

기본연구  
2010-19

## 충남 중소기업 지원서비스에 관련된 두 가지 에세이

에세이 1: 중소기업 지원서비스의 지역경제파급효과분석  
에세이 2: 중요도-만족도 분석(IPA)을 통한 지원서비스의 개선방안

김양중 · 김동준 · 김정선

기본연구  
2010-19

충남 중소기업 지원서비스에 관련된 두 가지 에세이

2010.12

충남발전연구원

ISBN : 978-89-6124-153-3 03350

# 충남 중소수출기업 지원서비스에 관련된 두 가지 에세이

에세이 1: 중소수출기업 지원서비스의 지역경제파급효과분석

에세이 2: 중요도-만족도 분석(IPA)을 통한 지원서비스의 개선방안

김양중 · 김동준 · 김정선



# 발 간 사

최근 정부는 일자리 창출을 국정 의 과제로 삼고 “사회적 기업”과 “자립형 지역공동체(CB)” 등 지역내 취약계층에게 일자리를 제공할 수 있는 다양한 사업들을 추진하고 있다. 2010년은 그 어느 해보다 “사회적기업”에 대한 사회적 관심이 높은 한해였다. 그러나 일련의 경제위기에 따른 내수의 부진으로 이들 사업의 획기적 성과만을 기대할 수는 없는 것도 현실이다.

이처럼 일자리창출은 충남뿐만 아니라 타시도에게도 어려운 도전이자 과제이기도 하다. 특히 충남은 전국가구 월평균 소득의 60% 이하인 취약가구 비중이 53.5%로 가장 높아 이에 대한 정책대응이 필요한 시점이다. 이와 같은 상황에서 강소수출기업육성을 통한 고용창출은 일자리 창출의 좋은 대안이 될 수 있다.

충남은 도내 중소기업의 수출지원을 위해 무역사절단 파견, 해외전시회, 박람회 참가 등 다양한 지원사업을 추진하여, 2010년 544억 달러라는 수출 성과를 달성하였다. 이와 같은 수출의 증대는 고용창출을 물론 지역경제의 활성화에 매우 긍정적인 효과를 가져 온다고 할 수 있다.

최근 일련의 경제위기가 지역경제를 더욱 어렵게 하고 있는 상황에서 2010년 544억 달러의 수출성과는 매우 고무적인 일이며 지속적인 수출지원이 이루어진다면 충남은 2020년경 1,000억 달러 수출달성도 가능할 것으로 믿어 의심치 않으며, 수출확대를 통한 양질의 일자리 창출이 더 많이 이루어지길 기대한다.

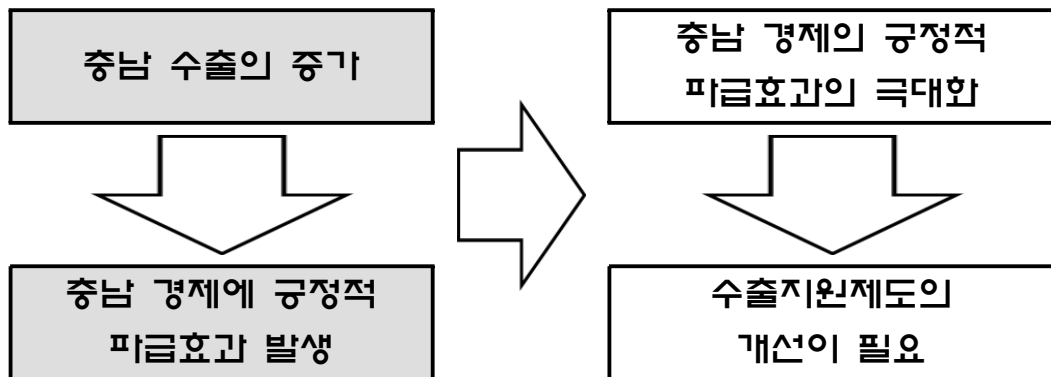
끝으로 연구를 수행한 지역경제연구부의 김양중 책임연구원과 원내외 자문위원 및 심의위원들에게 감사를 드린다.

2010년 12월 31일  
충남발전연구원장 박 진 도



# 연구요약

## 1. 연구의 필요성



투자의 파급효과(IO분석)는 과대평가되는 경우가 많음. 투자의 파급효과(IO분석)는 투자의 긍정적 효과만 보지 그로인해 발생하는 부정적 효과를 볼 수 없음 (예를 들면 SSM의 경우가 그러함. 주변 상권의 몰락으로 인한 악영향과 실업 발생 등은 고려되지 않음) 그러나 수출의 파급효과는 해외시장에서 다른 나라와의 경쟁이라는 점에서 부정적 효과가 거의 발생하지 않음.

- 수출의 증대는 고용창출, 지역경제 활성화 등 지역경제에 매우 긍정적인 파급효과를 가져옴
- 이처럼 수출의 증대는 지역경제를 성장시키고 발전시킬 수 있는 주요 수단
- 그러나 충남은 수도권의 규제완화, 대내외 불확실성, 기업의 투자 심리 저하 등 불안요소가 상존
- 이에 충남은 일자리 창출과 지역경제의 새로운 활력을 부여할 수 있는 국제통상의 비전과 목표제시가 필요한 시점

## 2. 연구의 목적

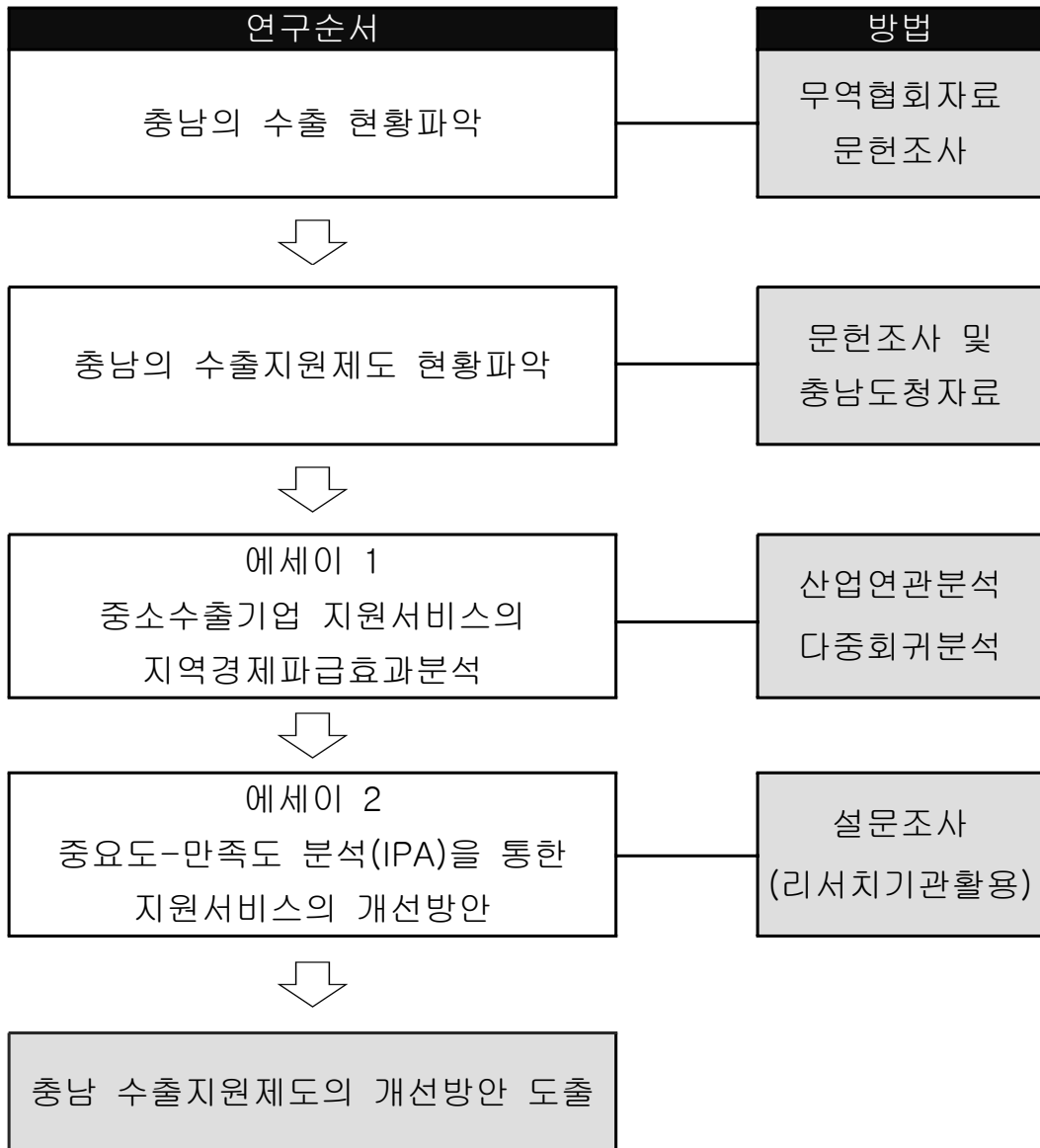
- 충남 차원의 다양한 수출지원사업이 추진되고 있다고는 하지만 홍보의 부족, 적은 예산, 부족한 전문인력 등으로 인해 사업이 지속적·효율적으로 추진되지 못하고 있음
- 이는 충남 중소수출기업의 수출지원사업에 대한 참여와 신뢰를 떨어뜨리는 원인
- 따라서 본 연구는 충남수출의 비전과 목표를 달성할 수 있도록 충남 수출지원제도의 발전방안을 모색하는 것이 최종 목표임

연구의 목적
충남 수출지원제도의 개선방안 도출



충남의 수출지원을 받은 적이 있는 중소수출기업을 대상으로 설문조사를 실시하여 기업의 니즈(Needs)를 파악
--

### 3. 연구의 방법





## 4. 분석 결과

### 1) 에세이1: 중소수출기업 지원서비스의 지역경제파급효과분석

- 충남의 수출 10억당 충남에서 12.9억, 타지역에서 7.1억의 생산을 유발
- 충남의 수출 10억당 충남에서 3.4억, 타지역에서 2.4억의 부가가치를 유발
- 충남의 수출 10억당 충남에서 4.1명, 타지역에서 4.0명의 취업을 유발

#### ○ 충남 수출의 각종유발계수(2005)

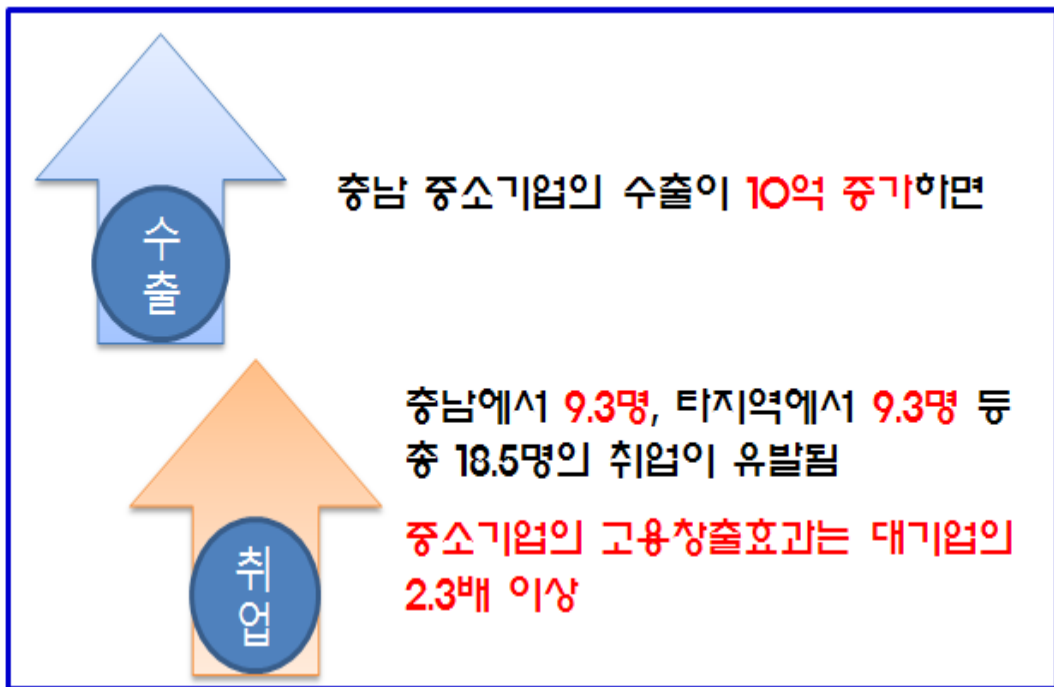
	충남	타지역	총계
생산유발계수	1.29	0.71	2.00
부가가치유발계수	0.34	0.24	0.58
취업유발계수	4.06	4.04	8.10

주: 지역산업연관표의 경우 이용할 수 있는 최신자료는 한국은행에서 발행한 '2005년 지역산업연관표(2009)' 임

- 이처럼 대기업을 포함할 경우 수출 10억당 취업유발계수는 8.10명이고 직접적인 고용효과만을 나타내는 고용유발계수는 6.19명

※ 취업유발계수는 피용자수에다 자영업자 및 무급가족 종사자를 포함

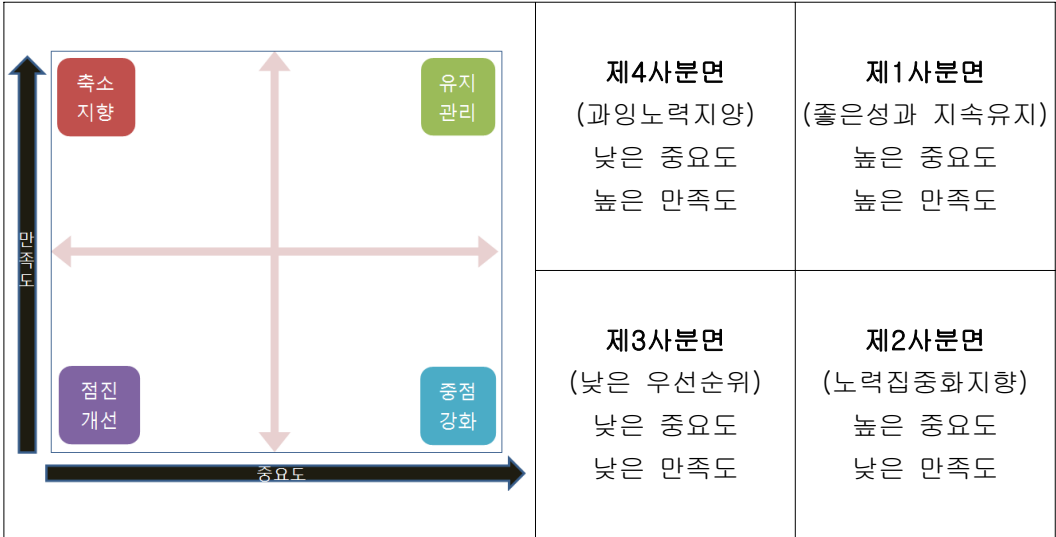
- 그러나 중소기업만을 대상으로 할 경우 수출 10억당 취업유발계수는 18.52명이며 직접적인 고용효과만을 나타내는 고용유발계수는 13.95명으로 중소기업의 고용창출효과는 대기업을 2.3배 이상



## 2) 에세이 2: 중요도-만족도 분석(IPA)을 통한 지원서비스의 개선방안

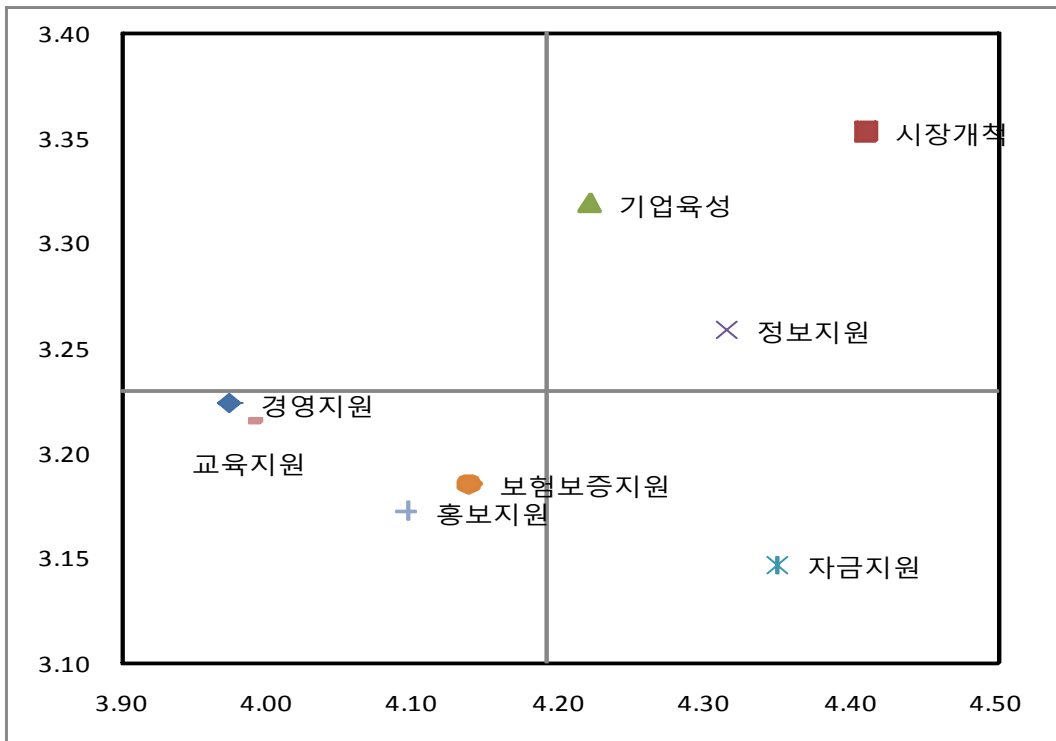
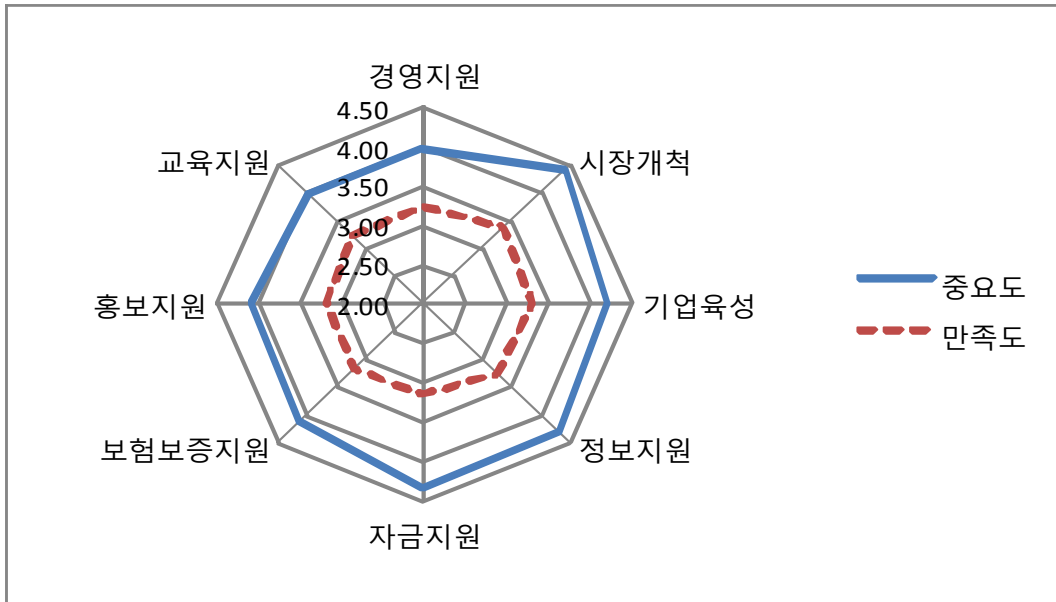


○ IPA의 개념설명

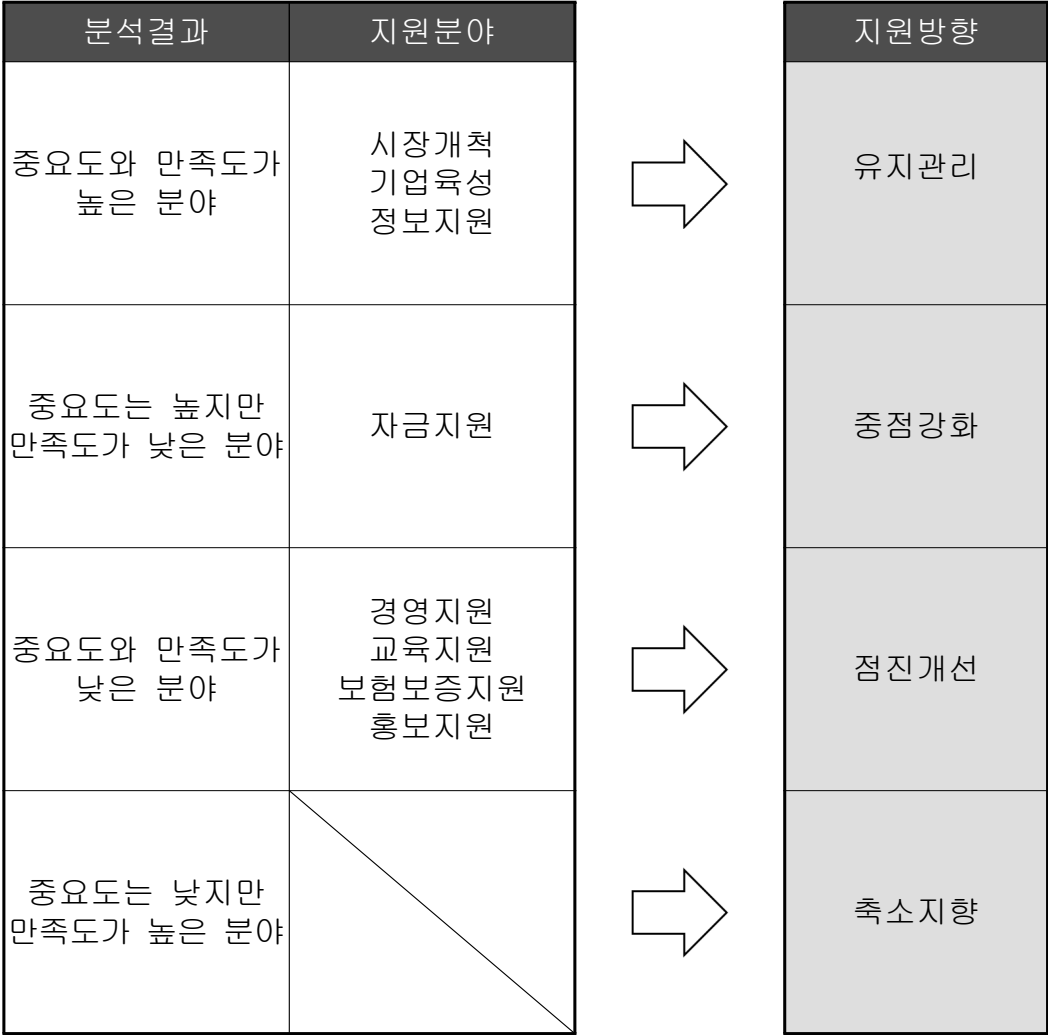


구분		내용
제1사분면	유지 관리	수출기업에게 매우 중요한 지원제도인 동시에 수출지원기관에서의 높은 실행능력 보유
제2사분면	중점 강화	높은 중요도에 비해 수출기업이 가장 불만족하는 지원영역, 개선노력의 집중이 필요
제3사분면	점진 개선	중요도와 만족도 모두 낮은 영역, 과도한 노력과 투자는 자제가 필요함
제4사분면	축소지향	낮은 중요도에 비해 높은 만족도 보유영역, 지원상 투자의 과잉요소가 존재

○ 우리나라의 수출지원제도에 대한 IPA 분석결과



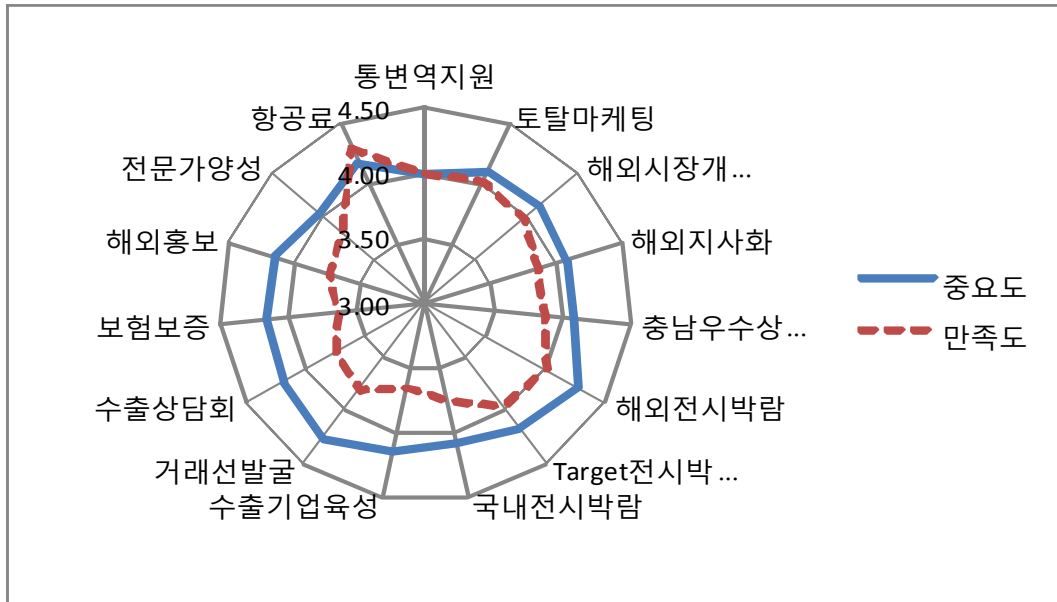
○ 우리나라의 수출지원제도에 대한 IPA 분석결과 설명



○ 우리나라의 수출지원제도에 대한 IPA 매뉴얼

	구분	가장 중요한 지원분야	유지관리	중점강화	점진개선	축소지향
간접제	농림수산	시장개척	시장개척 기업육성	정보지원 자금지원	교육지원 홍보지원	보험보증지원 경영지원
	화학공업	자금지원	시장개척 기업육성	자금지원 정보지원	홍보지원 보험보증지원	경영지원
	철강기계	정보지원	시장개척 정보지원 기업육성	홍보지원	자금지원 보험보증지원 경영지원 교육지원	
	전자전기	시장개척	기업육성 정보지원 시장개척	자금지원	경영지원 홍보지원 보험보증지원	교육지원
	기타산업	자금지원	시장개척 정보지원 보험보증지원	자금지원	경영지원	홍보지원 교육지원 기업육성
간접제	1억이하	시장개척	기업육성 시장개척 정보지원	보험보증지원 자금지원	홍보지원 경영지원	교육지원
	1억~10억이하	시장개척 자금지원	기업육성 시장개척 정보지원	보험보증지원 자금지원	홍보지원 경영지원	교육지원
	10억 초과	시장개척	시장개척 기업육성 정보지원	자금지원	보험보증지원 홍보지원	경영지원 교육지원
수출간접제	미주	시장개척	시장개척 기업육성	정보지원 자금지원	홍보지원 교육지원 보험보증지원	경영지원
	일본	시장개척 정보지원	기업육성 시장개척 정보지원	자금지원	보험보증지원 홍보지원	교육지원 경영지원
	중국	정보지원	시장개척 정보지원	자금지원 보험보증지원	홍보지원 기업육성	경영지원 교육지원
	동남아	시장개척	시장개척 보험보증지원	정보지원 자금지원	경영지원 교육지원	기업육성 홍보지원
	기타국	시장개척	기업육성 정보지원	자금지원 시장개척	보험보증지원 홍보지원 경영지원	교육지원
수출기간별	5년미만	자금지원	시장개척 경영지원	자금지원 정보지원	기업육성 홍보지원 교육지원	보험보증지원
	5년~10년미만	시장개척	기업육성 시장개척 정보지원	보험보증지원 자금지원	경영지원 홍보지원	교육지원
	10년이상	시장개척	정보지원 시장개척 기업육성	자금지원 보험보증지원	경영지원 교육지원 홍보지원	

○ 충남 수출지원사업에 대한 IPA 분석결과





○ 충남 수출지원사업에 대한 IPA 분석결과 설명

분석결과	사업명		사업방향
중요도와 만족도가 높은 사업	항공료지원 해외전시박람회 타겟전시박람회	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 사업	거래선발굴 수출상담회 해외홍보 수출기업육성 보험보증	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 사업	해외지사화 충남우수상품전 전문가양성 국내전시박람회	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 사업	통번역지원 토탈마케팅 해외시장개척단	➡	축소지향

## ○ 충남 수출지원사업에 대한 IPA 매뉴얼

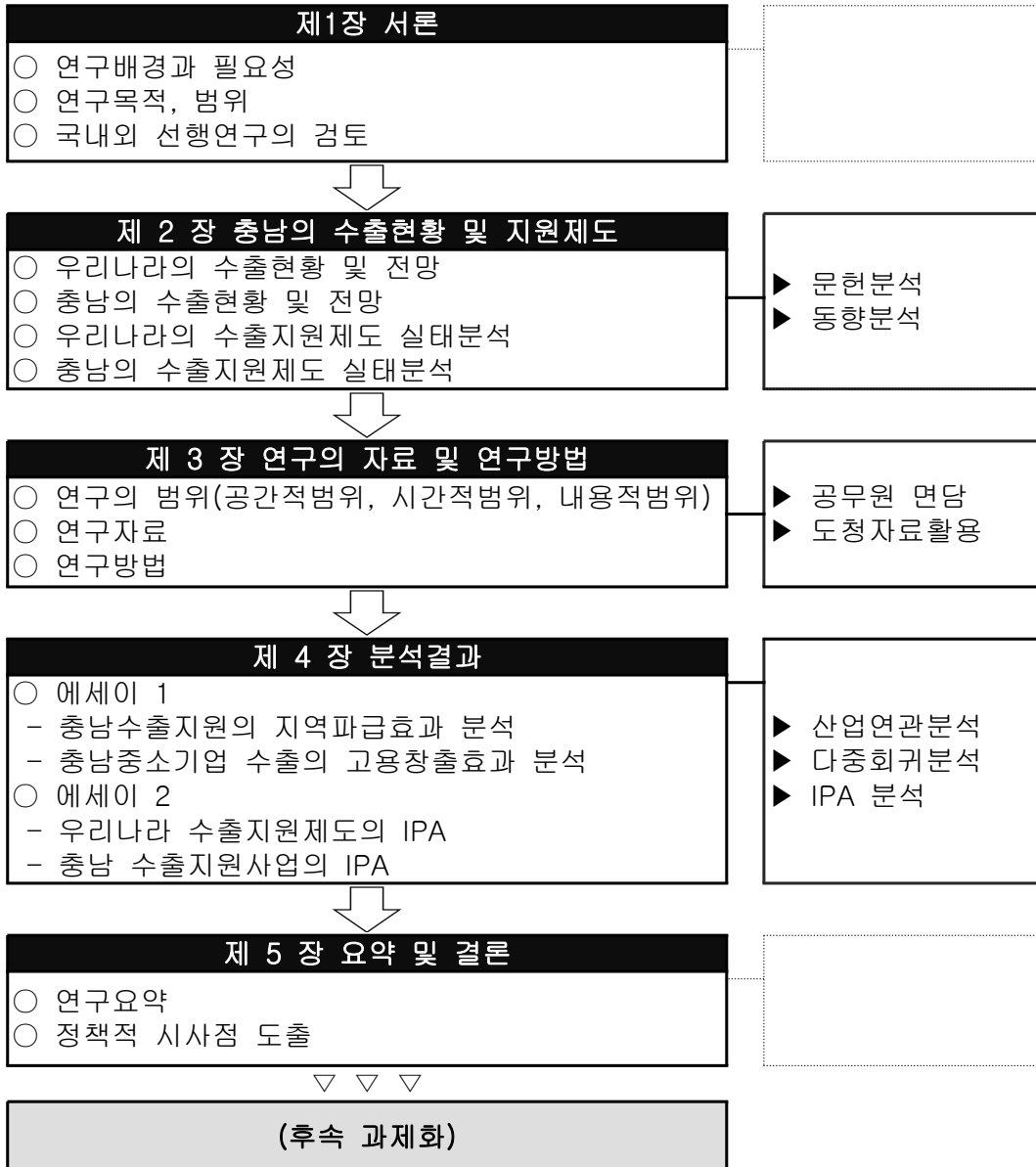
	구분	가장 중요한 지원분야	유지관리	중점강화	점진개선	축소지향
간접효과	농림수산	해외전시박람회	항공료지원 통번역지원 시장개척단 해외전시박람회 충남우수상품전	수출상담회 해외홍보 거래선발굴	토탈마케팅 국내전시박람회 전문가양성 수출기업육성 해외지사화 보험보증지원	타겟전시박람회
	화학공업	해외전시박람회	거래선발굴 토탈마케팅 해외전시박람회 충남우수상품전	해외홍보 수출상담회 국내전시박람회 해외지사화 보험보증지원 타겟전시박람회	전문가양성	항공료지원 통번역지원 수출기업육성 시장개척단
	철강기계	수출상담회 보험보증지원	해외전시박람회 항공료지원	수출상담회 보험보증지원 타겟전시박람회 거래선발굴 시장개척단 수출기업육성	통번역지원 국내전시박람회 해외홍보	전문가양성 해외지사화 토탈마케팅 충남우수상품전
	전자전기	거래선발굴	항공료지원 토탈마케팅 해외지사화 시장개척단 해외홍보 수출기업육성	수출상담회 국내전시박람회 거래선발굴 타겟전시박람회	통번역지원 전문가양성	충남우수상품전 해외전시박람회 보험보증지원
	기타산업	해외전시박람회	타겟전시박람회 항공료지원 거래선발굴	해외전시박람회 해외홍보 보험보증지원 수출기업육성	시장개척단 국내전시박람회 전문가양성 수출상담회 충남우수상품전	통번역지원 해외지사화 토탈마케팅
규모별	1억이하	거래선발굴	항공료지원 충남우수상품전	시장개척단 거래선발굴 수출상담회 수출기업육성 해외홍보 보험보증지원	해외지사화 타겟전시박람회 국내전시박람회 전문가양성	통번역지원 토탈마케팅 해외전시박람회
	1억~10억이하	해외전시박람회	항공료지원 시장개척단 타겟전시박람회 해외전시	수출상담회 거래선발굴	해외지사화 국내전시박람회 해외홍보 수출기업육성 보험보증지원	전문가양성 토탈마케팅 충남우수상품전 통번역지원
	10억 초과	해외전시박람회	항공료지원 해외전시박람회 타겟전시박람회 거래선발굴	해외홍보 국내전시박람회 수출상담회 보험보증지원	전문가양성 충남우수상품전	토탈마케팅 해외지사화 시장개척단 통번역지원

	구분	가장 중요한 지원분야	유지관리	중점강화	점진개선	축소지향
수출구별	미주	해외전시박람회	항공료지원 시장개척단 타겟전시박람회 해외전시박람회 수출상담회 충남우수상품전	거래선발굴 수출기업육성 해외홍보 보험보증지원	전문가양성 토탈마케팅 해외지사화	국내전시박람회 통번역지원
	일본	항공료지원	해외홍보 해외지사화 항공료지원 해외전시박람회	시장개척단 전문가양성 수출상담회 국내전시박람회	충남우수상품전 수출기업육성 거래선발굴 보험보증지원	토탈마케팅 통번역지원 타겟전시박람회
	중국	거래선발굴	토탈마케팅 해외지사화 시장개척단 거래선발굴	해외전시박람회 해외홍보 보험보증지원	수출상담회 타겟전시박람회 국내전시박람회 전문가양성 수출기업육성 충남우수상품전	통번역지원 항공료지원
	동남아	해외전시박람회	항공료지원 해외전시박람회 타겟전시박람회 거래선발굴	수출상담회 해외홍보 수출기업육성	전문가양성 해외지사화 보험보증지원 시장개척단 국내전시박람회	충남우수상품전 통번역지원 토탈마케팅
	기타국	해외전시박람회	항공료지원 해외전시박람회 토탈마케팅	타겟전시박람회 거래선발굴 수출기업육성	충남우수상품전 해외홍보 보험보증지원 국내전시박람회 수출상담회 통번역지원	해외지사화 시장개척단 전문가양성
수출기간별	5년미만	거래선발굴 수출상담회	항공료지원 시장개척단 해외지사화 해외홍보 해외전시박람회	수출기업육성 수출상담회 거래선발굴	타겟전시박람회 국내전시박람회 전문가양성 보험보증지원	충남우수상품전 통번역지원 토탈마케팅
	5년~10년미만	해외전시박람회	항공료지원 타겟전시박람회 해외전시박람회	거래선발굴 충남우수상품전	국내전시박람회 보험보증지원 수출상담회 수출기업육성 해외홍보 전문가양성	통번역지원 해외지사화 시장개척단 토탈마케팅
	10년이상	거래선발굴	항공료지원 해외전시박람회 거래선발굴 타겟전시박람회	수출상담회 보험보증지원 수출기업육성 해외홍보	충남우수상품전 시장개척단 국내전시박람회 해외지사화	토탈마케팅 전문가양성 통번역지원

## 5. 결론 및 한계

- 본 연구에서는 산업별, 규모별, 수출국별, 수출기간별 등 다양한 유형으로 기업을 구분하여 분석을 시도
- 이는 특정 기업에 대한 차별화된 지원정책을 추진할 때 귀중한 기초자료로 활용 가능
- 현재 많은 지원사업들이 정책의 중복성, 집행 및 주무기관의 전시성, 전문성의 결여 등 문제점이 상존
- 이와 같은 문제점을 해결하기 위해서는 수출지원제도의 체계화와 전문인력의 양성이 필요
- 아울러 수출지원정책의 효율성을 더욱 높이기 위해서는 중소기업도 수출지원제도가 해외시장개척의 도움이 될 수 있다는 인식구조의 변화가 필요
- 본 연구를 시작함에 있어서 충남수출지원사업의 평가 매뉴얼을 구축하고 그 매뉴얼을 활용하여 수출지원사업의 문제점과 개선책을 파악하고자 하였으나 시간과 예산 등의 한계로 인해 매뉴얼의 구축에만 한정
- 추가연구를 통해 본 연구에서 제시한 매뉴얼에 따라 중소기업의 유형을 분류하고 해당 공무원, 전문가, 기업인들이 TF팀을 구성하여 중소수출기업 지원제도의 문제점과 기업의 애로사항에 대한 해결책을 함께 찾아간다면 충남은 중소수출기업에 대한 지원사업을 보다 효율적으로 추진할 수 있을 것임

# 연구순서



# 차 례

<b>제1장 서론</b> .....	1
1. 연구의 배경 및 필요성 .....	1
2. 연구의 목적 .....	2
3. 선행연구에 대한 고찰 .....	3
<b>제2장 충남의 수출현황 및 수출 지원제도</b> .....	5
1. 우리나라 수출현황 및 전망 .....	5
1) 우리나라 수출현황 .....	5
2) 우리나라 수출전망 .....	6
2. 충남 수출현황 및 전망 .....	6
1) 충남 수출현황 .....	6
2) 충남 수출전망 .....	8
3) 충남 수출시장의 SWOT 분석 .....	11
3. 우리나라의 수출지원제도 .....	13
4. 충남의 수출지원제도 .....	20
1) 충남의 수출지원 주요사업 .....	20
2) 충남의 수출지원 주요사업 예산비중 .....	23
<b>제3장 연구의 자료 및 방법</b> .....	24
1. 연구의 자료 .....	24
2. 자료의 기초통계 .....	24
3. 연구의 범위 .....	27
1) 공간적·시간적 범위 .....	27
2) 내용적 범위 .....	27
3) 연구의 방법 .....	27
(1) 에세이 1의 연구방법 .....	28
(2) 에세이 2의 연구방법 .....	30

제4장 분석결과 .....	32
----------------	----

## 에세이 1: 중소수출기업 지원서비스의 지역경제파급효과분석

1. 지역파급효과 분석 .....	32
1) 우리나라의 수출효과 분석 .....	32
2) 충남의 수출효과 분석 .....	36
3) 충남의 산업별 수출효과 분석 .....	39
2. 충남수출지원의 고용창출효과 분석 .....	42

## 에세이 2: 중요도-만족도 분석(IPA)을 통한 지원서비스의 개선방안

1. 우리나라 수출지원분야의 IPA 결과 .....	52
1) 전체 기업 IPA 결과 .....	52
2) 분야별 IPA 결과 .....	55
(1) 산업별 IPA 결과 .....	55
(2) 규모별 IPA 결과 .....	71
(3) 수출국별 IPA 결과 .....	81
(4) 수출기간 별 IPA 결과 .....	97
3) 분석결과 매뉴얼 및 시사점 .....	107
(1) 산업별 IPA 결과의 시사점 .....	108
(2) 규모별 IPA 결과의 시사점 .....	108
(3) 수출국별 IPA 결과의 시사점 .....	109
(4) 수출기간별 IPA 결과의 시사점 .....	110
2. 충남의 수출지원사업의 IPA 결과 .....	111
1) 전체기업 IPA 결과 .....	111
2) 분야별 IPA 결과 .....	115
(1) 산업별 IPA 결과 .....	115
(2) 규모별 IPA 결과 .....	130
(3) 수출국별 IPA 결과 .....	139
(4) 수출기간 별 IPA 결과 .....	154
3) 분석결과 매뉴얼 및 시사점 .....	163
(1) 산업별 IPA 결과의 시사점 .....	165

(2) 규모별 IPA 결과의 시사점 .....	165
(3) 수출국별 IPA 결과의 시사점 .....	166
(4) 수출기간별 IPA 결과의 시사점 .....	166
<b>제5장 요약 및 결론</b> .....	167
1. 수출지원제도의 개선방안 .....	167
2. 연구의 한계 .....	170
<b>참고문헌</b> .....	173
<b>[부록] 설문조사지</b> .....	175



## 표 차 례

<표 1> 우리나라 수출현황(단위: 백만 달러, 전년대비%) .....	5
<표 2> 우리나라 수출전망(단위: 억 달러) .....	6
<표 3> 충남의 수출현황(단위: 백만 달러, 전년동기대비%) .....	7
<표 4> 충남의 주요수출국(단위 : 백만 달러, 전년동기대비%) .....	8
<표 5> 충남 10대 주요 품목별 수출현황(단위 : 백만 달러, 전년동기대비%) .....	9
<표 6> 충남의 수출 예상 (단위: 백만 달러) .....	10
<표 7> 충남의 대기업과 중소기업의 수출현황 .....	11
<표 8> 충남 수출시장의 SWOT 분석결과 .....	12
<표 9> 우리나라 통상목표 .....	13
<표 10> ‘10년 무역·통상 지원 예산(기관별) .....	13
<표 11> ‘10년 무역·통상 지원 예산(분야별) (단위 : 억원, %) .....	14
<표 12> 주요 수출지원기관 .....	14
<표 13> 중소기업청 중소기업수출지원센터의 수출지원제도 .....	15
<표 14> KOREA 수출지원제도 요약 .....	16
<표 15> 무역협회 수출지원제도 .....	17
<표 16> 수출보험공단 수출지원제도 요약 .....	18
<표 17> 수출지원제도의 주요사업 .....	19
<표 18> 수출지원제도의 유형 .....	19
<표 19> 충남의 수출지원제도 .....	20
<표 20> 충남의 수출지원제도 .....	22
<표 21> 충남수출지원제도의 예산비중 .....	23
<표 22> 충남 중소기업의 수출액 비율 .....	25
<표 23> 충남 중소기업의 주요수출품 비율 .....	25
<표 24> 충남 중소기업의 주요수출국 비율 .....	26
<표 25> 충남 중소기업이 주로 이용하는 수출지원기관 비율 .....	26
<표 26> 연구의 순서 및 방법 .....	28
<표 27> IPA 분석의 개념 .....	30
<표 28> IPA 분석의 사분위도 해석 .....	31
<표 29> 우리나라 최종수요항목별 생산유발액(2007)(단위: 백만원) .....	33

<표 30> 우리나라 수출의 각종유발계수(2007) .....	33
<표 31> 우리나라 수출의 취업유발계수(2007) .....	35
<표 32> 충남 최종수요항목별 생산유발액(2005)(단위: 백만원) .....	36
<표 33> 충남 수출의 각종유발계수(2005) .....	36
<표 34> 충남 수출의 취업유발계수(2005) .....	38
<표 35> 충남의 산업별 생산유발계수 .....	39
<표 36> 충남의 산업별 부가가치유발계수 .....	40
<표 37> 충남의 산업별 취업유발계수 .....	41
<표 38> 변수에 대한 설명 .....	44
<표 39> 다중회귀분석에 사용된 설명변수 .....	45
<표 40> VIF(분산확대인자) 분석결과 .....	46
<표 41> 다중회귀분석 결과 .....	47
<표 42> 충남 수출의 각종유발계수(2005) .....	48
<표 43> '09년 수출업체 현황(단위: 달러) .....	50
<표 44> IPA 체계 .....	51
<표 45> 우리나라의 수출지원분야에 대한 중요도와 만족도 평균 .....	52
<표 46> 우리나라의 수출지원제도에 대한 IPA 분석결과 .....	54
<표 47> 산업별 중요도와 만족도 평균 .....	55
<표 48> 산업별 자료의 기초통계 .....	55
<표 49> 농림수산업에 대한 중요도와 만족도 평균 .....	56
<표 50> 농림수산업의 IPA 분석결과 .....	58
<표 51> 화학공업에 대한 중요도와 만족도 평균 .....	59
<표 52> 화학공업의 IPA 분석결과 .....	61
<표 53> 철강금속 및 기계류에 대한 중요도와 만족도 평균 .....	62
<표 54> 철강금속 및 기계류의 IPA 분석결과 .....	64
<표 55> 전자·전기산업에 대한 중요도와 만족도 평균 .....	65
<표 56> 전자·전기산업의 IPA 분석결과 .....	67
<표 57> 기타산업에 대한 중요도와 만족도 평균 .....	68
<표 58> 기타산업의 IPA 분석결과 .....	70
<표 59> 규모별 자료의 기초통계 .....	71
<표 60> 규모별 중요도와 만족도 평균 .....	71
<표 61> 1억 이하 수출기업에 대한 중요도와 만족도 평균 .....	72

<표 62> 1억 이하 수출기업에 대한 IPA 분석결과 .....	74
<표 63> 1억~10억 이하 수출기업에 대한 중요도와 만족도 평균 .....	75
<표 64> 1억~10억 이하 수출기업의 IPA 분석결과 .....	77
<표 65> 10억 초과 수출기업에 대한 중요도와 만족도 평균 .....	78
<표 66> 10억 초과 수출기업의 IPA 분석결과 .....	80
<표 67> 수출국별 자료의 기초통계 .....	81
<표 68> 수출국별 기초통계 .....	81
<표 69> 미주 수출기업에 대한 중요도와 만족도 평균 .....	82
<표 70> 미주 수출기업의 IPA 분석결과 .....	84
<표 71> 일본 수출기업에 대한 중요도와 만족도 평균 .....	85
<표 72> 일본 수출기업의 IPA 분석결과 .....	87
<표 73> 중국 수출기업에 대한 중요도와 만족도 평균 .....	88
<표 74> 중국 수출기업의 IPA 분석결과 .....	90
<표 75> 동남아 수출기업에 대한 중요도와 만족도 평균 .....	91
<표 76> 동남아 수출기업의 IPA 분석결과 .....	93
<표 77> 기타국 수출기업에 대한 중요도와 만족도 평균 .....	94
<표 78> 기타국 수출기업의 IPA 분석결과 .....	96
<표 79> 수출기간별 자료의 기초통계 .....	97
<표 80> 수출기간별 기초통계 .....	97
<표 81> 5년 미만 수출기업에 대한 중요도와 만족도 평균 .....	98
<표 82> 5년 미만 수출기업의 IPA 분석결과 .....	100
<표 83> 5년~10년 미만 수출기업에 대한 중요도와 만족도 평균 .....	101
<표 84> 5년~10년 미만 수출기업의 IPA 분석결과 .....	103
<표 85> 10년 이상 수출기업에 대한 중요도와 만족도 평균 .....	104
<표 86> 농림수산업의 IPA 분석결과 .....	106
<표 87> IPA 분석결과 매뉴얼 .....	107
<표 88> 충남 수출지원사업의 인지도 및 참여도 .....	111
<표 89> 충남수출지원사업에 대한 중요도와 만족도 평균 .....	112
<표 90> 충남수출지원사업에 대한 IPA 분석결과 .....	114
<표 91> 농림수산업의 중요도와 만족도 평균 .....	115
<표 92> 농림수산업의 IPA 분석결과 .....	117
<표 93> 화학공업의 중요도와 만족도 평균 .....	118

