

# 원산지 이미지에 따라 원산지 요인들이 원산지제도 성과에 미치는 영향에 관한 연구

## An Empirical Study of effect how COO Factors impact on COO Performance in accordance with Origin Images

김 창 봉\* Chang-Bong Kim  
현 화 정\*\* Hwa-Jung Hyun

### 목 차

I. 서론	IV. 가설의 검증 결과
II. 원산지검증 및 활용에 대한 선행연구	V. 결론
III. 연구모형 및 가설설정	참고문헌
	Abstract

### 국문초록

최근 글로벌 무역환경은 글로벌 공급체인망 통합에 의한 무역거래가 이루어지고 있다. 특히, 국가간, 지역간 FTA가 협정되면서 제품에 대한 원산지 제도에 관한 이해와 실행이 중요 이슈로 등장되고 있다. 기업들이 글로벌 소싱을 통한 원재료 및 부품을 조달하여 판매시장으로 공급하고 있다. 이에 본 연구는 국내 및 국외 문헌연구를 통해 원산지제도의 검증 및 활용에 대한 주요 요인을 도출하고, 실증분석을 통해 원산지 국가 이미지와 브랜드 이미지에 따른 원산지 검증 및 활용요인이 원산지제도 성과에 미치는 영향이 어떻게 달라지는지 조절효과를 검증하였다. 본 연구

\* 중앙대학교 경영경제대학 경영학부 교수, 제1저자

\*\* 중앙대학교 일반대학원 무역물류학과 석사졸업, 교신저자

의 목적을 위해 원산지제도를 활용하고 있는 대기업 및 중견기업들을 대상으로 설문조사를 실시하여 수집된 152부의 자료를 실증분석에 이용하였다. 본 연구의 분석결과는 다음과 같다. 첫째, 원산지제도의 외부검증수준이 원산지제도 성과에 영향을 미치는데 원산지 국가 이미지와 브랜드 이미지의 조절효과가 나타났다. 둘째, 원산지 관리역량이 원산지제도의 성과에 영향을 미치는데 원산지 브랜드 이미지의 조절효과가 나타났다. 향후 본 연구에서 다루지 못한 기업의 규모에 따른 원산지검증시스템 구축의 차이를 비교하여 분석하는 연구가 필요하다.

<주제어> 원산지 국가 이미지, 원산지 브랜드 이미지, 원산지 관리역량, 원산지 활용수준, 원산지 검증수준, 원산지제도 성과

## I. 서론

최근 글로벌 무역환경은 글로벌 공급체인망 통합에 의한 무역거래가 이루어지고 있다. 특히, 국가간, 지역간 FTA가 협정되면서 제품에 대한 원산지제도에 관한 이해와 실행이 중요한 이슈로 등장되고 있다. 글로벌 무역의 패러다임이 변화하면서 국가 간의 관세문 제, 기업의 브랜드 가치 등을 고려하기 위한 원산지제도(country of origin: COO)가 중요하다. 글로벌 지역으로 상품의 생산 시장과 판매 시장이 확대되면서 기업들이 무역의 대외 환경변화에 대처하기 위해 노력하고, 국가 간의 FTA(free trade agreement: 자유무역협정)가 활발하게 진행되고 있다. 글로벌 기업들은 글로벌 소싱(global sourcing)을 통해 원자재, 부품 및 반부품 등을 조달하고 완제품을 판매시장으로 공급하고 있다. 글로벌 지역으로부터 조달되는 원재료 및 부품에 대한 원산지 규정은 글로벌 지역의 소비자들에게 중요한 정보를 제공하기 때문에 공급체인망에서 원산지제도는 중요하다. 원산지제도는 원산지 규정이 상이하고, 불명확한 원산지 결정기준이 각 국가마다 차별적으로 적용되어 복잡하고 엄격하면서 까다로운 절차를 시행하여 원산지 증명절차에 대한 노력이 요구되고 있다.

기업이 생산한 완제품의 질적 평가는 소비자가 선호하는 제조국가, 브랜드 등이 소비자들의 실질적인 구매행동에 영향을 미친다. 따라서 기업들이 글로벌 경영환경에서 원재료 및 부품을 조달하기 위해서 공급체인망을 구축할 때, 경쟁기업들과 차별화된 전략으로써 원산지 이미지에 대한 중요성을 고려해야 한다. 원산지 국가의 브랜드 가치는 공급체인망 구성원들의 네트워크를 구축하기 위해 조달시장에서 판매시장까지의 제품의 부가가치를 창출하는데 중요한 내재적 가치를 포함한다.

기업들은 제품의 부가가치를 창출하기 위해서 원재료 및 부품의 조달과 원산지의 브랜드 가치 향상에 노력 기울이고 있다. 원산지제도의 효과적인 활용을 위해서 기업들은 원재료 및 부품의 원산지 관리가 요구되고, 체계적으로 원산지관리 프로세스를 구축해야 한다. 제품의 원산지에 대한 브랜드 가치는 판매시장에 공급되는 제품의 품질 및 가격의 평가가 달라질 수 있기 때문에 기업들은 원재료 및 부품의 원산지를 체계적으로 관리해야 한다. 또한 FTA에 따른 관세 혜택을 받기 위해 원산지의 증명이 필요하고, 기업의 제품이 원산지 기준에 맞는지 수입국가의 관세청이 이를 검증하는 사후검증에 대비하여 기업의 경쟁력 제고를 위해서 체계적인 원산지 관리가 필요하다.

따라서 본 연구는 원산지제도에 대한 주요요인을 도출하여 기업이 원산지제도를 활용하기 위해서 필요한 원산지 검증 및 활용 요인들과 원산지제도 성과간의 관계에서 원산지 이미지가 미치는 조절효과를 검증하는데 연구의 목적이 있다. 본 연구에서는 원산지 검증 및 활용 요인을 선행변수로, 원산지 국가 이미지와 원산지 브랜드 이미지를 조절변수로 설정하였다. 이를 통하여 원산지 검증 및 활용 요인과 원산지제도 성과 간의 관계에서 원산지 이미지가 미치는 조절효과를 살펴보기 위해서 연구모형을 설정하여 조절회귀분석을 실시하였다.

본 연구의 구성은 II장에서 원산지 검증 및 활용에 대한 선행연구를 살펴보고, III장에서는 본 연구의 진행을 위한 조절효과 모형을 설정하고 가설을 설명하였다. 본 연구의 핵심인 IV장에서는 SPSS 18.0 통계 패키지를 활용하여 가설의 검증 결과를 실증적인 분석을 통하여 매개모형에 대한 최종모형을 선정하고, V장에서 결론 및 시사점을 도출하였다.

## II. 원산지검증 및 활용에 대한 선행연구

### 1. 원산지제도의 검증수준

원산지제도는 원산지 관련 증빙서류나 현지조사에 기초해 제품의 원산지 요건을 확인하고 원산지의 결정기준을 충족시키기 위한 행정절차이다(Jackson, 2006). 원산지 검증은 FTA에 따른 관세 혜택을 받기 위해서 원산지를 증명하는 것으로 서면조사를 원칙으로 하지만 추가 조사가 필요한 경우에는 현장을 방문하여 직접 조사를 실시한다. 따라서 기업들은 품목분류, 관세율, 관세평가, 원산지 기준과 기타 신고사항을 대상으로 원산지검

증을 수행하기 위해 대응력을 향상시키고, 원산지증명에 필요한 모든 자료와 기록을 5년간 유지하여 원산지검증으로 발생할 수 있는 위험을 방지해야 한다(Baldwin, 2006; Breton, 2003; Cadot, 2002).

원산지 검증은 내부검증수준과 외부검증수준으로 나누어 볼 수 있다. 원산지의 내부검증수준은 기업이 자체적으로 원산지 결정기준을 충분히 이해하고, 원산지 검증절차를 명확하게 인지하여 원산지 확인서(Certificate of Origin)의 발급절차를 숙지하고 있는 정도를 의미한다. 원산지의 외부검증수준이란 원산지 관리시스템의 활용, 파트너기업과 정보를 공유, 파트너 기업과 신뢰성 구축 등 기업이 외부의 원산지 조건들을 활용하고 있는 정도를 말한다.

