



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

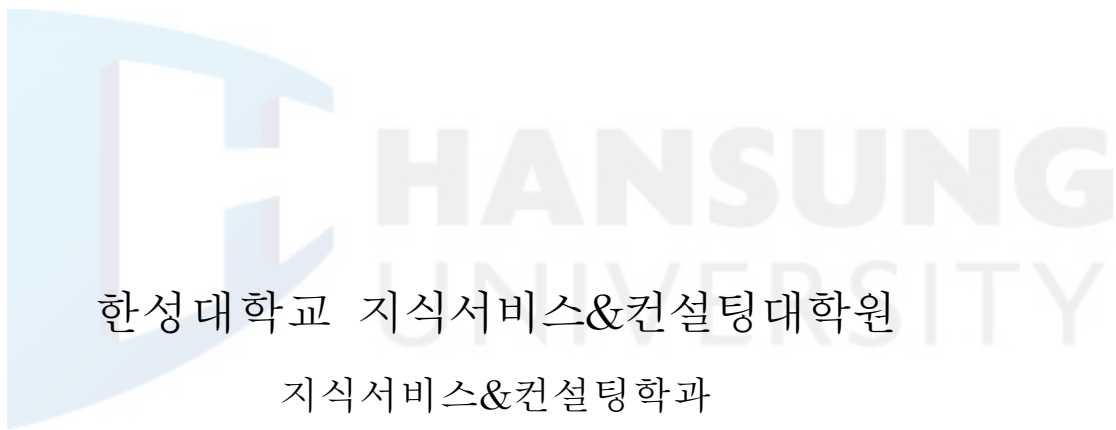
이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

碩士學位論文

自由貿易協定(FTA)環境 下の 輸出成果
決定要因에 관한 研究

2011年



한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

윤 영 호

碩士學位論文
指導教授 羅道成

自由貿易協定(FTA)環境 下の 輸出成果
決定要因에 관한 研究

An Empirical Study on the Determinants of Export
Performance under the Free Trade Agreements

2010年 12月 日

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

윤 영 호

碩士學位論文
指導教授 羅道成

自由貿易協定(FTA)環境 下の 輸出成果
決定要因에 관한 研究

An Empirical Study on the Determinants of Export
Performance under the Free Trade Agreements

위 論文을 컨설팅學 碩士學位 論文으로 제출함

2010年 12月 日

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

윤 영 호

尹永皓의 컨설팅學 碩士學位論文을 認准함

2010年 12月 日

審査委員長 _____ 印

審査委員 _____ 印

審査委員 _____ 印

목 차

제 1 장 서 론	1
제1절 연구배경	1
제2절 연구목적	3
제3절 연구범위 및 방법	6
제4절 논문의 구성	7
제 2 장 이론적 배경 및 기존문헌고찰	8
제1절 이론적 배경	8
1. 지역무역협정에 관한 고찰	8
2. 자원기반관점에 관한 고찰	18
제2절 기존 문헌 고찰	27
1. FTA요인에 관한 기존문헌 고찰	27
1) FTA요인의 개념	27
2) 무역장벽철폐에 관한 기존문헌 고찰	28
3) FTA원산지활용역량에 관한 기존문헌 고찰	35
4) FTA수출물입에 관한 기존문헌 고찰	39
5) FTA정보획득역량에 관한 기존문헌 고찰	42
2. 자원요인에 관한 기존문헌 고찰	45
1) 해외마케팅역량에 관한 기존문헌 고찰	45
2) 제품차별화역량에 관한 기존문헌 고찰	48
3. 수출성과에 관한 기존문헌 고찰	50
제3장 연구 모형 및 가설	55

제1절 연구 모형	55
제2절 가설의 설정	56
1. FTA요인과 수출성과에 관한 가설	57
2. 자원요인과 수출성과에 관한 가설	62
제4장 연구 방법	66
제1절 변수의 정의 및 측정	66
1. FTA요인에 관한 변수	66
2. 자원요인에 관한 변수	68
3. 수출성과에 관한 변수	69
제2절 표본선정 및 자료수집 방법	70
1. 표본기업의 선정	70
2. 자료수집도구 및 자료수집방법	71
제3절 분석방법	72
제5장 실증 분석 및 결과	73
제1절 표본의 특성	73
1. 일반적 현황	73
2. FTA수출현황	73
3. 수출종사기간과 수출액	74
제2절 변수의 타당성 및 신뢰성 검증	75
1. 타당성 분석	75
2. 신뢰성 검증	78
제3절 가설 검증	80
1. 상관관계분석	80
2. 회귀분석 결과	81
3. 가설검증 결과	87

제6장 결론	90
--------------	----

제1절 연구결과의 요약	90
--------------------	----

제2절 연구의 시사점	92
-------------------	----

1. 이론적 시사점	92
------------------	----

2. 실무적시사점	93
-----------------	----

3. 정책적시사점	94
-----------------	----

제3절 연구의 한계 및 향후과제	95
-------------------------	----

1. 연구의 한계	95
-----------------	----

2. 향후 연구방향	96
------------------	----

【참고문헌】	98
---------------------	----

【부록】	114
-------------------	-----

설문지	114
-----------	-----

ABSTRACT	121
----------------	-----

【표 목 차】

[표 2-1] PTA, RTA, 혹은 FTA의 개념	8
[표 2-2]特惠무역협정의 국제법적 근거와 유형	10
[표 2-3] RTA의 경제적 효과	11
[표 2-4] 중력모형등에 의한 RTA효과의 기존 연구결과	13
[표 2-5] 자원기반관점의 연구경향	19
[표 2-6] 여러 연구자들에 의한 자원 정의	22
[표 2-7] 자원의 속성	24
[표 2-8] UNCTAD와 USIPC의 비관세장벽의 분류	29
[표 2-9] Arteaga-Ortiz et al.가 분류한 무역장벽의 유형	30
[표 2-10] 수출성과측정방법의 분류와 사용빈도	52
[표 3-1] 연구가설의 요약	64
[표 5-1] 표본기업의 일반현황	72
[표 5-2] 표본기업의 수출현황	73
[표 5-3] 표본기업의 수출중사기간	73
[표 5-4] 표본기업의 수출규모	74
[표 5-5] KMO와 Bartlett의 검증	75
[표 5-6] 요인분석결과	76
[표 5-7] 신뢰성검증결과	78
[표 5-8] 상관관계표	79
[표 5-9] FTA요인과 수출성과의 회귀분석결과	80
[표 5-10] FTA요인의 하위변수들과 수출성과와의 회귀분석결과	82
[표 5-11] 자원요인과 수출성과와의 회귀분석결과	84
[표 5-12] 자원요인의 하위변수들과 수출성과와의 회귀분석결과	85
[표 5-13] 가설의 검증결과 요약	87

【 그림 목 차 】

[그림 2-1] 지역경제통합의 발전단계별 유형	16
[그림 3-1] 기업의 FTA요인 및 자원요인과 수출성과에 관한연구모형 ...	54



제1장 서론

제1절 연구배경

1. FTA의 확산

지역무역협정(RTAs)의 확산이 브레튼우즈에서 창설된 WTO중심의 다자주의 체제가 급격한 변화를 몰고 와 국제통상질서에 큰 변혁이 일고 있다. 더 깊은 자유무역의 확대를 위한 WTO/DDA협상이 교착상태를 보이는 가운데, 자유무역지대(Free Trade Area)등의 창설을 위한 지역무역협정(RTA: Regional Trade Agreements)이 확산되고 있는 것이다.(Olivier Cadot,2006)

WTO에 따르면, WTO협정이 발효되기 전인 1948년부터 1994년까지 통지된 지역무역협정(RTA: Regional Trade Agreement)은 124개에 불과했으나 1995년이래 2008년까지 약 300개의 RTA가 통지되었다. 발효된 RTA 205개 중 121개 RTA가 자유무역협정(FTA)으로서 WTO회원국은 적어도 하나 이상의 FTA에 참가하고 있다고 할 것이다.(WTO,2010) 이처럼 FTA가 확산되고 있는 까닭은 지역경제통합을 통하여 상품무역의 시장 접근성을 향상시키는 한편 다른 나라에 의한 FTA에 의해 자국의 시장을 상실하지 않도록 하고, 나아가 국제사회에서 정치외교적인 유대를 강화하려는 목적을 갖고 있기 때문이다.(William H.Cooper,2010)

이에 따라 우리나라도 다른 FTA에 의해 수출기업들의 해외시장을 상실하지 않도록 하기 위하여 동시다발적인 FTA추진전략 방향에 따라 향후 전 세계 주요국을 대상으로 이미 FTA체결을 추진 중이다. 우리나라는 미국 EU 일본 등 거대 선진경제권, 중국 인도 러시아 브라질 등 차세대 거대경제권, 그리고 호주 캐나다 멕시코 GCC 등 주요 거점국 및 자원부국 등 전 세계 70여 개국과 FTA Hub & Spoke Network을 형성하게 된다. 이럴 경우 우리나라는 전 세계 GDP의 약93%, 전 세계 인구의 71%를 차지하는 국가군들과 이른바 자유무역지대(FTA)를 창설하게 된다.(외교통상

부,2010)이른바 FTA혁명이라고 불릴 만하다.

이같은 지역경제통합 내지 FTA의 확산은 상품무역이든 서비스무역이든 우리나라 기업들은 개방과 경쟁에 노출될 수밖에 없기 때문에 수출주도형 경제구조인 우리나라의 기업과 산업 전반에 미칠 영향력이 점점 증가하고 있어 기업들의 FTA대응이 요구된다.

2. 한국 무역의 위상

또한 우리나라 수출이 전 세계에서 차지하는 위상으로 보더라도, 2010년 수출규모는 4,660억 달러에 달해 세계 7위 수출국으로 올라설 것으로 전망되고, 2010년에 수출 5,160억달러, 수입 4,850억 달러를 달성함으로써 무역 규모 1조달러 시대를 열 것으로 관측된다.(무역협회,2010) 지난 1960년대 이래 수출주도형 경제성장정책을 추진한 후 불과 반세기 만에 세계 7대 무역대국으로 부상하고 수출입 규모 1조 달러 시대를 앞두고 있다는 것은 세계에 유례가 없는 기적이다.

더욱이, 부존자원이 거의 없고 원유를 비롯한 원재료 및 중간투입재를 수입해서 이를 제조 가공해서 재수출하는 전형적인 가공무역 산업구조를 갖고 있다. 한국은행에 따르면, 우리나라의 수출의 수입 유발율은 40%인 것으로 나타났다. 즉, 100달러의 상품을 수출하려면 40달러의 원재료 또는 중간투입재를 수입해야 한다는 것이다.

우리나라는 2010년 3분기 현재 국민순생산(GNI)중에서 수출입액이 차지하는 비중이 106.0 % 로서 우리나라는 무역의존도가 매우 높기 때문에 FTA로 대표되는 시장통합과 이에 대응한 수출확대를 통한 국제화 전략이 그 어느 때보다 중요해 지고 있다.

기업의 국제화 전략 중 수출전략은 최소한의 자원투입, 리스크부담의 최소화 및 유연성 때문에 자원이 부족한 중소기업들로부터 많은 관심을 끌어 왔다(Mittelstaedt,Harben, and Ward,2003). 이에 따라 기존에 중소기업들의 수출성과 결정요인에 관해 많은 연구들이 있었으나 FTA로 대표되는 지역경제통합(RTA)에 의해서 발생하는 이슈에 대한 연구는 매우 드물

었다. 지금까지의 연구는 FTA체결에 따른 경제적 효과 등 거시경제학적인 연구가 대부분이었으며, FTA시대에 중소기업들의 국제화 내지 글로벌화를 통한 수출확대를 위하여 중소기업들이 어떻게 대응해야 하는지, 또 어떤 자원을 확보해야 하는 지에 대한 연구는 거의 없었다.

따라서 이 연구의 목적은 FTA환경 하에서 중소기업들에 적합한 기업들의 국제화 전략의 일환으로 수출확대를 위하여 어떤 역량을 확보해야 하는지, 한정된 자원(Resources)을 어떻게 활용해야 할 것인지, 즉, FTA환경 하에서 어떤 요인들이 수출성장에 영향을 미칠 것인지를 연구하고자 하는 데 그 목적이 있다.

제2절 연구목적

1. 문제의 제기

기업의 경영환경은 부단 없이 변화하며, 기업들은 생존을 위하여 변화하는 경영환경에 적응하고 순응해야 한다. 지금까지 많은 기업들이 설립되었다가 명멸해 갔다. 포천선정 미국상위 500대 기업의 평균기업 수명은 40년에 불과하고, 일본 니혼케이자이신문 조사에 따르면, 메이지유신이후 100년 동안 일본 100대기업의 평균수명은 약 30명에 그친것으로 나타났다. 대한상공회의소 조사에 따르면, 2005년말 기준 국내 전체 상장기업 1,620개의 평균수명은 23.8년에 불과한 것으로 조사됐다. 경영환경의 변화에 제대로 적응을 못한 탓이다.

우루과이라운드(UR) 타결 결과로 1994년 WTO체제가 출범하면서 세계화 내지 글로벌화(Globalization)이 급속하게 확산되었다. WTO를 중심으로 한 다자주의 체제에서는 글로벌경쟁의 료이 모든 회원국에 대하여 공정한 무역을 요구했다. 즉, 최혜국대우(MFN)원칙과 내국민대우(NT)원칙으로 대표되는 비차별대우(Non-discrimination)원칙이 보편적인 지도 원리로 통용되었다.

공정한 무역질서를 근간으로 하는 WTO 체제 하에서는 상품의 원산지

에 따라 관세상 차별조치를 적용하지 않았으나 FTA 환경 하에서는 상품의 원산지가 다르다는 이유만으로 관세상 차별대우를 부여한다는 사실이 WTO체제와 FTA체제를 가름하는 명백한 기준이다. 이러한 차이를 배경으로 다자주의 중심의 WTO체제에서 양자주의 혹은 지역주의를 근간으로 하는 FTA체제로의 변화는 새로운 패러다임의 국제통상질서의 전환이라고 할 수 있다. 즉, FTA는 WTO체제와는 사뭇 다른 양상의 국제경영환경의 변화로서 수출기업들에게 새로운 기회요인과 위협요인이 공존한다고 할 수 있다.

지금까지 기업들의 수출성과를 결정하는 영향요인에 관한 많은 연구들이 있었다. 특히 기업외부의 환경과 경쟁적 위치를 중시하던 산업조직이론(Industrial Organization Theory)이 흥미하다가 최근에는 자원기반이론(Resource-Based Theory)을 이론적 배경으로 기업이 보유한 자원 또는 역량과 경영성과 간의 관계, 특히 수출성과 결정요인에 관한 연구들이 붓물 터지듯 했다. FTA의 확산이 현실화되기 전에는 전 세계 모든 나라들이 동일한 규칙을 적용하는 상황에서는 WTO 일반원칙을 배제하는 FTA 환경을 고려할 필요가 없었다.

자원기반이론 관점에서 기업이 보유하고 있는 가치 있는 자원과 역량은 산업분야에 따라서도 상이할 뿐 아니라, 글로벌 경영환경에 따라서도 다르게 나타난다.(Yeoh and Roth,1999). 따라서, 새로운 경영환경에는 새로운 자원과 역량이 필요하다고 할 수 있다. 기존의 자원기반관점을 배경으로 하는 수출성과 결정요인에 관한 연구에서는 FTA 특유의 환경에서만 요구되는 자원요인을 영향요인으로 삼은 연구는 찾아보기 드물었다. 기존의 연구에서는 소수의 기업 자원과 기업 성과 간의 관계를 분석하여 어떤 기업 자원과 역량이 수출성과에 영향을 미치는지에 대한 연구가 중첩적으로 이루어져 왔으며, 다. 그러나 동일한 자원과 역량 변수라 하더라도 연구자에 따라, 산업 및 국가에 따라 상이한 결과가 도출되곤 했으나, 전체적으로는 여전히 기업의 자원과 역량이 수출성과를 올리는데 중요한 요인으로 간주되곤 했다. 한정된 자원과 역량만 갖고 있을 뿐인 중소기업들은 도대체 어떤 자원을 확보해야 할 것인지, 또 자원을 어떻게 배분하고 활용해야 할

것인지 혼란이 적지 않았던 것이 현실이다.

2. 연구목적

본 연구는 기존 선행연구들의 문제점을 종합적으로 검토하여 새로운 글로벌 경영환경요인으로 부상한 FTA 환경에 특유한 자원요인들과 수출성과 간의 관계를 살펴봄으로써 기존 연구들과 차별성을 확보하려 한다.

첫째, 본 연구는 일부 자원기반관점을 배경으로 기업수출성과를 제고하기 위하여 FTA 특유의 환경에서 요구되는 자원과 역량이 무엇인지, 그것이 수출성과에 얼마나 영향을 미치는지 분석하고자 한다. 경영환경에 적극적으로 대응해 나가기 위해서는 기업들은 새로운 자원과 역량을 창출하고 조직내부에서 이를 변환해야 지속가능한 경쟁우위를 확보할 수 있기 때문이다.

둘째, 본 연구는 우리나라 기업 중에서 수출입하는 중소기업만을 대상으로 하였다. 대기업들은 자발적으로 변화하는 환경에 자체적으로 대응할 역량과 자원을 갖고 있지만 한정된 자원과 역량만을 갖고 있는 수출 중소기업들은 FTA환경에 적응하고 대응하기위하여 한정된 자원을 선택과 집중에 따라 배분하고 활용해야 하기 때문에 이다. 관세청(2009)에 따르면, 2009년 말 기준으로 우리나라의 수출기업의 수는 80,831로서 대기업이 757개로 전체 수출기업의 0.9%를 차지하고 중소기업은 80,074개로 전체 기업의 99.1%를 차지한다. 수출비중을 보면, 대기업이 전체 수출액의 67.7%를 차지하고, 수출기업 수가 전체의 99%인 중소기업은 총 수출의 32.3%를 차지하고 있다. 그러나 중소기업청(2009)에 따르면, 이들 99%의 중소기업이 우리나라 전체 고용의 88%를 창출하고 있으니, 중소기업이 성장과 고용에 큰 몫을 차지하고 있음을 알 수 있다.

셋째, 본 연구에서는 기존의 산업조직론 관점에서나 자원기반 관점에서 이뤄진 수출성과 결정요인 연구에서 거의 사용하지 않은 자원과 역량으로서 “FTA원산지활용역량”을 수출성과에 영향을 미치는 독립변수로 추가하였다는 점에 특징이 있다. 저자가 아는 한 기존의 수출성과 결정요인

에 관한 연구 중 자유무역지대(FTA) 창설과 같은 국제통상질서의 변화에 바탕을 둔 수출성과 결정요인으로서 독립변수인 FTA원산지 활용역량을 다룬 연구는 찾아보지 못했다. FTA는 관세 기타 무역장벽을 철폐하는 국제조약이며, 특혜관세혜택을 누리기 위해서는 FTA 특혜원산지 자격이 있음을 증명하고 관리하는 원산지 활용역량을 갖춘 수출기업과 그렇지 못한 기업 간에는 수출성과에도 차이가 있을 것으로 판단되기 때문이다.

제3절 연구범위 및 방법

본 연구에서는 FTA 환경 하에서 중소 제조기업들의 수출성과 결정요인을 분석하기 위하여 실증연구를 수행한다. 실증분석을 위하여 2009년 말 현재 수출실적이 있는 중소기업130개사를 대상으로 수출성과에 대한 분석을 수행하였다. 이를 위해 기존의 자원기반관점을 배경으로 한 수출성과 결정요인과 관련된 기존문헌 고찰을 통하여 파악된 변수들과 FTA 환경에 특유한 변수들을 기초로 수출중소기업의 실제표본을 대상으로 실증분석을 실시하였다. 즉, 본 연구의 분석에서는 FTA환경하에서 수출중소기업들의 어떤 자원과 역량이 수출성과의 결정요인으로 작용하는지를 실증분석하는 것이다.

본 연구의 연구대상은 2009년 기준으로 수출실적이 있는 기업으로서 FTA체결국 또는 FTA 미체결국으로 수출하고 있는 수출기업이다. 이를 위해 한국무역협회 무역통계(KOTIS)를 활용하여 MTI코드 8번에 해당하는 수출기업으로서 수출실적이 있는 업체들을 대상으로 하였다.

본 연구에서 FTA체결국으로 수출하는 기업 또는 FTA미체결국으로 수출하는 기업 모두를 선정한 것은 우리나라의 FTA 추진 전략방향에 따라 향후 전체 무역의 약 75% 이상이 FTA 체결국과 무역이 이루어 질 것으로 예상하기 때문이며, 또한 현재 우리나라의 FTA가 미국 EU등 거대 선진 경제권과의 FTA가 아직 발효되지 않았기 때문이다.

본 연구의 실증분석에 사용된 자료는 직접 인터뷰와 이메일 전화 등을 통한 설문조사 방식으로 수행되었다. 수집된 자료에 대해서는 측정문항의

신뢰성 및 타당성 검증을 수행했으며, 가설검증을 위해서는 회귀분석(Regression Analysis)과 정준 상관분석을 실시하였다. 분석은 SPSS 12 통계 패키지로 이루어 졌다.

제4절 논문의 구성

본 연구는 모두 6개장으로 구성되며, 각 장에서 다룰 내용은 다음과 같다.

제1장에서는 본 연구가 왜 이루어지게 되었는지 배경과 연구목적, 기존 연구와 차별성을 제시하고 연구범위와 방법에 대해 약술하였다.

제2장에서는 본 연구와 관련한 이론적 배경과 기존문헌 고찰을 다루었다. 제1절에서는 본 연구의 배경을 제공한 자유무역협정(FTA)과 FTA에 대한 기존의 연구동향들을 고찰하였다. 제2절에서는 FTA환경에 특유한 자원 또는 역량 등을 포함하는 독립변수로서 FTA요인과 수출성과에 관한 기존문헌 검토하였다. 제3절에서는 자원요인과 수출성과에 관한 기존 문헌 검토가 이루어 졌다.

제3장에서는 FTA환경 하에서 수출중소기업들의 수출성과 결정요인에 관한 분석모형과 연구가설을 제시하였다.

제4장에서는 실증연구를 위해 각 변수를 조작적으로 정의하고 조사대상의 선정 및 설문 구성과 실증 분석방법 등 연구방법에 대하여 기술하였다.

제5장에서는 FTA환경 하에서 수출중소기업들의 수출성과 결정요인을 파악하기 위한 실증분석 및 결과를 다루었다.

제6장에서는 실증 분석결과를 요약하고, 본연구의 시사점을 논의하고 본 연구의 한계를 성찰하고 향후 추가 연구방향을 모색하였다.

제2장 이론적 배경 및 기존문헌 검토

제1절 이론적 배경

1. 지역무역협정에 관한 고찰

1) 자유무역협정(Free Trade Agreement)의 개념

자유무역지대(Free Trade Area)는 계약국 간의 원산지 상품에 대하여 관세와 기타 무역제한적인 규칙이 철폐되는 2 이상의 관세영역의 집단으로 정의된다.(GATT 제24조 제8항 (b)호, Cooper, William. H, 2010). 따라서 자유무역협정(Free Trade Agreements)은 국가간 자발적인 계약에 의하여 자유무역지대의 창설을 위한 국제조약이다. 자유무역지역(Free Trade Area)라는 용어는 전후 국제무역기구(ITO)설립에 관한 하바나 헌장 준비위원회에서 레바논대표가 1947년 제출한 제안서에서 비롯되어 중동 라틴 아메리카 개도국 및 프랑스 등의 지지를 얻어 Havana헌장 제44조에 채택됨으로써 국제경제법역에서 보편적으로 사용되기에 이르렀다. FTA와 관련한 여러 가지 용어가 혼용되고 있으나 이를 정리하면 아래 <표2-1>과 같다.

현재 전 세계적으로 확산되고 있는 대부분의 지역무역협정(RTA)는 현실적으로 당사국간 관세를 즉시 철폐하여 자유무역지대를 바로 창설하기가 곤란하기 때문에 당사국들은 자유무역지역 또는 관세동맹 창설을 위한 잠정협정을 체결하고 10년간에 걸쳐 단계적으로 실질적으로 모든 무역(상품무역의 95%)에 대해서 관세를 철폐해서 완전히 시장을 통합하는 것이다.(GATT제24조의 해석에 관한 양해)

특혜무역협정(Preferential Trade Agreement)은 WTO의 일반원칙인 최혜국대우(MFN)원칙의 중대한 예외로서 인정되는 자유무역협정으로서 관세동맹(Customs Union) 자유무역지대(Free Trade Agreement) 및 이들

<표2-1> PTA, RTA, 혹은 FTA의 개념

용어		내용
PTA		· 특혜무역협정(Preferential Trade Agreement)이란 WTO 최혜국대우(MFN)원칙의 예외에 해당하는 모든 특혜무역제도를 포괄하는 용어. · PTAs에는 FTA, 관세동맹, 공동시장 및 단일시장을 포함하며, FTA 유사용어인 EPA, CEPA, CER, SECA 등도 포함함. · WTO는 지역조항(GATT 제24조) 및 권능부여조항(Enabling clause) 등에 근거하여 체약 당사국과 비당사국의 무역에 대하여 차별적·비호혜적인 특혜무역협정(PTA)을 허용함.
RTA		· 지역무역협정(Regional Trade Agreement)은 WTO중심의 다자주의(Multilateralism)에 대한 상대개념으로서 지역주의(Regionalism)를 강조하는 측면에서 FTA 또는 관세동맹 및 공동시장과 같은 지역무역협정을 지칭하는 용어.
FTA	정의	· 자유무역협정은 자유무역지대(Free Trade Area)의 창설 근거가 되는 특혜무역협정(PTAs)의 일종으로서 관세철폐 기타 무역제한적인 규제를 철폐하는 2이상의 관세영역의 집단으로 정의됨. · 자유무역지대(Free Trade Area)는 GATT 제24조(지역조항:Regional Clause) 또는 권능부여조항(Enabling Clause) 또는 서비스무역협정(GATS 제5조)에 근거함.
	지역조항	· GATT 제24조에 근거한 FTA는 원칙적으로 약95% 이상의 상품에 대하여 10년 이내에 관세철폐 및 기타 비관세장벽을 철폐하는 요건.(예: 한-미 FTA, 한-EFTA FTA, 한-칠레FTA 등)
	권능부여조항	· 1979년 동경라운드의 개도국에 관한 GATT체약국단의 결정을 의미하는 권능부여조항(Enabling Clause)에 근거한 FTA는 GATT 제24조의 예외로서 당사국간 관세양허의 범위와 관세철폐의 기한에 대한 제한이 없음. · GATT 제24조에 의한 FTA에 비하여 양허제외 품목이 많거나 관세철폐 품목은 적어 무역자유화 및 지역경제통합 수준이 느슨함. (예: APTA, AFTA, TPND, 중-아세안 FTA, MERCOSUR).

*자료: 윤영호, FTA원산지증명과 비즈니스모델(2009)

의 잠정협정(Interim Agreement)으로 구성된다.(정인교 노재봉, 2005) 본 연구에서는 엄밀한 의미에서는 차이가 있으나 FTA RTA는 동일한 개념으로 사용한다.

관세동맹 또는 자유무역협정의 창설은 WTO의 비차별대우 원칙의 하나인 최혜국대우(MFN)원칙의 중대한 예외를 구성하기 때문에 이같은 특혜무역협정을 체결하려면 국제법적인 근거가 요구된다. 따라서 관세동맹이나 자유무역지대를 창설하기 위해서는 3가지 국제법적 근거, 즉 이른바 지역조항이라고 불리는 GATT제24조에 근거한 자유무역협정(또는 관세동맹)과 1979년 동경라운드의 개도국에 관한 GATT체약국단의 결정을 의미하는 권능부여조항에 근거한 자유무역협정(또는 관세동맹), 그리고 과반수 WTO회원국의 동의를 얻어야 가능한 특혜무역협정 등이 있다.(윤영호, 2009)

지역조항(Regional Clause)에 근거한 특혜무역협정은 실질적으로 모든 상품무역(상품무역의 약95% 이상)에 대하여 10년 이내에 관세철폐 및 기타 비관세장벽을 철폐하는 요건이 부여된다. NAFTA, 한-미 FTA, 한-EU FTA등이 여기에 해당한다. 반면, 권능부여조항(Enabling Clause)에 근거한 특혜무역협정은 그것이 FTA, 관세동맹 또는 이들의 잠정협정의 형식이든 이는 지역조항(GATT제24조)의 예외로서 당사국간 관세양허의 범위와 관세철폐의 기한에 대한 특별한 제한이 없다.

GATT제24조에 의한 FTA에 비해 관세양허 제외 품목이 많거나 관세철폐 품목이 적어 무역자유화 및 지역경제통합 수준이 느슨한 것이 특징이다. 여기에 속하는 특혜무역협정은 아시아태평양무역협정(APTA), AFTA, 한-ASEAN FTA, 한-인도FTA 등이 있다. 주로 개도국간 또는 선진국과 개도국간 긴밀한 경제 및 외교 관계 개선을 위해 경제통합을 하고 싶으나 즉시 관세철폐 등 시장개방 폭이 높을 경우 정치적 경제적 파급효과가 우려되는 경우 권능부여조항에 근거한 자유무역지대 창설이 된다.

<표2-2> 특혜무역협정의 국제법적 근거와 유형

법적근거(WTO협정)		유형 및 사례	효과(차이)
상품 무역	지역조항 (Regional Clause)	GATT 제24조 · FTA, 관세동맹 및 FTA 또는 관세동맹의 잠정협정 · 한-미FTA, 한-칠레FTA, 한-싱가포르FTA, NAFTA	· 10년내 모든 품목(상품의 95%이상)에 대해 관세철폐
	권능부여 조항 (Enabling Clause)	1979년 동경라운드 GATT체약국단의 개도국에 관한 차별적 특혜대우 결정 · GSP(일반특혜관세제도), · TNDC(WTO개도국간특혜무역협정) · TPND(UNCTAD개도국간특혜무역제도) · APTA(구방콕협정) · AFTA, 중-ASEAN FTA · MERCOSUR 등	· 10년 내 모든 품목에 대해 관세철폐 의무 없음. · 개도국간 차별적 비호혜적 특혜협정가능
	의무면제 조항 (Waiver Clause)	GATT 제25조 제5항 · 미국-카리브군도경제지원법(CBERA) · 캐나다-카리브연안국간협정(CARIBCAN)	· WTO회원국 동의
서비스 무역	GATS 제5조		· 한-EFTA FTA, MERCOSUR, 일-말레이시아 FTA, EC-칠레 FTA, 한-칠레 FTA 등

*자료: 윤영호, FTA원산지증명과 비즈니스모델(2009)

2) RTA의 경제적 효과

FTA체결을 통해 시장을 개방하면 무역이 증가하고 경제가 성장한다는 교과서식 도식이 있다. 아담 스미스 이후 경제학자들에게 던져진 오랜 질문의 하나는 이론적으로나 경험적으로나 ‘과연 FTA와 경제성장 간에는 정(+)의 관계가 있는가’하는 것이다. 내생적 성장이론 관점에서는 기술이전이 이루어진다는 조건 하에서 무역자유화를 통해 시장이 개방되면 경제성장이 촉진된다. 또 학습효과모델에서도 규모의 경제를 통해 특정산업에

특화되면 경제성장이 이루어진다(Jung Hur, Cheol beom, park,2010).

