



무역 거래에서 문화 공유성 결정 요인과 성과분석

-중국 중소수출기업을 중심으로-

CHEN Zhili, 조혁수

충남대학교



목차

서론

이론배경

연구모형 및 가설

실증분석

결론 및 한계점

01

서론

연구배경

연구의의와 목적

연구방법

선행연구

01 서론

연구배경

연구의의와 목적

선행연구

연구방법

서로 다른 국가의 기업 간에
행해지는 각종 형식의
경영행위는 실질적으로
하나의 다문화행위



기업과 주최국 기업 간의 문화공유성?

미국 유력지 '일렉트로닉
월드'
'글로벌 시장 성공의 가장
큰 걸림돌은 무엇인가'--
문화적 이질

회사 경영자의 35%가 해외
업무에서 겪는 어려움
1위로 문화적 이질을
꼽았다.



중국

01 서론

연구배경

연구의의와 목적

선행연구

연구방법

이론적 의미

문화공유성과 중국 중소기업의 대외 무역에 관한 이론을 충실한다.

현실적 의미

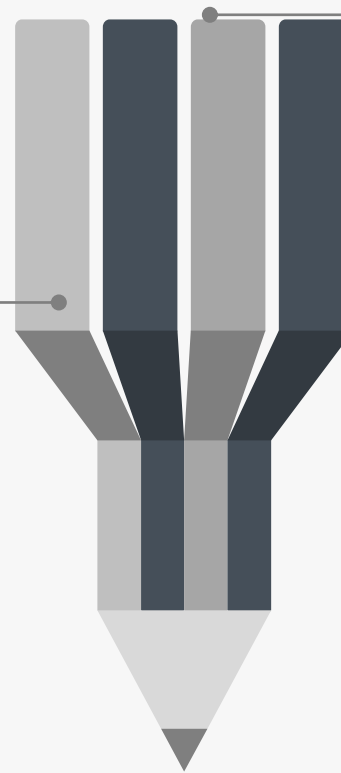
기업간의 문화 차이를 상세히 이해함으로써, 무역 과정에서 직면하는 위험을 회피하는 데 도움이 된다.

연구 목적

중국 중소기업과 타국 협력업체 간의 문화 공유성의 영향 요인을 분석한다.

중국 중소기업의 타국 기업간의 문화공유성이 양국 기업 간 상거래에 영향을 미치는지 따져본다.

분석 결과에 따라 중국 중소기업에 대한 제안을 한다.



01 서론

연구배경

연구의의와 목적

선행연구

연구방법

문화공유성의 정방향인가 아니면 역방향인가가 국제무역에 영향을 준다.

천하오, 천샤오밍(2011)은 실증 분석을 통해 양국의 문화공유성이 1%포인트 늘어날 때마다 수출 교역액이 0.185%포인트씩 증가한다는 결론을 내렸다.

Iwasaki, Suganuma(2013)는 러시아와 OECD중 23개국 패널 데이터를 선택하여 중력모형을 활용하여 FDI와 문화적 차이가 러시아와 OECD국가간 교역에 어떤 영향을 미치는지 연구하였다. 러시아는 OECD 중 사회문화가 러시아와 비슷한 나라일수록 수출량이 많은 것으로 나타났다.

1

2

3

Lankhuizen 과 Groot (2014) 은 FDI 가 정부 관리와 문화 등 보이지 않는 장벽에 민감할 때, 회사는 양국의 문화적 차이가 커짐에 따라 FDI 대신 무역을 결정할 것이다.