권승하·임승태(2015)는 정부가 기업에 대한 정책적 지원하는 것은 기업 내부의 원산지 제도 이행수준에 결정적인 역할을 하며, 기업들이 원산지 관리시스템을 구축하여 수출성과를 향상시킨다는 결론을 도출하였다. 김창봉·현화정(2014)은 원산지 검증수준이 원산지 성과요인과 기업의 경쟁력에 미치는 영향에 관하여 연구하였다. 원산지검증에 대한 기업의 이해도와 대외적인 파트너십 관계구축이 중요하고, 국가 간의 FTA 확대에 따라 기업들은 원산지 증명에 대한 체계적인 프로세스 구축이 글로벌 경영환경에서 핵심적 요건이 될 것이라고 주장하였다.

Chase(2008)는 SCM을 구축한 기업들이 원재료의 해외조달을 위해 일정수준 이상의 거래규모가 중요한 경영요소로써 원산지제도가 중요하다는 결론을 도출하였다. NAFTA의 원산지규정에 따라 기업들은 기업의 수익, 역외국의 비관세장벽, 원재료의 국외조달에 각각 중요한 요인으로서 영향을 미칠 것이라는 시사점을 제시하였다. Gasiorek et al.(2007)은 기업들이 FTA의 관세 혜택을 받기 위해서 제품의 원산지 증명이 중요하다는 결론을 도출하였다. 선진국에 비해 상대적으로 경제적 열위에 있는 개도국을 위한 Win-Win전략으로서 일관성 있는 원산지규정의 도입이 필수적이라고 주장하였다.

## 2. 원산지 관리역량

원산지 관리역량이란 원산지 내·외부검증수준에서 제시하고 있는 사항들을 이행하기 위한 기업의 역량을 의미한다. 원산지 관리역량이 높은 기업일수록 세제혜택과 효율적 부대비용 사용을 통해 비용을 절감하고, 제품흐름의 신속성을 확보하여 리드타임을 감소시킨다. 이러한 변화는 파트너기업이나 거래기업으로부터 기업의 신뢰성을 확보하게 되는 결정적인 요인이 된다. 기업이 원산지관리역량을 통해 원산지 제도를 이해하는 것은 비용절감과 신뢰성구축에 있어 가장 중요한 요소로 파악할 수 있으며 관련된 선행연구

는 다음과 같다.

최창범(2015)은 원산지 실무 담당자의 역량 강화가 중요하기 때문에 생산공정 능력의 이해, HS품목분류능력, 원가회계시스템의 이해, 사후검증대비 능력이 기업의 원산지제도 활용을 통한 수출성과를 도출하는데 중요하다는 결론을 도출하였다. 김창봉·이나래(2014)는 기업의 원산지 관리역량에서 원산지에 대한 정보관리역량이 중요하다고 하였다. 기업의 원산지 정보관리역량은 기업의 수출성과에 긍정적인 영향을 미친다고 주장하였다. 김창봉·임덕환(2011)은 원산지관리전략이 기업의 원산지제도에 대한 대응 성과를 조절한다고 주장하였다. 원산지관리전략을 효율적으로 구축한 기업일수록 FTA 규정마다 상이한 원산지 제도에 대한 적절한 대응을 하게 되고, 기업들은 수출성과를 도출할 수 있다고 주장하였다. 즉 기업의 원산지관리역량은 기업의 수출성과에 가장 기초되는 요인이며, 대응전략을 구축하는 배경이라는 결론을 도출하였다.

Takahashi and Urata(2009)는 일본 기업들을 대상으로 FTA의 인식수준과 원산지제도의 내부적 관리역량에 대한 연구를 진행하였다. FTA의 높은 인식수준으로 인한 선진적 내부관리역량은 수출성과에도 긍정적인 영향을 미치며 이를 갖추지 못한 기업들은 관세율 인하 등의 FTA 특혜를 얻지 못한다고 있다는 결론을 도출하였다. Estevadeordal(2009)는 NAFTA의 관세 상의 혜택을 받기 위해서는 조달된 제품들의 원산지를 결정하는 규정이 국제무역 거래에서 중요한 결정요인이 되었으며, 정부는 기업에게 원산지 규정에 관한 정보를 제공하는 프로그램을 개발·지원하여 대응하도록 하는 성공 사례를 제시하였다. Grettton and Gali(2005)은 FTA시대가 열리면서 원산지 규정이 무역의 비관세 장벽 역할을 한다고 주장하였다. 특히, FTA에 참가하는 국가에서 상품의 원산지를 결정하는데 원산지규정이 중요하게 사용되며 제품에 담겨있는 원산지정보의 효율적 관리를 통해 관세 혜택을 받을 수 있도록 준비·노력하는 것이 선행되어야 한다는 결론을 제시하였다. Ghoneim (2003)은 원산지 규정이 비관세 장벽에 구심점 역할을 한다는 점에 집중하여 연구를 진행하였다. 원산지 규정은 비관세 장벽을 관리하는데 핵심적인 요소임을 밝혔으며, 무역편향과 무역이슈를 관리하는데 원산지 규정의 기능이 중요하다고 주장하였다. 또한 충분한 원산지 규정의 이해와 적용이 이러한 비관세 장벽을 해소할 수 있음을 결론을 도출하였다.

## 2. 원산지제도 활용수준

기업들이 원산지제도를 활용하여 원산지에 대한 특혜를 획득함으로써 기업의 성과를 향상시킬 수 있지만 원산지 제도의 요건을 충족시키기 위한 절차적 비용, 생산비용, 비

경제적 요인 등으로 기업에게 경제적 불이익을 초래할 수 있다. 원산지 증명의 자율적이고 무분별한 발급은 우회수출을 용이하게 하는 등 도덕적 해이가 발생할 가능성을 가져온다. 원산지 제도에 대한 오해와 잘못된 활용은 기업에게 불이익을 안겨다 줄 수 있기 때문에 기업들은 주의력을 가지고 원산지 제도를 활용하는데 총력을 기울여야 한다.

Krishna(2005)는 FTA시대가 열리고 기하급수적으로 협정이 체결되면서 스파게티볼 효과가 발생하게 되는데 이로 인해 FTA를 통해 예상했던 경제 측면의 긍정적인 효과가 상쇄되고, 오히려 역내산업의 붕괴와 대외수출경쟁력의 약화라는 결과가 올 수 있음을 시사했다. 따라서 FTA 원산지규정에 대한 산·관·학의 관심과 개선 노력이 반드시 필요하다고 주장하였다. Estevadeordal(2000)는 FTA 원산지규정에 대한 정량적 분석을 최초로 시도하였다. 엄격성지수(restrictiveness index)를 정립하여 엄격성지수의 정량적 분석을 통해 FTA의 원산지규정이 관세철폐만큼이나 시장접근협상(market access negotiation)의 중요한 요인임을 밝혀냈다. 즉, 원산지 규정의 준수여부가 해외기업의 파트너십 제휴 및 직접투자를 유도한다는 결론을 도출하였다. Cadot et al.(2002)은 Estevadeordal(2000)의 연구에서 정립한 엄격성지수를 활용하여 NAFTA를 통한 시장접근 및 투자에 대한 파급효과를 분석하였다. 분석결과, 필요 이상으로 엄격하게 규정된 원산지규정이 NAFTA 체결에 따른 시장접근 확대 및 투자 증진에 부정적인 영향을 미치는 것으로 파악되고 있다. 따라서 원산지 규정에 대한 협정을 진행할 때, 그 수준을 적합하게 결정하는 것이 중요하다는 시사점을 도출하였다.

### 3. 원산지의 이미지

원산지의 이미지 요인은 제품의 판매량에 영향을 미쳐 기업의 결정적인 역할을 한다. 최근 한류의 영향으로 동아시아를 중심으로 북미, 유럽 등 그 영향력을 끼치고 있는데 이를 국가 이미지라고 할 수 있다. 브랜드의 이미지는 나이키, 삼성, 애플 등 제품을 생산하는 기업의 이미지를 뜻한다. 본 연구에서는 이 두 가지 이미지에 대해 보다 심도 있는 접근을 시도하여 기업이 수입하는 원재료 및 부품 제조 원산지의 생활수준, 경제력, 기술력, 국민교육수준, 제품신뢰성을 국가의 이미지로 파악하였고, 기업에서 사용하는 원재료 및 부품 브랜드의 유행 선도성, 제품유용성, 환경친화성, 명성을 원산지의 브랜드 이미지로 파악하였다. 기업이 사용하는 원재료 및 부품의 조달은 완제품의 품질과 제품 신뢰성에 막대한 영향을 미치기 때문에 본 연구에서는 '이미지'의 중요성을 깨닫고 하나의 변수로서 파악하여 연구하였다.