<표 94> 화학공업의 IPA 분석결과 .....	120
<표 95> 철강금속산업의 중요도와 만족도 평균 .....	121
<표 96> 철강금속산업의 IPA 분석결과 .....	123
<표 97> 전자전기산업의 중요도와 만족도 평균 .....	124
<표 98> 전자전기산업의 IPA 분석결과 .....	126
<표 99> 기타산업의 중요도와 만족도 평균 .....	127
<표 100> 기타산업의 IPA 분석결과 .....	129
<표 101> 1억 이하 수출기업의 중요도와 만족도 평균 .....	130
<표 102> 1억 이하 수출기업의 IPA 분석결과 .....	132
<표 103> 1억~10억 이하 수출기업의 중요도와 만족도 평균 .....	133
<표 104> 1억~10억 이하 수출기업의 IPA 분석결과 .....	135
<표 105> 10억 초과 수출기업의 중요도와 만족도 평균 .....	136
<표 106> 10억 초과 수출기업의 IPA 분석결과 .....	138
<표 107> 미주 수출기업의 중요도와 만족도 평균 .....	139
<표 108> 미주 수출기업의 IPA 분석결과 .....	141
<표 109> 일본 수출기업의 중요도와 만족도 평균 .....	142
<표 110> 일본 수출기업의 IPA 분석결과 .....	144
<표 111> 중국 수출기업의 중요도와 만족도 평균 .....	145
<표 112> 중국 수출기업의 IPA 분석결과 .....	147
<표 113> 동남아 수출기업의 중요도와 만족도 평균 .....	148
<표 114> 동남아 수출기업의 IPA 분석결과 .....	150
<표 115> 기타국 수출기업의 중요도와 만족도 평균 .....	151
<표 116> 기타국 수출기업의 IPA 분석결과 .....	153
<표 117> 5년 미만 수출기업의 중요도와 만족도 평균 .....	154
<표 118> 5년 미만 수출기업의 IPA 분석결과 .....	156
<표 119> 5년~10년 미만 수출기업의 중요도와 만족도 평균 .....	157
<표 120> 5년~10년 미만 수출기업의 IPA 분석결과 .....	159
<표 121> 10년 이상 수출기업의 중요도와 만족도 평균 .....	160
<표 122> 10년 이상 수출기업의 IPA 분석결과 .....	162
<표 123> IPA 분석결과 매뉴얼 및 시사점 .....	163
<표 124> 우리나라 지원환경에 대한 IPA 결과 .....	167
<표 125> 충남 지원사업에 대한 IPA 결과 .....	169

## 그림 차례

[그림 1] 충남의 2020 수출 비전 .....	11
[그림 2] 지역간 산업연관표의 기본구조 .....	29
[그림 3] 충남 중소기업의 고용창출효과 .....	49
[그림 4] 우리나라의 수출지원분야에 대한 중요도와 만족도 차이 .....	53
[그림 5] 우리나라의 수출지원분야에 대한 IPA 분석결과 .....	53
[그림 6] 농림수산업에 대한 중요도와 만족도 차이 .....	57
[그림 7] 농림수산업의 IPA 분석결과 .....	57
[그림 8] 화학공업에 대한 중요도와 만족도 차이 .....	60
[그림 9] 화학공업의 IPA 분석결과 .....	60
[그림 10] 철강금속 및 기계류에 대한 중요도와 만족도 차이 .....	63
[그림 11] 철강금속 및 기계류의 IPA 분석결과 .....	63
[그림 12] 전자·전기산업에 대한 중요도와 만족도 차이 .....	66
[그림 13] 전자·전기산업에 대한 IPA 분석결과 .....	66
[그림 14] 기타산업에 대한 중요도와 만족도 차이 .....	69
[그림 15] 기타산업에 대한 IPA 분석결과 .....	69
[그림 16] 1억 이하 수출기업에 대한 중요도와 만족도 차이 .....	73
[그림 17] 1억 이하 수출기업에 대한 IPA 분석결과 .....	73
[그림 18] 1억~10억 이하 수출기업에 대한 중요도와 만족도 차이 .....	76
[그림 19] 1억~10억 이하 수출기업의 IPA 분석결과 .....	76
[그림 20] 10억 초과 수출기업에 대한 중요도와 만족도 차이 .....	79
[그림 21] 10억 초과 수출기업의 IPA 분석결과 .....	79
[그림 22] 미주 수출기업에 대한 중요도와 만족도 차이 .....	83
[그림 23] 미주 수출기업의 IPA 분석결과 .....	83
[그림 24] 일본 수출기업에 대한 중요도와 만족도 차이 .....	86
[그림 25] 일본 수출기업의 IPA 분석결과 .....	86

[그림 26] 중국 수출기업에 대한 중요도와 만족도 차이 .....	89
[그림 27] 중국 수출기업의 IPA 분석결과 .....	89
[그림 28] 동남아 수출기업에 대한 중요도와 만족도 차이 .....	92
[그림 29] 동남아 수출기업의 IPA 분석결과 .....	92
[그림 30] 기타국 수출기업에 대한 중요도와 만족도 차이 .....	95
[그림 31] 기타국 수출기업의 IPA 분석결과 .....	95
[그림 32] 5년 미만 수출기업에 대한 중요도와 만족도 차이 .....	99
[그림 33] 5년 미만 수출기업의 IPA 분석결과 .....	99
[그림 34] 5년~10년 미만 수출기업에 대한 중요도와 만족도 차이 .....	102
[그림 35] 5년~10년 미만 수출기업의 IPA 분석결과 .....	102
[그림 36] 10년 이상 수출기업에 대한 중요도와 만족도 차이 .....	105
[그림 37] 10년 이상 수출기업의 IPA 분석결과 .....	105
[그림 38] 충남수출지원사업에 대한 중요도와 만족도 차이 .....	113
[그림 39] 충남수출지원사업에 대한 IPA 분석결과 .....	113
[그림 40] 농림수산업의 중요도와 만족도 차이 .....	116
[그림 41] 농림수산업의 IPA 분석결과 .....	116
[그림 42] 화학공업의 중요도와 만족도 차이 .....	119
[그림 43] 화학공업의 IPA 분석결과 .....	119
[그림 44] 철강금속산업의 중요도와 만족도 차이 .....	122
[그림 45] 철강금속산업의 IPA 분석결과 .....	122
[그림 46] 전자전기산업의 중요도와 만족도 차이 .....	125
[그림 47] 전자전기산업의 IPA 분석결과 .....	125
[그림 48] 기타산업의 중요도와 만족도 차이 .....	128
[그림 49] 기타산업의 IPA 분석결과 .....	128
[그림 50] 1억 이하 수출기업의 중요도와 만족도 차이 .....	131
[그림 51] 1억 이하 수출기업의 IPA 분석결과 .....	131
[그림 52] 1억~10억 이하 수출기업의 중요도와 만족도 차이 .....	134

[그림 53] 1억~10억 이하 수출기업의 IPA 분석결과 .....	134
[그림 54] 10억 초과 수출기업의 중요도와 만족도 차이 .....	137
[그림 55] 10억 초과 수출기업의 IPA 분석결과 .....	137
[그림 56] 미주 수출기업의 중요도와 만족도 차이 .....	140
[그림 57] 미주 수출기업의 IPA 분석결과 .....	140
[그림 58] 일본 수출기업의 중요도와 만족도 차이 .....	143
[그림 59] 일본 수출기업의 IPA 분석결과 .....	143
[그림 60] 중국 수출기업의 중요도와 만족도 차이 .....	146
[그림 61] 중국 수출기업의 IPA 분석결과 .....	146
[그림 62] 동남아 수출기업의 중요도와 만족도 차이 .....	149
[그림 63] 동남아 수출기업의 IPA 분석결과 .....	149
[그림 64] 기타국 수출기업의 중요도와 만족도 차이 .....	152
[그림 65] 기타국 수출기업의 IPA 분석결과 .....	152
[그림 66] 5년 미만 수출기업의 중요도와 만족도 차이 .....	155
[그림 67] 5년 미만 수출기업의 IPA 분석결과 .....	155
[그림 68] 5년~10년 미만 수출기업의 중요도와 만족도 차이 .....	158
[그림 69] 5년~10년 미만 수출기업의 IPA 분석결과 .....	158
[그림 70] 10년 이상 수출기업의 중요도와 만족도 차이 .....	161
[그림 71] 10년 이상 수출기업의 IPA 분석결과 .....	161

# 제1장 서론

## 1. 연구의 배경 및 필요성

충남은 2010년 수출목표를 420억 달러로 정하고 이를 위해 도내 중소수출기업 지원을 위한 계획을 수립하였다. 충남은 해외시장개척 지원을 위해 미국과 유럽 연합 등으로 무역사절단을 파견하고, 해외전시, 박람회 참가, 대규모의 충남 우수상품 전시회 등 다양한 지원사업을 추진할 계획이다.

수출의 증대는 고용창출, 지역경제 활성화 등 지역경제에 매우 긍정적인 파급 효과를 가져온다. 최근 일련의 경제위기로 내수시장이 크게 위축되어 있다. 소비와 투자의 위축은 결국 실업률의 상승으로 이어져 지역경제를 더욱 어렵게 하고 있다. 이와 같은 상황에서 수출의 증대는 지역경제를 성장시키고 발전시킬 수 있는 주요 수단이라고 할 수 있다.

충남의 최대 수출국인 중국의 경기회복과 충남 주력 수출품인 반도체, 디스플레이 등의 수출호조로 충남의 수출은 2010년 420억 달러 이상 달성이 가능할 것으로 예상되고 있다. 또한 지금까지의 지속적인 수출성장을 이룩한다면 충남은 2015년경 600억 달러, 2020년경 1,000억 달러 수출달성도 가능할 것으로 여겨진다.

그러나 수도권 규제완화, 대내외 불확실성, 기업의 투자심리 저하 등 불안요소가 상존하고 있으며 저성장·고령화시대에 대한 적절한 대응방안 없이 이와 같은 목표달성은 불가능할 것이다. 이에 충남은 일자리 창출과 지역경제의 새로운 활력을 부여할 수 있는 국제통상의 비전과 목표제시가 필요한 시점이다.



## 2. 연구의 목적

동시다발적 FTA, 유엔 기후변화협약 등 개방화의 물결 속에서 중소기업들을 둘러싼 대내외 환경 변화가 급속이 이루어지고 있으며 충남의 중소기업들은 무한경쟁의 기업환경 하에서 매우 어려운 행보를 이어가고 있다.

이러한 수출시장의 변화는 글로벌마케팅 전략의 취약성을 지닌 중소기업들의 경영자원 고갈을 앞당길 수 있음을 시사한다(고용기 외, 2008). 이러한 환경 하에서 이를 극복하기 위한 중소기업의 자구노력이 우선적으로 이루어져야 하겠지만 현실적으로 우리나라 중소기업의 역량에는 한계가 있다.

따라서 중소기업들은 정부 및 공공기관에서 제공하는 수출지원 정책을 적극 활용하여 어려움을 극복해 나가야 하며, 충남은 지역 내 중소기업의 경쟁력을 강화하기 위해 충남차원에서 수출증대를 위한 다양한 지원사업을 추진해야 한다.

비록 충남 차원의 다양한 수출지원사업이 추진되고 있다고는 하지만 홍보의 부족, 적은 예산, 부족한 전문인력 등으로 인해 사업이 지속적·효율적으로 추진되지 못하고 있으며 이는 중소기업의 수출지원사업에 대한 신뢰를 떨어뜨리는 원인이 되고 있다. 따라서 본 연구는 우리나라 수출지원기관의 다양한 수출지원 제도를 살펴보고 기존연구와 이론적 배경을 바탕으로 충남수출의 비전과 목표를 달성할 수 있도록 충남 수출지원제도의 발전방안을 모색한다.

먼저 에세이 1에서는 충남의 수출이 지역경제에 미치는 긍정적 파급효과를 살펴보고 에세이 2에서 이와 같은 파급효과를 극대화 할 수 있도록 충남 수출지원제도의 개선방안을 제시하는 것이 본 연구의 최종 목표이다. 본 연구의 결과는 충남이 현재 추진하고 있는 중소기업 지원사업의 추진방향을 설정하는데 귀중한 기초자료가 될 수 있을 것이다.

### 3. 선행연구에 대한 고찰

고용기, 배정환(2008)은 ‘중소기업을 위한 수출지원제도 개선 방안’에서 수출지원제도의 효율성을 높이기 위해서는 중소기업도 수출지원제도가 해외시장개척에 도움이 될 수 있다는 의식구조로 전환할 수 있는 방안이 필요하며 활용도가 인지도에 비해 낮고 지원제도도 일부 업종에 편중되어 있다고 하였다. 또한 ‘활용할 만한 제도가 없다’는 등 중소기업의 기대수준을 만족시키지 못하고 있다는 현장의 목소리를 반영할 수 있도록 개선할 필요가 있다고 주장하였다.

박광서, 안종석(2001)은 ‘중소수출기업의 수출지원제도 활용에 관한 연구’에서 중소수출기업들이 각 기관에서 실시하는 수출지원제도에 대해 비교적 높은 인식을 하고 있으나, 높은 인지도에 비해서는 활용도가 극히 낮다고 하면서 그 요인은 까다로운 지원절차나 지원제도 자체의 효과에 대한 신뢰부족이라고 하였다. 따라서 경영경험과 해외시장경험이 짧은 중소기업들에게 수출지원제도에 대한 정보를 적극적으로 알리고, 이러한 제도를 활용할 수 있도록 설득하는 것이 바람직하다고 하였다. 이와 더불어 수출지원제도를 시행하는 기관들은 지원절차를 보다 간소화하고, 제도의 효과를 높이기 위해 질적변화를 추구해야하며 수출촉진효과가 미미한 제도에 대해서는 과감히 폐지 내지 축소하고 실질적으로 중소수출기업들에게 수출촉진효과를 가져다주는 자금지원 등의 제도를 강화하여야 한다고 하였다. 또한 각 기관별로 시행되는 유사한 수출지원제도를 통합하여 지원기관별 전문화된 지원제도를 구축하는 것이 바람직하다고 하였다.

문희철, 오현정(2009)은 ‘중소기업 수출지원제도의 인지도와 활용도가 수출성과에 미치는 영향’에서 수출지원제도에 대한 인지도가 높을수록 활용도가 높으며 현재 수출지원제도의 활용은 우선 중소수출기업의 이미지 제고, 경쟁력 향상 등 전략적 성과에 영향을 미치고, 이후 높아진 전략적 성과를 통해 경제적 성과를 향상시키는 구조를 가지고 있다고 하였다. 또한 대부분 수출지원제도에 대해

중소수출기업들의 수출발전단계에 따른 인지도 및 활용도, 수출지원제도의 효율성에 차이가 있는 것으로 나타났다. 따라서 보다 효과적인 수출지원제도를 시행하기 위해서는 각 중소기업의 수출발전단계에 맞는 정책목표의 설정 및 맞춤형 지원이 필요하다고 하였다.

김영일(2007)은 ‘수출지원정책 인지도 및 활용에 따른 정책적 시사점’에서 기존의 수출지원정책 실효성이나 효과성에 대한 평가를 위한 보다 정교한 심층적 방법의 개발이 필요하며 상시적인 의사소통의 채널을 확보하는 등, 지원정책실행의 한계에 따른 공급자의 입장을 수요자가 최대한 이행가능 하도록 하는 방안을 마련해야 하며 공급자는 수요자의 지원정책에 대한 만족도 및 이에 대한 인지도와 활용도 제고를 위한 적극적인 개입정책을 전개해 나갈 필요가 있다고 하였다. 아울러 정책공급자는 지역산업 및 중소기업의 특성과 수출기업화 및 수출확대 영향 요인에 대한 전문적인 지식을 보유하고 있어야 하며 새로운 패러다임의 적극적 수용자세가 필요하다고 하였다.

김인호(2004)는 ‘지방자치단체의 중소기업 수출지원정책의 실효성 제고에 관한 연구’에서 정책적시사점으로 첫째, 지역산업 및 중소기업의 특성과 수출기업화 및 수출확대의 영향 요인에 대한 전문적인 지식을 갖고 있어야 하며 둘째, 수출지원정책의 명확한 목표의 설정과 평가체계의 구축을 통하여 수출지원자원을 효율적으로 배분할 수 있도록 하여야 하며 셋째, 다양한 수출지원정책은 중소기업의 국제화 정도에 따라 그 실효성에 차이가 있을 수 있기 때문에 국제화 정도에 따른 동태적인 수출지원정책을 실시해야 하며, 넷째, 수출지원정책의 인지도와 활용도에서의 차이에 대한 심층적인 원인의 규명과 아울러 지역 중소기업이 원하는 지원정책에 대한 실증조사가 필요하다고 하였다.

그러나 앞선 선행연구들은 원론적인 수준에서의 정책방향만 제시하고 있어 수출지원사업 각각에 대한 평가와 사업별 정책방향을 제시하지 못하고 있어 중앙정부나 지자체가 활용하기에는 한계가 있다고 할 수 있다.

## 제2장 충남의 수출현황 및 수출지원제도

### 1. 우리나라 수출현황 및 전망

#### 1) 우리나라 수출현황

<표 1> 우리나라 수출현황

(단위: 백만 달러, 전년대비%)

순위	품목명	2008		2009	
		금액	증가율	금액	증가율
	합계	422,007	13.6	363,534	-13.9
1	전자전기제품	131,910	0.1	126,014	-4.5
2	기계류	133,255	18.9	112,339	-15.7
3	화학공업제품	45,885	14.7	39,768	-13.3
4	철강금속제품	39,100	21.1	29,995	-23.3
5	광산물	40,300	56.6	26,911	-33.2
6	섬유류	13,317	-1.0	11,634	-12.6
7	플라스틱고무 및 가죽제품	9,340	9.0	8,586	-8.1
8	농림수산물	4,352	15.4	4,572	5.0
9	생활용품	2,575	-2.8	2,280	-11.4
10	잡제품	1,974	64.2	1,436	-27.3

주: 품목기준은 MTI 1단위

자료: 한국무역협회(<http://www.kita.net>)

2008년 우리나라 총수출은 4,200억 달러이었으나 세계적인 경제위기로 인해 2009년에는 3,600억 달러로 전년대비 14%정도 감소하였으며 특히 광산물은 전년대비 33% 감소하여 감소폭이 가장 컸다.

## 2) 우리나라 수출전망

산업연구원의 수출전망에 따르면 총교역액(수출+수입) 규모는 경상 달러 기준으로 기준성장 시나리오하에서 2004년 약 5,700억 달러에서 2010년에는 약 9,500억 달러, 2020년에는 약 1조 7,000억 달러로 증가할 전망이며 고성장 시나리오하에서는 수출입이 더욱 빠른 속도로 증가하여 2010년 약 1조 달러, 2020년에는 약 1조 9,000억 달러에 달할 것으로 예측된다.

이에 따라, 교역규모 기준으로 2020년에 우리나라는 세계 7위의 무역대국으로 부상할 것으로 여겨지며 2020년경 1조달러 달성이 가능할 것으로 보인다.

<표 2> 우리나라 수출전망

(단위: 억 달러)

	2015	2020
기준성장	6,647	8,412
고성장	7,232	9,730
저성장	5,584	6,954

자료: “한국산업 2020” (산업연구원)

## 2. 충남 수출현황 및 전망

### 1) 충남 수출현황

충남은 2008년 430억 달러의 수출을 달성했으나 2009년은 세계적인 경제위기 여파로 인해 390억 달러에 그쳤다.

그럼에도 불구하고 2009년 충남의 주력수출품목인 전자전기제품은 전년대비 4% 증가하였으며 플라스틱고무 및 가죽제품과 농림수산물의 경우 전전대비 각각 5.9%, 7.8% 증가하였다.

<표 3> 충남의 수출현황

(단위: 백만 달러, 전년동기대비%)

순위	품목명	2008		2009	
		금액	증가율	금액	증가율
	합계	42,936	-10.2	39,428	-8.2
1	전자전기제품	27,005	-21.7	28,077	4.0
2	화학공업제품	4,921	12.2	4,421	-10.1
3	기계류	3,787	-10.6	2,558	-32.4
4	광산물	3,712	91.2	2,031	-45.3
5	철강금속제품	2,417	33.6	1,251	-48.2
6	플라스틱고무 및 가죽제품	561	9.5	594	5.9
7	농림수산물	205	47.8	221	7.8
8	섬유류	156	8.9	131	-15.9
9	생활용품	151	-1.8	113	-25.2
10	잡제품	21	35.6	30	42.7

주: 품목기준은 MTI 1단위

자료: 한국무역협회(<http://www.kita.net>)

충남의 주요 수출국은 중국, 홍콩, 미국, 일본 순이며 중국이 차지하는 비중이 매우 높다. 중국은 충남의 제1위 수출국으로서 충남 수출을 견인하고 있는 국가이다.

세계적인 경제위기 하에서도 중국, 홍콩으로의 2009년 수출은 전전대비 각각 25.9%, 7.9% 증가하였다. 특히 중국으로의 수출이 크게 증가하고 있어 중국 시장에 대한 지원의 폭을 늘려갈 필요성이 있는 것으로 여겨진다.

&lt;표 4&gt; 충남의 주요수출국

(단위 : 백만 달러, 전년동기대비%)

순 위	국가명	2008		2009	
		금액	증가율	금액	증가율
합계	합계	42,936	-10.2	39,428	-8.2
1	중국	12,216	-24.8	15,382	25.9
2	홍콩	3,666	-11.7	3,957	7.9
3	미국	3,936	-24.1	3,370	-14.4
4	일본	3,616	-23.3	2,671	-26.1
5	멕시코	3,271	50.4	2,576	-21.2
6	슬로바키아	1,845	22.5	1,957	6.1
7	대만	2,091	-26.8	1,641	-21.5
8	말레이시아	980	-5.6	931	-5
9	싱가포르	1,308	30.9	892	-31.8
10	독일	1,359	-43.2	872	-35.8
11	기타	...	...	...	...

자료: 한국무역협회(<http://www.kita.net>)

## 2) 충남 수출전망

삼성경제연구원의 연구결과에 의하면 2010년 우리나라는 정보통신기기(8.3%), 가전(8.3%), 반도체(11.1%), 디스플레이(21%), 자동차(5.5%), 석유화학(8.4%) 등의 수출 증가가 예상되며 그중 디스플레이와 반도체의 수출증가율이 가장 높을 것으로 예상된다.

충남의 수출 1위와 2위 품목은 평판디스플레이, 반도체이며 전국수출에서 차지하는 비중이 각각 58.2%, 35.1%로 매우 높아 충남의 수출을 견인할 것으로 예상된다.

<표 5> 충남 10대 주요 품목별 수출현황 (단위 : 백만 달러, 전년동기대비%)

순위	품목명	2008		2009	
		금액	증가율	금액	증가율
	합계	42,936	-10.2	39,428	-8.2
1	평판디스플레이및센서	12,157	11.5	14,518	19.4
2	반도체	11,046	-31.8	10,633	-3.7
3	석유제품	3,632	100.7	1,992	-45.1
4	컴퓨터	1,819	-55.1	1,635	-10.1
5	합성수지	1,565	59.5	1,539	-1.7
6	석유화학중간원료	1,493	12.9	1,306	-12.5
7	자동차부품	1,027	-24.8	909	-11.5
8	철강판	1,871	40.1	830	-55.6
9	플라스틱 제품	526	8.6	563	7.1
10	자동차	1,321	-13.6	491	-62.8
11	기타	...	...	...	...

주: 품목기준은 MTI 3단위

자료: 한국무역협회(<http://www.kita.net>)

충남은 2000년~2008년 연평균 수출증가율 12%를 유지하였으나 우리나라 수출이 세계경제성장을 둔화와 세계시장에서 신흥개도국과의 경쟁격화 등으로 증가세가 둔화될 전망이어서 향후 연평균 12%의 고성장은 어려울 것으로 여겨진다.<sup>1)</sup>

그러나 충남의 주력산업인 반도체, 전자, 자동차 등의 수출 증가세가 상대적으로 높을 것으로 예상되고, 반도체, 전자 등은 세계시장에서 기술, 가격, 브랜드 인지도 면에 있어 당분간은 여전히 경쟁력을 유지할 것으로 예상되어 수출 증가세를 유지할 것으로 보여 충남의 수출 전망은 긍정적으로 평가되고 있다.

1) 산업연구원의 “한국 산업·무역구조의 중장기 전망(2008)”에서 우리나라 수출이 세계경제성장을 둔화와 세계시장에서 신흥개도국과의 경쟁 격화 등으로 2020년까지 증가세가 둔화될 것으로 전망



기준성장하에서 충남은 2015년경 560억 달러, 2020년경 750억 달러 수출달성이 가능할 것으로 보이며 고성장하에서 2015년경 600억 달러, 2020년경 930억 달러 수출달성이 가능할 것으로 전망된다.

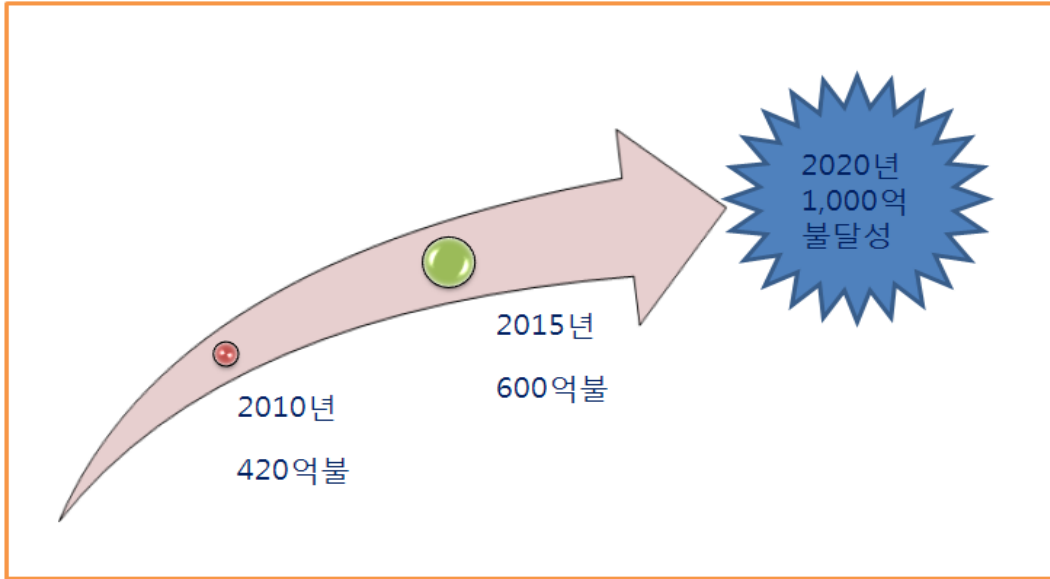
<표 6> 충남의 수출 예상 (단위: 백만 달러)

년도	고성장(7%)	기준성장(6%)	저성장(4%)
2010	42,069	42,069	42,069
2011	45,014	44,593	43,752
2012	48,312	47,269	45,502
2013	52,006	50,105	47,322
2014	56,143	53,111	49,215
2015	60,777	56,298	51,183
2016	65,967	59,676	53,231
2017	71,779	63,256	55,360
2018	78,289	67,051	57,574
2019	85,581	71,075	59,877
2020	93,747	75,339	62,272

주: 세계 경기 위축 등 다른 변수를 고려하지 않은 기준 성장에 맞춘 전망치이며 “한국산업 2020” (산업연구원)의 연구결과를 바탕으로 재추정

충남이 지금까지의 지속적인 수출성장을 이룩하고 수출을 위한 노력을 기울인다면 충남은 2020년경 1,000억 달러 수출달성도 불가능한 목표는 아닐 것이다.

[그림 1] 충남의 2020 수출 비전



### 3) 충남 수출시장의 SWOT 분석

<표 7> 충남의 대기업과 중소기업의 수출현황

구 분		충 청 남 도					
		총 괄		대 기 업		중소기업	
		금 액	증감율	금 액	증감율	금 액	증감율
2008	수 출	42,936	△10.2	37,399	△13.4	5,537	19.6
	수 입	29,556	10.8				
	무역수지	13,380	-				

자료: 충남도청 내부자료

충남의 수출시장은 평판디스플레이, 반도체 등 국가수출의 주력품목이 집중되어 있으며 중국시장의 확대에 의한 강점과 기회를 가지고 있다.

그러나 대기업의 비중이 높고 중소기업의 수출기반이 취약하며 향후 미국, 일본 등 선진국의 경기침체라는 악점과 위험 또한 안고 있다.

2008년 전국 평균 대기업 수출비중은 69.1%(중소기업 30.9%)이나 충남의 경우 대기업 수출비중이 87.1%(중소기업 12.9%)로 대기업의 수출비중이 매우 높아 세계경제 침체에 따른 대기업 수출부진은 충남의 수출부진으로 직결된다. 따라서 충남이 수출지원 정책을 추진할 때 대기업은 기업 스스로의 역량에 맡기고 중소수출기업에 지원역량을 집중해야 할 것이다. 충남 중소수출기업에 대한 수출지원제도의 효율성을 높이는 작업은 지역경제의 활성화와 일자리 창출로 직결된다.

<표 8> 충남 수출시장의 SWOT 분석결과

강점	약점
평판디스플레이, 반도체 등 국가수출 주력품목이 집중	대기업비중이 높고 중소기업의 수출기반이 취약
기회	위험
중국의 경기회복과 평판디스플레이, 반도체 등의 수출증가가 예상	미국, 일본 등 세계적인 경기침체 예상

내부의 강점과 기회를 통해 약점과 위험을 극복하기 위해서는 중소기업에 대한 효율적 수출지원을 통해 충남의 중소기업을 활성화 시키고 세계적인 경기침체가 지역경제에 미치는 악영향을 감소시켜야 할 것이다.

### 3. 우리나라의 수출지원제도

<표 9> 우리나라 통상목표

목 표	◆ 세계 9위 수출 및 시장점유율 3% 유지 ◆ 2010년 수출 4,100억달러, 무역수지 200억달러 흑자
전략 및 추진 과제	1. 해외시장 개척 지원
	2. 선진형 무역 인프라 구축
	3. 통상협력 강화 및 전략적 FTA 추진
	4. 외국인 투자유치 및 경제자유구역 활성화
	5. 무역피해 구제 및 취약분야 보완

지경부, 중기청 및 16개 지자체는 세계 9위 수출국이라는 목표 하에 2010년 종합 시책에 따라 총 3,600억원을 무역·통상 지원에 투자하여 중소 수출기업을 적극 지원할 계획이다.

<표 10> '10년 무역·통상 지원 예산(기관별)

	합계	지경부	중기청	지자체	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기
					22	33	36	19	33	10	23	76
예산 (억원)	3,604	2,562	567	475	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
					8	29	19	12	30	58	58	9

자료: 2010년도 무역·통상진흥 종합시책, 지식경제부

2010년 우리나라의 무역·통상 지원 예산을 살펴보면 사정조사 및 마케팅, 거래선 발굴, 보험 및 물류에 많은 예산이 집중되어 있다.

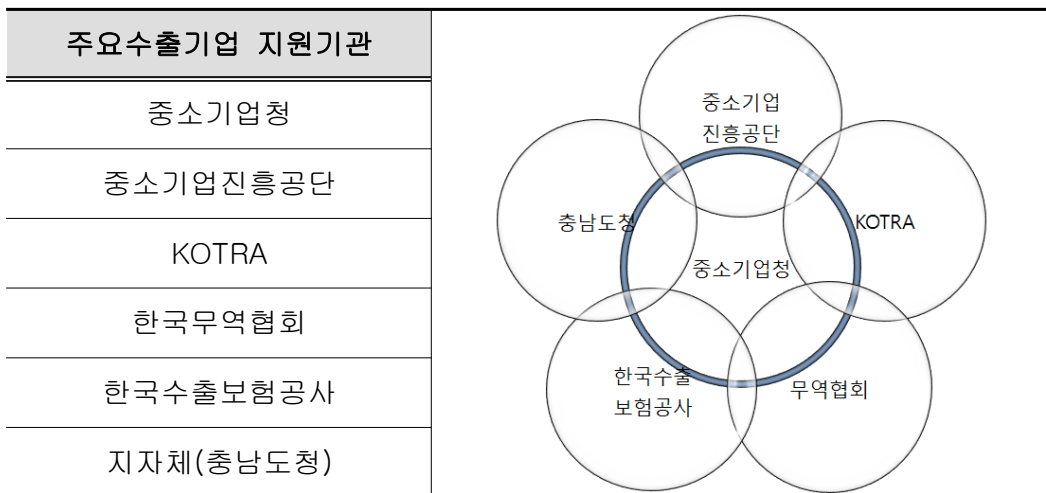
<표 11> '10년 무역·통상 지원 예산(분야별) (단위 : 억원, %)

지원 분야		지경부	중기청	지자체	합계	비율
시장조사 및 마케팅	시장조사, 해외지사화 마케팅, 해외진출 지원 등	741	87	57	885	24.6
거래선 발굴	시장개척단, 전시회 수출상담회 등	631	130	254	1,015	28.2
보험 및 물류	수출보험 및 보증, 물류	1,000	0	38	1,038	28.8
무역사후관리	상사중재, 법률자문 무역구제, 무역조정지원 등	27	0	1	28	0.8
일반지원	인력양성 및 유치	132	0	19	151	4.2
	해외규격인증 획득, 특허출원	0	120	33	153	4.2
	수출기업화 지원	0	230	15	245	6.8
	전자무역 등 무역인프라	31	0	26	57	1.6
기타		0	0	32	32	0.9
합계		2,562	567	475	3,604	100.0

자료: 2010년도 무역·통상진흥 종합시책, 지식경제부

우리나라의 경우 수출중소기업에 대한 지원은 중소기업청을 중심으로 중소기업진흥공단, KOTRA, 한국무역협회, 한국수출보험공사, 지자체 등에서 이루어지고 있다.

<표 12> 주요 수출지원기관



우리나라의 주요 수출기업 지원기관별 지원제도를 살펴보면 다음과 같다.

<표 13> 중소기업청 중소기업수출지원센터의 수출지원제도

수출기업화 사업	창업초기 및 내수위주 중소기업을 수출기업으로 육성하기 위해 수출 초기단계부터 지원하여 자체 수출역량 제고
해외민간 네트워크 활용사업	해외 현지 경험과 전문 컨설팅 능력을 갖춘 해외 거점 해외민간네트워크(구 민간해외지원센터)를 통해, 해외 현지정보가 부족한 해외진출 희망 중소기업을 지원하여 성공적인 해외진출도모
무역촉진단 파견사업	중소기업의 해외시장 개척과 제품 기술 동향 및 정보파악을 위해 해외전시회 및 시장개척단을 파견하여 수출을 촉진
해외규격인증 획득지원사업	중소기업 제품의 해외 신뢰도 향상과 기술 및 품질우수 중소기업의 수출지원을 위하여 수출 대상 국가에서 요구하는 해외규격인증마크 획득 비용의 일부를 지원
글로벌브랜드 육성사업	해외시장에서 가격 및 품질 경쟁력은 갖추고 있으나 브랜드 인지도가 낮은 수출중소기업(제품)을 글로벌브랜드로 육성, Brand Power를 창출하여 수출의 고부가 가치화 지향
수출 인큐베이터	수출기업의 기존 수출대행기관을 활용한 수출한계를 극복하고, 독자적 능력배양을 위해 현지 주요 교역거점에 진출을 원하는 중소기업이 조기정착 할 수 있도록 지원
수출유망 중소기업	자력 수출능력이 부족하지만 품질과 기술력이 우수한 수출 유망중소기업을 매년 1,000개씩 발굴하여, 중소기업청, KOTRA 등 15개 수출유관기관의 우대지원을 통해 수출중소기업으로 집중육성

<표 14> KOREA 수출지원제도 요약

해외지사화	지사화사업은 해외KBC(Korea Business Center, 이하 "해외 KBC")가 수출기업의 해외지사와 같은 역할을 수행하며 시장 조사, 수출거래선 발굴에서 거래성사 단계에 이르기까지 해외 판로 개척활동을 1:1로 밀착지원
수출상담회	한국상품의 수입을 희망하는 구매단 또는 개별바이어의 방한을 유치하여 국내 업계와의 수출 상담 기회를 제공함으로써 국내업체들이 바이어와 수출상담을 통해 수출 증대 기회를 가질 수 있는 사업
무역사절단	지방자치단체나 유관기관과 협력하여 해외시장 진출을 희망하는 관내 중·소·벤처기업을 대상으로 해외 세일즈단을 구성하여 파견하고, KOTRA 코리아비즈니스센터에서 현지 바이어와의 수출상담을 지원함으로써 국내업체의 수출진출을 지원하는 서비스
해외시장조사	해외시장조사는 고객으로부터 조사의뢰를 받아 전세계 KOTRA 코리아비즈니스센터를 통한 바이어 찾기 및 맞춤형 시장조사 등 유료 정보서비스
해외비즈니스 출장지원	해외비즈니스 출장지원(해외세일즈출장지원, 해외투자환경조사출장지원, 그룹해외비즈니스출장지원)서비스는 귀하께서 해외비즈니스 출장시 KOTRA 코리아비즈니스센터를 통해 바이어와의 상담주선, 호텔예약 등을 지원
설명회	정확하고 시의적절한 해외시장 정보를 필요로 하는 국내 기업들에게 세계 각국의 시장동향, 상품 및 마케팅 정보, 투자환경 및 투자절차 등의 무역 및 투자정보를 제공하여 국내업계의 수출증진 및 해외 투자진출을 지원하는 사업
전시사업	전시사업은 해외전시회와 국내전시회로 나누어지며 해외전시회의 경우 KOTRA/유관기관 공동주관 사업임
전자무역 해외마케팅	기존의 단순 온라인 무역상담의 개념에서 탈피하여 상담, 오더, 계약, 대금 결제, 배송 등 무역 과정을 온라인에서 편리하고 안전하게 해결하고 전자카탈로그 및 동영상 제작을 통한 홍보 지원
해외공동 물류센터	KOTRA에서 해외 현지의 전문 물류서비스 업체를 선정하여 국내 수출기업이 저렴하게 물류관련 서비스를 이용하도록 지원하고, 보관창고료를 일부 지원하며, 해외 마케팅 등 다양한 부가 서비스 제공을 통해 국내수출기업의 해외시장 진출확대를 지원하는 사업
해외시장 컨설팅	해외시장컨설팅 서비스는 갈수록 세분화, 전문화 되고 있는 우리 기업의 해외진출전략 수립 및 전략에 따른 마케팅 활동을 지원
수출 인큐베이터	해외시장 개척을 위해 현지 진출하는 중소기업의 조기정착과 수출자생력 배양을 위하여 해외 주요 교역거점에서 마케팅, 법률, 세무·회계 자문과 사무공간 제공

<표 15> 무역협회 수출지원제도

국내전시회	국내에서 개최되는 유명 전시박람회 참가지원을 통하여 해외 바이어 접촉 및 판로개척을 통해 해외출장이 어려운 업체들의 국내활동 지원
해외전시회	세계 유명 전시회에 한국관을 구성하여 참가하거나, 해외 전략 시장에서 한국 단독 전시회 개최를 통해 국내기업의 해외마케팅을 지원하는 사업
사절단	해외시장 진출을 희망하는 관내 중·소·벤처기업을 대상으로 해외 세일즈단을 구성하여 파견하고, 현지 바이어와의 수출상담을 지원함으로써 국내업체의 수출진흥을 지원하는 서비스
상담회	한국상품의 구매를 희망하는 해외바이어를 유치하여 국내 업체와 수출상담의 기회를 제공, 국내 업체들에게 해외바이어와의 수출상담을 통해 수출 증대의 기회를 제공하는 서비스
종합무역 컨설팅지원단	갈수록 세분화, 전문화 되고 있는 우리기업의 해외진출전략 수립 및 전략에 따른 마케팅 활동을 지원하는 서비스
설명회	정확하고 시의적절한 해외시장 정보를 필요로 하는 국내 기업들에게 세계 각국의 시장동향, 상품 및 마케팅 정보, 투자환경 및 투자절차 등의 무역 및 투자정보를 제공하여 국내업체의 수출증진 및 해외 투자진출을 지원하는 사업
무역기금융자	한국무역협회가 중소수출기업의 수출지원을 위해 자체 조성한 자금을 통해 해외시장개척 및 수출이행에 필요한 자금을 지원
통·번역 지원	외국어 전문 인력이 부족한 중소수출기업에게 통·번역 서비스를 제공하여 차질없는 국제거래를 지원



<표 16> 수출보험공단 수출지원제도 요약

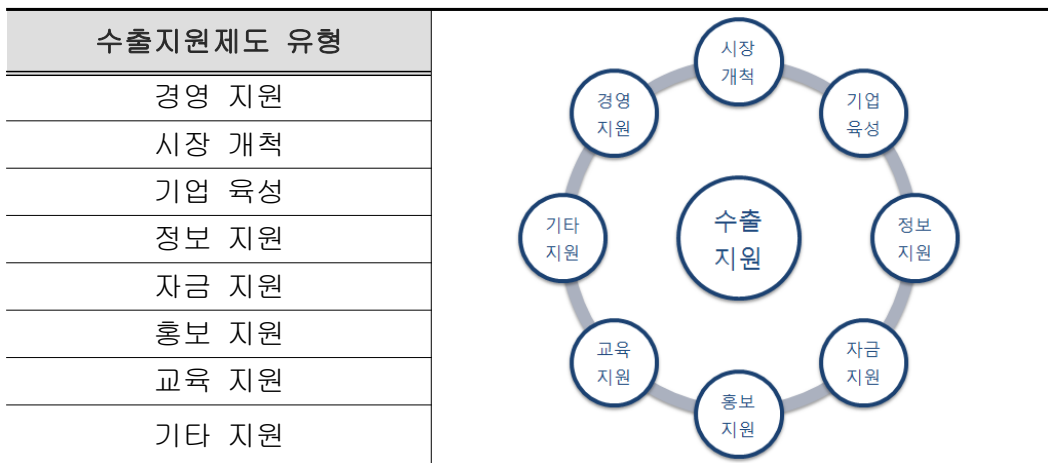
수출보험	수출거래에 수반되는 여러 가지 위험 가운데에서 해상보험과 같은 통상의 보험으로는 구제하기 곤란한 위험 즉, 수입자의 계약파기, 파산, 대금지급지연 또는 거절 등의 신용위험(Commercial Risk)과 수입국에서의 전쟁, 내란, 또는 환거래 제한 등의 비상위험(Political Risk)으로 인하여 수출자, 생산자 또는 수출자금을 대출해준 금융기관이 입게 되는 불의의 손실을 보상함으로써 궁극적으로 수출진흥을 도모하기 위한 비영리 정책보험사업
투자위험 보증사업	해외자원개발사업법상의 해외자원개발투자(전문)회사(일명 ‘해외자원개발펀드’)가 해외자원개발사업에 투자하여 피투자국의 전쟁, 수용, 송금제한 등의 비상위험과 투자상대방의 파산, 대항 자원의 가격변동 등의 신용위험으로 인하여 해외자원개발펀드가 입게 되는 손실의 일부를 보상함으로써, 궁극적으로 해외자원 개발사업을 활성화하기 위한 정책보험사업
수입자 신용조사	수출보험공사는 전세계 70여개의 신용조사기관과 협약을 체결하여 매년 3만건 이상의 국외기업 신용조사 서비스를 제공하고 있으며, 신용조사 서비스 이용 시 공사가 제공하는 신용조사 보고서를 통해 국외기업의 기본정보, 재무현황, 경영성과 등을 확인

이와 같은 중소수출기업에 대한 수출지원은 해외규격인증·획득지원사업, 해외 비즈니스 출장지원, 수출인큐베이터, 해외전시회, 수출기업화사업, 글로벌브랜드 육성사업, 민간센터활용사업, 해외시장조사, 무역기금융자, 수출보험·보증사업, 무역관련 교육·연수사업 등 22개 사업으로 나누어지며 경영지원, 시장개척, 기업육성, 정보지원, 자금지원, 홍보지원, 교육지원, 기타지원의 8개 유형으로 구분할 수 있다.

<표 17> 수출지원제도의 주요사업

번호	사업명	구분
1	해외규격인증·획득지원사업	경영지원
2	해외비즈니스 출장지원	경영지원
3	해외공동 물류센터	경영지원
4	해외시장컨설팅	경영지원
5	통·번역지원	경영지원
6	수출인큐베이터	시장개척
7	해외전시회	시장개척
8	국내전시회	시장개척
9	무역사절단	시장개척
10	수출상담회	시장개척
11	해외지사화	시장개척
12	수출기업화사업	기업육성
13	글로벌브랜드 육성사업	기업육성
14	수출유망 중소기업육성	기업육성
15	민간센터 활용사업	정보지원
16	해외시장조사	정보지원
17	설명회	정보지원
18	상담회	정보지원
19	무역기금융자	자금지원
20	수출보험·보증사업	자금지원
21	온라인(전자무역)수출지원	홍보지원
22	무역관련 교육·연수 사업	교육지원

<표 18> 수출지원제도의 유형



## 4. 충남의 수출지원제도

### 1) 충남의 수출지원 주요사업

본 절에서는 충남의 수출지원 주요사업을 자세히 살펴보고 앞 절에서 구분한 유형에 따라 구분해보고자 한다.

<표 19> 충남의 수출지원제도

충남우수 상품전개최	충남을 대표하는 우수상품을 대상으로 말레이시아에서 대규모 상품전을 개최, 동남아지역 수출교두보 확보 및 수출증대
해외바이어 초청수출상담회	유망 중소기업 제품의 해외 판로개척 및 수출증대를 위한 해외 유명 바이어와 도내 중소기업의 만남의 장 마련
해외시장 개척단운영	수출경험이 부족한 중소기업에게 적극적인 해외시장개척활동 지원으로 수출 저변 확대 및 수출역량 배양
해외전시박람회 참가지원	도내 중소기업의 해외 유명 전시·박람회 참가 지원으로 해외 시장 판로 개척 및 수출 경쟁력 강화
맞춤형 Total Marketing 지원	경쟁력이 강한 중견 수출기업을 선정하여 사전마케팅, 컨설팅, 사후관리 등 단계별 마케팅 프로모션을 통한 전방위적 수출지원
중소기업해외 지사화사업	해외지사가 없는 중소수출기업에게 kotra 해외무역관을 지사(支社)처럼 활용하여 수출을 할 수 있도록 지원
타겟전시박람회 참가업체지원	품목별 전문화된 해외 전시(박람회) 개별 참가지원을 통해해외 판로개척 및 수출경쟁력 강화 ⇨ 해외 전시·박람회 단체 참가의 단점 보완

수출보험· 보증료지원	수출기업의 환율 변동에 따른 위험 분산 및 원활한 외환 관리를 통한 안정적 수출활동 지원 ⇨ 지원대상 확대 및 활용제고를 위한 홍보 강화
국내전시회 참가지원	국내에서 개최되는 유명 전시 박람회 참가 지원을 통하여 해외 바이어 접촉 및 판로개척 ⇨ 해외출장이 어려운 업체들의 국내 활동 지원
수출기업 육성	내수위주의 건전한 도내중소기업을 수출기업으로 육성하여 국제 경쟁력 제고 및 해외마케팅 지원 ⇨ 수출업체 : '05(1,333업체) → '09(1,760업체) → '10(1,850업체)
해외시장개척 항공료 지원	수출의욕이 충만한 중소기업에 대한 해외마케팅 강화하고 수출경쟁력이 있는 중소기업 제품의 판로개척 지원
중소기업 통·번역 지원	수출 초보업체의 수출활동에 필요한 통·번역 서비스 제공으로 수출 애로사항 해결
글로벌 무역 전문가양성지원	무역전문 인력이 부족한 중소기업의 해외마케팅을 지원하고 기업의 요구에 부응하는 글로벌 무역 전문인력 양성
수출유망상품 해외홍보지원	도내 수출유망상품을 선정, 카탈로그 및 CD(오프라인), e-book과 VR(온라인)로 제작하여 해외 유수바이어에 홍보
수출초보기업 해외거래선 발굴지원	수출 경험이 없거나, 경험이 부족한 수출초보기업에 대한 거래선 발굴 지원을 통한 수출기업으로의 육성
수출지원 협의회운영	도내 수출유관기관과 대표적 중소기업들 간 만남의 장 마련하여 수출활동에 따른 애로 및 건의사항 수렴 공동 대응 ⇨ 수출유관 기관 간 정보교류와 협력체제 구축

자료: 충남도청 내부자료

위에서 제시한 충남의 수출지원 주요사업을 경영지원, 시장개척, 기업육성, 정보지원, 자금지원, 홍보지원, 교육지원, 기타지원의 8대 분야로 유형화 해보면 다음과 같다.

