

한국 자동차 부품산업의 경쟁력 향상이 수출에 미치는 영향

현승용*, 백인아**, 황수진***

A Study of Improving the Competitive Edge for the Korean Automobile Part
Companies in Exporting

Hyun Seung Yong, Baek In Ah, Hwang Su Jin

Abstract

The FTA between Korea and the U.S. is expected to bring the growth of Korean Automobile part industry. Although the Korean Automobile part companies are keeping on making efforts to improve their competitive edge, the most previous studies of Automobile industry have been focusing on national or industrial competitiveness in the final assembly sectors, i. e. Automobile makers. In this study, we try to focus on Automobile part companies in order to find the factors' influences on their international competitiveness. For this purpose, this study makes a related literature review and then, we make a questionnaire survey for the Korean Automobile part companies, those are manufacturing the 1st tier auto parts. Also the statistical analysis is followed to find determinants of the significant factors in the international competitiveness of Korean Automobile part companies. The study shows that the international competitiveness of these companies is depending on their performances in price, quality, technology and service, but the influence of each factor is in difference.

* 동아대학교 경영대학 부교수

** (주)태진정밀

*** 동아대학교 경영학과 박사과정

1. 서론

우리나라 자동차산업은 짧은 역사에 불구하고 1995년 이래 세계 5위 생산국, 세계 8위 수출국으로 고도의 성장을 이루어 왔다. 그러나 이에 비해 국내 자동차부품산업의 글로벌한 업체 수는 전무한 편으로, 현재 세계 100대 부품업체에 속하는 국내 업체는 1개에 불과하다. 최근 한미 FTA 결과 국내 자동차부품산업의 빠른 성장이 기대되어지고 있는 시점에서 자동차부품업체 자체의 안정적이고 지속적인 성장을 위해서 무엇보다도 스스로 내부능력을 향상시켜 기업고유의 경쟁력을 구비하는 것이 절실하다고 하겠다. 더욱이 국내 자동차부품업체들은 완성차업체의 글로벌 소싱 증가와 외국 부품업체의 국내 진출 증가로 인하여 시장 점유율 확대에 어려움을 겪고 있으므로 국제경쟁력 강화를 통하여 내수시장에의 의존을 지양하고 수출신장과 외화가득력을 높일 수 있는 방안을 모색해야 한다.

하지만 기존의 연구는 완성차업체와 부품업체간 도급관계, 전자적 연결, 네트워크 등에 대한 연구(Heide, 1994; Bensaou와 Venkatraman, 1993; 강종렬, 1993; 김탁향, 1992)와, 부품업체들간의 관계에 대한 연구(이응석, 1997; 김기찬, 2003; 김기찬, 임헌문, 송창석, 1999; 장대성, 한상도, 이성진, 1999; 김영인, 박노광, 정창선, 2001; 김승범, 김진, 1998)에 집중해 왔을 뿐 자동차부품업체의 국제경쟁력과 경쟁력의 결정요인 및 그들과 수출성과와의 관계에 대한 연구는 아직 부족한 실정이다. 뿐만 아니라 오랜 기간 동안 넓은 범위에서 이루어져 온 국제경쟁력에 관한 이론연구는 지금까지 산업이나 국가차원의 연구에 집중되어 기업에 있어 실무적으로 도움을 줄 수 있는 연구는 아직 부족한 실정이다. 또한 국내의 수출에 관한 연구의 역시 기업차원의 연구보다는 산업수준의 거시 경제적 연구가 주류를 이루고 있다. 이에 기업차원에서 국가경쟁력을 분석하여 그 기업의 국제경쟁력 결정변수를 검토하고, 이를 통한 기업의 국제경쟁력 강화방안과 수출성과 증대방안을 연구할 필요가 있다.

따라서 본 논문의 목적은 첫째, 자동차부품기업의 국제경쟁력에 영향을 미치는 기업차원의 우위요인들을 규명하고, 둘째, 그 각각의 결정요인들이 수출성과에 어떠한 영향을 미치는지에 분석하며, 마지막으로 그 결정요인들 간의 영향관계에 대해서 알아본다. 이에 표본 집단은 한국자동차공업조합에서 매년 발행하는 자동차산업편람에 등재된 913개의 자동차부품기업이며 연구방법에서의 오류를 줄이기 위해 1차 공급업체로 그 대상을 제한하였다. 자료 수집은 팩스와 이메일을 이용하여 설문지를 보내고 수신하는 방식으로 진행하였으며 수집된 1차 자료는 SPSS 11.0, AMOS 4.0을 통하여 분석하였다. 그리고 신뢰성 검증, 상관관계 분석, 타당성 분석, 공분산 구조분석을 통해 설정된 가설을 검증하는 방식으로 연구를 진행하였다.

2. 이론적 배경

2.1 국제경쟁력과 국제경쟁력 결정요인

현대에 들어와 국제경쟁력에 관한 논의가 활발하게 이루어지고 있다. 특히 WTO 출범을 계기로 시작된 세계화 시대는 기업, 산업, 국가의 경쟁력이 지역을 벗어나 범세계적인 영향을 받기 때문에 이들의 관계분석은 경제학자들의 중요한 연구과제가 되었다. 국제경쟁력이란 다원적인 개념으로 정확하게 정의내리기는 어렵다. 광의에서 보자면 한 나라의 특정 상품이 다른 나라의 상품들과 국제시장에서 경쟁할 수 있는 능력과 힘을 말한다(김정호, 2001). 그러나 개념의 사용목적이 무엇이며 경쟁의 주체가 누구냐에 따라 다소 다양하게 정의되고 있으며(황삼생, 2005), 이 중 최근에 자주 인용되는 것으로는 <표 1>에서 보여지는 것과 같이 그 주체에 따라 국가, 산업, 기업으로 나누고 그 각각의 개념을 정리한 것이다.

<표 1> 국제경쟁력의 개념 및 결정요인

주 체	개 념	결정요인
국 가	높은 생산력을 바탕으로 높은 소득수준을 유지할 수 있는 능력	1인당 GNP, 생산성 등
산 업	다른 국가의 동종 산업과 비교하여 체계적으로 높은 시장점유율을 유지할 수 있는 능력	시장점유율, 무역점유율, 해외직접투자점유율 등
기 업	해당산업에서 다른 국가의 기업에 비하여 세계적으로 낮은 원가 또는 기술력과 성과를 유지할 수 있는 능력	수익성, 시장점유율, 차별화 등

자료 : 정구현 (1994)

고전무역이론으로부터 시작을 찾을 수 있는 국제경쟁력에 관한 연구는 국가와 산업차원의 연구에서 점차 기업차원의 연구로 옮겨가고 있다. 시간이 흐를수록 국경 없는 경쟁이 일반화되는 추세이며 이에 따라 무역장벽과 같은 외연적 요소들이 지속적으로 축소될 것으로 예상되어 기업의 경쟁우위 및 보유자원과 같은 내연적 요소를 무시할 수 없는 상황이기 때문이다(이장호, 1999). 이에 D'Cruz(1992)는 "기업이 설계하고, 생산하고, 시장에 경쟁자에 비해 더 나은 조건으로 제품을 공급하는 능력"으로 기업차원의 경쟁력을 제시하고 있다. 그리고 여기에는 가격적인 조건과 비가격적인 조건이 모두 포함된다고 밝히고 있다. 따라서 이제는

국제경쟁력에서 국민총생산(GNP)이나 국내총생산(GDP)만을 언급하지 않는다. 무역환경의 변화, 무역이익에 대한 시대, 기술혁신의 수준 등이 시대에 따라 그 범위와 조건의 많은 변화를 계속하여 왔기 때문에 일정하게 정형화하기 어렵기 때문에 각 이론별로 국제경쟁력 결정요인도 다양하게 정의내리고 있다.

