

경북지역 중소기업 수출지원정책 및 제도 활용 실태분석

An Analysis on the Export Promotion Policies for the Small and Medium Enterprises in
Gyeong Buk Province

이희용(Hee-Yong Lee)

영남대학교 대학원 무역학과 박사수료(주저자)

여택동(Taek-Dong Yeo)

영남대학교 국제통상학부 교수(교신저자)

목 차

I. 서론	IV. 경북지역 중소기업 수출지원정책 실태분석
II. 중소기업 수출지원제도의 이론적 고찰	V. 정책제언 및 결론
III. 경북지역 중소기업의 수출지원정책 및 제 도 현황	참고문헌 Abstract

Abstract

This paper intends to analyse the export assistance programs for SMEs(Small and Medium-Sized Enterprises) located in Gyeongsangbuk-do Province as well as to suggest export promotion policy for the local government. In order to accomplish these objectives, the present paper makes an extensive survey about export-support programs conducted by Gyeongsangbuk-do Province. The survey was rigorously made to evaluate export-support programs taken by the provincial government of Gyeongsangbuk-do and the regional firms' awareness about them.

The paper utilized SPSS for empirical analysis. The frequency analysis was used to know the precision of data and its general features. The Crosstabulation Analysis was also used to evaluate firms' recognition about export-support programs and their practical use, satisfaction and relationships with the characteristics of enterprises. The results show that the local government must effectively systematize export support programs and develop export-support programs customized for the characteristics of enterprises in Gyeongsangbuk-do.

Key Words : small and medium enterprizes (SMEs), export promotion policy, export support program,
Gyeung Sang Buk Do province

I. 서 론

1. 연구의 배경

2006년 기준 통계청에 의하면 우리나라의 중소기업은 3,017,787개사로 전체 기업의 99.86% 비중을 차지하고 있으며, 종사자는 10,884,650명으로 전체 종사자의 87.46%를 차지할 만큼 우리나라 경제의 근간을 이루고 있다. 그러나 과거 우리나라 정부는 고속성장을 이룩하기 위해 상당기간동안 대기업 위주의 육성 및 지원정책을 선택하였다. 이와 같은 대기업 중심의 지원 정책들은 우리나라 중소기업을 양적 성장에 기반한 대기업의 하청기업 형태로 변모시켰다.

최근 글로벌화(Globalization), 중소기업의 역량 및 인식의 변화 등 급속한 대내·외적인 환경변화는 중소기업의 육성 및 지원정책에서도 그 근본적인 인식 및 방향의 전환을 요구하고 있다. 과거 중소기업에 대한 지원은 손실에 대한 직접 지원이나 수출촉진을 위한 수출보조금의 지급 등 단순 양적 성장을 위한 정책이 주를 이루었다. 그러나 WTO 출범이후 특정적인 직접 보조금의 지급이 금지되었고, 글로벌 무한경쟁 체제가 급진전되면서 중소기업의 경쟁력을 강화시킬 수 있는 방향으로 질적 성장을 위한 정책적 전환을 요구하고 있다. 하지만 중소기업의 질적 성장을 위한 정책 방향의 전환이란 시대적 요구에도 불구하고, 아직까지 우리나라 중소기업 육성 및 수출지원정책은 그 수혜대상자인 중소기업들의 니즈에 잘 맞지 않는 정책으로 남아 있다.

특히, WTO 출범과 동시에 진행된 지방자치제의 실시는 국가 전체 차원에서 추진되어온 중소기업 지원정책을 개별 지방자치단체의 주요 정책 영역으로 자리 잡게 만들었다. 실제로 대부분의 지방자치단체에서는 지역산업의 질적, 양적 성장을 위해 다양한 중소기업 육성 및 수출지원 정책을 추진하고 있다. 그러나 지자체들의 중소기업 육성 및 수출지원제도가 다양하게 구비되어 있으나 아직까지 지역 중소기업의 요구에 적절하게 대응하고 있지 못하는 것도 사실이다. 이러한 중소기업에 대한 수출지원 정책의 구조적, 양적 및 질적 문제점들은 과거 대기업 위주의 수출산업정책이 활발하게 진행된 경북지역에서도 나타나고 있다.

본 연구에서는 경북지역 중소기업의 특성과 수출지원정책 및 제도의 활용에 대한 실태조사를 통하여, 경상북도 및 중소기업 지원기관의 수출지원시책을 수요자인 중소기업의 입장에서 수출지원정책의 문제점과 개선방향을 살펴보고자 한다. 본 연구는 크게 세 부분으로 구분된다. 첫째, 경북지역 중소기업에 대한 도내의 수출지원정책을 중앙정부차원과 경상북도 차원에서 살펴볼 것이다. 둘째, 도내 중소기업의 수출지원정책의 관한 실태조사를 수출기업과 비수출기업으로 나누어 살펴보고, 이를 통하여 기업특성에 따른 수출지원정책의 인지도, 활용도 및 만족도에 관하여 살펴볼 것이다. 셋째, 이러한 도내 중소기업들의 수출지원제도에 대한 실태조사를 통하여 유추할 수 있는 지원정책의 개선방향 및 정책적 시사점에 대하여 제시하고자 한다.

본 연구에서 사용하고자 하는 연구방법은 다음과 같다. 먼저 경북지역 중소기업을 위한 수출지원정책 및 제도에 대한 문헌조사를 하고, 수출지원제도 및 지자체 차원의 중소기업 수출지원정책에 대한 이론적 연구를 수행하였다. 그런 연후에 경북지역의 구체적인 수출지원시책에 관한 실태를 알아보기 위해 설문 조사를 실시하였고, 설문조사 결과는 SPSS 통계 패키지를 통하여 분석하였다.

2. 선행연구의 고찰

기존의 중소기업 수출지원정책 및 제도에 관한 선행연구들은 크게 수출지원정책 및 제도에 관한 선행연구와 수출성과에 관한 선행연구로 구분할 수 있다. 본 연구에서는 경북지역 중소기업 수출지원정책이라는 연구주제에 맞추어 수출지원제도에 관한 연구와 지방자치단체 차원의 수출지원정책에 관한 선행연구를 수행하였다.

먼저, 수출지원제도에 관한 선행연구를 살펴보면, 김수용(2004)¹⁾은 수출마케팅 활성화를 통하여 중소기업의 역량을 강화해야 하며, 이를 위하여 기업 외적으로 정부차원의 적극적인 수출지원제도의 지원과 대중소기업 간의 협력 등이 요구된다고 주장하였다.

윤충원(1995)²⁾은 중소기업의 수출시장 진입 및 거래과정에서 동기적 장애, 영업자체상의 장애, 정보입수상의 장애 등 여러 장애를 갖고 있기 때문에 정부, 지방자치단체 또는 수출유관기관들이 수출지원제도를 전개하고 있지만 수출지원제도가 비능률적, 비합리적인 것들이 많다고 밝혔다.

박광서(2001)³⁾는 수출지원제도의 실태 조사를 통하여 각 지원제도의 인지도, 활용도 및 수출촉진효과 분석 등을 통하여 정책적 시사점을 찾아보고자 하였다. 그의 연구결과에 따르면, 중소기업들이 각 기관에서 실시하는 수출지원정책 및 제도에 대한 인지도는 높았으나 그 인지도에 비하여 활용도가 극히 낮다고 주장하였다. 이러한 낮은 활용도에 대한 원인으로 까다로운 지원 절차와 지원제도 자체의 효과에 대한 신뢰부족을 주장하였다.

이강빈(1999)⁴⁾은 수출지원제도의 지원순위를 두어야 할 것이라고 주장하였다. 이를 위해, 첫째, 원화 절상압력 최소화 및 대엔 환율 적정성 유지, 둘째, 수출부대비용 인하, 셋째, 무역인프라 확충 및 무역 기반조성에 관한 법령 입법화, 넷째, 해외전시회 참가지원 등 해외시장 개척지원 확대 등 적극적인 수출회복 대책이 절실하다고 하였다.

Bilkey(1978)⁵⁾는 수출지원제도가 성공을 거두기 위해서는 지원대상인 중소기업의 수출단계에 적합한 모델이 구축되어야 한다고 주장하였다. 한편 Wiedersheim-Paul 외 2인(1978)⁶⁾은 수출을 늘리고 수

1) 김수용, "중소기업의 마케팅 활성화 지원방안", 기업은행 경제연구소, 2004.

2) 윤충원, "중소기업에 대한 수출진흥프로그램의 연구-주요선진국의 성공적 사례를 중심으로", 「산경논문집」, 제26편, 전북대학교 산업경제연구소, 1995.

3) 박광서, "우리나라 중소기업 수출지원제도 활용에 관한 연구", 「국제상학」, 제26권 제1호, 국제상학회, 2001.

