

서비스품질과 기업특성이 지원 사업 활용 및 성과에 미치는 영향 연구 : 온라인 수출지원 사업을 중심으로

정복훈

한성대학교 스마트융합학과 박사과정

A Study on the Effect of Service Quality and Company Characteristics on the Use and Performance of Supporting Projects : Based on online export support business

Bok-Hoon Jeong

Ph. D., Student, Dept. Of Smart Convergence Consulting, Hansung University

요 약 4차 산업혁명의 도래로 산업의 중심축이 중소기업으로 이동하고 마케팅의 수단이 온라인이 중심이 되어가고 있다. 이에 본 연구는 중소기업의 온라인수출지원사업의 활성화 및 성과 창출을 위한 요소로 지원사업의 서비스품질과 기업의 특성을 대상으로 연구하였다. 연구는 정부의 온라인 수출지원 사업에 신청한 기업을 대상으로 설문조사를 통해 진행했다. 연구결과, 지원기관의 서비스품질 중 편의성을 제외한 신뢰성과 기업의 특성(CEO의 의지, 전문 인력의 보유)가 모두 서비스의 활용 및 성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이에 따라 중소기업의 온라인 수출지원사업의 활성화를 위해서는 기업의 인적역량향상과 함께 지원기관의 서비스품질의 신뢰성 향상에 힘써야 한다. 본 연구는 기업의 역량강화를 위한 특성과 함께 지원기관에 요구되는 신뢰성의 중요함을 확인했다는 점에 의미가 있으며, 서비스 품질과 기업특성의 다양한 요소를 반영하지 못한 한계가 있다.

주제어 : 무역지원기관, 서비스품질, 중소기업, 수출지원 사업, 해외마케팅

Abstract With the advent of the Fourth Industrial Revolution, the central axis of the industry is shifting to SMEs, and online is becoming the center of marketing. In this regard, this study is aimed at the service quality and the characteristics of companies as the factors for the activation of SMEs' online export support projects and their performance creation. The study conducted a survey of companies applied for the government's online export support project. As a result, it was found that the reliability of the service quality and the characteristics of the company (CEO's will, Trade Expert), except for convenience, have a significant effect on the service utilization and performance. Accordingly, in order to revitalize the online export support business of SMEs, it is necessary to improve the human competence of enterprises and the reliability of service quality of supporting institutions. This study is meaningful in that it confirms the importance of the credibility required by the support organization as well as the characteristics for strengthening the capability of the company. However, there are limitations in not reflecting various factors of service quality and company characteristics.

Key Words : Trade Support Agency, Service Quality, SMEs, export support program, overseas marketing

*This research was financially supported by Hansung University.

*Corresponding Author : Bok-Hoon Jeong(photobh@empal.com)

Received January 30, 2020

Accepted April 20, 2020

Revised March 17, 2020

Published April 28, 2020

1. 서론

수출증대를 통한 균형 있는 국가발전을 위해서는 그 주역인 기업들이 성과를 창출해야 하며, 기업의 부족한 내부역량을 보완하기 위해 수출지원기관이 제공하는 무역지원서비스의 역할이 중요하다. 또한 수출지원기관 등 외부의 수출지원 서비스의 적극적인 활용은 중소기업의 수출성과에 긍정적인 영향을 미친다.[1]

이윤구 외(2018)은 기업의 부족한 역량, 자원, 기술의 확보를 위해 다른 기업, 심지어는 경쟁기업과의 전략적 제휴가 필요하다고 주장한다[2]. 이러한 역할의 보완은 정부지원의 효과를 높이게 될 것이다.

4차 산업혁명 등 격변하는 글로벌 환경은 중소기업에게 어려움을 주고 있으나 새로운 기회이기도 하다. 4차 산업혁명은 수요와 공급을 연결하는 기술기반의 플랫폼 발전으로 맞춤형 소비(OnDemand Economy), 공유경제(Sharing Economic)가 새로운 경제구조로 부상할 것으로 보인다. 이에 따라 생산자 측면에서 중소기업의 역할이 강화될 것으로 보인다. 또한 정보의 접근성 증대에 따라 소비자 측면에서는 전자상거래가 확산될 것으로 판단된다[3]. 또한 중소기업의 해외진출 확대는 수출증대, 기업의 성장, 고용창출 등에 기여하는바, 우리정부는 중소기업 해외진출 지원체계 및 제도의 개선에 주력하고 있으나 기업지원을 담당하는 기관의 서비스만족도는 지속적으로 개선이 필요하다.

정부의 수출지원 사업 중, 특히 우리가 온라인 해외마케팅의 활성화를 위해 보다 많은 관심과 지원이 필요한 이유는 거래 비용 감소 등의 다양한 이점과 함께 전 세계가 인정하는 우리의 우수한 IT 인프라, 전자상거래 시장을 주도하는 주변국 중국의 존재, 한류 콘텐츠의 확산성 매우 훌륭한 기반을 갖추고 있기 때문이다. 이를 위해 중소기업은 전자상거래 확대를 위한 기업의 역량을 갖추어야 하고 지원기관은 기업의 역량 확대와 수출성과를 위한 서비스 만족도를 지속적으로 제고하여야 한다.

