

정책연구 2007-16

제주지역 수출 활성화 방안

2007. 12



제주발전연구원
Jeju Development Institute

목 차

I. 서론	1
제1절 연구배경 및 목적	1
제2절 연구내용 및 분석 방법	1
II. 국내·외 수출 지원정책 사례 및 제주지역 수출업 현황	3
제1절 국내 수출 지원정책 사례	3
제2절 해외 수출 지원정책 사례	30
제3절 지자체 수출 지원 사례	35
제4절 제주특별자치도 수출업 현황 및 지원정책	50
III. 선행연구	56
제1절 수출관련 문헌 조사	56
IV. 제주지역 수출활성화를 위한 중요요소 도출	59
제1절 개요	59
제2절 중요요소 기준 도출	69
제3절 제주지역 수출활성화 방안에 관한 중요 요소별 선정	75
V. 분석의 시사점 및 결론	83
참고 문헌	87
부록	88
1. 전문가 1차 설문지	88
2. 전문가 2차 설문지	89
3. AHP설문지	93

표 목차

<표 2-1> 산업자원부 무역정책의 방향	3
<표 2-2> 수출절차별 유관기관의 수출지원 사항	4
<표 2-3> KOTRA의 해외시장관련 정보자료	6
<표 2-4> KOTRA의 해외시장 조사대행 사업	7
<표 2-5> 무역 유관기관의 거래선 발굴 및 주요 지원사업	8
<표 2-6> 우리나라의 해외홍보매체	8
<표 2-7> KOTRA의 거래선 발굴관련 지원사업	9
<표 2-8> 한국무역협회의 거래선 발굴관련 지원사업	10
<표 2-9> 중소기업청의 무역촉진단 파견사업	10
<표 2-10> 중소기업청의 거래선 발굴관련 지원사업	11
<표 2-11> 중소기업진흥공단의 거래선발굴관련 지원사업	13
<표 2-12> 중소기업협동조합의 거래선 발굴관련 지원사업	14
<표 2-13> 정보통신부의 거래선 발굴관련 지원사업	15
<표 2-14> 문화관광부의 거래선 발굴관련 지원사업	16
<표 2-15> 농림부의 거래선 발굴관련 지원사업	16
<표 2-16> 해양수산부의 거래선 발굴관련 지원사업	17
<표 2-17> KOTRA의 신용조사	18
<표 2-18> 수출입은행의 수출금융관련 지원	20
<표 2-19> 수출보험공사의 수출금융관련 지원>	22
<표 2-20> 기업은행발급 수출신용보증서에 의한 무역금융 및 수출환어음 매입지원	23
<표 2-21> 수출마케팅 경영지원자금 무담보대출	23
<표 2-22> 중소기업진흥공단의 수출금융지원	24
<표 2-23> 기업은행의 수출금융관련지원	24
<표 2-24> 외환은행의 수출금융관련지원	26
<표 2-25> 농림부의 수출금융관련 지원	27

<표 2-26> 신용보증기금의 수출금융관련 지원	27
<표 2-27> 산업자원부의 수출지원제도	28
<표 2-28> 특허청의 수출지원제도	29
<표 2-29> 한국무역협회의 수출지원제도	29
<표 2-30> 호주의 공공부문 수출지원기관과 역할	31
<표 2-31> OECD 국가의 중소수출업체 수출지원 현황	34
<표 2-32> 경기도 중소기업의 해외마케팅 사업 관련 애로사항	38
<표 2-33> 경기도 해외마케팅 사업의 경기도 중소기업 참여 현황	39
<표 2-34> 경기도 해외마케팅 사업 참여 기업의 매출액 대비 수출 비중	39
<표 2-35> 경기도 해외마케팅 사업에 참여한 기업의 지역별 수출 비중	40
<표 2-36> 경기도 해외마케팅 사업에 참여한 기업의 국가별 수출 비중	40
<표 2-37> 경기도 중소기업의 수출 형태	41
<표 2-38> 부산광역시 해외무역투자사무소 설치지역 및 연락처	42
<표 2-39> 2005년도 부산광역시 해외시장개척단 파견	43
<표 2-40> 2005년도 부산광역시 국제 전시회·박람회 참가	44
<표 2-41> 2005년도 부산광역시 해외바이어초청 무역상담회 개최	46
<표 2-42> KOTIS 무역정보 제공 내용	47
<표 2-43> 2005년도 부산광역시 중소기업 통·번역 지원 내용	47
<표 2-44> 2005년도 부산광역시 인터넷 해외마케팅 지원 내용	48
<표 2-45> 부산광역시 서울사무소 운영 개요	49
<표 2-46> 연차별 제주도산 농수축산물의 대일본수출비중	51
<표 2-47> 98~2002년 제주도 분야별 수출	52
<표 2-48> 98~2002년 연도별 수출실적	53
<표 4-1> AHP의 주요 특징 및 유용성	64
<표 4-2> 델파이 패널 구성	71
<표 4-3> 선정기준 항목에 관한 전문가 예비조사 추출항목	72
<표 4-4> 도출된 선정기준	73

그림 목차

[그림 4-1] 선정기준의 계층화	74
[그림 5-1] 1차 판단기준에 대한 평가 결과	77
[그림 5-2] 제품경쟁력 확보 측면 중요도 결과	77
[그림 5-3] 인프라 확충 측면 중요도 결과	78
[그림 5-4] 제도개선 측면 중요도 결과	78
[그림 5-5] 마케팅 측면 중요도 결과	78
[그림 5-6] 기업경쟁력 확보 측면 중요도 결과	79
[그림 5-7] 제주지역 수출활성화 최종 중요도 결과	79
[그림 5-8] 제주지역 수출관련 속성 간 중요도 및 우선 순위	81
[그림 5-9] 제주지역 수출활성화 관련 속성간 성과 민감도	81
[그림 5-10] 가중치 변화에 따른 성과 민감도	82

I. 서론

제1절 연구배경 및 목적

- 현재까지 제주경제의 큰 두 기둥은 1차와 3차 산업으로 대별되어 왔음. 전자는 비탄력적 산출품으로 제품공급량 여부에 극도로 민감한 가격변동(가격폭등 폭락)을 보일 수 있음. 관광업으로 대표되는 후자는 경기변동에 선행 한다기 보다는 후행하는 즉, 외부경제의 호·불황에 민감한 영향을 받는 것으로 알려지고 있음.
- 최근 제주지역사회를 둘러싸고 있는 여건은 제주지역경제 측면에서 볼 때 긍정적이기 보다는 부정적인 측면이 강하다고 볼 수 있음. 몇 가지 예를 들자면 근자의 한·미 FTA체결로 제주지역 경제의 큰 축을 담당하던 감귤의 국내 판매에 불리한 요인으로 작용될 것으로 여겨지고 있음. 또한 한국 전반에 걸친 경기 진작의 부재로 제주지역 건설업이 침체에 접어들었고 원화 가치의 대미, 대일 상승으로 인해 제주지역 수출실적에도 상당한 비용 상승으로 압박으로 작용 하고 있음.
- 본 연구는 상기에 제기되었던 최근 제주지역경제가 당면해 있는 여러 악조건들을 극복하고 현재의 제주지역에 유리한 잠재상황으로 인식되고 있는 요소들을 발굴할 수 있는 대안중의 하나를 “제주지역 수출 활성화”로 간주하여 이를 위한 효율적인 제주특별도의 수출 활성화 방안에 대한 전략의 핵심요소를 제시하기 위하여 이루어 졌음.

제2절 연구 내용 및 분석 방법

- 본 연구는 “제주지역 수출 활성화”의 핵심적 요소를 제시하기 위해 국내

외(제주도 포함) 수출지원 정책을 요약하고 기존 수출관련 문헌을 정리하여 중요하다고 기술된 핵심적 요인을 선별함.

- 기존문헌에 근거한 여러 요소들을 대상으로 1, 2차 델파이 설문을 실시하고 그 결과를 바탕으로 한 AHP분석을 실시함. AHP분석의 결과에 의거 효과적인 정책을 제시함.
- 본 정책논문의 체계는 본장(서론)을 포함하여 크게 VI장으로 이루어 졌음. 본장의 다음 장에서는 수출관련 국내 문헌을 요약하고 그들이 제시하고 있는 핵심요소들을 선별(Screening)함. 제III장에서는 제주 및 여타 지역에서 이루어 졌던 수출지원정책 사례 및 제주지역 수출업 현황에 대한 기술을 함. 상기 문헌연구에 대한 종합적 검토를 통해 제주지역 수출활성화를 위한 중요요소를 도출 (제IV장)하고 그러한 요소를 바탕으로 AHP실증분석을 실시함 (V장). 마지막으로 제VI장에서 제주지역 수출 활성화를 위한 정책제언을 제시함.

II. 국내·외 수출 지원정책 사례 및 제주지역 수출업 현황

제1절 국내 수출 지원정책 사례

- 국가의 무역정책을 관장하고 있는 산업자원부에서는 중소기업의 수출 진흥을 위해 여러 정책들을 펴고 있으며, 주요 수출 지원정책은 크게 무역진흥정책과 무역 인프라 확충정책으로 대별되는데 각각의 주요시책은 다음과 같음.

<표 2-1> 산업자원부 무역정책의 방향

구 분	주요 시책
무역진흥정책	세계일류상품 발굴 육성
	해외마케팅 지원
	수출보험지원
	해외플랜트 수출지원
	무역의 날 행사
무역인프라 확충정책	e-Trade 육성
	무역전시장의 확충
	무역 전문인력의 양성
	무역 진흥조직 운영

자료 : 산업자원부 홈페이지(<http://www.mocie.go.kr>) 참조

- 산업자원부 외에도 KOTRA, 무역협회, 중소기업 관련 유관기관, 수출금융 관련기관 등 다양한 유관기관에서 중소기업의 수출진흥을 위한 시책사업을 수행하고 있음. 수출지원 내용별로 각 기관들의 수출지원 정책 내용을 살펴보면 해외시장조사, 거래선 발굴, 신용조회, 무역금융 등으로 요약할 수 있는데 그 개요는 <표 2-2>와 같음.

<표 2-2> 수출절차별 유관기관의 수출지원 사항

절차	기관명	지원사업명
해외시장 조사	KOTRA	수출현안 조사자료 발간, 국가정보, KOTRA 해외현장보고, 투자정보, 해외지역 및 상품시장동향조사, 북한경제정보
	외교통상부	사이버기업 서비스
	중소기업진흥공단	해외시장조사사업
거래선 발굴	KOTRA	해외무역관 중소기업 지사화사업, 해외시장개척단 파견, 수출구매상담회 개최, 해외세일즈 출장지원, 해외박람회 참가, 해외한국상품 단독 전시회 개최, 국제 전문전시회 개최, 설명회개최
	한국무역협회	해외오피정보 검색/등록, Kompass 업체리스트 제공, 홍보용 e 카탈로그 제작지원
	중소기업청	중소기업제품 홍보 지원사업, 기술개발제품 등에 대한 우선구매제도, 공공기관의 중소기업제품 구매제도, 중소기업 공동상표 세계화 지원, 중소기업 전문전시회 육성, 지원, 내수기업의 수출기업화 사업, 수출기업의 수출대행자원, 해외시장개척요원 양성사업, 중소기업 무역축진단 파견사업, 해외유통 및 조달시장 진출지원, 인터넷 중소기업관 구축지원, 해외지원사업, SBIR 지원사업, 공동물류, A/S지원센터, 해외규격인증획득 지원사업, 수출유망중소기업 지정
	중소기업진흥공단	수출인큐베이터 운영, 수출사랑방 운영, 수출컨설팅 제공, 해외시장조사, 제품해외홍보 사업, 수출상담회 개최, 해외시장개척단 파견, 인터넷 중소기업관 운영, B2G국제조달, ASEAN+3Net
	중소기업협동조합 중앙회	중소기업상설판매장 운영, 해외전시판매장 운영, 해외전시(박람회) 참가, 해외투자사절단 및 해외시장개척단 파견, 무역관련 정보제공 및 애로사항 발굴, 조치, 국제회의 개최 및 참가
	정보통신부	해외 IT전시회 참가 지원, 해외 IT협력단(시장개척단)파견
	문화관광부	중국 전시회 참가 및 교류회 개최, 게임 해외전시회 참가 지원, 해외 투자 수출 상담회 개최 지원
	농림부	유망품목 시장개척 지원, 단체참가 박람회 지원, 개별참가 박람회 지원
	해양수산부	수출상품 카탈로그 제작지원, 국제박람회 지원, 해외 시장개척단 파견
	신용조회	KOTRA
수출보험공사		수출전문정보제공, 수출신용정보센터 운영
수출입은행		정보제공서비스(INFOS)
신용보증기금		해외신용조사정보제공

<표 계속>

절차	기관명	지원사업 현황
무역금융	한국무역협회	중소기업 사이버 우대금융, 수출신용보증서에 의한 무역금융 및 수출환어음 매입지원, 수출마케팅 경영지원 자금 무담보 대출
	중소기업진흥공단	수출금융지원
	수출입은행	포괄수출금융, 중소기업 수출 특례신용대출, 단기수출자금대출, 중소기업자본재 수출자금대출, 공급자신용, 구매자신용, 외국환거래 지원, 수입지원 금융, 해외투자지원 금융, 보증지원, 수출입은행의 대고객서비스 안내
	기업은행	수출업무, 수입업무, 국제팩토링, 무역금융, 수탁보증업무, 수출 인큐베이팅 업무, 빠른 송금업무, 인터넷을 통한 외국환업무, 수출입 종합지원센터, 수출입업체 지원서비스
	외환은행	수출환어음 인수 후 매입, 무역서류 자동작성 프로그램, 수출신용보증서 발급서비스, 조건 변경부 신용장 양도, All-in-one수출금융, Auto Link 수출보험
	수출보험공사	개별보험, 수출신용보증, 환 변동보험
기타 수출지원	농림부	원류수매자금 지원, 운영활성화 자금 지원, 수출시설 현대화 자금 지원
	신용보증기금	수출중소기업에 대한 특례보증조치, 무역금융보증, 수입신용장개설보증, 수출입은행 수출자금보증
	기술신용보증기금	수출기관관련 보증제도
	산업자원부	세계일류상품 발굴 육성, 해외플랜트 수출지원, 해외플랜트 타당성 조사 지원
	특허청	해외지식재산권 보호센터 운영, 해외출원비용 지원제도
	한국무역협회	수입규제대응, 산업피해구제, 수출입운임 할인센터

자료 : 각 기관 홈페이지

1) 해외시장조사

- 규모가 상대적으로 작은 중소기업은 해외시장을 조사하는데 어려움이 있을 수 있으며, 자체 해외시장조사를 자체 해외시장조사에 따르는 비용에 대한 부담을 느끼는 업체도 있을 수 있음. 따라서 자체적으로 해외시장조사를 하기 어려운 중소기업을 대상으로 해외시장조사를 할 수 있도록 지원해줄 필요가 있음.

(1) KOTRA의 해외시장정보

- KOTRA에서는 수출현안자료, 국가정보자료, 해외현장자료, 투자정보, 해외 지역 및 상품시장동향자료, 북한경제정보 등의 정보를 발간하고 있어, 수출을 하려는 기업들은 이러한 정보를 통해 해외시장에 대한 정보를 얻을 수 있음.

<표 2-3> KOTRA의 해외시장관련 정보자료

조사항목	조사 내용 및 정보제공방법
수출현안조사 자료발간	세계 무역 환경의 변화에 우리 기업이나 정부가 보다 능동적으로 대처할 수 있도록 경제, 무역 관련 현안 주제의 심층 조사나 국제협상 참고 정보 등을 자료로 발간하여 업계에 배포
국가 정보	총 110개국의 일반사항, 정치, 경제, 투자 및 비즈니스 안내 그리고 출입국 절차 등에 대한 기초정보를 수집, 지속 업데이트를 하여 PDF 파일 및 바인더북 형태로 업계에 제공
KOTRA 해외현장보고	99개 해외무역관으로부터 수집되는 경제무역정보, 상품산업정보, 해외투자정보 중 현안 이슈 정보를 중심으로 작성, 인터넷 등을 통해 무역업계에 배포
투자정보	중국, 베트남 등 투자 유망국가들의 투자환경, 경제개황, 대한합작투자 희망업체, 투자성공, 실패사례, 해외진출 한국기업 등에 관한 정보를 수시로 업데이트 하여 제공
해외지역 및 상품시장동향조사	전 세계 99개 무역관으로부터 주제국 및 인근 지역의 무역현안, 경제 동향, 통상정책, 상품정보 및 해외 투자정보 등을 조사 후 현안자료발간, 인터넷 등을 통해 업계에 전파
북한경제정보	99개 무역관을 통해 북한 경제 정보를 수집, 주제별 현안사항별 북한 정보를 분석하여 제공

자료 : KOTRA 홈페이지 참조.

- 또한 직접적으로 해외시장조사를 대행해주는 ‘해외시장조사대행’사업을 하고 있어 해외시장조사에 어려움이 있는 중소기업들이 KOTRA에 의뢰하게 되면 필요한 해외시장정보를 얻을 수 있고, 이는 기업이 요구하는 정보를 제공한다는 점에서 적극적인 지원방법이라 할 수 있음.

<표 2-4> KOTRA의 해외시장 조사대행 사업

구 분	내 용
사업의 개요	99개 해외무역관을 통해서 국내업체가 필요로 하는 무역관련 정보를 유료로 조사, 해당업체에 제공
조사항목	해외시장동향조사(수요, 수출입, 생산, 경쟁, 가격동향, 수입관리제도, 유통구조, 거래시 유의사항 등), 해외 수입 및 공급업체 조사, 해외 투자 환경 조사, 국제입찰정보조사, 조달제도조사, 프로젝트 조사, 카탈로그, 자료 수집, 해외업체 신용조사 및 수출대금 미결제 조사(해외 수출입상에 대한 기업개요, 수출대금 미수와 관련 수입상의 행방, 수출물품 처리현황, 수출대금 미결제사유 등에 관한 현황 조사) 등

자료 : KOTRA 홈페이지 참조.

(2) 외교통상부의 사이버기업 서비스

- 외교통상부에서는 해외시장 진출에 관심이 있는 기업이 현지 시장정보를 얻도록 전 재외공관 홈페이지(www.mofta.go.kr)에 '사이버기업서비스'란을 설치하여 현지진출에 필요한 정보를 인터넷을 통해 직접 문의하고 공관담당자가 답변을 게재하도록 하는 일대일 맞춤서비스를 실시하고 있음.

2) 거래선 발굴

- 거래선 발굴은 수출을 하려고 하는 기업에 있어 매우 중요한 과정으로 각 유관기관에서 앞 다투어 거래선 발굴을 위한 사업을 하고 있는 것도 바로 이처럼 중요하기 때문임. 가장 경제적이며, 손쉬운 방법으로는 각국의 상공인명부를 많이 활용하고 있으며, 또한 해외광고를 통하거나 현지에 직접출장 또는 박람회, 전시회 등 각종 행사를 이용할 수도 있음.
- 각 무역유관기관에서는 수출구매상담회, 수출촉진단 파견, 해외시장개척단 파견, 해외전시(박람회)참가, 해외전시판매장 운영, 해외 세일즈 출장지원, 해외홍보지원 등의 지원을 통해 중소기업의 거래선 발굴을 지원하고 있음.

<표 2-5> 무역유관기관의 거래선 발굴관련 주요 지원사업

기관명	지원사업
KOTRA	<ul style="list-style-type: none"> · 해외무역관 지사화 서비스(유료) · 해외 세일즈 출장지원(유료) · 해외시장개척단 파견 · 수출구매상담회 개최
중소기업청	<ul style="list-style-type: none"> · 무역 촉진단 파견 · 인터넷 중소기업관을 활용한 사이버 수출지원
중소기업 진흥공단	<ul style="list-style-type: none"> · 부품수출구매상담회 개최 · Korea Buyer Guider 게재 지원 · 수출 촉진단 파견 · 인터넷중소기업관 운영
중소기업협동 조합중앙회	<ul style="list-style-type: none"> · 해외시장개척단 파견 · 해외 전시(박람회) 참가 · 해외전시판매장 운영

자료 : 각 기관의 홈페이지,

- KOTRA, 한국무역협회, 한국종합전시장, Buyers Guide사 등에서는 자체의 해외 홍보매체를 통해서 중소기업의 제품을 해외에 홍보하고 있음. 해외의 구매자들은 이러한 홍보매체들을 통해 국내의 중소기업의 제품을 인지하고 구매를 요청할 수 있는데 이렇게 홍보매체를 통한 방법은 중소기업의 입장에서는 비교적 저렴한 비용으로 거래선을 발굴할 수 있는 방법 가운데 하나임.

<표 2-6> 우리나라의 해외홍보매체

발행처	매체명	언어	간별	배포처
한국무역협회	Mart Korea	영어	연2회	해외 140여개국
	Mart Korea	영어	월간	해외 140여개국
	국내업체 Directory CD-ROM	영어	연간	해외 140여개국
한국종합전시장	Korea Exbition	영어	계간	해외 100여개국
	COEX Buying Directory	영어	연간	해외 100여개국
KOTRA	Korea Trade & Business	영어	월간	해외 100여개국
	Korea Trade	영어	월간	해외 100여개국
Buyers Guide사	Buyers Guide사 Korea Buyers Guide	영어	월간	해외 100여개국

자료 : 이천수·최근배·권용·이우영(2003), '국제상무론'.

(1) KOTRA

- KOTRA에서는 거래선 발굴 및 알선 지원사업으로 ‘해외무역관 중소기업 지사화사업’, ‘해외시장개척단 파견’, ‘수출상담회 개최’, ‘해외시장개척기금 용자추천’, ‘해외 세일즈출장 지원’ 등이 시행되고 있을 뿐만 아니라 해외 박람회에 참가하고 있으며, 해외 한국상품 단독 전시회 및 국제 전문전시회 등을 개최하고 있음.

<표 2-7> KOTRA의 거래선 발굴관련 지원사업

사업명	사업 개요
해외무역관 중소기업 지사화 사업	해외무역관이 해외시장정보 수집 및 마케팅 능력이 취약한 국내 수출기업의 해외지사 역할을 수행하면서, 수출기업의 해외 판로 개척활동을 일대일로 지원. 지사화 사업에 참가하는 기업은 해외무역관의 본사로 간주되며, 해외무역관은 해외지사로서 기업의 해외마케팅 서비스 요청사항을 현장에서 지원
해외시장개척단 파견	해외시장 진출을 희망하지만 독자적인 해외마케팅 능력이 부족한 중소·벤처기업을 대상으로 KOTRA, 지방자치단체 또는 수출 유관기관이 10개사 이상의 해외 세일즈단을 구성하여 유망 해외 시장에 파견한 후, 현지 무역관의 지원하에 바이어 발굴 및 시장조사 활동을 수행할 수 있도록 지원
수출구매상담회 개최	한국상품의 수입을 희망하는 구매단 또는 개별바이어의 방한을 유치하여 국내 업체와의 수출 상담기회를 제공함으로써 국내 업체들이 해외에 나가지 않고도 국내에서 바이어와 수출상담을 통해 수출증대 기회를 유도
해외세일즈 출장지원	중소기업의 해외 비즈니스 출장시 KOTRA 해외무역관을 통해 바이어와의 상담 주선, 호텔예약 등을 지원
해외박람회 참가	해외 수입상 발굴, 자사 상품소개, 최신 상품 및 기술정보의 습득 등 업체의 해외시장 개척을 위해 전세계에서 개최되는 유명 국제박람회 중 50개를 엄선하여 한국관으로 참가하고 있음
해외 한국상품 단독 전시회 개최	우리나라 상품의 이미지 제고 및 해외시장 개척을 목적으로 유럽, 중국, 중아시아 전략시장에서 한국상품 단독 전시회를 개최 하고 있음
국제 전문전시회 개최	주요 산업별로 국내에서 국제전문 전시회를 개최, 국내외 제품을 비교 전시하여 전문 수입상과의 상담을 통해 해당 산업 분야의 교역 확대 및 국제 협력 증진, 신제품 개발촉진, 시장 정보 교환 기회를 제공하고 있음
설명회 개최	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 지원. 설명회를 통해 세계 각지에 소재하고 있는 KOTRA 해외 무역관에서 수집한 현지 유티라이어의 구매정책 및 유통업체 정보, 각국의 무역 및 투자 정책에 관한 생생한 정보를 얻을 수 있음

자료 : KOTRA 홈페이지,

(2) 한국무역협회

- 한국무역협회에서는 무역협회로 내도하는 모든 오피 정보를 검색할 수 있는 “해외오피정보 검색/등록서비스”, “Kompass 업체리스트 제공”, 우리나라 수출상품의 해외홍보 활동을 지원하기 위한 “홍보용 e카탈로그 제작지원” 등의 사업을 통해 거래선 발굴을 지원하고 있음.

<표 2-8> 한국무역협회의 거래선 발굴관련 지원사업

지원사업	사업 개요
해외오피정보 검색/등록	해외에서 무역협회로 내도하는 모든 오피 정보는 KITS.net의 종합무역정보 내 오피게시판에서 Offer to buy, offer to sell, Biz offer의 형태로 제공되고 있으며, 가입업체는 품목별, 국가별, 오피타입(buy/sell)별, 자료원별, 일자별로 오피 정보를 검색할 수 있음.
Kompass 업체리스트 제공	KOMPASS 기업별, 대륙별(아시아, 서유럽, 동유럽, 중동아프리카) Directory & CD-Rom을 이용하여 58개국 약 1,101,074만여 업체들에 대해 품목별로 검색하여 업체명, 주소, 전화, 팩스, 이메일, 웹사이트, 담당자 등의 정보를 제공
홍보용 e카탈로그 제작지원	인터넷을 통한 우리나라 수출상품의 해외홍보 활동을 지원하기 위하여 해외 바이어에 대한 홍보용 e-Catalog Offer 제작을 무료 지원

자료 : 한국무역협회 홈페이지 참조.

(3) 중소기업청

- 중소기업청은 수출경쟁력이 있는 제품을 생산하는 중소기업을 선발하여 전문 업종별로 해외유명 전시회 참가단 및 시장 개척단을 구성하여 해외 각국에 파견, 현지의 바이어와 상담 등을 통하여 거래선을 발굴할 수 있도록 지원하고 있음.

<표 2-9> 중소기업청의 무역 촉진단 파견사업(2003년도 사업기준)

구 분	내 용
주요 내용	전문업종 단체별로 해외유명 전시회(박람회) 참가단 및 해외시장개척단 구성.파견
지원 내용	· 해외유명전시회 및 박람회 : 업체당 9㎡ 1부스임차료 및 부스장치비 전액 (업체당 500만원 한도) · 해외시장개척단 : 상담장 임차료, 버스임차료, 통역비, 바이어섭외비 및 광고비, 통신비 등 공통경비 전액(업체당 500만원 한도), KOTRA에서 보유한 바이어정보 및 해외시장정보 등 제공

자료 : 중소기업청 홈페이지 참조.

