

中小企業의 輸出行態：釜山地域의 경우

Export Behavior of Small and Medium-Sized Firms : The Case of Pusan

河 鍾 郁*

논문 초록

최근 국제화붐에 따라 우리나라 기업의 국제화가 무척 강조되고 있으나, 대부분의 국제화 유형이 해외직접투자 지향적이며 수출은 중요시되고 있지 못하다. 더우기 수출증대를 위한 기업으로서 종합무역상사가 시선을 끌고 있을 뿐, 우리나라 기업수의 대부분을 점하고 있는 중소기업의 수출문제에 대해서는 정책적 배려나 학술적 연구 등의 면에서 소홀한 편이다.

따라서 본 연구는 우리나라 중소기업들의 수출행태를 실증적으로 밝히려는 것을 목적으로 한다. 구체적으로 첫째, 중소기업들이 수출시장진출을 하게 되는 동기와 과정을 살펴보고 둘째, 수출중소기업과 비수출중소기업의 특성차이를 밝혀보며, 마지막으로 수출중소기업들의 수출성과 결정요인을 찾아보고자 한다.

이러한 연구를 통한 중소기업 수출행태의 계량적 분석과 구명은 우리나라 중소기업들의 해외시장진출의 결정과 시장확대를 꾀하는데 실증적으로 뒷받침이 되는 구체적 방안을 제시해줄 수 있을 것이다. 그리하여 국제화시대에 기업의 존립과 발전을 도모할 수 있는 전략의 수립을 가능케 하고, 국가적으로는 수출의 장기적 증대로 무역수지적자 문제 및 국내고용의 증대를 통해 경제의 안정적 발전을 추구하는데 기여할 수 있으리라 기대된다.

I. 序 論

우리나라 경제는 지난 30여년간 수출에 의존하여 고도성장을 거듭해 왔다. 그러나 근년들어 무역수지가 흑자로 보이면서 수출에 대한 관심도가 상대적으로 낮아지고 국내시장의 개방압력이 가중됨에 따라 또다시 무역수지는 적자로 반전하였다. 수출신장세는 점차 둔화되어가는데 수입은 지속적으로 증가하고 있어 대폭적인 무역수지적자 문제로 나라안이 시끄럽게 될 조짐에 있

*釜山水產大學校 社會科學大學 貿易學科 副教授

다.

최근 국제화붐에 따라 우리나라 기업의 국제화가 무척 강조되고 있으나, 대부분의 국제화 유형이 해외직접투자 지향적이며 수출은 중요시되고 있지 못하다. 더우기 수출 증대를 위한 기업으로서 종합무역상사가 시선을 끌고 있을 뿐, 우리나라 기업수의 대부분을 점하고 있는 중소기업의 수출문제에 대해서는 정책적 배려나 학술적 연구 등의 면에서 소홀한 편이다.

가능하다면 해외직접투자보다는 수출이 훨씬 국민경제를 위해 바람직하다. 왜냐하면 수출은 국내생산으로 고용을 증대시키고 국제수지에 도움이 되기 때문이다. 이런 점에서 비추어볼때 앞으로 우리나라의 경제규모가 아무리 거대화할지라도 수출의 중요성은 계속적으로 인식되어야 한다. 그러므로 대기업뿐만 아니라 중소기업들의 수출에 대한 관심고조와 증대를 위한 노력은 아무리 강조하여도 지나치지 않을 것이다.

중소기업수출의 적극화를 도모한다면 그 정책적 방향은 다음의 두 가지가 될 것이다. 첫째, 수출하지 않고 있는 중소기업들로 하여금 수출에 참여하도록 하며 둘째, 수출기업 중에서 수출성도가 저조한 기업들로 하여금 보다 적극적이고 성공적인 수출을 전개토록 하는 것이다. 이는 결국 기업의 국제화 과정에 있어서 해외 수출시장에의 개입의 정도를 고도화하는 것으로, 국제화 과정을 단계로 나눌때 전자는 수출개시단계, 후자는 수출촉진단계라 할 수 있다.

비수출 중소기업들의 수출개시를 돕기위하여 수출동기와 수출개시의 적정시점에 대한 수출기업들의 경험적 실태를 알려주는 것은 유효한 일일 것이다. 뿐만 아니라 수출 중소기업과 비수출 중소기업이 기업내외적인 요소면에서 어떤 특성차이가 있는지의 여부와, 그리고 차이가 있다면 어떤 요소에서인지를 밝혀주는 것도 비수출 중소기업들이 수출기업화하는 데에 유효한 시사점을 제시해 줄 것이다. 그리고 이와 같이 하여 수출 단계로 이행된 초기단계의 수출기업과 기수출기업이 되 수출성도가 낮은 기업들로 하여금 추진하게 할 과제는 수출성도를 높이도록 하는 것이며 이는 수출성도의 결정요인을 파악해 줌으로써 가능하다고 본다.

따라서 본 연구는 우리나라 중소기업들의 수출행태를 실증적으로 밝히려는 것을 목적으로 한다. 구체적으로 첫째, 중소기업들이 수출시장진출을 하게 되는 동기와 과정을 살펴보고 둘째, 수출중소기업과 비수출중소기업의 특성차이를 밝혀보며, 마지막으로 수출중소기업들의 수출성과 결정요인을 찾아보고자 한다.

특히 연구방법론에 있어서 국내의 선행연구중 대부분이 정성적 계량분석방법을 사용하고 있어 계량적 방법의 원용을 통한 분석적 연구가 필요한 실정이라고 생각되어, 본 연구는 통계적 분석

방법에 의존하여 수출행태를 구명하고자 한다. 중소기업 수출행태의 계량적 분석과 구명은 우리나라 중소기업들의 해외시장진출의 결정과 시장확대를 피하는데 실증적으로 뒷받침이 되는 구체적인 방안을 제시해줄 수 있을 것이다. 그리하여 국제화시대에 기업의 존립과 발전을 도모할 수 있는 전략의 수립을 가능케 하고, 국가적으로는 수출의 장기적 증대로 무역수지적자 문제 및 국내 고용의 증대를 통해 경제의 안정적 발전을 추구하는데 기여할 수 있으리라 기대된다.

II. 理論的 背景 및 假說設定

2.1 수출동기

서구의 경우, 중소기업들의 최초로 해외시장으로 진출하게 된 계기는 대부분의 경우 외국 바이어로부터의 우연하고 자발적으로 이루어진 주문에 의한 것이라고 알려져 왔다(Sompson & Kujawa 1974; Ohram 1982). 이는 최근의 한 연구(Kaynak, et. al. 1987)에서도 총응답업체의 58%에 해당하는 중소기업들이 최초수출의 동기가 우연한 해외수주임을 나타내므로써 확인되고 있다.

그러나 본질적인 측면에서 Luostarinen(1980)은 기업국제화의 동기를 자국시장의 협소와 개방성, 그리고 해외시장의 광대와 개방성에 두고 있다. 즉 핀란드와 같이 국내 시장규모가 작고 개방적인 경우 국내시장이 협소하여 기업성장의 한계를 가져오며, 국제경쟁적 분위기에서 해외시장으로 진출을 하지 않을 수 없는 불가피한 요인(push factor)이 되며, 이에 반해 규모가 크며 개방적인 해외시장이 유인(pull factor)하고 있으므로 기업의 해외시장진출이 이루어진다고 하였다.

중소기업에 있어 이윤획득이 수출의 주된 동기인가에 대해서는 서로 대립되는 주장이 나타나고 있다. Hunt, et. al. (1967)는 단기적 이윤추구가 아니라 기업의 궁극적 성장을 보장할 수 있는 장기적 이윤추구가 수출동기라고 주장하고 있다. Simpson과 Kujawa(1974)는 미국 테네시주 제조업체 120개사(50개 수출업체, 70개 비수출업체)를 대상으로 한 면담조사를 통하여 수출이 단기이익을 증대시키는 수단으로 인식되고 있음을 밝혀냈다. 그럼에도 불구하고 장기이윤추구가 지배적임이 다른 연구들(Biley 1978)을 통하여 밝혀지고 있다.

