-sized export companies contributes above all else to generating performance. To sum up, it is expected that domestic companies' overseas advancement performance will be maximized if the establishment and implementation of corporate strategies to enhance CEO capacity are combined with government-level policy measures such as supplementing gaps in the export support system and promoting negotiations among countries to boost exports.

Topic : shipbuilding and equipment industries, corporate capability, support policy

I. 서론

제 1 절 연구 배경 및 목적

1. 개 요

우리나라의 경우 예로부터 조선산업은 국가 기간산업 중 가장 중요한 한 축을 담당하였다. 특히 국 가간, 대륙 간 교역이 점점 더 큰 규모로 성장하고 있는 현대사회에서는 조선산업의 발전이 필연적으로 나타나고 있다. 우리나라 조선산업은 1929년 방어진 철공소가 설립되고, 이어 1937년에 조선중공업이 설립되면서 기틀이 확립되었다. 그리고 해방이후에는 6·25 전쟁을 거치면서 군수물자와 원조물자의 공급을 위해 선박의 수요가 증대됨에 따라 부산지역을 중심으로 조선 산업이 발전하기 시작했다.¹⁾ 선박을 건조하기 위해서는 설계 기술 및 건조 기술 등 여러 기술 뿐만 아니라 다양한 기자재의 투입이 요구된다. 이들 요소 중에서도 조선기자재의 비중이 높는데 이는 선종마다 차이가 있겠지만 약 60%를 차지하고 있다. 따라서 원활한 기자재의 공급은 수주경쟁을 결정짓는 중요한 요인이 된다고 할 수 있다.

그럼에도 불구하고 우리나라 조선기자재 산업은 그 동안 대형조선소의 건설 등 조선산업의 괄목할 만한 성장을 따라가지 못하고 상대적으로 매우 낙후되었다. 즉 우리나라 조선산업은 70년대부터 주로 정부의 지원 하에 급속한 성장을 이루어 왔으나 조선산업의 핵심이라 할 수 있는 조선기자재산업의 발전에 필요한 기계·전기·전자산업의 기술능력이 부족함으로써 상당량의 부품과 완성품기자재를 일본이나 유럽 등으로 수입하여 공급해 왔다.

1) 네이버 지식백과, 조선산업.

이에 따라 정부는 조선기자재 산업 육성의 필요성을 인식하고 부품 국산화율 제고와 기술수준 향상을 도모하기 위하여 계열화를 추진하고 조선기자재 관련 중소기업을 고유업종으로 지정하는 등 각종 정책을 추진해 왔다. 이에 조선기자재 생산업체들도 꾸준한 설비 및 기술개발 투자를 시행하고 조선소와 상호 협력하여 선진기술 도입 등 다각적인 노력의 결과 국내 조선기자재 품질수준 및 국산화율이 제고되어 기자재수입 비중이 85년 50%에서 95년 이후에는 20%로 대폭 축소되었다. 2)

그러나 2008년 글로벌 금융 위기 이후 불거진 세계 조선 시장 불황의 여파로 국내 조선 산업 역시 침체를 겪고 있다. 이에 따라, 국내 조선소 영업 위주의 국내 조선기자재 산업 또한 침체를 맞았고 산업 규모가 축소되었다.

[표 1] 우리나라 조선 산업 신조 수주 변화

연도	수주척수	GT	CGT
2006	498척	33,656,169	19,584,786
2007	707척	49,990,136	23,643,538
2016	61척	4,284,880	2,009,788
2017	188척	19,573,742	7,495,148
최고값(2007) 대비 최저값(2016) 비율	8.6%	8.6%	8.5%

자료 : 조선자료집 2018(한국조선해양플랜트협회)

국내 조선 산업은 최고 호황기였던 2007년에 707척(4990만 GT, 2364만 CGT)의 신규 선박 수주를 했는데 최고 불황기였던 2016년에는 61척(428만 GT, 200만 CGT)의 신규 선박 수주에 그쳤다. 최고 호황기 대비 최고 불황기의 신규 선박 수주 규모는 8.6% 수준으로 급격한 위축을 경험했다.

국내 조선기자재 산업은 실질적으로 국내 조선소에 대한 제품 공급만으로

2) 양부근, 조선기자재산업의 수출입 및 경쟁력 현황과 수출증대 방안에 관한 연구

로 산업을 유지하고 있었던 만큼 조선 산업의 이같은 급격한 축소는 현재의 조선기자재 산업 규모를 유지하기에 부족한 실정이다.

현재의 어려움을 극복하여 국내 조선기자재 산업의 규모를 유지하고 나아가 발전시키기 위해서는 국내 조선소 영업에 머무르고 있는 제품 공급 체계를 적극적인 해외 시장 개척을 통한 수출 확대로 변화시킬 필요성이 있다.

그러나 현재 국내 조선기자재 산업의 수출은 약간의 변동은 있었지만 대체로 감소 추세를 보이고 있다. 아래 표에 나타나있듯이 우리나라 조선기자재 산업의 수출액은 2011년 3조 1115억 원에서 2017년 1조 4993억 원으로 50% 이상 감소되었다.

[표 2] 우리나라 조선 산업 수출액

(단위 : 백만원)

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
수출액	3,111,524	2,541,379	1,761,240	2,079,618	2,156,390	1,634,792	1,499,312

자료 : 한국조선해양기자재공업협동조합

우리나라 조선기자재 산업의 유지와 발전을 위해서는 감소 추세에 있는 수출을 회복시킬 방안 마련이 요구되고 있다.

2. 연구의 필요성

포춘지가 정한 500대 기업이 세계경제를 이끌었으나 이 비율은 10%에 불과하다고 조사되었다. 즉 나머지 90%는 중견·중소기업 등이 차지하고 있다는 것이다. 통계청의 자료에 의하면 우리나라 사업체 수의 95% 이상이 중소기업 사업체로 분류되며, 기업 유형별 근로자 수에서도 중소기업 근로자 비중이 88%로 중소기업이 차지하는 비중이 매우 크다(2017년 기준). 이를 뒷받침 하듯 Ayyagari, Grover and Purvis(2011)는 중소기업은 대기업에 비해 노동 집약적으로 보다 높은 고용창출능력을 보유하고 있으며 경제성장 측면에서 고용량 또한 대기업보다 중소기업의 기여도가 높다고 보고하였다.

중소기업의 높은 기여도에서 불구하고 '17년 중소기업 수출액은 전체 기업 수출액의 17.6%를 차지하였다(2017년 중소기업 수출입 현황, 관세청). 특히나 조선분야의 수출액은 3%내외로 사업체 수 대비 수출액이 미미한 수준임을 알 수 있다(2017년 기준). 다른 의미로 해석하자면 앞으로 중소기업의 글로벌 경쟁력을 키워 수출 비율을 높이고 중소기업의 capacity를 키울 수 있는 가능성이 존재하며 이는 매우 중요한 과제임을 시사한다.

이번 연구는 기업의 내부역량과 외부역량이 수출성장에 미치는 영향과 정부지원제도가 두 변수 간 관계에 어떤 역할의 구조를 가지고 있는지 도출하는 것이다. 조선기자재 중소기업을 대상으로 그들이 해외시장 진출 시 성과를 창출할 수 있는 내부역량이 무엇인지 파악하고, 과연 어떠한 역량이 수출성장에 더 큰 영향을 미치는지를 체계적으로 분석하는데 목적이 있다. 정부지원제도를 접목하여 수출중소기업의 지속적 수출성과 창출에 관한 전략 수립에 필요한 시사점을 도출하고자 한다. 다만 그 범위를 좁히기 위해 조선기자재산업으로 산업의 범위를 제한하고자 한다.

제 2 절 연구의 방법 및 논문의 구성

1. 연구의 방법 및 범위

연구 과제를 해결하기 위해 연구모형을 설계하여 가설을 설정하고 실증적으로 검증하는 형태로 진행하였다.

설문조사 모집단은 수출 관련 정부지원제도를 활용한 기업으로 한정하여 해외 직수출 또는 국내 대형 및 중소조선소 납품을 통한 간접적 수출한 기업을 대상으로 총 1,257개 기업을 표본으로 추출하였고, 본 연구의 실증 분석에 이용된 설문자료는 리서치기관, 이메일, 팩스, 우편 등을 통하여 수집되었다. 이렇게 수집된 설문자료에 대해 신뢰성 및 타당성 분석을 수행하였으며, SPSS 23 통계프로그램으로 분석하였다.

2. 논문의 구성

본 연구는 5개의 장으로 구성되어 있으며 각 장의 구성 내용은 다음과 같다.

제 1장은 연구의 배경, 연구 목적을 제시한 후 연구범위와 방법에 대해 간략하게 기술하였다.

제 2장은 연구와 관련된 이론적 배경과 선행연구를 고찰하였다.

제 3장은 연구의 모형을 설계하여 검증하기 위해 연구가설을 이론적으로 제시하였고, 변수의 조작적 정의 등 연구방법에 대해 기술하였다.

제 4장은 신뢰성 및 타당성 분석, 상관관계 분석, 회귀분석을 통해 가설의 검증 과정과 결과에 따라 가설의 채택 및 기각 여부를 해석하고 판단하였다.

제 5장은 본 연구의 실증연구 결과에 대한 요약 및 시사점을 도출하고

마지막으로 연구에서 드러난 한계점과 향후 연구 방향을 제시하였다.



II. 선행연구

제 1 절 중소기업 수출지원제도에 관한 선행연구

1. 수출지원제도

기업은 수출활동을 통해 국가경제발전에도 지대한 공헌을 하기 때문에 기업의 수출활동은 국가차원에서도 매우 중요하다(Lages and Montgomery, 2004). 예컨대, 수출금액은 국가의 외환보유고에 영향을 주며, 국가경쟁력의 척도가 되기도 하며, 수출은 사회의 번영을 증진시키고, 산업발전, 생산성 향상 그리고 신규 일자리 창출 등에도 영향을 끼친다. 따라서 국내 수출기업들이 차지하는 국민경제에서의 수출기여도 측면에서 중요도는 매우 크다.

그러나 국내 중소기업을 대상으로 한 조사연구에 의하면 전체적으로 중소기업이 국민경제에서 차지하는 비중은 세계 여러 나라에 비해 뒤지지 않지만 국제화 수준이나 국내 대기업의 국제화 수준에 비해 아직까지 열악한 수준을 벗어나지 못하고 있는 것으로 설명되고 있다.

따라서 중소기업의 국제화를 위한 지원이 필요한데, 그 이유는 중소기업이 안고 있는 규모의 영세성으로 인한 여러 가지 제약조건과 중소기업에게 불리하게 작용하는 여러 가지 시장실패의 문제를 완화시킬 수 있기 때문이다. 보다 적극적으로는 세계화의 전진 및 혁신주도 경제하에서 중소기업의 국제경쟁력을 강화하기 위해서 국제화는 필수적이며 이에 대한 정부 및 유관기관의 적절한 지원정책에 초점이 맞추어져야 할 것이다.

한편 2009년 기준 우리나라 중소기업의 수출비중은 32.3%로 여전히 대

기업 중심의 수출구조를 보이고 있어 EU, 일본, 미국 등의 중소기업 수출비 중 60~70%와 비교할 때 중소기업 수출확대에 대한 전략적인 정부지원의 필요성이 매우 높다. 이런 의미에서 수출지원정책 및 제도는 해외시장에 대한 정보가 부족하고 수출과 관련된 인력이 부재하는 등 해외 마케팅능력이 없는 기업을 돕는 제도로써 경쟁력 있는 제품을 만들고도 판매하지 못하는 수출기업을 지원하기 위해 시행되는 제도이다.³⁾

윤기창(2009)은 WTO의 출범 이후 수출촉진을 위한 보조금의 교부가 불가능해지므로 해외판로 및 수출지원정책의 중요성이 강조되었고, 독일과 같이 해외마케팅 지원사업이 보다 적극적으로 수행 되어야 한다는 것을 주장하기도 하였다.⁴⁾

일반적으로 중소기업의 수출지원제도는 수출활동지원제도(수출상담 등)와 해외시장개발제도(해외전시회 참가 등)로 구성되고, 수출지원제도의 의도에 따라 수출기본업무에 대한 설명회·세미나 등의 정보적 지식(information knowledge)지원과 해외박람회 참가 및 해외시장개척단 파견 등의 경험적 지식(experiential knowledge) 지원 등으로 구별되기도 한다.⁵⁾

또한 수출지원제도는 내수 중소기업의 수출기업화 지원과 관련된 제도, 기존 중소수출기업의 수출확대를 위한 지원제도, 그리고 국내외 수출 인프라지원제도 등으로 구별될 수 있다. 또한 지원지역 기준에 의해서 보면 국내지원제도와 현지지원제도로 구별되며, 지원자원의 특성에 따라 인적지원제도와 물적지원제도 등으로 구별해 볼 수 있다.⁶⁾

정재승(2006)은 정부의 중소수출기업 지원제도 정책방향을 크게 세 가지

3) 이희용·여택동(2009), 경북지역 중소기업 수출지원정책 및 제도 활용 실태분석 p. 357

4) 윤기창(2009), 태생적 글로벌 벤처기업의 글로벌화 정도와 성과에 관한 연구 p. 54

5) Kotabe M, Czinkota M. R(1992), State Government Promotion of Manufacturing Exports: A Gap Analysis pp. 637-659

6) 김인호(1998), 지역중소제조기업 수출지원정책의 효과에 관한 연구 p. 126

로 분류하고 있다.⁷⁾ 첫째는 대·중소기업 부문 간 양극화를 해소시키는 것이다. 둘째는 혁신형 중소수출기업 육성을 위해 지속적인 구조조정으로 한계기업을 시장원리에 따라 퇴출 또는 고부가가치사업으로 전환할 수 있는 자율적 여건을 조성하는 것이다. 셋째는 중소수출기업 지원정책을 인프라 성격의 간접지원방식인 비자금 지원서비스로 전환하는 것이다.

제 2 절 내부적 요인에 관한 선행연구

내부적 요인으로 CEO의 특성과 기업역량 요인이 제시되었다. CEO 요인으로 기업가 정신과 경험적 특성을 제시하였고, 기업역량 요인으로는 기술의 선도성, 마케팅 역량을 제시하였다.

1. CEO 특성

수출성가에 있어서 중요한 요인 중의 하나는 CEO의 특성이다. 대부분 기업들은 기업가의 축적된 기술과 경험을 바탕으로 설립이 되고, 의사결정에 있어 지대한 영향을 미치는 특성을 가지며, 해외진출 전략에서도 기업가의 경험과 태도, 네트워크가 중요한 역할을 하게 된다(박종훈·이호욱, 2004). 내수시장의 포화로 인한 한계, 국내시장의 글로벌 경쟁의 심화, 정보기술의 발달로 해외진출 비용의 감소, 성장기의 확장을 통한 추가적인 이익확보 등 다양한 동기를 가지고 해외 시장에 진출하는 중소기업이 많아지고 있으나, 이러한 외부적 동기만을 가지고 해외시장에서의 성공은 보장될 수 없다. 이에 따라 중소기업의 신속하고 활발한 해외진출과 이에 따른 성과창출을 설명하는 기업 내부적 요인에 관한 연구들이 진행되어 왔으며, 이러한 연구흐름에

7) 정재승(2006), 우리나라 중소기업 수출지원제도의 성과에 관한 실증연구 p. 6

서 기업가정신은 해외진출에 긍정적인 영향을 미치는 핵심요인으로 보고된다(Lumpkin & Dess, 1996).

