

經營學博士學位論文

韓國自動車部品産業의 海外直接投資 決定要因에  
따른 經營成果와 發展戰略에 관한 研究

A Study on the Managerial Performances and Developmental  
Strategies in Korean Enterprises of Automobile Parts Based on  
the Determinants of Foreign Direct Investment

指導教授 崔 宗 洙

2008年 2月

韓國海洋大學校大學院

貿 易 學 科

金 泳 璡

# < 목 차 >

## *Abstract*

제1장 서론 .....	1
제1절 문제의 제기 .....	1
제2절 연구의 방법과 구성 .....	4
1. 연구의 방법 .....	4
2. 연구의 구성 .....	4
제2장 한국 자동차부품산업의 특성과 현황 .....	7
제1절 자동차부품산업의 정의 .....	7
제2절 자동차부품산업의 특성 .....	9
1. 자동차산업의 경쟁력 원천 .....	10
2. 완성차업체와 전속적 계열화 .....	11
3. 중층적 계열 생산구조 .....	11
4. 인수·합병에 의한 기업규모 확대 .....	12
5. 수요자 독점적 시장구조 .....	13
제3절 세계 자동차부품산업의 동향 .....	14
1. 해외직접투자 확대를 통한 글로벌 Network 구축 .....	17
2. 친환경 자동차의 등장 .....	18
3. 부품조달의 글로벌 소싱 및 모듈화 확산 .....	20
4. 신기술 독점을 위한 특허출원 .....	21
5. 자동차부품의 전장화 추세 .....	23
6. 부품조달 네트워크 .....	23
7. 자동차부품의 납품가격의 지속적 인하 .....	24
8. 자동차업체의 감량경영 .....	24
제4절 국내 자동차부품산업의 발전과정과 현황 .....	25
1. 자동차부품산업의 발전 과정 .....	25
2. 자동차부품산업의 환경변화 .....	26

3. 자동차부품산업의 현황 .....	28
4. 자동차부품산업의 수출·수입 현황 .....	31
<b>제3장 해외직접투자에 대한 현황 .....</b>	<b>36</b>
제1절 해외직접투자에 대한 이해 .....	36
1. 해외직접투자의 정의 .....	36
2. 해외직접투자의 동기 .....	37
3. 해외직접투자 형태 .....	41
4. 해외직접투자 절차 .....	46
5. 해외직접투자의 영향 .....	48
제2절 해외직접투자 현황 .....	52
1. 연도별 해외직접투자 현황 .....	52
2. 국가별 해외직접투자 동향 .....	54
3. 지역별 해외직접투자 현황 .....	56
4. 업종별 해외직접투자 현황 .....	58
5. 투자주체별 해외직접투자 현황 .....	59
6. 해외직접투자 현지법인의 경영분석 .....	62
제3절 자동차부품산업의 해외직접투자 동향 .....	65
1. 외국 자동차부품산업의 국내 직접투자 .....	65
2. 한국 자동차부품산업의 해외직접투자 .....	70
<b>제4장 자동차부품산업의 해외직접투자 결정요인에 대한 실증분석 ...</b>	<b>74</b>
제1절 해외직접투자 결정요인에 대한 선행연구 .....	74
제2절 연구모형 및 가설의 설정 .....	80
1. 연구모형 .....	80
2. 변수의 조작적 정의 .....	81
3. 연구가설의 설정 .....	84
제3절 연구의 조사방법 .....	85

1. 자료의 수집과 분류 .....	85
2. 자료 분석 방법 .....	86
제4절 연구결과 분석 .....	87
1. 조사대상 기업의 일반적 특성 .....	87
2. 검증도구의 신뢰성 분석 .....	89
3. 검증도구의 타당성 분석 .....	92
제5절 연구 가설의 검증 .....	93
1. 기업특유의 우위요인과 경영성과 .....	95
2. 입지특유의 우위요인과 경영성과 .....	97
3. 내부화 우위요인과 경영성과 .....	99
4. 기업특유의 우위요인, 근원적·부수적 요인과 경영성과 .....	101
5. 입지특유의 우위요인, 근원적·부수적 요인과 경영성과 .....	105
6. 내부화 우위요인, 근원적·부수적 요인과 경영성과 .....	108
7. 가설의 검증 결과 및 해석 .....	110
<b>제5장 한국 자동차부품산업의 발전 전략 .....</b>	<b>113</b>
제1절 기업특유우위 강화전략 .....	113
1. 집중화우위전략 .....	114
2. 차별화우위전략 .....	117
3. 원가우위전략 .....	118
제2절 입지특유우위 강화전략 .....	119
1. 문화적 요인의 강화 전략 .....	119
2. 시장·제도적 요인 중시 전략 .....	121
3. 인프라 요인 .....	121
제3절 내부화우위 강화전략 .....	122
1. 전방통합전략 .....	123
2. 후방통합전략 .....	124
제4절 기타 발전전략 .....	124
1. 전자상거래제도 강화 .....	124

2. 글로벌 부품 전문업체 육성 .....	126
3. 자동차부품의 모듈화 .....	128
<b>제6장 결 론</b> .....	132
제1절 연구결과 및 시사점 .....	132
제2절 연구의 한계 및 향후 연구 과제 .....	134
<b>참고문헌</b> .....	135
<b>설 문 지</b> .....	143

## < 표 목 차 >

<표2-1> 자동차 및 자동차부품산업 .....	7
<표2-2> 자동차산업 1차 부품업체수와 납품액 비중 및 평균 납품액 변화 .....	14
<표2-3> 다국적 자동차기업의 경영전략 .....	18
<표2-4 > 미국, 유럽, 일본의 환경·안전정책과 자동차산업 .....	19
<표2-5> 모듈화의 효과 .....	21
<표2-6> 자동차 부품개발 분야 및 내용 .....	22
<표2-7> 자동차업체 특허 출원 현황 .....	23
<표2-8> 자동차부품산업의 기업규모별 업체 수 .....	29
<표2-9> 종업원 규모별 자동차부품업체 수 .....	29
<표2-10> 지역별 자동차부품업체 수 .....	30
<표2-11> 완성차별 납품업체 수 .....	30
<표2-12> 자동차부품의 지역별·연도별 수출실적 .....	31
<표2-13> 자동차부품의 지역별·연도별 수입실적 .....	32
<표2-14> 한국 자동차부품 주요 품목별 수출 실적(MTI Code 기준) .....	33
<표2-15> 한국 자동차부품 주요 품목별 수입 실적(MTI Code 기준) .....	34
<표2-16> 주요 해외 OEM 납품업체 .....	35
<표3-1> 해외시장 진입방법의 유형 .....	42
<표3-2> 해외시장 유형별 속성 비교 .....	43
<표3-3> 연도별 해외투자 현황 .....	54
<표3-4> 투자대상 국가별 해외직접투자 .....	55
<표3-5> 지역별 해외직접투자 동향 .....	56
<표3-6> 경제공동체별 해외직접투자 현황(2006년도) .....	57
<표3-7> 업종별 해외직접투자 현황 .....	58
<표3-8> 투자주체별 해외직접투자 현황 .....	60
<표3-9> 투자규모별 해외직접투자 현황 .....	61
<표3-10> 해외직접투자 기업의 매출액 현황 .....	62
<표3-11> 해외직접투자 업종별 매출액 현황 .....	63

<표3-12> 해외직접투자 기업의 영업이익 현황 .....	63
<표3-13> 해외직접투자 기업의 업종별 영업이익 현황 .....	64
<표3-14> 한국의 자동차부품 기업에 투자한 주요 외국인 기업 현황 .....	66
<표3-15> 100대 자동차 부품업체 지역별 매출액 비중 변화 .....	68
<표3-16> 세계 자동차부품업체 현황(2006년) .....	69
<표3-17> 국가별 자동차수출 대비 자동차부품수출비중 .....	70
<표3-18> 한국 자동차부품산업의 기술경쟁력 수준 .....	70
<표3-19> 한 중 자동차부품의 기술수준 변화추이 .....	71
<표3-20> 우리나라 자동차부품 기업의 해외직접투자 .....	72
<표4-1> 조사대상기업의 특성(1) .....	88
<표4-2> 조상기업의 특성(2) .....	89
<표4-3> 신뢰성 분석 결과 .....	91
<표4-4> 타당성 분석 결과(1) .....	93
<표4-5> 타당성분석 결과(2) .....	94
<표4-6> 기업특유의 우위요인과 성장성간 관계분석 .....	96
<표4-7> 기업특유의 우위요인과 수익성간 관계분석 .....	97
<표4-8> 입지특유의 우위요인과 성장성간 관계분석 .....	98
<표4-9> 입지특유의 우위요인과 수익성간 관계분석 .....	99
<표4-10> 내부화 우위요인과 성장성간 관계분석 .....	100
<표4-11> 내부화 우위요인과 성장성과의 회귀분석 결과 .....	101
<표4-12> 기업특유의 우위요인, 근원적·부수적 요인과 성장성 간의 분석 ·	102
<표4-13> 기업특유의 우위요인, 근원적·부수적 요인과 수익성 간의 분석 ·	104
<표4-14> 입지특유의 우위요인, 근원적·부수적 요인과 성장성 간의 분석 ·	106
<표4-15> 입지특유의 우위요인, 근원적·부수적 요인과 수익성 간의 분석 ·	107
<표4-16> 내부화 우위요인, 근원적·부수적 요인과 성장성 간의 분석 .....	108
<표4-17> 내부화 우위요인, 근원적·부수적 요인과 수익성 간의 분석 .....	110
<표4-18> 가설검증 결과의 요약 .....	111

## <그림 목차>

<그림2-1> 자동차산업의 가치사슬구조 .....	8
<그림2-2> 종합공업으로서 자동차산업 .....	9
<그림3-1> 제조업체의 해외진입방법 결정의 진화 과정 .....	41
<그림3-2> 해외직접투자 추이(총투자 기준) .....	53
<그림4-1> 연구모형 .....	81
<그림5-1> 자동차부품산업의 분류 .....	115
<그림5-2> 한국 자동차부품산업의 장기발전전략 .....	116
<그림5-3> 자동차부품산업 내 분업과 협력체계 .....	117
<그림5-4> 모듈화의 발전 단계 .....	129



# Abstract

## A Study on the Managerial Performances and Developmental Strategies in Korean Enterprises of Automobile Parts Based on the Determinants of Foreign Direct Investment

by Kim, Young-Jin

Department of International Trade  
Graduate School  
Korea Maritime University

The purpose of the present study is to seek ways of enabling the Korean industry of automobile parts to better cope with innovative changes in business environment, to analyze the determinants of foreign direct investment as a scheme to improve the local companies' competitive edge, and to propose successful developmental strategies of the industry on the basis of the analyzed data.

To achieve such purpose of the study, the research on the relevant subject was carried out side by side with empirical studies. For the empirical studies, data were collected through random sampling of the domestic auto-component companies and the collected data were analyzed using the SPSS statistical package. Hypothesis 1, 2, and 3 were set up to analyze the effects that the three cause-variables, firm-specific advantage, location-specific advantage, and internalization advantage, have on their managerial performances. Hypothesis 4, 5, and 6 were established regarding the three intervening variables, which are

economic factors, socio-political factors, and growth & profitability. The results of the analyses were as follows:

- (1) When hypothesis 1 was tested, the firm-specific advantage such as centralization advantage was shown to have plus influence on the firm's managerial performance.
- (2) Testing hypothesis 2 showed that cultural factors have positive effects on managerial performance.
- (3) When hypothesis 3 was tested, it was shown that integrated advance strategy has plus effects on managerial performance whereas integrated rear strategy does not have any significant effects on it.
- (4) Testing hypothesis 4 showed that firm-specific advantage does not have a significant effect on managerial performance due to other essential • incidental factors.
- (5) When hypothesis 5 was tested, location-specific advantage was shown to have no significant effects on growth due to the essential • incidental factors. However, market-systematic and cultural factors had a significant effect on profitability.
- (6) Testing hypothesis 6 led to the findings that internalization advantage does not have a significant effect on managerial performance due to the essential • incidental factors.

On the basis of the previous researches and the results of empirical analyses on the determinants of foreign direct investment by the local auto-component industry, some successful developmental strategies of the industrial sector were proposed as follows: First, for firm-specific advantage, centralization strategy should be given the foremost importance. Second, although in relation to location-specific advantage, cultural factors were shown to have a number of effects on the determinants of foreign direct investment, market-systematic and infrastructure factors should be given equal consideration at the time of

decision-making for foreign direct investment. Third, with regard to internalization advantage, managerial performance should be enhanced through integrated advance strategy. On a long-term basis, however, integrated rear strategy must be also considered for a stable supply of raw and new materials. In addition, as were done in other industries, the auto-component industry should have e-commerce transaction revitalized, have its capacity transformed into a set of specialized companies manufacturing global-quality auto-parts, and have part-modulation realized.

In selecting sample companies, the present study included not only firms currently making foreign direct investments but also some companies future-planning for such investments due to the quantitative limitation of the former. Therefore, there may be a limitation on the validity of the results of the study with the reliability coefficient of variables being generally low stemming from a possible non-elaborate makeup of the questionnaire.

At present, the foreign direct investments of Korean auto-component companies are heavily focused upon the Southeast Asian markets. In this regard, subsequent research studies may be necessary to test regional differences in managerial performance between the Southeast Asia and other regions including the US and Europe, and to analyze whether there are differences in determining factors at the time of decision-making for feasible investment areas. Through the further studies, systematic analyses should also be made on the disparities in managerial performance in relation to various types of foreign direct investment and on which type of investment would be desirable from a standpoint of the domestic industry.

# 제1장 서론

## 제1절 문제의 제기

우리나라의 산업은 '80년대를 거치면서 경공업중심에서 중화학공업 중심으로 산업구조가 고도화되었고 '90년대에 서비스산업 중심으로 산업구조가 개편되면서 산업국가의 기반을 다졌다. 특히 한국경제의 고도성장의 엔진역할을 제조업 분야가 수행하였는데 그 중에서도 자동차산업은 가장 핵심 산업 중의 하나가 되었다.

자동차산업은 대규모 노동력과 자본이 투입되며, 생산단계에서부터 철강, 알루미늄, 동, 시멘트, 유리 등 전통소재산업과 첨단정밀화학의 엔지니어링 플라스틱, 섬유 등 신소재산업에 기반을 두고 있다. 동시에 생산기술은 초정밀절삭 가공에서 첨단정밀성형의 기술을 요구하며 금융업과 수송과 물류, 정보통신망 등 서비스업과도 밀접한 관련을 맺는 종합공업의 특성을 지닌다. 즉 여러 산업 분야가 유기적으로 결합된, 약 2만 여개의 부품이 하나로 조립된 시스템 상품으로서 원재료에서 정비와 금융에 이르기까지 산업 전체에 대해 전후방연관효과(forward-backward linkage effect)가 큰 산업의 하나이다. 그러므로 자동차산업은 한 국가의 경제력과 기술수준을 나타낼 뿐만 아니라 산업구조의 고도화와 경제성장에 있어서 결정적인 역할을 담당하는 국민경제의 주도적인 산업이라 해도 과언이 아닐 것이다.

우리나라의 경우 1997년에 이미 자동차 보유대수는 1,000만대를 넘어섰고, 2002년도까지 자동차 누적수출대수가 1,000만대를 넘어섰다. 그리고 2007년 한 해에만 280만대의 수출이 예상되는 등 자동차산업은 아직도 우리나라 경제성장의 원동력으로서 역할을 하고 있다.

그러나 20세기 후반에 들어서면서 세계 자동차산업에 다음과 같은 큰 변화가 발생하였다. 첫째 세계 자동차시장이 초과공급 상태로 전환되었다. 90년대 세계 경제 호황 시 선진국을 중심으로 이루어진 과잉투자가 2000년대에 생산능력 과잉으로 나타났고, 한국 등 선발 개도국에 이어 중국 등 후발 개도국들이 세계

자동차시장에 진출하면서 가격 경쟁과 비가격경쟁이 치열하게 전개되고 있다. 전 세계 자동차업계의 생산능력은 7,900만 대에 달한 반면 실제 생산량은 5,700만 대로써 2,200만 대의 과잉생산 능력을 가지고 있어 구조적으로 기업생존을 위한 경쟁에서 벗어날 수 없게 되었다.<sup>1)</sup> 이러한 경쟁 상태를 극복하기 위해 선진국 자동차기업들은 기업의 대형화를 통해 규모의 경제이익을 실현하고 있다. 즉 경쟁기업과 전략적으로 제휴하거나 인수 또는 합병을 시도하여 보완적인 자산의 결합, 비용절감, 경영합리화, 브랜드와 전문성의 공유 등을 이루어나가고 있다. 또한 자동차 산업 및 부품산업은 생산비용을 절감하기 위해 해외직접투자를 확대하고 있으며 이것을 통해 글로벌 네트워크를 구축하고 있다.

둘째 친환경 자동차가 등장하고 있다. 화석원료사용으로 환경문제가 심각해지고 있어 선진국들의 환경규제가 강화되고 있다. 또한 화석원료가 가까운 장래에 고갈될 것으로 예상됨에 따라 자동차에 필요한 새로운 에너지원의 개발이 요구되고 있다. 이에 따라 미국과 일본의 자동차기업들은 하이브리드자동차와 연료전지자동차 개발에 연구개발투자를 지속적으로 해왔고 현재 하이브리드자동차는 상용화되었고 연료전지자동차는 상용화단계에 와있다.

셋째 자동차부품에 대한 기술혁신이 전개되고 있다. 자동차 가격경쟁력의 핵심은 부품납품가격이므로 가격경쟁력을 확보하기 위해 IT기술이 접목된 부품의 모듈화<sup>2)</sup>를 촉진하여 부품의 고기능화를 유도하고 자동화를 통한 생산성 향상, 완성차품질향상에 기업들이 노력하고 있다. 이것은 가격, 생산성, 대량맞춤 및 브랜드 이미지 집중 등의 전반적인 자동차 산업구조 변혁을 추구하려는 새로운 전략으로 평가되고 있다.

넷째 부품조달이 글로벌 소싱(global sourcing)화 되어가고 있다. 경쟁이 심화됨에 따라 저비용-고품질 자동차에 대한 수요가 증대됨에 따라 기업들은 생산비 절감에 직면하게 된다. 이에 자동차기업들은 부품조달을 글로벌 소싱으로 나아가고 부품업체들은 생산비를 낮추기 위해 대형화와 전문화로 나아가고 있다. 그리고 자동차기업과 부품업체들은 해외직접투자를 통해 글로벌 네트워크

1) 서병기, 한국 자동차산업의 글로벌 경쟁 환경과 미래, 공학교육, Vol. 12, No. 3, 2005, p. 9.

2) 부품의 모듈화는 여러 개의 자동차부품으로 구성된 조립품을 의미하며 이 분야의 기술개발은 미국에서 자동차생산 생산능력과잉과 고비용 저 효율화에 대한 구조개편의 필요성이 인식되어 1990년대부터 추진되었다. 광주전략산업기획단(2005), p. 12

를 구성함으로써 경쟁구도가 개별기업 간 경쟁에서 그룹 간 네트워크 간 경쟁 체제로 전환되어 가고 있다. 또한 중국시장이 개방되면서 국내 자동차기업과 수직적 협력관계를 유지해오던 자동차 부품회사들이 중국시장을 통해 글로벌 소싱에 참여하고 있다.

이와 같이 세계자동차시장의 환경변화에서 기업 간 경쟁이 심화되고 내수시장에서는 수요가 정체되어 내수판매 부진 등으로 이어지면서 한국 자동차 관련 기업들은 경영상 어려움에 직면하였다. 즉 세계 자동차시장에서 각 기업이 직면하는 공급과잉 현상과 이에 대응해서 전개되고 있는 세계적인 자동차기업간의 활발한 전략적 제휴와 인수·합병(M&A), 한편으로 국내 내수시장에서 자동차시장 개방으로 인한 수입차들의 국내시장 진입 가속화 등으로 한국의 자동차 관련기업들은 지금까지 경험하지 못한 전방위적인 경쟁에 직면하게 되었다. 이러한 경영상의 한계를 극복하기 위해 한국 기업들은 지금까지 내수시장중심 경영전략에서 세계시장중심 경영전략으로 전환하여 한국 자동차부품산업은 해외 직접투자(FDI : Foreign Direct Investment)를 적극적으로 실행에 옮기고 있다.

해외직접투자는 미국, 유럽, 일본 등 선진국의 다국적 기업에 의해 주도되었지만 최근 신흥공업국 등 개발도상국의 경제가 급부상하면서 '70년대 중반 이후부터 개발도상국 기업에서도 활발히 추진하고 있다.

현재 우리나라 기업의 해외직접투자 규모를 살펴보면 지역별로는 아시아에 22,769건에 금액으로 32,562,025(천 달러), 북미지역이 7,408건에 17,879,857(천 달러), 유럽지역이 1,257건에 10,270,051(천 달러), 중남미 지역이 669건에 4,740,437(천 달러), 대양주 지역이 884건에 1,459,868(천 달러), 중동지역이 160건에 1,390,316(천 달러), 아프리카 지역이 199건에 1,159,240(천 달러)로 2006년 12월 기준으로 총 33,346건에 69,461,794(천 달러)로 나타났다.<sup>3)</sup>

우리나라 자동차부품산업도 아시아, 북미, 유럽, 중남미, 대양주, 중동 지역으로 해외직접투자 규모를 점차 늘려 나가고 있고 많은 기업들이 해외직접투자를 검토하고 있다.

본 연구에서는 현재 해외직접투자를 시행하고 있는 한국 자동차부품기업들을 대상으로 그들이 투자결정시 가장 핵심적으로 고려했던 결정요인을 밝히는데

---

3) 한국수출입은행, 해외직접투자 통계연보 2006, 2007. 3.

주목적이 있다. 이러한 결정요인을 밝힘으로써 한국자동차 부품기업들에 대해 해외직접투자에 대한 패턴을 설명할 수 있고 그 결정요인과 기업의 경영성과간의 실증분석을 통해 앞으로 해외직접투자를 계획하고 있는 기업들에게 성공적인 발전전략을 제시함으로써 기여하는데 역점을 두었다.

## 제2절 연구의 방법과 구성

### 1. 연구의 방법

본 연구는 우리나라 자동차부품기업 중 해외직접투자를 하고 있는 기업을 대상으로 해외직접투자를 결정할 때 가장 핵심적인 요인들을 찾아내어 이들 결정요인들과 경영성과 간의 관계를 분석하고 이를 바탕으로 한국 자동차부품기업의 해외직접투자 패턴을 설명하고 또한 세계 자동차부품시장에서 경쟁력을 제고 하는 발전 전략을 제시하고자 한다.

이를 위해서 먼저 자동차부품기업들의 해외직접투자 결정에 관한 기존 선행 연구를 참고하여 연구방향과 분석을 위한 설정을 형성하였다. 각종 자동차 및 자동차부품산업 관련 정부통계자료와 한국자동차공업협회, 한국자동차산업연구원 등의 자료를 바탕으로 해외직접투자를 하고 있는 자동차부품업체를 조사 대상으로 선정하여 실증적 연구를 실시하였다.

본 연구의 표본 집단은 국내 자동차부품기업 중 1차 부품 업체를 중심으로 500개사를 선정하였다. 이들 표본 기업을 대상으로 설문서를 우송하여 자료를 수집하였으며, 수집된 자료는 SPSSWIN 12.0을 통하여 분석하였다. 그 설문서에 대한 신뢰성 분석과 타당성 분석을 하였고, 가설 검증은 공분산분석(ANCOVA)과 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 통해 검증하였다.

### 2. 연구의 구성

본 연구에 있어서 논문의 구성은 총 6장으로 구성되었으며, 각 장에서 살펴

본 내용은 다음과 같다.

제1장에서는 서론 부분으로 본 연구에 대한 문제제기와 연구의 방법 및 구성으로 되어 있다.

제2장에서는 한국 자동차부품산업의 특성과 현황에 대해 살펴보았다. 즉, 자동차부품산업의 정의와 자동차산업의 특성으로 자동차산업의 경쟁력의 원천, 완성차업체와 전속적 계열화, 중층적 생산구조, 인수·합병에 의한 기업규모 확대, 수요자 독점적 시장 구조 등에 대해 살펴보았다. 그 외에 세계 자동차부품산업의 동향에 대해 살펴보았다. 최근 동향으로 해외직접투자 확대를 통한 글로벌 Network 구축, 친환경 자동차의 등장, 부품조달의 글로벌 소싱 및 모듈화의 확산, 신기술 독점을 위한 특허출원, 자동차부품의 전장화 추세, 부품조달 네트워크, 자동차부품의 납품가격의 지속적 인하, 자동차업체의 감량경영 등을 살펴보았다. 특히, 국내 자동차부품산업의 발전 과정, 자동차부품산업의 환경변화, 자동차부품산업의 현황, 자동차부품산업의 수출·수입 현황에 대해 살펴보았다.

제3장에서는 해외직접투자에 대한 현황에 대해 고찰 하였다. 해외직접투자의 정의, 해외직접투자의 동기, 해외직접투자의 형태, 해외직접투자 절차, 해외직접투자의 영향, 해외직접투자 현황, 국가별 해외직접투자 동향, 지역별 해외직접투자 현황, 업종별 해외직접투자 현황, 투자주체별 해외직접투자 현황, 우리나라 자동차부품산업의 해외직접투자 동향에 대해 살펴보았다.

제4장에서는 우리나라 자동차부품산업의 해외직접투자 결정요인에 대한 실증분석을 실시하였다. 해외직접투자 결정요인에 대한 선행연구를 바탕으로 연구모형, 변수의 조작적 정의 및 연구가설을 설정하였다. 연구의 조사방법으로 설문조사를 실시하였다. 연구 결과 분석으로 SPSS패키지 활용에 의한 다중회기 분석과 공분산분석을 하였으며, 연구가설에 대한 검증을 실시하였다. 주요 가설 검증으로는 기업특유의 우위요인과 경영성과, 입지특유의 우위요인가 경영성과, 내부화 우위요인과 경영성과, 기업특유의 우위요인, 근원적·부수적 요인과 경영성과, 입지특유의 우위요인, 근원적·부수적 요인과 경영성과, 내부화 우위요인, 근원적·부수적 요인과 경영성과, 내부화 우위요인, 근원적·부수적 요인과 경영성과와의 관계에 대한 가설을 실증분석 자료를 바탕으로 하여 검증하였다.

제5장에서는 이론적 연구와 실증분석결과를 토대로 한 우리나라 자동차부품



산업의 해외직접투자에 대한 성공적 발전 전략을 제시하였다. 기업특유 우위 강화 전략으로 집중화 전략, 차별화우위 전략, 원가우위 전략을 제시했다. 특히 본 연구의 실증분석에 의하면 자동차부품산업의 경우 해외직접투자를 결정요인으로 집중화 전략이 중요하게 작용하는 것으로 나타났다. 입지특유 우위 강화 전략으로 문화적 요인, 시장·제도적 요인, 인프라요인에 대한 강화전략을 제시하였다. 특히 문화적 요인은 실증분석 결과 해외직접투자 결정에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 내부화우위 강화전략으로 전방통합 전략과 후방통합 전략을 제시했다. 특히 자동차부품산업의 경우 전방통합 전략이 중요한 요인으로 작용하고 있음을 알 수 있었다. 기타전략으로 자동차부품산업에 있어서 전자상거래제도 강화, 자동차부품산업의 글로벌 부품 전문업체로의 육성, 자동차부품산업의 모듈화 추진을 전략으로 제시했다.

제6장에서는 본 연구의 결론부분으로 본 연구의 결과 및 시사점, 연구의 한계점 및 향후의 연구 과제 등을 제시하였다.

## 제2장 한국 자동차부품산업의 특성과 현황

### 제1절 자동차부품산업의 정의

자동차부품산업은 자동차산업의 파생적 수요산업이기 때문에 상호불가분의 관계를 갖는다. 그래서 먼저 자동차산업을 정의하면 승용차 및 화물용·특수용의 각종 자동차를 제조하는 산업 활동으로 일컫는다. 이에 비해 자동차부품산업은 자동차제조에 필요한 자동차용 브레이크조직, 클러치, 축, 기어, 변속기, 휠, 완충기, 방열기, 소음기, 배기관, 운전대 및 운전박스 등과 같은 자동차 차체 또는 자동차 엔진용 부분품을 제조하는 산업 활동으로 정의된다.<sup>4)</sup> 이와 같은 정의에 의해 자동차 및 자동차산업을 분류하면 다음 <표2-1>과 같다.

<표2-1> 자동차 및 자동차부품산업

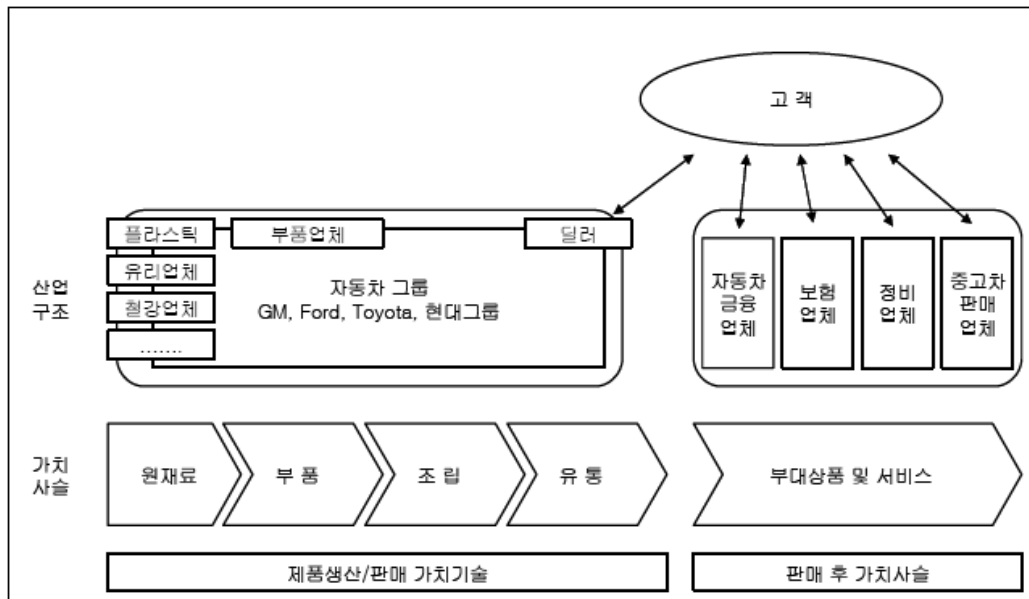
분 류	품 목
자동차	승용차, 버스, 일반화물차, 특수차
트레일러	트레일러
컨테이너	컨테이너
자동차용엔진	자동차용엔진부품
자동차부품	차체, 기타 자동차부품

자동차 및 자동차부품산업은 기계요소, 전자 전기 및 소재 등 관련 산업의 기반위에서 다양한 기술이 복합된 산업이다. 그래서 이 산업에 직접 포함되지는 않지만 이 산업과 가치사슬구조를 이루는 다양한 관련 산업을 가지고 있다. 자동차관련 메카트로닉스 산업은 주로 기계·전자기술을 중심으로 응용분야의 융합을 통한 지식기반 지능형 생산시스템 관련 산업을 의미한다. 여기에는 지능형 메카트로닉스, 초정밀 메카트로닉스, 생명 메카트로닉스, 나노 메카트로닉스 및 서비스 메카트로닉스 등이 포함된다. 자동차소재산업은 철, 알루미늄, 동,

4) 광주전략산업기획단, 전개서, p. 4

시멘트, 유리 등 천연자원을 활용하여 부품 및 완제품 생산에 가장 기초가 되는 재료·소재를 생산·가공하는 전통적 소재산업과 새로운 특성과 기능을 갖는 신 재료를 제조하는 신소재산업으로 구분한다. 이외에도 IT기술과 접목된 자동차 관련 전자·전기산업, 자동차 관련 금융업과 서비스업 등 다양하게 존재한다.

이와 같이 자동차를 생산 유통 판매되기 위해 형성되는 제품생산·판매 가치사슬 구조를 보면 다음 <그림 2-1>와 같다.

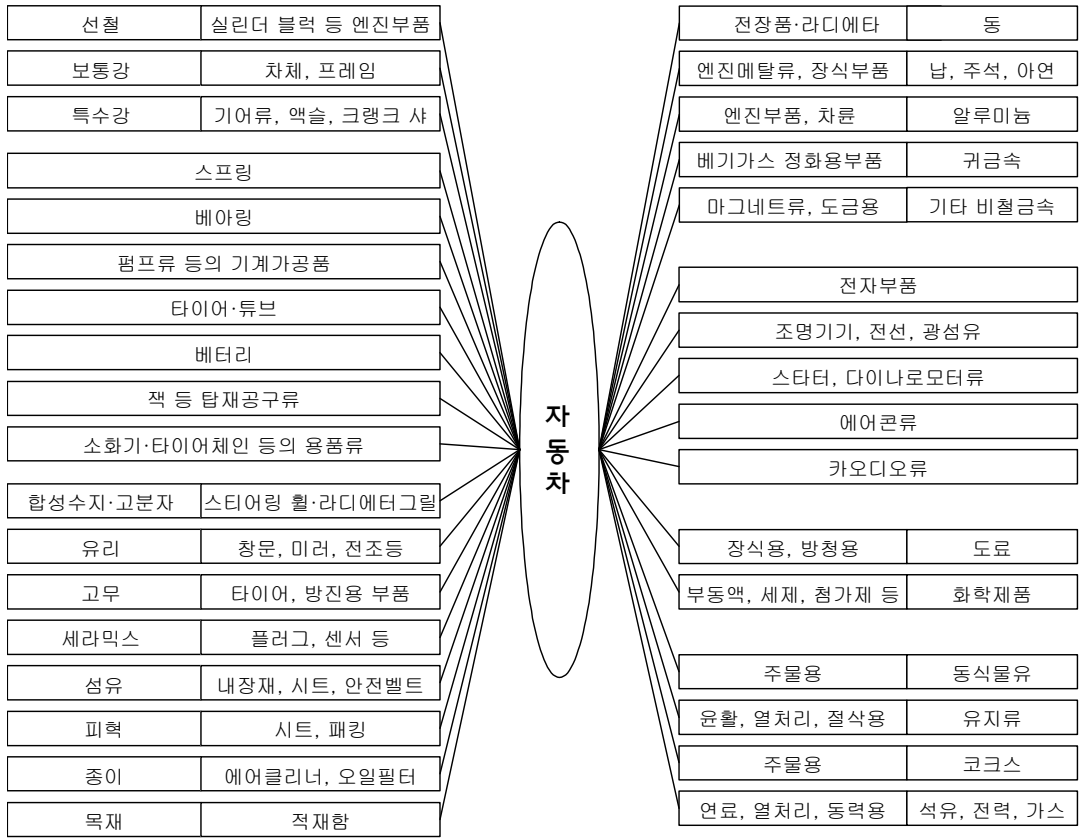


자료 : 임미정, 자동차 경제, 2002.5.7

자료 : 임미정, 자동차 경제, 2002, 5. 7.

<그림2-1> 자동차산업의 가치사슬구조

다음 <그림 2-2>에서 자동차 산업이 생산에 있어서 많은 부품산업과 연관되어 있음을 보여주고 있다. 즉 종합공업으로서 자동차산업을 나타내고 있다. 이처럼 자동차산업은 국가마다 그 규모가 모든 제조업체 중 가장 크고 주변산업으로의 파급효과가 지대하므로 각국의 경제력과 기술수준 뿐만 아니라 산업구조의 고도화와 경제성장을 이끄는 중요한 산업임을 알 수 있다.



자료 : 한국의 자동차산업, 한국자동차공업협회

<그림2-2> 종합공업으로서 자동차산업

## 제2절 자동차부품산업의 특성

자동차 산업은 현대 경제에서 가장 중요한 산업부문으로 철강, 고무, 유리, 기계, 로봇, 전자 및 소프트웨어 등 여타 산업에 미치는 파급효과가 매우 크다. GM, 도요타, 현대자동차 등 완성차 제조사의 산업 내 위치가 크지만 자동차 산업에서 창출되는 부가가치의 상당량은 자동차 부품산업에서 창출되고 있다.

최근에는 서구 자동차 제조업체들이 상호간의 경쟁 및 아시아 지역 경제의 급성장 등으로 동아시아 자동차부품업체들로 아웃소싱의 폭을 넓히는 작업을

진행 중에 있다. 이 같은 추세는 아시아 자동차 부품업체들에게는 새로운 기회와 더불어 진입장벽을 형성하고 있다. 글로벌 완성차업체들은 까다로운 기술요건을 제시하는 한편 자동차부품공급업체들에게 지속적 혁신을 요구하고 있다. 게다가 후발 국가들의 경우 일찍부터 국제적인 규모의 경쟁을 이겨내야 하기 때문에 정책 환경 역시 예전에 비해 훨씬 까다롭다.

특히 전 세계적인 완성차 업계의 구조조정 여파로 인해 부품업계 역시 인수·합병이 활발해지는 추세에 있으며 이로 인해 개도국의 자동차부품업계는 미국, 일본, 독일 등 선진국 업계에 의해 지배되는 빈도가 높아지고 있다. 이로 인해 우리나라 자동차부품업계가 맞부딪힌 현실은 만만치 않은 도전으로 작용하고 있다. 따라서 우리나라 자동차부품업계는 기술 습득 및 전파, 규모의 경제 추구, 점진적 혁신을 통한 품질과 효율성 개선이라는 과제를 떠안게 되었다.

한 나라의 자동차산업은 국가 경제력의 척도일 뿐만 아니라 경제성장에 큰 영향을 미치며, 산업구조의 고도화에 중요한 역할을 하는 산업이라고 할 수 있다.<sup>5)</sup> 특히 자동차부품 생산업체와 완성차 제조업체 간의 관계는 하청의 관계를 형성하고 있으며 자동차부품산업의 구조는 부품수요자인 소수의 대규모 완성차 제조업체와 부품의 공급자인 다수의 경쟁적 중소기업으로 구성되어 있다. 이러한 자동차부품산업의 특성을 살펴보면 다음과 같다.

## 1. 자동차산업의 경쟁력 원천

자동차부품의 품질수준 및 가격 경쟁력은 완성차산업의 국제경쟁력에 직접적인 영향을 미칠 뿐만 아니라 부품산업의 경제규모, 기술개발능력의 배양 등 공급기반의 구축과 같은 문제는 완성차 산업의 성장에 크게 좌우 된다. 따라서 자동차부품산업은 완성차 생산에 필요한 부분품을 제조하는 측면에서 완성차산업과 밀접한 관계를 가질 뿐만 아니라 금속 및 소재공업, 전기, 전자공업, 석유화학공업 등 연관 산업과 경제적, 기술적 연계성이 매우 높다.

또한 자동차는 2만 여개의 부품으로 구성되어 있는데, 완성차업체에 직접적으로 부품을 납품하는 1차 부품업체와 1차 부품업체에 납품하는 2차 부품업체,

---

5) 이병찬, 자동차부품산업의 육성방안-대구지역을 중심으로-, 한국중소기업학회 중소기업연구, Vol. 13. 1986, pp. 85-110.

또한 2차 부품업체에 납품하는 3차 부품업체 등으로 형성되어 있다. 그리고 이들 부품업체에서 생산하는 자동차 부품이 자동차 제조원가의 70%를 차지하고 있기 때문에 가격 경쟁력에 결정적 영향을 미치게 된다. 따라서 자동차부품산업의 건실한 성장 없이 완성차업체는 물론이고 자동차산업의 성장과 발전을 기대할 수 없다.<sup>6)</sup>

## 2. 완성차업체와 전속적 계열화

일반적으로 자동차업체의 생산형태는 자체생산과 주문생산(OEM)으로 구분된다. 따라서 자체생산과 주문생산의 비율은 모기업의 입장에서 전략적, 경제적 이점을 고려하여 결정하게 된다. 보통 주문생산은 모기업이 요구하는 부품을 전문라인 기술과 설비를 갖춘 부품업체에게 하청의 형태로 생산하여 조달하게 된다. 따라서 자동차부품업체는 완성차업체와 긴밀한 협조체제를 유지하여야 하며, 상호간의 원활한 협력관계가 이루어지기 위해서는 효율적인 분업생산체계가 구축되어야 한다. 특히 거래업체의 기술개발지원, 공동모델 및 기술개발, 자원의 공동이용, 전문 인력의 공동 활용, 정보의 상호교환 등의 부문에서 쌍방향 협력관계의 개선이 중요하다. 그러므로 자동차부품산업과 완성차업체간의 전략적이고 유기적인 공급사슬관리는 자동차부품산업과 완성차업체 모두에게 경쟁력을 강화시켜주며 특히 자동차부품산업의 효율성과 효과성을 향상시킬 수 있다.<sup>7)</sup>

## 3. 중층적 계열 생산구조

자동차부품업체는 모기업과의 지속적인 거래관계에 의해 장기적인 유대관계가 형성되게 된다. 완성차 업체는 유니트, 모듈 단위로 조달받고, 단위부품은 2차, 3차 자동차부품업체에서 생산하여 1차 또는 2차 부품업체에 공급하게 되는

---

6) 한광희·김광희, 국내 자동차산업의 대일 의존에 관한 사적 연구, 경영사학 제21집 제1호(통권 41호), 2006년 6월호, pp. 211-234.

7) 조성원·구종순, 자동차 부품산업의 공급체인관리 결정요인과 성과에 관한 연구, 해운물류연구, 제50호, 2006, pp. 181-200.

데 이를 중층적 분업구조관계 또는 계열구조라고 한다.

