



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

物流學碩士 學位論文

부산항 선용품 시장구조가
기업성과에 미치는 영향에 관한 연구

A Study on the Impact of the Ship Supply Market Structure on
Corporate Performance in Busan Port.



指導教授 柳東瑾

2017年 7月

韓國海洋大學校 海洋金融・物流大學院

海運港灣物流學科

具炳閏

本 論文을 구병윤의 物流學碩士 學位論文으로 認准함.

위원장 안 기 명 (인)

위 원 이 기 환 (인)

위 원 류 동 근 (인)



2017 년 7 월

한 국 해 양 대 학 교 해 양 금 융 물 류 대 학 원

< 목 차 >

제1장 서론	1
제1절 연구의 배경 및 목적	1
제2절 연구의 방법 및 구성	5
제2장 선용품 산업의 개념과 현황	7
제1절 선용품 산업의 개념	7
1. 항만서비스 산업의 의의	7
2. 선용품 산업의 의의와 특징	10
제2절 선용품 산업의 현황	18
1. 국내 선용품 기업의 현황	18
2. 부산항 선용품 기업의 매출현황	22
제3장 이론적 고찰	26
제1절 시장구조와 시장성과에 관한 이론적 배경	26
1. 기본조건	29
2. 시장구조	29
3. 시장행동	35
4. 시장성과	36

제2절 상관관계에 관한 선행연구	40
1. 국외 선행연구	40
2. 국내 선행연구	44
제4장 연구모형과 가설의 설정	49
제1절 연구모형의 설계	49
제2절 연구가설의 설정	51
1. 시장구조 HHI와 시장성과와의 관계	52
2. 시장구조 CR3와 시장성과와의 관계	53
3. 시장구조 CR5와 시장성과와의 관계	54
제5장 실증분석	55
제1절 부산항 선용품 기업의 시장구조와 기업성과 측정	56
1. 시장구조	56
2. 기업성과	59
제2절 시장구조와 기업성과의 상관관계 분석	60
제3절 가설의 검정	64
제6장 결론	66
제1절 연구의 요약 및 시사점	66
제2절 연구의 한계 및 향후 연구 방향	68

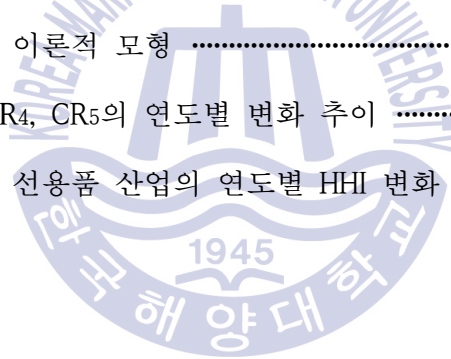
〈표 목차〉

〈표 2-1〉 항만물류의 분류	8
〈표 2-2〉 관세청 과세구분에 따른 선용품 구분	11
〈표 2-3〉 물품 공급업 신고서 양식	12
〈표 2-4〉 관세청품목분류 구분에 따른 선용품의 단순구분정리	13
〈표 2-5〉 국제 선용품 구매협회 카타로그	15
〈표 2-6〉 국내 항만관련 업체 등록 현황	19
〈표 2-7〉 부산시 항만관련 산업 사업장 규모 현황	20
〈표 2-8〉 국내 주요항의 선용품 공급업체 등록 현황	21
〈표 2-9〉 국내 항만관련 산업 시장규모	22
〈표 2-10〉 2013~15년 상위 45개 선용품 공급업체 매출규모	23
〈표 3-1〉 국외 선행연구	43
〈표 3-2〉 국내 선행연구	47
〈표 4-1〉 연구문제	49
〈표 5-1〉 부산항 선용품 산업의 CR지수의 연도별 변화 추이	57
〈표 5-2〉 부산항 선용품 산업의 HHI지수의 연도별 변화 추이	58
〈표 5-3〉 부산항 선용품기업 상위 45개 업체의 기업성과지수	59
〈표 5-4〉 시장구조지수와 시장성과지수의 연도별 변화 추이	60
〈표 5-5〉 부산항 선용품 기업의 Pearson 상관계수	60
〈표 5-6〉 HHI와 시장성과와의 관계에 대한 회귀분석 결과	61
〈표 5-7〉 CR3와 시장성과와의 관계에 대한 회귀분석 결과	62

<표 5-8> CR5와 시장성과와의 관계에 대한 회귀분석 결과	63
<표 5-9> 가설검증의 결과에 대한 종합	65

〈그림 목차〉

<그림 1-1> 연구의 흐름	6
<그림 2-1> 항만서비스산업에서 선용품 공급업의 위치	9
<그림 2-2> 선용품의 유통단계	16
<그림 3-1> 구조· 행동· 성과 패러다임	27
<그림 4-1> 연구의 이론적 모형	50
<그림 5-1> CR3, CR4, CR5의 연도별 변화 추이	57
<그림 5-2> 부산항 선용품 산업의 연도별 HHI 변화 추이	58



A Study on the Impact of the Ship Supply Market Structure on Corporate Performance in Busan Port

Gu, Byoung Yun

Department of Shipping and Port Logistics
Graduate School of Marine Finance and Logistics

Abstract

Recently, the shipping market recession has brought about lower financial performances and higher competitive market structure in the ship supply industry. In Busan port a lot of ship supply companies compete each other to attract customers. There was a need to analyze the market structure of the ship supply industry in Busan based on theory of market structure.

This study reviewed literatures on market structure and applies the S(Structure), C(Conduct), and P(Performance) theory to the ship supply industry in Busan. It investigated the correlation between the market structure and market performances of ship supply companies by using financial statements of 45 ship's suppliers in Busan port.

The Hirschman-Herfindahl Index(HHI), the Concentration Ratio of top 3 companies(CR₃), and the Concentration Ratio of top 5 companies(CR₅) were used as the market structure indices. Price-Cost Margin(PCM), Return on Asset(ROA), and Return on Equity(ROE) were used as the market performance indicators.

The results of this study showed that the market structure of the ship's suppliers in Busan port is the competitive market close to the oligopoly market. The simple regression result of the market structure has found that the Hirschman-Herfindahl Index(HHI), CR₃ and CR₅ has not significant relationship statistically with Price-Cost Margin(PCM), Return on Asset(ROA) and Return on Equity(ROE). The findings of this study contributes the theory of market structure and the analysis on the structure of the ship supply market in Busan port.



제1장 서론

제1절 연구의 배경 및 목적

글로벌 시대를 맞아 국제무역 환경은 급변하고 있으며 주요 선진 국가는 국제물류의 관문인 자국 항만의 국제 경쟁력을 확보하기 위해 치열하게 경쟁을 하고 있다. 우리나라 정부도 동북아 물류 중심의 해운항만환경을 달성하기 위해 항만시설, 항만관련 부대사업 등의 확충을 위해 여러 노력들을 하고 있다. 국민총생산의 거의 전부를 수출입에 의존하고 있는 우리나라에서의 항만은 종합적 물류공간으로 국가 경쟁력을 제고 하는데 중요한 역할을 하고 있다.

우리나라의 대표적 항만인 부산항은 2009년~2013년까지 컨테이너 물동량 기준 세계 5위를 차지하다가 주변국인 중국의 항만시설 확충에 따른 물동량 증가로 2014년 기준으로 세계 5위의 위치를 유지하지 못하고 있으며, 현재 중국 항만의 지속적인 확충 개발로 인해 부산항의 환적화물의 위치가 감소함에 따라 부산항은 세계 6위로 순위가 낮아졌다. 이러한 환경 속에 기존의 컨테이너 물동량 기준으로 평가 받던 세계 각 항만의 가치를 물동량에 초점을 둔 평가가 아닌 다변화된 항만의 기능을 포괄하는 평가지표와 하드웨어 측면의 항만 경쟁력 뿐 만 아니라 현대 항만의 기능적 요소들을 포괄 할 수 있는 관점에서 항만 가치를 평가해야 하는 필요성이 대두 되고 있다.

한국의 대표 항만인 부산항이 물동량 기준 세계 5대 항만의 지위를 지키고

있을 때 한국의 항만 정책은 그 동안의 양적인 측면에서는 상당한 성과를 달성한 것으로 판단되나, 항만의 기능적 요소 중 항만부대산업을 통한 실질적인 부가가치 및 고용창출 효과 등은 극히 제한적이라는 의견이 제기되고 있다.¹⁾

특히, 고부가가치 산업으로 여겨지는 항만물류산업의 경우, 부가가치 창출수준은 부산항이 34억 달러로 로테르담항의 245억 달러, 싱가포르항의 164억 달러의 25%도 미치지 못하는 실정이다. 부산의 경우 지역경제에서 항만물류산업이 차지하는 비중이 17%에 이르고 있음에도 불구하고 부가가치 창출수준은 선진항만에 비해 매우 낮은 실정이다.²⁾

이러한 새로운 항만가치의 평가에 필요한 요소 중 항만의 기능과 서비스에 포함될 수 있는 항만물류산업의 육성은 물동량의 감소로 인해 추락하고 있는 부산항의 가치를 새롭게 창출할 수 있는 방안이라고 할 수 있고, 부산항의 항만물류산업에 대한 수요의 증가로 새롭게 창출되는 부산항의 가치는 부산경제의 질적인 성장에 크게 기여할 것으로 판단된다.

항만물류산업의 한 부분인 선용품 산업은 항만물류산업의 동종 혹은 이종 업종 간 상향 서비스와 교차서비스 공급 및 보완재 서비스의 공급과 같은 시너지 효과를 유도할 수 있어 항만물류산업 활성화의 기초가 되는 산업이다.³⁾ 지금까지 많은 연구자들은 선용품 산업의 중요성을 인식하고 다양한 연구결과물을 제시하였고, 현재도 세계주요 항만의 선용품 산업과 비교하여 활발한 연구 활동을 하고 있다. 하지만 기존의 논문들은 현재 처한 선용품 산업의 문제점을 지적하고 활성화 할 수 있는 방안을 기술하는 수준의 연구가 대부분이었다.

현재 선용품 시장은 1997년 등록제에 이어 1999년 신고제로 전환된 이후 무수히 많은 영세업체들이 난립하여 과도한 경쟁으로 수익성 저하 및 경영악화라

1) 정복민, 김찬호(2007), “주요물류중심항 항만물류산업 발전 특징과 시사점”, 월간 한국해양, 해양수산개발원, 통권 제269호.

2) 김성국(2006), “부산항의 부가가치를 위한 선용품 공급업 활성화에 관한 연구”, 마케팅관리연구, 제11권 제3호.

3) 박영태, 우정욱, 김이곤(2007), “부산항 선용품 공급업, 선박급유업, 물류창고업 활성화 방안에 관한 연구”, 유통정보학회지, 제10권 제1호.

는 지속적인 추락을 초래하고 있는 실정이다. 최근 해운경기의 침체는 업체들의 살아남기씩 경쟁구도를 더욱 부추겨서 채산성 확보를 위한 단가 경쟁으로 제품의 질 또한 떨어뜨리는 결과를 초래하고 있다. 이러한 재무건전성에 위협을 가하는 과도한 경쟁 속에 선용품 산업의 시장구조를 정확하게 확인하고 이러한 구조가 각 업체별 성과에 어떠한 영향을 끼치고 있는지 확인 할 필요성이 있다.

산업조직론의 패러다임은 시장구조(Structure) → 시장행동(Conduct) → 시장성과(Performance)의 단선적 인과관계를 시장분석의 기본적 접근방법으로 시장구조는 시장행동에, 시장행동은 시장성과에 영향을 미치는 것이다. 그리고 다른 방향으로 피드백 효과로서 시장성과는 시장행동 또는 시장구조, 시장행동은 시장구조에 영향을 미친다는 것이다. 따라서 시장구조, 시장행동, 시장성과는 서로 영향을 미치는 상호관계에 있다. 산업조직론의 패러다임 중 가장 관심을 가지는 부분은 시장성과이다. 이는 시장구조와 시장행동을 분석하는 것은 이러한 요소들이 궁극적으로 시장성과에 어떠한 영향을 미치는가에 관한 것을 이론적으로 분석하고자 하는 것이기 때문이다.⁴⁾

선용품 산업의 시장구조를 분석하기 위해 전체 업체의 재무현황의 자료가 필요한데, 항만업계에 따르면 전국 각지에 산재한 선용품 공급 업체는 약 1,570여개에 달하고 이중 약 70%의 업체가 부산항에 집적해 있지만 실제 영업 중인 업체는 300~400개에 불과한 것으로 나타났다.

부산지역 1000여 개를 포함해 전국적으로 1,570여 개의 선용품 업체가 있지만 유류를 제외한 순수 선용품시장 규모는 연간 7000억 원으로 추정되고 있다.⁵⁾ 이 모집단(1000여개) 전체의 재무제표를 얻는 것은 현실적으로 불가능하며, 이들 중 중간 유통의 성격을 띤 업체들과, 선용품 외에 일부 제조물품의 매출까지 집계되는 업체들은 자료에서 제외시키는 과정을 거쳐서, (사)한국선용

4) 김아롬(2013) “한국과 중국의 컨테이너 터미널 운영사의 경영성과에 관한 연구” 한국해양대학교 석사학위논문. p2.

5) 현(사)부산항만산업협회, (사)한국선용품산업협회장 김영득(2016) “한국 선용품 산업의 활성화 방안” , 한국해양대학교 석사학위논문. p3.

품산업협회에서 추정하는 연간 매출규모 7000억 원에 이중으로 매출이 잡히는 문제점을 조금이나마 보완하였다.

이러한 자료검증 과정을 거쳐 본 연구는 먼저 순수 선용품만 취급하여 세관 허가 하에 본선에 직접 공급하는 (사)한국선용품산업협회의 부산에 위치한 회원사 위주로 필요한 자료를 수집하게 되었고, 기 협회에서 추정하는 연간 선용품 총매출 규모 7000억 원을 근거로 하여, 협회 회원사 45군데를 선정, 각 업체별 재무제표를 확보해서 2013~2015년도까지 3개년도 총 매출의 평균을 파악한 결과, 5900억 원으로 이는 협회가 추정하는 총매출규모 7000억 원에 대한 80%이상을 차지하는 결과를 얻게 되었다. 이는 모집단 1,000여개 업체에 비해 45군데의 업체의 자료라는 한계점을 극복하고, 본 연구의 타당성과 신뢰성을 조금이나마 뒷받침 할 수 있다고 생각한다.

본 연구는 기존 연구된 논문의 내용과는 달리 부산항 선용품 기업의 시장구조를 먼저 알아보고 시장구조가 각 기업의 성과에 어떠한 영향을 미쳤는가에 대해 시장구조 분석기법을 사용하여 연구 해 보고자 한다. 즉 시장 구조 분석을 통해 부산항 선용품 산업의 시장 구조가 경쟁적인 시장인지, 과점시장인지, 확인하여 이 시장에 속해 있는 사업체의 재무 건전성을 확인 해 보고자 한다.

제2절 연구의 방법 및 구성

본 연구는 부산항에 집중되어 있는 선용품 산업의 시장집중률과 이윤율 간 정(+)의 상관관계가 존재하는지를 산업조직론의 패러다임을 바탕으로 살펴보고자 한다. 본 연구는 문헌연구와 실증연구를 병행하였다. 문헌연구에서는 S(Structure), C(Conduct), P(Performance)이론과 관련한 국내외 선행연구와 선용품산업 관련 국내 논문들을 고찰하고, 선용품의 개념과 기능, 부산항 선용품 시장의 현황과 문제점 등을 살펴보았고, 실증연구에서는 선정된 각 업체들의 재무제표를 활용하여 선용품 산업의 시장구조가 시장성과에 어떻게 영향을 주는 지 실증적으로 분석하였다.

시장구조 측정요인 중 시장집중도 지수를 이용하여 부산항 선용품 시장의 구조를 측정하였고, 측정된 시장집중지수와 선용품 기업의 시장성과 측정 요인과의 회귀 분석을 통하여 시장구조가 선용품 기업의 성과에 미치는 영향에 대해 살펴보았다.

시장성과의 대리변수로는 PCM(가격-비용 마진), ROA(자산수익률)과 ROE(자기자본이익률)를 사용하고, 시장구조변수로는 CR₃(상위 3사 집중률), CR₅(상위 5사 집중률)과 HHI(허쉬만-허핀달 지수)를 사용하여 분석한다. 분석기간 및 분석대상은 2013년부터 2015년까지 3개년 동안이며, 부산항 (사)한국선용품산업협회 회원사 및 조합원사 상위 45개 업체를 분석하였으며, 통계분석을 위해 범용통계 패키지인 SPSS 21.0을 활용하였으며, 통계분석 기법으로는 단순회귀분석이 사용되었다.

본 논문은 모두 다섯 개의 장으로 구성되어 있으며, 각 장의 내용은 다음과 같다.

제1장 서론에서는 연구의 배경 및 목적 그리고 연구의 방법과 구성에 대해 기술하였다.

