



# 수출 제조 기업의 수출 성과 요인에 대한 평가와 과제

## ■ 서

수출 제조 기업의 수출 성과를 제고하기 위해서는 우선 유효한 전략인 규모의 경제 효과 창출과 철저한 시장 조사가 필요하다. 둘째, 시장 다변화, 제품 적응 등 아직 효과적이지 못한 전략을 보다 유효하게 구사할 필요가 있으며, 셋째, 수출 성과별 전략의 세분화 내지 차별화가 이루어져야 한다. 마지막으로 수출 금융 지원책과 수출 보험 제도를 WTO 체제에 적합하도록 보완 내지 개선하여 정부 지원책의 유효화 정도도 모호하여야 한다.

### 박상기

원우경영연구소장, 경영학(經營博)

기업가 정신이 지속적인 경제 성장을 가능하게 하는 가장 기본적이며 결정적인 요인 중 하나라는 인식이 높아지고 있다. 수출 측면에서도 기업가 정신이 수출 잠재력이 있는 산업의 자원 배분 과정과 생산 및 관리 노하우의 채택 과정을 가속화시키기 때문에 기업의 특성이나 전략이 수출 성과에 큰 영향을 미친다. 더구나 기업의 수출 활동은 기업이 성장하기 위한 하나의 중요 수단이다. 기업이 수출 활동에 참여하면 다양화 및 시너지 효과를 얻게 되며 규모의 경제, 경험 효과, 실질적 자산 및 정보 능력의 개선 등을 통해 경영 성과도 개선될 수 있다. 따라서 기업은 성장하고 번영하기 위한 하나의 대안으로 수출 활동을 모색하게 된다. 제조 수출 기업의 수출 성과 요인에 관한 국내외 연구는 정부 정책의 유효성 검증에 비해 상대적으로 미흡한 실정이지만 최근 이에 대한 관심이 높아지면서 연구가 활발히 진행되고 있다.

본고에서는 246 개 전자 제품 수출 기업을 대상으로 설문 조사를 하고 이를 분석한 결과를 토대로 기업 내적 변수인 기업 특성 변수와

수출 전략 변수, 기업 외적 변수인 정부의 수출 지원책 등의 요인들을 대상으로 하여 우리나라의 전자 제품을 제조·수출하는 기업의 수출 성과를 높이는 데 기여한 요인을 평가하고 향후 과제를 제시하고자 한다.

먼저 업체들을 수출 저성과 집단(125 개 업체)과 수출 고성과 집단(121 개 업체)으로 나누고, 업체들의 수출 성과마다 영향을 미치는 요인이 다르기 때문에 수출 성장률, 수출 집약도, 수출 이윤률의 수출 성과 변수를 이용하여 군집 분석을 하였다. 여기서 나타난 집단별 특성을 보면 <표 1>과 같다.

<표 1> 집단별 기업 특성

		저수출 성과 집단	고수출 성과 집단
표본 수		125	121
기업 규모	대기업	21(16.8%)	35(28.9%)
	중기업	73(58.4%)	73(60.3%)
	소기업	31(24.8%)	13(10.7%)
제품 용도	가정용 전자	32(25.6%)	43(35.5%)
	전자 부품	76(60.8%)	54(44.6%)
	산업용 전자	17(13.6%)	24(19.8%)

■ 집단별 수출 성과의 결정 요인

**低수출 성과 집단**

低수출 성과 집단에 속하는 기업들을 대상으로 수출 성과의 결정 요인을 규명하기 위해 회귀 분석을 실시하였다. 그 결과를 보면 低수출

성과 집단에서는 기업 규모, 수출 경험, 제품 품질, 수출 금융 지원이 수출 성장률에, 기업 규모, 수출 시장 조사, 수출 경험, 수출 보험 지원은 수출 집약도에, 수출 지원 조직의 이용, 수출 경험, 수출 금융 지원은 수출 이윤률에 정(+)의 영향을 미친 것으로 나타났다.

<표 2> 저수출 성과 집단의 수출 성과 결정 요인

	기업 특성	수출 전략	정부의 수출 지원책
수출 성장률	기업 규모 수출 경험	제품 품질	수출 금융 지원
수출 집약도	기업 규모 수출 시장 조사 수출 경험	NA	수출 보험 지원
수출 이윤률	수출 지원 조직의 서비스 이용 수출 경험	NA	수출 금융 지원

주: NA는 해당 변수가 없음을 의미함.

