

중소기업 수출지원제도 개선에 관한 연구*

A Study on the Measures for Export Promotion of Small and Medium Enterprise in Korea

유세준(Se-Joon Yoo)

인천대학교 경영학과 교수

목 차

- | | |
|--------------------|----------|
| I. 서 론 | V. 결 론 |
| II. 선행연구의 검토 | 참고문헌 |
| III. 중소기업 수출경쟁력 분석 | Abstract |
| IV. 중소기업 수출지원정책 논의 | |

Abstract

These days, Korean government has been expanding Free Trade Agreement (FTA) with major countries. Expansion of FTA, which means opening up the markets, can be the opportunity to develop for those enterprises with global competency; however, it surely brings disadvantages to such small and medium enterprises which function as an outsourcing and a subcontracted to large enterprises.

For Korean economy to overcome the national income of US\$20,000 and to jump up to the level of advanced countries, it is imperative to perceive a limit to the large enterprises only. Not only the leading efforts of small and medium enterprises to double the exports, but also realizing the policy reform for the consistent and intimate policy between the government and companies have to be proceeded.

Therefore, primarily in this study, first, it includes the overview of the change in trade-environment in an era of FTA, governmental system and policy to support export for the small and medium enterprises; secondly, examination of the export capacity and some problematic factors in export for small and medium enterprises. Ultimately, it is suggested both reinforcement for global competency of the small and medium enterprises and an alternative policy for the support system in the time expecting export expansion.

Key Words : Free Trade Association(FTA), Small and Medium Enterprises, Export Competence, Export Assistance Measures

* 본 논문은 인천대학교 2010학년도 자체 연구비를 지원받아 연구되었음.

I. 서 론

WTO 체제와 글로벌화의 가속화, 인터넷 기반의 e-Marketplace 등 새로운 Marketing System 이 기업경영환경을 변화시키고 있으며, 국가 간, 기업 간 무한경쟁체제가 심화되고 있다. 다양하고 독특한 영업·마케팅기법의 개발과 보급은 기업경영에서 중요시 되어 왔던 기술개발과 생산성 향상 같은 요소는 기본적인 요소가 되고, 기업은 시장(market)과 마케팅기법의 변화에 적응해야 하는 새로운 과제를 안게 되었다.

최근 들어서 한국정부는 주요국가와 자유무역협정(FTA ; Free Trade Agreement) 체결을 확대하고 있는데, 국가 간 FTA 체결은 지역무역협정(regional trade agreement)의 하나로 국가 간 교역에 있어 관세를 비롯한 무역장벽을 제거하여 교역의 확대를 꾀하고 있다. FTA 체결확대는 시장이 개방된다는 의미에서 국제경쟁력을 갖춘 기업에게는 성장의 기회로 작용하지만, 대기업 생산제품의 부분품을 생산하거나 하도급관계에 있는 중소기업들에게는 불리한 요소로 작용하게 된다.

한국의 중소기업은 수적(數的)으로 전체 기업체 수의 99.9%를 차지할 뿐만 아니라 생산, 부가가치, 고용 등 다양한 부분에서 높은 비중을 차지하고 있어 국가경제에서 중요한 역할을 하고 있다. 그러나 중소기업의 비중과는 상이하게 중소기업의 수출실적은 30%대에 머물고 있으며, 대외무역의존도가 높은 경제적 특성을 갖고 있는 한국경제에서 중소기업의 수출역량의 확대가 요구되고 있다.

물론 중소기업이 국가경제에서 차지하는 비중에 비하여 수출실적이 낮은 이유는 중소기업들이 독자적으로 수출을 해 나가는데 필요한 인적, 물적 역량을 중소기업 스스로 갖추기 어렵다는 측면에서 당연한 현실이었다고 할 수 있다.

그러나 세계 시장이 개방되고, 국가 간의 FTA가 확산되고 있으며, 다양한 마케팅기법이 개발되는 상황에서 중소기업들이 수출에 보다 능동적이고 적극적인 대응을 통해 국가경제 기여도를 보다 높이고, 글로벌 경쟁력을 갖추어 일류기업으로 성장해 나가야 할 상황에 처해 있다고 할 것이다.

정부도 중소기업들이 FTA 체결 확산에 대응하고, 글로벌 경쟁력을 갖추어 수출역량을 강화할 수 있도록 다양한 지원제도를 운영하고 있다. 그럼에도 불구하고 중소기업 현장에서는 수출역량을 강화해 나가는데 많은 애로를 겪고 있는 현실이다.

따라서 본 연구에서는 기본적으로 첫째, FTA시대 세계의 무역환경 변화 및 정부의 중소기업 수출지원 정책 및 제도에 대해 개관하고, 둘째, 중소기업의 수출역량, 수출 애로요인 및

문제점을 점검하여, 궁극적으로 셋째, 중소기업의 글로벌 경쟁력 강화는 물론, 수출확대를 이룰 수 있는 시대에 적합한 지원제도를 위한 개선책을 제안하는데 목적을 두었다.

II. 선행연구의 검토

1. 중소기업 수출에 대한 개관

한국에서 중소기업은 2008년을 기준으로 전체사업체수가 304만개(99.9%), 종사자수가 1,147만명(87.7%), 생산이 483조원(제조업의 48.7%) 등에 이르면서 국민경제에서 중요한 비중을 차지하고 있다.¹⁾

1999년부터 2008년까지 중소기업은 고용인원이 260만 명 증가한 반면, 같은 기간 동안 대기업의 고용인원은 26만 명 감소한 결과를 통해서 볼 때도 중소기업이 국민경제에서 더 중요하다.

특히, 중소기업은 한국이 외환위기를 겪는 과정에서도 중소기업은 고용을 확대하여 경제위기를 극복하고 고용안정에 기여하였던 점을 상기해 보면,²⁾ 중소기업은 창조적인 다수(Vital Majorities)라는 인식이 간접적으로 증명되었다고 할 것이다.

중소기업은 수출 측면에서도 수출실적 통계가 정착되기 시작한 1998년도에 490억 달러의 수출실적을 올리기 시작하여 매년 수출규모를 향상시켜 왔다.

2006년도에 중소기업 수출실적은 1,042억 달러를 달성하여 중소기업 수출 1,000억 달러 시대를 맞이했고, 2007년도에 1,187.7억 달러 실적을 달성하는 등 중소기업의 수출규모는 꾸준히 향상되는 추세에 있다.

