

박사학위논문

참여기업 특성이 바우처 활용도와
수출성과에 미치는 영향에 관한 연구

-수출지원기반활용사업 중심으로-

2022년

한 성 대 학 교 대 학 원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

송 혜 주

박 사 학 위 논 문
지도교수 홍정완

참여기업 특성이 바우처 활용도와 수출성과에 미치는 영향에 관한 연구

-수출지원기반활용사업 중심으로-

A Study on the Effects of Participating Company
Characteristics on the Use of Voucher and Export Performance

-Focusing on the Export Voucher Program-

2021년 12월 일

한 성 대 학 교 대 학 원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

송 혜 주

박 사 학 위 논 문
지도교수 홍정완

참여기업 특성이 바우처 활용도와 수출성과에 미치는 영향에 관한 연구

-수출지원기반활용사업 중심으로-

A Study on the Effects of Participating Company
Characteristics on the Use of Voucher and Export Performance

-Focusing on the Export Voucher Program-

위 논문을 컨설팅학 박사학위 논문으로 제출함

2021년 12월 일

한 성 대 학 교 대 학 원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

송 혜 주

송혜주의 컨설팅학 박사학위 논문을 인준함

2021년 12월 일

심사위원장 유 연우 (인)

심 사 위 원 홍 정완 (인)

심 사 위 원 박 현성 (인)

심 사 위 원 송 거영 (인)

심 사 위 원 최 승욱 (인)

국 문 초 록

참여기업 특성이 바우처 활용도와 수출성과에 미치는
영향에 관한 연구
-수출지원기반활용사업 중심으로-

한 성 대 학 교 대 학 원
지 식 서 비 스 & 컨 설 텅 학 과
매 니 지 먼 트 컨 설 텅 전 공
송 해 주

2021년 10월 26일, 우리나라는 사상 최단기간에 무역규모 1조 달러를 달성하는 성과를 거양하였다. 이 흐름이 이어진다면 2021년의 무역규모는 사상 최고치를 경신할 것으로 전망되고 있다. 이러한 쾌거 속에서 더욱 주목할 만한 일은 중소기업이 수출 호조세에 큰 역할을 담당했다는 것이고, 전체 수출에서의 비중도 점차 확대하는 추세를 보이고 있다는 것이다.

2008년 글로벌 금융위기 이후의 뉴 노멀과 4차 산업혁명으로의 환경변화는 중소기업 수출에 부정적인 영향을 주었지만, 이러한 가운데 4차 산업혁명의 환경은 중소기업에 또 다른 도전과 기회를 제기하였다. 이와 관련, 정부 차원에서도 국가경제에 지대한 영향을 미치는 중소기업들의 수출활동을 촉진하기 위한 체계적인 지원을 지속적으로 실시하고 있고, 그 일환으로 2017년 수출바우처사업을 도입하였다.

본 연구에서는 바우처 활용도와 수출성과에 영향을 미치는 수출바우처사

업 참여기업의 특징적인 요인을 살펴보고, 이 요인들은 현행 수출바우처사업 참여기업을 선정하는 평가기준과 얼마나 부합하는지를 비교해 본 후, 이를 토대로 향후 적정기업을 선정할 수 있는 기준과 바우처 활용도를 높일 수 있는 제도개선에 대한 방안을 제시하였다. 연구대상은 수출바우처사업 참여경험이 있는 기업이고, 이메일을 통한 설문조사를 실시한 이후, SPSS 22.0과 AMOS 22.0 통계 패키지를 활용하여 빈도분석, 기술통계량 분석, 탐색적 요인분석 및 신뢰성 분석, 측정모형 분석 및 구조방정식 모형 분석, 간접효과 검정, 다집단 분석, 차이검정 등을 통해 연구결과를 도출하였다.

연구결과를 요약, 정리하면 아래와 같다.

첫째, CEO특성이 바우처 활용과 수출성과에 미치는 영향을 살펴본 결과, CEO특성은 바우처 활용에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 수출성과에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

둘째, 기업역량이 바우처 활용과 수출성과에 미치는 영향을 살펴본 결과, 기업역량의 하위요인인 글로벌지향성, 전문인력, 제품경쟁력, 수출경험은 바우처 활용에 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 한편, 전문인력, 제품경쟁력, 수출경험은 수출성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타난 반면, 글로벌지향성은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

셋째, 수출지원제도에 대한 인지가 수출바우처제도를 인지하는데 미치는 영향에 대해 살펴본 결과, 수출지원제도 이해와 제도신뢰성, 이용편의성은 수출바우처제도 인지에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

넷째, 수출바우처제도 인지가 바우처 활용과 수출성과에 미치는 영향을 살펴본 결과, 수출바우처제도 인지는 바우처 활용과 수출성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다섯째, 바우처 활용이 수출성과에 미치는 영향을 살펴본 결과, 바우처 활용은 수출성과에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

여섯째, 이용하는 서비스가 다른 두 집단(소비재선도기업육성사업 참여기업, 중견기업글로벌지원사업 참여기업) 간 다집단 분석을 실시한 결과, CEO특성이 바우처 활용에 미치는 영향과 제품경쟁력과 수출성과 간, 제도신뢰성과 수출바우처제도인지 간 미치는 영향에서 각각 두 집단 간 차이가 있는 것으로 나타났다.

또한, 수출경험이 다른 두 집단(7년 이상과 7년 미만) 간 다집단 분석을 실시한 결과, CEO특성이 바우처 활용에 미치는 영향과 수출바우처제도 인지와 바우처 활용 간, 수출바우처제도 인지와 수출성과 간에 각각 두 집단 간 차이가 있는 것으로 나타났다.

일곱째, 바우처 종류, 수출경력, 기업소재지, 기업규모에 따른 집단 간 평균차이 분석을 실시한 결과, 바우처 종류(소비재선도기업, 중견기업글로벌지원)가 다른 두 집단 간에는 수출경험, 수출지원제도에 대한 이해, 수출성과에서 각각 차이가 있는 것으로 나타났고, 수출경력(7년 이상과 7년 미만)이 다른 두 집단 간에는 수출경험, 수출성과에서 각각 차이를 보이는 것으로 나타났다. 또한, 기업소재지(서울·경기 및 그 외 지역)가 다른 두 집단 간에는 수출지원제도 이해, 제도신뢰성, 이용편의성에서 각각 차이를 보이는 것으로 나타났고, 기업규모가 다른 세 개 집단(소상공인, 중소기업, 중견기업)에서는 수출경험과 바우처 활용에서 각각 차이를 보이는 것으로 나타났다.

본 연구결과는 CEO특성과 기업역량(전문인력, 제품경쟁력, 수출경험), 수출지원제도에 대한 인식(제도이해, 제도신뢰성, 이용편의성)이 수출바우처제도를 제대로 인지하고, 적절히 활용하며 성과를 제고할 수 있는 주요 요인들임을 시사하고 있다. 이에 따라, 주요 요인을 토대로 하여 보다 적정기업을 선정할 수 있는 평가기준에 대한 개선(안)을 제시하였고, 수출바우처사업의 활성화를 위한 개선방안으로 사업별 성과지표에 부합하는 참여기업 선정, 사업별 서비스 메뉴 차별화, 수출직결형 서비스 확대, 사업안내 및 홍보 강화 등을 제언하였다.

본 연구는 선행연구가 많지 않은 수출바우처사업을 대상으로 하는 분석을 통해 참여기업 선정기준의 적정성과 사업성과를 제고할 수 있는 주요 요인을 도출하고 시사점을 찾아보고자 노력하였다는 데 의의가 있다고 할 수 있다.

【주요어】 CEO특성, 글로벌지향성, 전문인력, 제품경쟁력, 수출경험, 수출지원제도, 수출바우처사업, 활용도, 수출성과

목 차

I. 서 론	1
1.1 연구 배경 및 목적	1
1.2 연구 방법 및 구성	4
II. 이론적 배경	6
2.1 CEO특성에 관한 이론적 고찰	6
2.1.1 기업가 정신의 개념	6
2.1.2 기업가 정신의 요소	11
2.1.3 기업가 정신에 관한 선행연구	14
2.2 기업역량에 관한 이론적 고찰	18
2.2.1 기업역량의 개념	18
2.2.2 기업역량의 요소	20
2.2.3 기업역량에 관한 선행연구	23
2.3 수출지원제도 인지와 활용에 관한 이론적 고찰	27
2.3.1 수출지원제도의 개념	27
2.3.2 수출바우처제도의 개념	32
2.3.3 수출지원제도 인지와 활용에 관한 선행연구	38
2.4 수출성과에 관한 이론적 고찰	43
2.4.1 수출성과의 개념	43
2.4.2 수출성과에 관한 선행연구	43
2.5 평가에 관한 이론적 고찰	45
2.5.1 평가의 개념	45
2.5.2 평가에 관한 선행연구	45
III. 연구 설계 및 방법	48
3.1 연구모형	48
3.2 연구가설	51
3.2.1 CEO특성과 바우처 활용, 수출성과와의 관계	51
3.2.2 기업역량과 바우처 활용, 수출성과와의 관계	52

3.2.3	수출지원제도 인지와 수출바우처제도 인지와의 관계	54
3.2.4	수출바우처제도 인지와 바우처 활용, 수출성과와의 관계	55
3.3	조사설계	58
3.3.1	변수의 조작적 정의	58
3.3.2	설문지 구성	61
3.3.3	자료 수집 및 분석	62
IV.	연구결과	66
4.1	표본의 특성 및 기술통계 분석	66
4.1.1	표본의 특성	66
4.1.2	기술통계 분석	69
4.2	타당도 및 신뢰도 분석	72
4.2.1	탐색적 요인분석과 신뢰도 분석	72
4.2.2	동일방법편의 검증	77
4.3	측정모형의 평가	80
4.3.1	집중타당성 분석	80
4.3.2	판별타당성 분석	87
4.4	구조모형의 평가	89
4.4.1	구조모형의 적합도 및 연구가설 검증	89
4.4.2	간접효과 검증	97
4.4.3	다집단 분석	98
4.4.4	차이검정 및 분산분석(t-test & ANOVA)	100
V.	결 론	107
5.1	연구결과 요약	107
5.2	연구의 시사점	110
5.3	연구의 한계 및 향후 연구방향	117
	참 고 문 헌	118
	부 록	135

ABSTRACT	142
----------------	-----

표 목 차

[표 2-1] 기업가 정신의 개념	7
[표 2-2] 기업가 정신의 구성요소	11
[표 2-3] 역량의 개념	18
[표 2-4] 글로벌지향성의 하위개념 및 변수	25
[표 2-5] 부처별 수출바우처사업 운영 현황	33
[표 2-6] 서비스 메뉴	35
[표 2-7] 참여기업 선정절차	37
[표 2-8] 수출지원제도의 인지도, 활용도 관련 국내 연구	39
[표 2-9] 수출지원제도의 인지도, 활용도 관련 국외 연구	41
[표 3-1] 선행연구와의 차별성	48
[표 3-2] 평가기준표	49
[표 3-3] 연구가설 요약	56
[표 3-4] 변수의 조작적 정의	58
[표 3-5] 설문지 구성	62
[표 4-1] 표본의 인구통계학적 및 일반적 특성	67
[표 4-2] 기술통계량	70
[표 4-3] 탐색적 요인분석	74
[표 4-4] 신뢰도 분석	75
[표 4-5] 전체 변수의 요인분석에서 설명된 충분산	78
[표 4-6] 잠재변수간 상관관계	79
[표 4-7] 주요 모델적합도 지수와 판단기준	81
[표 4-8] 측정모형 적합도 평가결과 비교(최초 및 수정 후)	84
[표 4-9] 측정모형의 집중타당성 평가	85
[표 4-10] 판별타당성 평가	88
[표 4-11] 구조모형 적합도 평가결과 비교(최초 및 수정 후)	89
[표 4-12] 구조방정식 모델에서 가설의 유의성	92
[표 4-13] 가설 검정결과	92
[표 4-14] 연구가설 검정결과 요약	96

[표 4-15] Bootstrapping method에 의한 간접효과 검정	97
[표 4-16] 다집단 분석(소비재선도기업과 중견기업글로벌지원 집단)	98
[표 4-17] 다집단 분석(수출경력 7년 이상과 7년 미만 집단)	99
[표 4-18] 바우처 종류에 따른 집단 간 요인별 차이검정	101
[표 4-19] 수출경력에 따른 집단 간 요인별 차이검정	102
[표 4-20] 기업소재지에 따른 집단 간 요인별 차이검정	103
[표 4-21] 기업규모에 따른 집단 간 요인별 분산분석	105
[표 5-1] 평가기준(안)	112

그 립 목 차

[그림 2-1] 광기영(2013)의 연구모형	15
[그림 2-2] 김성중(2019)의 연구모형	16
[그림 2-3] 정인식 외 2명(2007)의 연구모형	24
[그림 2-4] 정복훈(2020)의 연구모형	26
[그림 2-5] 바우처 발급 및 정산 업무 흐름도	37
[그림 2-6] 정재승(2007)의 연구모형	38
[그림 2-7] 김은영(2011)의 연구모형	38
[그림 2-8] 정복훈(2020)의 연구모형	44
[그림 3-1] 연구모형	50
[그림 4-1] 측정모형 분석(최초)	82
[그림 4-2] 측정모형 분석(최종)	83
[그림 4-3] 구조모형 분석결과	91

I. 서 론

1.1 연구 배경 및 목적

2021년 10월 26일, 우리나라는 사상 최단기간에 무역규모 1조 달러¹⁾(수출액 5,122억 달러, 수입액 4,878억 달러)를 달성하는 성과를 거양하였다. 코로나 19 사태 이전인 2018년의 기록을 21일이나 앞당겨 세계에서 10개국 뿐인 1조 달러 클럽에 복귀했다. 이러한 흐름이 이어진다면 2021년의 무역규모는 코로나 19 영향에서 완전히 벗어나며 사상 최고치를 경신할 것으로 전망되고 있다. 이러한 쾌거 속에서 더욱 주목할 만한 일은 금년도 중소기업의 수출 누계액(853억불, 전년대비 +18.5%)²⁾이 역대 1위를 차지하며 수출 호조세에 큰 역할을 담당했다는 것이고, 전체 수출에서의 비중도 점차 확대하는 추세를 보이고 있다.

우리나라의 중소기업은 생산, 서비스, 수출, 고용, 기술 및 소득의 창출이라는 측면에서 매우 중요한 역할을 담당하고 있다(윤강술, 2000). 특히, 수출주도형 경제체제인 우리나라의 경제가 지속적인 경제성장과 발전을 실현하기 위해서는 총 수출규모에서 중소기업이 차지하는 비중을 높이는 것이 매우 중요하다(김정권, 2003). 그러나, 우리나라 수출환경은 2009년 글로벌 금융위기를 기점으로 급변하고 있다. 글로벌 금융위기 이후의 뉴 노멀과 4차 산업혁명으로의 환경변화는 중소기업 수출에 부정적 영향이 될 수 있으며, 이러한 가운데 4차 산업혁명의 환경은 중소기업에 또 다른 도전과 기회를 제기하고 있다(이영주 등, 2017). 중소기업은 이와 같은 어려운 수출환경을 극복하고 지속적으로 수출성장을 유지하기 위해서 수출활동에 마케팅 개념을 적극적으로 도입하는 등 돌파구를 찾고 있다(윤강술, 2000).

이에, 정부 차원에서도 국가경제 전반에 지대한 영향을 미치는 중소기업들의 수출활동을 촉진하기 위한 체계적인 지원을 실시하고 있는데(곽기영,

1) 산업통상자원부 보도자료(2021.10.26.), <http://www.motie.go.kr>

2) 상계 자료

2013), 수출지원기관에서는 1960년대부터 지속적으로 다양한 지원책들을 운영해오고 있다. 따라서, 대기업과 비교하여 경영자원이 부족한 중소기업은 정부의 수출지원제도를 적극 활용할 필요가 있다(노은식, 2016). 수출지원사업³⁾은 사업별로 살펴보면, 크게 단계별 수출기업 지정·육성, 해외시장정보제공, 판로개척 및 해외마케팅, 금융·보험 컨설팅 및 지원, 기술개발지원, 인증, 교육연수, 인재발굴 및 인력육성, 외국인투자유치, 온라인사업 등으로 분류된다.

한편, 현행 수출지원제도들이 수출초보기업에 보다 치중하는 지원체계라든가, 수출활동을 간접지원하는 무역인프라 성격이 강하기 때문에 수출 견인 또는 수출성과 창출 효과는 상대적으로 미흡하다는 지적이 있다(이영주 등, 2017). 또한, 여러 기관들이 유사한 수출지원제도를 경쟁적으로 시행하므로 차별성이나 효율성이 떨어진다고거나 다양한 지원제도가 시행되어 실제로 어떤 지원제도가 있는지 인지하기가 어렵고 혼란을 야기시킨다는 지적도 있다(김은영, 2011).

정부가 다양한 수출지원제도를 운영하는 목적은 중소기업의 역량을 강화하여 해외시장진출을 확대하는데 있고, 해외시장진출은 진출국가 확대를 기반으로 수출액을 증가시키는 것이다(김재우, 선석기, 2019). 이러한 맥락에서 산업통상자원부와 중소벤처기업부는 2017년 5월 1일, 수출지원제도의 일환으로 수출기반지원활용사업(수출바우처사업)을 국내 최초로 도입하였다. 2021년 현재까지 누적집계를 기준으로 약 1만 개사 이상이 참여하였고, 향후 수출바우처 사업의 지원범위는 더욱 확대될 것으로 예상된다.

수출을 지원하는 기관과 이용하는 기업은 지원목적에 부합하여 지원사업을 운영하고 이용할 필요가 있다 기존의 지원제도는 지원기관이 주도적으로 운영을 하고 있어 사업성과의 추이를 추적할 수 있었으나, 현재, 수출바우처사업은 이용기업이 기업상황에 맞는 서비스를 선택하여 이용하는 방식이기 때문에 성과를 추적하는데 애로가 있을 수 있다(김재우, 선석기, 2019).

한편, 수출바우처사업 참여기업은 엄격한 심사과정⁴⁾을 거쳐 선정하는데, 사업성과를 제고할 수 있는 요소들로 구성된 심사기준에 따른 평가를 하고, 사업종류에 따라서는 참여기업이 프레젠테이션을 통해 사업계획을 직접 설명

3) 중소벤처기업부. (2021). 『2021년 중소·벤처기업 지원사업』

4) 산업통상자원부. www.motie.go.kr. 수출지원기반활용사업 모집공고문

하거나 심사 관련자들이 기업실사를 병행하기도 한다.

이에, 본 연구를 통해서 다음의 네 가지를 살펴보고자 하였다. 첫째, 참여 기업이 보유하고 있는 특성들은 바우처 활용도와 수출성과를 제고하는데 얼마나 영향을 미치는지를 살펴보고, 그 영향력의 정도에 따라 특정지어진 참여 기업의 특성 가운데에서 주요 요인을 도출한다. 둘째, 현행 참여기업의 선정 기준은 적정기업을 선정할 수 있도록 설계되었는지, 그 기준에 따라 적정기업들을 선정하고 있는지를 살펴본다. 이것은 첫 번째에서 도출된 주요 요인들과 선정기준과의 연관성을 토대로 살펴볼 수 있다. 셋째, 수출바우처사업에 대한 기업의 인지를 높일 수 있는 요인에 대해서 살펴본다. 넷째, 수출바우처사업의 활용을 제고할 수 있는 방안을 모색한다.

1.2 연구 방법 및 구성

정부 수출지원사업의 일환으로 2017년부터 시작된 수출지원기반활용사업(수출바우처사업)은 시행 5년 차에 접어들었다. 그동안 수출바우처사업의 혜택을 받은 기업수도 1만 개사 이상(누적기업수)이 되었고, 매년 사업규모도 확대되면서 보다 효과적이고 효율적인 사업운영에 대한 필요성이 증대되고 있다.

본 연구의 목적은 수출바우처사업 참여기업의 특성이 바우처 활용과 성과에 미치는 영향에 대해 실증분석하고, 영향력이 높은 특성들이 반영된 선정기준에 따라 적정기업을 선정하고 있는지를 살펴보는 데 있다. 수출바우처사업 참여이력이 있는 기업을 연구대상으로 하였고, CEO특성, 기업역량, 수출지원제도에 대한 인지, 수출바우처사업에 대한 인지와 바우처 활용, 수출성과, 응답자와 기업의 일반적 특성으로 구성된 설문항목으로 설문조사를 실시하여 데이터를 수집하였다. 회수된 설문지 가운데, 결측치가 있거나 유효하지 않은 설문지를 제외하고 유효한 설문지를 분석하였다. 통계는 SPSS 22.0과 AMOS 22.0을 활용하였다. SPSS 22.0을 활용하여 표본의 특성을 알아보기 위한 빈도분석과 데이터의 평균, 표준편차, 왜도 및 첨도 등을 확인하기 위한 기술통계 분석을 실시하였다. 또한, 변수의 타당성과 신뢰성을 확인하기 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. 변수의 타당성을 확보하기 위해서 KMO 지수와 Eigen Value 고유값을 활용하였고, 신뢰성을 확보하기 위해서 Cronbach α 값을 이용하였다. 연구모형 분석과 연구가설 검정은 AMOS 22.0을 활용한 구조방정식 모델 분석을 실시하였다.

연구내용은 총 5장으로 나누어 I. 서론, II. 이론적 고찰, III. 연구 설계 및 방법, IV. 연구결과, V. 결론으로 구성하였다. I장의 서론에서는 연구 배경과 목적, 연구 방법과 구성에 대해 설명하였고, II장의 이론적 배경에서는 CEO 특성, 기업역량, 수출지원제도 및 수출바우처사업의 인지와 활용, 수출성과, 평가에 관한 문헌과 선행연구 조사내용을 서술하였다. III장의 연구 설계 및 방법에서는 선행연구를 토대로 설정한 연구모형을 소개하고, 연구가설에 대해 설명하였다. 또한, 본 연구를 위한 조사설계과정을 기술하였다. IV장에서는

앞장에서 제시한 연구가설에 대한 통계적 검정 결과를 기술하였다. 마지막 V 장에서는 연구결과를 간략하게 요약하였고, 본 연구결과가 의미하는 시사점을 제시하였으며, 연구의 한계점과 향후의 연구방향을 제시하여 보다 완성도를 높일 수 있도록 하였다.

Ⅱ. 이론적 배경

2.1 CEO특성에 관한 이론적 고찰

2.1.1 기업가 정신의 개념

기업의 형태는 외부환경에 따라 결정되는 것이 아니라, 최고 경영자가 자신이 가진 지식이나 가치체계를 기반으로 외부의 경영환경을 인식하고 해석하며 이에 따라 전략적 선택을 실시한다(Hambrick & Mason, 1984). 경영자의 의지에 따라 해외시장 동향 분석에 적극적이고, 해외시장 진출에 대한 중요성을 인식하며, 수출업무를 인지하고 해외시장이 성장의 기반이라고 확신한다(정복훈, 2020). Shumpeter(1934) 이래로 창업가의 기업가 정신(entrepreneurship)은 새로운 경영자원 요소로 논의되어왔다. 기업가나 비즈니스 관리자는 현재의 생산적인 서비스를 구매하여 미래에 제품을 판매하는 자로, 기업가 정신은 기업의 실천경영에 필요한 종합적 요소라고 할 수 있고(Knight, 1921), 기업의 경영자는 새로운 가치를 창출하기 위해 변화를 탐구하고, 변화에 대응하며, 변화를 기회로 활용할 수 있어야 한다(곽기영, 2013). 기업가 정신의 핵심요소인 혁신성, 진취성, 위험감수성 등의 특성을 가진 기업들은 해외시장의 불확실성이라는 위험에 능동적으로 대응하기 위해 노력하고 실패를 두려워하지 않는 의사결정을 통해 현지 경쟁에서 우위를 창출할 것이다(Knight, 1977; 곽기영, 2013).

기업가는 ‘혁신을 통해서 창조적 파괴(creative destruction)에 앞장서는 사람’으로, 이러한 기업가 정신을 상실하고 창조적 파괴를 중단한다면 성장 잠재력과 경제발전이 둔화(Shumpeter, 1934)되므로, 지속적인 기업가 정신을 고양할 수 있는 여건이 조성되어야 한다. 또한, 기업가 정신은 혁신활동을 촉발시키는 중요한 동인이며, 제품과 시장의 혁신을 추구하고, 위험을 감수하며, 진취적으로 대응하여 경쟁자의 기선을 제압하는 조직의 성향(Miller, 1983)으로, 위험과 불확실성의 조건 하에서도 수익과 성장을 목적으로 혁신적인 경쟁조직을 창출하고 유지시킨다(Dollinger, 1983). 즉, 기업가 정신은 자원의 창조와 개발, 관리활동과 연결

되어 경쟁자들로부터 기업을 차별화시킴으로써 시장에서 기회를 포착하고, 신제품 및 프로세스를 창조하기 때문에 매우 중요하며(이춘우, 2009; 곽기영, 2013), 새롭고 창의적인 지식이 경제 내에 많이 존재하더라도 지식을 상업화하여 가치나 부의 창출로 실현하는 기업가 정신이 발현되어야 신지식이 성장에 기여할 수 있다(Audretsch & Thurik, 2004).

본 연구에서는 기업가 정신을 CEO특성으로 표현하고자 하며, 주요 학자들이 설명한 기업가 정신은 [표 2-1]과 같다.

[표 2-1] 기업가 정신의 개념

연구자	개념
Knight(1921)	기업가 또는 비즈니스 관리자는 "지금" 생산적인 서비스를 구매하고 미래에 제품을 판매함. 이때, 미래를 낙관적으로 예측하고, 시장의 불확실성과 발견되지 않은 기회를 포착해서 부를 창출함
Schumpeter (1934)	'기업'이라고 부르는 새로운 조합을 수행하는 기능
Cole(1968)	수익지향적 사업을 시도하고 유지하며 개발하는 목적을 둔 활동
Kirzner(1973)	불안전하고 불균형한 미래시장을 정확하게 예측하는 능력
Leibenstein (1978)	경쟁자들보다 더 훌륭하고 열심히 일할 수 있는 능력
Dollinger (1983)	위험과 불확실한 상황 속에서 이익이나 성장을 목적으로 하는 혁신적인 경제조직 창조
Miller(1983)	제품과 시장의 혁신을 추구하고, 어느 정도는 위험을 감수하며, 진취적인 대응으로 경쟁자의 기선을 제압하려는 성향
Peter F. Drucker(1985)	생산성과 수율이 낮은 영역에서 생산성과 수율이 높은 영역으로 자원을 이동하는 것
Gartner(1988)	새로운 조직이 생겨나는 과정
Covin & Slevin(1989)	선제적, 경쟁적 자세, 위험성을 내포한 사업을 수용하고자 하는 의지, 목표달성을 위해 과감한 행동을 하는 조직성향
Stevenson et al.(1990)	통제되고 있는 자원과 관계없이 일어나는 기회 추구
Lumpkin & Dess(1996)	혁신적인 제품 및 서비스 개발을 위한 의사결정과정 실행의 개념
McDougall &	경영자의 기회 창출, 획득 등 경영자의 비전으로서, 글로

Oviatt(2000)	별기업가 정신은 해외진출을 위한 혁신적 행동과 위험감수성의 조합
차민석, 배종태(2005)	현재 보유하고 있는 자원, 능력에 구애받지 않으며, 기회를 포착하고 추구하는 사고방식 또는 행동양식
Andreas Rauch et al. (2009)	Miller의 개념화를 토대로 CEO의 세 가지 차원이 문헌에서 일관되게 사용되었는데, 혁신성, 위험감수성, 진취성임.
Gedeon(2010)	기업가 정신은 소기업을 소유(위험 이론)하는 것, 혁신적(동적 이론), 리더 역할(특성 학교), 또는 새로운 회사 시작(행동 학교)을 포함하는 다차원적 개념(시장을 균형으로 이끌 기회를 포착(오스트리아 학파)하거나 "창조적 파괴"(Schumpeter)를 통해 불균형을 야기하는 것이 포함
Zahra, S. A. (2021)	Covid19가 야기한 격변에서 기회를 찾는 새로운 유형의 INV(Int'l New Ventures)에 대한 추진력 제공

*자료: Kaufmann & Dant(1998). Franchising and the domain of entrepreneurship research, *Journal of Business Venturing*, 15(8), 김종관(1998). 다국적기업의 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향, 위홍복(2003). 기업가 정신이 조직 유효성에 미치는 영향에 관한 실증연구. 조선대학교 박사학위논문, 광기영(2013) 글로벌 기업가정신과 공급사슬 내 사회적 자본이 중소기업의 수출성과에 미치는 영향. 숭실대학교 박사학위논문에 근거하여 연구자 재작성

이러한 기업가 정신은 기업문화, 경영전략, 리더십, 국제경영, 지식경영 등의 분야에서 기업의 경영성과에 영향을 미치는 요인으로 간주되고 있다(윤기창, 2009). 특히, 경영전략 측면에서는 기업가 정신이 기업 내 구성원의 개인 또는 집단 간 상호작용의 결과물으로써 발생하는 전사적 수준의 행동양식으로 파악하고 있다(Barringer & Bluedorn, 1999). 한편, 기업가 정신에 따라 기존 기업 내에서 제품 혁신이나 프로세스 혁신을 통해 시장개발과 신규 사업을 창출하는데 역점을 두고 있고(Zahra, 1991; 광기영, 2013), 기업가 정신은 혁신활동과 응용이 필요한 제품, 서비스, 과학기술, 경영기법, 전략, 경쟁적 태도에 대한 목표 설정을 포함하는 일련의 활동과 관련되어 있다고 보았다(Lumpkin & Dess, 1996).

Drucker(1985)는 개방화된 무한경쟁 체제 하에서 경영자에게는 기업가 정신이 필요하며, 사회의 건전한 발전을 위해서 중소기업, 대기업, 비영리 단체 및 대학에서도 기업가 정신이 필요함을 주장(Drucker, 1985)했고, 차민석, 배종태

(2005)는 기업가 정신이 현재 보유하고 있는 자원이나 능력에 구애받지 않고 기회를 포착하고 추구하는 사고방식과 행동양식이며, 다양한 대상과 상황에서 적용될 수 있는 기업가 정신의 확장 가능성을 시사하고 있다. 이에 따르면, 기존 기업 내의 개인 및 소집단이 기존 기업에 새로운 조직, 사업을 만들거나 전체 조직의 혁신적인 변화를 추구하는 과정 속에서 나타나는 사내 기업가 정신은 창업과정에서 발휘되는 독립적 기업가 정신(independent entrepreneurship)과 구별된다.

사내 기업가 정신은 기존 기업 내에서 사내 기업가가 신규 사업을 개발하거나 조직을 전략적으로 쇄신하는 과정에서 나타나는 기업가적 사고방식 및 행동방식이다(김영수, 고종남, 2009). 사내 사업가 정신은 한 개인의 수준에서 기업가 정신이 실현될 수도 있지만, 조직내부의 참여자들의 활동 결합을 통해서도 실현될 수 있다는 것을 강조하고, 복잡한 기업활동 속에서 조직의 다양한 혁신을 주도할 수 있는 전체 조직 구성원들의 사고 및 행동방식이라는 점에서 중요성이 있다고 할 수 있다. 이에 따라, 기업가 정신은 개인 수준의 창업가 뿐만 아니라 최고경영자, 경영진, 조직 구성원도 기업가 정신을 수행할 수 있으며, 이런 기업가 정신은 신생 기업, 중소기업, 대기업의 조직수준으로 확대되고 있다.

이처럼, 경영활동의 복잡성, 다양성에 따라 기업가 정신은 개인적 관점에서 기업 전체에 대한 관점으로 확대되면서, 기업의 조직과 사업에서 혁신을 주도하는 사내 기업가정신(corporate entrepreneurship)에 관한 관심이 점차 증가하고 있다. 새로운 제품과 프로세스를 관리하고 혁신성을 높이기 위한 개인적 지식과 경험의 총체인 사내 기업가 정신은 중소기업의 제한된 범위를 확장시키는데 중요한 역할을 담당한다(White & Bruton, 2011; 광기영, 2013). 이와 관련, 중소기업의 신속하고 활발한 해외진출과 이에 따른 성과 창출을 설명하는 기업 내부적 요인에 관한 연구들이 진행되어왔으며, 기업가 정신은 해외진출에 긍정적인 영향을 미치는 핵심요인으로도 보고되었다(Lumpkin & Dess, 1996; Dimitratos et al., 2004; Dimitratos et al., 2010).

세계 경제가 글로벌화 되면서 기업의 경영활동 영역도 전 세계로 확장되었고, 기업가의 정의도 글로벌화 되었다. 이러한 경향 속에서 최근에는 한 국가의 경계를 넘어서 활동하는 기업경영 활동을 설명하기 위해 기존의 기업가 정신이 글로벌 기업가 정신의 개념으로 확대되고 있다. 즉, 글로벌 기업가 정신은 조직의 가치

창출을 위해 국가의 지리적, 경제적 경계를 넘어 활동하는 기업가의 혁신적, 진취적 및 위험감수 행동양식의 총합(McDougall & Oviatt, 2005; Zahra & Garvis 2000; Zahra & George, 2002; 광기영, 2013)이라고 할 수 있다. 글로벌화가 진행되는 기업은 일반 기업과는 다른 기업가 정신과 역량을 보유하고 있으며, 이때, 글로벌 비전 및 글로벌화 추진을 위한 선도적인 행동, 글로벌화를 위한 혁신적이고 위험을 감수할 수 있는 행동을 글로벌 기업가 정신이라 할 수 있으며(McDougall & Oviatt, 2003; 광기영, 2013), 글로벌 기업가 정신은 국내시장과 해외시장의 산업, 환경 및 자원 등의 차이를 인지하고 해외시장에서 발생하는 변화 가운데에서 사업화 기회를 포착하여 전 세계를 대상으로 자원의 열세를 극복하여 새로운 가치를 창조한다(이재훈, 양현주, 2011).

기업가 정신의 대표적인 유형 분류로 사내 기업가 정신과 글로벌 기업가 정신을 사용하고 있으나, 이 외에도 몇 가지 유형으로 구분되고 있다. 우선, 라이벤스타인⁵⁾(H. Leibenstein)은 일상적(routine) 기업가 정신과 혁신적(innovational) 기업가 정신으로 구분하였는데, X-비효율이 존재하는 시장에서 혁신적인 기업가 정신이 필요하다고 역설하고 있다. 다음으로 쉘 헤머⁶⁾(Schollhammer)는 기존 사업조직 내에서의 기업가 정신을 관리적(administrative), 기회추구적(opportunistic), 모방적(imitative), 취득적(acquisitive), 잠복적(incubative) 기업가 정신 등 다섯 가지 유형으로 구분하고, 맥밀란⁷⁾(MacMillan, Z. Block, Narashima) 등은 내적지향(intenallly) 기업가 정신과 외적지향(externally) 기업가 정신으로 구분한다. 이 밖에 루신저(Luchsinger)와 백비⁸⁾(Bagby)는 기업가 정신을 엔프레프리너쉽(entrepreneurship)과 인트라프리너쉽(intrapreneurship)으로 구분하였고, 로넨⁹⁾(J. Ronen)은 개인(individual enterpreneruship) 기업가 정

5) Leibenstein H. (1978). *General X-Efficiency Theory and Economic Development*, New York: Oxford University Press, 40-41.

6) H. Schollhammer. (1982). *Interal Corporate Entrepreneurship*, *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc., 209-223.

7) I. C. MacMillan, Z. Block, & Narashima. (1986). Corporate Venturing: Alternative, Obstacles Encounter and Experience Effect, *Journal of Business Venturing*, 1(2), 177-192.

8) V. Luchsinger & D. R. Bagby. (1987). Entrepreneurship and Intrapreneurship: Behaviors, Comparisons, and Contrasts, *Sam Advanced management Journal*, 10-13.

9) J. Ronen. (1988). Individual Entrepreneurship and Corporate Entrepreneurship: A Tentative Synthesis, *Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth*, 2, 243.

신과 법인(corporate enterpreneruship) 기업가 정신으로 구분하였으나, 널리 수용되지 못하였다(김종관, 1988).

현실 세계의 경쟁은 기업가 정신의 경쟁이고, 기업가 정신의 본질은 자본가에게 전가할 수 있는 위험의 부담이 아니라 이윤을 획득할 수 있는 기회(Schumpeter, 1934)이다. 기업가 정신이 기업과 경제성장에 긍정적 영향을 미치고 활력을 불어넣는 성장동인이라는 점은 슈페터 이후 연구들에 의해 이론적, 실증적으로 확인된 바 있으므로, 우리 기업과 경제에 활력을 불어넣기 위한 기업가 정신을 더욱 함양할 필요가 있다(김학수, 2009).

본 연구에서는 CEO특성을 Miller(1983)가 주창한 기업가 특성인 혁신성, 진취성, 위험감수성을 기반으로 한다.

2.1.2 기업가 정신의 요소

초기 연구에서는 기업가 정신의 구성요소를 단일 차원인 위험감수성으로 정의하였고, Schumpeter(1934)는 혁신성으로 정의하였다. 이후, Miller(1983)는 기업가 정신의 구성요소를 혁신성(innovativeness), 진취성(proactiveness), 위험감수성(risk-taking)의 3가지 요소로 규정하였고, Lumpkin & Dess(1996)는 자율성과 공격적 경쟁성을 추가하였다. 이 밖에 민첩성(Kirzner, 1973), 자기갱신(Zahra, 1993) 등을 추가하기도 하여, 학자들은 기업가 정신을 다양한 구성요소로 설명하고 있다(곽기영, 2013).

이처럼 연구자에 따라 여러 견해가 있으나, 본 연구에서는 기업가 정신에 대한 문헌검토 등 선행연구에서 기업가 정신의 결정요소로 명확하게 규명하고 있는 혁신성, 진취성, 위험감수성을 CEO특성으로 간주한다.

한편, 주요 학자들이 주장하는 기업가 정신의 구성요소는 [표 2-2]와 같다.

[표 2-2] 기업가 정신의 구성요소

연구자	구성요소
Knight(1921)	민첩성
Schumpeter(1934)	혁신성

Cole(1968)	민첩성, 혁신추구성
Kirzner(1973)	민첩성
Leibenstein(1978)	진취성
Miller(1983)	진취성, 혁신성, 위험감수성
Hisrich(1985)	위험감수성, 혁신추구성
Gartner(1988)	혁신추구성
Zahra(1991)	자기개신
Lumpkin&Dess(1996)	자율성, 공격적 경쟁성

*자료: 김종관(1998). 다국적기업의 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향(국제경영리뷰). 광기영 (2013) 글로벌 기업가정신과 공급사슬 내 사회적 자본이 중소기업의 수출성과에 미치는 영향. 숭실대학교 박사학위논문에 근거하여 재작성

2.1.2.1 혁신성(Innovation)

혁신성은 Schumpeter(1934)가 최초로 도입한 개념으로 기업의 새로운 조합의 실행, 신제품, 새로운 원천, 새로운 생산방식, 신시장 개척, 신조직 실현 등을 위한 자원의 재결합을 의미하는 것이며, 모든 물리적 요소와 인적 요소를 새로이 결합하는 것이다(광기영, 2013).

Miller(1983)는 점차 짧아지는 제품수명주기 여건 하에서 기존 사업이 제공할 미래 수익원은 매우 불안정하기 때문에 기업은 새로운 사업기회를 탐색해야 하는데, 이 과정에서 기업가 정신은 혁신활동을 개시하는 주요 동인이라고 하였다.

또한, Lumpkin & Dess(1996)는 기업가의 활동은 신제품, 서비스에 귀결되므로 혁신과 밀접한 관계를 보이며, 기업가 정신은 혁신의 전 과정에 걸쳐 영향을 미친다고 하였다.

2.1.2.2 진취성(Proactiveness)

진취성은 미래를 예견하고 먼저 행동을 취함으로써 경쟁기업보다 앞서서 선도 기업으로써의 이점을 확보하려는 경향이고, 시장에서 경쟁우위를 차지하려는 의지를 보이거나 기업의 시장지위를 상위로 이동시키면서 경쟁사에 직접적이고 강도 높은 수준으로 대응하는 자세(Lumpkin & Dess, 1996; 광기영, 2013)이다.

