

# 산업조직론과 전략관점에서 기업의 수출 영향요인 분석

## Analysis for Factors of Firms' Exporting in Industrial Organization Theory and Strategic Perspective

박성곤\*, 강석민\*\*

계명대학교 국제통상학과\*, 계명대학교 경영학과\*\*

Sung-Gon Park(sgpark@kmu.ac.kr)\*, Seok-Min Kang(smkgang@kmu.ac.kr)\*\*

### 요약

수출은 해외 신규시장 개척을 가능케 하여 내수시장의 의존성을 줄여주는 역할을 한다. 또한 기업의 전략적 수단으로써 수출은 국가의 성장에 기여할 뿐 아니라 기업의 규모의 경제, 범위의 경제, 경험효과를 최대한 이용할 수 있는 기회를 제공한다. 실제로 내수시장의 성장 한계와 해외 시장에 대한 정보기술의 발달로 많은 기업들이 수출을 통해 해외 시장으로의 진출을 촉진시키고 있다.

본 논문은 대구에 위치한 기업들을 대상으로 산업조직론적 관점과 전략관점에 근거하여 각 변수들이 수출에 미치는 영향에 대해서 분석하였다. 산업조직론적 관점에서의 실증분석 결과를 살펴보면, 제도적 협력과 정부 지원이 기업의 수출에 유의적으로 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 수출성과에는 제도적 협력만이 긍정적인 영향을 미치고 있음을 알 수 있었다. 전략관점에서는 제품차별화, 해외수출망, 해외진출 국가 수가 수출에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 수출성과에는 해외수출망, 해외진출 국가 수가 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

■ 중심어 : | 수출 | 산업조직론 | 전략관점 | 수출성과 |

### Abstract

Exporting plays the important role in reducing dependence on the domestic market by creating the new foreign markets. As a business strategy, exporting contributes to the national growth and provides firms with opportunities which enable economies of scale, economies of scope, and experience curve effects. Because of both the growth limitation of the domestic market and development of information technology, many firms enter in foreign markets by increasing exporting.

Using firms located in Taegu, this study examined the factors of firms' exporting with industrial organization theory and strategic perspective. In the empirical results on industrial organization theory, systematic cooperation and governmental supporting positively affect firms' exporting and only systematic cooperation positively affects exporting performance. In the empirical results on strategic perspective, product differentiation foreign exporting network, and foreign entry nation positively affect firms' exporting, and foreign exporting network, and foreign entry nation positively affect exporting performance.

■ keyword : | Exporting | Industrial Organization Theory | Strategic Perspective | Exporting Performance |

## I. 서론

기업의 수출은 해외 시장을 개척함으로써 내수시장의 의존성을 줄여주는 역할을 한다. 특히, 우리나라의 경제성장에 있어 대외무역이 차지하는 비중이 높음을 고려할 때 내수활성화가 미진한 지역에 있어서, 낮은 대외무역 비중은 지역경제의 전반적인 활력 제고를 둔화시키는 요인으로 작용하고 있다. 이와 같은 내수시장의 성장 한계와 국내 시장의 글로벌 경쟁의 심화 현상, 그리고 정보기술의 발달로 인하여 해외 시장 진입 비용이 감소함으로써 많은 기업들이 해외 시장진출을 시도하고 있다. 이러한 상황에서 수출은 국가의 성장에 기여할 뿐 아니라 기업의 규모의 경제, 범위의 경제, 경험효과를 최대한 활용할 수 있는 기회를 제공하기 때문에 기업들은 수출을 기업의 목표 달성 및 성장을 위한 전략적 수단으로 활용해 왔다[1].

오랜 기간에 걸쳐 수출 결정요인에 관한 연구의 이론적 바탕으로 주류를 이루고 있는 관점이 산업조직론이다[2]. 산업조직론 관점은 일반적으로 산업활동을 사회적 수요와 조화를 이룰 수 있는 문제를 연구하는 분야이다. 산업조직론 관점에서 강조하는 부분이 산업 구조인데, 산업구조는 경쟁시장 또는 불완전 경쟁시장인가에 대한 문제에서 출발하여 산업 내의 기업 수, 기업규모의 분포, 제품차별화, 진입조건 등 산업의 환경을 주요 분석대상으로 하고 있다.

이러한 외부환경의 변화에 따라 산업조직이론은 기업이 적절한 수출전략을 구사하고 또한 어떻게 적용하느냐에 따라 수출성고가 결정된다는 관점으로 기업의 특성 및 외부환경요소 등을 수출성과의 결정요인으로 기업의 수출 전략과 전략의 적용 방법 등을 주로 다루었다[3]. 1980년대 이후 많은 연구자들이 산업조직이론의 산업구조-행위-성과 (S-C-P)관점을 기반으로 수출기업 환경이 수출전략 및 수출성고에 미치는 영향을 규명해오고 있다[3-5].