FTA에 관한 기존 연구는 주로 거시적 관점에서 FTA체결과 경제성장 또는 무역창출효과(Trade Creating Effect) 또는 무역전환효과(Trade Diverting Effect) 및 후생효과와 관계에 관한 연구가 많이 이루어 졌다.

<표2-3> RTA의 경제적 효과

구분		내용
단기효과	무역창출 효과	· 관세철폐에 따라 역내 가격 하락으로 인해 회원국 밖으로부터 회원국 안으로 무역이 증가하여 역내에서 새로운 무역이 창출되는 효과를 의미함(Viner,1951)
	무역전환 효과	· 관세 철폐로 인해 종래 저비용 비회원국으로부터 수입하던 상품을 고비용 회원국으로부터 수입하게 됨으로써 수입선을 역내국으로 전환하는 효과를 의미함(Viner,1951)
중장기효과	규모의 경제 및 효율적인 자원배분	· 관세철폐 및 시장통합으로 인해 역내 시장이 확대됨으로써 생산비가 하락함으로써 가장 효율적으로 생산하는 기업만 남아 생산규모증가에 따른 규모의 경제를 달성하게 되며, 원가 절감은 다시 상품 수요 증가-생산 증가로 이어져 자원배분의 효율성 제고 및 경제성장을 촉진하는 효과를 말함
	경쟁력제고 및 생산성 향상	· 관세철폐에 의해 시장개방 및 무역자유화가 독과점업체들을 경쟁에 노출시킴으로써 경쟁우위창출을 위한 기술·제품혁신을 통해 기업 경쟁력은 제고되고 기술력 생산성이 향상되는 효과를 의미함
	FDI 유치 효과	· 관세 철폐로 역내에서는 무역창출효과 발생하고 역외국과는 무역전환효과가 발생함으로써 시장을 상실한 역외국이 시장확보 위한 역내국에 직접투자를 유인하는 효과를 의미함
	경제구조조정 및 경제시스템 선진화	· 보다 효율적인 생산을 하는 생산자에 의해 특화생산이 이루어지고 역내국 기업들의 경쟁 및 선진경제시스템의 도입 등으로 인한 역내 경제체질강화 및 구조조정이 이루어 지는 효과를 의미함
	소비자후생증가	· 시장개방에 따른 가격하락으로 소비자 잉여가 발생하고 다양한 제품으로부터 선택의 폭이 넓어져 소비자 후생 증가함.

<자료: 윤영호,FTA원산지규정과 비즈니스모델(2009)>

첫째, 거시적 관점에서 연구된 FTA 문헌은 주로 FTA체결과 GDP, 고용, 생산 등의 증감, 무역흐름, 특정산업에 대한 영향 관계에 관한 경제적 파급효과에 관한 연구가 주류를 이룬다. 이러한 연구 중에서 FTA가 무역에 긍정적인 영향을 미친다는 주장과 그렇지 않다는 주장이 상반된다.

Jung Hur et al.(2010)는 1960~2000년까지 96개국의 패널데이터를 이용하여 FTA 및 Hub & Spoke식 FTA가 무역에 미치는 효과를 분석한 결과, 12.4년 후 FTA 체결 당사국 사이에는 직접적인 FTA 효과와 Hub & Spoke식 FTA의 효과를 더하여 연평균 5.57%의 무역증가율을 나타낸다고 보고하였다.

Pablo Sanguinetti,et al.(2010)는 남미의 MERCOSUR(브라질 파라과이 우루과이 베네수엘라 아르헨티나 등의 남미공동시장) 같은 관세동맹에서는 역내 관세철폐로 인해 자원이 재분배됨에 따라 제조업의 생산패턴 재편이 이루어졌음이 밝혀졌다. 1985년부터 1998년에 걸쳐 아르헨티나 브라질 및 우루과이에 있어서 역내 관세 인하 또는 철폐함으로써 시장의 크기에 따라 결정될 산업응집력을 약화시켜 역내 산업 전반에 걸쳐 영향을 미치면서 자원 재분배를 통해 제조업의 생산패턴을 재편할 수 있다.

그러나, FTA에 의한 경제통합이 반드시 체약국간 무역을 증가시키고 경제성장과 고용을 증가시키는 것은 아니다. 허정과 박철범(2009)는 비매개변수 접근법(Nonparametric Approach)을 통해 FTA를 분석한 결과, FTA가 경제성장에 미치는 영향은 미미하며 특히 FTA발효 1~10년까지는 아무런 영향도 없다고 주장한다. 또 역내 체약국간의 1인당 GDP성장을 격차도 커서 FTA효과 역시 모든 당사국 내에서 균등하게 나타나지도 않는다고 주장한다. 따라서, 내수부진 등 경기침체에 신속한 경제성장을 담보하기 위한 전략의 일환으로서 FTA체결을 추진해서는 안 된다고 경고한다.

이같이 FTA의 경제적 효과 등에 대해서 연구자나 연구대상 및 연구방법에 따라 상이한 결과가 나온다. Konstantinos Kepaptsoglou et al.,(2010)는 1960년대 이래 40여 년간 FTA의 경제적 효과 분석에 사용해온 중력모형에 의한 10년간의 기존연구들을 종합적으로 분석한 연구에서 FTA의

경제적인 효과인 무역창출효과(Trade Creation Effect)와 무역전환효과(Trade Diversion Effect)에 관한 연구가 상반되는 결과가 많으면서 FTA 효과가 무역을 창출할것인지 전환할 것인지 명백한 증거는 없다고 주장한다.

<표2-4> 중력모형등에 의한 RTA효과의 기존 연구결과

저자	분석 대상 RTA 및 주요이슈	무역 창출	무역 전환
Baier SL, Bergstrand H.(2007)	· Free trade agreements	○	○
Abedini J, Peridy N. J.(2008)	· Greater Arab free trade area · GAFTA (20% 무역증가)	○	
Lee H, Park I. (2007)	· East Asia FTA	○	△
Kalirajan K. (2007)	· IOC-ARC Agreement	○	
Peridy N.(2005)	· AGADIR agreement · 회원국간 무역 보완성 부족	×	×
Tang D.(2005)	· NAFTA(무역창출효과) · ANZCER(무역전환효과) · ASEAN(무역창출효과) · 1989-2000(분석기간)	○	○
Musila JW.(2005)	· COMESA,ECCASand ECOWAS · 회원국간 무역 보완성	×	×
Rojid S.(2006)	· COMESA · 회원국간 무역 보완성 부족	×	×
Peridy N.(2005)	· Euro-mediterranean FTA · EU로 수출 20-27% 증가	×	×
Peridy N.2005	· ASEAN countries.	×	×
Egger P. (2004)	· NAFTA · 장기적으로 15%무역증가	△	
RobertsBA. (2004)	· China-Asean FTA	×	×
Soloaga I, Winters A. (2001)	· EU and EFTA		△
FukaoK, Okubo T, Stern RM. (2003)	· NAFTA.		○
Endoh M. (1999)	· EEC, LAFTA and the CMEA · 1960-1994 기간동안 분석	×	×

*자료: Konstantinos Kepaptsoglou et al.,(2010)의 연구를 토대로 필자 작성

이 연구에 따르면, RTA협정발효에 따라 역내국간의 무역창출효과가 즉시 발생하는 것은 아니고 중장기적으로 증가하는 경향이 있는 것으로 나타났다.

또 EC 15개 회원국과 중앙 및 동유럽신규회원국간의 유럽협정에 의한 시장통합이 양자무역 흐름 모델에 의한 구조분석결과, 무역증가,GDP증가 및 후생이 증가한 것으로 나타났다.(Petter Egger and Mario Larch,2010) 이밖에 Cooper,William H는 FTA가 미국무역에 미치는 영향과 미국무역정책에 미치는 영향(2010), FTA가 호주 의료산업 및 의료수가에 치는 영향(Thomas Faunce와 2010)등 FTA체결 및 이행을 둘러싸고 당사국들의 무역정책 또는 특정산업에 미치는 영향, 혹은 경제적 효과에 관한 연구들이 주류를 이루고 있다.(Geoff Edwards, 2008)

둘째, FTA에 관한 미시적 연구는 주로 FTA에 대한 경영자의 인식태도와 기업특성간의 관계에 대한 연구, FTA원산지활용에 관한 연구, 원산지 규정 그 자체에 관한 연구 등이 있다. Timothy L. Pett와 James A. Wolff(2003)는 NAFTA(The North American Free Trade Agreement)에 대한 경영자의 인식과 4가지 기업특성(전략 수출성과 수출경험 및 기업규모)간의 관계를 연구한 결과, NAFTA에 대한 경영자의 긍정적 인식이 차별화전략 수출성과 수출경험 및 기업규모와 긍정적인 관계가 있는 것으로 밝혀졌으며, NAFTA에 대한 경영자의 인식과 원가우위전략과는 뚜렷한 관련이 없는 것으로 밝혀졌다.

3) RTA의 형태

RTA에 관한 권위 있는 분류는 발라사(Balass,1961)에 의해 처음 소개되었다. 경제통합은 그 단계에 따라 일반적으로 자유무역협정(FTA), 관세동맹(Custom Union) 및 공동시장(Common Market)을 거쳐 경제통합(Economic Union)으로 전진적으로 진행되는 지역주의로 간주된다. 발라사에 따르면, 경제통합은 진행단계에 따라 FTA단계에서는 역내국간 관세철폐에 따른 상품의 자유이동과 서비스의 자유이동이 이루어지고, 한 걸음

더 나아가 관세동맹(CU)으로 발전하면 역외국에 대한 공동관세를 부과하며, 공동시장(CM)으로 발전하면 추가적으로 노동 자본 같은 생산요소가 자유롭게 이동하고, 종국적으로는 통화통합 역내공동농업정책 같은 공동경제정책을 구사하는 단계를 밟는다는 것이다. 지역통합을 더 진전시킬수록 역내 무역비용을 추가로 줄일 수 있기 때문에 통합협정이 깊을수록 무역통합도 더 깊어진다는 전제를 깔고 있다(Vincent Vicard,2009).

경제학자들의 주장에 따르면 경제통합의 조건은 경제발전단계가 유사하고 소득수준이 거의 동일하며 또한 산업구조가 동질적이어야 함과 동시에 경제구조의 유사성과 경제구조의 잠재적인 보완성을 강조하고 있다. 최근에 체결되는 FTA는 꼭 이러한 조건에 한정되는 것이 아니라, 경제발전단계와 소득수준이 상이한 선진국-후진국간 FTA도 적지 않다(윤영호,2009).

그러나, 이러한 경제통합의 진행단계별 모형은 사실을 단순화한 하나의 모형(Model)에 불과하며, 실제로 지역경제통합이 반드시 이러한 단계를 거치는 것도 아니고, 또한 그 형태가 이 정형에 꼭 맞는 것도 아니다. 그러나 이 이론은 지역경제통합의 발전과정을 분석하는 데는 유용한 모형이라 할 수 있다(이균,2007). 아래에서 자유무역지역, 관세동맹 및 공동시장에 대하여 각각 살펴본다.

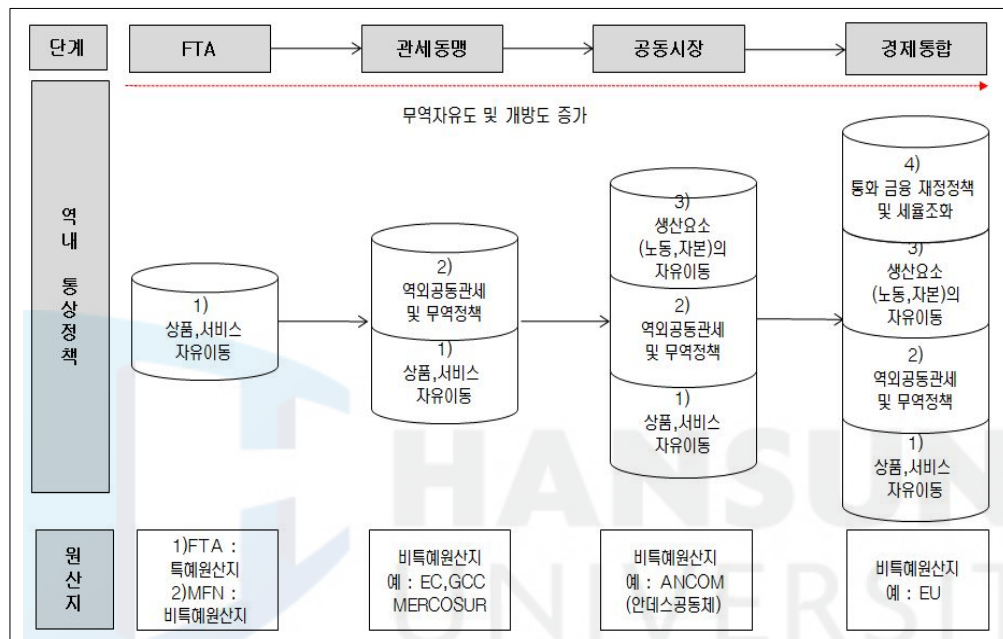
첫째, 자유무역지역(Free Trade Area)은 자유무역지역에 참가하고 있는 회원국 간에 존재하는 관세는 철폐 또는 점진적으로 인하하나 비회원국에 대해서는 각 회원국이 자유무역 지역 형성전과 마찬가지로 각각 독립적으로 관세를 적용할 수 있는 형태를 말한다.

FTA에서는 역내국에 대해서는 특혜관세 내지 무관세 대우를 부여하는 반면, 역외국에 대해서는 WTO 최혜국대우 관세율(MFN Tariff)을 적용하는 등 배타적인 대우를 전제로 한다. 따라서 FTA에서는 역내국과 역외국 간에 관세율상의 차이가 존재하고, 이에 무임승차하려는 역외국의 우회수입 기도를 방지하기 위해서 특혜원산지 증명서 제도를 운용하는 것이 일반적이다(윤영호,2009)

그러나 FTA운영의 핵심수단인 특혜원산지제도는 관세당국은 물론 수출

자 생산자들에게 많은 행정력과 비용을 수반하게 할 뿐만 아니라 (Cadot,2002),역외국들의 우회수출입으로 인한 무역굴절효과(Trade Deflection)를 완전히 차단하는 것도 간단치가 않다(정인교 조정란 방호경 김석오, 2005)

이러한 사정은 특혜원산지증명제도의 폐지 및 역외국에 대한 공동관세 부과 필요성이 생기고, 이에 따라 당사국간에는 FTA보다 진전된 경제 통합의 한 형태인 관세동맹(Customs Union)이 창설되는 것이다.



*자료: 윤영호, FTA 원산지 규정과 비즈니스 모델(2009) 인용

[그림2-1] 지역경제통합의 발전단계별 유형

둘째, 관세동맹(Customs Union)이란 2개국 이상의 다수국이 관세에 관한 동맹을 체결하여 가맹국간에는 관세를 감면 또는 철폐함과 동시에 비가맹국에 대해서는 차별적인 역외공동관세(Common external tariff)를 채택하는 제도이다.

다시 말하면, 2개국 이상의 다수국이 자발적인 조약에 의하여 단일 관세영역을 설정하여 각국의 독자적인 관세법과 무역정책을 포기하고 가맹국 상호간의 교역을 국내거래처럼 자유롭게 함과 동시에 역외국에 대해서

는 공동관세를 적용하는 것이다(Vincent Vicard,2009). 즉, FTA에서는 관세영역이 2이상인데 비해 관세동맹에서는 2이상의 관세영역이 단일관세영역(Single Customs Area)으로 대체되는 것이다(GATT제24조 제8항).

관세동맹에서는 일반적으로 FTA에서 역외국의 우회수입방지를 위한 특혜원산지증명제도가 없으며, 원산지 표시 및 최혜국대우관세율(MFN Tariff)적용 등의 목적으로 운용되는 비특혜 원산지규정만 존재한다. 따라서 저관세율에 편승하려는 역외국의 우회수입의 여지는 거의 없다.

그러니, FTA는 체결은 쉬우나 그 운용이 어렵고, 관세동맹은 체결은 어려우나 운용은 쉽다는 말이 나오는 것이다.

관세동맹의 예로서는, 현재 CARICOM(카리비안공동체및 공동시장)¹⁾,CACM(중미공동시장)²⁾,EC(유럽공동체)³⁾,GCC(걸프협력이사회)⁴⁾,EAEC(유라시아경제공동체)⁵⁾,EC-Andorra, EC-Turkey, MERCOSUR(남미공동시장), EU(27) 등이 있다.

셋째, 공동시장(Common Market)단계의 경제통합에서는 가맹국들이 역내에서 자유무역과 역외국에 대한 공동관세 뿐만 아니라, 회원국 상호간에는 노동 자본 등 생산요소의 자유이동까지 행해지고 있는 상태의 경제통합이다. 이러한 형태의 지역경제통합에는 ANCOM(안데안공동체;Andean Community)가 있다.

2. 자원기반관점에 관한 고찰

기업 간의 경영성과의 차이를 설명하는 대표적인 관점에는 산업조직이

1) CARICOM(카리비안공동체및 공동시장) : Antigua & Barbuda Bahamas Barbados Belize Dominica Grenada Guyana Haiti Jamaica Monserrat Trinidad & Tobago St. Kitts & Nevis St. Lucia St. Vincent & the Grenadines Surin

2) CACM(중미공동시장) : Costa Rica El Salvador Guatemala Honduras Nicaragua

3) EC(유럽공동체) : Austria Belgium Bulgaria Cyprus Czech Republic Denmark Estonia Finland France Germany Greece Hungary Ireland Italy Latvia Lithuania Luxembourg Malta Poland Portugal Romania Slovak Republic Slovenia Spain Sweden The Netherlands United Kingdom

4) GCC(걸프협력이사회) : Bahrain Kuwait Oman Qatar Saudi Arabia United Arab Emirates

5) EAEC(유라시아경제공동체) : Belarus Kazakhstan Kyrgyz Republic Russian Federation Tajikistan

론(Industry Organization theory)과 자원기반이론(Resource based theory)을 들 수 있다.

산업조직이론은 기업의 외부환경이 기업의 성과에 주는 영향을 분석하는데 중점을 두는 반면, 자원기반이론은 기업이 보유한 자원과 능력이 기업의 성과에 영향을 준다는 관점에서 기업이 보유하고 있는 내부자원에 중점을 두어 기업성과 간의 차이를 설명하려는 관점이다.

산업조직이론(Industry Organization theory)은 동일산업내의 기업들은 동질한 자원을 보유하고 있으며, 기업이 전략을 실행하기 위하여 사용하는 자원들은 기업간 이동이 가능하고 요소시장에서 즉시 구입이 가능한 것으로 전제한다. 즉, 기업의 성과는 기업 스스로가 경쟁우위를 창출하는 것이 아니라 산업구조에 의해서 결정되므로 기업성과는 그가 속한 산업매력도와 같은 환경적 특성에 의해서 영향을 받는다는 관점이다. 그러나, 산업조직론은 왜 동일한 산업에 속하면서 유사한 전략을 구사하는 기업이 다른 경쟁기업보다 성과가 낮은가 하는 점에 대해 명확한 설명을 제시하지 못하고 있다(Zou Fang and Zhao,2003).

특히 80년대 초반부터 나타난 미국기업들의 급속한 경쟁력하락과 상대적으로 일본 기업들의 급속한 성장을 설명하는데 한계를 나타낸다(이동현,1996).

자원기반이론(Resource based theory)에서는 산업조직이론에서 기업간 자원의 동질성과 자원의 이동성에 대한 묵시적 전제를 부인하고, 기업의 보유자원은 본질적으로 이질적이며 이동 곤란한 것을 전제한다.(Rummelt,1982;Wernerfelt,1984,1989) 따라서 기업간 자원의 이질성은 장기간 지속될 수 있으며, 경쟁기업이 모방할수 없을 때 경쟁우위의 원인이 된다(Barney,1991,Peteraf,1993). 자원기반이론은 기업의 내부자원이 경영성과 결정요인으로 보는 관점이다. 여기서 자원에는 자산, 자본, 역량, 프로세스, 경영층의 태도, 정보, 지식, 수출경험, 경영층의 몰입, 독특한 제품 등을 포함한다(Wernerfelt 1984;Zou and stan1998;Deligonul and Cavusgil 1997). 즉 자원을 유형 및 무형자산의 독특한 집합체(Unique bundle)로 파악하려는 것이다(Wernerfelt 1984).

<표2-5> 자원기반관점의 연구경향

연구 경향	핵심내용	관점	연구자
자원의 질성 접근법	· 기업을 둘러싼 경영환경을 기업이 필요로 하는 자원요소들이 존재하는 요소시장으로 파악 · 요소시장들의 불완전성 때문에 기업들이 보유한 자원은 이질성(Heterogenous)과 이동곤란성(Immobile)을 갖고 있음. · 지속가능한 경쟁우위의 원천으로서 자원의이질성 및 이동곤란성이 전제조건으로 제시했으나, 그 상이함의 원인분석 또는 상이함의 체계적 분석은 미흡.	정태적 관점	Penrose,1959;Conner,1991;Peteraf,1993;Rumelt,1984;Wenerfelt,1984;Barney,1991 ; Mahoney and Pendenian,1992, Dierikx and Cool,1989 ; Dollinger,1995
역량적 접근법 및 핵심역량 접근법	· 기업의 경영자원은 비가시적이고 비감각적인 무형자원을 지칭하는데 컨센서스가 이루어지면서 역량접근법(capability approach) 및 핵심역량 접근법(core competence approach) 대두 · 물질적 금전적 요소보다 스킬 노동력 문화 프로세스 조직지식과 같은 무형적 요소들이 경쟁자들에게 쉽게 모방되기 어려운 경영자원으로서 핵심역량으로 지칭되며 지속적인 경쟁우위를 창출하는 원천으로 파악	정태적 관점	Newbert,2007
동태적 접근법	· 지속가능한 경쟁우위의 원천이 되는 기업의 자원이 시간과 상황 변화에 따라 경영자원이 변화하는 동태적 관점의 접근법 · 지속적인 경쟁우위를 창출하는 자원은 기업이 보유한 자원 그 자체가 아니라, 그러한 자원을 창출하는 능력에 초점을 맞춤	동태적 관점	Kale and Single, 2007 ; Helfat and Peteraf,2003; Winter, 2003; Eisenhardt and Martin,2000; Teece, Pisano, Shuen,1997; Zollo & Winter, 2002 ; Dierikx and Cool, 1989; Rumelt,1984
지식기반관점	· 기업에게 경쟁우위를 가져다 주는 자원 중 특히 지식자원이 중요하다는 관점. · 개인이나 팀이 갖는 지식 또는 자원과, 조직 레벨의 지식 또는 자원을 구분하여 기업성장에 미치는 영향에 대한 연구필요.		Grant,1996;Kogut and Zander, 1992 ;Felin and Hesterly,2007;Brown and Duguid,2001;김용진 하영원 김양민,2009

*자료:정의교외(2010),이춘우(2007),이동현(2006)의 글을 기초로 필자 작성

다시 말해, 산업구조 및 경쟁구조 등 외부환경적 요인에서 경영성과의 결정요인을 찾는 관점이 산업조직이론이라면, 기업의 역량, 프로세스, 지식과 정보,,경영자의 몰입 등 기업내부의 유무형의 자원에서 경영성과 결정요인을 찾는 관점이 자원기반이론이다.

바꾸어 말하면, 산업조직이론에 따르면, 시장지배력(진입장벽구축 등)을 가진 기업은 산출물을 의도적으로 제한함으로써 제품시장의 불완전을 초래하고 이를 통해 초과이익을 얻게 되는데 반해, 자원기반이론에서는 기업이 얻는 초과이익은 공급이 제한된 우월한 자원에 대한 렌트(rent),공생요소시장의 불완전성으로 인한 자원공급의 본질적 희소성에 의해서 초과이익이 발생한다고 본다.

최근 경영성과 또는 수출성과의 결정요인을 설명하는 연구는 자원기반이론을 이론적 배경으로 하는 연구경향들이 두드러지다. 자원기반이론에 따르면, 기업의 경영성과는 해당 기업이 보유한 독특한 자원 또는 역량에 의해 결정된다는 것이 핵심이다. 따라서 자원기반이론은 동일 산업 내에서 유사한 전략을 취하는 기업 간에 경영성과 차이는 각 기업이 보유 및 활용하는 자원의 이질성에서 비롯되는 것이라고 설명한다(Wernerfelt 1984; Barney1991; Teece Pisano and Shuen,1997).

자원기반 관점을 주장하면서 동일 산업 내에서도 기업들이 보유하는 자원은 기업간에 각각 이질적(heterogeneous)이며 이동 불가능한(immobile) 것이어야 지속가능한 경쟁우위의 원천이 될 수 있다고 주장한다(Barney1991). 기업 특유의 자원이 지속가능한 경쟁우위의 원천이 되기 위해서는 자원은 가치 있고(Valuable) 희귀하고(Rare) 모방이 곤란하며(Imperfectly imitable) 대체곤란해서(Non substitutable) 다른 기업들이 보유하고 있지 않아야 한다. 이른바 VRIN의 조건을 갖춘 기업의 자원이 지속가능한 경쟁우위를 제공한다는 것이다.

따라서 자원기반이론은 기업의 경영성과 내지 수출성과를 설명하기에 매우 유용한 모형이며, 다양한 모형 발굴이 가능하기 때문에 최근 수출성과와 관련한 많은 연구들이 자원기반이론을 이론적 배경으로 하여 수행되고 있고(Bharadwaj,2000; Hadjimanolis,2000;Conner and Prahalad,1996;Markides

and Williamson,1996;Miller and Shamsie,1996;Henderson and Cockburn,1994;Amit and Schoemaker,1993),지속적으로 이론적인 모형개발 및 실증연구가 이루어지고 있다.

하지만, 이처럼 기업에게 지속적인 경쟁우위를 가져다 주는 자원이 모방도 곤란하고 이동도 어려운 특성을 갖고 있다면 그러한 자원을 파악하는 것이 어렵거나 그러한 자원이 형성된 과정을 알기 어렵다는 이야기가 된다. 즉 경영자가 지속적인 경쟁우위를 가져다주는 성공적 자원이라는 것을 알게 되는 시점은 그 기업이 경쟁우위를 갖고 성공했을 때 비로소 파악할 수 있게 된다는 것이다. 성공이 성공을 낳는다는 논리적 함정에 빠졌다는 지적이다(이동현,2006).즉, 자원기반관점이 동어반복적(tautological)이고 핵심 역량이 어떻게 그리고 왜 생겨나고 그것이 어떻게 기업성과에 영향을 미치는지 여전히 밝혀내지 못한다는 지적이다(Priem and Butler,2001). 성공하는 기업은 독특한 자원을 보유하고 있기 때문에 성공한다는 식의 인과관계가 모호한 순환적 모순을 갖게 된다(Porter,1991;Priem and Butler,2001) 따라서 일부 연구자들은 기업이 지속적인 경쟁우위를 확보하는데 있어 보다 중요한 것은 기업이 보유한 자원 그 자치가 아니라, 그러한 자원을 창출하는 능력(Capabilities)이라는 것에 초점을 맞추고 있다.(Kale and Single,2007 ; Helfat and Peteraf,2003 ; Winter,2003 ; Eisenhardt and Martin,2000 ; Teece,Pisano,Shuen,1997 ; Zollo& Winter,2002 ; Dierikx and Cool,1989 ; Rumelt,1984). 이들은 기업이 어떤 자원을 보유하고 있느냐 문제보다는 그렇게 가치 있는 자원을 구축하거나 활용할 수 있는 근본 능력 또는 프로세스에 관심을 두었다. 동태적 능력 접근법(Dynamic capability Approach)는 이러한 문제의식 하에 최근 각광 받고 있는 개념이다. 하지만 동태적 능력에 대한 명확한 정의와 접근법에 대한 다양한 연구가 필요하다(이동현,2006)

Collis(1991)는 자원을 핵심역량(Core Competence),조직능력(Organizational capability) 및 관리적 유산(Administrative Heritage) 세 가지로 구분하고 있다. 핵심역량은 기업이 우위를 누리는 비가역적 자산(irreversible investment)의 집합체라고 할수 있으며, 차별화된 기술적 능력, 보완적 자산, 조직의 관계

<표2-6 > 여러 연구자들에 의한 자원 정의

연구자	정의	자원의 범위
Penrose (1959)	기업이 구매하거나 리스하거나 자체적으로 생산한 물리적인 것과 일정기간동안 고용된 사람들로써 생산적인 기업활동에 공헌할수 있는 잠재적인 서비스의 묶음들	기업내부자원 유형무형자원
Miller and Shamsie (1996)	자원은 기업에게 지속적인 경쟁우위를 창출해 줄수 있는 것들을 의미	기업내부자원 유형무형자원
Wernerfelt (1984)	특정기업의 장점 또는 단점으로 생각될 수 있는 모든 것으로서 그 기업에 반영구적으로 부착되어 있는것들(예:설비능력,고객충실도,제조경험,기술적선도력 등)	기업내부자원 유형무형자원
Barney (1991)	기업이 통제할 수 있는 모든 자산, 능력,프로세스, 정보 지식 등을 포괄하는 전략적 자산 (strategic asset)을 의미함.	기업내부자원 유형무형자원
Prahalad and Harmel(1990)	자산의 스톡으로서 핵심역량을 의미함.	기업내부자원 무형자원
Hall (1991)	자산과 종업원의노하우, 집단적인 성향의 스킬	기업내부자원 유형무형자원
Eisenhardt and Schoonhoven (1996)	재무적 자산, 기술과 같은 감각될 수 있거나 (tangible) 명성 경영스킬과 같은 감각될 수 없는(Intangible)기업의 강점 또는 자산	기업내부자원 유형 및 무형 자원
Harmel (1991)	물적 자원만을 의미하는 것이 아니라 조직이 기업활동을 수행하는데 필요한 모든 것	기업내부자원- 유형무형자원
Cohen and Levinthal(1990) Lado and Wilson(1994)	조직은 자원을 모두 갖추고 있을 수 없기 때문에 외부조직이 통제하고 있는 자원을 동원하여 활용하거나 흡수할 능력, 외부자원 동원 능력 또는 투입기반역량을 포함함.	기업내.외부자 원 유형무형자원
Teece,Pisano,Shuen(1997)	자원은 기업 특유의 자산으로서 모방하기 어려운 속성을 갖고 있는데 반해, 생산요소는 토지, 미숙련 노동력,자본처럼 차별화되지 않는 투입물로서 기업특유의 속성을 갖고 있지 않음.	기업내부자원 무형자원
Newbert (2007)	비가시적이며 무형의 자원으로서 역량 및 핵심역량을 자원을 의미.	기업내부자원 무형자원

*자료:정의교외(2010),이춘우(2007),이동현(2006)의 글을 기초로 필자 작성

및 능력을 들 수 있다. 이러한 핵심역량은 여러 곳에서 응용하여 사용할수록 또한 기업 전체가 공유할수록 향상된다. 조직능력은 조직이 습득한 동태적 일상성(dynamic routine)으로서 무형자산을 의미하며, 기업의 효율성과 효과성을 지속적으로 개성하고 증진시킬 수 있는 경영능력을 의미한다. 하나의 조직능력이 발휘되기 위해서는 몇 가지 자원들이 결합되고 상호보완적으로 작용하여야 한다. 한편 관리적 유산은 무형적인 문화유산과 물질적 유산으로 분류된다. 무형적 문화유산은 경영자의 카리스마적 리더십 스타일과 비전, 조직의 전반적인 문화, 역사적이며 상징적인 행동 등을 의미한다. 물질적 유산은 공장입지, 사무시설, 통신 시스템, 기계장비 등을 의미한다.