이를 위해 본 연구에서는 정부의 수출지원 정책 중 2017년부터 2018년까지 정부의 온라인 수출지원 사업에 참여한 기업을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 본 연구는 기업지원 사업에 대한 전통적 연구인 기업의 특성과 함께 무역지원 기관의 지원 사업 수행활동을 하나의 서비스상품으로 보고 소비자인 중소기업들이 느끼는 서비스품질과 지원사업의 활용 및 성과의 관계를 연구한다. 이를 통해 기업지원에 대한 새로운 접근으로 수출지원서비스의 실질적인 개선 방향 도출과 활성화 방안을

마련하는데 필요한 정책적 제언과 추가적인 연구의 기반을 제공하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 서비스품질

서비스 품질을 측정하는 모형으로 일반적으로 활용되는 PZB의 SERVQUAL 모형은 유형성, 반응성, 신뢰성, 공감성, 확신성 요인으로 구분되며 이모형은 일반 서비스 산업의 품질 측정에 주로 활용된다. Parasuraman 외(1988)은 서비스 품질은 지각된 서비스의 우수성과 관련된 전반적인 판단이나 태도를 의미한다고 했다 [4]. 또한 김구희 외(2015)는 지원품질, 지원과정, 지원성과 등을 서비스 품질요소를 구분하였다[5]. 본 논문은 김구희 등의 연구결과를 바탕으로 지원과정에 해당하는 편의성과 지원품질에 해당하는 신뢰성으로 항목을 구성하고 지원성과는 기업의 성과로 별도 구분하여 설정하였다.

2.1.1 편의성(Convenience)

사업 참여의 편리성으로 무역지원서비스를 인식하고 서비스에 참여하는데 있어서의 편의성을 의미한다. 관련 연구로는 한상린 외(2011)은 서비스의 편의성에서 접근 편의성과 거래편의성을 제시하였다[6] 하영임 외(2017)은 편의성과 유사한 개념으로 지원사업의 홍보 등을 확산성으로 표현하며 성과에 영향을 미친다고 하였다[7]. 본 연구에서는 사업에 대한 적절한 홍보, 안내, 지원 절차의 편리함, 담당자의 적절한 진행으로 구성했다.

2.1.2 신뢰성(Reliability)

사업에 대한 신뢰성으로 지원사업의 고객인 중소기업 담당자가 지원기관 서비스에 기대하는 바를 만족시킬 수 있을 것이라는 신뢰의 정도를 의미한다. 관련 연구로는 허정옥 외(2000), 우양호 외(2004), 송근석 외(2007), 신동주 외(2012)가 꾸준히 신뢰성을 변수로 연구하였으며 노유진 외(2009)는 학술연구지원에 대한 만족도의 영향 요인 분석에서 서비스품질의 구성요소 중 하나로 신뢰성을 제시하였다[8-12]. 본 연구에서는 적절한 사업기간, 공정한 지원 절차, 전문성 있는 서비스제공을 적용했다.

2.2 기업의 특성

중소기업을 포함한 대다수의 조직들에게 부여된 업무

의 성공적 수행을 위한 기업의 특성이 연구에 활용되어 활발한 연구가 이루어졌다. 본 논문에서는 기존 연구에서 가장 많이 다루어진 요소 중 인적 요소, 특히 온라인수출 확대에 필요한 요소라 판단되는 CEO의 의지와 무역전문 인력의 역량을 변수로 설정하였다.

2.2.1 CEO의 의지

기업을 대표하고 정책에 영향을 미치는 CEO의 역할에 대한 것으로 한학희(2013)는 기업의 내부역량 중 CEO의 의지는 중소기업이 활용하는 온라인무역의 범위에 아주 중요한 내부자원임을 확인시켜준다[13]. 또한 김중수 외(2010), Anderson 외(2009) 등 여러 연구자들에 의해 CEO의 의지는 중요요소로 언급되었다[14,15]. 본 연구에서 CEO의 의지는 CEO의 해외시장 동향분석에 대한 적극성, 해외시장진출에 대한 중요성 인지도, 수출업무 인지도, 해외시장 기반 성장추구 항목으로 측정하였다.

2.2.2 전문 인력 보유

무역을 위한 전문 인력의 보유 및 전문 인력의 수준을 의미하며 최혁준 외(2004)는 중소기업이 온라인무역의 활용도를 높이기 위한 방법들로 전문 인력 확충이 요구된다고 주장하였다[16]. 최석범(2005)는 중소기업의 온라인무역 활용을 위한 방안으로 법제도의 개정과 함께 전문 인력의 양성을 주장하였다[17]. 공정열(2006)은 중소기업의 온라인무역 활용도가 낮은 이유를 온라인 수출 마케팅 지원서비스의 미흡과 함께 전문 인력의 부족으로 지적한다[18]. 본 연구에서 무역전문 인력의 보유는 기업의 무역전담 인력의 수, 수준, 안정성, 전담부서의 경력으로 측정된다.

