

중소기업 수출에서 FTA 정보학습 연관분석

Associated Analysis of FTA Information Learning in Export of SMEs

조연성* Yeon-Sung Cho

| 목 차 |

I. 서론	IV. 실증분석
II. 이론적 배경과 가설설정	V. 결론
III. 연구 방법	참고문헌
	Abstract

국문초록

본 연구는 수출 중소기업의 FTA 정보학습의 역할을 실증분석하는데 목적을 두었다. 이에 중소기업 수출성과 경로에서 FTA 정보학습의 조절효과를 포함한 통합적 모형을 구축했다. 중소기업의 현지화 전략, 제품혁신 역량, FTA 정보학습의 관계를 수출성과에 연계하여 수출 중소기업 195개를 대상으로 실증분석을 시행했다. 구조방정식모형을 사용하여 경로분석을 시행했으며, 조절효과를 포함한 6개 가설을 검정했다. 분석결과 중소기업의 현지화 전략은 제품혁신 역량에 긍정적 영향을 주었다. 반면 FTA 정보학습은 유의한 결과를 보여주지 못했다. 수출성과 선행요인으로 제품혁신 역량과 FTA 정보학습은 모두 유의한 결과를 보여주었다. 조절효과의 경우 현지화 전략과 FTA 정보학습은 제품혁신 역량에 유의한 조절효과를 나타내지 못했다. 반면 제품혁신 역량과 FTA 정보학습은 중소기업 수출성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<주제어> 현지화 전략, 제품혁신 역량, FTA 정보학습, 중소기업, 수출성과

* 덕성여자대학교 국제통상학과 조교수

I. 서론

2017년 현재 한국은 15건의 발효된 FTA와 중미 6개국과 타결된 FTA 성과를 보이고 있다. FTA는 수출경제 전반에 주요한 영향을 미치고 있으며, 특히 중소기업의 해외시장 진출에 유용한 수단이다. FTA 관련 연구는 대체로 협약문 분석, 경제적 파급효과 연구 등이 있다. 최근에는 실제로 FTA를 활용하는 기업의 성과에 영향을 주는 요인을 실증 분석한 연구들(조미진·안경애, 2011; 박철구·최장우, 2013; 윤영호·나도성, 2013; Tambunan and Chandra, 2014)이 있다. FTA 환경은 체결 국가의 환경 특성에 따라 다른 내용을 담고 있어 내용이 복잡하며, 이를 통괄적으로 파악하기란 쉽지 않다. 실제로 다수 중소기업은 FTA 체결에 따른 원산지 검증, 관세 환급 등의 정보를 적절히 활용하지 못해 어려움을 겪는다(박근호, 2015).

FTA 정보학습은 조직 활동의 일환으로 성과창출 요인이면서 다른 활동과 상호작용 효과를 불러올 수 있는 역량이다. FTA 체결 효과는 대기업 이외에도 중소기업 활동에 나타난다. 중소기업은 자원과 규모에 제약이 있어 FTA 환경이 주는 편익과 비용에 더욱 민감하다. 수출활동을 중심으로 하는 중소기업일수록 이러한 제약을 극복하려는 노력이 필요하다. 수출 중소기업 성과의 선행요인을 탐구한 연구는 이러한 제약을 극복할 방법으로 제품의 현지화를 지목했다. 현지화 전략 측면의 연구(Maskell and Malmberg, 1999; Grunwald and Kieser, 2007; Ghauri, Wang, Elg and Rosendo-Ríos, 2016)에서 이러한 주장이 나타났는데, 출시 제품에 현지 특성을 반영할 필요성을 강조했다. 또한, 현지화 전략과 더불어 기존 제품의 혁신을 강조하는 연구(Hitt, Hoskisson and Kim, 1997; Kleinschmidt and Cooper, 1988; Love and Roper, 2015)도 있다. 여기서는 제품혁신 역량을 중심으로 시장 특성과 고객 요구를 신속히 반영한 제품의 출시가 성과에 영향을 미친다고 보았다.

수출 중소기업의 성과와 관련한 현지화 전략, 제품혁신 역량 측면의 접근은 환경 변화의 대응이라는 점에서 유의미한 논의를 진전해왔다. 그럼에도 FTA 환경에 이를 접목한 연구는 부족했다. 한국의 경제상황을 고려할 때 수출 중소기업 활동과 FTA 환경을 분리해서 접근하기 어렵다. 이에 FTA 환경에 적응하고 이를 활용하는 요인의 영향을 살펴볼 필요가 있다. 이 점에서 FTA 정보학습은 원산지 검증 등의 실무 지식을 파악하고 활용한다는 점에서 지식기반관점(Villar, Alegre and Pla-Barber, 2014)과 연결된다. 지식기반관점에서 조직학습은 외부 정보를 기존 지식과 결합하여 시장변화에 능동적 대응 가능성을 높여준다.

본 연구는 이러한 기존 연구의 성과와 한계를 반영하여 중소기업의 전략과 혁신 역량 개념을 지식기반관점과 연계하려 한다. 구체적 연구목적으로 첫째, 지식기반관점 요인으로 FTA 정보학습을 설정하여 동 활동이 다른 요인과 갖는 조절효과를 실증 분석하는데 목적을 둔다. 둘째, 전략, 혁신활동, FTA 정보학습의 관계를 통합한 모형을 수출 중소기업에 적용하여 기존 이론의 논의를 확대하고 실무적 시사점을 제시하는데 목적이 있다. 이로써 FTA 환경에 노출 정도가 큰 한국 중소기업의 수출활동에서 FTA 정보학습의 역할을 규명할 것으로 기대한다. 또한, FTA 정보학습이 중소기업의 다른 역량과 맞물려 수출성과에 미치는 영향을 살펴보고 실무적 방향을 제시할 것으로 기대한다.

II. 이론적 배경과 가설설정

1. 이론적 배경

1) 현지화 전략

수출 중소기업의 현지화 전략은 진출 시장 고객의 요구와 기호변화를 반영한 제품의 혁신과 관련이 있다(Maskell and Malmberg, 1999). FTA 환경으로 시장 개방성이 높아지면서 중소기업은 성장 한계를 벗어나려 다양한 시장을 공략하고 있다. 중소기업 특성 상 규모의 경제 실현이 어렵고 직접투자를 통한 생산이 제한적일 수 있다. 이에 현지 시장과 고객의 특성, 요구를 파악하고 이를 반영하는 활동의 중요성이 커진다(Grunwald and Kieser, 2007). 현지화 전략은 해외시장 접근 전략 중 하나로 현지 특성을 반영한 제품 설계, 마케팅, 시장지향성 활동 등을 포함한다. 현지화 전략은 주로 후발주자로서 충분한 자원을 투입하기 어려운 수출 중소기업에 유용하다.