중소기업의 수출실적에 대하여 직접수출 실적은 통계로 작성되고 있고, 그 실적이 대기업의 수출실적에 비하여 낮다고 평가되고 있다. 그러나 중소기업중앙회(2004)가 Cheng & Wu(2002)의 연구를 토대로 작성한 자료에 의할 때 중소기업과 대기업 무역상을 통한 수출규모가 전체 제조중소기업 직접수출 규모의 75%에 달하는 것으로 추정하고 있는 점을 고려할

1) 중소기업청, (2010.9), 「2010년도 중소기업에 관한 연차보고서」.

2) 한국 경제가 외환위기를 극복하는 과정에서 대기업의 고용흡수력은 크게 악화되고, 국내 산업간 분업관이 악화되는 등 고용 없는 성장(jobless growth)의 문제에 봉착하였으나, 중소기업은 외환위기가 발생한 1997년도 고용인원이 826만 명이었으나, 외환위기 상황에서 벗어난 2005년도 고용인원은 1,077만 명으로 251만 명이 증가하였다. 그러나 이 기간 대기업의 고용인원은 1997년 284만 명에서 2005년도에는 145만 명으로 139만 명이 감소하였다. 중소기업특별위원회 · 중소기업청, 2008년도 중소기업 육성시책, 2007. 9. p.1.

때, 중소기업의 간접수출을 포함한 전체 중소기업의 수출규모는 간과할 수 없는 규모라 할 것이다.³⁾ 결국 중소기업은 대외의존도가 높은 경제적 특성을 가진 한국경제에서 수출측면에서도 중요한 역할을 하는 것으로 평가된다.

한편, 중소기업의 직접수출은 한국의 전체 수출실적을 향상시키는데 기여를 하고 있을 뿐만 아니라, 중소기업의 수출은 대기업과 협력을 통해 완제품을 수출할 뿐만 아니라 외국 기업 생산제품의 부품, 외국기업으로부터 OEM, 대기업 차원에서 생산하기 곤란한 다품종 소량제품 등 틈새상품, 독특한 아이디어 상품 등 대기업이 수출하는 이외의 영역에서 나름대로의 경쟁력을 확보하고 있다는 점에서도 수출전략의 중요한 축을 담당하고 있다.

특히 세계시장이 개방되고 있고, 경쟁이 가속되고 있는 상황에서 중소기업은 다품종 소량 생산체제와 창의성, 유연성과 같은 장점을 바탕으로 수출에서도 경쟁력을 확보해 나가고 있으며, 그 역할은 더욱 확대될 여지가 충분하기 때문에 중소기업의 수출은 국가경제에서 중요하다고 할 것이다.

국제적인 외환위기가 세계 경제를 침체시키고, 그 여파로 한국경제도 어려움을 겪고 있는 현실에서 2009년 중소기업 수출은 빠른 회복세를 보이며 3/4분기까지 감소폭이 꾸준히 하락하다가 4/4분기부터 증가세로 전환되어 2008년 대비 10.1% 감소하는 실적을 보였다. 한국의 총수출은 2008년 대비 13.9% 감소하였으나, 총수출에서 중소기업 수출이 차지하는 비중은 32.3%로 2009년 보다 1.4%p 증가한 실적을 보였다.⁴⁾

2. 수출지원 연구에 대한 검토

중소기업의 수출 지원정책에 관한 연구동향을 보면 수출중소기업을 위한 지원정책의 인지도와 활용도에 관한 연구가 주를 이루고 있다. 그리고 이러한 연구들은 대부분 정부의 실태조사로서의 성격을 보이고 있다는 특징을 보이고 있다(<표 1> 참조).

또 다른 연구경향은 특히 2000년대에 들어서는 중소기업의 역할과 국민경제적 위상이 부각되던 시기로 이 시기에 대두된 세계화추세에 맞추어 수출 중소기업의 수출전략에 연구의 초점이 맞추어져 있다. 그런데 특기할 만한 연구로써 오동윤(2007)은 기존의 연구와는 달리 중소기업의 직접수출역량과 더불어 간접수출역량에 관한 분석을 시도했음이 관심을 끌고 있다.

3) 중소기업의 수출실적 중 직접 수출이외에 대기업의 수출품에 대한 부분 납품 등을 중소기업의 간접수출 실적으로 인정할 경우 중소기업의 수출비중은 조사방법에 따라 상이해 질 수 있고 중소기업중앙회 연구가 인용한, Cheng & Wu(2002)의 연구방법의 타당성에 문제를 제기하기도 하지만, 적어도 중소기업 수출비중이 직접수출실적보다 높은 50-70%에 이를 것으로 추정되므로 중소기업의 실질적인 수출기여도는 높다고 평가하는 것이 타당할 것이다.

4) 중소기업청, (2010.9), 전제서.

한편 최근의 국외 연구경향을 보면 Moimi(1998)은 미국 위스콘신 지역 소재 중소기업을 대상으로 수출지원정책의 적절성과 인지도에 관한 연구를 통해 중소기업의 경우 단계별로 수출지원정책의 차별화 필요성을 제시하였다.

Gencturk와 Kotabe(2001)은 수출기업 분석결과를 토대로 직접적인 수출지원정책의 유용성을 분석하였으며, Wolkinson과 Brouthers(2006)는 미국의 주정부차원에서 시행한 수출중소기업지원정책이 기업경영성과향상에 기여했음에 관하여 분석을 실시하였다.

이상의 선행연구결과를 보면, 수출중소기업에 대한 지원정책은 중소기업의 수출역량을 확대하거나, 기업의 경영성과를 향상시키는데 기여하고 있다고 분석결과를 제시하고 있다. 또한 수출지원정책의 효과성을 제고하기 위하여 정책에 대한 중소기업의 인지도를 향상시켜야 한다는 점에 대하여도 공통된 결과를 제시하고 있다.

다양한 연구방법과 선행연구결과와는 달리 본 연구는 현행 수출중소기업에 대한 정부의 지원제도를 수출중소기업들이 겪고 있는 애로요인별로 분석을 시도하고, 정부의 지원제도의 문제점과 개선방안을 도출하고자 한다.