4) 이강빈, "IMF시대 지방 중소기업체의 수출확대 방안", 「무역학회지」, 제24권 제3호, 한국무역학회, 1999.

5) Bilkey W. J., "An Attempted Integration of Literature on the Export Behavior of Firms", Journal of International Business Studies, Vol. 9, No. 1, 1978.

출에 참여하는 중소기업의 수를 최대화하기 위해서는 수출결정요인들의 차이를 반영한 별도의 수출지원제도가 필요하다고 주장하였다.

이와 함께 지방자치단체 및 지역중소기업의 수출지원정책에 관한 선행연구를 살펴보면 다음과 같다. 먼저 김인호(2004)⁷⁾는 수출지원정책의 실효성을 기존의 실증연구 및 관련 조사보고서 등에서 논의된 인지도·활용도 등을 중심의 비교분석을 통하여 일부의 수출지원정책 및 제도를 제외하고는 정책의 공급자인 지방자치단체의 기대에 비해 그 실효성은 전반적으로 낮게 나타났다고 주장하였다.

김진성(1991)⁸⁾은 광주·전남지역의 중소기업들에 대한 수출행태의 실증적인 연구를 통해 수출 관리자가 느끼는 여러 수출환경 변수에 대한 중요도를 이용한 수출장애요인과 그 순위를 도출하여 지역 내 응답 기업들의 수출애로요인을 해결할 수 있는 대안을 제시하였다.

김창태(2001)⁹⁾는 충북의 수출지원정책에 관한 연구에서 충북지역 수출의 구조적 특징과 지역내 중소기업의 진출희망지역 및 목표시장에 대한 분석을 하였으며, 실태조사를 통하여 충북지역 기업들의 수출지원정책 및 제도에 대한 참여도와 미 참여도에 대하여 조사하였다.

정중재(2002)¹⁰⁾ 역시 충북지역 중소기업 수출활성화 방안에 관한 연구를 통해 충북도내 기관들이 수출지원제도를 중복지원하고 있는 것을 밝혔으며, 한정적인 수출촉진재원을 합리적으로 활용하기 위해서는 수출지원정책 및 제도를 조정할 필요가 있다고 제시했다.

임소진 외 2인(2008)¹¹⁾은 제주 지역내 중소기업들을 대상으로 수출기업현황, 수출관련 기본 내용, 제주특별자치도의 기추진 및 미추진 정책에 대한 평가 및 수요 등을 조사하여 분석하였다. 이러한 분석의 결과를 통하여 제주지역 중소기업 수출지원정책의 발전을 위한 정책적 요인으로 수출산업화 기반 구축, 단기 수출진흥전략 구축, 맞춤형 수출지원 서비스 지원 등의 보완이 필수적이라고 주장하였다.

본 연구는 기존 선행연구들과 다음과 같은 차별성을 가지고 있다. 첫째, 수출지원정책 및 제도의 인지도 측면에서 기존 수출기업대상만의 연구에서 비수출기업을 포함하여 연구 대상의 범위를 확대하였다. 둘째, 기존 연구의 주 연구대상인 정책의 인지도, 활용도에서 기업의 만족도를 추가하여 보다 포괄적인 수출지원정책 및 제도의 연구를 수행하고자 한다. 셋째, 본 연구에서는 국가 및 중앙정부차원의 수출지원정책 및 제도와 경상북도 및 지자체차원의 관련 정책에 대하여 별도로 구분된 연구 진행 및 결과를 도출하고자 한다. 마지막으로, 기업규모, 고용인원, 업종, 창업년도, 수출년도, 수출액, 전담인력 유무 등의 다양한 기업별 특성을 고려하여 인지도, 활용도, 만족도 측면의 정책 수혜상의 장애요인을

6) Wiedersheim-Paul F., Olson H. C., & Welch L. S, "Pre-Export Activity: The First Step in Internationalization", *Journal of International Business Studies*, Vol. 9, No. 1, 1978.

7) 김인호, "지방자치단체의 중소제조기업 수출지원정책의 실효성 제고에 관한 연구", 『사회과학연구』, 제11권, 안양대학교 사회과학연구소, 2004.

8) 김진성, "광주·전남지역의 중소기업의 수출결정요인에 관한 실증적 연구-수출장애 요인을 중심으로", 『중소기업연구』, 제14권 제1호, 한국중소기업학회, 1991.

9) 김창태, "충북의 수출지원정책에 관한 연구", 『충북개발연구』, 제13권 제2호, 충북개발연구원, 2001.

10) 정중재, "충북지역 중소기업 수출활성화 방안", 『산업과 경영』, 제12권 제2호, 충북대학교 산업경영연구소, 2002.

11) 임소진, 이용완, 김윤정, "제주기업의 수출활성화를 위한 정책적 제언", 『관세학회지』, 제9권 제2호, 한국관세학회, 2008.

살펴봄으로 기존 연구와 차별성을 강조하고자 한다.

II. 중소기업 수출지원제도의 이론적 고찰

1. 중소기업 수출지원제도의 정의 및 현황

수출지원정책 및 제도는 해외시장에 대한 정보가 부족하고 수출과 관련된 인력이 부재하는 등 해외 마케팅능력이 없는 기업을 돕는 제도로서 경쟁력 있는 제품을 만들고도 판매하지 못하는 수출기업을 지원하기 위해 시행되는 제도를 말한다.

우리나라의 경우 1960년대 이래 수출을 경제성장의 디딤돌로 여기며, 기업들의 수출을 촉진시키기 위해 다양한 수출지원정책 및 제도를 시행하여 왔다. 이러한 수출지원제도를 통하여 기업들이 수출에 참여하는 기회를 제공하여 우리나라의 수출주도형 경제체제를 구축했다. 그러나 이 시기의 수출지원제도는 단순히 대기업을 위한 일방적인 지원책으로서 중소기업의 대부분은 소외되어 왔던 것도 사실이다. 하지만 국가경제의 한 축으로서 중소기업의 역할이 강조되고, 전체 경제주체로서의 역할이 부상되면서 중소기업에 대한 체계적인 수출지원정책의 필요성이 모색되어지고 있다.¹²⁾

일반적으로 중소기업의 수출지원제도는 수출활동지원제도(수출상담 등)와 해외시장개발제도(해외전 사회 참가 등)로 구성되고, 수출지원제도의 의도에 따라 수출 기본업무에 대한 설명회·세미나 등의 정보적 지식(informational Knowledge) 지원과 해외박람회 참가 및 해외시장개척단 파견 등의 경험적 지식(experiential Knowledge) 지원 등으로 구별되기도 한다.¹³⁾

수출지원제도는 내수 중소기업의 수출기업화 지원과 관련된 제도, 기존 중소기업의 수출확대를 위한 지원제도, 그리고 국내·외 수출인프라지원제도 등으로 구별될 수 있다. 또한 지원지역 기준에 의해 살펴보면, 국내지원제도와 현지지원제도로 구별되며 지원자원의 특성에 따라 인적지원제도와 물적지원제도 등으로 구별해 볼 수 있다.¹⁴⁾

전자무역시대인 현재 무역유관기관에서 추진하고 있는 수출지원제도는 대부분 업종별 단체들도 독자적으로 추진하고 있어 중복성이 크며, 산발적으로 지원되고 있다. 또한 다양하게 실시 또는 추진되고 있는 지방자치단체의 중소기업 수출지원제도는 우선적으로 정부 및 무역유관기관의 금융, 조세, 수출입관련업무, 기술지도, 연수, 정보제공 등의 수출지원제도와 대부분 연계가 되어 있음에도 불

12) 이원민, "우리나라 중소기업 수출지원제도에 관한 연구", 석사학위 논문, 한남대학교 대학원 무역학과, 2007년 11월, p4.

13) Kotabe M., Czinkota M. R, "State Government Promotion of Manufacturing Exports: A Gap Analysis", Journal of International Business Studies, Vol. 23, No. 4, 1992, pp637-659.

14) 김인호, "지역중소제조기업 수출지원정책의 효과에 관한 연구", 「98 지역경제진흥 연구보고서」, 안양시, 1998, p126.

구하고 현실적으로 중앙과 지방간의 유기적인 수출지원제도가 구축되지 않고 있다.¹⁵⁾

또한 일부를 제외하고는 각 지방자치단체에서 실시 또는 추진되고 있는 대부분의 수출지원제도가 대동소이하고 획일적인데, 지역경제의 실정 및 지역 중소기업의 특성이 반영된 좀 더 차별적이고 심층적인 수출지원제도가 요구되는 실정이다.¹⁶⁾

2. 중소기업 수출지원제도의 주체 및 형태¹⁷⁾

수출지원제도의 담당주체는 크게 정부, 위임받은 공익기관, 민간 전문기관으로 나누어져 있으며 각 수행주체별 특성에 맞추어 중소기업의 수출을 지원한다.