수출 중소기업은 직간접 수출활동을 해외시장에 접근한다. FTA 활용이 가능해진 상황에서 다수 중소기업은 직접 수출 방식을 선호한다. FTA 정보를 활용하면 중간 과정에 소요되는 거래비용을 줄일 수 있기 때문이다. 이 경우 현지화 전략의 중요성이 더욱 높아진다. FTA 시장은 다른 곳과 달리 습득 정보의 수준에 따라 무역장벽의 우회가 가능하다. 이에 현지화 전략은 FTA 정보학습과 긍정적 상호작용 효과를 창출할 수 있다. 이처럼 FTA 체결 시장에서의 현지화 전략은 관련 정보의 습득과 더불어 제품 현지화를 의미한다.

FTA 환경 변화와 별개로 현지화 전략은 기업이 선택할 수 있는 자원 활용의 한 방식이다. 현지화 전략은 자발적 성격의 전략이라기보다 수출시장 환경에 영향을 받는 측면이 강하다. 제품 특성 자체로 현지화 필요성이 높아지는 경우도 있다. 현지화 전략을 택하는 제품은 주로 진출 시장의 사회경제적 환경에 차이가 있을 때이다. 즉, 현지 특성이 다른 시장과 차별적일 때 기업은 해당 전략을 선택한다(Ghauri et al., 2016). 규모의 경제 실현이 가능한 대기업은 원가절감 방식의 글로벌 시장 전략을 추구한다. 반면 틈새시장이나 특화된 경쟁우위로 수익을 창출해야 하는 중소기업에는 현지 특성을 반영한 제품 출시가 중요하다. 중소기업의 현지화 전략은 성장 전략의 일환으로 현지 특성과 환경에 적응하는 과정이다(Löfsten, 2016).

이처럼 중소기업 대상 현지화 전략 연구는 주로 진출 시장의 제도, 문화, 사회적 특성을 습득하고 반영하는 과정에 중점을 두었다. 또한, 현지화 전략의 추진 정도가 중소기업에 진출 시장에 특화된 제품 출시를 가능하게 한다고 보았다(Love and Roper, 2015).

2) 제품혁신 역량

제품혁신 역량은 동적역량관점 연구에서 등장한 개념으로 기존 자원의 결합이나 조정을 통해 새로운 자원을 창출하는 능력이다(Hitt et al., 1997). 중소기업에서 혁신은 부족한 자원을 보완하여 시장에 대응하는 과정에 나타나는 조직적 활동을 의미한다. 이에 신제품 출시 과정에서 혁신은 부족한 자원을 보완하고 시장에 선제적으로 대응한다는 점에서 중요하다(Kleinschmidt and Cooper, 1988). 중소기업의 경우 자원과 규모의 제약에 따라 수출시장 환경에 적합한 제품 개발에 충분한 성과를 달성하기 어려울 때가 많다. 이 때 제품혁신 역량은 기존 자원을 새롭게 조합하여 신제품 출시에 긍정적 영향을 미친다. 역량관점 연구에서는 제품혁신 활동을 일종의 지식결합 과정으로 본다. 기존 제품의 혁신은 새로운 외부 정보나 지식과의 융합을 거치며 새롭게 바꿀 수 있다. 수출 중소기업에서 이러한 지식은 현지의 시장과 고객 특성을 포함한다.

FTA 환경에서 제품혁신 역량은 진출 시장 정보를 반영한 신제품 개발 속도에 영향을 미친다(Alegre and Chiva, 2013). FTA 환경은 체결 시장마다 다른 규정을 적용받고 기술 표준 차이가 나타날 수 있어 이를 파악하고 기존 제품에 적용하는 속도가 중요하다. 제품혁신 역량은 내·외부 자원과 지식의 결합에 능동적인 특성을 가지고 있어 이러한 상황에서 긍정적 효과를 보인다. 제품혁신 역량이 높은 중소기업은 진출 시장 특성을 내부 지식으로 전환하여 기존 자원이나 기술과 접목하는데 익숙하다(Love and Roper, 2015). FTA 환경은 또한 체결 지역마다 다른 제도 특성을 드러낸다. 원산지 기준에서부터 관세

철폐 정도 그리고 기술 장벽 차이 등 중소기업에 영향을 줄 수 있는 다양한 요인이 있다(박근호, 2015). 이를 학습하고 응용하는 과정에 혁신 역량의 중요성이 나타난다(Löfsten, 2016). 높은 제품혁신 역량을 보유할수록 새로운 정보를 능동적으로 흡수하고 기존 제품과 결합하는데 적극적이다.

제품혁신 역량은 결과적으로 FTA 체결 시장의 특성을 반영한 신제품 출시와 관련이 높으므로 수출성과에도 긍정적 영향을 미친다. 제품혁신 역량의 결과로 FTA 진출 시장에 특화된 기존 제품의 개선이 가능하다. 또한, FTA 환경 특성을 반영한 특화 제품이나 원가 절감 가능성도 높아진다(Tambunan and Chandra, 2014). 이로써 자원이 부족한 중소기업에 수출시장 접근성을 높여주어 수출성과에 긍정적 영향을 미친다.

3) FTA 정보학습

본 연구에서 FTA 정보학습은 분석대상 변수이다. 이는 앞서 논의한 현지화, 제품혁신 역량과 달리 수출성과에 선행하면서도 조절효과를 가지고 있다고 고려했기 때문이다. FTA 정보학습은 조직 역량으로 새로운 지식을 습득하고 공유하며, 응용하는 과정을 포함한다(박근호, 2015). 지식기반관점 연구(Baldwin and Gu, 2004; Alegre and Chiva, 2013)는 조직학습이 비전을 공유하고 상호 정보를 교환하는 과정에 나타난다고 밝혔다. 높은 수준의 조직학습 역량을 갖춘 기업은 새로운 환경에 능동적으로 적응한다. 동시에 내부 자원과 외부 지식을 결합한 활동에도 적극성을 나타낸다. 조직학습의 이러한 특징은 자원이 부족한 중소기업에 시사점이 있다. 규모와 자원의 제약을 극복하는 과정에 조직학습 성과가 긍정적 영향을 미칠 수 있기 때문이다.

