

# 우리나라 중소물류기업의 중국진출 활성화 방안

† 조 삼 현

† 동의대학교 상경대학 유통관리학과 조교수

## Alternatives for Entering into the Chinese Market by Smaller-Sized Korean Logistics Enterprises

† Sam-Hyun Cho

† Department of Distribution Management, Dong-Eui University, Busan, 614-714 Korea

**요 약** : 중국의 물류시장의 확대에 따라 많은 한국 물류기업들이 중국에 진출하고 있으나 글로벌 물류기업과의 경쟁에는 한계를 보이고 있다. 특히 국내의 중소물류기업들은 중국시장으로의 진출에 많은 애로사항을 겪고 있다. 따라서 본 연구에서는 우리나라 중소물류기업들의 중국진출 활성화 방안을 과거의 선행연구를 근거로 지각된 요인들과 중국진출 활성화의 필요성과 중요성에 대한 상관관계를 분석하여 활성화 방안으로 제시하고자 하였다. 이를 위해 설문분석을 실시하고, 탐색적 요인분석과 신뢰도분석 및 상관관계 분석을 시행하였다. 연구의 결과, 중국진출을 활성화하기 위한 여러 가지 요인들 중에서 중소물류기업들이 가장 우선해야 할 과제로는 주요 물류거점에 대한 물류인프라의 확보가 선행되어야 하며 동시에 현지의 관계문화에 대한 이해와 활용에 대한 지식이 필요한 것으로 분석되었다.

**핵심용어** : 중국진출, 중소물류기업, 상관관계, 물류인프라, 관계문화

**Abstract** : The growth of Chinese logistics market has brought many logistics enterprises enter into the chinese market. The purpose of this study is to suggest some alternatives for activating enter into chinese market for smaller-sized korean logistics enterprise. First of all, in order to achieve such a purpose, factors for activation through literature survey and previous studies are analyzed. After that, questionnaire survey are carried out. Also factor analysis and reliability test based on the questionnaire results are performed. Main findings are suggested as followings. First, in order to activate entering the chinese market, it is drawn out that possessing of logistics infrastructure and understanding of culture of chinese relationship are most important. Second, market information and reform of management system, inspection and customs clearance are suggested as less important.

**Key words** : enter into chinese market, smaller-sized logistics enterprises, correlation, logistics infrastructure, relationship

### 1. 서 론

중국경제의 급성장과 더불어 중국시장이 갖는 매력은 글로벌 기업들의 진출러시로 이어지고 있어 세계 500대 글로벌 기업 대부분이 중국시장에 진출해 경쟁을 벌이고 있다. 이러한 변화의 결과 중국 물류시장 역시 급속한 성장을 보이고 있다. 특히, “11차 국민경제 5개년 개발계획(11·5계획, 2006년부터 2010년)”에서 물류를 국가발전의 주요정책으로 지목함으로써 물류는 국정의 핵심과제로써 그 중요성이 강조되고 있다. 중국의 물류시장 역시 그 규모나 성장속도에 있어서 많은 물류기업들에게는 매력적인 시장이 되고 있다. 아울러, 중국 물류시장에 대한 개방정책이 단계적으로 추진되어 2005년 말을 계기로 내항해운을 제외한 대부분의 물류업종에 대한 외국기업의 시장참여 규제가 완화되어 중국물류정책은 개방화로 전환되었다. 이러한 개방화는 중국진출에 대한 기폭제가 되었으며 글로벌 물류기업들은 합작, 합자, 단독투자 등의 방법으로 중

국시장에 진출하여 물류서비스의 영역을 확대해 나가고 있다. 아울러 우리나라 물류기업들도 중국시장으로 활발한 진출을 하고 있으나 중국 물류시장의 특수성에 기인한 애로사항으로 많은 어려움을 겪고 있다. 현재 중국에 진출한 국내 물류기업들은 대부분이 관련 제조 및 유통기업의 중국진출에 동반하여 진출한 선도 기업 추종형 진출이 가장 많은 것으로 알려지고 있다.