진취성은 미래의 문제, 필요, 변화에 참여하는 미래지향적 의미를 포함(Miller, 1983)하고, 기회에 적극적으로 반응하며, 성숙기보다는 도입기의 산업에서 다른 요인들보다 더 중요하다(Lumpkin & Dess, 2001)고 설명한다. 즉, 기업이 경쟁자보다 먼저 신제품 또는 서비스를 소개하여 신속하게 혁신을 추구하는 것이라고 하였으며 시장에서 선점자의 이점(first mover advantage)을 추구하는 진보적 성향을 의미한다. 진취적인 기업가는 추종자(follower)가 아니라, 시장의 미래 수요를 예측하여 행동할 수 있는 시장의 리더로서 역할을 수행하고, 강한 진취적 성향은 창업자나 기업에 시장에서의 변화나 욕구를 예측할 수 있는 능력을 부여한다(윤종록, 위홍복, 최광신, 2003).

2.1.2.3 위험감수성(Risk-Taking)

위험감수성은 성과가 불확실한 상황에서도 의사결정을 내리고 행동을 취하며 자원을 투입하려는 경향이다. Knight(1921)는 불확실성(uncertainty)과 위험(risk)을 구분하였는데, 기업가가 부담하는 불확실성은 위험과는 다르게 선형적으로 추론하거나 과거의 경험으로부터 나온 확률 분포를 알 수 없어 보험으로 대응을 할 수 없기 때문에 위험과는 다르다고 하였으며, 기업가는 이 불확실성을 담보로 하여 이윤을 얻는다(곽기영, 2013).

기업가와 경영자를 구분하는 기준은 불확실성을 담보하는 기업가 고유정신에 있으며, 예견력과 판단력으로 현재의 생산과 미래의 수요 사이의 시차로 인한 불확실성을 줄일 수 있는 경영자가 기업가로 변화한다고 하였다(김종호, 오준병, 2009).

위험감수성(risk-taking)은 낮은 위험의 프로젝트보다 높은 위험의 프로젝트를 선호하는 경향이고, 적극적으로 기업가적 기회를 모색하고 추구하고자 하는 의욕(Covin & Slevin, 1991; 곽기영, 2013)으로, 신규 사업에 대한 성공확신이 없다고 하여도 과감하게 활동하여 새로운 사업기회를 포착하는 능력이다(Dess & Lumpkin, 2007). 또한, 예상되는 소득과 손실에 대한 불확실성이나 위험을 감수하면서 새로운 사업이나 제품에 대한 의사결정을 하는 행위를 말하며, 성과가 불확실함에도 자원을 투입하고자 하는 성향을 말한다(Keh et al, 2002).

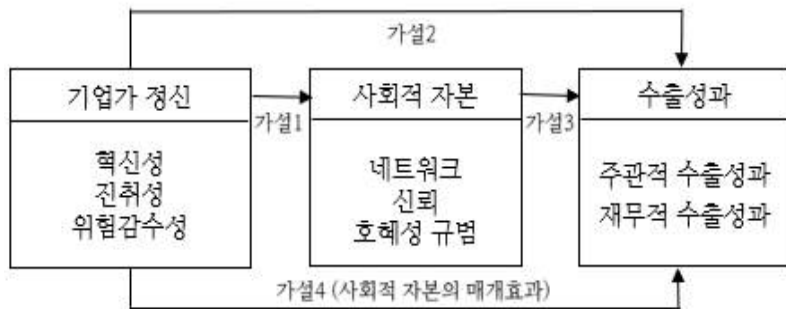
위험감수성은 불확실한 결과가 예상됨에도 과감하게 도전하려는 의지로서 위험에 무관심하거나 위험을 즐기는 정도(Sexton & Bowman, 1986; 광기영, 2013)를 말하며, 위험(risk)은 현재 시점에서 모든 가능한 수단을 통해 예측된 위험(calculated risk)을 의미한다(Kuratko & Hodgetts, 2007; 광기영, 2013). 이러한 위험감수성은 글로벌 기업가 정신의 주요 요소 중의 하나로 초도 해외 수출시장 환경에서 진출과 성과에 중요한 역할을 하며, 기업가가 위험을 감수하려는 의지를 보일 때, 조직구성원들이 경쟁우위에 집중하게 된다고 하였다(Kohli & Jaworski, 1990).

2.1.3 기업가 정신에 관한 선행연구

강영두, 강영순(2012)은 중소기업 경영자의 기업가정신과 조직구성원의 목표지향성이 조직효능감에 미치는 영향 연구에서, 경영자의 특성과 조직구성원의 목표지향성의 관계를 기업가 정신으로 확장하여, 기업가 정신과 조직구성원의 집단 목표지향성, 조직효능감간의 최적 구조모형을 규명하였다. 기업가 정신의 구성요인으로는 혁신성, 진취성, 위험감수성을 제시하였고, 조직구성원의 집단목표지향성의 구성요인으로 학습목표지향성과 성과목표지향성을 제시하였다. 결론은 기업가의 혁신, 진취성은 조직구성원의 집단학습목표지향성과 집단성과목표지향성에 정(+)의 영향을 미치고, 위험감수성은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났고, 조직구성원의 집단학습목표지향성과 집단성과목표지향성은 조직효능감에 정(+)의 영향을 미치고 있다. 또한, 혁신성, 진취성은 집단목표지향성(학습목표, 성과목표지향성)을 매개로 조직효능감에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

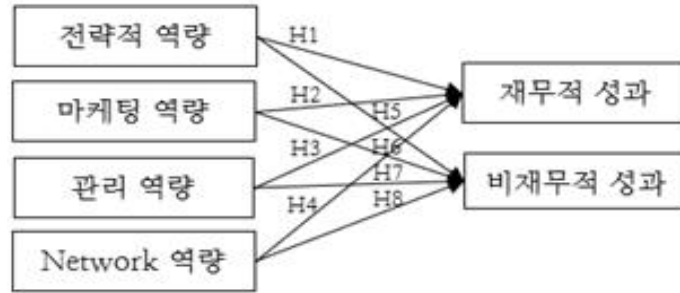
광기영(2013)은 글로벌 기업가 정신과 공급사슬 내 사회적 자본이 중소기업의 수출성과에 미치는 영향 연구에서 네트워크와 협력 활동을 기반으로 글로벌 공급사슬로 맺어진 중소기업과 해외협력기업 간의 관계적 특성을 파악하고 수출 성과에 미치는 영향 관계를 검증하고자 하였다. 또한, 글로벌 기업가정신이 사회적 자본의 형성에 영향을 미치는지 분석하여, 사회적 자본에 관한 선행연구의 한계를 보완하고자 하였다. 한편, 글로벌 기업가 정신과 수출성과의 영향 관계에서 사회적 자본의 역할을 수행에 대한 매개효과로 검증하고자 하였다. 다중회귀분석

결과, 사회적 자본의 변수, 네트워크, 신뢰, 호혜적 규범과 글로벌 기업가 정신의 변수, 혁신성, 진취성, 위험감수성은 주관적 및 재무적 수출성과에 모두 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고, 중소기업의 글로벌 기업가 정신은 공급사슬파트너와 사회적 자본 형성에 긍정적인 영향을 미치고, 사회적 자본은 글로벌 기업가 정신과 수출성과의 영향 관계에서 부분적 매개효과가 존재하는 것으로 나타났다. 광기영(2013)의 연구모형은 [그림 2-1]과 같다.



[그림 2-1] 광기영(2013)의 연구모형 (연구자 재작성)

김성중(2019)은 소기업 CEO의 역량유형별 기업성과 영향 분석에서, CEO 역량유형별 기업성과 영향을 분석하였다. 독립변수로 소기업 CEO들의 4가지 역량인 전략적, 마케팅, 관리, 네트워크 역량을 설정하였고, 종속변수인 재무적 성과 및 비재무적 성과에 유의한 영향을 미치는지 분석하였다. 연구결과는 첫째, 소기업 CEO의 4가지 역량은 모두 재무적 성과에 유의한 영향이 있는 것으로 나타났고, 비재무적 성과는 관리역량만을 제외하고 모두 유의한 영향이 있는 것으로 나타났다. 또한, 소기업 CEO의 역량이 높을수록 기업의 재무적 성과와 비재무적 성과가 높은 것으로 나타났다. 둘째, 소기업 CEO 4가지 역량 중 재무적 성과에 미치는 영향력의 크기는 네트워크 역량> 관리 역량> 전략적 역량> 마케팅 역량 순으로 분석되었는데, 소기업 CEO의 역량을 세분화하여 기업성과와 연관된 영향력의 크기를 밝혔다는데 학문적인 의의가 있다. 김성중(2019)의 연구모형은 [그림 2-2]와 같다.



[그림 2-2] 김성중(2019)의 연구모형 (연구자 재작성)

윤상만(2019)은 소공인의 산업생산 특성과 소공인 CEO가 느끼는 정부지원 신뢰도가 정부지원 활용에 미치는 영향을 실증적 검증하였다. 정부지원 활용이 네트워크 활동에 미치는 영향과 소공인 네트워크 활동이 흡수역량에 미치는 영향을 보는 한편, 소공인 기업활동을 매개로 의사결정의 질(質)과 경영성과에 미치는 영향 관계와 소공인 기업의 흡수역량을 매개로 의사결정의 질(質)과 경영성과에 대한 영향 관계를 검증하였다. 독립변수는 산업클러스터 특성, 소공인 CEO 및 소공인 기업특성, 정부지원이고, 네트워크 활동과 흡수역량은 매개변수로, 종속변수는 의사결정의 질(質), 경영성과로 각각의 미치는 영향을 구조모형으로 검증하였다. 연구결과는 첫째, 소공인의 산업생산 특성과 정부지원 활용의 관계에서 경로계수는 유의한 것으로 나타났다. 둘째, 소공인 기업이 느끼는 정부지원 신뢰도는 정부지원 활용 관계에서 경로계수는 유의한 것으로 나타났다. 여덟 가지 연구가설이 모두 지지되었고, 소공인 CEO의 특성과 정부지원이 의사결정의 질(質)과 경영성과를 설명하는 주요 요인으로 작용한 것으로 나타났다, 특히, 경영성과에 영향을 미치는 중요한 요소로 주목하였던 정부기관 중심의 네트워크 활동과 소공인 기업의 흡수역량은 매우 유의미한 매개역할을 하고 있음을 보여주었다.

한편, 임향지, 이영덕(2008)의 연구에서 기업가가 참여적 리더십을 행사할 때, 기업가 정신을 발휘하여 공격적 활동으로 이익증대를 가져오는 사업을 추진할 때 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 유의하지 않은 것으로 나타났다.

박근호(2015)는 기업가 특성이 성과에 미치는 영향에 관한 연구들은 일관되지 않은 결과들을 보여주었다고 하면서, 기업가정신과 성과 간 정(+)의 관계가

존재한다는 연구 Lee, Lee, & Pennings(2001), Wiklund & Shepherd(2003)와 유의한 관계가 나타나지 않은 연구(Covin, Slevin & Schultz, 1994)도 있기 때문에 두 개념간 일관되지 않은 관계 설명을 위하여 두 가지 흐름의 후속 연구가 이어지고 있는데, 하나는 조절요인을 찾는 것이고, 다른 하나는 매개변수를 찾는 것이라고 하였다.

2.2 기업역량에 관한 이론적 고찰

2.2.1 기업역량의 개념

역량(competencies)은 개인이 직무를 수행함에 있어서 성과나 결과물을 나타내기 위해서 지니고 있는 특성으로, 기술 및 지식, 사고유형, 성격, 태도, 가치관 등의 다양한 요소를 지닌 심리적, 행동적 특성이다(손성곤, 2013 ; 김성중, 2019). 역량이라는 개념은 1960년대 말 심리학에서 출발하여 학업적성검사, 성취도검사의 문제점을 지적하고 대체하는 방법을 개발하는 것으로 발전하였고(손성곤, 2013), 1970년대는 개인이 수행하는 직무에서 실질적인 성과를 예측할 수 있는 요소로 보고 조직구성원의 역량에 동기와 성격을 포함하는 역량중심의 선발방식이 제기되었다(McCelland, 1973). 또한, 1980년대에는 역량을 직무에서 높은 성과를 내는 사람이 지니고 있는 태도, 자기 이미지, 사회적 역할, 개인의 기술, 동기, 성격, 지식, 능력 등의 기본적 특성으로 개념화하였고(성규선, 최양애, 2018; 김성중, 2019), 1990년대는 기업의 무형자산으로써, 타 기업들이 단기간에 모방할 수 없는 능력, 경쟁력 있는 제품, 기술, 서비스를 만들어낼 수 있는 원천적인 능력으로 연구되었다(Carpenter, 2002; 김성중, 2019). 결론적으로, 역량은 조직 환경 속에서 직무의 질적성과나 목표를 달성해 낼 수 있는 조직구성원의 능력일 뿐만 아니라, 조직의 미션과 전략을 달성하고, 바람직한 기업문화를 창출하는데 요구되는 지식, 기술, 태도의 총체를 포함하는 능력이다(전영욱, 2005).

주요 학자들이 설명한 역량의 개념은 [표 2-3]과 같다.

[표 2-3] 역량의 개념

연구자	개념
McClelland(1973)	평범한 성과와 우수한 성과를 내는 직무 수행자를 구분 짓는 행동양식의 특성에 초점을 맞추어, 특정한 조직이나 환경에서 필요로 하는 것을 이룰 수 있는 능력
Boyatzis(1982)	효과적이거나 우수한 성과와 결정적으로 관련되어 있는 동기, 특성, 기술, 자기 이미지, 사회적 역할, 지식체계 등 특정 개인에게 내재된 특성

McLagan(1989)	특정한 분야에서 결과물 산출에 결정적인 영향을 주는 지식과 기술의 영역
Fletcher(1991)	규정된 기준에 따라서 업무를 수행하는 능력
Spencer & Spencer(1993)	특정 상황, 직무에서 효과적이고 우수한 수행원인이 되는 개인의 내적특성
Dubois(1993)	조직 속에서 직무의 질적목표를 달성할 수 있는 조직원의 능력
Fleishman et al. (1995)	지식, 기술, 능력, 동기, 신념, 가치, 흥미의 집합체
Parry(1996)	개인이 수행하는 업무의 중요 부분에 영향을 주고, 성과와 관련성이 높으며, 조직의 성과기준에 대하여 측정될 수 있으며, 교육훈련과 개발을 통해 개선될 수 있는 지식, 기술 및 태도의 결정체
Strebler & Bevans(1996)	업무영역에서 새로운 상황에 대한 지식, 기술을 전달하는 능력을 포함하는 광범위한 개념
Mirabile(1997)	문제해결, 분석적 사고, 리더십 등과 같이 직무에서 고성과자와 관련된 지식, 기술, 능력 또는 특성으로, 때로는 동기, 신뢰, 가치를 포함
Green(1999)	직무목표 달성에 사용되는 측정가능한 업무습관, 개인적 기술에 대한 증거자료
Schippmann(2000)	측정 가능하고 업무와 관련되며 개인의 행동적 특징에 기초한 특성이나 능력
김진모(2001)	업무수행집단에 부여된 산출물(output)을 성공적으로 얻기 위해 조직구성원들에게 요구되는 지식, 기술, 태도의 총체
Dzwigol, H. et al.(2020)	인더스트리 4.0시대의 역량의 요소는 경험, 근무기간, 교육, 인지 및 창의적 잠재력, 효과적 목표설정 및 개발, 의사소통, 리더십 기능 및 관리 등임.

*자료: 전영욱(2005). 기업체 인적자원개발 담당자의 핵심직무역량모델 개발. 서울대학교 석사학위논문, 손성곤(2013). 외식업 종업원 역량이 서비스몰입과 경영성과 지각에 미치는 영향. 조선대학교 박사학위논문에 근거하여 연구자 재작성

이외에도, 많은 학자들에 의해 다양한 역량에 대한 연구들이 이루어졌다. 기업의 동적역량(dynamic capability)은 빠르게 변화하는 환경에 적응할 수 있도록 기업 내부와 외부의 역량을 통합하여 재구성할 수 있도록 한다(Teece et al., 1997). 한편, 수출벤처기업의 수출마케팅 역량은 수출시장의 특성을 파악하고, 그에 적합한 수출마케팅 전략을 개발하게 한다(Morgan, N. A. et al., 2003). 또한, 수출마케팅 역량은 수출시장에서 실행하기 위한 수출

마케팅 프로세스를 결정하는 전략을 수립하는 것으로, 역량에는 수출기업이 고객들에게 고객가치를 제공하기 위한 수출상품관리, 수출가격 관리, 수출시장 유통관리, 커뮤니케이션, 사후관리(After Services)와 판매관리 등이 포함된다(Vorhies, D. W., Morgan, N. A., 2005). 수출마케팅 프로그램 역량을 보유한 기업은 의도된 수출마케팅 전략의 의사결정 및 실현된 수출마케팅 전략 관련 자원배분 간에 차이가 줄어들고, 이의 조정을 용이하게 하는 메커니즘을 가지게 된다. 따라서, 수출기업은 수출마케팅 프로그램을 잘 활용함으로써 수출마케팅 전략을 성공적으로 실행할 수 있게 된다고 주장하였다(Slotegraaf, R. J., Dickson, P. R., 2004; 김영애, 2018).

본 연구에서는 기업역량을 글로벌지향성, 전문인력, 제품경쟁력, 수출경험으로 구분하여 분석하고자 한다.

2.2.2 기업역량의 요소

2.2.2.1 글로벌지향성

글로벌지향성은 조직구성원들이 글로벌 목표를 향해 일관되게 전진하여 글로벌시장의 가치를 창출하도록 행동을 유도하는 원동력이자 조직문화(김현숙 2015; 노은식, 2016)이고, 국제지향적인 조직문화를 바탕으로 적극적인 해외시장개척을 하고, 고객에 맞는 신제품을 개발하며, 고위관리자가 신제품 개발에 몰입하여 제품개발에 중요한 역할을 함과 동시에 신제품 개발 시 효과적이고 풍부한 자원을 할당하는 통합적 전략(변정희 외, 2010)으로, 수출시장성공에 긍정적으로 연관되는 것으로 보이는 근본적이고 조직적인 지향성과 접근방식이다(조치현, 2009).

기업의 글로벌화는 새로운 시장에서의 기회를 추구하고 개척하는 글로벌 사고방식을 가진 경영진에 의해 촉진되는데(Weerawardena et al., 2007; 김현숙, 2015), 수출약소기업이 수출강소기업으로 성장하기 위해서는 국내시장만으로는 한계가 있기 때문에 글로벌경쟁력을 확보하고 글로벌시장으로 사업영역을 확대하기 위한 지속적인 투자와 역량을 확보해야 한다(전재일, 2016).

따라서, 글로벌지향성은 국내시장의 한계를 벗어나 세계시장으로 향하려는 목표와 이를 달성하려는 조직적 행위라고 볼 수 있다.

2.2.2.2 전문인력

무역을 위한 전문인력의 보유 및 전문인력의 수준을 의미(정복훈, 2020)하며, 수출업무를 전담하는 인력의 수준 및 부서의 존재(오병석, 2011)를 말한다. 무역전문인력의 보유는 기업의 무역전담인력의 수, 수준, 안정성, 전담부서의 경력으로 측정한다(정복훈, 2020).

한편, 수출기업의 글로벌경쟁력은 기술개발, 수출마케팅, 수출금융 등 핵심 가치사슬 영역에서 종사하는 전문인력의 양적·질적 수준에 달려있고(이영주 등, 2017), 수출인력 수준에 따라서 수출지원정책에 대한 효과가 상이하게 나타난다(Wiedersheim-Paul, et al, 1978). 정부지원을 받기 위한 서류준비가 복잡하고 심사는 까다롭기 때문에 이를 위한 전담인력이 부족하면 지원받기가 매우 어렵게 된다(원종현 등, 2015).

이상으로 볼 때, 전문인력은 무역업무에 대한 전문성을 가지고, 수출 관련 업무를 전담하는 인력으로 전담인력의 역량에 따라 기업성과에 영향을 미칠 수 있다.

2.2.2.3 제품경쟁력

제품경쟁력은 기업이 새로운 시장에 진입할 수 있는 기회를 만들어주는 요소가 된다. 기업이 기술자원을 많이 확보하면 할수록 고품질의 제품을 생산할 수 있고, 수출성과를 높일 수 있다(Zahra et al, 2006; 김영애, 2018).

Porter & Lynch(1980)는 제품경쟁력(Product Competitiveness)을 차별화 관점에서 보았고, 특정 산업군내 고객들에게 높은 부가가치를 제공함으로써 독창적으로 인지될 수 있는 제품 또는 서비스를 개발하는 것으로 세부 품질에 의해서 영향을 받지만, 최종적으로 경쟁제품과 비교하여 시장점유율로 규정할 수 있는 상대적 개념이라고 했다(손인배, 허철무, 2017).

Drucker(1985)는 제품경쟁력을 제품혁신과 신제품 개발 관점에서 보았는데, 고객의 욕구를 기술개발과 접목하여 제품혁신 및 신제품 개발을 함으로써 경쟁우위를 달성할 수 있다고 하였다.

임채숙, 유종영(2005)은 제품경쟁력을 품질경쟁력 측면에서 정의하였는데, 품질경쟁력은 제품성능의 기술적 성과와 핵심요소 기술력 수준, 그리고 자사 제품의 시장품질 수준 등으로 구성되며, 제품경쟁력을 향상시키기 위하여 가격경쟁력과 함께 브랜드 가치를 높여야함을 강조하였다.

서창석, 황혜미(2010)는 제품경쟁력을 가치창출 단계에 따라 구분하였는데, 제품개발 단계에서 제품 성능디자인, 생산단계에서 적합성과 신뢰성, 소비 단계에서 사용할 때 인지품질과 서비스, 그리고 기업경영 전반에서 품질관리 시스템, 시장점유율 등을 중요한 개념으로 구분하였다.

Rostami(2015)는 제품경쟁력은 기존 제품과의 차별적인 우위로, 신기술에 의한 신제품 도입을 통해 기업 이미지 향상과 시장점유율을 확대하고 궁극적으로 성과를 창출할 수 있어야 한다고 하였다.

손인배, 허철무(2017)는 제품경쟁력을 원가대비 품질, 성능의 경쟁력이고, 시장 내 가격경쟁력, 최신 기술이 접목된 신기술의 출시 등 하위개념을 포함하는 것이라고 하였다.

이상으로 볼 때, 제품경쟁력은 새로운 기술과 지식으로 고객의 니즈를 반영하는 제품을 만들고, 제품에 대해 경쟁기업 대비 시장우위를 차지하는 것이라 할 수 있다.

2.2.2.4 수출경험

수출경험은 현지시장에서의 학습경험을 통해 구축한 지식으로, 시장환경에 대한 대응력과 직결하는 요소가 되며, 수출경험이 많을수록 해외시장의 이질적 환경에 잘 대응할 수 있다(Cavusgil, 1984; 김영일, 2010).

제품 수출경험은 수출성과와 제품적응, 촉진적응에 영향을 미치고 있으며(김정권, 2003), 윤강술(1996, 2000)의 연구에서는 기업의 수출경험이 수출성과와 관계가 있음을 밝히고 있다.

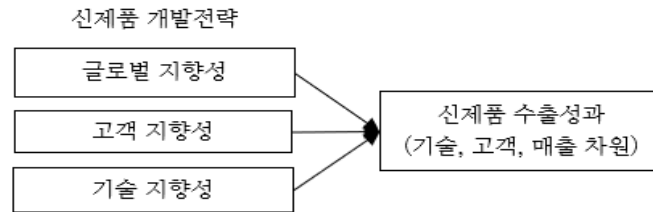
따라서, 수출경험은 수출성과에 영향을 미치는 주요 요인이 되며, 해외에서 사업기간이 길어지면 현지시장 환경에 대한 적응과 이해도가 높아지기 때문에 성과에 긍정적 영향을 줄 수 있다(고태진, 2018)고 하였다.

2.2.3 기업역량에 관한 선행연구

윤강술(2000)은 한국 중소기업의 수출마케팅 전략과 수출성과에 관한 연구에서 수출마케팅 전략이 수출성과에 미치는 영향에 대해 분석하였다. 독립변수는 기업의 수출경험, 해외시장 정보력, 기술수준 등 기업특성과 경영자 태도, 수출시장 특성으로 하였다. 경로분석 결과는 기업의 수출경험이 풍부할수록 수출시장을 반영하여 제품개발을 하고, 수출 수익성이 높아진다고 주장하였다.

Ahmed Zafar et al(2002)은 중소기업의 수출지원정책 활용상태 실증분석에서 기업규모가 크고, 수출집중도가 높고, 수출경험이 많은 기업에서 수출정책 활용도가 높게 나타난다고 하였다.

정인식, 이장로, 이춘수(2007)는 한국 수출기업의 신제품개발전략과 수출성과에 대한 실증연구에서 글로벌지향성과 수출성과의 상관관계에 대한 연구를 하였다. 기존의 선행연구가 제조업체를 대상으로 한 것과 달리 수출업체를 대상으로 하였고, 수출업체의 관점에서 신제품 개발전략이 해외시장에서의 신제품 수출성과에 영향을 미치는지를 실증적으로 분석하였다. 다중회귀로 분석한 결과, 기술지향적 수출기업은 기술, 고객, 매출차원 모두에서 지향성이 낮은 기업에 비해 높은 성과를 기대할 수 있는 것으로 나타났고, 고객지향성은 고객, 기술차원에서 성과변수에 유의한 영향을 미치지만, 매출차원에서는 유의하지 않은 것으로 나타났다. 한편, 글로벌지향성은 수출성과에 음(-)의 영향을 미치는 등 유의하지 않게 나타났는데, 변수 간 상관관계가 높아 다중공선성의 문제로 인한 결과값의 왜곡문제를 검증하기 위해 단순회귀분석을 재 실시한 결과 글로벌 지향적인 기업은 낮은 기업에 비하여 높은 성과를 기대할 수 있는 것으로 나타났다. 정인식 외 2명(2007)의 연구모형은 [그림 2-3]과 같다.



[그림 2-3] 정인식 외 2명(2007)의 연구모형 (연구자 재작성)

정재승(2007)의 우리나라 중소기업 수출지원제도의 성과에 관한 실증연구에서 기업특성과 수출지원제도의 활용도는 수출경험이 많을수록 활용도와 높은 상관관계가 있고, 수출물입도는 활용도와 상관관계가 있으나 그리 크지 않은 것으로 나타났다. 최고경영자의 해외시장지향성은 기각되었다.

오병석(2011)은 그의 연구에서 수출업무 전담인력의 수준 및 부서의 존재에 따라 수출지원제도의 효과를 도모할 수 있으므로, 기업들의 조직내 수출 관련 전담부서 및 인력의 유무에 따른 수출지원제도 인지와 활용 수준에 차이가 존재할 것인가에 대해 독립표본 t-test를 실시하였고, 대부분의 지원제도 및 활용수준에 있어 인식의 차이가 존재한다고 하였다.

장상식, 김예민(2013)은 창업업체 연령별 수출입활동 조사 보고서에서 창업한 후에 성장을 지속하는 기업은 기업의 외부요인보다 내부요인의 영향이 더 크므로, 제품의 품질, 가격, 디자인 등의 경쟁우위를 확보하는 것이 성장의 핵심 과제라고 주장하였다.

조치현 외 1명(2014)은 태생적 글로벌기업의 글로벌지향성이 성과에 미치는 영향 연구에서, 국내 태생적 글로벌기업의 글로벌지향성이 해외시장 성과에 영향을 미치는지를 분석하였다. 연구대상은 기존 선행연구에서와 같이 하이테크 벤처기업에 국한하지 않고, 전체 산업의 기업으로 하였고, 해외진입 형태도 수출을 포함한 해외직접투자를 실행하는 기업으로 확대하여 적용하였다. 연구결과는 글로벌지향성이라는 조직문화는 마케팅 전략 및 해외시장 성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 국내 태생적 글로벌기업들의 최고경영진은 세계를 대상으로 시장을 개척하고, 해외시장에서 성공해야 한다는 사명을 기업의 임직원들에게 전달하고 있으며, 해외 목표를 달성하기

위한 자원을 집중적으로 개발하고 있다는 것을 의미한다. 조치현외 1명(2014)은 연구에서 글로벌지향성을 [표 2-4]와 같이 구분하였다.

[표 2-4] 글로벌지향성의 하위개념 및 변수

상위개념	하위개념	독립변수
글로벌지향성	국제 시장 지향성	국제적 비전
		국제적 시장몰입
	국제 기업가적 지향성	국제적 위험추구성
		국제적 혁신성
	국제 네트워크 지향성	국제적 네트워크 집중도
		자원의 가용성

*자료: 조치현. (2014). 태생적 글로벌기업의 글로벌지향성이 성과에 미치는 영향. 연구자 재작성

전병영(2015)의 연구에서 무역금융지원제도 활용도에 따른 수출성과는 전체 종업원 수 100명 초과 기업과 매출액이 31억~50억 이하인 기업, 수출비중 41~60%인 기업과 창업년도 11년 이상인 기업, 그리고 수출개시년도 6~10년인 기업에서 가장 많은 것으로 나타났다. 수출경험이 많은 기업일수록 포괄금융에 대한 비중이 높았고, 수출경험이 충분하면서 종업원 수, 매출액, 수출액이 다소 큰 기업에서 활용도와 수출성과가 높으므로, 신규 수출기업, 수출초보기업에 대한 차별화된 정책이 필요하다는 결론을 도출하였다.

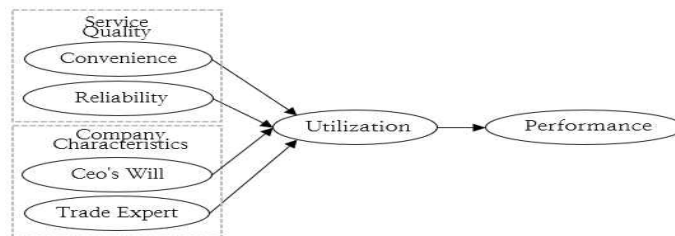
노은식(2016)은 글로벌 중소기업의 글로벌지향성이 글로벌 마케팅 역량을 통해 기업경영성과에 영향을 미치는지와 한국과 외국의 국적 차이에 따른 조절효과가 있는지에 대해 연구하였고, 자료는 SPSS와 AMOS로 분석하였다. 글로벌 중소기업의 글로벌지향성(기업가적 지향성, 네트워크 지향성)은 글로벌 확장성에 통계적으로 유의한 영향을 주었고, 글로벌 마케팅 역량의 시장지향성에도 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 매개변수인 글로벌 마케팅 역량은 기업경영성과(글로벌 확장성, 글로벌 시장지향성)에 모두 유의하며, 한국과 외국의 국적 차이의 조절효과 분석에서 국적차이에 따라 글로벌 중소기업의 기업가적 지향성이 글로벌시장 지향성에 미치는 영향에 차이가 있는 것으로 나타났다.

김인규(2016)의 연구에서는 수출 경험적 특성(수출 업무능력, 외국어 홍보

물 제작 경험, 해외전시회 참가, 수출 관련 문제해결 능력)과 사업활용도 변수 간에는 상관관계가 높게 나타났다. 또한, 마케팅 역량과 사업활용도 상관관계와 사업활용도와 수출성과의 상관관계도 대부분 높은 것으로 나타나 기업의 활용도가 높을수록 수출성과는 높아진다고 해석하였다. 기업의 기술혁신, 수출경험, 기업의 마케팅 역량, 수출지원제도의 활용이 높을수록 수출성과에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

김영애(2018)의 중소기업 수출지원제도의 인지도와 활용도가 수출성과에 미치는 영향에 관한 실증연구에서 글로벌역량강화지원사업 인지는 수출성과에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났기 때문에 글로벌 역량강화가 수출성과에 정(+의 영향을 미칠 것이라는 가설은 기각되었다.

정복훈(2020)은 서비스품질과 기업특성이 지원사업 활용 및 성과에 미치는 영향에 대해 연구하였다. 독립변수는 서비스품질(편의성, 신뢰성)과 기업특성(CEO의지, 무역전문인력 보유)이고, 매개변수는 활용도, 종속변수는 수출성과이다. 기업특성인 CEO의지와 전문인력 보유는 사업 활용도에 유의한 영향을 미친다고 하였다.



[그림 2-4] 정복훈(2020)의 연구모형 (연구자 재작성)

서 란(2021)은 기업특성이 수출지원제도 활용에 미치는 영향을 살펴보기 위해 회귀분석을 통해 분석한 결과, 기업특성 중 수출경험이 수출지원제도 활용(활용동기, 활용정도, 활용수준)에 미치는 영향은 활용동기($\beta = -.079$, $p = .937$), 활용정도($\beta = .335$, $p < .001$), 활용수준($\beta = .335$, $p < .001$)으로 수출경험이 많을수록 활용정도와 활용수준은 유의미한 결과가 나타났으나, 활용동기에는 유의하지 않은 것으로 나타났다.

2.3 수출지원제도 인지와 활용에 관한 이론적 고찰

2.3.1 수출지원제도의 개념

수출지원제도는 기업, 산업 또는 국가적 관점에서 수출을 위한 노력을 높이는 공공정책 조치를 말하며(Seringhaus, 1986; 정재은, 양희순 2015), 내부 전문자원 또는 해외시장 경험의 부족과 같은 태생적 한계로 인해 해외시장개척 과정에서 구조적 애로를 겪는 수출중소기업을 지원하는 제도이다(이영주 등, 2017). 정부가 수출지원제도를 운영하는 것은 국내 기업의 국제 경쟁력을 높이고 국가 무역수지를 개선하기 위한 것으로, 수출촉진의 필요성은 한 국가의 글로벌무역 확대 정도와 다른 무역 국가와의 상대적 경쟁력에 달려있다(정재은, 양희순, 2015). 한편, 정재승(2007)은 마케팅 능력이 취약하고 수출전문 영업인력이 부족함에 따라 우수한 제품을 생산하고도 해외시장개척에서 애로를 겪는 수출기업을 지원하기 위해 시행하는 제도라고 하였다.

수출지원제도 활용을 통해서 해외시장에 대한 지식과 이해를 높이고, 비용을 절감할 수 있고(정재은, 양희순, 2015), 수출활동의 효율성을 높일 수 있다(Leonidou et al, 1998). 또한, 정부에서 제공하는 제도들은 일반적으로 무료이거나 명목상의 비용만으로 이용할 수 있기 때문에 지원제도를 활용하는 것은 지식과 지식을 얻는 비용 면에서 효율적이고, 수출 노력의 효율성과 중소기업이 수출에서 수익성 목표를 달성하도록 도움을 준다. 또한, 중소기업은 수출마케팅지원제도 활용을 통해서 수출성과를 높일 수 있다(정재은, 양희순, 2015).

정부는 중소기업 지원을 위해 다양한 제도¹⁰⁾를 운영 중에 있다. 기관별로 살펴보면, 금융기관에 기술보증기금, 기업은행, 신용보증기금, 중소벤처기업진흥공단, 한국무역보험공사, 한국산업은행, 한국수출입은행이 있고, 비금융기관에 대·중소기업·농어업협력재단, 대한무역투자진흥공사, 대한상공회의소, 소상공인시장진흥공단, 중소기업기술정보진흥원, 중소기업중앙회, 중소벤처기업부, 창업진흥원, 한국무역협회 등이 있다. 또한, 사업별로 살펴보면, 수출지원사업

10) 중소벤처기업부. (2021). 『2021년 중소·벤처기업 지원사업』

은 크게 단계별 수출기업 지정·육성, 해외시장정보제공, 판로개척 및 해외마케팅, 금융·보험 컨설팅 및 지원, 기술개발지원, 인증, 교육연수, 인재발굴 및 인력육성, 외국인투자유치, 온라인사업 등으로 분류된다.

Kotabe M. & Czinkota, M. R.(1992)은 중소기업의 수출지원제도를 수출활동지원과 해외시장개발 제도로 구분하고, 수출지원 의도에 따라 기본적인 수출업무에 대한 설명회, 세미나 등 정보적 지식(informational knowledge)지원과 해외박람회 참가, 해외시장개척단 파견 등 경험적 지식(experiential knowledge)지원으로 구분했다.

박광서, 김인권, 안종석(2010)은 수출지원제도의 개념을 시행주체, 수혜대상, 지원정책 등 다양한 각도에서 정의했는데, 수출지원제도의 시행주체는 정부를 포함한 기관 및 조직이고, 주요 수혜대상은 해외진출 여건이 취약한 중소기업이며, 중소기업의 수출을 촉진시키기 위해 지원하는 정책은 수출활동 지원정책과 해외시장 개발정책으로 구성된다고 하였다.

정재승(2007)은 정부의 중소기업을 위한 수출지원제도 정책 방향의 중요성을 강조하였는데, 대·중소기업 간의 양극화 해소와 혁신형 중소기업 육성을 위한 자율적 여건 조성, 수출기업 지원정책을 자금으로 지원하는 것이 아니라 인프라 성격의 간접지원방식으로 전환하는 것 등이다.

2.3.1.1 기관별 수출지원제도 운영 현황

수출지원사업의 소관 부처를 살펴보면, 중소벤처기업부의 소관 사업이 수적으로 가장 많고, 다음으로 산업통상자원부 등의 순으로 되어 있다. 교육과학기술부, 국토부, 환경부의 경우도 소관사업 또는 정책기능 수행과 관련된 지원사업을 가지고 있다. 지자체의 경우도 지역 기업의 해외시장 진출을 지원하기 위한 사업을 다수 운영하고 있다. 공공지원기관 중에는 KOTRA, 중소기업진흥공단, 무역협회 등이 핵심기관이다. 이들과 더불어 업종별 협회, 민간단체 등도 자체 지원사업을 운영하거나 부처 또는 지자체의 수출지원사업의 집행기관 또는 위탁기관으로 참여하기도 한다(이영주 등, 2017).

수출지원사업을 사업별로 살펴보면, 수출기업 지정·육성, 해외시장정보제

공, 판로개척 및 해외마케팅, 금융·보험 컨설팅 및 지원, 기술개발지원, 인증, 교육연수, 인재발굴 및 인력육성, 외국인투자유치, 온라인사업 등으로 분류되는데, 본 연구에서는 판로개척과 해외마케팅 위주로 살펴보기로 한다¹¹⁾.

1) 중소벤처기업부

수출바우처 사업은 중소기업 수출규모별(스타트업, 내수, 초보, 유망, 강소)로 수출 전 과정에 이르는 활동을 맞춤형으로, 디자인 개발, 홍보, 바이어 발굴, 전시회, 인증 등 해외진출 시에 필요한 마케팅 서비스를 패키지 방식으로 지원한다.

수출컨소시엄 사업은 동일업종, 유사업종 중소기업들로 컨소시엄을 구성하여, 바이어 발굴에서부터 계약체결까지 사전·사후로 현장밀착 지원을 통해 단계별 공동 해외시장 개척활동을 지원한다.

전자상거래활용수출 지원은 글로벌 온라인 쇼핑몰 입점, 스타기업 육성, 공동물류 지원 및 온라인수출 교육 강화, 전문기업 육성 등 중소기업의 글로벌 전자상거래시장 진출을 지원한다.

해외규격인증획득 지원은 수출대상 국가에서 요구하는 CE, NMPA, NRTL 등 해외규격인증 획득에 소요되는 시험·인증비, 공장심사비, 컨설팅비 등을 지원한다.

수출유망중소기업 지정 사업은 성장할 가능성이 높은 중소기업을 수출유망중소기업으로 지정하여 수출지원기관의 해외마케팅, 수출금융 및 보증 등 우대 지원하는 사업으로, 수출실적이 500만불 미만인 기업이 참여할 수 있고, 중기부, KOTRA, 무역보험공사 등 20개 수출지원유관기관을 통해 우대 서비스를 제공한다.

K-스타트업센터 사업은 국가별 혁신거점에 설치된 6개국 K-스타트업센터에서 현지시장 진입과 안착, 스케일업을 맞춤형으로 지원한다.