Rashid et al.(2016)은 UK 패션산업에 대규모 소매업자와 제조업자의 원산지 관리에

대한 연구를 진행하였다. 그 결과 원산지는 반드시 수행해야 하는 전략적 비즈니스에 고려해야 하지만 브랜드 포지셔닝에 따라 장기간 전략적 계획, 전문성, 브랜드 가치 등 다양한 방법으로 나타난다는 결론을 도출하였다. 한충민 외 2명(2011)은 해외에서 유명한 브랜드 일수록 소비자가 느끼는 원산지 이미지가 강하게 나타난다는 결론을 도출하였다. 전중옥 외 2명(2008)은 원산지제도와 브랜드이미지간의 관계에 대해 연구를 진행하였다. 그 결과 원산지 이미지가 국가이미지를 대변하며, 이는 브랜드이미지와 동일 시 되는 측면이 존재한다고 주장하였다. Lantz and Loeb(1996)은 소비자에게 제품에 대한 사전정보가 없는 경우 제품을 객관적으로 평가하는데 있어 가장 많이 확인하는 것이 바로 제품 제조 국가의 스테레오 타입 또는 국가 이미지라고 주장하였다. 즉, 일정수준 이상의 브랜드 이미지를 구축하고 있지 않은 제품은 판매에 있어, 국가이미지에 상대적으로 많은 영향을 받는다는 연구결과를 도출하였다.

### 3. 원산지제도 성과

FTA시대에 접어들면서 국내의 대·중·소기업은 그에 따른 새로운 로드맵을 구상하고 있다. 제도에 대한 적응과 활용에 따라 기업이 성과를 도출할 수도 있고, 스파게티볼 효과로 인해 피해를 보기도 한다. 원산지제도를 활용하는 것이 기업의 성과와 이어지는 가장 중요한 요인이라고 할 수 있다. 원산지제도 성과에 관련된 선행연구는 다음과 같다.

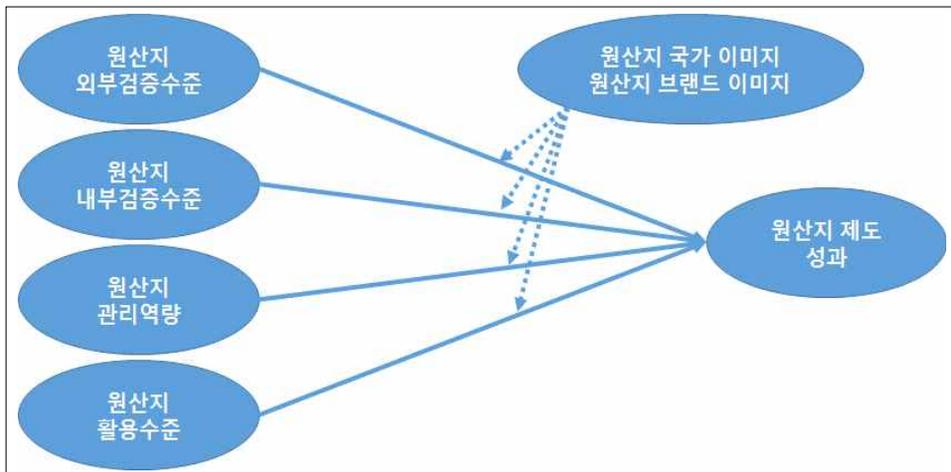
윤영호·나도성(2013)은 원산지 활용 역량은 수출성과에 핵심적인 요인이 되지 못하며, 다만 과정상에 요인 중 하나일 뿐이라는 결론을 도출하였다. 따라서 현재 정부가 추진하고 있는 원산지 활용도 제고 방안에 대한 정책은 그 목적과 방향성이 옳지 못하다고 주장하였다. 중소기업의 특혜를 위해서 정부는 FTA체결지역에 대한 정확한 시장조사와 마케팅 역량을 강화하기 위한 지원이 보다 중요한 요소임을 제시하였다. 김영춘 외 2명(2012)은 FTA 시대에 접어들면서 원산지제도의 대응을 통한 특혜관세 취득에 어려움을 느끼는 이유로 행정환경의 복잡화와 무역업계의 인식 부족을 들었다. 행정환경에 관한 특성을 엄격성과 복잡성의 역효과라고 명명하며, 해당 문제를 해결하기 위해 원산지 규정을 표준화시켜야 한다고 주장하였다. 또 무역업계의 인식 부족은 그 대상이 중·소기업에게 주로 발생하며 이들을 위한 관세행정상의 추가적인 지원이 필요하다고 주장하였다. 두 가지 조건이 선행된다면 기업들이 FTA시대를 맞아 보다 발전적인 수출성과를 달성할 수 있을 것이라는 시사점을 제시하였다.

### Ⅲ. 연구모형 및 가설설정

#### 1. 연구모형 및 가설의 설정

본 연구에서는 원산지의 외부검증수준, 내부검증수준, 원산지 관리역량, 원산지 활용수준, 원산지 제도 성과 간의 원산지 국가 이미지, 원산지 브랜드 이미지의 조절효과를 분석하기 위한 개념적 연구모형을 <그림 1>과 같이 설계하였다.

<그림 1> 연구의 개념적 틀



본 연구의 연구모형에 포함된 4개 독립변수 요인의 세부적인 측정항목으로 원산지의 외부검증수준 요인에 파트너 기업과 원산지검증을 위한 정보공유 수준(외부검증수준 1), 원산지관리전산시스템의 활용수준(외부검증수준 2), 원산지 관련 파트너 기업과 신뢰성 구축(외부검증수준 3) 등의 3개 선택속성으로 설계하였고 원산지의 내부검증수준 요인은 원산지증명 및 검증 절차 이해(내부검증수준 1), 원산지확인서 내용 및 발급절차 숙지(내부검증수준 2), 명확한 원산지결정기준 인지(내부검증수준 3) 등의 3개 선택속성이 포함되었다. 원산지 관리역량 요인은 생산품목에 대한 원산지 결정기준 인지(원산지 관리역량 1), 생산품목에 대한 품목분류 자체적 처리(원산지 관리역량 2), 수입국의 원산지검증 규정 숙지(원산지 관리역량 3) 등의 3개 선택속성이 포함되었고, 원산지 활용수준 요인은 원산지제도의 생산적 비용에 따른 이용률(원산지 활용수준 1), 원산지제도의 절차적

비용에 따른 이용률(원산지 활용수준 2), 비경제적 요인으로 인한 원산지제도의 무역장벽(원산지 활용수준 3), 원산지증명의 자율발급방식(원산지 활용수준 4) 등의 개선택속성이 포함되었다.

다음으로 2개의 조절변수 요인의 세부적인 측정항목으로 원산지 국가 이미지 요인에 원재료 및 부품 제조 국가의 국민 생활수준(원산지 국가 이미지 1), 원재료 및 부품 제조 국가의 경제적 발전(원산지 국가 이미지 2), 원재료 및 부품 제조 국가의 기술력(원산지 국가 이미지 3), 원재료 및 부품 제조 국가의 교육수준(원산지 국가 이미지 4), 원재료 및 부품 제조 국가의 국민 사고방식(원산지 국가 이미지 5) 등의 5개 선택속성이 포함되었다. 원산지 브랜드 이미지 요인에 원재료 및 부품 브랜드의 최신 유행성(원산지 브랜드 이미지 1), 원재료 및 부품 브랜드 유용성(원산지 브랜드 이미지 2), 원재료 및 부품 브랜드의 환경 친화적 브랜드(원산지 브랜드 이미지 3), 원재료 및 부품 브랜드의 평판(원산지 브랜드 이미지 3) 등의 선택속성으로 설계하였다. 원산지제도 성과 요인은 파트너 기업들과 적극적 협력을 통한 신속한 정보 공유(원산지제도 성과 1), 인터넷 원산지증명서 발급 이용에 대한 전문적이고 실무적인 교육 선행(원산지제도 성과 2), 원산지증명에 대한 신속한 정보 제공(원산지제도 성과 3), 우회수출예방을 위한 신뢰성 확보(원산지제도 성과 4), 원산지 교육 및 홍보 활동(원산지제도 성과 5) 등의 개선택속성이 포함되었다.

