

중소기업 해외마케팅지원사업의 활용과 성과에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

정복훈

한성대학교 스마트융합학과 박사과정

A study on factors affecting the use and performance of SMEs' overseas marketing support projects

Bok-Hoon Jeong

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

요약 4차 산업혁명 등 환경의 급격한 변화는 중소기업에게 위기와 기회를 제공하고 있다. 정부는 중소기업지원사업의 개선과 확대에 힘쓰고 있으나 소기의 성과를 거두지 못하고 있다. 본 연구는 중소기업의 역할변화에 대응하는 해외마케팅지원사업의 효과적인 수행요인을 연구하였다. 연구는 수출지원 사업신청기업에 대한 설문조사를 기반으로 진행하였다. 연구결과, 기업의 역량, 지원기관의 지원품질, 수행컨설턴트의 역량이 모두 지원사업의 활용도에 유의한 영향을 미치고 지원사업의 활용도가 기업성장에 유의한 영향을 주는 것으로 분석되었다. 변화하는 수출환경하에서 지원사업의 성과달성을 위해서는 지원기관과 컨설턴트, 기업의 3자에 대한 역량강화가 함께 이루어져야 한다. 본 연구는 수출지원사업의 개선에 필요한 실질적인 요인의 판단기준을 제시하고 있으며 향후 요인별 역량강화 방안에 대한 연구가 함께 이루어져야 할 것이다.

주제어 : 중소기업, 수출지원, 해외진출, 성과, 서비스만족도, 해외마케팅

Abstract Rapid changes in the environment, such as the 4th Industrial Revolution, provide crises and opportunities for SMEs. The government is trying to improve and expand the SME support project, but has not been able to achieve the desired results. This study studied the effective performance factors of overseas marketing support projects in response to changes in the role of SMEs. The research was conducted based on a survey of coporations applying for export support projects. As a result of the research, the corporate competence, the support quality from the support institution, and the consultant competency have a significant influence on the utilization of the support project. In addition, it was analyzed that the utilization of support projects has a significant effect on corporate performance. In order to achieve the performance of support projects under a changing export environment, support organizations, consultants, and coporation should strengthen their competences. This study suggests the criteria for judging the actual factors necessary for the improvement of the export support project, and studies on how to strengthen the competences of each factor should be conducted in the future.

Key Words : SMEs, Export support program, Performance, Service satisfaction, Overseas marketing

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

Received March 13, 2020

Accepted May 20, 2020

Revised April 22, 2020

Published May 28, 2020

1. 서론

중소기업의 발전은 우리경제의 균형 있는 발전을 위한 기본적인 조건으로 중소기업의 발전에 대한 다양한 연구와 함께 각종 지원정책이 시행되어왔다. 지속적인 성장과 안정적인 규모의 확대를 추구하는 중소기업은 내수시장 확대와 더불어 해외시장의 진출을 통해 수익을 실현하고자 한다. 그러나 불확실하고 급변하는 시장 환경과 내부역량의 부족 등으로 어려움을 겪고 있다[1]. 이러한 중소기업의 어려움을 해소하기 위한 다양한 시도가 기업의 내외부에서 모색 되고 있다. 해외진출을 시도하는 중소기업의 부족한 역량을 보완하기 위한 정부의 지원은 중소기업의 해외진출에 필요한 시장경쟁력을 향상시키고 글로벌화에 대응할 수 있는 제도 지원, 개발지원 방안으로 절대적으로 필요한 요소이다[2].

현 정부에서는 중소벤처기업부의 신설과 함께 중소기업의 새로운 시장 확보 및 해외진출을 위해 다양한 정책과 예산을 투입하고 있다. 또한 스타트업의 장려와 확대, 청년의 일자리 창출을 위해 적극적인 노력을 기울이고 있다. 중소기업의 해외시장 진출 확대는 우리나라 경제성장의 기반으로서의 역할과 함께 청년실업의 해소를 위한 출발점이 될 것이다.

수출 지원제도는 그간 많은 학계의 연구와 함께 지원기관의 만족도 조사 및 성과보고를 기반으로 사업의 문제점을 해소하고 중소기업의 해외시장진출에 많은 역할을 해왔다. 수출지원제도의 필요성에는 공감하지만 수출지원사업의 성과 및 수행에 대한 평가는 꼭 긍정적인 것은 아니다. 그간 지적되어온 문제점으로는 첫째, 지원기관의 편의에 의한 단기성과 중심의 지원, 둘째, 지원사업의 내용이 수요자 편의를 고려하지 않은 경직성, 셋째, 지원기관의 전문성 부족으로 인한 사업만족도의 문제, 넷째, 지원사업의 중복성과 지원제도에 관한인지도 부족 등이 있다. 또한 정부의 지속적인 지원에도 어려움이 해소되지 않는 중소기업의 무역전문 인력부족, 해외시장에 대한 정보부족은 개선이 필요한 과제이다[3].