유니트, 모듈화 추세에 따라 1차 부품업체의 대형화 추세는 현재 가속화 되고 있다. 우리나라 부품업체들은 지속적인 부품 모듈화를 통해 노동집약적인 조립공정을 자본집약적인 공정으로 전환하면서 노동집약적 범용제품의 생산 공정을 분화해 중국으로 이전함으로써 핵심 공정기능의 집중과 조립생산 공정의 탈집중화를 가속화하고 있다. 저부가가치 부문인 조립·가공은 중국으로의 이전이 가속화되면서 기업 내 수직적 통합 정도가 높은 초국적 생산체제를 더욱 고착시킬 것이다. 따라서 생산자원의 비효율적 통제와 더 많은 조정비용이 요구되기 때문에 이를 최적화하기 위한 새로운 가치사슬의 구축이 주요 과제로 등장하고 있다.<sup>8)</sup>

자동차 산업의 글로벌 공급네트워크는 완성차 업체는 물론이고 자동차부품산업 이르기까지 광범위하게 확산되고 있다. 과거에는 완성차 업체와 부품업체간의 가치사슬이 완성차 업체와 자동차부품회사 간의 단선적이고 일방적인 관계로 이루어졌던 것이 이제는 글로벌 생산체제가 확립되고 글로벌소싱이 확대되면서 가치사슬이 국제적으로 중층적인 관계로 발전되는 경향에 있다.<sup>9)</sup>

#### 4. 인수·합병에 의한 기업규모 확대

'80년대에는 불황을 극복하는 방안으로서 사업다각화의 탈피, 비효율적 사업 부문의 매각 등 인수·합병을 통해 기업 규모의 확대가 가져다주는 경제적 효과 뿐만 아니라 특정 분야와 특정지역 간에 경쟁우위 요소를 가지고 있는 기업들이 서로 전략적 제휴를 통해 위험을 분산하는 효과를 누리는 것이 중요한 경쟁전략이 되었다.

세계적으로 활발히 진행되고 있는 이러한 경쟁전략의 변화는 자동차산업에도 직접적인 영향을 미치고 있다. 특히 '90년대 들어오면서 현실화된 세계 자동차 산업에서의 과잉설비 문제, 기술수준의 동질화 그리고 중저가 자동차의 출현

---

8) 이종탁, 자동차 부품산업의 현황과 전망 - 한국과 중국, 산업노동정책연구소, 2007, pp. 1-8.

9) 정명기·황진영·김홍기·홍성일, 한국자동차부품산업의 한·중 생산네트워크에 관한 연구, 산업노동연구, 제12권 제2호, 2006, pp. 317-347.

등으로 인해 경쟁이 더욱 치열해지면서 인수·합병 그리고 전략적 제휴가 활발히 전개되고 있다.<sup>10)</sup>

완성차 업체 중 유럽 고급차 사업 강화를 목적으로 1990년에 포드사가 제너럴을 인수·합병하였고, 1998년 다임러벤츠사와 크라이슬러사가 합병되어 고급차와 중급차에서 경쟁력을 강화시켰다. 또한 GM이 대우자동차를 인수·합병함으로써 아시아 시장 진출을 강화할 수 있게 되었다.

이러한 완성차업계의 인수·합병 붐은 부품업체도 일반화되었다. 자동차 부품업체도 경쟁에 살아남기 위해 인수·합병, 전략적 제휴를 통한 대형화로 나가고 있다. BCG사는 1차 협력 부품업체가 2005년 1,500사 수준이 2010년 750사 수준으로 50% 감소할 것으로 예측하였고, 유럽자동차부품공업협회(CLEPA)는 유럽전체에서 M&A로 인해 부품업체가 2003년 30,000개에서 2008년 8,000개로 줄어들 것으로 예측하고 있다. 이와 같이 인수·합병에 의한 자동차부품회사의 대형화는 앞으로도 계속 될 것으로 보인다.

## 5. 수요자 독점적 시장구조

일반적으로 자동차부품시장은 자동차부품을 수요하는 소수의 자동차생산기업과 자동차부품을 공급하는 다수의 자동차부품기업들로 구성되어 있다.

IMF이전 한국의 완성차업체는 현대, 기아, 대우, 쌍용, 삼성을 포함하여 8개 업체였는데 IMF이후 현대가 기아를, GM이 대우를, 르노가 삼성을 중국의 상하이자동차가 쌍용을 각각 인수하여 한국의 자동차산업은 크게 4개의 기업이 생산을 하고 있고 실질적으로는 현대와 GM에 의한 과점상태이다. 다음 <표 2-2>에서 보듯이 한국에서 자동차산업 1차 부품업체수는 IMF이전에는 1,200여 개이던 것이 IMF이후 감소하여 1,000개 이하로 되었다.

---

10) 김진국·전인우, 세계 자동차산업 경쟁패턴의 변화와 시사점, 한국자동차산업학회 자동차산업연구, 제1권, 2003년 3월호, pp. 65-87.



<표2-2> 자동차산업 1차 부품업체수와 납품액 비중 및 평균 납품액 변화

		1995	1996	1997	1998	1999	2000
중소기업	업체 수	1,273	1,241	1,216	1,057	992	984
	납품액 비중(%)	66.2	66.4	63.2	64.7	65.1	56.8
대기업	업체 수	47	54	60	54	56	58
	납품액 비중(%)	31.8	33.6	36.8	35.3	34.9	43.2
계	업체 수	1,320	1,295	1,276	1,111	1,048	1,042
	평균 납품액(억원)	91.7	114.3	124.1	99.6	162.9	180.4

자료 : 자동차공업협동조합

이처럼 소수의 완성차생산기업이 자동차부품을 수요하고 다수의 자동차부품기업이 공급하는 구조에서 수요자독점시장이 형성된다. 그래서 대체적으로 자동차부품가격이 경쟁가격보다 낮은 수준에서 납품가격이 결정된다.

### 제3절 세계 자동차부품산업의 동향

세계 자동차부품업체는 치열한 경쟁 하에서도 자동차산업의 성장과 더불어 꾸준히 매출액이 증대되고 있다. 세계 자동차부품산업의 동향을 일본, 한국, 중국을 중심으로 살펴보면 다음과 같다.

먼저 일본의 자동차부품산업은 전 세계적으로 높은 경쟁력을 보유한 산업부문이다. 1990년 일본경제 정체시기에 해외 판매 급증을 계기로 자동차 부품산업은 안정적 판매량과 경쟁력을 유지하였으며, 해외시장 진출이 너무 성공적이었기 때문에 오히려 교역상대국의 보호주의적 반응을 이끌어 내고 있다. 서구의 자동차부품업체가 왕성한 업계 구조조정 및 인수·합병을 통해 글로벌 경영을 추진했던 반면 일본의 부품업체는 끊임없는 품질 및 생산혁신 등을 통해 생존의 길을 열었다. 1992년부터 2000년에 이르는 기간 중 일본 자동차부품의 단위당 제조원가는 10% 이상 감소한 반면 품질 상의 안정성은 크게 향상되었다. 주요 완성차업체들의 대중국 아웃소싱이 크게 증가하는 가운데 중국과의 자동

차 부품 무역흑자는 1998년부터 2002년 사이에 50%나 증가하였고, 지금도 지속되고 있다. 그러나 궁극적으로 중국에서 완성차 및 부품 제조능력이 신장할수록 일본의 대중 수출은 줄어들 것으로 전망되고 있으며, 이럴 경우 중소 자동차 부품업체의 경영난은 더욱 심화될 것으로 전망이다.

우리나라의 자동차산업은 1980년대 중반 대량생산체제로 돌입한 이후 지속적인 성장을 기록하고 있으며, 일본에 버금가는 산업기반 구축에 성공했다. 1997년 기아자동차의 부도로 시작된 자동차산업의 위기는 부품산업에 커다란 변화를 가져오는 계기가 되었다. 완성차업체의 부도가 영세한 부품업체의 연쇄 도산으로 이어지면서 완성차 부문과 부품부문이 공멸의 위기에 처하게 되었다.

그러나 자동차산업이 극심한 위기를 겪는 가운데 오랜 기간 동안 유지되어 왔던 부품산업과 부품공급구조가 개편될 기회가 주어졌음은 간과할 수 없다. 우선 완성차업체 간 인수·합병으로 부품공급구조도 달라지지 않을 수 없게 되었다. 외환위기 이전까지 8개였던 자동차회사가 기아의 현대 인수, 대우의 쌍용 인수, 르노의 삼성인수를 통해 현대-기아, 대우, 르노·삼성으로 개편되었다. 그러나 그 이후 GM이 대우를 인수함으로써 생산규모가 작은 르노·삼성을 별도로 한다면, 사실상 현대그룹(현대 및 기아)과 GM의 2사체제로 정리되고 있다.

이와 같은 자동차회사의 인수합병으로 그동안 문제점으로 지적되어온 전속적 부품공급구조가 전면 개편되었다. 완성차업체간 통합이나 전략적 제휴는 부품업체간의 경쟁과 계열을 벗어난 거래를 촉진시킬 뿐만 아니라 부품업체의 통폐합을 유도하여 대형화하는 효과를 가져왔다. 이것은 완성차업체의 통폐합에 의해 촉발된 것이지만 이미 부품업체의 구조조정이 이루어지고 있었다. 완성차업체의 재편에 뒤이은 플랫폼 통합<sup>11)</sup>으로 부품산업의 지속적인 구조조정이 추진되고 있다. 현대는 기아 인수 이후 플랫폼 통합에 본격적으로 착수 하였다. 현대의 기아 인수 이전에는 현대와 기아가 각각 12개의 플랫폼을 가지고 41개 차종을 생산해왔으나, 통합이후 플랫폼 통합을 추진하여 2002년까지 10개, 2005년까지 7개로 통합 계획을 실행하고 있다. 이와 같은 플랫폼 통합이 추진되면서 현대와 기아 부품업체 사이에 오랫동안 지속되었던 장벽이 허물어지고 부품산업이 대형 전문부품업체를 중심으로 개편되는 방향으로 나아가게 되었다.

---

11) 플랫폼 통합이란 구동체계, 운전석, 차축 및 연료체계와 같은 차의 기본구조를 하나로 통합하여 개발과 투자비용을 줄이면서 다양한 모델을 생산하는 전략.

한편 외환위기 이후 부품산업의 또 다른 중요한 변화로는 해외 전문부품업체의 대거 국내 진출을 들 수 있다. 외환위기 이후 국내 부품업체에 대한 해외전문부품업체의 자본투자가 본격화된 것이다. 2001년 2월 현재 국내 부품업체의 합작투자 현황을 보면 미국 델파이의 대우기전 인수, 비스테온의 한라공조와 덕양산업 인수 등을 포함해 50% 이상의 합작투자 기업이 76개사에 달하고 있다. 외환위기 이후 해외전문부품업체 진출의 특징으로는 과거 합작을 통한 법인 설립과 달리 지분이나 공장, 설비 등을 직접 매입하는 인수·합병 형태로 진행되었다는 점이다. 외환위기 이전에는 첨단 분야의 기술도입을 위해 합작형태로 설립된 기업이 많았던 반면, 외환위기 이후는 대부분의 국내지분이 합작선에 넘어가면서 경영권이 외국 업체로 이전되었다. 또 외국 부품업체가 인수한 기업은 대기업의 계열사나 대형 부품업체들이며 사업 분야로는 전자제어장치, 에어백, 전장부품, 베어링 등 주요 핵심부품이 망라되고 있다.

우선 완성차업체의 전면적 개편을 계기로 전속적 부품공급구조가 붕괴되고 내수가 정체하면서 미국과 중국 등 해외시장 의존도가 크게 높아졌다. 1997년 외환위기로 원화가 급락한 것을 계기로 자동차부품이 해외로 수출되기 시작했으며, 외환위기의 뒤를 이어 자동차 부품업체로의 외국인투자가 크게 증가하였다. 특히 외환위기로 인해 한국의 5대 완성차업체 중 4개가 도산함에 따라 자동차 부품업체 역시 급격한 구조조정을 겪게 되었다. 재벌 기업 구조조정으로 인해 부품업체에서도 현대 모비스, 대우 정밀 등 과거 완성차 업체의 일부가 스핀오프 형태로 독립하였고, 외국계 1차 벤더들의 한국진출이 활발해져 외환위기 이후 거의 100개의 외국계 부품업체가 한국에서 생산을 개시(그 중 60개 정도의 업체가 100% 외국계 기업)하였다.

중국의 자동차산업은 1980년대 중반 폴크스바겐이 중국에 진출하기 전에 후진적인 면모를 면치 못했다. 완성차 제조는 1990년대 중반에 이르기까지 미미한 증가세를 보였으나 그 이후 활발한 경제성장에 따른 소득수준 향상에 맞춰 90년대 중반부터 급성장하기 시작하였다. 1990년대 중반에 이르기까지 완성차 수입은 전반적으로 꾸준하게 증가하여 1998년부터 2002년 사이 부품 수출도 함께 증가하였다. 내수 시장이 활황을 겪으면서 자동차업체에 대한 투자가 줄어들어 글로벌 완성차 업체 및 주요 자동차부품업체들이 중국에 생산기지를 구축하여 2003년에는 중국이 프랑스를 제치고 세계 4위의 자동차 생산국으로 부상

하였다. 전문가들은 중국이 2010~2012년 사이에는 중국이 일본을 제치고 세계 2위의 자동차 생산국으로 올라설 것이라고 전망하고 있다. 중국 자동차부품업체의 경우 저렴한 임금, 토지가격, 급속한 시장 확대 등을 바탕으로 조만간 주요 수출업체로 진출할 것으로 전망되고 있다. 그럼에도 불구하고 중국 자동차 부품업체는 나름대로 생산성, 품질관리, 안정성 등의 측면에서 많은 문제를 안고 있는 것으로 평가되고 있다. 노동의 질 역시 커다란 문제로 중국의 국영 자동차 부품업체들의 경우 노동력의 질이 크게 낮고 노령화되어 있는 상황이다.

2006년 세계 100대 자동차부품업체의 매출액 순위를 살펴보면 독일 보쉬가 297억 달러로 전년에 이어 1위를 차지했고, 미국의 델파이가 244억 달러로 2위, 일본의 덴소가 240억 달러로 3위를 차지했다. 10위권에서 프랑스의 발레오가 9위로 신규 진입했으며, '05년 8위였던 미국의 비스테온은 13위를 차지했다. 한국 업체 중 현대모비스는 57억 달러의 매출로 전년에 이어 25위를 유지하였고, (주)만도는 '05년 84위에서 7단계 상승한 77위로 올라섰다. 국가별로는 세계 100대 업체 중 미국업체가 27개로 가장 많았지만 전년 32개에 비해 줄었고, 다음으로 일본이 26개, 독일이 23개, 프랑스가 6개 업체 등의 순이었다.<sup>12)</sup> 이상과 같은 동아시아 3국의 자동차부품시장의 변화를 통해 세계 자동차부품기업의 최근 동향을 살펴보면 다음과 같다.

## 1. 해외직접투자 확대를 통한 글로벌 *Network* 구축

최근 완성차업체의 글로벌 아웃소싱 증가로 부품업체들은 생산비용 절감을 위한 해외직접투자를 확대하고 있다. 미국의 3대 자동차 메이커는 일본부품업체와 전략적으로 제휴하여 비즈니스 프로세스의 전 단계에 걸쳐 IT를 접목함으로써 생산성을 제고하고 부품생산의 외주비율을 높여 경쟁력을 강화하고 있다. 또한 일본은 동남아, 미국은 중남미, 서유럽은 동구와 중남미에 투자를 증대하고 있고, 최근 중국이 글로벌 부품공급기지로 급부상하고 있다. 보쉬, TRW 등 대형 부품업체들은 전 세계에 평균 60여개 공장 건립하여 글로벌 네트워크를 구축하여 가동하고 있다.

12) Top 100 global OEM parts suppliers(Automotive News, '07.6.26). 한국자동차공업협회 자료.

이처럼 세계 주요 자동차메이커들은 환경·안전규제의 강화, 신기술개발을 위한 기업 간 인수·합병에 대한 자본제휴, 합작법인 설립 등 전략적 제휴 등을 통해 글로벌 네트워크의 경쟁체제를 구축하고 있다. 다음 <표2-3>은 세계 주요 자동차기업의 경영전략을 나타내고 있는데 대부분 기술개발의 위험과 제품 판매의 위험을 피하기 위해 전략적 제휴를 통해서 해외글로벌 네트워크 형성을 중요한 전략가운데 하나로 채택하고 있다는 것을 알 수 있다.

**<표2-3> 다국적 자동차기업의 경영전략**

	제품/시장 전략	기술개발전략	기타경영전략
도요타	· 하이브리드카 · 상용차 개발 강화	· 연료전지기술개발 제휴 텔레매틱스	· 경영프로세스 · 효율성 제고 · 세계 네트워크구축
GM	· 하이브리카 양산 · 소형차판매 확대 · 신차종개발투자	· 연료전지기술개발 제휴	· 글로벌 생산네트 워크 구축 · 제품판매제휴 강화
포드	· 판매인센티브 강화	· 텔레매틱스	· 신차종개발 강화
다임 크라이슬러	· 품질, 브랜드 전략 강화	· 텔레매틱스 · 연료전지 상용화	· 비용절감 가속화
폭스바겐	· 고급차개발 및 생산 강화	· 텔레매틱스	· 비용절감 가속화

자료 : 광주전략산업기획단(2005), 광주시 자동차부품산업 기술 로드맵.

## 2. 친환경 자동차의 등장

자동차 산업은 새로운 도전에 직면하고 있다. 화석연료의 고갈 등으로 대체 에너지 개발과 함께 연비 효율화를 위한 엔진 및 소재 개발경쟁이 심화되고 있다. 그래서 이런 대체에너지 개발은 환경문제와 결합되어 하이브리드 자동차, 연료전지자동차 개발 및 보급에 기업 생존의 사활을 걸고 있다. 현재 하이브리드자동차는 일본과 미국이 본격적인 시판에 들어갔으며, 연료전지자동차는 2020년 상용화를 목표로 개발 중에 있다.

유럽은 지구온난화 방지 협약의 강화를 위해 자동차의 CO<sub>2</sub>가스 허용기준치를 2009년부터 140g/km이하로 요구하고 있다. 미국은 기업평균연비(CAFE)규

제를 통하여 자동차 연비규제뿐만 아니라 수송부문과 산업부문의 에너지 효율 향상을 위한 국내 에너지 전략을 시행하고 있다. 또한 일본도 국내에서 판매되는 가솔린 승용차를 대상으로 연비를 줄이는 정책을 시행하고 있으며 2010년에 1995년 대비 연비 24% 개선을 규정하고 있다.

다음 <표2-4>에서는 일본, 유럽과 미국 등 주요선진국의 환경규제상황을 나타내고 있다.

<표2-4> 미국, 유럽, 일본의 환경·안전정책과 자동차산업

	미국	유럽	일본
우선 정책	· 캘리포니아주의 저공해화와 ZEV실용화 정책이 미국의 환경 정책 견인	· CO <sub>2</sub> 삭감목표달성이 최우선이므로 연비향상이 중요정책	· NO <sub>x</sub> ·PM삭감이 중요. 승용차는 정책우선항목 명확치 않음.
정부 정책 환경 규제 CO <sub>2</sub> 정책	· 배기가스규제 제2단계로 강화(2004년까지 캘리포니아주 LEV II, 연방 Tier II 도입) · 현행 CAFE규제를 두고, 정책상 진전은 없음.	· 단계적으로 승용차배기가스규제 강화(Euro III, Euro IV) · 중대형상용차배기가스 규제 강화 · 장기연비향상목표(2008)를 자동차업계와 합의 · 세계에 환경공헌을 내용에 포함. 연료세 인상 등 그린화 촉진	· 2000년에 새로운 규제도입, 차기강화는 2005년 예정 · 장기연비삭감목표를 책정(DE:2005년/GE:2010년) · 그린세 도입 고려
재활용	(법규정비 움직임 없음)	· 2007년 EU자동차리사이클 ELV지령 발효 예상	· 자동차리사이클에 관한 법제화 준비
자동차 업계 동향	· 호황으로 대형차(승용형 소형상용차)의 수요가 확대, 연비측면에는 일본·유럽방향에 역행 · 배기가스저감은 촉매기술로 개선, LEV II·Tier II 대응기술개발 필요. ZEV을 위한 FCEV개발 활발, 일본·유럽업체도 참여	· 신차개발에 대소승용차의 저연비기술개발이 활발 · FCEV개발에 저공해 기술 개발. 비화석연료의 재생가능에너지개발도 활발 · 저유황연료보급이 저공해·저연비기술도입의 전제조건(석유업계·정부 로비활동)	· 저배기가스화, 저연비 쌍방의 기술 개발 활발 · EV, 하이브리드차 등 ZEV를 목표로 한 차세대 차개발 활발. · FCEV개발에는 캘리포니아시장목표로 선점 경쟁에 참여

자료 : 산업연구원, 「자동차 산업의 중장기 비전 및 발전방안」, 2004.

국가별 친환경자동차 개발 사례를 보면, 일본은 도요타, 혼다사는 차종확대를 통한 적극적인 시장 확보 전략을 추구하여 2004년에 미국판매량이 약 27,000대에 이르렀고, 닛산은 도요타와 기술제휴를 통해 캘리포니아의 연비규제에 대응했으며, 북미지역의 경우 Ford사는 Escape(SUV) 하이브리드차를 투입하여 4차종(Toyota 시스템 장착)에 투입하였고, GM사는 2007년 이후 12차종 투입 예정에 있으며, GM-DCX-BMW사는 차세대 하이브리드 기술을 공동 개발하여 2007년에 투입 목표로 하고 있다. 유럽지역은 하이브리드보다 디젤차 개발에 집중(예외 : DCX, Porsche)하고 있으며 Porsche사는 디젤차를 생산하지 않고 있기 때문에 HEV 개발의사를 표명하였고, Toyota 시스템을 장착할 예정이다. 우리나라는 현대자동차가 연비가 50% 이상 향상되는 친환경 '하이브리드 차'를 2009년 양산에 들어가 2015년 연간 30만대 생산 계획을 수립하였으며 이를 위해 부품 기업과 공동으로 부품 국산화에 적극 나설 방침이다.

### 3. 부품조달의 글로벌 소싱 및 모듈화 확산

세계 자동차시장이 초과공급 상태에 들어가면서 각 자동차 기업들은 치열한 가격경쟁에 돌입하게 되었다. 자동차 가격경쟁력을 확보하기 위해 자동차의 개념설계부터 폐차에 이르기까지의 전체 프로세스에 대해 투자효율성을 분석하고 각 단계에서 발생하는 비효율적인 부분을 개선하는 혁신적인 작업들이 이루어졌다. 특히 최근 인터넷 관련기술의 발달로 주문에서 공급까지의 기간을 최소화하기 위해 자동차의 수많은 부품을 대상으로 모듈화를 위한 연구개발이 추진되었다. 또한 2-3만여 개에 달하는 부품을 1차 부품업체가 시스템별로 조립하여 납품되는 모듈화는 완성차업체가 조립 및 물류비용을 절감할 수 있는 최선의 방안으로 부각되고 있으며 이러한 부품모듈화가 글로벌소싱형태로 전개되고 있다.

다음 <표2-5>에서 보는 바와 같이 모듈화전략에 따라 원가절감효과와 품질 기술적 개선효과가 기대된다.

<표2-5> 모듈화의 효과

원가절감효과	품질 기술적 개선효과
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 신차개발기간의 단축</li> <li>· 조립라인의 최소화를 통한 초기 투자비용의 절감</li> <li>· 설계, 생산, 조립인원수의 감소에 의한 원가절감</li> <li>· 사람과 시간 및 공간들의 관리를 단순화하여 관리효율 극대화</li> <li>· 부품 수 감소를 통한 제품단가 감소</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 설계자유도 증가를 통한 기술혁신 유도</li> <li>· 부품업체의 책임 하에 설계 및 시험을 실시하므로 최종품질의 안정화의 제고</li> <li>· 부품 수의 감소</li> <li>· 동일 중복기능의 통합화로 단순화 및 표준 공용화 유도</li> </ul>

이와 같이 부품의 모듈화와 글로벌소싱 현상을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. GM과 포드는 전속 부품업체인 Delphi와 Visteon을 분사화 하여 외주비를 확대했다. 구체적으로 살펴보면 GM(40→60%), 다임러크라이슬러(50→65%), 포드(12→20%) 등이 외주비율을 크게 확대했다. 또한 르노 73%, BMW 50%, 로버 30%, 유럽포드는 70%를 해외에 의존하고 있다.

특히 모듈화 확대로 부품업체의 역할이 증대되고 있다. 벤츠사는 7(Smart)~10개(A Class) 모듈로 조립하고 있으며, VW사는 15개(Gulf4, Passat), 르노사는 7개(Laguna, Safrane), 유럽포드사는 15개 서브조립 유니트(Ka, Focus, Mondeo) 사용하고 있다. VW사의 모듈화비율 50%, 현대차의 모듈화율 11~25%를 목표하고 있다. 2010년경에는 전 세계 자동차부품 시장에서 모듈부품이 1/3 차지할 전망이다.

이러한 모듈화의 장점은 신규공장 건립시 라인의 최소화, 한 생산라인에서 여러 차종 생산이 가능하며, 생산성 증가, 투자비용 절감 및 신차종 개발기간이 단축된다. 또한 JIT 생산으로 재고 시설이 필요하지 않는 것이 큰 장점이다.

#### 4. 신기술 독점을 위한 특허출원

세계 자동차시장에서 공급과잉이 지속적으로 이루어지고 세계화 진전으로 시



장이 단일화 되면서 가격경쟁력이 치열해지고, 정보통신기술의 발달로 자동차에 대한 기술개발의 요구가 증대되고 있다. 자동차 가격경쟁력의 핵심은 부품 납품가격이므로 각 부품업체들의 기술개발에 대한 투자는 지속적으로 이루어지고 있고 이에 특허출원이 빠른 속도로 증가하고 있다.

최근 자동차부품 개발이 이루어지고 있는 분야와 내용을 살펴보면 다음 <표 2-6>에서 보는 바와 같다.

**<표2-6> 자동차 부품개발 분야 및 내용**

개발 분야	에너지 기술	환경기술	정보기술	재료기술	메카트로닉스 (기계+전자)
내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 초고연비</li> <li>· 연료전지</li> <li>· 고효율 엔진</li> <li>· 경량화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 폐차 후 재생 최고 연비</li> <li>· 대체연료</li> <li>· 고성능 배기 가스정화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 인터넷 서비스</li> <li>· DVD항법 장치</li> <li>· 고성능 배기가스 정화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 초경량 신소재</li> <li>· 고감성 신소재</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 부품 모듈화</li> <li>· 전자제어 시스템.</li> <li>· 가상설계</li> </ul>

최근 부품업체의 기술개발 역량 강화에 따라 부품업체의 특허출원 건수가 완성차 업체를 능가하고 있다. 부품업체들의 연구개발 비용은 총원가의 7~10%를 차지하고 있으며, 2010년 에는 연구개발 비중이 20% 이상 증가할 전망이다. 특히 독일은 연구개발비용의 25%를 차지하고 있어 다른 경쟁국의 기업보다 훨씬 많은 연구개발비용을 투자하고 있다.

다음 <표 2-7>에 의하면 보쉬가 특허 출원 건수가 679건으로 1위를 차지했으며, 다음으로 혼다로 653건, 델파이 640건, 텐소 482건, 포드 389건, 다임러크라이슬러 304건, 도요타 296건, 닛산 249건, TRW 227건, 굿이어 192건, GM 190건, 비스틴은 185건으로 나타났다.

**<표2-7> 자동차업체 특허 출원 현황**

업체	특허	업체	특허
보쉬(22)	679	도요타(60)	296
혼다(25)	653	닛산(69)	249
델파이(26)	640	TRW(78)	227
덴소(34)	482	굳이어(88)	192
포드(45)	389	GM(90)	190
다임러크라이슬러(58)	304	비스티온(95)	185

### 5. 자동차부품의 전장화 추세

오늘날 자동차는 안전, 환경, 고연비 운행 등에 대비하기 위해 기계적 신호를 전기신호제어로 대체하고 있다. 에어백, EMS(Engine Management System), 통신, 네비게이션 등이 그 대표적인 예이다. 특히 전자, 통신업체들이 자동차부품시장에 새로운 경쟁자로 부상하면서 하이브리드나 연료전지차가 일반화되게 되면 전기전자부품의 비중이 더욱 높아질 전망이다. 대표적인 업체로는 히타치, 모토로라, 인텔, 마이크로소프트사 등이 자동차부품산업에 진출하고 있다.

### 6. 부품조달 네트워크

세계 자동차시장의 만성적인 공급과잉 속에서 경쟁우위를 지키기 위해 지역 내 기업들의 역량을 집적하고 각 지역 간 관련 산업, 생산요소 및 시장 등을 네트워크화 함으로써 생산의 효율성을 증대하려는 전략이 나타나고 있다. 즉 완성차 생산 공장을 중심으로 부품업체들을 집적화함으로써 물류 운송비용을 절감하고 교통 혼잡, 도로건설, 환경오염 등 여러 가지 사회적 비용을 절감하여 가격경쟁력을 제고할 수 있다.

이러한 상태에서 부품 조달의 외주 확대 및 글로벌화 추진에 따라 On-line부품 조달이 일반화되고 있다. 미국 ANX(Automotive Network eXchange), 유럽

ENX, 일본 JNX, 한국 KNX 등이 대표적인 기업이다. 이러한 부품조달 네트워크는 자동차부품 산업의 전자상거래 활성화로 이어지게 될 것이다.

## 7. 자동차부품의 납품가격의 지속적 인하

완성차 업계의 가격경쟁력 제고를 위해 자동차부품 납품가격의 대폭적 인하 추세가 지속되고 있다. 일본 완성차의 경우 최근 3년 동안 15~30%의 납품가격이 인하 되었다. 특히 도요타 30%, 닛산 20%, 미쓰비시 및 마쓰다 15%, 후지중공업 22%의 납품 가격 인하에 동참했다. GM은 3년간 20% 납품가격을 인하했다. 이러한 자동차부품 가격의 인하추세는 계속될 것이기 때문에 업계에서는 이에 대한 대비가 철저히 이루어져 있어야 한다.

메르세데스-벤츠 코리아([www.mercedes-benz.co.kr](http://www.mercedes-benz.co.kr))는 2007년 2월 5일부터 주요 부품 및 소모품을 대상으로 최대 25% 가격을 인하했다. 이번 가격인하에는 에어컨리너, 먼지필터, 오일필터, 연료필터, 배터리, 와이퍼블레이드, 속업 쇼바 등 주요 소모품 7종 180여 개와 범퍼, 엔진후드, 도어, 펜더, 사이드미러, 헤드램프 등 차체 부품 6종 431개가 포함되며 인하율은 최대 25%이다. 또한 이외에도 주요 소모품과 부품 약 3,000여 개에 대하여 최대 13%까지 가격을 인하했다.

## 8. 자동차업계의 감량경영

세계 자동차 생산거점이 선진국에서 인도, 중국, 동유럽으로 이동하고, 하이브리드차의 주력모델 등장 등 자동차산업 구조변화가 시작되었다. 세계 자동차업계는 악화되는 경영환경 속에서 살아남기 위한 감량경영에 돌입하여, 몸집은 줄이고 대신 품질향상에 노력하고 있다.

최근 세계 자동차업계의 감량경영 노력의 예를 살펴보면 GM(미국)이 2008년까지 3만명 감원, 12개 공장 폐쇄('05. 11), 포드(미국)가 2012년까지 3만명 감원, 14개 공장 폐쇄('06. 1. 23), 다임러크라이슬러(미국, 독일)가 전세계 관리직 6천명 감원('06. 1. 25), 폭스바겐(독일)이 2009년까지 2만명 감원, 추가근무 수

당폐지('06. 2. 10), 현대, 기아차(한국)가 비상경영체제 선포('06. 1. 26) 등 자동차업계의 감량경영이 트렌드가 되고 있다.

## 제4절 국내자동차부품산업의 발전과정과 현황

### 1. 자동차부품산업의 발전 과정

국내 자동차부품산업은 자동차 메이커의 발전과 동일한 과정을 거치면서 발전하게 되었다. '60년대 이전에는 외국 부품의 수입에 의한 자동차 조립의 영향으로 자동차 부품산업은 자동차의 AS시장의 영세한 부품 업체였으나, '70년대 정부 주도의 자동차 국산화 정책으로 1974년 현대자동차가 생산을 개시함에 따라 부품의 국산화가 시작되었다.

'80년대에는 자동차 업체가 부품업체를 계열화 내지 협력업체로 관계를 재정립함에 따라 결속이 강화되면서 자동차 부품업체의 발전이 순조롭게 이루어졌다. 그러나 '90년대 아시아 통화위기로 부품업체들의 경영악화로 파산하는 부품업체가 속출하였다. 특히 중소 자동차 부품업체가 대부분 파산하였다.

'90년대 말 금융위기에서 벗어나면서 한국자동차부품산업은 새로운 도약의 시대를 열어가게 되었다. 이 시기의 가장 큰 특징을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 기아자동차가 현대자동차에 매수되면서 기아자동차의 부품업체와 기존의 현대자동차에 납품하고 있던 부품업체는 자동차 통합 구매의 영향으로 동일 품목의 부품업체는 양 자동차 메이커의 구매부서로부터 합동 심사 및 평가를 받게 되어 납품 업체서 탈락되는 경우도 발생하게 되었다. 이는 1개 자동차 메이커에 1개 부품 업체의 체제에서 동일 부품을 생산하는 업체 간의 기술경쟁, 가격경쟁을 유발시켰고, 경쟁 입찰 방법에 따른 부품업체의 선정으로 1개 사의 부품업체 체제는 붕괴되었다. 그 결과 부품업체는 과거 어느 때보다 기술개발, 생산비용 절감 등 가격 경쟁력 확보에 총력을 기울이게 되었다.

둘째, IMF 외환위기로 대규모의 외국자본이 참여하게 되면서 미국, 유럽, 일본의 자본이 참여한 부품업체를 유용하게 활용할 수 있다는 것이 현대, 기아를

포함한 한국 자동차 메이커의 부품 모듈화의 계획에 있어 이점이 되었다.

셋째, 한국의 노사 간의 대립은 자동차 조업중단 사태로 이어지면서 현대, 기아 자동차 계열의 자동차 부품 부문을 분리하여 모듈화한 부품의 납품 회사인 현대 모비스가 탄생하게 되었다.

## 2. 자동차부품산업의 환경변화

자동차부품산업은 자동차산업에 절대적인 영향을 받고 각 나라의 자동차산업은 세계 자동차산업의 영향을 크게 받는다. 즉, 세계 자동차산업의 환경변화는 한국 자동차부품산업에도 지대한 영향을 미치게 된다. 세계적으로 진행되고 있는 이러한 경영환경의 변화와 경쟁전략의 변화는 자동차산업에도 직접적인 영향을 주고 있다. 특히 '90년대에 들어서면서 현실화된 세계자동차산업에서의 과잉설비문제, 기술수준의 동질화, 중·저가 자동차의 출현 등으로 경쟁이 더욱 치열해지면서 인수·합병 그리고 전략적 제휴가 활발하게 전개되고 있다.<sup>13)</sup>

특히 인수·합병은 21세기 세계적 기업의 생산규모 경쟁력이 250만~300만대에 이르러 플랫폼 통합, 개발기간의 단축, 부품업체수의 감축과 모듈방식의 확대 등이 이루어지고 있다. 이러한 변화는 가장 낮은 원가구조에서 고품질의 자동차를 공급할 수 있는 기업만이 생존할 수 있다는 점에서 자동차부품업계에 시사하는 바가 크다.

세계 자동차산업의 구조개편의 영향으로 세계 자동차부품산업에도 변화가 일어나고 있다. 일본자동차 업체와의 경쟁력 격차를 해소하기 위하여 유럽과 미국의 업체들은 외주조달비율을 높였으며, 자동차부품조달체제의 개선을 통한 구매 관리 비용의 절감, 개발 효율화 등을 위한 직접 거래 기업 수를 대폭 줄이고 있으며, 일본 업체들도 장기불황에 따른 수익성 악화를 극복하기 위해 부품조달 전략을 수정하고 있다.

자동차부품업체의 경영실적이 '90년대 평균수익률이 4~6%인데 반해 세계 자동차업체는 2~3%의 낮은 수익구조를 가지고 있어 자동차업체의 부품업체에 대한 요구가 예상된다. 먼저 부품공급업체에 대한 납품가격 인하를 요구할 것

---

13) 김진국·전인우, 「세계 자동차산업 경쟁패턴의 변화와 시사점」, 한국자동차산업학회, 자동차산업연구 제1권, 2003. 3. pp. 67. 65-87.

이다. 지역이나 업체, 품목에 따라 다르겠지만 매년 평균 2~4%씩 가격인하 요구를 해올 것이다. 또한 메이커 자체의 연구개발비용도 부품업체에 전가하고 있다. 품질 면에서도 무결점 품질기준을 위해 PPM이나 6시그마 관리체제가 정착되고 있고, 개발전략에 있어 플랫폼 통합이 가속화되고 있다. 포드의 경우 2004년까지 32개 플랫폼을 16개로 줄였고 닛산도 30개에서 10개로 줄이고 있다. 이러한 수익환경의 변화는 부품업체의 광범위한 내부 구조조정과 원가절감의 추진을 더욱 강하게 요구할 것이다.

특히, 세계 최대 자동차메이커이며 자동차부품의 최대 구매기업인 미국의 GM사가 한국 자동차부품산업의 급속한 경쟁력 상실을 크게 우려하고 있다. 그 이유는 현재 한국으로부터 많은 물량을 구매하고 있는 GM은 기존 구매선인 한국의 자동차부품 오퍼가격이 가파른 속도로 오르고 있어, GM으로서는 중국, 인도산 부품 공급업체들에 눈을 돌리고 있지만 품질 면에서는 한국의 자동차부품이 우수하기 때문이다.

한국자동차부품산업의 이런 어려운 상황을 개선하는 것이 단기간 내에 해결될 수 있는 것이 아니기 때문에 정부와 업계가 공동의 노력을 기울여 중장기적으로 개선해 나가는 동시에 R&D 투자확대를 통하여 새로운 기술과 비즈니스 모델을 개발해 나가면서 Global 수준으로 품질을 개선하여야 할 것이다. 또한 인건비가 저렴한 동남아 지역으로 적극적인 해외시장 개척을 통해 제품의 가격 하락 압력에 능동적으로 대처함으로써 우리나라 자동차부품산업이 지금의 경쟁력을 계속 유지해 세계시장에서 인정받을 수 있을 것이다.<sup>14)</sup>

우리나라 자동차부품산업의 환경에 대해 살펴보면 우리나라 자동차업체는 IMF 관리체제 이후 구조조정에 따라 완성차로는 현대기아자동차와 GM대우자동차, 르노삼성차 체제로 개편되었고, 부품업체도 이에 따라 조달체계의 재편이 이루어지고 있다. 1998년의 극심한 내수부진으로 경쟁력 없는 대부분의 중소부품업체가 정리되었으며 생존업체도 강력한 내부구조조정을 추진하면서 경쟁력을 회복하고 있다. 그러나 우리나라 자동차부품업체는 세계 자동차부품업체와는 너무나 동떨어진 기업 규모, 재무구조, 생산성, 기술개발, 거래구조 등의 취약점을 안고 있는 것이 현실이다.

---

14) 이지형, 「GM 구매부서 및 현지업체 의견 종합」, KOTRA. 2004. 11.

### 3. 자동차부품산업의 현황

우리나라 자동차산업은 '60~'70년대 KD 조립생산 및 국산화, '80년대 수출 주력, '90년대 독자모델 개발단계를 거치면서 세계 5위 자동차 강국으로 부상하였다. 자동차부품산업의 경우도 제조업의 전체 생산의 5.4%, 부가가치의 4.7%, 고용의 5.9%, 수출의 2.3%로 국가경제에서 차지하는 비중이 높고, 무역수지 흑자규모가 55억불로 전체의 18.8% 차지하고 있다.

국내 자동차부품 수출입 실적을 보면 2005년 석유제품이 153억불로 50.5% 증가하여 1위를 차지하였고, 자동차부품수출은 85억불로서 전년 동기대비 무려 42.8% 증가하여 2위를 차지했다. 특히, 1996년 무역적자(수출 13억불, 수입 16억불)이후 연속흑자를 시현하고 있다.

전속적 납품거래 현황을 보면 다음 <표2-8>에서와 같이 2006년 말 전속납품거래 1차 협력업체수가 902개사로 그 중 811개사가 중소기업이고, 91개사가 대기업으로 2006년 말 현재 자동차업체(현대, 기아, GM대우, 쌍용, 르노삼성, 대우버스 등)와 직접 거래하고 있는 1차 협력업체수는 전년 대비 2.2% 감소한 902개사이다.

자동차 부품업체의 종업원 규모별 업체수의 연도별 변화를 살펴보면 다음 <표2-9>와 같이 소기업의 경우 2004년에는 전체의 32.8%이었으나 2005년도에는 31.0%, 2006년에는 28.7%로 감소하는 추세를 보이고 있는 반면, 중·대기업의 업체 수는 해마다 증가하고 있는 것으로 나타났다. 2006년에는 대기업의 업체가 91개 업체로 전체의 10.1%를 차지했다. 이러한 현상은 자동차 부품업체도 글로벌경쟁체제 하에서는 경쟁력을 갖추고 생존하기 위해서는 대형화가 이루어지는 추세를 보여주고 있다.

지역별 자동차부품업체수를 살펴보면 다음 <표2-10>과 같다. 우리나라 지역별 자동차부품업체는 전국에 걸쳐 있지만, 그 중에서도 경기도, 경남에만 359개 업체가 있어 전체의 39.8%를 차지하고 있다. 그 외 부산이 87개 업체, 충남이 77개 업체, 인천과 경북이 각각 64개 업체 순으로 나타나 있다. 가장 적은 지역은 강원도로 4개 업체 뿐이다.

<표2-8> 자동차부품산업의 기업규모별 업체 수

(단위 : 개)

연도	대기업	중소기업	계	증감률
2002	61	787	848	-3.7
2003	69	809	878	3.5
2004	76	837	913	4.0
2005	86	836	922	1.0
2006	91	811	902	△2.2

(주) 중소기업 기준 : 300명 미만, 자본금 80억 이하(단, 한 가지 기준에만 해당되면 중소기업)

(참고) 2006년도의 811개 중소기업 중에는 매출액 1,000억 이상인 업체가 58개사가 있어 실질적인 대기업 수는 149개사에 이르고 있음.

자료 : 2007년 자동차공업협동조합 자동차부품산업 현황 자료 참조.

