한국기업의 해외시장 진입방식 선택에 관한 실증연구*

강호상
서강대학교 경영대학 교수
(hosang@ccs.sogang.ac.kr)
성용모
청주대학교 경상대학 교수
(ymsung@chongju.ac.kr)

본 논문은 국내기업들의 해외시장진입시 수출과 해외직접투자방식간의 선택에 영향을 미치는 기업우위요인, 현지국 환경요인에 글로벌화되고 있는 기업경영의 추세에 따라 글로벌 전략요인을 추가하여 그 모형의 타당성과 설명력을 분석하였다. 분석결과, 국제화 경험과 글로벌 전략적 동기의 변수만이 통계적으로 유의성을 나타내었으며 글로벌 전략요인을 추가한 모형의 예측 정확도가 69.0%로서 기업우위 및 현지국 환경요인만을 이용한 모형보다 그 예측력이 소폭 높은 것으로 분석되었다. 이러한 연구결과는 우리나라 기업들은 해외사업에 대한 국제적 경험이 많으며 경영진의 글로벌 경영에 대한 관심과 지원이 높은 기업일수록 수출보다는 해외직접투자 방식을 통한 해외시장 진입을 선호하고 있음을 보여준다.

Ⅰ. 서 론

기업은 새로운 사업기회에 도전하고 경쟁에서 우위를 확보하면서 한 국가의 산업성장을 주도한다. 이러한 사업기회들중에서 기업의 해외시장진입은 기업성장을 위하여 중요한 기회이면서도 치열한 경쟁을 갖게 한다. 주지하다시피 기업의 해외시장 진입방식 형태는 단순수출에서부터 라이선싱, 합작투자, 단독투자 등에 이르기까지 매우 다양하다. 우리나라 기업들도 순서와 정도의 차이는 있으나 대체적으로 수출단계에서 출발하여 해외시장경험이 축적됨에 따라 해외직접투자에 의한 다국적기업의 단계로 발전하고 있다. 1968년 인도네시아의 삼림자원개발로부터 시작된 우리나라 기업의 해외직접투자는 1980년대중반이후 그 금액과 건수면에서 빠른 속도로 증가하여 왔다. 1990년대들어서는 러시아를 비롯한 동유럽국가, 중국, 베트남 등과의 수교를 계기로 하여 이들 국가에 대한 우리나라 기업들의 해외직접투자도 활발하게 늘어나고 있다.

1960년대이후 구미의 학자들은 기업의 해외시장 진입방식 선택에 관한 여러 이론들을 제시하고 이를 토대로 하여 많은 실증적 연구를 수행하여 왔다. 1960년대에는 Hymer-Kindleberger의 기업우위이론(Hymer 1976, Kindleberger 1969)과 Vernon(1966)의 제품수명주기이론이 제시되었는데 이들의 주된 초점은 수출과 직접투자간의 선택이었다. 1970년대에는 내부화접근방법이 제시되어 전략적 진입대안으로서 라이선싱 등 계약적 진입방식을 분석하였다. 1980년대에는 글로벌화의 지름길로서 국제M&A가 큰 폭으로 이용됨에 따라 기업신설방식과 인수방식간의 선택문제가 이슈가 되었으며 이와함께 국제합작투자방식도 많은 관심을 모았다. 1990년대들어서는 동유럽국가, 중국, 베

논문 접수일 : 98.9 게재확정일 : 99.11
* 그 동안 여러 차례 본 논문을 읽고 개선방안을 제시하여 주신 익명의 심사위원 세분에게 감사를 드립니다.

트남 등 체제이행기경제국에 대한 해외직접투자가 활발해짐에 따라 지난 1960년대의 고전적 쟁점이 다시 주목을 받게 되었다(Buckley & Casson 1998). 이것은 어떤 진입방식이 다른 진입방식보다 왜 낮은 비용(cost)을 갖게 하며, 또한 어떠한 여건들이 특정 해외시장진입방식을 선호하게 하는가에 대한 물음이다. 한편, 우리나라 기업의 해외시장진입방식 선택에 관한 연구는 한국기업의 해외투자가 비교적 활발하게 이루어진 1980년대부터 본격적으로 이루어져 왔다. 1980년대에 수행된 연구들을 보면 주로 우리나라 기업의 해외직접투자를 중심으로 하여 투자동기, 투자방식, 투자지역, 한국기업의 경쟁우위 등에 관하여 서술적으로 설명되었다(Kumar & Kim 1984, 어윤대와 방호열 1984, Euh & Min 1986, 김병순 1987). 1990년대들어서는 연구자료의 증가에 힘입어 해외직접투자방식의 선택과 결정을 설명하기 위하여 Dunning의 절충이론 등을 이용한 계량적인 실증연구들이 다수 수행되었다(최생림 1991, 전용욱과 윤동진 1991, 방호열 1992, 장세진과 박성진 1996).

본 연구는 우리나라 기업들의 주된 해외시장진입방법으로서 수출과 해외직접투자방식간의 선택에 영향을 미치는 기업우위요인, 현지국의 환경요인이외에 글로벌 전략적 요인을 결합하여 그 모형의 타당성과 설명력을 분석하는데 그 목적이 있다. 수출과 직접투자간의 선택을 다룬 대부분의 기존연구는 진입방식선택에 영향을 미치는 요인으로서 기업/제품특성 등 내부요인 (Vernon 1966, Root 1987, Grubaugh 1987), 기업/제품특성 요인이외에 현지국시장의 생산적 요인 및 기업환경적 요인 (Buckley & Casson 1976, Hirsh 1976, Rugman 1981, Agarwal & Ramaswami 1992, 배도순 1993, 최석신과 이광배 1997, 정행득과 박상진 1997)을 이용하고 있다. 본 연구에서는 이처럼 일반적으로 이용되어온 내부 및 외부요인이외에 글로벌화되고 있는 기업경영의 추세에 따라 글로벌 전략요인이 수출 또는 해외직접투자선택에 어떠한 영향을 미치는가를 살펴 보았다. 이같은 모형도입의 근거는 Kim & Hwang(1992)의 연구에 바탕을 두고 있다. 본 연구의 수행방법과 절차는 다음과 같다. 첫째, 해외시장 진입방식 선택에 관한 선행연구들을 검토하여 본 연구의 접근방법을 제시하였다. 둘째, 실증분석을 위한 연구모형과 변수를 선정하고 이들 변수를 사용하여 우리나라 기업의 수출과 해외직접투자방식간의 선택을 분석하고, 또한 본 연구에서 탐색적으로 시도하는 글로벌 전략요인과의 결합을 통한 설명력을 분석한다. 실증분석을 위하여 우리나라의 상장제조업체들을 대상으로 설문조사를 하였으며, SHAZAM 통계패키지를 이용하여 연구가설을 검증하였다.

II. 연구의 접근방법과 연구모형

해외시장진입방식의 형태는 해외사업에 대한 통제의 정도와 해외에 투입한 자원의 비중에 따라 수출, 계약방식, 투자방식에 의한 진입방식으로 구분된다. 일반적으로 기업들은 해외시장진출 초기단계에서는 시장통제력이 작은 진입방식을 택하여 진출을 시도하나 해외시장진출의 경험을 쌓은 후에는 점차적으로 해외시장에 대한 통제력을 높일 수 있는 진입방식으로 전환을 도모한다(Root 1987). 그러나 시장통제력을 높이는데는 더 많은 자본투자가 요구되므로 그에 따르는 위험부담 또한 높아지

게 된다. 해외직접투자는 기업에게 현지국에서 자신의 경쟁적 우위를 최대한 활용할 수 있는 기회를 제공한다. 이 때문에 수출보다 해외직접투자에서는 제품생산, 마케팅활동 등에 대한 높은 통제가 가능하다. 그러나 수출방식과 비교하여 해외직접투자에서는 상대적으로 높은 자본투자가 요구되며, 이러한 자원투입과 경영에의 높은 개입(commitment)은 더 많은 사업위험에의 노출을 의미한다.