대중소 동반진출지원 사업은 대기업의 해외 네트워크와 인프라(거점, 유통망 등)를 활용, 중소기업의 해외판로를 확대하도록 지원하는 사업으로, 대기업 또는 공공기관의 업종과 지역별 특성에 맞추어 공동수주, 법인설립, 해외유통망 입점,

11) 중소벤처기업부. (2021). 『2021년 중소·벤처기업 지원사업』

전시회(Booth in Booth) 참가 등을 지원한다.

브랜드K 육성관리 사업은 우수한 품질과 혁신성이 있는 제품을 생산하였음에도 브랜드 인지도 부족으로 해외판로개척에 애로를 겪는 우수 중소기업 제품을 국가대표 공동 브랜드인 ‘브랜드 K’로 선정하여 해외시장개척을 지원한다.

2) 중소기업진흥공단

수출인큐베이터 사업은 해외시장에 진출하는 중소벤처기업의 초기 정착을 돕고 수출경쟁력을 배양하기 위하여 해외 주요 교역거점(미국, 중국 등 12개국 20개소)에 수출인큐베이터를 설치, 운영하며, 기업들에게 사무공간을 제공하고, 현지 시장정보 제공 및 관련 분야에 대한 컨설팅을 지원한다.

글로벌협력기반구축 지원은 외국 정부 및 유관기관과 협력 네트워크를 구축하고 중소벤처기업의 해외진출시 기반 조성을 지원한다.

온라인수출지원 사업은 해외 판로개척에 어려움을 겪고 있는 중소기업에게 온라인 수출인프라 구축에서 홍보마케팅, 해외 구매오피 발굴까지 온라인을 활용한 다양한 서비스를 제공한다.

중소기업 혁신바우처 사업은 성장 가능성이 있는 제조 소기업을 대상으로 혁신역량 진단을 통한 컨설팅, 기술지원, 마케팅을 맞춤형 패키지로 지원하여 제조 소기업의 경쟁력을 강화한다. 바우처 조성시 정부 지원금은 최대 5,000만원으로, 기업에 따라 50~90%까지 차등 지원한다.

3) KOTRA

해외시장조사 사업은 KOTRA 해외무역관을 통해 해외 잠재바이어 파트너 발굴, 시장동향, 원부자재 공급선 조사 등 타겟시장에 대한 정보를 조사하여 제공한다.

수출상담회 사업은 한국 제품 수입을 희망하는 구매단 또는 개별 바이어를 초청하여 국내 업체와의 수출상담 기회를 제공한다. 복잡한 시장조사와 바이어 발굴에 소요되는 노력과 비용을 절감하고 해외출장을 가지 않고도 바이어와 상담

할 수 있다.

무역사절단 사업은 국내 중소기업의 해외진출을 위해 KOTRA가 지자체, 유관기관과 세일즈단을 구성하여 해외로 파견하고, KOTRA 해외무역관에서 현지 바이어와의 상담을 지원함으로써 수출상담 기회를 제공한다.

해외전시회 단체참가, 개별참가 지원 사업은 KOTRA와 유관단체가 연간 130여 회에 걸쳐 국제 유명 전시회 및 신흥 유망 전시회에 공동으로 한국관을 구성하여 국내 수출업체의 전시회 참가를 지원하고, 해외에서 개최되는 전문전시회에 개별적으로 참가할 경우, 부스임차비, 장치비, 편도 전시물품 운송비, 주최사 제공 마케팅 비용의 일부를 지원한다.

디지털마케팅 사업은 전 세계 바이어를 대상으로 한국기업의 상품을 홍보하는 온라인 B2B 수출지원 플랫폼인 buyKOREA를 활용, KOTRA 해외무역관을 통해 수집한 해외바이어 구매오퍼(Buying offer)를 제공하며, 결제·물류 서비스도 할인된 요율로 제공한다.

수출바우처 사업은 중소·중견기업이 소비재, 서비스, 소재·부품·장비류 등 자사의 역량에 맞는 지원 사업을 선택하고, 바우처를 발급 받은 후, 바우처 서비스 메뉴판에서 원하는 수출지원 서비스를 자유롭게 구매해서 이용할 수 있도록 지원한다.

내수기업 수출기업화 사업은 국내 내수기업과 수출초보기업을 대상으로 퇴직 한 무역 전문인력인 수출전문위원(PM)과 참가기업을 멘토, 멘티로 지정하여 수출계약 이행까지 1:1로 밀착 지원한다.

지사화 사업은 해외에 지사를 설립할 여력이 부족한 중소·중견기업의 현지지사 역할을 대행, 수출 및 해외진출을 지원한다. 해외진출 단계별 수요에 따라 OKTA 글로벌마케터(진입), KOTRA 지사화 전담직원(발전), 중진공 해외민간네트워크(확장) 중 자사에 적합한 서비스를 선택하여 이용할 수 있다.

중견기업 글로벌지원 사업은 성장 가능성이 높은 강소·중견기업을 선발, 1:1 해외마케팅 지원을 통해 글로벌 경쟁력을 강화하여 글로벌 기업으로 육성하고, 해외시장을 확대할 수 있도록 지원한다.

해외공동물류 사업은 해외 현지에 독자적인 물류센터 확보 및 구축이 어려운 중소·중견기업에게 KOTRA 해외무역관이 선정한 현지 협력물류회사의 창고를

공동으로 이용하는 것을 지원하고, 맞춤형 물류서비스를 제공하는 등 해외시장 진출을 지원한다.

4) 한국무역협회

포춘 500대 기업과의 오픈이노베이션 지원 사업은 글로벌 다국적 기업의 오픈 이노베이션 팀과 국내 스타트업 간 연결을 통해 스타트업의 해외판로 확보, 후속 투자유치 등 글로벌 스케일업을 지원한다.

tradeKorea(글로벌 B2B 전자상거래 사이트) 사업은 B2B e-Marketplace 기반 바이어/셀러 매칭 및 온라인 해외마케팅 지원 플랫폼으로 거래제의를 작성 및 발송까지 원스톱으로 지원하는 바이어 DB 타겟 마케팅, 바이어와의 매칭을 지원하는 해외 비즈니스 매칭 서비스, 빅바이어 상시 거래알선, 미니사이트 제작 지원 등 온라인마케팅부터 계약성사까지 지원한다.

해외 바이어 초청 화상수출상담회는 코로나 19로 해외마케팅에 어려움을 겪고 있는 중소·중견기업을 지원하기 위해 글로벌 바이어와 1:1 온라인 화상상담회를 개최하는 비대면 마케팅 지원 사업이다.

해외전시회 참가 지원 사업은 국내 유망 수출기업들의 해외전시회 참가를 통해 신규 바이어 발굴, 기존 바이어 관리, 제품홍보, 현지 시장 트렌드 파악, 국내외 동종업종 내 네트워크 구축 등을 지원한다.

스타트업 해외진출 바우처 사업은 중기부의 예산을 지원받아 스타트업에게 해외진출 바우처를 교부하는 방식으로, 스타트업이 내수시장의 한계를 극복하고 글로벌기업으로 성장할 수 있도록 스타트업에게 필요한 맞춤형 서비스를 제공한다.

무역투자사절단은 중소기업이 독자적으로 진출하기 어려운 전략시장을 중심으로 현지 정부 및 민간 기관과의 협력을 바탕으로 무역투자사절단을 파견한다.

2.3.2 수출바우처제도의 개념

수출바우처사업은 수출역량을 강화하고자 하는 중소기업들에게 보조금을 바

우체 형태로 지원하여 자율적으로 수출지원 서비스를 선택하여 활용할 수 있도록 하는 사업으로, 기업의 개별 수요에 기반한 맞춤형 해외마케팅 서비스 지원을 통해 중소·중견 기업의 해외진출을 위한 경쟁력을 강화하는데 목적이 있다. 지원요건은 모든 지원분야(KOTRA 기준, 소비재 선도기업 육성, 서비스 선도기업 육성, 소부장 선도기업 육성, 중견기업 글로벌 지원 등)에서 공통적으로 「중소기업기본법」 제2조 및 시행령 제3조, 「중견기업 성장 촉진 및 경쟁력 강화에 관한 특별법」 제2조 및 시행령 제2조에 해당하는 중소·중견기업 중에서 각 세부 사업별 지원요건을 충족하는 기업이다. 산업통상자원부와 중소벤처기업부는 2017년 5월 1일, 수출지원제도로서의 수출바우처제도를 국내 최초로 도입하였다(김재우, 선석기, 2019). 정부는 수출지원제도로 도입하기 이전에 주택, 보건 복지, 에너지, 식품 등의 분야에서 바우처제도를 도입하여 그 운영 성과와 효율적인 관리방안에 관한 데이터를 축적한 바 있으며(김재우, 선석기, 2019), 바우처제도는 기업들이 자사 역량에 맞도록 선택하게 하고 편의를 제공하는 장점이 있는 사업이다. 한편, 서비스를 제공하는 수행기관의 과다 경쟁과 낮은 서비스 품질, 경직된 제도 운영 등의 부정적 요인도 존재한다(김윤영, 이정기, 2017)는 지적도 있다.

2.3.2.1 수출바우처사업 운영 현황

1) 부처별 운영 현황

2017년 수출바우처사업¹²⁾을 시작할 때는 산업통상자원부와 중소벤처기업부만 참여하였으나, 현재는 광주광역시, 경기도, 충청북도 등 3개의 지자체에서 참여하고 있다. 각 부처별 수출바우처사업 운영 현황을 [표 2-5]로 정리하였다.

[표 2-5] 부처별 수출바우처사업 운영 현황

소관 부처	사업명	지원대상	보조금	보조율
산업	소재,부품,장비 선도기업 육성	(준비)내수 또는 수출초보 (확대)수출 10만불 이상	(준비)2,000만원 (확대)6,000만원	(중소) 70%

12) <https://www.exportvoucher.com>, 수출지원기반활용사업 홈페이지

통 상 자 원 부		(디지털) 수출 30만불, 매출5 억이상 (그린뉴딜) -(준비)내수 또는 수출초보 -(확대)최근 3개년 평균수출 10만불	(디지털)5,000만원 (그린뉴딜) -(준비)2,000만원 -(확대)6,000만원	(중견) 50%	
	소비재 선도기업 육성	(준비) 내수 또는 수출초보 (확대) 매출 100억원 또는 수출 10만불	(준비)2,000만원 (확대)4,000/ 5,500만원		
	서비스 선도기업 육성	(준비) 매출 1조 이하, 수출전무 (확대) 매출 1조 이하, 수출중	(중소)4,300만원 (중견)5,500만원 *준비/확대 동일		
	중견기업 글로벌 지원	(내수중견) 중견후보, 예비중견기업 (Pre) 중견후보, 예비중견기업 (중견글로벌) WC300 중견기업 (POST) 중견글로벌 졸업기업	(내수)최대 1억원 (Pre) 최대 1억원 (중견) 최대 2억원 (Post) 최대 2억원	30~ 70% 상이	
중 소 벤 처 기 업 부	성 장 바 우 처	내수기업	전년도 직접수출 0	3,000만원	70%
		수출초보기업	전년도 직접수출 10만불 미만	3,000만원	50 ~70%
		수출유망기업	전년도 직접수출 10~100만불 미만	5,000만원	
		수출성장기업	전년도 직접수출 100~500만불 미만	8,000만원	
	혁 신 바 우 처	스타트업	창업 7년 미만, 혁신성장기술 보유 스타트업	최대 3,000만원	
		브랜드K기업	브랜드K 선정 기업	3,000~10,000만원	
		규제자유특구	규제자유특구 입주기업	3,000~10,000만원	
		스마트제조혁신	스마트공장 보급 기업	3,000~10,000만원	
		글로벌강소기업 해외마케팅지원	글로벌 강소기업, 소재부품장비 강소 기업(수출 500만불 이상)	10,000만원	
경 기 도	경기도 글로벌 하트상품 창출기업 수출지원	기업 소재지 경기도 직전년도 직,간접 수출액 2000만불 미만	1,650만원	70%	
광 주 광 역 지	기업맞춤형 수출성공패키지지원	기업 소재지 광주광역시 직전년도 수출액 2000만불 미만	1,429만원 (매칭펀드 기준)	70% (1,000만원)	
충 북	수출창출기업 바우처지원	중소/중견(수출액 무관)	2,000만원	80%	
	해외농식품특화 수출바우처지원	충북 도내 농식품 수출기업 (전년도 수출실적 30만불 이상)	2,754만원	85%	

*자료: 수출지원기반활용사업 홈페이지. 연구자 재작성

2) 서비스 메뉴

현행 수출바우처사업에서 바우처로 활용할 수 있도록 지원하는 서비스는 국제 운송, 디자인 개발, 법무/세무/회계 컨설팅, 브랜드 개발관리, 서류대행/현지등록/환보험, 역량강화 교육, 전시회/행사/해외영업지원, 조사/일반 컨설팅, 통번역, 특허/지재권/시험, 해외규격인증, 홍보/광고, 홍보동영상 등 14개 영역이다. 지원 영역별 세부 지원항목을 [표 2-6]으로 정리하였다.

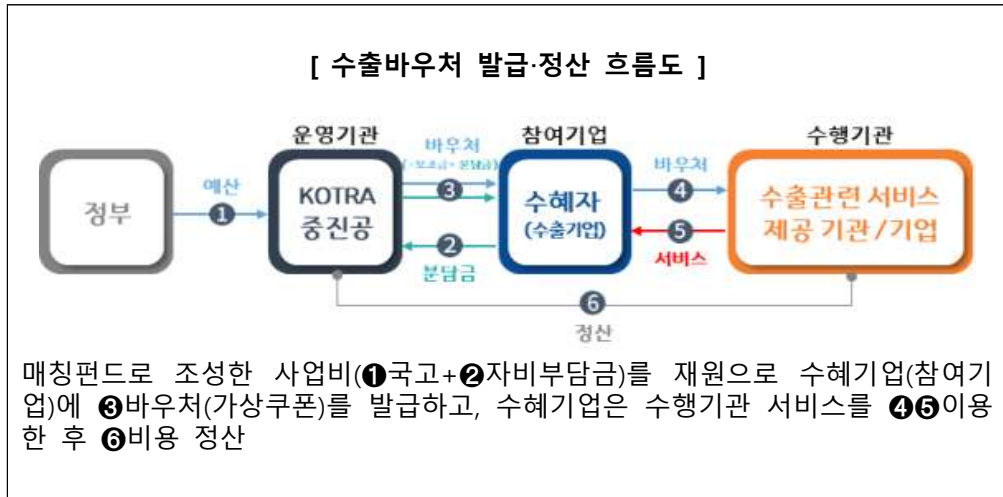
[표 2-6] 서비스 메뉴

지원영역	지 원 항 목
국제운송	수출자가 부담하는 국제운송료(해운, 항공) 및 보험료(국내운임, 취급수수료 및 도착국 발생비용, 세금은 정산 제외)
디자인 개발	외국어 종이/전자 카타로그 제작, 외국어 포장디자인, 외국어 홈페이지(반응형), 모바일용 앱, 해외 온라인 쇼핑몰 상품페이지, 제품디자인 등
법무/세무/회계컨설팅	회계감사, 세무조사, 세무자문, 법률자문, 법인설립, 해외현지 클레임 해결지원, 해외법인 설립지원 등 수출목적의 법무·세무·회계 컨설팅 분야 전반에 걸친 유사 서비스
브랜드 개발 관리	수출브랜드, CI 및 BI 개발, 네이밍, 온/오프라인 제품매뉴얼 제작, 브랜드 정품인증, 위변조방지 등 브랜드 개발/관리 분야 전반에 걸친 유사 서비스
서류대행/현지등록/환보험	계약서 작성(지불조건 포함), 통관/선적 필요서류 작성, 결제 관련 서류 작성, FTA원산지 관련 서류 작성, 무역자동화 등 서류대행 및 현지법인·지사·대표처 등록, 현지 입점대행, 공공조달 시장 진출지원, 환보험 등 서류대행/현지등록/ 환보험 분야 전반에 걸친 유사 서비스
역량강화 교육	무역실무, 글로벌마케터 양성, 비즈니스 회화, 전략시장 진출, 중국시장 e-러닝, 내부역량강화, 전략물자, CP 실무자 과정, 글로벌 비즈니스 전문인력 육성, 해외시장개척과정 교육, 지식재산권 출원 및 등록 과정, 지식재산권 분쟁 대응 방안 등 수출 역량강화 교육 분야 전반에 걸친 유사 서비스
전시회/행사/해외영업지원	국내 개최 국제전시회 참가, 현지바이어 매칭 상담회/세미나/제품시연회, 해외바이어 국내 초청 미팅/설명회/세미나, 해외전시회 사전·사후 지원, 해외시장 산업설명회, 판촉전, 해외전시회 참가비용 사후정산, 세일즈랩, 해외프로젝트 수주지원 등 전시회/

	행사/해외영업지원 분야 전반에 걸친 유사 서비스
조사/일반 컨설팅	파트너·바이어·원부자재공급선 발굴조사, 해외시장조사, 소비자 리서치, 경쟁제품 동향 조사, 국내·외 기업신용 및 기업실태 조 사, 바이어DB 타겟 마케팅, 경영 멘토링, 기업 중장기 성장전략 수립, 해외수출 전략수립 및 이행을 위한 포괄적 지원, 해외진출 및 마케팅전략 컨설팅 등 조사/일반 컨설팅 분야 전반에 걸친 유사 서비스
통번역	계약/법률 문서, 소프트웨어콘텐츠, 게임/모바일App 콘텐츠, 비 즈니스/기술문서, 홈페이지 번역 등 통번역 분야 전반에 걸친 유 사 서비스
특허/지재권/ 시험	현지 시험·인허가, 지식재산권 등록, 특허·인증·시험·수출 IP 전략 컨설팅, 지재권 분쟁 지원 등 특허/지재권/시험 관련 분야 전반 에 걸친 유사 서비스
해외규격인증	해외인증 비용 사후정산, 위생, 할랄 등 해외인증 취득 및 등록 등 해외규격인증 분야 전반에 걸친 유사 서비스
홍보/광고	기업/제품/브랜드 관련 TV·PPL, 신문·잡지 홍보/광고, SNS·검색 엔진 마케팅, 바이럴 마케팅, IMC 마케팅 등 광고 매체를 활용 한 홍보/광고 분야 전반에 걸친 유사 서비스
홍보동영상	해외 진출에 필요한 외국어 홍보동영상 개발 지원

3) 추진절차

사업추진은 사업연도 이전 해의 12월에 정부(산업통상자원부·중소벤처기업부)가 사업 모집공고를 한다. 약 1개월에 걸쳐 참가희망기업을 모집한 뒤에 소정의 기준에 따라 심사를 거쳐 참가기업을 선정하고, 선정된 기업이 분담금(30~70%)을 납부한 뒤, 참여기업으로서 운영기관과 협약체결을 통해 서비스 사용을 개시한다. 참여기업은 수행기관과의 계약을 통해 희망하는 서비스 지원을 받을 수 있고, 수행기관은 참여기업이 요청한 서비스를 제공한 뒤에 운영기관에 정산을 요청할 수 있으며, 운영기관은 수행기관에게 정산한다. 사업기간은 1년으로 하며, 구체적인 업무흐름도는 [그림 2-5]와 같다.



[그림 2-5] 바우처 발급 및 정산 업무 흐름도

4) 선정절차

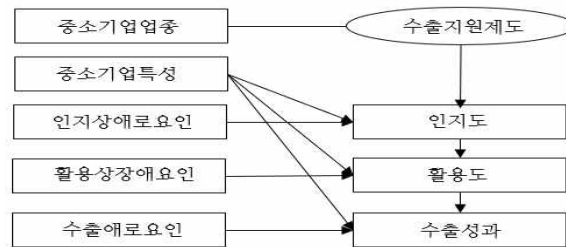
사업해당연도 이전 해의 12월에 산업통상자원부/중소벤처기업부 홈페이지에 참여기업모집 공고를 하고, 참가희망기업은 수출바우처 홈페이지(www.exportvoucher.com)를 통해 신청접수를 할 수 있다. 각 사업별 평가기준을 적용하여 선발하며, 선정된 기업은 기업분담금을 납부한 뒤에 운영기관과 협약을 체결한다. 협약체결 후에 기업별 협약금액 내의 바우처 포인트를 발급하며, 기업들은 바우처를 이용하여 수출마케팅 사업을 진행한다. 선정절차를 [표 2-7]과 같이 정리하였다.

[표 2-7] 참여기업 선정절차

신청·접수	평가·선발	협약체결	바우처발급	사업개시
홈페이지 접수 www.수출바우처.com	→ 각 사업별 평가기준 적용·선발	→ 선정기업 및 사업별 운영기관 간 협약 체결	→ 기업별 협약금액 내 바우처 포인트 발급	→ 수출마케팅 사업 진행

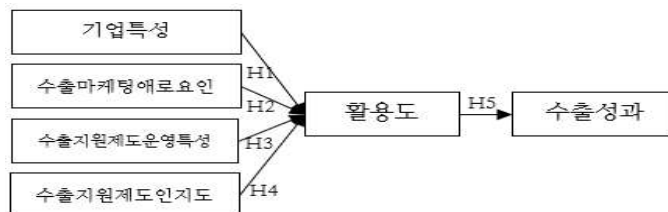
2.3.3 수출지원제도 인지와 활용에 관한 선행연구

정재승(2007)의 연구대상 범위는 중소기업을 위한 수출지원제도이며, 수출 지원제도를 인지 또는 활용하는 기업으로부터 정부, 지방자치단체, 수출 관련 유관기관의 수출지원제도가 중소기업 경영현장에서 실제로 어떤 효과를 나타 내는지를 알아보는 것이다. 기존 연구들과는 다르게 인지 또는 활용한 이후 수출기업의 실질적인 성과 뿐만 아니라 인지과정에서 애로요인, 지원신청단계 에서의 절차적 장애요인, 수출성과에 영향을 주는 수출애로요인 등을 함께 분석하였다.



[그림 2-6] 정재승(2007)의 연구모형 (연구자 재작성)

김은영(2011)의 연구에서는 수출지원제도의 인지도, 활용도가 높을수록 수출성과에 영향을 미치고, 수출지원금 지원도 수출성과에 영향을 주었지만, 수출지원제도를 인지하고, 활용하는데 따르는 애로사항으로써 이용절차가 복잡하고 까다롭거나, 지원기관간 유사한 제도운영에 따른 중복성으로 이용에 불편함이 있다는 문제점을 제시하였다.



[그림 2-7] 김은영(2011)의 연구모형 (연구자 재작성)

원종현, 정재은, 양희순(2015)은 자사브랜드 부착 소비재 수출 중소기업의 해외진출에 대한 사례분석에서 기업으로부터 정부지원제도의 활용을 높이기 위해서 전문성과 신뢰성을 제고해야 할 필요성을 강조하였다.

정재은, 양희순(2015)은 중소기업의 정부 수출지원 프로그램 활용도와 기업역량이 수출성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 중소기업의 정부수출지원 프로그램 활용도, 기업역량(마케팅역량, 기술역량), 수출성과의 관계에 대해 분석하였고, 기업유형(B2B, B2C)에 따른 조절효과도 살펴보았다. 통계 툴은 SPSS를 활용한 회귀분석을 사용하였다. 수출지원 프로그램 활용이 재무성과 측면에서 긍정적인 영향을 미치는 것은 B2C 기업보다 B2B 기업에서 더 큰 것으로 나타났으나, 전략적 성과 측면에서는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

김윤식(2021)은 정부의 전자상거래 수출지원제도가 수출기업의 성과에 미치는 영향에 관한 실증연구에서 수출특성에 따른 수출지원제도 활용도와 인지도의 차이, 활용도와 수출성과 간의 관계에 대해서 분석하였다. 연구결과는 전자상거래 수출액이 많을수록 수출지원제도 인지도와 활용도가 높은 것으로 나타났고, 주요 수출국에 따른 수출지원제도 활용도는 동남아시아, 러시아, 홍콩, 중국, 미국 순으로 나타났다. 수출지원제도 활용도는 정성적 성과, 정량적 성과에 모두 정(+)의 영향을 미치며, 수출지원제도를 잘 활용하는 기업들은 정성적 수출성과와 정량적 수출성과가 모두 높은 것으로 확인되었다.

수출지원제도의 인지도, 활용도와 관련된 국내·외 연구들을 [표 2-8], [표 2-9]와 같이 각각 정리하였다.

[표 2-8] 수출지원제도의 인지도, 활용도 관련 국내 연구

김동률 외2(1990)	부산지역 중소제조수출기업(331개사)의 수출마케팅 전략 연구 -부산지역 중소제조업의 해외직접투자 및 국제화에 따른 해외시장 정보, 자금적 측면에서의 지원정책 필요
김진성(1991)	광주·전남 중소수출기업(52개사)의 수출 관련 인지 및 애로 요인 연구 -제품 관련 애로요인(요인I), 국가수출지원정책요인(요인II) 순으로 규명

김인호(1999, 2004)	중소기업 수출지원정책의 효율성 제고(1999) -수출지원제도의 기업별 유형에 따른 차별화된 지원 필요 Kedia and Chhokar, Moini 연구를 토대로 분석 -활용도와 인지도 측면에서 만족도는 낮은 것으로 분석
이강빈(1999)	강원지역 중소기업(53개사)의 수출확대방안 연구 -무역거래 인프라 구축 및 지원제도 중복 또는 과잉문제 방지를 위해 수출지원기관 간의 효율적 연계 장치 필요
정중재(2000)	충북지역 중소기업 수출활성화 방안에 관한 연구 -충북지역 지원 기관의 수출업무 중복성 지적 -수출활성화방안 중 수출마인드 확산을 위한 무역실무교육 및 인터넷 교육 강화 주장
박광서, 안종석(2001)	중소기업 대상(140개사) 수출지원제도 활용도가 낮은 이유 및 차이 분석 -까다로운 절차, 실질적 효과 미흡 -창업년도, 수출경험 많이 기업이 활용도도 높음.
김수용(2004)	중소기업의 마케팅 활성화 방안 제시 -정부의 적극적 수출지원제도 전개 필요성 -확고한 이미지가 구축된 대기업 브랜드와의 협력 필요
정재휘(2004)	해외마케팅 지원 방향에 관한 실증분석 실시 -수출물입도 낮은 기업, 해외사업 다경험 기업, 높은 해외 시장 지향성 기업(최고경영자)이 인지도도 높음. -인지도는 활용도에 정(+)의 영향을 줌.
이성봉(2007)	중소기업 해외시장 진출 지원의 필요와 지원 간 차이 분석 -수출국가수, 수출경험 등 단계별 접근 가능성 제시 -지원정책 서비스 품질은 만족도에 정(+)의 영향
정재승(2007)	중소기업 수출지원제도의 성과에 관한 실증 연구 -수출지원제도의 인지도, 활용도와 성과와의 관계
김영일(2010)	미국 위스콘신주 소재 111개 중소기업을 대상으로 수출지 원정책의 적절성과 인지도에 관한 연구를 실시한 결과, 지 방자치단체에 대한 수출지원정책의 실효성에는 인지도가 매 우 중요한 결정요인이 된다고 주장한 Moini(1998)의 연구 사례 소개
김은영(2011)	중소기업 수출지원제도의 활용 및 수출성과에 관한 연구 수출지원제도에 대한 인지도, 활용도가 높을수록 성과에 긍 정적인 영향을 미치지만, 기관별 지원제도의 중복은 이용기

	업에 대한 애로를 가중시키기도 함.
김영애(2018)	중소기업 수출지원제도의 인지도와 활용도가 수출성과에 미치는 영향에 관한 실증연구에서, 정부의 해외마케팅지원사업, 투자상담 및 컨설팅 지원, 수출보험 및 보증보험, 수출금융, 무역금융제도에 대한 인지도는 활용도에 긍정적인 영향을 미침. (글로벌역량강화지원사업 제외)
김윤식(2021)	정부의 전자상거래 수출지원제도가 수출기업의 성과에 미치는 영향에 관한 실증연구에서 기업특성과 운영특성이 성과에 미치는 영향 분석, 수출지원제도 인지는 활용도에 정(+)의 영향을 미침.

*자료: 김영일(2008). 중소기업의 수출지원정책 활용실태와 성과에 관한 실증연구. 연구자 재작성

[표 2-9] 수출지원제도의 인지도, 활용도 관련 국외 연구

연구자	주요 연구내용
Bilkey(1978)	중소기업의 수출경험을 3단계(수출경험기업, 비수출기업, 수출을 시도하지 않는 기업)로 구분, 단계별 지원정책 필요 -수출경험기업(통화가지절하, 수출장벽제거), 비수출기업(수출확대제도, 수출자문서비스 지원)에 적합한 지원정책 제시
Wiedersheim-Paul, et al (1978)	수출인력 수준에 따라 수출지원정책 효과 상이하며, 인지도가 부족하면 활용도도 낮게 나타남.
Welch & Wiedersheim (1979)	중소기업의 수출단계에 따른 수출결정과정에 영향을 미치는 요인들의 특성을 반영한 수출지원제도의 필요성
Kedia & Chhokar (1996)	수출 및 비수출기업(96개사) 측면에서 수출지원정책의 인지도와 활용도에 관한 실증 분석
Kotabe & Czinkota (1992)	수출단계에 따른 수출지원정책의 변화와 지원정책과의 조화 강조 -수출단계가 높을수록 수출성과는 높게 나타남.
Naidu & Rao(1993)	수출지원제도 실효성에 대한 평가지표로 최고경영자의 제도에 대한 인지도와 활용도 분석 -인지도가 높아질수록 활용도도 높아질 수 있음.

Weaver, et al.(1998)	수출지원정책의 효율성에 대해 분석하고, 지원정책 수혜자의 선택방법론 제시
Moini(1998)	수출지원정책의 실효성은 제도의 적절성과 최고경영자의 인지도가 결정요인으로 중소기업의 국제화에 따라 실효성의 차이가 나타남.
Gencturk & Kotabe(2001)	수출지원제도와 수출성과와의 관계를 규명하고, 기업의 경쟁력 증대를 위해 직접적인 수출지원제도 필요성 강조
Ahmed et al.(2002)	중소기업이 수출지원정책 활용 상태 실증 분석 -수출지원제도에 대해 전반적으로 인지도가 낮음. -기업규모가 크고, 수출집중도, 수출경험이 높은 기업에서 수출활용도가 높게 나타남.. -이에 따라, 초기수출단계 기업에 대한 별도 지원책 개발 필요
WolKinson & Brouthers (2006)	수출지원정책이 마케팅 노력에 미치는 영향으로, 전시회, 거래선 발굴 등이 경영성과에 정의 영향을 미침.

*자료: 김영일(2008). 중소기업의 수출지원정책 활용실태와 성과에 관한 실증연구. 연구자 재작성

2.4 수출성과에 관한 이론적 고찰

2.4.1 수출성과의 개념

수출성과 개념은 그 동안의 선행연구에서 다양하게 해석되고 측정되어왔는데, 대부분 수출액, 수출성장률, 수출시장점유율, 수출수익률 등으로 정의가 이루어졌다(시렉마 몽건줄, 2021).

Leonidou et al.(2002)은 수출성과의 세부항목으로 수출판매율, 수출시장 점유율, 수출성장으로 정의하였고, 김정권(2003)은 수출성과를 수출성장률, 수출수익률, 수출시장 점유율로 보았다.

김영일(2008)은 수출성과를 매출액, 수출성장률, 수출수익률, 해외시장점유율, 해외시장개척율로 구성하였고, (정복훈, 2020)은 수출성과는 기업의 업무 활동 결과물로 해외에서 발생하는 결과라고 하였고, 중소기업 해외마케팅지원 사업의 활용과 성과에 미치는 요인에 관한 연구에서 기업의 해외진출 역량 강화, 직원들의 수출지향성 향상, 해외시장에서 기업의 인지도 및 이미지 향상 정도로 수출성과를 측정하였다.

한편, 수출성과에 대한 연구들의 문제점 가운데 한 가지는 수출성과에 대한 명확한 개념 정의와 수출성과 변수를 무엇으로, 어떤 방법으로 측정해야 하는지에 대한 협의가 부족하다(Sousa, 2004)거나, 서로 다른 측정도구와 측정방법을 사용한 상이한 수출성과에 대한 연구결과는 상호 비교하기가 어렵다는 점이 여러 학자들에 의해 지적되고(Katsikeas et al., 2000; 고태진, 2018) 있다.

본 연구에서의 수출성과는 수출액, 매출액, 수출증가율을 하위요소로 정하고 분석하고자 한다.

2.4.2 수출성과에 관한 선행연구

지용희, 문희철(1994)은 기업이 보유하고 있는 자원능력과 수출경쟁전략이

수출성과에 미치는 영향 연구에서 수출마케팅전략과 기업의 마케팅능력이 수출성과에 긍정적 영향을 미친다고 하였다.

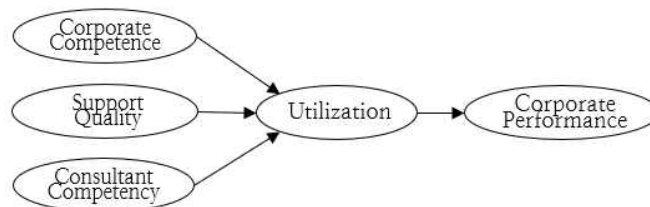
윤강술(1996)의 수출마케팅과 수출성과의 관계에 관한 연구에서는 기업의 수출경험, 해외시장에 대한 경영자의 태도, 해외시장 잠재력, 본국 시장과 문화적 차이, 수출시장 수입장벽, 수출마케팅 차별화가 수출성과와 관계가 있다고 나타났다.

김정권(2003)은 수출성과를 수출성장률, 수출수익률, 수출시장 점유율로 보고 수출목표 달성도를 평가한 결과, 수출성과의 주요 결정요인은 촉진적응, 제품적응, 해외유통업자(자회사)에 대한 지원, 제품수출경험이라고 하였다.

한충민(2006)은 한국 기업의 수출성과를 결정하는 요인을 자원기반이론 관점에서 검증하고자 하였는데, 마케팅 자원으로 제품력의 영향이 크고 해외 시장 정보체제, 인적자원도 성과에 영향을 미친다고 하였다. 한편, 한충민(2006)은 중국시장에서 마케팅 전략 유형에 따른 성과분석을 통해 제품을 중시하는 마케팅 기업의 성과가 높다고 하였다.

김미정, 채명수, Jong W.(2016)의 국제기업가 정신과 해외진출성과와의 영향에 대한 연구에서 국제기업가 정신은 해외진출성과와 직접적 관련이 없는 것으로 나타났는데, 이는 기업가 정신이 성과에 직접적 영향을 미치기보다 현지에서 중요한 정보습득과 활용을 거쳐야 성과가 높아진다는 것을 의미한다고 하였다.

정복훈(2020)은 중소기업 해외마케팅지원 사업의 활용과 성과에 미치는 요인에 관한 연구에서 기업의 역량, 지원기관의 지원품질, 수행컨설턴트의 역량이 지원사업 활용과 성과에 영향을 미치는지를 연구하였다, 세가지 요인(기업역량, 서비스품질, 컨설턴트 역량)은 수출지원제도 활용에 긍정적 영향을 미치며, 지원사업 활용은 기업성과에 긍정적 영향을 미친다고 하였다.



[그림 2-8] 정복훈(2020)의 연구모형 (연구자 재작성)

2.5 평가에 관한 이론적 고찰

2.5.1 평가의 개념

평가의 사전적 정의는 사물의 가치나 수준 따위를 평하는 것으로 그 가치나 수준을 말하며, 대표적인 평가방법에는 질적평가(계량평가)와 양적평가(비계량평가)가 있다. 평가요소¹³⁾는 평가계획 단계에서 성취기준을 분석하여 도출되며, 평가요소 도출 이후에는 평가방법을 선정하고 평가항목을 개발한다.

정부지원사업에서 평가의 개념은 참여기업을 선정하는 절차로 사용되기도 하고, 사업이 완료된 이후 성과분석을 하는 것을 이르기기도 하는데, 본 연구에서는 참여기업 심사의 의미로 전자와 동일하고, 수출바우처사업에 참여하는 기업을 선정하는 과정¹⁴⁾을 말한다. ‘참여기업’¹⁵⁾이란 정부지원사업을 이용하는 기업을 말하며, 사업의 결과를 실시하거나 활용하기 위해 사업비의 일부를 부담하고 사업에 참여한다.

2.5.2 평가에 관한 선행연구

이찬구(2012)는 평가는 신뢰성(credibility)이 관건이고, 평가의 신뢰성은 전문성과 공정성으로 구성되며, 공정성에 대한 연구가 더 많이 수행되어 온 것으로 나타나고 있다면서, 평가 또는 평가자의 공정성을 주제로 한 국내의 기존 연구로는 평가체계의 개선(황용수 외, 1993 ; 이장재 외, 2003; 이찬구, 2004), 평가지표 개선 및 보완(이민형, 2001), 이해관계인을 배제한 평가위원 선정방법(이진주, 서건수, 1996), 평가위원 관리방법(박상욱, 2005) 등이 있고, 평가자의 전문성에 관한 연구는 일부만 확인되고 있다고 하였다.

이일규, 이경(2008)은 정부지원사업의 참여가 디자인 성과와 경제성 성과에 미치는 영향 요인의 분석을 위하여 업력, 지원년도, 디자인부서 유무, 사업

13) 한국교육과정평가원, <https://stas.moe.go.kr>

14) 산업통상자원부, <http://www.motie.go.kr>

15) 산업통상자원부, <https://www.motie.go.kr/motie/in/st/industry/industryaid.jsp>

평가, 만족도, 직원증가수, 연구개발 투자액을 독립변수로 활용하였다.

박재민, 김선우(2009)는 중소기업의 기술인력 수급 불균형에 대한 결정요인 분석을 위하여, 종속변수로 필요한 기술인력 대비 부족 유무, 그리고 독립변수로 기업특성, 산업특성, 인력수요요인, 인력공급요인, 기술숙련요인, 내부인력관리 시스템으로 독립변수를 설정하여 기업유형별(고기술 도약형, 고기술 성숙형, 저기술기업)로 결정요인을 분석하였다.

최길수, 한상우(2010)는 지방정부 출자출연기관 경영평가지표의 개선방안에 관한 연구에서 대전광역시의 사례를 들어 평가항목이 지나치게 많아 평가자료집 준비에 업무가 과중되고, 평가위원의 자료검토를 위한 업무도 과중되는 문제점을 지적하였다.

김광두, 홍운선(2011)은 혁신활동이 기업경영성과에 미치는 영향 분석 연구에서 기업성과 측정 연구들이 통계와 분석방법의 차이로 인해 이론과 다르게 실증된 점을 시사하였다. 그는 경영성과를 측정하는 개념과 변수는 매우 다양하다고 하면서, March & Sutton(1997)은 이윤, 매출액, 시장점유율, 생산성, 부채비율, 주가 등을 언급했고, Ittner et al(1997)은 금융적 부분과 비금융적 부분을 구별하였다. 또한, 2000년대 이후 Koellinger(2008)은 이윤가능성과 성장의 관점에서 성과를 측정하였다. 그러나, 다양성에도 불구하고, 실제 실증분석에서는 자료 이용가능성에 의해 제한되고 있어, 대부분의 기업성과 측정은 성장성, 수익성으로 대별하고, 성장성 측정은 매출액, 고용지표로, 수익성은 매출액, 영업이익률을 지표를 사용하는 것이 보편적이라고 하였다.

이종민, 정선양(2011)의 연구에서는 기술개발 및 기술사업화 성공에 영향을 미치는 요인으로 지역적 특성, 업종, 연구소 보유유무 등을 독립변수로 활용하였다.