<표2-9> 종업원 규모별 자동차부품업체 수

(단위 : 개, %)

구분	종업원 수	50인미만	50-99인	100-299인	300-1,000인	1,000인 이상	합계	
2004	업체 수	299	191	269	78	48	28	913
	비율(%)	소기업 (32.8%)	중기업/ 538개 업체 (58.9%)			대기업/ 76개 업체 (8.3%)		(100.0)
2005	업체 수	286	182	291	*77	58	28	922
	비율(%)	소기업 (31.0%)	중기업/ 550개 업체 (59.7%)			대기업/ 86개 업체 (9.3%)		(100.0)
2006	업체 수	259	191	289	*72	62	29	902
	비율(%)	소기업 (28.7%)	중기업/ 552개 업체 (61.2%)			대기업/ 91개 업체 (10.1%)		(100.0)

(주) 2005년 \*표의 77개 업체는 자본금이 80억 이하인 업체로써 중기업으로 분류함.

자료 : 2007년 자동차공업협동조합 자동차부품산업 현황 자료 참조.



<표2-10> 지역별 자동차부품업체 수

(단위 : 업체 수)

구분	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	강원	경기	경남	경북	전남	전북	충남	충북	합계
2005	37	94	50	65	28	9	36	4	219	149	64	6	51	82	28	922
2006	35	87	50	64	27	8	37	4	213	146	64	6	55	77	27	902

자료 : 2007년 자동차공업협동조합 자동차부품산업 현황 자료 참조.

다음으로 완성차별 납품업체 수를 살펴보면 다음 <표2-11>와 같이 자동차 완성차 업체 중 현대에 납품하는 자동차 부품업체 수는 2004년 373개 업체, 2005년에는 377개 업체, 2006년에는 366개 업체로 나타났다. 기아에 납품하는 납품업체 수를 보면 2004년에는 396개 업체, 2005년에는 391개 업체, 2006년에는 372개 업체로 나타났다 GM대우에 납품하는 업체는 2004년에 281개 업체, 2005년에는 307개 업체, 2006년에는 304개 업체로 나타났다. 그리고 르노삼성에 납품하는 업체는 2004년에 152개 업체, 2005년에는 146개 업체, 2006년에는 133개 업체로 감소한 것으로 나타났다.

<표2-11> 완성차별 납품업체 수

구분	업체 수		
	2004	2005	2006
현대	373	377	366
기아	396	391	372
GM대우	281	307	304
쌍용	240	237	220
르노삼성	152	146	133
대우버스	174	178	186
대우상용	188	192	196
합계	1,804	1,828	1,777
(실업체 수)	(913)	(922)	(902)

자료 : 2007년 자동차공업협동조합 자동차부품산업 현황 자료 참조.

#### 4. 자동차부품산업의 수출·수입 현황

2006년도 자동차부품 수출은 다음 <표2-12>에서와 같이 중국, 미국, 인도 등 해외 현지공장 OEM용 수출물량이 대폭 증가하는 한편 우리나라 자동차 부품의 품질 및 가격 경쟁력이 글로벌 소싱 추세에 부응함으로써 해외 완성차 업체로서의 OEM 수출이 지속적으로 증가함에 따라 2005년 대비 21% 증가한 102억 2983만 달러로 100억 달러를 초과 달성하였다. 이중 아시아 지역에 44억 8103억불을 수출하여 가장 높은 비중(43.8%)을 차지하였으며, 북미, EU, 중동 순으로 나타났다.

2006년도 수입실적은 33억 9441만 달러로써 일본으로부터의 수입이 증가하여 아시아 지역이 15억 5891만 달러로 가장 높았으며, EU, 북미 순이었다. 우리나라 자동차부품 무역수지는 68억 3543만 달러 흑자를 기록하였다.

<표2-12> 자동차부품의 지역별·연도별 수출실적

(단위 : 천만 달러)

구분	2002	2003	2004	2005	2006
아 시 아	842,148	1,929,770	3,030,129	4,173,205	4,481,029
중 동	358,825	450,202	488,084	537,937	706,451
E U	407,309	622,715	832,964	1,128,381	1,838,905
북 미	856,745	960,649	1,221,894	2,212,076	2,723,473
중 남 미	156,348	156,827	204,080	242,324	324,311
아프리카	28,258	32,566	29,949	32,246	38,482
대 양 주	50,364	67,305	109,731	119,025	116,619
기 타	4,523	7,331	8,187	7,384	561
합 계	2,704,520	4,227,365	5,925,018	8,452,578	10,229,831

자료 : 한국자동차공업협동조합, KOTIS(MTI Code 기준)

다음으로 자동차부품의 지역별·연도별 수입실적에 대해 살펴보면 다음 <표 2-13>과 같다. 즉, 아시아 지역으로부터는 자동차부품의 수입 실적이 해마다 증가하여 2006년에는 1,558,911(천만 달러)로 나타났으며, 다음으로 EU로부터 2002년 698,402(천만 달러)에서 2006년에는 1,296,103(천만 달러)로 나타났다. 우리나라의 자동차부품의 연도별 수입금액별 순위를 보면 아시아, EU, 북미, 대양주, 중남미 순으로 나타났다.

<표2-13> 자동차부품의 지역별·연도별 수입실적

(단위 : 천만 달러)

구 분	2002	2003	2004	2005	2006
아 시 아	975,149	1,076,797	1,095,582	1,242,270	1,558,911
중 동	273	390	967	1,278	1,789
E U	698,402	847,180	1,202,759	1,247,038	1,296,103
북 미	304,982	310,077	364,395	405,794	460,571
중 남 미	15,967	6,451	2,669	7,370	12,201
아프리카	9,180	9,871	9,643	9,129	9,476
대 양 주	136,811	158,976	114,811	92,968	55,201
기 타	198	681	73	573	153
합 계	2,140,962	2,410,423	2,790,899	3,006,420	3,394,405

자료 : 한국자동차공업협동조합, DOTIS(MTI Code 기준).

한국 자동차부품의 품목별 수출 실적을 살펴보면 다음 <표2-14>과 같이 로드휠과 부분품이 294,616(천만 달러)로 2005년 보다 14.4% 증가하였으며, 클러치와 부분품이 128,086(천만 달러)로 2005년보다 24.8% 증가하였고, 내연기관의 시동용, 점화용 전기기의 부분품이 130,806(천만 달러)로 2005년보다 20.8% 크게 증가하였다. 한국 자동차부품의 품목별 수입 실적을 살펴보면 다음 <표 2-15>과 같다. 즉, 수입 실적이 가장 많은 부품은 엔진부품으로 2006년 378,569(천만 달러)를 차지했다.

<표2-14> 한국 자동차부품 주요 품목별 수출 실적(MTI Code 기준)

순서	H.S NO.	품목	2005	2006	증감률(%)
1	7320 10 1000	접판 스프링	1,172	787	-32.8
2	7320 20 1000	코일 스프링(자동차용)	94	1,679	1686.2
3	8409 99 2000	엔진부품(Diesel)	40,738	51,318	26.0
4	8413 30 4000	내연기관 펌프(Fuel Pump)	42,605	61,018	43.2
5	8421 23 1000	액체여과기(Fuel Filter)	41,145	40,851	-0.7
6	8421 31 1000	공기여과기(Air Filter)	31,716	33,905	6.9
7	8511 10 9000	점화플러그(Spark Plug)	193	118	-38.9
8	8511 30 9000	배전기와 점화코일	5,814	5,001	14.0
9	8511 40 9000	시동전동기(Start Motor)	84,689	41,881	-50.5
10	8511 50 9000	발전기	9,618	18,211	89.3
11	8511 90 9000	내연기관의 시동용, 점화용 전기기의 부분품	108,216	130,806	20.9
12	8512 90 0000	조명용 또는 신호용 기기 부분품	70,632	96,413	36.5
13	8706 00 2000	엔진을 갖춘 샤회 (10인 이상 승합차)	65,501	37,054	-43.4
14	8708 40 0000	변속기(Gear Box)	119,947	91,084	-23.5
15	8708 70 0000	로드휠 및 부분품	257,485	294,616	14.4
16	8708 80 0000	속압 쇼바	34,092	34,140	0.1
17	8708 91 0000	방열기(Radiator)	22,730	28,705	26.3
18	8708 92 0000	소음기와 배기관	74,736	85,550	14.5
19	8708 93 0000	클러치와 부분품	102,635	128,086	24.8
20	8708 99 1030	승용자동차 샤회	8,398	6,314	-24.8

자료 : 한국무역협회 KOTIS 자료 참조.

<표2-15> 한국 자동차부품 주요 품목별 수입 실적(MTI Code 기준)

순서	H.S NO.	품목	2005	2006	증감률(%)
1	7320 10 1000	접판 스프링	3,249	4,351	33.9
2	7320 20 1000	코일 스프링(자동차용)	5,024	6,419	27.8
3	8409 99 2000	엔진부품(Diesel)	359,494	378,569	5.3
4	8413 30 4000	내연기관 펌프 (Fuel Pump)	228,951	213,678	-6.7
5	8421 23 1000	액체여과기(Fuel Filter)	16,830	14,181	-15.7
6	8421 31 1000	공기여과기(Air Filter)	1,359	1,841	35.5
7	8511 10 9000	점화플러그(Spark Plug)	6,383	9,917	55.4
8	8511 30 9000	배전기와 점화코일	5,075	5,740	13.1
9	8511 40 9000	시동전동기(Start Motor)	6,767	7,087	4.7
10	8511 50 9000	발전기	9,854	3,672	-62.7
11	8511 90 9000	내연기관의 시동용, 점화용 전기기의 부분품	3,039	2,123	-30.1
12	8512 90 0000	조명용 또는 신호용 기기 부분품	18,347	27,245	48.5
13	8708 40 0000	변속기(Gear Box)	714,512	778,889	9.0
14	8708 70 0000	로드휠 및 부분품	32,810	47,207	43.9
15	8708 80 0000	속압 쇼바	9,192	9,203	0.1
16	8708 91 0000	방열기(Radiator)	12,152	19,251	58.4
17	8708 92 0000	소음기와 배기관	5,718	10,004	75.0
18	8708 93 0000	클러치와 부분품	48,224	59,626	23.6
19	8708 99 1030	승용자동차 샤시	5,784	7,790	34.7

자료 : 한국무역협회 KOTIS 자료 참조.

다음으로 국내 자동차부품의 OEM 업체를 살펴보면 <표2-16>와 같다.

<표2-16> 주요 해외 OEM 납품업체

업체 명	주요 수출품목	해외바이어
(주) 금아 슈미트	Power Steering Hose	- TRW(영국, 스페인) - Isuzu(미국) - Robert Bosch(호주)
(주) 광진상공	Window Regulator	- GM(미국) - Lear(미국) - GM Holden(호주)
남양공업(주)	Steering Column	- D-Chrysler(미국)
(주)태화연료	Fuel Pump	- Mercury Marine F/M(미국)
덴소풍성(주)	Start Motor	- Visteon(미국)
(주) 동보	Diff. Case, Water Pump Hub	- Eaton(미국) - Tesma(캐나다)
동서공업(주)	Piston	- Mazda, Isuzu(일본)
동양피스톤(주)	Piston	- GEMA(미국) - Isuzu(일본) - Ford Europe(영국) - D-Max(GM, 미국)
(주) 만도	Brake System Steering System Suspension System	- GM, D-Chrysler(미국) - Ford(스페인)
(주) 인팩	Control Cable Solenoid Valve	- Mazda, Honda(일본) - TRW(미국) - ArvinMeritor(호주)
(주) 센트랄	Steering Parts	- GM(미국)
신창전기(주)	Combi. Switch	- Delphi(미국) - Renault(프랑스) - GM-Holden(호주)
(주) 에이스 제이엠	Flexible Bellows	- Ford(미국) - Opel, VW(독일) - Peugeot(프랑스) - Fiat(이탈리아) - Toyota, Mitsubishi(일본) - Nissan(미국, 스페인)
한라공조(주)	Air Conditioning System Compressor, Radiator	- Ford, GM, D-Chrysler(미국) - Mazda(일본)
현대모비스(주)	Engine Parts Chassis Module Intake Manifold	- D-Chrysler, Budd(미국) - MG Rover(영국) - MMAL(호주) - Nissan, Daihatsu(일본)

자료 : 자동차공업협동조합 부품산업 현황보고 참조.

## 제3장 해외직접투자에 대한 현황

### 제1절 해외직접투자에 대한 이해

#### 1. 해외직접투자의 정의

해외직접투자란 피 투자기업의 경영에 직접 참가함을 목적으로 자본, 경영능력, 기술, 상표 등의 생산요소를 복합적으로 해외에 이전시키는 기업 활동을 말한다.<sup>15)</sup>

해외직접투자는 경우에 따라서 자본이동이 수반되지 않을 수도 있다. 본국인 투자국 자본의 외국으로의 이동 없이 외국의 현지 금융시장에서 자금을 차입함으로써 외국기업의 통제권을 획득할 수 있으며 특히 특허권, 기술, 기계 등과 같은 비 화폐적인 실물자산으로도 투자할 수 있기 때문이다. 따라서 해외직접투자는 엄밀하게 보아 국제적인 자본이동이라기 보다는 해외에 생산시설 및 자산에 자금을 이전, 투하시킬 수 있는 국제기업의 자본 및 금융에 관한 능력이라고 정의할 수 있다.<sup>16)</sup>

세계 각국의 해외직접투자는 '80년대 연평균 600억 달러에 불과하던 것이 '80년대 후반 이래 선진국 상호간의 활발한 직접투자에 힘입어 세계무역의 신장을 상회하는 속도로 확대되었다. 1990년의 대외직접투자는 1조 3,307억 달러, 1995년 3,150억 달러로 증가하면서 세계경제성장의 중요한 원동력이 되고 있다.

이처럼 활발한 국제투자는 범세계적인 차원에서 기업경영의 효율성을 추구하는 전략에 따른 것이면서 동시에 점점 심해지고 있는 기업 간의 경쟁에서 살아남기 위한 불가피한 선택이기도 하다. 또한 세계 각국 정부는 무역 및 투자자유화 정책을 통해 이를 결정적으로 뒷받침하고 있다.

세계의 해외직접투자의 배경은 '80년대 중반에서 후반에 걸쳐 세계적인 호경기와 달러화의 하락, 부동산 투자와 M&A붐, 기업의 글로벌화 등 다양한 요인에 기인하였다. 그러나 '90년대에 들어와서 해외 직접투자가 둔화된 배경으로

15) 조동성, 《21세기를 위한 국제경영》 서울, 경문사, 1997. p. 23.

16) 어운대, 《국제경영》 서울, 학현사, 1996, p. 241.

는 '90년대 후반부터 세계 경제의 침체, M&A 붐의 종식, 기업의 유동성 압박, 중동지역의 위기 발생에 따른 투자환경의 악화 등을 들 수 있다.

우리나라 기업의 해외직접투자 규모는 한국수출입은행 해외투자통계에 따르면 투자금액을 기준으로 2000년도 55억 7천만원, 2001년 53억 7천만원, 2002년 39억 3천만원, 2003년 41억 3천만원, 2004년 61억 1천만원, 2005년 68억 5천만원을 기록하였고, 2006년에는 처음으로 100억 달러를 넘어 111억 9천만원, 2007년 9월말 기준으로 109억 6천만원을 기록하고 있어 2년 연속 100억 달러 이상을 해외직접투자 할 것으로 예상되고 있다.

## 2. 해외직접투자의 동기

해외직접투자는 어느 한 가지 이유만으로 이루어지기 보다는 여러 동기들이 복합적으로 결합되어 행해진다.<sup>17)</sup> 즉, 해외직접투자는 국제경제학적 측면에서는 국가 간 한계 수익률의 차이에 의해 한계 수익률이 낮은 국가에서 높은 국가로 발생한다고 보는 것이 일반적인 견해이다.<sup>18)</sup>

그러나 개별기업의 입장에서 보면 해외직접투자는 각 기업의 보다 구체적인 동기와 목적에 따라서 행하여지고 있다. 이와 같은 동기와 목적은 투자국 내의 기업환경, 당해 기업의 경영전략, 피 투자국의 투자환경에 따라 변화하며, 이러한 제반 동기와 목적이 복합적으로 작용한 결과로 투자가 이루어지게 된다. 개별 기업의 입장에서 해외직접투자가 이루어지는 동기는 크게 전략적 동기, 행동적 동기, 경제적 동기, 재무적 동기로 나눌 수 있다.<sup>19)</sup>

### (1) 전략적 동기

해외직접투자를 수행하는데 있어 전략적 동기에 의해 해외직접투자를 하는 동기를 분류하면 다음과 같다.<sup>20)</sup>

---

17) David, K. Eiteman & Arthur, I. Stonehill, *Multinational Business Finance*, 4th ed. Addison Wely Publishing Co. 1986, pp. 246-269.

18) K. Kojima, *International Trade and Foreign Investment, Substitute or Complements*, Hitotsubashi Journal of Economics, 1975, p. 6.

19) 김시경, 《국제기업경영론》 서울, 삼영사, 2004, pp. 185-188.



첫째, 시장 추구형(market seeker)이다. 기업은 기존의 시장을 유지하는 가운데 해외에 진출하여 해외에서 생산을 하여 현지국 수요를 충족시키고 나아가서는 새로운 해외시장을 개척하여 시장을 확보하기 위해 해외직접투자를 하게 된다. 이는 기존 시장에서 무역 규제가 심할 경우, 기존 수출시장을 방어하기 위하여 해당 국가에 직접 투자하거나 또는 우회 수출기지를 확보할 목적으로 제 3국에 투자하는 방어적 시장 추구형과 신시장을 확보할 목적으로 해외직접투자를 수행하는 공격적 시장 추구형이 있다.

둘째, 생산효율지향형(production efficiency seekers)이다. 생산의 효율성을 지향하기 위하여 해외직접투자를 하게 된다. 생산성에 비하여 생산요소 가격이 상대적으로 저렴한 경우 주로 노동집약적 산업에서 이러한 동기로 투자가 이루어진다. 예를 들어 우리나라의 전자 기업들이 임금이 저렴하고 풍부한 양질의 노동력을 보유한 동남아, 중남미 등 현지에 전자제품 조립라인 공장을 건설하는 것이 좋은 예라 할 수 있다.

셋째, 자원이향형(resource seekers)이다. 해외자원의 추구를 위해 직접투자를 하는 경우이다. 원자재를 많이 활용하는 기업들은 생산요소 가격이 상대적으로 저렴한 국가에 해외직접투자를 하여 원자재를 확보하여 사용하거나 혹은 타 기업에 판매하기 위해 해외직접투자를 하게 된다.

넷째, 지식 추구형(knowledge seekers)이다. 기술/경영 노하우의 습득을 위해 해외직접투자를 하는 경우이다. 기업은 고도의 첨단기술이나 선진 경영기법을 습득하기 용이한 지역으로 진출한다. 우리나라의 하이닉스, 삼성전자, LG전자 등이 미국의 실리콘 벨리에 현지법인을 설립하였던 것도 바로 이러한 동기에 의한 것이다.

다섯째, 정치적 안정성 추구형(political stability seekers)이다. 투자지역에서의 정치, 경제적 위험이 없는 국가나 지역으로 진출하려는 것으로 이러한 위험이 높은 곳에 진출하여 투자를 할 경우 수용 및 몰수의 위험이 높아 기업의 목표를 달성할 수 없기 때문에 현지의 위험도가 낮고 수익성이 높은 지역으로 진출하려는 것이다.

여섯째, 선도 기업 추종형(follow the leader)이다. 과점적 시장구조 하에서 한

---

20) 이장로, 《국제마케팅론》 서울, 무역경영사, 1994, pp. 232-233.

경쟁자가 해외직접투자를 수행하면 다른 경쟁자가 뒤따라 투자하는 것을 말한다. 그렇지 않으면 경쟁기업에 뒤처지기 때문이다.

일곱째, 고객 추종형(follow the customer)이다. 부품업체가 제조업체의 수요를 채워주기 위하여 동반 진출을 하거나 혹은 금융, 보험, 운송업 등 서비스업에서 자국기업에 서비스를 제공하기 위하여 자국기업이 많이 진출해 있는 국가에 해외직접투자를 행하는 경우를 말한다.

## (2) 행동적 동기

기업의 해외직접투자는 외부환경 또는 조직 내부에서 최고경영층의 의지, 조직구성원이나 그룹에 대한 공약 등의 이유에서 이루어지기도 한다. 이와 같은 행동적 동기를 유발하는 외적 자극원인에 대해 Aharoni(1966)<sup>21)</sup>는 주요 요인과 부차적 요인으로 구분하여 설명하고 있다.

주요 요인으로는 첫째, 외국정부, 자사제품의 해외대리점 및 고객 등의 권유에 의해 해외직접투자가 이루어지기도 한다.

둘째, 자사제품의 판매시장 상실에 대한 우려로 판매시장을 개척하기 위해 해외직접투자가 이루어지기도 한다.

셋째, 경쟁기업의 해외진출이다. 경쟁기업이 해외로 진출하여 기업의 경쟁력을 향상시키게 되면 자사의 입지가 크게 위협받기 때문에 함께 해외직접투자를 하게 된다.

넷째, 국내시장에서의 외국기업과 경쟁이다. 국내시장에서 외국기업과 치열한 경쟁이 예상될 경우 이에 대한 전략으로 해외직접투자를 결정하기도 한다.

다음으로 부차적 요인으로는 첫째 생산요소 및 개발제품의 시장창조, 둘째 노후화된 기계 등의 생산설비의 재이용, 셋째 연구개발 및 기타 고정비의 분산, 넷째 피 투자국과 무역관계협정을 맺고 있는 제3국 시장에서의 우회진출로 분류하고 있다.

따라서 해외직접투자를 행동적 동기측면에서 볼 때 어떤 외부적 동기나 기회가 주어졌을 때 기존의 관행이나 원칙에 벗어난 새로운 의사결정으로 이루어지

---

21) Y. Aharoni, The Foreign Direct Investment Decision Process, MA ; Harvard University, 1966, p. 248.

고 있다는 것을 알 수 있다.

### (3) 경제적 동기

해외직접투자에 있어 경제적 동기는 국제기업이 이윤을 추구하는 과정을 경제적 관점에서 고려한 것으로서 해외직접투자는 각국의 실물자산, 생산요소, 금융 등 국내시장이 불완전 상태에 있기 때문에 이루어지고 있다.

일반적으로 불완전한 실물자산 시장은 정부의 국내시장보호정책이나 과점기업들의 경쟁 때문에 형성된다. 이러한 불완전한 실물자산시장에도 충분한 잠재수요만 있으면 국제기업이 진출하여 해외투자는 이루어지는데 그 이유는 규모의 경제, 전문적 경영관리기법, 제품 및 생산요소시장에 대한 충분한 지식, 전문적 기술, 충분한 자금공급능력 등과 같은 여러 요소를 보유하고 있기 때문이다.

특히 규모의 경제는 생산·마케팅·재무·운송·구매 등 전 분야에 걸쳐 독점적 우위의 폭을 확대시키며, 이러한 우위를 가진 기업은 해외직접투자를 통하여 그 우위를 실현시킬 수 있다.<sup>22)</sup>

### (4) 재무적 동기

해외직접투자는 주주의 부를 극대화시키기 위한 재무적 동기에 의해서도 이루어지고 있다. 왜냐하면 기업가치의 극대화를 위한 일환으로서 해외직접투자가 중요한 대안이 되기 때문이다. 기업이 국제시장 포트폴리오를 구성할 경우 위험분산효과는 물론 거대 이윤의 창출에 있어 국내 보다 해외직접투자가 훨씬 크기 때문이다.<sup>23)</sup>

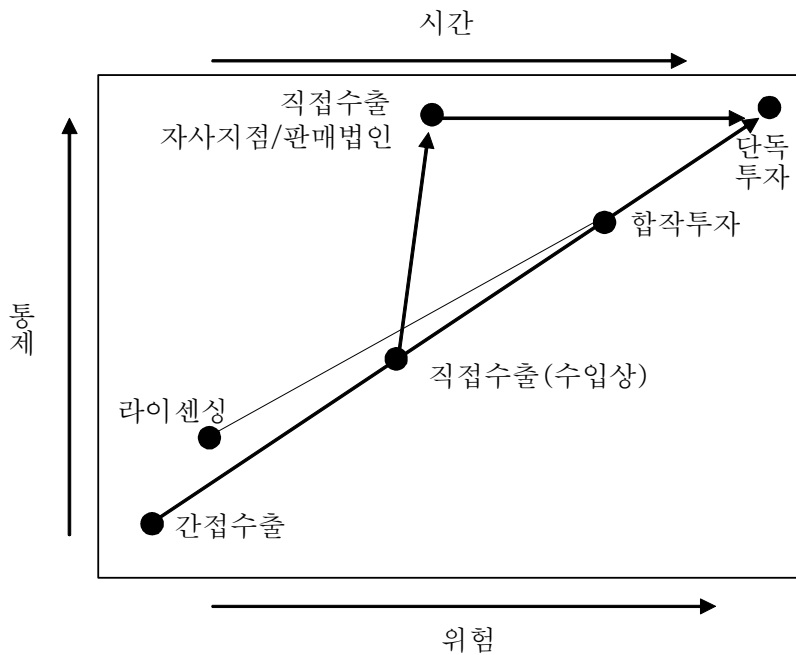
---

22) S. Lall, & P. Streeten., Foreign Investment, Transnational and Developing Countries, *The Macmillan Press*, 1977, pp. 16-28.

23) D. K. Eiteman & A. I. Stonehill, *Multinational Business Finance* 4th ed. Addison-Wiley Publishing Co. 1986, pp. 246-269.

### 3. 해외직접투자 형태

해외 자회사에 대한 소유형태는 기업의 경영전략이나 현지국의 정책에 따라 크게 달라진다. 즉 해외 자회사는 하나의 독립된 경영 단위라기보다는 다국적기업의 전체 시스템 중 경영전략의 일부만을 담당하는 데 지나지 않기 때문에 해외진출 시 소유형태는 기업이 추구하고자 하는 경영전략에 따라 달라질 수 있다.<sup>24)</sup> 해외진입방법 결정의 진화과정을 정리해 보면 다음 <그림3-1>과 같다.<sup>25)</sup>



<그림 3-1> 제조업체의 해외진입방법 결정의 진화 과정

해외시장 진입방법은 크게 보면 수출(exporting), 라이센싱(licensing), 해외직접투자(direct investment)로 나누어 볼 수 있다. 유형별 개입도와 위험 및 이익

24) J. M. Stopford and L. T. Wells, Jr, *Managing the Multinational Enterprise*, Basic Books, 1972, p. 108.

25) R. Franklin, *Entry Strategies for International Markets*, Lexington Books, 1994, p. 39.

은 수출 → 라이선싱 → 해외직접투자의 순으로 높아진다. 일반적으로 대부분의 기업들은 국내지향에서 수출을 통해 해외지향적인 기업으로 발전하고 또 다시 현지법인 등을 통해 현지지향적인 기업으로 발전하여 국제화 과정을 거치는 것으로 나타났다.<sup>26)</sup>

기업은 해외시장에서 경쟁할 수 있을 정도의 자신감이 축적되면 통제와 위험 회피간의 상반관계 속에서 통제 쪽을 점차 선호하는 방향으로 이동하게 된다. 따라서 통제의 범위는 작지만 위험 부담이 거의 없는 간접수출로부터 시작하여 위험수준이 가장 높지만 통제범위 역시 가장 큰 단독투자(WOS : wholly owned subsidiary) 형태의 해외직접투자로 진입방법을 점차 변경해 나간다. 경험이 축적되면 해외시장에서의 자원투입과 개입수준을 점진적으로 높여 나간다. 기업의 해외 진입방법의 유형별 특성<sup>27)</sup>을 정리해 보면 다음 <표3-1>과 같다.

<표3-1> 해외시장 진입방법의 유형

유형분류 기준		유형	구체적 예
본국 혹은 제3국 생산 후 완제품 수출		수출(export)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 간접수출(indirect export)</li> <li>• 직접수출(direct export)</li> </ul>
생산요소의 이전 후 현지 생산	생산요소의 일부이전	계약방식 (contractual mode)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 라이선싱(licensing)</li> <li>• 프랜차이즈(franchising)</li> <li>• 계약생산(contract manufacturing)</li> <li>• 관리계약(management contracts)</li> <li>• 턴키계약(turnkey contracts)</li> <li>• BOT방식(build, operate, transfer)</li> </ul>
	생산요소의 복합 이전	해외직접투자 (foreign direct investment)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 단독투자(sole venture)와 합작투자(joint venture)</li> <li>• 신설(greenfield investment)과 인수/합병(merger/acquisition)</li> </ul>

먼저 해외시장 진입방법을 보면 본국 혹은 제3국 생산 후 완제품 수출 방식

26) 조동성, 《국제마케팅》 서울, 경문사, 1988, p. 26.

27) 전용욱 · 김주현 · 윤동진, 《국제경영》 서울, 문영사, 2003, p. 74.

과 생산요소의 이전 후 현지 생산 방식이 있다. 수출에는 간접수출과 직접수출, 계약방식에는 라이선싱, 프랜차이징, 계약생산, 관리계약, 턴키계약, BOT방식 등이 있으며 해외직접투자에는 단독투자와 합작투자, 신설과 인수·합병 등의 방식이 있다.

해외시장의 유형별 속성을 정리해 보면 다음 <표3-2>와 같다. 즉, 수출방식은 자원소요가 낮고, 위험이 낮으며, 수익이 적은 편이며, 통제 가능성도 낮다. 단독투자는 자원의 소요가 많고, 위험도 높으며, 대신 수익은 큰 편이며 통제 가능성도 높다. 합작투자는 자원 소요면에서는 비교적 낮고, 위험은 지분과 수익에 따라 다르며 통제 가능성은 합작 비율에 따라 비례한다. 라이선싱은 자원소요는 낮고, 위험도 낮으며, 수익도 적은 편이며 통제 가능성이 낮다.

<표3-2> 해외시장 유형별 속성 비교

구분	자원소요	위험	수익	통제 가능성
수출	낮다	낮다	작다	낮다
단독투자	높다	높다	크다	높다
합작투자	비교적 낮다	지분 비례	지분 비례	지분 비례
라이선싱	낮다	낮다	작다	최소

해외진입 유형 중에서 해외직접투자를 통한 해외시장 진출의 유형에 대해 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.<sup>28)</sup>

### (1) 단독투자

단독투자(WOS)는 제품이나 기술에 대해 모기업의 강력한 통제를 요하는 경우에 행해지는 투자 형태로 일반적으로 의결권을 갖는 해외 자회사 주식의 95% 이상을 모기업이 소유하는 형태로 해외에 진출하는 경우를 말한다.

28) 어윤소·정한경, 《다국적기업경영론》 서울, 형설출판사, 2003, pp. 216-220.

일반적으로 단독투자는 기업이 강력한 독점적 우위를 소유하고 있거나, 제품이나 기술에 대해 본사의 강력한 통제가 필요한 경우 그리고 제품 생산과정에서 모기업이 자회사에게 원자재를 공급한다든지 또는 그 반대의 관계가 성립하는 경우에 주로 선호된다.

기업이 단독투자로 해외에 자회사를 설립하는 방법에는 현지의 기존기업을 인수·합병(M&A : merger and acquisition)하는 방법과 새로운 기업을 신설(greenfield)하는 두 가지 방법이 있다.

### 1) 인수·합병

최근 모든 산업 부문에 걸쳐서 기존 기업의 인수·합병에 대한 관심이 점차 증대되고 있다. 여기서 인수(acquisition)란 한 기업이 다른 기업의 주식이나 자산 등을 매입하여 경영권을 장악하는 것을 말하며, 합병(merger)이란 둘 이상의 독립된 기업들이 통합되어 단일 기업이 되는 형태를 말한다.

인수·합병은 결합 형태에 따라 동일 산업 내에서 생산단계가 다른 기업과의 결합을 말하는 수직적 인수·합병(vertical M&A), 동일 산업 내에서 생산단계가 같은 기업과의 결합을 말하는 수평적 인수·합병(horizontal M&A), 다른 산업에 있는 기업 간의 결합을 말하는 복합적 인수·합병(conglomerate M&A) 등이 있다.

법적 형식에 따라 두 개 이상의 기업이 합병을 한 후 새로운 기업으로 설립되는 신설합병(consolidation), 당해 기업들 가운데 한 기업이 다른 기업을 흡수하는 흡수합병(merger)이 있다. 또한 자산의 취득을 통해 합병하는 자산합병, 주식의 취득을 통해 합병하는 주식합병이 있다.

피 매수기업의 대응태도에 따라서 우호적 인수·합병(friendly M&A), 적대적 인수·합병(hostile M&A), 그리고 중립적 인수·합병(neutral M&A) 등으로 구분할 수 있다.

어떤 형태로 인수·합병이 이루어지든지 간에 기존 기업을 인수하여 해외시장에 진출하는 동기는 대개 현지기업이 보유하고 있는 특정 자산의 취득과 여기서 얻어지는 시너지 효과를 통한 기업 가치의 극대화, 사업의 다각화 또는 지역적 다각화를 통해 이익기회 확대와 위험을 분산하는 데 있다.

## 2) 신설

신설에 의한 해외진출은 기업이 예전에 없었던 시설을 현지에 새롭게 설립하여 진출하는 방식을 말한다.

신설의 장점으로는 기업이 직접 해외시장 개입의 규모와 생산시설을 통제할 수 있기 때문에 비용이 적게 소요되고, 피 매수기업의 문제점까지 떠맡게 되는 위험이 없으며 최신의 생산기술 및 경영기법을 활용할 수 있으며, 진출기업 자신이 가장 저렴한 입지를 선택할 수 있다.

신설의 단점으로는 신규투자비용이 많이 소요될 수 있다. 또한 새로운 사업기반을 구축해야 하며, 시간이 지연될 수 있다.

### (2) 합작투자

합작투자는 2개국 또는 그 이상의 국가에 소속된 기업체, 개인, 정부기관, 또는 정부 소유 기업이 현지 합작법인을 설립하여 기업체의 운영에 공동으로 참여하는 방식으로 전체 참여자가 공동으로 소유권을 갖는 것이다. 여기서 공동소유의 대상은 주식자본이나 채무뿐만 아니라 무형의 고정자산(특허권, 의장권, 상표권, 영업권), 경영노하우, 기술노하우, 유형의 고정자산(기계, 설비, 토지) 등 어떤 것이라도 가능하다.<sup>29)</sup>

합작투자는 합작에 참여하는 기업들이 소유권과 기업의 경영을 분담하며, 자본 및 기술 등 상대방 기업이 소유하고 있는 강점을 이용하고 위험을 분담할 수 있다는 점에서 상호이익적인 해외투자방식이다. 따라서 합작투자는 단독투자에 비해 자회사에 대한 통제보다는 현지 파트너의 공헌이 필요한 경우에 주로 이용된다.

합작투자의 장점으로는 첫째, 상대적으로 적은 자본과 경영자원으로 큰 위험 부담 없이 참여할 수 있다. 둘째, 현지국의 낮은 환경에 신속히 적응할 수 있고 정치적 위험도 줄어든다. 셋째, 현지국의 시설과 자본, 자원을 적극적으로 활용

---

29) 최백렬, 《해외투자론》 서울, 도서출판 대경, 2002, p. 37.



할 수 있다. 특히 경영활동을 공동으로 수행하여 규모의 경제나 경험효과를 얻을 수 있다. 넷째, 단독투자를 금지하는 경우 대안이 될 수 있다. 다섯째, 현지 파트너와의 합작기업은 현지기업으로 인식되므로 현지국 국민의 호감을 받을 수 있다. 여섯째, 제3국 파트너와 합작으로 현지국 정부에 대한 협상력을 증대시킬 수 있다.

반면 합작투자의 단점으로는 첫째, 합작 파트너와 이익을 나누어야 하는 등 서로 다른 국적을 가진 합작선 간의 이해상충 요인이 항상 존재한다. 둘째, 경영통제권의 약화는 물론 기술과 노하우 등이 기업 외부로 흘러나갈 수 있다. 더구나 합작 파트너가 미래의 경쟁자로 성장하는 부메랑 효과의 가능성도 있다. 셋째, 마케팅계획, 배당금 지급, 소득의 재투자, 제3국에 대한 수출, 원료와 부품의 조달원, 이전가격, 경영자 선임 및 보수, 규모의 확장 등과 같은 핵심적인 경영관리 분야에 대해 합작 파트너와의 이해관계가 상충되는 경우가 많아 관리의 어려움이 따르고 기업의 정책 및 전략의 방향이 명확하지 않다.

#### 4. 해외직접투자 절차

해외직접투자는 투자대상기업의 경영에 직접 참가함을 목적으로 유형의 경영자원인 자본 및 인력뿐만 아니라 무형의 경영자원인 경영관리상의 경험과 지식, 노하우, 기술 등의 생산요소를 복합적으로 해외에 이전시키는 기업 활동을 말한다. 해외직접투자를 위한 절차를 살펴보면 다음과 같다.<sup>30)</sup>

##### (1) 1단계 : 해외사업의 구상 및 관련 정보

사업목적 또는 진출동기를 구체화하고, 진출대상국 및 업종의 선정에 위한 기초자료를 수집 및 분석하여 대상국 및 업종을 선정한다. 또한 투자형태(단독, 합작, 합자)와 투자방법(출자, 대부) 등을 결정한다. 이 단계에서는 투자환경조사와 투자사업의 타당성을 검토하게 된다.

---

30) 한국수출입은행 홈페이지(<http://www.koreaexim.go.kr>), 해외투자정보  
- 해외직접투자제도

## **(2) 2단계 : 사업계획서 및 관련 계약서의 입안**

자금의 소요 및 조달, 설비투자, 생산 및 판매, 인력수급방법, 투자자금 회수 및 차입금 상환계획, 합작투자계약서, 대부계약서, 현지법인의 정관 등을 입안하게 된다.

## **(3) 3단계 : 관련 기관과의 사전협의**

진출하고자 하는 나라의 외국환은행 본점, 외국은행 대표지점, 각국의 외국인투자 유관기관 등 투자 신고수리와 관련하여 사전에 협의를 한다. 또한 필요시에는 해외투자금융 지원요청, 해외투자보험 청약상담, 현지금융 또는 제3국 금융 지원에 대한 협의를 한다.

## **(4) 4단계 : 투자의향서 합의 및 관련 기관에의 지원요청**

합작투자의 경우 합작투자의향서 작성 및 합의, 단독투자의 경우에는 현지 외국인투자 허가당국의 투자허가의향서 취득, 해외투자 자금 대출이 필요시에는 외국환은행본점, 외국은행대표지점과 용자를 상담하고 관련기관의 추천서 등을 취득한다.

## **(5) 5단계 : 본 계약 체결 및 각종 인허가 취득**

본 계약 등 관계 계약서를 체결한다. 필요시 현지정부의 외국인투자허가를 취득하고, 해외직접투자 신고수리, 해외투자자금 대출승인, 해외투자보험의 청약을 한국수출보험공사에 한다.

## **(6) 6단계 : 현지법인 설립 및 사업개시**

투자자금을 송금하고 현지법인을 설립(주식 및 대부채권 취득)하여 사업을 개시(현지 공장건설 및 시험생산)한다.

## (7) 7단계 : 사업운영 및 투자과실 회수

사업을 운영하며 배당 및 대출 원리금 상환에 의한 투자과실 회수, 신고수리 기관 앞으로 해외직접투자 사후관리 보고서를 제출한다.

## (8) 협지법인의 청산

투자사업의 철수 및 잔여재산의 본국으로 송금하고 즉시 신고수리기관 앞으로 청산보고를 한다.

## 5. 해외직접투자의 영향

최근 우리나라 기업의 해외직접투자가 크게 증가하고 있다. 해외직접투자가 투자국 및 피투자국의 경제에서 점유하는 비중이 높아지면서 각국의 국민경제 단위에 있어서 실시되는 경제정책에도 많은 영향을 미치게 된다.

해외직접투자는 자본, 기술, 경영관리능력 등의 생산요소를 해외로 이전시켜 활동함으로써 투자국과 피투자국의 정치, 경제, 사회 등 제반 분야에 걸쳐 다양한 영향을 미치게 되는데 투자국에 미치는 긍정적 영향과 부정적 영향, 피투자국에 미치는 긍정적 영향과 부정적 영향에 대해 살펴보면 다음과 같다.<sup>31)</sup>

### (1) 투자국에 미치는 영향

해외직접투자로 인하여 투자국에 미치는 영향으로는 긍정적인 영향과 부정적인 영향으로 나누어 살펴볼 수 있다.

#### 1) 긍정적인 영향

첫째, 기업의 수익성 향상과 성장을 촉진하게 된다. 수출보완적인 성격이 강

---

31) 김희철, 《글로벌시대의 국제경영》 서울, 학문사, 1999, pp. 268-272.

한 국가의 해외직접투자는 현지생산에 필요한 기계, 설비, 원재료, 부품 등의 공급으로 수출과 해외직접투자의 상관관계가 높고, 해외직접투자의 증가에 따라 수출도 증가하는 결과가 초래되고 있다. 또한 기업의 성장이 해외직접투자를 가능하게 하고 이러한 해외직접투자가 기업성장을 촉진하게 된다.

둘째, 특정 생산요소를 확보할 수 있다. 자국 기업의 해외직접투자는 투자국에서 획득하기 곤란한 천연자원이나 저렴한 노동력 등과 같은 각종 생산요소를 확보할 수 있는 기회를 준다. 그러므로 이러한 특정 생산요소에 대한 확보를 목적으로 하는 자원 확보형 해외직접투자나 생산효율 확보형 해외직접투자가 수행되고 있다.

셋째, 특정 시장을 확보할 수 있다. 해외직접투자는 해외 현지에 생산 공장을 설치하여 제품을 생산하고 판매함으로써 특정 현지시장을 확보할 수 있는 긍정적인 효과를 가지고 있다. 이러한 시장 확보에는 제품시장, 기술시장, 자본시장의 세 가지로 분류할 수 있다.

먼저 제품시장의 확보는 완제품, 원료, 중간재 및 시설재 등의 측면에서 수출 증대효과를, 기술시장의 확보는 로얄티의 취득효과를 자본시장의 진출과 확보는 외자의 활용효과를 유발한다. 이러한 특정한 시장을 확보하기 위한 목적으로 해외직접투자가 이루어지고 있다.