그러나 국내 물류기업의 중국시장에서의 역량은 글로벌물류기업 활동과는 그 업무 범위나 영역에서 한계를 보이고 있다. 특히, 일부 몇 몇 대기업을 제외한 중소형 물류기업들은 중국물류시장의 진출과 중국내에서의 사업추진에 더욱 더 많은 어려움을 겪고 있다. 선행연구의 분석결과, 일반적으로 중국 물류시장의 현황과 문제점을 분석한 연구와 물류기업의 중국진출 활성화에 대한 연구는 많이 있으나 중소물류기업을 대상으로 한 연구는 거의 없는 실정이다. 따라서 본 연구는 중국에 진출해 있거나 또는 진출 계획이 있는 국내 중소물류기업

† 교신저자 : 종신회원, chosh@deu.ac.kr 051)890-1540

을 대상으로 중국 물류시장 진출에 대한 활성화 방안을 강구하는 데 그 의의가 있다.

## 2. 이론적 배경

중국의 물류시장의 현황과 문제점을 분석한 연구와 물류기업의 중국진출 활성화에 대한 일반적인 연구는 많이 있으나 중소기업들을 대상으로 한 연구는 거의 없는 실정이다. 따라서 본 연구는 우리나라 중소기업들을 대상으로 본 연구를 추진하고자 하였다.

중국 물류시장의 중국 물류시장에 대한 선행연구 중 주요한 내용들은 요약해 보면 다음과 같다.

장(2008)은 중국 물류시장 진출상의 문제점을 거시적, 미시적인 차원에서 검토하고 중국진출방안으로 중국시장에 대한 충분한 조사와 이해, 전략적 제휴나 시장세분화, 인프라 활용 등의 방안과 정부의 정책적 지원방안의 강구 및 중국 진출 제조업체들과의 정보교류의 확대 등을 방안으로 제시하였다.

이(2009)는 물류기업의 해외시장 진출요인과 성과에 대한 실증분석을 통해 정부차원에서 조성된 국제물류펀드의 효율적 활용방안의 모색, 해외진출 기업 및 종합물류기업에 대한 세제지원 확대, 화주동반진출 시 화주에 대한 인센티브 지원 등 보다 실질적인 지원정책이 수립의 필요성을 강조하였다. 일반적으로 중국물류 시장으로의 진출에 대한 어려움으로는 중국 대외 무역정책의 변화, 외국인 글로벌 물류기업과의 경쟁력 부분, 현지 업체와의 경쟁 등을 꼽았다. 아울러 중국 물류시장 진출에 있어 우리나라 정부 차원의 지원 부분이 국내 물류 기업들의 경쟁력 제고에 많은 도움이 된다고 주장하고 있다

신(2008)은 중국물류 시장으로의 진출에 대한 어려움으로는 중국 대외 무역정책의 변화, 외국인 글로벌 물류기업과의 경쟁력 부분, 현지 업체와의 경쟁 등을 꼽았다.

박(2009)은 중국 물류시장에 진출하기 위해서는 중국 물류기업, 특히 수송기업과 전략적 제휴나 인수합병이 불가피하기 때문에 인수합병에 대한 전략을 치밀하게 세워야 하며, 운송 네트워크와 물류네트워크 구축, 이밖에도 중국 내 복잡한 규제, 현지 경험부족 등의 문제점을 극복하는 것으로 보았다.

신(2010)은 중국진출에 대한 애로사항을 정책적인 측면에서 중국의 대외무역 정책 및 법률, 다양한 물류관련 기관의 존재, 지방자치 단체와 관련기관과의 관계 등을 애로사항으로 지적하였다.

김(2010)은 중국물류시장의 진출에 대한 애로사항으로는 중국시장 진출에 대한 업종제한 및 장려정책의 전환과 규제 및 상관습에 따른 인허가문제의 존재, 행정구역간 규제의 상이 등을 애로사항으로 지적하고 있다.

이상의 선행연구들을 근거로 우리나라 중소기업의 중국진출 애로요인을 정리하면 다음 <표 1>과 같다.