통제(control)는 기업의 제반 경영시스템과 의사결정에 영향을 미칠 수 있는 가능성을 의미하는데, 이러한 통제는 기업의 장래에 매우 중요한 영향을 주게 된다. 만일 기업이 해외사업활동에 대하여 통제를 가지지 못한다면 전략을 제대로 수행할 수 없으며, 전략의 수정과 사업의 조정도 어려워진다. 해외시장에 진입하려는 기업은 해외사업활동으로부터 많은 이익을 얻기 위하여 이러한 통제를 활용하려고 할 것이다. 그러나 통제는 높은 관리비를 포함하여 자원의 개입을 필요로 하며, 결과적으로 자원개입은 그만큼 기업을 위험에 노출시키게 된다(Davidson 1982). 이처럼 통제는 기업이 가지게 되는 수익과 위험의 매우 중요한 결정요인이기 때문에 해외시장 진입방식선택을 다루는 연구의 초점이 된다. 통제정도가 높은 진입방식은 수익과 위험을 증대시키며, 반대로 통제정도가 낮은 진입방식은 자원의 개입을 낮추게 되고 이에 따라 위험도 줄며 수익의 크기도 줄게 된다(Anderson & Gatignon 1986). 해외시장으로의 진입방식들은 해외사업에 대하여 서로 다른 통제수준을 가지는 것으로 나타나고 있다(Anderson & Gatignon 1986 ; Calvet 1984 ; Caves 1982 ; Davidson 1982 ; Root 1987). 이들의 연구에 의하면 통제는 해외진출 기업의 장래에 결정적인 영향을 미치는 것으로 통제수준은 상이한 진입전략을 결정하게 함으로써 해외시장 진입전략 결정에 절대적인 영향을 미친다고 주장하고 있다. Anderson & Gatignon(1986), Root(1987)는 통제란 더 많은 수익을 얻기 위한 수단이며 해외진출기업은 더 많은 이익을 얻기 위하여 통제를 행사하게 된다고 설명하고 통제가 해외진출기업의 장래에 결정적인 영향을 미친다고 주장하였다. 특히 Anderson & Gatignon은 관리체계와 관련하여 거래비용이론을 적용하였는데, Williamson(1985)의 설명을 빌리면 거래비용이란 정상적인 시장거래를 통할 경우 발생하는 비용을 의미하며 제한된 합리성, 기회주의, 자산의 특유성, 불확실성, 빈도 등의 유무에 따라 거래비용이 최소화되는 수준에서 거래구조가 이루어진다.

여기에서 기업이 선택할 수 있는 해외시장진입경로의 거래구조는 크게 시장, 기업간 협력, 기업내 거래로 나누어볼 수 있다(Buckley & Casson 1976, Anderson & Gatignon 1986). 수출은 가격에 의하여 수요와 공급이 이루어지는 시장거래이며, 라이선싱은 기업간의 계약의 형태로서 기업간 협력거래이다. 그리고 직접투자 특히 단독투자는 시장거래를 통하지 않고 기업내로 거래가 이루어진다. Anderson & Gatignon은 이러한 거래비용이론을 이용하여 해외시장진입방식을 설명하고 투자에 대한 위험을 감안한 회수율로서 진입방식선택의 효율성을 측정할 수 있다고 주장하였으며 이들은 위험과 투자에 대한 대가를 선택할 때 기준이 되는 것은 통제라고 설명하였다. 높은 통제력을 가지는 직접투자방식은 투자에 대한 대가는 큰 반면에 위험부담이 높고 반대로 낮은 통제력을 가지는 수출이나 라이선싱방식은 투자자원이 작기 때문에 위험부담이 작은 대신에 그만큼 대가도 작다는 것이다. Anderson & Gatignon이 제시한 통제의 정도는 거래특유의 자산, 외부 불확실성, 내부 불

확실성, 잠재적인 무임승차 등 네가지 요소에 의해서 영향을 받게 되며, 기업은 거래비용을 기준으로 어느 쪽이 더 경제적인가에 따라서 수출 또는 해외직접투자 방식을 선택한다는 것이다.

이와같이 시장이 완전경쟁적인 여건하에서는 기업은 다른 조건이 같다면 자원의 투입이 적은 방식을 선호하게 되며, 많은 자원투입이 요구되는 직접투자보다는 수출방식을 선택할 것으로 볼 수 있다. 그러나 현실의 불완전경쟁상태하에서는 거래비용이론의 적용이 설명력을 얻게 된다. 즉 기업이 보유한 자산의 특유성이 높을수록, 해외시장진출에 따르는 불확실성이 낮을수록 높은 통제를 가지는 직접투자방식을 선호하며, 반대로 자산의 특유성이 낮을수록, 불확실성이 높을수록 수출방식을 선택할 것이다. 해외시장에 진출하려는 기업은 보유기술, 국제적인 사업경험 등의 기업특유의 우위를 가지고 있으며, 이러한 기업특유의 자산은 해외구매자가 기술의 존재를 알지 못하거나 적당한 가격을 정하기가 어려워 시장거래를 통한 이전에 제한이 있게 된다. 또한 해외시장국의 불확실한 환경요인도 기업의 해외시장진입방식 선택에 영향을 미치게 되는데, 예를 들면 진출대상국 시장의 정치적 위험 및 문화적 차이가 크거나, 현지시장의 수요규모 등에 대한 불확실성을 크게 가질수록 현지시장에 대한 자원의 투입이 많이 소요되는 해외직접투자보다 수출이 선호된다(Root 1987).

국제경영학의 학문분야에서는 여러 학자들이 해외시장 진입방식 선택에 영향을 미치는 요인들을 규명하기 위하여 여러 접근방법의 토대위에서 이론적으로 또는 실증분석을 통해 노력을 경주해 왔다. 이러한 기업의 해외진출을 설명하기 위한 시각은 크게 경제적 접근방법, 기업전략적 접근방법 및 발전단계적 접근방법의 세가지로 구분된다(방호열 1992). 경제적 접근방법아래 이루어진 기존연구들을 보면 대부분 기업특성요인 및 환경적 요인들을 사용하여 해외시장진입방식 선택간의 상황적인 관계를 분석하고 있다. 예를 들면, 해외시장 진입방식을 분석한 초기의 논문중 하나인 Stopford & Wells(1972)의 연구는 진입방식 선택이 기업의 국제적 경험과 제품다각화의 정도에 의해 결정된다고 하였으며, Johanson & Vahlne(1977), Davidson(1980)의 연구들은 현지국과 본국간의 문화적 및 국별 특성이 진입방식 선택에 영향을 미친다고 설명하였다. 그 이후 최근들어서는 여러 연구들이 국가, 산업 및 기업특성 변수들이 진입방식 선택에 영향을 주는 것을 밝혀 내었다. 다음에서는 그동안 국내외에서 수행된 연구들중에서 수출과 해외직접투자 방식간의 선택을 대상으로 분석한 주요 연구들의 내용을 살펴보았다.

