

## 대구·경북지역 섬유업체들의 협력관계에 관한 실태조사

박광희<sup>1)</sup>·박경애<sup>2)</sup>

- 1) 계명대학교 패션대학  
2) 영남대학교 섬유패션학부

### Partnerships Among Textile Firms in Daegu and Gyeongbuk Regions in Korea

Kwanghee Park<sup>1)</sup> and Kyungae Park<sup>2)</sup>

- 1) Dept. of Fashion Merchandising, Keimyung University, Daegu, Korea  
2) School of Textiles, Yeungnam University, Gyeongsan, Korea

**Abstract :** To regain competitive advantages in the global textile industry the Korean textile firms need to strategically collaborate each other on developing partnership relations. This study, as a first step for developing a futuristic partnership between textile firms, examined the characteristics of current partnership relations among textile firms in Daegu and Gyeongbuk regions. Data were obtained from 163 textile firms in the region by a questionnaire survey. More than a half of the textile firms had a partnership experience in product manufacturing and wanted to have one in product development. Partnerships with firms in the same sub-industry showed the highest frequency even though various pairs were observed. Length of partnership was related with the history and size of the firm but not with partnership performance. Partnership itself affected neither the firm's perception of its competitive power nor the perceived intensity of industry competition.

**Key words :** partnership, textile industry, Daegu, Gyeongbuk, competitive advantage

### 1. 서 론

과거 40년간 우리나라 섬유산업은 경제발전을 주도하는 기본산업으로 중대한 역할을 담당하였다. 그러나 현재 전체 수출에서 차지하는 섬유제품의 비중이 감소하는 반면 수입 비중은 증가하고 있다. 이는 세계적인 공급과잉상태, 가격경쟁력의 상실과 제품차별화의 결여로 인한 결과로써, 섬유산업은 급속한 시장환경 변화에 대응하여 새로운 경쟁우위를 개발해야 하는 상황에 직면하고 있다.

이와 함께 우리나라 섬유생산의 약 70%를 차지하고 있는 대구·경북지역 섬유업체는 세계적인 공급과잉, 멕시코, 브라질 등 중남미시장의 수입규제 강화, 인도네시아와 중국 등 경쟁국의 시장잠식으로 인하여 지속적으로 경쟁력이 약화되고 있다. 특히 대구·경북지역 섬유산업의 커다란 비중을 차지하고 있는 직물업의 경우, 생산과잉과 가격저하로 인하여 채산성이 악화되고 있어 많은 업체가 휴폐업 또는 도산되고 있는 심각한 상황이다.

섬유·의류생산은 준비공정, 제직공정, 염색공정, 봉제공정 등 다양한 공정이 조화롭게 연계되어야 하나 현재 우리나라 섬유

산업은 공정간 정보교류가 미흡하며, 임가공위주의 하청생산 구조로 인하여 시장정보가 생산업체로 원활히 피드백되지 못하고 있기 때문에 중소기업의 비중이 상당히 높은데도 불구하고 중소기업 고유의 장점인 전문성과 유연성이 결여되어 있다(류건우 등, 1999).

또한 약 43%의 섬유업체가 10인 이하의 영세기업으로 구성되어 있어 시장의 변화에 대응하는 제품을 기획하고 생산할 수 있는 능력을 갖추고 있지 못한 실정이다. 따라서 급변하는 국내의 환경 속에서 경쟁력을 회복하고 유지하기 위해서는 섬유업체간의 상호협력을 기반으로 공동으로 대응하는 방안을 모색하는 것이 필요하다.

패션 선진국이라 할 수 있는 미국과 이태리의 경우 국제경쟁력을 확보하게 된 가장 중요한 요인은 섬유관련 업체들이 동반자적 입장에서 공동발전을 위한 체제를 유기적으로 구축함으로써 업종간, 업계간 정보교류가 활성화되어 있다는 것이다(이재훈 등, 2001). 다시 말해서, 섬유업체의 경쟁력 강화를 위해서는 섬유산업내의 동종업종 및 이업종간의 협력관계가 절실히 요구된다.

이러한 협력관계의 구축은 하드웨어적 투자없이 상호간의 경쟁력을 제고할 수 있는 방안으로 각 업체들은 제품개발과 마케팅 활동 등에 대해 긴밀한 협조를 통해서 국내의 시장에서 고객민족의 강화, 부가가치 기회의 활용, 공급체인의 전반적인 수

행기능의 강화 등 긍정적 효과를 달성할 수 있다 (이재훈 등, 2001).

본 연구는 중소기업으로 구성된 대구·경북의 섬유업체들을 대상으로 이러한 발전적 협력관계의 방안을 모색하는데 관심이 있다. 효율적 협력관계의 가능성을 조사하기 위한 일련의 과정 중 기초단계로서, 본 연구는 현재 대구·경북지역 섬유업체들 간의 협력관계에 관한 실태를 조사한다. 즉, 업체간 협력관계의 양상과 이에 대한 업체들의 인식, 경쟁에 대한 인식과 협력관계 등을 조사하는 것이 본 연구의 목적이다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. 섬유산업의 현황

우리나라의 섬유산업은 1960년대 수출주도산업으로 성장하여 1970년대에 한국의 대표산업으로 성장하였고 1980년대 세계 섬유수출대국으로 최고절정에 도달하였으나 1980년대 중반 이래 설비노후, 수요부진, 선진국의 수입규제 강화, 후발개도국의 도전이라는 외부환경에 의해 국제경쟁력이 저하되어 왔다.