Table 1 difficulty factors of enter into chinese market

애로 요인	구체적인 내용
현지 관계 문화	- 현지고객들의 관계문화 정립 문제 - 현지투자 및 합작관련 지방정부와의 관계, 물류 관리 당국에 대한 협상력
물류 정보 마케팅	- 물류관련 정보 및 정보획득의 어려움 - 시장정보 통한 마케팅관리 및 수행 어려움
검사 통관	- 수출입화물에 대한 복잡한 통관절차 및 검사 - 통관시간과 비용의 과다
창고 보관 시설	- 입지우위의 보관시설 확보 어려움 - 취급품목 부합 시설 및 자동화 시설 부족
정보 기술	- 현지통관시스템과 기업물류정보시스템의 충돌 - 운영자와 기능부서간의 의사소통 시스템 부족
물류 인프라구축	- 적합한 운송설비 및 관련시설 확보의 어려움 - 물류기지 및 물류센터의 구축의 어려움
기타	- 내륙운송 서비스신뢰저하 - 외국기업에 대한 규제 - 현지운영자의 관리, 감독의 어려움, - 서류작성에 과도한 시간소요

## 3. 중국진출 애로실태와 활성화 요인

### 3.1 중국진출 애로 실태

본 연구에서는 선행연구에서 제시되었던 중국진출 애로요인들에 대해 우리나라 중소기업들이 실제로 어느 정도 인식하고 있는지를 파악해 보기 위하여 이에 대한 설문조사를 실시하였다. 중소기업들의 본 설문지 작성 시에는 선행연구에서 제시되었던 <표 1>의 중국진출 애로요인 중에서 가장 애로를 느끼는 요인 2개를 선택하도록 조사를 실시하였다.

설문에 대한 응답의 분석 결과, 중국 물류시장 정보 및 마케팅 전략 획득의 불편 24.1%, 중국 현지의 운송 인프라 확보에 대한 어려움 21.0%, 물류관련 거점 확보의 애로 16.3%, 중국 내의 독특한 관계문화에 대한 접근의 어려움 11.0%, 중국내 통관 및 서류작성에 불필요한 시간소요 9.0%, 중국 중앙정부와 지방정부의 불일치된 행정관리의 문제 7.5%의 순으로 나타났다. 따라서 우리나라 중소기업들은 중국 진출 시에 중국현지의 시장 및 마케팅 정보 획득, 물류인프라의 확보 등에서 가장 큰 애로를 느끼고 있는 것으로 나타났다.

### 3.2 중국진출 활성화 요인

연구목적에서 제시한 국내 중소기업의 중국진출 활성화 방안을 확인하기 위해 선행연구와 실태조사에서 확인된 중국진출 애로요인들을 중심으로 활성화 요인을 실제적으로 도출해 보고자 하였다. 이를 위해 먼저, 기존의 선행연구에서 제시된 중국진출 애로요인의 해결방안을 중심으로 활성화방

안의 설문문항을 구성하고, 이에 대한 중국진출 중소기업들의 실제적인 인식을 조사하여 활성화 요인을 확인해 보고자 하였다.

선행연구를 근거로 도출한 중국진출 활성화 방안은 다음 <표 2>와 같이 정리할 수 있다. 아래와 같은 중국진출 활성화 방안들에 대해 중국진출 또는 진출 희망 중소기업들을 대상으로 활성화 방안에 대한 인식도를 설문조사하였다.