이러한 연구결과 및 성과보고를 반영하여 각 정부부처간의 칸막이를 제거하고 기업의 역량에 적합한 수출지원 사업을 자유롭게 활용하도록 하는 것을 전제로 2017년부터 수출바우처사업이 시행되어 2020년 현재까지 사업이 진행 중이다[4].

본 연구는 다양한 학계의 연구결과를 반영하여 꾸준한 개선과 진화를 거듭해온 수출 중소기업에 대한 정부의 지원 사업 중 해외 마케팅지원 사업 분야에 대하여 논한

다. 기존에 제시되었던 연구들을 정리하여 분석하고 2020년 현재 실제 진행되는 사업에 참여한 업체들을 대상으로 수요기업들의 요구사항을 확인하여 해외마케팅사업의 성과창출에 필요한 요소를 확인하고자 한다.

해외마케팅지원에 대한 연구는 기업과 지원기관의 양적 연구에 집중되어 지원사업의 품질, 수행업체(컨설턴트)의 역할 등 질적인 측면에서의 연구는 부족한 실정이다.

이에 본 연구는 다음과 같은 차별성을 두고 연구를 수행하고자 한다,

첫째, 대부분의 연구가 지원기관의 역량을 중심으로 양적인 측면의 지원정책에 대한 성과 측정에 중점을 두었으나 본 연구는 질적인 측면에서 지원기관이 고객인 수요기업에 제공하는 지원품질을 분석하고자 한다.

둘째, 해외마케팅사업의 대부분이 수행업체(컨설턴트 역할)를 통해 이루어짐에도 이에 대한 연구는 도외시 되어왔다. 따라서 본 연구는 컨설턴트의 역량이 사업의 활용도를 높이고 성과를 향상시키는 영향관계를 파악하고자 한다.

이러한 연구를 바탕으로 수출지원사업의 활용도가 기업의 수출성과에 미치는 영향을 파악하여 수출중소기업의 활력과 해외시장 진출을 위한 수출지원에 시사점을 제공하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 해외마케팅지원 사업 현황

2017년부터 수출바우처 사업으로 통합되어 시행되고 있는 중소기업 해외마케팅지원 사업은 기업이 사업을 개별적으로 신청하여 부담이 되었던 기존의 방식을 개선하였다. 통합된 사업을 한 번에 신청하고 사업별로 제한했던 사업내용과 수행기관을 자유롭게 신청 할 수 있도록 하여 기업의 자율성을 확대 하였다.

또한 Table 1에서 보는바와 같이 스타트업에서 글로벌 강소기업까지 단계를 구분하여 순차적으로 성장지원이 가능하도록 했다. 이와 함께 수출마케팅사업에 대한 지원 사업이 신설되고 사업별 지원 금액 및 전체 수출마케팅 지원금액도 크게 증액되었다.

산업통상자원부의 2017년 해외마케팅지원 사업 현황을 보면 2016년 2만5,310개사에 2,878억 원을 지원했다. 2017년에는 지원액을 30%이상 늘려서 3만2,000여개의 중소기업에게 3,729억 원을 투입하였다. 2017년에는 중소기업청이 중소벤처기업부로 격상되어 중소기업

정책의 효율적인 관리 및 집행에 전문적인 뒷받침이 이루어 질 것으로 기대된다.

Table 1. Company classification

division	Target of Support
Startup	Start-ups for overseas expansion within 7 years of establishment
Domestic company	Export performance of the previous year '0'
Export Beginner	Export performance of less than \$100,000 last year
Promising Export	Export performance of last year '\$100,000 to less than \$1million'
Export growth	Export Performance of the previous year '\$1million to less than \$5million'
Global Small Giants	Last year's export record of over \$5million & Revenue 10billion ~ 100billion won

source: <http://www.exportvoucher.com>

2.2 기업의 역량

기업의 역량에 대한 연구는 기업의 규모, 인적역량, 해외네트워크 역량, 재무적인 관점의 역량 등 다양한 관점의 연구가 진행되었다. 수출과 관련된 기업역량연구로 최광문(2015), 김정권(2008)은 CEO의 관심을 수출기업의 역량으로 보았다[5,6]. 이철·정재휘(2013)는 수출기업의 국제마케팅 역량을 중심으로 수출관련 역량을 파악하였다. 따라서 정부의 해외마케팅 지원프로그램의 일차적인 효과는 수출기업의 국제마케팅 역량과 같은 내부역량의 수준을 향상시키므로, 수출기업의 국제마케팅 역량의 증대는 궁극적으로 필요하다고 주장했다[7]. 본 연구에서는 ①경영진의 해외지향성 ②해외마케팅 인력의 보유 ③재무적 자원의 조달 용이성을 평가항목으로 리커트 5점 등 간척도로 측정하였다.