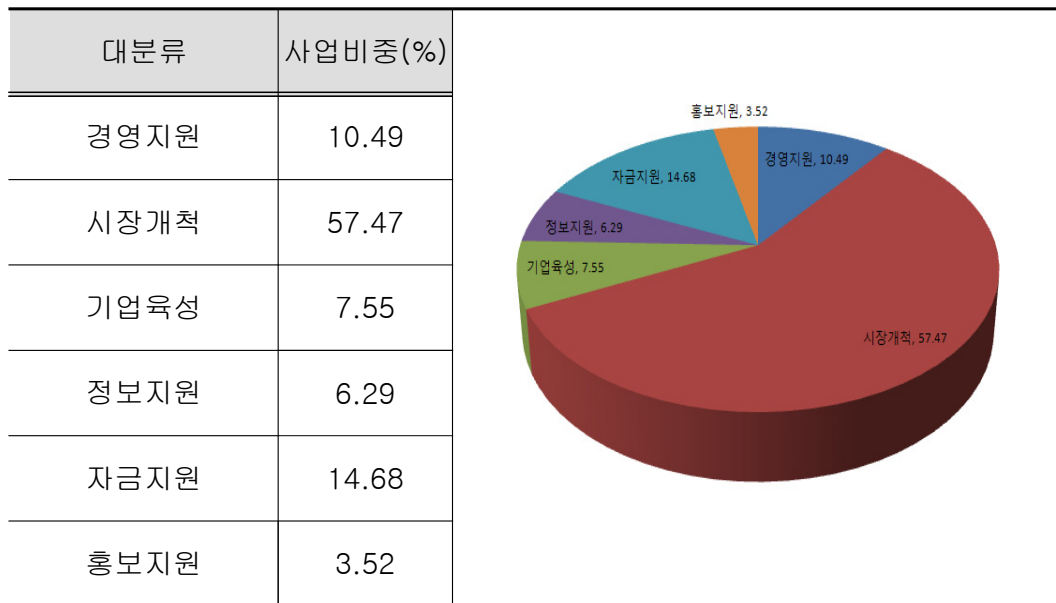
<표 20> 충남의 수출지원제도

대분류	중분류	세분류
경영지원	통·번역지원	중소수출기업 통·번역 지원
	해외시장컨설팅	맞춤형 토털마케팅 지원
시장개척	무역사절단	해외시장개척단 파견 지원
	해외지사화	중소기업 해외 지사화 사업 지원
	해외전시회	충남우수상품전 해외 개최 지원
		해외전시·박람회 참가 지원
		Target 전시·박람회 개별참가업체 지원
	국내전시회	국내전시·박람회 참가 지원
기업육성	수출유망 중소기업육성	수출기업육성 지원
정보지원	해외시장조사	중소수출기업 해외거래선 발굴지원
	상담회	해외바이어 초청 수출상담회 지원
자금지원	수술보험·보증사업	수출보험·보증료 지원
홍보지원	온라인(전자무역)수출지원	수출 유망상품 해외홍보 지원
교육지원	무역관련 교육·연수 사업	글로벌 무역전문가 양성지원
기타	기타	해외마케팅 참가업체 항공료 지원

자료: 충남도청 내부자료

## 2) 충남의 수출지원 주요사업 예산비중

<표 21> 충남수출지원제도의 예산비중



자료: 충남도청 내부자료

충남의 수출지원제도의 주요사업 예산비중을 살펴보면 시장개척이 57%로 가장 높고 자금지원(14.68%), 경영지원(10.49%) 순이며 홍보지원의 경우 3.52%로 매우 낮아 예산의 대부분이 시장개척에 몰려있음을 알 수 있다.

예산의 적절한 배분은 충남이 수출지원사업을 효율적으로 추진함에 있어 매우 중요하며 중소수출기업들이 더욱 원하고 바라는 지원분야에 더욱 많은 예산의 배분이 이루어 져야 할 것이다.

이런 점에서 본 연구의 결과는 각 사업별 예산의 배분에도 도움이 될 수 있을 것이다.

## 제3장 연구의 자료 및 방법

### 1. 연구의 자료

에세이 1의 기초자료는 한국은행에서 발행한, 2007년 산업연관표와 2005년 지역산업연관표이며 에세이 2의 기초자료는 충남의 중소기업을 대상으로 한 설문조사 데이터이다.

본 연구에서는 이론적 배경을 바탕으로 충남수출지원제도의 발전방안을 모색하기 위하여 충남 내 수출기업을 대상으로 하여 우리나라의 수출지원환경과 충남 수출지원사업의 중요도와 만족도를 중심으로 설문조사를 실시하였다.

설문조사는 전문 리서치기관(대전 리서치센터)을 통해 신뢰성을 높였으며 설문조사 자료를 통해 회귀분석 및 중요도와 이에 따른 만족도의 IP(Importance-Performance) 분석을 실시하였다.

- 조사기관: 대전 리서치센터
- 조사기간: 2010. 4 ~ 2010. 6(2개월 간)
- 조사대상: 3년내 충남의 수출지원에 참여한 적이 있는 도내 수출기업 232 업체
- 조사방법: 우편조사 및 팩스조사

### 2. 자료의 기초통계

설문자료를 바탕으로 한 도내 수출기업의 기초통계값을 다음과 같다.

<표 22> 충남 중소기업의 수출액 비율

규모	빈도	백분율
1억 이하	63	27.16
1억~10억 이하	85	36.64
10억 초과	84	36.21

충남의 수출지원에 참여한 적이 있는 중소기업의 수출규모 비율을 살펴보면 1억~10억 이하가 36.64%로 가장 높았다.

<표 23> 충남 중소기업의 주요수출품 비율

주요수출품	빈도	백분율
농림수산물	81	34.91
광산물	3	1.29
화학공업제품	35	15.09
플라스틱고무 및 가죽제품	19	8.19
섬유류	7	3.02
생활용품	13	5.6
철강금속제품	21	9.05
기계류	21	9.05
전자전기제품	29	12.5
잡제품	3	1.29

충남의 수출지원에 참여한 적이 있는 중소기업의 주요수출품 비율을 살펴보면 농림수산물이 34.91%로 가장 높았고, 화학공업제품, 전자전기제품 순이었다.



<표 24> 충남 중소기업의 주요수출국 비율

주요수출국	빈도	백분율
북미	56	24.14
중남미	5	2.16
일본	30	12.93
중국	45	19.4
동남아	60	25.86
유럽	19	8.19
중동	10	4.31
아프리카	1	0.43
오세아니아	5	2.16
기타	1	0.43

충남의 수출지원에 참여한 적이 있는 중소기업의 주요수출국 비율을 살펴보면 동남아가 25.9%로 가장 높았고 북미, 중국, 일본 순이었다.

<표 25> 충남 중소기업이 주로 이용하는 수출지원기관 비율

주요 이용하는 수출기관	빈도	백분율
중소기업청	20	8.62
중소기업진흥공단	14	6.03
KOTRA	70	30.17
한국무역협회	45	19.4
한국수출보험공사	6	2.59
충청남도	66	28.45
기타	10	4.31

충남의 수출지원에 참여한 적이 있는 중소기업이 주로 이용하는 수출지원기관을 살펴보면 KOTRA가 30.2%로 가장 높았고, 충남과 한국무역협회 순으로 나타났다.

### 3. 연구의 범위

#### 1) 공간적·시간적 범위

본 연구의 공간적·시간적 범위는 3년 내 충남의 수출지원제도를 이용한 적이 있는 도내 수출중소기업 대상이다.

#### 2) 내용적 범위

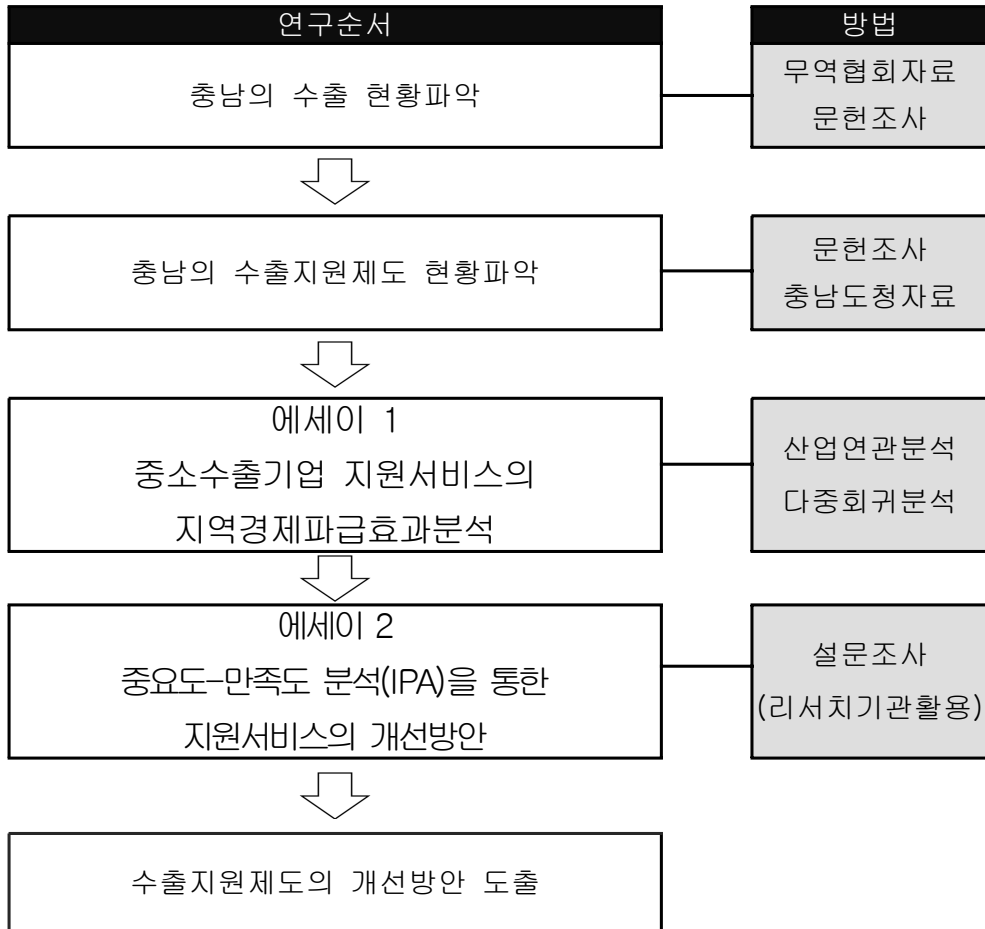
먼저 우리나라 및 충남의 수출지원제도의 현황을 분석하고 유형화하였으며 설문조사 결과를 바탕으로 충남수출이 지역경제에 미치는 파급효과를 분석하였다. 최종적으로는 충남수출지원사업의 중요도-성취도 분석 (Importance-Performance Analysis: IPA)을 통해 충남수출지원사업의 개선방안을 제시하였다.

#### 3) 연구의 방법

본 연구에서는 수출지원제도의 발전방안을 모색하기 위하여 충남의 수출기업을 대상으로 하여 우리나라와 충남 수출지원제도의 활용도 및 만족도를 중심으로 살펴보았다.

주요 분석대상은 중소기업청, 중소기업진흥공단, KOTRA, 한국무역협회, 한국수출보험공사, 충남도청에서 운영하는 수출지원제도로 하였으며 분석방법은 산업연관분석, 회귀분석, 중요도-만족도 분석 (Importance-Performance Analysis: IPA)을 활용하였다.

<표 26> 연구의 순서 및 방법



## (1) 에세이 1의 연구방법

산업연관분석은 2007년 전국산업연관표와 2005년 지역산업연관표를 이용하였다. 지역산업의 파급효과를 파악할 수 있는 최신자료는 2009년 한국은행에서 발표한 2005년 지역산업연관표이며 따라서 본 연구는 2005년의 산업구조를 기반으로 하여 충남의 수출이 충남 및 타지역에 미치는 파급효과에 대해 분석하였다.

지역산업연관표는 전국산업연관표와 같이 행렬 형식으로 되어 있어 지역산업연관표를 이용하는 방법도 기본적으로 동일하다.

지역간 산업연관표에서 세로 방향은 특정 지역이 생산활동을 위해 자გი지역 및 타지역과 해외로부터 중간재를 구입한 재화와 서비스의 투입내역과 임금, 이윤, 생산세 등의 본원적 생산요소의 투입내역을 나타낸다. 다음 그림에서 지역 1의 세로 방향은 지역 1이 생산활동을 위해 지역내에서 생산된 중간재( $Z_{11}$ ), 타지역에서 생산되어 이입된 중간재( $Z_{21} + \dots + Z_{n1}$ ), 해외에서 생산되어 수입된 중간재( $M_1$ ), 그리고 노동 및 자본 등의 본원적 생산요소( $V_1$ )를 투입하였음을 뜻한다.

[그림 2] 지역간 산업연관표의 기본구조

			중 간 수 요						최 종 수 요						지역내 산출액
			지역 1		...		지역 $n$		지역 1		...		지역 $n$		
			산업1	... 산업 $n$	산업1	... 산업 $n$	산업1	... 산업 $n$	소비	투자 수출	소비	투자 수출	소비	투자 수출	
국 산 투 입	지 역 1	산업1 : 산업 $n$	$Z_{11}$		투 입 구 조 ↓		$Z_{1n}$		$Y_{11}^d$		...		$Y_{1n}^d$		$X_1$
	· · ·	산업1 : 산업 $n$	배 분 구 조 →												
	지 역 $n$	산업1 : 산업 $n$	$Z_{n1}$				$Z_{nn}$		$Y_{n1}^d$		...		$Y_{nn}^d$		$X_n$
	수입 투입	산업1 : 산업 $n$	$M_1$				$M_n$		$Y_1^m$		...		$Y_n^m$		
부가가치			$V_1$				$V_n$								
지역내 산출액			$X_1$				$X_n$								

지역간 산업연관표의 가로 방향은 특정 지역에서 생산된 생산물이 자გი지역 및 타지역의 생산활동에 원·부재료로 판매된 내역과 자გი지역 또는 타지역의 소비와 투자로 판매되거나 해외로 수출된 내역을 나타낸다.

지역 1의 가로 방향은 지역 1에서 생산된 제품은 자გი지역의 생산활동에 사용된 중간수요( $z_{11}$ ) 및 타지역의 생산활동에 사용된 중간수요( $z_{12} + \dots + z_{1n}$ )와 자기지역의 소비, 투자, 수출(해외)로 사용된 최종수요( $Y_{11}^d$ ) 및 타지역의 소비투자로 사용된 최종수요( $Y_{12}^d + \dots + Y_{1n}^d$ )로 배분되었음을 뜻한다.

## (2) 에세이 2의 연구방법

중요도-만족도 분석은 Martilla 와 James가 14개의 속성을 적용하여 자동차 판매상들의 서비스 중요성을 파악할 목적으로 IPA 모형을 소개한 이후로 마케팅 리서치 분석가들이 많이 이용하는 분석방법이다.

X축은 중요도를 나타내고 Y축은 만족도를 나타낸다. 중요도-만족도는 중심점(평균값)을 기준으로 나누어진 4분면에 대해 다음과 같이 표시된다.

<표 27> IPA 분석의 개념

	<b>제4사분면</b> (과잉노력지양) 낮은 중요도 높은 만족도	<b>제1사분면</b> (좋은성과 지속유지) 높은 중요도 높은 만족도
	<b>제3사분면</b> (낮은 우선순위) 낮은 중요도 낮은 만족도	<b>제2사분면</b> (노력집중화지향) 높은 중요도 낮은 만족도

4개 분면에 대한 해석은 아래에 제시되어 있는 바처럼 유지관리영역, 중점강화 영역, 점진개선영역, 축소지향영역 등으로 구분되며 시장에서 고객의 서비스 및 제품의 인식도를 파악하게 된다.

<표 28> IPA 분석의 사분위도 해석

구분		내용
제1사분면	유지 관리	수출기업에게 매우 중요한 지원제도인 동시에 수출지원기관에서의 높은 실행능력 보유
제2사분면	중점 강화	높은 중요도에 비해 수출기업이 가장 불만족하는 지원영역, 개선노력의 집중이 필요
제3사분면	점진 개선	중요도와 만족도 모두 낮은 영역, 과도한 노력과 투자는 자제가 필요함
제4사분면	축소지향	낮은 중요도에 비해 높은 만족도 보유영역, 지원상 투자의 과잉요소가 존재

## 제4장 분석결과

### [에세이 1]

#### 충남수출기업지원서비스의 지역경제파급 효과분석

충남수출지원의 정책방향을 제시하기에 앞서 수출지원이 충남의 지역경제에 미치는 영향을 구체적으로 살펴보고자 한다. 1절에서는 한국은행에서 발행하는 산업연관표를 통해 충남의 수출이 지역경제에 미치는 영향력을 살펴보고 2절에서는 설문조사를 통해 얻은 자료를 통해 충남의 수출이 고용창출에 미치는 영향력을 살펴보겠다.

### 1. 지역파급효과 분석

#### 1) 우리나라의 수출효과 분석

최근 일련의 경제위기로 내수시장은 크게 위축되어 있다. 소비와 투자의 위축은 결국 실업률의 상승으로 이어져 우리나라의 경제를 더욱 어렵게 하고 있다. 이와 같은 상황에서 수출의 증대는 경제를 성장시키고 발전시킬 수 있는 주요 수단이라고 할 수 있다.

다음 표는 최종수요항목인 소비, 투자, 수출의 각 항목이 각 산업별로 얼마만큼 생산을 유발시켰는가를 나타낸다.

<표 29> 우리나라 최종수요항목별 생산유발액(2007)

(단위: 백만원)

	소비	투자	수출	합계
농림수산물	37,640,039	3,052,874	3,491,325	44,184,238
광산품	513,978	1,546,464	1,059,560	3,120,003
제조업	278,106,406	221,856,799	615,503,188	1,115,466,390
서비스업	726,609,460	276,488,995	186,131,500	1,189,229,954
기타	27,637,933	6,975,656	9,715,171	44,328,759
합계	1,070,507,816	509,920,785	815,900,743	2,396,329,344

2007년기준 우리나라 총산출액 2,396조는 소비가 1071조, 투자가 510조, 수출이 816조를 각각 유발시킨 것으로 나타나 소비가 생산을 가장 크게 유발시켰다.

산업별로 보면 농림수산품의 총산출액 44.2조는 소비가 37.6조, 투자가 3.1조, 수출이 3.5조를 유발시켰고 광산품의 총산출액 3조는 소비가 0.5조, 투자가 1.5조, 수출이 1.1조를 유발시켰다.

또한 제조업의 총산출액 1,115.5조는 소비가 278.1조, 투자가 221.8조, 수출이 615.5조를 각각 유발시켰으며 서비스업의 총산출액 1,189.2조는 소비가 726.6조, 투자가 221.9조, 수출이 615.5조를 각각 유발시킨 것으로 나타났다.

<표 30> 우리나라 수출의 각종유발계수(2007)

	2005	2006	2007
생산유발계수			1.98
부가가치유발계수			0.60
취업유발계수	10.78	9.89	9.43



우리나라 수출의 생산유발계수<sup>2)</sup>는 1.98로 수출 10억당 19.8억의 생산을 유발하였고 부가가치유발계수<sup>3)</sup>는 0.60으로 수출 10억당 6.0억원의 부가가치를 유발하였다.

수출의 취업유발계수<sup>4)</sup>는 최종수요가 10억 발생할 경우 해당 산업을 포함한 전 산업에서 직·간접적으로 유발되는 취업자<sup>5)</sup> 수를 말하는데 2005년 10.8명에서 2004년 9.9명, 2007년 9.4명으로 감소하여 수출의 고용능력이 지속적으로 감소하고 있다.

우리나라 수출의 취업유발계수를 산업별로 나누어 살펴보면 다음과 같다. 우리나라의 전체 수출 10억당 취업유발인원 9.4명 중 농림수산업에서 0.34명, 광산업에서 0.01명, 제조업에서 4.02명, 서비스업에서 5.06명이 유발되었다.

세부산업별로 살펴보면 도소매업에서 1.9명이 유발되었으며 다음으로 운수 및 보관업에서 1.2명, 전기 및 전자기기에서 1.1명 순으로 나타났다.

---

2) 최종수요 1단위당 생산유발효과를 나타내는 계수

3) 최종수요 1단위당 부가가치유발효과를 나타내는 계수

4) 수출의 최종수요가 10억원 발생할 경우 해당 산업을 포함한 모든 산업에서 직·간접적으로 유발되는 취업자수를 의미

5) 취업자는 피고용자에 자영업주와 무급가족종사자를 포함

<표 31> 우리나라 수출의 취업유발계수(2007)

	산업별	
농림수산물	농림수산물	0.34
광산물	광산물	0.01
제조업	음식료품	0.07
	섬유 및 가죽제품	0.35
	목재 및 종이제품	0.09
	인쇄 및 복제	0.04
	석유 및 석탄제품	0.02
	화학제품	0.50
	비금속광물제품	0.08
	제1차 금속제품	0.19
	금속제품	0.31
	일반기계	0.41
	전기 및 전자기기	1.10
	정밀기기	0.10
	수송장비	0.67
	기타제조업제품	0.09
서비스업	전력,가스및수도	0.04
	건설	0.05
	도소매	1.87
	음식점 및 숙박	0.39
	운수 및 보관	1.20
	통신 및 방송	0.06
	금융 및 보험	0.29
	부동산 및 사업서비스	0.88
	공공행정 및 국방	0.01
	교육 및 보건	0.09
	사회 및 기타서비스	0.18
합계		9.43

## 2) 충남의 수출효과 분석

<표 32> 충남 최종수요항목별 생산유발액(2005)

(단위: 백만원)

	소비	투자	수출	합계
충남	16,523,876	13,697,978	30,379,108	60,600,962
타지역	18,896,862	18,128,032	16,574,218	53,599,113
합계	35,420,738	31,826,010	46,953,327	114,200,075

충남의 총산출액 114.2조는 소비가 35.4조, 투자가 31.8조, 수출이 47.0조를 각각 유발시킨 것으로 나타나 수출이 생산을 가장 크게 유발시킨 것을 알 수 있으며 충남에서 수출이 차지하는 역할이 매우 중요함을 파악할 수 있다.

지역별로 보면 충남의 산출액 114.2조는 충남의 소비가 16.5조, 투자가 13.7조, 수출이 30.4조를 유발시켰으며 타지역의 소비가 18.9조, 투자가 18.1조, 수출이 16.6조를 유발시킨 것으로 나타났다.

<표 33> 충남 수출의 각종유발계수(2005)

	충남	타지역	총계
생산유발계수	1.29	0.71	2.00
부가가치유발계수	0.34	0.24	0.58
취업유발계수	4.06	4.04	8.10

주: 지역산업연관표의 경우 이용할 수 있는 최신자료는 한국은행에서 발행한 '2005년 지역산업연관표(2009)' 임

충남 수출의 생산유발계수는 1.29로 수출 10억당 충남에서 12.9억, 타지역에서 7.1억의 생산을 유발하였으며 부가가치유발계수는 0.34으로 수출 10억당 충남에서 3.4억, 타지역에서 2.4억의 부가가치를 유발하였다. 취업유발계수는 최종수요가 10억 발생할 경우 해당 산업을 포함한 전 산업에서 직·간접적으로 유발되는 취업자 수를 말하는데 충남의 수출 10억당 충남에서 4.1명, 타지역에서 4.0명의 취업이 유발되었다.

앞서 2005년 우리나라의 수출 10억당 취업유발계수가 10.8명인데 비해 충남의 취업유발계수가 8.1명으로 보다 낮게 나타난 것은 충남의 산업이 대기업과 자본·기술집약적 산업중심이기 때문으로 여겨진다.

충남 수출의 취업유발계수를 산업별로 나누어 살펴보면 다음과 같다. 충남의 전체 수출 10억당 전기 및 전자기기에서 충남은 1.3명, 타지역은 0.2명의 취업이 유발되었으며 도소매업에서 충남은 0.4명, 타지역은 0.9명의 취업이 유발되었다. 충남의 전체 수출 10억당 취업유발인원은 전자 및 전자기기에서 가장 많았으며 도소매업, 화학제품, 운수 및 보관업 순으로 나타났다.

<표 34> 충남 수출의 취업유발계수(2005)

	산업별	충남	타지역	합계
농림수산물	농림수산물	0.26	0.19	0.45
광산품	광산품	0.00	0.02	0.02
제조업	음식료품	0.04	0.03	0.07
	섬유 및 가죽제품	0.13	0.09	0.22
	목재 및 종이제품	0.06	0.07	0.13
	인쇄 및 복제	0.00	0.03	0.03
	석유 및 석탄제품	0.01	0.01	0.02
	화학제품	0.41	0.28	0.69
	비금속광물제품	0.08	0.09	0.17
	제1차 금속제품	0.05	0.12	0.18
	금속제품	0.04	0.16	0.20
	일반기계	0.07	0.11	0.18
	전기 및 전자기기	1.26	0.23	1.49
	정밀기기	0.03	0.05	0.08
	수송장비	0.37	0.19	0.56
	기타제조업제품	0.01	0.03	0.04
	전력,가스및수도	0.02	0.03	0.05
서비스업	건설	0.00	0.04	0.04
	도소매	0.43	0.93	1.36
	음식점 및 숙박	0.13	0.19	0.32
	운수 및 보관	0.34	0.35	0.69
	통신 및 방송	0.02	0.03	0.05
	금융 및 보험	0.06	0.14	0.20
	부동산 및 사업서비스	0.13	0.53	0.66
	공공행정 및 국방	0.00	0.00	0.01
	교육 및 보건	0.03	0.04	0.08
	사회 및 기타서비스	0.05	0.08	0.13
	기타	0.00	0.00	0.00
합계		4.06	4.04	8.10

### 3) 충남의 산업별 수출효과 분석

본 절에서는 최종수요가 수출에서 유발되었다는 가정하에 각 산업별로 최종수요 10억당 각종유발효과를 분석하였으며 서비스업은 제외하였다. 산업별 최종수요 10억당 생산유발효과, 부가가치유발효과, 취업유발효과를 충남과 타지역으로 구분하여 살펴보면 다음과 같다.

<표 35> 충남의 산업별 생산유발계수

산업	충남	타지역	총계
농림수산물	1.25	0.50	1.75
광산품	1.29	0.51	1.80
음식료품	1.54	0.76	2.30
섬유 및 가죽제품	1.23	0.90	2.12
목재 및 종이제품	1.20	0.60	1.80
인쇄 및 복제	1.19	0.78	1.96
석유 및 석탄제품	1.06	0.08	1.14
화학제품	1.40	0.55	1.95
비금속광물제품	1.20	0.60	1.80
제1차금속제품	1.30	1.06	2.36
금속제품	1.20	1.23	2.43
일반기계	1.25	1.09	2.34
전기 및 전자기기	1.27	0.64	1.92
정밀기기	1.21	0.90	2.11
수송장비	1.37	1.23	2.61
기타제조업제품	1.23	1.09	2.32

충남의 농림수산물 최종수요 10억당 생산유발액은 17.5억이며 충남에서 12.5억이 타지역에서 5.0억이 유발되었다.

또한 충남의 음식료품의 경우 최종수요 10억당 생산유발액은 18.0억이며 충남에서 12.9억, 타지역에서 5.1억이 유발되었다.

충남의 주요 수출품인 전기 및 전자기기, 화학제품의 경우 최종수요 10억당 생산유발액은 각각 19.2억, 19.5억이며 충남에서 각각 12.7억, 14.0억이 타지역에서 각각 6.4억, 5.5억이 유발되었다.

최종수요 10억당 생산유발액이 가장 많은 산업은 수송장비(26.1억)로 나타났으며 생산유발액이 가장 적은 산업은 석유 및 석탄제품(11.4억)으로 나타났다.

<표 36> 충남의 산업별 부가가치유발계수

산업	충남	타지역	총계
농림수산물	0.69	0.19	0.88
광산품	0.65	0.20	0.85
음식료품	0.45	0.32	0.77
섬유 및 가죽제품	0.32	0.32	0.64
목재 및 종이제품	0.38	0.22	0.60
인쇄 및 복제	0.53	0.29	0.82
석유 및 석탄제품	0.36	0.03	0.39
화학제품	0.31	0.20	0.51
비금속광물제품	0.47	0.23	0.71
제1차금속제품	0.22	0.29	0.52
금속제품	0.33	0.36	0.69
일반기계	0.34	0.35	0.70
전기 및 전자기기	0.36	0.23	0.59
정밀기기	0.35	0.32	0.67
수송장비	0.29	0.37	0.66
기타제조업제품	0.32	0.38	0.70

충남의 농림수산물 최종수요 10억당 부가가치유발액은 8.8억이며 충남에서 6.9억이 타지역에서 1.9억이 유발되었다.

또한 충남의 음식료품의 경우 최종수요 10억당 부가가치유발액은 7.7억이며 충남에서 4.5억, 타지역에서 3.2억이 유발되었다.

충남의 주요 수출품인 전기 및 전자기기, 화학제품의 경우 최종수요 10억당 부가가치유발액은 각각 5.9억, 5.1억이며 충남에서 각각 3.6억, 3.1억이 타지역에서 각각 2.3억, 2.0억이 유발되었다.

최종수요 10억당 부가가치유발액이 가장 많은 산업은 농림수산물(8.8억)으로 나타났다으며 부가가치유발액이 가장 적은 산업은 석유 및 석탄제품(3.9억)으로 나타났다.

<표 37> 충남의 산업별 취업유발계수

산업	충남	타지역	총계
농림수산물	49.18	5.18	54.35
광산품	6.40	3.65	10.06
음식료품	19.91	10.09	30.00
섬유 및 가죽제품	7.33	6.83	14.16
목재 및 종이제품	4.72	4.03	8.75
인쇄 및 복제	11.87	5.91	17.78
석유 및 석탄제품	0.34	0.43	0.77
화학제품	3.04	3.46	6.51
비금속광물제품	4.83	3.95	8.78
제1차금속제품	1.59	3.66	5.25
금속제품	5.34	5.22	10.56
일반기계	5.06	6.00	11.06
전기 및 전자기기	3.60	3.80	7.40
정밀기기	6.68	5.42	12.10
수송장비	3.17	6.01	9.18
기타제조업제품	5.54	7.96	13.51

충남의 농림수산물 최종수요 10억당 취업유발인원은 54.4명이며 충남에서 49.2명이 타지역에서 5.2명이 유발되었다.

또한 충남의 음식료품의 경우 최종수요 10억당 취업유발인원은 30.0명이며 충남에서 19.9명이 타지역에서 10.1명이 유발되었다.



충남의 주요수출품인 전기 및 전자기기, 화학제품의 경우 최종수요 10억당 취업유발인원은 각각 7.4명, 6.5명이며 충남에서 각각 3.6명, 3.0명이 타지역에서 각각 3.8명, 3.5명이 유발되었다.

최종수요 10억당 취업유발인원이 가장 많은 산업은 농림수산물(54.4명)으로 나타났으며 취업유발인원이 가장 적은 산업은 석유 및 석탄제품(0.8명)으로 나타났다.

앞서 설명한 것처럼 우리나라의 수출 10억당 취업유발계수가 10.8명인데 비해 충남의 취업유발계수는 8.1명으로 나타났는데 이는 충남의 산업이 대기업 중심과 자본·기술집약적 산업중심이기 때문으로 여겨지며, 따라서 충남의 경우 수출확대를 통한 일자리 창출은 타지역에 비해 불리한 여건이라고 할 수 있다.

그러나 충남의 수출지원이 대기업보다는 노동집약적인 중소기업을 상대로 이루어지기 때문에 중소기업 수출지원을 통한 취업유발인원은 이보다는 클 것으로 여겨진다. 따라서 다음절에서는 중소기업 수출지원의 고용창출효과에 대해 보다 자세히 살펴보겠다.

## 2. 충남수출지원의 고용창출효과 분석

중소수출기업 지원의 고용창출효과를 분석하기 위해서 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)방법을 이용하였다. 다중회귀분석은 일반적으로 두 변수 이상의 독립변수(영향변수, 원인변수)들이 종속변수(결과변수)에 어떠한 영향을 미치는 가를 알아보기 위한 분석기법이다. 다중회귀분석을 통해 독립변수들이 종속변수에 미치는 상대적 영향력을 알아 볼 수 있으며, 이러한 독립변수 값들의 변화에 따라 종속변수 값이 어떻게 변화하는가를 예측할 수 있다.

우선 동일시점 또는 동일기간에 여러 변수에 대하여 관찰된 횡단면자료 (cross-section data)를 통해 독립변수와 종속변수 사이에 어떠한 선형적 관계가 있는지를 파악하였다.

종속변수는 고용인원으로 하였고 설명변수는 수출액으로 하였으며 주요수출품목, 주요수출국가, 주로 이용하는 수출지원기관은 더미변수(dummy variables)의 형태로 포함하여 충남 중소수출기업의 수출증가가 종업원수에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보았다.<sup>6)</sup> 아울러 본 분석에서는 수출증가에 대한 직접적인 고용 효과를 분석하기 위해 변수값을 그대로 이용하였으며 수출이 0인 기업의 종업원수는 0이라는 가정 하에 상수값을 제외하고 분석을 하였다.

본 연구의 분석에 고려된 설명변수는 다음과 같다. 중소수출기업의 종업원수에 영향을 미치는 설명변수로 수출액과 주요수출제품, 주요수출국, 주로 이용하는 지원기관, 기업규모 등을 고려하였다.

---

6) 변수선택방법에는 독립변수를 동시에 모두 투입하는 방식(ENTER), 중요한 변수(설명력이 높은 변수, 통계적으로 유의도가 높은 변수) 순으로 투입되다가 통계적으로 유의성이 없는 변수들만 남게 되면 분석이 중단되는 방식(STEPWISE), 그리고 모든 독립변수를 모두 투입하여 회귀식을 도출하고 나서 중요도가 낮은 변수들을 순차적으로 제거하면서 회귀식을 도출하는 방식(BACKWARD) 등이 있으며 본 연구에서는 STEPWISE 방법을 이용

<표 38> 변수에 대한 설명

변수명		변수설명	비고
종속변수	labor	고용인원	연속변수
	export	수출액	연속변수
설명변수	product1	농림수산물	주요수출제품 더미
	product2	광산물	
	product3	화학공업제품	
	product4	플라스틱고무 및 가죽제품	
	product5	섬유류	
	product6	생활용품	
	product7	철강금속제품	
	product8	기계류	
	product9	전자전기제품	
	product10	잡제품	
	region1	북미	주요수출국 더미
	region2	중남미	
	region3	일본	
	region4	중국	
	region5	동남아	
	region6	유럽	
	region7	중동	
	region8	아프리카	
	region9	오세아니아	
	region10	기타	
	support1	중소기업청	주이용기관 더미
	support2	중소기업진흥공단	
	support3	KOTRA	
	support4	한국무역협회	
	support5	한국수출보험공사	
	support6	충청남도	
	support7	기타	
	small	영세기업	기업규모더미

설명변수로 고려된 많은 변수들 중 통계적으로 유의한 변수들을 고려하여 최종적으로 모형에 포함된 변수를 선정하였으며 최종 선정된 변수는 다음과 같다.

<표 39> 다중회귀분석에 사용된 설명변수

변수명	변수설명
labor	고용인원
export	수출액
region1	북미
region4	중국
region5	동남아
support3	KOTRA
product1×export	농림수산물×수출액
product3×export	화학공업제품×수출액
product4×export	플라스틱고무 및 가죽제품×수출액
product5×export	섬유류×수출액
region3×export	일본×수출액
support1×export	중소기업청×수출액
support5×export	한국수출보험공사×수출액
small	영세기업

따라서 최종적인 회귀모형식은 다음과 같으며 총 13개의 설명변수를 사용하였다.

$$\begin{aligned}
 labor = & \beta_1 export + \beta_2 region1 + \beta_3 region4 + \beta_4 region5 + \beta_5 support3 \\
 & + \beta_6 (product1 \times export) + \beta_7 (product3 \times export) + \beta_8 (product4 \times export) \\
 & + \beta_9 (product5 \times export) + \beta_{10} (region3 \times export) + \beta_{11} (support1 \times export) \\
 & + \beta_{12} (support5 \times export) + \beta_{13} small + e_t
 \end{aligned}$$

그러나 다중회귀분석에서는 설명변수의 수가 많아지면 독립변수들간의 다중공선성에 대한 문제가 발생할 수 있다.

다중공선성문제(Multicollinearity)는 통계학의 회귀분석에서 독립변수들 간에 강한 상관관계가 나타나는 문제이다. 독립변수들간에 정확한 선형관계가 존재하는 완전공선성의 경우와 독립변수들간에 높은 선형관계가 존재하는 다중공선성으로 구분하기도 하며 이는 회귀분석의 전제 가정을 위배하는 것이므로 적절한 회귀분석을 위해 해결해야 하는 문제이다.

본 연구에서는 VIF(분산확대인자)<sup>7)</sup> 값을 통해 다중공선성 여부를 파악하였으며 모든 변수에서 VIF값이 10이하로 나타나 최종 회귀모형식에서 다중공선성 문제는 없었다.

<표 40> VIF(분산확대인자) 분석결과

변수명	VIF 값		
export	5.4799	<	10
region1	1.2058	<	10
region4	1.2987	<	10
region5	1.3324	<	10
support3	1.4478	<	10
product1×export	1.5710	<	10
product3×export	3.9365	<	10
product4×export	1.6550	<	10
product5×export	1.0164	<	10
region3×export	1.9706	<	10
support1×export	1.0609	<	10
support5×export	1.5321	<	10
small	1.4374	<	10

7) Tolerance(공차한계)와 VIF(분산확대인자)의 값을 기준으로 Tolerance는 1 이하의 값, VIF는 10 이하이며, 1에 가까울수록 다중공선성이 낮다고 할 수 있음

최종 회귀모형식을 통한 분석결과는 다음과 같다. 먼저 OLS 추정결과 모형의 설명력을 나타내는 R-square는 0.6318로 63%정도의 설명력을 보이고 있으며 더빈-왓슨 검정결과는 1.935로 오차항의 자기상관<sup>8)</sup> 관계는 없는 것으로 나타났다.

분석에 사용된 모든 변수는 통계적으로 유의하였으며 수출액이 고용인원에 미치는 영향력은 0.96으로 이는 수출이 10억 증가하면 고용인원이 9.6명 증가한다는 것을 의미한다.

다만 농림수산물, 광산물, 플라스틱고무 및 가죽제품의 경우 고용효과가 평균에 비해 낮았으며 섬유류의 경우 고용효과가 높은 것으로 나타났다. 또한 일본으로 수출하는 기업의 고용효과가 높았으며 중소기업청과 한국수출보험공사를 주로 이용하는 기업의 고용효과가 높게 나타났다.

<표 41> 다중회귀분석 결과

변수명	OLS 추정치		
	추정치	t-value	P값
export	0.9634	8.67	<.0001
region1	39.6062	3.66	0.0003
region4	34.9830	2.79	0.0057
region5	27.1021	2.47	0.0144
support3	33.1398	3.13	0.0020
product1×export	-0.4815	-2.77	0.0060
product3×export	-0.8991	-6.95	<.0001
product4×export	-0.7424	-4.31	<.0001
product5×export	3.3157	2.02	0.0441
region3×export	0.3885	2.59	0.0103
support1×export	0.8178	2.30	0.0221
support5×export	1.1929	5.91	<.0001
small	-29.2551	-2.92	0.0038
$R^2$	0.6318		
DW	1.935		

8) 시간 또는 공간적으로 연속된 일련의 관측치들 간에 존재하는 상관관계

위의 예측결과를 바탕으로 충남의 고용유발계수를 계산하였다. 산업별 예측값에 설문 가중치를 곱해서 평균 예측값을 계산하였으며 계산결과 수출 10억당 평균적인 고용증가 효과는 6.99명이었음

앞서 2005년 지역간 산업연관표를 이용한 분석에서 충남 수출 10억당 취업유발은 충남에서 4.06명, 타지역에서 4.04명 등 총 8.10명이었으며 이와 같은 비율에 본 연구결과를 대입하면 충남 중소기업 수출 10억당 충남 9.27명, 타지역 9.25명 등 총 18.52명의 취업이 유발된다고 할 수 있다.<sup>9)</sup>

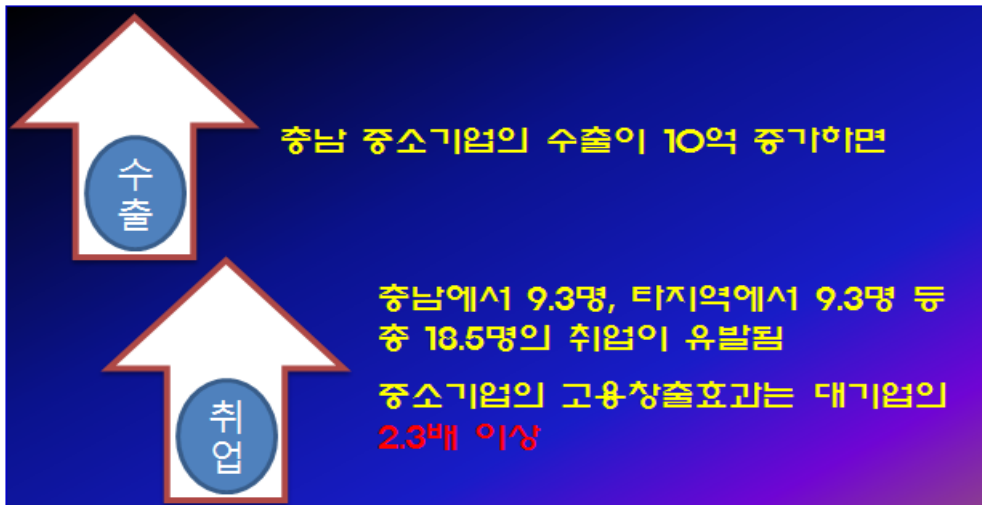
<표 42> 충남 수출의 각종유발계수(2005)

	충남	타지역	총계
취업유발계수	<b>4.06</b>	<b>4.04</b>	<b>8.10</b>
*고용유발계수	3.06	3.04	6.10
중소기업 취업유발계수	9.27	9.25	18.52
중소기업 고용유발계수	<b>6.99</b>	6.96	13.95

주: \*고용유발계수는 2007년 산업연관표의 비율을 통해 예측

9) 취업유발계수는 피용자수에다 자영업자 및 무급가족 종사자를 포함하는 취업자수를 분석 항목으로 취급하였기 때문에, 피용자수만을 기준으로 한 고용유발계수보다는 큼

[그림 3] 충남 중소기업의 고용창출효과



대기업을 포함할 경우 수출 10억당 취업유발계수는 8.10명이나 중소기업만을 대상으로 할 경우 수출 10억당 취업유발계수는 18.52명으로 수출 10억당 10명 이상의 차이가 발생하였으며 직접적인 고용효과만은 나타내는 고용유발계수 또한 대기업을 포함할 경우 수출 10억당 고용유발계수는 6.10명이나 중소기업만을 대상으로 할 경우 수출 10억당 고용유발계수는 13.95명으로 8명의 차이가 발생하였다.

중소기업의 수출10억당 취업 및 고용유발효과는 대기업을 포함한 취업 및 고용유발효과의 2.3배 이상이다. 따라서 중소수출기업을 대상으로 하는 충남의 수출지원정책은 일자리 창출에 기여도가 매우 높다.

‘10년도 충남 평균 대기업 수출비중은 82.6%(중소기업 17.4%)로 세계경제 침체에 따른 대기업 수출부진은 충남의 수출부진으로 직결될 수 있어 중소기업의 수출지원을 위한 적극적 정책 추진이 필요한 시점이다.



도내 수출업체 대부분 영세소기업으로 자력 수출의 한계가 있다. '09년 수출업체 765개중 500만 달러 이상 수출기업은 147개(19.2%)에 불과하였으며 454개 기업(59.4%)이 100만 달러 미만 수출업체였다.

<표 43> '09년 수출업체 현황

(단위: 달러)

구분	계	10만 미 만	10~ 30만	30~ 50만	50~ 100만	100~ 300만	300~ 500만	500~ 1,000만	1,000만 이상
업체	765	217	116	60	61	112	52	63	84
(%)	100	28.4	15.2	7.8	8.0	14.6	6.8	8.2	11.0

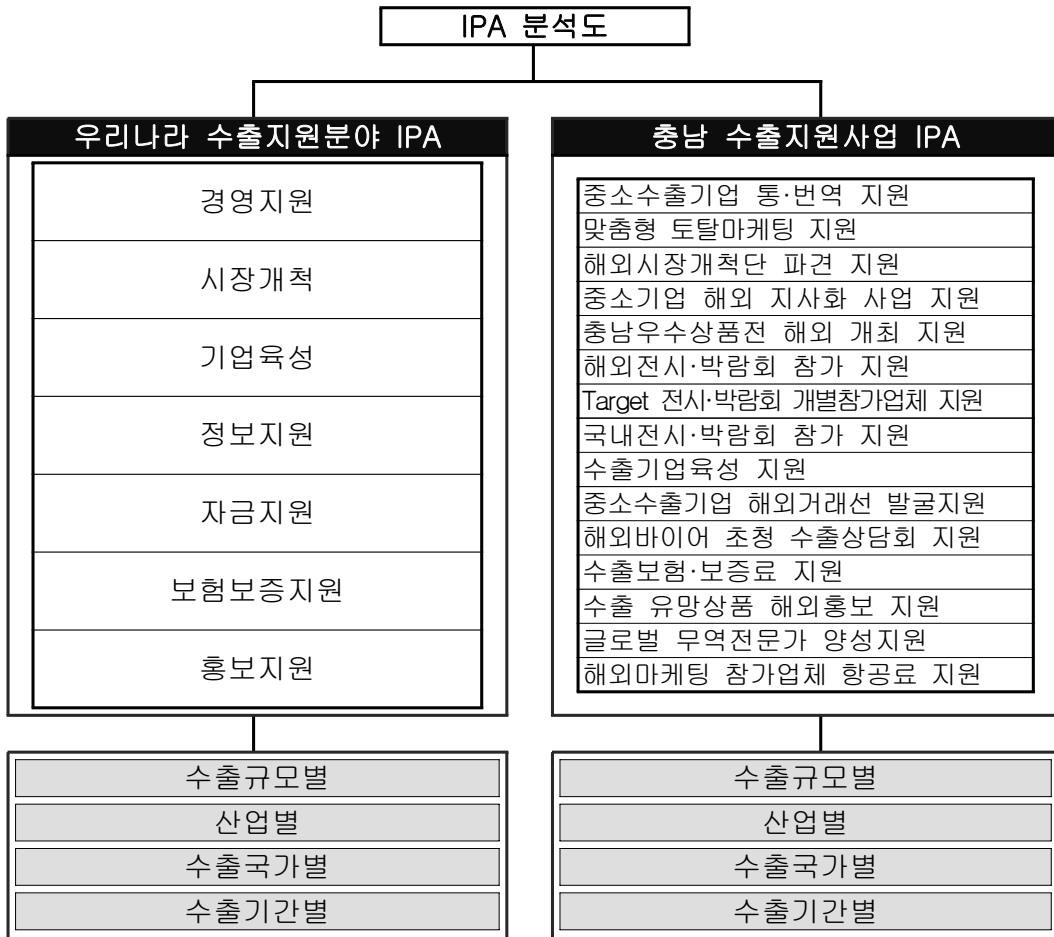
최근 고용없는 성장이 이슈가 되면서 수출은 증가하는데도 일자리는 제자리걸음인 '불임(不妊)수출' 현상은 대기업에 국한된 문제이다. 대기업 제조업체들이 고(高)임금 부담을 피해가기 위해 공장 자동화를 가속화하고, 고용효과가 높은 신발·섬유·피혁 등 노동집약 산업체들은 중국과 동남아 쪽으로 계속 빠져나간 데 따른 결과이다.

