

주요국의 중소기업 해외진출 지원전략과 시사점

김정곤 · 최보영 · 이보람 · 이민영



주요국의 중소기업 해외진출 지원전략과 시사점

김정곤 · 최보영 · 이보람 · 이민영

Ⅱ 서 언 Ⅱ

최근 우리나라에서는 경제성장의 동력으로 중소기업의 역할이 다시금 강조되고 있습니다. 이러한 추세는 미국과 일본의 최근 정책에서도 나타나고 있으며, 전통적인 중소기업 강국인 독일 그리고 노키아의 쇠락을 중소기업 활성화로 극복하고 있는 핀란드도 중소기업 성장기반 구축에 지속적인 정책적 노력을 기울이고 있습니다. 이들의 최근 정책은 해외진출 활성화를 중소기업 발전의 중요한 요소로 인식하고 있다는 공통점이 있습니다. 중소기업의 해외진출은 국가 수출 증대 및 기업의 글로벌화 촉진과 성장, 그리고 국내 고용창출에 기여하므로 국가경제적으로 중요한 의미가 있습니다. 우리나라 중소기업은 최근 신흥시장을 중심으로 수출과 투자를 다각화하고 있으나, 수출과 해외직접투자에서 중소기업이 차지하는 비중은 오히려 줄어드는 추세입니다. 이에 본 연구는 우리나라의 관련 정책을 평가하고 중소기업 수출과 투자 결정요인을 실증적으로 분석한 후, 이를 바탕으로 상기 4개국의 정책을 분석하여 우리나라에 대한 시사점을 도출하였습니다.

우리나라는 신정부가 들어선 2013년 이후 수출 중소기업 지원 예산을 확충하고 있으며, 지원의 비효율성을 제거하기 위해 기관간 협업을 강조하고 있습니다. 아울러 신흥시장 진출에 대한 지원을 강화함으로써 우리 중소기업이 대외환경의 변화에 효과적으로 대응할 수 있도록 돕고 있습니다. 그러나 일률적인 지원방식, 해외진출 단계별 지원의 차별화 미흡, 지원기관 분산 등 개선해야 할 부분이 있으며, 중소기업 해외진출 지원이 제조업을 중심으로 이루어져 산업별 다양성이 부족한 것으로 평가됩니다. 이 연구에 의하면, 우

리 중소기업은 FTA를 통한 수출 및 투자 증대효과가 대기업에 비해 낮은데다 외국의 계약과 조세 등 법체계의 복잡성, 환율변동성과 지리적 거리 등 해외 활동의 각종 장애요인에 대한 대처능력도 대기업보다 취약합니다. 이에 우리나라 관련 정책의 현재를 점검하고, 효과적인 정책방안을 모색하기 위해 미국, 독일, 핀란드, 일본의 관련 정책사례를 분석하였습니다. 이들은 각기 다른 여건 속에서도 우리나라와 유사한 문제의식을 안고 있으므로, 향후 우리나라의 정책에 상당한 시사점을 제공해줄 것으로 기대됩니다. 또한 구체적인 연구를 통해 이 국가들의 정책에 대한 이해도 역시 높일 수 있을 것입니다.

이 보고서의 작성에는 우리 연구원의 김정곤, 최보영 부연구위원, 그리고 이보람, 이민영 연구원이 참여하였습니다. 이 연구의 심의과정에서 유익한 논평을 해주신 산업통상자원부의 오종희 사무관, 중소기업진흥공단의 배경화 박사, 중소기업연구원의 엄부영 박사를 비롯한 관계자 여러분에게 감사를 드립니다. 또한 자문위원과 심의위원으로 수고해주신 임호열 국제협력정책실장과 강유덕 연구위원에게도 사의를 표합니다.

우리나라의 중소기업은 새로운 경제성장의 동력으로 그 역할을 쇄신해야 할 기로에 서 있으며, 해외진출은 그 중요한 척도가 될 것으로 생각합니다. 아무쪼록 이 보고서가 글로벌 경쟁 속에서 한국의 새로운 중소기업 해외진출 지원정책 수립에 기여할 수 있기를 바랍니다.

2014년 12월

원장 이일형

Ⅰ 국문요약 Ⅰ

최근 우리나라에서 성장동력으로서 중소기업의 역할이 강조되고 있는데, 이러한 추세는 미국과 일본, 독일, 그리고 핀란드 등에서도 두드러지게 나타나고 있다. 이들의 최근 정책은 해외진출 활성화를 중소기업 발전의 중요한 요소로 인식한다는 공통점이 있으며, 중소기업 해외진출은 수출 증대 및 기업의 글로벌화 촉진과 성장, 그리고 국내 고용창출에 기여함으로써 국가경제적으로 중요한 의미가 있다. 우리 중소기업은 신흥시장을 중심으로 수출과 투자를 다각화하고 있으나, 수출과 해외직접투자에서 중소기업이 차지하는 비중은 오히려 줄어드는 추세이다. 이에 보고는 우리나라의 관련 정책을 평가하고 중소기업 수출과 투자 결정요인을 분석하는 한편, 상기 4개국의 정책을 연구함으로써 우리나라에 대한 시사점을 도출하였다.

우리나라는 신정부가 들어선 2013년 이후 수출 중소기업 지원 예산을 확충하고 있다. 아울러 지원의 비효율성을 제거하기 위해 기관간 협업을 강조하는 지원체계를 구축하고, 신흥시장 진출을 적극 지원하고 있다. 그러나 일률적인 지원방식, 해외진출 단계별 지원의 차별화 미흡, 그리고 지원기관 분산 등은 개선해야 할 부분이며, 중소기업 해외진출 지원이 제조업을 중심으로 이루어져 산업별 다양성도 부족하다. 구체적으로 보면 정보제공의 효율화, 해외 마케팅 지원, 기업 맞춤형 지원, 다양한 형태의 해외진출에 대한 지원을 강화할 필요가 있다. 보고의 실증 분석에 의하면, 우리나라 중소기업은 FTA를 통한 수출 및 투자 증대효과가 대기업에 비해 상대적으로 낮고, 외국의 계약과 조세 등 법체계의 복잡성, 환율변동성과 지리적 거리 등 해외활동의 각종 장애요인에 대한 대처능력도 대기업보다 취약하다. 또한 중소기업은 통관

이 어려운 지역에 대한 수출을 기피하고 있다. 그리고 우리나라 중소기업은 1인당 소득이 상대적으로 낮은 국가에 진출하는 경향을 보이고 있는데, 이는 중소기업이 대기업에 비해 경쟁력이 약하기 때문인 것으로 평가된다.

이와 같은 분석결과를 염두에 두고, 선진 4개국의 중소기업 해외진출 지원 정책과 그 성과를 분석하여 다음과 같은 정책적 시사점을 도출하였다. 첫째, 중소기업 해외진출 지원정책의 위상을 강화하고 지원체계를 개선할 필요가 있다. 선진 4개국은 공통적으로 중소기업 해외진출 지원정책을 강화하고, 국가 차원의 정책적 일관성 확보 및 대외환경 대응체계 구축에 힘쓰고 있다. 우리나라는 최근 관련 정책이 강화되고는 있으나, 범정부 차원의 지속성 있는 정책 이니셔티브에는 이르지 못하는 것으로 보인다. 이와 관련하여 중소기업의 해외진출을 총괄하는 고위급 부처간 위원회를 구성하여 국가차원의 우선 과제를 선정하고, 각 부처가 협력적으로 대처하는 체계를 형성할 필요가 있으며, 정책의 지속성을 위해 중소기업 해외진출 관련 법을 제정하는 방안도 고려해볼 수 있을 것이다. 또한 해외진출 지원을 담당하는 중소기업진흥공단과 코트라, 기술개발을 지원하는 미래창조과학부, 그리고 금융지원을 담당하는 수출입은행 등이 협업체계를 형성하여 중소기업의 성장과 해외진출을 일관성 있게 지원해야 할 것이다.

둘째, 중소기업의 수출 증대를 통해 수출의 양적 확대를 꾀한다는 비전을 구체화하여, 수출기업의 외연 확대에 초점을 맞출 필요가 있다. 이는 이 보고서에서 검토한 국가들 모두 역점을 두는 정책으로, 기존 수출기업의 수출 증대보다 새로운 수출 기업의 참여가 국가적인 수출 확대에 기여한다는 경험적 사실과 일치한다. 이에 따라 수출 시작기업을 대상으로 집중 지원할 필요가 있으며, 선별된 중소기업을 대상으로 사업타당성조사 지원 프로그램을 도입

하여 사전준비, 현지조사, 사후지원까지 단계별 지원을 강화할 필요가 있다. 또한 수출인큐베이터의 사업운영 국가 및 지역을 넓혀야 할 것이며, 한인상회와 현지 컨설팅업체 등을 활용하여 중소기업-해외구매자 매칭지원을 강화할 필요가 있다.

셋째, 제조업 이외의 다양한 산업군의 해외진출 지원을 강화해야 한다. 서비스업 분야는 중소기업의 활동이 활발하고 고용 창출력이 높은바, 이 연구에서 다룬 선진국들은 공통적으로 탈제조업화의 진행과 더불어 서비스업의 해외진출 지원에 관심을 기울이고 있다. ICT산업, 문화창조산업 등의 경쟁력 있는 중소기업의 해외진출이 증가할 것으로 예상되나, 소관 부처에 따라 개별 정책이 운영되어 지원정책간의 연계성을 저해할 수 있다. 예를 들어 문화창조산업은 하나의 정책 개념적 틀로 묶고 이에 준하여 부처간 협력기구를 만들어 종합적인 지원체계를 구축할 필요가 있다. 더욱이 서비스업의 해외진출은 직접 수출과는 다른 형태로 이루어지는 경향이 크므로, 다양한 해외진출 형태에 대한 지원이 필요하다. 따라서 코트라, 중소기업진흥공단 등 기존 수출지원기관과 서비스산업별 유관기관의 협업체계를 구축할 필요가 있다.

넷째, 해외진출의 의지가 높고 경쟁력이 있는 기업을 집중적으로 지원할 필요성이 높다. 외국의 사례를 토대로 할 때, 경쟁력 있는 중소기업의 해외진출을 촉진하는 것은 한정된 자원하에서 우선적인 정책과제가 되어야 한다. 특히 초기 회임기간이 필요한 기술집약산업에는 우수 기업을 중심으로 기술개발 및 상품화 단계에서 해외진출까지 일관성 있는 지원을 제공할 필요성이 크다. 따라서 해외진출 및 기술 지원기관, 금융기관 등이 공동 지원 프로그램을 운영해야 할 것이며, 최근 국내 주요 지역별로 설립 중인 창조경제혁신센터를 기술개발 및 창업 단계부터 수출 등 해외진출, 해외 기업과 협업체계 구

축, 나아가 해외 현지창업 등을 지원하는 형태로 발전·운영해야 할 것이다.

다섯째, 진출 대상지역의 다각화에 대한 대응이다. 중국과 같이 이미 진출이 활발한 신흥국은 물론 그 밖의 잠재력 높은 신흥시장 진출에 대한 전략적 접근이 강화되어야 하며, 이에 따른 지원체계가 보완되어야 할 것이다. 신흥국에는 구매자 식별 및 시장 전략 수립, 현지 마케팅 과정에서 발생하는 언어 문제, 현지시장에 능통한 관리자의 부족 등에 대한 지원을 강화할 필요가 있다. 특히 구매자 식별 및 매칭은 매우 중요한 요소로, 신흥국 구매자 초청 프로그램을 확대해나가는 것이 좋을 것이다.

다양한 기관이 생산하는 정보를 체계적으로 관리, 공급하는 것 또한 중요한 과제이다. 이와 관련하여 중소기업수출지원센터가 모든 수출지원사업에 대한 일원화된 창구 역할을 할 필요가 있고, 각 기관이 생산하는 무역정보를 단일 창구(예를 들어 산업통상자원부의 통합무역정보포털)를 통해 제공해야 한다. 나아가 기업 프로파일에 근거한 맞춤형 정보제공 수단을 개발할 필요가 있다.

이 연구에서 실증적으로 확인된 바와 같이, 중소기업이 상대국에서 발생할 수 있는 법적 문제에 대응할 수 있는 지원을 강화하여 주요 국가별 혹은 경제권별로 법제도 지원센터를 설립하여 중소기업을 지원하는 방안을 고려해야 한다. 또한 우리나라는 2009년 APEC 정상회의에서 ‘계약분쟁 해결절차’ 분야 개혁주도국으로 선정되었으므로, 이러한 위상을 활용하여 APEC 등 다자 협의체에서 협력을 적극적으로 추진해야 한다. 법제 지원사업으로 개도국의 계약분쟁 법제가 우리 법제와 조화를 이루면 우리 기업에는 법률 안전망을 구축해주는 효과가 있고, 한국에 대한 투자를 희망하는 외국기업에는 법제도의 이질감을 해소시켜줌으로써 투자를 이끌어낼 수 있다.

아울러 해외네트워크 확충에 대해 강조하고자 한다. 건설한 해외네트워크는 중소기업 해외진출의 핵심 인프라이다. 특히 해외네트워크의 질적 제고가 중요한데, 현지 경제계와 맺는 긴밀한 우호관계는 핵심적인 과제이다. 또한 해외네트워크 형성에는 민간과 정부기관의 협력이 중요하므로, 현지 주재 정부기관과 민간조직체 간의 연계성을 높일 필요가 있다. 특히 이를 위해 현재 각 부처와 기관의 해외주재 사무소를 가급적 하나의 공간에 집결시킬 필요가 있다. 이는 기업의 접근성을 높이는 한편, 지원 기관간의 네트워크를 제고함으로써 효과적인 지원체계 형성에 기여할 것으로 생각된다.

여섯째, 중소기업 해외진출의 형태가 다양화됨에 따라 수출, 해외투자 등을 망라한 종합 지원체계가 구축되어야 한다. 이와 관련하여 장기적으로는 독일과 같이 정부 금융기관의 국제 경쟁력을 향상시켜 투자보증 기능을 강화할 필요가 있다. 또한 당면 쟁점으로서 해외투자기업의 금융지원 수요가 증가하고 있는 데 주목할 필요가 있다. 예를 들어 국내 기반이 없는 해외 이전 기업이라면 국내법상 지원할 수 있는 근거를 만들기 어렵다. 이에 대한 정책 방안으로 주요 신흥국을 대상으로 양자간 공동펀드를 조성하는 방안을 고려할 수 있다. 양국 정부가 공동기금을 조성하여 중소기업의 상호 진출을 지원하는 방안으로 상대국에 진출한 자국 은행에 자금을 위탁하여 자국 기업 지원을 강화하는 것이다.

일곱째, 중소기업의 해외진출과 관련된 일반적인 장애요인과 무역장벽에 대한 대응이다. 실증분석에서 확인한 바와 같이, 환율변동성에 대한 대처나 FTA 활용률 제고와 같은 문제는 정부의 지속적인 대응이 필요하다. 또한 중소기업은 통관이 어려운 지역에 대한 수출을 기피하는 경향이 크므로, 상대국과 우리나라 관세청의 양자간 협력을 촉진하고, 신흥국의 무역원활화사업

에 적극적인 관심을 기울일 필요가 있다. 구체적으로는 인증수출자제도(AEO)의 국제협력을 주도하고, FTA 등 양자간 채널을 이용하여 중소기업 관련 무역장벽을 해소하기 위한 노력을 기울일 필요가 있다. 그리고 FTA 협상에서 중소기업에 특화된 쟁점을 적극적으로 제기하고, FTA 상대국과 중소기업 작업반을 운영하여 해당 국가와 지역에 진출한 중소기업을 지원하는 한편, 양자간 중소기업 협력을 추진해야 한다.

Ⅰ 서언	3
Ⅱ 국문요약	5
Ⅲ 제1장 서론	21
1. 연구의 배경과 목적	22
가. 중소기업의 국내경제적 중요성	22
나. 중소기업 해외진출의 중요성	28
다. 연구의 목적	32
2. 연구 내용	34
3. 선행연구와 본 연구의 차별성	36
Ⅳ 제2장 한국의 중소기업 해외진출 지원정책	43
1. 한국의 중소기업 해외진출 지원정책	44
가. 중소기업 해외진출 지원체계	44
나. 주요 정책	49
2. 한국 중소기업의 해외진출 성과	54
가. 기업규모별 수출	54
나. 해외직접투자	58
3. 지원정책 평가	64
Ⅴ 제3장 한국 중소기업 해외진출의 결정요인	69
1. 선행연구	70

2. 기업규모별 수출결정요인 분석	75
가. 분석모형과 데이터	75
나. 실증분석 결과	81
3. 기업규모별 해외직접투자 결정요인 분석	85
가. 분석모형과 데이터	85
나. 실증분석 결과	90
4. 소결	93
Ⅰ 제4장 미국의 중소기업 해외진출 지원정책	95
1. 중소기업 현황	96
2. 중소기업 수출지원체계	98
3. 국가 수출 진흥계획	102
가. 국가 수출 진흥계획(2010~13)	102
나. 차세대 국가 수출 진흥계획(National Export Initiative NEXT, 2014~)	113
4. 우수 지원수단 사례	117
가. 수출 금융	117
나. 수출기업 식별을 통한 효과적인 지원 제공	120
다. 신흥시장 진출 지원	121
라. 산업별 타깃형 지원	122
5. 성과	122
가. 주요 정책수단의 이행성과	123
나. 중소기업의 수출성과	125
다. 수출의 미국경제에 대한 기여	129
Ⅰ 제5장 EU 국가의 중소기업 해외진출 지원정책	133
1. 독일	134

가. 중소기업 현황	134
나. 중소기업 해외진출 지원체계	140
다. 중소기업 해외진출 이니셔티브	144
라. 우수 지원수단 사례	153
마. 성과	160
2. 핀란드	171
가. 핀란드 중소기업 현황	171
나. 중소기업 해외진출 및 창업지원체계	178
다. 중소기업 해외진출 이니셔티브	190
라. 우수 지원수단 사례	198
마. 성과	202

Ⅰ 제6장 일본의 중소기업 해외진출 지원정책 207

1. 중소기업 현황	208
2. 중소기업 해외진출 지원체계	212
가. 중소기업 지원정책 수립·시행: 중소기업청을 중심으로	212
나. 비재정적 지원 체계	213
다. 재정지원 체계	219
라. 요약	224
3. 중소기업 해외진출 이니셔티브	226
가. 아베노믹스 신성장전략	226
나. 클재팬 전략	229
4. 우수 지원수단 사례	232
가. 지원기관간 협업 강화	232
나. 원스톱 지원서비스	234
다. 선별된 기업을 대상으로 한 단계별 지원체계	236
라. 국가별 지원전략	238

마. 산업별 지원전략	240
5. 성과	241
가. 중소기업의 해외진출 성과	241
나. 일본경제에 대한 수출의 기여	246
Ⅰ 제7장 결론	249
1. 요약과 평가	250
가. 한국 중소기업의 해외진출 지원정책과 성과	250
나. 우리나라 중소기업 해외진출의 영향요인	253
다. 주요 선진국의 중소기업 해외진출 지원정책	254
2. 중소기업 해외진출 지원정책 개선방안	265
가. 중소기업 해외진출 지원정책의 전략적 방향	265
나. 중소기업 해외진출 지원정책 개선방안	267
Ⅰ 참고문헌	282
Ⅰ 부록	301
Ⅰ Executive Summary	312

표 차례

표 1-1. 중소기업 해외진출 장벽의 분류	35
표 1-2. 선행연구와의 차별성	37
표 2-1. 부처별 해외수출지원사업군 예산 현황	45
표 2-2. 단계별 해외진출지원프로그램	48
표 2-3. 중소기업진흥공단의 중소기업 해외진출지원사업 절차와 협업체계 ...	51
표 2-4. 중소기업진흥공단의 해외진출 지원프로그램(2013년)	53
표 2-5. 총수출 대비 기업규모별 수출 비중	55
표 2-6. 기업규모별 수출기업 수와 비중	56
표 2-7. 주요 국가별 수출 변화	57
표 2-8. 산업별 수출 변화	58
표 2-9. 기업규모/연도별 해외직접투자 현황	59
표 2-10. 기업규모/지역별 해외직접투자 현황	61
표 2-11. 해외 투자 목적별 현황	62
표 2-12. 산업별 해외직접투자 현황	63
표 2-13. 재정지원과 수출의 상관성	65
표 3-1. 분석대상 변수들의 기초 통계량	81
표 3-2. 기업규모별 수출결정요인 비교	82
표 3-3. 변수의 통계적 특성	90
표 3-4. 기업규모별 해외투자결정요인 비교	91
표 4-1. 미국의 중소기업 정의	96
표 4-2. 미국 중소기업 개요(2011년)	97
표 4-3. 미국 9개 주요 정부기관의 수출지원 예산 추이(2006~12년)	99
표 4-4. 미국 수출입은행의 수출지원 예산 추이(2010~12년)	101
표 4-5. 중소기업 수출확대 지원	105

표 4-6. 연방 차원의 수출지원	107
표 4-7. 무역 사절단 확대	108
표 4-8. 경제외교 강화	109
표 4-9. 수출금융 확대	110
표 4-10. 중소기업 관련 무역장벽 해소	111
표 4-11. 서비스 수출 촉진	112
표 4-12. 차세대 글로벌 소비자와 미국기업 연결	114
표 4-13. 차세대 국제 운송 편리화 및 비용절감	115
표 4-14. 차세대 수출거래를 위한 금융접근 제고	115
표 4-15. 차세대 경제발전 우선과제로서 수출과 투자유치 촉진	116
표 4-16. 차세대 글로벌 기회 창출 및 확대	117
표 4-17. 주요 비금융 수출지원수단의 이행성과	124
표 5-1. EU의 중소기업 분류	134
표 5-2. IfM Bonn의 중소기업 분류	135
표 5-3. 독일 중소기업 개요(2014년)	136
표 5-4. 독일의 지원유형별 지원기관	144
표 5-5. 독일 중소기업 이니셔티브의 주요 내용	146
표 5-6. 산업별 수출기업 비중(2001~09년)	162
표 5-7. 독일 중소기업의 해외진출 동기	166
표 5-8. 독일 중소기업의 업종별 해외진출 동기	166
표 5-9. 독일 수출기업의 순고용증가율(전 산업)	169
표 5-10. 독일의 산업별 수출기업의 순고용증가율	170
표 5-11. 핀란드 중소기업 개요	173
표 5-12. Finnvera의 중소기업 대출, 보증, 수출보증 및 수출보증 추이	183
표 5-13. 핀란드의 단계별 해외진출지원 프로그램	190
표 5-14. EU 주요국들의 기관별 중소기업지원 서비스 숫자	191
표 5-15. 팀핀란드 이니셔티브의 집중 분야와 주제	195

표 5-16. Lets Grow의 주요 업무 개요	195
표 5-17. 신흥국을 대상으로 한 지원서비스의 숫자	197
표 6-1. 일본 중소기업 정의	208
표 6-2. 일본 중소기업 개요(2012년)	210
표 6-3. 중소기업 수 추이(1999년, 2009년, 2012년)	210
표 6-4. 중소기업 기반정비기구 해외전개 컨설팅 지원프로그램	215
표 6-5. ODA 전략 활용을 통한 중소기업 해외진출 지원	217
표 6-6. 주요 기관별 중소기업 해외진출 지원사업(비재정적 지원)	218
표 6-7. 주요 기관별 중소기업 해외진출 지원사업(금융 지원)	223
표 6-8. 중소기업 해외진출 지원시책 정리(2014년 3월 기준)	224
표 6-9. 중소기업 해외진출 지원 관련 신성장전략 내용 정리	228
표 6-10. 중소기업 해외진출지원 대강 요약정리	233
표 6-11. 사업타당성조사 지원 프로그램: 단계별 주력 조사항목	237
표 7-1. 외국의 중소기업 해외진출지원전략의 주요 내용과 평가	264
표 7-2. 법무부 국제분쟁법률지원단의 자문범위	275

그림 차례

- 그림 1-1. 한국의 수출증가율과 GDP에서 무역이 차지하는 비중 22
- 그림 1-2. 수출에서 국내 부가가치가 차지하는 비중 23
- 그림 1-3. 대기업 대비 중소기업 근로자 1인 창출 부가가치 24
- 그림 1-4. 한국 중소기업의 임금 수준(1인당 월평균임금)과 고용 비중 25
- 그림 1-5. 제조업 세부산업별 수출에서 서비스 콘텐츠가 차지하는 비중 26
- 그림 1-6. 기업규모별 고용창출 기여도(2001~11년) 26
- 그림 1-7. 한국 설비투자 증가율과 FDI/ODI 추이 27
- 그림 1-8. OECD 국가의 기업규모별 수출지향성 29
- 그림 2-1. 기업규모별 수출 현황 54
- 그림 2-2. 기업규모별 해외직접투자 변화 추이 60
- 그림 4-1. 미국의 기업규모/산업별 기업 수 및 고용(2011년) 97
- 그림 4-2. 미국 중소기업이 GDP에서 차지하는 비중 추이 98
- 그림 4-3. 주요국의 수출축진 예산지출(추정치) 비교(2011년) 104
- 그림 4-4. 미국 중소기업 수출 비중과 수출 규모 126
- 그림 4-5. 미국 중소기업 업종별 수출 규모 126
- 그림 4-6. 미국 수출 중소기업 수 추이와 업종별 수출기업 수 증가 127
- 그림 4-7. 미국 중소기업/대기업의 수출지역별 비중 128
- 그림 4-8. 미국 중소기업의 수출지역 변화 129
- 그림 4-9. 2009년 이후 미국의 상품과 서비스 수출 추이 129
- 그림 4-10. 미국의 수출이 GDP 및 고용에서 차지하는 비중 추이 130
- 그림 4-11. 수출 지지 일자리 및 수출 10억 달러당 지지 일자리 131
- 그림 4-12. 수출 지지 일자리 중 제조업과 서비스업이 차지하는 비중 131
- 그림 5-1. 독일과 EU27 중소기업 구성과 고용 비교 137
- 그림 5-2. 독일의 주요 산업별 중소기업 고용 및 부가가치 비중(2014년) ... 138

그림 5-3. 제조업 분야의 독일과 EU27 중소기업 고용과 부가가치 비중	139
그림 5-4. 독일의 중소기업 정책 예산(2011년)	139
그림 5-5. 독일 중소기업의 경쟁력	140
그림 5-6. 독일 수출 중소기업의 수 및 수출규모 추이	160
그림 5-7. 독일 중소기업의 국별 수출규모(2010년)	161
그림 5-8. 독일 중소기업 중 수출 중소기업의 비중 추이	161
그림 5-9. 주요국의 OFDI 추이 및 OFDI/GDP	163
그림 5-10. 독일의 국가/지역별 OFDI 추이	164
그림 5-11. 주요국 중소기업의 OFDI 참여 비중	165
그림 5-12. 독일기업 매출액(turnover)에서 수출의 비중(2012년)	167
그림 5-13. 독일과 EU 국가의 기업규모별 고용증가율과 부가가치증가율	168
그림 5-14. 핀란드 중소기업의 경쟁력(2013년)	174
그림 5-15. 핀란드의 세부산업별 기업체 수 및 고용인원	176
그림 5-16. 핀란드 중소기업 직원 수의 비중 추이	177
그림 5-17. Finnvera 조직 구조	182
그림 5-18. Finnvera의 중소기업 형태별 지원 비율	183
그림 5-19. 핀란드 R&D 지원을 위한 공공부문의 활동체계	185
그림 5-20. Tekes의 6년 미만 기업에 대한 자금지원 추이	186
그림 5-21. 서비스와 관련한 R&D 자금지원	187
그림 5-22. 팀핀란드의 국제화 관련 주요 서비스	194
그림 5-23. 핀파트너십을 통해 승인된 비즈니스 파트너십 프로젝트 추이	198
그림 5-24. 핀란드의 기업규모별 수출기업 비중과 수 추이	202
그림 5-25. 핀란드의 대상지역별 수출기업 수 추이	203
그림 5-26. 핀란드의 기업규모별 수출 비중과 금액 추이	204
그림 5-27. 핀란드의 수출 기업체의 기업규모별 교역액 추이	205
그림 6-1. 일본 중소기업 지원 예산 추이(2001~14년)	211
그림 6-2. 항목별 일본 중소기업 지원 예산(2013년)	212

그림 6-3. 스탠바이 크레디트 제도	221
그림 6-4. 일본 경제성장 추이	226
그림 6-5. 해외수요개척지원기구 구조	231
그림 6-6. 중소기업 해외사업지원 플랫폼 구조	235
그림 6-7. 일본 수출 중소·소규모 제조기업 수 추이(2001~11년)	242
그림 6-8. 일본 중소기업성, 공준업종성, 대기업성 제품의 수출 추이	243
그림 6-9. 일본 업종별 수출 중소·소규모 제조기업 수 추이(2001~11년) ...	243
그림 6-10. 일본 중소제조기업의 현재 및 주시하고 있는 수출대상지(설문조사)	244
그림 6-11. 기업규모/업종별 해외투자를 한 기업 수, 중소기업 비중	245
그림 6-12. 해외자회사의 지역구성 비중(2011년 기준)	246
그림 6-13. 2009년 이후 일본 상품과 서비스 수출 추이	246
그림 6-14. 일본의 수출이 GDP에서 차지하는 비중	247
그림 6-15. 일본의 GDP 성장률과 요인별 기여도 추이	248

제1장 서론

1. 연구의 배경과 목적
2. 연구 내용
3. 선행연구와 본 연구의 차별성



1. 연구의 배경과 목적

가. 중소기업의 국내경제적 중요성

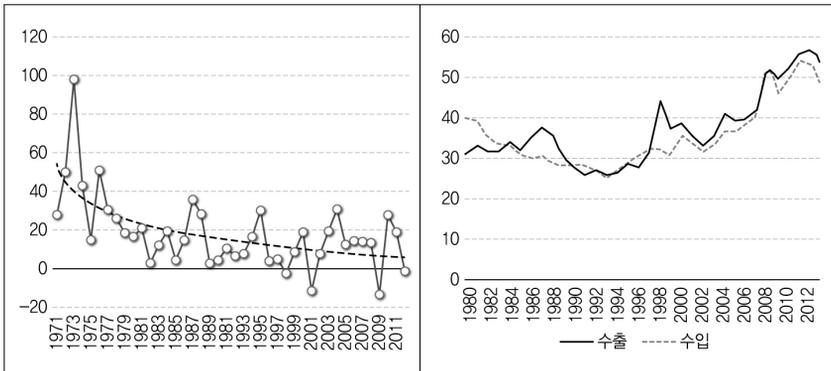
우리나라의 경제성장률은 1997년 외환위기 이전까지 전 세계 및 신흥국 평균을 크게 상회하였다. 그러나 2000년대 중반 이후 경제성장률은 세계 평균 수준으로 떨어졌으며, 이러한 추세는 다른 변화가 주어지지 않는다면 더욱 심화될 것으로 예상된다.

이러한 현상이 발생한 주요 원인 중 하나는 수출 증가율이 점차 낮아지고 있다는 것이다. 즉 수출과 수입이 GDP에서 차지하는 비중은 추세적으로 높아지고 있음에도, 최근 수출 증가율은 둔화되는 추세가 뚜렷하게 나타나고 있다.

더욱이 수출의 국내경제에 대한 선순환 효과가 약화되고 있는데, 이는 국제적인 분업구조의 강화와 큰 연관성이 있다. 1995~2007년간 세계수출

그림 1-1. 한국의 수출증가율(좌)과 GDP에서 무역이 차지하는 비중(우)

(단위: %)

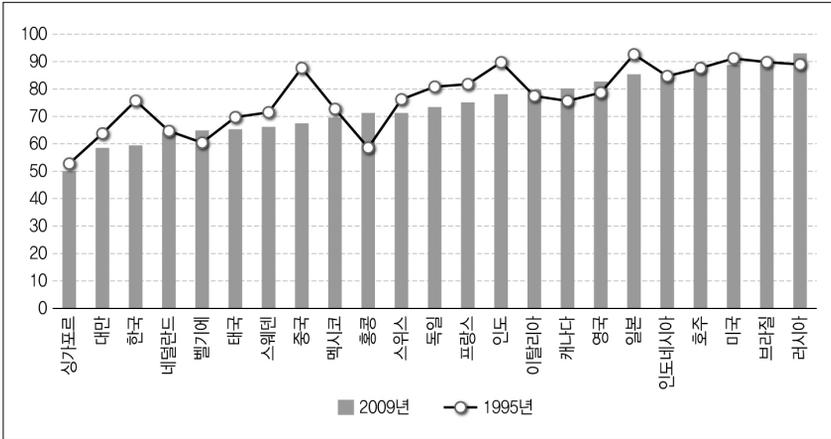


주: 오른쪽 표에서 2013년 수치는 3분기까지의 합산을 토대로 산출.

자료: 한국무역협회 무역통계(좌), <http://stat.kita.net>(검색일: 2013. 12. 11); 한국은행 경제통계시스템(우), <http://ecos.bok.or.kr>(검색일: 2014. 2. 27).

그림 1-2. 수출에서 국내 부가가치가 차지하는 비중

(단위: %)



자료: OECD TiVA Database, <http://stats.oecd.org>(검색일: 2014. 10. 29).

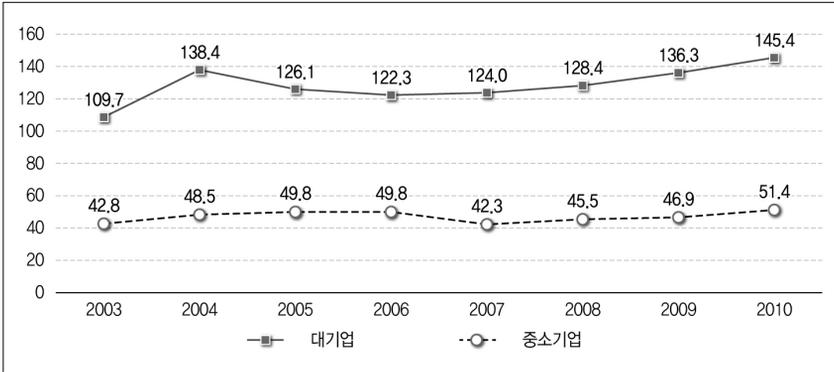
VAX(국내부가가치/수출액)는 78%에서 71%로 하락하면서(WTO 2013, p. 82) 전 세계적으로 가치사슬체계 분화가 강화되고 있다. 우리나라 역시 수출에서 국내 부가가치가 차지하는 비중이 1995년에는 80%에 육박하였으나, 2009년에 이르러서는 약 60%로 떨어졌다.¹⁾ 이와 같은 추세는 원자재 수입의존도가 높고, 수출주도형 경제구조를 가진 우리 경제로서 불가피한 측면이 있으나, 향후 우리 경제의 도전 요인이 될 것이다.

우리나라의 수출에서 국내 부가가치의 비중이 떨어지는 또 다른 요인은 가치사슬의 중간에 위치하여 핵심 기술과 부품 등을 공급하는 중소기업의 경쟁력이 높지 않다는 점에서 찾을 수 있다. [그림 1-3](좌)에서 보듯이 우리나라 중소기업 근로자 1인이 산출하는 부가가치는 대기업과 비교하여 크게 낮다.

1) OECD TiVA Database, <http://stats.oecd.org>(검색일: 2014. 10. 29).

그림 1-3. 대기업 대비 중소기업 근로자 1인 창출 부가가치

(단위: 백만 원)



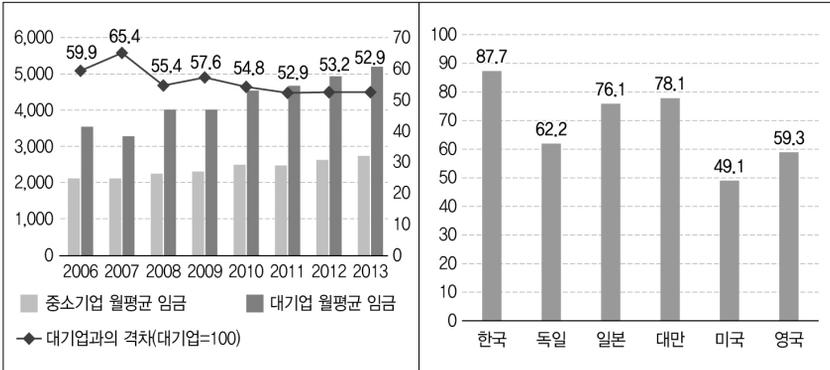
자료: 한국은행 경제통계시스템(<http://ecos.bok.or.kr/>, 검색일: 2014. 2. 27), 재인용: 최성호(2014), p. 19.

이러한 효율성의 차이는 중소기업의 해외진출 실적에도 반영된다. 중소기업의 수출증가율은 전체 수출에 비해 낮은 수준을 기록하고 있으며, 전체 수출에서 차지하는 비중(금액 기준) 역시 제자리걸음을 면치 못하고 있다. 또한 중소기업의 해외투자 역시 감소세를 나타내고 있다(자세한 내용은 제2장 참고). 최근 우리나라의 수출 증가율이 낮아진 데는 부분적으로 중소기업의 수출 부진에서도 원인을 찾을 수 있는 것으로 보인다.

중소기업의 성장은 우리 경제에 어떤 의미를 갖는가? 먼저 대기업과 비교하여 중소기업의 낮은 생산성은 중소기업의 임금 수준에 반영되어 소득의 양극화를 초래하는 요인이 된다. 우리나라는 다른 국가와 비교하여 중소기업의 고용 비중이 높기 때문에 중소기업의 낮은 경쟁력은 소득 격차에 큰 영향을 줄 수 있다. [그림 1-4]와 같이 우리나라 중소기업의 임금 수준은 대기업과 비교하여 약 절반 수준으로 하락하는 추세를 보이고 있다. 그리고 중소기업의 고용비중은 2012년 87.7%로서 독일, 일본, 대

그림 1-4. 한국 중소기업의 임금 수준(1인당 월평균임금, 좌)과 고용 비중(우)

(단위: %)



자료: 중소기업중앙회(2014), p. 33.

주: 각국의 중소기업 분류기준에 준하며, 미국은 2010년, 한국, 대만, 독일은 2012년, 영국은 2013년, 일본은 2009년 기준임.

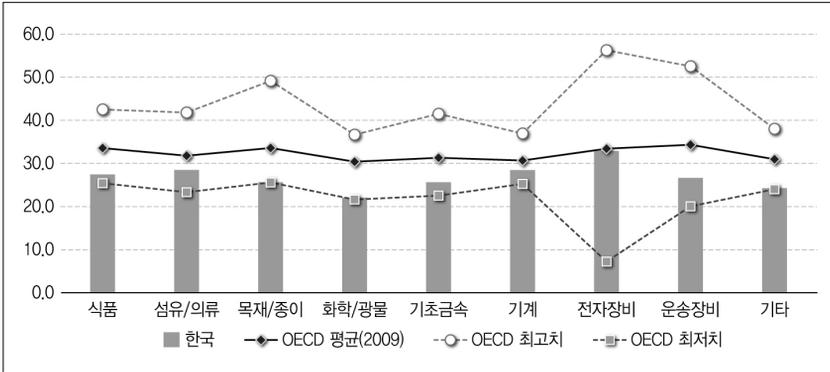
자료: 중소기업중앙회(2013), 재인용: 중소기업중앙회(2014), p. 30.

만, 미국, 영국 등 주요국보다 매우 높은 수준이다(중소기업중앙회(2013), 중소기업중앙회(2014), p. 30에서 재인용). 요컨대 상대적으로 생산성이 낮은 중소기업의 생산성 향상은 양극화 문제를 해소하고 경제 전반의 경쟁력을 높일 수 있는 기반이 될 수 있다.

둘째, 지식을 기반으로 하는 창조경제 측면에서 보면 소규모, 다수의 창의적 아이디어의 중요성이 커지고 있으며, 따라서 중소기업의 역할이 매우 중요하다. 예를 들어 서비스업이 주종을 이루는 문화창조산업(디자인, 소프트웨어 등)은 중소기업이 집중된 분야로서, 제조업을 비롯한 타 산업의 부가가치 향상에 크게 기여한다. [그림 1-5]에서 확인할 수 있는 바와 같이 우리나라의 제조업 수출에서 서비스 콘텐츠가 차지하는 비중은 OECD 국가 평균에 비해 낮다. 따라서 혁신적인 아이디어를 가진 중소기업의 발전은 산업의 고부가가치화와 경쟁력 강화에 핵심적인 요인이다.

그림 1-5. 제조업 세부산업별 수출에서 서비스 콘텐츠가 차지하는 비중

(단위: %)

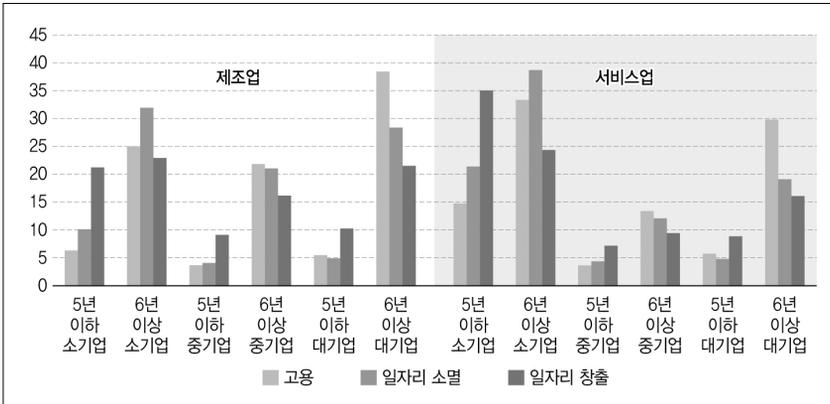


자료: OECD TiVA Database, <http://stats.oecd.org>(검색일: 2014. 2. 20).

셋째로, 중소기업의 성장은 일자리 창출의 원동력이 된다. OECD(2013a, p. 21)에 의하면, 제조업과 서비스업 분야 모두에서 49인 이하 중소기업의 일자리 창출력이 가장 큰 것으로 나타났다. 대기업은 제조업 분야의 고용

그림 1-6. 기업규모별 고용창출 기여도(2001~11년)

(단위: %)



주: 소기업은 1~49인, 중기업은 50~249인, 대기업은 250명 이상 기업을 의미함.

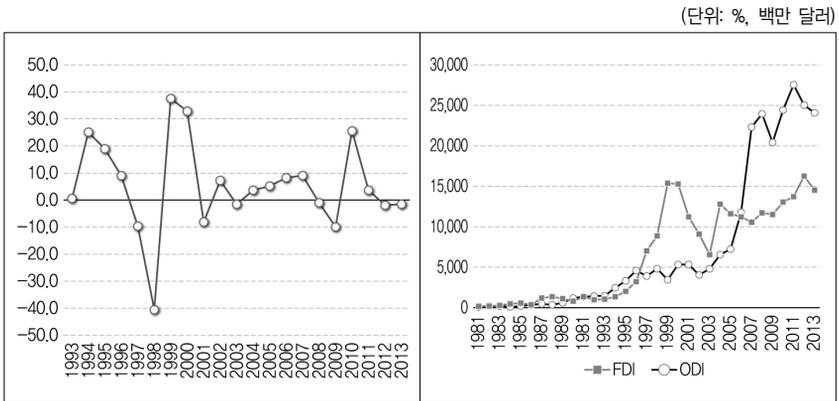
자료: OECD(2013a), p. 21.

에서 가장 많은 비중을 차지하지만, 일자리 창출력은 소기업에 비해 낮은 수준이다. 반면, 서비스업은 소기업의 고용 비중과 일자리 창출력 모두 가장 높은 것으로 나타난다.

상기한 바와 같이 우리나라는 중소기업의 고용비중이 높은 편인데 그 일차적인 요인은 업체당 종사자 10명 이하의 소상공인의 비중이 높기 때문이다. 특히 우리나라 중소기업 가운데는 사업 기회를 포착하여 창업한 사례보다는, 생계형 창업의 비중이 유사한 소득수준 국가들에 비해 높다 (Lee 2014, p. 9). 그러나 이보다 더욱 중요한 문제는 핵심기술을 보유한 중소기업(예를 들어 고부가가치 부품소재 생산기업)의 경쟁력을 강화할 필요가 있다는 점이다. 이들의 경쟁력 강화는 ‘수출-생산-고용-소득-내수’의 선순환 파급효과를 가져올 수 있는 중요한 요인이다(김광희 2014, p. 55).

넷째로, 중소기업의 성장은 국내경제를 활성화하여 성장잠재력을 제고할 수 있는 요인이다. [그림 1-7]에서 보는 바와 같이 우리나라의 설비투

그림 1-7. 한국 설비투자 증가율(좌)과 FDI/ODI 추이(우)



자료: 한국은행 경제통계시스템, <http://ecos.bok.or.kr>(검색일: 2014. 2. 27);
 한국수출입은행 해외직접투자통계시스템, <http://odisis.koreaexim.go.kr/tv/fvweb>(검색일: 2014. 3. 2);
 산업통상자원부 외국인투자통계, <http://www.motie.go.kr/motie/in/it/investstats>(검색일: 2014. 3. 2).

자 증가율은 최근 현격히 둔화되고 있다. 또한 2000년대 중반 이후 FDI 유치는 크게 증가하지 못하고 있는 반면 ODI는 급증하고 있다. 이러한 여건은 국내경제가 활성화되지 못하는 요인으로 판단된다. 그러므로 중소기업의 성장과 경쟁력 강화는 국내투자를 증가시켜 경제의 성장잠재력을 제고하는 데 기여할 것이다.

나. 중소기업 해외진출의 중요성

앞에서는 우리나라 경제에서 중소기업 발전이 갖는 일반적인 경제적 중요성을 검토하였다. 여기서는 본 보고서의 주제가 되는 중소기업 해외진출의 의미와 중요성을 검토하고자 한다.

본 보고서는 중소기업의 수출보다는 보다 넓은 범위에서 중소기업 해외진출이라는 용어를 사용한다. 해외진출은 글로벌화(globalization)나 국제화(internationalization)와 유사하지만, 내향적(inbound) 측면보다는 외향적(outbound) 측면을 강조한 용어라고 생각된다. 해외진출은 자국 기업이 상품과 서비스, 인력, 자금, 기술, 정보 등을 해외시장으로 확장 또는 진출시키는 활동으로 정의할 수 있으며, 이는 다시 다음과 같이 세 가지 활동으로 나누어 볼 수 있다. ① 직접 또는 간접적인 수출과 공동수출 등 해외지역으로의 수출 활동, ② 다른 국가 소재기업과의 계약 생산, 합작투자 등 국제적인 제휴활동, ③ 현지기업의 인수 및 현지법인 신규설립 등 단독적인 해외직접투자 등(한남대학교 산학협력단 2012, p. 8).

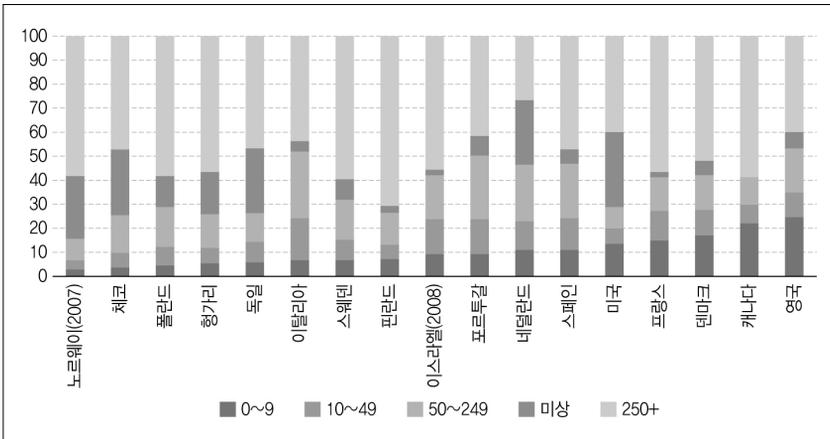
기업 수준의 통계자료를 분석한 연구에 따르면, 전 세계 교역은 소수의 대기업이 주도하며, 따라서 소수의 기업만이 수출활동에 참여하고 있다. 미국은 최상위 10%의 기업이 전체 수출의 96%를 차지하고 있으며, EU

국가의 경우 평균적으로 최상위 10% 기업이 전체 수출의 85%를 담당한다. 개도국 역시 비슷한 양태를 보이고 있는바, 81%의 수출이 기업규모 기준 최상위 5개 기업에 집중되고 있다(WTO 2013, pp. 84-85). [그림 1-8]은 OECD 국가들의 기업 규모별 수출지향성(export propensity)을 계산한 결과로서, 250명 이상 기업의 수출지향성이 대부분의 국가에서 가장 높다는 것을 알 수 있다. 요컨대 전 세계 교역은 일부 기업이 주도하며, 바꾸어 말하면 수출에 참여하는 기업의 숫자는 매우 적다(OECD 2012, p. 61). 그리고 해외투자에서는 이러한 현상이 더욱 뚜렷하게 나타난다.

일반적으로 수출 기업은 제조업과 서비스업을 막론하고 평균적인 실적과 생산성은 그렇지 않은 기업에 비해 높다. 예를 들어 미국은 수출기업들이 비수출기업에 비해 그 규모가 크고 생산성이 높다(Bernard *et al.*

그림 1-8. OECD 국가의 기업규모별 수출지향성

(단위: %, 명)



자료: OECD(2012, p. 61)를 토대로 저자 정리.

2007, 재인용: WTO 2013, p. 87). 그러면 수출기업은 비수출기업보다 우월한가 아니면 수출을 통해 생산성을 향상시킬 수 있었는가? 다수의 연구가 전자를 입증하고 있는 반면 후자, 즉 수출을 통한 학습효과(learning-by-exporting)는 명확하게 입증되지 않고 있다. 다만 수출하는 기업이 고용이나 생산 측면에서 더욱 빠르게 성장하는 것은 일반적으로 확인된다 (WTO 2013, p. 87).

그렇다면 중소기업의 해외진출은 어떤 의미가 있는가? 첫째, 중소기업의 수출은 국가 전체 수출을 증대하는 데 기여할 수 있다. 다만 한 국가의 수출을 대기업을 비롯한 일부 우수한 기업이 주도하는 현실을 감안하면, 중소기업 수출 확대에는 보다 세밀한 시각이 요구된다. 예컨대 유럽의 중소기업을 대상으로 한 Mayer and Ottaviano(2008)에 따르면, 수출 증대는 기존 수출기업의 수출 증가보다는 새로운 기업의 수출 참여에 기인하는 바가 크다. 이에 따른다면, 중소기업 수출 지원은 무차별적으로 이루어지기보다는, 수출 잠재력 높은 기업을 발굴하여 이들이 본격적인 수출 활동을 할 수 있도록 집중하는 것이 효과적일 것이다.

둘째, 중소기업의 해외진출은 향후 건설한 중견기업, 나아가 대기업 육성에서 중요한 과제라고 할 수 있다. 상기한 바와 같이, 중소기업이 다양한 형태로 해외진출을 이루어 시장과 구매자를 확보하면, 그들은 성장을 위한 건설한 기반을 확보한다. 우리나라와 같이 국내시장이 작은 국가의 입장에서는 이것이 더욱 큰 의미가 있다고 할 수 있다.

셋째, 중소기업의 해외진출 확대는 국내 고용창출에 기여할 수 있다. 오호영, 제현정(2014, pp. 17~23)에 의하면, 2006~10년간 우리나라의 일자리 창출은 수출기업이 주도하였다. 이 기간 중 수출 대기업(118,511개)

에 비해 수출 중소기업(42,094개)의 일자리 창출 규모는 상대적으로 적었다. 그러나 중소기업만 놓고 보면, 수출 중소기업의 상용직 일자리 창출은 42,094개인 반면, 내수 중소기업의 일자리는 오히려 57,539개 감소하였다. 이처럼 중소기업의 고용창출력 제고를 위해서는 해외진출이 중요한 과제이다.

그러면 중소기업의 해외진출을 확대하는 데 기여할 대외적인 기회요인은 무엇인가? 첫째, 1990년대 이후 신흥국의 경제 수준이 지속적으로 성장하면서 시장기회가 확대되었다는 점이다. 특히 2008년 글로벌 금융위기 이후 선진국 경제성장은 둔화된 반면, 신흥국은 세계경제가 회복되는데 결정적인 기여를 하였다. 2008년 금융위기를 전후하여 신흥국의 전 세계 실질 GDP 성장에 대한 기여도는 선진국을 앞질렀다(OECD 2013b, p. 10).

2000년대에 들어 개도국의 성장은 세계 무역구조에 큰 변화를 가져왔다. 2000~09년간 비OECD 국가로의 수출 증가율은 연평균 10%를 기록하였는데, 이는 OECD 국가로의 수출 증가율의 두 배에 가까운 수준이다. 비OECD 국가에 대한 수출이 증가함에 따라, 전체 OECD 국가에서 비OECD 국가로의 수출 비중이 2000년 21.0%에서 2009년 28.2%로 증가하였다(OECD 2013b, p. 11). 또한 2000년대 초반 이후 개도국에 대한 투자 역시 증가하는 추세가 뚜렷이 나타나며, 향후에도 이러한 추세가 지속될 것으로 전망된다(UNCTAD 2014, p. xiii).

둘째, 세계화가 심화되면서 국제무역 및 투자에서 글로벌 가치사슬(GVC: Global Value Chain)이 새로운 화두로 떠오르고 있다. GVC는 상품 및 서비스 생산단계가 분화되고, 해당 단계에서 경쟁력을 보유하고 있

는 여러 국가에서 부가가치가 창출되는 현상을 의미한다. 이에 따라 국제 무역은 상품에 한정(trade in goods)되는 것이 아니라, 역할의 무역(trade in tasks)으로 진화하고 있다. 즉, 무역 패턴을 상품단위로 파악하는 것이 점점 어려워지고, 생산단계에서 어느 국가가 어떤 역할을 수행하느냐를 보아야 한다는 것이다. 이러한 환경은 대규모 생산네트워크를 보유한 대기업뿐만 아니라, 특정 가치사슬에 특화된 중소기업이 새로운 수출 및 해외진출 기회를 가질 수 있는 환경이다. 무역정책 차원에서 보면, GVC 심화에 따라 통관절차를 비롯한 무역원활화와 표준요건의 통일, 상호인증협정 등이 중소기업 수출 확대에 더욱 중요한 영향을 줄 것으로 예상된다.

셋째, 고부가가치 서비스 기업의 해외진출 기회 확대 가능성이다. GVC의 심화와 더불어 역할의 무역이 증가하면서 서비스의 해외조달이 확대되는 추세이다. 투자개방의 진전 특히 최근 ICT 기술의 확산에 따른 국제 디지털 무역(digital trade)이 확산되면서 서비스기업의 해외진출은 새로운 전기를 맞이하고 있다. 일반적으로 서비스업은 중소기업의 비중이 높고, 중소기업의 고용비중이 크다는 점을 감안하면, 서비스 중소기업의 해외진출은 국내경제에 새로운 활력소가 된다. 또한 서비스업은 부가가치 유발계수가 높은 산업으로서(2009년 기준 0.829, 제조업은 0.589. 정보통신산업진흥원(2011, p. 27)), 수출의 국내 부가가치 향상에 기여할 수 있는 잠재력이 높다.

다. 연구의 목적

중소기업의 해외진출 확대는 우리나라뿐만 아니라, 주요 선진국에서

주목받고 있다. 2008년 금융위기 이후 경제성장이 둔화되면서 선진국은 새로운 경제성장 동력을 모색하고 있으며, 그 일환으로 중소기업의 해외 진출 확대에 주목하고 있다. 이에 따라 국제적 차원에서 중소기업의 해외 진출 장애요인 식별과 지원방안 마련이 중요한 과제로 제기되고 있다(예를 들어 OECD 2013b). 또한 상기한 바와 같이 최근 국제경제 환경은 신흥국의 지속적인 경제성장, 글로벌 가치사슬 심화, 지역통합의 가속화, ICT 기술 발전 등에 따른 새로운 해외진출 기회 확대와 같은 새로운 기회요인이 발생하고 있으며, 각국은 자국의 여건에 맞추어 이에 대한 대응책을 마련하고 있다.

우리나라는 그동안 지속적으로 중소기업 해외시장 진출지원에 노력을 기울여왔으나, 다양한 도전에 직면하고 있다. 우리나라 중소기업은 고용(86.8%), 업체 수(99.9%) 비중이 높은 반면(2010년), 모기업에 대한 납품 의존도가 높고(제조업의 경우 2011년 45.5%(오동윤 외 2012, p. 8, p. 57)), 수출 및 투자 비중은 하락하는 추세이다(제2장 참고).

이에 따라 우리나라는 수출잠재력 확대를 위해 중소기업의 해외진출 지원전략을 다각도에서 개선할 필요가 있다. 우리나라 중소기업의 해외진출 잠재력이 아직 충분히 실현되지 않은 것으로 평가되는바, 중소기업 해외진출 지원정책의 개선은 여전히 중요한 과제이다. 이러한 취지에서 본 연구는 먼저 우리나라 중소기업 해외진출의 성과와 영향요인을 분석함으로써 우리나라의 특성을 고려한 정책방안을 식별할 것이다. 이어서 최근 주요국이 추진 중인 중소기업 해외진출 지원전략을 분석하고, 이를 우리나라의 상황에 반영하여 유용한 정책방향 및 수단을 제시함으로써, 관련 정책에 유용한 시사점을 제공하고자 한다.

2. 연구 내용

중소기업이 해외진출 과정에서 직면하는 애로사항은 [표 1-1]과 같이 대내적, 대외적 요인으로 구분할 수 있다. 본 연구에서는 주로 자국의 정부지원이 제공되는 장벽과 관련된 지원수단에 초점을 맞추며 선진국의 성공적인 지원수단을 검토할 것이다. 아울러 대외요인 가운데서도 필수적으로 다루어야 할 부분이 있다고 판단되는바, 우리나라 중소기업의 해외진출 결정요인을 분석하는 제3장에서는 환율, FTA, 통관절차, 수출 및 투자 활동에 소요되는 각종 고정비용과 같이 중소기업 해외진출에 영향을 주는 요인에 대해 분석하고, 이를 통해 시사점을 도출하고자 한다.

세부적으로 살펴보면, 첫째 우리나라 중소기업의 해외진출(통계가 가용한 수출과 투자) 실적 및 지원정책 현황을 분석하고자 한다(제2장). 여기에서는 기존 문헌과 전문가 면담, 통계 분석 등을 활용하였다. 또한 중력모형을 활용하여 우리나라 중소기업의 수출 및 투자에 대한 영향요인을 실증적으로 분석하고(제3장), 이상을 통해 정부 지원 개선의 전반적인 방향성을 식별할 것이다.

둘째, 최근 대외환경 변화에 대응하여 미국, EU 국가(독일, 핀란드), 일본이 도입한 중소기업 해외진출 지원전략을 분석하고, 유용한 정책방향 및 수단을 검토하고자 한다(제4장). 이들은 각자의 여건 하에서 적극적으로 중소기업의 발전을 도모하고 있으며, 그 일환으로서 중소기업의 해외진출 확대에 공통적으로 주목하고 있다. 각자의 경제적, 사회적 여건에 따라 정책의 출발점과 내용에 차이를 보이지만, 중소기업의 해외진출 지원에 대해 공통적인 고민을 안고 있다. 미국은 2010년 중소기업을 중심으로

표 1-1. 중소기업 해외진출 장벽의 분류

대분류	소분류	내용	
대내 장벽	정보	- 시장정보 부족 - 시장기회 식별의 어려움 - 해외구매자와 접촉이 어려움	
	인적자원	- 해외진출 준비 시간 부족 - 해외진출 담당 인력 부족 - 해외 피고용인 관리의 어려움	
	금융	- 해외진출 운영자본 부족 - 해외진출 투자자금 부족 - 해외진출 보험 부족	
	생산 및 가격	- 신상품 생산의 어려움 - 제품 디자인/스타일 적응의 어려움 - 제품 품질/표준 맞추기의 어려움 - 해외시장 진출을 위한 초과생산능력 부족 등	
	유통, 물류, 프로모션	- 해외 유통채널 확보의 어려움 - 신뢰할 만한 해외 경영자 선정의 어려움 - 과도한 운송/보험 비용 - 기술/AS 제공의 어려움 - 해외 프로모션의 어려움	
대외 장벽	절차	- 낮은 수출 절차와 서류 - 해외구매자와 의사소통이 어려움 - 해외 수급에 장시간 소요 - 계약 이행 및 분쟁 해결의 어려움	
	정부	- 자국 정부 지원의 부족 - 자국의 불리한 규제 - 외국 정부의 불투명한 규제	
	소비자, 해외 경쟁자	- 해외소비자의 특성 차이 - 강도 높은 경쟁	
	사업환경	- 외국의 경제상황 변동 - 환율 변동에 따른 위험성 - 사회문화적 차이 - 전자상거래 인프라 부족	- 외국의 낮은 사업관행 - 언어적 차이 - 정치적 불안정성
	관세 및 비관세	- 고관세 장벽 - 부적절한 사유재산 보호 - 자의적인 세번 분류 - 통관절차의 고비용, 불편	- 보건, 위생, 기술 측면의 규제 - 불리한 수량규제 또는 엠바고 - RTA에 의한 특혜관세와의 경쟁

자료: OECD, SMEs and Entrepreneurship, <http://www.oecd.org/cfe/smes>(검색일: 2014. 1. 10).

한 수출지원정책(National Export Initiative)을 적극적으로 추진 중이며, 2013년에는 후속 수출지원정책(National Export Initiative NEXT)을 도입하였다. 독일은 제조업을 중심으로 다수의 경쟁력 있는 중소 수출기업을 보유하고 있으며, 상대적으로 큰 자국 시장을 기반으로 성장해온 중소기업의 잠재력을 극대화하기 위해 해외진출을 적극적으로 지원하고 있다. 핀란드는 작은 자국 시장의 한계를 인식하여 중소기업의 성장 단계부터 해외진출을 염두에 둔 지원정책을 개발하고 있어 우리나라에 대한 시사점을 제공할 수 있을 것이다. 일본은 2011년 ‘중소기업 해외진출 지원체계’를 수립하고, 정보, 마케팅, 인적자원개발 및 인적역량 확보, 자금, 무역투자환경 개선 등 다섯 가지 핵심 이슈에 따라 지원기관별 실행계획을 수립하고 주기적으로 점검 중이다. 제4장의 연구를 위해 문헌분석(개별국가 연구 및 정책문헌 및 논의 검토)과 현지조사 및 통계 분석을 활용하고자 한다.

셋째, 이상의 연구를 종합하여 효과적인 중소기업 해외진출지원정책 및 지원수단을 중심으로 정책적 시사점을 제시할 것이다(제5장).

3. 선행연구와 본 연구의 차별성

중소기업의 해외진출은 중소기업 지원정책의 중요한 부분으로서 그동안 많은 연구가 수행되었다. 먼저 중소기업 해외진출 정책에 대한 종합적인 연구 성과를 살펴보면, 최근 연구는 수출을 넘어서 투자와 같은 다양한 해외활동을 포괄하여 중소기업의 해외진출, 글로벌화 또는 글로벌 가치사슬 참여와 같은 관점에서 수행되고 있음을 알 수 있다(표 1-2 참고).

표 1-2. 선행연구와의 차별성

주요 선행 연구	1	<p>과제명 「글로벌 가치사슬 편입을 통한 중소기업의 글로벌 경쟁력 강화 과제」(이준호 외, 2013), 중소기업연구원</p> <p>연구목적 및 주요 연구내용 - 글로벌 가치사슬에서 중소기업 글로벌화의 의미와 한국 중소기업 사례 연구 - 글로벌 가치사슬 형성을 배경으로 한 중소기업 지원정책 제안</p> <p>주요 연구방법 - 사례 연구</p>
	2	<p>과제명 「중소기업 해외진출지원 효율화 방안」(한남대학교 산학협력단, 2012), 중소기업진흥공단</p> <p>연구목적 및 주요 연구내용 - 중소기업의 관련 지원정책에 대한 만족도 조사와 이를 통한 정책개선방안 제시</p> <p>주요 연구방법 - 설문 조사</p>
	3	<p>과제명 「중소기업 글로벌화: 한국형 모델과 경영전략」(오동윤 외, 2011), 중소기업연구원</p> <p>연구목적 및 주요 연구내용 - 한국 중소기업의 글로벌화 경영전략과 정책과제 제안 - 독일과 일본 사례 연구</p> <p>주요 연구방법 - 문헌 연구</p>
	4	<p>과제명 「독일 중소기업의 경쟁력 실태 및 정책 시사점 연구」(김승일 외, 2009), 중소기업연구원</p> <p>연구목적 및 주요 연구내용 - 독일 중소기업 관련 정책 일반과 경쟁력 연구</p> <p>주요 연구방법 - 문헌을 중심으로 한 정성적 연구</p>
	5	<p>과제명 「한국과 일본의 중소기업 해외진출 지원체계 정비에 대한 비교연구」(이성봉, 2013), 『질서경제저널』 제16집 4호.</p> <p>연구목적 및 주요 내용 - 최근 일본의 중소기업 해외진출 지원체계 정비내용을 분석하고, 한국과 비교분석을 통해 정책적 시사점 도출</p> <p>주요 방법 - 문헌연구</p>
	6	<p>과제명 「미국의 중소기업 수출확대정책 및 시사점」(고희채 외, 2011), 대외경제정책연구원</p> <p>연구목적 및 주요 내용 - 미국의 수출확대정책 및 지원성공 기업사례 분석을 통한 시사점 도출</p> <p>주요 방법 - 문헌연구</p>
	7	<p>과제명 「한국 중소기업의 수출결정요인 분석」(오동윤 2012), 『국제통상연구』 Vol.17, No.2.</p> <p>연구목적 및 주요 연구내용 - 수출대상국 환경요인을 중심으로 중소기업의 수출결정요인 분석 - 수출대상국(선진국/개도국), 물류비용, 관세, 언어 등 변수 사용</p> <p>연구방법론 -실증분석: 중소기업의 수출결정요인을 중력모형을 통해 분석</p>
	8	<p>과제명 "The Role of Intermediaries in Facilitating Trade"(JaeBin Ahn, Amit K. Khandelwal, Shang-Jin Wei 2011), <i>Journal of International Economics</i>, vol. 84(1), pages 73-85, May.</p> <p>연구목적 및 주요 연구내용 - 기업 생산성과 수출조정비용에 따른 수출방법의 차이 분석 - 생산성에 따른 수출기업 구분/수출조정비용에 따른 영향 분석</p> <p>연구방법론 - 이론/실증분석: 기업 이질성(heterogeneity)를 허용하는 Melitz(2003) 모형을 응용, 이를 바탕으로 계량분석</p>

표 1-2. 계속

연구 차별성	연구목적 및 내용의 차별성	<ul style="list-style-type: none"> - 한국의 관련 정책에 대한 평가와 한국 중소기업의 수출·투자 결정요인 분석, 그리고 상세한 해외정책연구를 종합적으로 반영한 정책방안 제시 - 관련 정책에 대한 선행연구 및 전문가 의견을 충실히 반영하여 최근 한국의 중소기업 해외진출 지원체계 평가 - 기존연구에서 발전된 변수를 활용하여 한국 중소기업의 수출 결정요인 분석; 한국 중소기업의 해외투자 결정요인에 대한 연구는 본 연구가 새롭게 시도하는 부분 - 기존 연구에서 발전된 해외정책 연구 <ul style="list-style-type: none"> • 해외진출지원정책에 초점을 맞추어 최근 정책을 반영하고, 1차 문헌 분석 및 현지조사를 통해 정책에 대한 세부 분석 • 폭넓은 각국의 중소기업 관련 통계자료 활용 • 해외의 우수 지원수단 발굴 - 일반적인 해외진출 지원수단 및 운용에 대한 시사점과 더불어 신흥국 진출 지원, 신산업 해외진출 등에 초점을 맞춘 시사점 제시
	연구방법론의 차별성	<ul style="list-style-type: none"> - 국내 정책 평가, 한국 중소기업에 대한 통계 및 실증분석, 해외정책 및 중소기업 데이터 분석을 종합적으로 활용한 연구

자료: 저자 정리.

예를 들어, 이준호, 송창석, 이춘우(2013)는 글로벌 가치사슬의 심화와 더불어 중소기업의 참여 형태와 중요성을 논하고 최근 한국기업의 사례를 제시하면서, 이를 통해 정책방안을 제시하였다. 그리고 오동윤 외(2011)는 주로 기업의 관점에서 한국형 중소기업 글로벌화 전략을 제시하였다.

한편, 구체적인 정책수단을 분석한 최근 연구로는 한남대학교 산학협력단(2012)을 들 수 있다. 이 연구 역시 수출을 넘어 해외투자 등 다양한 해외진출을 적극적으로 모색하는 한국 중소기업의 현황을 반영하여, 해외진출 단계별로 구체적인 지원수단을 정리하여 유용한 정보를 제공하고, 중소기업의 정책만족도를 조사하여 지원수단 개선방안을 제시하였다.

중소기업의 수출 및 투자 결정요인 분석의 출발점은 Meltiz(2003)로서, 이 연구는 기업의 규모별 수출 행태의 차이를 이론적으로 입증하고 있다. 이에 따르면 매우 소수의 대기업이 수출과 FDI 등 해외활동을 하는 반면

중소기업은 국내 판매활동에 집중하는 경향이 있는데, 그 이유는 해외활동에 소요되는 높은 고정비용(해외시장에 진출하기 위한 일종의 진입장벽으로 해외시장에 대한 정보취득에 따른 비용 등을 포괄하는 개념)을 중소기업이 감당하지 못하기 때문이다. 이러한 이론을 응용한 연구 중에 Ahn *et al.*(2011)은 고정비용이 높은 국가일수록 중소기업들이 중개상인 등을 이용한 간접수출을 하는 경향이 있다는 것을 실증적으로 보였다. 이외에도 Helpman, Melitz and Rubinstein(2008)도 각국의 규제비용을 고정비용의 대리변수로 사용하여 높은 규제비용이 양자간 교역을 저해하는 사실을 실증적으로 보여주었다. 한편, 국내 선행연구로는 오동윤(2012)을 들 수 있으며, 이 연구는 기업의 규모별로 중력모형을 추정하여 수출을 결정하는 여러 변수들의 효과를 분석하였다.

외국의 중소기업 해외진출 지원정책에 대한 최근 선행연구로는, 예를 들어, 독일의 중소기업 경쟁력과 관련 정책을 포괄적으로 연구한 김승일 외(2009), 일본의 중소기업 수출지원체계를 한국과 비교분석한 이성봉(2013), 오바마 행정부 출범 이후 미국의 중소기업 수출확대정책을 연구한 고희채, 오민아, 이보람(2011), 영국·핀란드·독일·일본의 창조산업 해외진출 지원전략을 연구한 김정곤, 김은지(2013)를 들 수 있다.

본 연구가 선행연구들과 차별화되는 점은 다음과 같다. 첫째로는, 한국의 관련 정책에 대한 평가와 한국 중소기업의 수출·투자 결정요인에 대한 실증분석, 그리고 상세한 해외정책연구를 종합적으로 반영하여 정책방안을 제시한다는 점이다. 즉, 한국 중소기업 해외진출 지원정책에 대한 평가와 수출 및 해외투자 실적을 평가하여 향후 정책개선의 방향성을 식별하고, 그다음으로는 중소기업의 수출 및 투자에 대한 영향요인을 실증분

석하여 보다 객관적으로 정책 개선 분야를 파악한다. 그다음으로 해외정책 사례를 연구하여 외국의 관련 정책 추진 배경과 내용, 성과를 분석하고, 아울러 우수한 정책사례를 발굴하며, 이상의 연구를 종합적으로 고려하여 정책 시사점을 제시한다.

둘째, 기존연구에서 발전된 변수를 활용하여 한국 중소기업의 수출 및 투자 결정요인을 분석한다는 점이다. 본 연구는 환율과 같은 일반적인 수출영향요인과 더불어, 수출 및 해외투자에 소요되는 고정비용을 모형에 포함시켜 분석한다. 특히 계약분쟁 해결과 사유재산 보장의 차이 등 제도적인 요인들을 반영한 기존 연구들이 대부분 기업규모별 특성을 고려하고 있지 않는 반면, 본 연구는 기업의 규모별 특성을 고려하였는데 특히 중소기업이 영향을 더 받는 다양한 고정비용을 식별하기 위해 실증분석을 시도하였다.

셋째, 기존 연구에서 보다 발전된 해외정책 연구를 시도한다는 점이다. 선진국의 중소기업 정책에 대한 연구는 이미 존재하며, 특히 독일에 대해서는 많은 문헌이 축적되어 있다. 그러나 선진국의 해외진출 지원정책에 초점을 맞춘 연구는 흔치 않으며, 특히 최근의 경제환경 변화에 대응한 각국의 중소기업 해외진출 지원정책에 대한 상세한 연구는 더욱 드물다고 판단된다. 또한 본 연구는 주요국의 폭넓은 1차 문헌 분석 및 현지조사를 실시하여 관련 정책에 대한 세부 분석을 시도하고, 각국의 중소기업 관련 통계자료를 적극적으로 활용하였다. 그리고 중소기업의 해외진출 단계를 감안하여 각국의 우수한 중소기업 지원수단 사례를 제시한다는 점에서도 차별성이 있다.

끝으로, 본 연구는 다각도에서 정책 시사점을 제시한다. 즉, 정책

이니셔티브 일반에 대한 시사점, 해외진출 단계와 종류별 지원정책 및 운용에 대한 시사점과 더불어 중소기업의 신흥국 진출 확대, 신산업 해외 진출 등 주요 테마에 관련된 시사점을 제시함으로써 종합적인 연구로서의 취지를 달성하고자 한다.

제2장 한국의 중소기업 해외진출 지원정책

1. 한국의 중소기업 해외진출 지원정책
2. 한국 중소기업의 해외진출 성과
3. 지원정책 평가



1. 한국의 중소기업 해외진출 지원정책

가. 중소기업 해외진출 지원체계

우리나라의 중소기업 해외진출 지원정책은 산업통상자원부와 중소기업청이 주도하여 시행하고 있다. 정부 부처별로 보면 수출 및 해외진출 지원정책은 중소기업청의 소관 사업이 수적으로 가장 많고, 그다음은 산업통상자원부이다. 또한 미래창조과학부, 국토부, 환경부 등 각 부처도 소관 산업 또는 정책 기능 수행과 관련된 지원사업을 운영하고 있다(표 2-1 참고). 수출지원사업 중 여러 부처에 걸쳐 있는 사업으로서 시장개척단, 해외전시회 참가지원, 수출컨설팅, 수출거점화 지원(지사화, 수출인큐베이터, 해외IT 지원센터 등)이 있다.

박근혜 정부가 들어선 2013년 이후 수출 중소기업 지원 확대 방침에 따라 관련 예산이 확충되었다. [표 2-1]과 같이 전체 정부예산은 2012년 3,357억 원에서 2014년 4,166억 원으로 크게 증가하였다. 부처별로 보면 산업부가 가장 큰 비중을 차지하는데, 예산 규모는 2012년 938억 원에서 2014년 974억 원으로 증가하였다. 그리고 중기청의 관련 예산은 최근 매우 큰 폭으로 증가하여 2014년 예산 규모는 1,055억 원이다. 그 밖에 농림부가 2014년 910억 원을 책정하여 정부부처 가운데 세 번째로 큰 규모이다.

실제 집행기관으로서는 중소기업진흥공단과 KOTRA가 중심이며, 이들은 자체 지원사업을 운영하거나 부처 지원사업의 집행기관 역할을 수행한다. 아울러 한국무역협회, 중소기업중앙회, 대한상공회의소 등 관련 단체나 협회도 관련 사업을 위탁 받거나 자체 예산으로 해외진출 지원을

표 2-1. 부처별 해외수출지원사업군 예산 현황

(단위: 억 원)

사 업 명		회계	2012년	2013년	2014년	
산 업 부	중소중견기업수출경쟁력 강화	일반	263	340	406	
	해외진출 기반 구축		23	26	26	
	통합무역정보서비스 기반 구축		12	12	17	
	해외플랜트 진출확대		43	38	9	
	해외플랜트 수주 경쟁력 강화		-	-	29	
	전력해외진출 지원		40	38	40	
	신재생에너지산업 해외진출 지원		91	40	45	
	중소기업 마케팅 지원(코트라)		(236)	(217)	(271)	
	해외마케팅 지원(코트라)		(217)	(131)	(90)	
	해외투자진출(코트라)		(13)	(68)	(41)	
부처 소계 (10개)		938	910	974		
중 기 청	중소기업수출역량 강화	일반	272	517	514	
	무역촉진단 파견		130	190	190	
	해외규격 인증획득 지원		105	213	136	
	해외민간네트워크 활용		76	60	56	
	해외산업협력 지원		32	31	32	
	수출인큐베이터		중진	75	71	82
	지역중소기업 수출마케팅			18	17	19
	온라인 수출 지원			23	21	26
부처 소계 (8개)		731	1,120	1,055		
관 세 청	AEO 지원(종합인증 지원)	일반	(9)	(9)	(11)	
	부처 소계 (1개)		9	9	11	
환 경 부	환경산업수출기반육성 지원	환특	128	131	141	
	부처 소계 (1개)		128	131	141	
농 림 부	농산물 수출 확대를 위한 검역 지원	일반	(19)	(19)	(19)	
	글로벌 K-Food 프로젝트	농특	-	154	137	
	해외시장개척 지원	농안	314	280	331	
	농축산물 판매촉진		410	412	423	
부처 소계 (4개)		743	865	910		
해 수 부	활어 수출용 컨테이너 제작	일반	108	108	180	
	수산물 해외시장개척 지원		44	48	75	
	국내해양플랜트서비스산업 촉진		3	2	2	
	부처 소계 (3개)		155	158	257	

표 2-1. 계속

(단위: 억 원)

사 업 명		회계	2012년	2013년	2014년	
국 토 부	해외건설시장 개척	일반	60	109	148	
	부처 소계 (1개)		60	109	148	
미 래 부	IT 산업 해외진출 지원	일반	37	31	23	
	SW 산업 해외진출 역량강화		74	68	65	
	해외 IT 지원센터 운영	방발	56	56	52	
	해외 CG 프로젝트 지원		(36)	(40)	(40)	
	스마트콘텐츠 해외진출 지원		(50)	(52)	(51)	
	부처 소계 (5개)		253	247	231	
복 지 부	보건의료 해외박람회 참가 지원	일반	5	5	2	
	의산업생태계발전형 의료시스템 수출		20	60	70	
	부처 소계 (2개)		25	65	72	
문 화 부	국산애니메이션 해외시장개척 지원	일반	(13)	(13)	(16)	
	한국패션문화 해외진출 지원		(10)	(18)	(21)	
	만화 해외수출 및 국내외 마케팅 지원		(5)	(7)	(12)	
	캐릭터 해외수출 등 활성화 지원		(5)	(5)	(11)	
	K-pop 해외진출 및 글로벌 신시장 개척		(16)	(19)	(20)	
	문화콘텐츠 국내외 마케팅 활성화		45	45	49	
	차세대게임 국내외 홍보 및 마케팅 지원		(7)	(5)	(4)	
	게임 글로벌서비스 해외 마케팅 지원		(5)	(3)	(5)	
	모바일게임 글로벌퍼블리싱		(43)	(47)	(40)	
	게임수출활성화 지원		(6)	(6)	(7)	
	한류잡지 해외진출 지원		(3)	(2)	(2)	
	방송영상콘텐츠 해외진출 지원		48	56	55	
	출판콘텐츠 국제교류 및 해외진출 지원		(35)	(35)	(41)	
	인쇄물 수출경쟁력 강화		-	(3)	(3)	
	한국도서 해외전파 지원		(1)	(1)	(1)	
	인쇄문화 국제전시회 및 한국전시관 조성		(2)	(2)	(2)	
	미술품 해외시장 개척지원 등		문예	(7)	(11)	(13)
	해외진출 지원		영화	63	64	65
	부처 소계 (18개)			315	342	367
	합계 (53개)			3,357	3,956	4,166

자료: 기획재정부(2014), p. 24.

수행하고 있다. 지자체 역시 다양한 중소기업 해외진출 지원사업을 추진 중이며 지자체의 지원사업은 자체 또는 산하기관에서 운영하거나, KOTRA, 한국무역협회 등에 위탁하는 경우도 있다(배경화 2014, pp. 1~2).

우리나라의 중소기업 해외진출 지원체계는 2013년 새 정부의 출범과 더불어 변하고 있다. 2008년 ‘해외마케팅 집행창구 단일화’ 조치에 따라, 새 정부 출범 이전까지 정부의 수출지원은 이원적 체계로 운영되고 있었다. 즉, 중소기업진흥공단은 수출준비단계 및 해외진출단계에 지원을 집중하고, KOTRA는 무역사절단 및 해외전시회 참가, 비즈니스 출장 지원 및 해외지사화사업 등 수출수행단계 지원에 집중하였다(한남대학교 산학협력단 2012, p. 35). 그러나 2013년 박근혜 정부가 출범하면서 기존의 이원적 체계를 다양한 기관의 중복·경쟁 체제로 전환하였으며 중소기업청이 주관하는 수출지원센터 내에 중소기업진흥공단, KOTRA, 무역보험공사 등 유관기관의 협업체계를 강화하였다.²⁾ 정부가 중소기업 해외진출 지원체계를 협업체계 중심으로 변경한 요인은 다양한 산업 분야가 결합, 융합되는 상품이 급증하는 산업 환경에서 부처 및 지원기관 간 협력이 반드시 필요하기 때문으로 풀이된다. 이는 정부가 추진 중인 창조경제 패러다임과도 관련성이 있는바, 실제로 창조경제 또는 창조산업 정책 패러다임을 도입한 국가들은 부처 및 기관간 협력적 지원체계 구축에 많은 노력을 쏟고 있다.³⁾

우리 정부가 운영하는 중소기업 해외진출 지원프로그램을 일람하기

2) 이에 따라 부산, 대구, 광주, 대전, 강원외 지방 중소기업청 수출지원센터에서 중진공과 코트라, 수출입은행, 무역보험공사 등의 인력으로 윈스톱서비스를 지원하고 있다(배경화 2014, p. 1).

3) 각국의 관련 사례에 대한 보다 상세한 내용은 김정곤, 김은지(2013) 제3장 참고.

