

# 기업의 해외진출요인이 경제적성과에 미치는 영향에 관한 실증연구 - 중국진출 중소기업을 중심으로 -

양동우\*, 최우석\*\*

\*호서대학교 벤처전문대학원

\*\*호서대학교 혁신기술경영융합대학원

e-mail : dwyang@hoseo.edu

## The empirical study on relationship between Foreign investment factors and economic performance

- Focus on SMEs invest their operations in China -

Dong-Woo Yang\*, Woo-Seok Choi\*\*

\*Hoseo Graduate School of Venture

\*\*Hoseo Graduate School of Multidisciplinary Technology and Management

### 요 약

본 연구는 중소기업의 해외진출요인이 기업 경제적 성과에 미치는 영향에 관한 연구모형을 수립하고, 중국진출 진출 기업 48개를 대상으로 이에 대한 영향관계를 실증분석 하였다. 해외진출요인으로 기업의 현지화전략, 기업특유우위, 경쟁전략을 경제적 성과는 매출액을 대응변수로 사용하여 회귀분석을 통해 영향관계를 검증하였다.

동 연구결과에서 도출된 성과요인과 경제적 성과의 영향관계는 향후 기업들의 중국진출 계획에 도움이 될 것으로 판단된다.

### 1. 서론

중국은 1978년 개혁개방정책 추진 이후 수요와 공급의 경쟁시장으로 변화를 거듭하여 2000년부터 2009년까지 연평균 경제성장률 10.2%라는 고성장을 지속하고 있다. 구매력 평가기준으로 2009년 1인당 GDP는 3,678달러로 중국 내수시장의 규모와 잠재력은 매우 높아 과거 '세계의 공장'에서 '세계의 시장'으로 변화하고 있다.[1]

이러한 중국시장은 협소한 한국내수시장을 대체할 수 있는 대체시장의 매력을 가지고 있다.

1992년 한·중 국교수립 이후 한국기업의 대중국 투자는 매년 대폭 증가하여 2010년 3월말 현재까지 총 투자건수는 20,202건 총 투자금액은 290.7억 달러에 이르고 있다.[2]

그러나 중국시장은 글로벌 다국적기업의 각축장이 되어 치열한 경쟁에서 살아남기가 쉽지가 않아 중국 지니스환경에 부응하기 위한 진출 전략이 절실히 요구된다. 이에 본 연구에서는 중국진출 중소기업을 대상으로 전략적 차원에서의 중국진출요인과 경제적

성과를 검증하여 중국투자전략 시사점을 제시한다.

### 2. 이론적 고찰

#### 2.1. 해외진출요인 선행연구

중국진출기업 성과에 영향을 미치는 해외진출요인은 외부환경요인과 내부역량요인으로 구분할 수 있다. 외부환경 요인은 경쟁강도, 정부 간섭, 문화적 거리, 시장기회, 산업 성장성 등이 있으며 내부역량요인으로는 기업규모, 업종, 입지, 경영전략, 현지화 전략, 현지국 경험, 경쟁우위수준, 마케팅 능력, 생산 효율지향성, 내수시장지향성 등이 있다.[3]

성용모, 고경일(2009)은 현지화수준, 현지노사관계, 중국정부지원, 업종, 모기업브랜드인지도, 입지지역이 중국진출 중소제조업의 성과에 영향을 미친다고 분석하였다.[4] 성용모(2007)는 한국, 일본, 대만기업을 대상으로 비교분석하여 성과에 유의한 요인을 밝혀내었다.[5]

한정화, 윤동진(2006)은 중국시장의 경험과 지식, R&D능력, 마케팅능력, 중국어구사 능력, 종업원 관리능력, 네트워크 능력, 현지화 능력으로 인해 기업

성과 차이가 나타난다고 주장하였다.[6]

안중석, 백권호(2006)는 전략적 및 관리적 차원의 현지화가 기업의 성과에 미치는 영향을 분석하여 수출 및 내수위주 회사의 관계 차이를 밝혀내었다.[7]

강태구, 김태석(2005)은 경쟁우위와 생산지향성을 요인으로 분석을 실시하였다.[8]