Porter(1998)는 국제시장에서 경쟁하는 것이 국가가 아니라 기업이라 주장하면서 경쟁력은 본질적으로 한 기업이 창출해 낼 수 있는 가치에서 비롯되며 이러한 우월한 가치(Superior value)는 경쟁자보다 낮은 가격으로 공급함으로써 달성된다고 밝히고 있다. Porter는 가격의 우위(cost leadership)뿐 아니라 차별성(differentiation)을 함께 언급하며, 이 두 가지가 경쟁우위에 있어 기본적인 두 유형이라고 기술하고 있다. 그러나 Porter의 이론은 가격의 우위나 차별화 우위 없이 높은 성과를 올리는 경우나 가격우위는 없으나 차별화 우위 없이 높은 성과를 얻는 경우 존재함으로 Porter가 주장하는 바와 같이 꼭 필요한 것도 아니다(Ma, 2000). 성과의 우위(superior performance)는 속도(Stalk, 1990; Eisenhardt와 Brown, 1998), 유연성(Sanchez, 1993), 혁신(Hamel와 Prahalad, 1989; Kim와 Mauborgne, 1997) 등 여러 경쟁우위로부터 얻어 질 수도 있기 때문이다.

Porter와 달리 자원기반관점(Resource-based view) 학자들(Rumelt, 1984; Barney, 1986)은 기업이 본질적으로 가지고 있는 자원 중 경쟁자가 쉽게 따라할 수 없고, 쉽게 변화되지 않는 독특한 자원이 기업의 경쟁력과 관련이 있다고 보았다. 즉 기업이 지속적으로 우수한 경영성과를 얻기 위해서는 가치있고 희소하며 경쟁자가 흉내 내기 어렵고 대체 불가능한 자원을 보유하고 있어야 한다는 것이다. 따라서 자원기반관점은 경영활동을 수행하는 과정에서 새로운 자원을 개발하는 것이 기업의 경영성과 개선에 필수불가결한 조건이라 주장했다(Penrose, 1959; Nelson와 Winter, 1982). 한편 Stalk(1992) 등과 Teece(1997) 등은 기업이 높은 성과를 얻기 위해서는 경쟁우위요소를 다수 보유해야 한다고 주장했으며, Hamel와 Prahalad(1990)은 핵심역량의 강화를 위해서는 자원과 능력의 독특한 조합, 기술적, 조직적 역량의 독특한 조합이 이루어져야 한다고 주장하고 있다.

Ma(2000)은 이러한 연구의 연장선상에서 기업의 경쟁력을 개별적 경쟁력과 복합적 경쟁력으로 나누어 설명하고 있다. 즉 입지, 현금, 독점적 공급, 독점적 유통, 경영상의 재능 등은 개별적 경쟁력이며 비용, 차별화, 반응속도, 유연성, 혁신 등은 복합적 경쟁력으로 제시되고 있다. 정부의 간섭이나 지원, 운, 환경으로부터 얻어지기도 하는 이 개별적 경쟁력은 기업에게 일시적인 성과를 제공할 뿐, 적절한 조합을 통해 복합적 경쟁력으로 발전하지 않으면 지속적인 경영성과로 이어지지 않는다고 주장하고 있다.

이상을 조합하여 보면 크게 국제경쟁력 결정요인은 내생적 요인과 외생적 요인으로 나눌

수 있다. 내생적 국제경쟁력 결정요인은 경제정책 및 기업경영전략 등에 따른 것으로서 자본비용, 노동비용, 설비조건 등의 가격요인에 인플레이션수준, 무역정책, 기업의 경제관리능력 등의 기업외적 요인을 포함하는 가격경쟁력요인, 상품에 대한 품질, 디자인, 포장, 광고, 판매력, 유통채널, 수송기간 등의 비가격경쟁력요인, 그리고 기술인력, 기술개발력, 기술도입 등의 기술경쟁력요인으로 구성된다. 외생적 국제경쟁력 결정요인은 국제경쟁력 내지 무역결정의 환경에 대한 것으로 어느 일국의 정책이나 기업전략만으로는 결정되기 어려운 전체적인 조건을 의미한다. 즉, 소득 증가에 따른 수요변화, 신제품개발, 경쟁국의 기술진보 등의 무역환경과 환율정책, 수출입 가격, 도매가격 등의 가격조건, 자원부족량 정도, 지리적 조건, 종교, 국민의식 정도 등의 기타요인 등이 포함되어 있다(황삼생, 2005).

2.2 국제경쟁력과 수출성과

광의에서 국제경쟁력이란 한 나라의 특정상품이 다른 나라의 그것과 국제시장에서 싸워 이길 수 있는 힘을 말한다. 특히 국제무역에서의 경쟁력(competition power in international trade)이란 "특정시장 또는 세계시장에 대한 수출점유율의 크기에 영향을 주는 제요건을 총칭하는 것"으로 정의되고 일국에서의 수출종합조건의 변화도 특정시장 또는 세계시장에 대한 수출점유율이 다른 나라에 비하여 증가하는 경우 그 나라의 국제경쟁력은 강화된 것으로 설명할 수 있다. 특정상품의 국제경쟁력은 동제품의 타국시장에서의 경쟁력과 국내시장에서의 외국상품과의 경쟁력으로 구분되며, 해외시장에서의 보인 수출상품의 경쟁력을 수출경쟁력이라고 한다.

이러한 수출경쟁력에 직접적으로 영향을 미치는 중요한 요인은 상품의 가격요인과 비가격요인이라 할 수 있는데 이와 같이 가격요인에 의하여 결정되는 경쟁력을 가격경쟁력이라고 하고 그 외의 요인에 의하여 결정되는 경쟁력을 비가격경쟁력이라고 할 수 있다. 즉 가격경쟁력은 특정국가 특정상품이 다른 나라의 그것에 비하여 싸냐 비싸냐를 말하는 것이며, 비가격경쟁력이란 지수적으로 측정하기 어려운 것으로 다른 경쟁상품과 비교하여 품질, 디자인, 포장, 마케팅 능력, 상품의 이미지, 제도상의 우위요인 등이 그 대상이 된다(권혁조, 1992) 또한 WTO 등의 출현으로 국경 없는 경쟁이 일반화되는 추세에 따라 외적 요인이 지속적으로 축소될 것으로 예상되어 지므로 수출에 있어서 기업의 경쟁우위 및 보유자원과 같은 내적 요인의 중요성도 무시할 수 없다(이장호, 1999). 이러한 내적 요인은 대부분 지속가능한 경쟁우위들이 될 것이다. 따라서 특정국가의 특정상품이 다른 나라에서 성공하기 위해서는 다른 나라 기업이 이용할 수 없었거나 이용하지 않는 특수한 자원을 확보해야 한다.