기업가정신은 기업문화, 경영전략, 리더십, 국제경영, 지식경영 등의 다양한 분야에서 기업의 경영성과에 영향을 미치는 중요한 요인으로 간주되고 있다(윤기창, 2009). 특히 경영전략 측면에서는 기업가정신이 기업 내 구성원의 개인 또는 집단 간 상호작용의 결과로서 발생하는 전사적 수준의 행동양식으로 파악되고 있다(Barringer & Bluedorn, 1999). 기업 내부적으로 마케팅역량과 기술개발역량과 같은 혁신역량을 발현시키며 해외진출의 직접적 선행요인으로서 그 중요성이 강조되고 있다. 기업가정신이 해외진출과 그에 따른 성과에 미치는 긍정적인 효과에 대해서 Zahra & Garvis(2000)는 기업가정신에 따른 기업의 선도적 해외시장진출은 후발경쟁기업에게 진입장벽으로 작용하여 궁극적으로 기업의 성과를 유지하는데 도움을 준다고 주장하였다. Knight(2000) 역시 중소기업이 글로벌 시장환경 변화에 효율적으로 대응하기 위해선 기업가정신이 필수적이며, 이를 기반으로 기업의 선도적 지위를 유지시켜 경영성과에 유의할 것으로 보았다. 해외진출을 추구하는 기업의 경우 일반기업과는 다른 기업가정신을 지니고 있으며, 이는 기업의 세계화를 추진하는 선도적 행동, 이를 위한 혁신적이고 위험을 감수할 수 있는 행동양식을 글로벌 기업가정신으로 제시하였다.

2. 기업역량

(1) 기술 역량

자원기반관점(Resource based view)에서는 기술과 지식 등의 무형적 자산이 기업이 해외시장에 진입할 때, 다국적 기업과의 자원제약과 여러 불리함을 극복할 수 있는, 중소기업의 글로벌화에 중요한 결정요인으로 강조되어 왔다(Cavusgil and Knight, 2004).

Bloodgood(1996)은 벤처기업의 기술의 혁신정도와 글로벌화의 정도, 해외시장점유율 간에 정의 상관관계를 발견하였고, Autio(2000)는 타 기업이 쉽게 모방할 수 없는 차별적인 지식과 기술이 해외시장에서 벤처기업의 경쟁역량의 원천이 되는 것을 발견하였다. Shrader(2001)는 R&D 집약도가 벤처기업의 주요 글로벌화 요인임을 주장하였다.

기업의 기술적 우위와 기업의 수출성향과의 상관관계에 대한 연구들에서도 높은 상관관계가 있다는 것을 발견하였다. Testar(1977)는 수출기업들 고수출비중기업(매출액 대비 수출이 10% 이상)와 저수출비중기업(매출액 대비 수출이 10% 이하), 비수출기업으로 구분하고, 유형별 차이를 가져오는 요인들을 분석한 결과 고수출비중기업이 신제품개발과 관련되어 있고, 자신의 제품을 가격경쟁력이 있고 독특하다고 간주하는 등 기술적 능력이 뛰어난 기업이 높은 수출비중을 달성하는 것을 발견하였다.

기술역량을 보유한 기업은 다른 물리적 역량을 보유한 기업에 비해 지속적인 개발이 이루어 질 수 있고, 추가적인 비용을 지불하지 않더라도 기술역량을 활용하여 국제화를 더 적극적으로 추진하게 된다(반혜정, 2008). 이 주장은 Crick and Jones(2000)의 연구에서도 확인할 수 있다. 연구자는 첨단기술을 보유하고 있는 기업이 낮은 기술수준을 보유한 기업보다 더 많은 다국적 생산 활동에 참여한다고 주장하였다.

위 선행연구를 종합하여 판단하면 다음과 같다. 중소기업의 경우 제한된 자원으로 인해 수출성과를 창출하는 데 많은 어려움이 발생된다. 이를 타개하기 위해서는 제품 경쟁우위를 선점하고 기술혁신이 지속적으로 이루어져야 한다. Barney(1991)는 시장에서 기업이 지속적인 경쟁우위(Sustainable competitive advantage)를 유지하기 위한 조건은 가치, 희소성, 모방·대체 불가능한 자원으로 분류하고 있다.

(2) 마케팅 역량

기술역량과 마찬가지로 무형자산으로서의 마케팅 자산 구축에는 상대적으로 많은 자원이 투입되기 때문에 국제마케팅역량에 많은 자원을 투자한 기업은 가능한 한 국내시장뿐만 아니라 해외시장에 신속하게 진입하여 투자비용을 회수하려 할 것이다. 따라서 국제마케팅역량이 높은 기업은 신속하게 해외시장에 진입하려 한다(Cavusgil et al, 1979; Tesar, 1977; Yaprak, 1985).

국내시장에서 광고선전비 투자를 통하여 독특한 제품을 개발하고 뛰어난 마케팅 역량을 갖춘 기업은 해외시장의 새로운 수출 수요나 추가적인 수출수요에 상대적으로 효과적으로 반응하게 될 것이다. 독특한 제품, 우수한 고객 서비스, 브랜드명 등 상대적으로 특화된 마케팅 자원에 근거한 마케팅 역량은 경쟁기업과 구별짓게 하는 것으로서 자원제약하의 벤처기업이 해외 틈새시장 등에 쉽게 진출하도록 하며 해외시장에서 높은 성과를 달성하게 하는 장점이 있다(Miles and Snow, 1978)

3. 외부적 요인

외부적 요인으로 수출 지원관련 체계, 수출시장 경쟁강도, 무역장벽 및 FTA 활용지원과 의지, 제휴 및 협력업체와의 관계로 분류하였다.

(1) 수출 지원관련 체계

중소기업 수출지원제도는 해외시장을 개척함에 있어 시장 기능에 의해 해소되기 어려운 구조적 애로를 겪는 중소기업을 지원하는 제도이다. 산업통상자원부는 공익성을 띤 지원기관인 대한무역투자진흥공사(KOTRA)를 통해, 중소기업청은 중소기업진흥공단에 위임하여 많은 사업을 진행하고 있으며, 지원기관중에서는 KOTRA가 가장 많은 지원사업을 담당하고 있고 한국무역협회, 대한상공회의소, 중소기업중앙회와 같은 민간기관들과 한국수출보험공사, 한국수출입은행, 신용보증기금 등의 기관들도 수출관련 서비스를 지원하고 있다(산업연구원 2014). 지자체 역시 다양한 지원사업을 통해 지역

중소기업의 수출 지원을 추진하고 있는데 지자체 직접수행, 산하기관을 통한 운영, KOTRA나 무역협회 등에 위탁하는 방법 등을 통해 실행하고 있다. 수출 주무부처인 산업통상자원부는 대한민국의 산업, 통상 및 자원과 관련한 사무를 관장하는 중앙행정기관으로 정책 및 사업을 기획·하되 범용적 수출지원 사업은 수출 전문기관인 KOTRA 등 산업부 산하의 공공기관이나 업종단체 등을 사업시행의 주체로 삼아 산업을 진행하고 국제 R&D 협력 지원사업을 통해 간접적인 수출 지원기능 정도만 직접수행하며 중소기업 및 중견기업에 관한 사무는 산하에 중소기업청을 두어 수행한다(산업연구원, 2014).

(2) 수출시장 경쟁강도

수출시장 경쟁강도에 대한 연구(김영일, 2008)에 있어 측정 요인을 경쟁치열정도, 경쟁자 수, 경쟁자 행동에 대한 타 경쟁자 반응 수준 등으로 설정하고 시장경쟁강도가 높다는 것은 시장 진입장벽이 낮아 가격 경쟁이 불가피하여 기업 경영에 어려움을 준다고 주장하며 시장경쟁 강도는 중소수출기업들로 하여금 현재의 경쟁 강도보다는 미래에 대한 불확실성에 대한 부담감을 느끼게 함을 시사하였다.

(3) 무역 장벽 및 FTA 활용 의지

우리나라 무역의존도가 다른 국가에 비해 상당히 높은 편이며 주요 20개국(G20) 중에서도 수출의존도가 43.4%로 가장 높은 편에 속한다(강현수, 2011). 높은 무역의존도는 우리나라에게 있어 무역경쟁력을 높여야하는 필수 불가결한 이유가 되었고 FTA 비중도 높아지게 되었다. 2012년 한국과 미국 간 무역통계를 분석한 결과 FTA 활용률이 50%를 넘고 한-미 FTA가 긍정적이었다고 평가하였다(정인교, 2013). 주요 경쟁국이 FTA를 앞 다투어 추진하고 있는 통상환경 하에서 우리나라가 기존 수출시장을 유지하고 새로운 시장에 진출하기 위해 FTA 확대에 전력을 다하는 것은 당연하다. 주요 교역국이 여타 국가와 먼저 FTA를 체결한다면 한국기업의 상품은 고관세 적용

에 따른 가격경쟁력이 저하로 점차 그 시장을 잃을 수 밖에 없다고 분석하였다(윤대영, 2008).

(4) 제휴 및 협력업체와의 관계

전략적 제휴에 대해 둘 또는 그 이상의 기업들이 업무나 일련의 업무를 하기 위해 시장의 외부 자원을 조합하는 계약이라고 정의하였다(Oster, 1994). 또 다른 정의로는 전략적 제휴를 기업들 간에 제품, 기술 또는 서비스의 공동개발, 공유, 교환에 관련된 자별적인 조직의 협력이라고도 하였다(Gulati, 1998). 시장의 빠른 변화를 극복하기 위해 제휴 필요성이 제시되고 있는데, 시장의 빠른 변화에는 지속적인 경쟁대상 변경, 지속적 기술혁신, 제품의 라이프 사이클 단축 등이 포함되며, 이러한 시장의 변화에 기업들이 효과적으로 대처하기 위해서는 필요한 인적, 재정적, 기술적 자원을 가질 수 없기 때문에 제휴를 하게 된다. 파트너십 결정요인으로는 자원의 상호보완성 및 쌍방향 의사소통이 제휴와 협력의 성공요인으로 분석하였다(권영철, 2004).

4. 수출성과

수출성과는 기업성과와 함께 사용되고 있으며, 성과를 측정하는 요소로 다양한 기준이 활용되고 있다(Kanter and Brinkerhoff, 1981). 1980년대 이전은 판매량, 매출액 등 수익성 분석이 주류를 이루었으며 1980년대 이후에는 시제품 판매율, 시장점유율 등의 비재무적인 성과측정 변수가 개발되었다. 이후 1990년대 초 부터는 고객중심의 성과측정 개념도 개발되었다(이성호·박찬영·김영관, 2011).

최근 많은 연구에서 재무적 성과와 비재무적 성과를 병행하여 성과를 측정하면서, 시장점유율이나 수익성과 같은 재무적 성과와 고객의 만족, 제품의 인지도 등과 같은 비재무적 성과를 측정할 수 있다(이흥균, 2014).

(1) 재무적 성과

재무적 기업성과지표는 경영성과와 기업의 지속경영 가능 여부를 판단하는 중요한 지표로 사용되며 단기성과를 측정하는 기준으로는 기업의 최종적인 기업성과가 있고 재무적 성과요인으로는 매출액, 당기순이익, 경상이익, 수익성, 유동성, 수익률 등을 포함한다.

그러나 중소기업의 해외진출 성과를 산출물 측면만으로 강조하여 판단하는 것이 적절치 않을 수 있다는 지적이 제기되었다(Autio 2000). 이는 중소기업의 경우 객관적 재무자료에 대한 신뢰성이 낮으며, 조직의 혁신활동과 같은 결과를 파악하고 있지 못하기 때문이다(Tsai, MacMillan and Low, 1991).

(2) 비재무적 성과

비재무적 성과는 재무적 성과로 측정할 수 없는 기업의 장기적 성과를 나타내는 것에 적합하며 재무적 성과에 비해 더 종합적이고 포괄적이며 주관적인 측정방법을 통해 재무적 성과를 더 정확히 파악하여 기업 성과를 측정하는데 장점을 가지고 있지만, 주관적인 요소가 많아 객관적인 평가가 어려우며, 단기적인 성과를 측정하기에는 한계가 있어 재무적 성과와 병행하여 연구를 하여야 기업 성과를 정확하게 파악할 수 있다.

객관적 성과지표의 경우, 각 기업이 중요하게 생각하는 성과변수를 충분히 감안할 수 없으며, 각 기업이 추구하는 전략을 충분히 평가할 수 있는 변수를 찾기가 어렵기 때문에 재무적 성과지표보다 비재무적 성과지표가 더 선호될 수 있다고 분석하였다(Govindrajan and Fisher, 1990).

5. 국내 조선기자재 산업 현황

(1) 조선기자재 산업현황

국내 조선기자재 기업 중 한국조합의 회원사로 등록되어 있는 기업은 총 226개사이며 총 종사자 수는 53,375명이다.(2017년 기준) 회원사와 종사자 변화를 보면 회원사는 증가하나 종사자는 지속적으로 감소하는 것으로 나타난다.

[표 3] 한국조합 회원사 변화

년도	2013	2014	2015	2016	2017
회원사 수(개)	188	188	211	227	226
종사자(명)	63,204	58,881	58,263	56,025	53,375

자료 : 한국조선해양기자재공업협동조합

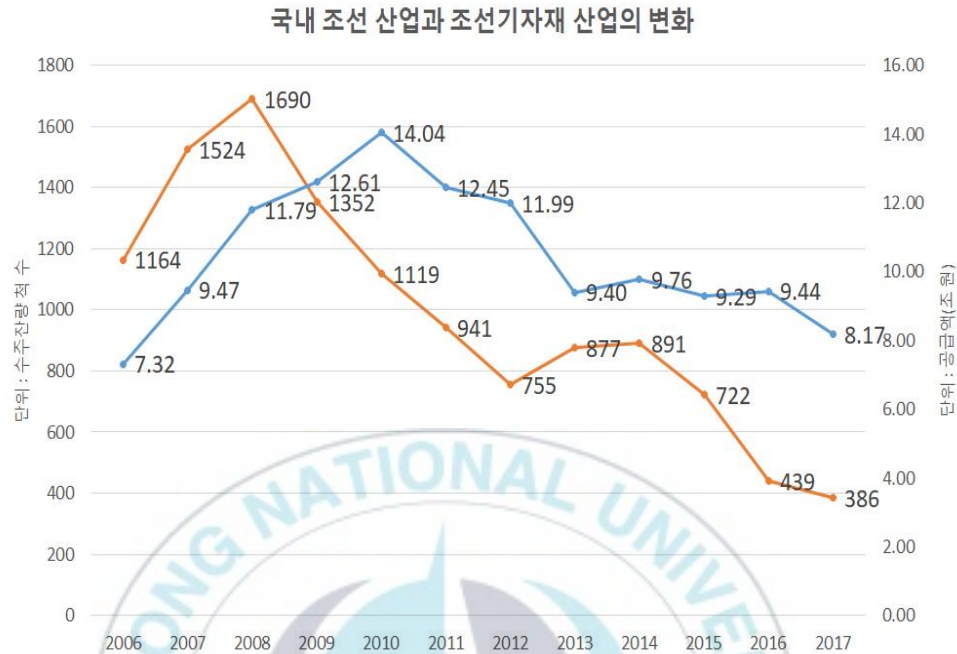
한국조합의 자료에 따르면 국내 조선기자재 산업의 공급액은 8.17조 원(2017년 기준)이며 전반적으로 감소 추세인 것으로 파악된다.

