

# 국내시장에서의 중국 수산물 경쟁력 분석<sup>†</sup>

장 영 수\*

## An Analysis of the Chinese Fishery Products Competitiveness in Korean Market

Jang, Young-Soo

### < 목 차 >

- |                       |                  |
|-----------------------|------------------|
| I. 서론                 | 4. 수산물무역의 선행연구   |
| II. 한중수산물무역구조         | IV. 연구가설 및 모형    |
| 1. 한국의 수산물 수입         | 1. 분석모형 및 연구가설   |
| 2. 중국으로부터의 수산물 수입     | 2. 조작적 정의 및 연구변수 |
| III. 이론적 배경 및 선행연구 검토 | V. 실증분석          |
| 1. 경쟁력                | VI. 결론           |
| 2. 관계발전이론             | 참고문헌             |
| 3. 파트너 선택 및 신뢰        | Abstract         |

### I. 서 론

연근해 어업자원의 한계와 국제 규제와 연안국들의 입어 제한 등으로 인해 국내 수산물 시장에 있어 수입수산물이 차지하는 비중은 점점 확대되고 있다. 2003년 국내어업생산량은 2,487천톤으로 1990년대의 3백만톤대 이후 계속하여 감소하고 있다. 반면, 수산물수입은 2003년 1,239천톤으로 급속한 증가를 보이고 있다. 이러한 수산물수입규모는 국내 일반해면어업(1,000천톤대), 원양어업(500천톤대), 천해양식어업(800천톤대)에 비하면 가장 큰 수산물공급원으로 자리 잡고 있다고 할 수 있다.

접수 : 2004년 10월 1일      게재확정 : 2005년 2월 10일

<sup>†</sup>본 연구는 2002년 동원학술연구재단의 연구비에 의해 연구되었음.

\*부경대학교 해양경영학부 부교수

특히 우리나라 수산물 수입은 다양한 국가로부터 수입되고 있는데 그 중 단연 선두에 위치하고 있는 나라가 중국이다. 중국으로부터의 수산물 수입은 2003년 462천톤으로 전체 수산물 수입의 37%를 차지하고 있고, 이는 양적인 면에서나 금액적인 면에서 상당히 확대되고 있다. 물론 앞으로도 중국수산물수입은 지속적으로 증가할 것으로 예상된다.

한편, 수산물무역에 관한 문제시각에는 여러 가지 견해가 있어 왔다. 예를 들면 장영수(1997)는 국제해양수산물규제 및 신어업협정, WTO 등을 중심으로 하는 국제무역환경 변화에 따라 국내수산물생산에 따른 공급은 위축되고 이에 반해 수산물수입은 다양한 형태로 확대될 것으로 예측하고 있다. 특히 200해리 설정에 따른 원양어획물의 대체 수산물 수입, 국내소비의 고급화에 대응하기 위한 고급어종의 수입 그리고 국내 수산물에 비해 가격 경쟁력을 가진 경쟁 수산물의 수입과 같이 성격을 달리하는 수입 수산물이 지속적으로 증가할 것으로 분석하였다. 그리고 최근에는 최정윤·김정봉(2003)은 수산물 수출입 경쟁구조 분석을 한일간 수산물교역을 통해 실시하였다. 여기에서는 현시비교우위지수(RCA지수), 시장집중도지수(RMI지수), 수출경합도, 수출 점유율 등과 같이 시장비중을 이용한 일본 시장에서의 우리나라 수산물 경쟁력을 분석하고 결국 시장점유율의 하락에 따른 경쟁력 하락을 확인하고 있다. 그 외에도 홍성걸(1997)과 같이 한중수산물가격차에 입각한 가격우위론에 의한 무역 경쟁력 분석 등도 있다. 하지만 이러한 연구들은 시장성과의 결과론적 비교우위나 생산요소의 수준 차이에 의한 경쟁력 분석을 실시하고 있다.

본 연구는 이러한 연구와는 다른 시각에서 경쟁력을 규명하고자 한다. 특히 오늘날과 같이 기업이 해외에 직간접 투자 활동을 하면서 현지 생산자본과의 관계를 구조화 시켜가면서 무역 활동을 병행 실시하고 있는 현상이 일반화되고 있는 상황에서 단순한 생산 비교 우위적 시각에서 무역을 규명하기에는 한계가 있다고 할 수 있다. 특정 국가 상품이 상대적으로 저가격이기 때문에 수입이 확대되고 있는 것도 사실이지만 반드시 생산요소를 기초로 하는 가격우위론에 입각하여 성립되는 것만은 아니다. 본 연구는 국내수산물시장에서의 중국수산물의 확대 논리를 규명하는 것을 목적으로 함에 있어 문제의식을 지금까지의 시장점유율에 의한 결과론적 우위 확인이나 비교 우위론에 입각한 가격 경쟁력과는 다른 무역주체간의 상호 의존 관계적 시각에서 접근하기로 한다. 우리나라의 입장에서 과연 어느 나라 파트너와의 무역 거래가 보다 구조적이며 나아가 상호 호혜적인 관계를 구축하고 있는지 규명한다면 이것이 곧 상대 파트너국 수산물의 구조적인 시장점유율 확대 및 상품 경쟁력으로 이어진다고 할 수 있을 것이다.

## II. 한중 수산물 무역 구조

### 1. 한국의 수산물 수입

우리나라의 수산물 수출입 구조는 상당히 변해 있다. 이미 많이 언급되었듯이 수출 감소-수입 증가에 따른 무역 역조 현상은 새삼스러운 것이 아니다. 과거 수산물 수입 개방 이전의 수출 원자재 확보를 위한 수산물 수입에서 지금의 활어, 선어 수입과 같이 고선도 고회전을 요구하는 상시적 수산물 수입으로의 전환은 가히 수산물 소비국으로서의 위상을 확인할 수 있는 대목이다. 특히 수산물 수입 규모는 2003년 약 20억 달러에 육박하면서 2조원을 넘어서고 있다. 이는 국내수산물 총생산규모 약 4.7조의 40%를 넘는 수준으로 새로운 수산물공급원으로 구조화되었다고 할 수 있다.

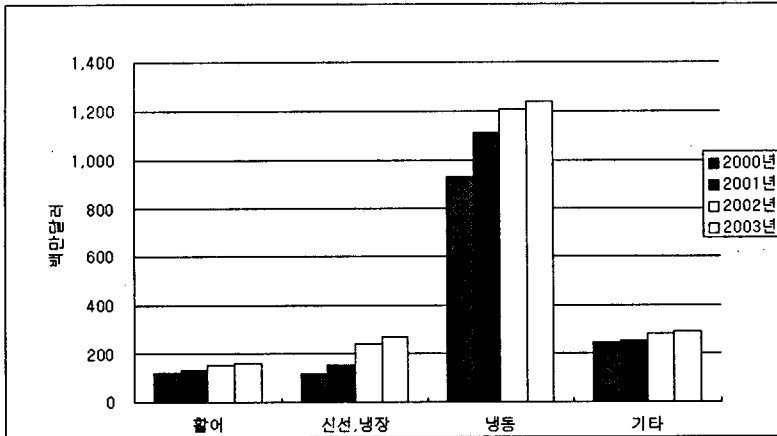
〈표 II-1〉에서 확인할 수 있듯이 양적인 측면에서도 2000년 이후 지속적으로 증가하고 있으며, 러시아와 베트남으로부터의 수산물 수입 증가가 현저하게 나타나고 있다. 한편 주요 국가별 수산물수입을 살펴보면 2003년 기준 중국이 461,971톤으로 전체 수산물수입의 37.3%로 1위를 차지하고 있다. 다음으로 러시아 269,918톤의 21.8%로 2위를 차지하고 뒤를 이어 미국, 일본, 베트남, 태국 순으로 위치하고 있다. 따라서 중국의 경우는 양적인 증가와 최고 수입대상국으로 자리 잡고 있음을 알 수 있다.

〈그림 II-1〉은 주요 형태별 수입 현황을 보여주고 있다. 우리나라의 형태별 수산물수입은 냉동수산물이 전체 수입의 60%를 넘게 차지하고 있고 신선, 냉장과 기타류

〈표 II-1〉 우리나라 주요 국가별 수산물 수입실적

	2000	2001	2002	2003	구성비(2003)
계	749,191 (100)	1,056,252 (141)	1,186,400 (158)	1,238,603 (165)	100.0
중국	283,420 (100)	474,045 (167)	491,315 (173)	461,971 (163)	37.3
러시아	81,265 (100)	92,856 (114)	189,464 (233)	269,918 (332)	21.8
미국	75,588 (100)	93,969 (124)	89,603 (119)	82,485 (109)	6.7
일본	67,741 (100)	69,679 (103)	74,536 (110)	69,257 (102)	5.6
베트남	33,374 (100)	49,107 (147)	61,504 (184)	67,416 (202)	5.4
태국	18,284 (100)	28,184 (154)	29,106 (159)	34,692 (189)	2.8

자료 : 관세청



자료 : 관세청

〈그림 II - 1〉 주요 형태별 수산물 수입 현황

가 14%, 활어가 8%를 구성하고 있다. 특히 냉동 수산물의 경우라도 냉동가공수산물은 물론이고 원형을 유지하면서 어종별, 크기별, 품질별로 선별하여 동결 가공한 상품이 중심을 이루고 있다. 특히 냉동수산물무역은 계획적 상품 생산 보편과 물류적 측면에서 일정량 이상의 규모가 요구되기 때문에 수출업자의 임의적 생산 가공은 시장의 실패를 초래한다. 따라서 수입업자의 시장 기호에 맞도록 생산 가공된다는 점에서 수출업자와 수입업자는 일시적인 아닌 구조적인 관계를 유지할 필요가 있다.

## 2. 중국으로부터의 수산물 수입

우리나라의 수산물 수입을 품목별로 살펴보면 〈표 II - 2〉와 같이 2003년 금액기준으로<sup>1)</sup> 명태(냉동)가 전체 수입의 9.2%를 차지하면서 1위를 차지하고 있고, 다음으로 조기(냉동) 6.0%, 기타 연육(냉동) 3.6%, 명란(냉동) 3.5, 갈치(냉동) 3.4%, 꽃게(냉동) 2.9%, 기타 새우류(냉동) 2.9%, 아귀(냉동) 2.8%, 낙지(냉동) 2.4%, 명태 연육(냉동) 2.4% 순으로 구성되고 있다. 이처럼 상위 10위에 위치하고 있는 수입수산물 전부가 냉동품이 차지하고 있고 특히 주요 원산지를 살펴보면 중국이 대부분의 품목에서 주요 수출국으로 자리하고 있음을 알 수 있다. 심지어 고가격 어종인 조기의 경우는 99.4%가 중국으로부터 수입되고 있고, 갈치의 68.2%, 꽃게의 66.7%, 아귀의 29.0%, 낙지의 84.1%가 중국을 원산지로 하고 있다.