섬유산업이 현재 당면하고 있는 국내외적 환경을 살펴보면, 국내적으로 섬유산업은 원사업계의 부실과 기술개발 부진에서 오는 차별성의 부족, 과당경쟁에 따른 단가하락과 채산성 악화, 보유설비의 비효율적 운영 등으로 상당한 어려움에 직면해 있으며, 국외적으로는 중국의 합섬직물 자립에 따른 수출부진과 동남아시아의 자력생산 증대, 중남미와 뉴바이 등의 수출환경 변화, 세계적인 공급 과잉 등에 직면해 있다(이재훈, 2001).

섬유산업의 특성 중 하나는 일관된 다단계의 생산구조를 갖지만 별도의 업종으로 구성되어 있는 것이다. 즉, 섬유산업은 다단계로 이루어지는 가공산업으로 원료인 섬유에서부터 시작하여 실을 거쳐 직·편물, 염색가공을 거치기까지 일관된 공정으로 이루어져 있지만 각각 별도의 업종으로 독립적으로 운영되고 있다. 따라서 상호유기적인 체제에서 발전해 나가야 하나 업종별로 발전속도가 상이하여 상호협력체제를 갖기 어려우며, 각 공정별로 기술성고가 복합되어야 하기 때문에 기술진보가 늦은 편이다(박광희 등, 2003).

섬유산업 가운데 큰 비중을 차지하고 있는 직물업은 섬유에서부터 시작하여 실, 직물을 거쳐 의류완제품에 이르는 스트림 구조 내에서 중간에 위치함으로써 원료를 공급하는 화섬과 방적공업 그리고 이를 이용하여 제품을 만드는 염색가공업과 의류업에 영향력이 큰 분야이다. 생산량을 품목별로 보면 합섬직물이 직물 총생산량의 80% 이상을 차지하여 우리나라 직물공업은 합섬직물이 중심이다. 또한 합섬직물의 80% 이상이 대구·경북지역에서 생산되며 그 중 폴리에스테르가 최대 비중을 차지하므로 대구·경북지역은 폴리에스테르직물의 세계 최대산지라 할 수 있다(박광희 등, 2003).

### 2.2. 대구·경북 섬유산업의 현황

섬유산업은 대구·경북지역 총 수출액의 76% 그리고 우리

나라 섬유류 수출의 30%를 차지하고 있어 지역경제의 기간산업이라 할 수 있다(하영석 등, 1999). 대구·경북지역의 섬유산업이 우리나라 섬유산업에서 차지하는 비중을 사업체 수, 종업원 수 및 생산액을 중심으로 살펴보면 각각 전국의 32.7%, 35.8%, 34.8%의 비중을 차지하고 있다. 따라서 대구·경북 섬유산업은 경제적인 측면에서 중요한 중심산업이며 지역경제에 미치는 영향이 크다고 할 수 있다.

대구·경북지역 섬유업체의 업종별 업체수를 보면, 제직업체가 1,052개(46%), 제직준비업체가 688개(30.1%), 염색업체가 301개(13.2%), 사가공업체가 244개(10.7%)인 것으로 나타나 대구·경북 섬유산업에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것이 제직업인 것으로 나타났다. 대구·경북지역 제직업체의 종업원 규모별 현황을 보면, 2001년 기준으로 종업원 수 50인 이하의 소기업이 87.9%를 차지하고 있으며, 종업원 10인 이하의 영세 기업체수는 43.5%로 가장 높게 나타났다(한국섬유개발연구원, 2001).

이는 원사, 직물디자인, 제직, 염색 및 봉제에 이르기까지 다양한 공정을 가진 섬유제품 중에서 합섬직물은 많은 자본금이나 독특한 기술이 요구되지 않는 생산의 용이성 때문에 중소기업형태로 유지가 가능하기 때문이다(류건우 등, 2001).

대구·경북지역 제직업체의 생산구조를 살펴보면, 제직업체 중 상당수가 수출상사, 컨버터, 대기업의 1, 2, 3차 하청업체로 하청생산이 주로 이루어지고 있으며 합섬직물 중 의류용 중급품인 폴리에스테르의 생산과 수출에 편중되어 있다(류건우 등, 1999). 이러한 하청생산은 원청업체의 발주에 의해 제품을 생산하기 때문에 위험부담과 재고부담은 없지만, 최종 소비자와의 직접 접촉이 없기 때문에 시장(소비자)의 요구에 대응할 수 있는 자체적 능력이 없다는 것이 문제이다.

또한, 직물업계의 경우 생산과잉과 가격의 저하로 인하여 채산성이 악화되고 있어 중저가 제품의 대량생산체제에서 탈피하여 보다 경쟁력을 갖춘 제품을 생산해야 하는 상황에 처해 있다. 이러한 어려움을 극복하고 경쟁력을 회복하기 위해서는 업체간의 협력을 통해 공동으로 시장환경의 변화에 대응하는 것이 필요하다.

