

T · R · A · D · E F · O · C · U · S



2022년 19호

중소기업 수출경쟁력 진단 및 개선과제

동향분석실 김아린 연구원

Trade Focus 2022년 19호

중소기업 수출경쟁력 진단 및 개선과제

발행인 구자열

편집인 조상현

발행처 한국무역협회 국제무역통상연구원

발행일 2022년 9월 6일

디자인·인쇄 (주)보성인쇄기획

등록일자 1960년 5월 26일

등록번호 2-97호

CONTENTS

● 요약	01
------	----

● I. 연구배경	03
-----------	----

● II. 중소기업 수출경쟁력 자가진단	09
-----------------------	----

● III. 수출중소기업 미래전략 및 과제	17
-------------------------	----

● IV. 결론 및 시사점	26
----------------	----

본 자료는 협회 공식 의견과 다를 수 있습니다. (무단 전재 및 재배포 금지).

동향분석실 김아린 연구원

☎ 02-6000-5759

✉ arin.kim@kita.or.kr

IIT INSTITUTE FOR
INTERNATIONAL
TRADE

국제무역통상연구원

2021년 중소기업 수출은 1,171억 달러로 역대 최대 규모를 달성했으며, 품목·지역별로 고른 증가세를 보였다. 그러나 전체 수출기업 중 중소기업이 차지하는 비중 대비 중소기업의 수출액 비중은 아직 미미한 수준이며 중소기업 수출 증가율(16.2%) 또한 전체 수출 증가율(25.8%)에는 미치지 못한 것으로 드러났다. 또한 중소기업 수출의 양적 확대에도 불구하고, 최근 원자재 가격 폭등 및 환율 변동성 확대 등 교역환경이 악화됨에 따라 수출 현장에서 중소기업이 겪는 애로는 오히려 커지고 있는 실정이다. 이에 본 보고서는 2021년 50만 달러 이상 수출 중소기업 1,025개사가 참여한 수출경쟁력 자가진단 설문 결과에 기초해 중소 수출기업이 실제로 체감하는 경쟁력 수준을 다각도로 분석했다.

주력시장 선두경쟁업체의 경쟁력을 100으로 가정했을 때, 우리 중소기업이 체감하는 전반적인 수출경쟁력은 98.3으로 경쟁업체 대비 근소하게 뒤처지는 것으로 나타났다. 분야별로는 품질(108.9), 디자인(104.8), 서비스경쟁력(105.2)이 경쟁기업 대비 우위를 점하고 있는데 반해 가격(95.6)과 판매·마케팅(99.0) 경쟁력이 경쟁기업을 소폭 하회하는 것으로 드러났다. 조사 결과 수출 업력이 길수록 경쟁력 수준도 향상될 것이라는 일반적 기대와 달리 수출업력이 긴 기업도 수출시장에서 경쟁업체 대비 자사의 경쟁력이 낮다고 평가했다. 중소기업의 향후 수출 전망 또한 각 기업이 체감하는 경쟁력 수준에 따라 상이했는데, 자사의 수출경쟁력 수준을 가장 낮게 평가했던 수출업력 16년 이상인 기업군에서 수출 감소 전망이 33.2%로 가장 높았다. 수출 감소 요인으로는 원·부자재 수급난 및 가격 상승, 글로벌 경기 위축에 따른 수요 감소가 가장 많이 꼽혔다.

중소기업은 악화되는 수출환경 속 경쟁우위를 점하기 위해 다방면으로 힘쓰고 있는 것으로 드러났다. 수출경쟁력 강화를 위해 중소기업이 가장 우선순위를 두고 있는 전략은 경쟁업체 대비 뒤처지는 가격 경쟁력 보완을 위한 '원가절감'이었으며 유통·판매 채널 강화, 해외시장 정보 수집 등에도 각별한 노력을 기울이는 것으로 보인다. 중소기업은 해외 생산·판로 개척 등 글로벌화에 매우 적극적인 모습을 보였고 신규 특허 출원, R&D 투자 확대 등 혁신을 위한 투자도 지속하는 것으로 드러났으나 SNS 등 비대면 마케팅방식이나 공정 자동화/스마트화 등 새로운 생산·판매 방식의 도입에는 여전히 미온적인 것으로 평가된다. 특히 수출 업력이 긴 기업일수록 경쟁력 확대를 위해 신규 사업을 발굴하거나 새로운 생산·판매 방식을 도입하는 비율이 낮아 향후 중소기업 수출경쟁력 확대를 위해서는 생산·유통·판매 등 전 과정에 걸친 혁신이 필요하다는 중소기업의 인식 전환이 선결되어야 할 것으로 보인다.

중소 수출기업 대다수가 대외환경 악화와 규제 장벽으로 인해 수출에 어려움을 겪고 있는 것으로 드러나, 향후 중소 수출경쟁력 확대를 위해 개별 기업 차원의 경쟁력 강화 노력 외에도 정부 차원의

지원시책이 필요할 것으로 보인다. 조사 결과 주 52시간제 일괄 적용, 중대재해처벌법 등 규제로 인해 국내 고용 및 투자를 축소하는 중소기업이 많은 것으로 나타난 바, 기업 경영에 직접적인 영향을 미치는 규제를 완화할 필요가 있다. 또한 할당관세 적용 원자재 확대, 물류비 지원 등 기업의 비용 부담을 완화시킬 수 있는 정책을 통해 우리 중소기업이 경쟁기업 대비 뒤처지는 가격경쟁력을 보완할 수 있도록 지원해야 한다. 그간 정부는 수출 업력이 짧은 수출 초보기업을 중점적으로 지원했으나, 조사 결과 수출 업력이 긴 기업 또한 수출시장에서 경쟁력 확보에 어려움을 겪는 것으로 드러났다. 따라서 장기적인 중소 수출경쟁력 확대를 위해 전년도 수출액, 수출업력 등 일차원적 분류에 따라 수출지원사업의 대상기업을 한정하기 보다는 중소 수출기업의 특성을 다각적으로 분석하여 보다 많은 기업에게 맞춤형 지원시책을 제공해야 할 것이다.

I.

연구 배경

I. 연구배경

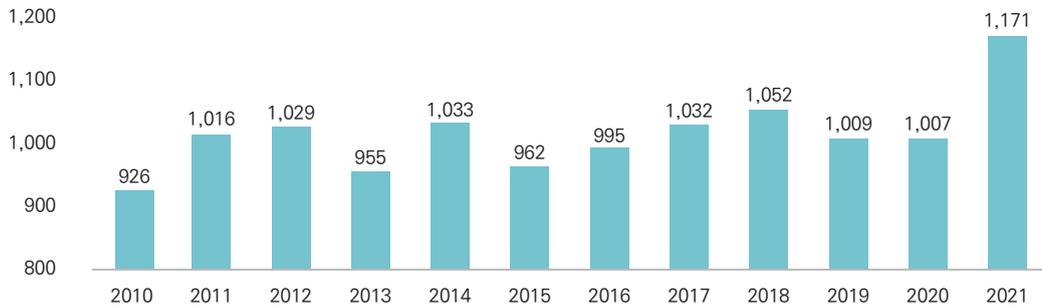
1 연구배경

» 2021년 중소기업 수출은 1,171억달러로 역대 최대 규모 달성

- 중소기업 수출은 2011년 1,000억달러 돌파 이후 1,100억 달러의 벽을 넘지 못하며 등락을 거듭했으나, 10년 만에 1,100억 달러 선을 돌파
- 2021년 중소기업 수출 증가율은 16.2%로, 역대 최초로 10% 이상의 증가율 기록
* 역대 수출 증가율 순위 : (1위) '21년 16.2%, (2위) '11년 9.7%, (3위) '14년 8.2%

I 최근 중소기업 수출액 추이(2010~2021년)

(단위 : 억 달러, 전년동기비%)



자료 : 중소벤처기업부

» 수출기업 수에서는 중소기업의 비중이 높으나, 수출금액 비중은 낮음

- 2021년 전체 수출기업 94,615개사 중 중소기업 비중은 96.7%에 달하나, 총 수출액 대비 중소기업 수출액 비중은 18.2%에 불과
- 중소기업의 수출 증가율(16.2%) 또한 전체 수출 증가율(25.7%)에 미치지 못해 2021년 수출 호조 속에서도 중소기업의 수출 확대 효과는 대기업에 미치지 못한 것으로 나타남

I 기업 규모별 수출 현황 및 기업 수

(단위 : 개사, 전년대비%, 비중%)

지역	수출				기업 수			
	2019	2020	2021		2019	2020	2021	
	수출액	수출액	수출액	증가율	기업수	기업수	기업수	증가율
전체	5,413	5,112	6,431	25.7	97,418	97,040	94,615	-2.5
비중	(100.0)	(100.0)	(100.0)		(100.0)	(100.0)	(100.0)	
대기업	3,468	3,174	4,122	29.9	858	907	875	-3.5
비중	(64.1)	(62.1)	(64.1)		(0.9)	(0.9)	(0.9)	
중견기업	936	931	1,138	22.2	2,031	2,207	2,227	0.9
비중	(17.3)	(18.2)	(17.7)		(2.1)	(2.3)	(2.4)	
중소기업	1,009	1,007	1,171	16.2	94,529	93,926	91,513	-2.6
비중	(18.6)	(19.7)	(18.2)		(97.0)	(96.8)	(96.7)	