01 서론

연구배경

연구의의와 목적

선행연구

연구방법

연구방법

중국 중소기업들을 대상으로

기업 간의 문화공유성에
영향을 미치는 요인들을
도출

문화공유성과 무역성과와의
인과관계를 분석

선행연구를 통하여 가설 설정

설문지를 이용하여 중국
수출입 기업 대상으로
온라인방식으로 조사

SPSS 과 AMOS---신뢰성,
타당성, 구조방정식 모형

1

3

2

4

02 이론배경

거래비용이론

거래비용(Transaction Costs): 일정한 사회적 관계에서 사람들이 자발적으로 사귀고 서로 협력하여 거래를 성사시키면서 지불하는 비용

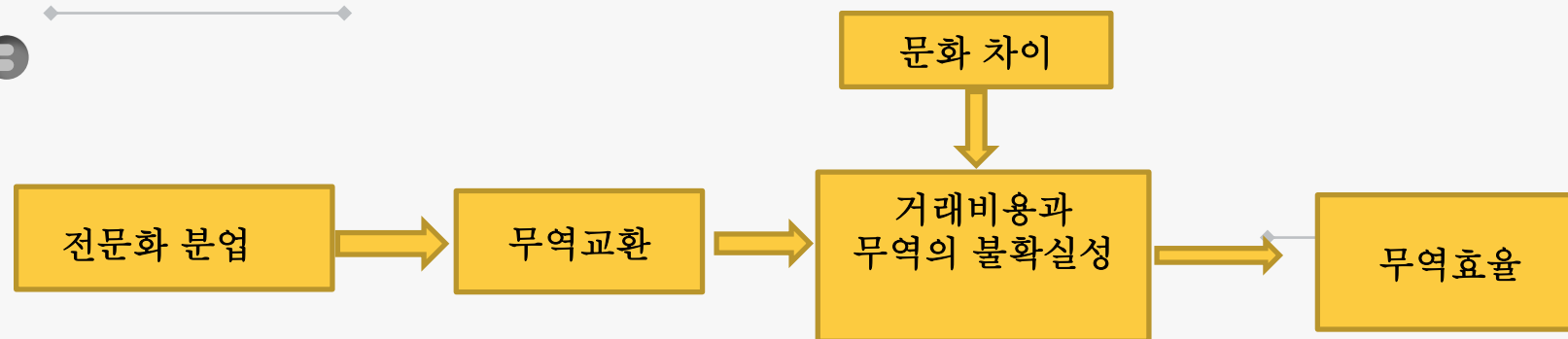
구분 (Williamson, 1975):

검색비용, 정보비용, 협상비용, 의사결정비용, 감독비용

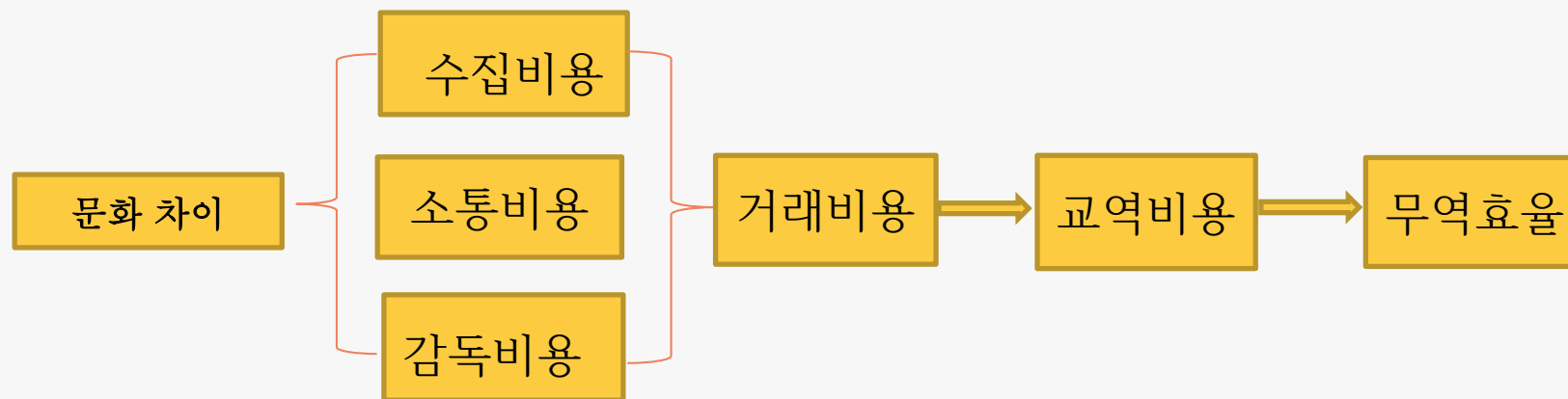
왕풍화, 판허(2018)는 《문화차이원가와 다문화 거래비용의 측정》에서 기업간 문화이질이 작을수록 문화공유성이 높고, 정보수집이 편리하며, 상호신뢰도가 높으며, 거래비용이 상대적으로 낮다고 제시하였다.