수출의 고용 효과 감소는 산업구조 재편에 따른 불가피한 측면이며 '고용 없는 경제성장'이 장기화될 수 있어 고용효과가 매우 높은 중소수출기업 지원은 매우 중요한 정책이라고 하겠다.

## 에세이 2.

# 중요도-만족도 분석(IPA)을 통한 지원서비스의 개선방안

<표 44> IPA 체계



본 장에서는 우리나라의 수출지원분야를 중심으로 IPA 분석결과를 먼저 살펴본 후 충남의 세부 수출지원사업에 대한 분석을 통해 충남의 수출지원 개선방안을 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

# 1. 우리나라 수출지원분야의 IPA 결과

## 1) 전체 기업 IPA 결과

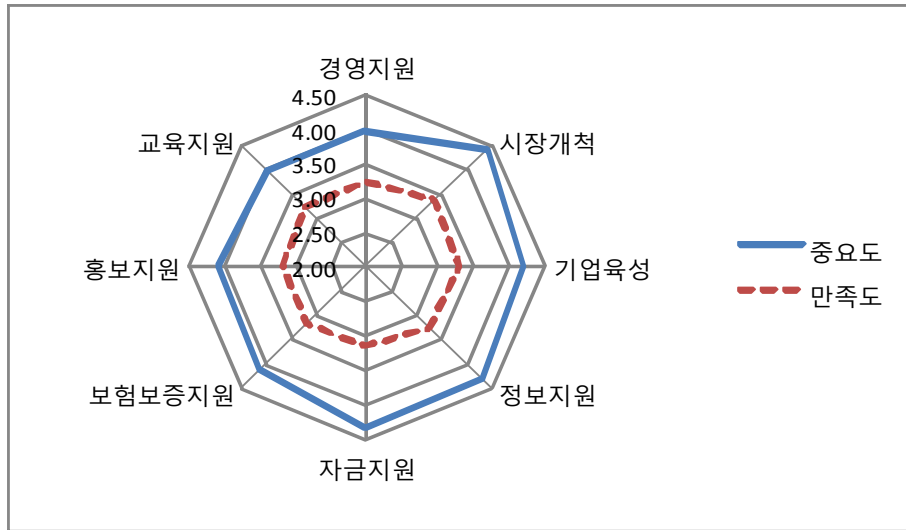
<표 45> 우리나라의 수출지원분야에 대한 중요도와 만족도 평균

라벨	중요도(A)		만족도(B)		(A)-(B)
	평균	N	평균	N	
경영지원	3.97	232	3.22	232	0.75
시장개척	4.41	232	3.35	232	1.06
기업육성	4.22	232	3.32	232	0.90
정보지원	4.31	232	3.26	232	1.05
자금지원	4.35	232	3.15	232	1.20
보험·보증	4.14	232	3.19	232	0.95
홍보지원	4.09	232	3.17	232	0.92
교육지원	3.99	232	3.22	232	0.77

충남의 중소수출기업이 가장 중요하게 생각하는 수출지원분야는 시장개척으로 나타났으며 자금지원, 정보지원 순이었고 경영지원의 중요도가 가장 낮았다. 또한 가장 만족하는 지원분야는 시장개척으로 나타났으며 기업육성, 경영지원, 교육지원 순이었고 자금지원의 만족도가 가장 낮았다.

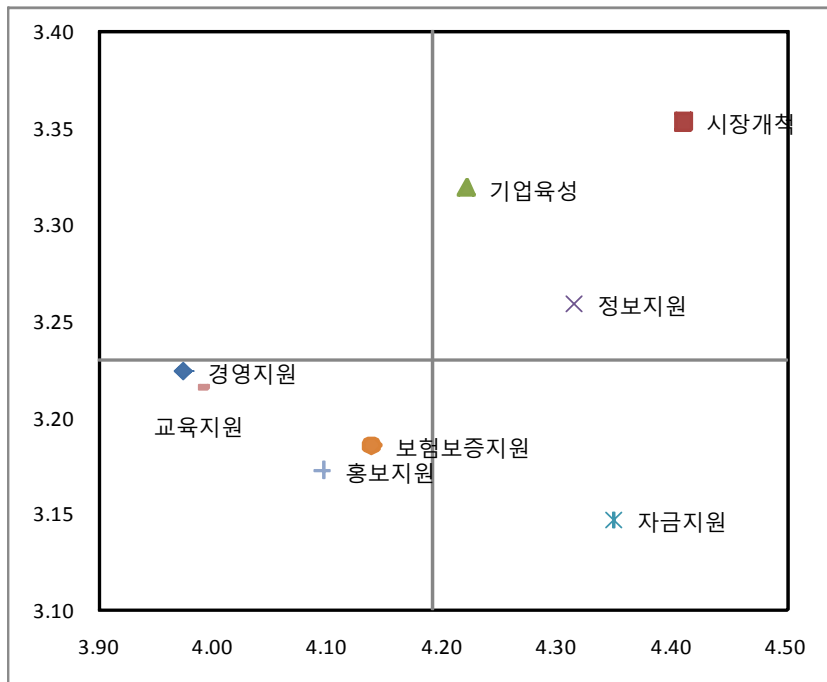
중요도와 만족도간의 차이는 자금지원분야에서 가장 크게 나타났으며 시장개척 정보지원 순이었다.

[그림 4] 우리나라의 수출지원분야에 대한 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 5] 우리나라의 수출지원분야에 대한 IPA 분석결과



분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 분야는 시장개척, 기업육성, 정보지원이며 중점적으로 강화해야 할 분야는 자금지원인 것으로 나타났다. 또한 우리나라의 지원분야 중 축소지향해야 할 분야는 없는 것으로 나타났다.

<표 46> 우리나라의 수출지원제도에 대한 IPA 분석결과

분석결과	지원분야		지원방향
중요도와 만족도가 높은 분야	시장개척 기업육성 정보지원	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 분야	자금지원	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 분야	경영지원 교육지원 보험보증지원 홍보지원	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 분야		➡	축소지향

그러나 이와 같이 전체기업을 대상으로 한 분석은 특정 산업의 기업 비중이 높아 편향될 수 있어 해석에 주의해야 한다. 따라서 다음절에서는 시장을 산업별, 수출규모별, 수출국별, 수출시작 연도별 등으로 세분화 하여 살펴보고자 한다.

## 2) 분야별 IPA 결과

### (1) 산업별 IPA 결과

충남 수출지원에 적극적으로 참여한 기업의 분포를 살펴보면 농림수산업이 34.9%, 화학공업이 15.1%, 철강기계산업이 18.1%, 전자전기산업이 12.5%, 기타산업이 19.4%로 농림수산업 관련 기업이 충남의 수출지원 참여에 적극적인 것으로 나타났다.

<표 47> 산업별 중요도와 만족도 평균

사업	중요도		만족도	
	평균	N	평균	N
농림수산	4.10	81	3.29	81
화학공업	4.30	35	3.49	35
철강기계	4.27	42	3.05	42
전자전기	4.15	29	3.22	29
기타산업	4.19	45	3.10	45

주) 기타산업: 광산물, 플라스틱고무 및 가죽제품, 섬유류, 생활용품, 잡제품

<표 48> 산업별 자료의 기초통계

사업	빈도	백분율	누적	누적
			빈도	백분율
농림수산	81	34.91	81	34.91
화학공업	35	15.09	116	50.00
철강기계	42	18.10	158	68.10
전자전기	29	12.50	187	80.60
기타산업	45	19.40	232	100.00

주) 기타산업: 광산물, 플라스틱고무 및 가죽제품, 섬유류, 생활용품, 잡제품

화학공업 분야에서 우리나라 수출지원환경에 대한 만족도가 가장 높았으며 철강기계분야에서 수출지원환경에 대한 만족도가 가장 낮았다.

## ① 농림수산업

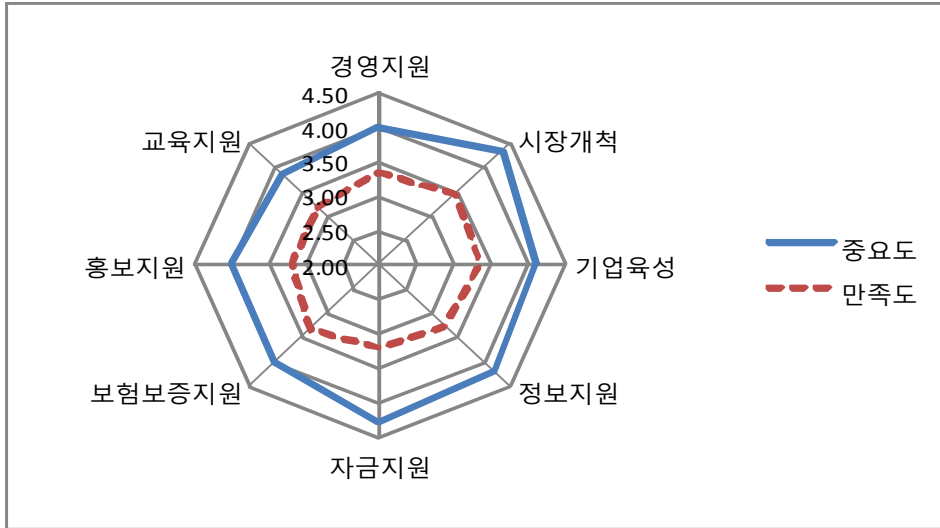
<표 49> 농림수산업에 대한 중요도와 만족도 평균

사업	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
농림 수산	경영지원	4.01	81	3.33	81
	시장개척	4.33	81	3.46	81
	기업육성	4.10	81	3.36	81
	정보지원	4.19	81	3.27	81
	자금지원	4.30	81	3.21	81
	보험·보증	4.01	81	3.35	81
	홍보지원	4.00	81	3.19	81
	교육지원	3.88	81	3.19	81

충남의 농림수산업이 가장 중요하게 생각하는 지원분야는 시장개척으로 나타났으며 자금지원, 정보지원 순이었고 교육지원의 중요도가 가장 낮았다. 또한 가장 만족하는 지원분야는 시장개척으로 나타났으며 기업육성, 보험·보증, 경영지원 순이었고 홍보지원과 교육지원에 대한 만족도가 가장 낮았다.

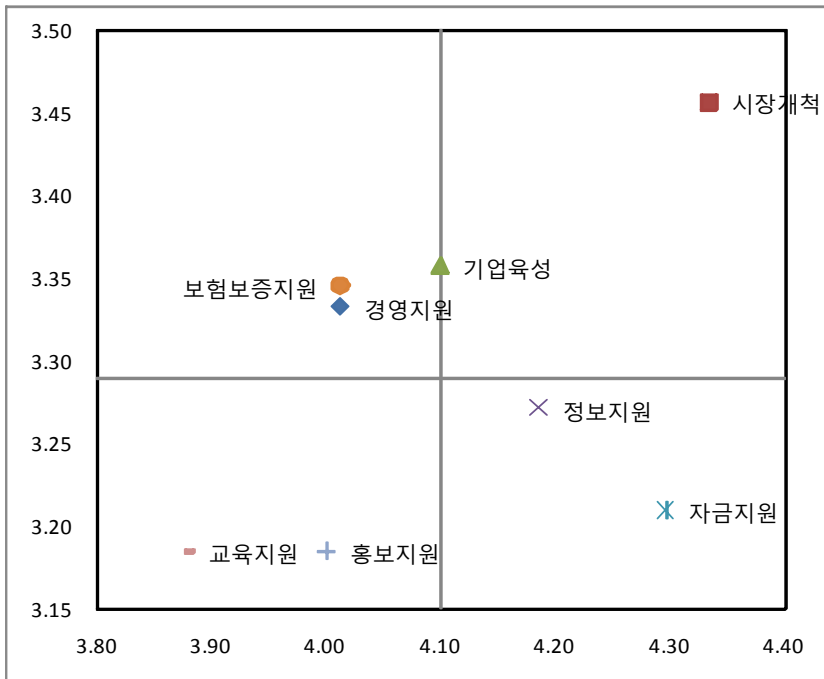
중요도와 만족도간의 차이는 자금지원분야에서 가장 크게 나타났으며 정보지원, 시장개척 순이었다.

[그림 6] 농림수산업에 대한 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 7] 농림수산업의 IPA 분석결과





분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 시장개척, 기업육성이며 중점적으로 강화해야 할 사업은 정보지원, 자금지원인 것으로 나타났다.

또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 분야는 교육지원, 홍보지원으로 나타났으며 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소지향해야 할 분야는 보험·보증지원, 경영지원으로 나타났다.

<표 50> 농림수산업의 IPA 분석결과

분석결과	지원분야		지원방향
중요도와 만족도가 높은 분야	시장개척 기업육성	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 분야	정보지원 자금지원	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 분야	교육지원 홍보지원	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 분야	보험·보증지원 경영지원	➡	축소지향

## ② 화학공업제품

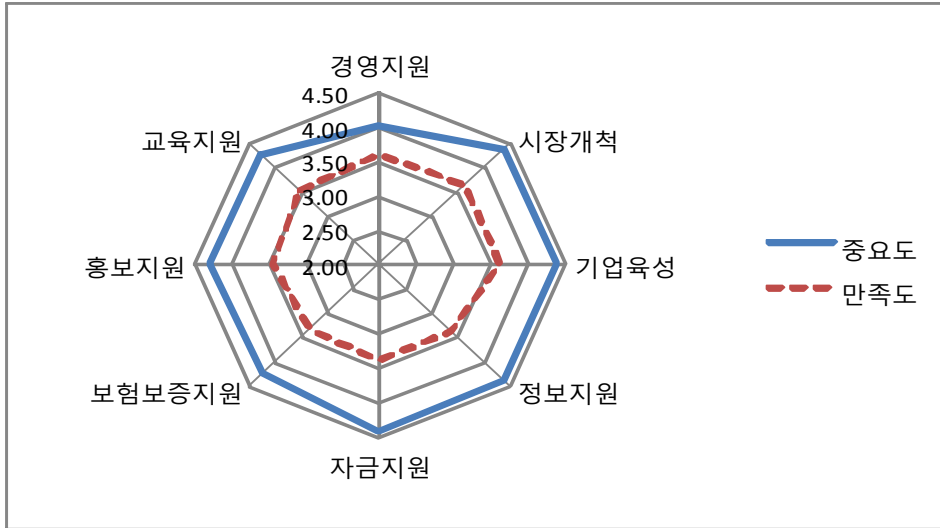
<표 51> 화학공업에 대한 중요도와 만족도 평균

사업	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
화학 공업	경영지원	4.03	35	3.60	35
	시장개척	4.37	35	3.63	35
	기업육성	4.40	35	3.63	35
	정보지원	4.37	35	3.37	35
	자금지원	4.43	35	3.40	35
	보험·보증	4.23	35	3.34	35
	홍보지원	4.29	35	3.46	35
	교육지원	4.26	35	3.51	35

충남의 화학공업이 가장 중요하게 생각하는 지원분야는 자금지원으로 나타났으며 기업육성, 정보지원 및 시장개척 순이었고 경영지원의 중요도가 가장 낮았다. 또한 가장 만족하는 지원분야는 시장개척과 기업육성으로 나타났으며 경영지원, 홍보지원 순이었고 보험·보증지원에 대한 만족도가 가장 낮았다.

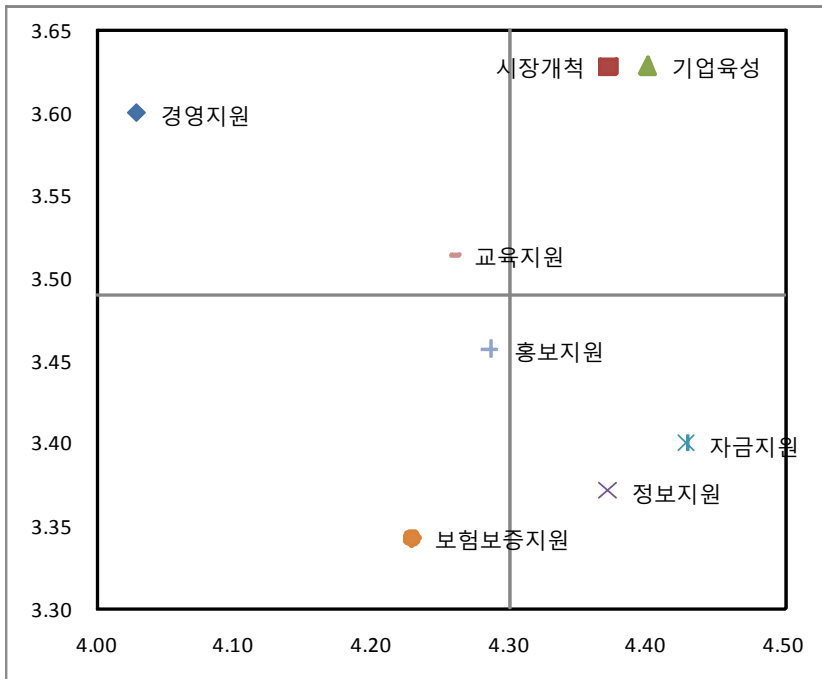
중요도와 만족도간의 차이는 자금지원분야에서 가장 크게 나타났으며 정보지원, 보험·보증지원 순이었다.

[그림 8] 화학공업에 대한 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 9] 화학공업의 IPA 분석결과



분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 시장개척, 기업육성이며 중점적으로 강화해야 할 사업은 자금지원, 정보지원인 것으로 나타났다.

또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 분야는 홍보지원과 보험·보증지원인 것으로 나타났으며 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소지향해야 할 분야는 경영지원으로 나타났다.

<표 52> 화학공업의 IPA 분석결과

분석결과	지원분야		지원방향
중요도와 만족도가 높은 분야	시장개척 기업육성	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 분야	자금지원 정보지원	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 분야	홍보지원 보험보증지원	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 분야	경영지원	➡	축소지향

### ③ 철강금속 및 기계류

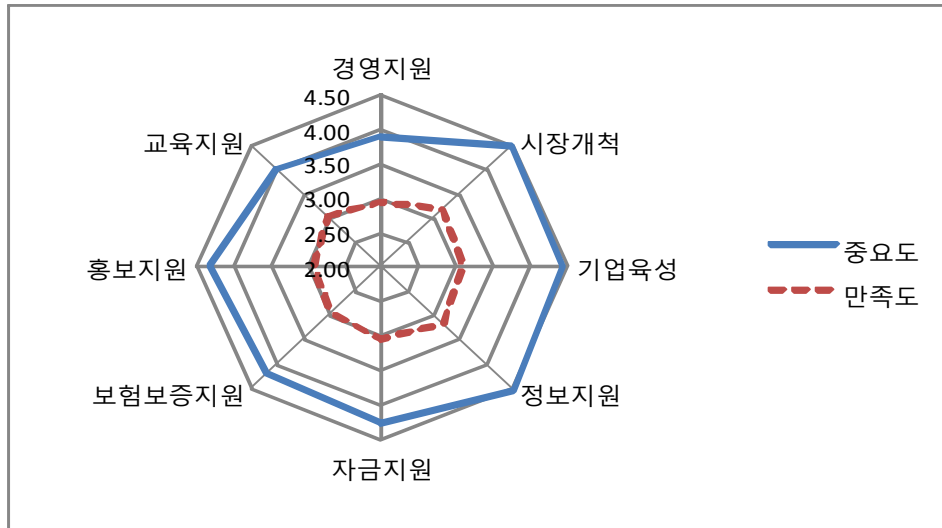
<표 53> 철강금속 및 기계류에 대한 중요도와 만족도 평균

사업	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
철강 기계	경영지원	3.90	42	2.95	42
	시장개척	4.50	42	3.19	42
	기업육성	4.45	42	3.10	42
	정보지원	4.52	42	3.19	42
	자금지원	4.26	42	3.05	42
	보험·보증	4.21	42	2.98	42
	홍보지원	4.33	42	2.93	42
	교육지원	4.00	42	3.05	42

충남의 철강금속 및 기계류가 가장 중요하게 생각하는 지원분야는 정보지원으로 나타났으며 시장개척, 기업육성 순이었고 경영지원의 중요도가 가장 낮았다. 또한 가장 만족하는 지원분야는 시장개척과 정보지원으로 나타났으며 기업육성, 자금지원 및 교육지원 순이었고 홍보지원에 대한 만족도가 가장 낮았다.

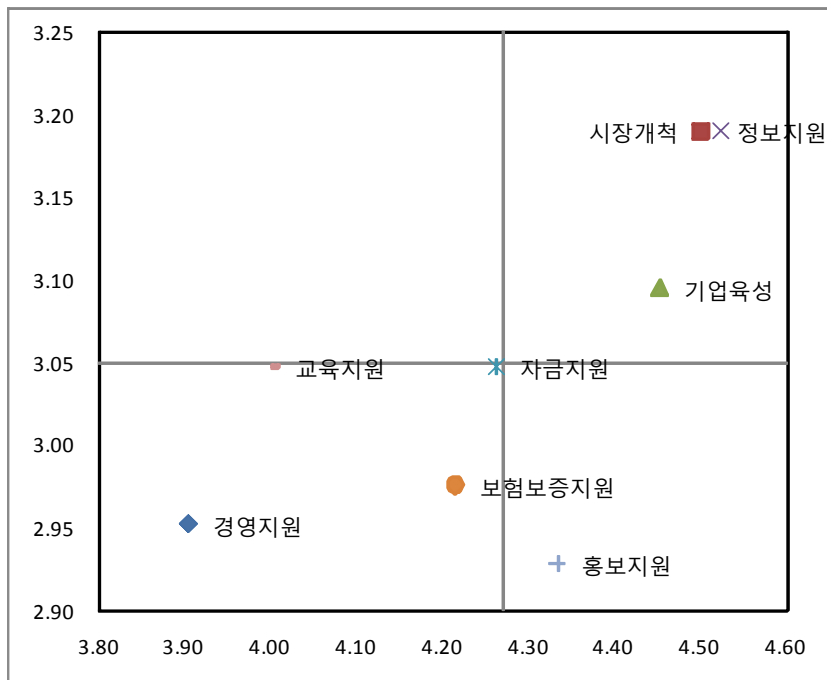
중요도와 만족도간의 차이는 기업육성분야에서 가장 크게 나타났으며 정보지원, 시장개척 순이었다.

[그림 10] 철강금속 및 기계류에 대한 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 11] 철강금속 및 기계류의 IPA 분석결과



분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 시장개척, 정보지원, 기업육성이며 중점적으로 강화해야 할 사업은 홍보지원인 것으로 나타났다.

또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 분야는 자금지원, 보험·보증지원, 경영지원, 교육지원으로 나타났으며 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소지향해야 할 분야는 없는 것으로 나타났다.

<표 54> 철강금속 및 기계류의 IPA 분석결과

분석결과	지원분야		지원방향
중요도와 만족도가 높은 분야	시장개척/정보지원 기업육성	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 분야	홍보지원	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 분야	자금지원/보험보증지원 경영지원/교육지원	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 분야		➡	축소지향

#### ④ 전자·전기산업

<표 55> 전자·전기산업에 대한 중요도와 만족도 평균

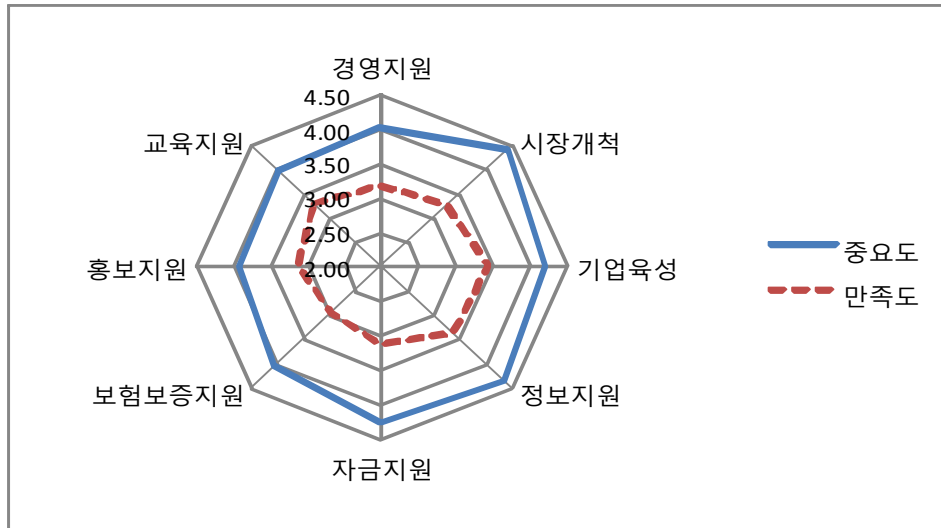
사업	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
전자 전기	경영지원	4.03	29	3.17	29
	시장개척	4.41	29	3.24	29
	기업육성	4.21	29	3.45	29
	정보지원	4.34	29	3.38	29
	자금지원	4.28	29	3.14	29
	보험·보증	4.03	29	2.97	29
	홍보지원	3.93	29	3.14	29
	교육지원	3.97	29	3.31	29

충남의 전자·전기산업이 가장 중요하게 생각하는 지원분야는 시장개척으로 나타났다으며 정보지원, 자금지원 순이었고 홍보지원의 중요도가 가장 낮았다. 또한 가장 만족하는 지원분야는 기업육성으로 나타났다으며 정보지원, 시장개척 순이었고 보험·보증지원에 대한 만족도가 가장 낮았다.

중요도와 만족도간의 차이는 시장개척분야에서 가장 크게 나타났다으며 자금지원, 보험·보증지원 순이었다.

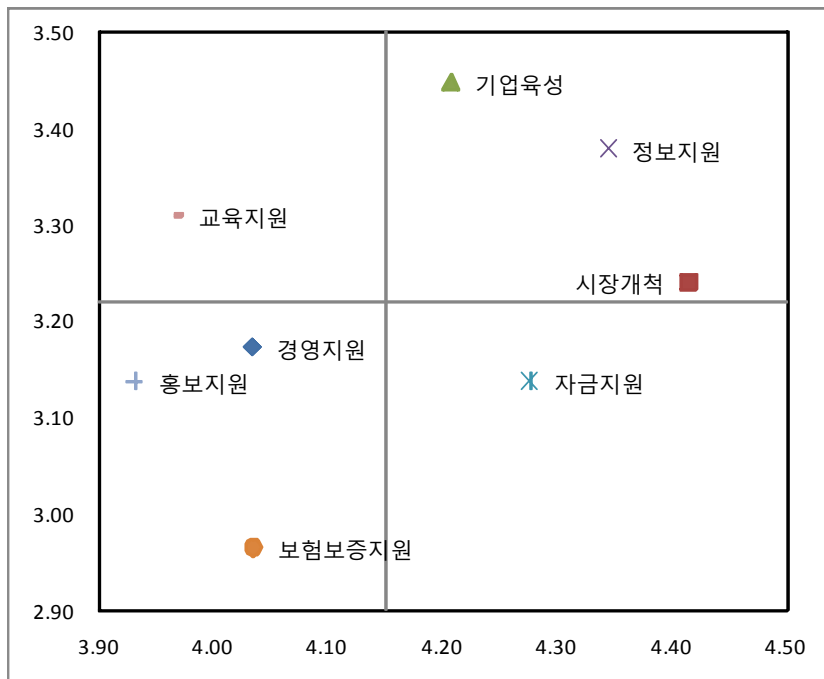


[그림 12] 전자·전기산업에 대한 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 13] 전자·전기산업에 대한 IPA 분석결과



분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 기업육성, 정보지원, 시장개척이며 중점적으로 강화해야 할 사업은 자금지원인 것으로 나타났다.

또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 분야는 경영지원, 홍보지원, 보험·보증지원으로 나타났으며 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소지향해야 할 분야는 교육지원으로 나타났다.

<표 56> 전자·전기산업의 IPA 분석결과

분석결과	지원분야		지원방향
중요도와 만족도가 높은 분야	기업육성/정보지원 시장개척	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 분야	자금지원	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 분야	경영지원/홍보지원 보험보증지원	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 분야	교육지원	➡	축소지향

## ⑤ 기타산업(광산물, 플라스틱고무 및 가죽제품, 섬유류, 생활용품, 잡제품)

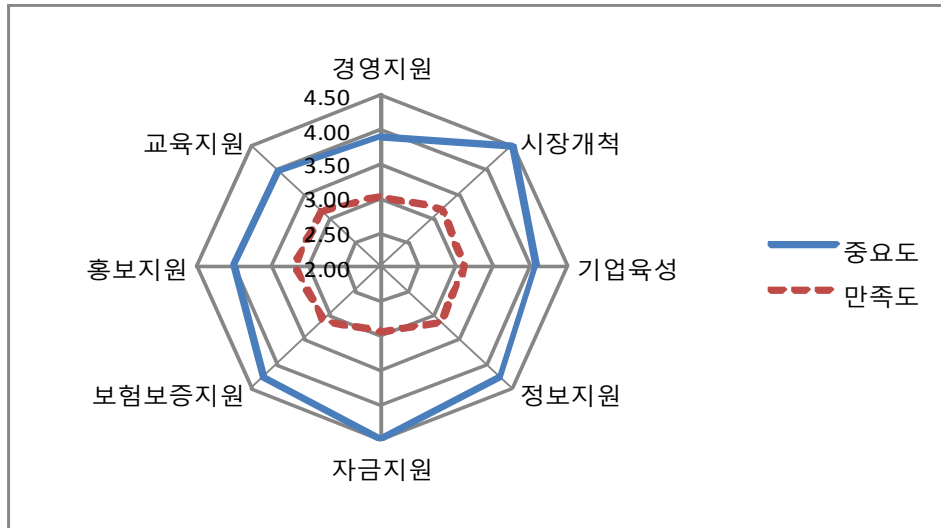
<표 57> 기타산업에 대한 중요도와 만족도 평균

사업	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
기타 산업	경영지원	3.89	45	3.02	45
	시장개척	4.49	45	3.18	45
	기업육성	4.09	45	3.13	45
	정보지원	4.29	45	3.13	45
	자금지원	4.51	45	2.93	45
	보험·보증	4.29	45	3.11	45
	홍보지원	4.00	45	3.18	45
	교육지원	3.98	45	3.13	45

충남의 기타산업이 가장 중요하게 생각하는 지원분야는 자금지원으로 나타났으며 시장개척, 정보지원 및 보험·보증지원 순이었고 경영지원의 중요도가 가장 낮았다. 또한 가장 만족하는 지원분야는 시장개척과 홍보지원으로 나타났으며 기업육성, 정보지원 및 교육지원 순이었고 자금지원에 대한 만족도가 가장 낮았다.

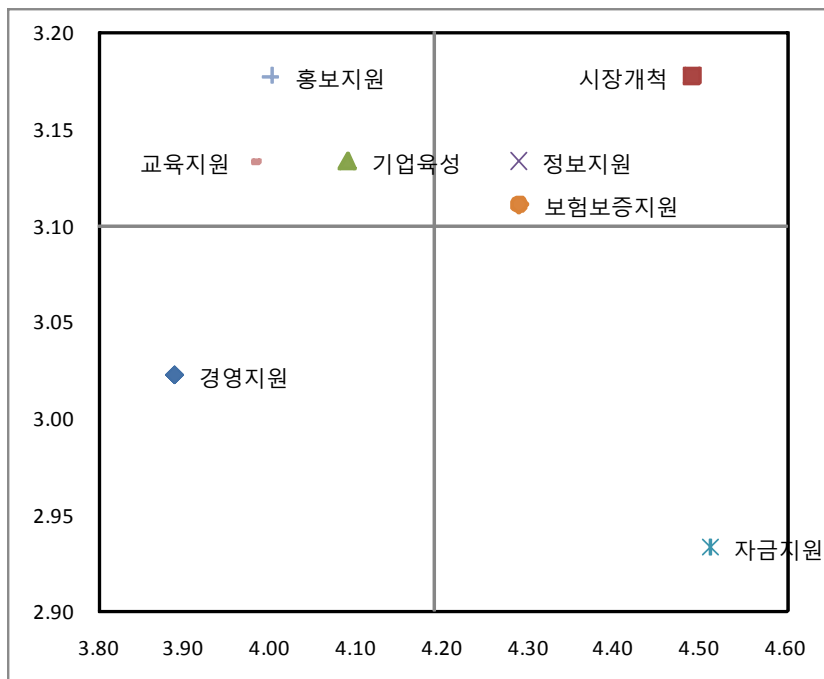
중요도와 만족도간의 차이는 자금지원분야에서 가장 크게 나타났으며 시장개척, 보험·보증지원 순이었다.

[그림 14] 기타산업에 대한 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 15] 기타산업에 대한 IPA 분석결과



분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 시장개척, 정보지원, 보험·보증지원이며 중점적으로 강화해야 할 사업은 자금지원인 것으로 나타났다.

또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 분야는 경영지원으로 나타났으며 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소지향해야 할 분야는 홍보지원, 교육지원, 기업육성으로 나타났다.

<표 58> 기타산업의 IPA 분석결과

분석결과	지원분야		지원방향
중요도와 만족도가 높은 분야	시장개척/정보지원 보험보증지원	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 분야	자금지원	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 분야	경영지원	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 분야	홍보지원/교육지원 기업육성	➡	축소지향

## (2) 규모별 IPA 결과

<표 59> 규모별 자료의 기초통계

규모	빈도	백분율	누적	누적
			빈도	백분율
1억 이하	63	27.16	63	27.16
1억~10억 이하	85	36.64	148	63.79
10억 초과	84	36.21	232	100

충남 수출지원에 적극적으로 참여한 기업의 수출액 분포를 살펴보면 1억 이하로 수출하는 기업이 27.2%, 1억~10억 이하로 수출하는 기업이 36.64%, 10억을 초과하여 수출하는 기업이 36.2%로 나타났다

<표 60> 규모별 중요도와 만족도 평균

규모	중요도		만족도	
	평균	N	평균	N
1억 이하	4.15	63	3.39	63
1억~10억 이하	4.20	85	3.18	85
10억 초과	4.20	84	3.17	84

1억 이하로 수출하는 영세 중소기업에서 우리나라 수출지원환경에 대한 만족도가 가장 높았으며 1억~10억 이하 수출기업과 10억 이상 수출기업의 만족도는 비슷하게 나타났다.

## ① 1억 이하 수출기업

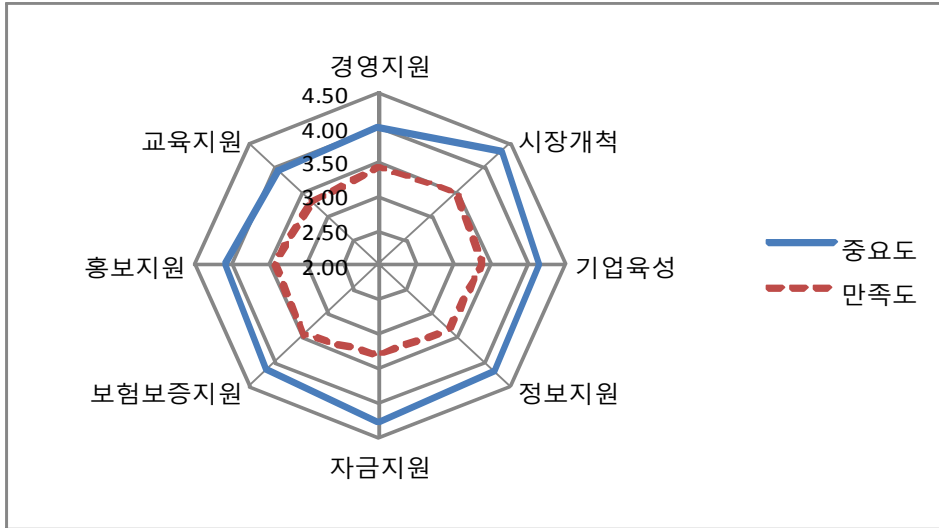
<표 61> 1억 이하 수출기업에 대한 중요도와 만족도 평균

규모	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
1억 이하	경영지원	4.02	63	3.41	63
	시장개척	4.33	63	3.49	63
	기업육성	4.17	63	3.40	63
	정보지원	4.21	63	3.33	63
	자금지원	4.30	63	3.30	63
	보험·보증	4.17	63	3.46	63
	홍보지원	4.08	63	3.43	63
	교육지원	3.92	63	3.30	63

충남의 1억 이하 수출기업이 가장 중요하게 생각하는 지원분야는 시장개척으로 나타났으며 자금지원, 정보지원 순이었고 교육지원의 중요도가 가장 낮았다. 또한 가장 만족하는 지원분야는 시장개척으로 나타났으며 보험·보증, 홍보지원 순이었고 자금지원 및 교육지원에 대한 만족도가 가장 낮았다.

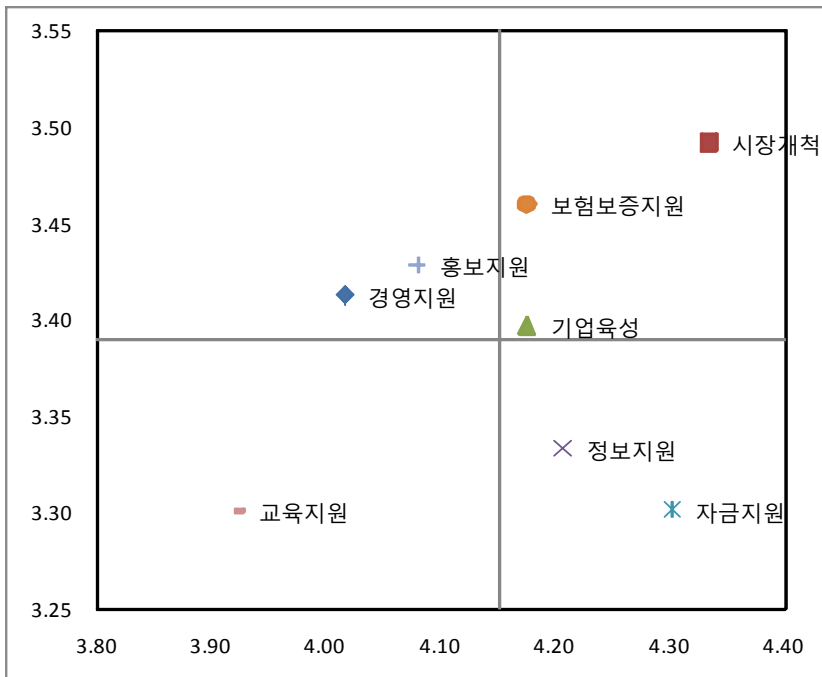
중요도와 만족도간의 차이는 자금지원분야에서 가장 크게 나타났으며 정보지원, 시장개척 순이었다.

[그림 16] 1억 이하 수출기업에 대한 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 17] 1억 이하 수출기업에 대한 IPA 분석결과





분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 시장개척, 보험·보증지원, 기업육성이며 중점적으로 강화해야 할 사업은 정보지원, 자금지원인 것으로 나타났다.

또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 분야는 교육지원으로 나타났으며 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소지향해야 할 분야는 홍보지원, 경영지원으로 나타났다.

<표 62> 1억 이하 수출기업에 대한 IPA 분석결과

분석결과	지원분야		지원방향
중요도와 만족도가 높은 분야	시장개척/보험·보증 지원 기업육성	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 분야	정보지원 자금지원	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 분야	교육지원	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 분야	홍보지원 경영지원	➡	축소지향

## ② 1억~10억 이하 수출기업

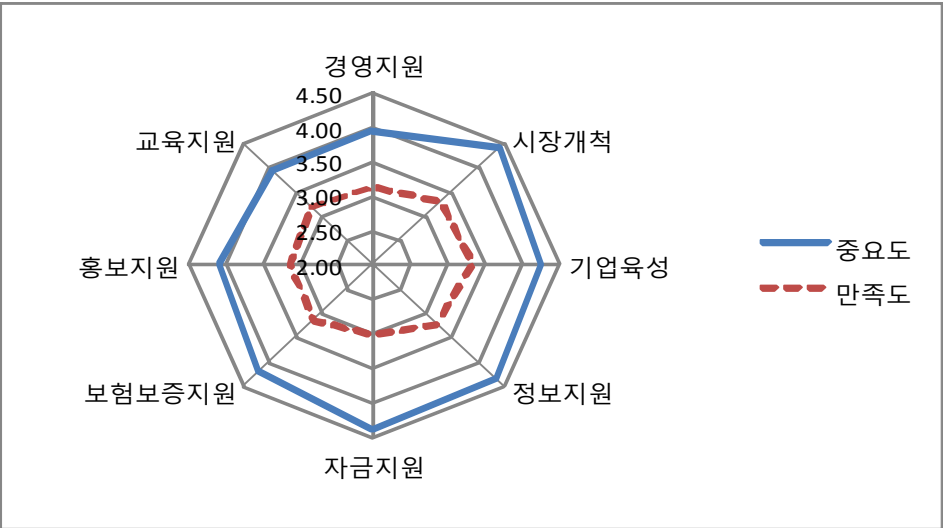
<표 63> 1억~10억 이하 수출기업에 대한 중요도와 만족도 평균

규모	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
1억 ~ 10억 이하	경영지원	3.94	85	3.13	85
	시장개척	4.41	85	3.28	85
	기업육성	4.26	85	3.33	85
	정보지원	4.33	85	3.24	85
	자금지원	4.41	85	3.04	85
	보험·보증	4.20	85	3.13	85
	홍보지원	4.09	85	3.14	85
	교육지원	3.94	85	3.19	85

충남의 1억~10억 이하 수출기업이 가장 중요하게 생각하는 지원분야는 시장개척과 자금지원으로 나타났으며 정보지원, 기업육성 순이었고 경영지원과 교육지원의 중요도가 가장 낮았다. 또한 가장 만족하는 지원분야는 기업육성으로 나타났으며 시장개척, 정보지원 순이었고 자금지원에 대한 만족도가 가장 낮았다.

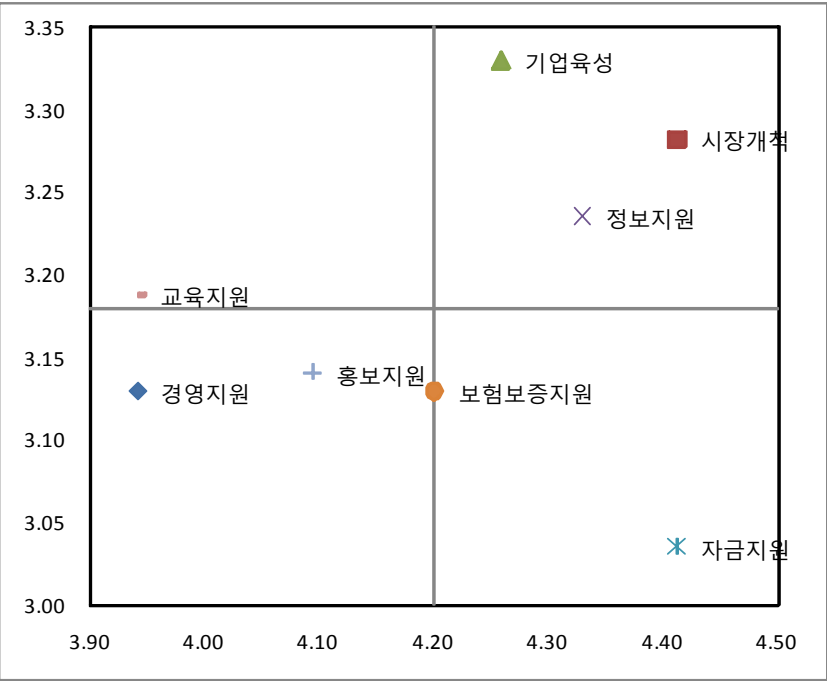
중요도와 만족도간의 차이는 자금지원분야에서 가장 크게 나타났으며 시장개척, 정보지원 순이었다.

[그림 18] 1억~10억 이하 수출기업에 대한 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 19] 1억~10억 이하 수출기업의 IPA 분석결과



분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 기업육성, 시장개척, 정보지원이며 중점적으로 강화해야 할 사업은 보험·보증지원, 자금지원인 것으로 나타났다.

또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 분야는 홍보지원, 경영지원으로 나타났으며 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소지향해야 할 분야는 교육지원으로 나타났다.

<표 64> 1억~10억 이하 수출기업의 IPA 분석결과

분석결과	지원분야		지원방향
중요도와 만족도가 높은 분야	기업육성/시장개척 정보지원	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 분야	보험보증지원 자금지원	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 분야	홍보지원 경영지원	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 분야	교육지원	➡	축소지향

### ③ 10억 초과 수출기업

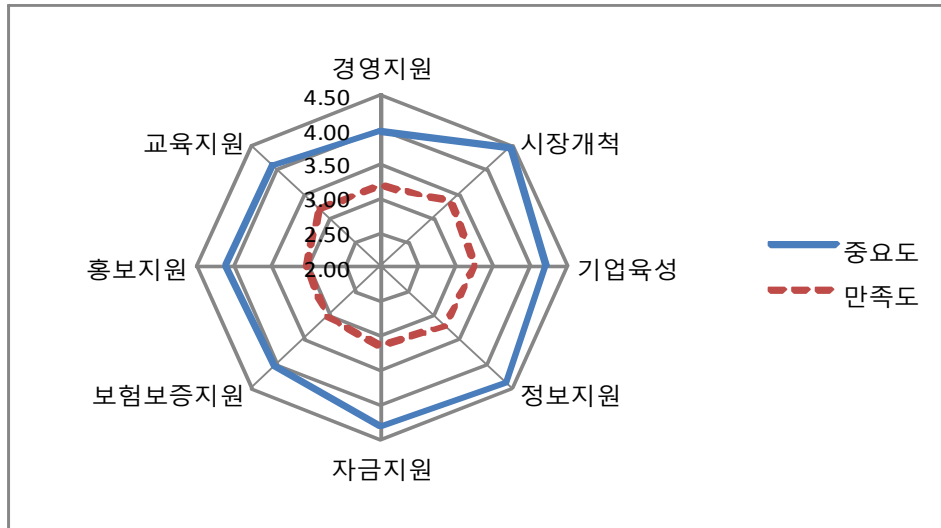
<표 65> 10억 초과 수출기업에 대한 중요도와 만족도 평균

규모	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
10억 초과	경영지원	3.98	84	3.18	84
	시장개척	4.46	84	3.32	84
	기업육성	4.21	84	3.25	84
	정보지원	4.38	84	3.23	84
	자금지원	4.32	84	3.14	84
	보험·보증	4.05	84	3.04	84
	홍보지원	4.11	84	3.01	84
	교육지원	4.08	84	3.18	84

충남의 10억 초과 수출기업이 가장 중요하게 생각하는 지원분야는 시장개척으로 나타났으며 정보지원, 자금지원 순이었고 경영지원의 중요도가 가장 낮았다. 또한 가장 만족하는 지원분야는 시장개척으로 나타났으며 기업육성, 정보지원 순이었고 홍보지원에 대한 만족도가 가장 낮았다.

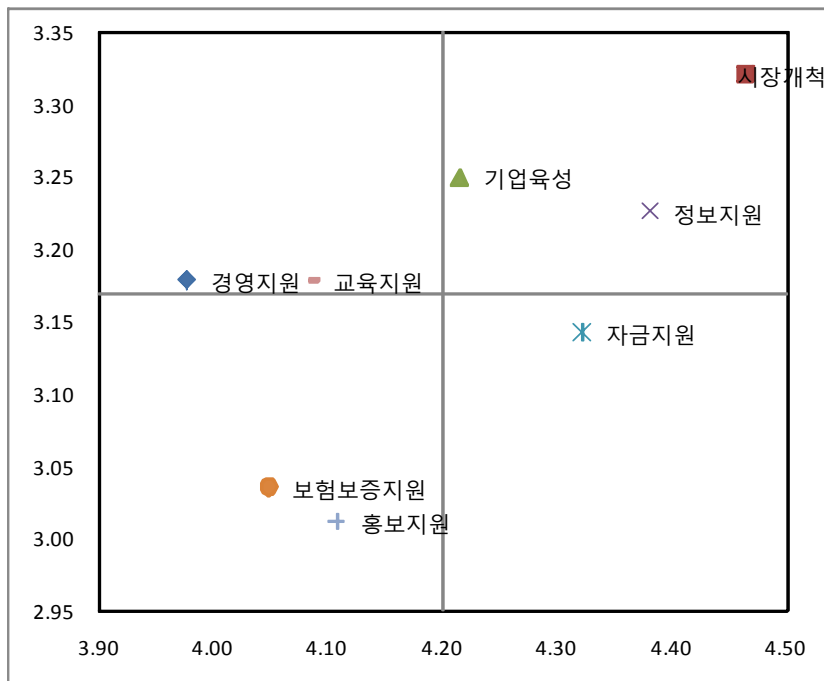
중요도와 만족도간의 차이는 자금지원분야에서 가장 크게 나타났으며 정보지원, 시장개척 순이었다.