표 2-2. 단계별 해외진출지원프로그램

구 분	중진공	KOTRA	기타 공공기관·협회	지자체(시·도)	계
① 무역교육/ 컨설팅	- 수출역량강화		- 무역교육·연수(무협) - 종합무역컨설팅(무협) - 전략물자수출절차(전략물자관리원) - 환위험관리컨설팅(중기중앙회)	- 교육·무역인력양성(8) - 통번역비 지원(9)	22
② 수출제품 품질제고	- 수출역량강화			- 내수기업 수출기업화(3) - 수출스타기업육성(3)	7
③ 정보제공/ 판매프라 구축	- 수출역량강화 - 글로벌바이어 국내소싱	- 해외시장 조사 - 해외진출정보	- 해외바이어정보제공(무협) - 무역동향 정보(무협) - 바이어발굴(OKTA)	- 해외시장정보제공(6)	13
④ 수출절차/ 인증	- FTA 활용역량 강화		- 해외규격인증 획득지원(산업기술시험원) - 전자무역 인프라(무역정보통신)	- 해외규격인증 지원(7) - FTA 활용지원(6) - 성분분석지원(2)	18
⑤ 해외마케팅	- 무역사절단·해외전시회(국내활동) - 산업기술협력 사절단 파견 - 온라인수출 지원	- 무역사절단 파견 - 해외전시회 참가 - 온라인 마케팅	- 해외전시회 참가(무협) - 무역투자사절단 파견(무협) - 해외전시회 참가(중기중앙회) - 시장개척단 파견(중기중앙회) - 국내전시회 개최지원(전시산업진흥회) - 해외전시회 참가지원(전시산업진흥회)	- 전시회·박람회 참가(16) - 통상사절단·시장 개척단 파견(16) - 온라인 마케팅 지원(13) - 해외바이어초청(14) - 해외바이어네트워킹(3) - 해외출장지원(2) - 해외홍보지원(4)	79
⑥ 해외시장 접근		- 비즈니스 출장지원 - 지사화사업	- 해외시장조사·마케팅(OKTA)	- 해외지사화사업 지원(12) - 해외네트워킹(3) - 국제물류지원(5) - 상설전시장 운영(1)	22
⑦ 수출금융/ 보험	- 수출금융		- 무역기금 융자(무협) - 수출신용보증(신보) - 수출신용보증(기보)	- 수출보험료 지원(12) - 수출진흥자금 지원(1) - 수출기업 특별보증(1)	18
⑧ 해외 법인/ 지사 설립	- 수출인큐베이터 - 해외민간 네트워크	- 해외진출 컨설팅	- 해외투자컨설팅(중기중앙회)		4
⑨ 기타			- 무역구제지원(중기중앙회) - 중재사건 처리지원(상사중재원)	- 통상덕터제(1) • 수출컨소시엄(3)	6
합계	10	8	22	149	189

주: 1) 인프라를 조성하는 간접적인 지원시책이나 수입원활화시책 등은 제외함.

2) 간접적인 지원사항 등은 제외하였으므로, 각 기관의 전체 사업수와 다를 수 있음.

자료: 지식경제부(2012), '2012년도 무역·통상진흥 종합시책, 재인용: 한남대학교 신탁협력단(2012), [표 3-10], p. 34 및 [표 3-11], p. 36.

위하여, 해외진출 단계별로 지원프로그램(2012년 기준)을 요약한 내용은 [표 2-2]와 같다.⁴⁾ 중소기업 해외진출 지원정책은 수출준비단계(60건)와 해외진출단계(10건)보다는 해외마케팅 등 수출수행단계(119건)에 집중되어 있다. 구체적으로는 해외마케팅이 79건으로 가장 많고, 그다음으로 무역교육·컨설팅과 해외시장 접근지원이 각각 22건이다. 한편, 수출품의 경쟁력을 제고하기 위한 품질개선(7건)이나 해외 법인 및 지사 설립(4건) 등 단계에 대한 지원시책은 상대적으로 적다(한남대학교 산학협력단 2012, p. 34, p. 36).

2012년 중앙정부의 중소기업 수출 및 판로 지원예산은 약 1,559억 원으로 전체 중소기업 지원예산 10조 738억 원의 약 1.6%를 차지한다. 중앙정부와 광역지방자치단체를 합하면 중소기업 수출 및 판로지원사업 예산은 2,392억 원으로 전체 중소기업 지원예산의 1.9%를 차지한다. 이는 자금(60.1%), 기술(16.2%), 인력(6.4%), 창업(4.4%), 소상공인 지원(3.4%)이 차지하는 비중에는 못 미친다(한남대학교 산학협력단 2012, pp. 41~42).

나. 주요 정책

2013년 5월 관계부처가 합동으로 발표한 ‘수출 중소·중견기업 지원 확대방안’에서 박근혜 정부의 종합적인 중소기업 수출 지원 개선방안을 제시하였다. 여기에는 무역금융 대폭 확대방안으로서 무역보험 확대, 맞춤형 무역보험 지원, 수출준비자금 보증, 수출개시 기업에 대한 자금 보증

4) 상기 표는 중소기업 해외진출체계에 변화가 있기 전인 2012년을 기준으로 작성된 것이지만, 해외진출 단계별로 각 기관이 제공하는 해외진출 지원프로그램을 일람하는 데 유용할 것으로 판단된다.

신설 등이 포함되어 있으며 아울러 기업의 원산지 관리 지원, 내수·수출 초보기업 집중지원(전문무역상사 활성화, 해외한인경제단체를 활용한 중소기업 글로벌 네트워크 구축, 기초수출역량 강화, 수출 맛보기 프로그램⁵⁾ 확대 등), B2C 수출 확대를 위한 제도 개선 등 종합적인 대책이 포함되어 있다(관계부처 합동 2013).

보다 세부적으로 살펴보면, 상기한 협업체계 강화 방침에 따라 중소기업진흥공단, KOTRA, 수출입은행, 무역보험공사 등 수출지원 유관기관이 협의체를 구성하여 정례회의를 개최하여 신규 협업과제를 발굴하고 있다(배경화 2014, p. 7). 또한 기존 수출지원체계를 개편하여 유관기관과의 협업에 의한 중소기업 수출지원체계로 정비하고 있는바, 수출지원기관과 사업별 장벽을 제거한 지원체계가 형성되고 있다. 그동안 중소기업진흥공단이 직접 운영하던 수출 BI를 글로벌 BI로 전환하고, 과거 사무공간 제공 등에 그치던 데서 탈피하여 금융, R&D, 디자인, 마케팅 등으로 지원 내용을 확대하는 한편, 신홍시장 위주로 글로벌 BI를 추가로 설치할 계획이다. 또한 중소기업 역량별/단계별 글로벌역량 진단시스템 구축, 진단, 성과평가 등을 포함하는 수출지원 공공기관협의체(연 4회)를 운영하고 있다. 그리고 해외거점 성과 제고를 위해 해외산업협력관의 해외기관네트워크 발굴 및 공동사업 추진, 현지진출 중소기업 협의회(핵심국가 현지진출 중소기업협의회 결성 및 해외진출 지원정책 수립)를 구축하고 있다(배경화 2014, p. 7). [표 2-3]은 최근 중소기업진흥공단의 중소기업 해외진출 지원사업 절차와 협업체계를 요약한다.

5) 구매자 발굴 및 매칭, 계약실무 지원 등을 통해 내수기업에 최초 수출 경험을 제공하는 프로그램이다(관계부처 합동 2013, p. 17).

표 2-3. 중소기업진흥공단의 중소기업 해외진출지원사업 절차와 협업체계

업무	협업방안
① 역량진단 및 단계별 맞춤형지원	- GCL 및 글로벌역량진단 평가실시(전원) - 평가에 따른 전략수립, 맞춤형 지원(전원) - 기업별 담당관 임명 지원(전원)
② 수출 애로 상시발굴 및 해소지원	- 수출애로 발굴 및 수출지원기관 애로 해소(전원)
③ 지자체 무역사절단 파견	- 무역사절단 참가업체 모집(중진공) - 무역사절단 파견 현지지원(KOTRA)
④ 수출 BI 입주기업 발굴·선정	- 수출 BI 입주기업 발굴 및 선정(중진공) - 수출 BI 관리 및 현지지원(중진공·KOTRA)
⑤ FTA, 수출컨설팅 발굴지원	- 수출애로에 대한 전문가 매칭 및 컨설팅 지원(전원)
⑥ 해외인턴사업 참여기업 발굴	- 해외인턴 모집 및 국내교육(중진공) - 해외현지업체 발굴 및 인턴취업연계(KOTRA)
⑦ 수출유망중소기업 발굴 및 지원	- 수출유망중소기업 발굴(전원) - 역량진단 및 해외시장 조사(전원) - 전략수립 및 맞춤형 지원(전원, 지원기관)

자료: 배경화(2014), p. 3.

지원기관간 협업체계 구축과 더불어 정부는 중소기업의 역량별·성장단계별로 수출준비, 진출단계인 해외시장 진출, 확장단계인 해외시장 확대 등 맞춤형 지원을 강화하고 있다. 즉, 수출 준비단계 기업에는 수출기업화(수출 교육, 홍보디자인 개발 지원, 컨설팅 지원, 타당성 조사, 무역정보 제공 등), 수출 첫걸음과 같은 지원을 제공하고 진출단계 기업에 대해서는 무역축진단 파견, 해외민간네트워크, 해외플랜트 진출, 신흥시장개척지원 등 그리고 확대단계 기업에 대해서는 산업기술 국제협력, 환경기술 국제공동 현지화 사업, 해외투자진출 지원 등을 제공한다(배경화 2014, p. 1).

또한 정부는 중소기업 해외진출컨설팅을 개선하고 있다. 그동안 해외 진출컨설팅이 소액보조 방식⁶⁾으로 이루어져 컨설팅 기업의 중소기업 지원 몰입도가 떨어진다는 평가가 있었다. 이에 따라 중소기업진흥공단은

중소기업 수요에 기초하여 해외민간네트워크⁷⁾를 운영하고, 성과가 부진한 네트워크는 단계적으로 구조조정하고 전략프로그램을 중심으로 사업을 재편하고 있는데 특히 컨설팅 기반이 취약한 신흥시장 위주로 지정을 강화하고 있다(배경화 2014, p. 2).⁸⁾

신흥시장 진출 확대와 관련하여, 정부는 전략적인 수출상품을 중심으로 온·오프라인 해외마케팅을 연계하는 지원을 강화하고 있으며, 비영리권 국가의 현지어로 구성된 ‘온라인수출관’을 확대 운영하여 신흥시장 타깃 마케팅을 강화하고 있다. 또한 신흥국가 내수시장에 진출할 때 필요한 경영자원을 지원하기 위해 중국에는 전문가 코칭, 컨설팅, 대형유통망 진출, 현지금융, 주재원사관학교 운영, 중국 지역별 중소기업 맞춤형 진출전략 연구 등을 연계한 패키지 지원을 제공하고 동남아에는 현재 인도네시아에 개설한 중기제품 전용매장을 베트남에 추가로 개설하고 유희설비와 기술을 함께 수출하는 방안을 검토하고 있다(배경화 2014, pp. 7~9).

한편, 정부는 중소기업 해외진출을 지원하는 주요 지원수단으로 국제협력기반 구축에 노력을 기울이고 있다. 중소기업진흥공단은 APEC 중소기업협력센터 활성화하기 위해 APEC의 중소기업 금융 접근성 향상 프로젝트, 혁신컨설팅 등을 실시하고 있으며, 중소기업의 신흥국 및 국제기구

-
- 6) 기업이 수출컨설팅에 지원하면 수출기업 자부담(총비용의 30% 내외)을 제외한 잔여비용을 정부가 지원하는 형태로 운영되고 있다.
 - 7) 해외민간네트워크 활용 지원사업의 주요 내용은 현지 마케팅, 컨설팅사 등을 현지 민간네트워크로 지정하여 독자적인 해외진출이 어려운 중소기업에 전문 마케팅 서비스를 제공하는 것이다.
 - 8) 민간네트워크는 북미 25개, 유럽 22개, 중국 22개 등 거대시장을 중심으로 형성되어 있고, 인도(6개), 베트남(3개), 인도네시아(2개) 등은 민간네트워크 지정이 상대적으로 취약하다(배경화 2014, p. 2).

조달시장 진출 역량을 강화하기 위해 ODA를 활용한 중소기업 해외진출 확대를 추진하고 있다. 아울러 중소기업간 수출, 기술협력, 전략적 제휴 등 해외산업기술 협력을 확대하고 있다(배경화 2014, p. 8).

[표 2-4]는 2013년 중소기업진흥공단이 수행한 주요 해외진출 지원사업과 실적을 요약한 것이다(배경화 2014, pp. 3~4). 중소기업진흥공단은 해외마케팅 사업의 일환으로 수출인큐베이터(해외 주요 교역거점에 수출인큐베이터를 설치하여 사무 공간, 마케팅, 법률, 회계 등 서비스 제공), 지역 중소기업 수출마케팅(해외전시회, 무역사절단, 수출상담회 참가 지원), 온라인수출지원 등을 수행하고 있으며, 글로벌 협력 차원에서 중소기업 해외진출 지원, 해외산업정보 제공, 해외협력기반 조성 등 해외협력을 지원한다.

표 2-4. 중소기업진흥공단의 해외진출 지원프로그램(2013년)

구 분	지 원 대 상	실적	
해외마케팅	수출인큐베이터(입주율, %)	제조/서비스업 영위기업	90.2
	해외시장진출 지원(회)	해외진출 희망 중소기업	167
	해외민간네트워크 활용(개사)	해외진출 희망 중소기업	353
	FTA·수출컨설팅(개사)	FTA 원산지 애로기업	836
	온라인수출 지원(건)	온라인 홍보마케팅 필요기업	2,239
	글로벌바이어 구매알선(건)	바이어 관심제품 생산기업	1,706
	해외대형유통망진출 지원(개)	국내생산 중소기업 제품	1,012
글로벌협력	해외산업협력 지원(건)	국내 및 해외진출 중소기업	1,615
내수판로	HIT 500 지원(개)	소비재·원제품 생산기업	511
	스마트제품 발굴(개)	우수품질의 중소기업 제품	32

자료: 배경화(2014, pp. 3~4)를 토대로 저자 재구성.

2. 한국 중소기업의 해외진출 성과

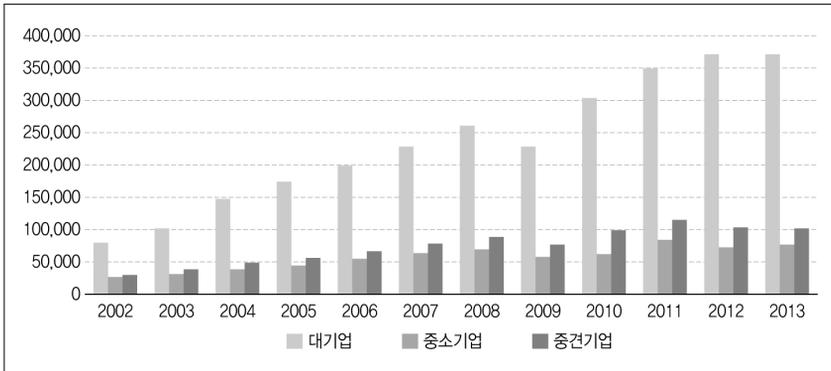
가. 기업규모별 수출

우리나라의 총수출은 2002~13년에 연평균 13%의 성장세를 이어 갔다. 이 중 대기업 수출은 연평균 16%로 증가했고, 중소기업과 중견기업의 수출이 각각 11%와 13%로 증가했다.

이러한 수출 증가율의 차이로 인해 2002년 총수출의 49.5%를 차지했던 대기업 수출비중은 2013년에는 66.4%로 크게 증가한 반면, 중소·중견기업이 총수출에 차지하는 비중은 34.4%에서 32.0%로 하락했다⁹⁾(표 2-5 참고). 연도별로 자세히 살펴보면 중소·중견기업의 수출비중이 2002년 이후에 증가세를 보여 38.2%까지 확대되었다가 2008년 글로벌 금융

그림 2-1. 기업규모별 수출 현황

(단위: 백만 달러)



자료: 관세청, 관세무역개발원, 「기업구분별 수출 통계 2002~2013」을 바탕으로 저자가 계산하여 작성.

- 9) 중소·중견기업의 수출비중이 증가했다가 감소한 반면, 대기업 수출비중은 꾸준히 증가하는 이유는 관세무역개발연구원 통계자료가 기업 규모를 대기업, 중소기업, 중견기업, 기타로 분류하고 있기 때문이다. 2002년 16%가 넘는 기업들이 기타로 분류된 반면 2013년에는 그 비중이 1.53%로 감소되었다.

표 2-5. 총수출 대비 기업규모별 수출 비중

(단위: %)

연도	대기업	중견기업	중소기업	기타
2002	49.37	16.11	18.30	16.22
2003	52.74	16.21	19.84	11.21
2004	58.37	15.23	19.47	6.92
2005	61.00	15.68	19.88	3.44
2006	61.34	16.74	20.53	1.38
2007	61.54	17.07	21.11	0.29
2008	62.02	16.52	21.15	0.31
2009	62.79	15.78	21.12	0.31
2010	65.08	13.43	21.15	0.35
2011	63.05	15.06	20.63	1.26
2012	67.76	13.29	18.78	0.17
2013	66.47	13.73	18.27	1.53

자료: 관세청, 관세무역개발원, 「기업구분별 수출통계, 2002~2013」을 바탕으로 저자가 계산하여 작성.

위기 이후 점차 줄어들었다. 대기업은 2002년부터 2013년까지 꾸준한 증가세를 보이고 있는데, 2002년 총수출의 49.4%에 불과하였으나 2013년에는 66.5%까지 증가했다. [표 2-5]에 나타난 수출비중은 기업의 직수출액을 기준으로, 대기업을 통한 간접 수출비중이 높은 중소기업의 총수출이 과소평가되는 것으로 볼 수 있다. 하지만 중소기업의 간접수출과 직수출을 모두 고려한 최용민, 박진우, 홍지상(2010)에 따르면 중소기업의 총수출비중(직수출+대기업의 간접수출)도 역시 2003년 53.1%에서 2008년 38.8%로 하락하였다. 이는 저가 상품을 수출하는 중국 등 개발도상국의 부상에 따른 영향으로 평가되고 있다.

[표 2-6]에는 중소기업의 영세성으로 중소기업 중 수출 활동에 참여하는 기업의 비율이 대기업 중 수출기업 비율보다 작은 것으로 나타나 있다. 대기업은 매해 22~29%의 기업이 수출하는 반면, 중소기업은 약 2.6%만이 수출에 참여하고 있다.

표 2-6. 기업규모별 수출기업 수와 비중

연도	대기업			중소기업		
	기업수 (개)	수출기업수 (개)	비율 (%)	기업수 (개)	수출기업수 (개)	비율 (%)
2007	2,461	676	27.47	2,974,185	72,047	2.42
2008	2,789	699	25.06	3,044,169	75,856	2.49
2009	2,916	661	22.67	3,066,484	77,816	2.54
2010	3,125	726	23.23	3,122,332	80,564	2.58
2011	3,053	667	21.85	3,231,634	83,041	2.57
2012	2,916	850	29.15	3,351,404	86,207	2.57

자료: 기업규모별 전체 기업의 수는 중소기업청 DB를 참조하였음. http://220.71.4.163:8000/statHtml/statHtml.do?orgId=142&tblId=DT_142N_A20500 기업규모별 수출기업수는 관세청 자료를 바탕으로 한 관세청, 관세무역개발원의 「2002~2013 연도별/국가별/기업분류별 기업수 및 수출품목수(HS10단위)」 자료를 참조하였으며, 수출 참여율은 이를 기반으로 저자가 계산.

[표 2-7]은 기업규모별 10대 수출대상국에 대한 수출액과 비중을 보여 주고 있다. 대기업, 중견기업, 중소기업 모두 2003년과 2013년 미국이 차지하는 수출비중이 크게 감소한 반면, 점진적으로 대외무역을 개방한 중국과 베트남에 대한 수출비중이 큰 폭으로 증가했음을 알 수 있다. 그 외에 대기업과 중소기업의 10대 수출대상국에 포함되었던 독일과 영국 등은 2013년에는 더 이상 10대 수출대상에 포함되지 않는 반면, BRIC인 인도, 러시아 연방, 그리고 브라질에 대한 수출비중이 크게 증가하여 주요 수출대상국으로 부상하였다.¹⁰⁾ 기업 규모에 따른 주요 수출대상국을 살펴보면 중소기업은 대기업에 비해 상대적으로 소득수준이 낮은 국가에 대한 수출비중이 높다는 것을 알 수 있다.

지난 10년간 중소기업의 산업별 수출비중의 변화를 살펴보면 다음과 같다. 의류/직물 산업은 2003년에는 중소기업 총수출의 23.8%를 차지했

10) BRIC은 브라질, 러시아, 인도, 중국 신흥시장 4개국을 가리킨다.

표 2-7. 주요 국가별 수출 변화

(단위: 백만 달러, %)

연도	대기업			중견기업			중소기업		
	국가	수출	비중	국가	수출	비중	국가	수출	비중
2003	미국	1921	22.20	미국	577	18.37	중국	797	20.74
	중국	1769	11.10	중국	521	16.58	미국	612	15.94
	일본	753	7.36	일본	321	10.20	일본	471	12.26
	홍콩	613	5.35	홍콩	202	6.44	홍콩	287	7.47
	대만	423	4.95	싱가포르	173	5.51	베트남	125	3.26
	독일	383	3.41	말레이시아	126	4.03	대만	110	2.87
	영국	276	3.36	필리핀	125	3.98	인도네시아	105	2.73
	싱가포르	217	2.42	대만	115	3.66	독일	84	2.18
	말레이시아	190	2.01	호주	69	2.20	아랍에미리트 연합	70	1.82
	호주	185	1.91	태국	65	2.07	영국	66	1.72
2013	중국	9885	26.57	중국	2164	28.16	중국	2399	23.46
	미국	4211	11.32	미국	862	11.22	미국	1053	10.30
	홍콩	1869	5.03	일본	574	7.46	일본	993	9.71
	일본	1770	4.76	베트남	490	6.37	베트남	619	6.06
	싱가포르	1591	4.28	싱가포르	440	5.72	홍콩	535	5.23
	대만	1064	2.86	홍콩	341	4.44	러시아 연방	352	3.44
	베트남	948	2.55	대만	246	3.21	인도네시아	289	2.83
	호주	772	2.07	인도네시아	180	2.34	대만	245	2.39
	브라질	769	2.07	태국	155	2.01	인도	241	2.36
	인도	752	2.02	러시아 연방	146	1.89	태국	230	2.25

자료: 관세청, 관세무역개발원, 「기업규모별 수출통계, 2002~2013」을 바탕으로 저자가 계산하여 작성.

을 정도로 주요 수출품목군이었지만 2013년에는 그 비중이 11.1%로 크게 하락하여 상대적으로 그 중요성이 약화되었다. 전자산업의 수출비중 역시 2003년에는 20.1%로 높았으나 2013년에는 16.6%로 하락했다. 반면 철강/금속, 일반기계, 운송기기 등의 수출비중은 증가했다(표 2-8 참고).

대기업, 중소기업, 중견기업과 기타 기업을 모두 합친 총수출 산업별 변화를 살펴보면 2003년에 3.9%에 불과했던 가공광물의 비중이 2013년

표 2-8. 산업별 수출 변화

(단위: 백만 달러, %)

분류	2003				2013			
	중소기업		총수출		중소기업		총수출	
	금액	비중	금액	비중	금액	비중	금액	비중
1차상품	628	1.63	1,090	0.56	1,660	1.62	2,310	0.41
가공1차상품	697	1.81	1,840	0.95	2,000	1.96	4,700	0.84
가공광물	446	1.16	7,590	3.91	1,560	1.53	57,900	10.36
고무/화학	4,960	12.90	20,000	10.31	18,200	17.81	74,800	13.38
가죽	697	1.81	1,200	0.62	890	0.87	1,680	0.30
종이/목재	800	2.08	2,160	1.11	1,920	1.88	3,710	0.66
의류/직물	9,140	23.76	15,700	8.09	11,300	11.06	16,400	2.93
비금속광물	1,090	2.83	4,320	2.23	1,350	1.32	6,030	1.08
철강/금속제품	3,450	8.97	13,600	7.01	11,800	11.55	46,100	8.24
일반기계	5,270	13.70	31,800	16.39	19,200	18.79	59,300	10.61
전자	7,720	20.07	55,100	28.40	17,000	16.63	135,000	24.14
운송기기	1,290	3.35	23,000	11.86	7,120	6.97	72,800	13.02
기타운송기기	114	0.30	11,700	6.03	336	0.33	38,100	6.81
정밀기기	1,060	2.76	3,220	1.66	5,750	5.63	36,000	6.44
기타제조품	1,100	2.86	1,660	0.86	2,110	2.06	4,320	0.77
합계	38,462	100.0	193,98	100.0	102,20	100.0	559,15	100.0

주: 비중은 총수출 대비 업종별 수출 비중.

자료: 관세청, 관세무역개발원, 「기업구분별 수출통계 2002~2013」을 바탕으로 저자가 계산하여 작성.

에는 10.4%로 증가했고 2003년에 1.7%를 차지했던 정밀기기가 2013년에는 6.4%로 증가했다. 반면 중소기업의 사례와 반대로 일반기계는 총수출에서 차지했던 비중이 16.4%에서 10.6%로 감소했다.

나. 해외직접투자

중소기업의 해외직접투자액이 전체 투자금액에서 차지하는 비중은 2005년에는 31%를 차지한 반면 대기업은 59%를 차지했다. 그러나 이후에 대기업의 해외직접투자액은 증가한 반면 중소기업은 그 금액이 오히려

표 2-9. 기업규모/연도별 해외직접투자 현황

(단위: 백만 달러, 건, %)

연도	대기업		중소기업		전체	
	투자금액	신고건수	투자금액	신고건수	투자금액	신고건수
2005	4,299 (59)	1,022 (12)	2,261 (31)	3,822 (43)	7,263	8,867
2006	7,592 (64)	1,212 (12)	3,079 (26)	4,379 (43)	11,854	10,173
2007	15,746 (70)	1,472 (12)	5,287 (24)	5,360 (45)	22,384	11,953
2008	17,330 (72)	1,818 (17)	5,468 (23)	5,036 (47)	23,974	10,625
2009	17,101 (84)	1,572 (21)	2,810 (14)	3,958 (53)	20,469	7,534
2010	20,865 (85)	1,748 (22)	2,945 (12)	4,045 (50)	24,495	8,110
2011	22,977 (83)	1,829 (23)	3,504 (13)	3,849 (49)	27,671	7,883
2012	21,204 (84)	1,885 (25)	2,775 (11)	3,687 (48)	25,164	7,641
2013	25,627 (84)	1,888 (24)	2,680 (9)	3,976 (50)	30,652	8,008

주: () 안은 총해외투자 대비 규모별 비중.

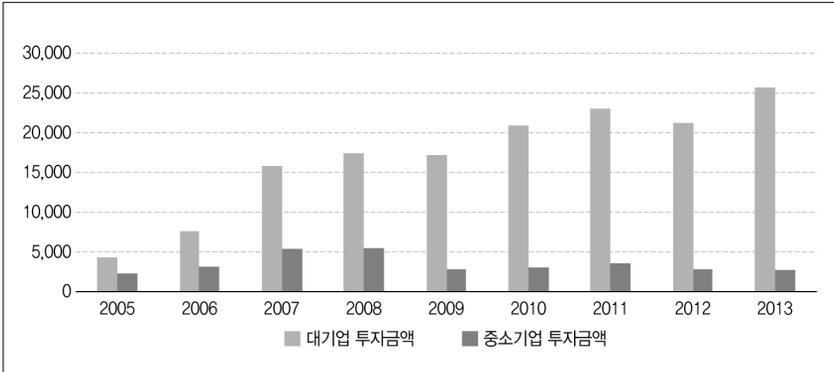
자료: 한국수출입은행 해외투자 통계를 바탕으로 저자 작성(<http://211.171.208.92/odisas.html>, 검색일: 2014. 3. 20).

줄어드는 경향을 보이면서 중소기업이 우리나라 총해외직접투자액에 차지하는 비중도 2013년에 9%로 하락하였다. 신고건수로는 중소기업이 총 신고건수의 43~53%를 차지한 반면 대기업은 17~25%를 차지함으로써 신고 건당 투자액이 중소기업에 비해 대기업이 훨씬 큰 것으로 나타났다.

중소기업의 위축된 해외투자금액은 기업규모별 해외직접투자액의 [그림 2-2]의 시계열 그래프를 보면 더욱 뚜렷해진다. 2008년 전 세계로 확산된 글로벌 금융위기로 대기업과 중소기업 모두 해외투자에 소극적인 모습을 보인다. 그러나 대기업은 2010년에 증가세를 회복한 반면 중소

그림 2-2. 기업규모별 해외직접투자 변화 추이

(단위: 백만 달러)



자료: 한국수출입은행 해외투자 통계를 바탕으로 저자 작성(<http://211.171.208.92/odisas.html>, 검색일: 2014. 3. 20).

기업은 금융위기 후 감소한 해외직접투자금액 수준에서 머물고 있음을 알 수 있다.

2003년 전체 중소기업 해외직접투자금액의 78%, 전체 신고 건수의 82%가 아시아에 집중되어 있었다. 2013년에도 여전히 중소기업 투자가 아시아에 집중되어 있지만, 그 정도가 약화되고 유럽, 북미, 중동 등의 지역에 투자비중이 증가하여 투자 지역의 다각화가 눈에 띈다. 특히 유럽에 대한 투자가 투자금액비중으로 2%에서 8%, 북미에 대한 투자가 15%에서 22%로 증가했다.

대기업 역시 2003년과 2013년 모두 아시아에 해외직접투자의 비중이 높은 편이지만 중소기업보다는 아시아에 대한 집중도가 낮다. 2013년을 2003년과 비교했을 때 아시아와 북미에 대한 직접투자의 비중은 줄어들고 유럽, 대양주, 중동 등에 대한 투자비중이 증가했다. 대기업도 중소기업과 마찬가지로 2013년 유럽에 대한 투자금액 비중이 7%에서 18%로 큰 폭으로 증가했다. 또한 대양주에 대한 투자 비중도 2%에서 9%로 증

표 2-10. 기업규모/지역별 해외직접투자 현황

(단위: 건, 천 달러, %)

연도	지역	중소기업		대기업		전체	
		금액	건수	금액	건수	금액	건수
2003	아시아	928 (78)	2,561 (82)	1,584 (48)	463 (67)	2,648 (56)	4,024 (74)
	중동	1 (0)	5 (0)	25 (1)	1 (0)	27 (1)	8 (0)
	북미	175 (15)	404 (13)	804 (24)	109 (16)	1,096 (23)	1,044 (19)
	중남미	38 (3)	48 (2)	573 (17)	27 (4)	614 (13)	85 (2)
	유럽	29 (2)	77 (2)	226 (7)	66 (10)	259 (5)	175 (3)
	아프리카	1 (0)	6 (0)	28 (1)	1 (0)	29 (1)	8 (0)
	대양주	20 (2)	34 (1)	57 (2)	20 (3)	92 (2)	113 (2)
	합계	1,192	3,135	3,297	687	4,765	5,457
	2013	아시아	1,739 (65)	2,878 (72)	9,241 (36)	1,109 (59)	11,252 (37)
중동		19 (1)	61 (2)	463 (2)	64 (3)	482 (2)	129 (2)
북미		595 (22)	602 (15)	5,268 (21)	244 (13)	6,309 (21)	1,245 (16)
중남미		87 (3)	122 (3)	3,675 (14)	164 (9)	4,022 (13)	351 (4)
유럽		204 (8)	232 (6)	4,588 (18)	223 (12)	5,561 (18)	501 (6)
아프리카		12 (0)	37 (1)	159 (1)	13 (1)	172 (1)	62 (1)
대양주		24 (1)	44 (1)	2,233 (9)	71 (4)	2,853 (9)	201 (3)
합계		2,680	3,976	25,627	1,888	30,652	8,008

주: () 안은 규모별 총해외투자 대비 지역별 비중.

자료: 한국수출입은행 해외투자 통계를 바탕으로 저자 작성(<http://211.171.208.92/odisas.html>, 검색일: 2014. 3. 20).

표 2-11. 해외 투자 목적별 현황

(단위: 건수, 천 달러)

연도	투자목적	대기업		중소기업	
		신고건수	투자금액	신고건수	투자금액
2003	자원개발	51	388,145	76	35,181
		(7)	(12)	(2)	(3)
	수출촉진	252	1,092,172	1,184	422,813
		(37)	(33)	(38)	(35)
	보호무역타개	23	43,019	54	17,408
		(3)	(1)	(2)	(1)
	저임활용	87	203,136	924	295,064
		(13)	(6)	(29)	(25)
	원자재확보	2	3,500	74	13,038
		(0)	(0)	(2)	(1)
	선진기술도입	19	13,958	90	33,212
(3)		(0)	(3)	(3)	
기타	134	364,875	563	263,399	
	(20)	(11)	(18)	(22)	
현지시장진출	118	1,168,217	170	108,461	
	17	35	(5)	(9)	
제3국진출	1	20,440	0	3,330	
	0	1	0	0	
	합계	687	3,297,462	3,135	1,191,906
2013	자원개발	156	6,484,604	135	160,207
		8	(25)	3	6
	수출촉진	304	4,300,612	858	545,968
		16	17	(22)	20
	보호무역타개	5	29,073	21	8,297
		(0)	(0)	(1)	(0)
	저임활용	139	327,994	471	300,678
		(7)	1	(12)	11
	원자재확보	1	0	0	547
		0	0	0	0
	선진기술도입	41	547,458	53	64,765
2		2	1	2	
기타	9	14,395	11	15,283	
	0	0	0	1	
현지시장진출	1,067	10,121,745	2,337	1,494,306	
	57	(39)	(59)	(56)	
제3국진출	166	3,801,357	90	89,707	
	9	15	2	3	
	합계	1,888	25,627,238	3,976	2,679,758

자료: 한국수출입은행 해외투자 통계를 바탕으로 저자 작성(<http://211.171.208.92/odisas.html>, 검색일: 2014. 3. 20).

표 2-12. 산업별 해외직접투자 현황

(단위: 건, 천 달러, %)

연도	업종대분류	대기업		중소기업	
		신고건수	투자금액	신고건수	투자금액
2003	농업, 임업 및 어업	10	9,653	39	13,170
	광업	31	328,350	10	8,619
	제조업	402	1,522,485	2,368	835,056
	건설업	21	29,968	40	19,053
	도매 및 소매업	99	651,989	265	101,556
	운수업	7	5,436	17	5,932
	숙박 및 음식점업	9	26,997	32	17,066
	출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업	22	83,021	35	23,342
	금융 및 보험업	5	468,758	1	3,830
	부동산업 및 임대업	51	130,158	173	89,365
	전문, 과학 및 기술 서비스업	7	28,381	37	5,355
	사업시설관리 및 사업지원 서비스업	7	1,884	23	3,821
	교육 서비스업	9	7,349	20	9,087
	예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업	6	2,332	14	11,448
	협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업	1	700	33	33,231
	2013	농업, 임업 및 어업	26	53,190	88
광업		99	6,016,263	42	84,006
제조업		793	7,820,300	2,069	1,562,084
전기, 가스, 증기 및 수도사업		47	373,150	28	63,879
하수 · 폐기물 처리, 원료재생 및 환경복원업		2	2,732	11	20,814
건설업		139	594,442	262	67,763
도매 및 소매업		244	1,506,106	609	297,685
운수업		68	195,182	89	33,156
숙박 및 음식점업		43	98,206	75	28,950
출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업		98	408,391	203	72,208
금융 및 보험업		158	6,874,487	37	85,260
부동산업 및 임대업		36	694,016	114	71,508
전문, 과학 및 기술 서비스업		84	793,880	199	198,510
사업시설관리 및 사업지원 서비스업		31	189,058	47	10,048
교육 서비스업		11	2,978	28	7,268
보건업 및 사회복지 서비스업		1	0	8	22,669
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	5	4,391	45	16,355	
협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업	3	465	22	8,260	

자료: 한국수출입은행 해외투자 통계를 바탕으로 저자 작성(<http://211.171.208.92/odisas.html>, 검색일: 2014. 3. 20).

가했다. 이는 그 비중이 오히려 감소한 중소기업과는 차이를 보인다.

대기업과 중소기업 모두 유럽에 대한 해외투자가 증가한 이유로 2006년 발효한 EFTA와의 자유무역협정과 2011년 발효한 한-EU 자유무역협정을 생각해볼 수 있다.

해외 투자 목적별 현황을 살펴보면 2003년에는 중소기업과 대기업 모두 수출 촉진이 해외투자의 주요 목적이었다. 반면, 2013년에는 현지 시장 진출이 중소기업과 대기업 모두 더 중요한 목적으로 자리 잡았음을 알 수 있다. 전반적으로 현지시장 진출 이외의 수출 촉진을 위한 투자 비중은 2003년에 비해 줄어들었음에도 여전히 높은 수준이며, 투자국의 저임활용을 위한 투자는 대기업보다는 중소기업의 총투자에서 차지하는 비중이 높다. 보호무역 타개를 위한 투자는 전체적으로 감소하는 추세를 보이는데, 이것은 전 세계적인 무역자유화의 확산에 따른 것으로 풀이된다.

[표 2-12]는 해외직접투자 현황을 산업별로 나타낸 것이다. 대기업과 중소기업 모두 제조업에 대한 해외투자 비중이 다른 산업에 비해 월등히 높다. 그러나 2003년에는 그 비중이 크지 않았던 금융 및 보험업, 전문·과학 및 기술 서비스업에 대한 해외투자가 10년 사이에 급증했다.

3. 지원정책 평가

중소기업 해외진출 지원에 대한 최근의 평가결과(기획재정부 2014)에 따르면, 정부의 재정지원이 수혜 기업의 수출규모 증가에 기여하는 것으

표 2-13. 재정지원과 수출의 상관성

구 분	전체	제조업	서비스업	기 타
수출규모	○	○	○	△
수출증가율	-	-	-	-

주: ○ 효과 있음, △ 제한적 효과 있음, - 효과 없음.
 자료: 기획재정부(2014), p. 3.

로 나타난다. 그러나 재정지원이 수출증가율 향상에는 큰 영향을 주지 못하고 있다. 그리고 업종별로는 제조업에 대한 지원이 보다 좋은 성과를 거두는 반면, 서비스업은 지원성도가 낮은 것으로 나타난다(기획재정부 2014, p. 3).

지원 분야별로 성과를 살펴보면 국내에서 진행되는 수출준비지원 사업은 대체적으로 성과가 우수하다. 세부적으로는 수출준비지원 사업 중 중소기업 수출역량강화사업(중기청) 및 중소기업마케팅지원사업(KOTRA)은 성장단계별 서비스를 제공하여 기업들로부터 좋은 평가를 받았다. 그리고 해외전시회 참여, 무역촉진단 파견 등의 해외마케팅 사업 역시 좋은 평가를 받고 있다. 그러나 해외진출·수주지원 사업은 장기적으로 성과가 나타나는 특성상 성과가 두드러지지 않았다(기획재정부 2014, p. 4).

지원방식과 관련하여 중소기업은 일률적이고 형식적인 지원, 단계적 지원 부족, 기업 요구와 괴리된 지원 프로그램, 지원금액 부족 등을 주요 문제점으로 평가한다(기획재정부 2014, p. 4; 관계부처 합동 2013, p. 7). 특히 최근 개선되고 있으나 수출중소기업의 해외진출 역량을 고려한 단계별 지원이 부족하다는 문제점이 지적된다(기획재정부 2014, p. 6).

수출지원정책의 복잡성은 지속적으로 제기되는 문제로서 지원 수요가 상당수 복합적인 성격인 것을 감안하면 지원기관이 분산¹¹⁾되어 있는 것

은 문제점이라고 생각된다. 각 부처, 지자체가 다양한 수출지원사업을 수행함에 따라¹²⁾ 효과적인 지원이 이루어지지 못하는 사례가 많다. 이로 인해 중앙부처간, 중앙부처와 지자체 간의 정책이 일관성과 체계성을 확립하지 못하는 원인이 되고 있다.

세부적으로 보면 중소기업의 주요 애로사항은 해외유통망 확보곤란, 해외마케팅 전문인력 부족 등이며 기업의 역량에 따른 맞춤형 지원,¹³⁾ 해외전시회 참가 등 해외마케팅 사업에 대한 지원확대를 희망하고 있다(기획재정부 2014, p. 4). 이와 더불어 무역금융, 정보지원과 같은 기초 지원에 대한 지속적인 수요가 있으며(관계부처 합동 2013, p. 7), 해외 법인이나 지사 설립 지원에 대한 만족도가 낮아 이에 대한 보완이 요구된다(한남대학교 산학협력단 2012). 정보지원을 보면 정보제공기관이 산재되어 있어 체계적이고 효율적인 정보관리가 부족하다고 판단된다. 또한 앞에서 본 바와 같이 한국 중소기업은 개도국을 중심으로 시장을 다각화하고 있으나 신흥시장에 대한 정보나 지원 서비스는 아직 미흡한 것으로 평가된다. 한편 해외 법인이나 지사 설립에 대한 중소기업의 수요가 최근 증가하는 반면, 현재 지원은 주로 수출에 집중되어 있는 것으로 보인다.

중소기업 해외진출 지원은 여전히 제조업을 중심으로 이루어지고 있어 산업별 다양성이 부족한 것으로 평가된다. 예를 들어, 수출역량강화사업,

11) 중소기업 해외진출 지원기관은 KOTRA, 중진공을 비롯하여 31개 기관에 달한다(기획재정부 2014, p. 5).

12) 9개 부처(60개), 17개 지자체(301개), 3개 지원기관(47개)이 408개 수출지원 사업을 추진하는 것으로 추산된다(기획재정부 2014, p. 10).

13) 2014년 발표된 조사결과(산업연구원 2014, 재인용: 배경화 2014, p. 5)에 따르면, 우리나라의 수출지원정책 가운데 기업 맞춤형 지원 기능 미흡이 가장 큰 문제로 지적된 바 있다.

해외마케팅사업 등 주요 수출지원사업이 제조업체를 주로 지원하고 있다.¹⁴⁾ 따라서 서비스업에 대한 차별화된 지원수단이 필요한 상황이다. 특히 서비스업은 직접수출보다는 투자를 비롯한 다양한 형태를 갖는 반면, 현재 수출지원제도는 수출 중심으로 구성되어 있다(전체 수출지원에서 서비스업 해외진출형 지원예산의 비중은 8.6% 수준. 기획재정부 2014, p. 9).

우리나라 중소기업이 해외진출 과정에서 대외적으로 직면하는 주요 장애요인은 환율변동성, 국제경제 상황 및 이에 따른 경쟁여건 변화, 외국의 무역장벽 등이다. 예컨대 한국무역협회의 조사에 의하면 2013년 2/4분기 수출 애로요인으로 환율변동성 확대(29.5%), 상대국의 경기침체 및 국제 경쟁 심화(28.4%), 수입규제 강화(5%)로 나타나며, 이는 다른 조사에서도 대부분 공통적으로 지적되는 사항이다(관계부처 합동 2013, p. 7). 그리고 FTA 활용과 인증·지재권, 계약분쟁 발생 가능성 등 비관세장벽은 대외적으로 중소기업이 느끼는 가장 큰 애로요인으로 꼽힌다. 중소기업은 일반적으로 대기업에 비해 해외시장 진입장벽에 더욱 민감하게 반응하는바, 이에 대응하는 정책방안의 개선이 필요하며, 신흥국을 중심으로 진출시장이 다각화되는 추이에 대응하는 지원이 강화될 필요가 있다.

14) 주요 수출지원사업 중 서비스업 지원비율은 2012년 16.4%(540/3,300억 원), 2014년에는 15.0%(620/4,122억 원)에 그쳤다(기획재정부 2014, p. 9).

제3장 한국 중소기업 해외진출의 결정요인

1. 선행연구
2. 기업규모별 수출결정요인 분석
3. 기업규모별 해외직접투자 결정요인 분석
4. 소결



이 장에서는 기업규모별로 수출과 해외직접투자의 결정요인을 분석하여 중소기업의 맞춤형 수출지원정책의 근거를 도출하고자 한다. 단, 통계자료의 한계로 인해 정부의 금융적인 지원보다는 비금융적인 지원정책을 중심으로 고려했다. 1절에서는 실증분석의 바탕이 되는 선행연구를 서술했으며, 2절에서는 한국의 기업규모별 수출 결정요인을, 3절에서는 FDI 결정요인을 비교분석했다.

1. 선행연구

전통적인 국제경제학에서는 주로 국가수준에서의 총수출입과 해외직접투자에 대한 연구가 이루어져왔으나, Melitz(2003)의 새로운 이론 프레임워크를 시작으로 기업의 이질성(heterogeneity)에 따라 수출과 해외직접투자의 결정이 다를 수 있다는 사실이 국제경제학자들의 관심을 끌었다. Melitz(2003)의 이론에 따르면 소수의 생산성이 높은 기업들만이 국내판매와 수출을 병행하고, 그보다 생산성이 낮은 기업들은 국내판매만 한다. Helpman, Melitz and Yeaple(2004)은 Melitz(2003)와 마찬가지로 생산성이 가장 높은 기업들이 해외활동(international activity)을 하지만, 해외활동을 하는 기업들 중에서도 생산성이 가장 높은 기업이 수평적 FDI¹⁵⁾를 통해 해외에 진출하고 상대적으로 생산성이 낮은 기업들이 수출을 통해 해외진출을 한다는 사실을 이론과 실증분석을 통해 보인다. 일반

15) FDI는 국내로 유입이 되는 Inward FDI와 해외로 유출되는 Outward FDI로 분류되지만, 본 보고서의 초점이 중소기업의 해외진출이므로 추후 FDI라 하면 Outward FDI를 가리킨다.

적으로 기업의 규모는 생산성과 높은 양의 상관관계에 있기 때문에, 생산성이 높은 기업은 대기업, 생산성이 상대적으로 낮은 기업은 중소기업이라고 볼 수 있다. 기업규모별로 수출과 해외직접투자에 대한 분석이 이루어져야 하는 이유는 기업이 해외에 진출할 때 발생하는 높은 고정비용을 대기업에 비해 생산성이 낮은 중소기업은 감당하기 어렵기 때문이다. 즉, 생산성이 상대적으로 낮은 중소기업은 수출이나 수평적 해외직접투자 등의 방식으로 해외시장에 진출할 때 높은 고정비용이 진입장벽으로 작용한다는 것이다. 여기서 고정비용은 기업의 수출규모 혹은 매출규모에 따라 변하지 않는 비용으로 해외의 소비자 특성, 법과 제도를 포함한 해외 시장정보 등을 취득하는 비용도 포함한다.¹⁶⁾

이러한 최신무역이론('new' new trade theory)이 주목을 받으면서 이를 바탕으로 정책적인 함의를 도출하고자 하는 시도도 더불어 활발해졌다. 예를 들어 Mayer and Ottaviano(2008)는 유럽 각국의 기업 수준 데이터를 사용하여 수출과 해외직접투자 등의 방법으로 해외활동(international activity)을 하고 있는 기업들의 특성을 조사해본 결과 총체적 수준(aggregate level)의 자료에서는 관측할 수 없었던 새로운 사실들을 다음과 같이 발견했다.

1. 해외활동을 하는 기업은 전체 기업의 극히 일부분에 불과하다.
2. 해외진출을 하는 기업은 대부분의 다른 기업에 비해 규모가 매우 크며, 높은 부가가치를 창출하고, 높은 임금을 지불하며, 노동자당 자본이 크며, 노동자들은 높은 기술수준과 생산성을 갖고 있다.

16) Melitz and Redding(2012), p. 15.

3. 총수출, 수입과 FDI는 내연적 변화(intensive margin)와 외연적 변화(extensive margin)의 영향을 받는다. 여기서 내연적 변화란 한 개 기업당 수출, 수입과 FDI 총액의 변화를 의미하고 외연적 변화란 수출, 수입, FDI 등의 해외활동에 참여하는 기업 수의 변화를 의미한다.
4. 총수출, 수입과 FDI의 변화는 내연적인 변화보다는 외연적인 변화에 더 큰 영향을 받는다.

이상의 관측과 기업의 이질성을 고려한 최신무역이론을 바탕으로 Mayer and Ottaviano(2008)은 다음과 같은 결론을 내린다. 첫째, 이미 해외활동을 하고 있는 대기업들에 대한 지원은 주요한 정책적 고려대상이 아니다. 왜냐하면 기존의 수출기업에 대한 지원은 총수출 증가에 기여하는 정도가 제한적이기 때문이다. 또한 대기업들은 해외진출의 걸림돌을 극복하는데 소요되는 자원을 상대적으로 풍부하게 보유하고 있다. 둘째, 우수 중소기업을 지원해야 한다. 이는 앞서 언급했던 것처럼 새로이 해외시장에 진출하는 기업들이야말로 국가의 총수출과 FDI를 증가시키는 주체이기 때문이다. 요약하자면, 수출대상국 혹은 투자유치국 시장의 진입장벽을 낮춰줌으로써 경쟁력을 갖춘 중소기업들이 수출 혹은 해외투자를 시작하도록 하는 것이 효과적인 수출진흥정책이 될 수 있다.

이 장에서는 해외시장에 대한 정보부족이 중소기업에게 특히 큰 진입장벽으로 작용할 수 있다는 사실을 실증적으로 보이고자 한다. 특히 해외시장 정보 중에서도 우리나라와 다른 외국의 법과 제도가 우리기업의 해외활동을 저해할 수 있다는 사실에 초점을 맞추었다. 이러한 해외의 국내와 상이한, 혹은 복잡한 제도가 기업의 수출과 해외직접투자에 영향을 끼

치는 것은 여러 연구에서 보여지고 있다. 예를 들어 사유재산권의 보호는 수직적 해외투자 결정에, 계약집행의 보장은 수출이나 해외투자를 결정할 때 모두 중요한 고려사항이기 때문이다.

거래상의 계약분쟁 해결이 중요한 이유는 다음과 같다.¹⁷⁾ 계약체결 후, 상품을 공급하는 당사자와 상품을 매입하는 당사자는 각자 계약을 위반할 유인이 있다. 특히 상품의 내구성이 긴 편이고 상품의 품질을 증명하는 데 시간이 오래 걸리면 이러한 문제점이 발생할 가능성이 더 크다. 상품을 판매하는 당사자는 상품의 질을 낮추어 차익을 얻고자 하는 반면, 상품을 매입하는 당사자는 품질을 확인하는 데 걸리는 시간만큼 구매대금 지불을 지연시키고자 한다. 계약위반 문제는 국제거래에서 특히 해결이 어려운데, 이러한 계약분쟁이 생기면 일반적으로 수입국이나 투자유치국의 법을 따라가게 되어 있다. 그래서 수출기업이나 해외투자를 하는 기업은 해당 국가에 네트워크가 없거나 해당 국가의 법과 제도에 대한 정보와 이해가 부족하여 상대적으로 불리할 수밖에 없다. 이러한 문제는 특히 수출이나 투자대상국이 개발도상국이라면, 법과 제도가 투명하지 않고 민사소송과 같은 사법절차가 인맥 등의 비공식적인 요인에 영향을 많이 받아 더 두드러지는 것으로 알려져 있다. 대기업은 해외거래상의 분쟁을 해결할 수 있는 역량을 갖춘 전문인력을 고용하거나 현지에 네트워크가 있어 이러한 문제가 해외진출에 유의하게 큰 장벽이 되지 않을 수도 있는 반면, 중소기업은 영세성으로 인해 해외진출의 장벽이 된다.

이와 관련한 실증연구들 중 Leeson(2008)은 뉴욕협약¹⁸⁾에 가입한 회

17) Dixit(2011), p. 208.

18) 뉴욕협약은 1958년 뉴욕에서 채택된 해외중재관정의 승인 및 집행에 관한 유엔협약이다.

원국끼리의 교역량이 비회원을 포함한 교역량보다 15~38% 크다는 것을 보임으로써, 국제통상에서 계약집행의 국가적 차원의 강제성이 무역을 증진시킴을 밝혔다. Dixit(2011)에 따르면, 무역보다는 해외직접투자(FDI)가 이러한 제도적 요인에 더 민감하게 반응한다.¹⁹⁾ FDI의 형태로 기업의 자본이 해외에 위치해 있어 사유재산이 침해되거나 계약이 불이행되어 자본 손실의 위험에 처하게 될 때 이에 대한 대응이 어려운 반면, 수출은 이러한 위험에 노출되었을 때 비교적 빠르게 대응할 수 있기 때문이다. Du, Lu and Tao(2008)는 사유재산권의 보호와 계약분쟁해결 절차 등 중국의 성(省)별 제도 차이에 따른 FDI 유입을 실증적으로 분석했다. 분석 결과, 지적재산권 보호수준이 높고, 기업경영에 대한 정부 개입이 적으며, 정부의 부패도가 낮고, 계약이행이 상대적으로 잘 되는 성일수록 FDI 유입량이 높게 나타났다. 이러한 계약이행의 보장수준이 산업에 따라서 다르게 나타나기도 하는데, Ranjan and Lee(2007)에서는 동질적인 재화(homogeneous goods)보다는 이질적인 재화(heterogeneous goods)의 무역이 특히 계약이행의 보장 등 제도적인 요인에 영향을 많이 받는 것으로 추정하고 있다. 이외에 Bernard *et al.*(2010)은 계약이행이 잘 안 되는 나라일수록 수출보다는 해외투자의 형태로 전환된 기업내무역으로 계약 불이행에 따른 손실을 최소화한다는 것을 보여준다.

이후 2절과 3절에는 수출과 해외직접투자의 기업규모별 결정요인을 실증적으로 비교분석하기 위해 중력모형을 이용하도록 한다. 중력모형을 사용한 국내 연구로는 Sohn(2005)과 오동윤(2012)을 들 수 있다. Sohn(2005)은 중력모형을 이용해 우리나라가 중국·일본과 FTA를 체결할 경

19) Dixit(2011), p. 198.

우, 총교역량이 확대될 수 있음을 보여줬다. 배찬권 외(2012)는 중력모형을 이용해 우리나라의 FTA 체결이 우리나라의 총수출과 총해외직접투자에 미치는 영향을 실증적으로 분석했으나 기업규모별 특성을 고려하고 있지는 않다. 오동윤(2012)은 본 연구와 같이 중소기업과 대기업 두 그룹으로 나누어 수출결정요인을 비교분석하여 본 장의 실증분석과 가장 유사하나, 오동윤(2012)이 고려했던 여러 변수 외의 추가 변수들, 특히 수출대상국의 진입장벽을 고려했다는 점에서 차별성이 있다고 할 수 있다. 또한, 이 장에서는 기업규모별 해외직접투자의 결정요인도 분석하였다.

2. 기업규모별 수출결정요인 분석

가. 분석모형과 데이터

중력모형은 전형적으로 양자간 교역량의 결정요인을 실증적으로 분석하는 데 쓰인다. 가장 기본적인 형태의 중력모형은 양자간 교역량이 각국의 시장 크기인 GDP에 비례하며 양국간의 거리에 반비례한다는 사실에 기반한다. 전형적인 중력모형에서는 수출국의 GDP와 수입국의 GDP가 모두 포함되지만, 이 연구에서 수출국은 한국으로 고정되어 있으므로 수출국의 GDP는 계량모형에서 제외한다.

확장된 중력모형은 수출국과 수입국의 GDP와 두 나라 사이에 거리 외에도 교역량에 영향을 미치는 여러 변수들을 추정식에 포함한다. 본 절의 추정모형에서는 FTA 체결 여부를 포함함으로써 한국과 여러 나라와의 FTA 체결을 통해 수출이 얼마나 증가했는지를 기업규모별로 확인하고자

한다. 이는 대기업에 비해 중소기업의 FTA 활용률이 떨어지고 있다는 여러 보도에 대한 실증적인 검증이 될 것이다. 또한 우리나라와 수출대상국 간의 1인당 GDP 차이로 대기업과 중소기업이 주력하는 수출대상국에 차이가 있는지를 살펴보고자 한다. 이 외에도 해외시장의 진입장벽인 수출 고정비용을 고려하여, 우리나라 중소기업의 수출지원정책에 대한 실증적인 근거를 마련하고 방향성을 제시하고자 한다. 특히 계약분쟁해결, 수입국 통관절차의 어려움과 지적재산권의 보호를 측정하는 변수들을 추정모형에 추가하면서, 이와 관련한 우리 정부의 중소기업 지원이 긴요함을 보이고자 한다. 마지막으로 중소기업이 대기업에 비해 환율변동성에 대한 애로사항이 큰 것으로 보고되는 만큼, 환율변동성이 기업규모별 수출에 미치는 영향을 살펴본다.

[식 3-1]은 본 연구의 실증분석에 사용된 기본모형을 수식으로 표현한 것이다.

$$\begin{aligned} \ln EX_{s,i,t} = & \beta_0 + \beta_1 SME_s + \beta_2 \ln(GDP_{i,t}) + \beta_3 SME_s * \ln(GDP_{i,t}) \\ & + \beta_4 \ln(distance_i) + \beta_5 SME_s * \ln(distance_i) + \beta_6 \ln(Diff_{i,t}) \\ & + \beta_7 SME_s * \ln(Diff_{i,t}) + \beta_8 FTA_{i,t} + \beta_9 SME_s * FTA_{i,t} \\ & + \beta_{10} \ln FC_{i,t} + \beta_{11} SME_s * \ln FC_{i,t} + \theta_r + \mu_t + \epsilon_{i,t} \end{aligned}$$

[식 3-1]

여기서 i 는 수출대상국, s 는 중소기업과 대기업으로 구분되는 기업의 규모, t 는 연도이다. 종속변수인 $EX_{s,i,t}$ 는 우리나라 s 기업의 t 년도의 i 국에 대한 총수출이다.

$\ln GDP_{i,t}$ 는 수출대상국 i 의 t 년도의 명목 GDP의 로그 값이며, $\ln distance_i$ 는 수출대상국 i 와 우리나라 사이의 지리적 거리의 로그 값이다. 또한 설명변수가 기업의 규모별 교역량에 미치는 영향을 비교분석하기 위하여 중소기업의 수출이면 1이고 대기업이면 0인 더미변수 SME 와 SME 와 여러 설명변수들의 교차항을 추정식에 포함했다. 중소기업의 수가 대기업의 수를 크게 상회하므로 SME 의 추정계수는 양(+)²⁰의 값을 갖게 될 것으로 예상된다.

전술한 바와 같이, 중력모형에 따르면 수출대상국 시장의 크기가 커질수록 교역량이 증가하고 우리나라와 지리적인 거리가 멀수록 교역량이 감소하므로 GDP 에 대한 추정계수는 양(+)²⁰의 값을, 거리에 대한 추정계수는 음(-)의 값을 나타낼 것이라고 예상한다. 하지만 중소기업은 대기업에 비해 시장의 크기가 수출결정에 덜 중요한 요소인 반면, 지리적인 거리와 같은 무역장벽에는 중소기업이 대기업에 비해 민감하게 반응하므로 SME 와 GDP 의 교차항과 SME 와 거리와의 교차항 모두 음(-)의 값을 가질 것이다. 즉, 수출대상국의 시장크기인 $\ln GDP$ 에 따른 대기업 수출변화의 크기를 나타내는 β_2 는 양(+)²⁰의 값을 갖게 되는 것이다. 한편, 중소기업의 수출변화의 크기는 $\beta_2 + \beta_3$ 이므로, SME 와 $\ln GDP$ 의 교차항의 계수인 β_3 가 음(-)의 값을 나타낼 것이다.²⁰⁾

$\ln(Diff_{i,t})$ 는 t 년도 우리나라와 i 국 간 1인당 국민소득 비율의 로그 값이다. 즉, $Diff_{i,t}$ 는 i 국의 1인당 국민소득을 우리나라의 1인당 국민소득으로 나눈 값이다. 배찬권 외(2012)는 이 값이 1보다 크면 선진국으로,

20) $\frac{\partial \ln EX}{\partial \ln GDP} \Big|_{SME=0} = \beta_2, \frac{\partial \ln EX}{\partial \ln GDP} \Big|_{SME=1} = \beta_2 + \beta_3.$

1보다 작으면 저개발국으로 간주한다. 대기업은 중소기업보다 생산성이 높은 데다 자사의 브랜드 인지도도 상대적으로 높아 선진국에 수출 비중이 높은 편인 반면 중소기업은 상대적으로 저개발국에 수출비중이 높을 것으로 예상된다. 한편, $\ln(Diff_{i,t})$ 의 값이 크다는 것은 투자유치국의 생산비용이 낮다는 의미이기도 하기 때문에 수직적인 해외투자에 양(+)의 효과를 기대하는 것이 보통이며, 중소기업이 대기업에 비해 상대적으로 생산비용에 더 민감할 것으로 예상된다. 따라서 이 두 가지 가설이 옳다면 β_6 는 양(+)의 값을, β_7 은 음(-)의 값을 갖게 될 것이다.

$FTA_{i,t}$ 는 우리나라와 수출대상국 i 가 t 년도에 FTA가 발효 중이면 1의 값을 가지고 그렇지 않으면 0인 더미변수이다. FTA로 인해 대기업과 중소기업의 수출이 모두 증가할 것으로 예상되지만 기업의 FTA 활용도가 대기업에 비해 떨어진다면 FTA로 인한 수출량의 증가가 대기업에 비해 제한적일 것이므로 FTA의 추정계수는 양(+)수, FTA와 SME의 교차항의 추정계수는 음(-)수로 예상된다.

$FC_{i,t}$ 는 수출고정비용으로 두 가지 대리변수를 고려했다. 첫째로는 Ahn, Khandelwal and Wei(2011)를 따라 t 년도에 i 국에 수출하기 위해 필요한 서류의 수로 $FC_{i,t}^{customs}$ 로 나타냈다.²¹⁾ 이 변수는 우리나라의 수출통관제도와 수출대상국의 수입통관제도의 복잡성을 계측한다. 그다음 고려한 수출고정비용의 대리변수 $FC_{i,t}^{contract}$ 는 수출대상국에서 판매자와 구매자 간의 계약분쟁해결을 위해 필요한 법적 절차의 단계 수로 이러한 법적 절차의 단계 수가 많을수록 수출업체가 수입업체로부터 대금지불을

21) t 년도에 우리나라의 수출통관을 위해 필요한 서류와 i 국의 수입통관을 위해 필요한 서류 수의 합이다.

받기가 어려운 것으로 간주한다. Djankov *et al.*(2002)와 Helpman, Melitz and Rubinstein(2008)은 위생검역증명, 근로자 규정, 납세절차와 환경규정 등의 요구조건을 충족시키기 위해 거치는 전체 절차단계의 수를 진입비용으로 계측하여 이 분석에서 사용하는 변수보다 광범위하게 사업을 시작하기 위해 요구되는 여러 단계의 절차를 진입장벽으로 계측한다. 이 절에서 사용하는 변수는 판매자와 구매자간의 계약이행보장만을 고려했다는 점에서 다소 제한적이라고 볼 수 있지만, 수출대상국에 법인 설립이 수출에 반드시 필요한 것은 아니므로 진입장벽을 상대적으로 좁게 정의해도 큰 무리는 없을 것으로 보인다. θ_r 은 대양주, 북미, 아시아, 아프리카, 유럽, 중남미, 중동으로 나누어진 지역별 더미변수로 관측되지 않는 시간불변인 지역별 특성을 나타낸다. Feenstra(2004)에 따르면, 수출국과 수입국의 더미변수를 이용하여 다자간 저항성(multilateral resistance)항의 일치 추정량(consistent estimator)을 구할 수 있다.²²⁾ 여기서 다자간 저항성항은 한국과 i 국 간의 교역을 저해하는 고정비용과 환율변동성 등 이 장에서의 관심변수들이다. 수입국의 더미변수를 포함하면, 양자간의 거리가 교역에 미치는 영향 추정이 불가능하므로 지역더미 θ_r 로 수입국의 더미를 대체했다. μ_t 는 수출대상국에 따라 변하지 않는 시간의 특성이다. $\epsilon_{i,t}$ 는 오차항으로 독립동일분포를 따르는 확률변수로 가정한다.

확장된 모형에서는 전술한 설명변수 외에도 환율변동성의 로그 값 $\ln EXVAR_{i,t}$ 와 지적재산권 보호지수의 로그 값 $\ln Score_{i,t}$ 를 고려한다. 두 변수 모두 연도 t 와 수출대상국 i 에 따라 변하는 값들이다. 환율변동성은 1인당 국민소득의 비율과의 상관관계가 -0.4254로 높은 편이어서

22) Feenstra, R. C.(2004), "Advanced International Trade," p. 161.

두 변수 모두 포함하면 모형과 1인당 국민소득의 비율을 제외한 모형을 모두 추정했다.

이상에서 제시된 실증모형을 추정하기 위해 관세청, 관세무역개발원에서 제공하는 2002년부터 2013년까지 221개의 수출대상국에 대한 「기업 규모별, 연도별, 수출대상국별 수출자료」²³⁾를 활용했다. 위 모형에서 각 수출대상국의 연도별 명목 GDP인 $GDP_{i,t}$ 와 1인당 GDP의 비율 $Diff_{i,t}$ 을 구하기 위한 연도별 국가별 인구수는 World Bank의 World Development Indicators(WDI)²⁴⁾ 자료를 이용했으며 국가간 거리인 $distance_{i,t}$ 는 CEPII(Centre d'Etudes Prospectives et d'Informations Internationales)²⁵⁾의 데이터베이스로부터 추출하였다. 수출고정비용의 대리변수로 사용한 통관에 필요한 서류의 개수와 계약분쟁해결을 위한 법적 절차의 연도별 국가별 수는 World Bank의 Doing Business²⁶⁾의 자료를 이용했다. 지적재산권 지수(score)는 World Economic Forum에서 매해 국가별로 발표되는 IPR index²⁷⁾이다. $EXVAR_{i,t}$ 는 Global Insight²⁸⁾에서 구한 환율의 국가별, 연도별 표준편차를 계산한 값이다. 여기서 환율은 원화로 나타낸 수출대상국의 화폐가치를 말한다. [표 3-1]은 이 실증분석에서 사용된 변수들의 통계적 특성을 나타낸다.

23) 관세청, 관세무역개발원, 「기업규모별 수출통계, 2002~2013」.

24) World Bank, World Development Indicators [online] (검색일: 2014. 8. 25).

25) CEPII [online] (검색일: 2014. 8. 25).

26) World Bank, Doing Business [online] (검색일: 2014. 8. 1).

27) World Economic Forum [online] (검색일: 2014. 8. 1).

28) Global Insight [online] (검색일: 2014. 9. 1).

표 3-1. 분석대상 변수들의 기초 통계량

변수	평균	표준편차	최솟값	최댓값
<i>SME</i>	0.5081309	0.4999867	0	1
$\ln GDP$	23,78613	2,396015	16,5532	30,4524
$\ln distance$	9,028837	0,6381396	4,776046	9,884789
$\ln Diff$	-1,529492	1,556397	-4,954959	2,248107
<i>FTA</i>	0,0865892	0,2812619	0	1
<i>FC_{customs}</i>	7,462986	2,751056	2	21
<i>FC_{contract}</i>	38,04321	6,430209	21	55
$\ln EXVAR$	0,8693876	3,802419	-39,46589	6,405186
$\ln Score$	1,294135	0,3027601	0,4510756	1,868721

자료: World Bank, World Development Indicators [online] (검색일: 2014. 8. 25); CEPII [online] (검색일: 2014. 8. 25); World Economic Forum [online] (검색일: 2014. 8. 1); World Bank, Doing Business [online] (검색일: 2014. 8. 1); Global Insight [online] (검색일: 2014. 9. 1)을 토대로 저자 작성.

나. 실증분석 결과

기업의 규모별 수출결정요인을 분석하기 위해 [식 3-1]을 추정한 결과를 [표 3-2]에 나타냈다. 모형 (1)은 수출고정비용을 통관에 필요한 서류의 개수를 대리변수로 사용했을 때의 결과이다. 그 외의 모형 (2)부터 모형 (5)는 계약분쟁 해결의 복잡성을 수출고정비용의 대리변수로 사용했다.

앞 절에서 예상한 것처럼 중소기업의 숫자가 대기업의 숫자를 크게 상회하므로 *SME*에 대한 추정계수는 모든 식에서 유의하게 양(+)의 값을 보인다는 사실을 확인할 수 있다. *SME*와 $\ln GDP$ 의 교차항의 경우, 음(-)의 값을 보이고 있지만, 우리나라와 수출대상국의 1인당 소득비율을 추정식에 포함하지 않은 모형 (4)를 제외하고는 유의하지 않게 나타나고 있다.

우리나라와 수출대상국 양국간의 거리에 대한 추정계수와 *SME* 더미

표 3-2. 기업규모별 수출결정요인 비교

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<i>SME</i>	4,334** (1,176)	3,997*** (0,815)	5,086* (2,103)	8,057** (2,878)	5,038** (1,775)
$\ln GDP$	1,068*** (0,0249)	1,054*** (0,0348)	0,996*** (0,104)	1,034*** (0,122)	1,066*** (0,0229)
<i>SME</i> * $\ln GDP$	-0,00720 (0,0323)	-0,0198 (0,0220)	-0,0787 (0,0580)	-0,191* (0,0800)	-0,0659 (0,0468)
$\ln distance$	-0,937*** (0,219)	-0,120*** (0,0233)	-0,774** (0,289)	-0,743* (0,314)	-0,643* (0,307)
<i>SME</i> * $\ln distance$	-0,565*** (0,111)	-0,360*** (0,0460)	-0,410*** (0,0550)	-0,453*** (0,121)	-0,508*** (0,0380)
$\ln Diff$	-0,0561 (0,0502)	-0,120*** (0,0233)	-0,0634 (0,0884)		-0,0136 (0,0601)
<i>SME</i> * $\ln Diff$	0,363*** (0,0555)	0,360*** (0,0460)	0,299*** (0,0548)		0,383*** (0,0395)
<i>FTA</i>	0,597** (0,206)	0,540* (0,237)	0,367 (0,365)	0,402 (0,364)	0,567 (0,308)
<i>SME</i> * <i>FTA</i>	-0,151 (0,122)	-0,111 (0,0991)	-0,165 (0,139)	-0,279** (0,0960)	-0,175* (0,0797)
<i>FC</i> _{customs}	-0,0325 (0,0414)				
<i>SME</i> * <i>FC</i> _{customs}	-0,0341 (0,0385)				
<i>FC</i> _{contract}		-0,00797 (0,0213)	-0,00106 (0,0249)	-0,00481 (0,0288)	-0,00617 (0,0196)
<i>SME</i> * <i>FC</i> _{contract}		-0,0220** (0,00830)	-0,0176* (0,00878)	0,000345 (0,0162)	-0,0134** (0,00532)
$\ln EXVAR$			0,000648 (0,0131)	0,0112 (0,0140)	
<i>SME</i> * $\ln EXVAR$			-0,00460 (0,0143)	-0,0359** (0,0111)	
$\ln Score$					0,363 (0,340)
<i>SME</i> * $\ln Score$					0,353 (0,228)
year FE	Y	Y	Y	Y	Y
region FE	Y	Y	Y	Y	Y
N	3,124	3,668	2,082	2,082	1,838
adj. R-sq	0,765	0,767	0,815	0,809	0,803

주: 1) ***, **, *는 각각 1%, 5%, 10%에서 통계적으로 유의함을 의미한다.

2) () 안의 숫자는 robust clustered standard error를 나타낸다.

자료: 저자 작성.

변수와 거리의 교차항에 대한 추정계수는 모두 유의하게 음(-)의 값을 가진 것으로 분석되었다. 즉, 우리나라와 수출대상국 사이의 거리는 무역장벽으로 작용하여 대기업과 중소기업의 수출 모두 부정적으로 작용하나 중소기업의 수출에 더 부정적으로 영향을 미치는 것으로 이해할 수 있다.

한편, 추정결과 우리나라와 수출대상국의 1인당 소득의 비율은 대기업에는 음(-)의 값을 나타내고 있으나, 모형 (1), 모형 (3)과 모형 (5)에는 유의하지 않고 계약분쟁 해결의 복잡성을 수출고정비용으로 고려한 기본 추정모형에만 유의하게 나타난다. 양국간 1인당 소득의 비율은 부(富)에 따른 소비자의 선호(preference)로 해석이 되기도 하는데, 대기업은 소비자의 부에 따른 소비자의 선호가 수출에 크게 영향을 끼치지 않거나 끼치더라도 저개발국보다 선진국 소비자를 대상으로 하는 수출의 비율이 더 높은 것으로 해석될 수 있다.²⁹⁾ 반면, 중소기업 더미변수와 1인당 소득 비율의 교차항은 모든 추정모형에서 유의하게 양(+)의 값을 갖는다는 사실을 확인할 수 있다. 이를 토대로 보면, 중소기업은 대기업에 비해 저소득국가에 대한 수출비중이 높은 것으로 해석할 수 있다. 이는 제 2장의 분석과 일치하는 내용이다. 또한 $\ln Diff$ 의 추정계수가 대부분 0이라는 사실을 고려했을 때 대기업은 수출상대국과 우리나라의 소득수준 차이가 수출을 결정하는 데 중요한 요인은 아닌 것으로 여겨진다.

FTA가 대기업의 수출량에 미치는 영향은 모형 (1)과 모형 (2)에서는 유의하게 약 0.5에서 0.6 사이의 값으로 나타나고 있으나, 나머지 추정식에서는 유의하지 않게 나타나고 있다. 이는 나머지 추정식은 확장모형으

29) Markusen(2013)은 중력모형에서 총 GDP를 고정했을 때 1인당 GDP가 양자간 무역에 긍정적인 영향을 끼친다는 사실을 지적하며 공급측면 뿐 아니라 소비자의 선호를 포함한 수요측면에 대한 고려가 중력모형 추정시에 필요함을 강조했다.

로서 새로운 변수들을 추가함으로써 발생한 상관관계 문제일 것으로 추측된다. 중소기업의 FTA 체결에 따른 수출량 증가의 차이를 나타내는 것이 $SME*FTA$ 인데, 앞 절에서 예상한 것처럼 중소기업의 FTA 활용도가 상대적으로 떨어져 음(-)의 값을 보이고는 있지만 모형 (1), 모형 (2)와 모형 (3)은 유의하게 나타나고 있지 않다. 반면 모형 (4)와 모형 (5)는 유의하게 약 -0.2 값을 나타내고 있다.

전술한 바와 같이 모형 (1)은 수출고정비용의 첫째 대리변수로 통관의 복잡성을 사용하고 있다. 예상한대로 FC 와 $SME*FC$ 모두 음(-)의 값을 보이고 있어, 통관의 복잡성이 대기업 수출통관에 부정적인 영향을 끼치며 특히 중소기업에 더욱 큰 영향을 주는 것으로 추측이 되지만, 통계적으로는 유의하지 않게 나타나고 있다. 해당 추정계수가 유의하게 나타나지 않는 이유 중 하나로는 통계자료의 한계로 중소기업의 간접수출액을 제외한 직수출액만이 고려된다는 점이다. 중소기업은 통관장벽이 높은 국가에 대해서 대기업을 통해 간접수출을 하는 경우가 많으므로 이러한 간접수출을 고려하지 않으면 통관의 복잡성과의 정확한 관계를 실증적으로 분석하기 어렵다.

모형 (2)는 통관의 복잡성 대신 계약분쟁 해결의 복잡성을 수출 고정비용으로 나타내고 있다. 추정결과를 살펴보면, 계약분쟁의 어려움은 대기업 수출에 미치는 영향이 유의하지 않는 반면, 중소기업 수출에는 통계적으로 유의하게 부정적인 영향을 끼치는 것으로 나타난다. 계약분쟁 해결의 복잡성은 모형 (4)를 제외하고는 비교적 강건하게 중소기업 수출에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 계약이행은 선진국일수록 보장이 되는 경향이 있기에 1인당 소득의 비율과 0.6의 비교적 높은 상관관계를 보이고, 1인당 소득의 비율이 중소기업 수출에 매우 유의한 영향을

주는 것으로 분석되어, 1인당 소득의 비율이 고려되지 않은 모형 (4)의 경우 $SME * \ln Diff$ 의 추정계수의 편이(bias) 문제가 발생한 것으로 보인다.

환율변동성을 포함한 확장된 추정모형이 모형 (3)과 모형 (4)이다. 두 추정결과 모두 환율변동성은 대기업의 수출에 크게 영향을 주고 있지 않은 것으로 나타난다. 전술한 바와 같이 모형(3)은 1인당 소득의 비율과 환율변동성이 상관관계가 있어 유의성이 떨어지는 것으로 풀이된다. 1인당 소득의 비율과 그 비율과 중소기업더미변수의 교차항이 고려되지 않은 모형 (4)는 환율변동성이 중소기업의 수출에 유의하게 부정적인 영향을 끼치는 것으로 나타난 반면, 대기업에는 유의하지 않는 영향을 끼치는 것으로 나타났다.

모형 (5)는 지적재산권 지수와 지적재산권과 중소기업 더미의 교차항을 설명변수로 기본모형에 추가한 결과를 나타내고 있다. 지적재산권의 보장은 대기업 수출에 긍정적인 영향을 미치고 중소기업 수출에 더 큰 영향을 미치는 것으로 해석할 수 있는 양(+)의 값을 보이고 있으나, 추정계수의 표준오차 크기가 커서 유의하지 않게 나타나고 있다. 이것은 지적재산권의 경우 지수로 측정하고 있다는 한계와 함께 다른 추정모형에서 사용하고 있는 통계자료에 비해 지적재산권 지수가 상대적으로 적은 수의 국가와 짧은 시계열을 포함하고 있기 때문인 것으로 풀이된다.

3. 기업규모별 해외직접투자 결정요인 분석

가. 분석모형과 데이터

기업의 규모별 FDI 결정요인은 앞 절에서 기업규모별 수출의 결정요

인을 비교분석하기 위해 사용되었던 중력모형과 유사한 모형을 채택했다. 하지만 앞 절 추정모형에서 종속변수가 다를 뿐 아니라 특정 설명변수들을 빼거나 더했는데, 이는 수출과 FDI의 결정 메커니즘이 유사할 수는 있어도 동일하지는 않기 때문이다. Blonigen(2005)에서 지적되었듯이 FDI는 수출과 달리 중력모형의 이론적인 정당성이 확립이 되어 있지 않은 상태이다.³⁰⁾ FDI의 결정요인은 수출의 결정요인에 비해 복잡하기 때문이다. 예를 들어, 거리변수를 살펴보자. 거리는 기업의 수직적 FDI 결정에 부정적인 영향을 끼치지만, 수평적 FDI는 수출을 대체하여 오히려 긍정적인 영향을 끼친다. 본 실증분석에서 사용하는 통계자료는 수직적 FDI와 수평적 FDI를 구분하지 않으므로 추정모형에서 거리를 추정식에 포함하지 않기로 한다. 한편, 수직적인 FDI는 국가의 개방수준이 중요한 까닭에 투자유치국의 수출과 수입의 합을 해당 국가의 개방수준을 나타내는 변수와 해당 변수와 중소기업 더미변수와의 교차항을 추가했다.

앞 결과 유사하게 우리나라가 여러 나라와 맺어온 FTA 체결의 결과로 FDI가 늘어났는지의 여부와 이러한 FTA 효과가 기업규모별로 차이가 있는지를 검증하기 위해 FTA 더미변수와 FTA와 중소기업 더미변수의 교차항을 추정식에 포함했다. 또한 Bénassy-Quéré, Coupet, and Mayer(2007)의 분석결과에서 알 수 있듯이 FDI 결정의 중요한 요인 중 하나가 투자유치국의 제도이므로 국가별 제도의 차이를 추정식에 포함한다. 특히 본 보고서에서는 계약집행의 보장과 조세납부의 복잡성에 중점을 맞추어 분석했다. 투자유치국의 민사소송제도나 회계제도가 불투명하고 우리나라의

30) Anderson and van Wincoop(2003)은 중력모형이 양자간 무역량을 설명하는 데 이론적인 기반을 마련했다.

제도와 차이가 있는 경우, 대기업보다 중소기업이 더 어려움을 겪게 될 것이라 예상되므로, 민사소송의 복잡성과 조세납부절차의 어려움이 기업 규모별 FDI에 미치는 영향을 실증적으로 살펴보고자 한다.

[식 3-2]는 기업규모별 FDI 결정요인을 비교분석하기 위해 사용된 실증분석 모형이다.

$$\begin{aligned} \ln FDI_{s,i,t} = & \beta_0 + \beta_1 SME_s + \beta_2 \ln GDP_{i,t} + \beta_3 SME_s * \ln GDP_{i,t} \\ & + \beta_4 \ln Diff_{i,t} + \beta_5 \ln SME_s * \ln Diff_{i,t} + \beta_6 FTA_{i,t} \\ & + \beta_7 SME_s * FTA_{i,t} + \beta_8 \ln Open_{i,t} + \beta_9 SME_s * \ln Open_{i,t} \\ & + \beta_{10} FC_{i,t} + \beta_{11} SME_s * FC_{i,t} + \phi_i + \mu_t + \epsilon_{i,t} \end{aligned}$$

[식 3-2]

여기서 s 는 대기업과 중소기업으로 분류되는 기업의 규모를 나타낸다. i 는 투자대상국이며, t 는 연도이다. $FDI_{i,t}$ 는 t 년도에 우리나라에서 i 국으로 유출되는 해외직접투자액이다. [식 3-1]과 마찬가지로 SME_s 는 중소기업 FDI이면 1, 대기업 FDI이면 0인 더미변수이며, $\ln GDP_{i,t}$ 는 투자대상국 i 의 t 년도의 명목 GDP의 로그 값이다. 또한 $\ln Diff_{i,t}$ 는 우리나라로 i 국의 1인당 GDP 비율의 로그 값이며, $FTA_{i,t}$ 는 t 년도에 우리나라와 i 국간 FTA가 체결되었으면 1, 아니면 0인 더미변수이다. $Open_{i,t}$ 은 i 국의 t 년도의 경제개방도를 나타내며, i 국의 t 년도 수출과 수입의 합을 GDP로 나눈 값이다. ϕ_i 는 시간불변의 해외투자유치국 특성으로 각 해외투자유치국이 속한 지역의 고유한 특성을 통제한다. μ_t 는 t 년도에 모든 해외투자유치국이 겪는 거시경제 환경의 변화를 통제한다. $\epsilon_{i,t}$ 는 오차항

으로 독립동일분포를 따르는 확률변수로 가정한다.

