

韓國製造企業의 經營力評價(下)

—1984년도의 企業實態調查資料를 토대로 하여—

金 正 年

《目 次》	
5. 財 務	7. 國際經營
6. 會 計	IV. 結語—企業評價模型에 의한 經營力評價

(7) 原價上昇要因

大企業과 中小企業에서 原價上昇要因중 가장 큰 비중을 점하는 것이 原資材價格이며 그 다음에 賃金·給料이다.⁽²⁹⁾ 그러나 成果의 측면에서 보면, 賃金·給料로 인하여 原價上昇이 높은 기업들이 原資材價格으로 인하여 原價上昇이 높은 기업들에 비해 비교적 높은 成果를 나타낸다.

이러한 사실은 賃金 및 給料보다 原資材價格의 상승을 직접 통제하기가 어렵다는 것에

〈표 II-30〉 主要原價上昇要因과 企業成果

原 價 要 因	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企業成果(平均)	構 成 比(%)	企業成果(平均)
1. 教育訓練費	0.9	4.8288	2.1	4.7330
2. 賃金·給料	19.4	5.5513	21.1	5.1024
3. 福祉厚生	1.8	4.8188	4.3	6.1087
4. 廣告費(서어비스 포함)	5.5	4.8275	1.8	4.7339
5. 로얄티	1.4	4.8726	0.4	4.7341
6. 運送費	1.4	4.8287	2.1	4.7334
7. 動力費(電力費 포함)	2.8	4.8208	2.5	4.7333
8. 研究開發費	4.1	4.8250	2.1	5.1335
9. 外注加工費	3.7	4.8336	6.1	4.7341
10. 原資材價格	49.8	4.9016	41.1	4.9505
11. 金利負擔	7.8	4.8274	6.1	4.7800
12. 地代·賃借料	1.4	4.8278	0.4	4.7328

筆者: 서울대학교 經營大學 經營研究所 研究員, 서울대학교 經營大學 教授.

(29) 조사대상 500개의 전체 企業體에서 原價上昇要因을 보면, 賃金·給料에 기인한다는 企業體는 129개로서 전체 企業의 25.8%이며, 또한 原資材價格에 기인한다는 企業體는 223개로서 전체 企業의 44.6%에 해당한다.

「韓國企業의 現況과 課題」, 서울대학교 經營研究所, 1985, p.329 및 pp.330-331, 표 4-14 및 표 4-15 참조.

기인하는 것이라고 할 수 있다. 또한 賃金과 給料로 인해 原價上昇의 폭이 높다는 것은 成長企業의 경우 成果의 증대에 따른 것으로 파악할 수 있다.

기타 다른 原價要因들은 그 비중이 매우 낮은 관계로 어떤 유의적인 해석을 내리기는 어려운 일이다. 다만 中小企業의 경우 福祉厚生費支出로 인한 原價上昇이 높은 기업체에서는 그 成果가 매우 높게 나타나는 것에 주목할 만하다. 기업의 福祉厚生費支出은 기업 자체의 자의적인 의지의 표출로 볼 수 있으며, 이러한 지출은 기업의 成長과 收益에 근거를 두고 있는 것으로 볼 수 있다.⁽³⁰⁾ 이러한 종류의 支出은 또한 종업원들에 대한 모티베이션 효과를 기대·발생시키게 하는 것이므로 결과적으로 成果가 높게 나타나게 되는 연쇄효과를 가져올 수 있음을 알 수 있다.

(8) 原價節減時的 고려사항

〈표 II-31〉 原價節減時的 고려사항과 企業成果

事 項	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企業成果(平均)	構 成 比(%)	企業成果(平均)
1. 剩餘人員의 整理	5.4	4.8262	6.4	4.7480
2. 勞務管理의 合理化	15.8	4.8286	9.3	4.7344
3. 給與體系의 개선	6.4	4.8272	3.9	5.5880
4. 教育訓練의 강화	3.4	4.8325	2.9	4.7352
5. 流通시스템의 合理化	1.0	4.8315	1.4	4.9279
6. 尖端設備의 도입	5.4	5.5714	2.9	4.8595
7. IE 또는 OR의 이용	9.4	4.8247	0.7	4.7333
8. 工程管理의 강화	13.3	4.8262	11.4	4.9626
9. 品質管理의 강화	8.9	5.4990	36.1	4.8737
10. 原價中心의 管理	12.8	5.5183	21.1	5.4374
11. 사무의 自動化	17.2	4.8372	1.1	4.7338
12. 합리적인 豫算統制	1.0	4.8152	2.9	4.7342

(30) 한편 同 調査資料를 이용하여 다른 측면 (즉 大·中小企業 구별 없이 原價上昇要因別 目標成長率 達成要因)에서 분석한 결과를 보면 아래와 같다.

첫째, 福祉厚生費가 원가상승요인이 된다는 企業에서는 경쟁기업의 존재를 목표성장율 달성 저해요인으로 지적한다.

둘째, 廣告費는 신제품개발이 성장율 달성요인이 되는 企業의 原價상승요인인 경우에 높다는 사실과,

셋째, 로얄티가 原價상승요인이라는 企業은 國際경쟁, 신제품개발, 기술자확보곤란 등으로 인해 成長率달성이 어렵다고 지적하고 있다.

넷째, 研究開發費가 原價상승요인이 되는 企業은 市場開拓의 애로가 成長率달성을 저해하고 있는 것으로 나타난다.

다섯째, 外注加工費는 국제경쟁과 관련이 깊으며, 原資材가격도 국제경쟁의 측면에서 보면 目標成長率달성의 저해 요인이 되고 있는 것으로 지적되고 있다.

前掲書, 1985, p.332 참조.