수출행태에 대한 문헌연구를 시도한 Bilkey(1978)는 수출개시(export initiation)를 하게 된

동기를 외적 요인과 내적 요인에 의한 것으로 분류하고 외적요인은 상공회의소, 경제단체, 은행, 정부기관 및 타업체들로부터 지원과 영향을 받아 이루어지는 것이고, 내적요인은 수출에 대해 관심과 의욕을 가진 최고경영자에 관한 것으로 밝히고 있다. 또한 최고경영자가 수출개시를 하느냐 안하느냐의 결정요인으로 Bilkey는 첫째, 수출을 함으로써 실제로 기업에 가져올 효과보다는 수출의 매력에 대한 막연한 기대, 둘째, 최고경영자의 외국에 대한 관심도에 따른 기업 해외지향의 정도, 세째, 기업이 보유하고 있는 경쟁우위에 대한 자신감, 네째, 국내시장여건의 악화로 수출이 기업존립의 수단으로 되는 것을 들고 있다.

한편 Bilkey는 수출개시의 동기와 별도로 구분하여 기업이 자발적으로 수출을 개시하게 되는 동기(motivation for exporting)의 요인을 제시하고 있는데, 그는 수출에 대한 적극적 의도를 가진 기업들의 수출동기는 단기적 이윤동기가 아니라 시장다변화와 장기적 성장을 통한 장기적 이익추구 그리고 국내시장의 포화와 그로인한 내수판매 감소를 회피하고자 하는 것이라고 제시하고 있다.

스웨덴의 중소기업을 대상으로 한 연구(Kaynak, et. al. 1987)에서는 수출을 시작하게 된 동기가 국내시장의 포화, 우연한 해외수주, 유희생산시설의 이용, 해외시장에서의 자사상품의 경쟁우위, 국내경쟁의 과다, 국내 경제적 환경의 악화, 그리고 정부 수출지원기관의 독려임을 밝히고 있다.

이상의 서구중소기업들의 수출동기를 분류해보면 우연한 동기, 국내경쟁의 심화 또는 시장포화로 불가피하게 된 소극적인 동기, 그리고 이윤 및 기업성장을 위한 해외시장개척의 적극적인 동기, 외부의 지원에 의한 동기 등이 주된 것임을 알 수 있다.

그러나 우리나라 중소기업의 경우, 이와같은 서구기업의 동기 이외에 정부의 수출드라이브정책에 힘입어 세제 및 금융상 특혜를 얻기위해 해외시장진출을 하게된 요인이 매우 크며(정부지원에 의한 동기), 국내시장지향에서 서서히 해외진출하는 것이 아니라 설립시부터 해외시장진출을 위한 수출전문업체가 많다(제품자체가 해외판매용). 그리고 우연한 동기는 전략적 관점에서도 의의가 없으므로 본 연구에서는 우리나라 중소기업들의 수출동기와 관련하여 다음과 같이 가설을 수립한다.

가설 1 : 우리나라 중소기업의 수출동기는 정부지원에 의한 동기, 제품자체가 해외지향제품인 이유, 해외시장의 매력에 의한 적극적 동기, 국내시장의 협소, 그리고 최고경영자의 해외지향적 태도때문이라고 본다.

2.2 국제화 과정

서구기업의 국제화과정에 대해서는 많은 연구가 이루어져 왔으며, 우리나라 기업의 국제화에 대해서도 연구(조동성 1980; 이장로, 문희철 1988)가 진행되고 있는데 일반적으로 기업의 국제화를 해외시장개입의 정도를 더해가는 점진적 과정으로 인식하고 있다. 특히 확산이론의 관점에서 실증적으로 조사한 연구(이장로, 문희철)도 있다. 이들 선행연구에 의하면 수출은 기업국제화의 한 단계로서 파악된다. 즉 국내시장위주의 기업형태에서 국제시장의 협소, 해외시장진출을 통한 이윤 및 기업성장의 적극적 도모, 경험축적에 의한 국제화능력의 보유 등의 요인에 의해 수출단계의 기업으로 이동해 간다는 것이다.

특히 수출단계를 축점으로 하여 그 과정을 제시한 연구들(Johanson & Wiedersheim-Paul 1975; Johanson & Vahlne 1977; Bilkey & Tesar 1977)을 보면 Johanson 과 Wiedersheim-Paul은 수출단계를 비수출단계, 수출대리상(agent)을 통한 수출단계, 해외 판매자회사를 통한 수출단계, 그리고 해외자회사의 현지생산 단계로 구분하여 수출개발의 과정을 설명하고 있고, Johanson 과 Vahlne는 기업국제화를 기업의 외적 자극이 기업조직에 영향을 미쳐 그에 대해 적응해가는 과정으로 설명하고 있다. Bilkey와 Tesar도 423개의 미국 위스콘신주 제조업체를 대상으로 한 설문조사를 통해 수출개발과정을 다음의 6단계로 구분하고 있다. 첫째, 수출을 전혀 고려하지 않으려고 하는 단계, 주문이 오면 수출하되 자사제품의 수출가능성을 검토하지는 않는 단계, 수출가능성을 검토하여 기회를 추구하려는 단계, 실험적으로 한정된 국가에 수출하는 단계, 현지시장에서 경험을 축적한 단계, 그리고 마지막으로 새로운 시장을 찾아나서는 단계로 분류하고 있다.

수출개발과정의 단계설들은 대체로 비수출단계와 수출개시단계, 그리고 수출개시후 적극화해가는 수출축진의 단계를 축점으로 설명하고 있다. 즉, 비수출 → 수출개시 → 수출축진의 단계로 해외시장개입의 정도를 심화시켜간다고 볼수 있다. 이와같이 기업의 국제화를 점진적 과정으로 볼때 현실적으로 기업역사가 오래된 기업일수록 수출역사도 오래된다고 말할 수 있다.

우리나라 중소기업의 경우도 이와 같은 현상을 보일 것으로 간주하여 다음과 같이 중소기업의 수출기업화 과정에 대한 가설을 수립한다.

가설 2: 우리나라 중소기업의 수출기업화는 점진적 과정을 거쳐 진행되는데 내수 → 수출개시 → 수출축진의 단계에 따른다.

2.3 국제화 영향요인

2.3.1 수출개시요인:수출·비수출 중소기업의 특성차이

중소기업들이 어떻게해서 수출을 하게 되었는가하는 것이 곧 수출·비수출중소기업의 특성차이로 볼 수 있다. 즉, 수출중소기업은 비수출기업에 비해 어떤 특성요인이 있어서 가능하게 된 것이라고 보는 것이다. 폐쇄적 환경하에 있는 내수기업으로서 해외시장에의 최초의 개입이 얼마나 어려운 결단인가를 Simmonds와 Smith(1968)는 이를 하나의 혁신으로 표현하고 있다.

수출을 개시하게 되는데 주요한 역할을 하는 요인으로서 Bilkey는 외부기관의 지원, 최고경영자의 국제화에 대한 관심과 자세를 들고 있다. 또한 Bilkey는 수출·비수출기업의 특성차이에 관한 문헌연구(Bilkey p. 41)에서 Snaveley et. al. (1964)의 미국 커네티컷주의 기업을 대상으로 한 연구에서 수출기업이 우위를 가지는 주요 특성으로 제품의 특허등록, 시장범위의 광역성(미국 전역), 독자적 특허기술 확보, 최고경영자의 해외 시장연구의욕의 높음, 그리고 다양한 판매기법의 사용임을 발견한 것을 밝히고 있다. 뿐만 아니라, Cavusgil(1976)이 미국 위스콘신주의 기업을 대상으로 조사한 Tesar의 423개사의 수출 및 비수출기업 자료를 분석한 결과, 수출기업이 비수출기업에 비해 가지고 있는 주요 특성은 경영자의 수출효과에 대한 긍정적 인식 및 기업규모 요인임을 발견한 것(Bilkey, p. 41)도 밝히고 있다.

Cavusgil과 Nevin(1981)은 수출을 하게 되는 내적요인으로써 기업우위요인, 경영자의 성취욕구정도, 수출효과에 대한 경영자의 기대, 그리고 수출마케팅에의 자원투입 수준을 들고 있다.