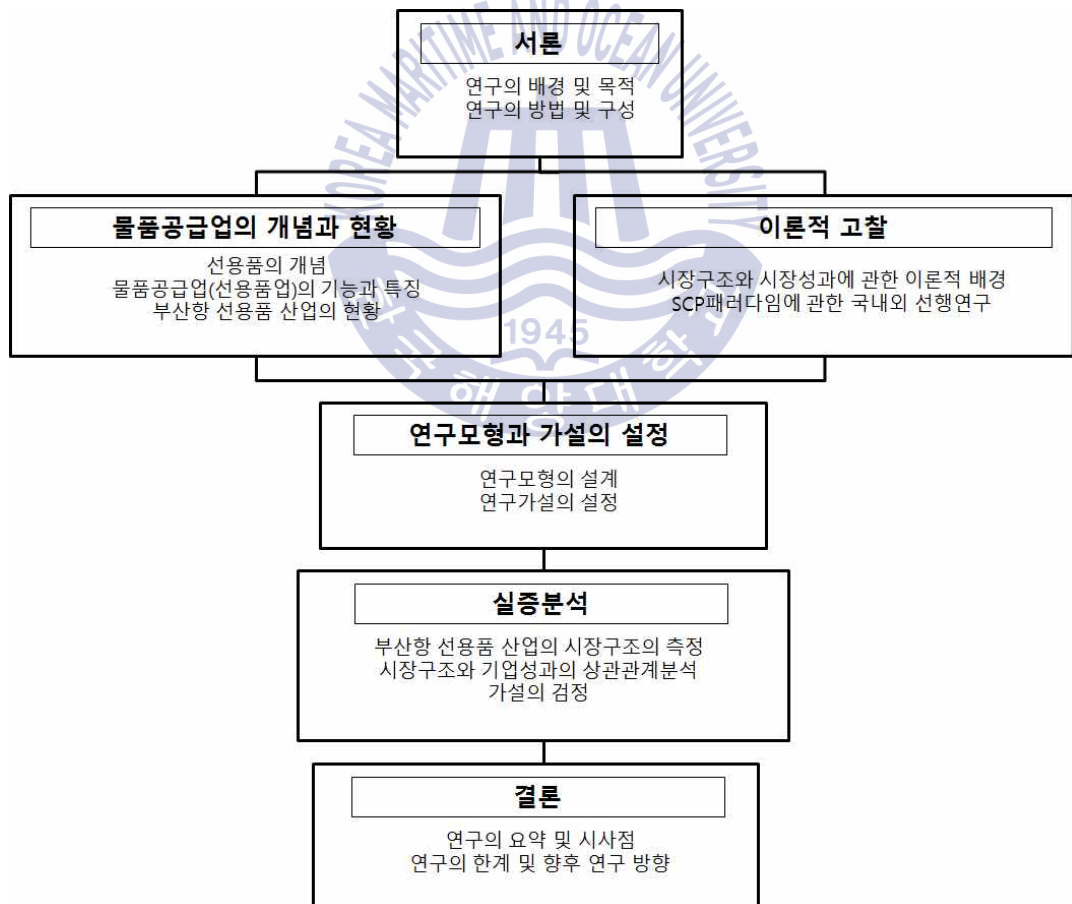
제2장에서는 선용품 산업의 개념, 특징 및 현황에 대해 살펴보았다.

제3장 이론적 고찰에서는 시장구조와 시장성과에 대한 이론적 배경을 살펴보고, 우리나라 산업의 시장구조와 시장성과에 대한 선행연구를 고찰하였다.

제4장에서는 연구모형과 가설을 설정하고 HHI와 CR3, CR5를 통해 부산항 선용품 산업의 시장집중도 지수를 확인하고, PCM과 ROA, ROE를 통해 시장성과를 확인하였다. 도출된 결과를 바탕으로 시장구조와 시장성과에 대한 상관관계를 살펴보았다.

제5장 실증분석을 통한 제6장의 결론에서는 본 연구의 결과를 요약하고, 연구의 한계점 및 향후 연구방향을 제시하였다.

<그림 1-1> 연구의 흐름



제2장 선용품 산업의 개념과 현황

제1절 선용품 산업의 개념

1. 항만서비스 산업의 의의

오늘날 항만의 기능은 단순한 화물 선적, 하역, 또는 선박이 통과하는 경유지 역할에 국한되지 않고, 국제복합운송과 국제물류와 같은 글로벌 항만의 역할을 수행하고 있다. 최근 들어 물류와 연관된 운송, 보관, 하역, 유통, 가공, 정보서비스 등 기본적인 항만의 기능 외에 환적, 제조판매, 전시, 컨벤션, 금융 등의 서비스가 동시에 이루어지는 종합물류서비스 공간의 기능을 항만서비스 산업과 결합시키는 항만 클러스터 구축을 위한 필요성이 대두 되고 있다.

항만 시설 확충에 따르는 화물량의 증대로 항만의 경쟁력을 확보하는데 어려움이 있어 항만의 고부가가치 창출을 위한 항만서비스산업의 중요성이 갈수록 강조되고 있다. 또한 컨테이너 선박의 대형화로 인한 기항지의 축소는 항만의 위기로 다가오고 있으며, 고객에게 다양한 편의와 서비스를 제공하지 않으면 항만의 경쟁력이 도태될 수밖에 없다. 해운선사의 경영효율에 대한 니즈를 충족시키고 극심해진 항만 간 고부가가치를 달성하기 위해서는 선용품 공급업과 같은 항만 서비스산업의 새로운 시장을 창출하는 것이 중요하다.⁶⁾

항만법 제2조에서 항만의 개념은 “선박의 출입과 사람이 타고 내리거나 화물을 선박에 내릴 수 있는 시설이 구비된 항”으로 규정하고 있으나, 근래 항만의 종합적인 역할과 그 기능에 비견할 때 좁은 의미의 해석이다.⁷⁾

6) 장홍훈, 김경진(2011), “광양항의 선용품공급 확대를 위한 e-Marketplace 구축방안”, 통상정보연구 제13권, 1호, p78.

Frankel(1987)은 항만을 “해상운송과 육상운송의 연결점 또는 공통접속영역”으로 정의하여 지역적인 특성을 설명한다.

이철영(1998)은 항만을 “해운과 내륙운송을 연결하는 공통접속 영역으로서 물류, 생산, 생활, 정보생산 및 국제교역기능과 배후부지의 경제발전을 위한 기로로서 의 역할을 수행하는 종합 공간”으로 정의하여, 현재의 항만에 대한 정의뿐만 아니라 배후지역의 모든 경제활동까지 포함하는 포괄적인 개념으로 설명한다.

따라서 항만서비스 산업은 항만으로의 선박입출항시 발생하는 화물처리를 지원하는 서비스 산업의 집약체 라는 것을 아래와 같이 파악할 수 있다.

〈표 2-1〉 항만물류의 분류

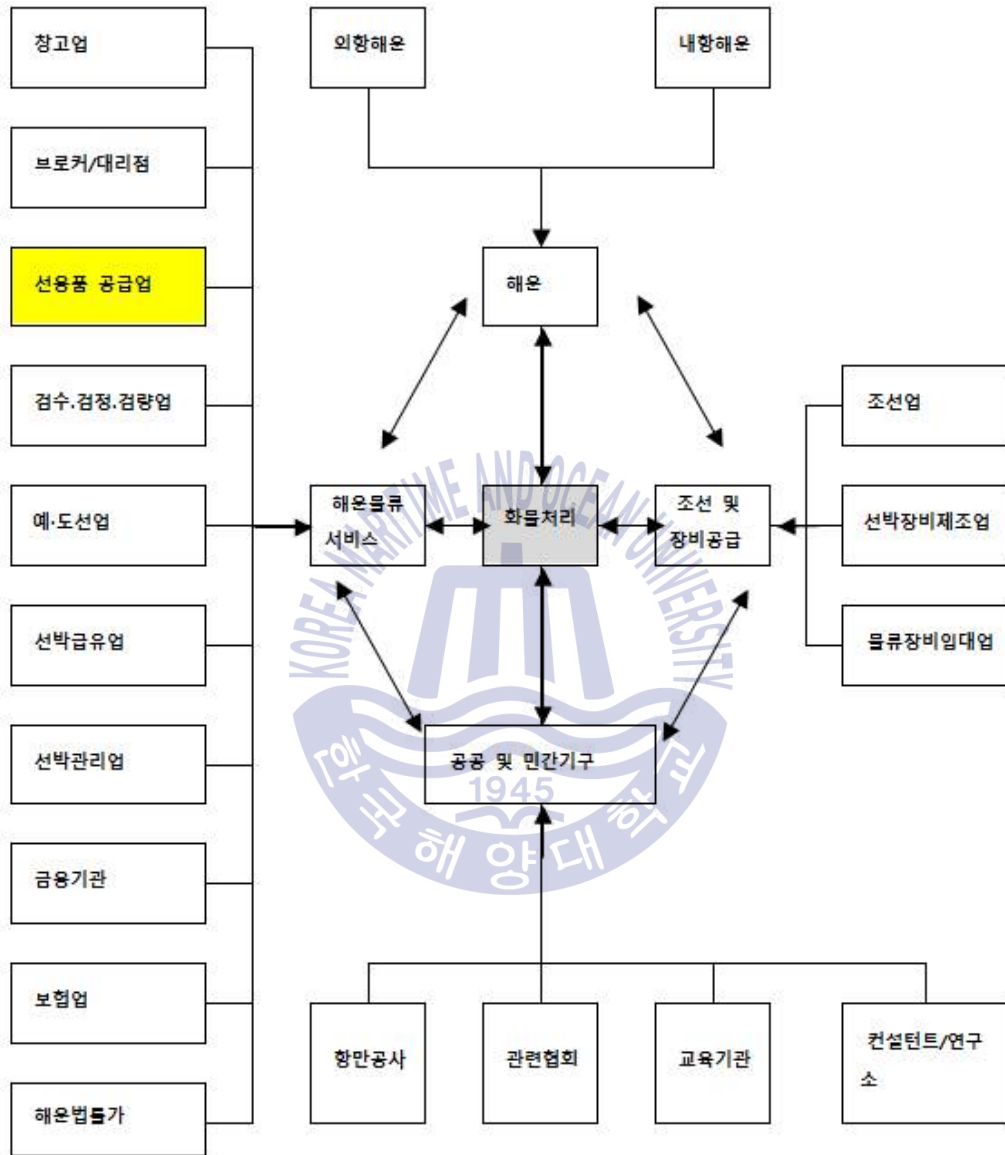
대분류	중분류
운송업	해상운송, 육상운송, 항공운송, 복합운송
하역업	육상하역, 해상하역, 철도하역, 항공하역, 항만하역
포장업	입대업, 수리업, 포장업
정보	항만IT, 물류IT
보관	창고업, 보세장치장
항만서비스	운송주선업, 검량, 검수, 검역, 도선, 물품공급업, 선박관리, 선박급유, 선박대리점, 선박수리, 항만관리, 항만용역, 장비임대
항만물류제조업	포장용 제조, 운송용 제조, 하역용 제조

자료 : 부산발전연구원(2006), “해양 클러스터 조선”, 3~4월호, p.84

〈표 2-1〉과 같이 항만을 중심으로 하는 다양한 항만관련 서비스산업들이 존재하고 있고, 그 중에서 물품공급업(선용품 공급업)은 항만서비스에 해당된다. 하지만 선박의 종류, 선박의 형태, 그 운항경로에 따라 수요가 재분류되기 때문에 중요함에도 불구하고 그 표준화가 되어 있지 않고 다수의 선주 회사에서 주문 당시의 개별 조달의 형식을 취하고 있다. 하지만 화물처리라는 항만의 핵심기능을 전제 조건에 두고 고찰한다면 항만서비스 산업에서 선용품 공급을 〈그림 2-1〉과 같이 살펴 볼 수 있다.⁸⁾

7) 김운섭(2006), “선용품입지 선정에 관한 연구”, 한국해양대학교 석사학위논문, p7.

<그림 2-1> 항만서비스산업에서 선용품 공급업의 위치



자료 : 이은규(2013), 울산지역 선용품업체 현황과 육성방안, p20.

8) 김영동(2016) “우리나라 선용품 수출산업의 글로벌 마케팅 전략에 관한 연구”, 한국해양대학교 석사학위논문, p6.

2. 선용품 산업의 의의 및 특성

1) 선용품 산업의 의의

선용품(船用品, articles for ship)이란 식료품, 연료, 수리용 예비부품 등 비품 및 소모품으로 선박에서 상용되는 물건의 총칭이며 선박용 물건(船舶用 物件)이라 표현하기도 한다. 선용품은 그 종류마다 각종의 시험기준이 있으며, 선박에 비치한 후에 다시 제거하는 것이 곤란한 점을 감안하여 예비심사 및 형식승인제도를 통해 사전에 검사 및 승인을 받을 수 있는 것이 특징이다.⁹⁾

현행 관세법에서 ‘선용품’이라 함은 음료, 식품, 연료, 소모품, 밧줄, 수리용 예비 부분품 및 부속품, 집기 기타 이와 유사한 물품으로서 당해 선박에서만 사용되는 것을 말한다. 동 법에서 ‘기용품’이라 함은 선용품에 준하는 물품으로서 당해 항공기에서만 사용되는 것이라고 규정되어 있다.¹⁰⁾

선(기)용품은 외국물품 선용품과 내국물품 선용품으로 분류된다. 관세청고시 제 2012-42호 선(기)용품 및 선(기)내 판매용품의 하역 등에 관한 고시에 따르면 ‘외국선(기)용품’이라 함은 외국무역선(기)내 공급하는 외국물품으로 관세법 제2조 제10호 및 제11호에 따른 선(기)용품을 말하며, ‘내국선(기)용품’이라 함은 외국무역선(기)에 공급하는 내국물품으로 법 제2조 제10호 및 제11호에 따른 선(기)용품을, ‘선(기)내 판매용품’이라 함은 판매자가 외국무역선(기)내에서 여객의 편의를 제공하기 위하여 판매하는 내외국물품을 말한다.

9) 한국해양대학교(<http://www.hhu.ac.kr>), 선박항해용어사전, 한국해양대학교(공길영 편찬)

10) 관세법, 제2조 제10호(선용품), 제11호(기용품)

〈표 2-2〉 관세청 과세구분에 따른 선용품 구분

내국선용품	국내에서 제조하여 기항하는 선박에 공급하는 선용품
	담배, 주류, 유류, 기타
외국선용품	외국에서 제조하여 기항하는 선박에 공급하는 선용품
	담배, 주류, 유류, 기타

자료 : 김영동(2016), “우리나라 선용품 수출산업의 글로벌 마케팅 전략에 관한 연구” 한국해양대학교 석사학위논문. p9.

〈표 2-1〉 항만물류의 분류에서 항만서비스업 중 물품 공급업의 하나인 선용품 공급업은 운항 중인 선박, 혹은 조선소에서 건조 중인 신조선에 필요한 선식품, 일용잡화품, 엔진 기 부속품 및 면세용품 등을 판매하는 사업을 말한다.

선용품 공급업은 항만운송사업법에 따른 항만운송관련사업 중 물품공급업을 지칭하는 것으로 ‘물품공급업’이란 관세청 고시 제2012-13호 선(기)용품 및 용역공급업 등의 등록에 관한 고시 제3조 4항에 따르면 외국무역선 또는 외국 무역기에 선(기)용품을 공급(판매)하는 업을 말하는 것으로 ‘선박운항에 필요한 물품 및 주식, 부식을 공급하고 선박의 침구류 등을 세탁하는 사업’으로 규정된다.¹¹⁾ 관세법 시행령 제231조에 따라 외국물품인 용품을 외국무역선(기)에 공급 판매하는 공급자 및 판매자는 자본금 1억원 이상으로 등록 장소별로 용품운송을 전용으로 하는 자가 소유 자동차를 1대 이상 보유한 법인 또는 개인(2003.12.8. 개정)이어야 한다.¹²⁾ 현재 항만운송관련사업은 등록제인데 물품공급업은 신고제를 채택하고 있다.

11) 항만운송사업법 시행령 제2조2항.

12) 임재욱(2013), “부산항 선용품 공급업의 현황과 활성화 방안”, 무역학회지, 제38권, 제3호, pp151-152.

〈표 2-3〉 물품 공급업 신고서 양식

[별지 제14호의2서식] <개정 2011.4.11>

(앞 쪽)

물품공급업신고서			처리기간
			6일
신 고 인	①상 호(명 칭)		
	②대표자(성 명)	③생년월일	
	④주 소	(전화번호:)	
⑤자 본 금			
⑥항 만 명(사업구역)			
<p>「항만운송사업법」 제26조의3제1항 및 같은 법 시행규칙 제26조제1항에 따라 위와 같이 물품공급업신고서를 제출합니다.</p> <p style="text-align: center;">년 월 일</p> <p style="text-align: right;">신고인 (인)</p> <p>지방해양항만청장 시·도지사 귀하</p>			
구 비 서 류	신고인(대표자) 제출서류		지방해양항만청장 또는 시·도지사 확인사항
	1. 정관(법인인 경우만 해당합니다) 1부 2. 재산 상태를 기재한 서류 1부		1. 법인 등기사항증명서 (법인인 경우만 해당합니다) 2. 신고인의 주민등록등본(개인인 경우만 해당하며, 부동의하는 경우 해당서류를 제출해야 합니다)
<p>본인은 이 건 업무처리와 관련하여 「전자정부법」 제36조제1항에 따른 행정정보의 공동이용을 통하여 지방해양항만청장 또는 시·도지사가 위의 주민등록등본을 확인하는 것에 동의합니다.</p> <p style="text-align: right;">신고인(대표자) (서명 또는 인)</p>			

2) 선용품 산업의 특징

선용품산업은 항만물류산업의 주요사업은 아니나, 동종 이종 산업간 서비스를 향상시키고 교차서비스와 보완재 서비스의 공급과 같은 상호 시너지효과를 증대시킴으로서 항만물류산업들의 활성화에 크게 기여하는 사업이라고 할 수 있다.

〈표 2-4〉 관세청품목분류 구분에 따른 선용품의 단순 구분 정리

품목분류코드	품목분류코드명	세부분류코드	세부분류코드명
A	주류	AA	위스키
		AB	꼬냇
		AC	보드카
		AD	맥주
		AE	진
		AF	럼
		AG	와인
		AH	삼페인
		AZ	기타 주류
B	담배류	BA	담배류
C	육류	CA	쇠고기
		CB	닭고기
		CC	양고기
		CD	돼지고기
		CZ	기타 육류
D	식품류	DA	조리용품
		DB	음료수
		DC	커피 & 차
		DD	초콜렛
		DZ	기타 식품
E	전자제품	EZ	기타 전자제품
F	조리기구	FZ	기타 조리기구
G	선박부품	GZ	기타 선박부품
H	액세서리	HA	액세서리
S	조건부 선용품	SA	선박기관부품
		SB	선박 등 법정장비
		SC	가스 충전용기
		SD	통신장비

		SE	측정장비
		SF	갑판기자재
		SG	세탁물
		SZ	선박 등 기타수리물품
Z	기타	ZA	기타 액세서리
		ZB	SPARE: 기타

자료 : 하명신·김철민·장병기·조찬혁·최순권·강병도·최성광(2008), “국제선용품 유통센터 건립 및 운영방안 연구용역”, 부경대학교 항만물류경영연구소, p18.