Gate & Egelhoff(1986)는 기업의 주요 부가가치활동인 원자재획득, 판매, 인사 등의 분야에 대해 현지법인이 갖고 있는 경영자율권 정도를 현지화로 정의하고 기업의 성과와의 관계를 밝혀내었다.[9]

Douglas & Craig(2002)은 현지화 요인을 현지사회와의 융화정도, 현지판매유통망 구축, 인력자원 현지화 정도, 분권화 등으로 선정하여 기업 성과와의 관계를 분석하였다.[10]

Cavusgil(1994)은 해외진출기업의 경우 경쟁우위가 존재해야만 해외진출이 가능해지고 투자성과를 획득할 수 있다는 주장을 하였다.[11]

Baum, Locke & Smith(2001)는 가격경쟁력을 통한 경쟁전략이 기업 성과에 영향을 미친다는 것을 입증하였다.[12]

[표 1] 선행연구의 해외진출요인 대응변수 비교

	현지화 전략	입지 지역	경영관리능력	기업특유우위	정부지원	해외진출경험	마케팅능력	네트워킹능력	경쟁전략	업종	모기업특성
성용모 고경일 (2009)	◎	◎	◎		◎					◎	◎
박영렬 이정열 이경훈 (2007)	◎	◎		◎	◎	◎	◎		◎	◎	◎
한정화 윤동진 (2006)	◎		◎	◎		◎	◎	◎			
안중석 백권호 (2006)	◎										
강태구 김태석 (2005)				◎							
Douglas & Craig (2002)	◎										
Baum, Locke & Smith (2001)									◎		
Gate & Egelhoff (1986)	◎										
Cavusgil & Shaoming (1994)				◎							
본 연구	◎			◎					◎		

본 연구에서는 현지화전략, 기업특유우위, 경쟁전략을 해외진출요인의 대응변수로 사용하였다.

## 2.2. 기업성과 선행연구

기존 국내연구는 자료확보의 어려움으로 인해 기업의 성과 측정시 정성적 성과 측정이 많은 것으로 나타났다.

반면 본 연구에서는 계량적 경제적성과를 대응변수로 사용하여 연구결과의 신뢰도 및 차별성을 제고코자 한다.

[표 2] 선행연구의 경제적성과 대응변수 비교

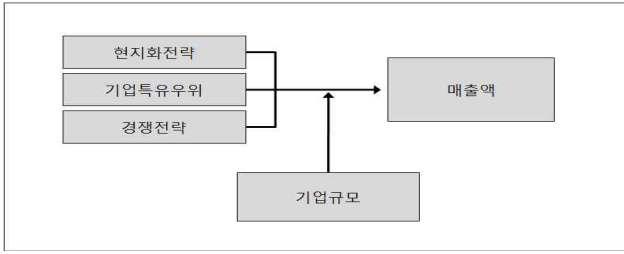
	매출액	당기 순이익	생산비용 절감	수익성	목표달성 정도	주관적 만족도
성용모 고경일 (2009)				◎		◎
박영렬 이정열 이경훈 (2007)	◎	◎	◎	◎	◎	◎
성용모 고경일 (2009)				◎		◎
한정화 윤동진 (2006)						◎
안중석 백권호 (2006)					◎	◎
강태구 김태석 (2005)						◎
Douglas & Craig (2002)	◎				◎	◎
Baum, Locke & Smith (2001)				◎	◎	◎
Gate & Egelhoff (1986)	◎					
Cavusgil & Shaoming (1994)	◎				◎	◎
본 연구	◎					

## 3. 실증적 고찰

### 3.1. 연구모형 및 가설

본 연구에서는 중국진출기업의 해외진출요인이 기업의 경제적 성과에 유의적인 영향의 유무 및 영향을 미친다면 그 방향을 살펴보기 위해 이론적 고찰을 통해 하기와 같은 연구모형을 설정하였다.

선행연구분석을 통한, 관련 변수들 사이의 인과관계를 중심으로 다음과 같이 연구가설을 설정하였다.



