

해외수출을 위한 주요 요인들과 중소기업의 해외수출 가능성에 관한 연구

정호진 · 임용석[†]
(*부산대학교)

Research Related to the Main Factors for Export and SME's Export Possibility

Ho-Jin JUNG · Yong-Suk LIM[†]
(*Pusan National University)

Abstract

The aim of the present study is to research how the main factors for the export of SMEs affect SME's Export possibility in structural method. 62 SMEs in Busan Region were participated in this study.

For the empirical analysis, a multiple regression analysis and a path analysis were used with Spss18 and Amos 5v to figure out the relationship between the main factors and SME's Export possibility(SEP). The main factors as variances are "Manpower Needs(MN)", "Technology Innovation Needs(TIN)", "Education Needs for Export(ENE)" and "Intention of Decision-Maker(IDM)".

The result indicated that ENE and TIN with IDM could structurally affect SEP through path analysis and implies that the main factors have to be considered with the intention of decision-maker as CEO for the successful export of SMEs.

Key words : SMEs, Export, Education, Technology Innovation, Manpower, Intention of Decision-Maker

I. 서론

기업의 글로벌 환경변화에 있어서 가장 많이 거론되고 있는 것은 기업의 국제화와 수출성공에 대한 것이다. 특히 이와 관련된 연구는 기존의 전통적 해외 시장 진출 이론과 더불어 성공적인 해외 시장 진출을 추진하는 기업을 대상으로 많이 다루어져 왔다. 이를 테면, 해외수출 교육에 대한 중요성(Simpson, Tuck & Bellamy, 2004), 기업가 정신에 대한 연구(Zhou, Wu & Luo, 2007; McDougall, Oviatt & Shrader, 2003), 교육의 중요성 기업경영과 마케팅의 중요성(Gummeson,

1991), 해외 현지화(Eriksson et al., 1997) 및 적응화(Zou et al., 1997)에 대한 연구를 들 수 있다. 특히 국내의 특성을 고려한 많은 연구 중에서 해외 진출을 통한 국제화가 기업 성장을 이루는 중요한 것으로 인식되어 왔다.

가장 최근 연구로는 Ha, Choong-Lyong et al(2016)의 연구에서 다뤄진 중견기업과 중소기업의 해외수출에 대한 주요 결정요인에 대한 연구를 통해서 알 수 있듯이 해외수출을 통한 기업 성과에 있어서 중견기업이 모든 면에서 우수하다는 점을 알 수 있었다. 그의 연구에 따르면, 중소기업과 달리 중견기업은 기업의 해외진출에 있어

[†] Corresponding author : 010-9284-6130, kongsam@naver.com

서 전담직원, 기술혁신, 해외수출 교육 등을 매우 중요하게 인식하고 있으며, 그것에 대한 지원도 중소기업과는 크게 차이가 있음을 확인할 수 있다.

여러 선행연구들을 통해서 알 수 있듯이 국제화 시대를 살고 있는 현재 기업의 국제화는 기업 성과에 매우 중요하다는 점을 알 수 있다. 최근 FTA 발효 등을 통해 더욱 더 그 중요성이 확대되고 있다.

우리나라의 경제성장을 논함에 있어서 수출이 가장 큰 역할을 해왔다. 그러나 수출 성과는 주로 대기업이나 중견기업에서 탁월하게 그 효과를 발휘하는 것을 알 수 있는데, 때문에 전반적인 국가적 차원의 경제성장을 위해서는 중소기업의 해외 시장 진출이 더욱 확대될 필요가 있다(Lee, Hong-Kyun & Nam, Kyung-Doo, 2014).

Lim, Yong-Suk(2016)에 따르면, 부산 지역 내 중소기업 중에 제조업의 경우, 기업이 성장하는 동안 자신만의 기술력을 확보하는 경우가 많다고 한다. 이를 통해 해외 직접수출도 가능한 입지에 놓인 중소기업들이 부산 지역 내 많이 소재하고 있는 실정이다. 하지만 중소기업이 해외 시장에서 수출성과의 창출에 있어서 문제시 되고 있는 요인으로 기업가 정신, 시장지향성, 기술혁신, 전문인력, 수출관련 교육 등을 언급하였다.

언급된 주요 요인들 중에서 기업 수출성과에 직접적인 영향을 미칠 수 있는 요인으로 구체적인 기업의 활동에 있어서 기업가정신과 기업의 시장지향성을 보고 있다(Lee, Hong-Kyun & Nam, Kyung-Doo, 2014). 기업가정신과 시장지향성을 언급하는 기존 연구는 대부분 상관관계를 분석하는 것에 그치고 있으며(Murray, Gao, & Kotabe, 2011), 이외 전문인력에 대한 연구(Shin, Sung-Ho, 2014; Lim, Woon-Taek, 2006)와 해외수출 교육에 대한 연구(Autio et al., 2001)들도 대부분 그 한계점이 유사하다.