한편, 산업통상자원부와 한국산업기술진흥원(KIAT)¹⁶⁾이 2018년부터 시행하는 신뢰성기반활용지원사업(신뢰성은 하나의 제품을 고장없이 얼마나 오랫동안 사용할 수 있는가를 정량적으로 표현한 것으로 품질에 시간의 요소를 포함하는 개념)은 소재부품장비의 글로벌 경쟁력 확보를 위해 중소·중견기업을 대상으로 연구개발기관(서비스 지원기관) 인프라를 활용하여 신뢰성 및 소

16) 한국산업기술진흥원 홈페이지, www.kiat.or.kr

재 성능 향상을 지원하는 사업이다. 평가지표(정기형 기준)는 수행계획의 타당성(60점), 기대효과(40점)이고, 수행계획의 타당성은 대상품목과 신청내용의 적합성(15점), 사업목표 명확성(15점), 수행내용 타당성(20점), 신청사업비 적정성(10점)으로 구성하고, 기대효과는 경제적 기대효과(20점), 기술적 기대효과(20점)로 구분한다.

Ⅲ. 연구 설계 및 방법

3.1 연구모형

정부의 수출지원제도를 대상으로 기업특성, 역량 등과 관련된 제도의 인지도, 활용도 및 성과를 분석하는 연구는 많이 이루어져왔다. 수출바우처사업은 2017년 처음으로 바우처 개념을 무역에 도입하여 지원사업화한 것으로, 기존의 지원제도들이 공급자(지원기관) 주도적으로 운영하는 방식이었던 것과 달리 수요자(참여기업) 자율선택형 서비스로 운영하는 것이 기존의 지원제도와 차이점이라고 할 수 있다. 한편, 사업시행 5년 차에 들어섰으나 수출바우처사업에 대한 본격적인 연구는 부족한 실정이다.

본 연구에서는 수출바우처사업을 이용한 경험이 있는 기업을 대상으로 하는 실증분석을 통해 바우처 활용과 수출성과에 영향을 미치는 참여기업의 특성을 찾아보고, 현행 수출바우처사업의 선정기준은 바우처 활용과 성과에 영향을 미치는 특성들을 얼마나 반영하고 있고, 그 평가기준을 통해 적정기업을 선정하고 있는지 살펴보고자 하였다. 이러한 연구방향은 [표 3-1]의 논문의 차별성 요소인 주제와 방법, 결과(이종승, 2011; 송거영, 2015) 관점에서 의미가 있을 것으로 판단된다.

[표 3-1] 선행연구와의 차별성

구분	선행연구	본연구	차별성
연구주제	기업특성이 수출지원제도(금융, 마케팅사업 등)의 활용도, 성과에 미치는 영향에 대한 연구	기업특성이 수출바우처사업 활용과 성과에 미치는 영향	있음
연구대상	수출지원제도 이용기업	수출바우처사업 참여기업	있음
연구목적	기업특성이 활용도, 사업성과에 미치는 영향력 분석	기업특성이 활용도, 사업성과에 미치는 영향력 및 참여기업 선정 적정성 분석	있음
변수	기업가특성, 기업특성, 인지	기업가특성, 기업특성, 인	있음

	도, 활용도 등	지도, 활용도, 바우처제도 인지 등	
연구방법	설문조사, 회귀분석	설문조사, 구조방정식 모 형 분석, 다집단 분석 및 평균차이/분산분석	있음

본 연구에서 참여기업 특성으로 제시된 독립변수들은 현행 수출바우처 사업에서 선정기준으로 사용하고 있는 평가항목에서 추출하였다. 선정기준은 곧 사업성과를 제고하는 기준으로 간주할 수 있고, 선정기준에 부합하는 정도에 따라 기업의 특성이 특정지어진다고 할 수 있다. 따라서, 본 연구를 통해 주요 특성으로 검정이 되면 그 특성은 주요 선정기준으로 볼 수 있다. 또한, 선행연구 고찰을 통해서 수출지원제도의 인지도, 활용도, 성과측정에서 많이 사용되는 변수들 가운데, 현재 수출바우처사업의 평가기준으로는 사용하고 있지 않지만, 적용할 경우 보다 효과적일 수 있다고 판단되는 변수를 추가로 추출하였다. 이 변수들이 수출바우처사업 성과에 관여하는 요인이라고 검정이 되면 평가항목으로 반영될 수 있을 것이다.

현행 수출바우처사업에서의 선정기준은 정량/정성평가로 구분되며, 우대제도를 포함한다. 평가기준표는 [표 3-2]와 같다.

[표3-2] 평가기준표

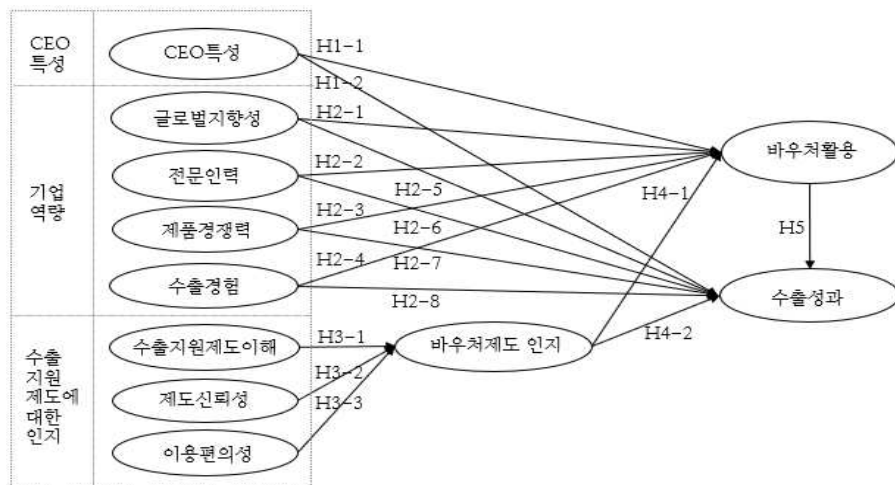
평가항목(배점)	평가지표
기업 건전성(5)	기업 신용도
글로벌지향성(15)	외국어 홈페이지/영문 또는 현지어 제품 카탈로그 보유, 해외인증 및 특허 보유 등
전문인력(5)	해외마케팅 담당자 유무
성장 가능성(5)	최근 3년간 수출액 증가율
제품/가격 경쟁력(25)	진출 희망지역 시장성(15) 디자인, 제품 우위성 및 차별성(10)
활동계획 충실도(15)	활동계획서 작성 충실도 평가
사업참가 목적 및 의지(30)	진정성(10), 구체성(10), 성장가능성(10)

*연구자 재작성

현행 평가항목과 선행연구에서 추출한 독립변수는 CEO특성(Miller, 1983; 정대용, 2007; 강성두, 2012; 광기영, 2013), 기업역량, 수출지원제도

에 대한 인지로 구분하였고, 기업역량의 하위개념은 글로벌지향성(정인식 외 2명, 2007; 조치현, 2009; 노은식, 2016; 전재일, 2016), 전문인력(오병석, 2011; 한학희, 2013; 정재은, 2015; 정복훈, 2020), 제품경쟁력(Drucker, 1985; 임채숙, 유종영 2005; 서창석, 황혜미, 2010; Rostami, 2015; 손인배, 허철무, 2017; 전인선, 2020), 수출경험(김정권, 2003; 윤강술, 2000; 정재승, 2007; 김영일, 2010; 전병영, 2015; 김인규, 2016; 서란, 2021)으로 세분화하였고, 수출지원제도 인지의 하위개념은 수출지원제도 이해(정재승, 2007; 김은영, 2011; 고태진, 2018; 김영애, 2018), 제도신뢰성(정복훈, 2020), 이용편의성(박영호, 2015; 정복훈, 2020)으로 세분화하였다.

한편, 수출바우처제도 인지는 단순히 제도를 이해한다는 의미 이상의 개념으로 사업성과를 높일 수 있도록 전략적으로 이용계획을 세워서 사용할 수 있다는 의미를 포함하는 것이다. 잘 설계한 계획은 활용을 높이고 성과를 높일 수 있기 때문에 수출바우처제도 인지(박광수 외 1명, 2009; 김재우 외 1명, 2019)가 바우처 활용과 수출성과에 미치는 영향을 알아보기 위해 매개변수로 설정하였다. 또한, 현행 KOTRA의 수출바우처사업 성과측정은 바우처 활용율과 수출성가로 하고 있으므로, 종속변수는 바우처 활용(원종현 외 2명, 2015; 정재은, 양희순, 2015)과 수출성과(김영일, 2008; 김미정, 2016; 정복훈, 2020)로 하였다. 이에 따라, 본 연구의 연구모형은 [그림 3-1]과 같이 정리하였다.



[그림 3-1] 연구모형

3.2 연구가설

본 연구의 연구모형에 포함된 잠재변수들 간의 인과관계를 살펴보기 위하여 선행연구를 기반으로 연구가설을 설정하였다. 연구가설에 대한 세부내용은 아래와 같이 서술하였다.

3.2.1 CEO특성과 바우처 활용, 수출성과와의 관계

Kedia and Chhokar(1986)가 미국 기계제조 중소기업과 식품가공 중소기업을 대상으로 한 연구에 따르면, 수출지원정책에 대한 중소기업 최고경영자의 인지도는 업종과 관계없이 매우 저조했지만, 수출지원정책의 활용도는 인지도에 비해 매우 높게 나타났다(김영일, 2010).

유래현(2016)은 경영자의 역량이 성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 경영자의 역량을 기술적 능력, 네트워크 능력, 마케팅 능력으로 구분하여 재무 성과에 미치는 영향을 분석하였다. 기술적 능력과 마케팅 능력은 성과에 영향을 미치는 유의적인 결과가 도출되었으나, 네트워크 능력은 성과에 유의적인 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

제영광(2019)의 우리나라 FTA 활용 지원제도가 중소기업의 수출성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 CEO의 FTA 인지에 따른 활용과 성과를 분석한 결과 FTA 전반에 대한 인지도 수준에 따라 인지가 낮으면 활용과 실적도 낮은 것으로 나타났다.

김윤식(2021)의 연구에서 기업규모는 매출액, 종업원수, 전자상거래 수출 담당직원 수로 측정하였고, 기업규모가 큰 기업은 수출지원제도 활용도도 높다고 하였으나, CEO의 전자상거래 중요성에 대한 인식과 향후 발전가능성에 대한 인식은 수출지원제도 활용에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

한편, 기업가 특성에 관한 연구는 대부분 기업가정신을 해외진출 유발의 선행요인으로 보고 있으며, 수출성과에 미치는 직접적인 영향 관계를 실증적으로 규명하는 연구는 부족한 실정이다(조연성, 박근호, 2010).

가설1) CEO특성은 바우처 활용과 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-1) CEO특성은 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-2) CEO특성은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2 기업역량과 바우처 활용, 수출성과와의 관계

조치현 외 1명(2014)은 태생적 글로벌 기업의 글로벌지향성이 성과에 미치는 영향 연구에서, 글로벌지향성이라는 조직문화는 마케팅 전략 및 해외시장 성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 전재일(2016)의 연구에서도 기술자원, 인적자원, 물리적자원, 네트워크자원, 글로벌 고객지향성, 기술지향성, 기회탐색 역량 모두 해외진출성과에 유의한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

김영일(2010)은 다양한 연구를 통해서 본 결과, 발전단계나 수출경험이 많은 기업일수록 수출지원정책에 대한 인지도가 높게 나타나고, 수출기업들의 본격적인 수출활동 이전에 투입하는 기업의 수출 관련 인력수준에 따라 수출지원정책의 활용효과는 다르게 나타날 수 있다(Wiedersheim-Paul et al, 1978; 김영일, 2010)고 하였다.

정복훈(2020)은 서비스 품질과 기업특성이 지원사업 활용 및 성과에 미치는 영향 연구를 통해 기업특성이 지원사업 활용과 성과에 영향을 미치는지를 분석하였다. 연구결과에 따르면, CEO의지, 무역 전문인력 보유, 사업의 편의성은 각각 사업의 활용도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 사업의 활용도는 사업의 성과에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다.

또한, 수출경쟁력(제품의 가격, 품질, 기술)은 현재 수출성과에서는 유의하지 않지만, 미래수출성과 예측치에서 유의한 정의 관계를 가지는 것으로 가지는 것으로 나타났는데, 이는 수출경쟁력의 실현도가 현재는 그리 크지 않으며, 경쟁력이 있을 경우 미래의 수출성과 전망에 영향을 미치는 것을 시사하는 것(김영일, 2010)이라고 하였다.

윤강술(2000)의 연구에서는 독립변수를 수출경험, 해외시장 정보력, 기술수준 등의 기업특성과 경영자 태도, 수출시장 특성으로 하여 분석한 결과는

기업의 수출경험이 풍부할수록 수출시장을 반영한 제품을 개발하고, 수출 수익성이 높아진다고 주장하였고, 정재승(2007)은 우리 나라 중소기업 수출지원 제도의 성과에 관한 실증연구에서 수출지원제도 활용도는 수출경험이 많을수록 높은 상관관계가 있다고 하였다.

수출경험이 부족한 중소수출기업들은 적극적인 수출활동을 시도할 것이고, 이 과정에서 시장기회를 얻기 위해서는 보다 적극적으로 정부의 수출지원정책을 활용해야 한다며, 적극적인 수출활동에 참여하는 초기 수출기업들에게는 수출지원정책들이 효과가 있다는 Moini(1998)의 연구와도 일맥상통한다고 하였다(김영일, 2010).

전병영(2015)은 무역금융지원제도 활용도가 수출성과에 미치는 영향 연구에서 수출경험이 많은 기업일수록 포괄금융의 비중이 높았고, 창업과 수출경험이 충분하면서 종업원 수나 매출액, 수출액이 다소 큰 기업이 활용도와 수출성과가 높다고 주장하였다.

김인규(2016)의 연구에서 수출의 경험적 특성과 사업활용도 변수 간에는 상관관계가 높게 나타났다. 마케팅 역량과 사업활용도 상관관계, 사업활용도와 수출성과의 상관관계도 대부분 높은 것으로 나타나 기업의 활용도가 높을수록 수출성과는 높아진다고 해석하였다. 또한, 기업의 기술혁신, 수출경험, 기업의 마케팅 역량, 수출지원제도의 활용이 높을수록 수출성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타난다고 하였다.

가설2) 기업역량은 바우처 활용과 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2-1) 글로벌지향성은 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2-2) 전문인력은 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2-3) 제품경쟁력은 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2-4) 수출경험은 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2-5) 글로벌지향성은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2-6) 전문인력은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2-7) 제품경쟁력은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2-8) 수출경험은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.3 수출지원제도 인지와 수출바우처제도 인지와의 관계

문희철 외 1명(2009)은 수출지원제도에 대한 인지도와 활용도가 경제적 성과 및 전략적 성과에 미치는 영향에 대한 인과관계 분석과 수출발전단계에 따른 수출지원제도의 인지도와 활용도를 분석하였고, 대부분의 수출지원제도 세부 분야에서 중소기업 수출지원제도에 대한 인지도가 높을수록 활용도가 높았고, 활용도가 높을수록 전략적 성과와 경제적 성과에 정(+)의 영향이 있음을 증명하였다.

박광서, 김인권, 안종석(2010)은 중소벤처기업부가 시행하고 있는 각종 수출지원제도에 참여경험이 있는 중소기업 1,000개사를 대상으로 하여 수출발전단계와 기업특성에 따른 수출지원제도의 인지도 및 활용도, 성과에 미치는 영향을 연구하였다. 그의 연구에서는 수출기업을 전통적 수출기업, 점진적 수출확대 추구기업, 적극적 해외시장 추구기업의 세 가지 군집으로 나누어 분석했는데, 적극적 해외시장 추구기업이 수출지원제도에 대한 관심도가 상대적으로 높았고, 수출지원제도의 활용성과에 있어서도 적극적 해외시장 추구기업이 정책적 효과가 가장 크다는 결과를 도출하였다.

김은영(2011)은 중소기업 수출지원제도와 수출성과에 관한 연구를 통해 수출지원제도에 대한 인지도와 활용도가 높을수록 수출성과에 긍정적인 영향을 미치지만, 기관별 수출지원프로그램에 대한 중복성이 중소기업의 인지도에 애로사항을 가중시키는 문제점을 지적하였다.

오병석(2011)은 중소기업 수출지원제도 인지 수준과 활용에 관한 연구에서 중소기업 117개를 대상으로 지원제도의 인지도와 활용도 차이를 분석하였다. 인지 수준과 활용 수준이 모두 높은 수출지원제도는 개별기업 수준의 국제 전시회 참가, 해외바이어 상담회 참가, 해외시장조사, 인터넷을 통한 해외 마케팅 지원, 일반 카탈로그의 제작, 자사의 인터넷 홈페이지 구축 등이었다.

윤상만(2019)은 소공인의 산업생산 특성과 소공인 CEO가 느끼는 정부지원 신뢰도가 정부지원 활용에 미치는 영향을 실증적 검증하였다. 정부지원 활용이 네트워크 활동에 미치는 영향과 소공인 네트워크 활동이 흡수역량에 미치는 영향을 보는 한편, 소공인 기업활동을 매개로 의사결정의 질(質)과 경영성과에 미치는

영향 관계와 소공인 기업의 흡수역량을 매개로 의사결정의 질(質)과 경영성과에 대한 영향 관계를 검증하였다. 연구결과, 소공인 기업이 느끼는 정부지원 신뢰도는 정부지원 활용 관계에서 경로계수는 유의한 것으로 나타났다.

가설3) 수출지원제도에 대한 인지는 수출바우처제도 인지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설3-1) 수출지원제도 이해는 수출바우처제도 인지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설3-2) 수출지원제도에 대한 신뢰성은 수출바우처제도 인지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설3-3) 수출지원제도의 이용편의성은 수출바우처제도 인지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.4 수출바우처제도 인지와 바우처 활용, 수출성과와의 관계

정재승(2007)의 연구에 따르면, 기업들의 해외마케팅 수출지원제도 가운데, 해외전시회 단체참가 지원제도의 인지도가 가장 높았고, 활용도는 무역정보 제공 지원제도가 가장 높았다. 따라서, 수출지원제도 인지도와 활용도가 수출성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

김영일(2008)의 연구에서는 수출지원정책 활용도가 현재의 수출성과와 미래 수출성과 예측에 정(+)의 상관성을 나타냈으며, 이것은 수출지원정책이 현재 수출성과 뿐만 아니라 미래의 수출성과에 더 영향을 미친다고 분석되었다.

김은영(2011)은 수출지원제도의 인지도, 활용도가 높을수록 수출성과에 영향을 미치고, 수출지원금 지원도 수출성과에 영향을 미친다고 하였다.

김인규 (2016)는 마케팅 역량과 사업 활용도의 상관관계와 사업 활용도와 수출성과의 상관관계도 대부분 높은 것으로 나타나 기업의 활용도가 높을수록 수출성과는 높아진다고 해석하였다. 기업의 기술혁신이 높을수록, 수출경험이 높을수록, 기업의 마케팅 역량이 높을수록, 수출지원제도의 활용이 높을수록 수출성과에 정(+)의 영향을 미침을 증명하였다.

고태진(2018) FTA 컨설팅 수혜기업의 수출성과에 관한 실증적 연구에서 정부지원 기업은 생산경험을 통해 기업의 기술수준이 향상되고, 이러한 학습 효과로 이루어진 기술은 자사는 물론 타기업들에게까지 영향을 미치며, 외부 경제효과로 발생할 수 있다고 하였다.

정복훈(2020)은 중소기업의 해외마케팅 지원사업 활용과 성과에 영향을 미치는 요인에 대한 연구에서 기업의 역량, 지원기관의 서비스 품질, 컨설턴트의 역량은 수출지원사업 활용에 긍정적인 영향을 미쳤고, 수출지원사업 활용은 중소기업의 기업성과에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다.

가설4) 수출바우처제도에 대한 인지는 바우처 활용과 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설4-1) 수출바우처제도 인지는 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설4-2) 수출바우처제도 인지는 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설5) 바우처 활용은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

상기의 연구가설을 정리한 내용은 [표 3-3]과 같다.

[표 3-3] 연구가설 요약

가설번호	연 구 가 설
H1	CEO특성은 바우처 활용과 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H1-1	CEO특성은 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H1-2	CEO특성은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H2	기업역량은 바우처 활용과 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H2-1	글로벌지향성은 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H2-2	전문인력은 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H2-3	제품경쟁력은 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H2-4	수출경험은 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-5	글로벌지향성은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H2-6	전문인력은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H2-7	제품경쟁력은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H2-8	수출경험은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H3	수출지원제도에 대한 인지는 수출바우처제도 인지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H3-1	수출지원제도 이해는 수출바우처제도 인지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H3-2	제도신뢰성은 수출바우처제도 인지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H3-3	이용편의성은 수출바우처제도 인지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H4	수출바우처제도 인지는 바우처 활용과 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H4-1	수출바우처제도 인지는 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H4-2	수출바우처제도 인지는 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H5	바우처 활용은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.3 조사설계

3.3.1 변수의 조작적 정의

본 연구의 독립변수는 CEO특성, 기업역량(글로벌지향성, 전문인력, 제품 경쟁력, 수출경험), 수출지원제도에 대한 인지 정도(수출지원제도 이해, 제도 신뢰성, 이용편의성)이고, 매개변수로 수출바우처제도 인지, 종속변수로 바우처 활용도와 수출성과를 각각 설정하였다.

본 연구를 위해 채택한 측정문항은 내용타당성 확보를 위해 선행연구로부터 사용되었으며, 그 타당성이 실증적으로 검증된 항목들을 선택하여 연구의 목적에 맞게 조작화하였다. 각 변수의 조작적 정의는 [표 3-4]와 같다.

[표 3-4] 변수의 조작적 정의

변수 구분	연구변수	조작적 정의	측정항목	관련 연구
독립 변수	CEO 특성	(혁신성) 새로운 아이디어, 신제품, 실험, 창조적 과정을 수행하면서 기존의 실행체계, 기술에서 벗어나려는 욕구나 경향	혁신적 사고 및 행동, 연구개발, 아이디어 수용, 마케팅 방법, 업무효율성 및 서비스 개선, 경영기법 도입 등	Schumpeter (1934), Miller(1983), 정대용(2007), Andreas Rauch et al. (2009) 광기영(2013)
		(진취성) 기업이 시장기회를 빠르게 포착하거나 시장에서 주도적 지위를 차지하려는 행위	변화에 능동적 대처, 새로운 기술도입, 신제품 개발, 서비스 개발, 신시장 창출, 진취적 업무 등	Leibenstein (1978), Miller(1983), Andreas Rauch et al. (2009) 강성두(2012), 광기영(2013)

		(위험감수성) 미지의 새로운 시 장에 모험적으로 진입하는 무모성을 의미하나, 위험에 도 불구하고 기회 를 포착하는 정신	위험감수한 환경 변화대응 전략수 립, 목적달성을 위한 도전적 활 동, 새로운 유망 시장 진입 노력, 모험적 프로젝트 실행, 고위험 고 수익 창출 사업, 성장을 위한 위 험감수 등	Miller(1983), 정대용(2007), Andreas Rauch et al. (2009) 곽기영(2013)
기업 역량	글로벌 지향성	기업구성원들이 글 로벌 가치를 창출 하도록 행동을 유 도하는 조직문화	성장의 원천 해 외시장, 글로벌마 인드 무장 해외 목표 달성을 위 한 자원개발, 상 대적인 해외마케 팅 집중, 해외고 객 가치 추구, 해 외고객 욕구 이 해에 집중 등	조치현(2009), 노은식(2016), 전재일(2016)
	전문인력	수출업무 경력이 많거나 역량, 전문 성을 가진 인력 보 유여부	업무에 필요한 역량 보유, 사회 적 소명감, 전담 인력보유 및 증 원, 해외마케팅 역량 강화 교육, 외무전문가 영입 등	오병석(2010), 한학희(2013), 정재은(2015), 정복훈(2020)
	제품 경쟁력	기술 또는 지식을 활용하여 고객의 니즈를 반영하는 신제품을 만들고,	對해외시장 사전 조사, 기술혁신 집중, 해외시장 경쟁력, 현지시장	윤강술(2000), 손인배 외1명 (2017), 전인선 외2명

			제품에 대해 경쟁 기업 대비 시장우 위를 점유	반응 및 평가, 해 외 충성고객, 해 외고객 만족도 등	(2020)
		수출경험	경험을 통해 구축 한 현지시장에 대 한 지식과 이해도	수출기간 장기성, 수출품목 및 지 역 다양성, 수출 액 증가 및 비중, 전담역량 등	Johanson & vahlne(1977), 윤강술(1996), 박영호(2015), 서란(2021)
	수출 지원 제도 에 대한 인지 정도	수출지원 제도이해	기업, 산업, 국가 적 관점에서 수출 을 증대시키기 위 한 공공정책으로 중소기업의 해외시 장개척을 위해 지 원하는 제도	KOTRA, 중소벤 처기업부, 중진 공, KITA, 대중 소협력재단, 창업 진흥원 시행 해 외마케팅지원 데 도에 대한 이해 등	정재승(2007), 김은영(2011), 정재은 외1 (2015), 고태진(2018), 김영애(2018)
		제도 신뢰성	사업에 대한 신뢰 성으로 고객인 중 소기업 담당자가 지원기관의 서비스 에 기대하는 바를 만족시킬 수 있을 것이라는 신뢰의 정도로, 공정한 선 정 및 지원 절차	수출지원제도 정 책 및 업무의 업 종별, 지역별, 기 업규모별 형평성, 활용여부, 이용여 부, 도움여부 등	정복훈(2020)
		이용 편의성	사업 참여의 편리 성과 지원 서비스 를 인식하고, 참여 하는데 있어서의 편의성으로 사업에 대한 적절한 홍보 및 안내, 지원절차 및 이용의 편리함,	홍보 및 공지 적 절성, 참가 및 선 정절차 간편성, 이용절차 편리성, 비용 적절성, 정 산 간편성, 문의 에 대한 안내 적 절성 등	박영호(2015), 정복훈(2020)

			담당자의 적절한 진행		
매개 변수	바우처 제도인지	서비스를 이용하는 기업에게 정부지원 기관이 일정금액에 해당하는 구매권을 주고 공급자는 이에 대한 서비스를 제공한 후에 사후 정산하는 서비스 체계	수출바우처사업 내용, 신청방법, 이용방법, 정산방법, 서비스 메뉴, 바우처간 차이점 등에 대한 인지 여부	박광수(2009), 김재우(2019)	
종속 변수	바우처 활용	수출지원사업에서 제공하는 서비스메뉴의 사용 신청과 활용하는 정도	바우처 서비스 메뉴 활용 정도	원종현 외2명 (2015), 정재은 외1명 (2015)	
	수출성과	사업참여 및 전후 기간에 달성한 수출금액, 수출증가율	수출액, 매출액, 수출증가율, 수출 비중, 대상국가, 해외영업인력 추세,	박영호(2015) JH Han (2019), AhmedKamal Alhelewa(2021)	

3.3.2 설문지 구성

본 연구를 위한 설문지는 선행연구를 통하여 11개의 변수와 인구통계 및 일반적 항목을 포함하는 99개 설문문항으로 구성하였다. 각 잠재변수별 6개 문항의 측정변수를 두었고, 설문의 척도는 5점 리커드 척도를 사용하였다. 독립변수는 CEO특성, 기업역량(글로벌지향성, 전문인력, 제품경쟁력, 수출경험), 수출지원제도에 대한 인지(수출지원제도 이해, 제도신뢰성, 이용편의성)을 설정하였고, 매개변수로 수출바우처제도 인지, 종속변수로 바우처 활용도와 수출성과를 설정하였다. 설문지 구성의 구체적인 내용은 [표 3-5]와 같다.

설문항목은 선행연구를 통해 구성하고, 수출지원기반활용사업(수출바우처 사업) 참여기업들의 이용편의를 위해 참여기업을 전담으로 지원하고 있는 운영기관의 담당자들에게 내용의 적정성과 표현의 명확성, 설문응답에 소요되는 시간 등을 확인한 뒤에 최종적으로 확정하였다.

[표 3-5] 설문지 구성

설문항목			문항수	척도
독립변수	CEO특성(혁신성, 진취성, 위험감수성)		18	5점 등간척도
	기업역량	글로벌지향성	6	5점 등간척도
		전문성 및 전문인력	6	5점 등간척도
		제품경쟁력	6	5점 등간척도
		수출경험	6	5점 등간척도
	수출지원 제도에 대한 인지	수출지원제도 이해	6	5점 등간척도
		제도신뢰성	6	5점 등간척도
		이용편의성	6	5점 등간척도
매개변수	바우처제도 인지		6	5점 등간척도
종속변수	바우처 활용도		12	5점 등간척도
	수출성과		6	5점 등간척도
인구통계학 및 일반적 특성		기업 현황	6	명목척도, 비율척도 단답형
		수출 현황	4	
		바우처사용 현황	3	
		인구통계학	2	
합계			99	

3.3.3 자료 수집 및 분석

3.3.3.1 표본선정 및 자료수집

본 연구는 수출지원기반활용사업(수출바우처사업) 참여기업의 특성이 바우처 활용과 수출성과에 영향을 미치는지를 알아보기 위한 것으로, 표본은 과거 또는 현재에 수출바우처사업을 이용한 경험이 있거나 이용 중에 있는 기업으

로 하였다. 수출바우처사업은 산업 등을 기준으로 하여 몇 종류의 세부사업으로 구분되는데, 이 가운데 소비재선도기업육성사업과 중견기업글로벌지원사업 참여기업인 1,300개사를 중점 대상으로 하였다.

자료수집은 수출지원기반활용사업 참여기업 내에서 편의표본추출법에 의해 이루어졌으며, 코로나19 등의 영향으로 인하여 방문조사가 불가하게 되어, 자료 배포와 수집은 이메일로 이루어졌다. 설문조사는 2021년 7월 1일부터 31일까지 진행되었고, 설문은 자기평가기업법으로 작성되었다. 설문은 207부를 회수되었으나, 결측치가 있거나 동일한 번호로 일관하는 등의 불성실한 답변을 한 56부를 제외하고, 151부를 연구에 사용하였다.

3.3.3.2 자료분석

수집된 자료의 실증분석을 하기 위하여 통계 패키지는 SPSS 22.0과 AMOS 22.0을 사용하였다. 우선, SPSS 22.0을 이용하여 응답자의 인구통계학적 및 일반적 특성 조사를 위한 빈도분석을 하였고, 데이터 검토를 위하여 기술통계 분석을 실시하였다. 설문문항은 대부분 선행연구를 통해서 구성하였으나, 수출바우처사업과 관련된 문항은 직접 구성하였으므로, 변수들의 타당성과 신뢰성을 확인하기 위하여 SPSS 22.0을 이용하여 탐색적 요인분석을 실시하였고, 신뢰도를 확인하였다. 다음으로, AMOS 22.0을 이용하여 측정모형의 적합도를 확인하고, 변수들의 집중타당성과 판별타당성을 검정하였다. 마지막으로, 구조방정식 모델로 구조모형의 적합도를 확인하고 변인간 경로계수를 확인함으로써, 연구가설을 검정하였다. 추가 분석으로는 간접효과를 검정하였고, 검정된 가설에 대한 참여집단의 평균차이 검정을 위한 다집단 분석을 실시하였으며, 참여기업의 특성에 따라 발생할 수 있는 각 요인(변수)에 대한 집단간 차이를 검정하기 위하여 SPSS 22.0을 이용하여 t-test와 ANOVA를 실시하였다. 자료분석 절차와 내용에 대한 자세한 내용은 아래와 같다.

첫째, 표본의 연령, 성별, 기업특성, 사업특성 등 인구통계학적 및 일반적 특성의 빈도수, 구성비율을 알아보기 위하여 SPSS 22.0을 이용하여 빈도 분석(분석-

기술통계-빈도)을 실시하였다.

둘째, 데이터 검토를 통한 측정항목들의 평균, 표준편차, 정규분포 등을 확인하기 위하여 SPSS 22.0을 이용하여 기술통계 분석(분석-기술통계-기술통계)을 실시하였다.

셋째, 동일한 개념을 측정하는 변수들이 동일 요인으로 분류되는지를 확인하기 위하여 SPSS 22.0을 이용한 탐색적 요인분석(분석-차원축소-요인분석)을 실시하였다. 이때, 요인적재치가 0.4 이하로 낮은 항목들은 제거하였다.

넷째, 각 요인들에 대한 설문항목들의 일관성 있는 설명력 정도를 확인하기 위해 신뢰도 분석(분석-척도-신뢰성 분석)을 하였다. 신뢰도는 Cronbach's coefficient alphas(Cronbach's α 계수)를 이용하였다.

다섯째, 수집한 데이터의 편향성 여부를 확인하기 위하여 Herman의 단일요인 검정(Single-Factor Test)방식과 상관계수를 이용하여 동일방법편의를 검정하였다.

여섯째, 측정모형을 평가하기 위하여 AMOS를 활용, 확인적 요인분석을 실시하였고, 이를 통해 측정모형의 적합도를 검정하였다. 또한, 잠재변수의 요인적재량(Factor Loading)과 유의성(Critical Ratio), AVE(평균분산추출, Average Variance Extracted), C.R.(개념신뢰도, Construct Reliability) 확인을 통하여 집중타당성과 판별타당성 분석을 실시하였다.

일곱째, AMOS를 활용한 구조방정식 모델(Structural Equation Modeling, SEM) 방식으로 구조모형의 모델 적합도를 검정하고, 연구모형에서 제시한 잠재변수들간의 인과관계 검정을 위한 경로계수를 확인하고, 연구가설을 검정하였다.

여덟째, 매개변수의 간접효과를 검정하기 위하여 Bootstrap 방법을 활용하여

간접효과 분석을 실시하였다.

아홉째, AMOS를 활용하여 검정한 연구가설의 결과에 대해, 잠재변수별 집단 간 차이분석을 위한 다집단 분석을 실시하였다.

열번째, 참여기업의 집단간 차이가 있는지를 확인하기 위하여 차이분석 (t-test, ANOVA)을 실시하였다.

IV. 연구결과

4.1 표본의 특성 및 기술통계 분석

4.1.1 표본의 특성

본 연구를 위한 설문에 참여한 응답자들의 일반적 특성을 파악하기 위하여 SPSS 22.0을 이용하여 빈도분석을 시행하였다. 응답자의 인구통계학적 및 일반적인 특성은 [표 4-1]과 같이 나타났다.

응답자의 성별 분포를 살펴보면 남성은 70.2%(106개사)이고, 여성은 29.8%(45개사)로 남성 응답자가 많았다. 연령대는 30대가 37.7%(57개사)로 가장 많았고, 40대 33.1%(50개사), 50대 17.9%(27개사), 20대 7.3%(11개사), 60대 이상 4.0%(6개사)로, 수출바우처사업은 30대와 40대가 주로 담당하고 있는 것으로 나타났다. 직위별로는 부장 이상이 39.7%(60개사)가 참여하였는데, 이 가운데 CEO가 직접 응답한 경우도 16.7%(10개사)로 CEO가 직접 수출바우처사업을 담당하고 있는 기업의 비중도 높은 것을 볼 수 있다. 다음으로 과장급 27.8%(42개사), 주임과 대리급 18.5%(28개사), 차장급 6.6%(10개사), 사원 7.3%(11개사) 순으로 참여하였다. 기업규모별로는 중소기업 51.0%(77개사), 소상공인 30.5%(46개사), 중견기업 18.5%(28개사) 순으로 참여하였고, 소상공인 가운데 1인 기업도 2.0%(3개사) 포함되었다. 기업 소재지별로는 서울이 33.8%(51개사)로 가장 많았고, 경기도가 28.5%(43개사), 부산을 비롯한 이외의 지역에서 37.7%(57개사)가 참여하였다. 업태별로는 제조업이 84.1%(127개사)로 매우 높은 비중을 차지하였고, 도·소매업을 포함한 무역업이 12.6%(19개사), 서비스업이 3.3%(5개사)를 각각 차지하였다. 업종별로 살펴보면, 5대 소비재로 분류되는 식품, 화장품, 패션류, 생활용품 및 의약품 기업이 51.7%(78개사)를 차지하였고, 기계 및 장비류 기업과 전기, 전자 및 통신장비 기업이 각각 13.2%(20개사)씩 참여하였으며, 화학제품 기업이 8.6%(13개사), 철강 및 금속기업류 기업이 4.0%(6개사), 기타 9.3%(14개)

사) 순으로 참여하였다. 회사를 설립한 이후 7년 이상이 된 기업이 72.8%(110개사) 참여하였는데, 이 가운데 10년 이상 20년이 된 기업이 25.5%(28개사), 21년 이상 30년이 된 기업이 19.1%(21개사), 31년 이상 40년이 된 기업이 5.5%(6개사), 41년 이상 50년이 된 기업이 6.4%(7개사), 51년 이상이 된 기업이 4.5%(5개사) 참여하여 업력이 오래된 기업의 수출바우처사업 참여율이 높은 것을 볼 수 있다. 한편, 설립한 지 7년 미만인 기업도 37.2%(41개사) 참여하였다. 수출경력 기준으로, 7년 이상이 된 기업 54.3%(82개사), 5년에서 7년 미만인 기업이 11.9%(18개사), 5년 미만인 기업이 33.8%(51개사) 순으로 참여하였다. 수출액은 2018년부터 2020년까지 3개년 평균 수출액 기준으로 1억불 이상인 기업이 5.3%(8개사)이고, 1,000불 이상~1억불 미만인 기업이 24.5%(37개사), 100불이상~1,000만불 미만인 기업이 20.5%(31개사), 10만불 이상~100만불 미만 기업이 18.5%(28개사), 1만불 이상~10만불 미만 기업이 15.9%(24개사)이고, 1만불 미만인 기업이 15.3%(23개사)이다. 바우처 종류별로는 소비재선도기업육성사업 참여기업이 58.3%(88개사), 중견기업글로벌지원사업 참여기업이 41.7%(63개사) 각각 참여하였다. 바우처 규모는 참여하는 서비스 종류에 따라 달라지며, 중견기업글로벌 지원은 1억원에서 2억원까지, 소비재 선도기업은 2000만원에서 5500만원까지 조성되는데, 이를 기준으로 하여 100% 모두 활용하였다고 응답한 기업은 37.7%(57개사), 85~99% 이하 활용한 기업은 40.4%(61개사), 71~85% 미만 활용기업은 6.6%(10개사), 51~70% 이하 활용기업은 4.7%(7개사)이고, 50% 이하 활용기업도 10.6%(16개사)를 차지하였다.

[표 4-1] 표본의 인구통계학적 및 일반적 특성

[N=151]

구분			빈도 (개사)	비율 (%)	누적비율 (%)
응답자 특성	성별	남성	106	70.2	70.2
		여성	45	29.8	100.0
	연령	20대	11	7.3	7.3
		30대	57	37.7	45.0
		40대	50	33.1	78.1

기업 특성	직위	50대	27	17.9	96.0
		60대 이상	6	4.0	100.0
		사원	11	7.3	7.3
		주임/대리	28	18.5	25.8
		과장	42	27.8	53.6
		차장	10	6.6	60.3
		부장 이상	60	39.7	100.0
	기업 규모	소상공인	46	30.5	30.5
		중소기업	77	51.0	81.5
		중견기업	28	18.5	100.0
	CEO 성별	남성	128	84.8	84.8
		여성	23	15.2	100.0
	종업원 수	1인 기업	3	2.0	2.0
		10명 이하	43	28.5	30.5
		11~290명 이하	77	51.0	81.5
		300명 이상	28	18.5	100.0
	소재지	서울	51	33.8	33.8
		부산	13	8.6	42.4
		대구	8	5.3	47.7
		인천	7	4.6	52.3
		광주	1	0.7	53.0
		대전	3	2.0	55.0
		울산	1	0.7	55.7
		경기도	43	28.5	84.2
		기타	24	15.8	100.0
	업태	제조업	127	84.1	84.1
		서비스업	5	3.3	87.4
		도,소매업	19	12.6	100.0
	업종	농수산물/가공식품	15	9.9	9.9
		화학 및 고무, 플라스틱 제품	13	8.6	18.5
		화장품, 뷰티	30	19.9	38.4
		의약품	6	4.0	42.4
		섬유 및 의복	4	2.6	45.0
		패션	5	3.3	48.3
		기계 및 장비류	20	13.2	61.5
		전기, 전자 및 통신장비	20	13.2	74.7
		철강 및 금속제품	6	4.0	78.7
		생활용품	12	8.0	86.7
		유아용품	6	4.0	90.7
		기타	14	9.3	100.0
	설립	5년 미만	19	12.6	12.6

	연도	5~7년 미만	22	14.6	27.2
		7년 이상	110	72.8	100.0
	수출 경력	5년 미만	51	33.8	33.8
		5~7년 미만	18	11.9	45.7
		7년 이상	82	54.3	100.0
	수출액 (18~20년 평균)	1만불 미만	23	15.3	15.3
		1만불 이상~10만불 미만	24	15.9	31.2
		10만불 이상~100만불 미만	28	18.5	49.7
		100만불 이상~1000만불 미만	31	20.5	70.2
		1000만불 이상~1억불 미만	37	24.5	94.7
		1억불 이상	8	5.3	100.0
참여 사업 특성	바우처 종류	소비재 선도기업	88	58.3	58.3
		중견기업 글로벌 지원	63	41.7	100.0
	바우처 활용	50% 이하	16	10.6	10.6
		51~70% 이하	7	4.7	15.3
		71~85% 미만	10	6.6	21.9
		85~99% 이하	61	40.4	62.3
		100%	57	37.7	100.0

4.1.2 기술통계 분석

표본에 사용된 측정항목에 대한 분포와 정규성을 확인하기 위하여 SPSS 22.0을 이용하여 기술통계 분석을 실시하였고, 결과는 [표 4-2]와 같다.