原價節減에 대한 고려 사항은 構成面에서 일반적으로 보면 大企業과 中小企業이 비슷한 것으로 나타난다. 그러나, 大企業은 中小企業에 비해 IE 또는 OR의 利用, 事務自動化 등을 중요시하는 경향이 나타난다. 이에 반해 中小企業은 상대적으로 品質管理의 강화, 原價中心的 管理와 工程관리의 강화 등을 중요시하는 경향을 보이고 있다. 이러한 차이는 大企業의 경우 品質管理의 강화, 原價中心的 管理를 상대적으로 중요시하지 않거나 시행하지 않는다고 보다는 中小企業과의 規模의 차이에 따른 科學的 管理의 필요성을 절실히 느끼고 있음을 보여 주는 것이며, 컴퓨터의 사용과 이의 활용증대와도 관련성을 갖고 있는 것으로 볼 수 있다.

企業成果의 측면에서 본다면 大企業은 中小企業에 비해 IE 또는 OR의 利用이나 事務自動化가 그다지 높은 成果를 나타내지 않는다. 따라서 大企業에서 이들 요소를 중요시하고는 있으나, 아직까지 原價節減과 관련시켜서 볼 때 그다지 높은 成果를 보여주지 못하고 있다. 그러나, 앞으로 企業에 관한 자료가 축적·정리됨에 따라 그 成果는 점차 높아지리라 본다. 본 조사의 결과에 의하면, 아직까지 大企業에서의 原價節減에 대해 기여를 할 수 있는 要素라 한다면 尖端技術의 도입, 品質管理의 강화, 原價中心管理 등이라 할 수 있다.

中小企業의 경우는 賃金·給與가 原價에서 접하는 비중이 높으므로 給與體系의 改善이 가장 높은 成果를 보여주고 있다. 그러나, 일반적으로 勞使關係를 고려할 경우 企業에서는 이 要素를 原價節減을 위한 중요 고려사항으로 삼고 있지 않은 것으로 나타난다. 大企業에 비해 品質管理의 강화를 중시하는 中小企業이 상대적으로 많으나, 그 成果에 있어서는 大企業에 크게 못 미치고 있으며, 原價中心的 管理가 효과적인 것으로 파악된다.⁽³¹⁾

(9) 研究開發의 방법

研究開發方法을 구성면에서 살펴보면, 大企業의 경우는 거의 80% 정도 研究開發活動을 하고 있는 반면, 中小企業의 경우는 그 比率이 50% 정도로 나타난다. 이러한 사실은 물론 中小企業이 大企業에 비해 研究開發活動이 매우 미흡함을 반영한 것이다. 따라서 大企業의 경우는 研究開發을 전담하는 部署의 比率이 40%를 넘어 研究開發에 상당한 중요성을 두고 있음을 알 수 있다.

研究開發方法을 企業成果와 관련하여 살펴보면, 大企業의 경우는 독립적인 研究機關에서

(31) 전체 企業을 대상으로 하여 各業種別 原價節減을 위한 고려 사항을 정리해 보면 그 특성들이 각각 다르다. 즉, 原價 중심관리는 주로 음·식료품업종에서이며, 品質관리의 강화는 섬유·의복·가죽업종, 나무·나무제품업종, 종이·인쇄 및 출판 업종, 非金屬광물제품업종, 전기기업종에서 이루어지고 있다. 또한 尖端설비의 도입은 化學·石油·石炭·고무·플라스틱 업종, 조립금속제품, 기계 및 장비업종, 전기기업종에서 주로 고려하고 있다.

〈표 II-32〉 研究開發方法及 企業成果

方 法	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企業成果(平均)	構 成 比(%)	全國成果(平均)
1. 현재 특별한 研究開發 활동을 하고 있지 않다.	20.7	4.8243	52.8	5.0392
2. 社內에 研究팀을 만들어 이들에게 시키고 있다.	35.5	5.2503	26.8	5.1394
3. 本社의 研究開發部署에서 하고 있다.	34.5	4.8266	16.9	4.7343
4. 그룹산하의 독립된 研究機關에서 하고 있다.	7.4	5.3701	0.8	4.7332
5. 大學, 研究所 등 外部의 研究機關에 의뢰하고 있다	2.0	4.8213	2.8	5.7473

研究開發活動을 할 때 그 成果가 가장 높으며, 中小企業의 경우는 그 比率이 낮긴 하지만 大學, 研究所 등 外部의 研究機關에 의뢰하는 企業들의 成果가 가장 높게 나타난다.

이러한 사실은 大企業의 경우는 企業의 필요성과 관련하여 독립적으로 研究開發活動이 이루어 질 수 있을 뿐 아니라, 이같은 活動을 할 수 있는 것은 주로 專門家의 확보가 비교적 용이하다는 점을 들 수 있다. 이에 반해 中小企業의 경우는 일반적으로 이같은 능력이 制限되어 있으므로, 계속적인 研究開發을 담당·수행하는 部署를 갖는 것보다는, 비교적 단기적인 필요성에 의해 전문적인 外部機關에 의뢰하는 것이 보다 成果가 높게 나타난다.⁽³²⁾

(10) 重要視하는 研究開發活動

〈표 II-33〉 重要시하는 研究開發활동과 企業成果

項 目	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企業成果(平均)	構 成 比(%)	企業成果(平均)
1. 新製品開發에 관한 연구	63.8	5.1197	56.2	5.1341
2. 既存製品改良에 관한 연구	32.4	4.8261	39.8	4.7993
3. 企業活動과 관계되는 기초적 연구	3.9	4.8242	4.0	5.7887

중요시하는 研究開發活動은 大企業과 中小企業간에 명확한 차이는 거의 나타나지 않는다. 1위는 新製品開發, 2위는 既存製品改良이며, 3위는 企業活動과 관계되는 기초적인 연구의

(32) 企業의 成果와는 관계 없이, 전체적으로 그룹산하의 독립적인 研究機關과 本社의 연구개발부서, 大學·연구소 등의 外部 연구기관에 의한 研究開發을 시도하는 企業은 新製品開發의 아이디어를 주로 外國의 경우에서 구하는 것으로 나타난다.