Morgan et al.(2004)는 기존의 연구를 활용하여 기업의 자원과 역량을 구분하였다. 즉, 수출기업의 자원을 경험적 자원, 규모자원, 재무자원, 그리고 물리적 자원 등 4가지로 분류하였으며, 기업의 역량은 정보역량, 관계역량, 그리고 제품역량 등 3가지로 구분하고 있다.

한편, Dhanaraj and Beamish(2003)는 자원의 종류를 조직자원(organizational resource), 기업가적 자원(entrepreneurial resource), 기술적인 자원(technological resource) 등 크게 3가지로 분류하고 있다. 조직자원은 주로 기업규모로 대변되며 기업의 재무적, 물리적 자원을 주로 의미한다. 기업가적 자원은 기업 성장에 책임이 있는 경영층의 위험부담 정도, 추진력과 관련 있다. 기술적 자원은 기업의 유·무형 기술적 자원을 의미한다.

Kaleka(2002)는 자원관련 요소를 크게 자원과 역량 2가지로 구분하고 있다. 그에 따르면, 자원(resource)은 기업이 통제하는 자산으로 조직 프로세스의 투입물(input)로 활용되며, 역량(capacity)은 기업의 경쟁적 우위를 창출하기 위해 기업이 보유한 자원들을 조합시켜 발전시키고 활용하는 기업의 능력이다(Kaleka,2002). Kaleka에 따르면, 수출기업의 자원은 4가지로 나누어진다. 첫째, 기업의 물리적 자산(physical assets)이다. 물리적 자산은 전체적으로 최신장비 활용, 유익한 공급원에 대한 접근성, 수출 목표시장의 지리적 접근성, 그리고 생산용량(Grant, 1998;Hall, 1993) 등을 의미한다. 둘째, 기업의 규모이다. 기업 규모에는 연간매출, 종업원 수, 수출부서

<표2-7> 자원의 속성

연구자	속성
Rumelt,1984;Wernafelt,1984;Barney,1986	기업 특유성(firm specific)
Penrose,1959;Rumelt,1984;Peraf,1993;Mahoneyand Pendian, 1992;	이질성(Heterogeneous)
Penrose,1959;Rumelt,1984	이동 곤란성(Immobile)
Rumelt,1984;Barney,1986;Dierickxand Cool,1989; Castanias and helfat, 1991 ;Peraf,1993	모방 곤란성(Imperfectly imitable)
Barney,1991	가치성,희소성,모방곤란성,대체곤란성
Peraf,1993	이질성,사후적경쟁제한,이동곤란성,사전적경쟁제한
Collins and Montgomery (1995)	가치성,희소성,모방곤란성,대체곤란성,지속성 합법성 수월성
Rumelt,1984 등 다수	모호성 및 인과적모호성;감각성과 비감각성;물리성과비물리성;소유성과실행성;거래곤란성;기업특유성과 분리곤란성;다발성;지속성;역사적제약성;사회적복잡성 등

*자료:정의교의(2010),이춘우(2007)의 글을 기초로 필자 작성

직원 수의 비중 등이 있다(Cavusgil and Zou, 1994). 셋째, 기업의 재무적 자산(financial assets) 이다. 넷째, 기업의 경험자원이다. 이에는 기업의 수출 기간, 수출제품, 조직적 자원(Organizational Resource), 기업가적 자원(Entrepreneurial Resource),기술적 자원(Technological Resource) 수출시장관련 지식, 혹은 과거 수출성과 등 기업의 해외시장에서의 운영경험 등이 포함된다(Ganitsky, 1989).

또한, Kaleka(2002)에 따르면, 수출기업의 역량은 정보역량, 고객과의 관계형성역량, 제품개발역량, 공급역량으로 나누어 볼 수 있다. 이를 자세히

보면, 첫째는 정보역량이다. 이는 해외시장관련 정보습득 능력, 수출시장에 접촉연락처, 해외시장에서의 잠재고객 파악, 수출시장에서의 경쟁제품에 대한모니터링 능력 등을 포함한다(Seringhaus, 1993; Varadarajan and Cunningham,1995). 둘째, 고객과의 관계형성 역량이다. 이는 해외에 있는 고객의 요구사항을 정확히 이해하고 수출관계를 가깝게 형성시키고 유지시키는 능력이다(Piercy,Katsikeas and Cravens, 1996). 셋째, 제품개발역량이다. 이는 수출시장을 위한신제품 개발, 현재의 제품을 수정하고 개선, 제조 및 생산 공정에 새로운 방법과 아이디어를 적용시키는 것을 포함한다(Dominguez, Rose and Sequeira, 1993). 넷째, 공급역량이다. 이는 매력적인 공급원을 찾고, 개발하며, 공급자와의 강한 유대관계를 유지하는 능력을 포함 한다(Katsikeas, 1993)

한편, Barney and Hesterly(2006)는 자원기반관점에서 자원을 크게 2가지로 나누고 있다. 즉, 자원(resource)과 역량(capacity)이 그것이다. 자원은 기업이 전략을 실행하는 데에 활용되어지는 기업의 통제 하에 있는 유·무형 자산으로 정의되며, 그 예로는 공장설비(유형), 제품(유형), 평판(무형) 등이 있다. 한편, 역량은 자원의 한 부분으로 볼 수 있으며, 기업내 자원들을 최대한 이용하여 전략을 고안하거나 실행할 수 있는 유·무형 자산으로 정의한다.

자원기반관점의 기존연구에 따르면, 기업은 자원선택(resource picking)과 역량확립(capacity building)과 같은 2가지 방식으로 초과이익(economic rents)을 창출한다. 자원선택은 타 경쟁사 대비 자원을 선택하는 점에서 우월하며 이러한 우월성이 경영성과에 영향을 끼친다는 관점이며, 역량확립은 자원을 활용하는데 있어 경쟁사와 대비하여 효율적이며 이러한 기업 역량이 경영성과에 영향을 끼친다는 입장이다(Makadok,2001).

기업은 다양한 자산(예컨대, 토지, 기술 장비, 평판)과 개인들이 보유한 기능(skill)으로 구성되어있다(Hall, 1993). 이 모든 요소들은 기업의 경쟁우위 형성에 중대한 영향을 끼치며, 각기 다른 자원들과의 조합으로 시너지 효과를 발생시킨다(Amit and Schoemaker,1993;Dierickx and Cool,1989).

Peng and York(2001)은 일부 학자들이 자원(resource)과 역량(capacity)

을 구별하여 사용하기도 하지만, 이 두 가지는 실제로 구분하기가 매우 어렵기 때문에 기존 학자들(Barney, 1997)의 의견을 따라 자원과 역량을 동일한 의미로 사용하는 경향이 있다. 즉, Hoopes et al.(2003)의 연구에서는 자원과 역량을 하나로 보아도 무방하다고 주장하고 있다.

이동현(2006)도 자원기반이론에서 설명하는 용어들, 즉 자원 생산요소 자산 능력 역량 관계 루틴 프로세스 등이 혼용되고 있다고 지적하고, 다만, 자원과 생산요소를 구별하였는데, 자원(resource)은 기업특유의 자산으로서 모방하기 어려운 속성을 가진 반면, 생산요소(factor of production)은 토지 미숙련노동력, 자본처럼 차별화되지 않은 투입물로서 기업특유의 속성을 갖고 있지 않다는 측면에서 개념을 분리해서 사용한다.

본 연구에서도 생산요소와 자원을 구분해서 기업특유의 자산으로서 VRIN의 조건을 갖춘 것만을 자원으로 한정해서 사용하고, 자원 능력 역량 프로세스 활동 루틴 을 구별하지 않고 동일한 개념으로 보고 연구 분석한다(이동현,2006)

제2절 기존 문헌 고찰

1. FTA요인에 관한 기존문헌 검토

1) FTA요인의 개념

지난 수십 년간 몇 가지 이론적 배경을 기초로 수출성과 결정요인에 관한 연구가 진행되어 왔다. 산업구조이론(Industry Organization Theory)이 오랫동안 그러한 이론적 배경의 하나로 자리 잡았다. 산업구조이론은 기업의 외부환경 요인에 따라 기업의 전략과 성과가 좌우된다는 관점을 갖고 있다(Zhoa,Fang,and Zou,2003). 그러나 산업구조이론은 동종 산업에서 유사한 전략을 구사하는 어떤 기업은 왜 다른 경쟁사보다 훨씬 우수한 경영성과를 달성할 수 있는지에 대한 이유를 설명하지 못하는 문제점을 갖고 있다.

산업구조이론의 문제점을 비판하면서 동종 산업 내 기업 간 경영성과 차이는 기업이 보유한 자원과 능력 때문에 비롯된 것으로 파악하는 자원기반관점(Resource Based View)은 기업의 자원 또는 역량을 경영성과의 결정요인으로 포착하는 시각을 의미한다. 즉, 자원기반 관점은 기업의 자본, 역량, 프로세스, 경영층의 태도, 정보, 지식, 수출경험, 경영층의몰입, 독특한 제품 등 기업의 유형 무형의 자산을 기업의 자원으로 포착한다. 자원기반관점은 기업이 보유한 독특한 자원이나 역량에 의해 경쟁우위를 갖게 된다는 접근법이다. 그러므로 자원기반관점에서는 동일한 시장환경에서 유사한 전략을 취하는 기업이 다른 경쟁사보다 우수한 경영성과를 창출하는 원인에 대한 분석이 가능하며, 그러한 경영성과의 차이는 해당 기업이 보유 및 활용하는 독특한 자원이나 역량의 차이에서 비롯되는 것이라고 본다.(Dhanaraj and Beamish,2003)

FTA요인이란 바로 자원기반관점 등을 배경으로 FTA 환경 하에서 특별히 요구되는 기업특유의 자원 또는 역량 등으로 정의할 수 있다. 기업이 변화하는 경영환경에 적응하여 지속가능한 성장을 담보하기 위해서는 새로운 환경에서는 새로운 역량 또는 자원을 확보해야하는데, FTA라는 새로운 경영환경은 기업에게 새로운 역량과 자원을 생성하고 변환하고 이를 활용할 것을 요청하고 있다. FTA요인을 구성하는 역량과 자원을 보유하고 잘 활용하는 기업은 수출성과에서도 다른 경쟁기업에 비해 우수한 성과를 창출할 수 있을 것이다. 본 연구에서는 기존 문헌 고찰을 통해서 이러한 FTA요인을 구성하는 하위변수들을 도출하고자 한다.

2) 무역장벽철폐에 관한 기존문헌 검토

기업의 국제화연구에서 제기되는 가장 중요한 이슈는 왜 특정기업은 다른 기업보다 더 높은 수출성과를 창출하는가 하는 것이다. 이에 관해 기존 연구에서 가장 자주 등장하는 설명은 기업경영진들이 무역장벽 또는 장애에 관해 상이한 인식을 갖고 있기 때문이라는 것이다(Arteaga-Ortiz, Jesus, Fernandez-Ortiz, Ruben(2010).

무역장벽은 그 종류가 다양할 뿐 아니라 그 실체 또한 불투명하고 불명확하여 모두 포괄하여 파악한다는 것은 사실상 불가능하다. 지난 30여년 동안 국제화 연구에서 공통된 분류기준과 장벽의 유형 및 상대적인 중요성에 대한 고려 없이, 무역장벽의 유형을 몇 가지 카테고리로 분류하려는 시도는 있어 왔지만 연구자의 관점에 따라 다양한 모습으로 분류되고 있다.

Ortiz et al.(2010)은 국제화 연구에서 공통된 수출장벽 분류기준이나 유형을 제시하는 연구에서 수출장벽은 기업들이 수출활동을 개시, 확대 또는 유지하지 못하도록 하는 요인으로서 외부적요인 또는 내부적인 요인으로 정의한다. 이들은 수출장벽을 선행연구등을 기초로 4가지 차원의 수출장벽, 즉 지식장벽(Knowledge),자원장벽(Resource),절차장벽(Procedure) 및 외생장벽(Exogeneous Barrier)로 구분한다. 첫째, 지식장벽은 수출에 대한 기본적인 정보가 부족하거나 잘 알지 못하는 것을 의미한다. 둘째, 자원장벽은 재무적자원(Ramaswami and Yang,1990), 제품적자원(Leonidou,1995), 또는 외부지원(Yang, Leone,and Alden,1992)의 부족으로 비롯되는 무역장벽을 의미한다. 셋째, 절차적 장벽은 수출활동 수행에 따른 장벽을 포함한 일련의 절차적 장벽을 의미한다. 가령 수출 운영에 관련된 서류의 복잡성 또는 행정절차를 수출장애로 정의한다.(Moini,1997; Katsikeas and Morgan,1994 ; Naidu and Rao,1993 ; Barker and Kaynak,1992; etc.). 넷째, 외생적 장벽은 해외시장의 불확실성에서 발생하는 장벽과 정부나 경쟁자 같은 다른 시장 플레이어들의 활동이나 금융이나 상품수급상황에 따른 결과이기 때문에 기업이 통제할 수 없는 장벽을 포함한다.(Yang, 1998)

또 다른 연구에서는 무역장벽을 관세장벽과 비관세장벽 두 가지 장벽으로 분류한다. 최홍석(2007)은 관세장벽이란 수입물품에 대하여 고율의 관세를 부과함으로써 가격기능을 통해 수입을 억제시키는 무역장벽의 주요 수단이 되는 것이라고 정의한다. 비관세장벽이란 무역의 흐름을 왜곡하는 관세 이외의 모든 무역장벽으로 정의한다(윤기관,2004).

자유무역협정(FTA)은 계약 당사국간 자발적인 계약에 의하여 관세 기타 무역제한적인 규제를 철폐하는 2이상의 관세영역의 집단으로 정의되므

로, 무역장벽의 철폐는 FTA로 대표되는 특혜무역협정(PTA)의 핵심 요건이다. WTO협정에서 관세동맹 및 자유무역지대(FTA)의 창설을 허용하는 이유는 이들 특혜무역협정이 관세 및 기타 무역제한적인 규제 철폐를 통해 WTO의 기본이념인 무역자유화를 더욱 촉진시킬 것이라는 굳은 믿음 때문이다. 따라서 GATT제24조 FTA의 요건에서도 ‘실질적으로 모든 무역에 대하여 관세와 기타 무역제한적인 규제를 폐지’하도록 규정하고 있다.(GATT제24조 제8항(b))

비관세장벽(Non-Barriers)은 그 형태나 성격 및 영향이 매우 복잡하고 다양하여 통일된 정의를 찾아보기 어려우며 국제적으로 합의된 정의는 없으며, 다만, 국제무역을 직접 혹은 간접적으로 제한하는 관세 이외의 모든 무역장벽을 비관세 장벽으로 보는 것이 일반적 견해다.

<표2-8>UNCTAD와 USIPC의 비관세장벽의 분류

Baldwin의 분류	UNCTAD의 분류	USITC의 분류
할당 및 제한적 국영무역정책	가격규제조치	반경쟁적관행/경쟁정책
수출보조금 및 수출세	수량제한조치	부패
차별적 정부 및 민간조달정책	금융조치	통관절차
선별적 간접세	독점적조치	정부조달
선별적 국내보조금 및 원조	기술장벽	수입승인
제한적 통관절차	자동승인조치	수입금지
반덤핑 규제		수입할당
제한적 행정 및 기술규제		지적재산권
외국인투자에 대한 통제		투자관련조치
제한적 이민정책		위생식물검역기준
선별적통화통제및차별적 환율정책		서기준 검사 인증 및 라벨링
		국경무역
		조세

*자료: Baldwin 등의 글을 기초로 필자 작성

Baldwin(1970)은 비관세장벽을 비관세교역왜곡정책(Non-tariff Trade Distorting Policy)라고 표현하였으며, Walter(1971)는 비관세장벽을 국제무역의 규모, 방향 또는 상품구성을 왜곡시키는 모든 정부의 정책 및 관행을 포괄적으로 지칭하는 것으로 정의하였다.

OECD는 비관세장벽과 비관세조치(Non-tariff Measure)로 구분하면서 비관세조치는 무역제한효과를 가져오는 정책수단을 의미하는 한편, 비관세장벽은 WTO의 규정을 위반하는 수단을 의미한다고 정의하였다.

무역장벽은 경제 개발단계의 수준이나 국가가 처한 상황 및 문화에 따라 다양한 유형으로 정의될 수 있다. Okpara et al.(2010)은 수출확장이 경제개발과 국가복지에 중대한 기여를 한다고 전제하면서, 나이지리아 4대 도시 120개 기업에서 수출활동의 전개에 장애가 되는 수출장벽을 조사한 결과, 나이지리아에서 수출개발활동의 장벽은 수출활동을 지원할 자금부족, 수출계획을 지원할 인재부족, 해외경쟁자, 수출관련지식부족, 수출인프라 부족, 부패 및 관료주의의 병목현상을 의미한다. 자원이 부족한 개발도상국의 중소기업의 현실처럼 유사하다.

Ortiz et al.(2010)은 선행연구들을 기초로 무역장벽을 지식장벽, 자원장벽, 절차장벽 및 외생장벽 네 가지 본원적 카테고리 분류하였다.

<표2-9>Arteaga-Ortiz et al가 분류한 무역장벽의 유형

요인	무역장벽의 유형	연구자
지식장벽	잠재수출시장에 대한 지식부족	Hutchinson, Quinn, and Alexander 2006 ; Moini 1997 ; Leonidou, 1995 ; Katsikeas and Morgan 1994 etc.
	경영진의 수출계획의 부재	Julian and Ahmed 2005 ; Leonidou 1995 ; Katsikeas and Morgan 1994 ; Naidu and Rao 1993 etc.
	수출지원프로그램 정보부족	Karakaya 1993; Naidu and Rao 1993; Barker and Kaynak 1992; Ramaswami and Yang 1990; etc.
	수출에 따른 재무적, 비재무적 이익을 모름./수출요령을 모름/해외수출기회에 관	Julian and Ahmed 2005; Gripsrud 1990; Ramaswami and Yang 1990; Schroath and Korth 1989. etc.

	한 정보부족.	
자원 장벽	무역대금지불수단에 대한 높은 금융비용	Julian and Ahmed 2005; Moini 1997; Leonidou 1995; Katsikeas and Morgan 1994;etc.
	수출관련 투자비회수의 소요기간을 감당할 자원 부족	Katsikeas and Morgan 1994;Naidu and Rao 1993; Barker and Kaynak 1992; Korth 1991;etc.
	기업의 생산능력 불충분	Morgan and Katsikeas 1997;Leonidou 1995. Da Silva 2001; Yang, Leone, and Alden1992; etc.
	활용할 현지은행 및 해외 은행 네트워크 부족	Da Silva 2001; Ramaswami and Yang 1990.
절차 장벽	운송비 및 선박 수배	Leonidou 1995b; Katsikeas andMorgan 1994; Yang, Leone, and Alden 1992; Gripsrud 1990; etc.
	수출운영에 요구되는 서류 및 번잡한 행정절차	Moini 1997; Leonidou 1995b;Katsikeas and Morgan 1994;Naidu and Rao 1993; etc.
	언어차이	Westhead, Wright, and Ucbasaran 2002; Leonidou 1995b; Karakaya 1993; Yang, Leone, and Alden 1992; etc.
	문화차이	Hutchinson, Quinn, and Alexander 2006; Westhead, Wright, and Ucbasaran 2002; Leonidou 1995; etc.
	관세장벽	Morgan and Katsikeas 1997; Yang, Leone, and Alden 1992; Ramaswami and Yang 1990.
	상품의 표준 승인 또는 보건 위생 기타 비관세장벽	Leonidou 1995b; Naidu and Rao 1993; Yang, Leone, and Alden 1992; Ramaswami and Yang 1990;etc.
	해외시장의 상품 사용법의 차이	Sulianand Ahmed 2005;Bauerschmidt, Sullivan ,and Gillespie 1985.
	해외시장에서 상품 적응화 비용	Da Silva 2001; Moini 1997; Katsikeas and Morgan 1994; Donthu and Kim 1993; Karakaya 1993
	운송의 어려움 및 유통채널구축의 어려움	Da Silva 2001; Bodur 1986. Moini 1997; Leonidou 1995b; Katsikeas and Morgan 1994
외생 장벽	해외시장의 강한 경쟁강도	Moini 1997; Leonidou 1995b; Katsikeas and Morgan 1994; Naidu and Rao 1993
	유로화의 강세	Rundh 2007; Julian and Ahmed 2005; Morgan and Katsikeas 1997;etc.
	환율변동의 위험	Leonidou,1995 ; Katsikeas and Morgan,1994; Kedia and Chhokar 1986 ;etc.

해외판매에 따른 금전손실의 위험	Julian and Ahmed 2005 ; Hise 2001; Bauerschmidt, Sullivan, and Gillespie 1985;etc
목적국의 정치적 불안정	Da Silva 2001; Karakaya 1993; Eshghi 1992; Mayo 1991.

*자료:Arteaga-Ortiz, Jesus, Fernandez-Ortiz, Ruben(2010)의 글을 기초로 작성

한편, 비관세장벽과 무역흐름 간의 관계에 관한 연구는 그리 많지는 않으나, 연구경향은 크게 두 가지로 비관세장벽(범위지수)이 무역에 미치는 영향을 분석한 연구와 비관세장벽의 결정요인을 분석한 연구가 그것이다.

첫째, 비관세장벽이 무역에 미치는 영향에 관한 연구에서는 비관세 장벽이 수입을 감소시킨다는 연구결과(Leamer,1990)와 비관세장벽이 수입을 감소시키지 않는다는 연구결과(Harrigan,1993)가 있었다.

그러나 윤기관(2004)는 관세장벽 비관세장벽 수출국GDP와 수입국GDP를 독립변수로 하고 수입액을 종속변수로 삼아 연구 분석한 결과, 오늘날 국제무역에서 관세가 차지하는 무역제한적인 요과는 상당히 미약해 졌다고는 하나 여전히 관세장벽이 수입을 감소시키는 중요한 무역장벽임을 확인했고, 비관세장벽은 수입을 제한하는 효과가 적거나 아주 미미한 것으로 나타났다. 이는 수입이 비관세장벽에 의해 감소되지 않으며, 따라서 비관세장벽 제거가 총수입에 미치는 영향은 적거나 미미할 것이라는 기존의 Harrigan(1993)의 연구결과를 지지하는 것이다.

Peter Eggar와 Mario Larch(2010)은 기존의 EC 15개국 회원국과 중앙 및 동유럽의 10개 신규 회원국(CEEC) 간의 관세와 비관세장벽을 철폐하는 EU경제통합협정 전후의 무역, GDP 및 후생효과를 분석한 결과, 무역 GDP 및 후생이 증가하였음을 실증하였다. Pablo Sanguinetti등(2010)은 FTA를 포함한 특혜무역협정(PTA)이 생산패턴의 변화 등 전 산업분야와 전 국가영역에 걸쳐 자원의 재배분에 미치는 영향에 관한 분석을 시도했는데, 1985~1998년 사이 아르헨티나 브라질 및 우루과이 간의 MERCOSUR(남미공동시장)의 창설이 제조 생산패턴의 변화에 미치는 영향을 연구한 결과, 관세 및 비관세 장벽을 철폐하는 특혜무역협정이 깊어질수록 제조 생산패턴은 노동력 및 숙련노동이 비교우위에 있는 지역으로

재형성되고 있음을 규명했다.

둘째, 비관세장벽의 결정요인을 분석한 연구는 비관세장벽이 유치산업 (Infant Industry)의 보호에 동원되고 있음을 확인해 준 연구들이 적지 않다.(이재면,1992; Mansfield and Busch,1995). 이 가운데 특히 자유무역을 촉진하기 위하여 관세 및 비관세 장벽을 철폐하는 FTA에서조차 원산지 규정이 산업보호수단으로 기능하고 있다는 연구들도 적지 않다. Lederman 등(2003)은 북미자유무역협정(NAFTA)에서 잔존하고 는 무역장벽 중 가장 심각한 무역장벽이 원산지 규정이라고 지적했다. 최홍석(2007)등은 관세와 기타 무역제한적인 규제를 철폐하여 무역 자유화를 확대하려는 FTA에서조차 특혜 원산지 규정 자체가 무역장벽으로 기능한다는 것을 실증하였다. Krueger(1993)는 북미자유무역협정(NAFTA)에서 원산지규정이 중간투입재 생산에 미치는 영향을 분석한 결과, 엄격한 원산지 규정 때문에 생산자들이 특혜관세를 활용하기 위하여 저비용 역외국에서 조달하던 중간투입재를 고비용 역내국에서 조달하도록 유인한다면서 결국, 엄격한 원산지 규정과 높은 특혜관세혜택이 역내 중간투입재의 생산자를 보호하는 방향으로 기능한다고 분석했다. 전통적으로 FTA 원산지 규정의 주요 존재이유는 역외국의 무임승차를 방지하기 위한 무역굴절효과(Trade Deflection Effect)를 방지하는 것이었으나(Olivier et al.,2003) 최근에는 북미자유무역협정(NAFTA)의 경험에서 보는 바와 같이 역내산 중간재료를 활용하도록 유인하는 무역정책수단으로서 사용되어 왔으며(Stefano Inamma,2006), 많은 FTA에서 무역자유화의 효과를 상쇄하는 산업보호주의적 기능이 강하다.(정인교 조정란 방호경 김석오,2005)

송준헌(2004)은 한 중 일 등 아시아 9개국 16개 산업을 중력모형을 이용하여 관세 및 비관세 장벽이 무역에 미치는 영향을 분석한 결과, 관세장벽의 경우 중력모형의 기본 가정과같이 수입을 감소시키는 중요한 무역장벽을 형성하고 있음을 확인한 반면, 비관세장벽은 무역을 제한하는 효과가 크지 않거나 미미하다는 결과를 도출하였다.

따라서 본 연구에서는 관세 및 비관세장벽이 무역에 미치는 효과에 관한 선행연구를 바탕으로 관세 및 비관세장벽을 폐지하는 FTA 환경하의

수출성과의 영향요인으로서 FTA무역장벽철폐요인을 도출하였다.

3) FTA원산지활용역량에 관한 기존문헌 검토

원산지(Country of Origin)란 원산지기준(Origin Criterion)에 따라 결정된 상품의 국적(Nationality)을 의미한다. 공산품의 경우 그 물품의 제조 가공 또는 조립된 나라를 의미하며, 농림수산물 및 광산물 같은 1차 상품의 경우 재배 사육 수확 어로 번식 수렵 뎃사냥 및 채굴이 이루어진 국가를 의미한다(Adwin Vermulst,Paul Wear,and Jacques Bourgeois,1995)

오늘날 세계화와 정보기술(IT)의 발달에 따라 기업들이 생산비 절감과 경쟁력 강화 수단으로서 원료의 글로벌 소싱(Global Sourcing)과 제품의 글로벌 생산(Global Manufacture)현상이 일반화 되고 있다. 경제의 세계화와 국가 간 상호의존도가 심화될수록 하나의 상품 생산에 2 이상의 나라가 관여하게 되고, 여러 나라가 생산에 참여한 상품의 원산지를 어느 나라로 할 것인지에 관한 원산지 결정기준은 매우 복잡한 문제로 대두되고 있다. 도대체 어디까지 생산해야 그 나라를 원산지로 결정하느냐는 보는 사람의 관점과 이해에 따라서 다양한 입장과 견해가 나올 수 있기 때문이다 (Adwin Vermulst, et al,1995,) .

따라서, 원산지 규정(Rules of Origin)이란 일반적으로 특정국가가 물품의 원산지를 결정하기 위하여 적용하는 특별한 규정으로서, 국내법령 또는 국제협정에 의하여 확립된 원칙에 의하여 개발된 것을 의미한다.⁶⁾ 원산지 규정은 물품의 원산지를 결정하는 기준에 관한 원산지결정기준(Origin Criterion)과 원산지증명 절차 및 특혜관세대우의 신청절차에 관한 통관절차(Customs Procedures)규정으로 구성된다(Antonio Estevadepdal ,Kati Suominen,2003).

이러한 원산지 규정은 그 적용 목적에 따라 특혜원산지규정과 비특혜 원산지 규정이 있다. 비특혜 원산지 규정이란 최혜국대우, 양허표 ,내국민 대우, 원산지표시 ,반덤핑 및 상계관세, 긴급수입제한조치 및 차별적인 수

6) 세관절차의 간소화 및 조화에 관한 국제협약 개정의정서(개정교토의정서)특별부속서K 제1장 정의 E1/E2

량제한 및 관세쿼타(TRQ) 정부조달과 무역통계작성 등 비특혜적인 무역 정책수단에 사용되는 모든 원산지 규정을 포함한다고 정의하고 있다.⁷⁾

특혜원산지 규정이란 상품이 1994년도 GATT 제1조(MFN)의 적용 세율을 초월하는 관세특혜 부여로 이르는 계약적 또는 자발적인 무역제도에 따른 특혜대우에 적합한지 여부를 결정하기 위하여 회원국에 의하여 법률 규정 및 일반적으로 적용되는 행정관정을 의미한다.⁸⁾

또한 FTA에서 원산지규정의 기능은 특혜관세 결정요인, 역외국으로부터의 우회수입방지, 역내국간의 무역확대, 외국인직접투자(FDI)유인 등 긍정적 기능은 물론 투자구조의 왜곡 및 비관세장벽형성 등 부정적인 기능도 있다(Antonio Estevadepdal et al., 2003, Antonio Estevadepdal, Jeremy Harris and Kati Suominen, 2007).

기존 연구에 따르면, FTA원산지 규정은 비관세장벽의 하나이면서 무역정책의 중요수단이라는 이중성을 갖고 있으며(이제현등, 2008), 복잡성 불명확성 차별적 작용가능성이 있으며, 각 국가별 품목별로 상이한 규정들이 적용되고 있어 무역장벽으로 작용하고 있다(신한동, 2007).

FTA원산지규정은 상품무역의 핵심 메커니즘이다. FTA에서는 계약상대국의 원산지상품에 대해서 관세철폐 혜택을 부여하기 위한 장치로서 원산지증명(Proof of Origin)을 필연적으로 수반한다.(이명구, 2007; 최장우 2007) 즉, FTA계약상대국의 상품이 원산지자격이 있다면 특혜관세혜택을 부여하고, 그렇지 않는 경우 최혜국대우관세율(MFN rate)을 적용한다(Stefano Inama, 2009, Olivier Cadot, Antoni Estevadeordal et al, 2009).

상품무역에 있어서 자유무역협정(FTA)과 원산지증명서 간의 관계는 불가분의 관계이다. 상품의 원산지에 관계없이 수입되는 동일한 상품에 대해서는 동일한 관세율을 적용해야 한다는 최혜국대우(Most-favored Nation) 원칙이 적용되는 WTO체제와는 달리, 자유무역협정(FTA)에서는 WTO 최혜국대우(MFN)원칙을 배제하고 오히려 상품이 특정 계약국을 원산지로 하는 상품이기 때문에 최혜국대우 관세율을 초월하는 특혜관세혜택을 부여하는 것이다(Antonio Estevadepdal, Jet al., 2007).