설문문항은 5점 리커트 척도로 측정하였고, 표준편차는 바우처 이해1의 .648에서 바우처 활용4의 1.343으로 모두 ± 3 이내에 들어와 이상치는 없는 것으로 확인되었다. 또한, 표본의 정규성을 확인하기 위하여 왜도와 첨도를 측정한 결과 왜도의 경우 제도신뢰성2의 -.002에서 바우처활용6의 -1.890까지, 첨도의 경우 진취성3과 수출성과4의 .009에서 바우처활용6의 1.956까지 모두 절대값 3 이내에 들어와 있다. 따라서, 일반적으로 정규성을 확인할 수 있는 기준인 왜도와 첨도의 한계값은 각각 3.0과 10.0보다 커서는 안된다(Kline, 2005, 60p.; Ursavaş, Ö. F. 2013)는 기준을 충족하였으므로, 정규분포를 하는 것으로 확인되었다.

[표 4-2] 기술통계량

[N=151]

요인		측정항목	N	평균	표준편차	왜도	첨도
독립 변수	CEO 특성	CEO특성1	151	3.99	.804	-.300	-.665
		CEO특성2	151	3.97	.879	-.485	-.523
		CEO특성3	151	4.00	.909	-.755	.391
		CEO특성4	151	3.81	.971	-.490	-.310
		CEO특성5	151	3.79	.942	-.435	-.227
		CEO특성6	151	3.72	.988	-.383	-.491
		CEO특성7	151	3.91	.774	-.462	.497
		CEO특성8	151	3.93	.849	-.455	-.374
		CEO특성9	151	3.96	.901	-.642	-.009
		CEO특성10	151	3.91	.803	-.378	-.285
		CEO특성11	151	3.99	.766	-.519	.128
		CEO특성12	151	3.98	.883	-.727	.533
		CEO특성13	151	3.56	.956	-.182	-.487
		CEO특성14	151	3.77	.983	-.586	-.254
		CEO특성15	151	3.54	.992	-.516	-.077
		CEO특성16	151	3.40	1.008	-.169	-.847
		CEO특성17	151	2.99	.970	.013	-.069
		CEO특성18	151	3.54	.900	-.388	-.181
	글로벌 지향성	글로벌지향성1	151	4.00	1.007	-.835	.318
		글로벌지향성2	151	3.62	.979	-.460	-.087
		글로벌지향성3	151	3.63	.997	-.465	-.182
		글로벌지향성4	151	3.15	.900	.027	.093
		글로벌지향성5	151	3.83	.885	-.882	1.038
		글로벌지향성6	151	3.54	.922	-.309	-.071
	전문 인력	전문인력1	151	3.69	.741	-.424	.066
		전문인력2	151	3.54	.870	-.627	.634
		전문인력3	151	3.75	.993	-.690	.143
		전문인력4	151	3.56	1.074	-.525	-.262
		전문인력5	151	3.31	.974	-.135	-.289
		전문인력6	151	3.32	1.035	-.561	.070
	제품 경쟁력	제품경쟁력1	151	3.54	.885	-.579	.477
		제품경쟁력2	151	3.54	.789	-.144	.052
		제품경쟁력3	151	3.79	.803	-.316	.123
		제품경쟁력4	151	3.86	.684	-.325	.254
		제품경쟁력5	151	3.73	.824	-.616	.726
		제품경쟁력6	151	3.87	.736	-.395	.691
	수출 경험	수출경험1	151	3.72	1.029	-.595	-.190
		수출경험2	151	3.30	1.082	-.139	-.543

		수출경험3	151	3.50	1.095	-.347	-.609
		수출경험4	151	3.67	.907	-.488	.234
		수출경험5	151	3.57	.898	-.491	.420
		수출경험6	151	3.59	.904	-.408	.625
	수출 지원 제도 이해	제도이해1	151	4.13	.705	-.298	-.546
		제도이해2	151	3.79	.876	-.234	-.393
		제도이해3	151	3.59	.961	-.144	-.324
		제도이해4	151	3.90	.839	-.497	.129
		제도이해5	151	3.01	1.227	.106	-.908
		제도이해6	151	2.86	1.077	.443	-.349
	제도 신뢰성	제도신뢰성1	151	3.87	.777	-.468	.514
		제도신뢰성2	151	3.87	.727	-.002	-.643
		제도신뢰성3	151	3.83	.787	-.197	-.450
		제도신뢰성4	151	4.04	.799	-.390	-.545
		제도신뢰성5	151	4.09	.795	-.733	.757
		제도신뢰성6	151	4.23	.743	-.699	.104
	이용 편의성	이용편의성1	151	3.99	.848	-.506	-.363
		이용편의성2	151	3.79	.942	-.338	-.560
		이용편의성3	151	3.89	.884	-.659	.171
		이용편의성4	151	3.72	.994	-.488	-.256
		이용편의성5	151	3.79	.984	-.456	-.410
		이용편의성6	151	4.21	.805	-.871	.747
매개 변수	수출바 우처 제도 인지	바우처인지1	151	4.36	.648	-.673	.156
		바우처인지2	151	4.37	.669	-.732	.043
		바우처인지3	151	4.35	.655	-.513	-.687
		바우처인지4	151	4.17	.795	-.871	1.002
		바우처인지5	151	4.11	.818	-.717	.474
		바우처인지6	151	3.45	1.056	-.229	-.586
종속 변수	바우처 활용	바우처활용1	151	2.80	1.035	-.116	-.636
		바우처활용2	151	3.59	1.056	-.496	-.202
		바우처활용3	151	3.77	1.212	-.855	-.149
		바우처활용4	151	2.94	1.343	.009	-1.110
		바우처활용5	151	2.10	.864	.505	-.119
		바우처활용6	151	4.53	.992	-1.890	1.956
	수출 성과	수출성과1	151	3.80	.857	-.701	.676
		수출성과2	151	3.74	.828	-.626	.723
		수출성과3	151	3.65	.850	-.378	.239
		수출성과4	151	3.63	.884	-.370	.009
		수출성과5	151	3.61	.902	-.692	.556
		수출성과6	151	3.29	1.068	-.440	-.460

4.2 타당도 및 신뢰도 분석

4.2.1 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석

같은 개념을 측정하는 변수가 동일한 요인으로 묶이는지를 확인하는 것을 요인분석이라고 하고, 요인분석을 통해서 변수의 타당성을 검증한다(송지준, 2021). 요인분석은 상관관계가 높은 변수들끼리 묶어줌으로써 내용을 단순화시키고, 요인적재치는 변수들의 중요도를 나타내는 것으로 낮을수록 중요도가 낮다는 것을 의미하므로, 요인적재치가 0.4이하일 때는 해당 변수를 제거하는 것이 좋다(송지준, 2021).

척도의 신뢰성(reliability)은 한 대상을 유사한 측정도구로 여러 번 측정하거나 한 가지 측정도구로 반복 측정했을 때 일관성 있는 결과를 산출하는 정도를 말하며, 일관성 있는 결과가 산출될수록 척도의 신뢰성은 높다(이학식, 임지훈, 2017). 척도의 신뢰성을 평가하는 방법에는 내적일관성, 반복측정 신뢰성, 대안항목 신뢰성 등이 있는데, 일반적으로 가장 많이 쓰이는 내적일관성에 의한 척도의 평가방법은 Cronbach's coefficient alphas(Cronbach's α 계수)를 이용하는 것이다(이학식, 임지훈, 2017). Cronbach's α 계수는 0에서 1 사이의 값을 가지며, 높을수록 바람직하지만, 몇 점 이상이어야 한다는 기준은 없고 0.8 이상이면 바람직하고 0.7 이상이면 수용할 만하다고 할 수 있으며(이학식, 임지훈, 2017), 일반적으로 사회과학 분야에서는 0.7 이상이면 신뢰도가 있다고 본다(송지준, 2021).

본 연구를 위한 변수의 타당성과 신뢰성을 검정하기 위하여 SPSS 22.0을 이용하여 분석을 실시하였다. 우선, 타당도를 검증하기 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였다. 각 요인의 요인적재치는 변수와 요인간의 상관관계 정도를 나타내므로, 각 변수들은 요인적재치가 가장 높은 요인에 속하게 되며, 고유값(eigen value)은 특정요인에 적재된 모든 변수의 적재량을 제공하여 합한 값으로 표준화된 분산(standard variance)을 말한다(송지준, 2021). 고유값은 한 요인의 설명력을 나타내고, 고유값을 기준으로 할 때는 1 이상을 갖는 요인의 수 만큼 추출하는데, 고유값이 크다는 것은 그 요인이 변수들의 분산을

잘 설명한다는 것을 의미한다(이학식, 임지훈, 2017). 요인을 추출하기 위해 사용하는 대표적인 두 가지 방법에는 고유값을 기준으로 하는 것과 요인의 수를 사전에 지정하는 것이 있다(송지준, 2021). 일반적으로, 고유값은 1.0 이상, 요인적재치는 0.40 이상이면 유의한 변수로 간주한다(송지준, 2021).

따라서, 본 연구에서는 이 기준에 따라 고유값 1.0 이상, 요인적재치 0.4 이상을 기준으로 하여 요인을 추출하였다. 측정변수는 구성요인을 추출하기 위하여 주성분 분석(principle component analysis)을 사용하였고, 요인적재치의 단순화를 위하여 직교회전방식(varimax)을 통한 척도 순화과정을 통하여 일부 항목을 제거하였다. 본 연구의 잠재변수는 11개이고, 각 변수별 6개씩의 측정변수를 가지고 있다. 이 중, CEO특성은 3가지의 성향을 포함하고 있고 성향별 6개의 항목으로 총 18개 측정변수를 가지며, 바우처 활용은 12개의 항목을 유형별로 묶은 평균치를 활용하여 6개 측정변수로 축소하여 분석하였다. 요인을 분석하는 과정에서 요인적재치 0.4 미만이거나, 분류가 중복되는 측정변수들은 요인적재치에 따라 선별하여 일부 제거하였다. CEO특성, 바우처인지, 수출지원제도이해, 글로벌지향성, 수출경험, 전문인력, 제품경쟁력, 바우처 활용에서 각각 변수를 제거하여 총 78개의 측정변수 가운데 18개의 측정변수가 제거되었다.

KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)는 변수들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되는 정도를 나타내는 값으로, 이 값이 적으면 요인분석을 위한 변수들의 선정이 좋지못함을 나타내는 것인데, 일반적으로, KMO 값이 0.90 이상이면 상당히 좋은 것이고, 0.80~0.89는 꽤 좋은 편, 0.70~0.79는 적당한 편이라 할 수 있다(송지준, 2021). Battlett의 구형성 검정은 요인분석 모형의 적합성 여부를 나타내는 것으로, 결과는 유의확률로 판단한다. 한편, 귀무가설은 상관관계행렬이 단위행렬로, 귀무가설이 기각되어야 요인분석 모델을 사용할 수 있다(송지준, 2021). 본 연구에서는 KMO 값이 0.842로 좋은 편에 속하고, 유의확률(p)이 0.000으로 귀무가설을 기각하였기 때문에 요인분석의 사용이 적합하여 공통요인이 존재한다고 결론을 내릴 수 있다. 또한, 요인들의 고유값이 1.0 이상일 때 유효한데, 각 요인들은 고유값 9.199에서 1.847을 가지므로 이 조건을 충족하였으며, 이에 따른 최종 누적분산값은 71.732%이다.

최종적인 요인분석의 결과는 [표 4-3]과 같다.

[표 4-3] 탐색적 요인분석

요인	요인적재치											신뢰도 (Crs α)
	CEO 특성	수출 성과	바우처 인지	이용 편의성	제도 신뢰성	제도 이해	글로벌 지향성	수출 경험	전문 인력	제품 경쟁력	바우처 활용	
CEO특성8	.797											.945
CEO특성1	.793											
CEO특성9	.786											
CEO특성6	.773											
CEO특성3	.771											
CEO특성12	.765											
CEO특성2	.754											
CEO특성14	.752											
CEO특성10	.743											
CEO특성5	.737											
CEO특성4	.728											
CEO특성7	.687											
CEO특성11	.687											
수출성과3		.898										.921
수출성과1		.890										
수출성과4		.831										
수출성과2		.797										
수출성과5		.759										
수출성과6		.678										
바우처인지2			.880									.939
바우처인지3			.866									
바우처인지1			.866									
바우처인지4			.803									
바우처인지5			.718									
이용편의성5				.814								.897
이용편의성3				.811								
이용편의성2				.778								
이용편의성1				.721								
이용편의성4				.682								
이용편의성6				.632								
제도신뢰성1					.841							.911
제도신뢰성2					.821							
제도신뢰성3					.819							
제도신뢰성4					.650							
제도신뢰성5					.603							
제도신뢰성6					.491							
제도이해5						.850						.905
제도이해6						.804						
제도이해3						.792						
제도이해4						.742						
제도이해2						.719						

글로벌지향성1							.819					
글로벌지향성2							.724					
글로벌지향성3							.675					.864
글로벌지향성4							.643					
글로벌지향성5							.573					
수출경험1								.854				
수출경험2								.809				.844
수출경험3								.805				
전문인력3									.764			
전문인력1									.613			
전문인력5									.591			.812
전문인력4									.478			
전문인력6									.445			
제품경쟁력4										.674		
제품경쟁력3										.563		.821
제품경쟁력6										.552		
바우처활용5											.770	
바우처활용1											.667	.634
바우처활용2											.615	
Eigen Value	9.199	5.042	5.011	4.194	3.839	3.746	3.390	2.405	2.370	1.996	1.847	
분산설명 (%)	15.331	8.403	8.352	6.990	6.398	6.243	5.651	4.009	3.950	3.327	3.079	
분산누적 (%)	15.331	23.734	32.086	39.076	45.474	51.717	57.368	61.376	65.326	68.653	71.732	
KMO=.842, Bartlett $\chi^2=7541.948$, $df=1770$, $p=.000$												

다음으로, 동일한 개념을 나타내는 측정항목인지 여부를 확인하기 위하여 각각의 잠재변수들에 대한 신뢰도를 측정하였다. 각 변수들의 Cronbach's α 값은 각각 CEO특성 0.945, 수출성과 0.921, 수출바우처제도 인지 0.939, 이용편의성 0.897, 제도신뢰성 0.911, 수출지원제도 이해 0.905, 글로벌지향성 0.864, 수출경험 0.844, 전문인력 0.812, 제품경쟁력 0.821, 바우처 활용 0.634로 나타났다. 수출성과와 글로벌지향성은 항목제거시 Cronbach's α 값이 상승하지만, 제거하지 않았다. 분류된 요인들에 대한 최종적인 신뢰도 분석 결과는 [표 4-4]와 같다.

[표 4-4] 신뢰도 분석

항목	항목 삭제 시 Cronbach's α	Cronbach's α	항목의 N
----	--------------------------------	---------------------	-------

CEO특성1	.940	0.945	13
CEO특성2	.941		
CEO특성3	.941		
CEO특성4	.941		
CEO특성5	.942		
CEO특성6	.940		
CEO특성7	.942		
CEO특성8	.940		
CEO특성9	.941		
CEO특성10	.941		
CEO특성11	.942		
CEO특성12	.940		
CEO특성14	.942		
수출성과1	.895	0.921	6
수출성과2	.915		
수출성과3	.892		
수출성과4	.898		
수출성과5	.913		
수출성과6	.927		
바우처인지1	.920	0.939	5
바우처인지2	.918		
바우처인지3	.928		
바우처인지4	.925		
바우처인지5	.937		
이용편의성1	.878	0.897	6
이용편의성2	.865		
이용편의성3	.869		
이용편의성4	.886		
이용편의성5	.874		
이용편의성6	.897		
제도신뢰성1	.889	0.911	6
제도신뢰성2	.891		
제도신뢰성3	.896		
제도신뢰성4	.890		
제도신뢰성5	.894		
제도신뢰성6	.908		
제도이해2	.887	0.905	5
제도이해3	.866		
제도이해4	.891		
제도이해5	.884		
제도이해6	.888		

글로벌지향성1	.845	0.864	5
글로벌지향성2	.812		
글로벌지향성3	.808		
글로벌지향성4	.865		
글로벌지향성5	.840		
수출경험1	.813	0.844	3
수출경험2	.794		
수출경험3	.738		
전문인력1	.810	0.812	5
전문인력3	.798		
전문인력4	.755		
전문인력5	.743		
전문인력6	.760		
제품경쟁력3	.768	0.821	3
제품경쟁력4	.680		
제품경쟁력6	.810		
바우처활용1	.458	0.634	3
바우처활용2	.640		
바우처활용5	.504		

4.2.2 동일방법편의(Common Method Bias) 검정

본 연구를 위하여 수집된 데이터가 편향성(Bias)이 없어야 최종적으로 타당성과 신뢰성을 확보하였다고 할 수 있으므로, 변수의 동일방법편의를 검정하였다. 동일방법편의(Common Method Bias)는 조사하고 분석해가는 과정에서 의 방법으로 인해 체계적으로 발생하는 오류를 말한다(박원우, 2007). 동일방법편의가 발생하는 원인으로 응답자와 측정방법을 들 수 있는데, 응답자에 의한 편의는 동일한 응답자에게서 독립변수와 종속변수를 모두 측정할 때 발생할 수 있다(박원우, 2007). 또한, 측정방법에 의한 편의는 변수간의 인위적 상관관계가 생성되면서 발생할 수 있는데, 문항의 형식이 측정결과에 영향을 미칠 수 있다는 사실을 제시하였다(Cronbach 1946, 1950; 박원우 2007). 동일방법편의의 발생은 불가피한 측면이 있을 수 있으나, 연구설계, 자료수집 및 통계분석 단계에서 보정하면서 최소화 할 수 있다.

본 연구에서는 동일방법편의 검정을 하기 위하여 Harman의 단일요인 검

정(Single-Factor Test)과 상관관계 계수를 활용하였다. 먼저, Harman의 단일 요인 검정은 탐색적 요인분석에서 회전하기 전의 해법(unrotated solution) 내에 하나의 지배요인(one dominant factor)이 존재하는지를 평가(Podsakoff et al. 1986; Podsakoff et al. 2003; 임명성 2013)하는 기법으로, 첫 번째 요인의 설명력이 총 설명력의 절반 이상을 차지하지 않는다면 동일방법편의로 인한 왜곡현상이 크지 않다고 볼 수 있다는 것이다. 본 연구의 요인을 분석한 결과 [표 4-5]와 같이 고유값(eigen value) 1 이상인 11개의 요인이 추출되었고, 가장 많은 설명력을 가진 요인의 총분산은 25.84%를 나타내어 동일방법 편의가 있다고 판단하기 어렵다.

[표 4-5] 전체 변수의 요인분석에서 설명된 총분산

구성 요소	초기 고유값			추출 제곱합 로딩		
	총계	분산의 %	누적률(%)	총계	분산의 %	누적률(%)
1	15.503	25.838	25.838	15.503	25.838	25.838
2	7.580	12.633	38.471			
3	4.505	7.508	45.980			
4	3.104	5.173	51.153			
5	2.456	4.093	55.245			
6	2.141	3.569	58.814			
7	2.081	3.469	62.283			
8	1.743	2.904	65.187			
9	1.482	2.470	67.657			
10	1.464	2.441	70.097			
11	1.159	1.932	72.030			

또한, 일반적으로 잠재변수간의 상관관계가 0.9 이상으로 높은 경우 동일 방법편의 문제가 존재할 수 있다(Bagozzi et al., 1991; Pavlou et al., 2007; 박원우, 2007; 임명성, 2013)고 보는데, 분석결과는 [표 4-6]과 같이 가장 높은 상관관계값이 글로벌지향성과 전문인력보유 간 0.602를 제외한 대부분의 상관관계수는 0.04에서 0.5 이내의 값을 보이고 있으므로, 다중공선성의 문제가 있다고 판단하기 어렵다.

[표 4-6] 잠재변수간 상관관계

	CEO 특성	글로벌 지향성	전문 인력	제품경 쟁력	수출 경험	제도 이해	제도신 뢰성	이용편 의성	바우처 인지	바우처 활용	수출 성과
CEO 특성	1.000										
글로벌 지향성	.507**	1.000									
전문 인력	.535**	.602**	1.000								
제품 경쟁력	.499**	.561**	.506**	1.000							
수출 경험	.170*	.237**	.249**	.284**	1.000						
제도 이해	.220**	.171*	.216**	.076	.042	1.000					
제도 신뢰성	.264**	.250**	.184*	.132	.193*	.375**	1.000				
이용 편의성	.297**	.170*	.266**	.086	.055	.319**	.589**	1.000			
바우처 인지	.111	.069	.149	.085	.120	.511**	.516**	.443**	1.000		
바우처 활용	.282**	.184*	.275**	.178*	.040	.363**	.327**	.298**	.320**	1.000	
수출 성과	.265**	.333**	.406**	.417**	.438**	.229**	.296**	.239**	.270**	.161*	1.000

. *p<.05 **p<.01

4.3 측정모형의 평가

4.3.1 집중타당성 분석

본 연구에서는 상정한 연구모형을 검증하기 위해 AMOS 22.0을 활용하여, 최대우도방식을 통한 확인적 요인분석을 실시하였다. 이를 통하여 측정모형의 집중타당성과 판별타당성을 검증하였고, 측정모형과 구조방정식 모델의 적합도 지수를 각각 확인하였다.

집중타당성은 수렴타당성이라고도 하며, 잠재변수를 측정하는 관측변수들의 일치성 정도를 나타낸다. 집중타당성을 검증하는 방법은 잠재변수와 관측변수 간의 요인부하량(factor loading)과 유의성(C.R.: Critical Ratio)을 측정하는 것이 대표적인데, 측정항목들이 구성개념을 일관성 있게 잘 측정하였다면 항목들 간의 높은 상관이 있는 것이고, 이 경우 집중타당성이 있다고 할 수 있다(우종필, 2017). 다음으로 AVE(평균분산추출: Average Variance Extracted)와 개념신뢰도(C.R.: Construct Reliability)를 확인하는 방법이 있다. 요인부하량은 표준화된 요인부하량((Standardized Factor Loading)이 최소 .5 이상이어야 하고, .95 이하면 좋다고 할 수 있으며(Bagozzi & Yi, 1998), .7 이상이면 바람직하다(Fornell & Larcker, 1981). 유의성은 $C.R. > \pm 1.965$, $p < .05$ 을 충족해야 하고, AVE 값은 .5 이상이고, 개념신뢰도는 .7 이상이면 집중타당성이 있는 것으로 간주한다(우종필, 2017).

모델적합도는 연구모형을 채택하느냐 기각하느냐를 결정하는 기준이 되기 때문에 가설의 유의성 검증 만큼이나 중요한 부분이다. 모델적합도는 실제 조사자가 수집한 표본 데이터로부터 얻은 공분산 행렬(S)과 조사자가 이론적 배경을 바탕으로 개발한 연구모델로부터 추정된 공분산 행렬(Σ)의 차이($S - \Sigma$)를 의미하므로, 이 차이가 작다면 높은 모델적합도를 보이게 되고, 크다면 낮은 모델적합도를 보이게 된다(우종필, 2017; 한충근, 2018). 모델적합도는 크게 절대적합지수, 증분적합지수, 간명적합지수로 분류되는데, 절대적합지수(absolute fit index)는 조사자가 수집한 데이터의 공분산 행렬과 이론을 바탕으로 한 연구모델의 공분산 행렬이 얼마나 적합한지를 보여주기 때문에 다른

모델과 비교하지 않는 것이 특징이며, χ^2 (CMIN), Q값(CMIN/DF), RMR, GFI, AGFI, RMSEA 등이 있다(우종필, 2017; 한충근, 2018). 증분적합지수(incremental fit index, 또는 comparative fit index)는 연구모델이 영모델(null model)보다 얼마나 잘 측정되었는지를 나타내는 지수로 NFI, RFI, IFI, TLI, CFI 등이 있으며, 간명적합지수(parsimonious fit index)는 모델의 복잡성을 고려한 상태에서 경쟁모델(comptting models) 중 최고의 모델에 대한 정보를 제공하는데, 모델 간 비교를 하기 때문에 하나의 모델을 측정할 때보다는 두 개 이상의 모델 중 어느 모델이 더 적합한지를 비교할 때 유용하며 PGFI, PNFI, PCFI, AIC 등이 있다(우종필, 2017; 한충근, 2018).

주요 모델적합도 지표와 판단기준은 [표 4-7]과 같다.

[표 4-7] 주요 모델적합도 지표와 판단기준

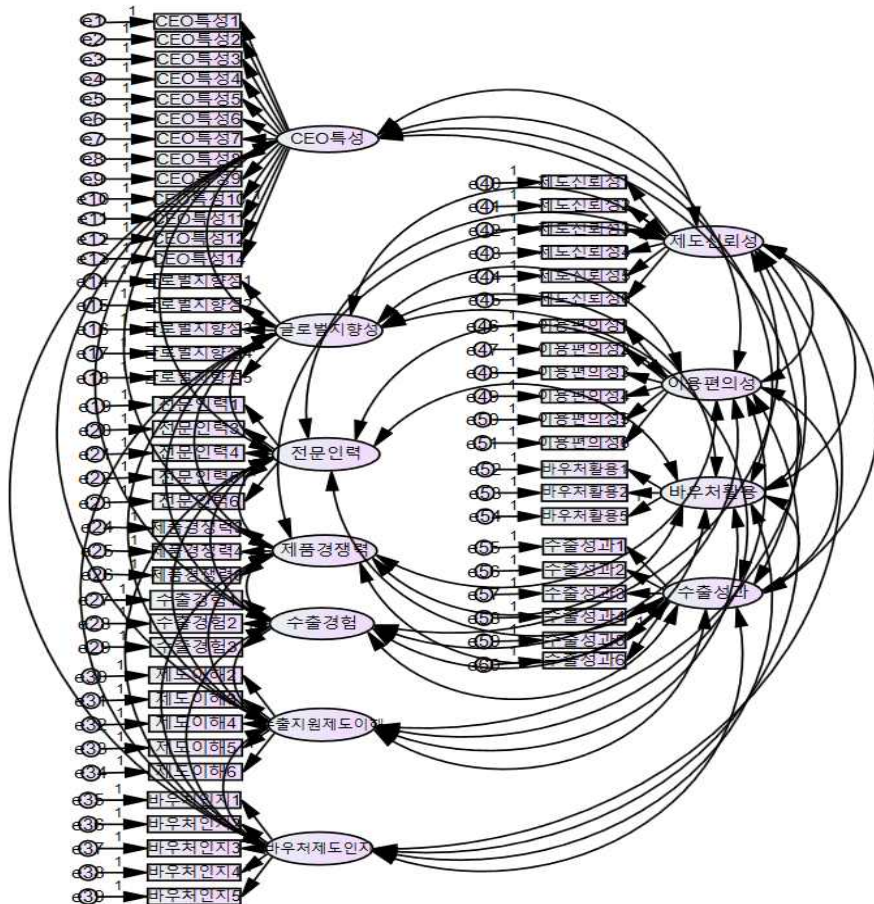
적합도 종류			판단기준
절대 적합 지수	χ^2	CMIN, Chi-square	$p \geq 0.05$
	CMIN/DF	Q값, χ^2/df	2 이하 양호 3 이하 수용
	RMR(RMSR)	Root Mean-Squared Residual	0.05 이하
	GFI	Goodness of Fit Index	0.9 이상
	AGFI	Adjusted Goodness of Fit Index	0.9 이상 우수 0.85 이상 양호 0.8 이상 적합
	RMSEA	Root Mean Square Error of Approximation	0.05 이하 우수 0.08 이하 양호 0.1 이하 보통
증분 적합 지수	NFI	Normed Fit Index	0.9 이상
	TLI	Tucker-Lewis Index	0.9 이상
	CFI	Comparative Fit Index	0.9 이상
간명 적합 지수	PGFI	Parsimonious GFI	낮을수록 양호
	PNFI	Parsimonious NFI	낮을수록 양호
	AIC	Akaike Information Criteria	낮을수록 양호

*우종필(2017) 구조방정식모델 개념과 이해

*송지준(2021) SPSS/AMOS 통계분석방법

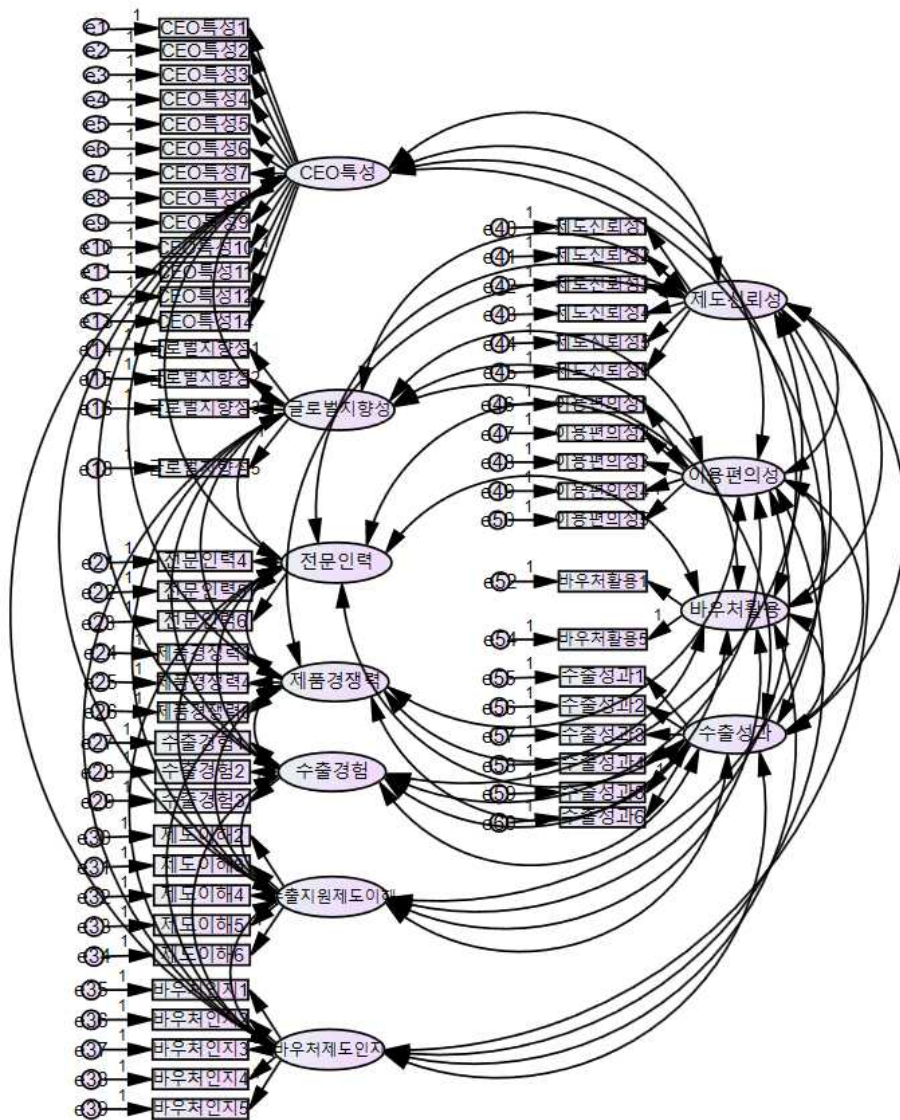
*신건권(2016) AMOS23 통계분석 따라하기

[그림 4-1]과 같이 최초 측정모형의 집중타당성을 분석한 결과, 관측변수들의 요인부하량(λ)은 .458 ~ .951로 나타나 기준($0.7 \leq \lambda \leq 0.95$)을 충족시키지 못하였고, 유의성(C.R.값)은 ± 1.965 이상($p < .05$)을 충족하였다. 모델적합도는 $\chi^2=2966.753$, $df=1655$, $p=.000$, $CMIN/DF=1.793$, $RMR=.058$, $GFI=.627$, $AGFI=.587$, $RMSEA=.073$ 으로 나타나 RMR, GFI, AGFI 지수는 판단기준을 충족하지 못하였다. 이에, 적합도를 높이기 위하여 요인부하량 0.7 미만의 측정항목인 바우처활용2(.458), 전문인력1(.480), 전문인력3(.486), 글로벌지향성4(.592), 이용편의성6(.595)을 각각 제거하였다. 바우처활용2는 변수의 중요성을 감안하여 제거하지 않으려고 노력하였으나, 후속 분석과정인 구조방정식 모형의 적합도에도 지속적인 영향을 미치게 되어 제거하였다.



[그림 4-1] 측정모형 분석(최초)

기준을 충족하지 못하는 측정항목들을 제거한 이후, 집중타당성을 재분석한 결과, 관측변수들의 요인부하량(λ)은 .673 ~ .951로 나타나 기준($0.7 \leq \lambda \geq 0.95$)을 충족하였고(바우처활용5 .575, 제도신뢰성6 .631 제외), 유의성(C.R.값)도 ± 1.965 이상($p < .05$)을 충족하였다. 최종 측정모형은 [그림 4-2]와 같다.



[그림 4-2] 측정모형 분석(최종)

모델적합도는 $\chi^2=2500.362$, $df=1375$, $p=.000$, $CMIN/DF=1.818$, $RMR=.057$, $GFI=.643$, $AGFI=.601$, $CFI=.830$, $TLI=.816$, $RMSEA=.074$ 로 나타났다. 요인부하량이 낮은 측정항목을 제거하기 전과 제거한 후의 측정모형 적합도는 [표 4-8]과 같다.

[표 4-8] 측정모형 적합도 평가결과 비교(최초 및 수정 후)

적합도 지수	χ^2	df	p	CMIN /DF	RMR	GFI	AGFI	CFI	TLI	RMSEA	LO90	HI90
최초	2966.753	1655	.000	1.793	.058	.627	.587	.812	.799	.073	.068	.077
수정후	2500.362	1375	.000	1.818	.057	.643	.601	.830	.816	.074	.069	.078
판단 기준	-	-	$\geq .05$	< 3.0	$< .05$	$> .9$	$> .8$	$> .9$	$> .9$	$< .08$	HI-LO=.009	

교차분석과는 반대로, 구조방정식 모델에서는 카이제곱(χ^2)의 값이 크다는 것은 모델이 데이터와 적합하지 않다는 것을 의미하고, p-값이 .05보다 크다면 두 공분산행렬 간에 차이가 없는 것이기 때문에 귀무가설을 기각할 수 없으나(우종필, 2017), 본 연구의 $\chi^2=2500.362(df=1375, p=.000)$ 으로 p-값이 .05보다 작으므로 모델이 적합하다는 귀무가설을 기각한다. 그러나, 표본의 크기에 따라 적합한 모델이라도 적합하지 않게 나타날 수 있고, 적합하지 않은 모델도 적합하게 나타날 수 있기 때문에 표본의 크기에 적절한 경우에만 올바른 χ^2 값을 구할 수 있는 한계를 가지고 있다(우종필, 2017). 또한, 관측변수들이 다변량 정규분포를 하지 않은 상태에서 일반적으로 사용하는 추정법인 ML법(최대우도법, Maximum Likelihood)이나, GLS법(최소자승법, Generalized Least Squares)을 사용했을 경우, χ^2 의 값이 크게 나타나고, p-값이 작아지는 특징들 때문에, 요즘 들어, 구조방정식 모델에서 χ^2 통계량이 차지하는 비중은 크지 않으며, χ^2 통계량만을 절대적으로 신뢰하는 것도 적절하지 않다고 볼 수 있다(우종필, 2017; 한충근, 2018).

다음으로, Normed χ^2 (CMIN/DF)는 1.818로, 2 이하의 기준을 충족하여 양호한 것으로 나타났고, $GFI=.643$, $AGFI=.601$ 은 기준치에 부합되지 못하였다. 한편, 송지준(2021)은 GFI 와 $AGFI$ 는 표본특성에서 기인하는 비일관성

(inconsistencies)에 의해 영향을 받을 수 있기 때문에 표본특성으로부터 자유로운 CFI 지수 사용을 권고하고 있고, 홍세희(2000)는 모형을 제대로 평가하기 위해서는 적합도 지수는 표본크기에 민감하게 영향을 받지 않아야(Bentler, 1990; Gerbing & Anderson, 1993; 홍세희, 2000)하고, 자료에 잘 부합되면 서, 동시에 간명한 모델을 선호해야(Bollen & Long, 1993; Gerbing & Anderson, 1993; 홍세희, 2000)하는 두 가지 조건을 충족해야 한다(한충근, 2018, 144p)고 하였다. 모든 적합도 지수는 데이터에 잘 부합되는 모형을 선호하지만, 많은 지수들이 모형을 평가할 때 모형의 간명성을 고려하지 않아, 이러한 지수를 사용하면 과도하게 모형을 복잡하게 만들어도 모형이 데이터를 충분히 설명하므로 적합도가 좋게 나온다(홍세희, 2000; 한충근 2018). 따라서, 모형의 간명성은 고려하지 않지만, 표본크기에 영향을 받지 않고, 모형 오류를 측정할 수 있는 CFI 지수와 표본크기에 영향을 받지 않고, 모형오류와 모형의 간명성을 고려하는 NNFI (또는 TLI) 지수와 RMSEA 중 한 가지를 함께 고려하여야 한다(홍세희, 2000; 한충근, 2018).

결론적으로 볼 때, $\chi^2=2500.362(df=1.818, p=.000)$ 로 $p \geq 0.05$ 를 충족하지 못하여 모델이 데이터에 적합하다는 연구가설은 기각되었으나, $CMIN/DF=1.818$ 로 2 이하의 기준을 충족하였다. 또한, 홍세희(2000) 연구에서 제시한 증분적합지수는 $CFI=.830$, $TLI=.816$ 으로 양호한 편이며, $RMSEA=.074$ 로 0.08 이하의 기준을 충족하였다. 따라서, 측정모형의 적합도는 수용가능한 수준이라고 평가할 수 있다. 또한, 잠재변수들의 AVE(평균분산추출, Average Variance Extracted)는 .553 ~ .858로 0.5 이상의 기준값을 충족하였고, 개념신뢰도(C.R., Construct Reliability)는 .705 ~ .968로 기준값 0.7 이상을 충족하고 있어 집중타당성이 있는 것으로 나타났다. 최종적인 측정모형의 집중타당성에 대한 평가 결과는 [표 4-9]와 같다.