2.3 지원기관의 지원품질

서비스품질에 대한 연구는 SERVQUAL측정도구의 개발을 기점으로 유형성(tangibles), 신뢰성(reliability), 반응성(responsiveness), 확신성(assurance), 공감성(empathy)에 대한 연구를 바탕으로 다양한 방향으로 발전하였다. 이재원 외(2011)은 기업수준에서 서비스품질이 서비스 활용에 미치는 영향에 관해 연구하였다[8]. 노희경 외(2017)은 기업지원 서비스 품질 측정 요인을 서비스 지원품질, 서비스 지원과정, 서비스 지원성으로 구분하고 기업지원 서비스 품질 요인 중 지원과정 및 지원성도가 종합만족도에 영향을 미치는 영향을 연구하였다

[9]. 본 연구에서는 선행연구를 참조하여 ①사업신청, 보조금 장산 등 업무처리 수월성②공공적인 업무절차와 공정한 처리 ③수출지원기관과 수행사의 협력정도 ④수출지원사업 항목의 적절성 ⑤사업 종료 후의 사후관리 제 공정도를 5점 리커트 척도로 측정하였다.

2.4 컨설턴트의 역량

컨설턴트의 역량은 컨설팅관련 업무를 수행하고 성공적인 목표달성에 필요한 능력을 의미한다. Klemp(1980)는 역량을 보다 우수한 결과를 창출하는 능력으로 정의하고 과업의 수행에 행동으로 나타난다고 한다[10]. 신동주(2012)는 컨설턴트가 지닌 역량이 컨설팅 성과에 미치는 영향을 연구하였다[11]. 본 연구는 김광용 외(2008)의 개념을 수용하여 ①컨설턴트의 업무수행 자세(적극성, 성실성, 책임감 등) ②업무의 전문성(컨설팅 방법론, 문제해결 능력 등) ③요구사항에 맞는 결과물의 도출 정도(니즈 파악 및 결과물 부합성 등)을 정의하였다[12].

2.5 사업의 활용도

지원사업의 활용도는 사업 참여의 경험 및 활용에 대한 증가여부로 측정하였다. 문희철 외(2009), 김진삼 외(2011)은 연구를 통해 수출지원제도의 활용과 수출성과의 관계를 연구했다[13,14]. 김영일(2010)은 수출지원정책의 활용정도가 수출성과에 미치는 영향을 연구하였다[15]. Freixanet(2012)은 기업의 수출증진프로그램과 수출성과(수출액, 수출 집약도, 수출성장, 수출수익성)간의 상관관계에 대해 연구를 수행했다[16]. 수출지원제도 활용이 반드시 수출성과로 이어지지는 않는다는 연구도 있으나 본 연구에서는 비재무적 성과를 중심으로 측정대상을 선정했다. ①해외시장조사 및 마케팅지원 서비스 활용도 ②해외거래선 발굴 서비스 활용도 ③무역업체 지원 일반사업 서비스 활용도를 항목으로 측정했다.

2.6 기업의 성과

기업의 성과는 직접적이고 즉시적인 영향관계를 파악하기 어려운 관계로 거래선 확대, 시장정보 획득 등에 대한 설문으로 확인하는 수출관련 성과에 대한 연구이다. 이의영 외(2010)은 수출지원 사업 참여기업을 대상으로 한 재무제표의 실증분석을 통해 수출지원 정책이 중소기업의 수출성과에 미치는 영향을 연구하였다[17]. 이인성 외(2016), 정재승(2006)도 국내 수출기업 대상의 연구에서 수출지원제도의 활용이 수출성과 미치는 영향을 연

구하였다[18,19]. 정충영 외(2003)은 기업의 경제적 성과는 전반적인 기업의 업무활동의 결과이므로 전략적 성과의 개선은 결국 경제적 성과를 향상시키게 된다고 주장했다[20]. 선행 연구를 참조하여 본 연구는 응답자가 느끼는 성과의 정도를 ①기업의 해외진출 역량의 강화 ②직원들의 수출지향성 향상 ③해외시장에서 기업의 인지도 및 이미지 향상정도로 구분하여 측정하였다.