<표 1> 연구의 가설설정

구분	가 설
H1	원산지제도의 외부검증수준이 원산지제도의 성과에 미치는 영향은 원산지 국가이미지에 따라 달라질 것이다.
H2	원산지제도의 외부검증수준이 원산지제도의 성과에 미치는 영향은 원산지 브랜드이미지에 따라 달라질 것이다.
H3	원산지제도의 내부검증수준이 원산지제도의 성과에 미치는 영향은 원산지 국가이미지에 따라 달라질 것이다.
H4	원산지제도의 내부검증수준이 원산지제도의 성과에 미치는 영향은 원산지 브랜드이미지에 따라 달라질 것이다.
H5	원산지 관리역량이 원산지제도의 성과에 미치는 영향은 원산지 국가이미지에 따라 달라질 것이다.
H6	원산지 관리역량이 원산지제도의 성과에 미치는 영향은 원산지 브랜드이미지에 따라 달라질 것이다.
H7	원산지제도의 활용이 원산지제도의 성과에 미치는 영향은 원산지 국가이미지에 따라 달라질 것이다.
H8	원산지제도의 활용수준이 원산지제도의 성과에 미치는 영향은 원산지 브랜드이미지에 따라 달라질 것이다.

본 연구는 원산지의 외부검증수준, 내부검증수준, 원산지 관리역량, 원산지 활용수준, 원산지제도 성과 간의 관련성에 대하여 원산지 국가 이미지와 원산지 브랜드 이미지의 조절효과에 대한 선행연구에 기초하여 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

## 2. 변수의 조작적 정의

원산지 외부검증수준과 내부검증수준, 원산지 관리역량, 원산지 활용수준, 원산지제도 성과 간의 관련성에서 원산지 국가 이미지와 원산지 브랜드 이미지에 대한 조절효과를 살펴보기 위해 사용된 연구변수의 조작적 정의를 선행연구에 기초하여 도출하였다. 본 연구의 변수의 조작적 정의는 측정 이전에 앞에서 정의한 변수를 실제 측정이 가능하도록 구체적인 형태로 표현하는 과정이다. 본 연구에서 수행한 조작적 정의를 요약하면 <표 2>와 같다.

<표 2> 연구변수의 조작적 정의

변수명	내용	연구자
외부검증수준	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 파트너 기업과 원산지검증을 위한 정보공유 수준</li> <li>- 원산지관리전산시스템(ex: FTA-PASS 등)의 활용수준</li> <li>- 원산지와 관련하여 파트너 기업과 신뢰성 구축</li> </ul>	권승하·임승태(2015) 김창봉·현화정(2014) Chase(2008)
내부검증수준	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 복잡한 원산지증명 및 검증절차를 이해하고 있는 수준</li> <li>- 원산지확인서의 내용과 발급절차를 숙지</li> <li>- 원산지결정기준을 명확하게 인지하고 있는 수준</li> </ul>	Baldwin(2006) Breton(2003) Cadot(2002)
원산지 관리역량	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 생산품목에 대한 원산지 결정기준을 인지</li> <li>- 생산품목에 대한 품목분류를 자체적 처리</li> <li>- 수입국에 의거 원산지검증을 받을 수 있다는 규정을 숙지</li> </ul>	김창봉·이나래(2014) 김창봉·임덕환(2011) Estevadeordal(2009)
원산지 활용수준	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 원산지제도의 생산적 비용에 따른 이용률</li> <li>- 원산지제도의 절차적 비용에 따른 이용률</li> <li>- 비경제적 요인으로 인한 원산지제도의 무역장벽</li> <li>- 원산지증명의 자율발급방식</li> </ul>	Krishna(2005) Estevadeordal(2000) Cadot et al.(2002)
원산지 국가 이미지	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 원재료 및 부품 제조 국가의 국민 생활수준</li> <li>- 원재료 및 부품 제조 국가의 경제적 발전</li> <li>- 원재료 및 부품 제조 국가의 기술력</li> <li>- 원재료 및 부품 제조 국가의 교육수준</li> <li>- 원재료 및 부품 제조 국가의 국민 사고방식</li> </ul>	Rashid et al.(2016) 한충민 외 2명(2011) 전중옥 외 2명(2008) 오미영 외 2명(2003)
원산지 브랜드 이미지	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 원재료 및 부품 브랜드의 최신 유행성</li> <li>- 원재료 및 부품 브랜드 유용성</li> <li>- 원재료 및 부품의 환경 친화적인 브랜드</li> <li>- 원재료 및 부품 브랜드의 평판</li> </ul>	Lantz and Loeb(1996)
원산지제도 성과	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 수출·입 기업들과 적극적인 협력을 통해 협정 체결국간 정보를 신속하게 공유</li> <li>- 인터넷 원산지증명서 발급의 이용에 대해 전문적이고 실무적인 교육이 선행</li> </ul>	김창봉·이나래(2014) 김창봉·현화정(2014) 윤영호·나도성(2013) 김창봉·임덕환(2011)

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 원산지증명에 대한 정보를 신속하게 제공</li> <li>- 우회수출예방을 위한 신뢰성을 확보</li> <li>- 원산지증명과 특혜관세혜택에 대한 교육 및 홍보 활동이 적절히 이루어지고 있음</li> </ul>	
--	---	--

### 3. 연구조사방법

#### 1) 자료의 수집 및 분류

본 연구는 국내 수·출입 제조업체 중에서 원산지제도를 활용하고 있는 대기업 및 중견기업을 대상으로 설문조사를 수행하였다. 본 조사를 수행하기 전에 원산지제도에 대한 연구모형과 설문지를 설계하기 위하여 먼저 대기업과 중견기업의 관리자를 대상으로 파일럿 조사(pilot survey)와 심층면접(depth interview)을 수행한 이후에 본 설문지를 설계하였다. 본 연구의 주안점은 기업이 원산지검증 대응하기 위하여 기업의 내·외부 검증수준과 원산지 관리역량, 원산지 활용수준을 향상하는 것이 원산지제도의 성과에 어떠한 영향을 미치고, 원산지 국가 이미지와 원산지 브랜드 이미지가 원산지 제도의 성과에 미치는 조절효과를 분석하기 위함이다. 본 연구의 설문은 2016년 1월 4일부터 4월 29일까지 약 4개월 동안 온라인과 오프라인을 통하여 조사하였다. 설문은 7점 척도로 측정되었으며 총 1000부의 설문을 배부하여 165부의 설문지를 회수하였고, 부적절하거나 오류가 있는 13부를 제외하고 최종적으로 152부의 설문지를 실증분석에 활용하였다.

#### 2) 통계분석기법

본 연구의 자료 분석은 다음의 다섯 단계로 수행되었다. 첫 번째 단계는 본 연구의 조사대상표본의 분포를 파악하는 단계로 빈도분석을 수행하였다. 두 번째 단계는 본 연구의 연구모형에 사용된 원산지제도의 외부검증수준, 내부검증수준, 원산지 관리역량 원산지 활용수준, 원산지 국가 이미지, 원산지 브랜드 이미지, 원산지제도 성과 변수에 대한 신뢰성을 검증하는 단계로, 신뢰도계수(cronbach's alpha)에 기초하여 신뢰성을 측정하였다. 세 번째 단계는 연구모형에 사용된 변수에 대한 타당성을 검증하는 단계로, 본 연구에서는 탐색적 요인분석(EFA)을 사용하여 타당성을 검증하였다. 탐색적 요인분석은 주성분분석(CPA)과 직교3회전방법(varimax method)을 사용하여 연구모형의 타당성을 검증하였다. 네 번째 단계는 본 연구에서 제시한 연구가설을 검증하는 단계로, 본 연구에

서는 조절회귀분석을 사용하여 연구가설을 검증하였다. 조절회귀분석을 통하여 전체 가설에 대한 통계유의성을 검증하였다. 본 연구의 연구모형 및 연구가설의 검증은 유의수준  $p < .05$ 에서 연구가설을 채택하고 기각하는 것을 판단하였으며, SPSS 18.0 통계패키지를 활용하여 실증분석을 수행하였다.

## IV. 가설의 검증 결과

### 1. 표본의 구성

본 연구의 표본 구성을 살펴보기위해 외국시장 진출 기간, 해외매출액 비중, 종업원 수 등의 기초통계 분석결과는 <표 3>과 같다.