7) WTO 원산지규정에 관한 협정 제1조 제2항

8) WTO 원산지규정에 관한 협정 부속서Ⅱ 제2조

기존의 연구에서 FTA원산지활용의 중요성에 대해서 역설한 연구는 많지만 FTA원산지활용역량을 기업의 자원 또는 능력의 일종으로 포착하여 잘 정의한 기존의 연구는 찾아보기 드물다.

FTA활용률(Utilization Rate)은 특정 특혜무역협정이 얼마나 효율적으로 운용되고 있는 지를 보여주는 비율을 의미한다. 활용률이 0%인 경우 해당 FTA를 통해 보장된 특혜관세를 전혀 이용하지 않는다는 것을 의미하며, 활용률이 100%인 경우 FTA특혜관세를 완벽하게 활용한다는 것을 의미하는 것이다. (김한성 외,2009,2008).

FTA활용률(Utilization Rate)에는 수입활용률 및 수출 활용률이 있다. FTA수입활용률은 일정기간동안 특혜관세 혜택을 받을 수 있는 수입재화의 전체 수입액 중 실제로 특혜관세 혜택을 받은 수입액의 비중을 의미한다. 2009년말 기준으로 우리나라 전체 수입액 기준 대비 FTA적용 수입비중은 3.7%에 불과하다. 이는 16개 FTA 발효국가와의 교역 비중이 전체 교역량의 12%임을 감안하면 매우 낮은 수준으로서 전체 FTA 체결국가와의 교역비중이 전체 교역량의 12%이며, 전체 수입액 중 FTA 특혜관세 적용 수입액 비중은 31.2%에 불과한 실정이다.(김무한,2010)

한편, FTA수출활용률은 우리나라의 수출이 FTA 상대국에서 얼마나 많은 특혜관세 혜택을 받고 있는지 비중을 나타내는 것이다. 그런데 FTA수출활용률을 파악하기 위해서는 수입 상대국으로부터 특혜자격 있는 총수입액 통계 및 특혜관세 적용통계가 확보되어야 하는데, 해당 국가로부터 통계자료를 확보하는 것이 어려워 우리나라에서 특정 FTA 체결국으로 특혜관세 혜택을 받기 위하여 한국 수출기업들이 신청한 원산지증명서 발급비율을 이용해 활용률을 추정하는 방법이 가능하다. 따라서 특혜관세 자격이 있는 상대국의 수입품의 총수입액은 한국의 수출통관 금액을 기준으로 하고, 특혜관세를 신청한 수입액의 비율은 한국에서 원산지증명서를 발급한 비율을 활용하여 FTA수출실용률을 추정하였다(김한성 외,2008,2009).

김한성 등(2008,2009)이 분석한 자료에 따르면, 우리나라 기업들이 수출시 FTA상대국에 대한 특혜관세활용률은 한-칠레FTA의 경우 발효 4년차까지 누적 96.9%에 달했으나, 한-아세안 FTA의 경우 발효 4년차 활용률

은 14.1%에 불과한 것으로 조사됐다.

한국무역협회 국제무역원이 2008년 505개 기업을 대상으로 실시한 설문조사결과에 따르면, 전체 조사대상 기업의 80%이상이 수출입 과정에서 FTA특혜관세를 잘 활용하고 있지 못하다고 응답했으며, 대기업은 26.4%만이 FTA특혜관세를 잘 활용하고 있으며, 중소기업은 전체 16%만이 FTA특혜관세를 잘 활용하고 있다고 응답했다. FTA특혜관세를 잘 활용하고 있지 못한 이유에 대해서는 이미 무관세이거나 전체적으로 실익이 없다고 응답한 기업이 전체의 39.0%를 차지했으며, FTA체결상황 또는 활용방법(관세, 원산지등)을 잘 몰라서 라고 응답한 기업이 37.3%, 상대국바이어의 원산지증명서 미요청이 15.8%, FTA활용 절차의 복잡성 및 행정비용 때문이라고 응답한 기업이 11.5%를 각각 차지한 것으로 나타났다.

한-칠레 FTA에서 FTA활용률이 높은 것은 칠레 수출을 주도하는 상품들이 대부분 대기업 수출상품 비중이 높은 데 따른 것이며, 이는 FTA 대응을 위한 충분한 인적자원과 능력을 갖추고 있기 때문인 것으로 풀이된다.(김무환,2010)

FTA수출활용률이 높아지면 상대국에서 우리나라 수출상품의 가격이 하락함으로써 상대국에서 우리의 수출품이 시장가격에서 경쟁력이 높아져 수출매출 및 경영성과가 개선될 것이다. FTA환경 하에서 수출기업은 상대국 시장에서 무관세 내지 특혜관세대우로 시장접근을 위해서는 반드시 원산지증명을 수반하며, 원산지 증명이 유효하게 이루어지기 위해서는 기업조직 내부에 FTA 원산지 활용 역량이 요구된다.

Kuchiki와 M Tsuji(2008)은 일본기업들은 FTA에 대하여 잘 알지 못하는 등의 이유로 FTA를 잘 활용하지 못하고 있다고 지적하고, 특히 중소기업은 FTA에 관한 정보부족과 복잡하고 어려운 원산지 규정 때문에 활용률이 낮고, 중견기업들은 고정비 증가 때문에 활용하고 있다.

김무환(2010)도 우리나라의 기업들도 FTA체결현황 및 활용방법에 대한 정보부족과 FTA원산지 규정의 복잡 난해함 등으로 인해 FTA활용도가 매우 낮음을 지적하고, 기업의 생존과 경쟁우위 확보를 위하여 FTA 상품 무역의 핵심이라고 할 수 있는 원산지 증명 및 원산지 관리 수준을 높여

야 한다고 주장했다.

이와 함께 이경미(2008)등도 FTA에서 원산지 기준을 충족하지 못하면 관세철폐혜택을 누리지 못하는 상황이 발생할 수 있음을 지적하며 FTA원산지 규정에 대한 깊은 이해와 실무적인 대응이 필요하다고 지적하고 있다.(남풍우 최장우 이명구,2007;이경희 2006)

이러한 선행연구에서는 FTA원산지 활용도를 제고해야 한다는 당위론에 머물고 있었을 뿐 기업조직의 내부자원인 FTA원산지 활용역량이 기업의 수출성으로 연결시키려는 시도는 찾아볼 수 없었다.

따라서 FTA환경 하에서 무관세 시장접근을 통해 가격경쟁력 향상과 수출확대를 위하여 FTA 원산지 증명이 요구되고 이를 위해서는 기업들의 FTA 원산지활용 역량 확보가 필수적이므로 이러한 역량은 수출성과 결정에 중요한 요인을 구성한다고 할 수 있다.

4) FTA수출물입에 관한 기존문헌 검토

기존 연구들에 따르면, 수출물입(Export commitment)은 크게 네 가지 접근법에서 개념화되고 있다.(Antonio Navarro et al,2010) 첫째, 수출물입을 태도(attitude)로 설명하는 관점이다. 이 관점은 수출을 위해 경영자가 취하고 있는 지속적 긍정적인 성향을 수출물입으로 포착한다. 예를 들어, 몰입된 수출자는 수출을 하는 것이 기업의 목적을 달성하는데 기여할 수 있다는데 강한 신념을 갖고 있다((Bello and Barksdale,1986). 또 몰입된 수출자는 기꺼이 수출을 위해 필요한 자원을 배분하려 한다(Cavusgil&Nevin,1981), 둘째, 수출물입을 행위(behaviors)로 개념화하려는 연구경향이다.이 관점은 복합적인 개념을 표시하는데 초점을 두고 있는데, 수출물입을 기업이 수출하는데 분배하는 경영계획, 재무적 및 관리적 자원의 양으로 포착한다.(Cavusgil & Zou,1994 ; Lages, Jap, and Griffith,2008) 셋째, 태도(attitude)와 행위(behavior)를 포함할 경우에만 수출물입의 포괄적인 모습을 얻을 수 있다고 주장한다(Leonidou. Katsikeas, and Piery,1998). 또 수출물입을 행위적 및 태도적 차원 두 가지 차원으로

로 구성되는 다차원적이고 역동적인 현상으로 파악한다(Pauwels and Mattysens,1999 ; Stump,Athaide, and Axinn,1999)

마지막으로 가장 최근의 연구에서 Antonio Navarro et al(2010)은 수출몰입을 현재적 수출몰입과 기대적 수출몰입으로 구성된다고 주장한다. 이에 따르면, 현재적 수출몰입(Current export commitment)은 기업이 수출목적 달성을 위하여 해외무역운영에 현재 투입하고 있는 재무적 관리적 및 인적자원으로 정의되며(Cavusgil & Zou,1994), 기대적 수출몰입(Anticipated export commitment)은 향후 수출활동에 재무적 관리적 및 인적자원을 투입하려는 경영자의 의지와 관련된다(Donthu and Kim,1993).

Antonio Navarro et al.(2010)은 해외시장에서 수출몰입 및 마케팅적응화 전략이 경쟁우위와 수출성파에 미치는 영향을 조사한 연구에서 해외시장에 대한 수출몰입이 높을수록 더 많은 해외 마케팅프로그램을 채택하려는 경향이 있으며, 이러한 기업들이 해외시장에서 더 좋은 수출성파를 올린다고 주장한다. 또한 비록 해외 마케팅 적응화 전략이 해외시장에서 경쟁우위를 달성하는데 영향을 미치긴 하지만, 그것이 수출성파에 직접적인 효과를 갖는 것은 아니라 해외시장의 경쟁우위를 매개로 수출성파에 긍정적인 영향을 미친다고 주장한다.

Fransisco등(2010)은 수출자원 및 능력과 해외시장에서 달성한 포지션적 우위를 연결함에 있어서 수출몰입의 역할을 자원기반관점에서 검증한 연구에서 수출몰입(export commitment)은 자원기반 전략을 효과적으로 실행하기 위한 핵심이라고 규정하였다. 그는 해외수출과 관련한 기업의 자원과 능력 중 경험적 자원(수출경험), 특별한 수출능력, 및 수출시장지향성(EMO)은 기업의 수출몰입을 강화하며 수출몰입은 해외시장의 포지션 우위에 긍정적인 영향을 미친다고 주장한다. 또한 해외시장의 니즈에 적합한 마케팅 믹스를 채택하는 경우에도 해외시장의 포지션우위에 긍정적인 영향을 미치며, 수출시장지향성은 마케팅믹스 적응화 전략에 영향을 미친다. 또한 해외시장과 관련한 경험적 및 정보지식과 관련된 기업의 자원은 특정한 수출능력과 수출시장지향성과 같은 능력개발을 촉진함으로써 특정한 수출능력은 수출시장지향성에 정의 영향을 미

친다. 따라서 수출성과를 제고하기 위해서는 해외수출과 관련한 경험적 자원과 정보지식체계를 보강하여 특정한 수출능력을 강화하면 수출몰입이 더욱 강화됨으로써 수출성과를 제고할수 있다고 주장한다.

자원기반관점에서는 기업의 최고경영자를 기업의 특유의 자원으로 포착했으며(Daily Certo, and Dalton, 2000), 경영층의 몰입은 기업전략과 경영성과의 중요 결정요인으로 파악하고 있다(Deligonul and Cavusgil 1997 ; Shaoming Zou and Stan 1998 ; Wenerfelt 1984).

또한 경영층의 수출몰입(Export Commitment)은 기업의 수출성과에 긍정적인 영향을 끼친다는 것은 기존 연구에서도 많이 지지되고 있다.(Medsen, 1994 ; Cavusgil and Zou, 1994 ; Ali, 2004 ; Gomez-Mejia, 1988 ; Seifert and Ford, 1989). 기업자원을 수출관련부서에 더 많이 할당하고자 하는 최고경영층의 의지는 성공적인 수출활동의 중요한 전제조건이다.(Shamsuddoha et al., 2006)

김용규(2009)는 투표방식에 의한 메타분석 연구에서 최고경영자의 적극적인 태도가 조사대상 연구 4개 연구 모두에서 수출성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석했는데, 이는 최고경영자의 수출에 대한 관심 및 기대수준, 현지시장에 대한 지식수준, 현지시장의 정보수집에 대한 관심수준, 해외출장빈도, 박람회/전시회 참가 등 적극적인 해외시장 개척에 대한 적극적인 의지와 관심도가 높을수록 수출성과도 높다는 것을 의미한다.

FTA는 계약국 상대국의 원산지 상품에 대해서 특혜관세혜택을 부여하는 자발적인 국제조약으로 비당사국 상품에 대해서는 특혜관세를 부여하지 않는 등 관세상 차별대우를 기본적인 전제로 하는 것이다. 역내국의 무역기업들은 역외국 기업들에 비해 보다 상대적으로 낮은 가격으로 시장접근을 할 수 있으며, 여기서 역내국들은 상대적으로 가격경쟁력 우위를 갖게 되며 곧 수출증가로 연결할 수 있다. FTA체결로 인해 더 넓어진 시장과 무관세로 더 높아진 가격경쟁력을 활용하여 경영성과를 제고하려는 경영자의 의지와 적극성은 매우 중요한 덕목이다. 즉, FTA환경을 적극적으로 경영성과 개선에 활용하려는 경영층의 FTA수출몰입은 수출성과 개선에 중요한 요인을 구성한다고 하겠다.

더욱이 FTA무역환경은 WTO의 최혜국대우 원칙을 배제하고 무관세 혜택을 부여하는 교역조건을 제공하므로, 기존 시장에 보다 FTA 시장개척에 대한 경영자의 수출몰입은 중요한 수출성과정정요인의 하나라고 할 수 있다.

5) FTA정보획득역량에 관한 기존문헌 검토

국제무역에 있어서 중요한 이슈 중의 하나는 거래자체가 격지자 간의 거래이고 언어, 문화와 관습이 서로 달라 무역거래상 불확실성과 정보비대칭의 문제가 상존한다는 것이다. 모든 거래당사자가 의사결정에 충분한 해외시장정보와 수출지식을 갖고 있지 못하기 때문에 수출성으로 연결되지 못하는 경우가 적지 않다. 이 때문에 수출이 어렵거나 혹은 수출을 포기하는 경우가 많으며(Ortiz et al.,2010), 이러한 요인이 수출활동을 개시하거나 유지 또는 확대하려는 의사결정에 중요한 영향을 미친다(Zou and Stan,1998) 수출기업의 경영자의 수출지식이 성공한 수출기업과 실패한 수출기업을 가름하는 핵심 자원이다.(Mehmet Haluk Koksall and Eugin Ozgul,2010)

해외시장지식(Market Knowledge)은 수출성과의 중요한 결정요인이다(Sinkula, 1994). 해외시장정보는 해외시장의 기회요인과 위협요인 파악, 시장발굴 및 시장진입전략, 수출시장의 경쟁정보, 수출시장의 고객의 니즈 파악 및 정부규제 등에 관한 정보를 수집 분석하는 활동으로 정의 된다.(Cui & Li 2003)

적절한 해외시장정보의 부재는 기업의 전략적 의사결정을 어렵게 한다.(Yeoh 2005) 기업의 해외시장정보 획득역량은 외부환경에 대한 정보를 기업 조직 안으로 내부화하는 과정의 일환이며 획득된 정보를 활용하여 해외시장의 기회요인과 위협요인을 포착하여 이에 적절한 전략을 구사하여 수출성과를 제고할 수 있다.(Yeoh 2005)

Zhou Ting et al.(2010)은 기존문헌을 통하여 88가지 수출스킬을 선정하여 성공적인 수출스킬을 검증한 연구에서 8개 카테고리의 56가지 수출스

킬이 수출성과에 영향요인으로서 중요한 요인으로 나타났다. 이 연구에 따르면, 높은 수출단계의 기업에서는 해외마케팅스킬, 국제물류스킬이 매우 중요하며, 수출 초기 단계의 기업에서는 해외무역정책과 규제, 국제금융, 해외마케팅조사가 더욱 중요한 것으로 나타났다. 또 수출경험이 많은 기업일수록 수출경험이 적은 기업보다 국제경영전략이 중요하다. 한편 수출입대금 결제조건은 높은 단계의 기업이나 수출초기기업에서나 모두 중요하다.

Muhammad Suhail Nazar et al(2009)는 수출성과 결정요인에 관한 선행 연구를 모형화 하는 연구에서 기업이 통제가능한 수출성과결정요인을 기업특성, 경영자특성, 및 수출마케팅 전략수립능력으로 분류하고, 기업의 수출마케팅 지식은 기업특성 및 능력의 일종으로 정의한다. 기업내부에서 통제 가능한 수출성과결정요인으로서 수출시장지식(export market knowledge)는 매우 중요한 기업역량으로서 수출성과에 중요한 영향을 미치는 요인이며(Aaby and Slaster,1989), 수출성과에 정의 영향을 미친다(Heart et al.,1994). 하지만 수출시장지식과 수출성과 간에 상관관계가 높지 않다는 주장도 있다(Toeflen,2005).

Hajiha et al.(2010)는 수출시장정보사용, 수출지식 및 수출경험과 수출성과간의 관계에 관한 연구에서 수출경험은 수출시장정보의 사용과 수출지식에 정의 영향을 미치지만 수출성과에는 영향을 미치지 않는다. 수출시장정보를 도구적 또는 개념적으로 사용할수록 수출지식이 증가하고 수출성과도 증가하며, 수출지식은 수출성과에 직접적으로 영향을 미친다고 주장한다. 다시 말하면, 수출경험이 많을수록 수출시장에 관한 정보획득 및 사용능력과 수출시장 지식이 증가하지만 수출에 종사한 기간이 길다고 해서 수출성과에 직접적으로 영향을 미치는 것은 아니라는 주장이다. 또한 수출성과는 수출시장정보 및 수출지식을 매개로 수출성과가 증가할 수 있다는 주장이다.

Cadogan et al.(2003)은 해외시장지향적인 기업들은 내수시장보다 수출시장활동 우선정책을 추진하는 경향이 있는데, 주로 해외고객의 요구사항을 파악하고 수출시장의 경쟁상황파악, 정부규제 등에 관한 정보를 수집,

분석하는 활동으로 정의한다.

기업이 다양한 시장정보(Export Knowledge & Market intelligence)를 수집 탐색하는 이유는 자원의존이론에 근거하고 있는데, 국제시장에서도 정보비대칭과 불확실성이 존재하고, 이러한 불확실성이 명확히 견히지 못하는 경우 자칫 중요한 의사결정을 그르칠 수 있기 때문에 기업이 환경에 대한 불확실성을 극복하기 위하여 보다 정확하고 많은 정보를 탐색하려는 노력을 기울인다는 것이다.((Yeoh,2005)

김용규(2008)은 기존 학술논문 및 학위논문을 대상으로 메타분석을 실시한 결과, 해외시장지식(수출마케팅조사)은 8개 조사중에서 5개의 연구가 수출성과와 정(+)의 유의성을 갖고 있는 것으로 조사됐다. 해외시장은 내수시장과는 달리, 리스크가 높는데다 글로벌기업들과 경쟁해야 하고 불확실성과 정보 비대칭이 존재하기 때문에 성공적인 수출활동을 위해서는 적극적으로 해외시장정보를 수집, 분석하여 보다 높은 수출성과를 실현하려는 것이다.

한편, FTA환경 하에서는 해외수출시장에 관한 정보 말고도 수출을 위한 원산지기준정보, 원산지증명 및 원산지 절차에 관한 정보와 지식, 상대국 상품에 관한 관세철폐스케줄 등에 관한 추가적인 수출입지식 및 해외시장정보가 요구된다.

무역협회등의 조사에 따르면, FTA활용도가 낮은 이유에 대해 해외바이어의 요청이 없거나 실익이 낮거나 혹은 많은 기업들이 원산지정보 원산지증명 관세철폐스케줄 등 FTA정보를 잘 모른다고 응답하고 있다.(2010,김무한)우리나라의 FTA 활용수준은 한-칠레FTA를 제외하고는 27~42%수준으로서 선진국의 FTA활용률 60~70% 수준에 비하면 너무 낮다고 지적하고 FTA활용을 저해하는 장애요인을 제거하여 활용률을 높일 수 있는 적절한 정부지원제도적 지원이 필요하다고 주장한다.(김한성 et al.,2009)

이상에서 살펴본 바와 같이 FTA 환경 하에서 요구되는 정보획득역량 중 해외원산지기준 및 관세철폐 스케줄 및 원산지증명서 등 수출지식에 관한 역량이 수출성과에 미치는 영향과 관련한 선행연구는 찾아보기 드물

다.

2. 자원요인에 관한 기존문헌 검토

1) 해외마케팅역량에 관한 기존문헌 검토

기업의 해외마케팅역량은 제품개발역량(Products) 가격역량(Pricing) 유통채널역량(Distribution Channel), 프로모션 역량(Promotion)으로 구분되며 (Katsikeas,1994) 이는 저비용우위 및 브랜드우위로 구성되는 포지션우위를 매개로 해외시장의 수출성과를 제고한다.(Zou 2003)

Griffith,Yalcinkaya and Calantone(2010)은 자원기반관점에서 해외마케팅역량이 수출성과와 관련한 무형자산요인을 매개하는지 일본 및 미국기업을 대상으로 검증한 연구에서 인적자산 관계자산 요인이 해외마케팅역량에 영향을 미치고, 해외마케팅 역량은 수출성과에 영향을 미치며, 조직자산은 미국 기업에 한해서만 해외마케팅역량을 매개로 수출성과에 영향을 미친다.

Mehmet Haluk Koksall and Eugin Ozgul(2010)은 브랜드이미지, 제품품질, 상품가격 세 가지를 수출시장에서 성공을 위한 경쟁우위의 핵심 요인으로 지목했으며, 수출시장에서 고객의 니즈와 욕구를 이해할 수 있는 능력과 해외시장에서 강력한 고객관계를 구축할 수 있는 능력은 수출시장에서 핵심 성공요인이라고 주장한다.

Brouthers,Nakos,Hadjimarcou and D.Brouthers(2010)은 국제화이론과 학습조직이론을 기반으로 그리스 및 캐레비안국가들의 수출기업을 대상으로 한 연구에서 중소기업의 수출성과는 유통방식, 운송거리, 해외시장의 수, 상호작용 및 1개시장 집중도로 정의된다. 즉, 중소기업의 수출성과를 제고하기 위해서는 수출매출을 강조하는 동시에 소수의 수출시장에 집중하는 것이 타깃 시장에 대한 전문성을 개발하고 강력한 유통 네트워크를 구축하여 효과적인 수출활동을 운영함으로써 수출성과가 제고된다는 주장이다.

Katsikeas(1994)는 대부분의 기업 관계자들은 해외마케팅 역량이 기업 성공에 매우 중요한 요소라고 인식하고 수출기업들이 원만한 수출활동을 할 수 있도록 도움을 준다. 해외마케팅 역량을 유통 가격 고객세분화 및 시장 포지셔닝 등 마케팅 기능의 풍부한 성과를 촉진시켜 구매자에게 제공되는 제품에 직접적인 영향을 준다. 또 기업의 마케팅 역량과 같은 기능적 역량은 대부분 임원 및 직원의 지식 기술 및 경험에서 비롯되는 것이다.(Prahalad and Hamel,1990)

Knight와 Cavusgil(2004)은 제품개발과 적응, 가격의 유효성, 기업의 이미지, 유통채널과 업무를 잘 처리할 수 있는 역량, 시장을 세분화하고 타깃시장을 설정할 수 있는 역량, 제품디자인 광고 등 마케팅 툴을 활용하는 능력 등을 해외마케팅 역량으로 정의한다.

기업의 일반적인 수출전략, 예를 들어 시장 선도자 대 시장추종자 전략 또는 사업집중화전략 대 다각화전략은 수출성과에 늘 긍정적인 영향을 미친 것은 아니다.(Zou and stan,1998 ; Madsen,1987)

수출성과와 관련한 해외마케팅에 관한 요인은 연구자에 따라 매우 다양한 용어와 카테고리로 분류되고 있다. Zou and Stan(1998)은 자원기반 관점에서 수출성과 결정요인으로서 기업 내부에서 통제 가능한 요인에 해외 마케팅 전략을 분류한다. 중요한 변수로서 일반 수출전략, 마케팅조사 활용, 수출계획, 수출조직;제품적응화,제품차별화;가격적응화,가격경쟁력, 가격결정;촉진적응화,촉진강도;유통채널적응화, 유통채널관계, 유통채널유형 등을 포함한다.

Muhammad Suhail Nazar(2006)은 수출성과 결정요인으로서 기업의 수출마케팅전략적 역량에 해외시장정보의 활용, 세분화 및 타깃팅, 제품능력(제품차별화, 제품적응화, 보증 및 고객서비스), 가격결정능력, 유통채널능력(직접채널,유통채널관계,유통적응화,제품인도시기), 촉진능력 등으로 분류한다.

해외마케팅전략 또는 해외마케팅역량 요인이 수출성과에 미치는 영향과 관련하여 연구자 연구방법 연구대상 등에 따라 달라서 늘 동일한 결과가 나온 것만은 아니다. Zou and Stan(1998)는 1987년부터 1997년까지

10년간 수출성과 결정요인에 관한 50편의 선행연구를 투표방식으로 집제한 연구결과에 따르면, 일반적인 수출마케팅 전략은 수출성과에 그다지 중요한 변수가 아닌 것으로 밝혀졌으며, 해외시장정보의 활용, 수출조직, 제품적응화, 가격적응화, 촉진적응화가 수출성과에 영향을 미친다와 미치지 않는다는 결과가 각각 거의 상반된다. 수출계획은 수출성과에 영향을 준다는 결과가 그렇지 않다는 결과보다 우세하다. 가격경쟁력은 수출성과에 영향을 미친다는 결과보다 그렇지 않다는 결과가 훨씬 우세하다. 반면 가격결정역량은 대부분 수출성과에 유의하지 않는 것으로 나타났다. 해외 촉진강도는 수출성과에 긍정적으로 영향을 미친다는 결과가 우세하지만 많은 연구에서 통계적으로 유의하지 않다는 결론도 만만찮다. 유통채널과 관련해서는 유통채널적응화 유통채널관계 및 유통채널 유형은 수출성과에 통계적으로 유의하지 않다는 결론을 지지하는 경향이 높으나 수출성과에 긍정적인 영향을 미친다는 주장도 있다.

김용규(2008)는 1989년부터 2007년까지 수출성과 결정요인에 관한 국내 29개 학술연구논문 등을 분석한 결과, 가격경쟁력과 비가격경쟁력 제품적응화전략은 수출성과에 유의하다는 주장과 유의하지 않다는 주장이 각각 거의 양분된다. 자사브랜드수출비중, 해외유통업체지원, 촉진적응화가 현저하게 수출성과에 유의하다. 반면 제품차별화 가격적응화 요인은 비교적 유의하다는 결론이 우세하나 유의하지 않다는 주장도 적지 않다.

김용규의 연구에 따르면, 시장지향성(Market Orientation)은 1990년대 들어와 고객의 요구가 다양화되고 기술이 빠르게 발달하고 기업간 경쟁이 치열해 지면서 전통적인 고객지향성과 함께 시장환경 요소를 감안하여 기업의전사적인 마케팅 개념으로 발전했으며, 최근 이에 관한 연구가 활발히 이루어 지고 있다. 시장지향성의 개념은 동태적 관점에서 시장정보의 창출, 확산, 활용으로 설명하는 견해와 정태적 관점에서 시장정보의 대상에 따라 고객지향, 경쟁자지향, 부서간 협력 등으로 설명한다.

한편, FTA확산은 FTA Hub & Spoke식으로 체약국들의 증가를 의미하며, 체약국간의 무역이 증가한다는 것이 일반적인 견해이다. 이는 곧 관세철폐로 연결되는 통합역내시장의 크기의 증가를 의미하고, 역내시장에서

무역이 창출된다는 것은 기업의 수출 판매가 증가하여 수출규모가 증가하는 것을 의미한다. 기업의 해외 마케팅 역량은 FTA 환경에서나 WTO환경에서나 기업의 수출성과에 긍정적인 영향을 미친다.

2)제품차별화역량에 관한 기존문헌 검토

Michael Porter(1980)의 본원적 경쟁전략은 차별화우위 또는 원가우위 전략의 어느 하나에만 의존해야 한다고 주장한다. 저원가 전략은 뛰어난 낮은 생산원가를 근거로 경쟁우위를 확보하는 전략이다. 원가우위전략을 구사하기 위해서는 생산공정 최적화를 위한 대규모투자, 지속적인 기술혁신 및 생산혁신, 표준화 규격화 최적화 자동화 능률향상, 및 대량생산에 적합한 단순 제품의 공급 등의 자원과 역량을 필요로 한다. 기업의 저비용역량은 가격경쟁력을 갖게 해주고 수출성과에 긍정적으로 작용한다.(Brock and Barry,2003). 제품차별화전략은 저가나 가격인하를 고려하지 않고 경쟁사에서 찾아볼 수 없는 차별화된 기능이나 요소(디자인 브랜드 이미지 서비스 등)를 통해 좋은 상품을 고객에게 제공하는 것이다. 집중화전략은 두 전략과는 달리, 기존 시장의 일부만 공략하여 비용우위전략 또는 차별화우위전략 중 어느 하나에 기업 포지션을 결정하는 것이다. Porter에 따르면, 두 가지 전략 중 어느 하나의 전략에 지속적이고 확고하게 자리잡지 않는 기업은 두 전략의 중간에서 어중간한 포지션에 귀착하게 돼 어려움에 빠진다고 주장한다.

그러나, Porter의 본원적 경쟁전략이 나온 후 많은 연구자들에 의해 Porter의 주장을 검증하는 연구들이 수행되었다. Porter의 본원적 경쟁우위 이론이 나온 지 20년이 지난 오늘날, 기업들은 경쟁이 격화되면서 차별화우위 또는 원가우위 전략의 어느 하나에만 의존하기 어려워며, 두 가지 역량을 동시에 보유해야만 지속가능한 경쟁우위를 확보할 수 있는 것이 현실이다.(Barney and Hesterly 2006, Treacy and Wiersema 1993) Ralph Scheuss(2010)는 경영현장에서는 비용우위전략이나 차별화전략 중 순수하게 어느 하나의 전략에만 집중하는 기업은 찾아보기 드물다고 주장한다.

Karl-Heinz Leitner and Stefan Guldenberg(2010)는 장기간 본원적 전략에 계속 몰입하는 것이 경영성과에 유리한지, 잠재적인 경쟁우위로서 유연성을 발휘하여 본원적 전략을 변경하는 것이 유리한지 검증하는 연구에서 원가우위 전략과 제품차별화 전략을 결합한 전략을 선택한 기업과 본원적 전략을 변경한 기업간의 성과를 비교한 결과, 장기적으로 결합전략을 구사한 기업이 중소기업에게는 유용한 성장전략이 되는 것으로 나타났으며, 결합전략을 구사하는 기업은 전략이 없는 기업에 비해 이익률과 성장률에서 보다 높은 성과를 낳았으며, 차별화전략을 구사하는 기업에 비해 보다 높은 수익률을 낳았다. 한편 당초 본원적 전략을 변경한 기업도 하나의 전략만을 고수한 기업보다 열악한 성과를 낳았다는 증거는 없다고 주장한다.