- 이밖에 중소기업의 홈페이지와 생산제품 카탈로그를 제작하여 인터넷에 수록함으로써 해외 바이어 및 시장정보에 대한 접근을 용이하게 하는 “인터넷·중소기업관을 활용한 사이버 수출 지원사업”을 하고 있음.

<표 2-10> 중소기업청의 거래선 발굴관련 지원사업

지원 사업	주요 내용
중소기업제품홍보 지원 사업	대외홍보부족으로 판매에 어려움을 겪고 있는 우수한 중소기업 제품을 발굴하여 각종 홍보매체를 통해 홍보함으로써 중소기업의 판로 개척을 지원
기술개발제품 등에 대한 우선구매제도	중소기업이 기술개발한 제품에 대해 공공기관의 구매 지원
공공기관의 중소기업제품 구매제도	정부 등 공공기관이 매 회계연도마다 예산 및 사업계획을 참작하여 중소기업자가 생산하는 제품(공사, 용역 포함)의 구매계획을 작성, 이행함으로써 중소기업자의 수주기회 증대를 통한 중소기업의 경영안정 도모
중소기업 공동상표 세계화 지원	다수 중소기업이 공동으로 상표를 개발·공유하고 품질 및 디자인 등의 공동관리를 통해 중소기업제품의 이미지 제고 및 공동 판로개척
중소기업 전문전시회 육성·지원	중소기업 관련조합 및 단체 등이 국내에서 개최하는 전문전시회를 지원하여, 중소기업의 효율적인마케팅 기회제공을 통한 판로 증대에 기여
내수기업의 수출기업화 사업	수출 가능성이 높은 창업초기 또는 내수 중소기업을 선정, 수출 기초단계부터 수출전과정을 지원하여 수출기업으로 육성
수출기업의 수출대행지원	주요 수출국 또는 유망품목에 전문성을 확보하고 수출대행전문회사(EMCs)를 활용, 내수기업의 수출대행 및 수출 know-how 전수 등을 통한 자력 수출능력 배양
해외시장개척요원 양성사업	수출전문인력 부족으로 애로를 겪고 있는 중소기업을 위하여 미취업자 또는 중소기업 근로자 등을 선발, KOTRA 해외무역과, 수출인큐베이터, 교포기업 등에 파견하여 무역인력으로 양성
중소기업 무역촉진단 파견사업	전문업종 중심으로 해외유명 박람회, 전시회 참가 및 해외시장 개척단을 구성, 파견하여 구매력 있는 바이어를 효과적으로 만날 수 있도록 함으로써 중소기업의 해외시장 개척을 지원

지원 사업	주요 내용
해외유통 및 조달시장 진출지원	미국, 일본 등 주요국의 유통시장 및 조달시장의 참여를 지원하여, 수출제품의 유통경로 단축을 통한 수익제고와 중소기업 수출 촉진
인터넷 중소기업관 구축지원	중소기업 제품에 대한 인터넷상의 해외바이어 연결로 해외마케팅 능력강화 및 수출경쟁력 제고
해외지원사업	해외시장에 진출하고자 하나 자금, 정보, 경험이 부족하여 어려움을 겪고 있는 벤처기업들을 해외시장에 대한 정보가 풍부하고 네트워크가 구축된 해외지원센터를 통해서 지원하여 벤처기업의 수출 및 해외진출을 확대
SBIR ¹⁾ 지원사업	우수한 기술을 가진 중소벤처기업이 미국 연방정부의 구매조건부 기술개발 프로그램인 SBIR에 참여하여 기술개발 자금 획득과 정부조달시장을 비롯한 미국 시장 진출이 가능하도록 교포자문단을 통해 지원
공동물류 A/S지원센터	중소벤처기업이 수출을 추진하면서 당면하게 되는 마케팅과 함께 Delivery, Call-Center, A/S지원을 통한 바이어 신뢰를 확보하여 수출 촉진(미국 보스턴 및 LA에 센터 설치 운영 중)
해외규격인증획득 지원사업	수출요건을 갖추고도 수입국에서 요구하는 인증마크가 없어 수출 하지 못하는 중소기업에 대하여 해외 인증마크 획득 지원
수출유망중소기업 지정	성장가능성이 높은 중소기업을 발굴하여 중소기업진흥공단 등 수출지원 유관기관의 우대지원을 통해 수출중소기업으로 육성

자료 : 중소기업청 홈페이지 참조

(4) 중소기업진흥공단

- 중소기업진흥공단에서 추진하고 있는 거래선 발굴과 관련된 사업은 미국시장 진출지원을 위한 “Best of Korea”사업, “부품수출 구매상담회 개최”, “해외홍보 전문 월간지 “Korea Buyer Guide” 게재 지원”, “해외시장개척과 수출촉진을 위한 수출촉진단 파견”, “인터넷 중소기업관 운영” 등이 있

1) SBIR(Small Business Innovation Research)제도는 미정부가 중소기업육성 차원에서 '83년부터 R&D자금과 정부조달을 연계지원하는 제도임. SBIR 프로그램은 1단계 사전연구로 10만불 지원(6개월 이내), 2단계는 본연구로 75만불 지원(2년)함.

는데 이러한 사업들은 수출마케팅의 일환으로 중소기업의 해외진출 및 바이어 발굴 등을 위하여 시행되고 있는 사업임.

<표 2-11> 중소기업진흥공단의 거래선 발굴관련 지원사업

지원 사업	사업 개요
수출인큐베이터 운영	중소기업의 기존 수출대행기관을 활용한 수출한계를 극복하고, 독자적 수출능력 배양을 위해 현지 주요교역거점에 진출을 원하는 중소기업이 조기 정착할 수 있도록 지원하기 위하여 미국, 유럽, 중국 등 해외 주요 교역 중심지에 수출인큐베이터를 설치하고, 현지 마케팅전문가, 법률/회계고문의 자문, 사무공간 및 공동회의실 제공 등으로 중소기업이 해외진출 초기의 위험부담을 경감하고 조기 정착토록 지원함으로써 해외 시장 진출과 수출 확대를 촉진
수출사랑방 운영	수출상담, 시장조사 등 마케팅 활동을 위하여, 수출인큐베이터 설치지역내에 단기출장하는 중소기업을 위해 사무공간, 회의실 등을 이용할 수 있도록 단기간 비즈니스 편의를 제공
수출컨설팅 제공	무역전문인력 부재로 수출에 어려움을 겪고 있는 중소기업의 수출애로 해결 및 판로개척을 위해, 종합 무역상사, KOTRA, 기타 수출유관기관 등에서 오랜 기간 무역관련업무에 종사하여 실무경험을 쌓은 전문가를 중소기업 현장에 파견하여 실질적인 컨설팅을 제공
해외시장조사	미국, 유럽, 러시아 및 중국의 현지 컨설팅 전문기관을 통해 해당지역 현지 시장진출과 판매 가능성에 대한 종합적인 시장 조사와 진출전략 제시
제품해외홍보 사업	중소기업제품의 해외판로 개척의 일환으로 전세계 180여 국의 전문바이어들과 해외 관련기관에 월 30,000부가 배포되는 영문광고매체 'KOREA BUYERS GUIDE'를 통해 중소기업 제품을 각국 바이어에게 홍보함
수출상담회 개최	부품제조 중소기업에 대한 직수출 기회를 제공하기 위해 해외 우수기업을 초청하여 품목별 부품 수출구매 상담회 개최함

지원 사업	사업 개요
해외시장개척단 파견	해외바이어와의 수출거래 개별상담, 현지시장진출을 위한 마케팅전략 세미나 참석, 도소매 유통센터 방문 등을 통한 현지 통경로 및 관련정보 수집, 바이어 섭외비, 상담자 임차료, 통역비 등 공동경비 지원, 현지기관과의 업무협약 및 업체 방문 등을 지원
인터넷 중소기업관 운영	중소기업청·중소기업진흥공단이 중소기업의 사이버무역지원 시책의 일환으로 추진하고 있는 사업으로, 기업별 홈페이지와 전자 카달로그를 제작하여 주고, 인터넷을 통해 홍보 및 마케팅을 지원
B2G국제조달	해외정부조달시장 진출지원사업으로 국제조달시장 통합정보망 운영, 국제조달시장 진출 분위기 조성, 미국, 중국 등 주요 조달시장 진출지원 등
ASEAN+3Net	ASEAN+3 SME e-Marketplace (아세안+3 중소기업 마켓플레이스)는 아세안 10개국 및 한, 중, 일 포함 13개국 정부협력사업으로, 역내 중소기업간 전자무역거래 활성화 및 글로벌 수출 판로개척 촉진을 위하여 우리나라 정부가 제안하고 주관하는 “다국적 협력사업”임

자료 : 중소기업진흥공단 홈페이지 참조

(5) 중소기업협동조합중앙회

- 중소기업협동조합중앙회에서 중소기업판로지원 및 수출촉진방안의 일환으로 시행되고 있는 중소기업의 거래선 발굴을 위한 사업은 해외 전시(박람)회 참가를 비롯하여 해외전시판매장 운영, 해외시장개척단 파견 등이 있음.

<표 2-12> 중소기업협동조합중앙회의 거래선 발굴관련 지원사업

구 분	내 용
중소기업상설판매장 운영	· 지방 중소기업의 판로확대를 위하여 대구에 중소기업상설 판매장을 운영
해외전시 판매장 운영	· 중소기업 제품의 해외 홍보 및 수출확대를 위하여 중국과 인도네시아에 중소기업 제품전시판매장을 운영
해외전시(박람)회 참가	· 중소기업 제품의 해외 홍보 및 수출확대를 위하여 해외에서 개최되는 각종 전시회에 참여(런던DIY쇼 박람회, 두바이 종합무역박람회, 동경가정용품박람회 등)

구 분	내 용
해외투자사절단 및 해외시장개척단 파견	<ul style="list-style-type: none"> · 해외투자 진출에 관심이 있는 중소기업들에게 좀 더 현장감 있는 정보로 해외투자계획 수립에 실질적인 도움을 줄 수 있도록 주요 투자유망 대상국에 사절단을 수시 파견해 현재의 투자여건, 향후의 시장성 등을 조사 · 독자적인 해외마케팅 능력이 부족한 중소기업을 대상으로 KOTRA, 지방자치단체 또는 수출유관기관 등과 해외세일즈단을 구성하여 진출 유망한 특정 해외시장에 개척단을 파견, 수출 상담 및 시장조사 활동 수행
무역관련 정보제공 및 애로사항 발굴, 조치	<ul style="list-style-type: none"> · 각국의 해외투자 관련책임자를 초빙, 투자설명회 등을 통하여 해외 투자에 관한 각종 정보를 제공하고, 정부 및 관련기관의 무역관련 시책 및 지원 내용에 대한 정보자료를 발간 배포 · 중소기업 무역애로조사 등 조사를 실시 중소기업의 무역관련 애로를 해소 · 중소기업 수출 통계를 월별로 작성해 지원기관 등의 수출진흥시책에 기본자료로 활용할 수 있도록 정보제공
국제회의 개최 및 참가	<ul style="list-style-type: none"> · 중소기업관련 각종 국제회의 개최 및 참가를 통하여 국제정보를 파악하고, 회의에서 발표되는 각국의 중소기업 관련정보를 중소기업에게 제공함으로써 중소기업 세계화를 지원

자료 : 중소기업협동조합중앙회 홈페이지,

(6) 정보통신부

- 정보통신부에서는 중소기업의 해외진출기반 조성 및 수출 활성화 도모를 위해 '해외 IT전시회 참가 지원', '해외 IT협력단(시장개척단) 파견' 사업 등을 실시하고 있음.

<표 2-13> 정보통신부의 거래선 발굴관련 지원사업

지원 사업	사업 개요
해외 IT전시회 참가 지원	우수한 기술력을 보유한 국내 유망 중소기업정보통신기업에게 세계 유수의 해외 IT전시회 참가를 지원하여 중소기업 정보통신기업 제품의 해외진출 기반조성 및 수출 활성화 도모
해외 IT협력단(시장개척단) 파견	기술, 제품 등에 경쟁력 있는 유망 중소기업 IT 기업을 진출 전망이 높은 세계 IT 시장에 파견함으로써 중소기업 정보통신기업 제품의 해외진출 기반조성 및 수출 활성화도모

자료 : 정보통신부 홈페이지 참조

(7) 문화관광부

- 문화관광부에서는 해외시장 진출 기회 제공과, 중소기업 거래선 발굴을 위한 지원사업으로 “중국 전시회 참가 및 교류회 개최”, “게임 해외전시회 참가 지원”, “해외 투자 수출 상담회 개최 지원사업” 등을 실시하고 있음.

<표 2-14> 문화관광부의 거래선 발굴관련 지원사업

지원 사업	사업 개요
중국 전시회 참가 및 교류회 개최	국내 온라인·모바일 게임업체의 중국 진출 기회 제공 국내 우수게임의 중국 시장 홍보 및 해외 투자 유치 기회 확대
게임 해외전시회 참가 지원	해외 유명전시회 참가를 통한 해외시장 진출 기회 제공 국내외 게임 관련 산업간의 인적·물적 교류 확대를 통한 국내 게임 산업의 수준 향상 도모
해외 투자 수출 상담회 개최 지원	국내 온라인·모바일 게임업체의 동아시아권 진출 기회 제공 국내 우수게임에 대한 동아시아권 벤처캐피탈 및 엔젤투자 자본의 투자유치 확대

자료 : 문화관광부 홈페이지 참조

(8) 농림부

- 농림부에서는 “유망품목 시장개척지원”, “단체참가 박람회 지원”, “개별참가 박람회 지원사업” 등을 통해 우리 농산물의 해외진출 기반조성 및 수출 확대를 도모하고 있음.

<표 2-15> 농림부의 거래선 발굴관련 지원사업

지원 사업	사업 개요
유망품목 시장개척 지원	· L/C·수출계약서·Local L/C·구매승인서를 수취한 창업업체, 신규품목 개발업체, 우수경영체 및 생산자조직에게 수출물품 구매비 및 물류비 등 수출부대경비 등 지원
단체참가 박람회 지원	우리 농산물의 해외시장 개척을 통한 수출확대
개별참가 박람회 지원	· 해외식품박람회에 수출업체가 개별적으로 참가하는 경우 소요경비 지원으로 수출확대

자료 : 농림부 홈페이지 참조

(9) 해양수산부

- 해양수산부에서는 수산물 수출업계의 해외시장 개척 및 경쟁력 강화를 위하여 '수출상품 카탈로그 제작지원', '국제박람회 지원', '해외시장개척단 파견' 등의 사업을 통해 거래선 발굴을 지원하고 있음.

<표 2-16> 해양수산부의 거래선 발굴관련 지원사업

지원 사업	사업 개요
수출상품 카탈로그 제작지원	· 수산물 수출업계의 해외시장 개척 및 경쟁력 강화를 위한 판촉, 홍보지원
국제박람회 지원	· 수산물 최대 수출국인 일본시장에 대한 통합 수출마케팅 적극 전개로 수출 유망품목발굴 및 침체국면에 있는 일본시장 수출 활성화 도모 · 신규바이어 발굴 및 기존 거래선 강화 등을 통한 수출확대 도모 · 세계 우수제품과의 비교 전시를 통한 상품성 향상 도모 · 한국 전통문화 홍보 및 한국식품의 이미지 제고
해외 시장개척단 파견	· 매년 김소비의 증대 및 한류열풍에 따라 대만 내에서도 대만 남 부도시 까오시웅에서 김시장 개척을 위한 소비자대상 시장 개척 으로 우리 수산물 수출확대 도모 · 쌀을 주축으로 하는 베트남 소비자 대상 수산가공품 마켓테스트 실시

자료 : 해양수산부 홈페이지 참조

3) 신용조회

- 신용조회 업무를 담당하는 국내 전문기관으로는 KOTRA의 고객상담부, 한국 신용정보, 한국수출보험공사의 수출신용정보센터, 신용보증기금 해외업무팀 등이 있는데 이들 기관은 세계적 조사기관들과 제휴하여 유료로 신용조사 서비스를 제공하고 있음.

(1) KOTRA

- 해외 불량 업체들과의 거래로 야기되는 문제들을 방지하기 위해 거래전에 고객의 신청에 따라 KOTRA 해외무역관을 통해 해당업체의 신용정보를 조사하여 정보를 제공하고 있다.

<표 2-17> KOTRA의 신용조사

구 분	내 용
특 징	KOTRA 신용조사는 고객이 해외거래선의 신용도를 판단하도록 객관적이고 신뢰할 수 있는 공개된 자료를 수집 및 제공하는 데 중점을 두고 있음
건당비용	통상회보 (14만원), 지급회보 (18만원)
조사기간	통상회보 (15일), 지급회보 (10일) 통상회보의 경우 무역관 사정에 따라 회보기한 조정 회보기한 산정은 근무일(주 5일) 기준
주요조사내용	기본사항 : 업체명, 주소, 연락처, 대표자, 정식등록여부 일반사항 : 설립년도, 고용원수, 업종, 취급품목 재정상태 : 자본금, 거래은행 영업상태 : 연간 매출액, 수출입실적 무역관 조사시 입수한 기타 정보나 의견
이용절차	인터넷신청 → KOTRA 담당자와 협의 → 수수료 확정후 공사계좌입금 → 조사착수 → 조사결과 송부
조사가능지역	KOTRA 무역관이 주재하고 있는 국가

자료 : KOTRA 홈페이지 참조.

(2) 수출보험공사

- 수출보험공사는 해외위험 전담기관으로서의 특화된 전문정보를 제공하고 있고 1969년 수출보험제도가 도입된 이래 수출거래 해외위험 전담기관으로서 다양한 인수 및 보상경험을 축적하고 있으며, 각국의 공적수출신용기관과 IMF, World Bank, OECD, MIGA 등 국제기구와의 광범위한 정보망을 통해 해외수입자와 수입국에 대한 정보를 제공하고 있음.
- 또한 수출신용정보센터를 운영, 수출자가 수출신용정보 센터회원으로 가입하면 수출자가 필요로 하는 해외수입자 및 해외 금융 기관에 대한 신용정보자료, 해외채권추심기관 소개 등 각종 해외신용 정보를 무료로 제공받을 수 있음.

(3) 수출입은행

- 수출입은행은 정보제공 서비스(INFOS)로 거래관련 당사자에 대한 신용정보를 제공하고 있는데 사업주, 관련 계약자 등에 대한 기업신용도 관련정보를 제공하며, 지급보증기관 신용도 관련 정보 등을 제공함.

(4) 신용보증기금

- 신용보증기금에서도 해외신용조사 정보를 제공하고 있는데, 수출주문을 받은 경우 해외 수입업자의 신용도 파악시에 신용보증기금을 통해 해외신용조사를 의뢰하게 되면 해외소재 기업에 대한 신용조사에 대한 정보를 알 수 있음.

4) 무역금융

- 수출물품을 제조·가공하는데는 업체 자체의 자금을 이용할 수도 있지만 대부분의 제조업체에서는 무역금융을 이용하게 되는데 무역금융은 수출증대를 목적으로 수출물품의 선적 또는 수출대금의 입금전에 수출상의 필요한 자금을 원화로 지원하는 단기수출 지원자임.
- 무역금융은 용도별로 수출용원자재를 확보하여 수출품을 직접 제조·가공하는데 소요되는 생산자금, 수출용원자재를 수입하는데 소요되는 원자재수입자금, 내국신용장에 의하여 국내에서 생산된 수출용원자재를 구매하는데 소요되는 원자재구매자금 그리고 일정규모 이하의 중소기업체에게 자금용도에 구분 없이 일괄해서 지원하는 포괄금융 등이 있음.

(1) 수출입은행

- 수출입은행에서는 수출 진흥을 위하여 수출마케팅지원, 수출지원 금융, 수출보증업무 등의 사업을 실시하고 있다.

<표 2-18> 수출입은행의 수출금융관련 지원

지원사업	세부내용
포괄수출금융	- 과거 수출실적을 기준으로 수출품의 생산 또는 수출에 필요한 준비자금을 중소기업 또는 중견기업에 대해 지원
중소기업 수출 특례신용대출	- 중소기업이 수출신용장(내국신용장 포함)을 수취하였거나 수출계약 (국내물품 공급계약서, 구매확인서 포함)을 체결한 경우, 신용도 또는 담보력이 부족하여 일반적인 대출기준으로 지원하기 곤란한 중소기업에 대하여 중소기업 자본채 품목을 수출하는 거래를 금융지원
단기수출자금 대출	- 제작기간과 인도 후 수출대금 결제기간을 합하여 6월 이상 소요되나, 수출물품 인도 후 2년 이내에 결제되는 수출거래에 대하여 수출물품의 생산 및 수출에 필요한 자금을 지원
중소규모자본재 수출자금대출	- 수출거래 또는 국내에서 수출물자나 수출용원자재를 공급하는 거래로서 제작기간과 인도 후 수출대금 결제기간을 합하여 6월 미만인 거래에 대하여 금융지원
공급자신용	- 수출품의 제작에 필요한 자금과 수출품을 인도한 후에 수입자가 수출대금을 장기 분할결제 하는데 필요한 자금을 수출자 앞 금융지원
구매자신용	- 직접대출 · 구매자가 국내기업으로부터 연불기간 2년 이상의 중장기 결제조건으로 상품을 수입하는 경우, 그 수입에 필요한 자금을 외국인 구매자에게 직접대출 · 수출입은행이 국내 수출기업에 외국의 구매자를 대신하여 수출대금 지급 · 차주가 외국의 구매자이므로 국내 수출기업의 부채증가 없이 수출이행 가능 - 전대자금대출 · 외국의 금융기관 또는 정부 등에 대하여 일정규모의 신용한도 (Credit Line)를 설정해주고, 우리나라 제품을 수입하는 외국기업이 이를 수입 결제 자금으로 사용토록 하는 제도
외국환거래 지원	- 포페이팅 : 결제기간 2년 미만의 기한부 신용장 방식 수출거래를 근거로 발행된 수출환어음을 무소구 조건 ²⁾ 으로 매입함으로써 금융지원 - 수출환어음매입 : 결제기간 2년 미만의 신용장 또는 무신용장방식 수출거래를 근거로 발행된 수출환어음을 매입함으로써 금융지원 - 신용장확인 : 개도국 소재 은행 발행 신용장에 대하여 수출입은행이 수출대금 결제를 약속하는 제도

2) 무소구조건(without recourse)이란 수입자가 지급불능상태가 되더라도 수출자에게 당해 대금을 청구할 수 없는 조건을 말함 .

지원사업	세부내용
수입지원금융	- 수출입은행은 국민경제를 위하여 안정적인 확보가 필요하거나 적기에 수입을 필요한 자원이나 상품을 수입하는 거래를 지원
해외투자지원 금융	- 해외투자자금대출 : 국내기업이 해외투자를 하거나 외국에 국산설비를 대여하는데 필요한 장기자금대출 - 해외사업자금대출 : 국내기업이 외국에서 영위하는 사업의 설비를 신설하거나 이를 운영하는데 필요한 장기자금을 국내기업 앞으로 대출 - 외국법인에 대한 사업자금대출 : 국내기업이 출자한 외국법인이 외국에서 사업을 행하는데 필요한 장기자금의 당해 외국법인 앞으로 대출 - 주요자원 개발자금대출 : 정부의 자원개발계획에 의하여 외국에서 주요 자원 개발사업을 영위하는데 필요한 장기자금을 대출
보증지원	- 수출입은행은 지원대상거래에 대한 대출지원 뿐만 아니라, 대외거래의 성사 및 수주를 위해 필요로 하는 보증을 지원
수출입은행의 대고객서비스 안내	- 국가별 정보제공 : OEIS(Overseas Economic Information System) · 대외거래 관련 수출국, 해외투자국, 수입국에 대한 최신 정보서비스를 제공 - 국제계약상담 : 수출입은행 내부의 국제변호사등을 통해 대외거래 관련 국제계약 및 법률자문을 무료로 지원 - ECAS(Export Credit Advisory Services) · 우리기업의 해외수주경쟁력을 높이기 위하여, 거래추진 초기단계부터 수출업체가 필요로 하는 국가·산업·시장정보 및 금융추천·자문 관련 서비스를 무료로 제공

자료: 한국수출입 은행 홈페이지 참조

(2) 수출보험공사

- 수출보험공사에서는 수출기업의 대금 미회수 위험 부담을 덜어주기 위해 개별보험 사업을 실시하고 있고, 기업이 은행에 대하여 부담하게 되는 상환채무를 연대보증하는 수출신용보증, 환위험 헷지를 위한 환변동보험 사업을 실시하고 있음.

<표 2-19> 수출보험공사의 수출금융관련 지원

지원사업	사업 개요
개별보험	<ul style="list-style-type: none"> · 수출자의 판단으로 대금 미회수위험이 크다고 생각되는 거래만 선택해서 개별적으로 부보하는 제도 · 공사도 부담하는 위험이 크다고 판단되는 거래에 대하여 인수를 거절할 수 있음 · 비교적 소규모의 수출거래를 하는 중소기업이 주로 활용하는 제도
수출신용보증	<ul style="list-style-type: none"> · 수출기업이 수출계약에 따라 수출물품을 제조, 가공하거나 조달할 수 있도록 외국환은행 또는 수출유관기관 등(이하 '은행')이 수출신용보증서를 담보로 대출 또는 지급보증(수출용원자재 수입 신용장 개설주) 포함)을 실행함에 따라 기업이 은행에 대하여 부담하게 되는 상환채무를 한국수출보험공사가 연대 보증하는 제도
환변동보험	<ul style="list-style-type: none"> · 환변동보험은 기업이 환율 변동으로 입게 되는 손실을 보상하고 이익을 환수하는 보험제도 · 환변동보험은 수출기업, 특히 환위험 관리여건이 취약한 중소 수출기업이 환위험을 손쉽게 헷지할 수 있도록 2000년 2월에 도입된 제도 · 기본계약내용은 공사가 보장하는 환율(보장환율)과 결제시점의 환율(결제환율)과의 차이에 따른 손익을 정산하는 것으로 금융기관의 선물환거래와 유사

자료 : 중소기업협동조합중앙회. 중소기업 수출지원제도 2004.

(3) 한국무역협회

- 한국무역협회에서는 유망 중소 수출기업의 수출마케팅을 지원하기 위해 기업은행과 업무를 제휴하여 소요자금을 인터넷을 통해 저리로 용자 지원을 하는 “중소기업 Cyber 우대금융사업”을 하고 있음.