2.3 한국 자동차부품산업

자동차부품산업은 철강, 비금속, 고무, 합성수지, 유리, 섬유 등 여러 가지 재료를 사용하여 각 부품마다 각기 다른 생산공정을 가지고 있으며, 완성된 조립품을 자동차로 완성하는 복합적 성격의 대표적인 조립산업으로 치장수요적인 제조업이다. 자동차 산업과 분업적 생산체제를 형성하고 있으며, 소재공업, 전기전자공업, 기계공업 등과 긴밀한 협력관계를 유지하여 자동차 산업발전에 중요한 역할을 하는 산업적 특성을 지고 있다. 단순 부품에서 고도의 정밀가공 부품에 이르기까지 다양한 품목과 기술을 필요로 하는 전문화 산업으로써 중층의 분업화된 구조로 이루어져 있다. 대부분 이 산업에서의 종업원은 50명 이하의 소규모 영세기업에서부터 300명 미만의 중소기업으로 이루어져 있다(이성욱 외, 2006). 또한 생산액은 21.2조원(01년, 5인 이하 업체 포함할 경우 24조원)으로 제조업전체생산액의 4.6%(212/5,832천억원), 전체 부가가치의 3.5%(77/2,218천억원), 고용의 4.6%(122/2,647천명)를 차지하고 있다.

전통적으로 자동차산업이 발달한 나라는 자동차부품산업도 강하다. 그러나 우리나라는 자동차 생산량이 세계 5~6위인데 반해 글로벌부품업체 수는 매우 작다. 미국의 Automotive News에 따르면 2004년, 2005년 국내 업체로는 (주)만도가 세계 100대 자동차부품업체로 유일하게 선정되었다. 스위스의 경우 완성차 제조업체 부재에도 불구하고 세계자동차 시장에서 핵심적인 역할을 수행하고 있다. 스위스는 완성차 제조업체를 보유하고 있지 않지만, 자국산 자동차 부품이 내재되지 않은 차는 거의 없을 정도로 자동차 주요 부품 분야에서 세계적인 경쟁력을 보유하고 있다. 유럽에서 생산되는 모든 자동차에 스위스 기술로 만든 자동차 부품이 사용되고 있으며, 유럽을 제외한 주요 고객은 미국 및 아시아 완성차 업체로 연간 3500만 대에 스위스 부품이 사용되고 있다. 이와 견주에 볼 때, 우리나라 자동차 부품산업이 기형적이라고 밖에는 볼 수 없다. 세계시장 규모는 10,700억 달러로 추정되며, 그 중 우리나라 자동차부품의 시장규모는 약190억 달러로서 세계시장의 1.78%를 점유하고 있다.

<표 2> 연도별 매출액 추이

(금액단위: 억원)

구 분	매출실적				증감률(%)
	OEM	A/S	수 출	합 계	
2002	237,622	15,445	20,890	273,957	14.6
2003	260,602	18,242	41,544	320,388	16.9
2004	292,361	20,465	52,812	365,638	14.1

자료 : 한국자동차공업협동조합, "2005 자동차부품산업 현황", 2006.

한국 자동차 부품산업의 경쟁력 향상이 수출에 미치는 영향

<표 2>의 수출부문 실적은 <표 3>의 자동차부품 수출실적 중 완성차 회사의 스페어 부품 수출을 제외한 금액을 원화로 환산한 것으로, 수출실적은 꾸준한 증가세를 보이고 있으나, 수출 비중은 아직 낮은 편임을 알 수 있다. <표 3>은 스페어 부품을 포함한 자동차부품 수출입 실적으로 2004년 수출입은 각각 전년대비 40.2%, 15.8% 증가하였으며, 무역흑자는 31억3천4백만 달러로서 사상 최고치를 기록하였다.

<표 3> 연도별 수출입 실적(스페어 부품 포함) (단위: 천US\$)

구 분	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년
수 출	2,502,208	2,600,554	3,101,387	4,704,495	5,925,018
수 입	1,803,500	1,882,677	2,456,047	2,762,435	2,790,899
무역수지	698,708	717,877	645,340	1,942,060	3,134,119

자료 : 한국무역협회(KOTIS), www.kita.net

<표 4>는 2004년 우리나라에 대한 여타국의 자동차부품 수출입 실적으로, 중국이 미국을 제치고 최대 수출국으로 부상하였는데 이는 국내 기업이 중국 현지공장에서 완제품을 생산하기 위한 원자재 및 부품의 수출이 많이 늘어났기 때문으로 분석되어 진다. 또한 국내 완성차업체의 납품선 이원화정책에 따라 일부 신형 모델에 일본 이외 나라의 오토미션을 적용함에 따라 일본은 2003년(-743,131천 달러)에 비해 무역적자의 폭이 1억 달러 정도 감소한 반면, 독일은 2003년(-418,640천 달러)보다 무역적자 폭이 1억 달러 정도 증가하였다.

<표 4> 국가별 수출입 실적 (단위: 천US\$)

구 분	중국	미국	일본	독일	영국	프랑스
수 출	1,736,076	1,143,213	333,622	114,410	49,030	26,289
수 입	82,913	358,435	976,007	672,719	123,659	100,388
무역수지	1,653,163	784,778	-642,385	-558,309	-74,629	-74,099

구 분	스페인	이탈리아	캐나다	호주	기타	합계
수 출	18,631	27,947	78,682	104,236	2,292,820	5,925,018
수 입	64,118	138,676	5,956	114,648	153,380	2,790,899
무역수지	-45,487	-110,729	72,726	-10,350	2,139,440	3,134,119