Ogram(1982)은 미국 조지아주 중소기업을 대상으로 수출업체와 비수출업체가 기업특성면에서 어떤 차이가 있는가 하는 연구에서 수익과 위험에 대한 인식에 있어서 차이가 있음을 밝히고 있다. 이는 그후 미국 플로리다주의 중소기업들을 대상으로 동일한 조사를 한 Ortiz-BuonaFina(1985)의 연구결과에서 확인되고 있다. 이 연구에서 언어구사 능력여부도 중요한 요소로 나타났다. 그리고 수출을 가능케하거나 성공시키는데 주요한 변수의 하나로 정부의 수출지원사업 또는 기구의 이용여부도 중요한 것으로 밝혀졌다(Ogram 1982; Brooks & Rosson 1982). 또한 Reid(1984)는 중소기업의 국제화에 수출관련정보의 획득여부가 결정적 요인임을 주장하고 있다.

수출 및 비수출기업을 대상으로 수출개시와 그 특성차이를 구명하고자 시도한 우리나라의 적

절한 문헌은 찾아볼 수 없었다.

이상의 수출개시요인을 종합해 보면 기업내적 요인은 기업의 차별적 우위, 최고경영자의 자세, 수출마케팅 노력(정보수집), 그리고 외적요인은 외부기관의 지원이 중요한 요인이 되고 있음을 알수 있다.

따라서 수출개시요인에 관한 가설을 다음과 같이 설정한다.

가설 3 : 수출중소기업은 비수출중소기업에 비해 기업의 차별적 우위, 경영자의 국제화의지, 해외 정보수집 능력, 그리고 외부지원의 이용면에서 차이가 있다.

2.3.2 수출촉진요인:수출성과 결정요인

Tookey(1964)는 수출을 성공시키는 요인으로써 기업규모, 수출증대를 위한 확고한 기업의 정책유무, 국내사용 유통경로의 종류, 수주량과 그 수용의지, 수출경로, 정부기관 등의 수출지원 서비스의 이용여부, 그리고 제품의 종류와 품질을 들고 있다.

Johanson과 Wiedersheim - Paul(1975)은 기업이 점진적으로 해외시장개입을 증대해 나감에 있어 자원투입, 시장경험 그리고 정보가 중요한 요소임을 밝혀냈고, Johanson과 Vahlne(1977)는 해외시장에 대한 지식으로서 경험이 중요한 요소임을 강조하고 있다. 또 수출경험의 정도가 수출기회에 대한 반응과의 관계에 있어서 적극성을 유발할 수 있다고 Piercy(1981)는 주장하고 있다.

기업규모(firm size)가 수출성과의 영향요인인가에 대해서는 상반된 견해를 보이고 있다. Tookey(1984), Hirsch(1971), State of Minnesota(1975)는 기업규모와 수출성과간에 유의적인 관계가 있음을 밝히고 있는 반면, Reid(1982)는 관계가 없음을 보여주고 있다.

제품다양화(product diversification)와 수출성과에 정(+)의 관계가 있음이 Itami et. al. (1982)와 조동성(1983)에 의해 일본기업과 한국기업을 각각 대상으로 한 연구에서 나타나고 있다.

Cavusgil(1984)은 수출활동과 관련된 조직적 특성에 관한 문헌연구를 통해 정보수집 및 공급을 위한 기업조직이 수출성과에 중요한 요인임을 나타내고 있다. Denis 와 Kepelteau(1985)도 수출에 관한 문헌들에서 해외시장정보가 수출개시 및 수출촉진의 선결요인으로 생각된다고 밝히고 있다. 이와 같은 해외정보 능력은 기업이 텔렉스와 같은 시설도 보유하고 해외시장조사를 실

시하는 것도 직접적으로 필요하며, 간접적으로는 기업내에 독자적 수출조직을 편성하고 해외지사수를 증가시킴으로써 더욱 증대될 수 있으리라 생각된다.

또한 해외지사(foreign affiliates)의 수가 많을수록 수출성과가 높아짐은 Bradshaw(1969)와 Barker(1972)의 연구에서 미국기업들의 수출의 절반정도가 자사의 해외지사들에 대한 판매임을 밝힘으로써 입증되었다고 할 수 있다.

한편 우리나라 기업의 국제화요인에 대해 박종희(1981)는 제품의 품질수준, 직접수출비중, 수출대상국의 수가 수출증대에 중요한 요인임을 밝히고 있고, 정구현(1984)은 업종, 기업규모, 수출경험, 수출비중 등을 중요한 변수로 설정하고 있다. 또한 문준연(1986)은 수출의 중요성 인식도, 기업의 차별적 우위, 희망통제수준 등의 특히 중요한 요소임을 지적하고 있다. 그리고 부산지역의 수출중소기업을 대상으로 한 설문조사를 통하여 신한원(1989)은 수출성장과 관계있는 변수로서 기업규모(종업원수), 상품의 종류, 제품개발방식, 수출경로를 들고 있다.

이상의 수출성과의 결정요인에 대한 국내외 연구결과들을 요약해 보면 첫째, 기업이 해외시장에서 경쟁력을 가질 수 있는 제품의 특성면에서 '차별적 우위'를 확보해야 되고 둘째, 이 우위요소를 국제화시킬수 있는 기업의 '국제화능력(정보, 조직, 인적자원, 재무적 능력, 경험)'이 있어야 하며 셋째, 해외시장에 대한 적극적 의지를 갖고 위험부담을 감수하려는 경영자의 태도가 필요하고, 마지막으로 정부를 비롯한 수출지원기관들의 수출촉진프로그램 등 외부지원을 이용해야 한다고 할 수 있다.

따라서 중소기업의 수출성과 결정요인에 대해 다음과 같이 가설을 설정한다.

가설 4 : 중소기업의 수출성과는 차별적 우위, 국제화능력, 경영자의 태도, 및 외부지원 이용에 의해 결정된다.

Ⅲ. 研究方法

실증연구를 위해 부산지역에 소재한 제조업(중분류)과 무역업에 종사하는 기업중에서 종업원수 500인 이하의 기업을 본 연구에서의 중소기업으로 인식하여(Tortelian & Gaedake 1985) 이를 모집단으로 하여 체계적 표본추출기법(systematic sampling)을 이용하여 총표본업체 398개를 선정하였다. 표본추출을 위한 틀(sampling frame)으로써 부산상공연감(부산상공회의소

1990)이 사용되었다. 자료수집방법으로서는 우편조사기법과 면담조사법을 병용하였고, 수집된 자료는 SAS를 이용하여 처리하였으며 자료의 분석은 각 가설을 검증하는 순으로 하였다. 한편 가설의 표현은 이해의 편의상 귀무가설(null hypothesis)이 아닌 대립가설(alternative hypothesis)로 서술하였다.

가설 1의 검증은 가설상의 수출동기별로 응답업체수의 분포를 분석하므로써 가능하다고 판단되어 수출동기와 그 우선순위간의 관계를 분할분석(cross tabulation)을 통해 chi-square 독립성 검증기법을 이용하여 유의성검증을 하고자 하였다.

가설 2는 내수→수출개시의 과정에 대한 검증기법으로는 동일한 분석을 시도한 선행연구(이장로·문희철 1988, p. 31)에서 사용한 분석기법인 스피어만 순위상관분석(spearman rank correlation analysis)을 사용하였고, 수출개시→수출촉진의 과정에 대한 검증을 위해서는 피어슨 상관분석을 사용하였다.

가설 3은 수출개시의 영향요인을 찾아내는 것으로서 두 단계로 분석이 이루어졌다. 먼저 수출기업과 비수출기업이 가설적 요인면에서 서로 다른가 그렇지 않은가 여부를 파악하였으며, 그 다음 두 기업그룹이 다른 것으로 나타났을 때 그 차이의 결정요인이 어떤 요인들인가를 밝혔다. 전자의 분석은 수출기업과 비수출기업을 분류변수(classification variable)로 하고 가설적 요인들을 설명변수(explanatory variables)로 하는 판별분석적 접근방법(discriminant approaches)에 의해 그 검증이 가능한데, 본 연구에서는 두 그룹 판별분석기법(two group discriminant analysis)을 이용하였다. 그리고 후자의 분석을 위해서는 판별분석을 사용하는 경우 그 결정요인 선정을 가능케하는 기법인 단계별 판별분석기법(stepwise discriminant analysis)을 이용하였다. 다만, 설명변수들 중 범주형변수(categorical variables)가 상당수 있어 설명변수의 차원을 줄이면서 분류변수와와의 상관관계여부도 개별적으로 살펴보기 위해 분할분석을 통한 chi-square 독립성검증을 시도하였다.