이 분석 결과가 주는 시사점은 다음과 같다. 첫째, 수출 성장률과 수출 집약도를 높이려는 기업은 기업 규모를 확대할 것을 시사한다. 이는 기업 규모가 보다 잘 훈련된 관리자를 고용할 수 있는 능력과 교섭력, 그에 따른 저비용·저가격에 기초한 경쟁 우위 등 여러 가지 우위를 실현하고 있음을 반영한다. 그리고 기업 규모가 생산과 국제 마케팅에서 규모의 경제를 실현하고 있고, 연구 개발 전문화된 관리적·재무적 자원 등과 같은 투입 요소의 不可分性을 특징으로 하는 전자 산업에서 특히 효과가 있음을 나타내고 있다.

둘째, 수출 집약도를 높이려는 기업은 수출 시장에 관해 많이 조사할 것을 시사한다. 이는 기업이 공식적·비공식적 수출 시장 조사를 통하여 획득한 우수한 수출관련 정보 서비스를 이용하여 보다 주의 깊게 시장과 경쟁 상황을 평가할 수 있고, 나아가 상황 변화에 보다 적절히 대응할 수 있음을 나타내고 있다.

셋째, 수출 이윤률을 높이려는 기업은 기업 내 수출 지원 조직이 획득한 수출관련 정보 서비스를 많이 이용할 것을 시사한다. 이는 기업이 수출 지원 조직을 통하여 획득한 우수한 수출관련 정보 서비스를 이용하여 보다 주의 깊게 시장과 경쟁 상황을 평가할 수 있고, 나아가 상황 변화에 보다 적절히 대응할 수 있음을 나타내고 있다.

넷째, 수출관련 성장률, 집약도 그리고 이윤률을 높이려는 기업은 수출 경험을 풍부히 할 것을 시사한다. 이는 기업이 수출 경험을 통해 축적한 수출 지식을 경쟁자 분석, 최적 유통 경로의 선정 및 현지 시장에서의 적응 등에 잘 활용될 수 있음을 반영한다.

다섯째, 수출 성장률을 높이려는 기업은 제품 품질을 제고시킬 것을 시사한다. 이는 제품 품질이 고객의 요구를 보다 잘 충족시킬 수 있고, 고객과의 접촉을 보다 우호적으로 개선시킬 수 있으며, 품질로 인하여 기업은 우수 중개인을 활용할 수 있고, 유통 경로를 보다 많이 지원할 수 있으며, 판매자의 신용도 및 신뢰도의 전달을 통해 구매자 불확실성을 감소시킬 수 있음을 나타내고 있다.

### 高수출 성과 집단

高수출 성과 집단에 속하는 기업들을 대상으로 수출 성과를 결정하는 요인들을 규명하기 위한 회귀 분석의 결과는 다음과 같다.

이 집단에서는 기업 규모, 해외 유통 경로의 통제, 수출 금융 지원이 수출 성장률에, 기업 규모는 수출 집약도에만, 수출 시장 조사와 제품 다양화는 수출 이윤률에 정(+)의 영향을 미친 것으로 나타났다.

<표 3> 고수출 성과 집단의 수출 성과 결정 요인

	기업 특성	수출 전략	정부의 수출 지원책
수출 성장률	기업 규모	해외 유통 경로의 통제	수출 금융 지원
수출 집약도	기업 규모	NA	NA
수출 이윤률	수출 시장 조사	제품 다양화	NA

주: NA는 해당 변수가 없음을 의미함.

이 분석 결과가 주는 시사점은 다음과 같다.

첫째, 수출 성장률과 집약도를 높이려는 기업은 기업 규모를 확대할 것을 시사한다. 이는 기업 규모가 보다 잘 훈련된 관리자를 고용할 수 있는 능력과 교섭력, 그리고 그에 따르는 저비용·저가격에 기초한 경쟁 우위를 실현하고 있음을 나타내고 있다. 그리고 기업 규모가 생산과 국제 마케팅에서 규모의 경제를 실현하고 있고, 연구 개발, 전문화된 관리적·재무적 자원 등과 같은 투입 요소의 不可分性을 특징으

로 하는 전자 산업에서 특히 효과가 있음을 반영한다.

둘째, 수출 이윤률을 높이려는 기업은 수출 시장에 관해 많이 조사할 것을 시사한다. 이는 기업이 수출 지원 조직을 통하여 획득한 우수한 수출관련 정보 서비스를 이용하여 시장 및 경쟁 상황을 보다 신속하고 정확하게 평가할 수 있고, 나아가 상황 변화에 적절히 대응할 수 있음을 나타내고 있다.