Vernon(1966)은 한 국가의 비교우위가 시간의 경과에 따라 변한다고 가정하고 제품이 신제품단계에서 성장하여 표준화단계로 진행할수록 초기 개발국에서 생산하다가 수출을 거쳐서 현지에서 생산하는 것이 생산비용과 기술의 표준화 등 측면에서 유리하다고 주장하였다. 그리고 이것이 해외직접투자의 발생요인이 된다고 설명하였다. Buckley & Casson(1976)은 자연적 및 인위적인 시장불완전성으로 인한 시장실패의 상태에서 상품이나 중간재를 교환하는데는 많은 거래비용이 소요되며 관세 등의 장벽이 있기 때문에 내부화를 통하여 수출이나 라이선싱보다는 해외직접투자를 하는 것이 유리하다고 주장하였다. 이들은 내부화 요인으로 첫째, 지역특유우위 둘째, 기업특유우위 셋째, 산업특유우위 넷째, 국가특유우위를 제시하였다. 또한, Buckley & Casson(1985)은 해외시장진입방식의 결정요인으로서 고정비용과 가변비용을 이용하

여 설명하였는데, 고정비용에는 생산설비투자에 소요되는 자본비용과 마케팅 지점설치, 활동비용 등이 포함되며, 가변비용에는 생산비용, 운송비, 보험, 관세 등의 변동비용이 포함된다. 이들은 해외직접투자의 경우 수출과는 달리 새로운 공장, 기계설비, 유통망 등을 설치해야 하기 때문에 고정비용이 많이 든다고 하고 수출, 라이선싱, 직접투자의 순서로 진입형태가 변함에 따라 고정비용이 늘고 가변비용은 줄어든다고 주장하였다. 이러한 제반비용을 모두 합한 거래비용은 해외직접투자가 가장 낮게 되며, 시장의 규모가 점차 커짐에 따라 수출, 라이선싱 그리고 직접투자의 순서로 진입방식이 선택된다고 주장하였다.

Rugman(1981)은 Hirsh(1976)가 개발한 수출과 직접투자간의 선택모형을 확장하여 수출, 라이선싱, 직접투자의 선택모형을 제시하였다. Rugman은 비용항목을 각국의 비교우위를 결정하는 국가특유의 생산비용과 기업의 독점적 우위를 결정하는 기업특유의 비용으로 구분하여 비용구조에서의 시간이 경과함에 따른 비용의 크기를 기준으로 진입방식 선택을 제시하였다. 여기에서 수출과 직접투자의 경우 (피투자국에서의 제품생산비용 + 피투자국에서의 외국비용)이 (본사국에서의 제품생산비용 + 수출마케팅비용)보다 작으면 수출보다는 직접투자를 선택한다고 설명하였다. 그러나 이 모형은 각 방식의 수익·이익의 흐름이 동일하다고 가정하고 있으며 비용에만 초점을 맞추고 있기 때문에 비현실적이라는 비판을 받고 있다. Root(1987)는 통제와 위험/자원투입이라는 두가지 기준을 사용하여 동적인 측면에서 기업의 해외시장진입을 설명하였다. 기업이 해외시장진입시 통제를 강화하기 위해서는 자원을 많이 투입해야 하고 이에 따라 위험이 증가하게 된다. 즉 해외시장에 대한 통제를 강화하는 것과 이에 수반되는 위험의 증가는 서로 상충관계에 놓이게 된다는 것이다. 기업은 해외사업의 경험이 축적되면서 해외사업에의 경쟁력확보에 자신감을 가지게 되면 수출방식보다 위험을 부담하는 직접투자를 선택한다고 설명하였다.

Grubaugh(1987)는 Hymer의 독점적 우위이론에 입각하여 어떠한 기업특성을 가진 기업들이 해외직접투자방식을 선택하는가를 분석하였다. 기업특성변수로서 기업의 규모, 총매출액대비 판매비와 일반관리비의 비중, 자산에 대한 총종업원 보수, R&D비, 생산제품의 SIC 코드 등을 이용하였다. 선형확률모형을 이용한 분석결과를 보면, 기업규모를 제외하고는 5%의 신뢰수준에서 유의적인 변수는 없었다. 그러나 로짓분석결과에서는 기업규모가 5%의 신뢰수준에서 해외직접투자 방식을 선택하는데 유의적인 것으로 나타났으며, R&D비와 제품다각화의 변수들은 1%의 신뢰수준에서 유의적인 것으로 나타났다. 이러한 결과는 Hymer의 가설과도 일치한다. Agarwal & Ramaswami(1992)는 해외시장 진입방식을 수출, 라이선싱, 합작투자 및 단독투자로 구분하고 이들 방식의 선택과 기업특유의 우위, 입지우위 및 내부화우위 변수들간의 상호효과(interaction effects)를 분석하였다. 이 연구의 분석대상기업은 1986년도의 536개 미국 설비리스업체들이다. 분석결과, 제품차별화 능력을 가진 기업은 해외직접투자가 아니라 수출을 선호하였다. 입지우위요인과 관련해서는 시장잠재력이 클수록 수출보다 해외직접투자방식을 선호하는 것으로 나타났다. 기업들은 투자위험이 높은 시장은 회피하고 있었으며, 계약위험(contractual risks)이 높은 시장에 대하여는 수출방식을 선택하였다.

배도순(1993)은 우리나라의 제조업체중 섬유, 의류, 전기, 전자업종을 대상으로 하여 수출과 해

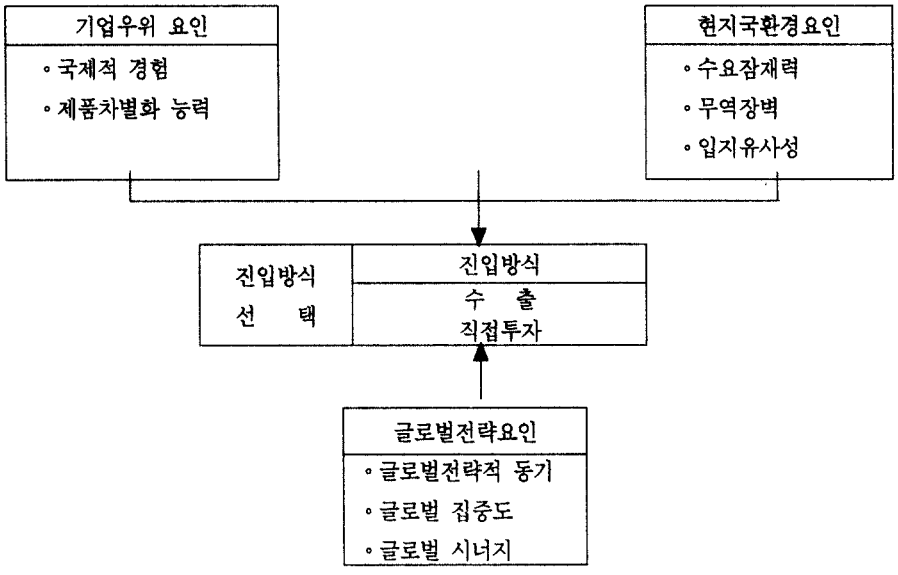
외직접투자의 진입방식에 영향을 미치는 결정요인을 t-분석을 이용하여 분석하였다. 진출전략 결정에 영향을 미치는 변수는 기업 및 제품특성, 최고경영자의 철학 및 기업전략, 투자환경요인, 성과요인으로 구분하여 설정하였다. 해외시장 진출전략 형태는 자원개입과 통제수준이 낮은 수출형태와 자원개입과 통제수준이 높은 해외직접투자 형태로 구분하였다. 분석결과, 기업규모가 클수록 그리고 다국적 경험이 많을수록 자원개입이 높은 해외직접투자를 선호하였다. 제품차별화 정도는 해외직접투자 방식 선택에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 또한 투자위험이 낮을수록 해외직접투자를 선호하고 있었으며, 사회문화적 환경은 진출전략 선택에 영향을 미치지 못하였다. 최석신과 이광배(1997)는 기업의 해외시장진출결정에 있어 거래비용이론 모형에 해외시장의 환경요인을 추가하여 해외진출정도에 영향을 미치는 요인을 분석하였다. 해외시장진출형태를 나타내는 종속변수는 간접수출의 경우는 통제정도가 가장 낮은 형태로 보아 1을 부여하고, 단독투자의 경우는 10을 부여하며 합작투자나 라이선싱을 중간적 형태로 구분하였다. 분석대상기업은 우리나라의 섬유·의류, 조립금속 업종의 135개기업이다. 다중회귀분석을 사용하여 분석한 결과, 기업관련 특유자산, 거래의 규모, 고객관련 특유자산의 변수가 유의적인 것으로 나타났다. 또한 환경의 불확실성이 높고 수입국내 생산요인이 유리할수록 해외진출정도가 높아진다. 정행득과 박상진(1997)은 산업의 어떠한 구조적 특성이 수출 및 해외직접투자의 결정에 영향을 미치는가를 분석하였다. 1981~93년 기간동안 우리나라의 제조업종을 대상으로 횡단-시계열 풀링기법을 이용하였다. 종속변수는 수출의 경우에는 수출의 총매출액에 대한 비율을, 해외직접투자에 대해서는 해외직접투자의 국내기업의 총투자에 대한 비율을 사용하였다. 독립변수는 자본집약도, 원재료비율, 연구개발비율, 숙련공비율, 기업의 규모, 임금지수, 수입규제, 실질환율 등이다. 분석결과, 자본집약도가 낮을수록 해외투자를 많이 하는 것으로 나타났다. 연구개발집약도는 수출비중을 증가시키는데는 기여하나, 해외직접투자 결정에는 유의성이 없었다. 또한 숙련노동집약도가 높을수록 해외직접투자의 크기는 감소한다. 기업의 규모가 클수록 수출은 감소하고 해외직접투자의 크기는 증가하며, 임금이 상승할수록 수출은 감소하고 해외직접투자는 증가하는 것으로 나타났다.