본 연구에서는 기업의 해외수출에 영향을 미치는 주요 결정적 요인들을 선별하고, 이들이 기업

수출에 미치는 영향을 고찰하고자 한다. 아울러 각 요인들의 영향을 바탕으로 구조적인 방법을 활용하여 요인들 간의 관계 설정을 통해서 기업의 해외수출 성과에 어떤 식으로 영향을 미치는지를 상세히 살펴보고자 한다.

해외수출 성과를 이루는 결정적 요인에 대한 근거는 Ha, Choong-Lyong et al.(2016)의 연구와 Lim, Yong-Suk(2016)의 연구를 참고하였다. 즉, 주요 결정적인 요인으로 해외수출을 위한 “전담직원”, “기술혁신”, “해외수출 관련 교육”, 그리고 “의사결정권자의 의지”를 선택하였다. 선택된 요인들을 설문조사하고, 각 요인들이 해외 수출 성과에 미치는 영향을 알아보기 위해서 다변인 회귀분석을 실시하였다. 이어서 경로분석(path analysis)을 활용하여 어떤 경로를 통해서 해외수출 성과에 더욱 더 강한 영향을 나타내는지 연구하였다.

II. 이론적 배경

내수지향적인 중소기업과 달리 해외수출을 바라는 중소기업은 기존의 사업 운영 프로세스에서부터 소소한 것까지 큰 차이를 둔다. 그만큼 기존의 시스템을 해외수출 지향적으로 돌리기 위해서는 기업 환경의 변화를 초래한다. 해외수출을 바라는 기업들에게 필요한 요소들은 많은 연구에서 언급되고 있는데, 해외마케팅부터 판로개척, 교육, 기술혁신, 전문인력 등에 이르기까지 매우 다양하다(Lim, Yong-Suk, 2016). 해외수출을 위한 중소기업으로의 성공적인 탈바꿈을 위해서는 여러 주요 요인들이 존재한다.

기업의 해외수출은 기업 측면에서 다량의 자본이 들어가는 행위이며, 어느 정도 기업 내 해외수출 환경이 갖추어져 있어야만 가능하다. 뿐만 아니라 사회, 문화, 정치, 경제, 법률 등에 걸쳐 경영환경이 상이한 해외시장은 높은 외국인 위험 부담 때문에 해외진출시도에 있어서 그만큼 실패

위험이 높다는 점을 고려할 때, 해외수출에 필요한 주요 요인들을 재조명할 필요가 있다.

본 연구에서의 총 4가지 요인을 살펴보고자 한다. 우선 해외수출을 전담하는 전담직원에 대한 요인을 시작으로 기술혁신, 그리고 해외수출 교육, 마지막으로 중소기업의 해외수출에 있어서 기업대표의 영향이 크다는 점을 고려하여 기업대표에 대한 요인에 대해서 거론한다.

1. 전담직원

독일 기업의 경쟁력에 대한 연구에 있어서 전문인력 확보가 중요함을 언급하였다(Lim, Woon-Taek, 2006). 그러나 Lee, Hong-Kyun & Nam, Kyung-Doo(2014)의 지적처럼 국내에 수 없이 많은 중소기업들을 고려할 때, 전문인력을 적극적으로 고용하여 전담직원을 확보하기란 매우 어려운 실정이다. 우선 재정적 문제를 들 수 있으며, 전문인력에 대한 지원이 그리 넉넉하지 않기 때문이다. 사정이 이렇다보니, Ha, Choong-Lyong et al.(2016)의 연구에서 알 수 있었던 내용으로 주로 중소기업의 해외수출은 기업 대표에 의해서 독자적으로 이루어지는 경우를 알 수 있다. 반면, 중견 기업의 경우, 전담직원을 두어 지속적인 해외수출 성과를 이루는 모습을 알 수 있었다. 즉, 해외수출에 있어서 전담직원 확보가 매우 중요한 요인이라는 점을 알 수 있다.

이점을 고려할 때, 중소기업의 성공적이고 지속적인 해외수출 성과를 바랄 경우, 안정화 된 전담직원 고용에 대한 대내외적 지원이 필요할 것으로 본다.

2. 기술혁신

해외수출과 기술혁신은 매우 강한 상호관계를 지니고 있다. 꼭 해외수출이 아니더라도 국내에서 기술력을 인정받는다는 것은 기업의 지속적인 운영이 가능하다는 점을 보장한다 하겠다.

Basile(2001)은 기술혁신을 수행하는 기업이 그

렇지 않은 기업들보다 높은 수출 가능성을 갖는다고 하였다. 뿐만 아니라, 수출과 연구개발비 증가가 수출에 영향을 주며, 기술혁신의 지원에 사용할 수 있는 자본재구입비, 사전제품개발비 등이 수출에 영향을 미친다고 한다.