자료 : 통계청, 관세청

» 중소기업 수출의 양적 확대에도 불구하고, 최근 원자재 가격 폭등 및 환율 변동성 확대 등 교역 환경 악화로 수출 현장에서 중소기업이 겪는 애로는 상당한 수준

- 우리나라는 원자재 대부분을 수입에 의존하고 있어 러-우 전쟁으로 인한 원유, 천연가스 등 원자재 공급망 교란에 취약하며 최근 국제원자재 가격과 원/달러 환율이 동시에 상승하면서 우리 기업의 원자재 수입 부담이 가중되고 있음
 - 특히 중소기업 제품의 경우 판매원가에서 원자재비가 차지하는 비중이 58.6%¹에 달해 원자재 값 상승에 따른 경영상의 애로가 더욱 큰 것으로 나타남

1 · 중소기업중앙회 <납품단가 제값 받기를 위한 중소기업 긴급 실태조사>(2022. 4)

2

연구 방법 및 목적

▶▶ 국내 수출 중소기업이 체감하는 경쟁력 실태를 파악하기 위해 설문조사를 시행하되, 모집단의 대표성, 신뢰성 확보를 위해 '2021년 50만 달러 이상 수출기업'으로 조사대상을 한정

- 유의미한 수출실적을 보유한 중소기업의 경쟁력 실태를 파악하고자 조사대상을 '2021년 수출실적 50만 달러 이상 기업'으로 한정했으며, 대기업은 조사대상에서 제외
- 기업 특성에 따른 응답 분석을 위해 경쟁력 현황 진단에 앞서 수출 업력, 수출 규모, 주요 수출시장, 주요 수출품목*, 산업분류 등에 따른 기업 특성 분석을 진행

* 수출품목은 13대 주력품목을 중심으로 분석

▶▶ 본 연구는 중소 수출기업 맞춤형 경쟁력 강화 방안을 도출하기 위해 아래 항목에 대해 설문 조사를 시행

설문조사 개요

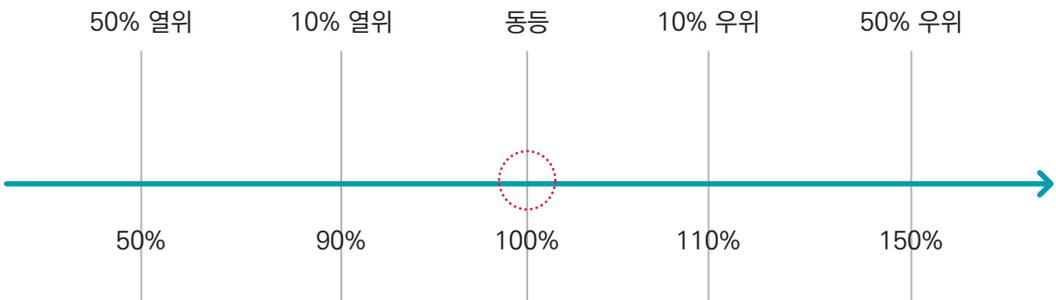
- 조사명 : 2021년 중소기업 수출경쟁력 실태조사
- 조사대상 : 2021년 수출실적 50만 달러 이상 17,938개 기업
- 표본추출 : 수출액 규모에 따른 층화 추출
 - 수출액 규모는 총 4구간으로 분류(50만\$ 이상~100만\$ 미만, 100만\$ 이상~300만\$ 미만, 300만\$ 이상~500만\$ 미만, 500만\$이상)
- 응답기업 : 1,025개 기업(95% 신뢰도, 표준 오차 3.05%)
- 조사기간 : 2022년 7월 12일~29일
- 조사방법 : 전화, 이메일 및 팩스 조사
- 조사항목

구분		조사 내용	
수출경쟁력	수출경쟁력 종합	1-①	기업유형별 수출경쟁력 수준 비교
		1-②	기업유형별 수출 전망 비교
		1-③	기업유형별 주요 경쟁국 현황
	분야별 경쟁력	2-①	가격경쟁력
		2-②	품질경쟁력
		2-③	디자인경쟁력
		2-④	서비스(구매용이성, A/S 등) 경쟁력
		2-⑤	해외시장 판매·마케팅 경쟁력
		3-①	수출경쟁력 강화 전략
미래전략 및 과제	중소기업 미래전략	3-②	글로벌화 전략
		3-③	혁신 전략
		3-④	신사업 전략
		4-①	중소기업 수출 애로
	수출경쟁력 강화를 위한 과제	4-②	중소기업 수출경쟁력 제고전략

» 중소기업 수출경쟁력 수준은 각 기업이 스스로 경쟁업체와 비교하여 진단한 결과에 따라 평가

- 종합경쟁력은 각 기업의 주력 수출시장에서 선두경쟁업체의 경쟁력을 100으로 가정하고 기업이 자체적으로 평가한 경쟁력 수준으로, 100 이상은 선두 경쟁업체를 능가하는 경쟁력 수준을, 50은 선두 경쟁업체 대비 절반 수준의 경쟁력을 갖추었다는 의미

Ⅰ 중소기업 수출경쟁력 자가진단 평가점수 기준



» 수출업력에 따라 조사결과를 분석하여 중소기업이 체감하는 경쟁력 수준이 수출 업력이 늘어남에 따라 어떻게 달라지는지 파악하고, 기업 특성에 맞는 수출경쟁력 강화 전략 제언을 위한 시사점을 도출하였음

참고

응답 기업 분포

구분	1년 이상~8년 미만		8년 이상~16년 미만		16년 이상		합계	
기업 규모	317	(30.9)	337	(32.9)	371	(36.2)	1,025	(100.0)
소기업	220	(38.9)	183	(32.4)	162	(28.7)	565	(55.1)
중기업	89	(23.9)	134	(36.0)	149	(40.1)	372	(36.3)
중견기업	8	(9.1)	20	(22.7)	60	(68.2)	88	(8.6)
수출액(달러)	317	(30.9)	337	(32.9)	371	(36.2)	1,025	(100.0)
50만~100만	88	(41.7)	67	(31.8)	56	(26.5)	211	(20.6)
100만~300만	132	(36.1)	127	(34.7)	107	(29.2)	366	(35.7)
300만~500만	41	(25.9)	44	(27.8)	73	(46.2)	158	(15.4)
500만 이상	56	(19.3)	99	(34.1)	135	(46.6)	290	(28.3)
주요 수출시장	317	(30.9)	337	(32.9)	371	(36.2)	1,025	(100.0)
중국	70	(36.5)	63	(32.8)	59	(30.7)	192	(18.7)
미국	49	(25.7)	66	(34.6)	76	(39.8)	191	(18.6)
일본	33	(23.1)	48	(33.6)	62	(43.4)	143	(14.0)
베트남	41	(40.6)	37	(36.6)	23	(22.8)	101	(9.9)
EU	25	(26.3)	27	(28.4)	43	(45.3)	95	(9.3)
업종 구분	317	(30.9)	337	(32.9)	371	(36.2)	1,025	(100.0)
제조기업	204	(26.7)	253	(33.1)	308	(40.3)	765	(74.6)
서비스기업	113	(43.5)	84	(32.3)	63	(24.2)	260	(25.4)
산업분류(MTI 1단위)	317	(30.9)	337	(32.9)	371	(36.2)	1,025	(100.0)
농림수산물	17	(27.0)	21	(33.3)	25	(39.7)	63	(6.1)
광산물	3	(25.0)	5	(41.7)	4	(33.3)	12	(1.2)
화학공업제품	40	(35.7)	36	(32.1)	36	(32.1)	112	(10.9)
플라스틱·고무·기죽	23	(26.7)	33	(38.4)	30	(34.9)	86	(8.4)
섬유류	18	(26.1)	20	(29.0)	31	(44.9)	69	(6.7)
생활용품	40	(48.8)	26	(31.7)	16	(19.5)	82	(8.0)
철강금속제품	46	(27.9)	61	(37.0)	58	(35.2)	165	(16.1)
기계류	48	(22.9)	77	(36.7)	85	(40.5)	210	(20.5)
전자전기제품	57	(35.0)	44	(27.0)	62	(38.0)	163	(15.9)
잡제품	25	(39.7)	14	(22.2)	24	(38.1)	63	(6.1)
매출액 대비 수출비중	317	(30.9)	337	(32.9)	371	(36.2)	1,025	(100.0)
20% 미만	42	(13.2)	52	(15.4)	64	(17.3)	158	(15.4)
20%~40%	42	(13.2)	58	(17.2)	60	(16.2)	160	(15.6)
40%~60%	38	(12.0)	44	(13.1)	47	(12.7)	129	(12.6)
60%~80%	32	(10.1)	61	(18.1)	59	(15.9)	152	(14.8)
80% 이상	163	(51.4)	122	(36.2)	141	(38.0)	426	(41.6)

주 : 기업 규모는 기업 규모에 관한 업체 응답을 기준으로 소기업, 중기업, 중견기업으로 분류

II.