Xian(2010)은 결합전략(Combination Strategies)과 어정쩡한 중간전략(Stuck in the middle)전략을 구분하려는 연구에서 기존의 연구들이 본원적 전략과 결합전략이 기업 성과에 미치는 영향력을 비교하는 연구는 거의 없었으며, 나아가 결합전략을 어정쩡한 중간전략으로 개념화해서 사용하는 등 기존 연구들이 결합전략과 어정쩡한 중간전략을 구분하지 못했다고 비판하면서 중국의 과도기 경제에서는 결합전략이 최선의 전략이라고 주장한다.

제품차별화 요소는 고품질 차별적인 서비스 포장 디자인 브랜드 스타일 이미지 등이 소비자들의 선택에 중요한 영향을 끼친다.(Murray,Kotabe,and Zou,2005 ; Anderson Palma and Thisse 1992).따라서 제품의 차별화역량은 수출성과에 긍정적인 영향을 미친다.(Rodriguez 2005)

K.Ramakrishnan(2010)은 인도의 차 산업의 경쟁전략에 관한 연구에서 수익성과 성장성 시장포지션을 동시에 추구하는 기업전략은 비생산적이라고 전제하고, 성장성을 추구하는 전략은 시장포지션 확보에 도움을 주며 유통확대와 제품 차별화 전략을 구사하는 경우 수익성이 달성된다. 또 제품 차별화 전략은 성장성과 시장포지션 달성에 도움을 주며, 원가우위 전략은 시장포지션 획득에 큰 도움이 되는 것은 아니지만 성장성을 확보하는 데 도움이 된다.

Dirk Michael Boehe and Luciano Barin Cruz(2010)은 최근 전통적인 제품 차별화와는 달리 기업의 CSR(Corporate Social Responsibility)활동이 수출시장에서 제품차별화에 기여할 수 있고 나아가 해외시장에서 수출성과를 개선할 수 있다는 연구결과를 내놓았다. 이는 기업의 CSR활동을 통한 기업과제품의 이미지 제고를 통해서 간접적으로 제품의 차별화를 시도한다는 점에서 직접적으로 품질, 기능, 브랜드, 제품이미지 등을 통해 고객에게 핵심 가치를 제공하는 방식의 전통적인 제품차별화와는 구별되는 제품차별화방식이다. 연구결과, 전통적인 품질차별화는 물론 제품혁신방식보다는 CSR제품 차별화가 보다 좋은 수출성과를 낳을 수 있으며, 수출성과에 미치는 영향의 중요성은 수출타겟 국가의 유형(선진국 또는 개발도상국)에 따라 달라질 수 있음을 시사했다.

Zou and Stan(1998)은 수출성과 요인으로서 제품차별화에 관해 많은 연구가 이루어 졌지만 수출성과에 긍정적인 영향을 미친다는 결과보다는 수출성과에 유의하지 않다는 결과가 2배 이상 많은 것으로 분석했다. 김용규(2009)도 수출성과와 관련한 제품차별화 전략의 영향에 관한 연구에서 이에 관해 많은 연구가 이루어 졌지만 연구결과가 매우 상반되며, 수출성과에 유의한 영향을 미친다는 결과가 다소 우세하지만 유의하지 않다는 결과도 적지 않은 것으로 나타났다. 그 원인은 조사대상 표본이 소비재와 자본재에 따라 그리고 소비재 중에서도 제품특성에 따라 그 결과가 달라졌을 것으로 풀이하고 있다.

3. 수출성과에 관한 기존문헌 검토

수출성과를 측정할 수 있는 방법은 연구자에 따라, 연구방법 및 측정대상에 따라 매우 다양하게 접근하고 있으며, 일반적으로 인정되는 통일된 측정방법은 존재하지 않는 것으로 보인다.

Kasikeas,Leonidou and Morgon(2000)은 선행연구들의 고찰을 통해 수출성과를 측정할 수 있는 척도를 세 가지 카테고리에 42가지 측정수단을 분석했다. 수출성과를 측정하는 세 가지 카테고리는 경제적 측정

(Economic measures), 비경제적 측정(Non-economic measures) 및 일반적 측정(Generic measures)의 방법으로 구분한다. 이 가운데 23가지는 경제적 측정법이고 14가지는 비경제적 측정이며, 나머지 5가지는 경쟁사대비 수출만족도 또는 자사의 수출만족도로 구성된다. 경제적 측정법은 응답자들이 실제로 기업의 매출이나 수익에 대해 구체적인 답변을 꺼리는 문제점이 있는 반면, 비경제적 측정은 정량적인 방법으로 측정되지 않고 정성적인 수준으로 측정되는 등 각각 장단점이 있어 두 가지 측정방법을 모두 사용하는 것이 연구목적 달성에 효과적이라고 주장한다. 따라서 수출성과를 측정함에 있어서는 한 가지 방법에만 의존하지 말고 두 가지 이상의 상호보완적인 방법으로 다양한 각도로 측정하는 것이 바람직하다고 주장한다.

Kasikeas et al.(2000)에 따르면, 경제적 측정지표 중에서 매출액대비수출액비율이 가장 많이 사용되는 지표로서 57회(61%)를 차지했으며, 다음으로 매출액대비 수출매출 성장률(41회,44%), 매출액대비 수출판매수량(20회,22%),매출액대비 수출이익률(20회,22%),매출액대비 수출매출액증가율(12회,14%) 순으로 많이 사용되었다. 한편, 비경제적 측정수단으로는 수출국가 또는 수출시장의 수(5회,5%),수출시장침투율(2회,2%),신규시장수출(2회2%)등으로 나타났으며, 일반적 측정은 수출성공도(8회,9%), 수출목표달성정도(5회,5%),수출성과만족도(3회,3%), 총수출성과만족도(2회,2%) 등의 순으로 많이 사용되었다.

Sousa(2004)는 수출성과 측정 방법을 <표2-10>과 같이 객관적 측정(Objective measures)과 주관적 측정(Subjective measures)방법으로 구분하면서 이들 방식은 각각 장단점이 있으므로 두 가지 방법을 혼합해서 사용하는 것이 바람직하다고 주장한다.

Sousa(2004)에 따르면, 객관적 성과 측정 방법을 다시 매출, 이익 및 시장관련분야로 세분하고, 매출관련 측정방법으로는 수출 집중도(Export Intensity;16회,37%)가 가장 사용빈도가 높고, 다음으로 수출매출성장률(Export Sales Growth,12회,28%), 수출판매수량(Export Sales Volume;8회,19%),수출이익율(Export profit margin ; 3회,9%),수출이익률(Export profitability

;2회,5%)를 각각 차지했다.

또한 주관적 측정방법도 많이 사용되었는데, 가장 자주 사용된 지표는 수출이익률(Export profitability;18회,42%)로 나타났으며, 다음으로는 수출매출성장률(Export Sales Growth,14회,33%), 총수출성과(Overall export performance;12회,28%),수출시장점유율(Export market share;11회,26%),수출판매수량(Export Sales Volume;9회,21%),수출시장점유율(Export market share growth;7회,16%) 및 전략적 수출당성도(Strategies export performance;7회,16%),수출성공도(Export success;6회,14%), 및 수출이윤(Export profit margin;6회,12%) 등의 순으로 각각 나타났다.

Venkatran and Ramanujam(1986)은 객관적 성과 측정 방법은 단기간의 성과를 측정하는데 적합한 방법이며, 주관적 성과측정 방법은 장기적인 측면에서 수출성과를 평가하는 데 효과적이라고 주장한다.(Huber and Power,1985) 이들은 경영성과 측정방법에 대한 접근법 연구에서 경영성과를 재무성과, 사업성과 및 조직유효성 세 가지로 구분하여 측정할수 있다고 주장한다. 이들 연구에 따르면, 기존 연구에서 대부분 재무성과를 측정하고 있고, 더 확장된 영역으로 사업성과를 측정하고 있으며 또한 전략경영 및 조직 이론 분야에서는 이보다 더욱 확장된 영역으로 조직 유효성에 관한 성과를 측정한다. McDougall,Shane and Ovitt(1994)는 재무적 지표인 판매수익률과 판매성장률로 수출성과를 객관적으로 측정하였다.

Papadopoulos and Martin(2010)은 수출(국제화)경험 수출(국제화)몰입 및 국제화수준과 수출성과 간의 관계를 규명하는 연구에서 수출성과를 측정하는 방법으로서 전략적 성과와 경제적 성과로 나누어 측정했는데, 비경제적성과 측정의 일종인 전략적 성과(Strategies performance)는 수출시장의 거점 확보, 기업 및 제품에 대한 인식제고, 경쟁압력에 대한 대응, 기업의 시장점유 포지션 개선, 전략적인 해외시장확장, 기업의 이익률증가, 고객층 다변화, 제공되는 제품포트폴리오의 증가 등으로 측정했다. 경제적 성과(Economic performance)는 재무적 지표로서 수출매출과 수출이익으로 평가한다.

<표2-10>수출성과측정방법의 분류와 사용빈도

구분	관련	수출성과 측정방법	빈도	비율	구분	관련	수출성과 측정방법	빈도	비율
객관적 측정	매출	수출 매출 집중도	16	37	시장	시장	수출시장 점유율 성장률	7	16
		수출 매출 집중도 성장률	5	12			경쟁자 대비 수출시장 점유율	16	9
		수출 매출증가률	12	28			경쟁자대비수출시장점유율 증가율	4	2
		수출 매출수량	8	19			시장다양성	9	7
		수출 매출 효율성	2	5			신규시장 진입비용	1	9
	이익	수출 이익률	2	5			경쟁자 대비 신규시장 진입비용	2	5
		수출 이윤	3	9			시장거점확보율	3	2
		수출 이윤증가율	1	2			총수출성과	12	28
	시장	시장 점유율	2	5			경쟁자대비 총수출성과	1	2
		시장 점유율 증가	2	5	일반	일반	수출성공도	6	14
		시장 다양성	1	2			기대충족도	4	9
주관적 측정	매출	수출 집중도	4	9			경쟁자의 수출성과 측정비용	2	5
		수출 집중도 증가률	4	9	주관적 측정	기타	전략적 수출성과	7	16
		경쟁자대비 수출집중도 증가율	1	2			기업성장에 대한 수출기여도	1	2
		수출판매수량	9	21			기업 경영 품질의 수출기여도	1	2
		수출매출증가률	14	33			유통업체 관계의 품질	1	2
		경쟁자 대비 수출 판매수량	3	7			경쟁자 대비 유통업체 관계 품질	1	2
		경쟁자대비 수출매출 증가율	5	12			고객만족도	1	2
		수출매출 ROI	1	2			경쟁자대비 고객 만족도	1	2
		경쟁자대비 수출 매출 ROI	1	2			경쟁자대비 고객만족도의 품질	1	2
	이익	수출 이익률	18	42			경쟁자 대비 제품/서비스 품질	1	2
		수출 이윤	6	12			경쟁자 대비 기업평판	1	2
		수출 이윤 성장률	4	9			신기술/전문성 확보	1	2
		경쟁자 대비 수출 수익	4	9			해외시장 인지도 및 이미지 구축	1	2
		수출시장 점유율률	11	26			경쟁압력에 대한 객관적 달성도	1	2

*자료:Sousa(2004)의 글을 기초로 작성

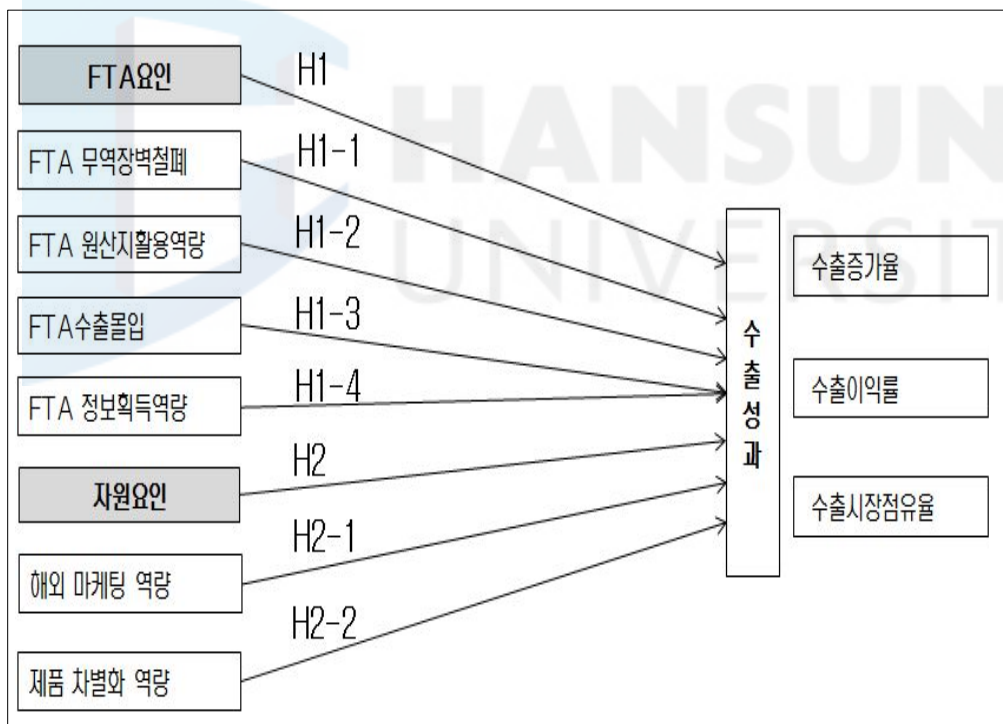
이상의 연구에서 보는 바와 같이, 기업의 수출성과 측정방법에 관해서 현재까지 객관적이고 통일적으로 받아들여지는 측정방법은 존재하지 않음을 알 수 있다. 그러나 선행연구들을 살펴건대, 수출성과를 측정하는 기본적인 접근방식은 주관적 측정방법과 객관적 측정방법 두 가지를 혼합하여 측정하는 것이 일반적이며 이 중 객관적 측정방법은 다시 재무적 및 비재무적 측정방법으로 나누어진다. 하지만 객관적 측정 지표 중 재무적 지표의 경우 설문 조사시 실제로 공개를 꺼리는 경향이 있어서 자료접근이 어렵고 따라서 이를 보완하기 위하여 경영진의 주관적 만족도 같은 주관적 측정방법이 혼용될 수밖에 없는 것이 현실이다.



제3장 연구모형 및 가설

제1절 연구모형

본 연구는 FTA 환경 하에서 중소기업의 수출성장에 영향을 미치는 요인변수로서는 어떠한 변수들이 존재하는가를 연구하기 위하여 다양한 실증분석을 수행한다. 본 연구에서는 종속변수인 수출성장에 영향을 미칠 것이라고 예측되는 FTA요인과 자원요인을 독립변수로서 설정하였으며, FTA요인을 대표하는 하위변수로서 FTA무역장벽철폐, FTA원산지활용역량, 경영층의 FTA수출몰입, FTA정보획득역량을 조사하고, 자원요인의 하위변수로서 해외마케팅역량 제품차별화역량을 조사하도록 한다. 이러한 독립변수들을 토대로 기업의 수출성장에 미치는 영향을 검증하기 위한 연구모형은 아래의 <그림3-1>과 같다.



[그림3-1] 기업의 FTA요인 및 자원요인과 수출성장에 관한 연구모형

제2절 가설의 설정

본 연구에서는 FTA환경 하에서 중소기업의 수출성과 결정요인에 유의미한 통계적 영향을 미치고 있는 변수들에는 어떠한 것들이 존재하는가를 탐색내기 위한 목적으로 예측변수인 FTA요인과 자원요인을 독립변수로 설정하여 이를 측정할 수 있는 지표를 선정하고, 기업의 수출성과에 통계적으로 유의미한 영향을 미칠 것이라는 가설을 설정하여 이를 검증하고자 한다.

기업의 수출성과 결정요인을 이론적으로 두 가지 카테고리로 분류하는 경우 기업 내부적 요인은 자원기반이론(Resource based theory)에 기초를 두고 있는 반면, 기업의 외부적 요인은 산업구조이론(Industrial organization theory)에 기초를 두고 있다.(Zou and Stan,1998)

자원기반이론에서는 기업은 독특한 유형 및 무형의 자원(예: 자산(assets),능력(capabilities),프로세스(process),경영자속성(managerial attributes),정보(Information) 및 지식(Knowledge))을 갖고 있으며, 이러한 자원은 기업내부에서 통제가능하고 효과성 및 효율성을 개선할 목적으로 전략을 고안하고 실행할 수 있도록 한다.(Barney,1991;Daft,198; Wernafelt, 1984) 자원기반이론에서는 주요 수출성과결정요인과 전략은 기업의 내부 조직자원이라는 데 동의한다(Barney,1991;Collis,1991) 반대로 산업구조이론에서는 외부의 요인이 기업의 전략을 결정하고,전략이 기업의 경제적 성과를 결정한다고 주장한다(Scherer and Ross,1990) 외부환경이 기업의 생존과 번영을 위하여 적응하지 않으면 안 되도록 압력을 가한다는 논리다(Collis,1990).따라서 산업구조이론에서는 외부환경과 기업의 수출전략이 중요한 수출성과 결정요인으로 포착한다(Zou and Stan,1998).이러한 관점에서 본 연구에서 설정한 수출성과 결정요인은 무역장벽 철폐요인을 제외하고는 전부 자원기반이론에 기초를 둔 수출성과 결정요인이라 할 수 있다.

1. FTA요인과 수출성과에 관한 가설

본 연구에서는 FTA요인이 수출성과에 유의미한 영향을 미칠 것이라는 가설을 설정하고 하위변수인 FTA무역장벽철폐, FTA원산지활용역량, 경영층의 FTA수출몰입, FTA정보획득역량이 수출성과에 미치는 영향을 검증할 목적으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

1) FTA요인

FTA는 계약 당사국간 자발적인 계약에 의하여 실질적으로 모든 무역에 대해 관세 기타 무역제한적인 규제를 철폐하는 둘 이상의 관세영역의 집단으로 정의된다. FTA는 관세장벽 및 비관세장벽 등 무역장벽을 철폐하고 시장개방을 통하여 다자간 또는 양자간 경제를 통합하는 새로운 패러다임의 국제통상체제이다. 2차대전 후 GATT체제의 출범 및 우루과이라운드(UR)타결로 발효된 1995년 WTO체제의 출범 이후 세 번째로 국제통상질서에 큰 획을 긋는 사건이라 할 만하다.(윤영호,2009)

따라서 FTA체제는 기업의 입장에서는 WTO체제와는 사뭇 다른 새로운 국제경영환경의 변화로 포착할 필요가 있으며, 이러한 변화된 환경에 적응하기 위하여 기업들은 새로운 자원과 역량을 확보하고 이를 변환 및 재구조화하여 지속가능한 경쟁우위를 창출해 나가야 한다. 이러한 맥락에서 FTA요인은 외부환경요인의 속성을 지님과 동시에 통제가능하고 내부 요인을 포함하는 자원 또는 능력의 속성을 갖추고 있다.

그러므로, FTA환경에 특유한 자원 또는 능력과 역량을 확보한 기업은 지속가능한 경쟁우위를 확보할 수 있을 것이며, 나아가 수출기업의 경우 더 넓어진 수출시장과 관세 비관세 장벽의 철폐로 인해 시장접근성이 한층 더 높아진 상황을 활용하여 적극적인 수출확대를 시도할 수 있다. 즉 FTA상대국 시장에 대한 적극적인 수출추진 정책과 해외시장정보의 활용 및 무관세시장접근을 위한 원산지 증명 역량 등을 확보한다면, 해외 수출성과가 제고되고 지속가능한 성장을 달성할 수 있을 것이다.

이상과 같이 FTA라는 국제통상질서의 극적 변화와 이에 대응한 변화의 필요성과 변화된 환경에 적응하기 위하여 필요한 자원과 역량을 갖춘다면 수출성고가 증가할 것이라는 것을 알 수 있다. 따라서 아래와 같은 가설을 설정하였다.

< 가설 1 > FTA요인은 중소기업의 수출성가와 정(+)의 관계를 가질 것이다.

2) 무역장벽철폐

FTA가 체결되면 체약당사국은 실질적으로 모든 무역에 대하여 10년 이내에 관세 기타 무역제한적인 규제를 철폐하여야 한다. 이같이 무역장벽이 철폐되면 단기적으로는 무역창출효과와 무역전환 효과가 나타난다. 무역창출효과(Trade Creation Effect)는 관세 및 비관세 장벽 등 무역장벽의 철폐로 인해 FTA체약국 역내에서 무역이 증가하는 것을 말한다. 무역전환효과(Trade Diversion Effect)는 저비용 역외무역에서 고비용 역내무역으로 무역이 전환되는 것을 의미한다.

FTA가 체결되면 무역창출효과가 나타날 것인지 무역전환효과가 나타날 것인지는 확신할 수는 없지만 FTA 체결 당시에는 무역창출효과를 기대하면서 협정을 체결한다. 무역창출효과가 발생하기 위한 전제조건은 체약 당사국간 무역구조가 상호 보완적인지 서로 경쟁적인지에 따라 다르고, 운송거리, GDP규모, 국민소득, 관세 및 비관세장벽의 철폐수준과 스케줄 등에 따라 다르게 나타날 수 있다.

FTA 장기적인 효과는 시장개방과 경제통합을 통해 경쟁강도가 한 층 더 높아지고 기존의 보호 장벽이 제거되므로 기업들은 경쟁에서 생존하기 위하여 경영혁신을 꾀하게 되며, 경쟁력이 강화된다. 또한 넓어진 시장으로 무관세 진출을 위해서는 규모의 경제가 가능하게 되고, 이는 다시 원가 절감과 판매증가 규모의 경제로 이어지는 선순환구조로 이어 질 것으로 관측한다.

어쨌든 FTA 체결로 인해 수출기업들은 상대국시장으로 시장접근성이 높아지고, 관세철폐의 직접적인 효과로 인해 수입국의 가격경쟁력이 향상돼 수출이 증가할 것이 분명하다. 따라서 이러한 관점에 따라 아래의 가설을 설정하였다.

< 가설 1-1 > 무역장벽철폐요인은 중소기업의 수출성과와 정(+)의 관계를 가질 것이다.

3) FTA원산지활용역량

FTA의 핵심은 상품무역의 관세철폐이며, 이러한 관세철폐의 혜택은 수출입되는 상품이 FTA원산지 규정을 충족한 것에 한하여 관세특혜 자격이 부여된다. 원산지 자격을 취득하지 못한 상품에 대해서는 WTO/MFN 관세율이 적용된다.

미국 EU 등 거대 선진국의 경우 최혜국대우(MFN) 평균관세율이 낮아 관세철폐혜택이 그리 크지 않을 것으로 평가하는 시각이 있다. 하지만 선진국 후진국을 막론하고 관세의 국내산업보호 기능이 많이 약화된 것은 사실이지만 신발 섬유등 유치산업(Infant Industry) 또는 산업구조상 보호해야 할 필요성이 있는 특정산업분야의 관세율은 여전히 높은 것이 사실이다. 게다가 EU의 평균 관세율과 미국의 평균 관세율은 각각 5.6% 및 4.5%수준이다. 하지만 어떤 경영개선을 통해서 수출상품의 가격경쟁력을 4.5% 내지 5.6 %를 개선할 수 있을 것인가. 상대국에서 수입관세가 철폐됨으로써 가격경쟁력이 높아져 수출상품의 매출이 증가하는 선순환구조를 충분히 예견할수 있다.

따라서, FTA 모드에서는 수출상품이 상대국에서 관세철폐 혜택을 받을 수 있는 원산지 자격을 취득하는 것이 필수적이다. 그런데 FTA원산지 규정은 FTA 협정마다 다르고, 품목마다 상이하며, 더욱이 원산지 규정 자체의 복잡성과 난해성으로 인해 원산지 증명업무를 내부화 하는데는 상당한 시간과 노력이 요구된다. 자원과 인력이 한정된 중소기업들로서는 수출하

는 상품이 특혜관세 자격이 있음을 판단하는 작업과 절차가 그리 쉬운 것만은 아니다. 따라서 FAT 상대국으로 수출되는 상품이 원산지 자격이 있는지 여부를 판정하고 이를 증빙하고, 원산지증명서를 작성하거나 신청하는 능력이 요구된다. 기업 내부에 원산지 규정을 이해하고, 숙련공처럼 능숙하게 원산지 업무를 처리하는 능력은 FAT 환경에 특유한 기업의 자원이라고 할수 있다. 따라서 이러한 자원을 갖추었기 때문에 특혜관세 자격을 갖춘 기업과 그렇지 못해 FTA 체결전의 높은관세율을 적용받는 기업 간에는 반드시 그 수출성과의 차이가 있을 것으로 판단된다. 이같은 전제하에서 아래와 같은 가설을 설정하였다.

< 가설 1-2> FTA원산지활용역량은 중소기업의 수출성과와 정(+)의 관계를 가질 것이다

3)경영층의 FTA 수출몰입

FTA가 원산지상품에 대하여 특혜관세를 부여하는 것을 근간으로 하는 통상규범이지만 관세특혜는 그저 주어지는 것이 아니라 상품이 원산지 자격을 갖추고 원산지 증명이 이루어진 것에 한해 특혜관세대우가 부여된다. 적극적으로 원산지자격을 증명하는 등 FTA를 활용하고자 의도하는 FTA 몰입이 요구된다.

수출몰입(Export Commitment)란 경영층이 수출시장을 확대하기 위하여 수출 우선 경영계획을 수립하고 수출활동에 필요한 자원을 충분히 할당하는 등 수출활동에 적극적인 태도와 행위를 하는 것을 의미한다(Cavusgil and Zou,1994;Ali,2004; Shamsuddoha and Ali,2006)

자원기반 관점에서는 경영층의 수출몰입을 기업의 자산으로 포착하고 있으며(Daily, Certo and Dalton,2000), 경영층의 수출몰입은 기업전략과 경영성과에 중요한 결정요인으로 보고 있다.(Deligonul and Cavusgil, 1987 ; Zou and Stan,1998)

따라서, 경영층이 FTA 환경을 적극적으로 활용하여 무관세로 원자재를

수입하고 이를 제도가공하여 무관세로 수출하고 특혜원산지 자격을 충족시키려는 노력 등을 보이는 경우 경영층의 FTA 수출몰입은 수출성과 결정요인을 구성한다. 이런 관점에서 아래 가설을 설정하였다.

< 가설 1-3> 경영층의 FTA수출몰입은 중소기업의 수출성과와 정(+)의 관계를 가질 것이다

4)FTA정보획득역량

Morgon, Kaleka and Katsikeas(2004)는 정보역량 관계역량 제품역량을 수출기업의 역량으로 정의하고 정보역량을 고객 경쟁사 유통 시장환경 등에 대한 정보를 수집 가공 및 활용하는 능력으로 정의하였다. 수출지식 또는 해외정보획득역량은 기업 경쟁력 우위의 일 원천이다(Kalela,2002)

수출시장에 대한 정보는 수출시장 고객의 니즈와 욕구를 파악하고 수출시장의 경쟁상황을 분석하고 또 수입국 정부의 규제사항 등에 대한 정보를 수집 분석 및 활용하는 역량이다(Cadogan, Cui and Li,2003)

따라서 이러한 수출시장에 정보가 빈곤하면 신규시장진입 시장발굴전략에 관한 경영의사결정을 어렵게 한다.

Moorman(2005)는 기업의 정보습득은 외부환경에 대한 정보를 조직내부로 가져오는 과정이며, 습득된 시장정보를 통해 기업은 해외 시장의 기회를 포착할수 있게 하며 이에 따라 적절한 전략을 트오해 기업의 성과를 제고할수 있다(Yeo,2005)

Cillo, Luca and Troilo(2010)는 시장정보에 대한 접근은 정보의 생성-유포-활용의 3단계를 거치는데, 이러한 시장정보에 대한 2가지 접근법, 즉 회고적 접근법과 미래적 접근법의 차이는 서로 보충적이어서 제품혁신을 매개변수로 하여 수출성과에 영향을 미친다.

한편, 우리나라의 FTA 활용률은 한-칠레 FTA를 제외하고는 42~45%수준에 불과한데, 이는 70~ 80% 수준의 FTA 활용률을 보이는 선진국에 비하면 FTA 활용도가 매우 낮은 수준이라고 지적하였으며, 그 이유에 대해

여 상당수가 FTA을 잘몰라서거나 관세 원산지 등에 관한 정보 부족을 이유로 들었다.(김무한,2010;김한성 등,2008,2009)

따라서 FTA 환경 하에서도 기존의 해외시장정보 및 수출지식이외에도 FTA 환경에 특유한 상대국의 관세철폐스케줄, 원산지기준과 원산지 절차에 관한 정보 등 특혜관세 혜택을 받기 위하여 필요한 정보와 지식은 필수적이며, 이러한 수출 및 관세관련 지식이 증가하면 수출성과에 긍정적인 영향을 미칠 수 있을 것이다. 이러한 사정을 기초로 아래 가설을 설정하였다.

< 가설 1-4> FTA정보획득역량은 중소기업의 수출성과와 정(+)의 관계를 가질 것이다

2. 자원요인과 수출성과에 관한 가설

본 연구에서는 기업의 자원요인이 수출성과에 유의미한 영향을 미칠 것이라는 가설을 설정하고 자원요인의 하위변수인 해외마케팅역량 및 제품차별화역량이 수출성과에 미치는 영향을 검증할 목적으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

1)자원요인

자원기반 관점에서는 자원은 기업특유의 자산으로 모방할 수 없고 희소한 속성을 갖고 있다. 이러한 자원은 예컨대, 자산 능력 프로세스, 경영자 속성 정보 및 지식을 포함하며, 기업 내부에서 통제가능한 속성을 갖고 있다.(이동현,2006) 수출성과 결정요인을 내부요인으로서 통제가능한 요인으로 정의하는 것은 이론적으로 매우 중요한 의미를 갖는다.이에따라 제품차별화역량과 해외 마케팅역량을 포함하는 수출마케팅전략과 경영자의 태도와 인식, 경영영자특성, 기업특성 및 역량은 내부적 요인이자 통제가능한 요인으로서 중요한 수출성과 결정요인으로 포착할수 있다.(Zou and

Stan,1998) 따라서 본 연구에서는 기업의 자원으로써 수출성과를 결정하는
자원요인에 대한 가설을 설정하였다.

< 가설 2 > 자원요인은 중소기업의 수출성과와 정(+)의 관계를 가질
것이다.

2)해외마케팅역량

Zou et al(2003)은 기존의 연구를 참고하여 수출마케팅 역량은 가격역
량, 제품개발역량 유통역량 및 커뮤니케이션 역량으로 구분한다. 기업의
해외 마케팅 역량은 기업의 경영성과 또는 수출성과에 긍정적인 영향을
미친다(Vorhies and Morgan,2004;Day and Wensley,1988;Hitt, Ireland and
Morgan,2004;Zou et al,2003)

Carolis(2003)는 마케팅 역량을 고객과의 관계를 개발하고 유지하는 역
량, 현재와 미래의 고객에게 영향을 줄 수 있는 외부적 요인에 대해서 시
장의 특화된 지식을 이용할 줄 아는 역량, 그리고 유통채널과의 관계 수
준 정도라고 정의한다.