넷째, 국제수지 개선효과가 있다. 해외직접투자가 투자국의 국제수지에 미치는 영향은 단기적 측면과 장기적 측면에서 각각 다르다. 단기적 측면에서 보면 자본의 해외유출과 현지투자기업으로부터의 경쟁제품 수입으로 인해 일시적으로 부정적인 영향이 나타나지만, 장기적 측면으로 시장 확보에 따른 수출증대와 과실송금 등을 통해 투자국의 국제수지에 긍정적인 영향을 미치게 된다.

이와 같이 해외직접투자에 따른 투자국의 국제수지에 긍정적 영향요인으로는 배당, 이자, 지점이익의 수입, 로얄티 수입, 해외직접투자에 따라 유발되는 수출 증가, 자본 환류 등을 들 수 있다.

## 2) 부정적 영향

해외직접투자로 인하여 투자국에 미치는 부정적 영향도 다음과 같이 들 수 있다.

첫째, 고용기회의 상실이다. 투자가 국내에 행해지게 되면 많은 사람들이 고용될 수 있는 고용기회가 외국 노동자에게 부여되어 국내 노동자의 고용기회를 잃게 된다.

둘째, 국제경쟁력 하락의 가능성이다. 기존에 보유하고 있던 기술, 자본을 해외직접투자에 의해 해외 현지로 이전함으로써 이에 대한 국제경쟁력이 상실할 가능성이 있다.

셋째, 현지 생산품의 역수입에 따른 국내산업과의 마찰이 일어날 수 있다. 해외직접투자로 현지 생산품이 투자국으로 대량 역수입되게 되면 동종의 국내 산업과 산업마찰을 야기 시킬 수 있다. 특히 국내에 강력한 판매망을 가진 제조업체가 국내 제품과 동종의 제품을 염가로 현지에서 생산하여 역수입이 되면 직접 경쟁관계를 발생하게 된다.

넷째, 조세수입이 감소하게 된다. 국제기업들이 해외직접투자와 같은 국제경영활동을 수행하면서 현지를 조세피난처로 활용하여 기업의 내부거래를 통한 이전가격을 조작하는 경우 투자국인 본사국의 조세수입이 오히려 감소하는 결과를 초래하게 된다.

## (2) 피투자국에 미치는 영향

해외직접투자는 투자국에와 같이 피투자국에도 긍정적인 영향과 부정적인 영향을 동시에 미치게 된다.<sup>32)</sup>

### 1) 긍정적인 영향

첫째, 해외직접투자로 인하여 경제성장을 촉진하게 된다. 외국기업에 의한 해외직접투자에 따라 외국자본이 유입되어 국내투자가 확대되고, 생산요소로서의 자본이 증대되며, 외국기업의 우수한 경영관리기법과 마케팅노하우, 생산기술 등이 도입됨으로써 생산성 향상에 기여하여 피투자국의 경제성장을 촉진시키게 된다.

---

32) 김희철, 전계서, pp. 272-273.

둘째, 고용증대와 소득향상에 기여한다. 고용기회의 창출은 임금수입에 의한 개인생활의 향상을 가져오고, 국가 전체의 임금수준의 향상, 국민소득의 공평한 분배와 국내시장의 확대를 초래하는 효과가 있다.

셋째, 특정 경영자원의 확보에 기여하게 된다. 외국기업에 의한 해외직접투자는 기술, 자본, 인력 등 풍부한 경영자원을 가지고 있는 다국적기업에 의해 수행되므로 이들의 투자대상국인 피투자국은 이러한 기업들의 해외직접투자가 아니면 획득하기 어려운 부족한 특정자원을 확보할 수 있게 된다.

넷째, 국제수지 개선이 기대된다. 해외직접투자는 단기적인 자금유입뿐만 아니라 장기적으로 수입대체 효과, 수출촉진 효과를 가지고 있어서 지극히 효과적인 협력 형태이다.

다섯째, 기술전파와 국내기업에 대한 자극이 기대된다. 해외직접투자는 생산재나 완제품, 부품의 제공뿐만 아니라 기술, 판매, 경영 및 자금상의 노하우도 제공하는 것이므로 자본, 기술, 경영을 하나로 하는 경제협력 형태이다. 최신 기술과 경영상의 노하우 제공, 개발되는 신기술이 지속적으로 유입되어 해외직접투자의 의의는 크다. 피투자국은 외국기업의 해외직접투자를 통해 이러한 기술을 이전 받을 수 있다.

## 2) 부정적인 영향

첫째, 국가주권의 침해 받을 수 있다. 다국적기업에 관계되는 문제의 대부분은 국가주권과 관계되는 것으로 다국적 기업이 가진 초국가적인 성격과 그 규모의 거대성에 파생하고 있다. 다국적기업은 거대한 활동력과 영향력을 가지고 있기 때문에 일상 업무의 수행과정에서 의식적 또는 무의식적으로 투자국, 피투자국 쌍방의 정치에 영향을 미치고 있다. 특히, 다국적기업은 초국가성을 이용하여 국내정책에 선행하거나 무력한 존재로 만드는데 이러한 것들이 국가주권을 침해할 수 있다.

둘째, 경제종속이 가속화 된다. 외국기업의 해외직접투자는 자주 자본집약적 첨단기술 산업에 집중하는 경향이 있다. 이와 같은 산업은 피투자국의 산업구조의 근대화에 기여할 것이다. 외국기업의 해외직접투자가 피투자국의 주요 산업분야를 지배하는 경향은 국내기업보다 외국기업의 국내경쟁력이 강하고, 외

국기업이 압도적인 우위성이 있는 경우 특히 강하다. 이러한 외국자본의 압박에 대해 피투자국은 투자를 제한하거나, 현지화의 압력을 가하거나, 법률에 의하여 출자비율을 제한함으로써 이에 대처할 수 있다.

셋째, 외국기업의 고이윤과 이익의 과다 송금이다. 외국기업이 국내기업과 동등, 또는 그 이상의 임금을 지불하고 제품을 시장에서 경쟁하여 고이윤을 올리고 있는 경우라면 그것은 우수한 기술, 경영의 대가로 보아야 할 것이다. 외국기업이 투자수익을 본국으로의 송금하는 것에 대해서 피투자국 정부 중에는 국제수지의 부담이 되는 것을 염려하거나 또는 외국기업에 의한 과다한 착취를 방어하기 위해 이익송금을 법률로 제한하고 있는 국가도 있지만 최근에는 수익의 현지 재투자를 요청하는 국가가 많아지고 있는 실정이다.

넷째, 외국기업의 진출에 따른 산업구조의 조정이다. 국내 기업 중에는 외국기업의 진출에 따라 시장을 상실하고 도산하는 기업들이 나타나게 된다. 국익을 고려한다면 비능률적인 국내기업을 보존하는 것보다는 효율적인 외국기업이 대신하는 편이 유리하지만 국민감정의 납득이 필요하다. 외국기업의 국내진출에 따른 국내기업의 타격을 완화하고 그들에게 새로운 길을 열어주기 위한 시간적 여유를 부여하기 위해서 일시적으로 외국기업의 진출을 억제하거나, 또는 산업구조 개선대책의 실시를 촉진하는 것도 필요하다.

## 제2절 해외직접투자 현황

### 1. 연도별 해외직접투자 현황

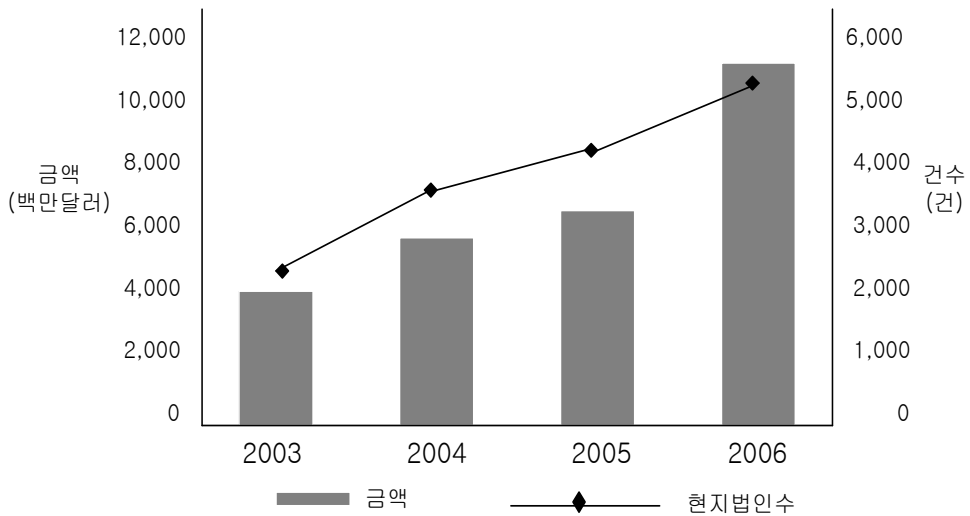
우리나라의 해외투자금액은 1991년 10억 달러, 2000년에 50억 달러를 돌파하였고, 2002년과 2003년에 다소 감소하였으나, 2004년에 60억 달러, 2005년에 65억 달러로 회복세를 보였고, 2006년에 해외직접투자 규모는 5,185건에 107억 3,100만 달러에 달함으로써 불과 15년 만에 10배로 증가하였다.<sup>33)</sup> 해외직접투자

---

33) 김주홍, 「우리나라의 2006년 해외직접투자 동향」, 한국수출입은행 수은해외경제 3월호, 2007, p. 5.

가 빠른 증가는 기업들의 글로벌 경쟁력 확보를 위한 적극적인 해외시장 개척, 고유가로 인한 활발한 자원개발투자, 정부의 해외부동산 투자규제 완화 등으로 인한 부동산업과 건설업 투자 증가 등에 주로 기인한 것으로 분석된다.<sup>34)</sup>

특히 자원 확보를 위한 외 강화, 자원개발 재원확충, 전문 인력양성 등 정부 지원에 힘입어 자원개발 투자가 2006년 1/4분기에 5.9억 달러에서 2/4분기에 2.8억 달러, 3/4분기에는 13.2억 달러, 4/4분기에는 16.4억 달러로 크게 확대되고 있다.<sup>35)</sup> 우리나라 해외직접투자 추이를 보면 다음 <그림3-2>와 같다.



<그림3-2> 해외직접투자 추이(총투자 기준)

우리나라의 연도별 해외 직접투자 현황을 살펴보면 다음 <표3-3>에서와 같이 1980년에 1억6천만 달러 규모의 해외투자가 1990년에는 11억9천만 달러, 2000년에 55억 7천만 달러, 2005년에는 68억 5천만 달러, 2006년에는 111억 1천만 달러로 100억 달러를 돌파하였고, 2007년에도 9월말까지 109억 6천만 달러에 이르고 있다.

34) 상계서, pp. 6-7.

35) 재정경제부 정책홍보관리실, 「'06년 중 해외직접투자 동향 보고서」 참조.



### <표3-3> 연도별 해외투자 현황

(단위 : 천 달러)

연도	신고 법인수	신고금액	투자건수	투자금액
1980	400	273,527	534	167,503
1985	42	219,190	134	119,288
1990	516	2,274,394	1,081	1,153,693
1995	1,574	5,223,847	3,585	3,374,538
2000	2,296	6,114,544	5,483	5,574,463
2001	2,341	6,402,606	6,442	5,377,534
2002	2,765	6,353,473	7,799	3,935,749
2003	3,086	5,943,644	9,012	4,134,263
2004	3,930	8,102,958	12,964	6,114,741
2005	4,576	9,204,816	16,039	6,858,836
2006	5,269	18,549,998	18,672	11,194,245
2007*	4,339	15,096,038	15,262	10,961,397

\* : 2007년은 1-9월말 기준

자료 : 한국수출입은행, 「해외투자통계정보」, 2007. 9.

## 2. 국가별 해외직접투자 동향

우리나라 기업들의 해외직접투자는 베트남에 한국석유공사가 자원개발 투자에 4.1억 달러, 현대자동차는 체코에 대규모 자동차 공장건설 투자에 10억 달러로 투자규모가 크게 확대 되었다. 말레이시아는 부동산개발, 카자흐스탄은 주택건설, 싱가포르는 통신업, 캐나다·나이지리아는 자원개발을 중심으로 증가하였다.

슬로바키아는 기아자동차가, 폴란드는 LG 필립스가 각각 대규모 투자가 이루어졌다. 중국과 미국에 대한 투자도 증가하고 있으나 그 비중은 지속적으로 하락하는 추세에 있다. '04년에 44.6%에서 '05년에는 39.0%로 하락을 하다 '06년에는 24.4%로 크게 하락하였다. 미국의 투자 비중을 살펴보면 '04년에 18.0%에서 '05년에는 15.6%로 하락하였고 '06년에는 11.6%로 축소되었다.

우리나라 기업들의 각국별 해외직접투자 현황을 살펴보면 다음 <표3-4>와

같다.

<표3-4> 투자대상 국가별 해외직접투자

(단위 : 건, 백만 달러)

구 분	2004		2005		2006		누 계 (‘68~’06)	
	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액
아시아	2,840	5,002	3,104	5,313	3,501	10,302	25,719	52,454
중 국	2,242	3,521	2,320	3,522	2,291	4,504	17,837	25,454
인도네시아	51	63	87	131	132	237	974	4,778
홍콩	92	318	70	475	111	1,097	944	4,309
베트남	126	358	181	384	283	1,756	1,143	4,960
인도	29	49	30	50	75	145	279	1,583
싱가포르	17	156	23	134	34	602	254	2,005
필리핀	35	25	53	66	113	187	1,065	1,285
일본	112	319	136	167	185	289	1,172	1,773
태국	48	60	42	71	56	111	475	1,088
말레이시아	19	35	29	32	36	612	425	1,424
기 타	69	98	133	281	185	763	1,151	3,796
북 미	875	1,460	1,132	1,455	1,351	3,048	7,903	23,228
미국	842	1,418	1,101	1,408	1,274	2,149	7,540	20,667
캐나다	33	42	31	46	77	899	363	2,561
E U	79	772	117	698	131	2,703	948	11,902
영국	12	313	22	93	15	131	188	2,787
독일	17	206	17	58	21	51	265	1,497
프랑스	7	40	11	27	8	26	101	667
네덜란드	10	4	11	41	9	254	95	2,972
기 타	33	209	56	479	78	2,242	299	3,979
중남미	29	340	46	490	69	912	799	6,879
멕시코	7	37	10	86	12	114	132	661
브라질	1	23	14	219	14	208	82	1,126
버뮤다	0	0	0	0	1	142	12	1,641
아르헨티나	0	0	0	0	2	45	50	386
페루	0	41	1	114	1	194	24	899
기 타	21	239	21	72	39	210	499	2,166
기타지역	81	220	121	944	159	1,327	1,455	8,316
전 체	3,924	7,900	4,555	9,030	5,250	18,460	37,296	105,883

자료 : 재정경제부 정책홍보관리실, 「'06년 중 해외직접투자 동향」.

### 3. 지역별 해외직접투자 현황

우리나라의 해외투자는 1968년 한국남방개발의 인도네시아 산림개발투자를 시초로 진출한 이래 괄목할 만한 증가를 보여 왔다. 외환위기 당시 주춤했던 해외직접투자가 최근 크게 증가하고 있다. 2002년 37억 달러에서 2005년 67억 달러로 증가하였고, 2006년 해외직접투자는 총투자 기준 107.3억 달러(5,185건) 기록하여 전년 대비 63.6% 증가하였으며, 연간 투자액으로 사상 최초로 100억 달러 및 5,000건을 돌파하였다. 지역별 해외직접투자 동향을 보면 다음 <표3-5>에서와 같이 아시아 60.6억 달러, 북미지역이 21.4억 달러, 유럽지역이 11.9억 달러를 차지하여 이들 3개 대륙이 전체의 87.6%를 차지한 것으로 나타났다. 그러나 전년 대비 투자증가율은 중동이 200.4%, 아프리카 88.9%, 중남미 지역이 71.7% 등 소위 신흥시장이 상대적으로 높았다. 총 투자 건수는 아시아 지역이 67.0%, 북미지역이 25.7% 증가하였으나 기타지역은 소폭 증가에 그쳤다.

<표3-5> 지역별 해외직접투자 동향

(단위 : 억 달러, %)

	2003	2004	2005	2006	(증가율)
아시아 (중 국)	24.2 (16.7)	33.9 (23.0)	39.3 (26.5)	60.6 (33.1)	(54.2) (24.9)
북 미 (미 국)	10.7 (10.5)	13.8 (13.4)	12.8 (12.4)	21.4 (17.5)	(67.2) (41.1)
유 럽	2.2	7.1	6.5	12.0	(84.6)
대양주	0.9	0.8	1.5	2.0	(33.3)
기 타*	2.6	4.3	5.5	11.3	(105.5)
전 체	40.6	59.9	65.6	107.3	(63.6)

\* : 중남미, 중동, 아프리카

자료 : 재정경제부 정책홍보관리실, 상계서.

우리나라 기업들의 2006년도 경제공동체별 해외직접투자 현황을 살펴보면 다음 <표3-6>에서와 같이 ASEAN에 3,965건에 금액으로 8,555,863(천 달러), NAFTA에 7,518 건에 금액으로 18,332,026(천 달러), MERCOSUR에 124건에 702,335(천 달러), EU에 875건에 8,267,998(천 달러), CIS에 377건에 11,530,742(천 달러)로 나타나 NAFTA, ASEAN, EU 순으로 해외직접투자 건수와 금액에서 많은 것으로 나타났다.

<표3-6> 경제공동체별 해외직접투자 현황(2006년도)

(단위 : 건, 천 달러)

구분 경제공동체	총신고		총투자	
	건수	금액	건수	금액
ASEAN	4,603	16,188,349	3,965	8,555,863
NAFTA	8,035	23,888,274	7,518	18,332,026
MERCOSUR	146	1,522,693	124	702,335
EU	948	11,602,081	875	8,267,998
CIS	484	2,305,096	377	1,530,742

\* ASEAN: Brunei, Cambodia, Indonesia, Laos, Malaysia, Philippines, Singapore, Thailand, Vietnam

NAFTA : U.S.A, Canada, Mexico

MERCOSUR : Argentina, Brazil, Paraguay, Uruguay

EU : Austria, Belgium, Denmark, Finland, France, Germany, Greece, Ireland, Italy, Luxembourg, Netherlands, Portugal, Spain, Sweden, U.K., Cyprus, Czech Rep., Estonia, Hungary, Latvia, Lithuania, Malta, Poland, Solovak Rep., Slovenia

CIS : Armenia, Azerbaijan, Belarus, Georgia, Moldova, Russia, Ukraine, Kazakstan, Kyrgyz, Tajikistan, Turkmenistan, Uzbekistan

자료 : 한국수출입은행, 「해외직접투자 통계연보 2006」 .

#### 4. 업종별 해외직접투자 현황

우리나라 해외직접투자 현황 중 업종별 동향을 살펴보면 다음 <표3-7>에 서와 같이 제조업의 해외직접 투자는 중소기업이 16.4% 증가한 반면, 자동차 투자 증가 등으로 인하여 대기업은 123.0%의 큰 증가추세를 보였다.

도·소매업은 미국(7.2억 달러)과 중국(3.1억 달러)이 주요 투자대상국이며, 미국의 경우 삼성전자, 효성 등이 대규모 투자가 이루어졌다. 광업은 자원개발과 관련하여 캐나다(7.7억 달러), 베트남(6.3억 달러), 사이프러스, 마다가스카르, 나이지리아에 주로 투자가 이루어졌다.

건설업, 부동산업 투자는 중소기업을 중심으로 증가하였는데, 주요 투자대상 국가는 부동산업은 말레이시아(5.0억 달러), 홍콩(2.5억 달러), 중국(0.9억 달러)등 이었고, 건설업은 카자흐스탄(3.2억 달러), 베트남(1.8억 달러), 홍콩(1.7억 달러)에 이루어졌다.

<표3-7> 업종별 해외직접투자 현황

(신고기준, 억 달러)

	'04년	'05년	'06년		
				증감율	비중
전 체	79.0	90.3	184.6	104.4%	100.0%
제 조 업	48.8	47.1	76.4	62.3%	41.4%
광 업	3.4	8.8	38.3	332.7%	20.7%
사 업 서비스업	7.6	10.3	17.7	71.6%	9.6%
도 소 매 업	12.3	9.9	15.1	52.2%	8.2%
부 동 산 업	2.4	3.0	12.1	302.7%	6.5%
건 설 업	1.5	3.3	11.9	260.4%	6.4%
운 수 창 고 업	0.3	1.4	5.7	311.8%	3.1%
숙 박 음식점업	1.4	3.6	3.5	△3.8%	1.9%
통 신 업	0.7	2.3	3.2	41.4%	1.7%

자료 : 재정경제부 정책홍보관리실, 전계서.

## 5. 투자주체별 해외직접투자 현황

김주홍(2006)<sup>36</sup>은 우리나라 기업의 해외직접투자 현지법인 경영분석을 위해 기업규모별 해외직접투자 현황을 분석하였는데 그 결과는 다음 <표3-8>과 같다.

대기업의 경우 2003년에 116건에 2,439(백만 달러), 2004년에 170건에 3,586(백만 달러), 2005년에 198건에 3,433(백만 달러), 2006년에 220건, 6,274(백만 달러)로 전기 대비 건수는 11.1%, 금액은 82.8% 각각 증가하였다. 총투자대비 금액 비중은 52.4%에서 58.5%로 상승하였으며, 건수 비중은 4.5%에서 4.2%로 하락하였는데 이는 대기업이 자원개발과 제조업 등 분야에서 대규모 투자를 확대했기 때문이다.

중소기업의 경우 2003년에 1,650건에 1,353(백만 달러), 2004년에 1,693건에 1,929(백만 달러), 2005년에 1,663건에 2,460(백만 달러), 2006년에는 2,005건에 3,472(백만 달러)로 전기 대비 건수는 20.6%, 금액은 41.2% 각각 증가하였다. 중소기업의 투자는 서비스업을 제외한 전 업종에 증가하였으며, 특히 제조업, 건설업, 부동산업이 크게 증가하였다. 지역별로 중동, 중남미, 아프리카를 중심으로 투자가 활발하였다.

---

36) 김주홍, 「우리나라의 2006년 해외직접투자 동향」, 한국수출입은행 수은해외경제, 2007. 3, p. 5.

<표3-8> 투자주체별 해외직접투자 현황

(단위 : 건, 백만 달러, %)

	2003		2004		2005		2006	
	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액
대기업	116	2,439	170	3,586	198	3,433	220	6,274
(비중)	(4.1)	(60.0)	(4.5)	(59.9)	(4.5)	(52.4)	(4.2)	(58.5)
(증감률)	(3.6)	(-0.5)	(46.6)	(47.1)	(16.5)	(-4.3)	(11.1)	(82.8)
중소기업	1,650	1,353	1,693	1,929	1,663	2,460	2,005	3,472
(비중)	(58.7)	(33.3)	(45.0)	(32.2)	(37.9)	(37.5)	(38.7)	(32.4)
(증감률)	(7.7)	(25.4)	(2.6)	(42.5)	(-1.8)	(27.5)	(20.6)	(41.2)
기 타	1,043	270	1,911	474	2,528	66.5	2,960	98.5
(비중)	(37.1)	(6.6)	(50.5)	(7.9)	(57.6)	(10.1)	(57.1)	(9.2)
(증감률)	(23.3)	(60.8)	(82.3)	(75.7)	(33.0)	(40.3)	(17.1)	(48.1)
합계	2,809	4,062	3,764	5,989	4,389	6,557	5,185	10,731
(비중)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)
(증감률)	(12.8)	(9.9)	(34.0)	(47.4)	(16.6)	(9.5)	(18.1)	(63.7)

자료 : 김주홍, 상계서, p. 7.

투자규모별 해외직접투자 동향을 살펴보면 다음 <표3-9>와 같다. 건당 1천만 달러를 초과하는 대규모 투자가 전년 대비 111.3% 증가하였고, 투자비중도 45.3%에서 58.5%로 크게 상승하였다. 1천만 달러 이하 투자도 건수와 금액이 전년대비 증가하였으나 대규모 투자의 증가로 인하여 투자비중은 하락하였다.

<표3-9> 투자규모별 해외직접투자 현황

(단위 : 건, 백만 달러, %)

	2003		2004		2005		2006	
	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액
50만불 이하	2,358	511	3,185	703	3,699	864	4,192	988
(비중)	(83.9)	(12.6)	(84.6)	(11.7)	(84.3)	(13.2)	(80.8)	(9.2)
(증감률)	(12.6)	(21.8)	(35.1)	(37.7)	(16.1)	(22.9)	(13.3)	(14.4)
50만~200만불	339	613	412	792	487	983	694	1,264
(비중)	(12.1)	(15.1)	(10.9)	(13.2)	(11.1)	(15.0)	(13.4)	(11.8)
(증감률)	(14.5)	(26.6)	(21.5)	(29.2)	(18.2)	(24.2)	(42.5)	(28.5)
2백만~5백만불	73	538	102	791	124	929	183	1,231
(비중)	(2.6)	(13.3)	(2.7)	(13.2)	(2.8)	(14.2)	(3.5)	(11.5)
(증감률)	(15.9)	(36.0)	(39.7)	(47.0)	(21.6)	(17.5)	(47.6)	(32.5)
5백만~1천만불 이하	22	443	32	720	49	808	56	965
(비중)	(0.8)	(10.9)	(0.9)	(12.0)	(1.1)	(12.3)	(1.1)	(9.0)
(증감률)	(0.0)	(3.7)	(45.5)	(62.6)	(53.1)	(12.3)	(14.3)	(19.4)
1천만불 초과	17	1,957	33	2,983	30	2,973	60	6,283
(비중)	(0.6)	(48.2)	(0.9)	(49.8)	(0.7)	(45.3)	(1.2)	(58.5)
(증감률)	(13.3)	(-0.7)	(94.1)	(52.4)	(-9.1)	(-0.3)	(100.0)	(111.3)
합계	2,809	4,062	3,764	5,989	4,389	6,557	5,185	10,731
(비중)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)
(증감률)	(12.8)	(9.9)	(34.0)	(47.4)	(16.6)	(9.5)	(18.1)	(63.7)

자료 : 김주홍, 상계서 p. 20.



## 6. 해외직접투자 현지법인의 경영분석

최근 우리나라 기업의 해외직접투자가 크게 증가하고 있다. 해외직접투자 급증에 따른 해외 현지법인의 경영성과를 살펴보기 위해 200개 표본 기업을 선정하여 최근 3년간 경영성과를 살펴본 결과는 다음 <표3-10>과 같다.

먼저 표본기업의 총매출액은 2003년 709억 달러, 2004년 998억 달러, 2005년 1,053억 달러로 최근 3년 연속 증가하였으나 증가율은 2004년 40.8%에 비해 2005년에는 5.5%로 크게 둔화되었다. 전년도 보다 매출이 증가한 기업 수는 2004년 172개, 2005년에 138개였으며, 2년 연속 매출이 증가한 기업 수는 127개 기업이었다.

<표3-10> 해외직접투자 기업의 매출액 현황

(단위 : 천 달러)

	2003년	2004년	2005년
합 계	70,925,254	99,834,069	105,329,280
평 균	354,626	499,170	526,646
최 소	174	1,191	1,731
최 대	11,220,768	17,287,124	15,076,153

자료 : 김주홍, 상계서, p. 6.

업종별 해외직접투자 매출액 추이를 보면 다음 <표3-11>에서와 같이 통신업을 제외한 전 업종이 증가세를 보였다. 2005년을 기준으로 도·소매업 비중이 69.8%, 제조업 비중이 27.7%로서 두 업종의 매출비중이 97.5%로 전체 매출액의 대부분을 차지하였다. 도·소매업은 국내 제조업 투자자의 해외 판매 법인이 다수 있으며, SK(주) 싱가포르 현지법인과 같이 대기업 현지법인의 경우 매출규모가 매우 커서 전체 매출액 비중이 높게 나타났다.

<표3-11> 해외직접투자 업종별 매출액 현황

(단위 : 천 달러, %)

	2003	2004	2005	전년대비 증가율	
				2004	2005
도소매업	50,097,271	72,682,623	73,554,926	45.1	1.2
제조업	19,123,046	25,021,671	29,127,835	30.8	16.4
광업	502,026	760,490	1,019,816	51.5	34.1
운수, 창고업	755,899	827,302	877,780	9.4	6.1
서비스업	248,127	296,036	467,710	19.3	58.0
숙박음식점업	123,090	149,132	155,183	21.2	4.1
전기가스업	50,772	64,573	93,796	27.2	45.3
부동산업	24,055	26,274	29,758	9.2	13.3
통신업	969	5,968	2,476	515.9	-58.5
합계	70,925,254	99,834,069	105,329,280	40.8	5.5

자료 : 김주홍, 상계서, p. 7.

<표3-12> 해외직접투자 기업의 영업이익 현황

(단위 : 천 달러)

	2003년	2004년	2005년
합 계	1,705,280	2,261,819	1,706,192
평 균	8,526	11,309	8,531
최 소	-189,316	-39,172	-65,993
최 대	269,484	350,356	173,403

자료 : 김주홍, 상계서, p. 8.

다음으로 해외직접투자 기업의 영업이익을 보면 위 <표3-12>에서 보는 바와 같이 2004년에는 전년보다 32.6% 증가하였으나 2005년에는 24.6% 감소하였으며, 평균 영업이익률은 2003년 2.4%, 2004년 2.3%, 2005년 1.6%로 하락 추세를 보였다.

해외직접투자 기업의 업종별 영업이익을 보면 다음 <표3-13>에서 보는 바와 같이 2004년에 대부분 업종의 영업이익이 증가하였으나, 2005년에는 제조업, 도·소매업의 영업이익이 전년보다 크게 감소한 반면, 광업, 부동산업 등은 높은 상승세를 유지하였다.

<표3-13> 해외직접투자 기업의 업종별 영업이익 현황

(단위 : 천 달러, %)

	2003	2004	2005	전년대비 증가율	
				2004	2005
제조업	1,142,489	1,269,158	808,227	11.1	-36.3
도소매업	343,263	611,691	394,068	78.2	-35.3
광업	72,343	197,943	283,186	173.6	43.1
전기가스업	49,900	63,559	92,325	27.4	45.3
운수, 창고업	87,452	78,881	58,633	-9.8	-25.7
숙박음식점업	20,827	37,799	35,791	81.5	-5.3
서비스업	-20,078	-11,490	17,583	-42.8	+전환
부동산업	10,808	13,057	15,991	20.8	22.5
통신업	-1,725	1,221	388	+전환	-68.2
합계	1,705,280	2,261,819	1,706,192	32.6	-24.6

자료 : 김주홍, 상계서, p. 9.

우리나라 해외직접투자 현지법인의 경영분석 결과 기존 해외투자 주도 지역

인 아시아, 북미, 유럽 지역에서 경쟁심화 등의 요인으로 제조업과 도소매업을 중심으로 매출 성장 둔화, 수익성 하락 추세를 보이고 있다. 최대 투자지역인 중국의 경우 3년간 당기순이익이 감소세를 보이고 있으며, 유럽지역의 경우도 산업경쟁력 저하로 수익성 크게 저하되었다. IT, 자동차 등 주력산업의 도·소매법인이 많은 미국은 경기변동에 따라 순이익의 변동성이 매우 크게 나타났다. 반면 중남미, 대양주, 아프리카 등은 제조업, 도소매업 이외에 자원개발투자가 활발히 진행되면서 꾸준한 매출신장과 함께 수익성도 향상되고 있다. 신규로 해외직접투자를 검토하는 투자자의 경우 투자 지역과 업종에 따라 최근의 영업상황과 수익성을 보다 면밀히 검토해야 할 것으로 보인다.

### 제3절 자동차부품산업의 해외직접투자 동향

#### 1. 외국 자동차부품산업의 국내 직접투자

미국의 Automotive News는 매년 전 세계적으로 매출액 기준으로 전 세계 100대 자동차 부품 업체를 선정해서 발표한다. 2006년 Top 100 global OEM parts suppliers(Automotive News, '07. 6. 26)에 의하면 세계 100대 자동차 부품업체에는 현대모비스가 57억 달러의 매출로 전년에 이어 25위를 유지했고, (주)만도가 '05년 84위에서 7단계 상승한 77위로 올라섰다. 특히 현대모비스와 (주)만도는 전년대비 각각 16.8%, 9.0%의 매출액 증가율을 보이며 꾸준한 상승세를 유지하고 있다.

국내 자동차 생산량이 세계 5위인데 비해 글로벌 부품업체 수가 세계 100대 기업 중 2개 업체 뿐이라는 것은 국내 자동차산업을 기형적으로 밖에는 볼 수 없다. 따라서 민간주도와 정부 하에 글로벌 수준의 부품업체 육성이 국가의 자동차산업의 경쟁력 강화를 위해서는 반드시 필요하다.

2005년 매출액 기준으로 국내 100대 자동차 부품기업 중 주요생산품과 각 기업의 지분율, 외국부품업체의 진출현황을 살펴보면 다음 <표3-14>와 같다. 자동차부품산업의 100대 기업 중 외국계 부품업체 수가 27개사((주)만도 포함)에

이른다. 미국이 11개, 일본이 9개, 독일이 6개, 프랑스 2개 기업에 진출했다.

<표3-14> 한국의 자동차부품 기업에 투자한 주요 외국인 기업 현황

순번	국가	자동차부품기업
1	미국	(주)만도,한라공조, 한국델파이(주), 서진산업(주), 대한전기공업(주), 델파이코리아(주), 덕양산업(주), TRW스티어링(주), 한국TRW자동차부품산업(주),동서공업(주)
2	독일	(주)두원공조, 텐소풍성(주), 텐소풍성전자(주), 경신공업(주), 지엠비코리아(주), 아이에이치엘(주), 평화오일셀공업(주), 대한칼소닉(주), 새론오토모티브(주)
3	일본	(주)현대오토넷, (주)케피코, 한국로보트보쉬기전(주), (주)캄코, (주)지멘스오토모티브, 씨멘스비이디오한라(주)
4	프랑스	발레오전장시스템즈코리아(주), 평화발레오(주)

자료 : Automotive News, '05. 3. 31.

주목할 만한 사실은 독일계 업체가 국내에서 생산하고 있는 제품은 자동차 부품 산업에서의 핵심부품 위주로 되어있다. 특히 독일의 부품회사인 Bosch와 Simens는 전장부품류, 센서류, 전자제어장치, 미끄럼방지장치(VDC), 연료분사 펌프 등 핵심부품류를 양산하고 있다. 미국의 부품업체는, Delphi, Visteon, TRW를 필두로 자동차 부품산업 전반에 진출해 있으며, 일본업체는 전자 및 공조부품, 플라스틱 및 고무부품 쪽에 주로 진출해 있다.

한편 대다수 국내 자동차 공조업체는 외국의 다국적 기업에 예속되어 있다. 우선 IMF이후 국내 최대 우량기업인 한라공조(주)가 미국의 Ford 계열인 Visteon으로 넘어갔으며, 일본의 Denso가 (주)두원공조와 텐소풍성(주)로 진출했고, 그밖에 대한칼소닉(주), 파카공조(주), 쥘셀발레오공조코리아가 진출해 있다. 이와 같이 많은 외국의 글로벌 기업들이 국내 자동차 부품 시장에 진출해 있다. 이러한 부품산업의 투자는 국내 자동차 산업의 발전을 위해 이로운 점도 있으나, 국내 자동차 산업의 핵심 부품기술에 대한 외국 업체의 종속, 단순 부

품 생산기지화라는 부작용도 존재한다. 향후 외국 글로벌 기업의 중국시장 거점을 확보하고, 판로확대를 위해서 국내 부품 업체에 대한 지속적 M&A가 예상된다.

많은 외국기업들이 국내자동차부품 회사에 투자를 했지만, 경영권이 모두 외국기업에 있는 것은 아니다. 국내 기업인이 일정한 지분을 가지고 경영권을 확보하고 있다. 하지만 이 같은 경우 해외진출에 큰 어려움이 존재한다. 예를 들어 평화발레오(주)는 프랑스의 발레오 그룹과 한국의 평화그룹이 50:50으로 출자하여 설립한 클러치 부품 전문 회사이다. 국내 자동차산업의 성장과 더불어 평화발레오(주)의 매출액도 꾸준히 늘어나고 있지만, 유럽과 미국 등과 같이 신규 시장으로의 진출은 상당히 어려운 실정이다. 기존 글로벌기업인 발레오사가 이미 유럽시장에 진출해 있기 때문이다. 따라서 평화발레오(주)의 영업활동 영역은 아시아권을 벗어나지 못하게 된다. 이와 같은 예에서 볼 수 있듯이 외국인 투자기업의 한계성을 보여주는 실제적인 예라 하겠다.

사실 국내 자동차부품업체의 운명은 완성차 업체에 달려있다 해도 과언은 아니다. 현대자동차그룹은 수직계열화와 독점을 통해 현대차 그룹의 부품업체는 대형화되었으며 현대과워텍(주)와 다이모스(주)가 매출 1조원 이상을 달성하였는데 반해 중견 기업들의 영역은 서서히 감소해 가고 있다. 현대차 그룹은 중견기업이 생산하던 시트, 범퍼, Instrument Pannel, 플라스틱 사출품, 램프, 고무부품 등으로 진출했으며 각 중견기업의 영역을 잠식해 가고 있다. 따라서 이에 따른 중견 부품업체의 판로 다각화가 필요한 실정이다. 따라서 해외로의 진출이 적극적으로 필요한 시점이다.

한국자동차공업협회는 Top 100 global OEM parts suppliers(Automotive news, '07. 6. 26)에서 발표한 2006년 세계 100대 자동차 부품업체 중 독일이 보쉬가 297억 달러로 전년에 이어 1위를 차지했고, 미국이 델파이가 244억 달러로 2위, 일본의 텐소가 240억 달러로 3위를 차지했다. 프랑스의 발레오가 10위에서 9위로 신규진입 했으며, 2005년 8위였던 미국의 비스테온은 13위로 밀려났다.

국가별로는 세계 100대 업체 중 미국업체가 27개로 가장 많았지만 전년도 32개에 비해 줄었고, 다음으로 일본 26개 업체, 독일 23개 업체, 프랑스 6개 업체 등의 순이었다. 우리나라 업체 중 현대모비스, (주)만도 2개 업체뿐이다. 2006년

도 조사에 보면 북미업체는 저조, 유럽 및 아시아업체는 호조를 보이고 있다. 이런 현상은 미국 부품업체의 가장 큰 수요업체인 GM과 Ford가 유럽 및 아시아 경쟁업체에게 점차 시장점유율을 빼앗기고 있기 때문이다. '06년 매출증가액 순위에서 Toyota Boshoku, Sumitomo, Aisin Seiki 등 일본업체들이 상위 1, 2, 3위를 모두 차지하였고, 매출액 증가율 순위에서는 Leoni, Draexlaier, J.Eberspaecher 등 독일 업체들이 상위 1, 2, 3위를 차지하였다. 다음 <표3-15>에서와 같이 북미업체는 '06년 부품업체의 총 매출액 중 35.4%를 차지해 2005년(37.4%)에 비해 감소세를 보인 반면, 유럽과 아시아업체들은 각각 36.5%와 28.1%의 점유율을 차지하며 전년(유럽 35.7%, 아시아 26.9%)에 비해 상승세를 보였다.

**<표3-15> 100대 자동차 부품업체 지역별 매출액 비중 변화**

구분	'05년	'06년
북미	37.4%	35.4%
유럽	35.7%	36.5%
아시아	26.9%	28.1%

자료 : Top 100 Global OEM Parts Suppliers(Automotive News, '07. 6. 26).

최근 자동차부품업체들이 전자분야, 신기술 사업을 강화하고 있다. 자동차부품에서 정보, 고안전성에 필수적인 전자장치의 수요가 커짐에 따라 전자분야의 주력 부품업체의 성장세가 커질 것으로 기대하고 있다. 다음 <표3-16>에서 보는 바와 같이 2006년 부품업체 2위인 미국의 델파이는 전자부품 분야의 사업을 보다 확고히 하기 위해서 브레이크, 핸들, 인테리어 분야의 사업을 축소했다. 타이어 압력 게이지, 연료·배기 조절장치 등 전자장치와 소프트웨어를 공급해 세계 부품업체 순위 11위에 오른 독일의 지멘스도 전기전자 분야와 거리가 있는 기계 부품 등 비주류 사업을 정리했다.

<표3-16> 세계 자동차부품업체 현황(2006년)

(단위 : 백만 달러)

'06 순 위	'05 순 위	업체명	국가	'06매출	'05매출
1	1	Bosch	독일	29,687	28,418
2	4	Delphi	미국	24,400	24,900
3	2	Denso	일본	24,000	22,871
4	3	Magna International	캐나다	23,883	22,800
5	5	Jonhnsn Controls	미국	19,500	19,400
6	6	Aisin Seiki	일본	19,367	17,909
7	7	Lear	미국	17,839	17,089
8	9	Faurecia	프랑스	15,000	14,000
9	12	Valeo SA	프랑스	12,700	12,200
10	10	TRW Automotive	미국	12,162	11,726
11	11	Siemens VDO Automotive	독일	12,012	11,300
12	13	Continental AG	독일	11,470	10,320
13	8	Visteon	미국	10,871	15,876
14	18	Yazaki	일본	10,583	9,878
15	14	ThyssenKrupp Automotive AG	독일	10,207	9,189
16	15	ZF Friendrichshafen AG	독일	9,800	9,015
17	19	Toyota Boshoku	일본	9,043	7,425
18	20	Sumitomo Electric Industries Ltd.	일본	8,631	7,121
19	16	ArvinMeritor	미국	8,520	8,212
20	17	Dana Corp	미국	8,504	8,611
21	21	CalsonicKansei	일본	6,270	6,454
22	22	Autoliv	스웨덴	6,188	6,205
23	27	JTEKT	일본	6,166	5,310
24	37	Cummins Engine	미국	6,009	5,325
25	25	Hyundai Mobis	한국	5,686	4,869
26	29	Benteler Automobiltechnik Gmb	독일	5,610	4,963
27	24	Hitachi Ltd. Automotive Systems	일본	5,478	5,118
28	26	GKN PLC UK	영국	5,150	4,825
29	23	DuPont	미국	5,029	4,926
30	31	Mageti Marelli S.p.A	이탈리아	4,970	4,500

자료 : 한국자동차공업협동조합, Automotive News, '06. 6. 26.  
2005, 2006년 OEM 매출액 기준



## 2. 한국 자동차부품산업의 해외직접투자

한국 자동차산업은 앞장에서 살펴보았듯이 비약적으로 발전해오고 있지만 또 몇 가지 문제점을 안고 있다.