중소기업 수출경쟁력 자가진단

I 기업특성별 종합 수출경쟁력 현황

구분 (사례수)		1년 이상~8년 미만 (317)	8년 이상~16년 미만 (337)	16년 이상 (371)	전체 (1,025)
전체		99.2	98.3	97.4	98.3
업종 구분	제조업	101.0	98.6	97.6	99.0
	서비스업	96.0	97.5	96.3	96.1
수출액	50만\$~100만\$	101.1	99.0	94.5	98.7
	100만\$~300만\$	100.0	97.0	94.5	97.3
	300만\$~500만\$	94.1	98.0	99.0	97.5
	500만\$~	98.2	99.7	99.9	99.5
주요 수출 시장	중국	94.3	97.0	97.8	96.3
	미국	108.6	98.6	100.0	101.7
	일본	102.7	95.8	93.4	96.4
	베트남	98.8	99.7	98.3	99.0
	EU	100.4	101.5	98.4	99.8
선두 경쟁 업체	중국	99.6	97.5	96.5	97.8
	미국	98.5	100.8	92.9	97.0
	일본	98.1	94.8	97.6	96.8
	베트남	100.8	92.0	96.7	97.9
	대만	97.8	98.3	90.8	94.8
	독일	105.0	93.2	96.0	96.3

② 기업유형별 수출 전망 비교

» 응답 중소기업의 71.8%가 지난해 대비 올해 수출이 감소/비슷할 것이라고 예상했으며, 체감 경쟁력 수준이 낮을수록 수출 전망을 부정적으로 평가함

- 수출업력 16년 이상인 기업군에서도 수출 감소 전망이 33.2%로 가장 높게 나타나 업력과 관계 없이 중소기업이 체감하는 수출 경기가 좋지 않음을 시사
- 그 외에도 업종, 수출규모, 주력 수출시장 등 기업 특성에 따라 수출 전망이 상이하게 나타남
 - (업종) 제조업에 비해 체감 경쟁력 수준이 낮았던 서비스업 기업이 향후 수출을 부정적으로 전망
 - (수출규모) 2021년 수출실적 500만 달러 이상 기업보다 2021년 수출실적 500만 달러에 미만한 기업에서 수출 전망을 부정적으로 평가한 비중이 높았음
 - (주요 수출시장) 對美 수출비중이 높은 기업은 대체로 향후 수출을 긍정적으로 전망한데 반해 對日 수출비중이 높은 기업은 향후 수출에 대해 부정적으로 전망

기업 특성별 수출 전망

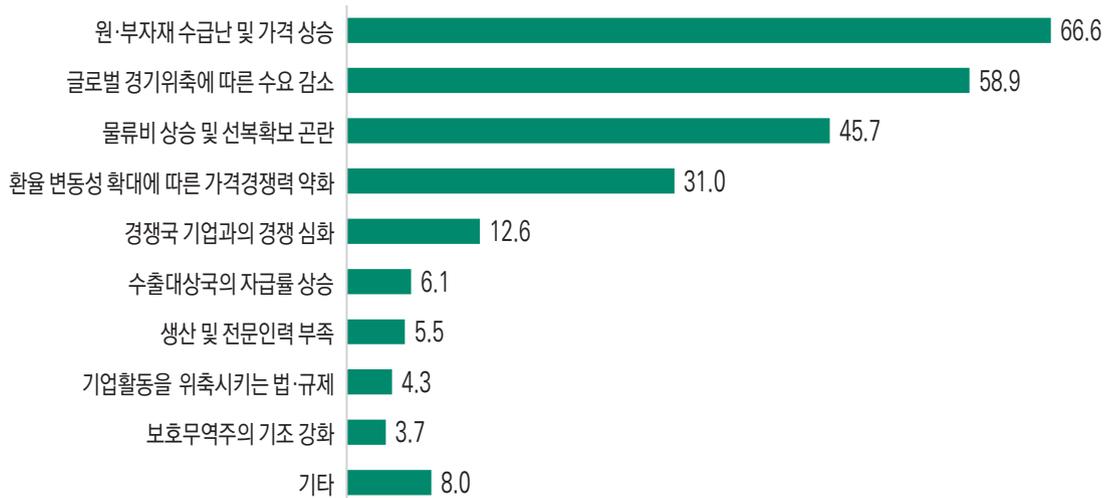
(단위: 개, %)

구분		1년 이상~8년 미만 (317)		8년 이상~16년 미만 (337)		16년 이상 (371)		전체 (1,025)	
		감소/보합	증가	감소/보합	증가	감소/보합	증가	감소/보합	증가
전체		67.8	32.2	73.6	26.4	73.6	26.4	71.8	28.2
업종 구분	제조업	67.7	32.4	73.1	26.9	73.1	26.9	71.6	28.4
	서비스업	68.2	31.9	75.0	25.0	76.2	23.8	72.3	27.7
수출액	50만\$~100만\$	72.7	27.3	68.6	31.3	87.5	12.5	75.4	24.6
	100만\$~300만\$	62.9	37.1	76.4	23.6	74.8	25.2	71.0	29.0
	300만\$~500만\$	73.2	26.8	77.3	22.7	74.0	26.0	74.7	25.3
	500만\$~	67.9	32.1	71.7	28.3	66.7	33.3	68.6	31.4
주요 수출 시장	중국	80.0	20.0	79.4	20.6	74.6	25.4	78.1	21.9
	미국	53.0	46.9	66.7	33.3	65.8	34.2	62.8	37.2
	일본	69.7	30.3	77.1	22.9	79.0	21.0	76.2	23.8
	베트남	65.9	34.1	64.8	35.1	73.9	26.1	67.3	32.7
	EU	64.0	36.0	81.4	18.5	76.7	23.3	74.7	25.3

- 수출 약화의 주요 원인으로는 기업 특성과 무관하게 원·부자재 수급난 및 가격 상승, 글로벌 경기 위축에 따른 수요 감소 등이 가장 많이 꼽혔으며 타국 기업과의 경쟁 심화, 수출대상국의 자급률 상승 등의 응답 비중은 상대적으로 낮았음

수출 약화 주요 원인

(단위: %)



주: 각 항목별 복수 응답

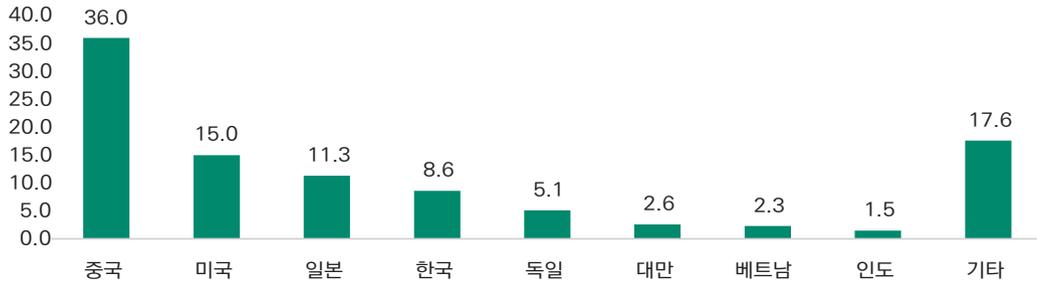
③ 기업유형별 주요 경쟁국 현황

▶ 우리 중소기업 수출의 최대 경쟁 국가는 중국, 미국, 일본 순으로 나타남

- 주력 수출시장에서 선두 경쟁업체의 국적이 중국인 경우가 전체의 1/3 이상(36.0%)으로 가장 많았으며, 그 다음으로 미국(15.0%), 일본(11.3%)이 주요 경쟁국으로 나타남
- 주력 수출시장에서 한국 기업과 경쟁한다고 응답한 기업 비중도 8.6%로 해외 시장에서 자국기업 간 경쟁도 점차 심화되고 있는 것으로 보임

▶ 주력 수출시장에서의 선두 경쟁업체 국가

(단위 : %)



- 수출업력이 짧을수록 국내 기업이나 중국·일본·베트남 등 아시아 기업과 경쟁하는 사례가 많은 반면 수출업력이 긴 기업들은 중국 외에도 미국·독일 등 선진국 기업과 경쟁하는 경우가 상대적으로 많음

▶ 수출업력별 선두 경쟁업체 국가

(단위 : 개, %)

구분	사례수	중국	미국	일본	한국	베트남	독일	...
전체	(1,025)	36.0	15.0	11.3	8.6	2.3	5.1	
수출업력	1년 이상~8년 미만	(317)	36.6	12.9	13.2	10.7	4.1	2.5
	8년 이상~16년 미만	(337)	33.8	15.1	11.9	9.8	1.5	5.6
	16년 이상~	(371)	37.5	16.7	9.2	5.7	1.6	6.7