<표 1> 수출지원정책에 관한 선행연구

연구자	시기	주요 연구내용
이강빈	1999	강원도 지역 소재 수출중소기업을 대상으로 한 분석을 토대로 수출확대정책 추진방안을 제시하고, 수출지원정책의 문제점으로 관련 부처 간 중복내지 과잉지원문제를 지적
김인호	1999	중소제조업체의 수출지원정책의 효과와 방향에 관한 연구에서 효과적인 수출지원정책의 방향을 제시
정중재	2000	충북지역 중소기업을 대상으로 수출지원제도의 중복문제를 지적하고 중소기업의 수출촉진을 위해 수출마인드 확산, 수출정보제공, 제품개발능력 제고, 수출시장 진출능력 제고 등을 제시
박광서 안종석	2001	수출중소기업을 대상으로 수출지원정책의 인지도 및 활용도에 관하여 실증분석을 실시
김인호	2004	Kedia & Chhokar(1986)와 Moimi(1998)의 연구를 토대로 국내지방자치단체의 수출중소기업에 대한 지원정책을 분석하였는데 지방자치단체가 시행하고 있는 수출지원정책의 인지도와 활용도에 대한 만족도가 낮게 나타나고 있다는 결과도출
김수용	2004	한국 중소기업이 수출을 추진하는데 있어 선결과제로 적극적인 수출마케팅 전략, 대기업과의 협력체계 구축필요성을 제기
이성봉	2007	중소기업의 해외시장진출 지원정책의 필요성과 지원간의 차이분석을 토대로 지원정책이 수출중소기업의 애로해소에 기여하는 바에 대한 차이를 도출
오동윤	2007	중소기업의 직접수출역량을 분석하고, 간접수출역량 규모에 관한 추정분석을 통해 중소기업의 수출활성화를 위한 정책대안을 제시

자료: 연구자 작성

Ⅲ. 중소기업 수출경쟁력 분석

1. 중소기업의 수출역량

한국경제에서 대기업의 수출이 중요하다라는 점은 부인할 수 없고, 정부의 대기업에 대한 수출 지원정책이 계속될 필요성이 있다. 그러나 위에서 본 바와 같이 중소기업의 수출 또한 한국의 국가경제에서 중요한 역할을 하고 있고, 앞으로 중소기업의 수출이 한국경제에서 더 큰 비중을 차지할 가능성이 충분하다고 할 것이기에 중소기업에 대한 정부의 수출 지원정책은 매우 중요하다고 할 것이다.

실제로 중소기업의 수출은 <표 2>에서 보는 바와 같이 수출액은 1998년에 490억 달러에 불과하였지만 2007년도에는 1,187.7억 달러로 늘어나 242% 향상되었음을 확인할 수 있다.

<표 2> 중소기업 수출동향

(단위 : 억 달러, %)

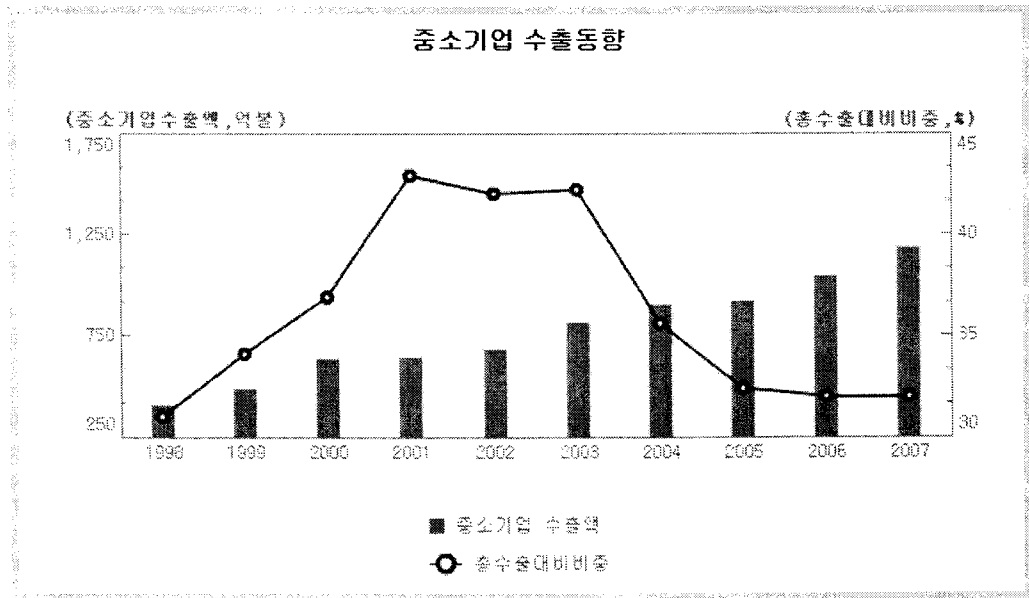
구분	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
총수출	1,722.70	1,504.40	1,624.70	1,938.20	2,538.40	2,844.20	3,254.60	3,714.90
대기업	1,086.30	857.4	940.5	1,120.20	1,632.00	1,920.60	2,209.40	2,527.20
중소기업	635.1	646	683.1	817	903.8	921.3	1,041.80	1,187.70
총수출대비비중	36.9	42.9	42	42.2	35.6	32.4	32	32
수출증가율	29.5	1.7	5.7	19.6	10.6	1.9	13.1	14

출처 : 중소기업청「중소기업수출동향」

그러나 수출액이 매년 늘어나고는 있지만 중소기업 수출 규모가 전체 수출규모에서 차지하는 비중은 2007년도를 비교해 볼 때 전체 수출실적 3,714.9억 달러 대비 중소기업의 수출규모는 1,187.7억 달러로 32%수준이다. 이는 중소기업이 업체 수 기준 99.9%, 고용인원 87.7% 등 다른 중소기업 비중과 비교해 볼 때 지나치게 낮은 실적을 보이고 있어 지속적인 수출비중의 향상이 요구된다고 할 것이다.

또한 중소기업의 수출비중이 전체 수출실적과 비교해 볼 때 낮을 뿐만 아니라 <그림 1>에

서 보는 바와 같이 매년 절대 수출액 규모는 성장을 하고 있지만, 2001년에 중소기업의 수출 비중이 전체 수출규모에서 43%대를 기록한 이후 2003년까지는 비슷한 수준을 유지하다가 2004년부터는 수출비중이 점차 감소하여 30~32%대로 하락되었다는 점이 문제로 지적된다.



출처 : 중소기업청, 「중소기업수출동향」

[그림 1] 중소기업 수출동향

결국 중소기업의 수출비중이 하락한 것은 중소기업의 수출역량이 부족하다는 것을 의미하는 것으로 해석할 수 있다.)