첫째 내수의존도가 높고 핵심기술력이 취약하다. 다음 <표3-17>에서 보는 바와 같이 자동차 수출대비 부품수출비중이 28.8%로 일본의 49.7%, 미국의 79.4%에 비해 훨씬 낮다. 이것은 아직도 한국 자동차부품회사가 국내 자동차산업과 수직계열화로 묶여 있어 독자적으로 해외시장에 진출할 수 없는 구조에 있다는 것을 보여주고 있다.

<표3-17> 국가별 자동차수출 대비 자동차부품수출비중

구분	자동차(A)(억불)	자동차부품(B)(억불)	B/A(%)
한국	295	85	28.8
일본	933	464	49.7
미국	384	305	79.4

주 : 한국은 2005년 자료, 일본과 미국은 2004년 자료임.

자료 : 자동차공업협회.

또한 한국 자동차산업은 생산규모면에서 세계 5위 수준을 유지하고 있으나 설계 및 엔진, TM 등 핵심기술의 자체개발 능력과 첨단기술력이 취약한 상황이다. 다음 <표3-18>은 일본 기술수준을 100으로 할 때 한국 자동차부품산업의 기술경쟁력 수준을 나타내고 있다.

<표3-18> 한국 자동차부품산업의 기술경쟁력 수준

부품설계능력	생산설비능력	생산기술능력	품질경쟁력	종합
71	73	81	86	77

둘째, 중국의 기술력이 급신장하고 있으며 일본은 한국에 대한 기술보호정책을 강화하고 있다. 중국은 개혁개방이후 선진국 자동차기업들의 중국내 직접투자를 허용한 이래 빠른 기술흡수력을 보이고 있다. 현재 중국의 기술수준은 다음 <표3-19>에서 보는 바와 같이 모든 면에서 한국 기술수준의 80%수준에 이르고 있다.

<표3-19> 한 중 자동차부품의 기술수준 변화추이

구분		설계기술	신제품 개발기술	신기술 응용기술	생산기술	일처리 기술	가공기술
2004	한국	92	88	93	95	95	96
	중국	79	72	81	82	85	83
2010	한국	100	96	97	100	100	103
	중국	93	89	91	95	93	94

주 : 일본 기술수준을 100으로 함.

또한 한국 자동차의 품질수준개선 및 선진국 시장에서 시장점유율 상승으로 일본 업체들의 한국완성차와 부품업체들에 대한 견제가 심화되고 있다.

그리고 완성차업체의 글로벌 소싱이 증가하면서 부품업체는 비용, 품질, 연구개발 측면에서 어려움을 겪고 있고 또한 외국 부품업체의 국내 진출이 증가하여 전체 부품공급의 1/3 이상인 8조원 이상을 이들 업체가 차지함으로써 시장점유율 확대에 어려움을 겪고 있다. 이러한 대내외적인 요인이 한국의 중소 자동차부품기업들로 하여금 해외직접투자를 적극적으로 시행하게 하고 있다.

우리나라 자동차부품산업의 해외직접투자 대상 국가와 투자금액을 살펴보면 다음 <표3-20>에서 보는 바와 같이 주로 대규모 해외직접투자는 북미지역에 행해지고 있는데 이것은 현대 자동차의 해외직접투자에 부품생산기업들이 동행하여 투자한 결과이다. 그리고 국내 자동차부품기업이 일부 외국기업에 인수·합병됨으로써 부품시장에서 경쟁이 치열하게 되었다. 그 외 지역은 이러한 상황을 타개하기 위해 해외직접투자를 행하고 있으나 대부분 중소기업이며 그 규모가 크지 않다.

<표3-20> 우리나라 자동차부품 기업의 해외직접투자

(단위 : 천 불)

업체 명	국가 명	투자금액	법인 명
(주) 유한정밀	말레시아	239	YH PRECISION(M) SDN BHD
(주) 대진실업	베트남	560	DAE JIN VINA CO., LTD.
대우자동차(주)	베트남	10,000	VIETNAM DAEWOO MOTOR COMPANY
현대모비스(주)	우즈베키스탄	3,000	HYUNDAI MOBIS MIDDLE EAST FREE ZONE ESTABLISHMENT
대우자동차(주)	우즈베키스탄	702	UZ-DAEWOO ENGINE COMPANY
만도(주)	인도	1,016	MANDO INDIA STEERING SYSTEMS PRIVATE LTD.
한라공조	인도	2,444	MOTIVE ENGINEERING INDIA PRIVATE LIMITED
기아자동차(주)	인도네시아	30,000	KIA TIMOR MOTORS P.T.
에스엘(주)	홍콩	5,000	SL ASIA PACIFIC HOLDING CO., LIMITED
현대모비스(주)	중국	5,063	WUXI MOBIS AUTOMOTIVE AUTOPARTS CO., LTD.
(주)성우하이텍	중국	12,025	BEIJING SUNGWOOCHE HITECH CO., LTD.
주식회사 만도	중국	3,000	MANDO(BEIJING)AUTOMOTIVE COMPONENTS R&D CENTER LTD.
한화종합화학	중국	6,100	HANHWA L&C(BEIJING)CO., LTD.
(주)일진글로벌	미국	3,000	ILJIN USA CORPORATION
동아타이어(주)	미국	3,200	DONGAH AMERICA INC.
주식회사 만도	미국	34,163	MANDO AMERICA CORPORATION
주식회사 화신	미국	18,000	HWASHIN AMERICA CORPORATION
현대모비스(주)	미국	90,250	MOBIS AMERICA INC.
화승R&A	미국	18,400	HS AUTOMOTIVE ALABAMA, INC.
한국유리(주)	폴란드	9,692	SEKURIT SAINT-GOBAIN HANGLAS POLSKA SP. Z.O.O.
경신공업(주)	온두라스	2,200	HONDURAS ELECTRICAL DISTRIBUTION SYSTEMS, S, DE R.
위너콤(주)	이란	264	GOLDEN AND WINNER COM.

<자료> 수출입은행, 해외직접투자 현지법인 현황(2006년 12월 말 기준).

국내자동차산업은 지난 40여 년간 비약적인 발전을 거듭해 왔다. 우리나라는 세계 5위의 자동차 생산국으로 부상하였으며, 국내 자동차업계는 수출을 통해 국제화를 추진한 이후 최근 해외 현지생산을 통해 글로벌 경영체제를 갖추고 있다. 그러나 이러한 자동차산업의 위상에 걸맞지 않게 자동차 부품산업은 지금까지 자동차업계의 이러한 시대적 흐름에 발맞춰 나가지 못한 것이 사실이다. 그러나 최근 몇 년 사이에 한국자동차부품업계에도 큰 변화가 일어나고 있다. 자동차업계가 해외시장에 진출하자 이에 발맞춰 활발히 해외직접투자에 나서고 있다. 특히 아시아지역, 유럽, 북미, 아프리카 등 다양한 지역으로 해외직접투자가 이루어지고 있다.

## 제4장 자동차부품산업의 해외직접투자 결정요인에 대한 실증분석

### 제1절 해외직접투자 결정요인에 대한 선행연구

해외진출방식의 결정요인을 분석한 초기의 연구들은 주로 해외진출방식과 기업 및 환경요인들 간의 관계에 초점을 두었다. Stopford와 Wells(1972)<sup>37)</sup>는 해외진출방식의 결정요인을 연구하면서 주로 해외진출방식과 기업 및 환경 요인들 간의 관계를 다루었다. 그들은 기업의 해외진출방식의 결정요인을 기업의 국제화 경험과 제품다각화가 해외진출방식을 결정하는 요인이라고 주장했다.

Kougut와 Singh(1988)<sup>38)</sup>는 다국적기업이 해외진출 할 때 중요하게 고려하는 것은 바로 진출국의 문화적 특성이라고 주장하였다. 기존 연구에서 각국의 문화적 특성과 진입방식에 대한 관계를 직접적으로 규명하지 못했지만 본 연구에서는 진입방식에 관련된 요인(다각화 정도, 현지시장 경험, 해외사업경험, 기업규모, 산업특성)을 통제된 상태에서 각국 간의 문화적 거리와 진입방식과의 관계를 분석하였다. 연구결과 미국 기업의 경우 자산 규모가 클 경우에는 인수보다는 합작투자를, 신규설립보다는 인수를 선호하는 것으로 나타났다. 또한 기술집약적 산업에서는 인수보다는 합작투자를 선호하는 것으로 나타났다.

Zehan(1990)<sup>39)</sup>은 기업의 해외진출방식의 결정요인을 기업규모, 광고 집약도, 연구 집약도, 산업성장, 산업집중도 등과 같은 산업 및 기업특유의 요인들이 해외진출방식을 결정하게 된다고 주장하였다. 특히 현지국의 시장규모, 시장성장률, 현지국의 발달수준 등 현지국의 시장특성을 포함시켜 해외진출방식의 결정에 관한 연구를 했다는 점이 학문적 의의가 크다고 할 수 있다.

---

37) J. M. Stopford & L. T. Wells, *Managing the Multinational Enterprise*, New York : Basic Books, 1972.

38) B. Kogut & H. Singh, "The Effect of National Culture on the Choice of Entry Mode," *Journal of International Business Studies*, Vol. 19(3), 1988, pp. 411-432.

39) M. C. Zehan, "New Venture or Acquisitions : The Choice of Swedish Multinational Enterprise", *The Journal of Industrial Economics*, Vol. 38. No. 3, 1990, pp. 349-355.

최백열(1991)<sup>40)</sup>은 해외직접투자의 주요 결정요인에 관한 이론과 실증연구에서 주로 거시적 경제변수 접근이론을 비교 검토하여 우리나라에 대한 직접투자의 결정요인을 분석하였다. 그는 해외직접투자의 결정요인에 관한 이론을 재정립하기 위하여 자본이동론적 접근, 산업조직론적 접근, 비교우위론적 접근, 거시적 경제변수 연계론적 접근으로 체계화하여 제 이론의 특징을 규명하였다. 또한 한국에 대한 주요 4개국의 직접투자 결정요인을 규명하고, 거시적 경제변수 연결론적 접근이론이 선진국의 개도국에 대한 직접투자에도 적용되는지를 검증하기 위하여 거시적 경제변수들을 실증분석에 이용하였다. 구체적인 변수로는 시장규모(GNP), 이자율(IR), 임금지수(W), 노동생산성지수(PW), 환율(ER), 도매물가지수(WPI), 무역수지(TB) 등으로 해외직접투자를 결정하는 데 주요 영향요인으로 보았다.

서준석(1991)<sup>41)</sup>은 해외직접투자 방법을 국제 M&A 동기요인으로 보고 이를 이론적으로 고찰하였다. 그는 국제M&A 동기요인을 세 가지 특성으로 구분하여 분석하였다. 첫째, 모기업특성에는 국제화 경험 및 단계적 국제화 여부, 모기업의 경쟁적 우위, 해당투자 동일지역에서의 현지 자회사의 진출경험 유무 등이 중요한 변수로 보았다. 둘째, 제품특성에는 모회사의 제품 다각화 정도, 제품의 관련 다각화 여부, 자회사 생산제품의 종류, 자회사 생산제품주기 등을 주요 변수로 설정하였다. 셋째, 산업 및 환경특성에는 현지시장 참여에 따른 마찰 가능성, 투자업종 등이 주요 변수로 설정하였다. 이들 변수 중 5개 변수 즉, 연구 집약도, 소비재 여부, 제품 다각화, 피투자국 진출경험 여부, 국제화 경험 등이 단계별 판별분석에 의해 유의성이 있는 것으로 판정되었다.

Agarwal과 Ramaswami(1992)<sup>42)</sup>는 Dunning의 절충이론<sup>43)</sup>에 입각하여 해외

40) 최백열, 「해외직접투자의 주요결정요인에 관한 이론과 실증연구-거시적 경제변수를 중심으로」, 전북대학교 대학원 무역학과 박사학위논문, 1991.

41) 서준석, 「국제화전략으로서의 한국기업의 해외기업인수에 관한 연구」, 고려대학교 대학원 경영학박사학위논문, 1991.

42) Agarwal and Ramaswami, "The Choice of Foreign Market Entry Mode," *Journal of International Business Studies*, Vol 23(1), 1992. pp. 1-27.

43) Dunning(1980)은 Kindleberger의 독점적 우위론과 Williamson의 내부화이론을 절충하여 해외직접투자가 기업특유의 우위요소(owner specific advantage)와 내부화 우위요소(internalization advantage), 그리고 생산입지상의 우위요소(locational advantage) 등에 의해 복합적으로 결정된다고 주장. J. H. Dunning, "Toward an Eclectic Theory of International Production," *Journal of International Business*

시장 진출방식의 선택에 있어 기업의 소유권우위(기업규모, 다국적 경영의 경험, 차별화 제품의 개발능력)와 입지우위(시장잠재력, 투자위험), 내부화우위(계약의 위험을 통제의 크기와 비교)가 수출, 라이선싱, 단독투자, 합작투자 등 여러 가지 해외진출방식 선택에 영향을 미친다고 주장하였다. 그리고 이들 요인들의 상호효과를 분석하였는데 연구 결과 기업의 규모가 크고, 다국적 경험이 많을수록 해외시장에 진출하는 경향을 보였고, 합작투자보다는 단독투자를 선호하였다. 입지우위 요인과 관련해서는 시장 잠재력이 클수록 수출보다는 해외 직접투자방식을 선호하며, 합작투자보다 단독투자를 기업들이 선호하고 있음을 밝혀냈다. 또한 기업들은 투자위험이 높은 시장은 회피하고, 계약위험(contractual risks)이 높은 시장에 대하여는 수출방식을 선택하는 것으로 나타났다. 해외시장 진출방식의 결정요인의 우위요소 간 상호효과 분석 결과 기업의 규모가 크고 다국적 경험이 많은 기업일수록 수출방식보다 단독투자와 합작투자를 선호하였고, 기업의 규모가 작고 다국적 경험이 적은 기업은 시장잠재력이 큰 해외시장 진입 시 합작투자를 선택하고 있다. 또한 제품차별화 능력이 뛰어난 기업은 투자위험이 높은 시장에 대해서는 어느 특정의 진출방식에 대한 선호를 나타내지 않고 있지만, 계약위험이 큰 시장에 대해서는 해외직접투자방식을 선호하였으며 시장잠재력이 크지만 투자위험이 큰 시장에 대해서는 수출방식을 더 선호하는 것으로 나타났다.

Moore(1993)<sup>44)</sup>는 독일제조업의 1980~1985년까지 해외직접투자 결정요인을 분석하였다. 그는 17개국의 해외직접투자의 실질액수를 종속변수로 사용하고, 현지국의 시장규모, 투자국의 4년간 평균GDP성장률과 현지국의 4년간 평균GDP 성장률과의 차이, 현지국의 노사분규에 참가하는 평균노동자의 수, 수용국의 실질임금, 현지국의 관세율을 독립변수로 사용하였다. 연구 결과 GDP와 투자국과 현지국의 4년간 평균GDP성장률과의 차이, 현지국의 관세율은 직접투자에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 나머지 변수들은 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

정경택(1995)<sup>45)</sup>은 중국을 대상으로 하여 해외직접투자의 유형을 합자투자, 합

---

*Studies*, Vol. 11. No. 1, Spring/Summer, 1980, pp.9-32.

44) M. O. Moore. "Determinants of German Manufacturing Direct Investment : 1980-1985", *Weltwirtschaftliches Archive*, 1993.

작투자, 단독투자의 세 가지 유형으로 분류하고, 이 유형을 결정짓는 요인들 중 환경, 동기, 목적이 어느 정도 영향을 가지는가를 분석하고 이에 따라 분류된 세 가지 투자유형별로 미시적 차원에서 Dunning의 절충이론의 보유정도를 실증분석을 통하여 확인하려 하였다. 분석을 위해 기업특유의 우위요소로는 규모의 경제, 시장과 천연자원의 접근용이성, 무형자산의 독점적 소유, 연구개발의 우월성, 생산능력의 경제성, 마케팅 능력의 우월성 등을 이용하였고, 내부화 우위와 입지우위요소로는 외부시장 거래비용, 환율변동에 따른 위험회피, 정부개입의 요소와 수송비, 통신시설 및 비용절감, 노임과 토지비용 등의 비용요소를 사용하였다. 분석 결과 한국기업의 중국시장 환경을 인지하는 정도에 따라 이들의 투자유형이 합작투자, 단독투자로 구분하여 진출하고 있으며, 이들의 투자유형은 진출동기와 진출목적에 따라 구분되어야 한다는 것을 결론으로 제시하고 있다. Dunning의 절충이론 관점에서 해외직접투자 유형별로 각 우위의 보유정도는 차이가 난다는 가설에 대해 합작투자의 경우는 기업특유의 우위 요소가 존재해야 되며, 단독투자의 경우에는 내부화 우위, 입지우위의 보유 정도가 가장 높은 것으로 나타났다.

배상열(1997)<sup>46)</sup>은 한국제조업의 해외직접투자 결정요인과 관련하여 투자기업, 투자 산업(제조업), 해외 현지국 별로 어떤 요인이 해외직접투자를 결정하는데 영향을 미치는가를 규명했다. 먼저 해외직접투자 기업별 결정요인에는 기업규모로 전체기업 및 대기업의 경우에는 중요한 요인으로 나타났다. 해외직접투자 산업(제조업)별 결정요인 분석에서는 산업 내 규모의 경제, 해외 현지국별 결정요인에서는 현지국의 시장규모, 지리적 거리 등 4가지 요인으로 집약될 수 있다.

Tatoglu와 Glaister(1998)<sup>47)</sup>는 기존의 해외직접투자 결정요인들에 대한 연구와 다른 방법으로 해외직접투자를 설명하는 실증연구를 실시했다. 그들은 Dunning의 해외직접투자의 3가지 동기인 시장추구, 자원추구, 효율성 추구와

45) 정경택, 「한국기업의 대중국 투자유형에 관한 실증분석」, 동국대학교 박사학위 논문, 1995.

46) 배상열, 「한국제조업의 해외직접투자 결정요인에 관한 연구」, 동국대학교 대학원 무역학과 박사학위논문, 1997.

47) E. Tatoglu & K. W. Glaister, "An Analysis of Motives for Western FDI in Turkey", *International Management Review*, 1998, pp. 203-230.



요소부존/시장불완전성에 대한 패러다임을 토대로 해외직접투자 진출 전략에 영향을 주는 여러 가지 동기들을 추출하여 터키로 직접투자를 실시하는 기업들을 대상으로 해외직접투자 전략형태에 대한 연구를 실시하였다. 연구 결과 터키에 대한 선진국의 해외직접투자의 주요 동기를 밝히고, 설명, 분류한 뒤 해외직접투자 전략형태에 따른 각 동기들의 중요도에 있어서 차이를 분석, 비교하였다. 연구 결과 해외직접투자 동기에 따라 진출방식의 선택이 다르다는 것을 부분적으로 실증적으로 증명하였다.

Meyer(2001)<sup>48)</sup>는 거래비용이론을 이용하여 동유럽에 진출한 서유럽 다국적기업의 동유럽 해외직접투자 선택에 관한 연구에서 동유럽국가의 제도적 불완전성을 반영하면서 단독투자와 합작투자 간 선택을 어떻게 하는지를 실증 분석하였다. 연구 결과 동유럽국가와 같이 제도적으로 불안정한 국가에서는 거래비용이 매우 높기 때문에 완전소유자회사를 선호하고, 지식과 같은 무형자산을 보호하기 위해서 완전소유자회사를 선호하는 것으로 나타났다.

박상일(2003)<sup>49)</sup>은 해외직접투자의 결정요인을 밝혀내기 위해 일본 기업을 대상으로 연구를 진행했는데, 기업이 해외직접투자를 결정하게 되는 요인으로 비교우위, 입지특성우위로 보았다. 그는 비교우위가 큰 산업부문일 수록 해외직접투자성향이 높다는 것이다. 해외직접투자는 기술과 노하우의 수준이 상대적으로 높은 현재의 비교우위부문에서 주로 발생하는 것으로 나타났다. 또 다른 요인으로는 본국의 입지특성우위가 낮을수록 해외직접투자가 수출을 대체하게 된다는 것이다. 여러 가지 다양한 거시 경제적 요인으로 인해 국내의 입지여건이 상대적으로 불리해진다면 해외직접투자가 산업 전반에 걸쳐 수출을 대체하게 되고, 이는 단순한 국내생산의 감소보다 더 심각한 문제, 즉 국내 비교우위의 해외이전을 초래할 가능성이 있다. 비교우위 부문의 기업들은 타 부문에 비해 세계시장에서의 경쟁우위 확보가 보다 중요하고 따라서 국내의 입지여건이 악화 시 해외생산에 보다 적극 나서게 될 것이다. 해외직접투자가 비교우위 부문에서 크게 증대된다는 것은 국내에서 가장 경쟁력 있는 기술·노하우가 자본과

---

48) K. E. Meyer, "Institutions, Transaction Cost and Entry Mode Choice in Eastern Europe", *Journal of International Business Studies*, 32. 2, 2001, pp. 357-367.

49) 박상일, 「해외직접투자 결정요인에 대한 실증연구 : 일본의 사례」, 성균관대학교 대학원 경제학과 박사학위논문, 2003.

함께 해외로 본격 이전됨을 뜻한다. 또한 국내의 경영환경이 기업경쟁력 강화에 도움을 주지 못하는 상태라면 비교우위 부문의 해외이전이 국내 산업구조의 고도화로 이어지지 못할 가능성도 크다.

전태영(2004)<sup>50)</sup>은 우리나라 기업의 해외직접투자규모에 영향을 미치는 요인을 밝혀내기 위해 상장법인 및 코스닥 등록법인 중 221개 기업을 조사대상으로 선정하여 실증분석을 하였다. 연구결과 우리나라 기업의 해외직접투자에 영향을 미치는 요인에 기업요인으로는 자산규모, 연구개발비, 광고 선전비가 있으며, 세무요인으로는 투자대상국의 법인세율, 투자대상국의 조세감면기간, 관세율, 투자대상국의 원천징수세율 등이 있으며, 환경요인으로는 투자대상국의 임금수준, GDP 규모, 물가상승률, 금융서비스, 단체협상 관행, 투자대상국의 부패정도 등을 결정적인 요인으로 보았다.

정동원(2005)<sup>51)</sup>은 한국기업의 해외직접투자 결정요인을 분석하기 위해 Dunning의 절충이론의 세 가지 우위요소 즉, 기업특유의 우위요소, 내부화 우위, 입지특유우위를 해외직접투자 결정요인으로 설정하고 실제 한국기업의 대중국 직접투자 결정에 영향을 미치는지 그리고 각각의 우위요소들이 기업규모별, 업종별로 대중국 직접투자 결정에 차이가 있는지에 대해 실증적 분석을 통해 검증하였다. 분석결과 기업특유의 우위가 해외직접투자 결정에 긍정적인 영향을 미치고 있음이 증명되었다. 내부화 우위요소가 해외직접투자의 결정에 영향을 미치는지를 분석한 결과 원자재 공동 활용 변수는 대중국 직접투자 결정에 부정적인 영향을 미치고 있음을 보여주었고, 반면 기업특유의 노하우는 유의한 영향을 미치고 있음이 증명되었다. 이는 기업들이 기업의 자원을 외부시장에서 거래하기 보다는 내부시장을 통해 조달이 원활할 경우 대중국 직접투자 결정에 긍정적인 영향을 주는 것임을 보여주고 있다. 입지특유의 우위도 해외직접투자 결정에 영향을 많이 미치는 것으로 나타났다.

---

50) 전태영, 「해외직접투자규모의 결정에 영향을 미치는 요인」, 경영학연구 제33권 제3호, 2004, pp. 865-889.

51) 정동원, 「한국기업의 해외직접투자 결정요인에 관한 연구」, 호서대학교 대학원 경영학과 국제경영전공 박사학위논문, 2005,

## 제2절 연구모형 및 가설의 설정

### 1. 연구모형

본 연구는 한국자동차부품기업의 해외직접투자의 결정요인과 경영성과와의 관계에 대한 분석을 위해 주로 Hymer(1976)<sup>52)</sup> 와 Kindleberger(1969)<sup>53)</sup>의 독점적 우위론, Williamson(1973)의 내부화이론, Dunning(1980)의 절충이론과 Kought & Singh(1988), Zehan(1990), Agarwal & Ramaswami(1992), 정경택(1995), 박상일(2003), 정동원(2005) 등의 선행연구를 바탕으로 연구 모델을 제시했다.

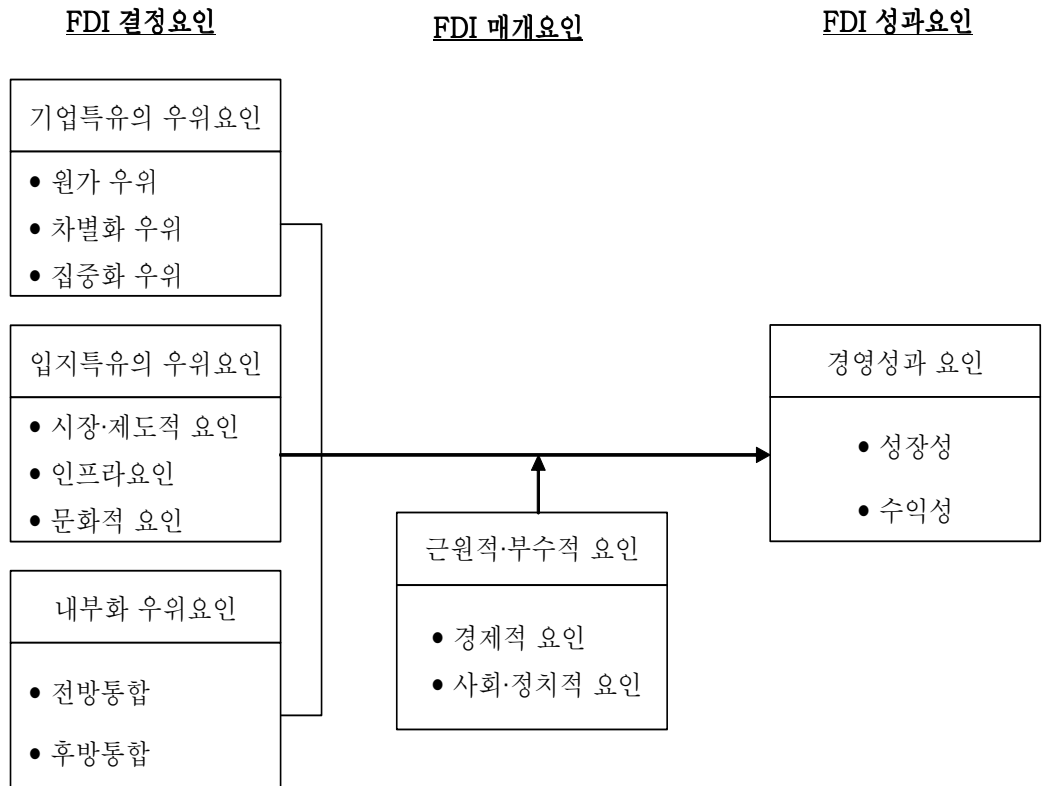
본 연구의 모형은 다음 <그림4-1>과 같이 설정하였다. 기업특유의 우위요인(owner specific advantage), 입지특유의 우위요인(locational advantage), 내부화 우위요인(internalization advantage)을 해외직접투자를 결정하는 원인변수로 하였고, 해외직접투자의 성과요인을 종속변수로 하였으며, 매개변수로 근원적·부수적 요인을 활용하였다.

기업특유의 우위요인, 입지특유의 우위요인, 내부화 우위요인을 원인변수로 근원적·부수적 요인을 매개변수로 경영성과 요인을 종속변수로 하여 구성하였다. 먼저 기업특유 우위 요인은 원가우위, 차별화 우위, 집중화 우위 등 3개의 하위변인으로 포함하였다. 다음으로 입지특유 우위 요인은 시장·제도적 요인, 인프라 요인, 문화적 요인 등 3개의 하위변인들을 포함하였다. 내부화 우위 요인은 전방통합과 후방통합 등 2개의 하위변인으로 하여 구성하였다. 근원적·부수적 요인은 경제적 요인, 사회·정치적 요인 등 2개의 하위변인들을 연구모형에 포함하였고, 경영성과 요인은 성장성과 수익성 등 2개의 하위변인들로 구성하였다.

---

52) S. H. Hymer, *The International Operations of National Firms*, The MIT Press, 1976. p.76.

53) C. P. Kindleberger, *American Business Abroad*, New Haven, Connecticut : Yale University Press. 1969. p. 35.



<그림4-1> 연구모형

## 2. 변수의 조작적 정의

본 연구에서는 독립변수로 기업특유의 우위요인, 입지특유의 우위요인, 내부화 우위 요인으로 하고, 종속변수로 경영성과요인으로 하였다. 또한 근원적·부수적 요인을 해외직접투자의 매개요인으로 설정하였다. 이들 변수들의 조작적 정의는 다음과 같다.

### (1) 기업특유의 우위요인

본 연구에서 해외직접투자를 결정하기 위해서는 기업특유의 우위요인이 존재하여야 한다는 것이다. 기업이 국경을 넘어 해외에서 생산·판매활동을 수행하

게 되면 국내와는 다른 비용을 추가적으로 지불하게 된다. Kindleberger(1969), Hymer(1976), Agarwal(1980)은 기업이 해외시장에 직접 진출하기 위해서는 이처럼 불리한 요소들을 극복하고 현지기업과 경쟁할 수 있는 우위를 갖고 있어야 한다고 주장했다. 이러한 기업특유의 우위요인은 기업이 일정 기간 동안 배타적으로 사용할 수 있는 무형자산으로서 기업은 이러한 요소를 소유함으로써 보다 많은 이익을 얻을 수 있을 뿐만 아니라 외국비용을 상쇄하고 현지기업보다 더 많은 이익을 얻을 수 있다. 본 연구에서는 기업특유의 우위요인으로 원가우위, 차별화우위, 집중화우위 등 3개 요인으로 측정하였다.

## (2) 입지특유의 우위요인

해외직접투자가 이루어지기 위해서는 국내에서 생산하는 것보다 해외에서 생산하는 것이 더 이익이 커야 하는데 이를 입지특유의 우위요인이라고 한다. 이러한 입지적 요인 가운데 특히 중요한 것은 시장규모 확대의 이점 활용, 성장잠재력과 현지시장에서의 경쟁 등의 시장·제도적 요인과 통신 인프라 활용, 해상/항공시설의 이용, 출입국의 용이성과 같은 인프라 요인, 노사관계, 조세 이점, 언어소통의 용이성 등의 문화적 요인이 있다. 본 연구에서는 입지특유의 우위요인으로 시장·제도적 요인, 인프라요인, 문화적 요인으로 측정하였다.

## (3) 내부화 우위요인

내부화란 기업 내에 시장을 만들어내는 과정이다. 기업은 결함이 있는 어떤 외부 시장에 대체하는 내부시장을 만들어 자원 배분과 유통상의 문제를 해결하도록 한다는 것이다. Coase(1973), Williamson(1973), Buckley & Casson(1976), Rugman(1985)<sup>54)</sup> 등은 기업에 의한 내부화 행동을 국제적 차원에 까지 확장하여 기업이 무엇 때문에 직접투자를 선호하게 되는지를 분석했다. 본 연구에서

---

54) A. M. Rugman, "Internalization is Stiff a General Theory of Foreign Direct Investment", *Weltwirtschaftliches Archiv*. Vol. 121, 1985.

는 시장의 불완전성에 대응하여 거래비용을 회피하거나 감소시키기 위하여 내부시장을 창조하게 되는 데 구체적인 방법으로 전방통합과 후방통합을 설정하였다. 전방통합에 의한 내부화 우위란 모기업과 자회사간의 인력의 공유, 연구개발성과의 공유, 연구개발설비의 공동이용, 마케팅 스킬 공유, 특허권 공유, 원자재 공동 확보, 글로벌 제품 개발, 글로벌 마케팅 개발 등에 의해서 얻는 이점을 말한다. 후방통합에 의한 내부화 우위란 모기업과 현지 자회사간의 시장관리기술의 공유, 원자재 공동개발 및 확보 등에 있어 이점을 말한다.

#### (4) 근원적·부수적 요인

해외직접투자를 결정함에 있어 경제적 요인과 사회·정치적 요인이 중요하게 작용하게 된다. 먼저 해외직접투자가 기업에 미치는 경제적 요인으로는 조세협약, 투자협정, 자유무역협정 등과 같은 국제협약에 기여하고, 회계투명성, 관료주의, 부정부패 등과 같은 기업경영 환경을 개선시킬 수 있으며 국제 M&A 시장 형성 및 용이성, 기술수준 향상과 같은 전략적 자산을 습득할 수 있다.

사회·정치적 요인으로는 국가·기업이미지 제고 및 홍보활동과 같은 투자촉진활동을 개선할 수 있고, 신규 진출해 있는 해외직접투자기업과 협력관계에 있는 기업의 고용효과를 개선시킬 수 있으며, 옴부즈만과 고충처리와 같은 사후투자관리 서비스를 향상시킬 수 있다.

따라서 본 연구에서 기업의 해외직접투자로부터 발생하는 경영성과에 간접적으로 영향을 미치는 매개변수로는 경제적요인과 사회·정치적요인 등 2개의 요인으로 측정하였다.

#### (5) 경영성과

본 연구에서는 경영성과를 알아보기 위해 단기적인 성과를 나타내는 수익성 지표와 장기적인 성과를 나타내는 성장성 지표로 하여 경영성과를 측정하였다.

성장성 지표로는 해외직접투자로 인하여 매출액 증가, 기업의 전체 매출액에서 해외 매출액의 비중 증가, 기업의 재무 상태의 건전성, 해외직접투자로 인한 기업의 해외 판매에 대한 수익 증가 등을 측정하였다. 수익성 지표로는 기

업의 해외직접투자로 인하여 기업의 내수판매 증가에 따른 수익 증가, 부채감소, 기업수익 증가, 자기자본 증가, 수익률 증가 등을 측정하였다.

### 3. 연구가설의 설정

본 연구에서는 한국자동차부품기업의 해외직접투자 결정요인에 대한 실증분석을 수행하기 위하여 위에 제시한 연구모형을 바탕으로 하여 기업특유의 우위요인과 경영성과와의 관계, 입지특유의 우위요인과 경영성과와의 관계, 내부화 우위요인과 경영성과와의 관계, 기업특유의 우위요인, 근원적·부수적 요인과 경영성과와의 관계, 입지특유의 우위요인, 근원적·부수적 요인과 경영성과와의 관계, 내부화우위 요인, 근원적·부수적 요인과 경영성과와의 관계 등을 각각 검증하기 위하여 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

**가설1 : 기업특유의 우위요인은 경영성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

가설1-1 : 기업특유의 우위요인은 성장성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설1-2 : 기업특유의 우위요인은 수익성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

**가설2 : 입지특유의 우위요인은 경영성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

가설2-1 : 입지특유의 우위요인은 성장성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설2-2 : 입지특유의 우위요인은 수익성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

**가설3 : 내부화 우위요인은 경영성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

가설3-1 : 내부화 우위요인은 성장성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설3-2 : 내부화 우위요인은 수익성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

**가설4 : 근원적·부수적 요인에 따라 기업특유의 우위요인은 경영성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

가설4-1 : 근원적·부수적 요인에 따라 기업특유의 우위요인은 성장성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설4-2 : 근원적·부수적 요인에 따라 기업특유의 우위요인은 수익성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

**가설5 : 근원적·부수적 요인에 따라 입지특유의 우위요인은 경영성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

가설5-1 : 근원적·부수적 요인에 따라 입지특유의 우위요인은 성장성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설5-2 : 근원적·부수적 요인에 따라 입지특유의 우위요인은 수익성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

**가설6 : 근원적·부수적 요인에 따라 내부화 우위요인은 경영성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.**

가설6-1 : 근원적·부수적 요인에 따라 내부화 우위요인은 성장성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

가설6-2 : 근원적·부수적 요인에 따라 내부화 우위요인은 수익성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

### 제3절 연구의 조사방법

#### 1. 자료의 수집과 분류

본 연구에서는 한국자동차부품기업의 해외직접투자 결정요인과 성과와의 관계에 대하여 검증하였다. 국내에서 자동차부품을 공급하고 활발하게 해외직접



투자를 수행하고 있거나 계획하고 있는 기업들을 대상으로 2007년 7월 10일부터 8월 10일까지 30일간에 걸쳐서 설문조사를 수행하였다.

먼저 설문조사를 수행하기 전에 본 연구의 취지를 설명하고 조사대상기업의 규모, 조직구성원의 분포, 업종에서의 위치 등을 고려하여 500개의 연구대상 기업들을 선정하였다. 본 연구의 설문조사는 우편조사 방식을 채택하였으며 설문수거율을 높이기 위해서 전화, 팩스, 이메일을 총동원하여 협조를 요청하였다.

전체 500부의 설문지를 배포하여 32.0%에 해당되는 160부의 설문서가 회수되었다. 이 중에서 본 연구의 목적과 설문 응답에 적절하지 못한 4부의 설문지를 제외하고 최종적으로 31.2%에 해당되는 156부의 설문서를 실증분석에 활용하였다.

## 2. 자료 분석 방법

본 연구의 자료 분석 방법은 연구목적의 달성을 위하여 2단계로 구분하여 수행하였다. 첫 번째 단계에서는 해외직접투자의 결정요인, 해외직접투자의 매개요인, 해외직접투자의 성과요인 간의 관련성을 검증하기 위하여 전체 12개의 요인들에 대한 빈도분석(frequency analysis)과 신뢰성분석(reliability analysis)을 시행하였다.

두 번째 단계에서는 가설검증을 위하여 기업특유우위 요인, 입지특유우위 요인, 내부화우위 요인, 근원적·부수적 요인, 경영성과 요인 간의 관련성을 분석하기 위하여 공분산분석(ANCOVA)과 다중회귀분석(multiple regression analysis)을 시행하였다. 이는 본 연구에서 제시한 해외직접투자의 매개요인에 따라 해외직접투자의 영향요인이 해외직접투자의 성과요인에 미치는 영향을 구체적으로 분석하고자 하는 것이다. 이상의 통계분석은 SPSSWIN 12.0 통계패키지를 이용하여 수행하였다.

## 제4절 연구결과 분석

### 1. 조사대상 기업의 일반적 특성

본 연구는 한국자동차부품기업의 해외직접투자 결정 요인과 경영성과에 관하여 분석하였으며 조사대상기업의 기초통계분석 결과는 다음 <표4-1>과 <표4-2>에서와 같이 나타났다.

첫째, 해외직접투자의 계획시기별 분포를 보면 회사 설립 후 11년~20년이 82개(52.6%) 기업으로 가장 높은 분포를 나타낸 반면에 5년 이하는 9개(5.8%) 기업으로 가장 낮은 분포를 나타냈다.

둘째, 해외직접투자 진입방식별 분포를 보면 합작투자가 61개(39.1%) 기업으로 가장 높은 분포를 나타낸 반면에 인수·합병은 12개(7.7%) 기업으로 가장 낮은 분포를 나타냈다.

셋째, 종업원 수별 분포를 보면 101명~300명이 94개(60.3%) 기업으로 가장 높은 분포를 나타낸 반면에 50명 이하는 4개(2.6%) 기업으로 가장 낮은 분포를 나타냈다.

넷째, 해외시장 경험별 분포를 보면 5년 이하가 51개(32.7%) 기업으로 가장 높은 분포를 나타낸 반면에 16년 이상은 4개(2.6%) 기업으로 가장 낮은 분포를 나타냈다.

다섯째, 시장의 다양성별 분포를 보면 6개국~10개국이 70개(44.9%) 기업으로 가장 높은 분포를 나타낸 반면에 16개국 이상은 9개(5.8%) 기업으로 가장 낮은 분포를 나타냈다.

여섯째, 제품의 다양성별 분포를 보면 6개~10개가 64개(41.0%) 기업으로 가장 높은 분포를 나타낸 반면에 16개 이상은 8개(5.1%) 기업으로 가장 낮은 분포를 나타냈다.

일곱째, 글로벌화 정도별 분포를 보면 26%~50%가 68개(43.6%) 기업으로 가장 높은 분포를 나타낸 반면에 51% 이상은 11개(7.1%) 기업으로 가장 낮은 분포를 나타냈다.

여덟째, 해외직접투자 진출 지역별 분포를 보면 중국이 59개(37.8%) 기업으

로 가장 높은 분포를 나타낸 반면에 중남미는 8개(5.1%) 기업으로 가장 낮은 분포를 나타냈다.

아홉째, 직위별 분포를 보면 부장급이 78개(50.0%) 기업으로 가장 높은 분포를 나타낸 반면에 보좌전문가는 2개(1.3%) 기업으로 가장 낮은 분포를 나타냈다.