그러나 산업조직론 관점은 지속가능한 경쟁적 이점의 원천에 관해서는 어떠한 사실을 제공하지 못하였다. 즉, 산업조직론 관점에서 기업 행동(즉 전략)이 산업구조의 여러 세력에 의해 제한되기 때문에 독립적인 경영조치를 나타내는 것은 아니라고 주장한다. 따라서 경영

진의 역할이 무시될 수 있다.

Porter[6]로 대변되는 경쟁전략이론 관점은 기업의 수출을 설명하는 또 다른 하나의 관점이다. Porter[6]는 산업 성과보다 기업에 초점을 맞추었으며, 산업 구조와 성과에 영향을 미치는데 있어서 기업 행동의 역할은 명백하게 인정하고 있다. Porter[6]는 기업 활동들의 역할에 대한 초점을 두어 경쟁자보다 더 낮은 비용의 선택으로부터, 혹은 제공 내용을 차별화할 수 있는 기업의 역량을 중요시 하였다. 즉, 전략 관점에 중심적인 것은 활동이라는 개념으로 간주된다.

## II. 이론적 배경

산업조직론 관점에서 수출 결정요인을 다룬 기존 연구를 검토하면, 환경격변성 및 불안정성을 중심으로 하는 환경 불확실성 변수, 정부지원환경, 그리고 산업 내부 협력 또는 기업 간 의존성과 같은 산업협력 환경, 해외 시장 특성 등으로 구분이 된다[7][8]. 이들 산업조직론 토대의 수출 결정요인에서 환경 불확실성 변수가 그동안 가장 많이 다루어져 오고 있음을 보여준다[9][10].

그러나 일부 연구에서는 시장장벽, 무역 기반 인프라와 같은 정부의 지원환경, 산업에 형성되어 있는 기업 간의 관계품질, 의존성, 산업 내 경쟁 환경과 같은 산업 클러스터 관점에서의 협력환경에 관한 연구들도 진행되었다[7][8].

산업조직론 관점의 변수들은 대부분 수출 결정요인의 독립변수로 접근되었으나, 산업 내의 기업 간 관계 품질이나 기업 간 의존성과 같은 요인은 매개 요인으로 다루어지기도 하였다[8]. 윤만희, 김동복[8]은 대구지역 섬유수출업체 96개 기업을 대상으로 경영자 인적 특성 및 거래 특성과 수출거래의 장기거래 지향성에 관한 관계를 규명하면서, 기업 간 관계품질과 의존성을 매개변수로 처리하여 실증분석이 수행되었다.

전략 관점의 수출 결정요인에 관한 기존 연구를 검토하면, Porter[6]의 본원적 전략에 해당하는 경쟁전략변수가 가장 많이 활용되었다. 한편 수출지향성, 수출국가 수 등과 같이 해외 진출 전략과 관련된 요인들에 관한 연구도 시도되었다[11-13]. 이들 전략 관점의 요인들은

주로 매개변수로 다루어졌으나, 차별화 전략, 저비용 전략, 해외공급망, 수출국가 수 등의 요인은 독립변수로도 활용되었다.

권업[14]은 합섬직물 수출업체 74개를 대상으로 수출채산성을 규명하면서 마케팅역량, 생산설비, 기술수준 등의 경영관리 기능 관점과 자원기반 요인을 독립변수로 하고, 가격 및 차별화 우위와 같은 경쟁전략 요인을 매개변수로 하여 수출성과를 규명하였다.

반면에 박근호[12]는 수출벤처기업 214개를 대상으로 수출성과 결정요인을 분석하면서 저비용 전략, 차별화 전략, 그리고 집중화 전략과 같은 Porter[6]의 본원적 경쟁전략을 독립변수로 설정하여, 이들과 수출성과 사이를 매개하는 요인으로 수출시장 지향성 변수를 설정하여 실증적으로 규명하기도 하였다.

또한 이병호[15]는 KOTIS DB를 활용하여 전자기업 161개 기업을 대상으로 수출성과를 규명하면서, 기술역량, 마케팅역량, 개발기간 단축역량 등 자원기반 관점의 요인과 더불어 차별화 및 저비용 전략의 요인을 독립변수로 함께 설정하고, 이들과 수출성과 사이에 기업규모의 조절효과를 분석 하였다.

한편, Leonidou et al[16]은 수출성과의 결정요인을 외부환경과 기업의 전략에 초점을 두면서 이들 사이에 다양한 매개와 조절 변수를 고려하는 수출성과 모델을 제시하였다. 이들은 해외 시장 환경과 최고경영자 및 조직문화와 같은 조직 내부 환경을 독립변수로 설정하고, 이들이 수출성과에 미치는 영향 사이에 마케팅, 생산, 인적자원관리 등 경영관리 기능 관점 활동이 매개효과를 지닌다는 논리를 제시하였다. 또한 차별화 전략과 저비용 전략은 조절효과를 작용한다고 설명하고, 이를 실증분석 하였다.