먼저 정부는 적극적이고 다양한 지원서비스를 제공하고 있으며, 수출 지원서비스 또한 전체 지원서비스의 일부로 포함되고 있다. 정부가 정책목적 및 수행의 효율성을 위해 상당수의 사업을 민간기관에 위임하기 때문에 결국 정부가 중심적인 역할을 하고 있다. 최근의 특성을 살펴보면, 맞춤형 지원정책에 대한 수요 증가에 따른 이전의 포괄적 범위의 지원에서 벗어난 특화된 분야로의 지원이 증가하고 있다.

둘째, 위임받은 공익기관으로 대한무역투자진흥공사, 중소기업진흥공단 등과 중소기업중앙회, 무역협회 등의 민간기관을 들 수 있다.

마지막으로, 대부분의 국가에서 수출지원 사업에 특화된 민간기관이나 기업이 중소기업이 필요로 하는 수출 관련 서비스를 지원하고 있다.

이러한 지원주체의 구분에 따라 수출지원제도의 제공형태도 다양화되고 있다. 기존 전통적인 수출지원제도 운영체계 상에서는 정부기관 및 원조기관에 의한 직접적인 지원이 이루어졌으나, 민간 기업들의 참여로 인하여 공공기관 중심의 지원 서비스가 점차 민간기업 중심의 제공 형태로 변화되고 있다.

Ⅲ. 경북지역 중소기업의 수출지원정책 및 제도 현황

경북지역 내 중소기업들이 수혜 받을 수 있는 중소기업 수출지원정책 및 제도는 크게 국가 및 중소기업청 등 유관기관의 전국단위 지원사업과 지방자치단체인 경상북도청의 지원 사업으로 구분될 수 있다. 본 연구에서는 국가 및 중소기업청 등 유관기관의 전국단위 사업에 대하여서는 간략하게 다루며, 지자체인 경상북도청의 지원 사업을 중심으로 살펴보고자 한다.

15) 중소기업협동조합중앙회(현 중소기업중앙회), 「99 중소기업 활력회복을 위한 과제」, 1999, pp148~149.

16) 김인호(2004) 전개논문, pp23~24

17) 이원민(2007) 전개논문, pp5~7

1. 중앙정부 및 유관기관의 수출지원제도

우리나라의 무역정책을 담당하고 있는 지식경제부는 매년 「무역·통상진흥 종합시책」의 발간을 통하여 국내 중소기업의 성공적인 해외진출 및 개방 확대를 통한 선진 통상강국을 건설하기 위한 다양한 정책을 추진하고 있다. 실현을 위한 세부적 정책으로는 무역인프라 확충, 새로운 수출동력 창출 및 해외마케팅 역량강화, 해외진출 기반조성 등으로 구분될 수 있다.¹⁸⁾ 이 가운데 중소기업의 수출지원 강화를 위한 주요 정책은 <표 1>과 같다.

<표 1> 지식경제부의 중소기업 수출지원 강화 주요 정책

구분	정책 내용 및 방향
해외마케팅 지원제도 구축	·대국민 정보제공 서비스 강화 등을 통한 정책품질 제고 ·해외마케팅 지원기관간 유기적 협력체제 구축 ·해외마케팅 지원사업의 효과적 평가시스템 구축
수출 중소기업에 대한 맞춤형 마케팅 지원	·맞춤형 마케팅 지원 ·중소기업의 수출기업화 지원 ·현지네트워크 활용 ·온라인 수출마케팅 지원
해외시장에서의 지적재산권 보호 지원	·수출상품모조 종합대책 수립시행 ·지적재산권 보호를 위한 한-중간 협력채널 구축 ·지적재산권 보호를 위한 양자간·다자간 협력 강화 ·기업의 피해대응에 대한 적극적 지원
중소기업 해외진출거점 지원	·협력체제 구축을 통한 중소기업 수출지원기능의 체계적 관리 ·지원기업별 맞춤형 마케팅 전략수립 및 수출지원 인프라 개선 ·중소기업의 글로벌 경영지원 강화 및 해외시장 진출지원 확대
수출리스크 관리를 위한 수출보험 지원 강화	·수출보험 전방위 지원체제 구축 ·중소기업에 대한 선제적 지원체제 구축

자료 : 지식경제부, 「2008년도 무역·통상진흥 종합시책」, 2008.

수출관련 주요 유관기관인 대한무역진흥공사(KOTRA), 수출보험공사, 중소기업진흥공단, 한국무역협회(KITA), 한국무역정보통신(KTNET) 등 중소기업 수출지원 관련 10개 유관기관 및 단체에서는 중소기업에 대한 주요 지원영역으로 정보지원영역, 해외마케팅영역, 수출금융영역, 전문인력양성영역, 기타업무지원영역 등으로 구분하여 사업을 수행하고 있는 것으로 나타났다. <표 2>에서는 주요 유관기관 및 단체별 주요 지원 사업을 간략하게 정리하였다.

18) 지식경제부, 「2008년도 무역·통상진흥 종합시책」, 2008. 참조

2. 경상북도의 수출지원제도

경상북도 차원에서 실시하고 있는 중소기업 수출지원정책 및 제도는 지역중소제조기업의 글로벌 경쟁력(수출경쟁력)을 제고시켜 수출확대를 통한 경북지역 경제 활성화를 도모하는데 그 일차적인 목적이 있다.

2008년 현재 경상북도는 단독 또는 중앙정부 및 수출관련 유관기관의 지원·협력을 통하여 다양한 중소기업 대상의 수출관련 지원제도를 운영하고 있다. 경상북도에서 시행하고 있는 수출지원제도는 크게 통상지원시책홍보사업, 정보지원사업, 해외마케팅사업, 수출금융사업, 전문인력양성사업, 업무지원사업 등으로 구분될 수 있다. 이 가운데 시장개척단파견, 국내외 전시회 및 박람회 참가지원, 수출상담회, 인터넷무역지원, 해외지사화사업은 대부분의 지방자치단체에도 수행되고 있는 사업이며, 수출보험 및 보증료 지원 또한 경상북도의 타 지자체에서도 수행되고 있는 사업으로 조사되었다.¹⁹⁾

〈표 2〉 유관기관 및 단체의 수출지원 사업 현황

수행기관 및 단체	주요 수출지원 사업 현황	주요 세부내용
대한무역진흥공사 (KOTRA)	·중소기업 지원 해외마케팅 사업 ·해외진출 및 정보조사 사업 ·무역 및 투자 전문인력 양성	-지사화 사업, 시장개척단, 전시회 참가지원 -전략조사, 비즈니스 현장정보 제공, 해외진출 통합시스템 구축 -해외마케팅 전문인력 양성
수출보험공사 (KEIC)	·중소기업 맞춤형 수출보험 상품 확충 ·환위험 리스크 컨설팅 강화 ·원자재 가격변동 위험 담보제	-중소기업 특성별 맞춤형 수출보험 지원 -중소기업 환위험 컨설팅 및 담당자 교육 -원자재 가격변동에 대한 위험 담보를 통한 수출용 원자재 구매가격의 안정화 지원
중소기업진흥공단 (SBC)	·수출인큐베이터 사업 ·해외시장 개척 및 정부조달지원 ·산업(무역·투자)-기술 협력 사업 ·온라인 수출지원 사업 ·환위험 관리 지원 사업	-해외 주요 교역 거점에 수출 인큐베이터 설치 및 지원 -시장 및 조달시장개척단 파견 -산업-기술 협력 사업단 파견 -온라인 수출인프라 및 해외마케팅 지원
무역협회 (KITA)	·무역업체 수출지원 사업 ·무역진흥 및 인프라 확충 사업 ·해외시장 개척사업 ·교육 및 연수사업	-수출지원 직접서비스 -해외마케팅 지원서비스 -전문무역인 초청 강연 및 행사 -남북경협 활성화 지원 -Global 온라인 네트워크 구축 및 운영
한국무역정보통신 (KTNET)	·국가 전자무역서비스 사업 ·무역통계 정보서비스	-U-Trade Hub 활성화를 통한 전자무역 지원 -실시간 인터넷 무역·통관 정보서비스 지원

19) 임소진, 이용완, 김윤정(2008) 전계 논문 참조.

전략물자관리원 (KOSTI)	·대상 중소기업의 홍보 교육	-중소기업 대상 전략물자 관련 홍보 및 교육 지원
한국전시산업진흥회 (KEI)	·국내외 전시회 개최 지원 ·해외전시회 개별참가 지원 ·전시관련 인력 양성 및 교육	-국내외 유망 전시회 개최 지원 및 육성 -세계 유망 전시회 개별 참가기업에 대한 지원
대한상사증재단 (KCAP)	·중재사건 접수 및 처리	-해외진출 중소기업 법률지원
세계한인해외무역협회 (OKTA)	·국내수출 상담회 개최 ·중소기업 Agent 사업 ·해외인턴사원 양성 사업	-세계 한인 네트워크를 통한 해외마케팅 지원
신용보증기금 (KODIT)	·수출기업 특례보증제도 ·무역금융 보증 지원 사업	-수출입 관련 보증 및 자금 지원

자료 : 지식경제부, 「2008년도 무역·통상진흥 종합시책」, 2008.

