

대구 · 경북지역 섬유업체의 파트너십 형성요인이 성과에 미치는 영향

김지미¹⁾ · 김문영²⁾

¹⁾계명대학교 섬유패션학과

²⁾계명대학교 패션마케팅학과

The Effect of Partnership Formation Factors on Partnership Outcomes in Textile Industries in Daegu and Gyeongbuk

Ji Mi Kim¹⁾ and Munyoung Kim²⁾

¹⁾Dept. of Textile & Fashion, Graduate School, Keimyung University; Daegu, Korea

²⁾Dept. of Fashion Marketing, Keimyung University; Daegu, Korea

Abstract : This study focused on investigating factors of partnership formation for transactional enterprises on supply chain to form a transactional relationship centering around textile industry in Daegu and Gyeongbuk. The study also investigated the effect of the factors of partnership formation for mutual cooperation among textile manufacturers in Daegu and Gyeongbuk on partnership outcomes, and finally provided basic information that help enterprises form efficient partnership relationships with related manufacturers. The sample of the study was manufacturers of yarn, dyeing, weaving, process and fabrics in Daegu and Gyeongbuk that are registered on Korea Federation of Textile Industries. The total of 81 responses were used for data analyses, and factor analyses, regression analyses, and ANOVA were utilized applying SPSS 14.0 Package. The results of the research were as follows: First, among partnership formation factors mutual confidence was highly related to presentation of exclusive technological information, efforts to keep relationships between enterprises, presentation of information, and transactions between reliable enterprises that were formed despite of any losses. Second, it was also important that enterprises exchange and communicate their business goals with partners by having common goals. Third, it was also important that problems and damages were informed to and were shared with transaction companies. If conflicts between enterprises occurred, they can be smoothly solved based on the partnership formation. Fourth, enterprises form partnerships with transaction companies by considering their operation abilities. Fifth, transactions with enterprises which are mutually reliable and have superior technology and information contributed a lot to economic outcome. Lastly, the study revealed that among partnership formation factors mutual confidence to transaction companies influenced outcome of mutual confidence profit creation, outcome of technology & information efficiency were closely related to the ability to solve generated problem, and an important factor of the outcome of technology & information profit creation was communication.

Key words: Textile industry, Partnership formation factors, Profit creation

1. 서 론

21세기는 인터넷의 확산과 정보기술의 발달로 시장정보의 흐름이 가속화되고 제품수명 주기가 짧아지게 되었으며, 판로가 한 국가 내에 국한되지 않고 전 세계로 확대되어 섬유의류산업의 물류·유통 환경에도 많은 영향을 미치고 있다(김창봉, 권승하, 2008). 이러한 사회경제적 변화로 인하여 물류유통 경로에서 발생하는 정보의 효율적 관리는 기업 경쟁력 제고를 위해 더욱 더 중요해지고 있다.

우리나라 섬유산업의 경우 1980년대 중반까지 원자재의 1/3을 해외에서 수입, 가공하여 완제품을 만들어 그 완제품의 2/3

를 해외로 수출하는 해외 의존형, 수출주도형 산업구조를 가지고 있으며 중저가 제품을 대량생산하여 수출하는 전략을 통해 경쟁우위를 확보하였다(섬유산업 연합회, 2009).

글로벌 시장에서 섬유기업들이 적극적으로 대응하기 위해서는 한층 더 다양화, 복잡화, 개인화된 소비자 욕구를 만족시키기 위한 경쟁력을 갖추어야 하는데, 이러한 경쟁적 우위를 점유하기 위해서는 시장의 원리를 재인식하고 세계 시장 환경 변화에 적응, 대처하여 고객의 만족을 극대화시킬 수 있는 개별 기업만의 경영시스템의 도입이 필요하다고 할 수 있다(신상무, 최진혁, 2008).

섬유 패션산업은 다단계 공정을 거치면서 공정상 연계된 중소기업의 기업들과 유통업자들이 참여하게 되므로 계층적이고 복잡한 유통구조가 형성된다. 그래서 유통구조가 복잡해지고 그 과정에서 파생되는 넘치는 정보의 효율적 관리가 중요해졌다(고

Corresponding author; Munyoung Kim
Tel. +82-53-620-2230, Fax. +82-53-620-2230
E-mail: munyoung@kmu.ac.kr

용기 외, 2004). 예를 들면, 빠른 소비자의 변화를 다각적으로 검토하여 그 경향에 따라 공급 사슬상의 섬유류 제조업자나 유통업자가 제품의 다품종 소량생산, 단 사이클화 생산에 대응할 수 있도록 공급사슬 구성원들 간에 파트너십 강화와 정보공유가 필요할 것이다(정철용 외, 1999).

그러나 섬유산업에서의 SCM(Supply Chain Management: 공급망관리) 시스템 도입은 투자비용이나 유기적 협력관계를 형성하기 위한 조직 간의 통합된 체제구축 등에서 어려움이 많이 따르며, 현재 SCM시스템을 적극적으로 도입한 섬유기업이 많지 않음은 물론 대구경북지역의 경우는 더욱 미진하다. 이러한 현실에 비추어 볼 때 SCM 시스템의 도입에 앞서 거래기업 간의 협력관계의 올바른 형성은 매우 중요한 기업혁신의 요소라고 할 수 있으며, 효율적인 생산시스템의 구축과 거래비용의 최소화, 이윤의 확대, 기업의 기술적 성장 등에 중요한 영향을 미칠 것으로 생각된다.

이에 본 연구에서는 대구·경북 섬유업체를 중심으로 공급사슬선상의 거래기업이 거래관계를 형성하기 위한 파트너십의 형성요인에 대하여 살펴보고자 한다. 또한 대구·경북 섬유업체의 상호 협력을 위한 파트너십 형성요인이 성과에 미치는 영향을 알아봄으로써 향후 지역 내의 관련기업 간의 좀 더 효율적인 파트너십 관계 형성에 도움이 되는 기초 자료로 활용하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 파트너십의 개념

경쟁이 강화되고 정보 기술이 발전하면서 기업 간의 연계에 대한 필요성이 점차 확대되고 있다. 이러한 현상으로 각 기업들은 다양한 외부 경제 주체들과 협력하여 새로운 가치 창조 시스템을 구축하기 위해 노력하고 있다. 또한 기업은 여러 가지 환경적 불확실성에 직면하고 있는데 예측 불확실성은 의사결정에 필요한 정보를 획득하기 어려울 때 나타나며, 기업에서는 공급사나 판매처들과 파트너 관계를 통해 공급사슬상의 정보를 획득하여 환경적 불확실성 문제에 대한 극복을 하고자 할 것으로 기업에서는 이와 관련된 경영전략이 필요하다(김형욱, 윤선희, 2005).