<표 3> 기초통계분석

외국시장 진출 기간	빈도	퍼센트(%)	해외매출액비중	빈도	퍼센트(%)
2년 이하	9	6.0	1~5%	14	9.2
3~10년	74	48.7	6~15%	13	8.6
11~20년	43	28.3	16~30%	28	18.4
21~30년	13	8.6	31~50%	43	28.3
31~40년	4	2.6	51~70%	28	18.4
41~50년	3	2.0	71~80%	7	4.6
51년 이상	6	3.9	81% 이상	19	12.5
합계	152	100.0	합계	152	100.0
종업원 수		빈도		퍼센트	
100명 이하		68		44.7	
101명~500명 이하		53		34.9	
501명~1000명 이하		22		14.5	
1001명~3000명 이하		5		3.3	
3001명~5000명 이하		1		.7	
5001명~10000명 이하		-		-	
10001명 이상		3		2.0	
합계		152		100.0	

### 2. 신뢰성 및 타당성 분석 결과

본 연구에서는 가설을 검증하기 전에 측정 변수의 신뢰성을 파악하기 위해 원산지의

부검증수준, 내부검증수준, 원산지 관리역량, 원산지 활용수준, 원산지제도 성과에 관한 신뢰성 분석을 실시하였다. 신뢰성을 검증한 결과 <표 4>와 같은 연구결과를 도출하였다. 본 연구에서 사용된 각 변수들의 측정항목의 신뢰도 검증을 위해 내적일관성(internal consistency)을 측정하는 cronbach's alpha 계수를 이용하였다.

<표 4> 원산지검증 시스템역량의 신뢰성과 타당성 분석 결과

변수명	요인 1	요인 2	요인 3	요인 4	요인 5	요인 6
원산지 국가 이미지1	<b>.866</b>	.152	.176	.190	-.069	.026
원산지 국가 이미지2	<b>.828</b>	.109	-.098	.138	-.215	.242
원산지 국가 이미지3	<b>.818</b>	.195	-.048	.167	-.256	.129
원산지 국가 이미지4	<b>.803</b>	.188	.186	.147	-.010	.163
원산지 국가 이미지5	<b>.737</b>	.364	.169	.171	-.151	-.047
원산지 브랜드 이미지1	.162	<b>.845</b>	.188	-.014	-.007	.028
원산지 브랜드 이미지2	.290	<b>.785</b>	-.025	.247	-.018	.183
원산지 브랜드 이미지3	.254	<b>.768</b>	.333	.099	-.081	-.069
원산지 브랜드 이미지4	.152	<b>.738</b>	-.099	.247	-.115	.352
외부검증수준1	.034	.058	<b>.861</b>	.250	-.084	.274
외부검증수준2	.234	.082	<b>.803</b>	.356	-.085	.109
외부검증수준3	.002	.228	<b>.788</b>	.121	-.144	.295
원산지 관리역량1	.263	.216	.185	<b>.862</b>	-.074	.103
원산지 관리역량2	.149	.070	.222	<b>.818</b>	-.053	.241
원산지 관리역량3	.282	.201	.307	<b>.785</b>	-.144	.107
원산지 활용수준1	-.149	-.076	-.005	.066	<b>.887</b>	-.073
원산지 활용수준2	-.238	-.150	-.068	-.019	<b>.803</b>	.042
원산지 활용수준3	-.265	.008	-.161	-.303	<b>.697</b>	.030
원산지 활용수준4	.097	.057	-.113	-.099	<b>.647</b>	-.313
내부검증수준1	.202	.278	.230	.239	-.064	<b>.791</b>
내부검증수준2	.140	.007	.433	.075	-.157	<b>.768</b>
내부검증수준3	.282	.218	.391	.411	-.092	<b>.611</b>
eigenvalue	4.015	3.016	2.884	2.836	2.597	2.216
% of variance	18.248	13.708	13.108	12.893	11.803	10.073
cumulative %	18.248	31.956	45.064	57.957	69.760	79.833
cronbach's alpha( $\alpha$ )	.922	.864	.903	.914	.799	.888

먼저, 본 연구에서는 22개의 측정 항목들을 요인분석에 투입한 결과 6개의 요인으로 분류되었다. 본 연구에서는 요인 1을 원산지 국가 이미지, 요인 2를 원산지 브랜드 이미지, 요인 3을 원산지의 외부검증수준, 요인 4를 원산지 관리역량, 요인 5를 원산지 활용

수준, 요인 6을 원산지 내부검증수준 으로 각각 명명하였다. 각 요인들의 하위변인에 대한 고유값(eigenvalue)을 보면 원산지 국가 이미지가 4.01, 원산지 브랜드 이미지가 3.01, 원산지 외부검증수준이 2.84, 원산지 관리역량이 2.83, 원산지 활용수준이 2.59, 원산지 내부검증수준이 2.21 순으로 고유값의 차이를 보이고 있다. 다음으로 분산설명력(% of variance)에 대한 결과를 보면, 원산지 국가 이미지가 18.24%, 원산지 브랜드 이미지가 13.70%, 원산지 외부검증수준이 13.10%, 원산지 관리역량이 12.89%, 원산지 활용수준이 11.83%, 원산지 내부검증수준이 10.07%로 설명력의 차이를 보이고 있으며, 본 연구에서 제시한 전체 6개의 변수에 대한 설명력은 79.83%로 검증 되었다.

### 3. 가설검증 결과

본 연구에서는 연구가설을 검증하기 위해 조절회귀분석을 실시하였다. 조절회귀분석은 회귀분석에서 독립변수와 조절변수로 사용된 변수의 상호작용항을 생성하여 회귀분석을 실시하였을 때, 상호작용항이 통계적으로 유의한지를 방법으로 상호작용항이 유의하면 조절변수는 조절효과를 나타낸다. 본 연구에서 사용된 상호작용항은 다중공선성을 고려하여 독립변수와 조절변수의 표준화를 통하여 생성하였다. 조절회귀분석을 실시하여 3개의 모형을 도출하였고, 모형 1에서는 독립변수가 종속변수에 미치는 영향관계, 모형 2에서 독립변수와 조절변수와의 영향관계, 모형 3에서 독립변수, 조절변수, 상호작용항이 종속변수에 미치는 영향관계를 3단계로 분석을 하였다.

본 연구에서는 원산지 제도의 외부검증수준, 내부검증수준, 원산지 관리역량, 원산지 활용수준 등의 요인들이 원산지제도 성과에 미치는 영향관계에서 원산지의 국가 이미지와 브랜드 이미지가 미치는 조절효과를 분석하였다. 연구를 수행하면서 실제로 변수에 직간접적인 영향을 미칠 가능성이 있는 변수들을 통제하기 위해서 종업원 수, 해외경험 정도, 수출액비중 등의 요인을 활용하였다.

먼저, 원산지 제도의 외부검증수준에 대한 원산지 이미지 요인들의 조절효과를 분석한 결과 <표 5>와 같다. 본 연구에서 가설 1, 가설2를 설정하여 원산지제도의 외부검증수준이 원산지제도 성과에 미치는 영향관계에서 이미지 요인들이 미치는 조절효과를 검증하였다. 원산지제도의 외부검증수준과 원산지 국가이미지를 투입하여 조절회귀분석을 실시한 결과 모형 3에서는 외부검증수준과 원산지제도 성과의 관계에서 원산지 국가 이미지에 따른 조절효과를 분석하였다. 외부검증수준과 원산지의 국가 이미지의 상호작용항은 통계적으로 유의한 영향( $\beta = .216$ ,  $t = 3.603$ ,  $p = .000$ )을 미치고,  $R^2$ 은 .589로 전체 분산의 58.9%를 설명하였으며 모형 2에 비하여 3.6% 증가한 것으로 나타났다.

가설 2를 검증하기 위하여 원산지제도의 외부검증수준과 원산지 브랜드 이미지를 투입하여 조절회귀분석을 실시한 결과 모형 3에서는 외부검증수준과 원산지제도 성과의 관계에서 원산지 브랜드 이미지에 따른 조절효과를 분석하였다. 외부검증수준과 원산지의 브랜드 이미지의 상호작용항은 통계적으로 유의한 영향( $\beta = .170, t = 2.724, p = .007$ )을 미치고,  $R^2$ 은 .785로 전체 분산의 78.5%를 설명하였으며 모형 2에 비하여 1.2% 증가한 것으로 나타났다. 따라서, 가설 1과 가설 2는 모형 1에서 외부검증수준이 원산지제도의 성과에 유의한 영향을 미치고, 원산지 국가 이미지와 브랜드 이미지의 상호작용항이 원산지제도의 성과에 유의한 영향을 미치기 때문에 모두 채택되었다.

다음으로 원산지 제도의 내부검증수준에 대한 원산지 이미지 요인들의 조절효과를 분석한 결과 <표 6>와 같다. 본 연구에서 가설 3, 가설 4를 설정하여 원산지제도의 내부검증수준이 원산지제도 성과에 미치는 영향관계에서 이미지 요인들이 미치는 조절효과를 검증하였다. 가설 3을 검증하기 위해 원산지제도의 내부검증수준과 원산지 국가이미지를 투입하여 조절회귀분석을 실시하였다.