대부분의 수출 중소기업은 선진국의 진입규제 강화와 환율 급변과 같은 대외환경 변화에의 대응능력이 매우 취약한 실정일 뿐만 아니라 글로벌 경기침체의 영향으로 2008년 8월 889억 달러 수출실적이 2009년 8월의 수출실적이 726억 달러로 18.3%나 감소하는 등 중소기업의 수출실적이 하락하고 있는 추세이다.

중소기업의 수출실적을 2008년도 기준으로 보면, 100만 달러 이상인 수출 중소기업 비중은 17%에 불과하고, 5만 ~100만 달러 미만의 수출중소기업의 비중은 41%인 반면 5만 달러 미만의 수출 중소기업 비중은 42%인 점을 볼 때 수출 중소기업들의 기반이 취약함을 알 수 있다. 따라서 중소기업의 수출 증대를 위해서는 적극적인 해외마케팅 지원 및 선택과 집중을

5) 오봉윤, (2007). 「중소기업의 수출역량 연구」. 중소기업연구원. pp.7-8.

통해 경쟁력을 갖춘 중소기업의 육성이 필요하다고 할 것이다⁶⁾.

2. 중소기업의 수출애로요인

한국은 국가경제의 특성상 대외 의존형태의 경제체제이다. 한국경제가 산업화를 추진하면서 채택한 Agenda도 자본과 자원이 부족하기 때문에 수출증대에 중점을 두었다. 그 결과 한국경제는 국가의 경제적 기반이 열악한 여건을 극복하고 단기간에 급속한 경제성장을 이룩할 수 있었다.

이와 같이 수출을 통한 급속한 경제성장을 이룩할 수 있었던 배경에는 대기업의 수출중심의 전략추진 노력이 중요했다. 그런데 대기업이 완제품을 수출하는데 있어서 필수적으로 부품을 공급하는 중소기업들의 기술개발과 생산성 향상을 위한 노력을 간과할 수 없을 것이다. 즉, 대기업의 수출기여도는 대기업과 협력관계에 있는 중소기업의 기여가 있었기 때문에 이룩될 수 있었다.

사실 국내시장을 무대로 경영활동을 하는 것에 비하여 수출은 세계의 소비자를 대상으로 무수한 기업들과 경쟁을 하여야 하고, 보다 많은 준비와 시스템을 구축하여야 하기 때문에 중소기업 독자적으로 수출을 추진하는 것이 결코 쉬운 일이 아니다.

수출을 추진하는 중소기업들의 애로요인에 대하여 이봉우(2000)는 제품단가 인하요구(59.4%), 원자재 가격상승(51.3%), 환차손 등 수출채산성 악화(43.9%), 외환매매수수료 인상 등 부대비용 상승(42.2%) 바이어 확보곤란(35.8%), 수입신용장 개설기피(9.1%), 거래국가의 수입규제(8.6%), 은행의 수출환어음매입기피(8.0%)와 같은 애로가 있음을 조사 분석하였다.

중소기업중앙회(2006) 연구에서는 중소기업의 수출애로요인으로 환율하락(60.9%), 원자재 가격상승(24.4%), 경쟁국의 시장잠식(6.3%), 수출채산성 악화(3.8%), 서계경제의 둔화(3.4%), 국제유가 상승(1.2%)로 조사되고 있다.

신용보증기금(2007)의 중소기업 수출애로조사에서는 환율변동확대(36%), 원자재 가격변동(22%), 수출경쟁 심화(21.7%), 자금압박(7.7%), 세계경기 둔화(3.6%), 국제유가 변동(2.3%), 등으로 조사되었다.

한편 국내외 환경의 변화에 따라 수출중소기업들은 기회요인과 함께 위협요인에 직면하고 있다. 즉, 정부가 적극적으로 추진하고 있는 자유무역협정은 대표적인 기회요인이라고 할 수 있다. 또한 한류와 한국 상품에 대한 이미지가 제고된 점, 세계 경제의 안정적 성장, 선진국

6) 2009년 중소기업청 자료 참조

의 해외투자 증가, Global Standard 확대도 긍정적인 요인이라고 할 것이다. 이와 같은 기회요인으로 인하여 한국 기업, 특히 수출중소기업들에게는 수출의 기회가 확대된다는 의미라고 할 것이다.

이에 반하여 석유 등 원자재 가격과 인건비의 급격한 상승, 중국을 비롯한 동남아 국가들과의 가격경쟁의 가속, 국제통상 환경에 대한 이해부족, FTA 등으로 인한 외국기업의 진출 증가 등과 같은 위협요인도 있다고 할 것이다.

결국 수출중소기업들은 위협요인을 극복하고 기회요인을 활용하여 수출을 확대해 나가기 위해서 글로벌 경쟁력을 갖추어야 할 것이다. 그렇지만 중소기업들이 글로벌 경쟁력을 갖추는 것은 용이한 일이 아니다.

정부도 이와 같은 중소기업의 수출 애로를 해소해 주기 위하여 다양한 지원제도를 시행하고 있다. 그러나 정부의 중소기업에 대한 수출지원제도가 수출애로 해소에 얼마나 부합하는지는 검토가 필요하다고 할 것이다.

따라서 이하에서는 중소기업을 위한 수출 지원제도를 중소기업들이 수출전략을 추진하는 과정에서 부딪치게 되는 애로요인과 비교 분석하고, 수출지원제도의 문제점과 개선방안을 모색해 보기로 한다.

중소기업이 수출전략을 추진하는데 있어서 부딪치게 되는 애로요인은 크게 인력, 자금, 시장, 생산 부분으로 분류해 볼 수 있다. 이하에서는 수출중소기업을 위한 정부의 지원제도를 4대 대분류 및 13개 부문으로 나누어 분석해 보기로 한다.

IV. 중소기업 수출지원정책 논의

1. 수출지원제도의 검토

중소기업 수출 지원제도는 지식경제부와 중소기업청이 주관하고 중소기업진흥공단, KOTRA, 무역협회, 수출입은행, 수출보험공사 등의 기관에서 세부 제도를 시행하고 있다. 또한 각 광역자치단체도 지역에 소재한 수출중소기업들을 지원하기 위하여 지역의 여건과 특성에 맞는 지원제도를 시행하고 있다.