셋째, 수출 이윤률을 높이려는 기업은 제품의 다양화를 추구할 것을 시사한다. 이는 제품 다양화로 신제품의 수명 주기 단축에 적절히 대응할 수 있고, 소비자의 기호나 욕구의 변화에 보다 신속히 적응할 수 있으며, 유통 경로 구성원의 요구를 보다 많이 충족시킴으로써 판매 경로상의 유리한 위치를 차지하고 있으며, 더욱이 발생되는 위험을 분산시킬 수 있음을 나타내고 있다.

넷째, 수출 성장률을 높이려는 기업은 해외 유통 경로의 통제를 강화할 것을 시사한다. 이는 기업이 시장 및 경쟁 상황의 변화를 정밀하게 감시함으로써 고객과 유통 경로 구성원과의

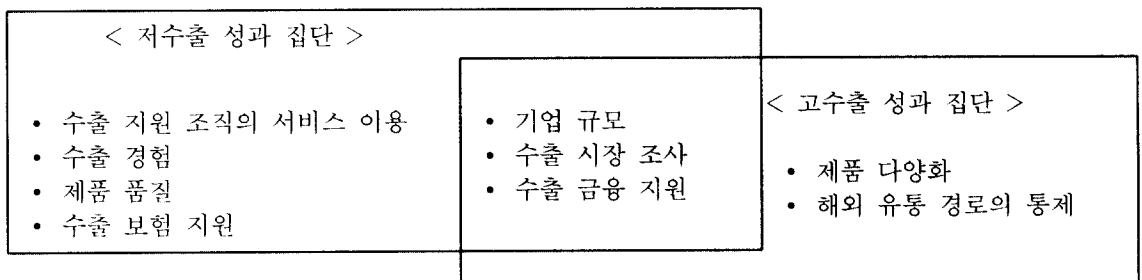
개별 접촉을 증가시켜 고객과 유통 경로 구성원의 필요와 행위를 더 잘 이해할 수 있음을 나타내고 있다. 또한 해외 유통 경로의 통제로 목표 시장의 선정과 마케팅 정책의 현지 적용을 개선시킬 수 있고, 유통 구성원과의 관계를 개선하여 의사 결정 과정을 개선시킬 수 있고, 수출 기업과 유통 업자의 열의를 높일 수 있으며, 개별 접촉을 통한 개선된 시장 관계와 유통 경로 구성원과의 밀접한 관계를 형성하여 기업이 한층 더 주의 깊게 수출 활동을 계획하고 통제할 수 있는 능력을 강화시킬 수 있음을 나타낸다.

### ■ 종합 평가

이상에서 살펴 본 수출 성과별 분석 결과를 종합해 보면 다음의 <그림 1>과 같다.

먼저 기업 규모와 수출 시장 조사 그리고 수출 금융 지원은 수출 성과 수준에 관계없이 모든 기업의 수출 성과에 영향을 미치고 있다. 다시 말하면 기업의 수출 성과 여부에는 규모의 경제 효과가 존재하고 있다. 수출 시장 조사도

<그림 1> 결정 요인 분석의 종합



기업의 수출 성과에 영향을 미치고 있으며 수출 금융 지원도 주요 교역국과의 통상 문제를 초래할 가능성이 크지만 수출 기업의 수출 성과를 높이고 있다.

수출 지원 조직의 서비스 이용, 수출 경험, 제품 품질, 수출 보험 지원 등은 저성과 수출 집단의 수출 성과에 영향을 미치고 있다. 이것들이 고성과 집단보다는 저성과 집단의 수출 성과에 영향을 미치고 있는 이유는 低수출 성과 집단이 아직 수출 경험이 미약하고 수출 지원 조직을 제대로 갖추지 못한 상태이어서 이들 요인들이 수출 성과에 미치는 영향이 크기 때문이라고 할 수 있다. 특히 수출 시장에서 발생할 수 있는 각종 위험에서 안정된 수출 여건의 확보가 수출 성과를 높이는 것은 자체적인 수출 기반을 갖추지 못하고 있음을 시사한다.

반면, 제품의 다양화와 해외 유통 경로의 통제는 高수출 성과 집단의 수출 성과를 높이고 있다. 高수출 성과 집단은 어느 정도의 수출 경험과 나름대로의 수출 지원 조직을 갖추고 있어서 이들 조직에 의한 영향보다는 제품의 다양화와 해외 유통 경로의 통제를 통한 효과를 얻고 있다고 할 수 있다.