- 수출업력과 무관하게 미국을 제외한 모든 수출시장에서 선두 경쟁업체로 중국 기업이 가장 많이 꼽혔으며, 특히 중국과 베트남 시장에서 중국 기업이 경쟁 우위를 점하는 경우가 많은 것으로 드러남

▶ 주요 수출시장별 선두 경쟁업체 국가

(단위 : 개, %)

구분	사례수	중국	미국	일본	한국	독일	...
전체	(1,025)	36.0	15.0	11.3	8.6	5.1	
주요 수출시장	중국	(192)	44.3	11.5	10.9	9.9	4.2
	미국	(191)	33.5	35.6	5.8	5.8	5.2
	일본	(143)	33.6	8.4	28.0	11.2	1.4
	베트남	(101)	35.6	5.0	6.9	8.9	5.0
	EU	(95)	33.7	10.5	5.3	11.6	7.4

① 가격경쟁력

▶ 우리 수출기업은 가격경쟁력 측면에서 경쟁기업 대비 열위에 있는 것으로 드러남

- 주력 수출시장에서 선두경쟁업체의 경쟁력 수준을 100으로 두고 평가한 우리 중소기업 가격경쟁력 수준은 95.6으로, 전반적인 경쟁력을 평가한 종합경쟁력(98.3)을 하회하는 것으로 드러남
- 수출업력에 관계없이 자사의 가격경쟁력이 경쟁기업에 뒤처진다고 응답한 기업이 경쟁기업 대비 가격 우위를 점한다고 응답한 기업보다 많았음
 - 제조업 대비 서비스업 기업의 가격경쟁력이 눈에 띄게 낮은 것으로 나타났으며, 수출규모·주요 수출시장·주요 수출품목 등 기타 특성은 기업이 체감하는 가격경쟁력 수준에 크게 영향을 미치지 않는 것으로 조사
 - 선두경쟁업체가 중국·베트남 등 후발국 기업인 경우 우리 기업의 가격경쟁력이 특히 낮았으며, 미국·독일 등 선진국 기업과 경쟁하는 기업은 수출 업력이 길수록 가격경쟁력 우위를 점하는 경우가 많은 것으로 보임

| 기업 특성별 가격경쟁력 현황

구분 (사례수)		1년 이상~8년 미만 (317)	8년 이상~16년 미만 (337)	16년 이상 (371)	전체 (1,025)
전체		95.2	96.4	95.1	95.6
업종 구분	제조업	97.5	98.3	96.1	97.2
	서비스업	90.9	91.0	90.5	90.8
수출액	50만\$~100만\$	96.6	93.1	89.6	93.6
	100만\$~300만\$	94.8	98.2	93.6	95.6
	300만\$~500만\$	96.8	96.6	99.6	98.0
	500만\$~	92.7	96.4	96.2	95.6
주요 수출 시장	중국	88.7	97.6	98.1	94.5
	미국	98.8	96.2	99.5	98.2
	일본	98.2	98.8	88.7	94.3
	베트남	96.6	90.3	94.8	93.9
	EU	96.7	101.1	94.7	98.5
선두 경쟁 업체	중국	85.5	85.1	83.9	84.8
	미국	105.1	105.3	98.9	102.7
	일본	104.0	99.8	106.2	103.2
	베트남	94.6	90.0	93.3	93.3
	대만	87.8	91.7	96.7	92.6
독일	117.5	107.9	107.2	109.0	

② 품질경쟁력

▶ 중소기업의 품질경쟁력은 타국의 경쟁업체 대비 높은 수준인 것으로 평가

- 우리 중소기업의 품질경쟁력 수준은 108.9로, 종합경쟁력(98.3)을 크게 상회함
- 수출업력에 관계없이 자사의 품질 경쟁력이 경쟁기업 대비 뛰어나다고 평가한 기업이 많았음
 - 수출규모·주요 수출시장·선두경쟁업체에 따라 개별 기업별로 약간의 편차는 있었으나, 대부분의 경우 경쟁사보다 자사 제품/서비스의 품질이 우수하다고 평가

| 기업 특성별 품질경쟁력 현황

구분 (사례수)	1년 이상~8년 미만 (317)	8년 이상~16년 미만 (337)	16년 이상 (371)	전체 (1,025)	
전체	108.8	109.8	108.2	108.9	
업종 구분	제조업	111.7	110.4	108.1	109.8
	서비스업	103.5	108.2	108.9	106.3
수출액	50만\$~100만\$	107.5	114.2	107.5	109.6
	100만\$~300만\$	110.7	108.9	108.7	109.5
	300만\$~500만\$	107.3	108.9	108.5	108.3
	500만\$~	107.5	108.5	108.1	108.1
주요 수출 시장	중국	105.7	106.5	106.6	106.3
	미국	118.0	110.6	109.3	112.0
	일본	110.6	105.0	109.5	108.3
	베트남	106.8	111.6	107.4	108.7
	EU	107.6	112.2	107.4	108.8
선두 경쟁 업체	중국	111.3	115.7	114.4	113.8
	미국	104.4	107.8	100.3	103.9
	일본	104.8	102.0	100.9	102.7
	베트남	110.0	104.0	105.0	107.5
	대만	104.4	110.0	100.0	103.7
	독일	108.8	98.9	103.2	102.5

③ 디자인경쟁력

▶ 우리 수출기업은 디자인 측면에서 경쟁기업 대비 우위를 점하고 있는 것으로 평가

- 우리 중소기업 디자인 경쟁력은 104.8로, 종합경쟁력(98.3)을 상회하는 수준이며 선두경쟁 업체를 능가하는 것으로 평가
- 수출업력과 무관하게 자사의 디자인 경쟁력이 주력 수출시장에서 경쟁업체를 능가한다고 평가하는 기업이 많았음
 - 수출 업력이 길고 수출 규모가 클수록 디자인 경쟁력 수준이 상대적으로 높았음

기업 특성별 디자인경쟁력 현황

구분 (사례수)		1년 이상~8년 미만 (317)	8년 이상~16년 미만 (337)	16년 이상 (371)	전체 (1,025)
전체		104.9	104.8	104.8	104.8
업종 구분	제조업	106.9	105.3	105.0	105.6
	서비스업	101.4	103.2	103.7	102.5
수출액	50만\$~100만\$	104.9	107.3	102.7	105.1
	100만\$~300만\$	106.5	103.8	103.1	104.6
	300만\$~500만\$	101.7	103.9	106.0	104.3
	500만\$~	103.6	104.7	106.3	105.2
주요 수출 시장	중국	101.1	102.2	104.6	102.6
	미국	113.1	105.6	108.6	108.7
	일본	106.7	100.8	102.3	102.8
	베트남	105.4	106.5	101.3	104.9
	EU	104.8	107.0	105.3	105.7
선두 경쟁 업체	중국	108.0	108.6	108.3	108.3
	미국	99.8	104.9	99.8	101.5
	일본	100.5	99.5	100.6	100.2
	베트남	105.4	104.0	101.7	104.2
	대만	105.6	101.7	96.7	100.7
	독일	103.8	93.2	106.4	101.2

④ 서비스(구매용이성, A/S 등) 경쟁력

▶ 수출 중소기업의 서비스 경쟁력 또한 경쟁업체 대비 높은 수준인 것으로 조사됨

- 우리 중소기업의 서비스경쟁력은 105.2로, 종합경쟁력(98.3)보다 다소 높았음
- 수출업력이 길수록 자사 서비스 경쟁력을 보수적으로 평가하는 경향이 있었음
 - 대만 기업과 비교했을 때 우리 기업의 서비스경쟁력이 소폭 뒤처지는 것으로 나타났으나, 중국 기업에 비해서는 우리 수출기업이 확실한 경쟁우위를 점하는 것으로 보임

기업 특성별 서비스(구매용이성, A/S 등) 경쟁력 현황

구분 (사례수)		1년 이상~8년 미만 (317)	8년 이상~16년 미만 (337)	16년 이상 (371)	전체 (1,025)
전체		105.2	107.1	103.6	105.2
업종 구분	제조업	108.7	107.2	103.0	105.9
	서비스업	98.9	106.8	106.2	103.2
수출액	50만\$~100만\$	107.4	108.5	99.5	105.6
	100만\$~300만\$	106.0	107.4	102.3	105.4
	300만\$~500만\$	99.3	107.0	105.8	104.4
	500만\$~	104.3	105.8	105.0	105.1
주요 수출 시장	중국	101.9	105.4	105.3	104.1
	미국	110.0	106.5	106.3	107.3
	일본	107.6	104.2	100.5	103.4
	베트남	102.2	106.5	103.0	104.0
	EU	103.6	115.2	103.0	106.6

구분 (사례수)	1년 이상~8년 미만 (317)	8년 이상~16년 미만 (337)	16년 이상 (371)	전체 (1,025)	
선두 경쟁 업체	중국	107.9	110.9	106.3	108.2
	미국	102.7	104.1	97.6	101.1
	일본	105.7	101.0	100.9	102.7
	베트남	106.9	102.0	95.0	102.9
	대만	100.0	98.3	97.5	98.5
	독일	97.5	104.7	102.4	102.5