위 <표 2-4>와 같이 단순 수출입에서 나아가 품목별로 정리해서 세 분류를 하는 방법도 있지만, 이 또한 세관 등록서를 작성하는 기업이 신고함에 따라서 그 객관성이 결여되어 있다는 한계가 여전히 존재한다. 그 외에 원산지 구분에 따른 선용품 구분(내국선용품, 외국선용품, 관세 환급품)이 있지만 여전히 제품특징을 파악하지 못한 단순한 구분임에 따라 실무적 정보가 결여되어 있음을 알 수 있다.¹³⁾

선용품 산업에서 공급자와 수요자의 선용품 거래는 ISSA(International Ship Supplier's Association)¹⁴⁾와 IMPA(International Marine Purchasing Association)¹⁵⁾에서 발행하는 국제규격 가이드북을 널리 사용하고 있고, 각종 소모품에 대한 규격, 종류 등이 코드화 되어 있으며, ISSA와 IMPA의 코드는 90% 정도 일치한다.

우리나라 선용품 산업은 부산항을 중심으로 발전해 왔지만, ISSA에 가입하지 못해 글로벌 네트워크를 활용한 세계시장 진출에 어려움을 겪어왔다. 전국의 100여 개 주요 선용품 업체가 2014년 한국협회를 구성하고 세계협회 가입을 위해 노력한 끝에 한국선용품산업협회는 2016년 11월 초 아랍에미리트 두바이에서 열린 ISSA 제 61차 정기총회에서 43개 회원국의 만장일치로 정회원 가입이 승인 되었다. 정회원이 되면 한국협회 회원 업체들은 제품에 ISSA 로고를 사용하고, 세계시장에 관한 최신 정보를 ISSA로부터 받게 돼 국제경쟁력이 한층 높아질 것으로 기대된다.¹⁶⁾

13) 김영동(2016), “우리나라 선용품 수출산업의 글로벌 마케팅 전략에 관한 연구” 한국해양대학교 석사학위논문. p9.

14) 국제선용품협회

15) IMPA Marine stores coding is used in the marine industry. 즉 선용품업체에서 사용하는 코드. 선박에 들어가는 모든 물건들을 코드번호를 부여하여 수발주시 이용함.

16) 부산연합뉴스 2016/11/7 기사 발취

<표 2-5> 국제 선용품 구매협회 카타로그

IMPA의 선용품 품목			
1	천과 린넨류 (Cloth & Linen Products)	19	전동·공기공구류 (Pneumatic & Electrical Tools)
2	주방용품류 (Tableware & Galley Utensils)	20	일반작업공구류 (Hand Tools)
3	의복류 (Clothing)	21	바이트·절삭공구류 (Cutting Tools)
4	로프·호저류 (Rope&Hawsers)	22	계측공구류(Measuring Tools)
5	하역장비품·삭구류 (RiggingEquipment & General DeckItems)	23	철, 비철재료류 (Metal Sheets, Bars, etc)
6	페인트류 (Marine Paint)	24	비스·볼트·너트류 (Screws&Nuts)
7	도장용기구류 (Painting Equipment)	25	파이프·튜브류 (Pipes&Tubes)
8	안전보호기어 (Safety Protective Gear)	26	파이프·튜브조립품류 (Pipe & Tube Fittings)
9	구명구난용·소화기류 (Safety Equipment)	27	밸브·코크류 (Valves&Cocks)
10	호스·커플링류 (Hose&Couplings)	28	베어링류 (Bearings)
11	항해기구류 (Nautical Equipment)	29	전기기구류 (Electrical Equipment)
12	위생·약품류 (Medicine)	30	패킹·조인트 시트류 (Packing&Jointing)
13	석유제품류 (Petroleum)	31	용접기구류 (WeldingEquipment)
14	문방구류 (Stationery)	32	기계장비류 (MachineryEquipment)
15	일반철물류 (Hardware)	33	식량·일용품 (Provisions&SlopChest)
16	브러시·매트류 (Brushes&Mats)	34	선원후생 오락용품류 (Welfare Items)
17	세면위생기구류 (Lavatory Equipment)	35	제표·자료 (Table & Other Data)
18	세제·화학제품류 (Cleaning Material&Chemicals)		

자료 : 김웅섭(2006), “선용품센터 입지선정에 관한 연구”, 한국해양대학교 석사학위논문, p8.

전 세계 항만에서 연간 약1,700억 달러 정도의 선용품이 거래되고 있으며, 세계 선용품의 종류는 약 70만 가지가 있다고 한다.¹⁷⁾

아시아 최대의 선용품 시장으로서 싱가포르의 시장규모가 2004년 기준 5,548억 원으로 세계 시장의 1.47%를 차지한다. 싱가포르 선용품 공급업체가 취급하는 선용품은 약 2만 5천여 품목이다. IMPA의 선용품 Catalog에 등록되어 있는 선용품은 3만 5천 여 품목이다. 그 내용은 <표 2-5>와 같이 35가지로 크게 분류되어 있다.¹⁸⁾

선용품 산업의 유통단계는 아래 <그림 2-2>와 같이 제조자로부터 실 구매자와 실 수요자까지 공급되는 복잡한 유통 단계를 거친다.

<그림 2-2> 선용품의 유통단계



선용품 공급업체 입장에서 본다면 품목별 공급업체를 도매업자로, 선용품 공급업체를 소매업자로 볼 수 있다. 현재 유통단계(선사-선용품 공급업체)에서 견적/수주/발주 등은 전자문서교환방식(EDI)로 편리한 시스템을 적용하는 일부 업체가 존재하나 널리 통용되는 수준은 아니다. 그리고 일부 연구자들이 선용품산업에 전자상거래 방식을 적용하고자 많은 연구가 되고 있으나, 일반적인 전자 상거래 방식은 유통구조가 단순한 소매업자 또는 도매업자와 실 구매자(수요자)간의 직접구매 방식인데 반해, 선용품공급의 유통구조는 소매업자(선용품 공급업체)와 실수요자(해당선

17) 부산지방해양수산청(www.pusan.momag.go.kr) 2003년 08월 게재 자료에 따르면 전 세계 선용품 공급시장의 선용품의 종류는 약 68,000여개 이상으로 추정하고 있음.

18) 김영득(2016), “한국 선용품 산업의 활성화 방안”, 한국해양대학교 석사학위논문, pp18~19.

박)사이에 실구매자(선사)가 존재해서 일반적인 전자상거래 방식을 도입하기가 쉽지는 않다. 그리고 대금 결제는 실 구매자(선사)를 통해 이루어지며, 물품은 대개 선용품 공급업체가 직접 해당선박이 입항하는 항만으로 공급되어 진다. 대금 결제 기간 또한 일반적인 현금결제 방식이 아닌 대부분 3달 이상의 결제기간을 가지며, 이러한 결제방식은 선용품시장에서의 업체관행으로 자리 잡고 있어 선용품 공급업체는 물론이고 품목별 공급업체 또한 경쟁력 있는 가격으로 공급하는데 애로사항을 가지고 있는 실정이다.



제2절 선용품 산업의 현황

1. 국내 선용품 기업의 현황

선용품 공급업은 다른 항만 운송 관련 산업과는 달리 신고제라서 시장진입이 자유로워 상대적으로 경쟁이 심한 업종이다. 1999년 이후 선용품 공급업체의 영업활동이 등록제에서 신고제로 전환되고 관할세관에 신고만하면 등록된 항만 이외의 전국항만에 대한 출입도 자유롭기 때문에 활동하는 업체수가 급격히 증가하여 왔다. 다만 신고업체 중에는 신조선에 조선기자재를 직접 선적하기 위해 조선기자재를 직접 생산, 수입, 가공, 공급하는 업체들이 물품공급업으로 신고된 업체가 다수 포함되어 조선기자재 업종의 일부도 선용품 공급업에 포함되어 있음을 감안해야 한다.

2013년 1월 기준 전국 항만관련 등록 사업체 수는 12,552개로 전년대비 10.6%가 증가하였다. 2012년 11,351개사에서 2013년 12,552개사로 1년간 1,201개가 증가하였다. 업종별로는 구체적인 업종을 밝히지 않은 ‘기타’를 제외하고는 ‘내항화물’ 업체수가 1,324개사로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 대리점 359개사, 항만 하역 340개사, 국제 해운 대리점 329개사, 원양어업 283개사 등의 순으로 나타났다.¹⁹⁾

<표 2-6>과 같이 우리나라 각 지역별 항만관련사업체 등록현황에 따르면 부산지역이 4,501개로 가장 많은 것으로 조사 되었으며, 부산·울산·경남의 등록업체 수는 총 5,678개로 전국 대비 45.3%로 조사되었다. 전년대비 부산 553개사, 울산 135개사, 전남 95개사, 경북 91개사 순으로 증가하였다. 부산을 제외하고 가장 많은 업체 순으로는 인천 1,933개사, 서울 1,156개사, 전남 1,129개사 등의 순으로 나타났다.

19) 하태영(2013), “국내 항만관련 산업 실태분석 및 경쟁력 강화방안”, 한국해양수산개발원 항만물류 전망대회 발표자료, pp.183-204. PORT-MIS 2013년 등록업체 수 기준.

〈표 2-6〉 국내 항만관련 업체 등록 현황

번호	지역	업체 수 (개소)		전년대비(개소, %)		구성비 (%)	
		2012년	2013년	증감	증감율%	2012년	2013년
1	강원	873	882	9	1.0	7.689	7.027
2	경기	324	336	12	3.7	2.854	2.677
3	경남	481	549	68	14.1	4.236	4.374
4	경북	266	357	91	34.2	2.343	2.844
5	광주	25	28	3	12.0	0.220	0.223
6	대구	9	19	10	111.1	0.079	0.151
7	대전	17	22	5	29.4	0.150	0.175
8	부산	3,948	4,501	553	14.0	34.772	35.859
9	서울	1,093	1,156	63	5.8	9.627	9.210
10	울산	493	628	135	27.4	4.342	5.003
11	인천	1,866	1,933	67	3.6	16.435	15.400
12	전남	1,034	1,129	95	9.2	9.107	8.995
13	전북	452	464	12	2.7	3.981	3.697
14	제주	175	183	8	4.6	1.541	1.458
15	충남	272	279	7	2.6	2.396	2.223
16	충북	3	3	0	0.0	0.026	0.024
17	기타	23	83	60	260.9	0.203	0.661
합계		11,354	12,552	1,198	10.6	100.0	100.0

자료 : 하태영(2013), “국내 항만관련 산업 실태분석 및 경쟁력 강화방안”, p.185, PORT-MIS 업종코드 분석.

<표 2-7> 부산시 항만관련 산업 사업장 규모 현황

대분류	중분류	업체당 종사자수(명)								
		1~4	5~9	10~19	20~49	50~99	100~199	200~299	300 이상	계
항역업	1 항만하역	21	11	9	10	6	5	4	4	70
	2 육상하역	173	11	5	12	1		1		203
항만관련서비스업	3 항만용역업	18	16	10	4	1			1	50
	4 선용품판매업	350	135	44	23	1	2			555
	5 선박급유업	80	33	13	2					128
	6 기타해운,항만물류 관련서비스	6	4	6	2					18
선박건조업	7 강선건조업		1		3	4			2	10
	8 합성수지선 건조업		1	1				1		3
	9 보트 건조업	3								3
	10 기타 선박 건조업	3	1	13	6	1				24
조선기자재제조업	11 선박구성부품제조업	99	55	39	47	8	3			251
	12 내연기관 제조업	86	35	35	24	9	1	1		191
	13 항행용무선기기및 측량기구제조업	6	4	2	4	1	2			19
	14 내연기관용 전기장치 제조업	53	29	15	9	3	1	1	1	112
	15 기타 조선기자재 부품 제조업	554	163	109	74	14	9	2		925
선박및조선기자재수리업	16 선박및조선기자재 수리업,도장공사,목 공사	582	157	50	37	3	1			830
	17 선박검사 및 기술서비스업	65	40	35	27	6	5	4		182
총계(업체수)		2099	696	386	284	58	29	14	8	3574
비중(%)		58.7	19.5	10.8	7.9	1.6	0.8	0.4	0.2	100

자료 : 하태영(2013), 전계서, p.202.

<표 2-7>에서 특히 조선기자재업종에서 41.8%를 차지하며, 전체 중에서 부산 영도구에 1,402개 (39.3%)업체가 입점 되어 있으며, 사업장 규모는 10인 미만의 영세 기업이 대부분으로 전체의 78.1%로 가장 높은 비중을 차지할 정도로 대다수가 영세하다.

- 1) 항만물류업체 중 1~4인 업체 수가 2,089개로 전체의 58.6% 비중을 차지
 - 2) 항만물류업체 중 5~9인 업체 수는 696개로 전체의 19.5% 비중을 차지
 - 3) 선용품판매업(상선용): 1~4인 사업장이 전체의 63.1% 비중을 차지
- 2016년 현재 부산 항만산업 협회에 등록된 선용품 업체 수는 총 58개이다.²⁰⁾

<표 2-8>과 같이 2011년 말 기준 국내 주요항의 선용품 공급업체 등록 현황을 보면 총 등록 업체수가 1,528개이며, 부산항이 1,082개 업체로 가장 많은 업체가 등록되어 있고, 여수항 151개, 인천항 144개, 울산항 119개로 4개 항에 선용품 공급업체가 집중되어 있는 것을 볼 수 있다. 지역적 집중은 부산과 울산지역에 78.6%가 집중되어 있는 것으로 나타났다.

<표 2-8> 국내 주요항의 선용품 공급업체 등록 현황(2011년 말 기준)

항구	등록 업체 수(개)	항구	등록 업체 수(개)
부산항	1,082개	여수항	151개
울산항	119개	목포항	15개
인천항	144개	군산항	17개

자료 : 김영득(2016), “한국 선용품 산업의 활성화 방안”, 한국해양대학교 석사학위논문, p.28.

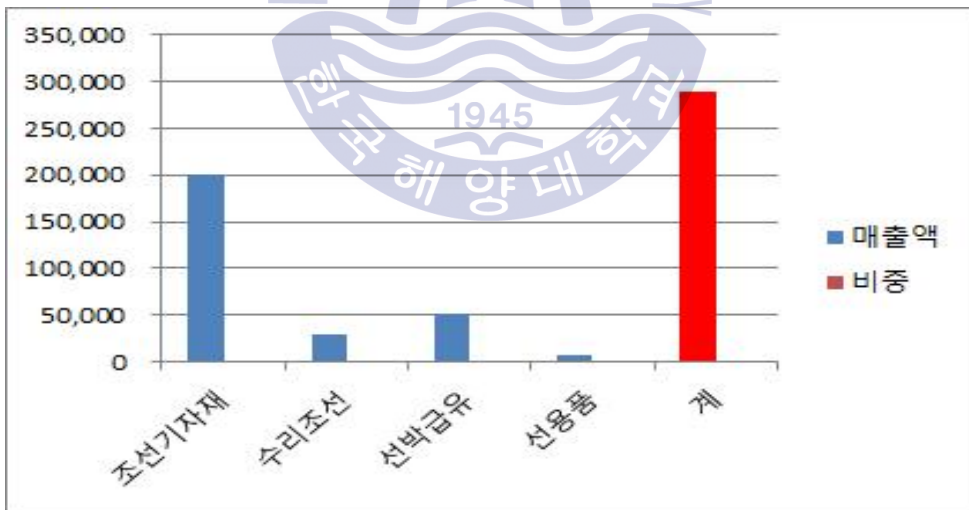
20) 김영득(2016), “우리나라 선용품 수출산업의 글로벌 마케팅 전략에 관한 연구”, 한국해양대학교 석사학위논문. p46. 부산항만 산업 협회 홈페이지(<http://bmia.co.kr>).

2. 부산항 선용품 기업의 매출현황

〈표 2-9〉와 같이 국내 항만관련 산업의 시장매출규모는 2010년 약 28조원으로 추정되고 조선기자재 부문이 약 20조 원 이상으로 전체 시장의 70% 이상을 점유하는 것으로 추정한다. 앞에서 설명한 바와 같이 국내 건조 신조선에 선적되는 국내 제조 조선기자재도 선용품 범위에 들어가기 때문에 상당량 포함되는 것이다. 2009년 기준 국내 조선기자재 업체 155개 의 업체당 평균 매출액이 1,298억으로 추정된다. 이듬 해 2010년 기준 선용품 매출은 약 7천여억 원으로 추산된다.

〈표 2-9〉 국내 항만관련 산업 시장규모(2010년 기준)

구분	조선기자재	수리조선	선박금융	선용품	계
매출액(억원)	201,190	29,856	51,445	7,186	289,677
비중(%)	69.4	10.3	17.8	2.5	100



자료: 하태영(2013), 전계서, p.187. 세관 및 관련협회 자료 취합(KMI). 김영동(2016), “우리나라 선용품 수출산업의 글로벌 마케팅 전략에 관한 연구”, 한국해양대학교 석사학위논문. p48.

부산항 선용품 산업의 시장구조를 파악하기 위해 (사)한국선용품산업협회 조합원사 46군데, 협회원사 96군데 업체 중 부산항에 위치하면서 전국 항만에 선용품 공급을 하고, 년 매출규모 10억 이상 상위 45군데 업체를 선정하여 각 업체의 재무제표 정보를 얻어 아래 <표 2-10>과 같이 본 연구의 자료로 이용하였다. 순위는 3개년에 대한 연평균으로 정하였다.