[표 4] 조선기자재 산업 공급액 변화

년도	2013	2014	2015	2016	2017
공급액(백만원)	9,403,666	9,764,194	9,288,300	9,435,174	8,172,793

자료 : 한국조선해양기자재공업협동조합

국내 조선기자재 산업의 침체는 국내 조선 산업 침체에서 원인을 찾을 수 있다. 아래 그림에서 보듯이 국내 조선 산업의 수주잔량은 2008년 1690척 이후 지속적으로 감소했다. 이에 따라, 조선기자재 산업 역시 2010년에 14.04조 원으로 최고점을 기록한 이후 지속적인 감소 추세를 나타냈다.



<그림 1> 국내 조선 산업과 조선기자재 산업의 변화

자료 : KOSHIPA, KOMEA

일반적으로 선박 수주 이후 조선기자재 공급까지 2~3년의 시차가 있는 것으로 알려져 있다. 위 그래프는 이러한 조선 산업과 조선기자재 산업의 관계를 반영하고 있다. 조선 산업이 2006년부터 2008년까지 수주잔량이 증가하는 동안 조선기자재 산업 역시 산업 규모가 증가했다.

최근 몇 년을 보면 수주잔량이 크게 차이가 없는 2013년과 2014년의 영향으로 조선기자재 산업도 2015년과 2016년에 걸쳐 견고한 모습을 보였다. 그러나 수주잔량이 감소한 2015년의 영향으로 2017년 조선기자재 산업 규모는 전년대비 1.27조 원 감소했다. 2016년과 2017년 수주잔량이 급감하는 추세를 보이고 있다.

(2) 조선기자재 산업 수출 현황

국내 조선기자재 산업의 수출액은 공급액과 유사하게 2011년 27억 달러로 최고점을 기록한 이후 대체로 감소 추세를 보였다. 2017년은 13억 달러로 2011년의 절반 이하에 그치고 있다.

한국조합의 수출액 자료를 보면 기관 부문의 수출액이 가장 큰 비중을 차지하고 있는데 여기에는 엔진을 제조하는 대기업 수출액이 포함되어 있기 때문이다. 한국조선해양기자재연구원이 보유하고 있는 조선기자재 기업 현황 자료에 따르면 우리나라 조선기자재 산업의 99.7%가 중소기업에 속하는 것으로 나타났다⁸⁾.

[표 5] 국내 조선기자재 산업 수출액 변화

(단위 : 백만\$)

연도	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
기관	1,416	1,131	815	952	1,098	796	595
의장	728	603	402	519	526	407	325
전기전자	392	338	212	240	185	156	262
선체	220	179	131	131	101	89	146
계	2,756	2,251	1,560	1,842	1,910	1,448	1,328

자료 : 한국조선해양기자재공업협동조합

8) 2016년 기준, 최근 3년 연속 조선기자재 산업 매출이 있는 669개 기업 대상

(3) 정부지원제도 현황

정부에서 지원하는 수출지원 정책 및 제도는 해외시장에 대한 정보가 부족하고 수출 인력부족 등 해외마케팅 능력이 부족한 기업을 돕는 제도라 할 수 있다. 즉 경쟁력 있는 제품을 만들고도 판매하지 못하는 수출기업을 지원하기 위해 시행되는 제도이다.(이화용·여택동, 2009). 기업은 내부적 동기에 의해 수출에 참여하지만 시장요인과 같은 외부적 요인에 의해서도 수출활동에 적극적으로 참여하기도 하며, 수출지원제도 역시 기업들이 수출활동에 참여하도록 유도하는 중요한 동기가 된다(이병국, 2015).

우리나라 조선기자재 산업 수출 증대를 위한 정책은 한국조선해양기자재공업협동조합(이하 “한국조합”), 부산조선해양기자재공업협동조합(이하 “부산조합”) 등이 정부의 지원을 받아 수행한 국내 조선기자재 산업의 수출 지원 프로그램이 있다.

[표 6] 해외 수출 지원 프로그램

기관명	지원성격	비 고
한국조선해양기자재 공업협동조합	- 전시회 참가 - 수출상담회 - 시장개척단 - 무역사절단 - 네트워크 구축	- 지원지역 : 전국 - 대상산업 : 조선해양기자재산업 - 대상국가 : 인도, 그리스, 덴마크, 영국, 러시아, 스페인, 일본, 중국 - 대상 : 회원사
부산조선해양기자재 공업협동조합	- 전시회 참가 - 수출상담회 - 무역사절단	- 지원지역 : 부산지역 - 대상산업 : 조선해양기자재산업 - 대상국가 : 러시아, 일본, 중국, 말레이시아, 싱가포르, 필리핀 - 대상 : 회원사
대한무역투자진흥공사	- 시장조사/설명회 - 전시회 참가 - 수출상담회 - 무역사절단 - 비즈니스출장 지원 - 해외물류네트워크	- 지원지역 : 전국 - 대상산업 : 전산업 - 대상국가 : 85개국 무역관 소재 - 대상 : 중소·중견기업 - 특징 : 수출진입~활성단계별 프로그램, 시장조사-비즈니스출장-해외물류 분야 범위

지금까지의 수출 지원 프로그램은 해외 전시회 참가, 시장개척단 또는 무역사절단 파견, 수출상담회 개최 등이 있었다. 이 중 한국조합, 부산조합에서 진행한 프로그램들은 조선해양기자재 기업을 대상으로 일본, 중국 등 수출대상 국가를 목표로 한 반면, 대한무역투자진흥공사에서 진행한 프로그램은 전산업, 85개 무역관이 소재한 국가를 대상으로 하여 성격에 다소 차이가 있었다.

이런 프로그램들이 꾸준히 진행됐음에도 불구하고 우리나라 조선기자재 산업의 수출이 성과를 거두지 못한 것은 이런 프로그램들이 단발성 지원 정책에 그치고 있기 때문이다. 예를 들어, 해외 전시회 참가는 그 형태가 국내 조선기자재 기업의 해외 전시회 출장비 지원 수준에 그치고 있는 것이다. 또는, 특출난 기업의 개별 수출 성과를 포장하는데 활용되기도 하였다. 이러한 방식의 지원은 수출 성과를 기대하는데 한계가 있다.

지금까지의 수출 지원 방향이 개별기업의 홍보 지원에 맞춰져 있었고 이를 지원하기 위해 수출상담회, 전시회 참가 등이 진행되었다. 그러나 앞으로는 개별 기업이 아닌 우리나라 조선기자재 산업을 대상으로 하며 기능 또한 홍보를 넘어 실질적인 거래가 이뤄질 수 있는 거래 지원으로 수출 지원 정책 방향을 바꿔야 할 것으로 판단된다.

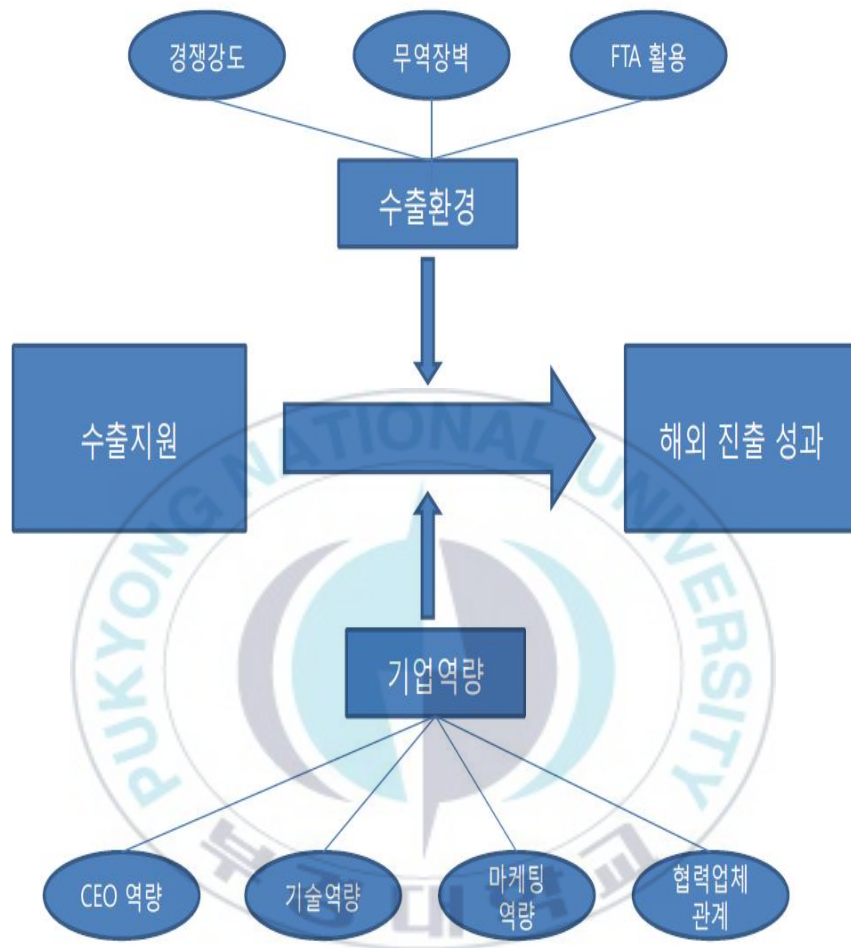


Ⅲ. 연구의 설계와 방법

제 1 절 연구 모형의 설계

기업의 내부역량 및 외부역량과 수출성과와의 관계를 찾으려는 많은 연구들이 선행되어 왔다. 또한 정부지원제도의 실효성 검증을 파악하기 위한 연구도 진행되었다. 물론 기업의 역량, 수출성과와 정부지원제도 사이에서의 관계성에 대한 연구는 있었지만, 조선기자재산업을 중심으로 진행된 연구는 미미한 수준이다.

따라서 본 연구의 목적은 부산, 울산, 경남 소재 조선기자재 수출중소기업이 가진 내부역량이 수출성과에 미치는 영향을 파악함에 있어, 정부지원제도가 얼마만큼 영향을 미치는지를 연구하고자 한다. 수출 중소기업의 수출성과에 영향을 미치는 역량들과 수출성과의 관계를 설정하고 이를 분석·입증하고자 하는 것이다. 이를 위한 연구모형은 다음과 같다.



<그림 2> 연구모형

제 2 절 연구 가설의 설정

1. 수출지원과 수출성과 간 관계

수출 지원 정책에 관련하여 조이현(2006)은 중소기업이 한국경제에 차지하는 비중은 다른 나라에 비해 뒤지지 않지만 중소기업의 글로벌화 수준은 아직 열악한 수준이며 중소기업의 글로벌화를 위한 지원이 필요한 이유는 해외시장 진출의 어려움과 기업 구조의 영세성을 완화시키는데 있다고 하였다. 이에 대한 정부 및 유관기관의 수출지원정책이 필요한 시점이라고 주장하였다. 이처럼 수출지원은 기업의 가시적인 수출성과를 가져다 주게 될 것으로 보여지고 이에 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1 : 수출 및 수출지원은 기업의 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2. 기업역량과 해외 진출 성과 간 관계

전략경영 및 국제경영 분야에서 기업핵심역량은 기업이 보유하고 있는 경쟁력의 원천이며, 차별화된 핵심역량을 반영한 핵심 제품의 중요성을 강조하고 있다. 특히, 중소기업의 경우 그들이 가지고 있는 핵심제품에 초점을 맞추어야만 핵심역량이 지속적으로 이루어 질 수 있을 것이다. 이는 기업역량과 밀접한 관계가 있다.(Itami, 1987).

Song, Jeffery and Jinhong(1998)은 수출중소기업에 있어 차별화된 기업역량을 핵심역량으로 간주하였고, 현지시장의 고객 정보와 핵심기술을 얼마나 효율적으로 학습 하느냐하는 개념으로 정의하였다. 같은 맥락으로 혁신적이고 선도적인 기술능력이 높을수록 해외시장점유율이 높아지며, 더 높은 수

출성과를 달성 할 수 있다고 하였다(Burgel and Murray, 2000; Aspelund and Moen, 2001).

Zahra et al.,(2006)는 기업이 기업역량을 많이 확보하면 할수록 더 큰 혁신을 통해 고품질의 제품을 생산할 수 있어 새로운 시장에 경쟁자보다 빨리 진입할 수 있는 기회를 획득할 수 있다고 주장하였다. 이에 따라 기업역량 및 하위 요소와 해외진출 성과 간 가설을 다음과 같이 설정하였다.

가설 2 : 기업역량은 수출지원이 해외 진출 성과에 영향을 미치는 데 조절효과가 있을 것이다.

가설 2-1 : 기업의 해외 진출 성과는 CEO의 내부역량 수준에 따라 차이가 있을 것이다.

가설 2-2 : 기업의 해외 진출 성과는 기술역량에 따라 차이가 있을 것이다.

가설 2-3 : 기업의 해외 진출 성과는 마케팅 역량에 따라 차이가 있을 것이다.

가설 2-4 : 기업의 해외 진출 성과는 제휴 및 협력업체와의 관계에 따라 차이가 있을 것이다.

3. 수출환경과 해외 진출 성과 간의 관계

기업의 활동에 광범위하게 영향을 미치는 요소 중 하나는 수출환경이며 이러한 수출환경은 경쟁강도, 무역장벽 및 FTA활용 지원 등의 수출지원으로 나뉠 수 있다. 시장경쟁 강도에 대한 선행연구에 있어 김영일(2008)은 측정 요인을 경쟁치열정도, 경쟁자 수, 경쟁자 행동에 대한 타 경쟁자 반응 수준 등으로 설정하고 시장경쟁강도가 높다는 것은 시장 진입장벽이 낮아 가격 경쟁이 불가피하여 기업 경영에 어려움을 준다고 주장하며 시장경쟁 강

도는 중소수출기업들로 하여금 현재의 경쟁 강도보다는 미래의 불확실성에 대한 부담감을 느끼게 함을 시사하였다.

무역장벽의 경우도 중소수출기업들이 겪는 난관 중의 하나로 자국 산업 및 시장을 보호하고자 하는 의도가 강하기에 수출의 어려움이 가중된다. 현재는 보호무역에서 자유무역주의로 변화하기 추세이기에 기존 자국산업을 보호하는 수단인 관세가 현저히 낮아져 있지만 무역장벽으로 인하여 가시적인 해외 진출 성과를 내기엔 다소 무리하게 보여진다.

FTA지원 활용에 있어서 중소기업의 FTA 활용의 이행비용을 초과하는 경제적 유인이 있어야 한다는 점이 강조되었고, 대기업의 협력사에 대한 이행비용의 지원 등의 보상전략이 필요하다고 보여진다. FTA 활용도를 제고하기 위해 교육 시스템 확보, 마케팅 및 홍보 활동 강화가 필요하다. 이에 따라 수출환경 및 하위 요소와 해외진출 성과 간 가설을 다음과 같이 설정하였다.