Helpman, Melitz and Yeaple(2004)에 따르면 해외직접투자의 고정비용이 수출고정비용보다 높아 수출하는 기업의 수보다 해외직접투자의 형태로 해외시장에 진출하는 숫자가 더 작다. 투자유치국 i 의 t 년도에 해외직접투자의 고정비용 $FC_{i,t}$ 로 두 가지 변수를 고려했다. 첫째로는 앞 절에서 사용했던 계약분쟁해결의 복잡성을 나타내는 $FC_{i,t}^{contract}$ 로 계약분쟁해결을 위해 걸리는 시간의 로그 값이다. 둘째로 고려하는 고정비용의 대리변수는 $FC_{i,t}^{Tax}$ 로 이윤이나 영업이익에 부과되는 세금을 납부하기 위해 걸리는 시간의 로그 값이다.³¹⁾ 즉, $FC_{i,t}^{Tax}$ 는 조세납부에 대한 행정적인 부담 혹은 납세의 복잡성을 나타낸다. 그 외의 변수들은 앞 절에서 사용한 정의와 같다.

수출결정요인과 마찬가지로 중소기업의 개수가 대기업에 비해 현저히 많으므로 더미변수 SME 의 추정계수는 양수가 될 것이라고 예상된다. 또한 투자유치국의 시장이 크면 수평적 FDI가 늘어나는 것이 일반적이므로 $\ln GDP$ 의 추정계수는 양수가 예상되고, 중소기업은 대기업에 비해 시장의 크기보다는 여러 가지 장벽에 민감할 것이므로 $\ln GDP$ 와 중소기업의 더미변수의 교차항의 계수는 음(-)의 부호가 예상된다.

김종덕 외(2013)에서 지적한 것처럼 우리나라가 체결한 대부분의 FTA 협정은 상품의 무역장벽뿐 아니라 투자장벽을 낮추는 효과가 있어 FTA

31) World Bank의 Doing Business는 계약분쟁해결의 어려움을 계약분쟁해결을 위해 걸리는 시간(일수), 절차의 수와 총비용을 보고하고 있으며, 조세납부의 어려움은 중소기업이 이윤에 부과되는 세금을 납부하기 위해 걸리는 평균 시간과 1년간 납부 횟수로 측정하고 있다. 이후의 추정결과는 직관에 가장 부합하는 결과를 보여주는 변수인 시간의 로그 값을 FDI의 진입장벽으로 사용한 것을 나타내었다.

www.doingbusiness.org/methodology/enforcing-contracts(검색일 2014. 8. 1).

www.doingbusiness.org/methodology/paying-taxes(검색일 2014. 8. 1).

변수의 추정계수는 양수가 예상되나, 중소기업의 FTA 활용률이 대기업에 비해 떨어져 FTA와 중소기업의 더미변수 교차항의 계수는 음(-)의 부호가 나타날 것으로 예상된다. 투자유치국의 무역의존도가 높을수록 FDI가 늘어날 것이므로 대외개방도를 나타내는 변수 $Open$ 의 추정계수는 양수가 될 것이고, 이러한 대외개방도는 특히 중소기업이 더 많은 영향을 받을 것으로 예상되어 역시 양수를 나타낼 것이라고 예상된다.

이 장에서 주요 관심변수는 고정비용 FC 이다. 해외진출 시 현지 기업과 계약이 이행될 것이라는 보장이 없으면 해외직접투자 유인은 약화될 것이라고 예상되어 $FC_{i,t}^{contract}$ 의 계수는 음수가 될 것이다. 중소기업은 이러한 계약분쟁에 대한 대응이 특히 어려워 FDI와 중소기업의 더미변수 추정계수는 음수가 될 것이라고 예상된다. 납세의 복잡성인 $FC_{i,t}^{Tax}$ 로 FDI 고정비용의 대리변수를 사용해도 계약분쟁 해결의 어려움과 마찬가지로 결과가 나타날 것으로 예상된다.

이상에서 제시된 실증모형을 추정하기 위해 2005년부터 2013년까지 한국수출입은행에서 제공하는 기업규모별, 연도별, 투자유치국별 FDI 자료를 활용했다. 위 모형에서 각 수출대상국의 연도별 명목 GDP인 $GDP_{i,t}$ 와 1인당 GDP의 비율 $Diff_{i,t}$ 을 구하기 위한 연도별 국가별 인구수, 그리고 연도별 국가별 대외개방도를 나타내는 $Open_{i,t}$ 는 World Bank의 World Development Indicators(WDI) 자료를 이용했다. FDI 고정비용의 대리변수로 사용한 계약분쟁해결과 조세납부를 위해 소요되는 시간은 World Bank의 Doing Business의 자료를 이용했다. [표 3-3]은 이 연구의 실증분석에서 사용된 변수들의 통계적 특성을 나타낸다.

표 3-3. 변수의 통계적 특성

변수	평균	편차	최솟값	최댓값
$\ln FDI$	8,689502	2,935828	-6,907755	15,50461
$\ln Open$	4,403508	,5458206	3,096405	6,127594
$\ln FC^{contract}$	6,263901	,4618472	4,787492	7,447168
$\ln FC^{Tax}$	5,4395597	,8025051	2,484907	,863267
FTA	,1876209	,3905351	0	1
$\ln Diff$	1,132033	1,510065	-1,699558	4,564897
$\ln GDP$	25,44502	2,178175	18,73955	30,4524
SME	,5222437	,4996661	0	1

자료: 한국수출입은행 해외직접투자통계시스템 [online] (검색일: 2014. 3. 2); World Bank, Doing Business [online] (검색일: 2014. 8. 1); World Bank, World Development Indicators [online] (검색일: 2014. 8. 25)을 토대로 저자 작성.

나. 실증분석 결과

이 절에서는 기업의 규모별 FDI 결정요인을 비교분석하기 위해 앞 절에서 제시한 모형의 실증분석결과에 대해 서술한다. [표 3-4]는 [식 3-2]의 추정결과를 보고하고 있다. (1)은 FDI 고정비용을 해외진출국의 상사계약 이행의 어려움으로 계측한 결과를 나타내며, (2)는 조세납부의 어려움으로 FDI 고정비용을 계측하여 추정한 결과를 나타낸다.

SME 의 추정계수는 모형 (1)과 모형 (2)에서 모두 유의하지 않게 나타났으며, 모형 (2)에서는 예상과 달리 음(-)의 부호를 보이고 있다. 이것은 해외직접투자장벽이 수출장벽보다 높아 중소기업 중에서도 생산성이 높은 극히 일부만 FDI의 형태로 해외진출을 하여 나타나는 결과로 해석된다. 투자유치국의 경제규모는 수출과 마찬가지로 대기업에 중요한 FDI 결정요인으로 나타나고 있으며, 중소기업 더미변수와는 계수는 음(-)의 부호를 나타내고 있어, 경제규모는 중소기업 FDI에 상대적으로 제한적인 영향을 미치는 것으로 나타난다.

표 3-4. 기업규모별 해외투자결정요인 비교

	(1)	(2)
<i>SME</i>	3.653 (4.992)	-0.386 (4.039)
$\ln GDP_{i,t}$	1.789** (0.788)	1.465* (0.861)
<i>SME</i> * $\ln GDP_{i,t}$	-0.0591 (0.101)	-0.0329 (0.0986)
$\ln Diff_{i,t}$	1.003 (0.761)	0.832 (0.923)
<i>SME</i> * $\ln Diff_{i,t}$	0.319** (0.153)	0.337* (0.171)
<i>FTA</i> _{<i>i,t</i>}	0.733*** (0.274)	0.571** (0.262)
<i>SME</i> * <i>FTA</i> _{<i>i,t</i>}	-0.216 (0.321)	-0.0943 (0.305)
$\ln Open_{i,t}$	-0.0109 (0.774)	-0.00976 (0.851)
<i>SME</i> * $\ln Open_{i,t}$	0.0574 (0.324)	0.0911 (0.324)
<i>FC</i> ^{contract} _{<i>i,t</i>}	0.117 (0.882)	
<i>SME</i> * <i>FC</i> ^{contract} _{<i>i,t</i>}	-0.700* (0.380)	
<i>FC</i> ^{Tax} _{<i>i,t</i>}		-0.0278 (0.418)
<i>SME</i> * <i>FC</i> ^{Tax} _{<i>i,t</i>}		-0.231 (0.247)
year FE	Y	Y
country FE	Y	Y
<i>N</i>	1368	1255
adj. R-sq	0.704	0.708

주: 1) ***, **, *는 각각 1%, 5%, 10%에서 통계적으로 유의함을 의미.

2) () 안의 숫자는 robust clustered standard error를 나타낸다.

자료: 저자 작성.

우리나라와 수출대상국의 1인당 소득비율도 기업규모별 수출 결정요인과 매우 유사한 결과를 보이고 있다. 대기업은 1인당 소득비율이 FDI 결정에 유의한 영향을 끼치지 않는 반면, 중소기업은 우리나라보다 저개발국에 해외직접투자를 하려는 경향을 강하게 보이는 것으로 나타난다. 이와 같은 결과는 중소기업이 대기업에 비해 수직적 FDI의 형태로 저소득국가에 투자하는 것으로 해석될 수 있다. 이는 제2장에서 중소기업이 해외직접투자를 하는 주된 목적 중 하나로 지적된 요인이 저임활용이라는 점과 이러한 목적의 FDI 비중이 대기업에 비해 지속적으로 높았음에 근거하여 신빙성 있는 해석이라 할 수 있으나 수평적 FDI와 수직적 FDI는 통계자료상에서 구분이 되어 있지 않아 명확한 해석을 하기는 어렵다.

FTA의 계수는 통계적으로 유의하게 양의 부호를 보이고 있어 FTA로 인한 대기업의 해외직접투자가 큰 폭으로 증가한다는 것을 실증적으로 나타내는 반면, FTA와 중소기업 더미변수의 교차항은 유의하지 않지만 음수를 나타내고 있어 FTA가 중소기업의 FDI에 상대적으로 제한적인 영향을 끼쳤음을 암시하고 있다. 투자유치국의 대외개방도 *Open*는 모형 (1)과 (2)에서 모두 유의하지 않게 나타나는데, 이것은 배찬권 외(2012)의 결과와 부합한다.³²⁾

각 모형에서 마지막 두 변수는 FDI의 고정비용에 대한 대리변수와 그 대리변수와 중소기업 더미변수의 교차항이다. 계약분쟁 해결을 위해 필요한 시간이 길어져도 대기업의 FDI에는 유의한 영향을 끼치지 않는 것으로 나타나는 반면, 중소기업에는 유의하게 부정적인 영향을 끼치는 것으로

32) 배찬권 외(2012)는 대외개방도가 우리나라의 해외직접투자(OFDI)에는 유의한 영향을 끼치지 않는 반면, 외국인의 직접투자(IFDI)에 유의하게 긍정적인 영향을 끼쳤음을 실증적으로 보이고 있다.

로 나타난다. FDI 고정비용의 대리변수로 조세납부에 소요되는 시간을 사용하는 경우, 대리변수와 대리변수와 중소기업 더미변수의 교차항은 통계적으로 유의하지 않지만, 예상한 대로 모두 음의 부호를 나타내고 있다.

4. 소결

이상에서 제시된 실증분석결과를 요약하면 중소기업은 FTA 활용, 해외진출국의 계약과 조세 등의 법과 제도의 복잡성, 환율변동성과 지리적 거리 등 해외활동의 장벽에 대해 대기업보다 더 취약한 것으로 나타났다. 즉, 이러한 장벽으로 인한 중소기업의 총수출과 총해외직접투자액의 감소가 대기업보다 더 큰 것으로 나타났다. 결국, 이 장에서 지적된 여러 장벽의 완화를 위한 정부의 지원이 중소기업에 초점이 맞춰져야 한다는 점을 시사한다. 특히 FTA 활용, 해외진출국의 계약과 조세 등의 복잡성 문제는 중소기업의 주요 애로사항으로서 정책적 대응이 필요하다고 생각된다.

본 장의 실증분석은 기업수준 데이터를 사용한 것이 아니라 중소기업과 대기업 각각의 연도별, 국가별 총수출 혹은 총해외직접투자 데이터에 기반한 한계가 있다. 이 때문에 개별기업의 진입과 퇴출이 충분히 고려되지 못하고 있다. 즉, 수출과 해외직접투자의 증감이 기업 내에서 이루어지는 것인지, 기업 수의 변화에 따른 것인지에 대한 구분이 모호하다. 따라서 이러한 내연적, 외연적 변화를 고려한 수출과 해외직접투자의 결정요인 분석은 후속연구로 남기기로 한다.

제4장 미국의 중소기업 해외진출 지원정책

1. 중소기업 현황
2. 중소기업 수출지원체계
3. 국가 수출 진흥계획
4. 우수 지원수단 사례
5. 성과



1. 중소기업 현황

미국의 중소기업은 고용인원 기준으로 500명 미만의 기업으로 정의된다. 아울러 연간 수입액을 기준으로 활용하는데, 수입액 기준은 [표 4-1]에서 보는 바와 같이 서비스 수출기업과 농장(farm)에만 적용되며, 제조기업 및 수출을 하지 않는 서비스기업에는 적용되지 않는다. 연간 수입액을 기준으로 할 때, 서비스 수출기업 가운데 700만 달러 이하의 기업이 중소기업에 해당되며, 컴퓨터 서비스기업은 2,500만 달러, 그리고 농장은 연간 수입액 25만 달러 이하가 중소기업에 해당된다.

중소기업은 미국 기업의 대다수를 차지하며, 고용 측면에서도 미국 경제에서 큰 비중을 차지한다. 2011년 미국 전체 기업 가운데 중소기업은 약 99.6%를 차지하며, 지사(establishment)를 포함하여 계산한다면 중소기업은 전체 기업의 83.8%에 해당한다. 같은 해 중소기업의 고용비중은 약 48.5%이며, 500명 이상 대기업의 고용 비중은 51.5%이다. 수출 중소기업의 숫자는 전체 중소기업 숫자에 비해 매우 적은 비중을 차지하지만, 전체 수출 규모에서 차지하는 비중은 높은 편이다. 즉, 2011년 전체 중소기업 가운데 약 1%가 수출기업으로 추정되며 전체 수출에서 23.7%를 차지한다.

업종별로 살펴보면, 2011년 서비스 기업의 숫자가 478만 3,629개로서

표 4-1. 미국의 중소기업 정의

대상	제조 기업 및 수출 비참여 서비스기업	수출 서비스 기업		농장(farm)
		대부분	컴퓨터 서비스	
고용인원	500명 미만	500명 미만	500명 미만	500명 미만
연간 수입	해당 없음	700만 달러 이하	250만 달러 이하	25만 달러 이하

자료: USITC(2010), pp. 1-3.

표 4-2. 미국 중소기업 개요(2011년)

고용규모 (명)	기업 숫자 (개)	지사 포함 기업 숫자(개)	고용 인원 (명)	연간 임금(\$1,000)	수출기업 숫자 (개)	수출 규모 (백만달러)
합계	5,684,424	7,354,043	113,425,965	5,164,897,905	303,059	1,325,046
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100%	100.0%
1~19	5,104,014	5,160,237	20,250,874	732,759,369	114,608	95,416
	89.8%	70.2%	17.9%	14.2%	37.8%	7.2%
20-99	481,496	651,624	18,880,001	746,085,051	31,748	97,028
	8.5%	8.9%	16.6%	14.4%	10.5%	7.3%
100-499	81,243	350,197	15,867,437	690,509,553	16,162	120,964
	1.4%	4.8%	14.0%	13.4%	5.3%	9.1%
<500	5,666,753	6,162,058	54,998,312	2,169,353,973	178,308	313,408
	99.6%	83.8%	48.5%	42.0%	58.7%	23.7%
500+	17,671	1,191,985	58,427,653	2,995,543,932	6,692	881,448
	0.4%	16.2%	51.5%	58.0%	2.2%	66.5%

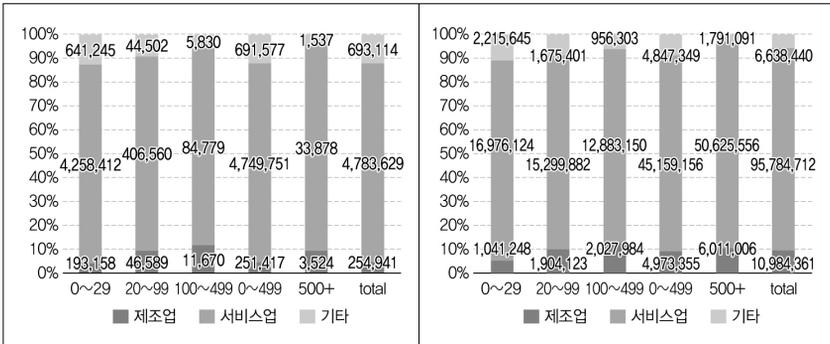
주: 수출기업중 약 39%에 해당하는 118,509개의 기업은 고용규모가 확인되지 않았다.

자료: US Census Bureau, Statistics of U.S. Businesses, <http://www.census.gov/econ/sub/>(검색일: 2014. 7. 3); U.S. Census Bureau(2013), p. 11.

전체 기업의 83.5%를 차지하며, 제조 기업은 25만 4,541개로서 전체 기업의 약 4.4%이다. 따라서 중소기업과 대기업을 막론하고 서비스업의 고용 인원이 가장 큰 비중을 차지한다(그림 4-1 참고).

그림 4-1. 미국의 기업규모/산업별 기업 수 및 고용(2011년)

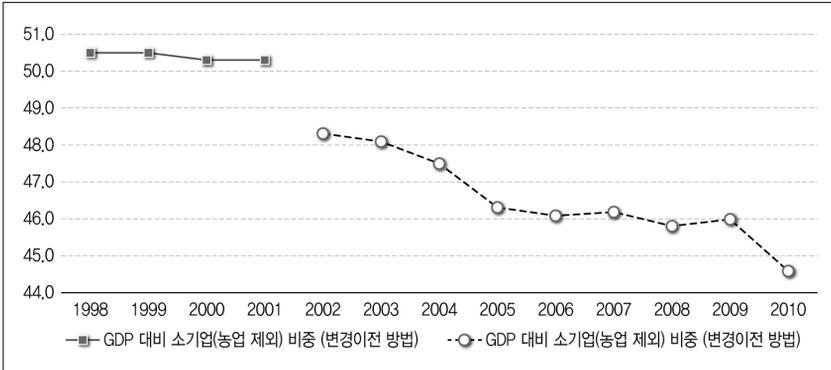
(단위: 개, 명)



자료: US Census Bureau, Statistics of U.S. Businesses, <http://www.census.gov/econ/sub/>(검색일: 2014. 7. 3).

그림 4-2. 미국 중소기업이 GDP에서 차지하는 비중 추이

(단위: %)



주: 1998~2001년 수치와 이후 수치의 불일치는 추정방법 변경에 기인함.

자료: Kobe(2012), p. 1.

1990년대 후반 이후 중소기업이 민간 비농업 부문 GDP에서 차지하는 비중은 꾸준히 하락하는 추세에 있다. 중소기업은 1998년 미국의 민간 비농업 GDP 산출의 50% 이상을 차지하였으나 2012년에는 44.5%로 하락하였다. 특히 2007년 금융위기로 중소기업이 더욱 큰 타격을 받은 것으로 보이며, 이는 특히 중소기업이 집중된 건설 분야에서 두드러졌다(Kobe 2012, p. 1).

2. 중소기업 수출지원체계

2008~09년간 금융위기를 거치면서 미국 정부와 의회의 수출지원정책에 대한 관심이 높아졌다. 특히 오바마 행정부가 국가수출진흥계획(National Export Initiative)을 추진하면서 수출지원 기능에 대한 종합적인 검토가

이루어졌다(CRS 2013).

미국 연방정부는 수출지원을 위한 광범위한 기능을 수행하고 있으며, 주요 지원대상은 중소기업이다. 수출지원 활동에는 정보 제공, 자문, 수출지원 서비스, 연구, 금융 및 보험, 정부간 협력을 통한 수출 지원(advocacy), 무역협정 체결, 무역규범 이행 등이 포함된다. 약 20여 개의 정부기관이 직간접적으로 수출을 지원하며, 농무부가 가장 많은 수출 지원 자금을 보유하고 있으며, 그다음으로 상무부, 국무부 등의 순이다. 상무부와 국무부의 관련 예산은 2006~12년 사이 큰 변화가 없었던 반면, 농무부의 예산은 2007년 이후 상당히 감소되었다. 수출입은행도 예산이 대폭 감소하였는데, 2008년부터 자체 예산조달방식으로 전환하였기 때문이다(CRS 2013, p. 18).

상무부와 중소기업청(SBA: Small Business Administration), 수출입은

표 4-3. 미국 9개 주요 정부기관의 수출지원 예산 추이(2006~12년)

(단위: 백만 달러)

기관	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
농무부	819	674	642	515	674	642	515
상무부	352	356	339	350	356	339	350
에너지부	9	-	-	-	-	-	-
국무부	170	176	184	198	176	184	198
재무부	3	3	3	3	3	3	3
수출입은행	98	38	1	3	38	1	3
OPIC(Overseas Private Investment Co.)	(161)	(192)	(165)	(170)	(192)	(165)	(170)
중소기업청	4	5,2	6	6,4	5,2	6	6,4
TDA(US Trade & Development Agency)	50	50	51	51	50	51	51
USTR	44	44	44	46	44	44	46
총계	1,549	1,346	1,270	1,172	1,346	1,270	1,172

주: OPIC은 수수료 수입으로 예산상 흑자를 기록하였으며, 총계는 OPIC을 제외한 수치임.
 자료: CRS(2013), p. 19.

행을 중심으로 각 기관의 수출지원프로그램을 간략하게 살펴보기로 한다. 상무부는 국제무역청(ITA: International Trade Administration)을 통해 비농업 분야에 대한 수출지원 서비스를 제공한다. US Commercial Service는 수출지원 서비스를 제공하는 ITA의 핵심 부서로서, 미국 내 109개 도시와 해외 75개국 이상에 네트워크를 보유하고 있다. 또한 5개의 다자개발은행(세계은행, 범미주개발은행, 유럽재건개발은행, 아프리카개발은행, 아시아개발은행)에 지사를 파견하고 있다. US Commercial Service는 통상적인 수출지원 서비스를 제공할 뿐만 아니라, 오바마 정부가 추진 중인 ‘SelectUSA 이니셔티브’를 추진하는 투자유치 기능도 담당한다. 그 밖에 연구조사 기능을 수행하는 MAS(Manufacturing and Services), 외국의 무역협정 이행을 조사하는 MAC(Market Access and Compliance)과 IA(Import Administration) 등이 주요 부서이다. ITA는 국가 수출 진흥계획(National Export Initiative)의 추진과 더불어 주요 신흥국으로의 수출 확대를 핵심 전략으로 수립하였으며 이에 따라 무역 전시회 확대, 해외 구매자 초청, B2B 매칭서비스 확대 등을 추진 중이다(CRS 2013, pp. 6-7).

수출입은행은 연방정부의 공식 수출신용은행으로서, 신흥국에 대한 수출을 원활화하기 위한 금융 및 보험 프로그램에 초점을 맞추고 있다. 수출입은행은 2012년에 3,796건에 대해 총 358억 달러의 금융 및 보험 지원을 수행하였다. 수출입은행은 의회의 영에 근거하여 20% 이상의 대출, 보증, 그리고 보험을 중소기업에 제공해야 하며, 재생에너지 관련 상품 및 서비스 수출을 촉진한다(표 4-4 참고).

중소기업청은 수출 중소기업에 대한 수출금융 및 기타 서비스를 제공

표 4-4. 미국 수출입은행의 수출지원 예산 추이(2010~12년)

(단위: 건, 백만 달러)

프로그램	승인 건수			승인 금액		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012
총승인	3,532	3,751	3,796	24,468	32,727	35,784
수출 종류에 따른 승인						
중소기업 수출	3,091	3,247	3,313	5,053	6,037	6,123
비중(%)	87.5	86.6	87.3	20.7	18.4	17.1
환경친화 수출	108	142	149	536	890	615
비중(%)	3.1	3.8	3.9	2.2	2.7	1.7
재생에너지 수출	27	45	29	332	721	356
비중(%)	0.8	1.2	0.8	1.4	2.2	1.0
사하라 이남국가 수출	129	170	163	813	1,381	1,552
비중(%)	3.7	4.5	4.3	3.3	4.2	4.3

자료: CRS(2013), p. 10.

하며, 중소기업청의 OIT(Office of International Trade)는 다음 네 단계별로 중소기업의 수출을 지원한다. ① 수출 촉진에 관심이 있는 중소기업 식별, ② 중소기업의 수출준비 지원, ③ 중소기업의 수출기회 발굴 및 연결, ④ 수출기회를 발굴한 중소기업에 대한 지원(CRS 2014, pp. 2-3), 2011년 OIT는 1,346개 중소기업에 9,240만 달러 규모의 수출대출 프로그램을 연결하였으며, 이로 인해 지원을 받은 수출규모는 약 18억 달러이다(US. SBA 2012, p. 60).

중소기업청은 연간 약 1,500건의 수출 관련 대출을 제공하며, 그 규모는 연간 약 1억 달러 수준이다(2010~12년). 건수를 기준으로 할 때, 중소기업청의 전체 중소기업 지원 가운데 수출지원 대출은 약 2.5~2.9%를 차지하며, 금액 기준으로는 3.8~5.2%를 차지한다(CRS 2014, p. 11).

3. 국가 수출 진흥계획

가. 국가 수출 진흥계획(2010~13)

오바마 행정부는 2007년 시작된 금융위기로 인해 야기된 경제침체 및 실업문제 해결, 건강보험 개혁, 금융규제 개혁, 에너지·기후변화 개혁 등 현안에 집중하였다. 이 가운데 경제회복과 일자리 창출의 방안으로서 중소기업에 눈을 돌리게 되었으며, 중소기업정책의 전환, 수출 강화 정책을 적극적으로 추진하게 되었다(고희채, 오민아, 이보람 2011, 제3장 1절).

오바마 대통령은 2010년 연두교서에서 향후 5년에 걸쳐 수출을 두 배로 증가시키고,³³⁾ 이를 통해 200만 개의 새로운 일자리를 창출한다는 목표를 제시하고 이를 달성하기 위한 정책으로 국가 수출 진흥계획(NEI: National Export Initiative)을 제시하였다(White House 2010. p. 1).³⁴⁾ NEI의 이행을 주도하는 대통령 직속의 수출촉진회의(Export Promotion Cabinet)가 구성되었으며,³⁵⁾ 수출촉진회의는 1993년부터 운영 중인 무역

33) 이에 따르면, 2009년 수출 1조 5,700억 달러를 기준으로 할 때, 2015년에는 3조 1,400억 달러로 늘려야 한다.

34) 그 밖에 연두교서에서는 중소기업과 관련하여 중소기업 고용을 장려하기 위한 고용세액 공제, 중소기업 투자의 자본이득세 철폐, 부실자산구제프로그램(TARP) 가운데 300억 달러를 중소기업에 지원한다는 내용이 제시되었다(White House 2010).

35) 수출촉진회의는 범정부적 수출 촉진기구로서 구성원은 다음과 같다. (a) 국무장관(Secretary of State), (b) 재무장관(Secretary of the Treasury), (c) 농무부장관(Secretary of Agriculture), (d) 상무부장관(Secretary of Commerce), (e) 노동부장관(Secretary of Labor), (f) 백악관 행정예산국장(Director of the Office of Management and Budget), (g) 미국통상대표(United States Trade Representative), (h) 대통령 경제정책 보좌관(Assistant to the President for Economic Policy), (i) 국가안보보좌관(National Security Advisor), (j) 대통령 경제자문위원회 위원장(Chair of the Council of Economic Advisers), (k) 미국수출입은행(Export-Import Bank of the United States), (l) 중소기업청장(Administrator of the Small Business Administration), (m) 해외민간투자공사장

촉진조정위원회(TPCC: Trade Promotion Coordinating Committee)와 협력해야 한다. 이에 따라 발표된 ‘행정명령(Executive Order 13534: National Export Initiative)’은 금융위기가 초래한 대규모 실직사태를 해결하고 지속가능한 경제성장을 안정화한다는 최우선 정책과제를 실현하기 위해, 수출 진흥을 통해 일자리 창출을 촉진한다는 NEI의 목표를 명시하고, 8대 우선과제를 제시하였다.

미국 행정부가 NEI를 추진하게 된 자세한 배경을 살펴보면 다음과 같다. 수출촉진회의는 보고서(White House 2010, pp. 1-2)에서 글로벌 금융위기 이후 미국 내 저축이 증가하고 소비는 감소하는 시점에서 수출은 일자리 창출에 기여할 수 있으며, 향후 5년간 수출 규모를 두 배로 증대시키기 위해서는 미국기업의 수출이 반드시 증가해야 한다고 지적하였다. 즉, 국내 소비에 의존하는 경제성장에는 한계가 있으며, 수출 증대는 안정적인 경제성장, 그리고 일자리 창출과 임금 상승에 필수적이라는 것이다. 이 가운데 제조업 수출 증대를 강조하였는데, 제조업 일자리의 1/3을 수출기업이 유지하고 있다는 것이 그 중요한 근거이다.

중소기업은 수출 증대에 기여할 수 있는 중요한 요소로 고려되었다. 중소기업은 일자리 창출과 혁신, 기업가 정신 제고에 기여하지만 시장에 대한 정보 부족, 수출 금융 조달의 어려움, 외국기업과의 경쟁 등으로 인해 수출 잠재력을 충분히 발휘하지 못하고 있다는 것이다. 이에 따라 정부는 외국의 무역장벽 및 불공정한 무역 관행을 해소해야 하며, 중소기업의 해외시장과 정책에 대한 정보탐색에 도움을 주어야 하고, 새로운 시장에 진

(President of the Overseas Private Investment Corporation), (n) 미국무역개발청장 (Director of the United States Trade and Development Agency), (o) 기타 대통령이 지정하는 자(U.S. Administration 2010).

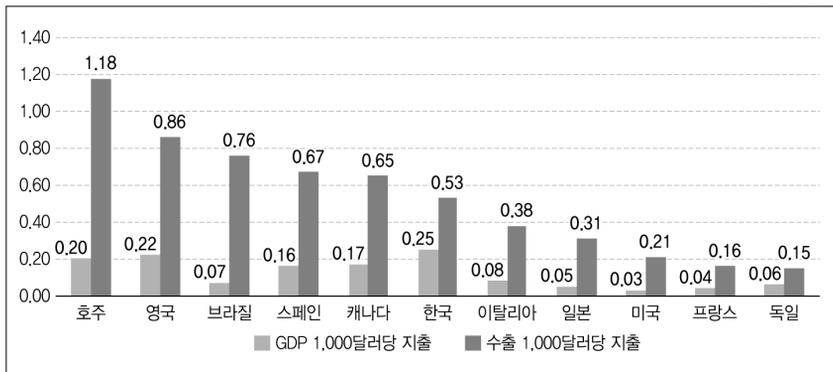
출하는 데 소요되는 고정비용을 축소시키는 데 기여해야 한다(White House 2010, pp. 1-2).

이러한 정책의 배경에는 수출지원에 투입되는 정책적 관심이 경쟁국에 비해 떨어졌다는 반성이 있었으며, 그동안 민간에 맡겨두었던 수출활동에 대한 정부 지원을 대폭 강화함으로써 기업의 수출 잠재력을 높이겠다는 것이 주요한 목적이다. 미국과 주요국의 수출촉진정책에 투입된 예산 규모를 비교해보면(2011년 기준), 미국의 GDP 1,000달러당 수출촉진 지원 예산지출규모는 0.05달러로서, 한국(0.25달러), 호주(0.20달러), 영국(0.22달러) 등에 비해 낮은 수준이다. 또한 수출 1,000달러당 예산지출 규모는 0.21달러로서 호주(1.18달러), 영국(0.86달러), 한국(0.53달러) 등에 비해 낮다(U.S. TPCC 2012, p. 24).

‘행정명령(Executive Order 13534: National Export Initiative)’은 8대 과제를 제시하고 과제별로 구체적인 정책수단을 제시하였다. 다음에서는 US TPCC(2012)를 토대로 8대 과제의 구체적인 내용을 살펴보기로 한다.

그림 4-3. 주요국의 수출촉진 예산지출(추정치) 비교(2011년)

(단위: 달러)



자료: U.S. TPCC(2012), p. 24.

1) 중소기업 수출 확대

연방정부는 수출 잠재력이 있는 중소기업을 발굴하기 위해 기업의 프로파일에 근거하여 맞춤형 정보를 제공하고 중소기업의 수출사업 계획 수립을 지원하는 수단으로 ‘Export Business Planner’를 제공하고 있다. 또한 제공주체가 아닌 수요자 맞춤형 무역금융 패키지로서 Global Business Solution(중소기업청, 수출입은행 등)을 운영하고 있다. 아울러 수출상담 전문가 양성에 주력하는 한편, 생산자와 수출자를 연결시키는 ‘Export Matchmaker Trade Show’를 개최하고 있다.

표 4-5. 중소기업 수출확대 지원	
수출 시작 또는 확대 중소기업 식별	
과제	추진내용
국가 아웃리치 캠페인	
a. Export.gov,2.0 재구축을 통한 수출 초보기업 지원	- Export.gov,2.0: 웹페이지를 재구축하여 기업의 프로파일에 근거하여 맞춤형 정보 제공 - Export Business Planner(중소기업청): 중소기업의 수출사업 계획 수립을 지원하는 쌍방향 수단
b. 국내 아웃리치 행사 확대	- 국가 아웃리치 캠페인 발족(2012, EPC): 중소기업을 대상으로 수출에 대한 인식 제고
c. 광고 및 메일링	- ‘Trade Source’ 반년간 뉴스레터(<i>US Census Bureau</i> 발송, TPCC 제작): 10만 개 이상의 수출기업에 새로운 정부지원 프로그램과 이니셔티브를 안내 - 유튜브를 통한 비디오: 외국의 무역 법규, 원산지증명서 작성법, 무역데이터 활용법 등 제공 - ‘Go Global Export 101’ 세미나(<i>US Census Bureau</i> 등): 초보수출기업을 대상으로 시장식별 능력 함양
민간과의 협력	- 유튜브 소기업 수출성공 콘테스트(2011, 2013, SBA, Visa): 중소기업의 수출경험 공유, 수출의 이점 홍보 등. 우수기업 포상
중소기업의 수출 준비 지원	
Export.gov,2.0의 수출교육 자원 강화	- Basic Guide to Exporting 배포 - 인터넷 세미나 실시 - 온라인 수출 교육 실시(SBA, US Commercial Services)

표 4-5. 계속

수출 시작 또는 확대 중소기업 식별	
과제	추진내용
수출전문가 양성('train the trainers')	
a. 중소기업 카운슬러 대상 TPCC 국제무역인증 훈련	- ASBDC(America's Small Business Development Center) 컨퍼런스 개최(2011-) - 400명 이상의 중소기업 카운슬러가 인증 시험을 통과(2011-12년 1분기) - Certified Global Professional 인증에 참여하는 카운슬러에 대한 비용 지원
b. 'Export Outreach Team'의 지역중소기업카운슬러 훈련	- 각 지역의 수출지원센터(US Export Assistance Centers)를 통해 무역 카운슬러에 대한 기본 교육 실시
경쟁력 있는 산업 클러스터의 수출기회 촉진	- SBA가 지정한 10개의 산업 클러스터(contract-based clusters)를 대상으로 한 설문조사에 의하면, 응답기업의 16%가 클러스터 참여를 통해 수출이 증가하였다고 응답
상무부 산하 ITA의 무역 정보센터(Trade Information Center) 기능 강화	- Export.gov를 활용하여 각 정부부처가 제공하는 수출 정보 관리기능 강화
중소기업의 수출기회 확대	
수출 중간 매칭 프로그램	- Export Matchmaker Trade Show 개최(2011~): 생산기업과 수출업자의 연결
다양한 지원프로그램을 효과적으로 활용하기 위한 수출지원 패키지 개발	- 중소기업청이 수행 중인 Export Express ³⁶⁾ 를 활용하여 중소기업의 해외수출박람회 참여 등을 촉진 - 수출입은행의 Express Credit Insurance Program과 SBA의 Export Express를 결합하여 활용하도록 홍보
양자간·다자간 중소기업 이니셔티브 이행	- 미국-EU 중소기업 우수사례 워크숍(2011)을 통해 중소기업 교역 촉진을 위한 MOU 체결(2012) - FTA Tariff Tool 개발: 중소기업에 대한 관세, 원산지규정 정보 제공 - SBA, USTR, 국무부가 공동으로 미국, 멕시코, 중미의 SBDC(Small Business Development Center) 회원을 연계하고 향후 남미로 확대 계획
수출기회를 포착한 기업에 대한 지원	
정부 제공 수출금융 프로그램에 대한 종합적인 정보 제공	- 안내책자 제작(2011)
국제 무역박람회에서 무역금융 자원 제공	- 중소기업청, 수출입은행, USDA 해외농업서비스가 공동으로 무역금융 자원 제공
정부 수출금융 제공은행에 대한 훈련	- 중소기업청, 수출입은행이 지역 은행에 교육훈련 실시
통합적 무역금융 패키지 개발	- Global Business Solution(중소기업청, 수출입은행 등 2013): 제공주체별이 아닌 수요자 맞춤형 무역금융 패키지
다양한 수출금융기관에 대한 통합 성과지표 개발	- 2011년 국가수출전략보고서(National Export Strategy)부터 각 부처의 성과를 통합한 매트릭스 발표

자료: U.S. TPCC(2012, pp. 40-42)를 토대로 정리.

36) 본 보고서 4장 '4. 우수 지원수단 사례'에서 상세히 설명.

2) 연방 차원의 수출지원

New Market Exporter Initiative(NMEI)를 확대하여 해외 소비자 식별 및 수출기업의 시장 개척을 지원하는 한편, Global Buyers Initiative(GBI) 도입하여 해외 구매자 식별을 통해 미국 수출자와 연결하고 있다. 또한 ITA는 브라질, 인도, 중국 수출기업에 대한 지원을 확대하고 이들 외에 베트남과 같은 주요 시장에 대한 수출지원전략을 수립하였다.

표 4-6. 연방 차원의 수출지원

단기 정책	
과제	추진내용
'New Market Exporter Initiative (NMEI)' 확대	- NMEI 확대: 해외 소비자 식별 및 수출기업의 추가적인 시장 개척 지원 - Global Buyers Initiative(GBI) 도입: 해외 구매자 식별을 통해 미국 수출자와 연결
미국 무역박람회 등에 더 많은 잠재적 해외 구매자 초청	- 상무부 산하 ITA의 International Buyer Program(IBM) - 농무부 해외지소 네트워크 활용 - Trade Fair Certification(TFC) 프로그램
단기 정책	
과제	추진내용
재생에너지 분야 수출지원 확대	- Renewable Energy and Efficiency Export Initiative(RE4I, ITA)
민간 핵에너지산업 해외진출 확대	- Civil Nuclear Trade Initiative(ITA)
소수인종 기업의 수출 확대	- 미국 내 소수인종 소유 기업에 대한 수출 지원 확대
무역촉진 인프라 예산 확대	- ITA는 수출시장과 산업군의 우선적인 수출지원 예산 확대 예정(2013), FDI 유치에 위한 SelectUSA 프로그램 확대 - 2013년 3,030만 달러를 해외 수출촉진 활동에 배정하고, 1,230만 달러를 SelectUSA 프로그램에 투입할 예정
장기 정책	
정부 수출촉진 프로그램과 비영리기관과 협력 확대	- Metro Export Plans(MEPs) - Making Global Local Initiative(농무부)
고성장 분야에서 기술 판매 확대	- 각 부처는 우선적인 수출시장과 분야에 대한 활동계획 이행
브라질, 인도, 중국 수출기업에 대한 지원 확대	- 각 부처는 3국 시장 진출 지원에 우선적인 노력을 기울임
Next Tier 시장에 대한 수출촉진전략 수행	- 상기한 3개국 외에 주요 시장(예: 베트남)에 대한 수출지원전략 수립 및 이행

자료: U.S. TPCC(2012, pp. 43-45)를 토대로 정리.

3) 무역사절단

미국 연방정부는 중소기업을 중심으로 무역사절단을 확대하고 있다. 주요 대상 국가는 중국, 인도, 남아프리카공화국, 브라질, 사우디아라비아 등이며 교육, 보건, 프랜차이징, 에너지 등 주요 서비스산업이 중심을 이루고 있다. 한편 USTDA(US Trade and Development Agency)는 디자인, 제조업, 장비운영, 서비스 등의 분야에 대한 개도국 구매자를 초청하여 자국기업과 연결시키고 있다.

표 4-7. 무역 사절단 확대

과제	추진내용
무역사절단 확대	<ul style="list-style-type: none"> - 2011년 40개의 무역사절단 파견 및 480개 이상의 기업 참여 목표 수립 및 이행 <ul style="list-style-type: none"> • 550개 이상의 참여기업 가운데 80% 이상이 중소기업 • 국가: 중국, 인도, 남아공, 브라질, 사우디아라비아 등 • 주요 산업: 교육, 보건, 프랜차이징, 에너지 - USTDA는 International Business Partnership Program(BPP)를 통해 개도국 구매자 초청 <ul style="list-style-type: none"> • 주요 산업: 디자인, 제조업, 장비운영, 서비스 등 • 600여 해외구매자와 1,000여 명의 미국기업 대표자 연결
고위급 무역사절단 확대	<ul style="list-style-type: none"> - 상무부는 2011년 13개의 고위급 무역사절단 파견 <ul style="list-style-type: none"> • 인도: 첨단기술 분야(USTDA와 수출입은행의 고위급 관료 참여) • 베트남, 인도네시아: 교육 분야(상무부 무역장관 및 70여 개의 대학교 참여)
해외 구매자 초청 확대	<ul style="list-style-type: none"> - USTDA는 2010년 50회의 해외 구매자 초청 실시 - 교통부는 인도 뭄바이의 인프라 구축 관련 구매자 방문 주최
연방 수출촉진 인프라 강화	<ul style="list-style-type: none"> - 2013년 약 3,030만 달러의 예산을 추가로 확보하여 중국, 인도, 브라질에 파견하는 상무부 산하의 해외 Foreign Commercial Services 직원 확충
무역사절단과 주요 무역박람회의 연계	<ul style="list-style-type: none"> - 2011년 중국에 항공산업 사절단 파견 시 Airshow China 참여

자료: U.S. TPCC(2012, p. 46)를 토대로 정리.

4) 경제외교(Commercial Advocacy)

미국정부는 경제외교를 강화하기 위해 상무부 산하에 경제외교센터(Advocacy Center)를 마련하고 정기적으로 백악관과 소통하면서 정상외교를 방문할 때 관심을 가져야 할 수출안건을 전달한다. 경제외교센터는 해외방문, 회의에 대한 부처간 협력을 추진하는바 국방부, 에너지부, 교통부, 국가안보위원회, 국무부, 수출입은행, USTDA 등과 협력을 통해 항공, 에너지, 원자력 등의 해외진출 지원에 노력을 기울이고 있다.

표 4-8. 경제외교 강화

단기 과제	
과제	추진내용
부처간 협력 제고	- 상무부 산하 경제외교센터를 통해 해외방문, 회의에 대한 부처간 협력
예외적인 경제외교 건에 대한 백악관의 관심 유도	- 경제외교센터는 정기적으로 백악관과 소통하면서 정상외교를 방문할 때 관심을 가져야 할 수출안건 전달
기업의 경제외교에 대한 인식 제고	- 5개 타깃 분야: 중소기업, 재생에너지 및 청정기술, 보건, 인프라, 금융서비스
핵심 수출기회에 대한 시장정보 파악	- 인프라 수요가 많은 9개 국가에 대한 정보 수집 강화: 브라질, 콜롬비아, 중국, 인도, 인도네시아, 터키, 카타르, 사우디아라비아, UAE
장기 과제	
부처간 경제외교 팀 구성 (핵심 분야 및 시장에 초점)	- 경제외교센터는 국방부, 에너지부, 교통부, 국가안보위원회, 국무부, 수출입은행, USTDA 등과 협력하여 항공, 에너지, 원자력 등의 해외진출 지원
무역 금융 및 수출 신용의 경제외교에 대한 영향 평가	- 2011년 수출입은행의 경제외교센터 직원 교육

자료: U.S. TPCC(2012, p. 47)를 토대로 정리.

5) 수출금융 확대

수출입은행은 기존 금융수단을 이용해 수출신용을 증가시키는 한편, Express Insurance, Global Credit Express Pilot Loan Program(수출기업에 대한 단기 운영자본 대출)과 같은 새로운 수단을 개발하였다. 또한 브라질, 콜롬비아, 멕시코, 나이지리아, 남아공, 터키, 인도, 인도네시아, 베트남과 같은 9대 시장에 대한 별도의 담당팀을 구성하였다. 또한 농업, 항공기, 항공전자기기, 건설, 의료기술, 광업, 석유가스, 발전에 초점을 맞추고 이 산업의 신흥시장 수요 확대에 대응하고 있다.

표 4-9. 수출금융 확대

과제	추진내용
기존 신용수단 및 새로운 상품을 통한 수출 신용 확대	<ul style="list-style-type: none"> - 수출입은행은 기존 금융수단을 통해 2011년 전년대비 33% 증가한 327억 달러를 제공(이 가운데 60억 달러가 중소기업에 제공) - 수출입은행은 수출기업에 대한 단기 운영자본 대출과 같은 새로운 수단 제공 - 중소기업청의 대출은 2010~11년간 1,256% 증가(금액 기준)
중소기업에 대한 대출 기준 완화	<ul style="list-style-type: none"> - 2011년 완료
핵심 해외시장에 대한 대출 및 아웃리치 활동 확대	<ul style="list-style-type: none"> - 수출입은행의 9대 주요시장: 브라질, 콜롬비아, 멕시코, 나이지리아, 남아공, 터키, 인도, 인도네시아, 베트남 - 9대 시장에 대한 별도의 담당팀 구성
경쟁력 있는 산업의 아웃리치 활동 확대	<ul style="list-style-type: none"> - 농업, 항공기, 항공전자기기, 건설, 의료기술, 광업, 석유가스, 발전에 초점 - 상시 산업의 신흥시장 수요 확대에 대응 - 기타 위성, 건설장비, 서비스, 텔레커뮤니케이션 수출 지원 - 신재생에너지 분야에 대한 수출입은행 지원 확대
민관 파트너십	<ul style="list-style-type: none"> - 수출입은행과 민간은행 협력
중소기업의 신청/리뷰 절차 개선	<ul style="list-style-type: none"> - 수출입은행의 인원 증가, 시스템 개선 - 중소기업청의 수출운영자본 대출 프로그램을 수행하도록 선별된 민간은행(EWCP-PLP) 숫자를 10개에서 16개로 확대

자료: U.S. TPCC(2012, pp. 48-49)를 토대로 정리.

6) 거시경제 재균형(rebalancing)

이는 G20 및 기타 메커니즘을 통해 글로벌 경제의 균형적이고 강건한 성장 촉진을 주요 내용으로 하는바, 본 보고서의 범위를 넘어서는 주제이므로 자세한 설명은 생략한다³⁷⁾.

7) 무역장벽 완화

이는 포괄적인 통상정책에 해당하는 부분이다. WTO 다자협상 타결, TPP 진전, 신흥국과 양자간 투자협정 체결, 캐나다·멕시코·일본·EU와 같은 핵심 무역상대국과 무역정책 조율, 중국·인도·브라질과의 관계 심화, 콜롬비아·인도네시아·사우디아라비아·남아공·터키·베트남과의 무역정책 조율, 양자간 무역정책 메커니즘 활용, 비관세장벽 해결, 신흥국의 무역역량 강화, 무역규범 강건한 집행, 그리고 중소기업 관련 무역

표 4-10. 중소기업 관련 무역장벽 해소

과제	추진내용
통상정책에서 중소기업 관련 쟁점 해소 노력	<ul style="list-style-type: none"> - 중소기업에 특히 불리하게 작용하는 무역장벽 해소에 노력 - TPP: 협정에 대한 웹기반 정보 및 자료 제공, 투명성·예측가능성 제고, 포괄적인 시장접근을 통한 이익 강조 - APEC: 중소기업의 당면한 무역장벽 식별(통관, 지재권 등) - EU와의 우수 중소기업 정책사례 공유(2011~12), EU와의 중소기업 협력 MOU 체결(2012) - USTR은 FTA 상대국과의 중소기업 협력 논의/정보교환 <ul style="list-style-type: none"> • 한국: 중소기업 워킹그룹 운영 • NAFTA, 페루, 칠레, CAFTA-DR: 중소기업의 FTA 이익 확대, 중소기업 네트워크 구축 논의 - MENA TIP 이니셔티브: MENA 지역 진출 중소기업 지원 및 무역장벽 제거, 상대국가와의 중소기업 협력 등 - STOPfakes.gov 웹페이지: 중소기업의 지재권 획득 및 해외에서의 지재권 유지 지원 - 상무부의 Trade Agreement Compliance Program: 무역협정 상대국의 협정 이행상황과 추가적인 논의 사안 식별

자료: U.S. TPCC(2012, p. 54)를 토대로 정리.

37) 자세한 내용은 US TPCC(Trade Promotion Coordinating Committee 2012, p. 49) 참고.

장벽 제거 등의 내용이 포함되어 있다.

자세한 내용은 생략하되,³⁸⁾ 중소기업에 특히 영향을 주는 무역장벽 제거에 대해서 살펴보면 통상협상에서 중소기업에 특히 불리하게 작용하는 무역장벽 해소에 노력하고 있고, EU와 우수 중소기업 정책 사례 공유 및 중소기업 협력 MOU 체결, FTA 상대국과의 중소기업 분야 협력을 추진하고 있다. 또한 MENA 지역 진출 중소기업 지원 및 무역장벽 제거, 상대국가와 중소기업 협력 등을 위해 MENA TIP 이니셔티브를 추진하고 있으며 중소기업의 지재권 획득 및 해외에서의 지재권 유지 지원을 위해 STOPfakes.gov 홈페이지를 운영하고 있다.

8) 서비스 수출 촉진

하원 발의로 서비스 통계 개선 작업을 진행하고 수출입은행은 주요 서비스산업(엔지니어링, 디자인, 건설, 소프트웨어, 건축, 교통, 법률, 컨설팅 등) 수출에 대한 지원을 강화하고 있다.

표 4-11. 서비스 수출 촉진

과제	추진내용
서비스 통계 개선	- 2012년 하원 발의로 서비스 통계 개선 작업 진행
성장 분야 및 시장 식별을 통한 수출촉진활동 개선	- 2011년 수출입은행은 서비스(엔지니어링, 디자인, 건설, 소프트웨어, 건축, 교통, 법률, 컨설팅 등) 수출에 50억 달러 이상 지원 - 미-중 교통 포럼(US-China Transportation Forum) 개최

자료: U.S. TPCC(2012, p. 56)를 토대로 정리.

38) 자세한 내용은 US TPCC(Trade Promotion Coordinating Committee 2012, pp. 50-56) 참고.

나. 차세대 국가 수출 진흥계획(National Export Initiative NEXT, 2014~)

오바마 행정부는 2014년 3월 기존 이니셔티브를 개선한 ‘국가 수출 진흥계획 2(NEI 2: National Export Initiative NEXT)’를 발표하였다. 기본 방향은 전과 마찬가지로 국내 소비에 의존한 경제성장 구조를 탈피하여 수출 확대를 통한 성장과 일자리 창출을 도모하는 것으로 전과 동일하다. 다음 절에서 보는 바와 같이 수출규모를 두 배로 증대시킨다는 목표는 달성하기 어려울 것으로 보이지만, 오바마 행정부는 NEI가 성과를 거두었다고 평가하고(TPCC and Export Promotion Cabinet 2014, p. 3), 기존의 이니셔티브를 발전시킨 NEI 2의 추진을 선언하였다. 이는 장기적인 경제 성장전략으로서 궁극적으로 무역과 투자를 미국의 ‘경제 DNA’로 형성시켰다는 비전을 가지고 있다(TPCC and Export Promotion Cabinet 2014, p. 5).

NEI 2는 다섯 가지의 과제를 설정하였는데, 과제별로 어떤 정책수단을 도입하고 있는지 살펴보자(TPCC and Export Promotion Cabinet 2014).

1) 차세대 글로벌 소비자(NEXT GLOBAL CUSTOMER)와 미국기업 연결

산업·시장에 특화된 부처간 협력지원, 무역 이벤트, 훈련 제공, 산업군에 대한 맞춤형 지원을 제공하고 US 브랜드 개발 등을 통해 해외 마케팅 및 지원을 강화하고 있다. 또한 USTDA의 Global Procurement Initiative를 통해 해외 조달시장 여건을 개선하는 한편 상무부의 지재권 담당관 파견 프로그램을 강화하여 해외진출 기업을 지원하고 있다. 아울러

표 4-12. 차세대 글로벌 소비자 및 미국기업 연결

전략	추진내용
타깃 설정, 맞춤형 지원을 통한 미국기업과 해외 구매자 및 파트너 연결	<ul style="list-style-type: none"> - 산업·시장 특화 부처간 협력지원, 무역이벤트, 훈련 제공 • 기존 Doing Business in Africa Campaign 및 Look South Initiative 활용 - 중소기업 등 특정 사업군에 대한 맞춤형 접근 - US 브랜드 개발 등을 통한 해외 마케팅 및 지원 강화 • USDTA의 Global Procurement Initiative를 통해 해외 조달시장 여건 개선 • 상무부의 지재권 담당관 파견 프로그램 강화를 통해 해외진출 기업 지원
시장정보 제공	<ul style="list-style-type: none"> - 산업 특화 정보 배포를 위한 협력 강화 - 무역협정의 유용성 홍보 - 온라인 수단과 자원 개발을 통한 기업 지원 - 고성장 시장에 대한 설명/마케팅, 데이터 개선 - 미국 내 지원서비스 제공자간의 파트너십 개발을 통해 수출기업(잠재적 수출기업 포함)에 서비스 제공 - 부처간 협력을 통한 마케팅
유망산업 지원	<ul style="list-style-type: none"> - 유망기술, 디지털 경제, 에너지, 농업, 서비스, 인프라 개발 등에 초점을 맞추어 특화된 아웃리치 활동 - 교육, 전문 서비스 등 서비스 수출에 대한 지원 혁신: 국가 관광 전략(National Travel and Tourism Strategy)에 대한 지속적인 지원 - 고위급 부처간 협력을 통한 경제외교 T/F 운영(주요 해외 인프라 프로젝트 중심)

자료: U.S. TPCC and Export Promotion Cabinet(2014, pp. 7-8)을 토대로 정리.

러 부처간 협력을 통해 해외 마케팅을 지원하고 유망기술, 디지털 경제, 에너지, 농업, 서비스, 인프라 개발 등에 초점을 맞추어 특화된 아웃리치 활동을 전개하고 있다.

2) 차세대 국제 운송(NEXT INTERNATIONAL SHIPMENT)의 편리화 및 비용절감

전문상담자 네트워크를 확대하여 수출기업 식별 및 지원서비스와 연결성을 제고하고 있다. 아울러 수출절차 단순화, 통관 관련 부처간 의사결정 절차를 개선하고, 2016년까지 전체 정부 차원의 국제무역데이터 시스템을 구축할 계획이다.

표 4-13. 차세대 국제 운송 편리화 및 비용절감

전략	추진내용
부처간 협력을 통한 수출 정보 및 지원 활용에 대한 접근성 제고, 수출절차 간소화	<ul style="list-style-type: none"> - 사업 카운슬러 네트워크 확대를 통한 수출기업 식별 및 지원서비스와의 연결: 중소기업 개발센터(Small Business Development Center) 등의 훈련 확대 - 수출절차 단순화, 통관 관련 부처간 의사결정 절차 개선; 공통의 위험관리 원칙 개발; 수출 관리 시스템 활용 정보 제공(상무부) - 대사관 계획(embassy plan)에 수출촉진/투자유치 전략 포함
단일 창구 수립을 통한 수출입절차 간소화	<ul style="list-style-type: none"> - 2016년까지 전체 정부 차원의 국제무역데이터 시스템 구축(ITDS: International Trade Data System) - 기업 수출입 절차 간소화에 대한 행정명령(Executive Order on Streamlining the Export/Import Process for America's Businesses, 2014년 2월)에 대한 인식 제고 - ITDS를 통한 수출 라이선싱 시스템간의 연계성 확보 - 전자무역시스템 개선 - 효과적인 단일 창구 수립을 위한 연방자문위원회, 산업계, 관련자 참여
국내 인프라 개선	<ul style="list-style-type: none"> - 국내 운송시스템 개선

자료: U.S. TPCC and Export Promotion Cabinet(2014, pp. 9-10)을 토대로 정리.

3) 차세대 수출거래(NEXT EXPORT TRANSACTION)를 위한 금융접근성 제고

관련 협회, 금융기관, 무역협회, 교육기관과 파트너십을 강화하고, 국내

표 4-14. 차세대 수출거래를 위한 금융접근 제고

전략	추진내용
정부 금융 및 보험 프로그램에 대한 금융기관 참여 및 교육 확대	<ul style="list-style-type: none"> - 관련 협회, 금융기관, 무역협회, 교육기관과 파트너십 강화 - 은행에 대한 정부 지원 프로그램 홍보 - 국내 및 외국 은행, 해외 구매자에 초점을 맞추어 아웃리치 활동, 무역전시회 참여, 무역금융 행사 추진
정부 금융지원에 대한 기업 교육 확대	<ul style="list-style-type: none"> - 중소기업 개발센터와의 파트너십을 통한 정보 제공 확대 - SelectUSA 프로그램에서 외국인투자자 및 reshoring 기업을 대상으로 수출금융 메커니즘 인식 제고 - 교육, 소셜미디어 등을 통한 중소기업 등의 무역금융 이해도 제고
서비스 간소화	<ul style="list-style-type: none"> - 신청 소요시간 축소 - Global Credit Express에 대한 제3자 파트너 기관 확대 - 상무부 ITA 내에 글로벌 금융팀을 신설하여 국내외 금융사업 지원

자료: U.S. TPCC and Export Promotion Cabinet(2014, pp. 11-12)을 토대로 정리.

및 외국 은행, 해외 구매자에 초점을 맞추어 아웃리치 활동, 무역전시회 참여, 무역금융 행사를 추진하고 있다. 또한 외국인 투자자 및 기업을 대상으로 수출금융 메커니즘에 대한 인식을 제고하고, Global Credit Express에 대한 제3자 파트너 기관을 확대하는 한편, 상무부 ITA 내에 글로벌 금융팀을 신설하여 국내외 금융사업을 지원한다.

4) 차세대 경제발전 우선과제(NEXT ECONOMIC DEVELOPMENT PRIORITY)로서 수출과 투자유치 촉진

이는 지역별 수출과 투자유치를 촉진하는 내용을 골자로 한다. 세부적으로는 무역과 투자가 지역경제개발의 핵심 수단이라는 인식을 강화하고 지역의 글로벌 시장에 초점을 맞춘 경제개발전략 수립을 지원한다. 또한 외국인 투자자와 지역 연결을 촉진하고 지역의 국제행사(무역박람회, 컨퍼런스, 스포츠행사 등) 개최를 지원한다.

표 4-15. 차세대 경제발전 우선과제로서 수출과 투자유치 촉진

전략	추진내용
지역 리더에 대한 교육 및 파트너십 형성	<ul style="list-style-type: none"> - 무역과 투자를 지역경제개발의 핵심 수단으로 인식 - 맞춤형 정보 제공 - 무역금융 등 지원수단에 대한 인식 제고
무역촉진 및 투자유치 지원	<ul style="list-style-type: none"> - 지역의 글로벌 시장에 초점을 맞춘 경제개발전략 수립 지원 - 역량강화 지원금 제공 - 외국인 투자자와 지역 연결 - 국제행사(무역박람회, 컨퍼런스, 스포츠행사 등) 개최 지원 - 지역, 주, 연방의 서비스 제공자 간의 효과적인 네트워크 육성 - 경제개발조직을 위한 SelectUSA 서비스 강화
SelectUSA와의 협력	<ul style="list-style-type: none"> - 투자유치 전략을 추진 중인 지역에 대한 정보 및 기술지원 - 무역전시회에 지역개발조직 참여

자료: U.S. TPCC and Export Promotion Cabinet(2014, pp. 13-14)을 토대로 정리.

5) 차세대 글로벌 기회(NEXT GLOBAL OPPORTUNITY)

창출 및 확대

이는 개도국 사업환경을 전반적으로 개선하기 위한 방안으로서, 지적권 보호, 부패 방지, 투명성 강화, 규범과 표준의 국제조화 등을 추진한다. 또한 개도국의 WTO 무역원활화 협정 이행을 지원하고, 시장접근 여건, 지적권 보호 모니터링, 무역장벽 조사, 외교적 노력을 통한 외국의 무역장벽 완화가 중심 내용이다.

표 4-16. 차세대 글로벌 기회 창출 및 확대

전략	추진내용
개도국 사업환경 개선	- 지적권 보호, 부패 방지, 투명성 강화, 규범과 표준의 국제조화 - 공동작업을 통한 효율성 극대화, 우수사례 공유 등
	- 개도국의 WTO 무역원활화 협정 이행 지원
	- 국제 무역 관련 협정 협상 및 이행
	- 해외 무역장벽 해소 • 시장접근 여건, 지적권 보호 모니터링, 무역장벽 조사, 외교적 노력을 통한 외국의 무역장벽 제거 또는 완화

자료: U.S. TPCC and Export Promotion Cabinet(2014, pp. 15-16)을 토대로 정리.

4. 우수 지원수단 사례

가. 수출 금융

미국의 중소기업 해외진출 지원수단 가운데 주목할 부분은 수출 금융 수단의 다양성이다. 최근 미국정부는 중소기업의 다양한 수출자금 수요에 대응할 수 있는 수출 금융 지원제도를 개발·운영하고 있다. 여기서는 미국

중소기업청이 운영하는 세 가지 주요 수출 금융 수단을 소개한다.

첫째, ‘Export Express’는 수출을 시작 또는 확대하는 중소기업에 대하여 최대 50만 달러의 운영자본 또는 고정자산 대출을 제공하는 프로그램이다. 이는 수출 중소기업의 긴급한 소규모 자금 수요에 부응하는 지원수단으로서,³⁹⁾ 36시간 이내에 신청기업의 적합성과 대출승인 절차를 모두 완료한다. 따라서 ‘Export Express’는 수출을 시작하는 중소기업의 단기 자금 수요에 부합하는 지원수단이다. 신청기업은 12개월 이상 활동한 기업이어야 하지만 기업의 핵심 인력이 수출 전문성과 과거의 성공적인 사업 경험을 입증하면 이 조건은 면제될 수 있는바 수출 시작기업을 주로 염두에 두고 있다. ‘Export Express’에 의한 대출은 기간대출 또는 한도거래 형태로 이루어지며, 해당 자금은 해외무역전시회 참여, 보증신용장 지원, 제품 내역서 번역 등을 비롯하여 수출주문에 대한 자금조달, 생산시설 확대, 장비나 부동산 매입 등 수출 개발활동과 관련된 용도로 사용해야 한다.

둘째, ‘Export Working Capital’ 역시 기업의 단기 수출자금 조달 수단으로서 대출 규모는 최대 500만 달러이다. 주문부터 최종 지불 단계에 걸친 수출 주문 또는 거래 사이클을 지원 대상으로 하며, 거래규모나 자산 규모에 근거하여 대출 규모가 결정되는데, 상기한 ‘Export Express’보다는 대규모의 자금 조달원으로 활용된다. 대출 기한은 일반적으로 1년 이하이며, 최대 3년까지 매년 갱신하여 연장할 수 있다. ‘Export Express’와 같이 1년 이상의 사업 경험을 보유한 기업을 대상으로 하며, 신청 기업은

39) 미국 수출입은행이 도입한 Global Credit Express Pilot Loan Program 역시 이와 유사한 단기 대출 프로그램이다.

기업의 우수한 경영능력, 상환 능력 등을 입증해야 한다. 해당 기업은 대출금액의 100%에 해당하는 담보를 제공해야 하며 담보물은 미국 내에 있어야 한다. ‘Export Working Capital’ 대출은 원자재 구입, 재고 확보, 수출품 생산비용 지불, 수출 관련 제품 및 서비스 구매, 보증신용장 지원, 선적전 운전자본 등의 용도로 활용된다.

셋째, ‘International Trade Loan Program’은 수출기업에 대한 장기 자금 지원수단으로서 차별성을 가지며 대출 규모는 최대 500만 달러이다. 대상 기업에도 차이가 있는바, 수출 판매 확대에 따라 확장하고자 하는 기업뿐만 아니라 수입경쟁으로 악영향을 받은 기업, 그리고 국제경쟁에 대응하여 변화를 꾀하는 기업 등을 대상으로 한다. 이에 따라 대출 기한은 일반적으로 10년 이내의 장기로 설정되며 최장 25년까지 연장이 가능하다. 신청 기업의 자격과 담보물 규정은 위와 동일하다. ‘International Trade Loan Program’ 대출은 국제무역 및 해외시장 진출과 관련된 미국 내 시설의 획득, 건설, 리노베이션, 개선, 확장 등에 사용되어야 한다.

위의 세 가지 수출금융 수단에 대해서는 통일된 기준의 이자율 및 수수료율이 적용된다. 1년 이하의 대출에 대해서는 0.25%의 보증 수수료만 요구된다. 그리고 1년 이상 15만 달러 이하의 대출 기업은 2014년간 보증 또는 서비스 수수료를 부담하지 않는다. 15만 초과 70만 달러 이하의 대출에 대해서는 3.0%의 이자율을 적용받고, 70만 초과 100만 달러 이하는 3.5%, 그리고 100만 달러를 초과하는 대출은 일률적으로 3.75%의 이자율을 적용받는다.⁴⁰⁾

40) CRS(2014, pp. 5-8); U.S. SBA 웹페이지 <http://www.sba.gov>(검색일: 2014. 10. 20); SPRING Singapore(2011, p. 53)을 토대로 작성.

나. 수출기업 식별을 통한 효과적인 지원 제공

NEI 추진과 더불어 미국 연방정부는 전략적 파트너십(Strategic Partnership) 프로그램을 운영하고 있다. 이것은 정부와 미국 내 무역 관련 협회와 민간기업이 파트너십을 형성하고, 이를 통해 기업이 확보한 기업 및 시장 정보를 공유하며 중소기업에 대한 효율적인 수출 지원을 제공하는 것을 목적으로 한다.

파트너는 각종 수출정보를 직간접적으로 확보한 기관과 기업을 중심으로 구성된다. 즉, 광고, 마케팅, 전자상거래 기업, 비즈니스 컨설팅 기업, 각종 협회, 상공회의소, 컨퍼런스 및 이벤트 기업, 수출금융 기업, 법률자문기업, 주정부 및 이하 지자체, 교통 및 운송 업체 등인데, 이들은 미국 내 수출 기업의 동향과 타겟 시장 그리고 기업이 해외진출 과정에서 필요로 하는 것 등에 대한 광범위한 정보를 확보하고 있다는 공통점이 있다. 이들이 획득한 각종 기업 및 시장 정보를 활용하여 수출기업들의 시장 확대가 전략적 파트너십의 궁극적인 목적이라고 할 수 있다.⁴¹⁾

전략적 파트너십 프로그램의 일환으로 추진되는 NMEI(New Market Exporter Initiative)를 통해 동 프로그램의 목적을 보다 명확하게 이해할 수 있다. NMEI는 페덱스, UPS, 미국 우정국과 같은 파트너 기업을 활용하여 1개국 이상으로 수출하는 미국기업의 현황을 파악하고 이 기업들이 다른 시장으로 수출을 확대할 수 있도록 돕겠다는 것이다.⁴²⁾ 즉, 평균적으로 60%에 육박하는 미국기업이 단지 한 국가에만 수출을 하고 있다는

41) export.gov. 홈페이지, <http://www.export.gov/CSPartners>(검색일: 2014. 10. 20).

42) ITA 홈페이지, <http://www.trade.gov/nei/new-market-exporter-initiative>(검색일: 2014. 10. 20).

점에 착안하여 초보 수출기업이 수출 대상 국가를 확대하도록 우선적으로 지원하겠다는 것이다.

다. 신흥시장 진출 지원

상기한 미국의 수출지원정책 대부분이 사실상 신흥국을 중심으로 한 새로운 시장진출 확대에 초점을 맞추고 있다고 해도 과언이 아니다. 먼저 각 부처는 브라질, 인도, 중국 시장 진출을 우선적으로 지원하고, 이 3개국 외에 베트남과 같은 차세대(Next Tier) 시장에 대한 중소기업 수출지원을 확대하고 있다(U.S. TPCC 2012, pp. 43-45).

또한 중소기업을 중심으로 신흥국에 대한 무역사절단을 확대하고 있으며, 그 주요 타깃은 신흥국이다. 주요 대상 국가는 중국, 인도, 남아공, 브라질, 사우디아라비아 등이며, 교육, 보건, 프렌차이징, 에너지 등 서비스 산업이 주종을 이룬다. 또한 고위급 무역사절단 파견을 확대하여 인도의 경우 USTDA와 수출입은행의 고위급 관료 참여하여 첨단기술 분야의 사절단을 파견하였고, 베트남, 인도네시아의 경우 상무부 무역장관 및 70여 개의 대학교가 참여한 교육분야 사절단을 파견하였다. USTDA는 신흥국 구매자 초청사업을 확대하여 디자인, 제조업, 서비스 등 분야 미국기업과 신흥국 구매자를 연결시키고 있다(U.S. TPCC 2012, p. 46).

수출입은행은 신흥국 수출금융을 제고하기 위해 브라질, 콜롬비아, 나이지리아, 남아공, 인도, 인도네시아, 베트남 등에 대한 별도의 팀을 구성하고, 농업, 항공기, 항공전자기기, 건설, 의료기술, 광업, 석유가스, 발전 산업의 해외진출을 촉진하고 있다(U.S. TPCC 2012, pp. 48-49).

라. 산업별 타깃형 지원

미국의 수출지원정책에서 일관되게 읽을 수 있는 특징 중 하나는 특정 국가, 산업에 특화된 지원방안을 강구하기 위해 노력한다는 점이다. 또한 유망 서비스산업의 해외진출 확대에 많은 관심을 기울이고 있는 것도 주목할 필요가 있다. 이는 산업 분야별로 특성화된 지원이 필요하다는 인식과 해외진출 지원의 비용 대비 효과성을 감안한 결과로 이해된다.

예컨대 수출입은행은 항공, 건설, 의료, 발전, 위성, 텔레커뮤니케이션, 신재생에너지 등에 초점을 맞추어 이들을 중심으로 아웃리치 활동을 확대하고 있으며 2011년의 경우 엔지니어링, 디자인, 소프트웨어, 건축, 교통, 법률, 컨설팅과 같은 성장성이 높은 서비스산업의 수출에 50억 달러 이상을 지원하기로 하였다. 또한 타깃형·맞춤형 지원을 강화하기 위해 특정 산업이나 시장에 특화된 부처간 협력 지원, 무역 이벤트, 교육훈련을 개발하고 있다. 그리고 상무부는 유망기술, 디지털경제, 에너지, 농업, 서비스, 인프라 개발 등 유망산업에 특화된 아웃리치 활동을 전개하는 한편, 교육, 전문 서비스, 관광 등 서비스 수출에 대한 지원을 확대하고 있다.⁴³⁾

5. 성과

위와 같은 정책 도입이 실제로 어떤 수출 성과로 연결되었는지 객관적으로 평가하기는 쉽지 않다. 본 절에서는 먼저 주요 정책수단의 이행

43) U.S. TPCC(2012) 및 US TPCC and Export Promotion Cabinet(2014)를 토대로 작성.

성과를 U.S. TPCC(2012)가 제시한 ‘NEI Progress Metrics’를 토대로 파악하고, 다음으로 중소기업 수출의 성과 및 수출이 미국경제 및 고용에서 차지하는 비중과 역할의 추이를 분석하여 NEI의 성과를 가늠하고자 한다.

가. 주요 정책수단의 이행성과

첫째, 자문 및 상담을 통해 성사된 수출이 크게 증가하였다. 상무부와 중소기업청의 중소기업에 대한 수출 자문 및 상담을 통해 성사된 수출규모는 2010년 11억 5,000만 달러에서 32억 7,000만 달러로 크게 증가하였다. 중소기업의 경우 수출 모색단계에서 성사에 이르기까지 평균 18개월이 소요되었다(U.S. TPCC 2012, p. 31).

둘째, 상무부 및 농무부가 주도한 해외 무역사절단에 참여한 미국기업 숫자는 2010년 500개에서 2011년 614개로 증가하였고, 이를 통해 성사된 수출규모는 2010년 6,200만 달러에서 2011년 12억 달러로 1,900% 증가하였다. 한편, 정부부처의 초청으로 방미한 해외 구매자의 숫자는 2010년 16,142개, 2011년 16,659개를 기록하였고, 이를 통해 성사된 수출 규모는 2010년 8억 1,800만 달러에서 2011년 9억 100만 달러로 증가하였다(U.S. TPCC 2012, p. 32).

셋째, 해외에서 개최되는 무역박람회 참여 지원을 받은 기업 숫자는 2010년 4,777개, 2011년 3,782개를 기록하였는데, 성사된 수출 규모는 2010년 14억 5,000만 달러에서 2011년 110억 6,200만 달러로 급증하였다(U.S. TPCC 2012, p. 33).

넷째, 시장진입을 위한 맞춤형 서비스의 제공 빈도가 증가하였다. 특정 시장을 목표로 하는 기업의 입장에서 해당 기업 및 제품에 특화된 시장정

보 제공, 그리고 해당 지역의 바이어 연결(상무부가 제공하는 이 서비스는 ‘Golden Key Service’라고 불린다)이 맞춤형 서비스의 주요내용이다. 맞춤형 서비스를 제공받은 기업 수는 2010년 2,615개에서 2011년 4,028개로 증가하였고, 이를 통해 성사된 수출규모는 2010년 20억 900만 달러에서 2011년 33억 3,000만 달러로 상승하였다(U.S. TPCC 2012, pp. 33).

다섯째, 상기한 바와 같이, 주로 신흥국을 중심으로 급증하는 대규모 인프라 프로젝트 수요에 대응하기 위해 미국 정부는 경제 외교를 강화하였다. 이에 따라 계약 성사 건수가 2010년 46건, 2011년 53건을 기록하였고, 그 규모는 2010년 187억 달러, 2011년에는 239억 달러를 기록하였다(U.S. TPCC 2012, p. 34).

여섯째, 수출금융 확대정책에 따라 수출입은행과 중소기업청, 그리고 농무부의 금융지원을 받은 수출 규모가 증가하여, 2010년 368억 달러,

표 4-17. 주요 비금융 수출지원수단의 이행성과

지원수단	2010	2011	수행기관
상담 지원을 받은 수출규모	11억 5,000만 달러	32억 7,000만 달러	상무부, 중소기업청
해외무역사절단에 참여한 미국기업 수	500개	614개	상무부, 농무부, 기타
이를 통해 성사된 수출규모	6,200만 달러	12억 달러	상무부, 농무부
미국 방문 해외 구매자 수	16,142개	16,659개	상무부, 농무부, 각 주
이를 통해 성사된 수출규모	8억 1,800만 달러	9억 100만 달러	상무부
해외무역박람회 참가지원을 받은 미국기업 수	4,777개	3,782개	상무부, 농무부, 기타
이를 통해 성사된 수출규모	14억 5,000만 달러	116억 2,000만 달러	상무부, 농무부
맞춤형 서비스를 제공받은 기업 수	2,615개	4,028개	상무부, 농무부, 각 주
이를 통해 성사된 수출규모	20억 9,000만 달러	33억 3,000만 달러	상무부
총계(수출지원수단을 통해 성사된 총수출규모)	63억 5,000만 달러	200억 3,000만 달러	-

자료: U.S. TPCC(2012), pp. 30-35를 토대로 저자 정리.

2011년 441억 8,000만 달러를 기록하였다. 거래 건수를 기준으로 할 경우, 수출금융 지원을 받은 거래는 2010년 5,062건, 2011년 5,261건으로 나타났다(U.S. TPCC 2012, p. 35).

일곱째, 중소기업에 대한 수출금융을 강화하기 위해 수출입은행은 ‘Express Insurance(공급사슬 금융 보증)’, 재보험 상품 그리고 ‘Renewable Energy Express’를 제공하고, 중소기업청은 ‘International Trade Loans’, ‘Export Working Capital Loans’, ‘Export Express Loans’를 확대하였다. 아울러 지원요건을 완화하고 지원절차를 단순화하는 한편, 지역은행과 연계하여 중소기업의 수출금융 활용을 확대하였다. 2010년 정부 금융 프로그램의 지원을 받은 수출기업의 숫자는 2010년 3,668개, 2011년 3,605개였으며, 수출규모를 기준으로 하면 2010년 113억 달러, 2011년 140억 400만 달러를 기록하였다(U.S. TPCC 2012, p. 35).

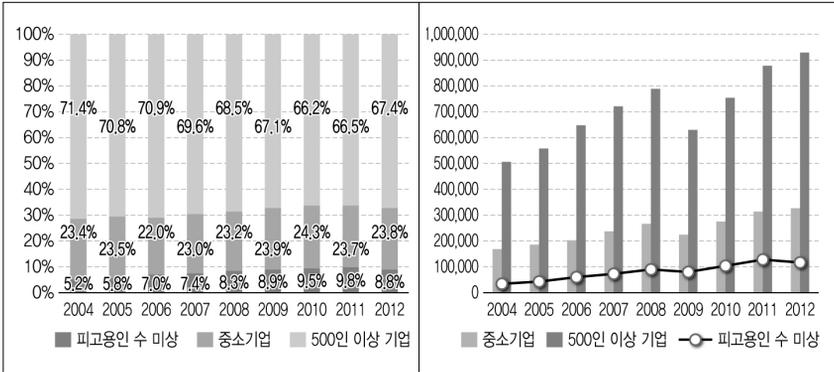
나. 중소기업의 수출성과

2004년 이후 중소기업의 수출 추이를 살펴보면, 특기할 만한 변화는 나타나지 않는다. 최근 전체 수출 가운데 중소기업이 차지하는 비중은 60% 중반을 유지하고 있다. 중소기업 전체적으로 보면, 수출 증가속도 역시 500인 이상 대기업에 비해 큰 차이를 보이지 않는다.

500인 미만 중소기업의 수출규모 변화 추이를 세부적으로 보면, 제조업 중간규모(100~249명 및 250~499명) 기업의 수출 증가율이 가장 빠르고, 소기업의 증가속도는 상대적으로 낮다. 반면, 도매업에서는 소기업의 수출비중 및 증가율이 상대적으로 높았다. 일반적으로 중간규모 기업은 해외투자, 합작 활동 등이 활발하고 이것이 수출을 견인하고 있는 것으로

그림 4-4. 미국 중소기업 수출 비중(좌)과 수출 규모(우)

(단위: %, 백만 달러)



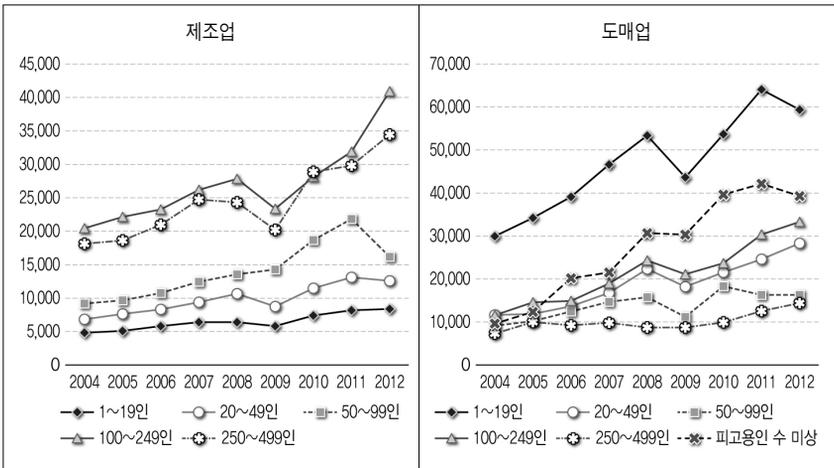
자료: US Census Bureau(2004~2012), "Profile of U.S. Importing and Exporting Companies."

판단된다. 반면 중소기업의 경우 비관련사에 대한 수출에 주로 의존하고 있어 높은 수준의 수출 증가율을 보이지 못하는 것으로 보인다.

미국의 전체 중소기업 가운데 수출에 참여하는 기업은 약 1% 내외를

그림 4-5. 미국 중소기업 업종별 수출 규모

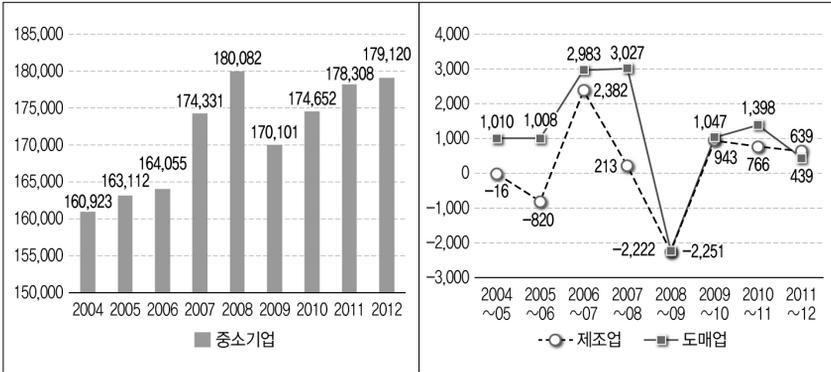
(단위: 백만 달러)



자료: US Census Bureau(2004~2012), "Profile of U.S. Importing and Exporting Companies."

그림 4-6. 미국 수출 중소기업 수 추이(좌)와 업종별 수출기업 수 증가(우)

(단위: 개)



자료: US Census Bureau(2004~2012), "Profile of U.S. Importing and Exporting Companies."