<표 2-10> 2013~2015년 상위 45개 선용품 공급업체 매출규모

단위 : 백만원

	2013년 매출액	2014년 매출액	2015년 매출액
1	94,455	96,552	116,678
2	83,344	93,577	107,461
3	52,634	50,141	51,978
4	22,365	22,179	22,316
5	18,902	19,878	20,216
6	21,755	20,029	16,990
7	18,359	20,136	19,748
8	14,899	17,674	16,272
9	14,429	18,267	15,724
10	10,949	15,094	15,705
11	11,271	12,338	15,802
12	9,602	13,064	16,353
13	11,687	12,583	14,175
14	11,525	13,533	11,878
15	11,077	11,255	12,805
16	10,684	9,794	12,043
17	9,494	9,722	12,269
18	9,882	10,587	9,685
19	8,126	13,433	4,763
20	1,028	10,252	13,954
21	6,662	7,195	7,537
22	7,016	6,478	6,342
23	5,561	6,019	6,691

24	5,309	5,611	6,624
25	5,157	5,542	6,632
26	5,228	5,377	6,279
27	4,419	4,811	6,443
28	4,072	4,502	5,681
29	4,911	5,558	3,741
30	4,090	4,783	4,641
31	4,535	4,903	3,764
32	4,191	3,949	4,922
33	3,938	4,312	4,766
34	3,750	4,501	3,633
35	3,121	3,842	4,345
36	3,133	3,942	4,183
37		4,201	4,965
38	3,155	3,177	2,759
39	2,971	3,123	2,966
40		4,230	4,183
41	1,506	2,048	3,026
42	1,459	2,579	2,449
43	2,214	2,016	2,097
44	1,674	1,775	2,234
45	1,350	1,913	1,606
합계	535,889	596,475	639,324

자료 : 한국기업데이터 공식사이트 www.cretop.com 기업재무정보

2015년 기준으로 부산항 선용품 공급업체를 대표하는 상위 5개 업체 D사, H사, B사, Y사, H2사의 매출총액은 각각 1166억, 1070억, 519억, 223억, 202억으로 파악되었으며, 6위부터 17위까지는 매출총액이 120억에서 190억대를, 나머지 45위까지는 10억에서 90억 원의 매출로 파악되었다.

<표 2-9>에서 2010년 기준 국내 선용품 매출규모 7100억 원으로 조사되었으며, 서론에서 언급한 (사)한국 선용품 협회장은 부산항 선용품 연간 매출규모 7000억 원으로 추정하였으며, 2016년 김영동 논문 “우리나라 선용품 수출산업의 글로벌 마

케팅 전략에 관한 연구”에서는 부산항 2016년 연간 매출규모를 8000억 원으로 추정하였다.

본 연구 자료로 파악한 <표 2-10>에 따르면 부산항 선용품 업체 상위 45군데 2013, 2014, 2015년도 연간매출규모는 각각 5358억, 5964억, 6393억으로, 3개년도의 평균 년 매출규모는 5905억으로 (사)한국선용품산업협회 추정 7000억의 80%정도의 규모로 조사되었다. 나머지 20%의 선용품 공급업체들은 업체 수는 많으나, 정확한 자료 수집이 어려워 매출규모가 10억 이하의 영세한 업체로 추정, 분류하여 본 연구의 자료에서 배제되었다.



제3장 이론적 고찰

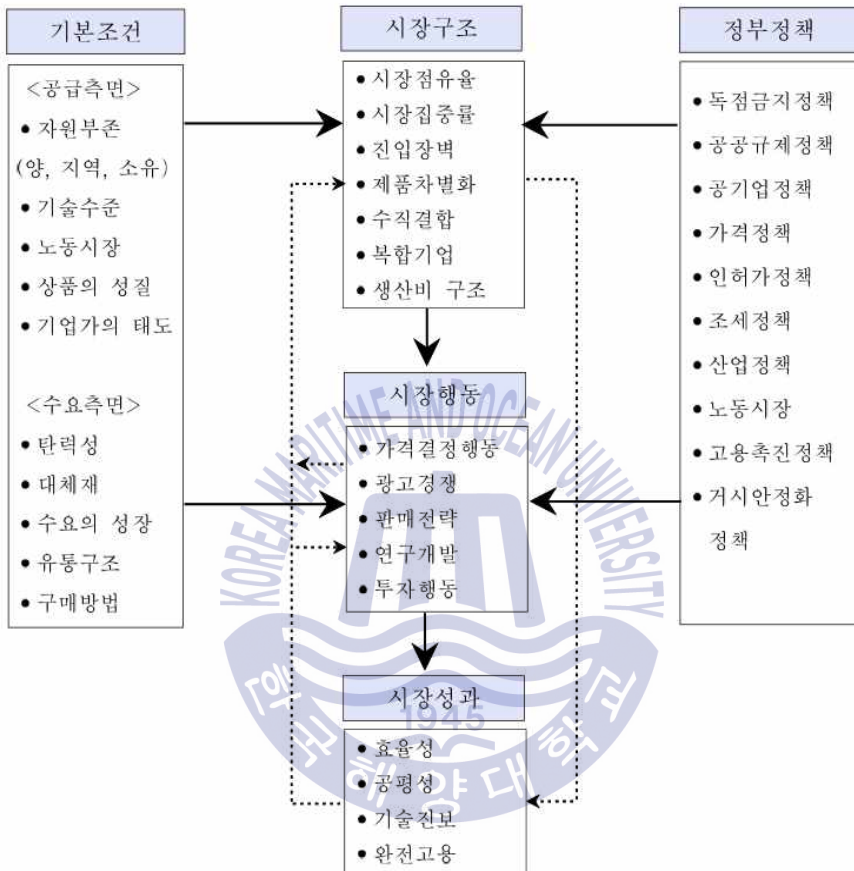
제1절 시장구조와 시장성과에 관한 이론적 배경

전통적 산업조직에 관한 연구의 학문적 체계는 시장구조(market structure, S)가 시장행동(market conduct, C)을 결정하고, 시장행동이 시장성과(market performance, P)를 결정하는 인과관계 차원에서의 S-C-P 패러다임을 강조해왔다.(최정표, 2011)²¹⁾

시장구조(Market Structure)는 일반적으로 완전경쟁, 독점적 경쟁, 과점, 독점 등으로 구분할 수 있다. 이는 시장 내에 판매자의 수와 구매자의 수, 그리고 규모 등이 어떻게 분포되어 있는지를 의미한다. 이러한 시장구조의 특성을 결정하는 주요 요인들로는 시장집중, 진입장벽, 제품차별화, 기업규모의 분포, 생산비 구조 등이 있다. 시장행동(Market Conduct)는 기업들의 이윤추구를 위한 전략적 행동을 의미하는데 이는 기업들의 가격전략, 광고, 연구개발, 시설투자 등 다양한 방법에 의해 결정된다. 시장성과(Market Performance)는 시장 내 모든 기업들의 가장 좋은 품질의 상품을 가장 낮은 비용으로 생산하여 가장 낮은 가격으로 판매함으로써 소비자의 수요를 가장 충족시켜 주었을 때 가장 바람직한 시장성과라 한다. 이는 생산과 자원배분의 효율성, 부와 소득분배의 공정성, 그리고 기술진보와 더불어 완전고용 등을 의미한다. 시장성과는 시장구조와 시장행동에 의해 영향을 받으며, 시장구조와 시장행동은 수요 공급측면의 기본조건과 독점금지정책이나 공공규제정책과 같은 정부정책에 의해 영향을 받는다.

21) 이러한 기본체계는 1939년 E. S. Mason에 의해 고안되었다.

〈그림 3-1〉 구조· 행동· 성과 패러다임



자료 : 최정표(2011), 산업조직경제학. 형설출판사, 대구, p.25

〈그림 3-1〉에 나타난 바와 같이 구조 행동 성과라는 기본체계를 중심으로 수요 공급측면의 경제적 특성을 의미하는 기본조건과 정부개입을 의미하는 정부 정책에 의해 영향을 받는다. 이러한 S-C-P 패러다임은 일방적 인과관계가 아닌 상호순환적인 인과관계를 맺고 있다는 것을 나타내고 있다.²²⁾

22) 전수민(2012), “한국 제조업의 시장구조와 시장성과간의 상관성에 관한 연구”, 건국대학교 석사학위논문. p.5.

산업조직의 분석방법에는 크게 두 가지 방법으로 구분된다. 하나는 시장구조와 시장성과 간의 인과관계를 강조하는 구조론적 분석방법이며 다른 하나는 시장행동과 시장성과간의 인과관계를 강조하는 행위론적 분석방법이다.

구조론적 접근방법은 E. S. Mason, J. S. Bain 등이 강조해 온 시장구조에 초점을 맞춘 분석방법으로 하버드대학을 중심으로 연구되었다 하여 하버드학과(전통론적 접근, 또는 구조규제주의론자)라 하며, 행위론적 접근방법은 G. J. Stigler, Y. Brozen 등과 같이 시카고 대학을 중심으로 연구되어 하버드학과의 분석방법을 비판하고 기업행동이론을 중시한 분석방법으로 이를 시카고학과(신고전학과)라 한다.

조병택(1983)의 연구에 따르면, 두 학파 간의 접근방법은 경쟁이 사회적으로 유효한 효과를 가져 온다는 점에서는 동일한 입장을 취하면서도, 현실문제와 결부하여 경쟁이나 시장지배력을 어떻게 인식하고 평가할 것인가, 또는 시장집중 방지 내지 경쟁의 유지를 위한 구체적인 수단으로서 공공정책을 어떻게 전개해 나갈 것인가에 대해서는 상당한 대립을 보이고 있다고 하였다.

즉, 구조론적 접근방법은 시장구조가 집중화되면 시장의 행동에서 경쟁적 측면보다는 협조적 측면의 작용이 용이하기 때문에 기업의 시장행동도 변질되고, 그에 따라 사회적으로 비효율적인 시장성과를 가져오게 됨으로서 이를 위한 시장구조 자체를 규제하는 제도적 장치 내지는 규제의 강화가 필요하다고 하는

반면, 행위론적 접근방법은 시장구조 여하와 관계없이 과점적 시장구조 하에서도 동태적 경쟁이 이루어질 수 있다 때문에 자원의 효율적 배분이 달성될 수 있다는 것이다. 따라서 경쟁유지를 위한 정부개입은 불필요한 것이며, 시장은 개인과 기업의 자유로운 의사결정에 따라 행동할 수 있도록 해야 한다는 시장행동을 중시하는 입장이라고 할 수 있다. 이러한 두 학파간의 상이한 접근방법에 대해 어느 하나만을 강조할 필요는 없다고 한다. 구조를 중시한다고 해서 행동을 무시한다거나 행동을 중시한다고 해서 구조를 무시해도 좋다는 의미는 아니다. 두 학파 간의 접근방법이 상호보완관계에 있다는 것이 서로 상충되

거나 배타적인 관계에 있다고 보기 어렵다는 것이다. 따라서 S-C-P패러다임을 종합한 분석체계를 중심으로 산업조직 전반의 문제를 분석하는 것이 필요할 것이다.²³⁾

1. 기본조건

기본조건은 수요자와 공급자들이 단기적으로 달성할 수 없는 조건으로 시장에 이미 주어져 있으며, 수요적 측면과 공급적 측면으로 구분된다. 수요적 측면은 제품에 대한 대체성과 탄력성, 수요의 변동성과 분포, 구매 방법 등의 특성을 포함한다. 공급적인 측면은 부존자원들의 종류와 양, 기술수준, 제품의 성질, 공급의 탄력성, 기업의 구조, 기업가의 태도, 노동시장조건, 기업의 위치 및 비용조건 등을 포함한다.

2. 시장구조(Market Structure, S)

1) 시장구조

구조(Structure)는 판매자 및 구매자의 수와 크기 등이 어떻게 분포되어 있는지를 의미하며, 주로 시장점유율과 시장집중률에 의해 평가된다.²⁴⁾ 시장구조는 미시경제학에서 거론되는 완전경쟁시장(Perfect Competition)과 불완전경쟁시장(Imperfect Competition)으로 구분할 수 있다. 완전경쟁시장은 시장의 공급자 또는 수요자가 시장가격에 아무런 영향을 미칠 수 없는 시장, 공급자 또는 수요자가 시장지배력(Market Power)를 가지고 있지 않은 시장을 의미하며, 그와 반대로 불완전경쟁시장은 상품을 생산, 공급하는 기업의 수를 기준으로 독점, 과점, 독점적 경쟁 등의 시장을 의미한다,

산업조직론은 경쟁적인 시장구조 또는 시장행동이 시장성장에 긍정적인 영향

23) 조병택(1982), “고도성장 과정하에서의 가격-비용마진을 결정에 관한 계량적 접근”, 경제연구, 제3집, 제2호, pp.3-7.

24) 최정표(2011), 산업조직경제학, 형설출판사, 대구. p.25.

을 끼친다는 전제에서 시작된다. 즉, 독점시장에서는 가격이 한계비용을 초과하고 자원배분에 있어서도 효율적이지 못한 시장이다. 독점기업은 외부로부터의 경쟁 압력이 없어서, 비용이 상승할 때 이를 소비자가격 인상을 반영하며, 비용 최소화에 대한 노력을 게을리 하여 생산비용이 상승하게 되며, 독점기업은 조직과 경영을 절대적으로 약화시킨다.

따라서 산업조직론에서는 시장구조, 시장행동을 독점이 아닌 경쟁적으로 전환시킴으로서 성과를 향상시킬 수 있다고 전제하고 있다. 그러나 현실적으로 완전경쟁시장은 불가능하며 그 대안으로 Clark(1940)은 유효경쟁시장(Workable Competition or Effective Competition)이라는 개념을 제시하였다.²⁵⁾ 유효경쟁시장이란, 완전경쟁의 최소한의 조건이 갖추어지더라도 현실적으로 경쟁이 이루어질 수 있고, 완전경쟁이 추구하는 시장성과를 가져올 수 있는 시장을 말한다.

완전경쟁시장에 현실적으로 접근하기 위한 또 다른 접근방법으로는 경합시장이론(Contestable Market Theory)이 있다. 경합적 경쟁은 외부시장의 조건에 초점이 맞추어진 시장이론이다. 경합적 경쟁이론의 핵심은 기존기업과 진입가능 기업 사이의 잠재적인 경쟁이 기존사업들 사이의 실제적인 경쟁만큼 효과적일 수도 있다는 것이다.²⁶⁾

2) 시장구조변수

(1) 시장집중률

시장집중률은 한 산업의 기업규모분포를 반영하는 통계치인 집중지수(Concentration Index)를 통해 확인할 수 있는데, 집중지수는 기업수와 불균등도라는 두 구조요소의 함수로 표시되며, 일반화된 집중지수를 C_R 이라고 할 때, 다음과 같이 정의된다.

25) Clark, J. M.(1940), "Toward a Concept of Workable Competition," *American Economic Review*, vol. 30, No. 2, pp.241-256.

26) 최정표, 전게서, p31.

$$C_R = f(N, I)$$

N = 기업 수, I = 불균등도

집중지수는 기업 수(N)이 많고, 불균등도(I)가 낮을수록 감소한다. 일반적으로 활용되는 불균등도의 기준은 매출액, 자산규모, 고용원 규모 등이 있고, 이는 편의성과 자료이용의 가능성에 따라 선택적으로 활용되어진다. 또한, 집중지수는 비교 기준을 설정하여 기업의 상대적 비중을 바탕으로 계측되고 있다. 예를 들어 매출액이 기준이 될 경우의 i 기업의 상대적 비중 또는 점유도 S_i 는 다음과 같이 정의된다.²⁷⁾

$$S_i = \frac{q_i}{Q}$$

q_i = i 기업의 규모(매출액, 자산규모, 고용원 수 등)

Q =산업 전체의 규모

시장구조지표에는 허쉬만-허핀달 지수(Hirschman-Herfindahl Index), 상위 k 기업의 누적시장점유율을 나타내는 누적시장집중도(concentration ratio: CR_k)와 물리학의 열역학 법칙을 응용한 엔트로피지수(entropy index), 소득불균형 계측 방법을 이용한 지니계수(Gini coefficient), 실제 시장에서 시장지배력의 결과를 지수화한 러너지수(Lerner Index), 베인지수(Bain Index) 등 수십 가지가 있다. 이재형(2007)은 CR_k 와 HHI가 경쟁정책의 기초지표로서 또는 학문적 연구목적으로 가장 보편적으로 사용되는 지표라고 하였으며, 또한 이 두 지표가 매우 상관관계가 높기 때문에 이 두 지표 간 어느 것을 선택하더라도 시장구조를 선택

27) 김아름(2013), “한국과 중국의 컨테이너 터미널 운영사의 경영성과에 관한 연구”, 해양대학교 석사학위논문, p.53.

하는데 큰 문제가 없다고 하였다.²⁸⁾

따라서 본 연구에서는 부산항 선용품 산업의 특수성을 감안하여 허쉬만-허핀달 지수(Hirschman-Herfindahl Index), 상위3사집중률(CR_3)와 상위5사집중률(CR_5) 이 세 가지 지표를 사용하여 시장구조를 살펴보고, 각 지표가 시장성과에 미치는 영향에 대해 살펴보고자 한다.

① 상위k기업집중률(CR_k ; Concentration Ratio)

상위k기업집중률은 한 시장에서 기업들의 시장집중도를 측정하는 지표이며, N 개 기업 중 상위 n 번째 기업($N \geq n$)까지의 시장 점유율(S_i)의 합을 의미한다. 예를 들어 상위 k 번째까지의 점유율의 합계는 상위 k 기업 집중률(CR_k)이라 하며, 정의식은 다음과 같다.

$$CR_k = \sum_{i=1}^k S_i \quad (i=1, 2, 3, \dots, k)$$

CR_k 가 갖는 장점으로서는, 첫째, 시장 전체의 규모를 파악하고 있을 경우 상위 기업의 시장 점유율로 지수의 측정이 가능하다는 것이다. 둘째, 의미가 명확하여 누구나 직감적으로 이해 할 수 있다(이재형 2007, p.52).

이 지표를 통해 특정 산업에서 시장 구조가 경쟁적인지 또는 독점적인지를 판단할 수 있다. 일반적으로 상위 3개사의 시장점유율 합계를 나타내는 CR_3 가 가장 많이 쓰이고 있으며, 상위3사집중률이라고 한다.

$$CR_3 = \sum_{i=1}^3 S_i$$

S_i =상위 3개 기업들의 시장점유율

28) 이재형(2007), “우리산업의 경쟁구조와 산업집중 분석: 광공업 및 서비스 산업을 대상으로”, 한국개발연구원(KDI).

이재형(2007)에 따르면, 경쟁유형별 형태는 상위3사집중률(CR_3)가 75이상일 경우 독점에 가까운 형태인 “고집중형”, 50이상 75미만일 경우 “중집중형”, 25이상이면서 50미만일 경우 “저집중형” 그리고 25미만일 경우 “경쟁형” 으로 분류하였다.