자료 : 한국무역협회(KOTIS), www.kita.net

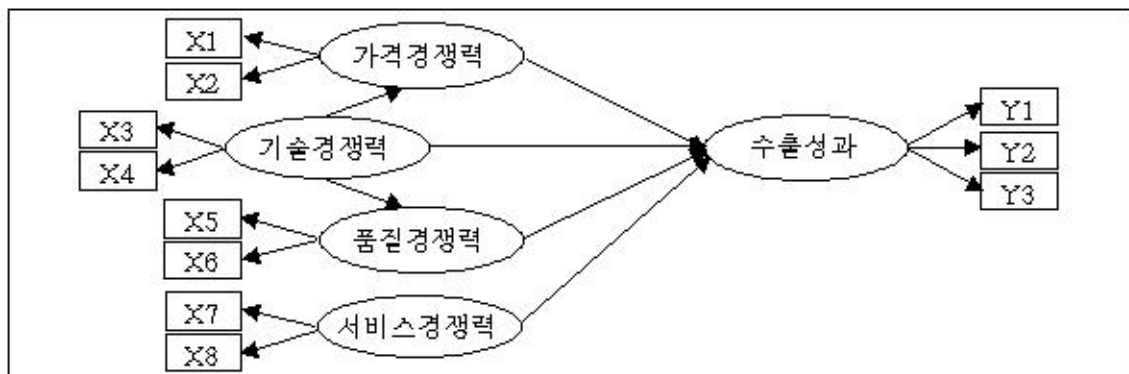
3. 연구 모형 및 가설의 설정

3.1 연구 모형 및 연구 가설

본 연구에서는 자동차부품기업을 표본으로 하여 국제경쟁력 결정요인들이 수출성과에 미치는 영향에 대한 실증분석을 하고자한다. 하지만 국제경쟁력 결정요인은 정밀하게 계량화하거나 등급을 매기는 일이 생각처럼 쉽지도 않고 완전한 과학적 객관성도 보장하기 어렵기 때문에 이용가능한 자료의 활용 및 대상기업들의 속성에 따라 결정요인의 범위가 고려되어야 되고 평가방법도 달라져야 한다. 따라서 본 연구는 실증분석 이전에 문헌연구와 업계관계자 및 전문연구자와의 심층면접(in-depth interview)을 거쳐 우리나라 자동차부품산업에 적합한 국제경쟁력 결정요인을 찾고자 하였다.

문헌연구에 의하면 Miles와 Snow(1978)는 기업이 성공적으로 이용할 수 있는 전략적 속성으로써 가격, 품질, 배달, 서비스를 제시하였으며, 송은헌(1996)은 제품, 공정 및 최고경영자의 혁신성, 설계 및 생산자동화, 제품의 시장적합성, 신제품 아이디어의 제품화속도, 그리고 유통기반이 부품산업의 경쟁력 결정요인으로 제시하였다. 여기에 Barnes(2000)은 남아프리카공화국의 자동차부품산업의 경쟁력을 분석하면서 비용통제, 품질, 내외부적 유연성, 노동유연성, 혁신능력 등을 결정요인으로 제시하였으며, 최인범(1993)은 우리나라 자동차부품 산업에 있어 비가격경쟁력 뿐만 아니라 가격경쟁력 또한 중요한 요인이 될 것으로 보았다.

<그림 1> 구조방정식 모형



<그림 1>은 국제경쟁력 결정요인들이 수출성과에 미치는 영향을 종합적으로 분석할 수 있는 연구모형으로 문헌연구를 바탕으로 한 업계종사자와 전문가 인터뷰 결과 공통적으로

논의된 우리나라 자동차부품기업의 경쟁력과 수출성과와의 관계를 보여주고 있다. 그들은 자동차부품산업의 특징을 자동차산업의 악순환 연속, 고객요구의 외면, 과열가격경쟁, 수익 악화, 연구개발 부진, 고객요구충족 미흡으로 보고 있었으며 이를 극복하고 나아가 경쟁우위를 창출하기 위해 다양한 내·외생적 요인과 가격·비가격요인들 중 가격경쟁력, 품질경쟁력, 기술경쟁력, 서비스경쟁력의 4가지 경쟁력이 필요하다고 설명하였다. 이러한 선행연구로부터 도출된 4가지 국제경쟁력 결정요인들이 수출성과에 영향을 미칠 것으로 가정하며, 또한 기술경쟁력이 가격경쟁력과 품질경쟁력에 영향을 미칠 것임을 가정하고 있다. 그리고 비가격경쟁력이 가격경쟁력보다 수출성과에 더 큰 영향을 미칠 것임을 가정하고 있다.

- <가설 1-1> 한국 자동차부품기업의 가격경쟁력은 수출성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- <가설 1-2> 한국 자동차부품기업의 기술경쟁력은 수출성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- <가설 1-3> 한국 자동차부품기업의 품질경쟁력은 수출성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- <가설 1-4> 한국 자동차부품기업의 서비스경쟁력은 수출성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- <가설 2-1> 한국 자동차부품기업의 기술경쟁력은 가격경쟁력에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- <가설 2-2> 한국 자동차부품기업의 기술경쟁력은 품질경쟁력에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3.2 변수정의와 측정방법

설문지를 통한 연구분석 방법은 설문지가 연구목적에 부합되어야 하고, 신뢰성 및 타당성을 확보하기 위해 설계과정부터 세밀한 계획 하에 작성되어야 한다. 또한 단일항목으로 측정할 경우 측정도구의 오차가 없다는 것을 가정하는 것이 비현실적이므로 본 연구에서는 Churchill(1979)의 패러다임이 권고하는 다항목으로 측정하였다. 이를 위해 기존문헌고찰과 업계종사자 및 전문가와의 인터뷰를 통해 수출성과에 영향을 미칠 것으로 고려되는 변수와 그 변수들의 측정항목을 개발하였다. 개발된 측정변수들에 대해 정의하자면 다음과 같다.

첫째, 가격경쟁력은 해외 경쟁업체 보다 부품을 낮은 가격으로 공급할 수 있는 능력을 말한다. 둘째, 기술경쟁력은 해외 경쟁업체에 비해 얼마나 높은 설계디자인기술이나 생산 및 공정기술을 가졌는가를 의미한다. 셋째, 품질경쟁력은 해외경쟁업체 대비 불량률, 내구성, 감성품질 등에서의 경쟁력을 의미한다. 마지막으로 서비스경쟁력이란 해외경쟁업체에 비해 적기납품, A/S(After Service) 수준 및 완성차 업체의 요구에 대한 대응능력, 문제발생시 문제점 파악과 해결이 얼마나 잘 이루어지는가를 의미한다.

이상의 측정변수에 있어 각각의 항목들은 비윤척도를 사용하여 측정하였으며, 수출성과에

있어서는 6점 척도를 사용하여 측정하였다. 본 실증연구에 사용된 변수의 정의와 측정척도는 아래<표 5>와 같이 설정하였다.