이상에서 살펴 본 바와 같이 우리나라 수산물수입 파트너로서의 중국은 더 이상 단

1) 양보다는 가격에서 높은 비중을 차지하고 있는 것으로 생각되는 활어, 신선, 냉장, 가공품과의 비교를 위해 금액 기준으로 살펴보기로 함.

## 국내시장에서의 중국 수산물 경쟁력 분석

〈표 II - 2〉 주요 품목별 수산물 수입 현황

순위	품목별	수입실적 (백만달러)	품목별 비중	주요 국가별 비중
		1,961	100	
1	명태(냉동)	180	9.2	러시아(93.7)
2	조기(냉동)	127	6.0	중국(99.4)
3	기타연육(냉동)	71	3.6	베트남(32.1), 태국(20.9), 중국(17.3)
4	명란(냉동)(필렛트, 어육제외)	68	3.5	러시아(75.5), 미국(16.7)
5	갈치(냉동)	66	3.4	중국(68.2), 인도네시아(9.5)
6	꽃게(냉동)	56	2.9	중국(66.7)
7	기타새우와보리새우(냉동)	56	2.9	태국(55.9), 필리핀(10.5)
8	아귀(냉동)	54	2.8	미국(52.4), 중국(29.0)
9	낙지(냉동)	48	2.4	중국(84.1)
10	명태연육(냉동)	48	2.4	미국(96.5)

자료 : 관세청

순 저가격 수산물의 수출국을 넘어선 새로운 수산물 공급기지로써 위치하고 있다고 보아야 할 것이다. 이러한 중국 수산물의 성장 확대를 지금까지와 같은 가격우위론으로 설명하기에는 한계가 있을 것이다. 따라서 본 논문에서는 기존의 연구 시각과는 다른 수출업자와 수입업자 사이의 관계론 시각에서 규명하기로 한다.

### Ⅲ. 이론적 배경 및 선행 연구 검토

#### 1. 경쟁력

우리는 일반적으로 우위, 이익 등을 얻기 위해 상대방을 능가하려고 노력하는 상태를 경쟁이라고 말한다. 그러나 고전경제학에서는 경쟁의 본질을 설명하기 위해 수요의 성격과 가격탄력성을 중심으로 분류된 모델로서 제품의 동질성, 시장에 대한 기업의 지식, 시장에의 진입 및 철수장벽 등에 대한 가정을 두고 독점, 과점, 복점적 경쟁, 완전경쟁으로 구분하고 있다. 산업조직론적 관점에서는 기업간의 경쟁은 환경의 특성에 따라 시장 구조, 경쟁사의 전략 유형에 따라 경쟁 강도가 달라진다고 보고 있다<sup>2)</sup>.

한편, 경쟁력은 동일하거나 유사한 목표를 추구하는 서로 다른 주체 또는 조직들 간에서 발생하는 특정분야에서의 상대적인 비교우위라고 할 수 있다. 경쟁력 범위는 동일 제품의 경쟁력, 동일 업종에 참여하는 기업들의 경쟁력, 동일업종에 참여하는 기업들의 집합체인 특정 산업과 대체가능한 제품을 생산하는 산업과의 경쟁력 그리고 외국의 동일 산업에서의 경쟁력으로 확대된다. 또한 국제 경쟁력이란 한나라의 특정 상

2) 植草 益, 産業組織論, 築摩書房, 1994. p9 - 51.

품이 다른 나라의 그것과 국제시장에서 싸워 이길 수 있는 힘을 말한다<sup>3)</sup>. 그러나 경쟁력을 논의할 때 그 개념이 명확하지 못한 데는 다음과 같은 3가지 이유를 들 수 있다<sup>4)</sup>. 첫째, 그 범위를 명확하게 제시하고 분석차원(범위 : scope of analysis)과 분석단위(unit of analysis)간의 관계를 구분하여 제시하지 않거나 불분명하기 때문이다<sup>5)</sup>. 둘째, 국제경쟁력을 사전적으로 파악하는 결정요인과 사후적으로 파악하는 평가요인을 혼용하고 있다는 점이다. 셋째, 국제경쟁력은 상대적 개념이며 동태적 개념이라는 사실을 간과하고 있는 경우가 많기 때문이다.

경쟁력 결정이론에 관한 연구는 다양하게 진행되어 오고 있는데 이는 크게 두 가지 정도의 연구 흐름으로 요약될 수 있을 것이다. 첫째는 경영활동 이후에 나타나게 되는 성과를 중심으로 사업 주체간이나 기업간 성과의 원인과 결과 등에 대해 분석하는 평가이론이 있다<sup>6)</sup>. 둘째는 특정 분야에서 경쟁자에 비해 비교우위를 누릴 수 있는 경쟁력 결정요인과 경쟁력 강화 전략 등을 주로 연구하는 이론이다. 전자는 사후적 연구 성격이 강한 반면 후자는 사전적 연구 성격이 강하다고 할 수 있다.

국제경쟁력 결정요인에 대한 연구는 분석 차원에 따라 세 가지로 나눌 수 있는데, 첫째는 주로 국가차원에서 국가간의 비교우위를 중심으로 접근하는 국제교역 이론적 접근방법이다<sup>7)</sup>. 둘째는 주로 기업차원에서 기업특유의 생산, 재무, 마케팅 등에서의 경쟁우위를 중심으로 이론을 발전시킨 국제경영학 접근방법이다<sup>8)</sup>. 셋째는 이 두 가지 접근방법을 통합하여 국가와 기업에 적용하는 통합적 접근방식이다<sup>9)</sup>.

< 표Ⅲ-1 > 은대표적인 국제경쟁력이론들과 각 이론들에서 제시하고 있는 국제경쟁력의 결정요인들을 정리한 것이다<sup>10)</sup>. 표에서도 나타내고 있듯이 국제경쟁력이론을

3) 경쟁 범위의 확대와 유형을 구분하고 있는 마케팅적 시각은 채서일, 마케팅, 학현사, 1998. pp.131-138을 참조 바람.

4) 조동성, 국제경쟁력, 매일경제신문사, 1993. pp.20-29

5) 분석차원이란 이론을 개발하기 위해 고찰하는 대상이고 분석단위란 이론이 설명하고자 하는 대상을 말한다.

6) 경쟁력의 평가방법에는 여러 가지 방법이 개발되어 있으나, 그들 중 대표적인 것으로는 교역조건에 의한 분석과 일본 통상성이 자국상품의 경쟁력을 무역수지율을 기초로 이용한 상대가격에 의한 분석, 경쟁력순위분석, 비교우위지수에 의한 분석 등이 대표적이라고 할 수 있다.

7) 대표적으로는 Adam Smith의 절대우위이론, D. Ricardo의 비교우위이론, J.S.Mill의 상호수요이론, 해사-오린의 정리 등을 들 수 있다.

8) Hymer(1976)와 Kindleberger(1969)의 독점적우위이론, Aliber(1970)의 통화지역이론, Dunning(1980)의 절충이론 등이 있다. 한편 독점적 우위이론에서는 국제경쟁력 결정요인으로는 제품차별화능력, 마케팅 기술, 규모의 경제, 수직적 통합을 들고 있고, 통화지역이론에서는 자본조달을 저렴하게 할 수 있는 기업의 재무능력, 굴절이론에서는 독점적 기술 등과 같은 자산우위와 거래우위를 결정요인으로 규정하고 있다.

9) 통합적 경쟁력 결정요인에 관한 연구로는 Griffin(1984), Yamazawa(1970), Flemming & Tsiang(1956-57), 김영우(1979) 등이 있으며, 특히 M. Porter(1985)는 비교우위요인으로 잠재적 진출기업, 공급자, 구매자, 대체물, 산업내 경쟁기업을 제시하고 있다.

10) 김홍섭(1999), 국제화물운송서비스의 경쟁력 결정요인에 관한 연구, 해운산업연구원

국내시장에서의 중국 수산물 경쟁력 분석

< 표 III - 1 > 주요 국제경쟁력 이론들의 경쟁력 결정요인 비교

구분	분석 범위 (차원)	국제경쟁력 결정요인																	
		국가차원					산업차원			기업차원									
		생 산 요 소	정 부 정 책	국 내 수 요	자 연 조 건	사 회 간 접 자 본	경 제 발 전 단 계	관 련 산 업	경 쟁 기 업	대 체 산 업	경 영 자	경 영 환 경	생 산 능 력	제 품 차 별 화	마 케 팅 능 력	근 로 자	자 원 조 달	연 구 개 발	
교역이론접근	절대우위이론	국가	○																
	비교우위이론	국가	○																
	상호수요이론	국가			○														
	해사-오린이론	국가	○																
	Leontief이론	국가	○																
	대표수요이론	국가	○		○														
	기술격차이론	국가	○																
	제품수명주기이론	국가	○		○														
경영전략접근	독점적수요이론	기업										○		○	○	○	○	○	
	통화지역이론	기업																○	
	절충이론	기업										○	○	○	○	○	○	○	
	크리스텐센 등	기업										○	○		○				
통합적접근	Griffin	기업국가	○	○	○		○												○
	Yamazawa	·	○	○		○								○	○				○
	Fleming, Tsiang	·	○	○		○						○	○						
	建元正弘	·		○								○	○	○			○		
	M. Poster	기업산업국가	○	○	○	○	○		○	○	○	○	○		○	○			
	조동성	·	○	○	○	○	○		○			○	○	○	○	○	○		
	김영우	·	○	○	○	○		○	○		○	○	○	○	○	○			○

교역 이론적 접근방식, 경영 전략적 접근방식, 통합적 접근방식으로 나누고, 분석 차원은 국가차원, 산업차원, 기업차원으로 나누어 각 차원에서의 결정 요인을 정리하고 있다. 특히 각 차원의 결정 요인으로는 우선 국가차원에서는 생산요소, 정부정책, 국내수요, 자연조건, 사회간접자본, 경제발전단계 등을 제시하고 있고, 산업차원에서는 관련산업, 경쟁기업, 대체산업을 결정요인으로 하고 있다. 한편 기업차원에서는 경영자, 경영환경, 생산능력, 제품차별화, 마케팅능력, 근로자, 자원조달, 연구개발 등을 결정요인으로 제시하고 있다. 그리고 표에서는 각 이론마다 채택 검토하고 있는 결정 요인들을 알 수 있게 표시하고 있다. 하지만 이러한 이론들은 각 차원별, 요인별 비교 분석을 통한 경쟁력 평가를 하고 있어 국가간 내지는 기업간의 관련구조 즉 연관성 차이 분석하고 있지는 않다. 많은 측면에서 비교 분석할수록 보다 평가에 객관성을 부여할 수 있는 것은 당연한 것이지만 그 이면에서 잠재적으로 존재하는 관계론적 측면에서의 차이 비교는 표면적으로는 들어나지 않고 있다.