우리나라의 시장구조 통계에서는 CR_3 와 뒤에 설명되는 HHI를 사용하고 있고, 일본의 경우 산업 집중률 통계에서는 CR_3 , 독점금지법의 운영에 있어서는 CR_4, CR_3 와 HHI를 사용하고 있다. 미국의 경우 상무부 센서스국이 작성하는 산업집중통계에서는 CR_4 와 HHI를 공표하고 있으며, 반트러스트법 운영(기업결합의 심사)에서는 HHI를 시장구조지표로 채택하고 있다(이재형 2007,p,52의 내용을 재인용).

② 허쉬만-허핀달 지수 (Hirschman-Herfindahl Index : HHI)

HHI 지수는 특정 시장 내에 참여하고 있는 모든 기업의 시장점유율(S_i)을 제곱한 값을 합한 것으로, 시장 내에 N 개의 기업이 존재할 때 다음과 같이 정의된다.

$$H = \sum_{i=1}^n S_i^2 = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + \dots + S_n^2$$

$$H = \sum_{i=1}^n S_i^2 = 1$$

단, n=당해시장내의 기업 수

$$0 < H \leq 1$$

HHI의 계산은 정의식에서 볼 수 있듯이 상위기업의 시장점유율 뿐만 아니라 당해 시장에 속한 모든 개별기업의 시장점유율을 파악하여야 한다.

HHI는 각 기업의 시장점유율 그 자체를 일종의 가중치로 하는 시장점유율의 가중평균(weighted average)으로 해석할 수 있다. 즉, 하위기업에 비해 상위기업이 더 큰 가중치가 주어지도록 되어있으므로, 이 지수의 값이 커질수록 독점적 시장에 가까워진다. 모든 기업들의 시장점유율이 동일한 경우, 이 지수의 값은 $\frac{1}{N}$ 이 되며, 시장에 하나의 기업만 존재할 경우, 즉, $N=1$ 이면 HHI의 값도 1이 되고, 이 시장은 순수 독점이다.²⁹⁾ 그러나 기업수가 점점 증가할수록 HHI값은 점점 0에 가까워지고, 시장은 점점 경쟁시장에 가까워진다.

(2) 진입장벽

진입장벽(barriers to entry)은 시장구조에 영향을 미칠 수 있는 가장 중요한 요소 중 하나이다. Bain(1956)에 의하면 진입장벽은 어떤 산업의 이윤율이 다른 산업에 비하여 상대적으로 높거나 높아질 것이 예상될 때 잠재적 신규기업에 대한 제약 또는 장애요인이라 하여 이러한 진입장벽이야말로 시장집중을 결정짓는 요인이 되는 동시에 그 자체가 시장구조의 중요한 요인이 된다고 하였다. 진입장벽은 규모의 경제(economies of scale), 필요자본량(capital requirements), 제품차별화(product differentiation), 절대적 비용우위(absolute cost advantage) 등에 의해 구성되어진다고 하였다.³⁰⁾

29) $S_i = \frac{1}{N}$ 이면 $H = \sum_{i=1}^N S_i^2 = \sum_{i=1}^N \left(\frac{1}{N}\right)^2 = \sum_{i=1}^N \left(\frac{1}{N^2}\right) = N \cdot \frac{1}{N^2} = \frac{1}{N}$ 이 된다. $N=1$ 이면 순수

독점으로서 $H=1$ 이 된다.

30) 전수민(2012), “한국 제조업의 시장구조와 시장성관간의 상관성에 관한 연구”, 건국대학교 석사학위논문. p.11.

3. 시장행동

시장행동(market conduct)은 어떤 생산물시장에서 생산 및 공급활동을 하고 있는 개별기업들이 주어진 시장구조 하에서 기업의 목표를 달성하기 위하여 가격 등의 다양한 분야에서 취하는 전략적 행동을 말한다.³¹⁾ 기업들의 시장행동은 경쟁적일 수도 있고 협조적일 수도 있다. 그러나 기업이 경쟁을 지양하고 서로 협조하는 방향으로 나아가면 시장구조가 어떠한지와 상관없이 그 시장에서는 독점적 시장행위가 나타난다. 왜냐하면 판매자의 수가 비록 다수라고 할 지라도 그들이 서로 뭉쳐서 공동이익을 극대화시키려고 하면 그 시장은 독점적 시장과 마찬가지로이기 때문이다. 따라서 기업들의 시장행위가 경쟁적인지 아닌지를 판단하기 위해서는 그 기업들의 가격결정행위, 광고경쟁, 판매전략, 연구개발 행위, 투자행위 등이 어떠한지를 살펴보아야 한다.

이윤을 극대화하기 위한 기업의 대표적인 전략은 크게 가격전략(pricing strategy)과 제품전략(product strategy)으로 구분할 수 있다. 가격전략이란 이윤을 극대화시키는 판매량을 확보할 수 있도록 최저가격을 추구하는 것이다. 즉 기존 경쟁기업과의 가격전쟁을 피하고, 또한 진입가능기업(potential entrants)에 의한 신규진입을 막으면서, 이윤을 극대화시킬 수 있는 가격-판매량을 정하는 전략이다. 반면 제품전략이란, 같은 용도의 상품이더라도 경쟁기업의 제품과는 차별되는 특성을 가진 제품을 개발함으로써 이 다른 특성을 좋아하는 소비자에게 판매량을 확장시켜 이윤극대화를 추구하는 전략이다. 즉 제품전략은 제품차별화(differentiation)를 통하여 이윤극대화를 추구하는 전략이다.³²⁾

이와 같은 기업의 전략적 행위 외에도 개별기업은 유사한 제품을 생산하는 경쟁기업들과의 담합이나 결합을 하기도 하고, 새롭게 내부 확대 또는 흡수합병들을 통하여 사업영역을 확대하기도 한다. 기업은 수직적인 거래관계에 있는 기업들에게 특정한 거래관계를 요구하여 각종 불공정거래행위를 행할 수 있다. 또한 연구개발에 대한 투자는 기존제품들의 생산비용을 줄이고 미래에 새로운 제품들을 생산하는데 필요한 전략적 행위이다. 기존기업들은 장기적인 면에서

31) 이수복(2001), 산업조직론, 율곡출판사, 서울, p.11.

32) 최정표(2011), 전계서, p.142.

새로운 기업들의 진입을 저지하거나 또는 진입을 억제하기 위하여 전략적으로 행동할 수 있다. 가격과 공급량, 제품차별화와 광고, 초과생산시설의 설치 등의 여러 가지 행위는 기업의 전략적 수단으로 이용될 수 있다. 수직적·수평적 혹은 혼합결합 등은 시장구조에 영향을 미치기도 하고 제품 및 가격차별화 또는 연구·기술개발에의 투자는 시장성과에 영향을 미치기도 한다.

4. 시장성과

1) 시장성과

시장성과(market performance)는 시장 내의 모든 기업들이 얼마나 좋은 품질의 상품을 얼마나 낮은 비용으로 생산하여 얼마나 낮은 가격으로 판매하면서, 얼마나 많은 소비자의 수요를 충족시켜 주었는지를 의미한다.³³⁾

시장구조와 시장성과의 상관성에 대한 실증분석을 위해 수치화 시키는 것이 필요하며, 시장구조에는 시장집중률을, 시장성과에서는 이윤율을 사용한다. 이윤율을 나타내는 지표에는 수익률(Rate Of Return), 가격-비용 마진 (PCM, Price-Cost Margin), 토빈의 q 비율(Tobin's q ratio) 등이 있다.

2) 시장성과변수

(1) 수익률(Rate of Return)

수익률(Rate of Return)은 투자자본 한 단위당 순수입을 의미하며, 기업의 성과를 나타내는 중요한 지수로 사용되고 있다. 수익률은 자본에 대한 비율로서 나타낼 수도 있고 총자산에 대한 비율로서도 나타낼 수 있다. 수익률은 다음과 같이 정의된다.

33) 최정표(2011), 전계서, p.24.

$$r = \frac{\text{총수입} - \text{노동비용} - \text{원료비용} - \delta P_k K}{P_k K}$$

이 식에서, δ 는 자본의 감가상각률, K 는 물리적 자본(Capital Stock)의 양, P_k 는 물리적 자본의 가격, r 는 수익률이다. 그러므로 $P_k K$ 는 물리적 자본의 화폐 가치이고, $\delta P_k K$ 는 감가상각비용이다. 수익률은 총수입에서 노동비용, 원료비용, 자본의 감가상각비용을 뺀 후, 총자본의 화폐가치로 나눈 값이 투자 자본에 대한 수익률이다. 그러나 물리적 자본의 크기(K)와 물리적 자본의 가격(P_k), 자본의 감가상각률을 정확하게 측정하기 어려우므로 이러한 수익률을 정확하게 측정하는 것은 매우 어렵다는 것이다(최정표, 2011).

(2) 가격-비용 마진(PCM, Price-Cost Margin)

일반적으로 분석대상이 산업전체일 때, 효율성을 나타내는 지표로, PCM을 시장성과변수지표로 사용한다. 자기자본 또는 총자산 대비 수익률은 측정상의 어려움이 있기 때문에 시장지배력을 측정하는 지표인 러너 지수를 이용할 수 있다. PCM은 다음과 같이 표현된다.

$$PCM = L = \frac{P - MC}{P} = \frac{P - AVC}{P} = \frac{PQ - TVC}{PQ} = (\dots) \frac{1}{E_p} \geq 0$$

단, PCM = 가격 - 비용마진

P = 가격

MC = 한계비용

Q = 생산량

AVC = 평균가변비용

TVC = 총가변비용

E_p = 수요의가격탄력성

여기서 MC는 한계비용을 나타내는데, 현실적으로 한계비용(MC)을 측정하는 것이 어렵기 때문에 실증연구에서는 한계비용(MC)대신 평균가변비용(AVC)을 이용한다. 따라서 평균가변비용(AVC)이 일정하면, 이 값은 바로 한계비용(MC)과 동일하므로 $(P-AVC)/P$ 의 값을 가격-비용마진으로 볼 수 있다. 그리고 E_p 는 수요의 가격탄력성을 나타낸다.

러너 지수의 분모와 분자에 생산량 Q를 각각 곱하면 수입과 총비용의 개념으로서 수입에서 비용을 차감하고 다시 수입을 나누어 PCM을 구할 수 있다. 이는 매출액에 대비한 이윤율이라고 할 수 있다.

$$L = \frac{P - AC}{P} = \frac{TR - TC}{TR} = \frac{\text{총수입} - \text{총비용}}{\text{총수입}}$$

그러나 총비용에는 고정비용도 포함되어 있어, PCM에는 자본서비스에 대한 대가가 포함되어 있다할 수 있다. 또한 한계비용과 평균비용은 일반적으로 일치하지 않으므로 매출액 대비 수익률을 사용하는 경우 러너 지수를 정확하게 반영하지 못하는 단점이 있다.

(3) 토빈의 q 비율(Tobin's q ratio)

토빈의 q 비율은 기업자산의 시장가치를 기업자산의 대체비용(replacement cost)으로 나눈 것으로서 다음과 같이 표현된다.³⁴⁾

$$q = \frac{\text{기업자산의 시장가치}}{\text{기업자산의 대체비용}}$$

34) Tobin James(1969), "A General Equilibrium Approach to Monetary Theory", *Journal of Money, Credit and Banking*, Vol. 1, pp. 15-29.

기업자산의 시장가치란 주식시장에서 평가되는 자본의 가치로 기업이 발행한 주식의 수에다 주식시장에서 형성된 주가를 곱한 값이다. 기업자산의 대체비용은 기업을 현재 상태와 같이 다시 설립한다고 했을 때 소요되리라고 보는 비용이다.³⁵⁾

만약 $q > 1$ 이면, 그 기업이 시장에서 이윤을 창출하여 좋은 성과를 내고 있는 것으로 평가하고 있다는 의미이다. 이 값이 증가하고 있다면 이는 이윤율이 증가하고 동시에 사업의 전망이 밝은 것으로 투자자가 평가하고 있음을 말한다. 반면에 q 의 값이 1보다 작다면 기업자산의 시장가치가 대체비용보다 작은 것으로 기업성과와 전망이 나쁠을 의미한다. 기업의 비용이나 감가상각비 등을 측정하기가 어려워 수익률이나 PCM을 성과지수로서 사용할 수 없을 때 토빈 q 를 사용할 수 있다.

그러나 이를 사용하는 데에는 문제점도 따른다. 주식과 채권의 시장가치는 이윤 이외의 다른 외적인 환경 등 다른 변수들의 발생의 영향을 받기 때문에 이윤을 정확히 반영한다고 할 수 없으며 특히 시장거래가 없는 경우에는 평가할 수 없다. 자산의 대체비용은 이미 언급한 바와 같이 계산하는데 현실적인 어려움이 많다.³⁶⁾

35) 전수민, 전게서, p.15.

36) 좌현진(2009), “우리나라 컨테이너항만의 시장구조가 기업성과에 미치는 영향”, 한국해양대학교, 석사학위논문. pp.29~30.

제2절 상관관계에 관한 선행연구

1. 국외 선행연구

시장구조와 시장성과에 대한 분석은 J.S. Bain(1951)에 의해 최초로 연구 되었으며, Bain 이후 많은 연구자들에 의해서 실증분석이 이루어지고 있다.

J. S. Bain(1951)은 미국의 제조업 42개 산업을 기준으로 상위 8사 매출액누적 집중도(CR_8)와 산업의 세후평균이윤율을 사용하여 분석하였다. 그 결과 상위8사 집중도가 70%이상인 산업의 세후평균이윤율은 12.1%인 것으로 나타났고, 70%미만인 산업의 세후평균이윤율은 6.9%로 통계적으로 유의하게 나타났다. 이는 집중도와 이윤율 간에는 집중도가 높은 산업일수록 이윤율이 높게 나타난다는 사실을 밝혀내었다.³⁷⁾

N. R. Collins & L. E. Preston(1969)은 미국의 243개 세분류 산업을 기준으로 가격-비용마진과 상위4사기업집중도(CR_4)를 사용하여 분석하였다. 이 연구는 1958년과 1963년을 두 기간으로 나누어 분석하였고, 집중도를 고위집중산업(82개), 중위집중산업(106개), 저 집중산업(55개) 세 부분으로 나누어 분석하였다.

이 연구는 가격-비용마진(PCM)을 종속변수로 하고 상위 4대 기업 시장집중률(CR_4), 지역특성(DISP; Geographical Dispersion), 기업판매액 대비 자본비율(CSR; Capital-Sales Ratio)을 독립변수로 하여 다중회귀분석을 하였으며 다음과 같은 결과를 얻었다.³⁸⁾

$$PCM = 19.54 + 0.096 CR_4 + 0.0092 CSR - 0.029 DISP, R^2 = 0.19$$

그 결과 고위집중산업과 중위집중산업에서 분석한 결과 가격-비용마진과 집중도간에 정(+)의 상관관계를 보였고, 통계적으로 유의하게 나타났다. 그러나

37) J. S. Bain, 前掲書, pp.293-324.

38) N. R. Collins, and L. E. Preston(1969), "Price - Cost Margins and Industry Structure." *Review of Economics and Statistics*, 51, pp.271-286.

저 집중산업에서는 부(-)의 상관관계를 보였으며, 통계적으로 유의하지 않는 것으로 분석되었다.

1956년 J. S. Bain의 연구에서는 시장집중율과 진입장벽이 동시에 이윤율에 미치는 영향을 분석하였다. 1936-1940년과 1946-1951년간의 미국의 20개의 산업을 대상으로 하여 진입장벽의 높이에 따라 고, 중, 저 3개의 집단으로 산업을 분류하고 각 집단을 다시 상위 4개 기업 시장집중률을 기준으로 시장집중률이 높은 산업과 낮은 산업으로 구분하여 다음과 같은 세 가지 결과를 얻었다. 첫째, 주어진 시장집중률에 대하여 진입장벽이 가장 높은 산업집단이 진입장벽이 가장 낮은 산업집단보다 평균이윤율이 높다. 둘째, 주어진 진입장벽의 높이에 대해 시장집중률이 높은 산업집단이 시장집중률이 낮은 산업집단보다 이윤율이 높다. 셋째, 진입장벽이 중간 정도인 산업집단과 낮은 산업 집단 사이에는 이윤율에 있어서 큰 차이가 없고 또한, 이윤율의 결정에 있어서 시장집중률은 진입장벽을 동시에 고려할 때 그 의미가 드러남을 지적하였다.³⁹⁾

Weiss(1974)는 Collins와 Preston의 모형을 바탕으로 PCM에 영향을 미치는 독립변수로서 광고 집약도, 산업성장률, 생산시설의 규모 등을 포함하였다.⁴⁰⁾ 이 연구는 시장집중률이 높을수록 PCM이 커짐을 확인하였고, 진입장벽의 한 요소인 광고 집약도의 증가도 PCM을 증가시킴을 보여 주었다. 이러한 연구와 함께 그는 1970년대 이전에 발표된 시장집중률-이윤율의 관계에 관한 46개의 실증연구의 결과들을 비교한 결과, 이 중 42개의 연구가 두 변수 사이에 정(+)의 관계에 있음을 밝혔다.

D. J. Ravenscraft(1983)는 1975년과 미국의 258개 세분류 산업을 기준으로 미국의 LB자료(Line of Business Data, 미국 연방거래위원회가 정리한 사업 부문별 자료)와 산업자료를 이용하여 CR_4 와 가격-비용마진(PCM)을 분석하였다. 이 연구는 기업의 시장점유율은 PCM에 정(+)의 영향을 미치는데 반하여 사업부분

39) J. S. Bain(1956), "Barriers to New Competition," Cambridge, MA: Harvard University Press.

40) L. W. Weiss(1974), "The concentration-Profits Relationship and Antitrust, Industrial Concentration: New Learning, ed, " H. Goldschmid, H. Mann, and J. Weston. Boston: Little, Brown, pp.184-233.