또한 기술혁신에 대한 혁신성의 핵심지표인 R&D 지출이 국제적으로 경쟁할 때 중요한 성공 요인으로 보고 있으며(Han, Sang-Seol & Yim, Duk-Soon, 2013), 중소기업의 R&D 투자를 통해 높은 기술을 보유하고 있다는 것은 해외직접투자자와 같은 해외진출의 가능성을 높이는 요인으로 작용하고 있다(Choi, Baek-Yul, 2001)는 연구를 지켜볼 수 있다.

3. 해외수출 교육

치열한 경쟁으로 국내 시장에서의 판로 개척도 매우 어렵겠지만, 해외시장 진출을 고려할 경우, 국내와 달리 미지의 정보에 대해서 무방비인 상태를 초래할 만큼 위험요소가 많이 존재한다. 이를 극복하기 위해서는 해외수출과 관련된 다양한 교육이 반드시 필요하다. 해외수출은 다양한 정보가 필요하며, 기존의 방식과 차이가 나는 업무 프로세스가 따른다. 사정이 이러하기 때문에 반드시 교육을 통해서 어려운 점들을 극복할 수 있을 것이다. 해외수출 관련 교육에 대한 중요성을 언급하기 전에 우선, 교육이 기업에 있어서 중요한 의미를 선행연구를 통해서 살펴볼 수 있다. 대표적인 예로, Sim, Sun-Hee et al.(2011)은 교육은 기업 활성화에 큰 영향을 미치는 중요한 요인으로 작용한다고 언급하였다.

해외수출 교육의 필요성을 제시할 수 있는 선행연구로는 Autio et al.(2001)의 주장을 살필 수 있다. 그들은 해외시장에 대한 지식 습득은 중소기업에게 있어서 필수적인 요소이며, 지식습득을 통해 효과적인 국제 전략을 수립할 수 있는 지식을 제공 가능하다고 주장한다. 즉, 지식습득을 위해서는 기업이 원하는 해당 업무에 필요한 교육

이 필요하다는 내용으로 유추할 수 있을 것이다. 그리고 해외시장을 염두 한 학습이 기업의 제품 및 서비스의 효과적인 전략 실행에 정의 영향을 미친다는 주장한 선행연구도 살펴볼 수 있다 (Matsuno et al., 2002; Slater & Narvr, 1995). 마지막으로 수출지원제도 활용이 수출비중이 높은 기업에 높게 나타난다(Reid, 1984). 이는 수출지원제도를 활용하기 위해서는 그에 상응하는 지식 및 정보에 대한 이해가 교육을 통해 가능하다는 점을 고려해야 한다. 특히 Farrell et al.(2008)은 학습지향성이 기업성과와 매우 밀접한 관계가 있음을 규명하였는데, 학습에 대한 행위를 교육으로 본다면 교육이 가지는 의미가 매우 크다.

4. 의사결정자 기업대표

Ha, Choong-Lyong et al.(2016)의 연구를 통해서 극명하게 알 수 있었던 차이 중 하나가 중견 기업이든 중소기업이든 간에 해외수출 성과 실현에 있어서 기업의 의사결정권자인 기업대표가 매우 중요한 역할을 하고 있음을 알 수 있다. 특히 중소기업은 기업대표 1인을 중심으로 조직을 이끌기 때문에 기업대표의 스타일, 목표, 태도가 기업 성과에 영향을 미친다(Sandberg & Hofer, 1988). 또한 기업가의 경험 및 지식 습득에 대한 정도에 따라 국제시장 지향적 기업에 있어서 뚜렷한 성과로 작용함을 연구를 통해 살필 수 있다 (Matsuno et al., 2002; Slater & Narvr, 1995).

중소기업의 기업대표에 대한 연구는 다양하다. 기업대표의 배경, 경력, 그리고 심리적 특성을 다룬 연구(Hitt & Tyler, 1991)가 있으며, 기업대표의 역량 특성이 기업 성과에 정의 효과를 미친다는 선행연구(Wally & Baum,1994)도 살필 수 있다. 이외에도 중소기업의 국제화에 있어서 기업대표의 경험이 중요하는 점도 참고할 수 있다.

Jeong, In-Sik & Kim, Eun-Mi(2013)는 기업가의 정신이 기업의 전략적 방향을 설정하는데 중요한 역할을 한다고 하였는데, 다시 말해서, 해외 시장

에서의 기업경영활동의 몰입도를 결정하는 것으로 보고 있다. 이처럼 기업 대표의 역량이 해외수출에 있어서 매우 중요하다는 점을 알 수 있다.