<표 2-20> 기업은행발급 수출신용보증서에 의한 무역금융 및 수출환어음 매입지원

구 분	내 용
용자대상	무역협회 회원으로 기업은행의 수출신용보증 발급요건에 부합하는 수출 중소 기업
용자금액	- 선적전 수출신용보증 : 업체당 1억원 이내 - 선적후 수출신용보증 · 무신용장방식 : 미화 30만불 이내로 수입업자당 10만불 이내 · 신용장방식 : 개설은행 지점당 미화 30만불 이내
용자한도	- 선적전 수출신용보증 : 무역금융 및 수출용원자재 수입신용장개설 - 선적후 수출신용보증 : 수출환어음 매입
우대내용	- 담보제공 없음 - 선적후 수출신용보증발급 건 수출환어음매입시 환가료율 0.5%p감면 - 환율매매마진을 및 외환수수료 50%감면 수혜 - 수출신용보증기관 방문 불요

자료 : 산업자원부.한국무역협회(2002), 수출지원 Guide

<표 2-21> 수출마케팅 경영지원자금 무담보 대출

구 분	내 용
용자금액	업체당 최고 5천만원
용자대상	무역협회 회원으로 용자신청일로부터 과거 1년간 실적인 미화 1만불 이상 업체로 수출유망기업 판단 업체중 기업은행 점주내 소재하고 있는 정상 영업중인 소기업(개인기업에 한함)으로 기업은행의 대출요건에 부합하는 업체
용자한도	- 전자무역 인프라 구축 - 국내외 전시회 참가비용 - 바이어 초청 경비 - 기타 수출지원 운전자금 등
우대내용	- 연대 보증인 입보생략 가능 - 용자지원 후 기업은행 외환거래시 환율매매마진을 및 외환수수료 50% 감면 수혜 - 기업은행 기준에 의거 산출된 해당 대출금리에서 1.0%p감면

자료 : 산업자원부 · 한국무역협회(2002), 2002 수출지원 Guide.

(4) 중소기업진흥공단

수출실적과 담보력 부족으로 금융기관의 무역금융 이용에 애로가 있는 수출 유망 중소기업에 수출금융을 지원하고 있음.

<표 2-22> 중소기업진흥공단의 수출금융지원

구 분	내 용
지원대상	제조업, 제조업관련서비스업, 지식기반서비스업 영위 중소기업의 생산품을 수출 하려는 중소기업
지원범위	지원대상기업이 확보한 수출계약서(L/C, D/A, D/P, LOCAL L/C, T/T, M/T, 구매확인서)상 금액의 90%이내 (단, 지원잔액이 업체별 회전한도를 초과할 수 없음)
지원조건	<ul style="list-style-type: none"> · 이율 : 시중은행의 전분기 평균 무역금융 금리준용 (연 4.6%, 각 대출건별로는확정금리) · 개별 대출기간 : 선적기일 + 7일 이내 (단, 최장 180일) · 상환방법 : 원리금 일시 상환
지원방식	중소기업진흥공단 직접대출 순수신용과 수출보험공사의 선적전 수출신용보증을 연계하는 부분보증(3:7)방식을 병행

자료 : 중소기업진흥공단 홈페이지,

(5) 기업은행

○ 기업은행에서는 수출금융에 애로를 겪고 있는 중소기업을 위하여 수출업무, 수입업무, 국제팩토링, 수탁보증업무, 수출인큐베이팅 업무, 빠른 송금 업무, 인터 넷을 통한 외국환업무 등의 사업을 통해 지원하고 있음.

<표 2-23> 기업은행의 수출금융관련 지원

지원사업	사 업 개 요
수출업무	<ul style="list-style-type: none"> · 수출신용장 통지 : 세계적인 일류 해외은행으로부터 SWIFT 또는 TELEX 등으로 수출신용장을 접수하여 고객이 원하는 기업은행 영업점에서 신속 하게 통지 · 신용장 양도 : 신용장의 수익자가 향유할 수 있는 권리의 전부 또는 일부를 수익자가 지정하는 제 3자에게 양도하는 업무를 취급. · 수출환어음 및 외화수표 매입 : 수출물품을 선적한 후 선하증권 등 수출 신용장 또는 수출계약서(D/A, D/P)에서 요구하는 서류를 구비하여 기업은행에 제시하면 추심전 매입하거나 추심처리하여 수출대금을 지급

지원사업	사 업 개 요
수입업무	<ul style="list-style-type: none"> · 수입신용장 발행 : 해외로부터 물품을 수입하고자 하는 고객에게 수입신용장을 발행 · 수입물품선취보증서(Letter of Guarantee) 발급 : 수입신용장을 발행한 후 수입물품은 도착하였으나 선적서류가 도착하지 않은 경우에는 별도의 규정에 따라 수입물품선취보증서를 발급 · 선적서류 인도 및 결제 : 기업은행에 선적서류가 도착하면 신속하게 고객에게 통지되며 결제방법에 따라 수입대금을 결제하고 선적서류를 인수
국제팩토링	<ul style="list-style-type: none"> · 신용장 없이 외상으로 무역거래를 하면서도 수출자는 선적과 동시에 수출채권을 현금화할 수 있고 수입자는 손쉽고 편리하게 외상으로 상품을 구입할 수 있는 무역거래방식
무역금융	<ul style="list-style-type: none"> · 수출신용장 및 수출계약서 등에 의하여 물품, 건설 및 용역을 수출하거나 공급을 하고자 하는 업체 또는 과거 수출실적을 기준으로 용자를 받고자 하는 업체에게 저리의 무역금융을 지원
수탁보증업무	<ul style="list-style-type: none"> · 수출중소기업에 거래편의를 제공하고 수출금융활성화를 통한 자금난 해소를 위하여 한국수출보험공사와 체결한 수출신용보증 수탁보증업무 협약에 의거 수출신용보증 수탁보증업무 실시
수출인큐베이팅 업무	<ul style="list-style-type: none"> · 해외마케팅 능력과 수출기반이 취약한 수출 중소기업을 발굴하여 전문수출기업으로 육성하고 수출중소기업에 원활한 금융지원으로 수출경쟁력을 제고하기 위하여 신용보증기금, 대한무역투자진흥공사(KOTRA)와 공동으로 수출인큐베이팅 사업 실시
빠른송금업무	<ul style="list-style-type: none"> · 송금인의 요청에 따라 송금 취결 직후 송금중계회사인 웨스턴유니온으로 부터 승인번호가 부여됨으로써 송금이 이루어지며, 송금인은 송금정보를 수취인에게 알려주고 수취인은 송금인으로부터 받은 정보를 지급지의 웨스턴유니온 대리점에서 소정의 신청서에 기재하여 제시함으로써 즉시 대금을 수취할 수 있는 송금업무
인터넷을 통한 외국환 업무	<ul style="list-style-type: none"> · 인터넷 신용장 발행 : 외환소식작성 프로그램을 다운받아 수입신용장개설신청서를 작성하여 인터넷을 통해 거래 영업점으로 송부하고 처리 결과를 인터넷으로 조회해 볼 수 있는 시스템 · 인터넷 환전: 해외여행경비 및 소지목적의 외화현찰이나 여행자수표를 인터넷을 통해 매입하고 고객이 원하는 때, 원하는 지점에서 현찰이나 여행자수표를 수령해 가는 제도 · 인터넷 송금 · 인터넷 FX Dealing : 은행지점을 통하지 않고 외환딜러처럼 외화를 실시간 환율로 거래할 수 있는 인터넷 현물환, 선물환 거래
수출입 종합지원센터	<ul style="list-style-type: none"> · 전문인력부족으로 애로를 겪고 있는 중소 수출입업체를 위하여 수출입업무에 대한 각종 상담과 편의를 제공
수출입업체 지원서비스	<ul style="list-style-type: none"> · 유망 수출중소기업에 대한 '수출 유망기업' 지원 · 해외 미회수채권 추심서비스 실시 · 송금신청 당일 수령이 가능한 당일송금서비스 실시 · 무역실무능력 향상을 위한 대고객 무역실무교실 개최 · 수출환어음 발송 추적 서비스

자료 : 중소기업협동조합중앙회, 중소기업 수출지원제도 2004.

(6) 외환은행

- 외환은행에서는 담보력이 부족한 중소기업을 위해 수출환어음 인수후 매입, 무역서류 자동작성 프로그램 도입, 수출신용보증서 발급서비스, 조건변경부 신용장 양도 등의 사업을 실시하고 있음.

<표 2-24> 외환은행의 수출금융관련 지원

지원사업	사업개요
수출환어음 인수후 매입	<ul style="list-style-type: none"> · 담보력이 부족한 중소기업이 해외 Buyer로부터 받은 Usance L/C 조건에 따라 발행된 선적서류는 은행에 추심 전 매입 신청이 어려움 · 이러한 기한부의 선적서류를 우선 외환은행이 신용장발행은행에 추심의뢰하고, 해외의 신용장 개설은행으로부터 인수통보를 접수하면 만기일전에 추심된 수출환어음을 매입하여 수출업체에 수출 대금을 지급하는 중소기업을 위한 수출지원 Service
무역서류 자동작성 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> · 중소기업 등이 수출서류 중 .Commercial Invoice.,.Packing List., .Certificate of Origin.,.VISA.를 종전에 수작업으로 작성하던 것을 회사 기본정보와 상품명세 등을 투입하면 자동 작성되는 서비스이며, 고객이 원할 경우 적하보험의 가입절차가 간단
수출신용보증서 발급서비스	<ul style="list-style-type: none"> · 한국수출보험공사로부터 수출신용보증업무를 위탁받아 일정한 조건에 부합하는 경우 고객이 한국수출보험공사를 방문할 필요 없이 외환은행 영업점 창구에서 직접 수출신용보증서를 발급받을 수 있는 서비스로 고객이 무역금융 또는 수출환어음매입등 신청 시 담보제공에서 대출실행까지 One-Stop Service가 가능
조건변경부 신용장 양도	<ul style="list-style-type: none"> · 중계무역 등의 거래 시에 SUB L/C 개설에 따른 비용과 담보 또는 보증인 제공 등과 관련한 추가 부담 없이 이용이 가능한 조건변경부 양도업무 (KEB SKY T/S)를 개발하여 시행
All-in-one 수출금융	<ul style="list-style-type: none"> · 중소기업진흥공단이 신용 또는 담보가 부족하여 은행에서 무역금융을 받기 어려운 유망 중소기업에 대하여, 외환은행과 협력하여 선적 전 수출금융과 선적 후 수출금융 (수출환어음 매입)을 총체적으로 지원하는 Service
Auto Link 수출보험	<ul style="list-style-type: none"> · 중소기업의 신용장 및 D/P, D/A 방식의 수출환어음 매입시 은행에서 담보로 인정되는 수출신용보증(선적 후) (연계상품 인 단기수출 보험 포함)을 당행 영업점 창구에서 별도의 구비서류 없이 직접 가입할 수 있는 제도로써 수출보험공사와의 단독 업무 제휴 체결에 따라 당행만이 업무취급을 할 수 있으며, 당행에서 우선지원 중소기업으로 지정한 경우에는 보험료 10% 할인혜택

자료 : 중소기업협동조합중앙회. 중소기업 수출지원제도 2004.

(7) 농림부

- 농림부에서는 농림산물 수출사업자를 위해 원료수매자금 지원, 운영활성화 자금 지원, 수출시설 현대화 자금 지원 사업 등을 통하여 수출확대를 지원하고 있음.

<표 2-25> 농림부의 수출금융관련 지원

지원사업	사업개요
원료수매자금 지원	지원대상품목을 수출한 실적이 있거나 수출할 계획이 있는 농림산물 수출사업자에게 원료수매에 필요한 운영자금 지원
운영활성화 자금 지원	농림수산물의 수출실적이 있거나 수출할 계획이 있는 농림수산물 수출사업자에 수출부대자금과 농림수산물 수출용 통조림 비축공급업체에 통조림부자재 비축 공급자금을 지원
수출시설 현대화 자금 지원	농수산물 수출사업자에 대하여 저장·가공시설 및 부대시설과 부대장비 구입 등 수출현대화에 필요한 자금 지원

자료 : 중소기업협동조합중앙회, 중소기업 수출지원제도 2004.

(8) 신용보증기금

- 신용보증기금은 정부와 금융기관의 출연에 의하여 조성되는 기본재산을 재원으로 하여, 신용은 있으나 담보가 부족하여 자금조달에 애로를 겪는 수출중소기업 등에 신용보증서를 발급하는 등 수출기업을 지원하고 있음.

<표 2-26> 신용보증기금의 수출금융관련 지원

지원사업	사업개요
수출중소기업에 대한 특례보증조치	<ul style="list-style-type: none"> - 무역금융 : 총 보증금액 100억원 이내에서 . 매출액 50% → 100% . 추정매출액의 1/3 → 1/2 - 운전자금 : 총 보증금액 30억원 이내에서 . 매출액 1/4 → 1/2 . 추정매출액의 1/4 → 1/3
무역금융보증	<ul style="list-style-type: none"> - 수출기업의 자금난 완화 - 보증대상채무 : 무역금융
수입신용장개설보증	<ul style="list-style-type: none"> - 수출촉진, 생필품 부족 및 물가상승 압력의 해소 - 보증대상채무 . 수입신용장개설 지급보증 . 대상품목 : 수출용원자재(원유제외)

지원사업	사업개요
수출입은행 수출자금보증	<ul style="list-style-type: none"> - 수출중소기업의 자금난 완화 - 보증대상채무 . 수출입은행에서 취급하는 수출관련자금 . 중소기업자본채 수출자금증서대출 . 수출자금증서대출 . 외화표시 수출자금증서대출

자료 : 중소기업협동조합중앙회, 중소기업 수출지원제도 2004.

(9) 기술신용보증기금

- 기술신용보증기금에서는 수출촉진을 통한 경기 활성화를 위하여 수출관련 무 역금융 등에 대하여는 일반보증에 대비 우대하여 지원하고 있는 수출기관관련 보증제도를 운영하고 있음.

5) 기타 수출지원제도

(1) 산업자원부

- 기타 수출지원제도를 살펴보면, 먼저 산업자원부에서는 세계일류상품개발을 위해 '세계일류상품 발굴 육성 사업'과 플랜트업계의 수출 지원 인프라 구축을 위한 '해외플랜트 수출지원 사업', 수익성 높은 플랜트의 수주기회 확대를 위해 '해외플랜트 타당성조사 지원 사업' 등을 실시하고 있음.

<표 2-27> 산업자원부의 수출지원제도

지원사업	사업개요
세계일류상품 발굴 육성	· 반도체, 자동차 선박 등 소수품목에 편중된 수출구조를 개선하고 수출상품을 고급화하기 위하여 일류상품개발을 적극 육성
해외플랜트 수출지원	· 플랜트 업계의 근본적인 수주 경쟁력 강화를 위한 수출 지원 인프라 구축
해외플랜트 타당성조사 지원	<ul style="list-style-type: none"> · 비용부담과 실패위험으로 민간기업이 독자적으로 추진하기 어려운 프로젝트 타당성 조사비용을 정부가 지원함으로써 수익성 높은 플랜트의 수주기회 확대 · 개도국 유망 프로젝트 개발 초기단계에 참여를 촉진함으로써 기업의 프로젝트 개발·수주능력 배양 및 시장 다변화 촉진

자료 : 중소기업협동조합중앙회, 중소기업 수출지원제도 2004.

(2) 특허청

- 특허청에서는 해외에서 지식재산권 침해 관련 애로사항을 해결해 주기위해 '해외 지식재산권 보호센터'를 운영하고 있고, 우수특허기술을 보유한 중소기업의 해외 진출을 적극 지원하기 위해 '해외 출원비용 지원제도'를 실시하고 있음.

<표 2-28> 특허청의 수출지원제도

지원사업	사업개요
해외 지식재산권 보호센터 운영	해외에서 우리 기업이 겪고 있는 모조품 유통, 상품 도용 등 지식 재산권 침해 관련 애로사항을 신고·접수하여 관련 자문단의 자문을 알선해 줄 뿐만 아니라, 상대국의 부당한 관행 및 법제에 기인한 애로를 통상외교채널을 통해 해소시키기 위하여 특허청에 설치된 신고센터
해외 출원비용 지원제도	우수특허기술을 보유한 중소기업의 해외 진출을 적극 지원하여 국제경쟁력 확보를 지원

자료 : 중소기업협동조합중앙회, 중소기업 수출지원제도 2004.

(3) 한국무역협회

- 한국무역협회에서는 해외에서 국산 제품에 대한 수입규제에 대응하기 위해 '수입규제대응 산업피해구제 사업'을 실시하고 있고, 운임협상력이 취약한 중소기업들의 실질적 물류비 경감을 도모하기 위해 '수출입운임 할인센터'를 운영하고 있음.

<표 2-29> 한국무역협회의 수출지원제도

지원사업	사업개요
수입규제대응, 산업피해구제	해외에서 국산 제품에 대한 수입규제에 대응하기 위해, 국내에서 외국으로부터의 수입으로 인한 피해구제 신청(무역위원회)을 위해 변호사, 회계사, 변리사를 고용할 경우를 대상
수출입운임 할인센터	RADIS는 수출입운임할인센터(Rate Discount Service)의 약칭으로서 대형하주에 비해 상대적으로 운임협상력이 취약한 중소기업들의 결집을 통해 실질적인 물류비 경감을 도모

자료 : 중소기업협동조합중앙회, 중소기업 수출지원제도 2004.

제2절 해외 수출지원 정책 사례

- IMF사태를 맞았던 태국 정부는 중소기업의 육성 없이는 수출산업의 전망이 어두워질 것으로 파악하여 이에 따라 지난 99년 4월 태국정부는 Thammasat 대학내에 중소기업체를 지원하는 기구를 설립했음. 태국 정부는 동 기구가 향후 5년 동안 11만 6천명의 중소기업가를 탄생시킬 것으로 기대하고 있음. 이와 함께 중소기업체에 대한 금융지원을 위해서 태국산업금융공사(IFCT)는 일본 수출입은행으로부터 연율 2.2%의 4년 거치 8년 만기 저리자금을 조달했음.
- 한편 말레이시아 정부는 중소기업의 수출을 지원하기 위해 4개의 종합상사(GTCs)를 담당업체로 지정했는데 전문화된 마케팅 회사를 활용하여 중소기업체를 지원한다는 것임. 이러한 방식에 의한 중소기업의 수출기업화는 말레이시아의 제2차공업화 마스터플랜의 주요 내용 가운데 하나임.
- 선진권에서는 영국과 미국 등이 중소기업 지원에 열심인데 영국의 경우 무역산업부 내에는 80여명의 수출진흥관(EP : Export Promoters)들이 있음. 수출진흥관은 업체들을 방문하여 관련 세미나 및 무역사절단에 참여하도록 유도하는데 예를 들어 한 수출진흥관은 영국의 자동차부품업체들을 일일이 방문하여 2년마다 열리는 프랑크푸르트 박람회 참가를 권유했고, 이에 따라 200여개 업체들이 참여한 경우도 있음. 이때 해외 박람회나 세미나에 참가하는 중소기업체들에게는 경비보조가 행해짐.
- 미국의 경우는 상무부를 중심으로 한 차원 높은 서비스를 제공하고 있는데 이른바 Gold key 서비스를 통해 중소기업의 수출을 돕고 있음. 미국의 중소기업 지원 서비스는 상무부, 해외공관, 수출지원센터 등이 유기적 협조체제를 가동하는 가운데서 이루어지고 있는데 먼저 Gold key 서비스는 상무부와 해외공관의 합작품임. 주관 부서는 상무부이지만 서비스가 이뤄지는 것은 해외공관에서임. 즉 미국 상무부는 산하의 Commercial Service 라는 통상지원센터를 세계 전역의 해외공관에 입주시켜 놓고 있음.

- Commercial Service 소속 직원들은 주재국 통상정보를 꿰뚫고 있는 전문가들로서 Gold key 서비스의 핵심역할을 담당하는데. 미국 중소기업체가 해외출장시 봉착할 수 있는 각종 애로사항들이 동 서비스에 의해 해결될 수 있음.
- 예를 들어 서비스를 신청한 중소기업체는 현지에서 빠른 시간내에 믿을 만한 바이어들을 많이 만날 수 있는데 Gold key서비스의 핵심이 통상전문가의 사전 스크리닝을 거친 현지유망기업과의 면담 주선이기 때문임. 이밖에도 현지 산업 브리핑이나 출장편의 제공 등도 동 서비스에 포함되는데 업체들은 보통 1일당 500 달러 이내의 비용을 지불해야 되지만 서비스 내용에 만족하는 경우가 많음.
- 또한 중소기업이 해외출장에 나서지 못할 경우에는 상무부에서 아예 에이전트나 유통업체를 찾아 주기도 하는데 이는 Agent Distributor Service로서 중소기업체가 조사를 원하는 국가에 파견된 미국의 통상전문가가 유망한 에이전트 및 유통업체 리스트를 구해주는 것임. 동 서비스도 유료로서 조사대상 1개국당 250달러를 받음.
- 앞서 소개된 2개의 서비스는 상무부 직원의 노력이 들어가므로 유료이지만 일반적으로 서비스는 무료임. 미국내의 수출지원센터(EAC)는 처녀수출에 나서는 중소기업체에게 무료로 무역상담 서비스를 제공함. 호주의 공공부문 수출지원 기관과 역할은 다음 표와 같음.

<표 2-30> 호주의 공공부문 수출지원 기관과 역할

기관	주요 역할
Austrade	- 수출목표달성을 위한 다양한 프로그램 지원
Australian Customs Service(Australian Government)	- 수출입관리

기관	주요 역할
Department of Agriculture, Fisheries and Forestry Australia(AFFA)(Australian Government)	<ul style="list-style-type: none"> - 농업, 어업, 임업자에게 조사와 서비스에 관한 정보 제공 - 수출홈페이지에 동물과 식물 수출 현황 DB 제공
Department of Foreign Affairs and Trade(DFAT)(Australian Government)	<ul style="list-style-type: none"> - 수도의 지역사무소와 캔버라에 본부를 둔 해외 외교부서를 통해 호주 수출업자들에게 광범위한 서비스 제공 - 해외시장조사 관계회사와 기업방문객들에게 실제적 조언과 보조 - 최근의 국제무역교섭과 지역무역문제에 관한 조언과 보조 - 간행물: Country Economic Brief, Economic and Trade Review and Asialine
Department of Innovation, Industry and Regional Development(DIIRD)(Victorian Government)	<ul style="list-style-type: none"> - 중요한 시장정보를 확보하거나, 잠재 투자자를 찾아내기 위하여 도쿄, 홍콩, 런던, 프랑크푸르트에 사무소를 가지고 있음 - 그 지역에 방문한 Victorian 수출업자들을 지원 - 수출업무 지원을 위한 산업과 기업발전 프로그램 제공
Department of Transport and Regional Service(DOTRS)	<ul style="list-style-type: none"> - 도로, 철도, 공항 기반과 안전, 국제해운법규 관련 문제 관리 - 수송산업과 화물운송 또는 승객 이동 통계 관리
Export Finance & Insurance Corporation(EFIC)	<ul style="list-style-type: none"> - 호주 공식 수출신용기관 · 보험 : 수출액 미납 대비 · 채권발행 · 수출금융과 정치 리스크 보험 : 자본재와 서비스 관련 수출 지원 · 수출업 자본 보증
Export Access	<ul style="list-style-type: none"> - 중소기업을 대상으로 한 국제무역지원과 자금조성 프로그램
Business Access(Victorian Government, DIIRD의 하나의 파트)	<ul style="list-style-type: none"> - 빅토리아 지역사무소 네트워크와 시지역사무소를 통해 사업 지원 서비스의 범위 제공
Information and Referral Services	<ul style="list-style-type: none"> - 경영에 기초가 되는 현재의 정보와 포괄적인 정보 제공 - 산업지원프로그램정보 제공, 조직화와 분화된 사업의 수출을 지원

기관	주요 역할
Referral to Professional Advice	- 다양한 분야에서 중소기업을 지원해 줄 수 있는 회계사, 변호사, 컨설턴트의 데이터베이스 보유(처음 이용시 무료)
Business Channel	- 빅토리아 정부에 의해 계획된 전자정보 서비스 - 국가와 지방정부로부터 정확하고, 최신의 그리고 포괄적인 정보와 서비스를 제공 - 산업분야 통계정보는 Business Channel 로부터 얻을 수 있음
Business Licence Information Service(BLIS)	- 조업에 필요한 면허(licences), 허가(permits), 등록(registrations) 등에 관한 정보제공
Small Business Counselling Service(SBCS)	- 중소기업에 지도와 자문을 제공하는 비영리기관 (www.sbcs.org.au)
Food Victoria(Victorian Government)	- 웹사이트로 빅토리아 내 식품 생산에 관한 최신 정보 제공 (www.food.vic.gov.au)
Standards Australia	- 재화나 서비스 정보 제공(www.standards.com.au)
State Library of Victoria Express Information(Victorian Government)	- State Library of Victoria는 5분내로 비용없이 질문에 답을 해주는 신속한 응답 서비스 제공 - Express Information는 국내외 전자 자원 수집 검색 서비스 제공(요금 지불)
Supermarket to Asia Council	- 시장주도 수출문화 발달, 무역장벽 제거, 생산품 차이점 증가(차별화된 생산품), 네트워크를 통한 경쟁력 향상 등으로 인한 수출업자의 수를 증가시키고, 호주산 식품의 아시아 시장 판매 증가 모색 - 식품수출가이드 제공(www.supermarkettoasia.com.au)

자료 : 오스트레일리아 빅토리아 주정부 홈페이지 참조

- OECD 국가의 수출지원정책은 크게 “지원정책”, “정보제공정책”, “절차간소화정책”, “수출신용제공”, “소규모 수출업체를 위한 특별 (금융)상품 제공” 등 5가지로 구분됨.