2.3 서비스 활용도

수출지원사업에서 제공하는 서비스의 신청 및 참여여 활용한 정도를 의미하며 Durmusoglu 외(2012)는 무역지원서비스의 활용이 수출성과에 긍정적인 효과를 가져 오기 때문에 서비스의 활용도를 높이는 노력이 필요하다 하였다[19]. 이주호 외(2011), Belanche 외(2014)는 서비스 활용도는 서비스품질에 따라 영향을 받는다고 하였다[20,21].

본 연구에서는 박광서 외(2010)의 연구를 기반으로 온라인수출지원사업의 신청 및 항목 활용빈도를 기준으로 측정하였다[22].

2.4 사업성과

각 기업의 목표지표를 기반으로 목표의 달성도를 평가하는 것으로 사업에 대한 성과에 대해 이의영 외(2010)은 수출지원 사업 참여기업을 대상으로 한 재무제표의 실증분석을 통해 수출지원 정책이 중소기업의 수출에 긍정적 영향을 준다고 주장하였다[23]. 수출지원의 성과는 재무적, 비재무적 특성 등 다양한 연구가 있으나 단기적이고 직접적인 재무적성과의 측정의 불확실성을 감안하여 본 연구는 만족도 등으로 표시되는 비 재무적성과를 최근 2년간의 해외시장진출 역량 증대, 향후 수출전망 등으로 확인하고자 하였다.

3. 연구모형 및 가설

3.1 연구모형

본 연구에서는 선행연구를 기반으로 지원 사업의 서비스 품질 항목으로 사업의 편의성(Convenience), 신뢰성(Reliability)과 기업특성의 CEO의 의지(CEO's Will), 무역전문 인력보유(Trade Expert)가 사업의 활용도(Utilization)에 미치는 영향을 검증하고, 활용도가 사업 성과(Performance)에 미치는 영향을 검증하기 위하여 Fig.1과 같은 연구모형을 구성하였다.

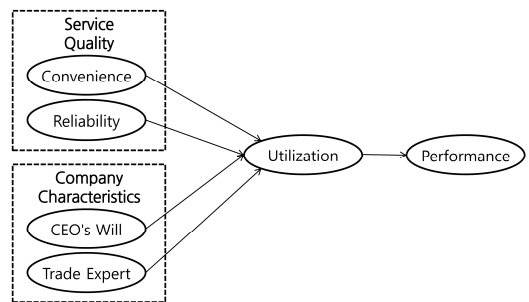


Fig. 1. Research Model

3.2 가설설정

중소기업 온라인 수출지원의 경제적 효과를 분석한 신범철 외(2015)와 전자무역 분야 논문의 분석과 제언을 저술한 이호형(2018)의 연구 등 선행연구와 면담 및 컨설팅 경험을 바탕으로 중소기업의 온라인수출지원 사업에 대한 적극적인 참여를 통해 성과를 창출하기 위해 다음과 같이 가설을 설정하였다[24,25].

3.2.1 지원사업의 편의성과 활용도에 관한 연구
이복자 외(2011)은 정보 활용에 대한 연구에서 활용 행태에 영향을 미치는 요소로 편의성을 주장하였다[26]. 연구를 참조하여 다음의 가설을 설정하였다.

<가설1> 지원 사업의 편의성은 무역지원서비스의 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2 지원사업의 신뢰성과 활용도에 관한 연구
이제홍(2004)의 전자무역 신뢰도와 활용의도에 관한 연구에 기초하여 다음의 가설을 설정하였다[27].

<가설2> 지원 사업의 신뢰성은 무역지원서비스의 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.3 CEO의 의지와 활용도에 관한 연구

한학회(2013)의 CEO의 의지와 활용도에 대한 연구를 참조하여 다음과 같이 가설을 설정하였다[13].

<가설3> 기업의 특성 중 CEO의 의지는 무역지원서비스의 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.4 무역전문 인력의 보유와 활용도에 관한 연구

최혁준 외(2004)의 전자무역 활용연구를 참조하여 다음과 같이 가설을 설정하였다[16].

<가설4> 기업의 특성 중 무역전문 인력의 보유는 무역지원서비스의 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.5 지원사업의 활용도와 성과에 관한 연구

이인성 외(2016), 정재승(2006)의 국내 수출기업 대상의 연구를 참조하여 <가설5>를 설정하였다[28,29].

<가설5> 기업의 무역지원서비스의 활용은 사업의 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

4. 연구결과

4.1 분석자료 및 분석방법

본 연구는 중소기업의 온라인마케팅 활용과 이를 통한 수출성과 창출에 필요한 기업과 지원기관의 역할을 분석하고 효과적인 대응방안을 도출하기 위해 2017년부터 2018년까지 중소벤처기업진흥공단의 온라인해외마케팅과 수출 바우처사업의 온라인 수출지원 사업에 신청한 중소기업을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 각 기업별 1부씩 총 286개의 설문지를 연구에 활용하였다. 연구에

활용된 중소기업의 특성은 Table 1과 같이 나타나며, 참여 기업의 산업분야는 화학·바이오 및 식품 등 기타 산업분야가 각각 30%이상으로 많았으며, 각 산업분야별로 크게 분포되었다. 대상기업의 종업원 수는 51-100인 이하가 120개(42.0%)로 규모 있는 중소기업의 참여가 많았다. 기업의 업력은 11-15년 이하가 96개(33.6%), 6-10년 이하가 74개(25.9%)로 적절하게 분포되었다.