<표 5> 실증연구에 사용된 변수의 정의와 측정방법

잠재변수	관측변수	변수	측정항목	척도
가 격 경쟁력	가격수준	X1	해외 제1경쟁자 대비 가격수준	비율척도
	인건비	X2	해외 제1경쟁자 대비 인건비수준	비율척도
기 술 경쟁력	설계디자인능력	X3	해외 제1경쟁자 대비 설계디자인능력	비율척도
	생산·공정기술	X4	해외 제1경쟁자 대비 생산, 공정기술	비율척도
품 질 경쟁력	불량률	X5	해외 제1경쟁자 대비 불량률 수준	비율척도
	감성품질	X6	해외 제1경쟁자 대비 감성품질	비율척도
서비스 경쟁력	A/S	X7	해외 제1경쟁자 대비 AS수준	비율척도
	적기납품	X8	해외 제1경쟁자 대비적기 납품능력	비율척도
수 출 성 과	수출성장성	Y1	수출 성장 만족도	6점 척도
	수출수익성	Y2	수출 수익 만족도	6점 척도
	성과만족	Y3	전략적 목표 달성	6점 척도

3.3 표본설계와 자료수집 및 분석 방법

본 연구의 모집단인 우리나라 전체 자동차부품기업 중 표본 프레임은 한국자동차공업협동조합이 2006년에 발행한 자동차 공업편람의 자동차부품생산업체 명단에 등재된 913개의 자동차부품업체로 하였다. 그러나 자동차부품산업은 방대한 2만5천개 이상의 부품으로 이루어지는 산업으로, 전체적인 부품을 나열하기에는 연구방법에서 오류를 범할 수 있어 조사대상을 1차 기업으로 제한하였다. 따라서 이들 업체는 완성차 기업에 공급하는 1차 공급업체이며, 완성차업체별 납품업체 수는 아래<표 6>과 같다.

<표 6> 표본기업: 완성차업체별 1차 납품업체 수 (단위 : 개사)

연도	현대	기아	GM대우	쌍용	르노삼성	대우버스	기타대우	합계
2004	355	395	273	243	125	140	184	1715
2005	373	281	281	240	152	174	188	1804

자료 : 한국자동차공업협동조합, "자동차 부품산업 현황", 2005,
한국자동차공업협동조합, "자동차 부품산업 현황", 2006.

본 연구의 자료수집을 위해 기존문헌고찰과 자동차부품관련 조합, 자동차부품산업 전문가, 3개의 자동차부품업체 담당자들과의 심층면접(in-depth interview)을 통해 설문문항을 개발하였고, 내용타당성 검증 및 예비테스트를 거친 후 수정을 통해 최종설문지를 완성하였다.

완성된 설문지는 FAX와 E-mail을 통해 913개의 표본업체에 발송하였으며, 같은 방식으로 수신이 이루어졌다. 최초 수신된 설문지는 127부였으나 설문지를 검토하는 과정에서 누락된 응답이 다소 발견되어 기재된 전화번호를 통해 추가 응답을 요청하였다. 또한 대부분 상세히 설명을 했지만 질문문항에 근접하지 못한 불성실한 답변도 있어, 신뢰성이 다소 떨어지는 설문지를 제외한 120개의 유효응답이 최종 분석대상으로 선택되었다.

설문을 통해 얻어진 1차 자료를 이용하여 통계분석을 실시하였다. 우선 설문항목들의 신뢰성과 타당성 확보를 위해 신뢰성 및 타당성 분석을 실시하였다. 그런 다음 상관관계분석(Correlation Analysis)을 실시하여 변수들간의 관계를 살펴보았으며, 마지막으로 독립변수와 종속변수간의 명확한 관계와 통계적 유의성을 밝히기 위해 공분산 구조분석(Covariance Structure Analysis)을 실시하였다. 이상의 분석은 SPSS 11.0과 AMOS 4.0을 활용하였다.

4. 실증분석 결과

4.1 표본기업의 일반사항 분석

본 절에서는 설문조사 대상기업 중에서 최종적으로 분석에 포함된 120개 표본기업에 대한 일반사항을 분석하였다.

<표 7> 표본기업의 기업연수

기업연수	비율 (%)
5년이하	4.1
6 ~ 10년	11.8
11 ~ 15년	7.5
16 ~ 20년	18.2
21 ~ 25년	14.2
26 ~ 30년	22.7
31 ~ 35년	11.8
36 ~ 40년	3.3
40년 이상	5.6
계	100

표본기업의 기업연수별 분포를 살펴보면 16~30년 사이의 기업연수를 가진 자동차부품기업들이 전체의 55.4%로써 표본기업의 절반이상의 비중을 차지하였으며, 5년 이하의 신생기업은 4.1%에 불과하였고 30년 이상의 자동차 부품기업은 약 9%의 비중을 차지하고 있었다 (<표 7> 참조).

<표 8>은 주거래 매출 비중으로 자동차부품기업의 총 매출액 중 완성차업체에 납품하고 있는 총액의 비율을 의미한다. 표본기업들은 전체적으로 개방적 거래를 유지하고 있으나, 매출의 80%이상을 하나의 완성차업체에서 올리는 표본기업의 비중 역시 35%를 상회하고 있어 주거래 매출 비중이 높은 국내 자동차부품산업의 특징을 그대로 보여주고 있다.

<표 8> 주거래 매출 비중

주거래 매출 비중(%)	비율(%)
1 ~ 20	3.2
21 ~ 40	24.2
41 ~ 60	15.9
61 ~ 80	26.8
81 ~ 99	29.8
100	2.5
미응답	3.4
계	100.0

위 <표 9>은 표본기업들의 부품개발에 대한 4가지 방식을 보여주고 있다. 이 중 1번의 경우가 완성차업체가 개발을 주도하는 방식이며 4번의 경우가 부품업체 단독으로 부품을 개발하는 방식으로, 단독개발 표본기업은 5%에 불과해 이 역시 완성차업체에의 의존도가 심한 국내 자동차 부품산업의 특징을 여실히 나타낸다 할 수 있다.

<표 9> 부품개발 방식

부품개발 방식		비율(%)
1	완성차업체가 필요한 spec만을 제시하면 개발하는 방식	42.9
2	완성차업체가 기본설계제공 부품업체가 제품구현	32.8
3	완성차업체가 상세설계도 제공 부품업체가 생산하는 방식	18.5
4	신제품을 독자적으로 기획 개발, 자사제품으로 판매방식	5.0

<표 10> 표본기업의 제1수출 대상국가

국 가	비율(%)
북 미	34.5
중 국	13.4
일 본	12.6
독 일	2.5
호 주	2.5
인 도	1.7
이 탈 리 아	1.7
이 란	1.7
인도네시아	0.8
중 남 미	0.8
이 집 트	0.8
터 키	0.8
프 랑 스	0.8
미 음 답	25.2
계	100.0

<표 10>는 표본기업의 제1수출 대상국가에 대한 것으로 북미 시장이 전체의 34.5%를 차지하고 있음을 알 수 있다. 따라서 최근 미국과의 FTA협상 타결 결과는 자동차부품시장에 호로 제시되어 질 수 있을 것이다. 미국에 이어 중국과 일본이 13.4%와 12.6%로 뒤를 잇고 있다. 한국무역협회에 따르면 최근 중국으로의 수출이 미국을 앞지르고 있으나 본 연구는 제1수출대상 국가만을 고려한 집계이므로 차이가 있을 수 있음을 인지하기 바란다.