별 분석에서는 시장집중률과 이윤율 간에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타나 집중도가 이윤율에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.⁴¹⁾

M. M. Katics & B. C. Petersen(1994)은 매년 증가하는 수입경쟁에 대해 미국 제조업의 시장구조와 시장성과에 대해 실증분석 하였다. 미국의 세분류산업 132개를 대상으로 종속변수를 가격-비용마진(PCM)으로 사용했으며, 상위 4사 시장집중도(CR_4)를 사용하여 분석하였다. 전체기간을 1964년~1986년까지로 하고, 1964년~1975년까지의 12년간을 66개의 산업으로, 1976년~1986년까지의 11년간을 66개의 산업으로 나누어서 상관관계에 관해 분석하였다. 그 결과, 전체기간과 두 기간 모두 통계적으로 유의한 부(-)의 관계를 나타냈다.⁴²⁾

YALCIN(2000)은 터키의 제조업 산업 80개를 대상으로 1983년~1994년까지 시계열자료를 이용하여 상위4사집중률(CR_4)과 가격-비용마진(PCM)간의 상관관계에 대해 고정효과모형, 확률효과모형과 2단계 최소자승법으로 분석하였고, 수입변수, 수출변수, 광고, 부가가치 성장률, 연구개발비등의 설명변수를 사용하였다. 분석결과에 따르면, 모형에 따라 유의성이 상의하게 나타났으나, 상위4사 집중률(CR_4)과 가격-비용마진(PCM)의 상관관계에서 모두 정(+)의 관계가 나타났다. 또한 1980년대 이후 실시된 터키 제조업의 무역자유화가 시장성과에 어떤 영향을 미쳤는가에 대해서도 함께 살펴보았다. 그 결과, 수입증가에 따른 가격-비용마진(PCM)의 상관관계는 정(+)의 관계를 보였으나, 수출증가에 따른 상관관계는 부(-)의 결과가 도출되었다. 따라서 터키의 1980년대 이후 무역정책이 국내 제조업의 시장성과에 상당한 영향을 미쳤던 것으로 분석되었다.⁴³⁾

41) D. J. Ravenscraft(1983), "Structure-Profit Relationship at the Line of Business and industry Level," *Review of Economics and Statistics*, 65, pp.22-31.

42) M. M. Katics, & B. C. Petersen(1994), "The Effect of Rising Import Competition on Market Power : A Panel Data Study of US Manufacturing," *Journal of Industrial Economics*, pp.277-286.

43) Cihan YALCIN(2000), "Price-Cost Margins and Trade Liberalization in Turkish Manufacturing Industry: A Panel Data Analysis," *Turkiye Cumhuriyet Merkez Bankasy Araptyrma Genel Mudurluou*, Mart, pp.1-22.

〈표 3-1〉 국외 선행연구

연구자(논문 년도)	분석 기간	대상	업체 수	시장구조 지표	시장성과 지표	상관 관계	통계적 유의성
J. S. Bain (1951)	1936~1940	미국 제조업체	42	CR_8	평균 순이윤율	+	유의적
J. S. Bain (1956)	1936~1940 1946~1951	미국 세분류산업	20	CR_4	이윤율	+	유의적
L. W. Weiss (1974)	1949~1958	미국 세분류산업	42	CR_4	평균 순이윤율	+	유의적
N. R. Collins and L. E. Presto (1969)	1958 1963	미국 세분류산업	243 243	CR_4	PCM	+	유의적
L. W. Weiss (1974)	1963	이전 연구자료	46	비교분석	PCM	+	유의적
S. I. Ornstein (1975)	1963 1967	미국 세분류산업	393 367	CR_4	PCM	+	유의적
D. J. Ravenscraft (1983)	1975	미국 세분류산업	258	CR_4	PCM	+	유의적
M. M. Katics and B. C. Petersen (1994)	1964~1986	미국 제조업	132	CR_4	PCM	+	유의적
YALCIN (2000)	1983~1994	터키 제조업체	80	CR_4	PCM	+	고정효과 : 유의적
						+	확률효과 : 비유의적

2. 국내 선행연구

우리나라 시장구조와 시장성과에 관한 상관관계 연구는 외국에 비하면 연구 수가 한정되어 있고, 1970년대를 시작으로 많은 연구자들에 의해 실증적 연구가 활발히 진행되고 있다.

이규억(1981)은 1977년 제조업 204개 산업을 대상으로 이윤율 방정식에 2단계 최소자승법을 적용하였다. 종속변수 가격-비용마진을 7개로 분류하였고, 설명변수로 상위3개 업체 출하집중률(CR_3)과 진입장벽 변수로는 최소효율규모, 절대적 자본소요액, 광고 집약도와 성장률 등을 분석대상으로 하였다. 그 결과로 가격-비용마진과 집중률 사이에는 부(-)의 관계를 보였고, 통계적으로 유의하지 않은 것으로 분석되었다.⁴⁴⁾

김기대(1984)는 1977년에서 1981년까지의 국내 품목별 상장기업 64군대를 대상으로 상위3사 집중율과 자기자본 순이익율(ROA)에 미치는 영향에 관한 연구에서 집중율과 자기자본 순이익율간에 유의적인 정(+)의 관계를 밝혀냈다⁴⁵⁾

배형(1992)은 1987년 499개 제조업체를 대상으로 상위3사집중율과 이윤율의 상관관계를 통상최소자승법을 적용하여 분석하였다. 그 결과는 이윤율이 생산물 시장의 집중도와 요소시장의 집중도에 모두 정(+)의 영향을 끼친다고 증명되었지만, 노동시장의 수요 집중도가 이윤율에 영향을 미친다는 점과, 요소시장의 수요 집중도가 생산물 시장의 집중도와 강한 상관관계를 가지기 때문에 이들 변수들을 생각하고 회귀분석을 하면 생산물 시장의 집중도가 이윤율에 미치는 영향이 왜곡될 수 있음을 지적하였다.⁴⁶⁾

조병택(1998)은 1988년 국내 제조업 103개 업체를 대상으로 상위5개 기업집중율과 가격-비용마진의 상관관계 분석에서 비유의적인 정(+)의 관계를 도출하였

44) 이규억(1981), “한국제조업의 시장구조-형태-성과의 상호관계분석”, 한국개발연구, 제3집, 제2호, pp.154-155.

45) 김기대(1984), “한국제조업의 시장구조와 시장성과의 관계에 의한 연구: 상장기업을 중심으로”, 한국경제, 제12집, 제1호, pp.126-129.

46) 배형(1992), “구조-성과분석에서의 가격-비용마진과 이윤율의 차이”, 서울대학교 경제연구소, p.127.

는데, 국제경쟁요인으로 사용된 수입비율은 유의적 부(-)의 관계가 있어 수출품의 가격 경쟁력이 상대적으로 낮음을 간접적으로 보여주었다.⁴⁷⁾

김성철(2000)은 1993년의 국내 160군데 제조업체를 대상으로 상위 3개 기업 집중율과 가격-비용마진사이의 관계 분석에서, 기업의 집중율과 가격-비용 마진의 관계는 유의적인 부(-)의 관계를 증명하였다.⁴⁸⁾ Yoon(2004)은 2002년 한국은행의 기업경영분석 자료를 바탕으로 45개 제조업체를 대상으로 상위5개 기업 집중율과 가격-비용 마진 사이의 관계에 대한 실증적 분석에서 집중율은 이윤율과 통계적으로 유의하지 않음을 증명하였다.⁴⁹⁾

조성한 외(2007)는 2001년에서 2003년까지 국내 발전업체 7군데를 대상으로 상위3사 기업 집중율과 기업의 이윤율의 상관관계를 분석하였고, 유의적인 정(+)의 관계를 밝혀내었다.⁵⁰⁾ 좌현진(2009)은 국내 3개 항만(부산, 광양, 인천)을 대상으로 2004년에서 2007년까지의 시장집중률을 허쉬만-허핀달지수로 분석하고 가격-비용마진과의 상관관계를 분석하였다. 그 결론에서 시장구조 자체의 변화가 심한 광양항의 경우는 시장구조가 시장성과에 미치는 영향을 정확히 규명하기가 어려웠고, 시장구조가 과점시장인 인천항의 경우, 업체별 처리규모가 비슷하여 결과가 상이하게 나왔다고 밝혔다. 2008년 이후 해상 물동량이 대폭 감소되어 시장의 구조가 점점 경쟁적으로 변화고 있어 이후에는 시장점유율이 시장성과에 많은 영향을 미칠 것이라고 예상하였다.⁵¹⁾

김문태(2011)는 2003년에서 2009년까지 국내 16군데 보험업체를 상대로 상위3개사 집중율과 허쉬만-허핀달 지수를 이윤율에 미치는 영향에 관해 분석하여, 통계적으로 유의적인 정(+)의 관계를 밝혀냈다.⁵²⁾

47) 조병택, 전계서, pp.139-140.

48) 김성철(2000), “과점구조하 기술혁신과 시장성과의 관련성에 관한 연구”, 국제경제연구, 제 6권, 제1호, pp.196-199.

49) Yoon, T.(2004), “A note on Maker Structure and Performance in the Korean Manufacturing Industries,” Journal of Policy Modeling, Vol 26, pp.770-771.

50) 조성한·김현제·박동진(2007), “우리나라 발전시장의 시장구조와 성과에 대한 연구”. 경영연구, 제22집, 제3호, pp.17-19.

51) 좌현진(2009), “우리나라 컨테이너항만의 시장구조가 시장성과에 미치는 영향에 관한 연구”, 한국해양대학교 석사학위논문, pp.59-61.

김용덕(2012)은 2000년부터 2011년까지 국내은행 18군데를 대상으로 상위3사 집중율과 상위5사 집중율 및 허쉬만-허핀달 지수분석으로, 은행업의 시장구조가 은행의 시장성과(순이자 마진)에 유의적 부(-)의 관계를 증명하였다. 국내 은행업의 경우, 금융지주회사들이 지방에 계열사를 두는 경우가 많아지고 있어 자산이나 총 여신액 기준을 설정하여 시장 집중율을 측정하는 것이 바람직하다고 밝혔다.⁵³⁾



52) 김문태(2011), “시장집중도가 수익성 및 효율성에 미치는 영향: 한국 생명보험시장을 중심으로”, 연세대학교 석사학위논문, p.40.

53) 김용덕(2012), “은행산업에서 시장집중도가 순이자마진결정에 미치는 영향”, 부산대학교 석사학위논문, p.57.

〈표 3-2〉 국내 선행연구

연구자(논문 년도)	분석 기간	대상	업체 수	시장구조 지표	시장성과 지표	관계	통계적 유의성
남우현 (1972)	1968	국내 제조업체	56	CR_4 , CR_8	부가가치 이윤율	+	유의적
이규억 (1981)	1977	국내 제조업체	204	CR_3	PCM	-	비유의적
신의순 (1983)	1978	국내 제조업체	307	CR_5	PCM	-	비유의적
김기대 (1984)	1977 ~1981	국내 품목별 상장기업	64	CR_3	자기자본 순이윤율	+	유의적
강애린 (1991)	1985 ~1990	국내 통신기기 제조업체	24	CR_3	영업 이익률	관계검정 안함	
배형 (1992)	1987	국내 제조업체	499	CR_3	이윤율	+	유의적
조병택 (1998)	1988	국내 제조업체	103	CR_5	PCM	+	유의적
김성철 (2000)	1993	국내 제조업체	160	CR_3	PCM	-	유의적
이효진 (2004)	2000 ~2003	국내 케이블 TV산업	273	CR_4 , CR_8 , HHI	매출액	+	유의적
Yoon (2004)	2002	국내 제조업체	45	CR_5	PCM	-	비유의적

연구자(논문 년도)	분석 기간	대상	업체 수	시장구조 지표	시장성과 지표	관계	통계적 유의성
이광훈 (2006)	1999 ~2003	국내 제조업체	404	HHI	영업 이익률	+	유의적
조성한 외(2007)	2001 ~2003	국내 발전업체	7	CR_3	이윤율	+	유의적
좌현진 (2009)	2004 ~2007	국내 컨테이너 항만	4	HHI	PCM	관계검정 안함	
김문태 (2011)	2003 ~2009	국내 보험업체	16	CR_3 , HHI	ROA, ROE, 사업 비율	+	유의적 (ROE: 비유의적)
김용덕 (2012)	2000 ~2011	국내 은행	18	CR_3 , CR_5 , HHI	순이자 마진	-	유의적
전수민 (2012)	2007 ~2009	국내 제조업체	439	CR_3 , HHI	PCM	+	유의적
박일수 (2012)	2011	국내산업 (제약, 식료품, 자동차부품, 자동차, 반도체 및 관련장비 등)	제약 : 70	지니 계수, CR_3 , CR_5 , HHI	이윤 점유율	+/-	유의적(제약: 비유의적)
			2007 ~2011				
			부품 : 102				
			자동차 : 6				
			반도체 : 82				
김아름 (2013)		한국과 중국의 컨테이너 터미널 운영사	한국 : 3	HHI	PCM, ROA, 물동량	+/-	유의적 (ROA: 비유의적)
			중국 : 12				

제4장 연구모형과 가설의 설정

제1절 연구모형의 설계

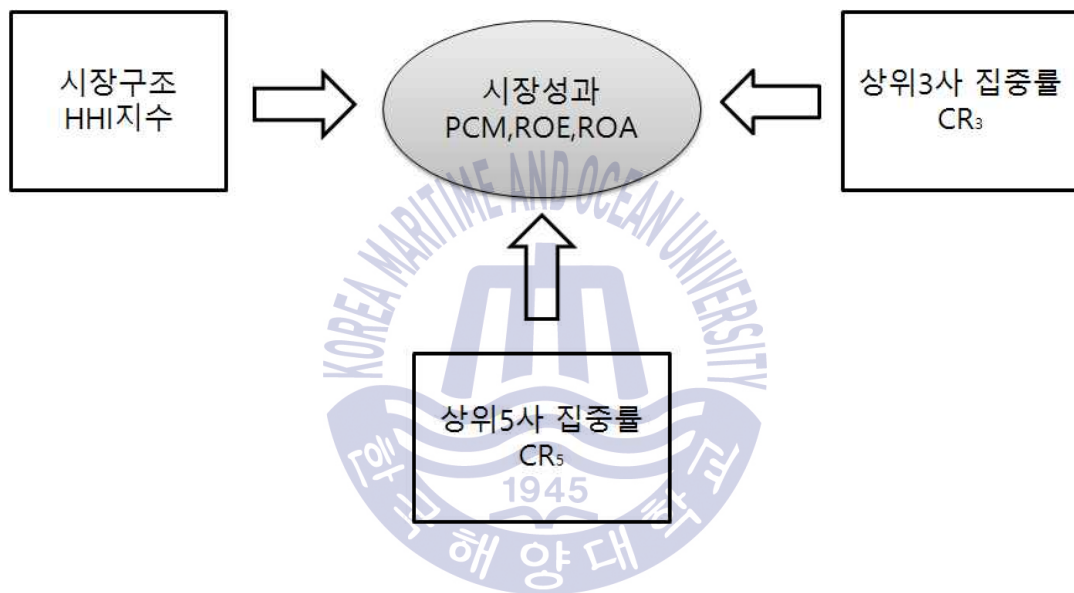
본 논문에서 연구하고자 하는 과제는 <표 4-1>과 같이 세 가지로 나눌 수 있다. 우선, 시장구조를 분석하기 위해 시장 집중도 지수, HHI, CR_3 , CR_5 를 이용하여 시장 구조를 측정하였고, 부산항 선용품 기업 상위 45개 기업의 성과를 분석하기 위해 성과지수, ROE, ROA와 PCM을 이용하여 기업의 성과를 측정하였다. 그리고 이러한 시장구조가 부산항 선용품 기업의 기업성과에 어떠한 영향을 미치는가에 대하여 분석하고자 하였다.

<표 4-1> 연구문제

연구문제		내 용
1	선용품 산업의 시장구조	시장 집중도 지수 (HHI, CR_3 , CR_5)를 이용하여 시장구조를 측정
2	선용품 기업의 성과	성과지수(PCM, ROE, ROA)를 이용하여 기업의 성과를 측정
3	시장구조와 기업성과간의 상관관계	시장구조가 선용품 기업의 기업성과에 어떠한 영향을 미치는가에 대하여 분석

이론적 고찰과 선행연구에서 살펴본 것을 토대로 국내 상위 45개 부산항 선용품 기업의 시장구조를 파악하고, 기업들의 성과에 어떠한 영향을 미쳤는가를 파악하기 위해 <그림 4-1>과 같이, 이론적 모형을 구성하였다.

<그림 4-1> 연구의 이론적 모형



부산항의 상위 45개 선용품 산업의 시장집중도를 파악하기 위해 이론적 고찰과 선행연구를 통하여 살펴본 대표적인 시장집중도 지수 CR_3 (Concentration Ratio), CR_5 와 HHI (Hirschman- Herfindahl Index)를 이용하여 시장집중도를 먼저 측정한다. 상위 45개 부산항 선용품 기업들의 기업성과는 수익성 측면의 PCM (Price-Cost Margin)과 ROA (Return On Assets) 및 ROE (Return On Equity)로 구분하여 측정하였다.

제2절 연구가설의 설정

시장구조를 측정하기 위한 시장구조변수는 시장집중도의 상위3사 기업집중률, 허쉬만-허핀달 지수, 엔트로피지수(Entropy Index), 로젠블루지수(Rosenbluth Index), 지니계수(Gini coefficient) 등과 진입장벽, 정부의 규제 등이 있다. 하지만 본 논문은 시장구조변수를 상위3사 집중률, 상위5사 집중률, 허쉬만-허핀달 지수 이 세가지 변수를 측정하여 사용하였다.

국내 연구로는 남우현(1972)은 1968년 56개의 국내 제조업체를 대상으로 상위 4개 및 8개 기업집중률을 통해 시장구조를 측정하였다.⁵⁴⁾ 이효진(2004)은 2000년부터 2003년까지 273개 국내 케이블 TV산업체를 대상으로 상위기업집중률과 HHI지수를 통한 시장의 구조를 측정하였다.⁵⁵⁾ 또한 이광훈(2006)⁵⁶⁾, 좌현진(2009)⁵⁷⁾, 김문태(2011)⁵⁸⁾, 김용덕(2012)⁵⁹⁾, 전수민(2012)⁶⁰⁾, 원석민(2017)⁶¹⁾등도 상위기업집중률 및 HHI지수를 이용하여 시장구조를 측정하였다.