⑤ 해외시장 판매·마케팅 경쟁력

» 중소 수출기업의 해외시장 판매·마케팅 경쟁력이 경쟁기업 대비 열위로 나타남

- 우리 중소기업 해외시장 판매·마케팅 경쟁력 수준은 99.0으로, 종합경쟁력(98.3)보다는 높았으나, 경쟁업체 수준에는 미치지 못하는 것으로 보임
- 수출업력이 긴 기업일수록 자사의 해외시장 판매·마케팅 역량을 낮게 평가해 수출 업력과 해외시장 침투력 간에는 유의미한 상관관계가 없는 것으로 판단
 - 수출액 규모가 큰 기업일수록 자사의 판매·마케팅 경쟁력 수준을 높게 평가했으나, 중국과 베트남 시장에서 우리 기업의 판매·마케팅 역량이 미흡한 것으로 드러남

I 기업 특성별 해외시장 판매·마케팅 경쟁력 현황

구분 (사례수)	1년 이상~8년 미만 (317)	8년 이상~16년 미만 (337)	16년 이상 (371)	전체 (1,025)	
전체	99.6	99.1	98.4	99.0	
업종 구분	제조업	100.1	98.6	97.9	98.7
	서비스업	98.7	100.7	101.1	99.9
수출액	50만\$~100만\$	98.5	98.5	94.8	97.5
	100만\$~300만\$	99.1	97.9	95.0	97.5
	300만\$~500만\$	96.6	99.1	100.8	99.2
	500만\$~	104.6	101.1	101.4	101.9
주요 수출 시장	중국	95.4	93.8	100.0	96.3
	미국	105.5	100.2	100.8	101.8
	일본	106.1	97.7	97.1	99.4
	베트남	99.8	95.7	96.5	97.5
	EU	96.0	104.8	100.5	100.5
선두 경쟁 업체	중국	101.0	103.5	100.9	101.7
	미국	90.0	98.0	91.9	93.4
	일본	101.2	94.0	97.1	97.5
	베트남	106.9	98.0	95.0	102.1
	대만	100.0	93.3	93.3	95.6
	독일	81.3	94.7	94.8	92.7

III.

수출중소기업 미래 전략 및 과제

III. 수출중소기업 미래 전략 및 과제

1 수출중소기업 미래전략

» 우리 중소 수출기업은 수출환경 악화 속에서도 경쟁우위를 확보하고자 다방면으로 경쟁력 강화를 꾀하고 있는 것으로 나타남

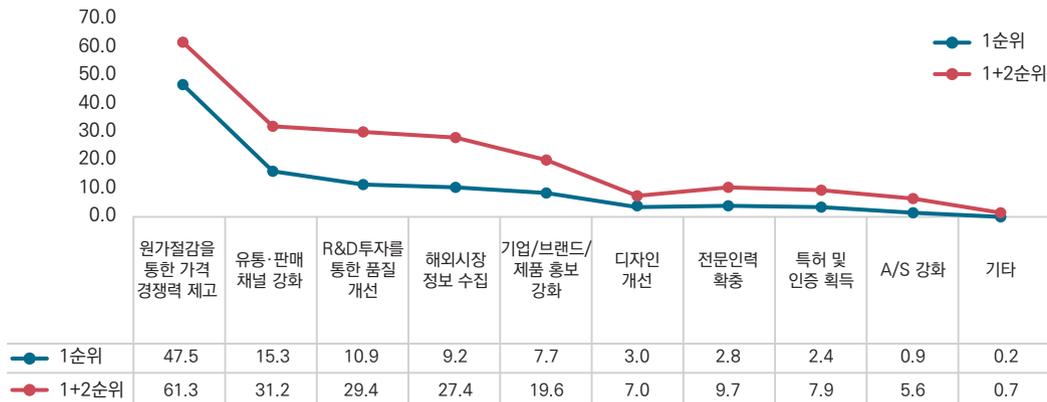
① 수출경쟁력 강화전략

» 우리 수출기업은 경쟁업체 대비 뒤처지는 가격경쟁력을 보완하고자 '원가절감을 통한 가격 경쟁력 제고'를 수출경쟁력 강화를 위한 최우선 전략으로 삼고 있음

- 경쟁국 대비 열위에 있는 가격경쟁력, 판매·마케팅 경쟁력 강화 계획에 대한 응답이 가장 많았으며 품질 개선, 해외시장 정보 수집 등에도 관심이 높은 편

I 수출경쟁력 강화 전략

(단위 : %)



- 수출업력이 길수록 경쟁력 강화를 위해 원가절감이나 품질 개선에 주력하는 것으로 드러났으며, 업력이 짧은 기업은 유통·판매 채널 강화에 보다 집중하는 것으로 분석

I 수출업력별 수출경쟁력 강화 전략

(단위 : 개, %)

구분	사례수	원가 절감	유통·판매 채널 강화	품질 개선 (R&D)	해외시장 정보 수집	기업홍보 강화	...
전체	(1,025)	47.5	15.3	10.9	9.2	7.7	
수출 업력	1년 이상~8년 미만	(317)	41.0	21.8	6.6	8.8	7.6
	8년 이상~16년 미만	(337)	48.4	14.5	12.2	10.4	8.0
	16년 이상~	(371)	52.3	10.5	13.5	8.4	7.5

- 수출 업력 외에도 주요 수출시장에서 경쟁 중인 업체의 국적에 따라 기업이 경쟁력 강화를 위해 우선시하는 전략이 상이
 - 중국기업과 경쟁하는 경우 원가절감에 주력하는 기업들이 특히 많았으며, 미국·일본 등 선진국 기업과 경쟁하는 경우 유통·판매 채널 강화에 상대적으로 집중하는 추세

① 선두 경쟁업체 국가별 수출경쟁력 강화 전략

(단위 : 개, %)

구분	사례수	원가 절감	유통·판매 채널 강화	품질 개선 (R&D)	해외시장 정보수집	기업홍보 강화	
전체	(1,025)	47.5	10.9	15.3	9.2	7.7	
선두 경쟁업체 국적	중국	(369)	50.1	16.8	9.5	10.0	4.6
	미국	(154)	42.9	21.4	10.4	8.4	11.0
	일본	(116)	47.4	15.5	12.9	6.0	6.9
	독일	(52)	50.0	9.6	13.5	9.6	15.4
	베트남	(24)	45.8	12.5	4.2	8.3	16.7
	...						

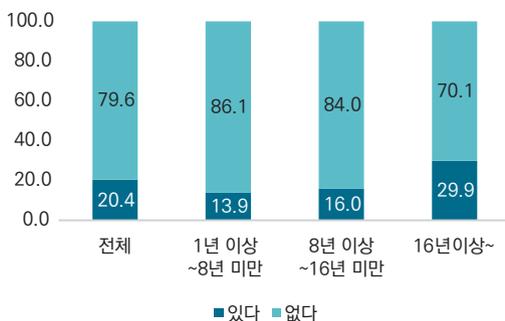
② 글로벌화 전략

» 중소기업은 해외 생산 및 판로 개척에 적극적인 모습을 보이고 있으나, 비대면 마케팅 수단 도입에는 미온적임

- (해외 생산) 응답기업 중 20.4%가 해외 생산거점을 보유하고 있으며, 이중 절반 이상(57.4%)이 해외 생산 확대를 계획 중인 것으로 나타남
 - 수출업력이 길수록 해외 생산거점을 보유하고 있는 기업의 비중이 높았으며, 향후 해외생산 확대 의지도 높았음

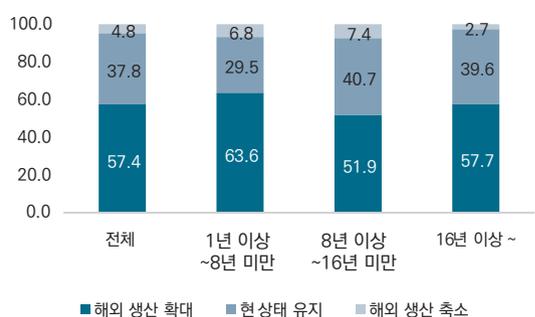
수출업력별 해외생산거점 보유 여부

(단위 : %)



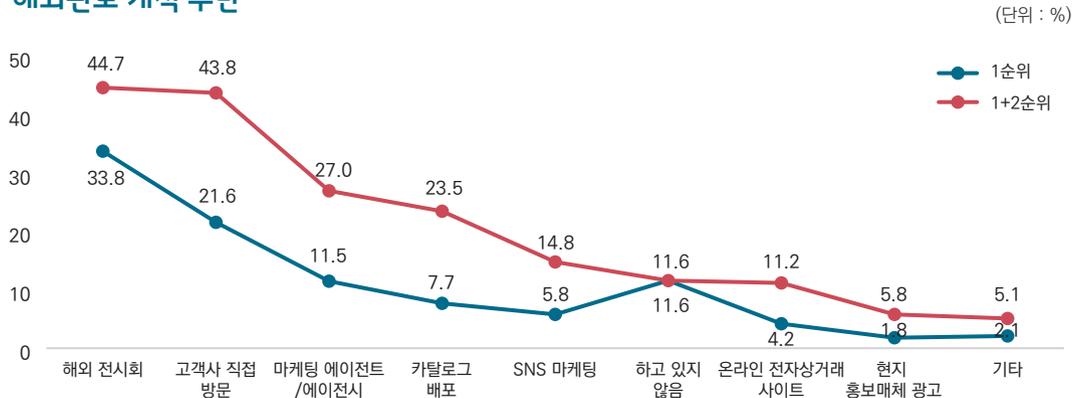
수출업력별 추후 해외 생산 계획

(단위 : %)