<표 2-31> OECD 국가의 중소기업 수출지원 현황

구분	주요내용	운영국가/기관
지원정책 (Assisting small Exporters)	- 대부분의 중소기업 수출업자들은 수출관련서비스로 수입을 얻음	덴마크, 그리스, 룩셈부르크
	- 수출 보험 및 금융의 인식 증대	영국(ECGB)
	- 중소기업을 지원해주는 두개의 팀 . 신생수출업자팀 : 단기보험서비스 지원 . 중소기업 금융솔루션 팀 : 중장기 생산과 서비스 지원	캐나다(EDC)
	- 소규모 사업 수출신용 부문 지원	한국(EFIC)
	- 중소기업에 자문 및 컨설팅 서비스 제공	일본(JBIC)
정보제공정책 (Providing information to small exporters)	- 메일링 서비스	캐나다
	- 자문과 컨설팅 서비스 제공, 강연, 세미나, 스터디모임, 포럼 개최	일본
	- 은행들이 중소기업지원을 위해 다른 정부조직과 함께 직접판매, 출판, 세미나 등을 개최	호주(EFIC)
	- 중소기업을 위한 자문서비스(수출신용서비스를 제공하는 전화상담서비스 포함)	독일(HERMES)
	- 협회가 소규모 기업을 어떻게 도와줄 수 있는지 special presentation 제공	스웨덴(EKN) 미국(Eximbank)
절차간소화 정책 (Streamlining processes for small exporters)	- Special Small Business Accounts Receivable Insurance 정책 실행	캐나다
	- 보험 가입이 더 자동화된 방법으로 처리되고, 가격결정이 더 단순화되고 더 표준화됨	호주
	- 소규모 수출업자들을 지원하기 위한 웹페이지 제공	영국
	- 신용보험시장의 새로운 수출업자와 중소기업자, 동양의 수출업자들을 위한 웹사이트 제공	덴마크
	- 보험보상 청구의 온라인화	프랑스
수출신용제공 (Providing export credits to small exporters)	- 단기 지불기간에 대한 EU내의 거래나 OECD 국가와의 거래의 수출 수출신용 제공	EU
	- 중장기 지불기간에 대한 중소기업 수출신용 제공	
	- US Eximbank 는 예산의 10%를 중소기업 수출신용지원에 투입	US(Eximbank)
	- 연차계획을 통해 지원	Korea(K-EXIM)
소규모수출업체를 위한 특별(금융)상품 제공 (Designing special products for small exporters)	단기상품	호주, 벨기에, 캐나다, 덴마크, 독일, 헝가리, 한국, 멕시코, 폴란드, 스페인, 스웨덴, 터키, 영국, 미국
	중장기상품	호주, 캐나다, 덴마크, 독일, 네덜란드, 영국
	기타상품	호주, 오스트리아, 캐나다, 핀란드, 헝가리, 네덜란드, 영국, 미국

자료 : OECD(2003) 참조

제3절 지자체 수출지원사례

가. 경기도의 수출지원사례

- 경기도는 중소기업의 취약부분인 해외시장 개척사업을 지원하기 위하여 다양한 측면의 지원사업을 실시하고 있는데, 이는 크게 해외마케팅 지원사업과 무역기반 조성사업으로 나눌 수 있음.
 - 해외마케팅 지원사업은 기술력은 견비하고 있으나 해외마케팅 부분에 취약한 구조를 가지고 있는 중소기업을 대상으로 해외시장 접근기회를 최대한 확대함과 동시에 해외시장의 흐름을 파악하는 등 중소기업의 해외시장 개척 확대 및 국제경쟁력 향상을 도모하는 사업으로 볼 수 있음.
 - 무역기반조성사업은 중소기업이 해외시장 접근기회를 확대하는데 있어 소프트웨어적인 측면의 역량을 강화하는 사업으로 볼 수 있음.

1) 해외 마케팅 지원사업

(1) 국제전시회 개별참가지원

- 국제전시회 개별참가지원은 개별기업이 유명국제전시회에 참가하는데 있어 필요한 경비의 일부를 지원하는 사업임
 - 국제전시회는 개별기업이 기업의 취향에 맞는 국제전시회를 선정하고, 경기도가 부스임차료 및 장비를 지원.
 - 지원대상은 도내에 제조시설 또는 주된 사무소를 둔 중소기업체로서 전년도 기준 수출액이 500만 달러 이하인 업체임.

(2) 해외규격인증획득지원 사업

- 해외규격인증 획득 지원 사업은 수출기업이 국제적인 규격인증을 획득함으로써 현지시장 혹은 국제시장에서의 신뢰도를 높이고 현지 시장접근의 기회 확대를 도모하는 사업임.
 - 해외지명도가 약한 중소기업의 경우 해외규격 획득은 자사제품의 해외 신로도 향상측면에서 중요한 모멘트로 작용.

- 그러나 수입국마다 요구하는 규격인증이 상이하고, 종종 요구하는 규격이 변화하는 등 해외시장정보에 약한 중소기업은 해외규격인증에 많은 어려움을 겪고 있음.
- 특히 일부 중소기업의 경우 해외규격인증 획득에 필요한 경비부족으로 해외규격인증 자체를 포기함으로써 수출단가 등에 있어 제값을 받지 못하고 수출하는 경우도 발생함.
- 해외규격인증획득사업은 해외규격인증획득이 필요한 기업에 대하여 해당 국가의 규격인증에 필요한 정보와 비용의 일부를 지원.

(3) 해외시장조사비 지원사업

- 해외시장조사비 지원사업은 기술 및 제품의 경쟁력은 구비하고 있으나 재정환경이 열악한 중소기업을 대상으로 해외의 시장 및 바이어의 정보를 제공하는 사업임.
- 중소기업이 새로운 해외시장을 개척하고자 하는 타겟 시장에 대한 현지의 시장수요, 수출입, 경쟁현황, 가격, 생산동향 및 유통구조 등 현지의 시장 및 바이어 등에 대한 정보를 수집 및 분석하여 제공하는 사업임.

(4) 해외 PR활동 지원 사업

- 해외 PR지원사업은 신뢰도가 낮은 중소기업 제품의 국제적인 인지도를 강화하는 것을 목표로 하는 사업임.
- 영어, 일어, 중국어 등 외국어 카탈로그제작 및 카탈로그 제작기법 지원 등 중소기업 해외 PR활동의 역량 강화
- 해외광고비의 일부지원 등 중소기업 제품의 해외광고 지원

(5) 해외마케팅사업

- 경기도의 주요업종을 중심으로 중소기업의 해외시장 개척은 물론 동종 해외산업의 관련 동향 등을 파악함으로써 중소기업의 국제경쟁력 향상을 도모하는 사업임.
- 중소기업의 새로운 시장 개척 및 판매촉진을 위한 기획의 장 마련

- 기업의 인지도 제고 및 동종 경쟁제품, 관련 산업의 동향, 시장특성, 틈새 시장 조사 등 경쟁기업과 소비자에 대한 정보수집
 - 기업은 바이어와의 상담에 집중할 수 있도록 관련 비용의 일부 및 마케팅 활동에 수반되는 행정적 활동 등 지원
 - BRICs(브라질, 러시아, 인도, 중국) 및 동남아시아 등 신규수요가 점증하는 지역 및 품목을 발굴하는 등 중소기업의 해외시장 개척 지원
- 해외마케팅 지원 사업은 해외전시회 경기도관 파견, 통상촉진단 파견 등 형식으로 진행됨.
 - 경기도관 파견사업은 해외 유명전시회를 중심으로 경기도관을 운영하여 경기도 중소기업의 해외유명 전시회의 참여기회를 확대하는 사업임.
 - 통상촉진단 파견은 중국, 러시아, 동남아 등 신규시장으로 부상하고 있는 지역을 중심으로 경기도 중소기업의 진출 가능성이 높은 지역을 선정하고 현지 시장개척을 도모하는 사업임.
 - 이밖에 경기도는 경기도 주소기업의 해외시장 개척을 지원하기위하여 경기 우수상품전시회, 세계바이어초청 수출상담회, 수출보험료 지원 등의 사업을 추진하고 있음.

2) 무역기반 조성사업

- 무역기반 조성사업은 중소기업의 해외시장 개척 사업과 달리 중소기업의 국제무역 역량을 지원하기 위한 사업으로 무역 전문인력 양성교육, 전자무역 프론티어기업 육성 등 사업을 실시하고 있음.
 - 무역 전문인력 양성사업은 국제교육과 관련된 실무를 외부전문위탁 기관에 위탁하여 교육하는 사업으로 경기도 중소기업의 국제교역 인력을 양성하는 사업임
 - 전자무역 프론티어기업 육성 사업은 중소기업이 인터넷을 활용한 수출마케팅에 익숙해져 스스로 전자무역을 수행할 수 있도록 외부기관에 위탁하여 교육하는 사업임

3) 경기도의 지원현황 및 효과

(1) 경기도의 해외마케팅 지원사업 현황

- 경기도가 조사한 결과에 따르면 경기도 중소기업이 해외마케팅 사업을 추진하는데 있어 가장 큰 애로사항은 경비과다 소요이며, 그 다음은 바이어의 정보 부족, 현지시장에 대한 정보부족 등 순으로 나타남.
- 해외마케팅 사업을 추진하는데 있어 가장 큰 애로사항은 경비과다 소요가 38%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음은 바이어의 정보부족 24%, 현지 시장정보 부족 21% 등 순으로 나타남

<표 2-32> 경기도 중소기업의 해외마케팅 사업 관련 애로사항

애로사항	비중(%)
경비과다 소요	38
바이어의 정보부족	24
현지 시장정보 부족	21
전문인력 부족	14
기타	3
합계	100

자료 : 경기개발연구원, 2005, 경기도 해외마케팅 사업에 대한 효과분석

- 경기도는 중소기업의 해외수출 관련 애로사항 해결 및 수출지원을 위하여 통상촉진단 파견, 해외무역전시회 경기도관 참가지원, 해외전시회개별참가지원 등 사업을 추진하고 있음. 경기도가 추진한 최근 3년간 주요 해외마케팅 사업의 추진현황은 다음과 같음.
- 최근 3년간 경기도가 추진하고 있는 해외마케팅 사업에 참여한 경기도 중소기업은 1,659개 업체에 달함.
- 이 가운데 통상촉진단 사업에 가장 많은 기업이 참여한 반면 해외무역전시회 경기도관 참가 사업에 가장 적은 기업이 참여한 것으로 나타남.
- 해외전시회 개별참가 지원사업은 최근 급격한 증가세를 나타냄.

<표 2-33> 경기도 해외마케팅 사업의 경기도 중소기업 참여 현황

	경기도 해외마케팅 지원사업	통상촉진단 과건 사업	해외무역전시회 경기도관 참가	해외전시회 개별 참가
2002	319	137	182	0
2003	772	313	154	305
2004	568	261	115	192
합계	1,659	711	451	497

자료 : 경기개발연구원, 2005, 경기도 해외마케팅 사업에 대한 효과분석

(2) 경기도 해외마케팅 지원사업의 효과

- 경기도 해외마케팅 지원 사업에 참여한 중소기업의 대부분은 수출비중이 높은 것으로 나타남. 특히 300인 미만 규모의 수출비중이 300인 이상 규모의 기업보다 높음
 - 경기도 해외마케팅 사업에 참여한 기업 가운데 수출 비중이 50% 이상에 달한 기업이 44.4%에 달하며, 수출 비중이 10% 미만인 기업은 15.2%에 불과한 것으로 나타남.
 - 기업의 규모별로는 300인 이상 규모 기업의 수출 비중은 27.9%에 불과한 반면, 50~300인 규모 기업의 수출 비중은 45.2%, 50인 이하는 44.2%로 규모가 작은 기업의 수출비중이 높게 나타남.
 - 특히 사례조사 과정 중 상당수 중소기업은 경기도를 포함한 행정기관, 무역협회, KOTRA 등 공공기관의 해외마케팅 사업에 참여하여 수출기회를 확보하였으며, 현재 확보하고 있는 바이어 또는 동 사업을 통하여 연결된 것으로 나타남. 이는 중소기업의 해외시장개척에 있어 공공기관이 아주 중요한 역할을 담당하고 있다고 볼 수 있음.

<표 2-34> 경기도 해외마케팅 사업 참여 기업의 매출액 대비 수출비중

매출액 대비 수출비중	빈도수(개)	비중(%)
10% 미만	76	15.2
10-30% 미만	130	26.0
30-50% 미만	72	14.4
50% 미만	222	44.4
합계	500	100.0

자료 : 경기개발연구원, 2005, 경기도 해외마케팅 사업에 대한 효과분석

- 경기도가 시행하고 있는 해외마케팅 사업에 참여한 경기도 중소기업의 지역별 수출현황을 살펴보면 아시아지역에 대한 수출비중이 가장 높고, 그 다음은 유럽, 북미 순으로 나타났으며, 국별로는 미국에 대한 수출 비중이 가장 높게 나타남.
- 경기도 중소기업의 매출액 기준 수출 비중이 가장 높은 지역은 아시아로 52.7%에 달하고 있으며, 유럽은 22.2%, 북미는 18.0%의 순으로 나타남.
- 국가별로 미국에 대한 수출 비중이 14.9%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음은 중국 12.4%, 일본 11.9%의 순으로 나타남.

<표 2-35> 경기도 해외마케팅 사업에 참여한 기업의 지역별 수출 비중

지역	비중(%)
아시아	52.7
유럽	22.2
북미	18.0
기타	7.1
합계	100.0

자료 : 경기개발연구원, 2005, 경기도 해외마케팅 사업에 대한 효과분석

<표 2-36> 경기도 해외마케팅 사업에 참여한 기업의 국가별 수출 비중

지역	비중(%)
미국	14.9
중국	12.4
일본	11.9
기타	60.8
합계	100.0

자료 : 경기개발연구원, 2005, 경기도 해외마케팅 사업에 대한 효과분석

- 경기도 내부 자료에 따르면 경기도 중소기업의 52.5%가 경기도의 해외마케팅 사업을 통하여 해외의 시장조사 및 바이어에 대한 정보를 획득하고 있는 것으로 나타남.
- 경기도 중소기업의 해외시장조사 및 바이어 획득 경로는 해외전시회 참여 52.5%, KOTRA 20.4%, 무역협회 6.7%, 기타 20.4%로 조사됨.

- 경기도에서 시행하고 있는 중소기업에 대한 다양한 측면의 수출지원 정책의 결과 경기도 중소기업의 해외마케팅 능력은 크게 개선된 것으로 나타남.
- 경기도 중소기업의 수출형태는 과거 무역상을 통하여 수출하던 관행에서 벗어나 직접수출이 67%에 달한 것으로 나타남.

<표 2-37> 경기도 중소기업의 수출 형태

수출형태	비중(%)
직접수출	67
국내 대리상 활용	12
현지 대리상 활용	11
현지 지사 활용	8
기타	2
합계	100

자료 : 경기개발연구원, 2005, 경기도 해외마케팅 사업에 대한 효과분석

나. 부산광역시 주요 수출지원정책 사례

- 부산광역시는 지역 중소기업체의 해외시장 진출을 위하여 해외시장 개척 지원, 국제박람회 참가, 해외홍보 및 정보교류 등을 통해 중소기업제품의 수출을 적극 지원하고 있음.

1) 해외무역투자사무소 운영

- 부산광역시는 3개 지역에 해외무역투자사무소를 설치·운영하고 있는데 해외무역투자사무소의 기능은 ① 상품 홍보물 전시 및 소개(샘플, 카다로그, 기타 홍보물 전시), ② 관련제품 현지 시장조사, 전시회 참가 안내 및 지원, ③ 기업 현지 출장시 바이어 상담, 호텔예약 및 차량지원 등 편의제공, ④ 수출거래 바이어 조사(주요 바이어 리스트 및 연락처 등) 등임. 기본업무 수행(해외시장조사, 해외홍보, 마케팅 활동, 현지출장사무소 활용 등)을 위한 이용료는 일체 부산광역시에서 지원(단, 샘플운송비는 업체 부담)하고 있음.

<표 2-38> 부산광역시 해외무역투자사무소 설치지역 및 연락처

지역	주소	연락처	용도	개소일
미국 (마이애미)	Busan Trade Office Miami 8319 NW 12th St Miami, Florida U.S.A 33126	☎ 1-305-639-3005, 2847 FAX 1-305-639-2776 E-Mail:lsyhuman@metro.busan.kr 홈페이지: busantradeoffice.com 李 善烈(Lee, Sun-Yol) 所長	무역사무소 및 간이전시장	'96.4.18 개소
일본 (오사카)	日本國 大阪市 住之江區南港 北 2-1-10 ATC빌딩 ITM棟 4階P-1-2 駐日本釜山貿易投資事務所 (우)559-0034	☎ 81-6-6615-5701 FAX 81-6-6615-5702 E-Mail: pusan@syd.odn.ne.jp 홈페이지: www.busan-jp.or.kr/index.jsp 姜병훈(姜炳勳) 所長	무역사무소 및 간이전시장	'01.1.30 개소
중국 (상해)	中國 上海市 黃浦區 廣東路 500號 世界貿易大廈 7樓 701-A 上海釜山貿易代表處	☎ 86-21-6360-0775,6658 FAX 86-21-6360-6659 E-Mail:shanghai@metro.busan.kr 홈페이지: www.51etrade.com 정상식(鄭相植) 所長	무역사무소 및 간이전시장	'97.7.8 개소

자료 : 부산발전연구원, 2006, 부산지역 수출제조기업의 경쟁력 제고방안 연구

2) 해외시장개척단 파견

- 부산광역시는 중소기업체와 무역관계자가 해외 주요 무역 거점도시를 순회하며, 현지 바이어들과의 집중적인 수출 상담을 할 수 있도록 부산기업 해외시장개척을 지원하고 있음. 추진방법은 매년 말 익년도 사업계획 수립시 중소기업종합지원센터, KOTRA, 무역협회와 협의하고, 업체의 의견을 수렴하여 시장개척단 파견지역을 결정하며, 파견 2~3개월전 구·군, 중소기업종합지원센터, 무역협회, KOTRA 등 지역경제 단체를 통해 참가 희망 업체를 모집하게 되는데 참가업체 지원 사항은 상담장 임차비, 해외 홍보비, 통역비, 차량임차료 등을 지원하고 참가기업들의 상품을 취급하는 현지바이어들과 사전접촉, 파견단 현지 도착시 상담할 수 있도록 사전 조치하여 편의를 돕고 있음.

<표 2-39> 2005년도 부산광역시 해외시장개척단 파견계획

사 업 명	시 기	파견 기업	품 목	추진기관
유럽 조선기자재 시장개척단 (아테네,코펜하겐,마드리드)	1.25-2.5	10	조선기자재	KOTRA부산무역관
동남아(베트남.태국)IT교류회	3.6-3.12	15	IT	(재)부산정보산업진흥원
중국조선소 시장개척단 (청도,대련)	3.28-4.2	12	조선기자재	한국무역협회 부산지부
오사카, 기타큐슈시 경제교류상담회	4.21-4.27	15	종 합	부산중소기업종합지원센터
동남아 정보통신 시장개척단 (마닐라,양곤,자카르타)	4.25-5.4	10	정보통신	KOTRA 부산무역관
중남미 신발시장개척단	4월	10	신발, 피혁	KOTRA 부산무역관
중국(북경.상해)IT교류회	5월	11	IT	(재)부산정보산업진흥원
북미지역 자동차부품 시장개척단	6월	10	자동차부품	부산자동차부품조합 (KOTRA부산무역관)
유럽 신발시장개척단	6월	10	신발, 피혁	KOTRA부산무역관
동유럽 종합품목 시장개척단 (비엔나,소피아,베오그라드)	6월	10	종 합	KOTRA부산무역관
일본(오사카)IT교류회	6월	11	IT	(재)부산정보산업진흥원
일본(나가사키)IT교류회	6월	11	IT	(재)부산정보산업진흥원
한일해협 경제교류상담회 (야마구찌현)	7월	15	종 합	부산중소기업종합지원센터
한.동남아 테크노마트 개최	7월	30	종 합	(재)부산테크노파크
아프리카 자동차부품 시장개척단	10월	10	자동차부품	부산자동차부품조합 (KOTRA부산무역관)
일본(동경)IT교류회	10월	11	IT	(재)부산정보산업진흥원
한.중 테크노마트 개최	10월	30	종 합	(재)부산테크노파크
일본조선소 시장개척단(오사카,히로시마)	11월	12	조선기자재	한국무역협회 부산지부
동남아 시장개척단 (호치민, 방콕)	11월	10	종 합	부산중소기업종합지원센터
서남아 신발시장개척단	11월	10	신발, 피혁	KOTRA부산무역관
중국시장개척단 (칭따오,청두,샤먼)	11월	10	종 합	KOTRA부산무역관
중국(판진)IT교류회	11월	11	IT	(재)부산정보산업진흥원

자료 : 부산발전연구원, 2006, 부산지역 수출제조기업의 경쟁력 제고방안 연구

3) 국제 전시회·박람회 참가 지원

- 부산광역시는 중소기업이 세계 무역박람회에 참가하여 자사 제품 전시를 통하여 현지 홍보와 동시에 방문 바이어와 수출상담을 할 수 있도록 지원하고 있음. 추진방법은 역시 매년 말 익년도 사업계획 수립시 KOTRA, 무역협회, 중소기업종합지원센터와 협의하고, 업체의 의견을 수렴하여 전시회 및 박람회 참가지역을 결정하여 전시회 개최 2~3개월전부터 전시회별 추진기관에서 신청을 받음. 참가업체 지원 사항은 기본부스(1부스) 임차료의 100%(업체당 500만원 이내)를 원하고 개별전시회 참가시에는 기본부스(1부스) 임차료의 100%(업체당 400만원 한도)를 지원함.

<표 2-40> 2005년도 부산광역시 국제 전시회·박람회 참가 계획

사 업 명	시 기	파견 기업	품 목	추진기관
해외박람회 개별기업 참가지원	1월 중	16	종 합	중소기업종합지원센터
올랜드 운동용품 박람회	1.17-1.19	5	신발, 피혁	KOTRA부산무역관
GDS (독일)	3.17-3.20	10	신발, 피혁	부산신발진흥센터
시카고 가정용품 박람회	3.20-3.22	6	가정용품	KOTRA부산무역관
Preview in shanghai 2005	3.23-3.25	15	신발, 피혁 (원부자재)	KOTRA부산무역관
디트로이트 자동차부품 박람회	4.11-4.14	10	자동차부품	KOTRA부산무역관 부산자동차부품조합
상해자동차 공업 박람회	4.22-4.28	10	자동차/기계	KOTRA부산무역관 부산자동차부품조합
베트남 산업기계박람회	5.17-5.20	10	기 계	부산상공회의소
팡조우 신발피혁 박람회	5.31-6.3	6	신발, 피혁 (원부자재)	KOTRA부산무역관
해외박람회 개별기업 참가지원	1월 중	16	종 합	중소기업종합지원센터
올랜드 운동용품 박람회	1.17-1.19	5	신발, 피혁	KOTRA부산무역관
GDS (독일)	3.17-3.20	10	신발, 피혁	부산신발진흥센터
시카고 가정용품 박람회	3.20-3.22	6	가정용품	KOTRA부산무역관
Preview in shanghai 2005	3.23-3.25	15	신발,피혁 (원부자재)	KOTRA부산무역관
디트로이트 자동차부품 박람회	4.11-4.14	10	자동차 부품	KOTRA부산무역관 부산자동차부품조합
상해자동차 공업 박람회	4.22-4.28	10	자동차/기계	KOTRA부산무역관 부산자동차부품조합

사 업 명	시 기	파견 기업	품 목	추진기관
베트남 산업기계박람회	5.17-5.20	10	기 계	부산상공회의소
팡조우 신발피혁 박람회	5.31-6.3	6	신발,피혁 (원부자재)	KOTRA부산무역관
후쿠오카 국제 선물용품 박람회	6.8-6.10	6	선물용품	중소기업종합지원센터
Fashion first(브뤼셀)	6.20-6.22	6	신발, 피혁	KOTRA부산무역관
Vietnam2005(베트남)	6.28-6.30	10	신발, 피혁	부산신발진흥센터
쿠알라룸푸르 기계 박람회	7.20-7.23	6	기 계	KOTRA부산무역관
European outdoor trade fair2005(독일)	7.21-7.24	8	신발, 피혁	KOTRA부산무역관
The WSA Show(미국)	8.04-8.07	10	신발, 피혁	부산신발진흥센터
프랑크푸르트 소비재 박람회	8.27-8.31	6	각종소비재	KOTRA부산무역관
일본첨단기술전(CEATEC 2005)	10.4-10.8	6	전자부품 디지털	KOTRA부산무역관
인도 조선기자재 전시회	10.5-10.8	10	조선기자재	무역협회 부산지부
파리 자동차 부품 박람회	10.13-10.18	10	자동차부품	KOTRA부산무역관 부산자동차부품조합
ISF(일본)	10.18-10.20	10	신발, 피혁	부산신발진흥센터
라스베가스 자동차 부품박람회	11.1-11.4	10	자동차부품	KOTRA부산무역관 부산자동차부품조합
중국상해 조선 전시회	12.6-12.9	10	조선기자재	한국무역협회부산지부
국제전시회 참가지원(개별업체 지원)	년중	18	IT	(재)부산정보산업진흥원

자료 : 부산발전연구원, 2006, 부산지역 수출제조기업의 경쟁력 제고방안 연구

4) 해외바이어초청 무역상담회 개최

- 부산광역시는 해외유력 바이어를 초청하여 지역중소기업에게 수출상담 기회를 제공함으로써 수출산업화 및 유망 신 시장 개척의 활로를 모색하기 위해 해외바이어초청 무역상담회 개최를 지원하고 있는데 상담회 개최 3~4개월 전에 구·군, 중소기업종합지원센터, 무역협회, KOTRA 등 관련 기관·단체를 통해 희망업체를 모집하고 바이어 구매품목과 일치하는 업체를 선정하여 해외바이어 유치, 상담장 준비, 통역지원 등 상담주선 등의 지원을 하고 있음.

<표 2-41> 2005년도 부산광역시 해외바이어초청 무역상담회 개최 계획

사 업 명	시기	과건 기업	품 목	추진기관
상반기 미주지역바이어 초청상담회	6월	20	종 합	부산중소기업종합지원센터
상반기 일본지역바이어 초청상담회	6월	20	종 합	부산중소기업종합지원센터
일본 후쿠오카지역바이어 초청상담회	9월	16	종 합	부산중소기업종합지원센터
중국바이어 초청상담회	9월	20	종 합	부산중소기업종합지원센터
해외바이어 초청 기업상담회	9월	30	IT	(재)부산정보산업진흥원
하반기 미주지역 바이어 초청상담회	10월	23	종 합	부산중소기업종합지원센터
중국조선기자재 바이어 초청상담회	10월	22	조선기자재	한국 무역협회 부산지부
하반기 일본무역사무소 초청상담회	10월	21	종 합	부산중소기업종합지원센터
일본 기타큐슈지역바이어 초청당삼회	11월	17	종 합	부산중소기업종합지원센터
해외바이어초청 기업상담회	11월	30	IT	(재)부산정보산업진흥원
해외유력바이어 초청상담회	수시	22	종 합	KOTRA 부산무역관

자료 : 부산발전연구원, 2006, 부산지역 수출제조기업의 경쟁력 제고방안 연구

5) KOTRA 해외지사화 사업

- 해외지사설립이 어려운 중소기업들이 KOTRA 해외무역관을 지사로 활용할 수 있도록 업체별로 수출유망지역 무역관을 현지지사로 선정, 현지 무역관에서 집중적인 수출마케팅 활동을 지원하기 위한 사업으로 이 사업은 부산광역시의 해외무역사무소가 없는 지역에 KOTRA 해외무역관을 지사로 지역 기업들이 활용토록 지원함으로써 독자진출이 어려운 유럽, 서.남아시아, 중남미지역 등의 시장개척을 돕기 위한 사업임. 지원절차는 ① 희망업체신청(인터넷) → ② KOTRA해외무역관 시장성검토.선정 → ③ 협약서체결 및 참가비 납부 → ④ 지사화사업 시행 → ⑤ 지원으로 이루어짐.
- 2005년도 지원대상업체는 부산지역 중소기업체 40개사이며 지원예산은 4천만원(시 50%, 해당기업 50%)이며 매년 1월에 지원계획을 수립하여 참가기업을 모집하고 있음.