이와 같이 중앙정부와 지방자치단체가 각각 수출중소기업에 대한 지원제도를 운영하고 있지만, 지식경제부의 중소기업에 대한 수출 지원제도는 중소기업청이 주관하고 있고, 각 지방

자치단의 지원제도는 지역별로 상이하지만 대체적으로 중소기업청의 지원제도와 크게 다르지 않다. 따라서 본 논문에서는 중소기업청이 주관하고 있는 수출중소기업 지원제도를 애로요인별로 분석해 보았는데 그 내용은 <표 4>에서 보는 바와 같다.

<표 4> 수출중소기업 애로요인과 지원내용 비교

구분	애로요인	지원사업
인력확보애로	전문인력확보	-
	인력육성	-글로벌지역전문과과정(중소기업진흥공단) -무역실무기초과정(중소기업인력개발원) -수출기업 온라인 무역실무과장(한국무역협회) -국제비즈니스과정(KOTRA)
자금애로	수출금융	-399개사, 2,062억원
	신용보증	-937개사, 2,819억원
	수출보험보증	-365개사, 2128억원
	환위험관리	-
마케팅애로	시장 정보	-해외시장정보 제공(시장조사, 해외바이어알선, 해외신용조사, 해외비즈니스출장지원, 해외광고 등)
	시장개척	-글로벌마케팅지원, 통번역지원, 해외마케팅대행 -해외전시회 파견지원 -시장개척단 파견지원 -해외민간네트워크 활용 사업 -수출인큐베이터 지원 사업
	전시 및 홍보	-홍보용 디자인개발지원 -해외 및 국내전시회 참가지원 -해외전시회 마케팅 대행 -수출중소기업 글로벌브랜드 육성사업
	전자무역 인프라	-고비즈코리아 구축 운영 -해외 유명 검색엔진 등록 지원
	수출전략 수립	-수출지도 및 자문(중소기업 수출도우미활용지원, 수출전략 전담컨설팅)
	생산관련 애로	전략상품개발
	규격인증	-해외규격 인증획득지원
	클레임 대응	-

* 자료 : 중소기업청, (2010), 「2010 중소기업연차보고서」 참조

(1) 인력육성 및 교육지원 사업

수출을 추진하고 있거나, 수출을 준비 중인 중소기업이 겪게 되는 첫 번째 애로요인은 전문 인력을 확보하기 어렵다는 점과, 시시각각 변화하는 제도 등에 관한 지식을 함양할 수 있는 인력 육성시스템의 문제라고 할 수 있다. 즉 수출중소기업의 인력문제는 ① 전문 인력 확보문제 ② 인력 육성문제로 구분해 볼 수 있을 것이다

수출중소기업의 인력문제를 지원하기 위하여 중소기업청은 중소기업인력개발원, 한국무역협회, KOTRA 아카데미, 중소기업진흥공단을 통해 무역실무, 글로벌지역전문가과정 등 교육과정을 운영하고 있다. 또한 수출중소기업들의 통역 또는 번역 애로를 지원하기 위하여 외국어지원센터를 설치하여 운영하고 있다.

그러나 수출을 추진하는 중소기업은 무역실무와 어학능력을 갖춘 전문 인력을 확보하기가 어렵다는 점이다. 또한 현행 대학교육에서도 중소기업의 무역실무를 체계적으로 교육하지 못하고 있기 때문에 중소기업들이 수출관련 업무를 전문적으로 수행할 인력 확보 애로는 심각하다고 할 것이다.

(2) 자금지원

수출 중소기업들의 두 번째 애로요인은 자금 확보 문제인데, 이를 세분해 보면 ① 수출준비과정과 생산과정에서 필요로 하는 자금 확보문제 ② 수출을 진행하는 과정에서의 수출보증체제, ③ 수출대가를 회수하는 과정에서 맞게 되는 환위험 대책이 제기된다.

이와 같은 수출중소기업의 자금애로를 해소할 수 있도록 중소기업진흥공단, 수출입은행, 수출보험공사 등이 중심이 되어 수출자금을 지원하고 있는데 그 규모는 2009년도에 399개사에 2,062억 원을 수출금융자금으로 지원하였고, 신용보증 937개사에 2,819억원, 수출보험보증 365개사 2,128억 원을 지원하였다.

그러나 환위험관리를 위한 지원제도는 마련되어 운영되고 있다. 중소기업의 입장에서는 어렵게 수출을 하고서도 환율하락 등으로 인하여 막대한 손실을 겪다가 결국 수출을 포기하는 경우도 발생하며, 지난 국제금융 위기 때에 다수의 수출중소기업들이 KIKO 피해로 어려움을 겪고 있는 점 등을 고려할 때 환위험관리에 정부의 지원이 요구된다고 할 것이다.

(3) 시장개척 및 마케팅지원

중소기업들이 수출을 하는데 있어서 가장 큰 애로사항이 판로를 확보하는 것이라고 할 것

이다. 중소기업 수출지원제도도 시장개척 및 마케팅지원에 집중되어 있다.

시장개척 애로를 세부적으로 보면 ① 시장에 관한 정보, ② 거래처 발굴 또는 시장개척, ③ 수출제품의 전시 및 홍보, ④ 전자무역 인프라, ⑤ 수출전략수립에 대한 대응문제가 제기된다.

이와 같은 시장개척 및 마케팅 애로를 지원하는 내용을 보면, 홍보용 디자인개발지원, 해외시장정보제공 및 홍보, 수출마케팅지원, 고비즈코리아 운영을 통한 사이버 수출마케팅 지원, 수출전략 수립 및 해외진출 지원을 위해 컨설팅지원 사업, 해외전시회 및 시장개척단 파견 해외민간네트워크 활용사업, 수출중소기업 글로벌 브랜드육성사업, 수출인큐베이터 운영을 통한 중소기업 해외진출 및 수출촉진 지원 사업을 운영하고 있다. 이 사업을 수행하는 기관은 중소기업청, 중소기업진흥공단을 비롯하여 무역협회, KOTRA, 중소기업중앙회 등이 수행하고 있다.

수출중소기업 지원제도의 대부분은 마케팅 지원에 집중되어 있다고 할 것이다. 그러나 마케팅관련 지원제도가 다양하게 운영되고 있지만, 실질적인 거래선 발굴과 계약체결과정에서 중소기업들은 애로를 겪고 있는 실정이다. 따라서 수출중소기업에 대한 마케팅지원제도를 다양성보다는 맞춤 형태로 전환하여 체계적이고 실효적으로 지원하는 방안의 마련이 요구된다.