지금까지 살펴본 것과 같이 기존연구들은 기업의 해외시장 진입방식선택을 기업의 우위요인이나 본국 또는 현지국시장의 환경요인들을 이용하여 분석하고 있음을 알 수 있다. 그러나 진입결정을 개별적인 진입차원에서 분석하고 있기 때문에, 보다 전사적인 관점에서 진입결정에 영향을 미치는 변수들과 진입방식 선택과의 관계를 살펴볼 필요가 있다(Kim & Hwang 1992). 다시 말하면, 기업의 해외시장진입방식 선택에 영향을 미치는 요인을 추출하기 위해서는 환경 및 거래특성요인뿐만이 아니라 글로벌화되고 있는 경영체제를 고려하여 기업의 글로벌 전략요인을 함께 검토해야 할 것으로 판단된다. 본 연구는 이러한 시각에서 기업의 진입방식 선택에 영향을 미치는 기업우위요인, 현지국의 환경요인이외에 Kim & Hwang(1992)이 제시한 기업의 글로벌 전략요인을 결합하여 그 타당성과 설명력을 살펴보고자 한다. Kim & Hwang (1992)은 해외시장진출방식을 결정할 때 전사적인 입장에서 전략을 고려하는 것이 중요하다고 판단하여 환경요인 및 거래특성변수에 글로벌 전략적 변수들을 추가하여 진출방식선택을 분석하였다. 글로벌 전략요인은 1)

글로벌 집중도(global concentration) 2) 글로벌 시너지(global synergies) 3) 글로벌 전략적 동기(global strategic motivations)의 세가지로 구분하였다. 여기에서 글로벌 집중도란 어느 기업이 세계시장에서 경쟁하는 경쟁업체의 수를 의미하는데 경쟁업체수가 적을수록 글로벌 집중도는 높아지게 된다. 이들의 분석결과, 글로벌 집중도가 커질수록 해외시장진입시 높은 통제를 갖는 방식을 선호하는 것으로 나타났다. 또한 글로벌 시너지와 글로벌 전략적 동기의 정도가 클수록 높은 통제를 가지는 진출방식을 선호하는 것으로 나타났다. 이처럼 글로벌 전략적 변수를 해외시장 진입방식 선택의 설명요인으로 도입할 수 있는 이론적인 근거는 Perlmutter(1969)의 연구로 소급된다. Perlmutter의 세계시장지향형(geocentric) 사고는 해외시장 진입방식의 선택을 독립적인 진출로서가 아니라 상호의존적인 네트워크로서 분석해야할 필요성을 제공한다. Perlmutter의 연구를 토대로 하여 기업경영에 있어서 글로벌 전략의 전개와 타당성을 제시한 연구들로는 Yip (1989), Kim & Mauborgne(1988), Kogut (1985) 등의 연구가 있다.

이와 같은 내용을 기초로 하여 본 연구는 수출과 해외직접투자 방식간의 선택에 영향을 미치는 요인을 추출하고자 한다.[1] 기업우위 요인은 국내기업이 기업환경이 상대적으로 불리한 해외시장국에 진입하더라도 이를 상쇄시킬 수 있는 우위요인을 말하는데, 그 기업이 일정기간동안 배타적으로 사용할 수 있는 무형자산을 의미한다. Hood & Young (1979)은 기업특유의 우위에 대하여 기술적 우위요인, 산업구조 우위요인, 정보우위요인, 재무적 우위요인 및 자원지배 우위요인의 다섯가지를 제시한 바 있다. 대부분의 기존 실증연구들은 이들중에서 기술적 요인(Caves 1982, 방호열 1992, 정행득과 박상진 1997), 기업의 규모(Buckley &

〈그림 1〉 해외시장진입방식 선택의 결정모형



1) 본 연구의 설문조사에 응한 101개 유효 대상기업중 61개기업이 수출방식, 39개기업이 해외직접투자방식, 그리고 1개기업이 라이선싱방식이라고 응답하였다. 따라서 라이선싱방식을 제외하여 수출 또는 해외직접투자방식간의 선택으로 연구대상을 정하였다.

Casson 1976, 방호열 1992), 국제적 경험(Terpstra & Yu 1988, 방호열 1992) 등의 변수를 이용하고 있다. 본 연구에서는 분석대상기업들의 중분류기준에 의한 업종이 경공업에서 중공업에 이르기까지 넓게 분포되어 있어 매출액이나 종업원수 등의 변수를 사용함에 따라 발생할 수 있는 편차를 고려하여 기업규모를 제외하고, 국제적 경험의 정도와 보유기술에 의한 제품차별화 능력의 두가지 변수만을 선정하였다. 현지국 환경요인은 기존연구들에서와 같이 해외시장국의 잠재적 시장규모, 무역장벽과 우리나라의 경우와 비교한 정치, 사회, 경제 시스템의 차이정도를 선정하였다. 또한 Kim & Hwang(1992)의 연구를 참고하여 글로벌 전략요인중 글로벌 집중도를 나타내는 변수로서 '세계시장에서 경쟁업체의 수'를, 글로벌 시너지를 나타내는 변수로는 '해외시장 진입방식의 선택시 본사와 해외의 지사 또는 자회사들과의 시너지 창출 가능성을 고려하는 정도'를, 글로벌 전략적 동기를 나타내는 변수로는 '경영진의 해외사업에 대한 관심과 지원의 정도'를 설정하였다.

III. 실증분석

3.1. 분석기법

실증분석을 위하여 로짓분석의 기법을 이용하였다. 로짓분석은 변수에 대한 정규성(nomality)의 가정을 요구하지 않으며, 명목척도 또는 서열척도와 같은 정성적인 척도와 등간척도가 섞여 있는 경우에도 사용이 가능하다. 또한 로짓분석은 설명변수의 회귀계수 추정을 직접 가능하게 해준다는 장점도 지니고 있다. 로짓분석에서 일반적으로 가정하고 있는 모형은 (식 1-1)과 같으며 이를 조정하면 (식 1-3)과 같이 정리될 수 있다. 이러한 회귀식을 구성하는 모수의 추정을 통해 이산형의 종속변수를 설명하는 각 변수의 반응정도를 규명할 수 있다.

$$P_Z = \frac{1}{1 + e^{C-Z}} \qquad \text{(식 1-1)}$$

$$Z = \alpha+\beta_1X_1+\beta_2X_2+\cdots\cdots+\beta_PX_P \qquad \text{(식 1-2)}$$

$$\ln(P_Z/(1-P_Z)) = \alpha+\beta_1X_1+\beta_2X_2+\cdots\cdots+\beta_PX_P \qquad \text{(식 1-3)}$$