<표4-1> 조사 대상기업의 특성(1)

		빈도수	백분율(%)
전체 합계		156	100.0
시기별 해외직접 투자계획 (창업 후)	5년 이하	9	5.8
	6년~10년	32	20.5
	11년~20년	82	52.6
	21년 이상	33	21.2
해외직접투자 진입방식	신규법인 설립	49	31.4
	인수·합병	12	7.7
	합작투자	61	39.1
	단독투자	34	21.8
종업원 수	50명 이하	4	2.6
	51명~100명 미만	27	17.3
	101명~300명	94	60.3
	301명 이상	31	19.9
해외시장 경험	5년 이하	51	32.7
	6년~10년	59	37.8
	11년~15년	42	26.9
	16년 이상	4	2.6

<표4-2> 조사 대상기업의 특성(2)

		빈도수	백분율(%)
전체 합계		156	100.0
시장의 다양성	5개국 이하	56	35.9
	6개국 ~10개국	70	44.9
	11개국 ~15개국	21	13.5
	16개국 이상	9	5.8
제품의 다양성	5개 이하	48	30.8
	6개 ~10개	64	41.0
	11개 ~15개	36	23.1
	16개 이상	8	5.1
글로벌화 정도	10% 이하	17	10.9
	11% ~25%	60	38.5
	26% ~50%	68	43.6
	51% 이상	11	7.1
해외직접투자 진출 지역	동남아	50	32.1
	중국	59	37.8
	유럽	22	14.1
	북미	17	10.9
	중남미	8	5.1
직위	임원 이상	47	30.1
	부장급	78	50.0
	과장급	23	14.7
	보좌전문가	2	1.3
	기타	6	3.8

## 2. 검증도구의 신뢰성 분석

본 연구는 한국자동차부품기업의 해외직접투자 결정요인과 경영성과에 대해

보다 심층적으로 분석하기 전에 본 연구에서 제시한 변수들의 신뢰성을 검증하였다. 신뢰도는 크론바 알파계수(Cronbach's  $\alpha$ )를 사용하여 측정하였다. 일반적으로 크론바 알파계수가 0.6이상일 때 신뢰할만하다고 받아들여진다. 본 연구조사에 대한 신뢰성 분석 결과는 다음 <표4-3>과 같이 나타났다.

첫째, 기업특유우위 요인은 원가우위, 차별화 우위, 집중화 우위 등으로 분류되었다. 신뢰성 분석결과에 나타난 신뢰성 계수를 자세하게 설명하면 원가우위는 전체 5개의 설문항목으로 측정되었으며 신뢰성계수는 0.5215로 나타났다. 차별화우위는 전체 6개의 설문항목으로 측정되었으며 신뢰성계수는 0.6258, 집중화우위는 전체 4개의 설문항목으로 측정되었으며 신뢰성계수는 0.6042로 각각 나타났다. 그러므로 기업특유우위 요인들 중에서 차별화우위요인과 집중화우위요인은 신뢰할 만하지만 원가우위요인은 신뢰성이 떨어지고 있다.

둘째, 입지특유우위 요인은 시장·제도적 요인, 인프라 요인, 문화적 요인 등으로 분류되었다. 신뢰성 분석결과에 나타난 신뢰성 계수 결과는 다음과 같다. 먼저 시장·제도적 요인은 전체 4개의 설문항목으로 측정되었으며 신뢰성계수는 0.6249로 나타났다. 인프라 요인은 전체 3개의 설문항목으로 측정되었으며 신뢰성계수는 0.5886, 문화적 요인은 전체 5개의 설문항목으로 측정되었으며 신뢰성계수는 0.6742로 각각 나타났다. 그러므로 입지특유우위 요인에서 시장·제도적 요인과 문화적 요인은 신뢰할 만하지만 인프라요인은 신뢰성이 떨어지는 것으로 나타났다.

셋째, 내부화우위 요인은 전방통합과 후방통합 등으로 분류되었다. 신뢰성 분석결과에 나타난 신뢰성 계수를 보면 다음과 같다. 전방통합은 전체 10개의 설문항목으로 측정되었으며 신뢰성 계수는 0.7335로 나타났다. 후방통합은 전체 5개의 설문항목으로 측정되었으며 신뢰성계수는 0.5974로 각각 나타났다. 따라서 내부화우위 요인에서 전방통합요인은 신뢰할 만하나 후방통합요인은 거의 0.6수준이어서 판단하기가 모호하다.

넷째, 근원적·부수적 요인은 경제적 요인과 사회정치적 요인 등으로 분류되었다. 신뢰성 분석결과에 나타난 신뢰성 계수는 다음과 같다. 경제적 요인은 전체 7개의 설문항목으로 측정되었으며 신뢰성 계수는 0.7655로 나타났다. 사회정치적 요인은 전체 6개의 설문항목으로 측정되었으며 신뢰성계수는 0.7126으로 각각 나타났다. 그러므로 근원적·부수적 요인에서 경제적 요인과 사회정

치적 요인은 모두 신뢰할 만한 것으로 나타났다.

다섯째, 경영성과 요인은 성장성과 수익성 등으로 분류되었다. 신뢰성 분석결과에 나타난 신뢰성 계수를 자세하게 설명하면 성장성은 전체 4개의 설문항목으로 측정되었으며 신뢰성계수는 0.5960로 나타났다. 수익성은 전체 9개의 설문항목으로 측정되었으며 신뢰성계수는 0.7924로 각각 나타났다. 따라서 경영성과 요인에서 수익성변수는 신뢰할만하나 성장성 변수는 상당히 판단하기가 애매한 수준이다.

<표4-3> 신뢰성 분석 결과

구 분		문항수	문항	신뢰성계수
기업 특유 우위 요인	원가우위	5	Ⅱ-14, Ⅱ-11, Ⅱ-8, Ⅱ-3, Ⅱ-15	0.5215
	차별화우위	6	Ⅱ-4, Ⅱ-10, Ⅱ-13, Ⅱ-12, Ⅱ-7, Ⅱ-9	0.6258*
	집중화우위	4	Ⅱ-5, Ⅱ-2, Ⅱ-6, Ⅱ-1	0.6042*
입지 특유 우위 요인	시장·제도적 요인	4	Ⅲ-9, Ⅲ-4, Ⅲ-10, Ⅲ-6	0.6249*
	인프라요인	4	Ⅲ-8, Ⅲ-12, Ⅲ-7, Ⅲ-5,	0.5886
	문화적요인	4	Ⅲ-14, Ⅲ-11, Ⅲ-15, Ⅲ-3	0.6742*
내부화 우위 요인	전방통합	10	Ⅳ-8, Ⅳ-7, Ⅳ-3, Ⅳ-4, Ⅳ-1, Ⅳ-13, Ⅳ-9, Ⅳ-12, Ⅳ-5, Ⅳ-14	0.7335*
	후방통합	5	Ⅳ-15, Ⅳ-11, Ⅳ-6, Ⅳ-10, Ⅳ-2	0.5974
근원적 부수적 요인	경제적요인	7	Ⅴ-7, Ⅴ-11, Ⅴ-12, Ⅴ-3, Ⅴ-4, Ⅴ-8, Ⅴ-9	0.7655*
	사회·정치적 요인	6	Ⅴ-10, Ⅴ-14, Ⅴ-6, Ⅴ-13, Ⅴ-5, Ⅴ-15	0.7126*
경영 성과	성장성	5	Ⅵ-1, Ⅵ-5, Ⅵ-10, Ⅵ-14, Ⅵ-2	0.5960
	수익성	8	Ⅵ-13, Ⅵ-7, Ⅵ-12, Ⅵ-15, Ⅵ-6, Ⅵ-8, Ⅵ-11, Ⅵ-9	0.7924*

주 : \*는 크론바흐 알파계수가 0.6이상인 요인을 나타냄

### 3. 검증도구의 타당성 분석

본 연구에서는 해외직접투자의 영향요인, 매개요인, 성과요인으로 추출한 전체 75개의 설문항목 중 2개의 요인별로 추출하기 위하여 요인분석을 수행하였다. 본 연구의 요인분석은 주성분분석(principal component analysis)과 베리맥스법(varimax method)을 활용하여 추출하였다.

요인분석을 수행하는 과정에서 본 연구의 연구 설계에서 제시한 기업특유의 우위요인, 입지특유의 우위요인, 내부화 우위요인, 근원적·부수적 요인, 경영성과 요인 등 전체 5개의 요인들에 대해서 각각 요인분석을 수행한 결과는 다음 <표 4-4>와 <표4-5>의 내용과 같았다.

기업특유의 우위요인은 전체 15개의 설문항목 중에서 원가우위 요인 5개, 차별화우위 요인 6개, 집중화우위 요인 4개 등으로 각각 요인화 되었다.

입지특유의 우위요인은 전체 15개의 설문항목 중에서 부적절한 3개의 항목을 제외하고 12개의 설문항목에 대한 요인분석을 수행한 결과 시장·제도적 요인 4개, 인프라 요인 4개, 문화적 요인 4개 등으로 각각 요인화 되었다.

내부화 우위요인은 전체 15개의 설문항목 중에서 전방통합 10개, 후방통합 5개 등으로 각각 요인화 되었다.

근원적·부수적 요인은 전체 15개의 설문항목 중에서 부적절한 2개의 설문항목을 제외한 13개의 설문항목으로 요인분석을 수행한 결과 경제적 요인 7개, 사회·정치적 요인 6개로 각각 요인화 되었다.

경영성과 요인은 전체 15개의 설문항목 중에서 2개의 설문항목이 제외되고 13개의 설문항목에 대해서 요인분석을 수행한 결과 성장성 4개, 수익성 9개 등으로 각각 요인화 되었다. 본 연구의 요인분석은 유의수준 99%에서 통계적으로 유의한 것으로 검증되었다.

<표4-4> 타당성 분석 결과(1)

구분	차별화 우위	집중화 우위	원가 우위	시장·제도 요인	문화적 요인	인프라 요인	전반 통합	후방 통합
기업특유4	<b>0.67</b>	-2.5E-02	0.12					
기업특유10	<b>0.59</b>	-0.14	-4.5E-02					
기업특유13	<b>0.53</b>	0.17	-2.9E-02					
기업특유12	<b>0.51</b>	9.140E-02	0.22					
기업특유7	<b>0.47</b>	0.25	0.29					
기업특유9	<b>0.42</b>	7.3E-02	0.22					
기업특유5	7.28E-02	<b>0.71</b>	1.3E-02					
기업특유2	-0.19	<b>0.69</b>	-8.2E-02					
기업특유6	0.14	<b>0.51</b>	0.20					
기업특유1	0.31	<b>0.51</b>	1.7E-02					
기업특유14	-0.11	-4.8E-02	<b>0.70</b>					
기업특유11	0.17	0.11	<b>0.62</b>					
기업특유8	0.13	0.35	<b>0.54</b>					
기업특유3	0.17	2.4E-02	<b>0.52</b>					
기업특유15	0.10	-0.19	<b>0.51</b>					
입지특유9				<b>0.73</b>	2.47E-02	0.21		
입지특유4				<b>0.65</b>	5.23E-03	0.31		
입지특유10				<b>0.64</b>	0.25	0.11		
입지특유6				<b>0.45</b>	0.34	2.7E-02		
입지특유14				0.17	<b>0.68</b>	3.9E-02		
입지특유11				1.48E-02	<b>0.66</b>	0.23		
입지특유15				9.83E-02	<b>0.64</b>	0.35		
입지특유13				0.35	<b>0.43</b>	0.33		
입지특유8				4.8E-02	5.19E-02	<b>0.63</b>		
입지특유12				0.24	0.14	<b>0.63</b>		
입지특유7				0.18	0.23	<b>0.53</b>		
입지특유5				0.15	0.19	<b>0.52</b>		
내부화8							<b>0.72</b>	-0.17
내부화7							<b>0.63</b>	0.20
내부화3							<b>0.61</b>	-0.18
내부화4							<b>0.55</b>	0.18
내부화1							<b>0.54</b>	0.16
내부화13							<b>0.48</b>	8.5E-02
내부화9							<b>0.46</b>	0.21
내부화12							<b>0.43</b>	0.19
내부화5							<b>0.42</b>	0.31
내부화14							<b>0.40</b>	0.28
내부화15							8.6E-02	<b>0.67</b>
내부화11							0.10	<b>0.67</b>
내부화6							8.1E-02	<b>0.58</b>
내부화10							6.7E-03	<b>0.56</b>
내부화2							0.16	<b>0.47</b>



<표4-5> 타당성분석 결과(2)

구분	시장·제도 요인	문화적 요인	인프라 요인	전반 통합	후방 통합	경제적 요인	사회정치 요인	수익성	성장성
근원·부수7						<u>0.71</u>	0.18		
근원·부수11						<u>0.65</u>	0.15		
근원·부수12						<u>0.59</u>	0.29		
근원·부수4						<u>0.58</u>	-3.3E-02		
근원·부수4						<u>0.58</u>	0.24		
근원·부수8						<u>0.56</u>	0.27		
근원·부수9						<u>0.47</u>	0.43		
근원·부수10						-6.6E-02	<u>0.72</u>		
근원·부수14						9.89E-02	<u>0.62</u>		
근원·부수6						0.25	<u>0.60</u>		
근원·부수13						0.29	<u>0.58</u>		
근원·부수5						0.35	<u>0.54</u>		
근원·부수15						0.29	<u>0.49</u>		
경영성과13								<u>0.73</u>	-7.9E-02
경영성과7								<u>0.72</u>	0.10
경영성과12								<u>0.71</u>	-0.12
경영성과15								<u>0.59</u>	0.23
경영성과6								<u>0.58</u>	0.36
경영성과8								<u>0.49</u>	0.33
경영성과11								<u>0.47</u>	0.16
경영성과9								<u>0.43</u>	0.42
경영성과1								0.21	<u>0.72</u>
경영성과5								1.47E-02	<u>0.68</u>
경영성과10								0.48	<u>0.56</u>
경영성과14								0.13	<u>0.56</u>
경영성과2								1.14E-02	<u>0.49</u>

## 제5절 연구 가설의 검증

본 연구의 모형은 기업특유우위 요인, 입지특유우위요인과 내부화우위요인을 영향요인으로 하고 근원적·부수적 요인을 매개요인 그리고 경영성과요인간의 관계를 나타내고 있다. 이러한 연구모형에 대한 타당성을 검증할 결과 상당히 타당하다는 결과를 얻었으며 요인과 변수들의 신뢰도에서도 측정 결과 대부분 어느 정도 신뢰할 만한 결과를 얻었다. 앞에서 제시된 연구 가설을 검증하기 위해 영향요인과 성과요인, 근원적·부수적요인과 성과요인간의 관계에 대해서 실증분석을 실시하였다. 분석방법은 영향요인과 매개요인이 성과요인과 어떤 관련이 있는가를 다중회귀분석(multiple regression analysis)과 공분산 분석(ANCOVA)을 통해 실시하였다.

### 1. 기업특유의 우위요인과 경영성과

#### (1) 기업특유의 우위요인과 성장성

기업특유의 우위요인과 경영성과와의 관계를 분석하기 위하여 “기업특유의 우위요인은 경영성과에 유의한 영향을 미칠 것이다”라는 가설1을 설정하였다. 가설1을 보다 구체적으로 검증하기 위하여 설정한 “기업특유의 우위요인은 성장성에 유의한 영향을 미칠 것이다”라는 가설1-1을 검증하기 위해 다음 <표 4-6>에서와 같이 다중회귀분석을 수행하였다.

본 연구에 해외직접투자의 영향요인은 원가우위, 차별화우위, 집중화우위 등 3개의 변수들을 활용하였으며 해외직접투자의 성과요인으로 성장성을 활용하였다. 검증결과를 보면 집중화 우위는 성장성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났지만 원가우위와 차별화우위는 모두 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 이러한 검증결과가 의미하는 것은 해외직접투자기업의 집중화우위와 같은 기업특유의 우위요인이 증가하면 기업의 성장성에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 의미한다.

본 연구모형의 설명력은 6.2%로 나타났으며 유의수준 95%에서 통계적으로

유의한 것으로 나타났다. 따라서 가설1-1은 채택되었다.

<표4-6> 기업특유의 우위요인과 성장성간 관계분석

구분		비표준화된 회귀계수	표준 오차	표준화된 회귀계수	t	유의도
종속변수	독립변수					
성장성	상수항	2.37	0.42		5.56	0.000**
	원가우위	3.48E-02	0.09	0.03	0.35	0.724
	차별화우위	0.15	0.09	0.14	1.63	0.105
	집중화우위	0.15	0.08	0.16	1.98	0.049*

주) 사례 수=156, R-square=0.062, Adj. R-square=0.043, F=3.335, P=0.021 \*\* : P<0.01, \* : P<0.05.

## (2) 기업특유의 우위요인과 수익성

기업특유의 우위요인과 수익성과의 관계를 분석하기 위하여 “기업특유의 우위요인은 수익성에 유의한 영향을 미칠 것이다”라는 가설1-2를 검증하기 위하여 다음 <표4-7>에서와 같이 다중회귀분석을 수행하였다.

해외직접투자의 영향요인은 원가우위, 차별화 우위, 집중화 우위 등 3개의 변수들을 활용하였으며 해외직접투자의 성과요인으로 수익성을 활용하였다.

검증결과를 보면 집중화 우위는 수익성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타난 반면에 원가우위와 차별화 우위는 모두 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 이러한 검증결과가 의미하는 것은 해외직접투자기업의 집중화우위와 같은 기업특유의 우위요인이 증가하면 기업의 수익성에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 의미한다.

본 연구모형의 설명력은 10.9%로 나타났으며 유의수준 95%에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 따라서 가설1-2는 채택되었다.

**<표4-7> 기업특유의 우위요인과 수익성간 관계분석**

구분		비표준화된 회귀계수	표준 오차	표준화된 회귀계수	t	유의도
종속변수	독립변수					
수익성	상수항	1.86	0.41		4.50	0.000**
	원가우위	0.16	0.09	0.14	1.69	0.093
	차별화우위	0.13	0.09	0.12	1.48	0.140
	집중화우위	0.19	0.07	0.19	2.49	0.014*

주) 사례 수=156, R-square=0.109, Adj. R-square=0.091, F=6.170, P=0.001    \*\* : P<0.01, \* : P<0.05.

## 2. 입지특유의 우위요인과 경영성과

### (1) 입지특유의 우위요인과 성장성

입지특유의 우위요인과 경영성과와의 관계를 분석하기 위하여 “입지특유의 우위요인은 경영성과에 유의한 영향을 미칠 것이다”라는 가설2를 검증하기 위하여 “입지특유의 우위요인은 성장성에 유의한 영향을 미칠 것이다”라는 가설2-1을 검증하기 위하여 다음 <표4-8>과 같이 다중회귀분석을 수행하였다.

해외직접투자의 영향요인은 시장·제도적 요인, 인프라 요인, 문화적 요인 등 3개의 변수들을 활용하였으며 해외직접투자의 성과요인으로 성장성을 활용하였다.

검증결과를 보면 문화적 요인은 성장성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타난 반면에 시장·제도적 요인과 인프라 요인은 모두 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이러한 검증결과가 의미하는 것은 해외직접투자기업의 문화적 요인과 같은 입지특유의 우위요인이 증가하면 기업의 성장성에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 의미한다.

본 연구모형의 설명력은 9.1%로 나타났으며 유의수준 95%에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 따라서 가설2-1은 채택되었다.

<표4-8> 입지특유의 우위요인과 성장성간 관계분석

종속변수	구분	비표준화된 회귀계수	표준 오차	표준화된 회귀계수	t	유의도
	독립변수					
성장성	상수항	2.99	0.29		10.09	0.000**
	시장·제도적요인	0.15	0.08	0.17	1.88	0.062
	인프라요인	-0.15	0.08	-0.17	-1.92	0.056
	문화적요인	0.19	0.08	0.21	2.34	0.021*

주) 사례 수=156, R-square=0.091, Adj. R-square=0.073, F=5.063, P=0.002

\*\* : P<0.01, \* : P<0.05.

## (2) 입지특유의 우위요인과 수익성과

입지특유의 우위요인과 수익성과의 관계를 분석하기 위하여 “입지특유의 우위 요인은 수익성에 유의한 영향을 미칠 것이다”라는 가설2-2를 검증하기 위하여 다음 <표4-9>와 같이 다중회귀분석을 수행하였다.

본 연구에 해외직접투자의 영향요인은 시장·제도적 요인, 인프라 요인, 문화적 요인 등 3개의 변수들을 활용하였으며 해외직접투자의 성과요인으로 수익성을 활용하였다. 검증결과 시장·제도적 요인과 문화적 요인은 수익성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타난 반면에 인프라 요인은 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 이러한 검증결과가 의미하는 것은 해외직접투자기업의 시장·제도적 요인과 문화적 요인과 같은 입지특유우위 요인이 증가하면 기업의 수익성에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 의미한다.

본 연구모형의 설명력은 24.6%로 나타났으며 유의수준 95%에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 따라서 가설2-2는 채택되었다.

<표4-9> 입지특유의 우위요인과 수익성간 관계분석

종속변수	구분	비표준화된 회귀계수	표준 오차	표준화된 회귀계수	t	유의도
	독립변수					
수익성	상수항	2.07	0.26		7.70	0.000**
	시장·제도적요인	0.32	0.07	0.38	4.44	0.000**
	인프라요인	-5.9E-02	0.07	-0.06	-0.79	0.428
	문화적요인	0.18	0.07	0.21	2.48	0.014*

주) 사례 수=156, R-square=0.246, Adj. R-square=0.231, F=16.489, P=0.000 \*\* : P<0.01, \* : P<0.05.

### 3. 내부화 우위요인과 경영성과

#### (1) 내부화 우위요인과 성장성

내부화 우위요인과 경영성과와의 관계를 분석하기 위하여 “내부화 우위요인은 경영성과에 유의한 영향을 미칠 것이다”라는 가설3을 구체적으로 검증하기 위하여 “내부화 우위요인은 성장성에 유의한 영향을 미칠 것이다”라는 가설3-1을 설정하였다. 본 연구에서는 이러한 가설을 검증하기 위하여 다음 <표4-10>과 같이 다중회귀분석을 수행하였다. 해외직접투자의 영향요인은 전방통합과 후방통합 등 2개의 변수들을 활용하였으며 해외직접투자의 성과 요인으로 성장성을 활용하였다. 검증결과를 보면 전방통합은 성장성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타난 반면에 후방통합은 모두 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 이러한 검증결과가 의미하는 것은 해외직접투자기업의 전방통합과 같은 내부화우위 요인이 증가하면 기업의 성장성에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 의미한다. 해외직접투자기업의 전방통합이란 기업의 마케팅 및 유통부문과 같이 고객들에게 밀접하게 연관되어 있는 부문으로 해외직접투자기업들은 이러한 기업의 기능들을 강화시킴으로 해외직접투자를 통한 기업의 성장성에 기여하였다는 것을 의미한다.

본 연구모형의 설명력은 14.3%로 나타났으며 유의수준 95%에서 통계적으로

유의한 것으로 나타났다. 따라서 가설3-1은 채택되었다.

<표4-10> 내부화 우위요인과 성장성간 관계분석

종속변수	구분	비표준화된 회귀계수	표준 오차	표준화된 회귀계수	t	유의도
	독립변수					
성장성	상수항	1.79	0.37		4.77	0.000**
	전방통합	0.37	0.09	0.32	4.05	0.000**
	후방통합	0.13	0.08	0.11	1.47	0.142

주) 사례 수=156, R-square=0.143, Adj. R-square=0.131, F=12.733, P=0.000  
 \*\* : P<0.01, \* : P<0.05.

(2) 내부화 우위요인과 수익성

내부화우위 요인과 수익성 간의 관계를 분석하기 위하여 “내부화우위 요인은 수익성에 유의한 영향을 미칠 것이다”라는 가설3-2를 검증하기 위하여 다음 <표4-11>과 같이 다중회귀분석을 수행하였다. 본 연구에 해외직접투자의 영향 요인은 전방통합과 후방통합 등 2개의 변수들을 활용하였으며 해외직접투자의 성과 요인으로 수익성을 활용하였다. 검증결과를 보면 전방통합은 수익성에 정(+ )의 영향을 미치는 것으로 나타난 반면에 후방통합은 모두 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 이러한 검증결과가 의미하는 것은 해외직접투자기업의 전방통합과 같은 내부화우위 요인이 증가하면 기업의 수익성에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 의미한다. 해외직접투자기업의 전방통합이란 기업의 마케팅 및 유통부문과 같이 고객들에게 밀접하게 연관되어 있는 부문으로 해외직접투자기업들은 이러한 기업의 기능들을 강화시킴으로써 해외직접투자를 통한 기업의 수익성에 기여하였다는 것을 의미한다.

본 연구모형의 설명력은 18.4%로 나타났으며 유의수준 95%에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 따라서 가설3-2는 채택되었다.

**<표4-11> 내부화 우위요인과 성장성과의 관계분석**

종속변수	구분	비표준화된 회귀계수	표준 오차	표준화된 회귀계수	t	유의도
	독립변수					
수익성	상수항	1.68	0.36		4.60	0.000**
	전방통합	0.47	0.09	0.40	5.26	0.000**
	후방통합	6.16E-02	0.08	0.05	0.71	0.473

주) 사례 수=156, R-square=0.184, Adj. R-square=0.174, F=17.287, P=0.000 \*\* : P<0.01, \* : P<0.05.

#### 4. 기업특유의 우위요인, 근원적·부수적 요인과 경영성과

##### (1) 기업특유의 우위요인, 근원적·부수적 요인과 성장성과의 관계

근원적·부수적 요인을 매개요인으로 하여 기업특유의 우위요인, 근원적·부수적요인, 경영성과와의 관계를 분석하기 위하여 “근원적·부수적 요인에 따라 기업특유의 우위요인은 경영성과에 유의한 영향을 미칠 것이다”라는 가설4를 구체적으로 검증하기 위하여 “근원적·부수적 요인에 따라 기업특유의 우위요인은 성장성에 유의한 영향을 미칠 것이다”라는 가설4-1을 검증하기 위하여 다음 <표4-12>와 같이 영향요인, 매개요인과 성과요인간의 공분산분석을 수행하였다.

해외직접투자의 영향요인인 원가우위, 차별화우위, 집중화우위 등 3개의 변수들을 활용하였으며 해외직접투자의 매개요인은 경제적 요인과 사회정치적 요인을 활용하였다. 또한 해외직접투자의 성과요인으로 성장성을 활용하였다.

검증결과를 보면 주요 효과를 측정하는 기업특유의 우위요인과 근원적·부수적 요인에 포함된 변수들은 모두 성장성에 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 또한 상호작용효과를 측정하는 변수들도 모두 성장성에 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 이러한 검증결과가 의미하는 것은 해외직접투자기업의 기업특유우위 요인에 포함되는 원가우위, 차별화우위, 집중화 우위 등의 변수들이 근원적·부수적 요인에 포함되는 경제적 요인과 사회·정치적 요인들과 결합될 때는 기업의 성장성에 어떤 방향으로 기여하는지 관계가 명확



하지 못하다. 본 연구모형의 설명력은 20.1%로 나타났으며 유의수준 95%에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 따라서 가설4-1은 기각되었다.

<표4-12> 기업특유의 우위요인, 근원적·부수적 요인과 성장성 간의 분석

소스	제Ⅲ유형 제공합	자유도	평균제공	F	유의도
수정모형	4.95	11	0.45	3.29	0.000**
원가우위	5.208E-03	1	5.208E-03	0.03	0.846
차별화우위	2.019E-02	1	2.019E-02	0.14	0.701
집중화우위	0.16	1	0.16	1.22	0.269
경제적요인	4.072E-02	1	4.072E-02	0.29	0.586
사회정치적요인	1.589E-02	1	1.589E-02	0.11	0.734
원가우위*경제적요인	0.14	1	0.14	1.04	0.310
원가우위*사회정치적요인	4.837E-02	1	4.837E-02	0.35	0.553
차별화우위*경제적요인	3.175E-02	1	3.175E-02	0.23	0.631
차별화우위*사회정치적요인	3.678E-03	1	3.678E-03	0.02	0.870
집중화우위*경제적요인	7.672E-02	1	7.672E-02	0.56	0.455
집중화우위*사회정치적요인	9.466E-03	1	9.466E-03	0.06	0.793
오차	19.71	144	0.13		
합계	2061.93	156			

R-square=0.201 (Adj. R-square=0.140)

\*\* : P<0.01, \* : P<0.05.

## (2) 기업특유의 우위요인, 근원적·부수적 요인, 수익성과의 관계

기업특유의 우위요인, 근원적·부수적 요인, 수익성과의 관계를 분석하기 위하여 “근원적·부수적 요인에 따라 기업특유의 우위요인은 수익성에 유의한 영향을 미칠 것이다”라는 가설4-2를 검증하기 위하여 다음 <표4-13>과 같이 공분산분석을 수행하였다. 해외직접투자의 영향요인인 원가우위, 차별화우위, 집중화우위 등 3개의 변수들을 활용하였으며 해외직접투자의 매개요인으로 근원적·부수적 요인을 활용하였다. 또한 해외직접투자의 성과요인으로 수익성을 활용하였다.

검증결과를 보면 주요 효과를 측정하는 기업특유의 우위 요인과 근원적·부수적 요인에 포함된 변수들은 모두 수익성에 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 또한 상호작용효과를 측정하는 변수들도 모두 수익성에 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 이러한 검증결과가 의미하는 것은 해외직접투자기업의 기업특유의 우위요인에 포함되는 원가우위, 차별화 우위, 집중화 우위 등의 변수들과 근원적·부수적 요인에 포함되는 경제적 요인과 사회정치적 요인 등이 결합하게 되면 기업의 수익성에 대한 기여도가 불명확해진다는 것을 의미한다.

본 연구모형의 설명력은 45.1%로 나타났으며 유의수준 95%에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 따라서 가설4-2는 기각되었다.

**<표4-13> 기업특유의 우위요인, 근원적·부수적 요인과 수익성 간의 분석**

소스	제Ⅲ유형 제공합	자유도	평균제공	F	유의도
수정모형	11.04	11	1.00	10.75	0.000**
원가우위	0.14	1	0.14	1.51	0.221
차별화우위	3.952E-03	1	3.952E-03	0.04	0.837
집중화우위	7.347E-02	1	7.347E-02	0.78	0.376
경제적요인	0.14	1	0.14	1.50	0.221
사회정치적요인	5.537E-02	1	5.537E-02	0.59	0.442
원가우위*경제적요인	2.770E-04	1	2.770E-04	0.00	0.957
원가우위*사회정치적요인	7.519E-02	1	7.519E-02	0.80	0.371
차별화우위*경제적요인	2.153E-02	1	2.153E-02	0.23	0.632
차별화우위*사회정치적요인	8.449E-03	1	8.449E-03	0.09	0.764
집중화우위*경제적요인	1.584E-02	1	1.584E-02	0.17	0.681
집중화우위*사회정치적요인	3.462E-03	1	3.462E-03	0.03	0.848
오차	13.44	144	9.333E-02		
합계	2057.93	156			

R-square=0.451(Adj. R-square=0.409)

\*\* : P<0.01, \* : P<0.05.

## 5. 입지특유의 우위요인, 근원적·부수적 요인과 경영성과

### (1) 입지특유의 우위요인, 근원적·부수적 요인과 성장성 간의 관계

입지특유의 우위 요인, 근원적·부수적 요인과 경영성과와의 관계를 분석하기 위하여 “근원적·부수적 요인에 따라 입지특유의 우위요인은 경영성과에 유의한 영향을 미칠 것이다”라는 가설5를 보다 구체적으로 검증하기 위하여 “근원적·부수적 요인에 따라 입지특유의 우위 요인은 성장성에 유의한 영향을 미칠 것이다”라는 가설5-1을 검증하기 위하여 다음 <표4-14>와 같이 공분산분석을 수행하였다. 해외직접투자의 영향요인인 시장·제도적 요인, 인프라요인, 문화적요인 등 3개의 변수들을 활용하였으며 해외직접투자의 매개요인으로 근원적·부수적 요인을 활용하였다. 또한 해외직접투자의 성과 요인으로 성장성을 활용하였다. 검증결과를 보면 주요 효과를 측정하는 입지특유우위 요인과 근원적·부수적 요인에 포함된 변수들은 모두 성장성에 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 또한 상호작용효과를 측정하는 변수들도 모두 성장성에 유의미한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 이러한 검증결과가 의미하는 것은 해외직접투자기업의 입지특유의 우위요인에 포함되는 시장·제도적 요인, 인프라요인, 문화적 요인 등의 변수들과 근원적·부수적 요인에 포함되는 경제적 요인과 사회·정치적 요인 등이 결합될 때는 기업의 성장성에 대한 기여도 불분명해진다는 것을 의미한다.

본 연구모형의 설명력은 24.1%로 나타났으며 유의수준 95%에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 따라서 가설5-1은 기각되었다.

### 2) 입지특유의 우위요인, 근원적·부수적 요인과 수익성 간의 관계

입지특유의 우위요인, 근원적·부수적 요인과 수익성 간의 관계를 분석하기 위하여 “근원적·부수적 요인에 따라 입지특유의 우위요인은 수익성에 유의한 영향을 미칠 것이다”라는 가설5-2를 검증하기 위하여 다음 <표4-15>와 같이

<표4-14> 입지특유의 우위요인, 근원적·부수적 요인과 성장성 간의 분석

소스	제Ⅲ유형 제공합	자유도	평균제공	F	유의도
수정모형	5.94	11	0.54	4.15	0.000**
시장·제도적요인	0.42	1	0.42	3.23	0.049*
인프라 요인	4.343E-03	1	4.343E-03	0.03	0.074
문화적 요인	0.20	1	0.20	1.60	0.855
경제적 요인	9.998E-02	1	9.998E-02	0.76	0.208
사회정치적 요인	3.863E-03	1	3.863E-03	0.03	0.382
시장·제도적*경제적요인	1.433E-02	1	1.433E-02	0.11	0.863
시장·제도적*사회정치적 요인	0.46	1	0.46	3.54	0.740
인프라요인*경제적 요인	1.905E-03	1	1.905E-03	0.01	0.062
인프라요인*사회정치적 요인	4.149E-03	1	4.149E-03	0.03	0.904
문화적요인*경제적 요인	5.044E-02	1	5.044E-02	0.38	0.858
문화적요인*사회정치적 요인	0.74	1	0.74	5.69	0.534
오차	18.72	144	0.13		0.018*
합계	2061.93	156			

R-square=0.241(Adj. R-square=0.183)

\*\* : P<0.01, \* : P<0.05.

공분산분석을 수행하였다. 본 연구에 해외직접투자의 영향요인인 시장·제도적 요인, 인프라 요인, 문화적 요인 등 3개의 변수들을 활용하였으며 해외직접투자의 매개요인으로 근원적·부수적 요인을 활용하였다. 또한 해외직접투자의 성과 요인으로 수익성을 활용하였다.

분석 결과를 보면 주요 효과를 측정하는 입지특유의 우위요인과 근원적·부수적 요인에 포함된 변수들은 모두 수익성에 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 그러나 상호작용효과를 측정하는 변수들 중에서 시장·제도적 요인은 사회·정치적 요인에 따라 수익성에 긍정적인 영향을 미친 것으로 나타났다. 또한 문화적 요인도 사회·정치적 요인에 따라 수익성에 긍정적인 영향을 미친 것으로 나타났다. 이러한 검증결과가 의미하는 것은 해외직접투자기업의 입지특유의 우위요인에 포함되는 시장·제도적 요인과 문화적 요인 등의 변수들은 근원적·부수적 요인에 포함되는 사회·정치적 요인에 따라서 기업의 수익성에 기여하였다는 것을 의미한다.

본 연구모형의 설명력은 49.9%로 나타났으며 유의수준 95%에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 따라서 가설5-2는 채택되었다.

<표4-15> 입지특유의 우위요인, 근원적·부수적 요인과 수익성 간의 분석

소스	제Ⅲ유형 제공합	자유도	평균제공	F	유의도
수정모형	12.21	11	1.11	13.02	0.000**
시장·제도적 요인	6.511E-02	1	6.511E-02	0.76	0.384
인프라요인	0.13	1	0.13	1.55	0.214
문화적요인	0.27	1	0.27	3.17	0.077
경제적요인	2.174E-02	1	2.174E-02	0.25	0.614
사회정치적 요인	7.268E-03	1	7.268E-03	0.08	0.771
시장·제도적*경제적 요인	0.10	1	0.10	1.26	0.263
시장·제도적*사회정치적 요인	0.58	1	0.58	6.87	0.010*
인프라요인*경제적 요인	0.10	1	0.10	1.22	0.270
인프라요인*사회정치적 요인	6.372E-03	1	6.372E-03	0.07	0.785
문화적요인*경제적 요인	9.660E-03	1	9.660E-03	0.11	0.737
문화적요인*사회정치적 요인	0.69	1	0.69	8.09	0.005**
오차	12.271	144	8.521E-02		
합계	2057.93	156			

R-square=0.499(Adj. R-square=0.460)

\*\* : P<0.01, \* : P<0.05.

## 6. 내부화 우위요인, 근원적·부수적 요인과 경영성과

### (1) 내부화 우위요인, 근원적·부수적 요인과 성장성 간의 관계

내부화 우위요인, 근원적·부수적 요인, 경영성과 간의 관계를 분석하기 위하여 “근원적·부수적 요인에 따라 내부화 우위요인은 경영성과에 유의한 영향을 미칠 것이다”라는 가설6을 보다 구체적으로 검증하기 위한 “근원적·부수적 요인에 따라 내부화 우위요인은 성장성에 유의한 영향을 미칠 것이다”라는 가설 6-1을 검증하기 위하여 다음 <표4-16>와 같이 공분산분석을 수행하였다.

<표4-16> 내부화 우위요인, 근원적·부수적 요인과 성장성 간의 분석

소스	제Ⅲ유형 제곱합	자유도	평균제곱	F	유의도
수정모형	5.29	8	0.66	5.02	0.000**
전방통합	7.240E-04	1	7.240E-04	0.00	0.941
후방통합	0.21	1	0.21	1.63	0.203
경제적 요인	3.755E-03	1	3.755E-03	0.02	0.866
사회정치적 요인	7.841E-02	1	7.841E-02	0.59	0.442
전방통합*경제적 요인	0.20	1	0.20	1.51	0.220
전방통합*사회정치적 요인	0.13	1	0.13	0.98	0.322
후방통합*경제적 요인	7.719E-02	1	7.719E-02	0.58	0.445
후방통합*사회정치적 요인	3.510E-03	1	3.510E-03	0.02	0.871
오차	19.37	147	0.13		
합계	2061.93	156			

R-square=0.215(Adj. R-square=0.172)

\*\* : P<0.01, \* : P<0.05.

본 연구에 해외직접투자의 영향요인으로 전방통합과 후방통합 등 2개의 변수들을 활용하였으며, 해외직접투자의 매개요인인 근원적·부수적 요인을 활용하였다. 또한 해외직접투자의 성과 요인으로 성장성을 활용하였다.

분석결과를 보면 주요 효과를 측정하는 내부화 우위요인과 근원적·부수적 요인에 포함된 변수들은 모두 성장성에 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 또한 상호작용효과를 측정하는 변수들도 모두 성장성에 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다.

이러한 검증결과가 의미하는 것은 해외직접투자기업의 내부화우위 요인에 포함되는 전방통합과 후방통합 등의 변수들과 근원적·부수적 요인에 포함되는 경제적 요인과 사회·정치적 요인들이 결합될 때는 기업의 성장성에 대한 기여가 불분명하다는 것을 의미한다.

본 연구모형의 설명력은 21.5%로 나타났으며 유의수준 95%에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 따라서 가설6-1은 기각되었다.

## (2) 내부화 우위요인, 근원적·부수적 요인과 수익성 간의 관계

내부화 우위요인, 근원적·부수적 요인, 수익성 간의 관계를 분석하기 위하여 “근원적·부수적 요인에 따라 내부화 우위요인은 수익성에 유의한 영향을 미칠 것이다”라는 가설6-2를 검증하기 위하여 다음 <표4-17>과 같이 공분산분석을 수행하였다.

해외직접투자의 영향요인 중 내부화 우위요인으로는 전방통합과 후방통합 등 2개의 변수들을 활용하였으며 해외직접투자의 매개요인으로 근원적·부수적 요인을 활용하였다. 또한 해외직접투자의 성과 요인으로 수익성을 활용하였다.

검증결과를 보면 주요 효과를 측정하는 내부화 우위요인 중에서 전방통합은 기업의 수익성에 유의한 영향을 미친 반면에 근원적·부수적 요인은 모두 수익성에 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 또한 상호작용효과를 측정하는 변수들도 모두 성장성에 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다.

이러한 검증결과가 의미하는 것은 해외직접투자기업은 기업의 마케팅과 유통과 같은 고객들과 밀접한 전방통합을 통해서 기업의 수익성에 기여한 반면 연구개발과 기술공유 등 후방통합을 통해서 기업의 수익성이 개선되지 않았다는



것을 의미한다. 본 연구모형의 설명력은 45.8%로 나타났으며 유의수준 95%에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 따라서 가설6-2는 기각되었다.

<표4-17> 내부화 우위요인, 근원적·부수적 요인과 수익성 간의 분석

소스	제Ⅲ유형 제공합	자유도	평균제공	F	유의도
수정모형	11.21	8	1.40	15.53	0.000**
전방통합	0.37	1	0.37	4.17	0.043*
후방통합	7.0E-02	1	7.0E-02	0.78	0.377
경제적요인	8.6E-02	1	8.6E-02	0.95	0.330
사회정치적 요인	0.11	1	0.11	1.24	0.267
전방통합*경제적 요인	1.9E-03	1	1.9E-03	0.02	0.884
전방통합*사회정치적 요인	0.22	1	0.22	2.51	0.115
후방통합*경제적 요인	5.4E-02	1	5.4E-02	0.60	0.440
후방통합*사회정치적 요인	7.8E-03	1	7.8E-03	0.08	0.769
오차	13.26	147	9.0E-02		
합계	2057.93	156			

R-square=0.458(Adj. R-square=0.429)

\*\* : P<0.01, \* : P<0.05.

## 7. 가설의 검증 결과 및 해석

기업특유의 우위요인과 경영성과, 입지특유의 우위요인과 경영성과, 내부화 우위요인과 경영성과, 기업특유의 우위요인, 근원적·부수적 요인과 경영성과, 입지특유의 우위요인, 근원적·부수적 요인과 경영성과, 내부화 우위요인, 근원적·부수적 요인과 경영성과의 관계에 대한 가설 검증의 결과를 요약하면 다음 <표4-18>과 같다.