- (해외 판로 개척) 수출 중소기업은 글로벌화를 위해 다양한 해외 마케팅 수단을 활용하고 있으나, 코로나19 이후에도 여전히 해외 전시회(33.8%), 고객사 직접 방문(21.6%) 등 대면 마케팅 방식에 크게 의존 중인 것으로 보임

해외판로 개척 수단



- 특히 수출 업력이 길수록 해외전시회, 마케팅 에이전트/에이전시 활용 비중이 높았으나 SNS 마케팅, 온라인 전자상거래 사이트 등 비대면 마케팅 수단 도입율은 오히려 낮았음

수출업력별 해외판로 개척 수단 활용도

(단위 : 개, %)

구분	사례수	해외 전시회	고객사 방문	마케팅 에이전트	SNS 마케팅	온라인 전자상거래	
전체	(1,025)	33.8	21.6	11.5	5.8	4.2	
수출 업력	1년 이상~8년 미만	(317)	25.9	26.8	10.1	9.1	5.0
	8년 이상~16년 미만	(337)	36.8	20.5	10.7	5.0	4.5
	16년 이상~	(371)	37.7	18.1	13.5	3.5	3.2

③ 혁신전략

» 수출 중소기업은 혁신 강화를 위해 특허 출원, 연구개발 확대 노력을 지속하고 있으나 제조 자동화/스마트화에는 상대적으로 소극적인 것으로 나타남

- (특허 보유/출원) 중소기업 절반 이상이 보유하거나 출원 중인 특허가 있는 것으로 드러났으며, 수출업력이 길수록 보유 특허 수가 많았음

I 수출업력별 특허 보유/출원 여부

(단위 : 개, %)

구분		사례수	있다	없다
전체		(1,025)	57.4	42.6
수출업력	1년 이상~8년 미만	(317)	45.4	54.6
	8년 이상~16년 미만	(337)	57.3	42.7
	16년 이상~	(371)	67.7	32.3

I 수출경력별 특허 보유 수

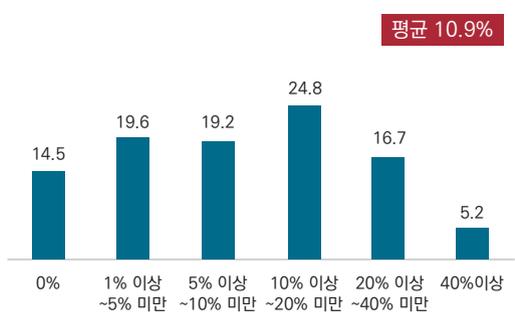
(단위 : 개)

구분		사례수	국내	해외	합계
전체		(588)	11.9	4.6	16.5
수출업력	1년 이상~8년 미만	(144)	7.0	2.9	9.9
	8년 이상~16년 미만	(193)	9.6	2.1	11.7
	16년 이상~	(251)	16.6	7.6	24.2

- (R&D 투자) 중소기업의 매출액 대비 R&D 비중은 평균 10.9%로 나타났으며, 47.5%의 기업이 향후 R&D 투자를 확대할 계획이라고 응답함

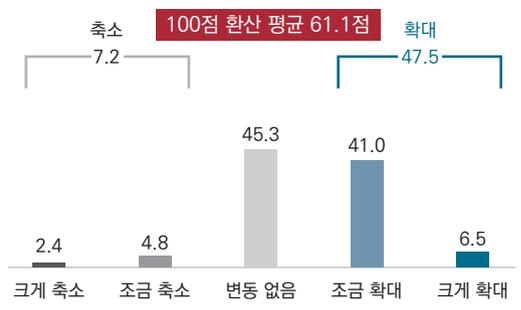
I 매출액 대비 R&D 비중

(단위 : %)



I 향후 3년 이내 R&D 투자 계획

(단위 : %)



- 중소기업은 대체로 R&D 투자에 적극적이었으나, 수출업력이 길수록 오히려 R&D 투자에 소극적인 경향이 있음

· 수출업력 8년 이상 기업이 8년 미만 기업 대비 매출액 대비 R&D 비중이 낮았으며, 향후 3년 이내 R&D 투자 계획에 대해서도 부정적인 응답 비중이 높았음

I 수출업력별 매출액 대비 R&D 비중

(단위 : 개, %)

구분	사례수	0~10%	10~20%	20~40%	40%~	평균	
전체	(1,025)	53.4	24.8	16.7	5.2	10.9	
수출업력	1년 이상~8년 미만	(317)	51.1	23.0	17.0	8.8	12.8
	8년 이상~16년 미만	(337)	54.6	23.1	17.8	4.5	10.4
	16년 이상~	(371)	54.2	27.8	15.4	2.7	9.7

I 수출업력별 향후 3년 이내 R&D 투자 계획

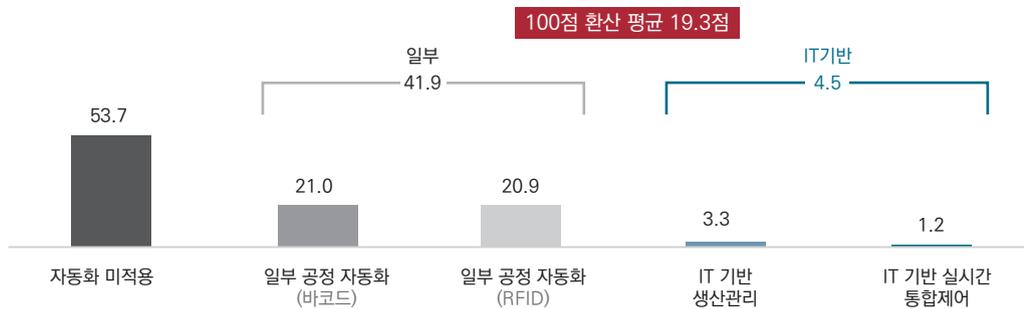
(단위 : 개, %)

구분	사례수	축소	유지	확대	
전체	(1,025)	7.2	45.3	47.5	
수출업력	1년 이상~8년 미만	(317)	7.3	44.2	48.6
	8년 이상~16년 미만	(337)	7.1	46.9	46.0
	16년 이상~	(371)	7.3	44.7	48.0

- (자동화/스마트화) 응답기업 절반 이상(53.7%)이 자동화/스마트화 적용 전으로 나타났으며, 자동화 미적용 사유로는 '추진 필요성을 느끼지 못한다'는 응답이 가장 많았음

I 중소기업 자동화/스마트화 구현 정도

(단위 : %)



주 : 일부 공정 자동화는 바코드나 RFID를 도입하여 원재료나 완제품의 수량을 파악하는 것을 의미하며, IT 기반 생산관리 단계에서는 컴퓨터가 실시간으로 수집한 생산 정보를 모니터를 통해 확인할 수 있으며, IT 통합제어는 컴퓨터가 스스로 생산을 제어·조정하는 단계를 가리킴

- 수출 업력 8년 미만 기업의 경우 자동화 미적용 기업이 60.3%에 달했으나 수출 업력 16년 이상 기업은 자동화 미적용 기업이 46.6%인 것으로 드러나 업력별 편차가 상당했음
- 다만, 자동화 적용 기업의 경우에도 일부 공정에 한해 낮은 수준의 자동화를 도입한 경우가 대부분

I 수출업력별 자동화/스마트화 적용 수준

(단위 : 개, %)

구분	사례수	미적용	일부(바코드)	일부(RFID)	IT생산관리	IT통합제어	100점 환산	
전체	(1,025)	53.7	21.0	20.9	3.3	1.2	19.3	
수출업력	1년 이상~8년 미만	(317)	60.3	20.2	15.5	3.2	0.9	16.1
	8년 이상~16년 미만	(337)	55.2	20.2	21.1	3.0	0.6	18.4
	16년 이상~	(371)	46.6	22.4	25.3	3.8	1.9	23.0

- 자동화 미적용 사유로는 기업 특성과 무관하게 '추진 필요성을 느끼지 못한다'는 응답이 가장 많았고, 수출 업력이 길수록 해당 응답의 비중이 높은 것으로 드러남

수출업력별 자동화/스마트화 미적용 사유

(단위 : 개, %)