## 2. 관계발전이론

Hunt(1983)가 마케팅의 본질은 교환관계라고 정의한 이후 마케팅 이론의 발전은 Bagozzi(1975)의 상호교환개발 이론(developing theory of exchange), Weitz(1981)의 판매상황 모델(contingency model of selling) 등으로 발전하게 하여 오지만 이러한 연구의 시각은 거래 자체를 단속적 거래에서 규명하는 것으로 구매자와 공급자의 관계적 측면은 고려하지 않고 있다. 한편 지속적인 교환 거래는 일시적인 관점에서 조명되기 보다는 계획적이고 관리되어 진다고 볼 수 있다. 그리고 구매자와 공급자의 관계가 상호 협력적인 관계로 전환되면서 이들 상호 관계를 연합 내지는 파트너쉽(partnership)으로 정의하고 있다.

Macneil(1980)은 주요한 계약적 요소에 따라 단속적 거래(discrete transaction)와 관계적 교환(relational exchange)로 구분하고 있는데 특히 관계적 교환은 시간의 흐름에 따라 형성되면서 거래기간과 예상되는 미래의 관점에서 조명되고 미래 협력을 위해서는 묵시적 혹은 명시적 가정, 신뢰, 계획 등에 의해 형성된다고 설명하고 있다. 여기에서 관심 있게 볼 필요가 있는 단속적 거래와 관계적 거래 간의 계약적 요소 차이를 정리하면 다음 표 < Ⅲ - 2 > 와 같다<sup>11)</sup>. 상황적특징, 관계에 대한 기대, 협력, 힘, 이익과 부담의 역할 측면에서 단속적 거래보다는 관계적 교환이 보다 장기적이고 이

< 표 Ⅲ - 2 > 단속적 거래와 관계적 거래

계약적 요소	단속적 거래	관계적 교환
상황적 특징 (Situational characteristics)	시작과 끝이 명확함 단기간 이루어 짐	이전 협정에 따른 계속적 거래 장기간 지속
관계에 대한 기대 (Expectations for relations : 이해, 갈등, 단합 정도 등)	이해의 갈등이 심하고 단합이 어려움. 결과, 성과와 동시에 지 불 결재되기 때문에 미래시점을 위한 상호 의존이 약함.	이해의 갈등, 미래 시점의 불화 가 신뢰와 단합 노력에 의해 상 쇄됨.
협력 (Cooperation : 성공과 계획의 공동 노력)과 계획 (변화와 갈등에 대처하는 과정)	공동 노력이 없음. 실질적인 교 환에 관심을 두고 미래에 대한 기대는 없음.	성과 및 계획에 대한 공동 노력. 새로운 환경에서의 미래 교환과 변화하는 목표를 충족시키기 위 한 세부 계획을 수립.
힘 (Power : 자신의 의지를 부과할 수 있는 능력)	약속이 이루어진 시점에서 끝날 때까지 힘이 행사될 수 있음.	거래에 있어 증가된 상호의존성 에 의한 분별있는 힘의 행사가 중요해짐.
이익과 부담의 역할 (Division of benefits and burdens)	이익과 부담이 당사자간에 명확 하게 나누어져 있음.	일부 이익과 부담을 공유하고 있음. 시간이 지남에 따라 조정 함.

11) Dwyer F. Robert & Oh sejo(1987), "Developing Buyer - seller Relationship", Journal of Marketing, April, Vol.51, pp.11 - 27에서 일부 인용.



해 갈등이 신뢰와 단합의 노력으로 상쇄되면서 공동 노력을 한다. 그리고 상호의존성에 있어 힘의 행사가 균형감을 가지고 이익과 역할 부담을 공유하게 된다고 하고 있다. 결국 단속적 거래보다는 관계적 교환에 의한 상호 관계가 보다 협력적이고 이해 갈등의 완화와 신뢰 구축에 따른 장기적 관계를 유지할 수 있다고 보고 있는 것이다.

### 3. 파트너 쉽 및 신뢰

파트너 쉽에 대한 개념은 다양하지만 근년의 관계마케팅에서 Anderson & Narus(1990)는 “파트너 쉽이란 파트너 기업이 각각 최종 목적으로 고객시장의 욕구를 충족시키는데 초점을 두고, 조정된 노력을 제공하기 위해 활동을 수행하면서 각 기업의 성공이 부분적으로 다른 기업에 의존한다는 상호 인식과 이해가 존재하는 범위이다”라고 정의하고 있다. 물류분야에서 La L & Cooper(1989)는 “쌍방이 서로 협의한 일정기간에 이익과 부담을 공유하는 물류 채널상의 두 개체간의 관계”라고 정의하고 있다. Gardner(1994)은 “두 기업이 긴밀한 조정과 이해를 바탕으로 하나의 기업이 거래를 수행하는 것처럼 장기간에 걸친 영업활동”이라고 하고 그 외에도 상호 신뢰성, 개방성, 위협 및 보상의 공유에 근거한 원만한 사업관계는 경쟁우위를 가져오고, 개별 기업주체들에 의해서 얻을 수 있는 것 보다 더 큰 사업 성과를 가져올 수 있는 관계 등으로 정의하고 있다.

한편 구매자와 공급자 관계는 파트너간의 관계특성에 따라 적대적(adversarial) 관계와 협력적(collaboration) 관계로 구분된다(Macbeth and Forgunson, 1994). 적대적 관계는 매끄럽지 못한 협상방법, 가격의 증시, 단기계약, 다원적 소송 등으로 나타나고 있는 반면, 협력적 관계는 협력, 상호이익, 신뢰, 관계적 교환 등으로 정리하고 있다. 다시 말해 협력적 관계는 상호 신뢰에 긍정적인 영향을 미쳐 보다 장기적인 관점에서 가격보다는 거래관계를 중시한다고 할 수 있다.

Anderson & Narus(1990)는 유통업자와 제조업자의 working partnership 연구모델에서 유통업자의 신뢰는 제조업자를 자신에게 긍정적인 성과를 수행할 것으로 기대하는 것과 함께 부정적인 성과를 가져다주는 예상치 못한 행동을 하지 않을 것이라는 믿음을 나타낸다고 하고 있다. 따라서 신뢰는 어느 한쪽이 확신을 가지고 있는 교환파트너에 대한 믿고자 하는 의지로 정의될 수 있다<sup>12)</sup>.

12) Trust in a working relationship and its implications for a firm's actions have been defined as the firm's belief that another company will perform actions that will result in positive outcomes for the firm, as well as not take unexpected actions that would result innegative outcomes for the firm.

Anderson, J. C. & Narus, J. A., "A Model of Distributor Firm and Manufacturer Firm Working Partnerships", Journal of Marketing, Vol. 54, No. 1, 1990, p. 45

이상에서 살펴본 기존 연구들에서 규명하고 있듯이 거래 구성원의 신뢰는 거래 관계에서 중요한 역할을 담당하게 되고 구성원이 신뢰적일수록 협력적이며 앞으로의 거래 관계에서 보다 좋은 결과를 나타내게 된다고 할 수 있다. 본 연구에서는 한국과 중국 그리고 타 국가 사이의 수산물 무역업자 간의 관계적 차이가 나타나고 있는지를 살펴보고자 한다. 만약 국가간 무역업자의 거래 관계 정도의 차이가 나타난다면 지금까지 연구에서 서술하여 온 특정국 수산물의 확대 증가 논리인 단순한 가격 경쟁력이나 생산요소의 경쟁력, 결과론적 시장 점유율 확대가 아닌 무역업자 상호 관계적 차이에서 나타나는 새로운 관계 거래론에서 규명될 수 있을 것이다.

#### 4. 수산물무역의 선행연구

일반무역에 비해 수산물무역에 대해서는 그리 많은 연구가 수행되어 있지는 않다. 앞서 언급한 바와 같이 국내에서는 장영수(1997), 최정윤·김정봉(2003), 홍성걸(1997) 등의 연구가 있다. 한편 일본의 수산물무역 연구는 1980년대 후반에 수산물수입구조 연구를 중심으로 활발히 진행되었는데 당시 연구에서는 일본 수산물무역의 특질을 「구조화된 수산물수입」으로 규정하는 공통의식을 가지고 있었다. 하지만 이러한 공통의식 하에서도 다른 시각에서 접근하고 있는데, 예를 들면 堀口健治(1987)는 수산물무역문제를 200헤리규제 이후의 어장, 자원의 국제적 이용재편이라는 시각에서 조명하고 있고, 秋谷重男(1989)는 자본의 국제적 진출 시각에서 대만 양식업에 대한 일본 사료자본의 진출을 사례로 접근하는 것 등이다. 또한 廣吉勝治(1989)는 일본의 국제화 상황과 관련하여 일본을 중심으로 하는 수산물세계시장의 확대라는 관점에서 수산물무역구조를 논하는 연구도 진행되었다. 그 외에도 수산물수입의 사회적 역할을 국내수산물수급의 불균형에 대한 국민생활안정이라는 측면에서 연구하거나 수산물수입 안정화를 목적으로 수출국의 현지조사연구 등이 이루어지기도 하였다<sup>13)</sup>. 한편 수출기업의 행동론적 시각에서 수산물무역을 규명하기도 하였는데 예를 들면 장영수(1993)는 수출국 입장에서 한일수산물무역구조와 수출자본 행동의 전개과정을 정리하고 있는데, 여기에서 한국의 수산물 수출자본은 자국생산원료의존형, 가공품수출을 위한 원료수입의존형, 원료와 노동력을 위한 해외진출형으로 진화 발전하면서 향후 한국시장과 일본시장의 의존도 변화에 따라 그들의 행동은 수출에서 수입으로 바뀔 수 있음을 언급하고 있다.

이상과 같이 다양한 시각에서 수산물무역을 접근하는 연구가 진행되어 왔으나 이 역시 무역업자간의 관계를 직접적으로 규명하고 있지는 않다.

13) 東京水産振興會, 水産物輸入の現状と將來展望, 1980. 水産物の貿易構造, 1983을 참조하기 바람.