(4) 생산지원

수출중소기업들의 생산관련부문에 있어서의 애로요인은 ① 전략상품개발문제, ② 진출할 시장에 적합한 규격/형식/품질인증문제, ③ 클레임에 대한 대응문제 등으로 구분해 볼 수 있다.

수출중소기업의 생산지원을 위한 지원제도로는 해외규정 인증 획득 지원 사업이 추진되고 있다. 그러나 중소기업들의 애로요인인 전략상품 개발애로와 클레임에 대한 대응에 관한 지원제도는 마련되어 있지 않은 실정이다. 수출을 추진하는 중소기업들은 대상국가의 규격인증도 중요하지만 대상국 시장을 확보할 전략상품 개발과 각종 클레임에 대한 대응도 중요한 과제가 되고 있다.

따라서 정부가 중소기업들이 수출전략을 추진하는 과정에서 제품개발단계부터 적절한 컨설팅과 함께 상품수출과정에서 발생하게 되는 클레임에 대응할 수 있도록 지원하는 제도의 마련이 요구된다.

2. 수출지원제도의 문제점

경제적 측면에서 대외의존도가 높은 한국은 수출의 중요성이 다른 국가에 비하여 크다고 할 것이다. 최빈국 중의 하나였던 한국경제가 반세기만에 세계 10위권의 무역대국으로 성장할 수 있었던 배경도 한국정부가 수출에 역점을 두고 적극적인 지원정책을 추진한 결과라는 것은 주지의 사실이다.

그러나 그동안의 한국의 수출실적을 보면 대기업의 수출비중이 주류를 이루고 중소기업의 수출비중은 한국경제에서 차지하는 중소기업의 위상에 비하여 수출실적이 저조하였다고 평가받고 있다.⁷⁾

물론 기업이 수출전략을 추진하기 위해서는 전문 인력과 막대한 자금이 소요되고, 시장과 거래처를 개척하는데 많은 노력과 자원이 요구되기 때문에 이러한 자원을 조달할 능력이 있는 대기업들이 수출을 하는데 유리하다. 또한 세계시장이 하나의 시장으로 확대되고, 소비자는 세계 최고의 제품을 선택하는 무한 경쟁이 심화되고 있어 중소기업들이 수출을 추진하기 위해서는 더 많은 자원과 노력이 요구되는 것도 사실이다.

그러나 변화무쌍한 기술의 변화추세와 소비자들의 기호변화에 적응하기는 대기업보다 유연성이 높은 중소기업들이 강점을 가지고 있다. 한국경제의 안정화 측면에서도 소수의 대기업들이 국가경제정책의 가장 중요한 부분인 수출의 주류를 차지하기 보다는 다수의 중소기업들이 수출비중을 높이는 것이 보다 안정적일 것이다. 따라서 정부는 수출 중소기업들의 역할과 비중을 확대해 나갈 수 있도록 적극적인 지원정책을 추진하는 것이 국가경제정책 운용 측면에서도 바람직하다고 할 것이다.

앞에서 살펴본 바와 같이 현행 수출중소기업에 대한 지원정책은 전반적으로 체계적이고, 다양하게 운영되고 있다고 평가할 수 있다. 그러나 수출중소기업에 대한 지원정책이 다양하게 운영되고 있음에도 불구하고 중소기업의 수출비중이 확대되지 않고 있음은 수출중소기업에 대한 지원정책에 문제점이 있다고 판단된다. 수출중소기업에 대한 지원정책의 문제점을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 다양한 지원제도 운영과, 지원 실적이 정부입장에서는 중요하겠지만, 수출중소기업의 입장에서는 지원 실적 보다는 지원효과가 중요하다. 따라서 중소기업 수출 지원제도는 실적 보다는 지원효과를 중심으로 평가되어야 할 것이다. 즉, 바이어와 수출상담회를 몇 회 실시하였는가가 중요한 것이 아니고, 적합한 바이어를 초청하여 실시하여야 계약체결로 연결될

7) 오봉윤, (2007), 전개서. ; 조이현, (2006) “해외진출 중소기업의 효율적 지원방안”, 「기본연구 06-19」, 중소기업연구원.

수 있는 것이다.

또한 수출중소기업을 지원하는 지원기관과 업무담당자의 지원 의지가 중요하다. 정부가 수출중소기업에 대한 지원기관을 선정함에 있어 기관의 위상과 역량을 평가하여 지원제도를 시행토록 하고 있는데, 기관의 위상과 역량보다 더 중요한 것이 시행기관의 의지라고 할 것이다.

일례로 해외민간지원센터에 대한 수출중소기업의 지원만족도가 높아지고 있는 반면, 정부의 수출 지원기관 운영체계 개편이후 수출인큐베이터 입주기업들의 만족도가 낮아지고 있는 점은 대외적인 역량이나 기관의 위상보다 기관과 업무 담당자들의 의지가 더욱 중요하다는 점을 반증하는 결과로 이해된다.

둘째, 현행 수출 중소기업 지원제도가 다양한 지원제도가 운영되고 있음에 따른 문제점이 다. 다양한 지원제도가 운영되고 있다는 점은 다양한 애로를 수용할 수 있다고 이해될 수 있다. 그러나 한정된 예산으로 운영되는 지원제도의 특성상 다양한 지원제도를 운영하다보면 집중적인 지원보다는 건수 중심의 지원이 이루어질 수 있고, 다양한 기관에서 운영함에 따라 수행기관 간의 중복과 경쟁으로 인한 문제가 발생할 수 있다고 할 것이다.

셋째, 수출중소기업 육성시스템의 마련이 요구된다. 대기업도 마찬가지이지만 중소기업이 수출을 추진함에 있어서 앞에서 살펴본 바와 같이 인력, 마케팅, 자금, 생산 분야에서 종합적인 지원이 요구된다.

또한 수출중소기업은 단계별로 지원내용이 달라져야 한다. 즉, 수출 초기검토단계로부터 시장 조사 및 거래선 발굴단계와 본격적 수출단계별로 정부의 지원이 차등화 되어야 할 것이다. 그리고 현행 수출중소기업 지원제도는 다양한 지원기관에서 시행되고 있는 각각의 지원제도를 수출중소기업이 찾아서 지원받아야 하는 번거로움이 있다. 즉 **One-Stop Service**가 이루어지지 않고 있다. 따라서 수출을 추진하는 중소기업이나 수출을 추진 중인 중소기업으로 선정하여 수출전략의 단계별로 체계적이고 종합적인 지원이 이루어질 수 있도록 시스템이 마련되어야 할 것이다.