[그림 1] 연구모형

[표 3] 연구가설

[가설 1] 현지화전략은 중국진출기업의 경제적성과에 유의적인 (+)의 영향을 미칠 것이다.
[가설 2] 기업특유우위는 중국진출기업의 경제적성과에 유의적인 (+)의 영향을 미칠 것이다.
[가설 3] 경쟁전략은 중국진출기업의 경제적성과에 유의적인 (+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2. 연구표본

본 연구는 중국의 북경, 천진, 산둥성, 강소성 등에 진출한 한국중소기업을 대상으로 '10년 2월 22일 ~3월 15일까지 설문조사를 실시하여 회수된 기업설문결과 48개를 표본으로 선정하였다.

3.3. 변수 조작적 정의 및 측정방법

본 연구의 변수들에 대한 조작적 정의 및 대응변수는 [표 4]와 같다.

[표 4] 변수의 조작적 정의 및 평가지표

변수명	조작적 정의	평가 지표
독립 변수	현지화 전략 - 현지 법인에 대한 권한이양 정도 - 현지인 중/고급 관리직 비중 정도 - 현지 지역 사회와의 우호적 관계 정도	5점 척도
	기업 특유 우위 - 경쟁사 대비 A/S 및 마케팅 활동 투자 정도 - 경쟁사 대비 차별화된 기능, 디자인 경쟁사 대비 보유 정도 R&D 역량 정도	
	경쟁 전략 - 가격 경쟁력 정도 - 한국 주재원의 현지시장 적응력 정도 - 종업원 교육 실시 정도	
통제 변수	기업 규모 - '09년 총 종업원 수의 LN값	비율 척도
종속 변수	경제적 성과 - '09년 매출액의 LN값	비율 척도

3.4. 분석방법 및 자료의 기초통계량

3.4.1 자료의 기초통계량

본 연구에서 사용된 변수의 기초통계량은 다음과 같다. 기초통계량은 원자료의 측정치이다.

[표 5] 기초통계량

변수	평균	표준편차	변동계수	
독립변수	현지화 전략	3.43	0.798	0.233
	기업특유우위	3.43	0.746	0.218
	경쟁전략	3.38	0.714	0.211
통제변수	기업규모	258.29	247.084	0.95
종속변수	경제적성과	23,923.51	54,177.811	2.26

3.4.2 자료의 신뢰성 분석

본 연구에서 신뢰성 분석을 위하여 각 독립변수 구성 항목에 대한 크롬바알파(Cronbach's alpha)값을 구하였다. 분석결과 신뢰도 계수는 0.7 이상으로 신뢰성을 확보하였다고 볼 수 있다.

[표 6] 신뢰성검증결과

구분	요인	Cronbach's alpha
독립변수	현지화 전략	0.731
	기업특유우위	0.759
	경쟁전략	0.827

3.4.3 요인분석

정성적으로 조사된 독립변수들의 각 항목들에 대한 요인분석을 실시하여 각 항목들이 공통성을 지니고 있는지를 살펴보았다. 각 변수의 항목들을 대상으로 요인분석을 실시하였으며 고유 값(eigenvalue) 1.0을 이용하여 총 3개의 요인이 추출되었다.

[표 7] 요인분석결과

	고유값 (eigenvalue)	설명력 (%누적)
현지화 전략	2.019	25.038
기업특유우위	2.239	49.911
경쟁전략	2.253	72.339

3.4.4 상관관계분석

회귀분석에 앞서 판별타당성 검증을 위하여 피어슨 상관관계분석을 실시하였다.

분석결과 상관관계수들이 모두 0.4이하로 나타나 변수들 간의 다중공선성(Multicollinearity)이 없는 것으로 추정된다.

[표 8] 독립변수와 통제변수 상관관계분석

		1	2	3	4	
통제 변수	기업규모	1	-.017	.327*	.138	
	독립 변수	현지화 전략	-.017	1	.000	.000
		기업특유우위	.327*	.000	1	.000
경쟁전략		.138	.000	.000	1	

### 3.4.5 가설 검증

회귀분석결과 해외진출요인 중 현지화전략만이 경제적성과에 유의적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

통제변수만의 기술적성과 회귀분석 결과 Adj R<sup>2</sup>값은 0.884이며, 독립변수를 포함한 본 연구모형의 회귀분석 결과 Adj R<sup>2</sup>값은 0.916로 0.032의 차이가 나타났다.