6) 수출기업‘KOTIS’무역정보 제공

- 부산광역시는 한국무역협회가 유료로 제공하고 있는 KOTIS의 무역정보를 부산광역시 홈페이지의 무역정보란과 링크 시켜 부산의 무역통계 등을 중소기업(부산지역 무역업체 8,000개사)에서 무료로 열람할 수 있도록 지원하고 있음.

<표 2-42> KOTIS 무역정보 제공 내용

제공서비스	제공내용
해외바이어, 시장정보	거래알선, 해외바이어정보, 국가정보, 품목별 해외시장 정보
수출입 절차지원	영문서한, 무역서식, 무역용어
국내·외 전시정보	전시장 및 전시회 검색, 국고지원 해외전시회 등
국내·외 산업뉴스	무역산업뉴스, 외환시황
부산무역업체 정보	상품, 국가별 무역업체 검색 등
부산 무역통계	부산지역 수출·입에 대한 세부적인 통계

자료 : 부산발전연구원, 2006, 부산지역 수출제조기업의 경쟁력 제고방안 연구

7) 중소기업 통·번역 지원

부산광역시는 중소기업의 해외마케팅 활동시 심각한 장애요인인 언어(의사소통)문제를 해결하기 위해 아래의 표와 같이 통·번역 지원사업을 지원하고 있음.

<표 2-43> 2005년도 부산광역시 중소기업 통·번역 지원 내용

구분	내용
사업주최	부산광역시/중소기업종합지원센터
사업기간	2005. 2~ 2005.12.31
지원예산	25백만원
지원대상	연 매출 40억원 이하인 부산소재 제조시설 업체 - 번 역 : 제품매뉴얼, 수출입계약서, 카탈로그 등 무역서류 - 통 역 : 해외 바이어의 상담, 전시회 참가 등 - 시장개척 활동 후 Follow-Up지원 사업과 병행 추진
지원규모	통·번역 효율표에 의거, 60만원 한도 - 30만원 이하 100%지원, 30만원이상 : 50~75%

자료 : 부산발전연구원, 2006, 부산지역 수출제조기업의 경쟁력 제고방안 연구

8) 인터넷 해외마케팅 지원

- 해외마케팅 능력과 재원 부족 등으로 해외시장 개척이 어려운 지역 중소기업에게 인터넷 마케팅을 통하여 해외바이어 발굴 및 수출거래 성사 등을 지원하기위해 부산광역시는 인터넷 해외마케팅 지원사업을 추진하고 있음.

<표 2-44> 2005년도 부산광역시 인터넷 해외마케팅 지원 내용

구분	내용
지원대상	부산지역 우수 중소기업체(50개사)
지원금액	업체당 100만원(업체 자부담 50만원)
지원내용	· 바이어요구 중심의 스토어프론트(전자 카탈로그) 제작 · 전세계 주요 마켓 플레이스(Market Place)에서 대규모 빅 바이어발굴 및 인터넷 마케팅 실시 - 무역전문가 상담 및 컨설팅 지원 · 바이어와 온라인 거래협상 및 구매계약 체결지원
모집기간	2005. 1월 중순 ~ 2월(신청 : 무역협회 부산지부)

자료 : 부산발전연구원, 2006, 부산지역 수출제조기업의 경쟁력 제고방안 연구

9) 해외통상자문위원 제도 운영

- 부산광역시의 자매도시, 수출거점도시, 해외무역사무소가 있는 나라들의 주요도시에 거주하면서 무역에 경험이 있는 인사들을 해외통상 자문위원으로 위촉하여 부산 제조업체의 해외시장 개척을 지원토록 하는 해외통상자문위원제도가 운영 중에 있음. 해외통상자문위원이 하는 역할은 ① 거주지역 무역 및 시장 정보 자료수집 모니터, ② 부산기업(제조업체) 상품 홍보, 바이어 상담 및 거래 알선, ③ 기업과 바이어간 수출계약 지원 및 구매사절단 구성, ④ 무역박람회, 시장개척단, 전시회 참가시 부산기업 지원 등임.

10) 수출업체 임직원 통상실무 교육

- 수출역량이 취약한 중소기업 수출업체 임직원들의 무역실무 능력을 배양하기 위해 부산광역시와 한국무역협회 부산지부가 공동부담하여 무료로 수출업체 임직원을 대상으로 통상실무 교육을 실시하고 있는데 매년 상반기, 하반기 각 1회씩 교육을 실시하고 있으며 주로 무역실무개요, 대외무역법,

신용장 및 선적서류, 국제통상실무, 해외투자, 수출입통관, 무역계약 및 인코텀즈, 특정거래 수출입방식, 상사중재, 관세환급, 수출보험 등을 교육하고 있음.

11) 부산광역시 서울사무소 운영

- 부산광역시는 시 현안사업의 원활한 추진을 위한 중앙과의 사무연락 조정, 부산중소기업의 경영활동 촉진을 위한 대외지원 강화, 내·외국기업의 부산지역으로의 유치활동 지원, 부산지역 중소기업의 대외진출 마케팅 창구 대행을 위해 서울사무소를 운영하고 있는데 사업의 개요는 아래의 표와 같음.

<표 2-45> 부산광역시 서울사무소 운영 개요

구분	내 용
근무인원	전체 8명(중소기업지원 전담인원 2명)
사무실위치	지방행정공제회관 8층(용산구 한강로 소재)
주요업무	<ul style="list-style-type: none"> · 서울소재 국내·외 기관·단체를 통한 잠재투자자 발굴(외국대사관, 상공회의소, KOTRA, 무역협회 등) · 각종 국제 전시·박람회, 세미나 참가 및 시장정보수집 전파 · 부산중소기업의 서울지사 역할서비스(예: 외국바이어 공항영접, 피켓서비스, 의전안내 등)

자료 : 부산발전연구원, 2006, 부산지역 수출제조기업의 경쟁력 제고방안 연구

제4절 제주특별자치도 수출업 현황 및 지원정책

- 2005년 2월 제주도에 수출전담 부서가 도입된 이후 지역특산품의 신규수출이 늘어나는 등 수출실적이 전년대비 19% 증가하는 성과를 거두고 있는 것으로 나타났음.
- 제주특별자치도에 따르면 재정경제부에 수출판매 지원부서를 도입하고 신규 시장개척에 역점을 두어 수출시장 다변화와 품목의 다양화, 틈새시장 개척 등 시장별 특성에 맞는 차별화된 마케팅을 펼쳤고 그 결과 올해상반기 중 18.8% 나 증가하는 우수한 실적을 거둔 것으로 나타났음.
- 특히 해외시장 개척단 파견, 국제박람회 참가, 바이어 초청 수출상담회, 해외시장 조사 등 다양한 프로그램 개발과 KOTRA제주사무소 개소, 농수산물유통공사와의 업무협약 등 유관기관과의 협력사업 추진이 지역특산품 수출활성화에 기여한 것으로 조사됐음.
- 그동안 가장 두드러진 수출성과는 올해 상반기 중 새로운 품목이 시장에 진출해 계약 또는 현재까지 선적한 품목으로 “한백당”의 복분자주(일본 50만달러, 인도네시아 3만5000달러)를 비롯해 “제주바이오에너지”의 마그마 제품(미국 18만달러) 등을 꼽을 수 있음. 이밖에 “제주사랑”의 화산석 송이팩(일본 15만달러), 서귀포“칠보공예연구회”의 칠보공예품(미국 5000달러, 일본 3000달러), “몽생이”의 갈옷제품(미국 10만달러), “제우축산연구소”의 바이오골드(베트남 3만4000달러), “농협”의 파프리카, 단감 등 신선농산물(팜 9만3000달러) 등이 수출됐음.

가. 제주지역 수출업의 특징

- 1) 지역경제에서의 낮은 비중
- 2001년 제주도 지역총생산(GRDP)은 48,525억원(잠정)으로 국내총생산(GDP-

잠정 : 5,344,399억원)의 0.9%를 차지하고 있으며, 1인당 제주도 지역총생산은 전국평균(11,288.7천원)의 81.4%에 해당하는 9,193.8천원임.

- 제주지역 수출액은 우리나라 총 수출액의 0.09%(잠정)를 차지할 뿐만 아니라, 전국의 경제규모 비중(0.9%)에 비해서도 여전히 과소하며, 지역총생산(GDRP)에서 수출(1,937억원)이 차지하는 비중도 4.0%(잠정)로서 매우 낮아 수출 규모의 영세성을 보이고 있음.

2) 농수축산물의 대일 편중 수출구조

- 농수축산물 대부분 신선 과채류와 활선어 등으로 신선도 유지를 위해 지리적으로 인접한 일본시장을 집중공략해야 함으로써 대일 수출이 주류를 이룸.
- 감귤·돈육·공산품 등의 수출을 제외하면 대부분이 일본에 편중.
(전체수출액 148,990천불의 90.6%인 134,984천불이 일본지역에 수출)
 - 감귤수출 : 일본, 캐나다, 미국, 인도네시아, 러시아, 홍콩 등
 - 돈육수출 : 홍콩, 필리핀 등
 - 공산품수출 : 일본, 홍콩, 중국, 싱가포르, 필리핀 등

<표 2-46> 연차별 제주도산 농수축산물의 대일본수출비중

(단위 : %)

연도'	97	'98	'99	2000	2001	2002
비중	93.0	90.8	88.2	75.3	89.4	90.6

자료 : 제주도, 2003, 2003수출종합계획

3) 소량·다품목 수출패턴

- 감귤·양배추·소라·돈육·판지 등 일부 품목을 제외하고는 소량·다품목이 수출되고 있어 생산단가를 낮추거나 물류비용을 절감하기 어려움.

<표 2-47> 98~2002년 제주도 분야별 수출

(단위 : M/T, 천\$)

구 분	합 계	농산물	수산물	축산물	임산물	공산품	
'98년	물량	14,818.0	8,136.0	5,235.0	1,428.0	19.0	-
	금액	92,112.0	10,340.0	26,922.0	6,017.0	318.0	48,515.0
	비율	100.0	11.2	29.2	6.5	0.4	52.7
'99년	물량	15,119.4	8,956.0	4,348.3	1,803.0	12.1	-
	금액	117,064.1	12,986.0	33,122.6	7,404.3	269.7	63,281.5
	비율	100.0	11.1	28.3	6.3	0.2	54.1
'00년	물량	25,825.0	10,091.4	6,503.9	1,229.1	17.7	7,892.9
	금액	147,879.7	15,917.9	52,287.9	3,009.5	123.5	76,540.9
	비율	100.0	10.8	35.3	2.0	0.1	51.8
'01년	물량	39,906.0	24,681.5	7,206.4	2,503.0	15.2	5,499.9
	금액	166,619.4	22,110.2	59,883.9	2,913.0	101.0	81,611.3
	비율	100.0	13.3	35.9	1.8	0.1	48.9
'02년	물량	34,130.3	20,444.4	7,318.1	2,699.9	33.4	3,634.5
	금액	148,990.9	15,932.5	49,205.2	2,820.0	548.0	80,485.2
	비율	100.0	10.7	33.0	1.9	0.4	54.0

자료 : 제주도, 2003, 2003수출종합계획

4) 농수축산물은 신선품 위주의 수출

- 농수축산물 대부분 신선청과·채소류, 냉동육, 활선어 등 신선품 형태로 수출되고 있어 운송과 저장이 취약하고 부가가치를 높이는데 한계가 있음.

5) 내국 수출 공산품의 비중 증대

- 컴퓨터·에어컨·복사기부품 및 금형·선박용 엔진 및 압축기관 등 기계류와, 중고차·건설 중장비 등 재활용제품, 삼다수, 제주석, 의료용품 등을 제외한 기타 공산품의 해외수출은 미미하여 외국인 관광객에 의한 면세·관광토산품 판매에 의존하고 있음.

※ 2002년도 공산품 수출액(80,485.2천불) 중 주요품목 비중

- 면세·토산품 : 72,532.8천불(90.1%)
- 컴퓨터·에어콘·복사기 부품 등 IT제품 : 4,038.2천불(5.0%)
- 선박용엔진 및 압축기관, 기타기계류 등 제품 : 485천불(0.6%)

- 중고차, 건설중장비, 판지 등 재활용품 : 502천불(0.6%)
- 삼다수, 제주석, 의료용품 등 : 851천불(1.1%)등

<표 2-48> 1998~2002 연도별 수출실적

연도별	제주도		전국		비고
	수출액	증감율	수출액	증감율	
1998	92,110.0	11.76	132,313,000.0	-2.83	
1999	117,064.0	27.09	143,685,000.0	8.60	
2000	147,880.0	26.32	172,268,000.0	19.90	
2001	166,619.0	12.67	150,439,000.0	-12.67	
2002	148,990.9	-10.59	162,822,000.0	8.23	

자료 : 제주도, 2003, 2003수출종합계획

나. 제주특별자치도 수출지원 정책

1) 해외시장 마케팅 능력 강화

- 수출유망·전략품 위주의 해외시장 개척단 파견 강화.
- 국제무역박람회를 통해 제주특산물 홍보·전시 강화 및 해외시장 다변화 추진.
- 종합상사 등 무역상사의 수출마케팅을 활용한 중소기업 대행 수출지원.
- 인터넷 무역시대에 대비한 중소기업 홈페이지 무료구축 및 전자 카탈로그 무료제작 추진.

2) 기술·자금 등 지원하여 제품의 경쟁력 강화

- 제품의 경쟁력 향상을 위한 디자인 개발 지원

- 중소기업 경영안전자금 지원확대
- 고품질 고부가가치 창출을 위한 가공산업육성
- 지역별 수출전략품목선정 육성 및 수출규격품 생산체계 구축
- 생산자와 수출업체간 계약재배 정착 등 안정적인 수출물량 확보

3) 수출품에 대한 품질관리 철저

- 수출품 도지사 품질보증제(FCS,FCG)정착
- 수출포장재 불량에 따른 품위저하 및 추가 부대비용 발생 사전 배제
- 선진국의 농산물 안전검사에 대비하여 친환경농산물 재배 확대 및 품질관리 강화

4) 물류비용 절감 대책

- 제주지역 수출상품의 특성상 신선도 유지가 가장 중요하므로 이를 위한 특수 포장기법 개발, 저장시설 확충 등 물류비용 절감대책 추진
- 단기적으로 매년 국내 수출물류비를 지원하고, 장기적으로는 제주/일본간 직항노선을 개설, 실질적인 물류비절감으로 가격경쟁력 제고

5) 외국인 관광객을 위한 쇼핑편의 제공 시스템 구축

- 제주지역의 공산품 수출 대부분이 면세품과 토산품으로서, 외국인 관광객에 절대적으로 의존하는 실정이므로 외국인 관광객의 적극적인 유치 및 쇼핑편의 제공 시스템 구축강화

6) 관광토산품 개발

- 제주지역의 중심산업인 관광산업과의 상호 연계육성이 가능하면서 도민소득 증대 및 고용창출 효과가 높은 우수 관광토산품 산업을 지역 특화산업으로 지원 육성.

7) 수출인프라 강화

- 수출실무교육 등 지역별 여건과 지원수요에 부응하는 다양한 현장수출 지원사업 전개→중소기업 수출기업화 사업
 - 현장방문 애로상담, 마케팅 지원, 신용보증지원, 기술·품질지원 등
- 무역협회 등 수출관련단체의 실시간 인터넷 정보
 - 실시간 생산·가격·유통정보, 환율·금융·시장분석 및 전망 등 정보제공
- 수출지원센터 설치·운영 : 제주지방중소기업청 또는 (주)제주교역
 - 도내 행정기관, KOTRA, 농수산물유통공사, 중소기업진흥공단 등 수출지원 유관기관과 협의하여 상호추진

8) 수출업체에 대한 행·재정 지원 강화

- 수출업체가 적극적으로 수출을 할 수 있도록 농안기금, 농어촌 진흥기금, 수출촉진기금, 감귤류수입판매기금 등 지원 강화

9) 지속적인 해외 홍보사업추진

- KOTRA, 농수산물 유통공사, 한국농어민신문 등과 연계한 수출상품 가타로그 제작, 해외바이어 초청 수출상담, 국제박람회를 통한 꾸준한 홍보 실시

Ⅲ. 선행연구

제1절 수출 관련 문헌조사

- 한-미 FTA 체결로 인해 향후 대외개방이 가속화 될 것으로 예상되면서 정부와 수출기업들은 글로벌화된 수출시장에 대한 대응책 마련이 시급한 실정이다. 이러한 급변하는 수출환경에 대한 대응책 마련을 위해 수출관련 연구가 산업 전반적인 분야에서 활발히 이루어지고 있음.
- 이왕재(2001)는 “신선농산물의 수출활성화 방안에 관한 연구”에서 신선농산물 수출활성화 방안으로 ①선진 생산 재배 기술 습득 및 수출전문 생산단지 정비및 육성, ②유통체계 개선을 통한 유통자금 감소, ③수출경쟁력 있는 작목으로의 전환, ④상품 정보 등 다양한 해외시장정보 제공, ⑤수출업체의 수출에 대한 마인드 제고, ⑥수출업체간의 자율적인 정보교환 및 과다경쟁 방지를 위한 관리체계 구축, ⑦수출물류개선을 통한 물류비 절감 및 수출업체에 대한 재정적 지원제도 개선이 필요하다 하였음.
- 김완호(2004)는 “한국수산물가공산업의 수출경쟁력 제고방안에 관한 실증연구”에서 수산물가공산업의 수출경쟁력 제고방안으로 ①수산물 가공품 교역구조의 질적개선을 통해 수출상품의 품질을 향상시키고 안정성을 제고해야하며, 중·장기적 수출확대를 위해서는 수출주도형 신상품 개발과 수출시장의 다변화가 이루어져야 하며, ②지리적 이점과 물류기반을 이용한 동북아 수산물가공 허브시장 조성, ③수출국관련 시장 정보 및 상품 정보 수집하고 모니터링 할 수 있는 ‘수산물종합정보체계’ 구축 필요, ④해외 수출시장에 대한 적극적인 마케팅 개발해야한다 하였음.
- 김영민(2004)은 “농산물 수출 활성화 방안”에서 수출활성화를 위해서는 ①연구 인프라 구축을 통한 고품질 농산물 개발, ②수출전문단지 육성 및 유

통체계 개선, ③ 농가피해 보전과 수출계약 이행을 위한 수출보험제도 및 자조금 조성, ④ 수출시장 다변화, ⑤ 우수업체 육성 및 물류비 지원 등 재정적 지원제도가 필요하다 하였음.

- 이윤아(2006)는 “한-미FTA 체결과 한국농업부문의 대응방안 연구”에서 농수산물의 생산과 수출업체의 보호를 위해서는 ①수출주력품목의 수출확대와 수출유망품목의 지속개발 및 시장개척에 대한 지원, ②수출생산 및 상품화 기반시설의 대폭적인 확충, ③수출업체의 대형화 및 생산-수출 계열화 적극 추진, ④수출보험제도의 활성화, ⑤수출물류비 등 수출촉진 지원개선, ⑥ 농가소득안정을 위한 정부의 노력(직접지불제)등이 필요하며, 정부의 적극적인 대응방안 못지않게 수출업체의 차별화된 상품 생산 및 틈새시장 공략 등 자체적인 대응방안이 필요하다 하였음.

- 이경주(2006)는 “한국-중국간 수산물 무역의 협력증진 및 활성화에 관한 연구”에서 수출산업으로서 수산업의 경쟁력 강화를 위해서는 ① 수출업체의 해외 박람회 참가 지원 및 해외시장개척단 파견, 적기의 재정적 지원 등 정부의 지원정책 강화, ②수산업 생산구조를 경쟁력있는 산업으로 전환, ③수산업 간접지원정책 및 불법유통 근절을 위한 거래방식 개선, ④어장의 공동활용과 물류전략의 개발이 필요하다 하였음.

- 국건웅(2003)은 “우리나라 중소수출기업에 대한 수출지원제도 활성화 방안”에 관한 연구에서 대부분의 중소수출기업들이 각 기관에서 실시하고 있는 수출지원제도를 ①까다로운 지원절차와 ②지원제도 효과에 대한 신뢰부족으로 인해 활용도가 낮다고 하였으며, 각 기관들은 중소기업들의 욕구를 이해하고 그들에게 적합한 효과적인 수출지원제도를 마련하고 이를 활용할수 있도록 설득해야 한다고 하였음.

- 신일철(2007)은 “강원지역 지식산업 활성화 방안에 관한 연구”에서 선진국에 비해 취약한 제조업 위주의 우리나라 산업구조를 지적하며 지식서비스

수출증대를 위한 방안으로 네 가지를 제시하였음.

- 첫째, 무역금융 및 수출신용보증제도 개선 등 지식서비스에 대한 수출 지원제도의 확충
- 둘째, 유관기관과의 네트워크 구축 등 지식서비스 수출지원 인프라 확충
- 셋째, 해외마케팅 지원 및 국제협력 강화
- 넷째, 정부차원의 서비스수출 지원체계 운용

- 위의 선행연구를 종합해보면 수출 활성화를 위한 방안은 ①수출전문 생산 단지 등 수출 인프라 구축, ②유통체계 개선, ③수출경쟁력 있는 상품개발, ④해외시장 정보 조사, ⑤수출마인드 제고, ⑥해외 수출시장에 대한 마케팅, ⑦우수업체 육성 및 지원, ⑧수출업체의 박람회 참가 지원, ⑨효과적인 수출지원제도마련 등 9가지로 나타나고 있음.

IV. 제주지역 수출활성화를 위한 중요요소 도출

제1절 개요

- 제주 지역 수출활성화정책 경쟁력 제고를 위한 분야별 중요요소를 도출하고자 함.
 - 앞서 2단계까지 산출된 선정 기준에 근거하여 다음과 같이 제주지역 수출활성화를 위한 우선순위를 정량적으로 중요도 순으로 산출할 것임.
- 우선순위를 결정하기 위하여 사용된 AHP 방법론의 특징과 유용성 그리고 적용사례 등을 점검할 것임.

가. AHP

- 의사결정을 하는데 있어서의 여건이 복잡해지고 의사결정시에 고려해야 할 사항들이 증가하면서, 전략적 목적을 정하고 이에 적합한 대안들을 선택하는 일이 갈수록 어려워지고 있음.
- 특히 수량적인 데이터와 인간의 직관에 의해 판단해야 하는 요소들이 복합될 경우 의사결정은 그만큼 더 어려워지며 비합리적인 결정의 가능성도 높아지게 됨.
 - 이와 같이 의사결정 여건이 복잡해짐에 따라, 미국 펜실바니아대학의 T. L. Saaty교수³⁾는 인간의 의사결정시 두뇌가 계층구조 설정, 상대적 중요도 추정, 논리적 일관성 확보 등의 단계를 거쳐 이루어진다는 점에 착안하여, 계층분석적 의사결정방법(Analytic Hierarchy Process)을 창안하였

3) 1960년대 말 펜실바니아대학 와튼경영대학원의 Saaty 교수는 美 국무부 무기통제·군비 축소국에서 세계적 경제학자, Game 및 Utility 이론가들과의 공동작업 수행 시 작업이 비능률적으로 진행되는 상황을 극복하기 위해 AHP 방법론을 고안하였음. 이는 1980년에 출간한 저서를 통해 알려지기 시작하였는데, 유연하면서 모델을 쉽게 구조화 할 수 있는 장점과 결과의 신뢰성으로 인해 전 세계적으로 널리 활용되고 있음(Saaty, T. L., 1980).

음. 즉, 인간의 인식능력이 가장 최근에 검토한 7~9개 정도의 요소에 한정된다는 점에 착안하여 계층설정을 통한 쌍대비교(pairwise comparison)의 개념을 도입한 것임.

- 이와 같이 AHP는 다수의 대안에 대한 의사결정에 있어 다면적인 평가 기준(cr과 다수 주체에 의한 의사결정이 가능하도록 설계된 방법론으로서, 의사결정과정을 여러 계층(hierarchy)으로 나눈 후, 각 계층 구성요소4)간의 쌍대비교를 통해 다수 주체(전문가)의 지식, 경험 및 직관을 포착할 수 있는 의사결정방법론임.
- AHP는 다수의 평가기준 하에서 다수 대안들의 우선순위를 선정하는 문제를 다루고 있어, 의사결정이론 측면에서 다속성 의사결정분석(multi-attribute decision making) 중 선호보정이 있는 모형(compensatory preference model)에 속하고 있음.