02 이론배경

거래비용이론



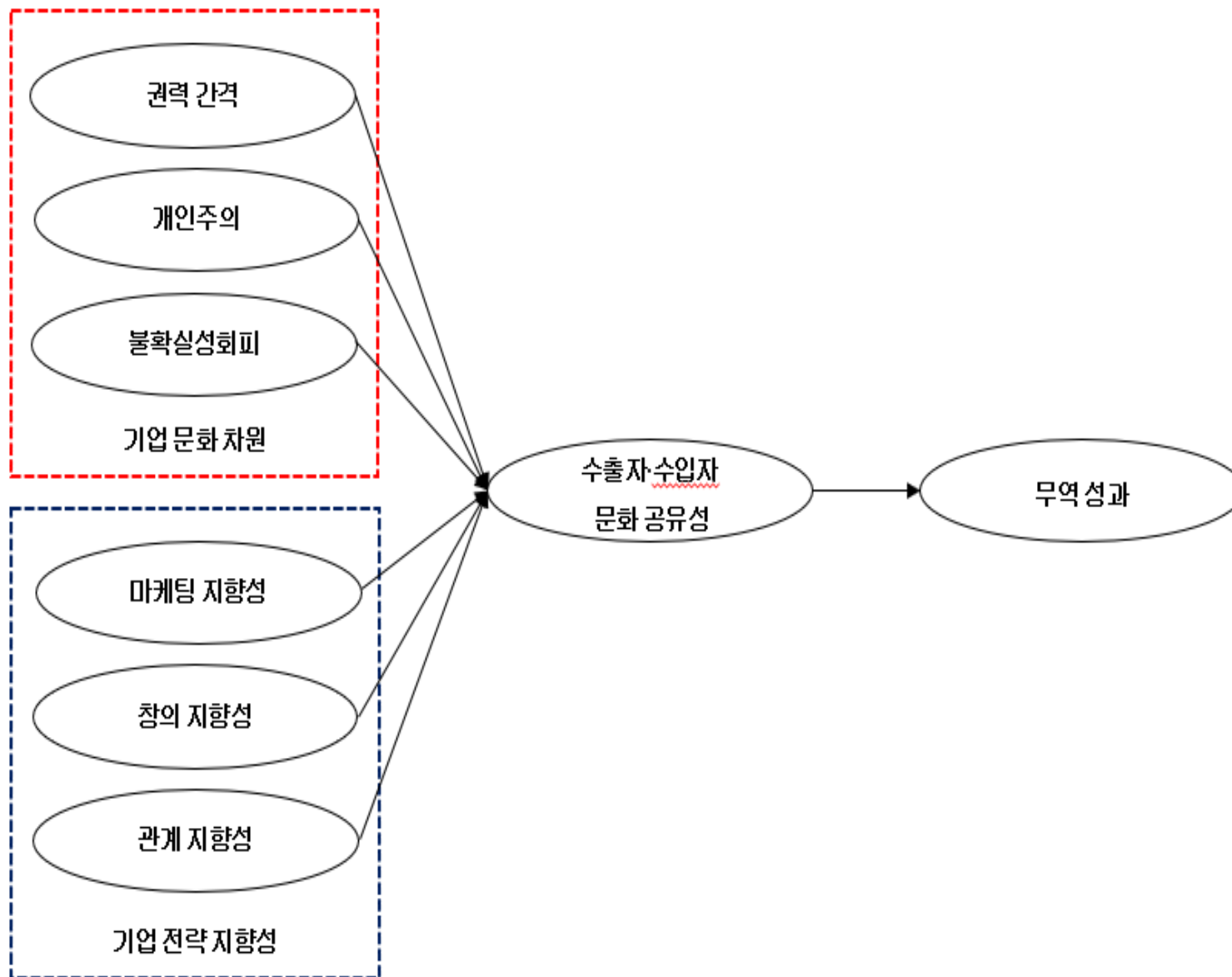
문화 차이가 기업의 수출입 무역 효율성에 미치는 영향의 메커니즘



거래비용에 기초한 전도체제도

03 연구모형

연구모형



03 연구변수 및 가설

연구변수 및 정의

연구가설

변수 (기업문화특성)	조작적 정의	관련문헌
권력 거리	<ul style="list-style-type: none"> ● 구성원의 권력 분배 불평등에 대한 수용 정도 ● 조직 내에 불평등한 권력 분배 범위 ● 부하, 상사 간 수직적 관계 ● 상부의 수직적 정책 결정 정도 	Hofstede(1972) Dorfman and Howell(1998) Brockner et al.(2001) Burgoon et al.(1982)
개인주의	<ul style="list-style-type: none"> ● 개인의 이익, 목표 중시 정도 ● 개인의 가치 중시 정도 ● 자기 지배, 자기 통제 중시 정도 ● 개인의 사회 진출 중시 정도 	Rousseau(1962) Zhu(2010) Britannica(2005)
불확실성회피	<ul style="list-style-type: none"> ● 불확실하고 예측할 수 없는 상황에 직면했을 때 긴장하는 정도 ● 안전규범과 기타 수단을 제정함으로써 불확실성을 피하려는 정도 ● 미래의 사건에 대한 불확실성 예측 정도 ● 행위 이탈에 대한 불용 수준 정도 	Hofstede(1972) Veiga(2001) Ynaouzas and Boukis(1993) Joiner(2001)