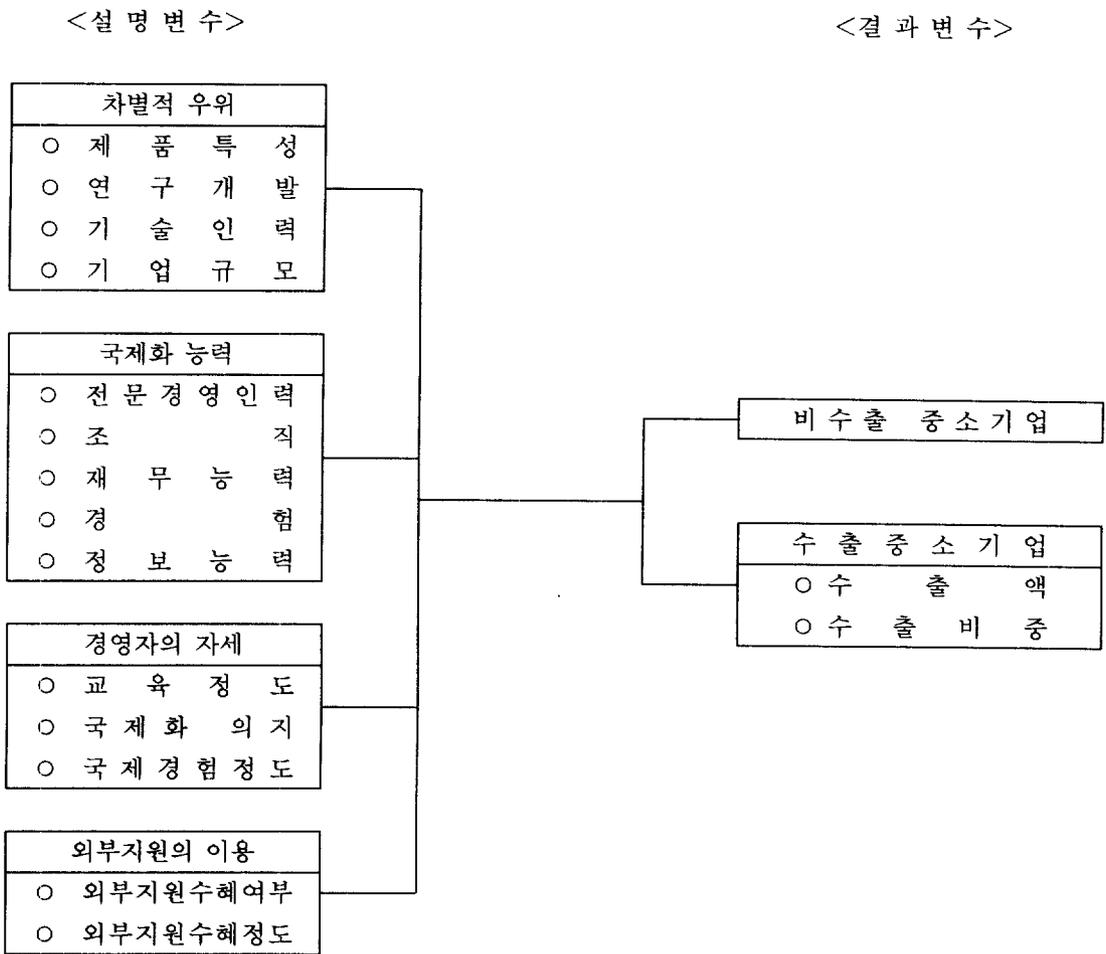
가설 4는 수출성과의 결정요인을 찾아내는 것으로서 수출기업만을 대상으로 수출성과를 종속변수로 하고 가설적 요인들을 독립변수로 하여 단계별 회귀분석기법(stepwise regression analysis)을 사용함으로써 검증을 시도하였다. 종속변수로서 수출성과는 수출액과 수출비중을 선정하였는데, 전자는 절대적 성과변수로서 그리고 후자는 상대적 성과변수를 나타낸다. Kleinschmidt(1982)은 수출비중(export intensity)이 전통적으로 수출성과를 측정하는 유일한

지표임을 주장하고 있으며, Reid(1982)는 수출비중의 여러가지 변수로 종합적 측정을 하여야 한다고 주장하고 있다. Hirsch(1971)는 수출성과의 측정지표는 연구의 목적에 따라 결정되며 연구목적에 유용한 한 사용할 수 있다고 설명하고 있다.

본 연구는 수출개발의 과정으로 수출촉진(export promotion)의 정도를 측정할 수 있는 지표를 선정하는 것이 목적이므로 수출금액(수출의 양적변화)과 수출비중(수출전문화의 정도)을 사용하였다.

가설 3과 가설 4는 그 가설적 설명변수들이 대체로 유사한 현상을 보이고 있는데 이는 가설 3

<표 3-1> 중소기업 수출요인 선정을 위한 연구모형



<표 3-2> 변수의 측정

변 수	대 위 변 수 (약 호)	측 정
제 품 특 성	KS마크 획득여부(KS) 제품 다양화(PDV) 자사상표이용여부(BRAND)	dummy 변수(0, 1) \sum (품목별 매출액/매출액) ² dummy 변수(0, 1)
연 구 개 발	연구개발 여부(RAD) 연구개발 투자율(RADR) 연구개발 인원(RADP)	dummy 변수(0, 1) 연구개발비/매출액 × 100(%) 연구개발요원의 수
기 술 인 력	대졸기술직 비율(COLTEC)	대졸기술직 사원의 수/기술직종업원의 수 × 100(%)
기 업 규 모	총자산(ASET) 종업원수(EMP)	총자산금액 상시 총종업원의 수
전문경영인력	대졸사무직 비율(COLSEC)	대졸사무직 사원의 수/총사무직 종업원수 × 100(%)
조 직	수출조직 여부(EXORG) 해외지사수(NOS) 지역다변화(GDV)	dummy 변수(0, 1) 해외지사의 수 \sum (국별매출액/매출액) ²
재 무 능 력	부채 비율(DEBT) 매출액 이익율(ROS)	부채/자기자본 × 100(%) 당기순이익/매출액 × 100(%)
경 험	기업 역사(HIS) 수출 역사(EXHIS)	회사존립 년수 수출 년수
정 보 능 력	텔렉스 설치여부(TLX) 해외시장조사 실시여부(MKTRS)	dummy 변수(0, 1) dummy 변수(0, 1)
교 육 정 도	최고경영자의 학력(EDUC)	서열척도 측정(1~5)
국제화 의지	최고경영자의 국제화에 대한 태도(OPN)	서열척도 측정(1~5)
국제경험정도	최고경영자의 연간 해외 방문횟수(FREQ)	연간 평균 해외출장 횟수
외 부 지 원	외부지원 수혜여부(AID)	dummy 변수(0, 1)
외부지원정도	외부지원 수혜정도(DAID)	서열척도 측정(1~5)
수 출 여 부	수출 여부(EX)	dummy 변수(1, 0)
수 출 액	수출 금액(EXAMT)	연간 수출금액
수출 집약도	수출 비중(EXINT)	수출액/매출액 × 100(%)