<표4-18> 가설검증 결과의 요약

가설	결과	비고
가설1 기업특유의 우위요인은 경영성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택	
가설1-1 기업특유의 우위요인은 성장성에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택	집중화 우위
가설1-2 기업특유의 우위요인은 수익성에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택	집중화 우위
가설2 입지특유의 우위요인은 경영성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택	
가설2-1 입지특유의 우위요인은 성장성에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택	문화요인
가설2-2 입지특유의 우위요인은 수익성에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택	시장제도 문화요인
가설3 내부화 우위요인은 경영성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택	
가설3-1 내부화 우위요인은 성장성에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택	전방통합
가설3-2 내부화 우위요인은 수익성에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택	전방통합
가설4 근원적·부수적 요인에 따라 기업특유의 우위요인은 경영성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각	
가설4-1 근원적·부수적 요인에 따라 기업특유의 우위요인은 성장성에 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각	
가설4-2 근원적·부수적 요인에 따라 기업특유의 우위요인은 수익성에 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각	
가설5 근원적·부수적 요인에 따라 입지특유의 우위요인은 경영성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.	부분 채택	사회정치
가설5-1 근원적·부수적 요인에 따라 입지특유의 우위요인은 성장성에 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각	
가설5-2 근원적·부수적 요인에 따라 입지특유의 우위요인은 수익성에 유의한 영향을 미칠 것이다.	채택	시장제도 문화요인
가설6 근원적·부수적 요인에 따라 내부화 우위요인은 경영성과에 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각	
가설6-1 근원적·부수적 요인에 따라 내부화 우위요인은 성장성에 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각	
가설6-2 근원적·부수적 요인에 따라 내부화 우위요인은 수익성에 유의한 영향을 미칠 것이다.	기각	

이상의 실증분석을 가지고 현재 해외직접투자를 시행하고 있는 한국자동차 부품 기업들의 행태를 설명하면 다음과 같다.

첫째, 집중화우위를 통한 기업특유우위를 유지하면서 수익성과 성장성을 추구하고 있다. 중국시장이 개방되었을 때 원가우위를 통한 기업특유우위가 집중화우위로 전환되었음을 알 수 있다.

둘째, 시장·제도적요인과 문화적 요인을 통한 입지특유우위를 유지하면서 수익성을 추구하고 있으며 문화적 요인을 통해서 성장성을 추구하고 있다. 즉 통신 인프라 활용, 해상·항공시설의 이용, 출입국의 용이성과 같은 인프라 요인보다는 시장규모 확대의 이점 활용, 성장잠재력과 현지시장에서의 경쟁 등의 시장·제도적 요인과 노사관계, 조세 혜택, 언어소통의 용이성 등의 문화적 요인이 한국의 해외직접투자의 수익성과 성장성에 기여하고 있다.

셋째, 전방통합을 통한 내부화요인을 유지하면서 수익성과 성장성을 추구하고 있다. 즉 모기업과 현지 자회사간의 시장관리기술의 공유, 원자재 공동개발 및 확보, 공동연구개발 및 기술공유 등과 같은 후방통합보다는 인력의 공유, 연구개발성과의 공유, 연구개발설비의 공동이용, 마케팅 스킬의 공유, 특허권의 공유, 글로벌 마케팅 개발 등에 중점을 두고 기업 경영활동을 하고 있다는 것을 의미한다.

넷째, 경제적요인과 사회정치적 요인을 고려할 때 기업특유우위, 입지특유우위와 내부화요인을 통한 한국기업의 수익성과 성장성에 크게 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 일반적으로 근원적·부수적 요인은 해외직접투자기업이 처해 있는 대내·외적인 환경을 나타내고 있다. 경제적 요인으로는 조세협약, 투자협정, 자유무역협정 등과 같은 국제환경, 회계투명성, 관료주의, 부정부패 등과 같은 기업경영 환경, 국제 M&A 시장 형성 및 용이성, 기술수준 향상과 같은 제도적 환경을 포함한다. 사회·정치적 요인으로는 국가·기업이미지 제고 및 홍보활동과 같은 투자촉진활동, 신규 진출해 있는 해외직접투자기업과 협력관계에 있는 기업의 고용개선효과, 음부즈만과 고층처리와 같은 사후투자관리 서비스 등이 포함된다. 그러나 이런 요인들이 기업특유우위, 입지특유우위와 내부화우위요인 형성에 영향을 미치지 못하여 궁극적으로 해외투자기업의 수익성과 성장성에 거의 영향을 미치지 못하고 있다. 다만 사회정치적 요인이 시장제도적 유인과 문화적 요인에 영향을 미쳐 입지특유우위를 강화시켜 줄 따름이다.

## 제5장 한국 자동차부품산업의 발전 전략

해외직접투자 기업은 현지국기업과 비교하여 필연적으로 현지적응비용 등 자국에서 보다 더 많은 거래비용을 지불하지 않으면 안 되는 불리한 입장에 처하게 된다. 그러므로 이러한 추가적인 거래비용을 커버하고 남을 만한 수익을 발생시키지 못하면 해외직접투자는 실패로 돌아갈 것이다. 실증분석의 결과를 바탕으로 하여 한국 자동차부품산업이 해외 직접투자에 성공하려면 어떤 발전전략을 실행하여야 할 것인가를 제시하고자 한다.

### 제1절 기업특유우위 강화전략

투자기업의 내부적 특성과 기업 간의 경쟁에 관계에 대해 Hymer(1976)<sup>55)</sup>는 외국기업이 현지국 기업에 비해 여러 가지 불리한 점이 있음에도 불구하고 이러한 거래비용<sup>56)</sup>을 상쇄하고도 남을 현지국 기업이 갖지 못하는 기업특유의 우위(firm-specific advantage)가 무엇인가를 규명하는 데 초점을 두었다.

Kindleberger(1966)는 기업특유 우위성의 원천을 네 가지로 구분하고 있다. 첫째, 제품차별화, 기업특유의 마케팅 기술, 가격정책 등 제품시장에서 불완전 경쟁을 통한 우위이다. 둘째, 특허기술, 기업특유의 비공개 기술, 자본조달의 우위성 및 우수한 경영능력 등 생산요소시장에서 불완전 경쟁의 우위이다. 셋째, 규모의 경제를 통한 우위이다. 넷째, 경제정책, 생산 및 시장진입에 대한 정부 간섭 등을 통한 우위이다.

일반적으로 기업들은 이러한 우위성의 원천을 바탕으로 각기 자기 기업에 적합한 기업특유우위전략을 수립하여 해외직접투자를 결정한다. 이런 기업특유우위전략에는 원가우위전략, 차별화우위전략과 집중화우위전략 등이 있다.

---

55) S. H. Hymer, *The International Operations of National Firms*, The MIT Press, 1976. p.76.

56) 이러한 거래비용의 원천으로는 현지국 기업에 유리한 경제·사회·법률 제도, 사회적 관습, 소비자의 기호, 교통 및 통신비용, 현지국의 주민 또는 공공기관으로 부터 받는 차별대우, 현지국 사정에 대한 지식부족 등이 해당됨.

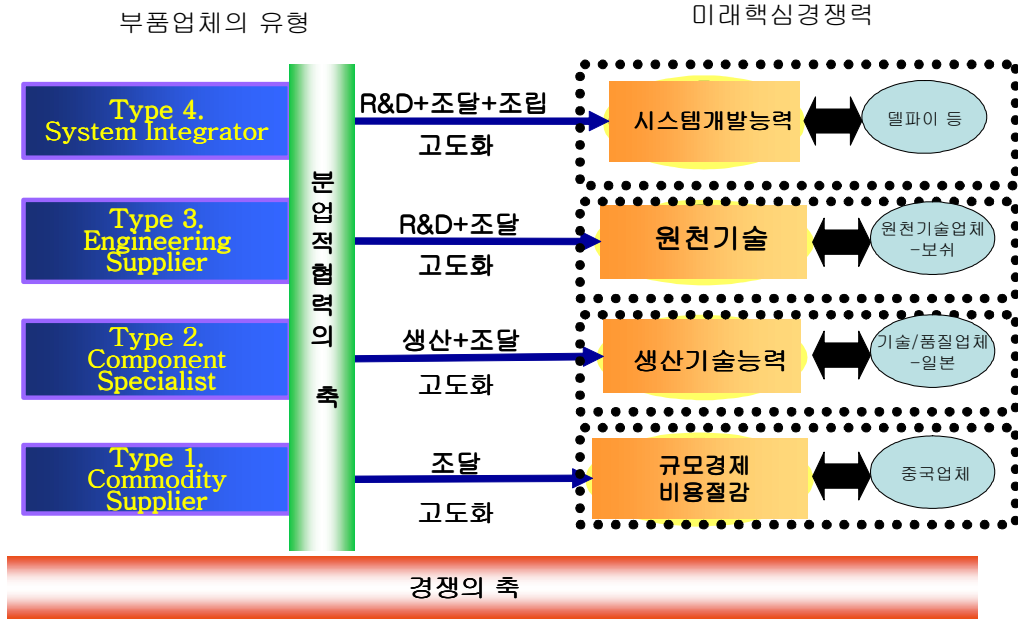
## 1. 집중화우위전략

앞의 실증분석결과에서 보듯이 현재 한국의 자동차부품기업들은 해외직접투자를 실시하고 있는데 집중화우위전략을 통해서 기업의 성장성과 수익성을 추구하는 것으로 드러나고 있다.

집중화 전략은 마이클 포터(Michael E. Porter)교수가 제시한 본원적 전략 중 하나로 특정 시장, 즉 특정 소비자 집단, 일부 품목, 특정 지역 등을 집중적으로 공략하는 것을 뜻한다. 이렇게 함으로써 한 가지 일에 능숙할 수 있고 집중된 전문성과 견고한 명성을 통해 성장을 도모하려는 전략이다. 원가우위 전략과 차별화 전략이 전체 시장을 대상으로 한 것임에 반하여 집중화 전략은 특정 시장에만 집중하는 전략이다. 일반적으로 집중화 전략을 선택하는 기업은 규모가 작기 때문에 광범위한 원가 우위와 차별화 전략을 추구하기 어려워 특화된 영역 안에서 원가 우위나 차별화 중 하나를 선택하게 된다.

우리나라의 자동차부품산업은 대부분 규모가 커지 않기 때문에 해외직접투자를 결정하게 되면 다각화 전략을 수립하기 보다는 우선 특정 부품, 지역에 국한하여 선택적 집중을 통해 원가우위나 차별화 우위에 의한 경쟁적 우위를 확보하여야 한다. 특히 시장의 다양성과 제품의 다양성을 가급적 축소하고 글로벌화 정도도 25% 정도로 유지하며 해외직접투자 진출지역도 다변화하기 보다는 소수 국가에 한정하여 집중화 시키는 것이 바람직하다. 다음 <그림5-1>은 자동차부품을 4가지 형으로 분류하고 어떤 국가들이 어떤 자동차부품 생산에 집중하고 있는가를 나타내고 있다.

# 부품업체의 분류



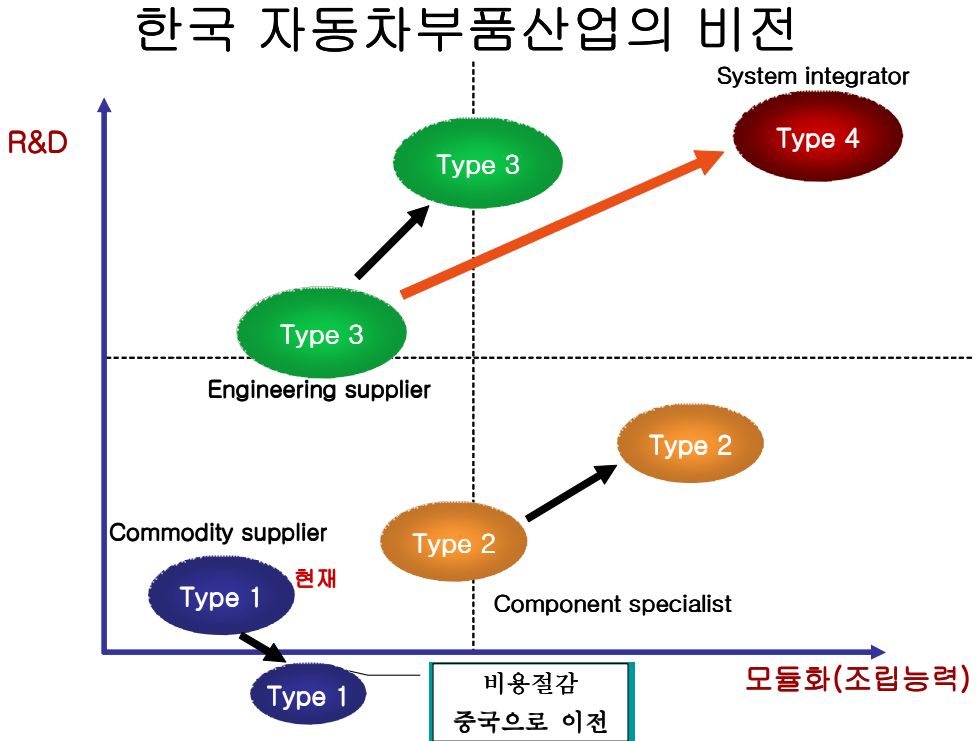
자료 : 주오진·김기찬, 「한·중·일 자동차부품 경쟁력분석 및 대응 전략」, 자동차부품산업진흥재단, 2004.

<그림5-1> 자동차부품산업의 분류

여기에서 보듯이 자동차부품을 4가지로 분류했을 때 중국은 제1형(type)의 자동차부품에 기업특유우위가 있는데 규모의 경제를 통한 생산비용감소를 통해 원가우위가 있다. 제2형 부품은 주로 일본 자동차부품기업이 생산하고 있는데 생산기술능력을 통해 기업특유우위를 가지고 있다. 제3형부품은 주로 미국 자동차부품기업이 생산하고 있는데 원천기술을 통해 기업특유우위를 가지고 있다. 원천기술을 계속 창출하기 위해서는 R&D에 집중해야 할 것이다. 마지막 제4형 자동차부품은 독일의 델파이사 등이 생산하고 있는데 시스템개발능력을 통해 기업특유우위를 가지고 있다. 시스템개발능력은 R&D, 부품의 모듈화(조립생산), 유통판매를 하나의 시스템화하여 집중우위를 갖는 것을 말한다.

이러한 자동차부품분류체계에서 한국의 자동차부품산업은 제1형부품과 제2

형부품 사이에 위치한다고 볼 수 있다. 다음 <그림5-2>는 앞에서 분류한 자동차부품을 통해 한국 자동차부품산업의 장단기발전전략을 나타내고 있다.

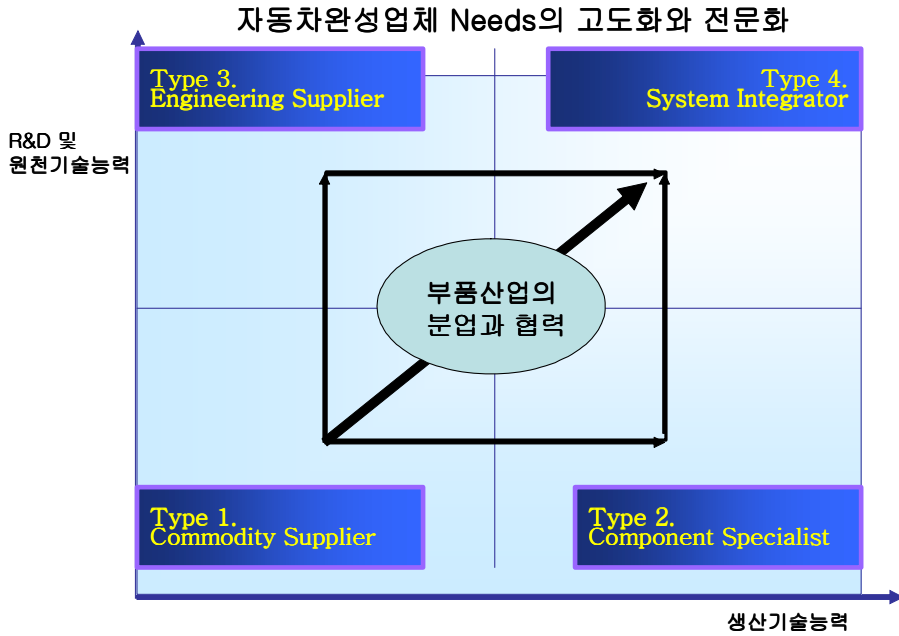


자료 : 주오진·김기찬, 상게서.

<그림5-2> 한국 자동차부품산업의 장기발전전략

위 그림은 R&D능력과 모듈화능력을 좌표로 하여 각 자동차부품의 발전방향을 나타내고 있다. 먼저 단기적으로 한국 자동차부품산업은 제1형부품은 원가우위전략을 통해 중국 등으로 이전하고 제2형부품은 모듈화를 통해 생산기술능력 향상에 집중화해야 한다. 장기적으로 R&D를 통해 제3형 부품을 개발함과 동시에 모듈화를 촉진하고 더 나아가 이것을 시스템화할 수 있는 기술수준으로 나아가야 한다. 또한 이것이 실현되기 위해서는 각 개별기업의 독자적인 기술개발능력도 중요하지만 자동차부품기업들도 다음 <그림5-3>에서 보듯이 긴밀

한 분업과 협력체계가 요구된다.



<그림5-3> 자동차부품산업 내 분업과 협력체계

## 2. 차별화우위 전략

제품/서비스의 차별적 경쟁우위(differential competitive advantage)는 기업이 구매자들에게 단순히 저가격을 제공하는 것보다 가치 있는 독특한 무언가를 제공할 때 존재한다. 따라서 소비자에게 독특한 가치를 제공하여 줌으로써 차별화에 소요된 비용 이상으로 높은 가격 프리미엄을 얻게 된다.

자동차부품산업 업계에서 차별적 경쟁우위를 유지할 수 있는 유형에는 세 가지 유형으로 구분하여 생각해 볼 수 있다.

첫째, 유형의 차별적 경쟁우위를 달성하기 위한 것으로는 크기, 모양, 중량, 색상, 디자인 등 기술적인 면에서 소비자의 선호에 따라서 우리가 눈으로 관찰



할 수 있는 제품이나 서비스의 특성을 말한다.

둘째, 무형의 차별적 경쟁우위를 달성하기 위해 소비자가 제품이나 서비스에 대하여 느끼는 사회적이고 감정적이며 심리적인 차별화를 말한다.

셋째, 수요 측면에서 차별적 경쟁우위를 달성하기 위한 것으로 제품차별화의 기회는 근본적으로 그 제품이 갖고 있는 특성에 의해 좌우된다. 따라서 제품이나 서비스의 물리적인 특성뿐만이 아니라 광고와 같은 인위적인 노력에 의해서도 가능하다. 소비자의 수요를 보다 더 잘 이해하고 차별화 할 수 있는 방법을 찾기 위해서는 그 제품의 특성만 분석하는 것이 아니라 소비자의 행동 특성과 수요 특성 분석을 통한 차별화 전략을 수립해야 한다.

따라서 자동차부품산업이 해외직접투자를 결정할 때 차별적 경쟁우위를 지속적으로 유지하고 재창출 할 수 있다면 해외직접투자 이후 성장성과 수익성이 크게 개선될 것이다.

### 3. 원가우위 전략

원가우위를 갖는 기업은 수익마진을 유지하는 것과 동시에 경쟁업체보다 더욱 낮은 비용으로 제품이나 서비스를 생산할 수 있어야 한다. 따라서 기존 경쟁업체와의 경쟁에서도 가격 경쟁력이 있으며, 구매자나 공급자의 공격에 방어가 비교적 손쉽게 되고, 대체품이나 잠재적 신규 진출의 위협을 극복할 수 있게 해 준다. 이러한 원가우위를 획득하기 위해서는 원가관리에 보다 심혈을 기울여야 하는데 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

우선 대규모 자본 투자와 재원 확보를 통해 규모의 경제, 학습효과 달성하고, 원가가 절감되는 생산 공정의 기술적 관리, 노무비가 절감되는 집중적인 노무 관리, 원가절감을 가능케 하는 제품 설계, 물류시스템의 비용 경감, 철저한 원가관리 마인드, 세부적인 통제 및 관리체계 등을 통해 원가우위를 달성할 수 있다.

그러나 이러한 원가우위는 시간이 지남에 따라 지속되지 못한다. 일반적으로 한 기업이 비용을 삭감하기 위해 혁신적인 기술을 사용하고 있다면 그 후 그 산업내의 다른 기업들이 이 기술을 수용해서 그들의 비용도 삭감하게 될 것이

다. 그러므로 원가우위에 의한 기업의 경쟁우위를 잃게 될 것이고 이러한 원가우위는 장기적인 경쟁우위를 제공해 주지 못한다.

따라서 자동차부품산업의 해외직접투자시 초기 단계에는 원가우위를 바탕으로 경쟁우위를 유지할 수 있지만 일정 기간이 경과하게 되면 차별화우위, 집중화 우위를 통한 기업의 경쟁력을 향상시켜 나가야 한다.

## 제2절 입지특유우위 강화전략

### 1. 문화적 요인의 강화 전략

앞 장의 실증분석결과에서 보듯이 자동차부품산업이 해외직접투자에 있어 입지특유의 우위요인 중 투자국의 시장·제도적 요인과 인프라요인은 경영성과에 영향을 미치지 않고, 문화적 요인은 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이것은 한국기업이 현지국의 문화를 잘 이해하고 잘 적응하고 있다는 것을 의미한다. 즉 한국기업들이 현지국의 이질성·특유성을 지닌 문화적 환경요소들에 대한 각별한 관심을 갖고 충분한 지식을 갖추고 국제경영활동에 참여하고 있다는 것을 의미한다. 이러한 문화적 요인을 좀 더 강화하는 전략이 필요하다.

문화는 한 국민이나 민족 집단에 널리 공유된 인식으로서 여러 세대를 거치면서 제도화된 법률, 규칙, 관습 등으로 나타난다. 따라서 기업 활동이 특정국가에 국한되어 있다 하더라도, 그 나라의 문화적 전통에 대한 이해가 필요하다. 특히 기업 활동이 여러 국가에 걸쳐 있는 경우에는 각기 다른 시장이 가지고 있는 고유한 문화적 특성은 경영활동의 기능에 영향을 미치게 된다. 특히, 언어, 미학, 교육, 종교, 태도와 가치관, 사회기구 등에 있어 대한 충분한 지식을 갖추고 있어야 국제경영활동에서 경영성과를 달성할 수 있다.

자동차부품 기업의 투자대상국과 본국의 문화적 환경 차이는 기업이 국제화를 수행하는데 많은 영향을 미치게 된다. 예를 들면 의식주, 소비패턴, 종교, 가치체계의 차이는 조직의 구성이나 관리의 측면에서 보다 많은 관심과 적응화 노력을 필요로 한다.

자동차부품 기업이 문화적 환경의 차이를 극복하고 국제경영활동을 효과적으로 수행하기 위해 다음과 같은 사항을 전략적으로 주시할 필요가 있다.

### (1) 문화차이의 무시

문화차이를 무시하는 것은 바로 '비지니스는 비즈니스'라는 관점으로 접근하는 경우이다. 즉 전 세계에 어느 나라에 있던 모든 사람들은 같은 직종에 있으면 같은 행동과 기준을 적용해야 한다는 것이다.

이러한 관점에 있는 기업들은 본국에서 개발된 정책, 관행이 당연히 외국에서도 적용될 수 있을 것으로 생각하고 이를 강행하는 경향이 있다. 이러한 기업전략은 제품의 질을 유지하고 고객서비스를 향상시키기 위해서는 전 세계의 종업원들 사이에 똑같은 행동과 사고방식이 필요하다는 데 초점을 맞추고 있다. 따라서 기업은 자체 훈련센터 등을 세워 필요한 경영관행과 형태, 신념과 가치관을 심어주려고 노력하게 된다.

### (2) 문화차이의 최소화

이런 접근법은 문화차이의 중요성을 인정하며, 이러한 차이가 문제를 야기하거나 기업의 효율적 운영을 저해하는 것으로 본다. 여기서 문화차이를 최소화한다는 것은 문화차이에서 오는 갈등을 줄이기 위하여 문화차이를 균일화하는 방법을 찾고, 동질성을 창조하거나 문화차이를 분리해 내는 것을 의미한다.

문화차이를 최소화하는 구체적인 전략으로는 글로벌 기업문화의 창출, 서로 다른 문화적 요소를 분리함으로써 미연에 마찰을 피하고자 하는 문화의 분리, 지역본부와 같은 완충장치의 창출 등을 통해 가능하다.

### (3) 문화적 차이의 이용

문화적 차이를 이용하기 위해서는 현지국내에서의 문화적 욕구와 모기업의 기업문화와 통제조치에 대한 현지국의 반응 사이에서 균형을 찾아야 한다. 이 점이 오늘날 대부분의 해외진출기업들이 경험하는 딜레마 가운데 하나이다. 이

러한 문화적 차이가 오히려 잘 이용하게 되면 기업에게는 기회·경쟁우위의 원천이 될 수 있다. 반면 문화적 차이로 인해 혼란과 불화가 생길 수 있다는 점이 우려가 된다.

## 2. 시장·제도적 요인 중시 전략

해외직접투자를 통해서 현지국에 정착하기 위해서는 문화적 요인뿐만 아니라 시장·제도적 요인도 매우 중요하다. 특히 시장요인으로는 시장의 규모 및 잠재력, 과거의 성장내용과 미래의 기대성장내용을 포함하는 시장의 성장성, 주요 경쟁대상기업의 시장점유율, 과거와 미래의 가격변화 추세, 시장규모 확대의 이점 활용, 성장 잠재력과 현지시장에서의 경쟁, 시장의 공간적 분포, 노동·에너지·원재료·부품·반제품 등 투입요소의 가격·품질 및 생산성, 인적자원 활용 등이 해당된다.

특히 시장요인은 주로 판매 분야에서의 전략을 형성하기 위한 자료로 활용되는데 이를 위하여 전체 시장을 일정한 기준에 의하여 세분화하여 세분화된 시장을 구성하는 고객집단의 욕구를 충족시키기 위한 합리적인 경영전략의 실현을 가능하게 한다. 시장요인에 따라 세분화된 시장에 적합한 제품의 형성, 가격정책, 광고, 유통정책과 경영전략을 통합적으로 활용해야 한다.

또한 제도적 요인은 무역장벽 및 무역과 해외직접투자에 대한 현지국 정부의 여러 가지 정책으로 출입국의 용이성, 특허권 보호, 조세이점, 관세이점 등이 해당된다. 이러한 현지국의 제도적 요인 또한 자동차부품산업이 해외직접투자를 결정하는데 있어 간과해서는 안 되는 중요한 결정요인이기 때문에 면밀히 분석하여 투자전략을 수립하여야 한다.

## 3. 인프라 요인

자동차부품산업이 해외에 진출하기 위해서는 진출국의 인프라 요인도 중요한 결정요인 중에 하나가 된다. 특히, 해상·항공시설 이용의 편리성, 통신시설 및 육로의 자유롭고 안전한 이용 가능 여부, 출·입국에 대한 용이성 등의 여부에

따라 진출 이후 기업경영활동에 중요한 영향을 미치게 된다.

따라서 이러한 현지국의 인프라요인이 제대로 갖추어져 있는지 유무에 따라 진출기업의 경영성과가 크게 달라질 수 있다. 따라서 해외에 진출하고자 하는 기업들은 사전에 현지국의 인프라 요인을 면밀히 검토하여 인프라 요인이 제대로 갖추어져 있을 때 진출하는 것이 바람직하다.

### 제3절 내부화우위 강화전략

내부화우위이론<sup>57)</sup>은 국제기업이 시장의 불완전성에 기초하여 일반적으로 정상적인 시장거래를 통해 이루어지는 여러 가지 외부시장기능을 국제기업 체계 내에 내부화하여 내부시장을 창출하고 이를 통해 자사가 보유하고 있는 우위를 최대한 이익측면으로 활용한다. 이와 같은 시장내부화가 국경을 넘어 이루어지게 될 때 해외직접투자가 발생하고 다국적 기업이 출현한다는 이론이다.<sup>58)</sup>

외부시장은 비용이 많이 들고 비효율적이므로 기업은 외부시장기능을 대신하여 여러 곳에 투자함으로써 내부화를 추진하게 된다. 기업은 시장의 불완전성으로 인한 거래비용을 회피하기 위해 만약 기업 내에서 낮은 비용으로 거래가 가능하다면 기업이 시장기능을 대신하여 그 거래를 내부화하게 된다는 것이다. 즉 내부화는 시장의 불완전성에 대응하여 거래비용을 회피하거나 감소시키기 위하여 내부시장을 창조하는 과정이라고 할 수 있다.<sup>59)</sup> 특히 기업이 초과이익을 창출하는 제조비법이 있는 경우 기업은 이 권리가 강력하게 보호될 수 있는 직접투자를 선호하게 된다.<sup>60)</sup>

---

57) Coase(1973)에 의해 연구가 시작되었고, Williamson(1973)에 의해 보다 체계적으로 계승·진행되었으며, Buckley와 Casson(1976)이 다국적기업에 적용하였다. 그 후 Rugman(1982)은 내부화이론을 더욱 심화·발전시켜 이를 해외직접투자의 일반이론으로 제시하였다.

58) 외부시장에서 소유권의 교환을 통해 이루어지는 정상적인 시장거래를 외부거래라고 하며, 반면에 시장내부에서 소유권의 이전이 이루어지지 않는 개념상의 거래를 내부거래(internal transaction)라고 한다.

59) J. Johanson & L. G. Mattsson, "Internationalization in Industrial System - A Network Approach", in (ed.) N. Hood & J. E. Vahlne, Strategies in Global Competition, London, Croom helm, 1988.

60) W. C. Kim & P. Hwang, "Global Strategy and Multinational Entry Mode

기업특유의 우위요소는 해외직접투자방식이 아니더라도 수출이나 라이선싱을 통해서도 이익을 획득할 수 있으므로 기업특유 우위요소를 보유하는 것 그 자체가 해외직접투자가 이루어지기 위한 하나의 필요조건에 불과할 뿐 충분조건은 되지 못한다. 그러므로 자사가 보유하고 있는 우위요소를 내부화함으로써 획득하는 이익, 즉 내부화이익이 다른 대안을 통해 얻는 이익보다 커야 한다는 것이다. 이러한 내부화의 이익으로는 시장에 대한 접근·협상·통제 등 외부시장 거래에 수반되는 경비와 재산권을 보호하기 위하여 사용하게 되는 경비가 절감된다. 또한 외부시장에서 판매되고 있는 투입요소의 성질 및 가치에 대한 구매자로서의 의구심을 제거하고, 외부시장에서 가격차별이 불가능할 경우 이를 기업내부로 흡수할 수 있다. 제품의 판매자로서 품질관리의 필요성을 충족할 수 있으며, 외부경제의 이익과 기업 간의 상호 의존적 활동의 이점이 있다. 미래시장이 없을 경우 이를 기업내부로 흡수할 수 있으며, 쿼터·관세·가격통제·조세차별 등 정부의 각종 개입과 간섭을 회피하거나 활용할 수 있다. 경쟁업체 등에 대한 투입요소의 공급 및 판매조건과 시장의 판로를 통제할 수 있다. 경쟁적 기업전략으로서 가능한 경우 상호보조금 지급, 시장침투가격 결정 등의 기업 활동을 영위할 수 있다.

## 1. 전방통합전략

앞장 실증분석 결과에 의하면 기업의 내부화 우위요인 중 전방통합 전략이 기업의 경영성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이것은 현재 자동차 부품산업이 해외직접투자를 결정함에 있어 전방통합 전략을 통해 기업의 경쟁우위를 가지고 있다는 것이다.

전방통합전략은 모회사와 현지 자회사 간의 인력의 공유, 연구개발성과의 공유, 정보의 획득 및 기술이용, 마케팅 스킬의 공유, 특허권의 공유, 제품의 원재료 등의 재고수준을 적절하게 유지 할 수 있고, 원자재를 자체 생산함으로써 이익을 얻을 수 있으며, 원자재의 생산과 제품의 생산에 일관성을 높임으로서 제품의 질적 향상을 가져 올수 있다.

---

Choice," *Journal of international Business Studies*, 23/1, 1992, pp. 29-53.

## 2. 후방통합전략

해외직접투자기업은 중간재시장을 내부화하기 위해서 수직적 통합을 추구하는데 중간재시장은 효율적이지 못하고 불완전하기 때문에 중간재시장을 내부화하게 된다. 중간재의 내부화는 기업이 그 생산라인에 원료를 공급하는 후방통합을 하게 된다.

장기적으로는 한국자동차부품산업이 현지국으로부터 원자재, 중간소재 등 원자재를 안정적으로 공급받고 연구개발과 기술공유를 통해 연구개발에 대한 위험을 줄이기 위해서는 후방통합전략을 통한 내부화우위전략을 추구할 필요가 있다.

## 제4절 기타 발전전략

### 1. 전자상거래제도 강화

오늘날 기업환경은 시장 환경의 변화에 효율적으로 대응하기 위하여 고객만족, 신속대응, 효과적 고객대응, 정기적 공급체제 등과 같은 개념과 관련 기법이 강조되고 있다.

전자상거래(.EC : electronic commerce)는 기업 간 또는 기업과 소비자 간의 상거래 활동을 통신 네트워크를 통해 수행하는 것을 말한다. 따라서 전자상거래는 통합적인 자동화된 정보체계의 환경 하에서 기업과 기업 간, 기업과 정부 간, 기업과 개인 간 거래관계의 모든 측면에 걸쳐 생산, 구매, 재무, 수송, 행정 서비스 등 제반 비즈니스를 전자적으로 행하는 것이라고 정의할 수 있다. 이는 정보통신기술을 이용하여 비즈니스와 관련된 각종 정보를 자동적으로 교환함으로써 비즈니스 방식을 재창조하고 비용절감, 고객만족 제고 등을 통해 궁극적으로 기업의 이익을 극대화하는데 있다.

우리나라 완성차업체와 부품업체간 전자상거래의 역사를 살펴보면 1994년 4월에 한국자동차공업협회의 주관으로 전자상거래 구현을 위해 현대, 기아, 대우 등이 팀을 구성하였으며, 1999년 11월~2001년 7월에 현대, 기아, 대우자동차와

10개 부품업체간에 시범사업이 운영실시 되었다. 1999년 11월에서 2000년 3월 까지 KNX, EDI(electic date interchange : 전자적 문서교환) 선행연구가 실시 되었고, 2000년 7월~2001년 7월에 KNX, EDI 개발 사업이 본격 실시되어 같은 기간 동안 부품정보표준화도 실시되었다. EDI 개발 사업은 전자상거래를 위해 표준문서를 개발하는 것으로서 생산계획서, 납입지시서 등 29종의 개발을 완료 하였다. 부품정보표준화사업을 통해서도 일반자재, 유지보수용, 생산자재에 대한 용어통일, 분류체계 등을 표준화하였다. KNX는 완성차-부품업체간 수직적 네트워크를 기업 간 수평적 네트워크가 가능하도록 하는 시스템으로서 기업전용선과 같은 품질과 보안수준을 유지하면서 인터넷과 같은 확장성을 갖춘 정보 네트워크이다.

그러나 현재 완성차업체와 부품업체간 전자상거래가 활발히 이루어지지 않고 있으며, 향후 국내 완성차업체와 부품업체간 전자상거래는 물론이고 외국 기업의 완성차업체 간에 전자상거래가 이루어질 수 있도록 인터넷 상에 사이버 쇼핑몰 구축을 통한 제품의 직접적인 판매를 통해 새로운 시장을 개척해야 한다.

또한 최근에서는 자동차부품산업에서 인터넷상에 사이버 쇼핑몰을 구축하여 운영 중인 업체가 늘어나고 있다. 대표적인 사이버 쇼핑몰 중에서 대한무역(<http://www.daehanltd.co.kr>)은 Ray Wheels, Super-Star, O.Z Wheel, RDB Wheel, 브레이크시스템, 튜닝스프링, 타이어, 휠 너트, XENON HID 시스템, APEXI, OIL, 기타 자동차부품 등 다양한 제품을 인터넷 쇼핑몰 사이트에서 취급하고 있으며, 보우상사(<http://www.bowoone.co.kr>)는 튜닝용품 전문업체로 알로이휠, 타이어, 쉐루프, 속업쇼바, 스프링, 우드핸들 등 제품을 전자상거래를 통해 판매하고 있으며, 그 외에 보우상사, 빅스유통, 오토탑, 보람유통, 오토하우스 등 많은 업체들이 사이버 상에서 활동을 하고 있다.

일본 자동차부품조달 B2B 전자상거래를 보면 2002년의 총 시장규모가 60조 엔, 2003년에는 77조엔, 2004년에는 102조 7,000억 엔으로 나타났고, 이러한 B2B 전자상거래에 대한 이용율을 산업별로 보면 도소매업종이 34%로 가장 높았고, 제조업이 29.7%, 서비스업이 21.9%, 금융보험업이 19.7%를 나타냈다. 특히 자동차산업과 관련된 B2B 전자상거래 시장규모는 일본 B2B 전자상거래 전체 시장의 약 37%를 차지하는 높은 비중을 나타내고 있다.<sup>61)</sup>

따라서 자동차부품업계에서는 자체 사이버 쇼핑몰 구축이나, 아니면 이들 사



이머 쇼핑물 업체와의 거래를 통해 매출신장을 기할 수 있다.

자동차부품산업에 전자상거래를 활용함으로써 얻을 수 있는 기대효과를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 전자상거래 사이트를 개설함으로써 국내·외 자동차산업과 실시간 공유를 위한 정보전달체계를 확립할 수 있다.

둘째, 전자상거래를 통해 고객 데이터베이스를 구축할 수 있으며 이를 통해 자동차부품산업의 시장조사에 활용할 수 있다.

셋째, 전자상거래 쇼핑물을 통해 자사의 제품을 홍보, 판매촉진, 기업이미지 제고 등으로 활용할 수 있다.

넷째, 사이버 쇼핑물(cyber shopping mall)은 컴퓨터가 제공하는 환경 하에서의 가상공간, 즉 사이버스페이스(cyber space)에서 소비자가 상품을 찾아 쇼핑하고 구매할 수 있도록 만들어진 가상의 시장으로 쇼핑의 시·공간적 제약이 없고, 제품 전시공간이 무한하고 다양한 제품선택권이 주어지며, 거래형태에 따른 저렴한 가격으로 제공하는 것이 가능해진다.

## 2. 글로벌 부품 전문업체 육성

우리나라 자동차부품산업은 선도기업의 부재와 기업의 영세성으로 인해 R&D 및 마케팅 역량이 절대적으로 부족한 실정이며 이로 인해 저부가가치의 부품생산 및 주요 기술의 해외도입이라는 악순환이 반복되고 있다. 영세한 규모뿐만 아니라 대기업과 종속적 관계, 수입유발적인 구조 및 대일본 적자의 증가 등으로 지속적인 발전과 성장에 어려움을 겪고 있다.<sup>61)</sup>

이러한 기업의 내부적인 요인과 외부적인 환경의 변화로 이제 우리나라 자동차부품 기업들도 새로운 환경에 적응해 나가야 한다. 그 전략의 하나로 글로벌 부품 전문업체로의 변신이 요구된다. 구체적 전략으로는 부품업체간 인수·합병을 통해 규모의 경제를 실현하고, 이를 통해 기업의 규모를 대형화해야 한다.

---

61) 한광희, 「일본의 자동차부품조달 전자상거래의 특징과 개선방안」, 한국콘텐츠학회 논문집, Vol. 5. No. 6, 2005, p. 277.

62) 이광재, 「부품산업의 국제경쟁력 결정요인과 수출성과에 관한 연구 -한국 자동차 부품산업을 중심으로 -」, 서강대학교 대학원 무역학과 석사학위논문, 2005, p. 24.

세계 자동차부품 산업의 10대 메이저들은 대부분 외환위기 동안 한국의 자동차부품산업에 진출하였으며, 이러한 흐름을 주도한 것은 세계 자동차부품 3대 메이저인 미국의 델파이(Delphi)와 비스티온(Visteon), 그리고 독일의 보쉬(Bosch)였다. 델파이가 인수한 국내 자동차부품 업체로는 한국델파이, 성우, 대성전기공업, 신성패커드, 코리아도어시스템, 텔코 등이며, 비스티온이 인수한 업체들은 한라공조, 덕양산업, 한국VDC한라 등이고, 보쉬가 인수한 업체들로는 감코, 한국로버트보쉬기전, 모스트, 케피코, 두원정공 등이다.<sup>63)</sup>

또한 국내 자동차부품업 기업 간 인수·합병을 보면, 부품업체들은 완성차업체의 구조개편에 대응하고 체질강화를 위해 공장이나 관계사를 적극 통폐합하고 있다. 서울차체가 자회사인 서울차량·서울차륜을 인수·합병하였고, 한국 TRW는 우진을, 우신공업은 한영공업, 다성은 광덕금속, 서진산업은 진우를 각각 합병했다. 또 삼립산업은 기아차 램프 생산업체인 대우공업, 화신은 통일중공업 자회사인 영일공업을 인수하였다.

전통적으로 규모의 경제가 중요시되어온 자동차 업계에서 M&A를 통한 규모의 확대는 일반적인 경영전략의 하나로 인식되어 왔다. 최근에는 대규모 자금이 소요되고 투자위험도가 높은 완성차 업계보다는 상대적으로 리스크가 약한 부품업체간 M&A가 활발하게 진행되고 있다. 자동차부품업체의 주요 M&A 사례를 보면 2002년 마그나가 테스마 인터내셔널을, 2005년에는 닛산이 칼소닉 칸사이를, 칼라일 그룹이 악셀텍 인터내셔널을 인수했으며 2005년에는 발레오가 존스 컨트롤, 존스 일렉트릭이 SAIA 버지스의 지분 100%를 인수하며 자동차 부품업체 강자로 떠올랐다. 2006년에는 니폰 싯 클래스가 필킨톤을, 하이웰 인터내셔널이 퍼스트 테크놀러지를 인수하였다.

지금까지 우리나라의 자동차부품 기업들이 해외 자동차부품기업에 의해 합병되는 경우가 대부분이었다. 그러나 이제 우리나라의 자동차부품 기업들도 세계적 부품기업과 경쟁하기 위해서는 적극적으로 해외로 진출할 필요가 있으며 그 방법으로 인수·합병을 통해 경쟁력을 향상시켜 나가야 할 것이다.