03

연구변수 및 가설

연구변수및 정의

연구가설

변수 (기업전략)	조작적 정의	관련문헌
마케팅지향성	<ul style="list-style-type: none"> ● 시장 수요에 근거하여 상품을 생산하고 이익을 추구하는 정도 ● 제품에 대한 전략적 위치 설정 정도 ● 시장에 적합한 마케팅 전략 실시 정도 ● 능률적인 마케팅 전략 집행 정도 	Gronroos(1981) Michael(1998) Kotler(1967) Murray(1994)
창의지향성	<ul style="list-style-type: none"> ● 혁신을 바탕으로 기업의 발전을 추구하는 정도 ● 기업 운영 관련 혁신 중시 정도 ● 기업 운영 관련 창조적 성과 중시 정도 ● 타기업 대비 혁신 성과 수준 	Zhou(2010) Schumpeter(1912) Rogers and Shoemaker(1983) Damanpour(1991)
관계지향성	<ul style="list-style-type: none"> ● 기업 운영 관련 관계 중시 정도 ● 내부 직원과의 관계 중시 정도 ● 외부 담당자와의 관계 중시 정도 ● 기업 활동 관련 친밀도 중시 정도 	Fiedler(1951) Yeung and Tung(1996) Tan et al.(2009) Littlefield(2001)