[그림 20] 10억 초과 수출기업에 대한 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 21] 10억 초과 수출기업의 IPA 분석결과



분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 시장개척, 기업육성, 정보지원이며 중점적으로 강화해야 할 사업은 자금지원인 것으로 나타났다.

또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 분야는 보험·보증지원, 홍보지원으로 나타났으며 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소지향해야 할 분야는 경영지원, 교육지원으로 나타났다.

<표 66> 10억 초과 수출기업의 IPA 분석결과

분석결과	지원분야		지원방향
중요도와 만족도가 높은 분야	시장개척/기업육성 정보지원	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 분야	자금지원	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 분야	보험보증지원 홍보지원	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 분야	경영지원 교육지원	➡	축소지향

### (3) 수출국별 IPA 결과

<표 67> 수출국별 자료의 기초통계

수출국	빈도	백분율	누적	누적
			빈도	백분율
미주	61	26.29	61	26.29
일본	30	12.93	91	39.22
중국	45	19.4	136	58.62
동남아	60	25.86	196	84.48
기타국	36	15.52	232	100

주) 기타국: 유럽, 중동, 아프리카, 오세아니아, 기타

충남 수출지원에 적극적으로 참여한 기업의 주요 수출국 분포를 살펴보면 북미, 남미 등 미주로 수출하는 기업이 26.3%, 일본으로 수출하는 기업이 12.9%, 중국으로 수출하는 기업이 19.4%, 동남아로 수출하는 기업이 25.9%, 유럽, 중동 등 기타국으로 수출하는 기업이 15.5%로 나타났다.

<표 68> 수출국별 기초통계

수출국	중요도		만족도	
	평균	N	평균	N
미주	4.23	61	3.16	61
일본	4.20	61	3.37	61
중국	4.13	61	3.22	61
동남아	4.16	61	3.30	61
기타국	4.22	61	3.15	61

주) 기타국: 유럽, 중동, 아프리카, 오세아니아, 기타

일본 수출기업에서 우리나라 수출지원환경에 대한 만족도가 가장 높았으며 기타국의 만족도가 가장 낮았다.



## ① 미주 수출기업

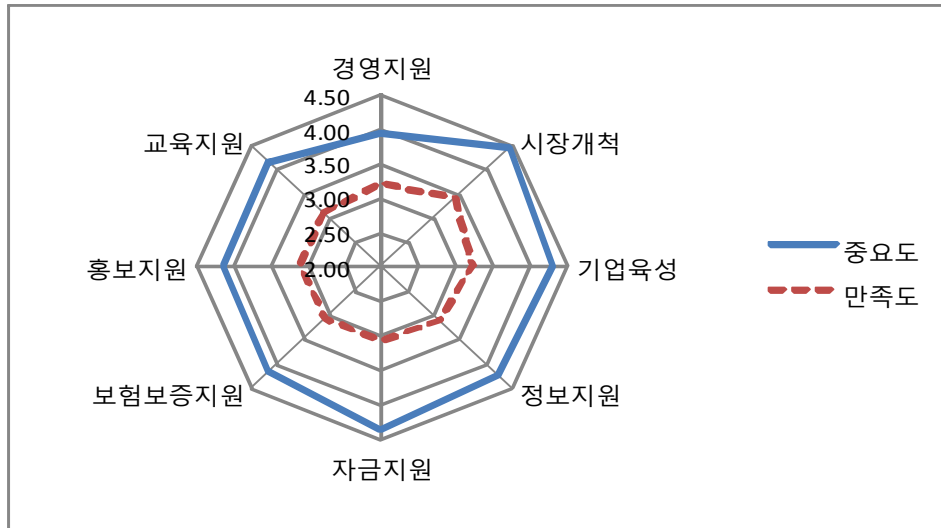
<표 69> 미주 수출기업에 대한 중요도와 만족도 평균

규모	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
미주	경영지원	3.95	61	3.20	61
	시장개척	4.46	61	3.39	61
	기업육성	4.33	61	3.25	61
	정보지원	4.25	61	3.11	61
	자금지원	4.38	61	3.08	61
	보험·보증	4.15	61	3.08	61
	홍보지원	4.13	61	3.10	61
	교육지원	4.16	61	3.10	61

충남의 미주 수출기업이 가장 중요하게 생각하는 지원분야는 시장개척으로 나타났다으며 경영지원, 자금지원 순이었고 홍보지원의 중요도가 가장 낮았다. 또한 가장 만족하는 지원분야는 시장개척으로 나타났다며 기업육성, 경영지원 순이었고 자금지원과 보험·보증지원에 대한 만족도가 가장 낮았다.

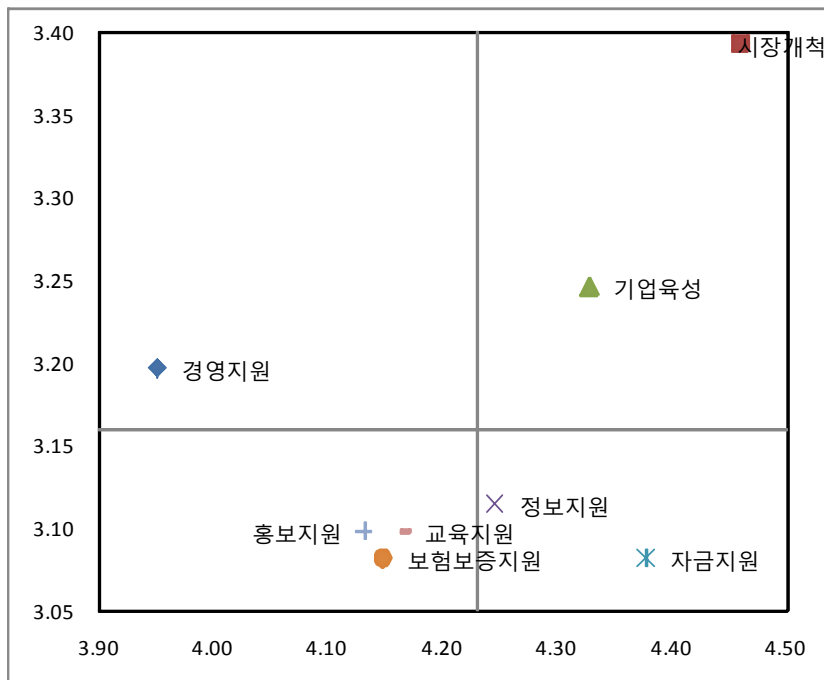
중요도와 만족도간의 차이는 정보지원분야에서 가장 크게 나타났다며 자금지원, 기업육성 순이었다.

[그림 22] 미주 수출기업에 대한 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 23] 미주 수출기업의 IPA 분석결과



분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 시장개척, 기업육성이며 중점적으로 강화해야 할 사업은 정보지원, 자금지원인 것으로 나타났다.

또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 분야는 교육지원, 홍보지원, 보험·보증지원으로 나타났으며 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소지향해야 할 분야는 경영지원으로 나타났다.

<표 70> 미주 수출기업의 IPA 분석결과

분석결과	지원분야		지원방향
중요도와 만족도가 높은 분야	시장개척 기업육성	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 분야	정보지원 자금지원	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 분야	홍보지원/교육지원 보험보증지원	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 분야	경영지원	➡	축소지향

## ② 일본 수출기업

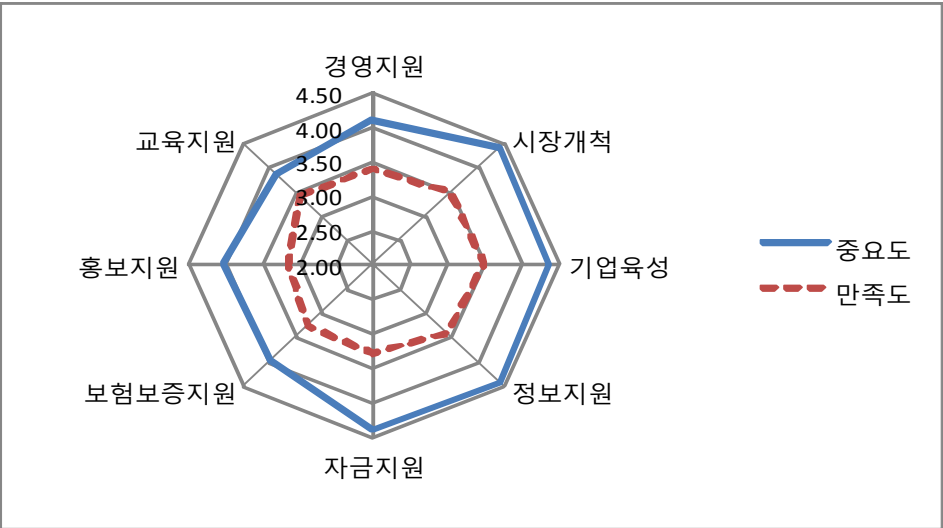
<표 71> 일본 수출기업에 대한 중요도와 만족도 평균

규모	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
일본	경영지원	4.10	30	3.40	30
	시장개척	4.43	30	3.50	30
	기업육성	4.37	30	3.50	30
	정보지원	4.43	30	3.40	30
	자금지원	4.40	30	3.30	30
	보험·보증	3.97	30	3.27	30
	홍보지원	4.03	30	3.17	30
	교육지원	3.87	30	3.40	30

충남의 일본 수출기업이 가장 중요하게 생각하는 지원분야는 시장개척과 정보 지원으로 나타났으며 자금지원, 보험·보증지원 순이었고 교육지원의 중요도가 가장 낮았다. 또한 가장 만족하는 지원분야는 시장개척과 기업육성으로 나타났으며 경영지원과 정보지원, 자금지원 순이었고 홍보지원에 대한 만족도가 가장 낮았다.

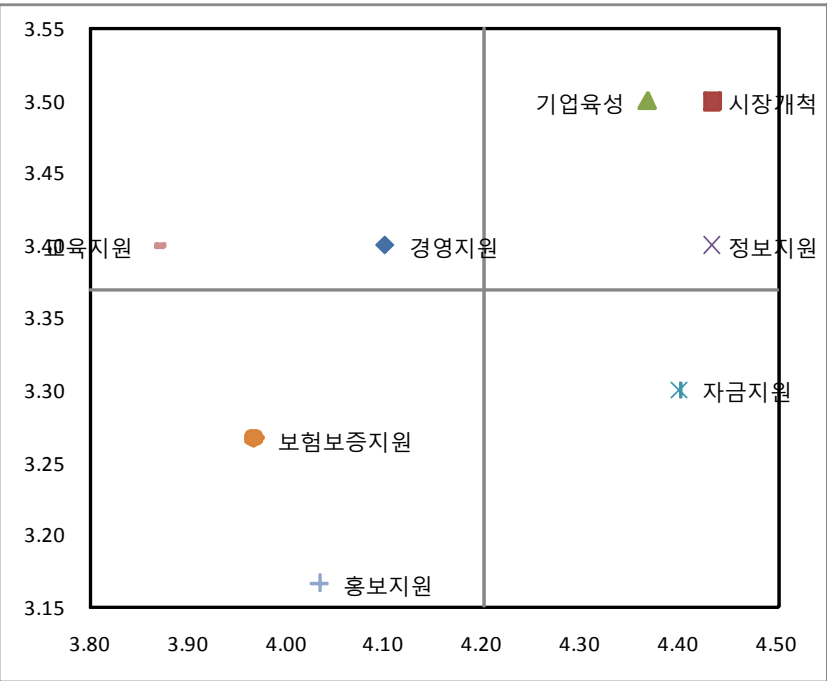
중요도와 만족도간의 차이는 자금지원분야에서 가장 크게 나타났으며 정보지원, 시장개척 순이었다.

[그림 24] 일본 수출기업에 대한 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 25] 일본 수출기업의 IPA 분석결과



분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 기업육성, 시장개척, 정보지원이며 중점적으로 강화해야 할 사업은 자금지원인 것으로 나타났다.

또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 분야는 보험·보증지원, 홍보지원으로 나타났으며 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소지향해야 할 분야는 교육지원, 경영지원으로 나타났다.

<표 72> 일본 수출기업의 IPA 분석결과

분석결과	지원분야		지원방향
중요도와 만족도가 높은 분야	기업육성/시장개척 정보지원	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 분야	자금지원	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 분야	보험보증지원 홍보지원	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 분야	교육지원 경영지원	➡	축소지향

### ③ 중국 수출기업

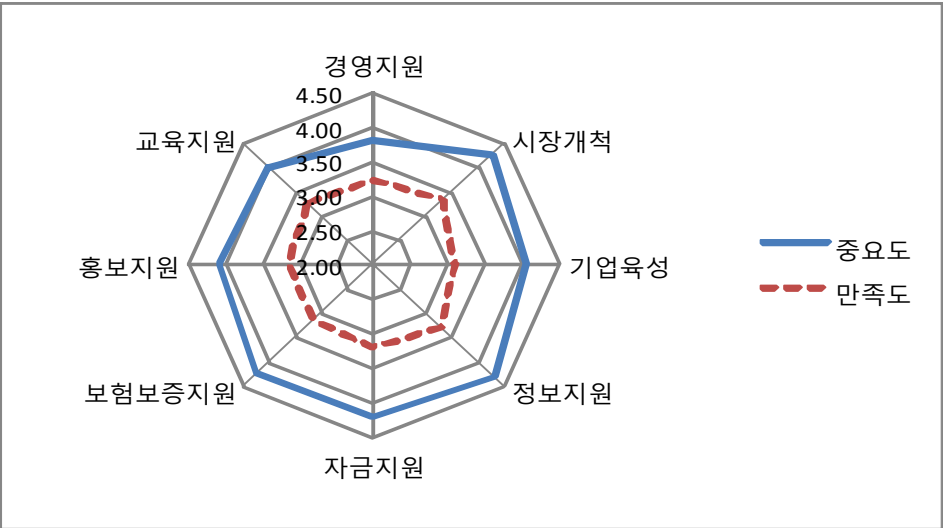
<표 73> 중국 수출기업에 대한 중요도와 만족도 평균

규모	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
중국	경영지원	3.82	45	3.24	45
	시장개척	4.29	45	3.33	45
	기업육성	4.07	45	3.11	45
	정보지원	4.31	45	3.29	45
	자금지원	4.22	45	3.20	45
	보험·보증	4.24	45	3.16	45
	홍보지원	4.09	45	3.16	45
	교육지원	4.00	45	3.24	45

충남의 중국 수출기업이 가장 중요하게 생각하는 지원분야는 정보지원으로 나타났다으며 시장개척, 보험·보증지원 순이었고 경영지원의 중요도가 가장 낮았다. 또한 가장 만족하는 지원분야는 시장개척으로 나타났다으며 정보지원, 경영지원 및 교육지원 순이었고 기업육성에 대한 만족도가 가장 낮았다.

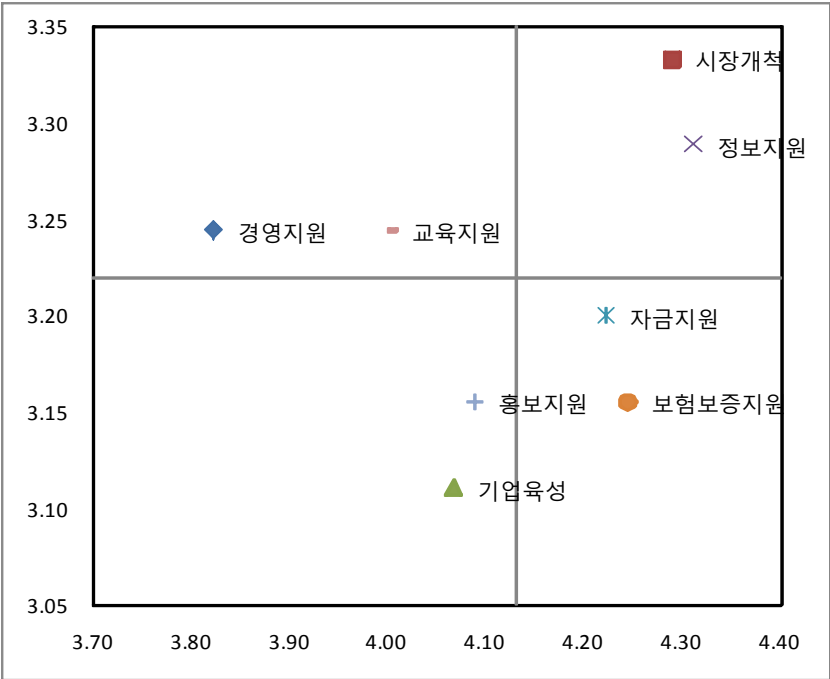
중요도와 만족도간의 차이는 보험·보증지원분야에서 가장 크게 나타났다으며 정보지원 및 자금지원, 시장개척 및 기업육성 순이었다.

[그림 26] 중국 수출기업에 대한 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 27] 중국 수출기업의 IPA 분석결과





분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 시장개척, 정보지원이며 중점적으로 강화해야 할 사업은 자금지원, 보험·보증지원인 것으로 나타났다.

또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 분야는 홍보지원, 기업육성으로 나타났으며 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소지향해야 할 분야는 경영지원, 교육지원으로 나타났다.

<표 74> 중국 수출기업의 IPA 분석결과

분석결과	지원분야		지원방향
중요도와 만족도가 높은 분야	시장개척 정보지원	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 분야	자금지원 보험보증지원	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 분야	홍보지원 기업육성	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 분야	경영지원 교육지원	➡	축소지향

#### ④ 동남아 수출기업

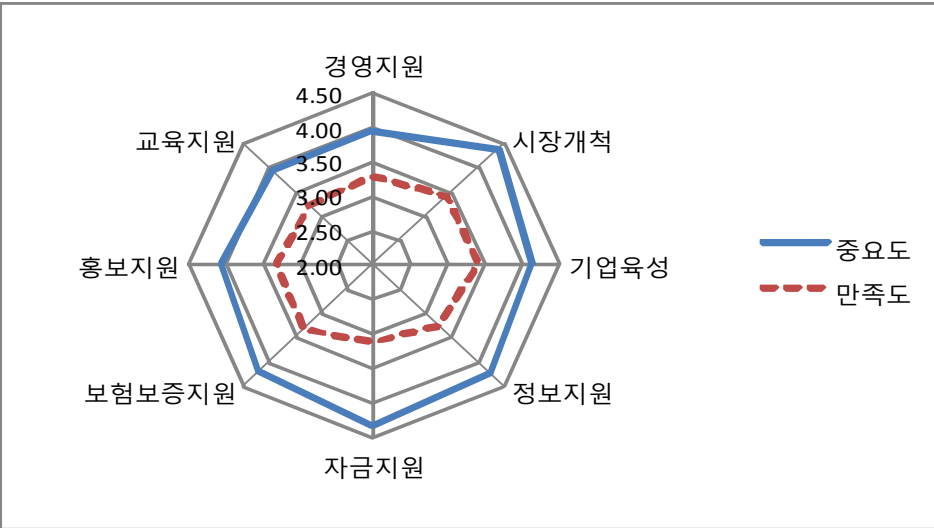
<표 75> 동남아 수출기업에 대한 중요도와 만족도 평균

규모	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
동 남 아	경영지원	3.95	60	3.28	60
	시장개척	4.37	60	3.42	60
	기업육성	4.15	60	3.43	60
	정보지원	4.25	60	3.27	60
	자금지원	4.35	60	3.13	60
	보험·보증	4.18	60	3.33	60
	홍보지원	4.07	60	3.32	60
	교육지원	3.95	60	3.23	60

충남의 동남아 수출기업이 가장 중요하게 생각하는 지원분야는 시장개척으로 나타났으며 자금지원, 정보지원 순이었고 교육지원과 경영지원의 중요도가 가장 낮았다. 또한 가장 만족하는 지원분야는 기업육성으로 나타났으며 시장개척, 보험·보증지원, 홍보지원 순이었고 자금지원에 대한 만족도가 가장 낮았다.

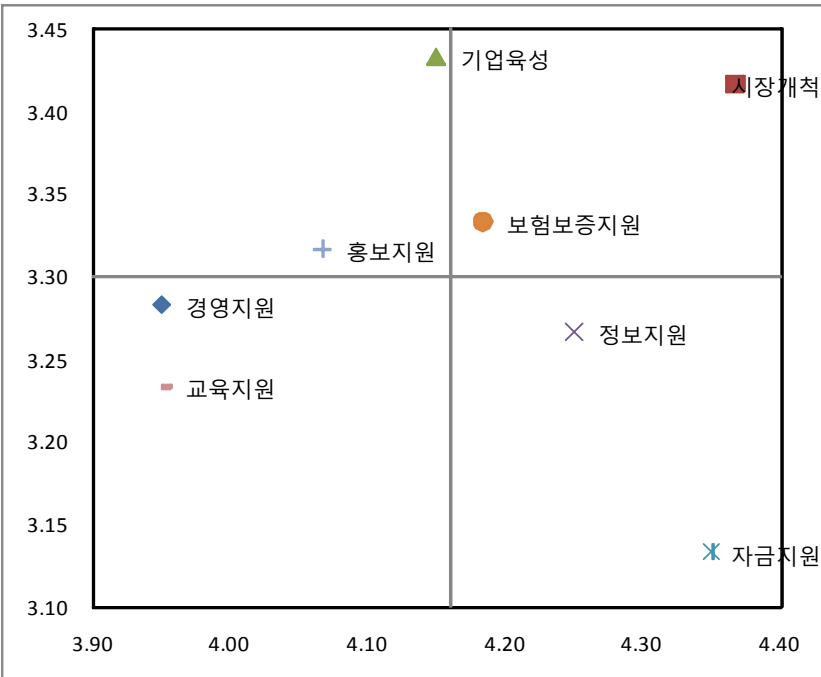
중요도와 만족도간의 차이는 자금지원분야에서 가장 크게 나타났으며 정보지원, 시장개척 순이었다.

[그림 28] 동남아 수출기업에 대한 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 29] 동남아 수출기업의 IPA 분석결과



분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 시장개척, 보험·보증지원이며 중점적으로 강화해야 할 사업은 정보지원, 자금지원인 것으로 나타났다.

또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 분야는 경영지원, 교육지원으로 나타났으며 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소지향해야 할 분야는 기업육성, 홍보지원으로 나타났다.

<표 76> 동남아 수출기업의 IPA 분석결과

분석결과	지원분야		지원방향
중요도와 만족도가 높은 분야	시장개척 보험보증지원	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 분야	정보지원 자금지원	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 분야	경영지원 교육지원	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 분야	기업육성 홍보지원	➡	축소지향

## ⑤ 기타국(유럽, 중동, 아프리카, 오세아니아, 기타) 수출기업

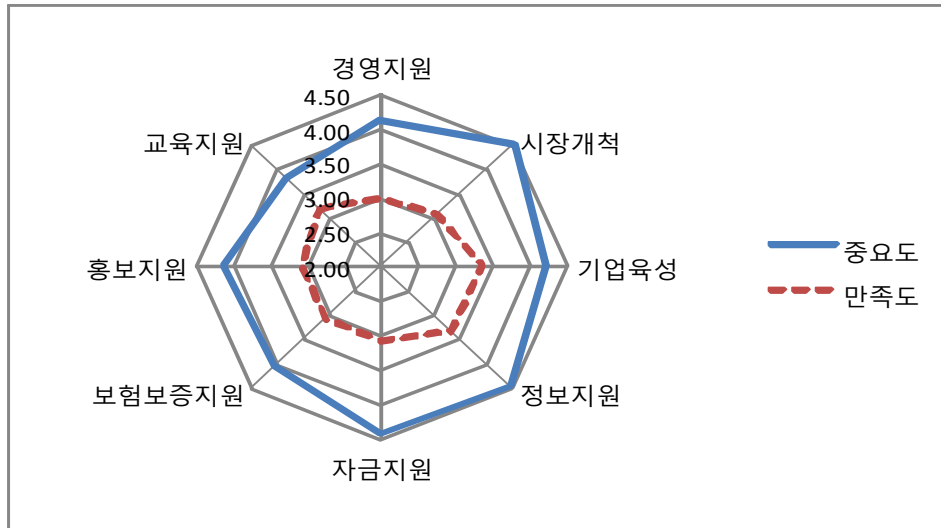
<표 77> 기타국 수출기업에 대한 중요도와 만족도 평균

규모	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
기 타 국	경영지원	4.14	36	3.00	36
	시장개척	4.53	36	3.08	36
	기업육성	4.22	36	3.36	36
	정보지원	4.44	36	3.33	36
	자금지원	4.42	36	3.08	36
	보험·보증	4.06	36	3.08	36
	홍보지원	4.14	36	3.08	36
	교육지원	3.83	36	3.19	36

충남의 기타국 수출기업이 가장 중요하게 생각하는 지원분야는 시장개척으로 나타났으며 정보지원, 자금지원 순이었고 교육지원의 중요도가 가장 낮았다. 또한 가장 만족하는 지원분야는 기업육성으로 나타났으며 정보지원, 교육지원 순이었고 경영지원에 대한 만족도가 가장 낮았다.

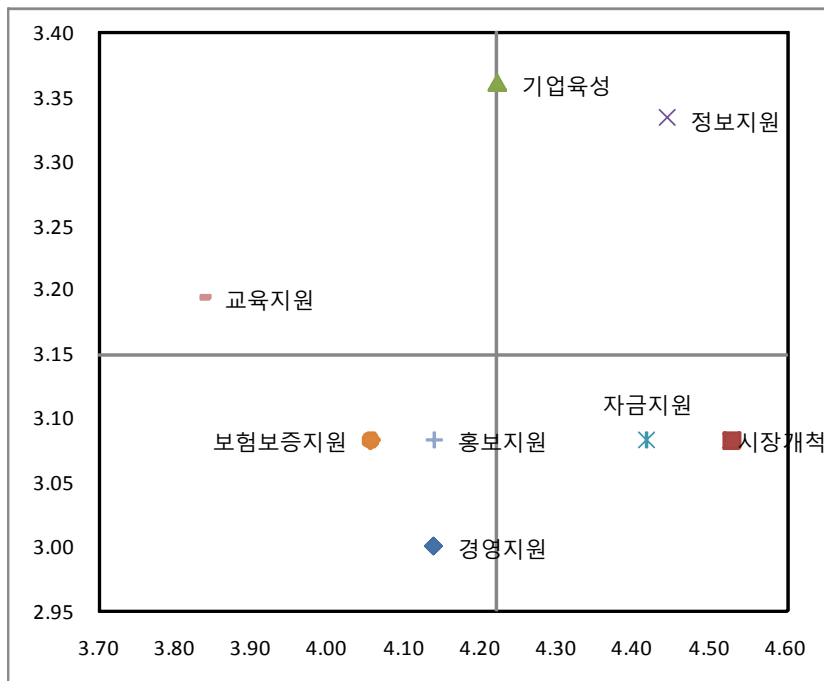
중요도와 만족도간의 차이는 시장개척분야에서 가장 크게 나타났으며 자금지원, 경영지원 순이었다.

[그림 30] 기타국 수출기업에 대한 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 31] 기타국 수출기업의 IPA 분석결과



분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 기업육성, 정보지원이며 중점적으로 강화해야 할 사업은 자금지원, 시장개척인 것으로 나타났다.

또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 분야는 보험·보증지원, 홍보지원, 경영지원으로 나타났으며 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소 지향해야 할 분야는 교육지원으로 나타났다.

<표 78> 기타국 수출기업의 IPA 분석결과

분석결과	지원분야		지원방향
중요도와 만족도가 높은 분야	기업육성 정보지원	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 분야	자금지원 시장개척	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 분야	보험보증지원/홍보지 원 경영지원	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 분야	교육지원	➡	축소지향

#### (4) 수출기간 별 IPA 결과

<표 79> 수출기간별 자료의 기초통계

수출기간	빈도	백분율	누적	누적
			빈도	백분율
5년 미만	86	37.07	86	37.07
5년~10년 미만	67	28.88	153	65.95
10년 이상	79	34.05	232	100

충남 수출지원에 적극적으로 참여한 기업의 주요 수출기간을 살펴보면 5년 미만이 37.1%, 5년~10년 미만이 28.9%, 10년 이상 수출한 기업이 34.1%로 나타나 5년 미만의 수출기업의 비중이 가장 높았다.

<표 80> 수출기간별 기초통계

수출기간	중요도		만족도	
	평균	N	평균	N
5년 미만	4.17	86	3.29	86
5년~10년 미만	4.23	67	3.20	67
10년 이상	4.16	79	3.20	79

수출을 시작한지 5년 미만 기업에서 우리나라 수출지원환경에 대한 만족도가 가장 높았으며 또한 수출을 시작한지 5~10년 미만 기업에서 수출지원의 중요도가 높게 나타났다.



## ① 5년 미만 수출기업

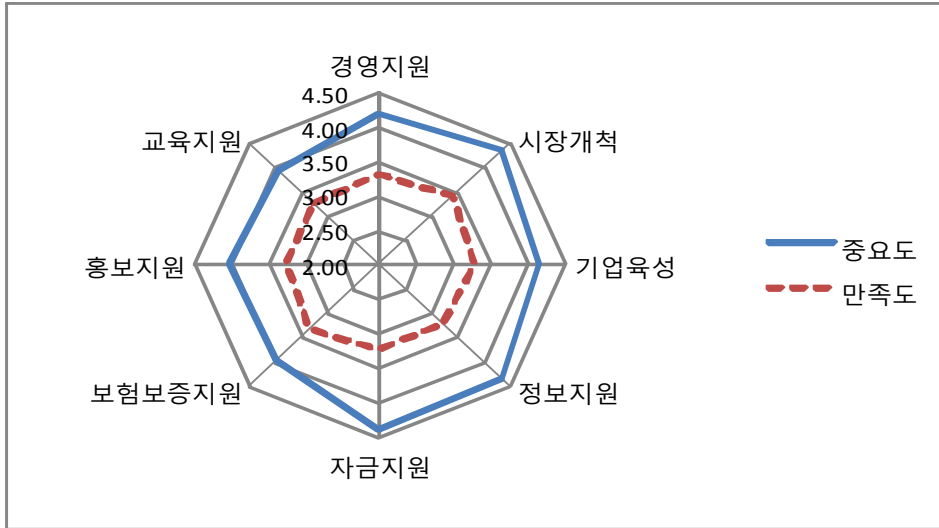
<표 81> 5년 미만 수출기업에 대한 중요도와 만족도 평균

규모	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
5년 미만	경영지원	4.19	86	3.31	86
	시장개척	4.34	86	3.42	86
	기업육성	4.15	86	3.29	86
	정보지원	4.35	86	3.23	86
	자금지원	4.41	86	3.23	86
	보험·보증	3.99	86	3.34	86
	홍보지원	4.03	86	3.27	86
	교육지원	3.94	86	3.26	86

충남의 5년 미만 수출기업이 가장 중요하게 생각하는 지원분야는 자금지원으로 나타났으며 정보지원, 시장개척 순이었고 교육지원의 중요도가 가장 낮았다. 또한 가장 만족하는 지원분야는 시장개척으로 나타났으며 보험·보증지원, 경영지원 순이었고 정보지원과 자금지원에 대한 만족도가 가장 낮았다.

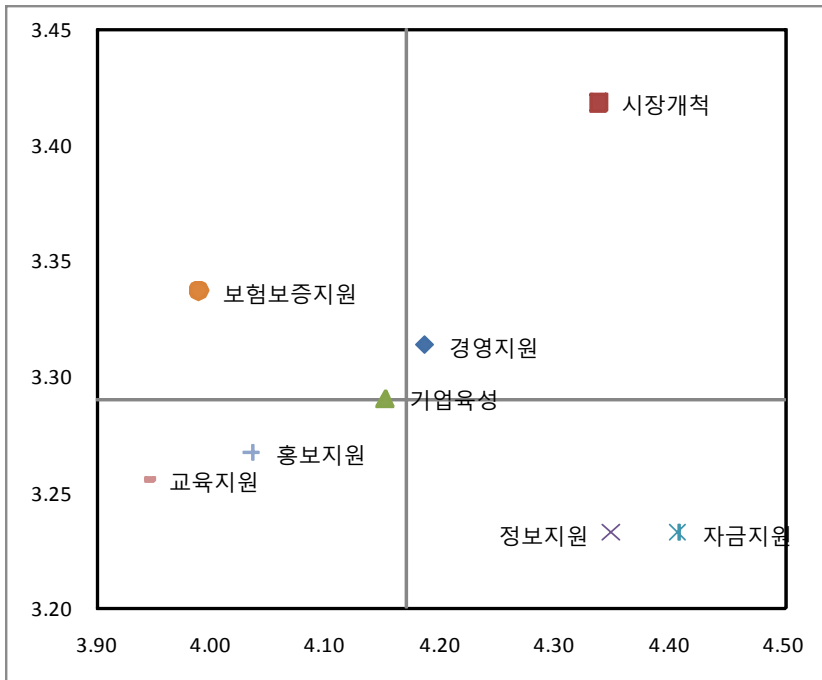
중요도와 만족도간의 차이는 자금지원분야에서 가장 크게 나타났으며 정보지원, 시장개척 순이었다.

[그림 32] 5년 미만 수출기업에 대한 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 33] 5년 미만 수출기업의 IPA 분석결과



분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 시장개척, 경영지원이며 중점적으로 강화해야 할 사업은 정보지원, 자금지원인 것으로 나타났다.

또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 분야는 기업육성, 홍보지원, 교육지원으로 나타났으며 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소지향해야 할 분야는 보험·보증지원으로 나타났다.

<표 82> 5년 미만 수출기업의 IPA 분석결과

분석결과	지원분야		지원방향
중요도와 만족도가 높은 분야	시장개척 경영지원	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 분야	정보지원 자금지원	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 분야	기업육성/홍보지원 교육지원	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 분야	보험보증지원	➡	축소지향

## ② 5년~10년 미만 수출기업

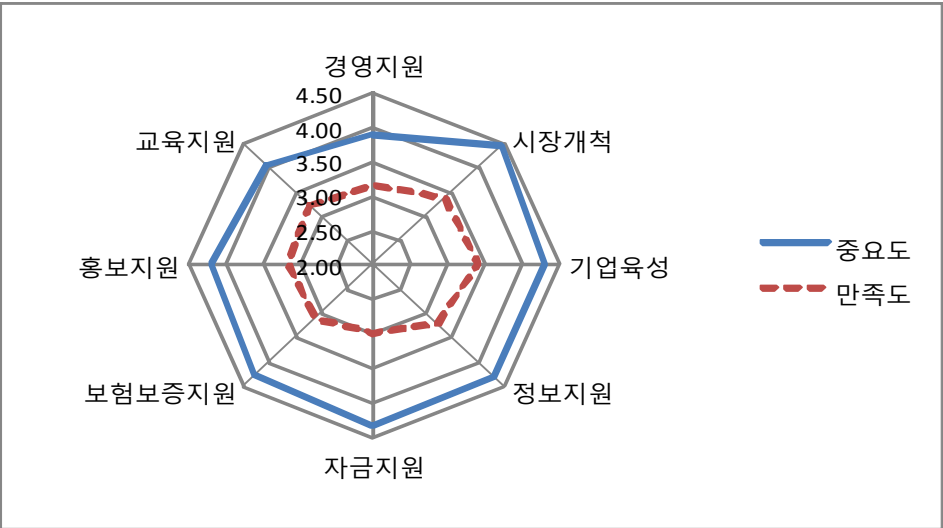
<표 83> 5년~10년 미만 수출기업에 대한 중요도와 만족도 평균

규모	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
5년 ~ 10년 미만	경영지원	3.91	67	3.15	67
	시장개척	4.45	67	3.36	67
	기업육성	4.33	67	3.42	67
	정보지원	4.31	67	3.22	67
	자금지원	4.34	67	2.99	67
	보험·보증	4.25	67	3.09	67
	홍보지원	4.18	67	3.16	67
	교육지원	4.06	67	3.24	67

충남의 5년~10년 미만 수출기업이 가장 중요하게 생각하는 지원분야는 시장개척으로 나타났으며 자금지원, 기업육성 순이었고 경영지원의 중요도가 가장 낮았다. 또한 가장 만족하는 지원분야는 기업육성으로 나타났으며 시장개척, 교육지원 순이었고 자금지원에 대한 만족도가 가장 낮았다.

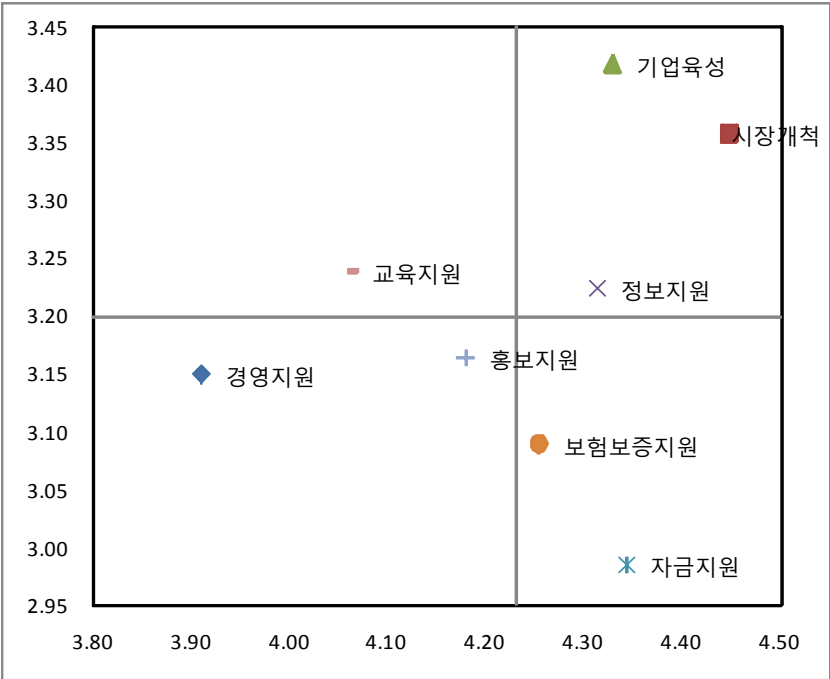
중요도와 만족도간의 차이는 자금지원분야에서 가장 크게 나타났으며 보험·보증지원, 시장개척 및 정보지원 순이었다.

[그림 34] 5년~10년 미만 수출기업에 대한 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 35] 5년~10년 미만 수출기업의 IPA 분석결과



분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 기업육성, 시장개척, 정보지원이며 중점적으로 강화해야 할 사업은 보험·보증지원, 자금지원인 것으로 나타났다.

또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 분야는 경영지원, 홍보지원으로 나타났으며 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소지향해야 할 분야는 교육지원으로 나타났다.

<표 84> 5년~10년 미만 수출기업의 IPA 분석결과

분석결과	지원분야		지원방향
중요도와 만족도가 높은 분야	기업육성/시장개척 정보지원	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 분야	보험보증지원 자금지원	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 분야	경영지원 홍보지원	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 분야	교육지원	➡	축소지향

### ③ 10년 이상 수출기업

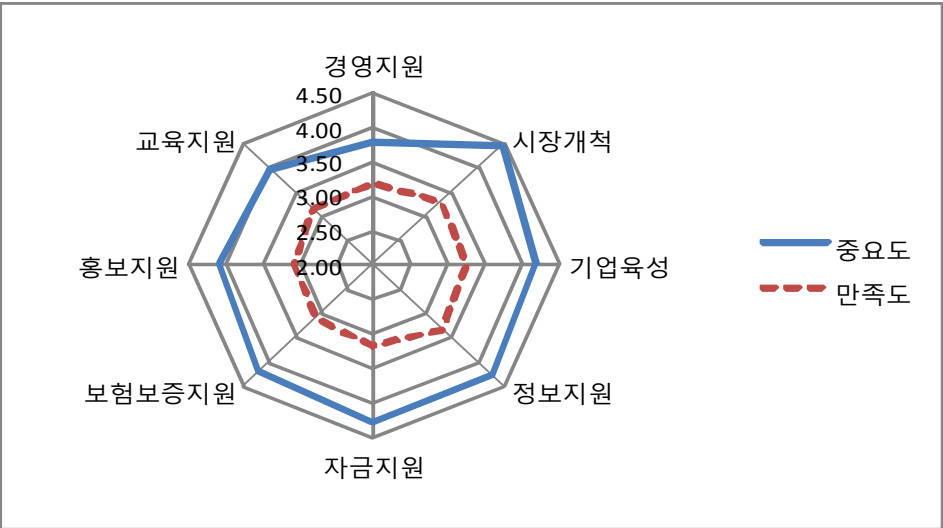
<표 85> 10년 이상 수출기업에 대한 중요도와 만족도 평균

규모	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
10년 이상	경영지원	3.80	79	3.19	79
	시장개척	4.46	79	3.28	79
	기업육성	4.20	79	3.27	79
	정보지원	4.28	79	3.32	79
	자금지원	4.29	79	3.19	79
	보험·보증	4.20	79	3.10	79
	홍보지원	4.09	79	3.08	79
	교육지원	3.97	79	3.15	79

충남의 10년 이상 수출기업이 가장 중요하게 생각하는 지원분야는 시장개척으로 나타났으며 자금지원, 정보지원 순이었고 경영지원의 중요도가 가장 낮았다. 또한 가장 만족하는 지원분야는 정보지원으로 나타났으며 시장개척, 기업육성 순이었고 홍보지원에 대한 만족도가 가장 낮았다.

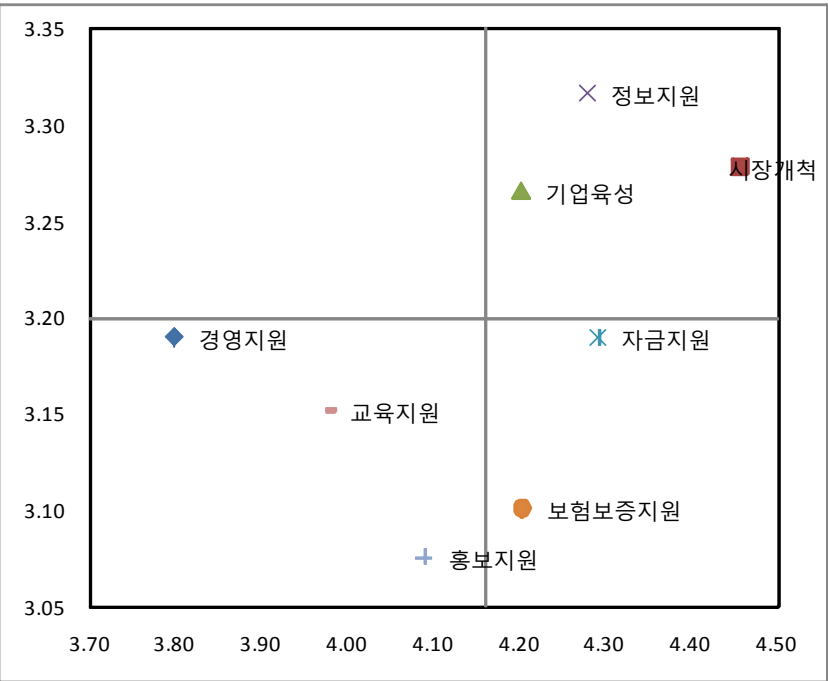
중요도와 만족도간의 차이는 시장개척분야에서 가장 크게 나타났으며 자금지원 및 보험·보증지원, 홍보지원 순이었다.

[그림 36] 10년 이상 수출기업에 대한 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 37] 10년 이상 수출기업의 IPA 분석결과





분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 정보지원, 시장개척, 기업육성이며 중점적으로 강화해야 할 사업은 자금지원, 보험·보증지원인 것으로 나타났다.

또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 분야는 경영지원, 교육지원, 홍보지원으로 나타났으며 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소지향해야 할 분야는 없는 것으로 나타났다.

<표 86> 농림수산업의 IPA 분석결과

분석결과	지원분야		지원방향
중요도와 만족도가 높은 분야	정보지원/시장개척 기업육성	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 분야	자금지원 보험보증지원	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 분야	경영지원/교육지원 홍보지원	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 분야		➡	축소지향

### 3) 분석결과 매뉴얼 및 시사점

<표 87> IPA 분석결과 매뉴얼

	구분	가장 중요한 지원분야	유지관리	중점강화	점진개선	축소지향
전라북도	농림수산	시장개척	시장개척 기업육성	정보지원 자금지원	교육지원 홍보지원	보험보증지원 경영지원
	화학공업	자금지원	시장개척 기업육성	자금지원 정보지원	홍보지원 보험보증지원	경영지원
	철강기계	정보지원	시장개척 정보지원 기업육성	홍보지원	자금지원 보험보증지원 경영지원 교육지원	
	전자전기	시장개척	기업육성 정보지원 시장개척	자금지원	경영지원 홍보지원 보험보증지원	교육지원
	기타산업	자금지원	시장개척 정보지원 보험보증지원	자금지원	경영지원	홍보지원 교육지원 기업육성
전라남도	1억이하	시장개척	기업육성 시장개척 정보지원	보험보증지원 자금지원	홍보지원 경영지원	교육지원
	1억~10억이하	시장개척 자금지원	기업육성 시장개척 정보지원	보험보증지원 자금지원	홍보지원 경영지원	교육지원
	10억 초과	시장개척	시장개척 기업육성 정보지원	자금지원	보험보증지원 홍보지원	경영지원 교육지원
수출국별	미주	시장개척	시장개척 기업육성	정보지원 자금지원	홍보지원 교육지원 보험보증지원	경영지원
	일본	시장개척 정보지원	기업육성 시장개척 정보지원	자금지원	보험보증지원 홍보지원	교육지원 경영지원
	중국	정보지원	시장개척 정보지원	자금지원 보험보증지원	홍보지원 기업육성	경영지원 교육지원
	동남아	시장개척	시장개척 보험보증지원	정보지원 자금지원	경영지원 교육지원	기업육성 홍보지원
	기타국	시장개척	기업육성 정보지원	자금지원 시장개척	보험보증지원 홍보지원 경영지원	교육지원
수출기간별	5년미만	자금지원	시장개척 경영지원	자금지원 정보지원	기업육성 홍보지원 교육지원	보험보증지원
	5년~10년미만	시장개척	기업육성 시장개척 정보지원	보험보증지원 자금지원	경영지원 홍보지원	교육지원
	10년이상	시장개척	정보지원 시장개척 기업육성	자금지원 보험보증지원	경영지원 교육지원 홍보지원	

## (1) 산업별 IPA 결과의 시사점

산업별 IPA 분석결과 농림수산업과, 전자전기산업에서 가장 중요하게 생각하는 지원분야는 시장개척이었으며 화학공업의 경우 자금지원을 가장 중요하게 생각하고 있었다.

본 분석에서 나타난 산업별 시사점을 살펴보면 다음과 같다.

첫째 철강기계를 수출하는 중소기업의 경우, 정보지원을 가장중요하게 생각하고 있었다.

둘째, 대부분의 산업에서 지속적으로 유지관리해야 하는 지원분야는 시장개척과 기업육성으로 나타났다. 그러나 철강기계산업과 전자전기산업은 유지관리해야 하는 지원분야에 정보지원이 포함되었으며, 기타산업의 경우 정보지원과 더불어 보험보증지원이 유지관리 해야 하는 지원분야로 분류되었다.

셋째, 중점강화해야 하는 지원분야는 주로 정보지원과 자금지원이었으나, 철강기계산업의 경우 홍보지원으로 나타나 철강기계를 주로 수출하는 중소기업에 대한 홍보지원 강화가 필요하다고 하겠다.

## (2) 규모별 IPA 결과의 시사점

규모별 IPA 분석결과 모든 규모의 중소수출기업에서 가장 중요하게 생각하는 지원분야는 시장개척이었다.