## IV. 연구가설 및 모형

### 1. 분석모형 및 연구가설

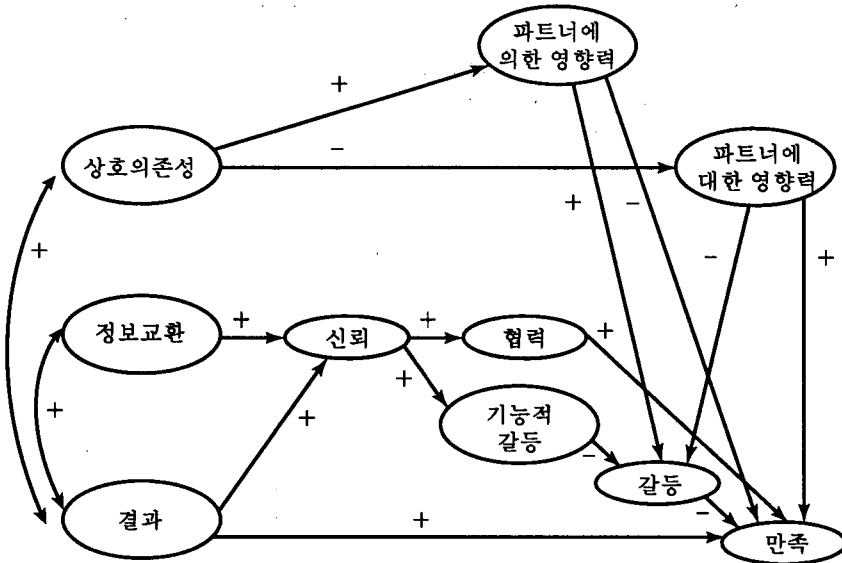
본 연구는 기본적으로 Anderson & Narus(1990)의 관계 거래론 및 Working Partnerships 모델을 토대로 우리나라 수산물 수입업자와 중국 그리고 다른 주요국 수출업자 사이의 거래 관계를 분석하기로 한다.

수산물무역과 같이 거래 파트너 상호간 부족 자원와 능력을 보완하는데 있어 상호 의존성(Relative dependence)은 대단히 중요하다. 양측 파트너가 각각 필요한 모든 자원과 능력을 갖추고 있다면 굳이 파트너쉽 관계를 가질 필요가 없다. Cook(1977)는 기업들이 상호 이익이 되는 목표를 달성하기 위하여 파트너쉽 관계를 맺는 것은 각자가 다른 파트너에게 의존한다는 것을 인정하는 것이라 하고 있다. 또한 상호의존성은 파트너쉽 관계를 통해서 얻어지는 상호 이익으로 인해 관계를 지속함으로써 상호의존성의 우위가 단일기업으로서 획득할 수 있는 이익보다 더 많은 이익을 제공할 것이라는 인식을 하고 있기 때문이다(Cummings, 1984).

<그림Ⅳ-1> 제조업자와 유통업자의 Working Partnerships 모델에 있어 제시하고 있는 상호의존성은 입장에 따라 차이를 보이는데 이러한 상호의존성은 자신과 상대 파트너 기업과의 의존도 차이로 상호의존도가 높으면 파트너에 대한 영향력은 감소(-)하고, 파트너에 의해 영향력을 받는다고(+) 할 수 있다. 이러한 영향력 차이는 갈등에 대해서도 (+)와 (-)의 관계를 보이고 있다. 파트너에 의해 영향을 받으면 갈등이 초래(+)-될 수 있으며 반대로 파트너에 대해 강한 영향력을 가진 기업은 파트너 기업에 대해 영향력을 행사하기 때문에 자사 입장에서는 갈등은 적다고(-) 할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 수입업자 입장에서 조명하고 있어 상호의존성이 높을수록 수입업자의 파트너에 대한 영향력은 (-)관계를 나타낼 것으로 예측되고, 우리나라 수산물 수입업자의 외국 수출업자에 대한 영향력은 갈등에 (-)의 관계를 가질 것으로 예측된다.

또한 상호의존성과 경제적, 사회적, 기술적 성과로 나타나는 결과와의 관계는 상호의존성이 높으면 관계 유지를 위해 높은 관심을 가질 것이고, 반대로 상호의존성이 낮은 경우는 지위 우위를 점하고 있는 기업이 자신의 이익(성과)을 증대시키기 위해 파트너에 변화를 요구할 것이다. 따라서 상호의존성과 결과는 (+)의 관계를 가질 것으로 예측된다. 그리고 사업성으로 나타나는 결과는 만족에 (+)의 영향을 미칠 것으로 예측된다.

신뢰는 한마디로 믿음으로 정보교환이 많을수록 그리고 사업성결과가 좋을수록 신뢰와 (+)의 관계를 가지고, 이러한 신뢰는 협력과 기능적 갈등에 긍정적인 (+)의 영향을



〈그림 IV - 1〉 제조업자와 유통업자의 Working Partnerships 모델

미칠 것이다. 여기에서도 수입업자와 수출업자 사이의 신뢰는 협력과 기능적 갈등은 (+)의 관계를 가질 것으로 예측된다. 또한 파트너 쉽에서의 협력은 만족에 (+)관계를 가지고 있는 것으로 예측된다. 이상과 같은 논의이외에도 본 연구는 파트너에 대한 영향력이 협력에 미치는 영향이 어떠한지 알아보고, 정보교환이 협력에 미치는 영향, 사업성고가 협력에 미치는 영향, 갈등이 협력에 미치는 영향 그리고 신뢰가 만족에 미치는 영향을 새롭게 알아보기로 한다. 이들을 기초로 다음과 같은 가설을 제시하였다.

- 가설 1 : 상호의존성은 수입업자의 파트너에 대한 영향력에 긍정적인 영향을 미친다.
- 가설 2 : 수입업자의 파트너에 대한 영향력은 갈등에 긍정적인 영향을 미친다.
- 가설 3 : 수입업자의 파트너에 대한 영향력은 협력에 긍정적인 영향을 미친다.
- 가설 4 : 정보교환은 협력에 긍정적인 영향을 미친다.
- 가설 5 : 수입업자의 사업성고는 협력에 긍정적인 영향을 미친다.
- 가설 6 : 신뢰는 협력에 긍정적인 영향을 미친다.
- 가설 7 : 갈등은 협력에 긍정적인 영향을 미친다.
- 가설 8 : 협력은 신뢰에 긍정적인 영향을 미친다.
- 가설 9 : 갈등은 신뢰에 긍정적인 영향을 미친다.
- 가설 10 : 사업성고는 신뢰에 긍정적인 영향을 미친다.
- 가설 11 : 정보교환은 상호의존성에 긍정적인 영향을 미친다.
- 가설 12 : 상호의존성은 정보교환에 긍정적인 영향을 미친다.
- 가설 13 : 사업성고는 정보교환에 긍정적인 영향을 미친다.
- 가설 14 : 정보교환은 사업성고에 긍정적인 영향을 미친다.
- 가설 15 : 갈등은 만족에 긍정적인 영향을 미친다.
- 가설 16 : 신뢰는 만족에 긍정적인 영향을 미친다.

이상과 같은 가설은 수산물 무역의 특징을 반영한 요인들이 중국을 포함한 다양한 국가간의 수산물 무역업자 사이에 어떠한 관련성을 가지고 있는지 그리고 국가별로 어떠한 차이를 나타내고 있는지를 설명하기 위함이다.

## 2. 조작적 정의 및 연구변수

여기에서는 앞의 가설 검정을 위해 다음 <표Ⅳ-1>에 정리하고 있는 바와 같이 이론적 개념을 본 연구 목적에 부합하는 조작적 정의로 정리하고 이를 측정하기 위한 다양한 연구변수를 설정하였다.

우선 자신과 상대파트너 기업과의 의존도 차이로 나타나는 상호의존성은 상쇄력(countervailing power : Etgar 1976) 혹은 힘의 우위성(power advantage : Emerson 1962)으로 정의될 수 있다. 이는 수산물 무역업자 간의 거래의 역사성, 투자 정도, 거래 규모를 통해 측정될 수 있을 것이다. 왜냐하면 수입업자 입장에서의 해외 직접투자나 거래 규모가 클수록 그리고 거래의 역사성이 오래될수록 힘의 우위성을 가지고 있기 때문이다. 영향력이란 자신 기업에 보다 나은 성과를 초래할 수 있도록 하는 행동으로 상대 기업으로 하여금 바람직한 행동을 유도하도록 그들의 힘을 발휘하는 것으로 행동조정(behavioral control : Anderson and Narus 1984)으로 정의될 수 있다. 따라서 수입업자의 파트너에 대한 영향력은 거래 주문에 대한 발언력, 경영 개입 정도를 통해 측정할 수 있을 것이다. 갈등은 업무의 부조화(disagreement)로 정의할 수 있고(Frazier 1983), 이는 수입업자의 제품, 품질, 선적/운송, 위생증명서와 같은 첨부 서류, 개선요구 이행에 대한 불만을 통해 측정될 수 있다. 정보교환은 생산정보, 가격정보, 품질정보, 정책정보의 교환 정도를 통해 측정하고, 협력은 최우선 파트너로서의 인지하고 있는 의지나 요구사항에 대한 적극적인 수용 자세의 정도를 통해 측정될 수 있다.

한편 신뢰는 각주 12에서 언급하였듯이 한마디로 상대에 대한 믿음으로 거래에 대한 신뢰, 약속에 대한 신뢰, 솔직함, 실수의 감소, 보조와 지원, 믿음의 정도를 통해 측정하기로 한다. 만족은 상호 사업 관계에서의 만족으로 거래 후 만족 정도, 거래 후 불만 정도, 지속적인 거래 유지의 희망, 거래 후 재주문 정도를 통해 측정될 수 있다. 결과는 자신의 유사한 관계 파트너나 다른 기업의 관계 파트너로부터 발생하는 현재와 과거 경험에 의거한 기대와 비교하여 지금 파트너에서 주어진 기업의 결과에 대한 평가로서 사업성과/수익, 손해 발생 정도, 수익보장 정도를 통해 측정하기로 한다.