3.2. 변수와 연구가설

1) 기업우위 요인

① 국제적 경험의 정도

기존연구들에서 제시된 것과 같이 기업의 국제적 경험은 해외시장진입방식 결정에 영향을 미친다(Johanson & Vahlne 1977 ; Davidson 1980 ; Agarwal & Ramaswami 1992 ; Terpstra & Yu 1988 ; Hennart & Reddy 1997 ; Kogut & Singh 1988). 일반적으로 해외진출 경험이 부족한 기업은 해외활동과 관련하여 경영관리상의 많은 문제점을 가지게 될 뿐만 아니라, 그들은 해외시장에서 활동하는 동안 잠재적 이익보다는 잠재적 위험의 크기를 과장되게 인식하고 있기 때문에 국제적 경험이 부족한 기업일수록 수출방식을 선택하며 반대로 해외경험이 많은 기업일수록 해외직접투자 형태를 선택하게 된다. Anderson & Gatignon(1986)도 거래비용이론을 적용하여 현실의 불완전경쟁상태하에서 기업특유의 국제적 경험이 많을수록 직접투자방식이 선호됨을 밝히고 있

다. 본 연구에서는 기업의 국제적 경험을 나타내는 변수로서 기업이 보유한 해외지사와 해외현지법인을 합한 숫자를 이용하였다.

가설 1 : 기업의 국제적 경험이 많을수록 해외직접투자방식을 선택할 것이다.

② 제품차별화 능력

제품차별화는 제품믹스의 깊이(depth)를 의미하는 것으로써 차별화된 제품은 경쟁업체의 제품에 대해 어느 정도 경쟁적 우위를 차지할 수 있으므로 탄력적인 가격정책이 가능하게 된다(Root 1987). 따라서, 차별화된 제품은 높은 수송비용과 수입관세를 지급하고도 경쟁력을 유지할 수 있으므로 수출에 의한 해외시장진입이 가능하다. 반면에 차별화 정도가 낮은 제품에서는 가격경쟁력이 매우 중요한데 수송비용과 수입관세로 인한 가격인상 요인을 회피하기 위해서는 수출방식보다 해외직접투자방식을 선택하여 진출하는 것이 유리하다(Root 1987, Agarwal & Ramaswami 1992). 이에 따라 본 연구에서는 제품차별화 능력이 작은 기업일수록 수출보다 해외직접투자방식을 선호할 것으로 보았다. 제품차별화 능력을 나타내는 지표로서 신제품개발능력의 보유정도를 이용하였다.

가설 2 : 기업의 제품차별화 능력이 작을수록 해외직접투자방식을 선택할 것이다.

2) 현지국 환경요인

① 해외시장국의 수요잠재력

해외시장국의 잠재적 시장규모는 진출기업에게 이익기회를 제공해 주는 주요 요인이기 때문에 진입방식 선택에 중요한 영향을 미친다. 해외시장국의 시장규모가 작을 경우에는 간접수출, 또는 현지 대리인이나 도매유통업자를 통한 직접수출, 라이선싱, 계약방식 등이 유효하다. 반대로 시장규모가 큰 해외시장국에 대해서는 해외직접투자에 의한 생산 등이 적합하다. Weinstein(1977)과 Khoury (1979)에 의하면 시장규모와 잠재력은 해외진출의 주요한 결정요인으로 작용하고 있다. Sabi(1988)의 연구도 시장잠재력이 높은 국가에 대한 진출방식으로서 직접투자방식은 비투자방식과 비교하여 기업에게 장기적으로 최대의 이익을 제공해 줄 것으로 기대된다고 하였다. 이는 범위의 경제를 성취할 기회와 궁극적으로 생산비용의 인하를 발생시키므로 손익분기점상 높은 판매량이 기대되는 해외직접투자가 유효하다는 것이다. 따라서 해외시장국의 수요잠재력은 해외직접투자 방식의 선택과 양(+)의 관계를 가질 것으로 기대된다(Hill, Hwang & Kim 1990 ; Davidson 1980 ; Nigh 1985).

가설 3 : 주력 해외시장국의 수요잠재력이 높을수록 해외직접투자방식을 선택할 것이다.

② 해외시장국의 무역장벽

해외시장국 정부가 외국기업에 대해 부과하는 규제는 동 규제에 의해서 가격메커니즘을 제대로 작용할 수 없게 만든다. 이러한 규제에는 해외시장국 정부에 의해 나타나게 되는 시장실패의 요소로서 관세 및 비관세 무역장벽에 의한 정부규제, 외국기업의 영업활동에 대한 규제등이 있다. 해외시장국의 무역장벽이 기업의 해외시장 진입방식 선택에 미치는 영향은 해외시장국 정부가 부과하는 장벽정도가 높을수록 수출방식보다 해외직접투자를 통해 현지국에 진출하게 될 것이다(Root 1987). 이것

은 수입규제시 이를 회피하기 위해서 외부 마케팅 조직을 통하는 것보다는 내부조직을 통해서 해외시장국에 직접 진입하는 것이 유리하기 때문이다(Anderson & Gatignon 1986). 본 연구에서는 해외시장국의 무역장벽이 높을수록 해외직접투자방식을 선호하는 것으로 보았다.

가설 4 : 주력 해외시장국의 무역장벽 정도가 높을수록 해외직접투자방식을 선택할 것이다.

③ 입지유사성의 차이

해외시장국과의 입지유사성은 정치, 사회, 경제시스템 등에 의하여 야기되는 자국과 현지국간의 근접성을 의미한다. 기업은 해외시장진출에 소요되는 외국비용을 감소시키기 위하여 문화적 및 경제적으로 유사한 국가부터 순차적으로 진입하게 된다고 한다(Johanson & Wiedersheim-Paul 1975). 해외직접투자의 경우 지리적으로 가깝고 문화적으로 유사한 국가에 우선 진출하게 되며 또한 경험효과 때문에 지사나 자회사가 이미 있는 국가에 투자하는 경향이 높게 된다(Davidson 1980). 해외시장진입에 따르는 현지국시장에 대한 사회·문화적 차이가 크거나 정치적 시스템이 다를수록 불확실성이 크게 되므로 직접투자방식보다는 수출방식이 선호된다(Anderson & Gatignon 1986). 이처럼 입지유사성은 해외사업을 수행하는데 낮은 비용을 갖게 하므로, 해외시장국과의 정치, 사회, 경제 시스템이 우리나라의 경우와 비교하여 그 차이가 작을수록 기업은 해외직접투자방식을 선호할 것으로 기대할 수 있다(Hill, Hwang & Kim 1990).

가설 5 : 주력 해외시장국의 정치, 사회, 경제시스템 등이 우리나라와의 경우와 비교하여 그 차이가 작을수록 해외직접투자방식을 선택할 것이다.

3) 글로벌 전략 요인

① 글로벌 전략적 동기

기업이 해외시장으로 진입한다는 것은 당해기업의 경영진이 해외사업에 대한 관심을 가지고 있음을 나타낸다. 기업이 단순수출에서 벗어나 해외직접투자의 형태를 이용하여 해외시장에 진입한다면, 그 기업은 글로벌 전략적 동기를 가지고 있는 것으로 볼 수 있다(Hamel & Prahalad 1985 ; Hout, Porter & Rudden 1982 ; Kim & Mauborgne 1988). 본 연구에서는 경영진의 해외사업에 대한 관심과 지원의 정도를 글로벌 전략적 동기의 대리변수로 이용하였다. 따라서 본 연구에서는 경영진의 해외사업에 대한 관심과 지원의 정도가 높을수록 해외직접투자방식을 선택할 것으로 기대하였다.

가설 6 : 경영진의 해외사업활동에 대한 관심과 지원이 많은 기업일수록 해외직접투자방식을 선택할 것이다.