해외시장에 진출한 기업에도 조직학습은 현지화 우위를 달성하는데 유용한 역량이다. FTA 정보학습은 이 중에서도 관세철폐, 원산지 검증 등의 정보를 다룬다는 점에서 의미가 있다. 기존 연구(박철구·최장우, 2013; 조미진·안경애, 2011; Tambunan and Chandra, 2014)는 FTA 정보학습을 활용역량의 개념으로 분류한 경우가 있다. 역량 개념의 접근이라도 기본적으로 FTA 체결시장의 정보 학습을 포함한다. FTA 정보학습은 구체적으로 원산지 검증, 관세 인하, 시장 동향 조사, 제도적 수출정보 습득 등으로 구성된다(윤영호·나도성, 2013).

FTA 정보학습은 진출 시장 특성을 파악하여 수출활동을 원활하게 한다(Villar et al., 2014). 동시에 원산지 검증, 관세 환급 등의 절차를 실무적으로 파악하여 원가절감과 이윤 창출에도 도움을 준다(최장범, 2015). 이 점에서 FTA 정보학습은 자원이 부족한 수출 중소기업의 성과 창출에 긍정적 영향을 미친다. 예컨대, 박근호(2015)는 FTA 관련 정보

의 습득과 활용이 기업가정신과 맞물려 수출성과 긍정적 영향을 준다고 밝혔다. 이처럼 FTA 정보학습은 지식기반관점에서 출발한 연구가 특화한 경우로 볼 수 있다.

2. 가설 설정

1) 현지화와 제품혁신

현지화 전략은 기업의 해외시장 진출 방식을 결정하는 요인 중 하나다(Maskell and Malmberg, 1999). 현지화 압력이 높은 산업일수록 해당 시장에 특화된 제품을 제공할 필요가 커진다. 현지화 전략은 FTA 체결시장의 기술적, 제도적 특성을 반영한 제품을 출시할 때 필요하다. 제품 현지화를 달성하지 못할 경우 현지 판매가 어렵거나 경쟁우위 확보에 문제가 발생한다(Grunwald and Kieser, 2007). 중소기업은 제한적 자원을 투입해야 하는 상황이므로 현지 특성을 반영한 제품 개발에 집중해야 한다(Kleinschmidt and Cooper, 1988).

현지화 전략을 강조할 경우 기존 보유 제품의 변화에 능동적 자세를 취할 가능성이 높다(Ghauri et al., 2016). 현지 특성을 반영한 제품개발은 결과적으로 기존 제품의 혁신을 전제로 한다. 제품혁신 역량을 높이는 활동은 현지화 전략의 추진 정도에 영향을 받는다(Love and Roper, 2015). 높은 현지화 전략을 추구할수록 FTA 체결시장의 특성을 반영할 제품 개발 필요성이 커지기 때문이다. 이에 현지화 전략과 중소기업 제품혁신 역량에 아래 가설 설정이 가능하다.

H1 : 현지화 전략은 중소기업 제품혁신 역량에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

제품혁신 활동은 지속가능성을 담보하는 점에서 의미가 있다(Hitt et al., 1997). 국제 경쟁 환경이 빠르게 변화하면서 지속적 혁신을 기반으로 신제품을 출시할 수 없다면 경쟁우위 창출이 어렵다(Kleinschmidt and Cooper, 1988). 중소기업의 경우 산업 전 분야를 포괄하는 기술경쟁력 확보가 쉽지 않아 주로 특화 제품과 시장을 중심으로 제품혁신을 진행한다(Baldwin and Gu, 2004). 중소기업 제품혁신은 이 점에서 제한적 영역에 특화된 활동에 해당한다.

수출활동을 전개하는 중소기업이라면 현지 시장의 제도적, 기술적 변화를 고려하고 고객 요구를 반영한 제품혁신을 진행해야 한다. 국내 시장과 달리 다른 요건을 고려한 제품의 수정보완은 지속적 혁신 역량을 요구한다. 다수 연구(Hitt et al., 1997; Kleinschmidt

and Cooper, 1988; Love and Roper, 2015)는 자원 제약이 있더라도 현지 정보를 활용한 지속적 제품혁신 역량이 가능하다고 지적했다. 중소기업 특성을 고려한 분석이며, 이로써 수출 중소기업의 제품혁신 역량이 결과적으로 수출성장에 긍정적 영향을 준다는 점을 추정할 수 있다. 이에 아래 가설을 설정한다.

H2 : 제품혁신 역량은 중소기업 수출성장에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

2) FTA 정보학습

FTA 정보학습은 현지시장 특성을 활용하려는 조직적 역량에 해당한다(박근호, 2015). 높은 수준의 학습정도를 보인다면 FTA 체결시장 특성을 활용한 성과 달성에 유리하다(박철구·최장우, 2013). FTA 정보학습은 조직역량 측면에서 지식기반관점 특성을 갖는다. 조직적 학습이 가능한 중소기업이라면 부족한 자원을 활용하는데 효율성을 높일 수 있다(윤영호·나도성, 2013). 더불어 FTA 시장의 제도적, 기술적 특성에 적합한 제품과 경쟁 활동이 가능하다(조미진·안경애, 2011). FTA 정보학습은 이처럼 진출 시장의 제도적 특성을 파악하고 활용 가능한 정보를 습득한다는 점에서 의미가 있다.

현지시장 정보학습은 규모와 자원이 부족한 중소기업 수출활동에 의미가 있다(Alegre and Chiva, 2013). 규모의 경제가 어려우므로 현지 특성을 반영한 제품 개발이 필요하기 때문이다(Tambunan and Chandra, 2014). 현지 특성을 반영하는 과정에 FTA 관련 정보는 신제품을 기획하고 출시할 때 필요한 내용을 제공한다. 이로써 현지의 제도적, 기술적 특성을 반영한 제품혁신 활동에 긍정적 영향을 미친다. 이상의 논의로 아래 가설을 설정한다.

H3 : FTA 정보학습은 중소기업 제품혁신 역량에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

FTA 체결은 수출기업에 환경 변화를 의미한다(박철구·최장우, 2013). FTA 체결에 따라 수출조건에 변화가 발생하며, 여러 규제를 극복할 수 있는 방안도 드러난다. 중소기업은 규모의 제약으로 이러한 환경변화를 적절히 활용하는 것이 중요하다(최창범, 2015). 제한적 자원을 투입하면서 효율적 정보를 습득할 수 있다면 효율적 수출활동이 가능하다. FTA 정보학습은 이러한 측면에서 중소기업 수출성장에 긍정적 영향을 미칠 수 있다. 진출 시장의 원산지 검증 정보나 관세 유예, 환급 관련 정보를 적절히 활용하면 수익성에 도움이 되기 때문이다.