〈표Ⅳ-1〉 연구의 정의 및 변수 설정

개념적 정의	조작적 정의	측정 변수
Relative dependence	상호의존성 (A업체는 다른 업체의 이용이 가능하다)	거래의 역사성, 직접 투자 정도 거래규모
Influence over partner firm	파트너에 대한 영향력 (A업체는 영향력을 발휘한다)	거래 주문 (크기, 포장, 가격, 제품 개발 등)에 대한 발언력, 경영 개입 정도
Conflict	갈등 (업무관계에서 논쟁/갈등이 있다)	제품에 대한 불만 품질에 대한 불만 선적/운송에 대한 불만 첨부 서류/문서에 대한 불만 개선요구이행 갈등에 대한 불만
Communication	정보교환 (어떠한 문제에 대해서도 알려준다)	생산정보교환 가격정보교환 품질정보교환 정책정보교환
Cooperation	협력 (무엇이던 돕고 수용한다)	협력에 대한 의지(최우선 파트너 등) 요구사항에 대한 적극적인 수용 자세
Trust	신뢰 (어느 정도 신뢰하는가)	거래에 대한 신뢰 약속에 대한 신뢰 솔직함 실수감소 보조와 지원 믿음
Satisfaction	만족 (상호 사업 관계를 만족한다)	거래에 대한 만족 거래 후 불만 정도 지속적 거래 거래 후 재 주문
Outcomes	결과 (사업 기대에 대한 결과)	사업성과/수익 손해발생 정도 수익보장 정도

## V. 실증분석

### 1. 표본 특성

본 연구를 위해 표본추출 방법 및 표본크기는 2004년까지 국립수산물품질검사원을 통해 정식 수산물수입실적이 있는 수산물 무역업 중 수산물 수입업을 행하는 업체 중에서 부산에 소재하고 있는 300업체를 단순무작위표본추출법에 의해 선정하여 설문

지를 배포하였다<sup>14)</sup>. 조사방법은 우편조사를 기본으로 하고 전화조사 및 직접방문조사도 병행하여 실시하였다. 조사일시는 2004년 6월 - 8월 사이 해당업체를 대상으로 실시하였다.

설문조사 실시 결과 회수된 설문은 174업체로 회수율 58%를 보였다. 이들 업체의 구조를 살펴보면 <표 V - 1> 과 같다. 연간 100억 이상 규모가 36업체의 20.7%로 가장 많이 차지하고 있다. 다음으로 10 - 20억 사이가 27.6%로 분포하고 있고, 30 - 40억 과 50 - 60억 규모가 각각 17.2%을 차지하고 있다. 이처럼 수산물 수입업은 거래 특성상 상당한 규모를 요구하고 있어 구조적으로 자본이 큰 업체가 중심을 이루고 있다고 할 수 있다.

<표 V - 1> 응답 수산물수입업체의 구조

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
5억미만	6	3.4	3.6	3.6
5-10	6	3.4	3.6	7.1
10-20	48	27.6	28.6	35.7
30-40	30	17.2	17.9	53.6
50-60	30	17.2	17.9	71.4
70-80	12	6.9	7.1	78.6
100억이상	36	20.7	21.4	100.0
합계	168	96.6	100.0	
시스템 결측값	6	3.4		
합계	174	100.0		

한편 이들 업체의 주요 수산물 수입 대상국을 살펴보면 <표 V - 2> 와 같다. 이 설문항은 자사 수산물 수입 중 가장 높은 비중을 차지하면서 전체 수입액의 50%를 넘는 수입 대상국을 확인한 것으로 중국과 러시아가 가장 높은 비중을 차지하고 있고 다음으로 미국이 차지하고 있다. 이러한 사실은 앞의 <표 II - 1> 우리나라 주요 국가별 수산물 수입실적에서도 확인할 수 있었듯이 수입대상국 1순위인 중국과 2순위 러시아, 3순위 미국과 일치하고 있다. 다시 말해 이들 국가와 수산물무역을 행하고 있는 업체가 역시 많이 존재하고 있음을 확인할 수 있다.

14) 실제 현재 수산물무역업을 행하고 있는 업체수가 어느 정도 존재하고 있는지 통계적으로 파악하고 있지는 않다. 단 수산물수입을 할 경우 반드시 국립수산물품질검사원에 수산물 검사를 받도록 되어 있어 이 기관을 통한 수산물 수입업체수가 수산물수입업을 행하고 있다고 보아도 좋을 것이다. 정확한 업체 통계자료는 개인정보보호를 위해 알 수 없으나 연간 1건 이상 수산물 수입실적이 있는 업체 중에서 우리나라 수산물 최대수입항인 부산에 주소를 두고 있는 업체는 약 450업체 정도가 있는 것으로 파악하고 있다.

〈표 V - 2〉 주요 수산물 수입 대상국

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적퍼센트
미국	30	17.2	17.2	17.2
유럽	18	10.3	10.3	27.6
중국	42	24.1	24.1	51.7
러시아	42	24.1	24.1	75.9
일본	6	3.4	3.4	79.3
동남아	12	6.9	6.9	86.2
기타	24	13.8	13.8	100.0
합계	174	100.0	100.0	

## 2. 연구 분석

전체변수들에 대해 탐색적 요인분석(Exploratory Factor Analysis)를 실시하여 측정 항목의 타당성을 측정하고 크론바하 알파(Cronbach $\alpha$ )값을 이용하여 연구에 사용된 변수들을 구성하는 각 항목간의 내적일관성을 확인하였다. 분석에 대한 결과는 〈표 V - 3〉의 요인분석과 신뢰성 분석에 나타내고 있다. ① 상호의존성은 3개의 변수가 Eigen Value 1.785로 무리없이 요인으로 요약되었다. 그리고 요인분석의 적합도를 판정하기 위한 KMO(Kaiser - Meyer - Okin measure of sampling adequacy)는 0.954로 나타났으며, Bartlett의 구형성검증치는 20.258, 유의확률 0.000, Cronbach 0.7850으로 나타났다.

② 영향력은 3개의 변수가 Eigen Value 1.340으로 무리없이 요인으로 요약되었다. 그리고 요인분석의 적합도를 판정하기 위한 KMO는 0.654로 나타났으며, Bartlett의 구형성검증치는 3.258, 유의확률 0.000, Cronbach 0.5055로 나타났다.

③ 갈등은 5개의 변수가 Eigen Value 2.044와 1.306으로 2개의 요인으로 요약되었다. 요인1은 품질갈등과 가격갈등으로 구성되고, 요인2는 선적/운송갈등, 서류/물류갈등, 개선요구이행갈등으로 구성되어 수산물무역에 있어 양측의 갈등은 무역거래본질에 대한 갈등과 무역거래보조업무의 갈등으로 나누어지고 있음을 알 수 있다. 그리고 요인분석의 적합도를 판정하기 위한 KMO는 0.554로 나타났으며, Bartlett의 구형성검증치는 24.842, 유의확률 0.006, Cronbach 0.6157로 나타났다.

④ 정보교환은 4개의 변수가 Eigen Value 2.927로 무리없이 요인으로 요약되었다. 그리고 요인분석의 적합도를 판정하기 위한 KMO는 0.751로 나타났으며, Bartlett의 구형성검증치는 73.454, 유의확률 0.000, Cronbach 0.8554로 나타났다.

⑤ 협력은 2개의 변수가 Eigen Value 1.821로 무리없이 요인으로 요약되었다. 그리고 요인분석의 적합도를 판정하기 위한 KMO는 0.500으로 나타났으며, Bartlett의 구형성검증치는 28.635, 유의확률 0.000, Cronbach 0.8950으로 나타났다.



국내시장에서의 중국 수산물 경쟁력 분석

< 표 V - 3 > 요인분석

측정개념	변수명	요인1	요인2
상호의존성	거래역사성	.917	-.001
	직접투자정도	.897	-
	거래규모	.822	-
	Eigen Value	1.785	.466
	KMO : 0.954, Battlett 구형성 검정 : 20.258 유의확률 : 0.000, 신뢰계수( $\alpha$ ) = .7850		
영향력	발언력	.819	-
	경영개입	.819	-
	Eigen Value	1.340	.660
	KMO : 0.654, Battlett 구형성 검정 : 3.258 유의확률 : 0.071, 신뢰계수( $\alpha$ ) = .5055		
갈등	품질갈등	.346	.769
	가격갈등	-.177	.893
	선적/운송갈등	.869	.121
	서류/문서갈등	.851	.133
	개선요구이행갈등	.501	-.061
	Eigen Value	2.044	1.306
KMO : 0.552, Battlett 구형성 검정 : 24.842 유의확률 : 0.006, 신뢰계수( $\alpha$ ) = .6157			
정보교환	생산정보교환	.920	-
	가격정보교환	.942	-
	품질정보교환	.849	-
	정책정보교환	.687	-
	Eigen Value	2.927	.632
KMO : 0.751, Battlett 구형성 검정 : 73.454 유의확률 : 0.000, 신뢰계수( $\alpha$ ) = .8554			
협력	최우선파트너인식	.954	-
	개선요구수용정도	.954	-
	Eigen Value	1.821	.170
KMO : 0.500, Battlett 구형성 검정 : 28.635 유의확률 : 0.000, 신뢰계수( $\alpha$ ) = .8950			
신뢰	거래 신뢰	.951	-
	약속 이행	.959	-
	솔직함	.943	-
	파트너 믿음	.906	-
	Eigen Value	3.535	.235
KMO : 0.859, Battlett 구형성 검정 : 109.536 유의확률 : 0.000, 신뢰계수( $\alpha$ ) = .9557			
만족도	거래 만족	.925	-
	거래 후 만족	.851	-
	지속적 거래 예정	.893	-
	Eigen Value	2.377	.411
KMO : 0.705, Battlett 구형성 검정 : 41.158 유의확률 : 0.000, 신뢰계수( $\alpha$ ) = .8608			
사업성과	거래사업성과	.777	-
	손해발생정도	.730	-
	수익보장정도	.773	-
	Eigen Value	1.736	.674
KMO : 0.647, Battlett 구형성 검정 : 9.682 유의확률 : 0.021, 신뢰계수( $\alpha$ ) = .6335			

〈표 V-4〉 상관계수

		영향력	갈등	정보 교환	협력	신뢰	만족도	사업 성과	상호 의존성
영향력	Pearson 상관계수	1.000	-.324	.695**	.690**	.384*	.557*	.459*	.652*
	유의확률(양쪽)	.	.106	.000	.000	.048	.002	.012	.000
갈등	Pearson 상관계수	-.324	1.000	-.496*	-.574**	-.544**	-.632*	-.589**	-.220
	유의확률(양쪽)	.106	.	.010	.002	.005	.001	.002	.280
정보 교환	Pearson 상관계수	.695**	-.496*	1.000	.862	.683**	.697*	.577**	.444*
	유의확률(양쪽)	.000	.010	.	.000	.000	.000	.001	.018
협력	Pearson 상관계수	.690**	-.574**	.862	1.000	.786**	.764**	.573**	.434*
	유의확률(양쪽)	.000	.002	.000	.	.000	.000	.001	.021
신뢰	Pearson 상관계수	.384*	-.544**	.683**	.786**	1.000	.769**	.509**	.153
	유의확률(양쪽)	.048	.005	.000	.000	.	.000	.007	.445
만족도	Pearson 상관계수	.557**	-.632*	.697*	.764**	.769**	1.000	.685**	.366
	유의확률(양쪽)	.002	.001	.000	.000	.000	.	.000	.051
사업 성과	Pearson 상관계수	.459*	-.589**	.577**	.573**	.509**	.685**	1.000	.449*
	유의확률(양쪽)	.012	.002	.001	.001	.007	.000	.	.014
상호 의존성	Pearson 상관계수	.652**	-.220	.444*	.434*	.153	.366	.449*	1.000
	유의확률(양쪽)	.000	.280	.018	.021	.445	.051	.014	.