순으로 나타난다. (33)

企業成果의 측면에서도 大企業과 中小企業 모두 新製品開發을 중요시하는 企業이 既存製品改良에 관한 研究를 중요시하는 企業에 비해 成果가 높은 것으로 推定되었다. 물론 어떤 產業에 속하며, 그 취급製品에 따라서 어떠한 活動을 중요시하는가에 의해 달라지겠지만, 오늘날의 企業은 급변하는 기업환경과 消費者慾求의 증대에 부응하기 위해서 製品改良 보다는 新製品開發을 중요시하는 진취적인 행동이 보다 바람직하다는 사실을 반영하는 결과라 하겠다.

(11) 研究開發·技術革新을 하게 된 이유

〈표 II-34〉 研究開發·技術革新을 하게 된 이유와 企業成果

項 目	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企業成果(平均)	構 成 比(%)	企業成果(平均)
1. 原資材價格의 上昇	59.0	4.8429	61.2	5.1165
2. 에너지費用	9.0	4.8262	8.8	9.0577
3. 勞動費用	13.3	4.8966	12.3	4.7345
4. 資本費用	16.9	4.8232	12.3	4.7345
5. 公害規制	1.2	6.6853	1.0	4.7341
6. 政府 및 社會規制	0.6	4.8249	1.0	4.7341

大企業과 中小企業간에 있어서 研究開發과 技術革新을 하게 된 동기와 이유에는 별다른 차이가 없는 것으로 나타난다. 가장 중요한 이유는 原資材價格의 上昇임을 단적으로 나타내며, 에너지費用 역시 原資材價格의 상승에 포함시키면 이 비중은 더욱 높아진다.

企業成果의 측면에서 보면, 大企業은 모든 要因에 있어서 거의 비슷한 成果를 보여주고 있다. 단지 公害規制만이 꽤 높은 成果를 보이고 있지만, 이것은 그 比重이 매우 낮으므로 成果와 어떤 직접적 관련성이 있는지의 여부는 알 수 없다. 中小企業은 주로 原資材價格의 상승에 기인할 경우에 그 成果가 높게 나타나고 있다.

이러한 사실은 全世界的인 추세로서 資源節約的 技術革新 및 研究開發의 중요성을 충실히 반영한 것이라고 볼 수 있다.

(33) 企業은 환경에 따라 研究開發活動의 방향을 달리 하고 있다.

첫째, 廣告費 및 판매비의 증가, 製品의 다양화, 또는 不實企業의 속출등과 같은 환경에 처할 경우는 주로 新製品개발에 관한 연구경향이 나타난다.

둘째, 새로운 企業의 출현, 인체확보난과 기술개발경쟁과 같은 환경 아래에서는 既存製品의 개량에 집중적인 研究開發을 추진한다.

셋째, 系列化의 확대에 처해있는 企業에서는 주로 기초적인 研究開發活動에 중점을 두고 있는 것으로 나타난다.

前掲書, 1985, pp. 385-387 참조.

5. 財 務

(1) 豫算의 편성·이용

大企業의 경우에는 '편성된 예산에 따라 組織機構別로 豫算統制 및 費用分析이 행해지고 있다.' 라고 응답한 企業(42.3%)들이 가장 많았으며, 中小企業에서는 예산편성을 하고 있지 않다고 대답한 企業(32.5%)들이 가장 많았다.

企業成果의 측면에서 볼 때 大企業의 경우 豫算編成을 하고 있지 않다고 회답한 기업들의 成果가 가장 높게 나타난다.⁽³⁴⁾ 한편 中小企業의 경우에는 편성된 예산에 따라 조직기 구별로 豫算統制 및 費用分析을 하고 있다고 회답한 기업에서 그 成果가 가장 높게 나타 났다.

〈표 Ⅲ-35〉 豫算의 편성·이용과 企業成果

項 目	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企業成果(平均)	構 成 比(%)	企業成果(平均)
1. 豫算編成을 하고 있지 않다	5.9	5.7627	32.5	4.8548
2. 예산편성은 매년 하고 있으나 예산에 의한 費用統制는 하지 않는다	18.2	4.8358	29.3	5.0135
3. 편성된 예산에 따라 계정 과목별로 豫算統制 및 費用分析이 행해지고 있다	33.6	4.9790	24.4	5.0871
4. 편성된 예산에 따라 組織機構別로 예산통제 및 費用分析이 이루어지고 있다	42.3	4.8261	13.8	5.1942

(2) 資金需給의 계획기간

資金需要를 예측할 경우의 계획기간은 大企業과 中小企業 모두 1~3개월이 가장 많았고 그 다음으로 많은 것이 3~6개월로 되어 있다.

企業成果측면에서 大企業에서는 1~3개월 中小企業은 3~6개월로 대답한 기업들이 가장 높은 成果를 나타내었다.

(3) 流動資金水準의 決定方法

(34) 물론 本調査의 대상기업(500개)에서는 財務상황에 관한 중요내용을 거의 얻을 수 없었으나, 大企業의 경우 豫算編成의 여부와 企業成果의 문제에 관해서는 다소 의문점이 생긴다.