[표 4-9] 측정모형의 집중타당성 평가

경로	비표준화 요인 부하량	표준 오차	t(C.R.)	P	표준화 요인 부하량	AVE	CR
CEO특성1 <---	.888	.094	9.482	***	.781	.635	.958
CEO특성2 <---	.952	.102	9.296	***	.766		

CEO특성3	<---	CEO 특성	.968	.106	9.129	***	.753		
CEO특성4	<---		1.053	.113	9.311	***	.767		
CEO특성5	<---		.953	.110	8.660	***	.715		
CEO특성6	<---		1.123	.115	9.771	***	.804		
CEO특성7	<---		.801	.090	8.867	***	.732		
CEO특성8	<---		.938	.099	9.484	***	.781		
CEO특성9	<---		.977	.105	9.308	***	.767		
CEO특성10	<---		.872	.094	9.321	***	.768		
CEO특성11	<---		.782	.089	8.750	***	.722		
CEO특성12	<---		.968	.103	9.410	***	.775		
CEO특성14	<---		1				.719		
글로벌지향성1	<---	글로벌 지향성	1.027	.126	8.128	***	.673	.640	.875
글로벌지향성2	<---		1.221	.121	10.088	***	.823		
글로벌지향성3	<---		1.353	.124	10.903	***	.895		
글로벌지향성5	<---		1				.746		
제도이해2	<---	수출지원 제도이해	.967	.096	10.029	***	.847	.656	.905
제도이해3	<---		1.159	.107	10.879	***	.926		
제도이해4	<---		.907	.092	9.832	***	.830		
제도이해5	<---		1.221	.135	9.051	***	.764		
제도이해6	<---		1				.713		
전문인력4	<---	전문 인력	1.031	.098	10.537	***	.813	.627	.834
전문인력5	<---		.876	.089	9.797	***	.761		
전문인력6	<---		1				.818		
제품경쟁력3	<---	제품 경쟁력	1.164	.130	8.955	***	.789	.748	.899
제품경쟁력4	<---		1.044	.112	9.290	***	.832		
제품경쟁력6	<---		1				.739		
바우처활용1	<---	바우처 활용	1.730	.395	4.380	***	.831	.553	.705
바우처활용5	<---		1				.575		
수출경험1	<---	수출경험	.708	.076	9.354	***	.707	.617	.826
수출경험2	<---		.778	.079	9.843	***	.739		
수출경험3	<---		1				.938		
바우처인지1	<---	바우처 제도인지	.923	.065	14.187	***	.934	.858	.968
바우처인지2	<---		.963	.067	14.381	***	.943		
바우처인지3	<---		.870	.068	12.753	***	.871		
바우처인지4	<---		1.007	.085	11.895	***	.830		
바우처인지5	<---		1				.802		
제도신뢰성1	<---	제도 신뢰성	1.472	.167	8.806	***	.889	.738	.943
제도신뢰성2	<---		1.375	.156	8.793	***	.887		
제도신뢰성3	<---		1.439	.167	8.597	***	.858		
제도신뢰성4	<---		1.258	.163	7.692	***	.739		
제도신뢰성5	<---		1.194	.161	7.419	***	.705		
제도신뢰성6	<---		1				.631		
이용편의성1	<---	이용 편의성	.784	.079	9.957	***	.738	.677	.912
이용편의성2	<---		1.028	.082	12.494	***	.872		
이용편의성3	<---		.975	.077	12.682	***	.881		
이용편의성4	<---		.872	.094	9.303	***	.700		
이용편의성5	<---		1				.812		
수출성과1	<---	수출	1.086	.108	10.053	***	.912	.716	.937

수출성과2	<---	성과	.866	.102	8.506	***	.752
수출성과3	<---		1.124	.108	10.391	***	.951
수출성과4	<---		1.107	.111	9.950	***	.901
수출성과5	<---		.921	.111	8.331	***	.735
수출성과6	<---		1				.673

적합도 $\chi^2=2500.362(df=1375, p=0.000)$, CMIN/DF=1.818,
CFI=.830, TLI=.816, RMSEA=.074

4.3.2 판별타당성 분석

판별타당성은 서로 다른 잠재변수 간의 차이를 나타내는 정도를 말하며, 잠재변수간 낮은 상관을 보인다면 판별타당성이 있는 것이고, 높은 상관(잠재변수간 높은 상관은 두 잠재변수를 구성하고 있는 관측변수들끼리의 높은 상관에 의해서 발생)을 보인다면 두 구성개념 간의 차별성이 떨어지는 것을 의미하므로 판별타당성이 없는 것이다(우종필, 2017).

AMOS를 활용한 확인적 요인분석에서 집중타당성과 판별타당성을 검증하는 것은 AMOS가 결과값을 제공해주는 것이 아니라, 조사자가 직접 계산을 통해서 산출을 해야하는 것이다. 집중타당성과 마찬가지로 판별타당성을 검증하는 방법에도 세 가지가 있는데, 첫 번째, 잠재변수의 AVE(평균분산추출)가 잠재변수간 상관계수의 제곱(ϕ^2)보다 크면 판별타당성이 있는 것으로 간주한다. 다음으로, 상관계수의 신뢰구간($\phi \pm 2 \times S.E(\text{standard error})$)이 1을 포함하지 않는다면 판별타당성이 있는 것이다. 마지막으로, 두 구성개념 간 자유로운 상관을 갖는 비제약(또는 자유)모델과 두 구성개념 간 공분산을 1로 고정시킨 제약모델 간의 χ^2 차이 분석을 실시한 후, 두 모델간 χ^2 차이($\Delta \chi^2$)가 3.84 이상이면 판별타당성이 있는 것으로 간주한다(우종필, 2017; 한충근, 2018).

본 연구에서는 첫 번째 방법($AVE > \phi^2$)을 적용하여, 판별타당성을 검증하였다. 모든 쌍의 상관계수가 각 구성개념의 AVE 제곱근 값보다 낮아 판별타당성을 확보하였다고 평가하며, 판별타당성 검증 결과는 [표 4-10]과 같다.

[표 4-10] 판별타당성 평가

	CEO 특성	글로벌 지향성	수출지원 제도이해	전문인력	제품 경쟁력	바우처 활용	수출경험	바우처 제도인지	제도 신뢰성	이용 편의성	수출 성과
CEO특성	.797										
글로벌 지향성	.585*** (.055)	.800									
수출지원 제도이해	.228* (.050)	.166 (.047)	.810								
전문인력	.656*** (.073)	.711*** (.071)	.220* (.062)	.792							
제품 경쟁력	.554*** (.045)	.630*** (.045)	.075 (.039)	.533*** (.054)	.865						
바우처 활용	.444** (.048)	.235* (.037)	.387** (.049)	.389** (.055)	.189 (.030)	.744					
수출경험	.182* (.065)	.367*** (.067)	.116 (.071)	.254** (.084)	.356*** (.057)	.019 (.051)	.785				
바우처 제도인지	.110 (.040)	.107 (.038)	.580*** (.057)	.160 (.051)	.075 (.033)	.246* (.036)	.151 (.060)	.926			
제도 신뢰성	.259** (.032)	.260** (.030)	.391*** (.038)	.191* (.038)	.121 (.024)	.313* (.028)	.222* (.045)	.453*** (.033)	.859		
이용 편의성	.313** (.054)	.138 (.048)	.379*** (.061)	.301** (.066)	.085 (.041)	.354** (.049)	.043 (.073)	.447*** (.053)	.569*** (.045)	.823	
수출성과	.266** (.048)	.342*** (.048)	.244** (.051)	.390*** (.063)	.446*** (.043)	.141 (.036)	.513*** (.079)	.277** (.044)	.244* (.032)	.240* (.053)	.846

*p<.05 **p<.01 ***p<.001.

대각선 값은 AVE의 제곱근 값이고 비대각선 값은 상관계수 값을 나타냄.

()안의 수치는 공분산의 표준오차 값임.

4.4 구조모형의 평가

4.4.1 구조모형의 적합도 및 연구가설 검정

본 연구는 구조모형의 적합도를 분석하고, 연구가설을 검정하기 위해 AMOS 22.0을 이용하여 구조방정식 모델 분석을 실시하였다. 구조모형의 최초 적합도는 [표 4-11]에서 보는 바와 같다.

적합도가 낮은 경우 높은 모델적합도를 도출하기 위해 수정을 시도한다. 측정모형의 경우, 요인부하량이 낮은 변수를 제거하는 과정을 통해 적합도를 조정하고, 구조방정식 모형에서는 구성개념(잠재변수)간 경로를 추가하거나 제거하는 방법이 있는데, AMOS에서는 수정지수(Modification Indices: M.I.)를 나타내는 변수 간에 공분산을 설정해줌으로써 조정할 수 있다(우종필, 2017). 본 연구에서도 M.I.(수정지수)를 이용하여 높은 수정지수를 보이는 측정오차 e14와 e15간, e33와 e34간, e55와 e56간에 각각 공분산을 설정하여 적합도를 조정하였고, 결과는 $\chi^2=2392.167$, $df=1383$, $p=.000$, $CMIN/DF=1.730$, $RMR=.058$, $GFI=.652$, $AGFI=.613$, $CFI=.847$, $TLI=.836$, $RMSEA=.070$ 으로 나타났다.

구조모형의 최종 모델적합도는 [표 4-11]과 같다.

[표 4-11] 구조모형 적합도 평가결과 비교(최초 및 수정 후)

적합도 지수	χ^2	df	p	CMIN /DF	RMR	GFI	AGFI	CFI	TLI	RMSEA	LO90	HI90
최초	2514.371	1386	.000	1.814	.059	.642	.602	.829	.817	.074	.069	.078
수정후	2392.167	1383	.000	1.730	.058	.652	.613	.847	.836	.070	.065	.074
판단 기준	-	-	$\geq .05$	< 3.0	$< .05$	$> .9$	$> .8$	$> .9$	$> .9$	$< .08$	HI-LO=.009	

본 연구의 구조모형의 $\chi^2=2392.167(df=1383, p=.000)$ 으로 p-값이 .05보다 작으므로 모델이 적합하다는 연구가설은 기각되지만, χ^2 는 표본의 크기에 따라 적합도가 다르게 나타날 수 있기 때문에 표본의 크기가 적절한 경우에

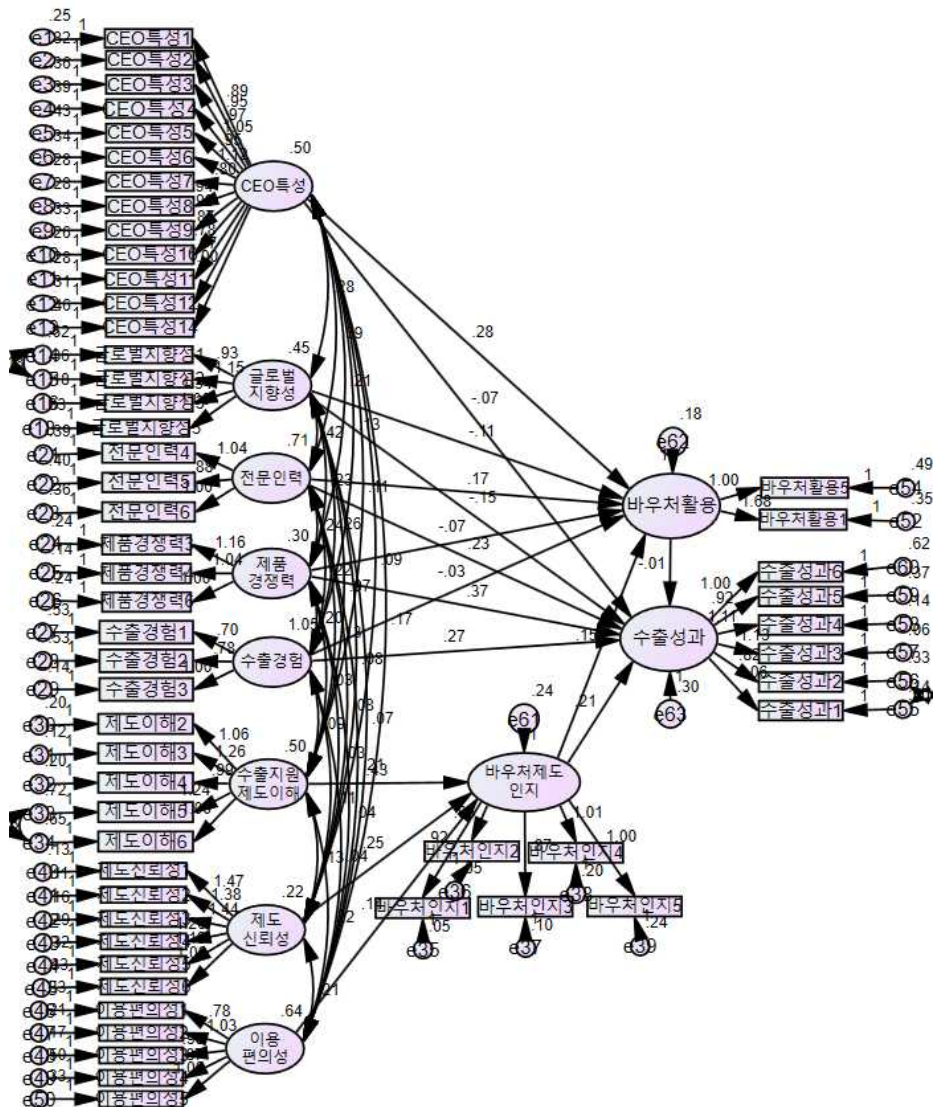
만 올바른 χ^2 값을 구할 수 있다는 한계를 가지고 있다(우종필, 2017). 또한, ML법(최대우도법, Maximum Likelihood)이나, GLS법(최소자승법, Generalized Least Squares)을 사용했을 경우, χ^2 의 값이 크게 나타나고, p-값이 작아지는 특징들 때문에, 최근 들어, 구조방정식 모델에서 χ^2 통계량이 차지하는 비중은 줄어들고 있으며, χ^2 통계량만을 절대적으로 신뢰하는 것도 적절하지 않다고 볼 수 있다(우종필, 2017; 한충근, 2018).

다음으로, Normed χ^2 (CMIN/DF)는 1.730으로, 2 이하의 기준을 충족하여 양호한 것으로 나타났다. 그러나, 절대적합지수인 RMR은 0.058, GFI=.653, AGFI=.613으로 기준치에 부합되지 못하였다. 이에 대해, 송지준(2021)은 GFI와 AGFI는 표본특성에서 기인하는 비일관성(inconsistencies)에 의해 영향을 받을 수 있기 때문에 표본특성으로부터 자유로운 CFI 지수를 사용할 것을 권고하고 있고, 홍세희(2000)는 모형을 제대로 평가하기 위해서는 적합도 지수는 표본크기에 민감하게 영향을 받지 않아야 하고, 자료에 잘 부합되면서, 동시에 간명한 모델을 선호해야 하는 두 가지 조건을 충족해야 한다(홍세희, 2000; 한충근, 2018)고 하였다. 따라서, 모든 적합도 지수는 데이터에 잘 부합되는 모형을 선호하지만, 많은 지수들이 모형을 평가할 때 모형의 간명성을 고려하지 않아, 이러한 지수를 사용하면 과도하게 모형을 복잡하게 만들어도 모형이 데이터를 충분히 설명하므로 적합도가 좋게 나오기 때문에(홍세희, 2000; 한충근 2018), 모형의 간명성은 고려하지 않지만, 표본크기에 영향을 받지 않고, 모형오류를 측정할 수 있는 CFI 지수와 표본크기에 영향을 받지 않고, 모형오류와 모형의 간명성을 고려하는 NNFI (또는 TLI) 지수와 RMSEA 중 한 가지를 함께 고려하여야 한다(홍세희, 2000; 한충근, 2018).

결론적으로 볼 때, $\chi^2=2392.167(df=1383, p=.000)$ 으로 $p \geq 0.05$ 를 충족하지는 못하였다. 그러나, 다른 지수들을 살펴보면, CMIN/DF=1.730으로 2 이하의 기준을 충족하고, 홍세희(2000) 연구에서 제시한 증분적합지수는 CFI=.847, TLI=.836으로 양호한 편이며, RMSEA=.070으로 0.08 이하의 기준을 충족하였다. 또한, RMSEA의 신뢰구간 LO 90=.065, HI 90=.074로 간격(0.009)이 넓지 않아 RMSEA 지수값을 신뢰할 수 있다고 판단되고, 구조

방정식 모델에서 모두 만족스러운 적합도 지수를 얻기 어렵다(Gefen et al., 2000; 한충근, 2018)는 점을 고려해 볼 때, 구조모형의 모델 적합도는 전체 적으로 수용가능한 수준이라고 평가할 수 있다.

이에 따른 구조모형 분석결과는 [그림 4-3]과 같다.



[그림 4-3] 구조모형 분석결과

가설검정에는 양측검정(two-tailed test)과 단측검정(one-tailed test)이 있다. 양측검정은 귀무가설을 기각하고 연구가설을 채택하는 범위가 양쪽에 존재하는 경우로, 비방향성 가설처럼 자동차의 브랜드 이미지는 고객만족에 영향을 미칠 것이라고 한다면 브랜드 이미지가 고객만족에 정(+)이나 부(-)로 영향을 미칠 수 있기 때문에 양측검정이 적합하다. 그러나, 방향성 가설처럼 자동차의 브랜드 이미지는 고객만족에 정(+)의 방향으로 영향을 미칠 것이라고 한다면 귀무가설을 기각하고 연구가설을 채택하는 범위가 한 쪽에만 존재하기 때문에 단측검정이 더 적합하다고 할 수 있다. 그러나, 방향성 가설이라고 해서 반드시 단측검정을 해야 하는 것은 아니며, 다수의 논문에서 양측검정을 기본으로 하고 있기 때문에, 단측검정을 사용할 경우에는 가설의 채택여부에 단측검정으로 가설을 검정하였음을 명시해 주어야 한다(우종필, 2017). 구조방정식 모델에서 가설의 유의성은 양측검정을 할 때와 단측검정을 할 때의 차이가 있기 때문에 주의를 기울여야 하며(우종필, 2017), AMOS에서 유의성을 알려주는 C.R. 값의 변화는 [표 4-12]와 같다.

[표 4-12] 구조방정식 모델에서 가설의 유의성

C.R.(t-value)	양측검정	단측검정
C.R. > 1.645	$\alpha = .10$ 에서 유의	$\alpha = .05$ 에서 유의
C.R. > 1.965	$\alpha = .05$ 에서 유의	$\alpha = .025$ 에서 유의
C.R. > 2.580	$\alpha = .01$ 에서 유의	$\alpha = .005$ 에서 유의

*우종필(2017) 구조방정식 모델 개념과 이해

*신건권(2018) SmartPLS 3.0 구조방정식모델링

본 연구는 방향성 가설로 단측검정하며, 최종적으로 본 연구의 구조방정식 모델 경로계수를 검정한 결과, 각 변인 간의 경로계수와 가설 검정결과는 [표 4-13]과 같다.

[표 4-13] 가설 검정결과

가설 번호	경로	경로 계수	C.R.	p
----------	----	----------	------	---

H1-1	CEO특성	→ 바우처활용	0.277	2.447	0.014
H1-2	CEO특성	→ 수출성과	-0.067	-0.576	0.565
H2-1	글로벌지향성	→ 바우처활용	-0.113	-0.825	0.409
H2-2	전문인력	→ 바우처활용	0.167	1.505	0.132
H2-3	제품경쟁력	→ 바우처활용	-0.070	-0.536	0.592
H2-4	수출경험	→ 바우처활용	-0.029	-0.574	0.566
H2-5	글로벌지향성	→ 수출성과	-0.154	-1.007	0.314
H2-6	전문인력	→ 수출성과	0.230	1.849	0.064
H2-7	제품경쟁력	→ 수출성과	0.365	2.404	0.016
H2-8	수출경험	→ 수출성과	0.272	4.242	***
H3-1	수출지원제도이해	바우처제도인지	0.428	5.043	***
H3-2	제도신뢰성	→ 바우처제도인지	0.253	2.015	0.044
H3-3	이용편의성	→ 바우처제도인지	0.136	1.876	0.061
H4-1	바우처제도인지	→ 바우처활용	0.150	1.959	0.050
H4-2	바우처제도인지	→ 수출성과	0.209	2.487	0.013
H5	바우처활용	→ 수출성과	-0.012	-0.081	0.936

$\chi^2 = 2392.167(df=1383, p=.000)$, CMIN/DF(Q)=1.730,

TLI=.836, CFI=.847, RMSEA=.070

R^2 : 바우처제도인지=.434, 바우처 활용=.296, 수출성과=.408

H1-1, CEO특성은 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다에 대한 경로분석 결과, 경로계수 0.277, C.R. 2.447, $p < .05$ 로 가설이 채택되어 CEO의 특성은 바우처를 활용함에 있어서 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

H1-2, CEO특성은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다에 대한 경로분석 결과, 경로계수 -0.067, C.R. -0.576, $p = 0.565$ 로 가설은 기각되었다.

H2-1, 글로벌지향성은 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다에 대한 경로분석 결과, 경로계수 -0.113, C.R. -0.825, $p = 0.409$ 로 가설은 기각되었다.

H2-2, 전문인력은 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다에 대한 경로분석 결과, 경로계수 0.167, C.R. 1.505, $p=0.132$ 로 가설은 기각되었다.

H2-3, 제품경쟁력은 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다에 대한 경로분석 결과, 경로계수 -0.070 , C.R. -0.536 , $p=0.592$ 로 가설은 기각되었다.

H2-4, 수출경험은 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다에 대한 경로분석 결과, 경로계수 -0.029 , C.R. -0.574 , $p=0.566$ 으로 가설은 기각되었다.

H2-5, 글로벌지향성은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다에 대한 경로분석 결과, 경로계수 -0.154 , C.R. -1.007 , $p=0.314$ 로 가설은 기각되었다.

H2-6, 전문인력은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다에 대한 경로분석 결과, 경로계수 0.230, C.R. 1.849, $p=.064$ 로 나타났다. 본 연구는 방향성 가설설정으로 유의수준 0.05일 때, C.R.값 1.849는 단측검정의 C.R. 기준값인 절대값 1.645를 상회하므로 가설은 채택되었다. 따라서, 기업의 전문인력은 수출성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

H2-7, 제품경쟁력은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다에 대한 경로분석 결과, 경로계수 0.365, C.R. 2.404, $p<.05$ 로 가설이 채택되어 제품경쟁력은 수출성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

H2-8, 수출경험은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다에 대한 경로분석 결과, 경로계수 0.272, C.R. 4.242, $p<.001$ 로 가설이 채택되어 수출경험은 수출성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

H3-1, 수출지원제도 이해는 수출바우처제도를 인지하는데 정(+)의 영향을 미칠 것이다에 대한 경로분석 결과 경로계수 0.428, C.R. 5.043, $p < .001$ 로 가설이 채택되어 기업의 수출지원제도에 대한 이해는 수출바우처제도를 인지하는데 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

H3-2, 제도신뢰성은 수출바우처제도를 이해하는데 정(+)의 영향을 미칠 것이다에 대한 경로분석 결과 경로계수 0.253, C.R. 2.015, $p < .05$ 로 가설이 채택되어 기업이 인지하고 있는 수출지원제도에 대한 신뢰성은 수출바우처제도를 인지하는데 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

H3-3, 이용편의성은 수출바우처제도를 이해하는데 정(+)의 영향을 미칠 것이다에 대한 경로분석 결과 경로계수 0.136, C.R. 1.876, $p = .061$ 로 나타났다. 본 연구는 방향성 가설설정으로 유의수준 0.05일 때, C.R.값 1.876은 단측검정의 C.R. 기준값인 절대값 1.645를 상회하므로 가설은 채택되었다. 따라서, 기업이 인지하는 수출지원제도의 이용편의성은 수출바우처제도를 인지하는데 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

H4-1, 수출바우처제도 인지는 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다에 대한 경로분석 결과 경로계수 0.150, C.R. 1.959, $p = .05$ 로 나타났다. 본 연구는 방향성 가설설정으로 유의수준 0.05일 때, C.R.값 1.959는 단측검정의 C.R. 기준값인 절대값 1.645를 상회하므로 가설은 채택되었다. 따라서, 기업의 수출바우처 제도에 대한 이해는 바우처를 활용하는데 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

H4-2, 수출바우처제도 인지는 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다에 대한 경로분석 결과 경로계수 0.209, C.R. 2.487, $p < .05$ 로 가설이 채택되어 기업의 수출바우처제도에 대한 인지는 수출성과를 높이는데 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

H5, 수출바우처제도 활용은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다에 대한 경로분석 결과 경로계수 -0.012, C.R. -0.081, p=0.936으로 가설은 기각되었다.

상기의 연구가설 검정결과를 정리하여 요약한 내용은 [표 4-14]와 같다.

[표 4-14] 연구가설 검정결과 요약

가설 번호	연 구 가 설	채택 여부
H1	CEO특성은 바우처 활용과 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	부분채택
H1-1	CEO특성은 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H1-2	CEO특성은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
H2	기업역량은 바우처 활용과 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	부분채택
H2-1	글로벌지향성은 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
H2-2	전문인력은 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
H2-3	제품경쟁력은 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
H2-4	수출경험은 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
H2-5	글로벌지향성은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각
H2-6	전문인력은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H2-7	제품경쟁력은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H2-8	수출경험은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H3	수출지원제도에 대한 인지는 수출바우처제도 인지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H3-1	수출지원제도 이해는 수출바우처제도 인지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H3-2	제도신뢰성은 수출바우처제도 인지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H3-3	이용편의성은 수출바우처제도 인지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택

H4	수출바우처제도 인지는 바우처 활용과 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H4-1	수출바우처제도 인지는 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H4-2	수출바우처제도 인지는 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	채택
H5	바우처 활용은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.	기각

4.4.2 간접효과 검정

AMOS에서는 간접효과와 총효과에 대한 크기는 제공하고 있지만, 유의성은 제공하지 않는다. 따라서, 간접효과의 유의성 검증을 위하여 부트스트래핑 방법을 사용한다. 부트스트래핑(bootstrapping)은 모집단의 분포를 모르는 상태에서 표본 데이터를 바탕으로 모수의 분포를 생성시킨 후 모수를 추정하는 방식으로, 다변량 정규분포라는 가정으로부터 자유롭기 때문에 다변량 정규성을 벗어난 데이터(non-normal data) 분석에서 유용하게 사용된다. 또한, 부트스트래핑 방법은 추정치의 편향 및 표준오차를 제공하며, 모수의 신뢰구간과 경로의 p-값을 제공한다(우종필, 2017).

본 연구에서는 간접효과를 검정하기 위하여 비모수 부트스트래핑 방법을 사용하였으며, 반복 수행은 2,000번으로 설정하였고, 통계적 유의성은 $p < .05$ 에서 유의하다. 부트스트래핑 방법을 통해 간접효과의 유의성을 분석한 결과, 간접효과는 수출지원제도 이해→수출바우처제도 인지→수출성과에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났고, 나머지는 모두 유의하지 않은 것으로 나타났다. 간접효과 분석 결과는 [표 4-15]와 같다.

[표 4-15] Bootstrapping method에 의한 간접효과 검정

경로	경로계수	p
수출지원제도 → 바우처제도인지 → 바우처활용	0.090	0.116
제도신뢰성 → 바우처제도인지 → 바우처활용	0.035	0.188

이용편의성	→	바우처제도인지	→	바우처활용	0.032	0.332
수출지원제도	→	바우처제도인지	→	수출성과	0.088	0.029*
제도신뢰성	→	바우처제도인지	→	수출성과	0.034	0.110
이용편의성	→	바우처제도인지	→	수출성과	0.031	0.258

. * $p < .05$, ** $p < .01$ 수준에서 유의함.

4.4.3 다집단 분석

다집단 분석은 연구가설 검정을 한 이후에 가설에 대한 집단 간의 차이를 확인하는 분석방법이다. 본 연구에서는 응답자들이 이용하고 있는 바우처 서비스 종류가 다른 두 집단(소비재선도기업, 중견기업글로벌지원)과 수출경력을 기준으로 두 집단(7년 이상과 7년 미만) 간의 차이를 분석하였다.

우선, 소비재선도기업 바우처를 이용하는 집단과 중견기업글로벌지원 바우처를 이용하는 집단 간의 차이를 분석해 본 결과, CEO특성이 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 채택된 가설에 대해서 소비재선도기업 집단에서는 채택($p < .05$)되었으나, 중견기업글로벌지원 집단에서는 기각($p = .794$)되었고, 반면에, 제품경쟁력은 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 채택된 가설과 제도신뢰성은 수출바우처제도 인지에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 채택된 가설에 대해서는 소비재선도기업 집단에서는 기각($p = .226$, $p = .111$)이 되었고, 중견기업글로벌지원 집단에서는 채택($p < .05$)되었다. 두 집단 간의 다집단 분석 결과는 [표 4-16]과 같다.

[표 4-16] 다집단 분석(소비재선도기업과 중견기업글로벌지원 집단)

가설 번호	경로	전체 응답자	소비재선도기업		중견기업글로벌지원	
			C.R.	p	C.R.	p
H1-1	CEO특성 → 바우처활용	채택	2.055	0.040	0.261	0.794
H1-2	CEO특성 → 수출성과	기각	-0.985	0.325	0.338	0.735
H2-1	글로벌지향성 → 바우처활용	기각	-0.707	0.479	-0.020	0.984
H2-2	전문인력 → 바우처활용	기각	1.070	0.284	1.559	0.119
H2-3	제품경쟁력 → 바우처활용	기각	-1.073	0.283	0.340	0.734

H2-4	수출경험 → 바우처활용	기각	-0.243	0.808	0.403	0.687
H2-5	글로벌지향성 → 수출성과	기각	-0.532	0.594	-0.690	0.490
H2-6	전문인력 → 수출성과	채택	1.400	0.162	0.662	0.508
H2-7	제품경쟁력 → 수출성과	채택	1.211	0.226	2.340	0.019
H2-8	수출경험 → 수출성과	채택	3.306	***	1.660	0.097
H3-1	수출자원제도인식 → 바우처제도인지	채택	4.535	***	2.579	0.010
H3-2	제도신뢰성 → 바우처제도인지	채택	1.594	0.111	2.158	0.031
H3-3	이용편의성 → 바우처제도인지	채택	1.014	0.310	0.336	0.737
H4-1	바우처제도인지 → 바우처활용	채택	1.445	0.149	0.994	0.320
H4-2	바우처제도인지 → 수출성과	채택	1.621	0.105	0.043	0.965
H5	바우처활용 → 수출성과	기각	0.552	0.581	-0.580	0.562

. $p^* < .01$, $p^{**} < .05$, $p^{***} < .001$

다음으로, 수출경력을 기준으로 7년 이상이 된 집단과 7년 미만의 집단으로 구분하여 다집단 분석을 실시한 결과, CEO특성이 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 채택된 가설과 수출바우처제도 인지는 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 채택 가설에 대해 7년 이상 집단은 기각($p=.240$, $p=.813$)된 반면, 7년 미만 집단은 채택($p<.05$)되었고, 수출바우처제도 인지는 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 채택된 가설에 대해 7년 이상 집단은 채택($p<.05$)된 반면, 7년 미만 집단에서는 기각($p=.963$) 되었다. 두 집단 간의 다집단 분석결과는 [표 4-17]과 같다.

[표 4-17] 다집단 분석(수출경력 7년 이상과 7년 미만 집단)

가설 번호	경로	전체 응답자	7년 이상		7년 미만	
			C.R.	p	C.R.	p
H1-1	CEO특성 → 바우처활용	채택	1.175	0.240	2.148	0.032
H1-2	CEO특성 → 수출성과	기각	-0.455	0.649	-1.061	0.289
H2-1	글로벌지향성 → 바우처활용	기각	-0.464	0.642	-1.063	0.288
H2-2	전문인력 → 바우처활용	기각	1.384	0.166	1.514	0.130
H2-3	제품경쟁력 → 바우처활용	기각	0.205	0.837	-1.581	0.114
H2-4	수출경험 → 바우처활용	기각	-0.908	0.364	1.222	0.222

H2-5	글로벌지향성 → 수출성과	기각	1.106	0.269	-1.212	0.225
H2-6	전문인력 → 수출성과	채택	-0.110	0.912	1.516	0.129
H2-7	제품경쟁력 → 수출성과	채택	1.374	0.170	1.516	0.130
H2-8	수출경험 → 수출성과	채택	0.692	0.489	1.572	0.116
H3-1	수출지원제도이해 → 바우처제도인지	채택	2.782	0.005	4.123	***
H3-2	제도신뢰성 → 바우처제도인지	채택	2.030	0.042	1.955	0.051
H3-3	이용편의성 → 바우처제도인지	채택	1.336	0.181	0.086	0.932
H4-1	바우처제도인지 → 바우처활용	채택	0.237	0.813	2.142	0.032
H4-2	바우처제도인지 → 수출성과	채택	3.067	0.002	-0.046	0.963
H5	바우처활용 → 수출성과	기각	-1.176	0.240	1.126	0.260

. $p^* < .01$, $p^{**} < .05$, $p^{***} < .001$

4.4.4 차이검정 및 분산분석(t-test & ANOVA)

본 연구의 목적은 효과적이고 효율적인 수출바우처사업 추진을 위하여 참여기업의 특성을 파악하고, 기업특성에 따른 제도개선 방안을 강구해보는데 있다. 본 연구의 설문응답자들은 수출바우처사업 참여기업 가운데, 소비재선도기업육성 사업과 중견기업글로벌지원 사업의 서비스 유형을 이용하는 기업으로 구분된다. 기업들은 각 사업(서비스 유형)별 선정기준을 통과하여 사업에 참여하고 있는데, 사업별로 사업참여에 필요한 자격요건이 되는 실적(수출액, 매출액 등)기준이 차이가 있고, 이용하는 바우처 규모도 차이가 있다. 따라서, 기업특성에 따라 각 요인별 평균차이를 보이는지에 대해 분석해보는 것은 유의미할 것으로 판단된다.

본 연구에서는 참여기업 특성에 따른 요인별 차이를 검정하기 위하여, t-test와 ANOVA를 실시하였다. t-test는 두 집단 간의 평균을 비교하는 것이고, ANOVA는 두 집단 이상에서 한 변수(종속변수)에 대한 평균의 차이를 검정할 때 사용한다(송지준, 2101). t-test와 ANOVA는 모두 등분산을 가정해야 하는데 등분산 가정은 Levene의 등분산 검정 결과로 파악하였다. t-test의 경우, 등분산 가정이 채택되는 확률이 높지만, 등분산이 기각($p < 0.05$)된 경우는 등분산이 가정되지 않은 수치로 집단간 차이를 판단하였다. 또한,

ANOVA는 집단간 유의한 차이가 있는 경우에 사후분석을 실시하여야 하는데, 등분산인 경우 Scheffe로, 등분산이 기각된 경우는 Dunnett의 T3로 사후분석을 하였다,

4.4.4.1 바우처 종류에 따른 두 집단 간 차이검정

현재 운영되고 있는 바우처 종류는 다양하지만, 본 연구의 설문에 응답한 참여 기업들은 소비재선도기업과 중견기업 글로벌지원 사업을 이용하는 두 집단으로 분류된다. 본 연구에서 사용된 각 요인(잠재변수)에 대해 바우처 종류가 다른 두 집단 간의 각 요인별 평균차이를 분석한 결과, 11개의 요인 가운데, 8개의 요인에 대해서는 집단 간 차이를 보이지 않았으나, 수출경험($t=-4.012$, $p < .001$), 수출지원제도이해($t=2.558$, $p<.05$), 수출성과(-2.252 , $p < .05$)에서 각각 두 집단 간에 차이를 보였다. 이때, Levene의 등분산을 검증한 결과 수출제도이해($F=8.768$, $p=.004<0.5$), 수출성과($F7.298$, $p=.008<0.5$)는 각각 등분산 가정이 기각되어 등분산이 가정되지 않은 결과값으로 판단하였다. 바우처 종류에 따른 두 집단 간의 요인별 평균차이 검정 결과는 [표 4-18]과 같다.

[표 4-18] 바우처 종류에 따른 집단 간 요인별 차이검정

요인	바우처 종류	N	평균	표준 편차	t	유의수준 (양쪽)
CEO특성	소비재선도기업	88	3.92	.68	.275	.784
	중견기업글로벌지원	63	3.88	.70		
글로벌지향성	소비재선도기업	88	3.59	.82	-1.110	.269
	중견기업글로벌지원	63	3.73	.68		
전문인력	소비재선도기업	88	3.49	.75	-.671	.503
	중견기업글로벌지원	63	3.57	.71		
제품경쟁력	소비재 선도기업	88	3.87	.64	.600	.550
	중견기업글로벌지원	63	3.80	.63		
수출경험	소비재선도기업	88	3.26	.91	-4.012	.000
	중견기업글로벌지원	63	3.85	.86		
수출지원제도이해	소비재선도기업	88	3.57	.92	2.558	.012

	중견기업글로벌지원	63	3.23	.72		
제도신뢰성	소비재선도기업	88	3.95	.60	-.975	.331
	중견기업글로벌지원	63	4.05	.70		
이용편의성	소비재선도기업	88	3.91	.69	.155	.877
	중견기업글로벌지원	63	3.89	.81		
바우처제도인지	소비재선도기업	88	4.24	.68	-.789	.432
	중견기업글로벌지원	63	4.32	.61		
바우처활용	소비재선도기업	88	2.91	.70	1.609	.110
	중견기업글로벌지원	63	2.71	.81		
수출성과	소비재선도기업	88	3.51	.85	-2.252	.026
	중견기업글로벌지원	63	3.78	.60		

. $p < .05$ 수준에서 평균차이가 유의함.

4.4.4.2 수출경력에 따른 두 집단 간 차이검정

수출경력은 해외마케팅을 하는데 있어서 주요 요인이 될 수 있다. 본 연구의 설문에 응답한 기업들의 수출경력은 5년 미만에서 30년 이상까지 다양하였는데, 그 중 신용보증기금에서 창업자금 지원기준으로 정하고 있는 7년을 기준으로 구분하여 집단 간 차이를 분석하였다. 그 결과, 수출경력에서는 수출경험($t = -7.435$, $p < .001$), 수출성과($t = -2.048$, $p < .05$)에서 각각 평균차이가 있는 것으로 나타났다. Levene의 등분산 검증 결과 모두 등분산 가정이 채택되었다. 수출경력에 따른 두 집단 간의 평균차이 검정결과는 [표 4-19]와 같다.

[표 4-19] 수출경력에 따른 집단 간 요인별 차이검정

요인	수출경력	N	평균	표준 편차	t	유의수준 (양쪽)
CEO특성	7년 미만	69	3.84	.70	-1.012	.313
	7년 이상	82	3.95	.68		
글로벌지향성	7년 미만	69	3.64	.82	-.065	.948
	7년 이상	82	3.65	.73		
전문인력	7년 미만	69	3.52	.78	-.083	.934
	7년 이상	82	3.53	.70		

제품경쟁력	7년 미만	69	3.88	.63	.760	.449
	7년 이상	82	3.80	.65		
수출경험	7년 미만	69	2.98	.90	-7.435	.000
	7년 이상	82	3.95	.70		
수출지원제도이해	7년 미만	69	3.43	.95	.018	.985
	7년 이상	82	3.43	.78		
제도신뢰성	7년 미만	69	3.89	.64	-1.790	.075
	7년 이상	82	4.08	.63		
이용편의성	7년 미만	69	3.81	.72	-1.345	.181
	7년 이상	82	3.97	.76		
바우처제도인지	7년 미만	69	4.21	.64	-1.045	.298
	7년 이상	82	4.32	.65		
바우처활용	7년 미만	69	2.86	.74	.434	.665
	7년 이상	82	2.80	.76		
수출성과	7년 미만	69	3.48	.84	-2.048	.042
	7년 이상	82	3.74	.68		

. $p < .05$ 수준에서 평균차이가 유의함.

4.4.4.3 기업소재지에 따른 두 집단 간 차이검정

본 연구에서는 기업의 소재지를 14개 지역으로 조사를 하였으나, 기업들이 소규모 분포를 하고 있는 지역이 많았기 때문에 기업수가 많은 서울과 경기도, 나머지 그 외 지역의 2개 집단으로 구분하여 차이검정을 실시하였다. 기업소재지에 따라서는 수출지원제도이해($t=3.163$, $p < .05$), 제도신뢰성($t=-1.999$, $p < .05$), 이용편의성($t=-2.342$, $p < .05$)에서 각각 차이가 있는 것으로 나타났다. 세개 요인 모두 Levene의 등분산 가정은 채택되었다. 기업소재지에 따른 두 집단 간 차이분석 결과는 [표 4-20]과 같다.