주 : \* p < 0.1, \*\* p < 0.05

⑥ 신뢰는 4개의 변수가 Eigen Value 3.535로 무리없이 요인으로 요약되었다. 그리고 요인분석의 적합도를 판정하기 위한 KMO는 0.859로 나타났으며, Bartlett의 구형성검증치는 109.536, 유의확률 0.000, Cronbach 0.9557로 나타났다.

⑦ 만족도는 3개의 변수가 Eigen Value 2.377로 무리없이 요인으로 요약되었다. 그리고 요인분석의 적합도를 판정하기 위한 KMO는 0.705로 나타났으며, Bartlett의 구형성검증치는 41.158, 유의확률 0.000, Cronbach 0.8608로 나타났다.

⑧ 사업성과는 3개의 변수가 Eigen Value 1.736으로 무리없이 요인으로 요약되었다. 그리고 요인분석의 적합도를 판정하기 위한 KMO는 0.647로 나타났으며, Bartlett의 구형성검증치는 9.682, 유의확률 0.021, Cronbach 0.6335로 나타났다.

이상과 같이 요인분석을 실시한 결과 전반적인 타당성은 검증되었으며 또한 〈표 V-4〉의 요인간의 상관관계 분석에서도 유의수준 5%와 10% 하에서 대부분 유의한 것으로 나타나 인과관계분석에 적합한 것으로 판단되었다.

### 3. 가설 검증

본 연구 모형의 가설 검정을 위해 회귀분석을 실시한 다음 유의수준 5%와 10%에서 검증하여 연구 모형의 경로계수와 연구결과를 〈표 V-5〉와 같이 정리하였다. 〈표 V-5〉에서 확인할 수 있듯이 본 연구에서 제시하고 있는 연구가설이 채택 혹은 기

각되고 있음을 알 수 있다. 본 연구결과를 정리하면 다음과 같다.

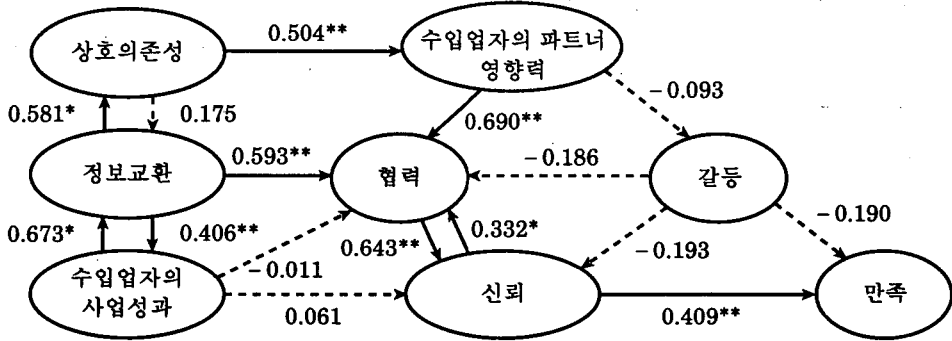
우선, 상호의존성은 경로계수 0.504( $p < 0.05$ )로 수입업자의 파트너에 대한 영향력에 (+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타나 가설이 채택되었다. 즉 수입업자의 상호의존성은 그리 높지 않아 오히려 수입업자는 언제라도 파트너를 바꿀 수 있는 상황으로 파트너에 대한 영향력은 높다고 할 수 있다. 그리고 이러한 수입업자의 영향력은 갈등에 경로계수 -0.193으로 (-)의 부호를 나타내고 있어 강한 영향력을 가진 수입업자는 파트너에 대해 영향력을 행사하기 때문에 갈등이 적다고 할 수 있다. 하지만 통계적으로 유의하지 않게 나타나 가설은 기각되었다. 수입업자의 영향력은 협력에 경로계수 0.690( $p < 0.05$ )로 (+)의 영향을 미치면서 수입업자의 영향력이 클수록 수출업자의 협력에 긍정적인 영향을 미친다는 가설은 채택되었다.

협력에 영향을 미치는 요인들 중에서 정보교환은 경로계수 0.593( $p < 0.05$ )로 (+)의 영향을 미치면서 가설이 채택되었으나, 수입업자의 사업성과는 협력에 경로계수 -0.011로 (-)의 영향을 미치는 것으로 나타나고 가설은 기각되었다. 다시 말해 수입업자의 일방적인 이익 창출은 협력에 부정적인 영향을 미친다고 할 수 있다. 그리고 신뢰는 협력에 경로계수 0.332( $p < 0.1$ )로 (+)의 영향을 미치면서 가설은 채택되었으나, 갈등은 협력에 -0.186으로 (-)의 부호를 나타내고 가설은 기각되었다. 결국 신뢰를 바탕으로 협력이 이루어지는 것으로 갈등은 협력에 부정적인 요소로 작용하고 있음을 알 수 있다.

<표 V-4> 가설 분석결과

가설	경로	경로계수	t값	p값	가설채택여부
1	상호의존성 → 영향력	0.504**	4.470	0.000	채택
2	영향력 → 갈등	-0.193	-1.678	0.106	기각
3	영향력 → 협력	0.690**	4.855	0.000	채택
4	정보교환 → 협력	0.593**	4.455	0.000	채택
5	사업성과 → 협력	-0.011	-0.065	0.949	기각
6	신뢰 → 협력	0.332*	2.381	0.027	채택
7	갈등 → 협력	-0.186	-0.934	0.361	기각
8	협력 → 신뢰	0.648**	3.875	0.001	채택
9	갈등 → 신뢰	-0.193	-0.695	0.434	기각
10	사업성과 → 신뢰	0.061	0.258	0.799	기각
11	정보교환 → 상호의존성	0.581*	2.529	0.018	채택
12	상호의존성 → 정보교환	0.175	1.287	0.210	기각
13	사업성과 → 정보교환	0.673*	2.663	0.013	채택
14	정보교환 → 사업성과	0.406**	3.606	0.001	채택
15	갈등 → 만족도	-0.190	-1.018	0.320	기각
16	신뢰 → 만족도	0.409**	3.622	0.002	채택

주 : \*  $p < 0.1$ , \*\*  $p < 0.05$



주 : — 가설 채택, ..... 가설 기각

〈그림 V - 1〉 수산물 수입업자 거래 파트너 선택 모형의 경로계수

신뢰에 영향을 미치는 요인들 중에서 협력은 경로계수 0.648( $p < 0.05$ )로 (+)의 영향을 미치고 가설은 채택되었고, 갈등은 신뢰에 경로계수 -0.193으로 (-)의 영향을 미치고 가설은 기각되었다. 이는 앞에서 확인된 협력과 신뢰 관계와 마찬가지로이다. 그리고 수입업자의 사업성과는 신뢰에 경로계수 0.061이나 유의하지 않게 나타나 가설은 기각되었다.

정보교환과 상호의존성 관계는 우선 정보교환이 토대로 하여 상호의존성에 경로계수 0.581( $p < 0.1$ )로 (+)의 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있다. 그리고 수입업자의 사업성과와 정보교환의 관계는 상호 (+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다.

한편 갈등은 만족도에 경로계수 -0.190으로 (-)의 부호값을 나타내고 있으나, 신뢰는 만족도에 0.409( $p < 0.409$ )로 (+)의 관계로 가설은 채택되어 신뢰가 높을수록 만족도도 높아진다고 할 수 있다. 이상과 같은 연구 결과를 그림을 나타내고 있는 것이 〈그림 V - 1〉이다.

#### 4. 차이검정

앞의 가설검정에서 규명한 바와 같이 수산물 수입업자 입장에서 보는 상호의존성은 파트너에 대한 영향력은 높고, 정보교환, 협력, 신뢰는 만족에 긍정적인 영향을 미치면서 이를 바탕으로 무역 거래를 유지할 수 있는 것으로 나타났다. 그리고 거래 상 불만 사항이 많아지면 파트너와의 갈등이 고조되고 거래 후 재 주문이나 지속적인 거래 관계에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 이러한 수산물 수입업자 입장에서 보는 무역 거래 만족에 영향을 미치는 요인들에 대한 국가별 차이는 곧 수입규모의 차이로 나타난다고 할 수 있을 것이다. 여기에서는 무역 거래 만족에 영향을 미치는 요인들의 국가간 차이를 분산분석을 통해 살펴보기로 한다.