Ⅲ. 연구 방법

1. 연구대상

본 연구의 연구 대상은 부산 지역에 약 96% 이상 분포해 있는 제조업 분야의 중소기업을 대상으로 하였다. 특히 규모가 작은 중소기업이지만 자사의 기술력을 확보한 기업들을 설문조사의 대상으로 선정하였다.

자료 수집은 이메일 서신과 직접 방문을 통하여 이루어졌으며, 수집기간은 2014년 2월 15일부터 6월 20일까지였다. 이메일 서신을 통해 수령된 설문조사의 경우, 설문조사 결과 충실도가 낮아 분석에 반영된 기업 수가 적었으며, 주로 직접 방문을 통한 설문조사를 실시하였다.

총 102개 기업 접촉 중에서 설문에 참가한 기업은 71개 기업이며, 이중 9개 기업의 설문조사가 부적합하다는 판단 하에 총 62개 기업의 자료를 가지고 분석을 시도하였다. 이들 중 현재 해외수출을 하고 있는 기업과 2년 안에 해외수출을 하려는 기업이 36개이며, 이외 현재까지 내수지향적 기업을 포함하여 해외수출에 관심은 있지만 당분간 내수시장에 초점을 맞춰 기업을 운영하려는 중소기업이 26개로 분류되었다.

2. 조사도구

설문조사로 얻어진 값은 7점 척도를 활용하여 값을 얻었으며, 전담인력 유무에 관한 값만 전담인력이 있을 경우 7점, 없을 경우 1점을 부여했다. 그리고 각 질문에 대한 답에 해당하는 점수를 합산하여 이를 평균한 값을 독립변수로 사용하였고, 종속변수는 해외수출 가능 정도에 따라 다음과 같이 정하였다. 먼저 수출을 하고 있는 기업 중에서 기업의 총매출액 중에서 10%이상

수출을 하면 7점을 부여하고, 5% 이상 기업의 경우 6점, 간헐적으로 해외수출을 하고 있는 기업을 5년, 2년 이내 수출할 기업 4점, 5년 이내 수출할 기업은 3점, 수출할 의사는 있으나 장기적으로 보류하는 기업은 2점, 그리고 마지막으로 내수지향적 기업은 1점을 부여하였다.

[전담직원의 필요성]

- 해외전담직원을 보유하고 있습니까?
- 수출을 위해서 무역관련 전문가가 필요하다고 생각하십니까?
- 수출을 위해서 현지 전문가가 필요하다고 생각하십니까?
- 수출을 위해서 기업 내 인재를 양성해야 한다고 생각하십니까?

[기술혁신의 필요성]

- 기술혁신을 위한 R&D 투자를 하고 계십니까?
- 수출을 위해서 기술혁신이 필요하다고 생각하십니까?
- 해외수출과 관련한 기술혁신을 위해서 산학관 협력이 필요하다고 생각하십니까?

[해외수출을 위한 교육의 필요성]

- 해외수출을 위해서 교육관련 행사에 참여를 많이 하십니까?
- 해외수출을 위해서 경영진의 교육이 필요하다고 생각하십니까?
- 해외수출에 대한 교육이 필요하다고 생각하십니까?
- 해외수출을 위한 FTA교육이 필요하다고 생각하십니까?
- 기업의 발전을 위해서 해외수출이 반드시 필요하다고 생각하십니까?
- 해외수출을 위한 교육비 지원을 하고 계십니까?
- 해외수출 교육을 위해 외부교육에 참가를 자주 하십니까?
- 해외수출을 위해서 타 기업의 CEO간의 유대가 중요하다고 생각하십니까?
- 향후, 다른 수출지역 개척을 준비하고 있습니까?

[의사결정권자의 의지]

- 향후 해외진출에 대한 계획을 가지고 계십니까?

- 해외수출이 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?
- 해외수출에 대한 의지는 어느 정도입니까?

3. 분석 방법

본 연구는 앞에서 언급한 해외수출을 위한 중소기업의 환경 요인들이 중소기업의 수출 가능 여부에 어떤 영향을 미치는지를 알아보기 위해서 다변인 회귀분석을 활용하여 분석을 하였다. 그리고 분석을 통해 얻은 결과를 토대로 해외수출 가능 여부에 유의미한 값을 가지는 요인들을 선별하였다. 선별된 요인들을 가지고 구조적으로 해외수출 가능 여부에 대해서 어떻게 영향을 미치는지를 알아보기 위해서 경로분석을 실시하였다. 본 연구의 분석을 위해서 먼저 SPSS 18v를 활용하여 다변인회귀분석을 하였고, 경로분석을 위해서 AMOS 5.0v를 활용하였다.