4.2 신뢰성 및 타당성 검증

신뢰성은 넓은 의미에서 측정오류의 발생이 없는 정도로 연구대상에 대해 반복 측정했을 때 결과가 일관성 있게 나타나는 지를 판단하는 개념이다. 다항목으로 측정된 이론변수들의 신뢰성 검증에는 변수들이 내적 일관성을 많이 사용한다(Carmines와 Zeller 1979). 일반적으로 Cronbach's 계수가 0.6이상이 되면 신뢰도가 높다고 봄으로(채서일, 1998), 따라서 각 변수들에 대한 신뢰도는 높은 것으로 판명되었다(<표 11> 참조).

<표 11> 각 변수 측정항목의 신뢰성 검사결과

요 인	문 항		Cronbach's 계수
가격경쟁력	X1	가격수준	.609
	X2	인건비	
기술경쟁력	X3	설계디자인기술	.793
	X4	생산 및 공정기술	
품질경쟁력	X5	불량률	.832
	X6	감성품질	
서비스경쟁력	X7	A/S	.816
	X8	적기납품능력	
수출성과	Y1	수출성장성	.886
	Y2	수출수익성	
	Y3	수출성과만족도	

본 연구의 내용 타당성 유지를 위하여 기존 연구의 설문지를 참고하여 설문항목은 작성하였으며, 전문가의 인터뷰, 경영대학원 교수 1인을 통해 설문문항의 내용 타당성을 확보하였다. 또한 본 연구에서는 판별 타당성의 검증을 위하여 구조모형을 이용한 확인적 요인분석(Confirmatory factor analysis)을 실시하였으며, 각 개념별 확인적 요인분석에서는 대부분의 적합도 지수가 일반적으로 받아들여지는 수준(GFI > 0.90, AGFI > 0.80)을 만족시켰다(<표 13> 참조). 그리고 AGFI의 경우, 전통적 기준은 0.90으로 말해지기도 하지만 이는 임의적인 것이며 절대적인 기준은 없다. 따라서 본 연구에서는 0.80(이근희, 2003)을 기준으로 하였다.

4.3 가설검증

본 연구의 분석을 위하여 우선 모형의 각 구성개념들 간에 유의적인 상관관계를 분석하였다. 이러한 분석을 통해 각 구성개념들 간의 관계를 설정한 가설에 대해 일차적인 관계정도를 검증하였다. 그러나 상관관계분석에서 유의적인 상관관계를 발견하였다고 하더라도 구성개념들의 영향관계가 있다는 의미는 아니다. 따라서 본 연구에서 상관관계 분석 이외에 구성개념들 간의 영향관계 및 매개변수를 통한 직접효과와 간접효과를 함께 고려할 수 있는 공분산 구조분석을 사용하였다.

4.3.1. 상관관계분석

가설검증에 앞서 측정항목간의 상관관계를 분석을 하였으며, 이를 통해 수출성과와 가격경쟁력 그리고 서비스경쟁력을 제외한 변수들의 유의적인 상관관계를 확인하였다. 또한 결과를 통해 가설의 대략적인 지지여부를 파악하였으며, 그 결과는 다음의 <표 12>과 같다.

<표 12> 각 변수들의 상관행렬

변수명	가격경쟁력	기술경쟁력	품질경쟁력	서비스경쟁력	수출성과
가격경쟁력	1				
기술경쟁력	.547**	1			
품질경쟁력	.521**	.703**	1		
서비스경쟁력	.325**	.523**	.574**	1	
수출성과	.139	.229**	.321**	.106	1

주) ** : P < 0.01, * : P < 0.05

4.3.2. 공분산 구조분석을 통한 가설검증

공분산 구조분석을 위해 사용되는 통계패키지로는 LISREL과 AMOS가 대표적인데, 본 연구에서는 SPSS Windows ver.에서 호환성이 뛰어난 AMOS v4.0을 사용하여 가설을 검증하였다. 공분산 구조분석은 최대우도법(ML : Maximum Likelihood Estimation)을 이용하였으며 자료는 SPSS에 코딩된 원자료를 이용하였다.

<표 13> 구조모형의 적합도 지수

CMIN	DF	P	GFI	AGFI	NFI	TLI	CFI	RMSEA
72,308	56	.070	.913	.858	.928	.976	.982	0.05

일반적으로 모형의 적합성 평가는 이론적 모형과 공분산 구조모형이 가정에 얼마나 적합한가를 살펴보는 절차라고 할 수 있다. 공분산 구조모형(structural equation modeling)에서 적합도(fitness)란 이론적 모형과 실제자료가 얼마나 잘 맞는지를 나타내는 것으로 CMIN (χ^2)와 그 확률치, 적합도 지수(GFI : Goodness-of-fit index), 수정적합도 지수(AGFI : Adjusted-goodness-of-fit index) 등이 있다. 이러한 적합도 지수가 양호할수록 이론적 모형이 실제자료와 일치한다고 볼 수 있다(Bagozzi와 Yi, 1998). 이 중 본 연구에서 모형의 적합

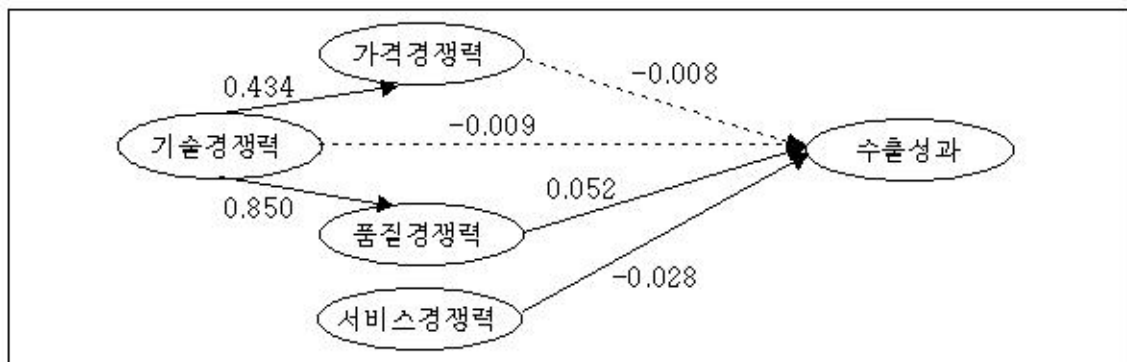
성 평가의 기준은 $\chi^2-P > 0.10$, GFI > 0.90 , AGFI > 0.80 , NFI > 0.90 , TLI > 0.90 , CFI > 0.90 , RMSEA < 0.05 로 정하였다(이순목, 1990; 김계수, 2001; 이근희, 2003). 이에 따라 <표 13>에서 보여 지는 대부분의 적합도 지수가 일반적으로 받아들여지는 수준을 만족시키므로 제시된 구조방정식 모형은 수집된 자료에 의해 적합한 모형을 나타낸다 하겠다.