03

연구변수 및 가설

연구변수및 정의

연구가설

변수	조작적 정의	관련문헌
문화공유성	<ul style="list-style-type: none">● 서로 다른 문화가 한 조직 내 전파되는 정도● 서로 다른 집단이 같은 문화 현상을 향유하는 정도● 서로 다른 집단이 동일 규범과 가치관을 공유하는 정도● 서로 다른 집단이 공유하는 물리적, 사회적 유사성 정도	Babiker et al.(1980) Conway and Swift(1990) Deng and Xia(2019)
무역성과	<ul style="list-style-type: none">● 무역액 증가도● 무역 능률 향상도● 무역 이익 증가도● 무역 비용 감소 정도	Yan(2016) Zhang(2020) Cyrus(2012) Ellis(2007)

03

연구변수 및 가설

연구변수 및 정의

연구가설

기업 문화 차원

진진봉, 유선복(2012)은 '호프스테드 권력간격문화위도가 다문화 비즈니스 교제에 시사하는 바'에서 한 기업의 권력 간격이 작을수록 협력업체의 문화적 충격을 더 잘 받아들일 수 있다고 지적했다.

가설1-1: 기업의 권력 간격 수준과 기업 간 문화공유성 사이에는 부(-)의 관계가 있다.

진예결(2012) '문화공유성과 글로벌 기업의 경영리스크': 불확실성회피성 지수가 낮은 기업들이 문화를 더 잘 받아들이고 융합할 수 있다는 것이다.

가설1-2: 기업의 불확실성회피 수준과 기업 간 문화공유성 사이에는 부(-)의 관계가 있다.

장동량(2004) '글로벌 경영에서 문화 충돌-회피 대책 연구': 집단주의 기업이 협력사와의 문화 충돌 더 적다.

가설1-3: 기업의 개인주의 수준과 기업 간 문화공유성 사이에는 부(-)의 관계가 있다.



03

연구변수 및 가설

연구변수 및 정의

연구가설

기업 전략 차원

초광지(2012)가 '문화의 다문화전파-마케팅전파 시각 통합'에서 사례분석을 통해 다양한 마케팅 채널이 문화전파에 더 좋다는 결론을 내렸다.

가설2-1: 기업의 마케팅 지향성 수준과 기업 간 문화공유성 사이에는 정(+)의 관계가 있다.

저우샤오(2013)가 '국내외 경험을 바탕으로 한 중국 기업의 다문화협력 연구'에서 사례분석을 통해 창의지수가 높은 기업은 다문화협력에서 문화융합도가 더 높다고 밝혔다.

가설2-2: 기업의 창의지향성 수준과 기업 간 문화공유성 사이에는 정(+)의 관계가 있다.

관계지향성이 기업 간의 문화 공유성에 미치는 영향은 정확한 결론이 없다.

가설2-3: 기업의 관계지향성 수준과 기업 간 문화공유성 사이에는 부(-)의 관계가 있다.



천하오, 천샤오밍(2011)은 실증 분석을 통해 양국의 문화공유성이 1%포인트 늘어날 때마다 수출 교역액이 0.185%포인트씩 증가한다는 결론을 내렸다.

가설3-1: 기업 간 문화공유성 수준과 기업성과 사이에는 정(+)의 관계가 있다.

03

연구변수 및 가설

연구변수 및 정의

연구가설



변수	변수	상관
권력 거리	문화공유성	-
개인주의		-
불확실성 회피		-
마케팅 지향성		+
창의 지향성		+
관계 지향성		-
문화공유성	무역성과	+