가설 3 : 수출환경은 수출지원이 해외 진출 성과에 영향을 미치는 데 조절효과가 있을 것이다.

가설 3-1 : 기업의 해외 진출 성과는 경쟁강도에 따라 차이가 있을 것이다.

가설 3-2 : 기업의 해외 진출 성과는 무역장벽의 강도에 따라 차이가 있을 것이다.

가설 3-3 : 기업의 해외 진출 성과는 FTA 활용 지원 및 의지에 따라 차이가 있을 것이다.

IV. 실증분석

제 1 절 조사 개요 및 자료 분석

1. 조사개요

본 연구는 부산, 경남 지역 소재 조선해양기자재 수출중소기업을 대상으로 기업이 보유한 내부역량과 해외 진출 성과의 관계를 조사하면서 정부의 수출 지원에 대한 정책이 두 변수 사이에 어떤 역할을 하는지 규명하고자 한다.

조사 대상은 한국조선해양기자재연구원, 한국조선해양기자재공업협동조합, 부산조선해양기자재공업협동조합 및 경남조선해양기자재협동조합에서 2018년 8월 기준으로 보유하고 있는 조선기자재 업체 리스트를 기반으로 총 1,259개 중소기업을 대상으로 2018년 8월 21일부터 동년 9월 7일까지 설문조사를 실시하였다.

설문지는 조사기관인 한국기업데이터(주)에서 구조화된 설문지를 이용하여 전화, E-mail, 팩스를 통해 1,300부의 설문지를 배포하여 총 334부를 회수하였다. 회수된 설문지 중 미수출 응답 설문지 149부를 제외한 185부의 설문지를 대상으로 실증분석을 행하였다.

연구의 실증연구를 위한 설문지 구성은 크게 10가지 권역으로 구분하여 구성하였으며, 모두 Likert 7점 척도를 사용하였다. 항목별 평가는 ① 전혀 그렇지 않다 ④ 보통이다 ⑦ 매우 그렇다 로 구분하여 좀 더 세분화 된 기준으로 측정하였다.

2. 자료 분석방법

본 연구의 가설들을 분석하기 위해 우선 측정의 신뢰도와 타당성 검증을 하였다. 측정 데이터의 일관성을 평가하기 위해 크론바하 알파(Cronbach's alpha)를 사용하였으며, 신뢰성을 측정하는 방법으로 가장 널리 알려진 크론바하 알파(Cronbach's alpha) 계수를 이용하였다.

또한, 타당성을 검증하기 위하여 요인분석기법(factor analysis)을 사용하였다. 요인분석은 상관관계가 높은 여러 변수들 간의 저변에 존재하는 공통인자(common factor)를 유사한 항목으로 묶어서 정보의 손실을 최소화하면서 다수의 변수들을 소수의 요인으로 축소시켜 정보를 축약하였다.

상관관계분석(correlation analysis)은 변수들 간의 관련성을 분석하는데 유용하게 사용될 수 있다. 본 연구에서는 변수들 간의 관계를 파악하기 위하여 상관관계분석을 실시하였다.

연구의 가설검증을 위하여 SPSS 23.0을 사용하여 기술통계, 상관관계, 신뢰성 검증 및 탐색적 요인분석을 실시하였고, 회귀분석을 통하여 가설을 검증하였다.

3. 표본의 특성

연구표본의 특성은 [표]과 같다. 구체적으로 응답기업의 업력으로는 10년 미만인 기업이 30개사(16.2%), 10년~19년 82개사(44.3%), 20~29년 51개사(27.6%), 30년 이상 기업은 22개사(11.9%)로 나타났다.

전체 응답기업의 규모로는 10인 미만은 33개사(17.8%), 10인~19인 이하 25개사(13.5%), 20~49인 이하 64개사(34.6%), 50~99인 이하 36개사(19.5%), 100인 이상 27개(14.6%)로 나타났다.

수출거래 기업 수로는 5개 미만으로 응답한 기업은 64개사(34.6%), 5~9

개 이하 38개사(20.5%), 10~29개사 이하 55개사(29.7%), 30개사 이상 28개사(15.1%)이며, 수출시장 개수로는 1~2개국 이하는 45개사(24.3%), 3~5개국 이하는 67개사(26.2%), 6~11개국 이하 48개사(25.9%), 12개국 이상 25개사(13.5%)로 분석되었다.

[표 7] 응답자 특성

(단위: %)

		사례수	구성비
수출 전체		185	100.0
업력	10년 미만	30	16.2
	10-19년	82	44.3
	20-29년	51	27.6
	30년 이상	22	11.9
규모	10인 미만	33	17.8
	10-19인	25	13.5
	20-49인	64	34.6
	50-99인	36	19.5
	100인 이상	27	14.6
수출 거래 기업수	5개 미만	64	34.6
	5-9개	38	20.5
	10-29개	55	29.7
	30개 이상	28	15.1
수출 시장 개수	1-2개	45	24.3
	3-5개	67	36.2
	6-11개	48	25.9
	12개 이상	25	13.5

응답자 분포는 아래의 [표]와 같다. 임원은 33개사, 중간관리자급인 차장,

부장, 과장, 팀장은 77개사, 대리는 40개사, 사원은 35개사로 나타났다.

[표 8] 응답자 분포

항 목	구 성	응답수(개사)	백분율(%)
직 급	임원	33	17.8
	차장, 부장, 과장, 팀장	77	41.6
	대리	40	21.7
	사원	35	18.9

4. 기술통계

변수들의 기술적 통계값을 알아보기 위하여 기술통계분석을 실시하였다.

[표 9] 기술통계분석

	N	최소값	최대값	평균	표준편차	왜도	첨도
수출지원	211	1	7	3.64	1.233	.113	.032
경쟁강도	209	1	7	4.58	1.194	-.144	.487
무역장벽	208	1	7	3.39	1.236	-.185	.078
FTA활용의지	211	1	7	3.56	1.352	-.173	.081
수출환경	208	1	7	3.93	.966	.005	1.064
내부역량	334	1	7	3.82	1.197	.132	.561
기술역량	334	1	7	4.93	1.063	-.315	.380
마케팅역량	334	1	7	4.00	1.232	-.080	-.164
제휴협력	209	1	7	4.10	1.251	-.391	.474
기업역량	209	2	7	4.37	.811	.090	.498
수출성과	208	1	7	3.71	1.214	-.023	.100

먼저 수출지원을 살펴보면, 평균이 3.64, 표준편차가 1.233으로 나타났다. 경쟁강도를 살펴보면, 평균이 4.58, 표준편차가 1.194으로 나타났다. 무역장벽을 살펴보면, 평균이 3.39, 표준편차가 1.236으로 나타났다. FTA활용의지를

살펴보면, 평균이 3.56, 표준편차가 1.352으로 나타났다. 수출환경을 살펴보면, 평균이 3.93, 표준편차가 .966으로 나타났다. 내부역량을 살펴보면, 평균이 3.82, 표준편차가 1.197으로 나타났다. 기술역량을 살펴보면, 평균이 4.93, 표준편차가 1.063으로 나타났다. 마케팅역량을 살펴보면, 평균이 4.00, 표준편차가 1.232으로 나타났다. 제휴협력을 살펴보면, 평균이 4.10, 표준편차가 1.251으로 나타났다. 기업역량을 살펴보면, 평균이 4.37, 표준편차가 .811으로 나타났다. 수출성과를 살펴보면, 평균이 3.71, 표준편차가 1.214으로 나타났다.

정규성 검정은 일변량 정규성과 다변량 정규성 모두 검토하였으며 정규성 항목 중 왜도와 첨도를 통해 파악하였다. 왜도는 자료의 대칭성정도를 나타낸 것으로 평균에 대한 대칭적 정규분포와는 달리 양의 왜도는 자료가 평균 좌측에 몰려있고, 음의 왜도는 평균의 우측에 몰려있어 평균에 대한 비대칭적 분포를 이룬다 왜도는 절대값 3이상, 첨도는 절대값 7이상일 경우 자료 정규성에 문제가 있는 것으로 판단한다. SPSS에서 첨도 값은 정규분포에서 표준화된 첨도지수 값 3을 제외한 결과로 해석할 때는 3을 더해서 해석한다 이 연구의 응답자료 정규성 검토결과 일변량 정규성 가정에는 왜도와 첨도는 문제가 없는 것으로 나타났다.

5. 요인분석 및 신뢰도 분석

연구에 사용된 측정도구들이 실제로 측정하고자 하는 개념을 얼마나 정확히 측정하였는지 확인하기 위해서 탐색적 요인분석을 하였으며, 이러한 탐색적 요인분석은 수많은 변수를 상관관계가 높은 것끼리 묶어줌으로써 변수의 축소를 통해서 그 내용을 단순화시키고, 측정도구의 타당성을 판정하는 것이기 때문에 타당성 검정이라고도 한다(송지준, 2017). 본 연구에서는 타당성 측정하기 위해 가정 보편적으로 사용되는 탐색적 요인분석을 실시하였다.

모든 측정변수는 구성요인을 추출하기 위해서 주성분 분석(principal component analysis)을 사용하였고, 요인적재치의 단순화를 위하여 직교회전방식(varimax)을 채택하였다. 요인 적재치는 각 변수와 요인간의 상관관계의 정도를 나타내기 때문에 각 변수들은 요인적재치가 가장 높은 요인에 속하게 된다.

크론바하 알파(Cronbach's alpha)값을 해석하는 기준은 일반적으로 사회과학 분야에서는 0.6이상이면 신뢰도가 있다고 본다(Nunnally, 1978). 신뢰성 검증을 통과한 항목으로 탐색적 요인 분석(exploratory factor analysis)분석 결과, 크론바하 알파(Cronbach's alpha)값이 0.6 미만은 항목들은 신뢰성이 결여된다고 판단하여 분석 대상에서 제외하였다. 그 결과 회사 역량 평가에서 C1, C4, C9, C10, C11은 제거되었고, 수출 관련 평가에서 D5, D12가 제거되었다.

요인분석으로 통하여 9가지 요인을 묶어줌으로써 변수들의 단순화를 하였다. 직교 회전 방법인 베리맥스 회전을 통하여 요인 회전을 하였으며, KMO와 Bartlett의 구형성 검증도 동시에 하였다. 먼저 KMO를 보면, 일반적으로 0.7이상이면 양호한 것으로 판단된다. KMO이 0.847가 나왔으므로 양호하다고 판단이 된다. 다음은 Bartlett으로 요인분석의 사용이 적합한지 판단하는 검정으로 0.05보다 훨씬 작은 값이 나왔으므로 요인분석의 사용이 적합하다고 할 수 있다. 요인분석으로 분석한 결과 요인은 9가지로 제휴협력, 수출성과, FTA활용의지,수출지원,경쟁강도,기술역량,마케팅역량,무역장벽, 그리고, 내부역량으로 상위변수가 나타났다. 동일한 개념에 대해 측정을 반복했을 경우 동일한 측정값을 얻을 가능성이 있는지 대해서 알아보는 것을 신뢰도 검증 또는 Cronbach 알파검증 이라고 한다. 보통 논문에서는 0.6이상이면 신뢰도가 있다고 판단을 한다.

먼저 제휴협력을 살펴보면, 신뢰도의 값이 0.936으로 매우 높은 신뢰도를

보이고 있다. 다음은 수출성과를 살펴보면, 신뢰도의 값이 0.894으로 높은 신뢰도를 보이고 있다. 다음은 FTA활용의지를 살펴보면, 신뢰도의 값이 0.910으로 매우 높은 신뢰도를 보이고 있다. 다음은 수출지원을 살펴보면, 신뢰도의 값이 0.888으로 높은 신뢰도를 보이고 있다. 다음은 경쟁강도를 살펴보면, 신뢰도의 값이 0.870으로 높은 신뢰도를 보이고 있다. 다음은 기술역량을 살펴보면, 신뢰도의 값이 0.789으로 보통 신뢰도를 보이고 있다. 다음은 마케팅역량을 살펴보면, 신뢰도의 값이 0.813으로 높은 신뢰도를 보이고 있다. 다음은 무역장벽을 살펴보면, 신뢰도의 값이 0.923으로 매우 높은 신뢰도를 보이고 있다. 마지막으로 내부역량을 살펴보면, 신뢰도의 값이 0.685으로 낮은 신뢰도를 보이고 있다.

[표 10] 요인분석 및 신뢰도 분석

항목	요인명									Cronbach's Alpha
	제휴협력	수출성과	FTA 활용의지	수출지원	경쟁강도	기술역량	마케팅역량	무역장벽	내부역량	
제휴협력D18	.858	.223	.117	.091	.175	.048	.180	.091	-.046	.936
제휴협력D19	.843	.258	.133	.098	.179	.008	.189	.045	.015	
제휴협력D21	.827	.186	.130	.123	.131	.116	.177	.033	-.012	
제휴협력D17	.757	.122	.136	.244	.230	.041	.166	.202	-.034	
제휴협력D20	.730	.262	.061	.299	.042	.108	.105	.064	.116	
수출성과D28	.248	.895	.060	.049	.034	.070	.099	.064	-.019	.894
수출성과D27	.255	.879	.071	.030	.081	.003	.053	.100	.011	
수출성과D30	.182	.806	.143	.091	.031	.111	.062	.179	.081	
수출성과D29	.168	.715	.212	.001	.322	.098	.234	.023	.021	
수출성과D31	.116	.512	.301	.346	.007	.096	.081	.112	-.147	
FTA활용의지D14	.094	.099	.894	.075	.137	.003	.005	.023	-.003	.910
FTA활용의지D13	.048	.162	.866	.211	.068	-.100	.099	.110	.017	
FTA활용의지D15	.143	.104	.857	.128	.113	.109	-.034	.156	.038	
FTA활용의지D16	.181	.146	.735	.181	.012	.088	.112	.227	.111	
수출지원D2	.220	.033	.135	.836	.125	.135	.150	.060	.016	.888
수출지원D1	.144	.090	.217	.790	.175	.041	.113	.042	.049	
수출지원D4	.143	.065	.085	.771	.052	.138	.170	.178	.134	
수출지원D3	.135	.069	.164	.750	.144	.102	.228	.080	-.131	
경쟁강도D7	.066	.102	.187	.134	.882	.039	.063	-.098	-.013	.870
경쟁강도D6	.199	.063	.101	.233	.842	-.003	.002	-.076	.053	
경쟁강도D8	.214	.109	.064	.027	.801	-.038	.109	.231	-.016	
경쟁강도D9	.155	.061	-.024	.080	.686	-.060	.055	.417	.012	
기술역량C6	.019	.120	-.020	.055	.019	.894	.093	-.030	.092	.789
기술역량C5	.073	.057	-.025	.000	-.045	.883	.078	.027	.008	

기술역량C8	-.014	.039	.000	.180	-.044	.695	.217	.023	.122	
기술역량C7	.152	.056	.150	.170	.039	.670	.182	.069	-.006	
마케팅역량C13	.215	.007	.068	.156	.034	.193	.806	.093	.076	
마케팅역량C14	.139	.261	-.003	.051	.142	.233	.730	.046	-.079	.813
마케팅역량C15	.177	.090	.072	.403	-.034	.219	.697	.077	.029	
마케팅역량C12	.300	.147	.059	.323	.121	.091	.680	-.025	.094	
무역장벽D11	.169	.216	.283	.265	.098	.078	.063	.797	.021	
무역장벽D10	.141	.231	.330	.117	.158	.039	.105	.795	-.034	.923
CEO 내부역량C2	-.074	.115	.041	.060	-.005	-.033	.076	-.060	.831	
CEO 내부역량C3	.109	-.126	.066	-.020	.035	.302	-.015	.068	.634	.685
아이젠값	4.007	3.598	3.441	3.417	3.032	2.909	2.620	1.789	1.240	
변량	11.78	10.58	10.12	10.05	8.918	8.556	7.706	5.262	3.647	
	4	1	0	0						
누적 변량	11.78	22.36	32.48	42.53	51.45	60.00	67.71	72.97	76.62	
	4	6	5	5	3	9	5	8	4	

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy = .847
Bartlett's Test of Sphericity: Chi-Square X2=5481.025(df=561, p<0.01)**

6. 상관관계분석

상관관계분석은 연속적 속성을 갖는 변수들 간 상호 연관성에 대한 기술 통계 정보를 제공해 줄 뿐만 아니라, 변수들 간의 상호 연관성에 대한 통계적 유의성을 검증해주는 통계분석 방법이다. 변수들 간의 관련성 정도는 특정변수의 분산 중에서 다른 변수와 같이 변화하는 공분산(covariance)에 따라 좌우된다. 일반적으로 상관관계의 절대값이 0.2 이하이면 상관관계가 매우 낮은 수준이며, 0.4 의 경우는 유의하지만 낮은 상관관계, 0.6 이상이면 높은 상관관계로 볼 수 있다.