즉, 豫算編成은 기업의 미래활동지침과 활동목표의 기준을 제공한다는 원칙에서 본다면, 특히 大企業의 경우는 豫算편성을 하고 있지 않는 企業이 보다 높은 成果를 나타낸다는 사실에 관해서는 금후 보다 세부적인 研究分析을 필요로 할 것이다.

〈표 II-36〉 資金需給의 계획기간과 企業成果

計 劃 期 間	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企業成果(平均)	構 成 比(%)	企業成果(平均)
1. 1개월 이하	7.2	4.8231	11.9	4.8912
2. 1~3개월	43.9	5.2192	59.8	4.9732
3. 3~6개월	24.0	4.8260	20.3	5.1701
4. 6개월~1년	16.7	4.8319	6.6	4.9456
5. 1년 이상	8.1	4.8539	1.4	4.9981

필요한 流動資金水準을 결정하는 방법은 大企業과 中小企業, 공히 시기별로 예측한 資金需給계획에 의해 결정하고 있는 企業들이 각각 88.1%와 70.6%로 월등히 많았다. 재무담당자의 경험·직관에 의존하여 필요한 流動資金수준을 결정하는 기업의 비율은 大企業(2.7%)에 비해 中小企業(12.2%)에서 보다 높게 나타난다.⁽³⁵⁾

企業成果와 관련시켜 볼 때에는 大企業의 경우 시기별로 예측한 資金需給계획에 따라 결정한다고 대답한 기업들의 成果가 가장 높았으며, 中小企業의 경우에는 전년도 實績을 기준으로 결정한다고 대답한 기업들의 成果가 다른 항목에 대답한 기업들에 비해 훨씬 높게 나타난다.⁽³⁶⁾

〈표 II-37〉 流動資金水準의 決定方法과 企業成果

決 定 方 法	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企業成果(平均)	構 成 比(%)	企業成果(平均)
1. 經驗·直觀	2.7	4.8437	12.2	5.0290
2. 전년도 實績基準	8.2	4.8248	16.8	5.6612
3. 예측된 계획	88.1	5.0258	70.6	4.8418
4. 기 타	0.5	4.9674	0.3	4.7467

(4) 設備投資의 목적

設備投資의 목적은 大企業과 中小企業에서 모두 큰 비중을 점한 것이 設備를 근대화시켜

(35) 企業규모가 커짐에 따라 시기별 需給計劃에 의한 流動資金水準을 결정하는 企業數는 점차 증가하는 경향으로 나타난다. 또한 經驗·直觀과 전년도 실적에 따라 그 水準을 결정하는 企業은 주로 200人 이하의 규모에서 나타난다. 여기서 논의되어야 할 점은 시기별 需給計劃의 合理的인 기준에 관한 문제이다.

· 前掲書, 1985, pp. 407-408 참조.

(36) 한편 資金需給의 計劃기간과 流動資金수준의 결정방식을 企業成果와 관련시켜서 본다면, 大企業에서는 1~3개월로 시기별 資金需給計劃을 하고 있는 기업이 成果가 높으며, 中小企業에서는 3~6개월과 전년도 實績을 기준으로 하고 있는 기업에서 成果가 높게 나타난다. 이 사실은 資金需給計劃期間이 流動資金水準의 결정방식에 중요한 영향을 미치고 있다는 것을 뜻한다.

서 競爭力을 향상·강화시키기 위한 것이었고, 장래의 수요증가에의 대비, 原價節減의 순으로 나타났다.

企業成果와 관련시켜 보았을 때 大企業의 경우 각 항목들간에 큰 차이가 없었으며, 그중 가장 높은 성과를 나타낸 것은 設備근대화를 통해 경쟁력을 향상시키려 한다고 대답한 기업들이었다. 한편 중소기업의 경우에는 原價節減을 목적으로 設備投資를 한다고 응답한 기업들의 成果가 가장 높게 나타났다.

〈표 II-38〉 設備投資의 目的과 企業成果

設備投資目的	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企業成果(平均)	構 成 比(%)	企業成果(平均)
1. 需要증가에 대비	29.3	4.8319	27.2	4.8072
2. 原價절감	15.8	4.9132	20.7	5.2172
3. 市場占有率의 증대	4.5	4.8257	5.8	4.7432
4. 設備의 근대화	38.3	5.1454	40.2	5.0106
5. 새로운 분야진출	12.2	5.1309	5.4	4.7345
6. 기 타	0.0	—	0.7	4.7335

(5) 設備投資時的 애로사항

設備投資에서의 가장 큰 애로점은 大企業(74.3%)과 中小企業(77.1%) 모두 資金調達の 문제이었다. 이러한 결과는 한마디로 資金不足에 기인한 현상이라고 볼 수 있다.⁽³⁷⁾

企業成果는 大企業에 있어서는 별로 차이가 나지 않으며, 자금조달이 設備投資時的 애로점이라고 대답한 企業들의 성과가 가장 높았으며, 中小企業의 경우 技術者의 확보문제가

〈표 II-39〉 設備投資時的 애로점과 企業成果

隘 路 點	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企業成果(平均)	構 成 比(%)	企業成果(平均)
1. 資金調達	74.3	5.0586	77.1	4.9688
2. 관계관청의 認·許可	9.5	4.8275	6.1	4.7341
3. 기계설비의 도입	8.1	4.8242	10.4	5.0155
4. 技術者의 확보	5.9	4.8577	4.3	5.8484
5. 노동자의 확보	1.8	4.8362	2.2	4.9455
6. 기 타	0.5	4.8081	0.0	—

(37) 특히 中小企業에서의 설비투자의 애로는 大企業에 비해 高性能 기계설비의 도입에 보다 큰 制約을 받고 있다. 규모가 작을수록 資金調達能力이 떨어지는 企業의 비율이 상대적으로 높게 나타난다. 즉 100人以下 企業에서는 81.7%가 자금조달의 制約을 받으며, 2,000~5,000人 규모의 企業에서는 65%정도로 나타난다. 이 자금조달문제는 보다 다각적인 검토, 즉, 資金需給·資金動員 및 資金 配分問題, 설비투자의 效率性등의 문제에서 논의되어야 할 것이다.