Table 1. 대구·경북지역 주요 섬유업종별 현황 (단위: 개, %)

구분	대구지역		경북지역		총계	
	업체수	비중	업체수	비중	업체수	비중
제직	498	41.8	554	50.7	1,052	46.0
준비	294	24.6	394	36.1	688	30.1
염색	282	23.6	19	1.7	301	13.2
사가공	119	10.0	125	11.5	244	10.7
합계	1,193	100	1,092	100	2,285	100

주) 한 업체가 두 종류 이상의 섬유업종에 해당되는 경우 복수 업체로 계산되었음

자료: 한국섬유개발연구원 (2001, 12)

### 2.3. 협력관계

협력관계를 의미하는 용어로 가장 많이 사용되는 것이 파트너십(partnership)인데, 이를 표정호(2001)는 참가기업들이 투자, 이익, 손실 및 운영에 대한 책임을 분담하기로 하는 하나의 법적 구조라고 하였다. 따라서 파트너십은 독립된 운영체제인 합작법인이나 단순한 형태인 계약이나 문서협약을 포괄하는 넓은 협력관계를 뜻한다. Anderson & Narus(1990)는 파트너십을 파트너 기업이 각기 고객시장의 요구를 함께 충족시키는데 초점을 두는 통합된 노력을 제공하기 위한 활동을 수행하면서, 각 기업의 성공이 부분적으로 다른 기업에 의존한다는 상호인식과 이해가 존재하는 범위라고 정의하였다.

파트너십의 전략적 의도는 총비용의 절감, 이동경로에 대한 가치증가에 따른 상호이익 획득에 있으며 이를 통해서 고객만족의 강화, 파트너간의 경쟁력 우위 강화, 부가가치 기회의 활용, 공급체인의 전반적인 수행기능의 강화 등을 달성할 수 있게 된다(권기대, 1998). 파트너십은 경로 구성원들간에 의사소통, 협력, 의존, 신뢰, 그리고 결속을 기본으로 요구하며, 품질증가, 재고감소, 적시공급시스템의 개발, 시장에 대한 시간관리 등이 중심적 과제가 된다.

강전택(2001)은 중소기업을 대상으로 파트너십을 활용하는 분야를 조사한 결과, 기술분야가 47.6%로 가장 높았고, 생산위탁(31.7%)과 상호판매망 이용(31.0%)이 높게 나타났으며, 활용동기는 매출확대가 64.3%로 가장 높고 고정거래처 확보(34.9%), 기술습득(34.1%), 비용절감(28.6%) 순으로 높게 나타났다. 또한 동종기업과의 파트너십 형태가 57.1%로 가장 높게 나타났으며 외국기업, 대기업, 이업종기업 순으로 나타났다.

하영석 등(1999)은 대구 섬유업체를 대상으로 업종별 동반자적 협력관계의 중요도를 조사한 결과, 원사메이커의 경우는 제직과 사가공업체를, 제직업체는 원사메이커와 염색업체를, 임직업체는 원사메이커와 원정업체를, 염가공 업체는 수출상사와 제직준비업체를, 컨버터는 제직과 염색업체를 가장 중요한 파트너로 생각하는 것으로 나타났다. 또한 기업들이 생산과 관련하여 미래의 동반자적 협력관계가 가장 필요하다고 생각되는 기업은 원사메이커(58%), 염색업체(52.9%), 제직업체(49.0%), 수출상사(40.7%), 제직준비업체(33.6%) 순으로 나타났다.

섬유업체에 관한 연구는 아니지만 파트너십에 관한 국외연구 결과를 종합해보면, 성공적인 협력관계 구축을 위해서는 파트너간의 상호지향, 상호의존, 힘의 결속, 관계특유 투자 등의 조건이 최소한 충족되어야 한다는 것이다(Niederkofler, 1991; Stiles, 1994; Brothers et al., 1995; Kanter, 1994; Shanghnessy, 1995; Thomas · Trevino, 1993).

경쟁기업간의 협력에서는 자신의 경쟁적 우위를 보호하면서 상대방의 역량과 기술을 최대한 습득하려고 하는 또 다른 경쟁이 발생하게 된다. 따라서, 상호 신뢰를 구축하여 기회주의적 행동을 억제하고 결속력을 강화하려는 노력이 전제되어야 한다.

## 3. 연구방법

### 3.1. 자료수집 및 분석방법

대구·경북지역 섬유업체들간의 협력관계에 관한 기초적인 실태를 파악하기 위해 설문지 조사를 실시하였다. 대구시 및 인근 경북지역 섬유업체의 경영진(사장, 임원, 혹은 협력관계 담당자)이 조사대상으로서 대구상공회의소, 대구경북 건직물공업조합, 경북지역의 상공회의소 등에 등록된 섬유, 섬유제품 제조업체의 명부가 표본으로 이용되었다.

우편 및 개별방문을 통해 2003년 4월에서 7월에 걸쳐 설문조사가 진행되었으며, 총 173부가 회수되었고, 이 중 사용이 불가능한 10부를 제외하고 163부가 분석에 이용되었다. 자료분석은 SPSS를 이용하여 빈도 및 평균을 산출하였으며, 요인분석, 분산분석, t검정, 상관관계분석 등을 실시하였다.

### 3.2. 측정

본 연구에 이용된 설문지는 조사대상업체의 특성, 협력관계 및 협력분야의 특성, 그리고 시장 및 자사에 대한 경쟁인식정도를 포함하였다. 선행연구를 참조하여 설문지를 작성한 후 업체와의 개별인터뷰과정을 통해 수정 보완하였다.

조사대상업체의 특성으로 종사업종, 설립 연도, 종업원 수, 제품생산과 조달의 유형 등을 범주형과 단답형으로 구성하였으며, 협력관계와 분야의 특성 문항들은 강전택(2001), 전용욱·여경철(2002), 빈봉식(1998) 등을 참조하여 구성하였다.