주요 변수들 간의 상관성을 전체적으로 0.9 이상인 것으로 나타나면, 서로 같은 영향을 종속변수에 주게 됨으로써 분석 결과의 왜곡을 초래하는 다중공선성의 문제가 발생할 수 있는데(송지준, 2008), 본 연구에서는 사영된 상관계수는 0.9 이상의 r 값은 없기에 다중공선성의 문제가 없는 것으로 판단된다. 즉 다중공선성은 독립변수들 사이에 상관관계가 없다는 가정이 무너짐으로써 독립변수들 사이에 높은 또는 상당히 높은 상관관계가 존재할 때 발생하게 된다(이학식·임지훈, 2013). 변수들의 상관관계를 보기 위하여 Pearson 상관분석을 사용하였다.

[표 11] 상관관계 분석

수출지원 경쟁강도 무역장벽				FTA활용 의지	수출환경	내부역량	기술역량	마케팅역량	제휴협력	기업역량	수출성과
수출지원	1										
경쟁강도	.337**	1									
무역장벽	.402**	.340**	1								
FTA활용 의지	.393**	.264**	.507**	1							
수출환경	.489**	.733**	.707**	.820**	1						
CEO 내부역량	.103	.039	.046	.104	.093	1					
기술역량	.282**	.037	.163*	.125	.126	.213**	1				
마케팅역량	.533**	.240**	.297**	.237**	.322**	.168**	.393**	1			
제휴협력	.454**	.415**	.408**	.347**	.501**	.066	.225**	.513**	1		
기업역량	.546**	.322**	.384**	.330**	.437**	.350**	.667**	.801**	.793**	1	
수출성과	.308**	.295**	.443**	.378**	.473**	.040	.214**	.381**	.522**	.489**	1

*p<0.05, **p<0.01

수출지원과 경쟁강도를 살펴보면, 상관계수가 0.337으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. 수출지원과 무역장벽을 살펴보면, 상관계수가 0.402으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. 수출지원과 FTA활용의지를 살펴보면, 상관계수가 0.393으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. 수출지원과 수출환경을 살펴보면, 상관계수가 0.489으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. 수출지원과 기술역량을 살펴보면, 상관계수가 0.282으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. 수출지원과 마케팅역량을 살펴보면, 상관계수가 0.533으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. 수출지원과 제휴협력을 살펴보면, 상관계수가 0.454으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고

있다. 수출지원과 기업역량을 살펴보면, 상관계수가 0.546으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. 수출지원과 수출성과를 살펴보면, 상관계수가 0.308으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다.

경쟁강도와 무역장벽을 살펴보면, 상관계수가 0.340으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. 경쟁강도와 FTA활용의지를 살펴보면, 상관계수가 0.264으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. 경쟁강도와 수출환경을 살펴보면, 상관계수가 0.733으로 높은 양의 상관관계를 보이고 있다. 경쟁강도와 마케팅역량을 살펴보면, 상관계수가 0.240으로 통계적으로 매우 낮은 상관관계를 보이고 있다. 경쟁강도와 제휴협력을 살펴보면, 상관계수가 0.415으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. 경쟁강도와 기업역량을 살펴보면, 상관계수가 0.322으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. 경쟁강도와 수출성과를 살펴보면, 상관계수가 0.295으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다.

무역장벽과 FTA활용의지를 살펴보면, 상관계수가 0.507으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. 무역장벽과 수출환경을 살펴보면, 상관계수가 0.707으로 통계적으로 유의하면서 높은 양의 상관관계를 보이고 있다. 무역장벽과 기술역량을 살펴보면, 상관계수가 0.163으로 매우 낮은 양의 상관관계를 보이고 있다. 무역장벽과 마케팅역량을 살펴보면, 상관계수가 0.297으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. 무역장벽과 제휴협력을 살펴보면, 상관계수가 0.408으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. 무역장벽과 기업역량을 살펴보면, 상관계수가 0.384으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. 무역장벽과 수출성과를 살펴보면, 상관계수가 0.443으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다.

FTA활용의지와 수출환경을 살펴보면, 상관계수가 0.820으로 통계적으로

매우 높은 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. FTA활용의지와 마케팅역량을 살펴보면, 상관계수가 0.237으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. FTA활용의지와 제휴협력을 살펴보면, 상관계수가 0.347으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. FTA활용의지와 기업역량을 살펴보면, 상관계수가 0.330으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. FTA활용의지와 수출성과를 살펴보면, 상관계수가 0.378으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다.

수출환경과 마케팅역량을 살펴보면, 상관계수가 0.322으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. 수출환경과 제휴협력을 살펴보면, 상관계수가 0.501으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. 수출환경과 기업역량을 살펴보면, 상관계수가 0.437으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. 수출환경과 수출성과를 살펴보면, 상관계수가 0.473으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다.

CEO 내부역량과 기술역량을 살펴보면, 상관계수가 0.213으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. CEO 내부역량과 마케팅역량을 살펴보면, 상관계수가 0.168으로 통계적으로 매우 낮은 양의 상관관계를 보이고 있다. CEO 내부역량과 기업역량을 살펴보면, 상관계수가 0.350으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다.

기술역량과 마케팅역량을 살펴보면, 상관계수가 0.393으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. 기술역량과 제휴협력을 살펴보면, 상관계수가 0.225으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. 기술역량과 기업역량을 살펴보면, 상관계수가 0.667으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. 기술역량과 수출성과를 살펴보면, 상관계수가 0.214으로 통계적으로 낮은 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다.

마케팅역량과 제휴협력을 살펴보면, 상관계수가 0.513으로 통계적으로

유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. 마케팅역량과 기업역량을 살펴보면, 상관계수가 0.801으로 통계적으로 유의한 높은 양의 상관관계를 보이고 있다. 마케팅역량과 수출성과를 살펴보면, 상관계수가 0.381으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다.

제휴협력과 기업역량을 살펴보면, 상관계수가 0.793으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다. 제휴협력과 수출성과를 살펴보면, 상관계수가 0.522으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다.

기업역량과 수출성과를 살펴보면, 상관계수가 0.489으로 통계적으로 유의한 양의 상관관계를 보이고 있다.

7. 가설의 검증

수출지원이 수출성과에 영향을 미치는지 알아보기 위하여 선형회귀분석을 실시하였다.

[표 12] 선형회귀분석

독립변수	B	Std Err	Beta	수출성과		DW	R^2
				t	p		
(상수)	2.607	.251		10.369	.000		
수출지원	.303	.065	.308	4.643	.000**	1.940	.091

*p<0.05, **p<0.01

Durbin-Watson의 결과 2에 가까움으로 자기상관이 없으므로 잔차의 독립성조건이 만족된다. 그러므로 변수에 이상은 없다. 회귀분석에서 이 결정계수와 같은 것으로 변수 요소에 의해서 설명 될 수 있는 종속 변수의 총 변동 비율을 의미한다.

설명력이 보통으로 나타났다. 유의수준은 0.05(95%)을 기준으로 하고 있다. 0.05보다 높으면 유의하지 않는 결과이고 낮으면 유의한 결과라고 할 수 있다.

수출지원을 살펴보면, 비표준화 베타의 값이 0.303으로 나타났다. 검정통계량을 살펴보면, t값이 4.643이고 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의한 양의 영향을 주는 것으로 나타났다. 비표준화 베타(B)의 값이 0.303이므로 수출지원이 1단위 증가하게 되면 수출성과는 0.303 증가하게 된다.



CEO 내부역량, 기술역량, 마케팅역량, 제휴협력이 수출성과에 영향을 미치는지 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

[표 13] CEO 내부역량, 기술역량, 마케팅역량, 제휴협력의 관계

독립변수	수출성과					VIF	DW	R^2	F
	B	SE	Beta	t	p				
(상수)	1.064	.422		2.523	.012				
CEO 내부역량	-.019	.063	-.019	-.309	.757	1.057			21.007** (.000)
기술역량	.073	.076	.064	.957	.340	1.282	1.939	.293	
마케팅역량	.138	.082	.125	1.681	.094	1.599			
제휴협력	.430	.067	.444	6.437	.000**	1.367			

*p<0.05, **p<0.01 ad R^2 =.293

모형 F값이 21.007으로 통계적으로 유의한 회귀모형이라고 할 수 있다. 회귀분석에서 이 결정계수와 같은 것으로 변수 요소에 의해서 설명 될 수 있는 종속 변수의 총 변동 비율을 의미한다. R^2 은 29.3%으로 높은 편이므로 설명력이 좋다고 할 수 있다. Variation Inflation Factor (다중공선성)은 1부터 무한대까지 수를 가지므로 1이상부터 10 이하는 다중공선문제가 존재하지 않는다고 할 수 있다. VIF 는 10 이하이므로 다중공선문제가 없다. Durbin-Watson의 결과 2에 가까움으로 자기상관이 없으므로 잔차의 독립성 조건이 만족된다. 그러므로 변수에 이상은 없다. 유의수준은 0.05(95%)을 기준으로 하고 있다. 0.05보다 높으면 유의하지 않는 결과이고 낮으면 유의한 결과라고 할 수 있다.

CEO 내부역량을 살펴보면, 비표준화 베타의 값이 -.019으로 나타났다. 검정통계량을 살펴보면, t값이 -.309이고 유의확률이 0.757이므로 통계적으로 유의한 음의 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 기술역량을 살펴보면,

비표준화 베타의 값이 0.073으로 나타났다. 검정통계량을 살펴보면, t값이 0.957이고 유의확률이 0.340이므로 통계적으로 유의한 양의 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 마케팅역량을 살펴보면, 비표준화 베타의 값이 0.138으로 나타났다. 검정통계량을 살펴보면, t값이 1.681이고 유의확률이 0.094이므로 통계적으로 유의한 양의 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 제휴협력력을 살펴보면, 비표준화 베타의 값이 0.430으로 나타났다. 검정통계량을 살펴보면, t값이 6.437이고 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의한 양의 영향을 주는 것으로 나타났다. 비표준화 베타(B)의 값이 0.430이므로 제휴협력이 1단위 증가하게 되면 수출성과는 0.430 증가하게 된다.



(가설 2)를 검증하기 위해 수출지원이 수출성과에 미치는 영향에서 기업역량이 조절효과를 가지는지 알아보기 위하여 위계적 다중회귀분석으로 실시하였다. 다중공선성의 문제를 줄이기 위하여 평균중심화한 값을 사용하였다. 단, 기업역량 변수는 하위 변수(CEO 내부역량, 기술역량, 마케팅 역량, 협력업체 관계)의 모든 측정치를 활용하였다.

[표 14] 수출지원, 수출성과, 기업역량 조절변수의 관계

종속 변수	단계	독립변수	β	t	VIF	DW	R ²	ΔR^2	F
수출 성과	1	수출지원(A)	.308**	4.643	1.000		.095	.095	21.599**
	2	수출지원(A)	.055	.759	1.425	1.873	.246	.151**	33.356**
		기업역량(B)	.464**	6.399	1.425				
	3	수출지원(A)	.049	.663	1.470		.247	.001	22.225**
		기업역량(B) (A)×(B)	.463** .029	6.360 .469	1.427 1.061				

*p<0.05, **p<0.01

Durbin-Watson의 결과 2에 가까움으로 자기상관이 없으므로 잔차의 독립성조건이 만족된다. 그리고 VIF(분산팽창인자)에서도 10보다 작으므로 독립변수 간에 다중공선성이 없다고 할 수 있다. 회귀분석에서 R^2 이 결정계수와 같은 것으로 변수 요소에 의해서 설명 될 수 있는 종속 변수의 총 변동 비율을 의미 한다

분석결과를 살펴보면 수출지원을 투입한 모형 1단계에서의 설명력은 9.5%로 나타났고, 기업역량을 첨가한 모형 2단계의 설명력은 24.6%로 증가하였다. 독립변수인 수출지원을 통제하였을 때 조절변수인 기업역량이 종속 변수인 수출성과에 통계적으로 유의한(p<0.05) 영향을 미치고 있다.

3단계에서 ‘수출지원×기업역량’의 상호작용항이 추가로 투입되면서 설명력은 24.7%으로 .001증가하였고, 통계적으로 유의하게 증가(p>0.05)하지 않았

기 때문에 이는 수출지원이 수출성과에 미치는 영향에 기업역량은 조절효과가 있다고 할 수 없다.

(가설 2-1) 검증에 있어서 수출지원이 수출성과에 미치는 영향에서 CEO 내부역량이 조절효과를 가지는지 알아보기 위하여 위계적 다중회귀분석으로 실시하였다. 다중공선성의 문제를 줄이기 위하여 평균중심화한 값을 사용하였다.

[표 15] 수출지원, 수출성과, CEO 내부역량 조절변수의 관계

종속 변수	단 계	독립변수	β	t	VIF	DW	R ²	ΔR^2	F
수출 성과	1	수출지원(A)	.308**	4.643	1.000		.095	.095	21.599**
	2	수출지원(A)	.308**	4.595	1.010		.095	.000	10.739**
		CEO 내부역량(B)	.010	.146	1.010	1.951			
	3	수출지원(A)	.290**	4.345	1.024		.117	.022*	8.983**
		CEO 내부역량(B) (A)×(B)	.007 .149*	.100 2.246	1.010 1.015				

*p<0.05, **p<0.01

Durbin-Watson의 결과 2에 가까움으로 자기상관이 없으므로 잔차의 독립성조건이 만족된다. 그리고 VIF(분산팽창인자)에서도 10보다 작으므로 독립변수 간에 다중공선성이 없다고 할 수 있다. 회귀분석에서 R^2 이 결정계수와 같은 것으로 변수 요소에 의해서 설명 될 수 있는 종속 변수의 총 변동 비율을 의미 한다

분석결과를 살펴보면 수출지원을 투입한 모형 1단계에서의 설명력은 9.5%로 나타났고, CEO 내부역량을 첨가한 모형 2단계의 설명력은 9.5%로 증가하였다. 독립변수인 수출지원을 통제하였을 때 조절변수인 CEO 내부역량이 종속변수인 수출성과에 통계적으로 유의한(p>0.05) 영향을 미치고 있지 않다.