가장 큰 設備投資時의 애로사항이라고 지적한 企業들의 成果가 가장 높게 나타난다. 이와 반면에 관계관청의 認·許可를 가장 큰 애로점으로 파악한 企業들의 成果는 가장 낮게 나타난다.

(6) 固定資産의 調達源泉

固定資産의 調達원천을 보면, 大企業의 경우 長期借入金, 社內留保의 순이며, 中小企業의 경우 社內留保, 長期借入金の 순으로 나타난다.⁽³⁸⁾

企業成果는 大企業의 경우 增資에 의해 固定資産을 調達한다고 대답한 기업들의 성과가 가장 높았으며, 社內留保에 의해 固定資産을 調達한다고 응답한 기업들의 성과가 그 다음으로 높았다. 中小企業의 경우에는 각 항목들간에 큰 차이가 나타나지 않으며, 그 중 가장 높은 성과를 나타 낸 기업들은 長期借入金에 의해 固定資産을 調達한다고 대답한 기업들이었다.⁽³⁹⁾

〈표 II-40〉 固定資産의 調達源泉과 企業成果

調 達 源 泉	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企業成果(平均)	構 成 比(%)	企業成果(平均)
1. 社內留保	26.3	5.1403	35.4	4.8825
2. 增 資	7.8	5.5687	14.3	5.0152
3. 會社債	4.6	4.8217	3.9	4.8309
4. 外 資	6.5	4.8279	4.3	4.7457
5. 長期借入金	41.0	4.9175	33.9	5.0506
6. 減價償却充當金	8.3	4.8265	5.0	4.7525
7. 리 스	4.6	4.8242	2.9	5.0335
8. 기 타	0.9	4.8966	0.4	4.7331

(7) 短期資金의 調達源泉

短期資金의 調達원천은 大企業(65.0%)과 中小企業(80.1%) 모두 銀行에 倚重하고 있으며, 그 다음으로는 短期投資金融이었다. 短期投資金融에 重點을 둔 기업들의 比率는 中小

(38) 참고로 전체 企業의 固定資産의 調達원천별에 따른 財務구조의 악화원인을 보면, 社內留保, 增資 및 리스에 의해 資金調達한 企業의 財務構造는 양호하다고 응답한 전체 企業平均 22.2%에 비해 각각 30.9%, 24.6% 및 27.8%와 같이 상대적으로 높게 나타난다.

또한 會社債, 外資, 長期借入金, 減價償却充當金에 의존하는 企業에서는 收益性低調를 악화원인으로 든 企業의 비율이 상대적으로 높다.

前掲書, 1985, pp. 424-425. 참조

(39) 1983년도의 調査結果에서 보면, 成果가 높은 企業은 社債·長期借入金を 중요시하는 기업들과 增資 및 기타 資金調達을 중요시하는 企業들이며, 가장 成果가 낮은 것은 社內留保를 중요시한 企業이었다.

拙稿, 「經營要因別指標에 의한 企業行動과 經營力에 관한 調査研究」(下), 『經營論集』, 第 XVII卷, 第 2號, 1983. 6, p. 3.

企業(11.7%) 보다도 大企業(30.5%)이 더욱 높았다. ⁽⁴⁰⁾

企業成果는 大企業과 中小企業에서 모두 銀行을 短期資金의 조달원천에 의존하는 企業에서 가장 높게 나타난다. 이것은 이러한 기업들이 기업성과가 양호하여 은행을 이용할 수 있는 여건이 갖추어져 있기 때문이라고 할 수 있다. ⁽⁴¹⁾

〈표 II-41〉 短期資金의 調達源泉과 企業成果

調 達 源 泉	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企業成果(平均)	構 成 比(%)	企業成果(平均)
1. 은 행	65.0	5.0369	80.1	5.0488
2. 단기투자금융	30.5	4.9467	11.7	4.8001
3. 종합금융회사	2.2	4.8269	1.1	4.7310
4. 私 債	0.4	4.8243	2.8	4.7360
5. 상호신용금고	0.4	4.8334	1.8	4.7333
6. 외국은행 국내지점	0.9	4.8276	1.1	4.7376
7. 기 타	0.4	4.8225	1.4	4.7339

(8) 配當決定時의 고려사항

株主에 대한 配當率을 결정할 때 가장 중요하게 고려하는 사항은 大企業과 中小企業 모두 當期純利益의 크기에 두고 있으며, (각각 53.0%, 44.6%) 다음에는 流動性 및 負債償還(각각 18.7%, 28.1%)의 순으로 나타난다. 그러나 中小企業은 資金의 유동성을 當期純利益보다 더 강조하고 있다. 이것은 資金不足과 금융관계능력의 취약성에 기인된 것이라 할 수 있다.

企業의 成果면에서 볼 때, 大企業의 경우에는 항목간에 큰 차이가 없으며, 中小企業에서는 配當의 안정성을 가장 중요하게 고려하는 사항이라고 대답한 企業의 成果가 월등히 높게 나타난다.

(40) 우리나라 企業의 短期資金調達은 주로 은행과 短期投資金融에 집중되어 있으며, 특히 大企業이 상대적으로 短期投資金融의 의존도가 높다는 점이 收益性和 成長性에 어떠한 영향을 미칠 것인가의 문제가 중요한 것 같다.