구분	사례수	추진 필요성 느끼지 못함	투자비용 조달 어려움	자동화 여력 없음	전담 인력 확보 어려움	성과에 대한 확신 부족	
전체	(550)	55.8	19.8	9.1	7.5	5.5	
수출업력	1년 이상~8년 미만	(191)	54.3	20.9	8.9	4.7	4.2
	8년 이상~16년 미만	(186)	57.0	19.4	8.1	9.1	5.4
	16년 이상~	(173)	56.0	18.1	10.4	8.7	6.6

④ 신사업 전략

» 수출 중소기업의 과반 이상인 76.0%가 미래 수익원 확보를 위한 신규 사업 계획을 추진 중/예정인 것으로 조사

- 수출 업력에 관계없이 신사업을 추진 중이거나 추진 예정이라는 응답이 과반 이상을 차지했으나 수출 업력이 길어질수록 신사업 추진에 소극적인 것으로 나타남

수출업력별 미래 수익원 확보 목적의 신규 사업 계획

(단위 : 개, %)

구분	사례수	고려하고 있지 않다	추진 중이다	추진 예정이다	
전체	(1,025)	24.0	49.1	26.9	
수출업력	1년 이상~8년 미만	(317)	16.4	53.9	29.7
	8년 이상~16년 미만	(337)	25.2	48.7	26.1
	16년 이상~	(371)	29.4	45.3	25.3

- 특히 수출 업력 8년 미만인 기업이 투자자금 조달 어려움, 기술력 부족 등 내부 역량 문제를 신사업 미추진 사유로 꼽은데 반해 업력 8년 이상 기업은 내부 역량은 충분함에도 불구하고 신사업 추진에 미온적임

수출업력별 신규 사업을 추진하지 않는 이유

(단위 : 개, %)

구분	사례수	기사업만으로 충분	신사업 발굴 어려움	투자금 조달 어려움	기술력 부족	...	
전체	(246)	39.0	24.8	17.1	14.6		
수출업력	1년 이상~8년 미만	(52)	38.5	19.2	21.2	19.2	
	8년 이상~16년 미만	(85)	40.0	25.9	14.1	14.1	
	16년 이상~	(109)	38.5	26.6	17.4	12.8	

2

중소기업 수출경쟁력 강화를 위한 과제

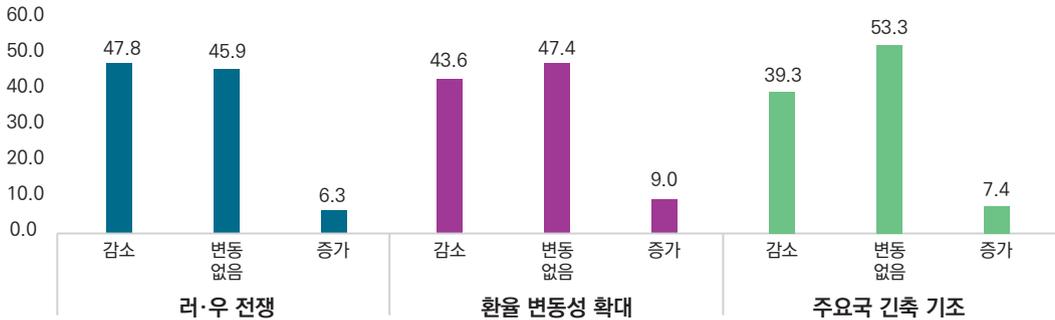
① 중소기업 수출 애로

» 러-우 전쟁, 환율 변동성 확대, 주요국의 긴축 기조 모두 중소기업 수출에 상당한 영향을 미친 것으로 드러남

- 특히 응답 기업의 절반에 가까운 47.8%가 러-우 전쟁으로 인해 수출이 감소했다고 응답

| 무역통상 관련 이슈별 중소기업 수출 영향

(단위 : %)

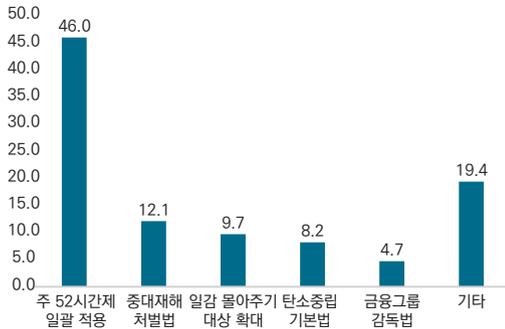


» 무역·통상 환경 악화 외에 국내 규제도 수출기업에 미치는 부정적 영향이 상당한 것으로 조사됨

- 수출에 부정적 영향을 미친 규제로는 '일괄적인 주 52시간제 적용(46.0%)'과 '중대재해처벌법(12.1%)'에 대한 응답이 가장 많았으며, 이에 따라 국내 고용/투자를 축소한 기업도 다수

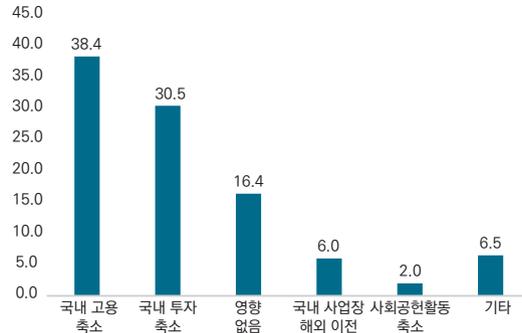
| 수출에 영향을 미친 정부 규제

(단위 : %)



| 정부 규제가 기업 경영에 미친 영향

(단위 : %)



② 중소기업 수출경쟁력 제고전략

» 우리 중소기업 수출경쟁력 제고를 위해서는 경쟁업체 대비 뒤처지는 가격 및 판매·마케팅 경쟁력 보완이 필요

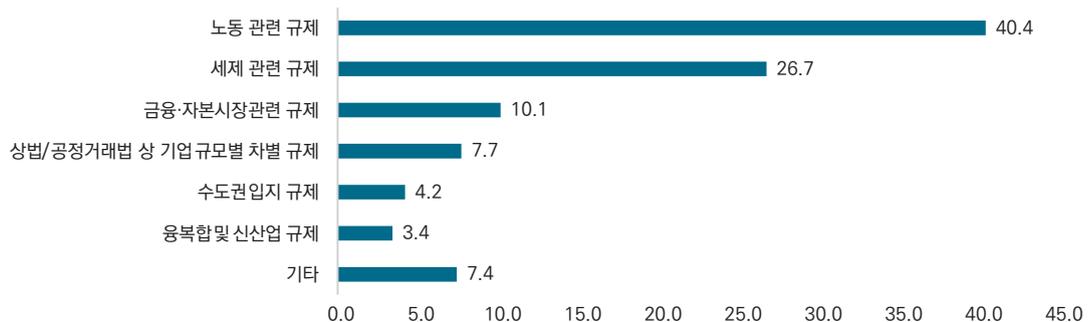
- 수출 업력, 주력 수출시장, 수출규모 등 개별기업의 특성에 따라 부문별 경쟁력 수준이 상이하므로, 각 기업이 처한 상황에 알맞은 경쟁력 강화 전략을 수립할 필요가 있음

» 중소 수출기업 대다수가 대외환경 악화와 규제 장벽으로 인해 수출에 어려움을 겪고 있는 바, 정부 차원의 중소 수출경쟁력 강화 지원시책 확충 필요

- 중소 수출기업은 가장 시급하게 개선되어야 할 정부 규제 주 52시간제, 외국인 고용 확대 등 노동 관련 규제(40.4%)를 가장 많이 꼽았으며, 세제 관련 규제(26.7%), 금융·자본시장 관련 규제(10.1%) 완화를 요구하는 기업도 많았음

가장 시급하게 개선되어야 할 정부 규제

(단위 : %)



- 규제 완화 외에도 원자재 가격 상승 부담 완화, 물류비 경감 등 수출 애로를 타개하기 위한 정부지원 수요가 높은 것으로 드러나 할당관세 적용 원자재 확대, 물류비 지원 등 기업의 비용 부담을 완화할 수 있는 지원시책이 필요할 것으로 보임

IV

결론 및 시사점

IV. 결론 및 시사점

① 요약·정리

» 2021년 중소기업 수출이 역대 최대 규모를 기록했으나, 전체 수출에서 중소기업이 차지하는 비중은 여전히 높지 않은 실정이며 수출 현장에서 중소기업이 겪는 애로도 커지고 있음

- 전체 수출기업 중 중소기업이 차지하는 비중이 96.7%에 이르는 것에 반해 수출액 비중은 18.2%에 불과
- 최근 원자재 가격 폭등 및 환율 변동성 확대 등 교역환경의 악화로 수출 현장에서 중소기업이 겪는 애로는 오히려 확대되고 있는 것으로 드러남