본 연구는 먼저 생산에서의 하청관계와 협력관계(하청관계 이외의 기업간의 모든 협력적 관계)를 구분하여 경험 여부를 범주형으로 질문하였으며, 협력(하청)경험이 있는 분야, 가장 중요한 협력(하청)분야, 향후 협력(하청) 희망분야, 협력(하청)업체 업종, 협력(하청) 체결형태, 협력(하청) 기간, 협력(하청)관계의 동기 및 성과 등을 범주형과 단답형으로 구성하였다. 이 중 성과는 5문항을 5점 척도로 구성하였다.

시장의 경쟁정도에 대한 인식은 권업(1998)의 문항을 수정 보완하여 5점 척도의 5문항으로 구성하였으며, 자사의 경쟁력에 대한 인식은 김영민(2001)을 참조하여 15문항을 5점 척도로 구성하였다.

## 4. 연구결과 및 해석

### 4.1. 조사대상업체에 대한 특성

조사대상업체의 업종을 분류한 결과, 제직전문업체(34.4%)의 빈도가 가장 높았고, 제직준비업체(22.1%), 수출전문업체(14.7%), 염가공업체(11.0%) 순으로 나타났으며 기타의 경우 17.2%로 원사업체, 컨버터, 유통업체 등으로 구성되었다. 조사대상업체는 1941년부터 2003년 사이에 설립되었으며 1989년 이전에 설립된 업체가 22.2%, 1990-1994년에 19.0%, 1995-2000년에는 48.0%, 2001년 이후에는 10.8%가 설립된 것으로 나타나, 1995년과 2000년 사이에 과반수의 업체가 설립되었으며 IMF

외환위기 이후에도 많은 업체들이 신규설립된 것을 알 수 있다.

종업원 수를 살펴보면 5명 이하 업체가 11.3%, 6-10명이 16.4%, 11-20명이 28.9%, 21-50명이 25.2%, 51명 이상인 18.2%로 나타나 조사대상업체의 상당수가 영세한 기업인 것을 알 수 있다.

제품생산과 조달에 있어서 가장 주된 유형에 따라 업체를 분류해 보면 자체생산업체가 41.1%, 원청업체 22.7%, 하청업체 34.4%, 기타 1.8%로 나타나 자체생산업체의 비중이 높지만 하청업체의 비중도 높은 것을 알 수 있다. 조사대상업체의 업종과 제품생산 유형과의 관련성을 살펴본 결과는 Table 2와 같이 제직전문업체와 염색가공업체의 경우 자체생산의 빈도가 높은 반면 제직준비업체의 경우 하청을 받아서 생산하는 빈도, 수출업체는 하청생산을 의뢰하는 빈도가 높은 것으로 나타났다.

**4.2. 섬유업체간 협력관계의 특성**

**협력과 하청관계 여부** : 본 연구에서 하청관계는 원청업체가 하청업체에게 생산을 의뢰하거나 하청업체가 생산을 의뢰받는 두 경우 모두를 포함하는 관계를 의미하는데, 조사대상업체의 90%(147개 업체)가 하청관계에 의해서 제품을 생산하고 있다고 응답하였다. 조사대상업체의 업종과 하청관계의 유무에 따라 업체를 분류해본 결과는 Table 3과 같이 모든 업종에서 대부분 하청관계를 맺고 있는 것으로 나타났다. 염가공업체의 경우 다른 업종에 비해 상대적으로 하청관계를 적게 맺고 있는 반면 수출업체의 경우는 더 많이 맺고 있는 것으로 나타났다.

한편 본 연구에서 협력관계는 하청관계를 제외하고 공동의 사업목표를 달성하기 위해 기업간에 맺는 협력적 관계를 의미하는데, 모든 업종에서 하청관계보다는 빈도가 낮았지만 조사대상업체 가운데 68.1%(111개 업체)가 협력관계를 맺은 경험이 있는 것으로 나타났다(Table 3). 업종별로 하청관계의 패턴과 유사한 경향을 보였는데, 즉 염가공업체의 경우 협력관계의 빈도가 가장 낮았으며, 수출업체의 경우 협력관계의 빈도가 가

장 높게 나타났다.

이는 상당수의 수출업체가 하청업체에 의해서 제품을 생산하여 수출하는 형태이기 때문인 것으로 볼 수 있다. 또한 제직전문업체와 제직준비업체의 경우도 협력관계의 빈도가 높게 나타나 각 공정단계에 있는 섬유업체간의 연계성이 높다는 것을 반영한다. 이와 같이 대구·경북 지역의 섬유업체간의 하청관계와 협력관계의 빈도가 높은 것은 섬유산업이 일관된 다단계의 생산구조이나 별도의 업종으로 구성되어 있기 때문에 상호 유기적인 관계에서 제품이 생산되기 때문이다.

**협력(하청)분야** : 섬유업체간 협력(하청) 경험분야를 조사한 결과 생산위탁/부품조달, OEM생산/외주생산 등 생산에 관련된 협력의 빈도가 가장 높은 것으로 나타났으며 공동마케팅, 라이선싱, 합작투자 등에 관한 협력관계는 낮은 것으로 나타났다(Table 4).