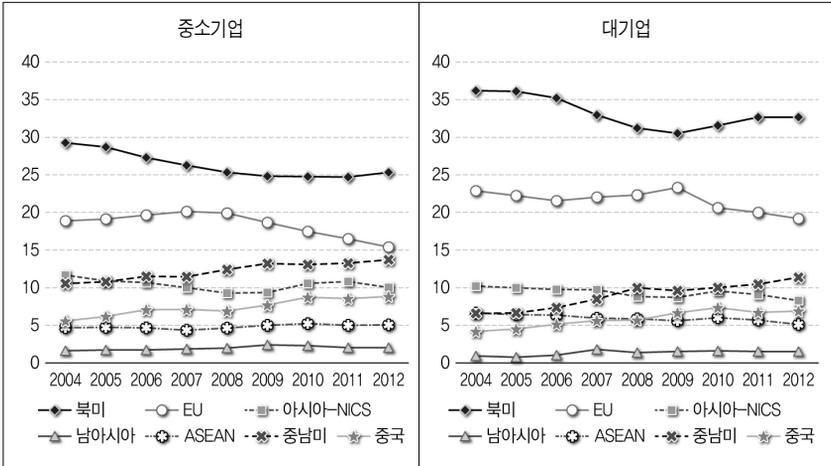
유지하고 있으며, 2012년 수출 중소기업 숫자는 179,120개로 추산된다. 2009~10년간 수출 중소기업의 숫자는 4,500개 가량 큰 폭으로 증가하였으나, 2010~11년간에는 약 3,700개, 2011~12년간에는 약 800개가 증가하여 증가 속도는 최근 다소 떨어지는 추세를 보이고 있다. 업종별로 보면, 도매업종의 수출기업 수 증가폭이 제조업보다 다소 크다.

미국 중소기업의 수출 지역을 살펴보면, 2004년 이후 북미지역 수출 비중이 2004~12년간 약 5%포인트 감소했고, EU 수출 비중 역시 2008년 이후 5%포인트가량 감소하였다. 또한 인도를 포함한 남아시아로의 수출 비중은 낮은 수준에 머물고 있다. 반면 중남미 국가로의 수출 비중은 같은 기간 중 약 5%포인트가량 증가하였고, 중국으로의 수출 비중 역시 꾸준히 높아지고 있다. 또한 중국을 제외한 아시아 국가로의 수출 비중은 꾸준히 10%대를 유지한다.

미국 중소기업의 수출 지역을 500인 이상의 대기업과 비교할 때, 확연히 구분되는 점은 대기업의 수출 지역이 북미지역과 EU에 보다 편중되어

그림 4-7. 미국 중소기업/대기업의 수출지역별 비중

(단위: %)



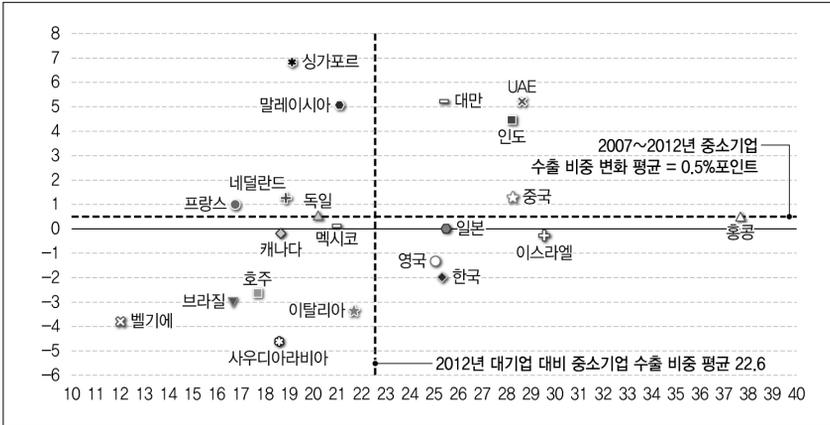
자료: US Census Bureau(2004~2012), "Profile of U.S. Importing and Exporting Companies."

있다는 점이다. 또한 대기업도 중소기업과 마찬가지로 중남미, 중국으로의 수출비중이 높아지고 있는 추세이지만, 중소기업에 비해서는 낮은 수준이다.

2007~12년간 미국 중소기업의 21개 주요 수출대상국에 대한 수출 동향을 살펴보면 인도, 중국, 대만 등으로의 수출이 눈에 띄게 증가하였다. 또한 대기업 대비 중소기업 수출 비중 자체는 비교적 낮지만, 수출 비중이 큰 폭으로 증가한 국가로는 싱가포르, 말레이시아, 네덜란드 등이 있다. 반면 수출 비중이 높지만 최근 수출 비중이 정체하거나 감소한 국가로는 일본, 이스라엘, 영국, 한국 등이 있다. 한편, 주요 교역대상국인 브라질은 최근 미국 중소기업의 수출 비중이 오히려 감소하였다.

그림 4-8. 미국 중소기업의 수출지역 변화

(단위: %포인트)



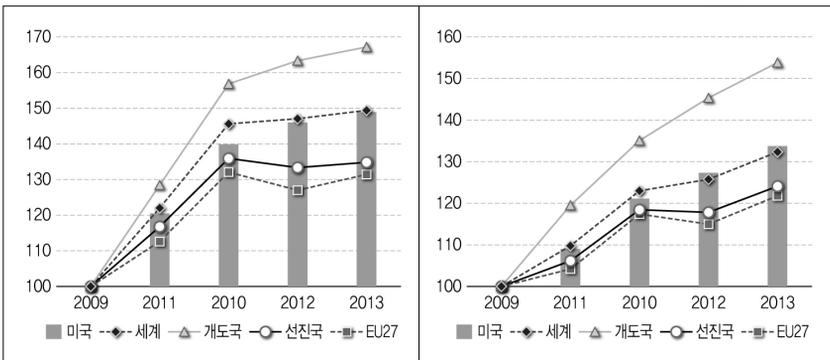
자료: US Census Bureau(2004~2012), "Profile of U.S. Importing and Exporting Companies"를 토대로 저자 작성.

다. 수출의 미국경제에 대한 기여

2009년 이후 미국의 상품 수출 증가 속도는 전 세계 수준에 약간 못 미치고 있으며, 특히 2011년 이후 증가 속도가 눈에 띄게 둔화되고 있다.

그림 4-9. 2009년 이후 미국의 상품(좌)과 서비스(우) 수출 추이

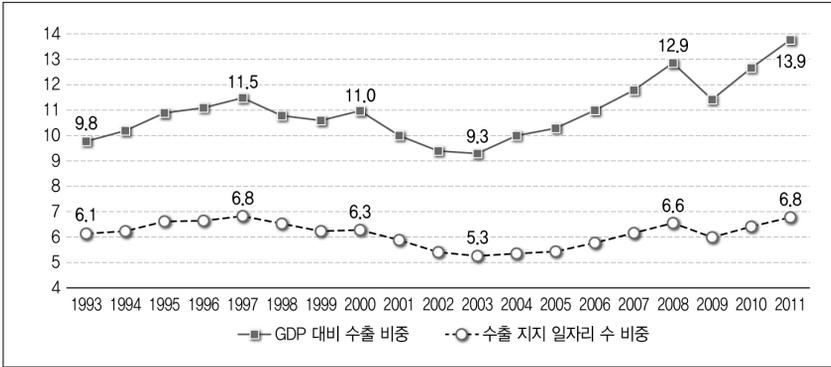
(단위: 2009=100)



자료: UNCTAD Stat Database(검색일: 2014. 6. 27).

그림 4-10. 미국의 수출이 GDP 및 고용에서 차지하는 비중 추이

(단위: %)



자료: ITA(2012), p. 4.

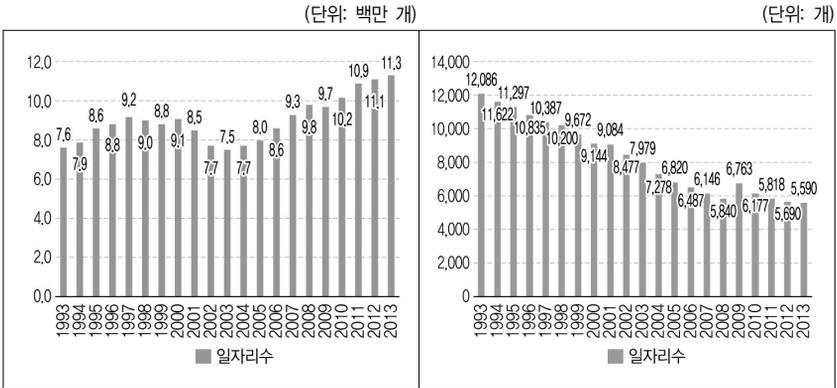
타국과 비교해보면, 미국의 수출은 EU 27개국에 비해 높은 증가율을 기록한 반면, 개도국에는 크게 못 미친다.

그러나 2011년 미국의 수출이 GDP에서 차지하는 비중은 1993년 이후 최고치인 13.9%를 기록하였다. 2009년 금융위기로 수출 비중이 큰 폭으로 떨어졌으나 이후 높은 증가세를 기록한 것이 특기할 만하다. 한편, 전체 고용에서 수출이 차지하는 비중 역시 2003년 이후 증가세를 기록하여 2011년에는 6.8%를 기록하였다.

미국의 수출이 지지하는 일자리 수는 추세적으로 감소하는 것으로 보인다.⁴⁴⁾ [그림 4-11](좌)과 같이, 1990년대 초반 이후 미국에서 수출이 지지하는 일자리 수는 증가하는 추세로서, 특히 2013년에는 수출이 지지하는 일자리 수가 약 1,130만 개에 달하였다. 그러나 수출 10억 달러당 지지

44) 당초 NEI가 일자리 창출을 정책의 중요한 목표로 설정하였기 때문에 수출이 견인하는 일자리 추이를 살펴볼 필요가 있다. 그러나 수출 중소기업이 창출 또는 지지하는 일자리 수에 대한 통계가 존재하지 않아 전체 수출이 지지하는 일자리 수를 토대로 그 성과를 가능하고자 한다.

그림 4-11. 수출 지지 일자리(좌) 및 수출 10억 달러당 지지 일자리(우)

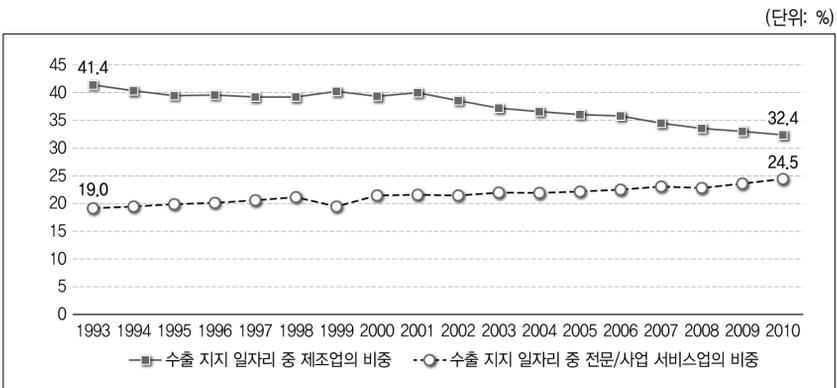


주: 2013년은 예상치임.
 자료: ITA(2012, 2014)를 토대로 저자 정리.

일자리 수는 지속적으로 감소하여, 2013년에는 수출 10억 달러당 지지 일자리 수가 5,590개로서 1993년 12,086개의 절반에 미치지 못하고 있다.

국내경제에 대한 수출의 기여도는 서비스업을 중심으로 점차 높아지고 있음을 확인할 수 있다. [그림 4-12]와 같이, 수출지지 일자리 가운데 제조

그림 4-12. 수출 지지 일자리 중 제조업과 서비스업이 차지하는 비중



자료: ITA(2012), p. 8.

업 수출이 지지하는 일자리 수의 비중은 1993년 이후 꾸준히 하락하는 반면 전문·사업 서비스 수출이 지지하는 일자리 수의 비중은 1993년 19%에서 2010년 24.5%로 증가하였다.

제5장 EU 국가의 중소기업 해외진출 지원정책

1. 독일
2. 핀란드



1. 독일

가. 중소기업 현황

독일의 중소기업 분류는 기본적으로 EU의 기준에 따른다. 이에 의하면 고용 인원을 기준으로 10인 미만으로 연간 매출액 200만 유로 이하 또는 연간 총자산 200만 유로 이하인 기업은 영세기업, 고용 인원 10인 이상 50인 미만으로서 연간 매출액 1,000만 유로 또는 연간 총자산 1,000만 유로 이상인 기업은 소기업, 고용 인원 50인 이상 250인 미만으로서 연간 매출액 5,000만 유로 이하 또는 연간 총자산 4,300만 유로인 기업은 중기업으로 분류된다.

그러나 독일은 일반적으로 중소기업을 지칭하는 SME(Small and Medium Sized Enterprise) 대신에, ‘미텔슈탄트(Mittelstand)’라는 고유의 개념을 가지고 있다. 미텔슈탄트는 경영과 신용, 위험이 소유주에게 귀속되는 기업을 의미하며, 가족기업의 상당수가 여기에 포함된다. 가족기업은 주로 가족 소유로서 가족이 경영하며, 단기적인 성과보다는 장기적인 시각으로 경영되는 경우가 많다. 또한 특정 지역에 기반을 두지만 글

표 5-1. EU의 중소기업 분류

기업 구분	고용 인원(E, 인)	연간 매출액 또는 총자산(T, 유로)	
중기업	$50 \leq E < 250$	$1,000만 < T \leq 5,000만$	$1,000만 < T \leq 4,300만$
소기업	$10 \leq E < 50$	$200만 < T \leq 1,000만$	$200만 < T \leq 1,000만$
영세기업	$10 > E$	$T \leq 200만$	$T \leq 200만$

자료: IfM Bonn, <http://www.ifm-bonn.org/mittelstandsdefinition/definition-kmu-der-eu-kommission/>(검색일: 2014. 8. 4).

로벌 시장 진출에 매우 적극적인 성향을 가진다(Boettcher 2013, p. 4).

전통적인 의미의 미텔슈탄트는 기업의 규모를 기준으로 한 개념이 아닌 대기업도 포함하는 개념이다. 즉, 미텔슈탄트라 불리는 가족기업 가운데 4,000개 이상은 연간 5,000만 유로 이상의 매출 실적을 기록하고 있다(Boettcher 2013, p. 4). 미텔슈탄트 가운데 가장 두각을 나타내는 기업들은 히든 챔피언(hidden champion)으로서 해당 국제시장을 선도하고 있는데 여기에는 중소기업뿐만 아니라 대기업도 상당수 포함되어 있다.⁴⁵⁾

상기한 EU의 정의는 독일의 고유한 특성을 반영하는 데 한계가 있다. 반면 전통적인 미텔슈탄트 개념은 독일 고유의 기업문화를 반영한 용어로서 양적인 정의를 수반하지 않는다. 이에 따라 독일 연방정부는 미텔슈탄트의 정책적 정의를 별도로 수립하였다. 즉, 대다수의 가족기업이 250~500인 규모라는 점을 반영하여, 500인 및 연간 매출액 5,000만 유로 미만 기업을 미텔슈탄트, 즉 정책적 의미의 중소기업으로 분류한다(IfM Bonn 웹페이지). 따라서 독일 연방정부의 미텔슈탄트 정책은 통상적으로

표 5-2. IfM Bonn의 중소기업 분류

기업 구분	고용 인원(E, 인)	연간 매출액(T, 유로)
대기업	$500 \leq E$	$5,000만 \leq T$
중기업	$10 \leq E < 499$	$100만 \leq T < 5,000만$
소기업	$10 > E$	$T < 100만$

자료: IfM Bonn, <http://www.ifm-bonn.org/mittelstandsdefinition/definition-kmu-des-ifm-bonn/>(검색일: 2014. 8. 4).

45) 전 세계 2,734개의 히든 챔피언 가운데 독일기업은 1,307개에 달한다. 인구 100만 명당 히든 챔피언의 숫자가 16개로서, 프랑스 1.1개, 미국 1.2개, 일본 1.7개를 압도한다(Boettcher 2013, p. 4).

다른 국가들에서 말하는 중소기업 정책에 해당된다.⁴⁶⁾

EU 정의에 근거하여 2014년 현재 독일 중소기업의 현황을 살펴보면, 250인 미만 중소기업은 전체 기업 수의 99.5%, 전체 부가가치의 54.2%를 차지하며 전체 고용의 62.3%를 차지한다. 수출에서 중소기업이 차지하는 비중은 상당히 높은 편으로 2010년 독일 전체 수출의 29.3%를 차지하고 있다(미국은 2011년 500인 미만 기업이 차지하는 수출 비중이 23.7%, 한국은 같은 해 20.3%). 또한 전체 EU 역내 수출기업 가운데 중소기업 비중은 63.8%, EU 역외 수출기업 중 중소기업 비중은 43.1%이다.

2010년 독일 전체 중소기업 가운데 EU 역내 수출기업의 비중은 6.2%, EU 역외 수출기업 비중은 2.1%로서, 본 보고서에서 연구한 다른 국가와

표 5-3. 독일 중소기업 개요(2014년)

기업 규모	기업 수 (개, %)	부가가치 (백만 유로)	고용(명)	수출액 (천 유로)	수출기업 수(개)	
					EU 역내	EU 역외
0-9	1,883,503	227,557	5,000,440	60,178,518	91,729	21,340
	(81.9)	(15.5)	(18.6)	(6.3)	(40.9)	(19.5)
10-49	346,479	273,127	6,250,038	91,805,529	37,067	16,244
	(15.1)	(18.6)	(23.2)	(9.7)	(16.5)	(14.8)
50-249	59,526	295,467	5,543,870	126,689,626	14,030	9,719
	(2.6)	(20.1)	(20.6)	(13.3)	(6.3)	(8.9)
250+	11,418	672,370	10,145,771	482,938,503	3,673	3,039
	(0.5)	(45.8)	(37.7)	(50.9)	(1.6)	(2.8)
중소기업	2,289,508	796,151	16,794,348	278,673,673	142,826	47,303
	(99.5)	(54.2)	(62.3)	(29.3)	(63.8)	(43.1)
합계	2,300,926	1,468,521	26,940,118	949,629,479	224,006	109,672

주: 2014년 추정치이며, 수출액과 수출기업 수는 2010년 기준.

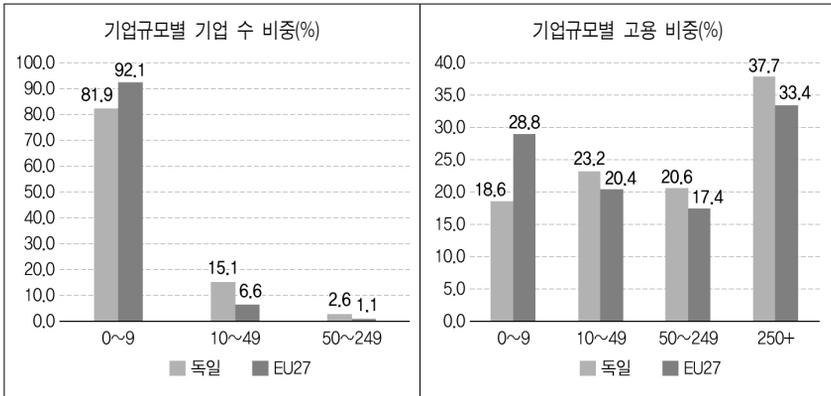
자료: Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics/structural-business-statistics/sme>(검색일: 2014. 8. 11).

46) 본고에서는 분석 목적과 가용성 등을 고려하여 EU와 독일 연방정부의 분류체계를 적절히 활용하기로 한다.

비교해 수출 중소기업의 비중이 높은 편이다. 예컨대 중소기업을 500인 미만으로 넓게 규정한 미국은 전체 중소기업 가운데 수출기업 비중이 약 1%이며, 유사한 기준을 적용하는 우리나라는 약 2.6% 수준이다(제2장 참고). 그만큼 독일 중소기업의 수출 지향성은 상대적으로 높다.

독일의 중소기업은 EU 국가들과 비교하여 상대적으로 규모가 크며, 고용 비중 역시 높다는 점이 특징적이다. 즉, 0~9인 규모의 영세기업 비중은 EU 전체에 비해 낮지만, 그 이상 규모의 기업 비중은 EU 전체와 비교하여 높아서 50~249인 규모 기업이 독일기업 중 차지하는 비중이 2.6%인 반면, EU 전체에서는 1.1%에 불과하다. 이에 따라 영세기업을 제외한 기업의 고용 비중 역시 EU 전체와 비교해서 높다. 이는 상대적으로 규모가 큰 가족기업이 독일 중소기업의 주요 구성요소라는 점에 기인한다. 독일 중소기업의 수출 비중이 타국에 비해 높은 까닭도 상대적으로 규모가 크고 대외지향성이 강한 가족기업의 역할이 크게 작용한 것으로

그림 5-1. 독일과 EU27 중소기업 구성과 고용 비교



자료: Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics/structural-business-statistics/sme>(검색일: 2014. 8. 11).

판단된다.

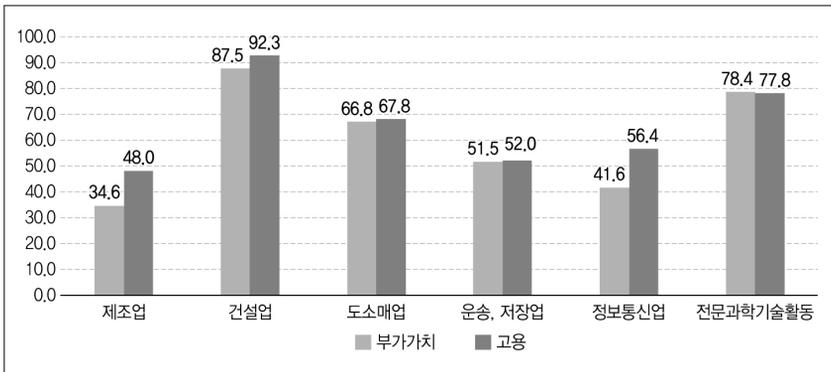
주요 산업별로 중소기업의 비중을 살펴보면, 건설업과 전문·과학·기술 활동 분야 중소기업의 부가가치 및 고용 비중이 가장 높다(2014년). 그 밖에 도소매업 분야 중소기업의 부가가치 및 고용 비중이 높은 것으로 나타나며, 제조업 분야 중소기업의 부가가치 비중은 34.6%, 고용 비중은 48.0%로서 여타 산업에 비교하면 그 비중이 높지 않다.

제조업 분야 중소기업의 비중이 낮게 잡히는 원인 중의 하나는 EU의 중소기업 분류체계에 있는 것으로 보인다. 독일은 전반적으로 250인 이상의 기업 비중이 높은바, 이것이 제조업에서도 나타나기 때문이다. [그림 5-3]과 같이, 독일은 EU27과 비교하여 제조업 분야에서 250인 이상 기업의 고용 비중이 높고, 부가가치 비중 역시 높은 특징이 있다.

독일 중소기업 정책을 주관하는 연방경제기술부는 기술혁신과 인력양성에 가장 많은 자원을 투입하고 있으며, 대외무역 진흥에도 상당한 예산

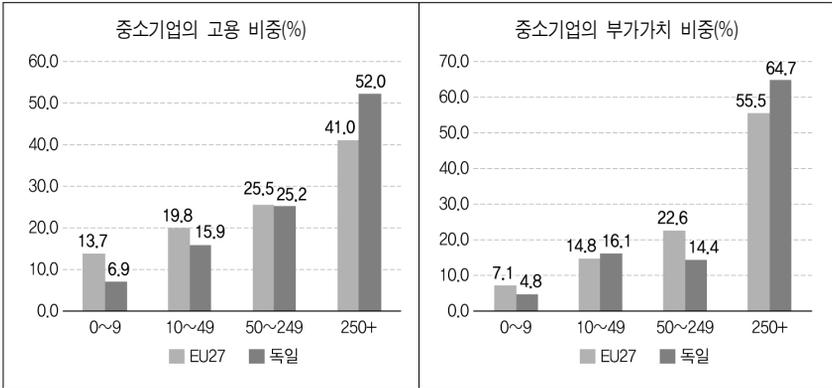
그림 5-2. 독일의 주요 산업별 중소기업 고용 및 부가가치 비중(2014년)

(단위: %)



자료: Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics/structural-business-statistics/sme>(검색일: 2014. 8. 11).

그림 5-3. 제조업 분야의 독일과 EU27 중소기업 고용과 부가가치 비중

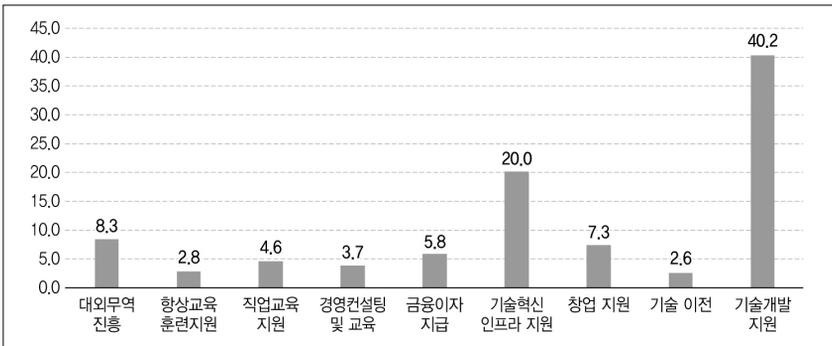


자료: Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics/structural-business-statistics/sme>(검색일: 2014. 8. 11).

을 배정하고 있다. 2011년 독일 연방경제기술부의 중소기업 정책 예산(김광희 2014, p. 57) 가운데 기술개발지원사업(40.2%)과 기술혁신인프라지원(20.0%) 비중이 가장 크다. 그 밖에 큰 비중을 차지하는 분야는 인력양성 부문으로, 경영컨설팅 및 교육, 직업훈련생 및 중소기업 근로자 교육훈

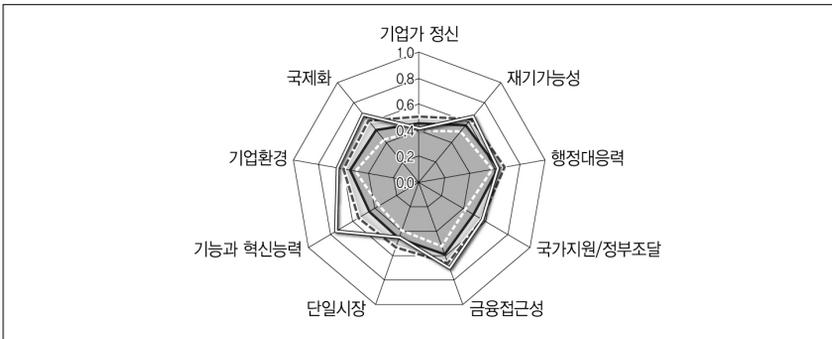
그림 5-4. 독일의 중소기업 정책 예산(2011년)

(단위: %)



자료: 김광희(2014), p. 57.

그림 5-5. 독일 중소기업의 경쟁력



자료: European Commission(2014b), p. 5.

런 지원이 11.1%로 큰 몫을 구성한다. 그리고 중소기업의 대외무역활동에 대한 지원 예산도 8.3%를 차지하고 있다.

Boettcher(2013), European Commission(2014b), 김광희(2014) 등 다수의 연구가 독일 중소기업 경쟁력으로서 공통적으로 주목하는 요소는 ① 혁신과 기술력(그리고 이를 통한 높은 생산성), ② 우수한 금융 접근성, ③ 적극적인 해외시장 진출 및 그 여건 조성이다. European Commission(2014b)에 의하면, 독일 중소기업은 혁신과 기술력을 구성하는 모든 요소에 있어서 EU 평균을 상회하고 있다. 또한 금융접근성, 기업 환경 역시 EU 평균 수준을 크게 상회하고 있으며, 해외진출(국제화) 측면에서도 독일은 EU 경쟁국들을 앞서고 있다.

나. 중소기업 해외진출 지원체계⁴⁷⁾

독일 연방정부 차원의 중소기업 해외진출 지원은 정부 부문과 민간 부

47) 대외경제정책연구원(2012, pp. 12~18)을 토대로 작성.

문이 나누어 수행하는바 연방경제기술부(BMWi: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie)와 독일무역투자청(Germany Trade & Invest)이 주도기관이다. 연방경제기술부에서는 중소기업정책국(DG II: SME Policy)과 대외경제정책국(DG V: External Economic Policy)이 수출 관련 업무를 담당한다. 독일 무역투자청은 1951년 해외투자청(BfA; Bundesauskunftsstelle für den Außenhandel)으로 출발하여, 2009년에 독일 해외수출청(German Office for Foreign Trade)과 독일 투자청(Invest in Germany)이 합병되어 현재의 기관을 형성하였다. 독일 무역투자청은 독일기업의 수출 증진과 독일 국내 투자유치를 지원하는 기관으로서 연방경제기술부 및 독일 상공회의소와 긴밀한 협력활동을 전개하고 있다. 주요 업무는 다음과 같다(대외경제정책연구원 2012, p. 13).

- 독일기업들을 위한 해외시장 정보 제공 및 비즈니스 지원
- 비즈니스 및 테크놀로지 투자지로서의 독일에 대한 홍보
- 외국기업들에 대한 독일 내에서의 비즈니스 지원
- 베를린을 포함한 구동독권 연방주의 경제개발 촉진

경제수출관리청(BAFA: Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle)은 1954년 설립된 연방경제청(BAW)과 1992년에 설립된 연방수출청(BAFA)에서 유래한 기관으로, 연방경제기술부의 산하기관이며 수출인증, 수입규제 등 무역 관련 관리 업무 및 중소기업 중심의 경제개발 촉진정책을 추진한다(대외경제정책연구원 2012, pp. 13~14).

한편, 민간기관으로는 독일상공회의소(AHK: Deutsche Auslandshandelskammern)

와 독일산업무역협회(DIHK: Deutscher Industrie- und Handelskammertag)가 대표적이다. 독일 산업 및 무역계를 공식적으로 대표하는 기관으로서 독일 상공회의소는 독일 대사관·영사관 및 독일 무역투자청과 함께 외국 현지에 진출하여 현재 5만 개의 회원사를 보유하고 있다. 주요 업무는 독일 산업 및 무역계를 공식적으로 대표하고, 전 세계 독일 상공회의소 소속 회원사를 관리하며, 해외진출한 독일기업에 대한 외국 현지에서의 서비스를 제공한다. 독일산업무역협회는 1861년에 설립되어 독일의 산업 및 무역 기업들의 정치적, 경제적 이익을 대변하고 지원한다. 독일 산업무역협회는 약 80개국 120지역에 진출하여 다음과 같은 업무를 수행한다 (대외경제정책연구원 2012, pp. 14~15).

- 입지조건 관련 정보제공을 통한 해외 현지진출 지원
- 창업 아이디어, 금융지원 방안 등 중소기업 관련 상담
- 교육·훈련 실시
- 특허권 등 혁신 및 기술 관련 상담을 통한 원활한 비즈니스 환경 제공
- 독일의 수출증진을 위한 지원, EU 차원에서 결정 시 독일 산업계의 관심사 반영 요구 및 독일 상공회의소의 네트워크 파트너로서의 역할 수행
- 법적 및 세금 관련 자문 제공

금융기관으로는 KfW IPEX-Bank가 대표적이다. 1948년에 설립된 KfW 은행(독일부흥은행)을 모체로 하는 KfW IPEX-Bank는 2004년에 KfW 은행그룹으로부터 분리되어 2008년에 자회사로 독립하였다. KfW

IPEX-Bank는 수출 및 프로젝트 금융지원을 위한 공공금융기관으로서 독일 및 유럽 기업들의 해외진출 및 경쟁력 확보를 지원하는 역할을 수행하고 있다. 주력 분야는 수출, 인프라, 교통 부문, 환경 및 기후 보호, 원자재 확보로서, 주요 업무는 다음과 같다(대외경제정책연구원 2012, p. 15).

- 독일 수출업자를 위한 금융 프로그램인 ‘ERP(European Recovery Programme) 수출금융지원 프로그램’ 제공
- 소규모 무역거래를 위한 수출금융 대출
- 국제무역 증진을 위한 정부, 의회, 국제기구 자문
- 선박구매 시 대출기간 동안 고정금리 대출이 가능한 ‘선박 무역이자율(CIRR: Commercial interest reference rate) 프로그램’ 자문

KfW 중소기업은행(KfW-Mittelstandsbank)은 KfW 은행그룹(독일부흥은행)의 브랜드로 2003년 KfW 은행그룹과 독일조정은행(DtA: Deutsche Ausgleichsbank)이 통합되어 중소기업은행(Mittelstandsbank)이 설립되었다. KfW IPEX-Bank가 주로 수출목적의 대기업을 대상으로 하는 반면, KfW 중소기업은행은 중소기업에 대한 지원을 통해 구동독 지역의 재건에 중점을 두었다. 2007년 이후 소기업 금융지원 프로그램을 강화하여 연방정부의 보증으로 수출산업의 금융 여건 개선을 위한 장기차환프로그램을 실시하였다(대외경제정책연구원 2012, pp. 15~16).

AKA 수출금융은행(AKA Ausfuhrkredit-Gesellschaft)은 1952년 설립된 민간은행으로 독일 은행감독법의 적용대상이며 19개의 독일 금융기관들이 AKA 수출금융은행의 주주이다. AKA 수출금융은행은 직접적으로

표 5-4. 독일의 지원유형별 지원기관

지원유형	지원기관 통합여부	지원기관	지원사업
정보제공	분산	독일 무역투자청(官)	해외시장 진출, 금융지원 관련 정보제공
		독일 상공회의소(民)	해외시장 정보제공
		독일 산업무역협회(民)	해외시장 정보제공
마케팅지원	분산	독일 무역투자청(官)	해외 현장 방문 조율, 현지 파트너 연결 등의 활동지원 및 자문, 수출지원을 위한 국가 홍보
		독일 상공회의소(民)	무역전시회 개최, 비즈니스 파트너 모색 · 법률적 자문 제공 등 현지 비즈니스 활동지원
		독일 산업무역협회(民)	현지 비즈니스 활동지원, 자문
금융지원	분산	KfW IPEX-Bank(官)	수출기업 대출
		KfW 중소기업은행(官)	중소기업 장기대출
		AKA 수출금융은행(民)	수출기업 대출
재정지원	통합	KfW 중소기업은행(官)	중소기업 지원
인력 지원	분산	독일 상공회의소(民)	직업 훈련, 현지 교육
		독일 산업무역협회(民)	교육, 훈련

자료: 대외경제정책연구원(2012), p. 12.

는 맞춤형 파이낸싱과 국제무역금융 거래 제공을 통해 주주인 금융기관 들을 지원하고, 간접적으로는 수출업자와 해외 파트너를 보호하며, 수출 부문에서 독일연방정부의 자문 역할을 수행한다. 주요 업무는 리스크 참여, 서비스 제공을 통한 장 · 중 · 단기의 수출거래 및 기타 국제 비즈니스 거래 관련 금융업무이다(대외경제정책연구원 2012, p. 16).

다. 중소기업 해외진출 이니셔티브

독일의 중소기업 정책은 기본적으로 사회적 시장경제 원칙 근거하여

연방정부와 연방 주정부(16개주)가 함께 정책을 수행한다. 독일의 중소기업 정책은 정권의 변화 속에서도 실질적인 변화는 크지 않았으며, 주된 정책 목표는 ① 중소기업 경쟁력 강화, ② 경기변화 시 완충 기능 유지, ③ 일자리 창출로 요약된다(슈트루베 2012, p. 15).

독일 연방정부는 무역과 투자가 독일의 경제성장에 큰 기여를 하고 있다고 평가한다. 통상정책은 연방정부의 고용과 성장정책에서 큰 비중을 차지하며 중소기업의 해외진출 확대는 무역과 투자의 증대는 물론 국내 고용과 경제성장의 중요한 현안 과제이다.

1) 2006년 중소기업 이니셔티브(Mittelstandsinitiative der Bundesregierung 2006)

‘2006년 중소기업 이니셔티브(Mittelstandsinitiative der Bundesregierung 2006)’는 최근에 도입된 독일 연방정부의 중소기업정책 이니셔티브로서 최근 정책의 방향성을 보여준다. 2006년 중소기업 이니셔티브는 다음과 같은 여덟 가지 추진 분야를 제시하였다(BMWi 2006).

중소기업 해외진출 지원을 강화하기 위해 독일 연방정부는 첫째, 해외 무역전시회 프로그램에 집중하고 있다. 중소기업의 약 90%가 무역전시회 프로그램의 혜택을 입고 있으며, 특히 혁신적인 창업기업의 참여를 촉진하고자 한다. 독일의 중소기업 해외진출에서, 재정지원보다는 오히려 국내의 무역전시회 참여 기회 확대와 이에 대한 자문이 중요한 요소로 평가되고 있다(샤우에르테 2014, p. 14). 둘째, 해외 독일 상공회의소(AHK) 네트워크의 역할을 강화하고 있다. 독일 상공회의소는 중소기업 해외진출의 중요한 출발점으로서 신흥국으로의 확장을 진행 중이다(BMWi 2006, p. 22).

표 5-5. 독일 중소기업 이니셔티브의 주요 내용

추진 분야	내용
① 중소기업에 대한 우호적 환경 조성	<ul style="list-style-type: none"> • 투자에 대한 감가상각률 완화 적용(20→30%, 2006~07년) • 세율 완화 적용(세율 혜택의 매출액 기준 125,000→250,000유로) • 수공업 및 가정 서비스(household services)에 대한 세금 감면을 인상 • 건물의 에너지 효율적 리노베이션에 대한 지원 확대 • 지역 중소기업 개발에 대한 투자 확대 • 임금 비용(wage cost)을 40% 이하로 축소 • 상속세 개혁(2007년) • 국제경쟁력 강화를 위한 기업세제 개혁
② 관료주의 완화	<ul style="list-style-type: none"> • 기업성장을 저해하는 규제 완화 • 기타 37개의 규제의 목록화 • 기업 행정 부담 식별·완화를 위한 표준비용모델 도입 • 행정부담 완화 절차의 효율화 • 행정부담 심사를 위한 독립적인 기구 설치 • 농식품, 입업 분야 관료주의 완화 실행계획 수립
③ 중소기업 창업 촉진	<ul style="list-style-type: none"> • 창업 승인, 관리 원활화를 위한 인터넷 플랫폼 설립 • 기업 등록, 협력 및 파트너십 형성 등 촉진 • 유한책임회사 설립 촉진 • 창업 훈련 및 자문 서비스 강화 • 여성 창업 및 기업 승계 촉진 • 창업 기업의 고용 확보 지원 • 자영업자 보호 • 과학 분야 창업기업에 대한 지원체계 재설계 • 멀티미디어 분야의 창업 촉진
④ 중소기업 혁신역량 강화	<ul style="list-style-type: none"> • 혁신 중소기업에 조점을 맞춘 혁신·성장위원회 설립(총리 주도) • 중소기업 기술 지원 기금의 대폭 확대 • 중소기업 연구개발을 위한 타 기업, 연구기관 협력 지원 • 산업 연구 기금 확대 • 지역 산업연구 경쟁력 강화 • 기업네트워크프로젝트 'Business Meets Science' 추진 • 연방정부의 핵심기술 특화 지원프로그램에 대한 중소기업 접근성 제고 • 중소기업 연계 대학교와 연구기관에 대한 지원 • 중소기업에 대한 멀티미디어 기술 지원 • 중소기업의 니즈에 대응하기 위한 표준화된 절차도입 • 연방 기술기관의 중소기업에 대한 기술기반 서비스 제공 확대
⑤ 직업교육의 현대화와 차세대 숙련근로자 확보	<ul style="list-style-type: none"> • 'National Pact for Training and Skilled Staff'의 지속 추진 및 개선 • 교육훈련 규정의 개선 및 도입 • 단계화된 교육과정을 통한 직업 포트폴리오 확대 • 교육과 훈련과정의 통합 과정 개선 • 고령자의 취업가능성 제고 • 중소기업 구조의 가족친화성 촉진 • 직업 훈련자의 학사 과정 이수 촉진 • 직업훈련을 강조하는 독일 특유의 이중 훈련 시스템(Systems der Dualen Ausbildung) 강조

표 5-5. 계속

추진 분야	내용
⑥ 중소기업 자금지원 개선	<ul style="list-style-type: none"> • KfW를 통한 단순화, 표준화된 소규모 대출 개발 • ERP 혁신 프로그램 개선을 통해 더 많은 리스크가 주식형 펀드에 의해 지원받을 수 있도록 개선 • KfW의 새로운 메자닌 프로그램(mezzanine program) 도입을 통해 중소기업 지원대상확대 • 보증은행(Guarantee Bank) 시스템을 통한 은행의 대출규모 상향 유도 • 신용기관의 중소기업 친화적인 자본요구 수준 적용('Basel II' 이행) 등
⑦ 기술혁신을 위한 벤처캐피탈 확대	<ul style="list-style-type: none"> • 벤처캐피탈에 대한 자산투자 확대를 위한 제도 개선 • 창업·기술기업에 대한 펀드(high-tech start-up funds, ERP Start Fund 등) 확대 • 기술이전펀드 개발
⑧ 중소기업 해외시장 진출 지원 강화	<ul style="list-style-type: none"> • 세계 무역자유화 및 무역규범 수립을 위한 글로벌 무역협상(DDA) 활용 • 대외무역법(Foreign Trade Act) 대외무역 법규 개선 • 수출 신용보증 및 투자 보증 운영 • 수출 규율절차 및 수출 신용 승인절차 간소화 • 양자간 투자촉진 및 연방 차원의 투자 보증 확대 • 국제 무역박람회의 활용 및 관심 중소기업 지원 • AHK의 해외 네트워크 확대 • 해외무역사무소(bfai) 개선 • 중소기업의 국제 프로젝트 참여 지원

자료: BMW(2006)을 토대로 정리.

셋째, 중소기업 해외진출을 위해 신뢰성 있는 국제통상체제 확립과 국내제도의 조정을 강조하고, 넷째, 대외무역법과 관련 규정을 개선하고 있다. 다섯째, 수출신용 및 투자보증을 개선하고 있다. 특히 기술지향적인 수출산업은 신흥국 시장 진출을 위해 금융지원의 필요성이 크므로, 이들에 대한 수출 신용보증 지원절차를 신속화하고, 행정 규제를 완화한다 (BMW 2006, p. 23). 이와 관련하여 독일 연방정부는 독일 재건은행 중기 수출입 전담 IPEX 은행을 운영하고 있으며, KfW-SME Programme Abroad 프로그램을 통한 수출 및 직접투자활성화를 위한 장기대출자금을 제공한다. 또한 양자간 투자촉진 및 보호협정을 체결하고, 해외투자 보호를 위한 연방정부의 보증을 확대하고 있다. 여섯째, 독일 해외무역사무소

(bfai: Bundesagentur fuer Aussenwirtschaft)의 기능을 개선하며, 일곱째, 독일연방 경제기술부(BMWi)는 독일 중소기업이 국제적인(특히 신흥국의) 대규모 프로젝트에 참여할 수 있도록 정치적인 지원을 강화하고 있다.

2) 해외 통상 캠페인(Foreign Trade Campaign, 2010)

독일 연방경제기술부(BMWi)가 2010년 발표한 ‘해외 통상 캠페인(Foreign Trade Campaign)’은 지속적인 해외 통상정책 및 그 수단의 개발을 목표로 하며, 특히 혁신적인 중소기업을 중점 지원대상으로 선정하여 이들의 해외진출은 고위급 경제외교에서 특별 고려대상이 된다. 중소기업의 해외진출 촉진 활동에서 기업간 연계는 핵심적인 부분이며, 중소기업의 수요에 맞춘 효과적인 수출신용보증 수단 개발과 해외투자 상담 및 자금 지원, 투자보증에 대한 추가적인 지원을 제공한다. 또한 소규모 투자 수단을 통해 자금 사각지대를 해소하고자 한다(BMWi, <http://www.bmwi.de>(검색일: 2013. 10. 11), 재인용: 김정곤, 김은지 2013, pp. 96~97).

‘해외 통상 캠페인’의 주요 요소는 네 가지로 정리할 수 있다. 첫째, 독일기업들의 국제적인 경제활동을 위한 정치적 지원을 강화한다. 세부적으로는 중소기업 지원에 중점을 두고, 해외 학위 및 자격 인정, 잠재력 있는 산업(전기차, 헬스케어산업, 안보기술, 방위산업, 우주산업, 미래지향적 에너지공급 시스템, 문화 및 창조상품과 서비스, 제약 등) 관련 기업에 대한 지원을 제공한다. 둘째, 정책적 수단을 최대한 활용하도록 유도하기 위해 독일 무역투자청을 중심으로 비즈니스 지역으로서의 독일 홍보를 강화하고, 독일기업과 외국기업의 비즈니스 연결, 중소기업을 위주로 하는

수출 진흥프로그램 실시, 수출신용보증 장치의 조정, 외국인 투자에 대한 지원 지속, 독일기업이 진출하려는 국가에서 산업무역협회의 양자간 네트워크 확대 등을 수행한다. 셋째, 무역촉진방안을 마련하여 독일 해외무역 및 결제법(Foreign Trade and Payments Act)의 보완, 수출신용보증 및 투자보증 관련 조속한 의사결정을 추진한다. 넷째, 무역증진 및 투자유치를 위한 효과적인 정책제도를 마련하기 위해 국제적 차원에서 투자 확대의 전제조건으로 지식재산권 보호에 대한 국제적 합의를 촉구하고, 아시아 및 라틴아메리카 지역 국가와 양자간 FTA를 추진한다(대외경제정책연구원 2012, pp. 17~18).

해외진출 촉진대상이 되는 주요 산업은 아래와 같다(BMWi, <http://www.bmw.de>(검색일: 2013. 10. 11), 재인용: 김정근, 김은지(2013, pp. 97~98)).

- 신재생 에너지와 에너지 효율성: 수출 촉진과 독일 유망기술의 국제적 확산
- 보건산업: 해외진출 확대와 국제 경쟁에서 우위 확보를 목적으로 한 ‘Made in Germany Health’ 수출 이니셔티브 추진
- 2012년 출범한 민간 안전기술(Civil Security Technologies) 수출 이니셔티브 추진: 특히 국제 스포츠 행사의 안전성에 초점
- 방위산업 해외진출 확대
- 우주산업의 신시장 진출 확대: 위성 기술 및 서비스
- 지식집약적 분야 해외진출 촉진: 제약, 바이오, 의료, 환경 기술 등
- 국제 정부조달시장 참여: 유엔 사무소가 위치한 도시에 정부조달 정보 사무소를 설치하여 국제기구의 조달 절차에 대한 독일기업 참여를 지원

- 관광산업: 혁신적인 중소기업에 대한 특별 고려
- 문화창조 상품 및 서비스의 수출 확대

3) 신시장 이니셔티브(Initiative Neue Zielmärkte, 2010)

독일 연방정부가 2010년 발표한 신시장 이니셔티브(Initiative Neue Zielmärkte)는 신흥시장에 특화된 독일의 시장진출전략을 제시하고 있다. 이는 신흥시장 진출 확대를 염두에 둔 독일 연방 차원의 대외경제정책으로서 상기한 ‘대외 무역 캠페인’의 일환이다. 신시장 이니셔티브의 핵심 내용은 독일이 그동안 관심을 기울여온 BRICs 시장 이외에 새로운 신흥시장을 선정한 것으로서, 여기에는 콜롬비아, 멕시코, 나이지리아, 인도네시아, 말레이시아, 베트남이 포함되어 있다. 이 국가들은 ① 시장의 규모, ② 독일의 수출 비중과 최근 수출 증가추세(2010년 기준 독일 전체 수출의 0.1% 이상을 차지하고 최근 독일의 수출 성장률이 20%를 상회하는 국가들), ③ 독일기업의 시장진출 잠재력(사회 인프라, 투자 자유화 정도, 정치적 안정성, 에너지, 상하수도, 교통, 통신 등 향후 독일기업의 진출이 유망한 분야의 개발 잠재력), ④ 향후 자유화 잠재력(특히 비관세 장벽 완화 측면)을 고려하여 선정되었다(BMWi 2012, pp. 1~2, 재인용: 김정곤, 김은지 2013, p. 101).

독일 연방정부는 이 국가들에 대해 특화된 시장정보 축적 및 수출 기회 확대, 해외 무역전시회 우선 개최, 무역장벽 완화, 독일 기업들(특히 중소기업)의 방문 확대, 전략적 자원협력 확대 등을 추진하고 있다. 또한 국가별로 정부 고위관료와 기업사절단이 방문하는 경제외교 계획을 수립하였다. 신시장 이니셔티브의 주요 관심 산업은 제조업(기계, 자동차 등),

에너지, 환경, 안전기술, 제약 등의 분야이다(BMWi 2012, pp. 8-11, 재인용: 김정곤, 김은지 2013, pp. 101~102).

4) 연방 문화창조산업 이니셔티브(Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung, 2008)

독일은 영국을 중심으로 형성된 창조산업에 대한 논의에 자극을 받아 2008년 독일 연방 문화창조산업 이니셔티브(Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung)를 수립하였다. 문화창조산업은 혁신적인 중소기업이 집중되어 있고, 제조업 등 타 산업과의 연계성이 큰 분야로서 관심을 받기 시작했으며, 독일 연방정부는 문화창조산업이 소기업들의 성장 잠재력을 발굴할 수 있는 분야로 인식하고 있다. 또한 문화창조 분야는 주로 내수시장에 집중된 서비스업으로 구성되어 있는바, 새로운 수출산업으로서의 잠재력을 이끌어내는 것이 중요한 목적이었다(김정곤 · 김은지 2013, pp. 89~93).

동 이니셔티브는 문화창조산업의 해외진출과 관련하여 중소기업에 대한 자금 조달, 혁신 및 기술개발 지원 및 국제화 및 수출 지원에 초점을 맞추고 있다. 중소기업에 대한 수출지원 프로그램으로서 수출 재원 확보를 위한 특별 융자와 국제 무역전시회 참가 지원 등이 있으며, 우수 제품과 서비스의 브랜드 인지도 향상을 위한 지원도 중소기업에 주어진다(BMWi 2009, pp. 137~139, 재인용: 김정곤, 김은지 2013, pp. 94~95).

문화창조산업지원센터는 이니셔티브의 수행을 실질적으로 총괄하는 기관으로서, 문화창조 기업의 해외진출을 지원한다. 해외전시회는 중요한 마케팅 수단으로서, 예를 들어 2011년 ‘Brand New Germany’라는 모토

하에 홍콩에서 개최된 ‘Business of Design Week’에서 독일의 혁신적인 디자인을 알렸다(BMWi and BKM 2012, pp. 9-10). 또한 경제 대표단의 해외 파견 시 문화창조산업 분야의 사업체들에 보다 큰 관심을 기울이고 있으며, 건축 및 엔지니어링 분야의 해외 정보를 축적하고 있다(BMWi and BKM 2012, p. 10, 재인용: 김정곤, 김은지 2013, p. 95).

이외에, 독일정부는 독일 문화창조 기업들이 국내 여타 산업의 기업들과 연계하여 해외진출을 모색하거나, 외국의 타 산업 분야 기업들에 노출되어 이들과 연계될 수 있는 기회를 확대하기 위해 무역전시회를 적극적으로 활용하였다. 최근 관심대상은 BRICs를 넘어 멕시코, 인도네시아, 베트남 등으로 확대되고 있다(BMWi 2012, p. 17, 재인용: 김정곤, 김은지 2013, p. 103).

5) 해외직접투자(OFDI) 지원

독일은 자국 기업의 해외투자(OFDI: Outward Foreign Direct Investment)를 적극적으로 지원하고 있다. 독일 중소기업의 OFDI 활동은 이미 세계적인 수준으로서, 독일정부는 그것이 국내경제에 줄 수 있는 부정적인 영향은 제한적일 것으로 보고 있다.⁴⁸⁾

양자간 투자협정(BIT: Bilateral Investment Treaty)은 신흥국의 정치적 리스크에 대비하여 자국 투자를 보호하기 위한 최소한의 선결조건으로서,

48) 독일산업무역협회(DIHK: Deutscher Industrie- und Handelskammertag)는 독일기업의 저임금 국가로의 OFDI가 국내 고용에 영향을 주지 않는다는 내용의 보고서를 발간하였다(DIHK 2011). 그리고 유사한 맥락에서 IfM Bonn의 연구(Lamsfuß, Boerger, Wallau 2011)는 독일기업의 OFDI가 비용절감을 목적으로 한 것이 아니면 국내 고용에 영향을 주지 않는다는 연구결과를 제시하였다.

독일은 BIT를 활발하게 체결하고 있다. 독일은 2011년 말 현재 139개의 BIT를 체결하였는데, 이는 전 세계적으로 가장 많은 수준이다(BMWi 2011, p. 2, 재인용: Jost 2012, p. 4).

BIT를 배경으로 하여, 독일 연방정부는 신흥국 투자기업에 대한 금융 지원을 제공하고 있다. 예컨대 연방정부는 신흥국의 정치적 리스크로 인한 투자 실패에 대비한 신용보증 지원을 제공하며, 국영 금융기관인 KfW (Kreditanstalt für Wiederaufbau)와 DEG(Deutsche Investitions- und Entwicklungs mbH)은 해외직접투자를 위한 용자와 관련 상담 서비스를 제공한다(BMWi 전계서, 재인용: Jost 2012, p. 4).

독일 연방정부는 ‘지속가능한 투자’에 대해 우선적으로 지원한다. 투자 보증은 고용창출, 인력훈련, 지식전수, 그리고 투자유치국에서의 높은 부가가치 창출, 그리고 투자유치국의 수출 증대 등에 기여할 경우에만 제공된다. 또한 국제적 표준에 근거하여 환경에 대한 영향도 평가한다(BMWi 2006, p. 38 재인용: Jost 2011, p. 4).

라. 우수 지원수단 사례

1) 수출 · 투자 신용보증

상기한 바와 같이 독일의 중소기업 이니셔티브에서 수출 및 투자 신용 보증은 중소기업 해외진출 확대에 중요한 부분을 차지한다. 독일의 수출 및 해외투자의 성과는 KfW를 중심으로 이루어지는 수출 · 투자 자금 융자뿐만 아니라 신용보증 기능의 성숙에 힘입은 바가 컸다. 독일 연방정부의 전반적인 수출 · 투자 보증을 담당하는 오일러-헤르메스(Euler Hermes)

는 세계적인 신용보험기업으로서,⁴⁹⁾ 연방정부의 보증하에 중소기업뿐 아니라 대기업 그리고 대형 프로젝트 투자에 수반되는 위험을 부담한다(BPI France 2013, p. 14). 오일러-헤르메스는 주요 정부 부처로 구성된 조정위원회의 제안이나 결정에 따르며 커버 보험료와 요율은 상기 조정위원회의 인준을 받는다(유임수 2004, p. 6).

오일러-헤르메스의 중소기업 수출 보증은 수출활동에 따른 대금 지불 불이행과 같은 일반적인 위험과 상대국의 정치적 불안정에 따른 위험을 포괄한다. 수출보증 지원을 받기 위한 조건은 ① 일자리를 보존 또는 창출하는 수출 거래로서 관련 대외, 개발, 또는 구조조정 정책에 부합해야 하며, ② 해당 사업은 새로운 주(구 동독 지역)의 하청기업을 포함하거나, 높은 수준의 중소기업 참여를 수반해야 한다. 투자 보증의 경우, 정부의 수용, 계약 위반, 전쟁 발생, 모라토리엄 등을 포함한다. 500만 유로 이하의 투자에 대해서는 수수료를 면제하며, 그 이상 규모에 대해서는 0.5%의 수수료를 적용하되, 수수료 총액은 1만 유로를 넘지 않도록 한다(BPI France 2013, pp. 14-15).

독일의 해외투자 보증 실적은 세계적인 수준으로 평가되며 독일기업들의 신흥국 투자에 중요한 기반이 되고 있다. 2011년 독일 연방정부는 26개 신흥국에 대한 86개의 OFDI 프로젝트에 투자 보증을 제공했으며, 그 규모는 40억 달러에 달하였다.⁵⁰⁾ 최근 중요한 투자대상 국가는 중국, 인도, 터키, 러시아, 우크라이나 등이며 에티오피아, 앙골라, 니카라과, 시

49) 1949년 독일 연방정부는 오일러-헤르메스를 독일 수출기업에 대한 금융지원기관으로 선정하였으며, 현재 유럽 최대의 수출투자 보험회사로 성장하였다(유임수 2004, p. 6).

50) 독일 연방정부의 발표에 의하면, 이는 전 세계 정부 및 민간 리스크 보증기관 가운데 가장 큰 규모이다(BMWi 2010, pp. 1-2, 재인용: Jost 2011, p. 4).

에라리온, 스리랑카 등 과거에는 독일 기업이 거의 투자하지 않았던 국가들에 대한 투자 보증도 이루어지고 있다. 이와 같은 투자보증 건 가운데 약 50%가 중소기업에 제공되고 있다(BMWi 2011, 재인용: Jost 2012, p. 4).

2) 수출시작기업 지원

독일 상공회의소가 운영하는 IHK-Firmenpools(IHK-기업 풀 프로그램)은 해외진출을 추진하는 기업을 지원하는 프로그램이다. 이 프로그램은 대부분 아시아, 동유럽, 중동, 아프리카, 남미 등 신흥국 시장 진출을 목표로 하는 기업을 그룹으로 만들어 지원한다.

각 기업 그룹은 일반적으로 직접 경쟁관계가 아니고 동일한 시장 진출을 목표로 하는 15개 정도의 기업으로 구성된다. 이들은 IHK가 지정한 대상국 시장 전문가들이 운영하는 공동 대표 사무소를 통해 종합 서비스를 제공받는다. 일반적으로 준비 단계의 기업 지원 서비스(시장진입전략 개발, 동일 그룹 기업간의 정보 교환을 위한 정기회의 조직 등)가 제공된다. 대표 사무소는 전문적인 사업서신 작성, 번역 업무를 담당하고, 해당 그룹의 중소기업을 대신하여 정보 수집 및 시장조사를 수행한다. 또한 시장전문가들이 잠재적인 사업 파트너와 접촉하며 중소기업들을 대표하여 준비단계의 협상을 진행하기도 한다. 또한 이들은 기업들의 무역전시회 참가를 준비하고, 현지 출장에 동행하며, 해당 시장의 최근 정치경제 동향을 보고한다. 이러한 기업 그룹 단위의 서비스에 참여하는 비용은 대략 연간 5,000~15,000유로 정도로, 연방정부의 해외무역 지원 프로그램에서 그 비용을 지원받을 수 있다. 지원 기간은 일반적으로 2~3년이며, 기업이

독자적으로 해당 시장에서 사업을 영위할 수 있도록 돕는 것을 목표로 한다.

이 프로그램은 EU 내에서도 성공적인 사례로 평가받는다. 가장 먼저 운영되기 시작한 우크라이나 진출 기업 그룹의 경우, 프로그램을 졸업한 기업들 가운데 약 80%가 독립적으로 우크라이나에서 사업을 영위하고 있다(European Commission 2010, pp. 108-109)을 토대로 저자 정리).

3) 해외네트워크

독일 상공회의소(AHK)는 상기한 바와 같이 독일의 대표적인 해외경제 네트워크이다. AHK는 독일 산업 및 무역계를 공식적으로 대표하는 민간 기관으로서 5만 개의 회원사를 보유하고 있다. AHK는 독일 산업 및 무역계를 해외에서 공식적으로 대표하고, 소속 회원사를 관리하며, 해외진출 독일기업에 대해 현지 정보 및 자문 서비스를 제공한다.

AHK는 90여 개국에 130개의 사무소를 운영하고 있으며, 해외사무소 운영 비용의 상당 부분은 서비스 제공에 따른 수입으로 조달한다. AHK는 수출입 법규, 관세, 투자 여건, 통화관련 법규, 시장 여건 및 마케팅 전략에 대한 정보 제공 및 자문을 제공한다. 또한 현지 소재 독일기업에 대해 자문을 제공하고, 이들의 국제적인 사업계약 체결을 지원한다.⁵¹⁾ 기본적인 정보는 무료로 제공하지만, 세부적인 분석이나 개별 자문에 대해서는 비용이 청구된다. AHK 현지 사무소는 기업의 가장 우선적인 현지

51) 아울러 AHK는 현재 국가에서 독일 표준에 따른 직업훈련사업을 수행한다(AHK, <http://www.ahk.de>, 검색일: 2014. 10. 22).

창구 역할을 하며, 독일 연방정부의 이익을 대변한다.

AHK는 연평균 약 10만 건의 사업계약을 중재한다. 각국의 AHK가 높이 평가 받는 가장 중요한 이유는 이들이 현지 경제계와 네트워크를 긴밀하게 형성하고 있다는 데서 찾을 수 있다. AHK의 4만여 개 가입 기업(2008년 현재) 가운데 약 2/3가 비독일기업이라는 점은 AHK가 가진 해외네트워크를 잘 보여준다.

AHK는 2006년부터 ‘DEinternational’이라는 새로운 서비스 개념을 도입하였다. 이에 따라 각국의 AHK 사무소는 보다 표준적인 형태의 기본 서비스를 제공하고 서비스의 범위를 넓히고 있다. 또한 이 개념의 도입에 따라 서비스를 다양화하고 유연성을 제고할 뿐만 아니라, 특정 기업과 산업에 대한 맞춤형 서비스를 강화하고 있다(European Commission 2008, p. 15; AHK, <http://www.ahk.de>, 검색일: 2014. 10. 22).

4) 국제 기술협력

독일 중소기업 경쟁력의 원천은 앞에서 간략히 살펴본 바와 같이 혁신과 기술력에서 찾을 수 있다. 독일의 연구개발 지원은 국제기술개발협력에서도 성공을 거두고 있는바, BMBF(Bundesministerium für Bildung und Forschung: 연방 교육기술부)과 AiF(Arbeitsgemeinschaft industrieller Forschungsvereinigungen: 독일산업연구조합연합회)의 활동이 대표적이다.

BMBF는 부처 산하 국제협력청(International Bureau)을 통해 독일 대학교, 연구기관, 그리고 중소기업의 국제 기술개발 협력을 지원한다. 국제협력청의 우선적인 업무는 해외 파트너들과 협력 가능성을 조사하고, 모

스크바, 베이징, 상하이 등 주요 도시의 협력자문관을 통해 기술협력 가능성을 타진하고 핵심기관들을 접촉한다. 또한 연구개발 협력에 필요한 제도적 정보를 제공하며, 적절한 협력 파트너를 발굴하여 독일 대학교나 기업들이 이들에게 접촉할 수 있도록 지원하는 업무를 수행한다(김주미 2009, pp. 112~113).

국제협력청은 국제협력 프로젝트에 소요되는 자금을 제공하며 연구 프로젝트, 준비 단계의 연구 및 파일럿 조사 등을 지원 대상으로 한다. 또한 과학 분야의 국제 워크숍에 수반되는 비용과 준비 연구 및 파일럿 조사에 소요되는 소모품과 소규모 투자에 소요되는 비용을 지원한다(BPI France 2013, p. 16).

연방경제기술부(BMWi)가 지원하는 비영리 민간단체인 AiF(1954년 설립)는 5만여 개의 기업(대부분 중소기업)을 포괄하는 100여 개의 산업별 연구협회와 1,200개의 독립 연구기관이 참여하여 설립한 독립적인 단체이다. 이 단체의 기본 목적은 아이디어를 시장에서 성공적인 제품과 서비스로 전환하는 것으로서 연구개발로 기업의 혁신역량을 강화하는 것이다. 이를 위해 AiF는 기업, 연구기관, 정부 사이의 네트워크를 형성하는 데 초점을 맞추고 있다. 2013년 AiF는 4억 9,000만 유로를 집행하였으며, 1954년 설립 이후 약 20만 개의 중소기업 연구 프로젝트를 지원하였다(AiF, <http://www.aif.de/en/about-aif.html>, 검색일: 2014. 10. 22).

AiF는 특정 산업 일반의 발전을 목표로 하는 협동연구(IGF: Industrielle Gemeinschaftsforschung)를 지원하며, 유럽연구기술단체연합회(EARTO: European Association of Research and Technology Organisations)의 정회원으로서 EU의 국제 협동연구 프로그램인 CORNET에 참여하여 독일

중소기업의 국제 경쟁력 강화에 기여한다(BPI France 2013, p. 17). 또한 AiF는 중소기업 국제기술협력 네트워크인 INTEC.net을 운영하고 있다. INTEC.net은 중·동부 유럽국가, 중국, 인도 등 신흥시장을 포함한 11개국에 15개 사무소를 보유한 세계적인 규모의 국제기술협력 네트워크로서 관심 국가들로부터 잠재적 파트너를 발굴하고 국제기술협력사업을 추진한다. AiF는 독일 중소기업들의 기술협력 프로젝트 발굴과 해외 파트너의 선정 등 공동연구개발에 필요한 지원 서비스를 무료로 제공하고 있다(김주미 2009, pp. 117~119). AiF의 해외 사무소는 다음과 같은 지원 기능이 있다.

- 기술협력 프로젝트의 발굴과 수행을 지원하기 위한 독일 중소기업의 현지 사무소 역할
- 해외 연구개발 파트너의 물색 및 기술협력 프로젝트 모니터링
- 현지 독일 중소기업에 대한 조직운영 관련 및 언어 지원 서비스
- 협력 행사에서 인터뷰 참여자의 선정과 주선 지원
- 상대국의 경제 및 연구 환경, 신기술 영역 및 공동연구개발에 관한 법제도 등 분석
- 독일 중소기업 또는 외국의 초청기업의 요청에 따라 비즈니스 방문자를 위한 여행안내 지원
- 상대국에서의 계약 및 법률 자문 지원 제공 등(김주미 2009, p. 120).

마. 성과

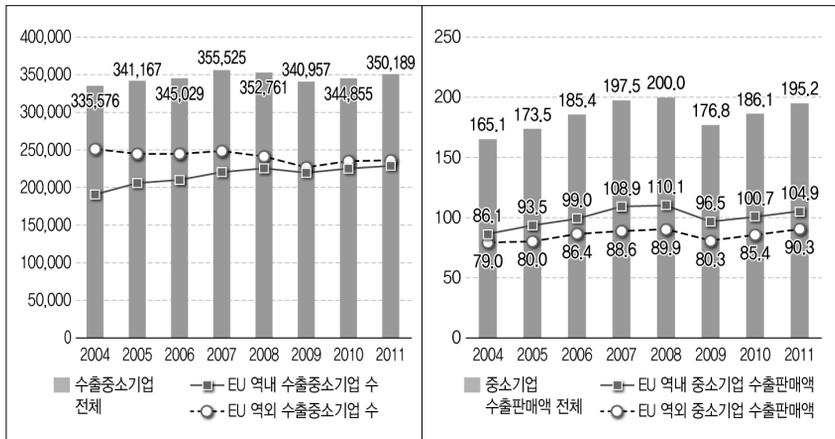
1) 중소기업의 해외진출 성과

IfM Bonn의 정의에 따른 통계를 근거로 보면, 2004~11년 사이 독일 중소기업의 수출 지향성은 지속적으로 높아졌다. 이 기간 중 수출 중소기업의 숫자는 약 1만 5,000개 증가하였다. EU 역내 수출 중소기업 숫자는 같은 기간 중 증가한 반면, 역외 수출기업의 숫자는 다소 감소하고 있어 독일기업은 EU 역내 수출지향성이 상대적으로 더 높아지고 있다. 마찬가지로 중소기업의 수출 규모 역시 같은 기간 중 약 300억 유로가 증가하였다. 이 기간 중 EU 역내 수출 증가분이 역외 증가분보다 다소 컸다(그림 5-6 참고).

세부적으로 살펴보면, 2010년 EU 회원국 가운데 독일 중소기업의 주요 수출 대상국은 프랑스, 네덜란드, 영국, 이탈리아 등이었다. 같은 해 EU 역외 수출의 경우 신흥국의 비중이 높고, 수출대상국이 다변화되고

그림 5-6. 독일 수출 중소기업의 수(좌) 및 수출규모(우) 추이

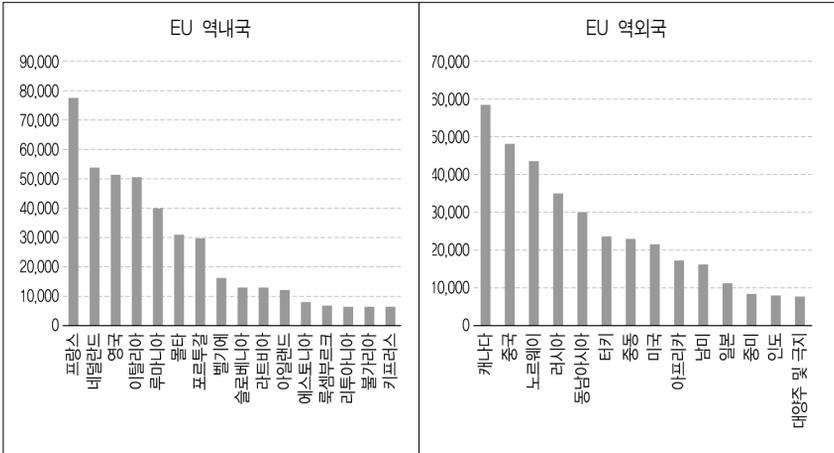
(단위: 개, 십억 유로)



자료: IfM Bonn(2004~11).

그림 5-7. 독일 중소기업의 국별 수출규모(2010년)

(단위: 백만 유로)

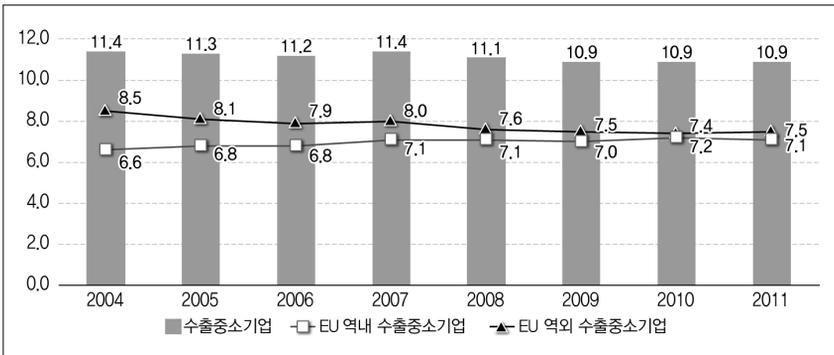


자료: Eurostat, http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/International_trade_by_enterprise_characteristics(검색일: 2014. 8. 11).

있다. 즉, EU 역외국 가운데 캐나다, 노르웨이, 미국 등 일부 선진국을 제외하면 중국, 러시아, 동남아시아 등 신흥국으로의 수출이 큰 비중을 차지하고 있으며 수출 대상 지역도 아시아 및 중동, 아프리카, 인도, 중남미

그림 5-8. 독일 중소기업 중 수출 중소기업의 비중 추이

(단위: %)



자료: IIM Bonn(2004-11).

등으로 다각화되어 있음을 알 수 있다.

한편, 전체 중소기업 가운데 수출 중소기업의 비중은 2004~11년간 약 0.5% 감소하였으나, 큰 변동 없이 10.9~11.4%를 유지했다. 이 기간 중 EU 역내 수출기업의 비중은 다소 증가한 반면 역외 수출기업의 비중은 1%가량 감소했다.

분야별로 보면, 제조업과 유통 분야 기업들의 수출지향성이 가장 높은 것으로 나타나며 서비스산업의 수출지향성은 상대적으로 매우 낮다. 이는 중소기업들 내에서 동일하게 나타나며 제조업과 유통업 분야 수출기업은 전체 중소기업의 약 10% 이상을 차지하는 반면, 서비스업 분야 중소기업의 수출지향성은 상대적으로 매우 낮다.

표 5-6. 산업별 수출기업 비중(2001~09년)

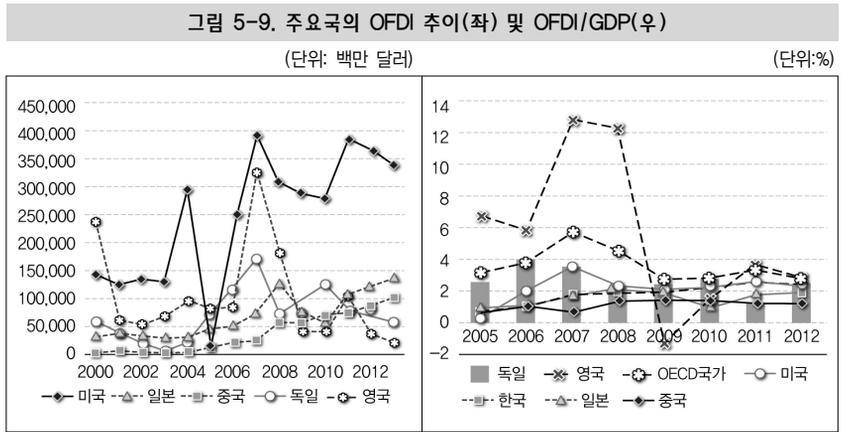
(단위: %)

산업 분야	기업규모	정기 수출기업	비정기 수출기업	비수출기업
제조업	중소기업	10.0	20.5	69.5
	대기업	77.8	13.9	8.3
	소계	10.7	20.4	68.9
유통업	중소기업	10.3	24.4	65.3
	대기업	63.1	23.0	13.9
	소계	10.6	24.4	65.0
기업서비스업	중소기업	3.6	18.5	77.9
	대기업	17.5	27.1	55.4
	소계	3.7	18.5	77.8
기타 서비스업	중소기업	2.0	12.3	85.7
	대기업	7.5	17.3	75.2
	소계	2.1	12.3	85.6
전 산업	중소기업	8.1	20.9	71.1
	대기업	53.4	19.2	27.4
	총계	8.4	20.8	70.7

자료: Wolter and May-Strobl(2013, p. 11).

데이터의 한계로 인해 독일 중소기업의 해외직접투자(OFDI) 규모를 정확하게 파악하기는 어렵지만 수출과 마찬가지로 중소기업의 해외투자 참여 수준은 매우 높은 것으로 평가된다. 독일기업 전체의 OFDI 규모(유량)를 살펴보면 [그림 5-9]와 같이 2010년 이후 하락세를 보이고 있으나 2013년 약 5,755억 달러로서 세계 8위에 해당한다(버진아일랜드를 제외하면 7위).⁵²⁾ OFDI/GDP 비중은 2012년 약 2.6%로서 OECD 국가 전체(2.8%)와 영국(2.9%)에 비교하면 다소 낮은 수준이지만 중국(1.4%), 일본(2.1%)보다 높고 미국(2.6%)과 유사한 수준이다.

독일의 핵심 투자지역은 EU 국가이다. EU로의 투자는 독일의 전체 OFDI의 절반을 크게 상회한다(2012년에는 약 77%). 신흥국에 국한하여 살펴보면 일본을 제외한 동아시아 국가로의 투자, 특히 중국으로의 투자가 최근 빠른 속도로 증가하고 있음을 확인할 수 있다. 그 다음으로는 동

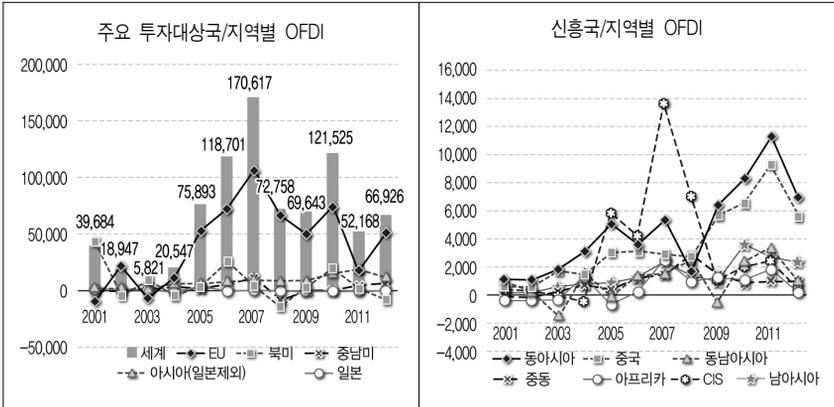


자료: UNCTAD Stat Database, <http://unctadstat.unctad.org>(검색일: 2014. 10. 1).

52) UNCTAD Stat Database, <http://unctadstat.unctad.org>(검색일: 2014. 10. 1).

그림 5-10. 독일의 국가/지역별 OFDI 추이

(단위: 백만 달러)



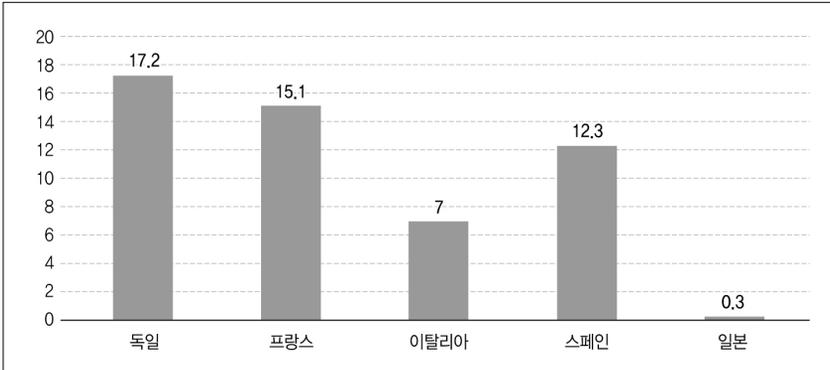
자료: UNCTAD Bilateral FDI Statistics, <http://unctad.org/en/Pages/DIAE/FDI%20Statistics>(검색일: 2014. 10. 1).

남아시아로의 투자규모가 크고 러시아를 포함한 CIS 그리고 아프리카에 대한 투자 역시 상당한 규모임을 알 수 있다. 요컨대 독일의 OFDI는 EU 국가에 집중되고 있지만 최근 들어 중국을 비롯한 동아시아, 동남아시아, 그리고 아프리카로 투자지역이 다변화되는 추세이다.

독일의 전체 OFDI에서 중소기업이 차지하는 비중을 정확하게 파악하기는 어렵지만, 독일 중소기업의 해외투자에 대한 참여 수준은 매우 높은 것으로 판단된다. 독일 중소기업 가운데 해외투자를 수행하는 기업의 비중은 17.2%로서, 유사 규모의 일본 중소기업(0.3%)을 압도하며, 중소기업이 발달한 프랑스, 이탈리아 등 이웃 유럽 국가들에 비해서도 상당히 높은 수준이다. 독일은 중소기업군 가운데서도 규모가 큰 중기업(250~500인)의 비중과 그들의 해외진출 수준이 상대적으로 더 높다는 점을 감안하면, 독일기업의 해외투자 참여도는 대부분의 선진국을 크게 능가하는 수준으로 판단된다. Holz(2012, p. 155)에 의하면, 중기업 이상 규모의 독

그림 5-11. 주요국 중소기업의 OFDI 참여 비중

(단위: %)



주: 일본은 300인 이하, 유럽 국가는 250인 이하 기업 기준.

자료: METI(2012a), p. 502.

일기업 가운데 거의 2/3가 해외투자를 하고 있다.

2013년 독일기업조사(Kranzusch and Holz 2013)에 의하면, 국제화(수출+수입+해외투자)를 진행 중인 독일 중소기업의 최대 관심사는 신시장 진출이며, 250인 이상 중기업의 경우 위험 분산과 국제(생산)네트워크 참여도 중요한 국제화 동기이다. [표 5-7]과 같이, 독일 중소기업 국제화의 가장 중요한 동기는 새로운 시장개척이며, 현지 소비자에 대한 접근성 강화, 해외 소비자 모니터링 등과 같이 현지 시장진출과 직결되는 요인들이 해외진출의 중요한 동기이다. 그 밖에 역량 활용, 혁신, 비용절감 등이 해외진출에 중요한 동기로 나타난다. 250인 이상 기업에 한정할 경우 상기 요인 외에, 위험 분산과 국제(생산)네트워크 참여가 중요한 동기로 작용하고 있다.

업종별로 보면 사업서비스를 제외한 4개 업종에서 신시장 개척 및 소비자 접근성이 해외진출의 가장 중요한 동기로 나타난다. 특히 제조업뿐

표 5-7. 독일 중소기업의 해외진출 동기

(단위: %)

동기	19인 이하	20-99인	100-249인	250인 이상	계
새로운 시장 개척	57.1	68.2	76.9	84.4	59.2
소비자 접근성	47.6	41.2	48.4	58.7	47.0
역량(capacity) 활용 증대	15.7	26.5	34.1	24.6	17.5
혁신	16.6	12.5	15.7	16.5	16.1
비용절감	15.4	17.2	22.2	24.8	15.9
해외소비자 모니터링	11.6	23.9	22.7	30.3	13.5
기업평판 제고	12.5	16.7	18.7	14.1	13.2
위험 분산	5.9	21.9	29.8	33.6	8.7
국제(생산)네트워크 참여	6.8	17.0	15.2	20.8	8.1
원자재 확보	6.4	7.0	12.7	7.0	6.6
생산요소(자본, 인력, 지식) 활용	4.9	6.0	6.4	10.9	5.1
무역장벽우회	3.1	1.2	5.6	15.5	3.1
기타	8.9	5.6	3.2	0.8	8.3

자료: Kranzusch and Holz(2013), p. 50.

표 5-8. 독일 중소기업의 업종별 해외진출 동기

(단위: %)

동기	제조업/ 에너지/광업	건설업	도소매업/ 수리업	사업 서비스	대인/접객 서비스
새로운 시장 개척	61.2	70.2	70.4	50.4	41.0
소비자 접근성	37.0	31.7	45.3	62.6	40.8
역량(capacity) 활용 증대	25.8	39.0	14.4	14.5	4.2
혁신	6.0	28.2	14.1	11.5	28.4
비용절감	17.8	18.8	14.5	19.0	8.4
해외소비자 모니터링	12.7	3.2	11.8	23.7	5.7
기업평판 제고	7.2	27.7	9.2	15.6	9.6
위험 분산	10.4	4.3	11.6	7.2	7.3
국제(생산)네트워크 참여	4.7	18.4	2.1	11.7	9.8
원자재 확보	1.9	10.2	1.9	2.5	26.9
생산요소(자본, 인력, 지식) 활용	12.2	10.4	7.1	0.0	0.3
무역장벽우회	3.0	16.6	1.2	0.4	1.0
기타	10.8	8.9	9.7	8.7	1.6

자료: Kranzusch and Holz(2013), p. 51.