<표 14> 연구모형 추정치

가 설		경로계수	C.R.	유의수준	지지여부
가설1-1	가격경쟁력 ▶ 수출성과	-0.008	-0.917	0.359	-
가설1-2	품질경쟁력 ▶ 수출성과	0.052	1.751	0.080	지지
가설1-3	기술경쟁력 ▶ 수출성과	-0.009	-0.290	0.772	-
가설1-4	서비스경쟁력 ▶ 수출성과	-0.028	-1.696	0.090	지지
가설2-1	기술경쟁력 ▶ 가격경쟁력	0.434	3.510	0.000	지지
가설2-2	기술경쟁력 ▶ 품질경쟁력	0.850	9.468	0.000	지지

위 <표 14>는 구조방정식에서 경로계수 추정값들에 대한 분석 결과를 보여주고 있다. 표에 따르면 품질경쟁력과 수출성과 그리고 기술경쟁력과 수출성과의 경로계수에 대한 유의수준이 0.05보다 크므로 유의하지 않음을 알 수 있다. 분석의 결과를 종합적으로 그림으로 나타내면 다음의 <그림 2>와 같다.

<그림 2> 연구모형의 분석결과



주) → : 유의수준 0.05에서 유의적인 경로
 ⇨ : 유의수준 0.05에서 유의적이지 않는 경로

4.4 연구결과

지금까지의 가설검증을 토대로 하여 본 연구에서 제시하는 가설들을 정리하면 아래<표 15>와 같다.

<표 15> 연구가설의 검증결과

가설구분		내 용	검증결과
가설1	1-1	자동차부품기업의 가격경쟁력은 수출성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.	기 각
	1-2	자동차부품기업의 품질경쟁력은 수출성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채 택
	1-3	자동차부품기업의 기술경쟁력은 수출성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.	기 각
	1-4	자동차부품기업의 서비스경쟁력은 수출성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채 택
가설2	2-1	자동차부품기업의 기술경쟁력은 가격경쟁력에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채 택
	2-2	자동차부품기업의 기술경쟁력은 품질경쟁력에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채 택

먼저 가설1은 각 자동차부품기업의 국제경쟁력 결정요인이 수출성과에 미치는 영향에 대한 가설로써, "자동차부품기업의 가격경쟁력이 수출성과에 영향을 미칠 것"이라는 가설1-1은 기각되었으며(유의수준 0.10), "자동차부품기업의 품질경쟁력이 수출성과에 영향을 미칠 것"이라는 가설1-2는 지지되었다(유의수준 0.10), "자동차부품기업의 기술경쟁력이 수출성과에 영향을 미칠 것"이라는 가설1-3은 기각되었으며(유의수준 0.10), "자동차부품기업의 서비스경쟁력이 수출성과에 영향을 미칠 것"이라는 가설1-4는 지지되었다(유의수준 0.10).

가격경쟁력이 수출성과에 영향을 미치지 못한다는 것은 의외의 결과이다. 국내의 경우 완성차업체와 부품업체 사이의 가격이 중요한 요인 중 하나인 것으로 알려졌으나, 본 연구의 분석결과에 따르면 우리나라 부품기업의 수출성과에 있어서는 가격에 비해 품질과 서비스 등 비 가격적 요인들이 더 큰 영향요인인 것으로 보인다. 더 나아가 우리나라의 자동차 부품이 이제는 더 이상 가격우위에만 의존해서는 않는다는 사실을 추론할 수도 있다.

기술경쟁력은 또한 수출성과에 직접적으로 영향을 미치지 못하였다. 국내 자동차부품산업의 특성상 자동차 부품의 설계와 개발은 완성차업체가 주도하는 경우가 대부분이며, 기술이

전 또한 완성차 업체에서 부품업체 방향으로 이루어짐에 따라 완성차업체가 요구하는 부품의 품질수준을 얼마나 잘 구현해 내느냐가 관건이므로, 부품업체의 설계디자인 능력 등은 수출성과에 직접적으로 영향을 미치지 못하는 것으로 파악할 수 있다.

가설2는 자동차부품기업의 기술경쟁력이 가격경쟁력과 품질경쟁력에 미치는 영향에 대한 가설로써, "자동차부품기업의 기술경쟁력이 가격경쟁력에 영향을 미칠 것"이라는 가설2-1은 지지되었고(유의수준 0.01), "자동차부품기업의 기술경쟁력이 품질경쟁력에 영향을 미칠 것"이라는 가설2-2 또한 지지되었다(유의수준 0.01).

가설 1-3에서 언급하였다시피, 자동차부품기업의 기술경쟁력은 직접적으로 수출성과로 연결되지 못하였다. 그러나 가설 2-2를 통하여 자동차부품기업의 기술경쟁력이 품질경쟁력에 영향을 미침을 확인할 수 있었다. 따라서 자동차부품기업의 기술경쟁력이 수출성과에 직접적인 영향을 미치지 못하지만, 자동차부품기업이 가진 생산기술과 공정기술, 그리고 설계능력과 같은 기술경쟁력은 품질향상을 도모하여 품질경쟁에 영향을 미치게 되므로 결과적으로는 수출성과에 영향을 미친다고 볼 수 있을 것이다.

5. 결론

본 연구의 넓은 목적은 기업차원의 국제경쟁력 결정요인들이 수출성과에 미치는 영향을 규명하며, 향후 국내 자동차부품기업의 국제환경변화에 대한 대처방안을 제시하고자 함에 있었다. 따라서 세부적으로 우리나라 자동차 부품기업의 국제 경쟁력 결정요인들이 수출성과에는 어떠한 영향을 미치는지 알아보고자 하였고, 그러한 결정요인들 간의 관계는 어떠한지를 알아보고자 하였다. 그리고 가격요인과 비가격요인이 미치는 영향에는 어떠한 차이가 있는지 알아보고자 하였다. 본 연구의 이러한 목적을 위하여 문헌연구와 인터뷰를 통해 가설을 도출하였으며 국내 자동차부품기업을 표본으로 설문조사를 실시하였다. 설문을 통해 수집된 자료는 SPSS 11.0과 AMOS 4.0을 통해 신뢰성 검증, 상관관계 분석, 공분산 구조분석을 등의 실증분석 실시하였으며 이를 통해 다음과 같은 결론을 도출하였다.

첫째, 우리나라 자동차부품기업의 국제경쟁력 결정요인이 가격경쟁력, 품질경쟁력, 기술경쟁력, 서비스경쟁력으로 확인되었다. 둘째, 우리나라 자동차부품기업의 국제경쟁력 결정요인으로 설정된 것들 중 수출성과에 유의한 영향을 미치는 요인은 가격경쟁력과 기술경쟁력 보다는 품질경쟁력과 서비스경쟁력으로 분석되었다. 마지막으로, 자동차부품기업의 기술경쟁력이 가격경쟁력과 품질경쟁력에 영향을 미치는 것으로 판명되었다.

본 연구는 기존의 산업과 국가차원의 집중되어 있던 국제경쟁력 결정요인에 대한 연구를

기업차원에서 살펴보고자 하였으며, 이러한 결정요인들이 수출성과와 어떠한 영향관계가 있는지에 대해서도 분석하였다는 점에서 의의를 찾을 수 것이다. 무엇보다도 완성차업체와 부품업체간의 관계유형에 대한 연구에 머무르고 있는 자동차부품산업의 국제경쟁력 결정요인, 수출성과에 영향을 미치는 기업 내연적 요인을 규명하려 하였다는 것에서 의의를 찾을 수 있을 것이다.

