

수출지속기업의 사례연구를 통한 성공요인 도출

(최종 보고서)



2015년 10월



한양대학교 지식서비스연구소
Hanyang University Institute of Knowledge Service

제 출 문

본 보고서를 “수출지속기업의 사례연구를 통한 성공요인
도출”의 최종 결과보고서로 제출합니다.

2015년 10월

연 구 주 관 : 한양대학교 지식서비스연구소

연 구 기 간 : 2015. 3. ~ 2015. 10. (7개월)

연구책임자 : 안 윤 지 (한양대학교)

지식서비스연구소장 귀하

* 본 보고서는 중소기업청에서 시행한 컨설팅대학원 및 컨설팅 R&D 센터 사업지원으로 연구되었습니다.

1. 서론

1) 연구배경

- 중소기업의 글로벌화 첫 단계인 ‘수출’을 효과적으로 추진하고 지속적인 수출기업으로 유지하기 위한 전략 모색이 필요함
 - 매년 내수기업의 수출기업화 업체는 18,000개사 내외이나 이들 중 1년 후 52%, 3년 후에는 34%만 수출기업 유지함
- 이에, 신규 수출기업의 현주소를 진단하고, 이들의 수출패턴 분석을 통해 수출기업으로 안착하여 지속적인 수출확대를 위한 방안 수립의 기반을 만들고자 함
 - 신규 수출업체 1,000개사 중 4년차에 수출 100만 달러 돌파업체는 36개사(3.6%)에 불과하나 4년차 생존기업 중 수출 100만 달러 상회 업체는 10.6%로 증가함

2) 연구목적

- 수출지속기업에 대한 사례연구를 통해서 중소기업의 수출경쟁력을 제고시킬 수 있는 방안을 모색하고자 함
- 기업의 특징, 대내외 환경 등 다양한 측면에서 수출 지속원인을 분석하여 시사점을 도출하고자 함
 - 이를 위해서 수출지속기업의 일반 현황, 글로벌 진출 현황, 수출 경쟁력을 확보하고 있는 분야와 취약한 분야에 대한 현황, 정부지원정책 활용 수준, 수출을 통한 성장경로, 수출성과 분석 등을 수행하고자 함

2. 수출기업의 수출성과 결정요인 및 장애요인

1) 수출성과 결정요인

- 자원기반이론에 따르면 확보한 역량에 따라 기업의 성과가 달라지기 때문에 지속적인 수출성과를 내기 위해서는 수출역량을 확보하는 것이 중요함
- 수출중소기업은 경쟁자가 모방하기 어려운 수출역량을 확보하고 유지할 필요가 있음
- 본 연구에서는 수출성과 결정요인을 수출역량, 수출시장지향적 활동, 지원정책 활용수준으로 구분함
 - 특히, 수출시장지향적 활동은 수출시장의 고객과 경쟁자에 대한 정보를 획득하여 조직 내 공유하고 활용하는 것을 의미하며 수출성과를 향상시키는데 중요한 역할을 함

구 분	상세 요인	
수출 역량	글로벌리더십 역량	경영진의 글로벌 진출의지, 경영진의 글로벌 사업경험, 경영진의 글로벌 사업전략, 글로벌 사업추진 전담인력, 명확한 목표시장 인지도
	수출환경적응 역량	주기적 환율변동 정보 관리역량, 글로벌 정보 및 자산활용 역량, 현지 고객과의 협력 역량, FTA 활용 역량, 대기업과의 동반진출 확보 역량
	시장경쟁 역량	글로벌 네트워크 확보 역량, 현지시장 개척 역량, 글로벌 시장 정보 분석 역량, 고객 요구 대응 역량, 글로벌 시장 내 브랜드 인지도 구축 역량, 경쟁업체 대응 역량
	기술혁신 역량	고부가가치 제품 보유 역량, 연구개발 역량, 원가경쟁 역량, 품질경쟁 역량, 납기경쟁 역량, 외부자원 활용 역량
수출시장 지향적 활동	수출정보 획득	① 다양한 수출시장 동향(규제, 기술 개발, 정치, 경제 등) 파악하고 있음 ② 수출고객 니즈에 대응하기 위해 지속적으로 자사의 수준을 모니터링함 ③ 당사와 관련된 수출환경의 근본적인 변화(규제, 기술,

		경제 등)를 감지할 수 있음 ④ 당사와 관련된 수출환경의 변화(규제, 기술)를 정기적으로 검토함 ⑤ 수출고객의 니즈와 성향에 영향을 미치는 요인을 파악하기 위해서 정보를 수집함
	수출정보 파급	① 수출 경쟁자와 관련된 많은 정보가 당사 의사결정에 게 도달하기 전에 소멸됨 ② 수출전담인력에게 수출고객에 대한 중요한 정보가 전달되는 속도는 매우 느린 편임 ③ 수출고객에 대한 정보가 종종 시스템에서 손실됨 ④ 경쟁자의 수출활동에 대한 정보가 수출전담인력에게 전달되는 속도는 매우 느린 편임 ⑤ 전달과정에서 중요한 시장정보들이 손실됨
	수출시장에 대한 민감성	① 수출 사업 전략은 수출고객의 가치창출 방안에 대한 이해를 기반으로 수립되며 이를 통해 고객은 가치창출이 가능할 것이라고 믿음 ② 수출 고객의 니즈를 충분히 이해한 후 경쟁우위 확보를 위한 수출 전략을 수립함 ③ 고객 만족도를 기반으로 수출사업목표를 수립함 ④ 수출시장에서 세심한 사후 서비스를 제공함
지원정책 활용수준	연구개발 정책	
	자금 및 신용지원	
	수출판로개척 지원	
	인력 지원	

2) 수출 장애요인

- 수출현장에 발생하는 장애요인에 대한 분석은 중소기업의 사업관리자 뿐만 아니라 공공 정책 입안자와 사업관련 교육에 중요한 역할을 할 수 있음
- 수출 장애요인은 기업관점에서 수출을 바라보는 내부적 장애요인과 본국과 현지 환경에서 비롯된 외부적 장애요인으로 구분할 수 있음
- 이에 선행연구를 통해 수출현장에서 발생하는 장애요인들을 아래와 같이 정리함