IV. 연구 결과 및 해석

본 연구의 결과는 크게 두 개 방향으로 제시된다. 먼저 본 연구에서 지정한 해외수출 환경 요인으로 중소기업 내의 전담직원 필요 여부와 기술혁신 필요, 해외수출교육 필요, 그리고 의사결정권자자의 의지가 중소기업의 해외수출 가능성에 대해 어떤 영향을 나타내는지를 살펴보고자 하였다. 이러한 이유는 해외수출 환경 요인이 해외수출 가능성에 가장 크게 영향을 주는 환경 요인을 찾아내기 위해서이다. 다음으로 다변인 회귀분석으로 분석된 결과를 바탕으로 해외수출 가능성에 영향을 크게 미치는 요인을 선별하여 해외수출 가능여부를 경로분석을 통해 살펴보았다.

1. 중소기업의 해외수출 환경과 해외수출 가능성

수출이 가능한 중소기업과 그렇지 않은 중소기업을 구분하여 각 설문조사 답변에 대한 집단별 평균분석은 <Table 1>과 같다.

<Table 1> Demographic statistics

Variables	Mean	S.D	N
SEP(SME's Export Possibility)	3.85	0.89	62
MN(Manpower Needs)	2.00	1.50	62
TIN(Technology Innovation Needs)	3.55	1.82	62
ENE(Education Needs for Export)	3.46	2.07	62
IDM(Intention of Decision-Maker)	3.29	2.11	62

<Table 2> The Result of Multiple Regression Analysis

Variables	B	t	Sig.	df	F	R ²
MN(Manpower Needs)	.069	1.500	.139	4, 57	312.568	.958
TIN(Technology Innovation Needs)	.278	2.700	.009			
ENE(Education Needs for Export)	.275	2.270	.027			
IDM(Intention of Decision-Maker)	.386	2.869	.006			

*p<.05, Dependent variable: SEP(SME's Export Possibility)

결과를 보면 알 수 있듯이, 사례 수는 62개 중소기업이고, 전담직원 필요(MN)에 관한 평균은 2.00으로 다소 낮은 수치를 보이고 있으며, 기술 혁신 필요(TIN)와 해외수출 교육 필요(ENE), 의사결정자의 의지(IDM)에 있어서 보통인 수준을 보여 준다. 마지막으로 수출가능여부(SEP)에 따른 중소기업 구분에 대한 평균을 고려할 때 본 연구를 통해 조사된 중소기업들 중 수출 지향적인 기업이 다소 적음을 알 수 있다.

그리고 다변인 회귀분석 결과에서 지켜볼 수 있듯이, 전체적으로 볼 때, <MN>를 제외하고, <TIN>과 <ENE> 그리고 <IDM>이 <SEP>에 영향을 주는 것으로 나타났다(F=312.57, df=4,57, p<.05). 유의 값을 가지지 않는 <MN>를 제외하고 개별 변인들의 유의도를 검증한 결과를 다음과 같이 요약될 수 있다.

- <TIN>가 높으면, <SEP>에 정(+)의 영향을 미침(t=2.700, p<.05).
- <ENE>가 높으면, <SEP>에 정(+)의 영향을 미침(t=2.270, p<.05).

- <IDM>가 높으면, <SEP>에 정(+)의 영향을 미침(t=2.869, p<.05).

다음으로 각 변인들이 어느 정도 영향을 주는 것으로 베타 값을 통해 지켜볼 수 있는데, <TIN>, <ENE> 그리고 <IDM>를 비교해 볼 때, <IDM>(베타=.386)가 다소 높게 영향을 주는 것을 살펴볼 수 있다. 즉 해외수출을 하고 있는 기업을 비롯하여 내수지향적 기업들 사이에서 기업의 내재 환경으로 본 요인들을 통해서 어떤 요인이 기업의 해외수출 가능성에 영향을 줄 수 있는지를 알 수 있다. 그 중에서 <IDM>이 본 연구에서 가장 크게 영향을 줄 수 있는 요인임을 알 수 있으며, 이는 중소기업의 특성을 제대로 반영하고 있음을 짐작 가능케 한다. 앞서 언급한 중소기업의 1인 체제의 특성을 고려하면, 수출에 대한 절대적인 가능성 여부는 의사결정권자인 기업의 대표이사에게 달려 있음을 시사한다.