Table 2 Major contents of questionnaire survey

	설문내용
1	중국 진출 현지 마케팅정보 확보 전략 필요
2	중국 물류시장정보 한계에 대한 개선이 필요
3	중국내 물류서비스에 적합한 운송시설이 필요
4	중국내 지방정부와 관계정립 및 유지가 필요
5	중국 현지 고객과의 관계정립 및 유지가 필요
6	중국 현지 운영자의 관리·감독 체계개선 필요
7	중국의 복잡한 통관 절차 개선 필요
8	중국내 검사 시간의 개선 필요
9	외국기업 허가취득에 대한 규제완화 필요
10	중국내 통합물류센터의 구축 필요
11	중국내 물류인프라 구축 필요
12	입지우위를 가지는 보관시설 확보 필요
13	중국내 자동화 창고 시설 확보 필요

설문조사는 우편, FAX, E-MAIL을 통해 2012년 3월 11일부터 4월 2일까지 3주간 이루어졌다. 총 200부의 설문을 발송하여 이 중 161부를 회수하였고 이 중 유의성이 부족한 16부를 제외한 145부를 연구의 분석에 사용하였다. 중국진출 활성화 방안의 설문문항은 리커트 7점 척도로 측정하였다.

아울러, 중국진출 활성화 방안의 측정도구에 대한 한 타당도와 신뢰도 검증을 실시하였다. 먼저 타당도 검증을 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 탐색적 요인분석에서 현지 운영자의 관리·감독 체계의 개선 필요 항목이 공통성이 의심되었고, 외국계 기업의 허가취득에 대한 규제 완화 필요성이 교차-적재(cross-loading)가 의심되어 측정 항목에서 제외하였다. 따라서 이들 2개 항목을 제외한 11개 항목들에 대한 평가를 하였다.

평가 결과, 전체 요인들 간의 상관관계 정도를 나타내는 값인 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)가 0.650이고 상관행렬이 단위행렬이 아니라고 할 수 있는 Bartlett의 구형성 검정의 유의확률 값이 0.000으로 전체적으로 요인분석을 충분히 실시할 수 있는 측정항목들의 집합이라고 평가되었다. 아울러 총 11개 항목에 대해 베리맥스 회전방식(Varimax rotation)으로 탐색적 요인 분석을 실시하였다. 변수들의 분산이 추출된 요인들에 의하여 모두 어느 정도 설명된 것으로 판단할 수 있는 공통성은 가장 낮은 값이 0.615로 대체로 만족스럽고 고유값(eigen value)을 기준으로(>1.0) 총 5개의 요인이 추출되었다.

요인 1은 물류정보 및 마케팅 전략, 요인 2는 운송 인프라 확보, 요인 3은 거점인프라 확보, 요인 4는 관계문화 이해, 요인 5는 검사통관의 개선 등으로 확인되었다.

그리고 추출된 개별 요인들에 대한 신뢰도는 Cronbach's  $\alpha$ 로 검정하였고 검정결과, 모두 0.6이상을 상회하는 것으로 나타나 설문 응답결과의 신뢰도가 충족되는 것으로 나타났다.(<표 3>참조)

Table 3 Results of factor analysis

항목명	요인1 (물류정보/마케팅전략)	요인2 (운송인프라 확보)	요인3 (거점인프라 확보)	요인4 (관계문화 이해)	요인5 (검사통관 개선)
물류정보 접근개선	.913	.032	.147	.170	.145
마케팅수행 전략	.810	.217	-.020	.158	.170
통합물류센터확보	.022	.870	.056	-.129	.106
적합한 운송시설	.384	.629	-.172	.032	.282
운송터미널 확보	.030	.616	.087	.364	.045
입지우위 보관시설	-.107	.037	.915	.061	.260
자동화 창고확보	.379	-.004	.750	.101	.008
현지고객 관계문화	.174	.150	-.049	.863	-.041
지방정부와 관계개선	.055	-.044	.182	.789	.074
통관절차 개선	.066	-.034	.129	.131	.870
통관시간 개선	.237	-.101	.040	-.101	.761
고유값 (eigen value)	3.946	2.611	1.764	1.363	1.218
누적분산(cumulative)	26.305	43.715	55.473	64.562	72.683
Cronbach's $\alpha$	.620	.775	.604	.836	.750

#### 4. 중국진출 활성화 방안의 평가

본 연구를 통해 우리나라 중소기업들이 인식하는 중국진출 활성화 방안이 과연 중국진출에 실제적인 효과를 발휘할 수 있을 것인지를 평가해 보고자 한다. 이를 위하여 중국진출 활성화 요인들이 중국진출의 필요성과 중요성에 어떠한 영향을 미치게 되는지를 분석해 보았다.