그러나 우리나라 완성차업체와 부품업체의 개별적 사항들이 구체적으로 데이터화 되지 못한 상황에서 국제경쟁력 방안을 수립하기 위한 연구방법을 정하는데 많은 어려움이 있었으며, 국제경쟁력과 수출성과를 결정짓는 기업차원의 내연적 요인들에는 본 연구에서 언급된 것들 이외에 기업의 마케팅역량, 전략적 요인 등 다른 요인들도 있을 것이나 본 연구는 그러한 요인 모두를 고려하지는 못하였다는 점에서 부족한 면이 없지 않다.

그리고 자동차 부품의 경우 자동차 부품기업이 자사의 부품을 직접 수출하는 경우와 완성차의 수출로 인해 부품도 수출되는 경우가 있으나 본 연구에서는 그러한 구분 없이 연구를 진행했다는 점에서 한계를 가진다. 마지막으로 기업차원의 국제경쟁력을 측정하는데 있어 기존 문헌연구와 자동차 부품산업에 종사하는 전문가들과의 인터뷰를 토대로 측정치를 개발하였으나, 수출성과의 측정에 있어 실제 데이터를 구하는데 어려움이 있어 만족도를 이용한 측정을 한 것은 아쉬움이 남는 부분이다.

참 고 문 헌

- [1] 강종렬, 모기업의 협력기업관계 전략이 협력기업의 기술변화에 미치는 영향, 서울대학교 대학원 경영학 박사학위논문, 1993.
- [2] 권혁효, 한국전자산업의 국제경쟁력 결정요인에 관한 연구, 원광대학교 대학원 경영학 박사학위논문, 1992.
- [3] 김기찬, "대기업 - 중소기업간 협력관계와 시스템경쟁효과- 자동차산업을 중심으로-", 중소기업연구, 1995.
- [4] 김기찬, 임헌문, 송창석, "자동차산업에서 완성차업체- 부품업체간 전자적연결이 생산성에 미치는 영향", 생산성논집, 1999.
- [5] 김승범, 김진, "한국 자동차산업의 발전 전략-부품조달체계의 설계를 중심으로:한국자당차부품산업의 현황", 국제무역경영연구원 연구총서, 1998.
- [6] 김정호, 한국 산업의 경쟁력, 삼성경제연구소, p.2, 2001.
- [7] 김탁향, 구매자- 공급자관계가 공급중소기업의 기술능력에 미치는 영향에 관한 연구, 연

- 세대학교 대학원 경영학 박사학위논문, 1992.
- [8] 민강휘, 오규창, 전략적 부품조달과 조립-부품기업간 협력유형, 산업연구원, 1993
- [9] 산업자원부, 한국자동차 부품산업 무역통계연보, 2006.
- [10] 산업자원부, 한국자동차 부품산업 조달부품통계, 2004.
- [11] 산업자원부, 자동차 부품산업 현황 및 발전방향, 2003.
- [12] 송윤헌, "부품산업의 경쟁력 결정요인과 경쟁력 구축", 경영학연구, 제25권, 제1호, pp.1-26, 1996.
- [13] 신길수, 박철, "중소기업의 수출마케팅 성과에 영향을 미치는 요인에 관한 실증연구" 경제논총, 명지대학교 경제연구소, 1994.
- [14] 원종근, 국제경영학, 박영사, 1993.
- [15] 이달석, 섬유산업의 국제경쟁력 강화방안, 에너지경제연구원, 1996.
- [16] 이성욱, 정연도, "자동차 부품산업의 중소기업 경영성과에 영향을 미치는 비재무적 동인 연구", 관리회계연구, 제6권, 제1호, 2006.
- [17] 이승석, "한국자동차 기업의 국제경쟁력 결정요인에 관한 연구 부품업체와의 관계특성을 중심으로", 무역학회지, 1997.
- [18] 이장호, "기업의 경쟁우위와 자원이 대미수출 성과에 미치는 영향", 서강경영논총, 제10집, 서강대학교, 1999.
- [19] 이 철, "수출마케팅 정책과 수출성과의 관계에 관한 실증적 분석", 경영학연구, 1992.
- [20] 정구현, "국가와 기업의 국제경쟁력, 경영학연구", 1994.
- [18] 채서일, 사회과학조사방법론, 학원사, 1998.
- [21] 한국무역협회, 종합무역정보.
- [22] 한국자동차공업협동조합, 2004년 자동차부품산업 현황, 2005.
- [23] 한국자동차공업협동조합, 2005년 자동차부품산업현황, 2006.
- [24] 황삼생, "한국 다국적기업의 국제경쟁력 강화 전략", 국제경영리뷰, 제9권, 제2호, p.325-340, 2005.
- [25] Al-Khalifa, Ali and Neil A. Morgan, "Export Performance Measurement: A Review and Suggested Directions," D.W. Stewart and N.J. Vilcassineds., 1995 AMA Winter Educater's Conference, p.313-318, 1995.
- [26] Ambastha, Ajitabh, and Momaya, K., "Competitiveness of Firms: Revie of Theory, Frameworks, and Models," Singapore Management Review, 1st Half, Vol. 26, Issue 1, p45-61, 2004.

- [27] Barney, J., "Strategic Factor Markets: Expectations, Luck and Business Strategy," *Management Science*, 32, 1231-1241, 1986.
- [28] Barney, J., "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage," *Journal of Management*, 17(1), p.99-120, 1990.
- [29] Bensaou, M. and N. Venkatraman, Configurations of Inter-Organizational Relationships, A Comparison Between US and Japanese Automakers, Paper presented to a IMVP research Briefing Meeting, 1993.
- [30] Bilkey, W. J., "An Attempted Integration of the Literature on the Export Behavior of Firms," *Journal of International Business Studies*, 13(3), p.39-55, 1978.
- [31] Collis, D. J. and C. A. Montgomery, "Competing on Resources: Strategy in the 1990s," *Harvard Business Review*, 73(July-August), p.118-128, 1995.
- [32] D'Cruz J. and A. Rugman, *New Concepts for Canadian Competitiveness*, Kodak, Canada, 1992.
- [33] Eisenhardt, K. M. and Brown, S. L., *Competing on the Edge: Strategy as Structured Chaos*, Boston, MA: Harvard Business School Press, 1998.
- [34] Frazier, Gary L. et al., "Buyer-Supplier Relational Characteristics and Joint Decision Making," *Marketing Letters*, 5:3, p.259-270, 1994.
- [35] Grant, R. M., "The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation", *California Management Review*, 9, 1991.
- [36] Heide Jan B., "Internationalization Governance in Marketing Channels," *Journal of Marketing*, Jan, p.71-85, 1994.
- [37] Miles, Raymond E. and Snow Charles C., *Organizational strategy, structure, and process*, McGraw-Hill, 1978.