FTA 정보학습은 원산지 검증 등 실무적 지식 습득 이외에도 현지 시장의 변화 동향을 관찰하고 새로운 사업기회를 창출하는데 유용하다(ambunan and Chandra, 2014). FTA 체결로 관세, 비관세 장벽이 완화되면서 새로운 시장이 등장할 가능성이 높다. FTA 정보학습을 지속하고 그 결과를 공유하는 중소기업은 환경변화와 시장특성에 빠르게 적응할 수 있다(Hayakawa, 2015). 이로써 수출활동에 유리한 지점을 파악하고 능동적 대응도 가능하다. 이에 아래 가설을 설정한다.

H4 : FTA 정보학습은 중소기업 수출성장에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

앞선 논의과정에서 현지화 전략은 경쟁우위 창출을 목적으로 진출 시장 특성을 반영한 제품개발에 필요한 혁신 역량을 강조할 것이라는 점(Maskell and Malmberg, 1999)을 지적했다. 또한, 이러한 제품혁신 역량은 결과적으로 시장 변화에 선제적 대응이라는 점에서 중소기업 수출성장에 긍정적 영향을 미칠 수 있다(Love and Roper, 2015; Löfsten, 2016). FTA 정보학습은 이 과정에서 진출 시장의 환경과 제도 특성을 파악하고 이를 활용하여 수출성장을 더욱 높이는데 기여할 가능성이 있다.

FTA 정보학습은 현지화 전략의 조직 확산을 높이는데 기여할 수 있다(박근호, 2015). FTA와 관련한 원산지 검증 등의 다양한 정보를 활용하면 현지 수출에 적합한 요건을 더욱 잘 갖출 수 있기 때문이다. 또한, FTA 정보학습으로 현지의 기술 장벽 등의 완화 기준을 파악한다면 현지화 전략이 추구하는 현지 특성 반영 제품의 개발에도 도움을 준다(Hayakawa, 2015). 다시 말해 FTA 정보학습은 현지화 전략을 통한 기존 제품의 혁신 활동에 영향을 미친다. 높은 수준의 FTA 정보학습을 진행한 중소기업일수록 관련 정보를 활용한 현지화 전략의 실행가능성을 높인다(Tambunan and Chandra, 2014). 이는 결과적으로 현지화 전략에 필요한 제품혁신 역량을 강화하여 신제품 출시에 도움을 준다. 이에 FTA 정보학습이 현지화 전략과 제품혁신 역량 사이에 조절효과를 미친다는 점을 추정할 수 있어 아래 가설을 설정한다.

H5 : FTA 정보학습이 강할수록 현지화 전략이 중소기업 제품혁신 역량에 미치는 영향이 커질 것이다.

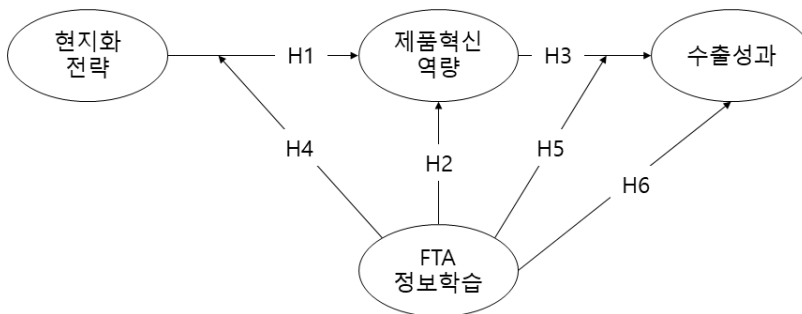
FTA 정보학습은 기존 제품의 혁신활동을 도와 수출성장을 견인하는데도 도움을 줄 수 있다(Baldwin and Gu, 2004). 제품혁신 역량은 FTA 체결 시장에 특화된 제품을 빠르게 개발하는데 필요하다(Villar et al., 2014). FTA 정보학습은 여기서 제품 출시 과정의 속도

를 높이는데 도움을 준다. FTA 진출 시장의 제도적 정보를 활용하는데 집중하기 때문이다. 또한, 원산지 검증과 관세 절감 정보를 습득하여 제품 출시에 따른 이윤 향상에도 긍정적 영향을 미친다(조미진·안경애, 2011). 이로써 신제품 혁신 역량이 수출성과에 미치는 효과를 견인할 수 있다.

지식기반관점 연구(Hitt et al., 19974; Alegre and Chiva, 2013)는 조직학습의 효과로 기업 내 주요 역량 강화를 지목하고 있다. 해당 연구는 지속 가능한 경쟁우위 창출 역시 지속적 학습과정을 통한 시장 대응에서 나온다고 본다. FTA 정보학습은 진출 시장을 대상으로 한 일종의 조직학습으로 수출기업이 보유한 역량 강화에 긍정적 영향을 미친다. 기존 제품의 혁신 방향이 FTA 시장에 적합성을 띄어야 하는데 FTA 정보학습은 이를 가능하게 한다. 더불어 FTA 정보학습은 원산지 검증 조건 학습 등으로 혁신 제품 출시와 판매과정에도 영향을 미친다. 이로써 FTA 정보학습이 제품혁신 역량과 수출성과 사이에 조절효과가 있다고 추정하여 아래 가설을 설정한다. 또한, 이상의 논의에 따른 본 연구의 분석모형을 아래 <그림 1>과 같다.

H6 : FTA 정보학습이 강할수록 제품혁신 역량이 중소기업 수출성과에 미치는 영향이 커질 것이다.

<그림 1> 연구 모형



Ⅲ. 연구 방법

1. 표본 수집

본 연구의 분석 표본은 FTA 체결 지역에 수출활동을 하고 있는 중소기업으로 했다. FTA 정보학습의 효과를 검증하려는 목적에 따라 해당 지역에 수출활동을 하고 있는 기업 표본은 한국무역투자진흥공사(KOTRA)와 대한상공회의소 자료를 통해 확보했다. 또한, 수출활동을 3년 이상 지속한 기업을 대상으로 하여 수출성과에서 실제로 FTA 정보 학습이 차지하는 역할을 검증하도록 했다. 이렇게 수집한 모집단 표본은 총 1,127개였다. 해당 기업을 대상으로 다음 절차에 따라 조사를 진행했다.