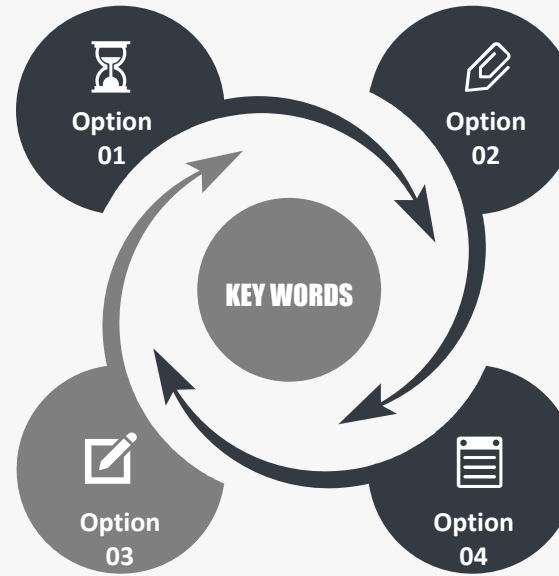
04 실증분석

실증분석

자료수집

기업 직원들을 대상으로
사회 설문 조사 실시

443부



통계분석 (AMOS)

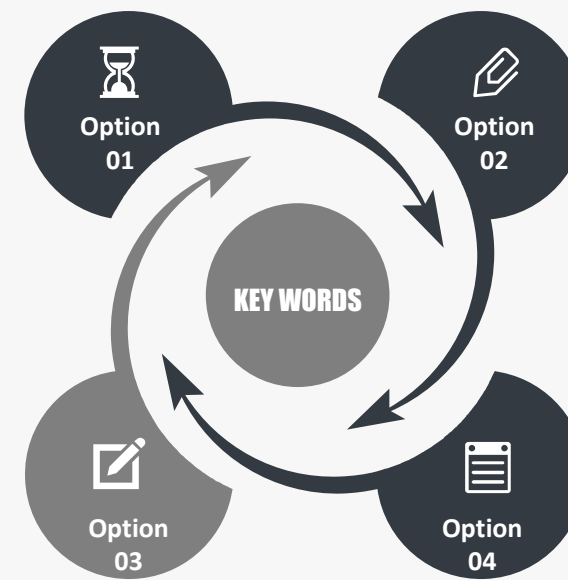
신뢰성을 분석하고 구성요인
개념의 측정 타당성을
검토하기 위한 요인분석

구조방정식 모형

04 실증분석계획

신뢰성분석

요인	Cronbach의 알파	항목 수
권력 거리	0.862	4
불확실성 회피	0.916	4
개인주의	0.918	4
마케팅지향성	0.886	4
창의지향성	0.879	4
관계지향성	0.860	4
문화공유성	0.877	4
무역성과	0.848	4
평균 신뢰성	0.848	32

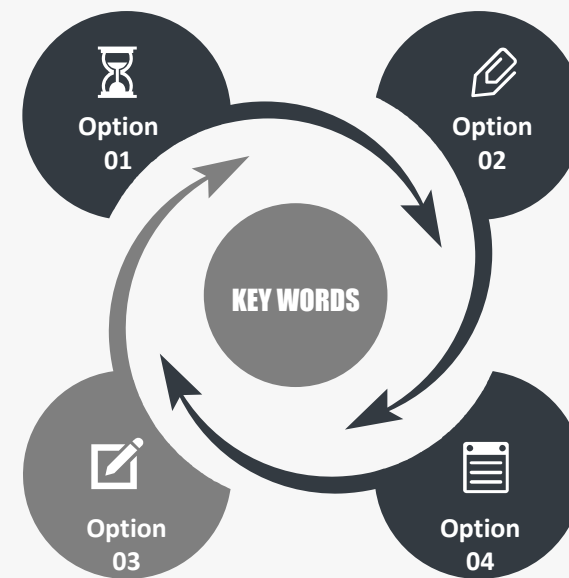


04 실증분석계획

타당성분석

KMO와 Bartlett 검정결과

	표준형성 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도.	0.971
Bartlett의 구형성 검정	근사 카이제곱	11054.26
	자유도	496
	유의확률	0.000