[표 9] 경제적성과 회귀분석결과(통제변수)

모형		베타	t값	p-value	VIF
통제 변수	기업 규모	1.484	14.671	.000	1.000
R <sup>2</sup> = 0.889 Adj R <sup>2</sup> =0.884 F=215.226***					

\* p< .10, \*\* p< .05, \*\*\* p< .01

[표 10] 경제적성과 회귀분석결과(통제변수, 독립변수)

모형		베타	t값	p-value	VIF
통제 변수	기업 규모	1.444	16.312	.000***	1.054
독립 변수	현지화 전략	1.624	3.124	.005***	1.195
	기업특 유우위	-.446	-1.033	.312	1.095
	경쟁 전략	.242	.538	.595	1.167
R <sup>2</sup> = 0.928 Adj R <sup>2</sup> =0.916 F=77.439**					

\* p< .10, \*\* p< .05, \*\*\* p< .01

## 4. 결론

본 연구의 결과를 요약하면 [표 11]과 같다. 가설이 1만이 p< .01 수준에서 채택된 것으로 분석되었다.

[표 11] 가설검증결과

독립변수	가설	종속변수	채택여부
현지화전략	1	경제적성과	채택
기업특유우위	2	경제적성과	기각
경쟁전략	3	경제적성과	기각

연구결과 현지화전략이 중국진출기업의 경성성과 제고를 위한 중요 해외진출요인으로 나타났다.

해외진출시 투자기업이 성공적으로 정착하기 위해서는 현지문화와 현지종업원에 대한 이해가 필요하며 권양이양을 통하여 현지에 적합하고 신속한 대체가 가능한 전략 수립이 필요하다.

단순히 현지인력 고용, 생산면에서 현지기업과의 협조 내지 융화 뿐만 아니라 지역사회와 정보공유나

문화교류 또한 현지화 전략에 반드시 포함시켜야 할 것으로 보인다. 인력, 물자, 정보, 기술 등의 경영자원 현지 투자 이외에 현지사회가 중국진출기업에 대하여 요구하는 고용문제, 현지사회와의 교류와 조화, 환경자원 보존, 사회/문화적 공헌 등을 통한 현지사회와의 공존공영 실현 또한 앞으로 중국 진출기업들이 고려해야할 부분으로 생각된다.

## 참고문헌

- [1] “해외경제 포커스”, 한국은행, 제2010-18호, 5월, 2010
- [2] “연도별 해외투자현황(2010년 3월 기준)”, 한국수출입은행 해외경제연구소, 3월, 2010.
- [3] 박영렬, 이정열, 이경훈, “대중국 투자 성과 결정요인에 관한 문헌연구”, 한국국제경영관리학회, 국제경영리뷰, Vol.11 No.3, pp. 47-83, 2007.
- [4] 성용모, 고경일, “중국진출 한국 자회사의 현지화 전략과 투자성과결정에 관한 연구”, 대한경영학회, 대한경영학회지, Vol.22 No.6, pp. 3743-3765, 2009.
- [5] 성용모, “중국자회사 현지화 전략과 투자성과결정요인 비교연구”, 한국경영학회, 경영학연구, Vol.36 No.2, pp. 443-478, 2007.
- [6] 한정화, 윤동진, “한국중소기업의 중국 투자성과 차이 결정요인에 대한 연구”, pp.141-171, 2006.
- [7] 안중석, 백권호, “중국 진출 한국기업의 경영현지화, 어떻게 할 것인가?”, 국제경영리뷰, 10(2), pp. 213-243, 2006.
- [8] 강태구, 김태석, “한국제조기업의 대중국 투자지분에 따른 성과결정 요인의 실증분석”, 국제경영연구, 16(1), pp. 83-106, 2005.
- [9] Gate & Egelhoff, “Centralization in Headquarters-Subsidiary Relationship”, Journal of International Business Studies, 16(1), pp.71~92, 1986.
- [10] Douglas & Craig, “Effectiveness of Occupational Medicine Center - Based Outcome”, The Occupational Health, No.6, pp. 62-64, 2002.
- [11] Cavusgil, T. S. and Shaoming Zou, “Marketing strategy-Performance Relationship”, Journal of Marketing, 58-(1), pp. 1-21, 1994.
- [12] Baum J. R., Locke, E., & Smith, G, “A multidimensional model of venture growth”, Academy of Management Journal, 44, pp. 292-303, 2001.