3. 연구모형 및 가설

3.1 연구모형

본 연구는 중소기업지원사업의 3개측인 기업의 역량, 지원기관의 지원품질, 수행컨설턴트의 역량이 수출지원사업의 활용도와 성과 간의 구조적 관계를 규명한다. 선행연구를 기반으로 중소기업지원사업의 요소 특성을 구분하고 수출지원사업의 활용도, 성과를 바탕으로 Fig. 1과 같은 연구모형을 구성하였다.

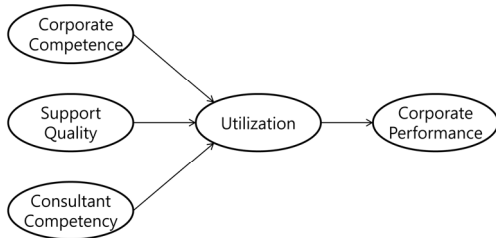


Fig. 1. Research Model

3.2 가설 설정

3.2.1 기업의 역량과 활용도에 관한 연구

한학희(2013), 최광문(2008)의 연구를 살펴보면 최고경영자의 지원의지, 해외마케팅인력의 보유, 해외마케팅수행의 재무적 능력 등 기업의 무역과 관련한 역량은 지원사업의 활용에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 예상되어 다음의 가설을 설정하였다[5,21].

〈가설1〉 중소기업의 역량은 참여중소기업의 수출지원사업의 활용에 유의한 (+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2 지원기관의 지원품질과 활용도에 관한 연구

황경연(2011), 이제원의 2인(2011)은 지원사업 서비스의 품질, 만족도가 지원사업의 활용에 긍정적인 영향을

미치는 것을 확인하였다. 이를 기반으로 다음의 가설을 설정하였다[8,22].

〈가설2〉 지원기관의 지원품질은 기업의 수출지원사업의 활용에 유의한 (+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.3 컨설턴트의 역량과 활용도에 관한 연구

신재훈(2018), 김광용 외(2008)은 컨설턴트의 역량이 기업의 컨설팅지원사업 활용에 긍정적인 영향을 미치는 것을 확인하였고 이를 기반으로 수출지원사업에 원용하여 다음과 같은 가설을 설정하였다[12,23].

〈가설3〉 수행업체(컨설턴트)의 역량은 기업의 지원사업의 활용에 유의한 (+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.4 지원사업 활용도와 기업성과에 관한 연구

문희철 외(2009), 김진삼 외(2011), 이인성 외(2016), 정재승(2006) 등 많은 연구자들이 지원사업의 활용이 기업성과에 긍정적인 영향을 미치는 것을 연구하였고 이를 기반으로 다음의 가설을 설정하였다[13,14,18,19].

〈가설4〉 기업의 지원사업 활용은 기업의 성과에 유의한 (+)의 영향을 미칠 것이다.

4. 연구결과

4.1 분석자료 및 분석방법

중소기업의 수출마케팅 지원사업의 활용도를 향상하기 위한 기업의 요구사항을 분석하고 보다 효과적인 대응방안을 도출하기 위해 2017년 바우처사업 시행이후 정부의 수출마케팅 지원 사업에 참여 신청 이력이 있는 중소기업을 연구 대상으로 선정하였다. 사업영역을 기준으로 비례층화 추출법(Proportionate Stratified Sampling)에 근거하여 1,024개사를 표본으로 선정하였다. 이메일을 통해 2019년 3월부터 약1개월간 설문을 실시하여 354부를 회수하였으며 불성실하거나 응답이 누락된 응답지를 제거하고 최종 243부를 기반으로 통계처리를 하였다. 설문구성은 리커트 5점 등간척도로 설계하였으며, Table 2와 같이 총 17개 항목으로 구성하였다.

Table 2. Composition of survey

Measurement variables	No of questions	Preceding Studies
1. Corporate Competence	3	[5][6][7]
2. Support Quality	5	[8][9][10]
3. Consultant Competency	3	[11][12][13]
4. Utilization	3	[8][14][15][16]
5. Corporate Performance	3	[17][18][19][20]
Total	17	

표본의 일반적인 특성은 Table 3과 같다.

Table 3. The Characteristics of Samples

Categories		Frequencies	%
Number of Employees	Less than 30	72	29.7
	31~50	87	35.8
	51~100	45	18.5
	101~200	28	11.5
	More than 200	11	4.5
Total		243	100
Business Duration	Less than 5 years	21	8.7
	6~10 years	81	33.3
	11~15 years	101	41.6
	16~20 years	28	11.5
	More than 21 years	12	4.9
Total		243	100
Business Sector	Machinery, Metal	42	17.3
	Electricity, Electronics	52	21.4
	Chemistry, Bio	62	25.5
	Food, other	87	35.8
	Total	243	100

종업원 수는 50인 이하가 65.4%로 비교적 소규모 기업에 지원이 집중된 것과 궤를 같이하며, 기업의 업력은 11~15년 이하가 41.67%, 10년 이하가 42.0%로 15년 이하의 기업이 대부분을 차지했다. 식품, IT 등의 기타 분야가 35.8%로 새로운 산업분야의 진입이 많은 것이 영향을 미치는 것으로 보인다.