첫째, 조사문항의 내용 타당성을 산업계, 학계 전문가에게 자문을 받아 불필요한 부분을 제거했으며, 일부 내용을 수정했다. 둘째, 조사 내용을 구글독스(google docs)를 활용하여 온라인 설문조사를 가능하게 구성했다. 셋째, 응답대상은 수출업무에 관여하고 있는 중간관리자급 이상으로 했다. FTA 관련 정보의 습득 효과를 가장 잘 알 수 있다고 보았기 때문이다. 넷째, 전자우편, 전화 등을 활용하여 조사협조를 요청했으며, 접속 가능한 인터넷 주소를 보내주었다. 다섯째, 조사기간은 2016년 1월부터 2016년 4월까지 3개월 동안 진행했다.

조사 후 수집한 표본은 총 207개(18.37%)였다. 이 중 무응답과 불성실 답변 정도가 높은 표본 12개를 제거한 195(17.3%)개를 분석 표본으로 확정했다. 분석대상 표본의 특성은 아래 <표 1>로 요약할 수 있다.

<표 1> 표본 특성

진출 지역		수출규모		종업원 수		산업	
중국	43	50억 미만	37	50인 미만	34	첨단제조	50
아세안	41	50~100억 미만	55	50~100인 미만	58	반도체	30
미국	48	100~200억 미만	48	100~150인 미만	42	자동차 용품	43
유럽	27	200~400억 미만	30	150~200인 미만	33	IT	31
남미	21	400~700억 미만	20	200~250인 미만	21	화학	22
기타	15	700억 이상	5	250인 이상	7	기타	19
합계	195	합계	195	합계	195	합계	195

2. 변수 설정

본 연구에서 사용한 변수는 현지화 전략을 포함해서 4개의 잠재변인을 사용했다. 각 잠재변인은 구체적 측정문항으로 계량화했으며, 해당 문항은 선행연구에 따라 설정했다. 구체적으로 첫째, 현지화 전략은 기존 연구(Maskell and Malmberg, 1999; Grunwald and Kieser, 2007)에 따라 현지 고객의 요구와 특성을 파악하고 이에 적응하려는 정도로 정의했다. 둘째, 제품혁신 역량은 신제품과 기술혁신을 강조하는 정도와 그렇게 출시한 제품 다양성으로 측정했다(Hitt et al., 1997; Love and Roper, 2015). 셋째, FTA 정보학습은 FTA 정보를 활용하려는 정도와 원산지 검증 정보 및 관세철폐 정보 등을 파악하는 정도로 측정했다(박근호, 2015; 윤영호·나도성, 2013; Tambunan and Chandra, 2014). 넷째, 수출성과는 중소기업 특성과 재무자료 파악의 현실성을 고려하여 기존 연구(Baldwin and Gu, 2004; Love and Roper, 2015)처럼 주관적 만족도를 사용했다. 구체적 문항은 아래 <표 2>와 같다.

<표 2> 변수 측정문항

잠재변수	측정수단	선행연구
현지화 전략	LO1 우리는 현지 고객의 요구에 대한 경쟁자 활동에 민감한 반응을 강조한다. LO2 우리는 현지 시장 환경 변화 정보를 정기적으로 공유하고 대응방안을 마련한다. LO3 우리는 현지의 제도적, 관습적 특성을 파악하고 이를 제품개발에 적용한다. LO4 우리는 현지 특성을 반영한 제품 개발 전략을 강조한다.	Maskell and Malmberg(1999), Grunwald and Kieser(2007), Löfsten(2016)
제품혁신 역량	PI1 우리는 연구개발로 신제품 기능을 혁신할 수 있는 역량이 있다. PI2 우리는 신제품과 기능 개발에 지속적 혁신을 추구하는 역량이 높다. PI3 우리는 지난 3년 기존 제품을 개선한 다양한 품목을 현지에 출시하였다. PI4 우리는 지난 3년 경쟁자와 비교하여 다양한 신제품을 다수 출시하였다.	Hitt et al.(1997), Love and Roper(2015)
FTA 정보학습	FL1 우리는 FTA 관련 제도적 정보를 지속적으로 학습하고 공유한다. FL2 우리는 FTA 관련 원산지 검증 정보를 지속적으로 학습하고 활용한다. FL3 우리는 FTA 체결에 따른 관세 철폐 정보를 지속적으로 학습하고 활용한다. FL4 우리는 FTA 시장 관련 수출정보를 지속적으로 학습하고 공유한다.	박근호(2015), 윤영호·나도성(2013), Tambunan and Chandra(2014)
수출성과	EP1 지난 3년 기대치와 비교한 수출성과에 만족한다. EP2 지난 3년 경쟁자와 비교한 수출성과에 만족한다. EP3 지난 3년 수출 규모의 증가에 만족한다. EP4 지난 3년 수출 활동의 수익성이 증가에 만족한다. EP5 지난 3년 수출시장 점유율 증가에 만족한다.	Baldwin and Gu(2004), Villar et al.(2014), Love and Roper(2015)

3. 분석 방법

본 연구의 가설검정은 경로분석이 가능한 구조방정식 모형 중 Wold(1966)의 PLS(partial least square) 모델을 활용했다. PLS는 주성분분석을 기반으로 하므로 표본의 정규분포를 가정하지 않아 잠재변인 간 인과관계 확인에 유효하다. 또한, 적은 수의 표본에도 재표집이 가능한 부트스트래핑(bootstrapping)을 적용하는 특징이 있다. 최소 500회 이상의 부트스트래핑을 수행하여 분석결과 신뢰성을 높여준다.

이러한 특징으로 PLS 구조방정식 모형은 표본수가 적거나 기존 연구에 따른 이론적 인과관계를 분석 대상 표본에 적용하려는 검증에 유용하다. 본 연구에서 사용한 잠재변인은 모두 기존 연구에서 다수 다루어진 이론적 배경이 있다. 표본 역시 200개미만으로 크다고 보기 어렵다. 또한, PLS 분석은 2단계 접근법을 사용한 조절효과 검증에 유용한 방법을 제공한다. 이에 본 연구의 실증분석 방법으로 PLS 구조방정식 모형이 적합하다고 판단했다.