Table 1. The Characteristics of Samples

Categories		Frequencies	%
Number of Employees	Less than 20	31	10.8
	21~50	65	22.7
	51~100	120	42.0
	101~150	53	18.5
	More than 150	17	6.0
Total		286	100
Business Period	Less than 5 years	55	19.2
	6~10 years	74	25.9
	11~15 years	96	33.6
	16~20 years	43	15.0
	More than 21 years	16	6.3
Total		286	100
Business Sector	Machinery, Metal	53	18.5
	Electricity, Electronics	55	19.2
	Chemistry, Bio	86	30.1
	Food, other	92	32.2
	Total	286	100

설문지의 구성은 기업현황, 기업의 특성, 서비스 품질과 온라인지원사업의 활용도, 사업의 성과 등에 대한 문항으로 Likert 5점 척도를 사용하여 평가를 하였으며 Tabl. 2와 같이 구성되었다.

Table 2. Composition of survey

Measurement variables	No of questions	Preceding Studies
1.(Con) Convenience	4	S.L.Han & S.H.Lee(2010), Y.I.Ha et al.(2017)
2.(Rel) Reliability	3	J.O.Hur & J.H.Kim.(2000). Y.H.Woo & M.Y.Hong.(2004) K.S.Song et al.(2007) D.J.Shin & Y.Y.You.(2012) Y.J.Noh & C.H.Lim.(2009)
3.(Ceo) CEO's Will	4	H.H.Han & S.B.Choi.(2013) J.S.Kim & S.C.Kim(2010) Anderson.M & T.S.Larsen(2009)
4.(Tra) Trade Expert	4	H.J.Choi & S.R.Ji(2004) S.B.Choi(2005) J.Y.Kong(2006)
5.(Uti) Utilization	2	S.S.Durmuşoğlu et al.(2012) J.H.Lee et al.(2011) D.Belanche et al.(2014) K.S.Park et al.(2010)
6.(Per) Performance	2	E.Y.Lee & B.C.Cin(2010) J.H.Lee(2004) K.W.La & J.S.Hong(2019)
Total	19	

본 연구는 연구목적 달성을 위해 SPSS23.0과 AMOS23.0을 사용하여 분석을 진행했다. 측정도구의 타당도 분석과 설문문항의 내적 일관성을 검증하기 위한 신뢰도 분석을 실시하였다. 그 다음 변수들 간의 상관분석을 통해 상관관계를 살펴보았으며, 마지막으로 연구모형의 적합성과 변수들 간의 인과관계 확인을 위해 AMOS를 이용하여 구조방정식 모형분석을 실시하였다.

4.2 기술적 통계분석

본 연구에 대한 실증분석에 사용된 변수들의 기술통계 분석 결과는 Table 3과 같다. 주요 변수의 평균값은 독립변수인 지원 사업의 편의성의 평균은 3.25~3.39, 지원 사업의 신뢰성은 2.66~2.81, CEO의 의지는 3.06~3.25, 무역전문 인력의 보유는 3.69~3.81로 나타났으며 사업의 활용도는 3.02~3.09, 사업성과는 2.90~2.98로 나타나 사업의 신뢰성의 평균값이 가장 낮았다. 주요 변수들의 왜도 및 첨도 값은 절대 값 2미만의 분포로 정규성이 있어 구조방정식모형 사용에 무리가 없다 하겠다.

Table 3. Summary of descriptive statistics

Latent Variables	Mean	SD	skewness	kurtosis
Con(Proper publicity)	3.26	.780	.359	.097
Con(Convenient guidance)	3.31	.874	.135	-.253
Con(Application Procedure)	3.39	.883	-.020	-.063
Con(Proper progress)	3.25	.867	.259	-.134
Rel(Business periodd)	2.66	.929	.376	-.073
Rel(Fair process)	2.67	.986	.326	-.268
Rel(Service expertise)	2.81	.915	.175	-.185
Ceo(Market analysis)	3.11	.881	-.027	-.082
Ceo(Importance awareness)	3.10	.825	.035	.034
Ceo(Business awareness)	3.06	.891	.055	.100
Ceo(Overseas growth)	3.25	.863	-.056	-.476
Tra(Number of people)	3.74	.939	-.770	.575
Tra(Manpower level)	3.80	.935	-.598	.019
Tra(Workforce stability)	3.81	.935	-.517	-.091
Tra(Department career)	3.69	.920	-.537	.331
Uti(Frequency of proposals)	3.02	.972	-.087	-.226
Uti(Frequency of use)	3.09	.938	-.054	.022
Per(Capacity building)	2.90	.899	-.111	.001
Per(Export prospects)	2.98	.854	.310	-.161

4.3 타당성 및 신뢰성 분석

지원 사업의 편의성, 지원 사업의 신뢰성, CEO의 의지, 무역전문 인력의 보유, 사업의 활용도, 사업성과의 변수들에 대한 타당성 평가를 위한 탐색적 요인분석 결과는 Table 4, 확인적 요인분석의 결과는 <Table 5>와 같다. 요인추출방법은 주축 요인추출을 실시하고 베리맥스 회전을 실시한 결과 Table 4와 같이 19개 항목에서 제거요인은 없었다. KMO값은 0.854, Bartlett의 구형검정에서 p값이 유의수준 0.5미만으로 요인분석모형이 적합한 것으로 판단된다. 누적분산은 70.487%로 나타나 구성요인의 설명력이 높게 나타난다. 요인 적재 값은 전 요인 모두 0.4이상으로 타당도를 만족하여 추가적으로 항목의 제거나 조정 없이 분석을 실시했다.