모형 3에서는 내부검증수준과 원산지제도 성과의 관계에서 원산지 국가 이미지에 따른 조절효과를 분석하였다. 내부검증수준과 원산지의 국가 이미지의 상호작용항은 90% 유의수준에서 통계적으로 유의한 영향( $\beta = .107, t = 1.668, p = .097$ )을 미치고,  $R^2$ 은 .735로 전체 분산의 73.5%를 설명하였으며 모형 2에 비하여 .6% 증가한 것으로 나타났다.

가설 4를 검증하기 위하여 원산지제도의 내부검증수준과 원산지 브랜드 이미지를 투입하여 조절회귀분석을 실시한 결과 모형 3에서는 내부검증수준과 원산지제도 성과의 관계에서 원산지 브랜드 이미지에 따른 조절효과를 분석하였다. 내부검증수준과 원산지의 브랜드 이미지의 상호작용항은 통계적으로 유의한 영향( $\beta = .048, t = .746, p = .457$ )을 미치지 않았고,  $R^2$ 은 .750으로 전체 분산의 75.0%를 설명하였으며 모형 2에 비하여 .1% 증가한 것으로 나타났다. 따라서, 가설 3과 가설 4는 모형 1에서 내부검증수준이 원산지제도의 성과에 유의한 영향을 미치고, 모형 3에서 원산지 국가 이미지와 브랜드 이미지의 상호작용항이 원산지제도의 성과에 유의한 영향을 미치지 않기 때문에 모두 기각되었다.

원산지 관리역량에 대한 원산지 이미지 요인들의 조절효과를 분석한 결과 <표 7>와 같다. 본 연구에서 가설 5, 가설 6을 설정하여 이미지 요인들의 조절효과를 검증하였다. 가설 5를 검증하기 위해 모형 3에서 원산지 관리역량과 원산지제도 성과의 관계에서 원산지 국가 이미지에 따른 조절효과를 분석하였다. 관리역량과 원산지의 국가 이미지의 상호작용항은 통계적으로 유의한 영향( $\beta = .068, t = .780, p = .436$ )을 미치고,  $R^2$ 은 .560으로 전체 분산의 56.0%를 설명하였으며 모형 2에 비하여 .3% 증가한 것으로 나타났다.

<표 5> 원산지 제도의 외부검증수준과 원산지 이미지의 조절효과 분석

변수	표준화 $\beta$	t	P	VIF	R <sup>2</sup>	$\Delta R^2$	F(P)
모형1							
종업원수	.069	1.119	.265	1.192	.538	.538	42.713 (***)
해외경험정도	-.075	-1.211	.228	1.209			
수출액비중	.000	.007	.995	1.151			
외부검증수준(A)	.712	11.862	.000	1.145			
모형2							
종업원수	.095	1.546	.124	1.239	.553	.015	36.081 (***)
해외경험정도	-.093	-1.514	.132	1.231			
수출액비중	-.008	-.140	.889	1.156			
외부검증수준(A)	.663	10.504	.000	1.301			
원산지국가이미지(B)	.133	2.226	.028	1.174			
모형3							
종업원수	.132	2.198	.030	1.276	.589	.036	34.699 (***)
해외경험정도	-.151	-2.461	.015	1.321			
수출액비중	.033	.562	.575	1.202			
외부검증수준(A)	.628	10.204	.000	1.336			
원산지국가이미지(B)	.077	1.291	.199	1.260			
(A*B)	.216	3.603	.000	1.267			
모형1							
종업원수	.069	1.119	.265	1.192	.733	.733	42.713 (***)
해외경험정도	-.075	-1.211	.228	1.209			
수출액비중	.000	.007	.995	1.151			
외부검증수준(A)	.712	11.862	.000	1.145			
모형2							
종업원수	.047	.819	.414	1.200	.773	.040	43.284 (***)
해외경험정도	-.078	-1.350	.179	1.209			
수출액비중	-.032	-.569	.571	1.169			
외부검증수준(A)	.628	10.647	.000	1.262			
원산지브랜드이미지(B)	.263	4.649	.000	1.162			
모형3							
종업원수	.048	.855	.394	1.200	.785	.012	38.893 (***)
해외경험정도	-.095	-1.667	.098	1.223			
수출액비중	-.021	-.373	.710	1.175			
외부검증수준(A)	.589	9.899	.000	1.340			
원산지브랜드이미지(B)	.191	3.106	.002	1.429			
(A*B)	.170	2.724	.007	1.468			

원산지 이미지에 따라 원산지 요인들이 원산지제도 성과에 미치는 영향에 관한 연구

<표 6> 원산지 제도의 내부검증수준과 원산지 이미지의 조절효과 분석

변수	표준화 $\beta$	t	P	VIF	R <sup>2</sup>	$\Delta R^2$	F(P)
모형1							
종업원수	.109	1.802	.074	1.153	.728	.728	41.488 (***)
해외경험정도	-.056	-.906	.366	1.206			
수출액비중	-.015	-.254	.800	1.148			
내부검증수준(A)	.691	11.673	.000	1.097			
모형2							
종업원수	.117	1.877	.063	1.219	.729	.001	33.095 (***)
해외경험정도	-.061	-.976	.331	1.233			
수출액비중	-.018	-.290	.772	1.154			
내부검증수준(A)	.673	9.930	.000	1.431			
원산지국가이미지(B)	.036	.554	.581	1.347			
모형3							
종업원수	.127	2.031	.044	1.229	.735	.006	28.380 (***)
해외경험정도	-.088	-1.367	.174	1.315			
수출액비중	.002	.028	.978	1.196			
내부검증수준(A)	.661	9.754	.000	1.447			
원산지국가이미지(B)	.001	.016	.988	1.488			
(A*B)	.107	1.668	.097	1.303			
모형1							
종업원수	.109	1.802	.074	1.153	.728	.728	41.488 (***)
해외경험정도	-.056	-.906	.366	1.206			
수출액비중	-.015	-.254	.800	1.148			
내부검증수준(A)	.691	11.673	.000	1.097			
모형2							
종업원수	.096	1.632	.105	1.159	.749	.021	37.357 (***)
해외경험정도	-.060	-.992	.323	1.207			
수출액비중	-.040	-.670	.504	1.167			
내부검증수준(A)	.606	9.600	.000	1.328			
원산지브랜드이미지(B)	.199	3.212	.002	1.276			
모형3							
종업원수	.100	1.689	.093	1.168	.750	.001	31.129 (***)
해외경험정도	-.067	-1.100	.273	1.240			
수출액비중	-.032	-.537	.592	1.199			
내부검증수준(A)	.594	9.054	.000	1.426			
원산지브랜드이미지(B)	.183	2.799	.006	1.422			
(A*B)	.048	.746	.457	1.375			

<표 7> 원산지 관리역량과 원산지 이미지의 조절효과 분석

변수	표준화β	t	P	VIF	R <sup>2</sup>	△R <sup>2</sup>	F(P)
모형1							
종업원수	.182	2.458	.015	1.142	.543	.543	15.344 (***)
해외경험정도	-.066	-.867	.387	1.210			
수출액비중	-.026	-.348	.729	1.148			
원산지 관리역량(A)	.467	6.450	.000	1.093			
모형2							
종업원수	.216	2.855	.005	1.217	.557	.014	13.147 (***)
해외경험정도	-.085	-1.109	.269	1.231			
수출액비중	-.036	-.483	.630	1.154			
원산지 관리역량(A)	.383	4.504	.000	1.534			
원산지국가이미지(B)	.152	1.836	.068	1.449			
모형3							
종업원수	.232	2.956	.004	1.301	.560	.003	11.028 (***)
해외경험정도	-.092	-1.196	.234	1.250			
수출액비중	-.024	-.324	.747	1.198			
원산지 관리역량(A)	.361	4.027	.000	1.700			
원산지국가이미지(B)	.129	1.471	.143	1.628			
(A*B)	.068	.780	.436	1.586			
모형1							
종업원수	.182	2.458	.015	1.142	.543	.543	15.344 (***)
해외경험정도	-.066	-.867	.387	1.210			
수출액비중	-.026	-.348	.729	1.148			
원산지 관리역량(A)	.467	6.450	.000	1.093			
모형2							
종업원수	.158	2.246	.026	1.150	.610	.067	17.288 (***)
해외경험정도	-.067	-.931	.353	1.210			
수출액비중	-.064	-.896	.371	1.166			
원산지 관리역량(A)	.338	4.511	.000	1.307			
원산지브랜드이미지(B)	.312	4.240	.000	1.261			
모형3							
종업원수	.166	2.387	.018	1.152	.627	.017	15.694 (***)
해외경험정도	-.071	-.999	.319	1.210			
수출액비중	-.057	-.820	.414	1.168			
원산지 관리역량(A)	.305	4.054	.000	1.357			
원산지브랜드이미지(B)	.239	3.016	.003	1.505			
(A*B)	.173	2.286	.024	1.367			