본 연구는 연구목적에 달성하기 위해 SPSS23.0을 사용하여 타당도 및 신뢰도 분석을 실시하고 상관관계분석을 실시하였다. 연구모형의 적합성 및 변수 간 인과관계 확인을 위해 AMOS23.0을 이용해 구조방정식 모형분석을 실시했다.

4.2 기술적 통계분석

주요변수의 기술통계, 정규성 검토결과 Table 4와 같다. 켈설턴트역량은 5점 만점에 평균 3.21~3.34, 기업역량은 2.67~2.78, 지원품질은 3.71~3.81, 활용도는 3.02~3.08, 성과는 2.87~2.97로 분석되었다.

Table 4. Summary of descriptive statistics

Latent Variables	Mean	SD	skewness	kurtosis
Consultant_1	3.21	.881	.207	.067
Consultant_2	3.29	.857	.162	-.060
Consultant_3	3.34	.888	-.012	-.000
Corporate_1	2.67	.948	.398	-.053
Corporate_2	2.70	.982	.352	-.226
Corporate_3	2.78	.958	.202	-.251
Quality_1	3.73	.914	-.844	.883
Quality_2	3.78	.935	-.623	.134
Quality_3	3.81	.948	-.553	-.025
Quality_4	3.71	.905	-.501	.292
Quality_5	3.80	.960	-.687	.313
Utilization_1	3.06	.945	-.094	-.164
Utilization_2	3.02	.987	-.050	-.271
Utilization_3	3.08	.954	.093	-.204
Performance_1	2.87	.879	.178	-.006
Performance_2	2.97	.855	.336	-.165
Performance_3	2.88	.893	-.193	-.011

West, Finch and Curran(1995)은 정규분포의 기준을 |왜도| < 3, |첨도| < 8로 제시하고 있다. 본 연구의 주요 변수들의 왜도, 첨도 값은 각각 절대 값 2미만의 값으로 정규성을 보여 구조방정식모형을 사용함에 무리가 없다고 확인되었다.

4.3 타당도 및 신뢰도

가설검정 전에 변수에 대한 타당도, 신뢰도 분석을 실시했다. 요인추출방법으로 주축 요인추출, 베리맥스 회전을 실시한 결과는 Table 5에서 보는바와 같이 17개 항목에서 제거요인은 없었다.

Table 5. Factor Analysis Result Table

Measurement variables	1	2	3	4	5
Quality_3	.878	.109	-.014	.048	.194
Quality_4	.837	.093	.084	.081	.176
Quality_2	.803	.198	.007	.143	.167
Quality_5	.789	-.015	.133	.009	.069
Quality_1	.704	.197	.041	.188	.208
Utilization_3	.086	.911	.072	.184	.136
Utilization_2	.142	.830	.147	.214	.119
Utilization_1	.220	.821	.160	.196	.138
Corporate_1	.063	.094	.861	.129	.119
Corporate_2	.000	.074	.830	.214	.048
Corporate_3	.135	.182	.662	.262	.107
Performance_2	.053	.125	.219	.785	.099
Performance_1	.141	.214	.257	.752	.118
Performance_3	.162	.278	.168	.719	.134
Consultant_2	.152	.136	.119	.111	.856
Consultant_3	.222	.117	.011	.094	.790
Consultant_1	.247	.098	.149	.111	.602
Cumulative %	20.678	35.496	48.004	60.034	71.712
KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)					.851
Bartlett's $\chi^2=2,862,744$, p<.001					

Table 6. Results of Confirmatory Factor Analysis

Latent Variables	Measurement variables	Std. Estimate		S.E	C.R	Construct reliability	AVE
		B	β				
Corporate competence	Corporate_3	1	.749			.874	.699
	Corporate_2	1.179	.861	.092	12.825***		
	Corporate_1	1.141	.864	.089	12.844***		
Support Quality	Quality_3	1	.904			.928	.723
	Quality_2	.924	.847	.070	18.416***		
	Quality_1	.828	.776	.073	15.600***		
	Quality_5	.862	.769	.076	15.350***		
Consultant competency	Quality_4	.910	.861	.078	19.023***	.875	.702
	Consultant_3	1	.831				
	Consultant_2	1.025	.882	.076	13.489***		
Utilization	Consultant_1	.815	.683	.074	11.010***	.937	.833
	Utilization_3	1	.926				
	Utilization_2	1.002	.897	.076	22.004***		
Corporate Performance	Utilization_1	.961	.898	.074	22.094***	.892	.734
	Performance_3	1	.816				
	Performance_2	.941	.801	.071	13.246***		
	Performance_1	1.032	.854	.074	14.024***		