Table 4. Factor Analysis Result Table

Latent Variables	1	2	3	4	5	6
Tra(Workforce stability)	.869	.105	.188	-.010	.060	.032
Tra(Manpower level)	.835	.132	.191	.024	.127	.094
Tra(Workforce stability)	.760	.108	.194	.086	.085	.036
Tra(Number of people)	.749	.250	.151	.033	.162	.055
Con(Application Procedure)	.164	.774	.190	.209	.118	.071
Con(Convenient guidance)	.070	.727	.079	.181	.045	.204
Con(Proper publicity)	.141	.719	.179	.194	.096	.166
Con(Proper progress)	.320	.671	.142	.135	.144	.152
Ceo(Business awareness)	.205	.074	.839	-.002	.086	.072
Ceo(Importance awareness)	.183	.093	.773	.063	.118	.102
Ceo(Market analysis)	.163	.173	.734	.142	.031	.039
Ceo(Overseas growth)	.149	.179	.707	.172	.101	.004
Rel(Fair process)	-.001	.133	.087	.851	.066	.145
Rel(Business periodd)	.011	.197	.141	.813	.111	.052
Rel(Fair process)	.107	.289	.102	.761	.120	.094
Uti(Frequency of proposals)	.154	.153	.109	.126	.919	.136
Uti(Frequency of use)	.198	.135	.172	.144	.755	.154
Per(Capacity building)	.065	.361	.125	.201	.180	.749
Per(Export prospects)	.164	.383	.091	.164	.257	.563
Cumulative %	15.649	30.037	44.086	55.988	64.797	70.487
Bartlett's $\chi^2=3,524.108$, p<.001						
KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) = 0.854						

Table 5. Results of Confirmatory Factor Analysis

Latent Variables	Measurement variables	Std. Estimate		S.E	C.R	Construct reliability	AVE
		B	β				
Convenience	Proper progress	1	.762			.91072192	.71876429
	Application Procedure	1.144	.856	.078	14.605***		
	Convenient guidance	1.085	.820	.077	14.021***		
	Proper publicity	.915	.775	.069	13.203***		
Reliability	Service expertise	1	.847			.89846461	.74681332
	Fair process	1.080	.849	.065	16.686***		
	Business periodd	1.026	.856	.061	16.825***		
CEOsWill	Overseas growth	1	.782			.90342850	.70088169
	Business awareness	1.119	.847	.075	14.907***		
	Importance awareness	.919	.752	.070	13.088***		
	Market analysis	1.047	.802	.074	14.076***		
TradeExpert	Department career	1	.801			.9202539	.74296944
	Workforce stability	1.118	.880	.065	17.092***		
	Manpower level	1.122	.884	.065	17.171***		
	Number of people	1.038	.815	.067	15.436***		
Utilization	Frequency of proposals	1	.890			.8965057	.81242484
	Frequency of use	.966	.893	.063	15.393***		
Performance	Capacity building	1	.861			.84002023	.72480288
	Export prospects	.848	.769	.095	8.902***		

집중타당성의 검증을 위한 기준으로 요인 부하량 0.7 이상, AVE(평균분산추출지수) 값 0.5이상, CCR(개념 신뢰도) 0.7이상이면 집중타당성이 확보되었다고 할 수 있다. Table 5에서 보여주는 바와 같이 Standardized Estimate 값은 모두 0.7이상이며, AVE 및 CCR 역시 기준에 적합한 것으로 확인되어 집중타당성이 확보되었다고 할 수 있다.

판별타당성은 상호 독립된 잠재변수들 간의 차이를 나타내는 기준으로 잠재변수의 AVE값이 잠재변수들 간의 상관계수의 제곱보다 크면 판별타당성(Discriminant Validity)이 있다고 정의한다. Table 5의 분석결과 표와 같이 AVE값이 Table 6의 상관계수 최대값 0.588의 제곱 값 0.3457보다 모두 큰 관계로 판별타당성이 확보되었다고 할 수 있다.

이와 같은 확인적 요인분석의 결과에 기반 하여 본 연구에서 측정하고자 하는 변수들에 대한 타당성(집중타당성, 판별타당성), 개념 신뢰성이 확보되었다고 판단할 수 있다.