원산지 이미지에 따라 원산지 요인들이 원산지제도 성과에 미치는 영향에 관한 연구

<표 8> 원산지 제도의 활용수준과 원산지 이미지의 조절효과 분석

변수	표준화 $\beta$	t	P	VIF	R <sup>2</sup>	$\Delta R^2$	F(P)
모형1							
종업원수	.314	3.902	.000	1.066	.326	.326	4.379 (***)
해외경험정도	-.041	-.482	.631	1.207			
수출액비중	-.054	-.645	.520	1.154			
활용수준(A)	-.108	-1.381	.169	1.014			
모형2							
종업원수	.335	4.416	.000	1.069	.464	.138	8.004 (***)
해외경험정도	-.092	-1.131	.260	1.231			
수출액비중	-.058	-.735	.464	1.154			
활용수준(A)	.024	.296	.768	1.174			
원산지국가이미지(B)	.361	4.496	.000	1.196			
모형3							
종업원수	.351	4.698	.000	1.078	.497	.033	7.946 (***)
해외경험정도	-.133	-1.628	.106	1.282			
수출액비중	-.007	-.085	.932	1.235			
활용수준(A)	.086	1.048	.296	1.295			
원산지국가이미지(B)	.255	2.856	.005	1.539			
(A*B)	-.235	-2.495	.014	1.709			
모형1							
종업원수	.314	3.902	.000	1.066	.326	.326	4.379 (***)
해외경험정도	-.041	-.482	.631	1.207			
수출액비중	-.054	-.645	.520	1.154			
활용수준(A)	-.108	-1.381	.169	1.014			
모형2							
종업원수	.226	3.063	.003	1.09	.534	.208	11.622 (***)
해외경험정도	-.051	-.657	.512	1.208			
수출액비중	-.092	-1.224	.223	1.162			
활용수준(A)	-.019	-.262	.793	1.059			
원산지브랜드이미지(B)	.443	6.031	.000	1.101			
모형3							
종업원수	.227	3.156	.002	1.109	.570	.036	11.631 (***)
해외경험정도	-.090	-1.186	.238	1.247			
수출액비중	-.061	-.818	.415	1.187			
활용수준(A)	.076	.984	.327	1.283			
원산지브랜드이미지(B)	.331	4.072	.000	1.145			
(A*B)	-.261	-2.939	.004	1.688			

가설 6을 검증하기 위하여 원산지 관리역량과 원산지 브랜드 이미지를 투입하여 조절 회귀분석을 실시하였다. 모형 3에서는 관리역량과 원산지제도 성과의 관계에서 원산지 브랜드 이미지에 따른 조절효과를 분석하였다. 관리역량과 원산지의 브랜드 이미지의 상호작용항은 통계적으로 유의한 영향( $\beta = .173, t = 2.286, p = .024$ )을 미치고,  $R^2$ 은 .627로 전체 분산의 62.7%를 설명하였으며 모형 2에 비하여 1.7% 증가한 것으로 나타났다. 따라서, 가설 5는 모형 1에서 원산지 관리역량이 원산지제도의 성과에 유의한 영향을 미치지만, 모형 3에서 원산지 국가 이미지의 상호작용항이 원산지제도의 성과에 유의한 영향을 미치지 않기 때문에 기각되었다. 가설 6은 모형 3에서 원산지 브랜드 이미지의 상호작용항이 원산지제도의 성과에 유의한 영향을 미치기 때문에 채택되었다.

원산지제도의 활용수준에 대한 원산지 이미지 요인들의 조절효과를 분석한 결과 <표 8>와 같다. 본 연구에서 가설 7, 가설 8을 설정하여 원산지제도의 활용수준이 원산지제도 성과에 미치는 영향관계에서 이미지 요인들이 미치는 조절효과를 검증하였다. 가설 7을 검증하기 위해 원산지제도의 활용수준과 원산지 국가이미지를 투입하여 조절회귀분석을 실시하였다. 모형 3에서는 원산지제도 활용수준과 원산지제도 성과의 관계에서 원산지 국가 이미지에 따른 조절효과를 분석하였다. 활용수준과 원산지의 국가 이미지의 상호작용항은 통계적으로 유의한 영향( $\beta = -.235, t = -2.495, p = .014$ )을 미치고,  $R^2$ 은 .497로 전체 분산의 49.7%를 설명하였으며 모형 2에 비하여 3.3% 증가한 것으로 나타났다. 가설 8을 검증하기 위하여 원산지제도의 활용수준과 원산지 브랜드 이미지를 투입하여 조절회귀분석을 실시하였다. 모형 2에서 원산지의 브랜드 이미지가 원산지제도 성과에 미치는 영향관계를 분석한 결과 원산지 브랜드 이미지는 원산지제도 성과에 영향( $\beta = .443, t = 6.031, p = .000$ )을 미치고,  $R^2$ 은 .534로 전체 분산의 53.4%를 설명하였으며 모형 1에 비하여 20.8% 증가한 것으로 나타났다. 모형 3에서는 활용수준과 원산지제도 성과의 관계에서 원산지 브랜드 이미지에 따른 조절효과를 분석하였다. 활용수준과 원산지의 브랜드 이미지의 상호작용항은 통계적으로 유의한 영향( $\beta = -.261, t = -2.939, p = .004$ )을 미치고,  $R^2$ 은 .570로 전체 분산의 57.0%를 설명하였으며 모형 2에 비하여 3.6% 증가한 것으로 나타났다. 따라서, 가설 7, 가설 8은 모형 1에서 원산지제도의 활용수준이 원산지제도 성과에 유의한 영향을 미치지 않아 모두 기각되었다.

## V. 결 론

본 연구에서는 원산지제도에 대한 성과를 제고하기 위한 원산지 검증 및 활용에 원산지 국가 이미지와 브랜드 이미지의 조절효과를 살펴보고 원산지제도의 효율적인 대응방안을 제시하고자 한다. 본 연구의 결과는 원산지제도의 주요 요인이 원산지제도 성과에 미치는 영향관계에서 다음과 같은 중요한 시사점을 제공한다.

첫째, 원산지제도의 외부검증수준이 강화될수록 원산지제도 성과가 개선되는데 원산지 국가 이미지와 브랜드 이미지의 조절효과가 나타났다. 기업들이 원산지관리시스템을 활용하여 파트너와 원산지 검증을 위한 정보를 공유함으로써 기업간 신뢰성을 구축하는 것이 원산지제도의 성과를 향상시킨다. 또한 원재료 및 부품의 제조 국가의 이미지가 강화될수록 원산지 외부검증수준이 원산지제도 성과를 더 향상시키는 것으로 나타났고, 제품의 원산지 브랜드 이미지가 개선될수록 원산지 외부검증수준이 원산지제도 성과를 향상시키는 것을 의미한다. 원산지 국가 이미지와 브랜드 이미지가 높은 기업들과의 비즈니스관계를 구축할 때 원산지관리시스템을 활용하여 원재료 및 부품의 조달이 원활하게 이루어지기 때문에 기업들은 외부검증수준을 고려할 때 원산지 국가 이미지와 원산지 브랜드 이미지를 함께 고려해야 한다.

둘째, 원산지 관리역량이 개선될수록 원산지제도 성과를 향상시키고, 원산지 브랜드 이미지의 조절효과가 나타났다. 원재료 및 부품의 브랜드 평판이나 유용성 등이 개선될수록 원산지 관리역량이 원산지제도 성과에 더 큰 영향을 미친다. 기업들이 생산품목에 대한 원산지 결정기준을 인지하고 품목분류를 자체적으로 처리할 수 있을 때 원산지제도 성과를 향상시킬 수 있으며, 원재료 및 부품의 브랜드 이미지의 향상이 원산지 관리역량과 시너지 효과를 통하여 기업의 원산지제도 성과를 향상시키는 것을 나타낸다.