장세윤, 이유리(2006)는 파트너십의 개념으로 서로 다른 기업이 자신의 장시간, 단시간의 만족과 이익을 위하여 서로 win-win 할 수 있도록 신뢰와 몰입을 바탕으로 한 상호 관계로 정의하고 있으며, 소순후(2004)의 연구에서는 상호 신뢰와 몰입을 바탕으로 위험과 보상을 공유하는 지속적이고 보다 협력적인 동반자 관계로서 파트너십을 정의하고 있다. 이종학, 권영철(2002)이 주장한 바와 같이 기업이 성과를 극대화하기 위하여 전략적으로 선택하는 전략적 아웃소싱도 파트너십의 형태를 이용하며, 중장기적인 관계를 구축하고 위험과 이익의 상호공유와 협력적 문제해결을 추구한다.

이와 같이 파트너십의 개념은 거래 당사자 간의 상호이익의

추구와 협력적 관계를 통한 기업이 목표로 하는 성과의 극대화 추구를 위한 긍정적 연대작용이라 할 수 있다. 이에 본 연구에서는 파트너십의 개념을 섬유패션산업의 공급사슬 선에서 신뢰를 바탕으로 한 협력적 동반자 위치의 주거래 관계에 있는 기업으로 정의하여 연구대상으로 하였다.

2.2. 파트너십 형성요인

Lambert et al.(소순후, 유일에서 재인용, 2004)은 공급사슬 파트너십의 발전과정에 관한 연구에서 파트너십이 동인(drivers), 촉진요인(facilitators), 그리고 구성요소(component) 등 3가지의 기본요소로 구성된다고 밝히고, 이들이 의해 파트너십 성과가 결정된다고 하였다. Gentry(김형욱, 윤선희에서 재인용, 2005)는 기업 간에 형성되는 전략적 파트너십을 장기간몰입, 협력적이며 지속적인 원가절감의 개선과 향상된 품질, 열린 의사소통과 정보 공유특정관계성의 위험과 보상의 공유의 4가지 영역에서 설명하였다. 소순후와 유일(2004)은 구매자-공급자간 파트너 관계에 초점을 둔 성공적인 공급사슬 파트너십의 구성요소에 대해 살펴봄으로서 이러한 구성요소들 간에는 어떠한 구조적 관계가 있는지 확인하였는데, 공급사슬 파트너십 관계를 생성시키고 강화시키는 요인으로서 전략적합도, 상호의존도, 양립성, 의사소통의 네 가지 요인을 선정하였다. Niederkofler(김이태, 송우용에서 재인용, 1998)는 기업 간 협력관계가 실패하는 주원인은 관리적 행동의 실패에서 기인한다고 보고 관리적 행동에 중점을 둔 성공요인을 제시했으며, 협상은 반드시 파트너간 의사소통 담당자와 함께 이루어져야 하며, 제휴의 목적에 부합하는 의사소통채널이 구축되어야 한다고 하였다. 또한 상호 이익이 되는 관계를 위해 신뢰를 개발하여야 하며 지속적으로 파트너간 관계의 긴밀성을 증진시킴으로써 거래업체의 관심분야와 운영 스타일을 이해가 요구된다고 설명하였다

이와 같이 파트너십의 형성요인은 다양한 모양으로 제시되나 궁극적으로 기업의 상호이익을 위한 파트너십을 더욱 공고히 할 수 있는 요인은 거래당사자간에 구축되는 상호신뢰 즉 거래 중에 어떠한 문제가 발생하였을 경우 상대기업에 대한 믿음의 정도는 거래안정성을 촉발하는 기반이 될 수 있다. 또한 기업 간에 나타나는 문제해결을 위한 의지는 상호거래 관계 중 발생하는 문제에 있어 적극적인 대처를 촉발함으로써 거래기업간의 신뢰성을 높이는 결과를 얻을 수 있으며, 상호 효율적인 업무 수행 및 관리를 위한 거래기업간의 의사소통 및 원가절감, 기술을 향상시킬 수 있는 기술업무능력 등을 포함하는 파트너십 요인들은 기업의 상호협력관계의 기반이라 할 수 있다.

2.3. 파트너십의 형성요인과 성과와의 관계

공급사슬 내 기업간 파트너십에 관한 연구는 1980년대 말부터 다운사이징(Downsizing), BPM(Business Process Management), ERP(Enterprise Resource Planning), JIT(Just in Time), QR(Quick Response) 등의 경영혁신 전략과 병행하여 기업의 성과를 극대화하는 일환으로 본격적으로 이루어지기 시작하였

으며(문희철 외, 2007), 이제는 어느 특정 제조업체만의 노력으로는 부응해 갈 수 없을 정도로 고객이 요구하는 만족도 수준이 과거와는 차원을 달리하고 있다. 생산 경로 주도권을 어느 제조업체가 일방적으로 추구할 것이 아니라, 제조-유통이 어떠한 입장에서 어떻게 협력관계를 구축하여, 최종 시장에서의 가치를 높여 가느냐 하는 협력과 파트너십이 추구되는 시대가 되고 있는 것이다(김형욱, 윤선희, 2005).

파트너십의 형성요인과 성과와의 관계에 대해 김태우(2006)는 파트너십의 형성요인으로 운영적 요인, 의사소통요인, 전략적 요인, 파트너요인, 정보기술 활용요인을 제시하였으며 파트너십 결정요인으로써 마케팅채널 연구에서 많이 사용이 되는 신뢰의 몰입을 사용하였고, 성과는 물류 성과와 비 물류 성과로 분류하여 화주기업들을 대상으로 파트너십의 형성요인의 성과에 미치는 영향을 실증적으로 분석하였다.

최성렬 외(2003)은 공급망 관리의 성공적인 실행을 위한 요건으로서 파트너십의 본질을 규명하면서 파트너십을 감정적 속성과 행위적 속성으로 구분, 감정적 속성에 관계몰입과 신뢰를 행위적 속성에 적응과 협력을 각각 설정하고 공급망 관리에 따른 기업의 성과에 미치는 영향력 관계를 구조적으로 파악하였다.