3단계에서 ‘수출지원×CEO 내부역량’의 상호작용항이 추가로 투입되면서 설명력은 11.7%으로 .022증가하였고, 통계적으로 유의하게 증가($p<0.05$)하였기 때문에 이는 수출지원이 수출성과에 미치는 영향에 CEO 내부역량은 조절효과가 있다고 할 수 있다.

(가설 2-2) 검증에 있어서 수출지원이 수출성과에 미치는 영향에서 기술역량이 조절효과를 가지는지 알아보기 위하여 위계적 다중회귀분석으로 실시하였다. 다중공선성의 문제를 줄이기 위하여 평균중심화한 값을 사용하였다.

[표 16] 수출지원, 수출성과, 기술역량 조절변수의 관계

종속 변수	단 계	독립변수	β	t	VIF	DW	R ²	ΔR^2	F
수출 성과	1	수출지원(A)	.308**	4.643	1.000		.095	.095	21.599**
	2	수출지원(A)	.269**	3.911	1.087		.113	.018*	13.016**
		기술역량(B)	.140*	2.035	1.087				
	3	수출지원(A)	.227**	2.977	1.338	1.926	.120	.007	9.249**
		기술역량(B)	.145*	2.112	1.091				
		(A)×(B)	.094	1.278	1.237				

* $p<0.05$, ** $p<0.01$

Durbin-Watson의 결과 2에 가까움으로 자기상관이 없으므로 잔차의 독립성조건이 만족된다. 그리고 VIF(분산팽창인자)에서도 10보다 작으므로 독립변수 간에 다중공선성이 없다고 할 수 있다. 회귀분석에서 R^2 이 결정계수와 같은 것으로 변수 요소에 의해서 설명 될 수 있는 종속 변수의 총 변동 비율을 의미 한다

분석결과를 살펴보면 수출지원을 투입한 모형 1단계에서의 설명력은 9.5%로 나타났고, 기술역량을 첨가한 모형 2단계의 설명력은 11.3%로 증가하였다. 독립변수인 수출지원을 통제하였을 때 조절변수인 기술역량이 종속

변수인 수출성과에 통계적으로 유의한($p<0.05$) 영향을 미치고 있다. 3단계에서 ‘수출지원×기술역량’의 상호작용항이 추가로 투입되면서 설명력은 12.0%으로 .007증가하였고, 통계적으로 유의하게 증가($p>0.05$)하지 않았기 때문에 이는 수출지원이 수출성과에 미치는 영향에 기술역량은 조절효과가 있다고 할 수 없다.

(가설 2-3) 검증에 있어서 수출지원이 수출성과에 미치는 영향에서 마케팅역량이 조절효과를 가지는지 알아보기 위하여 위계적 다중회귀분석으로 실시하였다. 다중공선성의 문제를 줄이기 위하여 평균중심화한 값을 사용하였다.

[표 17] 수출지원, 수출성과, 마케팅역량 조절변수의 관계

종속 변수	단 계	독립변수	β	t	VIF	DW	R ²	ΔR^2	F
수출 성과	1	수출지원(A)	.308**	4.643	1.000		.095	.095	21.599**
	2	수출지원(A)	.145	1.918	1.395	1.995	.163	.068**	19.818**
		마케팅역량(B)	.307**	4.056	1.395				
	3	수출지원(A)	.149	1.832	1.613				
		마케팅역량(B)	.307**	4.043	1.396		.163	.000	13.155**
		(A)×(B)	-.010	-.142	1.207				

* $p<0.05$, ** $p<0.01$

Durbin-Watson의 결과 2에 가까움으로 자기상관이 없으므로 잔차의 독립성조건이 만족된다. 그리고 VIF(분산팽창인자)에서도 10보다 작으므로 독립변수 간에 다중공선성이 없다고 할 수 있다. 회귀분석에서 R^2 이 결정계수와 같은 것으로 변수 요소에 의해서 설명 될 수 있는 종속 변수의 총 변동 비율을 의미 한다

분석결과를 살펴보면 수출지원을 투입한 모형 1단계에서의 설명력은 9.5%로 나타났고, 마케팅역량을 첨가한 모형 2단계의 설명력은 16.3%로 증

가하였다. 독립변수인 수출지원을 통제하였을 때 조절변수인 마케팅역량이 종속변수인 수출성과에 통계적으로 유의한($p < 0.05$) 영향을 미치고 있다. 3단계에서 ‘수출지원×마케팅역량’의 상호작용항이 추가로 투입되면서 설명력은 16.3%으로 .000증가하였고, 통계적으로 유의하게 증가($p > 0.05$)하지 않았기 때문에 이는 수출지원이 수출성과에 미치는 영향에 마케팅역량은 조절효과가 있다고 할 수 없다.

(가설 2-4) 검증에 있어서 수출지원이 수출성과에 미치는 영향에서 제휴협력이 조절효과를 가지는지 알아보기 위하여 위계적 다중회귀분석으로 실시하였다. 다중공선성의 문제를 줄이기 위하여 평균중심화한 값을 사용하였다.

[표 18] 수출지원, 수출성과, 제휴협력 조절변수의 관계

종속 변수	단 계	독립변수	β	t	VIF	DW	R ²	ΔR^2	F
수출 성과	1	수출지원(A)	.308**	4.643	1.000		.095	.095	21.599**
	2	수출지원(A)	.087	1.312	1.260		.283	.188**	40.303**
		제휴협력(B)	.487**	7.316	1.260				
		수출지원(A)	.080	1.188	1.279	1.929			
	3	제휴협력(B)	.493**	7.370	1.273		.286	.003	27.139**
		(A)×(B)	.056	.929	1.018				

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

Durbin-Watson의 결과 2에 가까움으로 자기상관이 없으므로 잔차의 독립성조건이 만족된다. 그리고 VIF(분산팽창인자)에서도 10보다 작으므로 독립변수 간에 다중공선성이 없다고 할 수 있다. 회귀분석에서 R^2 이 결정계수와 같은 것으로 변수 요소에 의해서 설명 될 수 있는 종속 변수의 총 변동 비율을 의미 한다

분석결과를 살펴보면 수출지원을 투입한 모형 1단계에서의 설명력은

9.5%로 나타났고, 제휴협력을 첨가한 모형 2단계의 설명력은 28.3%로 증가하였다. 독립변수인 수출지원을 통제하였을 때 조절변수인 제휴협력이 종속변수인 수출성과에 통계적으로 유의한($p < 0.05$) 영향을 미치고 있다. 3단계에서 ‘수출지원×제휴협력’의 상호작용항이 추가로 투입되면서 설명력은 28.6%으로 .003증가하였고, 통계적으로 유의하게 증가($p > 0.05$)하지 않았기 때문에 이는 수출지원이 수출성과에 미치는 영향에 제휴협력은 조절효과가 있다고 할 수 없다.



경쟁강도, 무역장벽, FTA활용의지가 수출성과에 영향을 미치는지 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

[표 19] 경쟁강도, 무역장벽, FTA활용의지의 관계

독립변수	수출성과					VIF	DW	R^2	F
	B	SE	Beta	t	p				
(상수)	1.447	.324		4.467	.000				
경쟁강도	.143	.066	.141	2.162	.032*	1.148	1.804	.248	22.258**
무역장벽	.291	.072	.296	4.063	.000**	1.432			(.000)
FTA활용의지	.176	.064	.195	2.743	.007**	1.366			

*p<0.05, **p<0.01 ad R^2 =.236

모형 F값이 22.258으로 통계적으로 유의한 회귀모형이라고 할 수 있다. 회귀분석에서 이 결정계수와 같은 것으로 변수 요소에 의해서 설명 될 수 있는 종속 변수의 총 변동 비율을 의미한다. R^2 은 24.8%으로 보통인 편이므로 설명력이 좋다고 할 수 있다. Variation Inflation Factor (다중공선성)은 1부터 무한대까지 수를 가지므로 1이상부터 10 이하는 다중공선문제가 존재하지 않는다고 할 수 있다. VIF 는 10 이하이므로 다중공선문제가 없다. Durbin-Watson의 결과 2에 가까움으로 자기상관이 없으므로 잔차의 독립성 조건이 만족된다. 그러므로 변수에 이상은 없다. 유의수준은 0.05(95%)을 기준으로 하고 있다. 0.05보다 높으면 유의하지 않는 결과이고 낮으면 유의한 결과라고 할 수 있다.

먼저 경쟁강도를 살펴보면, 비표준화 베타의 값이 0.143으로 나타났다. 검정통계량을 살펴보면, t값이 2.162이고 유의확률이 0.032이므로 통계적으로 유의한 양의 영향을 주는 것으로 나타났다. 비표준화 베타(B)의 값이 0.143 이므로 경쟁강도가 1단위 증가하게 되면 수출성과는 0.143 증가하게 된다.

무역장벽을 살펴보면, 비표준화 베타의 값이 0.291으로 나타났다. 검정통계량을 살펴보면, t값이 4.063이고 유의확률이 0.000이므로 통계적으로 유의한 양의 영향을 주는 것으로 나타났다. 비표준화 베타(B)의 값이 0.291이므로 무역장벽이 1단위 증가하게 되면 수출성과는 0.291 증가하게 된다.

FTA활용의지를 살펴보면, 비표준화 베타의 값이 0.176으로 나타났다. 검정통계량을 살펴보면, t값이 2.743이고 유의확률이 0.007이므로 통계적으로 유의한 양의 영향을 주는 것으로 나타났다. 비표준화 베타(B)의 값이 0.176이므로 FTA활용의지가 1단위 증가하게 되면 수출성과는 0.176 증가하게 된다.

표준화 베타(Beta)를 살펴보면, 경쟁강도가 0.141, 무역장벽이 0.296, FTA활용의지가 0.195로 가장 큰 영향력을 주는 변수는 무역장벽으로 나타났다, 가장 작은 영향력을 미치는 변수는 경쟁강도로 나타났다.

(가설 3) 검증에 있어서 수출지원이 수출성과에 미치는 영향에서 수출환경이 조절효과를 가지는지 알아보기 위하여 위계적 다중회귀분석으로 실시하였다. 다중공선성의 문제를 줄이기 위하여 평균중심화한 값을 사용하였다. 단, 수출환경 변수는 하위 변수(경쟁강도, 무역장벽, FTA활용의지)의 모든 측정치를 활용하였다.

[표 20] 수출지원, 수출성과, 수출환경 조절변수의 관계

종속 변수	단 계	독립변수	β	t	VIF	DW	R2	ΔR^2	F
수출 성과	1	수출지원(A)	.308**	4.643	1.000		.095	.095	21.599**
	2	수출지원(A)	.101	1.437	1.316		.231	.136**	30.568**
		수출환경(B)	.423**	6.006	1.316	1.866			
		수출지원(A)	.097	1.384	1.317				
	3	수출환경(B)	.415**	5.918	1.321		.243	.012	21.679**
		(A)×(B)	.108	1.759	1.009				

*p<0.05, **p<0.01

Durbin-Watson의 결과 2에 가까움으로 자기상관이 없으므로 잔차의 독립성조건이 만족된다. 그리고 VIF(분산팽창인자)에서도 10보다 작으므로 독립변수 간에 다중공선성이 없다고 할 수 있다. 회귀분석에서 R^2 이 결정계수와 같은 것으로 변수 요소에 의해서 설명 될 수 있는 종속 변수의 총 변동 비율을 의미 한다

분석결과를 살펴보면 수출지원을 투입한 모형 1단계에서의 설명력은 9.5%로 나타났고, 수출환경을 첨가한 모형 2단계의 설명력은 23.1%로 증가하였다. 독립변수인 수출지원을 통제하였을 때 조절변수인 수출환경이 종속변수인 수출성과에 통계적으로 유의한($p < 0.05$) 영향을 미치고 있다.

3단계에서 ‘수출지원×수출환경’의 상호작용항이 추가로 투입되면서 설명력은 24.3%로 .012증가하였고, 통계적으로 유의하게 증가($p > 0.05$)하지 않았기 때문에 이는 수출지원이 수출성과에 미치는 영향에 수출환경은 조절효과가 있다고 할 수 없다.

(가설 3-1) 검증에 있어서 수출지원이 수출성과에 미치는 영향에서 경쟁강도가 조절효과를 가지는지 알아보기 위하여 위계적 다중회귀분석으로 실시하였다. 다중공선성의 문제를 줄이기 위하여 평균중심화한 값을 사용하였다.

[표 21] 수출성과, 수출지원, 경쟁강도 조절변수의 관계

종속 변수	단 계	독립변수	β	t	VIF	DW	R ²	ΔR^2	F
수출 성과	1	수출지원(A)	.308**	4.643	1.000		.095	.095	21.599**
	2	수출지원(A)	.236**	3.413	1.129		.136	.041**	16.066**
		경쟁강도(B)	.215**	3.108	1.129	1.917			
	3	수출지원(A)	.234**	3.355	1.142				
		경쟁강도(B)	.216**	3.109	1.130		.136	.000	10.686**
		(A)×(B)	.018	.269	1.012				

*p<0.05, **p<0.01

Durbin-Watson의 결과 2에 가까움으로 자기상관이 없으므로 잔차의 독립성조건이 만족된다. 그리고 VIF(분산팽창인자)에서도 10보다 작으므로 독립변수 간에 다중공선성이 없다고 할 수 있다. 회귀분석에서 R^2 이 결정계수와 같은 것으로 변수 요소에 의해서 설명 될 수 있는 종속 변수의 총 변동 비율을 의미 한다

분석결과를 살펴보면 수출지원을 투입한 모형 1단계에서의 설명력은 9.5%로 나타났고, 경쟁강도를 첨가한 모형 2단계의 설명력은 13.6%로 증가하였다. 독립변수인 수출지원을 통제하였을 때 조절변수인 경쟁강도가 종속변수인 수출성과에 통계적으로 유의한(p<0.05) 영향을 미치고 있다.

3단계에서 ‘수출지원×경쟁강도’의 상호작용항이 추가로 투입되면서 설명력은 13.6%로 .000증가하였고, 통계적으로 유의하게 증가(p>0.05)하지 않았기 때문에 이는 수출지원이 수출성과에 미치는 영향에 경쟁강도는 조절효과가

있다고 할 수 없다.

(가설 3-2) 검증에 있어서 수출지원이 수출성과에 미치는 영향에서 무역장벽이 조절효과를 가지는지 알아보기 위하여 위계적 다중회귀분석으로 실시하였다. 다중공선성의 문제를 줄이기 위하여 평균중심화한 값을 사용하였다.