국내시장에서의 중국 수산물 경쟁력 분석

< 표 V - 6 > 수산물 수입업자의 요인별 국가별 기술통계

요인	국가	평균	표준편차	표준오차	평균에 대한 95% 신뢰구간	
					하한값	상한값
사업성과	미 국	3.4667	.3801	.1700	2.9948	3.9386
	유 럽	3.6667	.0000	.0000	3.6667	3.6667
	중 국	3.7429	.8576	.3241	2.8897	3.9360
	러시아	3.1429	.2623	.0991	2.9003	3.3854
	일 본	4.0000	.	.	.	.
	동남아	3.3333	.0000	.0000	3.3333	3.3333
	기 타	3.8333	.6939	.3469	2.7292	4.9375
	합 계	3.3908	.5709	.1060	3.1736	3.6080
수입업자의 파트너 영향력	미 국	3.7000	.5701	.2550	2.9921	4.4079
	유 럽	3.0000	.5000	.2887	1.7579	4.2421
	중 국	3.8571	1.1073	.4185	2.5330	3.8813
	러시아	3.1429	.4756	.1798	2.7030	3.5827
	일 본	1.5000	.	.	.	.
	동남아	3.0000	.7071	.5000	-3.3531	9.3531
	기 타	3.2500	.9574	.4787	1.7265	4.7735
	합 계	3.1034	.8170	.1517	2.7927	3.4142
갈 등	미 국	2.9600	.3578	.1600	2.5158	3.4042
	유 럽	3.0000	.6928	.4000	1.2789	4.7211
	중 국	2.9333	.6532	.2667	2.2478	3.6188
	러시아	2.9000	.2098	.0856	2.6799	3.1201
	일 본	2.4000	.	.	.	.
	동남아	3.0000	.	.	.	.
	기 타	2.2000	.3651	.1826	1.6190	2.7810
	합 계	2.8077	.5011	.0983	2.6053	3.0101
정보교환	미 국	3.9000	.5477	.2449	3.2199	4.5801
	유 럽	3.5833	.2887	.1667	2.8662	4.3004
	중 국	3.9357	1.2027	.4546	2.7234	4.6480
	러시아	3.0000	.7071	.2887	2.2579	3.7421
	일 본	2.7500	.	.	.	.
	동남아	3.8750	.1768	.1250	2.2867	5.4633
	기 타	4.0000	.7360	.3680	2.8289	5.1711
	합 계	3.5536	.8232	.1556	3.2344	3.8728
협 력	미 국	4.4000	.8944	.4000	3.2894	5.5106
	유 럽	4.0000	.5000	.2887	2.7579	5.2421
	중 국	4.5714	1.0965	.4144	3.1573	5.5856
	러시아	3.2500	.4183	.1708	2.8110	3.6890
	일 본	3.5000	.	.	.	.
	동남아	3.7500	.3536	.2500	.5734	6.9266
	기 타	4.1250	.8539	.4270	2.7662	5.4838
	합 계	3.7857	.8325	.1573	3.4629	4.1085

〈표 V - 6〉 계속

요인	국가	평균	표준편차	표준오차	평균에 대한 95% 신뢰구간	
					하한값	상한값
신뢰	미 국	4.3000	.6708	.3000	3.4671	5.1329
	유 럽	3.6667	.6292	.3632	2.1038	5.2296
	중 국	4.1083	1.0656	.4350	2.8901	4.8266
	러시아	3.4167	.7853	.3206	2.5926	4.2408
	일 본	4.0000	.	.	.	.
	동남아	4.0000	.0000	.0000	4.0000	4.0000
	기 타	4.1250	.6292	.3146	3.1239	5.1261
	합 계	3.8426	.7663	.1475	3.5394	4.1457
만족도	미 국	4.2000	.2981	.1333	3.8298	4.5702
	유 럽	3.5556	.5092	.2940	2.2907	4.8204
	중 국	4.2762	.8997	.3401	3.4441	4.3083
	러시아	3.3333	.3333	.1260	3.0251	3.6416
	일 본	4.0000	.	.	.	.
	동남아	3.8333	.2357	.1667	1.7156	5.9510
	기 타	4.0833	.1667	.0833	3.8181	4.3485
	합 계	3.7011	.5932	.1102	3.4755	3.9268

〈표 V - 6〉은 수산물 수입업자의 요인별 국가별 기술통계를 나타내고 있고, 〈표 V - 7〉은 분산분석 결과를 보여주고 있다. 우선 〈표 V - 7〉의 분산분석 결과에서 확인할 수 있듯이 검정통계량(F)의 유의확률이 사업성과 0.033, 영향력 0.029, 갈등 0.021, 정보교환 0.044, 협력 0.037, 만족도 0.013으로 유의수준 0.05보다 작으므로 유의수준 5%하에서 귀무가설이 기각되면서 집단간 차이가 있다고 할 수 있으며, 신뢰의 경우는 유의확률 0.063으로 유의수준 10%하에서 귀무가설이 기각되면서 집단간 차이가 있는 것으로 나타났다.

이처럼 무역 거래 만족에 영향을 미치는 요인들의 국가간에 차이가 있는 것으로 나타나고 있는데 이들 차이를 〈표 V - 6〉 기술통계를 통해 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 표본이 6개에 지나지 않는 일본을 제외하고, 우선 (1) 사업성과에 있어 평균 점수는 ① 중국 3.7429, ② 기타 3.7333, ③ 유럽 3.6667, ④ 미국 3.4667, ⑤ 동남아 3.3333, ⑥ 러시아 3.1429 순으로 나타나 중국이 가장 높게 나타나고 있다. (2) 수입업자의 파트너 영향력의 평균점수는 ① 중국 3.8571, ② 미국 3.7000, ③ 기타 3.2500, ④ 러시아 3.1429, ⑤ 유럽, 동남아 3.0000 순으로 중국이 가장 높다. (3) 갈등의 평균 점수는 ① 유럽, 동남아 3.0000, ② 미국 2.9600, ③ 중국 2.9333, ④ 러시아 2.9000 순으로 중국 거래와의 갈등은 유럽, 동남아, 미국에 비해 낮게 나타나고 있다. (4) 정보교환은 ① 중국 3.9357, ② 기타 3.9123, ③ 미국 3.9000, ④ 동남아 3.8750, ⑤ 유럽

국내시장에서의 중국 수산물 경쟁력 분석

<표 V - 7> 분산분석

		제공합	평균제공	F	유의확률
사업성과	집단-간	2.279	.380	1.220	.033
	집단-내	6.848	.311		
	합계	9.126			
영향력	집단-간	4.925	.821	1.312	.029
	집단-내	13.764	.626		
	합계	18.690			
갈등	집단-간	2.053	.342	1.539	.021
	집단-내	4.225	.222		
	합계	6.278			
정보교환	집단-간	4.093	.682	1.009	.044
	집단-내	14.201	.676		
	합계	18.295			
협력	집단-간	4.613	.769	1.145	.037
	집단-내	14.102	.672		
	합계	18.714			
신뢰	집단-간	2.729	.455	.725	.063
	집단-내	12.540	.627		
	합계	15.269			
만족도	집단-간	3.318	.553	1.861	.013
	집단-내	6.537	.297		
	합계	9.854			

3.5833, ⑥ 러시아 3.0000 순으로 중국이 1순위를 차지하고 있다. (5) 협력은 ① 중국 4.5714, ② 미국 4.4000, ③ 기타 4.1250, ④ 유럽 4.0000, ⑤ 동남아 3.7500, ⑥ 러시아 3.2500 순으로 나타나고 있다. (6) 신뢰는 ① 미국 4.3000, ② 기타 4.1250, ③ 중국 4.1083, ④ 동남아 4.0000, ⑤ 유럽 3.6667, ⑥ 러시아 3.4167 순으로 미국과의 거래에 신뢰가 높은 것으로 나타나고 있다. (7) 만족도는 ① 중국 4.2762, ② 미국 4.2000, ③ 기타 4.0833, ④ 동남아 3.8333, ⑤ 유럽 3.5556, ⑥ 러시아 3.3333 순으로 중국과의 거래에 가장 높은 만족도를 보이고 있다.

이상에서 살펴본 바와 같이 무역주체간의 상호 관계적 시각에서 무역 거래 만족에 영향을 미치는 요인들의 국가간에 차이는 나타나고 있다. 이들 요인별 점수를 [(사업성과+영향력+정보교환+협력+신뢰+만족도)-갈등]으로 계산하면 중국이 21.5583으로 가장 높고 다음으로 미국 20.2667, 동남아 18.7916, 유럽 18.4723, 러시아 16.3858 순으로 이루어지면서 특히 우리나라 최대 수입국인 중국과의 거래 만족 요인들이 높게 나타나고 있음을 확인할 수 있다.

## VI. 결 론

본 연구는 수산물무역 특히 수산물수입에 있어 특정 국가로부터의 수입증가에 따른 시장점유율의 확대 논리를 기존의 비교우위론에 입각한 가격 경쟁력과는 다른 무역주체간의 상호 관계적 시각에서 규명하고자 하였다는 점에서 연구의의가 있다고 할 수 있다. 우리나라 입장에서 주요 수산물수입국은 중국, 러시아, 미국, 일본 그리고 동남아국 순으로 위치하고 있고 이들 국가의 수출업자와의 관계 속에서 수산물무역이 이루어지고 있는 것이다.

한편 이들 국가 수산물의 경쟁력은 물론 상품 및 가격 경쟁력을 갖추고 있기에 시장에서 경쟁구조를 이루고 있다고 할 수 있지만 경쟁력 결정요인을 규정하고 있는 범위 및 분석단위가 국가 차원에서부터 개별상품 차원까지 명확하게 구분되지 않고 편의적 시각에서 이용되어 온 점도 인정하지 않을 수 없을 것이다. 그리고 경쟁력이란 상대적 개념이면서 정태적이지 않는 동태적인 개념이라는 점에서 특정 시점에서의 가격비교나 결과론적 시장점유율의 비교는 논리 설명에 한계가 있다고 할 수 있다. 다시 말해 거래란 단속적 행동이라기 보다는 관계적 행동으로서 상호 관계가 보다 협력적이고 신뢰를 바탕으로 이해 갈등의 완화에 따른 장기적인 관계 속에서 유지될 수 있는 것이다.

수산물무역에 있어 이러한 문제시각에 입각하여 무역논리를 규명하기 위해 Anderson & Narus(1990)의 관계 거래론 및 Working Partnerships 모델을 토대로 우리나라 수산물 수입업자와 중국 그리고 다른 주요국 수출업자 사이의 거래 관계를 분석하는 결과 다음과 같은 연구결과를 얻을 수 있었다. 우리나라 수산물 수입업자 입장에서 보는 상호의존성은 파트너에 대한 영향력은 높고, 정보교환, 협력, 신뢰는 만족에 긍정적인 영향을 미치면서 이를 바탕으로 무역 거래를 유지할 수 있는 것으로 나타났다. 그리고 거래 상 불만 사항이 많아지면서 파트너와의 갈등이 고조되고 거래 후 재주문이나 지속적인 거래 관계에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 이상과 같은 수산물 수입업자 입장에서 규정하고 있는 무역 거래 만족에 영향을 미치는 요인들에 대한 국가별 차이는 곧 수입규모의 차이로 나타난다고 할 수 있을 것이다.

한편 무역 거래 만족에 영향을 미치는 요인들의 국가간 차이를 규명하기 위해 분산 분석을 실시한 결과 국가간 차이가 인정되면서, 요인별 점수를 [(사업성과+영향력+정보교환+협력+신뢰+만족도)-갈등]으로 계산하면 중국이 21.5583으로 가장 높고 다음으로 미국 20.2667, 동남아 18.7916, 유럽 18.4723, 러시아 16.3858 순으로 이루어지면서 특히 우리나라 최대 수입국인 중국과의 거래 만족 요인들이 높게 나타나고 있음을 확인할 수 있다.