4.4 상관분석

본 연구의 주요 변수들 간의 상관관계를 확인하기 위해서 피어슨의 상관관계분석(Pearson's correlation

analysis)을 실시하였다. 그 결과 Table 6에 표시된 바와 같이 측정변수 모두에서 유의한 정(+)의 상관관계를 얻어 본 연구의 가설이 지지될 가능성이 높다고 할 수 있다.

Table 6. Correlation analysis

Measurement variables	1	2	3	4	5	6
1. Convenience	1					
2. Reliability	.264**	1				
3. CEO's Will	.371**	.443**	1			
4. Trade Expert	.413**	.154**	.398**	1		
5. Utilization	.305**	.298**	.354**	.346**	1	
6. Performance	.283**	.395**	.588**	.289**	.453**	1

* p<.05, **p<.01, ***p<.001

4.5 연구가설의 검증 및 분석 결과

구조모형의 적합도는 Table 7과 같으며 모형적합도는 =404.429(p<.001)로 적합하며 TLI, CFI값은 0.9이상, RMSEA값은 0.1이하로 나타나 모두 모형 적합도의 판단 기준을 충족하여 제안된 모형은 적합하다고 판단할 수 있다.

Table 7. Structure Model's Goodness-of-Fit

Model	(CMIN)	df	TLI	CFI	RMSEA
Measurement Model	404.429	141	.907	.923	.081

연구가설의 채택 여부는 Table 8과 같이 C.R(Critical Ratio)값을 기준으로 결정하며 C.R값이 1.96 이상일 경우 유의수준 0.05에서 검증 모수의 부호가 가설화된 관계의 방향과 일치할 경우 가설은 채택되며, 그렇지 않은 경우 가설은 기각한다.

Table 8. Results of Proposed Hypotheses Test

Hypotheses	Estimate	S.E	C.R	p	Results
H1 Con → Uti	.151	.093	1.624	.104	Not Support
H2 Rel → Uti	.212	.080	2.653	.008	Support
H3 Ceo → Uti	.255	.104	2.449	.014	Support
H4 Tra → Uti	.259	.084	3.078	.002	Support
H5 Uti → Pe	.505	.060	8.398	.000	Support

* Con: Convenience, Rel: Reliability
 Ceo: CEO's Will, Tra: TradeExpert,
 Uti: Utilization, Per: Performance

본 연구에서 설정한 가설의 검증 결과는 모형 <Fig. 2>과 같으며 다음과 같이 설명할 수 있다.

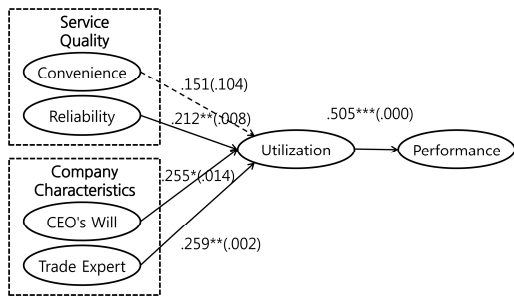


Fig. 2. Result Model

첫째, 서비스 품질 요인 중 지원 사업의 편의성은 사업의 활용도에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 분석되었다.

둘째, 서비스 품질 요인 중 지원 사업의 신뢰성은 사업의 활용도에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

셋째, 회사 특성요인 중 CEO의 의지는 사업의 활용도에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

넷째, 회사 특성요인 중 무역전문 인력의 보유는 사업

의 활용도에 에 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

다섯째, 사업의 활용도는 사업의 성과에 에 유의한 영향을 주는 것으로 분석되었다

따라서 서비스 품질 중 사업의 편의성을 제외한 사업의 신뢰성, 회사 특성요인(CEO의 의지, 무역전문 인력의 보유)가 사업의 활용도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 사업의 활용도는 사업의 성과에 유의미한 영향을 주는 것으로 나타났다. 서비스품질보다는 회사의 특성이 사업의 활용도에 미치는 영향이 다소 크게 나타났으며 지원사업의 활용은 사업성과에 보다 큰 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

5. 결론

5.1 연구결과 및 시사점

4차 산업혁명시대의 중심축인 중소기업과 온라인마케팅의 중요성이 부각되고 있다[30]. 이에 본 연구는 정부가 진행하는 온라인 수출지원 사업 참여기업을 대상으로 사업의 서비스 품질과 회사의 특성이 사업의 활용 및 성과에 미치는 영향력의 관계를 분석하기 위해 연구를 시행하였다.

연구결과를 분석하면 사업의 편의성을 제외한 사업의 신뢰성, CEO의 의지, 무역전문 인력의 보유가 사업의 활용도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 사업의 활용도는 사업의 성과에 유의미한 영향을 주는 것으로 나타났다.

실증분석을 통한 연구 결과를 통해 다음과 같은 시사점을 도출하였다. 첫째, 사업의 편의성은 지원사업의 활용에 유의미한 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 기존의 연구들과 다른 분석의 결과가 나타나는 것은 그 간의 연구결과를 토대로 사업의 편의성을 향상시키기 위한 지원기관의 노력이 영향을 미친 것으로 보인다.