(41) 전체 企業의 財務比率를 短期資金조달원천과 관련에서 보면, 보다 명확한 특징을 파악할 수 있을 것 같다.

첫째, 安全性 중시의 企業은 銀行의 이용률(전체의 25.1%)이 상대적으로 높으며, 둘째, 收益性 중시의 企業에서는 短期投資金融의 이용률(전체의 89.2%)이 높게 나타난다. 셋째, 生産性 중시의 企業은 銀行調達率(89.2%)이 높으며, 넷째, 活動性 중시의 企業은 短期投資金融 이용률 50.0%, 은행이용률 33.3%와 같은 경향으로 나타난다.

「韓國企業의 現況과 課題」, 서울大學校 經營研究所 編, 1985, pp.428-429, 표 5-39 참조.

〈표 II-42〉 配當決定時의 고려사항과 企業成果

考 慮 事 項	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企業成果(平均)	構 成 比(%)	企業成果(平均)
1. 流動性 및 負債償還	18.7	4.9077	28.1	4.9820
2. 투자계획	2.5	4.8255	11.2	4.7745
3. 當期純利益	53.0	4.9412	44.6	5.0388
4. 경쟁회사의 配當率	0.5	4.8204	0.0	—
5. 일반인의 평균	0.5	4.7803	0.4	4.7333
6. 株 價	0	—	0.4	4.7344
7. 당국의 지도사항	7.1	4.8591	3.6	4.7334
8. 시중 公金利	8.6	4.8331	2.7	4.7340
9. 채권자의 압력	0.5	4.8255	0.4	4.7318
10. 配當의 안정성	7.1	4.8231	5.8	6.0927
11. 기 타	1.5	4.8343	2.2	4.7359

6. 會 計

(1) 有形固定資産에 대한 特別減價償却의 여부

〈표 II-43〉 特別減價償却의 여부와 企業成果

項 目	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企業成果(平均)	構 成 比(%)	企業成果(平均)
1. 실시하고 있다	46.4	5.1109	49.8	5.1991
2. 실시하고 있지 않다.	53.6	4.9260	50.2	4.8356

特別減價償却의 실시여부를 살펴본다면, 실시하고 있는 企業(48.3%)과 실시하고 있지 않은 企業의 構成比에는 큰 차이가 나타나지 않는다. 大企業(51.7%)과 中小企業(46.4%) 모두, 실시하고 있지 않은 企業의 構成比가 다소 높은 경향으로 나타나고 있으나, 특별감가상각을 실시하고 있는 기업의 구성비와 그다지 큰 차이를 보이고 있지 않다. 특히 中小企業의 경우는 特別減價償却을 실시하고 있는 기업과 그렇지 않은 기업이 그 구성비에 있어서 거의 동일한 수준에 놓여 있음을 알 수 있다.

이것은 大企業과 中小企業 모두 아직도 特別減價償却의 性質과 必要性을 인식하지 못했거나 아니면 인식하고 있다고 하더라도 그 실시상의 어려움과 경영자의 회의적인 태도 등에 의해 特別減價償却을 적용하고 있지 않는 것으로 해석할 수 있다. 中小企業의 경우 特別減價償却을 실시하고 있는 기업의 비율이 大企業에 비해 보다 낮다는 사실은 위의 推論을 뒷받침하는 것이라고 할 수 있다.

企業成果의 측면에서 볼 때, 大企業과 中小企業에서 모두 特別減價償却을 실시하고 있는

기업이 그렇지 않은 기업에 비해 높은 성과를 보이고 있다. 그러나 그 차이는 구성비의 경우와 마찬가지로 그다지 크지는 않다. 이것은 大企業과 中小企業에서 모두 特別減價償却의 적용에 있어 아직도 미숙한 단계에 있어서 特別減價償却制度의 실시가 企業成果에 그다지 큰 영향을 주지는 않는 것으로 해석할 수 있다.

(2) 每年 綜合豫算編成 여부

〈표 II-44〉 綜合豫算의 편성과 企業成果

項 目	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企業成果(平均)	構 成 比(%)	企業成果(平均)
1. 실시하고 있다	84.9	4.9745	53.9	5.1141
2. 실시하고 있지 않다	15.1	5.2041	46.1	4.9074

大企業의 경우 綜合豫算을 편성하고 있는 기업이 84.9%로 압도적인 비중을 점하고 있다. 그러나 企業成果의 측면에서는 종합예산을 편성하건 안 하건 별다른 差異가 없으며, 오히려 종합예산을 편성하지 않는 기업의 성과가 다소 높은 것으로 推定되었다.

이 사실은 대다수의 大企業이 종합예산의 효과에 대해 긍정적인 반응을 보이고 있으나, 일부의 대기업에서는 현재의 높은 成果에 만족하여 綜合算算의 필요성을 느끼지 않는 것으로 볼 수 있다. 결국 이런 점으로 미루어 볼 때 大企業에 있어서 종합예산의 효과가 없는 것이 아니라 企業成果에 영향을 미치는 요인 중에 綜合豫算 이외의 요인들이 복수적으로 作用하고 있는 것으로 해석할 수 있다.⁽⁴²⁾

中小企業의 경우는 綜合豫算을 편성하는 기업과 그렇지 않은 기업의 비율(각각 53.9%, 46.1%)이 거의 비슷하다. 그리고 企業成果에 있어서도 종합예산을 편성하건 안 하건 모든 기업이 비슷한 수준을 나타내고 있다. 이것은 중소기업의 경우 아직도 종합예산의 필요성을 절실히 느끼지 못하고 있으며, 企業成果에 있어서는 大企業의 경우와 마찬가지로 종합예산 이외의 여러가지 요인들이 큰 영향을 끼치는 것으로 해석할 수 있다

7. 國際經營

(1) 外國企業에 제공한 技術形態

아래의 표를 살펴보면, 대기업과 중소기업 모두 外國企業에 技術提供을 하지 않는 기업의 비율(각각 75.9%, 86.3%)이 압도적으로 높다. 이것은 일반적으로 우리나라 기업들이 대기업이나 중소기업 모두 외국기업에 기술을 제공할 정도의 기술축적이 되어있지 않은 단

(42) 물론 大企業은 會計시스템에 의해 복잡한 기업활동을 예산제도의 도입으로 보다 합리적으로 통제할 수 있다는 점을 지적할 수 있다.