그러나 ‘경북프라이드 상품 육성 지원 사업’의 경우 타 지자체와는 달리 경상북도에서만 수행하고 있는 중소기업 수출지원 관련 사업으로 기존의 여타 관련 지원 사업과는 달리 기업이 아닌 개별 상품에 대한 지원 사업으로 경상북도에서만 시행되고 있는 특화 사업으로 나타났다. 상기의 사업은 경상북도 소재의 일정 자격을 갖춘 우수 중소기업의 일류 상품을 발굴하여 글로벌 명품으로 육성하기 위한 지원 사업으로 개별 상품에 대한 글로벌 경쟁력 강화를 위한 수요자중심 맞춤형 지원 사업의 수행을 그 주요 내용으로 하고 있는 것으로 조사되었다. 또한 실질적인 산·관·학 연계 지원 사업을 통하여 중소기업 수출지원제도의 수행주체 입장에서 벗어난 수요자 중심의 다양한 사업을 선택과 집중을 통하여 수행함으로 그 효과를 극대화 하고 있다는 것이 기존 유사 지원제도와 비교하여 매우 큰 차이점을 나타낸다고 할 수 있다. 2008년 기준 경상북도의 주요 중소기업 수출지원정책 및 제도는 다음의 <표 3>과 같다.

<표 3> 경상북도의 주요 수출지원제도 및 현황(2008년 기준)

사업명	주요 세부내용	예산 및 비교
해외시장개척단 파견	·회수 및 지역 : 15회, 28개 국가 ·파견업체 : 150개 업체 ·지원사항 : 편도 항공료, 바이어 발굴, 통역, 시장조사, 상담장 제공, 차량 제공 등 ·사업시행 : KOTRA 대구경북무역관, 경상북도 중소기업종합지원센터	530백만원 (도비 318백만원)

<p>국제 전시회 및 박람회 참가</p>	<p>·회수 및 지역 : 31회, 12개 국가 ·지원업체 : 200개 업체 ·지원사항 : 편도 운송료, 부스임차료, 통역 등 ·사업시행 : KOTRA 대구경북무역관, 경상북도중소기업종합지원센터, 한국무역협회대구경북지부, 경북통상(주)</p>	<p>525백만원 (도비 315백만원)</p>
<p>해외바이어초청 수출상담회 개최</p>	<p>·회수 및 초청바이어 : 7회, 150개 업체 ·지원사항 : 바이어 체재비, 상담장 임차료, 통역, 바이어 섭외 등 ·사업시행 : KOTRA 대구경북무역관, 한국무역협회 대구경북지부, 경북통상(주)</p>	<p>100백만원 (도비 60백만원)</p>
<p>Post FTA 대비 북미시장 토털마케팅</p>	<p>·지역 : 2개 지역(디트로이트, 토론토) ·참여업체 : 8개 업체 ·품목 : 자동차부품(OEM 중심) ·내용 : 현지 전담인력을 채용, 시장조사, 바이어 발굴, 수출상담, 계약 등 종합 지원 ·사업시행 : KOTRA 대구경북무역관</p>	<p>55백만원 (도비 33백만원)</p>
<p>경북 Pride상품 폴란드 로드쇼 개최</p>	<p>·지역 : 폴란드 바르샤바 ·참여업체 : 20개 업체 ·품목 : 종합품목 ·내용 : 전시회, 수출상담, 판매행사 등 개최 ·사업시행 : KOTRA 대구경북무역관</p>	<p>150백만원 (전액 도비)</p>
<p>경북 농업 루마니아 투자기술 진출단 파견</p>	<p>·지역 : 루마니아 부쿠레슈티 ·참여업체 : 10개 업체 ·품목 : 농업기술, 관련제품 전반 ·내용 : 교류협력 의향서 체결, 전시회 및 특판 행사, 협력 가능한 프로젝트 발굴 등 ·사업시행 : KOTRA 대구경북무역관</p>	<p>60백만원 (전액 도비)</p>
<p>해외공동물류센터 지원</p>	<p>·지역 : 12개소 ·지원사항 : 업체별 연회비의 100% 지원 ·사업시행 : KOTRA 대구경북무역관</p>	<p>20백만원 (도비 12백만원)</p>
<p>해외시장조사대행 지원</p>	<p>·지원건수 : 100건 ·지원사항 : 신규 거래선 발굴, 시장조사, 바이어 정보, 신용조사 등 ·사업시행 : KOTRA 대구경북무역관</p>	<p>40백만원 (도비 24백만원)</p>
<p>해외세일즈 개별출장 지원</p>	<p>·회수 : 40회 ·내용 : 사전 시장조사활동, 바이어 섭외, 상담주선 등 ·사업시행 : KOTRA 대구경북무역관</p>	<p>20백만원 (도비 12백만원)</p>
<p>해외기술 수출입 지원</p>	<p>·대상 : 해외진출 희망 중소기업, 연구기관, 지역대학 등 ·내용 : 우수기술 수출입, 합작, 기술투자 유치 등 종합 지원 ·사업시행 : KOTRA 대구경북무역관</p>	<p>필요시 경비부담</p>

수출 상품 카탈로그·CD 제작	·수록업체 : 우수 중소기업 40개 업체 ·제작수량 : 카탈로그 4,000부, CD 4,000개 ·활용방법 : 국제행사, 시장개척활동 시 활용 ·사업시행 : 한국무역협회 대구경북지부	40백만원 (도비 24백만원)
수출보험료 지원	·지원업체 : 120개 업체 ·지원금액 : 환변동 보험 등 500만원 한도 ·사업시행 : 한국수출보험공사 대구지사	150백만원 (전액 도비)
수출기업 해외지사화 사업 지원	·지원업체 : 20개 업체 ·지원금액 : 지사화 사업비의 50% 지원 ·사업시행 : KOTRA 대구경북무역관	50백만원 (전액 도비)
경북 인터넷 무역센터 운영	·사이트 주소 : http://www.gitc21.net ·회원업체 : 500개 업체 ·사업시행 : 한국무역협회 대구경북지부	15백만원 (전액 도비)
인터넷 해외 마케팅 사업	·지원업체 : 24개 업체 ·지원사항 : 바이어 발굴, 전자카탈로그 제작 ·사업시행 : 한국무역협회 대구경북지부	30백만원 (전액 도비)
무역아카데미 운영	·개최횟수 : 8회 ·교육과정 : 무역실무, CEO, BRICs 과정 등 ·사업시행 : 한국무역협회 대구경북지부	40백만원 (전액 도비)
통역 및 번역 지원	·대행기관 : 한동대학교 어학지원센터, 구미 ·지원규모 : 1건당 6만원, 통역은 10만원까지 ·사업시행 : 한동대학교 어학지원센터, 구미1대학	업체당 60만원 사업후 정산
글로벌 무역 전문가 양성	·지원대학 : 2개 대학(경일대, 영남대) ·지원사항 : 무역전문가 양성(실무, 현장학습) ·사업시행 : 경일대학교 GTEP, 영남대학교 GTEP	80백만원 (전액 도비)
해외통상투자 주재관 파견	·파견지역 : 8지역(동경, 상해, 자카르타, LA 등) ·활동내용 : 무역·투자정보 등 파악 ·사업시행 : 경상북도 자체 시행	6개국 8개 지역, 9명 파견
특산물 전시판매장 운영 지원	·설치장소 : 대구국제공항 내 ·전시판매 : 도내 170개 업체 1,400종 상품 ·사업시행 : 경북통상(주)	40백만원 (전액 도비)
경북프라이드상품 육성	·도내 우수 중소기업의 상품 선정 및 글로벌 명품화 ·2007년부터 2009년까지 연차별 10개 이내 상품 선정 ·선정이후 3년간 수요자 맞춤형 지원사업 ·사업시행 : 경상북도 자체 시행	300백만원 (전액도비)

자료: 경상북도, 「2008년도 중소기업육성시책」, 2008.

IV. 경북지역 중소기업 수출지원정책 실태분석

1. 설문지의 구성

본 연구는 경북 소재 중소기업의 수출지원정책의 인지도, 활용도 및 만족도에 대한 실태를 분석하고자 한다. 그 분석의 정확성을 높이기 위하여 수출기업과 비수출기업을 구분하여 설문지를 구성하였다. 기업의 일반적 사항에 대해서는 선택형 설문지로 조사하였으며, 수출기업의 경우에는 중소기업 수출지원 정책의 수혜여부와 상관없이 개별정책에 대한 인지도를 5점 척도를 통해 조사하였다. 수출지원정책의 활용도와 그 만족도의 항목은 그 정책의 수혜경험이 있는 기업을 바탕으로 5점 척도를 통해 조사하였다. 또한, 개별 중소기업 지원정책에 대한 인지도, 활용도 및 만족도에 대한 항목별 요인을 5점 척도를 통해 조사하였다. 한편 비수출기업의 경우에는 수출을 하지 않는 이유와 향후 수출할 계획 및 지원을 받고자 하는 기관에 대한 사항을 선택형 설문지를 통해 조사하였다.