본 연구의 결과를 바탕으로 주된 시사점을 도출하면 기업들이 원산지 검증 및 활용을 위해서 원산지의 외부검증수준을 고려할 때 원산지 국가 이미지와 원산지 브랜드 이미지도 함께 고려해야 한다. 또한 원산지 관리역량을 고려할 때 원산지 브랜드 이미지가 고려되어야 한다. 이는 기업들이 원산지제도를 활용하여 공급체인망 구축함으로써 조달 시장과 판매시장까지의 제품의 부가가치를 창출하기 위해서는 원산지 국가 이미지와 원산지 브랜드 이미지가 중요하기 때문이다. 기업이 생산한 완제품을 판매시장에 공급하면 구매 활동을 하는 소비자들이 제품의 질적 평가에 선호 국가나 브랜드에 따라 실제 구매활동이 창출된다. 따라서 기업들은 원산지제도의 활용을 위해서 원재료 및 부품의 원산지 국가 및 브랜드 이미지를 확보해야 한다. Rashid et al.(2016), Estevadeordal(2009)

등 기준에 선행연구가 원산지제도의 검증, 원산지 관리역량이 원산지제도 성과에 영향을 미치는 연구결과를 도출하였다면, 본 연구에서는 원산지제도를 활용하는데 시너지 효과를 창출할 수 있는 원산지 국가 및 브랜드 이미지가 외부원산지검증 요인과 원산지제도 성과 간의 관계에 조절효과를 고찰하였다는 것이 기존 연구와 차별화되어 있다. 본 연구의 실무적인 기여도는 원산지제도의 검증 및 활용을 위해서 기업이 갖추어야 하는 요인들을 도출하고 그 요인들 간의 관계를 분석함으로써 원산지제도를 활용하려는 기업들이 부가가치를 창출하는데 유용한 정보가 될 것으로 기대된다. 학문적으로는 기존 선행연구를 바탕으로 원산지제도 성과에 영향을 미치는 주요 요인들을 도출하여 기업이 필요로 하는 원산지제도 활용에 대한 실증적 연구를 수행한 것에 의의가 있다. 향후 본 연구에서 다루지 못한 기업의 규모에 따라 원산지제도의 활용수준을 비교하여 분석하는 연구가 필요하다고 판단된다.

## 참고문헌

- 권순국·오현석(2012), “우리나라 기체결 FTA 원산지규정의 문제점과 개선방안에 관한 연구,” 「국제상학」, 제27권 제4호, pp.191-208.
- 권승하·임승태(2015), “원산지관리요인 간의 관계가 성과에 미치는 영향에 관한 연구,” 「국제상학」, 제30권 제1호, pp.113-132.
- 김영춘·성남길·김정숙(2012), “FTA 특혜관세 활용에 관한 연구,” 「관세학회지」, 제13권 제4호, pp.23-42.
- 김창봉·이나래(2014), “우리나라 수출·입 기업의 원산지정보관리 요인들이 성과에 미치는 영향관계에 관한 연구,” 「e-비즈니스연구」, 제15권 제4호, pp.281-300.
- 김창봉·임덕환(2011). “원산지제도의 복잡성, 관리수준, 대응전략과 원산지제도 활용성과의 관계 연구,” 「관세학회지」, 제12권 제2호, pp.89-109.
- 김창봉·현화정(2014). “원산지제도의 취약성, FTA 장벽 및 원산지검증 수준과 원산지성과에 대한 연구,” 「통상정보연구」, 제16권 제5호, pp.295-315.
- 윤영호·나도성(2013), “FTA활용역량과 수출성과 간 관계에 관한 연구 - 자원기반관점을 중심으로,” 「무역학회지」, 제38권 제2호, pp.295-319.
- 장근호(2013), “FTA 특혜 원산지 검증제도 - 이행상의 문제점과 향후 개선방안,” 「조세연구」, 제13권 제1호, pp.233-265.

- 전중옥·이은미·이춘수(2008), “원산지이미지가 브랜드동일시와 브랜드태도에 미치는 영향 - 실용적 제품과 쾌락적 제품의 관여도에 따른 조절효과를 중심으로,” 「무역학회지」, 제33권 제4호, pp.73-101.
- 최창범(2015), “수출중소기업의 FTA 원산지관리 담당자의 실무역량과 원산지 검증성과 간의 관계,” 「무역학회지」, 제40권 제5호, pp.361-378.
- 한충민·이슬기·이상엽(2011), “브랜드파워 vs. 원산지 이미지 - 글로벌 브랜드 원산지 효과에서 자유로운가?,” 「국제경영연구」, 제22권 제4호, pp.1-23.
- Baldwin, R. E.(2006), “Multilateralising Regionalism: Spaghetti Bowls as Building Blocs on the Path to Global Free Trade,” *The World Economy*, Vol.29 No.11, pp.1451-1518.
- Breton, P.(2003), *Rules of Origin In Free Trade Agreement*, The World Bank Group.
- Cadot, O., Melo, J., Estevadeordal, A., Suwa-Eisenmann, A. and Tumurchudur, B.(2002), “Assessing the Effect of NAFTA's Rules of Origin,” *mimeo*.
- Chase, K. A.(2008), “Protecting Free Trade: The Political Economy of Rules of Origin,” *International Organization*, forthcoming.
- Estevadeordal, A.(2000), “Negotiating Preferential Market Access: The Case of the North American Free Trade Agreement,” *Journal of World Trade* Vol.34, pp.141-200.
- Estevadeordal, A.(2009), “Negotiating preferential market access: The case of NAFTA,” *ITD Working Paper*, No.3, pp.1-33.
- Gasiorek, M., Augier, P. and Lai-Tong, C.(2007), “Multilateralising Regionalism: Relaxing the Rules Of origin or Can Those Pecs be Flexed?,” *WTO-HEI conference*, Vol.Multilateralising Regionalism No.Geneva, pp.10-12.
- Gretton, P. and Gali, J.(2005), “The restrictiveness of rules of origin in preferential trade agreements,” *The 34th Conference of Economists*, Vol.2005, pp.1-15.
- Ghoneim, A. F.(2003), “Rules of origin and trade diversion: The case of the Egyptian-European partnership agreement,” *Journal of World Trade*, Vol.37 No.3, pp.597-621.
- Jackson, J. H.(2006), *Sovereignty, the WTO, and Changing Fundamentals of International Law*, Cambridge University Press.
- Krishna, K.(2005), “Understanding Rules of Origin,” *NBER Working Paper*.
- Lantz, G. and Loeb, S.(1996), “Country-of-Origin and Ethnocentrism: An Analysis of

- Canadian and American Preference Using Social Identity Theory,” *Advances in Consumer Research*, Vol.23, pp.374–378.
- Martin, I. M. and Eroglu, S.(1993), “Measuring a Multi–Dimensional Construct: Country Image,” *Journal of Business Research*, Vol.28, pp.191–210.
- Martin, R. S. and Romeo, J. B.(1992), “Matching Product Category and Country Image Perceptions: A Framework for Managing Country–of–Origin Effects,” *Journal of International Business Studies*, Vol.23 No.2, pp.251–269.
- Nagashima(1970), “A comparison of Japanese and U.S. attitudes toward foreign products,” *Journal of Marketing*, Vol.41 No.3, pp.95–100.
- Rashid, A., Barnes, L. and Warnaby, G.(2016), “Management perspectives on country of origin,” *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol.20 No.2, pp.230–244.
- Takahashi, K. and Urata, S.(2009), “On the Use of FTAs by Japanese Firms: Further Evidence,” *RIETI*, Vol.9 No.28, pp.1–15.

## An Empirical Study of effect how COO Factors impact on COO Performance in accordance with Origin Images

Chang-Bong Kim

Hwa-Jung Hyun

---

### Abstract

Recently, the global trade environment has been composed of transactions in trade through integration of the global supply chain network. As FTAs are being signed between countries, the country of origin (COO) system on products has become an important issue. Companies are procuring raw materials through global sourcing and supplying to the retail markets. This research deducted major factors regarding the verification and utilization of the COO system through research on domestic and international literatures, and verified the mediating effects on the verification and utilization elements of the country image and the brand image of COO on the performance of the COO system through empirical study. For the purpose of this research, we conducted a survey implementing the COO system and analyzed the 152 data collected. The results of this research is as follows: First, the external verification level of the COO system has an impact on the performance of the COO system, and a mediating effect on the country image and the brand image of the COO. Second, the management capability of the COO has an impact on the performance of the COO system, and a mediating effect on the brand image of the COO. A research comparing and analyzing the difference in establishment of the verification system of the COO depending on the size of a corporation is necessary.

---

<Key Words> Country Image of COO, Brand Image of COO, Management Capacity of COO,  
Utilization Level of COO, Verification Level of COO, Performance of COO