3. 수출지원제도 개선방안

한국경제가 국민소득 2만 달러 시대를 극복하고 진정한 선진국으로 도약하기 위해서는 지금의 수출실적보다는 배가된 노력이 요구된다. 또한 수출실적이 배가되기 위해서는 대기업만의 노력으로는 한계가 있고, 많은 중소기업들이 수출 대열에 동참하여야 할 것이다.

위에서 살펴본 바와 같이 중소기업이 대외 수출을 추진하는 과정에서 많은 어려움을 겪게 되기 때문에 수출을 기피하거나, 실패하는 경우가 많이 발생하고 있다. 중소기업들이 이와 같은 어려움을 최소화하면서 수출전략을 추진하기 위하여 정부의 수출지원제도의 개선이 요구된다고 할 것이다. 그 개선책은 다음과 같다.

첫째, 수출중소기업을 위한 전략적 지원에 관한 **Road-Map** 작성이 요구된다. 지금까지 운영되고 있는 수출중소기업에 대한 지원제도를 다양한 지원기관들의 이해관계나 정부입장에서가 아닌 수출중소기업의 입장에서 다시 설정할 필요성이 있다. 특히, 수출중소기업 지원제도에 관한 **Road-Map**을 작성함에 있어서는 그동안 수출중소기업을 지원한 기관의 특성과 성격을 분석하여 중소기업의 입장을 이해하고 체계적이고 효율적인 지원업무를 수행할 역량과 의지를 갖춘 지원기관이 선정되도록 하여야 할 것이다.

둘째, 수출중소기업 지원제도의 수혜기업을 지원기관별로 선정함에 따라 중소기업들이 각각의 기관을 찾아 지원신청을 통해 수혜를 받아야 하는 애로사항을 개선하여야 할 것이다. 이를 위하여 수출단계별로 지원업체를 선정하고, 선정된 중소기업에 대하여 정부부처나 지원기관이 체계적이고 단계별로 지원하는 방안이 마련되어야 할 것이다.

일반적인 중소기업에 대한 지원체계가 **One-Stop** 체계로 이루어지고 있는데 비하여 수출중소기업 지원제도는 다양성만큼이나 정부부처와 지원기관이 분산되어 있어 이를 활용할 중소기업의 입장에서는 어려움이 있다. 따라서 수출중소기업 지원업체 선정된 기업에 대하여 지원기관이 다양한 지원 **Tool**을 활용하여 지원해 주는 시스템으로 변화가 요구된다.

셋째, 중소기업들이 수출을 추진하는데 직접적인 지원이 이루어질 수 있는 제도적 보완이 요구된다. 현행 수출 지원제도는 수출기반을 확보하는데 포커스가 맞추어져 있다. 즉 현행 지원제도를 통해 중소기업의 수출에 직접적인 영향을 미치고 있는지를 판단하는데 한계가 있다고 본다. 물론 수출기반을 조성하는 것도 정부의 지원의 목적이 될 수 있지만, 수출 지원제도는 수출기업의 수출실적에 영향을 미치고 그 성과를 토대로 제도운영의 방향이 결정되도록 하여야 할 것이다.

넷째, 정부 부처와 지원기관간의 중복지원이 방지되어야 할 것이다. 지방자치단체를 비롯하여 중앙정부 부처, 지원기관별로 유사한 지원제도가 다양하게 운영되고 있어 한정된 예산의 효율적 사용에 문제가 있다. 따라서 지방자치단체의 지원제도와 중앙정부의 부처별, 지원기관별로 각각 특성화된 지원제도 운영이 요구된다.

다섯째, 수출 지원기관선정과 수출 지원기관에 대한 평가제도의 개선이 요구된다. 현재 다양한 지원기관들이 다양한 제도를 운영하고 있는데, 지원제도 추진에 따른 중소기업의 수출

실적 향상에 어떤 기여를 했는지를 평가하여야 할 것이다. 또한, 수출지원기관도 기관의 역량과 그동안의 기능을 중심으로 역할이 부여되었으나, 중소기업을 이해하고, 실질적인 지원이 이루어지고 있는지에 대한 평가와 Feedback을 통해 기관의 기능과 역할이 부여되어야 할 것이다.

V. 결 론

최근 들어서 한국정부는 주요국가와 자유무역협정(FTA: Free Trade Agreement) 체결을 확대하고 있다. 자유무역협정(FTA) 체결의 확대는 시장이 개방된다는 의미에서 국제경쟁력을 갖춘 기업에게는 성장의 기회로 작용하지만, 대기업 생산제품의 부품을 납품하거나 하도급관계에 있는 중소기업들에게는 불리한 요소로 작용하게 된다.

한국경제가 국민소득 2만 달러 시대를 극복하고 진정한 선진국으로 도약하기 위해서는 대기업만의 노력으로는 한계가 있음을 직시하고, 많은 중소기업의 수출이 배가되도록 기업의 주도적인 노력은 물론, 정부와 기업의 긴밀하고 일관성 있는 정책의 구현을 위한 제도적 개선이 선행되어야 할 것이다.

따라서 본 연구에서는 기본적으로 FTA시대 세계의 무역환경 변화 및 정부의 중소기업 수출지원 정책 및 제도에 대해 개관하고, 중소기업의 수출역량, 수출 애로요인 및 문제점을 점검하였으며, 이를 토대로 중소기업의 글로벌 경쟁력 강화는 물론, 수출확대를 이끌 수 있는 시대에 적합한 지원제도를 위한 개선책을 제안하였는데, 본 논문의 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 중소기업의 수출현황을 개관해 본 결과 한국의 중소기업은 2008년도 기준으로 전체 사업체수 대비 99.9%, 종사자수 대비 87.7%, 생산 규모 48.7%를 차지하는 등 국민경제에서 중요한 비중을 차지하고 있지만, 중소기업의 수출실적은 전체 수출실적의 30%대에 머물고 있어 대외 의존형태의 경제체제인 한국경제가 성장·발전하기 위해서는 중소기업의 수출을 확대될 필요성이 제기되었다.