반면, 수출 전략중에서 해외 직접 투자, 저가격, 제품 적응, 시장 다변화는 기업의 수출 성과에 영향을 미치지 못하고 있다. 이들 전략들은 일반적으로 원활한 시장 접근이나 안정된 시장 확보를 위해 자주 거론되고 있는 전략들이다. 그러나 실제에 있어서는 이들 전략이 수출 성과를 높이는 데는 크게 기여하지 못하고 있음을 시사한다.

<표 4> 집단간 수출 성과 결정 요인

		기업 특성				수출 전략						정부의 수출지원책				
		기업 규모	수출 시장 조사	수출지원조직 이용	수출 경험	해외 직접 투자	저 가격	제품 품질	제품 적응	제품 다양화	시장 다변화	유통 경로 통제	수출 금융 지원	수출 보험 지원	관세 지원	무역실무 지원
저수출성과집단	수출 성장률	+			+			+					+			
	수출 집약도	+	+		+									+		
	수출 이윤률			+	+								+			
고수출성과집단	수출 성장률	+										+	+			
	수출 집약도	+														
	수출 이윤률		+						+							

주: + = 정의 영향.

■ 수출 성과 제고를 위한 과제

이상에서 분석 결과들을 볼 때 기업의 수출 성과를 높이기 위해서는 다음과 같은 사항들이 고려되어야 한다.

먼저, 유효 전략의 강화가 필요하다. 수출 성과를 높이기 위해서는 수출 성과 수준에 관계없이 유효한 전략으로 나타난 규모의 경제 효과를 창출하려는 노력과 더욱 적극적인 수출 시장 조사 노력을 강화하여야 한다. 이때 규모의 경제 효과는 투입 및 생산 측면뿐만 아니라 업계간 공동 시장 진출 등과 같은 마케팅 측면에서의 규모의 효과도 고려되어야 한다.

둘째, 효과적으로 전략을 구사할 필요가 있다. 일반적으로 알려진 수출 전략 가운데 수출 성과에 기여하지 못한 것으로 나타난 해외 직접 투자, 제품 적응, 시장 다변화 등과 같은 전략은 향후 우리 기업이 가져야 할 전략이므로 이들 전략의 유효성을 높여야 할 것이다.

셋째, 수출 성과별로 전략의 세분화 내지 차별화가 이루어져야 한다. 구체적으로 低수출 성과 집단에 속하는 기업은 직·간접적인 방법으로 수출 경험을 확대하고, 제품의 품질을 제고함으로써 수출 성장률과 수출 집약도를 높일 수 있을 것이다. 그리고 수출 지원 조직의 확대를 통하여 서비스 이용을 확대함으로써 수출 이윤률을 높일 수 있을 것이다. 한편 高수출 성과 집단에 속하는 해외 유통 경로의 통제를 강

화함으로써 수출 성장률을 높일 수 있고, 철저한 수출 시장 조사와 제품의 다양화를 통해 수출 이윤률을 높일 수 있을 것이다.

넷째, 정부 지원 정책의 보완 내지 개선이 이루어져야 한다. 전자 업체의 수출 성과를 높이는 데 기여한 정부 지원책은 수출 금융 지원과 수출 보험이다. 그러나 수출 금융 지원 특히 무역 금융은 직접적인 수출 보조로 간주되어 통상 마찰의 소지를 안고 있다. 수출 보험은 새로운 국제 무역 환경에 능동적으로 대응할 수 있는 여러 가지 순기능을 지니고 있다. 즉 UR 협정문의 수출 보조금으로 간주되지 않기 때문에 통상 마찰의 소지가 없이 효과적인 수출 지원 수단으로 활용될 수 있다. 또한 지원 범위가 수출 분야에 한정되고 실제 보험 사고를 입은 기업에게만 보험금이 지급되기 때문에 정책 효과의 중립성이 높다. 그러나 우리나라의 수출 보험 지원은 활용 보험 종목과 부보 대상 지역 및 담보 위험 등에서 편중성을 띄고 있어 새로운 결제 방법 등과 같은 기업 부문의 다양한 대외 경제 활동 유형에 적절히 수용되지 못하고 있고, 수출 보험 제도 또한 기반이 취약하여 이에 부과된 경제적 기능인 수출 거래상의 불안 제거 기능, 금융 보완적 기능, 수출 진흥 정책 수단으로서의 기능이 제대로 발휘되지 못하고 있다. 따라서 이들 지원책의 보완 내지 개선이 이루어져야 할 것이다.♣