최성렬(2002)은 Groves and Valsamakis(1998)의 연구를 바탕으로 재무적 성과에 비재무적 성과 차원의 두 가지 큰 틀을 기준으로 파트너십 특성에 따라 기업 성과에 미치는 영향요인을 구체화하였고, 여경철(2002)은 1990년부터 2000년까지 전략적 제휴를 체결한 섬유산업을 포함한 23개 산업의 52개 국내 기업들을 대상으로 한 연구에서 파트너 기업 간의 상호작용 정도가 높은 기업들이 사업성과가 높게 나타난 반면, 잠재적 갈등 정도가 높은 기업들은 사업성과에 직접적인 영향을 주지 못하는 것으로 나타났다.

이상에서 살펴본 바와 같이 기업 간의 파트너십은 거래 당사자 간의 상호이익의 추구하고 성과의 극대화를 위한 긍정적인 연대작용을 이루는 관계이어야 하며, 그 파트너십의 형성요인은 거래 당사자 간의 상호신뢰, 원활한 의사소통, 문제해결을 위한 협조 및 업무수행능력 등이 요구 된다고 할 수 있으며, 그 결과는 기업의 성과에 영향을 미친다고 연구되었다. 선행연구에서는 파트너십의 성과를 물리적성과와 비 물리적 성과, 재무적 성과와 비재무적성과의 차원으로 분류하였으나, 섬유기업의 특성이 원사, 제직, 염색가공 등의 다양하고 독립된 공정을 가진 기업들의 협력 뿐 아니라 추후 제작되는 제품의 생산에서 유통까지 매우 광범위한 단계를 거치는 매우 광범위한 산업이며, 섬유는 이중 1차단계의 제품을 만드는 경우로 각 기업의 공정 간의 연계가 원활하고, 신뢰 속에서 기술과 정보가 공유되는 관계가 매우 주요한 요인으로 작용되고 이윤창출에 직접적 영향을 미칠 수 있다고 생각된다.

이에 본 연구에서는 각 파트너십 형성요인에 따른 성과를 재무적 성과와 비 재무적성과를 중심으로 기업 간 거래에 있어 업무효율증대와 이윤창출의 성과로 분류하였으며, 이를 다시 거래기업간의 상호 신뢰가 바탕이 된 효율의 증대, 이윤의 창출

성과와 기업이 갖고 있는 기술 정보력이 바탕이 된 능력증심의 효율증대, 이윤창출의 성과로 구분하여 그 영향관계를 살펴보고자 한다.

3. 연구방법

3.1. 연구문제

본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

연구문제1 : 대구·경북지역 섬유기업의 파트너십 형성요인과 성과를 알아본다.

연구문제2 : 대구·경북지역 섬유기업의 파트너십형성 요인들이 거래업체 간에 거래성과에 미치는 영향관계에 관해 알아본다. 연구문제 2의 가설은 다음과 같다.

H1 : 파트너십 형성요인(H1-1 : 상호신뢰성, H1-2 : 의사소통, H1-3 : 문제해결, H1-4 : 업무수행능력)이 상호신뢰성 효율증대 성과에 영향을 미친다.

H2 : 파트너십 형성요인(H2-1 : 상호신뢰성, H2-2 : 의사소통, H2-3 : 문제해결, H2-4 : 업무수행능력)이 상호신뢰성 이윤창출 성과에 영향을 미친다.

H3 : 파트너십 형성요인(H3-1 : 상호신뢰성, H3-2 : 의사소통, H3-3 : 문제해결, H3-4 : 업무수행능력)이 기술정보력 효율증대 성과에 영향을 미친다.

H4 : 파트너십 형성요인(H4-1 : 상호신뢰성, H4-2 : 의사소통, H4-3 : 문제해결, H4-4 : 업무수행능력)이 기술정보력 이윤창출 성과에 영향을 미친다.

연구문제 3 : 대구·경북지역 섬유기업의 기업특성별 파트너십 형성요인과 성과의 차이를 알아본다.

3.2. 연구대상

한국섬유산업협회에 등록 된 대구·경북 지역의 원사, 염색, 제직, 가공, 원단 생산기업을 중심으로 설문지 120부를 배포하여 성실하게 응답한 81개의 설문지를 분석에 사용하였다. 각 기업의 설문대상지는 설문대상기업에서 최소 3년 이상 근무한 현장 근무자를 포함하여 조사하였으며, 파트너기업의 개념을 대표적인 주거래 기업을 대상으로 설문에 답하도록 사전고지 하였다.

연구대상기업의 생산품목 및 업종과 판매처의 경우 복수응답이 있었으며, 주요 생산 품목은 화학섬유 59.6%(폴리에스테르 32.4%, 나일론 14%, 합섬직물 13.2%), 화섬과 천연섬유의 교직물 13.2%, 면섬유 10.36%, 울섬유(5.11%, 기타 11.0%로 대구 지역이 화학섬유산지임을 보여준다. 업종별로는 제직과 원단 55.4%, 가공 16.1%, 원사 14.3, 염색 14.3%업체가 대상이었다. 연구대상 업체의 주요 판매처의 경우 내수가 44.4%로, 수출은 유럽 지역이 22%, 미주 지역이 18%, 일본이 11%의 순서로 나타나 내수와 수출의 비중이 비슷한 것을 알 수 있었다.

3.3. 측정도구

파트너십 형성요인의 측정을 위한 측정도구로서 이병주(2007)

와 이용길(2007), 가희광(2004)의 척도를 수정·보완하여 사용하였으며 파트너십 성과에 관한 측정도구로 이병주(2007)의 척도를 수정·보완하여 사용하였다

3.4. 분석방법

섬유산업의 파트너십 요인과 파트너십 성과에 관한 연구의 자료분석을 위하여 SPSS 14.0 Package를 이용하여 요인분석, 회귀분석, ONE-WAY ANOVA 분석, Duncan Test를 실시하였다.