» 중소기업 수출의 양적 확대에도 불구하고, 우리 중소기업이 체감하는 수출경쟁력은 선두 경쟁업체 대비 근소하게 뒤처지는 것으로 드러남

- 주요 수출시장 내 선두경쟁업체 경쟁력을 100으로 가정할 때 국내 수출중소기업의 전반적인 수출경쟁력은 98.3으로 특히 가격 및 마케팅 경쟁력이 부족한 것으로 평가
- 중소기업이 체감하는 경쟁력 수준은 개별 기업의 특성에 따라 상이한 것으로 나타났는데, 수출 업력이 긴 기업도 자사 경쟁력을 경쟁업체 대비 열위로 평가하는 것으로 나타나 업력에 무관하게 중소기업이 수출경쟁력 제고에 어려움을 겪는 것으로 평가
 - 수출 업력 8년 미만 기업이 체감하는 경쟁력 수준이 선두 경쟁업체와 대등한 수준(99.2)이었던 반면 수출 업력이 16년 이상인 기업이 체감하는 경쟁력 수준(97.4)은 선두 경쟁업체에 다소 뒤처지는 것으로 보임

» 우리 중소 수출기업은 다방면으로 경쟁력 강화를 꾀하고 있는 것으로 드러났으나 혁신에 대한 미온적인 태도나 수출환경 악화, 정부 규제 등은 중소 수출경쟁력 강화를 위해 풀어야 할 과제

- 응답 중소기업은 글로벌화, 사업 혁신, 신사업 개척 등 다방면으로 수출경쟁력 강화를 위해 힘쓰고 있는 것으로 드러남
- 다만, 중소기업 응답 특성을 분석한 결과 수출업력이 길수록 현 상황에 안주하며 혁신의 필요성을 느끼지 못하는 기업이 많은 것으로 나타나, 장기적인 중소 수출경쟁력 제고를 위해 생산·유통·판매 등 전 과정에 걸친 혁신이 필요하다는 중소기업의 인식 전환이 선결되어야 할 것으로 보임

I 수출 업력에 따른 문항별 응답

(단위 : %)

신규사업을 추진하지 않는 이유		사례수	기사업만으로 충분	신사업 발굴 어려움	투자금 조달 어려움	기술력 부족	...
전체		(246)	39.0	24.8	17.1	14.6	
수출 업력	1년 이상~8년 미만	(52)	38.5	19.2	21.2	19.2	
	8년 이상~16년 미만	(85)	40.0	25.9	14.1	14.1	
	16년 이상~	(109)	38.5	26.6	17.4	12.8	
자동화/스마트화 미적용 사유		사례수	추진 필요성 느끼지 못함	투자비용 조달 어려움	자동화 여력 없음	전담 인력 확보 어려움	성과에 대한 확신 부족
전체		(550)	55.8	19.8	9.1	7.5	5.5
수출 업력	1년 이상~8년 미만	(191)	54.3	20.9	8.9	4.7	4.2
	8년 이상~16년 미만	(186)	57.0	19.4	8.1	9.1	5.4
	16년 이상~	(173)	56.0	18.1	10.4	8.7	6.6

- 러-우 전쟁, 환율 변동성 확대 뿐 아니라 주 52시간제 적용 등 정부 규제도 중소기업 수출경쟁력에 악영향을 미치는 것으로 드러나, 향후 중소기업 수출 확대를 위해 정부 차원의 지원도 병행되어야 할 것으로 판단

② 수출 경쟁력 제고 전략

▶ 우리 중소기업은 경쟁기업 대비 품질 경쟁력이 우수한 편으로 드러났으나, 가격 및 마케팅 경쟁력이 뒤쳐지는 것으로 평가되어 향후 경쟁우위를 점하기 위해 해당 부문 강화 필요

- 다만, 기업이 처한 상황에 따라 수출경쟁력 강화전략이 달라지므로 주요 경쟁국에 따른 맞춤형 경쟁력 강화 전략을 수립해야 함

I 선두 경쟁업체 국가별 수출경쟁력 수준 및 경쟁력 강화 전략

(단위 : 개, %)

구분	사례수	종합경쟁력	가격경쟁력	품질경쟁력	서비스경쟁력	판매·마케팅	...
전체	(1,025)	98.3	95.6	108.9	105.2	99.0	
선두 경쟁업체 국적	중국	(369)	97.8	84.8	113.8	108.2	101.7
	미국	(154)	97.0	102.7	103.9	101.1	93.4
	일본	(116)	96.8	103.2	102.7	102.7	97.5
	독일	(52)	96.3	109.0	102.5	102.5	92.7
	베트남	(24)	97.9	93.3	107.5	102.9	102.1
	...						
구분	사례수	원가 절감	유통·판매 채널 강화	품질 개선 (R&D)	해외시장 정보수집	기업홍보 강화	...
전체	(1,025)	47.5	10.9	15.3	9.2	7.7	
선두 경쟁업체 국적	중국	(369)	50.1	16.8	9.5	10.0	4.6
	미국	(154)	42.9	21.4	10.4	8.4	11.0
	일본	(116)	47.4	15.5	12.9	6.0	6.9
	독일	(52)	50.0	9.6	13.5	9.6	15.4
	베트남	(24)	45.8	12.5	4.2	8.3	16.7
	...						

- 새로운 수출경쟁력 강화 전략을 실행하기에 앞서 현재 경쟁상황을 고려해 기존 경쟁우위를 강화하는 대안과 새로운 경쟁우위를 육성하는 대안 사이의 적절한 선택이 필요함

- 선두경쟁업체가 중국·베트남 등 후발국의 기업인 경우 우리 기업이 품질 측면에서 경쟁우위를 접하나, 가격경쟁력이 부족한 것으로 드러나 원가 절감을 통해 현재 크게 뒤쳐진 가격경쟁력을 추월할 수 있을지, 혹은 부족한 가격경쟁력을 상쇄할 만큼 품질 향상이 가능한 지에 대한 고민이 필요

- 선두경쟁업체가 미국·일본·독일 등 선진국 기업인 경우 우리 중소기업이 가격, 품질 측면에서 모두 우위를 점하고 있지만 판매·마케팅 경쟁력이 상대적으로 뒤쳐져 유통·판매 채널 확충, 현지 홍보 강화 등 판촉 전략 보완이 요구됨

» **중소 수출경쟁력 강화를 위해 기업의 개별적인 경쟁력 강화 전략 추진과 더불어 정부 차원의 적극적인 지원책 마련이 병행되어야 함**

- 그간 정부는 수출 업력이 짧은 수출 초보기업을 주로 지원해왔으나, 조사 결과 수출 업력이 긴 기업 또한 수출시장에서 경쟁력 확보에 어려움을 겪는 것으로 나타남

- 전년도 수출액, 수출업력 등 일차원적 분류에 따라 수출지원사업의 대상기업을 한정하기 보다는 중소 수출기업의 특성을 다각적으로 분석하여 보다 많은 기업에게 맞춤형 지원시책을 제공할 필요가 있음

- 뿐만 아니라 주 52시간제 일괄 적용, 중대재해처벌법 등 기업 경영에 직접적인 영향을 미치는 규제를 완화하고 수출환경 악화 속 중소기업의 비용 부담을 덜기 위한 실질적 지원책을 마련해야 함

2022년도 국제무역통상연구원 Trade Focus 발간 현황

IIT

iit No.	Trade Focus 보고서 명	작성자
No.1	성장하는 펠케어 산업 최신트렌드와 우리 기업의 글로벌 경쟁력 강화 방안	박가현
No.2	2022년 양회를 통해 본 중국의 경제·산업 정책방향과 시사점	전보희
No.3	세계 수출시장 1위 품목으로 본 우리 수출의 경쟁력 현황(2020년 기준)	김아린, 정혜선
No.4	2022년 2/4분기 수출산업경기전망조사(EBSI)	김민우
No.5	글로벌 공급망의 뉴노멀과 우리의 대응	강내영, 양지원
No.6	주요 원자재 공급 구조 분석 및 가격 상승의 영향	도원빈
No.7	미국 금리 인상이 우리 수출에 미치는 영향	홍지상
No.8	(국제무역통상연구원 개원 20주년 기념 특별판) 글로벌 무역통상 환경 변화와 우리의 대응 과제 : NEXT 20	홍지상, 김꽃별, 조의윤, 김아린, 강내영, 양지원, 김경화, 이유진, 신규섭, 김경훈
No.9	친환경 소비시대, 부상하는 그린슈머를 공략하라! : 팬데믹으로 강화된 친환경 소비트렌드 대응전략	임지훈
No.10	중국의 성장전략 전환과 우리기업의 대응전략	안병선
No.11	전기차 배터리 재활용 산업 동향 및 시사점 : 중국 사례 중심으로	김희영
No.12	식량 수출제한조치에 따른 공급망 교란과 영향	김나을
No.13	2022년 상반기 수출입 평가 및 하반기 전망	홍지상, 김꽃별, 조의윤, 김아린, 이유진, 도원빈
No.14	2022년 3/4분기 수출산업경기전망조사(EBSI)	김민우
No.15	핵심 원자재의 글로벌 공급망 분석 : 니켈	김경훈
No.16	수출의 국민경제 기여효과 분석(2021년)	조의윤
No.17	국제원자재 가격과 원화환율의 변동요인 및 우리 경제에 미치는 영향	도원빈, 강내영
No.18	EU 배터리 여권으로 살펴본 이력 추적 플랫폼의 필요성	김희영, 강노경
No.19	중소기업 수출경쟁력 진단 및 개선과제	김아린