2. 자료의 수집 및 분석방법

〈표 4〉 설문대상 및 항목, 방식

대상	설문항목	설문방식
<수출기업 및 비수출기업 전체>	- 기업의 일반적 사항	선택형
<수출기업 전체> - 인지도 : 수출기업전체 - 활용도 및 만족도 : 개별 정책의 수혜 경험이 있는 업체	<중소기업 수출지원정책에 관한 인지도, 활용도, 만족도> - 국제박람회 단체참가 지원 - 국제박람회 개별참가 지원 - 해외시장개척단 파견 - 해외바이어 수출상담회 - 해외상품홍보지 제작/배포 - 수출상품 홍보CD디렉토리 제작/배포 - 해외시장조사 - 인터넷 해외마케팅 지원사업 - 종이카탈로그 제작 제작지원 - 인터넷 홈페이지 제작 - e-무역상사 참가 - 수출기업 해외지사화 사업 - 해외인증규격 획득지원 - 통/번역 지원	5점 척도
<비수출기업>	- 수출하지 않는 이유, 향후 수출계획 및 이용기관	선택형

1) 자료수집 및 조사기간

설문지는 설문항목의 신뢰성을 높이기 위하여 예비 및 사전조사 기간을 구분하여 실시하였다. 예비 및 사전조사는 2008년 9월 8일부터 2008년 9월 22일까지 기간 동안 실시하였으며, 본 조사는 2008년 9월 29일부터 2008년 11월 3일까지 기간 동안 실시하였다. 수출기업 및 비수출 기업 각각 200부씩 총 400부의 설문지를 Fax, e-메일, 1:1 면담법에 의해 조사하였으며, 회수된 설문지 중 누락, 과오표기 등을 제외한 수출기업 99개 기업, 비수출기업 88개 기업을 바탕으로 분석하였다.

2) 분석방법

설문지의 5점 척도 항목은 그 처리 및 인지상의 편의성을 위해 다음과 같은 방법에 의해 환산하여 처리하였다. 환산된 모집자료의 통계처리는 통계 패키지 중의 하나인 SPSS 12.0을 이용하여 실증 분석하였다. 우선 입력되어진 자료의 정확성을 점검하고, 개괄적인 특성을 알아보기 위하여 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다. 그리고 수출지원정책에 관한 인지도, 활용도 및 만족도와 주요한 기업들의 특성과의 관계를 도출하기 위하여 교차분석(Crosstabulation Analysis)을 병행 실시하였다.

<p>K : 척도 X : K점 - 척도의 점수 Min : 100점에서의 최소값 Max : 100점에서의 최대값 P : 100점으로 환산한 점수 $P = \text{Min} + \{(\text{Max}-\text{Min})/(\text{K}-1) \times (\text{X}-1)\}$</p>

[그림 1] 5점 척도의 100점 환산법

3. 실증분석의 결과

1) 수출기업의 일반적 특성

수출기업의 일반적 특성을 살펴보면, 고용자 수는 11~50명의 기업이 가장 많이 차지하고 있다. 해외 수출경험은 11년 이상이 27.27%로 가장 높으며, 4~6년이 26.26%로 그 다음 순을 이루고 있다. 매출액 규모로는 50억 이상 기업이 60.6%로 가장 높으며, 수출액 규모 역시 50억 이상이 30.30%로 가장 높은 비율을 보이고 있다.

2) 수출기업의 특성별 인지도, 활용도, 만족도 상 애로요인에 관한 실태분석

수출기업에 관한 애로요인은 크게 인지도, 활용도 및 만족도로 3가지 항목으로 구성되며, 각 항목별 애로요인의 설문내용 및 코드는 아래 <표 6>과 같다. 또한, 애로요인 설문의 경우에는 각 항목별 설문별로 5점 척도에서 5점 즉, ‘매우 그렇다’가 애로요인이 많다는 것을 뜻하므로, 100점 환산시 점수가 높을수록 애로사항이 높다고 할 수 있다.

<표 5> 수출기업의 일반적 특성

구 분		빈도	퍼센트
고용자 수	10명 이하	13	13.1%
	11~50	37	37.4%
	51~100	24	24.2%
	101~200	14	14.1%
	201~300	5	5.1%
	300명 이상	6	6.1%
해외수출경험	1년 이내	15	15.15%
	1~3년	10	10.10%
	4~6년	26	26.26%
	7~10년	21	21.21%
	11년 이상	27	27.27%
매출액 규모	1억~5억 미만	7	7.1%
	5억 이상~10억 미만	6	6.1%
	10억 이상~30억 미만	19	19.2%
	30억 이상~50억 미만	7	7.1%
	50억 이상	60	60.6%
수출액 규모	1억~5억 미만	23	23.23%
	5억 이상~10억 미만	17	17.17%
	10억 이상~30억 미만	21	21.21%
	30억 이상~50억 미만	8	8.08%
	50억 이상	30	30.30%
	합 계	99	100.0%

〈표 6〉 설문 항목별 애로요인의 설문내용 및 코드

항목	항목별 애로요인의 설문 내용	항목 코드
인지도	지원시책에 대한 홍보 부족	a1
	지원시책의 사전 공지 부족	a2
활용도	지원받는데 시간이 많이 걸림	b1
	업체비용부담	b2
	실질적 효과의 미흡	b3
	지원 후 사후관리 미흡	b4
	담당직원의 전문성 부족	b5
만족도	지원 후 사후관리 부족	c1
	기관별 지원 프로그램의 중복	c2
	수출단계별 지원프로그램 차별화 부족	c3
	단기적이고 실적위주의 정책	c4

(1) 수출기업의 고용인원에 따른 수출지원시책에 관한 각 요인별 애로요인

수출기업의 고용인에 따른 수출지원시책에 관한 각 요인별 애로요인을 살펴보면, 우선 인지도에서는 지원시책의 사전 공지 부족이 좀 더 높은 애로사항으로 나타났으며, 고용인원 301~500명의 기업이 75.0으로 가장 높은 불만족을 나타내었다. 인지도 면에서 500명 이상의 기업은 50.0으로 가장 낮은 불만족을 나타냈으며, 그 다음으로 10명 미만의 기업이 53.8로 두 번째로 낮은 불만족을 나타내었다. 이는 500명 이상의 기업의 경우에는 지원 시책의 이용 빈도가 가장 낮기 때문에 그런 결과가 도출된 것으로 추론되어 지며, 10명 미만의 기업의 경우에는 중소기업 지원시책의 인지, 활용을 하기 위한 인력 부족이 그 원인으로 추론되어 진다. 활용도면에서 애로요인으로는 전체적으로 지원받는데 시간이 오래 걸리는 점이 가장 높은 불만족 요소로 나타났다. 그 다음으로 업체비용부담이 불만족 요소로 나타났다. 특히 10명 미만의 기업에서 지원받는데 시간이 오래 걸리는 점, 업체비용부담, 실질적 효과의 미흡이 70.0이상으로 아주 높은 불만족 요소로 나타났으며, 500명 이상의 기업에서는 활용도 면에서 사후관리부족, 담당직원의 전문성 부족이 70.0이상으로 가장 높은 불만족 요인으로 나타났다.

10명 미만 기업의 경우에는 업체비용부담이나 지원시간의 지체 등이 활용도의 애로요인으로 뽑은 것은 기업규모의 영세화 및 인력부족이 그 원인으로 추론되어 진다. 500명 이상의 기업의 경우에는 이와는 반대로 지원기간이나 비용은 큰 상관이 없지만, 지속적인 지원정책을 요구 하고 있으며, 담당 직

원의 전문성을 크게 강조 하고 있는 것으로 상반된 결과가 도출 되었다. 이는 500명 이상의 기업에서 는 그 시책의 활용 가능한 인력 및 시스템이 충분히 갖춰져 있으며, 인력 수준 역시 영세기업에 비해 상당히 높음을 알 수 있다.