[표 4-20] 기업소재지에 따른 집단 간 요인별 차이검정

요인	소재지	N	평균	표준 편차	t	유의수준 (양측)
CEO특성	서울,경기	94	3.85	.71	-1.215	.226

	그외 지역	57	3.99	.64		
글로벌지향성	서울,경기	94	3.63	.78	-.269	.789
	그외 지역	57	3.67	.76		
전문인력	서울,경기	94	3.49	.81	-.923	.357
	그외 지역	57	3.59	.59		
제품경쟁력	서울,경기	94	3.85	.61	.335	.738
	그외 지역	57	3.82	.68		
수출경험	서울,경기	94	3.60	.88	1.693	.092
	그외 지역	57	3.34	1.01		
수출지원제도이해	서울,경기	94	3.26	.79	-3.163	.002
	그외 지역	57	3.71	.90		
제도신뢰성	서울,경기	94	3.91	.63	-1.999	.047
	그외 지역	57	4.12	.65		
이용편의성	서울,경기	94	3.79	.70	-2.342	.021
	그외 지역	57	4.08	.78		
바우처제도인지	서울,경기	94	4.25	.67	-.602	.548
	그외 지역	57	4.31	.61		
바우처활용	서울,경기	94	2.81	.74	-.412	.681
	그외 지역	57	2.86	.77		
수출성과	서울,경기	94	3.65	.74	.627	.531
	그외 지역	57	3.57	.80		

. $p < .05$ 수준에서 평균차이가 유의함.

4.4.4.4 기업규모에 따른 분산분석

기업규모는 종업원수를 기준으로 1~10명 이하, 11~299명 미만, 300명 이상 등 3개 집단으로 구분하여 ANOVA를 실시하였다. 본 연구에서 종업원수를 기준으로 기업규모를 구분한 것은 소상공인, 중소기업, 중견기업을 구분할 때의 종업원수 기준과 유사하다. 그룹간 표본의 크기가 같지 않아 조화평균(42.589)을 사용하였고, 수출경험($F=11.955$, $p < .001$), 바우처 활용($F=3.510$, $p < .05$)에서 기업규모에 따른 집단 간 차이가 있는 것으로 분석되었다. Levene의 등분산 가정은 모두 채택($p > .05$)되었고 표본의 크기가 다르기 때문에 사후검정은 Scheffe 결과를 채택하였다. 사후검정을 한 결과 수출경험의 평균차이는 300명 이상 > 11

명~299명 이하>10명 이하의 순으로 나타났고, 바우처 활용에 대한 평균차이는 10명 이하>11명~299명 이하>300명 이상 순으로 나타났다. 기업규모에 따른 각 요인별 분산분석 결과는 [표 4-21]과 같다.

[표 4-21] 기업규모에 따른 집단 간 요인별 분산분석

요인	기업규모 (종업원수)	N	평균	표준 편차	F	유의수준	Post- Hoc
CEO특성	10명 이하	46	4.02	.63	2.282	.106	
	11명~299명 이하	77	3.79	.65			
	300명 이상	28	4.03	.83			
글로벌 지향성	10명 이하	46	3.72	.84	.834	.436	
	11명~299명 이하	77	3.57	.77			
	300명 이상	28	3.74	.64			
전문인력	10명 이하	46	3.57	.72	.452	.637	
	11명~299명 이하	77	3.47	.72			
	300명 이상	28	3.61	.81			
제품 경쟁력	10명 이하	46	3.93	.57	1.211	.301	
	11명~299명 이하	77	3.84	.68			
	300명 이상	28	3.69	.60			
수출경험	10명 이하	46	3.04	.98	11.955	.000	3>2>1
	11명~299명 이하	77	3.58	.87			
	300명 이상	28	4.04	.65			
수출지원 제도이해	10명 이하	46	3.67	.85	2.656	.074	
	11명~299명 이하	77	3.34	.89			
	300명 이상	28	3.30	.73			
제도 신뢰성	10명 이하	46	3.86	.60	1.405	.249	
	11명~299명 이하	77	4.03	.66			
	300명 이상	28	4.09	.66			
이용 편의성	10명 이하	46	3.70	.73	2.320	.102	
	11명~299명 이하	77	3.98	.72			
	300명 이상	28	3.98	.79			
바우처 제도인지	10명 이하	46	4.21	.66	.751	.474	
	11명~299명 이하	77	4.26	.65			
	300명 이상	28	4.40	.64			

바우처 활용	10명 이하	46	3.00	.71	3.510	.032	1>2>3
	11명~299명 이하	77	2.83	.73			
	300명 이상	28	2.53	.82			
수출성과	10명 이하	46	3.41	.86	3.036	.051	
	11명~299명 이하	77	3.67	.73			
	300명 이상	28	3.83	.61			

. 1=10명 이하, 2=11~299명 이하, 3=300명 이상

. $p < .05$ 수준에서 평균차이가 유의함.

V. 결 론

5.1 연구결과 요약

본 연구의 목적은 수출지원기반활용사업(수출바우처사업)을 기반으로 하여 참여기업의 특성이 바우처 활용과 수출성과에 미치는 영향을 살펴보고, 바우처 활용과 성과에 영향을 미치는 기업특성을 반영하여 현행 수출바우처사업 참여기업 선정기준이 적절하게 설계되어 적정기업을 선정하고 있는지를 살펴보는 데 있다. 수출바우처사업의 성과 제고를 위한 주요 요인들을 도출하는 연구목적에 달성하기 위하여 수출바우처사업 참여기업을 대상으로 설문조사를 실시하여 실증 분석하였으며, 연구결과는 다음과 같다.

첫째, CEO특성이 바우처 활용과 수출성과에 미치는 영향을 살펴본 결과, CEO특성은 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 유의한 것으로 나타났으며, 경로계수는 .277(C.R. 2.447, $p < .05$)이다. 반면, CEO특성이 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 유의하지 않은 것으로 나타났는데, 경로계수는 -.067(C.R. -.576, $p = .565$)이다. 이는 선행연구에서 살펴본 임향지, 이영덕(2008)의 연구와 박근호(2015)의 연구에서 소개한 Covin, Slevin & Schultz(1994)의 연구, 김미정(2016)의 연구와 같은 맥락으로 해석될 수 있다.

둘째, 기업역량이 바우처 활용과 수출성과에 미치는 영향을 살펴본 결과, 기업역량의 하위요인인 글로벌지향성, 전문인력, 제품경쟁력, 수출경험은 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 유의하지 않은 것으로 나타났다. 또한, 글로벌지향성, 전문인력, 제품경쟁력, 수출경험이 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설에 대해서는 많은 선행연구에서 보여준 결과와 같이 전문인력, 제품경쟁력, 수출경험은 수출성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 글로벌지향성은 유의하지 않은 것으로 나타났다. 앞의 가설은 선행연구에서 살펴본 서란(2021)의 연구와 동일하고, 뒤의 가설은 정인식, 이장로, 이춘수(2007)의 글로벌지향성과 수출성과의 상관관계에 대한 연구와 김영애 외 1명(2018)의 연구결과와 동일한 맥락이라고 볼 수 있다. 한편, 유의하지 않은 결과로 나타난 글로벌

별지향성이 바우처 활용에 미치는 영향의 경로계수는 $-.113$ (C.R. $-.825$, $p=.409$), 전문인력이 바우처 활용에 미치는 영향의 경로계수는 $.167$ (C.R. 1.505 , $p=.132$), 제품경쟁력이 바우처 활용에 미치는 영향의 경로계수는 $-.070$ (C.R. $-.536$, $p=.592$), 수출경험이 바우처 활용에 미치는 영향의 경로계수는 $-.029$ (C.R. $-.574$, $p=.566$)이고, 유의한 결과로 나타난 전문인력이 수출성과에 미치는 영향의 경로계수는 $.230$ (C.R. 1.849) 절대값 1.645 , $p<.05$), 제품경쟁력이 수출성과에 미치는 영향의 경로계수는 $.365$ (C.R. 2.404 , $p<.05$), 수출경험이 수출성과에 미치는 영향의 경로계수는 $.272$ (C.R. 4.242 , $p<.001$)로 나타났다. 또한, 글로벌지향성이 수출성과에 미치는 영향은 유의하지 않은 것으로 나타났고, 경로계수는 $-.154$ (C.R. -1.007 , $p=.314$)이다.

셋째, 수출지원제도에 대한 인지가 수출바우처제도를 인지하는데 미치는 영향에 대해 살펴본 결과, 수출지원제도 이해는 수출바우처제도 인지에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설, 제도신뢰성은 수출바우처제도 인지에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설, 이용편의성이 수출바우처제도 인지에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 모두 유의한 것으로 나타났다. 각각의 경로계수는 수출지원제도 이해 $.428$ (C.R. 5.043 , $p<.001$), 제도신뢰성 $.253$ (C.R. 2.015 , $p<.05$), 이용편의성 $.136$ (C.R. 1.876) 절대값 1.645 , $p<.05$)이다.

넷째, 수출바우처제도 인지가 바우처 활용과 수출성과에 미치는 영향을 살펴본 결과, 수출바우처제도 인지는 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설과 수출바우처제도 인지는 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 모두 유의한 것으로 나타났다. 각각의 경로계수는 수출바우처제도 인지가 바우처 활용에 미치는 영향은 $.150$ (C.R. 1.959) 절대값 1.645 , $p<.05$)이고, 수출바우처제도 인지가 수출성과에 미치는 영향은 $.209$ (C.R. 2.487 , $p<.05$)이다.

다섯째, 바우처 활용이 수출성과에 미치는 영향을 살펴본 결과, 바우처 활용이 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 유의하지 않은 것으로 나타났고, 경로계수는 $-.012$ (C.R. $-.081$, $p=.936$)이다.

여섯째, 설문 응답자를 이용하는 서비스가 다른 두 집단(소비재선도기업, 중견기업글로벌지원)과 수출경험이 다른 두 집단(7년 이상과 7년 미만)으로 구분하여 다집단 분석을 실시한 결과, CEO특성이 바우처 활용에 미치는 영

향에 대해 소비재선도기업 집단은 유의하게 나타났고 중견기업글로벌지원 집단은 유의하지 않은 것으로 나타났으며, 제품경쟁력이 수출성과에 미치는 영향과 제도신뢰성이 수출바우처제도 인지에 미치는 영향에서는 소비재선도기업 집단은 유의하지 않은 것으로 나타났으나, 중견기업글로벌지원 집단은 유의한 것으로 나타났다. 또한, 수출경력으로 구분한 두 집단에서 CEO특성이 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미치고 수출바우처제도 인지가 바우처 활용에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설에 대해 7년 이상 집단은 유의하지 않은 것으로 나타났으나 7년 미만집단에서 유의한 것으로 나타났고, 수출바우처제도 인지가 수출성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설에 대해 7년 이상의 집단에서 유의한 결과가 나타난 반면, 7년 미만의 집단에서는 유의하지 않은 것으로 나타났다.

일곱째, 바우처 종류, 수출경력, 기업소재지, 기업규모에 따른 집단 간 평균차이분석을 실시한 결과, 바우처 종류(소비재선도기업, 중견기업글로벌지원)가 다른 두 집단 간에는 수출경력($p<.001$)과 수출지원제도에 대한 이해($p<.05$), 수출성과($p<.05$)에서 각각 차이가 있는 것으로 나타났다. 수출경력(7년 이상과 7년 미만)이 다른 두 집단 간에는 수출경력($p<.001$), 수출성과($p<.05$)에서 각각 차이를 보이는 것으로 나타났고, 기업소재지(서울·경기 및 그 외지역)가 다른 두 집단 간에는 수출지원제도이해($p<.05$), 제도신뢰성($p<.05$), 이용편의성($p<.05$)에서 각각 차이를 보이는 것으로 나타났다. 마지막으로 기업규모를 종업원수 기준으로 세 개 집단(소상공인, 중소기업, 중견기업)으로 구분하여 분산분석을 실시한 결과, 수출경력($p<.001$)과 바우처 활용($p<.05$)에서 각각 차이를 보이는 것으로 나타났는데, 사후검정을 한 결과, 수출경험은 중견기업>중소기업>소상공인 순으로 나타났고, 바우처 활용은 소상공인>중소기업>중견기업 순으로 나타났다.

5.2 연구의 시사점

본 연구의 목적은 수출지원기반활용사업 참여기업을 대상으로 하는 실증 분석을 통해 참여기업의 특성으로부터 바우처 활용과 수출성과에 영향을 미치는 주요 요인을 각각 도출하고, 이를 기준으로 하여 현행 수출바우처사업의 참여기업 선정은 적절하게 설계된 평가기준에 의해 적정기업을 선정하고 있는지를 살펴보는 데 있다. 또한, 수출지원제도로써 수출바우처사업에 기업들의 참여를 높일 수 있는 요인을 살펴보고, 도출된 연구결과를 토대로 개선방안을 구상해보는 데 있다. 이와 관련, 본 연구의 결과들에서 나타난 시사점을 이론적 부분과 실무적 부분으로 구분하여 정리하였다.

먼저, 이론적 시사점은 세 가지로 구분하였다.

첫째, 수출지원기반활용사업(수출바우처사업)을 연구주제로 하였고, 그 참여기업을 연구대상으로 하였다. 지금까지의 선행연구는 수출지원제도의 세부 사업을 구분하지 않고 제도 전반을 주제로 하는 것이 대부분이고, 수출지원제도 이용기업 전체를 대상으로 하였다. 현재 기준으로 볼 때, 수출바우처사업을 시행한 지 5년째에 들어섰으나, 선행연구는 매우 미흡한 편이다.

둘째, 수출바우처제도에 대한 인지를 매개변수로 하여 바우처 활용과 수출성과에 미치는 영향을 분석해봄으로써 수출바우처사업에 대한 인식이 사업성과에 미치는 중요성을 구체적으로 확인하였다.

셋째, 수출지원제도와 관련된 선행연구의 대부분은 회귀분석을 사용하였으나, 본 연구는 구조방정식 모델로 분석하였다.

다음, 실무적 시사점은 연구목적과 연계하여 네 가지로 정리하였다.

첫째, 참여기업 특성을 기준으로 하여 바우처 활용도와 수출성과에 각각 영향을 미치는 요인이 무엇인지에 대하여 살펴본 결과, 바우처 활용에 영향을 주는 요인으로써 CEO특성을, 수출성과에 영향을 주는 요인으로써 전문인력, 제품경쟁력, 수출경험을 시사하고 있다. 현재, KOTRA가 수행하는 수출바우처사업은 바우처 활용도와 수출성과를 성과지표로 지정하고 있다. 따라서, 본 연구를 통해 바우처 활용도와 수출성과에 영향을 미치는 요인들로 나타난 특성들을 모두 주요 요인으로 볼 수 있으며, 그 요인들은 CEO특성, 전문인력,

제품경쟁력, 수출경험이다. 여기에서, CEO특성이 바우처 활용에 주요 요인으로 나타난 것은 주목할 필요가 있다. 수출바우처사업은 여타 수출지원제도와 달리 사업참여 시에 기업이 분담해야 하는 바우처조성금이 있다. 분담금 납부는 참여기업으로 선정이 된 기업이 사업참여를 포기하거나, 사업기간 중에도 사업참여를 중단하게 하는 원인이 되기도 하는데, 이러한 결정은 CEO의 사업참여에 대한 의지에서 기인되는 경우가 대부분이었다. CEO의 의지가 바우처사업 참여를 결정하는데 큰 영향력을 미치고 있었음에도 CEO에 대한 평가는 항목에 포함되어 있지 않았다. 한편, 글로벌지향성의 경우, 연구결과에서는 유의한 결과를 보이지 않았으나, 선행연구들에서 긍정적인 영향을 미치는 요인으로 분석되기도 하였고, 수출을 시작하는 초보기업에는 글로벌시장을 지향하는 준비가 필요한 요소가 되기 때문에 이런 점을 감안하여 주요 요인으로 판단할 필요가 있다고 사료된다. 한편, 수출바우처제도에 대한 인식의 중요성을 구체적으로 파악해보기 위하여 매개변수로써 바우처 활용과 수출성과에 미치는 영향을 살펴보았다. 독립변수로 사용한 수출지원제도 이해, 제도신뢰성, 이용편의성은 수출바우처제도 인식을 매개로 하여 바우처 활용, 수출성과에 영향을 미치는 주요 요인이라고 할 수 있다.

둘째, 참여기업 특성인 독립변수는 현재 사용하고 있는 평가항목과 선행연구에서 추출하였으므로 주요 요인으로 나타난 특성은 주요 평가항목이라고 할 수 있다. 본 연구결과에 따르면, 선정기준은 주요 요인들 중 일부를 평가항목으로 포함하고 있으므로, 어느 정도의 적절한 선정을 행해왔다고 할 수 있다. 그러나, 본 연구에서 주요 요인으로 나타난 특성들을 선정기준에 반영한다면 보다 적정기업들이 사업에 참여할 수 있고, 사업성과를 더욱 제고할 수 있을 것으로 판단된다. 따라서, 연구결과의 시사점을 반영하여 아래의 [표 5-1]과 같이 평가기준을 제안하고자 한다. 제안의 기준은 ① 평가항목이 아니었으나 연구결과에서 주요 요인으로 나타난 특성은 신규로 반영하였다. ② 평가항목으로 포함되어 있었지만 유의성 측면에서 조정이 필요한 항목들은 배점을 조정하였다. ③ 포괄적으로 표현된 지표를 보다 명확하게 표현하여 제시함으로써 평가의 정확성을 높이하고자 하였다. ④ 중요성이 검증된 평가항목들은 유지하였다.

[표 5-1] 평가기준(안)

평가항목		평가지표	평가기준	배점	제안
계 량 평 가 (50)	기업 건전성	21년도 산출 기업신용도	A, B, C 등급 - 등급 없을시, 0점 - 기준연도(최근)	5	유지
	글로벌지향성	영어/현지어 홈페이지 보유 (진출시장 기준)	보유 여부 - 모두 없을시, 0점	3	배점 조정 (하향)
		영어/현지어 제품 카탈로그 보유 (진출시장 기준)	보유 여부 - 모두 없을시, 0점	2	
		해외인증 및 특허, 실용신안, 상표권 등록 보유	보유 건수 - 없을시, 0점	5	
	해외마케팅 전담인력	해외마케팅 담당자 유무	전담인력 유무	5	유지
	수출경험	수출경력	~7년 미만/15년 이상 7년 이상~15년 미만	5	신규
		수출지원제도 이용	이용건수	10	
	성장 가능성	최근 3년간 수출액 증가율	전년도 소비재 증가율 기준	7	유지
매출액 대비 수출액 비중		~50% 미만/ 50% 이상~70% 미만/ 70% 이상~	8		
비 계 량 평 가 (50)	사업계획서 (바우처사업 인지)	① 해외마케팅 목표 및 바우처 사용계획 명확	20 (상득점)	지표 명확화 배점 조정 (상향)	
		② 해외마케팅 목표는 있으나 바우처 사용계획 다소 미흡			
		③ 해외마케팅 목표 불명확하고, 바우처 사용계획 부적합			
	CEO 사업참여도	① 수출바우처사업에 대한 인식(5)	15 (상득점)	신규	
		② 사업계획에 대한 이해(10)			
	제품경쟁력	① 디자인(글로벌 트렌드 부합)(2)	15 (상득점)	배점 조정 (하향)	
		② 차별성 및 우위성(3)			
③ 시장성(진출희망지역: 가격경쟁력, 경쟁사 여부)(무역관)(10)					

가) CEO특성

해외시장 진출에 대한 중요성을 인식하고, 해외시장이 성장기반이라고 확신하는 의지로써, 연구결과에서 바우처 활용과 성과의 근간이 되는 주요 요인으로 나타났기 때문에 새로운 평가항목으로 반영하였다.

나) 글로벌지향성

조직 구성원들이 글로벌 목표를 향해 일관되게 전진하여 글로벌시장의 가치를 창출하도록 행동을 유도하는 원동력으로 볼 수 있기 때문에 평가항목으로 유지하였다. 그러나, 연구결과의 상관계수를 기준으로 볼 때, 현행의 배점은 상대적으로 높게 부여되었다고 판단되어 배점을 하향 조정하였다.

다) 전문인력

수출기업의 글로벌경쟁력은 전문인력의 양적·질적 수준에 달려있어 주요 요소로 볼 수 있기 때문에 평가항목으로 유지하였다. 수출바우처사업은 기본적으로 제공하는 서비스 메뉴 가운데에서 자사에 필요한 메뉴를 선택하여 사용할 수 있으므로 전문인력이 없어도 이용할 수 있으나, 전문성을 보유한 전문인력의 전략적 계획수립을 통해 서비스를 이용한다면 성과를 더욱 높일 수 있는 요인이 될 수 있다.

라) 제품경쟁력

제품경쟁력은 기업이 새로운 시장에 진입할 수 있는 기회를 만들어주는 주요 요소가 되며 연구결과에서도 상관계수가 매우 높게 나타나 평가항목으로 유지하였다. 그러나, 현행의 배점이 상대적으로 매우 높게 부여되었다고 판단되어 배점을 하향 조정하였다.

마) 수출경험

현지 시장환경에 대한 대응력과 직결하는 요소로써, 수출경험이 많을수록 해외시장의 이질적 환경에 잘 대응할 수 있고, 연구결과에서 수출성과에 큰 영향을 미치는 요인으로 나타났기 때문에 평가항목으로써 신규 도입할 필요가 있다고 판단하였다. 그러나, 연구결과에 의하면, 수출경험은 바우처 활용 측면에서 항상 유의한 것만이 아니므로 수출경력에 도입기, 성장기, 성숙기 개념을 도입하여 바우처 활용에 유의한 시기를 구분하였다.

바) 수출지원제도 이해

수출지원제도에 대한 이해는 수출바우처제도를 이해하고 이용하는데 큰 영향을 미치는 주요 요인으로 나타나 평가요소로 신규 도입하였다. 사업에 대한 이해도는 수출지원제도 이용횟수를 기준으로 지표화하였다.

사) 수출바우처제도 인지

연구결과에 따르면, 수출바우처제도를 명확하게 이해하고 있을 경우 자사에 부합하는 전략적 활용계획을 세워 활용도와 성과를 높일 수 있다. 따라서, 해외마케팅 목표, 바우처 사용계획으로 지표를 명확하게 제시하였고, 연구결과의 상관계수를 기준으로 하여 현행 배점보다 상향 조정하였다.

셋째, 수출지원제도 이해, 지원제도에 대한 신뢰성 및 이용편의성에 대한 기업의 인식은 수출바우처제도 인지에 영향을 미치는 주요 요인임을 시사하고 있다. 특히, 수출지원제도에 대한 이해는 수출바우처제도 인지에 매우 큰 영향을 미치는 것으로 나타났기 때문에, 수출지원제도 이용경험이 많은 기업들을 대상으로 수출바우처사업에 참여할 수 있도록 독려하는 한편, 수출지원제도 이용경험이 적은 기업들을 대상으로 수출바우처사업에 대한 홍보와 안내 등을 확대, 강화할 필요가 있다. 또한, 운영면에서 선정절차의 투명성을 더욱 확보하여 신뢰도를 높이는 한편, 기업들의 이용편의성을 위하여 신청 및 정산절차 간소화 등을 더욱 고려해야 한다.

넷째, 수출바우처사업의 활성화와 성과 제고를 위한 개선방안으로 다음의 사항을 제안한다.

가) 사업별 성과지표에 부합하는 참여기업 선정

다집단 분석 결과에 따르면, 기업규모와 수출실적이 큰 중견기업글로벌지원 집단에서 CEO특성이 바우처 활용에 미치는 영향에 대해 유의하지 않은 결과가 나타났고, 수출경력이 7년 미만인 집단에서 CEO특성이 바우처 활용에 미치는 영향에 대해 유의한 결과가 나타났다. 또한, 수출경험은 수출성과에는 영향을 미치는 중요한 요인이 되지만, 바우처 활용에는 유의하지 않은 결과를 보이고 있다. 한편, 차이검정 결과에 따르면, 바우처 활용의 정도는 기

업규모가 작은 소상공인, 중소기업, 중견기업 순으로 높게 나타났다. 결론적으로 볼 때, 바우처 활용에는 기업규모가 적고 수출경력이 7년 미만인 기업의 유의성이 높은 것으로 나타났지만, 수출성과에는 기업규모가 크거나 수출경력이 7년 이상인 기업의 영향력이 큰 것으로 나타났기 때문에 바우처 활용이나 수출성과 등 사업별 목표로 하는 성과지표에 따라 참가기업 선정기준을 달리 할 필요가 있다.

나) 사업별 서비스 메뉴 차별화

수출바우처사업은 참가기업 선정과정에서 사업별로 대상을 구분(내수기업, 수출초보기업, 중소/중견기업 등)하지만, 운영과정에서 동일한 서비스 메뉴를 사용하게 함으로써, 당초 구분하여 선정한 취지를 충분하게 살리지 못하고 있다. 현행 서비스 메뉴는 14가지 항목으로 구성되어 있고, 기업규모나 사업종류에 따른 구분없이 동일한 메뉴 내에서 자사에 합당한 메뉴를 선택하여 사용하도록 되어있다. 연구결과에 따르면, 이러한 운영방법은 기업규모가 크거나 수출경력이 오래된 집단에는 바우처 활용동기를 저하시키는 원인이 될 수 있다. 따라서, 서비스 메뉴를 역량강화형, 수출직결형 등으로 구분하여 기업여건에 맞게 이용할 수 있도록 차별화하여 운영할 필요가 있다.

다) 수출직결형 서비스 확대

현재 서비스 메뉴는 디자인 및 브랜드 개발, 특허 및 규격인증 획득 등 기업의 역량강화형이나 홍보, 광고 및 홍보동영상 제작 등 홍보활동에 치중되어 있고, 해외에서 직접 마케팅 활동을 할 수 있는 서비스는 상대적으로 매우 적은 편이다. 연구결과에 따르면, 상기한 나)와 같이 수출직결형 서비스의 부족은 기업역량이 큰 기업들의 바우처 활용도를 떨어뜨릴 수 있는 요인이 될 수 있으므로, 기업역량이 큰 기업들의 해외마케팅 활성화를 위해 활용할 수 있는 수출직결형 서비스 메뉴를 확대할 필요가 있다. 한편, 대표적인 수출직결형 서비스인 해외전시회 참가는 COVID 19로 인한 이동제한에 따라 2020년, 2021년도는 거의 활용이 불가능한 상황에 이르렀다. 따라서, 온라인형 마케팅 방식을 개발하는 등 위기상황에 대한 대응방안도 함께 고려해 볼 필요

가 있다.

라) 사업안내 및 홍보 강화

수출바우처사업은 참여기업이 자사의 여건에 맞는 서비스 메뉴를 선택해서 이용할 수 있도록 설계된 좋은 지원제도임에도 불구하고 이용기업은 제한적이다. 따라서, 주기적인 사업안내를 통해 많은 기업들이 이용할 수 있도록 홍보를 강화할 필요가 있다. 연구결과에 따르면, 참여기업들의 수출지원제도에 대한 이해도와 제도에 대한 신뢰성, 이용편의성에 대한 인식은 사업종류, 기업규모, 기업소재지별로 차이를 나타내고 있는데, 이는 홍보, 사업안내 및 교육부족 등에서 기인된다고 볼 수 있다. 수출바우처사업 활성화를 위해서는 사업참가를 유도하는 안내를 강화할 뿐만 아니라 사업참가 이후에는 정기적인 사업설명회 개최를 통해 메뉴로 등록되어 있는 서비스 내용 및 활용방법, 자사에 맞는 서비스 선택방법, 수행기관 선택방법 등 안내를 통해서 바우처 활용을 독려하는 것이 매우 중요하다고 볼 수 있다.

5.3 연구의 한계 및 향후 연구방향

본 연구를 통해 수출바우처사업을 대상으로 참여기업 특성이 바우처 활용과 수출성과에 미치는 영향에 대해서 살펴보았으며, 아래와 같은 한계점을 가지고 있다.

첫째, 수출바우처사업은 산업군, 기업규모를 기준으로 다양한 종류의 사업을 운영 중이나 본 연구에서는 소비재선도기업 사업과 중견기업글로벌지원 사업 참여기업을 대상으로 하여 타 사업군에 적용하는데 한계가 있다. IT 등의 분야를 지원하는 서비스선도기업 사업은 산업군의 상이성이 크고, 소재·부품·장비 분야를 지원하는 소재부품장비선도기업 사업은 2020년부터 시작하여 사업추이를 판단하기 어렵기 때문에 연구대상에서 제외하였다.

둘째, 활용도와 성과 제고를 위해서는 참여기업과 협업을 하는 수행기관의 역할이 매우 중요한데, 본 연구에서는 참여기업에 한해서 살펴보았다.

따라서, 향후에 지속될 연구를 통해 본 연구의 한계점이 보완되기를 기대하면서 향후 연구방향에 대해 제안하고자 한다.

첫째, 표본의 확대를 통하여 기업규모별, 품목별, 사업분야별 등 다양한 측면에서의 차이를 연구하는 것이 필요하다.

둘째, 바우처 활용도 측정을 위한 측정항목을 다양화 할 필요가 있다.

셋째, 참여기업 이외에 수행기관이 제공하는 서비스의 결과물이 활용도와 성과에 미치는 영향을 살펴볼 필요가 있다.

이와 같은 한계에도 불구하고 수출바우처사업 참여기업을 대상으로 바우처 활용도와 성과에 영향을 미치는 요인을 분석하는 연구를 시도하였다는 점에서 본 연구의 의의를 찾을 수 있을 것이다. 또한, 본 연구를 통해 참여기업의 특성 가운데 활용도와 성과에 미치는 요인들을 분석하였고, 이를 통해 적정기업을 선정할 수 있는 평가기준이나 수출바우처사업의 제도적 측면에서 개선방안이 도출되었다는 점에도 의의를 부여할 수 있다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 강성두, 강영순. (2012). 중소기업 경영자의 기업가정신과 조직구성원의 목표 지향성이 조직효능감에 미치는 영향: 구조방정식 모형 접근. 『한국콘텐츠학회 논문지』, 12(10), 439-452.
- 고태진. (2018). “FTA 컨설팅 수혜기업의 수출성과에 관한 실증적 연구: 경쟁우위이론, 관계적기반이론, 통합이론 중심으로”. 강원원주대 대학원 박사학위논문.
- 광기영. (2013). “글로벌 기업가정신과 공급사슬 내 사회적 자본이 중소기업의 수출성과에 미치는 영향”. 숭실대학교 대학원 박사학위논문.
- 김광두, 홍운선. (2011). 혁신활동이 기업의 경영성과에 미치는 영향. 『기술혁신학회지』, 14(2), 373-404.
- 김미정, 채명수, Jong W. (2016). 국제기업가정신과 해외진출 성과와의 관계. 『국제경영연구』, 27(2), 121-145.
- 김성중. (2019). 소기업 CEO의 역량유형별 기업성과 영향분석. 『벤처혁신연구』, 2(2), 47-64.
- 김영수, 고종남. (2009). 사내기업가 정신이 기업의 급진적 혁신에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구. 『상업교육연구』, 23(3), 489-519.
- 김영애. (2018). “수출지원제도가 수출성과에 미치는 영향에 관한 실증연구: 중소기업의 인지도와 활용도를 중심으로”. 남서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 김영애, 한상현. (2018). 중소기업 수출지원제도의 인지도와 활용도가 수출성과에 미치는 영향에 관한 실증연구. 『무역연구』, 14(2), 307-325.
- 김영일. (2008). “중소기업의 수출지원정책 활용실태와 성과에 관한 실증연구”. 영남대학교 대학원 박사학위논문.
- 김영일. (2010). 기업내·외부 환경요인과 수출지원정책 활용도가 수출성과에

- 미치는 영향. 『통상정보연구』, 12(1), 299-325.
- 김윤식. (2021). “정부의 전자상거래 수출지원제도가 수출기업의 성과에 미치는 영향에 관한 실증연구”. 한남대학교 대학원 박사학위논문.
- 김운영, 이정기. (2017). 사회서비스 통합 바우처 제공 경험에 관한 민간 공급자 FGI 분석. 『보건사회연구』, 37(2), 358-388.
- 김은영. (2011). “중소기업 수출지원제도의 활용 및 수출성과에 관한 연구”. 한남대학교 대학원 박사학위논문.
- 김인규. (2016). “중소기업 특성이 수출지원프로그램의 활용도와 성과에 미치는 영향”. 단국대학교 대학원 석사학위논문.
- 김재우, 선석기 (2019). 무역 활성화를 위한 수출 바우처 제도의 성과분석 및 개선방안에 관한 연구. 『e-비즈니스연구』, 20(7), 281-295.
- 김정권. (2003). 한국중소기업의 수출마케팅전략과 성과의 구조적 관계. 『국제통상연구』, 8(2), 83-109.
- 김종관. (1998). 다국적기업이 기업가정신이 경영성과에 미치는 영향. 『국제경영리뷰』, 2(10) 223-244.
- 김종호, 오준병. (2009). 『규제, 기업가정신과 경제성장 간의 관계 분석』. 서울: 산업연구원(연구보고서 제542호).
- 김진모. (2001), 인적자원 개발을 위한 직무역량 규명; 학습지 기업을 대상으로. 『한국농촌지도학회지』, 8(2), 159-177.
- 김학수. (2009). 기업가정신 제고를 위한 조세정책방향에 대한 제언. 『KERI insight』, 9(3), 1-11.
- 김현숙. (2015), “중소기업 CEO의 역량이 기업의 글로벌화에 미치는 영향: 해외경험의 조절효과”. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 노은식. (2016). “중소기업의 글로벌 지향성이 마케팅 역량 및 경영성과에 미치는 영향”. 동의대학교 대학원 박사학위논문.
- 문희철, 오현정 (2009). 중소기업 수출지원제도의 인지도와 활용도가 수출성과에 미치는 영향. 『The Korean Small Business Review』, 31(2), 295-316.
- 박광서, 김인권, 안종석. (2010). 중소기업의 수출지원제도에 대한 인지도, 활

- 용도 및 성과에 관한 연구: 기업 유형에 따른 차이 분석을 중심으로. 『국제경영리뷰』, 14(2).
- 박광수, 김수일. (2009). 『저소득층을 위한 에너지 바우처 제도 연구』. 서울: 에너지경제연구원. 1-13.
- 박근호. (2015). 중소기업의 기업가지향성과 FTA활용역량, 수출성과 간 관계에 관한 연구. 『관세학회지』, 16(1). 85-105.
- 박상욱. (2005). 『평가위원 평가이력 구축·관리 및 활용방안: 평가위원 마일리지 제도』, 서울: 한국과학기술기획평가원. 재인용.
- 박영호. (2015). “대전지역 중소기업의 수출지원제도 활용성과에 관한 실증연구”. 한남대학교 대학원 박사학위논문.
- 박원우. (2007). 동일방법편의의 원인과 해결방안. 『인사·조직연구』, 15(1), 89~133.
- 박재민, 김선우. (2009). 연구개발투자의 결정요인에 관한 연구. 『한국경영학회통합학술발표논문집』, 1-13.
- 변정희, 정인식, 김은미 (2010). 중소기업의 국제지향적인 신제품전략이 성과에 미치는 영향. 『한국경영학회통합학술발표논문집』, 1-6.
- 서 란. (2021). “중소기업 수출지원제도가 수출성과에 미치는 영향에 관한 실증연구”. 한남대학교 대학원 박사학위논문.
- 서창석, 황혜미. (2010). 제조기업의 설계품질이 품질 및 기술경쟁력에 미치는 영향. 『한국생산관리학회지』, 21(2), 137-155.
- 성규선, 최양애 (2018), 소상공인 역량 강화교육이 경영성과에 미치는 영향. 『벤처혁신연구』, 1(1), 99-112.
- 손성곤. (2013). “외식업 종업원 역량이 서비스몰입과 경영성과 지각에 미치는 영향”. 조선대학교 대학원 박사학위논문.
- 손인배, 허철무. (2017). 중소기업의 흡수역량이 제품경쟁력에 미치는 영향 및 중소기업 CEO 기업가정신의 조절효과에 관한 연구. 『벤처창업연구』, 12(4), 61-72.
- 송거영. (2015). “컨설팅몰입이 컨설팅품질지각 및 컨설팅효과성에 미치는 영향: 정부지원 중소기업 컨설팅을 중심으로”. 한성대학교 대학원 박사

학위논문.

- 송지준. (2021). 『논문작성에 필요한 SPSS/AMOS 통계분석방법』. 경기도: 21세기사.
- 시랙마 문건줄. (2021). “기업의 내부환경 요인이 수출지원 제도의 활용과 성과에 미치는 영향에 관한 연구”. 제주대학교 대학원 석사학위논문.
- 신건권. (2016). 『AMOS S23 통계분석 따라하기(제2판)』. 서울: 도서출판 청람.
- 신건권. (2018). 『SmartPLS 3.0 구조방정식모델링』. 서울: 도서출판 청람.
- 오병석. (2011). 우리나라 중소기업 수출지원제도 인지수준과 활용에 관한 연구. 『경영사학』, 26(1), 193-212.
- 우종필. (2017). 『구조방정식모델 개념과 이해』. 서울: 한나래출판사.
- 원종현, 정재은, 양희순. (2015). 자사브랜드 부착 소비재 수출 중소기업의 해외진출에 대한 탐색적 사례분석. 『벤처창업연구』, 10(1), 199-210.
- 유래현. (2016). “중소기업 경영자 역량이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구: 성장단계별 차별적 영향을 중심으로”. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 윤강술. (1996). 한국기업의 수출마케팅 차별화전략과 수출성과에 관한 연구. 『Korea Trade Review』, 21(1), 241-267.
- 윤강술. (2000). 한국 중소기업의 수출마케팅전략과 수출성과에 관한 연구. 『한국무역학회 학술대회』, 721-730.
- 윤기창 (2009). 한국 벤치기업의 경영성과에 미치는 영향요인에 관한 연구: 국제적 기업가정신과 기업역량을 중심으로. 『국제지역연구』, 13(2), 405-432.
- 윤상만. (2019). “소공인의 CEO, 기업특성 및 정부지원정책이 의사결정 및 경영성과에 미치는 영향”. 대전대학교 대학원 박사학위논문.
- 윤종록, 위홍복, 최광신. (2003). 조직기업가정신이 조직유효성에 미치는 영향에 관한 실증연구: 환경특성변수와 개인특성변수의 조절효과 검증을 중심으로. 『대한경영학회지』, 16(3), 869-888.
- 이민형. (2001). 『정부출연 연구기관 기관성과 평가지표 체계 분석』, 서울: 과학기술정책연구원. 재인용.