나. 쌍대비교 행렬작성

- 쌍대비교는 상위계층에 있는 평가기준들 간이나 그 하위계층에 있는 세부평가기준들을 쌍대비교하여 상대적 중요도를 결정하고 그 결과를 행렬로 나타내는 과정임
- 예를 들어 상위 계층의 평가기준들을 $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ 이라 하고, X_i 가 X_j 에 비해 중요한 정도를 a_{ij} 로 표시할 때, 이들 n 개 평가기준들간의 쌍대비교 결과는 다음과 같이 $n \times n$ 행렬로 나타낼 수 있음

$$A = (a_{ij}), \quad i, j = 1, 2, \dots, n$$

- 여기에서 행렬 A의 성분 a_{ij} 는 a_{ji} 와 역수관계이다. X_i 가 X_j 에 비해 중요한 정도를 의미하는 a_{ij} 는 X_j 가 X_i 에 비해 중요한 정도를 나타내는 a_{ji} 와 역의 관계에 있기 때문임

4) 요소(element)는 속성(attribute)이라고도 하며, 계층에 따라 전략이 될 수도 있고 평가항목 또는 평가기준이 될 수도 있음

- 또한 i 와 j 가 동일할 경우에는 동일한 평가기준간의 비교가 되므로 선호도 값이 항상 1이 된다. 따라서 평가기준간의 쌍대비교 시 a_{ij} 의 값이 결정되면 a_{ji} 의 값은 역수로서 자동 결정되고, 또한 모든 대각선상의 선호도 값은 1이므로 평가기준의 수가 n 개인 경우 실제적인 쌍대비교 횟수는 $n(n-1)/2$ 회가 됨
- 이에 따라 상기의 쌍대비교 행렬은 대각성분이 1인 다음과 같은 역수행렬(Reciprocal Matrix)이 됨

$$A = \begin{pmatrix} 1 & a_{12} & a_{13} & \cdots & a_{1n} \\ a_{21} & 1 & a_{23} & \cdots & a_{2n} \\ a_{31} & a_{32} & 1 & \cdots & a_{3n} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \cdots & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & a_{n3} & \cdots & 1 \end{pmatrix}$$

$$(a_{ij} = 1/a_{ji}, \quad a_{ii} = 1, \quad \forall i)$$

다. 일관성 측정

- 계층화 의사결정법의 이용에 있어서 유용한 자료 중의 하나가 일관성의 측정이다. 일관성 지수(Consistency Index)는 가중치나 기여도의 크기와 순서에 대한 일관성 정보를 제공함
- Saaty(1986)는 $A \cdot w' = \lambda_{\max} \cdot w'$ (λ_{\max} 는 행렬 A 의 가장 큰 고유치)에서 λ_{\max} 값이 n 에 근접할수록 쌍별 비교의 행렬 A 가 일관성을 갖는 것으로 해석할 수 있다는 특성과, λ_{\max} 의 값은 항상 n 보다 크거나 같다는 특성을 이용하여 다음과 같은 일관성 측정법을 개발하였음

$$\begin{aligned} & \text{일관성 비율}(CR : \text{Consistency Ratio}) \\ & = \text{일관성지수}(CI) / \text{난수지수}(RI) \times 100\% \end{aligned}$$

- 여기에서 일관성지수(Consistency Index)는 $CI = (\lambda_{\max} - n) / (n - 1)$ 로 산출되고, 난수지수(Random Index)는 n 의 크기에 따라 구할 수 있음
- 일관성이 완벽할 경우 $\lambda_{\max} = n$ 이 되므로 $CI = 0$ 이 되고, $CR = 0$ 이 된다. 반대로 판단의 일관성이 불량해 질수록 $\lambda_{\max} > n$ 이 되고 CI 및 CR 이 0 보다 점점 커지게 됨
- T. Saaty는 $CR \leq 10\%$ (일관성 비율이 10% 이내)인 경우에만 판단의 일관성이 있다고 판단하며, $CR > 10\%$ (일관성비율이 10% 초과)이면 쌍대비교를 다시하거나 설문지를 수정해야 한다고 권고하고 있음

나. AHP 세부 내용

1) 특징과 유용성

- AHP는 이론의 단순성 및 명확성, 적용의 간편성 및 범용성이라는 특징으로 인해 의사결정 분야에서 널리 활용되어 왔으며, 이론에 대한 연구도 활발히 진행되어 왔음. AHP의 특징과 유용성을 살펴보면 다음과 같음.
- 첫째, 계층적 구조를 설정함.
 - 인간의 두뇌가 복잡한 현상을 계층별로 나누어 해결하듯이, AHP에서도 의사결정과정을 계층(hierarchy)으로 구성하여, 최상위 계층에는 '목적(goal)', 그 하위 계층에는 '평가기준(criteria)', 최하위 계층에는 평가의 대상이 되는 '대안(alternatives)'을 두어 단계별로 문제를 해결함.
- 둘째, 상대적 중요도를 추정할 수 있음.
 - 인간이 여러 요소들의 동시 비교시 유사한 사물들을 짝으로 묶어 비교함으로써 선호도를 판단하듯이, AHP에서도 수많은 의사결정 요소들의 중요도를 요소들 간의 쌍대비교(9점 척도)를 통해 추정함.5).

5) 쌍대비교 및 9점 척도의 타당성은 Saaty 등에 의한 다음의 실험을 통해 검증된 바 있음. 첫째, 쌍대비교의 우수성은 5개 도형의 크기에 대한 쌍대비교 결과와 실제 측정된 도형의 크기 간 유사성 확인, 쌍대비교를 통한 미국의 7가지 음료수 소비량 조사결과와 실제 음

- 셋째, 정량적 요소와 정성적 요소를 동시에 반영할 수 있음.
 - 일반적인 의사결정 방법에서는 비용·수익, 거리, 무게 등 정량적 요소들은 반영이 쉬우나 고객서비스 향상, 회사이미지 제고, 사기진작 등과 같은 정성적 요소들은 반영하기 어려움.
 - 그러나 AHP에서는 평가자들의 직관적 합리적 평가를 근거로 정량적인 요소뿐만 아니라 정성적인 요소까지 반영할 수 있음.

- 넷째, 상이한 척도를 가진 요소들의 비교, 통합이 가능함.
 - 의사결정 요소가 계량화 할 수 있는 정량적 요소라 하더라도 무게, 부피 등 척도(scale)가 다른 요소간의 합리적 비교·통합은 쉽지 않지만⁶⁾, AHP를 이용할 경우 서로 다른 척도를 지닌 요소간의 비교·통합을 보다 합리적으로 할 수 있음.

- 다섯째, 논리적 일관성을 검증할 수 있음.
 - 인간의 사물이나 생각들을 논리적 일관성을 갖도록 설정하는 능력을 갖고 있는 것처럼, AHP에서도 평가자들의 판단에 대한 논리적 일관성을 검증할 수 있어 결과에 대한 신뢰성을 높일 수 있음.
 - 즉, 일관성지수(consistency index)를 난수지수(random index)로 나눈 일관성비율(consistency ratio)이 10%를 넘을 경우, 평가자(설문응답자)가 논리적 일관성을 잃고 있는 것으로 판단하여 의사결정 과정을 재점검하도록 하는 신호가 됨.

- 여섯째, 개별평가 결과의 합리적인 통합을 통해 집단여의사의 효과적인 결정을

료수 소비량 간 유사성 확인 등을 통해 타당성이 검증되었음.

둘째, 3점, 5점, 7점, 9점 척도 등 27가지 유형의 척도를 사용하여 빛을 비출 때 9, 15, 21, 28 야드 거리에 있는 의자의 밝기를 측정하는 실험에서 9점 척도가 실제결과와 가장 근접한 것으로 나타났음. 그리고 미국, 러시아, 중국 등 7개국의 1972년도 GNP를 비교하는 실험에 있어서도 27가지의 척도 중 9점 척도가 두 번째로 실제결과와 부합하였으며, 7가지 항공여행 거리에 대한 쌍대비교 실험에서도 9점 척도가 27가지 척도 중 세 번째로 실제와 부합하는 것으로 나타났음.

- 6) 가령, 구성요소가 무게를 나타내는 요소(kg), 거리를 나타내는 요소(m), 시간으로 표시되는 요소(분,초)로 되어 있을 때, 이들을 비교할 경우 주관적 감각이나 직관에 의존하게 됨.

가능하게 함. 즉, 다수평가자의 다양한 판단을 합의나 수치적 통합을 통해 각 대안의 종합된 최종 우선순위를 도출할 수 있음.

- 일곱째, 의사결정문제와 관련된 정보 또는 상황이 변하는 경우를 가정하여 민감도를 분석할 수 있음. 즉, AHP용 소프트웨어(Expert Choice)를 이용하여 요소들의 가중치를 변화시킬 경우 대안들의 우선순위 변화여부를 손쉽게 파악할 수 있음.
- 이상에서와 같이, AHP는 문제자체를 계층화·세분화함으로써 문제를 계층적으로 파악할 수 있고, 쌍대비교의 일관성 검정을 통한 오류정보의 배제, 요소의 중요도에 대한 객관성·신뢰성 확보 등으로 인해 우선순위 결정에 있어 신뢰성이 매우 높음.
- AHP의 특징 및 유용성을 도표로 정리해 보면 다음 표와 같음.

<표 4-1> AHP의 주요 특징 및 유용성

기 능	주 요 장 점
계층적 구조 (hierarchical structuring)	<ul style="list-style-type: none"> • 인간의 자연적인 사고과정을 반영 - 의사결정 구성요소를 목표, 평가기준, 대안 등의 계층으로 나누어 판단
측정 (measurement)	<ul style="list-style-type: none"> • 정량적 요소와 정성적 요소의 동시적 반영 가능 • 상이한 척도를 가진 요소들의 비교 통합 가능 • 9점 척도 쌍대비교 결과의 신뢰성 입증
일관성 검증 (consistency)	<ul style="list-style-type: none"> • 우선순위를 결정하는데 이용되는 평가자의 판단에 대한논리적 일관성 검증 가능
그룹의사결정 (group decisionmaking)	<ul style="list-style-type: none"> • 개별평가 결과의 합리적인 통합을 통해 집단의사의 효과적 결정이 가능
과정의 반복 (process repetition)	<ul style="list-style-type: none"> • 문제의 정의를 수정할 수 있게 해 주며, 반복을 통해 판단과 이해를 수정할 수 있음
민감도 분석 (sensitivity analysis)	<ul style="list-style-type: none"> • 의사결정과 관련된 요소 또는 정보의 변화에 따른 민감도 분석이 가능

자료: www.expertchoice.co.kr

- AHP는 이와 같은 장점에도 불구하고, 계층구조에서 평가기준상에 오류가 있거나 새로운 대안의 추가가 필요할 경우 처음부터 다시 시작해야 하는 단점이 있음.
- 특히, 동일한 계층의 경우 모든 평가기준들이 상호 독립적이라는 것을 가정하므로 동일계층에서 상호의존적 관계에 있는 평가기준들이 있을 경우 적용성이 떨어지게 됨.
- 또한, 계층이나 평가요소의 증가 시 쌍대비교 횟수가 기하급수적으로 늘어나고, 쌍대비교의 일관성 확보를 위해 동일한 쌍대비교를 반복수행해야 하는 경우가 발생할 수 있음.
- 이러한 문제들로 인해, AHP에서는 계층구조 구성 시 평가기준의 정확한 설정문제가 평가결과의 정확성을 가늠하는 중요한 관건이 되고 있음. 따라서 평가기준의 설정 시에는 가능한 한 처음부터 동일계층 평가기준들 간에 종속성이 배제되도록 설정하는 것이 바람직하지만, 평가기준 설정 후 예비조사 등을 통해 종속성을 검증할 수 있을 것으로 봄.
- 또한, 평가의 대상이 되는 대안의 개수가 10개 이상일 경우 쌍대비교 횟수가 급속히 늘어나 설문조사가 어려워짐. 이 경우 AHP에서는 상대평가와 절대평가를 혼합한 방법을 적용할 수 있음.
- 즉, 상위 평가기준 및 하위 평가기준, 하위 평가기준별 등급척도(intensity)의 가중치 산정문제에는 상대평가를 적용하고, 대안에 대해서는 절대평가를 실시하여 이들 통합할 수 있음.

7) Saaty(1996)는 이러한 문제 때문에 AHP의 단점을 보완·발전시킨 ANP를 개발하였음. 여기에서는 각 요소들 상호간의 종속성을 수용함으로써 요소들이 상하 뿐만 아니라 횡적으로도 연결되는 형태를 상정하고 있음. 즉 AHP가 동일계층 요소들 간의 상호독립성을 전제로 하고 있는데 비해, ANP는 요소들 간의 상호관련성을 전제로 하고 있는 것임. 그러나 ANP의 경우 AHP에 비해 작업의 복잡성과 노력에 비해 결과의 정확성이 떨어질 수 있어 실제적인 적용에는 한계가 있음.

- 이 밖에 설문응답자의 일관성 부족으로 재 설문을 실시해야 하는 경우, 특정 응답자의 특정문항만을 대상으로 하므로 번거로움이 크지 않으며 일관성 확보 시 그만큼 신뢰성이 높아지게 됨.
- 따라서 이에 적용할 방법론으로는, 우선순위 분석 단계에서 효과적인 사용이 가능하고, 전문가 집단의 합리적 객관적 의견이 정확히 반영될 수 있어야 함.
- 또한, 측정이 쉬운 객관적 요소와 측정이 어려운 주관적 요소들의 효과적인 결합이 가능하고, 기술격차·시장규모 등 상이한 척도를 가진 요소간의 비교·통합이 가능해야 할 것임.
- 아울러 설문응답에 대한 일관성 검증수단이 있을 경우 결과의 신뢰성을 높일 수 있을 것으로 봄.

2) 분석 절차 및 단계

- AHP를 통한 의사결정은 일반적으로 다음의 6단계를 거치게 됨.
- **단계1: 문제의 정의 및 의사결정요소의 도출**
 - 이 단계에서는 브레인스토밍, 문헌조사, 전문가 의견수렴 등을 통하여 문제(목적)를 명확히 정의하고 판단기준과 대안들을 도출함. 또한 반드시 충족되어야 하는 기준으로 “musts”기준을 설정하고 “musts”기준을 만족시키지 못하는 대안들을 제거함. 예를 들어, 주어진 예산을 초과하는 비용이 소요되는 대안 등을 제거함.
- **단계2: 의사결정 모델의 설정**
 - 목적, 판단기준, 하위 판단기준, 대안 등 의사결정요소 모두를 포함하는 계층구조의 형태로 의사결정모델을 구축함. 다른 요소(행위자, 시나리오 등)를 포함시킬 수도 있음. 이 때 동일한 판단기준에 대하여 비교될 대상이 9개를 넘지 않도록 하는 것이 권고 됨. 예를 들어, 목적에 대하여

비교될 최상위 판단기준의 수가 9개를 넘지 않도록 하거나, 특정 최상위 판단기준에 대하여 비교될 하위 판단기준의 수가 9개를 넘지 않도록 하는 것임.

○ **단계3: 쌍대비교를 통한 요소들의 평가**

- 각 의사결정 요소들이 상위요소에 대하여 얼마나 중요한지 또는 선호되는지 등을 1:1쌍대비교를 통하여 평가함(즉 목적에 대하여 상위 판단기준을, 상위 판단기준에 대하여 하위 판단기준을, 하위 판단기준에 대하여 대안들을 평가함). 가능한 한 많은 사실적 자료를 활용하고 지식, 경험, 직관 등을 활용하여 문제의 정성적 부분까지도 평가함.

○ **단계4: 논리적 일관성의 검증**

- 분석적사고의 다음단계는 의사결정 참여자(또는 설문응답자)들의 판단이 얼마나 논리적 일관성을 유지하는가를 판단하는 것임. 쌍대비교를 통한 요소들에 대한 평가 결과에 대하여 비일관성비율을 확인함으로써 논리적 일관성을 개선함.
- 실험과 검증 결과, 비일관성비율이 0.1을 넘는 경우에는 판단의 비일관성이 수용할 수 있는 수준을 넘는 것으로 판단함. 따라서 비일관성비율이 0.1보다 높은 경우에는 쌍대비교 결과를 다시 한번 검토, 비논리적 부분의 판단을 수정하는 것이 필요함.

○ **단계5: 통합 및 그룹 판단결과 도출**

- 쌍대비교를 통한 요소들에 대한 평가결과를 통합하여 판단기준 간 중요도의 도출 및 최적의 대안을 도출하거나 대안 간 우선순위 및 중요도를 도출함. 이를 위해 모든 쌍대비교 매트릭스로부터 수학의 고유치계산을 통하여 요소들의 최종 Priority(중요도 또는 우선순위)를 도출하게 됨.
- 또한 의사결정자가 다수인 경우에는 의사결정자 모두의 의견을 통합함. 이 때 다수 의사결정자의 의견 통합은 기하평균을 값을 활용함. 때에 따

라서는 대안 없이 판단기준들의 중요도 도출만을 하기도 함.

○ **단계6: 민감도 분석 및 피드백**

- 통합 및 그룹 판단결과를 면밀히 살펴보고 판단기준의 중요도 변화에 대한 최종결과의 변화정도를 살펴보는 민감도 분석을 수행함.
- 의사결정결과가 특정 요소에 민감하게 반응할 경우에는 필요한 자료의 추가 수집이나 신중한 검토 등을 통해 위 과정을 다시 수행함.
- 또한 의사결정결과를 직관으로 가지고 있던 판단에 비추어 보아, 양자의 차이가 큰 경우에는 왜 차이가 발생했는지에 대하여 검토해 봄. 그 이유를 모델 내에서 찾을 수 없을 경우에는 모델이나 판단 자체를 재검토해 봄으로써 일반적으로 모델과 직관 모두가 조금씩 변하여 서로 수렴할 수 있도록 하는 것이 바람직함.

제2절 중요요소 기준 도출

가. 수출활성화 전략분야에 대한 의견조사

○ 전문가 의견 조사

- 본 연구에서는 앞서 제시한바 대로 중요요소 선정을 위하여 여러 전문가 의견을 조사를 실시하였음.
- 다음은 전문가 의견 조사와 관련된 기법들에 대한 소개를 간략히 제시함.

1) 브레인스토밍(Brainstorming)

- 이는 1941년 BBDO 광고대리점의 Alex F. Osborn이 광고관계의 아이디어를 내기 위해 고안한 일종의 회의방식으로 이 기법은 아이디어의 발상과 평가를 철저히 분리하기 위한 방법으로 제안된 아이디어에 대한 비판 없이 "열린 마음." 혹은 "자유로운 사고"를 사용할 것을 강조함.
- 브레인스토밍은 널리 팀별로 사용되는 아이디어 창출 기법으로, 집단의 효과를 살리고 아이디어의 연쇄반응을 불러일으켜 자유분방하게 "질(質)"과 관계없이 가능한 한 많은 아이디어를 생성함으로써 문제나 문제에 대한 해결책이나 개선을 위한 기회를 찾기 위해 사용함. 따라서 관련 집단들과 함께 이 기법을 활용하여 국내외 기존 사례연구들의 정책적 시사점을 제시할 수 있음.
- 브레인스토밍에서는 주어진 주제에 대한 문제 분석에서 시작하여 해결방안을 마련할 때까지 6단계(1, 2단계 문제제시 → 3, 4, 5단계 해결방안 → 6단계 평가, 분석하여 해결 방안 찾는 과정)를 거쳐 문제를 해결하게 됨.

- 1단계 : 문제가 무엇인지 브레인스토밍하고 그 중에서 중요한 아이디어를 골라 분류하는 단계
- 2단계 : 문제 중 핵심문제를 골라내는 과정
- 3단계 : 핵심 문제 해결방안을 브레인스토밍하고 그 중에서 중요한 아이디어를 분류하는 단계
- 4단계 : 3단계 해결방안의 평가 기준을 마련하는 단계
- 5단계 : 4단계 평가기준에 따른 해결방안 순위 결정 및 내용 정리 단계
- 6단계 : 최선의 해결방안 찾는 과정

2) 델파이 분석(Delphi Method)

- ‘델파이(Delphi)’ 라는 이름은 고대 희랍신화 중에서 아폴로 신이 미래를 통찰하고 신탁을 하였다는 신전 델파이를 따른 것으로 델파이 방법은 예측하려는 문제에 대하여 전문가들의 견해를 유도하고 종합하여 집단적 판단으로 정리하는 기법임 이 방법은 미국의 랜드연구소(Rand Corporation)에서 대면토의의 제한점을 제거하고 당시 긴급한 문제였던 소련의 핵무기 보유량 문제에 관하여 전문가들의 합의를 얻는데 최초로 사용하였음.
- 이 방법은 추정하려는 문제에 대한 정확한 정보가 없을 때에는 “두 사람의 의견이 한 사람의 의견보다 정확하다”는 통계적 객관의 원리와 “다수의 판단이 소수의 판단보다 타당하다”는 민주적 의사결정의 원리에 논리적 근거를 두고 있음.
- 본 연구에서는 각 분야별 우선순위 선정을 위하여 우선적으로 고려해야 할 조건들을 1차 델파이 설문지 분석을 통해 산출하고 이러한 1차 설문지 반응결과를 기초로 2차 설문지를 작성하여 동일한 집단에게 조사하게 됨.

나. 1차 결과

- 본 연구에서는 앞서 제시한대로 제주지역수출활성화를 위해 선정 시 고

려해야 할 중요요소 선정 기준을 도출하기 위해 관련 전문가들 대상으로 델파이 설문을 실시하였음.

- 본 연구의 전문가 예비조사는 제주지역 수출활성화를 위한 중요요소 선정 시 고려해야 할 우선순위 기준을 탐색하기 위하여 제주지역 수출활성화와 관련된 전문가들을 대상으로 실시하였음.
- 전문가집단은 제주지역 내 수출기업협회, 금융권, 수출관련 담당 공무원, 수출활성화와 관계된 전문가들을 대상으로 구성되었음. 연구 과정에 대한 전문가들의 의견을 듣고 선정 기준 항목에 대한 의견을 직접 반영하기 위하여 주로 직접 면접의 형태로 설문조사를 실시하였음.
- 의견 제출자인 총 32명의 조사대상자 중 31부를 회수하였으며 이중 분석에 적합하지 않은 1부를 제외한 30부를 분석에 사용하였음. 내용은 제주지역 내 수출활성화를 위해 우선적으로 고려해야 할 요소에 대하여 질문하였음. 또한 다음으로 선정 기준에 대해 질문을 제시하였음.

<표 4-2> 델파이 패널 구성

분야	내용	인원(명)	구성비율(%)
수출실무 관계자	유통공사	4	13.3
	금융권	3	10.0
	수출관련 협회, 기업	5	16.7
수출연구 관계자	학계	6	20.0
	공무원	6	20.0
	연구원	6	20.0
계		30	100.0

- 1차 델파이 조사 결과 제주지역 수출활성화를 위해 우선적으로 고려해야 할 요소에는 다음과 같은 의견들이 제시되었음.
- 1차 델파이 조사 결과 평가 기준의 항목에 관한 내용에서는 선정 기준 항

목을 폭 넓게 제시하였으며, 이 중 복수의 빈도수가 나타난 선정 기준 항목을 선택하여 다음 표와 같이 총 15개의 항목을 설문지에서 추출하였음.

<표 4-3> 선정 기준 항목에 관한 전문가 예비조사 추출항목

순위	고려해야 할 중요 요소	응답결과(%)
①	시장 다변화에 따른 해외시장 정보 조사와 해외 마케팅 강화 / 지원 (시장개척단 파견 및 국제박람회 참가 지원)	34.3
②	세계시장에서 경쟁력 갖춘 제주도만의 수출상품 개발	31.3
③	제주-글로벌 원스톱 인프라 구축을 통한 가격/품질 우위의 경쟁력 향상	31.3
④	국제마인드 및 협상능력 등을 갖춘 전문인력을 통한 수출 지원 전담기관 보강	31.3
⑤	환보험, 마케팅지원, 수출보조금 등 수출지원 시스템 확립 및 재정 확보	28.1
⑥	수출기업 자체적인 외환관리 능력 강화	25.0
⑦	국제규격 인증 등 체계적인 품질관리를 통한 국제 경쟁력 강화	18.8
⑧	수출동기 부여를 위한 수출장려 정책 및 수출질서 해소를 위한 수출창구 일원화	15.6
⑨	농수축산물의 안전성 확보 신뢰도 제고를 위한 유통구조 혁신(생산이력제, 품질관리, 공동대표브랜드 육성, 포장 개발 등)	15.6
⑩	FTA등 개방화에 따른 경쟁력있는 아이템 수출중심의 산업 경제구조 전환 요망	12.5
⑪	경쟁력 갖춘 수출 제조업중심 기업 유치	12.5
⑫	대외 무역법령 정비/ 인허가 절차 개선	12.5
⑬	수출단지 조성을 통한 규모화/대량생산 시스템 도입을 통한 가격 경쟁력 확보	6.3
⑭	제주 주요 수출산업/품목의 현재와 미래의 글로벌 경쟁력 파악	6.3
⑮	수산업의 경우 동업종간 협력체계 구축을 통한 해외시장 텅핑 문제 해결	6.3

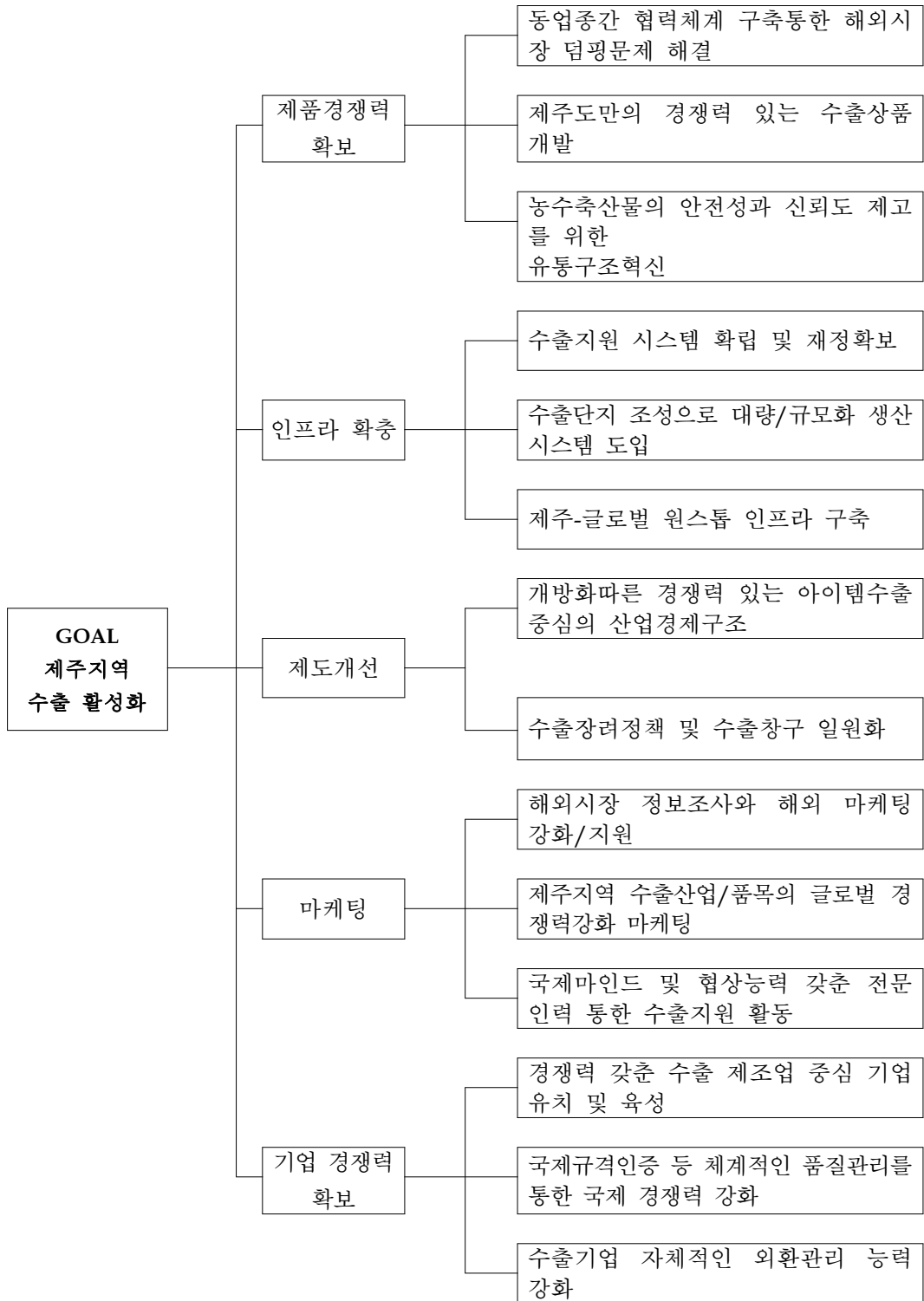
나. 2차 결과

- 위의 선정기준은 1차 델파이 결과를 토대로 계속적으로 델파이 설문 2차를 거쳐서 유사한 기준을 묶어서 계층화 할 것임. 이는 다음 분석인 AHP에서 우선순위를 선정하는데 활용될 것임.
- 다음은 설문지 응답 결과로서 최종적으로 다음과 같은 14개의 선정 기준을 도출하였음.