이와 같이 전략 관점의 요인들은 수출 및 수출성과 결정요인의 연구에서 대부분 활용하는 변수로 자리매김하였으나, 어떤 부분에 주안점을 두는가에 따라서 독립변수 또는 매개 및 조절 변수로 설정하여 규명했다. 본 연구에서는 다른 이론적 관점과 더불어 이들 전략 관점의 매개 및 조절의 효과보다는 독립적인 관점에서 수출 결정요인에 직접적인 영향을 규명하는데 초점이 있다.

### III. 가설설정 및 연구모형

#### 1. 산업조직론적 관점

해외 시장의 규모, 경쟁강도, 경제 발전 정도가 기업의 수출활동 결정 및 수출전략에 커다란 영향을 미친다 [1]. Christensen, Da Rocha와 Gertner[17]의 연구에서는 브라질에 위치하는 152개의 수출기업들을 대상으로 수출 성공요인을 규명하였는데 수출성공기업은 주로 선진국 시장에 수출하고 있었던 반면, 실패기업들은 개발도상국 시장에 집중하고 있었던 것으로 나타났다. 많은 연구자들이 수출시장에서 경쟁 환경이 어려울수록 기업들은 경쟁우위를 확보하기 위해 현지 시장상황을 민감하게 반영하여 수출시장 적응화 강도를 높인다는 실증적 연구결과를 검증하였다[5]. Kohli와 Jaworski[18]의 연구에서는 시장의 경쟁이 치열할수록 기업은 고객욕구와 필요에 따라서 민감하게 반응할 필요성을 가지며, 이를 통해 전체조직의 시장지향성을 강화토록 하고 고객가치의 새로운 창출에 집중하게 된다고 한다. 기존 연구결과들을 종합적으로 살펴보면, 수출시장의 경쟁강도가 기업의 수출에 민감한 영향을 미치는 것으로 보여지고 있다.

가설 1: 환경적변성은 수출활동 유무에 유의한 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2: 산업협력 환경은 수출활동 유무에 유의한 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 3: 정부지원 환경은 수출활동 유무에 유의한 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 4: 환경적변성은 수출성과에 유의한 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 5: 산업협력 환경은 수출성과에 유의한 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 6: 정부지원 환경은 수출성과에 유의한 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

#### 2. 전략관점

경쟁적 수출환경에 직면한 기업들은 이러한 환경에 효과적으로 대응하기 위해서 시장환경에 적합한 전략을 개발하고 이를 통해 경쟁 우위를 확보하려고 한다.

Porter[6]에 의하면 본원적 전략은 기업의 가치창출활동에 집중된 전략으로서 저원가, 차별화, 집중화 전략이 있고 이 전략들이 경쟁우위의 원천이 된다고 하였다.

경쟁우위의 개념에 대해서는 학자들의 다양한 견해가 있다. Porter[6]는 경쟁우위는 동일산업에서 한 기업이 경쟁자보다 높은 수준의 성과를 달성할 수 있는 속성과 자원들을 개발하거나 획득해 얻어지는 역량이라고 한다. Yamin, Gunasekaran과 Mavondo[19]는 본원적 전략과 경쟁우위, 조직성과와의 관계에 대한 연구에서는 전략은 경쟁우위에 긍정적 영향을 미치며 경쟁우위 또한 조직성과에 긍정적 영향을 미친다고 하였다.

기업의 전략이 경쟁우위를 통해 성과를 창출한다는 연구와는 다르게 기업의 전략이 수출성과에 직접 영향을 미치는지 살펴본 연구들은 주로 수출 마케팅전략과 수출성과와의 관계를 검증하고 있다[5]. 수출에 관한 기존연구들을 검토하면, 수출기업들은 다양한 자원과 역량을 활용해 자신들이 원하는 시장 포지션을 확보하기 위한 전략을 추진하고 있으며, 그 결과로 시장에서 경쟁우위를 획득한다고 볼 수 있다[2]. 따라서 수출성과 창출을 위해서는 다른 경쟁 기업에 비해 기업이 제공하는 가치가 우월해야 고객의 구매의사결정에 영향을 미치고 그 결과가 수출성과로 나타날 수 있다[2][5].

가설 7: 차별화 전략은 수출활동 유무에 유의한 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 8: 해외진출 전략은 수출활동 유무에 유의한 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 9: 차별화 전략은 수출성과에 유의한 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 10: 해외진출 전략은 수출성과에 유의한 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

### 3. 연구모형

산업조직론과 전략관점을 토대로 본 논문의 연구모형은 아래의 [그림 1]과 같다.