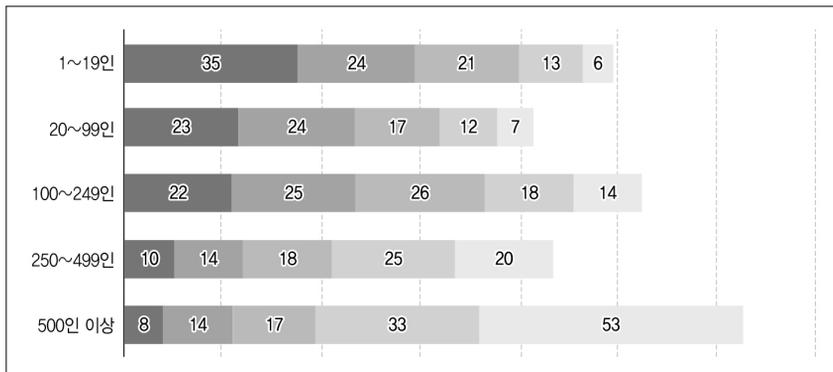
아니라 건설업, 도소매업, 대인 서비스 등에서도 신시장 개척이 중요한 요인으로 나타나는바, 다양한 산업 분야에서 독일 중소기업의 해외시장 개척이 활발하게 이루어지고 있음을 확인할 수 있다. 비용절감 역시 제조업, 도소매업, 사업서비스 분야에서 중요한 국제화의 요인이며, 국제(생산)네트워크 참여의 경우 대인/접객 서비스에서 두드러지는바, 이는 글로벌 체인 형성과 관계가 큰 것으로 판단된다.

2) 중소기업 수출의 독일경제에 대한 기여

수출은 독일 중소기업의 매출에서 핵심적인 부분을 차지한다. 2004~11년간 소기업의 매출액에서 수출이 차지하는 비중은 2.0~2.2%, 중기업은 11~12%, 그리고 대기업은 21~25% 수준을 안정적으로 유지하고 있다 (IfM Bonn 2004~2011, “Export laut Umsatzsteuerstatistik.”). 또한 2012년의 경우, 100~249인 기업 가운데 매출액에서 수출 비중이 31% 이상인 기업은 38%, 250~499인 기업 가운데는 약 50%에 달한다. 심지어 100인

그림 5-12. 독일기업 매출액(turnover)에서 수출의 비중(2012년)

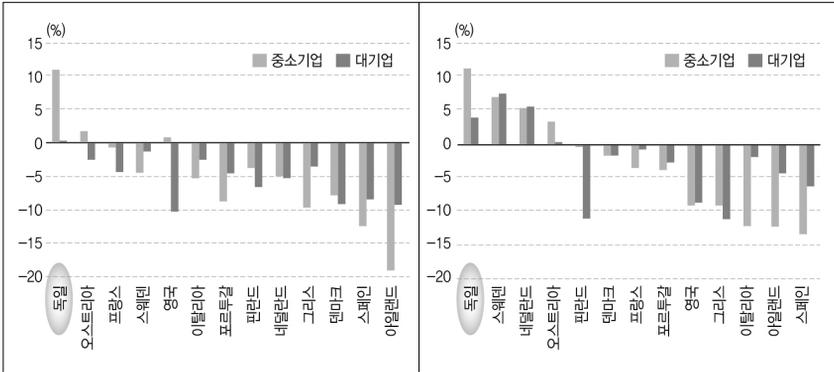
(단위: %)



자료: Boettcher(2013), p. 13.

그림 5-13. 독일과 EU 국가의 기업규모별 고용증가율과 부가가치증가율

(단위: %)



주: 2008년 대비 2011년 증가율을 의미.
 자료: European Commission(2012), 재인용: 한국은행(2013), p. 2.

미만 기업의 매출에서 수출이 차지하는 비중도 상당히 높다.

2008~11년간 기업규모별 고용증가율을 살펴보면, EU 이웃 국가들에 비해 독일 중소기업은 고용 창출력이 매우 높다. 이 기간 중 독일 중소기업의 고용증가율은 10%를 넘어서는 수준이었는데, 유럽 재정위기 기간 중 대부분의 국가들에서 중소기업 고용이 오히려 감소했다는 점을 감안하면 놀라운 성과라고 할 수 있다. 더욱이 기업규모별 부가가치 증가율을 살펴보다도 독일은 주요 유럽 국가들을 압도하는 한편, 자국 내 대기업에 비해서도 부가가치 증가율이 높았다.

독일 수출 중소기업의 고용창출 수준을 자세히 살펴보면 다음과 같다. 독일 중소기업의 고용창출력은 대외경제 여건의 변화에 영향을 받기는 하지만 매우 견고하다. 독일의 수출 중소기업의 고용창출 수준은 수출 대기업을 상회한다. 2001~09년간 정기적인 중소 수출기업의 고용증가율은 10.3%로서 같은 기간 중 정기적인 수출 대기업의 고용 증가율 -6.4%를

표 5-9. 독일 수출기업의 순고용증가율(전 산업)

(단위: %)

	중소기업		대기업		합계	
	2001~07	2001~09	2001~07	2001~09	2001~07	2001~09
정기 수출기업	11.1	10.3	-1.5	-6.4	2.6	-0.9
비정기 수출기업	11.6	13.5	6.9	3.9	9.9	10.1
비수출기업	10.1	15.0	3.7	6.6	8.2	10.1
전체 기업	10.7	13.6	1.1	-1.2	6.4	7.0

자료: Wolter and May-Strobl(2013), p. 16.

크게 상회하였다. 비정기 수출기업의 경우도 중소기업의 고용증가율이 높게 나타난다. 2001~09년과 2001~07년간을 비교해보면, 정기적인 중소수출기업은 글로벌 경제위기 기간을 포함한 2001~09년간 고용증가율이 소폭 감소하였으나, 정기적인 수출 대기업은 더 큰 폭으로 감소했다.

이와 같이 수출 중소기업의 우수한 고용창출력에도 불구하고, 고용증가는 수출기업보다는 비수출기업군이 오히려 주도하는 것으로 나타나는 바, 내수 측면에서도 서비스업을 중심으로(다음에서 설명) 중소기업의 견고한 기반이 형성되어 있기 때문이다. 2001~09년간 전체 중소기업의 고용증가율 13.6%에 비해 정기 수출 중소기업의 고용증가율은 3.3%포인트 낮은 10.3%를 기록하였다. 이는 대기업에서 더욱 극명하게 나타난다. 또한 정기 수출기업은 글로벌 경제위기 기간을 포함한 2001~09년간 고용증가율이 2001~07년간에 비해 떨어지는 반면 비정기 수출기업과 비수출기업은 글로벌 경제위기 기간 중에도 고용증가율이 높아졌다.

수출 중소기업의 고용창출력은 산업별로 상당한 차이가 있다. [표 5-10]에서 보는 바와 같이 제조업에서 정기 수출기업의 고용증가율은 2001~09년간 비수출 중소기업과 대기업 일반의 고용증가율을 압도하고 있어 고용창출을 주도하였다. 이러한 현상은 유통산업, 기업서비스 분야

표 5-10. 독일의 산업별 수출기업의 순고용증가율

(단위: %)

제조업	중소기업		대기업		합계	
	2001-07	2001-09	2001-07	2001-09	2001-07	2001-09
정기 수출기업	5,1	1,3	-6,9	-11,5	-3,2	-7,6
비정기 수출기업	-5,8	-6,8	-27,4	-31,8	-11,0	-13,3
비수출기업	-15,2	-16,4	-14,0	-10,3	-15,5	-16,2
전체 기업	-6,4	-8,3	-9,0	-13,4	-7,9	-10,9
유통업						
	중소기업		대기업		합계	
	2001-07	2001-09	2001-07	2001-09	2001-07	2001-09
정기 수출기업	15,6	18,2	10,1	5,0	12,0	9,8
비정기 수출기업	7,5	8,2	-2,1	-5,9	5,0	4,7
비수출기업	4,2	8,4	-9,5	-2,7	2,4	6,9
전체 기업	8,0	10,6	5,8	2,2	6,9	7,4
사업서비스						
	중소기업		대기업		합계	
	2001-07	2001-09	2001-07	2001-09	2001-07	2001-09
정기 수출기업	33,0	37,1	-1,3	-8,9	10,5	6,7
비정기 수출기업	45,6	51,9	30,2	21,2	39,6	38,7
비수출기업	24,1	28,4	3,7	5,2	17,1	20,6
전체 기업	29,5	34,8	9,4	7,0	21,5	23,7
기타 서비스						
	중소기업		대기업		합계	
	2001-07	2001-09	2001-07	2001-09	2001-07	2001-09
정기 수출기업	42,2	68,1	5,4	2,3	15,4	20,6
비정기 수출기업	51,6	67,2	22,7	29,9	33,4	43,5
비수출기업	63,4	85,5	10,1	12,7	32,1	42,7
전체 기업	60,6	81,4	11,9	15,4	31,2	41,5

자료: Wolter and May-Strobl(2013, pp. 20-29)를 토대로 저자 정리.

에도서 동일하게 나타난다. 그러나 기타 서비스 분야에서는 수출 중소기업보다는 비수출 중소기업의 고용창출 효과가 훨씬 높았다. 이러한 현상은 앞에서 본 바와 같이 독일 문화창조산업 이니셔티브를 추진하는 배경

으로 작용하고 있다고 판단된다. 즉, 아직 수출이 상대적으로 활발하지 않은 문화창조산업의 해외진출을 도모함으로써 고부가가치 서비스산업의 성장과 이에 따른 경제적 파급효과를 높이겠다는 것이다.

2. 핀란드

가. 핀란드 중소기업 현황

북유럽의 강소국인 핀란드는 인구가 540만 명 정도밖에 되지 않는 나라이지만, 1인당 GDP는 2012년 기준 3만 5,571유로로 미국이나 독일과 같은 경제대국과도 견줄 만한 경제력을 자랑한다. 그리고 경제발전을 위해서 인적자원의 역할에 큰 의미를 두기 때문에 교육시스템이 발달하였으며 교육 관련 비용은 국가에서 대부분 지원한다.⁵³⁾ 최근에는 핀란드의 높은 수준의 교육·복지뿐만 아니라 중소기업 창업을 지원·독려하는 국가적 분위기와 그 기업들의 성공사례로 세계적인 관심이 높다. 전 세계적으로 유명한 모바일 게임인 ‘앵그리버드(Angry Birds)’나 ‘클래시 오브 클랜(Clash of clans)’은 핀란드의 로비오(Rovio)와 슈퍼셀(Supercell)이라는 회사에서 만든 것으로, 창업지원 단계에서 시작하여 세계적으로 성장한 대표적인 사례이다.

우리나라 역시 교육수준이 높고 인적자원에 큰 의미를 두는 나라라는 측면에서 핀란드와 공통점이 많은바, 핀란드의 중소기업 현황 및 지원체

53) This is Finland, <http://finland.fi/Public/default.aspx?contentid=160032&nodeid=44491&culture=en-US>(검색일: 2014. 7. 15).

계를 살펴봄으로써 시사점을 얻을 수 있을 것이다. 특히 핀란드에서 새로 창업하는 중소기업들은 일반적으로 해외진출을 염두에 두기 때문에 핀란드 중소기업의 해외진출지원을 파악하기 위해서는 핀란드의 창업지원 체계에 대해서도 함께 살펴보는 것은 유용하다.

핀란드의 중소기업 정의는 EU의 기준에 따른다. 핀란드 통계청은 중소기업을 고용인원이 250인 미만이고, 연간매출액이 5,000만 유로 미만이거나 대차대조표 총액이 4,300만 유로 미만인 경제적으로 독립적인 기업으로 정의한다.⁵⁴⁾ 세부적으로는, 영세기업(Micro enterprises)은 10명 미만의 직원을 고용하고 연간매출액이나 대차대조표 총액이 200만 유로 미만인 기업을 지칭한다. 소기업(Small enterprises)은 50명 미만의 직원을 고용하고 연간매출액이나 대차대조표 총액이 천만 유로 미만인 기업이며, 중기업(Medium-sized enterprises)은 250명 미만의 직원을 고용하고 연간매출액이나 대차대조표 총액이 4,300만 유로 미만인 기업이다.⁵⁵⁾

중소기업이 핀란드 전체 경제에서 차지하는 비중은 [표 5-11]과 같다. 2013년 핀란드 전체 기업 가운데 중소기업 수의 비중은 99.7%에 달하며, 이는 EU의 평균인 99.8%와 비슷한 수준이다. 그리고 중소기업의 고용 비중은 전체 고용의 62.8%를 차지하여, EU 중소기업의 평균 고용인원 비중(66.9%)과 비교했을 때 약간 낮은 수치이지만 핀란드 전체 고용에서 큰 비중을 차지한다. EU 평균과의 차이는 핀란드 영세기업의 고용비중이

54) Statistics Finland, http://www.stat.fi/meta/kas/pk_yritys_en.html(검색일: 2014. 10. 20).

55) 핀란드 관세청(TULLI), http://www.tulli.fi/en/finnish_customs/statistics/metadata/quality/enterp_size/index.jsp(검색일: 2014. 10. 20).

표 5-11. 핀란드 중소기업 개요

기업규모	기업 수 (개)	부가가치 (10억 유로)	고용 (명)	수출액 (천 유로)	수출기업 수(개)	
					EU 역내	EU 역외
영세기업 (고용 0-9)	204,307	18	345,054	1,795,326	8,221	4,138
	91.8%	21.2%	24.5%	3.42%	65.4%	52.6%
소기업 (고용 10-49)	15,145	17	294,877	3,463,718	2,813	2,151
	6.8%	19.6%	20.9%	6.61%	22.4%	27.4%
중기업 (고용 50-249)	2,580	16	250,323	8,576,431	976	902
	1.2%	18.6%	17.8%	16.36%	7.8%	11.5%
중소기업	222,032	51	890,254	13,835,475	12,010	7,191
	99.7%	59.4%	63.2%	26.38%	95.5%	91.5%
대기업	587	35	517,971	38,603,112	563	671
	0.3%	40.6%	36.8%	73.62%	4.5%	8.5%

주: Eurostat의 2008~11년 데이터에 기반하여 DIW EconO이 추정한 2013년도 추정치이며, 수출액과 수출기업 수는 Eurostat의 2010년도 자료임.

자료: European Commission(2014a), p. 2; Eurostat.⁵⁶⁾

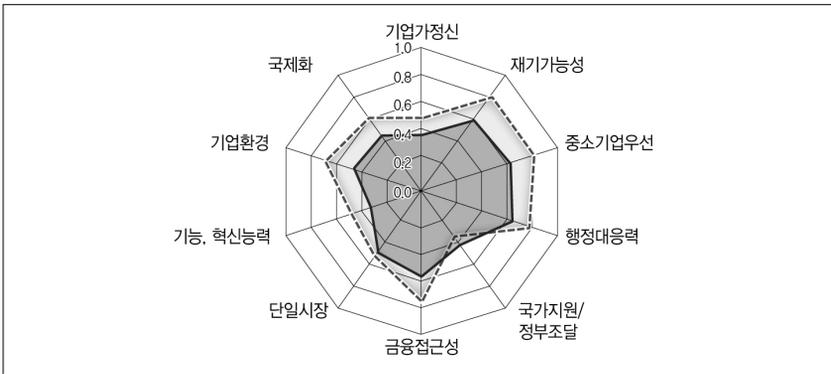
상대적으로 적어서 차이가 나는 것으로, 소기업 및 중기업의 고용비중은 EU 평균과 비교하여도 큰 차이가 없다. 부가가치 측면에서는, 중소기업이 59.4% 정도의 부가가치를 창출하여 EU 평균(58.1%)과⁵⁷⁾ 비슷한 수준으로 나타났다. 수출기업과 관련해서는, EU 역내 수출 중소기업의 비중은 95.5%인데 반해 EU 역외 수출 중소기업의 비중은 91.5%로 상대적으로 낮다. 그리고 중소기업을 세부 분류별로 살펴보면, 영세기업은 EU 역내에 수출하는 기업의 비중이 더 높은 데 반해 소기업과 중기업은 EU 역외에 수출하는 기업의 비중이 더 높다.

핀란드 중소기업 경쟁력과 EU 중소기업의 평균을 비교한 것은 [그림

56) Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat>(검색일: 2014. 8. 11).

57) 이상의 EU 관련 수치는 European Commission(2014a, p. 2) 참조.

그림 5-14. 핀란드 중소기업의 경쟁력(2013년)



자료: European Commission(2013), p. 5.

5-14]를 통해 더 자세히 살펴볼 수 있다. 2013년도에는 ‘단일시장(Single market)’과 ‘국가지원/정부조달(State aid & public procurement)’ 항목을 제외한 여타 항목에서 모두 EU 평균을 상회하는 것으로 나타나 핀란드 중소기업 경쟁력이 EU 평균보다 전반적으로 우위에 있음을 알 수 있다. 그리고 이런 사실 때문에 다른 EU 국가들에서 핀란드의 중소기업을 벤치마킹의 대상으로 삼는 경우가 많다.⁵⁸⁾

이런 성과는 핀란드의 중소기업 및 창업에 대한 국가적인 분위기가 잘 갖춰진 것에서 기인한 것으로 볼 수 있으며, 이는 핀란드 출장을 통해 중소기업 지원 유관기관들과의 인터뷰⁵⁹⁾를 통해서도 확인할 수 있었다. 인터뷰에 따르면, 과거 대기업과 같은 안정적인 직장을 선호하던 분위기

58) European Commission(2013), p. 5 참고.

59) 출장기간은 2014년 6월 29일에서 7월 5일까지이며 Confederation of Finnish Industries(Ms Leena Mottinen), Finnvera Plc(Mr Erno Ihto, Mr Pekka Karkovirta), Tekes(Ms Marita Paasi, Mr Jussi Kajala), Aaltoes(Ms Olga Balakina), Helsinki Region Chamber of Commerce(Ms Johanna Niemist) 등을 방문하여 인터뷰하였다.

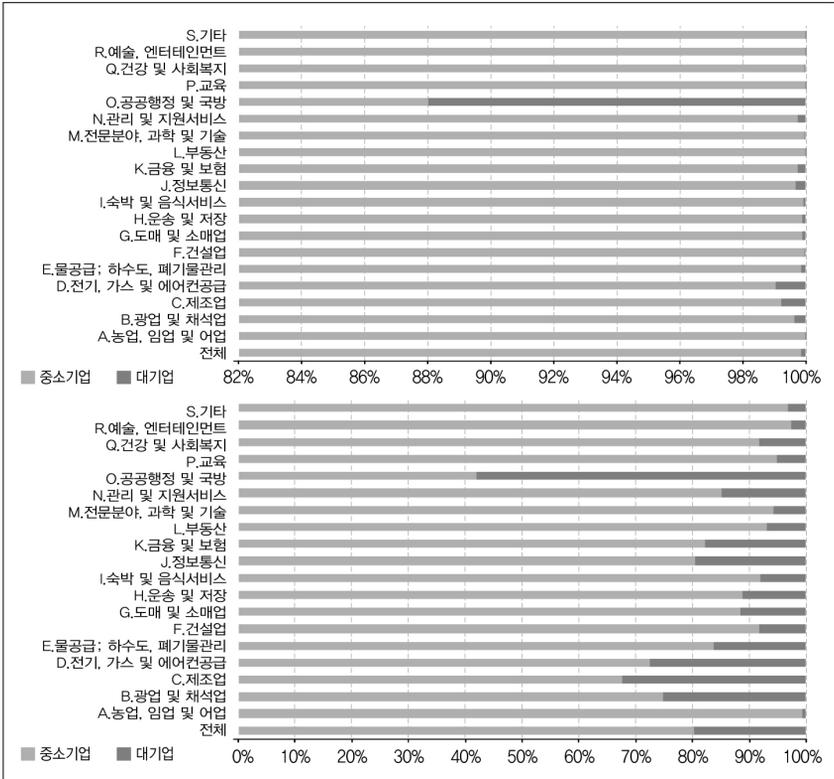
의 핀란드는 몇 년 전부터 창업에 대해 긍정적인 분위기가 생겨나기 시작했으며, 창업은 실패를 동반하기 마련이며, 실패를 통해 교훈을 얻고 다시 성공할 수 있는 기회를 얻는 것(serial entrepreneur)이 중요하다는 사회적 분위기가 형성되고 있다. 이로 인해 [그림 5-14]에서 ‘기업가정신(entrepreneurship)’과 ‘2차 기회(second chance)’와 관련된 핀란드의 점수가 EU 평균을 상회한다고 볼 수 있다. 또한 핀란드는 사회적으로 계층화 정도가 낮기 때문에 의사결정이 빠르다는 장점이 있는데, 이런 분위기는 ‘행정대응력(responsive administration)’에서 높은 점수를 받은 것과 연관성이 있다.

핀란드 중소기업의 업종별 분포를 살펴보면, 특히 정보통신기술(ICT: Information & Communication Technology) 분야에 종사하는 중소기업들이 좋은 실적을 내고 있다. 2009년과 2012년을 비교했을 때, ICT 분야 중소기업의 부가가치는 9% 이상, 고용은 약 6% 정도 성장하였는데, 이는 모바일게임과 서비스 분야의 성공에서 주로 기인한 것으로 본다. 이는 모바일게임인 ‘앵그리 버드’나 ‘클래시 오브 클랜’의 성공 사례로도 입증된다(European Commission 2013, p. 2).

산업별로는 서비스가 67%로 가장 큰 비중을 차지하고 있고, 농업은 3%, 그리고 제조업은 30%로 비교적 작은 비중을 차지한다.⁶⁰⁾ 세부 산업별 중소기업과 대기업의 업체 수와 고용인원 비중은 [그림 5-15]와 같다. 핀란드 전체로 보았을 때 중소기업의 수가 압도적으로 많고, 세부산업별로는 공공서비스를 제외하면 대부분 중소기업의 비중이 확연히 높다. 이

60) Tekes 인터뷰(Ms Marita Paasi, 2014. 7. 1) 자료(Tekes, the Finnish Funding Agency for Innovations, p. 1) 참조.

그림 5-15. 핀란드의 세부산업별 기업체 수(상) 및 고용인원(하)



자료: Statistics Finland.⁶¹⁾

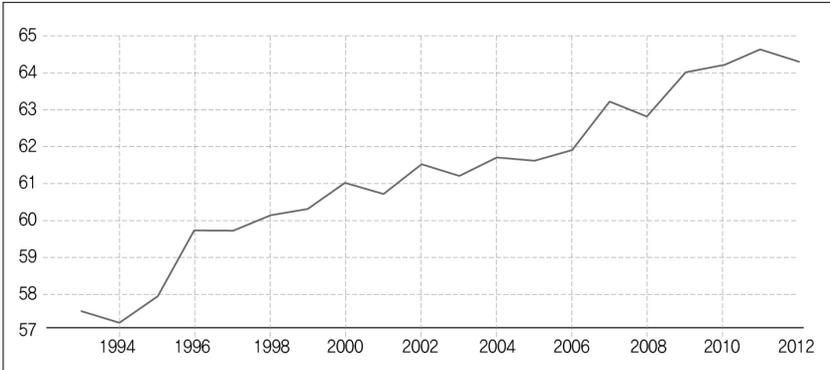
는 고용인원에서도 비슷한 양상을 보이는데, 공공행정 및 국방 외에는 대부분 중소기업의 고용비중이 상대적으로 높다. 그리고 핀란드 중소기업은 지난 10년 사이 고용비중에서도 눈에 띄는 증가세를 보이고 있다(그림 5-16).

이처럼 핀란드의 중소기업이 지난 10년 사이에 활성화된 데에는 여러

61) Statistics Finland, http://www.stat.fi/meta/kas/pk_yritys_en.html(검색일: 2014. 10. 20).

그림 5-16. 핀란드 중소기업 직원 수의 비중 추이

(단위: %)



자료: Findicator.⁶³⁾

이유가 있지만 특히 자주 언급되는 요인은 노키아(Nokia)의 침체와 관련성이 있다는 것이다.⁶²⁾ 2000년대까지만 해도 세계적인 휴대폰 제조업체였던 노키아는 당시 핀란드 경제의 주축을 이루며, GDP의 4%를 차지하고⁶⁴⁾ 전체 수출의 약 20%를 담당했다.⁶⁵⁾ 그러나 스마트폰에 대한 대응에 실패하고 신흥국 기업들의 추격에 쫓기면서 노키아는 점차 몰락하기 시작했다.⁶⁶⁾ 이런 변화에 대해 핀란드 총리 알렉산더 스티브가 ‘고(故) 스티브잡스가 핀란드의 일자리를 뺏었다’라고 이야기할 정도로,⁶⁷⁾ 노키아의 침체는 핀란드 경제에 큰 변화를 가지고 왔다.

한 국가 경제의 큰 부분을 차지하던 회사의 몰락이었기 때문에 핀란드

62) “Nokia’s Losses Become Finland’s Gains”(2011. 8. 4).

63) Findicator. <http://findikaattori.fi/en/86>(검색일: 2014. 10. 20).

64) “Nokia’s Pain Becomes Finland’s”(2011. 6. 3).

65) “The Nokia Effect”(2012. 8. 25).

66) 『핀란드, 노키아 빈자리에 창업 ‘새살’』(2013. 10. 23).

67) “Steve Jobs took our job: Finish PM say of Nokia’s demise”(2014. 7. 7).

경제에 대해 심각한 타격이 있을 것으로 우려하는 시각이 많았다. 하지만 노키아의 몰락이 핀란드 경제와 사회에 부정적인 영향만 준 것은 아니었으며, 이런 변화는 핀란드의 창업 분위기 형성 및 중소기업 지원체계의 변화에 매우 중요한 전기를 제공했다. Erkkö Autio(2009, p. 25)⁶⁸⁾는 ‘Finnish Paradox’라는 용어를 사용하면서, 노키아가 핀란드의 대표기업이었던 것은 사실이지만 오히려 이런 안정적인 대기업의 존재가 핀란드의 기업가정신이 낮았던 이유 중 하나라고 지적했다. 실제로 노키아의 실패 이후 오히려 핀란드에는 창업문화가 형성되기 시작했고, 창업기업 중에서는 앞에서 언급한 모바일게임업체들이 세계적인 기업이 되기도 했다.

이처럼 핀란드 내에 활발한 창업 분위기가 형성되고, 그 연장선 상에서 중소기업들이 세계로 진출할 수 있게 되기까지 핀란드 정부가 어떠한 뒷받침을 제공했는지에 대해 다음 절에서 알아본다.

나. 중소기업 해외진출 및 창업지원체계

핀란드 경제인연합회(EK: Confederation of Finnish Industries) 관계자와의 면담에 따르면 핀란드의 중소기업 지원체계를 이해하기 위해 중소기업을 두 가지 형태로 구분하여 보는 것이 편리하다. 첫째 형태는 오래 전부터 있어 왔던 중소기업들로, 이들은 대부분 국내시장에만 집중하려는 성향이 강하다. 반면, 새로 창업을 하는 중소기업들(Startup SMEs)은 해외진출에 관심이 많다.⁶⁹⁾ 이런 특징에 기반하여 볼 때, 중소기업의 수출

68) The Finnish Paradox: The Curious Absence of High-Growth Entrepreneurship in Finland.

및 해외진출을 지원하는 것은 창업과 밀접한 연관성이 있다. 따라서 핀란드의 수출 및 해외진출 지원체계를 살펴보면서 창업지원체계 및 창업생태계에 대해 함께 살펴보는 것이 의미가 있다.

특히 핀란드가 노키아의 실패를 극복하고 국가적 분위기를 전환할 수 있었던 데에는 정부의 적극적인 정책추진과 더불어 산학연의 협력이 잘 이루어졌기 때문인데, 이런 측면에서 정부부처 및 유관기관의 역할에 대한 검토뿐만 아니라, 알토(Aalto) 대학교 및 동아리의 역할에 대해서도 살펴본다.

1) 정부부처

핀란드 정부차원에서 중소기업의 해외진출지원과 관련된 부처는 고용경제부(Ministry of Employment and the Economy),⁷⁰⁾ 교육문화부(Ministry of Education and Culture), 그리고 외교부(Ministry for Foreign Affairs) 등이 있다.

고용경제부는 중소기업의 해외진출과 관련하여 ‘기업의 국제화를 촉진하기 위한 사업(Promoting internationalisation of enterprises)’과 관련된 여러 활동을 수행하는데, 그중에 팀핀란드(Team Finland)에 대한 참여가 포함되어 있다. 또한 ‘Enterprise Europe Network(EEN)’라는 EU 차원의 중소기업 지원 네트워크에 참여하고 있는데, EEN은 특히 중소기업의 국

69) 핀란드 경제인연합회(Confederation of Finnish Industries)와의 인터뷰 내용(인터뷰일자 및 면담자: 2014. 6. 30. Ms. Leena Morttinen).

70) 2008년 1월 1일 통상산업부와 노동부를 통합하여 고용경제부를 만들(외교부 핀란드 개황. http://www.mofa.go.kr/trade/data/publication/trade/index.jsp?mofat=01&menu=m_30_210_60&sp=/incboard/faimsif/publicview.jsp%3FITEM_ID=HQKP_1356913496230. 검색일: 2014. 10. 15).

제화와 기술 이전과 관련된 서비스를 제공한다.⁷¹⁾ 이 외에도 고용경제부에서 운영하는 ‘Enterprise Finland’라는⁷²⁾ 홈페이지는 기업체들이 필요한 정보와 서비스를 한곳에 모으는 서비스를 제공한다. 이 외에도 핀란드 고용경제부는 유관기관 및 민간과 협력하여 중소기업의 성장을 지원하는 다양한 금융프로그램을 운영해왔다. 그 대표적인 예가 2009년에 출범한 ‘Vigo 가속 프로그램(Vigo Accelerator Programme),’⁷³⁾ 2013년에 출범한 ‘장기적인 성장금융 프로그램(Long-term Growth-financing Programme)’⁷⁴⁾인데 이와 관련한 자세한 내용은 우수지원수단 사례에서 살펴본다.

그리고 외교부에서는 ‘Finnish Missions Abroad by Country’라는 서비스를 통해 중소기업을 포함한 기업체들이 외국에 진출했을 때 필요한 연락처를 제공하고 있다.⁷⁵⁾

2) 유관기관

정부부처 외에도 정부 산하기관 및 학계 등에서도 다양하게 중소기업의 창업과 해외진출과 관련된 사항을 지원하고 있는데, 너무 다양한 기관에서 많은 지원이 이루어지는 것이 단점이라고 관계자들이 지적할 만

71) Ministry of Employment and the Economy 내 Enterprise Europe Network 소개자료. http://www.tem.fi/en/enterprises/enterprise_europe_network(검색일: 2014. 9. 7).

72) Enterprise Finland 홈페이지, <http://www.yrityssuomi.fi/en>(검색일: 2014. 9. 7).

73) The Vigo Programme Mid-Term Evaluation(2013, 핀란드 고용경제부). http://www.tem.fi/files/35626/TEMrap_4_2013.pdf(검색일: 2014. 9. 22).

74) 핀란드 고용경제부 보도자료. https://www.tem.fi/en/current_issues/press_releases/press_release_archive/year_2013/government_launches_extensive_growth_financing_programme.110100.news(검색일: 2014. 9. 7).

75) Ministry for Foreign Affairs of Finland. <http://formin.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=17195&contentlan=2&culture=en-US>(검색일: 2014. 9. 7).

크⁷⁶⁾ 지원기관의 수와 종류가 많다. 본 연구에서는 주요 기관들을 위주로⁷⁷⁾ 중소기업 지원체계를 살펴본다.

가) Finnvera Plc⁷⁸⁾

Finnvera Plc(이하 Finnvera)는 핀란드의 공적수출신용기관(Official Export Credit Agency)으로서 고용경제부 소속이다. 주요 업무는 크게 세 가지로, 수출금융(export financing), 중소기업 금융(SME financing), 벤처캐피탈 투자(venture capital investment)이다(그림 5-17 참고).

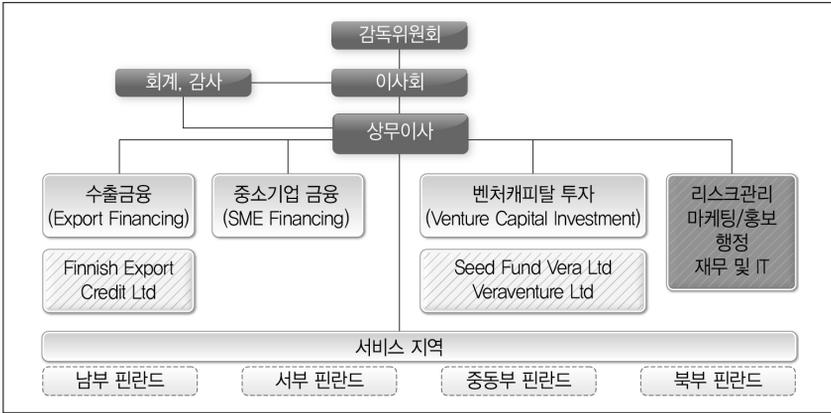
주요 업무 중 벤처캐피탈 투자 관련 업무는 Finnvera 외에도 Tekes에서도 수행하고 있으며, 업무 비중으로 보면 Tekes에서 더 많이 수행하고 있다. 중소기업 금융 업무와 관련하여 특히 ‘시작 및 성장하고 있는 기업체(start-up and growing enterprises)’에 대한 지원에 집중한다. 자금지원의 형태는 대출(loan)과 보증(guarantee)이 있는데, 대출 형태가 일반적으로 큰 비중을 차지하며, 최근에 보증의 형태도 늘리고 있다. 그리고 중소기업 자금조달액 중 연평균 3.5%의 신용 및 보증 손실이 발생하는데, 이런 손실에 대해 Finnvera가 일반 상업 금융기관보다 더 높은 리스크를 감당할 수 있도록 하기 위해 국가에서 일정 부분 보전해준다.⁷⁹⁾

76) Finnvera Plc(Mr Erno Ihto, Mr Pekka Karkovirta, 2014. 6. 30), Tekes(Ms Marita Paasi, Mr Jussi Kajala, 2014. 7. 1) 인터뷰 결과 기초.

77) Team Finland 및 Lets Grow 등에서 주요 협력기관으로 알려진 Finnver, Finpro, Tekes에 대해 알아보고, 산학연 협력의 대표 케이스라고 할 수 있는 알토 대학교 및 알토 대학교 창업동아리에 대해 알아봄. 세 개 기관의 업무를 구분해보면, Tekes는 R&D와 상품개발에 초점을 맞춰서 지원하며, Finnvera는 일반적인 운용 및 무역자금조달, Finpro는 정보제공 업무가 강점이다.

78) Finnvera 관련 내용은 Finnvera 인터뷰 결과 및 인터뷰 자료를 주로 참고하여 작성함. (면담자, 일시: Mr Erno Ihto, Mr Pekka Karkovirta, 2014. 6. 30).

그림 5-17. Finnvera 조직 구조



자료: Finnvera 인터뷰(Mr Erno Ihto, Mr Pekka Karkovirta, 2014. 6. 30) 자료(Finnvera in Brief, p. 5).

중소기업에 대한 Finnvera의 자금지원 추이를 살펴보면 [표 5-12]와 같다. 중소기업에 대한 자금지원이 2009년까지는 증가추세에 있었으나, 2010년 이후로는 감소했다. 그리고 수출보증(Export Guarantee)은 2011년도부터 줄기는 하였으나 2000년대 후반에는 지속적으로 증가하는 추세에 있음을 볼 수 있다. 2010년 전후로 자금지원이 감소한 것은 Finnvera 및 핀란드 정부에서 중소기업에 대해서만 자금지원을 의도적으로 줄였고 보기보다는 유럽의 경제위기의 영향으로 전반적으로 감소한 것으로 보는 것이 적절하다.

중소기업 형태별로 지원한 결과를 살펴보면, [그림 5-18]에 나타난 것처럼 2013년에는 ‘국내시장에 집중하는 중소기업’에 대한 지원이 54%로⁸⁰⁾ 가장 많았다. 반면 ‘국제화를 통한 성장을 모색하는 중소기업’에 대

79) Finnvera 인터뷰(Mr Erno Ihto, Mr Pekka Karkovirta, 2014. 6. 30) 자료(Finnvera in Brief, p. 8).

80) 국내에서 운영하는 작은 회사(15%)와 국내 시장에 집중하는 중소기업(39%)의 합계이다.

표 5-12. Finnvera의 중소기업 대출, 보증, 수출보증(상) 및 수출보증(하) 추이

(단위: 백만 유로)

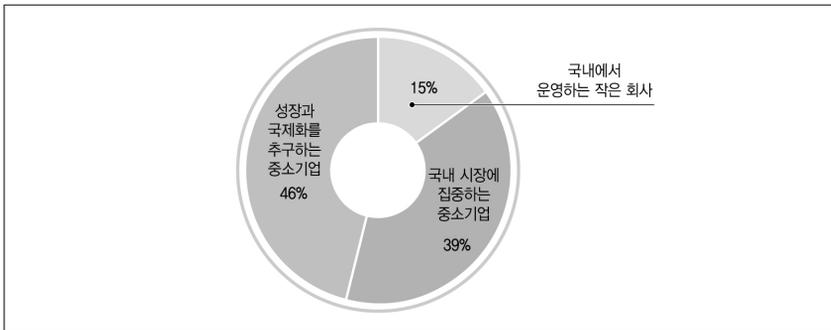
	2007	2008	2009	2010	2011
대출(Loan)	385	468	593	397	369
보증(Guarantee)	416	438	474	447	497
소계	801	906	1067	844	866
수출보증(Export Guarantee)	96	122	127	71	111
총계	897	1028	1194	915	977

	2007	2008	2009	2010	2011
기제공(Offered)	38,3	76,8	79,6	100,3	79,1
시행 중(In effect)	43,3	43,0	73,8	79,7	42,8

자료: Finnvera Annual Report(2009~11년), <http://www.finnvera.fi/eng/Finnvera/Publications/Annual-Reviews-and-Interim-Reports>(검색일 2014. 10. 20), 재인용: OECD(2013c).

한 지원은 46%로 아직 ‘국내시장에 집중하는 중소기업’에 대한 지원보다는 비중이 약간 낮은 것으로 나타났다. 또한 금융지원을 받은 기업들을 시작기업과 성장기업으로 나누어보았을 때는, 시작기업은 3,473개 업체, 성장기업은 1,886개 업체가 지원받았으며, 회원사 기업체 중 8,663개의 새로운 직업이 창출된 것으로 나타났다.⁸¹⁾

그림 5-18. Finnvera의 중소기업 형태별 지원 비율



자료: Finnvera 인터뷰(Mr Erno Ihto, Mr Pekka Karkovirta, 2014. 6. 30) 자료(Finnvera in Brief, p. 9).

81) Finnvera 인터뷰(Mr Erno Ihto, Mr Pekka Karkovirta, 2014. 6. 30) 자료(Finnvera in Brief, p. 9).

나) Finpro

Finpro는 중소기업의 국제화 및 수출을 지원하고, 핀란드로의 FDI와 관광을 활성화하는 업무를 수행하는 수출진흥기관이다. 전 세계 44개국에 64개 사무소를 개설하여 핀란드 기업들의 해외진출관련 사항들을 적극적으로 돕고 있다.⁸²⁾

특히 Finpro는 국제화 및 수출 관련해서, ‘Export Partner Groups’라는 서비스를 통해 중소기업들이 해외시장에 진출할 때 그룹을 이루어 함께 진출할 수 있도록 기회를 제공한다. 이 서비스는 European Commission에서 2008년 발간한 자료인 “Supporting the Internationalization of SMEs: Good Practice Selection”에 우수 사례로 소개되었다. 구체적인 내용을 살펴보면, 최소 네 개 이상의 중소기업이 하나의 그룹을 형성하여 목표 시장에 함께 진출하도록 지원함으로써 시너지를 얻을 수 있도록 한다. 특히 중소기업 중에서도 ‘성장기업(growth companies)’을 주요 대상 기업으로 삼아서 해외진출의 성공의 가능성을 높이고자 하였으며, 이를 위해 수출 전문가를 고용하여 진출 기업들이 더 성공적인 결과를 달성하도록 돕는다 (European Commission 2008).

과거 Finpro는 글로벌 마케팅과 관련한 컨설팅도 담당하였으나 컨설팅이 공공부분에 의해 독점되었다는 지적을 받아들여 현재는 민간영역으로 많이 넘어간 상태이며 ‘소프라노’라는 민간 컨설팅기업이 탄생하기도 했다.⁸³⁾

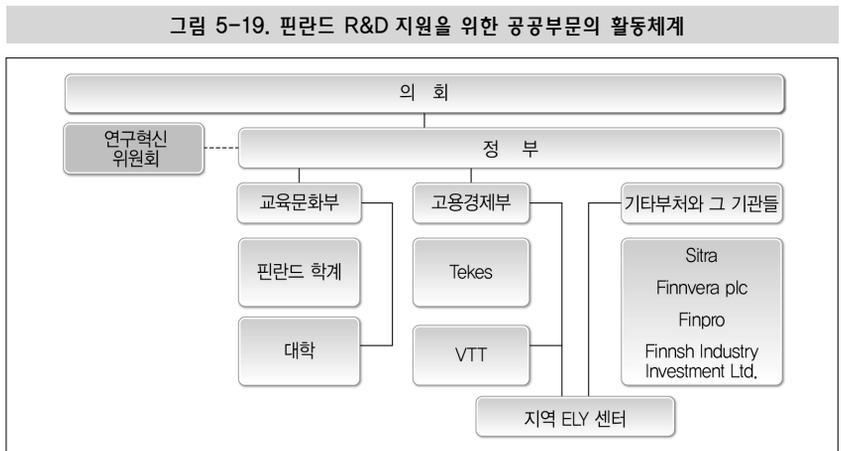
82) Finpro 홈페이지(<http://www.finpro.fi/web/finpro-eng/finpro>, 검색일 2014. 10. 20) 참조

83) Confederation of Finnish Industries 인터뷰결과(면담자/일시: Ms Leena Morttinen/ 2014. 6. 30).

다) Tekes

Tekes(Finnish Funding Agency for Technology and Innovation: 핀란드 기술혁신투자청)는 R&D 및 혁신 관련 공공금융기관이다. Tekes는 연구혁신위원회(Research and Innovation Council) 및 정부 부처와 연관성을 가지고 R&D 지원 업무를 주로 담당한다(그림 5-19).⁸⁴⁾

Tekes는 6년 미만 기업 및 성장·혁신 중소기업을 지원하는 데에 집중하고 있으며, 기업을 세 가지로 분류하여 지원방식을 각기 달리하고 있다. 크게 ‘새롭게 떠오르는(new emerging)’ 회사, ‘빠른 성장을 하는(fast growing)’ 회사, ‘완만하게 성장하는(moderately growing)’ 회사로 구분하는데, 이 중에서도 빠른 성장을 하는 회사를 대상으로 ‘젊은 혁신 기업에 대한 특별 자금(NIY: Special funding for Young Innovative Companies)’과 ‘기업을 위한 액셀러레이터(VIGO)’ 등을 통해 별도로 지원한다. Tekes가

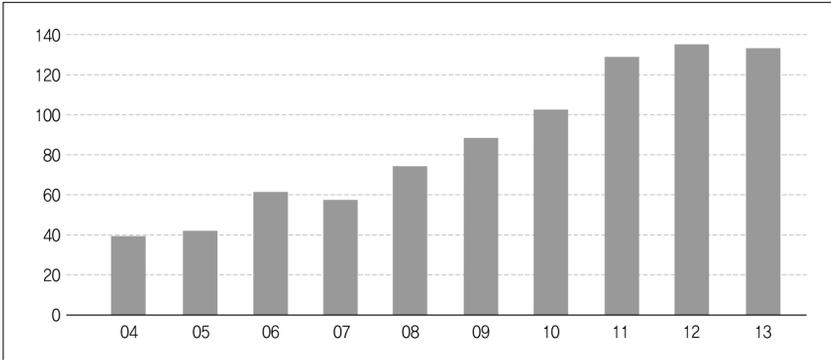


자료: Tekes 인터뷰(Ms Marita Paasi, Mr Jussi Kajala, 2014, 7. 1) 자료(Tekes, the Finnish Funding Agency for Innovations, p. 2).

84) Tekes 인터뷰 결과(면담자/일시: Ms Marita Paasi, Mr Jussi Kajala/ 2014. 7. 1).

그림 5-20. Tekes의 6년 미만 기업에 대한 자금지원 추이

(단위: 백만 유로)



자료: Tekes 인터뷰 자료(Tekes, the Finnish Funding Agency for Innovations, p. 10).

6년 미만의 기업에 대해 자금 지원한 추이를 살펴보면 [그림 5-20]과 같다. 6년 미만의 기업에 대한 지원 금액은 매년 늘리고 있으며, 2013년 총 지원액은 약 1억 3,000만 유로이다. 그중에 약 34.6%에 해당하는 4,500만 유로를 젊고 혁신적인 기업(young innovative companies)에 지원했다.⁸⁵⁾

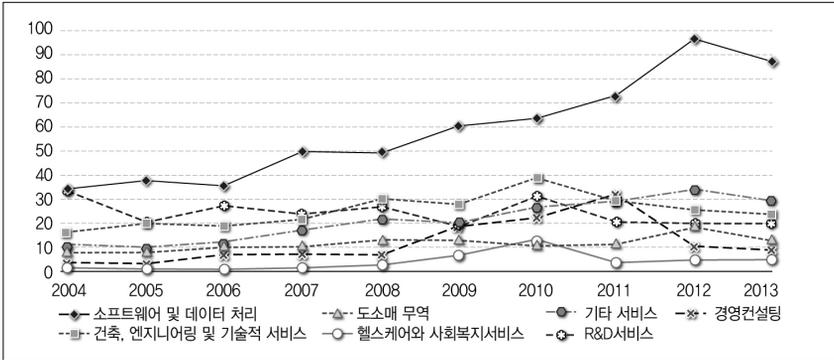
Tekes의 지원수단을 살펴보면, 대출과 비교하여 보증의 비중이 커서, Finnvera가 대출 위주의 업무를 수행하는 것과는 대별된다. 2012년 기준 R&D 자금지원은 총 1,640개 프로젝트에 5억 7,000만 유로의 지원이 이루어졌고, 이는 기업에 대한 R&D 대출, 대학 및 연구기관 등에 대한 연구자금 지원, 기업 및 공공기관에 대한 R&D 보증 등의 형태로 나뉜다.⁸⁶⁾ 또한 [그림 5-21]과 같이 서비스와 관련한 R&D 자금지원을 분야별로 나누어보면, 소프트웨어 및 데이터 처리(software and data processing) 분

85) Tekes 인터뷰(Ms Marita Paasi, Mr Jussi Kajala, 2014. 7. 1) 자료(Tekes, the Finnish Funding Agency for Innovations, p. 10) 참고.

86) Tekes 인터뷰(Ms Marita Paasi, Mr Jussi Kajala, 2014. 7. 1) 자료(Tekes, the Finnish Funding Agency for Innovations, p. 11) 참고.

그림 5-21. 서비스와 관련한 R&D 자금지원

(단위: 백만 유로)



자료: Tekes 인터뷰(Ms Marita Paasi, Mr Jussi Kajala, 2014. 7. 1) 자료(Tekes, the Finnish Funding Agency for Innovations, p. 13).

야에 대한 지원이 가장 많고, 증가 추세에 있다.

3) 알토 대학교 및 창업동아리 Altoes⁸⁷⁾

핀란드의 중소기업 지원체계의 강점에 대해 여러 각도에서 논의가 이루어져 왔지만, 그중에서도 많이 거론되는 것이 산학연 네트워크의 효율적 구축과, 그에 따라 대학생들 사이에서 자생적인 창업에 대한 열정 및 관심이 높다는 점이다. 대학교가 창업에 중요한 역할을 하게 된 것은 핀란드에서도 최근 몇년 사이에 이루어진 변화로, 안정성을 중시하는 국민성에 맞게 10년 전까지만 해도 핀란드 대학생들은 창업보다 대기업 취업을 선호했다. 이런 변화의 중심에는 알토 대학교가 있다고 할 수 있다. 알토대학교는 본인 전공에 대한 전문성에 더하여 타 전공에 대한 지식까

87) 알토 대학교 및 창업동아리 Altoes 관련 내용은, 인터뷰 결과 및 인터뷰 자료를 기반으로(면담자/일시: Ms Olga Balakina/ 2014. 7. 1) 하였으며, 김정곤, 이민영(2014)을 주로 참고하였다.

지 갖춘 인재를 양성하기 위해, 핀란드의 3대 국립대학을 통합하여 2010년에 설립되었다. 전공은 공학, 디자인, 경영 전공을 운영하고 있는데, 학사과정에서는 각 전공에 대한 전문성을 배양하고, 석사과정에서 타 분야까지 전문성을 넓히는 것을 목적으로 한다.⁸⁸⁾

알토 대학교는 교육적인 측면에서 창업에 도움이 될 만한 커리큘럼을 제공할 뿐만 아니라, 실질적으로 창업에 도움을 줄 수 있는 알토 중소기업센터(Aalto Small Business Center)도 운영하고 있다. 중소기업센터는 알토 경영대학교 소속으로, 알토대학교가 통합되기 이전부터 헬싱키경제대학교에 속하여 1997년부터 운영되어 왔기 때문에 긴 역사를 가진다. 특히 인큐베이션 서비스(Start Up Center)를 통해, 창업 3년 미만의 기업 중 선발된 기업들에게 3년간 지속적인 성장이 가능하도록 교육과 각종 지원을 제공한다. 그 결과 참가업체들의 87%(2009년 기준)가 10년 뒤에도 성공한 것으로 나타났고, 32%의 회사는 빠르게 성장하는 가젤기업(Gazell companies)으로 나타났다.⁸⁹⁾

이 외에도 알토 대학교에서는 학생들이 주축이 되어 2009년 Aaltoes (Aalto Entrepreneurship Society)라는 창업 동아리가 설립되었다. 설립 목적은 기업가가 될 사람들에게 영감을 불어넣고, 창업에 대한 부정적인 태도를 변화시키며, 자원을 한곳에 모아 더 효율적으로 사용한다는 것이다. 이를 실현하기 위해 연간 100여 개의 행사를 주최하며, 그중 SLUSH는 유럽에서도 가장 유명한 startup 기업들의 회의인데 이 행사를 통해 외국인투

88) 박기임(2013), 『최근 핀란드의 창업생태계 변화와 시사점』 참고.

89) 알토스타트업센터 소개자료(Incubate your business in Aalto Start-Up Center, http://cleantechincubation.eu/wp-content/uploads/2012/07/CIE_Paakkala.pdf(검색일: 2014. 11. 1) 및 Aalto University School of Business Center(<http://pienyrittyskeskus.aalto.fi/en/>, 검색일: 2014. 11. 1) 참고.

자를 끌어들이기도 한다. 또한 대표적인 프로그램인 Startup Sauna는 초기 단계의 벤처기업을 지원하기 위한 프로그램이다. Startup Sauna 프로그램 내에서만 70개의 지역이벤트가 개최되고 1,800개가 넘는 벤처기업들이 지원하여 선발된 700여 개의 기업이 이 프로그램에 참여하게 된다. 이 프로그램을 거쳐간 109개의 동문 벤처기업(alumni startups)들이 있으며, 이들에 의해 3,600만 달러의 기금이 모금됐다. 이 외에도 유망한 학생들을 실리콘밸리 신생기업에 인턴으로 보내주는 Startup Life 프로그램도 있다.⁹⁰⁾

이상과 같이 알토대학교가 다방면에 걸쳐 대학생들의 창업을 지원하는 것은, 현재 높은 실업률과 낮은 창업가정신 등으로 고민하는 우리나라에 주는 시사점이 크다. 얼마 전 통계청에서 발표한 “2014년 청소년 통계”에 의하면 대학생들의 대다수가 안정적인 공무원이나 공기업 및 대기업 취업을 선호하고, 반면에 벤처기업을 선호하는 경우는 2.8%(2013년 기준)에 불과했다.⁹¹⁾ 또한 중소기업청의 “2013년 소상공인 실태조사”에서 조사한 창업동기에 대한 항목에서도, 생계를 위한 창업이 전체의 82.6%를 차지하여 창업가정신은 낮은 것으로 나타났다.⁹²⁾ 이와 같은 우리나라의 실태를 보았을 때, 핀란드 알토대학에서 교육 커리큘럼부터 실질적인 창업지원까지 연계하는 시스템은 참고할 만하다.

4) 소결

이상으로 핀란드의 중소기업 창업 및 해외진출 지원기관의 역할을 살

90) Aaltoes 인터뷰(면담자/일시: Ms Olga Balakina/ 2014. 7. 1) 결과 및 인터뷰자료 (Aaltoes.com).

91) 통계청, 「2014 청소년 통계」, p. 7, p. 21, http://kostat.go.kr/portal/korea/kor_nw/2/1/index.board?bmode=read&aSeq=328335(검색일: 2014. 11. 1).

92) 중소기업청, 「2013년 전국 소상공인 실태조사 보고서」(검색일: 2014. 11. 1).

표 5-13. 핀란드의 단계별 해외진출지원 프로그램

구분	Finnvera	Finpro	Tekes	기타 공공기관·협회
① 무역교육 및 컨설팅	• 수출역량강화			• Team Finland
② 수출품 품질 제고	• 수출역량강화		• 보증(Grant) 위주의 R&D 및 혁신을 위한 비용 제공	• Altoes 및 알토 대학교의 중소기업 창업준비 지원 (교육과정 및 창업단계)
③ 정보제공 및 판매인프라 구축	• 수출역량강화 • 글로벌바이어 국내소싱	• 해외시장 조사 및 전망제공 • 해외진출정보	• 국제적으로 넓은 네트워크를 구축	• Team Finland • SITRA에서 해외시장정보제공
④ 수출절차 및 인증				
⑤ 해외마케팅		• 전 세계 50개국 사무소		• Altoes의 SLUSH는 전 세계 창업자들의 회의로 마케팅기능도 수행
⑥ 해외시장 접근		• 무역사절단 파견 • Export Partner Groups • 해외출장지원	• 해외진출 네트워크 구축	• 외교부의 'Finnish Missions Abroad by Country'
⑦ 수출금융 및 보험	• Loan 위주의 수출금융			
⑧ 해외 법인 및 지사설립	• 러시아 상트페테르부르크에서 현지지원	• 해외진출컨설팅 (전 세계 50개국에 69개 사무소)	• 중국, 인도, 러시아, 미국 및 유럽에 지사를 두어, 국제적으로 넓은 네트워크를 구축	
⑨ 기타	• 성장기업 위주의 지원	• 성장기업 위주의 지원	• 성장 가능성이 있는 신생기업 위주의 지원	• VTT, ELY Center, TEM 등

자료: 각 기관별 인터뷰 및 홈페이지를 토대로 저자 작성.

펴보았고, 기관 및 지원내용별로 중소기업 수출 및 해외진출 지원내용을 분류해 보면 [표 5-13]과 같다.

다. 중소기업 해외진출 이니셔티브

핀란드 중소기업 관련 기관들이 하나같이 지적하는 문제점은 관련 기

표 5-14. EU 주요국들의 기관별 중소기업지원 서비스 숫자

EU국가	정부기관 (Government)	특별공공기관 (Special Public Agency)	특별민간기관 (Special Private Agency)	상공회의소 (Chamber of Commerce)	무역협회 (Trade Association)	기타	합계
덴마크	8	10	1	0	4	10	33
핀란드	13	14	2	0	1	5	35
프랑스	6	7	0	5	0	3	21
독일	10	13	4	3	0	4	34
이탈리아	8	24	0	6	0	6	44
스웨덴	6	6	0	4	5	5	26
영국	9	3	2	7	1	2	24
EU 전체	142	244	45	124	44	135	734
EU 평균	5.1	8.7	1.6	4.4	1.6	4.8	

자료: ECISP Consortium,⁹³⁾

관이 너무 많아 지원체계가 분절된 느낌이 있다는 것이다. 이는 [표 5-14]에서도 볼 수 있듯이, 핀란드는 EU 국가들 중에서도 중소기업 지원을 위한 서비스의 숫자가 많은 편이다. 이런 문제점 해결을 위해 Team Finland 라는 국가적 이니셔티브가 출범하였고, 그 하위 프로그램인 Lets Grow가 시작되었다.

1) 팀핀란드

팀핀란드(Team Finland)는 2012년에 시작됐고, 실행을 위한 첫 번째 전략(the first strategy)이 2013년 6월 13일에 정부결의안(Government Resolution)으로 채택되어 2014년 말까지 운영된다.⁹⁴⁾

팀핀란드는 별도의 기관이 아닌 개별 기관의 네트워크로서 정부부처와

93) ECISP Consortium(2013), "Study on Support Services for SMEs in International Business," p. 69의 내용 중 발췌.

94) Prime Minister's Office Publications(2014), "Team Finland: Strategy Update 2015."

유관 기관 외에도 관련 이해관계자 등을 총망라한다. 정부부처 중에서는 고용경제부, 외교부, 산업부 등이 참여하고 있다. 유관 기관들 중에서 주요 참여자들은, Finpro, Tekes, Finnvera, 핀란드문화과학원(Finnish Cultural and Science Institutions), Finfund, ELY Centres(Centres for Economic Development, Transport and the Environment)가 운영하는 지역네트워크 등이다.⁹⁵⁾ 이처럼 지원기관들이 다양하기 때문에 관련 기관들을 하나의 우산 아래에 모음으로써 중복되는 사항들은 제거하고 효율적으로 기업들을 지원한다는 것이 팀핀란드의 설립 취지이다. 특히 유럽의 재정위기와 더불어 핀란드의 재정 역시 좋은 상태가 아니기 때문에, 이런 상황에서는 새로운 것을 만들기보다는 기존의 자원을 모아 효율적으로 중복을 제거하는 것이 중요하다고 보았던 것도 추진 배경으로 작용하였다.⁹⁶⁾

팀핀란드의 목적은 크게 세 가지로 나뉜다. 대외 경제관계 및 국제화, 외국인투자를 촉진하여 글로벌 가치 네트워크에 적응하는 것이다. 특히 중소기업들은 대기업과의 제휴 없이 단독으로 글로벌 네트워크에 참여하기 어려운 것이 현실인데, 중소기업이 단독으로 글로벌 밸류 네트워크에 참여할 수 있도록 팀핀란드는 수출신용을 70억 유로까지 증가시키기로 했다.⁹⁷⁾ 그리고 핀란드 기업의 경쟁력, R&D, 네트워킹 및 평판 등을 향상시킴으로써 국가브랜드를 향상시키고 새로운 기회를 발견하고자 한다.

95) 팀핀란드 홈페이지, <http://team.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=46788&contentlan=2&culture=en-US>(검색일: 2014. 8. 11).

96) Prime Minister's Office Publications(2013), "Team Finland: Strategy 2014."

97) European Commission(2014c), "Reindustrialising Europe, Member States' Competitiveness Report 2014."

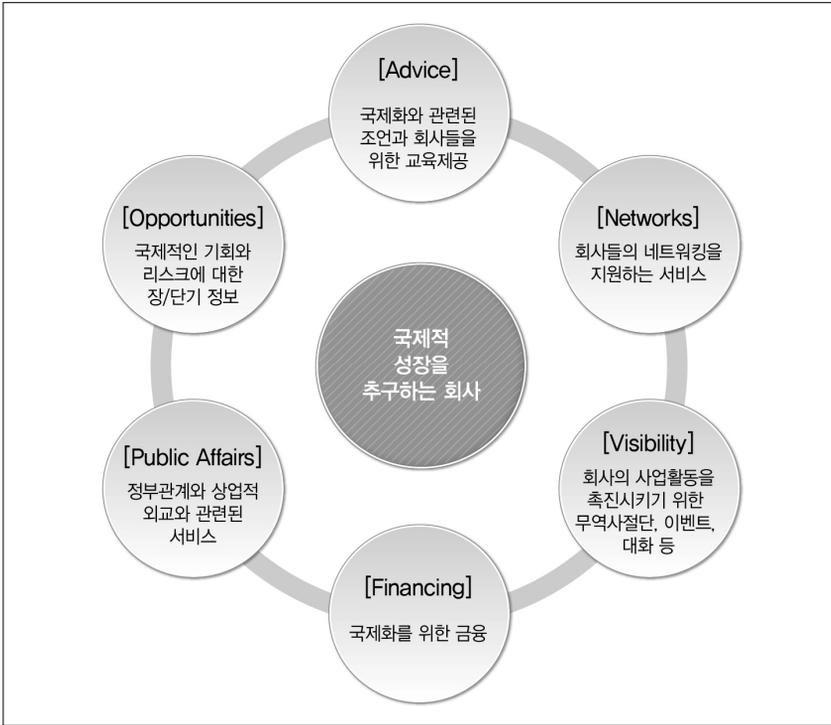
아울러 기존에 가진 지원체계에 더하여 새로운 것을 만들기보다, 기존 지원체계를 생산적이고 효율적으로 활용하는 방안을 찾고자 한다.⁹⁸⁾

팀핀란드의 주요 활동은 국내외를 포괄하는데 국내적으로는 투자유치를 촉진하는 활동을 포함한다. 국외진출과 관련된 사항 중 하나는 국제화 서비스로, 기업체가 필요로 하는 정보를 생산·제공하고 국제화와 관련된 자문서비스를 제공한다. 이 외에도 지역 및 주제별로 차별화된 서비스를 제공하고, 해외시장에서의 네트워킹을 원활하게 하기 위한 서비스를 유료로 제공하며, 핀란드의 국가브랜드를 향상시키기 위한 활동도 한다(그림 5-22 참고).

특히 팀핀란드 운영의 방향성을 수립하는 역할은 정부가 하고 있다. 이와 관련하여, 핀란드 정부는 ‘핀란드의 대외경제관계를 위한 운영위원회(Steering Group)’, ‘사무차관 조정그룹(The Permanent Secretaries' Coordination Group)’, 그리고 ‘총리실 소속 대외경제관계국(External Economic Relations Unit at the Prime Minister's Office)’를 가지고 있다. 우선 ‘핀란드의 대외경제관계를 위한 운영위원회’는 핀란드 Alexander Stubb 총리가 이끄는 위원회로, 정부 임기동안 지명된 전문가들로 구성된다. 이 위원회는 일 년에 네 번 만나 팀핀란드 네트워크 활동의 전략적 우선순위를 수립하고, 이 우선순위는 매년 봄에 출판물로 발간되어 정부가 이에 대해 논의한다. 그리고 ‘사무차관들의 조정그룹’은 운영위원회가 세운 우선순위의 실행과 팀핀란드 네트워크의 방향설정에 책임이 있다. 마지막으로 ‘총리실 소속 대외경제관계국’은 프로젝트 사무국의 역할을 하고, 핀란드의 대외경제관계와 관련된 활동의 전반적인 조정을 담당한다.⁹⁹⁾

98) Prime Minister's Office Publications(2013), "Team Finland: Strategy Update 2014."

그림 5-22. 팀핀란드의 국제화 관련 주요 서비스



자료: Prime Minister's Office Publications(2014), "Team Finland: Strategy Update 2015," p. 13.

그리고 팀핀란드 이니셔티브는 분야 및 주제를 선정하여 집중적으로 지원하는데 그 분야는 [표 5-15]와 같다. 팀핀란드 내에는 'Lets Grow'라는 프로그램이 있는데, 이것은 Finnvera, Tekes, Finpro가 공동으로 운영하는 프로그램이다. 이 프로그램은 성장기업이 국제적으로 성장하도록 자금지원 및 노하우를 제공한다.

99) 팀핀란드 홈페이지 Steering 관련 자료 참조. <http://team.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=46792&contentlan=2&culture=en-US>(검색일: 2014. 11. 10).

표 5-15. 팀핀란드 이니셔티브의 집중 분야와 주제

분야 및 주제	클린테크	바이오경제	ICT 및 디지털화	생명과학, 보건의료 및 식품	부극 관련	창조산업과 디자인	교육 및 학습
예시	<ul style="list-style-type: none"> 에너지와 물질효율 신재생 에너지 도시환경에서 지능형시스템과 서비스 산업용 물처리 및 정화 지속가능 추출산업 지능형 에너지시스템, 그리드 폐기물 관리 및 폐기물의 에너지화 대기의 질 	<ul style="list-style-type: none"> 화학 삼림산업 기계 삼림산업과 목조 바이오 에너지, 바이오질, 생화학 및 바이오연료를 포함한 바이오경제 바이오 경제장비 생태계 서비스를 포함한 바이오경제 서비스 	<ul style="list-style-type: none"> 게임과 gamification 사이버보안 모바일/ 무선솔루션 및 지원기술 온라인거래 산업 인터넷, 진동 산업의 재창조, 지능형 교통을 포함한 사물인터넷 	<ul style="list-style-type: none"> 건강진단을 위한 ICT를 포함하는 의료기술 보건의료 및 의료 서비스 개념 건강식품, 기능성식품, 고분질의 식품 및 원료 식품기술 및 식품 안전 	<ul style="list-style-type: none"> 해양 산업과 물류 빙빙, 인프라 및 ICT 에너지 및 환경기술 채광 및 광물 	<ul style="list-style-type: none"> 삼업디자인 시청각생산 창조적인 디지털 개념 디자인 브랜드와 패션 건축 	<ul style="list-style-type: none"> 디지털 학습 솔루션, 기능성 게임 직업교육 교사훈련 교육 시스템에 관한 상담

자료: Prime Minister's Office Publications(2014), "Team Finland: Strategy Update 2015."

표 5-16. Lets Grow에 주요 업무 개요

주요업무	국제화를 위한 조건	혁신서비스를 위한 보증(Grant)	금융대출(Loan Financing)
담당기관	Finpro	Tekes	Finnvera
지원내용	<ul style="list-style-type: none"> 국제화계획 검토 및 계획을 개선할 수 있는 제안 국제화 관련 전문가를 활용하기 위한 조언 	<ul style="list-style-type: none"> 혁신 관련 서비스에 대한 지원 아웃소싱 서비스 비용의 50% 비즈니스 모델 개발에 대한 정보수집 	<ul style="list-style-type: none"> 국내외에서 국제화를 위한 투자와 운영자금이 필요한 경우
금액기준	-	<ul style="list-style-type: none"> 최대 3년간 20만 유로를 제공함 	<ul style="list-style-type: none"> 자체자금조달이 15% 이상 되어야 하고, 최대 가능금액은 백만 유로임

자료: Lets Grow 홈페이지^[100]

[100] Lets Grow. <http://letsgrow.fi/en/>(검색일: 2014. 8. 11).

3개 기관은 각각 특성화된 분야가 있는데 이렇게 하나의 프로그램을 만든 이유는 중소기업들이 이들의 업무 및 지원내용을 모두 파악하기 어렵기 때문이다. Lets Grow 프로그램은 국제적 성장을 추구하거나 혁신형의 중소기업을 대상으로 지원한다. 지원대상은 심사를 거쳐 선발되는데, 안정적인 재정상태를 가지고, 연간 매출액이 500만~5,000만 유로 정도되는 기업이 지원할 수 있다. 지원서는 Finnvera, Tekes, Finpro가 공동으로 심사하며 선정된 기업에는 역시 세 개 기관에서 공동으로 협력하여 맞춤형 서비스를 제공한다.¹⁰¹⁾

2) FINN partnership

핀란드 정부는 해외진출 중소기업 중에서도, 신흥국에 진출한 중소기업을 대상으로 개별적으로 지원하고 있다. 특히, [표 5-17]에서도 볼 수 있듯이 중국, 브라질, 인도, 러시아 등에서 많은 지원서비스를 제공하고 있다. 그리고 핀란드 정부는 신흥국 진출에만 집중하여 지원하는 핀파트너십(FINN Partnership)이라는 프로그램을 별도로 가지고 있는데, 이것은 핀란드 중소기업 수출지원체계가 갖는 특징 중의 하나이다. 이 프로그램은 OECD DAC에서 규정하는 공적개발원조(ODA) 수원국인 개발도상국에 진출하려는 중소기업들을 지원하는 프로그램으로, 대상 개발도상국 총 148개국이다. 이 프로그램은 핀란드와 개발도상국 사이의 경제적 협력을 통해 상대국의 경제성장을 돕고, 수출을 다변화하며, 개발도상국의 빈곤을 감소시킨다는 목적을 가지고 있다. 다음과 같은 준비 및 실행 단계에서 필요한 사항에 대한 지원이 제공된다.¹⁰²⁾

101) Lets Grow. <http://letsgrow.fi/en/>(검색일: 2014. 8. 11).

표 5-17. 신흥국을 대상으로 한 지원서비스의 숫자

	브라질	칠레	중국	인도네시아	인도네시아	이스라엘	말레이시아	멕시코	러시아	사우디	남아공	태국	튀니지	터키	우크라이나	베트남	EU 외의 국가	기타	
덴마크	1	0	3	2	3	2	1	1	0	1	0	2	2	2	2	3	2	28	0
핀란드	9	5	10	5	10	5	1	5	5	6	1	5	5	5	5	5	5	21	4
프랑스	5	3	5	9	5	5	10	5	4	5	5	5	9	10	5	5	14	0	
독일	12	9	11	8	12	11	10	10	14	9	8	8	8	8	11	8	25	3	
이탈리아	8	5	9	6	9	6	6	5	8	11	8	7	6	6	8	7	6	34	2
스페인	14	13	14	7	10	3	13	3	17	18	4	4	2	10	17	8	2	41	0
스웨덴	1	1	5	0	6	1	0	1	1	2	0	4	1	0	1	1	1	12	0
영국	9	8	8	9	8	8	8	8	9	8	9	8	8	8	8	8	8	17	0
EU전체	4.4	3.5	5.4	3.8	5.1	3.3	4.6	2.8	3.8	6.9	2.8	3	2.8	3.8	5.4	5.8	2.9	16.2	1.1
EU평균	123	97	150	106	144	92	128	78	107	192	78	85	79	106	152	162	82	454	31

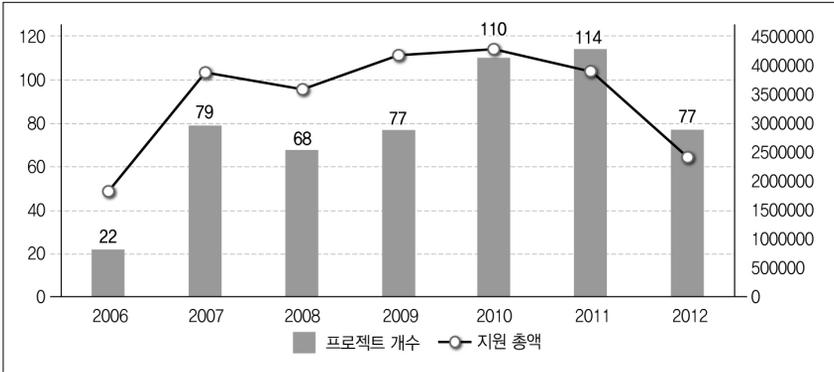
주: 원자료는 EU를 제외한 주요 국가 모두(third country)를 포함하였으나, 본 표에서는 신흥국 위주로만 정리함.
 자료: ECISP Consortium(2013), pp. 129-130에서 발췌.

- 협력 파트너 선정
- 예비타당성조사 및 타당성조사
- 사업계획 수립
- 사회/환경적 영향평가
- 개발도상국 직원교육
- 프로젝트의 특정 사업 영역을 개발하는 전문가 활용
- 기술 및 솔루션 관련 테스트
- 직업교육 훈련 및 지역교육 지원

102) Finn Partnership 내 자료. http://www.finnpartnership.fi/www/tiedostot/Esitteet_ja_julkaisut/Finnpartnership_ohjelma_EN2013UUSI.pdf(검색일: 2014. 7. 7).

그림 5-23. 핀파트너십을 통해 승인된 비즈니스 파트너십 프로젝트 추이

(단위: 개, 유로)



자료: 핀파트너십 매년 자료¹⁰³⁾ 참조하여 저자 작성.

핀파트너십을 통한 개도국 지원에 대한 성과를 살펴보면 [그림 5-23]과 같다. 2006년 승인된 프로젝트 수는 22개에 불과하지만 2010, 2011년에는 승인된 프로젝트 개수가 100개를 넘어 크게 증가했다. 그러나 2012년도에는 지원총액과 승인 프로젝트 수가 감소했다.

라. 우수 지원수단 사례

1) 제품개발 지원 및 투자

앞에서도 언급한 바와 같이 Tekes와 Finnvera 모두 자금지원을 하지만 Tekes가 보증 위주인 반면 Finnvera는 대출 위주이다. 지원체계의 특징을 살펴보면, Tekes는 R&D 및 혁신과 관련된 지원을 위주로 하기 때문에 특정 분야에 집중적인 지원을 한다는 것을 알 수 있다. 그리고 6년 미만

103) Finn Partnership. <http://www.finnpartnership.fi/www/en/finpartnership/tilastotietoa.php>
(검색일: 2014. 7. 7).

의 기업을 위주로 지원하여 자금이 부족하여 기술개발이 어려울 수 있는 초기단계에서부터 기술개발이 용이하게 이루어질 수 있도록 한다. 그리고 6년 미만 기업 중에서도 빠른 성장을 하는 기업에 대한 집중적인 지원이 별도로 이루어진다는 점에서 시사점이 있다. 우리나라에서는 최근 벤처 투자와 관련한 어려움이 많다는 문제점이 종종 논의되고 있는데,¹⁰⁴⁾ 노키아의 침체를 극복할 수 있는 창업분위기 조성을 위해 R&D와 혁신에 대한 지원을 담당하는 기관을 별도로 마련한 핀란드의 지원체계는 우리나라에 주는 시사점이 크다.

이 외에도 Tekes가 참여하고 있는 ‘Vigo 액셀러레이터 프로그램(Vigo Accelerator Programme)’ 역시 새로 시작하는 기업들을 지원하기 위한 공공-민간 주도의 이니셔티브(public-private initiative)이다. 특히 이 프로그램은 공공의 지원뿐만 아니라, 과거에 벤처기업으로 시작했던 경험이 있는 경쟁력 있는 기업 중에서 Vigo accelerator teams을 선정하여 실질적인 도움을 준다.¹⁰⁵⁾ 우리나라 역시 2014년부터 ‘글로벌 액셀러레이터’라는 이름으로 비슷한 취지의 프로그램을 운영하는 것으로 나타났는데,¹⁰⁶⁾ 향후 더욱 발전적인 방향으로 운영하기 위해 핀란드 사례를 참고할 만하다.

104) 「선순환고리 만드는 환경조성이 핵심」(2014), <http://news.mk.co.kr/newsRead.php?year=2014&no=1223438>(9. 22일자).

105) Ministry of Employment and the Economy. The Vigo Programme Mid-Term Evaluation(2013, 핀란드 고용경제부), http://www.tem.fi/files/35626/TEMrap_4_2013.pdf(검색일: 2014. 9. 22).

106) 「미래부·중기청 「글로벌 액셀러레이터」 본격 육성」(2014), <http://www.korea.kr/policy/pressReleaseView.do?newsId=155947622>(3. 6일자).

2) 정보 제공

핀란드 이니셔티브는 지원체계의 중복을 없애고 효율적으로 모든 지원기관들을 한곳에 모아 지원체계에 대한 정보를 제공하는 점에서 우수 사례로 볼 수 있다. 특히 국가재정 상황을 고려하여 새로운 것을 만들기 보다는 가진 것을 활용한다는 데에도 의의가 있다. 또한 총리 주도하에 관련 기관 및 이해관계자의 의견을 수렴하여 전략을 세우기 때문에,¹⁰⁷⁾ 사용자들이 믿고 정보를 제공받을 수 있는 장점이 있다. 그리고 주력 지원 산업 및 주제의 우선순위를 정해서 국가적으로 지원하기 때문에 그 효과도 더 빨리 나타날 수 있다.

핀란드 이니셔티브 내의 프로그램인 Lets Grow 프로그램은 중소기업의 중요한 한계점을 극복할 수 있는 방안이기 때문에 중요하다. 중소기업은 인력부족과 인적역량 및 자금 부족 등의 이유로 정부에서 아무리 많은 지원체계를 마련하더라도 이용이 어려운 경우가 많다. 그렇기 때문에 Lets Grow 프로그램처럼 주요 기관들의 지원체계를 하나의 웹페이지에 모으고 그들의 지원체계를 명확히 구분하여 소개하는 것은 중소기업들에게 도움이 될 수 있다.

3) 중소기업 금융지원

중소기업에 대한 핀란드의 금융지원 중, 정부차원에서 마련한 중소기업의 성장을 지원하기 위한 ‘장기적인 성장금융 프로그램(Long-term Growth-financing Programme)’은 대표적인 사례이다. 고용경제부에 따라

107) 전략을 처음 수립한 것이 2013년 6월로, 해당 전략의 만료기한이 2014년 말까지로 되어 있으며 매년 전략을 수립할 계획이다(Prime Minister's Office Publications, 2014, p. 9).

면, 이 프로그램은 2013년에 출범하였고, 본 프로그램의 기간 및 기금금액은 10년 동안 총 10억 유로까지 도달할 수 있다고 예측한다. 이 프로그램이 시작된 배경은 최근 핀란드 경제에서 중소기업의 역할이 커졌지만 자금부족으로 성장이 어려운 중소기업들이 있기 때문에 이들을 지원하기 위해 만들어졌다. 자본금 마련과 관련해서는 민간 분야와 협력하여 최소 필요자본의 50%를 민간부문에서 얻는 것을 목표로 하고 있으며, 시장실패가 있는 분야에 우선적으로 프로그램을 적용할 계획이다. 그리고 이 프로그램에 자금을 대기 위해 핀란드산업투자회사(Finnish Industry Investment Ltd), Tekes, Finnvera와 같은 공적자금기구에 자금을 보낼 계획이다.¹⁰⁸⁾

4) 신흥시장 진출 지원

핀란드는 별도로 핀파트너십 프로그램을 만들어 기업의 신흥시장 진출을 지원하고 있다. 중소기업은 역량과 인력 부족으로 이런 정보를 찾기 어려운데, 이러한 서비스는 중소기업이 신흥시장에서 더 수월하게 사업을 수행할 수 있도록 하는 사용자중심의 서비스이다. 또한 모든 서비스가 무료이고 타당성조사나 사업계획 수립과 같이 중소기업들의 입장에서는 단독으로 수행하기 어려운 준비 단계부터 지원해준다는 장점이 있다.

108) European Commission(2014a), “2014 SBA Fact Sheet Finland”, p. 18 및 핀란드 고용경제부 보도자료, https://www.tem.fi/en/current_issues/press_releases/press_release_archive/year_2013/government_launches_extensive_growth_financing_programme.110100.news (검색일: 2014. 9. 7) 참고하여 작성.

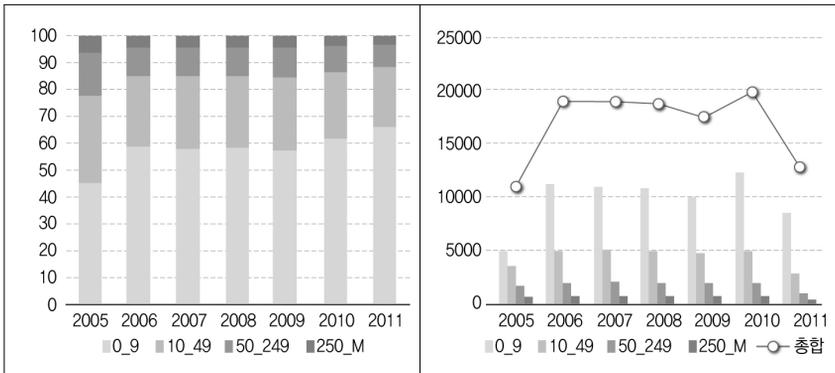
마. 성과

핀란드 경제의 주축을 이루던 노키아가 몰락하기 시작한 것은 2007년 중반부터로¹⁰⁹⁾ 비교적 최근의 일이며, 그러한 공백을 보완하기 위해 중소기업이 증추적인 역할을 하기 시작한 것 역시 10년을 넘지 않았다. 그리고 중소기업에 대한 집중적인 지원정책 또한 역사가 길지 않기 때문에 그 성과의 성공 여부를 논하기는 이르다. 따라서 본 절에서는 간략하게 최근 핀란드 중소기업의 수출 성과를 위주로 평가하고자 한다.

핀란드 중소기업의 수출성과를 살펴보기 위해 수출기업체 숫자의 추이를 살펴보면 [그림 5-24]와 같다. 수출에 종사하는 기업 중 중소기업과 대기업의 비중을 비교해보면 중소기업의 비율이 점차적으로 증가하고 있음을 확인할 수 있다. 고용인원을 기준으로 영세기업, 소기업, 중기업으로

그림 5-24. 핀란드의 기업규모별 수출기업 비중(좌)과 수(우) 추이

(단위: %, 개)



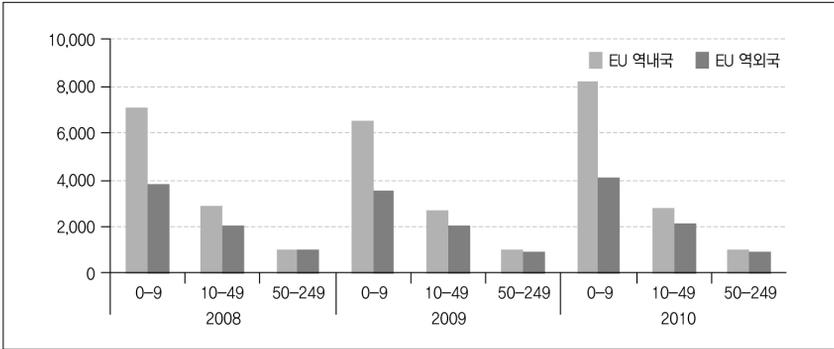
자료: Eurostat¹¹⁰⁾ 참조하여 저자 작성.

109) 『핀란드, 노키아 빈자리에 창업 ‘새살’』(2013. 10. 23).

110) Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat>(검색일: 2014. 8. 11).

그림 5-25. 핀란드의 대상지역별 수출기업 수 추이

(단위: 개)



자료: Eurostat¹¹¹⁾ 참조하여 저자 작성.

나누어서 보면 수출에 종사하는 영세기업의 비중이 눈에 띄게 증가했다. 이는 노키아의 쇠락과 더불어 진행된 구조적 변화와 더불어, 최근 핀란드 정부의 정책적 노력이 일정 부분 반영된 결과로 해석된다. 그리고 수출기업의 숫자는 2005년 이후 대체로 증가하는 추세를 나타냈으나, 2011년에는 급격히 감소했는데 이는 유럽 재정위기의 여파로 생각된다.