IV. 실증분석

1. 신뢰성, 타당성 분석

본 연구는 잠재변인을 측정하는데 17개의 복수 문항을 사용했다. 조사문항을 기반으로 잠재변인을 추정하므로 이에 대한 신뢰성과 타당성을 확인해야 한다. 구조방정식모형의 신뢰성, 타당성은 확인적요인분석(confirmatory factor analysis)로 확인한다. 확인적요인분석 결과는 개별 측정문항의 요인적재값과 평균분산추출지수(average variance extract), 합성신뢰도(composite reliability), 내적일관성지수(Cronbach's α) 값을 제시한다. 요인적재값이 '0.5' 이상이며 통계적으로 유의하고 분산추출지수 값은 '0.5' 이상, 합성신뢰도는 '0.7' 이상 내적일관성 지수가 '0.7' 이상이면 문제가 없다고 판단한다(Hair, Anderson, Tatham and Black, 1995). 아래 <표 3>은 이러한 조건을 만족하는 본 연구의 확인적요인분석 결과를 보여준다.

〈표 3〉 확인적요인분석 결과

경로	요인 적재값	표준오차	t-값	AVE	CR	Cronbach's α
LO1 → LO	0.866	0.018	48.668***	0.771	0.931	0.901
LO2 → LO	0.826	0.024	34.089***			
LO3 → LO	0.897	0.014	62.100***			
LO4 → LO	0.920	0.010	92.275***			
PI1 → PI	0.899	0.016	56.881***	0.850	0.958	0.941
PI2 → PI	0.938	0.010	97.051***			
PI3 → PI	0.952	0.008	120.826***			
PI4 → PI	0.898	0.019	46.364***			
FL1 → FL	0.884	0.016	53.595***	0.787	0.937	0.911
FL2 → FL	0.917	0.015	62.535***			
FL3 → FL	0.892	0.020	45.474***			
FL4 → FL	0.854	0.028	30.009***			
EP1 → EP	0.921	0.010	94.433***	0.838	0.963	0.952
EP2 → EP	0.905	0.012	72.638***			
EP3 → EP	0.916	0.010	88.303***			
EP4 → EP	0.918	0.010	95.128***			
EP5 → EP	0.916	0.010	91.213***			

* LO=현지화 전략, PI=제품혁신 역량, FL=FTA 정보학습, EP=수출성과, ***, p < 0.001; **, p < 0.01; *, p < 0.05

다음으로 각 잠재변인의 구분 정도를 보여주는 판별타당성 검증을 시행했다. 판별타당성은 평균분산추출지수의 제곱근 값과 각 잠재변인의 상관계수 값을 비교하여 판단한다(Fornell and Larcker, 1981). 평균분산추출지수 제곱근 값이 상관계수보다 크면 문제가 없다고 본다. 아래 〈표 4〉는 이러한 결과를 보여준다. 이에 본 연구에서 사용한 잠재변인의 판별타당성을 확보했다.

〈표 4〉 판별타당성분석 결과

잠재변인	LO	PI	FL	EP
LO	0.878			
PI	0.563	0.922		
FL	0.433	0.322	0.887	
EP	0.794	0.577	0.547	0.915

* LO=현지화 전략, PI=제품혁신 역량, FL=FTA 정보학습, EP=수출성과

2. 모형적합성과 동일방법편의 분석

PLS 구조방정식은 다른 분석도구와 달리 별도의 모형적합성 지수를 제시하지 않는다. 이를 대신해서 다중공선성(variance inflation factor)와 R2 값을 제시한다. 더불어 표준근 사오차평균자승이중근(standardized root mean residual, SRMR)과 증분적합지수인 NFI(normal fit index) 값을 제시한다. 다중공선성은 5미만, 수정된 R2 값은 0.25이상, SRMR은 0.08 이하, NFI는 0.9 이상이면 기준치를 만족한다고 판단한다(Hair et al., 1995). 아래 <표 5>는 본 연구의 실증분석 모형의 적합성 지수를 보여주며, 전체적으로 권고 기준치에 부합하는 결과를 보였다.

<표 5> 모형적합성 분석

변수	다중공선성			Adj-R2	SRMR	NFI
	PI	FL	EP			
LO	1.266				0.063	0.925
PI			1.116	0.314		
FL	1.320		1.123			
EP				0.482		
LO*FL			1.175			
PI*FL			1.007			

* LO=현지화 전략, PI=제품혁신 역량, FL=FTA 정보학습, EP=수출성과

동일방법편의(common method bias)는 조사 기간과 조사방법에 차이가 있을 때 나타난다. 설문조사 과정에 해당 문제의 사전 예방이 어려우므로 사후검증을 통해 문제를 확인한다. 본 연구에서는 Lindell and Whitney(2001)의 마커변수(marker variable) 투입법을 사용하여 동 문제를 검증했다. 마커변수 사용법에서는 임의의 마커변수를 투입한 후 기준 변수와의 상관계수를 도출하고 해당 값이 '0.7' 미만이면 문제가 없다고 판단한다. 아래 <표 6>은 이러한 결과를 보여준다.

<표 6> 동일방법편의 분석

잠재변인	LO	PI	FL	EP	MV
LO	1				
PI	0.563	1			
FL	0.433	0.323	1		
EP	0.794	0.577	0.547	1	
MV	0.393	0.291	0.206	0.366	1

* LO=현지화 전략, PI=제품혁신 역량, FL=FTA 정보학습, EP=수출성과, MV=마커변수

3. 가설 검정

구조방정식모형의 가설검정은 경로분석(path analysis)을 통해 시행한다. 경로분석 결과를 각 잠재변인 간의 회귀계수를 보여주며, 표준오차와 t-값을 제시하여 통계적 유의성을 확인할 수 있다. PLS 분석은 이 과정에 통상 500회 이상의 부트스트래핑 재표집 과정을 거쳐 분석결과의 신뢰성을 높인다. 아래 <표 7>은 FTA 정보학습의 조절효과를 포함한 가설검정 결과를 보여준다.