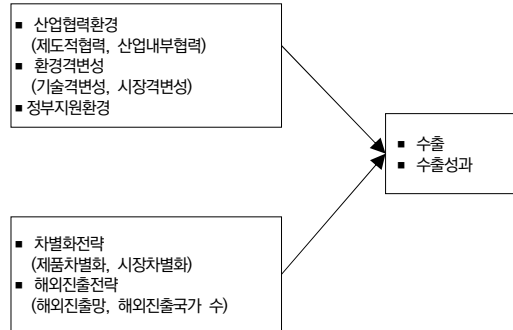


그림 1. 연구모형

## IV. 연구방법

설정된 가설들을 검증하기 위해서 대구테크노파크에서 지역전략산업에 해당하는 기업을 대상으로 2005년에서 2010년 사이의 6년간 연차적으로 진행된 기업자원 및 특성에 관한 전수 조사DB를 활용하였다. 이는 개별 기업의 재무적 성과에 대한 2차 자료와 직접 방문을 통해 심층적인 면접조사 및 설문조사를 통해 이루어진 것이다. 기업의 산업분류는 아래의 [표 1]에 나타난 바와 같다.

표 1. 기업의 산업분류구분

구분	빈도(n)	비율(%)
섬유	385	26.8
전자정보기기	83	5.8
메카트로닉스	376	26.2
생물/바이오	33	2.3
나노/기타	558	38.9

산업조직론 관점은 환경격변성, 산업협력 환경, 정부지원환경 등으로 구분하였다. 환경격변성은 시장격변성과 기술격변성으로 측정하였다[10][16]. 시장격변성은 소비자 제품선호도의 빠른 변화, 신제품 추구, 새로운 고객의 제품 및 서비스 수요 및 다른 욕구 경향 등 4개 항목으로 측정하였다. 기술격변성은 기술적 변화의 기회 제공, 향후 2~3년 후 기술 예측의 곤란, 기술혁신에 따른 신제품 아이디어 가능, 신제품 및 서비스 도입 속도 등 4개 항목으로 측정하였다.

산업협력 환경은 산업클러스터 맥락에서 산업 내부 협력 환경과 제도적 협력 환경으로 측정하였다[1][7]. 산업내 환경은 지역내 기업 간 비용 및 시간 절약, 공급업체와의 관계, 신기술 및 신제품 개발을 위한 기업 간 협력, 시장 정보 입수 용이성, 정보 공유와 교환의 빈번성 등 6개 항목으로 측정하였다. 제도적 협력환경은 지역 산업 내 단체 및 조합의 지원, 대학 및 연구기관의 협력 및 지원, 금융기관의 지원 정도, 지역 내 인재 확보에 대한 지원, 비즈니스 지원을 위한 규제 및 세제의 지원 환경 등 8개 항목으로 구성하였다.

정부지원 환경은 문화철 등[20]의 연구를 토대로 자금지원, 기술지원, 인력지원, 판매지원, 생산지원, 경영지원, 세금지원, 지식지원, 행정지원 등의 세부 환경을 지원 여부로 더미 처리 한 후, 이들을 합산방식으로 처리하는 총화 평정척도(summated rating scale) 전환하여 측정하였다.

전략 관점은 경쟁우위전략 중 차별화 전략과 해외진출 전략으로 구분하였다. 차별화 전략은 이병호[15], Leonidou 등[16]의 연구를 토대로 제품차별화 전략과 시장차별화 전략으로 측정하였다. 제품차별화 전략은 신제품 도입 및 개발, 신속한 제품 설계, 혁신지향성, 원가절감 강화, 제조공정 개선 강화, 품질개선 노력, 연구개발 투자 등 7개 항목으로 측정하였다. 시장차별화 전략은 공격적 시장 개척, 신시장 개척, 광고비 지출 강화, 마케팅력 강화 등 4개 항목으로 측정하였다. 해외진출 전략은 박근호[12], 김정권[13], 주혜영[21]의 연구를 토대로 해외수출망의 수와 해외진출 국가 수로 측정하였다.

산업조직론적 관점과 전략 관점의 항목을 대상으로 각각 단일요인분석이 실시되었다. 요인분석 결과는 아래의 [표 2]와 [표 3]에 나타난 바와 같다.

분석 결과를 살펴보면, 산업조직론적 관점의 경우에는 본 연구의 설계와 같이 4개의 요인이 도출되었으며, 이들 4개의 요인이 전체의 68.4%를 설명하는 것으로 나타났다. 아이겐 값은 모두 기본값인 1.0 이상으로 나타났다. 요인 1은 제도협력으로 25.3%를 설명하는 것으로 나타났다. 요인 2는 산업 내부 협력으로 18.1%, 요인 3은 기술격변성으로 14.6%, 그리고 요인 4는 시장격변성으로 10.4%로 나타났다. 또한 각 요인에 부하

된 항목의 값이 모두 .607 이상으로 나타나 타당성에 문제가 없다는 것을 보여준다.