1990년대 이후 세계 자동차업계가 인수합병 등 구조조정에 휘말리고 글로벌 경쟁이 격화되면서 자동차 부품산업에도 그 여파가 닥쳐오게 되었다. 완성차업

---

63) 노광표, 「다국적자동차부품업체의 노사관계 연구」, 노동사회연구소 노동사회, 2002, p. 111.

체들이 값싸고 품질 좋은 부품이라면 전 세계 어느 업체에서도 조달할 수 있다는 ‘글로벌 소싱’을 강화하면서 전통적인 완성차업체와 부품업체 간의 계열관계가 무너지게 되었다. 따라서 자동차 부품업체들은 독자생존의 길을 찾아야 했고 가격경쟁도 더욱 심해졌다. 이에 따라 자동차 부품업계에서도 M&A를 통한 대형화 추세가 이어지고 있다. 완성차업체와 마찬가지로 자동차 부품업체도 코스트다운과 기술개발의 필요성 때문에 규모의 경제가 요구되고 있어 대형화는 불가피한 추세가 되었다.

이런 세계적인 흐름에서 우리나라도 자유로울 수는 없다. 완성차업체가 품목별로 부품업체를 지정하고 목표가격을 제시해주는 것은 옛날 얘기가 되었다. 국내 완성차업체들은 최근 몇 년 사이 완전공개입찰과 글로벌 소싱 원칙을 선언하고 신제품이 나오면 외국 부품업체들까지 모두가 견적을 제출하는 100% 완전경쟁체제로 바뀌었다. 완성차업체들의 가격 인하 요구가 거세지고 있다.

국내 완성차업체 생산 규모는 세계 5위이지만 세계 100대 자동차 부품메이커에는 현대모비스 57억 달러의 매출로 25위, (주)만도는 77위로 두 개 업체로 지나치게 내수의존적인 것도 특징이다. 이런 상황 때문에 국내 자동차 부품업체들에게 있어 ‘글로벌 경쟁’이 어려운 실정에 있다. 외환위기 이후 국내 자동차 부품업체들이 잇따라 외국기업에 넘어가고 있는 것도 이 때문이다.

기술개발의 원활한 추진, 부품의 모듈발주에 대한 대응, 선진업체들의 대형화 추세 등으로 우리나라 자동차부품산업의 대형화는 필수적인 과제로 부각되고 있다. 따라서 국내 자동차업체들이 모듈발주 및 미래기술에 대한 대응 등을 원활히 수행하기 위해서는 부품업체의 대형화를 적극 유도하여 비용의 절감, 설계능력 향상을 통해 국제경쟁력을 향상시켜야 한다.

### 3. 자동차부품의 모듈화

한국의 자동차부품기업들은 대부분 소규모이므로 원가우위전략이나 차별화우위전략보다는 집중화우위전략이 더 적합하다는 것을 앞에서 밝혔다. 이러한 집중화우위전략을 통해서 제4형 부품생산으로 나아가기 위해서는 자동차부품모듈화가 필수적이다. 모듈화를 발전단계별로 구분하여 보면 다음 <그림5-4>와 같

다.

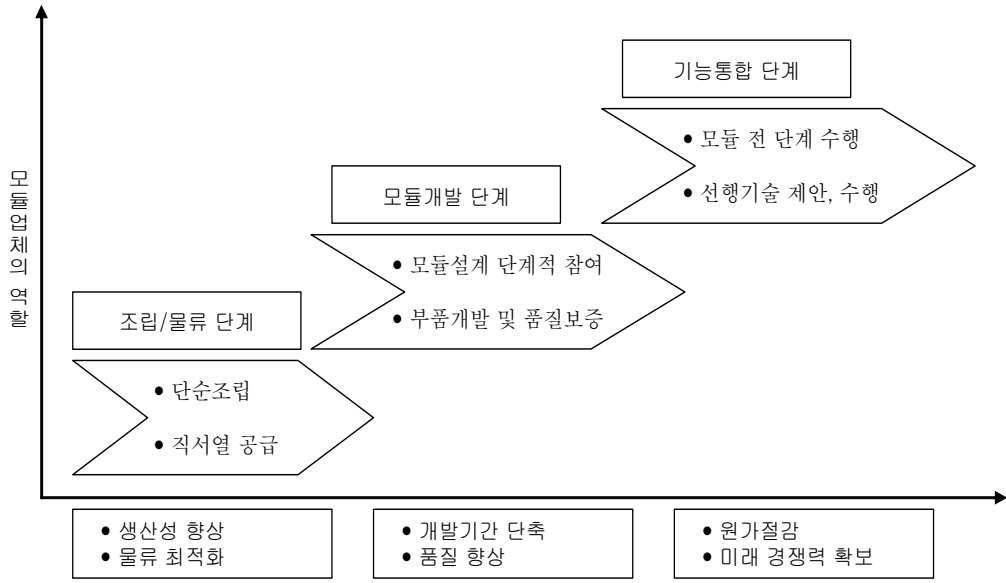
첫째, 조립물류단계로 단순조립 단계로서 1차 부품업체가 일정수준의 조립단 위 공급을 위하여 2, 3차 부품업체를 통해 납품받는 부품들을 단순 조립한 후 물류관리에 대한 총괄책임을 지고 적기에 자동차 조립공장에 공급하는 단계이 다.

둘째, 모듈공급단계로 모듈개발공급단계로서 부품업체의 기술진에 의해서 모 들설계에 단계적인 참여와 모듈부품을 개발하여 공급하는 단계이다.

셋째, 기능통합단계로 모듈공급업체가 100% 기술 자립하는 단계로서 부품업 체가 주어진 부품모듈의 설계과정부터 개발, 시험, 제조단계까지의 전체 프로세 스를 책임지고 공급하는 단계이다.

진정한 의미의 모듈발주란 전체 모듈공정을 부품업체가 책임지는 기능통합단 계를 말한다. 이 단계가 실현되면 완성차업체의 관련 비용을 크게 줄일 수 있 는 이점을 지니게 된다.<sup>64)</sup>

이와 같이 모듈화는 오늘날 유럽, 미국을 중심으로 자사의 핵심역량과 중장 기 전략에 기초하여 저부가가치의 업무를 외부로 이전하여 원가를 절감하고 주 력사업에 핵심역량을 구축하기 위한 수단으로 널리 활용되고 있다.



<그림5-4> 모듈화의 발전 단계

64) 조철, 「자동차 부품조달 체계의 현황과 개선 방향」, 한국산업연구원, 1998, p. 151.

최근 자동차부품의 모듈화가 진행되면서 여러 가지 단위 부품들을 하나의 부품으로 하는 일체화 작업이 이루어지고 있다. 대표적인 모듈화 사례를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 샤시(Chassis)모듈로 자동차의 제어장치와 현가장치를 하나의 시스템으로 통합하는 것이다. 둘째, 프론트엔드(Front End)모듈은 구조체에 램프, 콘텐서, 라디에이터를 일체화하는 것과 팬모터를 일체화한 쉬라우드 등을 부착하는 것이다. 셋째, 운전석(Cockpit)모듈로 메인판넬(각종 계기판, 오디오, 히터류 등의 전기·전자장치 포함), 크로스 빔, 공조시스템을 일체형으로 하는 것이다. 넷째, 도어(Door)모듈로 도어패널과 도어 글라스 승강장치 등으로 구성된다. 다섯째, 엔진(Engine)모듈로 현재는 기술력의 한계로 엔진과 트랜스미션이 분리되어 엔진의 흡기와 배기계통 시스템의 개발이 진행되고 있는 실정이다.

자동차 산업에 있어 모듈화는 중요한 발전단계의 하나로 인식되고 있으며 세계 선진 자동차부품업체들은 서로 간의 모듈사업의 파트너가 되기 위해 경쟁을 하고 있다. 이처럼 자동차산업에서 모듈화를 추진하는 목적은 모듈화를 통해서 얻게 되는 효과가 다양하게 나타나기 때문이다. 모듈화의 효과는 완성차업체는 물론 부품업체에게도 큰 효과가 나타나게 된다.

모듈화를 통해 완성차업체에게 기대되는 효과는 비용절감, 품질 및 기술혁신 효과를 볼 수 있다.

먼저 비용절감 측면에서 보면 생산라인의 단순화, 플랫폼 공용화, 물류의 단순화를 통해 생산능력의 확대를 가져오고, 신규공장 증설시 조립라인의 최소화를 통한 초기 투자비용을 절감할 수 있다. 또한 모듈단위의 JIT공급체계는 부품재고 및 장소, 부품회사 수, 관리 부품수를 감소시켜 부품물류 비용을 절감할 수 있고, 모듈조립에 따른 조립시간 및 공수의 절감을 통해 조립비용의 절감과 생산성을 높일 수 있다. 모듈설계를 통해 일부 부품의 기능을 통합하거나 신소재의 적용을 통해 연비에 밀접한 관련을 가지는 차량의 중량도 감소시킬 수 있다.

품질 및 기술혁신에 있어 모듈화는 설계자유도 증가를 통한 기술혁신을 유도할 수 있다. 또한 조립생산성 향상은 완성차의 품질 향상을 꾀할 수 있으며 부품업체가 모듈을 개발함에 따라 신 모델 개발기간을 대폭 단축할 수 있다. 완성차의 부품감소로 자동차의 문제발생 가능성이 줄어들고, 문제 발생 시 신속

한 대응이 가능하다. 모듈화로 공정이 간소화되어 품질 향상에 크게 기여하게 된다.

자동차부품업체가 모듈을 공급함으로써 기대되는 효과를 보면 첫째, 일괄 발주된 특정부품의 집중생산을 통하여 규모의 경제성을 추구할 수 있다. 모듈공급업체는 기존보다 많은 부품과 개발 서비스를 공급하게 됨으로써 규모가 확대되고 이를 통하여 질적 측면에서 향상을 도모할 수 있다. 또한 모듈화로 인하여 자동차부품업체수가 축소되고 일괄 발주를 받음으로써 완성차 업체와의 관계도 상호 의존적이 되어 안정적인 사업기반을 구축할 수 있다.

## 제6장 결 론

### 제1절 연구결과 및 시사점

본 연구에서는 우리나라 자동차부품산업이 새로운 환경변화에 대응하고 기업 경쟁력을 향상시키고 새로운 도약을 위한 전략방안으로 해외직접투자를 선택하고 있다. 자동차부품산업이 해외직접투자라는 전략적 의사결정을 하기 위해서는 기업의 대내외적 환경과 해외직접투자를 위한 주요 결정요인이 무엇인가를 분석할 필요가 있다. 따라서 본 연구는 해외직접투자와 관련된 선행연구들을 검토하고 이를 토대로 현재 해외직접투자를 하고 있는 자동차부품산업에 대한 실증분석을 통하여 해외직접투자를 위한 결정 요인을 도출해내고 이를 바탕으로 한국자동차산업의 성공적 발전전략을 제시하고자 하였다.

본 연구에서는 자동차부품산업의 해외직접투자 결정요인과 성과간의 관련성에 대한 분석을 위해 Dunning(1980), Kought & Singh(1988), Zehan(1990), Agarwal & Ramaswami(1992), 정경택(1995), 박상일(2003), 정동원(2005) 등의 선행연구를 토대로 연구모델과 가설을 설정하여 실증 분석한 결과 해외직접투자가 기업특유의 우위요인, 입지특유의 우위요인, 내부화 우위요인에 의해 결정되며 또한 근원적·부수적 요인이 경영성과에 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 따라서 본 연구의 연구모델에서는 해외직접투자의 결정요인으로 기업특유의 우위요인, 입지특유의 우위요인, 내부화 우위요인을 독립변수로 하고 근원적·부수적 요인을 매개변수로 하였으며 경영성과 요인을 종속변수로 하여 연구모델을 제시했다.

먼저 기업특유의 우위요인은 원가우위, 차별화우위, 집중화 우위 등의 3개 하위변인으로 구성되어 있고, 입지특유의 우위요인은 시장·제도적 요인, 인프라 요인, 문화적 요인 등 3개의 하위변인으로 구성되어 있으며, 내부화 우위요인은 전방통합, 후방통합 등 2개의 하위변인으로 구성되어 있다. 근원적·부수적 요인으로는 경제적 요인, 사회·정치적 요인 등 2개의 변인으로 구성되어 있으며, 경영성과 측정요인으로 성장성과 수익성 등 2개의 변인으로 검증하였다.

가설 검증결과 한국자동차부품기업이 해외직접투자를 할 때 다음과 같은 결

정요인을 중시한다는 사실이 밝혀졌다.

첫째, 기업특유우위요인 중에서 집중화우위요인이 결정요인으로 작용하고 있었다. 둘째, 입지특유의 우위요인도 해외직접투자 결정요인으로 문화적 요인이 중시되고 있다. 셋째, 내부화 우위요인에서 기업의 마케팅 및 유통부문과 같이 고객들에게 밀접하게 연관되어 있는 전방통합이 결정요인으로 중시되고 있었다. 넷째, 자동차부품산업이 해외직접투자를 하고자 하는 국가의 경제적 요인과 사회·정치적 요인은 투자의 결정에 중요한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

이상에서 살펴본 자동차부품산업의 해외직접투자 결정요인 분석에 따른 자동차부품산업의 발전전략을 다음과 같이 제시할 수 있었다.

첫째, 기업특유의 우위 요인 중 원가우위와 차별화 우위도 해외직접투자를 결정하는데 중요하게 영향을 미치지만 특히 자동차부품산업은 집중화전략이 유효할 것이다.

둘째, 입지특유의 우위 요인 중 문화적 요인이 해외직접투자 결정에 영향을 미치는 것으로 나타났지만 시장·제도적 요인, 인프라요인도 해외직접투자 결정시 간과해서는 안 될 것이다.

셋째, 한국기업은 내부화 우위요인 중 전방통합전략을 통해 성장성과 수익성을 추구하고 있으나 장기적으로는 원료 및 신소재의 안정적 공급을 위해서 후방통합전략도 고려해야 할 것이다.

넷째, 자동차부품산업의 전자상거래를 활성화해야 할 것이다. 특히 선진 자동차부품기업들은 B2B 전자상거래 규모가 매년 큰 폭으로 증가하고 있다. 전자상거래 사이트를 개설함으로써 국내·외 자동차산업과 실시간 공유를 위한 정보전달 체계 확립, 고객 데이터베이스 구축, 자사의 제품 홍보, 판매촉진, 기업 이미지 제고의 전자상거래를 통한 기업의 기대효과가 클 것으로 기대된다.

다섯째, 글로벌 부품 전문업체화 해야 할 것이다. 이를 위해 자동차부품업체인 인수·합병이 시도한다든지, 자동차부품업체의 규모의 경제를 실현하기 위해 대형화가 필요하다.

여섯째, 자동차부품의 모듈화를 실현해야 할 것이다. 모듈화로 인해 비용절감, 품질 및 기술혁신, 특정부품의 집중생산으로 규모의 경제를 추구할 수 있으며, 일괄 발주로 완성차 업체와 안정적인 사업기반을 구축할 수 있어야 할 것



이다.

## 제2절 연구의 한계 및 향후 연구 과제

본 연구에서는 한국자동차부품산업의 특성과 현황 분석을 통해 자동차부품산업에서 각 국의 기업들이 치열한 경쟁을 벌이고 있는 가운데 우리나라 자동차부품기업의 발전 전략의 하나로 해외직접투자를 제시했으며 해외직접투자 시 주요 결정요인으로 기업특유의 우위, 입지특유의 우위, 내부화 우위요인 등에 의해 기업의 경영성과가 영향을 받는 것으로 연구모형을 설정하였지만 그러나 실제로는 가격, 서비스 경쟁력, 마케팅역량 등 다른 요인들에 경영성과가 상당부분 영향을 받는다는 사실이 선행 연구에서 검증되었다. 본 연구에서는 다양한 요인들을 모두 포함하여 고려하지 못했다.

본 연구 대상 기업 선정에 있어서 해외직접투자 기업으로 한정하지 못하고, 해외직접투자를 계획 중에 있는 기업도 다수 포함됨으로써 표본 설정에 어느 정도 한계가 있었다.

특히 자동차부품기업의 해외직접투자 결정요인과 성과와의 관계를 검증하기 위한 설문지 구성에 있어 보다 정교하게 설계될 필요가 있다. 즉, 기업특유의 우위요인의 하위변수인 원가우위, 입지특유의 우위요인의 하위변수인 인프라요인, 내부화 우위요인의 하위변수인 후방통합, 경영성과의 하위변수인 성장성에 대한 신뢰성 계수가 대체로 낮게 나타나 연구결과에 대한 신뢰성을 떨어뜨리고 있다.

향후 연구과제로는 한국자동차부품기업들이 해외직접투자로 동남아지역으로 진출하고 있는데 이들 지역에 진출한 기업과 미국, 유럽 등 다른 지역에 해외직접투자를 한 기업 간의 경영성과의 차이나 투자지역의 선택에 있어 결정요인에 차이가 있는지를 분석할 필요가 있다.

또한 해외직접투자 유형(신설, 인수·합병, 전략적 제휴)에 따른 경영성과의 차이분석, 해외직접투자의 영향요인에 따른 해외직접투자의 바람직한 유형을 제시할 필요가 있다.

# 참 고 문 헌

## 1. 단행본

- 김시경, 《국제기업경영론》, 서울, 삼영사(2004).
- 김희철, 《글로벌시대의 국제경영》, 서울, 학문사(1999).
- 반병길, 《국제경영론》, 서울, 박영사(1992).
- 어윤대, 《국제경영》, 서울, 학현사(1996).
- 어윤소·정한경, 《다국적기업경영론》, 서울, 형설출판사(2003).
- 이장로, 《국제마케팅론》, 무역경영사, 서울(1994).
- 전용욱·김주현·윤동진, 《국제경영》, 서울, 문영사(2003).
- 조동성, 《21세기를 위한 국제경영》, 서울, 경문사(1997).
- \_\_\_\_\_, 《국제마케팅》, 서울, 경문사(1988).
- 최백렬, 《해외투자론》, 대구, 도서출판 대경(2002).

## 2. 연구논문

- 김진국·전인우, 「세계 자동차산업 경쟁패턴의 변화와 시사점」, 한국자동차 산업학회 자동차산업연구, 제1권, 2003.
- 박상일, 「해외직접투자 결정요인에 대한 실증연구 : 일본의 사례」, 성균관 대학교 대학원 경제학과 박사학위논문, 2003.
- 배상열, 「한국제조업의 해외직접투자 결정요인에 관한 연구」, 동국대학교 대학원 무역학과 박사학위논문, 1997.
- 서병기, 「한국 자동차산업의 글로벌 경쟁환경과 미래」, 공학교육, Vol. 12, No. 3, 2005.
- 서준석, 「국제화전략으로서의 한국기업의 해외기업인수에 관한 연구」, 고려대학교 대학원 경영학박사학위논문, 1991.
- 이광재, 「부품산업의 국제경쟁력 결정요인과 수출성과에 관한 연구 - 한국 자동차 부품산업을 중심으로-」, 서강대학교 대학원 무역학과 석사

- 학위논문, 2005.
- 이병찬, 「자동차부품산업의 육성방안 -대구지역을 중심으로-」, 한국중소기업학회 중소기업연구, Vol. 13. 1986.
- 전태영, 「해외직접투자규모의 결정에 영향을 미치는 요인」, 경영학연구 제33권 제3호, 2004.
- , 「해외직접투자규모의 결정에 영향을 미치는 요인」, 한국경영학회 경영학연구, 제33권 제3호, 2004.
- 정경택, 「한국기업의 대중국 투자유형에 관한 실증분석」, 동국대학교 박사학위논문, 1995.
- 정동원, 「한국기업의 해외직접투자 결정요인에 관한 연구」, 호서대학교 대학원 경영학과 국제경영전공 박사학위논문, 2005.
- 최백열, 「해외직접투자의 주요결정요인에 관한 이론과 실증연구 -거시적 경제변수를 중심으로」, 전북대학교 대학원 무역학과 박사학위논문, 1991.
- 한광희, 「일본의 자동차부품조달 전자상거래의 특징과 개선방안」, 한국콘텐츠학회논문지, Vol. 5 No. 6, 2005.
- 한광희·김광희, 「국내 자동차산업의 대일 의존에 관한 사적 연구」, 경영사학 제21집 제1호(통권 41호), 2006.

### 3. 정책보고서

- 김광희, 「자동차 부품모듈화의 동향과 대책」, 자동차회보, 1999.
- 김주홍, 「우리나라 해외직접투자 현지법인 경영분석」, 수은해외경제, 2006.
- , 「우리나라의 2006년 해외직접투자 동향」, 한국수출입은행 수은해외경제, 2007.
- 노광표, 「다국적 자동차부품업체의 노사관계 연구」, 노동사회연구소 노동사회, 2002.

이종탁, 「자동차 부품산업의 현황과 전망 -한국과 중국-」, 산업노동정책연구  
 구소, 2007.

이지형, 「GM 구매부서 및 현지업체 의견 종합」, KOTRA. 2004.

정명기 · 황진영 · 김흥기 · 홍성일, 「한국자동차부품산업의 한·중 생산네트  
 워크에 관한 연구」, 산업노동연구, 제12권 제2호, 2006.

조성원 · 구종순, 「자동차 부품산업의 공급체인관리 결정요인과 성과에 관한  
 연구」, 해운물류연구, 제50호, 2006.

조철, 「자동차 부품조달 체제의 현황과 개선 방향」, 한국산업연구원, 1998.

광주 전략산업기획단, 「광주광역시 자동차부품사업 기술로드맵」, 2005  
 산업연구원, 「자동차산업의 중장기 비전 및 발전방안」, 2004

재정경제부, 「'06년 중 해외직접투자 동향 보고서」, 정책홍보관리실, 2007.

한국수출입은행 홈페이지(<http://www.koreaexim.go.kr>), 해외투자정보 -해외  
 직접투자제도

한국수출입은행, 해외직접투자 통계연보 2006, 2007. 3.

#### 4. 해외문헌

Kohlhagen, S. W., "Exchange Rate Change, Profitability, and Direct  
 Foreign Investment" *Southern Economic Journal*. 44, 1977.

Agarwal and Ramrnswami, "The Choice of Foreign Market Entry Mode,"  
*Journal of International Business Studies*, Vol 23(1), 1992.

Agawal, J. P., Determinants of foreign direct Investment ; A survey,  
*Weltwirtschaftliches Archiv*, 115(4); 1980.

Aharoni, Y., The Foreign Direct Investment Decision Process, MA ;  
 Harvard University, 1966.

Aliber, R. Z., "A Theory of Foreign Direct Investment" in C. P.  
 Kindleberger ed. The International Cooperation : A Symposium  
 The MIT Press, 1970.

Bander. V. N., and White, J. T., "U. S. Direct Investment and Domestic

- Markets in Europe", *Economic Internationale*, Vol. 21. 1968.
- Blais, J. P. A Theoretical and Empirical Investigation of Canadian and British Direct Foreign Investment in Manufacturing in the United States, Ph. D. Diss University of Pittsburgh. 1975.
- Buckley, P. & Casson, M. C., *The future of Multinational enterprise*, London and Basingstoke : Macmillan, 1976.
- Buckley, P. J. & Casson, M. C., *The Future of Multinational Enterprise*, New York : Hommes & Meier Publishers. 1976.
- Caves, R. E. International Corporation : The Industrial economies of foreign investment, *Economica*, February, 1971.
- Caves, R. E., "International Corporations : The Industrial Economics of Foreign Investment" *Economica*, Vol. 38, 1971.
- Caves, R. E., *Multinational Enterprise and Economic Analysis*, Cambridge, Cambridge University Press. 1982.
- Coase, R. H., "The Nature of the Firm", *Economica* 4, November 1973.
- David, K. Eiteman & Arthur, I. Stonehill, *Multinational Business Finance*, 4th ed. Addison-Weley Publishing Co. 1986.
- Dunning, J. H., "Explaining Outward Direct Investment of Development Countries" in K. Kumar and M. G. Mcleod(eds.). *Multinationals from Developing Countries* Lexington, Mass.: Lexington Books, 1981.
- Dunning, J. H., "Toward an Eclectic Theory of International Production," *Journal of International Business Studies*, Vol. 11. No. 1, Spring/Summer, 1980.
- Dunning, J. H., The Determinant of International production, *Oxford Economic Papers*, November, 1973.
- Dvidson, W & McFetridge, D. G., "Key Characteristics in the Choice of International Technology Transfer Mode," *Journal of International Business Studies*, Vol. 39, 1985.
- Eiteman, D. K., & Stonehill, A. I., *Multinational Business Finance* 4th ed.

- Addison-Weley Publishing Co. 1986.
- Franklin Root, *Entry Strategies for International Markets*, Lexington Books, 1994.
- Hennart, J. F., "Can The New Forms of Investment Substitute for The Old Forms?", *Journal of International Business Studies*, 1988.
- Hennart, J. F., & Park, Y. R, "Location, Government, and Strategic Determinants of Japanese Manufacturing Investment in The United States," *Strategic Management Journal*, Vol 15, 1994.
- Hennart, J. F., *A Theory of Multinational Enterprise*, Ann Arbor, Michigan, University of Michigan Press. 1982.
- Horst, T. O., Firm and Industry Determinants of Decision to Invest Abroad : *An Empirical Study Review of Economics and Statistic*, 1972.
- Hufbauer, G. C., "The Multinational Corporation and Direct Investment," in Peter B, Kenen(ed.), *International Trade and Finance*. Cambridge. 1975.
- Hymer, S. A., *The International Operations of National Firms: A study of direct foreign investment* Doctoral dissertation, M.I.T Press, 1976.
- Johanson, J., & Mattsson, L. G., "Internationalization in Industrial System - A Network Approach", in (ed.) Hood N., & Vahlne, J. E., *Strategies in Global Competition*, London, Croom helm, 1988.
- Johanson, Jan & Jan-Erik Vahlne, The Internationalization process of the firm ; A Model of knowledge development and increasing foreign market commitments, *Journal of International Business Studies*, 8(Spring/Summer); 1977.
- Johanson, Jan., & F. Wiedershiem-Paul, The Internationalization of the firm Four Swedish cases, *Journal of Management Science*, 12(3), 1975.
- Kim, W. C., & Hwang, P., "Global Strategy and Multinational Entry Mode Choice," *Journal of International Business Studies*, 23/1,

- 1992.
- Kindleberger, C. P., *American Business Abroad*, New Haven, Connecticut : Yale University Press. 1969.
- Knickerbocker, F. T., *Oligopolistic Reaction and the Multinational Enterprise*, Harvard University Press, 1973.
- Kogut, Bruce and Harbir Singh, "The Effect of National Culture on the Choice of Entry Mode," *Journal of International Business Studies*, Vol. 19(3), 1988.
- Kojima, K., *Direct Foreign Investment: A Japanese Model of Multinational Operation*, London, 1978.
- Kojima, K., *International Trade and Foreign Investment, Substitute or Complements*, Hitotsubashi Journal of Economics, 1975.
- Kumer, M., *Growth, Acquisition and Investment: An Analysis of the Growth of Industrial Firms and Their Overseas Activities*, Cambridge, Mass, Cambridge University Press, 1984.
- Lall, S., & Streeten, P., *Foreign Investment, Transnationals and Developing Countries*, *The Macmillan Press*, 1977.
- Lall, S., *The New Multinationals : The Spread of Third World Enterprise*, New York. 1983.
- Lipsey, R. E., Kravis, I. B., & O'Connor, L., "Characteristics of U. S. Manufacturing Companies Investing Abroad and Their choice of Production Location." Working Paper No. 1104. *Cambridge, Mass, National Bureau of Economic Research*. 1983.
- Meyer, K. E., "Institutions, Transaction Costs and Entry Mode Choice in Eastern Europe", *Journal of International Business Studies*, 32. 2, 2001.
- Moore, M. O., "Determinants of German Manufacturing Direct Investment : 1980-1985", *Weltwirtschaftliches Archive*, 1993.
- Nigh, Douglas., "The effect of political events on US direct foreign investment: A pooled time-series cross-sectional analysis," *Journal*

- of International Business Studies*, Spring, 1985.
- Pokin, J., Inter firm Difference in Direct Investment Behavior of U.S. Manufactures. Ph. D. Diss. University of Pennsylvania. 1965.
- Ragazzi, G., "Theories of Determinants of Direct Foreign Investment" *IMF Staff Papers*. 1973.
- Rugman, A. M, & Verbeke, A., "A Note on the Transactional Solution and the Transaction Cost theory of Multinational Strategic Management," *Journal of International Business Studies, Fourth Quarter*, 1992.
- Rugman, A. M., "A New Theory of Multinational Enterprise : Internationalization versus Internalization", *Columbia Journal of World Business*, Spring. 1980.
- \_\_\_\_\_. "Industrialization as a General Theory of Foreign Direct Investment : A Re-Appraisal of the Literature", *Weltwirtschaftliches Archiv*. Vol. 116. 1980.
- \_\_\_\_\_, "Internalization is Stiff a General Theory of Foreign Direct Investment", *Weltwirtschaftliches Archiv*. Vol. 121, 1985.
- Siegel, M. H., Foreign Exchange Risk and Direct Foreign Investment, UMI Research Press, 1983.
- Stevens, V. G., U. S. Direct Manufacturing Investment to Latin America: Some Economic and Political Determinants(AID Research Paper). 1969.
- Stopford, J. M. & Wells, L. T., *Managing the Multinational Enterprise*, New York : Basic Books, 1972.
- Stopford, J. M., & Wells, Jr., L. T., *Managing the Multinational Enterprise*, Basic Books, 1972, p. 108.
- Tatoglu, E., and Glaister, K. W., "An analysis of motives for western FDI in Turkey", *International Management Review*, 1998.
- Terpstra, V & Yu, C-M, "Determinants of Foreign Investment of U. S. Advertising Agencies," *Journal of International Business*



*Studies*, Spring 1988.

Vernon, R., "International Investment and International Trade in the Product Cycle", *Quarterly Journal of Economic May*, 1966.

Wells, L. T., "The Internationalization of Firms Developing Countries", T. Agman & C. P. Kindleberger(ed). *Multinationals from Small Countries*. Cambridge. 1977.

William, F. G., *Business Policy : Strategy Formulation and Management Action*, 2nd Edition, McGraw-Hill Co., New York, 1976.

Willianson, O. E., "Markets and Hierarchies: Some Elementary Consideration," *American Economic Review*, 1973.

Zehan, M. C., "New Venture or Acquisitions : The Choice of Swedish Multinational Enterprise", *The Journal of Industrial Economics*, Vol. 38. No. 3, 1990.

# 설 문 지

안녕하십니까?

바쁘신 중에도 본 설문에 귀중한 시간을 내어 주셔서 감사합니다.

본 설문은 한국자동차부품기업에 있어서 해외직접투자의 결정요인과 경영성과와의 관계에 관한 연구의 기초자료로 사용 될 것입니다.

본설문서의 응답 대상은 해외직접투자를 하고 있거나, 계획 중인 기업에 한합니다.

귀하께서 응답해주신 설문지는 익명으로 통계처리 되고, 통계법에 의해 관리되므로 설문내용 및 응답자에 관한 모든 비밀은 철저히 보장됩니다.

설문의 각 항목별 응답결과는 본 연구의 핵심자료가 되오니 바쁘시더라도 빠짐없이 마지막 문항까지 성실하게 응답해 주시면 고맙겠습니다.

본 설문 응답 결과는 동봉한 회송용 우편봉투로 회신해 주시고, 설문지에 대한 의문점이 있으시면 아래의 연구자 연락처로 연락 주십시오.

2007년 7월

- 지도교수 : 한국해양대학교 대학원 무역학과 교수 최종수
- 연구자 : 한국해양대학교 대학원 무역학과 박사과정 김영진
- 연구자 연락처
  - 우편회송 : (606 -791) 부산광역시 영도구 동삼동 1번지  
한국해양대학교 국제대학 최종수교수 연구실
  - 전 화 : 051) 410-4400 / 011-9235-6791(연구자)

귀하의 참여에 깊이 감사드립니다.

I. 다음은 해외직접투자에 관한 사항입니다. 해당되는 번호에 체크(☑)해 주시기 바랍니다.

\* 귀사는 해외직접투자의 진행이 다음 어느 단계에 있습니까?  
 --- 해외직접투자진출       ---- 해외직접투자 계획 중

1. 귀사는 창립 이후 몇 년 만에 해외직접투자를 하였습니까?  
 1 5년 이하       2 6-10년       3 11-20년       4 21년 이상
2. 귀사는 어떤 형태의 해외직접투자를 하였거나 계획하고 있습니까?  
 1 신규법인 설립    2 인수·합병       3 합작투자       4 단독투자
3. 귀사의 종업원의 수는 어디에 해당됩니까?  
 1 50명 이하       2 51-100명 미만       3 101-300명       4 301명 이상
4. 귀사가 해외시장에 진출한지는 몇 년이나 되었습니까?  
 1 5년 이하       2 6-10년       3 11년-15년       4 16년 이상
5. 귀사는 현재 몇 개국에 해외사업부가 진출해 있습니까?  
 1 5개국 이하       2 6-10개국       3 11-15개국       4 16개국 이상
6. 귀사는 해외시장에 총 몇 개의 제품들을 공급하고 있습니까?  
 1 5개 이하       2 6-10개       3 11-15개       4 16개 이상
7. 귀사의 총매출액에서 해외 매출액이 차지하는 비중은 어느 정도입니까?  
 1 10% 이하       2 11-25%       3 26-50%       4 51% 이상
8. 귀사는 어떤 지역에 해외직접투자를 하고 있거나 계획하고 있습니까?  
 1 동남아       2 중국       3 유럽       4 북미       5 중남미
9. 귀하의 현재 직위는 어떻게 되십니까?  
 1 임원 이상       2 부장급       3 과장급       4 보좌전문가       5 기타

II. 다음은 귀사의 해외직접투자에 있어 기업특유의 우위(firm's specific advantage)에 대한 의견을 묻는 질문입니다. 해당 칸에 체크(☑)해 주시기 바랍니다.

항목 번호	내 용	전혀 아니다	아니다	보통	그렇다	매우 그렇다
		①	②	③	④	⑤
1	규모의 경제를 활용할 수 있다.					
2	조달·생산·재고비용이 감소된다.					
3	국제경영 활동의 중복을 피할 수 있다.					
4	마케팅프로그램의 설계 및 실행비용을 절감할 수 있다.					
5	세련된 소비자 및 강력한 경쟁자의 노출로 품질향상에 기여할 수 있다.					
6	제품 개발 및 관리 자원을 집중화 시킬 수 있다.					
7	지속적 품질관리를 통하여 품질향상에 기여할 수 있다.					
8	인재 및 자원을 집중화 시킬 수 있다.					
9	범세계적 이동 가능성, 서비스 제공, 인지도 향상을 통하여 소비자 선호도를 제고 시킬 수 있다.					
10	세계 어느 곳에서나 소비자가 구매가능하다.					
11	낮은 시장 점유율을 상쇄시킬 수 있다.					
12	타 국가에 같은 마케팅 프로그램을 활용하여 마케팅 메시지를 강화할 수 있다.					
13	초기진입의 이점과 공격 및 반격 가능 지역을 선점함으로써 경쟁능력을 증대시킬 수 있다.					
14	저가격 침투 전략의 기반을 조성할 수 있다.					
15	현지 여건에 관계없이 지속적 원가우위를 달성할 수 있다.					

Ⅲ. 다음은 귀사의 해외직접투자를 통한 입지특유 우위(location specific advantage)에 관한 질문입니다. 귀사에 가장 가까운 곳에 체크(☑)해 주시기 바랍니다.

항목 번호	내 용	전혀 아니다	아니다	보통	그렇다	매우 그렇다
		①	②	③	④	⑤
1	시장규모 확대와 같은 이점을 활용 할 수 있다.					
2	생산비용을 절감할 수 있다.					
3	인적자원을 활용할 수 있다.					
4	기술수준을 향상시킬 수 있다.					
5	해상/항공시설을 이용할 수 있다.					
6	통신 인프라를 활용할 수 있다.					
7	출입국에 대한 용이성을 활용할 수 있다.					
8	지리적 위치를 활용할 수 있다.					
9	특허권을 보호 받을 수 있다.					
10	투자인센티브를 활용할 수 있다.					
11	조세 이점을 활용할 수 있다.					
12	관세 이점을 활용할 수 있다.					
13	국가위험도를 감소시킬 수 있다.					
14	노사관계의 향상에 기여할 수 있다.					
15	언어소통을 용이하게 할 수 있다.					

IV. 다음은 귀사의 해외직접투자에 있어 **내부화 우위(internalization advantage)**에 관한 질문입니다. 귀사에 가장 가까운 곳에 체크(☑)해 주시기 바랍니다.

항목 번호	내 용	전혀 아니다	아니다	보통	그렇다	매우 그렇다
		①	②	③	④	⑤
1	모회사와 현지 자회사 간의 인력의 공유로 얻는 이점이 많다.					
2	모회사와 현지 자회사 간의 시장관리기술의 공유로 얻는 이점이 많다.					
3	모회사와 현지 자회사 간의 연구개발성과의 공유로 얻는 이점이 많다.					
4	모회사와 현지 자회사 간의 정보의 획득 및 기술이용의 공유로 얻는 이점이 많다.					
5	모회사와 현지 자회사 간의 연구개발설비의 공동이용으로 얻는 이점이 많다.					
6	모회사와 현지 자회사 간의 원자재 공동 개발로 얻는 이점이 많다.					
7	모회사와 현지 자회사 간의 마케팅 스킬의 공유로 얻는 이점이 많다.					
8	모회사와 현지 자회사 간의 특허권의 공유로 얻는 이점이 많다.					
9	모회사와 현지 자회사 간의 원자재 공동 확보로 얻는 이점이 많다.					
10	모회사와 현지 자회사 간의 원자재 공동 확보로 얻는 이점이 많다.					
11	모회사와 현지 자회사 간의 글로벌 시장에 공동 참여로 얻는 이점이 많다.					
12	모회사와 현지 자회사 간의 글로벌 제품 개발로 얻는 이점이 많다.					
13	모회사와 현지 자회사 간의 글로벌 활동의 입지로 인하여 얻는 이점이 많다.					
14	모회사와 현지 자회사 간의 글로벌 마케팅 개발로 얻는 이점이 많다.					
15	모회사와 현지 자회사 간의 글로벌 경쟁 행동으로 얻는 이점이 많다.					

V. 다음은 귀사의 해외직접투자를 통한 근원적·부수적 요인에 관한 질문입니다. 귀사에 가장 가까운 곳에 체크(☑)해 주시기 바랍니다.

항목 번호	내 용	전혀 아니다	아니다	보통	그렇다	매우 그렇다
		①	②	③	④	⑤
1	시장규모, 1인당 소득수준, 시장성장성, 수입장벽, 지역시장 접근성, 소비자특성과 선호도 등과 같은 시장수요에 기여할 수 있다.					
2	숙련 및 비숙련공의 생산성, 부품 및 원자재 비용, 교통·통신·공공설비 사용 요금, 금융비용 등과 같은 생산효율성에 기여할 수 있다.					
3	석유, 가스, 광물, 원재료, 농지, 관광자원 등과 같은 자원의 가용성을 활용할 수 있다.					
4	국제 M&A 시장 형성 및 용이성, 기술수준 향상과 같은 전략적 자산을 습득할 수 있다.					
5	사회·정치적 안정에 기여할 수 있다.					
6	노조 설립 현황과 노조 성향과 같은 노사안정에 기여할 수 있다.					
7	정부투자기관의 민영화와 같은 민영화 정책에 기여할 수 있다.					
8	지적재산권, 경쟁 및 노동법, 조세행정, 기업신설 관련 규정과 같은 법률체계의 개선에 기여할 수 있다.					
9	조세협약, 투자협정, 자유무역협정 등과 같은 국제협약에 기여할 수 있다.					
10	국가·기업이미지 제고 및 홍보활동과 같은 투자 촉진활동에 기여할 수 있다.					
11	외국인학교, 주거, 문화생활 등과 같은 생활편의 환경을 개선할 수 있다.					
12	회계투명성, 관료주의, 부패 등과 같은 기업경영 환경을 개선시킬 수 있다.					
13	옴부즈만과 고충처리와 같은 사후투자관리 서비스를 향상시킬 수 있다.					
14	신규 진출해 있는 해외직접투자기업과 협력관계에 있는 기업의 고용효과를 개선시킬 수 있다.					
15	해외직접투자기업과 연계한 기업, 연구소, 대학의 특허개발 건수가 증가할 수 있다.					

VI. 다음은 귀사의 해외직접투자를 통한 **경영성과**에 관한 질문입니다.  
 귀사에 가장 가까운 곳에 체크(☑)해 주시기 바랍니다.

항목 번호	내 용	전혀 아니다	아니다	보통	그렇다	매우 그렇다
		①	②	③	④	⑤
1	해외직접투자로 인하여 전년도에 비해서 기업의 매출액 증가율이 높아졌다.					
2	해외직접투자로 인하여 매출액이 증가하였다.					
3	해외직접투자로 인하여 기업의 해외 진출 국가 수가 증가하였다.					
4	해외직접투자로 인하여 기업의 생산제품 중에서 해외 판매 제품의 비중이 증가하였다.					
5	해외직접투자로 인하여 기업의 전체 매출액에서 해외 매출액의 비중이 증가하였다.					
6	해외직접투자로 인하여 전년도에 비해서 기업의 부채비율이 감소하였다.					
7	해외직접투자로 인하여 기업 부채가 감소하였다.					
8	해외직접투자로 인하여 자기자본이 증가하였다.					
9	해외직접투자로 인하여 타인자본이 감소하였다.					
10	해외직접투자를 통하여 기업의 재무 상태가 전반적으로 건전하게 되었다.					
11	해외직접투자로 인하여 전년도에 비해서 기업의 매출액 대비 수익률이 증가하였다.					
12	해외직접투자로 인하여 기업수익이 증가하였다.					
13	해외직접투자로 인하여 기업의 내수 판매에 대한 수익이 증가하였다.					
14	해외직접투자로 인하여 기업의 해외 판매에 대한 수익이 증가하였다.					
15	해외직접투자로 인하여 기업의 수익성이 전반적으로 증가하였다.					

**\*\*\* 끝까지 설문에 응답해 주심에 대해 감사드리며,  
 귀사의 무궁한 발전을 기원합니다. \*\*\***