<표 7> 경로분석

가설	경로	회귀계수	표준오차	t-값	가설여부
H1	LO → PI	0.522	0.054	9.642***	채택
H2	PI → EP	0.447	0.052	8.622***	채택
H3	FL → PI	0.098	0.070	1.408	기각
H4	FL → EP	0.394	0.058	6.765***	채택
H5	LO*FL → PI	0.004	0.063	0.063	기각
H6	PI*FL → EP	0.114	0.050	2.272*	채택

* LO=현지화 전략, PI=제품혁신 역량, FL=FTA 정보학습, EP=수출성과, ***, $p < 0.001$; **, $p < 0.01$; *, $p < 0.05$

분석결과 현지화 전략은 제품혁신 역량에 경로계수 값 0.522($t=9.642$, $p < 0.001$)를 보여 통계적 유의성을 확보했다. 제품혁신역량은 수출성과에 0.447($t=8.622$, $p < 0.001$)의 경로 계수를 보여 유의하게 나타났다. 이에 가설 1과 2를 채택했다. 다음으로 FTA 정보학습은 제품혁신 역량에 0.098($t=1.408$, $p > 0.05$)의 결과 값을 보여 유의하지 못하게 나타나 가설 3을 기각했다. 반면, FTA 정보학습은 수출성과에 0.394($t=6.765$, $p < 0.001$)로 유의한 결과를 보여주었다. 이에 가설 4를 채택했다.

조절효과 분석에서 현지화 전략과 FTA 정보학습의 조절효과는 제품혁신 역량에 0.004($t=0.063$, $p > 0.05$)의 경로계수 값을 보여 유의하지 못한 것으로 나타났다. 반면 제품혁신 역량과 FTA 정보학습의 조절효과는 0.114($t=2.272$, $p < 0.05$)의 경로계수 값을 보였으며, 통계적으로 유의했다. 분석결과에 따라 가설 5는 기각하고 가설 6은 채택했다.

V. 결 론

1. 분석결과 논의와 시사점

본 연구는 FTA 정보학습의 조절효과를 중심으로 FTA 체결 지역에 진출한 수출 중소기업의 성과경로를 실증분석 했다. 분석결과의 논의와 시사점을 다음과 같다. 첫째, 제품혁신 역량의 선행요인으로 현지화 전략은 유의한 결과를 보였다. 이는 기존 연구(Grunwald and Kieser, 2007; Ghauri et al., 2016)와 일치하는 것으로 중소기업의 현지화 전략이 유효함을 보여준다. 반면 FTA 정보학습은 제품혁신 역량에 영향이 없었다. 이러한 결과는 FTA 정보학습이 제품혁신에 직접적 선행요인이 아님을 의미한다. 해당 결과는 한국 중소기업의 제품혁신이 FTA 체결 시장의 확대와 별개로 진행되고 있음을 보여준다. 이는 중소기업이 제품기획단계에서 FTA 환경을 많이 고려하지 않는 것에 대한 결과로 볼 수 있다. 중소기업 특성 상 FTA 환경에 직접 노출된 경우도 있지만 대기업 납품 등으로 간접 영향을 받는 경우도 많기 때문이다. 그럼에도 분석결과는 수출 중소기업의 제품혁신 역량이 FTA 확대와 별개로 진행되면서도 현지화 전략과는 관련성이 있음을 밝힌 점에서 이론적 시사점이 있다.

둘째, 수출성과 선행요인으로 제품혁신 역량과 FTA 정보학습은 모두 유의한 것으로 나타났다. 제품혁신 역량과 수출성과의 관계를 기존 연구(Kleinschmidt and Cooper, 1988; Love and Roper, 2015)와 일치하는 결과이다. 또한, FTA 정보학습이 결과적으로 중소기업 수출성과에 긍정적 영향을 미친다는 점이 나타났다. 이러한 결과는 FTA 정보학습과 중소기업 수출성과의 관계를 실증분석한 점에서 이론적 시사점을 갖는다. FTA 정보학습이 중소기업의 자원제약을 극복하고(Tambunan and Chandra, 2014) 현지 중심의 시장 접근 가능성을 높여준다는 점(박근호, 2015)이 드러났기 때문이다. 이러한 결과는 FTA 체결에 따른 가격경쟁력을 고려하더라도 FTA 체결지역 진출에 필요한 관련 규정을 지속적으로 학습한데서 영향을 받았다고 추정한다. 이에 수출 중소기업은 FTA 정보학습 일환으로 원산지 검증과 관세 절감 그리고 제품 출시와 관련한 기술표준화 동향 등을 지속적으로 파악할 필요가 있다(조미진·안경애, 2011).

셋째, 조절효과 분석에서 FTA 정보학습과 현지화 전략은 제품혁신 역량에 조절효과가 없는 것으로 나타났다. 제품혁신 역량과 FTA 정보학습의 조절효과가 수출성과에 긍정적 영향을 주는 것과 다른 결과이다. 앞서 논의한 FTA 정보학습과 제품혁신 역량의 관계와 연결해서 볼 때 현지화 전략을 추진하는 중소기업이 FTA 정보학습을 진행하는 것이 결

과적으로 제품혁신과는 관련성이 없음을 보여준다. 이러한 결과는 다음의 이유로 해석할 수 있다. 우선, 한국 수출 중소기업의 시장이 특정 FTA 체결 지역에 국한하지 않아 나타난 현상으로 추정할 수 있다. 또한, 첨단제조, 반도체 등 선진화 한 한국 수출 중소기업의 기술 경쟁력이 글로벌 표준을 만족하여 기술적으로 특정 FTA 시장에 제약받지 않음을 의미한다.

FTA 정보학습은 제품혁신 역량과 긍정적 조절효과를 보여주었다. 앞의 결과와 달리 제품혁신 역량을 보유한 경우 FTA 시장의 관련 정보 학습이 효과가 있음을 나타낸다 (Alegre and Chiva, 2013). FTA 정보학습이 혁신제품과 결합할 때 더욱 유리한 수출환경을 조성하고 결과적으로 성과에 유의한 영향을 미침을 보여주는 결과이다.

이러한 조절효과 분석은 이론적 측면에서 FTA 정보학습을 수출 중소기업의 전략, 역량과 연계하여 통합하여 접근한 점에서 시사점이 있다. FTA 환경이 증가할수록 해당 활동의 역할에 대한 활발한 탐구가 필요하기 때문이다. 본 연구결과는 앞으로 진행될 연구에 선행하여 FTA 정보학습의 영향을 살펴본 점에서 이론적 논의를 제공했다. 또한, 조절효과 분석에서 보듯이 제품혁신 역량을 갖춘 중소기업일수록 부족한 자원을 보완하는데 필요한 FTA 정보학습이 필요함을 실무적으로 시사한다.