표 2. 산업조직론적 관점의 변수에 대한 요인분석

구분	항목	요인1	요인2	요인3	요인4
제도적 협력	지역권내의 공공 단체나 기관으로부터 충분한 지원	.774	.226	.244	.097
	지역권내 대학이나 연구기관으로부터 유익한 지원	.753	.232	.237	.067
	교육이나 문화, 의료 등의 생활 인프라 구축	.730	.203	.119	.127
	지역권내의 금융기관으로부터 유익한 지원	.729	.231	.189	.142
	비즈니스 지원을 위한 회계, 법률, 컨설팅 등의 서비스 이용	.725	.199	.139	.093
	지역권내의 세제나 규제의 유리	.720	.296	.135	.165
	지역권내의 업계 단체나 조합 등으로부터 유익한 지원	.708	.358	.172	.075
	지역권내로부터 충분한 인재확보	.695	.258	.171	.200
산업내부 협력	기업과의 거래가 신기술, 신제품, 신사업의 개발에 도움	.329	.752	.253	.153
	기업으로부터 제품이나 시장에 관한 정보를 입수하기 쉬움	.347	.744	.164	.137
	구입/판매처 기업이 근접하여 수송비용이나 시간을 절약	.176	.744	.164	.198
	공급업체의 품질은 좋으며, 귀사의 요구에 바로 반응	.296	.738	.237	.148
	교류회 등에 의한 정보 공유나 교환이 빈번	.463	.639	.152	.112
	기업 간 경쟁은 기술, 제품, 사업의 개발을 촉진	.447	.607	.213	.129
기술격 변성	산업내에서는 향후 2~3년 후 기술을 예측하기가 어려움	.235	.224	.807	.126
	산업내에서 기술적 변화는 큰 기회들을 제공	.177	.220	.776	.258
	기술혁신으로 수많은 신제품 아이디어들이 가능해 짐	.286	.198	.730	.037
	신제품과 서비스 도입이 빠름	.205	.197	.674	.414
시장격 변성	새로운 고객들로부터 제품 및 서비스에 대한 수요가 폭격	.168	.108	.317	.794
	고객들은 항상 늘 새로운 제품을 요구	.159	.243	.033	.782
	새로운 고객들은 기존고객들과는 다른 욕구를 가지는 경향이 있음	.169	.190	.473	.646
아이겐 값		5.313	3.797	3.069	2.180
분산(%)		25.3	18.1	14.6	10.4
총분산(%)		25.3	43.4	58.0	68.4

전략관점의 요인분석 결과를 살펴보면, 본 연구의 설계와 같이 2개의 요인이 도출되었으며, 이들 2개의 요인이 전체의 74.5%를 설명하는 것으로 나타났다. 아이겐 값은 모두 기본값인 1.0 이상으로 나타났다. 요인 1은 제품차별화 전략으로 46.6%를 설명하는 것으로 나

타났다. 요인 2는 시장차별화 전략으로 27.9%로 나타났다. 또한 각 요인에 부하된 항목의 값이 모두 .664 이상으로 나타나 전반적으로 타당성에 문제가 없는 것을 보여준다.

표 3. 전략관점의 변수에 대한 요인분석

구분	항목	요인1	요인2
제품차별화	신속한 제품 설계에 주력	.832	.321
	신제품 도입 및 개발에 주력	.827	.233
	혁신적인 제품개발을 지향	.819	.328
	원가절감을 강화	.797	.313
	제조공정 개선을 강화	.785	.373
	품질개선에 노력	.739	.432
	연구개발 투자를 높이는 정도	.664	.396
시장차별화	공격적으로 시장 개척을 추진	.254	.862
	신시장 개척을 위해 마케팅 투자를 수행	.348	.839
	광고비 지출을 강화	.437	.701
아이겐 값		4.663	2.785
분산(%)		46.6	27.9
총분산(%)		46.6	74.5

본 연구에서는 각 변수들을 측정하기 위해 이용된 여러 항목들의 신뢰도를 검증하기 위하여 내적 일관성을 조사하는 방법인 Cronbach's  $\alpha$ 를 모든 변수들에 적용하여 계산하였다.

신뢰도는 요인분석을 통해 타당도가 최종 확인된 항목을 대상으로, 내적 일관성을 나타내는 Cronbach's  $\alpha$ 값을 기초로 확인되었다. 신뢰도 분석 결과를 정리하면 [표 4]에 나타난 바와 같다.