둘째, 중소기업들이 수출을 하는데 있어서 애로사항으로는 환율하락, 원자재 가격상승, 수출채산성 악화, 경쟁국의 시장잠식, 세계 시장경제의 둔화, 자금압박 등 다양한 요소가 제기되고 있는데, 중소기업 스스로 이러한 애로사항을 해소하기는 용이하지 않은 현실이다. 이러한 애로요인에 대하여 정부가 다양한 지원제도를 운영하여 중소기업의 수출을 촉진하기 위

한 정책을 추진하고 있지만, 애로요인이 쉽게 해소되지 않고 있는 현실이다.

셋째, 정부의 중소기업 수출 지원정책을 인력부분, 자금부분, 시장부분, 생산부분으로 분석해 볼 때, ① 인력부분에서는 전문 인력 확보할 수 있는 지원제도 마련이 필요, ② 자금부분에서는 KIKO 사태에서 나타난 바와 같이 수출중소기업들이 환위험관리를 위한 지원제도와 수출중소기업들의 자금애로를 해소하기 위한 자금지원제도의 확충이 필요, ③ 시장개척 및 마케팅 지원측면에서는 다양한 지원제도가 운영되고 있음에도 불구하고 실질적인 거래선 발굴과 계약체결과정에서의 애로해소를 위한 지원책마련이 필요, ④ 생산지원부분에서는 제품개발지원과 클레임 대응제도의 마련이 보완되어야 할 것으로 분석되었다.

기존에 이루어진 중소기업 수출에 관한 연구들이 수출지원제도의 인지도와 활용도를 중심으로 이루어진데 비하여 본 연구는 현행 중소기업 수출 지원제도를 수출 중소기업들이 겪고 있는 애로분야별로 대비하여 분석해 봄으로써 정부의 수출지원제도의 개선방안을 모색한 점에 특징이 있고, 의미가 있다고 할 것이다. 물론 중소기업 수출 지원제도는 많은 정부부처 및 지방자치단체가 다양한 제도를 운영하고 있기 때문에 모든 제도를 분석대상에 포함시키지 못한 한계가 있다. 그러나 지방자치단체의 지원제도는 중앙정부의 지원제도와 유사한 제도들을 운영하는 것이 대부분이고, 지역별로 필요에 의하여 특정 지원제도를 한정적으로 운영하고 있기 때문에 본 연구결과와 크게 상이하지 않을 것으로 판단된다.

한국경제는 대외의존도가 높은 경제적 특징을 갖고 있다. 또한 한국 경제에서 중소기업이 차지하는 비중은 매우 높은 실정이다. 그럼에도 불구하고 수출 분야에 있어서 중소기업의 기여도가 낮은 점은 향후 한국경제가 성장·발전해 나가는데 있어서 해결해야 할 과제라 할 것이다.

특히, 최근 들어 주요국가와의 자유무역협정 체결이 확대되고 있는 상황에서 유연성과 다양성을 보유한 중소기업들이 수출역량을 확대할 경우 한국경제는 더욱 발전해 나갈 것이다. 따라서 정부가 수출 중소기업이 안고 있는 애로요인을 해소하기 위한 적극적인 지원정책을 추진하는 경우 중소기업의 수출비중은 더욱 확대되고, 중소기업의 글로벌 경쟁력 또한 강화될 것이다.

참 고 문 헌

【국내문헌】

- 김수용, (2004). “중소기업의 마케팅 활성화방안”, 기업은행 경제연구소.
- 김익성, (2005). 중소기업을 위한 현존마케팅 정책의 실효성 및 타당성 조사. 중소기업연구원.
- 김인호, (2004). “지방자치단체의 중소제조기업 수출지원정책의 실효성 제고에 관한 연구”, 『사회과학연구』, 제11권, 안양대학교 사회과학연구소.
- _____, (1998). “지역중소제조기업 수출지원정책의 효과에 관한 연구“, 『98 지역경제진흥 연구보고서』, 안양시.
- 박광서·안종석, (2001). “중소수출중소기업의 수출지원제도 활용에 관한 연구”, 『무역학회지』, 제26권 제1호, 한국무역학회.
- 신용보증기금, (2007). 「환율이 중소기업에 미치는 영향 분석」.
- 오동윤, (2007). 「중소기업의 수출역량 연구」. 중소기업연구원. pp.7-8.
- 이성봉, (2007). “중소기업 해외시장진출 지원: 필요와 지원 간 차이분석”, 『국제경영연구』, 제18권 제3호.
- 정재승, (2006). “우리나라 중소기업 수출지원제도의 성과에 관한 실증연구”, 중앙대학교 박사학위논문.
- 정중재, (2000). “충북지역 중소기업 수출활성화 방안”, 『산업과 경영』, 제12권 제2호, 충북대 산업경영연구소.
- 조이현, (2006). “해외진출 중소기업의 효율적 지원방안”, 『기본연구 06-19』, 중소기업연구원.
- 중소기업연구원, (2007). 최근 중소기업 수출 호전 원인과 시사점, 『KOSBI Issue paper』, 제28호.
- 중소기업중앙회, (2004). 「중소기업 실태조사 보고」.
- _____, (2006). 「해외 중소기업 통계」.
- _____, (2006). 「2006 무역 애로조사 결과보고」.
- 중소기업청, (2007). “수출인큐베이터 사업 성과분석을 통한 개선방안 연구”.
- _____, (2006). 중소기업정책의 변천과 혁신.
- _____, (2010). 「중소기업 연차보고서」.
- 중소기업특별위원회 · 중소기업청, (2007). 「2008년도 중소기업 육성시책」.
- 한국수출보험공사, (2005). 「중소기업 수출경쟁력 평가보고서」.

【국외문헌】

- Gencturk E. F., & Kotabe M., (2001). "The Effect of Export Assistance Program Usage on Export Performance : A Contingency Explanation", *Journal of International Marketing*, Vol. 9, No. 2, pp. 51-72.
- Kai-fang, Cheng & We, Hui-lin, (2002), "An Estimate of the indirect Exports of Taiwan's SME manufacturers. and Analysis of the Chenges in the Main Sale Channels" *Taiwan Economy Research Institute*.
- Moini. A. H., (1998). "Small Firms Exporting: How Effective Are Government Export Assistance Programs", *Journal of Small Business Management*, Vol. 33. No. 3, pp.1-25.
- Wilkinson T. J., & Brouters L. E., (2006). " Trade Promotion and SME Export Performance", *International Business Review*, Vol. 15, No. 3, pp. 233-252.