KMO값은 0.851, Bartlett의 구형검정에서 p값이 유의수준 0.5미만으로 요인분석모형이 적합한 것으로 판단된다. 누적분산은 71.712%로 구성요인의 설명력이 충분히 나타난다. 요인 적재 값은 모두 0.5이상으로 나타나 추가적인 항목의 제거, 조정 없이 분석을 실시했다.

집중타당성의 검증기준으로 요인부하량 0.7이상, AVE값 0.5이상, CCR 0.7이상이면 집중타당성이 확보되었다고 할 수 있다. Table 6과 같이 S. E 값은 모두 0.7 이상이며, AVE, CCR 역시 기준에 부합하는 것으로 나타나 집중타당성이 확보되었다고 볼 수 있다.

판별타당성은 서로 독립된 잠재변수들 간의 차이를 보여주는 기준이다. Table 7의 대각선 진한 숫자인 평균 분산추출(AVE)값의 제곱근은 다른 잠재변수와의 가장 높은 상관관계보다 큰 관계로 판별타당성이 확보되었다 할 수 있다.

이와 같은 결과에 따라 본 연구에서 확인하려는 변수들에 대하여 타당성(집중타당성, 판별타당성), 개념 신뢰성이 확보되었다고 할 수 있다.

4.4 상관분석

주요변수의 상관관계 확인결과는 Table 7과 같다. 주요변수 간의 관계는 모두 정적인 관계로 확인되었다.

Table 7. Correlation analysis

Measurement variables	1	2	3	4	5
1. Corporate Competence	.836				
2. Support Quality	.253**	.850			
3. Consultant Competency	.297**	.420**	.838		
4. Utilization	.377**	.350**	.323**	.912	
5. Corporate Performance	.292**	.214**	.235**	.305**	.856

상관계수는 모두 0.8이하로 다중공선성의 문제는 없으며, 실제 다중회귀분석을 통해 VIF를 확인한 결과 1.222~1.303으로 확인되어 문제가 되지 않았다.

4.5 가설 검증 및 분석

측정모형의 적합도 지수는 =302.913(p<.001)으로 나타나며 TLI, CFI값은 0.9이상, RMSEA값은 0.1이하로 Table 8과 같다. 모두 모형 적합도의 판정 기준을 충족하여 제안된 모형은 적합하다고 판단할 수 있다.

Table 8. Structure Model's Goodness-of-Fit

(CMIN)	df	TLI	CFI	RMSEA	GFI
302.913***	109	.906	.924	.086	.903
RMR	NFI	CFI	AGFI	AIC	SRMR
.052	.906	.940	.914	364.569	0.0600

연구가설의 채택 여부는 Table 9와 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.

구조모형 분석결과 컨설턴트의 역량, 지원품질, 기업 역량은 모두 사업의 활용도에 정(+)적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었으며, 사업의 활용도는 사업의 성과에 정(+)의 영향을 미쳐 활용도가 높을수록 성과도 높아지는 것으로 분석되었다.

Table 9. Results of Proposed Hypotheses Test

Hypotheses	Estimate		S.E	C.R	Results
	B	β			
H1 Cor → Uti	.200	.317	.048	4.146***	Accept
H2 Qua → Uti	.256	.340	.055	4.637***	Accept
H3 Con → Uti	.231	.356	.050	4.620***	Accept
H4 Uti → Per	.330	.515	.053	6.220***	Accept

*** p<.001
 ※ Cor: Corporate Qua: Quality
 Con: Consultant Uti: Utilization
 Per: Performance

위의 검증 결과는 모형 Fig. 2와 같이 표시할 수 있다.

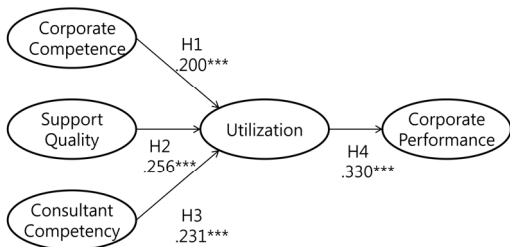


Fig. 2. Result Model

5. 결론

본 연구는 중소기업의 수출관련 성과 창출에 필요한 수출지원 사업 활용도 향상조건을 살펴보았다. 기존의 학계 및 정부기관의 선행조사 및 연구에 대한 분석을 통해 수출지원 사업에 대해 중소기업이 요구하는 수요자 중심

의 선택, 지원 사업에 대한인지도 개선 등이 이루어졌으나 현장에서는 사업신청 절차와 서류의 복잡성, 사업의 지연 등의 애로사항이 제기되고 있다[4].