마케팅 역량을 통해 해외시장 고객에 대한 분석과 이에 따른 대응전략
을 수립하는 것은 기업의 수출성과에 결정적인 영향을 미친다(Bruno
etal.,1996)

세계화와 무역자유화, FTA의 확산 및 IT발달로 인해 세계시장은 글로
벌 단일시장으로 수렴해 가면서 고객의 요구는 까다로울 뿐만 아니라 복
잡 다양해지고 있으며, 이미 수많은 경쟁자들이 고객에게 제품 또는 서비
스를 공급하고 있다. 더욱이 제품의 수명주기는 점점 짧아지고 있어 선도
기업들을 따라 잡기도 쉽지 않다. 따라서, 기업들은 시장을 더욱 세분화하
고, 주요 고객층을 타킷팅하고 마케팅 믹스를 통해 고객들의 환심을 사야
할 처지에 놓여있다(McDougall and Oviatt,2003) 이같은 상황에서 독특한
차별성 있는 마케팅 능력은 해외진출과 수출성과에 영향을 미친다 할 것
이다. 이같은 연구를 기초로 아래 가설을 설정하였다.

< 가설 2-1> 해외마케팅역량은 중소기업의 수출성과 간에는 정(+)의 영향을 미칠 것이다

3) 제품차별화역량

Porter(1980)의 본원적 경쟁전략은 오늘날 더 이상 먹히지 않는 것처럼 보인다. 오늘날 치열한 경쟁 환경에서는 더 이상 차별화 전략이나 저비용 전략 둘중 하나에 의존하기 어려운 지경에 이르렀으며(Treacy and Wiersema,1993). 원가우위 전략은 전략이라기보다는 기본 정책화 되고 여기에 차별화 전략을 더하는 이른바 결합전략(Combination strategies)가 중소기업의 수출성과를 제고하는 데는 더욱 유리하다는 연구들이 적지 않게 나오고 있다(Barney and Hesterly,2006; Xian,2010;Leitner and Guldenburg,2010).

Leitner et al(2010)장기적으로 결합전략을 선택한 기업이 유용한 성장 전략이 된다면 결합전략 구사한 기업이 전략이 없는 기업보다 이익률과 성장률이 높은 것으로 나타났다. 따라서 원가우위전략이외에도 제품차별화 전략 구사하는 기업이 수출성과가 높을 것이다. 이러한 시각에서 아래 가설을 설정하였다.

< 가설 2-2> 제품차별화역량은 중소기업의 수출성과와 정(+)의 관계를 가질 것이다

<표3-1> 연구가설의 요약

항목	연구가설
가설1	FTA요인은 중소기업의 수출성과와 정(+)의 관계를 가질 것이다.
가설1-1	무역장벽철폐요인은 중소기업의 수출성과와 정(+)의 관계를 가질 것이다.
가설1-2	FTA원산지활용역량은 중소기업의 수출성과와 정(+)의 관계를 가질 것이다
가설1-3	경영층의 FTA수출몰입은 중소기업의 수출성과와 정(+)의 관계를 가질 것이다
가설1-4	FTA정보획득역량은 중소기업의 수출성과와 정(+)의 관계를 가질 것이다
가설2	자원요인은 중소기업의 수출성과와 정(+)의 관계를 가질 것이다.
가설2-1	해외마케팅역량은 중소기업의 수출성과 간에는 정(+)의 영향을 미칠 것이다
가설2-2	제품차별화역량은 중소기업의 수출성과와 정(+)의 관계를 가질 것이다

제4장 연구방법

본 장에서는 변수를 조작적으로 정의하고 자료수집도구의 개발 및 자료 수집방법과 분석 방법에 대하여 기술하였다.

제1절 변수의 조작적 정의 및 측정

1. FTA요인에 관한 변수

1) FTA무역장벽철폐

기존의 선행연구(Limer,1990;Harrigan,1993)에서는 무역장벽을 관세장벽 및 비관세장벽으로 구분하여 이를 독립변수로 구성하여 수출액 또는 수입액에 미치는 영향에 관한 수리적 모델에 의존한 연구가 주류를 이루었다. 한편, 관세 및 비관세장벽을 철폐하는 자유무역협정의 체결에 따른 GDP, 고용,생산성 등에 미치는 효과에 관하여 중력모형(Gravity Model)dp 의한 FTA의 거시경제적인 효과에 관한 연구가 많았다.

또 Ortiz et al.(2010)은 선행연구들을 기초로 무역장벽을 지식장벽, 자원장벽, 절차장벽 및 외생장벽 네 가지 본원적 카테고리로 분류하였으며, Baldwin(1970)은 비관세 장벽을 비관세 교역왜곡정책이라고 표현하며 비관세장벽을 11개 세부 카테고리로 분류하였다. UNCTAD 및 OECD 등에서도 비관세장벽을 여러 가지 카테고리로 나누었다.

본 연구에서는 FTA무역장벽철폐에 관하여 등간척도로 측정한 선행연구를 발견하지 못했다. 하지만 무역장벽철폐와 그 효과에 관한 선행 연구의 성과물을 바탕으로 설문문항을 선정하여 국제경영학 교수 2인 및 석사 1인의 검증과 자문을 얻어 3가지 항목으로 구성하였다. ①시장접근성의 향상②가격경쟁력의 향상, 그리고 ③시장진입장벽의 완화로 구성되며, 이에 대하여 ①‘전혀 그렇지 않다’...⑦‘매우 그렇다’로 7점 등간 척도로 측정한다.

2) FTA원산지활용역량

상품무역에서 FTA수출활용률은 결국 특혜원산지활용률로 귀결될 수밖에 없다. 특혜원산지를 활용한다는 것은 특혜관세를 적용받을 목적으로 FTA협정별 원산지 기준을 검토하여 원산지자격 여부를 판정하는 한편, 원산지증빙서류를 갖추고 원산지 증명서류를 작성하거나 원산지증명서를 세관 또는 상공회의소에 신청하는 절차 등 원산지 기준과 원산지절차를 포함하는 원산지규정(Rules of origin)에 대한 포괄적인 이해가 요구된다. (성윤갑,2008).이밖에도 세번변경기준을 검토하기 위해서는 HS품목분류에 관한 법률적 상품학적 지식이 요구되며, 부가가치기준을 충족하는지 여부를 검토하기 위해서는 원가회계 및 재무회계 등 기업회계기준 및 회계지식과 무역실무 및 관세평가에 관한 지식이 요구되는 등 학제적인 지식과 정보가 요구된다.(김무한,2010;윤영호,2009)

FTA 수출활용률이 낮은 이유, 즉 FTA 특혜원산지 증명서 발급신청 또는 발행비율이 낮은 이유는 이와 관련한 정보와 지식이 부족하기 때문이며,(김한성외,2008,2009), 이는 곧 기업들이 FTA를 활용하기 위한 자원과 능력이 부족한 때문이라고 할 것이다.

그런데, 기존의 선행연구에서는 FTA원산지증명 및 활용 지식과 능력을 FTA 환경 하에 특유한 기업의 자원 또는 능력으로 포착한 연구는 없었다. 따라서 향후 FTA 환경 하에 특유한 수출에 관련된 지식 또는 정보는 기업의 특유한 자원으로 파악할 필요가 있다.

따라서 본 연구의 목적 달성을 위하여 국제무역 및 관세법전공교수 2인과 관련 석사학위를 취득한 전문가 1인 및 관세 무역과 FTA 전문가인 관세사2인과 브레인스토밍을 거쳐 FTA원산지활용역량을 다음과 같이 4개 문항으로 조작적으로 정의한다.

FTA원산지 활용역량은 ①FTA 원산지 판정 능력②FTA 원산지 절차에 관한 이해도③FTA 원산지 규정 전반에 대한 이해도④FTA 인증수출자제도에 대한 활용도로 구성하고, 이에 대하여 ①‘매우낮다’...⑦‘매우 높다’로 7점 등간 척도로 측정한다.

3) 경영층의 FTA수출몰입

본 연구에서는 기존연구(이병호,2007)의 설문내용을 일부 변경하여 본 연구의 목적에 맞도록 변형하였다. 경영층의 FTA수출몰입을 FTA환경을 활용하여 수출확대와 시장개척의 의지와 관심도 등으로 정의했는데, 설문 항목은 ①최고경영자의 FTA시장 개척에 관한 관심도와 의지 정도 ②최고 경영자의 FTA 시장개척을 위한 예산배정 등의 적절성으로 구성되며, 이에 대하여 ①‘매우낮다’...⑦‘매우 높다’로 7점 등간 척도로 측정한다.

4)FTA정보획득역량

FTA정보획득역량은 무역협회 국제무역원에서 실시한 설문 조사(2008) 및 기존의 선행연구(Yli-Renko Autio,and Tontti, 2002;이병호,2007)에서 활용했던 설문을 이용하여 본 연구의 목적에 맞도록 약간의 변경을 가하여 ①FTA시장의 경쟁구조에 대한 분석 능력②FTA시장에 대한 원산지 정보 수집 능력③FTA시장에 대한 관세철폐 정보획득능력으로 조작적으로 정의하고, 이에 대하여 ①‘매우낮다’...⑦‘매우 높다’로 7점 등간 척도로 측정한다.

2. 자원이인에 관한 변수

1)해외마케팅역량

기업의 해외마케팅 역량에 대한 측정은 이병호(2007) 및 Knight and Cavusgil(2004)의 연구를 참고하여 ①가격의 유효성 ②유통채널 관련 업무를 잘 처리할 수 있는 능력③개별시장을 세분화하고 타깃을 설정하는 능력④제품 차별화를 위해 마케팅 툴(광고,가격,디자인등)을 활용하는 능력⑤제품원가 경쟁력 ⑥규모의 경제 달성 정도로 조작적으로 정의하고, 이에 대하여 ①‘매우낮다’...⑦‘매우 높다’로 7점 등간 척도로 측정한다.

2)제품 차별화역량

제품차별화 역량에 대한 측정은 기존연구(Cavusgil and Zou,1994)에서 측정치로 활용한 설문을 바탕으로 ①제품 디자인 독특성②제품 기능 독특성으로 조작적으로 정의하고 이에 대하여 ①‘매우낮다’…⑦‘매우 높다’로 7점 등간 척도로 측정한다.

3. 수출성과에 관한 변수

기존 연구에서 수출성과를 측정하는 방법은 연구자에 따라 매우 다양하다. 수출성과가 다양한 방법으로 조작적으로 정의될 수 있기 때문에 FTA 요인이나 자원요인에 대한 수출성과를 평가하는 일은 간단치 않다.

Kasikeas,Leonidou and Morgon(2000)은 선행연구들의 고찰을 통해 수출성과를 측정할 수 있는 척도를 세 가지 카테고리에 42가지 측정수단을 분석한 연구에서 수출성과를 경제적 측정(Economic measures), 비경제적 측정(Non-economic measures) 및 일반적 측정(Generic measures)의 방법으로 구분한다. 이 가운데 23가지는 경제적 측정법이고 14가지는 비경제적 측정이며, 나머지 5가지는 경쟁사대비 수출만족도 또는 자사의 수출만족도로 구성된다. 경제적 측정법은 응답자들이 실제로 기업의 매출이나 수익에 대해 구체적인 답변을 꺼리는 문제점이 있는 반면, 비경제적 측정은 정량적인 방법으로 측정되지 않고 정성적인 수준으로 측정되는 등 각각 장단점이 있어 두 가지 측정방법을 모두 사용하는 것이 연구목적 달성에 효과적이라고 주장한다. 따라서 수출성과를 측정함에 있어서는 한 가지 방법에만 의존하지 말고 두 가지 이상의 상호보완적인 방법으로 다양한 각도로 측정하는 것이 바람직하다고 주장한다.

Kasikeas et al.(2000)에 따르면, 경제적 측정지표 중에서 매출액대비수출액비율, 매출액대비 수출매출 성장률, 매출액대비 수출판매수량, 매출액대비 수출이익률, 매출액대비 수출매출액 증가율 순으로 많이 사용되었다. 한편, 비경제적 측정수단으로는 수출국가 또는 수출시장의 수, 수출시장침

투율, 신규시장수출 등으로 나타났으며, 일반적 측정은 수출성공도, 수출목표 달성정도, 수출성과 만족도, 총수출성과만족도 등의 순으로 많이 사용되었다.

Sousa(2004)는 수출성과 측정 방법을 분석한 연구에서 객관적 측정(Objective measures)과 주관적 측정(Subjective measures)방법으로 구분하면서 이들 방식은 각각 장단점이 있으므로 두 가지 방법을 혼합해서 사용하는 것이 바람직하다고 주장한다.

Sousa(2004)에 따르면, 객관적 성과 측정 방법을 다시 매출, 이익 및 시장관련분야로 세분하고, 매출관련 측정방법으로는 수출집중도가 가장 사용빈도가 높고, 다음으로 수출매출성장률, 수출판매수량, 수출이윤, 수출이익률을 각각 차지했다.

본 연구에서는 기존의 Kasikeas, Leonidou and Morgon(2000)가 연구한 수출성과를 측정하는 방법인 경제적 측정과 비경제적측정 두 가지로 사용한다. 경제적 성과는 수량으로 측정 가능한 방법으로 수출성과를 측정하는 것이며, 비경제적 성과는 수량으로 측정할 수 없는 성과를 측정하는 것이다. 이에 따라 Kasikeas et al(2000)의 수출성과 측정 방법 연구에서 사용한 수출성과를 경제적 수출성과 측정과 비경제적 수출성과로 측정한다.

경제적 성과 측정은 ①수출시장 수출증가율②수출시장 수익률③ 수출시장으로 측정하고, 비경제적 수출성과 측정은 ①경영층의 만족도②수출목표 달성정도로 각각 측정한다.

제2절 표본선정 및 자료수집 방법

1. 표본기업의 선정

본 연구는 최근 확산되고 있는 FTA 환경 하에서 우리나라의 중소기업의 수출성과에 영향을 미치는 결정요인을 살펴보고자 하는 것이다. 본 절에서는 우리나라의 중소기업들에 대한 본 연구의 표본선정과 자료수집방법에 대해 살펴보고자 한다. 무역협회와 관세청에 따르면, 2010년 10월 현재 우리나라

라의 수출실적은 4,660억달러에 달해 세계7위 수출국으로 도약했으며, 이중 중소기업의 수출비중은 1,510억 달러(32.4%)에 달하는 것으로 나타났다.

본 연구의 표본기업은 2009년기준으로 수출실적이 있고 종업원 300인 이하의 중소기업을 모집단으로 하였다. 한국무역협회(KOTIS) 및 중소기업청 조회결과, 2009년 기준 수출실적이 있는 중소기업은 총 80,074개로서 이 중 종업원 300인 이하의 다수 업종의 수출 중소기업을 무작위로 추출하여 표본 대상기업으로 선정하였다.

2. 자료수집도구 및 자료수집방법

본 연구를 위해 개발된 설문지는 기존 문헌 고찰을 통한 고찰과 FTA전문가 그리고 중소기업의 임원 및 수출실무자들과 심층면담을 통해 추출된 중소기업의 수출성과 결정요인을 규명할 수 있는 항목으로 구성되었다. FTA전문가 면담은 기획재정부 관세청 등의 전문가 20명과 AHP기법을 통한 가중치 설정방법에 따라 중요 항목의 설정에 도움을 받았으며, 중소기업 임원 및 실무자 인터뷰는 3개 기업의 임원 및 수출실무자와 인터뷰 방식으로 이루어 졌다. 이같은 방법으로 FTA요인 및 자원요인에 대한 설문항목을 도출하여 수정 보완했으며, 국제경영 전공교수 2인과 국제경영 박사 2인을 통하여 설문항목의 타당성을 검증하였다.

표본기업으로 선정된 80,074개 업체를 대상으로 이메일과 전화, 인터뷰를 통한 설문조사를 수행한 결과 2009년 9월부터 10월까지 총 200부를 회수하였다. 설문응답자는 해당기업의 임원 또는 FTA업무와 직접적으로 관련된 실무자로서 기업의 의사결정에 영향력을 미칠 수 있고 기업업무 전반을 파악하고 있는 사람으로 한정하였다. 회수된 설문지 중 불성실 답변자나 누락응답자에 대해서는 추가확인을 요청하는 등의 작업을 거쳐 설문지는 최종적으로 130부를 실증분석에 사용하였으며, 조사의 결과 도출된 변수들의 통계 처리에는 WIN SPSS ver.12를 사용하였다.

제3절 분석방법

본 연구에서는 FTA 환경 하에서 중소기업의 수출성가에 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 요인들 중 예측변수인 FTA요인과 자원요인을 독립변수로 설정하여 하였다.

본 연구 목적 달성을 위하여 다음과 같은 분석방법을 사용하였다. 첫째, 같은 개념을 측정하는 변수들이 동일한 요인으로 묶이는지 확인하기 위하여 요인분석을 실시하여 측정도구의 타당성을 판단하여 변수를 축소하는 방법을 사용하였다. 이 과정에서 Factor Loading Value값이 0.5 이상인 항목만을 선정하여 변수 재조정을 실시하였다.

둘째, 측정하고자 하는 개념이 설문 응답자로부터 정확하고 일관되게 측정되었는지를 확인하기 위하여 Cronbach α 값을 활용하여 신뢰도 분석을 실시하였다. 셋째, 상관관계분석(Correlation Analysis)을 실시하여 변수들 간의 상관관계를 살펴보았으며, 마지막으로 회귀분석(Linear Regression Analysis)을 실시했다. 본 연구목적 달성을 위하여 이상의 분석에는 WIN SPSS Version 12를 사용하였다.

제5장 실증 분석 및 결과

제1절 표본의 특성

1. 일반적 현황

본 연구의 조사대상 기업의 주력 제품은 다양한 산업에 걸쳐 다양한 제품으로 구성되어 있다.<표5-1> 표본기업 중 섬유 및 의류산업의 경우 30개, 기계 및 부품품이 18개, 전자기기 및 부품 17개, 반도체제품 12,자동차 부품 10, 고무 및 플라스틱 제품이 10 등으로 나타났다.

<표5-1>표본기업의 일반현황

주력 제품	섬유 의류	기계 및 부품	전자 기기 및 부품	반도체	자동차 부품	고무플 라스틱	기타
업체수	30	18	17	12	10	10	33
비율 (%)	23.1	13.8	13.1	9.2	7.7	7.7	25.3

2. FTA 수출현황

표본대상 기업의 수출시장은 <표5-2>와 같이 크게 FTA체결국 시장 및 FTA 미체결국시장으로 나누었다. FTA체결국으로 수출하는 기업은 70개 업체며, FTA가 체결되지 않는 국가로 수출하는 기업은 60개 기업으로 각각 나뉘었다.

<표5-2>표본기업의 수출현황

	업체수	비율(%)	유효비율(%)	누적비율(%)
FTA 미체결국	60	46.2	46.2	46.2
FTA체결국	70	53.8	53.8	100

3. 수출종사기간 및 수출액

표본기업들의 수출종사기간은 <표5-3>와 같이, 5년 미만인 33.3%, 5-9년 사이가 20.7%, 10-14년 사이가 20%, 15-24년 사이가 14.6%, 25년 이상이 10.7%를 각각 차지하는 것으로 나타났다.

<표5-3>표본기업의 수출종사기간

구분	5년미만	5-9년	10-14년	15-24년	25년이상
업체수	44	27	26	19	14
비율 (%)	33.8	20.7	20.0	14.6	10.7

또한 수출규모 측면에서는 <표5-4>와 같이 50만불 미만인 기업이 전체의 28.5%로서 가장 많고, 50만불 - 100만불 사이인 기업이 20.8%, 100만불-200만불 사이인 기업이 14.6%, 200만불 - 500만불 사이인 기업이 10%, 500만불 - 1000만불 구간인 기업이 10%, 1000만불 이상인 기업 16.1%를 각각 차지했다.

<표5-4>표본기업의 수출규모

구분	50만불 미만	50만불 - 100만불	100만불 - 200만불	200만불 - 500만불	500만불 - 1000만 불	1000만 불- 5000만 불	5000만 불이상
업체 수	37	27	19	13	13	18	3
비율 (%)	28.5	20.8	14.6	10.0	10.0	13.8	2.3

제2절 변수의 타당성 및 신뢰성 검증

1. 타당성 분석

타당성(Validity)은 연구자가 측정하고자 하는 개념을 정확히 측정하고 있는가하는 것으로서 설문지 작성단계에서부터 고려해야 할 사항이다.

본 연구에서는 같은 개념을 측정하는 변수들이 동일한 요인으로 묶이는지 측정도구의 타당성을 높이기 위해 선행연구들을 기초로 개념에 대한 내용을 정리하고 본 연구에 적합하도록 수정 삭제하였다.

본 연구의 타당성 검증은 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis)을 적용하였다. 탐색적 요인분석이란 이론상으로 체계화되거나 정립되지 않은 연구에서 연구의 방향을 파악하기 위한 탐색적인 목적으로 실행하는 분석방법을 의미한다. 본 연구에서 탐색적 요인분석을 적용한 이유는 본 연구의 목적이 FTA 환경 하에서 수출성장에 영향을 미치는 요인이 무엇인지를 규명하려는 데 있으며, 따라서 FTA환경 하에서 수출성과 결정요인으로서 FTA환경에 고유한 독립변수로서 FTA요인을 처음으로 연구에 도입하였기 때문이다.(송지준,2010)

먼저, 요인분석을 위한 변수선정의 적절성 및 요인분석모형의 적합성 여부를 판단하기 위하여 <표5-5>와 같이 KMO와 Bartlett 검증을 실시하였다. KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)은 변수들 간의 상관관계가 다른 변수에

의해 잘 설명되는 정도를 나타내는 값을 의미하는데, 이 값이 적으면 요인 분석을 위한 변수선택이 좋지 못하다는 것을 의미한다. 본 연구에서는 KMO값이 0.818로서 꽤 높은 수치로 나타나 요인분석을 위한 변수선택이 적절한 것으로 나타났다. Bartlett의 구형성 검증은 요인분석 모형의 적합성 여부를 나타내는 것으로서 유의확률로 판단한다. 따라서 본 연구에서는 유의확률이 0.000으로서 요인분석모형의 사용이 적합하며, 공통요인이 존재한다고 볼 수 있다.(송지준,2010)

<표5-5>KMO와 Bartlett의 검증

표준형성 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도		.818
Bartlett의 구형성검증	근사 카이제곱	.1639829
	자유도	190
	유의확률	.000

판별 타당성 검증을 위하여 탐색적 요인 분석을 실시하였다. 모든 측정 변수의 구성요인을 추출하기 위해서는 주성분분석(Principle Component Analysis)을 사용했으며, 요인적재치(Factor Loading Value)의 단순화를 위해서는 직교 회전방식(Varimax)을 채택하였다. 본 연구에서의 문항 선택기준은 고유값(Eigenvalue)은 1.0이상, 요인적재치는 0.50이상을 기준으로 하였다. 일반적으로 사회과학분야에서 요인과 문항의 선택기준은 고유값(eigenvalue)는 1.0이상, 요인적재치는 0.40이상이면 유의한 변수로 간주하고 0.50이상이면 매우 중요한 변수로 간주된다.(송지준,2010) 분석결과는 <표5-6>와 같이 고유값이 1.0이상이며, 요인적재치는 대부분 0.50이상으로 나타났다. 총 20개 문항 중에서 2개의 문항(저비용역량)이 이론구조에 맞지 않아 해외마케팅역량으로 문항을 통합하였다.

<표5-6>요인분석결과

요인	변수명	Factor loading value	Communality	eigen value	분산 설명력
FTA무역장벽철폐	시장접근성 향상	.909	.881	3.875	19.373
	가격경쟁력 향상	.733	.722		
	시장진입장벽완화	.913	.873		
FTA원산지 활용능력	원산지 판정능력	.841	.794	3.771	18.857
	원산지절차이해정도	.872	.831		
	원산지규정이해도	.900	.862		
	인증수출자활용	.838	.772		
최고경영자 FTA수출몰입	시장개척 의지 및 관심	.887	.855	2.586	12.931
	시장개척자원배정	.827	.815		
FTA정보 획득능력	경쟁정보수집능력	.764	.811	1.894	9.470
	원산지정보획득능력	.628	.738		
	관세등정보획득능력	.671	.828		
해외마케팅역량	가격유효성	.685	.708	1.749	8.746
	유통채널 관리능력	.830	.759		
	시장세분화 및 타겟팅능력	.812	.724		
	마케팅 툴 활용능력	.690	.612		
	제품 원가경쟁력	.617	.668		
	규모의 경제 달성능력	.694	.657		
제품차별화능력	디자인 독특성	.843	.839	1.696	8.482
	기능 독특성	.810	.823		

*요인추출방법 : 주성분분석(Principle component analysis)

*회전방법 : Kaiser 정규화가 있는 Varimax

2. 신뢰성 분석

신뢰성(Reliability)은 동일한 측정항목들에 대해 측정을 반복했을 때 동일한 측정값을 얻을 수 있는 가능성을 말한다. 신뢰도를 측정할 수 있는 방법에는 일반적으로 재측정법, 대안형식법, 내적일관성법 세가지가 있으며, 본 연구에서는 내적일관성법에 의한 신뢰도 측정방법인 Cronbach'Alpha 계수를 이용하였다.(송지준,1010)

Cronbach'Alpha계수에 의한 신뢰도 측정치 계수는 어느 수준 이상이어야 하는가에 대한 통일된 기준은 없으나 일반적으로 0.60이상이면 신뢰도가 있다고 본다.(송지준,1010)

신뢰성 검증 결과, Cronbach'Alpha계수는 <표5-7>와 같이 0.763-0.919 사이의 분포를 보이고 있어 기준치 0.60보다는 비교적 높은 것으로 나타났다. 따라서 항목들을 하나의 척도로 종합하여 분석하여도 무리가 없다고 볼 수 있다.



<표5-7> 신뢰성검증결과

변수	문항	문항수	Cronbach's Alpha
FTA무역장벽철폐	시장접근성 향상	3문항	.861
	가격경쟁력 향상		
	시장진입장벽 완화		
FTA원산지 활용능력	원산지 판정능력	4문항	.919
	원산지절차 이해정도		
	원산지규정 이해도		
	인증수출자활용		
최고경영자의 FTA수출몰입	시장개척의지 및 관심도	2문항	.763
	시장개척 자원배정		
FTA정보 획득능력	경쟁정보 수집능력	3문항	.879
	원산지정보 획득능력		
	관세철폐정보 획득능력		
해외마케팅 역량	가격의 유효성	5문항	.885
	유통채널 관리능력		
	시장세분화및타겟팅능력		
	마케팅 툴 활용능력		
	제품 원가경쟁력		
	규모의 경제 달성능력		
제품차별화 능력	디자인 독특성	2문항	.786
	기능 독특성		
수출성과	수출증가율	3문항	.838
	수출이익률		
	시장점유율		

제3절 가설검증

본 연구의 목적은 FTA환경 하에 기업의 수출성과에 영향을 미치는 결정요인을 파악하려는데 있다. 즉, FTA무역장벽철폐,FTA원산지활용역량,FTA수출물입,FTA정보획득역량 및 해외마케팅 역량, 제품차별화능력 등이 우리나라 기업들의 수출성과에 미치는 영향을 명확히 파악하고자 하는 것이다. 본 연구는 이와 같은 연구가설을 검증하기 위해 회귀분석(Regression Analysis)을 실시하였다.

1. 상관관계분석

상관관계(Correlation Analysis)란 변수들 간의 관계, 즉 둘 이상의 변수들이 있는 경우 한 변수가 변화함에 따라 다른 변수가 어떻게 변하는지 변화의 강도와 방향을 말한다.

분석결과 연구가설로 설정된 변수간에 대체로 유의적인 상관관계가 있는 것으로 나타났으며, 방향성도 대체로 유의하였다.

<표5-8>상관관계표

	무역장벽철폐	원산지활용역량	수출물입	정보획득역량	해외마케팅역량	제품차별화역량	수출성과
무역장벽철폐	1						
원산지활용역량	0.076	1					
수출물입	0.202*	0.298**	1				
정보획득역량	0.120	0.676***	0.404***	1			

량							
해외 마케팅 역량	0.430***	0.340***	0.358***	0.517***	1		
제품 차별화 역량	0.313***	0.241**	0.213**	0.208**	0.531***	1	
수출성 과	0.394***	0.346***	0.404***	0.183*	0.439***	0.413***	1

* P<.05 ; ** P<.01 ; *** P<.000

2. 회귀분석 결과

1) FTA요인과 수출성과 간 관계가설 분석 결과

기업의 FTA요인은 수출성과와 정(+)의 관계를 가질 것이라는 가설 1의 검증을 위해 회귀분석을 실시한 결과 아래의 <표5-9>과 같이 FTA요인과 수출성과간의 상관관계는 0.594로 나타났다. 그리고 FTA요인이 수출성과에 대한 전체 설명력(R^2)는 0.353(35.3%)로 나타났으며, Durbin-watson은 1.762로 나타나 기준값인 2에 가깝고 0 또는 4와는 가깝지 않으므로 이 분석은 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형에 적합함을 보여주고 있다. 또 유의확률이 .000($P<.05$)으로 나타나 FTA요인과 수출성과 간 관계가설은 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

<표5-9> FTA요인과 수출성과의 회귀분석결과
모델요약

R	R^2	조정된 R^2	추정값의 표준오차	Durbin -watson
.594	.353	.331	.95528	1.762

a. 독립변수: (상수), FTA요인, b.수출성과

분산분석

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
회귀값	58.174	4	14.544	15.937	.000(a)
잔차	106.770	117	.913		
총합	164.944	121			

- a. 독립변수: (상수), FTA요인,
b. 종속변수: 수출성과

계 수

	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성통계량	
	B	표준 오차	Beta			공차 한계	VIF
(상수)	1.270	.427		2.976	.004		
FTA 요인							

- a. 종속변수 : 수출성과

다음으로, 기업의 FTA요인의 하위변수들인 FTA무역장벽철폐, FTA원산지 활용역량, 최고경영자의 FTA수출물입, 및 FTA정보획득역량은 기업의 수출성과와 정(+)의 관계를 가질 것이라는 각 가설 1-1, 1-2, 1-3, 및 1-4의 검증을 위해 회귀분석을 실시한 결과는 아래의 <표5-10>와 같다.

<표5-10> FTA요인의 하위변수들과 수출성과와의 회귀분석결과
모델요약

R	R ²	조정된 R ²	추정값의 표준오차	Durbin -watson
.594	.353	.331	.95528	1.762

a. 독립변수 : (상수), FTA관세철폐, FTA원산지활용역량, FTA수출물입, FTA정보
획득역량

b. 종속변수 : 수출성과

분산분석

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
회귀값	58.174	4	14.544	15.937	.000(a)
잔차	106.770	117	.913		
총합	164.944	121			

a. 독립변수 : (상수), FTA무역장벽철폐, FTA원산지활용역량, FTA수출물입, FTA
정보획득역량

b. 종속변수 : 수출성과

계 수

	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성통계량	
	B	표준 오차	Beta			공차 한계	VIF
(상수)	1.270	.427		2.976	.004		
F T A 무 역장벽철폐	.293	.064	.346	4.569	.000	.964	1.037
F T A 원 산지활용 역량	.388	.094	.413	4.134	.000	.554	1.806
F T A 수 출물입	.279	.076	.303	3.684	.000	.817	1.225
F T A 정 보획득역 량	-.251	.105	-.250	-2.394	.018	.509	1.964

a. 종속변수 : 수출성과

위의 <표5-10>에 따르면 다음과 같은 영향관계를 발견할 수 있다. 첫째, FTA무역장벽철폐와 수출성과 간 관계는 t값이 4.596으로서 ± 1.96 보다 크고 유의확률은 .000으로서 $P < 0.05$ 이므로 가설1-1은 채택되었다. 즉 표준화계수가 0.346(34.6%)으로 FTA협정에서 무역장벽철폐수준이 높을수록 수출성과가 함께 높아지는 정적(+)관계가 있는 것으로 나타났다.