표 4. 신뢰도 분석결과

관점	변수	최소	최종	Cronbach's $\alpha$
산업조직론적 관점	제도적협력	8	8	.920
	산업내부협력	6	6	.903
	기술격변성	4	4	.862
	시장격변성	4	3	.781
전략관점	제품차별화	7	7	.846
	시장차별화	4	3	.936

신뢰도 분석 결과를 살펴보면, 복수항목으로 구성된 모든 변수의 Cronbach's  $\alpha$ 값이 .767을 상회하고 있어, 기업수준에서 신뢰도의 문제가 없음을 확인할 수

있다.

## V. 실증분석

### 1. 기술통계량

각 변수의 평균값을 살펴보면, 제도적협력 2.87, 산업내부협력 3.24, 기술격변성 3.34, 시장격변성 3.16, 정부지원 환경 1.74, 제품차별화 3.73, 시장차별화 3.12, 해외수출망 1.64, 해외진출 국가의 수는 1.14로 나타났으며, 종속변수로 사용되는 수출 여부 0.21, 평균수출액은 52.37(억원)으로 나타났다.

표 5. 기술통계량

변수	평균	표준편차
제도적협력	2.87	0.80
산업내부협력	3.24	0.81
기술격변성	3.34	0.88
시장격변성	3.16	0.85
정부지원환경	1.74	4.43
제품차별화	3.73	0.98
시장차별화	3.12	1.03
해외수출망	1.64	0.55
해외진출 국가 수	1.14	1.69
수출 여부(더미)	0.21	0.41
평균 수출액(억원)	52.37	119.30

### 2. 분석 결과

#### 2.1 산업조직론적 관점

산업조직론 관점의 수출활동 유무 결정요인에 대한 분석 결과는 [표 6]에 나타난 바와 같다. 분석 결과를 살펴보면, 설명력의 경우 7.1%(F=21.621)을 보였다.

수출 결정요인별로 구체적으로 살펴보면, 전체 기업의 수출결정에는 제도적 협력( $\beta=.115$ )과 정부지원 환경( $\beta=.236$ )이 유의한 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 시장격변성, 기술격변성, 그리고 산업내부 협력은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

표 6. 수출유무의 영향요인(산업조직론적 관점)

종속변수= 수출유무		B	$\beta$	t	VIF
상수		.066	-	1.294	-
산업협력 환경	제도적 협력	.060	.115***	3.000	2.222
	산업내부협력	-.026	-.050	-1.277	2.355
환경 격변성	기술 격변성	.004	.009	.234	2.067
	시장 격변성	.003	.007	.193	1.812
정부지원 환경		.022	.236***	9.084	1.031
R <sup>2</sup>		.071			
F값		21.621***			

\*\*\* p<.01

산업조직론 관점의 요인들이 수출성가에 미치는 영향에 관한 분석 결과는 [표 7]에 나타나 있다. 분석 결과를 살펴보면, 회귀모형의 설명력의 경우 전체 기업은 3.7% (F=2.295)을 보였다. 연구결과를 살펴보면, 전체 기업의 수출성가에는 제도적 협력( $\beta=.163$ )이 유의한 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 7. 수출성가의 영향요인(산업조직론적 관점)

종속변수= 수출성가		B	$\beta$	t	VIF
상수		-.896		-2.298	
산업협력 환경	제도적협력	.252	.163**	2.277	1.678
	산업내부협력	-.170	-.105	-1.534	1.601
환경 격변성	기술격변성	.098	.072	1.039	1.407
	시장격변성	.108	.071	1.166	1.277
정부지원환경		.000	.003	.016	1.027
R <sup>2</sup>		.037			
F값		2.295**			

\*\* p<.05

## 2.2 전략관점

전략관점의 수출활동 유무 결정요인에 대한 분석 결과는 [표 8]에 나타난 바와 같다. 분석 결과를 살펴보면, 회귀모형의 설명력의 경우 25.3%(F=109.756)로 높은 설명력을 보였다.

수출활동 유무 결정요인별로 구체적으로 살펴보면, 전체 기업의 수출결정에는 제품차별화( $\beta=.054$ ), 해외수출망( $\beta=.208$ ), 그리고 해외진출 국가 수( $\beta=.329$ ) 등이 유의한 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 8. 수출유무의 영향요인(전략관점)

종속변수= 수출유무		B	$\beta$	t	VIF
상수		-.051	-	-9.399	-
차별화 전략	제품차별화	.031	.054*	1.815	1.536
	시장차별화	.004	.008	.273	1.537
해외 진출전략	해외수출망	.189	.208***	6.565	1.740
	해외진출 국가수	.082	.329***	10.355	1.751
R <sup>2</sup>		.253			
F값		109.756***			