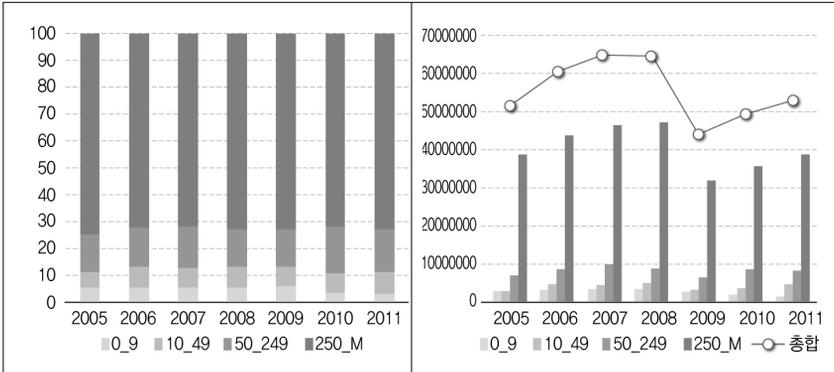
수출중소기업체 숫자를 EU 역내국과 역외국에 대한 수출로 구분하여 살펴보면 [그림 5-25]와 같다. 일반적으로 EU 역내국에 수출하는 중소기업이 역외국에 수출하는 중소기업보다 많다. 특히 영세기업 중에서 수출기업의 숫자가 증가하였다. 10인 이상 기업은 EU 역내국과 역외국에 대한 수출업체 숫자가 비슷한 수준을 유지하고 있다.

전체 수출액에서 중소기업과 대기업이 차지하는 비중을 비교해보면 최근 큰 변화가 없으며 대기업의 수출액 비중은 일정하게 70% 이상을 유지하고 있다. 중소기업을 다시 영세기업, 소기업, 중기업으로 구분해보면 소

111) Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat>(검색일: 2014. 8. 11).

그림 5-26. 핀란드의 기업규모별 수출 비중(좌)과 금액(우) 추이

(단위: %, 천 유로)



자료: Eurostat¹¹²⁾ 참조하여 저자 작성.

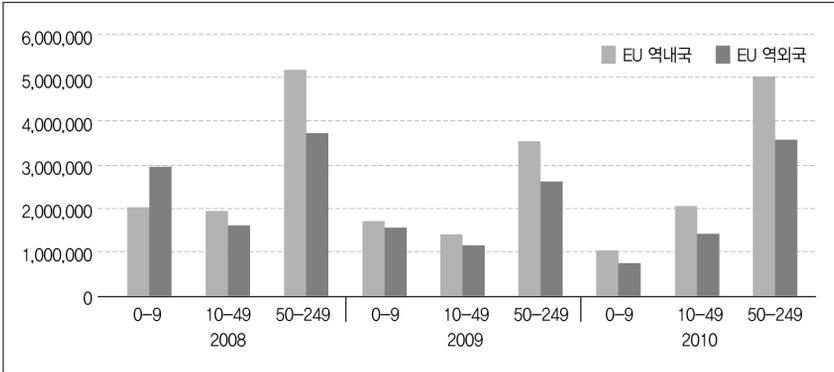
기업과 중기업의 비중은 증가하고 있지만 영세기업의 수출액 비중은 줄어들고 있다. 한편 전체적인 수출규모는 미국발 금융위기의 영향으로 2008년 이후 급격하게 감소하다가 그 이후 점차 회복하고 있다. 중소기업을 세분하여 보면, 소기업과 중기업은 수출액이 조금씩 늘는 반면 영세기업은 다소 줄어들고 있다(그림 5-26 참고).

수출 중소기업의 수출액 추이를 EU 역내국과 역외국으로 구분하여 살펴보면 [그림 5-27]과 같다. 일반적으로는 역내국에 대한 수출액이 역외국에 대한 수출보다 많기는 하나, 영세기업은 2008년에는 역외국에 대한 수출액이 역내국에 대한 것보다 오히려 많았다. 미국발 금융위기의 영향으로 2009년 중소기업의 수출이 전년과 비교하여 큰 폭으로 감소했으나, 2010년 들어 곧 회복세를 보였다. 다만 영세기업은 곧바로 회복세를 보이지 못하고 수출액이 지속적으로 감소하였다.

112) Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat>(검색일: 2014. 8. 11).

그림 5-27. 핀란드의 수출 기업체의 기업규모별 교역액 추이

(단위: 천 유로)



자료: Eurostat¹¹³⁾ 참조하여 저자 작성.

113) Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat>(검색일: 2014. 8. 11).

제6장 일본의 중소기업 해외진출 지원정책

1. 중소기업 현황
2. 중소기업 해외진출 지원체계
3. 중소기업 해외진출 이니셔티브
4. 우수 지원수단 사례
5. 성과



1. 중소기업 현황

일본의 중소기업지원 정책은 1999년 전면 개정된 중소기업기본법(1963년 제정)에 기초한다. 이 기본법은 제조업, 도매업, 소매업, 도·소매업을 제외한 네 가지 서비스 업종에 대해 자본금과 종업원 수 기준을 다르게 적용하여 중소기업을 정의한다. 제조업·건설업·운수업 및 기타 업종은 자본금 3억 엔 이하 또는 종업원 수가 300명 이하에 해당하는 기업이 중소기업으로 분류되며, 도매업은 자본금 1억 엔 이하 또는 종업원 수 100명 이하, 소매업은 자본금 5,000만 엔 이하 또는 종업원 수 30명 이하인 기업이 중소기업으로 분류된다. 또한 최근 일본정부는 지역경제 활성화 전략의 일환으로 소규모기업진흥기본법을 별도로 제정하는 등 소규모기업 지원책을 강화하고 있는데, 제조업은 종업원 수가 20명 이하인 경우, 상업 및 서비스업은 종업원 수가 5명 이하인 기업이 소규모기업으로 분류된다(표 6-1 참조).

표 6-1. 일본 중소기업 정의

	중소기업기본법			법인세법
	중소기업		소규모기업	
	자본금 또는 종업원 수		종업원 수	자본금
제조업 등	3억 엔 이하	300명 이하	20명 이하	¥1억 이하
도매업	1억 엔 이하	100명 이하	5명 이하	
서비스업	5천만 엔 이하	100명 이하	5명 이하	
소매업	5천만 엔 이하	50명 이하	5명 이하	

자료: Small and Medium Enterprises Agency, METI(2013), "Japan's Policy on Small and Medium Enterprises(SMEs) and Micro Enterprises" http://www.chusho.meti.go.jp/sme_english/outline/04/20131007.pdf(검색일: 2014. 4. 20).

일본 중소기업은 기업 수, 고용 측면에서 일본경제에서 차지하는 비중이 크다. 2012년 일본 전체 기업 가운데 중소기업은 약 99.7%(소기업 334만 3,000개, 중견기업 51만 개, 대기업 1만 1,000개)의 비중을 차지하였으며, 같은 해 중소기업의 고용비중은 약 69.7%(소규모 1,192만 명, 중견기업 2,024만 명)이며, 대기업은 30.3%(1,397만 명)의 비중을 기록하였다.¹¹⁴⁾ 일본 중소기업이 일본경제에 창출하는 부가가치는 제조업보다 비제조업이 더 큰 것으로 나타났다. 즉, 중소제조업은 전체 37%(26억 2,000만 엔, 대기업은 45억 1,000만 엔), 비제조업은 60%(121억 엔, 대기업은 80억 엔)의 비중을 차지하였다.¹¹⁵⁾

[표 6-2]는 2012년 기업 규모별 일본기업 현황을 살펴본 것이다. 5명 미만의 소규모 기업은 전체 기업 수의 76.0%로 큰 비중을 차지하였으나 종사자 수는 16%에 불과하였다. 한편 50~299명 규모의 기업 수는 전체 6.3%에 그쳤으나 고용비중은 30.8%로 상대적 큰 비중을 차지한 것을 볼 수 있다.

1999~2012년의 기간에 일본 중소기업 수는 지속적으로 감소 추세를 시현하였으며 특히 2009년 세계 경기침체 이후 감소 추세가 가속화되는 것으로 나타났다.¹¹⁶⁾ 1999~2009년 기간 동안 일본 중소기업은 484만 개에서 420만 개로 13%p의 감소추세를 기록하였는데 2009~12년 기간에는 8.3%p의 감소세를 시현하였다(표 6-3 참조). 이는 일본의 장기적 경기침

114) 総務省, 経済産業省, 「平成 24 年経済センサス—活動調査」, 재인용: 中小企業庁(2014a), p. 127.

115) 일본 중소기업청과의 인터뷰 내용(인터뷰일자 및 면담자: 2014. 10. 23. Mr. Toshihiko Kono, Mr. Yuzo Wada)

116) 中小企業庁(2014a, pp. 129~130.에 의하면 일본 중소기업 수는 1986년부터 지속적으로 감소하였으며, 2009년 이후 감소비중이 커진 것으로 나타났다.

표 6-2. 일본 중소기업 개요(2012년)

	기업수 (개)	사업소수 (개)	종사자 수 (명)
전체	4,128,215 (100%)	5,250,782 (100%)	53,485,697 (100%)
5명미만	3,136,695 (76%)	3,177,660 (60.5%)	8,555,186 (16%)
5~20명미만	714,274 (17.3%)	833,377 (15.9%)	8,239,069 (15.4%)
20~50명미만	167,676 (4.1%)	299,041 (5.7%)	5,707,698 (10.7%)
51~100명미만	56,039 (1.4%)	170,851 (3.3%)	4,228,644 (7.9%)
100~300명미만	37,636 (0.9%)	225,079 (4.3%)	6,561,037 (12.3%)
300명이상	15,895 (0.4%)	544,774 (10.4%)	20,194,063 (37.8%)

주: 기업 수는 회사 수와 개인사업소를 포함함.

자료: 総務省統計局(2014) [Database], 「平成24年経済センサス-活動調査」, <http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?bid=000001049899&cycode=0>(검색일: 2014. 10. 8).

체와 인구감소에 따른 내수시장 부진, 대외환경 악화 등이 주요인인 것으로 보인다.

일본 정부는 일본경제의 근간을 이루는 중소기업에 대해 2009년 이후 매년 1,800억 엔 이상(전체 예산의 0.2%)의 예산을 중소기업 지원에 배정하고 있으며 2012~14년은 1,802억 엔에서 1,853억 엔으로 지원예산이 소폭 증가하였다(그림 6-1 참조). 일본 중소기업 지원예산은 크게 ①금융·

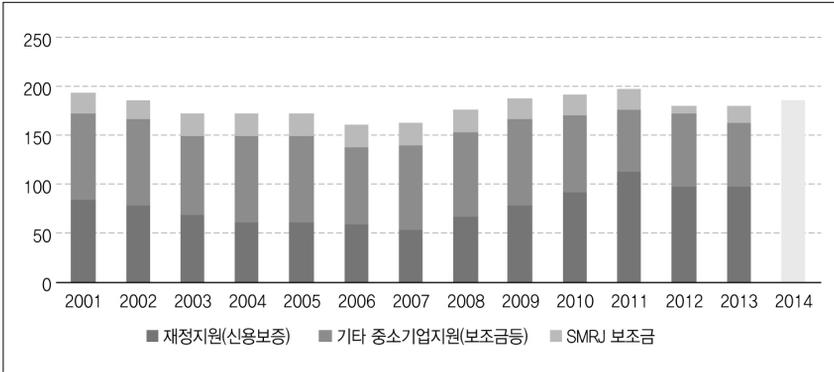
표 6-3. 중소기업 수 추이(1999년, 2009년, 2012년)

	1999년	2009년	2012년	2009~12년 변화율
중소기업	484	420	385	▲35 (▲8.3%)
소규모기업	423	366	334	▲32 (▲8.8%)
중견기업	61	54	51	▲35 (▲8.3%)
전체 규모		421	386	▲35 (▲8.3%)

자료: 일본 경제산업성(METI), <http://www.meti.go.jp/press/2013/12/20131226006/20131226006.html>(검색일: 2014. 10. 8), <http://www.chusho.meti.go.jp/koukai/shingikai/miraibukai/2013/0218HaiFu3.pdf>(검색일: 2014. 10. 8).

그림 6-1. 일본 중소기업 지원 예산 추이(2001~14년)

(단위: 십억 엔)



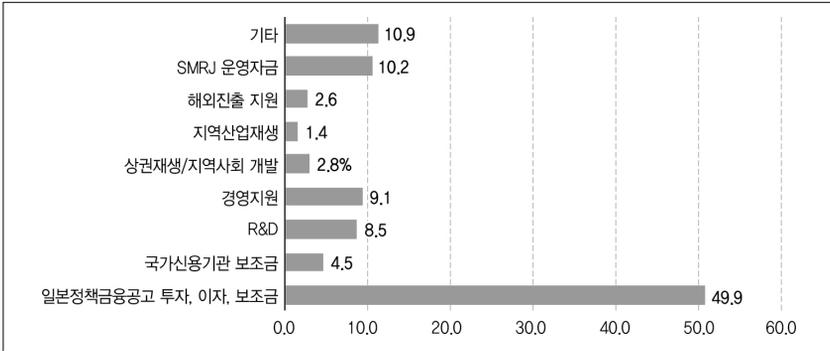
주: 1) SMRJ는 2004년에 설립된 조직으로 2004년 이전은 Japan Small and Medium Enterprise Corporation에 대한 보조금을 지칭한다.
 2) 일본 회계연도 기준.
 자료: MOF(Ministry of Finance)(2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014), "Japanese Public Finance Fact Sheet" 각 홈페이지(검색일: 2014. 10. 30)참고하여 저자 작성.

재정지원, ②중소기업기반정비기구(中小機構) 지원, ③기타 항목으로 구분할 수 있다. 가장 큰 비중을 차지하는 금융지원 항목은 일본정책금융공고(日本公庫) 출연금 및 국가신용보증기관 보조금을 포함한다. 그리고 기타 항목은 해외진출지원, 경영지원, R&D 지원, 상권재생 및 지역사회 개발, 지역산업지원, IT기술 이용 등이 포함된다. 2013년 예산은 재정·금융지원 항목이 가장 큰 비중을 차지하였으며 그 다음 중소기업정비기구 운영예산, 경영지원, R&D 지원 순이다(그림 6-2 참조). 우리 연구에서 중점적으로 다루고 있는 해외진출지원 항목은 2013년 전체 중소기업 지원 예산의 2.6%를 기록하였다.¹¹⁷⁾

117) MOF(2013), p. 72., <http://www.mof.go.jp/english/budget/budget/fy2013/factsheet2013.pdf> (검색일: 2014. 10. 30).

그림 6-2. 항목별 일본 중소기업 지원 예산(2013년)

(단위: %)



자료: MOF(2013), p. 72., <http://www.mof.go.jp/english/budget/budget/fy2013/factsheet2013.pdf>(검색일 2014. 10. 30), "Japanese Public Finance Fact Sheet"(검색일: 2014. 10. 30).

2. 중소기업 해외진출 지원체계

가. 중소기업 지원정책 수립 · 시행: 중소기업청을 중심으로

일본 중소기업 지원정책은 전반적으로 1948년 설치된 경제산업성 산하 중소기업청 소관이다.¹¹⁸⁾ 그리고 산업별로 외무성이 신흥국 진출 및 ODA 정책, 농림수산성이 농림수산물업, 국토교통성이 해외인프라 · 부동산건설업 관련 지원책을 마련하고 있다. 중소기업청은 해외전개 관련 광범위한 지원정책을 추진하고 있는데 대표적 사례는 ①하청중소기업 자립화 지원사업, ②사업타당성 조사(feasibility study) 지원사업, ③판매력 강화사업, ④일본(JAPAN) 브랜드 사업, ⑤패키지형 해외진출 지원사업,

118) 경제산업성 산하에 있는 중소기업청은 안전별로 경제산업성 소속과와 협업에 용이한 장점이 있다. 일본 중소기업청과의 인터뷰 내용(인터뷰일자 및 면담자: 2014. 10. 23. Mr. Toshihiko Kono, Mr. Yuzo Wada).

⑥ 인재육성, ⑦ 기업 전략수립 지원사업, ⑧ 24시간 빌딩사업 등이다.¹¹⁹⁾

중소기업청은 중소기업 지원정책 수립, 예산 확보 등의 역할을 하며 구체적인 지원 사업 시행은 중소기업기반정비기구, 일본무역진흥기구, 일본 정책금융공고 등이 주관한다. 중소기업 해외전개지원 체계는 비재정지원과 재정지원으로 나누어 살펴볼 수 있다.

나. 비재정적 지원 체계

비재정 지원프로그램을 시행하는 일본 주요 기관은 중소기업기반정비기구(Organization for Small and Medium Enterprises and Regional Innovation, JAPAN: SMRJ), 일본무역진흥기구(JETRO), 국제협력기구(JICA), 해외산업인재협회(HIDA)가 대표적이다.

1) 중소기업기반정비기구

중소기업기반정비기구(中小企業基盤整備機構)는 2004년 중소기업종합사업단(JASMEC, 1962년 설립)과 지역진흥정비공단(JRDC, 1962년 설립)과 사업기반준비기금(JSIF, 1986년 설립)이 합병하여 설립된 경제산업성 소관 독립행정법인이다.¹²⁰⁾ 이 기관은 국내 1개의 본부와 9개의 지역

119) ミラサポ(施策マップ), <https://search.mirasapo.jp/subsidy/map/?content=87&genre=90&genre=91&genre=92&genre=93&genre=94&genre=96&genre=97&genre=98&target=102&target=103&business=106&business=107&business=108&business=109&business=110&business=111&business=112&business=113&business=114&rank=115&rank=116&rank=117&rank=118&rank=119&rank=120&season=121&season=122&season=123&season=124&season=125&season=126&season=127&season=128&season=129&season=130&season=131&season=132&season=133&season=134&pref=13000&city=13104>(검색일: 2014. 11. 20).

120) (재)한일산업·기술협력재단(2011a), 홈페이지 참고(검색일: 2014. 10. 20).

본부, 9개의 중소기업 연수기관(SME University)에서 근무하는 800여 명의 사무원과 전국 규모의 회계사, 세무사, 컨설턴트, 변호사 등으로 구성된 4,000여 명의 전문가 네트워크를 기반으로 일본 국내를 기반으로 포괄적인 지원사업을 추진한다.¹²¹⁾ 즉, ① 개별 컨설팅 및 전문가과견, 온·오프라인 비즈니스 매칭, 펀드출자사업 등 창업·신사업 진출 지원, ② 중소기업 국제화지원 및 인재육성을 통한 중소기업 성장·발전 지원, ③ 중소기업 재생지원, 소규모기업공제제도, 중소기업도산방지공제 운용을 통한 사회안전망 연관 지원 등의 서비스를 제공하고 있다.¹²²⁾

구체적으로 국내 상담지원서비스와 관련하여 중소기업기반정비기구는 2011년 12월에 전국 10개의 본부, 지역본부에 개설된 원스톱 상담서비스 데스크의 컨설팅서비스¹²³⁾에서부터 사업타당성조사, 패키지형 해외전개 지원사업, Next Market-in 사업 등 전문성있는 원스톱 상담서비스를 시행하고 있다. 구체적인 지원서비스는 [표 6-4]에 정리되어 있다.

중소기구가 실시하는 비즈니스매칭사업은 CEO네트워크 사업을 예로 들 수 있다. 해외 CEO를 일본에 초청하여 일본 중소기업과의 교류 증진을 목적으로 교류회를 개최하는 이 사업은 2014년 현재 인도네시아, 미얀마, 베트남, 태국 등 아세안국가를 중심으로 이루어졌으며, 2013년 1월에 개최된 인도네시아 교류회는 약 13억 엔 가치상당의 계약성과(잠재계약 포함)가 있었던 것으로 보인다.¹²⁴⁾

121) 일본 도쿄 중소기업기반정비기구 인터뷰 및 Organization for Small & Medium Enterprises and Regional Innovation, JAPAN(SME Support, Japan)(2013), p. 2 참조(인터뷰일자 및 면담자: 2014. 10. 23. Mr. Akira Shimbo).

122) 상동, p. 3.

123) 상동, p. 4.

표 6-4. 중소기업 기반정비기구 해외전개 컨설팅 지원프로그램

구분	주요 지원내용
전문가 파견 (일반 진출상담)	<ul style="list-style-type: none"> • 전국 10개 본부·지역본부에 국별, 분야별(경영, 기술, 재무, 법무 등) 전문가 상담서비스: 건당 1시간, 2013년 5,230건 상담진행 • 전문가 파견 프로그램: 전국 중소기업지원센터, 상공회의소, 상공회, 지방은행 - 상담료 2/3 보조 • 해외현지조사 동행: 입지환경, 법률, 종업원 채용, 판촉활동 등 상담
사업타당성 조사	<ul style="list-style-type: none"> • 해외진출 쏠단계별 일대일 원스톱 상담서비스 지원 - 2013년 12월 300개 기업 지원 실시 • 해외 현지조사 단계: 자료번역비, 시장조사비 지원 및 현지동행 지원 - 비용분담: 2/3 보조, 상한액: 120만 엔 • 3단계: 사업계획 수정
패키지형 해외전개지원사업	<ul style="list-style-type: none"> • 인터넷을 활용한 판로개척 지원서비스 • 비즈니스모델, 마케팅, 외국어 홈페이지 구축 (해외바이어 중심) 상담 • 번역비용, 결제기능설치비용의 일부 보조 • 현지 물류·유통기업과 매칭기회 제공
Next Market-in	<ul style="list-style-type: none"> • 해외고객 니즈 맞춤형 상품개발·개선지원(제품의 현지화지원) 상담지원 - 지원분야: 생활·잡화, 인테리어, 의류 분야

자료: (재)한일산업, 기술협력재단(2011a), p. 3 표를 기반으로 중소기업(2014b) 내용을 참고하여 저자 작성.

2) 일본무역진흥기구

일본무역진흥기구(JETRO)는 일본기업의 무역 및 해외투자를 촉진하기 위해 1958년 설립된 기관으로 2003년 독립행정법인화되었다. 설립 목적은 일본기업의 무역, 투자 원활화 지원사업을 종합적으로 추진함과 동시에 아시아 경제 기초 조사연구 성과를 보급함으로써 무역확대 및 경제협력 촉진에 기여하는 데 있다.¹²⁵⁾ 일본 내에는 도쿄, 오사카 본부와 1998년 통합된 아시아경제연구소(IDE-JETRO), 42개 지역사무소(각 사무소에 1~2명의 인력파견 형태)와 함께 해외 56개국에는 74개 사무소의 넓은 네트워크를 구축하고 있다.

124) 상동. p. 22.

125) 대외경제정책연구원(2012), p. 8.

워크를 보유하고 있다.¹²⁶⁾ 구체적으로는 아시아 14개국에 24개 사무소, 유럽 16개국에 17개 사무소, 중남미 9개국에 9개 사무소, 북미 2개국에 8개 사무소, 중동 및 아프리카에 각각 5개국, 5개 사무소 등을 보유하고 있으며 향후 5년간 아프리카 사무소를 다섯 곳에 추가로 설치할 계획이다.¹²⁷⁾

JETRO는 해외진출 계획단계에서 사업개시 및 확대까지 해외진출 모든 단계에 걸쳐 해외시장 및 경제전반에 대한 정보수집·분석·공유, 산업·지역별 전문가 자문서비스, 해외전시회·세미나 사업 개최, 해외판로 개척 지원, 해외 임대사무실 대여 등 포괄적 지원서비스를 전개하고 있다.¹²⁸⁾ JETRO가 주관하는 해외진출 지원사업은 해외코디네이터 사업, 수출유망 안전지원서비스, 신흥국 진출 개별지원서비스, 지적권관련 상담 및 보조금 사업 등이 있다.

3) 국제협력기구(JICA)

일본은 ODA와 민간투자, 무역을 전략적으로 연계하는 등 개도국의 민간부문 개발과 자국 기업의 진출을 연계하는 경향이 강한 측면이 있으며¹²⁹⁾ 이 같은 일본정부의 의도는 2013년 6월 발표된 ‘일본산업부흥전략’에도 잘 반영되어 있다. JICA는 정부의 관심을 반영하여 외무성의 정책방향 아래 중소기업 제품·기술과 ODA 사업의 연계성 증진을 목적으로 하는 니즈(수요)조사, 안전화조사, 보급·실증조사 등의 조사사업을 추

126) JETRO 인터뷰(2014. 10. 24, Planning Department 관계자) 및 日本貿易振興機構(ジェトロ)(2014), p. 6.

127) 日本貿易振興機構(ジェトロ)(2014), p. 7.

128) JETRO 인터뷰 및 자료를 참고하여 작성(2014. 10. 24, Planning Department 관계자)

129) 정지선, 이주영(2011), p. 89.

표 6-5. ODA 전략 활용을 통한 중소기업 해외진출 지원

사업명	지원 기간 상한액	목적
민간보급 촉진사업	최대 2년	<ul style="list-style-type: none"> · 개도국 정부관계자 대상 세미나/워크숍 개최: 일본기업의 제품·기술·시스템 소개 ※중소기업청 사무관 파견을 통한 기술지원 차원의 시책
BOP 비즈니스 연계촉진 (2010~)	최대 3년 (5,000만 엔/건)	<ul style="list-style-type: none"> · BOP 비즈니스 계획 중인 기업의 비즈니스 모델개발, 사업계획수립, JICA 사업과의 협업가능성 검토 · 조사범위: 투자환경, 비즈니스환경, 사업계획, 개선이 필요한 개발과제 현황, JICA 사업 제안
중소기업 연계촉진 기초조사 (2012~)	최대 1년 (1,000만 엔)	<ul style="list-style-type: none"> · 개발도상국 진출을 계획하고 있는 동시에 개발도상국의 개발문제에 이바지하는 사업전개를 검토 중인 중소기업의 제안에 기초하여 현지 사업수행을 위한 자료수집, 사업계획지원, ODA 사업과의 연계성 검토 · 조사대상 해외사업 분야에 관한 현지 개발과제 현황, 이 사업을 통해 기대되는 개발효과 파악·검토
안전화 조사 (2012~)	1년 (3,000만~5,000만 엔)	<ul style="list-style-type: none"> · 중소기업의 기술·제품의 개도국 개발활용 가능성 검토
보급·실증사업 (2012~)	1~3년 (1억 엔/건)	<ul style="list-style-type: none"> · 중소기업 제안에 따라 제품·기술의 수여국 개발 관련 현지화를 위한 검증활동 · 지원방식: 현지 운반 제품·기자재 JICA 매입, 사업종료 후 상대국 정부에 증여 · 기대효과: 더 많은 개도국 정부사업·ODA 사업에 자사제품·기술 활용률을 높이고자 함

자료: 일본 JICA 인터뷰(2014. 10. 24. Mr. Takenori Nasu)와 JICA(2014) 인터뷰 자료, p. 18과 JICA 홈페이지(검색일: 2014. 10. 30)를 토대로 저자 정리.

진하고 있다(표 6-5 참조).

JICA의 ODA와 연계한 중소기업지원사업은 일본 입장에서 신흥시장 진출 선점효과와 일본 브랜드 조기 확립의 효과를 기대할 수 있다.¹³⁰⁾ 그리고 수여국 입장에서는 직접적으로 수질, 토질문제 등 직면한 사회문제 해결, 간접적으로 기술이전, 인력 개발, 현지고용 창출 등의 혜택을 기대할 수 있다.¹³¹⁾

130) 일본 도쿄소재 JICA 인터뷰 및 JICA(2014) 인터뷰자료(2014. 10. 24. Mr. Takenori Nasu)를 참고하여 작성.

131) 상동.

표 6-6. 주요 기관별 중소기업 해외진출 지원사업(비재정적 지원)

지원 기관	분야	주요 지원사업 내용
중소기업청	정책 수립 · 예산확보	<ul style="list-style-type: none"> · 하청 중소기업 자립화 지원사업 · 사업가능성조사(F/S) 지원사업 · 일본(JAPAN) 브랜드사업: 전략수립 및 브랜드 구축 사업 · 패키지형 해외진출지원사업 · 인재육성 · 그룹전략수립 및 계획실시 지원사업: 전문가 파견제도 · 24시 빌딩: 인큐베이터 사무실(27실), 스몰 오피스(38실)
일본무역진흥기구	종합 지원 (대외)	<ul style="list-style-type: none"> · 해외시장 조사 · 정보 제공 · 해외투자 상담: ① BOP · 불륨존 비즈니스상담, ② 농수산업 · 식품수출상담창구, ③ 신흥국투자 · 투자환경 · 시장개척단 파견 지원 · 세미나 개최, 바이어 초빙 사업 · 전시회 참가 지원 · 수출유망안건발굴 지원사업
중소기구	종합 지원 (대내)	<ul style="list-style-type: none"> · 해외진출 관련 연수 및 상담 지원(예, Next Market-in) · 해외진출에 잠재력 있는 중소 · 소규모사업자 조기발굴(예, F/S지원) (목표: 2018년까지 3,000개 이상 발굴) · 국내 개최 전시회 지원, 세미나 개최(예, CEO네트워크사업)
JICA	ODA	<ul style="list-style-type: none"> · ODA 사업, BOP 사업 관련 정보제공 · 중소기업 제품 및 기술의 보급 · 실증사업
HIDA	인재육성	<ul style="list-style-type: none"> · 개발도상국 경영자 교류, 외국인사원 일어교육프로그램 · 신흥시장 개척 인재육성지원사업
특허청	지재권	<ul style="list-style-type: none"> · 수출시 특허 출원 보조금지원(보조율 50%, 상한액: 300만 엔) · 중소기업 지재권(특허 · 상표) 침해 대책 지원사업(보조율 2/3, 상한액: 400만 엔) <p>※ 시행기관: 일본무역진흥기구</p>

자료: 대외경제정책연구원(2012) pp. 6, 8., 표를 차용하고, ミラサポ(施策マップ), [online] <https://search.mirasapo.jp/subsidy/map/?content=87&genre=90&genre=91&genre=92&genre=93&genre=94&genre=96&genre=97&genre=98&target=102&target=103&business=106&business=107&business=108&business=109&business=110&business=111&business=112&business=113&business=114&rank=115&rank=116&rank=117&rank=118&rank=119&rank=120&season=121&season=122&season=123&season=124&season=125&season=126&season=127&season=128&season=129&season=130&season=131&season=132&season=133&season=134&pref=13000&city=13104>(검색일: 2014. 11. 20), 中小企業庁(2014b) 자료를 바탕으로 저자 작성.

4) 해외산업인재협회(HIDA)

일본 인재육성, 확보 지원사업은 해외산업인재협회(HIDA)가 주로 담당하고 있다. HIDA는 2012년 해외무역개발협회(JODC), 해외기술자연수협회(AOTS) 등을 재편하여 설치한 기구로 기술관리 부문 인적 네트워크 및 연수사업 등 인재육성 지원에 주력하고 있다.¹³²⁾ HIDA뿐 아니라 중소기업기반정비기구와 JICA 또한 인재육성 프로그램을 시행하고 있다.

다. 재정지원 체계

중소기업 해외진출 지원정책 중 재정 분야의 지원프로그램을 시행하는 주요 기관은 일본무역보험(NEXI), 일본정책금융공고(JFC), 상공조합중앙금고 및 신용보증협회, 해외경제협력기금(JBIC) 등이 있다. 이들 기관은 정책금융에 대한 지원과 함께 컨설팅, 교육 등 다양한 지원정책을 연계하여 운영하고 있다.¹³³⁾

1) 일본정책금융공고

일본정책금융공고(日本政策金融公庫, Japan Finance Cooperation)는 민간 금융기관의 역할을 보완하여 정부 출연금 및 재정투융자를 재원으로 중소기업뿐 아니라 농림수산업자, 국민생활사업에 정책자금 및 신용보증을 지원하는 정부계 금융기관이다. 2008년 예산의 비효율, 수익성 문제를 극복하기 위해 중소기업금융공고, 농림어업금융공고, 국민생활금융공

132) 대외경제정책연구원(2012), p. 8.

133) (재)한일산업·기술협력재단(2011b), 홈페이지 참고(검색일: 2014. 10. 20).

고 및 국제협력은행(JBIC) 일부의 기능이 통합되어 설립되었다. 그리고 2012년 4월에는 높아진 대외정책금융의 필요성에 대응하여 신국제협력은행이 일본정책금융공고로부터 독립하여 설립되었다.¹³⁴⁾

일본정책금융공고의 대표적 중소기업 해외진출 지원프로그램은 장기간 대출지원제도와 스탠바이 크레딧 제도(Standby Letter of Credit Program)가 있다. 융자지원은 첫째, 해외진출사업이 국내 사업의 연장이라고 인정되는 정도의 규모를 갖고 둘째, 국내에 본사가 존속하고 셋째, 거래처의 해외진출, 원재료의 공급사정, 노동력 부족, 국내시장 축소의 요인으로 경영혁신을 위해 해외시장 진출이 필요한 기업을 대상으로 하며 설비자금(융자기간 15년 이내) 및 운전자금(융자기간 7년 이내)을 최대 7억 2,000만 엔까지 지원한다.¹³⁵⁾ 기준금리는 1.40~2.00%(기간별 차등)이나 해외진출사업의 이익률과 국내 고용유지 등 일정 요건을 충족하거나 클채판 사업인 경우는 0.50%~1.60%의 특별 금리(요건·기간별 차등)를 적용하고 있다.¹³⁶⁾ 회계연도 2012, 2013년에는 각각 474개, 400개의 기업에 대해 341억 엔, 248억 엔 상당의 대출지원을 시행하였다.¹³⁷⁾

스탠바이 크레딧 제도는 2012년부터 시행된 제도로 중소기업 해외 현지 법인·지사가 현지 금융기관으로부터 융자를 원활히 받을 수 있도록 채무를 보증(유효기간: 1~6년, 보상한도액: 법인당 4억 5,000만 엔)한다(그림 6-3 참조).¹³⁸⁾ 즉 신용도가 낮은 중소기업의 현지자금 차입문제

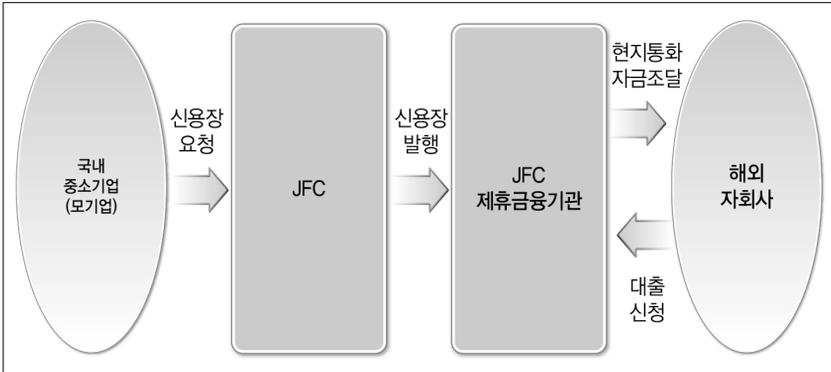
134) JFC(2014), p. 77.

135) JFC, http://www.jfc.go.jp/n/finance/search/kaigaitenkai_t.html(검색일: 2014. 11. 10).

136) 상동.

137) JFC(2013), p. 35; JFC(2014), p. 43. 2012년, 2013년 JFC는 2조 957억 엔, 1조 9,284억 엔 상당의 중소기업 대출실적을 기록하였다. JFC(2013), p. 32; JFC(2014), p. 40.

그림 6-3. 스탠바이 크레딧 제도



자료: JFC(2013), p. 44.

지원, 자금조달 상환에 걸리는 환율 위험 회피, 해외 금융기관과 거래개시 기회제공 등의 장점이 있다.¹³⁹⁾ 이 지원제도를 위해 일본정책금융공고는 2014년 현재 7개의 아시아 현지 금융기관과 제휴관계를 맺었다.¹⁴⁰⁾ 또한 이 제도의 활용증진을 위해 JFC는 2014년 30개 지역금융기관과의 협력 체계를 구축하였다.¹⁴¹⁾ 회계연도 2013년에는 총 46개의 중소기업이 이 제도를 활용하였다.¹⁴²⁾

138) JFC, <http://www.jfc.go.jp/n/finance/search/standbycredit.html>(검색일: 2014. 11. 10).

139) JFC(2013), p. 36.

140) 제휴기관은 방콕은행(태국), 메트로은행(필리핀), KB국민은행(한국), 유나이티드오버시즈뱅크(싱가포르), 뱅크 네가라인도네시아(인도네시아), 베토인 뱅크(베트남), CIMB은행(말레이시아)을 포함한다. 상동.

141) JFC(2014), p. 44.

142) 상동.

2) 일본무역보험

일본무역보험(NEXI)은 일본무역투자보험법에 따라 무역보험과 이에 부대되는 업무를 수행하는 독립행정법인이다.¹⁴³⁾ NEXI가 운영하는 수출보험제도는 단기 수출 거래를 지원하는 제도로 수출신용보험, 중소기업 수출대금보험, 수출어음보험, 선급수입보험과 중장기 수출거래를 지원하는 수출보증보험, 구매자신용보험, 해외사업자금대부보험, 해외투자보험, 해외자원에너지투자대부보험, 지구온난화무역투자보험 등이 있다.¹⁴⁴⁾ 이 가운데 중소기업 수출대금보험은 수출대금의 회수불능에 의한 손실을 보전하며 여타 제도대비 보험신청절차가 간소하고 보험금 지불이 신속하다는 특징이 있다.¹⁴⁵⁾ 2013년 NEXI는 8.5조 엔 상당의 인수실적을 기록하였는데 이 가운데 80.4%가 수출신용보험이다.¹⁴⁶⁾ 중소기업전용수출보험 인수액은 27.4억 엔으로 비중은 미미하나 2009년의 6.5억 엔 실적 대비 크게 증가한 것으로 나타났다.¹⁴⁷⁾

NEXI는 무역보험제도뿐 아니라 2014년 기준 77개의 지역금융기관과 중소기업해외사업지원 네트워크를 구축하는 등 중소기업의 무역보험 접근성을 높이고자 하고 있다.¹⁴⁸⁾

143) 백승택(2014), p. 69.

144) 상동.

145) 상동, p. 70.

146) NEXI(2013), p. 17.

147) 상동.

148) NEXI(2014), p. 9.

3) 상공조합중앙금고

상공조합중앙금고는 중소기업 협동조합 및 관련 단체에 대해 금융지원을 할 목적으로 설립된 기관으로 중소기업에 대해 사업개선, 신규차입 상담대응, 사업승계, M&A 등의 경영지원을 시행한다.¹⁴⁹⁾ 이 기관의 해외 진출에 특화한 지원서비스는 중소기업 대출지원(Overseas 21)제도와 글로벌니치톱(GNT: Global Niche Top)지원대출제도 등이 있다.¹⁵⁰⁾

글로벌니치톱(GNT: Global Niche Top) 기업은 일본을 기반으로 하면서 특정 분야(Niche)에서 세계적인 경쟁력을 확보한 일본형 히든 챔피언 기업을 지칭하는데 상공중금은 일본 정부에서 선정한 GNT기업 및 GNT 기업을 목표로 하는 기업에 대해 장기자금 대출지원서비스를 시행하고 있다.¹⁵¹⁾

표 6-7. 주요 기관별 중소기업 해외진출 지원사업(금융 지원)

지원 기관	분야	주요 지원사업 내용
일본공고	자금 조달	<ul style="list-style-type: none"> • 해외전개자금 지원 • 채무보증제도
일본 무역보험	자금 조달	<ul style="list-style-type: none"> • 해외사업자금대부보험, 중소기업수출대금보험 • 지역기업해외비즈니스지원 네트워크
상공조합 중앙금고	자금 조달	<ul style="list-style-type: none"> • 해외전개자금 지원 • 장기자금대출

자료: 대외경제정책연구원(2012), p. 6.

149) 대외경제정책연구원(2012), p. 10; 조덕희, 양현봉(2008) p. 166.

150) 中小企業庁(2014b), p. 26.

151) 서정해, 이종윤, 이형오, 정성춘(2014), p. 139.

라. 요약

지금까지 기관별로 살펴본 일본 중소기업 해외진출 지원시책을 해외진출 단계별로 살펴보면 [표 6-8]과 같이 정리할 수 있다.

표 6-8. 중소기업 해외진출 지원시책 정리(2014년 3월 기준)

구분	정부부처	제트로	중소기구	정부관계기관
① 교육 컨설팅	<ul style="list-style-type: none"> • 해외진출지원 패스트 패스제도 (해당기관·서비스소개·경산성·외무성) • 재외공관 지원창구 (외무성) 	<ul style="list-style-type: none"> • 무역투자상담 (온/오프라인) • 국내·해외 코디네이터서비스 • 수출유망안건 지원서비스 • 해외브리핑서비스 (현지상담) • BOP·블룸존비즈니스상담(지역특화) 	<ul style="list-style-type: none"> • 국제화지원상담 • 계약실무자/관리자 연수 	<ul style="list-style-type: none"> • ①해외전개지원 (Overseas21) ②해외지원서포드데스크 (상공중금) • 국제진출상담제도 (동경상공회의소)
② 조사	<ul style="list-style-type: none"> • 수요조사: ODA정책 매칭(외무성) 	<ul style="list-style-type: none"> • 해외미니조사서비스 (유료) 	<ul style="list-style-type: none"> • 사업타당성조사(F/S) 	<ul style="list-style-type: none"> • ①안전화조사 ②중소기업연계촉진기초조사 ③보급·실증사업 ④BOP비즈니스 관련협력준비조사(JICA)
③ 품질 제고	<ul style="list-style-type: none"> • JAPAN브랜드사업 (중소기업청) 		<ul style="list-style-type: none"> • Next Market-in (제품현지화지원) 	
③ 정보 제공/ 판매인 프라 구축	<ul style="list-style-type: none"> • 미라사포(중소기업청) • 해외안전정보(외무성) • 신흥국 지재정보데이터뱅크(특허청) 	<ul style="list-style-type: none"> • J-File, 월간지, 해외뉴스(온라인) • 비즈니스도서관 (오프라인) • 해외세미나·전시회 정보(J-messe) 	<ul style="list-style-type: none"> • 세미나개최 	
④ 수출 절차, 인증	<ul style="list-style-type: none"> • ①외국출원보조금 ② 해외지재권침해대책 지원(특허청) • ①인프라시스템 수주 지원 ②제도·사업환경정비(경산성) 	<ul style="list-style-type: none"> • 모방품·해적판 피해 상담창구 		<ul style="list-style-type: none"> • 해외지적재산프로듀서 (INPIT)** • 외국산업재산권침해 대책지원사업(발명추진협회)
⑤ 해외 마케팅		<ul style="list-style-type: none"> • TTPP(온라인) • 해외바이어초청·개별상담회 • 해외전시회기본지원 • 해외현지판로개척지원: 	<ul style="list-style-type: none"> • J-GoodTech(온라인) • 패키지형 해외진출지원사업 • IT활용판로개척추진 지원사업 	

표 6-8. 계속

구분	정부부처	제트로	중소기구	정부관계기관
		①영상콘텐츠 ②환경·에너지 ③일용품·생활잡화 ④실리콘밸리·이노베이션프로그램	• 해외전시회출전 및 개최 지원	
⑥ 해외 시장 접근	• 재외공관시설이용 (외무성)	• 해외비즈니스서포트 센터(BSC) • 해외현지지원플랫폼 구축 • 중국 진출기업지원센터	• CEO 네트워크사업	
⑦ 수출 금융·보험	• 무상자금협력(외무성)		• 자금(loan)출자사업	• GNT지원대출제도 (상공중금) • ①자금(loan)지원, ②스탠드바이크레딧 제도(JFC) • 수출대금보험(NEXI) • ①해외투자연계보증 제도 ②특정신용장 관련보증제도(신용보증 협회) • 해외PL보험(일본상공 회의소)
⑧ 해외 법인/지사 설립		• 전문가신흥국진출 개별지원서비스		
⑨ 기타 (인재)	• 중소기업해외고급 인재육성·확보지원 (경산성)			• 국제전력육성인턴십 제도(HIDA·JETRO) • 신국제협력사업 (HIDA) • ①글로벌인재채용·육성 ②정보제공 (JICA) • 해외인재대책사업 (전국중소기업단체)
⑩ 기타 (산업 특화 지원)	• ①해외건설부동산시장 데이터베이스 ②기업해외진출지원사업 (국토교통성) • 농림수산물수출촉진 (판로개척, 농림수산성)	• 농수산정보연구회 • 농림수산물수출상담청구 • 농림수산물수출해외 판로개척지원		

주: * 미라사모(ミラサポ): 일본정부지원정책 통합포털사이트.

** 일본 공업소유권정보·연수관(INPIT)은 해외지적재산관련 전문가 상담서비스 제공 전문기관.

자료: 중소기업청(2014b)를 참고하여 저자 정리.

3. 중소기업 해외진출 이니셔티브

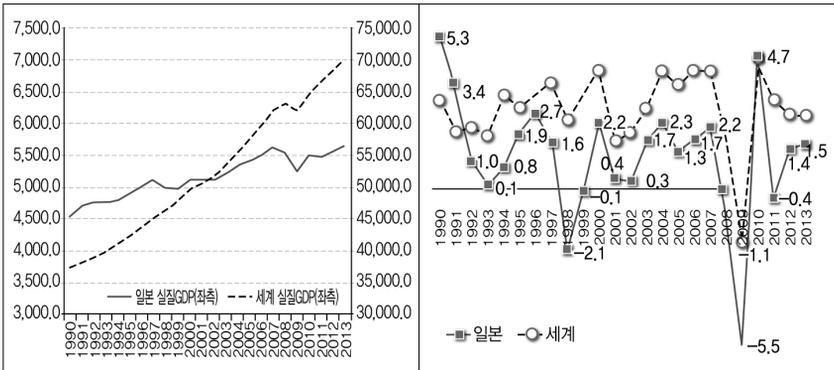
가. 아베노믹스 신성장전략

일본경제는 1990년 이후 20여 년 동안 세계경제성장률을 하회하면서 저성장률을 기록하고 있다(그림 6-4 참조). 특히 일본은 2008년 하반기부터 세계 경기침체의 여파로 극심한 경기침체에 직면하였는데, 가장 큰 요인은 선진국 경기침체로 인한 일본 호경기(2002~07년)를 견인하던 수출의 감소에서 찾을 수 있다.¹⁵²⁾ 대내적으로 인구감소, 저출산·고령화의 구조적 한계에 봉착한 일본은 따라서 적극적인 해외진출 지원정책을 추진하고 있다.¹⁵³⁾

일본은 2013년 6월에 일본의 신성장전략(日本再興戰略)을 새롭게 발

그림 6-4. 일본 경제성장 추이

(단위: 십억 달러, %)



자료: Global Insight(2014), DB, "World Overview Tables, Detailed Forecast Data," Third Quarter(검색일: 2014. 9. 1).

152) 정성춘, 김규관, 이형근, 김은지, 이우광(2012), p. 43.

153) 일본은 또한 지역경제 활성화 및 신사업 지원 차원에서 소규모 기업에 대한 지원책을 강화하고 있다.

표하였다. 일본 신성장전략은 크게 일본산업부흥계획, 전략시장창조계획, 글로벌진출전략의 세 가지 행동계획으로 구성되어 있다. 이 가운데 일본 산업부흥계획과 글로벌진출전략이 일본의 중소기업 해외진출전략 관련 내용을 담고 있다.

먼저 일본산업부흥계획은 산업의 신진대사, 인재 양성강화, 과학기술 혁신 강화, IT 활용 촉진, 입지경쟁력 강화, 중소기업 혁신 등의 세부전략을 제시하고 있다.¹⁵⁴⁾ 이 가운데 중소기업 혁신과 관련하여 일본 정부는 ① 개업률 10%대, ② 2020년까지 흑자 중소기업·소규모 사업자를 70만 개사에서 140만 개사, ③ 2018년까지 신규 해외 진출기업 수 1만 개사 확대 등 3대 목표를 내세웠다.¹⁵⁵⁾ 그리고 중소기업 해외진출 확대를 위한 추진 전략으로 실천적인(hands-in) 지원체제 확대 및 강화, 해외현지지원 플랫폼 정비 가속화, 법무·노동·지재권 등 전문서비스 제공 등을 내세웠다 (표 6-9 참조).

글로벌진출 전략은 ① 전략적인 통상관계 추진, ② 해외 인프라사업 진출, ③ 중소기업 지원, ④ 쿨 재팬 추진 등 네 가지 분야에서의 정책적 목표를 마련하고 세부 추진전략에 관한 내용을 담고 있다(표 6-9 참조). 먼저 전략적인 FTA 추진과 관련하여 일본은 2018년까지 FTA 상대국과의 교역비율을 현재 19%에서 70%로 높이는 정책적 목표를 설정하고 한-EU FTA, TPP, RCEP, 한중일 FTA 등 통상협상 추진을 추진방안으로 제시하였다. 둘째, 인프라수출 관련 일본은 현재 해외인프라사업 수주 약

154) 首相官邸(2013), http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/saikou_jpn.pdf
(검색일: 2014. 11. 20). 재인용: 사공 목(2013), pp. 83~85.

155) 상동

표 6-9. 중소기업 해외진출 지원 관련 신성장전략 내용 정리

행동계획	주요정책	목표	목표연도	추진전략	
글로벌 진출 전략	산업 부흥	중소기업 혁신	신규해외진출 1만 개	2018	<ul style="list-style-type: none"> • 실천적 지원체제 확대 및 강화 • 해외현지지원 플랫폼 정비 • 법무·노동·지재권 등 전문적 지원서비스 제공
		통상정책	FTA 국가와 교역비율 19→70%로 확대	2018	<ul style="list-style-type: none"> • TPP, 일-EU FTA, 한중일 FTA, RCEP 추진 • 투자협정, 조세조약 네트워크
		인프라 수출	30조 엔 수출	2020	<ul style="list-style-type: none"> • 정상·각료급 틈새일즈 매년 10건 • ODA 지원용자(JICA) 활용 • JBIC, NEXI의 현지통화 금융지원 강화 • 무역보험 보증대상 확충 • 비교우위 항목 국제표준 획득
		중견 중소기업 지원	중소기업 수출액 2배(2010년 대비) ※ 서비스업 포함	2020	<ul style="list-style-type: none"> • 지원기관간 연계강화 • 해외원스톱창구 개설 • 아시아 국가 금융인프라 지원 • ODA 활용 • 지역별전략 추진: <ol style="list-style-type: none"> ① 중·아세안 ② 서남아·중동·러시아·CIS·중남미 ③ 아프리카
	쿨 재팬 이니셔티브	방송콘텐츠 해외매출액 3배 달성 (현재 63억 엔)	2018	<ul style="list-style-type: none"> • Japan Brand Fund 운용 • 해외현지방송 및 유통확보: 쿨재팬 추진기구, 해외진출사무국 활용 • 지재권처리중앙창구정비(영상콘텐츠지재권처리기구 기능강화) 	

자료: 사공 목(2013)과 首相官邸(2013), http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/saikou_jpn.pdf(검색일: 2014. 11. 20)를 참조하여 정리.

10조 엔에서 2020년까지 30조 엔 수주를 정책목표로 제시하였다. 그리고 이를 달성하기 위해 일본정부는 전략적 ODA 활용, 정부 금융지원 확충 등 세부방안을 제시하였다. 셋째, 중소기업 수출 및 해외법인 매출증진과 관련하여 일본은 2020년까지 중견·중소기업의 수출액을 2010년 대비 두 배로 증대시킨다는 목표를 설정하였다. 세부 추진방안으로 지원체제 강화, 해외현지 원스톱 상담 창구 창설, 지역별 지원전략 수립 등을 내세웠다. 마지막으로 일본은 쿨재팬(Cool Japan) 이니셔티브와 관련하여 2018

년까지 방송 콘텐츠 관련 해외 매출액을 현재(63억 엔)의 세 배로 늘린다는 목표를 설정하였다. 그리고 세부 추진전략으로 정보제공서비스 강화, 클재팬 추진기구 전략적 활용, 일본 비교우위 산업의 해외진출 촉진 등을 마련하였다.

나. 클재팬 전략

클재팬 전략은 제조업, 서비스업을 포함한 일본 창조산업의 해외진출을 지원하는 국가전략이다. 지원 산업대상은 창조산업 전반을 포함하는데 여기에는 광고, 건축, 미술품, 디자인, 패션, 영화, 게임, 음악, 행위예술, 출판물, 컴퓨터 소프트웨어, 라디오, TV, 가구, 식품, 관광 등 광범위한 산업군이 포함된다.¹⁵⁶⁾

일본 국가차원의 창조산업 지원전략은 2002년 지식재산전략과 2004년 콘텐츠 비즈니스 진흥정책을 기초로 시작되었다.¹⁵⁷⁾ 이후 창조산업은 2010년 6월 일본정부의 향후 10년 핵심적인 경제정책 방향을 담은 신성장전략의 7대 전략분야와 21개 우선 추진과제에 클재팬 해외진개가 포함되면서 국가 전략산업분야로 강조되었다.¹⁵⁸⁾ 즉 일본은 아시아 경제전략의 5개 추진과제 중 하나로 콘텐츠, 디자인, 패션, 요리, 전통문화 등 일본 창조적 산업의 아시아 진출을 포함시켜 일본브랜드와 외교력을 강화시키고자 하였다.¹⁵⁹⁾

156) METI(2012b), p. 7.

157) 김정곤, 김은지(2013), pp. 107~108.

158) 김정곤, 김은지(2013), p. 107, 정성춘, 이형근(2010), p. 3.

159) 정성춘, 이형근(2010), p. 5.

이를 근거로 2012년 7월 일본 경제산업성은 창조산업의 해외시장 진출규모를 2011년 2조 3,000만 엔에서 2020년 8~11조 엔으로 증진시킨다는 정책적 목표를 담은 쿨재팬(Cool Japan) 전략을 발표하였다.¹⁶⁰⁾ 그리고 효과적인 쿨재팬 산업 해외진출 지원을 위해 일본정부는 일본 붐 창출, 현지수익 창출, 일본에서 소비증대(인바운드) 등 진출단계별 지원전략을 마련하였다. 이는 개별 쿨재팬 사업·기업의 해외진출 규모가 소규모이기 때문에 상호 시너지효과를 통한 사업의 대형화를 추진하고자 함이다.¹⁶¹⁾

1단계에서는 일본 제품 및 서비스를 해외 방송미디어를 통해 전파하여 일본 붐을 창출한다는 전략이다. 일본정부는 현지 방송국과의 제휴를 통해 일본 애니메이션, 문화 등 방송프로그램을 아시아 국가에 전파시키는데 주력하고 있다. 2014년 현재 일본 채널을 보유한 국가는 총 11개국이며 2012년 이후 신규 설치가 다수이다.¹⁶²⁾ 이와 더불어 일본정부는 일본 콘텐츠 해외전개사무국(J-Lop)의 연간 155억 엔 예산을 통해 콘텐츠 기업의 현지화(95조 엔)와 관측비용(60억 엔)을 전체 50%까지 보조하고 있다.¹⁶³⁾ 2014년 2월 일본정부는 각각 147개, 239개 기업에 대해 현지화, 프로모션 지원을 시행하였다.¹⁶⁴⁾

2단계는 현지 판로개척 단계로 콘텐츠의 현지화, 현지 유통망 확보지원

160) 김정곤, 김은지(2013), pp. 110~111.

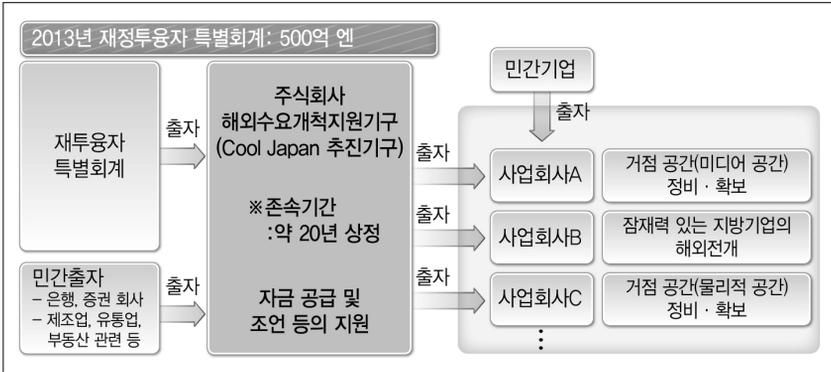
161) 김정곤, 김은지(2013), p. 118.

162) NHK World 채널 제외. 일본 경제산업성(METI)(2014), http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/creative/file/1406CoolJapanInitiative.pdf(검색일: 2014. 10. 20), p. 13.

163) 상동. p. 14.

164) 상동. p. 14.

그림 6-5. 해외수요개척지원기구 구조



자료: 經濟産業省(2013), p. 4; 재인용: 김정근, 김은지(2013), p. 118.

을 위해 세미나, 전시회 등 대규모 비즈니스 매칭 이벤트를 시행하고 있다. 마지막으로 3단계는 일본 인바운드 단계로 아시아 소비자의 일본 관광 유치 지원을 통한 지역비즈니스 활성화 도모를 위한 전략이 포함된다.

일본정부는 쿨재팬 기업의 해외진출을 위한 리스크 자금이 부족하다는 문제점에 대한 대응책으로 2013년 6월 관민공동 출자형 펀드인 ‘해외수요개척지원기구’를 설치하였다. 그리고 2013년 500억 엔, 2014년 300억 엔 출자를 통한 리스크자금을 지원함으로써 민간투자를 촉진시키고자 하고 있다(그림 6-5 참조).¹⁶⁵⁾

일본의 쿨재팬 전략은 단계별 지원전략 시현을 통해 산업간 상호 시너지효과를 구축하고 있으며 창조산업에 대한 일본정부의 지원은 해외수요개척지원기구를 통한 자금지원뿐 아니라 JETRO의 패션산업지원책, 해외코디네이터사업, JFC 중소기업 장기대출제도상 금리우대 등 각 중소기업

165) 상동. p. 23.

지원기관을 통해서도 적극적으로 이루어지고 있다. 다만 클재팬이 포함하는 산업 범위(제조업, 서비스업 모두 포함)가 광범위하여 지원책이 분산될 가능성 또한 있는 것으로 보인다.

4. 우수 지원수단 사례

가. 지원기관간 협업 강화

일본정부는 글로벌 금융위기 이후 중소기업 해외진출 증진을 목적으로 관계기관간 협력강화를 통해 지원체제를 개선하고 있다. 먼저 2010년 10월에는 중소기업 해외지원 정책간 협업증진을 목적으로 경제산업성장관을 의장으로 하는 중소기업 해외진출지원회의(中小企業海外展開支援會議)를 발족하였다. 이 회의에는 경제산업성, 금융청, 농림수산성, 외무성, 중소기업청, 특허청, 정부관계기관(JETRO, SMRJ, NEXI), 중소기업단체(일본상공회의소), 민간금융기관, 정부금융기관(일본정책금융공고, 상공조합 중앙금고, 중소기업 투자·컨설턴트 기업), 일본변호사연합회, 국제협력 기구(JICA) 등이 참여한다.¹⁶⁶⁾ 2010년 10월 1차 회의 이후 총 네 차례의 회의가 개최된 바 있으며 여러 지원기관별로 흩어져 있는 중소기업 해외지원 정책 협업 증진에 일조하였다는 긍정적인 평가가 있었다.¹⁶⁷⁾ 아베 정권 이후 장관 주재 회의는 제4차 회의를 마지막으로 개최된 바는 없으나 실무

166) 中小企業海外展開支援會議(2012).

167) 일본 중소기업기반정비기구(SMRJ) 인터뷰(인터뷰일자 및 면담자: 2014. 10. 23. Mr. Akira Shimbo.).

표 6-10. 중소기업 해외진출지원 대강 요약정리

중점과제	주요 지원정책 (예시)
정보제공	<ul style="list-style-type: none"> • 해외시장정보 상세제공 <ul style="list-style-type: none"> - 신규진출상담(현지지역위원회), 무역투자상담, 세미나·박람회개최 등 • 유관기관간 협력체계 강화 <ul style="list-style-type: none"> - 원스톱상담지원, 지역금융기관연계강화, - JETRO와 SMRJ 지역사무소 기능적 통합 - 유관기관간 연락회의 정례화(2개월에 1번) 등
마케팅	<ul style="list-style-type: none"> • 상품개발 및 브랜드 <ul style="list-style-type: none"> - 일본(JAPAN)브랜드 사업, 쿨재팬(Cool Japan) 이니셔티브 - 6대산업 집중지원: 농림수산물, 패션섬유, 디자인, 지역전통상품, 콘텐츠, 기계부품·환경에너지 - 농수산물품 수출촉진본부 발족: JETRO 전문상담창구 개설 • 우수제품·기술 해외비즈니스사업화 <ul style="list-style-type: none"> - F/S조사, ODA 사업 활용 • 식품안전 소비자 신뢰 확보지원 <ul style="list-style-type: none"> - 상공회의소 인증체계 • 세미나 및 무역박람회 개최 및 참가지원
인력양성	<ul style="list-style-type: none"> • 해외사업 책임급·실무자 대상 연구·교육 프로그램 • 해외진출에 필요한 인력확보 지원: 해외사업전문가 및 유학생 매칭
자금조달	<ul style="list-style-type: none"> • 금융상담체계 강화 <ul style="list-style-type: none"> - '상공조합중앙금고' 국내외 103지점 활용 • 자금조달 원활화 <ul style="list-style-type: none"> - JFC 자금지원책 확충, 소규모기업 지원자금 마련, 현지통화 자금조달 - 중소기업경영영역량강화지원방안 인프라 수출시 대출 및 출자지원 농림수산업성장산업화펀드 창설
무역투자 환경개선	<ul style="list-style-type: none"> • 해외거점설립에 필요한 정보제공 <ul style="list-style-type: none"> - 비즈니스지원센터 설립: 방콕, 마닐라, 뉴델리, 뭄바이, 첸나이, 하노이, 양곤 • 법률, 세무, 노무, 지적권보호, 기술유출방지지원체계 구축 <ul style="list-style-type: none"> - 법률지원 워킹그룹 설치, JETRO 해외사무소(30개소) 법률·회계사무소계약 - 지식재산종합지원창구 - NEXI 중소기업수출대금보험 보험료인하, 한도증액 • 무역투자환경 정비: EPA • 해외사업환경 정비: 인맥형성지원, 인프라정비(산업단지) 지원

자료: 중소기업해외진출지원정책(2012), 「중소기업해외진출지원정책」 참고하여 저자 정리.

진급 지원기관회의는 2개월에 1회로 정례화되어 추진되고 있다.¹⁶⁸⁾

제4차 회의에서는 논의내용을 토대로 중소기업 해외진출지원을 위한 종합적인 원스톱 지원대책 내용을 담은 중소기업 해외진출지원 대강(中小企業海外展開支援大綱)이 발표되었다. 이 문서에는 ① 종합적·유기적 지원체계 마련, ② 마케팅지원 강화, ③ 인재육성 강화, ④ 자금조달지원 강화, ⑤ 무역투자환경 개선 등이 5대 중점과제로 선정되었으며 주요 내용은 [표 6-10]에 정리하였다.¹⁶⁹⁾

나. 원스톱 지원서비스

일본정부는 최근 중소기업의 지원서비스 활용증진을 위한 원스톱 지원 서비스를 강화하고 있다. 국내에서는 해외전개일관지원 패스트패스(海外展開一貫支援ファストパス) 제도를 도입하였다. 이 제도는 국내 지역별 지원기관간 연락창구를 지정함으로써 필요시 협조요청을 원활하게 하는 기능을 한다. 2014년 총 353개의 기관이 이 제도에 참여하고 있다.¹⁷⁰⁾

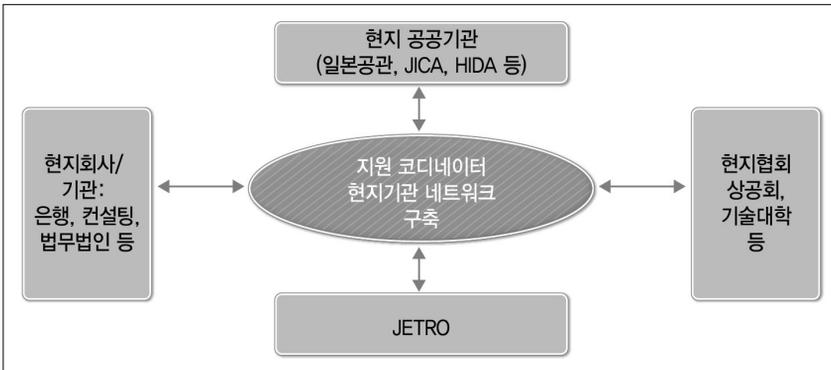
일본은 뿐만 아니라 2013년 중소기업 해외전개 현지지원 플랫폼 구축을 통해 해외현지지원 서비스를 일원화시키고자 하였다. 중소기업청이 발간하는 중소기업백서(2014, p. 366)에 의하면 중소기업을 지원하는 민간기업은 1만 개에 달한다고 한다. 즉, 일본정부는 JETRO 해외사무소에 전속 코디네이터를 배치하여 현지 중소기업 지원기관인 정부기관(JICA, HIDA 등), 현지 산업협회 및 대학, 컨설팅, 법무법인, 은행 등 현지 중소기업 지원기업간

168) 상동.

169) 中小企業海外展開支援会議(2012), p. 2.

170) JETRO, <http://www.jetro.go.jp/jetro/activities/support/fastpass/>(검색일: 2014.11.10.)

그림 6-6. 중소기업 해외사업지원 플랫폼 구조



자료: 中小企業庁(2014a), p. 365.

네트워크를 형성, 강화하여 해외 원스톱 현지 지원서비스를 제공하고자 하였다(그림 6-6 참조). 구체적으로 플랫폼 코디네이터는 ①전문성이 필요한 상담 이전 개별상담으로 기본적인 정보를 제공, ②현지에서 지원받을 수 있는 서비스 안내·소개, ③지원기관간 네트워크를 형성·강화하는 역할을 한다.¹⁷¹⁾ 이 같은 네트워크 형성은 중소기업의 지원수요를 공유하는 장을 형성할 수 있어 각 기관 지원프로그램을 개선할 수 있을 것으로 기대된다.¹⁷²⁾

2014년 현재 태국(방콕), 인도네시아(자카르타), 베트남(하노이, 호찌민), 필리핀(마닐라), 미얀마(양곤), 중국(충칭, 청두), 인도(첸나이, 뭄바이), 브라질(상파울루) 등 11개 도시에 플랫폼이 구축되었으며 향후 5개 플랫폼이 신설될 계획이다.¹⁷³⁾

171) 일본 중소기업청 인터뷰(면담일자 및 면담자: 2014. 10. 23. Mr. Toshihiko Kono, Mr. Yuzo Wada).

172) 상동.

173) 상동.

다. 선별된 기업을 대상으로 한 단계별 지원체계

일본 중소기업 지원책은 선별된 중소기업에 대한 원스톱 지원 서비스를 개발, 시행하고 있는 것으로 나타났다. 대표적인 예로 중소기업기반정비기구의 사업타당성 조사지원사업, 패키지형 해외진출지원사업(표 6-4 참조)과 경제산업성의 글로벌리치탑 기업 육성전략을 들 수 있다.

사업타당성 조사지원사업은 사업자 의욕, 해외진출 가능성, 기업 재무건전성 등을 종합적으로 고려하여 선정된 중소기업을 대상으로 국내사전준비, 해외 현지조사, 사후지원(현지조사 결과 반영한 계획수정)의 단계별 전문가 일대일 상담서비스 및 현지조사비용을 지원하는 사업이다. 단계별 조사 항목은 [표 6-11]에 제시되어 있다. 이 사업은 2012년 사업 첫째 총 128개사, 2013년에는 300개사에 대한 지원을 실시하였다.¹⁷⁴⁾ 2012년 현재 지역별로 살펴보면 아세안이 전체 51%, 중국이 22%의 비중을 차지하였으며 그 밖에 북아메리카와 유럽이 각각 9%를 기록하였다.¹⁷⁵⁾

일본정부는 또한 글로벌리치탑(GNT) 기업의 성장과 육성에 주의를 기울이고 있다. 글로벌리치탑 기업의 요건은 다음과 같다.¹⁷⁶⁾ 먼저 대기업은 세계시장 규모 100억~1,000억 엔 및 세계시장 점유율 20% 이상, 중견·중소기업은 세계시장 규모 100억~1,000억 엔 및 세계시장 점유율 10% 이상이어야 한다. 둘째, 세계시장 점유율뿐 아니라 수익성이 동반되어야 한다. 셋째, 특정 공급망에 의존적인 것이 아닌 다양한 기업과 국가에 판매처를 확보하고

174) Organization for Small & Medium Enterprises and Regional Innovation, JAPAN(2013) 인터뷰 자료 참고.

175) 상동.

176) (재)한일산업·기술협력재단(2014) 홈페이지(검색일: 2014. 10. 20)와 일본 경제산업성(METI), http://www.meti.go.jp/english/press/2014/0317_01.html(검색일: 2014. 10. 20).

표 6-11. 사업타당성조사 지원 프로그램: 단계별 주력 조사항목

국내 사전조사단계	해외현지조사	사후지원
<ul style="list-style-type: none"> • 최적 생산공장 위치 • 인프라 • 주변 인력(인재) 현황 • 연관산업 • 관련 인증, 허가제도 • 투자인센티브 	<ul style="list-style-type: none"> • 현지시장 • 현지수요 • 소비트렌드 • 유통채널 	<ul style="list-style-type: none"> • 현지조사 결과 사업계획 수정 • 소재부품조달에 요구되는 품질 • 경영능력 • 기술수용력 • 만기일 • 제조비용 • 생산과정

자료: Organization for Small & Medium Enterprises and Regional Innovation, JAPAN(2014), p. 11.

있어야 한다. 넷째, 지속적인 시장점유율을 확보하고 있어야 한다.

이 요건을 바탕으로 일본 경제산업성은 2014년 3월 100대 GNT 기업과 7개의 차세대 GNT(next GNT) 기업을 처음 선정하였다.¹⁷⁷⁾ 선별된 GNT기업을 업종별 살펴보면 기계산업이 52개, 화학산업이 20개, 전기전자산업 15개, 기타 소비자물품 13개가 선정되었다. 기업 규모별로 살펴보면 6개사가 대기업, 25개사가 중견기업, 69개사가 중소기업이다.¹⁷⁸⁾

일본 경제산업성은 선정된 GNT 기업에 대해 2013년 일본정부가 발표한 신성장전략에 기반해서 향후 지원책을 확충할 방침이다.¹⁷⁹⁾ 구체적으로는 먼저 연구개발 지원차원에서 일본산업기술종합연구소와의 공동연구 조성, 대학·공설시험연구기관 연대촉진 등을 지원할 계획이다.¹⁸⁰⁾ 생산지원과 관련하여 설비투자에 대한 지원을 확대하고, 판로개척 지원 차원에서는 JETRO 해외판로개척 지원, 상공조합중앙금고의 GNT 지원대출

177) 일본 경제산업성(METI), http://www.meti.go.jp/english/press/2014/0317_01.html(검색일: 2014. 10. 20).

178) 상동.

179) 상동.

180) (재)한일산업·기술협력재단(2014, p. 2), 홈페이지 참고(검색일: 2014. 10. 20).

제도, 각국 무역장벽철폐를 위한 지재권 침해와 송금규제 등에 대한 대응책이 마련되어 있다.¹⁸¹⁾

라. 국가별 지원전략

일본정부는 신흥국과 선진국 등 국가별 특성을 고려한 중소기업 지원책을 마련하고 있으며 이러한 정부전략은 2013년 신성장전략 내 중소기업 지원 추진방안 중 하나인 ① 중·아세안, ② 서남아·중동·러시아·CIS·중남미, ③ 아프리카 등 지역별전략 추진방안에도 잘 드러나 있다(표 6-10 참조). 일본의 국가·지역별 지원전략은 BOP 비즈니스 지원사업, 아시아 및 아세안 캐러밴사업, 신흥국 진출 개별지원 서비스 등을 통해 살펴볼 수 있다.

일본은 2009년 BOP(Base of the Economic Pyramid) 비즈니스 정책 연구회 결과에 기반하여 아시아를 전략적 진출지역으로 삼고 빈곤퇴치 관련 산업(교육, 보건의료·복지, 물·위생, 농림수산업, 식품), 일본의 비교우위 산업(환경·에너지기기, 가전·산업기계), 인프라(정보통신, 금융, 운수·수송기계) 관련 기업에 대한 지원을 본격적으로 시행하기 시작하였다.¹⁸²⁾ 특히 2010년 10월에는 민관합동의 BOP 비즈니스 지원센터를 개소함으로써 개도국 관련 정보제공, 기업과 개도국 현지기업·정부기관과의 매칭지원을 강화하였다.¹⁸³⁾ 일본의 BOP정책에는 경제산업성, 중소기업청, 일본무역진흥기구, 국제협력기구, 일본무역보험, 일본정책금융공

181) 상동.

182) 김규관, 이형근(2011), p. 49.

183) 상동.

고 등 국내기관이 연계되어 있는데¹⁸⁴⁾ 특히 일본무역진흥기구(JETRO)와 국제협력기구(JICA)는 다음과 같은 지원서비스를 추진하고 있다.

먼저 JETRO는 2012년 4월 BOP·불륨존 비즈니스 상담창구를 개소함으로써 현지 상담서비스를 강화하였다. 현지 코디네이터를 배치한 지역은 아시아의 인도네시아, 인도, 방글라데시, 파키스탄, 아프리카의 케냐, 탄자니아, 에티오피아, 나이지리아, 중남미 지역의 페루 등 총 9곳이다.¹⁸⁵⁾ BOP 대상국가 수요와 각국 사업환경 및 시장정보를 기반으로 한 상담, 현지 코디네이터를 활용한 정보수집, 현지출장 지원 등의 지원서비스가 제공된다.¹⁸⁶⁾

그리고 JICA는 2010년부터 BOP 연대촉진사업(협력준비조사)을 실시함으로써 중소기업 상담수요에 대응하고 있다(표 6-6 참조). 이 사업은 2010년 8월부터 2014년 3월까지 7회에 걸쳐 총 91건의 프로젝트를 진행하였다. 지역별로 살펴보면 남아시아가 전체 35%로 가장 많고, 그 다음으로 아세안(30%), 아프리카(29%), 중남미(3%), 기타(3%) 순이다.¹⁸⁷⁾ 이 프로젝트는 사업에 참여한 15개 법인 중(아프리카에 국한) 절반이 2013~14년에는 생산판매를 개시할 예정이어서 효과가 큰 것으로 평가되고 있다.¹⁸⁸⁾

한편 JETRO는 해외관료개척 지원의 일환으로 환경·에너지, 일용품 및 생활잡화, 실리콘밸리·이노베이션의 산업에 대해 국가별 지원서비스를 제공하고 있다.¹⁸⁹⁾

184) BOP 비즈니스지원센터, <http://www.bop.go.jp/assist#boueki>(검색일: 2014. 10. 21).

185) JETRO, <http://www.jetro.go.jp/theme/bop/advice/>(검색일: 2014. 10. 20).

186) 상동.

187) JICA, http://www.jica.go.jp/activities/schemes/priv_partner/BOP/index.html(검색일: 2014. 9. 1).

188) (재)한일산업·기술협력재단(2013), 홈페이지 참고(2014. 10. 20).

먼저 환경·에너지 분야는 세계 최대 시장인 북미시장 진출을 위한 홍보자료 작성, 전시회 샘플출전(참가비용: 194,000엔), 상담지원 등의 집중 지원을 하고 있다.

일용품 및 생활잡화 분야는 ‘아시아 캐러밴 사업’과 ‘아세안 캐러밴 사업’으로 대표된다. 이 사업은 중국, 대만, 아세안 각 도시에서 상담회 및 전시회 개최, 상품 모니터링 조사 등의 수단을 통한 비즈니스 매칭 지원 프로그램으로 2014년 현재 아시아 캐러밴 사업은 중국 상하이, 베이징, 타이베이, 청두, 선전, 홍콩에 일용품·생활잡화 및 화장품, 미용 관련 제품의 진출을 집중 지원하고 있다.¹⁹⁰⁾ 또한 아세안 캐러밴 사업은 베트남 하노이·호찌민, 태국 방콕은 고기능·고품질의 일용품·생활잡화의 진출을, 싱가포르의 고품질·친환경 건축자재의 진출을 집중 지원하고 있다.¹⁹¹⁾

마. 산업별 지원전략

일본 중소기업 지원정책은 국가·지역별 해외진출 지원전략 구축뿐 아니라 산업별로 특화, 전문화된 지원시스템의 방향으로 나아가고 있다. 대표적으로 농림수산성과 연계하여 추진되는 농림수산식품 분야와 창조산업 지원전략인 쿨재팬 등이 있다.

농림수산식품부는 JETRO와 연계하여 농림수산식품 분야에 특화된 정보제공, 상담, 해외관측지원사업 등을 지원한다. 정보제공 차원에서 JETRO

189) 中小企業庁(2014b), pp. 34~37.

190) JETRO, <http://www.jetro.go.jp/services/caravan/asia-caravan/>(검색일: 2014. 10. 30).

191) JETRO, <http://www.jetro.go.jp/services/caravan/asean-caravan/>(검색일: 2014. 10. 30).

‘농림수산물정보연구회’는 주간 *Food & Agriculture*를 통해 해외 농림수산물 식품 산업 제도, 이벤트 등 최신 정보를 온라인으로 제공하고 있다.¹⁹²⁾ 또한 JETRO는 도쿄, 오사카 본부 및 국내사무소에 ‘농림수산물·식품 수출 상담창구’를 설치하여 지원서비스 접근의 용이성을 강화시켰다.¹⁹³⁾

5. 성과

가. 중소기업의 해외진출 성과

일본은 기업규모별 무역데이터가 제한적으로 공개되어 있어 일본 중소기업의 수출규모를 정확하게 파악하는 데는 한계가 있다. 따라서 중소기업의 수출성과는 총무성·경제산업성에서 발표하는 경제센서스조사와 중소기업청이 발간하는 중소기업백서를 참고하여 작성하고자 한다. 일본 중소기업의 수출 비중, 수출 기업 수는 2001년 이래로 꾸준히 증가추세를 시현한 것으로 나타났다. [그림 6-7]은 「2012년 경제센서스조사」에서 종업원 수 4명 이상의 제조사업체를 보유한 중소기업 약 2만 개사에 대한 설문조사를 기반으로 한 자료이다. 2011년 약 2만 개의 중소제조기업 중 6,335개의 기업이 수출하는 것으로 나타났으며, 수출기업 비중 또한 2001년 1.5%에서 2011년 3.0%로 증가한 것으로 나타났다.¹⁹⁴⁾ 한편 중소

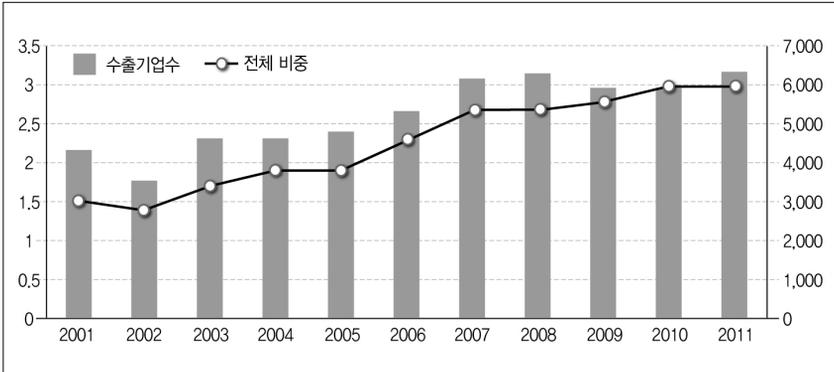
192) JETRO, <http://www.jetro.go.jp/members/food/>(검색일: 2014. 10. 30).

193) 중소기업청(2014a), pp. 38~39.

194) 경제산업성(2012), 「工業統計表」, 総務省・経済産業省 「平成 24 年経済センサス 活動調査」를 중소기업청(2014a)이 재가공, 재인용: 중소기업청(2014a), p. 71.

그림 6-7. 일본 수출 중소·소규모 제조기업 수 추이(2001~11년)

(단위: %, 개사)



자료: 經濟産業省(2012), 「工業統計表, 総務省・經濟産業省(2012) 「平成 24 年經濟センサス-活動調査」를 中小企業庁(2014a)이 재가공, 재인용: 中小企業庁(2014a), p. 297.

· 도매기업 기준으로 중소·서비스업의 수출동향을 살펴보면 2002~07년 사이 9,091개에서 9,502개로 증가하였으며 수출기업 비중도 2.4%에서 2.9%로 미미하게 증가한 것으로 나타났다.¹⁹⁵⁾

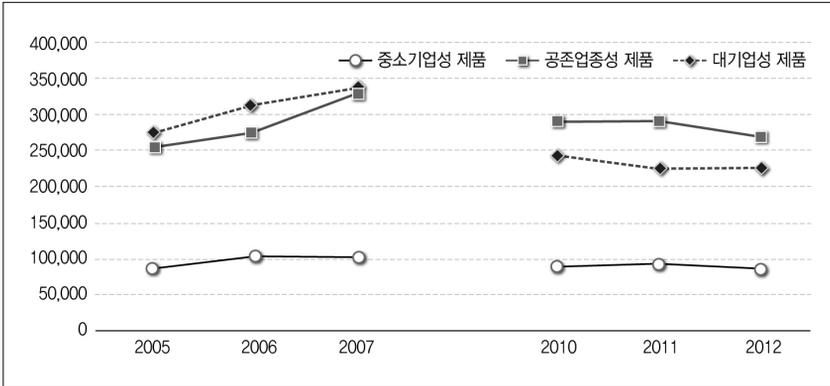
그러나 [그림 6-8]에 나타난 바와 같이 일본 중소기업성 제품의 수출실적은 아직 뚜렷한 증가추세를 보이지 못하고 있으며, 2010~12년의 기간 동안 9.0조 엔에서 8.8조 엔으로 수출실적이 소폭 감소하였다. 동기간 대기업성 제품과 공존업종제품 또한 각각 24.5조 엔과 29.1조 엔에서 22.8조 엔, 27.1조 엔의 수출감소가 있었다.

2001~11년 산업별 수출 중소·제조기업 수의 추이를 살펴보면 생산용 기계기구제조업이 일본 중소기업의 주요 수출품목인 것으로 조사되었다 (그림 6-9 참조). 이 제품은 조사기간 동안 비중이 꾸준히 증가추세를 나타내었으며 2011년에는 18.8%를 기록하였다.¹⁹⁶⁾ 그 다음으로 화학공업

195) 中小企業庁(2012), p. 72.