이 중 조사대상업체가 가장 중요하다고 판단하는 협력(하청)분야는 제품개발과 생산위탁/부품조달이었으며, 미래에 희망하

**Table 4.** 협력(하청)분야에 대한 빈도 (단위 : 개, %)

협력분야	현재진행중인 분야	미래 희망 분야	가장중시하는 협력분야
생산위탁, 부품조달	95(26.0)	26(8.7)	31(23.0)
OEM생산과 외주생산	87(23.8)	21(7.1)	14(10.4)
제품개발	51(14.0)	64(21.5)	34(25.2)
판매제휴	35(9.5)	40(13.4)	15(11.1)
기술제휴	28(7.6)	40(13.4)	16(11.8)
공동생산	26(7.1)	25(8.4)	5(3.7)
업무제휴	21(5.7)	23(7.7)	10(7.4)
공동마케팅	9(2.4)	26(8.7)	7(5.2)
라이선싱	5(1.4)	7(2.4)	0(0)
합작투자	4(1.1)	22(7.4)	1(0.7)
기타	5(1.4)	4(1.3)	2(1.5)
합계	366(100)	298(100)	135(100)
복수응답			

**Table 2.** 업종별 제품생산유형의 빈도

	제직전문업체	제직준비업체	염가공업체	수출업체	기타	합계
자체생산업체	32(19.6)	11(6.8)	9(5.5)	5(3.1)	10(6.1)	67(41.1)
원청업체	4(2.5)	4(2.4)	4(2.4)	19(11.6)	6(3.7)	37(22.6)
하청업체	20(12.3)	20(12.3)	5(3.1)	0	11(6.8)	56(34.5)
기타	0	1(0.6)	0	0	2(1.2)	3(1.8)
합계	56(34.3)	36(22.1)	18(11.0)	24(14.8)	29(17.8)	163(100)

**Table 3.** 업종별 하청관계 및 협력관계의 유무에 따른 빈도

	제직전문업체	제직준비업체	염가공업체	수출업체	기타	합계
하청관계 유	49(30.1)	34(20.8)	14(8.6)	23(14.1)	27(16.6)	147(90.2)
하청관계 무	7(4.3)	2(1.2)	4(2.5)	1(0.6)	2(1.2)	16(9.8)
합계	56(34.4)	36(22.1)	18(11.1)	24(14.7)	29(17.8)	163(100)
협력관계 유	38(23.3)	25(15.3)	6(3.7)	18(11.1)	24(14.7)	111(68.1)
협력관계 무	18(11.0)	11(6.8)	12(7.4)	6(3.7)	5(3.1)	52(31.9)
합계	56(34.3)	36(22.1)	18(11.0)	24(14.8)	29(17.8)	163(100)

는 협력분야로는 제품개발의 빈도가 가장 높았고, 판매제휴, 기술제휴 등도 높게 나타났다. 즉, 현재 생산부분에서의 협력(하청)관계를 가장 많이 유지하고 있지만 제품개발에서의 중요성을 인식하고 있으며 향후 생산분야보다는 제품력 향상 그리고 판로개척에 대한 관심이 더 높은 것을 알 수 있다.

협력(하청)관계의 동기를 복수응답으로 알아본 결과, 생산위탁/공동생산(빈도=89), 비용절감(61), 판매대행/판로개척(40), 생산기술 향상(29), 신제품 개발(24), 제품의 다양성 확보(24), 과당경쟁 지양(11), 기술습득(9) 순으로 높게 나타나, 협력(하청)분야에서와 유사하게 조사대상업체들이 생산위탁/공동생산, 비용절감, 판매대행/판로개척에 대한 수요가 많았음을 알 수 있다.

**협력(하청)업체의 특성 :** 조사대상업체가 여러 협력(하청)업체와 다양한 협력(하청)분야에서 거래를 할 수 있으므로 협력(하청)관계를 보다 면밀히 살펴보기 위해 가장 중요한 협력(하청)관계를 하나만 선정하여 다음의 질문들에 응답하도록 요구되었다. 이렇게 선정한 협력(하청)관계를 맺고 있는 상대방 업체의 업종은 제직전문업체(26.9%), 제직준비업체(23.1%), 수출업체(14.1%), 원사업체(13.5%), 염가공업체(12.8%), 의류패션업체(5.1%), 기타(4.5%)로 나타나 다양한 섬유업체간의 협력관계가 이루어지고 있다는 것을 알 수 있다.

이를 좀 더 구체적으로 살펴보기 위해서 조사대상업체의 업종과 협력(하청)업체의 업종간 관계를 알아본 결과, Table 5에서 처럼 동종 업종간의 협력(하청)관계가 가장 높은 빈도를 보였다. 이외에도 제직준비업체와 제직전문업체간, 제직전문업체와 수출업체간의 협력(하청)관계도 비교적 높은 것으로 나타나 관련업종간의 협력관계도 비교적 활발한 것으로 보인다. 즉, 대구·경북 지역 섬유업체의 경우 동종 업종 및 이 업종간의 협력관계가 많이 이루어지고 있는 것을 알 수 있다.

**협력(하청)기간과 형태 :** 협력(하청)관계를 맺은 기간은 1년 미만인 15.6%, 1-2년 미만 20.7%, 2-3년 미만 17.0%, 3-4년 11.1%, 4-5년 11.9%, 5년 이상이 23.0%로 나타나 단기간에서부터 장기간에 걸쳐서 협력관계를 맺고 있는 것으로 나타났다. 협력기간이 조사대상업체의 설립연도(역사)와 종업원 수와 관련이 있는지 보기 위해 상관계수를 산출한 결과, 역사가 길수록 협력기간이 길었으며( $r=0.38, p<0.01$ ), 종업원 수가 많을수록 협력기간이 긴 것으로 나타나( $r=0.31, p<0.05$ ), 산업에 종사한 기간과 기업의 규모가 협력기간과 비례함을 알 수 있었다.