해외 사례연구로는 Bain(1951)이 1936년부터 1940년까지 미국 제조업체 42개를 대상으로 상위8개 기업집중률을 통하여 시장구조를 측정하였고⁶²⁾, Carrol(1993)은 미국 산재보험업체를 대상으로 1980년부터 1987년까지의 미국 주(州)별 패널 데이터를 바탕으로 한 HHI지수로 시장구조를 측정하였다.⁶³⁾

54) 남우현, 전계서, pp.21-23.

55) 이효진(2004), “케이블 TV 산업에서 채널사용사업자(PP)들의 시장집중도와 시장성과에 관한 연구“, 숙명여자대학교 석사학위논문, pp.57-59.

56) 이광훈(2006), “국내 제조업에서의 시장구조와 시장성과 : 패널 자료 접근“, 한국은행 금융경제연구원, 경제분석, 제12권, 제4호, p.128.

57) 좌현진, 전계서, pp.46-50.

58) 김문태(2011), “시장집중도가 수익성 및 효율성에 미치는 영향 - 한국 생명보험시장을 중심으로“, 연세대학교 석사학위논문, p.21.

59) 김용덕, 전계서, p.57.

60) 전수민(2012), “한국 제조업의 시장구조와 시장성과간의 상관성에 관한 연구“, 건국대학교 석사학위논문, p.35.

61) 원석민(2017), “국제물류주산업의 시장구조가 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구“, 해양대학교 석사학위논문, pp.48-51

62) Bain. J. S., 전계서, pp.293-324.

따라서 본 연구에서는 국내외의 선행연구를 참고하여 시장집중률 지수 중 CR지수와 HHI지수를 통해 부산항 선용품 산업의 시장구조를 분석하였다.

1. 시장구조 HHI와 시장성과와의 관계

국내 시장구조에 대한 연구로 이광훈(2006)은 국내 제조업체 404군대를 대상으로 HHI 지수로 시장구조를 파악하고 시장성과 간에 유의적인 관계를 증명하였고⁶⁴, 김문태(2011)는 2003년에서 2009년까지의 국내보험업체를 HHI 지수로 시장구조를 파악하여 시장성과를 ROA등을 이용하여 상관관계를 측정하였고⁶⁵, 김용덕(2012)은 국내은행 18군대를 대상으로 HHI로 시장성과, 순이익 마진에 유의적 영향을 미치는 결과를 측정하였다⁶⁶.

따라서 본 논문에서는 다양한 국내외의 선행연구를 참고하여 기업성과지수 PCM (Price-Cost Margin), ROA (Return On Assets) 및 ROE (Return On Equity) 를 수익성 측면에서의 시장성과로 측정하였고, 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 1] 시장구조지표 HHI는 선용품 산업의 수익성 측면에서 시장성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

[가설 1-1] 시장구조지표 HHI는 선용품 산업의 시장성과 PCM에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

[가설 1-2] 시장구조지표 HHI는 선용품 산업의 시장성과 ROA에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

[가설 1-3] 시장구조지표 HHI는 선용품 산업의 시장성과 ROE에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

63) Carrol A.(1993), "An Empirical Investigation of the Structure and Performance of the Private Workers Compensation Market," *Journal of Risk Insurance*, 60(2), pp.185-207.

64) 이광훈(2006), "국내 제조업에서의 시장구조와 시장성과 : 패널 자료 접근", 한국은행 금융경제연구원, 경제분석, 제12권, 제4호, p.128.

65) 김문태, 전게서, p.21.

66) 김용덕(2012), "은행산업에서 시장집중도가 순이자마진결정에 미치는 영향", 부산대학교 석사학위논문.

2. 시장구조 CR3와 시장성과와의 관계

선행연구를 살펴보면, 이규억(1981)은 1977년 국내 제조업체 204개를 대상으로 CR3를 이용하여 시장구조를 측정하고, PCM을 이용하여 시장성과를 측정하여 둘의 관계를 검정하였으며, 조병택(1998)⁶⁷⁾, 김성철(2000)⁶⁸⁾ 연구 역시 각각 1988년, 1993년 국내 제조업체의 시장구조를 CR지수를 통하여 파악하고, PCM을 이용하여 시장성과와의 관계를 검증하였다. 이호진(2004)역시, CR지수로 시장구조를 파악하고, 매출액으로 시장성과를 측정하여 상호 유의적 관계가 있음을 설명하였다. 또한, 김문태(2011)는 2003년부터 2009년까지의 국내보험업체 16개사를 대상으로 CR3를 이용하여 ROA, ROE의 관계를 분석하여 유의적이라는 관계를 확인하였고, 전수민(2012)의 연구 또한 CR3를 이용하여 시장성과를 파악하고, PCM을 측정하여 시장성과를 확인하여 상호 유의적 관계에 있다는 것을 확인하였다.

국외의 연구로는 Collins and Presto(1969)가 미국 세분류산업 243개 업체의 시장구조를 CR4로 확인하였고, PCM을 이용해 시장성과를 측정하여 유의적인 관계에 있음을 확인하였다. 그리고 Ornstein(1975)와 Ravenscraft(1983) 역시 미국 세분류산업의 시장구조를 CR4로 분석하고, PCM으로 시장성과를 확인하여 유의적인 관계에 있음을 검정하였다.

따라서 본 연구에서는 다양한 국내외의 선행연구를 참고하여, 시장구조는 CR지수로 분석하고, 기업성과의 PCM, ROA 및 ROE를 수익성 측면에서의 시장성과로 측정하고, 이에 따라 다음과 같은 가설을 설정하였다.

[가설 2] 시장구조지표 CR3 지수는 선용품 산업의 수익성 측면의 시장성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

[가설 2-1] 시장구조지표 CR3 지수는 선용품 산업의 시장성과 PCM에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

[가설 2-2] 시장구조지표 CR3 지수는 선용품 산업의 시장성과 ROA에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

67) 조병택, 전계서, pp.139-140.

68) 김성철, 전계서, pp.196-199.

의 영향을 미칠 것이다.

[가설 2-3] 시장구조지표 CR3 지수는 선용품 산업의 시장성과 ROE에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3. 시장구조 CR5와 시장성과와의 관계

국내 선행연구를 살펴보면, 신의순(1983), 조병택(1998), Yoon(2004), 김용덕(2012), 박일수(2012)등은 시장구조 지표인 상위5사 집중률을 이용하여 시장성과 지표 PCM, 순이자 마진, 이윤 점유율등과의 관계를 통계적으로 유의한지에 대해 검증하였다.

본 연구는 국내 선행 연구 등을 참고하여 아래와 같은 가설을 설정하였다.

[가설 3] 시장구조지표 CR5 지수는 선용품 산업의 수익성 측면의 시장성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

[가설 3-1] 시장구조 CR5 지수는 선용품 산업의 시장성과 PCM에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

[가설 3-2] 시장구조 CR5 지수는 선용품 산업의 시장성과 ROA에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

[가설 3-3] 시장구조 CR5 지수는 선용품 산업의 시장성과 ROE에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

제5장 실증분석

본 장에서는 부산항 선용품 공급업 상위 45개 업체의 시장구조가 기업성과에 미치는 영향에 대해서 살펴보고자 한다. 우선 시장 집중도지수 HHI와 CR지수를 이용하여 부산항 선용품 산업의 시장구조를 측정하고, 각 기업의 재무제표를 바탕으로 매출액과 매출원가를 바탕으로 한 마진을 및 기업의 당기순이익을 자산총액으로 나누어 얻어지는 자산수익률, 그리고 기업이 자본을 이용하여 얼마만큼의 이익을 냈는지를 나타내는 지표를 기업성과로 보고 연구하였다. 앞서 살펴본 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 연구문제를 도출하였다.

각 기업들이 별다른 시장행동을 하지 않았다고 가정을 하고, 우선, 부산항 선용품 산업의 시장구조에 대해 살펴본 다음, 각 선용품 기업의 기업성과에 대해 살펴본다. 그 후 시장구조가 기업성과에 어떠한 영향을 미치는지를 확인해 보고자 한다. 만약, 시장구조에 따라서 기업성과에 미치는 영향이 다르다고 한다면, 각 기업들은 그 시장구조에 맞게 전략을 세울 수 있을 것이다.

제1절 부산항 선용품 기업의 시장구조와 기업성과 측정

1. 시장구조

앞서 이론적 고찰에서 살펴보았듯이, 한 산업의 시장구조를 파악하는 가장 중요한 요인 중의 하나가 바로 산업의 '집중도' 수준이다. 개별 산업의 시장집중도를 측정하기 위한 변수로는 특정 산업 또는 시장에서 시장구조가 경쟁적인지 독점적인지를 알아볼 수 있는 대표적 지표인 CR (concentration ratio) 지수와 시장집중도를 측정하는 또 하나의 지표인 HHI (Hirschman-Herfindahl Index) 지수가 사용된다. 본 연구에서는 시장집중도 분석에서 대표적으로 쓰이는 CR₃, CR₅와 HHI 지수를 중심으로 부산항 선용품 산업의 시장의 구조를 분석하였다.

2013년부터 2015년까지의 부산항 선용품 공급 기업의 매출액을 바탕으로 하여, <표 5-1>과 같이 CR 지수를 이용하여 시장 집중도를 파악하였다.

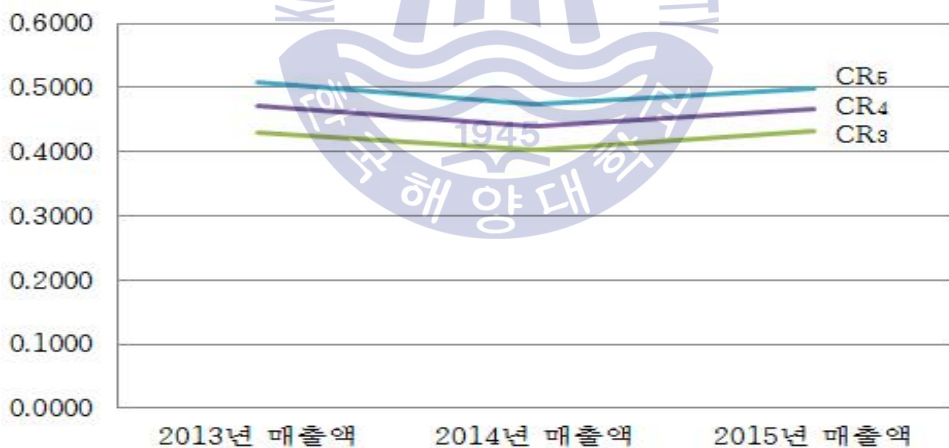
CR은 상위 몇몇 기업의 시장점유율의 합계를 의미하는 것으로, 기업의 수에 따라 CR₁, CR₂, CR₃, CR₄ 등으로 표시한다. 본 논문에서는 일반적으로 가장 많이 쓰이는 1~3위까지의 시장점유율의 합계 CR₃와 1~5위까지의 시장점유율의 합계 CR₅를 이용하여 시장집중도를 파악하여, 상위 3개(5개) 기업의 시장점유율의 집계를 통해 경쟁적 시장인지, 독과점 시장인지를 판별한다. 통상적으로 CR₃가 0.75이상일 경우 독점에 가까운 형태인 “고집중형”, 0.50 이상 0.75미만일 경우 “중집중형”, 0.25이상 0.50미만일 경우 “저집중형”, 0.25미만일 경우 “경쟁형”으로 분류된다.

〈표 5-1〉 부산항 선용품 산업의 CR지수의 연도별 변화 추이

	2013년	2014년	2015년
점유율 1위	17.626 %	16.187 %	18.250 %
점유율 2위	15.552 %	15.688 %	16.809 %
점유율 3위	9.822 %	8.406 %	8.130 %
점유율 4위	4.173 %	3.718 %	3.491 %
점유율 5위	4.060 %	3.376 %	3.162 %
CR3	0.4300	0.4028	0.4319
CR4	0.4717	0.4400	0.4668
CR5	0.5070	0.4733	0.4984

자료 : 한국기업데이터 공식사이트 www.cretop.com 기업재무정보의 재무제표를 바탕으로 작성

〈그림 5-1〉 CR3, CR4, CR5의 연도별 변화 추이



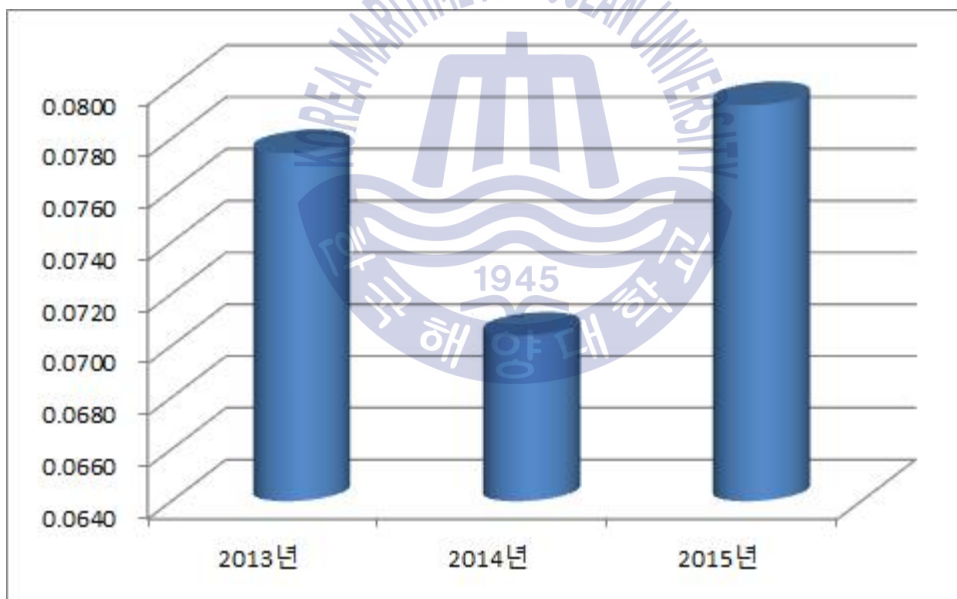
〈그림 5-1〉에서 CR3의 경우, 2013년도부터 2015년까지 계속 저집중형의 현상을 보여주고 있으며, CR5의 경우, 2013년에 중집중형의 시장구조로 출발하였다가 2014년도에 저집중형의 형태의 시장구조에서 2015년도에 이르러 다시 중집중형으로 시장구조가 변화하였음을 볼 수 있다. 이는 2014년도에 비해 2015년도 상위2개 업체의 매출액이 소폭 상승한 결과라고도 볼 수도 있으며, 상위 3

개 업체의 시장지배력보다 상위 5개 업체의 시장지배력이 더욱 더 높아졌다는 것을 의미한다. 따라서 부산항 선용품 산업의 시장구조는 과점형태의 시장구조를 가지고 있다는 것을 증명한다.

〈표 5-2〉 부산항 선용품 산업의 HHI지수의 연도별 변화 추이

2013년 HHI	2014년 HHI	2015년 HHI
0.0774	0.0704	0.0793

〈그림 5-2〉 부산항 선용품 산업의 연도별 HHI 변화 추이(매출액 기준)



〈그림 5-2〉 HHI 연도별 변화 추이를 보면, 시장의 집중도가 2013년도에 비해 2014년도에 낮아졌다가 2015년도에 다시 높아졌음을 볼 수 있는데, 이는 2014년도에는 각 업체의 매출이 평균적으로 상승한데 비해, 2015년도에는 상위 몇 업체의 매출액이 두드러지게 상승하여 시장구조의 불균등도가 심했던 연도라고 판단할 수 있다.

2. 기업성과

2013년부터 2015년도 까지 부산항 선용품 기업 상위 45군데 기업의 재무제표를 가지고 <표 5-3>과 같이 수익성 측면의 기업성과를 측정하였다.

<표 5-3> 부산항 선용품기업 상위 45개 업체의 기업성과지수

	2013년	2014년	2015년
ROA	3.0773	3.9310	2.3748
ROE	7.9059	12.0019	0.6224
PCM	1.7506	1.8155	1.2697

<표 5-3>에서 기업성과 지수를 살펴보면, 2014년도에는 전년도 보다 각 기업의 수익률이 대폭 상승하였는데, 이는 각 기업들의 매출액이 상승하여 선용품 산업의 경기가 호황이었다. 하지만 2015년도에는 수익률이 대폭 하락하여 전체기업의 총 매출은 증가하였으나, 각 기업의 수입률은 반대로 급감하는 특이성을 보인다.

그 이유는 선용품 공급 기업들이 구매자(선박회사)로부터 주문을 취득하기 위해, 특히 신조선 수주의 경우, 경쟁 기업들 간 과도한 단가 경쟁을 함으로써 일시적으로 매출액은 상승하였으나, 공급가격이 많이 하락하여 수익률 자체는 급감하였다. 이러한 경쟁구도로 인한 수익성 감소는 2015년도 이후 현재까지 계속 나타나고 있는 현상으로 선용품 기업들이 불황을 극복하는데 많은 지장을 초래하고 있다.

제2절 시장구조와 기업성과의 상관관계 분석

본 절에서는 앞에서 살펴본 시장구조지수 CR₃, CR₅, HHI와 기업성과지수 PCM, ROA 및 ROE 간에 어떤 상관관계가 있는지를 살펴보고, 이 변수들을 단순회귀분석을 통하여 부산항 선용품 산업의 시장구조와 기업성과 사이의 상관관계를 확인해보고자 한다.

〈표 5-4〉 시장구조지수와 시장성과지수의 연도별 변화 추이

	2013년	2014년	2015년
CR ₃	0.4300	0.4028	0.4319
CR ₅	0.5070	0.4733	0.4984
HHI	0.0774	0.0704	0.0793
ROA	3.0773	3.9310	2.3748
ROE	7.9059	12.0019	0.6224
PCM	1.7506	1.8155	1.2697

자료 : 한국기업데이터 www.cretop.com 기업재무정보의 재무제표를 바탕으로 작성

〈표 5-5〉 부산항 선용품 기업의 Pearson 상관계수

	상관계수	HHI지수	CR ₃ 지수	CR ₅ 지수
PCM	Pearson상관	0.050	0.865	0.894
	유의 확률(한쪽)	0.283	0.167	0.148
ROA	Pearson상관	0.030	0.536	0.766
	유의 확률(한쪽)	0.367	0.320	0.222
ROE	Pearson상관	0.018	0.448	0.697
	유의 확률(한쪽)	0.419	0.352	0.255

*P<0.01 수준에서 유의함.