2. 경로분석을 통해 본 해외수출 가능성

앞선 결과에서 살펴보았듯이, 의사결정권자의

의지인 <IDM>이 중소기업의 수출에 가장 큰 영향을 미치는 요인이다. 하지만 단순히 <IDM>만으로 해외수출 가능 여부 <SEP>를 판단하기에는 무리가 있다. 적어도 해외 수출을 위한 제품 생산 및 해외 수출 시스템 이해가 전제하지 않으면, 아무리 의지가 강하다 하더라도, 해외수출 가능 여부를 장담할 수 없기 때문이다. 게다가 다변인 회귀분석의 결과를 통해서 우리는 각 변인들이 기업의 해외수출 가능여부에 미치는 영향을 예측할 수 있었지만, 해외수출 가능여부에 영향을 주는 요인들 간 관계를 명확하게 설명할 길이 없었다. 이러한 이유로 구조방정식 모형으로 알려진 경로분석을 이용하여, 앞서 살펴본 변인들을 중심으로 구조적인 영향 분석을 통해서 과연 어떤 변인들과 연계되어 <IDM>이 해외 수출에 있어서 더 강하게 반영되는지를 살펴보고자 한다. 변인들이 해외수출 기업에 미치는 영향을 물론, 변인들 간의 인과관계를 좀 더 상세하게 살펴볼 수 있는데, 경로분석에서 다루는 효과계수를 활용하여 좀 더 명확한 관계를 규명하고자 한다. 앞선 결과에서 유의 값을 가지지 않았던 전담인력에 대한 변인을 제외하고, 나머지 변인으로 경로분석을 실시한다. 결과 중에서 가장 크게 영향을 미치는 의사결정권자의 의지인 <IDM>을 내부 변인으로 선정하여, 이를 중심으로 경로분석을 구축하였다.

우선 경로분석의 결과를 제시하기 전에 모형의 적합도를 알아보기 위해 검증결과를 살펴보고자 한다. 모형의 적합도에 관한 내용은 다음 <Table 3>과 같으며, 이는 연구모형에 대한 적합도와 그 적합도를 수용할 수 있는 기준을 제시한다.

<Table 3> Validation of model

	RMSEA	NNFI(TLI)	GFI	CFI
Research Model	.879	1.000	1.000	1.000
Acceptance Criteria	.05 or less	.9 or more	.9 or more	.9 or more

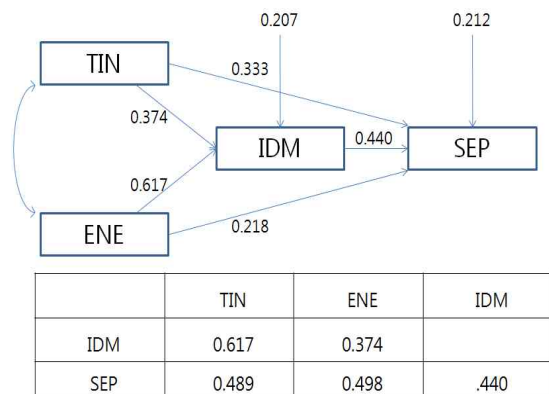
RMSEA는 .879로 수용할 수 있는 기준 값과 비교할 때 매우 낮은 적합도를 나타냈다. 그러나 GFI=1.000, TLI=1.000, 그리고 CFI=1.000으로 다소 높은 적합도를 보여 전반적으로 양호한 모형이라고 평가할 수 있다.

다변인 회귀방정식 1)

$$Y_{IDM} = 0.374X_{TIN} + 0.617X_{ENE}$$

다변인 회귀방정식 2)

$$Y_{SEP} = 0.333X_{TIN} + 0.218X_{ENE} + 0.444X_{IDM}$$



[Fig. 1] Path analysis model & effect coefficient

[Fig. 1]에서 볼 수 있듯이, <TIN>과 <ENE>가 <IDM>에 영향을 미치는 것으로 나타났고, 기술혁신 필요가 높게 인식될수록 의사결정권자의 의지에 강하게 작용하는 것으로 보인다(베타=.374). 해외수출교육 필요의 경우, 해외수출 교육 필요가 높게 인식될수록 의사결정권자의 의지에 강하게 영향을 미치는 것으로 보인다(베타=.617). 그리고 기술혁신 필요와 해외수출 교육 필요가 의사결정권자의 의지에 미치는 영향력 크기를 비교해 보면, 두 변인 모두 의사결정권자의 의지에 영향을 미치는데, 해외수출 교육 필요가 좀 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

기술혁신 필요와 해외수출 교육 필요, 의사결정권자의 의지가 해외수출 가능 여부에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 우선 기술혁신의 필요

성 정도가 높을수록 해외수출 가능성을 높이는 것으로 나타났다(베타=.333). 해외수출 교육의 필요성이 높을수록 이 또한 해외수출 가능성을 높이는 것으로 나타났다(베타=.218).

연구 모형에서 추정된 경로계수의 값을 살펴보면 <TIN> → <IDM>의 경로계수는 0.374, <ENE> → <IDM>의 경로계수는 0.617, <IDM> → <ENE>의 경로계수는 0.440, <TIN> → <SEP>의 경로계수는 0.333, 그리고 <ENE> → <SEP>의 경로계수는 0.218을 나타낸다.