중국진출 활성화 요인과 중국 진출의 중요성 및 필요성의

상관관계를 알아보기 위해 Pearson 상관관계분석을 실시하였다. 이러한 상관관계 분석의 결과는 <표 4>와 같다.

Table 4 The results of correlation analysis

구분		물류정보마케팅전략	운송인프라 확보	거점인프라 확보	관계문화 이해	검사통관 개선
중요성	Pearson상관계수	.106	.265**	.050	.236**	.131
	유의확률N	.215	.002	.564	.005	.122
		104	104	104	104	104
필요성	Pearson상관계수	.027	.299**	-.026	.204*	.023
	유의확률N	.761	.000	.763	.019	.785
		104	104	104	104	104

\*\* p<0.05    \*\* p<0.01

<표 4>에서 나타난 바와 같이, 운송 인프라 확보 요인과 관계 문화 이해 요인은 p<0.01 수준에서 중국진출 활성화의 중요성과 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 또한 운송 인프라 요인은 p<0.01 수준에서 중국진출 활성화의 필요성과 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 아울러 현지의 관계 문화 요인은 p<0.05 수준에서 지각된 중국 진출 활성화의 필요성과 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

반면, 현지 물류시장정보 및 마케팅의 중요성, 거점 인프라 확보, 검사·통관의 세 가지 요인은 지각된 중국 진출 활성화의 중요성과 필요성에는 유의한 상관관계가 나타나지 않았다. 결론적으로 중국진출 활성화를 위한 다섯 가지 요인 중에서 운송 인프라 확보 요인과 중국 현지의 관계 문화 이해에 대한 요인만이 지각된 중국 진출 활성화의 중요성과 필요성에 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

## 5. 결 론

중국의 급성장과 더불어 중국시장이 갖는 매력은 글로벌 기업 대부분의 중국 진출을 가속화 했고 이러한 결과, 중국 물류 시장 역시, 급속한 성장과 더불어 글로벌 물류기업들의 진출 러시로 이어져 극심한 경쟁구도를 형성하게 되었다. 우리나라의 물류기업들도 중국 시장으로의 활발한 진출과 더불어 지속 성장하는 중국물류시장에 대한 진출의 욕구가 팽배해지고 있다. 그러나 중국의 물류시장은 거대한 반면, 다양한 경쟁과 특수성이 존재하여 중국진출 한국물류기업들은 많은 어려움을 겪고 있다.

본 연구에서는 선행 연구자들이 제시한 중국 진출 활성화 방안들이 중국진출 또는 진출희망 국내 중소기업들에게는 어떻게 지각되고 있는지를 밝힌 연구 결과를 제시함으로써, 국내 중소기업들의 중국진출을 위한 보다 유효한 활성화 방안을 강구하는데 도움을 주고자 하였다.

이와 같은 연구목적 달성을 위하여 관련 선행연구를 검

토하고 이를 토대로 선행연구들에서 인지된 활성화 요인들을 정리하였다. 아울러 설문조사 분석을 통해 활성화 요인에 대한 실증분석을 시도하였다. 설문조사를 통해 실증분석에서 유효한 설문지를 분석하였고, 탐색적 요인분석, 빈도분석, 신뢰도 검증을 거쳐 상관관계 분석을 통해 이를 검증하였다.

우리나라 중소기업의 중국진출 활성화를 위한 중요성과 필요성의 관계를 분석한 결과를 정리하면 다음과 같다. 첫째, 중국내 물류시장의 정보획득 및 마케팅 관리, 창고·보관 등의 거점인프라 확보, 검사·통관 등의 애로 사항 관련 요인은 지각된 중국 진출 활성화의 중요성과 필요성에 별다른 상관관계가 나타나지 않았다. 둘째, 운송 관련 인프라 획득, 현지의 관계 문화에 대한 접근 요인은 지각된 중국 진출 활성화의 중요성과 필요성에는 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