그림 6-8. 일본 중소기업성, 공존업종성, 대기업성 제품의 수출 추이

(단위: 억 엔)



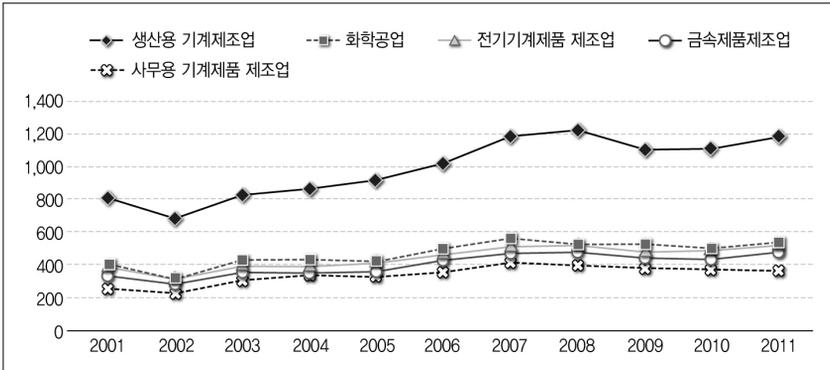
주: 1) 중소기업청에서는 중소기업이 생산하는 품목의 수출입 동향 파악을 위해 재무성의 무역통계를 토대로 경제산업성 공업통계표를 이용하여 중소기업성 제품, 대기업성 제품, 공존업종제품으로 분류하고 그 수출액과 수입액을 발표하고 있다.

2) 2005~07년은 제품 분류기준을 2000년 공업통계표를 이용하였으며, 2010~12년은 2005년 공업통계표 분류 기준을 사용하고 있다.

자료: 일본 중소기업청[Database], http://www.chusho.meti.go.jp/koukai/chousa/kibo_trade/index.htm(검색일: 2014. 11. 8).

그림 6-9. 일본 업종별 수출 증소·소규모 제조기업 수 추이(2001~11년)

(단위: 개사)

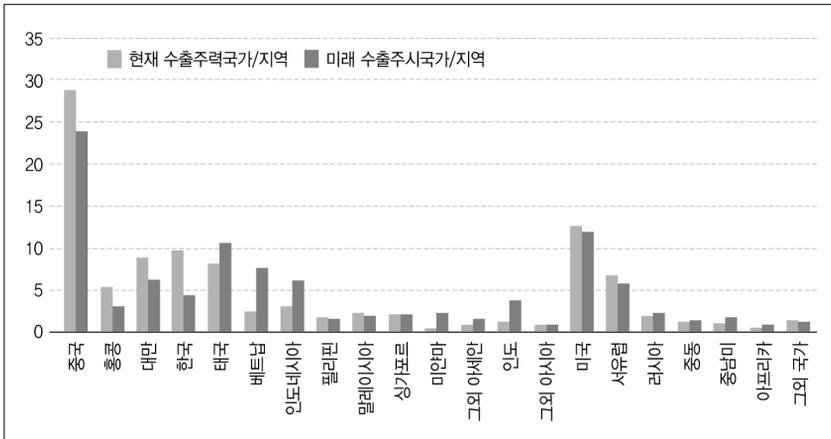


자료: 경제산업성(2012), 「工業統計表」, 総務省・経済産業省(2012) 「平成 24 年経済センサス-活動調査」를 중소기업庁(2014a)이 재가공, 재인용: 중소기업庁(2014a), p. 298.

196) 경제산업성(2012), 「工業統計表」, 総務省・経済産業省(2012) 「平成 24 年経済センサス-活動調査」를 중소기업庁(2014a)이 재가공, 재인용: 중소기업庁(2014a), p. 298.

그림 6-10. 일본 중소기업의 현재 및 주시하고 있는 수출대상지(설문조사)

(단위: %)



자료: (주)損保ソヤンパソ日本興亞リスマネジナト(2013), 「中小企業の海外展開の業態把握にかかるアンケート調査」, (2013년 12월), 재인용: 中小企業庁(2014a), p. 307.

(8.5%, 540개사), 전기기계기구제조업(8.4%, 534개사), 금속제품제조업 (7.5%, 473개사) 순이었다.¹⁹⁷⁾

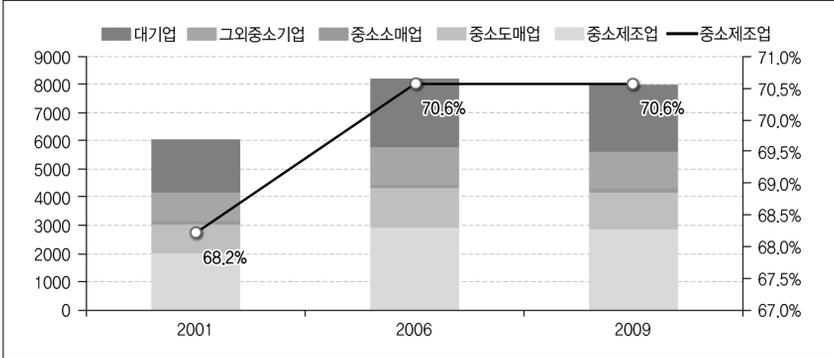
수출 중소기업의 주요 수출시장은 중국으로 조사되었으며 미국과 EU가 그 뒤를 잇고 있다(그림 6-10 참고). 이들 국가는 중소기업들의 향후 수출대상지로도 주목을 받는 국가 및 지역으로 확인되었다. 한편 일본 중소기업이 예의주시하는 수출대상지는 태국과 베트남, 인도네시아 등 아세안 국가와 인도 등인 것으로 나타났으며 현재 주요 수출시장인 대만과 한국에 대한 관심은 낮아질 것으로 추정되었다.

중소기업의 해외투자 성과 또한 공개되어 있는 데이터 한계로 일본 중소기업청(2012) 중소기업백서에서 발간하는 통계를 기반으로 정리하고자

197) 상동.

그림 6-11. 기업규모/업종별 해외투자를 한 기업 수(좌), 중소기업 비중(우)

(단위: 개사, %)



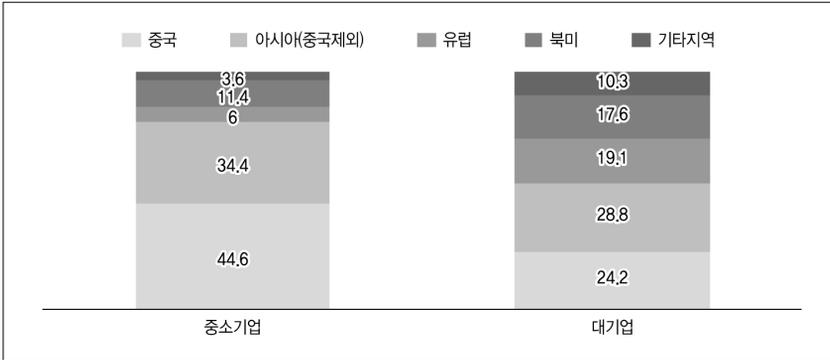
자료: 総務省, 「事業所・企業統計調査」; 「平成21年経済センサス基礎調査」, 재인용: 中小企業庁(2012), p. 76.

한다. 먼저 기업규모별 해외투자를 한 기업 수의 추이를 살펴본 결과 2001~09년 동안 해외투자를 한 중소기업은 4,143개사에서 5,630개사로 늘어났으며 전체 기업에서 중소기업이 차지하는 비중 또한 전체 6,074개사의 68.2%의 비중에서 전체 7,977개사의 70.6%로 증가한 것으로 나타났다. 한편 해외투자를 한 대기업 수 또한 동기간 1,931개사에서 2,347개사로 증가하였다.

2011년 중소기업의 지역별 해외자회사 구성을 살펴보면 중국과 아시아가 전체 79%의 큰 비중을 기록하는 등 중소기업의 아시아지역에 대한 투자집중도가 높은 것으로 나타났다(그림 6-12 참조). 이는 대기업의 아시아 투자(53.0%)와 대조되는 수치로, 대기업은 중소기업에 비해 유럽과 미국에의 해외자회사 구성이 더 큰 것으로 나타났다.

그림 6-12. 해외자회사의 지역구성 비중(2011년 기준)

(단위: %)



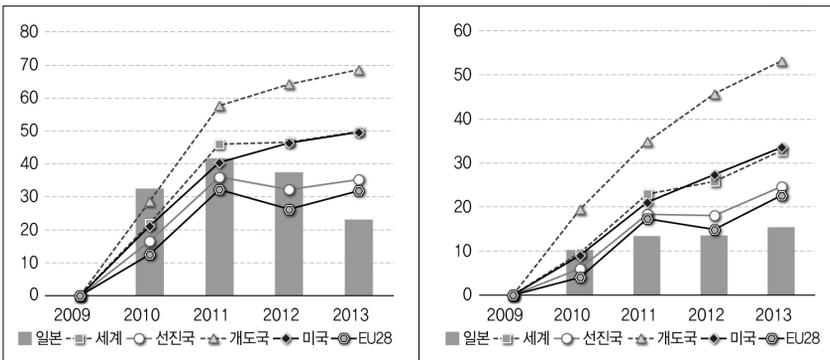
자료: 經濟産業省, 「平成22年企業活動基本調査」, 재인용: 中小企業庁(2012), p. 81.

나. 일본경제에 대한 수출의 기여

2009년 이후 일본의 상품과 서비스 수출 증가 속도는 전 세계 수준에 못 미치고 있는 것으로 나타났으며 특히 2010년 이후 증가 속도가 눈에 띄게 둔화된 것을 볼 수 있다(그림 6-13 참조). 타국과 비교하였을 때 일

그림 6-13. 2009년 이후 일본 상품(좌)과 서비스(우) 수출 추이

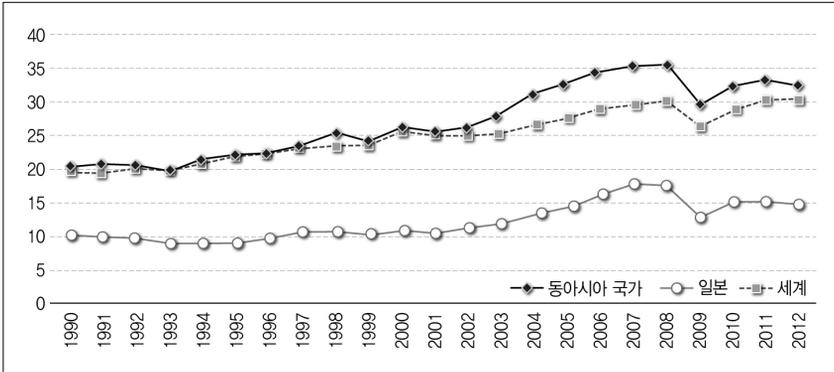
(단위: %)



자료: UNCTAD Stat Database(검색일: 2014. 8. 20).

그림 6-14. 일본의 수출이 GDP에서 차지하는 비중

(단위: %)



자료: World Bank, WDI, <http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators>(검색일: 2014. 8. 25).

본의 상품수출은 세계평균보다 낮은 증가율을 기록하였으며, 2013년에는 선진국의 증가율에도 못 미친 것으로 나타났다. 일본의 서비스수출 또한 2011년 이후 타국대비 대체적으로 낮은 수출 증가율을 기록하였다.

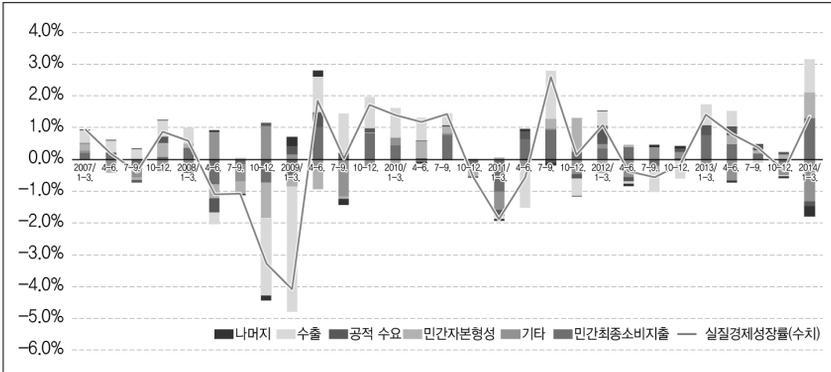
일본의 수출이 GDP에서 차지하는 비중은 세계평균과 동아시아 국가 대비 낮은 수준이나 2000년대 들어서 꾸준한 증가추세를 기록하며 2007-08년 17.7%의 비중을 기록한 바 있다(그림 6-14 참조). 2009년 금융위기로 수출 비중은 12.7%까지 떨어졌으나 2010-12년 15%대로 회복한 것을 볼 수 있다.

일본 경제성장률에 대한 요인별 기여도 추이를 살펴보면 전후 최장의 호경기로 평가되는 2002~08년의 기간 동안 순수출(수출-수입)이 민간소비(민간최종소비지출)나 기업설비투자(민간총자본형성)보다 경제성장에 기여한 것으로 나타난다.¹⁹⁸⁾

그러나 2008년 하반기 리먼 쇼크 이후 일본은 수출 감소를 겪으면서

198) 정성춘, 김규관, 이형근, 김은지, 이우광(2012), pp. 41-43.

그림 6-15. 일본의 GDP 성장률과 요인별 기여도 추이



주: 기타항목에는 민간주택, 민간 재고 증가, 수입이 포함
 자료: 정성춘 외(2012), p. 43과 일본 내각부(2014), p. 338 참고하여 일본내각부 「國民經濟計算」 데이터베이스 <http://www.esri.cao.go.jp/jp/sna/menu.html> (검색일: 2014. 11. 20)를 이용하여 작성.

경제성장률도 크게 감소하였다(그림 6-15 참조). 이후 일본 수출은 2009~10년 회복세를 보였으나 2011년 동일본대지진의 영향으로 다시 감소세로 돌아선 뒤 아직 뚜렷한 수출회복세는 보이지 않는다.¹⁹⁹⁾

199) 일본 내각부(2014), <http://www5.cao.go.jp/j-j/wp/wp-je14/pdf/p08012.pdf>, p. 338(검색일: 2014. 11. 20); 정성춘, 김규환, 이형근, 김은지, 이우광(2012), pp. 41~43 참고.

제7장 결론

1. 요약과 평가
2. 중소기업 해외진출 지원정책 개선방안



1. 요약과 평가

가. 한국 중소기업의 해외진출 지원정책과 성과

1) 해외진출 지원정책

우리나라의 중소기업 해외진출 지원정책은 새 정부의 출범과 더불어 변화를 겪고 있다. 먼저 관련 예산이 확대되고 있는바, 전체 정부예산은 2012년 3,357억 원에서 2014년 4,166억 원으로 크게 증가하였다. 부처별로 보면 산업부가 가장 큰 비중을 차지하는데, 예산 규모는 2012년 938억 원에서 2014년 974억 원으로 증가하였다. 그리고 중소기업청의 관련 예산은 최근 매우 큰 폭으로 증가하여 2014년 예산규모는 1,055억 원이다. 그 밖에 농림부가 2014년 910억 원을 책정하여 정부부처 가운데 세 번째로 큰 규모이다.

이와 더불어 전반적인 지원정책에도 변화가 진행되고 있다. ‘수출 중소기업 지원확대방안(관계부처합동 2013)’에서는 범부처 차원의 중소기업 수출 지원방안을 제시하였으며, 무역금융 및 보험 확대, 수출개시기업 자금 보증, 원산지 관리 지원, 수출초보기업 집중지원 등 중요한 개선방안이 포함되어 있다. 이는 금융과 보험 같은 기본적인 지원수단을 강화하는 한편, 중소기업이 FTA를 활용하여 수출을 증대하고 중소기업의 수출잠재력을 확충한다는 측면에서 적절한 개선방향이다. 또한 맞춤형 지원을 강화하고 있는데, 이는 중소기업의 다양한 수요에 부응하고, 중소기업의 해외진출 형태가 다양화되는 추세를 반영하고 있다.

정부의 해외진출 지원체계에도 변화가 있는데, 기존의 이원적 지원체계를 기관간 중복·경쟁 체제로 전환하고 유관기관의 협업체계를 강화하

는 것이 골자이다. 이와 같이 지원체계의 변화를 추진하게 된 취지는 다양한 산업간 결합, 융합되는 상품이 급증하는 산업 환경에 대처하기 위한 것으로 보이며 국제적인 흐름에 부합하는 개선방향이다.

우리나라 중소기업의 진출 지역이 다각화됨에 따라 정부는 새로운 시장(주로 신흥시장)에 진출하는 중소기업에 대한 지원을 강화하고 있다. 즉, 신흥시장 위주로 해외 민간네트워크를 강화하고 있으며, 신흥국의 내수시장 진출을 촉진하는 지원책을 개발하고 있다.

2) 해외진출 성과

우리나라의 총수출과 총해외직접투자액에서 중소기업이 차지하는 비중은 줄어드는 추세이다. 특히 해외직접투자는, 2007~08년의 글로벌 금융위기 이후에 중소기업의 비중이 큰 폭으로 축소되고 좀처럼 회복하지 못하고 있다. 중소기업과 대기업 모두 선진국보다는 신흥시장에 대한 수출을 확대하고 있으며, 해외직접투자는 중소기업과 대기업 모두 지리적으로 근접한 아시아권에 대한 투자에 집중이 되어 있었으나 최근 투자지역을 다각화하고 있다.

수출상품별로 보면 2003년 중소기업의 주요 수출품목이었던 의류/직물산업의 비중이 2013년에는 대폭 축소된 반면, 철강/금속, 일반기계, 운송기기 등의 비중은 증가했다. 이는 수출대상국의 변화와 밀접히 관련된 것으로 보인다. 즉, 우리나라는 선진국과 비교하여 노동집약적인 의류/직물산업에 비교우위가 있으나 개발도상국과 비교했을 때는 상대적으로 자본집약적인 기계류에 비교우위가 있어 나타나는 현상으로 해석된다. 또한 주변지역 ASEAN, 중국, 일본 등의 생산네트워크 형성에 따른 무역패턴

의 변화 또한 영향을 끼쳤을 것으로 보인다.

3) 해외진출 지원정책 평가

중소기업 해외진출 지원정책은 수혜 기업의 수출규모 증가에 기여하기는 하지만, 수출증가를 향상에는 크게 기여하지 못하고 있다. 그리고 서비스업보다는 제조업의 성과에 큰 기여를 하는 것으로 나타난다. 지원 분야 별로 살펴보면 상대적으로 국내에서 제공되는 지원사업의 성과가 우수한 편이다.

지원방식에 대하여 중소기업은 일률적이고 형식적인 지원, 단계적 지원 부족, 기업요구와 괴리된 지원 프로그램, 지원금액 부족 등을 문제점으로 지적한다. 또한 지원 수요의 복합성을 감안할 때, 지원기관이 분산되어 있는 것이 문제점이라고 평가된다. 세부적으로 보면, 우리나라 중소기업은 해외마케팅 및 관련 인력 확보, 기업 맞춤형 지원 등에 대한 개선을 요구하고 있다. 또한 중소기업의 해외투자 활동이 활발해지면서 해외 법인이나 지사 설립 지원에 대한 수요가 증가하고 있는바, 대응이 필요하다. 정보지원은 체계적이고 효율적인 정보관리가 부족한 것으로 보이며, 특히 중소기업의 개도국 시장 진출이 확대되고 있으나 이에 대한 정보나 지원 서비스는 미흡한 것으로 평가된다.

중소기업 해외진출 지원이 제조업을 중심으로 이루어져 산업별 다양성은 부족한 것으로 보인다. 서비스업은 직접수출보다는 투자를 비롯한 다양한 형태를 갖는 반면, 현재 수출지원제도는 수출 중심으로 구성되어 있는 것이 문제점으로 지적된다.

우리나라 중소기업이 해외진출 과정에서 대외적으로 직면하는 주요 장

애요인은 환율변동성, 국제경제 상황 및 이에 따른 경쟁여건 변화, 외국의 무역장벽 등이다. 그리고 FTA 활용과 인증·지재권, 계약분쟁 발생 가능성 등 비관세장벽은 중소기업이 대외적으로 느끼는 중요한 애로요인이다. 중소기업은 일반적으로 해외시장 진입장벽에 더욱 민감하게 반응하므로 대응방안이 필요하며, 진출 시장이 다각화되는 추이에 대응한 지원이 강화되어야 한다.

나. 우리나라 중소기업 해외진출의 영향요인

선행연구에 의하면, 한 나라의 수출은 이미 수출하는 기업이 내연적으로 수출을 늘리는 것보다 새로운 기업들로 하여금 수출을 하도록 하는 것이 총수출을 늘리는 효과적인 정책이다. 다시 말하면 경쟁력이 충분히 있으나 해외시장 정보 부족 같은 진입장벽 때문에 수출을 하지 못하는 중소기업에 대한 국가적인 차원의 지원이 이루어져야 한다.

본 보고서의 제3장에서는 기업규모별 차이를 고려하여 해외시장의 진입장벽이 수출에 미치는 영향을 분석했다. 분석결과에 따르면, 수출과 해외직접투자 등으로 해외시장 진출에 대한 진입장벽에 대해 대기업보다 중소기업의 활동이 더 부정적인 영향을 받는다.

결정요인별로 자세히 살펴보면 수출은 FTA에 대한 중소기업의 활용률이 대기업에 비해 떨어진다는 사실과 환율변동성에 대해 중소기업이 대기업에 비해 효과적으로 대응하고 있지 못하다는 사실을 실증분석결과가 암시하고 있다. 이는 기존의 연구 및 설문조사 결과와 일치하는 내용이다. 통관효율성을 보면 분석결과가 통관이 어려운 지역에 대한 수출을 제한한다는 사실을 강력하게 뒷받침하고 있지는 않지만, 중소기업과 대기업

모두 통관이 어려운 지역에 대한 수출을 기피하고 있음을 알 수 있었다. 또한 중소기업의 해외시장활동이 대기업과 달리 수출대상국의 효과적인 계약분쟁해결의 가능성에 따라서도 영향을 받는다는 사실을 실증분석결과 알 수 있었다.

또한 해외시장활동에서 중소기업과 대기업의 차이가 비교적 명확하게 나타났던 요인은 수출대상국 혹은 해외투자유치국의 1인당 소득수준이다. 대기업은 우리나라의 1인당 소득수준과 상대국의 1인당 소득수준의 차이가 수출과 FDI 결정에 큰 영향을 끼치지 않은 반면, 중소기업은 우리나라보다 1인당 소득이 적은 국가에 진출하려는 경향을 보였다. 이는 중소기업이 대기업에 비해 선진국에 진출하기는 경쟁력이 부족하여, 상대적으로 중소기업의 상품이 경쟁력을 가질 수 있는 개발도상국이나 저개발국에 진출하려고 하는 것으로 여겨진다. 중소기업의 해외진출대상국을 넓히기 위해서는 궁극적으로 이들의 경쟁력을 키우는 것이 근본적인 과제이며 아울러 브랜드 인지도 개선 등 정부 차원의 지원이 필요하다.

다. 주요 선진국의 중소기업 해외진출 지원정책

우리나라를 비롯하여 앞에서 분석한 국가들은 모두 수출 및 투자 증대, 기업의 성장기반 제고, 그리고 고용창출 및 경제성장 촉진과 같은 측면에서 중소기업의 해외진출 확대에 관심을 기울이고 있다. 이에 따라 중소기업이 수출의 외연을 넓히고 나아가 중소기업의 성장과 고용창출에 기여하도록 한다는 정책 방향성에서 각국의 정책은 유사하다. 그러나 우리나라와 각국이 처한 경제 여건에 따라 정책의 내용과 성과, 그리고 그로부터 얻을 수 있는 시사점은 차이를 보인다.

1) 미국

미국은 글로벌 경제위기를 겪으면서 저성장과 고실업 문제를 타개하기 위한 일환으로 수출 증대에 눈을 돌렸다. 오바마 행정부가 2010년부터 추진한 NEI는 향후 5년에 걸쳐 수출을 두 배로 늘리고 이를 통해 200만 개의 일자리를 창출하겠다는 야심찬 목표를 수립하고, 목표 달성을 위해 중소기업 수출지원정책을 강화하였다. 2014년부터 추진 중인 NEI 2는 기존 국가수출 진흥계획의 연장선상에서 수출진흥을 장기적인 경제성장전략의 일환으로 설정하고, 무역과 투자를 미국경제 DNA의 중요한 부분으로 형성한다는 비전을 제시하였다.

이러한 정책의 배경에는 그 동안 민간 주도로 이루어진 수출활동에 정부가 보다 적극적으로 개입하여 수출잠재력을 확충하겠다는 의지가 작용하고 있다.

미국은 NEI 추진과 더불어 대통령 직속의 수출촉진회의를 만들어 범정부 차원의 수출지원체계를 수립하였다. 특히 미국 연방정부는 중소기업을 중심으로 한 수출지원정책을 강화하고 있는바, 아홉 개 주요 정부기관의 전체적인 수출 지원 예산규모는 감소하였으나, 수출입은행과 중소기업청의 중소기업 수출지원 규모는 증가하였다(2010~12년간).

미국은 과거에 비해 중소기업 수출지원에 많은 관심을 기울이고 있으며 수출기업 발굴, 정보 및 자문 제공, 수출 금융, 무역 외교 등 수출지원의 전 측면을 강화하고 있다. 예컨대 수출 금융분야에서는 중소기업의 다양한 수요에 부합하는 대출 수단을 도입하였으며, 수출기업을 정확하게 식별하여 이들에 대한 효율적인 지원체계를 만들고 있다. 또한 상무부 내에 경제외교센터를 설치하여 각 부처의 안건을 백악관에 직접 전달하고

이를 정상급 외교에 반영하는 채널을 구축하였다.

미국의 수출지원정책 가운데 상당수는 상대적으로 미지의 시장, 특히 신흥시장을 염두에 두고 설계된 것으로 보인다. 전략적 타깃 시장은 대부분 신흥국이며 이들을 대상으로 무역사절단을 확대하고, 신흥국에 특화된 무역금융도 확대하고 있다. 아울러 수출지원의 비용 대비 효과성을 제고하고, 산업별로 특성화된 지원을 강화하는 취지에서 타깃형 지원을 확대하는 것 역시 최근 미국의 정책에서 나타나는 특징이다.

이와 같은 정책이 수출의 증대로 연결되었는지를 평가하기는 어려우나 최근 높아지는 미국경제의 수출 지향성을 뒷받침하는 데는 일조하는 것으로 평가된다. 수출이 미국 GDP에서 차지하는 비중은 최근 꾸준히 증가하여 2011년 13.9%에 도달하였는데, 이는 1993년 이래 가장 높은 수준이다. 국가 수출 진흥계획이 제시한 5년 내 수출을 두 배로 증대한다는 목표가 상징적인 의미가 강하다고 본다면, 최근 미국경제에 대한 수출의 기여도는 높아지는 추세에 있다고 판단할 수 있다. 다만 수출의 고용지지력(수출 10억 달러당 지지 일자리 수)은 오히려 떨어지고 있는바, 수출을 통해 고용을 창출한다는 당초의 목표는 달성되지 않고 있다. 특히 제조업의 일자리 지지도는 지속적으로 낮아지고 있는데, 수출지지 일자리 가운데 제조업의 비중은 1993년 이래 지속적으로 감소하는 반면, 전문·사업서비스 수출이 지지하는 일자리의 비중은 증가하고 있다.

NEI를 추진하여 중소기업의 수출을 증대하고 국내경제에 대한 기여도를 높이겠다는 미국정부의 목표는, 아직 단정할 수는 없으나, 현시점에서 특기할 만한 성과를 내지는 못하고 있는 것으로 판단된다. 1990년대 후반 이후 미국경제에서 중소기업 부문이 차지하는 비중은 하락세를 지속하고

있다. 국가 수출 진흥계획 추진 기간 중 중소기업 가운데 수출기업의 숫자는 견조한 증가세를 나타냈으나, 이들이 전체 차지하는 비중은 과거와 비교해 큰 변화를 보이지 않았고, 중소기업의 수출 증가속도 역시 대기업과 유사한 수준이었다.

신흥시장은 이제 미국 중소기업의 주요 수출대상국으로 자리 잡았다. 미국 중소기업의 수출대상국은 최근 변화를 보이고 있는데, 전통적인 수출대상 지역인 북미와 EU로의 수출 비중은 다소 감소한 반면 중남미, 중국에 대한 비중은 높아졌다. 또한 인도, 대만 등으로의 수출도 빠르게 증가하고 있다.

종합하면, 미국의 중소기업 수출이 가시적으로 확대되는 조짐이 나타나지 않고 있는바, 최근 정책이 이러한 추세를 바꾸어놓는 데 얼마나 기여할 수 있을지 의문이 제기된다. 최근 수년간 수출 10억 달러당 지지 일자리 수가 감소하고 있는데, 제조업과 서비스업 수출의 일자리 지지도가 상반된 움직임을 보이고 있다. 즉, 제조업에서는 수출 지지 일자리 수가 지속적으로 감소하는 반면, 전문/사업 서비스 영역에서는 지속적인 증가 추세를 보이고 있다. 따라서 제조업에 방점을 둔 정책에 대한 회의론이 제기될 수 있는 상황이다.

2) 독일

독일은 미텔슈탄트를 중심으로 강한 중소기업 부문을 보유하고 있다. 독일의 중소기업은 중간규모 이상의 제조기업을 중심으로 강한 국제 경쟁력을 보유하고 있으며, 대외지향성이 매우 높다. 정책적인 측면에 한정하여 본다면, 독일의 중소기업 정책은 창업지원, 기술개발 지원, 기업 컨

설팅, 금융지원 등 전 분야에 걸쳐 견고하게 운영되고 있으며, 중소기업의 강한 대외지향성을 뒷받침하는 해외진출 지원체계에도 많은 자원이 투입되고 있다. 독일 중소기업의 높은 대외지향성은 기본적으로 혁신역량과 기술력, 그리고 우수한 금융 접근성에 기반하고 있으며, 적극적인 해외시장 진출 여건 역시 충실하게 갖추어져 있다.

2006년부터 추진된 중소기업 이니셔티브는 최근 독일 중소기업정책을 보여준다. 이 정책은 중소기업 해외진출 강화를 위해 해외 전시회 프로그램 활용, 해외 네트워크 강화, 대외무역법 개선, 수출금융 개선 등을 비롯하여 정부 차원의 경제외교를 강화한다는 내용을 담고 있다. 그 밖에 해외 무역 캠페인과 신시장 이니셔티브도 중소기업의 해외진출 촉진에 초점을 맞춘 정책이다. 문화창조산업 이니셔티브는 그동안 해외진출이 상대적으로 부진했지만 성장성이 높은 분야에 대한 중점적인 지원정책으로서 독일의 해외진출 분야 다각화를 위한 노력을 보여준다. 독일정부는 중소기업의 해외투자 역시 적극적으로 지원하며, 이를 뒷받침하는 금융지원에 노력을 기울이고 있다.

독일 중소기업의 우수한 국내경제 기여도는 다양한 지표를 통해 확인할 수 있으며, 이들의 높은 수출지향성은 국내경제에 대한 기여도를 향상시키는 중요한 요인이다. 독일 중소기업의 매출액에서 수출이 차지하는 비중은 매우 높은 수준으로서, 2012년 250~499명 기업들의 매출액 가운데 수출이 약 50%를 차지한다. 또한 중소기업의 고용창출력은 EU 국가들과 비교하여 월등히 높은 수준이며 자국의 대기업을 능가한다. 수출 중소기업의 고용증가율은 비수출 중소기업보다 낮지만, 이는 주로 내수가 중심을 이루는 서비스 분야로 인한 것이며, 제조업은 정기 수출기업이 비

수출 중소기업과 대기업의 고용증가율을 증가하였다(2001~09년).

최근 독일 중소기업의 수출 지향성은 지속적으로 높아졌다. 전체 중소기업 가운데 수출기업의 비중은 매우 높은 수준이며, 이들이 독일의 전체 수출의 29.3%를 차지하고 있다. 수출 대상국으로 보면, 독일 중소기업들은 EU 역내 수출지향성이 높지만 수출 지역이 다양화되어 있고 중국, 러시아, 동남아시아 등 신흥국 수출이 큰 비중을 차지하고 있다. 해외직접투자에서도 독일 중소기업은 강세를 보이는바, 독일 중소기업 가운데 해외직접투자를 수행하는 기업의 비중은 17.2%로서 주변 국가나 일본 등을 크게 앞지른다. 독일 중소기업의 해외투자는 주로 새로운 시장개척을 목적으로 이루어지고 있다.

독일 중소기업의 활발한 해외진출에 기여하는 요인은 경제는 물론 정치, 사회, 문화 등 다양한 측면에서 찾을 수 있으나 해외진출에 매우 유리한 정책 여건이 갖추어져 있음은 간과할 수 없다. 본고에서 꼽은 대표적인 사례로서 먼저 각종 무역투자 금융지원 체계가 잘 형성되어 있다는 점을 들 수 있다. 수출 및 투자에 대한 자금 지원뿐만 아니라 수반되는 위험에 대비할 수 있도록 보증지원제도가 잘 발달되어 있다. 특히 독일기업의 해외투자를 뒷받침하는 투자보증 지원제도는 주목할 만하다. 위험도가 높은 신흥국 투자에 대한 투자보증 지원은 세계적인 수준으로 이루어지고 있는바, 독일기업의 신시장 진출을 뒷받침하는 중요한 기반이 되고 있다.

독일은 수출이나 해외투자를 시작하는 중소기업에 대한 지원에 주력하여 수출 또는 투자를 시작하는 기업들이 현지 시장에서 독자적인 사업을 수행할 수 있는 능력을 갖추 수 있도록 지원하고 있다. 또한 해외네트워크를 구축하여 심도 있는 현지 시장정보 및 자문 제공에 독일 상공회의소

의 역할이 매우 중요하다. 독일 상공회의소는 현지 경제계와의 깊이 있는 네트워크를 형성하고 맞춤형 서비스를 강화함으로써 독일기업의 해외시장 진출을 지원하고 있다.

이상을 종합하면, 독일은 미텔슈탄트를 중심으로 해외지향성이 높은 광범위한 기업군(특히 제조업 분야)을 보유하고 있으며 기술혁신과 인력양성을 위한 인프라가 EU 최고 수준에 도달해 있고, 기업의 국제화 추진에 필수적인 여건인 금융지원, 해외네트워크 등이 견실하게 구축되어 있다. 독일은 제조업 분야에서 해외진출 중소기업의 국내 경제적 과급경로가 확고하게 작동하고 있으며, 그동안 수출활동이 상대적으로 부진했던 서비스 분야의 해외진출에도 눈을 돌리고 있다. 아울러 독일 연방정부는 수출은 물론 해외투자활동이 이미 기업활동의 핵심 부분으로 자리 잡고 있다는 인식에 따라 중소기업의 해외투자 활동에 대한 지원을 확충하고 있다.

3) 핀란드

핀란드는 적은 인구나 한정된 천연자원의 한계를 극복하기 위해 인적 자원 양성에 집중하고 국가적으로도 기업의 해외진출에 많은 관심을 기울이고 있다. 노키아가 2007년경부터 아이폰과 같은 스마트폰에 대한 대응을 적절히 하지 못하여 쇠락하기 시작하면서, 핀란드에는 창업과 관련된 분위기가 활성화되었으며 이는 지난 10년 사이에 핀란드 중소기업의 기업체 수와 직원 수 비중이 증가하는 추세를 통해서도 확인할 수 있다. 핀란드의 정책은 창업 단계부터 해외시장 진출을 염두에 둔 지원정책을 개발하고 있다는 점에서 특징적이다.

핀란드의 중소기업 지원체계 가운데 학계의 역할은 특징적인 점으로

서, 지난 10년간 핀란드 대학생들 사이에서 자생적으로 창업에 대한 열정 및 관심이 높아지면서 핀란드 3대 국립대학을 통합하여 전문성뿐만 아니라 타 전공 분야 지식까지 두루 갖춘 인재를 육성한다는 취지에서 알토 대학교를 설립하였다. 그리고 실질적으로 창업과 관련된 지원을 하는 알토 중소기업센터는, 선발된 신생기업들을 대상으로 각종 지원을 제공한다. 또한 대학교 창업동아리인 Aaltoes를 통해 창업하고자 하는 사람들에게 자신의 아이디어를 실현할 수 있도록 하는 기회를 제공하고 이와 관련된 다양한 행사도 주최한다.

핀란드의 정책 중 특징적인 점은 선별에 의한 집중적인 맞춤형 지원제도이다. 예를 들어 Tekes는 R&D 및 혁신과 관련된 자금을 지원하면서 성장가능성이 있는 기업 및 6년 미만의 기업들을 위주로 지원하고, 기업의 성장상태에 따라 지원체계를 달리함으로써 맞춤형 기업 지원제도를 실행하고 있다.

최근 핀란드는 중소기업 지원체계의 효율화에 눈을 돌려 통합된 중소기업 지원체계인 팀핀란드 이니셔티브를 출범시켰다. 그리고 그 일환인 Lets Grow 프로그램을 실행하여 주요 지원기관인 Finnvera, Tekes, Finpro가 공동으로 업무를 지원하고 있다. 이러한 정책은 중소기업 지원체계 분절화 문제를 해결하는 한편, 자금 및 인적자원의 한계로 인해 중소기업이 정부지원책을 모두 알기 어렵다는 애로사항에 대한 해결책으로서 주목할 만하다. 한편, 핀란드는 신흥국 진출과 관련된 별도의 지원체계인 핀파트너십 마련을 통해 중소기업들의 수출입을 지원하고, 개발도상국과 지속가능한 발전을 도모하고 있다.

요컨대 핀란드는 노키아의 쇠락과 더불어 국가 정책적으로 중소기업

지원을 적극적으로 추진하고 있으며, 그 핵심에는 전 국민적인 창업정신 제고와 기술개발을 비롯한 기업 시작단계부터 해외시장 진출을 독려하는 정책적인 여건 조성이 있다. 첨단기술 분야와 ICT를 중심으로 하는 혁신 제조, 서비스 기업의 해외진출이 핀란드 정부 정책의 초점이다. 이러한 정책적 기반에서 핀란드 중소기업의 해외진출은 다른 EU국가와 비교해도 높은 수준의 성과를 거두고 있다. 특히 핀란드는 소규모 수출기업이 증가하는 추세로서 향후 수출기반 형성에 대한 긍정적인 전망이 가능하다.

4) 일본

일본은 단기간에 소득 2만 달러에서 4만 달러를 달성한 고도 경제성장 경험, 수출주도의 고도성장을 이루었다는 점에서 한국과 유사한 경제성장 과정을 겪은 국가이다. 그리고 대내적으로는 잃어버린 20년이라 불리는 장기적 저성장기에 직면, 인구감소와 저출산·고령화 추세 가속화, 대기업 생산설비의 해외투자에 따른 국내 산업기반 약화, 그리고 대외적으로는 2009년 이후 지속되는 선진국 중심의 세계 경기침체와 신흥국 시장의 부상 등 한국의 중소기업이 직면한 문제점과 기회들을 공유하고 있다. 이러한 도전에 대응하여 일본정부는 기업의 해외진출을 적극적으로 지원하기 시작하였으며, 이는 2013년 아베 정부에서 발표한 일본부흥전략에 잘 나타나 있다.

일본은 중소기업 해외진출 지원사업과 연계된 기업간 네트워크를 강화함으로써 시너지효과를 기대하고 있다. 국내 지원기관간 연계강화는 2010년 중소기업 해외진출지원회의를 중심으로 추진되고 있으며 2011년 이후로 장관주재회의는 개최되지 않고 있으나 실무급 회의는 지속적으로

추진됨으로써 중소기업 지원정책 관계기관간 협업을 증진시켰다는 평가를 받고 있다. 해외 현지지원기관간 연계강화는 ‘해외전개 현지지원 플랫폼’을 이용하여 현지 일본정부 관계기관, 현지 기업(은행, 컨설팅, 법무법인 등), 현지 산업협회 및 대학간 네트워크를 구축함으로써 중소기업 원스톱 현지지원서비스를 실현하고 있다.

또한 일본은 선별된 기업을 대상으로 한 기업 맞춤형 지원프로그램을 시행하고 있는데, 대표적인 예로 중소기업(SMRJ)의 사업타당성 조사지원사업과 패키지형 해외진출지원사업, 그리고 경제산업성의 글로벌리치탑(GNT) 육성전략을 들 수 있다.

중소기업이 해외진출 과정에서 직면한 장벽이 복잡화, 다양화됨에 따라 일본 지원기관 또한 국가별, 산업별 맞춤 지원서비스를 제공하기 시작하였다. 국가별 지원프로그램은 중점 대상산업에 따라 중점 지원대상 국가가 달라지는데 아시아 시장에 대한 진출지원 프로그램이 가장 많았으며 그 밖에 중남미, 아프리카 등 사업리스크가 큰 국가에 대한 진출지원 프로그램이 있다. 한편 창조산업 분야에는 미국, 유럽 등 선진시장에 초점을 맞춘 서비스를 시행하고 있었다. 산업별 맞춤 지원서비스는 주로 농림수산성과 국토교통성에서 지원프로그램을 주관하고 있었다.

또한 일본은 클재팬 이니셔티브를 통해 기존 제조업(모노츠클리 정책) 중심의 지원정책에서 콘텐츠, 애니메이션, 방송, 요리 등 서비스업을 포함한 일본의 소프트파워 해외진출을 지원함으로써 일본경제의 신성장동력을 확보하고자 하고 있다.

종합하면, 일본경제는 아베 정권의 출범과 더불어 저출산, 고령화로 인한 구조적 한계 극복을 위해 중소기업의 해외진출에 관심을 기울이고 있

표 7-1. 외국의 중소기업 해외진출지원전략의 주요 내용과 평가

국가/주요 정책	배경과 목적	주요 내용	평가
미국/NEI (2010), NEI NEXT (2014)	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 금융위기 이후 경제성장 둔화 수출확대를 통한 경제회복, 일자리 창출 - 5년내 수출 2배 증대, 200만 개의 새로운 일자리 창출(NEI) 	<ul style="list-style-type: none"> 중소기업 수출증대 무역사절단 확대 경제외교 강화 중소기업 수출금융 개선 확대 가시경제 재균형 무역장벽 완화 서비스수출 촉진 	<ul style="list-style-type: none"> 전반적인 수출인프라 강화 중소 수출기업의 수는 건조한 증가세를 보이나, 전체 수출에서 차지하는 비중은 큰 변화를 보이지 않았고, 수출 증가속도 역시 대기업에 비해 빠르지 않았음 수출의 고용 지지력 하락세 지속, 제조업수출 지지 일자리의 비중은 지속적인 감소세
독일/중소기업 이니셔티브 (2006)	<ul style="list-style-type: none"> 중소기업 해외시장 진출 지원 강화 정책의 일반목표 - 중소기업 경쟁력 강화 - 경기 변화 시 완충기능 유지 - 일자리 창출 	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 무역협상(DDA) 활용 대외무역 법규 개선 수출보증 및 투자보증 운영 수출 규율절차 및 수출신용 승인절차 간소화 양자간 투자촉진 및 투자 보증 확대 국제 무역박람회의 활용 및 중소기업 지원 AHK 해외 네트워크 확대 해외무역사무소개선 중소기업 국제 프로젝트 참여 지원 	<ul style="list-style-type: none"> 중소기업의 우수한 국내경제 기여도(부가가치, 고용)와 이를 뒷받침하는 정책환경 높은 수출 및 해외투자 저항성 유지 해외진출에 매우 유리한 정책인프라 구비(금융, 견고한 해외네트워크 형성 등) 상대적으로 대내 지향적이던 서비스업의 수출에 관심을 기울임
핀란드/ Team Finland(2012), FINN Partnership	<ul style="list-style-type: none"> 중소기업 지원체계의 중복성 해결 신흥국 진출 중소기업 지원 	<ul style="list-style-type: none"> Team Finland를 통해 기존에 중복되던 중소기업 지원체계의 중복을 없애고, 효율적인 지원체계 수립 신흥국 진출과 관련하여 FINN Partnership을 통해 준비 및 실행단계에 필요한 제반사항을 지원 	<ul style="list-style-type: none"> 창업, 기술개발, 상품화, 수출 등 전 단계에 걸친 우수한 중소기업 여건 구축 부처간 협업체계 구축을 통해 중소기업 해외진출 지원 효율화 신흥국 진출 지원강화 소규모 수출기업이 증가하는 추세로서 향후 수출기반 형성에 대한 긍정적인 전망 가능
일본/ 아베노믹스 신성장전략 (2013), 중소기업 해외진출 지원 대강(2010)	<ul style="list-style-type: none"> 내수활성화의 한계를 극복하기 위한 기업의 해외진출 촉진 - 장기침체, 인구감소, 저출산 - 세계경제경기 침체로 수출 및 기업설비투자 위축 	<ul style="list-style-type: none"> 전략적 통상관계 추진 - FTA국가 교역비율 70%(2018) - 해외인프라사업진출 - 30조 엔 수주(2020) 중소기업 지원 - 수출액 2010년대비 2배(2020) 클래팬 이니셔티브 추진 - 해외매출액 3배(2018) 	<ul style="list-style-type: none"> 중소기업 해외진출 수출액 2배 달성을 목표로 하였으나 수출 회복세 미진 수출활동을 하는 제조 중소기업 수가 다소 증가하는 추세로서, 적극적인 해외진출정책은 시의적절 클래팬과 같이 서비스산업 해외진출에 눈을 돌리고 있음

자료: 제4장을 토대로 저자 정리.

다. 최근 수출하는 제조업 분야 중소기업 수가 다소 증가하는 추세로서, 적극적인 해외진출 지원정책은 일단 시의적절한 것으로 평가되나 중소기업의 수출 회복세는 아직 미진하다. 한편 일본은 쿨재팬과 같은 정책을 통해 서비스업의 해외진출에 관심을 기울이고 있는바, 서비스업의 고용 및 부가가치 창출력 등을 감안할 때 적절한 방향 설정이라고 판단된다.

2. 중소기업 해외진출 지원정책 개선방안

가. 중소기업 해외진출 지원정책의 전략적 방향

본 절에서는 이상의 연구를 종합하여 우리나라의 중소기업의 해외진출 지원정책의 전략적 방향성을 도출하고자 한다.

첫째, 중소기업 해외진출 지원정책의 위상을 강화할 필요가 있다. 중소기업은 국가 수출의 잠재력을 확충할 수 있는 중요한 자원으로서, 국내경제적으로 긍정적인 효과가 크다. 우리나라의 경우 최근 관련 정책이 강화됨에 따라 예산 확충 등 관심이 높아지고 있으나, 여전히 범정부 국가차원의 지속성 있는 정책 이니셔티브로서의 위상에는 이르지 못하고 있고, 부처 및 기관이 개별적으로 추진하는 시책 차원에 머무는 경우가 대부분이라고 생각된다. 더욱이 최근 국제경제 환경의 변화에 대응하기 위해서는 국가 차원의 전략수립이 긴요하다고 판단된다. 본고에서 살펴본 미국, 일본, 핀란드에서는 중소기업 해외진출 지원정책의 위상이 높아지고 있으며, 범정부 차원의 대응체계 구축에 노력을 기울이고 있다. 이를 고려하여 정책의 일관성을 확보하고 국가 차원에서 대외환경에 대응하기 위해 중

소기업 해외진출 지원에 대한 장기적인 대응체계를 구축해야 한다. 예를 들어 다음에서 제안한 범정부 차원의 협력체계를 구축하거나, 국가차원의 정책 이니셔티브 수립, 그리고 나아가서 관련 법제도 수립을 고려해보아야 할 것이다.

둘째, 중소기업의 수출 증대를 통해 국가 수출의 양적 확대를 꾀한다는 비전에 대해 보다 구체적인 방향 설정이 필요하다. Mayer and Ottaviano (2008)가 유럽 중소기업에 대해 연구한 결과를 적용한다면, 잠재력 있는 기업의 수출 참여를 확대하고, 글로벌 가치사슬상에서 경쟁력을 갖춘 기업들을 중심으로 수출을 확대하는 것이 국가적인 수출 증대에 가장 효과적인 방법이 될 것으로 예상되는바, 이에 부합하는 정책에 초점을 맞추는 필요가 있다. 따라서 산업이나 기업에 특화된 지원 그리고 수출 잠재력이 있는 기업에 대한 집중적 지원이 강화되어야 한다.

셋째, 제조업 이외의 다양한 산업군의 해외진출 지원을 강화하는 것이 우리나라의 중소기업 해외진출 지원정책의 중요한 방향성이 되어야 할 것으로 생각된다. 우리나라 산업구조의 특성상 제조업의 해외진출은 지속적으로 중요성을 갖겠지만, 상대적으로 해외진출 잠재력이 충분히 발현되지 않은 서비스산업의 해외진출 잠재력에도 눈을 돌릴 필요가 있다. 특히 서비스업 분야는 중소기업의 활동이 활발하고 고용창출력이 높은바, 본 연구에서 다룬 선진국들은 공통적으로 서비스업의 해외진출 지원에 관심을 기울이고 있는 것을 확인할 수 있었다.

넷째, 진출 대상지역의 다각화에 대한 대응이다. 본 연구에서 검토한 국가들의 중소기업 해외진출에서 신흥국이 차지하는 비중은 높아지는 추세이며, 그 대상 국가도 다양화되고 있다. 우리나라 역시 이러한 추세를

보이고 있는바, 중국과 같이 이미 진출이 활발한 신흥국은 물론 그 밖의 잠재력 높은 신흥시장 진출에 대한 전략적 접근이 강화되어야 할 것으로 판단되며, 이에 따른 지원체계를 보완할 필요가 있다. 특히 중소기업의 해외진출을 도울 수 있는 다양한 경로의 지원방안이 강구되어야 하는바, 일본이나 핀란드와 같이 ODA를 중소기업 해외진출의 주요 수단으로 활용하는 것을 눈여겨볼 필요가 있다.

다섯째, 중소기업 해외진출의 형태가 다양화됨에 따라, 이에 대한 정책적 대응이 필요한 시점이다. 제2장에서 본 바와 같이 우리나라 중소기업의 해외진출은 수출 중심에서 탈피하여 해외투자도 점차 활발해지고 있으며, 글로벌 가치사슬의 심화와 더불어 중소기업의 해외진출 형태도 다양화되고 있다. 이러한 현상이 국내경제에 주는 영향은 양가적일 수 있지만 이러한 추세는 더욱 강화될 것으로 보이며 이에 대한 정책적 대응방안이 강구될 시점이라고 판단된다. 즉, 과거의 수출 중심의 지원에서 탈피하여 수출, 투자, 기술개발 협력 등을 망라한 종합적인 지원체계를 구축해야 한다.

여섯째, 중소기업의 해외진출과 관련한 일반적인 애로요인과 무역장벽에 대한 대응이다. 예를 들어 환율변동성에 대한 대응이나 FTA 활용률 제고와 같은 문제는 정부의 지속적인 대응이 필요한 부분이다. 또한 통관 절차, 지식재산권 문제 등 상대국의 각종 무역장벽 해소를 위한 양자간 협력이 필요하다.

나. 중소기업 해외진출 지원정책 개선방안

본 절에서는 상기의 기본 전략을 추진하기 위한 세부 정책의 개선방안을 제시하고자 한다.

1) 범부처 협력체계 형성

수출지원체계의 복잡성은 많은 국가들이 공통적으로 직면하는 문제로써 운영과정에서 지속적으로 개선할 필요가 있는 부분이다. 이를 해소할 수 있는 방안으로서 기관간 공동의 지원 프로그램 개발을 제안하고자 한다. 예를 들어 핀란드가 Team Finland 이니셔티브에 따라 운영하고 있는 Lets Grow 프로그램은 해외진출 지원을 담당하는 Finpro, 기술개발 지원에 전문성을 가진 Tekes, 그리고 금융지원 기관인 Finvera가 공동으로 운영하는 사업으로서 성장성과 기술경쟁력이 높은 중소기업을 대상으로 세 개 기관이 함께 심사하여 공동의 맞춤형 서비스를 제공하고 있다. 이를 우리나라에 적용하면 해외진출 지원을 담당하는 중진공과 KOTRA, 기술개발을 지원하는 미래창조과학부, 그리고 금융지원을 제공하는 수출입은행과 같은 기관이 협업체계를 형성하여 혁신적인 기술을 보유한 중소기업의 성장과 해외진출을 효과적으로 지원하는 방안을 생각할 수 있다.

나아가 중소기업의 해외진출을 총괄적으로 관장하는 고위급 부처간 위원회를 구성하여 국가차원의 우선적 과제를 선정하여 이에 각 부처가 협력적으로 대처하는 체계를 추진할 필요가 있다. 이는 효율적인 중소기업 해외진출 정책 수립에 기여하고, 정책의 위상을 높일 수 있을 것으로 기대된다. 예를 들어 일본은 경제산업성장관을 의장으로 하여, 금융청, 농림수산성, 외무성, 중소기업청, 제트로, 상공회의소 국제협력기구 등이 참여하는 중소기업 해외진출지원회의를 2010년부터 운영하고 있다. 또한 핀란드는 Team Finland 이니셔티브의 추진에 따라 총리가 위원장이 되어 각 부처 장관 및 주요 기업의 CEO로 구성되는 위원회를 구성하고, 연 4

회의 회의를 개최하여 해외진출의 전략적 우선과제(중소기업에만 한정된 것은 아니다)를 선정하고 이에 대한 보고서를 발간한다.

2) 수출기업의 외연 확대

수출 잠재력이 있는 기업을 적극적으로 발굴하고 이들에 대해 효과적인 지원을 제공해야 한다. 이는 본 보고서에서 검토한 국가들 모두가 역점을 두고 있는 부분으로서, 기존 수출기업의 수출 증대보다 새로운 수출기업의 참여가 국가 전체 수출 확대에 기여한다는 경험적 사실과도 일치한다. 이에 따라 수출 시작기업을 대상으로 집중지원을 제공할 필요가 있으며, 특히 선별된 중소기업을 대상으로 사업타당성조사 지원 프로그램을 도입하여 사전준비, 현지조사, 사후지원까지 단계별로 지원을 제공할 필요가 있다. 이러한 형태에 해당하는 우리나라의 지원수단에는 기업의 수출 및 해외마케팅 부문별 세부역량을 확인하여 진단결과에 따라 KOTRA 52개 사업과 유관기관 115개 사업 가운데 맞춤형 사업을 추천하는 KOTRA의 글로벌역량진단사업이 있는데, 이를 산업별·지역별 전문가 컨설팅 서비스와 연계한다면 해외사업 경험이 부족한 중소기업의 해외진출에 도움이 될 수 있을 것이다.

또한 수출 대상국이 동일한 복수의 기업들을 묶어 이 기업들에 맞춤형 지원을 제공하는 서비스를 강화할 필요가 있다. 이에 해당하는 지원수단으로 현재 중소기업진흥공단이 11개국 17개 지역에서 운영하는 수출인큐베이터가 있는데 지금보다 사업 운영 국가 및 지역을 넓힐 필요가 있으며 현지 고객수요를 반영한 상품 개발 또는 개선에 도움을 줄 수 있는 전문가를 확충해야 한다(예: 일본의 NEXT Market-in 사업).

수출 초기단계에 있는 중소기업이 가장 필요한 서비스 중의 하나가 유통망 확보와 해외 구매자 발굴 등 해외 마케팅 지원이다. 특히 적절한 해외 구매자 발굴은 해외사업의 핵심 부분이지만, 기업들은 이 부분에 대한 개선을 가장 중요한 과제로 지적하였다. 해외 주재기관의 인력이나 자원이 부족할 상황을 감안하여 적절한 해외 구매자를 발굴하기 위해 해외의 민간 네트워크 활용을 강화할 필요가 있다. 예를 들어 일본에서는 약 1만 개에 달하는 민간기업으로 구성된 현지 플랫폼 코디네이터를 이용해 중소기업에 대한 원스톱 서비스를 제공하고 있다. 이러한 사례를 활용하여 우리나라에서는 외국의 한인상의, 현지 컨설팅업체 등을 적극적으로 활용하여 프로젝트 단위의 중소기업-해외구매자 매칭 업무를 활성화할 필요가 있다.

3) 산업·기업별 지원프로그램 강화

최근 우리나라 주요 지원기관들이 산업별로 특화된 지원서비스를 도입하고 있으나 여전히 제조업에 편중된 것으로 판단된다. 예를 들어 수출역량강화사업, 해외마케팅 사업 등 주요 수출지원사업이 제조업체를 중점적으로 지원하고 있다. 경제혁신과 신성장잠재력 발굴을 목표로 하는 경제성장정책 추진과 더불어, 소프트웨어 등 ICT 산업, 문화창조산업 등에서의 경쟁력 있는 중소기업의 해외진출을 확대를 촉진할 필요성이 더욱 높아지고 있다.

서비스산업은 소관부처와 기관별로 개별적으로 지원사업이 운영됨에 따라 총괄적인 지원이 어려웠다. 예를 들어 최근 문화창조산업이라는 하나의 테두리에서 다루어지는 산업들이 소관 부처에 따라 분리되어 개별

적 정책인 운영되는 것이 세계적 추세인데²⁰⁰⁾, 이는 통일성 있는 지원은 물론, 지원정책간의 연계성을 저해하는 요인이다. 더욱이 제조업과 달리 서비스업은 투자 등 직접수출과는 다른 형태로 이루어지는바, 앞에서 본 바와 같이 다양한 해외진출 형태에 대한 지원이 취약한 상황이다.

이러한 문제점을 해결하기 위해 KOTRA, 중진공 등 기존 수출지원기관과 콘텐츠진흥원, 정보통신진흥원 등 유관기관 협업체계를 산업별로 구축할 필요가 있다. 상기한 바와 같이 미국 연방정부는 산업에 특화된 부처간 협력적 지원에 관심을 기울이고 있다. 또한 일본은 JETRO가 농림수산식품부와 연계하여 이 분야에 특화된 정보 축적, 상담, 해외마케팅 사업을 추진하고 있다. 아울러 국토교통성과 연계하여 해외건설, 부동산업에 대한 특화된 지원을 제공하고 있다.

이와 관련하여 문화창조산업의 해외진출에 대한 통합적인 지원체계 구축을 예로서 제시하고자 한다. 문화창조산업은 이질적인 세부산업으로 구성되지만, 창조성을 중핵으로 하면서 상호 연계성이 높아 하나의 정책적 틀 아래서 다루어질 필요가 있다.²⁰¹⁾ 예를 들어 독일은 문화창조산업에 초점을 맞춘 정책 이니셔티브를 수립하고 이를 총괄하는 문화창조산업 지원센터를 설립하였다. 동 센터는 독일 문화창조산업의 대표성을 확보하고 해외전시회 참여 지원, 관련 정보 축적, 해외 기업과의 연계 등을 지원하고 있다. 우리나라는 기존 부처별로 산재한 문화창조산업군을 하나의 정책 개념적 틀로 묶고, 이에 준하여 부처간 협력기구를 만들어 종합적인

200) 디자인·이러닝 등은 산업통상자원부, 영화·게임·애니메이션 등은 문화체육관광부가 담당한다. 그리고 영화·게임·애니메이션은 문화부 내의 개별 부서에서 각각 수출지원사업을 추진하고 있다.

201) 자세한 사항은 김정근, 김은지(2013) 참고.

지원체계를 구축할 필요가 있다.

아울러 서비스업을 비롯한 지원대상 산업의 다변화를 위해 수출입은행과 수출보험공사 등 수출투자 금융기관의 해외시장 전문성을 강화하고, 다양한 유망산업에 대한 지원을 강화해야 한다. 예를 들어 미국의 수출입은행은 유망산업에 초점을 맞추어 아웃리치 활동을 확대하는 한편 2011년에는 디자인, 소프트웨어 등 성장성이 높은 서비스산업 수출에 50억 달러 이상을 지원하였다. 또한 독일은 문화창조산업에 특화된 수출자금 특별 융자제도를 실시하고 있으며, 일본은 창조산업 분야 기업의 해외 진출 시 필요한 리스크자금 조달을 위해 관민공동 출자형 펀드를 설립하였다.

상기한 바와 같이 일률적인 해외진출 지원제도에 대한 기업의 만족도가 낮은바, 먼저 가용한 자원, 즉 기존사업 가운데 수출역량강화사업과 같은 맞춤형 지원을 내실화해야 한다. 그리고 해외진출 맞춤형 지원의 핵심 요소인 해당 제품 또는 서비스의 현지 시장성에 대한 평가에 입각한 지원을 제공해야 한다. 또한 제조업, 서비스업 등 산업별 성격에 부합하는 수출역량 진단평가 기준이 만들어져야 하며, 이를 중진공, KOTRA, 중기청, 산업통상자원부뿐 아니라 전 부처가 활용하도록 해야 한다.

또한 해외진출 의지가 높고 경쟁력 있는 기업을 집중적으로 지원할 필요성이 크다. 기존 연구에 따르면, 수출기업은 수출을 통해 경쟁력을 향상시킨다기보다는, 이미 우월한 경쟁적 위치를 확보했기 때문에 수출하는 경향이 있다(제1장 참고). 이러한 실증적 증거에 따르면, 경쟁력 있는 중소기업의 해외진출을 촉진하는 것이 한정된 자원하에서 우선적인 정책 과제가 될 필요가 있다. 특히 초기 숙성기간이 필요한 기술집약 산업에서

는 우수한 기업을 선별하여 기술개발 및 상품화 단계에서 해외진출까지 일관성 있는 지원을 제공할 필요성이 더욱 높다. 이와 관련하여 핀란드는 6년 미만의 성장기업으로서 ICT, 창조산업 분야를 중심으로 R&D와 상품개발에서 해외진출 단계까지 종합적으로 지원하고 있으며, 세 개 기관 공동의 심사를 거쳐 우수기업을 선별하고, 이들에 대해 정보제공 및 자금 지원 등을 시행하고 있다. 우리나라는 ‘가’절에서 제시한 바와 같이, 해외진출 지원기관, 기술지원기관, 수출금융기관 등이 공동 지원 프로그램을 운영할 필요가 있다. 또한 최근 국내 주요 지역별로 설립 중인 창조경제 혁신센터를 활용하여 기술개발 및 창업 단계부터 수출 등 해외진출, 해외기업과 협업체계 구축, 그리고 나아가서 해외 현지 창업 등을 지원하는 형태로 발전·운영할 필요가 있다.

4) 진출 대상지역 다변화에 따른 대응

우리나라 중소기업의 수출 및 투자 상대국이 다각화되는 상황에서 대상국의 여건에 부합하는 전문적인 지원 제공이 더욱 필요하다. 신흥국에는 구매자 식별 및 시장전략 수립, 현지 마케팅 과정에서 발생하는 언어문제, 현지시장에 능통한 관리자의 부족 등에 대한 지원을 더욱 강화할 필요가 있다(예컨대 CIS 및 아프리카는 언어지원 및 구매자 평가 방법 개선 등이 주요 과제로 꼽힌다(관계부처 합동 2013, p. 7)).²⁰²⁾

202) 정부의 주요 지원정책이 미국, 일본 및 유럽 등 기존 수출지역 위주로 편성되어 있어 신시장 진출에 대한 중소기업의 관심을 충분히 반영하지 못하는 것으로 평가된다. 중소기업 대상 설문조사에 의하면, 중소기업의 해외진출 관심지역은 북미지역 40.6%(123개사), 중국 40.0%(109개사), 유럽 35.3%(107개사) 등이지만, 아세안 22.1%(67개사), 중동 13.2%(40개사) 및 중남미(24개사)와 아프리카(8개사) 등에 대한 관심도 높아지고 있다(한남대학교 산학협력단 2012, pp. 78~79).

이와 관련하여 ‘나’항에서 제안한 바와 같이 구매자 식별 및 매칭은 매우 중요한 요소로서 특히 신흥국을 중심으로 신흥국 구매자 초청 프로그램을 확대할 필요가 있다. 또한 해외비즈니스 담당 전문가 양성에 적극성을 기할 필요가 있는바, 일본의 해외산업인재협회(HIDA)의 활동을 참고하여 신흥국 경영자 교류사업, 외국인사원에 대한 한국어 교육, 신흥국 전문인력육성사업, 통번역 인력 공급 등을 추진할 필요가 있다.

신흥국에만 해당되는 것은 아니지만, 정보제공의 경로가 복잡하다는 것은 중소기업들이 많이 지적하는 문제이다. 다양한 기관들이 생산하는 정보를 체계적으로 관리, 공급하는 것이 중요한 과제이다. 이와 관련하여 현재 운영 중인 중소기업수출지원센터(www.exportcenter.go.kr)가 모든 수출지원사업에 대한 일원화된 창구 역할을 하여 관련 사이트로 연결시키도록 해야 한다. 또한 중진공, KOTRA, 무역협회 등이 생산하는 무역 정보에 대해 단일 창구(예를 들어 산업부의 통합무역정보포털)로 일원화할 수 있도록 해야 한다. 그리고 여기서 더 나아가 기업의 편의성을 높이기 위해 기업의 프로파일에 근거한 맞춤형 정보제공 수단을 개발할 필요가 있다. 미국에서는 Export.gov.2.0라는 웹페이지를 통해 기업의 특성에 근거한 맞춤형 정보 제공 서비스를 수행하고 있다.

최근 중소기업의 신흥시장에 대한 수출 및 투자가 활성화되는 추세를 대응하여 신흥국에 특화된 금융지원을 강화할 필요가 있다. 미국은 수출입은행 내에 주요 신흥국별 전담 부서를 신설하는 등 전문적인 지원서비스를 강화하고 있으며, 독일은 수출투자 금융기관의 전 세계 네트워크를 활용하여 중소기업의 신흥국 시장 진출에 크게 기여하고 있다. 아울러 현지 진출기업의 자금조달원을 확충해야 하는바, 이와 관련하여 일본정책금

융공고의 현지통화 금융지원 강화정책을 참고할 수 있다(자세한 사항은 ‘마. 해외직접투자 지원 강화’ 참고).

제3장을 통해 실증적으로 확인한 바와 같이, 중소기업이 진출한 상대국에서 발생할 수 있는 계약, 지적권 등 법적 문제에 대응할 수 있는 지원체계를 강화할 필요가 있다. 2010년 법무부의 중소기업 설문조사에 의하면, 조사업체 중 최근 3년간 법률문제를 경험한 업체의 비율은 41.2%에 달했다.²⁰⁴⁾ 그러나 동 설문조사에 의하면 법률문제를 경험한 업체의 54.3%만이 변호사의 조력을 받았다. 나머지 중소기업체는 자체 해결하거나(37.1%), 대응을 하지 못했던 것(8.6%)으로 조사되었다. 법무부는 이러한 중소기업의 한계를 보완하기 위하여 2009년부터 ‘9988 중소기업법률지원단’을 구성하여 중소기업청과 공동으로 중소기업에 대한 변호사비용을 지원하고 있다. 중소기업법률지원단 내에는 국제분쟁법률지원단이 있어, 계약서 등 각종 서류 검토, 법령 및 회계 정보 제공, 분쟁예방, 통상

표 7-2. 법무부 국제분쟁법률지원단의 자문범위

계약서 등 각종 서류 검토	법령 및 회계 정보 제공	분쟁예방	통상관련
- 기업 등의 해외진출, 외자유치, 경영활동에 필요한 양해각서·계약서·협약서 등 각종 서류 검토	- 해외진출 기업 등의 회사설립에 필요한 정관 검토 - 해외진출 기업 등의 경영활동에 필요한 관련 현지국 법령·사법제도 해석 및 적용에 관한 검토	- 기업 등의 해외진출, 외자유치와 관련하여 각종 분쟁발생 시 대응방안 등 법률·회계자문 - 국제분쟁 예방설명회를 통한 관계자 교육 - 국제분쟁 진단·예방용 책자 발간 및 배포	- FTA 등 통상협정문 해석 및 ISD 해당 여부 검토 - 기타 국제통상 및 국제투자분쟁 등 국제법 문제

자료: 법무부 홈페이지.²⁰³⁾

203) http://www.moj.go.kr/HP/MOJ03/menu.do?strOrgGbnCd=100000&strRtnURL=MOJ_10201050(검색일: 2014. 12. 4).

204) 법무부(2010), 『중소기업법률 지원사례와 법무자료』.

관련까지 자문을 하고 있다.

그러나 9988법률지원단에 대한 중소기업의 인지도는 낮다. 2009년 534건의 법률지원 신청 접수건수가 2012년 702건으로 증가했으나, 중소기업의 수에 비하면 매우 적은 수이다. 또한 위에서 언급한 설문조사에 따르면, 9988법률지원단 사업을 알고 있는 중소기업은 전체의 약 22%, 법무부의 중소기업법률지원단 혹은 중소기업청이나 KOTRA 등 공공기관이 제공하는 중소기업법률지원서비스를 이용한 경험이 있는 중소기업은 전체의 8.74%에 불과한 것으로 조사되었다.²⁰⁵⁾ 따라서 이러한 법률지원사업의 적극적인 홍보를 통해 중소기업이 해외시장에 대한 진입장벽을 낮출 수 있을 것으로 여겨진다.

또한 단기적으로는 외국의 법과 제도에 대한 전문성을 갖춘 인력을 정부가 고용하여 중소기업들을 지원하는 방안을 고려해볼 수 있다. 중소기업이 대기업에 반해 외국의 법과 제도와 관련한 전문 인력을 갖추지 못한 경우가 많으므로 정부에서 국가당 혹은 한 경제권당 한 개의 법/제도 지원관련 센터를 설립하여 중소기업을 지원하는 방안을 고려해볼 수 있다. 또한 APEC 등의 다자협업체 협력을 적극적으로 추진할 필요가 있다. 우리나라는 APEC 회원국 중에서도 계약분쟁해결 분야에서 가장 효율성이 높은 것으로 나타나 2009년 APEC 싱가포르 정상회의에서 ‘계약분쟁 해결절차’ 분야의 개혁주도국으로 선정되었고 개도국을 지원하도록 하였다. 법제 지원사업을 통해 개도국의 계약분쟁 법제가 우리 법제를 따르게 되면 우리나라의 해외진출 기업에는 법률안전망을 구축해주는 효과가 있을 뿐 아니라, 투자를 희망하는 외국기업에는 법제도에 대한 이질감을 해소

205) 법무부(2010), 『중소기업법률 지원사례와 법무자료』.

시켜 투자를 이끌 수 있다.²⁰⁶⁾ 이러한 법제지원사업은 이미 관련 전문인력을 갖춘 대기업보다는 해외에 진출하려는 중소기업에 더 큰 이익을 가져다줄 수 있을 것으로 판단된다. 또한 수출인큐베이터 사업의 대상 국가를 신흥국을 중심으로 확대하고, 정부의 해외 주재기관에 신흥국 산업 및 법제도에 대한 전문가를 배치하여 마케팅 서비스의 전문성을 강화할 필요가 있다(일본이 2013년부터 시행하고 있는 해외코디네이터 상담사업 참고).

중소기업의 신흥국 진출을 확대하는 방안으로서 ODA를 중소기업의 투자 및 수출과 연계하는 정책을 추진할 필요가 있다. 이는 상기한 바와 같이 일본이 많이 활용하는 정책이다. 일본의 국제협력기구(JICA)는 2013년 중소기업지원부를 신설하고 중소기업의 제품 및 기술과 ODA 사업을 연계하는 데 주력하고 있다. JICA는 일본 중소기업에 대해 현지 수요조사, 제품 및 기술 활용 가능성 조사, 현지 보급 및 실증사업을 지원한다. 또한 개도국 정부에 대해서는 자국의 제품과 기술에 대한 이해도를 높이고 활용을 촉진하는 민간보급촉진사업을 추진하고 있다. 또한 일본은 저소득 아시아 국가를 대상으로 빈곤퇴치 관련 분야와 자국 강점 분야(BOP 비즈니스) 중소기업의 개도국 진출을 지원하고 있다. 그리고 핀란드는 핀파트너십 프로그램을 이용해 ODA 수원국에 진출하는 중소기업에 대해 협력 파트너 선정, 타당성 조사, 사업계획 수립, 직원교육 등을 지원하고 있다. 우리나라 중소기업들 역시 신흥국에 진출하는 데 있어 리스크가 더 크기 때문에 신흥국 진출 기업에 대해 협력파트너 연계, 타당성 조사 등의 신흥국 진출 특화서비스를 제공하면 더 많은 기업들이 신흥

206) 법무부 보도자료(2014. 5. 13), 『기업환경 개선 국제 컨퍼런스 개최』.

국시장에 진출하여 성공률을 높일 수 있을 것이다.

끝으로 해외네트워크 확충에 대해 강조하고자 한다. 독일의 사례에서 본 바와 같이 건설한 해외네트워크는 중소기업 해외진출의 핵심적인 인프라이다. 특히 해외네트워크의 질적 제고가 중요한데, 현지 경제계와의 긴밀한 우호관계 형성은 핵심 과제이다. 이는 독일상공회의소의 회원사 가운데 2/3가 비독일기업이라는 점에서도 분명히 확인할 수 있다. 이는 현지 구매자의 물색과 마케팅 등에서 핵심적인 요소이다.

또한 해외네트워크는 민간과 정부기관의 협력이 중요한데, 예를 들어 독일과 일본은 해외네트워크의 자원으로 정부 측이 모두 수행할 수 없는 부분을 민간이 분담하고 있다. 우리나라의 경우 현지 주재 정부기관(대사관, 중진공, KOTRA 등 및 부처별 기관)과 현지 민간조직체들 사이의 연계성을 높일 필요가 있다.

그리고 기업의 해외진출을 효과적으로 지원할 수 있도록 현재 각부처와 기관의 해외주재 사무소를 가급적 하나의 공간으로 집결할 필요가 있다고 생각한다. 이는 기업의 접근성을 높이는 한편, 지원기관간의 네트워크를 제고함으로써 효과적인 지원체계 형성에 기여할 것으로 생각된다. 아울러 산재된 해외협력 네트워크를 통합적으로 운영할 필요가 있다고 생각되는바, 향후 운영을 통해 중복적인 기능을 하는 기관들 사이에서는 대표기관을 구성하거나 통폐합을 추진할 필요가 있다.

5) 해외진출 형태의 다양화에 따른 대응

그동안 우리나라의 중소기업 해외진출 지원은 수출을 중심으로 이루어졌다. 그러나 서론에서 논한 바와 같이, 글로벌 가치사슬의 심화에 따라

대기업은 물론 중소기업 역시 글로벌 경쟁력을 확보하기 위해 수출 이외의 다양한 형태로 해외진출을 진행한다. 이러한 경향은 최근 우리 중소기업에서도 나타나는데, 수출을 촉진하는 보조적 수단을 넘어 현지시장 진출을 타깃으로 하는 사례가 증가하고 있다. 이러한 중소기업의 수요에 대응하는 것은 향후 중요한 정책과제가 될 것이다.

먼저 현지법인을 설립한 중소기업의 자금조달원을 확대하는 차원에서 현지통화 금융지원을 강화할 필요가 있다. 현지에 진출한 중소기업은 자금조달에 어려움을 겪거나 환율 변동의 위험 노출, 본사의 자금 공급력 변동 등 다양한 변수에 직면할 수 있다. 이와 관련하여 일본정책금융공고는 동아시아(한국, 태국, 필리핀, 싱가포르, 인도네시아, 베트남, 말레이시아 등)를 중심으로 외국금융기관과 제휴하여 이들에 대해 자국 중소기업의 채무를 보증하는 신용장을 발행하여 현지통화 장기 차입을 지원하고 있다.

또한 해외로 완전히 이전한 기업들의 금융지원에 대한 고민이 필요하다. 예를 들어 현지기업과 합자 형태가 아닌 독자적인 외국인투자기업으로 등록된 기업은 현지 금융기관으로부터 자금조달이 수월하지 않은 경우가 있다. 우리 정부는 본사가 국내에 있는 기업에 한하여 해외 공장설립 시 운영자금(최대 5억 원)을 지원하고 있으나, 국내 기반이 없는 해외 이전 기업을 지원할 수 있는 법적 근거를 마련하기는 어려운 상황이다. 현지에서 고용을 창출하는 이전 기업들을 한국기업으로 간주하여 지원할 당위성에 대해서도 논란이 있다.

이와 같은 여건에서 하나의 방안으로 생각되는 것은, 해외에 진출한 우리나라 금융기관이 현지 한국기업에 대한 대출 등 지원을 확대할 수 있도록

특 지원하는 것이다. 이는 궁극적으로 금융기관이 현지시장에 대한 전문성을 확보해야 가능한 것이지만, 정부가 현지진출 금융기관과 협약을 체결하거나 정부가 이 금융기관들에 대해 일정한 보증 지원을 제공하는 방안도 고려해볼 수 있다. 그리고 이를 보다 발전시키면 중국, 인도 등 주요 신흥국을 대상으로 양자간 공동펀드를 조성하는 방안까지 고려할 수 있다. 즉, 양국 정부 차원에서 자금을 공동으로 조성하여 중소기업의 상호 진출을 지원하는 방안으로서, 상대국가에 진출한 자국 은행에 자금을 위탁하여 자국 기업에 대한 자금 지원을 강화하는 것이다.²⁰⁷⁾

6) 일반적인 대외요인과 무역장벽 대응

제3장의 실증분석에서 확인한 바와 같이 환율변동성이 중소기업에 대해 주는 영향은 매우 크기 때문에 이에 대한 중소기업의 대응성을 높일 필요가 있다. 예컨대 환변동보험을 확대 운영하고, 중소기업에는 보험료 분담 비율을 낮출 필요가 있다. 또한 중소기업 담당자를 대상으로 환헤지 등 금융상품의 활용에 대한 교육 및 금융지원 서비스에 대한 정보 제공, 그리고 자문 서비스를 강화할 필요가 있다. 둘째, 중소기업의 FTA 활용률을 높일 필요가 있다. FTA 활용 절차의 간소화 및 정보 제공, 지원 서비스를 지속적으로 강화해야 한다.²⁰⁸⁾

또한 통관을 비롯한 무역장벽 해소에 노력을 기울일 필요가 있다. 중소기업들은 통관절차가 복잡하거나 통관이 어려운 지역에 대한 수출을 기피하는 경향이 상대적으로 크기 때문에 통관이 어려운 수출대상국과 우

207) 이 아이디어는 본원의 인도 남아시아팀 조충제 팀장과 논의를 통해 얻은 것임을 밝혀둔다.

208) 이는 본 보고서의 범위에서 상술하기 어려워 간략히 다루었다.

리나라 관세청의 양자간 협력을 촉진하고, 신흥국에 대한 무역원활화 지원사업에 적극적인 관심을 기울일 필요가 있다. 우리나라는 인증수출자제도(AEO)의 국제협력을 위해 2011년부터 WCO에 약 100만 달러의 CCR-K(Customs Cooperation Fund Korea: 세관협력기금)를 조성하여 개도국의 AEO 도입을 지원하고 있다.

이와 더불어 FTA 등 양자간 채널을 통해 통관을 비롯한 중소기업 관련 무역장벽 해소에 노력을 기울일 필요가 있다. 예컨대 미국은 이러한 활동에 가장 선도적인 국가로서, EU와의 TTIP 협상에서 중소기업 관련 무역장벽 해소를 중요한 관심사로 제기하였으며, FTA 상대국과 중소기업 워킹그룹을 운영하고 중소기업 네트워크 구축에 노력을 기울이고 있다. 예를 들어 페루, 칠레, CAFTA-DR과의 FTA에서는 중소기업의 이익 확대와 네트워크 구축을 논의하는 한편, MENA TIP 이니셔티브를 통해 이 지역에 진출한 미국 중소기업을 지원하고 무역장벽을 해소하는 한편, 상대국과의 양자간 중소기업 협력을 추진하고 있다.

■ 참고문헌 ■

[국문자료]

- 고희채 · 오민아 · 이보람. 2011. 『미국의 중소기업 수출확대정책 및 시사점』. 대외경제정책연구원.
- 관계부처 합동. 2013. 「수출 중소기업 지원확대방안」.
- 관세청 · 관세무역개발원. 「기업구분별 수출통계. 2002~2013」. (2014. 5. 19. KIEP 구입)
- _____. 「2002~2013 연도별/국가별/기업분류별 기업수 및 수출품목수(HS10단위)」. (2014. 5. 22. KIEP 구입)
- 기획재정부. 2014. 「해외수출지원사업군 심층평가 결과 및 지출성과 제고방안」. 보도자료(2014. 8. 29).
- 김광희. 2014. 「한국과 독일의 중소기업정책, 특성과 시사점」. 콘라드아데나워재단 · 한독상공회의소 공동개최 세미나 『중소 · 중견기업의 성공적인 비즈니스를 위한 정책과 제도』(2014. 6. 26) 발표자료.
- 김규관 · 이형근. 2011. 「일본 신성장전략의 주요 내용과 평가」. KIEP 오늘의 세계경제.
- 김승일 · 김영우 · 정남기 · 권용우. 2009. 『독일 중소기업의 경쟁력 실태 및 정책 시사점 연구』. 중소기업연구원.
- 김정곤 · 김은지. 2013. 『주요국의 창조산업 해외진출전략과 시사점』. 대외경제정책연구원.
- 김정곤 · 이민영. 2014. 『창업지원을 위한 대학의 역할: 핀란드 사례』. 대외경제정책연구원.
- 김종덕 · 이승래 · 강준구 · 김혁황. 2013. 「무역 및 투자 개방이 한국의 FDI에 미치는 영향」. 대외경제정책연구원.
- 김주미. 2009. 『중소기업 국제기술협력 현황 및 개선방안에 관한 연구』. 중소기업연구원.
- 대외경제정책연구원. 2012. 「주요국의 수출 · 해외진출 지원체제 대만, 일본, 독일, 이탈리아」. 대외경제정책연구원 내부자료.
- 박기임. 2013. 「최근 핀란드의 창업 생태계 변화와 시사점」. 한국무역협회 국제무역연구원.