그리고 효과계수를 통해서 볼 수 있듯이 <TIN>과 <ENE>, <IDM>이 <SEP>에 미치는 영향력의 크기를 비교해 보면, <ENE>가 <SEP>에 가장 큰 영향을 주고 있고(효과계수=0.498), 다음으로 <TIN>이 영향을 주고 있다(효과계수=0.489). <IDM>의 의사결정권자의 의지에 대한 영향력은 세 변인 중 가장 적은 것으로 나타났다(효과계수=0.440). 중소기업의 의사결정권자의 중요성을 염두 한 본 분석 결과를 고려해 볼 때, <TIN>이나 <ENE>가 의사결정권자의 의지인 <IDM>과 함께 작용하여 해외수출 가능성이 좀 더 높게 나타날 수 있음을 보여 준다. 특히 해외수출 교육에 대한 필요성과 의사결정권자의 의지가 함께 반영되어야 해외수출 가능성에 더 큰 영향을 미치는 것을 결과를 통해서 알 수 있었다. 반면, 의사결정권자의 의지가 반영되지 않거나 미약할 경우, 기술혁신 및 해외수출 교육만으로 해외수출의 가능성을 고려할 때 어느 정도 해외수출의 성과가 있을 것으로 보이지만, 의사결정권자의 의지 포함시킬 때보다는 수출성파가 미진할 것으로 예상될 수 있다. 결국 중소기업의 경우, 의사결정권자인 기업대표의 의지가 반영되어야 성공적인 해외 수출 성과를 기대할 수 있다는 점을 반영한다.

V. 결론

해외수출은 기존의 내수시장과 달리 준비되어

져야 할 것들이 많이 요구된다. 특히 21세기를 살고 있는 많은 기업인들은 기업의 성장을 위해서 해외수출이 선택이 아닌 필수로까지 인식하고 있다. 그 이유는 글로벌화 된 시장 형성과 국내의 경제 침체로부터의 해결책이 바로 해외시장이기 때문이다. 직접 수출이 아니더라도 간접수출을 통해서 내수시장의 어려움을 극복하려는 소규모 중소기업들을 지켜보면 현실의 문제점을 직시할 수 있다. 더욱이 재정 여력이 넉넉하지 않은 중소기업의 경우, 해외수출은 더 많은 위험을 낳게 하는 요인이기도 하다. 즉 적어도 시행착오를 줄일 수 있는 방법이 중소기업에게 있어서 매우 중요하다. 이에 본 연구는 해외수출을 고려하는 중소기업에게 어떻게 접근해야 기회비용을 줄일 수 있는지를 제시하였다고 본다.

본 연구의 결과를 통해서 알 수 있듯이, 전담 직원의 경우, 오히려 중소기업에게는 그 다시 중요하지 않은 요인으로 작용할 수 있음을 알 수 있다. 특히 중소기업의 의사결정권자가 주로 해외수출에 대한 방법을 이해하고 직접 추진하는 경우가 많은데 이점을 보더라도 대규모 수출이 아니라면, 의사결정권자인 중소기업 대표이사가 주가 되어 해외수출을 주도해 나갈 수 있을 것으로 보인다. 반면, 의사결정권자의 해외수출에 대한 의지도 중요하지만, 우선적으로 선행되어야 할 것은 중소기업에서 생산되는 제품에 대한 기술혁신과 해외 수출을 위한 선행적 학습과 같은 교육이 기반 될 필요성을 보여준다. 기술혁신과 해외수출 관련 교육을 통해서 해외수출에 따른 시행착오를 다소 줄일 수 있으며, 또한 해외수출의 가능성을 높일 수 있음을 시사한다. 특히 본 연구의 결과는 Ha, Choong-Lyong et al. 과 Lim, Yong-Suk(2016)의 연구결과에 대한 타당성을 증명하였음을 보여준다.

본 연구는 부산 지역 내 중소기업에 국한하여 연구하였다는 점과 좀 더 구체적인 요인을 다루지 않았다는 한계점을 가지고 있다. 기업들이 소재하고 있는 입지나 환경도 어느 정도 요인으로

작용할 것으로 보기 때문에 타 지역 중심의 연구도 추가로 필요할 것으로 본다. 예를 들어, 경기도 지역의 하이테크 산업을 중심으로 연구한다면 또 다른 결과를 기대할 수 있기 때문이다. 게다가 기업인과 관리자 등의 학력 및 경력, 그리고 피교육자의 의지 등과 같은 요인들도 해외수출 교육의 한 요인으로 작용될 수 있기 때문에 추가적인 연구가 필요하다. 향후 연구에서는 이러한 한계점을 고려하여 좀 더 심도 있는 연구를 하고자 한다.