- 이영주, 조운애, 신종원, 한창용. (2017). 『글로벌 환경변화에 따른 중소기업 수출지원 효율화 방안』, 세종특별자치시: 산업연구원.
- 이일규, 이경. (2008). 정부 디자인개발지원사업의 기업 성과. 『한국디자인문화학회지』, 14(4), 409-417.
- 이장재. (2003) 과학기술계 정부출연 연구기관의 균형적 성과평가시스템 구축: 균형점수표(BSC) 접근방법을 중심으로. 고려대학교 정부과학연구소. 『정부학연구』. 9(2), 57-92. 재인용
- 이재훈, 양현주. (2011). 국제기업가정신, 핵심역량 그리고 국제화간 관련성에 관한 연구. 『대한경영학회지』, 24(6), 3247-3271.
- 이종민, 정선양. (2011). 중소기업의 기술사업화 성공 결정요인에 관한 연구. 『한국기술혁신학회 학술대회』, 175-18.
- 이종승. (2011). 『연구논문 작성법』. 교육·심리·사회 연구방법론 총서시리즈 연구방법1. 서울: 교육과학사.
- 이진주, 서건수. (1996). 『정책평가를 위한 새로운 모형』, 서울: 나남출판. 재인용.
- 이찬구. (2004). 과학기술계 연구회의 기관평가 제도 발전방안: 산업기술연구회의 사례를 중심으로. 『한국사회와 행정연구』, 15(!), 405-433. 재인용
- 이찬구. (2012). 연구개발 평가의 신뢰성 증진 방안. 『한국사회와 행정연구』, 23(3), 155-182.
- 이춘우. (2009). 자원기반관점의 연구지평 확장 방향 탐색: 중소기업 자원경영의 전략적 과제를 중심으로. 『중소기업연구』, 31(1), 51-71.
- 이학식, 임지훈. (2017). 『SPSS 24 매뉴얼』. 서울: 집현재.
- 임명성. (2013). 정보보안 상황에서의 도덕적 해방: 선행요인과 결과요인에 대한 연구. 『The Journal of Digital Policy & Management』, 11(11), 1-13.
- 임채숙, 윤종영. (2005). 제품 디자인의 파급효과와 품질경쟁력의 결정요인에 관한 연구. 『디자인학연구』, 95-104.
- 임향지, 이영덕. (2008). 기업 환경특성, 시장지향성, 수출성과간의 관계에 관한

- 연구: 대전·충남지역 중소기업을 중심으로. 『경영경제연구』, 31(2), 79-100.
- 장상식, 김예민. (2013) 『무역 창업업체의 기업연령별 수출입 활동 조사』, 서울: 한국무역협회.
- 전병영. (2015). “무역금융지원제도의 수출기업에 미치는 영향에 관한 연구” 강원대학교 대학원 박사학위논문.
- 전영욱. (2005). “기업체 인적자원개발 담당자의 핵심직무역량모델 개발”. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 전인선, 이록, 박주경. (2020). 중소기업의 기업가정신과 기술사업화역량이 기술적 성과를 매개로 재무성과에 미치는 영향. 『한국산학기술학회논문지』, 21(6), 508-519.
- 전재일. (2016). “수출중소기업의 내부특유자원, 전략적지향성 및 동적역량이 해외진출성과에 미치는 영향”. 한양대학교 대학원 박사학위논문.
- 정대용, 유봉호. (2007). 기업가 지향성과 시장 지향성이 조직유효성과 사업 성과에 미치는 영향. 『벤처경영연구』, 10(2), 69-93.
- 정복훈. (2020). 서비스품질과 기업특성이 지원 사업 활용 및 성과에 미치는 영향 연구: 온라인 수출지원 사업을 중심으로. 『디지털융복합연구』, 18(4), 45-53.
- 정복훈. (2020). 중소기업 해외마케팅지원사업의 활용과 성과에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 『한국융합학회논문지』, 11(5), 219-227.
- 정인식, 이장로, 이춘수. (2007). 한국 수출기업의 신제품개발전략과 수출성과에 대한 실증연구. 『무역학회지』, 32(3), 201-219.
- 정재승. (2007). “우리나라 중소기업 수출지원제도의 성과에 관한 실증연구”. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 정재은, 양희순. (2015) 중소기업의 정부 수출지원 프로그램 활용도와 기업역량이 수출성과에 미치는 영향: 기업유형을 조절변수로. 『통상정보연구』, 17(2), 123-150.
- 제영광. (2019). “우리나라 FTA 활용 지원제도가 중소기업의 수출성과에 미치는 영향에 관한 연구”. 한남대학교 대학원 박사학위논문.

- 조연성, 박근호. (2010). 기업가정신과 보유역량의 국제신벤처기업 수출성과에 관한 연구. 『국제경영리뷰』, 14(4).
- 조치현. (2009). “태생적 글로벌 기업의 글로벌지향성, 마케팅전략 및 해외시장성과에 관한 연구”. 충남대학교 대학원 박사학위논문.
- 조치현, 박재기. (2014). 태생적 글로벌 기업의 글로벌 지향성이 성과에 미치는 영향. 『대한경영학회지』, 27(12), 2099-2117.
- 지용희, 문희철. (1994). 우리나라 중소기업의 수출경쟁전략에 관한 실증적 연구. 『한국중소기업학회지』, 16(2). 127-150.
- 차민석, 배종태 (2005). 기업가정신과 벤처경영 부문의 연구동향: 한국과 미국의 학술지 비교분석(1998-2004). 『벤처경영연구』, 8, 57-94.
- 최길수, 한상우. (2010). 지방정부 출자출연기관 경영평가지표의 개선방안에 관한 연구 : 대전광역시의 사례. 『한국정책과학학회보』, 14(4), 223-241.
- Han, J. H., & Park, H. Y. (2019). Sustaining small exporters' performance: Capturing heterogeneous effects of government export assistance programs on global value chain informedness. 『Sustainability』, 11(8), 2380.
- 한충근. (2018). “지각된 위험특성과 사용자 특성이 비대면 금융거래시스템 사용의도에 미치는 영향: 바이오 정보 기반이 본인인증시스템 중심으로”. 한성대학교 대학원 박사학위논문.
- 한충민. (2006). 한국 기업의 수출마케팅 성과 결정 요인에 관한 실증적 연구: 자원 기반 이론의 관점. 『국제지역연구』, 10(1). 566-586.
- 한학희. (2013). 한국 중소기업의 전자무역활용도 영향요인과 기업성과에 관한 실증연구. 『무역학회지』, 38(1), 145-171.
- 홍세희. (2000). 구조 방정식 모형의 적합도 지수 선정기준과 그 근거. 『한국심리학회지』, 19(1), 161-177.
- 황용수. (1993). 『정부연구개발 프로그램 평가에 관한 연구: 주요국의 사례 비교분석과 한국에의 시사점』 서울: 과학기술정책관리연구소. 재인용.

2. 국외문헌

- Ahmed, Z. U., Mohamed, O., Johnson, J. P., & Meng, L. Y. (2002). Export promotion programs of Malaysian firms: an international marketing perspective. *Journal of business research*, 55(10), 831-843.
- Alhelewa, A. K. (2021). *Government export support program in Egypt: Challenges and influencing factors*.
- Audretsch, D. B., & Thurik, A. R. (2004). A model of the entrepreneurial economy (No. 1204). *Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy*, 1-17.
- Bagozzi, R. P., Yi, Y., & Phillips, L. W. (1991). Assessing construct validity in organizational research. *Administrative Science Quarterly*, 36: 421-458.
- Bagozzi, R. P., Yi, Y., & Nassen, K. D. (1998). Representation of measurement error in marketing variables: Review of approaches and extension to three-facet designs. *Journal of Econometrics*, 89(1-2), 393-421.
- Barringer, B. R. and A. C. Bluedorn (1999). The Relationship between Corporate Entrepreneurship and Strategic Management. *Strategic Management Journal*, 20(5), 421-444.
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological bulletin*, 107(2), 238.
- Bollen, K. A., & Long, J. S. (1993). *Testing structural equation models*. (Vol. 154), Sage. 재인용.
- Boyatzis, R. E. (1982). *The competent manager: A model for effective performance*, John Wiley & Sons. 재인용.
- Carpenter, M. A.(2002). The Implications of strategy and social context for the relationship between top management team heterogeneity

- and firm performance. *Strategic Management Journal*, 23(3), 275–284.
- Cavusgil, S. T. (1984). Differences among exporting firms based on their degree of internationalization. *Journal of business research*, 12(2), 195–208. 재인용.
- Cole, A. H. (1968). Meso-economics: A contribution from entrepreneurial history. *Explorations in Economic History*, 6(1), 3–33.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic management journal*, 10(1), 75–87.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship theory and practice*, 16(1), 7–26. 재인용.
- Covin, J. G., Slevin, D. P. and Schultz, R. L.(1994). Implementing strategic missions: Effective strategic, structural, and tactical choices. *Journal of Management Studies*, 31(4). 481.503. 재인용.
- Cronbach, L. J. (1946). Response sets and tests validity. *Educational and Psychological Measurement*, 6: 475–494. 재인용.
- Cronbach, L. J. (1950). Further evidence on response sets and test validity. *Educational and Psychological Measurement*, 10: 3–31. 재인용.
- Dess, G., Lumpkin, G. T., & Eisner, A. B. (2007). *Strategic Management Text and Cases 5e*.
- Dimitratos, Lioukas and S. Carter. (2004). The Relationship between Entrepreneurship and International Performance: The Importance of Domestic Environment, *International Business Review*, 13, 19–41.
- Dimitratos, Plakoviannaki and A. Pitsoulaki. (2010). The Global Smaller Firm in International Entrepreneurship. *International Business Review*, 19, 589–606.
- Dollinger, M. J. (1983). Use of Budner's intolerance of ambiguity measure for entrepreneurial research. *Psychological reports*, 53(3), 1019–1021.

- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*.
- Dubois, D. D. (1993). *Competency-based performance improvement: A strategy for organizational change*. HRD Press, Inc., 22 Amherst Road, Amherst, MA 01002.; 70.
- Dzwigol, H., Dzwigol-Barosz, M., Miśkiewicz, R., & Kwilinski, A. (2020). *Manager competency assessment model in the conditions of industry 4.0*. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(4), 2630–2645.
- Fleishman, E. A., Peterson, N. G., Mumford, M. D., Borman, W. C., & Jeanneret, P. R., (1995). *Development of prototype occupational information network (o*net) content model, volume I, 10.1–10.39: Report [and] volume ii: Appendices*. ERIC Clearing house. 재인용.
- Fletcher, S. (1991). *NVQs, Standards and competence: a practical guide for employers, managers and trainers* (pp. 200–210). London: Kogan Page. 재인용.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). *Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics*.
- Gartner, W. B. (1988). “Who is an entrepreneur?” is the wrong question. *American journal of small business*, 12(4), 11–32.
- Gedeon, S. (2010). *What is entrepreneurship*. *Entrepreneurial practice review*, 1(3), 16–35.
- Gefen, D., Straub, D., & Boudreau, M. C. (2000). *Structural equation modeling and regression: Guidelines for research practice*. *Communications of the association for information systems*, 4(1), 7.
- Gerbing, D. W., & Anderson, J. C. (1993). *Monte Carlo evaluations of goodness-of-fit indices for structural equation models*. Sage focus editions, 154, 40–40. 재인용.

- Green, P. C. (1999). *Building robust competencies: Linking human resource systems to organizational strategies*. Jossey-Bass. 재인용.
- Hambrick, D. C., & Mason, P. A. (1984). Upper echelons: The organization as a reflection of its top managers. *Academy of management review*, 9(2), 193-206.
- Ittner, C. D., & Larcker, D. F. (1997). Quality strategy, strategic control systems, and organizational performance. *Accounting, Organizations and Society*, 22(3-4), 293-314. 재인용.
- Johanson, J., & Vahlne, J. E. (1977). The internationalization process of the firm—a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of international business studies*, 8(1), 23-32.
- Katsikeas, C. S., Leonidou, L. C., & Morgan, N. A. (2000). Firm-level export performance assessment: review, evaluation, and development. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(4), 493-511.
- Kaufmann, P. J., & Dant, R. P. (1999). Franchising and the domain of entrepreneurship research. *Journal of Business venturing*, 14(1), 5-16.
- Kedia, B. L., & Chhokar, J. (1986). Factors inhibiting export performance of firms: an empirical investigation. *Management International Review*, 33-43.
- Keh, H. T., Der Foo, M., & Lim, B. C. (2002). *Opportunity evaluation under risky conditions: The cognitive processes of entrepreneurs*. *Entrepreneurship theory and practice*, 27(2), 125-148.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and entrepreneurship*. University of Chicago press. Entrepreneursh, Chicago : The University of Chicago Press, pp. 38-40.
- Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling (2nd ed.)*. New York: Guilford Press. 재인용.

- Knight, F. H. (1921). *Risk, uncertainty and profit*. Houghton Mifflin. (Vol. 31).
- Koellinger, P. (2008). The relationship between technology, innovation, and firm performance—Empirical evidence from e-business in Europe. *Research policy*, 37(8), 1317–1328. 재인용.
- Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. (1990). Market orientation: the construct, research propositions, and managerial implications. *Journal of marketing*, 54(2), 1–18.
- Kotabe, M., & Czinkota, M. R. (1992). State government promotion of manufacturing exports: a gap analysis. *Journal of international business studies*, 23(4), 637–658.
- Kurato, D. F. and Hodgetts, R. (2007). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*, 7th Edition, Mason: Thomson Higher Education. 재인용.
- Lee, C., Lee, K. and Pennings, J. M.(2001). Internal capabilities, external networks, and performance: A study of technology bases ventures. *Strategic Management Journal*, 22(6–7), 615–640. 재인용.
- Leibenstein, H. (1978). *General X-efficiency theory and economic development*. Oxford University Press, 40–41. 재인용.
- Leonidou, L. C., Katsikeas, C. S., & Piercy, N. F. (1998). Identifying managerial influences on exporting: past research and future directions. *Journal of International Marketing*, 6(2), 74–102.
- Leonidou, L. C., Katsikeas, C. S., & Samiee, S. (2002). Marketing strategy determinants of export performance: a meta-analysis. *Journal of Business research*, 55(1), 51–67.
- Lumpkin, G., & Dess, G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2001). Linking two dimensions of

- entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of business venturing*, 16(5), 429-451.
- March, J. G., & Sutton, R. I. (1997). Crossroads—organizational performance as a dependent variable. *Organization science*, 8(6), 698-706.
- McClelland, D. C. (1973). *Testing for competence rather than for intelligence*. American psychologist, 28(1), 1-14.
- McDougall, P. P., & Oviatt, B. M. (2000). International entrepreneurship: the intersection of two research paths. *Academy of management Journal*, 43(5), 902-906.
- McDougall, P. P., & Oviatt, B. M. (2003). *Some fundamental issues in international entrepreneurship*. Entrepreneurship Theory & Practice, 7, 1-27. 재인용.
- McDougall, P. P., & Oviatt, B. M. (2005). *Defining International Entrepreneurship and Modeling the Speed of Internationalization*. Entrepreneurship Theory and Practice, 29(5), 537-554. 재인용.
- McLagan, P. A. (1989). Models for HRD practice(4th ed.). *Training & development journal*, 43(9), 49-60. 재인용.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management science*, 29(7), 770-791.
- Mirabile, R. J. (1997). Everything you wanted to know about competency modeling. *Training & development*, 51(8), 73-78. 재인용.
- Moini, A. H. (1998). Small firms exporting: how effective are government export assistance programs?. *Journal of Small Business Management*, 36(1), 1.
- Morgan, N. A., Zou, S., Vorhies, D. W., & Katsikeas, C. S. (2003). Experiential and informational knowledge, architectural marketing capabilities, and the adaptive performance of export ventures: A

- cross-national study. *Decision Sciences*, 34(2), 287–321.
- Parry, S. B. (1996). The quest for competencies. *Training*, 33(7), 48–56.
재인용.
- Pavlou, P. A., Liang, H., & Xue, Y. (2007). Understanding and mitigating uncertainty in online exchange relationships: *A principal-agent perspective*. *MIS quarterly*, 31(1), 105–136.
- Podsakoff, P. M., & Organ, D. W. (1986). Self-reports in organizational research: Problems and prospects. *Journal of management*, 12(4), 531–544.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of applied psychology*, 88(5), 879–903.
- Porter, M., & Lynch, R. (1980). *Corporate strategy*. New York. NY.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 761–787.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). *Entrepreneurial orientation and business performance: Cumulative empirical evidence*.
- Rostami, N. A. (2015). Examining the relationship between marketing capability and innovation. *International Journal of Management, Accounting & Economics*, 2(1), 64–72.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. New York, NY: Oxford University Press.
- Schumpeter, J. A. (2017). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital I, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Routledge.

- Seringhaus, F. R. (1986). The impact of government export marketing assistance. *International Marketing Review*. 재인용.
- Sexton, D. L. and Bowman, N. B. (1986). Validation of a personality index: Comparative psychological characteristics analysis of female entrepreneurs, managers, entrepreneurship students and business students, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 40–51. 재인용.
- Shippmann, J. S., Ash, R. A., Batjtsta, M., Carr, L., Eyde, L. D., Hesketh, B., ... & Sanchez, J. I. (2000). *The practice of competency modeling*. *Personnel psychology*, 53(3), 703–740.
- Slotegraaf, R. J., & Dickson, P. R. (2004). The paradox of a marketing planning capability. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(4), 371–385.
- Sousa, C. M. (2004). Export performance measurement: an evaluation of the empirical research in the literature. *Academy of marketing science review*, 2004, 1.
- Spenser, L. M., & Spenser, S. M. (1993). *Competence at work: Models for superior performance*. New York: John Wolfley and Sonsc Inc.
- Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). A Paradigm of Entrepreneurship: entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11, 17–27.
- Strebler, M. T., & Bevan, S. (1996). *Competence-Based Management Training*. Report 302. BEBC Distribution, 15 Albion Close, Parkstone, Poole BH12 3LL, England, United Kingdom.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic management journal*, 18(7), 509–533.
- Ursavaş, Ö. F. (2013). Reconsidering the role of attitude in the TAM: An answer to Teo (2009) and Nistor and Heymann (2010), and Lopez-Bonilla and Lopez-Bonilla (2011). *British Journal of Educational Technology*, 44(1), E22–E25.
- Vorhies, D. W., & Morgan, N. A. (2005). Benchmarking marketing c

- capabilities for sustainable competitive advantage. *Journal of marketing*, 69(1), 80–94.
- Weerawardena, J., Mort, G. S., Liesch, P. W., & Knight, G. (2007). Conceptualizing accelerated internationalization in the born global firm: A dynamic capabilities perspective. *Journal of world business*, 42(3), 294–306.
- White, M. A., & Bruton, G. D. (2011). *The management of technology and innovation: A strategic approach*. Cengage Learning.
- Wiedersheim-Paul, F., H. C., Olson, and Welch L. S. (1978). Pre-Export Activity: The First Step in Internationalization. *Journal of International Business Studies*, 19(1). 47–58.
- Wiklund, J. and Shepherd, D. (2003). Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses. *Strategic Management Journal*, 24(13). 1307–1314. 재인용.
- Zahra, S. A. (1991). Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An explorative study. *Journal of Business Venturing*, 6, 259–285. 재인용.
- Zahra, S. A. (1993). Environment, corporate entrepreneurship, and financial performance: A taxonomic approach. *Journal of business venturing*, 8(4), 319–340.
- Zahra, S. A. and D. M. Gravis (2000). International Corporate Entrepreneurship: The Moderating Effect of International Environmental Hostility. *Journal of Business Venturing*, 15, 469–492. 재인용.
- Zahra, S. A. and G. George (2002). *International Entrepreneurship: The Current Status of the Field and Future Research Agenda*, in M. Hitt, D. Ireland, D. Sexton and M. Camp (Eds.) *Strategic Entrepreneurship: Creating and Integrated Mindset*, Oxford: Blackwell. 재인용.
- Zahra, S. A., Sapienza, H. J., & Davidsson, P. (2006). Entrepreneurship and

dynamic capabilities: A review, model and research agenda. *Journal of Management studies*, 43(4), 917–955.

Zahra, S. A. (2021). International entrepreneurship in the post Covid world. *Journal of World Business*, 56(1), 101–143.

부 록 <설문지>

참여기업 특성이 바우처 활용도와 수출성과에 미치는 영향에 관한 연구 -수출지원기반활용사업 중심으로-

안녕하십니까?
귀사의 무궁한 발전을 기원합니다.

저는 KOTRA에서 근무하는 송해주입니다.
현재, 한성대학교 대학원에서 컨설팅학을 공부하고 있습니다.

본 설문조사의 목적은 정부의 수출선도기업육성 정책을 근거로 KOTRA가 수행하고 있는 ‘수출지원기반활용사업’ 참여기업들을 대상으로 “참여기업 특성이 바우처 활용도와 수출성과에 미치는 영향에 관한 연구”에 필요한 실증적 자료를 얻는 것에 있습니다.

귀하께서 보내주신 응답은 연구를 하는데 크게 도움이 될 것입니다. 한편, 연구결과에 크게 영향을 미치게 되므로, 각 질문사항에 대해 귀하께서 생각하고 계신 바를 빠짐없이, 정확하고 성실하게 응답해 주실 것을 부탁드립니다.

응답해주신 내용은 학술적인 연구를 위한 목적으로만 활용될 것이며, 통계법 제33조에 따라 철저히 보호됩니다.

바쁘신 중에도 귀중한 시간을 내시어 본 설문조사에 협조해주심에 진심으로 감사드립니다.

2021년 6월

한성대학교 대학원
지식서비스&컨설팅학과
매니지먼트컨설팅전공 박사과정
지도교수 : 홍 정완
연구자 : 송 해주
E-Mail : shj-629@kotra.or.kr

설문대상 : 수출바우처 사업 담당자(CEO가 담당하시는 경우 직접 해주시기를 바랍니다.)

[Part 1]

1. 다음은 CEO특성에 관한 질문입니다.

아래 질문과 관련, 귀사의 CEO에 관한 생각을 답해 주시기를 바라며,
해당하는 정도에 체크 해주시기를 바랍니다.

(①전혀 그렇지 않다. ②그렇지 않다. ③보통이다. ④그렇다. ⑤매우 그렇다.)

질문 내용	전 혀 그 렇 지 않 다		보 통 이 다		매 우 그 렇 다
우리 회사의 CEO는					
1. 혁신적으로 사고하고 행동한다.	1	2	3	4	5
2. 혁신적인 연구개발을 강조하고 실천한다.	1	2	3	4	5
3. 독창적이고 혁신적인 아이디어를 적극적으로 수용한다.	1	2	3	4	5
4. 혁신적인 마케팅 방법 개발을 위해 노력한다.	1	2	3	4	5
5. 업무의 효율성을 높이기 위해 조직, 기술, 서비스 등을 자주 개선한다.	1	2	3	4	5
6. 혁신적 경영기법을 도입하여 성과를 올리려는 노력을 기울인다.	1	2	3	4	5
7. 경쟁회사의 반응에 능동적으로 대처한다.	1	2	3	4	5
8. 경쟁사보다 새로운 기술을 먼저 도입하려고 노력한다.	1	2	3	4	5
9. 경쟁사보다 신제품 개발에서 앞지르려고 노력한다.	1	2	3	4	5
10. 새로운 서비스 개발을 위하여 노력한다.	1	2	3	4	5
11. 새로운 시장 창출과 그 시장의 주도적 지위를 확보하기 위하여 노력한다.	1	2	3	4	5
12. 고생하더라도 진취적인 일을 하고 싶어 한다.	1	2	3	4	5
13. 위험을 무릅쓰고 환경변화에 대응할 수 있는 전략을 수립/실천한다.	1	2	3	4	5
14. 회사의 목적달성을 위하여 도전적 활동을 수행하는 편이다.	1	2	3	4	5
15. 모험성이 높고, 불확실한 상황에서도 새로운 유망사업에 진입하려고 노력한다.	1	2	3	4	5
16. 우리 회사의 경쟁적 우위를 위하여 모험적인 프로젝트를 실행하는 편이다.	1	2	3	4	5
17. 낮은 수준의 확실한 수익보다는 높은 위험의 큰 수익을 주는 사업을 선호한다.	1	2	3	4	5
18. 좀 더 사업을 성장시키기 위해 기꺼이 크고 작은 위험을 감수한다.	1	2	3	4	5

2. 다음은 기업역량에 관한 질문입니다.

아래 질문과 관련 귀하께서 생각하시는 귀사의 상황 정도에 대해 체크해주시기 바랍니다.

(①전혀 그렇지 않다. ②그렇지 않다. ③보통이다. ④그렇다. ⑤매우 그렇다.)

2-1. 글로벌지향성

질 문 내 용	전혀 그렇지 않다		보통 이다		매우 그렇다
우리 회사는					
1. 지속적 성장의 원천을 국내시장보다는 해외시장에 두고 있다.	1	2	3	4	5
2. 임직원들이 글로벌마인드로 무장하여 해외시장에 전념하고 있다.	1	2	3	4	5
3. 해외목표를 달성하기 위한 자원개발에 집중하고 있다.	1	2	3	4	5
4. 기술개발보다 해외마케팅이 더 중요하다고 생각한다.	1	2	3	4	5
5. 해외고객이 추구하는 가치를 높이기 위해 지속적으로 노력하고 있다.	1	2	3	4	5
6. 해외고객 욕구를 더 잘 이해함으로써 경쟁우위를 달성하고 있다.	1	2	3	4	5

2-2. 해외마케팅 전문성 및 전문인력

질 문 내 용	전혀 그렇지 않다		보통 이다		매우 그렇다
1. 우리 회사의 직원들은 조직과 업무에 필요한 역량을 보유하고 있다.	1	2	3	4	5
2. 우리 회사의 직원들은 사회적 소명감을 가지고 있다.	1	2	3	4	5
3. 우리 회사는 해외마케팅 전담인력을 보유하고 있다.	1	2	3	4	5
4. 우리 회사는 해외마케팅 전담인력을 증원할 계획이 있다.	1	2	3	4	5
5. 우리 회사는 해외마케팅 역량을 강화하기 위해 교육을 지원하고 있다.	1	2	3	4	5
6. 우리 회사는 해외마케팅 역량을 강화하기 위해 외부전문가를 영입할 수 있다.	1	2	3	4	5

2-3. (해외시장에서의) 제품경쟁력

질 문 내 용	전혀 그렇지 않다		보통 이다		매우 그렇다
1. 우리 회사 제품은 해외시장에 대한 사전조사가 충분히 이루어졌다.	1	2	3	4	5
2. 우리 회사 제품은 기술혁신에 집중하여 생산하고 있다.	1	2	3	4	5
3. 우리 회사 제품은 해외시장에서 경쟁력을 가지고 있다.	1	2	3	4	5
4. 우리 회사 제품에 대한 현지시장 반응과 평가는 높은 편이다.	1	2	3	4	5
5. 우리 회사 제품에 대한 해외 충성고객이 있다.	1	2	3	4	5
6. 우리 회사 제품에 대한 해외고객 만족도가 상승하고 있다.	1	2	3	4	5

2-4. 수출경험

질 문 내 용	전혀 그렇지 않다		보통 이다		매우 그렇다
우리 회사의					
1. 수출기간은 오래된 편이다.	1	2	3	4	5
2. 수출품목은 다양한 편이다.	1	2	3	4	5
3. 수출지역은 다양한 편이다.	1	2	3	4	5
4. 수출액은 증가하고 있는 편이다.	1	2	3	4	5
5. 수출비중은 증가하고 있는 편이다.	1	2	3	4	5
6. 수출역량은 확대되고 있는 편이다.	1	2	3	4	5

3. 다음은 정부의 수출지원제도를 어떻게, 얼마나 알고 계시는지에 관한 질문입니다.

아래 질문과 관련, 귀사에서 알고 계시는 정도에 체크해주시기 바랍니다.
(①전혀 그렇지 않다. ②그렇지 않다. ③보통이다. ④그렇다. ⑤매우 그렇다.)

3-1. 수출지원제도 이해 정도

질 문 내 용	전혀 그렇지 않다		보통 이다		매우 그렇다
우리 회사는					
1. KOTRA에서 시행하는 해외마케팅지원제도(무역사절단, 내수기업 수출기업화 사업 중견기업 글로벌 지원, 전시회 참가 지원 해외 자회사사업 등에 대해 잘 알고 있다.	1	2	3	4	5
2. 중소벤처기업부에서 시행하는 수출지원제도(수출컨소시엄사업, 전자상거래활용수출 지원, 해외규격인증획득 지원, 수출유망중소기업 지정 등)에 대해 잘 알고 있다.	1	2	3	4	5
3. 중소벤처기업진흥공단에서 시행하는 해외진출지원제도(수출 인큐베이터사업, 글로벌협력기반구축, 온라인수출지원사업 등)에 대해 잘 알고 있다.	1	2	3	4	5
4. 한국무역협회의 수출지원제도(해외전시회 참가 지원, 화상수출상담회, 무역투자사절단 파견 등)에 대해 잘 알고 있다.	1	2	3	4	5
5. 대중소기업농어업협력재단에서 시행하는 해외진출지원제도(대중소기업 동반진출 지원 등)에 대해 잘 알고 있다.	1	2	3	4	5
6. 창업진흥원에서 시행하는 해외진출지원제도(글로벌기업 협업 프로그램 등)에 대해 잘 알고 있다.	1	2	3	4	5

3-2. 수출지원제도에 대한 신뢰성

질 문 내 용	전혀 그렇지 않다		보통 이다		매우 그렇다
우리 회사는					
1. 수출지원제도의 정책과 업무가 업종별 형평성에 맞게 처리된다고 생각한다.	1	2	3	4	5
2. 수출지원제도의 정책과 업무가 지역별 형평성에 맞게 처리된다고 생각한다.	1	2	3	4	5
3. 수출지원제도의 정책과 업무가 기업규모별 형평성에 맞게 처리된다고 생각한다.	1	2	3	4	5
4. 수출지원제도를 잘 활용하고 있다.	1	2	3	4	5
5. 수출지원제도의 혜택을 잘 받고 있다.	1	2	3	4	5
6. 수출지원제도가 수출(확대)에 도움이 되고 있다고 생각한다.	1	2	3	4	5

3-3. 수출지원제도의 이용편의성

질 문 내 용	전혀 그렇지 않다		보통 이다		매우 그렇다
1. 사업 홍보 및 사전 공지가 적절한 편이다.	1	2	3	4	5
2. 참가신청 및 절차가 간단하고 편리한 편이다.	1	2	3	4	5
3. 서비스 이용절차가 간단하고 편리한 편이다.	1	2	3	4	5
4. 서비스 이용비용이 적절한 편이다.	1	2	3	4	5
5. 이용비용 정산절차가 간단하고 편리한 편이다.	1	2	3	4	5
6. 이용문의시 담당 직원의 안내가 적절한 편이다.	1	2	3	4	5

4. 다음은 수출바우처 활용에 관한 질문입니다.

아래 질문에 대한 귀사의 상황에 해당되는 정도에 체크해주시기 바랍니다.

4-1. 수출바우처사업 인지 정도

(①전혀 그렇지 않다. ②그렇지 않다. ③보통이다. ④그렇다. ⑤매우 그렇다.)

질 문 내 용	전혀 그렇지 않다		보통 이다		매우 그렇다
우리 회사는					
1. 수출바우처사업 내용에 대해 잘 알고 있다.	1	2	3	4	5
2. 수출바우처사업 신청방법에 대해 잘 알고 있다.	1	2	3	4	5
3. 수출바우처사업 이용방법에 대해 잘 알고 있다.	1	2	3	4	5
4. 수출바우처사업 정산방법과 절차에 대해 잘 알고 있다.	1	2	3	4	5
5. 수출바우처사업 서비스 메뉴 활용에 대해 잘 알고 있다.	1	2	3	4	5
6. 수출바우처사업 운영기관별(KOTRA, 중진공, 무역협회 등), 제품군별 바우처의 차이에 대해 잘 알고 있다.	1	2	3	4	5

4-2. 귀사에서 활용한 수출바우처 메뉴

(①전혀 활용치 않음. ②거의 활용치 않음. ③보통이다. ④활용함. ⑤매우 잘 활용함)

질 문 내 용	전혀 활용치 않음		보통 이다		매우 잘 활용함
1. 브랜드 개발/ 관리	1	2	3	4	5
2. 홍보/ 광고	1	2	3	4	5
3. 조사/ 일반 컨설팅	1	2	3	4	5
4. 전시회/ 행사/ 해외영업지원	1	2	3	4	5
5. 법무/ 세무/ 회계 컨설팅	1	2	3	4	5
6. 역량강화 교육	1	2	3	4	5
7. 서류대행/ 현지등록/ 환보험	1	2	3	4	5
8. 통번역	1	2	3	4	5
9. 디자인 개발	1	2	3	4	5
10. 홍보 동영상 제작	1	2	3	4	5
11. 해외규격 인증 획득	1	2	3	4	5
12. 특허/ 지재권/ 시험	1	2	3	4	5

5. 다음은 수출성과에 관한 질문입니다.

아래 질문과 관련, 귀사의 상황에 해당되는 정도에 체크해주시기 바랍니다.

(①전혀 그렇지 않다. ②그렇지 않다. ③보통이다. ④그렇다. ⑤매우 그렇다.)

질 문 내 용	전혀 그렇지 않다		보통 이다		매우 그렇다
수출바우처 활용을 통해 우리 회사의					
1. 수출액은 증가 추세에 있다.	1	2	3	4	5
2. 매출액은 증가 추세에 있다.	1	2	3	4	5
3. 수출증가율은 확대 추세에 있다.	1	2	3	4	5
4. 수출비중(매출액/수출액)은 증가 추세에 있다.	1	2	3	4	5
5. 수출대상 국가는 확대 추세에 있다.	1	2	3	4	5
6. 해외영업인력은 증가 추세에 있다.	1	2	3	4	5

[Part 2]

1. 다음은 귀사의 일반현황에 대한 질문입니다.

1-1. 귀사의 CEO 성별은 무엇입니까? ① 남() ② 여()

1-2. 귀사는 어느 지역에 소재하고 있습니까?

- ① 서울() ② 부산() ③ 대구() ④ 인천() ⑤ 광주()
⑥ 대전() ⑦ 울산() ⑧ 세종() ⑨ 경기도() ⑩ 강원도()
⑪ 충청도() ⑫ 전라도() ⑬ 경상도() ⑭ 제주도()

1-3. 귀사의 업태는 무엇입니까?

- ① 제조업() ② 서비스업() ③ 도/소매업() ④ 건설업() ⑤ 기타()

1-4. 귀사의 업종은 무엇입니까?

- ① 농수산물 및 가공식품() ② 화학 및 고무/플라스틱 제품() ③ 화장품/뷰티()
④ 의약품() ⑤ 섬유 및 의복() ⑥ 패션() ⑦ 기계 및 장비류()
⑧ 전기/전자및통신장비() ⑨ 생활용품() ⑩ 철강/금속제품() ⑪ 유류제품() ⑫ 기타()

1-5. 귀사를 설립하신 지는 얼마나 되었습니까?

- ① 1년 이내() ② 1~3년 이내() ③ 3~5년 이내() ④ 5~7년 이내() ⑤ 7년 이상()

1-6. 귀사의 상시 종업원수는 몇 명입니까?

- ① 1 가업() ② 10명 이하() ③ 11~299명 이하() ④ 300명 이상()

2~3. 다음은 귀사의 수출 및 바우처 사용현황에 대한 질문입니다.

2-1. 귀사의 최근 3개년 평균 매출액은 얼마입니까? () 원)

2-2. 귀사의 최근 3개년 평균 수출액은 얼마입니까? (미화) 달러)

2-3. 귀사는 수출하신 지 얼마나 되었습니까?

- ① 1년 이내() ② 1~3년 이내() ③ 3~5년 이내() ④ 5~7년 이내() ⑤ 7년 이상()

2-4. 귀사의 주요 수출국가는 어디입니까? (순위별 3개국)

- (① , ② , ③)

3-1. 귀사의 바우처 종류는 무엇입니까?

① 소비재선도기업육성사업() ② 중견기업글로벌지원사업()

3-2. 귀사는 배정받은 바우처금액 기준, 바우처를 얼마나 사용하셨습니까?

(소비재 : 2,000만원/4000만원/5500만원, 중견기업: 5,000~20,000만원)

① 0%() ② 1~50% 이하() ③ 51~70% 이하()

④ 71~85% 미만() ⑤ 85~99% 이하() ⑥ 100%()

3-3. 귀사에서 활용한 바우처 서비스 메뉴 건수에 대해 주시기 바랍니다.

① 1건() ② 2~3건() ③ 4~5건() ④ 6~7건() ⑤ 8건 이상()

4. 다음은 귀하에 관한 질문입니다.

4-1. 귀하의 연령은? ① 20대() ② 30대() ③ 40대() ④ 50대() ⑤ 60대 이상()

4-2. 귀하의 직위는 무엇입니까?

① 사원() ② 주임/대리() ③ 과장() ④ 차장() ⑤ 부장 이상()

감사합니다.

ABSTRACT

A Study on the Effects of Participating Company Characteristics on the Use of Voucher and Export Performance: Focusing on the Export Voucher Program

Song, Hye-Joo

Major in Management Consulting

Dept. of Knowledge Service & Consulting

The Graduate School

Hansung University

On the 26th of October 2021, Korea achieved 1 trillion dollars of trade volume in the shortest time ever. If this trend continues, the scale of trade in 2021 is expected to reach an all-time high. What is even more noteworthy among these achievements is that small and medium-sized enterprises (SMEs) played a major role in the export boom, and their share in total exports is gradually increasing.

After the global financial crisis in 2008, environmental changes toward the new normal and the 4th industrial revolution had a negative impact on SME exports. Among them, the environment of the 4th industrial revolution presents another challenge and opportunity for SMEs. Accordingly, the government continues to provide systematic support to

revitalize exports of small and medium-sized enterprises (SMEs), which have a significant impact on the national economy, and as a part of that, the export voucher program was introduced in 2017.

This study examines specific factors of participating companies in the export voucher business that affect voucher utilization and export performance, the main factors were how well it met the evaluation criteria for selecting companies participating in the export voucher program, and based on this, the criteria for selecting appropriate companies in the future and measures to improve the system to increase the use of vouchers were attempted. The research target is companies that have experience participating in export voucher programs. After conducting an email survey, using SPSS 22.0 and AMOS 22.0 statistical package, frequency analysis, descriptive statistical analysis, exploratory factor analysis, reliability analysis, measurement model analysis and structural equation model analysis, indirect effect test, multi-group analysis, and t-test/ANOVA were performed, and the research results were derived through them.

The study results are summarized as follows.

First, as a result of examining the effect of CEO characteristics on voucher utilization and export performance, it was found that CEO characteristics had a positive effect on voucher usage, but had no significant effect on export performance.

Second, as a result of examining the effect of corporate competency on voucher use and export performance, it was found that global orientation, professional manpower, product competitiveness, and export experience, which are sub-factors of corporate competency, did not have a positive effect on voucher utilization. On the other hand, it was found that professional manpower, product competitiveness, and export experience had a positive effect on export performance, whereas global

orientation did not.

Third, as a result of examining the effect of recognition of the export support system on recognition the export voucher system, it was found that understanding the export support system, system reliability, and convenience have a positive effect on the recognition of the voucher system.

Fourth, as a result of examining the effect of recognition the voucher system on voucher utilization and export performance, it was found that recognition the voucher system had a positive effect on voucher usage and export performance.

Fifth, as a result of examining the effect of voucher use on export performance, it was found that voucher use did not have a positive effect on export performance.

Sixth, as a result of a multi-group analysis between the two groups(leading consumer goods companies, midium sized companies) with different services used, it was found that there were differences between the two groups in the effect of CEO characteristics on the use of vouchers, between product competitiveness and export performance, and between institutional reliability and recognition of the voucher system. In addition, as a result of multi-group analysis between two groups(more than 7 years, less than 7 years) with different export experiences, it was found that there were differences between the two groups, respectively, in the effect of CEO characteristics on the use of vouchers, and between the recognition of the voucher system and the use of vouchers, and the recognition of the voucher system and export performance.

Seventh, as a result of t-test/ANOVA difference between groups according to the voucher type, export experience, company location, and company size, it was found that there were differences in export experience, understanding of the export support system, and export

performance between the two groups with different voucher types(leading consumer goods companies, midium sized companies), and, it was found that there was a difference in export experience and export performance between the two groups with different export experience(more than 7 years and less than 7 years). In addition, it was found that the understanding of the export support system, the reliability of the system, and the convenience of use were different between the two groups with different corporate locations(Seoul/Gyeonggi and other regions), and, the three groups with different corporate sizes(small business, SMEs, and mid-sized companies) showed differences in export experience and voucher use.

The results of this study suggest that CEO characteristics, corporate capabilities(professional manpower, product competitiveness, export experience), and awareness of the export support system(system understanding, system reliability, convenience) are key factors that can properly recognize the export voucher system, use it appropriately, and improve performance. Accordingly, an improvement (draft) was proposed for the evaluation criteria that can select a more appropriate company based on major factors. And, as an improvement plan for revitalizing the voucher business, it was suggested to select participating companies that match the performance indicators of each business, to differentiate service menus by business, to expand export-directed services, and to strengthen business guidance and publicity.

It can be said that this study is meaningful in that it tried to find implications by deriving key factors that can improve the appropriateness of the participating company selection criteria and business performance through an analysis targeting export voucher projects, where there are not many prior studies.

【Key words】 CEO characteristics, global orientation, professional manpower, product competitiveness, export experience, export support system, export voucher system, utilization, export performance