본 분석에서 나타난 시사점을 언급하면 다음과 같다.

첫째 1억~10억 이하 수출기업의 경우, 시장개척과 더불어 자금지원을 가장 중요하게 생각하고 있었다.

둘째, 10억 이하 수출기업의 경우, 중점강화해야 할 지원분야는 자금지원과 더불어 보험보증지원으로 나타났다.

셋째, 10억 초과 수출기업의 경우, 축소하거나 유지해야 할 사업은 경영지원으로 나타났다.

### (3) 수출국별 IPA 결과의 시사점

수출국별 IPA 분석결과 가장 중요하게 생각하는 지원분야는 대부분 시장개척이었다.

본 분석에서 나타난 시사점을 언급하면 다음과 같다.

첫째, 주로 일본으로 수출하는 중소기업의 경우, 시장개척과 더불어 정보지원을 가장 중요하게 생각하고 있었으며 특히 중국으로 수출하는 중소수출기업의 경우 시장개척보다 정보지원을 더욱 중요하게 생각하고 있었다.

둘째 주로 동남아로 수출하는 중소기업의 경우, 유지관리해야 하는 지원분야는 시장개척과 보험보증지원이었다. 동남아 시장의 경우 선진국에 비해 안정적인 거래가 담보되지 못해 지속적인 보험보증지원이 필요하다고 하겠다.

셋째, 주로 중국으로 수출하는 중소기업의 경우, 중점강화해야 하는 지원분야는 자금지원과 보험보증지원이었다. 중국시장은 대외 거래에서 발생하는 위험이 매우 높아 이에 대한 중점적인 지원이 필요하다고 할 수 있다.

#### (4) 수출기간별 IPA 결과의 시사점

수출기간별 IPA 분석결과 가장 중요하게 생각하는 지원분야는 자금지원과 시장 개척이었다.

본 분석에서 나타난 시사점을 언급하면 다음과 같다.

첫째, 5년 미만 중소수출기업의 경우, 자금지원을 가장 중요하게 생각하고 있었다. 수출초기의 기업들은 수출실적이 적고 담보가 부족하여 수출자금 확보에 애로가 있어 이에 대한 대책이 필요하다고 할 수 있다.

둘째 5년 미만 중소수출기업의 경우, 유지관리해야 하는 지원분야는 시장개척과 경영지원으로 나타나 수출초기 기업들이 기업경영에 어려움이 있음을 파악할 수 있었다. 이에 비해 5년 이상 수출해온 중소수출기업의 경우, 유지관리해야 하는 지원분야는 시장개척, 정보지원, 기업육성으로 나타났다. 따라서 5년 이상 적응기를 거친 중소수출기업을 대상으로 한 기업육성정책은 지속적으로 이루어져야 할 것이다.

셋째, 5년 미만 중소수출기업의 경우, 중점강화해야 하는 지원분야는 자금지원과 정보지원 이었다. 따라서 수출에 대한 정보가 매우 부족한 수출초기 중소기업들을 대상으로 한 정보지원을 보다 강화해야 할 것이다. 또한 5년 이상 수출해온 중소기업의 경우 중점강화해야 하는 지원분야는 자금지원과 보험보증지원으로 나타났다.

## 2. 충남의 수출지원사업의 IPA 결과

### 1) 전체기업 IPA 결과

<표 88> 충남 수출지원사업의 인지도 및 참여도

사업명	인지도(%)	실제참여율(%)
중소수출기업 통번역지원	84.05	25.43
맞춤형 토털마케팅 지원	69.83	15.52
해외시장개척단 파견지원	87.93	28.02
중소기업 해외 지사화 사업 지원	82.76	29.74
충남우수상품전 해외 개최 지원	87.93	36.64
해외전시박람회 참가지원	88.79	45.69
Target전시박람회개별참가업체 지원	80.17	26.72
국내전시 박람회 참가 지원	88.36	38.36
수출기업육성지원	82.76	27.16
중소수출기업 해외거래선 발굴지원	82.33	20.26
해외바이어 초청 수출상담회 지원	86.64	33.19
수출보험보증료 지원	72.84	21.55
수출유망상품 해외홍보지원	79.74	26.72
글로벌 무역 전문가 양성지원	74.14	11.21
해외마케팅 참가업체 항공료 지원	75.86	19.83

충남수출지원사업에 대한 인지도는 평균 82%정도로 매우 높은 편이나 실제 지원을 받은 참여율의 경우는 평균 27%로 매우 낮았다. 비록 충남의 수출지원 사업에 한번이라도 참여한 경험이 있는 중소기업을 대상으로 한 설문결과이지만 주관기관인 충남도가 홍보와 관심유도에는 어느 정도 성공한 것으로 여겨진다. 그러나 실제참여율은 아직까지 낮은 편인데 이와 같은 지원사업을 향후 지속적으로 추진하여 실제참여율을 높여가야 할 것이다.

<표 89> 충남수출지원사업에 대한 중요도와 만족도 평균

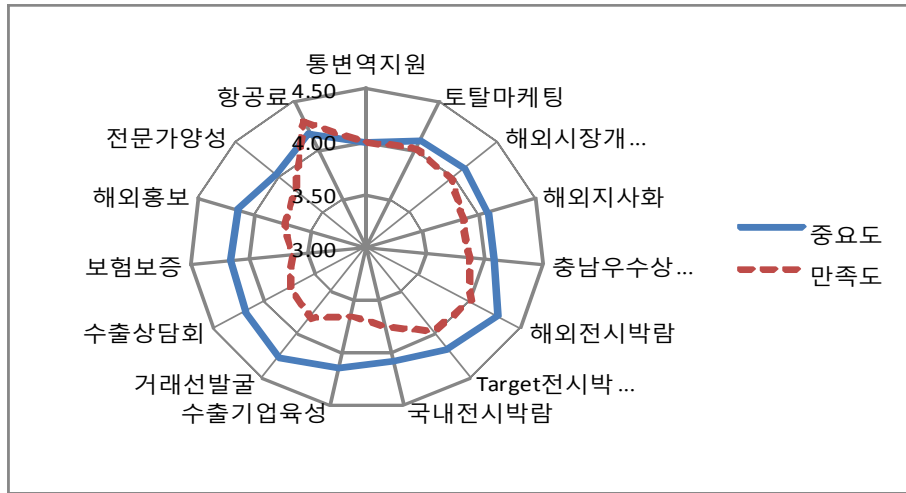
사업명 <sup>10)</sup>	중요도(A)		만족도(B)		(A)-(B)
	평균	N	평균	N	
중소수출기업 통번역지원	4.00	232	4.00	59	0.00
맞춤형 토탈마케팅 지원	4.10	232	4.03	36	0.08
해외시장개척단 파견지원	4.12	232	3.97	65	0.15
중소기업 해외 지사화 사업 지원	4.08	232	3.87	69	0.21
충남우수상품전 해외 개최 지원	4.09	232	3.87	85	0.22
해외전시박람회 참가지원	4.28	232	4.02	106	0.26
Target전시박람회 개별참가업체 지원	4.18	232	3.97	62	0.21
국내전시 박람회 참가 지원	4.09	232	3.75	89	0.33
수출기업육성지원	4.14	232	3.67	63	0.48
중소수출기업 해외거래선 발굴지원	4.27	232	3.81	47	0.46
해외바이어 초청 수출상담회 지원	4.19	232	3.74	77	0.45
수출보험보증료 지원	4.16	232	3.63	232	0.52
수출유망상품 해외홍보지원	4.15	232	3.73	62	0.42
글로벌 무역 전문가 양성지원	4.03	232	3.81	26	0.22
해외마케팅 참가업체 항공료 지원	4.18	232	4.30	47	-0.12

충남의 중소기업이 가장 중요하게 생각하는 지원사업은 해외전시박람회 참가 지원으로 나타났으며 중소기업 해외거래선 발굴지원, 해외바이어 초청 수출 상담회 지원 순이었고 중소기업 통·번역 지원의 중요도가 가장 낮았다. 또한 가장 만족하는 지원사업은 해외마케팅 참가업체 항공료 지원으로 나타났으며 맞춤형 토탈마케팅 지원, 해외전시박람회 참가 지원 순이었고 수출보험보증료 지원의 만족도가 가장 낮았다.

중요도와 만족도간의 차이는 수출보험보증료 지원에서 가장 크게 나타났으며 수출기업육성 지원, 중소기업 해외거래선 발굴지원 순이었다. 특히 해외 마케팅 참가업체 항공료지원의 경우 중요도보다 만족도가 더욱 높게 나타났다.

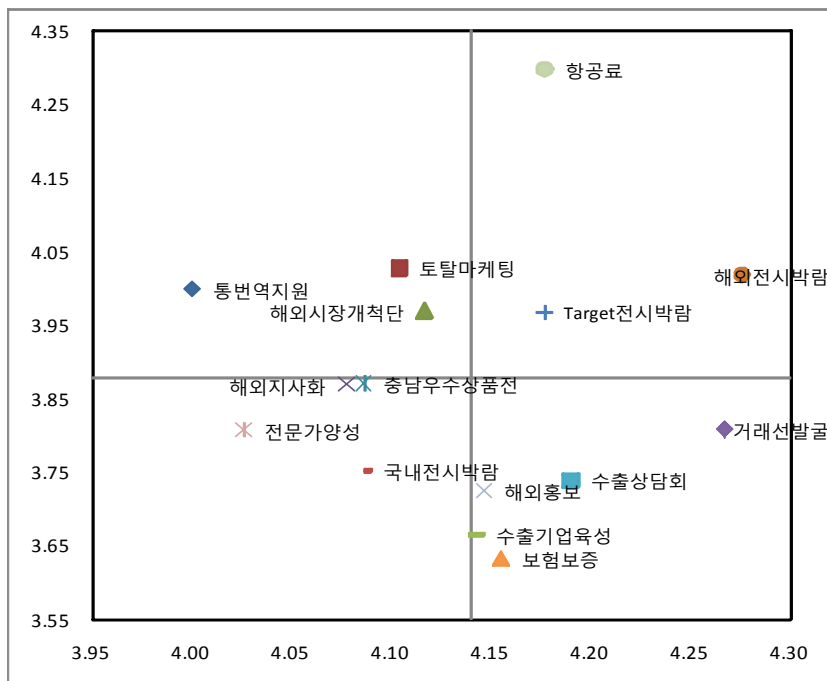
10) 사업명의 경우 앞으로 통번역지원, 토탈마케팅, 시장개척단, 지사화사업, 충남우수상품전, 해외전시박람회, 타겟전시박람회, 국내전시박람회, 수출기업육성, 거래선발굴, 수출상담회, 보험보증 지원, 해외홍보지원, 전문가양성, 항공료지원으로 축약하여 기술

[그림 38] 충남수출지원사업에 대한 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 39] 충남수출지원사업에 대한 IPA 분석결과





IPA 분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 항공료지원, 해외전시박람회사업, 타겟전시박람회사업이었으며 중점적으로 강화해야 할 사업은 거래선발굴, 수출상담회, 해외홍보, 수출기업육성, 보험보증인 것으로 나타났다. 또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 사업은 해외지사화, 충남우수상품전, 전문가양성, 국내전시박람회로 나타났으며, 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소하거나 유지해야 할 사업은 통번역지원, 토탈마케팅, 해외시장개척단으로 분석되었다.

<표 90> 충남수출지원사업에 대한 IPA 분석결과

분석결과	사업명		사업방향
중요도와 만족도가 높은 사업	항공료지원 해외전시박람회 타겟전시박람회	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 사업	거래선발굴 수출상담회 해외홍보 수출기업육성 보험보증	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 사업	해외지사화 충남우수상품전 전문가양성 국내전시박람회	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 사업	통번역지원 토탈마케팅 해외시장개척단	➡	축소지향

그러나 이와 같이 전체기업을 대상으로 한 분석은 특정 산업의 기업 비중이 높아 편향될 수 있어 해석에 주의해야 한다. 따라서 다음절에서는 시장을 산업별, 수출규모별, 수출국별, 수출시작 연도별 등으로 세분화 하여 살펴보고자 한다.

## 2) 분야별 IPA 결과

### (1) 산업별 IPA 결과

#### ① 농림수산업

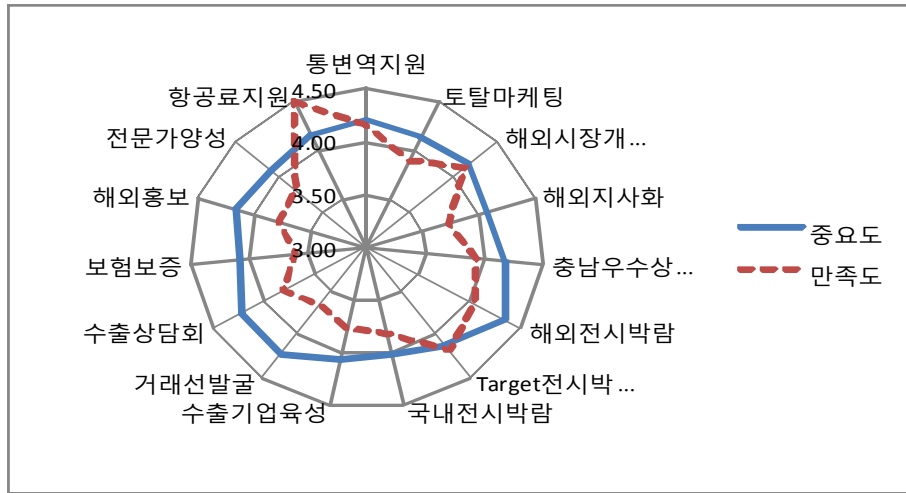
<표 91> 농림수산업의 중요도와 만족도 평균

사업	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
농 림 수 산 업	통번역지원	4.21	81	4.15	27
	토탈마케팅	4.14	81	3.90	10
	시장개척단	4.17	81	4.13	23
	해외지사화	4.07	81	3.72	18
	충남우수상품전	4.19	81	3.94	35
	해외전시박람회	4.35	81	4.05	40
	타겟전시박람회	4.14	81	4.20	25
	국내전시박람회	4.02	81	3.82	39
	수출기업육성	4.06	81	3.77	22
	거래선발굴	4.23	81	3.67	18
	수출상담회	4.22	81	3.81	32
	보험보증지원	4.07	81	3.60	81
	해외홍보지원	4.16	81	3.78	32
	전문가양성	4.09	81	3.80	10
	항공료지원	4.16	81	4.50	22

충남의 농림수산업이 가장 중요하게 생각하는 지원사업은 해외전시박람회로 나타났다. 또한 충남의 지원사업 중 가장 만족하고 있는 지원사업은 항공료지원으로 나타났다. 타겟전시박람회, 통번역지원 순이었고 보험보증지원에 대한 만족도가 가장 낮았다.

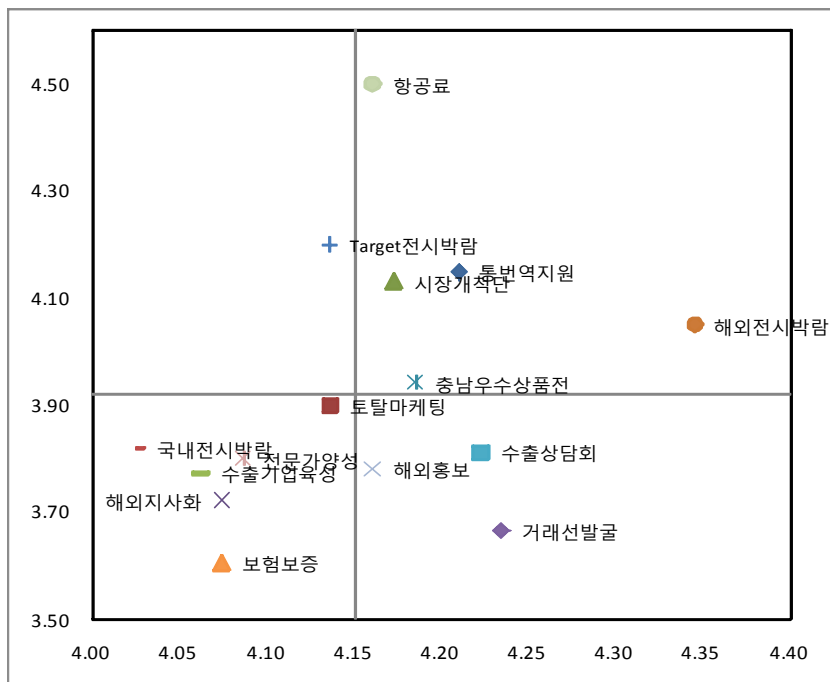
중요도와 만족도간의 차이는 거래선발굴에서 가장 크게 나타났으며 보험보증지원, 수출상담회 순이었다.

[그림 40] 농림수산업의 중요도와 만족도 차이



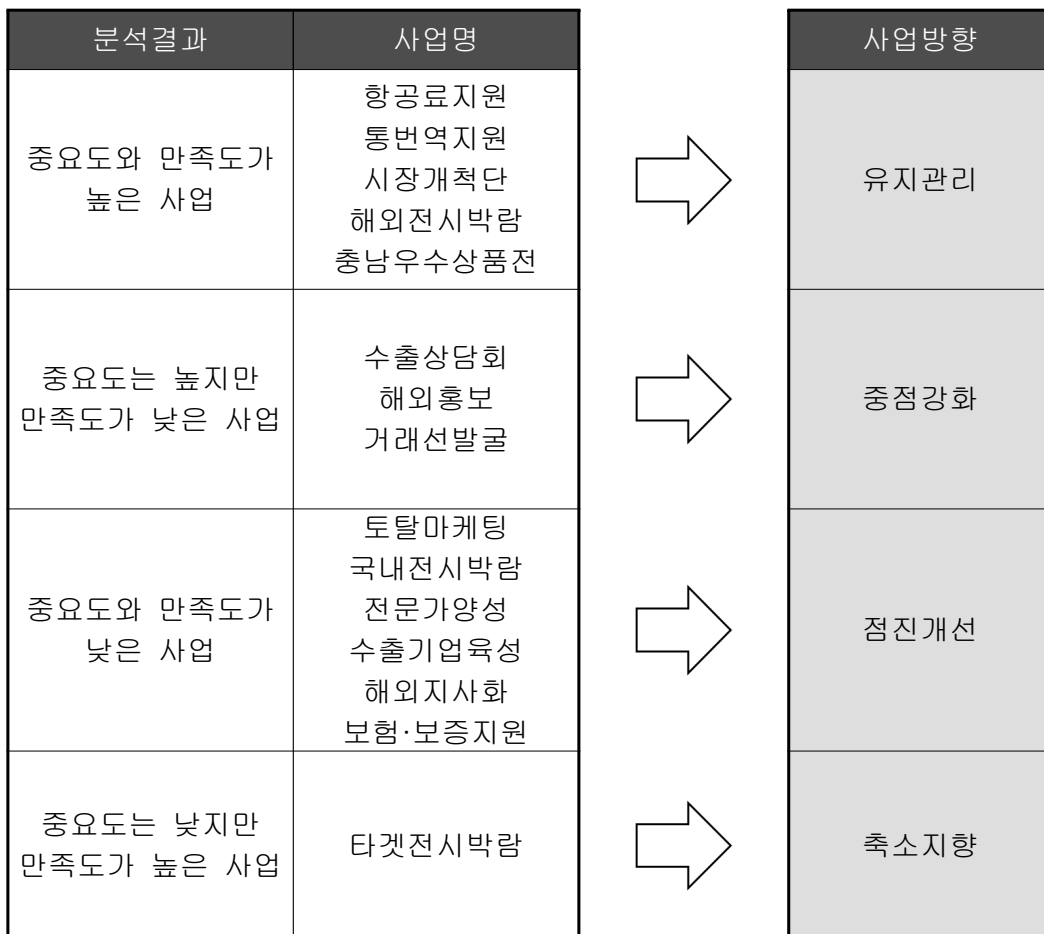
이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 41] 농림수산업의 IPA 분석결과



IPA 분석결과 충남이 시행하고 있는 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지강화해야 할 사업은 항공료지원, 통번역지원, 시장개척단, 해외전시박람회, 충남우수상품전이며 중점적으로 강화해야 할 사업은 수출상담회, 해외홍보, 거래선발굴인 것으로 나타났다. 또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 사업은 토탈마케팅, 국내전시박람회, 전문가양성, 수출기업육성, 해외지사화, 보험·보증지원으로 나타났으며, 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소하거나 유지해야 할 사업은 타겟전시박람회로 분석되었다.

<표 92> 농림수산업의 IPA 분석결과



## ② 화학공업제품

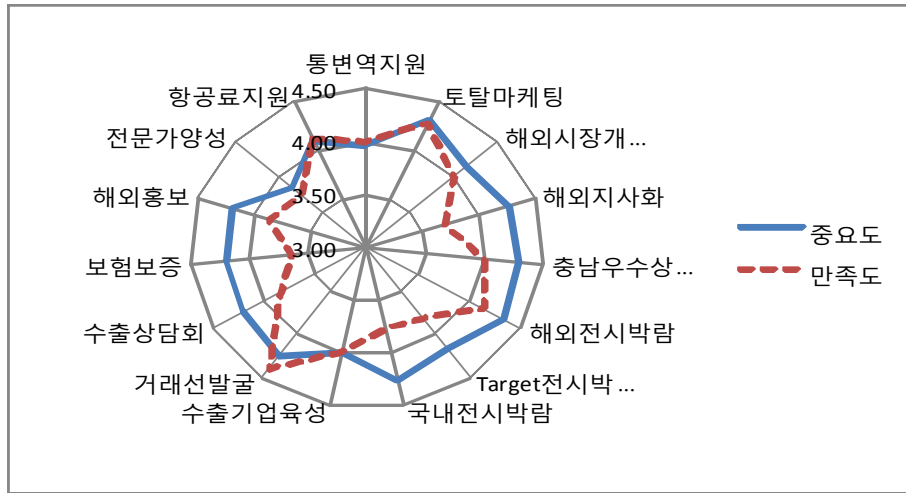
<표 93> 화학공업의 중요도와 만족도 평균

사업	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
화 학 공 업	통번역지원	3.97	35	4.00	9
	토탈마케팅	4.31	35	4.29	7
	시장개척단	4.14	35	4.00	10
	해외지사화	4.26	35	3.69	13
	충남우수상품전	4.29	35	4.00	13
	해외전시박람	4.34	35	4.14	21
	타겟전시박람	4.17	35	3.82	11
	국내전시박람	4.29	35	3.77	13
	수출기업육성	4.00	35	4.00	6
	거래선발굴	4.26	35	4.40	5
	수출상담회	4.20	35	3.83	12
	보험보증지원	4.20	35	3.63	35
	해외홍보지원	4.20	35	3.86	7
	전문가양성	3.86	35	3.75	4
	항공료지원	4.11	35	4.13	8

충남의 화학공업이 가장 중요하게 생각하는 지원사업은 해외전시박람으로 나타났다. 또한 충남의 지원사업 중 가장 만족하고 있는 지원사업은 거래선발굴로 나타났으며 토탈마케팅, 해외전시박람 순이었고 보험보증지원에 대한 만족도가 가장 낮았다.

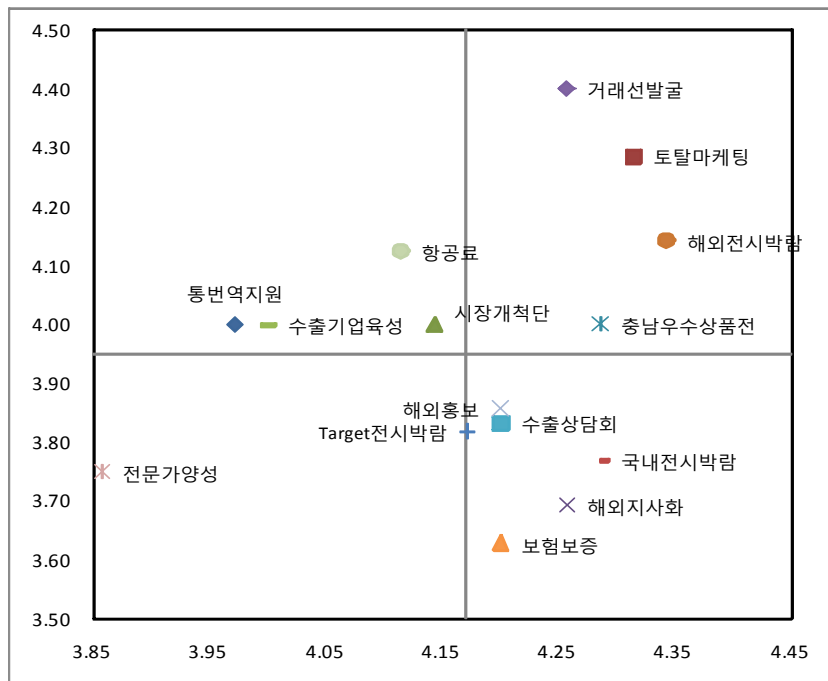
중요도와 만족도간의 차이는 보험보증지원에서 가장 크게 나타났으며 해외지사화, 국내전시박람 순이었다. 특히 거래선발굴과 항공료지원의 경우 중요도보다 만족도가 더욱 높게 나타났다.

[그림 42] 화학공업의 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 43] 화학공업의 IPA 분석결과



IPA 분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 거래선발굴, 토탈마케팅, 해외전시박람회, 충남우수상품전이었으며 중점적으로 강화해야 할 사업은 해외홍보, 수출상담회, 타겟전시박람회, 국내전시박람회, 해외지사화, 보험보증지원 것으로 나타났다. 또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 사업은 전문가양성으로 나타났으며, 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소하거나 유지해야 할 사업은 항공료지원, 통번역지원, 수출기업육성, 시장개척단으로 분석되었다.

<표 94> 화학공업의 IPA 분석결과

분석결과	사업명		사업방향
중요도와 만족도가 높은 사업	거래선발굴 토탈마케팅 해외전시박람회 충남우수상품전	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 사업	해외홍보 수출상담회 국내전시박람회 해외지사화 보험보증지원 타겟전시박람회	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 사업	전문가양성	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 사업	항공료지원 통번역지원 수출기업육성 시장개척단	➡	축소지향

### ③ 철강금속 및 기계류

<표 95> 철강금속산업의 중요도와 만족도 평균

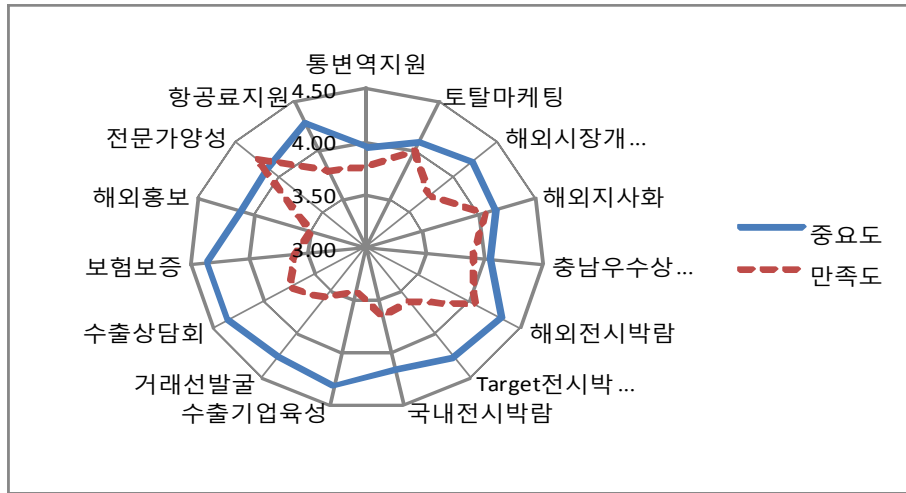
사업	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
철강금속기계류	통번역지원	3.95	42	3.75	8
	도달마케팅	4.10	42	4.00	7
	시장개척단	4.21	42	3.73	11
	해외지사화	4.14	42	4.06	16
	충남우수상품전	4.05	42	3.91	11
	해외전시박람	4.31	42	4.07	15
	타겟전시박람	4.26	42	3.62	13
	국내전시박람	4.17	42	3.67	15
	수출기업육성	4.33	42	3.42	12
	거래선발굴	4.26	42	3.57	7
	수출상담회	4.36	42	3.75	8
	보험보증지원	4.36	42	3.62	42
	해외홍보지원	4.12	42	3.50	6
	전문가양성	4.12	42	4.25	4
	항공료지원	4.29	42	3.80	5

충남의 철강금속공업이 가장 중요하게 생각하는 지원사업은 수출상담회, 보험보증지원으로 나타났으며 수출기업육성, 해외전시박람 순이었고 통번역지원의 중요도가 가장 낮았다. 또한 충남의 지원사업 중 가장 만족하고 있는 지원사업은 전문가양성로 나타났으며 해외전시박람, 해외지사화 순이었고 수출기업육성에 대한 만족도가 가장 낮았다.

중요도와 만족도간의 차이는 수출기업육성에서 가장 크게 나타났으며 보험보증지원, 거래선발굴 순이었다. 특히 전문가양성의 경우 중요도보다 만족도가 더욱 높게 나타났다.

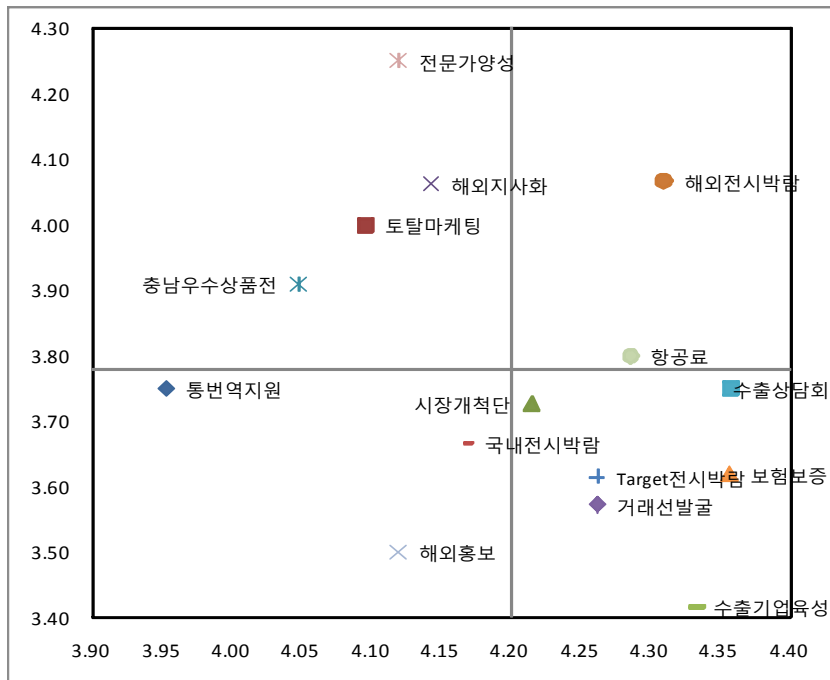


[그림 44] 철강금속산업의 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 45] 철강금속산업의 IPA 분석결과



IPA 분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 해외전시박람, 항공료지원이었으며 중점적으로 강화해야 할 사업은 수출상담회, 보험보증지원, 타겟전시박람, 거래선발굴, 시장개척단, 수출기업육성으로 나타났다. 또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 사업은 통번역지원, 국내전시박람, 해외홍보로 나타났으며, 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소하거나 유지해야 할 사업은 전문가양성, 해외지사화, 토탈마케팅, 충남우수상품전으로 분석되었다.

<표 96> 철강금속산업의 IPA 분석결과

분석결과	사업명		사업방향
중요도와 만족도가 높은 사업	해외전시박람 항공료지원	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 사업	수출상담회 보험보증지원 타겟전시박람 거래선발굴 시장개척단 수출기업육성	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 사업	통번역지원 국내전시박람 해외홍보	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 사업	전문가양성 해외지사화 토탈마케팅 충남우수상품전	➡	축소지향

#### ④ 전자전기제품

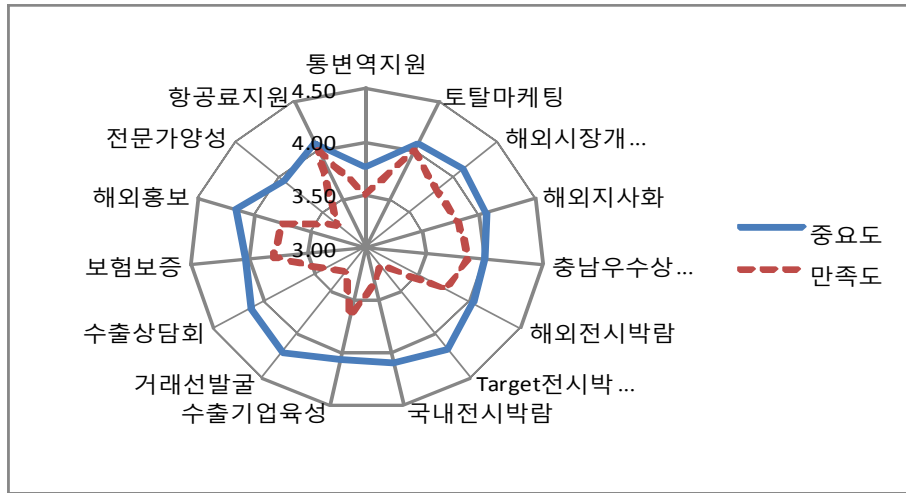
<표 97> 전자전기산업의 중요도와 만족도 평균

사업	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
전자전기	통번역지원	3.76	29	3.50	6
	토탈마케팅	4.07	29	4.00	5
	시장개척단	4.10	29	3.80	5
	해외지사화	4.07	29	3.82	11
	충남우수상품전	4.00	29	3.88	8
	해외전시박람	4.03	29	3.79	14
	타겟전시박람	4.17	29	3.20	5
	국내전시박람	4.10	29	3.33	9
	수출기업육성	4.07	29	3.67	6
	거래선발굴	4.21	29	3.29	7
	수출상담회	4.14	29	3.40	10
	보험보증지원	4.03	29	3.79	29
	해외홍보지원	4.17	29	3.75	4
	전문가양성	3.93	29	3.33	3
	항공료지원	4.07	29	4.00	3

충남의 전자전기산업이 가장 중요하게 생각하는 지원사업은 거래선발굴로 나타났으며 타겟전시박람, 해외홍보지원 순이었고 통번역지원의 중요도가 가장 낮았다. 또한 충남의 지원사업 중 가장 만족하고 있는 지원사업은 토탈마케팅과 항공료지원으로 나타났으며 충남우수상품전, 해외지사화 순이었고 타겟전시박람에 대한 만족도가 가장 낮았다.

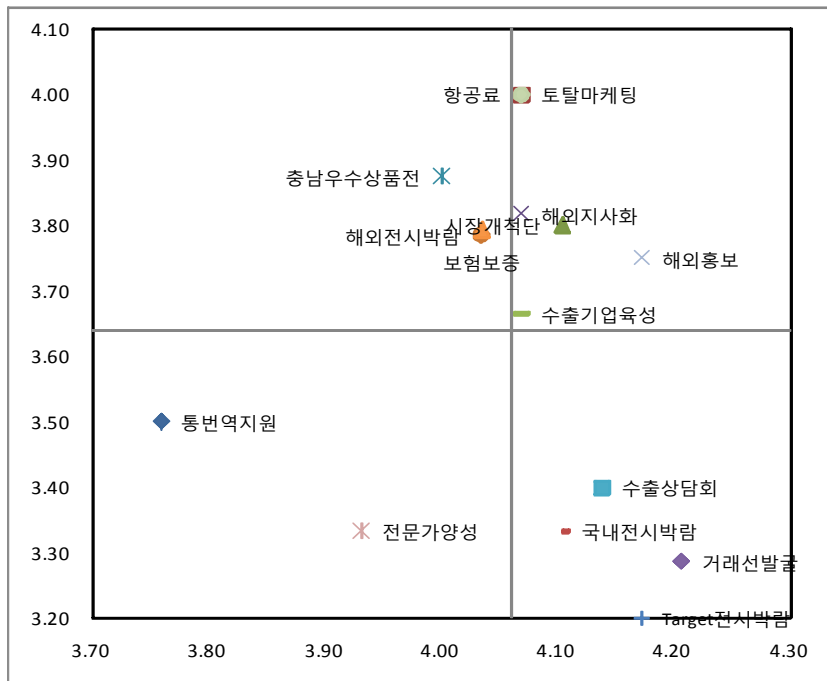
중요도와 만족도간의 차이는 타겟전시박람에서 가장 크게 나타났으며 거래선발굴, 국내전시박람 순이었다.

[그림 46] 전자전기산업의 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 47] 전자전기산업의 IPA 분석결과



IPA 분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 항공료지원, 토탈마케팅, 해외지사화, 시장개척단, 해외홍보, 수출기업육성이었으며 중점적으로 강화해야 할 사업은 수출상담회, 국내전시박람, 거래선발굴, 타겟전시박람으로 나타났다. 또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 사업은 통번역지원, 전문가양성으로 나타났으며, 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소하거나 유지해야 할 사업은 충남우수상품전, 해외전시박람, 보험·보증지원으로 분석되었다.

<표 98> 전자전기산업의 IPA 분석결과

분석결과	사업명		사업방향
중요도와 만족도가 높은 사업	항공료지원 토탈마케팅 해외지사화 시장개척단 해외홍보 수출기업육성	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 사업	수출상담회 국내전시박람 거래선발굴 타겟전시박람	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 사업	통번역지원 전문가양성	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 사업	충남우수상품전 해외전시박람 보험보증지원	➡	축소지향

## ⑤ 기타산업(광산물, 플라스틱고무 및 가죽제품, 섬유류, 생활용품, 잡제품)

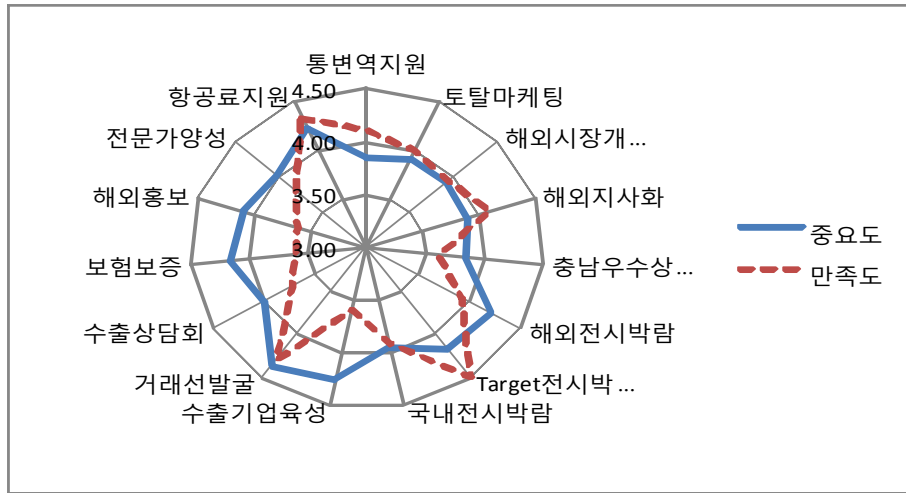
<표 99> 기타산업의 중요도와 만족도 평균

사업	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
기 타 산 업	통번역지원	3.84	45	4.11	9
	토탈마케팅	3.91	45	4.00	7
	시장개척단	3.91	45	3.94	16
	해외지사화	3.89	45	4.09	11
	충남우수상품전	3.84	45	3.61	18
	해외전시박람	4.22	45	3.94	16
	타겟전시박람	4.18	45	4.50	8
	국내전시박람	3.96	45	3.92	13
	수출기업육성	4.27	45	3.59	17
	거래선발굴	4.38	45	4.30	10
	수출상담회	4.00	45	3.73	15
	보험보증지원	4.16	45	3.60	45
	해외홍보지원	4.09	45	3.62	13
	전문가양성	4.02	45	3.80	5
	항공료지원	4.22	45	4.33	9

충남의 기타산업이 가장 중요하게 생각하는 지원사업은 거래선발굴로 나타났으며 수출기업육성, 해외전시박람과 항공료지원 순이었고 통번역지원과 충남우수상품전의 중요도가 가장 낮았다. 또한 충남의 지원사업 중 가장 만족하고 있는 지원사업은 타겟전시박람으로 나타났으며 항공료지원, 거래선발굴 순이었고 수출기업육성에 대한 만족도가 가장 낮았다.

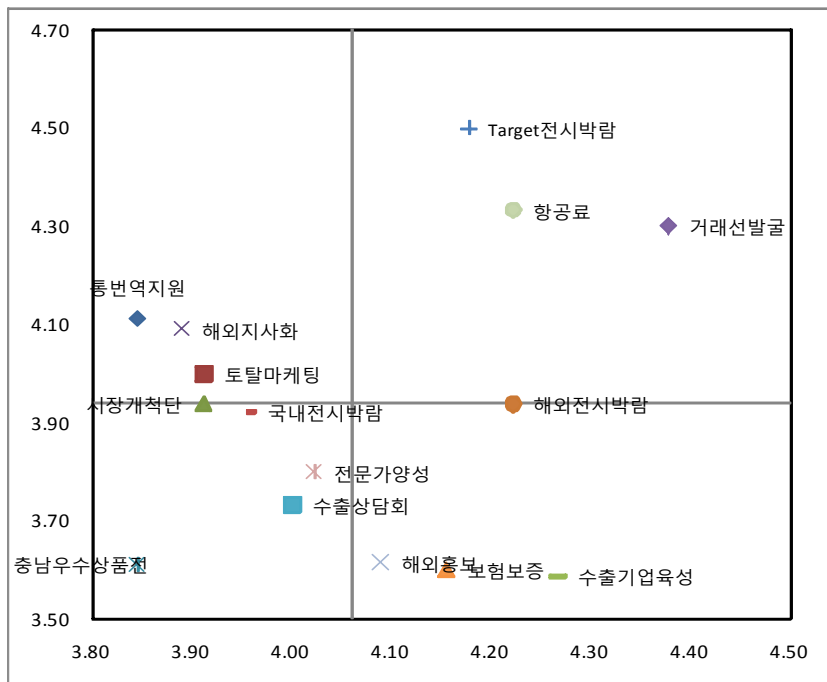
중요도와 만족도간의 차이는 수출기업육성에서 가장 크게 나타났으며 보험보증지원, 해외홍보 순이었다. 특히 통번역지원, 토탈마케팅, 해외시장개척단, 해외지사화, 타겟전시박람, 항공료지원의 경우 중요도보다 만족도가 더욱 높게 나타났다.

[그림 48] 기타산업의 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 49] 기타산업의 IPA 분석결과



IPA 분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 타겟전시박람회, 항공료지원, 거래선발굴이었으며 중점적으로 강화해야 할 사업은 해외전시박람회, 해외홍보, 보험보증지원, 수출기업육성으로 나타났다. 또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 사업은 시장개척단, 국내전시박람회, 전문가양성, 수출상담회, 충남우수상품전으로 나타났으며, 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소하거나 유지해야 할 사업은 통번역지원, 해외지사화, 토털마케팅으로 분석되었다.

<표 100> 기타산업의 IPA 분석결과

분석결과	사업명		사업방향
중요도와 만족도가 높은 사업	타겟전시박람회 항공료지원 거래선발굴	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 사업	해외전시박람회 해외홍보 보험보증지원 수출기업육성	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 사업	시장개척단 국내전시박람회 전문가양성 수출상담회 충남우수상품전	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 사업	통번역지원 해외지사화 토털마케팅	➡	축소지향



## (2) 규모별 IPA 결과

### ① 1억 이하 수출기업

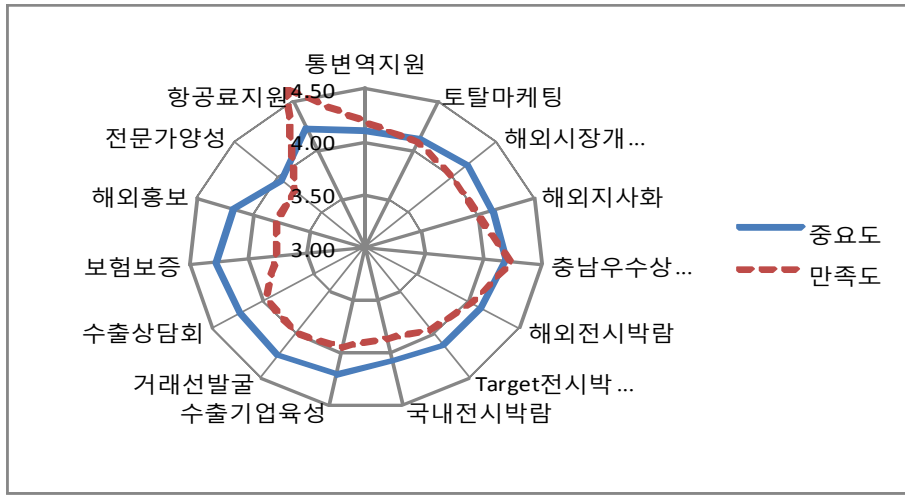
<표 101> 1억 이하 수출기업의 중요도와 만족도 평균

사업	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
1 억 이 하	통번역지원	4.11	63	4.19	21
	도탈마케팅	4.13	63	4.08	12
	시장개척단	4.16	63	4.00	15
	해외지사화	4.13	63	4.00	15
	충남우수상품전	4.19	63	4.24	25
	해외전시박람	4.13	63	4.04	27
	타겟전시박람	4.13	63	3.95	19
	국내전시박람	4.08	63	3.87	30
	수출기업육성	4.21	63	3.95	22
	거래선발굴	4.25	63	4.00	15
	수출상담회	4.22	63	3.96	24
	보험보증지원	4.27	63	3.76	63
	해외홍보지원	4.17	63	3.80	15
	전문가양성	3.95	63	3.80	10
	항공료지원	4.22	63	4.64	11

충남의 1억 이하 수출기업이 가장 중요하게 생각하는 지원사업은 보험보증지원으로 나타났으며 거래선발굴, 수출상담회와 항공료지원 순이었고 전문가양성의 중요도가 가장 낮았다. 또한 충남의 지원사업 중 가장 만족하고 있는 지원사업은 항공료지원으로 나타났으며 충남우수상품전, 통번역지원 순이었고 보험보증지원에 대한 만족도가 가장 낮았다.

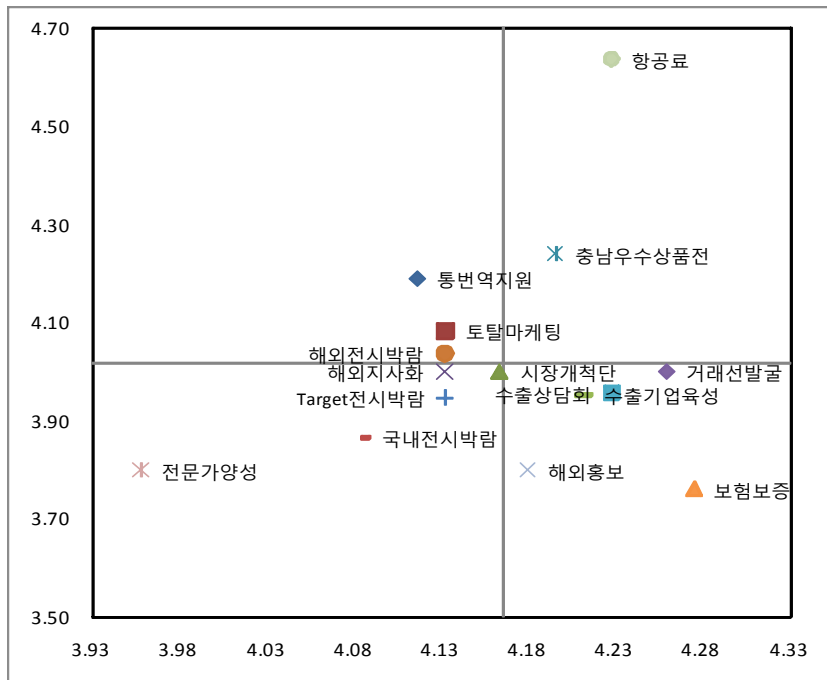
중요도와 만족도간의 차이는 보험보증지원에서 가장 크게 나타났으며 해외홍보, 수출상담회 순이었다. 특히 통번역지원, 충남우수상품전, 항공료지원의 경우 중요도보다 만족도가 더욱 높게 나타났다.