04 실증분석계획

타당성분석

변수간 관계	Estimates	AVE
X1 (권력 거리)		
X1 → X11	0.851	0.61
X1 → X12	0.753	
X1 → X13	0.737	
X1 → X14	0.796	
X2 (불확실성 회피)		
X2 → X21	0.911	0.73
X2 → X22	0.832	
X2 → X23	0.834	
X2 → X24	0.841	
X3 (개인주의)		
X3 → X31	0.912	0.73
X3 → X32	0.833	
X3 → X33	0.845	
X3 → X34	0.844	
X4 (마케팅지향성)		
X4 → X41	0.881	0.66
X4 → X42	0.782	
X4 → X43	0.79	
X4 → X44	0.778	

변수간 관계	Estimates	AVE
X5 (창의지향성)		
X5 → X51	0.873	0.64
X5 → X52	0.782	
X5 → X53	0.798	
X5 → X54	0.757	
X6 (관계지향성)		
X6 → X61	0.909	0.67
X6 → X62	0.814	
X6 → X63	0.754	
X6 → X64	0.793	
Y1 (문화공유성)		
Y1 → Y11	0.804	0.66
Y1 → Y12	0.782	
Y1 → Y13	0.791	
Y1 → Y14	0.886	
Y2 (무역성과)		
Y2 → Y21	0.79	0.67
Y2 → Y22	0.776	
Y2 → Y23	0.807	
Y2 → Y24	0.897	

04

실증분석계획

타당성분석

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y1	Y2
X1	0.61							
X2	0.687	0.73						
X3	0.661	0.823	0.73					
X4	-0.714	-0.568	-0.567	0.66				
X5	-0.746	-0.578	-0.582	0.786	0.64			
X6	-0.702	-0.588	-0.579	0.757	0.757	0.67		
Y1	-0.735	-0.533	-0.606	0.781	0.851	0.769	0.64	
Y2	-0.728	-0.573	-0.577	0.801	0.815	0.765	0.797	0.67

AVE의 제곱근 값은 대각선상에 있는 진한 값.