둘째, FTA원산지활용역량과 수출성과 간 관계는 t값이 4.134으로서 ± 1.96 보다 크고 유의확률은 .000으로서 $P < 0.05$ 이므로 가설1-2은 채택되었다. 즉 표준화계수가 0.413(41.3%)으로 기업들의 FTA 원산지활용역량이 높을수록 수출성과가 함께 높아지는 정적(+)관계가 있는 것으로 나타났다.

셋째, 최고경영자의 FTA수출몰입과 수출성과 간 관계는 t값이 3.684로서 ± 1.96 보다 크고 유의확률은 .000으로서 $P < 0.05$ 이므로 가설1-3은 채택되었다. 즉 표준화계수가 0.303(30.3%)으로 최고경영자의 FTA시장 개척과 수출에 대한 관심과 의지가 높을수록 수출성과가 함께 높아지는 정적(+)관계가 있는 것으로 나타났다.

넷째, FTA정보획득역량과 수출성과 간 관계는 t값이 -2.394로서 ± 1.96 이상이고 유의확률은 .018로서 $P < 0.05$ 이므로 가설1-4은 채택되었다. 즉 표준화계수가 -0.250(-25%)으로 기업들의 FTA정보획득역량이 낮을수록 수출성과가 함께 높아지는 부적(-)관계가 있는 것으로 나타났다.

한편, 독립변수 간에 상관관계가 존재하는지 여부를 살펴보면 공선성통계량인 공차한계(Tolerance)값이 0.1 이상이므로 다중공선성에는 문제가 없는 것으로 나타났다.

2) 자원요인과 수출성과 간 관계가설 분석 결과

기업의 자원요인이 기업의 수출성과에 통계적으로 유의미한 영향을 미칠 것이라는 가설 2의 검증을 위해 회귀분석을 실시한 결과는 아래의 <표 5-11>와 같다.

<표5-11> 자원요인과 수출성과와의 회귀분석결과
모델요약

R	R ²	조정된 R ²	추정값의 표준오차	Durbin -watson
.483	.233	.220	1.05033	1.647

- a. 독립변수 : (상수), 자원요인
b. 종속변수 : 수출성과

분산분석b

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
회귀값	40.855	2	20.427	18.516	.000(a)
잔차	134.591	122	1.103		
총합	175.445	124			

- a. 독립변수 : (상수), 자원요인
b. 종속변수 : 수출성과

계 수

	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성통계량	
	B	표준오차	Beta			공차 한계	VIF
(상수)	1.16	.427		3.782	.000		
자원요인							

- a. 종속변수 : 수출성과

기업의 자원요인은 수출성과와 정(+)의 관계를 가질 것이라는 가설 2의 검증을 위해 회귀분석을 실시한 결과, 위의 <표5-11>과 같이 자원요인과 수출성과 간의 상관관계(R)는 0.483으로 나타났다. 그리고 자원요인이 수출성과에 대한 전체 설명력(R²)는 0.233(23.3%)로 나타났으며, Durbin-watson은 1.647로 나타나 기준 값인 2에 가깝고 0 또는 4와는 가깝지 않으므로 잔

차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형에 적합함을 보여주고 있다. 또 유의확률이 .000($P < .05$)으로 나타나 자원요인과 수출성과 간 관계가설은 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

다음으로 기업의 자원요인의 하위변수들인 해외마케팅역량 및 제품차별화역량이 기업의 수출성과와 정(+)의 관계를 가질 것이라는 각 가설 2-1 및 2-2의 검증을 위해 회귀분석을 실시한 결과는 아래의 <표5-12>와 같다.

<표5-12> 자원요인의 하위변수들과 수출성과와의 회귀분석결과

모델요약

R	R 제곱	조정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-watson
.483	.233	.220	1.05033	1.647

a. 독립변수 : (상수), 자원요인

b. 종속변수 : 수출성과

분산분석

	제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
회귀값	40.855	2	20.427	18.516	.000(a)
잔차	134.591	122	1.103		
총합	175.445	124			

a. 독립변수 : (상수), 자원요인

b. 종속변수 : 수출성과

계 수

	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률	공선성통계량	
	B	표준 오차	Beta			공차 한계	VIF
(상수)	1.166	.427		3.782	.000		
해외마케팅역량	.383	.108	.324	3.537	.001	.750	.1333
제품차별화역량	.228	.090	.231	2.522	.013	.750	.1333

a. 종속변수 : 수출성과

위의 <표5-12>에 따르면 다음과 같은 영향관계를 발견할 수 있다. 첫째, 해외마케팅역량과 수출성과 간 관계는 t값이 3.537로서 ± 1.96 보다 크고 유의확률은 .001으로서 $P < 0.05$ 이므로 가설2-1은 채택되었다. 즉 표준화계수가 0.324(32.4%)으로 FTA환경 하에서 해외 마케팅 역량수준이 높을수록 수출성과가 함께 높아지는 정적(+)관계가 있는 것으로 나타났다.

둘째, 제품차별화 역량과 수출성과 간 관계는 t값이 2.522로서 ± 1.96 보다 크고 유의확률은 .013으로서 $P < 0.05$ 이므로 가설2-2는 채택되었다. 즉 표준화계수가 0.231(23.1%)으로 FTA환경 하에서 제품차별화 역량수준이 높을수록 수출성과가 함께 높아지는 정적(+)관계가 있는 것으로 나타났다.

한편, 독립변수 간에 상관관계가 존재하는지 여부를 살펴보면 공선성통계량인 공차한계(Tolerance)값이 0.1 이상이므로 다중공선성에는 문제가 없는 것으로 나타났다.

3. 가설검증결과

본 연구에서 독립변수로서 설정한 기업의 FTA요인과 자원요인이 종속변수인 기업의 수출성과에 미치는 영향에 대해 앞서 설정한 가설의 검증결과를 정리하면 아래의 <표5-13>와 같다.

<표5-13> 가설의 검증결과 요약

구 분	검증 가설		검증결과		채택 여부
	독립변수	종속변수	P값	β계수	
가설1	FTA요인	수출성과	p=.000		채택
가설1-1	무역장벽 철폐	수출성과	p=.000	β=.346	채택
		수출증가율	p=.000	β=.427	채택
		수출수익율	p=.000	β=.376	채택
		시장점유율	p=.003	β=.263	채택
가설1-2	원산지 활용역량	수출성과	p=.000	β=.413	채택
		수출증가율	p=.057	β=.172	채택
		수출수익율	p=.001	β=.304	채택
		시장점유율	p=.000	β=.448	채택
가설1-3	경영층의 수출몰입	수출성과	p=.000	β=.303	채택
		수출증가율	p=.000	β=.380	채택
		수출수익율	p=.000	β=.360	채택
		시장점유율	p=.001	β=.299	채택
가설1-4	정보획득 역량	수출성과	p=.018	β=-.250	채택
		수출증가율	p=.267	β=.099	기각
		수출수익율	p=.041	β=.181	채택
		시장점유율	p=.011	β=.224	채택
가설2	자원요인	수출성과	p=.000		채택
가설2-1	해외마케팅 역량	수출성과	p=.001	β=.324	채택
		수출증가율	p=.000	β=.493	채택
		수출수익율	p=.000	β=.337	채택
		시장점유율	p=.000	β=.344	채택
가설2-2	제품차별화 역량	수출성과	p=.013	β=.230	채택
		수출증가율	p=.002	β=.445	채택
		수출수익율	p=.000	β=.359	채택
		시장점유율	p=.000	β=.310	채택

가설의 검증결과 FTA환경 하에서 기업의 수출성과에 통계적으로 유의미한 관계를 가지는 변수로써는 FTA요인($p=.000$)과 그 하위변수들인 FTA무역방벽철폐($p=.000$), FTA원산지활용역량($p=.000$), FTA수출물입($p=.000$), 및 FTA정보획득역량($p=.018$)이 채택되었으며, 자원요인($p=.000$)과 그 하위변수들인 해외마케팅역량($p=.013$) 및 제품차별화역량($p=.013$)가 채택되었다.



제6장 결론

제1절 연구결과의 요약

우리나라는 동시다발적인 FTA추진 전략에 따라 FTA체결을 확대해 나가고 있다. FTA체결방향은 미국 EU 일본 등 거대 선진 시장과 중국 MERCOSUR 인도 등 차세대 거대신흥시장 및 호주 캐나다 GCC 멕시코 등 주요거점지역과 자원부국을 중심으로 FTA체결을 확대해 나갈 계획이다. 이 중에는 이미 발효된 국가(아세안 인도)도 있고, 체결은 되었으나 아직 발효되지 못한 나라(EU 미국)도 있고 현재 협상중이거나 공동연구단계인 국가들도 적지 않다.

향후 수년 내 우리나라는 전세계 70여개국과 FTA Hub & Spoke System을 형성, 전세계 GDP의 92% 비중을 차지하는 국가들과 자유무역지대를 창설하게 된다. 가히 FTA시대라 할만하다.

우리나라가 FTA체결에 열을 올리는 이유는 개방을 통한 경제체질개선과 경쟁력 강화, 경제통합을 통한 시장확대, 부존자원의 확보 등이 그 배경으로 깔고 있다. 또한 전세계적으로 FTA가 확산되고 있는데, 우리나라만 FTA체결에 소극적인 태도로 일관할 경우 무역전환으로 인한 기존 수출바이어의 상실 등도 주요한 배경이다. 더욱이 우리나라는 소규모 개방국가로서 전형적인 가공무역구조의 산업구조를 띠고 있다. 그러니까 우리나라는 적극적인 FTA체결과 FTA 활용을 통해서 경쟁력강화와 수출확대를 통한 경제성장과 고용창출이라는 목적을 추구하려는 것이다.

최근까지 우리나라는 FTA 체결국의 수적 확대에 열을 올리다가 기업들의 FTA활용도가 선진국에 비해 너무 저조하여 FTA 활용도 제고에 정책적인 초점이 모아지고 있다.

이러한 시점에 FTA 환경하에서는 도대체 어떤 요인이 기업들의 수출성장에 중대한 영향을 미칠 것인지 탐구하려는 시도는 매우 시의적절한 것처럼 보인다.

왜냐하면 기존의 FTA관련 연구에서는 FTA의 경제적 효과 측면의 거

시경제적인 효과와 원산지 기준 자체에 대한 연구에 치우친 반면, 기업의 경영성과 내지는 수출성과를 연구하는 쪽에서는 외부환경요인 또는 자원요인 혹은 거래비용 등에 연구초점이 모아졌기 때문이다.

따라서 본 연구에서는 FTA환경 하에서 수출성과에 영향을 미치는 요인에 대하여 규명하고자 했으며, 그 결과 다음과 같다.

첫째, FTA체결로 인한 무역장벽이 철폐되는 경우 기업들은 수출성과가 높아질 것으로 기대하고 있는 것으로 나타났다. 특히 수출성과 중 수출시장 수익률 및 시장점유율 증가 보다는 수출 매출액이 더 증가할 것으로 분석됐다. 지금까지 선행 연구에서는 중력모형 등 수리적 모델을 활용하여 FTA의 경제적 효과, 즉 GDP증가, 생산성향상, 고용효과, 외국인투자유치효과 등에 관한 분석이 주류를 이루었으나, 수출기업들에게 직접적으로 FTA체결에 따른 수출성과 증감여부를 확인할수 있었다는 점에서 의미가 있다고 본다.

둘째, FTA환경하에서는 FTA상품무역의 핵심메커니즘이자 FTA에만 특유한 원산지 활용역량이 수출성과에 지대한 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 특히 원산지활용역량이 증가하면 계약 상대국에서 시장점유율이 높아질 것으로 분석됐다. FTA원산지활용역량은 FTA환경에 고유할뿐더러 기업 특유의 역량이라고 할수 있고 FTA시대에 요구되는 기업의 자원으로 포착할 수 있으므로, FTA 환경하의 수출성과 결정요인으로 작용한다는 점이 확인됐다.

셋째, 경영층의 FTA시장에 대한 수출몰입도 수출성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 파악됐다. WTO환경에서도 경영층의 수출몰입이 수출성과에 중요한 영향을 미쳤으나, FTA환경하에서 최고경영자의 FTA수출몰입은 더욱 중요한 수출성과 결정요인이라고 할 수 있다. 왜냐하면, FTA환경에서는 특혜관세혜택이 WTO환경에서처럼 그저 주어지는 것이 아니라, 수출입 기업이 적극적으로 특혜관세 혜택을 받기 위하여 의도적인 노력이 없으면 특혜관세혜택을 받지 못하기 때문이다. 즉, 수출입 상품이 특혜원산지 자격을 획득하지 못하면 무관세혜택을 누릴수 없다는 점이며, 이러한 혜택을 누리기 위해서는 상당한 시간과 노력을 들여 FTA 원산지

활용역량을 조직에 내부화하여 프로세스와 자원또는 능력으로 재구축해야 하기 때문이다.

넷째, FTA 정보획득역량은 수출성과에 부의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다만, FTA정보획득역량과 수출성과간에는 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 당초 예상치 못했던 결과가 나타났는데, FTA 시장으로 수출성과를 높이려면 FTA수출 관련 지식과 정보 등의 생성 및 유포 확산 및 활용의 프로세스를 낮추어야 한다는 것이다. 즉 상대국의 관세철폐스케줄 정보, 원산지정보 등을 수집 활용 수준을 높일 필요가 없다는 것을 의미한다.

다섯째, 전통적으로 중요시되었던 해외마케팅 역량과 저비용역량 및 제품차별화역량은 수출성과에 여전히 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 오늘날 강도 높은 경쟁환경과 고객들의 복잡 다양한 니즈와 욕구에 대응하기 위하여 저비용역량은 기업의 기본적인 역량이 되고 여기에 해외 마케팅 믹스를 통해 제품차별화전략을 구사하는 것이 필수적인 기업 역량이 되어버린 것이라고 할수 있다. 최근 적지 않은 연구에서 경쟁전략은 제품차별화 또는 저원가 전략의 선택이 아니라, 저원가 전략과 제품차별화전략을 결합한 결합전략이 중소기업에게 적합한 성장전략임이 드러나고 있다.

제2절 연구결과의 시사점

1. 이론적 시사점

본 연구를 통해 얻을 수 있는 이론적 측면의 시사점은 다음과 같다.

첫째, 자원기반관점에서 FTA 환경에 특유한 자원과 역량으로서 수출성과 결정요인을 발굴하는데 기여했다는 점이다. 자유무역협정(FTA)은 기업 외부적이고 통제할 수 없는 외부환경요인으로서 그 자체로서 수출성과 결정요인이라고 할 수 있다. 이같은 외부환경 요인은 기업들로 하여금 변영과 생존을 위하여 적응을 강요하게 된다. 따라서 FTA와같은 새로운 경

영환경에 적응하고 지속가능한 경쟁우위를 확보하기 위해서는 기업은 새로운 자원과 역량 확보가 요구되는데, FTA환경에서 생존과 지속가능한 성장을 위하여 기업에 특유하고 FTA환경에 특유한 수출성과 결정요인을 발굴하여 FTA 시대의 핵심 수출성과 요인에 관한 기초적인 틀을 마련했다는 점에서 의미가 있다.

둘째, FTA환경에 특유한 기업의 자원과 역량으로서 FTA원산지활용역량, 최고경영자의 FTA 수출몰입과 같은 새로운 자원과 역량을 발굴했다는 점에서 의미가 있다. 이가운데서 FTA상품무역의 핵심 메커니즘이자 FTA환경에 가장 특유한 기업자원으로서 FTA원산지 활용역량을 꼽을 수 있다. 또한 FTA원산지활용역량은 FTA 환경에서 매우 중요한 수출성과 결정요인이라고 할 만하다. 이것 말고도 최고경영자의 FTA 수출몰입 역시 FTA 환경 하에서 중요한 경영자속성이자 수출성과 결정요인이라고 할 수 있다.

2. 실무적 시사점

본 연구를 통해 얻을 수 있는 실무적인 시사점은 다음과 같다.

첫째, FTA환경의 일상화 또는 FTA 원산지업무의 루틴(Routine)화이다. 우리나라는 향후 전세계 약 70여개국과 FTA를 형성함으로써 전세계 인구의 71%, 전세계 GDP의 93%에 해당하는 국가들과 FTA를 체결하게 되며, 이들 FTA 체결국과 교역을 하는 경우 우리나라 무역의 90% 이상이 FTA역내 무역을 하게된다. 이 때문에 FTA원산지 증명은 무역기업들에게는 일상적이고 루틴한 업무로 자리잡게 된다. 수출입 기업들은 향후 다가올 FTA시대에 적극적으로 대응해 나갈 필요가 있다.

둘째, FTA환경에 적응하기 위한 FTA 원산지 역량의 확보 및 강화이다. 우리나라는 FTA Hub 국가로서 거대선진 경제권과 차세대 거대 경제권, 및 주요거점국가와 자원부국들과 FTA Hub& Spoke system을 형성한다. 이러한 환경에서 기업의 성장과 생존을 위해서는 FTA 원산지 활용역량 확보는 필수적인 메커니즘이다. 수출성과 결정요인으로서 또는 FTA의

필수적인 기업자원으로서 매우 중요한 의미를 갖는다. 따라서 무역기업들은 조직 내부에 FTA TFT를 구성하고 조직의 구성원의 역할 재정의 및 원산지 역량을 필수적으로 강화해야 한다.

셋째, 경영자의 FTA 수출물입도 실무상 중요한 요인이다. FTA가 국제 무역의 무관세 인프라라면, 수출입 기업들은 FTA 무관세 혜택을 적극적으로 활용해야 하는데, 여기에는 최고경영자의 의지와 적극적인 관심, 적절한 자원의 배분이 요구된다.

넷째, FTA환경에서는 원가우위 전략을 바탕에 깔고 제품차별화를 포함한 해외 마케팅 역량을 강화해야 할 필요가 있다. 1980년 마이클 포터의 본원적 전략이 나온 지 20년이 지난 오늘날 경쟁자들의 압력과 고객의 니즈와 욕구로부터 압력을 받고 있는 기업들은 이제 더 이상 원가우위 또는 제품차별화 전략 중 어느 하나의 전략선택에만 안주할수 없는 상황에 이르렀다. 최근 연구에서도 원가우위 전략과 제품차별화 전략을 조합한 결합 전략이 중소기업의 성장전략에 적합하다는 결과를 내놓고 있는 실정이기 때문이다.

3. 정책적 시사점

본 연구로부터 도출할 수 있는 정책적 시사점은 다음과 같다.

첫째, FTA 활용도 제고를 위한 실무자 교육 및 컨설팅 지원이다. 본 연구과정 및 결과에서 드러난 바와 같이 FTA 원산지 활용역량은 FTA환경 하에서 중요한 수출성과 결정요인임이 확인됐다. 하지만, 현재 우리나라의 FTA활용률은 50%를 밑도는 수준으로서 선진국의 70~80% 수준에 비해면 아직도 저조한 수준이다.

FTA원산지 규정은 그 자체가 복잡하고 난해한 특징을 갖고 있을 뿐만 아니라 회계지식, 관세평가지식, HS품목분류, 특정산업분야 지식 등 종합적이고 학제적인 전문지식을 요구한다. 무역기업의 담당직원들이 직접적으로 FTA 원산지 업무를 능숙하게 숙달하는 것은 상당한 시간과 노력에 요구된다.

따라서, 정부는 FTA 활용도 제고를 통한 수출확대 및 경영성과 제고를 위하여 지속적이고 심도 깊은 FTA원산지 교육을 지원해야 할 것이다. 특히 FTA유관기관의 교육은 깊이가 없이 일과성 교육에 그치는 경우가 많아 민간 전문 교육기관을 지원양성해야 할 것이다.

이와함께, 인적 및 물적 자원이 부족한 중소기업들의 FTA원산지 업무를 진단하고 원산지 자격을 검토해주는 FTA컨설팅 지원사업을 확대해야 할 것으로 보인다.

둘째, 최고경영자를 대상으로 하는 교육을 확대하고 성공사례를 발굴하여 최고경영자들의 FTA 수출몰입을 적극적으로 자극해 나갈 필요가 있다. 왜냐하면, 최고경영자의 수출몰입이 수출성과에 긍정적으로 영향을 미치는 요인이며, 따라서 FTA 수출몰입역시 기업의 수출성과를 제고하는데 긍정적으로 기여할 것이기 때문이다.

제3절 연구한계 및 향후 과제

1. 연구의 한계

본 연구는 몇가지 한계점을 갖고 있으며, 이는 다음과 같다.

첫째, 자원기반관점에서 FTA환경에 특유한 수출성과 결정요인으로서 FTA요인을 발굴했으나, 상품무역의 특혜관세혜택을 받을수 있는 원산지 관련 요인에 초점이 모아진 것은 본 연구의 한계라고 할수 있다. FTA 환경하에서 수출성과의 결정요인으로서 좀더 다각적인 관점에서 접근하여 FTA환경에 고유하고 다양한 수출성과 결정요인을 탐색할 필요가 있다.

둘째, FTA환경에 고유한 수출성과결정요인에 관한 선행연구가 부재하여 변수의 측정수단을 구성하는데 커다란 어려움을 겪었다. 일반적으로 변수의 측정수단은 선행연구에서 검증된 측정수단에 약간의 변경을 가하는 정도가 허용되는데, 본 연구에 관한 연구테마는 선행연구가 없어 측정수단의 신뢰도와 타당성 확보에 문제점이 있을 수 있다는 점이다. 요인분석을 통한 타당성 검증과 신뢰도 검증을 실시했으나, 여전히 정교하고 치밀하게

다듬어 질 필요가 있을 것으로 보인다.

셋째, 주요 FTA의 미발효로 인한 측정 설문의 부정확성의 우려가 있다. 통계적으로는 커다란 문제가 없으나, 수출성과의 측정과 관련하여 아직 실현되지 않은 현실에 대한 가정을 기초로 답변을 하게 되는 경우로서 관념적 사유와 현실의 실제 사이의 괴리가 존재할수 있다.

넷째, 표본의 크기 문제이다. 본연구는 FTA 환경하에 수출성과 결정요인을 탐색하려는 것이다. 따라서, 수출 관련 기업규모, 매출액, 수출비중, 수출종사기간, 수출조직 등 기업특성과 수출지역별 수출산업별 특성이 통계적으로 중요한 의미를 갖는 경우가 많은데, 수출산업별 및 수출국가별로 표본의 수가 적어 분석상 유의하지 않았다.

2. 향후 연구방향

본 연구의 한계점을 극복하고 더욱 바람직한 방향으로 연구를 발전시키기 위해서는 다음과 같은 개선방향으로 연구가 진행되어야 할 것으로 보인다.

첫째, FTA 환경 하에서 수출성과에 영향을 미치는 요인을 다각도로 발굴하여 실제로 FTA활용도 제고를 매개로 수출성과를 확대할수 있도록 연구를 전개하는 것이 바람직한 것 같다. 앞서서도 설명한 바와 같이 본 연구에서는 FTA 환경에 특유한 요인으로서 수출성과 결정요인을 탐색하고자 하는 것이었다. 하지만 FTA 수출성과 결정요인이 지나치게 변수의 수가 적고 단순해서 종합적이고 다각적인 각도에서 FTA 환경 하에 수출성과를 제고할 수 있는 요인을 탐색하는 것이 바람직하다. 가능한 한 다양한 변수들을 도출하여 구조방정식 모형을 활용하여 수출성과에 영향을 미치는 인과관계를 규명해야 할 것이다.

둘째, 변수의 측정문제와 관련해서 기존의 선행연구가 부재하여 점문가들의 검증을 통하여 실시한 측정문항을 더욱 정교하게 다듬어 개념의 내적 일관성과 타당성 및 신뢰도를 확보하여야 할 것이다. 본 연구에서 사용된 FTA무역장벽철폐,FTA원산지 활용역량 등은 선행연구의 부재로 설

문문항의 구성에 어려움을 겪었기 때문이다.

셋째, 향후 연구에서는 표본의 수를 확대하여, 기업규모별, 수출규모별, 수출국가별, 수출산업별 특성을 감안한 심층적인 분석과 고찰을 통해 FTA 환경하의 수출성과 결정요인 모델을 제시해야 할 것이다.

넷째, 향후 연구에서는 해외 마케팅역량과 관련하여 원가우위전략과 제품차별화전략 등 본원적 경쟁전략과 결합전략의 우월을 고찰할 수 있도록 연구를 진전시킬 필요가 있다.



【참고문헌】

1. 국내문헌

- 강준하, 「한국 미국 FTA 원산지규정에 관한 연구」 통상법률, 2008.
- _____, 「한·U FTA 주요쟁점 원산지규정과 무역에 대한 기술장벽을 중심으로」 『국제거래법연구 7』, 2008.
- 고용부, 「우리나라FTA 협정상 원산지규정의 의의 및 결정기준비교」, 통상법률, 2006.
- 김기영, 「한·인도 FTA의 원산지결정기준에 관한 연구」, 『무역학회지』 33(3), 2008.
- 김석오, 「우리나라FTA 원산지규정의특징과정책적시사점下」, 『관세와무역』, 통권426, 2006.
- 김연숙, 「한·U FTA의원산지결정기준에관한실증연구」, 『무역학회지』 32(5), 2007.
- 김용규, 「한국기업의 수출성과 선행요소에 관한 실증연구:메타분석을 중심으로」, 『국제경영리뷰』 12(2), 2010.
- 김한성·조미진·정재완·김민성, 「한국FTA원산지규정의 특성 및 활용 전략」, 대외경제정책연구원, 2008.
- 남풍우·최준호, 「한·아세안FTA의 원산지결정기준과 원산지증명서 작성에 관한 연구」, 『통상정보연구』 9(2), 2007.
- 류연웅, 「한국기업의 순차적 해외진출 패턴에 관한 실증적 연구」, 전남대학교 대학원 무역학과 박사학위논문, 2000.
- 박근호, 「벤처기업의 수출시기와 수출성과 결정요인에 관한 연구」, 서강대학교 대학원 무역학과 박사학위논문, 2007.
- 박근호·편해수, 「벤처기업 자원 및 환경특성이 수출성과에 미치는 영향: 유통업자 역량 레버리지의 매개효과를 중심으로」, 『상품학연구』 26(3), 2008.
- 박주원, 「한국원산지 증명제도의 개선방안에 관한 연구」, 중앙대학교 대

- 학원 박사학위논문, 2010.
- 법무부, 「자유무역협정의 법적고찰」, 2003
- 안웅린, 「EU의 FTA 원산지규정에 관한 연구」, 『관세학회지』 8(2), 2007.
- 엄광열 · 홍길중, 「한미FTA 추진에 따른 원산지결정기준에 관한 연구」, 『국제지역연구』, 10(2), 2006.
- 윤영호, 「FTA 원산지증명과 비즈니스모델」, 두남, 2009.
- 이경미, 「원산지정보 관리의 효율성 제고방안 연구」, 단국대학교 대학원 석사학위논문, 2008
- 이동현, 「A Resource Based View of the Firm에 대한 비판적 고찰」, 한국경영학회, 『96춘계학술발표대회』, Page 87-103, 1996
- 이동현, 「전략이론에서 동태적능력에 대한 분석적 고찰」, 경영학연구 35(6):1913-1937, 2006.
- 이명구, 「FTA 원산지제도와 관세행정상운용전략상」, 『관세와무역6월호』, 2007.
- _____, 「FTA 원산지제도와 관세행정상 운용전략하」, 『관세와무역 7월호』, 2007.
- _____, 「우리나라의FTA 원산지제도운용전략에 관한 연구」, 『무역학회지』 32(2), 2007.
- 이병호, 「주소전자기업의수출성과결정요인에 관한 연구」, 서강대학교 대학원 경영학과, 박사학위논문, 2008.
- 이상진 · 김무한 · 김형철, 「FTA원산지규정 분석과 활용전략에 관한 연구」, 『관세학회지』 10(30), 2009.
- 이위범 · 권영철, 「글로벌기업의 동태적능력과 전략적제휴-삼성전자를 중심으로」, 『경영교육연구』 9(2), 2006.
- 이제홍, 「원산지의 제반이론과 규정분석 그리고 원산지판정에 관한 연구」, 『통상정보연구』 9(2), 2007.
- 이춘우, 「자원기반관점의 연구지평 확장 방향탐색:중소기업 자원경영의 전략적과제를 중심으로」, 『中小企業研究』 31(1):51-71, 2009
- 이흥식 · 신관호 · 이종화 · 김형주, 「지역무역협정(RTA)에 따른 생산성효

과 분석」, 대외경제정책연구원, 2006

정인교 · 배중훈 · 김양민 · 이춘우, 「경영전략연구의 과거와 현재: 주요 접근법을 중심으로」, 『조직과인사관리연구』 34(1):219-270, 2010.

정인교 · 노재봉, 「글로벌 시대의 FTA 전략」, 해남, 2005

정인교 · 조정란, 「FTA 원산지기준의 파급영향 분석」, 정석물류통상연구원, 2007.

정인교 · 조정란 · 방호경 · 김석오, 「우리나라 원산지규정(ROO) 연구 및 실증분석」, 한국경제연구원, 2005.

정재완, 「원산지제도의 법적근거와 적용상 한계」, 관세와무역 7월호 2007.

조미진 · 여지나 · 김민성, 「한국과 중국의 FTA 원산지규정 비교-주요산업을 중심으로」, KIEP, 2008.

조연성, 「한국 국제신텐처기업의 수출성과 결정요인에 관한 연구」, 서강대학교 대학원 경영학과 박사학위논문, 2007.

차영진, 「자원준거시각(Resource-based View)과 기업성과」, 동서대학교 『국제컨설팅연구센터 연구소논문집』, 1998.

최낙균 · 이경희 · 김정곤, 「FTA 효과극대화를 위한 국내대책 및 구조조정정책방향」, 대외경제정책방향, 2009.

최준호, 「FTA 원산지증명서 운용효율화를 위한 발급기관선정의 개선에 관한 연구」, 『통상정보연구』 10(1), 2008.

최흥석, 「특혜원산지규정의 무역장벽 효과 연구」, 한남대학교 대학원 박사학위논문, 2007.

한충민, 「글로벌 마케팅의 표준화-현지화 결정요인에 관한 실증 연구: 상황적응론 vs. 자원기반관점 중심으로」, 『국제지역연구』 14(2):229-248, 2010.

2. 해외문헌

Amit, R., and Schoemaker, P. J. (1993), Strategic assets and organisational rent, Strategic Management Journal, 14(1), 33-46.