[그림 50] 1억 이하 수출기업의 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 51] 1억 이하 수출기업의 IPA 분석결과



IPA 분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 항공료지원, 충남우수상품전이었으며 중점적으로 강화해야 할 사업은 시장개척단, 거래선발굴, 수출상담회, 수출기업육성, 해외홍보, 보험보증지원으로 나타났다. 또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 사업은 해외지사화, 타겟전시박람회, 국내전시박람회, 전문가양성으로 나타났으며, 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소하거나 유지해야 할 사업은 통번역지원, 토탈마케팅, 해외전시박람회로 분석되었다.

<표 102> 1억 이하 수출기업의 IPA 분석결과

분석결과	사업명		사업방향
중요도와 만족도가 높은 사업	항공료지원 충남우수상품전	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 사업	시장개척단 거래선발굴 수출상담회 수출기업육성 해외홍보 보험보증지원	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 사업	해외지사화 타겟전시박람회 국내전시박람회 전문가양성	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 사업	통번역지원 토탈마케팅 해외전시박람회	➡	축소지향

## ② 1억~10억 이하 수출기업

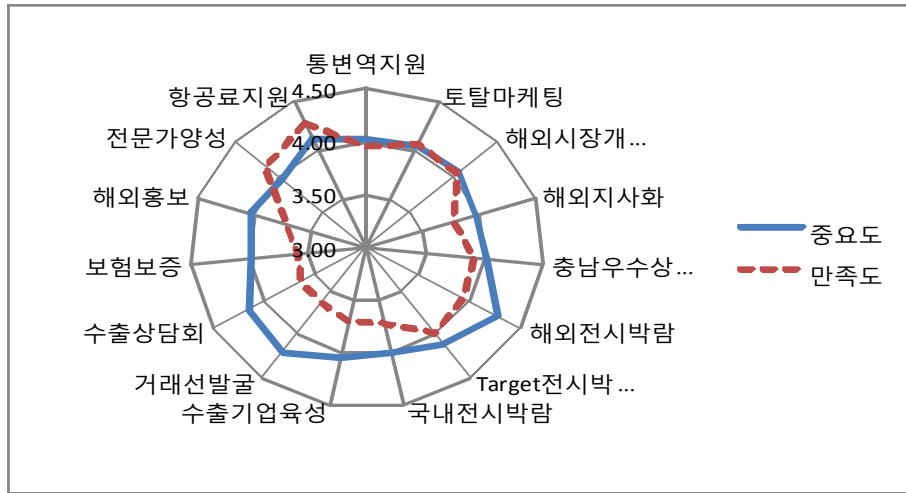
<표 103> 1억~10억 이하 수출기업의 중요도와 만족도 평균

사업	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
1 ~ 10 억 이 하	통번역지원	4.02	85	3.95	21
	토탈마케팅	4.05	85	4.08	13
	시장개척단	4.07	85	4.03	29
	해외지사화	3.98	85	3.79	28
	충남우수상품전	4.02	85	3.93	28
	해외전시박람	4.28	85	3.95	42
	타겟전시박람	4.12	85	4.00	29
	국내전시박람	4.00	85	3.72	32
	수출기업육성	4.05	85	3.71	21
	거래선발굴	4.21	85	3.65	17
	수출상담회	4.15	85	3.64	28
	보험보증지원	3.99	85	3.59	85
	해외홍보지원	4.04	85	3.71	28
	전문가양성	3.96	85	4.14	7
	항공료지원	4.12	85	4.29	21

충남의 1억~10억 이하 수출기업이 가장 중요하게 생각하는 지원사업은 해외전시박람으로 나타났으며 거래선발굴, 수출상담회 순이었고 전문가양성의 중요도가 가장 낮았다. 또한 충남의 지원사업 중 가장 만족하고 있는 지원사업은 항공료지원으로 나타났으며 전문가양성, 토탈마케팅 순이었고 보험보증지원에 대한 만족도가 가장 낮았다.

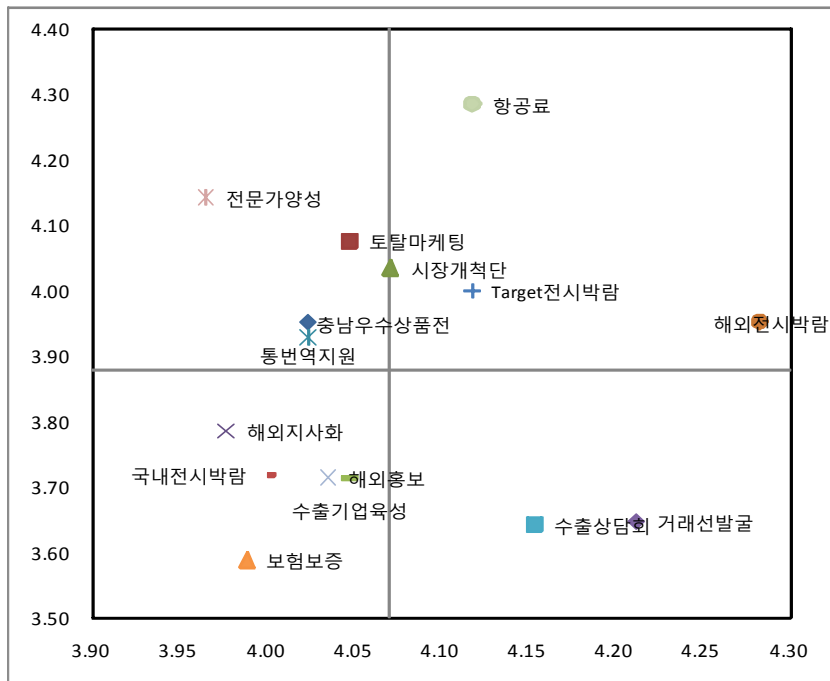
중요도와 만족도간의 차이는 거래선발굴에서 가장 크게 나타났으며 수출상담회, 보험보증지원순이었다. 특히 토탈마케팅, 전문가양성, 항공료지원의 경우 중요도보다 만족도가 더욱 높게 나타났다.

[그림 52] 1억~10억 이하 수출기업의 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 53] 1억~10억 이하 수출기업의 IPA 분석결과



IPA 분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 항공료지원, 시장개척단, 타겟전시박람, 해외전시였으며 중점적으로 강화해야 할 사업은 수출상담회, 거래선 발굴로 나타났다. 또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 사업은 해외지사화, 국내전시박람, 해외홍보, 수출기업육성, 보험·보증지원으로 나타났으며, 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소하거나 유지해야 할 사업은 전문가양성, 토탈마케팅, 충남우수상품전, 통번역지원으로 분석되었다.

<표 104> 1억~10억 이하 수출기업의 IPA 분석결과

분석결과	사업명		사업방향
중요도와 만족도가 높은 사업	항공료지원 시장개척단 타겟전시박람 해외전시	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 사업	수출상담회 거래선발굴	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 사업	해외지사화 국내전시박람 해외홍보 수출기업육성 보험보증지원	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 사업	전문가양성 토탈마케팅 충남우수상품전 통번역지원	➡	축소지향

### ③ 10억 초과 수출기업

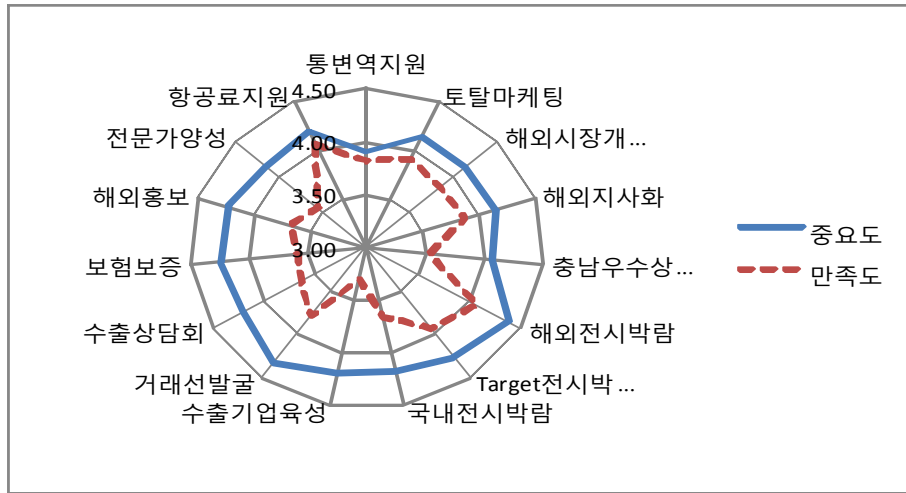
<표 105> 10억 초과 수출기업의 중요도와 만족도 평균

사업	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
10억 초과	통번역지원	3.89	84	3.82	17
	도달마케팅	4.14	84	3.91	11
	시장개척단	4.13	84	3.86	21
	해외지사화	4.14	84	3.88	26
	충남우수상품전	4.07	84	3.53	32
	해외전시박람	4.38	84	4.08	37
	타겟전시박람	4.27	84	3.93	14
	국내전시박람	4.18	84	3.67	27
	수출기업육성	4.19	84	3.30	20
	거래선발굴	4.33	84	3.80	15
	수출상담회	4.20	84	3.64	25
	보험보증지원	4.24	84	3.58	84
	해외홍보지원	4.24	84	3.68	19
	전문가양성	4.14	84	3.56	9
	항공료지원	4.20	84	4.07	15

충남의 10억 초과 수출기업이 가장 중요하게 생각하는 지원사업은 해외전시박람으로 나타났으며 거래선발굴, 타겟전시박람 순이었고 통번역지원의 중요도가 가장 낮았다. 또한 충남의 지원사업 중 가장 만족하고 있는 지원사업은 해외전시박람으로 나타났으며 항공료지원, 타겟전시박람 순이었고 충남우수상품전에 대한 만족도가 가장 낮았다.

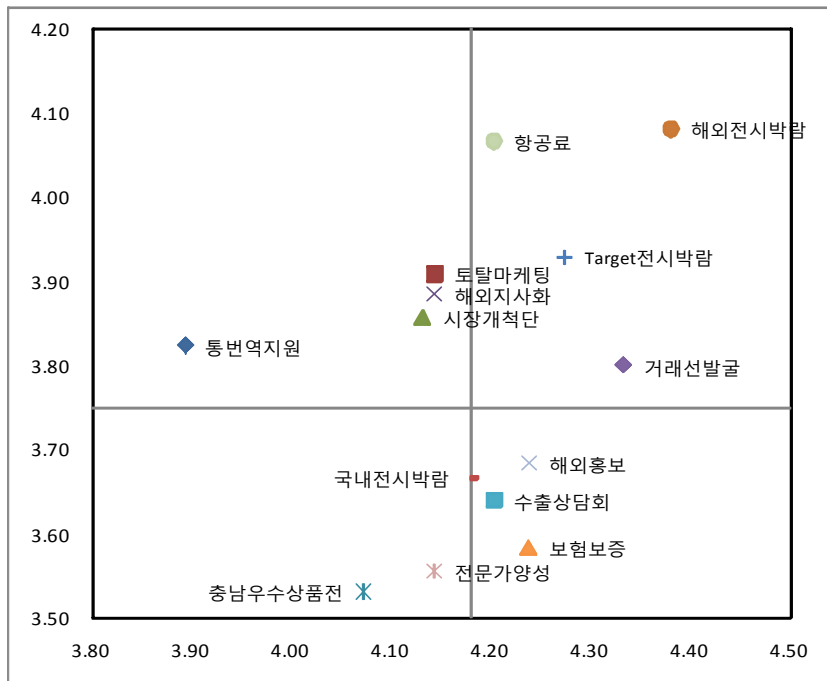
중요도와 만족도간의 차이는 수출기업육성에서 가장 크게 나타났으며 보험보증지원, 전문가양성 순이었다.

[그림 54] 10억 초과 수출기업의 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 55] 10억 초과 수출기업의 IPA 분석결과





IPA 분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 항공료지원, 해외전시박람회, 타겟전시박람회, 거래선발굴이었으며 중점적으로 강화해야 할 사업은 해외홍보, 국내전시박람회, 수출상담회, 보험·보증지원으로 나타났다. 또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 사업은 전문가양성, 충남우수상품전으로 나타났으며, 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소하거나 유지해야 할 사업은 토탈마케팅, 해외지사화, 시장개척단, 통번역지원으로 분석되었다.

<표 106> 10억 초과 수출기업의 IPA 분석결과

분석결과	사업명		사업방향
중요도와 만족도가 높은 사업	항공료지원 해외전시박람회 타겟전시박람회 거래선발굴	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 사업	해외홍보 국내전시박람회 수출상담회 보험보증지원	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 사업	전문가양성 충남우수상품전	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 사업	토탈마케팅 해외지사화 시장개척단 통번역지원	➡	축소지향

### (3) 수출국별 IPA 결과

#### ① 미주 수출기업

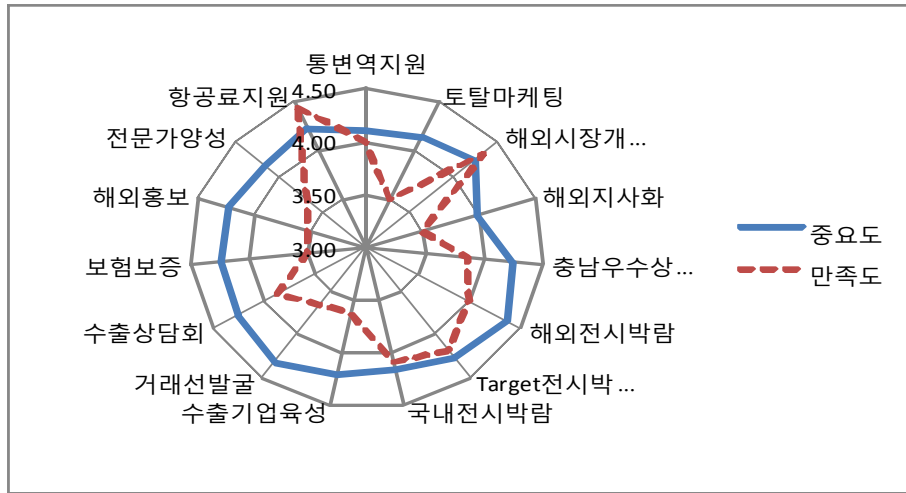
<표 107> 미주 수출기업의 중요도와 만족도 평균

사업	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
미주	통번역지원	4.11	61	4.00	16
	토탈마케팅	4.15	61	3.50	6
	시장개척단	4.23	61	4.33	12
	해외지사화	3.98	61	3.50	14
	충남우수상품전	4.25	61	3.86	21
	해외전시박람	4.38	61	4.00	28
	타겟전시박람	4.28	61	4.18	11
	국내전시박람	4.16	61	4.10	20
	수출기업육성	4.21	61	3.63	16
	거래선발굴	4.33	61	3.67	9
	수출상담회	4.26	61	3.88	16
	보험보증지원	4.25	61	3.51	61
	해외홍보지원	4.23	61	3.53	15
	전문가양성	4.15	61	3.67	3
	항공료지원	4.23	61	4.44	9

충남의 미주 수출기업이 가장 중요하게 생각하는 지원사업은 해외전시박람으로 나타났으며 거래선발굴, 타겟전시박람 순이었고 해외지사화의 중요도가 가장 낮았다. 또한 충남의 지원사업 중 가장 만족하고 있는 지원사업은 항공료지원으로 나타났으며 시장개척단, 타겟전시박람 순이었고 해외지사화에 대한 만족도가 가장 낮았다.

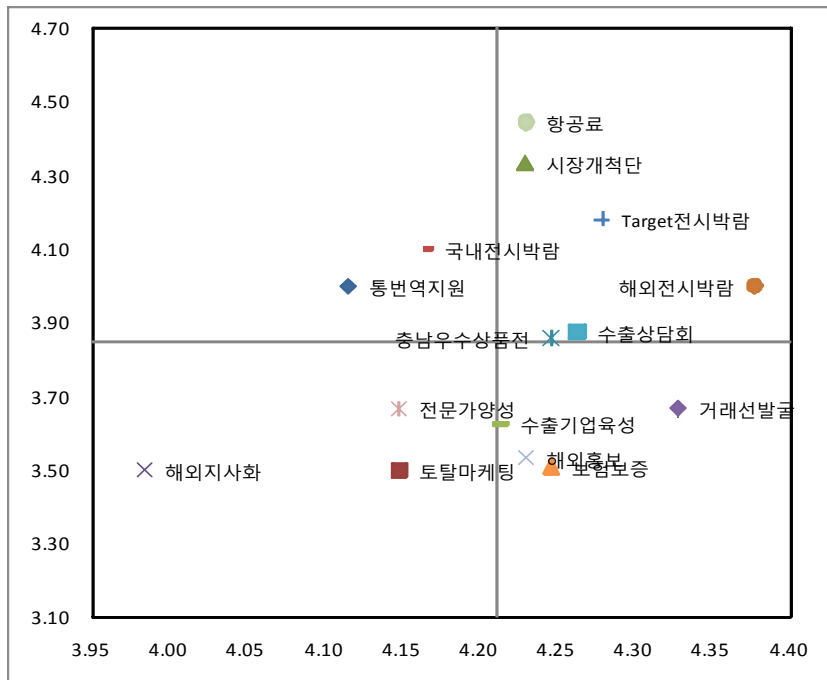
중요도와 만족도간의 차이는 보험보증지원에서 가장 크게 나타났으며 해외홍보, 거래선발굴 순이었다. 특히 해외시장개척단, 항공료지원의 경우 중요도보다 만족도가 더욱 높게 나타났다.

[그림 56] 미주 수출기업의 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 57] 미주 수출기업의 IPA 분석결과



IPA 분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 항공료지원, 시장개척단, 타겟전시박람, 해외전시박람, 수출상담회, 충남우수상품전이었으며 중점적으로 강화해야 할 사업은 거래선발굴, 수출기업육성, 해외홍보, 보험·보증지원으로 나타났다. 또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 사업은 전문가양성, 토탈마케팅, 해외지사화로 나타났으며, 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소하거나 유지해야 할 사업은 국내전시박람, 통번역지원으로 분석되었다.

<표 108> 미주 수출기업의 IPA 분석결과

분석결과	사업명		사업방향
중요도와 만족도가 높은 사업	항공료지원 시장개척단 타겟전시박람 해외전시박람 수출상담회 충남우수상품전	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 사업	거래선발굴 수출기업육성 해외홍보 보험보증지원	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 사업	전문가양성 토탈마케팅 해외지사화	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 사업	국내전시박람 통번역지원	➡	축소지향

## ② 일본 수출기업

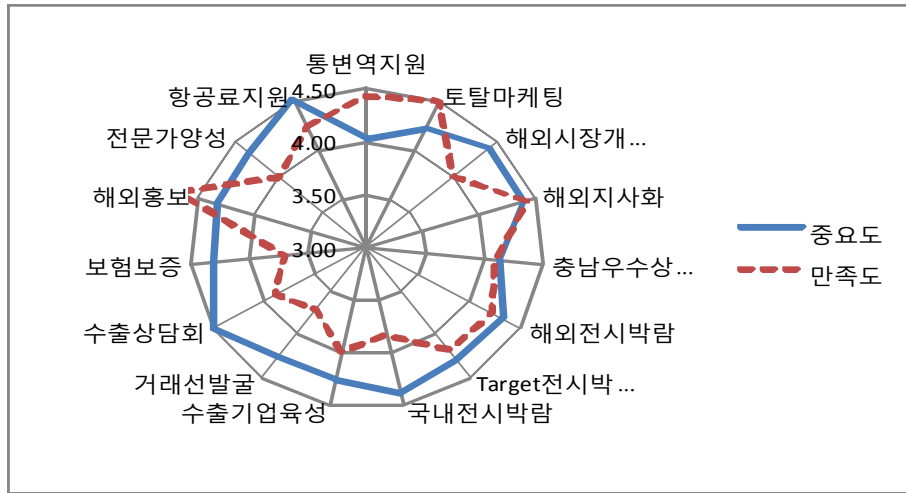
<표 109> 일본 수출기업의 중요도와 만족도 평균

사업	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
일본	통번역지원	4.03	30	4.43	7
	토탈마케팅	4.23	30	4.50	6
	시장개척단	4.40	30	4.00	9
	해외지사화	4.40	30	4.43	7
	충남우수상품전	4.13	30	4.10	10
	해외전시박람	4.33	30	4.21	14
	타겟전시박람	4.30	30	4.20	5
	국내전시박람	4.40	30	3.83	12
	수출기업육성	4.27	30	4.00	9
	거래선발굴	4.27	30	3.71	7
	수출상담회	4.50	30	3.89	9
	보험보증지원	4.30	30	3.70	30
	해외홍보지원	4.33	30	4.67	3
	전문가양성	4.33	30	4.00	3
	항공료지원	4.53	30	4.25	4

충남의 일본 수출기업이 가장 중요하게 생각하는 지원사업은 항공료지원으로 나타났으며 다음으로 수출상담회 순이었고 통번역지원의 중요도가 가장 낮았다. 또한 충남의 지원사업 중 가장 만족하고 있는 지원사업은 해외홍보지원으로 나타났으며 토탈마케팅, 통번역지원과 해외지사화 순이었고 보험보증지원에 대한 만족도가 가장 낮았다.

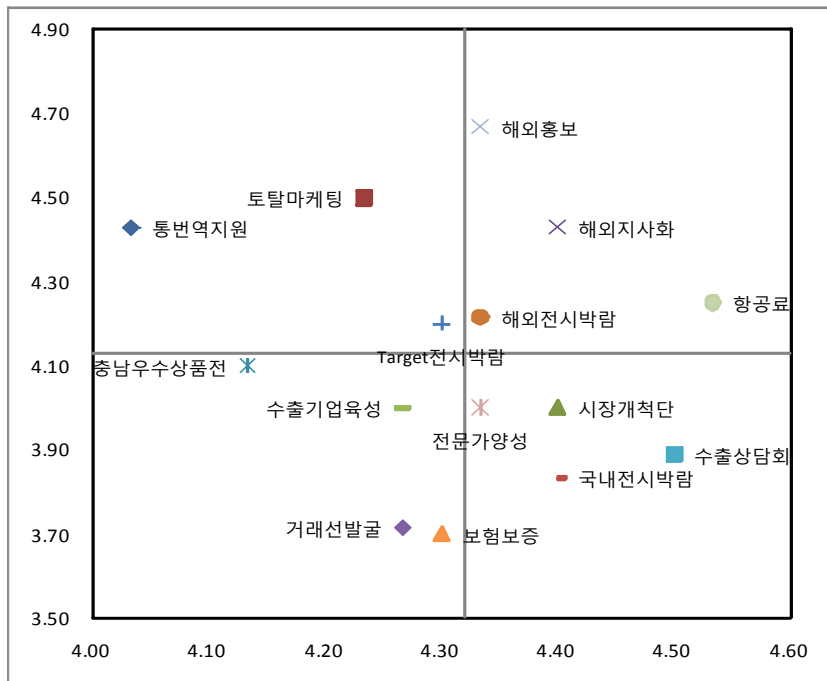
중요도와 만족도간의 차이는 수출상담회에서 가장 크게 나타났으며 보험보증, 국내전시박람 순이었다. 특히 통번역지원, 토탈마케팅, 해외지사화, 해외홍보의 경우 중요도보다 만족도가 더욱 높게 나타났다.

[그림 58] 일본 수출기업의 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 59] 일본 수출기업의 IPA 분석결과



IPA 분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 해외홍보, 해외지사화, 항공료지원, 해외전시박람회였으며 중점적으로 강화해야 할 사업은 시장개척단, 전문가양성, 수출상담회, 국내전시박람회로 나타났다. 또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 사업은 충남우수상품전, 수출기업육성, 거래선발굴, 보험·보증지원으로 나타났으며, 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소하거나 유지해야 할 사업은 토탈마케팅, 통번역지원, 타겟전시박람회로 분석되었다.

<표 110> 일본 수출기업의 IPA 분석결과

분석결과	사업명		사업방향
중요도와 만족도가 높은 사업	해외홍보 해외지사화 항공료지원 해외전시박람회	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 사업	시장개척단 전문가양성 수출상담회 국내전시박람회	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 사업	충남우수상품전 수출기업육성 거래선발굴 보험보증지원	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 사업	토탈마케팅 통번역지원 타겟전시박람회	➡	축소지향

### ③ 중국 수출기업

<표 111> 중국 수출기업의 중요도와 만족도 평균

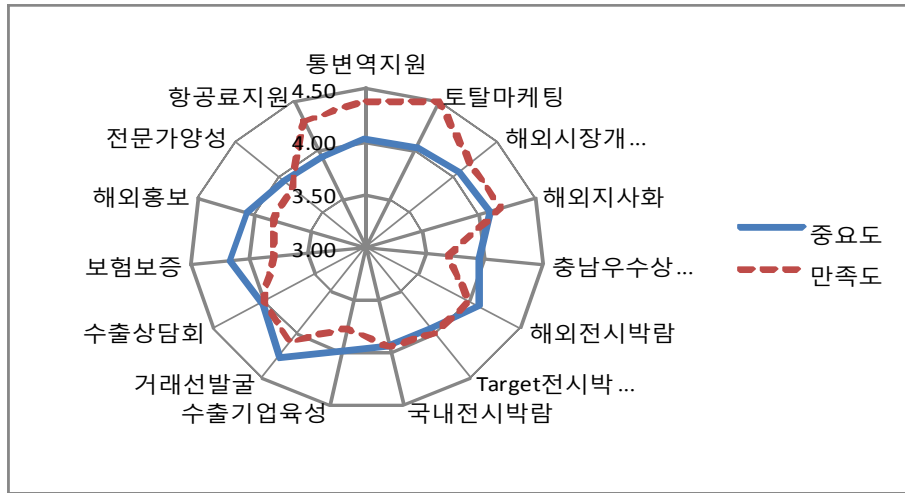
사업	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
중 국	통번역지원	4.02	45	4.38	13
	토탈마케팅	4.04	45	4.50	6
	시장개척단	4.07	45	4.19	16
	해외지사화	4.09	45	4.20	15
	충남우수상품전	3.96	45	3.70	23
	해외전시박람	4.09	45	4.00	26
	타겟전시박람	3.93	45	4.00	16
	국내전시박람	3.93	45	3.95	19
	수출기업육성	3.98	45	3.78	9
	거래선발굴	4.27	45	4.10	10
	수출상담회	4.02	45	4.00	17
	보험보증지원	4.16	45	3.80	45
	해외홍보지원	4.07	45	3.83	18
	전문가양성	3.93	45	3.86	7
	항공료지원	3.93	45	4.31	13

충남의 중국 수출기업이 가장 중요하게 생각하는 지원사업은 거래선발굴로 나타났다으며 보험보증지원, 해외지사화와 해외전시박람 순이었고 타겟전시박람, 국내전시박람, 전문가양성, 항공료지원의 중요도가 동일하게 가장 낮았다. 또한 충남의 지원사업 중 가장 만족하고 있는 지원사업은 토탈마케팅으로 나타났다으며 통번역지원, 항공료지원 순이었고 충남우수상품전에 대한 만족도가 가장 낮았다.

중요도와 만족도간의 차이는 토탈마케팅에서 가장 크게 나타났다으며 항공료지원, 통번역지원과 보험보증 순이었다. 특히 통번역지원, 토탈마케팅, 해외시장개척단, 해외지사화, 타겟전시박람, 국내전시박람, 항공료지원의 경우 중요도보다 만족도가 더욱 높게 나타났다.

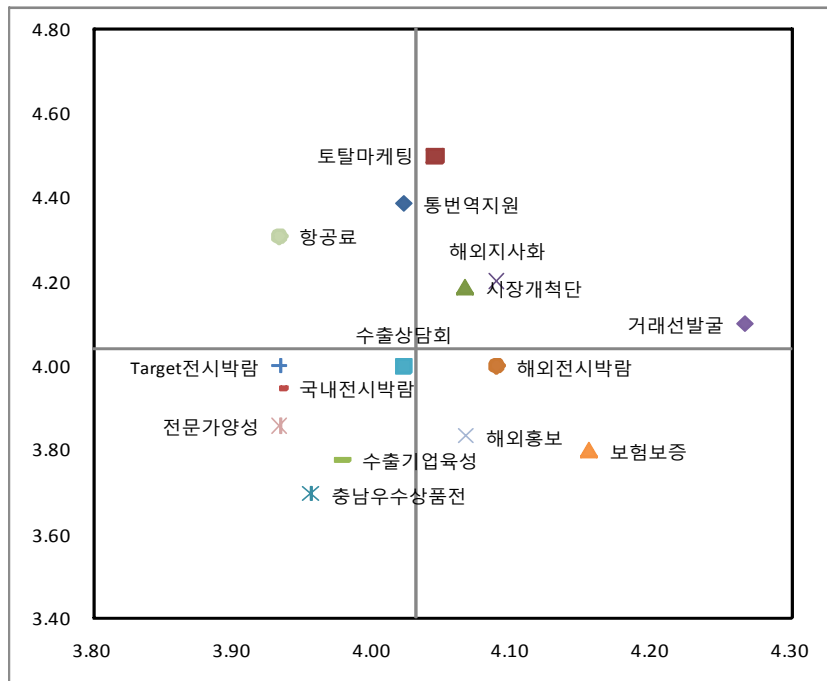


[그림 60] 중국 수출기업의 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 61] 중국 수출기업의 IPA 분석결과



IPA 분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 토탈마케팅, 해외지사화, 시장개척단, 거래선발굴이었으며 중점적으로 강화해야 할 사업은 해외전시박람회, 해외홍보, 보험·보증지원으로 나타났다. 또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 사업은 수출상담회, 타겟전시박람회, 국내전시박람회, 전문가양성, 수출기업육성, 충남우수상품전으로 나타났으며, 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소하거나 유지해야 할 사업은 통번역지원, 항공료지원으로 분석되었다.

<표 112> 중국 수출기업의 IPA 분석결과

분석결과	사업명		사업방향
중요도와 만족도가 높은 사업	토탈마케팅 해외지사화 시장개척단 거래선발굴	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 사업	해외전시박람회 해외홍보 보험보증지원	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 사업	수출상담회 타겟전시박람회 국내전시박람회 전문가양성 수출기업육성 충남우수상품전	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 사업	통번역지원 항공료지원	➡	축소지향

#### ④ 동남아 수출기업

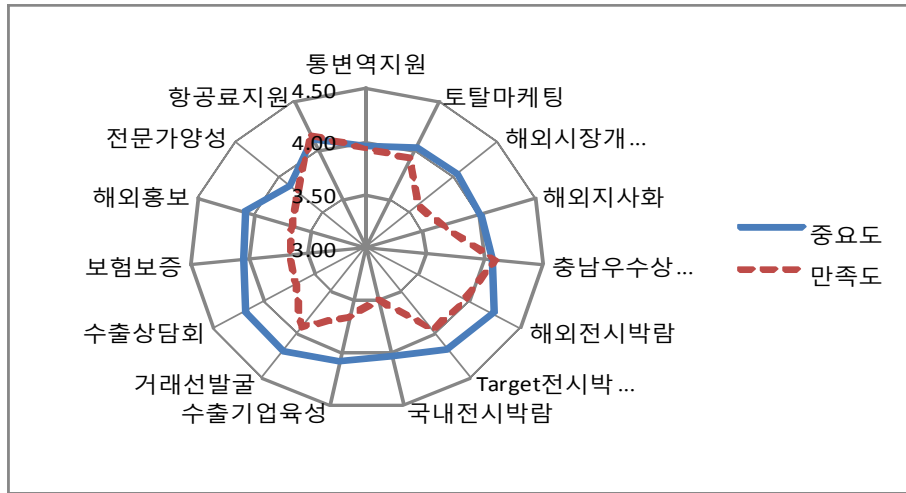
<표 113> 동남아 수출기업의 중요도와 만족도 평균

사업	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
동 남 아	통번역지원	3.97	60	3.93	15
	토탈마케팅	4.03	60	3.92	13
	시장개척단	4.03	60	3.59	17
	해외지사화	4.02	60	3.68	22
	충남우수상품전	4.07	60	4.10	20
	해외전시박람	4.23	60	3.96	26
	타겟전시박람	4.17	60	3.95	21
	국내전시박람	4.03	60	3.50	28
	수출기업육성	4.08	60	3.67	15
	거래선발굴	4.20	60	3.92	13
	수출상담회	4.18	60	3.70	23
	보험보증지원	4.05	60	3.65	60
	해외홍보지원	4.08	60	3.67	18
	전문가양성	3.87	60	3.78	9
	항공료지원	4.12	60	4.15	13

충남의 동남아 수출기업이 가장 중요하게 생각하는 지원사업은 해외전시박람으로 나타났으며 거래선발굴, 수출상담회 순이었고 전문가양성의 중요도가 가장 낮았다. 또한 충남의 지원사업 중 가장 만족하고 있는 지원사업은 항공료지원으로 나타났으며 충남우수상품전, 해외전시박람 순이었고 국내전시박람에 대한 만족도가 가장 낮았다.

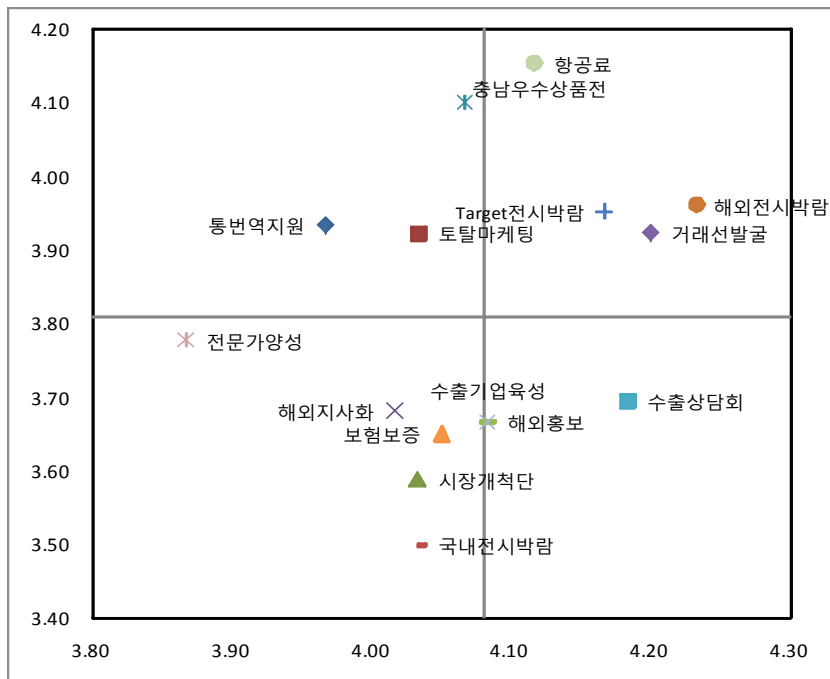
중요도와 만족도간의 차이는 국내전시박람에서 가장 크게 나타났으며 수출상담회, 해외시장개척단 순이었다. 특히 충남우수상품전, 항공료지원의 경우 중요도보다 만족도가 더욱 높게 나타났다.

[그림 62] 동남아 수출기업의 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 63] 동남아 수출기업의 IPA 분석결과



IPA 분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 항공료지원, 해외전시박람회, 타겟전시박람회, 거래선발굴이었으며 중점적으로 강화해야 할 사업은 수출상담회, 해외홍보, 수출기업육성으로 나타났다. 또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 사업은 전문가양성, 해외지사화, 보험·보증지원, 시장개척단, 국내전시박람회로 나타났으며, 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소하거나 유지해야 할 사업은 충남우수상품전, 통번역지원, 토탈마케팅으로 분석되었다.

<표 114> 동남아 수출기업의 IPA 분석결과

분석결과	사업명		사업방향
중요도와 만족도가 높은 사업	항공료지원 해외전시박람회 타겟전시박람회 거래선발굴	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 사업	수출상담회 해외홍보 수출기업육성	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 사업	전문가양성 해외지사화 보험보증지원 시장개척단 국내전시박람회	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 사업	충남우수상품전 통번역지원 토탈마케팅	➡	축소지향

## ⑤ 기타국(유럽, 중동, 아프리카, 오세아니아, 기타) 수출기업

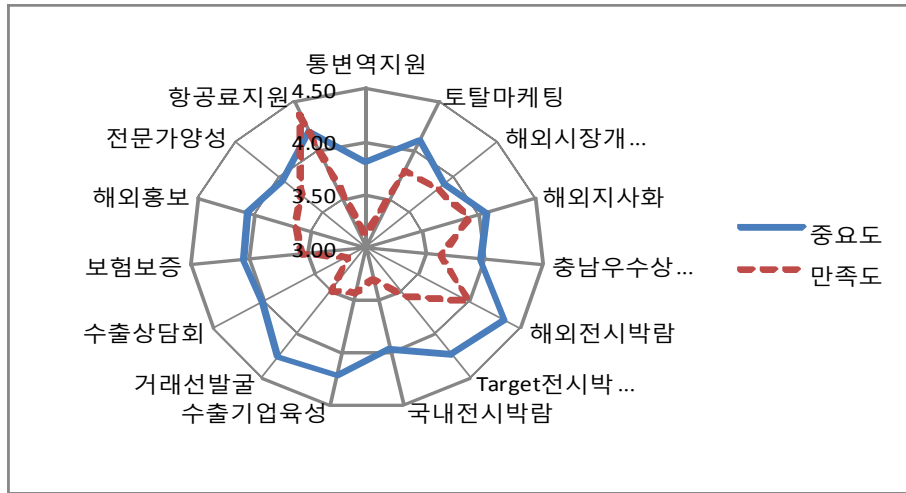
<표 115> 기타국 수출기업의 중요도와 만족도 평균

사업	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
기 타 국	통번역지원	3.81	36	3.13	8
	도달마케팅	4.11	36	3.80	5
	시장개척단	3.89	36	3.82	11
	해외지사화	4.06	36	3.91	11
	충남우수상품전	3.97	36	3.64	11
	해외전시박람	4.36	36	4.00	12
	타겟전시박람	4.22	36	3.56	9
	국내전시박람	3.97	36	3.30	10
	수출기업육성	4.22	36	3.43	14
	거래선발굴	4.28	36	3.50	8
	수출상담회	4.03	36	3.17	12
	보험보증지원	4.06	36	3.56	36
	해외홍보지원	4.06	36	3.63	8
	전문가양성	3.94	36	3.75	4
	항공료지원	4.19	36	4.38	8

충남의 기타국 수출기업이 가장 중요하게 생각하는 지원사업은 해외전시박람으로 나타났으며 거래선발굴, 타겟전시박람과 수출기업육성 순이었고 통번역지원의 중요도가 가장 낮았다. 또한 충남의 지원사업 중 가장 만족하고 있는 지원사업은 항공료지원으로 나타났으며 해외전시박람, 해외지사화 순이었고 통번역지원에 대한 만족도가 가장 낮았다.

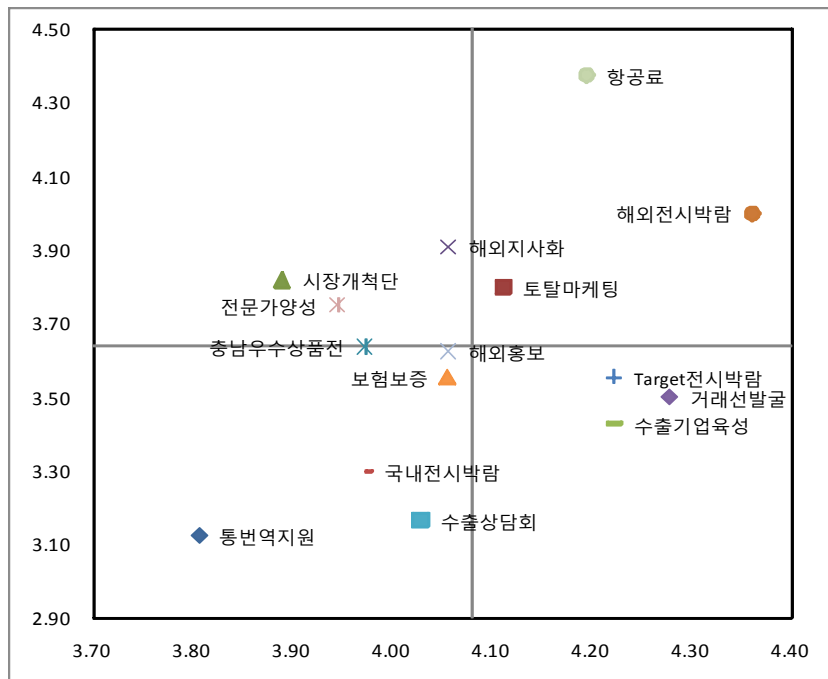
중요도와 만족도간의 차이는 수출상담회에서 가장 크게 나타났으며 수출기업육성, 거래선발굴 순이었다. 특히 항공료지원의 경우 중요도보다 만족도가 더욱 높게 나타났다.

[그림 64] 기타국 수출기업의 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 65] 기타국 수출기업의 IPA 분석결과



IPA 분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 항공료지원, 해외전시박람, 토탈마케팅이었으며 중점적으로 강화해야 할 사업은 타겟전시박람, 거래선발굴, 수출기업육성으로 나타났다. 또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 사업은 충남우수상품전, 해외홍보, 보험·보증지원, 국내전시박람, 수출상담회, 통번역지원으로 나타났으며, 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소하거나 유지해야 할 사업은 해외지사화, 시장개척단, 전문가양성으로 분석되었다.

<표 116> 기타국 수출기업의 IPA 분석결과

분석결과	사업명		사업방향
중요도와 만족도가 높은 사업	항공료지원 해외전시박람 토탈마케팅	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 사업	타겟전시박람 거래선발굴 수출기업육성	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 사업	충남우수상품전 해외홍보 보험보증지원 국내전시박람 수출상담회 통번역지원	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 사업	해외지사화 시장개척단 전문가양성	➡	축소지향



#### (4) 수출기간 별 IPA 결과

##### ① 5년 미만 수출기업

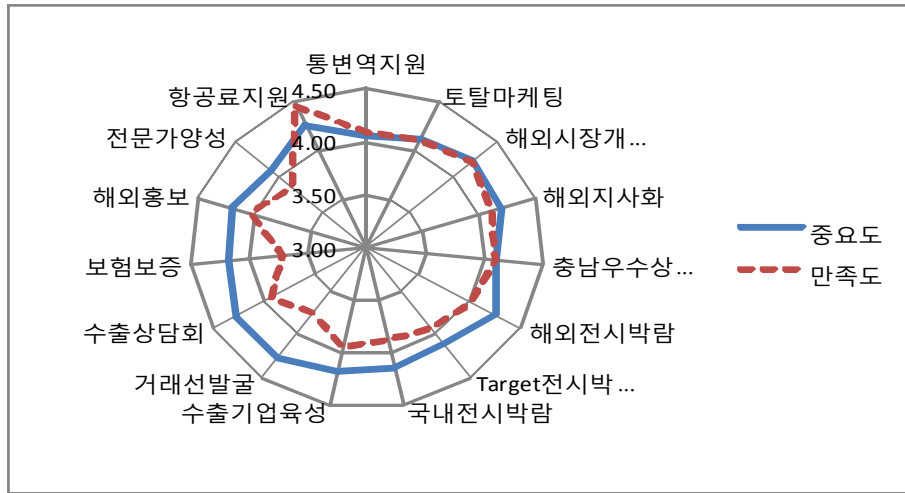
<표 117> 5년 미만 수출기업의 중요도와 만족도 평균

사업	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
5 년 미 만	통번역지원	4.06	86	4.10	21
	토탈마케팅	4.12	86	4.10	10
	시장개척단	4.22	86	4.21	24
	해외지사화	4.20	86	4.12	26
	충남우수상품전	4.10	86	4.09	32
	해외전시박람회	4.27	86	4.02	42
	타겟전시박람회	4.12	86	3.93	29
	국내전시박람회	4.15	86	3.89	37
	수출기업육성	4.19	86	3.95	22
	거래선발굴	4.28	86	3.76	17
	수출상담회	4.28	86	3.93	29
	보험보증지원	4.17	86	3.71	86
	해외홍보지원	4.20	86	4.04	28
	전문가양성	4.08	86	3.85	13
	항공료지원	4.26	86	4.45	20

충남의 5년 미만 수출기업이 가장 중요하게 생각하는 지원사업은 거래선발굴과 수출상담회로 나타났으며 해외전시박람회, 시장개척단 순이었고 통번역지원이 가장 낮았다. 또한 충남의 지원사업 중 가장 만족하고 있는 지원사업은 항공료지원으로 나타났으며 시장개척단, 해외지사화 순이었고 보험보증지원에 대한 만족도가 가장 낮았다.

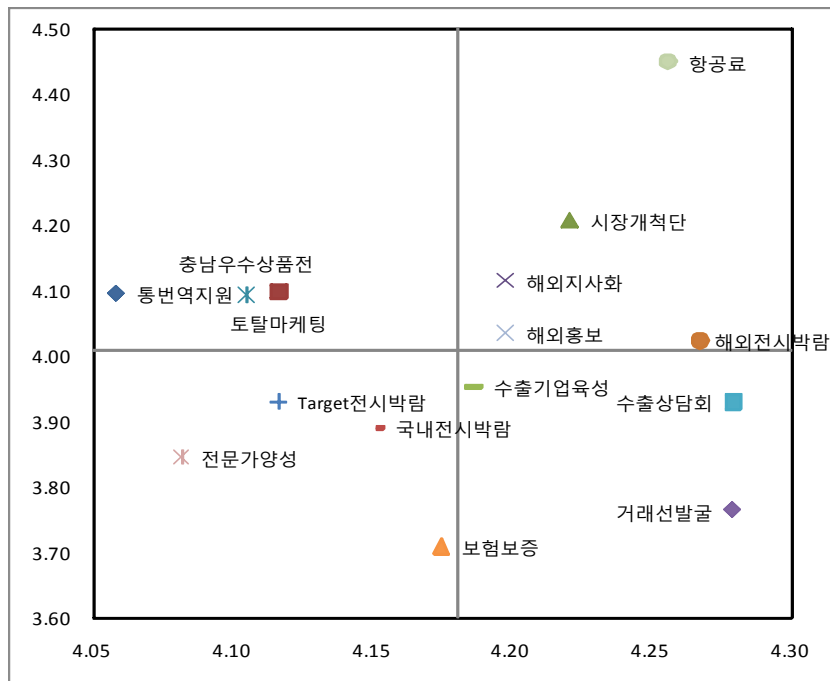
중요도와 만족도간의 차이는 거래선발굴에서 가장 크게 나타났으며 보험보증, 수출상담회 순이었다. 특히 항공료지원의 경우 중요도보다 만족도가 더욱 높게 나타났다.

[그림 66] 5년 미만 수출기업의 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 67] 5년 미만 수출기업의 IPA 분석결과



IPA 분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 항공료지원, 시장개척단, 해외지사화, 해외홍보, 해외전시박람이었으며 중점적으로 강화해야 할 사업은 수출기업육성, 수출상담회, 거래선발굴로 나타났다. 또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 사업은 타겟전시박람, 국내전시박람, 전문가양성, 보험·보증지원으로 나타났으며, 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소하거나 유지해야 할 사업은 충남우수상품전, 통번역지원, 토탈마케팅으로 분석되었다.