따라서 참여기업, 지원기관, 수행업체 등 다양한 요소에 대한 연구가 지속적으로 이루어져 사업의 발전과 중소기업의 수출향상에 도움이 되기를 바란다.

연구결과는 다음과 같다.

첫째, 기업의 역량은 중소기업의 수출지원사업의 활용에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

둘째, 지원기관의 지원품질은 중소기업의 수출지원사업의 활용에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다

셋째, 컨설턴트의 역량은 중소기업의 수출지원사업의 활용에 긍정적인 영향을 미친다.

넷째, 수출지원사업의 활용은 중소기업의 기업성과에 긍정적인 영향을 미친다.

수출지원사업의 활용은 내부역량이 부족한 중소기업의 기업성과 창출에 중요한 요소이며, 수출지원사업의 적극적인 활용을 위해 다음과 같은 노력이 필요하다.

첫째, 기업의 역량 향상을 위한 프로그램의 개발과 함께 성과를 높이기 위해서 기업의 역량을 정확하게 평가하고 선정하는 지원기관의 역할이 필요하다.

둘째, 지원기관의 지원품질을 높이기 위해서 수출지원사업의 적극적인 활용을 위한 긍정적 요소의 주입과 함께 활용을 주저하게 하는 요인을 제거하여 적극적인 참여를 이끌어내는 방향으로 개선이 이루어져야 한다.

셋째, 지금까지 도외시 했던 컨설턴트의 역량을 향상시키기 위한 제도적 방안으로 우수한 컨설턴트의 참여 유도 및 참여 컨설턴트의 교육지원 등이 이루어져야 한다.

본 연구는 기존의 연구에서 다루어졌던 기업의 역량과 함께 최근 주목받기 시작한 지원품질, 그리고 다른 정책사업 영역에서 주로 다루어졌던 컨설턴트의 역량을 수출지원사업의 개선방안에 도입하였다. 4차 산업혁명 시대의 도래에 따른 중소기업의 역할과 환경의 변화에 능동적으로 대처하기 위한 준비된 컨설턴트의 역할은 더욱 확대될 것이며 마케팅지원사업의 영역에서의 역할에 대한 연구가 지속적으로 이루어져야 한다.

2017년부터 시행된 수출바우처사업은 사업의 복잡성 해소와 인지도 개선과 함께 세부사업 내용에 대한 수요기업의 선택권이 주어졌다. 그러나 지원사업의 선택에 대한 어려움 해소, 지원 사업 내용에 대한 이해와 함께 컨설턴트의 선정 및 역할부여에 대한 제도적 개선이 더 필요할 것이다.

본 연구는 다양한 방향에서 설문조사를 실시하였으나 설문내용 중 연구에 채택되지 못한 부분들에 대한 추가적인 연구를 진행하지 못한 문제가 있다. 또한 2017년 이후의 수출지원 사업 참여기업을 대상으로 하여 이전의 참여기업 및 사업과의 비교 등 일반화에 한계가 있다. 또한 수출지원 사업에서 전시회, 온라인마케팅, 디자인 지원 등 항목별 성과분석이 있어야 할 것이다. 향후 본 연구에서 제시하는 요소 외에 산업별 차이, 기업의 다른 특성 및 역량, 지원기관의 다른 서비스품질에 대한 다양한 사례연구가 필요하다[24]. 또한 제도적 지원 및 정책적 접근과 함께 수요기업과 민간서비스 제공자 간의 이해관계, 아이디어 구현단계의 협력관계 등 다양한 분야에서 4차 산업혁명의 기회를 살릴 수 있는 연구와 지원방안이 이루어져야 할 것이다[2]. 또한 기업특성에 따른 지원제도의 차별화 등에 대한 연구가 필요하다.

본 연구에서 제시된 결과와 함께 현재 시점에서의 수출지원 사업 연구자들과 수출 중소기업들의 의견이 조화롭게 반영된 적극적인 사고로 우리나라 중소기업들의 해외 시장 진출에 필요한 요구사항과 경쟁력이 무엇인지 판단하고 이를 통해 효과적인 수출전략을 수립하고 시행되기를 기대하며, 향후 본 연구가 바람직한 중소기업 수출 정책 및 제도의 발전에 도움이 되기를 기대한다.