둘째, 사업의 신뢰성은 지원사업의 활용에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 적절한 기간, 결과물의 만족도 등의 향상이 요구된다고 하겠다. 이는 특히 지원기관의 직접적인 수행이 어려워 대부분을 수행업체에 의존하는 온라인마케팅에서 더욱 개선이 필요한 요소라 판단된다. 라공우(2019)의 수출바우처사업에 대한 연구에서 바우처사업의 불만족 사유가 바우처 수행기관과의 소통의 어려움이 20.8%, 사업신청부터 정산까지 까다롭고 기간이 많이 걸린다는 의견이 16.8%로 나타나 개선이 계속 필요한 것으로 나타났다[31].

셋째, CEO의 의지는 기존의 연구와 마찬가지로 사업의 활용에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히, 온라인무역에서는 CEO의 의지가 더욱 중요하다. 2018년 중소 제조기업 수출경쟁력 실태조사에 의하면 중소기업의 해외마케팅 수단으로 온라인거래 활용은 10.5%에 그쳐 활용확대를 위한 CEO의 역할 증대를 위한 전략이 필요하다.

넷째, 무역전문 인력의 보유는 사업의 활용에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나 사업의 활용 제고를 위해서는 기업에 대한 선택과 지원(교육, 인력, 자금)이 효과적으로 이루어져야 함을 보여준다 하겠다.

다섯째, 사업에 대한 활용 증가는 사업의 성과에 유의미한 영향을 주는 것으로 나타났다. 사업의 성과 위해서는 사업에 대한 신뢰 증진과 참여기업의 역량을 확대할 수 있는 교육 및 인력지원이 효과적이라는 것을 확인할 수 있다.

본 연구는 지원기관의 서비스품질을 수용하고 활용할 수 있는 기업의 특성이 중요함을 보여준다. 지금까지의 연구는 기업과 지원기관 각각에 대한 연구가 주로 이루어졌으나 본 연구는 상호관련성, 특히 온라인무역의 발전에 초점을 맞춘 차이점이 있다. 또한 온라인 수출지원사업의 성공을 위해 지원기관과 수요기업의 개선을 위해 필요한 판단의 근거를 제시하였다는 면에서 의의가 있다.

5.2 연구의 한계 및 향후 연구방향

본 연구에서는 중소기업이 온라인 수출지원사업의 효과적인 활용을 통해 성과를 얻기 위한 요소들을 기업과 지원기관의 측면에서 분석하였으나 다음과 같은 한계를 갖고 있다. 첫째, 서비스품질의 요소 중 편의성과 신뢰성 외의 유형성, 공감성 등의 다양한 요소를 반영하지 못했다. 둘째, 기업특성의 많은 요소를 반영하지 못한 한계가 있다. 셋째, 본 연구의 표본의 한정성으로 분석결과의 일반화에 한계가 있다.

본 연구에서 제시된 결과와 함께 향후 연구에서는 다른 지원사업과의 비교, 수행기업의 역할 등의 연구를 통해 사업발전을 위한 근거를 제시하는 것이 필요하다고 본다.

REFERENCES

- [1] H. C. Moon & H. J. Oh. (2009). The Influence of Perception and Utilization of Export Support Programs on Export Performance of Korean SMEs. *The Korean Small Business Review*, 31(2), 295-316.
- [2] Y. K. Lee & B. H. Hyun. (2018). A Study on the Impact of Innovation Cluster Activity on Enterprise Performance- Focused on Daejeon -. *Journal of Digital Convergence*, 16(10), 155-167
Doi : 10.14400/JDC.2018.16.10.155
- [3] B. M. Lee, K. S. Park & H. J. Jeong. (2017). An Influence of the Fourth Industrial Revolution on International Trade and Countermeasure Strategies to Promote Export in Korea, *Korea Trade Review*, 42(3), 1-24.
- [4] Parasuraman, A, Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1988) SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- [5] G. H. Kim & Y. H. Won. (2015). An Analysis on Performance influence factors of Enterprise Support based upon the Local Industrial Development Policy : Focused on the Industry Types of Region-Specialized Industries. *Korean Policy Sciences Review*, 19(2), 31-51.
- [6] S. L. Han & S. H. Lee. (2010). Effect of Service Convenience on the Relationship Performance in B2B Markets: Mediating Effect of Relationship Factors. *Journal of Channel and Retailing*, 16(4), 65-93.
- [7] Y. I. Ha, A. R. Ahn & S. D. Kwon. (2017). The Effect of Service Quality of Business Support Project on Perceived Value and Customer Satisfaction: Companies Received by 'Fast Track Support Project' in Sejong City, South Korea. *Journal of International Trade & Commerce*, 13(3), 399-418.
Doi : 10.16980/jitc.13.3.201706.399
- [8] J. O. Hur & J. H. Kim. (2000). Measuring Service Quality of Government Organizations by SERVQUAL. *Journal of Marketing Management Research*, 5(2), 51-78.
- [9] Y. H. Woo & M. Y. Hong. (2004). A Study on the Validity of 'Public Service Quality' Measurement - The Possibility of Applying SERVPERF Model. *Korean Public Administration Quarterly*, 16(3), 647-671.
- [10] K. S. Song, Y. H. Nam & H. C. Kweon. (2007). Satisfaction of the Support Policies for SMEs in Korea: Focusing on SERVQUAL Variables. *The Korean Small Business Review*, 29(2), 271-293.
- [11] D. J. Shin & Y. Y. You. (2012). A Study on the Impact of Consultant's Competencies on Service Quality and Performance of Consulting. *Journal of digital convergence*, 10(4), 63-78.
- [12] Y. J. Noh & C. H. Lim. (2009). Analysis of Factors Influencing Satisfaction of Academic Research Support Projects from the View of SERVQUAL Model. *Korean Journal of Policy Analysis and Evaluation*, 19(3), 155-179.
- [13] H. H. Han & S. B. Choi. (2013). An Empirical Study on