② 글로벌 집중도

오늘날 주요 산업에서 활동하는 다국적기업들을 보면, 비교적 소수의 다국적기업들이 여러 국별시장에서 서로 경쟁하는 체제를 가지고 있다. 이러한 현상을 글로벌 집중(global concentration)이라고 하며, 글로벌화된 산업일수록 소수의 기업에 의한 집중현상이 높게 나타나고 있다(Kim & Hwang 1992). 글로벌 산업에서는 이같은 과점적 상호의존(oligopolistic interdependence)으로 인하여 경쟁기업들간에 상호의존을 더욱 높게 만든다. 글

로벌 경쟁적 상호의존이 존재하게 되면, 국별시장에서 어느 다국적기업의 행동이 다른 국별시장에서 반향을 만들기도 한다. 따라서 글로벌 산업의 구조에서는 기업들이 해외의 영업활동에 대하여 높은 수준의 통제를 가지려고 하는 것은 당연한 것으로 이해할 수 있다. 본 연구에서는 글로벌 집중의 정도를 나타내는 변수로서 Kim & Hwang(1992)의 연구에서 이용된 것과 같이 세계시장에서 주력제품 경쟁업체의 수를 사용하였으며 세계시장에서 글로벌 집중도가 높을수록 즉, 주력제품의 경쟁업체수가 작을수록 기업은 수출방식보다 해외직접투자방식을 선택할 것으로 예상하였다.

가설 7 : 세계시장에서 글로벌 집중도가 높을수록 즉, 주력제품의 경쟁업체수가 작을수록 해외직접투자방식을 선택할 것이다.

③ 글로벌 시너지

글로벌 전략을 취하는 기업은 세계시장을 하나의 시장으로 보고 표준화된 제품을 생산하여 본사주도의 해외시장관리를 통하여 세계시장에 진입하며 본사와 해외거점, 각 해외거점간의 연결관계가 쌍방형으로 더욱 긴밀해지는 형태를 가지게 된다. 종국적으로 이러한 글로벌 기업은 글로벌화와 현지화를 동시에 추구하며 전세계적으로 네트워크를 구축하여 규모의 경제를 획득하고자 한다(Bartlett & Ghoshal 1995 ; 이광철 1995). 글로벌 시너지는 이처럼 기업들이 본사와 해외지사 또는 자회사간에 R&D, 마케팅, 제조와 같은 핵심요인들을 서로 공유하여 활용할 때 발생한다(Kim & Hwang 1992 ; Willig 1978). 이러한 시너지는 단위사업의 결정에 대하여 기업의 자원개입을 증대시키게 되며, 높은 통제를 통해서 기업의 수익성을 증대시킬 수 있다(Jones & Hill 1988 ; Harrigan 1985 ; Hamel & Prahalad 1985 ; Kim, Hwang & Burgers 1989). 본 연구에서는 글로벌 전략을 추구하는 기업은 해외시장국에 진출시 여타 국가들에 있는 지사 또는 자회사와의 시너지 창출 가능성을 고려하게 되며, 글로벌 시너지창출을 고려하는 기업일수록 자원개입수준이 높은 해외직접투자방식을 선호할 것으로 예상할 수 있다(Hill, Hwang & Kim 1990).

가설 8 : 해외지사 또는 자회사들과의 시너지 창출을 고려하여 해외진출을 결정하는 기업일수록 해외직접투자방식을 선택할 것이다.

이에 따라 각 변수의 예상되는 부호는 다음과 같다.

〈표 1〉 변수의 예상부호

	변 수	예 상 부 호
기업우위요인	국제적 경험의 정도	+
	제품차별화 능력	−
현지국 환경요인	무역장벽	+
	수요잠재력	+
	입지유사성의 차이	−
글로벌 전략요인	글로벌 전략적 동기	+
	글로벌 집중도(경쟁업체수)	−
	글로벌 시너지	+

3.3. 분석대상기업

분석대상기업은 1996년말 현재 증권거래소에 상장된 522개의 제조업체들이다. 이들 기업을 대상으로 1997년 7월 25일부터 8월 20일까지 우편설문조사를 실시하였다. 분석대상기업들에게 수출, 라이선싱, 해외직접투자 등 여러 진입방식중에서 귀사를 대표하는 진입방식을 한 가지만 선택하여 줄 것을 요청하였다. 이것은 상당수의 우리나라 기업들이 두가지 이상의 진입방식을 활용하고 있을 것이기 때문에 분석의 명확성을 도모하기 위해서는 대표적인 진입방식의 설정이 필요하기 때문이다. 그러나 회수된 설문지가 75개업체에 불과하여, 8월 27일부터 9월 25일까지 미발송업체들에게 재차 설문지를 보내어 본 연구를 도와줄 것을 부탁한 결과 추가적으로 32개업체로부터 설문지가 회수되었다. 107개기업중에서 해외시장진출을 하지 않은 4개업체와 설문항목을 충분하게 작성하지 않은 2개업체를 제외한 101개기업이 본 연구에서 활용한 유효 대상기업이다. 이들 101개 기업들은 자사를 대표하는 해외시장 진입방식으로서 61개기업이 수출방식을, 39개기업이 해외직접투자방식을, 1개기업이 라이선싱방식이라고 응답하였다. 다음의 〈표 2〉는 수출 또는 해외직접투자방식을 대표진입방식이라고 응답한 분석대상기업 100개의 업종별 현황을 나타낸 것이다.

3.4. 실증분석의 결과

글로벌 전략요인을 제외한 기업우위 및 현지국 환경요인의 변수만을 사용하여 분석한 로짓모형의 추정결과는 〈표 4〉와 같다. 이 모형의 예측 정확도는 66.0%로 나타났다. 로짓분석의 결과를 보면, 10%이내의 신뢰수준에서 통계적으로 유의성을 보

〈표 2〉 분석대상기업의 업종별 현황

업 종	업체수
음식료품 제조업	13
섬유제품 제조업	6
목재, 나무제품 제조업	1
펄프, 종이, 종이제품 제조업	8
가구 및 기타 제조업	1
화합물, 화학제품 제조업	17
석유정제품 제조업	2
고무, 프라스틱제품 제조업	1
비금속광물제품 제조업	11
1차금속산업	5
조립금속제품 제조업	1
기계 및 장비 제조업	7
사무, 계산 및 회계용기계 제조업	1
영상, 음향 및 통신장비 제조업	12
전기기계, 전기변환장치 제조업	7
자동차 및 트레일러 제조업	5
의료, 정밀, 광학기기, 시계 제조업	2
계	100

〈표 3〉 상관계수 (I)

X1	1.0000				
X2	0.082846	1.00000			
X3	0.0043872	0.13655	1.0000		
X4	0.099705	-0.019464	0.23340	1.00000	
X5	0.046129	-0.084137	0.23859	0.34659	1.00000
	X1	X2	X3	X4	X5

〈표 4〉 로짓 추정 결과표 (I)

변수명	회귀계수	표준오차	t-값
X1(국제적경험)	0.11971	0.047289	2.5315 **
X2(제품차별화)	0.0010232	0.25861	0.0039566
X3(무역장벽)	0.37381	0.30907	1.2095
X4(수요잠재력)	0.029725	0.29458	0.10091
X5(입지유사성차이)	0.15063	0.26963	0.55864
CONSTANT	-2.7761	1.5939	-1.7417

PERCENTAGE OF RIGHT PREDICTIONS(예측 정확도) = 0.6600

주 : ** 5%의 신뢰수준에서 유의성을 가짐

이고 있는 변수는 기업우위요인인 국제화 경험뿐이며, 현지국 환경요인에서는 유의적인 변수가 없다. 한편, 이들 기업우위 및 현지국 환경요인에 글로벌 전략요인을 추가한 모형의 로짓분석결과는 〈표 6〉과 같다. 이 모형의 예측 정확도는 69.0%로서 앞에서 살펴본 모형의 경우보다 그 예측력이 소폭 높은 것으로 나타났으며, 10%이내의 신뢰수준에서 유의적인 변수는 기업우위요인에서 국제화 경험과 글로벌 전략요인에서 글로벌 전략적 동기의 두 변수이다. 글로벌 전략요인을 추가한 분석모형에서 변수들의 회귀계수는 현지국 환경요인인 수요잠재력과 입지유사성의 차이 변수를 제외한 모든 변수의 부호가 가설과 일치한다. 그러나 국제화 경험과 글로벌 전략적 동기 변수를 제외한 여타변수들의 t-값은 매우 낮은 수준을 보이고 있다.