04

실증분석계획

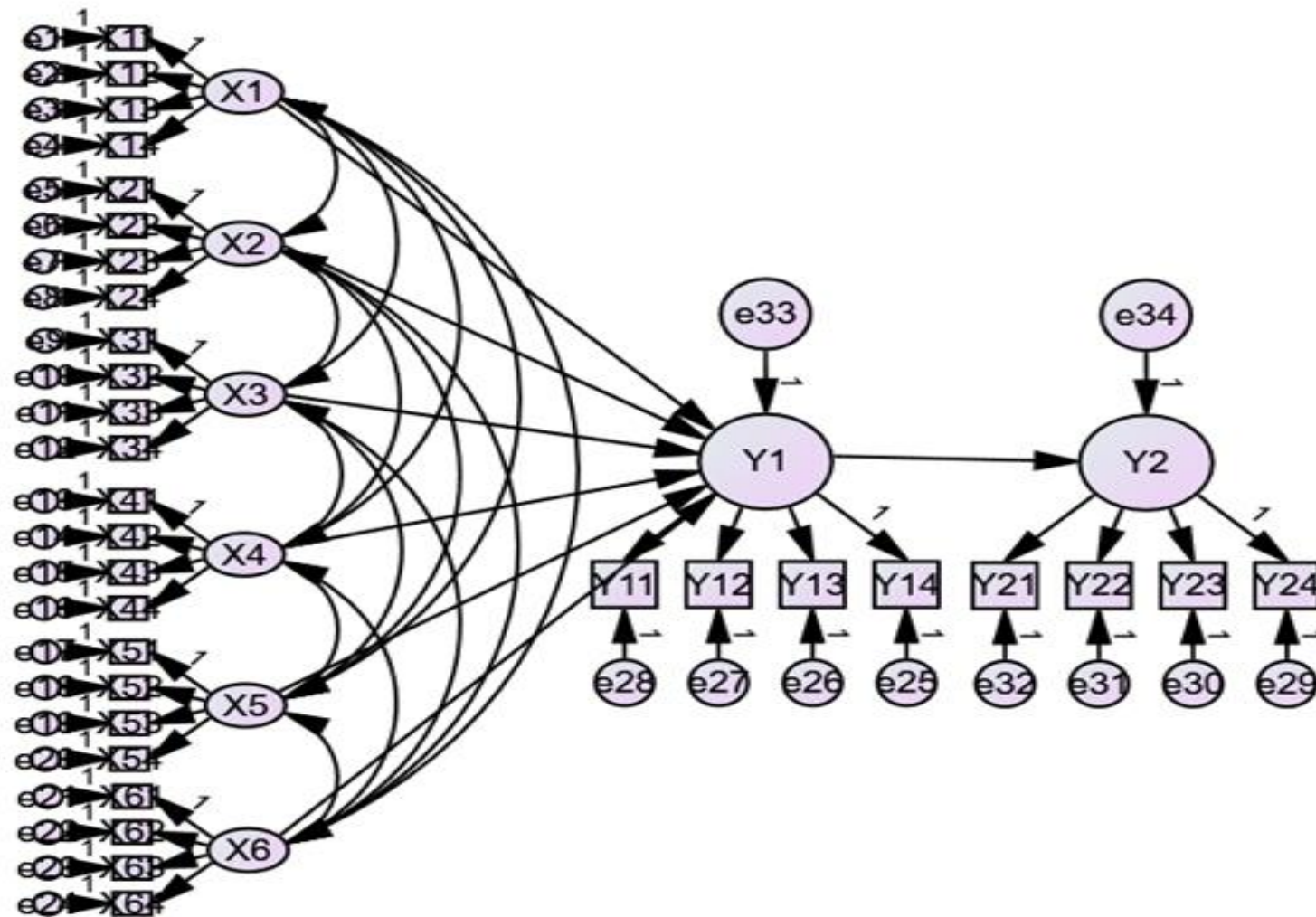
구조방정식

가설	변수간 관계	표준화 회귀계수
1-1	X1 -> Y1	-0.147
1-2	X2 -> Y1	0.177
1-3	X3 -> Y1	-0.186
2-1	X4 -> Y1	0.181
2-2	X5 -> Y1	0.491
2-3	X6 -> Y1	0.111
3-1	Y1 -> Y2	0.856
모형 적합도 검정	변량치	적합도 지수
CMIN/DF	2.0 이하	1.239
IFI	0.9 이상	0.990
TLI	0.9 이상	0.989
CFI	0.9 이상	0.928
RMSEA	0.05이하	0.023

04

실증분석계획

구조방정식



05 결론 및 한계점

가설 채택 여부

No.		연구가설	채택여부
기업문화 특성	가설 1-1	기업의 권력 간격 수준과 기업 간 문화공유성 사이에는 부(-)의 관계가 있다.	기각
	가설 1-2	기업의 불확실성회피 수준과 기업 간 문화공유성 사이에는 부(-)의 관계가 있다.	기각
	가설1-3	기업의 개인주의 수준과 기업 간 문화공유성 사이에는 부(-)의 관계가 있다.	기각
기업특성	가설 2-1	기업의 마케팅 지향성 수준과 기업 간 문화공유성 사이에는 정(+)의 관계가 있다.	기각
	가설 2-1	기업의 창의지향성 수준과 기업 간 문화공유성 사이에는 정(+)의 관계가 있다.	채택
	가설 2-3	기업의 관계지향성 수준과 기업 간 문화공유성 사이에는 부(-)의 관계가 있다.	기각
문화공유성	가설 3-1	기업 간 문화공유성 수준과 기업성과 사이에는 정(+)의 관계가 있다.	채택

05

결론 및 한계점

결론 및 한계점



한계점

- 본 연구는 조사대상 에 대한 표본과 변수 측정이 제한적이다.
- 서로 다른 지역과 업종 아래의 세분화된 영역에 대하여 분석하지 않았다.
- 문화공유성은 매우 정확하게 측정하기 어렵기 때문에 결론은 편파적일 수 있다.