\* p<.1; \*\*\* p<.01

전략 관점의 요인들이 수출성가에 미치는 영향에 관한 분석 결과는 [표 9]에 나타난 바와 같다. 회귀모형의 설명력의 경우 5.4% (F=4.237)로 나타났으며, 수출성가에는 해외수출망( $\beta=.101$ ), 해외진출 국가 수( $\beta=.112$ )가 유의한 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

표 9. 수출성가의 영향요인(전략관점)

종속변수= 수출성가		B	$\beta$	t	VIF
상수		.607		1.792	
차별화 전략	제품차별화	-.061	-.045	-.591	1.587
	시장차별화	-.198	-.160	-0.267	1.633
해외 진출전략	해외수출망	.225	.101*	1.693	1.200
	해외진출 국가수	.061	.112*	1.800	1.186
R <sup>2</sup>		.054			
F값		4.237***			

\* p<.1; \*\*\* p<.01

## VI. 결론

본 논문은 대구에 위치한 기업들을 대상으로 산업조직론적 관점과 전략관점에 근거하여 각 변수들이 수출에 미치는 영향에 대해서 분석하였다.

실증분석의 결과를 살펴보면 산업조직론적 관점에서 제도적 협력과 정부지원이 기업의 수출에 유의적으로 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 수출성가를 종속변수로 사용하였을 경우에는 제도적 협력만이 유의적으로 긍정적인 영향을 미치고 있음을 알 수 있었다. 실증분석의 결과에서 알 수 있듯이, 제도적 협력은 수출과 수출성가를 모두 향상시키는 요인으로 나타났으므로 지속적인 제도적 협력을 통해 수출로 인한 기업

의 해외진출 발판과 수출성과 창출로 기업은 성장을 모색해야 할 것이다. 또한 정부지원은 기업의 수출의 유무에는 영향을 미치지 않지만, 수출성과에는 유의성을 나타내고 있지 않음으로써, 정부지원의 방향은 다소 변화되어야 할 필요가 있는 것으로 판단될 수 있다. 즉, 정부지원은 단순히 기업에게 해외개척으로써 수출에 영향을 미치게 할 뿐 만 아니라, 수출성과와 향상을 통한 성장과 발전을 위한 방향으로 전환되어야 할 필요가 있다고 볼 수 있겠다.

전략관점에서는 제품차별화, 해외수출망, 해외진출 국가 수가 수출에 유의적으로 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 수출성과에는 해외수출망, 해외진출 국가 수가 유의적으로 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 실증분석의 결과를 보면, 제품차별화는 기업의 해외진출전략으로써 해외수출망과 해외진출 국가와 마찬가지로 수출에 영향을 미치는 요인이지만, 실제로 기업의 수출성과에는 영향을 미치지 않는 요인임을 알 수 있다. 이는 기업의 제품차별화가 아직까지는 해외시장에서 경쟁력을 충분히 갖추지 못한 것으로 판단할 수 있다. 따라서, 수출성과 향상을 위해서는 다변화된 수출망과 다양한 지역으로 진출을 계획하는 등의 해외진출 활로를 개척하는 것이 더 중요한 요인으로 작용되고 있는 것을 알 수 있다. 즉, 다양한 공급망 확보가 우선시 되어야 할 것이다.

그러나 본 연구는 다음과 같은 한계점을 지니고 있다. 첫째, 분석에 사용된 표본의 대표성에서 한계점은 존재한다. 본 연구에 사용된 자료가 광범위하지만, 지역적인 맥락에서는 대구지역의 기업에 제한되어 있다. 이러한 특정 지역에 대한 광범위한 자료는 특정 지역을 산업육성 정책의 반영에 유용할 수 있으나, 분석결과를 전국적인 상황으로 일반화하는 것에는 한계점이 분명히 있다.

둘째, 본 연구는 기업의 수출과 수출성과에 대한 영향을 분석하였지만, 기업은 때로는 협력과 같은 상호간의 관계를 구축하여 수출 및 수출성과를 달성하기도 한다. 그러나 본 연구에서는 전략관점의 변수에서 이러한 협력의 구축과 같은 상호관계의 변수를 배제하였다. 물론 많은 표본을 확보하여 연구를 진행하였지만, 협력관계는 또 하나의 전략관점에서 고려될 수 있는 변수일

수 있다.