한편 협력(하청)관계를 체결한 형태는 계약서 작성이 61.5%

로 가장 높게 나타났으며, 구두계약이 32.7%로 나타나 협력 업체간에 신뢰를 바탕으로 다소 비공식적인 관계에 의해 거래하는 비중도 높다는 것을 반영한다.

**협력(하청)관계의 성과에 대한 인식 :** 협력(하청)관계의 성과는 제품품질(평균=3.3), 납기단축(3.2), 원가절감(3.0), 매출(2.9), 수익성(2.8) 순으로 높게 나타나, 협력(하청)관계의 조사대상업체들이 제품품질, 납기단축, 원가절감에서 상대적으로 성과가 더 높은 것으로 평가하였는데, 이는 조사대상업체들의 협력(하청)관계가 생산위탁/공동생산, 비용절감을 목적으로 하고 있는 것과 같은 맥락으로 볼 수 있다.

한편 차별화된 제품개발 및 고부가가치 제품생산에 의한 매출증대와 수익성확보 측면에서 협력관계가 보다 활발해져야 한다는 것을 시사하고 있다. 이러한 협력성과의 5분항에 대한 신뢰도 계수는 0.75로 나타났다. 이 협력성과가 협력기간과 관련이 있는지를 보기 위해 상관계수를 산출한 결과 유의하지 않은 것으로 나타나( $r=0.13, p=0.12$ ), 협력기간이 길다고 해서 반드시 더 높은 성과를 보장하는 것은 아니라는 것을 알 수 있다.

4.3. 경쟁에 대한 인식과 협력관계

**경쟁에 대한 인식 :** 본 연구에서 섬유업체의 경쟁에 대한 인식은 시장 및 제품의 경쟁정도에 대한 인식과 조사대상업체 자사의 경쟁력에 대한 인식으로 구분하여 측정하였다. 먼저, 시장과 제품의 경쟁 정도에 대한 업체의 인식을 알아본 결과, ‘생산업체의 과다(평균=4.0),’ ‘치열한 경쟁 (4.0),’ ‘수주예측의 어려움(3.8),’ ‘유사한 제품생산(3.8),’ ‘빈번한 신제품 출시(3.0)’ 순으로 나타났다.

이는 업체들이 시장과 제품에 있어서 공급과다로 인해 경쟁이 더욱 치열해지고 있음을 인식하고 있다는 것을 보여 주며, 차별화된 제품, 고부가가치 제품, 비의류용 제품 등에서의 제품개발이 상대적으로 부족하며 중저가의 범용품 생산에 주력하고 있어서 경쟁력을 상실해 가고 있는 섬유업체의 현실을 반영하는 것으로 볼 수 있다. 이 5분항은 이 후 분석에 이용하기 위해 합산하였으며 신뢰도 계수는 0.76으로 나타났다.

조사대상업체의 자사 경쟁력에 대한 인식을 알아본 결과 기업신용도(평균=3.83), 품질관리(3.81), 서비스(3.74), 기술수준(3.50) 등을 높게 평가한 반면 판매촉진(2.80), 연구개발(2.93), 바이어 확보(2.99) 등을 낮게 평가하여 우리나라 섬유업체가 갖고 있는 단점을 잘 반영하고 있다고 볼 수 있다.

Table 5. 조사대상업체와 협력(하청)관계업체의 업종에 따른 빈도

(단위 : 개, %)

조사대상업체 업종	제직전문업체	제직준비업체	염가공업체	수출전문업체	기타	합계
제직전문업체	19(12.2)	11(7.0)	4(2.6)	7(4.5)	12(7.7)	53(34.0)
제직준비업체	11(7.0)	17(10.9)	1(0.6)	3(1.9)	3(1.9)	35(22.4)
염가공업체	2(1.3)	3(1.9)	7(4.5)	2(1.3)	3(1.9)	17(10.9)
수출전문업체	6(3.8)	2(1.3)	4(2.6)	7(4.5)	4(2.6)	23(14.7)
기타	4(2.6)	3(1.9)	4(2.6)	3(1.9)	14(9.0)	28(18.0)
합계	42(26.9)	36(23.1)	20(12.8)	22(14.1)	36(23.1)	156(100)

**Table 6.** 자사 경쟁력 인식의 요인분석 결과

문항 및 요인	요인 부하량	설명량	신뢰도 계수	평균
<b>요인 1: 자원력</b>				
기업신용도	.75			3.83
서비스	.68			3.74
품질관리	.68	37.5%	.77	3.81
자금력	.60			3.14
가격	.60			3.01
전문인력확보	.47			3.14
<b>요인 2: 제품개발 및 생산력</b>				
연구개발	.76			2.93
제품개발	.75			3.38
기술수준	.64	10.5%	.81	3.60
생산설비	.57			3.38
판매촉진	.56			2.80
디자인/품질	.54			3.57
<b>요인 3: 판매력</b>				
바이어 확보	.81			2.99
시장조사	.81	8.4%	.78	3.06
판로개척	.63			3.02

경쟁력 인식의 15문항은 Varimax 회전과 함께 요인분석을 실시한 결과 3 요인이 추출되었다. Table 6에서 보이는 것처럼 이러한 3요인은 ‘자원력’, ‘제품개발 및 생산력’, ‘판매력’ 등으로 각각 명명하였다. 이러한 3 요인의 설명력은 56.4%이며 신뢰도계수는 0.77이상으로 나타났다.