<표 4-4> 도출된 선정 기준

순위	고려해야 할 중요 요소	응답결과(%)
①	제주도만의 경쟁력있는 수출상품 개발	46.7
②	해외시장 정보 조사와 해외 마케팅 강화 / 지원	40.0
③	국제마인드 및 협상능력 갖춘 전문인력 통한 수출지원 활동	36.7
④	수출지원 시스템 확립 및 재정 확보	30.0
⑤	농수축산물의 안전성과 신뢰도 제고를 위한 유통구조 혁신	20.0
⑤	제주-글로벌 원스톱 인프라 구축	20.0
⑦	수출장려 정책 및 수출창구 일원화	16.7
⑧	국제규격 인증 등 체계적인 품질관리를 통한 국제 경쟁력 강화	13.3
⑨	수출기업 자체적인 외환관리 능력 강화	10.0
⑨	개방화 따른 경쟁력있는 아이템 수출중심의 산업경제구조	10.0
⑪	제주지역 수출산업/품목의 현재와 미래의 글로벌 경쟁력 강화	6.7
⑪	수출단지 조성으로 규모화/대량생산 시스템 도입	6.7
⑬	경쟁력 갖춘 수출 제조업중심 기업 유치 및 육성	3.3
⑭	동업중간 협력체계 구축을 통한 해외시장 덤핑 문제 해결	3.3

- 위의 선정기준은 유사한 기준을 묶어서 참여 연구원간의 브레인스토밍을 통하여 다음과 같이 계층화시켰음.



[그림 4-1] 선정 기준의 계층화

제3절 제주지역 수출활성화 방안에 관한 중요요소별 선정

- 본 연구에서는 AHP 방법론을 사용하기 위해 전문가 대상 설문지(첨부 참조)를 활용하여 접근하였음

가. 중요요소 선정 절차에 따른 결과

1) 모델의 설정

- 위에서 도출된 요소들을 토대로 Hierarchy 구조를 설정함. 이 단계에서 판단기준 들의 분류와 관계설정을 어떻게 할 것인가가 매우 중요한 바, AHP 분석의 전과정 중 가장 많은 시간과 노력을 기울여야 할 부분임.
- 이 AHP분석에서는 앞서 제시된 기준에 맞춰 최종 모델을 설정하였음.

2) 쌍대비교를 통한 요소들의 평가

- 이 AHP분석의 목적은 제주지역 수출활성화를 위한 상대적 중요도를 도출하는 것임

3) 논리적 일관성 검증

- 쌍대비교를 통한 요소들의 평가결과를 통합하기 전에 각 의사결정 참여자의 판단에 대한 타당성에 대한 검증이 필요함. 타당성의 검증은 각 의사결정자의 판단의 논리적 일관성을 검증해 보는 것이 그 기초가 됨. AHP 분석은 각 응답자의 판단의 논리적 일관성을 자동적으로 검색하여 제시하는 뛰어난 장점을 가지고 있음
- 논리적 일관성은 특정 기준에 대한 비교 대상이 3개 이상 일 경우검증이 가능하며, 비일관성비율이 0.1보다 높으면 응답자(의사결정자)의 판단이 논리적 일관성을 결여하고 있는 것으로 간주함

4) 통합 판단결과 도출

- 제주지역 수출활성화를 위한 중요도 및 우선순위 요인은 크게 제품경쟁력 확

보, 인프라확충, 제도개선, 마케팅, 기업경쟁력 측면으로 대분류 함

○ 아래 <표 5-1>은 제주지역수출활성화를 위한 지표 간 가중치 분석결과를 나타냄

<표 5-1> 지표간 가중치 분석결과

지수	가중치	지표간 가중치	지수별 순위	전체 순위	
제품 경쟁력 확보	0.232	동업종간 협력체계 구축 통한 해외시장 덩핑문제 해결	0.147	3	12
		제주도만의 경쟁력 있는 수출상품 개발	0.566	1	1
		농수축산물의 안전성과 신뢰도 제고를 위한 유통구조혁신	0.287	2	8
인프라 확충	0.209	수출지원 시스템 확립 및 재정확보	0.467	1	4
		수출단지 조성으로 대량/규모화 생산 시스템 도입	0.123	3	14
		제주-글로벌 원스톱 인프라 구축	0.409	2	6
제도 개선	0.106	개방화 따른 경쟁력 있는 아이템수출 중심의 산업경제구조	0.477	2	11
		수출장려정책 및 수출창구 일원화	0.523	1	10
마케팅	0.295	해외시장 정보조사와 해외 마케팅 강화/지원	0.306	3	5
		제주지역 수출산업/품목의 글로벌 경쟁력강화 마케팅	0.353	1	2
		국제마인드 및 협상능력 갖춘 전문인력 통한 수출지원 활동	0.341	2	3
기업 경쟁력 확보	0.158	경쟁력 갖춘 수출 제조업 중심 기업 유치 및 육성	0.425	1	7
		국제규격인증 등 체계적인 품질관리를 통한 국제 경쟁력 강화	0.401	2	9
		수출기업 자체적인 외환관리 능력 강화	0.174	3	13

○ 1차 판단기준들에 대한 평가

- 위에서 살펴 본 바와 같이 판단결과를 통합한 결과는 다음과 같음
- 목표(제주지역 내 수출활성화에 대한 중요도 도출)에 대한 1차 판단기준들의 중요도에 대한 판단을 통합하게 됨.
- “마케팅측면”이 29.5%의 가중치로 가장 중요한 판단기준으로 나타났으며, 그 뒤를 이어 “제품경쟁력확보”가 23.2%, “인프라확충”이 20.9% 순으로 나타났음. 이러한 우선순위는 마케팅측면이 가장 중요한 요소임을 보여주고 있음.

Priorities with respect to:
Goal: 제주지역수출활성



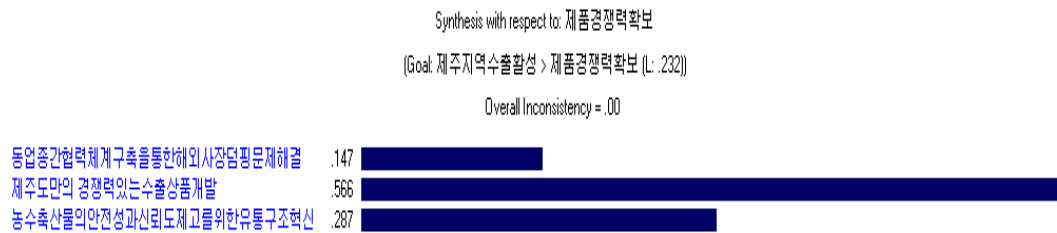
[그림 5-1] 1차 판단기준에 대한 평가 결과

○ 2차 판단기준들에 대한 평가

- 다음으로 1차 판단기준 각각에 대한 2차 판단기준들의 상대적인 중요도는 다음과 같이 도출되었음.⁸⁾

☞ 2차 기준의 중요도

- “제품경쟁력확보”에 대한 2차 중요도는 다음과 같이 도출되었음. “제주도만의 경쟁력 있는 수출상품개발”이 56.6%이고, “농수축산물의 안전성과 신뢰도 제고를 위한 유통구조혁신”은 28.7%, “동업종간 협력체계 구축을 통한 해외시장덤핑 문제해결”이 14.7%로 나타났음

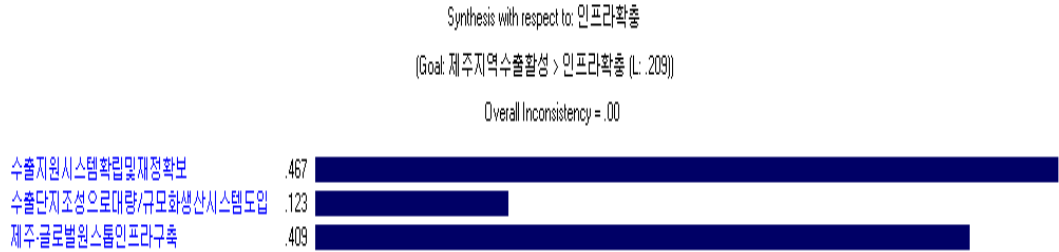


[그림 5-2] “제품경쟁력 확보 측면”중요도 결과

- “인프라 확충 측면”에 대한 2차 중요도는 다음과 같이 도출되었음. “수출지원 시스템 확립 및 재정확보”가 46.7%이고, “제주-글로벌윈스톱인프라구축”은 40.9%, “수출단지 조성으로 대량/규모생산시스템 도입”은

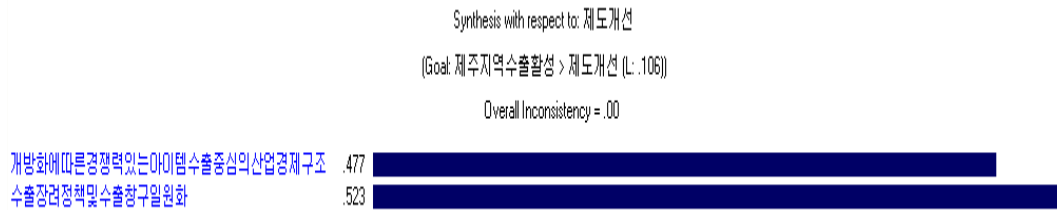
8) 모든 일관성지수가 0.1 이하이므로 설문지의 신뢰성을 보장할 수 있었음

12.3%로 나타났으며, 수출지원 시스템 확립 및 재정확보가 인프라 확충 측면에서는 가장 중요한 것으로 나타났음.



[그림 5-3] “인프라 확충측면” 중요도 결과

- “제도개선측면”에 대한 2차 중요도는 다음과 같이 도출되었음. “수출장려정책 및 수출창구 일원화”는 52.3%이고, “개방화에 따른 경쟁력 있는 아이템 수출 중심의 산업경제 구조”는 47.7%로 나타났지만 큰 차이가 나지 않지만 다소 수출장려정책 및 수출창구 일원화가 더 중요함을 보여주고 있음.

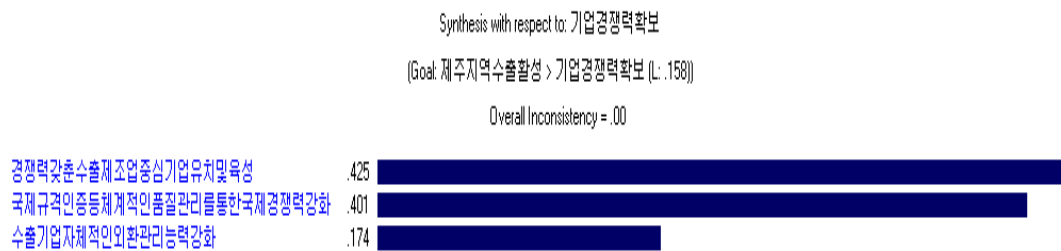


[그림 5-4] “제도개선 측면” 중요도 결과



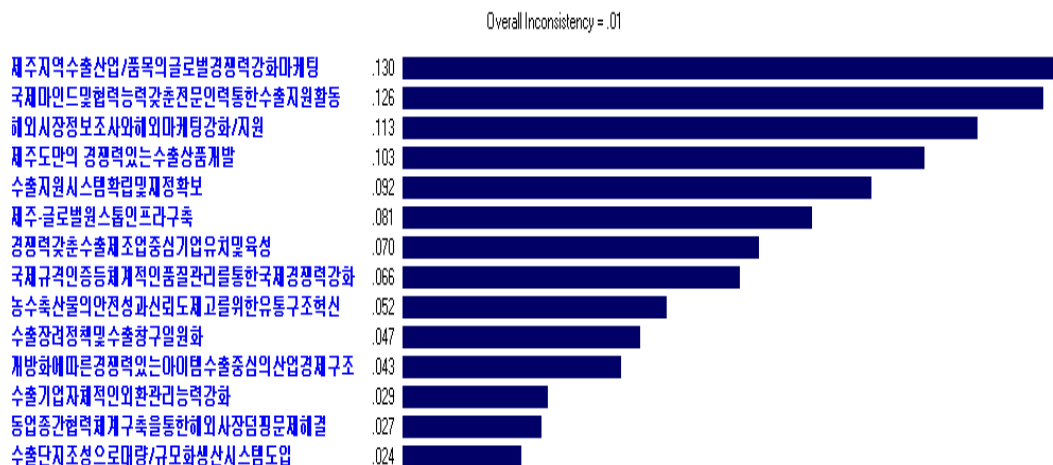
[그림 5-5] “마케팅측면” 중요도 결과

- “마케팅측면”에 대한 2차 중요도는 다음과 같이 도출되었음. “제주지역 수출산업/품목의 글로벌 경쟁력 강화 마케팅은 35.3%이고, “국제마인드 및 협력능력 갖춘 인력을 통한 수출지원 활동“은 34.1%, “해외시장 정보조사 와 해외마케팅 강화/지원”은 30.6%로 나타나서 상대적으로 “제주지역수출 산업/품목의 글로벌경쟁력 강화마케팅”이 중요한 요인임을 알 수 있음.
- “기업경쟁력 확보측면”에 대한 2차 중요도는 다음과 같이 도출되었음. “경쟁력 갖춘 수출제조업 중심 기업유치 및 육성”은 42.5%로 가장 높은 중요도를 나타내고 있으며, “국제규격인증 등 체계적인 품질관리를 통한 국제 경쟁력 강화”은 40.1%, “수출기업 자체적인 외환관리능력 강화”는 17.4%로 나타나서 상대적으로 경쟁력 갖춘 수출 제조업 중심 기업 유치 및 육성이 중요한 요인임을 알 수 있음.



[그림 5-6] “기업경쟁력 확보 측면” 중요도 결과

Synthesis with respect to: Goal: 제주지역수출활성화

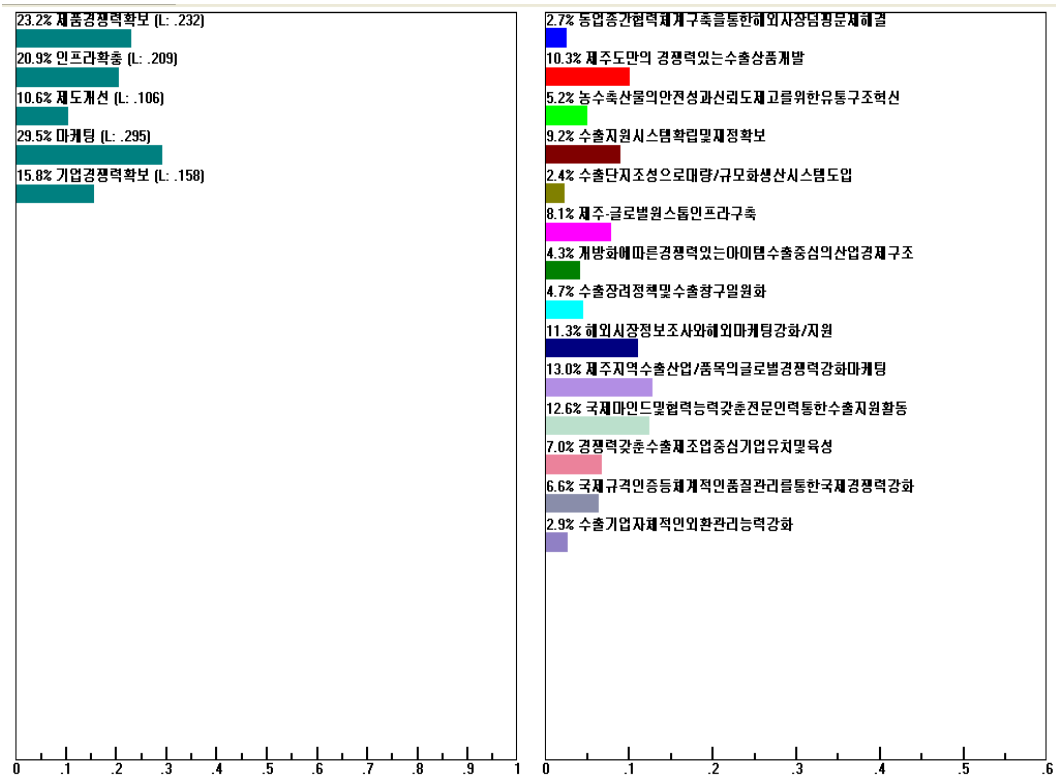


[그림 5-7] 제주지역 수출활성화 최종 중요도 결과

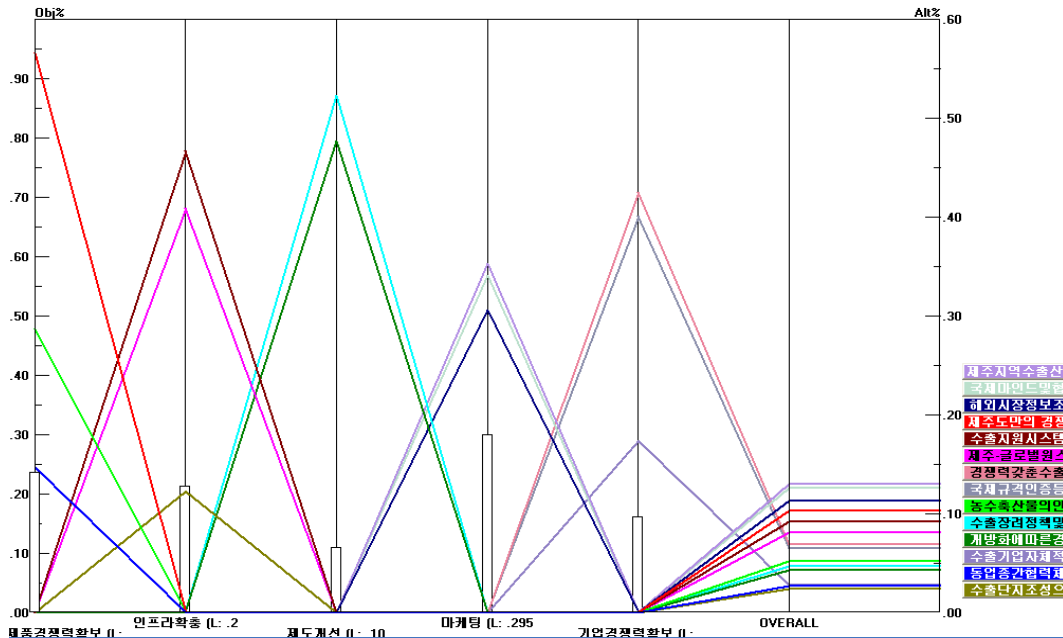
- 최종적으로 제주지역 수출활성화를 위한 중요도를 살펴본 결과 “제주지역수출산업/품목의 글로벌 경쟁력 강화 마케팅”이 가장 중요한 요소(13.0%)로 나타났으며, “국제마인드 및 협력 능력을 갖춘 전문인력을 통한 수출지원활동”이 2순위(12.6%), “해외시장정보조사와 해외마케팅강화/지원이 3순위(11.3%)로 나타났음.
- 이와 반면에 “수출기업자체적인 외환관리능력 강화 2.9%, “동업종간 협력체계구축을 통한 해외시장덤핑문제해결” 2.7%, “수출단지조성으로 대량/규모생산시스템도입”이 2.4%로 덜 중요한 것으로 나타났음.
- 따라서 제주특별자치도에서는 1-3순위의 중요요소들에 대한 주요 내용들을 파악하여 제주지역 수출활성화를 위한 방안을 강구하여야 할 것으로 사료됨.

○ 민감도 분석

- 위 선정기준들의 중요도의 변화가 최종 결과에 미치는 영향을 살펴보기 위해 민감도 분석을 수행하였음.
- 이를 통해 의사결정과정의 합리성을 향상시킬 수 있을 뿐만 아니라 탈루나 오류의 발견, 수정 및 신중한 판단으로 의사결정결과에 대한 확신과 설득력을 제고할 수 있음.
- [그림 5-8]은 연구 결과에서 나온 제주지역 수출활성화 관련 주요 속성 간 중요도를 나타내었으며, 연구에서 도출된 1차 판단 기준들을 대상으로 그 값을 변환 시켰을 때 수출활성화를 위한 우선순위가 어떠한 영향을 받는지를 알 수 있을 것이고, 이를 바탕으로 하여 수출 담당자 및 관련 공무원들이 수출활성화 관련 속성들의 변화가 수출의 성공여부에 어떠한 영향을 줄 수 있는지를 판단 할 수 있을 것임.
- 그러므로 제주지역수출활성화와 관련된 중요요소들의 어떤 점을 강조 했을 때 보다 바람직하게 운영할 수 있을 것 인지 민감도분석을 통하여 파악할 수 있을 것임.
- 본 연구에서는 대분류된 5가지 1차 판단기준을 변화시켰을 때 어떠한 변화가 일어나는 지 민감도 분석을 이용하여 분석함.

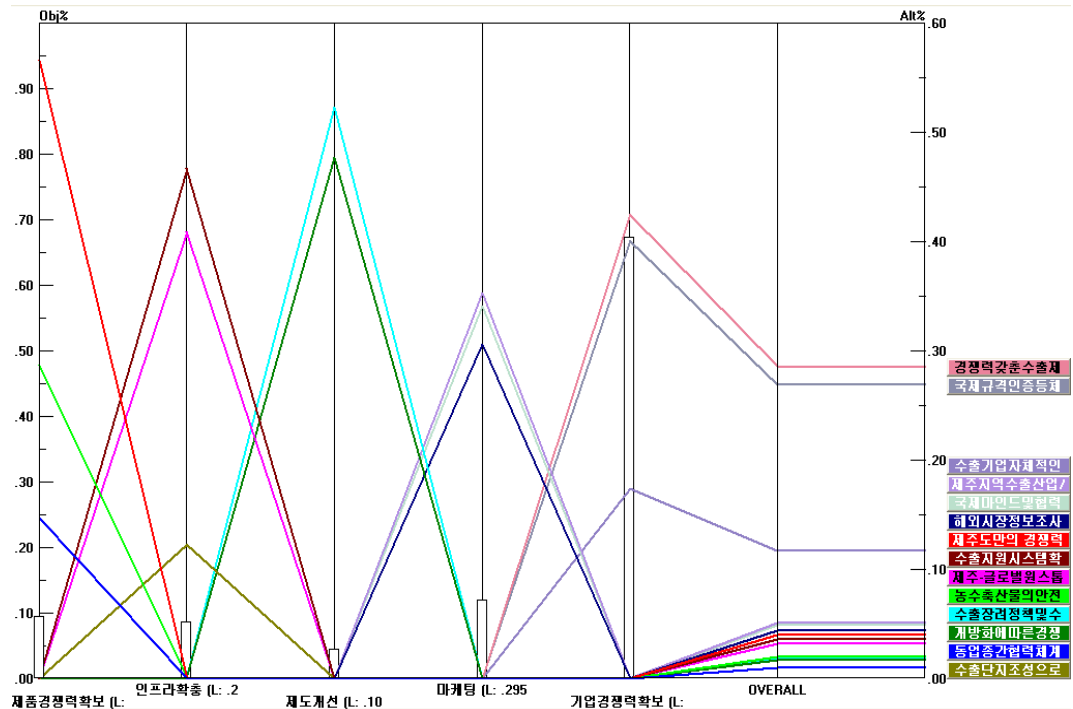


[그림 5-8] 제주지역 수출관련 속성 간 중요도 및 우선순위



[그림 5-9] 제주지역 수출활성화 관련 속성간 민감도

- 민감도는 평가기준에 대한 가중치를 자유롭게 변화시킬 수 있으며, 여기서 기업경쟁력확보가 15.8%에서 40.0%로 가중치가 증가한다면 아래[그림 5-10]과 같이 나타남.



[그림 5-10] 가중치 변화에 따른 성과 민감도

- 기업경쟁력 확보를 40%로 가중치를 두었을 경우 “ 경쟁력 갖춘 수출 제조업 중심 기업 유치 및 육성”이 가장 중요한 요소가 되며, “국제규격 인증 등 체계적인 품질관리를 통한 국제 경쟁력 강화”, “수출기업 자체적인 외환관리 능력 강화”, “제주지역 수출산업/품목의 글로벌 경쟁력 강화 마케팅” 등으로 순위가 바뀌게 됨.
- 따라서 향후 제주지역 수출 활성화를 위한 방안 중 가장 적합한 품목에 속성간 가중치 비율을 어떻게 주느냐에 따라 중요요소는 달라질 것임.
- 그러므로 수출을 주목적으로 하는 공기업 및 제주지역 중소기업들은 자신들이 속해있는 가장 적합한 속성을 찾아내어 우선순위를 도출할 필요가 있음.

V. 분석의 시사점 및 결론

- 동 분석은 제주지역 수출에 긍정적 영향을 줄 수 있는 중요요소를 파악하기 위하여 두 차례의 예비조사와 이를 근거로 한 요소선정분석을 하였음.

- 요소선정을 위한 두차례의 예비조사로서는 델파이 기법을 이용하였음.
 - 델파이 분석대상 폐널에는 가급적 제주도내 다양한 의견을 반영할 수 있도록 수출관련업체 종사자부터 관련 공무원, 학자, 연구원 등에 이르기까지 30여명에 이르는 각계각층의 도내 수출 관련인사를 선정하였음.
 - 1차 델파이 조사를 통하여 예비요소를 추출 하였음.
 - 2차 델파이 조사를 통하여서는 1차의 결과를 바탕으로 14항목에 이르는 중요요소의 선정기준이 설정되었음.