- Factors Influencing e-Trade Utilization and Performance in Korea's Small and Medium Companies, *Korea Trade Review*, 38(1), 145-171.
- [14] J. S. Kim & S. C. Kim(2010). An Approach to the Cognition of e-Trade Service Quality in Korean Exporting Enterprises. *E-Trade Review*, 8(2), 47-70. DOI : 10.17255/etr.8.2.201005.47
- [15] Anderson. M & T. S. Larsen. (2009). Corporate Social Responsibility in Global Supply Chains. *Supply Chain Management*, 14(2), 75-86. Doi : 10.1108/13598540910941948
- [16] H. J. Choi & S. R. Ji. (2004). A Study on the Facilitation of e-Trade in Korean SMEs. *The Journal of Establishment Information*, 17(4), 1-24.
- [17] S. B. Choi. (2005). A Study on the Scheme for Activation of e-Trade in Korea. *E-Trade Review*, 3(2), 43-68.
- [18] J. Y. Kong. (2006). A Study on the Promotion of e-Trade in Korea Small and Medium Enterprises, *Journal of KECRA*, 17(4), 109-131.
- [19] S. S. Durmuşoğlu, G. Apfelthaler, D. Z. Nayir, R. Alvarez & T. Mughan.(2012). The Effect of Government-Designed Export Promotion Service Use on Small and Medium-Sized Enterprise Goal Achievement: A multidimensional View of Export Performance. *Industrial Marketing Management*, 41(4), 680-691.
- [20] J. H. Lee, H. J. Kim & M. J. Ahn. (2011). The Willingness of E-Government Service Adoption by Business Users: The Role of Offline Service Quality and Trust in Technology. *Government Information Quarterly*, 28(2), 222-230.
- [21] D. Belanche, L. V. Casalo, C. Flavian & J. Schepers. (2014). Trust Transfer in the Continued Usage of Public e-Services. *Information & Management*, 51(6), 627-640.
- [22] K. S. Park, I. K. Kim & J. S. Ahn. (2010). A Study on Export Promotion Program at the Korean Small-Medium Exporters. *Korea Trade Review*, 14(2), 1-25. DOI:10.21739/IBR.2010.06.14.2.1
- [23] E. Y. Lee & B. C. Cin. (2010). Export Effects of Government Export Subsidy to SMEs. *Korean corporation management review*, 36, 197-213.
- [24] B. C. Cin & E. Y. Lee. (2015). An Analysis on Economic Effectiveness of On-line Export Assistance to SMEs. *International Area Studies Review*, 19(3), 33-53.
- [25] H. H. Lee. (2018). Meta Analysis of International Commerce and Information Review on e-Trade Area. *International Commerce and Information Review*, 20(2), 3-21.
- [26] Y. J. Lee, Y. A. Cho, J. W. Shin & C. Y. Han. (2017). *Research on the Korean Export Assistance Policy in Accordance with the Changing Global Economy*. Sejong : KIET.
- [27] B. J. Lee, S. H. Myeong, Y. M. Kwon & J. Y. Park. (2011). Factors Affecting the Behavioral Characteristics of Intergenerational Information Utilization. *Journal of Korean Association for Regional Information Society*, 14(3), 55-85.
- [28] I. S. Lee & W. J. Park. (2016). A study on the Effect of Export Support Policy to Export Performance: Focusing on Small-Medium Start-up Enterprises in Gyeonggi Area. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 11(5), 141-151. DOI : 10.16972/apjbe.11.5.201610.141
- [29] J. S. Chung. (2006). *An Empirical Study on Performance of Export Assistance Programs for SMEs in Korea*. Doctoral dissertation. ChungAng University, Seoul.
- [30] J. H. Lee. (2004). An Empirical Study on Determinants and Utilizable Intention of Electronic Trade Trustworthiness. *The e-Business Studies*, 5(2), 31-56
- [31] K. W. La & J. S. Hong (2019). A Study on Efficiency Improvement of Export voucher program operation for SME Support in Jeju Special Self-Governing Province. *International Commerce and Information Review*, 21(2), 251-277.

정 복 훈(Bok-Hoon Jeong)

[정회원]



- 1985년 2월 : 성균관대학교 사회학과 (문학사)
- 2015년 2월 : 한성대학교 컨설팅학과 (컨설팅학석사)
- 2017년 2월 ~ 현재 : 한성대학교 스마트융합 박사재학
- 관심분야 : 빅데이터, 수출마케팅
- E-Mail : photobh@empal.com