이 비수출계단계에서 수출개시단계로 이동하는데 영향을 미치는 요인에 관계되며, 가설 4는 수출개시단계에서 수출촉진단계으로 수출성과를 증대시키는데 영향을 미치는 요인에 관계되는 것으로 사실상 이 세 단계는 「비수출→수출개시→수출촉진」의 수출개발과정의 각 단계에 해당되며 각 단계별 이동에의 영향요인은 크게보면 기업 국제화의 요인으로 간주할 수 있기 때문이다. 따라서 가설 3과 가설 4의 요인선정을 위한 연구모형으로서 종합적 관계를 <표 3-1>과 같이 수립하였다. 다만, 가설 3의 설명변수중에는 <표 3-1>의 설명변수에서 국제화능력변수중 다수(조직, 재무능력, 수출역사)가 누락되며, 가설 4의 설명변수로는 <표 3-1>의 설명변수를 일단 모두 투입하여 분석을 시도했다. 그 이유로는 본 연구가 우리나라 중소기업 수출단계의 결정요인에 관한 계량적 연구의 출발적 시도로서 연구의 성격이 탐험적 연구(exploratory study)에 속하며, 또한 요인을 선정하는 분석기법으로서 단계별 분석기법(stepwise analysis)을 사용하기 때문에 요인선정을 위한 투입설명변수 선정에 있어서 기준의 엄격성이 다소 완화되어도 주요결정요인 선정이 가능하다고 판단되기 때문이다. 따라서 가설 3및 가설 4와 관련하여 중소기업 수출요인 선정을 위한 연구모형은 <표 3-1>과 같으며 변수의 측정은 <표 3-2>에서 보는 바와 같다.

IV. 研究結果

총표본업체 398개사중 회수된 설문지는 120개였다(총회수율 30.2%). 그러나 이들 중 자료의 누락이 변수에 따라 많았으며, 이로인해 통계적 분석에 있어 투입되는 자료의 수(number of observations)가 상당한 차이를 보였다.

4.1 수출동기:가설 1의 검증

가설 1의 검증기법으로 분할분석에 있어 수출동기와 그 우선순위간 관계여부를 검증함으로써 수출동기별로 순위적 의미가 있음을 밝혀보려고 chi-square독립성 검증을 하려하였으나 예상빈도의 과소문제(Daniel 1978)가 발생하였는바, Cochran정리에 의거 예상빈도가 5보다 적은 항목이 전체의 20%를 초과하는 경우 chi-square검증기법의 이용이 부적절하기 때문에 유의성 검증이 불가능하였다. 다만 동기별 1순위를 기준으로 빈도수를 고려하여 볼때 제품성격상의 요인, 경영자의 국제화의지, 국내시장의 협소 요인이 주된 수출동기가 되고 있으며, 해외시장의 매력요

인도 30개 업체(32.3%)가 수출동기로 내세우고 있다. 그러나 정부지원으로 인해 수출했다고 응답한 업체는 전체의 29.3%에 그쳤고 순위면에서도 하위에 머무르고 있다. 기타라고 응답한 업체는 15개 업체로서 21.1%에 해당하므로 가설적 동기외에 다른 요인이 수출동기로 작용하고 있다고 할 수 있다.

수출동기별 우선순위에 따른 분할표는 <표 4-1>과 같다.

<표 4-1> 순위별 수출동기

수출동기	순위	1	2	3	4	5	6
(1) 국내시장의 협소		13	11	10	3	0	0
(2) 해외시장이 매력적이어서		6	10	8	3	3	0
(3) 정부지원으로 인해		1	0	3	7	4	2
(4) 최고경영자의 해외지향적 사고에 의해		19	4	4	1	5	0
(5) 제품성격상 해외판매가 부득이하여		26	13	3	3	3	0
(6) 기타		6	4	0	3	0	2

주: 응답업체수=71(유효회수율 17.8%)

4.2 국제화과정:가설 2의 검증

우리나라 중소기업이 내수→수출개시→수출촉진(수출금액증대, 수출비중증대)의 단계를 거쳐 해외시장진출을 이루는가 하는 것을 검증하는데 있어 먼저, 내수→수출개시 단계에의 과정검증은 기업역사와 수출역사간의 상관관계(이장로, 문희철)를 스피어맨 순위상관분석을 이용하여 살펴봄으로써 가능케하였고, 수출개시→수출금액증대와 수출개시→수출비중증대의 과정은 수출역사와 수출액, 수출역사와 수출비중간의 상관분석을 통해 검증하였다.

<표 4-2> 상관분석 결과

상관변수	상관종류	상관계수	P값	응답업체수
설립역사와 수출역사	스피어맨순위 상관	0.37894	0.0003	89
수출역사와 수출금액	피어슨 상관	0.26045	0.0148	87
수출역사와 수출비중	피어슨 상관	0.27592	0.0106	85

따라서 기업역사와 수출역사와의 순위상관계수가 1%수준에서 유의적으로 나타나 수출개시가 기업역사와 관계가 있는 것으로 결론내릴 수 있고, 이는 경험과 지식, 정보의 축적이 수출기업화에 중요한 요인이 된다는 판단을 가능하게 하였다. 그리고 수출 개시후의 역사, 즉 수출역사가 수출금액 및 수출비중과 5%의 유의수준에서 정(+)의 상관관계를 보이고 있어 수출촉진이 수출 개시이후 점진적으로 이루어지고 있다고 할 수 있다.

4.3 수출·비수출 중소기업의 특성차이:가설 3의 검증

4.3.1 분류변수와 범주형 설명변수간 관계검증 결과

설명변수가 숫적으로 많아 상관관계가 없는 변수는 줄일 필요가 있는데 그 중에서 범주형 변수(categorical variable)가 다수이며, 종속변수도 범주형 변수이므로 먼저 이들 변수간의 상관관계를 분석하여 그 관계가 유의적이지 못한 변수는 판별분석에서 제외하도록 하였다. 범주형 변수간 상관관계를 분석하기 위해 chi-square 독립성검증을 하였는 바, 그 결과는 다음과 같다.

<표 4-3> 연구개발 실시여부(RAD)

	실	시	미	실	시
수	출	69		32	
비	수	7		10	

주 : chi-square 값 = 4.470 P 값 = 0.034
응답업체수 = 118(유효회수율 = 29.6%)

<표 4-4> KSMARK 획득여부

	획	득	미	획	득
수	출	9		92	
비	수	2		15	

주 : chi-square 값 = 0.140 P 값 = 0.708
응답업체수 = 118(유효회수율 = 29.6%)

<표 4-5> 해외시장 조사여부(MKTRS)

	실	시	미	실	시
수	출	29		58	
비	수	3		12	

주 : chi-square 값 = 1.132 P 값 = 0.287
응답업체수 = 102(유효회수율 = 25.6%)

<표 4-6> 자사상표 이용여부(BRAND)

	이	용	불	이	용
수	출	70		21	
비	수	5		5	

주 : chi-square 값 = 3.030 P 값 = 0.082
응답업체수 = 101(유효회수율 = 25.4%)

<표 4-7> 외부자원 수혜여부(AID)

	수	해	비	수	해
수	출	63		37	
비	수	1		12	

주 : chi-square값=15.812 P값=0.000
 응답업체수=113(유효회수율=28.4%)

<표 4-8> 텔렉스 설치여부(TLX)

	설	치	미	설	치
수	출	59		41	
비	수	2		13	

주 : chi-square값=11.846 P값=0.001
 응답업체수=115(유효회수율=28.9%)

위에서 보는 바와 같이 연구개발(RAD)을 하고 자사상표(BRAND)를 이용하며 외부지원(AID)을 받고 텔렉스(TLX)를 보유하고 있는 것이 중소기업으로 하여금 수출을 하게 하는데 관련이 있고, KS마크 획득여부(KS)나 해외시장조사여부(MKTRS)는 유의적인 관계가 없는 것으로 나타났다.

4.3.2 판별분석의 결과

수출중소기업과 비수출 중소기업의 특성차이를 밝혀내기 위한 판별분석에 사용된 업체는 48개(유효회수율=12.1%)이며, 가설적 설명변수중 4. 3. 1에서 유의적이지 못한 변수를 제외하고 판별분석을 사용한 결과는 다음과 같다.

투입된 설명변수=BRAND, RADR, RADP, RAD. EMP, COLTEC, TLX, HIS, EDUC, OPN, FREQ, AID, DAID

4.3.2.1 Within Covariance Matrices의 동일성(homogeneity)검증

수집된 자료가 판별분석기법의 적용을 위해 필요한 가정-within covariance matrices가 동일해야 함-을 만족시키는지 검증한 결과는 <표 4-9>와 같다.