[표 22] 수출성과, 수출지원, 무역장벽 조절변수의 관계

종속 변수	단 계	독립변수	β	t	VIF	DW	R ²	ΔR^2	F
수출 성과	1	수출지원(A)	.308**	4.643	1.000		.095	.095	21.599**
	2	수출지원(A)	.155*	2.284	1.195		.216	.121**	28.153**
		무역장벽(B)	.380**	5.616	1.195				
	3	수출지원(A)	.151*	2.243	1.196	1.907	.233	.016*	20.530**
		무역장벽(B)	.371**	5.499	1.201				
		(A)×(B)	.129*	2.088	1.009				

*p<0.05, **p<0.01

Durbin-Watson의 결과 2에 가까움으로 자기상관이 없으므로 잔차의 독립성조건이 만족된다. 그리고 VIF(분산팽창인자)에서도 10보다 작으므로 독립변수 간에 다중공선성이 없다고 할 수 있다. 회귀분석에서 R^2 이 결정계수와 같은 것으로 변수 요소에 의해서 설명 될 수 있는 종속 변수의 총 변동 비율을 의미 한다

분석결과를 살펴보면 수출지원을 투입한 모형 1단계에서의 설명력은 9.5%로 나타났고, 무역장벽을 첨가한 모형 2단계의 설명력은 21.6%로 증가하였다. 독립변수인 수출지원을 통제하였을 때 조절변수인 무역장벽이 종속 변수인 수출성과에 통계적으로 유의한(p<0.05) 영향을 미치고 있다.

3단계에서 ‘수출지원×무역장벽’의 상호작용항이 추가로 투입되면서 설명력은 23.3%로 .016증가하였고, 통계적으로 유의하게 증가(p<0.05)하였기 때문

에 이는 수출지원이 수출성과에 미치는 영향에 무역장벽은 조절효과가 있다고 할 수 있다.

(가설 3-3) 검증에 있어서 수출지원이 수출성과에 미치는 영향에서 FTA활용의지가 조절효과를 가지는지 알아보기 위하여 위계적 다중회귀분석으로 실시하였다. 다중공선성의 문제를 줄이기 위하여 평균중심화한 값을 사용하였다.

[표 23] 수출지원, 수출성과, FTA 활용의지 조절변수의 관계

종속 변수	단 계	독립변수	β	t	VIF	DW	R ²	ΔR^2	F
수출 성과	1	수출지원(A)	.308**	4.643	1.000		.095	.095	21.599**
	2	수출지원(A)	.186	2.693	1.184		.176	.081**	21.828**
		FTA활용의지(B)	.310	4.482	1.184				
	3	수출지원(A)	.194	2.817	1.190	1.888			
		FTA활용의지(B)	.287	4.102	1.227		.188	.012	16.676**
		(A)×(B)	.111	1.719	1.036				

*p<0.05, **p<0.01

Durbin-Watson의 결과 2에 가까움으로 자기상관이 없으므로 잔차의 독립성조건이 만족된다. 그리고 VIF(분산팽창인자)에서도 10보다 작으므로 독립변수 간에 다중공선성이 없다고 할 수 있다. 회귀분석에서 R^2 이 결정계수와 같은 것으로 변수 요소에 의해서 설명 될 수 있는 종속 변수의 총 변동 비율을 의미 한다

분석결과를 살펴보면 수출지원을 투입한 모형 1단계에서의 설명력은 9.5%로 나타났고, FTA활용의지를 첨가한 모형 2단계의 설명력은 17.6%로 증가하였다. 독립변수인 수출지원을 통제하였을 때 조절변수인 FTA활용의지가 종속변수인 수출성과에 통계적으로 유의한(p>0.05) 영향을 미치고 있

지 않다.

3단계에서 ‘수출지원×FTA활용의지’의 상호작용항이 추가로 투입되면서 설명력은 18.8%로 .012증가하였고, 통계적으로 유의하게 증가($p>0.05$)하지 않았기 때문에 이는 수출지원이 수출성과에 미치는 영향에 FTA활용의지는 조절효과가 있다고 할 수 없다.

[표 24] 연구가설의 결과

가설	연구내용	결과
가설 1	수출지원은 기업의 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 2	기업역량은 수출지원이 해외 진출 성과에 영향을 미치는 데 조절효과가 있을 것이다.	기각
가설 2-1	기업의 해외 진출 성과는 CEO 내부역량 수준에 따라 차이가 있을 것이다.	채택
가설 2-2	기업의 해외 진출 성과는 기술역량에 따라 차이가 있을 것이다.	기각
가설 2-3	기업의 해외 진출 성과는 마케팅 역량에 따라 차이가 있을 것이다.	기각
가설 2-4	기업의 해외 진출 성과는 제휴 및 협력업체와의 관계에 따라 차이가 있을 것이다.	기각
가설 3	수출환경은 수출지원이 해외 진출 성과에 영향을 미치는 데 조절효과가 있을 것이다.	기각
가설 3-1	기업의 해외 진출 성과는 경쟁강도에 따라 차이가 있을 것이다.	기각
가설 3-2	기업의 해외 진출 성과는 무역장벽의 강도에 따라 차이가 있을 것이다.	채택
가설 3-3	기업의 해외 진출 성과는 FTA 활용 지원 및 의지에 따라 차이가 있을 것이다.	기각

V. 결론

제 1 절 연구결과의 요약 및 시사점

1. 연구결과 요약

중소기업이 차지하는 국민경제에서의 고용창출 효과와 수출기여도 측면에서의 중요도는 매우 크다. 날로 높아져가고 있는 세계시장의 글로벌화와 더불어 동시다발적인 자유무역협정(FTA) 등도 계속되고 있다. 하지만 현재까지 우리나라 조선기자재 산업은 국내 조선소에 대한 제품 공급만으로 산업을 유지하고 있었기에 국내 조선소의 불황으로 곧 조선기자재 산업의 불황으로 이어져오고 있다. 이러한 어려움을 극복하고자 해외 시장 개척을 통한 수출 확대를 목표로 하여 우리나라 수출 지원 정책이 중소기업의 해외 진출 성과에 어떤 영향을 미치는지 분석하고자 본 연구를 진행하게 되었다.

중소기업이 가진 기업역량과 수출환경이 해외 진출 성과에 미치는 영향을 미치는 정도와 조절변수들의 관계에서 역할이 이루어지고 있는지에 초점을 맞추었다.

한국조선해양기자재공업협동조합, 부산조선해양기자재공업협동조합, 경남조선해양기자재협동조합의 지원으로 조선기자재 중소기업 업체들을 대상으로 하는 설문조사를 실시하여 데이터를 수집하였고, 선형회귀분석 및 다중회귀분석을 통하여 가설을 검증해 보았다.

실증분석의 결과는 다음과 같다. 첫째, 수출 및 수출지원으로 기업의 수

출성과에 정(+)의 영향을 미친다는 가설이 분석되고 검증되었다. 통계적으로 유의한 양의 영향을 준다고 분석되었고, 수출지원이 1단위 증가하면 수출성과는 0.303 증가한다고 나타났다. 기업역량 중 CEO 내부역량의 경우 통계적으로 유의하게 증가하여 수출지원이 수출성과에 미치는 영향에 CEO 내부역량은 조절효과가 있다고 보여진다. 반면 기술역량, 마케팅 역량, 제휴 및 협력업체와의 관계 간에는 유의한 영향을 미치지 못하였다.

기업역량이 해외 진출 성과에 효과적일 수 있겠으나 본 연구에서는 CEO의 내부역량만이 수출성과에 영향을 주는 것으로 나타났기에 중소기업의 경우 CEO의 능력이 일단 최우선시 되어져야 할 것으로 보여진다. 마케팅 또는 제휴업체와의 관계 구축을 위해 시간을 할애하는 것이 오히려 수출성과에 도움이 되지 않는다고 보여질 수 있다.

둘째, 일반적으로 여러 수출환경이 해외 진출 성과에 영향을 주는 것으로 이해되지만 본 연구에서는 무역장벽의 강도에 따라 해외 진출 성과에 유의한 영향을 주어 차이가 나는 것으로 분석되었다. 무역 장벽은 국가 간의 자유 무역을 제약하는 인위적인 조치이기에 해외 진출에 성과를 위해서는 국가 간의자유 협정이나 FTA를 통해 무역의 자유를 추구해야 할 것으로 보여진다. 수출환경에 따른 경쟁이나 FTA 활용 지원 및 의지는 유의한 영향을 미치지 못하였다. 경쟁강도의 심화에 따라 해외 진출 성과에 영향을 주지 않으므로 마케팅이나 홍보를 활용한 경쟁이 불필요하고 또한 국가 간의 FTA를 체결하더라도 이를 활용하겠다는 중소기업의 의지가 없다면 이 또한 불필요한 낭비가 될 수 있기에 FTA 활용이 궁극적으로 해외 수출에 많은 도움이 될 수 있다는 이점을 널리 홍보하여 중소기업 CEO들에게 인식될 수 있게끔 해주는 것이 수출 성과에 도움이 될 수 있다고 분석된다.

2. 연구결과 시사점

본 연구의 학문적 시사점으로는 수출지원과 수출성과의 관계에서 기업 역량과 수출환경을 조절효과로써 살펴보았다는 점에서 의미가 있다. 수출지원이 기업의 수출성과에 정(+)의 영향을 미치는 것은 사실이나 어떠한 지원이 지속적인 수출성과를 높이는 데에 바람직한지 보여주고 있다. FTA 활용이 전적으로 체결 국가 및 기업들에게 좋은 영향만을 준다고 볼 수 없다. FTA를 맺게 된다면 취약산업이 붕괴되거나 인적 및 물적 자원의 유출이 가속화 될 수 있기에 FTA를 꺼리는 국가들도 존재하고 있고 이러한 환경에서는 무역장벽을 낮출 수 있는 정부의 지원이야말로 지속적인 해외 수출 성과를 낼 수 있다고 보인다.

본 연구의 실무적 시사점은 다음과 같다.

첫째, CEO의 내부 역량이 높은 기업일수록 수출 성과가 높게 나타났다. 이는 CEO의 의지가 곧 회사의 의지라는 것을 표현해주고 회사의 목표 및 나아갈 방향이 확실히 설정되어 중소기업의 수출 성과가 가시적으로 나타나고 있다는 것을 뜻하게 된다. 즉, 중소기업이 소유하는 물적 자원보다 인적 자원의 중요성이 강조되고 더 나아가 리더십의 중요성이 더 부각되는 결과라고 볼 수 있다. 인문학적 소양을 높이고 세계 경제의 현황을 이해할 수 있는 해안을 가질 수 있게끔 글로벌 리더십 프로그램 등을 국가적으로 많이 지원한다면 궁극적으로 수출성과를 높일 수 있는 방법임을 시사한다.

둘째, 중소기업의 해외 진출 성과를 위해서는 우리나라 정부가 나서서 다른 국가와의 무역 교섭이 필요하다. 현재 우리나라도 FTA를 체결 하고 있으나 이를 반대하는 세력도 있고 자유무역을 체결하기 어려운 상황도 발생한다. 우리나라는 수출을 주력으로 하는 국가로서 국가의 부를 창출하기 위해서는 수출이 필수적이다. 그러나 무역장벽으로 인해 수출이 감소하게 된다

면 이는 중소기업의 성장에 차질이 생기고 곧 우리나라 경제 성장에도 막대한 마이너스의 영향을 주게 된다. 선도적인 기술을 보유하고 있음에도 이를 수출하지 못하는 과오를 저지를 것이 아닌 정부의 적극적인 지원으로 지속적인 수출 성과를 낼 수 있도록 하는 것이 중소기업이나 정부의 입장에서 더 좋은 결실을 맺을 수 있는 길이라고 사려 된다.



제 2 절 연구의 한계 및 향후 연구방향

본 연구는 경남 소재 조선기자재 중소기업의 수출지원이 기업의 수출성과에 미치는 영향과 기업역량과 수출환경이 조절변수가 되어 해외 진출 성과에 미치는 영향을 실증분석을 통해 여러 가지 유의미한 결론을 도출하였다. 그럼에도 불구하고 본 연구를 일반화하기에는 다음과 같은 한계점을 가지고 있다.

첫째, 본 연구는 조선기자재산업을 한정하여 다루다보니 산업군 전체를 비교해봤을 때의 결과와 다를 수 있다는 점이다. 현재 조선기자재산업의 경우 수출이 미비하고 이에 따른 설문조사 또한 현재의 상태를 기반으로 작성된 것으로 전체 산업군 또는 산업별로 조사된 연구와는 다른 해석이 나올 수 있다.

둘째, 본 연구는 중소기업의 수출성과에 영향을 미치는 요인을 분석하는데 단기적인 수출성과를 지표로 하여 분석이 되어있기에, 장기적이며 지속가능한 수출성과를 위한 후속 연구가 필요해 보인다.

셋째, 연구의 표본이 경남 소재를 기반으로 한 중소 수출기업으로 한정을 하다 보니 연구결과의 일반화에 한계가 있다. 향후에는 우리나라 전체의 조선기자재 중소 수출기업을 대상으로 확대하여 실증분석이 이루어져야 할 것으로 보여진다.

넷째, 설문조사 시 설문내용이 정성적인 방법에 의해 평가되고 결과가 추론되었다. 이는 주관적인 입장이 추가되다보니 객관적인 입장에서 연구가 진행되었다고 판단하기 어렵다. 향후에는 기업의 재무적 성과 또는 정량적인 지표를 통해 좀 더 객관성이 보장된 연구가 진행되어야 한다고 보여진다.