참고 문헌

- [1] 남유현, 이철, “한국기업의 수출성과 결정요인 통합모형 개발: 산업조직이론, 자원기반이론, 관계적 관점의 결합을 중심으로,” 국제경영연구, 제24권, 제1호, pp.78-119, 2013.
- [2] N. A. Morgan, A. Kaleka, and C. S. Katsikeas, “Antecedents of export venture performance: A theoretical model and empirical assessment,” Journal of Marketing, Vol.68, No.1, pp.90-108, 2004.
- [3] S. Zou and S. Stan, “The determinants of export performance: a review of the empirical literature between 1987 and 1997,” International Marketing Review, Vol.15, No.5, pp.333-356, 1998.
- [4] N. E. Aaby and S. F. Slater, “Management influences on export performance: A review of the empirical literature,” International Marketing Review, Vol.6, No.4, pp.7-28, 1989.
- [5] S. T. Cavusgil and S. Zou, “Marketing strategy-performance relationship: An investigation of the empirical link in export market ventures,” Journal of Marketing, Vol.58, No.1, pp.1-21, 1994.
- [6] M. E. Porter, “Towards a dynamic theory of strategy,” Strategic Management Journal, Vol.12, No.2, pp.95-117, 1991.
- [7] 고경선, “한국 중소기업의 인터넷 마케팅 전략과 성과에 관한 연구,” 통상정보연구, 제4권, 제1호, pp.107-128, 2000.
- [8] 윤만희, 김동복, “제조업체와 수출업체간 특성인식이 장기거래지향성에 미치는 영향: 관계품질과 의존성의 매개역할,” 경영연구, 제25권, 제4호, pp.89-128, 2010.
- [9] 황경연, “중소기업의 e-비즈니스 역량 및 수출성과에 관한 연구,” 통상정보연구, 제12권, 제3호, pp.311-332, 2010.
- [10] N. Boso, P. Oghazi, J. W. Cadogan, and V. M.



Story, "Entrepreneurial and market-oriented activities, financial capital, environment turbulence, and export performance in an emerging economy," Journal of Small Business Strategy, Vol.26, No.1, pp.1-24, 2016.

- [11] 조연성, 박근호, "수출벤처기업의 수출시기에 따른 성과결정요인," 대한경영학회지, 제23권, 제2호, pp.713-730, 2010.
- [12] 박근호, "중소벤처기업의 공급망 특성과 해외 시장지식, 수출성과 간 관계에 관한 연구," 한국생산관리학회지, 제18권, 제4호, pp.33-58, 2007.
- [13] 김경권, "한국중소기업의 수출성과 결정요인에 관한 실증적 연구," 무역학회지, 제26권, 제4호, pp.323-351, 2001.
- [14] 권업, "중소 합섬직물 수출기업의 지속적 경쟁우위모형: 경쟁력 결정요인의 인과관계분석," 중소기업연구, 제20권, 제1호, pp.91-111, 1998.
- [15] 이병호, "개발기간 단축역량이 기업의 수출성과에 미치는 영향," 대한경영학회지, 제22권, 제5호, pp.2459-2480, 2009.
- [16] L. C. Leonidou, C. S. Katsikeas, and S. Samiee, "Marketing strategy determinants of export performance: a meta-analysis," Journal of Business Research, Vol.55, No.1, pp.51-67, 2002.
- [17] C. H. Christensen, A. Da Rocha, and R. K. Gertner, "An empirical investigation of the factors influencing exporting success of Brazilian firms," Journal of International Business Studies, Vol.18, No.3, pp.61-77, 1987.
- [18] A. K. Kohli and B. J. Jaworski, "Market orientation: The construct, research propositions, and managerial implications," Journal of Marketing, Vol.54, No.2, pp.1-18, 1990.
- [19] S. Yamin, A. Gunasekaran, and F. T. Mavondo, "Innovation index and its implications on organizational performance: a study of Australian manufacturing companies," International Journal of Technology Management, Vol.17, No.5, pp.495-503, 1999.
- [20] 문희철, 배명렬, 황경연, "무역지원기관 서비스품질이 수도권 및 지역 수출기업의 수출성과에 미치는 영

향," 통상정보연구, 제17권, 제1호, pp.89-114, 2015.

- [21] 주혜영, "수출제조업체의 환경협력과 수출성과의 인과관계에 관한 연구: Vachon and Klassen(2006) 모델을 중심으로," 무역학회지, 제40권, 제2호, pp.137-160, 2015.

### 저 자 소 개

#### 박 성 곤(Sung-Gon Park)

정회원



- 2013년 2월 : 경운대학교 경영학과 (경영학석사)
- 2016년 8월 : 계명대학교 경영학과 (경영학박사)
- 2020년 3월 ~ 현재 : 계명대학교 국제통상학과 외래교수

〈관심분야〉 : 수출결정, 경영자혁신DNA, 혁신능력

#### 강 석 민(Seok-Min Kang)

정회원



- 2004년 8월 : Univ. of Texas at Dallas(경제학석사)
- 2010년 5월 : Univ. of Texas at Dallas(정책학박사)
- 현재 : 계명대학교 경영학과 부교수

〈관심분야〉 : 해외직접투자, 혁신, 기술협력