**경쟁에 대한 인식과 협력(하청)관계 :** 시장 및 제품에 대한 경쟁정도 인식과 자사 경쟁력에 대한 인식이 하청관계 그리고 협력관계의 유무에 따라 차이가 있는 지를 보기 위해 t검정 결과 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다(Table 7). 즉, 시장과 제품에 대한 경쟁정도의 인식, 그리고 자사의 경쟁력에 대한 인식이 낮거나 높다고 하청관계나 협력관계를 맺는 것은 아니며 동시에 협력(하청)관계가 경쟁의 인식에 영향을 미치지 않는다는 것을 나타낸다고 할 수 있다.

또한 시장과 제품에 대한 인식과 협력(하청)관계 기간과는 유의한 상관성이 없는 것으로 나타났다( $r=0.11, p=0.22$ ). 그러나 협력(하청)관계의 기간은 자사에 대한 경쟁력 인식과 유의한 상관성이 있는 것으로 나타났다. 즉, 협력(하청)기간이 오래될수록 자사의 자원력을 높게 평가하는 것으로 나타났다. 이는 앞서 산업에 종사한 기간(역사)이 길수록 협력(하청)관계의 기간도 긴 것과 관련이 있는 것으로 보이는데 역사가 길수록 협력(하청)관계의 기간도 길 것이며 이는 자사의 자원력을 보다 긍정적으로 인식하게 하는 것이다.

이러한 인식은 협력(하청)관계의 성과에 대한 인식에도 영향을 주는 것으로 보이는데, 경쟁에 대한 인식과 협력관계의 성과와의 관계에서 자사의 자원력과 제품 개발 및 생산력과는 유의한 상관성이 있는 것으로 나타났으나 자사의 판매력이나 시장과 제품에 대한 경쟁인식( $r=0.14, p=0.08$ )과는 유의한 상관성이 없는 것으로 나타났다.

**Table 7.** 협력(하청)관계에 따른 경쟁인식

	자원력	제품 생산/개발력	판매력
하청관계 유	3.47	3.25	3.03
하청관계 무	3.22	3.00	2.88
t 값	1.66	1.54	0.74
협력관계 유	3.46	3.28	3.09
협력관계 무	3.42	3.09	2.86
t 값	0.43	1.66	1.74
(상관계수)			
협력기간	0.20*	0.12	0.10
협력관계의 성과	0.20*	0.30**	0.15

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$

<sup>ab</sup>: 동일문자는 Scheffe 검정결과 0.05수준에서 차이가 없음

## 5. 결 론

본 연구는 대구·경북지역 섬유업체들간의 협력관계에 관한 실태를 중심으로 조사하였다. 조사대상업체는 주로 제직 관련 업체들이었으며 상당수가 영세한 기업이었고 과반수 이상이 1995년 이후 설립되었다. 제품생산과 조달에 있어서는 자체생 산업체의 비중이 가장 높았으나 모든 업종에 있어서 하청관계를 맺고 있는 것으로 나타났다.

조사대상업체들의 68.1%가 2개월에서 12년에 걸쳐 협력관계를 맺은 경험이 있는 것으로 나타났으며 업체의 역사가 길고 규모가 클수록 협력기간도 긴 것으로 나타났다. 한편 타업종 보다 동종업체간 협력관계의 빈도가 더 높은 것으로 나타났는데, 이는 협력분야가 주로 생산위탁과 외주생산 등에 집중되어 있기에 나타난 결과라고 볼 수 있다.

조사대상업체가 자사의 기업신용도, 품질관리 및 서비스에 있어서는 경쟁력을 높게 평가하였으나 연구개발과 판매 측면에 있어서는 낮게 평가하여 신제품 개발과 판로개척의 문제점을 나타내 주고 있다. 이러한 조사대상업체의 경쟁력은 협력관계의 유무에 따라서는 차이가 없는 것으로 나타났다. 이는 상당수의 업체들이 하청 또는 협력관계를 장기간에 걸쳐서 맺고 있기에 업체의 경쟁력에 미치는 영향이 상쇄된 것일 수도 있을 것이다.

대내외적 환경의 변화로 경쟁이 더욱 심화되고 있는 상황에서 지역 섬유업체들이 이제까지 해왔던 중저가의 범용품을 생산하는 업체로서 생존·발전할 수 있는 기회는 매우 제한되고 볼 수 있다. 다시 말해서, 정보수집, 상품기획과 개발, 기술개발, 판로 개척, 자금력, 전문인력확보 등에서 한계를 갖고 있는 지역 섬유업체가 더욱 다양화, 개성화, 차별화되는 소비자의 요구에 대응하기는 힘든 상황이다.

그러므로, 지금과 같이 OEM형태로 임가공비를 받고 주문된 제품을 생산하며, 제품의 생산과 판매를 증가시키기 위해서 생산설비를 증설하고 거래선을 확대하기 보다는 각 공정 단계의 업체가 상호보완하여 소비자가 요구하는 제품을 생산할 수 있어야 할 것이다. 이를 위해서는 각 공정단계의 업체가 각각의

기술력을 향상시키면서 서로 보완하는 협력관계를 형성하여 공동의 파트너로서 시장의 요구에 대응하는 신상품을 개발하여야 할 것이며, 이러한 협력관계 형성을 통하여 출혈경쟁을 지양하는 수주질서를 확립하여 수주가격을 현실화함으로써 기업의 이익을 확보할 수 있을 것이다.