〈표 7〉 수출기업의 고용인원에 따른 수출지원시책에 관한 각 요인별 애로요인

구 분	수출지원시책에 관한 애로요인										
	인지도		활용도					만족도			
항목코드	a1	a2	b1	b2	b3	b4	b5	c1	c2	c3	c4
10명 미만	59.6	53.8	71.2	76.9	75.0	67.3	55.8	65.4	61.5	67.3	78.8
10~50명	65.5	64.2	58.1	58.1	56.1	58.8	57.4	68.2	62.2	68.9	63.5
51~100명	53.1	64.6	61.5	57.3	60.4	59.4	55.2	66.7	58.3	58.3	59.4
101~300명	66.1	71.4	58.9	55.4	60.7	62.5	57.1	75.0	71.4	78.6	64.3
301~500명	63.9	75.0	75.0	80.6	72.2	72.2	80.6	69.4	80.6	80.6	80.6
500명 이상	62.5	50.0	62.5	62.5	50.0	75.0	75.0	100.0	100.0	100.0	87.5
평 균	61.6	64.6	62.4	62.1	61.6	62.1	59.1	69.2	64.9	69.2	66.7

만족도면에서는 500명 이상의 기업이 4개 중 3개 항목에서 모두 불만족을 표출하여 가장 높은 불만족을 나타내었다. 이는 상기의 활용도에서처럼, 지원시책이 영속적이며, 실질적이지 못하며, 그 수준 역시 상당히 미흡함을 보여준다. 만족도는 기업의 고용인원이 작을수록 만족하는 정도가 높은 특징을 가지고 있다. 따라서 중소기업 지원 시책의 경우에도, 기업규모, 내부인력 수준에 따라서 그 시책의 성격, 지원규모, 지원내용의 차별화를 추구해야 함을 알 수 있다.

(2) 수출기업의 해외수출경험에 따른 수출지원시책에 관한 각 요인별 애로요인

수출기업의 해외수출경험에 따른 수출지원시책의 각 애로요인은 인지도 측면에서는 해외수출경험이 낮을수록 불만족이 높은 결과를 나타내었다. 활용도 면에서는 지원받는데 많은 시간이 걸리는 점을 가장 높은 불만족 요소로 선택하였으며, 특히 해외수출 1~3년 된 기업이 지원받는데 많은 시간이 걸리는 점은 가장 높은 불만족 요소로 선택하였다. 활용도의 경우에는 활용도의 각 요인별로 큰 차이 없이 거의 60.0 정도의 불만족을 보였다.

만족도의 경우에는 지원 후 사후관리 부족이란 점과 단계별 수출지원프로그램의 차별화 부족을 가장 높은 불만족 요소로 선택하였다. 만족도 항목에서는 전반적으로 해외수출경험이 낮을수록 만족도가

떨어지는 즉 불만족이 높은 현상을 보이고 있으며, 특히 4~6년의 해외수출경험을 가진 기업이 전반적으로 불만족이 가장 높은 특징을 보여주었다.

〈표 8〉 수출기업의 해외수출경험에 따른 수출지원시책에 관한 각 요인별 애로요인

구 분	수출지원시책에 관한 애로요인										
	인지도		활용도					만족도			
항목코드	a1	a2	b1	b2	b3	b4	b5	c1	c2	c3	c4
1년 이내	71.7	73.3	61.7	68.3	66.7	61.7	66.7	78.3	68.3	70.0	73.3
1~3년	65.0	65.0	70.0	60.0	57.5	57.5	57.5	67.5	60.0	70.0	67.5
4~6년	62.5	70.2	65.4	63.5	58.7	68.3	63.5	74.0	74.0	75.0	72.1
7~10년	64.3	52.4	52.4	54.8	60.7	58.3	52.4	70.2	57.1	69.0	60.7
11년 이상	51.9	63.9	64.8	63.9	63.9	61.1	56.5	59.3	62.0	63.0	62.0
평 균	61.6	64.6	62.4	62.1	61.6	62.1	59.1	69.2	64.9	69.2	66.7

(3) 수출기업의 수출액 규모에 따른 수출지원시책에 관한 각 요인별 애로요인

수출액에 따른 인지도 측면에서는 지원시책에 대한 홍보부족을 수출액이 작을수록 높은 불만족을 표현하였다. 지원시책에 대한 사전 공지에 대해서는 거의 고른 불만족을 보였지만, 50억원 이상기업에서 가장 높은 불만족을 나타낸 특징을 보였다. 활용도 측면에서는 전반적으로 수출액 규모가 작을수록 높은 불만족을 나타내었으며, 특히 업체비용부담 항목에서 50억원 이상 업체에서 다소 높은 불만족을 나타낸 특징을 보였다. 만족도 측면에서도 수출액 규모가 작을수록 높은 불만족을 나타내었다. 따라서 수출액 규모가 큰 기업일수록 기업내부에 수출입업무를 전담하는 부서 혹은 내부 인력을 두고 있기 때문에 전반적인 불만족이 낮게 나타난 것으로 추론된다.

〈표 9〉 수출기업의 수출액 규모에 따른 수출지원시책에 관한 각 요인별 애로요인

구 분	수출지원시책에 관한 애로요인										
	인지도		활용도					만족도			
항목코드	a1	a2	b1	b2	b3	b4	b5	c1	c2	c3	c4
1억~5억 미만	72.8	65.2	65.2	69.6	65.2	67.4	66.3	75.0	68.5	71.7	72.8

5억이상~10억 미만	60.3	67.6	52.9	54.4	50.0	63.2	52.9	70.6	69.1	75.0	69.1
10억이상~30억 미만	57.1	58.3	63.1	50.0	63.1	60.7	56.0	64.3	44.0	60.7	57.1
30억이상~50억 미만	62.5	59.4	53.1	53.1	56.3	53.1	50.0	62.5	59.4	56.3	59.4
50억 이상	56.7	68.3	67.5	71.7	65.8	60.8	61.7	69.2	75.8	73.3	69.2
평균	61.6	64.6	62.4	62.1	61.6	62.1	59.1	69.2	64.9	69.2	66.7

(4) 수출기업의 업종에 따른 수출지원시책에 관한 각 요인별 애로요인

업종의 경우에는 한국표준산업분류 제조업분류를 기준으로 조사하였으며, 분석의 편의를 위해서 <표 10>에서와 같이 9개의 업종으로 재분류하여 분석하였다.

<표 10> 업종 재분류 및 항목코드

업종 재분류 및 항목코드		항목코드
음식료품제조업	음식료품 및 담배제조업	d1
담배제조업		
섬유제조업		
의복및모피제품 제조업	섬유,의복및모피 제품 제조업	d2
펄프,종이,종이제품 제조업	종이,출판인쇄 등 제조업	d3
출판인쇄 및 기록매체 제조업		
고무 및 플라스틱 제조업	고무 및 석유화학 등 제조업	d4
코크스, 석유정제제품		
화합물 및 화학제품 제조업		
비금속광물제품제조업	금속 및 비금속 등 제조업	d5
제1차 금속제품		
조립금속제품 제조업		
기타 기계 및 장비제조업	기타 기계, 영상장비 등 제조업	d6
사무, 계산회계용 기계제조업		
영상, 음향, 통신장비 제조업		
의료, 정밀, 광학기기 및 시계제조업	의료, 정밀, 광학기기 및 시계제조업	d7
자동차 및 트레일러 제조업	자동차 및 운송장비 제조업	d8
기타 운송장비 제조업		
가구 및 기타 제조업	가구 및 기타 제조업	d9
기타 전기기계 및 전기 변환장치 제조업		

업종별로 인지도 면에서는 음식료품 및 담배제조업과 의료, 정밀, 광학기기 및 시계제조업의 업종에서 다소 높은 불만족을 표현하였다. 따라서 지원시책에 관한 관련 업종에 대한인지도 확대를 위한 방법을 강구해야 할 것으로 판단된다.

업종별로 활용도 면에서는 종이, 출판인쇄 등 업종에서 실질적인 효과와 지원 후 사후관리 미흡이 다소 높은 불만족 요소로 나타났다. 섬유, 의복 및 모피 제품 제조업 역시 실질적인 효과 미흡의 활용도 요인을 다소 높은 불만족 요소로 지적하였다.

업종별 만족도의 경우에는 음식료품 및 담배제조업, 기타 기계, 영상장비 등 제조업, 의료, 정밀, 광학기기 및 시계제조업이 만족도의 거의 모든 항목에서 고른 불만족을 표현하였다. 따라서 이들 업종의 경우에는 일반적인 제조업의 지원시책과 유사한 시책을 권장하기 보다는 업종별로 보다 특화된 지원시책이 필요할 것으로 판단된다.

