국내 의류제조업체와 소재공급업체의 파트너십에 관한 연구

천종숙† · 류경아
연세대학교 생활과학대학 의류환경학과
연세대학교 생활환경대학원 패션산업정보전공

의류제조업체와 공급업체간의 파트너십 형성에 영향을 미치는 구체적인 요인간의 관계를 규명을 통한 파트너십 형성 모형에 대한 연구는 기업 내부의 전문가 집단을 대상으로 연구해야하는 한계점으로 기업 내부 자료 유출에 대한 거부감으로 비교적 활발하지 않다.

본 연구는 국내 의류제조업체와 소재공급업체간의 파트너십에 거래 현황을 파악하고, 파트너십 형성에 영향을 주는 구체적인 요인을 도출하고 요인 간 관계를 규명하여, 기업의 특성에 따른 파트너십 형성 모형의 특성을 고찰하였다. 국내 여성복과 남성복 업체 총 81개사를 대상으로 파트너십 형성 요인을 파악하고, 경로 분석을 통해 요인간의 관계를 분석하였다. 조사 결과 파트너십을 형성하기 위해서 필요한 선행 요인들을 도출하여 파트너십 형성 관계를 규명하였으며, 이러한 관계가 복종이나 공급업체 유형에 따라 차이가 난다는 것을 밝혀냄으로써, 기업의 특성에 맞는 파트너십 형성 모형을 도입하는 것이 효율적인 방안이라는 것을 제시하였다.

의류제조업체와 소재공급업체와의 파트너십 형성의 선행요인으로는 협력적 태도, 발전적인 협조 태도, 거래의 정직성, 정보공유의 편이성, 품질 성능의 5가지 요인이 추출되었다. 전반적으로 의류업체들은 신뢰와 의존의 매개변수들은 상호 영향을 미치며 특히 신뢰 구축이 의존의 관계로 발전하는데 영향을 주는 것으로 파악되었다. 또한 파트너십 구축의 선행요인 자체가 파트너십의 형성에 직접적인 영향을 미치지는 않는 것으로 나타났다. 그러나 주로 에이전시를 통해 소재를 공급받는 의류업체는 공급업체와 신뢰관계를 구축하여 파트너십을 형성하기보다 파트너십을 구축할 수 있는 선행조건이 갖추어지면 파트너십이 바로 형성되는 특징을 보였다. 반면, 에이전시 외에 국내 소재제조업체로부터 직접 소재를 구매하는 방법도 병행하는 의류업체의 경우 소재공급업체와 형성한 신뢰를 바탕으로 파트너십을 구축하며 신뢰는 파트너십 형성에 필요한 선행조건이 만족되면 형성이 되는 것으로 나타났다.

의류업체의 복종과 공급업체 유형에 따라서도 파트너십 형성 관계가 다른 양상을 보이는 것으로 나타났다. 여성복 업체의 경우 신뢰를 매개로 파트너십이 형

†교신저자 E-mail : jschun@yonsei.ac.kr

성되며, 파트너 업체와의 선행요소가 충족되었을 때 신뢰가 형성되는 것으로 나타난 반면, 남성복 업체는 소재제조업체와 강하게 연계가 되어있는 수직적이고 경직된 소재공급에 관한 거래관행이 아직도 존재하므로 소재공급업체와의 파트너십 형성에 선행요인이나 매개변수의 영향이 유의적이지 않는 것으로 나타났다.