<참고문헌>

<국내문헌>

- 강현수(2011), 한국의 무역의존도와 경제성장에 대한 인과관계 분석, 산업경제연구, 24(4), pp. 2,135-2,153
- 곽기영(2013), 글로벌 기업가정신과 공급사슬 내 사회적 자본이 중소기업의 수출성장에 미치는 영향, 숭실대학교 대학원 박사학위 논문
- 권영철(2004), 중소벤처기업의 국제화 이론으로서 네트워크 우위론의 정립과 검증. 기업가정신과 벤처연구, 7(2), pp. 77-104
- 김인호(1998), 지역중소제조기업 수출지원정책의 효과에 관한 연구, 복지행정연구, 15(1), pp. 126
- 김영일(2008), 중소기업의 수출지원정책 활용실태와 성과에 관한 실증연구, 영남대학교 대학원 박사학위 논문
- 맹부영(2011), 수출중소기업의 시장환경, 기업특성, 마케팅믹스요인 및 마케팅성과의 관계 : 수출지원제도의 조절효과를 중심으로, 배재대학교 대학원 박사학위논문
- 문교수(2018), 부산, 경남지역 중소기업의 해외직접투자 의도 결정요인에 관한 실증연구, 부경대학교 대학원 석사학위 논문
- 박광서, 안종석(2001), 중소수출기업의 수출지원제도 활용에 관한 연구. 무역학회지, 26(1), pp. 149-167
- 박근호(2007), 한국 기술기반 중소벤처기업의 국제화 속도 결정요인에 관한 연구. 국제지역연구, 11(3), pp. 321-349
- 박남규, 한재훈(2008) 중소기업의 기업가 정신이 성장 및 국제화 전략에 미치는 영향에 대한 고찰, 중소기업연구, 30(4), pp. 157-170
- 박종훈, 이호욱(2004), 최고경영진의 다양성이 국제적 수준 간의 관계 : 국제적 제휴의 매개효과, 국제경영연구, 15(2), pp. 1-29
- 반혜정(2008), 기업 내부자원이 국제화 전략에 미치는 영향, 무역학회지, 33(2), pp. 357-380
- 신진교, 임재현, 황수정(2009), 중소 제조기업의 R&D 투자 효율성 결정요인. 대한경영학회 학술연구발표대회, pp. 383-399
- 안영수, 정은미, 장원준, 김미정, 김창모, 민현기(2014), 정부간 거래(G to

G)의 부상과 우리 기업의 수출 지원방안, 산업연구원

양부근(2002), 조선기자재산업의 수출입 및 경쟁력 현황과 수출증대 방안에 관한 연구, 동아대학교 대학원 석사학위 논문

윤기창, 김영래(2009) 한국 벤처기업의 글로벌화 정도와 성과에 관한 연구, 국제경영연구, 20(2), pp. 29-63

윤대영(2008), FTA 확산에 따른 한국기업의 대응방안에 관한 연구, 서울시립대학교 경영대학원 석사학위 논문

이성호, 박찬영, 김영관, 2011; 시장지향성, 시장환경요인 및 산업특성요인과 마케팅성과측정수준과의 관계, 산업경영연구, 44(2), pp. 10-23

이장호(2004), 자원, 제휴, 전략적 의도와 그들의 상호작용이 기업의 국제 진출에 미치는 영향, 경영학연구, 33(6), pp. 1875-1890

이재훈, 박태경(2009), 학술연구: 본글로벌(Born Globla) 기업 해외지향성과 네트워크가 국제화 정도에 미치는 영향, 기업가정신과벤처연구, 12(1), pp. 1-26

이흥균, 남경두(2014), 환경변화의 정도에 따라 기업가정신과 시장지향성이 수출성장에 미치는 영향에 관한 연구, 관세학회지, 15(3), pp. 175-190

이철, 정재휘(2013), 정부의 해외마케팅 지원 프로그램이 수출성장에 미치는 효과, 무역학회지, 38(1), pp. 69-85

이희용, 여택동(2009), 경북지역 중소기업 수출지원정책 및 제도 활용 실태분석, 한국통상정보학회지, 11(1), pp. 357

전재일, 임형록(2015), 수출중소기업의 내부특유자원, 전략적지향성 및 동적역량이 수출성장에 미치는 영향 연구, 무역학회지, 40(5), pp. 285-310

정재승(2006), 우리나라 중소기업 수출지원제도의 성과에 관한 실증연구, 중앙대학교 대학원 석사학위 논문

정재휘(2004), 정부의 해외마케팅 지원프로그램 인지도 및 이용도의 결정 변수와 수출성장에 미치는 영향, 서강대학교 대학원 석사학위 논문

황혜영(2017), 중소기업의 내부역량과 정부지원제도가 수출성장에 미치는 영향 : 부산, 울산, 경남지역의 중소기업을 중심으로, 부경대학교 대학원 석사학위 논문

<국외문헌>

- Autio, Sapienza and Almeida(2000), Effects of age at entry, knowledge intensity, and imitability on international growth, *Academy of Management Journal*, Vol. 43, pp. 909-924
- Axinn, C. N.(1988), Export performance: do managerial perceptions make a difference, *International Marketing Review*, 5(2), pp. 61-69
- Ayyagari, R., Grover, V., and Purvis, R.(2011), Technostress: technological antecedents and implications, *MIS quarterly*, 35(4), pp. 831-858
- Barringer, B.R. & Bluedorn, A.C.,(1999), The relationship between corporate entrepreneurship and strategic management. *Strategic Management Journal*, 4(April), 12(1), pp. 25-30
- Bloodgood, J. M., Sapienza, H. J., and Almeida, J. G.(1996), The internationalization of new high-potential US ventures: Antecedents and outcomes, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 20(4), pp. 61-70
- Dave Crick, Marian V. Jones(2000), Small High-Technology Firms and International High-Technology Markets, 29(3), pp. 55-64
- Govindarajan, V., and Fisher, J.(1990), Strategy, control systems, and resource sharing: Effects on business-unit performance, *Academy of Management Journal*, 33(2), pp. 259-285.
- Kanter, R. M., and Brinkerhoff, D.(1981), Organizational performance: Recent developments in measurement, *Annual Review of Sociology*, pp. 321-349.
- Knight, G. A., and Cavusgil, S. T.(2004), Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm, *Journal of International Business Studies*, 35(2), pp. 124-141.
- Knight, G. and S. Cavusgil (1996), The born global firm: A challenge to traditional Internationalization Theory, in S. Cavusgil and T. Madsen (editors) *Advances in International Marketing*, Vol. 8, pp. 11-26
- Kotabe M, Czinkota M. R(1992), State Government Promotion of Manufacturing Exports: A Gap Analysis, pp. 637-659
- Lumpkin, G. T., and Dess, G. G.(1995), Simplicity as a strategy-making

process: The effects of stage of organizational development and environment on performance, *Academy of Management Journal*, 38(5), pp. 1386-1407.

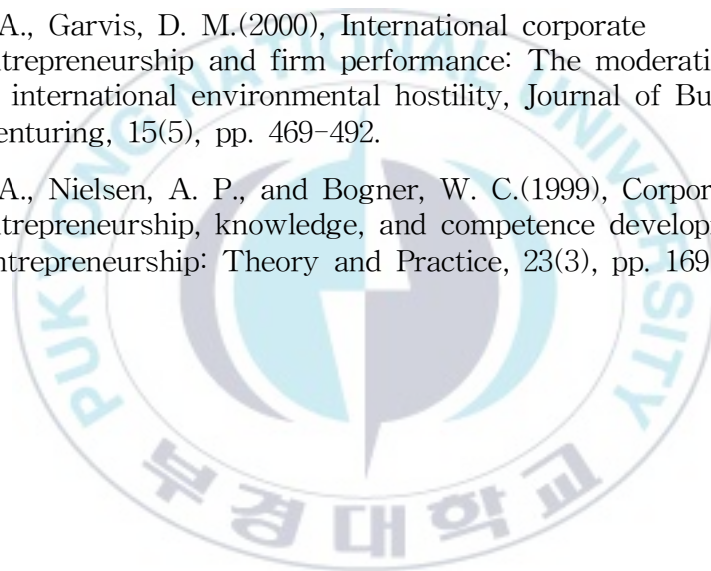
Miles & Snow(1978), *Organizational Strategy, Structure, and Process*, New York: McGraw-Hill.

R. Gulati(1998), Commentary on 'alliances and networks', *Strategic Management Journal*, 19(4), pp. 319-321

Shrader, R. C.(2001), Collaboration and performance in foreign markets: The case of young high-technology manufacturing firms, *Academy of Management Journal*, 44(1), pp. 45-60.

Zahra, S. A., Garvis, D. M.(2000), International corporate entrepreneurship and firm performance: The moderating effect of international environmental hostility, *Journal of Business Venturing*, 15(5), pp. 469-492.

Zahra, S. A., Nielsen, A. P., and Bogner, W. C.(1999), Corporate entrepreneurship, knowledge, and competence development, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 23(3), pp. 169-169.



설 문 지



조선해양기자재 중소기업 수출성과 설문조사

안녕하십니까?

현재 국내 조선해양기자재 업체들은 대부분 중소기업 수준으로 자체적으로 해외 네트워크 구축에 어려움이 있어, 자체적인 해외 진출 또는 직수출 보다는 국내 대형 및 중소조선소 납품을 통해 간접적 수출이 이루어지고 있는 상황입니다. 하지만 지속적인 저유가와 세계 경기 악화로 인한 수주 물량 감소로 국내 시장에 한정되어 있는 조선해양기자재 중소기업들이 점점 어려움을 겪고 있는 실정입니다.

이에 따라, 중소기업 업체들의 수출 애로사항 및 실태를 파악하여 이를 주제로 석사 논문을 쓰기 위해 설문조사를 실시하게 되었습니다.

본 설문에 응답하신 내용은 연구조사 이외의 목적으로는 일체 사용되지 않을 것이며, 통계법 33조, 34조에 의해 비밀이 보장됨을 알려드립니다.

바쁘시겠지만 시간을 허락하시어 협조해 주신다면 대단히 감사하겠습니다.

■ 연구원 : 박 희 상

■ 회신처 : hee_sang@hotmail.com

응답자 부서명	응답자 성명
응답자 전화번호	응답자 이메일
응답자 직위	① 대표자/임원 ② 부장/차장/과장 ③ 대리/주임/사원

A. 기업 일반현황

A1. 회사명	A2. 대표자명
A3. 소재지	
A4. 설립년도	년 월 A5. 정규직 직원 수 명
A6. 부품구분	① 선박 추진기관 ② 선박전자장비 ③ 선박 통신 및 항해장비 ④ 선박용 조명 및 조종장비 ⑤ 일반의장장비 ⑥ 계류장 및 화물 ⑦ 기타()
A7. 주요 수출품	

B. 해외 지원제도 평가

B1. 귀사는 해외 수출 시 국가의 지원(해외 지원제도)을 통해 수출한 경험이 있습니까?

① 예 ➡ B2로 이동

② 아니오 ➡ C로 이동

B2. 국가의 지원(해외 지원제도)을 경험을 한 적이 있으시다면, 어떠한 경로를 통해 해외 지원제도를 알게 되었습니까?

① 신문, 협회 및 기관지 소식

② 인터넷 검색

③ 관련 포럼, 세미나, 학회

④ 관련 업체 추천

⑤ 기타

B3. 국가의 지원(해외 지원제도)에 대한 전반적인 만족도는 어느 정도입니까?

① 90% ~ 100%

② 70% ~ 90%미만

③ 50% ~ 70%미만

④ 50%미만 ➡ B5번으로 이동

[B3에서 ① ~ ③ 응답자만]

B4. 국가의 지원(해외 지원제도)에 대한 구체적인 **만족 사유**는 무엇입니까?

- ① 사업 지원 및 진행의 편의성 ② 기업 홍보 효과
- ③ 비용절감효과 ④ 다양한 컨설팅 제공
- ⑤기타

[B3에서 ④ 응답자만]

B5. 국가의 지원(해외 지원제도)에 대한 구체적인 **불만족 사유**는 무엇입니까?

- ① 지원 시 복잡한 절차 ② 제공되는 정보의 불일치
- ③ 비용절감 기대효과 미비 ④ 기타

C. 회사 역량 평가

☞ 다음부터는 귀사의 **내부/기술/마케팅 역량**에 대한 의견을 묻는 문항입니다. 일치하시는 곳에 √ 표시를 해 주시기 바랍니다.

항목	우리 회사(의/는/은)	전혀 그렇지 않다	<-----			보통이다	----->		매우 그렇다
CEO 내부 역량	C1. CEO는 기술개발 및 품질혁신을 강조 한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	
	C2. CEO는 회사 경영기법을 자주 바꾸는 편 이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	
	C3. 방침은 위험을 감수하더라도 수익을 위해 새로운 영역을 개척 하고자한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	
	C4. 직원끼리 의사소통이 원활한 편 이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	
기술 역량	C5. 기술적으로 경쟁할 경우 경쟁력 을 가지고 있다 (우리가 보유한 기술은 모방하기 어렵다 , 경쟁 업체에 비해 혁신적인 기술 을 가지고 있다)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	
	C6. 보유 기술은 혁신적인 기술 로 평가되고 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	
	C7. 연구개발활동 투자 와 연구개발 인력 을 충분히 확보하고 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	
	C8. 가격경쟁력 보단 품질 경쟁력 전략 을 추구하고 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	
마케팅 역량	C9. 경쟁사 제품에 비해 품질수준이 높다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	
	C10. 경쟁사 마케팅 전략 에 신속하게 대응하는 편 이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	
	C11. 경쟁사 보다 가격 경쟁력 이 높다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	
	C12. 경쟁사보다 해외유통망 이 잘 구축되어져 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	
	C13. 경쟁사보다 브랜드 광고 및 이미지 관리 능력 이 우수하다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	
	C14. 해외시장 에 좋은 이미지가 구축되어져 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	
	C15. 마케팅 역할 을 수행할 충분한 인력을 확보하고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	

D. 수출 관련 평가

☞ 다음부터는 수출에 대한 전반적인 사항과 정부 지원에 대한 의견을 묻는 문항입니다. 일치하시는 곳에 √ 표시를 해 주시기 바랍니다.

문항		전혀 그렇지 않다	<-----		보통 이다	----->		매우 그렇다
수출지원 관련	D1. 우리나라 해외시장 조사 및 마케팅 지원을 잘 알고 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	D2. 주요 수출국 정부의 정책에 대해 잘 파악하고 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	D3. 제품 수출 시 물류 통관 및 관련 보험 지원에 대해 잘 알고 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	D4. 수출 시 우리나라에서 충분한 인력지원을 받고 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	D5. 현재 수출하는 나라 외에 새로운 판매경로를 개척할 능력이 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
경쟁여건	D6. 수출시장에서 자사제품의 판매경쟁이 치열하다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	D7. 수출시장에서 자사제품의 가격경쟁이 치열하다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	D8. 수출시장에서 자사제품과 유사한 제품을 판매하는 업체가 증가하고 있다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	D9. 수출시장에서 자사제품의 공급이 수요보다 증가하고 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
무역장벽	D10. 수출시장에서 자사제품의 관세장벽이 철폐되고 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	D11. 수출시장에서 관세장벽이 철폐되어 수출이 증가하고 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	D12. 수출시장에서 무역제한적인 규제를 철폐하는 것은 국가 간 거래를 증가 시킨다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
FTA 활용지원	D13. 정부에서 FTA 활용지원 서비스를 적극 제공하고 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	D14. FTA 활용지원서비스는 기업의 경쟁력을 증가시킨다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	D15. 우리 회사 경영진은 FTA를 활용하여 해외시장 개척 관심도 및 의지가 높은 편이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	D16. 우리 회사는 FTA 활용을 위해 인력 및 시스템 구축 예산을 배정하고 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

문항		전혀 그렇지 않다	<-----		보통 이다	----->		매우 그렇다
제휴 및 협력업체와의 관계	D17. 주요 수출국의 협력업체 전략을 잘 알고 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	D18. 주요 수출국의 협력업체와 의사소통이 잘 이루어지고 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	D19. 주요 수출국의 협력업체와 친밀한 관계를 유지하고 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	D20. 협력업체와 상생을 위해 해당 기업 지원을 하고 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	D21. 협력업체의 장·단점을 잘 알고 있다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
수출성과	D22. 해외 수출실적이 증가하는 추세이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	D23. 해외 영업이익이 증가하는 추세이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	D24. 우리 회사 브랜드 인지도가 상승하는 추세이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	D25. 해외 수출로 인해 고용이 증가하는 추세이다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	D26. 우리나라 해외지원에 대해 전반적으로 만족한다	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

♠ 바쁘신 중에도 불구하고 귀한 시간 허락해 주셔서 감사합니다. ♠