- 배경화. 2014. 「우리나라 중소기업의 수출 및 해외진출지원정책 실태와 대응」. 대외경제정책연구원 전문가 간담회 발표자료.
- 배찬권 · 김정곤 · 금혜윤 · 장용준. 2012. 「한국 기발효 FTA의 경제적 효과 분석」.
- 백승택. 2014. 「NEXI, JBIC 사례로 본 일본 공적 수출신용제도의 특징」. 『무역보험』, Vol. 188, pp. 68~75. 한국무역보험공사.
- 법무부. 2010. 『중소기업법률 지원사례와 법무자료』.
- _____. 2014. 「기업환경 개선 국제 컨퍼런스 개최」, 법무부 보도자료(2014. 5. 13).
- 사공 목. 2013. 「아베노믹스 신성장전략의 주요 내용과 시사점」. 『KIET 산업경제』, pp. 80~90.
- 산업연구원. 2014. 『수출 지원체계 효율화 방안』. 국무조정실.
- 샤우에르테 하트무트(Schauerte, Hartmut). 2014. 「중소·중견기업의 성공을 위한 정부와 국회의 지원방안」. 콘라드아데나워재단·한독상공회의소 공동개최 세미나 『중소·중견기업의 성공적인 비즈니스를 위한 정책과 제도』(2014. 6. 26) 발표자료.
- 서정해 · 이종윤 · 이형오 · 정성춘. 2014. 「GDP 4만 달러 전략, 일본의 선진화 경험」. (재)한일산업기술협력재단. 『일본연구』, 2014-1.
- 슈트루베 요헨(Struwe, Jochen). 2012. 「독일 중소기업 정책의 발전: 사회적 시장경제 초기부터 21세기에 이르기까지」. 한독 경상학회(KDGW) · 프리드리히 에버트 재단(FES) · 대외경제정책연구원(KIEP) 공동주최 국제학술대회 『경제민주화와 새로운 성장 모형』 발표자료.
- 오동윤. 2012. 「한국 중소기업의 수출결정요인 분석」. 『국제통상연구』, Vol. 17, No. 2.
- 오동윤 · 백필규 · 김익성 · 김주미 · 홍운선 · 남윤형 · 표한형 · 홍성철 · 한국공공행정학회. 2012. 『중소기업 발전 및 육성전략 수립』. 중소기업연구원.
- 오동윤 · 정남기 · 조정란 · 김미정. 2011. 『중소기업 글로벌화: 한국형 모델과 경영전략』. 중소기업연구원.
- 오호영 · 제현정. 2014. 「수출기업과 내수기업의 일자리 창출 비교분석」. 한국무역협회 국제무역연구원.
- 유임수. 2004. 「유럽연합(EU)의 수출보험제도에 대한 소고」. 『한국무역보험학회지』, 제5권 1호.

- 이성봉. 2013. 「한국과 일본의 중소기업 해외진출 지원체제정비에 대한 비교연구」.
『질서경제저널』, 제16집 4호.
- 이준호 · 송창석 · 이춘우. 2013. 『글로벌 가치사슬 편입을 통한 중소기업의 글로벌 경쟁력 강화 과제』. 중소기업연구원.
- 정보통신산업진흥원. 2011. 『2011 소프트웨어 산업 연간보고서』.
- 정지선 · 이주영. 2011. 『국제사회의 민간부문개발 지원 현황과 한국의 추진과제』. 대외경제정책연구원.
- 정성춘 · 김규관 · 이형근 · 김은지 · 이우광. 2012. 『글로벌 금융위기 이후 일본경제의 진로모색과 시사점』. 대외경제정책연구원.
- 정성춘 · 이형근. 2010. 「일본 신성장전략의 주요 내용과 평가」. KIEP 오늘의 세계경제. 대외경제정책연구원.
- 조덕희, 양현봉. 2008. 「중소기업 정책자금의 지원성과 분석: 중소기업진흥공단 지원 정책자금을 중심으로」. 산업연구원.
- 중소기업중앙회. 2013. 『해외중소기업통계』. 재인용: 중소기업중앙회. 2014. 『2014 중소기업 육성지도』.
_____. 2014. 『2014 중소기업 위상지표』.
- 지식경제부. 2012. 「2012년도 무역·통상진흥 종합시책」.
- 최성호. 2014. 「한국의 기업성장정책: 중소-중견기업의 관점」. 콘라드아테나워재단 · 한독상공회의소 공동개최 세미나 『중소·중견기업의 성공적인 비즈니스를 위한 정책과 제도』(2014. 6. 26) 발표자료.
- 최용민 · 박진우 · 홍지상. 2010. 『중소기업의 수출비중하락과 대응전략』. 한국무역협회.
- 한남대학교 산학협력단. 2012. 『중소기업 해외진출지원 효율화방안』. 중소기업진흥공단.

[영문자료]

- Ahn, J., Khandelwal, A. K. and Wei, S.-J. 2011. "The Role of Intermediaries in Facilitating Trade." *Journal of International Economics*, 84(1), 73-85.
- Anderson, E. and E. van Wincoop. 2003. "Gravity with Gravitas: A Solution to the Border Puzzle." *American Economic Review*, 93(1), 170-192.
- Bénassy-Quéré, A., Coupet, M., and Mayer, T. 2007. "Institutional determinants of foreign direct investment." *The World Economy*, 30(5), 764-782.
- Bernard, A. B., Jensen, J. B., Redding, S. J. and Schott, P. K. 2010. "Intra-firm Trade and Product Contractibility." (long version) NBER Working Paper. No. 15881.
- _____. B, J. B. Jensen, S. J. Redding and P. K. Schott. 2007. "Firms in International Trade." *Journal of Economic Perspectives*, 21(3), 105-130, 재인용: WTO. 2013. World Trade Report 2013. World Trade Organisation.
- Blonigen, B. A. 2005. "A Review of the Empirical Literature on FDI determinants." *Atlantic Economic Journal*, 33(4), 383-403.
- Boettcher, B. 2013. "Making a difference: German SMEs and their financing environment." Deutsche Bank.
- BPI France. 2013. "Worldwide Intercluster Initiative for New Materials and Processes focused on Clean Technologies."
- CRS(Congressional Research Service). 2013. "U.S. Government Agencies Involved in Export Promotion: Overview and Issues for Congress."
- _____. 2014. "Small Business Administration Trade and Export Promotion Programs."
- Dixit, A. 2011. "International Trade, Foreign Direct Investment, and Security." *Annual Review of Economics*, 3(1), 191-213.
- Djankov, S., La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., and Shleifer, A. 2002. "The regulation of entry." *Quarterly Journal of Economics*, 117(1), 1-37.
- Du, J., Lu, Y. and Tao, Z. 2008. "Economic Institutions and FDI Location Choice:

- Evidence from US Multinationals in China.” *Journal of Comparative Economics*, 36(3), 412-429.
- ECISP Consortium. 2013. “Study on Support Services for SMEs in International Business.”
- Erkko Autio. 2009. “The Finnish Paradox: The Curious Absence of High-Growth Entrepreneurship in Finland.” *The Research Institute of the Finnish Economy*.
- European Commission. 2008. “Supporting the Internationalization of SMEs: Good Practice Selection.”
- _____. 2010. “Internationalisation of European SMEs.”
- _____. 2012. “EU SMEs in 2012: at the cross roads.” *Annual Report on small and medium-sized enterprises in the EU*. 2011/12. (September) 재인용: 한국은행. 2013. 「독일 중소기업이 강한 경쟁력을 갖는 주요 배경」. 『국제경제리뷰』, 제2013-10호.
- _____. 2013. “2013 SBA Fact Sheet FINLAND.”
- _____. 2014a. “2014 SBA Fact Sheet FINLAND.”
- _____. 2014b. “SBA factsheet for Germany 2014.”
- _____. 2014c. “Reindustrialising Europe, Member States’ Competitiveness Report 2014.”
- Feenstra, R. C. 2004, “Advanced International Trade: Theory and Practice.” Princeton University Press.
- GEM(Global Entrepreneurship Monitor). 2014. “GEM 2013 Global Report.”
- Helpman, E., M. Melitz, and S. Yeaple, 2004. “Export versus FDI with heterogeneous firms.” *American Economic Review*, 94(1), 300-316.
- Helpman, E., M. Melitz, and Y. Rubinstein, 2008. “Estimating Trade Flows: Trading Partners and Trading Volumes.” *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 123(2), 441-487.
- Holz, M. 2012. “Strategies and policies to support the competitiveness of German

- Mittelstand companies.” In Coltorti, Fulvio, Riccardo Resciniti, Annalisa Tunisini and Riccardo Varaldo Eds. *Mid-sized Manufacturing Companies: The New Driver of Italian Competitiveness*. Springer.
- ITA(International Trade Administration). 2012. “Jobs Supported by Exports, 1993-2011.”
- _____. International Trade Administration. 2014. “Jobs Supported by Exports 2013: An Update.”
- Jost, T. 2011. “Outward FDI from Germany and Its Policy Context: Update 2011.” Columbia FDI Profiles. Vale Columbia Center.
- _____. 2012. “Outward FDI from Germany and Its Policy Context, 2012.” Columbia FDI Profiles. Vale Columbia Center.
- JFC. 2013. *2013 Japan Finance Corporation Annual Report*.
- _____. 2014. *2014 Japan Finance Corporation Annual Report*.
- Kobe, K. 2012. “Small Business GDP: Update 2002~2010.” *Small Business Research Summary* No. 390. U.S. Small Business Administration.
- Lee, I. 2014. “Prospects of the Korean Economy and Policy Response.” *J. P. Morgan 5th Emerging Markets Conference in Asia*(2014.3.10~11. W Singapore SEntosa Cove) 발표자료.
- Leeson, P. T. 2008. “How Important is State Enforcement for Trade?” *American Law and Economics Review*, 10(1), 61-89.
- Markusen, J. R. 2013. “Putting per-capita income back into trade theory.” *Journal of International Economics*, 90(2), 255-265.
- Mayer, T. and Ottaviano, G. I. 2008. “The Happy Few: The Internationalisation of European Firms.” *Intereconomics*, 43(3), 135-148.
- Melitz, M. 2003. “The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity.” *Econometrica*, 71, 1695-1725.
- Melitz, M. and S. Redding, 2012. “Heterogeneous Firms and Trade.” NBER Working Paper No. 18652.

- METI(Ministry of Economy, Trade and Industry). 2012a. "International Comparison of Overseas Activities."
- _____. 2012b. "Cool Japan Strategy. January 2012." Creative Industries Division.
- NEXI. 2013. *Annual Report FY2013*.
- _____. 2014. *Introduction Brochure*.
- OECD. 2012. "Entrepreneurship at a Glance 2012."
- _____. 2013a. "Science, Technology and Industry Scoreboard 2013."
- _____. 2013b. *Fostering SME's participation in Global Markets*.
- _____. 2013c. Financing SMEs and Entrepreneurs 2013 An OECD Scoreboard.
- Ranjan, P. and Lee, J. Y. 2007. "Contract Enforcement and International Trade." *Economics & Politics*, 19(2), 191-218.
- Sohn, C.-H. 2005. "Does the Gravity Model Explain South Korea's Trade Flows?" *Japanese Economic Review*, 56(4), 417-43.
- SPRING Singapore. 2011. *Study on SME Internationalisation Best Practices Across Selected APEC Economies*. APEC Secretariat.
- UNCTAD. 2014. *World Investment Report 2014*.
- U.S. Administration. 2010. "Executive Order 13534: National Export Initiative."
- U.S. Census Bureau. 2004~2012. "Profile of U.S. Importing and Exporting Companies."
- _____. 2013. "A Profile of U.S. Importing and Exporting Companies, 2010-2011." US Census Bureau News.
- USITC. 2010. "Small and Medium-Sized Enterprises: Overview of Participation in U.S. Exports."
- U.S. SBA(Small Business Administration). 2012. *FY2013 Congressional Budget Justification and FY2011 Annual Performance Report*.
- US TPCC(Trade Promotion Coordinating Committee). 2012. "2012 NATIONAL EXPORT STRATEGY: Powering the National Export Initiative: Year 3."
- _____ and Export Promotion Cabinet. 2014. "National Export Initiative NEXT."

Prime Minister's Office Publications. 2014. "Team Finland: Strategy Update 2015."

_____. 2013. "Team Finland: Strategy 2014."

White House. 2010. "Report to the President on the National Export Initiative: The Export Promotion Cabinet's Plan for Doubling U.S. Exports in Five Years." (September)

WTO. 2013. *World Trade Report 2013*. World Trade Organization.

[기타 언어자료]

경제산업부. 2011. 「平成22年企業活動基本調査」. 재인용: 중소기업청, 2012. 『中小企業白書 2012』, p. 81.

경제산업부. 2012. 「工業統計表」; 총무부·경제산업부. 2012. 「平成 24 年經濟センサス活動調査」. 재인용: 중소기업청. 2014a. 『中小企業白書 2014』.

경제산업부. 2013. 「クリエイティブ産業の現状と課題」, p. 4, pp. 2~4. 재인용:

김정근·김은지. 2013. 「주요국의 창조산업 해외진출전략 시사점」. 대외경제정책연구원.

총무부. 「事業所・企業統計調査」. 「平成21年經濟センサス基礎調査」. 재인용: 중소기업청. 2012. 『中小企業白書 2012』.

총무부·경제산업부 「平成 24 年經濟センサス活動調査」. 재인용: 중소기업청. 2014a. 「中小企業白書 2014」.

(株)損保ジャパン日本興亜リスマネジナト. 2013. 「中小企業の海外展開の業態把握にかかるとアンケート調査」. (2013년 12월). 재인용: 중소기업청. 2014a.

중소기업청. 2012. 『中小企業白書 2012』.

_____. 2014a. 『中小企業白書 2014』.

_____. 2014b. 『海外展開支援施策集』.

중소기업해외개발지원위원회. 2012. 「中小企業海外展開支援大綱」.

BMWi(Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie). 2006. "Investitionsgarantien der Bundesrepublik Deutschland." Jahresbericht 2006. 재인용: Jost, Thomas.

2011. "Outward FDI from Germany and its policy context: update 2011." Columbia FDI Profiles. Vale Columbia Center.
- _____. 2009. "Culture and Creative Industries in Germany." 재인용: 김정곤·김은지.
- _____. 2013. 「주요국의 창조산업 해외진출전략 시사점」. 대외경제정책연구원.
- _____. 2010. "Investitionsgarantien der Bundesrepublik Deutschland." Jahresbericht 2010. 재인용: Jost, Thomas. 2011. "Outward FDI from Germany and its policy context: update 2011." Columbia FDI Profiles. Vale Columbia Center.
- _____. 2011. "Investitionsgarantien der Bundesrepublik Deutschland." Jahresbericht 2011. 재인용: Jost, Thomas. 2012. "Outward FDI from Germany and its policy context, 2012." Columbia FDI Profiles. Vale Columbia Center.
- _____. 2012. "Neue Zielmärkte - neue Wachstumschancen." 재인용: 김정곤·김은지. 2013. 「주요국의 창조산업 해외진출전략 시사점」. 대외경제정책연구원.
- _____. and Beauftragter der Bundesregierung für Kultur und Medien(BKM). 2012. "Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung - Status und Handlungsfelder." 재인용: 김정곤·김은지. 2013. 「주요국의 창조산업 해외진출전략 시사점」. 대외경제정책연구원.
- DIHK(Deutscher Industrie- und Handelskammertag). 2011. *Auslandsinvestitionen in der Industrie. Ergebnisse der DIHK-Umfrage bei den Industrie- und Handelskammern. Frühjahr 2011.*
- IfM Bonn. 2004-2011. "Export laut Umsatzsteuerstatistik."
- Kranzusch, Peter and Michael Holz. 2013. *Internationalisierungsgrad von KMU. Ergebnisse einer Unternehmensbefragung.* IfM-Materialien Nr. 222. IfM Bonn.
- Lamsfuß C, Boerger S, Wallau F. 2011. *Die größten Familienunternehmen in Deutschland. Daten, Fakten, Potenziale. Ergebnisse der Frühjahrsbefragung 2011. Untersuchung im Auftrag des BDI e.V. und der Deutsche Bank AG, Berlin and Frankfurt.*
- Wolter, Hans-Jürgen and Eva May-Strobl. 2013. *Der Beschäftigungsbeitrag mittel-ständischer Exportunternehmen.* IfM-Materialien Nr. 220. IfM Bonn.

[언론자료]

- 「미래부·중기청 「글로벌 액셀러레이터」 본격 육성». 2014. 『정책뉴스』. (3월 6일)
- 「선순환고리 만드는 환경조성이 핵심». 2014. 『MK뉴스』. (9월 22일)
- 「핀란드, 노키아 빈자리에 창업 ‘새살’». 2013. 『중앙일보』. (10월 23일)
- “‘Steve Jobs took our jobs’: Finnish PM says of Nokia’s demise.” 2014. *The Australian*. (July 7)
- “Nokia’s Losses Become Finland’s Gains.” 2011. *WSJ*. (August 4)
- “Nokia’s Pain Becomes Finland’s.” 2011. *WSJ*. (June 3)
- “The Nokia Effect” 2012. *The Economist*. (August 25)

[온라인 자료]

- 법무부 9988 중소기업법률지원단. <http://www.9988law.com/>(검색일: 2014. 11. 30).
- 법무부 법무정보. http://www.moj.go.kr/HP/MOJ03/menu.do?strOrgGbnCd=100000&strRtnURL=MOJ_10201050(검색일: 2014. 12. 4).
- 산업통상자원부 외국인투자통계. <http://www.motie.go.kr/motie/in/it/investstats>(검색일: 2014. 3. 2).
- 일본 경제산업성(METI). <http://www.meti.go.jp/press/2013/12/20131226006/20131226006.html>(검색일 2014. 10. 8).
- _____. <http://www.chusho.meti.go.jp/koukai/shingikai/miraibukai/2013/0218Haifu3.pdf>
(검색일: 2014. 10. 8).
- _____. 2014 http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/creative/file/1406CoolJapanInitiative.pdf(검색일: 2014. 10. 20).
- _____. http://www.meti.go.jp/english/press/2014/0317_01.html(검색일: 2014.10.20).
- 일본 내각부. 2014. <http://www5.cao.go.jp/j-j/wp/wp-je14/pdf/p08012.pdf>(검색일: 2014. 11. 20).
- 일본 내각부 「国民經濟計算」 데이터베이스 <http://www.esri.cao.go.jp/jp/sna/menu.html>(검색일: 2014. 11. 20).

- 일본 중소기업청. [Database]. <http://www.chusho.meti.go.jp/koukai/chousa/kibotrade/index.htm>(검색일: 2014. 11. 8).
- 외교부 핀란드 개황. 2012. http://www.mofa.go.kr/trade/data/publication/trade/index.jsp?mofat=001&menu=m_30_210_60&sp=/incboard/faimsif/publicview.jsp%FITEM_ID=HQKP_1356913496230(검색일: 2014. 10. 15).
- 중소기업청 DB. http://220.71.4.163:8000/statHtml/statHtml.do?orgId=142&tblId=DT_142N_A20500(검색일: 2014. 11. 1).
- 중소기업청. 「2013년 전국 소상공인 실태조사 보고서」. http://stat2.smba.go.kr/reportView_re.jsp?page=2&seq=1373&flag=ro&code=0001(검색일: 2014. 11. 1).
- 통계청. 「2014 청소년 통계」, http://kostat.go.kr/portal/korea/kor_nw/2/1/index.board?bmode=read&aSeq=328335(검색일: 2014. 11. 1).
- 한국무역협회 무역통계. <http://stat.kita.net>(검색일: 2013. 12. 11).
- 한국수출입은행 해외직접투자통계시스템. <http://211.171.208.92/odisas.html>(검색일: 2014. 3. 20).
- 한국은행. 경제통계시스템. <http://ecos.bok.or.kr>(검색일: 2014. 2. 27).
- (재)한일산업·기술협력재단. 2014. 일본의 글로벌 리치 탑(GNT)기업 육성 전략. 일본경제리포트. file:///C:/Users/user/Downloads/%EC%9D%BC%EB%B3%B8%EC%9D%98+%EA%B8%80%EB%A1%9C%EB%B2%8C+%EB%A6%AC%EC%B9%98+%ED%83%91%2528GNT%2529%EA%B8%BO%EC%97%85+%EC%9C%A1%EC%84%B1+%EC%AO%84%EB%9E%B5_%EC%9D%BC%EB%B3%B8%EA%B8%BO%EC%97%85.pdf(검색일: 2014. 10. 20).
- _____. 2013. 「일본의 BOP사업동향과 추진방향」. 일본경제리포트 file:///C:/Users/%EC%9D%B4%EB%AF%BC%EC%98%81/Downloads/%EC%9D%BC%EB%B3%B8%EC%9D%98+BOP+%EC%82%AC%EC%97%85_%EA%B2%BD%EC%A0%9C%ED%86%B5%EC%83%81.pdf(검색일: 2014. 10. 20).
- _____. 2011a. 「일본의 중소기업 공공컨설팅 서비스 한국적 벤치마킹 필요」. <file:///C:/Users/user/Downloads/%EC%9D%BC%EB%B3%B8%EC%A4%91%EA%B8%B0%EC%9D%98+%EC%BB%A8%EC%84%A4%ED%8C%85%>

EC%A7%80%EC%9B%90%EC%A0%9C%EB%8F%84_%EB%B9%84%EC%A6%88%EB%8B%88%EC%8A%A4%20(3).pdf(검색일: 2014. 10. 20).

_____. 2011b. 「일본 중소기업에 대한 정책금융지원 이렇게 되고 있다」. 일본경제리포트 file:///C:/9D%BC%EB%B3%B8+%EC%A4%/Users/user/Downloads/%EC%91%EC%86%8C%EA%B8%B0%EC%97%85+%EC%A0%95%EC%B1%85%EA%B8%88%EC%9C%B5%20(4).pdf(검색일: 2014. 10. 20).

Aalto Start-Up Center. http://cleantechincubation.eu/wp-content/uploads/2012/07/CIE_Paakkala.pdf(검색일: 2014. 11. 1).

Aalto University School of Business Small Business Center. <http://pienyrittyskeskus.aalto.fi/en/>(검색일: 2014. 11. 1).

AHK(Deutsche Auslandshandelskammern). <http://www.ahk.de>(검색일: 2014. 10. 22).

AiF(Arbeitsgemeinschaft industrieller Forschungsvereinigungen). <http://www.aif.de/en/about-aif.html>(검색일: 2014. 10. 22).

BMWi(Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie). <http://www.bmwi.de> (검색일: 2013. 10. 11). 채인용: 김정곤 · 김은지. 2013. 『주요국의 창조산업 해외진출 전략과 시사점』. 대외경제정책연구원.

BOP 비즈니스지원센터. <http://www.bop.go.jp/assist#boueki>(검색일: 2014. 10. 21).

CEPII(Centre d'Etudes Prospectives et d'Informations Internationales), http://www.cepii.fr/distance/dist_cepii.dta(검색일: 2014. 8. 25).

Enterprise Finland. <http://www.yrityssuomi.fi/en/>(검색일: 2014. 9. 7).

Eurostat. <http://ec.europa.eu/eurostat>(검색일: 2014. 8. 11), <http://ec.europa.eu/eurostat/web/structural-business-statistics/structural-business-statistics/sme>(검색일: 2014. 8. 11), http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/International_trade_by_enterprise_characteristics(검색일: 2014. 8. 11).

Export.gov. <http://www.export.gov/CSPartners>(검색일: 2010. 10. 20).

Findicator. <http://findikaattori.fi/en/86>(검색일: 2014. 10. 20).

Finn Partnership. <http://www.finnpartnership.fi/www/en/finnpartnership/tilastotietoa.php>(검색일: 2014. 7. 7).

- _____. http://www.finnpartnership.fi/www/tiedostot/Esitteet_ja_julkaisut/Finnpartnership_ohjelma_EN2013UUSI.pdf(검색일: 2014. 7. 7).
- Finnvera Annual Report(2009~11). <http://www.finnvera.fi/eng/Finnvera/Publications/Annual-Reviews-and-Interim-Reports>(검색일: 2014. 10. 20). 채인용: OECD. 2013c. Financing SMEs and Entrepreneurs 2013 An OECD Scoreboard.
- Finpro. <http://www.finpro.fi/web/finpro-eng/finpro>(검색일: 2014. 10. 20).
- Global Insight. <http://connect.ihs.com/DataSetBrowser/ShowDataSet?dataset=Global%20Economy>(검색일: 2014. 9. 1).
- _____. 2014, DB, “World Overview Tables, Detailed Forecast Data.” Third Quarter (검색일: 2014. 9. 1).
- IfM Bonn. <http://www.ifm-bonn.org/mittelstandsdefinition/definition-kmu-der-eu-kommission/>(검색일: 2014. 8. 4), <http://www.ifm-bonn.org/mittelstandsdefinition/definition-kmu-des-ifm-bonn/>(검색일: 2014. 8. 18).
- Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung. <http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de>(검색일: 2013. 10. 10).
- ITA(International Trade Administration). <http://www.trade.gov/nei/new-market-exporter-initiative>(검색일: 2010. 10. 20).
- JETRO. <http://www.jetro.go.jp/jetro/activities/support/fastpass/>(검색일: 2014. 11. 10).
- _____. <http://www.jetro.go.jp/theme/bop/advice/>(검색일: 2014. 10. 20).
- _____. <http://www.jetro.go.jp/services/caravan/asia-caravan/>(검색일: 2014. 10. 30).
- _____. <http://www.jetro.go.jp/services/caravan/asean-caravan/>(검색일: 2014. 10. 30).
- _____. <http://www.jetro.go.jp/members/food/>(검색일: 2014. 10. 30).
- JFC. http://www.jfc.go.jp/n/finance/search/kaigaitenkai_t.html(검색일: 2014. 11. 10).
- _____. <http://www.jfc.go.jp/n/finance/search/standbycredit.html>(검색일: 2014. 11. 10).
- JICA. http://www.jica.go.jp/activities/schemes/priv_partner/BOP/index.html(검색일: 2014. 9. 1).
- _____. http://www.jica.go.jp/activities/schemes/priv_partner/index.html(검색일: 2014. 10. 30).

Lets Grow. <http://letsgrow.fi/en/>(검색일: 2014. 8. 11).

Ministry of Employment and the Economy. http://www.tem.fi/en/enterprises/enterprise_europe_network(검색일: 2014. 9. 7).

_____. 핀란드 고용경제부 보도자료. https://www.tem.fi/en/current_issues/press_releases/press_release_archive/year_2013/government_launches_extensive_growth_financing_programme.110100.news(검색일: 2014. 9. 7).

_____. The Vigo Programme Mid-Term Evaluation. http://www.tem.fi/files/35626/TEMrap_4_2013.pdf(검색일: 2014. 9. 22).

Ministry for Foreign Affairs of Finland. <http://formin.finland.fi/Public/default.aspx?nodeid=17195&contentlan=2&culture=en-US>(검색일: 2014. 9. 7).

MOF(Ministry of Finance). 2009. 「Japanese Public Balance Fact Sheet.」 <http://www.mof.go.jp/english/budget/budget/fy2009/pamphlitjppffs2009.pdf>(검색일: 2014. 10. 30).

_____. 2010. <http://www.mof.go.jp/english/budget/budget/fy2010/pamphlitjppffs2010.pdf>(검색일: 2014. 10. 30).

_____. 2011. <http://www.mof.go.jp/english/budget/budget/fy2011/factsheet.pdf>(검색일: 2014. 10. 30).

_____. 2012. <http://www.mof.go.jp/english/budget/budget/fy2012/factsheet2012.pdf>(검색일: 2014. 10. 30).

_____. 2013. <http://www.mof.go.jp/english/budget/budget/fy2013/factsheet2013.pdf>(검색일: 2014. 10. 30).

_____. 2014. <http://www.mof.go.jp/english/budget/budget/fy2014/factsheet2014.pdf>(검색일: 2014. 10. 30).

OECD TiVA Database. <http://stats.oecd.org>(검색일: 2014. 2. 20; 2014. 10. 29).

OECD. SMEs and Entrepreneurship. <http://www.oecd.org/cfe/smes>(검색일: 2014. 1. 10).

OIS 웹사이트. http://www.ois.go.kr/portal/page?_pageid=93,721534&_dad=portal&_schema=PORTAL&p_deps1=info&p_deps2=&oid=1120126154735761069(검색일: 2014. 10. 9).

- Small and Medium Enterprises Agency. METI. 2013. “Japan’s Policy on Small and Medium Enterprises(SMEs) and Micro Enterprises” http://www.chusho.meti.go.jp/sme_english/outline/04/20131007.pdf(검색일: 2014. 4. 20).
- Statistics Finland. http://www.stat.fi/meta/kas/pk_yritys_en.html(검색일: 2014. 10. 20).
- Support for commercially viable, sustainable activities. http://www.finnpartnership.fi/www/tiedostot/Esitteet_ja_julkaisut/Finnpartnership_ohjelma_EN2013UUSI.pdf (검색일: 2014. 7. 7).
- Team Finland. <http://team.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=46791&contentlan=2&culture=en-US>(검색일: 2014. 8. 11).
- _____. What is Team Finland?. <http://team.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=46788&contentlan=2&culture=en-US>(검색일: 2014. 8. 11).
- _____. Steering. <http://team.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=46792&contentlan=2&culture=en-US>(검색일: 2014. 11. 10).
- This is Finland. <http://finland.fi/Public/default.aspx?contentid=160032&nodeid=44491&culture=en-US>(검색일: 2014. 7. 15).
- TULLI. http://www.tulli.fi/en/finnish_customs/statistics/metadata/quality/enterp_size/index.jsp(검색일: 2014. 10. 20).
- U.S. Census Bureau. Statistics of U.S. Businesses. <http://www.census.gov/econ/susb> (검색일: 2014. 7. 3).
- U.S. SBA. <http://www.sba.gov>(검색일: 2014. 10. 20).
- UNCTAD Bilateral FDI Statistics. <http://unctad.org/en/Pages/DIAE/FDI%20Statistics> (검색일: 2014. 10. 1).
- UNCTAD Stat Database. <http://unctadstat.unctad.org>(검색일: 2014. 6. 27, 2014. 8. 20, 2014. 10. 1).
- World Bank. Doing Business. <http://www.doingbusiness.org/>(검색일: 2014. 8. 1).
- _____. <http://www.doingbusiness.org/methodology/enforcing-contracts>(검색일: 2014. 8. 1).
- _____. <http://www.doingbusiness.org/methodology/paying-taxes>(검색일: 2014. 8. 1).

_____. World Development Indicators. <http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators>(검색일: 2014. 2. 10; 2014. 8. 25).

World Economic Forum. http://www3.weforum.org/docs/GCR2014-15/GCI_Dataset_2006-07-2014-15.xlsx(검색일: 2014. 8. 1).

ミラサポ (施策マップ) 홈페이지 <https://search.mirasapo.jp/subsidy/map/?content=87&genre=90&genre=91&genre=92&genre=93&genre=94&genre=96&genre=97&genre=98&target=102&target=103&business=106&business=107&business=108&business=109&business=110&business=111&business=112&business=113&business=114&rank=115&rank=116&rank=117&rank=118&rank=119&rank=120&season=121&season=122&season=123&season=124&season=125&season=126&season=127&season=128&season=129&season=130&season=131&season=132&season=133&season=134&pref=13000&city=13104>(검색일: 2014. 11. 20).

首相官邸. 2013. 「日本再興戦略-JAPAN is BACK-」(http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/saikou_jpn.pdf(검색일: 2014. 11. 20)). 재인용: 사공 목. 2013. [file:///C:/Users/user/Downloads/%EB%B6%84%EC%84%9D4%2528%EC%82%AC%EA%B3%B5%EB%AA%A9%2529%EC%95%84%EB%B2%AO%EB%85%B8%EB%AF%B9%EC%8A%A4%2528%EC%88%98%EC%AO%95%2529%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/%EB%B6%84%EC%84%9D4%2528%EC%82%AC%EA%B3%B5%EB%AA%A9%2529%EC%95%84%EB%B2%AO%EB%85%B8%EB%AF%B9%EC%8A%A4%2528%EC%88%98%EC%AO%95%2529%20(2).pdf)(검색일: 2014. 11. 20).

總務省統計局. 2014. [Database]. 「平成24年經濟センサスー活動調査」(<http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?bid=000001049899&cycode=0>(검색일: 2014. 10. 8)).

[인터뷰 자료]

<일본 도쿄>

Mr. Akira Shimbo. Manager. International Center. Organization for Small & Medium Enterprises and Regional Innovation, JAPAN(면담일: 2014. 10. 23).

Mr. Takenori Nasu. Office for Global Issues and Development Partnership Operations

Strategy Department. Japan International Cooperation Agency(JICA)(면담일: 2014. 10. 24).

Mr. Toshikiko Kono, Mr. Yuzo Wada. Office for Overseas Business Support. Small and Medium Enterprise Agency, METI(면담일: 2014. 10. 23).

Planning Department. Japan External Trade Organization(JETRO)(면담일: 2014. 10. 24).

JICA(Japan International Cooperation Agency). 2014. “JICA’s Partnership with the Japanese Private Sector.” JICA 인터뷰 자료(면담일: 2014. 10. 24).

Office for International Cooperation, Small and Medium Enterprises Agency. METI. 2014. “Japan’s Policies for Small and Medium Enterprises” (Oct. 2014) 일본 중소기업청 인터뷰자료(면담일: 2014. 10. 23).

Organization for Small & Medium Enterprises and Regional Innovation, JAPAN. 2013. “Support for Overseas Business Development by SME Support, Japan.” (Nov. 2013) Marketing Support Department. 일본 중소기업기반정비기구 인터뷰자료(면담일: 2014. 10. 23).

_____. 2014. “SME Support, JAPAN.” 일본 중소기업기반정비기구 인터뷰자료(면담일: 2014. 10. 23).

日本貿易振興機構(ジェトロ). 2014. “今日から使える! ジェトロの情報&サービス.” (保存版). 10월. 제트로 인터뷰자료(면담일: 2014. 10. 24).

〈유럽 핀란드〉

Mr. Erno Ihto. Senior Adviser of SME Financing, Finnvera Plc(면담일: 2014. 6. 30).

Mr. Jussi Kajala. Senior Adviser of Steering and Networks. Tekes(면담일: 2014. 7. 1).

Mr. Pekka Karkovirta. Vice President of International Relations. Finnvera Plc(면담일: 2014. 6. 30).

Ms. Johanna Niemist. Specialist, International Affairs. Helsinki Region Chamber of Commerce(면담일: 2014. 7. 2).

Ms. Leena Morttinen. Director. Confederation of Finnish Industries(면담일: 2014. 6. 30).

Ms. Marita Paasi. Development Manager of Steering and Networks. Tekes(면담일: 2014. 7. 1).

Ms. Olga Balakina. International Relations. Aaltoes(면담일: 2014. 7. 1).

Finnvera. 2014. "Finnvera in Brief." Finnvera 인터뷰 자료(면담일: 2014. 6. 30).

Tekes. 2014. "Tekes, the Finnish Funding Agency for Innovation." Tekes 인터뷰 자료(면담일: 2014. 7. 1).

Aaltoes. 2014. "Aaltoes.com." Aaltoes 인터뷰 자료(면담일: 2014. 7. 1).

부 록



부록 1. Doing Business(World Bank)의 지표

World Bank의 Doing Business 보고서는 세계 각국의 특정한 제도를 평가하기 위해 세 가지 지표(indicator)를 사용하고 있으며, 내용은 다음과 같다.

1. 통관의 효율성(Trading Across Borders)²⁰⁹⁾

서류 수(documents)	<ul style="list-style-type: none">• 통관에 필요한 서류의 개수• 세관신고서, 항만과 터미널 취급 문서 등 포함
시간(time)	<ul style="list-style-type: none">• 통관에 소요되는 시간(일)• 서류의 제출 및 세관신고와 화물검사 등을 포함하여 소요되는 시간을 측정
비용(cost)	<ul style="list-style-type: none">• 통관서류 작성, 통관비용과 화물검사 비용 등을 포함

2. 계약이행보장(Enforcing Contracts)²¹⁰⁾

절차(procedures)	<ul style="list-style-type: none">• 상사분쟁(commercial dispute) 사건의 등록에서부터 재판의 판결과 판결이 집행되기까지 단계 수
시간(time)	<ul style="list-style-type: none">• 상사분쟁 사건의 등록에서부터 재판의 판결과 판결이 집행되기까지 소요되는 시간(일)
비용(cost)	<ul style="list-style-type: none">• 평균 변호사 선임비용, 소송비용과 집행비용

209) World Bank Doing Business 홈페이지. <http://www.doingbusiness.org/methodology/trading-across-borders>(검색일: 2014. 2. 10).

210) World Bank Doing Business 홈페이지. <http://www.doingbusiness.org/methodology/enforcing-contracts>(검색일: 2014. 2. 10).

3. 조세납부(Paying Taxes)²¹¹⁾

조세납부횟수(tax payments)	<ul style="list-style-type: none"> • 소비세를 포함하여 각종 세금과 의료보험, 연금 등에 대한 개인분담금 납부횟수
시간(time)	<ul style="list-style-type: none"> • 3대 주요 세금 납부 관련 서류제출을 위해 소요되는 연간 시간(hours) • 세금정산을 위해 필요한 정보취득에 소요되는 시간
총세율(total tax rate)	<ul style="list-style-type: none"> • 이윤과 영업이익에 부과되는 세율 • 양도소득, 배당금 등에 부과되는 세금 포함

Doing Business에서 발표하는 지표들은 여러 정책연구와 학술연구에서 각국의 시간의 변화에 따른 여러 제도를 평가하는 데 있어서 널리 사용되고 있다. 그러나 여러 연구에서 지적되고 있듯이, 실증분석에 사용하기 위해서는 지표들의 정교함이 떨어지는 측면이 있다는 평가도 존재한다.

211) World Bank Doing Business 홈페이지. <http://www.doingbusiness.org/methodology/paying-taxes>(검색일: 2014. 2. 10).

부록 2. 법무부 해외진출 중소기업 법률자문단 운영규정

법무부 해외진출 중소기업 법률자문단 운영규정

제정 2010. 12. 1. 법무부훈령 제806호

개정 2011. 12. 1. 법무부훈령 제842호

개정 2012. 11.23. 법무부훈령 제873호

개정 2014. 10.13. 법무부훈령 제965호

제1조(목적) 이 규정은 중소기업·공기업의 국제투자, 지식재산권 분쟁과 지방자치단체·경제자유구역 등의 외자유치 관련 분쟁에 대하여 법률자문을 제공하기 위한 해외진출 중소기업 법률자문단의 구성 및 운영에 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.

제2조(설립) 해외진출 중소기업 법률자문단(이하 ‘자문단’이라 한다)을 법무실 국제법무과 산하에 둔다.

제3조(기능) 자문단은 다음 각 호의 업무를 수행한다.

1. 중소기업, 공기업, 지방자치단체, 경제자유구역 등(이하 ‘기업 등’이라 한다)의 해외진출, 외자유치, 경영활동에 필요한 양해각서·계약서·협약서 등 각종 서류 검토 및 법률·자문
2. 해외진출 기업 등의 회사설립에 필요한 정관 검토 및 법률 자문
3. 해외진출 기업 등의 경영활동에 필요한 관련 현지국 법령·사법제도 해석 및 적용에 관한 검토 및 법률 자문

4. 기업 등의 해외진출, 외자유치 및 지식재산권과 관련하여 각종 분쟁발생 시 대응방안 등 법률 자문
5. FTA 등 통상협정문 해석 및 ISD 해당 여부 검토
6. 기타 국제통상 및 국제투자·지식재산권 분쟁 등 국제법 문제와 관련하여 자문단장이 필요하다고 인정하는 사항

제4조(지원대상) ① 이 규정에 따라 지원을 받을 수 있는 중소기업은 중소기업기본법 제2조 및 동법 시행령 제3조에 의한 중소기업을 말한다.

② 이 규정에 따라 지원을 받을 수 있는 공기업은 공공기관의 운영에 관한 법률 제5조에 의한 공기업, 준정부기관, 기타 공공기관을 말한다.

③ 이 규정에 따라 지원을 받을 수 있는 지방자치단체 및 경제자유구역은 지방자치법 제2조 및 경제자유구역의 지정 및 운영에 관한 특별법 제2조에 의한 지방자치단체와 경제자유구역을 말한다.

제5조(구성) ① 자문단은 자문단장, 간사, 자문위원으로 구성한다.

② 자문단장은 국제법무과장이 되고, 간사는 국제법무과 검사로 한다.

③ 자문단장은 자문단의 회의를 소집하고 자문단의 사무를 총괄하며, 간사는 자문단장의 명을 받아 자문단의 사무를 처리한다.

④ 자문위원은 검사, 변호사, 외국법자문사, 변리사, 교수, 그 밖에 현지국 법률 등에 대한 전문성, 국제투자·지식재산권 및 통상 분야에 관한 지식과 경험이 있는 자 중에서 법무부장관이 위촉한다.

⑤ 자문위원의 임기는 2년으로 하되 자문위원이 사임하지 않는 이

상 자동으로 연임된다.

제6조(기업 등의 지원 신청 및 자문위원의 자문 등) ① '자문'이라 함은 다음 각 호의 사무를 말한다.

1. 법률 문제의 상담 및 검토의견 작성
2. 계약서·정관·협약서 등 권리·의무 관련 서류에 대한 검토의견 작성
3. 법령·판례·법학논문 등 법률 정보의 제공
4. 법적 분쟁 발생 시 사전합의·소송·중재 제기 여부 등에 대한 분쟁해결 방안 상담
5. 기타 기업 등이 자문위원에게 요청하는 법률 사항 중 자문위원이 처리하기에 적절하다고 보이는 사항

② 기업 등은 지원 신청 시 지원대상임을 증명하는 별첨 1. 「기업현황표」 등을 작성하여 법무부 국제법무과 또는 인터넷 9988법률지원단 홈페이지(www.9988law.com)에 제출한다.

③ 자문위원은 제11조에 따른 자문료, 기타 경비 등을 지급받을 경우, 자문완료 후 신속하게 별첨 2. 「자문 확인서」를 작성하여 법무부 국제법무과에 제출하고 자문료의 지급을 신청한다.

제7조(자문위원의 의무) ① 자문위원은 관련 검토를 요청받은 경우 법무부 국제법무과에 신속하게 검토 의견을 제출하여야 한다.

② 자문위원은 기업 등을 위해 선량한 관리자의 주의로서 신의에 따라 성실하게 자문을 수행해야 한다.

③ 자문위원은 기업 등의 관계자의 상담 및 자문 과정에서 알게 된 기업 등의 개인정보와 영업상 비밀을 임의로 타인에게 누설 또

는 공개하여서는 아니 된다.

④ 자문위원은 자문 중 다음 각 호의 사항에 관하여 지체 없이 자문 단장에게 보고하여야 한다.

1. 해당 기업 등이 지원 대상에 해당하지 아니하는 경우
2. 각종 민원, 기업 관리, 경영 컨설팅 등 법률 자문 사항에 해당하지 아니하는 경우
3. 기업 등이 별첨 1. 「기업현황표」 등을 제출하지 않거나 부실하게 작성한 경우

⑤ 자문위원은 국제·통상 전문가의 양성을 위하여 자문단장의 요청이 있는 경우 로스쿨 졸업생의 직무수습 지도를 담당하여야 한다. 이 경우 직무수습이 적절하지 아니하는 등 특별한 사정이 있는 경우 자문위원의 요청으로 자문단장은 지도의무를 면제할 수 있다.

제8조(자문단 회의) ① 자문단장이 필요하다고 인정하는 때에 자문단 회의를 소집할 수 있다. 자문단회의는 자문단장, 자문위원으로 구성된다. 자문위원 합계 1/3 이상이 자문단 회의 소집을 요구하는 때에도 이와 같다.

② 자문단 회의는 자문단장이 주재한다.

③ 자문단장은 필요한 경우 국제법무과 검사 등을 회의에 참여시켜 의견을 진술하도록 할 수 있다.

제9조(자문위원의 해촉) 법무부장관은 다음 각 호에 해당하는 경우 임기 만료 전이라도 자문위원을 해촉할 수 있다.

1. 제7조 제3항 의무에 위반한 경우

2. 자문단 회의에 정당한 사유 없이 3회 이상 불출석하는 경우
3. 자문활동을 성실히 수행하지 아니하는 경우
4. 위원으로서의 품위를 손상하는 행위를 하였음이 명백한 경우
5. 본인의 희망 또는 기타 부득이한 사유가 있는 경우

제10조(자문위원에 대한 자문료 등 지급) ① 법률자문을 수행하는 자문위원(자문위원이 법무법인 등에 소속된 경우 소속 법인)에게는 예산의 범위 내에서 자문료, 기타 필요한 경비를 지급할 수 있다.

② 자문료 등은 별첨 3.「자문료 지급기준」에서 정할 수 있다.

제11조(운영세칙) 기타 자문단의 운영에 필요한 사항은 자문위원의 의견을 수렴하여 자문단장이 정한다.

부칙 <제965호, 2014.10.13>

1. 이 규정은 발령한 날로부터 시행한다.
2. 기존 연구위원은 자문위원으로 그 명칭을 변경한다.

부록 3. 정책 과제별 외국의 주요 사례

정책 과제	주요 사례
중소기업 해외진출 지원체계 정비	<ul style="list-style-type: none"> • 미국 <ul style="list-style-type: none"> - 상무부 산하 경제외교센터(Advocacy Center): 부처간 경제외교팀을 구성하여 중소기업 수출 등 주요 안건을 백악관에 전달하는 체계 구축 • 핀란드 <ul style="list-style-type: none"> - Team Finland: 지원의 복잡성과 중복성 정리, 부처간 공동지원체계 운용 • 일본 <ul style="list-style-type: none"> - 중소기업해외진출지원회의: 지원기관간 협력체계 구축
수출 중소기업의 외연 확대	<ul style="list-style-type: none"> • 미국 <ul style="list-style-type: none"> - 전략적 파트너십: 잠재 수출기업 식별, 맞춤형 정보 제공 등 • 독일 <ul style="list-style-type: none"> - IHK-Firmenpools: 수출시작기업 종합 지원 • 일본 <ul style="list-style-type: none"> - 사업타당성 조사사업: 사업계획→현지조사→사업계획 수정까지 전 단계 일괄 지원 - 해외 코디네이터 상담사업: 현지 민간기업 네트워크를 이용한 원스톱 지원서비스
개발·생산단계 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 독일 <ul style="list-style-type: none"> - BMBF, AIF를 통한 중소기업 국제기술협력 • 핀란드 <ul style="list-style-type: none"> - Tekes: 상품개발과 관련된 R&D 및 혁신 지원(6년 미만 기업 중 빠른 성장을 하는 기업 대상) • 일본 <ul style="list-style-type: none"> - JAPAN 브랜드사업: 해외진출 전략수립 및 브랜드 구축 보조금
해외진출 전문인력 양성/지원	<ul style="list-style-type: none"> • 미국 <ul style="list-style-type: none"> - TPPC 국제무역인증제도, 지역 중소기업 상담사 양성 • 핀란드 <ul style="list-style-type: none"> - Aalto 대학교 및 창업동아리 Altoes: 창업과 관련된 교육 제공, 창업동아리를 통해서 인력 양성 • 일본 <ul style="list-style-type: none"> - 글로벌인재 채용·육성 정책 - 계약실무, 관리자연수 프로그램
금융 인프라 강화	<ul style="list-style-type: none"> • 미국 <ul style="list-style-type: none"> - 수출입은행: 중소기업 금융지원 확대, 핵심 신용 9대 시장 담당팀 구성, 다양한 수출금융수단 개발(Export Express, Export Working Capital, Int'l Loan Program, Express Insurance) - 해외박람회 참여 금융지원 패키지 개발 - 핵심산업 분야 기업에 대한 아웃리치 확대

정책 과제	주요 사례
	<ul style="list-style-type: none"> • 독일 <ul style="list-style-type: none"> - 수출투자보험에 특화된 글로벌 기업 보유 - 해외투자 보증 활성화 - 기술지향적 기업 수출신용보증 절차 간소화 • 핀란드 <ul style="list-style-type: none"> - 장기 성장금융 프로그램: 중소기업을 대상으로 10년간 총 10억 유로를 투입하여 시장실패가 있는 분야 지원 • 일본 <ul style="list-style-type: none"> - 정책금융공고: 현지통화 금융지원 강화 - GNT 지원제도: GNT기업에 대한 장기자금대출
해외 유통/ 프로모션 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 미국 <ul style="list-style-type: none"> - NMEI, GBI, 국제박람회, 구매자 초청 프로그램 확대 - US 브랜드 개발을 통한 해외 마케팅 지원 • 독일 <ul style="list-style-type: none"> - 발달된 무역박람회 산업 활용·참여 기업 지원 - 독일 상공회의소의 현지 마케팅 지원 • 일본 <ul style="list-style-type: none"> - 패키지형 해외진출지원사업: 외국어 홈페이지 구축, 전자결제, 물류까지 기업맞춤형 지원 - J-GoodTech 사업: 기술우위에 관심 있는 바이어 웹매칭 - CEO 네트워크 사업: 해외사업자 초청 교류회 개최 - NEXT Market-in 사업: 전문가에 의한 해외고객수요 반영한 상품개발, 개선지원 - Cool Japan: 창조산업을 통한 일본 국가 브랜드 제고
산업별·기업별 특화된 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 미국 <ul style="list-style-type: none"> - 핵심산업에 대한 수출금융 아웃리치 확대 - 성장성 높은 서비스산업 수출금융 지원 확대 - 산업/시장 특화 부처간 협력 지원, 무역 이벤트, 교육훈련 프로그램 개발 • 독일 <ul style="list-style-type: none"> - 문화창조산업 이니셔티브: 문화창조산업지원센터 설립 - IHK-Firmenpools: 기업 맞춤형 해외진출 지원 • 핀란드 <ul style="list-style-type: none"> - ICT, 창조산업 등 분야를 중심으로 R&D 상품개발에서 해외진출 단계까지 지원(6년 미만 기업 중 빠른 성장을 하는 기업 대상) - Lets Grow 프로그램: 성장기업에 대해 Tekes, Finpro, Finnvera가 통합적으로 노후우와 전문가조언 등 정보제공 및 자금지원 • 일본 <ul style="list-style-type: none"> - Cool Japan: 창조산업 해외진출 지원 정책 - 해외수요개척기구: 창조산업 해외진출에 따른 리스크자금 조달을 위한 펀드 조성 - 제트로: 부처와 연계한 산업별 해외진출 지원
해외직접투자 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 독일 <ul style="list-style-type: none"> - 해외투자 보증 활성화(신용국으로 확대)

정책 과제	주요 사례
	<ul style="list-style-type: none"> • 일본 <ul style="list-style-type: none"> - 해외수요개척기구: 창조산업 해외진출에 따른 리스크자금 펀드 조성 - 스탠드바이 크레딧(채무보증) 제도: 제후관계 현지은행의 신용장 발행을 통한 중소기업 채무보증
신흥국 진출지원	<ul style="list-style-type: none"> • 미국 <ul style="list-style-type: none"> - NMEI, GBI, 구매자 초청 프로그램 확대 - 수출입은행: 핵심 신흥 9대 시장 담당팀 구성 • 독일 <ul style="list-style-type: none"> - 신흥국 무역박람회 참여, 무역사절단 강화 - 신흥국 투자보증 활성화 • 핀란드 <ul style="list-style-type: none"> - 핀파트너십(FINN partnership): 신흥국 진출 기업에 대한 예비타당성 및 타당성조사, 사업계획 수립 지원 • 일본 <ul style="list-style-type: none"> - 해외 코디네이터 상담사업: 신흥국을 중심으로 확대 - 해외산업인재협회: 신흥국 경영자 교류사업, 외국인 사원에 대한 일본어 교육, 신흥국 전문인력 육성사업 등
ODA를 활용한 개도국 진출	<ul style="list-style-type: none"> • 핀란드 <ul style="list-style-type: none"> - 핀파트너십: ODA 수원국에 진출하는 중소기업 지원 • 일본 <ul style="list-style-type: none"> - 안건화·보증·실증사업: ODA와 연계한 중소기업 제품·기술 해외진출 지원 - BOP 비즈니스 개도국 진출지원
무역장벽 해소	<ul style="list-style-type: none"> • 미국 <ul style="list-style-type: none"> - 중소기업 특화 무역장벽 식별, 무역협정에 반영(TTIP) - FTA, APEC 등 국제협력으로 지재권, 통관절차 개선 - 양자간 중소기업 협력 - 개도국 WTO 무역원활화 협정 이행지원
해외 네트워크 강화	<ul style="list-style-type: none"> • 미국 <ul style="list-style-type: none"> - 상무부 산하 Foreign Commercial Services 확충 - 국제 중소기업 협력 강화 • 독일 <ul style="list-style-type: none"> - 독일 상공회의소의 현지시장 네트워크 구축 - BMBF, AIF를 통한 중소기업 국제기술협력 네트워크 • 일본 <ul style="list-style-type: none"> - 해외 코디네이터 상담사업: 제트로의 현지 민간기업과의 네트워크 구축 - 해외전개지원 플랫폼: 현지 관련기관 네트워크를 통한 원스톱 지원

자료: 제4장을 토대로 저자 정리.

Executive Summary

Major Countries' Policies for Supporting Internationalization of SMEs and their Implications

Jeong Gon Kim, Bo-Young Choi, Boram Lee, and Minyoung Lee

Recently, in Korea, the role of small and medium enterprises (SMEs) is receiving emphasis as an engine for economic growth. It is a trend that figures prominently in recent policies of the United States and Japan. Furthermore, Germany, which has traditionally had strong SMEs and Finland, currently overcoming the decline of Nokia by activating SMEs, are concentrating their efforts on re-establishing the foundations for growth of SMEs. The recent policies of these countries have something in common as they recognize internationalization as an important element in SME development. Internationalization of SMEs is significant for the national economy as it contributes to export increase, job creation, and globalization and growth of companies. In case of Korean SMEs, they have recently tended to diversify their exports and investment in emerging markets, but the share of exports and FDI of SMEs is shrinking. Therefore, this study assesses recent Korean policies and analyzes the determinants of export and investment of Korean SMEs, and derives implications for Korea based on the analyses of the policies of the aforementioned four countries.

Since 2013, the new government of Korea has been expanding the budget and establishing a support system for SMEs which emphasizes collaboration among institutions to eliminate the inefficiencies with respect to such support. Aside from this, there are also moves to bolster support for entry of these companies into emerging markets. However, there are some limitations (which

implies the need for improvement) such as a less-than-uniform supporting systems, lack of assistance based on their stage of internationalization, and breakup of supporting institutions. In addition, lack of industrial diversity in support measures is another important limitation, as support of internationalization of SMEs is mostly focused on manufacturing businesses. More specifically, efficiency of information provision, supporting overseas marketing, customized programs, and various forms of support for overseas expansion should be strengthened. According to the empirical analyses of this study, Korean SMEs currently show lower levels of increase in exports and investment through FTAs compared to large firms, and also more vulnerable to various obstacles such as complexity of foreign countries' contract and taxation systems, exchange rate volatility, and the geographical distance, etc. In addition, Korean SMEs tend to avoid exporting to countries that have complex customs procedures, and are more likely to export and invest in countries that have relatively low income per capita. This is possibly due to lack of competitiveness of Korean SMEs compared to large companies.

Keeping these results in mind, this study derives policy implications by analyzing SME internationalization policies and the outcomes in the US, Germany, Finland and Japan. First, Korea needs to strengthen the status of policies for internationalization of SMEs, by forming a high-level inter-ministerial committee that determines priorities at the national level and build collaborative mechanism involving all departments. Furthermore, enactment of laws regarding internationalization of SMEs must also be considered to ensure sustainability of policy.

Second, Korea's SME policy needs to focus on expanding the number of exporting companies. It is necessary to provide intensive support to the companies that have begun to export, and to strengthen the step-by-step support starting from preparation and market study to follow-up support. Furthermore,

operating countries and regions in the Export Incubator program should be expanded, and support for matching between SMEs and foreign buyers should be strengthened by taking advantage of local consulting firms and Korean Chamber of Commerce in activities abroad.

Third, support for internationalization of diverse non-manufacturing industries should be increased. In case of the services sector, respective policies are executed by different ministries which lead not only to less uniform support but also to hindrance of connectivity among supporting policies. Furthermore, support for various forms of internationalization is necessary as there is a tendency that internationalization of the service sector is made in different forms aside from direct exports. Therefore, it is required that a collaboration system be established among organizations of each service sector and organizations that can provide internationalization support such as KOTRA and SBC, etc.

Fourth, SME support measures should be provided to companies with competitiveness and strong commitment to internationalization. In particular, technology-intensive industries require longer time to develop products and technologies at the initial stage, and thus the industry has greater needs for a consistent system of support that include a broad range of support measures including technical development, commercialization, marketing, and overseas business. In this respect, establishment of a common support program incorporating projects of related organizations including those organizations that can provide support related to internationalization, technology, and finance; is needed. Korea has recently begun establishing the Creative Economy Innovation Centers in major cities across the country. These centers could serve as an effective SME support platform by providing one-stop support measures including technical development, business startup, overseas expansion, forming business relationship with foreign enterprises, and foreign investment.

Fifth, SME support measures should aim at diversification of overseas markets. Policymakers should not only strengthen its economic cooperation strategy and restructure the system of support measures towards emerging markets in which Korean enterprises have already started doing business, such as China, but also other emerging markets with high growth potential. There are diverse barriers to entering those emerging markets including the difficulty of finding potential overseas customers or partners, developing an effective marketing strategy, securing of human resources, and communication problems due to language barriers. In particular, contacting potential buyers is an important factor in facilitating SME internationalization, thus business matching support through events inviting interested business groups from emerging markets represents an example of an effective support measure.

Another task in strengthening the support for SME internationalization is to enhance SMEs' access to information by systematically supplying information published by diverse organizations. In addition, Korea needs to develop a mechanism for providing customized information to SMEs based on individual company profiles.

Based on the empirical findings of this study, there is growing demand for legal advisory services from SMEs doing business abroad, and establishment of an official center for support regarding legal matters and regulations could be an option to consider. Korea was designated as a leading country for civil and commercial dispute resolution at the 2009 APEC Summit. Active pursuance of capacity building projects related to creating a legal framework in developing countries will provide an enhanced legal safety net for Korean enterprises as well as harmonization with the domestic legal system.

Furthermore, emphasis should be given to the need for an enhanced overseas network. A solid overseas network could become a vital 'infrastructure' for internationalization of SMEs. One of the main tasks in this regard is the formation

of an amicable relationship with the local business community. Also, linkage between government and private organizations located overseas needs to be enhanced. In doing so, SME-support agencies should be gathered under one roof to increase access to government support for SMEs. This would also further improve networking among the supporting agencies, thus contributing to a more effective SME supporting mechanism.

Sixth, as forms of SMEs' internationalization become diverse, an integrated support system needs to be established covering exports, FDI and others. In this regard, Korean financial organizations in export/investment need to enhance their international competitiveness. There is also a growing demand for financial support from companies making direct investments. For instance, in case of a company that chooses to invest overseas, especially in developing countries, it is often difficult to secure financial support from local financial agencies. As the legal basis for direct support of domestic company's overseas business with limited or no domestic foundation is not easily found, we suggest establishing joint bilateral funds with major emerging countries.

Seventh, government efforts to address foreign business and trade barriers are very important in the support of internationalization of SMEs. As confirmed by the empirical analysis in this study, Korean government needs to consistently respond to issues related to foreign exchange fluctuation and make efforts to enhance FTA utilization of SMEs. International cooperation in customs is another area that demands attention. SMEs have high tendency to avoid doing business in regions where customs procedures are complex and difficult. Accordingly, Korea needs to pursue active international cooperation in customs and support emerging countries' trade facilitation projects. For instance, Korea could lead international efforts toward cooperation on Authorized Economic Operator (AEO) and continue efforts to remove trade barriers through bilateral channels such as FTA negotiations. In addition, Korea should actively put SME related

issues on the FTA negotiation table, organize a working group on SMEs to support enterprises doing business in the FTA partner country and pursue bilateral SME cooperation.

KIEP 연구보고서 발간자료 목록

- 2014년
 - 14-01 체제전환국의 경제성장 요인 분석: 북한 경제개혁에 대한 함의 / 정형곤 · 이재완 · 방호경 · 홍이경 · 김병연
 - 14-02 글로벌 불균형의 조정 전망과 세계경제적 함의 / 조종화 · 양다영 · 김수빈 · 이동은
 - 14-03 글로벌 금융위기 이후 국가간 자금흐름 분석과 시사점 / 임태훈 · 이동은 · 편주현
 - 14-04 주요 통화대비 원화 환율 변동이 우리나라 수출 경쟁력에 미치는 영향 / 윤덕룡 · 김수빈 · 강삼모
 - 14-05 한국의 FTA 10년 평가와 향후 정책방향 / 김영귀 · 금혜윤 · 유세별 · 김양희 · 김한성
 - 14-06 포스트 발리 DDA 협상의 전개방향 분석과 한국의 협상대책 / 서진교 · 김민성 · 송백훈 · 이창수
 - 14-07 TPP 주요국 투자 및 서비스 장벽 분석: 기체결 협정문 및 양허 분석을 중심으로 / 김종덕 · 강준구 · 엄준현 · 이주미
 - 14-08 국내 R&D 투자가 수출 및 해외직접투자에 미치는 영향: 생산성 변화를 중심으로 / 이승래 · 김혁황 · 이준원 · 박지현
 - 14-09 무역구제조치가 수출입에 미치는 영향 분석: 반덤핑조치를 중심으로 / 이승래 · 박혜리 · 엄준현 · 선주연
 - 14-10 해외 곡물 확보를 위한 한국의 대응방안 / 문진영 · 김윤옥 · 이민영 · 이성희
 - 14-11 주요국의 중소기업 해외진출 지원전략과 시사점 / 김정곤 · 최보영 · 이보람 · 이민영
 - 14-12 Post-2015 개발자원 확대 논의와 한국의 대응방안 / 정지원 · 권 율 · 정지선 · 이주영 · 송지혜 · 유애라
 - 14-13 일본의 FTA 추진전략과 정책적 시사점 / 김규판 · 이형근 · 김은지 · 이신애

- 14-14 중국 국유기업의 개혁에 대한 평가 및 시사점 /
문익준 · 최필수 · 나수연 · 이효진 · 이장규 · 박민숙
- 14-15 중국 신흥도시의 소비시장 특성과 기업의 진출전략 /
김부용 · 박진희 · 김홍원 · 이형근 · 최지원 · 張 博
- 14-16 중국의 문화 콘텐츠 발전현황과 지역별 협력방안 /
노수연 · 정지현 · 강준구 · 오종혁 · 김홍원 · 이한나
- 14-17 동남아 해외송금의 개발효과 분석 /
오윤아 · 이 용 · 김유미 · 박나리 · 신민금
- 14-18 동남아 주요국 노동시장의 환경변화와 우리나라의
대응전략 / 곽성일 · 배찬권 · 정재완 · 이재호 · 신민이
- 14-19 인도의 FTA 확대가 한·인도 교역에 미치는 영향 /
이 용 · 조충제 · 최윤정 · 송영철 · 이정미
- 14-20 멕시코 경제환경 변화와 한·멕시코 경제협력 확대방안 /
권기수 · 김진오 · 박미숙 · 이시은
- 14-21 미국의 제조업 경쟁력 강화정책과 정책 시사점 /
김보민 · 한민수 · 김종혁 · 이성희 · 고희채
- 14-22 유럽 주요국의 산업경쟁력 제고정책과 시사점 /
강유덕 · 이철원 · 오태현 · 이현진 · 김준엽
- 14-23 러시아의 극동·바이칼 지역 개발과 한국의 대응방안 /
제성훈 · 민지영 · 강부균 · Sergey Lukonin
- 14-24 중동지역 산업 및 금융환경의 변화와 한·중동 금융협력
방안 / 이권형 · 손성현 · 박재은
- 14-25 적정기술 활용을 통한 대(對)아프리카 개발협력
효율화방안 / 박영호 · 김예진 · 장종문 · 권유경

■ 2013년

- 13-01 동아시아의 가치사슬구조와 역내국간 FTA의 경제적 효과 분석 / 최낙균 · 김영귀
- 13-02 글로벌 유동성 확대가 세계경제에 미치는 영향과 정책 대응 / 이동은 · 양다영 · 강은정 · 박영준
- 13-03 개방경제하에서의 소득분위별 후생수준 변화 / 정 철 · 이준원 · 김봉근 · 전영준
- 13-04 금융개방의 경제적 효과와 과제 / 윤덕룡 · 송치영 · 김태준 · 문우식 · 유재원 · 채희울
- 13-05 FTA의 경제적 효과 추정 방법론 개선에 관한 연구 / 김영귀 · 배찬권 · 금혜윤
- 13-06 DDA 협상 조기수확 패키지의 경제적 효과분석과 정책 대응 / 서진교 · 오수현 · 박지현 · 김민성 · 이창수
- 13-07 금융통합이 금융위기에 미치는 영향 / 이동은 · 강은정 · 편주현 · 안지연
- 13-08 무역 및 투자 개방이 한국의 FDI에 미치는 영향 / 김종덕 · 이승래 · 김혁황 · 강준구
- 13-09 대외개방이 국내 노동시장의 숙련구조에 미치는 영향 / 배찬권 · 선주연 · 김정근 · 이주미
- 13-10 국제 공유지의 효율적 활용을 위한 거버넌스 연구 / 문진영 · 김보민 · 이성희 · 김윤옥 · 홍이경 · 이민영
- 13-11 녹색기후기금(GCF)의 당면과제와 우리의 대응방안 / 정지원 · 서정민 · 문진영 · 송지혜
- 13-12 아·태 역내 생산 네트워크와 APEC 경제협력: 중간재 교역을 중심으로 / 정 철 · 박순찬 · 박인원 · 임경수
- 13-13 신북방 경제협력의 필요성과 추진방향 / 정여천 · 제성훈 · 강부균 · 최필수 · 김부용 · 김지연
- 13-14 중국의 동북지역 개발과 신북방 경제협력의 여건 / 문익준 · 이혁구 · 전재욱
- 13-15 러시아 극동·바이칼 지역의 개발과 신북방 경제협력의 여건 / 조영관 · 엄구호 · 강명구
- 13-16 중국의 정치경제 변화에 따른 북한경제의 진로와 남북경협의 방향 / 정형근 · 이유진 · 안병민

- 13-17 중국의 중장기 경제개혁 과제와 전망 /
양평섭 · 나수엽 · 남수중 · 이상훈 · 이혁구 · 유호림 · 조현준 ·
최의현 · 장영석
- 13-18 중국의 녹색성장 전략과 한·중 무역에 대한 시사점 /
문익준 · 정지현 · 나수엽 · 박현정 · 이효진
- 13-19 중국의 신흥시장 진출과 한국의 대응방안:
동남아, 중남미, 아프리카를 중심으로 /
최필수 · 박영호 · 권기수 · 정재완 · 이효진
- 13-20 중국의 채권 · 외환시장 변화가 우리나라에 미치는 영향 /
문익준 · 양다영 · 허 인
- 13-21 중국 권역별 · 성별 내수시장 특성과 진출전략 /
양평섭 · 정지현 · 노수연 · 김부용 · 박현정 · 임민경 ·
오중혁 · 김홍원 · 박진희 · 이상희
- 13-22 동남아 주요 신흥국가와의 산업협력 강화전략 /
김태윤 · 정재완 · 이재호 · 신민규 · 박나리 · 김유미
- 13-23 일본 재정의 지속가능성과 재정규율에 관한 연구 /
김규관 · 이형근 · 김은지 · 서영경
- 13-24 유럽의 사례를 통해 본 복지와 성장의 조화방안 연구 /
강유덕 · 오태현 · 이철원 · 이현진 · 김준엽
- 13-25 인도의 경제개혁 이후 노동시장의 변화와 시사점 /
이 용 · 송영철 · 조충제 · 최윤정
- 13-26 MENA 지역의 보건의료산업 동향 및 국내 산업과의
연계방안 / 이권형 ·곽성일 ·박재은 ·손성현
- 13-27 해외 정책금융기관 활용을 통한 아프리카 건설 · 플랜트
시장진출 방안 / 박영호 · 장종문 · 전혜린 · 김영기
- 13-28 중남미 다국적기업을 활용한 대중남미 경제협력
확대방안 / 권기수 · 김진오 · 박미숙 · 이시은 · 임태균

■ 2012년

- 12-01 무역이 고용 및 부가가치에 미치는 영향 분석과 정책
시사점 / 최낙균 · 한진희
- 12-02 DDA 협상 지연의 요인 분석과 국제적 대응방안 /
김준동 · 서진교 · 송백훈 · 안덕근
- 12-03 한국 기발효 FTA의 경제적 효과 분석 /
배찬권 · 김정곤 · 금혜윤 · 장용준
- 12-04 무역자유화 효과의 실증분석과 정책 대응: 소비자후생을
중심으로 / 서진교 · 정 철 · 이준원 · 정윤선
- 12-05 경제개방과 R&D 정책의 상호작용에 대한 평가와
시사점 / 김영귀 · 김종덕 · 강준구 · 김혁황
- 12-06 저탄소 녹색성장정책과 다자무역규범 간의 조화:
주요 쟁점과 정책 시사점 /
Sherzod Shadikhodjaev · 서정민 · 김민성 · 이재형
- 12-07 신기후변화체제하에서 한국의 대응전략:
새로운 감축-지원 통합 메커니즘의 모색 /
서정민 · 정지원 · 박혜리 · 조명환
- 12-08 국가 채무가 국가 신용도에 미치는 영향 분석 /
허 인 · 안지연 · 양다영
- 12-09 글로벌 금융위기 이후 주요국 거시금융 정책의 평가와
시사점 / 이동은 · 편주현 · 양다영
- 12-10 금융시장을 통한 효율적 환헷지 방안과 정책적 시사점 /
윤덕룡 · 박은선 · 강삼모
- 12-11 대규모 외부충격(disasters)이 거시경제 및 금융시장에
미치는 영향 / 안지연 · 이동은 · 박영준 · 강은정
- 12-12 유럽 재정위기의 원인과 유로존의 개혁과제 /
강유덕 · 김균태 · 오태현 · 이철원 · 이현진
- 12-13 한·중·일 경제협약체 구상 /
이창재 · 방호경 · 나승권 · 이보람
- 12-14 최빈개도국 개발과제와 한국의 ODA 정책방향 /
권 율 · 정지원 · 정지선 · 이주영
- 12-15 G2 시대 일본의 대중(對中) 경제협력 현황과 시사점 /
김규판 · 이형근 · 김은지

- 12-16 중국 도시화의 시장 창출 효과와 리스크 분석 /
최필수 · 이상훈 · 문익준 · 나수엽
- 12-17 중국기업 연구개발 투자의 특징과 시사점 /
문익준 · 박민숙 · 나수엽 · 여지나 · 은중하
- 12-18 중국 · 대만 · 홍콩의 경제통합과 정책적 시사점 /
이승신 · 양평섭 · 문익준 · 노수연 · 정지현 · 여지나
- 12-19 러시아의 해외직접투자 패턴과 한국의 투자 유치
확대방안 / 이재영 · 이성봉 · Alexey Kuznetsov · 민지영
- 12-20 한국의 메콩 지역개발 중장기 협력방안: 농업, 인프라 및
인적자원개발을 중심으로 /
김태윤 · 정재완 · 이재호 · 신민금 · 박나리
- 12-21 동남아 주요 국가들의 인력송출 현황과 한국의 대응방안 /
오윤아 · 허재준 · 강대창 · 김유미 · 신민금
- 12-22 아시아 주요국의 대인도 경제협력 현황과 시사점 /
조충제 · 송영철 · 최윤정 · 이 용 · 정혜원
- 12-23 안데스 자원부국과의 경제협력 확대 방안:
베네수엘라, 에콰도르, 볼리비아를 중심으로 /
권기수 · 김진오 · 박미숙 · 이시은
- 12-24 중동지역 정세변화에 따른 대중동 新경제협력 방안 모색 /
한바란 · 최필수 · 윤서영 · 손성현 · 박재은 · 전해린 · 이시욱
- 12-25 아프리카 건설 · 플랜트 시장특성 분석 및 한국의
진출방안 / 박영호 ·곽성일 · 전해린 · 장종문
- 12-26 북한의 시장화 현황과 경제체제의 변화 전망 /
정형근 · 김병연 · 이 석
- 12-27 글로벌 금융위기 이후 미국경제의 진로모색과 시사점 /
박복영 · 김종혁 · 고희채 · 박경로
- 12-28 글로벌 금융위기 이후 일본경제의 진로모색과 시사점 /
정성춘 · 김규관 · 이형근 · 김은지 · 이우광
- 12-29 글로벌 금융위기 이후 EU 금융감독 및 규제변화 /
강유덕 · 김균태 · 오태현 · 이철원 · 이현진 · 채희율

■ 2011년

- 11-01 미국·캐나다의 녹색성장 전략과 시사점 /
고희채 · 이준규 · 오민아 · 이보람
- 11-02 동북아 경제협력에서 동아시아 경제통합까지:
동아시아 시대를 향하여 / 이창재 · 방호경
- 11-03 신국제통화체제: 필요성 및 대안 분석 /
윤덕룡 · 오승환 · 백승관
- 11-04 국제금융에서 중국의 위상 변화와 시사점 /
박복영 · 오승환 · 정용승 · 박영준
- 11-05 대외 위협요인 진단과 거시경제효과 분석 /
이동은 · 강은정 · 박영준
- 11-06 국제 단기자본 규제 효과 분석 및 시사점 /
허 인 · 안지연 · 양다영
- 11-07 글로벌 금융위기 이후 국제경제환경의 변화와 한국의
대외경제정책 방향(1, 2권) / 박복영 편
- 11-08 동아시아 발전모델의 평가와 향후 과제: 영·미
모델과의 비교를 중심으로 /
조종화 · 박영준 · 이형근 · 양다영
- 11-09 국제곡물가격의 변동성 요인분석과 한국의 정책적 대응 /
서진교 · 이준원 · 김한호
- 11-10 한·EU FTA 이후 대EU 통상정책의 방향과 전략 /
강유덕 · 이철원 · 이현진 · 오현정
- 11-11 한국의 일반특혜관세제도(GSP) 도입 추진 방향 /
조미진 · 김영귀 · 박지현 · 강준하
- 11-12 개방화 효과 극대화를 위한 경쟁구조에 대한 연구 /
김영귀 · 박혜리 · 금혜윤
- 11-13 한국의 중간재 교역 결정요인과 생산성 파급효과에 관한
연구 / 김영귀 · 강준구 · 김혁황 · 현혜정
- 11-14 무역상 기술장벽(TBT)이 무역에 미치는 영향과 정책적
대응방안 / 장용준 · 서정민 · 김민성 · 양주영
- 11-15 글로벌시대의 보호무역에 대한 경제적 비용분석과 정책
시사점 / 최낙균 · 김정근 · 박순찬
- 11-16 APEC 경제통합과 원산지규정: 경제적 효과와 APEC의
협력 과제 / 김상겸 · 박인원 · 박순찬 · 임경수

- 11-17 국제사회의 남남협력 현황과 우리의 추진방안 / 권 울 · 정지선 · 박수경 · 이주영
- 11-18 일본 제조업의 경쟁력 실태분석과 시사점 / 김규관 · 이형근 · 김은지
- 11-19 한·중·일 서비스산업 직접투자 현황과 역내협력 활성화 방안 / 정형곤 · 방호경 · 나승권 · 윤미경
- 11-20 중국의 보조금 현황과 주요국의 대응사례 연구 / 박월라 · Sherzod Shadikhodjaev · 나수엽 · 여지나 · 마 광
- 11-21 북한의 투자유치정책 변화와 남북 경험 방향 / 정형곤 · 감지연 · 이종원 · 홍익표
- 11-22 베트남 및 인도네시아 진출 한국기업의 경영실태와 생산성 분석 / 김태윤 · 이재호 · 정재완 · 백유진 · 강대창
- 11-23 세계 주요국의 아프리카 진출 전략 및 시사점 / 박영호 · 전해린 · 김성남 · 김민희
- 11-24 브라질 경제의 부상과 한·브라질 산업협력 확대 방안 / 권기수 · 김진오 · 박미숙 · 고희채
- 11-25 인도 주별 성장패턴 전망과 정책 시사점 / 조충제 · 최윤정 · 송영철
- 11-26 CIS의 경제통합 추진현황과 정책 시사점: 관세동맹을 중심으로 / 이재영 · Sherzod Shadikhodjaev · 박순찬 · 황지영
- 11-27 대중국 경제협력 및 무역투자 활성화 방안: 내수시장 진출과 투자 활성화를 중심으로 / 이승신 · 최필수 · 김부용 · 여지나 · 박민숙 · 임민경
- 11-28 인도진출 한국기업 경영실태 및 성과분석 / 조충제 · 최윤정 · 송영철 · 손승호
- 11-29 한국·인도네시아 중장기 경제협력 방안 연구: 지역개발과 인적자원을 중심으로 / 강대창 · 김규관 · 오윤아 · 이재호 · 신민금 · Siwage Dharma Negara · Latif Adam
- 11-30 남미공동시장(MERCOSUR) 20년 평가와 시사점 / 김진오 · 권기수 · 고희채 · 박미숙 · 김형주
- 11-31 중동 노동시장 현황 및 우리의 대응: 사우디아라비아와 UAE를 중심으로 / 한바란 · 윤서영 · 박광순

김정곤(金廷坤)

서울대학교 국어국문학과 졸업
서강대학교 국제대학원 국제통상학 석사
서강대학교 국제대학원 국제통상학 박사
대외경제정책연구원 국제협력정책실 협력정책팀 부연구위원
(現, E-mail: jgkim@kiep.go.kr)

저서 및 논문

『한국 기발호 FTA의 경제적 효과 분석』 (공저, 2012)
『주요국의 창조산업 해외진출전략과 시사점』 (공저, 2013) 외

최보영(崔輔榮)

경희대학교 경제학 학사
고려대학교 경제학 석사
미국 University of California, Davis 경제학 박사
대외경제정책연구원 국제협력정책실 협력정책팀 부연구위원
(現, E-mail: bychoi@kiep.go.kr)

저서 및 논문

“Three Essays on Tariff Pass-through”
『GTI 회원국의 무역원활화 현황 및 역내 협력방안』 (2014) 외

이보람(李보람)

이화여자대학교 중어중문학과, 동아시아연계학과 졸업
이화여자대학교 국제대학원 국제통상학 석사 졸업
대외경제정책연구원 국제협력정책실 협력정책팀 연구원
(現, E-mail: brlee@kiep.go.kr)

저서 및 논문

『한·중·일 경제협의회체 구상』 (공저, 2012)

『한·중·일 3국 환경상품 교역의 특성: 경쟁력 패턴분석을 중심으로』 (공저, 2013) 외

이민영(李民英)

고려대학교 통계학과 졸업
서울대학교 국제대학원 국제학(국제통상 전공) 석사
대외경제정책연구원 국제협력정책실 협력정책팀 연구원
(現, E-mail: mylee@kiep.go.kr)

저서 및 논문

『신흥국의 국가리스크 비교분석 및 시사점』 (공저, 2013)

『해외 곡물 확보를 위한 한국의 대응방안』 (공저, 2014) 외

연구보고서 14-11

주요국의 중소기업 해외진출 지원전략과 시사점

2014년 12월 26일 인쇄

2014년 12월 30일 발행

발행인 이 일 형

발행처 대외경제정책연구원

339-007 세종특별자치시 시청대로 370

세종국책연구단지 경제정책동

전화: 044)414-1114 FAX: 044)414-1122,1199

인쇄 경성문화사 전화 02)786-2999

등록 1990년 11월 7일 제16-375호

ISBN 978-89-322-1514-3 94320
978-89-322-1072-8(세트)

정가 12,000원

KIEP 발간자료회원제 안내

- 본 연구원에서는 본원의 연구성과에 관심있는 專門家, 企業 및 一般에 보다 개방적이고 효율적으로 연구 내용을 전달하기 위하여 「발간자료회원제」를 실시하고 있습니다.
- 발간자료회원으로 가입하시면 본 연구원에서 발간하는 모든 보고서 및 세미나자료 등을 대폭 할인된 가격으로 신속하게 구입하실 수 있습니다.

■ 회원 종류 및 연회비

회원종류	배포자료	연간회비		
		기관회원	개인회원	연구자회원*
S	외부배포 발간물 일체	30만원	20만원	10만원
A	Journal of East Asian Economic Integration	8만원		4만원

* 연구자 회원: 교수, 연구원, 학생, 전문가풀 회원

■ 가입방법

우편 또는 FAX 이용하여 가입신청서 송부 (수시접수)
 339-007 세종특별자치시 시청대로 370 세종국책연구단지 경제정책동
 대외경제정책연구원 지식정보실 출판팀
 연회비 납부 문의전화: 044) 414-1179 FAX: 044) 414-1144
 E-mail: sklee@kiep.go.kr

■ 회원특전 및 유효기간

- S기관회원의 특전: 본 연구원 해외사무소(美 KEI) 발간자료 등 제공
- 자료가 출판되는 즉시 우편으로 회원에게 보급됩니다.
- 모든 회원은 회원가입기간 동안 가격인상에 관계없이 신청하신 종류의 자료를 받아보실 수 있습니다.
- 본 연구원이 주최하는 국제세미나 및 정책토론회에 무료로 참여하실 수 있습니다.
- 연회원기간은 加入月로부터 다음해 加入月까지입니다.

KIEP 발간자료회원제 가입신청서

기관명 (성명)	(한글) _____ (한문) _____ (영문: 약호 포함)
대표자	
발간물 수령주소	우편번호 _____
담당자 연락처	전화 _____ E-mail : _____ FAX _____
회원소개 (간략히)	
사업자 등록번호	종목 _____

회원분류 (해당난에 표시를 하여 주십시오)

기관회원 <input type="checkbox"/>	S 발간물일체	A 계간지
개인회원 <input type="checkbox"/>		
연구자회원 <input type="checkbox"/>		

* 회원번호

* 갱신통보사항

(* 는 기재하지 마십시오)

특기사항

Major Countries' Policies for Supporting Internationalization of SMEs and their Implications

Jeong Gon Kim, Bo-Young Choi, Boram Lee,
and Minyoung Lee

최근 경제성장의 동력으로서 중소기업의 역할이 다시금 강조되고 있다. 이러한 추세는 미국과 일본의 최근 정책에 나타나고 있으며, 전통적인 중소기업 강국인 독일과, 노키아의 쇠락을 중소기업 활성화를 통해 극복하고 있는 핀란드도 중소기업 성장 기반 구축에 지속적인 노력을 기울이고 있다. 이들의 최근 정책은 해외진출 활성화를 중소기업 발전의 중요한 요소로 인식하고 있다는 공통점을 갖고 있다. 우리나라 중소기업은 새로운 경제성장의 동력으로 그 역할을 쇄신해야 할 기로에 놓여 있으며, 해외진출은 그 중요한 척도가 될 것이다. 이 연구는 우리나라의 중소기업 해외진출 지원정책에 대한 점검과 우리 중소기업의 수출·투자 결정요인에 대한 실증 분석을 바탕으로, 상기 4개국의 정책을 구체적으로 분석하여 글로벌 경쟁 속에서 한국의 새로운 중소기업 해외진출 지원정책 수립에 기여하고자 한다.

KIEP 대외경제정책연구원
Korea Institute for International Economic Policy

339-007 세종특별자치시 시청대로 370
세종국책연구단지 경제정책동
T.044-414-1114 F.044-414-1122, 1199
<http://www.kiep.go.kr>



ISBN 978-89-322-1514-3
978-89-322-1072-8(세트)

정가 12,000원