<표 4-9> Within Covariance Matrices의 동일성검증 결과

분	류	변	수	chi-square값	df	P값
		EX		212.4752	136	0.0001

chi-square값이 1%의 수준에서 유의적이므로 within covariance matrices를 사용한 판별분석

이 가능하다.

4.3.2.2 Centroids의 상이여부 검증결과

수출·비수출 중소기업그룹들이 설명변수들에 있어 상이하계 나타나는가를 파악하기 위해 Hotelling's T²검증을 하였다.

<표 4-10> Hotelling's T²검증 결과

분류 변수	Hotelling's T ²	유사 F 값	분 모 df	분 자 df	p 값
EX	1.3856	2.9561	15	32	0.0049

<표 4-10>에서 보는 바와 같이 Hotelling's T²검증 결과 1%의 수준에서 유의적이므로 수출중소기업 그룹과 비수출중소기업 그룹이 기업특성(설명변수)면에서 상이하다고 결론 내릴 수 있다.

4.3.2.3 분류(Classification)결과

설명변수들에 의한 분류의 결과는 두 그룹 모두 100%로서 분류상 오차는 발생하지 않았다.

<표 4-11> 분류결과의 요약

단위 : 업체수(%)

실제소속 그룹	분류결과 소속그룹		
	수출기업	비수출기업	계
수출기업	37(100%)	0(0%)	37(100%)
비수출기업	0(0%)	11(100%)	11(100%)
계	37(77.08%)	11(22.92%)	48(100%)
priors	0.5000	0.5000	

4.3.2.4 주요 설명변수의 선정

검증에 포함된 설명변수 중 가장 주요한 설명변수를 찾아보기 위해 단계별 판별분석

(stepwise discriminant analysis)기법을 사용하였는데 그 결과는 <표 4-12>와 같다.

<표 4-12> 단계별 판별분석의 결과

선 정 된 변 수	Partial R ²	F 값	P 값
AID	0.2687	16.899	0.0002
RADR	0.1442	7.585	0.0085
HIS	0.0913	4.419	0.0413
OPN	0.0903	4.429	0.0449

따라서 수출 중소기업 그룹과 비수출중소기업 그룹을 차별짓는 주요한 설명변수는 외부지원의 이용여부(AID), 연구개발비의 비율(RADR), 기업역사(HIS), 그리고 해외시장 진출에 대한 경영자의 의지(OPN)라고 할 수 있다. 즉, 외부지원을 받고 연구개발투자를 많이하며 기업역사가 오래되고 해외시장진출에 대한 최고경영자의 관심과 의욕이 강한 것이 비수출기업에 대한 수출기업의 특징으로 나타났으며 또한 수출개시를 유발한 요인으로 선정되었다. 그러나 이들 네 변수들에 의한 수출개시요인 설명력은 59.4%에 그쳐 이들 요인 외에도 다른 특성요인들이 존재하고 있다고 하겠다.

4.4 수출성과 결정요인

수출중소기업에 한하여 수출성과의 결정요인 분석을 하였다. 수출성과는 절대적 수출성과와 상대적 수출성과로 구분하여 수출금액(EXAMT)과 수출비중(EXINT)을 각각 그 측정변수로 사용하였다. 결정요인을 파악하기 위하여 수출성과 변수를 종속변수로 하고 <표 3-2>의 설명변수들을 독립변수로 하여 단계별 회귀분석(stepwise regression analysis)을 사용하였는데, 투입된 변수들이 많아 자료의 누락이 심하여 분석에 사용된 업체수는 36개 업체(유효회수율=9.1%)에 그쳤다. 분석의 결과는 <표 4-13>와 <표 4-14>에서 보는 바와 같다. EXAMT와 EXINT를 종속변수로 하는 회귀식에 포함되는 전 설명변수의 유의성검증(overall significance test)결과 1%의 유의수준에서 모두 유의적인 것으로 나타났으며, 회귀식에 포함되는 각 변수들에 대한 개별변수들의 유의성 검증결과 10%의 유의수준에서 모두 유의적이었다. 그리고 자유도

에 의해 조정된 결정계수(R^2)는 각각 0.7808 및 0.4633으로서 수출액(EXAMT)에 대한 설명력은 높으나 수출비중(EXINT)에 대한 설명능력은 46.33%에 그치고 있다.

<표 4-13>에서 보는 바와 같이 중소기업에 있어 수출실적(EXAMT)은 종업원수(EMP)면에서 규모가 크고 연구개발인원(RADP)이 많으며, 수출역사(EXHIS)가 오래되고 자사상표(BRAND)를 이용할수록 높게 나타나며, 반면에 기술직 사원비율(COLTEC)은 낮을수록 또한 경영자의 국제화의지(OPN)도 낮을수록 높게 나타나고 있음을 보여주고 있다. 기술직 사원비율이 낮은 업체는 대체로 노동집약적 산업으로서 부산지역의 업체가 대체로 신발 등의 노동집약적 산업으로 이들의 수출실적이 기술집약적 산업에 비해 높은 데서 기인한 것이라 판단된다. 그리고 앞의 기업특성차이의 분석에서 수출중소기업이 비수출중소기업에 비해 경영자의 국제화의지가 높은 것이 뚜렷한 차이로 나타났으나, 지금 수출실적의 결정요인에서는 부(-)의 회귀계수를 나타내고 있어 국제화의지가 수출개시를 위해서는 정(+)의 효과를 초래하나 수출촉진 요인으로는 가설과 같은 방향으로 작용하지 않고 있다.

<표 4-13> 수출금액(EXAMT)에 대한 단계별 회귀분석의 결과

선정된 변수	회귀 계수	Partial R^2	t 값	P 값
EMP	23.51	0.4720	6.892	0.0001
RADP	69.13	0.1200	2.008	0.0532
EXHIS	215.63	0.0656	2.334	0.0260
COLTEC	-76.45	0.0559	-3.129	0.0037
OPN	-14.97	0.0409	-3.277	0.0025
BRAND	-2195.90	0.0263	-2.094	0.0443

주 : 상수=3,589.3064 결정계수=0.78 전변수(overall) F값=23.828 P값=0.0001

선정된 변수들 중 그 설명력(partial R^2)을 고려할 때 종업원수(EMP)가 가장 중요한 요인으로 대부분의 설명력(47.2%)을 나타내고 있으며, 연구개발인원이 그 다음으로 중요하며(설명력=12%) 나머지 변수들은 매우 낮은 설명력을 지니고 있다. 기업규모 요인이 절대적 수출성과의 가장 중요한 요인인 점과 수출역사(EXHIS)가 수출금액에 정(+)의 효과를 보이고 국제화의지가 수출개시에는 정의 영향을 미친 점을 감안할 때, 국제화의지가 수출금액에 대한 부의 회귀계수의 의미는 수출금액면에서 소규모인 업체는 수출을 개시한지 오래되지 않으며 수출초기단계

의 기업일수록 국제화의지가 높은 현상을 보이고 있어 나타난 현상이 아닌가 하는 해석을 내려 본다.

<표 4-14> 수출비중(EXINT)에 대한 단계별 회귀분석의 결과

선 정 된 변 수	회 귀 계 수	Partial R ²	t 값	P 값
DEBT	0.042	0.1665	2.526	0.0169
BRAND	-28.82	0.0920	-2.544	0.0162
EXHIS	2.818	0.1524	3.030	0.0049
RADP	0.568	0.0524	1.739	0.0919

주 : 상수=28.96 결정계수=0.4633 전변수(overall) F값=6.12 P값=0.0005

수출집약도를 나타내는 수출비용(EXINT)의 결정요인으로서 부채비율(DEBT), 상표(BRAND), 수출역사(EXHIS), 그리고 연구개발인원(RADP)이 선정되었다. 그러나 자유도에 의해 조정된 결정계수가 46.33%에 그쳐 이들 변수이외에도 상대적 수출성과로서의 수출비중을 설명하는 다른 설명변수들이 존재하고 있음을 알 수 있으며, 따라서 설명변수면에서 연구모형의 보완개발이 상당히 요구된다고 할 수 있다. 자사상표를 사용하고 있고, 수출역사가 오래되며 연구개발인원이 많은 업체일수록 총매출액중에서 수출액이 차지하고 있는 비중이 높으며 수출전문 업체로 지향하고 있음을 설명하고 있다. 그리고 부채비율(DEBT)이 정(+)의 회귀계수를 나타내고 있어 수출전문업체일수록 부채비율이 높은 현상을 나타내고 있음이 밝혀졌다. 이는 수출추진을 위해 정부에서 의도적으로 설립한 우리나라 종합무역상사와 일본의 쇼고쇼샤들 모두 부채비율이 극도로 높은 것으로 나타난 현상(조동성 1983)과 일치한다.