이러한 분석을 통하여 우리나라의 제조업체들은 해외사업에 대한 국제적 경험이 많고, 경영진의 해외사업활동에 대한 관심과 지원이 많을수록 수출보다는 해외직접투자방식을 선호함을 알 수 있다. 가설 2에서 제시한 신제품개발능력의 보유정도가 작은 기업일수록 해외직접투자방식을 선택할 것이라는 가설은 통계적으로 유의성을 가지지 못하였다. 그러나 회귀계수의 부호는 예상대로 나타난 점에서 이같은 분석결과가 본 연구의 분석대상기업 수가

〈표 5〉 상관계수 (II)

X1	1.0000							
X2	0.08284	1.00000						
X3	0.00438	0.13655	1.0000					
X4	0.09970	-0.01946	0.23340	1.00000				
X5	0.04612	-0.08413	0.23859	0.34659	1.00000			
X6	0.26033	0.12023	0.19750	0.19980	0.15383	1.0000		
X7	-0.04232	-0.12008	-0.09809	0.25079	-0.03924	-0.10101	1.0000	
X8	0.26839	0.29562	0.16906	0.21832	0.16061	0.32886	-0.04715	1.0000
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8

〈표 6〉 로짓 추정 결과표 (II)

변수명	회귀계수	표준오차	t-값	
X1(국제적경험)	0.086591	0.046560	1.8598	*
X2(제품차별화)	-0.094628	0.26883	-0.35200	
X3(무역장벽)	0.22148	0.32263	0.68648	
X4(수요잠재력)	-0.003382	0.33262	-0.01017	
X5(입지유사성차이)	0.097857	0.27319	0.35820	
X6(글로벌전략동기)	0.44742	0.23925	1.8701	*
X7(글로벌집중도)	-0.15461	0.24792	-0.62362	
X8(글로벌시너지)	0.15741	0.21709	0.72511	
CONSTANT	-3.0873	1.9192	-1.6086	

PERCENTAGE OF RIGHT PREDICTIONS(예측 정확도) = 0.6900

주 : * 10%의 신뢰수준에서 유의성을 가짐

비교적 적은데 기인한 것으로 사료되며, 향후 보다 많은 기업을 대상으로 한 비교연구가 요망된다. 한편, 해외시장국의 수요잠재력, 무역장벽, 입지유사성의 차이 등 환경요인에서는 유의적인 변수가 나타나지 않았다. 더욱이 이들 변수의 회귀계수 부호는 무역장벽을 제외하고는 두 변수에서 예상과 다르게 나타났다. 이들 변수가 통계적인 유의성을 가지지 못하기 때문에 무리한 해석은 바람직하지 않으나, 로짓분석에서 나타난 부호는 해외시장국의 수요잠재력이 작더라도, 그리고 정치·사회·경제 시스템이 우리나라와 비교하여 차이가 크더라도 해외직접투자방식을 선택하는 기업이 있음을 보여준다. 이는 근년들어 우리나라 기업들이 과거의 공산권 국가들에 대한 직접투자를 확대해 오고 있는 점에서 그 설명을 찾아 볼 수 있을 것으로 생각된다. 글로벌 전략요인의 세 변수들은 모두 가설과 일치

되는 회귀계수 부호를 나타내고 있다.

IV. 연구의 시사점 및 한계

우리나라 기업의 주된 해외시장진입방식으로서 수출과 해외직접투자간의 선택에 대한 실증분석의 결과를 보면, 기업우위 및 현지국 환경요인에 글로벌 전략적 요인을 결합한 연구모형의 예측 정확도가 69%로 소폭 높아졌으며, 대부분의 변수들이 가설과 일치하는 회귀계수부호를 나타내고 있어 모형의 타당성을 엿볼 수 있게 해준다. 그러나 국제적 경험과 글로벌 전략 동기의 변수만이 통계적으로 유의성을 보였으며 여타 변수들에서는 유의적인 변수들이 나타나지 않았다. 또한 여타 변수들의 t-값이 매우 낮기 때문에 연구결과의 확대해석에는 주의가 요망된다. 본 연구는 우리나라 기업들의 경우 국제화 경험이 많으며 경영진의 글로벌 경영에 대한 관심이 높은 기업일수록 수출방식보다는 해외직접투자 방식을 선호하고 있음을 보여준다.

오는 21세기에는 기업활동에서 국경의 개념이 희석되는 글로벌 현상이 가속화될 것이며, 기업경영의 모든 자원이 세계적인 차원에서 조정되고 통합되는 기업의 글로벌 시대가 전개될 것으로 기대된다. 따라서 글로벌 시대에는 하나의 거대한 시장을 놓고 모든 기업이 무한경쟁을 하는 양상이 나타날 것이며, 한 국가의 부존자원으로 결정되는 비교우위에 의한 경쟁력 대신에 세계적인 생산요소를 바탕으로 하여 기업의 절대우위에 기초를 둔 경쟁력이 필요하다. 사실상 선진국에 비해 우리나라는 축적된 자본의 규모, 기술수준 등이 부족하고 후발공업국에 비해서는 상대적으로 노동비용이 높은데다 자원도 부족한 실정이다. 고부가가치 산업을 육성하거나 제품의 품질경쟁력을 강화하는데 필수적인 기술수준이나 첨단의 사회간접자본 등과 같은 경쟁력의 고급요소도 선진국에 비해 크게 뒤떨어져 있다. 성숙산업의 가격경쟁력을 좌우하는 임금, 금리, 토지가격 등 경쟁력 요소는 후발공업국이나 경쟁상대국에 비해 열위에 있다(산업연구원 1994). 이처럼 우리경제가 현재 당면해 있는 가장 근본적인 문제는 국가경쟁력 상실이다. 근년들어 국가경쟁력을 상실하게 된 중요한 원인은 자본주의의 기본원리인 자유로운 경쟁이 제약받거나 부재했기 때문이다. 따라서 국가경쟁력을 높이는 방법은 규제완화와 자유화이며, 이같은 측면에서 해외직접투자를 통한 글로벌화의 추구는 국가경쟁력을 높이는 수단으로서 그 의의를 찾아야 한다. 세계 주요국의 기업들은 세계전역을 대상으로 가장 유리한 입지를 선택하여 글로벌 시너지 창출을 목적으로 기업활동을 전개하고 유기적으로 연결시키고 있는데, 이러한 경제여건의 변화에 대응하여 우리나라 기업들도 경쟁력 강화를 위하여 해외직접투자를 지속적으로 추진할 필요가 있다. 국제경제환경의 변화를 기업성장의 기회로 활용하기 위해서는 수출지향적 성장전략에서 벗어나 위험의 정도와 투자비용은 크지만 수익성이 높은 해외시장 지향적인 성장전략으로의 전환을 도모해야 할 것이다.

본 연구의 한계점으로서 다음과 같은 사항들이 지적될 수 있다. 우선 분석대상기업의 수가 적은 수준이며, 설명변수들의 조작적 정의와 측정방법이 타당한가에 대한 논란의 여지가 있다. 예를 들면 글로벌 전략 요인을 나타내는 변수의 선정과 측정방법이 그것이다. 또한 본 연구에서 변수 선정을 제한적으로 하였다는 지적이 있을 수 있다. 이에 대하여는 향후 다각적인 변수의 선정을 통한 비교

연구가 필요한 것으로 판단된다.