〈표 11〉 수출기업의 업종에 따른 수출지원시책에 관한 각 요인별 애로요인

구분	수출지원시책에 관한 애로요인										
	인지도		활용도					만족도			
항목코드	a1	a2	b1	b2	b3	b4	b5	c1	c2	c3	c4
d1	75.0	80.0	70.0	60.0	55.0	70.0	65.0	75.0	85.0	75.0	75.0
d2	66.7	54.2	54.2	45.8	70.8	58.3	58.3	75.0	62.5	58.3	58.3
d3	75.0	75.0	50.0	50.0	75.0	75.0	50.0	75.0	50.0	75.0	50.0
d4	51.5	63.2	51.5	54.4	60.3	63.2	47.1	63.2	52.9	61.8	64.7
d5	50.0	53.8	61.5	59.6	59.6	50.0	59.6	50.0	57.7	59.6	51.9
d6	65.6	67.7	64.6	69.8	65.6	65.6	62.5	78.1	77.1	77.1	75.0
d7	77.1	72.9	64.6	66.7	52.1	72.9	66.7	77.1	70.8	75.0	77.1
d8	33.3	75.0	66.7	75.0	58.3	50.0	50.0	58.3	75.0	58.3	58.3
d9	67.3	55.8	73.1	61.5	63.5	57.7	65.4	71.2	51.9	75.0	67.3
평균	61.6	64.6	62.4	62.1	61.6	62.1	59.1	69.2	64.9	69.2	66.7

3) 수출기업의 업종별 향후 선호하는 지원시책

〈표 12〉 설문 항목별 향후 선호하는 시책 설문내용 및 코드

향후 선호하는 시책의 설문 내용	항목 코드
해외전시회 참가	e1
시장개척단	e2
수출상담회	e3

해외홍보지	e4
해외시장조사	e5
인터넷마케팅	e6
카탈로그 제작	e7
e-무역상사	e8
지사화 사업	e9
해외규격인증지원	e10
해외비즈니스 출장 실경비 지원	e11

수출기업의 업종별 향후 선호하는 지원시책은 <표 13>의 결과와 같이 지원시책 중에서는 해외전시회 참가가 37개의 응답으로 가장 높은 시책으로 선택되었다. 그 다음으로 해외시장조사와 해외규격인증지원의 시책이었다. 업종별로는 고무 및 석유화학 등 제조업과 금속 및 비금속 등 제조업, 기타 기계, 영상장비 등 제조업, 의료, 정밀, 광학기기 및 시계제조업이 지원시책 중에서 해외전시회 참가를 가장 높게 선택하였으며, 가구 및 기타 제조업의 경우에는 해외시장조사의 시책을 가장 선호하는 지원시책으로 선택하는 특징을 보였다.

이와 같이, 업종별로 선호하는 지원시책 및 불만족 사항이 상이하게 나타나는 결과를 바탕으로 업종별 지원시책이 성격, 예산, 절차 등이 차별화되어야 할 것이다.

<표 13> 수출기업의 업종에 따른 향후 선호하는 지원시책

구분		향후 선호하는 시책										
		e1	e2	e3	e4	e5	e6	e7	e8	e9	e10	e11
업 종	d1	2	2	1								
	d2	4				1			1			
	d3	3										
	d4	7	2			2				1	5	
	d5	7							4	2		
	d6	5	3	1		4		1		5	3	2
	d7	6		1		1					3	1
	d8			4								2
	d9	3	1			5					2	2
합 계		37	8	7		13		1	5	8	13	7

4) 비수출기업의 주요 분석결과

(1) 비수출기업이 수출하지 않는 이유

회수된 비수출기업 88개의 기업을 대상으로 수출을 하지 않는 질문에 대해 전체 업체중 27.27%가 해외시장 및 바이어정보 부족을 선택하였고, 그 다음으로 영세한 기업규모를 선택하였다.

〈표 14〉 비수출기업의 수출하지 않는 이유

구 분 설문내용	1순위		2순위	
	빈도	퍼센트	빈도	퍼센트
영세한 기업규모	19	21.59%	8	9.09%
무역금융 등 운전자금 부족	2	2.27%	6	6.82%
생산시설자금 부족	4	4.55%	11	12.50%
해외시장 및 바이어정보 부족	24	27.27%	18	20.45%
제품해외홍보 곤란	5	5.68%	9	10.23%
언어소통문제	9	10.23%	2	2.27%
전문 무역인력 부족	2	2.27%	25	28.41%
경쟁국에 비해 수출단가가 높음	7	7.95%	2	2.27%
제품품질 및 디자인 문제	7	7.95%	2	2.27%
물류비용에 대한 부담	1	1.14%	3	3.41%
복잡한 수출절차	8	9.09%	2	2.27%
총 계	88	100.00%	88	100.00%

(2) 비수출기업의 향후 수출 할 의사

비수출기업의 경우에 향후 수출 할 의향에 대해서는 전체 중 62.5%가 수출 할 의향이 있는 것으로 조사되었다. 따라서 상기의 수출하지 않는 주요 요인으로 해외시장 및 바이어 정보나 언어소통 등의 문제에 대한 비수출기업에 대한 지원 정책의 우선순위를 두어야 할 것이다. 또한 영세한 기업규모의 경우에는 보다 수출업무 기반에 대한 인력부족이 큰 문제 일 것이므로 이에 대한 체계적인 접근이 필요 할 것이다.

〈표 15〉 비수출기업의 향후 수출 할 의사

구 분	빈도	퍼센트
향후 수출 할 의향이 있음	55	62.50%
향후 수출 할 의향이 없음	33	37.50%
총 계	88	100.00%

(3) 비수출기업의 향후 수출지원을 받기 위한 기관 선호도

비수출기업이 향후 수출지원을 받기 위한 기관 선호도의 경우에는 제1순위로는 경상북도를 가장 높게 선택하였고 제2순위로는 대구경북지방중소기업청을 가장 높게 선택하였다. 따라서 중소기업에 대한 지원정책의 인지도, 활용도, 만족도 등을 높이기 위해서는 경상북도 혹은 대구경북지방중소기업청으로의 지원정책의 신청, 유지, 사후관리 등의 행정업무를 일원화할 필요성이 있을 것으로 판단된다. 이와 함께 경상북도 및 대구경북지방중소기업청은 기타 유관기관 및 협회 등의 중소기업 지원정책의 경우에도 보다 적극적으로 홍보해야 할 필요성이 있다.

〈표 16〉 비수출기업의 향후 지원받기를 위한 기관 선호도

구 분	1순위		2순위	
	빈도	퍼센트	빈도	퍼센트
경상북도	21	23.86%	7	7.95%
대구경북지방중소기업청	19	21.59%	26	29.55%
경상북도 중소기업종합지원센터	16	18.18%	7	7.95%
한국무역협회 대구경북지부	4	4.55%	4	4.55%
Kotra 대구경북무역관	9	10.23%	13	14.77%
중소기업진흥공단 대구경북지역본부	1	1.14%	1	1.14%
자체수행	7	7.95%	5	5.68%
민간위탁	6	6.82%	9	10.23%
경북도내 테크노파크(KTP, PTP)	4	4.55%	9	10.23%
기타	1	1.14%	7	7.95%
총 계	88	100.00%	88	100.00%

(4) 비수출기업의 수출지원제도 전반에 대한 인터뷰 결과

경북지역 관내 비수출기업의 경우 수출지원제도의 이해와 활용에 있어서의 주된 요구사항은 다음과 같다. 첫째, 수출지원제도 및 시책 마련 시 해당기업의 규모에 맞는 단계별 시책 준비의 필요성을 제기하였다. 둘째, 관련 중소기업 행정지원자가 1대1의 맞춤형 지원 서비스 체제 구축을 통한 1회성 지원에 벗어나 지원제도의 활용에 대한 기업 자체의 역량 증대 필요성을 요청하였다. 셋째, 개별 기업의 품목 및 수출준비 단계에 적합한 단기, 중기, 장기적 측면의 지속적인 지원정책 요구. 넷째, 개별 상품에 대한 글로벌 홍보 및 시장개척을 통한 알리기 위주의 지원에서 실질 업무를 담당할 수 있는 인력의 지원을 더 필요로 하고 있는 것으로 나타났다.

V. 정책제언 및 결론

1. 정책제언 및 요약

본 연구에서는 정부 및 유관기관의 중소기업수출 지원제도의 의의와 현재 지원되고 있는 주요 지원 정책에 대하여 살펴보았으며, 경상북도 지자체 차원의 중소기업수출 지원제도에 대해서도 개관해 보았다. 또한 도내 중소기업들을 대상으로 상기의 수출지원제도에 대한 인지도와 활용도에 관한 실태조사를 수행하였다.

앞에서 살펴 본 바와 같이 경북지역 수출 및 비수출기업의 실태조사에서 나타난 결과를 토대로 중소기업의 수출증대 및 국제경쟁력강화를 위한 정책의 방향 수립 및 지원정책의 개발이 절실하다. 이를 위해서는 경북지역 중소기업의 특성에 맞춘 맞춤형 수출지원정책으로의 사고 전환이 필요할 것이다. 이를 통하여 수출경영상의 문제점을 개선하여 글로벌경쟁력제고 및 수출증대효과를 극대화하고 수출 지원사업의 효율성을 제고하여야 할 것이다. 이를 위해서는 실질적 수혜자인 중소기업들의 만족도 제고를 위한 다음과 같은 지원정책 패러다임의 변화가 필요할 것이다.