4. 연구결과

4.1. 파트너십 형성요인과 성과의 요인분석

파트너십 형성요인과 성과의 요인분석결과 형성요인에서는 믿을 수 있는 기업과의 거래, 공동목표에 대한 상호 의사소통, 원활한 문제해결 방법을 위한 협조, 업무해결능력 등이 주요요소로 작용한다는 것을 알 수 있었다. 이는 선행연구들에서 얻어진 결과와 대부분 일치 하였다. 또한 파트너십 형성요인과 성과의 경우는 상호신뢰성 효율증대성과에는 거래업체간의 상호 신뢰성이 영향을 미치며, 상호신뢰성 이윤창출 성과와 기술정보력 효율증대 성과에는 발생된 문제해결능력이 중요하게 영향을 미쳤으며, 기술정보력 이윤창출 성과에는 의사소통이 중요한 요소인 것으로 조사되었다. 이는 파트너 기업 간의 상호작용정도가 높은 기업이 사업성과가 높게 나타난다는 선행연구를 지지하는 것으로 상호 신뢰의 관계 속에서 문제해결을 위한 원활한 의사소통을 하는 경우는 성공적인 파트너십을 구성한다는

것을 알 수 있었다. 요인분석의 세부 결과는 다음과 같다.

4.1.1. 파트너십 형성요인의 요인분석

대구경북지역 섬유업체의 생산자와 공급자간의 거래관계 형성 시 고려되어지는 파트너십 형성요인을 알아보기 위하여 요인분석을 실시하였다. 분석결과 4개의 요인으로 분류되었으며, 아이겐 값은 2.5 이상으로 모두 1을 상회하고 누적분산은 62.682%이며 각 요인별 Cronbach's α 값은 .7이상으로 매우 높은 신뢰도를 나타내었다.

분류된 제1요인은 업체 간의 지속적인 거래관계 및 업무와 기술정보교환과 관련된 요인으로 “상호신뢰성”으로 명명하였고, 제2 요인은 공동의 목표와 동반자라는 생각, 업무변경에 대한 요인으로 “의사소통”이라 명명하였으며, 제3 요인은 문제발생에 대한 위험과 피해, 거래업체와의 갈등, 문제발생시 해결에 대한 협력의 요인으로 “문제해결”로 명명하였으며, 제4 요인은 거래업체의 수행능력과 문제발생시 해결하기 위한 적극적인 노력에 대한 요인으로 “업무수행능력”으로 명명하였다(Table 1 참고).

이러한 요인분석의 결과 대구·경북 섬유업체의 거래형성에 중요한 영향을 미치는 파트너십 형성요인은 믿을 수 있는 기업과의 거래, 공동 목표에 대한 상호 의견교환, 원활한 문제해결 방법을 위한 협조, 업무해결 능력 등이 주요 요소로 작용한다는 것을 알 수 있다.

4.1.2. 상호신뢰성 파트너십 성과에 관한 요인분석

상호신뢰성 파트너십 성과에 관한 타당성 분석결과 요인적

Table 1. 파트너십 측정도구 요인분석 결과

문 항	요 인			
	상 호 신뢰성	의사소통	문제해결	업 무 수행능력
장기거래하고 있는 거래업체를 계약서가 필요 없을 정도로 믿는다.	.761			
거래업체에게 중요한 독점적인 기술정보를 제공하고 있다.	.677			
거래업체와의 관계지속을 위해 전력을 다하고 있다.	.636			
거래업체가 요청하지 않아도 업무에 관한 정보를 제공하고 있다.	.751			
거래업체와의 거래에서 손실이 있더라도 감수 할 것이다.	.639			
거래업체와 공동의 목표에 대해 의사소통 하고 있다.		.778		
거래업체를 공통적 목표를 가진 동반자라고 생각한다.		.769		
거래업체와 업무변경에 대해 원활한 의사소통이 이루어지고 있다.		.524		
문제발생에 대한 위험과 피해를 거래업체와 나누고 있다.			.690	
거래업체와 갈등이 있을 때 의사소통을 통해 해결된다.			.689	
거래업체와의 문제발생 시 해결을 위해 협력하고 있다.			.629	
거래업체의 수행능력을 신뢰한다.				.731
거래업체와의 문제가 발생하면 해결을 위해 적극적으로 노력할 것이다.				.754
아이겐 값	2.828	2.721	2.575	2.532
설명분산	16.637	16.005	15.149	14.891
누적분산	16.637	32.642	47.791	62.682
Cronbach's α	.789	.757	.785	.728

※요인분석 시 다른 요인에 적제되거나 요인적재량이 .4미만인 항목은 제외

Table 2. 상호신뢰성 파트너십성공에 관한 요인분석 결과

문항	요인	
	효율증대	이윤창출
상호신뢰 할 수 있는 기업과의 거래는 경제적 이익이 있다.	.651	
상호신뢰 할 수 있는 기업과의 거래는 생산기동력이 향상 된다.	.851	
상호신뢰 할 수 있는 기업과의 거래는 반응생산에 소요되는 시간을 줄인다.	.806	
상호신뢰 할 수 있는 기업과의 거래는 매출을 향상 시킨다.		.757
상호신뢰 할 수 있는 기업과의 거래는 경제적성공에 기여한다.		.896
상호신뢰 할 수 있는 기업과의 거래는 생산성성공에 기여한다.		.834
아이겐 값	1.947	2.214
설명분산	32.446	36.893
누적분산	36.893	69.339
Cronbach's α	.823	.718

재량이 .651에서 .896사이에서 존재함으로 모두 적절히 적재된 것을 볼 수 있으며, 각 요인들의 아이겐 값은 1.947과 2.214로 모두 1을 상회하고 누적분산은 69.339%로 나타났다. 상호신뢰성 파트너십 성공의 제1요인은 상호신뢰 할 수 있는 기업과의 거래에 있어서 경제적 이익과 생산기동력의 향상, 반응생산에 소요되는 시간에 대한 요인을 “상호신뢰성 효율증대 성과”로 명명하였다. 제2요인은 상호신뢰 할 수 있는 기업과의 거래에 있어서 매출향상과 경제적 성과와 생산성 성과에 대한 기여하는 요인을 “상호신뢰성 이윤창출 성과”로 명명하였다(Table 2 참고).