4.5 가설검증 결과의 요약

<표 4-15> 가설검증의 결과

가 설 (대 립 가 설)	검 증 결 과
가설 1	검 증 불 능
가설 2	채 택
가설 3	채 택
가설 4	채 택

V. 結 論

5.1 요약

이상에서 연구결과 밝혀진 내용들을 요약하면 다음과 같다. 먼저 수출동기와 관련하여 부산지역 중소기업의 수출동기는 제품성격상 해외판매가 부득이한 요인, 최고 경영자의 해외지향적 사고, 그리고 국내시장의 협소가 주요동기가 되고 있으며, 해외 시장의 매력으로 인한 적극적 동기도 다소 작용하고 있는 것으로 나타났다.

그리고 중소기업 국제화과정과 관련하여 부산지역 수출중소기업들은 기업역사가 깊을수록 수출역사도 깊은 것으로 나타나 수출개발과정의 단계설에 따르고 있으며, 따라서 경험, 지식 및 정보의 축적 등 기업역사와 관계가 깊은 요인이 수출기업화의 요인이 되고 있다고 볼 수 있다.

다음, 본 연구의 분석축점인 수출·비수출기업의 특성차이 분석결과, 수출중소기업과 비수출중소기업이 기업특성면에서 차이가 있는 것으로 나타났고, 수출·비수출중소기업 그룹을 차별짓는 주요 요소는 외부지원의 이용여부, 연구개발비비율, 기업역사, 그리고 경영자의 국제화 의지로 밝혀졌다. 즉, 비수출중소기업에 비해 수출중소기업은 외부지원을 받으며, 연구개발투자를 확실히 많이하며, 기업역사가 보다 오래되고, 최고경영자의 국제화의지가 훨씬 높은 것으로 나타났다.

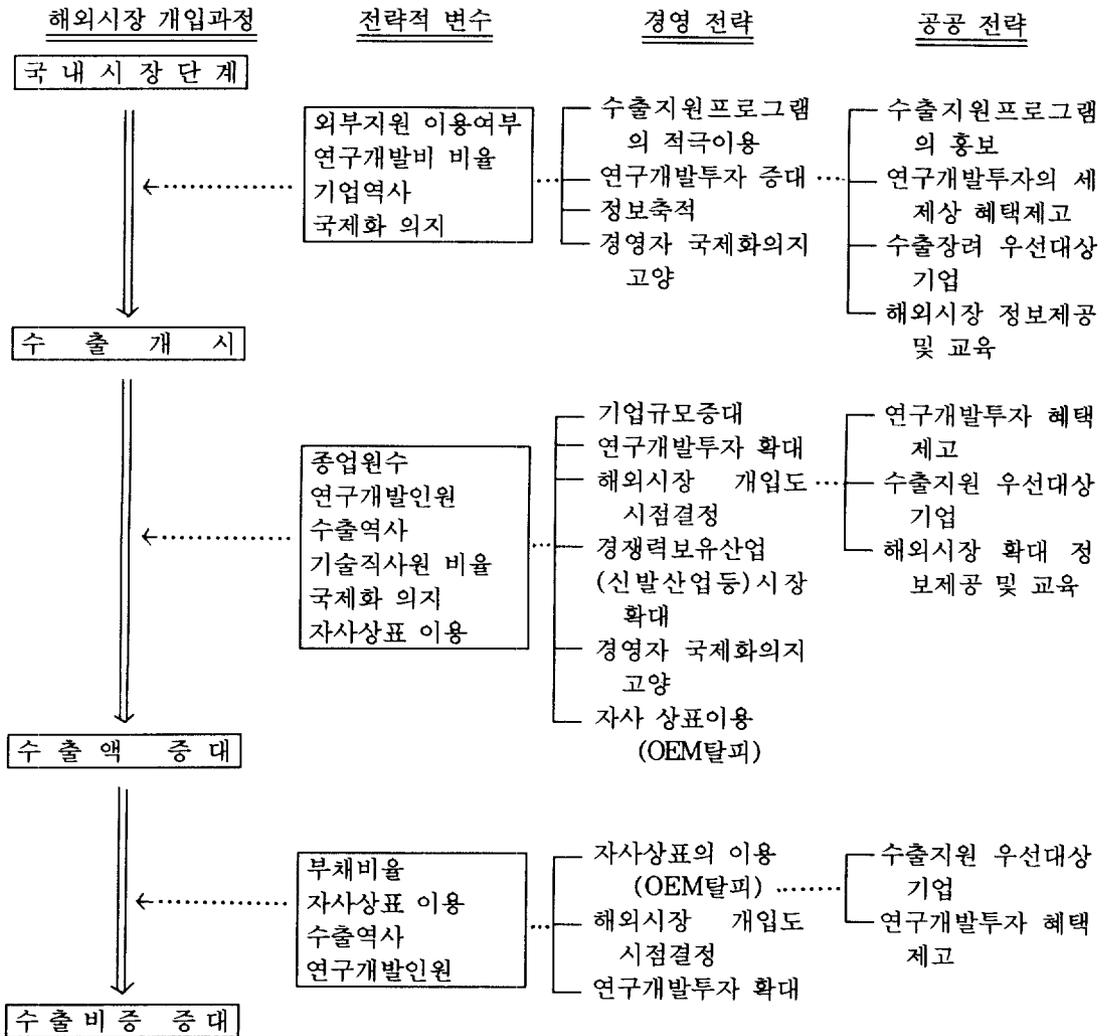
수출성과의 결정요인 분석결과를 보면 먼저 수출중소기업의 절대적 수출성과로서의 수출액 결정요인은 종업원수, 연구개발인원, 수출역사, 대졸기술직 사원의 비율, 경영자의 국제화의지, 그리고 자사상표의 이용여부로 나타났다. 특히 종업원수면에서의 기업규모요인이 가장 중요한 요인으로 나타나 기업규모가 수출의 양적 성과에 결정적 영향을 미치고 있는 가설을 입증하고 있다.

마지막으로 상대적 수출성과 변수로서의 수출비중의 결정요인은 부채비율, 자사상표의 이용여부, 수출역사, 그리고 연구개발인원으로 나타났다. 즉, OEM방식보다는 자사 상표를 사용하는 업체일수록, 수출역사가 오래된 업체일수록, 그리고 연구개발인원이 많은 업체일수록 보다 더 수출활동에 전문화하고 있다고 할 수 있다. 또한 수출전문업체들의 부채비율이 높은 고질적 현상도 밝혀졌다.

5.2 연구결과의 이용방안

중소기업의 해외시장진출을 보다 적극화하기 위한 목적에서 본 연구결과를 바탕으로 개별기업적 차원(경영전략)과 공공정책적 차원(공공전략)에서 취할 수 있는 바람직한 전략대안들을 정리해 보면 <표 5-1>과 같다.

<표 5-1> 해외시장 개입과정과 전략



위에서 수출증대와 수출비중증대는 반드시 <표 5-1>과 같은 순서라고는 할 수 없으며, 오히려 반대일 수도 있고 또한 병행할 수도 있다. 어쨌든 본 연구에서 각 해외시장 개입과정의 주요 결정요인으로 선정된 변수를 바탕으로 이들을 관리함으로써 해외시장개입도를 성공적으로 높일 수 있다고 판단하여 이를 기업경영적 관점과 공공정책적 관점에서 취합할 수 있는 가능한 전력들을 예시적으로 열거해 보았다.