References

- Autio, E. · Sapienza, H. J. & Almeida, J. G.(2000). Effects of age at entry, knowledge intensity, and imitability on international growth. *Academy of management journal*, 43(5), 909~924.
- Basile, R.(2001). Export behaviour of Italian manufacturing firms over the nineties: the role of innovation, *Research Policy*, 30(8), 1185~1201.
- Choi, Baek-Yul(2001). A Study on the Strategies of SMEs' FDI Promotion, *Research Institute of Industry and Economy*, 32, 93~113.
- Eriksson, K. · Johanson, J. · Majkgard, A. & Sharma, D.(1997). "Experiential knowledge and cost in the internationalization process", *Journal of International Business Studies*, 28(2), 337~360.
- Farrell, M. A. · Oczkowski, E. & Kharabsheh, R. (2008). Market orientation, learning orientation and organisational performance in international joint ventures. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 20(3), 289~308.
- Gummesson, E.(1991). Marketing-orientation revisited: the crucial role of the part-time marketer. *European journal of Marketing*, 25(2), 60~75.
- Ha, Choong-Lyong · Kim, Eun-Bin. & Lim, Yong-Suk(2016). A Case Study on Main Factors for Export of SMEs in Busan Region - Focused on Medium-sized and Small-sized Enterprises-, *The Journal of Fisheries and Marine Sciences Education*, 28(5), 1244~1257.
- Han, Sang-Seol & Yim, Duk-Soon(2013). A Study on the Effects of Entrepreneurship, Global Network and Export Assistance on Rapid Globalization, *Korea trade review*, 38(5), 385~407.
- Hitt, M. A. & Tyler, B. B.(1991). Strategic decision models: Integrating different perspectives. *Strategic management journal*, 12(5), 327~351.
- Jeong, In-Sik & Kim, Eun-Mi(2013). Entrepreneurship and Market Orientation in International Markets, *Journal of Business Research*, 28(3), 105~124.
- Lee, Hong-Kyun & Nam, Kyung-Doo(2014). The Influence of Market Orientation and Entrepreneurship by Environmental Change on Export Outcomes, *The journal of Korea research society for customs*, 15(3), 175~194.
- Lim, Yong-Suk(2016). A Study on the Impact between the Export Education of SMEs in Busan Region and Export Possibility by Logistic Regression Analysis, *The Journal of Fisheries and Marine Sciences Education*, 28(1), 280~289.
- Lim, Woon-Taek(2006). The Competitiveness of the German SMEs and Employment Relations, *Korean Journal of Labor Studies*, 12(1), 127~164.
- Matsuno, K. · Mentzer, J. T. & Özsoyer, A.(2002). The effects of entrepreneurial proclivity and market orientation on business performance. *Journal of marketing*, 66(3), 18~32.
- McDougall, P. P. · Oviatt, B. M. & Shrader, R. C.(2003). A comparison of international and domestic new ventures. *Journal of international entrepreneurship*, 1(1), 59~82.
- Murray, J. Y. · Gao, G. Y. & Kotabe, M.(2011). Market orientation and performance of export ventures: the process through marketing capabilities and competitive advantages. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(2), 252~269.
- Reid, S.(1984). Information acquisition and export entry decisions in small firms. *Journal of Business Research*, 12(2), 141~157.
- Sandberg, W. R., & Hofer, C. W.(1988). Improving new venture performance: The role of strategy, industry structure, and the entrepreneur. *Journal of Business venturing*, 2(1), 5~28.
- Simpson, M. · Tuck, N. & Bellamy, S.(2004). Small business success factors: the role of education and training. *Education+ Training*, 46(8/9), 481~491.
- Sim, Sun-Hee · Park, Sun-Young & Kim, Ha-Kyun (2011). Effects of Education and Training Program Characteristics on Education and Training

- Satisfaction though Mediation of Enterprise Revitalization-Based on Employees of Small and Medium-Sized Company-, *The Journal of Fisheries and Marine Sciences Education*, 23(2), 267~276.
- Shin, Sung-Ho(2014). Competence Strengthening in Profesional Accountants in Business along with Globalization: Some Implications, *The Korean Society of Management Consulting*, 14(2), 249~268.
- Slater, S. F. & Narver, J. C.(1995). Market orientation and the learning organization. *The Journal of marketing*, 63~74.
- Wally, S. & Baum, J. R.(1994). Personal and structural determinants of the pace of strategic decision making. *Academy of Management journal*, 37(4), 932~956.
- Zhou, L. · Wu, W. P. & Luo, X.(2007). Internationalization and the performance of born-global SMEs: the mediating role of social networks. *Journal of International Business Studies*, 38(4), 673~690.
- Zou, S. · Andrus, D. M. & Norvell, D. W.(1997). Standardization of international marketing strategy by firms from a developing country, *International Marketing Review*, 14(2), 107~123
-
- Received : 08 November, 2016
 - Revised : 22 November, 2016
 - Accepted : 30 November, 2016