<표 118> 5년 미만 수출기업의 IPA 분석결과

분석결과	사업명		사업방향
중요도와 만족도가 높은 사업	항공료지원 시장개척단 해외지사화 해외홍보 해외전시박람	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 사업	수출기업육성 수출상담회 거래선발굴	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 사업	타겟전시박람 국내전시박람 전문가양성 보험보증지원	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 사업	충남우수상품전 통번역지원 토탈마케팅	➡	축소지향

## ② 5년~10년 미만 수출기업

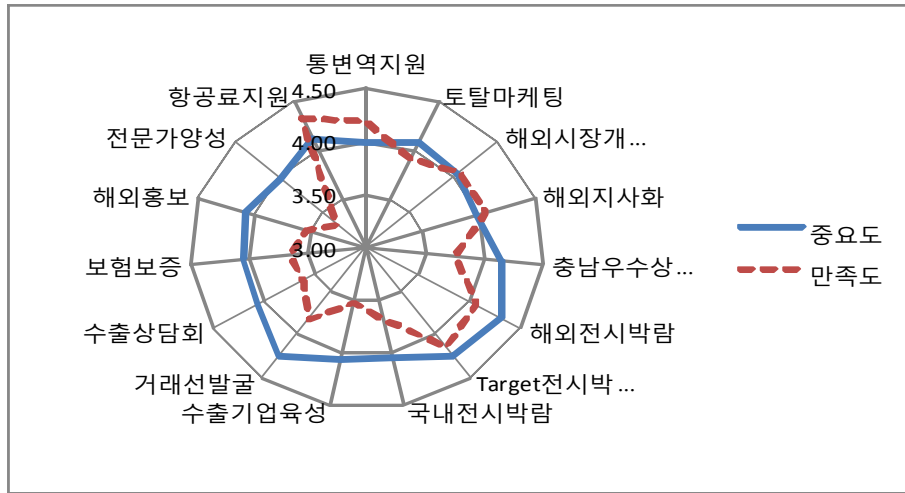
<표 119> 5년~10년 미만 수출기업의 중요도와 만족도 평균

사업	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
5 ~ 10 년 미 만	통번역지원	4.00	67	4.19	16
	도탈마케팅	4.09	67	3.92	12
	시장개척단	4.04	67	4.06	16
	해외지사화	3.99	67	4.06	18
	충남우수상품전	4.15	67	3.76	21
	해외전시박람	4.31	67	4.07	29
	타겟전시박람	4.25	67	4.16	19
	국내전시박람	4.04	67	3.69	26
	수출기업육성	4.06	67	3.53	17
	거래선발굴	4.25	67	3.83	12
	수출상담회	4.06	67	3.63	24
	보험보증지원	4.04	67	3.66	67
	해외홍보지원	4.07	67	3.53	19
	전문가양성	3.97	67	3.33	3
	항공료지원	4.12	67	4.33	9

충남의 5년 ~ 10년 미만 수출기업이 가장 중요하게 생각하는 지원사업은 해외 전시박람으로 나타났으며 타겟전시박람과 거래선발굴 순이었고 전문가양성이 가장 낮았다. 또한 충남의 지원사업 중 가장 만족하고 있는 지원사업은 항공료지원으로 나타났으며 통번역지원, 타겟전시박람 순이었고 전문가양성에 대한 만족도가 가장 낮았다.

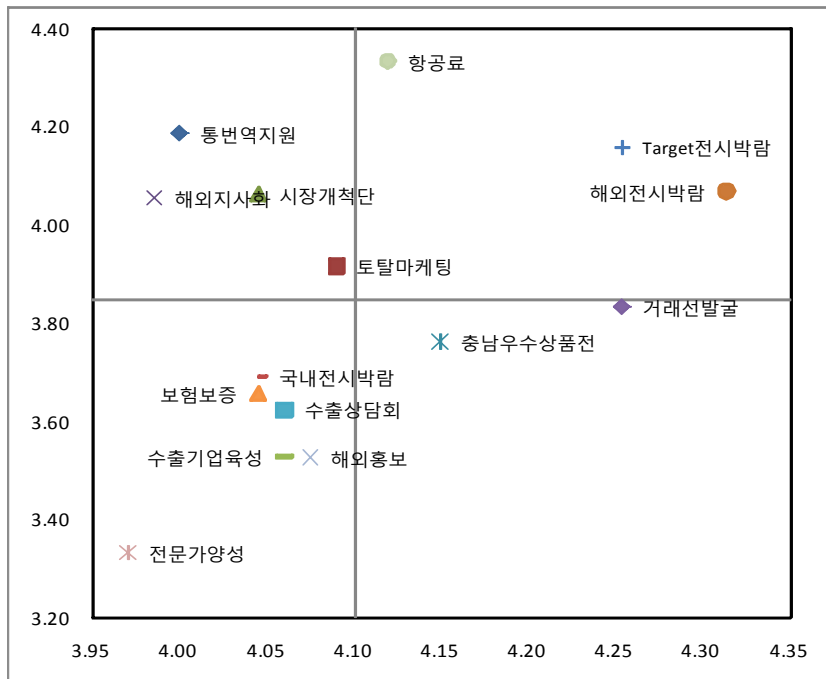
중요도와 만족도간의 차이는 전문가양성에서 가장 크게 나타났으며 해외홍보, 수출 기업육성 순이었다. 특히 통번역지원, 해외시장개척단, 해외지사화, 항공료지원의 경우 중요도보다 만족도가 더욱 높게 나타났다.

[그림 68] 5년~10년 미만 수출기업의 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 69] 5년~10년 미만 수출기업의 IPA 분석결과



IPA 분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 항공료지원, 타겟전시박람, 해외전시박람이었으며 중점적으로 강화해야 할 사업은 거래선발굴, 충남우수상품전으로 나타났다. 또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 사업은 국내전시박람, 보험·보증지원, 수출상담회, 수출기업육성, 해외홍보, 전문가양성으로 나타났으며, 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소하거나 유지해야 할 사업은 통번역지원, 해외지사화, 시장개척단, 토탈마케팅으로 분석되었다.

<표 120> 5년~10년 미만 수출기업의 IPA 분석결과

분석결과	사업명		사업방향
중요도와 만족도가 높은 사업	항공료지원 타겟전시박람 해외전시박람	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 사업	거래선발굴 충남우수상품전	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 사업	국내전시박람 보험보증지원 수출상담회 수출기업육성 해외홍보 전문가양성	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 사업	통번역지원 해외지사화 시장개척단 토탈마케팅	➡	축소지향

### ③ 10년 이상 수출기업

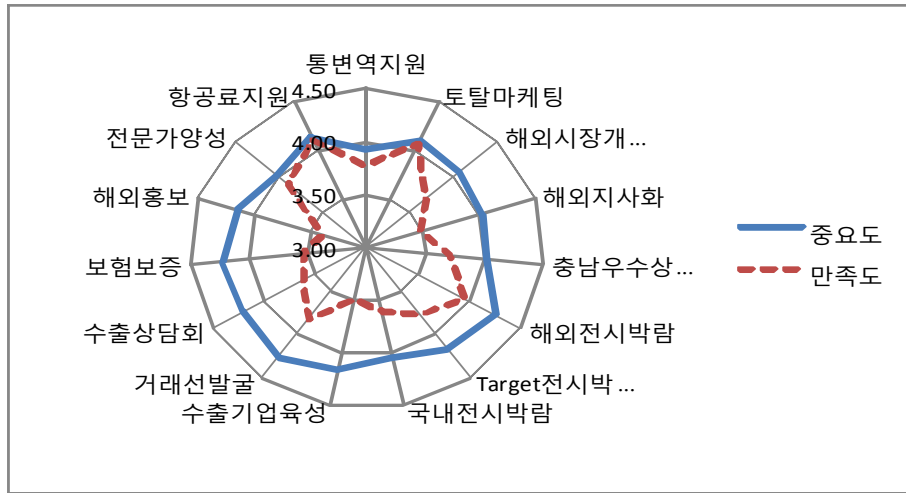
<표 121> 10년 이상 수출기업의 중요도와 만족도 평균

사업	구분	중요도		만족도	
		평균	N	평균	N
10 년 이 상	통번역지원	3.94	79	3.77	22
	토탈마케팅	4.10	79	4.07	14
	시장개척단	4.06	79	3.68	25
	해외지사화	4.03	79	3.48	25
	충남우수상품전	4.01	79	3.72	32
	해외전시박람	4.25	79	3.97	35
	타겟전시박람	4.18	79	3.79	14
	국내전시박람	4.05	79	3.62	26
	수출기업육성	4.16	79	3.50	24
	거래선발굴	4.27	79	3.83	18
	수출상담회	4.20	79	3.63	24
	보험보증지원	4.23	79	3.53	79
	해외홍보지원	4.15	79	3.40	15
	전문가양성	4.01	79	3.90	10
	항공료지원	4.14	79	4.11	18

충남의 10년 이상 수출기업이 가장 중요하게 생각하는 지원사업은 거래선발굴로 나타났으며 해외전시박람, 보험보증지원 순이었고 통번역지원이 가장 낮았다. 또한 충남의 지원사업 중 가장 만족하고 있는 지원사업은 항공료지원으로 나타났으며 토탈마케팅, 해외전시박람 순이었고 해외홍보지원에 대한 만족도가 가장 낮았다.

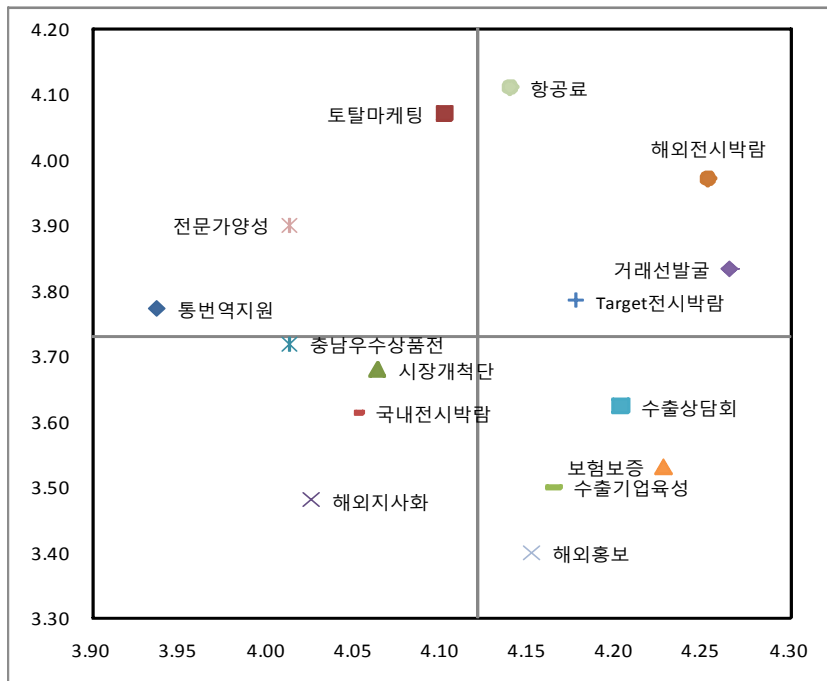
중요도와 만족도간의 차이는 해외홍보에서 가장 크게 나타났으며 보험보증, 수출기업육성 순이었다.

[그림 70] 10년 이상 수출기업의 중요도와 만족도 차이



이와 같은 조사결과를 토대로 한 IPA 분석결과는 다음과 같다.

[그림 71] 10년 이상 수출기업의 IPA 분석결과





IPA 분석결과 현재의 사업 중 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 사업은 항공료지원, 해외전시박람회, 거래선발굴, 타겟전시박람회였으며 중점적으로 강화해야 할 사업은 수출상담회, 보험·보증지원, 수출기업육성, 해외홍보로 나타났다. 또한 중요도와 만족도가 낮아 점진적으로 개선해야 할 사업은 충남우수상품전, 시장개척단, 국내전시박람회, 해외지사화로 나타났으며, 중요도는 낮지만 만족도가 높아 향후 축소하거나 유지해야 할 사업은 토탈마케팅, 전문가양성, 통번역지원으로 분석되었다.

<표 122> 10년 이상 수출기업의 IPA 분석결과

분석결과	사업명		사업방향
중요도와 만족도가 높은 사업	항공료지원 해외전시박람회 거래선발굴 타겟전시박람회	➡	유지관리
중요도는 높지만 만족도가 낮은 사업	수출상담회 보험보증지원 수출기업육성 해외홍보	➡	중점강화
중요도와 만족도가 낮은 사업	충남우수상품전 시장개척단 국내전시박람회 해외지사화	➡	점진개선
중요도는 낮지만 만족도가 높은 사업	토탈마케팅 전문가양성 통번역지원	➡	축소지향

### 3) 분석결과 매뉴얼 및 시사점

<표 123> IPA 분석결과 매뉴얼 및 시사점

	구분	가장 중요한 지원분야	유지관리	중점강화	점진개선	축소지향
산업별	농림수산	해외전시박람회	항공료지원 통번역지원 시장개척단 해외전시박람회 충남우수상품전	수출상담회 해외홍보 거래선발굴	도탈마케팅 국내전시박람회 전문가양성 수출기업육성 해외지사화 보험보증지원	타겟전시박람회
	화학공업	해외전시박람회	거래선발굴 도탈마케팅 해외전시박람회 충남우수상품전	해외홍보 수출상담회 국내전시박람회 해외지사화 보험보증지원 타겟전시박람회	전문가양성	항공료지원 통번역지원 수출기업육성 시장개척단
	철강기계	수출상담회 보험보증지원	해외전시박람회 항공료지원	수출상담회 보험보증지원 타겟전시박람회 거래선발굴 시장개척단 수출기업육성	통번역지원 국내전시박람회 해외홍보	전문가양성 해외지사화 도탈마케팅 충남우수상품전
	전자전기	거래선발굴	항공료지원 도탈마케팅 해외지사화 시장개척단 해외홍보 수출기업육성	수출상담회 국내전시박람회 거래선발굴 타겟전시박람회	통번역지원 전문가양성	충남우수상품전 해외전시박람회 보험보증지원
	기타산업	해외전시박람회	타겟전시박람회 항공료지원 거래선발굴	해외전시박람회 해외홍보 보험보증지원 수출기업육성	시장개척단 국내전시박람회 전문가양성 수출상담회 충남우수상품전	통번역지원 해외지사화 도탈마케팅
규모별	1억이하	거래선발굴	항공료지원 충남우수상품전	시장개척단 거래선발굴 수출상담회 수출기업육성 해외홍보 보험보증지원	해외지사화 타겟전시박람회 국내전시박람회 전문가양성	통번역지원 도탈마케팅 해외전시박람회
	1억~10억이하	해외전시박람회	항공료지원 시장개척단 타겟전시박람회 해외전시	수출상담회 거래선발굴	해외지사화 국내전시박람회 해외홍보 수출기업육성 보험보증지원	전문가양성 도탈마케팅 충남우수상품전 통번역지원
	10억 초과	해외전시박람회	항공료지원 해외전시박람회 타겟전시박람회 거래선발굴	해외홍보 국내전시박람회 수출상담회 보험보증지원	전문가양성 충남우수상품전	도탈마케팅 해외지사화 시장개척단 통번역지원

	구분	가장 중요한 지원분야	유지관리	중점강화	점진개선	축소지향
수출구별	미주	해외전시박람회	항공료지원 시장개척단 타겟전시박람회 해외전시박람회 수출상담회 충남우수상품전	거래선발굴 수출기업육성 해외홍보 보험보증지원	전문가양성 토탈마케팅 해외지사화	국내전시박람회 통번역지원
	일본	항공료지원	해외홍보 해외지사화 항공료지원 해외전시박람회	시장개척단 전문가양성 수출상담회 국내전시박람회	충남우수상품전 수출기업육성 거래선발굴 보험보증지원	토탈마케팅 통번역지원 타겟전시박람회
	중국	거래선발굴	토탈마케팅 해외지사화 시장개척단 거래선발굴	해외전시박람회 해외홍보 보험보증지원	수출상담회 타겟전시박람회 국내전시박람회 전문가양성 수출기업육성 충남우수상품전	통번역지원 항공료지원
	동남아	해외전시박람회	항공료지원 해외전시박람회 타겟전시박람회 거래선발굴	수출상담회 해외홍보 수출기업육성	전문가양성 해외지사화 보험보증지원 시장개척단 국내전시박람회	충남우수상품전 통번역지원 토탈마케팅
	기타국	해외전시박람회	항공료지원 해외전시박람회 토탈마케팅	타겟전시박람회 거래선발굴 수출기업육성	충남우수상품전 해외홍보 보험보증지원 국내전시박람회 수출상담회 통번역지원	해외지사화 시장개척단 전문가양성
수출기간별	5년미만	거래선발굴 수출상담회	항공료지원 시장개척단 해외지사화 해외홍보 해외전시박람회	수출기업육성 수출상담회 거래선발굴	타겟전시박람회 국내전시박람회 전문가양성 보험보증지원	충남우수상품전 통번역지원 토탈마케팅
	5년~10년미만	해외전시박람회	항공료지원 타겟전시박람회 해외전시박람회	거래선발굴 충남우수상품전	국내전시박람회 보험보증지원 수출상담회 수출기업육성 해외홍보 전문가양성	통번역지원 해외지사화 시장개척단 토탈마케팅
	10년이상	거래선발굴	항공료지원 해외전시박람회 거래선발굴 타겟전시박람회	수출상담회 보험보증지원 수출기업육성 해외홍보	충남우수상품전 시장개척단 국내전시박람회 해외지사화	토탈마케팅 전문가양성 통번역지원

## (1) 산업별 IPA 결과의 시사점

본 분석에서 나타난 시사점을 언급하면 다음과 같다.

첫째, 대부분의 산업에서 가장 중요시하는 사업은 해외전시박람회였으나 철강기계산업의 경우 수출상담회와 보험보증지원을 가장 중요하게 생각하였고, 전자전기산업의 경우 거래선 발굴을 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

둘째, 대부분의 산업에서 유지관리해야 하는 사업은 항공료지원으로 나타났으며 농림수산업의 경우 통번역지원이, 전자전기의 경우 해외홍보가 유지관리해야 하는 사업에 포함되었다.

셋째, 대부분의 산업에서 중점강화해야 하는 사업은 수출상담회와 거래선발굴로 나타났으며 철강기계산업의 경우 수출기업육성이 포함되었다.

## (2) 규모별 IPA 결과의 시사점

첫째, 1억이하 중소수출기업이 가장 중요시 하는 사업은 거래선발굴로 나타나 수출경험이 없거나, 경험이 부족한 수출초보기업들에게 거래선발굴 지원이 매우 필요함을 파악할 수 있었다.

둘째, 모든 규모별 기업에서 유지관리해야 하는 사업은 항공료지원으로 나타났으며 1억이하 중소수출기업의 경우 충남우수상품전이 포함되었다. 충남우수상품전은 충남을 대표하는 우수상품을 대상으로 대규모 상품전을 개최, 수출교부도 확보 및 수출을 증대를 위한 사업으로써 영세수출기업에게는 지속적으로 유지관리해야 할 사업이다.

셋째, 모든 규모별 기업에서 중점강화해야 하는 사업은 수출상담회로 나타났으며 특히 1억이하 기업의 경우 시장개척단이 포함되었다. 시장개척단은 수출경험이 부족한 중소기업에게 적극적인 해외시장개척활동지원으로 수출 저변 확대 및 수출 역량을 배양하는 지원사업으로써 영세수출기업에게 매우 중요한 사업이라고 할 수 있다.

### (3) 수출국별 IPA 결과의 시사점

첫째, 대부분의 수출국별 기업이 가장 중요시하는 사업은 해외전시박람회로 나타났으며 일본으로 수출하는 기업의 경우 항공료지원을, 중국으로 수출하는 기업의 경우 거래선발굴을 가장 중요한 사업으로 생각하고 있는 것으로 나타났다.

둘째, 대부분의 수출국별 기업에서 유지관리해야 하는 사업은 항공료지원으로 나타났으나 중국으로 수출하는 기업의 경우 시장개척단과 거래선발굴이 유지관리해야 하는 사업에 포함되었다.

셋째, 기타국을 제외한 모든 수출국별 기업에서 지속유지해야 하는 사업은 통번역 지원으로 나타났으며 특히 중국으로 수출하는 기업의 경우 항공료지원이 포함되었다.

### (4) 수출기간별 IPA 결과의 시사점

첫째, 수출기간이 5년미만인 기업이 가장 중요시하는 사업은 거래선발굴과 수출상담회로 나타났다.

둘째, 대부분의 수출기간별 기업에서 유지관리해야 하는 사업은 해외전시박람회와 항공료지원으로 나타났으며 수출기간이 5년미만인 기업의 경우 시장개척단과 해외홍보가 포함되어 초기 수출기업이 니즈를 파악할 수 있었다.

셋째, 모든 수출기간별 기업에서 축소지향해야 하는 사업은 통번역지원과 토털마케팅으로 나타나 지원상 투자의 과잉요소가 존재하는 것으로 나타났다.

## 제5장 요약 및 결론

### 1. 수출지원제도의 개선방안

앞서 우리나라의 수출지원분야와 충남수출지원사업의 중요도 및 만족도에 대한 IPA분석결과를 도출하였으며 이들 각각의 사분면별로 분석해 보면 제1사분면의 경우 중소수출기업에게 매우 중요한 수출지원분야인 동시에 활용에 따른 만족도 역시 높은 영역이라고 할 수 있다. 제2사분면에 속한 수출지원분야들의 경우 수출기업들에게 중요도는 높지만 만족도가 낮아 개선 노력이 필요한 영역이다. 제3사분면은 중요도도 낮고 만족도도 낮은 영역이다. 비록 이들 지원제도들은 만족도가 낮을 지라도 충남도에서는 과도하게 투자 및 개선을 위해 집중은 지양해야 한다. 제4사분면의 경우에는 낮은 중요도에 비해 상대적으로 높은 만족도를 보유한 영역으로 충남도에서 다소 과도한 지원을 하고 있으므로, 이 부분의 사업에 대해서는 현재의 노력이나 집중을 축소할 필요성이 있다.

먼저 우리나라의 수출지원분야에 대한 IPA 결과를 살펴보면 다음과 같다.

<표 124> 우리나라 지원환경에 대한 IPA 결과

구분	지원분야
유지관리분야	시장개척, 기업육성, 정보지원
중점강화분야	자금지원
점진개선분야	경영지원, 교육지원, 보험보증지원, 홍보지원
축소지향분야	

우리나라 수출지원분야에 대한 분석결과 중요도와 만족도가 모두 높아 유지관리해야 할 지원분야는 시장개척, 기업육성, 정보지원이며 중점적으로 강화해야 할 분야는 자금지원이었다. 또한 점진적으로 개선해 나가야 할 분야는 경영지원, 교육지원, 보험보증지원, 홍보지원으로 나타났다. 그러나 중요도는 낮지만 만족도가 높아 축소지향해야 할 분야는 나타나지 않았다.

따라서 향후 수출지원의 확대가 가능하다면 우선적으로 자금지원에 대한 지원을 강화해야 할 것이며 이를 추진하기 위해서는 중소기업들이 어떤 이유로 인해 자금지원에 불만족하고 있는지, 그리고 자금지원의 효율화를 위한 방안은 무엇인지에 대한 추가 연구가 수행되어야 할 것이다.

다음으로 충남의 수출지원사업에 대한 IPA 결과는 다음과 같다. 이와 같은 분석결과는 충남이 현재 추진하고 있는 사업의 추진방향을 설정하는데 귀중한 기초자료가 될 수 있다.

중요도와 만족도가 모두 높아 지속적으로 유지관리해야 할 사업은 항공료지원, 해외전시박람회, 타겟전시박람회이며 중점적으로 강화해야 할 사업은 거래선발굴, 수출상담회, 해외홍보, 수출기업육성, 보험보증지원이었다. 또한 점진적으로 개선해 나가야 할 사업은 해외지사화, 충남우수상품전, 전문가양성, 국내 전시박람회였으며 축소하거나 최소한 유지해야 할 사업은 통번역지원, 토탈마케팅, 해외시장개척단으로 나타났다.

충남이 중소기업 지원사업을 확대 추진함에 있어 우선적으로 거래선발굴, 수출상담회, 해외홍보, 수출기업육성, 보험보증지원에 보다 집중적인 노력을 기울여야 할 것이며 통번역지원, 토탈마케팅, 해외시장개척단의 경우 사업을 유지하거나 어느 선에서는 축소하는 방향으로 진행해야 할 것이다.

<표 125> 충남 지원사업에 대한 IPA 결과

구분	지원사업
유지관리사업	항공료지원, 해외전시박람회, 타겟전시박람회
중점강화사업	거래선발굴, 수출상담회, 해외홍보, 수출기업육성, 보험보증지원
점진개선사업	해외지사화, 충남우수상품전, 전문가양성, 국내전시박람회
축소지향사업	통번역지원, 토탈마케팅, 해외시장개척단

본 연구에서는 또한 산업별, 규모별, 수출국별, 수출기간별 등 다양한 유형으로 구분하여 분석을 시도하였는데 이는 유형별 기업에 대한 차별화된 지원정책을 추진할 때 귀중한 기초자료로 활용할 수 있을 것이다.

현재 많은 사업들이 정책의 중복성, 집행 및 주무기관의 전시성, 전문성의 결여 등으로 중소수출기업들에게 실질적인 도움이 되지 못하는 정책적 시행착오가 빈번히 벌어지고 있다. 이와 같은 문제점을 해결하기 위해서는 수출지원제도의 체계화와 전문인력의 양성이 필요하다.

또한 충남수출지원사업에 대한 인지도는 평균 82%정도로 매우 높은 편이나 실제 지원을 받은 참여율의 경우 평균 27%로 매우 낮았다. 따라서 주관기관인 충남도가 홍보에는 어느 정도 성공한 것으로 여겨진다. 그러나 향후 이와 같은 중소수출기업에 대한 지원사업을 지속적으로 추진하여 실제참여율을 더욱 높여야 할 것이다.

아울러 수출지원정책의 효율성을 더욱 높이기 위해서는 중소기업도 수출지원 제도가 해외시장개척의 도움이 될 수 있다는 인식구조의 변화가 필요하다. 지원을 받기위한 복잡한 행정절차와 제출서류 등에 중소기업으로서는 많은 어려움이 있을 수 있다.



그러나 충남도가 지원사업을 추진함에 있어 예산 및 인력의 부족으로 모든 기업들과 개별 접촉할 수가 없기 때문에 기업 스스로도 충남도의 수출지원제도에 지속적인 관심과 참여를 위한 노력이 필요하다.

## 2. 연구의 한계

본 연구를 시작함에 있어서 충남수출지원사업의 성과를 파악할 수 있는 매뉴얼을 구축하고 그 매뉴얼을 활용하여 수출지원제도의 문제점과 개선책을 파악하고자 하였으나 시간과 예산 등의 한계로 인해 매뉴얼의 구축에만 한정되었다.

앞으로 해결해야 할 수출지원제도의 문제점을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 공급자중심의 지원제도이다. 중소수출기업의 수출확대를 위한 지원정책이 지역 수출기업 중심이 아니고 공급자인 중앙정부 및 유관기관의 입장에서 추진되고 있다. 중소수출기업에 대한 수출지원이 대개의 경우 개별 지원기관에 의해 일방적으로 서비스가 제공되어 기업의 수요에 대응한 기업밀착형 지원이 미흡한 실정이며 특히, 수요자인 중소수출기업의 입장에서는 개별지원기관이 정해 놓은 지원프로그램을 기업이 탐색하여 이용해야 하는 비효율이 발생한다.

둘째, 동일사업의 중복기제 및 중복사업이다. 동일한 지원정책이 대부분 중앙정부의 의사와 정책에 따라 지원정책이 추진됨에 따라 지방자치단체와 중앙정부 및 유관기관 등에서 중복적으로 이루어지는 경우가 많으며 이로 인해 지역 내 중소수출기업은 수출지원기관의 해당 지원사업에 대한 정확한 정보를 파악하기 어려운 실정이며 일일이 해당기관을 방문해야 하는 불편을 초래한다.

셋째, 지원기관간 유기적이니 네트워크의 부재이다. 중앙부처 혹은 개별 수출 지원기관이 지역본부를 통해 기업 등으로 연결되는 분산형 지원은 지원기관간 상호교류를 어렵게 하고 있다. 수출지원기관들이 별도의 조직으로 운영되어 상호정보교류가 미흡하며 관련부서의 신규개발 지원사업에 대한 실무자간 정기적 협의나 공동사업추진 노력 또한 부진하여 지원업무의 비효율성과 예산의 낭비가 발생한다. 특히 지방자치단체의 중소기업 수출지원정책은 중앙정부 및 수출지원 유관기관 등의 지원정책과 대부분 연계가 되어 있음에도 불구하고 현실적으로 중앙정부 및 유관기관간 네트워크 구축이 미비하다.

넷째, 지역에 차별화된 맞춤형 수출지원정책의 부재이다. 각 지방자치단체에서 실시 및 추진되고 있는 대부분의 수출지원 정책이 비슷하고 획일적이다. 따라서 지역경제의 실정 및 지역 수출중소기업에 최적화된 맞춤형 지원정책이 필요하다.

다섯째, 부족한 지원예산과 인력을 들 수 있다. 지방정부의 경우 지원규모가 매우 적어 지역내 중소수출기업의 숫자에 비해 혜택을 받는 기업의 수는 한정적이며 수출지원을 담당하는 전문 인력도 부족하다.

추가연구를 통해 수출지원사업에 대한 매뉴얼의 한계를 보완·개선한다면 충남 수출지원사업의 방향을 결정함에 있어 기초자료로 활용할 수 있을 것이며 본 연구에서 제시한 매뉴얼에 따라 중소기업의 유형을 분류하고 해당 공무원, 전문가, 기업인들이 TF팀을 구성하여 앞서 제시한 중소수출기업 지원제도의 문제점과 기업의 애로사항에 대한 해결책을 함께 찾아간다면 충남은 중소수출기업에 대한 지원사업을 보다 효율적으로 추진할 수 있을 것이다.

또한 충남수출지원사업의 IPA분석을 시도함에 있어서 충남의 수출지원에 직접 참여한 적이 있는 수출기업의 표본수가 적어 만족도부문에서 일정부분 결과의 편향이 있을 수 있다. 이와 같은 문제는 추후 예산이 확보된다면 보다 많은 표본 조사를 통해 해결할 수 있다.

본 연구를 시작으로 중소기업을 대상으로 하는 자금지원, 기술혁신지원, 인력·교육·훈련지원, 판로·마케팅지원, 경영혁신지원, 창업·벤처지원 등 다양한 지원 제도에 대한 구체적 실행방안 연구로 확대해 나갈 필요성이 있으며 이는 다음 연구의 주제로 남겨둔다.

## 참고문헌

- 고용기, 배정환(2008), '중소기업을 위한 수출지원제도 개선 방안-대구,경북지역 수출기업을 중심으로', 한국통상정보학회 통상정보연구
- 김영일(2007), '수출지원정책 인지도 및 활용에 따른 정책적 시사점-중소수출기업을 위한 비재정 정책사업을 중심으로', 한국관세학회 관세학회지
- 김영춘(2006), '중소기업의 수출지원을 위한 정보화 전략 연구', 한국관세학회 관세학회지
- 김인호(2004), '지방자치단체의 중소제조기업 수출지원정책의 실효성 제고에 관한 연구', 안양대학교 사회과학연구소 사회과학연구
- 김창태(2002), '충북의 수출지원시책에 관한 연구', 충북개발연구원 지역정책연구
- 문희철, 오현정(2009), '중소기업 수출지원제도의 인지도와 활용도가 수출성장에 미치는 영향', 한국중소기업학회 중소기업연구
- 이재영(2009), '한국 기술무역의 수출 강화 방안', 제e비즈니스학회 e-비즈니스연구
- 황경연(2003), '중소수출기업의 무역포탈사이트 이용 만족도에 영향을 미치는 요인', 한국중소기업학회 중소기업연구
- Christine T. Ennew, Geoffrey V. Reed, Martin R. Binks, "Importance-Performance Analysis and the Measurement of Service Quality", *European Journal of Marketing*, Vol. 27 Iss: 2, pp.59 - 70, 1993.
- Gregg G. Van Ryzin, Stephen Immerwahr, "Importance-Performance Analysis of Citizen Satisfaction Surveys", *Public Administration*, Vol 85, Issue 1, pp 215-226, 2007.
- Jacob K. Eskildsen, Kai Kristensen, "Enhancing importance-performance analysis", *International Journal of Productivity and Performance*

*Management*, Vol. 55 Iss: 1, pp.40 – 60, 2006.

Javier Abalo, Jesús Varela, and Vicente Manzano, "Importance values for Importance–Performance Analysis: A formula for spreading out values derived from preference rankings", *Journal of Business Research*, Vol 60, Issue 2, pp 115–121, 2007.

John B. Ford, Mathew Joseph, Beatriz Joseph, "Importance–performance analysis as a strategic tool for service marketers: the case of service quality perceptions of business students in New Zealand and the USA", *Journal of Services Marketing*, Vol. 13 Iss: 2, pp.171 – 186, 1999.

Martin A. O'Neill, Adrian Palmer, "Importance–performance analysis: a useful tool for directing continuous quality improvement in higher education", *Quality Assurance in Education*, Vol. 12 Iss: 1, pp.39 – 52, 2004.

Oh, Haemoon, "Revisiting importance–performance analysis", *Tourism Management*, Volume 22, Issue 6, pp 617–627, 2001.

부 록



## [부록] 설문조사지

# 2009년 중소기업 수출지원 니즈분석 설문서

본 조사는 중소기업의 수출지원 니즈를 파악하기 위해서 실시되며  
응답된 내용은 통계적으로만 분석되며 정책수립을 위한 기초자료로  
활용됩니다.(통계법 제13조)

본 조사의 응답내용은 일체 대외비로 처리될 것입니다. 정확한 조사를  
위하여 각 분야별 책임자가 작성할 수 있도록 협조하여 주시기 바랍  
니다.

### ◆ 다음은 우리나라의 중소기업수출지원 환경에 대한 질문입니다.<보기카드 1>

1. 귀사의 해외수출에 있어 가장 큰 애로사항은 무엇입니까?

- |            |             |           |
|------------|-------------|-----------|
| ① 신규바이어 발굴 | ② 수출전문인력 부족 | ③ 시장정보 부족 |
| ④ 운영자금 부족  | ⑤ 기술정보 부족   | ⑥ 기타      |

2. 귀사가 우리나라의 중소기업 수출지원사업에 참여함에 있어서 어려운 점은  
무엇입니까?

- |                        |                       |
|------------------------|-----------------------|
| ① 지원정보를 파악하기 어렵다.      | ② 참여절차와 조건이 까다롭다.     |
| ③ 사업참여에 따른 자기부담비용이 크다. | ④ 수출촉진에 실효성이 없을 것 같다. |



3. 귀사는 다음의 중소기업 수출지원환경이 얼마나 중요하다고 생각하십니까?

수출지원환경	매우 중요치 않음 ⇐ ⇨ 매우 중요함				
경영 지원	①	②	③	④	⑤
시장 개척	①	②	③	④	⑤
기업 육성	①	②	③	④	⑤
정보 지원	①	②	③	④	⑤
자금 지원	①	②	③	④	⑤
보험·보증지원	①	②	③	④	⑤
홍보 지원	①	②	③	④	⑤
교육 지원	①	②	③	④	⑤

4. 귀사는 다음의 우리나라의 중소기업 수출지원환경에 대해 얼마나 만족하십니까?

수출지원환경	매우 불만족 ⇐ ⇨ 매우 만족				
경영 지원	①	②	③	④	⑤
시장 개척	①	②	③	④	⑤
기업 육성	①	②	③	④	⑤
정보 지원	①	②	③	④	⑤
자금 지원	①	②	③	④	⑤
보험·보증지원	①	②	③	④	⑤
홍보 지원	①	②	③	④	⑤
교육 지원	①	②	③	④	⑤
전반적 만족도(수출지원환경 종합평가)	①	②	③	④	⑤

◆ 다음은 충남의 수출지원 제도에 대한 질문입니다.<보기카드 2 참조>

5. 다음은 충남에서 시행하고 있는 주요 중소기업 수출지원사업입니다. 귀사는 이 제도들에 대해 알고 있는지, 그리고 이들 사업에 실제로 참여한 적이 있는지 해당사항에 표시해 주십시오.

충남의 수출지원사업	인지여부		실제참여여부	
	예	아니오	예	아니오
중소수출기업 통·번역 지원	①	②	①	②
맞춤형 토탈마케팅 지원	①	②	①	②
해외시장개척단 파견 지원	①	②	①	②
중소기업 해외 지사화 사업 지원	①	②	①	②
충남우수상품전 해외 개최 지원	①	②	①	②
해외전시·박람회 참가 지원	①	②	①	②
Target 전시·박람회 개별참가업체 지원	①	②	①	②
국내전시·박람회 참가 지원	①	②	①	②
수출기업육성 지원	①	②	①	②
중소수출기업 해외거래선 발굴지원	①	②	①	②
해외바이어 초청 수출상담회 지원	①	②	①	②
수출보험·보증료 지원	①	②	①	②
수출 유망상품 해외홍보 지원	①	②	①	②
글로벌 무역전문가 양성지원	①	②	①	②
해외마케팅 참가업체 항공료 지원	①	②	①	②

6. 귀사는 충남에서 시행하고 있는 다음의 수출지원제도가 얼마나 중요하다고 생각하십니까?

충남의 수출지원사업	매우 중요치 않음 ← → 매우 중요함				
중소수출기업 통·번역 지원	①	②	③	④	⑤
맞춤형 토털마케팅 지원	①	②	③	④	⑤
해외시장개척단 파견 지원	①	②	③	④	⑤
중소기업 해외 지사화 사업 지원	①	②	③	④	⑤
충남우수상품전 해외 개최 지원	①	②	③	④	⑤
해외전시·박람회 참가 지원	①	②	③	④	⑤
Target 전시·박람회 개별참가업체 지원	①	②	③	④	⑤
국내전시·박람회 참가 지원	①	②	③	④	⑤
수출기업육성 지원	①	②	③	④	⑤
중소수출기업 해외거래선 발굴지원	①	②	③	④	⑤
해외바이어 초청 수출상담회 지원	①	②	③	④	⑤
수출보험·보증료 지원	①	②	③	④	⑤
수출 유망상품 해외홍보 지원	①	②	③	④	⑤
글로벌 무역전문가 양성지원	①	②	③	④	⑤
해외마케팅 참가업체 항공료 지원	①	②	③	④	⑤

7. 귀사는 충남에서 시행하고 있는 수출지원제도에 대해 얼마나 만족하십니까?  
참여여부를 떠나 모든 항목에 대해 응답해 주시기 바랍니다.

※ 실제 참여하지 않았다면 주변평가, 지원내용 등으로 응답해 주시기 바랍니다.

충남의 수출지원사업	매우 불만족 ← → 매우 만족				
중소수출기업 통·번역 지원	①	②	③	④	⑤
맞춤형 토털마케팅 지원	①	②	③	④	⑤
해외시장개척단 파견 지원	①	②	③	④	⑤
중소기업 해외 지사화 사업 지원	①	②	③	④	⑤
충남우수상품전 해외 개최 지원	①	②	③	④	⑤
해외전시·박람회 참가 지원	①	②	③	④	⑤
Target 전시·박람회 개별참가업체 지원	①	②	③	④	⑤
국내전시·박람회 참가 지원	①	②	③	④	⑤
수출기업육성 지원	①	②	③	④	⑤
중소수출기업 해외거래선 발굴지원	①	②	③	④	⑤
해외바이어 초청 수출상담회 지원	①	②	③	④	⑤
수출보험·보증료 지원	①	②	③	④	⑤
수출 유망상품 해외홍보 지원	①	②	③	④	⑤
글로벌 무역전문가 양성지원	①	②	③	④	⑤
해외마케팅 참가업체 항공료 지원	①	②	③	④	⑤
전반적 만족도	①	②	③	④	⑤

◆ 다음은 통계분류를 위한 기업 일반현황에 관한 질문입니다.

8. 귀사의 2009년도 종업원수, 매출액, 수출액과 첫수출년도를 기입해 주십시오

종업원수	(            )명
매출액	(            )억
수출액	(            )억
첫수출년도	(            )년

9. 귀사의 주력수출 품목은 무엇입니까?

- ① 농림수산물 ② 광산물 ③ 화학공업제품 ④ 플라스틱고무 및 가죽제품 ⑤ 섬유류  
⑥ 생활용품 ⑦ 철강금속제품 ⑧ 기계류 ⑨ 전자전기제품 ⑩ 잡제품

10. 귀사의 주요 수출국가는 어디입니까?(복수응답) 1위국(        ) 2위국(        )

- ① 북미            ② 중남미            ③ 일본            ④ 중국            ⑤ 동남아  
⑥ 유럽            ⑦ 중동            ⑧ 아프리카    ⑧ 오세아니아 ⑩ 기타

11. 그렇다면 귀사가 향후 수출을 위해 개척하기를 희망하는 지역(국가)는 어디입니까? (복수응답) 1위국(        ) 2위국(        )

- ① 북미            ② 중남미            ③ 일본            ④ 중국            ⑤ 동남아  
⑥ 유럽            ⑦ 중동            ⑧ 아프리카    ⑧ 오세아니아 ⑩ 기타

12. 귀사는 현재 다음 기관 중 주로 어디로부터 수출정보나 수출지원을 받고 있습니까?

- ① 중소기업청      ② 중소기업진흥공단      ③ KOTRA      ④ 한국무역협회  
⑤ 한국수출보험공사      ⑥ 충청남도      ⑦ 기타기관

13. 그렇다면 향후 어디로부터 지속적인 수출정보나 수출지원을 받기를 원하십니까?

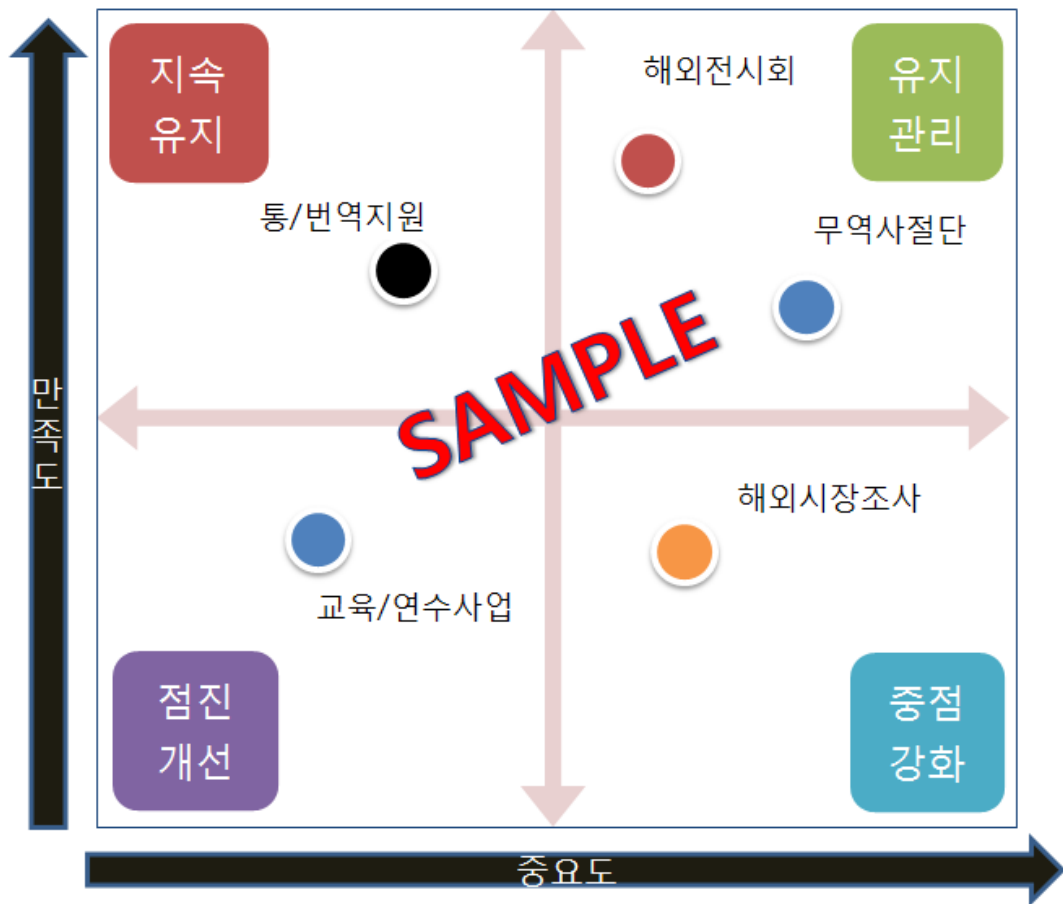
- ① 중소기업청      ② 중소기업진흥공단      ③ KOTRA      ④ 한국무역협회  
⑤ 한국수출보험공사      ⑥ 충청남도      ⑦ 기타기관

## <보기카드 1>

구분	사업명
경영지원	해외규격인증 획득지원사업
	해외비즈니스 출장지원
	해외공동 물류센터
	해외시장컨설팅
	통·번역지원
시장개척	수출인큐베이터
	해외전시회
	국내전시회
	무역사절단
	수출상담회
	해외지사화
기업육성	수출기업화사업
	글로벌브랜드 육성사업
	수출유망 중소기업육성
정보지원	민간센터 활용사업
	해외시장조사
	설명회
	상담회
자금지원	무역기금융자
보험·보증지원	수출보험·보증사업
홍보지원	온라인(전자무역)수출지원
교육지원	무역관련 교육·연수 사업

## <보기카드 2>

충남의 수출지원사업	내용
중소수출기업 통·번역 지원	수출 초보업체의 수출활동에 필요한 통·번역 서비스 제공으로 수출 애로사항 해결
맞춤형 토털마케팅 지원	경쟁력이 강한 중견 수출기업을 선정하여 사전마케팅, 컨설팅, 사후관리 등 단계별 마케팅 프로모션을 통한 전방위적 수출지원
해외시장개척단 파견 지원	수출경험이 부족한 중소기업에게 적극적인 해외시장개척활동지원으로 수출 저변 확대 및 수출역량 배양
중소기업 해외 지사화 사업 지원	해외지사가 없는 중소기업에게 kotra 해외무역을 지사(支社)처럼 활용하여 수출을 할 수 있도록 지원
충남우수상품전 해외개최 지원	충남을 대표하는 우수상품을 대상으로 대규모 상품전을 개최, 수출교두보 확보 및 수출증대
해외전시·박람회 참가 지원	도내 중소기업의 해외 유명 전시·박람회 참가 지원으로 해외 시장 판로 개척 및 수출 경쟁력 강화
Target 전시·박람회 개별참가업체 지원	품목별 전문화된 해외 전시(박람)회 개별 참가지원을 통해 해외 판로개척 및 수출경쟁력 강화 ⇨ 해외 전시·박람회 단체 참가의 단점 보완
국내전시·박람회 참가 지원	국내에서 개최되는 유명 전시 박람회 참가 지원을 통하여 해외바이어 접촉 및 판로개척 ⇨ 해외출장이 어려운 업체들의 국내활동 지원
수출기업육성 지원	내수위주의 건전한 도내중소기업을 수출기업으로 육성하여 국제경쟁력 제고 및 해외마케팅 지원
중소수출기업 해외거래선 발굴지원	수출 경험이 없거나, 경험이 부족한 수출초보기업에 대한 거래선 발굴 지원을 통한 수출기업으로의 육성
해외바이어 초청 수출상담회 지원	유망 중소기업 제품의 해외 판로개척 및 수출증대를 위한 해외 유명 바이어와 도내 중소기업의 만남의 장 마련
수출보험·보증료 지원	수출기업의 환율 변동에 따른 위험 분산 및 원활한 외환 관리를 통한 안정적 수출활동 지원 ⇨ 지원대상 확대 및 활용제고를 위한 홍보 강화
수출 유망상품 해외홍보 지원	도내 수출유망상품을 선정, 카탈로그 및 CD(오프라인), e-book과 VR(온라인)로 제작하여 해외 유수바이어에 홍보
글로벌 무역전문가 양성지원	무역전문 인력이 부족한 중소기업의 해외마케팅을 지원하고 기업의 요구에 부응하는 글로벌 무역 전문인력 양성
해외마케팅 참가업체 항공료 지원	수출의욕이 충만한 중소기업에 대한 해외마케팅 강화하고 수출경쟁력이 있는 중소기업 제품의 판로개척 지원







■ 집 필 자 ■

연구책임 · 충남발전연구원 공간계획연구부 김양중 책임연구원

공동연구 · 경기개발연구원 경제사회연구부 김동준 연구원

충남도청 경제통상실 국제통상과 김정선

기본연구 2010-19 · 충남 중소기업 지원서비스에 관련된 두 가지 에세이

글쓴이 · 김양중, 김동준, 김정선 / 발행자 · 박진도 / 발행처 · 충남발전연구원

인쇄 · 2010년 12월 31일 / 발행 · 2010년 12월 31일

주소 · 충남 공주시 금홍동 101 (314-140)

전화 · 041-840-1163(직통) 041-840-1114(대표) / 팩스 · 041-840-1129

ISBN · 978-89-6124-153-3 03350

<http://www.cdi.re.kr>

©2010. 충남발전연구원

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명기하면 자유로이 인용할 수 있습니다.  
무단전재하거나 복사, 유통시키면 법에 저촉됩니다.
- 이 연구는 본 연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.