따라서 인지된 중국 진출 활성화 요인과 활성화의 중요성과 필요성의 관계에 대한 본 연구의 결과로 중국 진출 활성화를 기대하는 중소기업들에게 다음과 같은 시사점을 줄 수 있다. 우리나라의 중소기업의 중국 진출 활성화를 위해 중요한 요인으로 물류인프라 요인과 현지의 관계 문화 어려움 극복의 두 가지 요인이 중요한 것으로 나타나고 있다. 따라서 우리나라 중소기업의 중국진출 활성화 방안의 강구에 있어, 진출을 희망하는 기업이나 이를 지원하는 정부 및 관련 기관들은 중국 내 중요거점에 국내 중소기업들이 활용할 수 있는 물류 인프라 확보를 위한 다양한 방안들을 우선적으로 강구해야 할 것이다. 동시에 중국의 전통적인 관계 문화는 물론 사회, 문화적 환경과 그에 따른 각종 제도 및 법규 등을 포함하는 현지문화에 대한 폭넓고도 충분한 이해가 선행된다면 우리나라 중소기업의 중국 진출 활성화에 큰 도움이 될 것으로 기대된다.

본 연구는 우리나라 중소형 물류기업의 중국진출 방안을 분석해 본 것으로 기존의 연구에서 제시한 일반적인 중국진출 활성화 방안들이 실제로 중소기업에는 어떠한 영향을 미치는지를 분석해 본 측면이 기존의 연구와 차별성을 지니고 있다. 아울러 본 연구를 추진하면서 중국 진출업체와 진출을 희망하는 업체 간 인식의 차이가 일부 발견되었다. 따라서 본 연구결과를 더욱 발전시키기 위해서는 연구대상을 진출기업과 진출 희망 기업으로 구별한 추가 연구가 추진될 필요성도 제기되었다.

## 참 고 문 헌

- [1] 김광희(2009), 최근 중국의 무역·투자정책의 변화에 대한 한국기업의 대응방안, 인하대학교 대학원, 석사학위논문.
- [2] 김동열(2011), “전략적 제휴에 영향을 미치는 문화적 요인에 관한 연구”, 한국항해항만학회지, 제35권, 제8호, pp. 691-699.
- [3] 김범중(2010), 중국진출 물류기업의 애로요인 분석과 개

선방안, KMI.

- [4] 박광범(2009), 한국물류기업의 중국진출전략에 관한 연구, 조선대학교 대학원, 석사학위논문.
- [5] 신승태(2008), 한국 물류기업의 대중국 진출 전략에 관한 연구, 중앙대학교 대학원, 석사학위논문.
- [6] 신주식(2004), “중국 물류산업의 발전과정과 발전 전략에 관한 연구”, 중국연구, 제34권, pp. 56-61.
- [7] 이용우(2009), 한국 물류기업의 해외진출 요인과 성과에 관한 연구, 중앙대학교 대학원, 박사학위논문.
- [8] 장범(2008), 한국물류기업의 중국시장 진출방안에 관한연구, 동아대학교 대학원, 석사학위논문.
- [9] 조삼현(2004), “한국운송주선업체의 중국 업체에 대한 관계지향성 인식에 관한 연구”, 한국항해항만학회지, 제28권, 제8호, pp. 699-707.
- [10] Chan, Felix W. H.(2002), “Logistics Management and its Legal Environment in China,” Hong Kong Law Journal, Vol. 31, No. 3, pp. 38-41.
- [11] Chang, Gorden(2001), The Coming Collapse of China, New York: Random House.
- [12] Easton, Robert J.(2003), “On the Edge : The Changing Face of Supply Chain Management in China”, Supply Chain Management, April 15, p. 46.
- [13] Ta, H. P. and Choo, H. L. and Sum C. C.(2000), “Transportation Concerns of Foreign Firms in China,” International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, Vol. 30, No. 1, pp. 16-18.

---

원고접수일 : 2012년 10월 29일  
심사완료일 : 2012년 11월 19일  
원고채택일 : 2012년 11월 22일