참 고 문 헌

국내문헌

김병순, 한국제조기업의 해외직접투자전략에 관한 연구, 단국대학교 산업연구소 산업연구 제 10집, 1987.

방호열, 한국기업의 해외직접투자 : 전략적 접근법의 필요성, 한국국제경영학회, 국제경영연구 제 3권, 1992. 8.

배도순, 한국기업의 해외시장 진출전략 결정요인에 관한연구, 경희대학교 대학원, 박사학위논문, 1993.

산업연구원, 우리나라 국가경쟁력 평가와 강화전략, 1994. 9.

어윤대와 방호열, 한국기업의 해외직접투자행태에 관한 실증적 연구, 고려대학교 경영대학 경영논총 제 26집, 1984.

이광철, 글로벌화 진전과 한국기업의 국제전략방향, 한국경영학회 경영학연구 제24권 1호, 1995. 2.

장세진과 박성진, 한국전자산업의 해외직접투자패턴 : 순차적 진입을 통한 기업내부능력구축, 한국경영학회 경영학연구 제 25권 3호, 1996. 8.

전용욱과 윤동진, 한국의 대선진국 직접투자에 대한 소고 : 구조적 시장방어론, 한국국제경영학회 국제경영연구 제 2권, 1991. 5.

정행득과 박상진, 우리나라 제조업의 무역과 해외직접투자, 한국무역학회 무역학회지 제 22권 1호, 1997. 3.

최생림, 한국 제조업의 해외직접투자, 한양대학교 경제연구소 경제연구 제 12권, 1991.

최석신과 이광배, 해외시장진출 결정요인에 관한 연구 : 거래비용이론의 적용, 한국무역학회 무역학회지 제 22권 1호, 1997. 3.

한국은행, 해외투자통계연보, 각년호.

외국문헌

Agarwal, Sanjeev and Ramaswami, Sridhar N., Choice of Foreign Market Entry Mode : Impact of Ownership, Location and Internalization Factors, Journal of International Business Studies, Spring 1992.

Anderson, Erin and Hubert Gatignon, Mode of Foreign Entry : A Transaction Cost Analysis and Propositions, Journal of International Business Studies, No. 3, 1986.

Bartlett, C. A. and Sumantra Ghoshal, Transnational Management, Irwin, 1995.

Buckley, P. J. and M. Casson, The Future of the Multinational Enterprise, Holmes & Meier Publishers, 1976.

_____, Analyzing foreign market entry strategies : Extending the internalization approach, Journal of International Business Studies, Vol. 29 No. 3, 1998.

_____, The Economic theory of the Multinational Enterprise, The Macmillan Press Ltd., 1985

Calvet, A. L., A Synthesis of foreign direct investment theories and theories of the multinational enterprise, Journal of International Business Studies, Spring/Summer, 1984.

Caves, R., Multinational Enterprise and Economic Analysis, Cambridge University Press, 1982.

Davidson, W. H., Global Strategic Management, Wiley, 1982.

Davidson, W.H., The Location of Foreign Direct Investment Activity : Country Characteristics and Experience Effects, Journal of International Business Studies, Fall 1980.

Euh, Y. D. and S. H. Min, Foreign Direct Investment from Developing Countries : The Case of Korean Firms, The Developing Economies, 1986.

Grubaugh, S.J., Determinants of Direct Foreign Investment, Review of Economics and Statistics, 69, February 1987.

Hamel, Gray & C. K. Prahalad, Do you really have a global strategy, Harvard Business Review,

July-August 1985.

Harrigan, K. R., Vertical Integration and Corporate Strategy, Academy of Management Journal, 28(2), 1985,

Hennart, J. F. and S. Reddy, The Choice between mergers/acquisitions and joint ventures : The case of japanese investors in the U.S., Strategic Management Journal, vol. 18, 1997.

Hill, Charles W.L. and Pater Hwang and W. Chan Kim, An Ecletic Theory of the Choice of International Entry Mode, Strategic Management Journal, Vol. 11, 1990.

Hirsh, Seev, An international trade and investment theory of the firm, Oxford Economic Papers, No. 28, 1976

Hood, N. and Young, S., The Economics of Multinational Enterprise, Longham, 1979.

Hout, Thomas, Michael E. Porter & Eileen Rudden, How global companies win out, Harvard Business Review, September-October 1982.

Hymer, Stephen H., The International operations of national firms : A study of direct foreign investment, unpublished 1960 PhD Thesis, Cambridge Mass : MIT press, 1976.

Johanson, J. and F. Wiedersheim-Paul, The Internationalization of the Firm - Four Swedish Cases, Journal of Management Studies, October 1975.

Johanson, J. and Vahlne, J.E., The Internalization Process of the Firm : A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitment, Journal of International Business Studies, Spring-Summer 1977.

Jones, G.R. and C.W.L. Hill, Transaction Cost Analysis of Strategy - structure Choice, Strategic Management Journal, 9 : 159-172, 1988.

Khoury, S. J., International Banking : A Special Look at Foreign Banks in the U.S., Journal of International Business Studies, Winter 1979.

Kim, W. Chan, Peter Hwang, Global Strategy and Multinational's Entry Mode Choice, Journal of International Business Studies, Vol. 23 No. 1, 1992.

Kim, W.C., P. Hwang and W.P. Burgers, Global Diversification Strategy and Corporate Profit Performance, Strategic Management Journal, Vol. 10(1), 1989.

Kim, W. C. and R. A. Mauborgne, Becoming an effective global competitor, Journal of Business Strategy, January-February 1988.

Kindleberger, C.P., American Business Abroad, Yale University Press, 1969.

Kogut, Bruce, Designing global strategies : Comparative and competitive value added chains, Sloan Management Review, Summer 1985.

Kogut, Bruce and Singh, Harbir, The Effect of National Culture on the Choice of Entry Mode, Journal of International Business Studies, No.3 1988.

Kumar, K. and K. Y. Kim, The Korean Manufacturing Multinationals, Journal of International Business Studies, Spring/Summer 1984.

Nigh, D., The Effects of Political Events on U.S. Foreign Direct Investment : A Pooled Time Series Cross-sectional Analysis, Journal of International Business Studies, Vol. 16, 1985.

Perlmutter, H. V., The tortuous evolution of the multinational corporation, Columbia Journal of World Business, January-February 1969.

Root, F. R., Entry Strategies for International Markets, Lexington Books, 1987.

Rugman, A. M., Inside The Multinationals : The Economics of Internal Markets, Columbia University Press, New York, 1981.

Stopford, J. M. & L. T. Wells, Jr., Managing the multinational enterprise, Basic Books, 1972.

Terpstra, V. and C. Yu, Determinants of Foreign Investment of U.S. Advertising Agencies, Journal

of International Business Studies, Spring 1988.

Vernon, Raymond, International investment and international trade in the product cycle, Quarterly Journal of Economics, No. 80, 1966

Weinstien, A. K., Foreign Investment by Service Firms : The Case of the Multinational Advertising Agency, Journal of International Business Studies, Spring-Summer 1977.

Williamson, O. E., The Economic Institutions of Capitalism, Free Press, 1985.

Willig, R., Technology and market structure, American Economic Review, 69, 1978.

Yip, G. S., Global strategy... In a world of nations?, Sloan Management Review, Fall 1989.

The Empirical Test of the Foreign Market Entry Mode Choice by Korean Firms

Ho Sang Kang* · Yong Mo Sung**

Abstract

This paper makes empirical test directed towards establishing the joint of Firm-specific advantages, Country characteristics and Global strategic considerations in choosing Korean firms' foreign market entry mode. This is done based on 100 responses to a survey questionnaire concerning their entry mode decision experiences. Through the use of logit model, the results suggest that in case of choosing export or FDI mode an incorporation of global strategic variables with an analysis of the entry mode choice is warranted.

Key Words : Foreign market Entry Mode, Global Strategy

* Professor, Department of Business Administration, Sogang University
** Assistant Professor, Department of International Trade, Chongju University