2. 연구한계와 앞으로 연구방향

본 연구는 실증분석 결과와 시사점 도출에도 다음의 한계와 앞으로 연구방향을 갖는다. 첫째, 본 연구의 분석대상이 중소기업인 점을 고려한다면 이들은 제품기획단계에서 FTA 환경을 많이 고려치 않을 수도 있다. 중소기업이 자체 브랜드 없이 수출하는 경우에 그러할 수 있다. 본 연구에서는 이러한 점을 세밀하게 고려하지 못한 한계가 있다. 앞으로 연구에서는 자체 브랜드 중소기업을 선별한 분석이 필요하다.

둘째, 본 연구는 FTA 정보학습을 다루며, 정보학습의 하위요소를 세밀하게 구분하지 못한 한계가 있다. 이에 FTA 정보학습과 수출성과 관계에서 정보학습의 어떠한 요인이 영향을 미쳤는지를 구체적으로 규명하지 못했다. 앞으로 연구에서는 이를 보완하여 FTA 정보학습 요소를 구체적으로 구분한 연구가 필요하다.

셋째, 본 연구는 FTA 환경 하에 수출 중소기업의 성과 결정요인을 고려하면서 외부 환경 요인을 반영하지 못한 한계가 있다. FTA 진출 시장 특성에 따라 경쟁강도, 성장 잠재성이 다른 점을 감안할 때 이러한 외부환경 요인을 반영한 실증분석 진행이 필요하다.

참고문헌

- 박근호(2015), “중소수출기업의 기업가지향성과 FTA 활용역량, 수출성과 간 관계에 관한 연구,” 「관세학회지」, 제16권 제1호, pp.85-105.
- 박철구·최장우(2013), “원산지관리역량 및 FTA 활용 영향 요인에 관한 실증연구,” 「관세학회지」, 제14권 제1호, pp.73-88.
- 윤영호·나도성(2013), “FTA 활용역량과 수출성과 간 관계에 관한 연구,” 「무역학회지」, 제38권 제2호, pp.295-319.
- 조미진·안경애(2011), “한국 FTA 원산지규정의 비교와 국내기업의 FTA 활용현황에 관한 분석,” 「무역학회지」, 제36권 제3호, pp.83-105.
- 최창범(2015), “수출중소기업의 FTA 원산지관리 담당자의 실무역량과 원산지 검증성과 간의 관계,” 「무역학회지」, 제40권 제5호, pp.361-378.
- Alegre, J. and Chiva, R.(2013), “Linking entrepreneurial orientation and firm performance: the role of organizational learning capability and innovation performance,” *Journal of Small Business Management*, Vol.51, No.4, pp.491-507.
- Baldwin, J. R. and Gu, W.(2004), “Trade liberalization: Export-market participation, productivity growth, and innovation,” *Oxford Review of Economic Policy*, Vol.20, No.3, pp.372-392.
- Fornell, C. and Larcker, D. F.(1981), “Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error,” *Journal of Marketing Research*, Vol.18, No.1, pp.39-50.
- Ghauri, P., Wang, F., Elg, U. and Rosendo-Ríos, V.(2016), “Market driving strategies: Beyond localization,” *Journal of Business Research*, Vol.69, No.12, pp.5682-5693.
- Grunwald, R. and Kieser, A.(2007), “Learning to reduce interorganizational learning: An analysis of architectural product innovation in strategic alliances,” *Journal of Product Innovation Management*, Vol.24, No.4, pp.369-391.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L. and Black, W. C.(1995), *Multivariate Data Analysis with Readings*, 4th Edition, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Hayakawa, K.(2015), “Impacts of FTA utilization on firm performance,” *The BE Journal of Economic Analysis & Policy*, Vol.15, No.3, pp.1325-1352.
- Hitt, M. A., Hoskisson, R. E. and Kim, H.(1997), “International diversification: Effects

- on innovation and firm performance in product-diversified firms,” *Academy of Management Journal*, Vol.40, No.4, pp.767-798.
- Kleinschmidt, E. J. and Cooper, R. G.(1988), “The performance impact of an international orientation on product innovation,” *European Journal of Marketing*, Vol.22, No.10, pp.56-71.
- Lindell, M. K. and Whitney, D. J.(2001), “Accounting for common method variance in cross-sectional research designs,” *Journal of Applied Psychology*, Vol.86, No.1, pp.114-121.
- Löfsten, H.(2016), “Business and innovation resources: Determinants for the survival of new technology-based firms,” *Management Decision*, Vol.54, No.1, pp.88-106.
- Love, J. H. and Roper, S.(2015), “SME innovation, exporting and growth: A review of existing evidence,” *International Small Business Journal*, Vol.33, No.1, pp.28-48.
- Maskell, P. and Malmberg, A.(1999), “The Competitiveness of Firms and Regions: ‘Ubiquitification’and the Importance of Localized Learning,” *European Urban and Regional Studies*, Vol.6, No.1, pp.9-25.
- Tambunan, T. and Chandra, A. C.(2014), “Utilisation rate of free trade agreements (FTAs) by local micro-, small-and medium-sized enterprises: A story of ASEAN,” *Journal of International Business and Economics*, Vol.2, No.2, pp.133-163.
- Villar, C., Alegre, J. and Pla-Barber, J.(2014), “Exploring the role of knowledge management practices on exports: A dynamic capabilities view,” *International Business Review*, Vol.23, No.1, pp.38-44.
- Wold, H.(1966), “Estimation of principal components and related models by iterative least squares,” *Multivariate Analysis*, Vol.1, pp.391-420.

Associated Analysis of FTA Information Learning in Export of SMEs

Yeon-Sung Cho

Abstract

The purpose of this study is to analyze the effects of FTA information learning in export SMEs. Therefore, this study has constructed an integrated model including the moderating effects of FTA information learning on the of export performance in SME. The relationship between SMEs' localization strategy, product innovation capacity, and FTA information learning was linked to export performance, and an empirical analysis was conducted on 195 export SMEs. The path analysis was performed using the structural equation model(SEM), and six hypotheses including the control effect were tested. As a result, the localization strategy of SMEs positively influenced product innovation capacity. On the other hand, FTA information learning did not show significant results. Product innovation capacity and FTA information learning as an antecedents showed significant results in terms of export performance. In the moderated effects analysis, the moderated effect between the localization strategy and FTA information learning did not show significant effect on the product innovation capacity. Whereas the moderated effect between the product innovation capacity and the FTA information learning significant influence on the export performance of SMEs.

〈Key Words〉 Localization Strategy, Product Innovation Capacity, FTA Information Learning, SME, Export Performance.