4.1.3. 기술정보력 파트너십 성과에 관한 요인분석

기술정보력 파트너십 성과에 관한 타당성 분석결과 요인적 재량이 .554에서 .913 사이에 존재함으로 모두 적절히 적재된

Table 3. 기술정보력 파트너십 성과에 관한 요인분석 결과

문항	요인	
	효율증대	이윤창출
기술정보력이 있는 기업과의 거래는 경제적 이익이 있다.	.554	
기술정보력이 있는 기업과의 거래는 생산기동력이 향상 된다.	.870	
기술정보력이 있는 기업과의 거래는 반응생산에 소요되는 시간을 줄인다.	.864	
기술정보력이 있는 기업과의 거래는 매출을 향상 시킨다.		.758
기술정보력이 있는 기업과의 거래는 경제적성공에 기여한다.		.913
기술정보력이 있는 기업과의 거래는 생산성성공에 기여한다.		.708
아이겐 값	2.119	2.053
설명분산	35.324	34.219
누적분산	35.324	69.543
Cronbach's α	.724	.795

것을 볼 수 있으며, 각 요인들의 아이겐 값은 2.119와 2.053으로 모두 1을 상회하고 누적분산은 69.543%로 나타났다.

기술정보력 성과에 대한 제1요인은 상호신뢰 할 수 있는 기업과의 거래에 있어서 경제적 이익과 생산기동력의 향상, 반응생산에 소요되는 시간에 대한 요인을 “기술정보력 효율증대 성과”로 명명하였다. 제 2요인은 상호신뢰 할 수 있는 기업과의 거래에 있어서 매출향상과 경제적 성과, 생산성 성과에 대해 기여하는 요인을 “상호신뢰성 이윤창출 성과”로 명명하였다 (Table 3 참고).

4.2. 파트너십 형성요인이 성과에 미치는 영향

파트너십 형성요인에서 대구·경북 섬유기업의 파트너십형성요인은 독립적인 기술정보의 제공과 거래기업간의 관계지속을 위한 노력, 정보제공, 거래에서 일어난 손실을 감수는 행동보다 믿을 수 있는 기업과의 거래에 비중을 두고 있었는데, 이러한 형성요인이 성과에 미치는 영향에서도 신뢰성과 의사소통, 문제해결이 주요한 요인으로 작용하고 있었다. 신뢰를 바탕으로 한 성과에서 믿을 수 있는 기업과의 거래가 효율을 증대시키고, 문제해결능력이 있는 기업과의 거래가 이윤을 창출하는 것으로 나타났다. 기술 정보력을 바탕으로 한 성과에서는 문제해결능력이, 이윤창출에서는 의사소통이 중요한 요인으로 작용한다고 나타났다. 이는 선행연구에서 나타난 파트너 기업 간의 상호작용 정도가 높은 기업들이 사업성과가 높게 나타난다는 결과를 지지한다고 생각된다. 각 가설의 회귀분석 결과는 다음과 같다.

4.2.1. 파트너십 형성요인이 상호신뢰성 효율증대 성과에 미치는 영향

H1(H1-1, H1-2, H1-3, H1-4)은 파트너십 형성요인이 상호신뢰성 효율증대 성과에 미치는 영향을 예측하였다. 파트너십 형성요인의 하위요인인 상호신뢰성, 의사소통, 문제해결, 업무수행능력을 독립변인으로 하고 상호신뢰성 효율증대 성과를 종속변인으로 하여 회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 Table 4와

Table 4. 파트너십 형성요인과 상호신뢰성 효율증대 성과에 관한 회귀분석 결과

독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	F
	b	표준오차	β		
(상수)	1.715	.628		2.730	
상호신뢰성	.226	.113	.234	1.997*	
의사소통	.165	.156	.139	1.058	4.068**
문제해결	.184	.161	.153	1.140	
업무수행능력	.006	.143	.005	.041	
R = 0.176, 수정된 R ² = 0.133					

* $p < .01$, ** $p < .05$ (종속변인 = 상호신뢰성 효율증대 성과)

Table 5. 파트너십 형성요인과 상호신뢰성 이윤창출 성과에 관한 회귀분석 결과

독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	F
	b	표준오차	β		
(상수)	2.342	.442		5.293*	
상호신뢰성	.055	.080	.078	.691	
의사소통	-.052	.110	-.060	-4.470	2.763*
문제해결	.344	.114	.392	3.029*	
업무수행능력	.125	.101	.146	1.246	
R = 0.233, 수정된 R ² = 0.192					

* $p < .01$, ** $p < .05$ (종속변인 = 상호신뢰성 이윤창출 성과)

같다. 회귀모형의 F값은 4.068, 유의확률은 .005로 나타나 유의수준 .01기준에서 회귀식이 유의한 것으로 나타났다. 회귀식에 투입된 회귀계수에 대한 t 검증결과, 파트너십 형성요인 중 상호신뢰성만이 상호신뢰성 효율증대 성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta = .226, t = 1.997, p = .049$). 반면, 파트너십 형성요인 중 의사소통($\beta = .165, t = 1.058, p = .294$), 문제해결($\beta = .184, t = 1.140, p = .258$), 업무수행능력($\beta = .006, t = .041, p = .967$)은 상호신뢰성 효율증대 성과에 유의한 영향이 없는 것으로 나타났다. 따라서 H1-1만이 채택되었고 H1-2, H1-3, H1-4는 기각 되었으므로 H1은 부분적으로 지지되었다.

4.2.2. 파트너십 형성요인이 상호신뢰성 이윤창출 성과에 미치는 영향

H2(H2-1, H2-2, H2-3, H2-4)는 파트너십 형성요인이 상호신뢰성 이윤창출 성과에 미치는 영향을 예측하였다. 파트너십 형성요인의 하위요인인 상호신뢰성, 의사소통, 문제해결, 업무수행능력을 독립변인으로 하고 상호신뢰성 이윤창출 성과를 종속변인으로 하여 회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 Table 5와 같다. 회귀분석결과 회귀모형의 F값은 2.763이고 유의확률이 .000으로서 유의수준 .01기준으로 회귀식이 유의한 것으로 나타났다. 회귀식에 투입된 회귀계수에 대한 t 검증결과, 파트너십 형성요인 중 문제해결만이 상호신뢰성 이윤창출 성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며($\beta = .344, t = 3.029, p = .003$), 그 외의 파트너십 형성요인인 상호신뢰성($\beta = .055, t = .691$,

Table 6. 파트너십 형성요인과 기술정보력 효율증대 성과에 관한 회귀분석 결과

독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	F
	b	표준오차	β		
(상수)	2.208	.484		4.559	
상호신뢰성	.066	.087	.087	.758	
의사소통	.063	.121	.067	.522	4.952*
문제해결	.339	.124	.359	2.728*	
업무수행능력	.023	.110	.025	.206	
R = 0.207, 수정된 R ² = 0.165					

* $p < .01$, ** $p < .05$ (종속변인 = 기술정보력 효율증대 성과)

$p = .492$), 의사소통($\beta = -.052, t = -.470, p = .639$), 업무수행능력($\beta = .125, t = 1.246, p = .217$)은 상호신뢰성 이윤창출 성과에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 H2-3만이 채택되었으며 H2-1, H2-2, H2-4는 기각되었으므로 H2는 부분적으로 지지되었다.