〈표 II-45〉 外國企業에 제공한 技術形態

項 目	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企業成果(平均)	構 成 比(%)	企業成果(平均)
1. 技術提供 無었음	75.9	5.0408	86.3	4.7870
2. 特許權	0.5	4.8123	0.5	4.7405
3. 商標權	0.5	4.8211	0.5	4.7356
4. 플랜트 수출	10.2	4.8266	3.6	6.6435
5. 기술자 파견	10.2	4.8281	6.1	4.7339
6. 경영자 파견	2.7	4.8295	3.0	8.6639

제에 놓여 있는 것으로 해석할 수 있다. (43)

한편 企業成果의 측면에서 보면, 外國企業에 기술제공을 하건 안 하건 그리고 기술제공을 할 경우, 그 形態가 무엇이든지 상관없이 대기업과 중소기업 모두 뚜렷한 差異를 나타내고 있지 않다. 다만 중소기업의 경우 플랜트 수출과 경영자 파견의 경우에 企業成果가 높게 推定되나, 전체 中小기업에서 접하는 비중이 크지 않으므로 고려의 대상에서 제외하여도 무방할 것으로 보다.

(2) 外國資本의 導入經路

外國資本을 도입한 경험이 없는 기업이 大企業에서 36.3%, 中小企業에서 69.5%로 가장 많았다. 이것은 우리나라 기업이 아직도 外國資本을 직접 도입하는데 있어서 어려움을 겪고 있는 것으로 해석할 수 있다. 더우기 中小企業의 경우는, 外國資本을 도입한 경험이 없

〈표 II-46〉 外國資本의 도입경로

項 目	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企業成果(平均)	構 成 比(%)	企業成果(平均)
1. 外國資本을 도입한 경험 없음	36.3	5.2892	69.5	4.9417
2. 國內銀行을 통한 外貨貸出	27.4	4.8243	17.9	4.7340
3. 外國銀行 國內支店을 통한 外貨貸出	13.4	4.8237	3.2	7.4825
4. 商業借款	17.3	4.8437	5.3	4.7338
5. 외화표시채권발행을 통한 直接金融	0.6	4.8487	1.1	8.2850
6. 現地金融	5.0	4.8245	3.2	4.7338

(43) 그러나 우리나라 企業들이 外國企業에 전혀 技術을 제공하지 않았던 것은 아니다. 전체적으로 海外에 技術을 제공한 企業比率은 거의 20%에 달하고 있다. 다만 우리나라 企業의 技術제공에 있어서 特許權 또는 商標權은 거의 없다는 점을 잊어서는 안된다.

는 기업이 69.5%로 나타난 것이 그 사실을 뒷받침하고 있다. (44)

한편 企業成果의 측면에서 보면 外國資本의 도입경로에 상관없이 모든 경우에 大企業과 中小企業에서 비슷한 成果를 나타내고 있다(단, 작은 비율을 점하는 항목은 고려대상에서 제외한 것임). 따라서 外國資本의 도입경로는 企業成果에 별다른 영향을 미치지 않는다고 말할 수 있다.

(3) 外國人 投資者와의 合作여부

〈표 II-47〉 外國人 投資者와의 合作여부

項 目	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企業成果(平均)	構 成 比(%)	企業成果(平均)
1. 合 作	13.9	4.8461	9.7	4.8429
2. 非合作	86.1	4.9989	90.3	5.0369

위의 표에서 보면, 우리나라 기업(大企業과 中小企業)에서는 外國人 投資者와의 합작기업이 대단히 적은 비율을 점하고 있다는 사실을 알 수 있다. (45) 한편 企業成果에 있어서는 非合作企業이 大企業과 中小企業 모두에 있어서 다소 높은 것으로 나타나 있다.

이상의 결과에서 본다면, 우리나라 기업들은 대체로 非合作인 경우에 높은 성과를 거두고 있다는 것을 알 수 있다.

(4) 主要輸入品の 성격

〈표 II-48〉 主要輸入品の 성격

項 目	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企業成果(平均)	構 成 比(%)	企業成果(平均)
1. 자사제품제조에 필요한 원재료	77.8	4.9474	78.5	4.8614
2. 자사제품제조에 필요한 부분품	16.4	5.2350	12.7	4.9172
3. 일반판매를 위한 원재료	3.7	4.8241	4.4	5.3478
4. 일반판매를 위한 완제품 및 부분품	2.1	4.8213	4.4	5.7808

(44) 전체 조사대상企業의 50%는 外資를 사용한 것으로 되어있다. 특히 外資導入의 비율은 종업원 1,000명 이상의 企業부터는 급격하게 증가하며, 거의 80%의 企業이 外資를 도입하고 있다. 또한 企業의 수에서 보면 國內은행의 外貨貸出에 의존도가 높으나, 金額으로는 外國은행과 商會 차관의 비율이 높다.

(45) 전체 조사대상企業의 11.7%는 外國과의 合作投資形態를 취하고 있으며, 大企業 13.9%, 中小企業 9.7%이다. 종업원 1,000명 이상의 大企業에서는 20%가 合作投資의 형태로 나타난다.