- Anna kaleka(2010),Studying resource and capability dffects on export venture performance,Journal of world Business,In Press, Corrected Proof
- Antonio Navarro, Fernando Losada, Emilio Ruzo and Jose A. Diez(2010),Implications of perceived of perceived competitive advantages, adaptation of marketing tactics and export commitment on export performance,Journal of World Business45(1):49-58.
- Antonio navarro, Francisco J. Acedo, Matthew J. Robson, Emilio Ruzo, Fernando Losada(2010),Antecedents and Consequences of Firms' Export Commitment: An Empirical Study,Journal of International marketing18(3):41-61.
- Arteaga-Ortiz, Jesus, Fernandez-Ortiz, Ruben(2010),Why don't use the same export barrier measurement scale? An empirical analysis in small and medium-sized enterprises, Jounal of Small Business Management48(3):395-420.
- Aulakh, T. S., Kotabe, M. and Teegen, H.(2000), Export Strategies and Performance of Firms From Emerging Economies: Evidence From Brazil, Chile, and Mexico, Academy of Management Journal, 43(3), 342-361.
- Barney, J. B. and Hesterly, W. S.(2006), Strategic Management and Competitive Advantage: Concept and Cases, Prentice Hall
- Baum, J. A. C., Calabrese, T. and Silverman, B. S.(2000), Don't Go itAlone: Alliance Networks and Startup Performance in Canadian Biotechnology, Strategic Management Journal, 21(3), 267-294.
- Becker, B. and Gerhart, B.(1996), The impact of human resource management on organizational performance: Progress and prospects, Academy of Management Journal, 39, 779-801.
- Brock, D. M. and Barry, D.(2003), What if planning were really strategic? Exploring the strategy-planning relationship in multinationals, International Business Review, 12(5), 543-561.

- Brush, T. H. and Artz, K. W.(1999), Toward a contingent resource-based theory: The impact of information asymmetry on the value of capabilities in veterinary medicine, *Strategic Management Journal*, 20,223-250.
- Cadogan J. W, Diamantopoulos, A., and Siguaw, J. A.(2002). Export Market-oriented Activities: Their Antecedents and Performance Consequences, *Journal of International Business Studies*, 33(3), 615-626.
- Cadogan, J. W., Cui, C. C., Li, E.(2003), Export market-oriented behavior and export performance The moderating roles of competitive intensity and technological turbulence, *International Marketing Review*,20(5), 493-513.
- Cadogan, Sundqvist, S., Salminen, S. R., and Puumalainen,K.(2002), Market-oriented Behavior: Comparing Service with Product Exporters, *European Journal of Marketing*, 36(9/10), 1076-1102.
- Capaldo, A.(2007), Network structure and innovation: The leveraging of a dual network as a distinctive relational capability, *Strategic Management Journal*, 28(6), 585-608.
- Carlos M. P. Sousa(2004),Export Performance Measurement:An Evaluation of the Empirical Research in the Literature, *Academy of Marketing Science Review*4 (9).
- Carmeli A. and Schaubroeck, J.(2005), How leveraging human resource capital with its competitive distinctiveness enhances the performance of commercial and public organizations, *Human Resource Management*, 44(4):391-412.
- Carmeli A.,and Tishler, A.(2004), Resources, capabilities, and the performance of industrial firms: A multivariate analysis, *Managerial and Decision Economics*, 25(6/7):299-315.
- Cavusgil,S.T. and Zou, S.(1994), Marketing strategy-performance relationship: an investigation of the empirical link in export market ventures, *Journal of Marketing*, 58, 1-21.
- Collis, D. J., and Montgomery, C. A.(1995), Competing on resources: Strategy

- in the 1990s, *Harvard Business Review*, 73(4):118-128.
- Constantine S.Katsikeas, Leonidas C. Leonidou and Neil A. Morgan (2000), Firm-Level Export Performance Assessment: review, Evaluation, and Development. *Journal of the Academy of Marketing Science* 28(4):493-511.
- Cooper, R. G. and Kleinschmidt, E. J. (1985), The Impact of Export Strategy on Export Sales Performance, *Journal of International Business Studies*, 16(Spring):37-55.
- Daily, Catherine M., Certo, S. T., and Dalton, D. R. (2000), International Experience in the Executive Suite: The Path to Prosperity?, *Strategic Management Journal*, 21:515-523.
- David A. Griffith, Goksel Yalcinkaya, and Roger J. Calantone (2010), Do marketing capabilities consistently mediate effects of firm intangible capital on performance across institutional environments?, *Journal of World Business* 45:217-227.
- Deephouse, D. L. (1999), To be different, or to be the same? Its a question (and theory) of strategic balance, *Strategic Management Journal*, 20(2):147-166.
- Deng, J., Menguc, B., and Benson, J. (2003), The Impact of Human Resource Management on Export Performance: Chinese Enterprises in Four Special Economic Zones, *Thunderbird International Business Review*, 45(4):409-429.
- Denis Medvedev (2010), Preferential trade agreement and their role in world trade, the World Bank.
- Dhanaraj, C. and Beamish, P. W. (2003), A Resource-Based Approach to the Study of Export Performance, *Journal of Small Business Management*, 41(3): 242-261.
- Dirk Michael Boehe and Luciano Barin Cruz (2010), Corporate Social Responsibility, Product Differentiation Strategy and Export

- Performance, *Journal of Business Ethics* 9:325-346.
- Douglas W. Vorhies and Neil A. Morgan (2010), Benchmarking Marketing Capabilities for Sustainable Competitive Advantage, *Journal of Marketing* 69(1): 80-94.
- Dyer, J. H. and Singh, H. (1998), The Relational View: Cooperative Strategy and Sources of Interorganizational Competitive Advantage, *Academy of Management Review* 23: 660-679.
- Edwin Vermulst, Paul Wear, and Jacques Bourgeois, *Rules of Origin in International Trade: A Comparative Study*, The University of Michigan Press, 1997
- Elg, U. (2000), Firm's home-market relationships: their role when selecting international alliance partners, *Journal of International Business Studies*, 31(1): 169-177.
- Ennio F. and Rugman, A. M. (1996), A test of internalization theory and internationalization theory: the Upjohn Company, *Management International Review*, 36(3): 199-215.
- Fahy, J. (2002), A resource-based analysis of sustainable competitive advantage in a global environment, *International Business Review* 11:57-78.
- Geringer, J. M., Tallman, S. and Olsen, D. M. (2000), Product and International Diversification among Japanese Multinational Firms, *Strategic Management Journal*, 21: 51-80.
- Gimeno, J. (1999), Reciprocal Threats in Multimarket Rivalry: Staking out 'Spheres of Influences' in the U. S. Airline Industry, *Strategic Management Journal*, 20(2): 101-128.
- Goerzen, A. and Beamish, P. (2003), Geographic scope and multinational enterprise performance, *Strategic Management Journal*, 24(13):1289-1306.
- Grant, R. M. (1991). The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation. *California Management Review*,

33(3): 114-135.

- Gregory, G. D., Karavdic, M., and Zou, S.(2007), The Effect of E-Commerce Drivers on Export Marketing Strategy, *Journal of International Marketing*, 15(2): 30-57.
- Gulati,R.,Nohria, N., and Zaheer, A.(2000), Strategic networks , *Strategic Management Journal*, Special Issue 21(3): 203-215.
- Hajiha,A.,Zamani,L.,and Saeednia,H.R.(2010),The Influence of export experience and export information use on export knowledge and performance, *Industrial Engineering and Engineering Management*: 26-30.
- Hatch, N.W. and Dyer, J. H.(2004), Human capital and learning as a source of sustainable competitive advantage, *Strategic Management Journal*,25(12): 1155-1178.
- Hitt M. A, Ireland, R. D. and Hoskisson, R. E.(1997), *Strategic Management: Competitiveness and Globalization*. St. Paul, MN: West Publishing.
- Hitt M. A, Ireland, R. D., Camp, S. M. and Sexton, D. L.(2001), "Strategic Entrepreneurship", *Strategic Management Journal*, 22, 479-491.
- Hitt M. A., Bierman, L., Shimizu, K. and Kochhar, R.(2001), Direct and moderating effects of human capital on strategy and performance in professional service firms: A resource-based perspective, *Academy of Management Journal*, 44: 13-28.
- Hoffmann, W. H.(2007), Strategies for managing a portfolio of alliances, *Strategic Management Journal*, 28(8): 827-856.
- Hoopes, D. G., Madsen, T. L. and Walker, G.(2003), Introduction to the Special Issue: Why is There a Resource-Based View? Toward a Theory of Competitive Heterogeneity, *Strategic Management Journal* 24: 889-902.
- Huber, G. P. and Power. D. J.(1985), Retrospective Reports of Strategic-level Managers: Guidelines for In-creasing their Accuracy, *Strategic Management Journal* 6(2): 171-180.

- Jung Hur, Joseph D. Alba and Donghyun Park(2010),Effects of Hub-and-Spoke Free Trade Agreements on Trade: A Panel Data Analysis', *World Development* 38(8): 1105-1113
- K.Ramakrishnan(2010),Business Strategy Versus Performance Trade e-offs:Evidence from Indian Industry, *Global Business Review*
- Kahn,K. B.(2004), *PDMA Handbook of New Product Development*, 2nd ed., John Wiley, New York, NY.Kale, P., Dyer, J. H., Singh, H.(2002), Alliance capability, stock market response, and long-term alliance success: the role of the alliance function ,*StrategicManagement Journal* 23(8): 747-767.
- Kais mejri, katsuhiro umemoto(2010),Small- and medium-sized enterprise internation alization: Towards the knowledge-based model,*Journal of international enterprise*8:156-157
- Kaleka, A.(2002), Resources and capabilities driving competitive advantage in export markets: guidelines for industrial exporters, *Industrial Marketing Management* 31(3), 273-283.
- Karl-Heinz Leitner and Stefan Guldenberg(2010),Generic strategies and firm performance in SMEs: a longitudinal study of Austrian SMEs, *Small Bus Econ*35:169-189.
- Katsikea, E. S., Theodosiou, M., Morgan, R. E. and Papavassiliou, N.(2005), Export market expansion strategies of direct-selling small and medium-sized firms: implications for export sales management activities, *Journal of International Marketing* 13(2): 57-92.
- Katsikeas, C. S., Leonidou, L. C. and Morgan, N. A.(2000), Firm-level export performance assessment: review, evaluation, and development, *Journal of the Academy of Marketing Science* 28(4): 493-511.
- Knight, G. S. and Cavusgil, S. T.(2004), Innovation, organizational capabilities and the born-global firm, *Journal of International Business Studies* 35(2): 124-41.

- Kogut B. and Chang, S. J.(1996), "Platform investments and volatile exchange rates: direct investment in the U.S. by Japanese electronic companies", *Review of Economics and Statistics*, 78(2), 221-232.
- Konstantinos Kepaptsoglou, Matthew G. Karlaftis and Dimitrios Tsamboulas(2010),The Gravity Model Specification for Modeling International Trade Flows and Free Trade Agreement Effects: A 10-Year Review of Empirical Studies, *The Open Economics Journal*.
- Krishna,K and Krueger,Anne O(1997), *Implementing Free Trade Areas: Rules of Origin and Hidden Protection*, *New Directions in Trade Theory*,1995
- Krueger,Anne O(1993), *Free Trade Agreements as Protectionist Devices:Rules of Origin*, NBER Working Paper,No.4352,Cambridge,MD:NBER,.
- Krueger,Anne O.,Free Trade Areas versus Customs Union, *Journal of Development Economics*.
- Lado,N., Martinez-Ros, E. and Valenzuela, A.(2004), Identifying Successful Marketing Strategies by Export Regional Destination, *International Marketing Review* 21(6): 573-597.
- Lages, L. F. and Montgomery, D. B.(2004), Export Performance as an Antecedent of Export Commitment and Marketing Strategy Adaptation:Evidence from Small and Medium Sized Exporters , *European Journal of Marketing* 38(9/10): 1186-214.
- Lance Elliot Brouthers, George Nakos, Jhon Hadjimarcou and Keith D. Brouthers(2009),*Journal of International Marketing*17(3):21-38.
- Lavie, D.(2007), Alliance portfolios and firm performance: A study of value creation and appropriation in the U.S. software industry, *Strategic Management Journal* 28(12): 1187-1212.
- Lederman,Daniel,William F Malony and Luis Servén, *Lessons from NAFTA for Latin america and the Caribbean Countries*, world Bank,2003
- Lee, C., Lee, K. and Pennings, J. M.(2001), Internal capabilities, external networks, and performance: a study on technology-based ventures,

- Strategic Management Journal 22(6/7): 615–640.
- Leonidou, L. C. ,and Katsikeas, C. S.(1996), The export development process: An integrative review of empirical models, Journal of International Business Studies 27(3): 517–551.
- Leonidou, L. C. and Adams–Florou, A. S.(1999), Types and Sources of Export Information: Insights from Small Business. International Small Business Journal 17(3): 30–48.
- Leonidou, L. C.(1995), Export Barriers: Non–Exporters’ Perceptions, International Marketing Review 12(1): 4–25.
- Li, J., Lam, K. C. K., Karakowsky, L. and Qian, G.(2003), Firm resource and first mover advantages – A case of foreign direct investment (FDI) in China, International Business Review 12(5): 625–645.
- Lu, J. W. and Beamish, P. W.(2001), The internationalization and performance of SMEs , Strategic Management Journal 22(6/7): 565–586.
- MacDuffie, J. P.(1995), Human resource bundles and manufacturing performance: Organizational logic and flexible production systems in the world auto industry , Industrial and Labor Relations Review 48:197–221.
- Mahoney, J.(2001), A resource–based theory of sustainable rents , Journal of Management 27(6): 651–60.
- Makadok R.(2001), Towards a synthesis of resourcebased and dynamic capability views of rent creation, Strategic Management Journal 22(5):387–402.
- Malhotra, N.K., Agarwal, J., and Ulgado, F. M.(2003), Internationalizationand entry modes: a multitheoretical framework and research propositions, Journal of International Marketing 11(4): 1–31.
- Marshall, R. S. and Boush, D. M.(2001), Dynamic Decision–Making: A Cross–Cultural Comparison of U.S. and Peruvian Export Managers, Journal of International Business Studies 32: 873–893

- McNamara, G., Deephouse, D. and Luce, R.(2003), Competitive positioning within and across a strategic group structure: The performance of core, secondary, and solitary firm, *Strategic Management Journal* 24,
- Miller, D. and Shamsie, J.(1996), The resource-based view of the firm in two environments: The Hollywood film studios from 1936 to 1965, *Academy of Management Journal* 39: 519-543.
- Morgan, N. A., Kaleka, A. and Katsikeas, C. S.(2004), Antecedents of Export Venture Performance: A Theoretical Model and Empirical Assessment, *Journal of Marketing* 68(1):90-108.
- Murray, J. Y., Kotabe, M. and Zhou, J. N.(2005), Strategic Alliance-Based Sourcing and Market Performance: Evidence from Foreign Firms Operating in China," *Journal of International Business Studies* 36(2): 187-208.
- Nes, E. B., Solberg, C. A. and Silkoset, R.(2007), The impact of national culture and communication on exporter distributor relations and on export performance, *International Business Review* 16(4): 405-424.
- Olivier Cadot, Antoni Esteveordal, Akiko Suwa Eisenmann(2005), Rules of Origin as Export Subsidies, C.E.P.R. Discussion Papers No. 4999.
- Olivier Cadot, Antoni Esteveordal, Akiko Suwa-Eisenmann, and Thierry Verdier, *The Origin of Goods*, Oxford, 2006
- Pablo Sanguinetti, Iulia Siedschlag, Christian Volpe Martincus(2010), The Impact of South-South Preferential Trade Agreements on Industrial Development: An Empirical Test, *Journal of Economic Integration* 25(1): 69 - 104
- Paolo Cillo, Luigi M. De luca and Gabriele Troilo(2010), Market information approaches, product innovativeness, and firm performance: An empirical study in the fashion industry, *Research policy* 39(9):1242-1252
- Park, S.H., Chen, R. and Gallagher, S.(2002), Firm resources as moderators of the relationship between market growth and strategic alliances in

- semiconductor start-ups. *Academy of Management Journal* 45(3):527-545.
- Peng, M. W. and York, A. S.(2001), Behind intermediary performance in export trade: Transactions, agents, and resources, *Journal of International Business Studies*, 32(2):327-346.
- Peter Egger and Mario Larch(2010), An Assessment of the Europe agreements' effect on bilateral trade, GDP, and welfare, *European Economic Review*.
- Peteraf, M. A.(1993), The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view", *Strategic Management Journal* 14(3): 179-191.
- Petter Egger and Mario Larch(2010) , An assessment of the Europe agreements' effects on bilateral trade, GDP, and welfare, *European Economic Review*.
- Pettus, M. L.(2001), The resource-based view as a developmental growth process: evidence from the deregulated trucking industry, *Academy of Management Journal* 44(4):878-896.
- Priem, R. L. and Butler, J. E.(2001), Is the resource-based view a useful perspective for strategic management research?, *Academy of Management Review*26(1): 22-40.
- Ragatz, G.L., Handfield, R.B. and Petersen, K.J.(2002), Benefits associated with supplier integration into new product development under conditions of technology uncertainty, *Journal of Business Research* 55: 389-400.
- Rodriguez, J. and Rodriguez, R.(2005), Technology and export behaviour: A resource-based view approach, *International Business Review* 14: 539-557.
- Root, F.(1994), *Entry Strategies for International Markets*, 2nd ed.,Lexington Books: Lexington, MA. Salomon, R. and Shaver, J. M.(2005), Learning by exporting: new insights from examining firm innovation, *Journal of*

- Economics and Management Strategy 14(2): 431-460.
- Shamsuddoha, A. K. and Ali, M. Y.(2006), Mediated effects of export promotion programs on firm export performance, Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics 18(2): 93-110.
- Shaoming Zhou, Eric Fang and Shuming Zhao(2003),The Effect of Export Marketing Capabilities on Export Performance:An Investigation of Chinese Exporters, Journal of International Marketing 11(4):32-55.
- Shaoming Zou and Simona Stan(1998),The Determinants of Export performance:a review of the empirical literature between 1987 and 1997,International Marketing Review.
- Shoham, A., Evangelista, F. U. and Albaum, G.(2002), Strategic Firm Type and Export Performance, International Marketing Review 19(3):236-58.
- Shrader, R. C.(2001), Collaboration and Performance in Foreign Markets: The Case of Young High-Technology Manufacturing Firms, Academy of Management Journal 44(1): 45-60.
- Sousa. C. M. P.(2004), Export Performance Measurement: An Evaluation of the Empirical Research in the Literature, Academy of Marketing Science Review, 4(9): 1-22.
- Sousa. and Bradley, F.(2008), Antecedents of international pricing adaptation and export performance, Journal of World Business, In Press, Corrected Proof, Available online 21 February 2008
- Stefano Inama, Rules of Origin in International Trade, Cambridge,2009
- Styles, C. and Ambler, T.(2000), The impact of relational variables on export performance: an empirical investigation in Australia and UK, Australian Journal of Management 25:261-281.
- Subramaniam, M. and Venkatraman, N.(2001), Determinants of transnational new product development capability: testing the influence of transferring and deploying tacit knowledge, Strategic Management Journal 22:359-378.

- Sullivan, D. and Bauerschmidt, A.(1990), Incremental internationalization: a test of Johanson and Vahlne's thesis, *Management International Review* 30(1):19-30.
- Swink, M.(2003), Completing projects on-time: how project acceleration affects new product development, *Journal of Engineering and Technology Management* 20(4): 319-344.
- Teece, D.J., Pisano, G., Shuen, A.(1997), Dynamic capabilities and strategic management", *Strategic Management Journal* 18(7): 509-533.
- Venkatraman, N and Ramanujam, V.(1987), Measurement of Business Economic Performance: An Ex-amination of Method Congruence. *Journal of Management*, 13(1): 109-122.
- Wu, F., Sinkovics, R. R., Cavusgil, S. T. and Roath, A. S.(2007), Overcoming export manufacturers' dilemma in international expansion, *Journal of International Business Studies*, 38:283-302.
- Yeoh, P. and Roth, K.(1999), An empirical analysis of sustained advantage in the US pharmaceutical industry: Impact of firm resources and capabilities, *Strategic Management Journal*, 20, 637-653.
- Yeoh, P.(2005), A conceptual framework of antecedents of information search in exporting: Importance of ability and motivation, *International Marketing Review*, 22(2):165-198.
- Yli-Renko, H. K., Autio, E. and Tontti, V.(2002), Social Capital, Knowledge Acquisition, and the International Growth of Technology-Based New Firms, *International Business Review* 11: 279-304.
- Zahra, S. A., Neubaum, D. O. and Huse, M.(1997), The effect of the environment on export performance among telecommunications new ventures, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22(1), 25-47.
- Zhao, L. and Aram, J. D.(1995), Networking and growth of young technology-intensive ventures in China, *Journal of Business Venturing* 10:349-370.

- Zhou Ting, Lin Guijun, and Leng Bojun (2010), Important Export Skills comparison in different export stage: An empirical study of Chinese firms, *Journal of Chinese Economic and Foreign Trade Studies* 3(3): 204-220.
- Zou, S. and Stan, S. (1998), The determinants of export performance: A review of the empirical literature between 1987 and 1997, *International Marketing Review* 15(5): 333-356.
- Zou, Fang, E. and Zhao, S. (2003), The effect of export marketing capabilities on export performance: an investigation of Chinese exporters, *Journal of International Marketing* 11(4): 32-55.



【부록:설문지】

안녕하세요?

저는 한성대 지식서비스 & 컨설팅대학원에서 매니지먼트컨설팅학과에 재학중인 석사과정, 윤영호입니다.

저는 이번에 FTA 환경 하에서 중소 제조기업들의 수출성장에 영향을 미치는 요인에 관한 석사 학위 논문을 준비하고 있습니다.

우리나라는 이미 ASEAN, EU, 미국, 인도 등 주요 수출시장과 FTA 체결한데 이어 향후 중국, 멕시코, 캐나다 등 약 70여개국과 FTA를 체결할 예정입니다. 이렇게 되면 우리나라는 선진경제권, 차세대 성장 거대경제권 및 주요거점국 및 자원부국들과 자유무역지대(FTA)를 형성하여 세계GDP의 91%, 세계인구의 71%를 차지하는 국가들과 지역경제통합을 이루게 됩니다.

따라서, FTA환경에는 어떤 요인들이 중소제조기업들의 수출성장에 영향을 미칠 것인지를 규명하는 일은 매우 의미 있는 일이라 생각돼 이 연구를 수행하게 되었습니다.

공사간 바쁘시겠지만, 잠시 짬을 내서 설문에 응해 주시면 고맙겠습니다. 개별기업의 정보는 절대 외부에 공개되지 않으며, 오로지 연구목적으로만 사용됩니다.

※ 설문 작성시 의문사항은 아래 연락처로 연락 주시기 바랍니다.

※ 주소 : 서울 강남 논현 97-20 정안빌딩 402호 FTA 전략연구소

전화 : 02-3447-0221 팩스 : 02-3447-0222 휴대폰 : 011-870-0142

이메일 : gashiry@hanmail.net

연구자 : 윤 영 호

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원
지식서비스&컨설팅학과 석사과정

지도교수 : 나 도 성

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원
지식서비스&컨설팅학과 초빙교수

2010년 04월

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 지식서비스&컨설팅학과

I 일반사항

다음은 귀사의 일반 개요에 관한 질문입니다.

1. 귀사의 종업원 수는 몇 명입니까.

①1-50명 ②51-100명 ③101-200명 ④201-300명 ⑤301-400명 ⑥501-1000명 ⑦1000명 이상

2. 귀사의 수출업무에 종사하는 종업원은 전체의 몇 %를 차지합니까. (약 %)

3. 귀사가 해외 수출에 종사한 기간은 몇 년입니까.

①5년미만 ②5-9년 ③10-14년 ④15-24년 ⑤25년 이상

4. 귀사의 총 매출액 중 수출액이 차지하는 비중은 대략 몇 %입니까. (약 %)

5. 귀사의 최근년도(2009년도) 수출액은 얼마입니까.

①50만불 미만 ②50만불-100만불 ③100만불~200만불 ④200만불~500만불 ⑤500만불~1000만불 ⑥1000만불~5000만불 ⑦5000만불 이상

6. 귀사의 제1수출 비중을 차지하는 국가(주력시장)는 어디입니까.

	① FTA체결국	② FTA 미체결국
제1의 수출 국가명		

※ FTA범위에는 현재 FTA가 발효된 칠레, 싱가포르, EFTA, 아세안 회원국, 인도는 물론 향후 발효될 EU, 미국 등을 포함합니다.

7. 귀사의 제1 수출비중을 차지하는 수출품목(주력품목)은 무엇입니까.

	① 품목명	② HS Code(6단위)
제1의 수출품목명		

II FTA요인에 관한 질문

귀사에서 제1의 수출비중을 차지하는 국가와 제1의 수출비중을 차지하는 수출품목을 중심으로 답변해 주십시오.

8. 다음은 **FTA 체결에 따른 무역장벽 철폐**에 따른 질문입니다. 아래 문항에서 해당하는 정도에 따라 √표(밑줄 또는 가운데줄등)를 해 주시기 바랍니다.

[보기]	전혀그렇지않다	보통이다	매우그 렇다				
	①.....	②.....	③.....	④.....	⑤.....	⑥.....	⑦
1	시장접근성이 향상될 것이다.			①...②...③...④...⑤...⑥...⑦			
2	가격경쟁력이 향상될 것이다.			①...②...③...④...⑤...⑥...⑦			
3	시장진입 장벽이 완화될 것이다.			①...②...③...④...⑤...⑥...⑦			

5. 다음은 FTA시장에서 무관세혜택을 받기 위한 **FTA특혜원산지 활용역량**에 관한 질문입니다. 아래 문항에서 해당하는 정도에 따라 √표를 해 주시기 바랍니다.

[보기]	매우낮다	보통이다	매우 높다
①.....②.....③.....④.....⑤.....⑥.....⑦			

1	FTA 원산지 판정 능력은?	①...②...③...④...⑤...⑥...⑦
2	FTA 원산지 절차에 관한 이해도는	①...②...③...④...⑤...⑥...⑦
3	FTA 원산지 규정 전반에 대한 이해도는	①...②...③...④...⑤...⑥...⑦
4	FTA 인증수출자 제도에 대한 활용도는	①...②...③...④...⑤...⑥...⑦

6. 다음은 귀사의 **최고경영자의 FTA시장에 대한 수출물입(적극성 등)**에 관한 질문입니다. 아래 문항에서 해당하는 정도에 따라 √표를 해 주시기 바랍니다.

[보기]	매우낮다	보통이다	매우높다
①.....②.....③.....④.....⑤.....⑥.....⑦			

1	귀사의 최고경영자는 FTA시장 개척에 관한 관심도와 의지가 높은 편입니까?	①...②...③...④...⑤...⑥...⑦
2	귀사의 최고경영자는 FTA 시장개척을 위한 예산배정은 적절한 편입니까?	①...②...③...④...⑤...⑥...⑦

7. 다음은 **FTA시장에 관한 정보획득역량**에 관한 질문입니다. 제1의 수출물품에 대하여 주요 경쟁사와 비교할 때 아래 문항에서 해당하는 정도에 따라 √ 표를 해 주시기 바랍니다.

[보기]	매우낮다	보통이다	매우높다
①.....②.....③.....④.....⑤.....⑥.....⑦			

1	FTA시장의 경쟁구조에 대한 분석 능력	①...②...③...④...⑤...⑥...⑦
2	FTA시장에 대한 원산지 정보 수집 능력	①...②...③...④...⑤...⑥...⑦
3	FTA시장에 대한 관세철폐 정보획득 능력	①...②...③...④...⑤...⑥...⑦

III 자원요인에 관한 질문

귀사의 제1 수출비중을 차지하는 수출품목에 대하여 주요 경쟁사와 비교하여 해당 사항을 답변해 주십시오.

8. 다음은 귀사의 해외마케팅역량에 관한 질문입니다. 아래 문항에서 해당하는 정도에 따라 √ 표를 해 주시기 바랍니다.

[보기]		매우낮다	보통이다	매우높다
다		①.....②.....③.....④.....⑤.....⑥.....⑦		
1	가격의 유효성	①...②...③...④...⑤...⑥...⑦		
2	유통채널 관련 업무를 잘 처리할 수 있는 능력	①...②...③...④...⑤...⑥...⑦		
3	개별시장을 세분화하고 타깃을 설정하는 능력	①...②...③...④...⑤...⑥...⑦		
4	제품 차별화를 위해 마케팅 툴(광고, 가격, 디자인등)을 활용하는 능력	①...②...③...④...⑤...⑥...⑦		

9. 다음은 귀사의 저비용역량 관련 질문입니다. 아래 문항에서 해당하는 정도에 따라 √ 표를 해 주시기 바랍니다.

[보기]	매우낮다	보통이다	매우높다
①.....②.....③.....④.....⑤.....⑥.....⑦			

1	제품원가 경쟁력	①...②...③...④...⑤...⑥...⑦
2	규모의 경제 달성 정도	①...②...③...④...⑤...⑥...⑦

10. 다음은 귀사의 **제품 차별화 역량**에 관한 질문입니다. 아래 문항에서 해당하는 정도에 따라 √ 표를 해 주시기 바랍니다.

[보기]	매우낮다	보통이다	매우높다
①.....②.....③.....④.....⑤.....⑥.....⑦			

1	제품 디자인 독특성	①...②...③...④...⑤...⑥...⑦
2	제품 기능 독특성	①...②...③...④...⑤...⑥...⑦

IV 수출성과에 관한 질문

14. 다음은 **수출성과** 관련 질문입니다. 제1의 수출비중을 차지하는 국가 및 품목을 중심으로 아래에서 가장 근접한 수치에 √ 표를 해 주십시오.

[보기]	매우낮다	보통이다	매우높다
①.....②.....③.....④.....⑤.....⑥.....⑦			

1	수출시장 수출증가율	①...②...③...④...⑤...⑥...⑦
2	수출시장 수익률	①...②...③...④...⑤...⑥...⑦
3	수출시장 점유율	①...②...③...④...⑤...⑥...⑦

15. 다음은 귀사의 **수출성과에 관한 만족도** 관련 질문입니다. 아래

문항에서 해당하는 정도에 따라 √ 표를 해 주시기 바랍니다.

[보기]	매우낮다	보통이다	매우높다
	①.....②.....③.....④.....⑤.....⑥.....⑦		

1	경영층의 만족도	①...②...③...④...⑤...⑥...⑦
2	수출 목표달성정도	①...②...③...④...⑤...⑥...⑦



ABSTRACT

An Empirical Study of the Determinants of Export Performance Under the Free Trade Agreements

Yoon Young Ho

Major in Management Consulting

Dept. of Knowledge Service & Consulting

Graduate School of Knowledge Service

Consulting,

Hansung University

This paper is about the Determinants of Export Performance under Free Trade Agreements.

The Determinants of export performance under the Free Trade Agreements(FTAs) is identified as FTA factors and Resource factors respectively. The FTA factors is composed of Elimination of Trade barrier ,Capabilities of utilizing FTA preferential origin, Menagerrial's FTA export committment, Capabilities of gaining Information and Knowledge about FTA, and The Resource factors is identified as Capabilities of Oversea marketing and Discriminations respectively.

This paper is that empirically analyzed the relationship between export performance and Resource factor, FTA Factor unique to the FTA. The findings indicated that the both FTA Factors and Resources Factors positively affect the export performance under the FTAs respectively. Implications for academies and practitioners are presented.

Key Words : Free Trade Agreement FTA preferential origin, export performance, resource-based theory, empirical study.