4.2.3. 파트너십 형성요인이 기술정보력 효율증대 성과에 미치는 영향

H3(H3-1, H3-2, H3-3, H3-4)는 파트너십 형성요인이 기술정보력 효율증대 성과에 미치는 영향을 예측하였다. 파트너십 형성요인의 하위요인인 상호신뢰성, 의사소통, 문제해결, 업무수행능력을 독립변인으로 하고 기술정보력 효율증대 성과를 종속변인으로 하여 회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 Table 6와 같다. 회귀분석결과 회귀모형의 F값은 4.952이고 유의확률이 .001로서 유의수준 .01기준으로 회귀식이 유의한 것으로 나타났다. 회귀식에 투입된 회귀계수에 대한 t 검증결과, 파트너십 형성요인 중 문제해결만이 기술정보력 효율증대 성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며($\beta = .339, t = 2.728, p = .008$), 그 외의 파트너십 형성요인인 상호신뢰성($\beta = .066, t = .758, p = .451$), 의사소통($\beta = .063, t = .522, p = .603$), 업무수행능력($\beta = .023, t = .206, p = .837$)은 기술정보력 효율증대 성과에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 H3-3만이 채택되었으며 H3-1, H3-2, H3-4는 기각되었으므로 H3은 부분적으로 지지되었다.

4.2.4. 파트너십 형성요인이 기술정보력 이윤창출 성과에 미치는 영향

H4(H4-1, H4-2, H4-3, H4-4)는 파트너십 형성요인이 기술정보력 이윤창출 성과에 미치는 영향을 예측하였다. 파트너십 형성요인의 하위요인인 상호신뢰성, 의사소통, 문제해결, 업무수행능력을 독립변인으로 하고 기술정보력 이윤창출 성과를 종속변인으로 하여 회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 Table 7와 같다. 회귀분석결과 회귀모형의 F값은 6.907이고 유의확률이 0.01 보다 적으므로 회귀식이 유의한 것으로 나타났다. 회귀식에 투입된 회귀계수에 대한 t 검증결과, 파트너십 형성요인 중

Table 7. 파트너십 형성요인과 기술정보력 이윤창출 성과에 관한 회귀분석 결과

독립변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	F
	b	표준오차	β		
(상수)	1.495	.558		2.677	
상호신뢰성	.069	.101	.076	.691	
의사소통	.480	.139	.428	3.458*	6.907*
문제해결	.141	.143	.124	.983	
업무수행능력	-.076	.127	-.069	-.596	
R = 0.267, 수정된 R ² = 0.228					

* p<.01, ** p<.05 (종속변인; 기술정보력 이윤창출 성과)

의사소통만이 기술정보력 이윤창출 성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta=.480, t=3.458, p=.001$). 그러나 그 외의 파트너십 형성요인인 상호신뢰성($\beta=.069, t=.691, p=.492$), 문제해결($\beta=.141, t=.983, p=.329$), 업무수행능력($\beta=-.076, t=-.596, p=.553$)은 기술정보력 이윤창출 성과에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 H4-2만이 채택되었으므로 H4는 부분적으로 지지되었다.

4.3. 대구경북지역 섬유업체의 기업특성별 의식차이

4.3.1. 파트너십 형성요인에 관한 기업특성별 의식차이

파트너십 형성요인에 대한 직위별 평균차이를 살펴본 결과, 상호신뢰성($F=2.546, p=.035$), 의사소통($F=.895, p=.489$), 문제해결($F=.731, p=.603$), 업무수행능력($F=.376, p=.864$) 중 상호신뢰성에서만 직위별로 차이가 났으며, 직위가 높은 대표이사($M=3.738$), 임원($M=3.631$), 부장($M=3.673$)이 직위가 낮은 대리($M=3.145$)나 사원($M=3.164$)에 비해 파트너십을 형성 시 상호신뢰성을 높게 인식하는 것으로 나타났다(Table 8 참고).

상호신뢰성에 대해 기업의 판매처별 평균차이를 비교해 본 결과, 상호신뢰성($F=.427, p=.654$), 의사소통($F=.519, p=.597$), 문제해결($F=.062, p=.940$), 업무수행능력($F=3.378, p=.039$) 중 업무수행능력에서만 차이가 있는 것으로 나타났다(Table 9 참고). 그러나 파트너십 형성요인에 대한 업종별 의식차이 분석결과, 상호신뢰성($F=.1264, p=.293$), 의사소통($F=1.084, p=.361$), 문제해결($F=2.197, p=.095$), 업무수행능력($F=1.190, p=.319$)은 차이가 없는 것으로 나타났다.

4.3.2. 파트너십 성과에 대한 기업특성별 의식차이

파트너십 성과에 대한 기업특성별 의식차이에서는 업종별로 파트너십 성과를 살펴본 결과, 파트너십 성과요인 중 상호신뢰성 이윤창출 성과($F=2.786, p=.046$)와 기술정보력 효율증대 성과($F=3.155, p=.029$)에서 업종별 차이가 나타났다. 업종별 세부 차이를 살펴보면, 원사기업($M=3.185$)이 염색가공기업($M=3.644$)에 비해 파트너십으로 인한 상호신뢰성 이윤창출성과가 높은 것으로 나타났으며, 제직원단기업($M=4.267$)이 염색가공에 비해 파트너십으로 인한 기술정보력 효율증대성과($M=3.867$)가 높은

Table 8. 파트너십 형성요인에 관한 직위별 의식차이 분석 결과

변인	n	평균	표준편차	F
상호신뢰성	사원	3.164 _{AB}	0.692	2.546*
	대리	3.145 _A	0.499	
	과장	3.474 _{ABC}	0.578	
	부장	3.673 _C	0.575	
	임원	3.631 _{BC}	0.482	
	대표이사	3.738 _C	0.560	
의사소통	사원	4.000	0.335	.895
	대리	3.945	0.347	
	과장	3.916	0.402	
	부장	4.236	0.388	
	임원	3.908	0.729	
	대표이사	4.100	0.542	
문제해결	사원	4.000	0.354	.731
	대리	3.818	0.448	
	과장	4.053	0.468	
	부장	4.114	0.409	
	임원	4.019	0.681	
	대표이사	4.156	0.437	
업무수행능력	사원	4.152	0.376	.376
	대리	3.879	0.501	
	과장	4.053	0.558	
	부장	4.030	0.379	
	임원	4.077	0.454	
	대표이사	4.083	0.590	