본 연구에서 조사대상업체가 향후 희망하는 협력(하청)관계로서 제품개발, 판매제휴, 기술제휴 등의 분야를 많이 지적한 것은 지역의 섬유업체가 이러한 분야에서의 필요성을 인식하고 있음을 반영한다고 할 수 있다. 즉, 적어도 지역의 업체들이 경쟁력을 위해 필요한 부분을 공감하고 있음은 매우 다행스러운 일이다. 이제 현재의 생산분야에서의 협력(하청)관계 중심에서 나아가 실질적으로 이러한 제품개발과 판매 및 기술제휴부분의 협력적 관계를 구축하는 데 초점을 두어야 할 것이다.

따라서 향후 연구는 현재 협력관계에 대한 섬유업체들의 인식을 토대로 이러한 협력관계를 구축하는 데 바람직한 영향을 주는 요인들을 추출하고 실질적인 협력관계 구축 및 협력관계의 관리 유지를 위한 제반 요인들을 제시하는데 중점을 두어야 할 것이다. 궁극적으로 지역 섬유업체의 경쟁력 향상을 위해 본 연구는 섬유업체간 협력관계의 기초적인 실태를 파악하였다는 점에서 의의가 있다.

본 연구를 수행하는 과정에서 몇 가지 한계점이 있었음을 밝힌다. 먼저 조사대상업체가 하청관계와 협력관계의 구분을 명백하게 인식하지 못하여 응답에 있어서 이 두 관계를 혼돈했을 가능성이 있다. 따라서 본 연구에서 하청 및 협력관계가 명확하게 구분되어 분석되지 못하였다. 또한 자료수집과정에서 의도한 것보다 설문지 회수율이 상당히 낮아 본 연구에서 분석된 표본이 지역의 섬유업체들을 대표하는데 한계가 있다.

**감사의 글 :** 이 논문은 2002년도 한국학술진흥재단의 지원에 의하여 연구되었음(KRF-2002-072-BS1009).

### 참고문헌

강전택 (2001) 중소기업의 전략적 제휴 현황 및 활성화 방안. *중소기업은행 기은조사*, 39(3), 33-65.  
 권기대 (1998) 유통경로상에서 구매자-판매자간의 관계적 특성이 파트너십에 미치는 영향에 관한 연구. 연세대학교 대학원 박사학

위논문.  
 권업 (1998) 중소기업 수출기업의 지속적 경쟁우위모형-경쟁력 결정요인의 인과관계분석-. *한국중소기업학회지*, 20(1), 91-111.  
 김영민 (2001) 한국기업의 공급체인관리(SCM) 도입 요인에 관한 연구. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.  
 류건우 · 하영석 · 이재훈 · 김정희 · 최문창 (1999) “신속대응시스템 구축을 위한 대구섬유산지의 파트너십 모형 개발”. 계명대학교 섬유 · 패션산업특화국제전문인력양성국책사업단, pp.63-74.  
 박광희 · 김정원 · 유화숙 (2003) “섬유패션산업”. 교학연구사, 서울, pp.12-44.  
 빈봉식 (1998) 기업의 전략적 제휴에 관한 연구. *동림경영연구*, 8, 45-66.  
 이재훈 (2000) 섬유산업의 경쟁력강화에 관한 연구 -천연섬유산업내 기업간 파트너십 만족도를 중심으로-. *경영연구*, 15(4), 99-116.  
 이재훈 (2001) 섬유산업내 중소기업간 파트너십에 관한 탐색적 연구. *영남대학교 사회과학연구*, 20(2), 129-148.  
 이재훈 · 하영석 · 류건우 (2001) 중소기업간 관계만족도에 관한 연구: 섬유산업내 제작업체와 제작준비업체 간의 관계를 중심으로. *중소기업연구*, 23(3), 259-284.  
 전용옥 · 여경철 (2002) 전략적 제휴의 유형과 사업성과에 관한 연구. *국제경영연구*, 13(2), 259-287.  
 표정호 (2001) 한국 통신사업자와 해외시장진출 파트너십 전략. *순천향대학교 사회과학연구*, 6(2), 201-231.  
 하영석 · 류건우 · 이재훈 (1999) 대구섬유산지의 공급연쇄망 구축방안. *불류학회지*, 9, 33-51.  
 한국섬유개발연구원 (2001, 12). 대구경북지역 섬유업체 시설현황조사. 한국섬유개발연구원  
 Anderson J.C. and Narus J.A. (1990) A model of distributor firm and manufacturer firm working partnerships. *Journal of Marketing*, 54(1), 42-58.  
 Brothers K.D., Brothers L.E. and Wilkinson T. (1995) Strategic alliances: choose your partner. *Long Range Planning*, 28(3), 18-25.  
 Kanter R.M. (1994) Collaborative advantage. *Harvard Business Review*, July-August, 96-108.  
 Niederkofler M. (1991) The evolution of strategic alliances: opportunities for managerial influence. *Journal of Business Venturing*, 6, 237-257.  
 Stiles J. (1994) Strategic alliances: making them work. *Long Range Planning*, 27(4), 133-137.  
 Shanghnessy H. (1995) International joint ventures: managing successful collaborations. *Long Range Planning*, 28(3), 10-17.  
 Thomas J.B. and Trevino L.K. (1993) Information processing in strategic alliance building: a multiple-case approach. *Journal of Management Studies*, 30(3), 779-814.  
 (2003년 7월 22일 접수)