이상과 같이 본 연구는 무역에 있어 경쟁력 분석이라는 연구 개념을 기존의 연구와



는 다른 시각에서 규명하였다는 점에서 그 의의가 있다고 할 수 있고, 나아가 본 연구에서 제시하고 있는 거래 만족 요인들을 중심으로 체크리스트를 만든다면 수산물 무역업체나 수산물 유통업체의 거래 만족도 자가 진단표로도 활용될 수 있을 것으로 기대한다. 즉 국가간 차이를 보이고 있는 거래 만족 요인 점수는 개별 기업 차원에서도 충분히 활용할 수 있어 일정 점수를 기준으로 평가할 수 있을 것이다.

하지만 본 연구에서 통계적 유의성을 확보하지 못한 일본이 빠져있어 아쉬움도 남고 우리나라 제2의 수입 상대국인 러시아가 요인별 점수에서 4순위를 나타내고 있어 본 연구가 규명하고자 하는 무역주체간 관계론적 논리에 의한 무역거래의 확대라는 명제에 한계가 있음을 확인할 수 있었다. 또한 현재 우리나라에서 시장점유율을 급속히 확대하고 있는 동남아국가의 수산물이 유럽과 러시아 보다 앞서 있다는 점에서 태국, 베트남, 파키스탄과 같은 동남아국가에 대한 우리나라 수산물수입업자 및 투자진출자들의 행동과 연계하여 앞으로 이들 수산물수입 동향에 관심을 가지면서 지켜보면 흥미로운 결과가 나올 가능성도 있어 향후 연구의 과제로 남겨두기로 한다.

## 참고문헌

- 김영우, 국제경쟁력, 대왕사, 1993
- 장영수, 국제무역환경의 변화에 따른 수산물 수입의 성격 구분에 관한 연구, 수산경영론집, 제 28권 제1호, 1997.6, pp.27 - 49
- 홍성걸 · 김정봉, 수산물 수입개방이 국내수산업에 미치는 영향, 수산물수입개방심포지움, 1997.6 pp.24.
- 최정운 · 김정봉, 한일 수산물 수출입 경쟁구조 분석, 수산경영론집, 제34권 제2호, 2003.12, pp.141 - 164
- 建元正弘, 日本競争力, 講談社, 1966
- 東京水産振興會, 水産物輸入の現状と將來展望, 1980. 水産物の貿易構造, 1983
- 堀口健治(1987), “水産物貿易の構造と問題點”, 漁業經濟研究, 第31卷 第2・3合併號
- 廣吉勝治(1989), “水産物貿易の構造と現状課題”, 漁業經濟研究, 第31卷 第2・3合併號
- 秋谷重男(1989), “魚粉と海外市場”, 主要水産物の需給と輸出入動向, 魚價安定基金
- 장영수(1993), “韓日水産物貿易の構造變化と輸出關聯資本の動向”, 漁業經濟研究, 第38卷 第1號
- Aliber, R.Z.(1970), “A Theory of Direct Investment” in Kindleberger, C.P.(ed), The International Corporation : A Symposium, MIT Press.
- Anderson, J. C. & Narus, J. A., “A Model of the Distribution's Perspective of Distributor - Manufacturer Working Relationships”, Journal of Marketing, vol 48, 1984, pp.62 - 74
- Anderson, J. C. & Narus, J. A., “A Model of Distributor Firm and Manufacturer Firm Working Partnerships”, Journal of Marketing, Vol. 54, No. 1, 1990, pp. 42 - 59

- Bagozzi, Richard P, "Marketing as Exchange," *Journal of Marketing*, Vol.47, Fall, 1975, pp. 9 - 17
- Carter, J. R. Smiltzer, L. & Narasimhan. R., "Purchasing and Supply management : Future directions and trends", *International Journal of Purchasing and materials Management*, Vol.32, No.4, 1996, pp.2
- Cook, K.S., "Exchange and power in Networks of Interorganizational Relations", *The Sociology Quaterly*, vol. 18, 1977, pp 62 - 82
- Cummings, Y., "Trans - Organizational Development", *Research in Organizatioan Behavior*, vol.6, 1984, pp.367 - 422
- Dweyer F. Robert & Oh sejo, "Developing Buyer - seller Relationship", *Journal of Marketing*, April, Vol.51, PP.11 - 27
- Emerson, Richard M., "Power - Dependence Relations", *American Sociological Review*, vol 27, 1962, pp.31 - 41
- Etgar, Michael, "Channel Domination and Countervailing Power in Distribution Channels", *Journal of Marketing Research*, vol 13, 1976, pp254 - 262
- Frazier, Gary L., "Interorganizational Exchange Behavior in Marketing Channels : A Broadened Perspective," *Journal of Marketing*, vol 47, 1983, pp68 - 78
- Gardner, J.T, Cooper, M.C. & Noordewier, T., "Understanding Shipper - Carrier and Shiper - Warehouse Relationship : Partnerships Revisited", *Journal of Business Logistics*, vol 15, 1994, pp.121 - 143
- Griffin, Keith B., *International Business : A Managerial Perspective*, Addison - Wesley. 1999.
- Hymer, S.H., *The International Operrations of National Firms : A Study of Direct Foreign Investment*, Cambridge, Mass., MIT Press. 1976
- Hunt Shelby D, "General theories and The Fundamental Explanada of Marketing", *Journal of Marketing*, Fall, vol 47, 1983, pp9 - 17
- J. M. Fleming and S. C. Tsiang, "Change in competitive strength and export share of Major Industrial Countries" *IMF staff parers*, 1956 - 1957
- J. H. Dunning, "Toward an Eclectic Theory of International Production", *Journal of International Business Studies*, Spring/Summer 1980
- Kindleberger, Charles P., *American Business Abroad : Six Lecture on Direct Investment*, New Haven, Yale University Press. 1969
- La L, Bernard J & Cooper, M.C., "Partnerships in Providing Customer Service" *A Third Party Perspective*, Oak Brook, IL : Council of Logistics Management. 1989.
- Macbeth, D.K., N. Forguson, 1994, *Partnership sourcing ; An integrated supply chain approach*, (London : PITMAN PUBLISHING)
- Macneil Ian R., "Contracts : Adjustment of Long - Term Economics Relations Under Classical, Neoclassical and Relational Contract Law", *Northwestern Univ. Law*

- Review, Vol.73, 1980, pp.854 - 902
- Porter. M. E., *The Competitive Advantage of Nations*, New York, The Free Press, 1990
- Weitz Barton A, "Effectiveness in Sales Interaction A contingency Framework," *Journal of Marketing*, Winter, Vol.45, 1981, pp.85 - 103
- Porier, B. & Cilcutierrez, "Supply Management : From Purchasing to external factory management", *Production and Inventory management Journal*, Vol. 4, quarter, 1996, pp. 38 - 45
- R, Lamming, *Beyond Partnership : Strategy for Innovation and Lean Supply*, Prentice hall, Hemel Hempstead, 1993
- Rogers, E. M. & Allbriton, "Diffusion of Innovation", New York : Free Press(3rd) 1990
- Rosenbloom, "Marketing Channels : A Management View," 4th ed., The Dryden Press.
- Rotter, J .B., "Interpersonal trust, trust worthing and gullibility", *American Psychology*, Vol.23, No.3, 1980, pp.393 - 484
- Sako, M., *Prices, Quality and Trust : Inter - Firm Relations in Britain and Japan*, Cambridge University Press Cambridge, 1997
- Williamson, L. R. & Rao K., "Information technology, adoption using classical adoption models to predict AEI software implementation", *Journal of Business Logistics*, Vol. 18, No.2, 1997, pp. 43 - 53
- Williamson O. E., "Transaction Cost Economics : The Governance of Contractual Relations", *Journal of Law and Economics*, Vol. 22, No. 1, 1979, pp. 233 - 361
- Yamazawa Ippei, "Intensity Analysis of World Trade Flow", *Hitotsubashi Journal of Ecomomics*, 1970.2
- Zaheer et al, "Does trust matter? : Exploring the effect of Inter - organizational and interpersonal trust on Performance", *Organization Science*, Vol.9, No.2, 1998
- Zaheer Venkatramand, "Determinants of electronic integration in the insurance industry : An empirical test", *Management Science*, May, Vol.40, No.5, 1994, pp.549 - 560

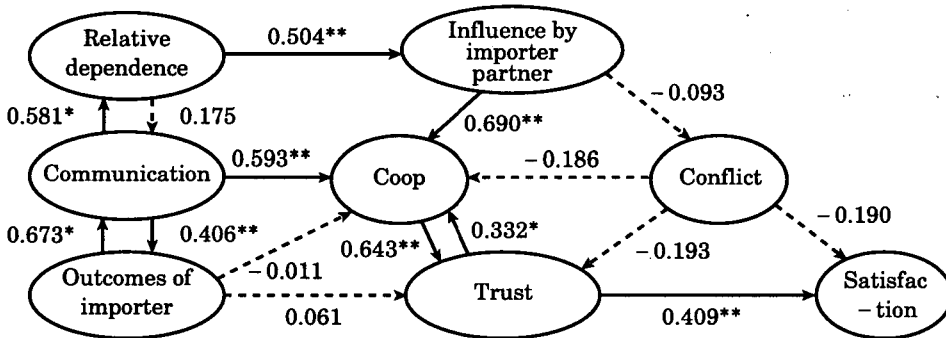
## An Analysis of the Chinese Fishery Products Competitiveness in Korean Market

Jang, Young-Soo

### Abstract

The main propose of this study is to analyze of the Chinese Fisheries Products Competitiveness in Korean Market. This study was using a model of working partnerships by James C. Anderson & James A. Narus(1990). That is, Support is found for a number of the hypothesized construct relations and in both manufacture firm and distributor firm model, for the respecification of cooperation as an antecedent rather than a consequence of trust. This study was able to apply this model's intention for the relationship between Chinese fisheries products exporter and Korean importer, because I thought that competitiveness of trade market was based on relationship between the two countries traders.

The results of this study are summarized as follows.



Note : — Accept hypothesis , ..... Do not accept hypothesis

〈 figure 〉 Model of fisheries products importer and exporter working partnerships

As the above result, the several hypothesized correlation among the factors were significant. These results was tried to apply the competitiveness degree

index as main factors among the countries. The method of measuring competitiveness degree index was [(outcome + influence + communication + cooperation + trust + satisfaction) – conflict]. In result, China was 21.5583, USA was 20.2667, East Asia was 18.79126, EU was 18.4723, Russia was 16.3858.

Key words : Competitiveness, model of working partnerships, trade market, Relative dependence, Influence by importer partner, Outcomes of importer, Communication, Conflict, Cooperation, Trust, Satisfaction