* p<.01, ** p<.05

Table 9. 파트너십 형성요인에 관한 판매처별 의식차이 분석 결과

변인	n	평균	표준편차	F
상호신뢰성	내수	3.456	.604	.427
	수출	3.430	.746	
	내수&수출	3.572	.462	
의사소통	내수	3.963	.480	.519
	수출	3.980	.635	
	내수&수출	4.083	.353	
문제해결	내수	4.016	.512	.062
	수출	4.063	.601	
	내수&수출	4.043	.335	
업무수행능력	내수	4.042	.454	3.378*
	수출	4.267	.547	
	내수&수출	3.908	.445	

* p<.01, ** p<.05

것으로 나타났다. 그러나 상호신뢰성 효율증대 성과($F=.410, p=.246$)와 기술정보력 이윤창출 성과($F=1.442, p=.237$)는 업종별 차이가 없는 것으로 나타났다(Table 10 참고).

Table 10. 업종에 따른 파트너십 형성요인이 성과에 미치는 영향 분석 결과

변인	n	평균	표준편차	F
상호 신뢰성 효율증대	원사	9	4.185	.294
	염색가공	15	4.044	.396
	제직원단	40	4.300	.445
	기타	17	4.216	.407
상호 신뢰성 이윤창출	원사	9	4.185 _B	.530
	염색가공	15	3.644 _A	.427
	제직원단	40	4.042 _{AB}	.595
	기타	17	3.804 _{AB}	.566
기술 정보력 효율증대	원사	9	4.185 _{AB}	.242
	염색가공	15	3.867 _A	.374
	제직원단	40	4.267 _B	.441
	기타	17	4.118 _{AB}	.526
기술 정보력 이윤창출	원사	9	4.111	.553
	염색가공	15	3.711	.434
	제직원단	40	3.992	.582
	기타	17	3.863	.487

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

직위에 따른 파트너십 성과의 차이를 살펴본 결과, 파트너십 성과요인인 상호신뢰성 효율증대 성과($F=1.398, p=.235$), 상호 신뢰성 이윤창출 성과($F=506, p=.770$), 기술정보력 효율증대 성과($F=1.084, p=.376$), 기술정보력 이윤창출 성과($F=2.080, p=.077$)에서 직위에 따른 파트너십 성과의 차이가 없는 것으로 나타났다

판매처별 파트너십 성과의 차이를 살펴본 결과, 상호신뢰성 효율증대 성과($F=.770, p=.467$)와 상호신뢰성 이윤창출 성과($F=.376, p=.688$), 기술정보력 효율증대 성과($F=444, p=.643$)와 기술정보력 이윤창출 성과($F=.099, p=.906$)에 대한 차이는 없는 것으로 나타났다

5. 결론 및 제언

섬유산업은 직물을 만들기 위한 원사, 제직, 가공 등의 공정 뿐만 아니라 최종제품인 의류의 제작 및 유통 판매 및 디자인, 전시기획, 협력조합, 통신매체, 문화산업 등 각 산업별 지원 산업까지 제품의 제작 과정을 총괄하는 관련된 산업 간의 유기적 협력체계가 구축되어야 하는 매우 광범위한 산업이라 할 수 있으며, 일반적으로 생산되는 제품의 특성에 따라 3단계의 세분화된 산업으로 구분된다. 1차 생산품인 섬유생산 및 원사를 제조하는 원사메이커, 2차 생산품인 직물의 제직, 염색, 가공을 수행하는 직물제조업체, 3차 생산품인 의류의 디자인기획과 제작, 판매를 담당하는 패션 또는 어패럴 기업으로 구분된다.

본 연구에서는 1차와 2차 산업단계의 비중이 높은 대구·경북 섬유업체를 중심으로 파트너십 형성요인과 거래성과 요인을

분석한 결과, 섬유산업의 파트너십 형성요인으로는 상호신뢰성, 의사소통, 문제해결, 업무수행능력의 네 가지 요인으로 분류되었으며, 성과요인으로는 상호신뢰성 효율증대 성과와 상호신뢰성 이윤창출 성과, 기술정보력 효율증대 성과와 기술정보력 이윤창출 성과의 네 가지 요인으로 분류되었다.

대구·경북 섬유기업의 파트너십의 형성요인과 성과에 대한 연구결과는 다음과 같다. 첫째, 상호신뢰성 파트너십 형성요인은 독점적인 기술정보의 제공과 거래업체간의 관계지속을 위한 노력, 정보제공, 거래에서 일어난 손실을 감수하는 행동보다 믿을 수 있는 기업과의 거래에 비중을 두고 있었다. 이는 섬유산업이 타 산업에 비하여 공정이 길며 공정한 거래업체와의 기술과 정보가 연계되어야만 경쟁력이 있는 제품개발이 가능하기 때문에 형성되는 파트너십을 의미하는 것이라고 판단된다.

둘째, 공동 목표를 가진 동반자로서 목표에 대한 의견교환과 의사소통에 대하여 중요하게 생각하고 있었다. 이는 한 가지 제품을 개발하고 마케팅을 수행하기 위해서는 Up Stream, Middle Stream, Down Stream간의 긴밀한 연계가 이루어지고 있다는 것을 의미하는 것으로 생각된다.

셋째, 발생된 문제에 대한 위험과 피해를 거래업체와 나누며, 갈등이 발생하였을 때 원활한 해결 방법을 위한 협조를 전제로 한 파트너십의 형성을 중시하는데, 이는 제품의 결점 사유가 특정한 한 공정에 기인하는 것이 아니라 공정간 연계되어 발생하는 경우가 많다는 것을 의미하는 것으로 해석된다.

넷째, 거래업체의 수행능력을 특히 중시하여 파트너십이 형성되고 있었는데, 이는 섬유산업을 형성하는 기술이 다양하고 전문화되어 있기 때문에 특정 제품개발을 위해서는 이에 부합하는 최적의 능력 및 경험을 가진 업체들을 공정별로 선정하여 제품개발을 수행한다는 것으로 분석하였다.