- 두차례에 걸친 델파이 분석을 토대로 제주지역 수출 관련 핵심 요소를 추출 하기 위해 AHP분석을 하였음.
 - 브레인 스토밍을 통하여 14항목의 기준을 “제품경쟁력 확보”, “인프라확충”, “제도개선”, “마케팅강화”, “기업경쟁력강화” 다섯가지로 대 분류하였음.
 - 가중치 분석결과를 통하여 상기 다섯 요소의 순위가 1.“마케팅강화(29.5%)”, 2.“제품경쟁력 확보(23.2%)”, 3.“인프라확충(20.9%)”, 4.“기업경쟁력강화(15.8%)”, 5. “제도개선(10.6%)” 등으로 결정되었음.
 - 상기 결정된 대분류 요소의 하부 요인들인 2차 판단기준들의 상대적인 중요도 또한 도출되었음.
 - 최종적으로 종합적 중요도순위가 1.“제주지역 수출산업/품목의 글로벌 경쟁력 강화 마케팅 (13%)에서 13.“수출단지조성으로 대량/규모생산시스템도입(2.4%) “까지의 순으로 도출되었음

- 최종순위 1위, 2위 (국제마인드 및 협상능력 갖춘 전문인력 통한 수출지원 활동), 3위(해외시장 정보조사와 해외 마케팅 강화/지원) 모두

“마케팅강화”에 속하는 요소들임.

- 상기 분석결과, 국내외 수출 지원 사례 및 수출관련 선행연구의 함의를 충실히 반영 한다 볼 수 있음. 즉, 앞장에서도 고찰된 바와 같이 국내외 수출 지원정책의 많은 부분이 수출관련 마케팅강화를 위한 지원에 치중하고 있으며 관련 선행연구도 수출 활성화의 중요한 요인으로 설명하였음.
 - 이는 “수출유망, 전략품위주의 해외시장 개척단 파견강화”, “종합상사 등 무역 상사의 수출 마케팅을 활용한 중소기업대행 수출지원”등 현재 제주특별자치도가 추진해왔던 혹은 하고 있는 수출관련 지원 정책에도 동일한 함의를 제공 함.
 - 따라서 동 분석은, 재언하면, 제주도에서 현재 추진하고 있는 수출활성화 마케팅의 강도를 한층 높일 필요가 있음을 시사함.
 - 현재 운영중인 “수출통상포럼진” 과의 활발한 교류와 협조를 통해 가속화 될수 있으리라 사료됨.
- 최종순위 1위에서 3위까지의 중요요소중 두 번째 요소는 현재 제주특별도에서 추진하고 있는 수출 진흥 지원책에서 미진 한 부분이라 볼 수 있음.
- 현재 추진하고 있는 제주도의 수출 관련 정책은 수출상품의 마케팅 및 제품의 경쟁력에 우선순위를 두고 있음.
 - 하지만 본 보고서의 분석에서 제시한 두 번째 요소인 “국제마인드 및 협상능력 갖춘 전문인력 통한 수출지원 활동”은 상당히 미약한 단계임.
 - 현재 하이테크 산업진흥원과 제주발전연구원 그리고 제주특별자치도에서 공동으로 추진하고 있는 무역관련 교육사업은 당해 요소에 비해 극히 초보적인 수준이며 그에 더해 전문 통상인력을 양성 할 수 있는 교육 기관과 양성된 인력을 흡수, 활용 할 수 있는 통상 전문기관이 향후 설립되어야 함을 시사함.
- (해외시장 정보조사와 해외 마케팅 강화/지원)”요소의 적극적인 시행을 통한 제주도 수출정책의 문제점들을 보완 할 필요가 있음.

- 해외시장 정보조사와 해외 마케팅 지원 강화를 통하여 제주도 수출의 큰문제중 하나인 “대일 편중문제”를 완화 시킬 수 있다고 생각됨.
 - 또한 특정제품의 정보조사/마케팅 강화는 그와 관계없는 다른 제품의 수출에도 시너지 효과를 일으킬 여지가 있음.
 - 동요소의 강화는 또한 경쟁력 있는 제품 선정, 집중 육성 하는 정책과 병행 할 때 현재 제주수출의 문제점인 소량 다품목 수출패턴을 완화 시킬 수 있다고 봄.
- 중요요소 우선순위 4위인 “제주도만의 경쟁력 있는 수출상품 개발”도 제주지역수출정책에 시사 하는바가 크다고 볼 수 있음.
- 제주특성이 있는 상품개발은 수출의 기본 원리상 아주 중요하다고 볼 수 있음.
 - 특정지역의 경쟁력 있는 상품개발은 비교우위를 의미하기도 함. 비교우위는 현대 경제학에서 무역행위의 원인으로 간주하며, 따라서 동요소의 강화는 수출활성화의 당연한 귀결로 간주될 수 있음.
- 상기 요소는 제주의 수출주력 산업으로 1차 산업 가공산업 또한 좋은 대안이 될 수 있음을 시사해주고 있음.
- 제주가 경쟁력을 갖는 상품은 청정 환경에서 수확된 각종 1차 상품들이라 할 수 있음.
 - 이러한 신선품은 즉석에서 소비하거나 내수용으로는 좋지만 수출할 경우 신선도 유지가 힘들어 지고 유지한다고 해도 신선도 유지비용이 곧바로 물류비용 상승으로 이어짐.
 - 따라서, 친환경 1차 상품을 가공한 제품을 개발, 육성 한다면 현재 제주 수출에 큰 제약으로 작용하고 있는 “신선품위주의 수출 문제점”을 보완할 수 있을것이라 사료됨.
- 제주가 비교우위를 갖고 있는 수출제품 발굴과 개발은 다각적으로 이루어 져야함.

- 전국에서 특색이 있는 제주의 도자기, 의류 등 공예품 및 21세기의 화두인 IT 산업에 중심인 각종 소프트웨어 제품이나 문화 콘텐츠 제품에도 관심을 갖고 지원을 해주어야 함.
- 후자의 경우 향후 세계경제의 상당부분이 인터넷을 통한 IT산업과 직, 간접적으로 연계되리라 예측되고 있으며 동산업의 큰특징 중 하나가 공해없는 산업이며 이는 전통적 2차 산업이 부흥하기 힘들다는 제주가 처해있는 태생적 환경과도 양립 할 수 있는 것임.

○ 본 연구의 시사점을 대별하면,

- 수출지원을 위한 마케팅을 현재보다 더욱 강화해야 하며 이를 위해 현재 진행되고 있는 수출통상포럼 및 이의 주체인 포럼진들과의 긴밀한 유대 하에서 정책이 진행될때 효과가 증대 될 것임.
- 향후 전문적인 수출지원 인력 양성이 시급하며 이를 위한 교육기관과 인력을 흡수할 수 있는 수출 전담 기구 설립이 필요함.
- 1차 산업과 연계된 2차 가공산업 육성하여 수출상품의 경쟁력 및 다변화를 향상 시킬 필요가 있음.

○ 본 연구 또한 나름의 한계와 제약이 있음.

- 본 연구는 객관성을 밝히는 정량적 분석보다는 수출 관련 인사들의 견해를 모아 다양한 견해들을 통합, 우선순위결정을 내리는 정성적 방법에 의존하였음.
- 향후 제주지역 상품의 비교우위 제품 추정, 수출품 다변화와 고급화 지수 측정 등 정량적 분석을 가미 할 때 더욱 현실적이고 통찰력 있는 논의를 할 수 있음.
- 따라서 상기의 분석들은 향후의 연구 과제로 남겨 놓음.

참고 문헌

- 경기개발연구원(2005). 경기도 해외마케팅 사업에 대한 효과분석
- 국건웅(2003). 우리나라 중소수출기업에 대한 수출지원제도 활성화 방안. 전주대학교 석사학위논문
- 김영민(2004). 농산물 수출 활성화 방안:경남지역 딸기를 중심으로. 창원대학교 석사학위논문
- 김완효(2004). 한국수산물가공산업의 수출경쟁력 제고방안에 관한 실증연구. 동의대학교 박사학위논문
- 김종욱·이미정(2006). 부산지역 수출제조기업의 경쟁력 제고방안 연구. 부산발전연구원
- 농림부(2007). 한국 농식품 수출 가이드북
- 신일철(2007). 강원지역 지식산업 활성화 방안에 관한 연구. 강원대학교 박사학위논문
- 이경주(2006). 한국-중국간 수산물 무역의 협력증진 및 활성화에 관한 연구. 인하대학교 석사학위논문
- 이왕재(2001). 신선농산물의 수출활성화 방안에 관한 연구 :신선 채소류를 중심으로. 한양대학교 석사학위 논문
- 이윤아(2006). 한-미FTA 체결과 한국농업부문의 대응방안 연구. 건국대학교 석사학위논문
- 제주특별자치도(2006). 2006 상반기 대외 무역 추진실적 및 향후계획
- 제주특별자치도(2003). 2003 수출종합계획

부록

제주지역 수출활성화정책을 위한 연구조사
전문가 설문지_1차

안녕하십니까?

본 설문지는 제주지역 수출활성화 정책을 위한 전문가 조사입니다.

아래 설문 내용에 답하여 주시기 바랍니다. 아울러 본 조사는 위 연구 목적
적으로만 사용될 것이고, 이외의 용도로 사용하지 않을 것을 약속드립니다.

제주발전연구원

Tel : 064-726-6148, Fax : 064-724-3105

■ 제주지역 수출활성화 정책을 위한 중요 요소를 적어주시기 바랍니다.

수출활성화 정책 시 중요요소	사 유

예) 중요요소 : 가격 경쟁력

사 유 : 세제감면확대, 원가절감 보상계약 활성화 등

향후 1차 설문지를 취합한 결과를 정리하여 2차 설문지를 드리도록
하겠습니다.

- 설문에 응답하여 주셔서 감사드립니다. -

제주지역 수출활성화정책을 위한 연구조사

전문가 설문지_2차

안녕하십니까?

본 전문가조사는 제주지역 수출활성화를 위해 우선적으로 고려해야 할 중요 요소들을 도출 하기위해 조사하고 있습니다.

이전 1차 설문조사는 여러분의 협조로 여러 요소들을 정리할 수 있었습니다. 1차 설문조사는 질문의 성격상 쉽게 대답하기가 어려웠던 부분도 있었다고 생각되지만 여러분의 정성어린 답변으로 소기의 성과를 거두게 되었습니다. 이점 깊이 감사드립니다.

이번 2차 설문조사는 1차 설문조사의 응답내용을 정리하여 제시하였습니다. 설문내용은 1차와 같습니다만 제시된 1차 응답결과를 보시고 다시 한번 생각해서 답변해 주시기 바랍니다. 귀하의 생각은 얼마든지 바뀔 수 있다고 여겨집니다. 이번 조사에서는 응답의 범위를 점차 축소하여 합의를 지향하기위해 응답률이 낮은 항목은 생략하였습니다.

아울러 2차 설문조사의 내용과 개인정보 역시 현행 연구목적 이외에는 사용하지 않을 것을 밝힙니다. 감사합니다.

2007. 12.

제주발전연구원

Tel:064-726-6148, Fax:064-724-3105

응답자	이 름	
	소속 및 직책	
	연 락 처	

1. 귀하께서는 아래 1차 설문지를 취합한 결과를 보시고 2번 문항에 대하여 주시기 바랍니다.

▣ 다음은 1차 설문에 대한 결과입니다.

순위	고려해야 할 중요 요소	응답결과(%)
①	시장 다변화에 따른 해외시장 정보 조사와 해외 마케팅 강화 / 지원 (시장개척단 파견 및 국제박람회 참가 지원)	34.3
②	세계시장에서 경쟁력 갖춘 제주도만의 수출상품 개발	31.3
②	제주-글로벌 윈스톱 인프라 구축을 통한 가격/품질 우위의 경쟁력 향상	31.3
②	국제마인드 및 협상능력 등을 갖춘 전문인력을 통한 수출지원 전담기관 보강	31.3
⑤	환보험, 마케팅지원, 수출보조금 등 수출지원 시스템 확립 및 재정 확보	28.1
⑥	수출기업 자체적인 외환관리 능력 강화	25.0
⑦	국제규격 인증 등 체계적인 품질관리를 통한 국제 경쟁력 강화	18.8
⑧	수출동기 부여를 위한 수출장려 정책 및 수출질서 해소를 위한 수출창구 일원화	15.6
⑧	농수축산물의 안전성 확보 신뢰도 제고를 위한 유통구조 혁신 (생산이력제, 품질관리, 공동대표브랜드 육성, 포장개발 등)	15.6
⑩	FTA등 개방화에 따른 경쟁력있는 아이템 수출중심의 산업경제구조 전환 요망	12.5
⑩	경쟁력 갖춘 수출 제조업중심 기업 유치	12.5
⑩	대외 무역법령 정비/ 인허가 절차 개선	12.5
⑬	수출단지 조성을 통한 규모화/대량생산 시스템 도입을 통한 가격 경쟁력 확보	6.3
⑬	제주 주요 수출산업/품목의 현재와 미래의 글로벌 경쟁력 파악	6.3
⑬	수산업의 경우 동업중간 협력체계 구축을 통한 해외시장 덤핑 문제 해결	6.3

2. 제주지역 수출 활성화를 위해 우선적으로 고려해야할 중요 요소를 적어주시기 바랍니다.

고려해야 할 중요 요소	사 유

♠ 설문에 응답하여 주셔서 감사드립니다. ♠

계층 분석적 방법 (AHP)을 이용한 제주지역수출활성화 중요요소 도출

본 설문은 “제주지역수출활성화 중요요소 도출”과 관련하여 전문가들의 의견을 수렴하기 위한 것입니다.

이 조사의 결과는 제주지역수출활성화 방안의 기초 자료가 될 수 있으므로 전문가 여러분의 귀중한 시간을 할애해 주시면 감사하겠습니다.

아울러 이 설문의 내용은 익명성이 철저히 보장될 것입니다. 다시한번 전문가 여러분의 적극적인 협조를 부탁드립니다.

2007. 12

작성자 소속기관:
성 명:

AHP 설문서

1. 작성 요령

A와 B를 비교할 때 A가 B보다 중요하다고 생각하시면 A가 있는 왼쪽에, B가 A보다 중요하다고 생각하시면 B가 있는 오른쪽에 표시합니다.

구체적 표시는 아래 표시 요령을 참조하여 중요함의 정도에 따라 해당되는 숫자에 표시합니다.

[표시 요령]

A가 B보다 “매우 중요”하다고 판단하실 경우: 왼쪽 7에 표시

비교 항목	극히 중요		매우 중요		중요		약간 중요	동등	약간 중요		중요		매우 중요	극히 중요	비교 항목			
A	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	B

주) 2, 4, 6, 8 등은 중간 값임 (예, ‘약간중요’와 ‘중요’의 중간 정도를 표시하실 경우에 4를 선택).

B가 A보다 “중요”와 “매우 중요”의 중간 정도로 중요하다고 판단하실 경우: 오른쪽 6에 표시

비교 항목	극히 중요		매우 중요		중요		약간 중요	동등	약간 중요		중요		매우 중요	극히 중요	비교 항목			
A	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	B

주) 2, 4, 6, 8 등은 중간 값임 (예, ‘약간중요’와 ‘중요’의 중간 정도를 표시하실 경우에 4를 선택).

2. 설 문

이 설문은 모든 의사결정 요소에 대하여 1:1 비교라는 간단한 방법을 통하여 의사결정 요소 전체의 상대적 중요도를 결정하기 위한 것입니다. 이 과정을 통하여 의사결정자의 논리적 일관성의 점검과 그룹의 의사결정을 도출하기 위한 기초 자료가 생성됩니다. 따라서 일부 중복되는 느낌을 받으실 수도 있으나 다음장의 “의사결정 기준 및 내용”과 “의사결정 계층도”를 참조하여 전 항목에 대하여 빠짐없이 표시해 주시기 바랍니다.

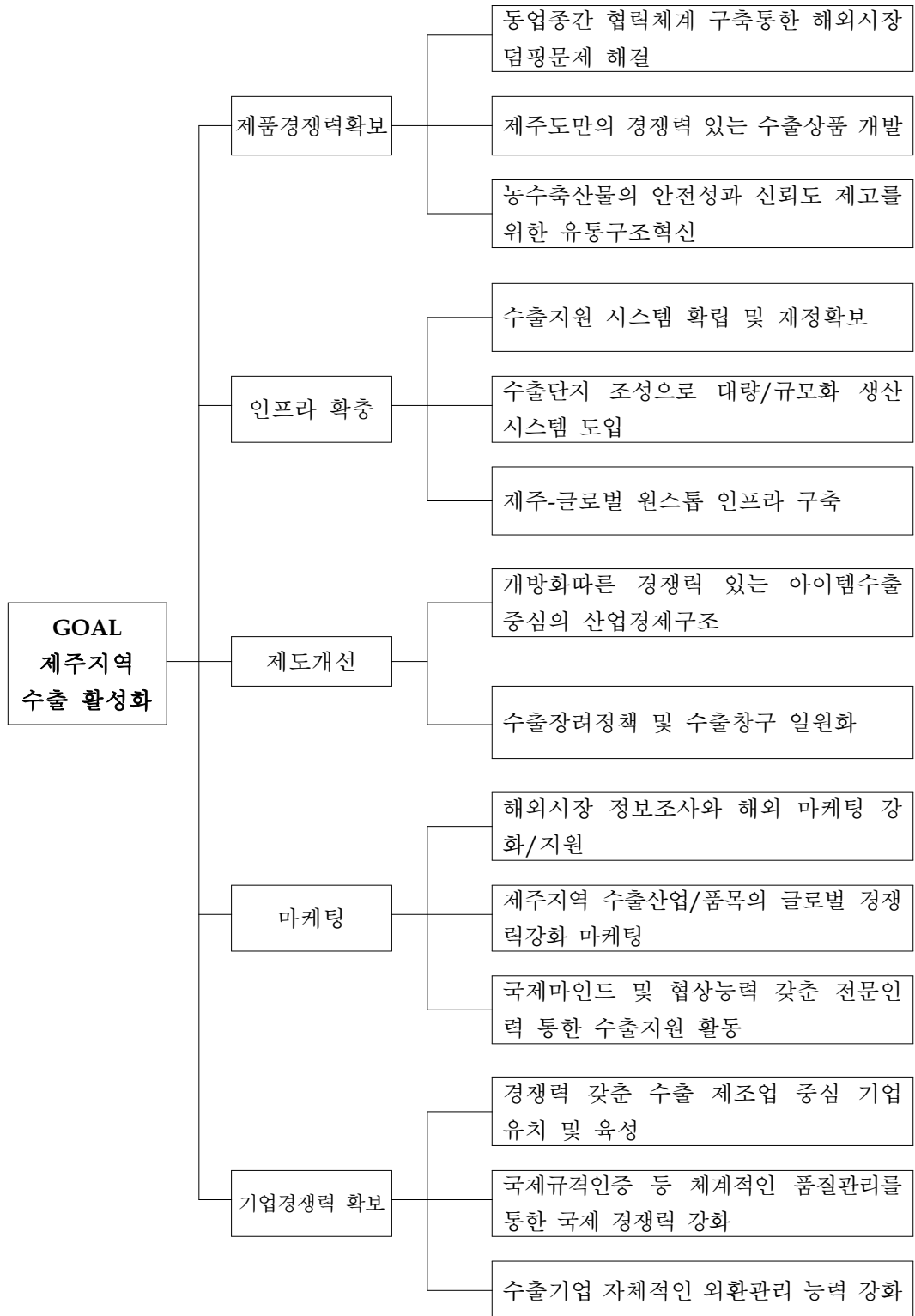
가. 의사결정 기준 및 내용

목표	1차 기준	2차 기준	내용
중요 요소 도출	제품경쟁력 확보	동업중간 협력체계 구축 통한 해외시장 덤핑문제 해결	<ul style="list-style-type: none"> • 동업중간 과도한 가격경쟁 회피
		제주도만의 경쟁력 있는 수출상품 개발	<ul style="list-style-type: none"> • 지속적인 국제 경쟁력 확보 • 한미FTA 체결 등 급변하는 세계 시장에 대한 대응책 • 특성화된 아이টে으로 틈새시장 진출
		농수축산물의 안전성과 신뢰도 제고를 위한 유통 구조혁신	<ul style="list-style-type: none"> • 농수축산물에 대한 품질/가격 경쟁력 강화 • 물류시스템과 품질관리 시스템 중요
	인프라 확충	수출지원 시스템 확립 및 재정확보	<ul style="list-style-type: none"> • 지속적인 수출활성화를 위해서 반드시 필요 • 중소기업의 영세성으로 재정문제 해결 이 시급하므로 수출단계별 재정적 지 원 필요
		수출단지 조성으로 규모 화/대량생산 시스템 도입	<ul style="list-style-type: none"> • 안정적인 물량공급을 위해
		제주-글로벌 윈스톱 인프 라 구축	<ul style="list-style-type: none"> • 높은 물류비용은 제주수출의 고질적인 문제 • 직항로 개설을 통한 비용절감 및 품질향상
제도 개선	개방화따른 경쟁력 있는 아이템수출 중심의 산업 경제구조	<ul style="list-style-type: none"> • 현재 제주의 수출산업은 농수축산물 소수품종에 의지 • 교육, 의료서비스 산업으로의 전환/ 육성 	
	수출장려정책 및 수출창구 일원화	<ul style="list-style-type: none"> • 수출장려정책이 수출활성화에 크게 기여 • 수출지원전담기관을 통한 창구 일원 화 및 수출 질서 정립 • 수출진흥위원회 설치 및 수출 간담회 를 통한 수출 마인드 제고 	

목표	1차 기준	2차 기준	내용
	마케팅	해외시장 정보조사와 해외 마케팅 강화/지원	<ul style="list-style-type: none"> • 해외환경변화 대응력 확보를 통한 경쟁력 강화 • 마케팅, 홍보 부재로 인한 브랜드인지도 취약 • 중소기업의 해외시장 진출 지원을 통한 해외 시장개척 및 국제마인드 제고 • 포장 박람회 등 각종 박람회 참가 등 다양한 지원 체계 필요
		제주지역 수출산업/품목의 글로벌 경쟁력강화 마케팅	<ul style="list-style-type: none"> • 글로벌 경쟁력 파악을 통해 마태 유망시장 개척 가능 • 수출진흥을 위한 기본적인 주요정보 파악
		국제마인드 및 협상능력 갖춘 전문인력 통한 수출 지원 활동	<ul style="list-style-type: none"> • 전문인력의 부재로 인한 경쟁력 약화 • 제주도내 전문인력의 부재로 내수중심의 판매 실정 • 전담기관을 통한 해외수출시장 개척 용이
	기업 경쟁력 확보	경쟁력 갖춘 수출 제조업 중심 기업 유치 및 육성	<ul style="list-style-type: none"> • 타 지역의 경쟁력 있는 수출기업 유치 필요
		국제규격인증 등 체계적인 품질관리를 통한 국제경쟁력 강화	<ul style="list-style-type: none"> • 국제 경쟁력 확보 • 국제 인증취득에 의한 품질/기술 홍보 필요
		수출기업 자체적인 외환 관리 능력 강화	<ul style="list-style-type: none"> • 환율변동에도 안정적인 사업 지속 여건 구축

나. 의사결정 계층도

다음은 위의 의사결정 기준을 계층도로 제시한 것입니다.



3. 기준에 대한 평가

가. 1차 기준에 대한 평가

“제주지역 수출활성화 방안”을 위한 5개 1차 판단기준 모두에 대하여, “수출활성화 중요요소”의 판단기준으로써 각 기준이 상대기준에 비해 얼마나 중요한지를 간단한 1:1 비교를 통하여 결정하여 주시기 바랍니다.

기 준	극히중요	매우중요	중요	약간중요	중요	약간중요	매우중요	극히중요	기 준									
제품경쟁력 확보	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	인프라 확충
제품경쟁력 확보	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	제도 개선
제품경쟁력 확보	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	마케팅
제품경쟁력 확보	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	기업 경쟁력 확보
인프라 확충	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	제도 개선
인프라 확충	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	마케팅
인프라 확충	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	기업 경쟁력 확보
제도 개선	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	마케팅
제도 개선	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	기업 경쟁력 확보
마케팅	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	기업 경쟁력 확보

나. 2차 기준에 대한 평가

(1) “제품경쟁력 확보 ”에 대한 2차 기준 평가

기 준	극히중요	매우중요	중요	약간중요	중요	약간중요	매우중요	극히중요	기 준									
동업중간 협력체계구축	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	제주도만의 수출상품개발
동업중간 협력체계구축	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	유통구조 혁신
제주도만의 수출상품개발	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	유통구조 혁신

(2) “인프라 확충”에 대한 2차 기준 평가

기 준	극 히 중 요		매 우 중 요		중 요		약 간 중 요		동 등		약 간 중 요		중 요		매 우 중 요		극 히 중 요	기 준
수출지원시스템 및 재정 확보	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	수출단지 조성
수출지원시스템 및 재정 확보	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	제주-글로벌 원스톱 인프라 구축
수출단지 조성	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	제주-글로벌 원스톱 인프라 구축

(3) “제도 개선”에 대한 2차 기준 평가

기 준	극 히 중 요		매 우 중 요		중 요		약 간 중 요		동 등		약 간 중 요		중 요		매 우 중 요		극 히 중 요	기 준
경쟁력 있는 산업경제구조	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	수출장려 및 수출창구일원화

(4) “마케팅”에 대한 2차 기준 평가

기 준	극 히 중 요		매 우 중 요		중 요		약 간 중 요		동 등		약 간 중 요		중 요		매 우 중 요		극 히 중 요	기 준
해외시장조사 및 마케팅	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	제주지역수출 산업/품목의 마케팅강화
해외시장 조사 및 마케팅	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	전문 인력 통한 수출지원 활동
제주지역수출 산업/품목의 마케팅강화	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	전문 인력 통한 수출지원 활동

(5) “기업 경쟁력 강화”에 대한 2차 기준 평가

기 준	극 히 중 요		매 우 중 요		중 요		약 간 중 요		동 등		약 간 중 요		중 요		매 우 중 요		극 히 중 요	기 준
경쟁력 갖춘 수출기업 육성	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	체계적인 품질 관리를 통한 국제경쟁력 강화
경쟁력 갖춘 수출기업 육성	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	기업자체 의환관리능력강화
체계적인 품질 관리를 통한 국제경쟁력 강화	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	기업자체 의환관리능력강화

모든 평가가 끝났습니다. 수고하셨습니다.

참여 연구진

연구책임	김현철	제주발전연구원	연구위원
자문위원	부창산	제주대 관광개발학과	시간강사
	조시중	제주도청	통상계 사무관
	서인수	하이테크 산업진흥원	연구위원
	김윤정	탐라대학교 경영학과	교수
연구보좌	김재일	제주대 관광개발학과	박사과정
	김종기	제주대 관광개발학과	박사과정
설문조사	최영근	제주발전연구원	사회조사연구원

제주지역 수출 활성화 방안

인 쇄 일 2007. 12
발 행 일 2007. 12
발 행 인 허 향 진(제주발전연구원장)
발 행 처 제주발전연구원
인 쇄 처 경신인쇄사(☎ 746-2044)

ISBN 978-89-6010-037 4 93320

□ 이 책에 실린 내용은 出處를 밝히는 한 자유로이 引用할 수 있으나 無斷轉載나 複製는 금합니다.