첫째, 수혜자 중심의 수출지원제도의 필요성을 들 수 있다. 본 연구에서 실시한 실태조사 응답 중소기업의 대다수는 수출지원제도의 홍보 및 설명 부족으로 인한 어려움을 가장 먼저 답하였다. 이와 함께 수혜기업의 선정시 업체 및 제품의 특성을 고려하지 않은 단순한 재무상태 및 글로벌경험도 등만의 집행기관 위주의 선정방식에 대하여 많은 불만을 제시하였으며, 단기적 지원성과에 대한 사업운영 방식에 대한 불만을 나타내었다. 이러한 점들은 그간의 수출지원제도의 운영 및 집행에 있어서 집행기관 위주 사업시행으로 관련 제도에 대한 신뢰성과 효과의 부정적 영향을 준 것으로 판단된다.

둘째, 지원제도의 효율적인 체계화에 대한 의견을 피력하고 싶다. 현재 지방자치단체에서 다양하게 실시 및 추진되고 있는 중소기업 수출지원제도는 우선적으로 중앙정부 및 수출관련유관기관의 기본 지원정책과 대부분 연계가 되어있다. 그러나 현실적으로는 중앙 및 국가차원의 지원제도와 지자체 차원의 지원제도가 유기적인 수출지원시스템으로 구축되어 있지 않고 있었다. 이러한 문제로 인하여 동일하거나 대동소이한 지원정책 및 제도가 중복으로 이루어지고 있었으며, 예산의 활용 역시 분산되어 수출지원에 대한 자원이 비효율적으로 활용되는 결과를 초래하였다. 이러한 부분들은 수출지원제도 운영의 일원화 및 전담조직 구축을 통한 사업추진의 구심점을 구축함으로써 전체 지원사업에 대한 인지도, 활용도 및 만족도를 제고 시켜나갈 수 있을 것이다.

셋째, 새로운 수출지원제도의 개발 및 구축이 필요하다. 기존의 수출인프라 구축관련 수출지원제도의 보강과 함께 세계경제 패러다임과 수혜 중소기업의 국제화 역량정도를 고려한 단계별 맞춤형 수출 지원제도의 필요성이 절실하다. 본 실태조사 연구에서도 응답대상 중소기업의 업종, 상품, 종업원, 매출액, 수출액, 창업년도, 수출년도, 해외전담인력수 등에 따라 다양한 형태의 수출지원정책 및 제도가

필요한 것으로 조사되었다. 물론 현재 정부, 유관기관 및 지자체 차원의 다양한 중소기업 수출지원제도가 개발 및 시행되고 있지만 이러한 다양한 수출지원정책 및 제도를 업종별, 지역별, 기업규모별, 전문 인력의 유무 등과 같은 세부 지표로 구분한 맞춤형 수출지원제도의 개발이 필요한 것으로 생각된다. 특히, 지원기간에 있어서도 단기적 지원과 더불어 업체의 특성과 국제화단계에 따른 수출지원제도의 단계별 추진 로드맵이 필요할 것이다.

2. 향후 연구의 방향

본 연구를 통하여 경북지역 중소기업의 수출지원제도 인지도, 활용도 및 만족도에 관한 실태를 조사하였으며, 수출지원제도 활용상의 애로요인에 대한 분석도 실시하였다. 이러한 연구를 통하여 상기와 같은 연구 시사점 및 의의를 도출하였다. 그러나 연구대상지역이 경북지역의 중소기업으로 국한되어 이루어졌기 때문에 이러한 연구결과를 우리나라 전체 중소기업으로까지 일반화하기에는 다소 무리가 있을 것이다. 또한, 본 연구는 실증분석의 의미는 지니고 있으나 설문내용에 따른 실태조사 분석에 한계를 지니고 있다. 특히 지역내 중소수출기업과 수출지원제도에 대한 활용도 및 만족도와 수출성과는 어떤 상관관계를 가질 것인가에 대한 실증분석은 향후 본 연구와 관련하여 적극적으로 수행되어져야 할 것이다. 이와 더불어 수혜기업의 수출지원제도의 인지도, 활용도 및 만족도 간의 괴리에 대한 연구를 통한 수출성과와의 상관관계에 대한 연구도 본 연구와 직접적으로 필요한 향후 연구라고 판단된다.

참 고 문 헌

- 고성삼·이창수, “중소제조기업의 균형 성과표에 의한 경영성과측정”, 『중소기업연구』, 제24권, 한국중소기업학회, 2002.
- 김동률·고경선·최상철, “부산지역 중소기업의 수출마케팅 전략에 관한 연구”, 『중소기업연구』, 제12권 제2호, 한국중소기업학회, 1990.
- 김수용, “중소기업의 마케팅 활성화 지원방안”, 기업은행 경제연구소, 2004.
- 김인호, “지역중소제조기업 수출지원정책의 효과에 관한 연구”, 『98 지역경제진흥 연구보고서』, 안양시, 1998, p126.
- _____, “지방자치단체의 중소기업 수출지원정책의 실효성 제고에 관한 연구”, 『사회과학연구』, 제11권, 안양대학교 사회과학연구소, 2004.
- 김진성, “광주·전남지역의 중소수출기업의 수출결정요인에 관한 실증적 연구-수출장애 요인을 중심으로-

- 로», 「중소기업연구」, 제14권 제1호, 한국중소기업학회, 1991.
- 김창태, “충북의 수출지원정책에 관한 연구”, 「충북개발연구」, 제13권 제2호, 충북개발연구원, 2001.
- 경상북도, 「2008년도 중소기업육성시책」, 2008.
- 박광서, “우리나라 중소수출기업 수출지원제도 활용에 관한 연구”, 「국제상학」, 제26권 제1호, 국제상학회, 2001.
- 송준기, “한국제조업의 기업크기와 이윤성간 상관관계에 관한 실증적 연구”, 「경제학연구」, 제41집 제2호, 1993.
- 윤충원, “중소기업에 대한 수출진흥프로그램의 연구-주요선진국의 성공적 사례를 중심으로”, 「산경논문집」, 제26편, 전북대학교 산업경제연구소, 1995.
- 이강빈, “IMF시대 지방 중소기업체의 수출확대 방안”, 「무역학회지」, 제24권 제3호, 한국무역학회, 1999.
- 이병기, “글로벌 경쟁체제와 중소기업 정책의 새로운 방향”, 「정책보고서」, 2004-07, 한국경제연구원, 2004. 12.
- 이원민, “우리나라 중소기업 수출지원제도에 관한 연구”, 석사학위 논문, 한남대학교 대학원 무역학과, 2007년 11월, p4.
- 임소진·이용완·김윤정, “제주기업의 수출활성화를 위한 정책적 제언”, 「관세학회지」, 제9권 제2호, 한국관세학회, 2008.
- 중소기업협동조합중앙회(현 중소기업중앙회), 「99 중소기업 활력회복을 위한 과제」, 1999, pp148~149.
- 정인식, “국제다각화가 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구”, 「무역학회지」, 제28권 제1호, 2003. 2.
- 정중재, “충북지역 중소기업 수출활성화 방안”, 「산업과 경영」, 제12권 제2호, 충북대학교 산업경영연구소, 2002.
- 지식경제부, 「2008년도 무역·통상진흥 종합시책」, 2008.
- Agrwal Subjeev & Ramaswami, Seidhar N., "Choice of Foreign Market Entry Mode : Impact of Ownership Location and Internalization Factors", *Journal of International Business Studies*, 1992.
- Baumol, W., *Business Behavior Value and Growth*, New York : Harcourt Brace Jovanovich, 1967.
- Brozen, Y., *Entry Barriers, Advertising and Product Differentiation*, The New Learning, Little Brown, 1974.
- Bilkey W. J., "An Attempted Integration of Literature on the Export Behavior of Firms", *Journal of International Business Studies*, Vol. 9, No. 1, 1978.
- Canes, R.E. and Poter, M.E., "from Entry Barriers to Mobility Barriers : Conjectural Decisions and Contrived Deterrence to New Comprtititon", *Quarterly Journal of Economics*, 1997.
- Demsetz, H., "Industry Structure, Market Rivalry and Public Policy", *Journal of Law and Economics*, 1973. 4.
- Kotabe M., Czinkota M. R., "State Government Promotion of Manufacturing Exports: A Gap Analysis",

Journal of International Business Studies, Vol. 23, No. 4, 1992, pp637~659.

Miller, E., "A Comparison of Large and Small Firm Productivity, Labor Compensation and Investment Rates", Review of Business Economic Research, Vol. 23, 1987.

Wiedersheim-Paul F., Olson H. C, & Welch L. S, "Pre-Export Activity: The First Step in Internationalization", Journal of International Business Studies, Vol. 9, No. 1, 1978.