다섯째, 상호 신뢰할 수 있는 기업과의 거래와 기술 정보력이 우수한 기업과의 거래가 경제적성과에 대한 기여도가 큰 것으로 나타났는데 이는 좋은 섬유제품이 만들어지기 위해서는 기술 정보력이 매우 중요하고 중요한 기술을 공유 할 수 있는 기업 간의 신뢰도가 주요한 요인으로 작용한다고 보여진다.

여섯째, 파트너십 요인 중 상호신뢰성 효율증대 성과에는 거래업체간의 상호신뢰성이 영향을 미치며, 상호신뢰성 이윤창출 성과와 기술정보력 효율증대 성과에는 발생된 문제해결능력이 중요하게 영향을 미쳤으며, 기술정보력 이윤창출 성과에는 의사소통이 중요한 요소인 것으로 조사되었다.

대구경북 섬유업체의 파트너십 형성요인을 직위별, 업종별, 판매처별로 분석한 결과 직위가 높을수록 파트너십의 상호신뢰성을 중요하게 생각하였는데 업종 및 판매처별 큰 차이는 없었다. 파트너십 성과요인은 직위별, 판매처별로는 큰 유의차를 보이지 않았지만 업종별로는 상호 신뢰성 이윤창출성과와 기술정보력 효율증대성과에서 제직원단 업종의 기업이 높은 것으로 나타났다. 이는 대구·경북 섬유기업이 제직원단업종 중심으로 특화되어있는 관계로 이들 기업을 중심으로 한 파트너십이 형성되어 있기 때문인 것으로 해석되었다.

이와 같이 대구 · 경북 섬유업체의 경우 협력업체 상호간의 파트너십의 형성효과는 있는 것으로 판단하고 있으나 직위별 효과에 대한 차이나 업종별 차이 등을 살펴 볼 때, 직위가 높을수록 더 유익하다는 판단을 하고 있는 것으로 나타는 점에서 실무현장에서는 파트너십의 효과를 인지하지 못하고 있음을 알 수 있다. 이는 향후 대구경북지역 섬유업체의 활발한 성장을 위하여 보다 적극적인 협력업체간의 파트너십 형성을 통한 상호 신뢰와 기술정보교환이 현장중심으로 확대되어 실행되어야 할 것으로 생각된다.

본 연구의 제한점은 연구 대상이 대구 · 경북 섬유업체를 중심으로 조사되었으며, 지역의 특성상 원사, 가공, 염색, 제분분야 중 비중이 높은 제분분야를 중심으로 진행되었기에 일반화하여 확대 해석하는 것은 주의하여야 한다. 그러므로 지역과 업종에 편중되지 않는 섬유 패션산업의 전 단계별 기업을 대상으로 후속연구가 진행되어 원사, 제직, 의류 등 관련된 기업 간의 파트너십형성요인과 그 효율성에 대한 연구가 필요 할 것으로 생각된다.

참고문헌

가회광. (2004). *파트너십 요인이 SCM(Supply Chain Management) 성과에 미치는 영향을 관한 연구 : 국내중소기업을 중심으로*. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.

고용기, 이종학, 이명호. (2004). 운송화물의 최적배분을 통한 대구권 섬유산업의 물류관리 개선방안에 관한 연구. *한국물류학회지*, 14(3), 87-114.

김이태, 송우용. (1998). 전략적 제휴의 성공결정요인에 관한연구. *마케팅과학연구*, 2, 94-95.

김창봉, 권승하. (2008). 섬유산업의 SCM파트너십 요인과 사업성과에 관한 연구. *한국통상정보연구*, 10(3), 221-238.

김태우. (2006). 물류 파트너십 결정에 따른 성과에 관한 실증연구-화주기업과 제3자 물류기업을 중심으로. *한국해운물류연구*, 48, 47-71.

김형욱, 윤선희. (2005). 공급사슬상의 파트너십이 공급사슬통합에 미

치는 영향에 관한 연구 : 정보공유와 정보품질의 매개역할을 중심으로. *한국생산관리학회지*, 16(1), 183-208.

섬유산업 연합회. (2009). *직물업체구조고도화에 관한 사업보고서*. 지식경제부.

문희철, 이진석, 임성범, 행정. (2007) 한국 수출기업의 공급사슬 파트너십 결정요인. 한국국제경영관리학회 학술발표대회 논문집, pp. 213-239.

소순후. (2004). *공급사슬 파트너십의 구조적 관계모형에 대한 실증적 연구*. 전남대학교 대학원 박사학위논문.

소순후, 유일. (2004). SCM에서 파트너십의 성공결정요인에 관한 연구. *한국전자거래학회지*, 9(3), 1-16.

신상무, 최진혁 (2008). 섬유패션 중소기업의 SCM 사례 연구-커튼업체를 중심으로. *패션비즈니스*, 12(5), 156-167.

여경철. (2002). *전략적 제휴의 사업성과 결정요인에 관한 연구 : 조직간 갈등과 상호작용을 중심으로*. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.

이병주. (2007). *SCM을 위한 공급사슬 파트너십에 관한 연구 의 완제품 아웃소싱공급 업체를 중심으로*. 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.

이용길. (2007). *SCM 파트너십이 기업의 경영성과에 미치는 영향*. 전북대학교 대학원 석사학위논문.

이종학, 권영철. (2002). 물류아웃소싱 유형의 결정요인과 성과에 관한 연구. *한국무역학회지*, 27(2), 267-288.

장세윤, 이유리. (2006) 의류 제조업체와 원단공급업체의 파트너십과 의류 제조업체의 성과와의 관계. *한국의류학회지*, 30(1), 38-47.

정철용, 신상무, 김이정. (1999). 국내 의류산업에 있어서 신속대응(QR)시스템도입에 영향을 미치는 요인에 대한 연구. *한국경영정보학회지*, 1, 53-62.

최성렬. (2002). *SCM 파트너간 정보교환 영향요인에 관한 연구*. 충남대학교 대학원 박사학위 논문.

최성렬, 이진석, 문희철. (2003). SCM 파트너간 정보교환 영향요인과 전략적 성과에 대한 실증적 연구. *한국인터넷전자상거래연구*, 3(2), 235-253.

(2010년 12월 18일 접수/ 2011년 1월 28일 1차 수정/
2011년 3월 28일 2차 수정/2011년 3월 8일 게재확정)