〈표 5-6〉 HHI와 시장성과와의 관계에 대한 회귀분석 결과

1. 독립변수 HHI, 종속변수 PCM

상관관계		R제곱	조정된 R제곱	F값	유의 확률	B	베타	표준오차	T값
Y	X1								
1		0.003	-0.005	0.331	0.566	0.594	0.05	1.033	0.575
0.05	1								

2. 독립변수 HHI, 종속변수 ROA

상관관계		R제곱	조정된 R제곱	F값	유의 확률	B	베타	표준오차	T값
Y	X1								
1		0.001	-0.007	0.116	0.733	0.548	0.03	1.606	0.341
0.03	1								

3. 독립변수 HHI, 종속변수 ROE

상관관계		R제곱	조정된 R제곱	F값	유의 확률	B	베타	표준오차	T값
Y	X1								
1		0	-0.007	0.041	0.839	1.846	0.018	9.066	0.204
0.018	1								

〈표 5-5〉에서 상관계수는 점수로 측정된 두 변수 간의 상관관계 정도를 나타내는 수치로 -1에서 1사이의 범위를 보인다.

-1에 가까워질수록 부(-)의 상관관계가 강하다고 할 수 있으며, 1에 가까워질수록 정(+)의 상관관계가 강하다고 할 수 있다. 그리고 0에 가까운 값이면 두 변수 간 상관관계가 거의 없다고 할 수 있다.

〈표 5-5〉에서 HHI지수는 PCM, ROA, ROE의 상관계수가 각각 0.050, 0.030, 0.018로 상관관계가 거의 없음을 나타낸다. 또한 유의확률이 0.283, 0.367, 0.419로 통계적으로 비유의적으로 나타났다.

〈표 5-7〉 CR₃와 시장성과와의 관계에 대한 회귀분석 결과

1. 독립변수 CR₃, 종속변수 PCM

상관관계		R제곱	조정된 R제곱	F값	유의 확률	B	베타	표준오차	T값
Y	X1								
1		0.748	0.497	2.975	0.334	8861.549	0.865	5137.302	1.725
0.865	1								

2. 독립변수 CR₃, 종속변수 ROA

상관관계		R제곱	조정된 R제곱	F값	유의 확률	B	베타	표준오차	T값
Y	X1								
1		0.287	-0.426	0.403	0.64	0.123	0.536	0.194	0.635
0.536	1								

3. 독립변수 CR₃, 종속변수 ROE

상관관계		R제곱	조정된 R제곱	F값	유의 확률	B	베타	표준오차	T값
Y	X1								
1		0.201	-0.598	0.251	0.704	0.25	0.448	0.498	0.501
0.448	1								

〈표 5-5〉에서 CR₃지수는 PCM, ROA, ROE의 상관관계수가 각각 0.865, 0.536, 0.448로 대체적으로 정(+)의 상관관계가 강한 것으로 나타났다. 또한 유의확률이 0.167, 0.320, 0.352로 통계적으로 비유의적인 것으로 나타났다. R제곱이 각각 0.748, 0.287, 0.201로 74.8%, 28.7%, 20.1%의 설명력을 가진다.

〈표 5-8〉 CR5와 시장성과와의 관계에 대한 회귀분석 결과

1. 독립변수 CR5, 종속변수 PCM

상관관계		R제곱	조정된 R제곱	F값	유의 확률	B	베타	표준오차	T값
Y	X1								
1		0.799	0.599	3.982	0.296	7094.997	0.894	3555.641	1.995
0.894	1								

2. 독립변수 CR5, 종속변수 ROA

상관관계		R제곱	조정된 R제곱	F값	유의 확률	B	베타	표준오차	T값
Y	X1								
1		0.586	0.172	1.417	0.445	0.164	0.766	0.137	1.19
0.766	1								

3. 독립변수 CR5, 종속변수 ROE

상관관계		R제곱	조정된 R제곱	F값	유의 확률	B	베타	표준오차	T값
Y	X1								
1		0.486	-0.028	0.945	0.509	0.361	0.697	0.372	0.972
0.697	1								

〈표 5-5〉에서 CR5지수는 PCM, ROA, ROE의 상관계수가 각각 0.894, 0.766, 0.697로 정(+)의 상관관계가 강한 것으로 나타났다. 또한 유의확률이 0.148, 0.222, 0.255로 통계적으로 비유의적인 것으로 나타났다. R제곱이 각각 0.799, 0.586, 0.486으로 79.9%, 58.6%, 48.6%의 전체설명력을 가진다.

제3절 가설의 검정

부산항 선용품 산업의 시장구조(HHI, CR₃, CR₅)와 수익성 측면의 기업의 시장성과(PCM, ROA, ROE)간의 상관관계를 검정하기 위해 단순회귀분석(Simple Regression Analysis)을 실시하였다.

[가설 1] 시장구조지표 HHI는 선용품 산업의 수익성 측면에서 시장성과에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

[가설 1-1] 시장구조지표 HHI는 선용품 산업의 시장성과 PCM에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

[가설 1-2] 시장구조지표 HHI는 선용품 산업의 시장성과 ROA에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

[가설 1-3] 시장구조지표 HHI는 선용품 산업의 시장성과 ROE에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

HHI지수는 시장성과(PCM, ROA, ROE)에 부(-)의 상관관계가 있는 것으로 나타났으며, F값이 각각 0.331(P=0.566), 0.116(P=0.733), 0.041(P=0.839)로 통계적으로 비유의 적으로 나타나 [가설 1]은 전부 기각 되었다.

[가설 2] 시장구조지표 CR₃ 지수는 선용품 산업의 수익성 측면의 시장성과에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

[가설 2-1] 시장구조지표 CR₃ 지수는 선용품 산업의 시장성과 PCM에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

[가설 2-2] 시장구조지표 CR₃ 지수는 선용품 산업의 시장성과 ROA에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

[가설 2-3] 시장구조지표 CR₃ 지수는 선용품 산업의 시장성과 ROE에 정(+)
의 영향을 미칠 것이다.

CR3지수는 시장성과(PCM, ROA, ROE)에 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났으며, F값이 각각 2.975(P=0.334), 0.403(P=0.640), 0.251(P=0.704)로 통계적으로 비유의적으로 나타나 [가설 2]는 전부 기각 되었다.

[가설 3] 시장구조지표 CR5 지수는 선용품 산업의 수익성 측면의 시장성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

[가설 3-1] 시장구조 CR5 지수는 선용품 산업의 시장성과 PCM에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

[가설 3-2] 시장구조 CR5 지수는 선용품 산업의 시장성과 ROA에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

[가설 3-3] 시장구조 CR5 지수는 선용품 산업의 시장성과 ROE에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

CR5지수는 시장성과(PCM, ROA, ROE)에 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났으며, F값이 각각 3.982(P=0.296), 1.417(P=0.445), 0.945(P=0.509)로 통계적으로 비유의적으로 나타나 [가설 3]은 전부 기각 되었다.

<표 5-9> 가설검증의 결과에 대한 종합

시장구조지수	시장성과	상관관계	통계적 유의성
HHI	PCM	부(-)의 관계	비유의적
	ROA	부(-)의 관계	비유의적
	ROE	부(-)의 관계	비유의적
CR3	PCM	정(+)의 관계	비유의적
	ROA	정(+)의 관계	비유의적
	ROE	정(+)의 관계	비유의적
CR5	PCM	정(+)의 관계	비유의적
	ROA	정(+)의 관계	비유의적
	ROE	정(+)의 관계	비유의적

제6장 결론

제1절 연구의 요약 및 시사점

본 연구에서는 부산항에 등록되어 선용품을 전국항만에 공급하고 있는 선용품 공급업체 상위 45군데의 2013년~2015년까지 3개년도 재무제표 자료를 근거로 하였고, 시장구조 지표 HHI(허쉬만-허핀달 지수), CR₃(상위3사 집중률), CR₅(상위5사 집중률)을 사용하여 부산항 선용품 산업의 시장구조를 측정하였다. 또한, 상위 45군데의 PCM(가격-비용 마진), ROA(자산수익률), ROE(자기자본이익률)을 각 기업의 기업성가로 보고 측정하였다.

이렇게 도출된 시장구조지수와 기업성가지수를 사용하여 상관관계를 실증적으로 분석하여 결과를 도출하였다. 본 연구의 결과, 부산항 선용품 산업의 시장구조는 경쟁시장에서 과점시장으로 나아가는 중집중형 시장이라는 결과가 도출되었고, 단순회귀분석을 통한 가설에 따른 검정의 결과는 1) 시장구조(HHI)와 시장성과(PCM, ROA, ROE)사이 부(-)의 상관관계를 가지며, 통계적으로 비유의적이며, 2) 시장구조지수(CR₃)와 시장성과(PCM, ROA, ROE)사이 정(+)의 상관관계를 가지며, 통계적으로 비유의적이며, 3) 시장구조(CR₅)와 시장성과(PCM, ROA, ROE)사이 정(+)의 상관관계를 가지며, 통계적으로 비유의적이라는 결과를 도출하였다.

본 연구는 기존의 선행연구에서 밝혀진 시장구조와 시장성과간의 상관관계와

는 달리, 산업조직론 S-C-P패러다임의 시장구조가 시장성과에 영향을 미친다는 이론에 유의하지 않은 결과가 도출되었다. 다만 본 연구는 부산항 선용품 산업의 시장구조 및 시장성과에 대한 학술연구로 국내 최초 시도되었고, 선용품 시장의 구조 분석을 통해 미래의 선용품 시장의 경쟁구도와 각 기업의 시장성과를 예측하는데 시사점을 가진다.



제2절 연구의 한계 및 향후 연구 방향

본 연구에서 선용품 산업의 현황 및 통계자료의 미 축적으로 최근 자료에 대한 적용에 있어 많은 어려움을 겪었다. 우리나라 선용품 등록업체는 현재 1100여개이며, 연간 매출규모를 7,000억 원으로 추정하고 있다. 전체 업체 수를 대비해서 상위 45군데만을 자료로 삼아 선용품 시장 전체로 보고 시장구조를 분석하는데 대해서는 논란의 여지가 있지만, 상위 45군데의 3개년 평균 총매출이 5,900억 원에 이르고 있는 점을 감안하면, 추정치의 80%이상을 차지하고 있으므로 본 논문의 타당성을 조금이나마 높였다는 점에서 의미를 가짐과 동시에 연구의 한계를 가진다.

이러한 최근자료의 부재로 인한 선용품에 관한 연구들의 한계를 극복하기 위해서는 선용품과 관련된 공공기관, 유관기관들, 선사포함 각 협회들과 같은 선용품 산업의 직접적인 이해당사자들의 자료 수집에 대한 공개성과 적극성이 요구된다.

시장구조에 대한 선행연구에서 산업조직론의 이론은 아직도 논란의 여지가 많다. 본 논문에서는 기업성가에 영향을 줄 수 있는 시장행동이라는 변수는 측정하지 않고 단순히 시장구조가 기업성가에 미치는 영향만을 살펴보았다. 시장구조와 상관없이 시장행동에서 완전경쟁시장구조에서는 이윤극대화 행동이외의 다른 행동이 존재하지 않을 수 있지만, 과점시장구조에서는 담합행위, 광고행위, 연구개발 투자행위 등이 기업성가에 많은 영향을 미칠 수 있다는 것을 간과하였다.

향후 연구에서는 시장행동의 변수를 중요요소로 인식하여 기업성가에 어떠한 영향을 미치는지에 대해서 분석하여야 할 것이며, 시장구조라는 외부환경요인 뿐만 아니라, 기업의 내부 환경요인들과 변화하는 정부의 정책들과 같은 여러 변수들을 고려해서 지속적인 연구가 필요하다.

참고문헌

1. 국내 논문 및 학술지 자료

- 김영득(2016), “한국 선용품 산업의 활성화 방안” 한국해양대학교 석사학위논문 p.3.
- 김영동(2016), “우리나라 선용품 수출산업의 글로벌 마케팅 전략에 관한 연구” 한국해양대학교 석사학위논문, p.6.
- 김아름(2013), “한국과 중국의 컨테이너 터미널 운영사의 경영성과에 관한 연구”, 한국해양대학교 석사학위논문 p.2.
- 김운섭(2006), “선용품입지 선정에 관한 연구”, 한국해양대학교 석사학위 논문, p.7.
- 김용덕(2012), “은행산업에서 시장집중도가 순이자마진결정에 미치는 영향”, 부산대학교 석사학위논문, p.57.
- 김문태(2011), “시장집중도가 수익성 및 효율성에 미치는 영향: 한국 생명보험 시장을 중심으로”, 연세대학교 석사학위논문, p.40.
- 김성국(2006), “부산항의 부가가치를 위한 선용품 공급업 활성화에 관한 연구”, 마케팅관리연구, 제11권 제3호.
- 김기대(1984), “한국제조업의 시장구조와 시장성과간의 관계에 의한 연구 : 상장기업을 중심으로”, 한국경제, 제12집 제1호, pp.126-129.
- 김성철(2000), “과점구조하 기술혁신과 시장성과의 관련성에 관한 연구”, 국제경제연구, 제6권, 제1호, pp.196-199.
- 박영태, 우정욱, 김이곤(2007), “부산항 선용품 공급업, 선박급유업, 물류창고업 활성화 방안에 관한 연구”, 유통정보학회지, 제10권 제1호.
- 배형(1992), “구조-성과분석에서의 가격-비용마진과 이윤율의 차이”, 서울대학교 경제연구소, p.127.

- 원석민(2017) “국제물류주산업의 시장구조가 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구”, 한국해양대학교 석사학위논문, pp.48-51.
- 이호진(2004), “케이블 TV 산업에서 채널사용사업자(PP)들의 시장집중도와 시장 성과에 관한 연구“, 숙명여자대학교 석사학위논문, pp.57-59.
- 임재욱(2013), “부산항 선용품 공급업의 현황과 활성화 방안”, 무역학회지, 제 38권 제3호, pp.151-152.
- 이규억(1981), “한국제조업의 시장구조-형태-성과의 상호관계분석”, 한국개발 연구, 제3집, 제2호, pp.154-155.
- 이재형(2007), “우리산업의 경쟁구조와 산업집중 분석: 광공업 및 서비스 산업을 대상으로”, 한국개발연구원(KDI).
- 이광훈(2006), “국내 제조업에서의 시장구조와 시장성과 : 패널 자료 접근“, 한국은행 금융경제연구원, 경제분석, 제12권, 제4호, p.128.
- 전수민(2012), “한국 제조업의 시장구조와 시장성과간의 상관성에 관한 연구”, 건국대학교 석사학위논문.
- 좌현진(2009), “우리나라 컨테이너항만의 시장구조가 시장성과에 미치는 영향”, 한국해양대학교 석사학위논문.
- 정복민, 김찬호(2007), “주요물류중심항 항만물류산업 발전 특징과 시사점”, 월간 한국해양, 해양수산개발원, 통권 제269호.
- 장홍훈, 김경진(2011), “광양항의 선용품공급 확대를 위한 e-Marketplace 구축 방안”, 통상정보연구 제13권, 1호, p.78.
- 조병택(1982), “고도성장 과정 하에서의 가격-비용마진을 결정에 관한 계량적 접근”, 경제연구 제3집 제2호, pp.3-7.
- 조성한 · 김현재 · 박동진(2007), “우리나라 발전시장의 시장구조와 성과에 대한 연구”, 경영연구, 제22집, 제3호, pp.17-19.
- 하태영(2013), “국내 항만관련 산업 실태분석 및 경쟁력 강화방안”, 한국해양수산개발원 항만물류 전망대회 발표자료, pp.183-204.

2. 국외 논문 및 학술지 자료

- Clark, J. M.,(1940), "Toward a Concept of Workable Competition," *American Economic Review*, vol. 30, No. 2, pp.241-256.
- Cihan YALCIN(2000), "Price-Cost Margins and Trade Liberalization in Turkish Manufacturing Industry: A Panel Data Analysis," *Turkiye Cumhuriyet Merkez Bankasy Araptyrma Genel Mudurluou*, Mart, pp.1-22.
- Carrol A.(1993), "An Empirical Investigation of the Structure and Performance of the Private Workers Compensation Market," *Journal of Risk Insurance*, 60(2), pp.185-207.
- D. J. Ravenscraft(1983), "Structure-Profit Relationship at the Line of Business and industry Level," *Review of Economics and Statistics*, 65, pp.22-31.
- J. S. Bain,(1956), "Barriers to New Competition," *Cambridge*, MA: Havard University Press.
- Leonard, W. Weiss(1974), "The concentration-Profits Relationship and Antitrust, Industrial Concentration: New Learning, ed.," H. Goldschmid, H. Mann, and J. Weston. Boston: Little, Brown, pp.184-233.
- M. M. Katics, & B. C. Petersen(1994), "The Effect of Rising Import Competition on Market Power : A Panel Data Study of US Manufacturing," *Journal of Industrial Economics*, pp.277-286.
- N. R. Collins, and L. E. Preston,(1969), "Price - Cost Margins and Industry Structure." *Review of Economics and Statistics*, 51, pp.271-286.
- Tobin James ,(1969), "A General Equilibrium Approach to Monetary Theory", *Journal of Money, Credit and Banking*, Vol 1, pp. 15-29.
- Yoon, T.(2004), "A note on Maker Structure and Performance in the Korean Manufacturing Industries," *Journal of Policy Modeling*, Vol 26, pp.770-771.

한국해양대학교(<http://www.hhu.ac.kr>)
부산광역시(<http://www.busan.go.kr>)
부산발전연구원(<http://www.bdi.re.kr>)
부산본부세관(<http://www.customs.go.kr/busan>)
부산지방해양수산청(<http://www.portbusan.go.kr>)
한국선용품산업협회(<http://www.ikssa.org>)
한국기업데이터(<http://www.cretop.com>)

<저서>

이규억 · 이성순(2004), 기업과 시장, 지민사, 서울.
이수복(2001), 산업조직론, 울곡출판사, 서울.
정갑영(2009), 산업조직론, 박영사, 서울.
최정표(2011), 산업조직경제학, 형설출판사, 대구.