5.3 본 연구의 한계와 앞으로 기대되는 연구

우리나라 중소기업에 있어서 수출개발과정의 단계를 체계적으로 설명할 수 있는 이론적 및 실증적 연구의 진행이 필요하다. 본 연구에서는 수출개발과정을 3단계로 구분(비수출→수출개시→수출촉진)하였으나 보다 세분될 수도 있으므로 이에 대한 실증적 연구가 요구되며, 단계별 결정요인에 관한 심도깊은 이론적 검토도 연구모형의 완성을 위해 필요하다. 또한, 본 연구는 연구모형에 있어 국내요인만 포함하고 해외시장 요인은 고려되지 않았으므로 중소기업의 수출행태 결정요인을 밝히기 위한 모형으로서 불완전하다. 또한 조사대상기업들이 업종별로 고른 분포를 보이고 있지 않아 업종별 특성이 결과에 영향을 미쳤을 가능성도 높아 내적 타당성이 저해되고 있다.

우편조사를 통한 설문지조사에 주로 의존하였는데 응답자에 따라 자료작성의 기준이 다를 수 있는 항목(연구개발인원, 국제화 의지)이 있어 이들 자료의 신뢰도가 문제시 될 수 있어 통계적 결론의 타당성 역시 저해되고 있다.

조사대상 업체가 지역적으로 부산에 한정되어 있어 본 연구결과를 우리나라 전국적 중소기업의 경우로 일반화하는 데는 한계가 있음은 말할 나위도 없다.

따라서 연구모형을 보완하고 업종별 특성이 영향을 미치지 않도록 하며, 조사항목의 측정기준이 일관되도록 설문지를 작성하며 지역별 특성도 저해요인이 되지 않도록 설계된 연구가 기대된다.

참 고 문 헌

1. 문준연, “우리나라 기업의 특성차이를 통한 수출마케팅 발전단계 구분에 관한 연구”, 경영학 연구, 제16권 제1호, 한국경영학회, 1986. 9, pp.458~190.
2. 박종희, “우리나라 중소기업의 성장요인 분석 : 의류제조업을 중심으로”, 산업과 경영, 제18권 제2호, 연세대 산업경영연구소, 1981. 3, pp.93~137.
3. 신한원, “수출마케팅 믹스전략이 수출실적에 미치는 영향에 관한 연구 : 부산지역의 수출중소기업을 중심으로”, 경영학연구, 제2호, 한국경영학회 부산·경남지회, 1989. 12. pp. 19~45.
4. 이장노, 문희철, “기업의 국제화 : 확산이론적 접근”, 경영연구, 제22권 제2호, 고려대 기업경영 연구소, 1988, pp. 18~38.
5. 정구현, “한국기업의 수출전략분석”, 황병준 외 편, 한국경영론, 1984, pp. 367~395.
6. 조동성, “한국기업의 국제화과정과 대응전략”, 국제경영, 창간호, 고려대 무역연구소, 1980. 7.
7. 조동성, “한국의 종합무역상사”, 서울 : 법문사, 1983.
8. 하종욱, “기업의 국제화과정에 관한 연구”, 부산상대 논집, 제42집, 1980. 12, pp. 169~200.
9. 부산상공연감, 부산상공회의소, 1990.
Barker, B. L., “U. S. Foreign Trade Associated with U. S. Multinational Companies”, *Survey of Current Business*, (December 1972), pp. 20~28.
11. Bilkey, W. J., “An Attempted Integration of the Literature of the Export Behavior of Firms,” *Journal of International Business Studies*, (Spring/Summer 1978), pp. 33~44.
12. Bilkey, W. J. and Tesar, G., “The Export Behavior of Small-Sized Wisconsin Manufacturing Firms,” *Journal of International Business Studies*, (Spring/Summer 1977), pp. 13~98.
13. Bradshaw, M. T., “U.S. Exports to Foreign Affiliates of U. S. Firms,” *Survey of Current Business*, (May 1969), pp. 34~52.
14. Brooks, M. and Rosson, P., “A study of Export Behavior of Small and Medium-Sized Manufacturing Firms in Three Canadian Provinces,” Czinkota, M. and Tesar, G.

- edited. *Export Management : An International Context*, New York : Praeger, 1982, pp. 39~52.
15. Cavusgil, S. T., "Organizational Characteristics Associated with Export Activity," *Journal of Management Studies*, (January 1984), pp. 3~22.
 16. Cavusgil, S. T. and Nevin, J. R., "Internal Determinants of Export Marketing Behavior : An Empirical Investigation," *Journal of Marketing Research*, (February 1981), pp. 141~149.
 17. Daniel, W. W., *Applied Nonparametric Statistics*, Boston; Houghton Mifflin Company, 1978, pp. 166~168.
 18. Denis, J. E. and Depelteau, D., "Market Knowledge Diversification and Export Expansion," *Journal of International Business Studies*, (Fall 1985), pp. 77~89.
 19. Itami, H., T. Kagono, H. Yoshihara, and A. Sakuma, "Diversification Strategies and Economic Performance," *Japanese Economic Studies*, (Fall, 1982), pp. 78~110.
 20. Hirsch, S., *The Export performance of six Manufacturing Industries : A Comparative Study of Denmark, Holland, and Israel*, New York : Praeger, 1971.
 21. Hunt, H. G., J. D. Foggart and P. U. Hovell, "The management of Export Marketing in Engineering Firms", *British Journal of Marketing*, (Spring, 1967), pp. 10~24.
 22. Johanson, J. and J. E. Bahlne, "The Internationalization Process of the Foreign Market Commitments", *Journal of International Business Studies*, (Spring/Summer, 1977), pp. 23~32.
 23. Johanson, J. and F., "The Internationalization of the Firm : Four Swedish Cases", *Journal of Management Studies*, (October, 1975), pp. 305~322.
 24. Kaynak, E., P. N. Ghauri, T. Olofsson-Bredeml Ow, "Export Behavior of Small Swedish Firms," *Journal of Small Business Management*, (April, 1987), pp. 26~32.

25. Kleinschmidt, E. J., *Export Strategies, Firm Internal Factors and Export Performance of Industrial Firms: A Canadian Empirical Analysis*, Unpublished doctoral dissertation, McGill University, 1982.
26. Luostarinen, R., *Internationalization of the Firm*, The Helsinki School of Economics, Helsinki, 1980.
27. Orgam, E. W. Jr., "Exporters and Nonexporters : A Profile of Small Manufacturing Firms in Georgia," Czinkota, M. R. and Tesar, G. edited, *Export Management : An International context*, New York : Praeger, 1982, pp. 70~84.
28. Ortiz-BuonaFina, M., "Profiling Exporters and Nonexpoters of Services : An Exploratory Investigation," *Akron Business and Economics Review*, Vol.16, No. 3 (Fall 1985), pp. 36~41.
29. Piercy, N., "Company Internationalization : Active and Reactive Exporting," *European Journal of Marketing*, Vol. 15, No. 3, 1981, pp. 26~41.
30. Reid, S., "The Impact of Size on Export Behavior in Small Firms," Czinkota, M. & Tesar, G. edited. *Export Management : An International Context*, New York : Prager, 1982, pp. 18~38.
31. Reid, S., "Information Acquisition and Export Entry Decisions in Small Firms," *Journal of Business Research*, Vol. 12, No. 2, 1984, pp. 141~157.
32. Simmonds, K. and Smith. "The First Export Order : A Marketing Innovation," *British Journal of Marketing*, (Summer 1968), pp. 93~100.
33. Simpson, C. L. and Kujawa, D., "The Export Decision Process : An Emprical Inquiry," *Journal of International Business Studies*, (Spring 1974), pp. 107~117.
34. State of Minnesota, *Minnesota Export Summary*, Department of Economic Development, 1975.
35. Tookey, D. A., "Factors Associated with Success in Exporting," *Journal of Management Studies*, (March 1964), pp. 48~66.
36. Tortelian, D. H. and R. H. Gaedeke, *Small Business Management*, Scott : Foresman and Company, 1985, pp. 4~9.