REFERENCES

- [1] 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.
- [2] E. Y. Park & D. G. Kwag. (2015). The Study on the Market Competitiveness Reinforcement for Convergence Industry. *Journal of the Korea Convergence Society*, 6(5), 99-106.
Doi : 10.15207/JKCS.2015.6.4.205
- [3] J. H. Choi. (2018). A Study on the Efficiency of the Export Support Policy for the SME in Korea. *The Journal of the Korea Contents Association*, 18(3), 114-123.
Doi : 10.5392/JKCA.2018.18.03.114
- [4] 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.
- [5] K. M. Choi. (2014). *A Study on the SMEs' Export Competencies and Policy Support Tasks*. Doctoral dissertation. Paichai University, Daejeon.
- [6] C. G. Kim. (2008). A Comparative Study on the Business Groups Classified by the Internet Export Marketing Performance Level of Korean Small and Medium Enterprises. *Korea Trade Review*, 33(2), 25-52.
- [7] C. Lee & J. H. Jeong. (2013). Effects of Government International Marketing Assistance Programs on Export Performances of Korean Firms. *Korea Trade Review*, 38(1), 69-90.
- [8] J. W. Lee, J. H. Lee & T. H. Oh (2008). On/Off Line Distribution Channel on the Service Satisfaction & Intention of Reuse. *The Journal of Business Education*, 22, 333-352.
- [9] H. K. Noh & S. C. Lee. (2017). A Study on Corporate Support Service Convergence Factors that Influence Corporate Performance: Targeting Corporations in Sejong City and Chungnam. *The Korean Journal of The Korea Convergence Society*, 8(5), 193-200.
Doi : 10.15207/JKCS.2017.8.5.193
- [10] G. O. Klemp. (1980). *The assessment of occupational competence*, Washington, DC : National Institute of Education.
- [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] K. Y. Kim, M. S. Kim, C. E. Lee & Y. H. Lee.(2008). *Understanding and Using Business Consulting Services*. Seoul : CRBooks.
- [13] 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.
- [14] J. S. Kim & Y. S. Kim. (2011). An Empirical Study on the Effect of Awareness and Usage of the Export Assistance Programs for SMEs on the Export Performance - Focused on Gyeongsangbuk-do. *Korea Research Society for Customs*, 2(1), 351-375.
- [15] Y. I. Kim. (2010). The Influence of Internal or Exterior Factors and Utilization of Export Assistance Programs on Export Performance -with reference to Korean Small-Medium Exporters-. *International commerce and information review*, 12(1), 299-325.
- [16] J. Freixanet. (2012). Export Promotion Programs: Their Impact on Companies' Internationalization Performance and Competitiveness. *International Business Review*, 21(6), 1065-1086.
- [17] E. Y. Lee & B. C. Cin. (2010). Export Effects of Government Export Subsidy to SMEs. *Korean corporation management review*, 36, 197-213.
- [18] 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/apjbve.11.5.201610.141

- [19] J. S. Chung. (2006). *(An)empirical study on performance of export assistance programs for SMEs in Korea*. Doctoral dissertation. Chung-Ang University, Seoul.
- [20] C. Y. Jung, B. C. Hwang & R. G. Choe. (2003). The Relations among Quality Award, Company Image, Customer Satisfaction, Employee and Management Performances. *The Korean Small Business Review*, 25(1), 1-18.
- [21] H. H. Han. (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.
- [22] K. Y. Hwang, H. C. Moon & M. R. Bae. (2011). The Effects of the Service Quality of the TSO(Trade Support Organization) on the Utilization, Satisfaction and Performance of the Exporting Firms. *International commerce and information review*, 13(3), 277-300.
- [23] J. H. Shin. (2018). *Effects of Management Consultant's Competency on the Performance of Consulting Client: Focusing on the Mediating Effects of Client's Consulting Receptivity*. Doctoral dissertation. Hoseo University, Seoul.
- [24] B. S. Park, S. B. Kim & W. H. Hong. (2018). The Effect of Service Quality on Consulting Satisfaction through Understanding and Participation in Consulting. *Journal of the Korea Convergence Society*, 9(4), 233-240.

정 복 훈(Bok-Hoon Jeong)

[정회원]



- 1985년 2월 : 성균관대학교 사회학과 (문학사)
- 2015년 2월 : 한성대학교 컨설팅학과 (컨설팅학 석사)
- 2017년 2월 ~ 현재 : 한성대학교 스마트융합 박사 재학
- 관심분야 : 빅데이터, 수출마케팅

· E-Mail : photobh@empal.com