大企業과 中小企業에서는 모두 自社製品의 생산에 필요한 원재료를 거의 수입에 의존하고 있는 것으로 집계되었다. 그 다음은 자사제품의 생산에 필요한 부분품을 많이 수입하는 것으로 나타나 있다. 이러한 현상은 우리나라의 資源缺乏狀態에서 오는 당연한 현상이라 할 수 있다.

한편 기업성과에 있어서는 주요수입품의 성격에 따라 다소의 差異를 보이지만 전반적으로 수입품의 성격에 따라 企業成果가 달라진다고 볼 수 없을 것 같다.

(5) 海外輸出時의 주요 경쟁자

<표 II-49> 해외수출시의 주요 경쟁자

項 目	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企業成果(平均)	構 成 比(%)	企業成果(平均)
1. 경쟁자가 없다.	2.6	4.8248	8.6	5.0142
2. 수입국의 기업체	3.1	4.8259	5.6	4.7340
3. 국내 경쟁기업체	17.1	4.9171	30.1	4.7982
4. 선진국의 기업체	42.0	4.8263	21.6	5.1160
5. 신흥공업국의 기업체	33.2	5.0206	29.6	4.9391
6. 후진국의 기업체	2.1	8.5693	2.5	4.7336

大企業의 경우 海外輸出時 주요 경쟁자는 선진국의 기업체, 신흥공업국의 기업체, 국내 경쟁기업체의 순으로 나타난다. 이것은 역시 大企業의 경우는 주요 경쟁자가 공업화된 외국의 기업체 입을 나타내 주고 있다. 한편 大企業의 경우 企業成果의 분석결과에 따르면 후진국 기업체를 주요 경쟁자로 삼는 기업이 월등히 높은 成果를 거두고 있는 것으로 推定된다. 이것은 경쟁력이 약한 후진국 기업체를 상대로 하는 大企業이 그들 기업체와의 경쟁에서 유리한 地位에 있음을 말해 준다.⁽⁴⁶⁾

中小企業의 경우 海外輸出時 주요경쟁자로서 國內 競爭기업체, 신흥공업국의 기업체, 선진국의 기업체 등의 순으로 나타난다. 중소기업은 해외의 동일한 市場을 중심으로 국내의 경쟁기업체들끼리 서로 경쟁하고 있는 것으로 나타나 있다. 한편 中小企業의 企業成果를 분석해 보면, 海外輸出時의 주요경쟁자가 누구이든지 거의 비슷한 企業成果를 나타내고 있다. 이러한 사실은 中小企業의 경우 그들의 市場占有率이 낮아서 그들이 어떤 종류의 기업체를 경쟁상대로 하든지 거의 비슷한 競爭狀況에 놓이게 된다는 점을 나타낸다 하겠다.

(6) 主要 輸出經路

(46) 특히 종업원 5,000명 이상의 大企業의 54% 정도는 주로 新興工業國의 企業을 경쟁자로 삼고 있는 것으로 나타난다.

〈표 I-50〉 主要 輸出 經路

項 目	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企 業 成 果(平均)	構 成 比(%)	企 業 成 果(平均)
1. 直輸出	55.7	5.1096	49.2	4.7368
2. 국내 종합상사	21.4	4.8276	13.0	5.0629
3. 국내 종합상사 이외의 他社	2.1	4.8554	4.5	5.1516
4. 內國信用狀	20.8	4.8236	33.3	5.0785

大企業과 中小企業에서는 直輸出과 內國信用狀을 이용하는 경우가 높은 비율을 나타내고 있으며 主要輸出經路에서도 서로 비슷한 양상을 보여주고 있다. 특히 直輸出에 의존하는 기업은 大企業(55.7%)의 경우 과반수를 점하며 中小企業(49.2%)에서도 거의 절반에 이르고 있어 우리나라 기업의 主要輸出經路는 거의 直輸出의 형태를 취하고 있는 것으로 나타난다. (47)

그러나 企業成果의 측면에서 본다면, 대기업의 경우는 直輸出의 형태를 취하는 기업에서 가장 높게 나타난 반면, 中小企業의 경우는 直輸出의 형태를 취하는 기업에서 가장 낮게 나타나고 있다. 이것은 대기업의 경우 規模의 經濟로 인하여 直輸出의 형태를 취할 경우 그 成果가 높게 나타나는 반면, 中小企業의 경우는 規模가 작으므로 直輸出의 경우 높은 비용을 부담하게 되므로 결국 成果가 낮게 나타나는 것으로 볼 수 있다.

(7) 直輸出의 형태를 취할 경우의 주요 해당국 去來先

〈표 I-51〉 主要 해당국 去來先

項 目	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企 業 成 果(平均)	構 成 比(%)	企 業 成 果(平均)
1. 적수출을 하지 않음	10	4.8313	15.3	4.7343
2. 수출입업자	45	5.0091	42.7	4.7371
3. 수입중개자	25.6	5.0863	20.4	5.3809
4. 도매업자	13.3	4.8285	15.3	4.8402
5. 대규모 소매업자	2.8	4.8309	3.8	4.7343
6. 정부기관	3.3	4.8261	2.5	4.9844

直輸出의 형태를 취할 경우의 주요 해당국 去來先은 大企業과 中小企業에 있어서 수출입업자가 압도적인 비율을 점하고 있다. 그 다음은 수입중개자, 도매업자의 순으로 나타나고

(47) 일반적으로 直輸出의 경우에 그 收益성이 높으며, 경쟁력을 높일 수 있으나, 中小企業에서는 直輸出이라해도 그 규모가 영세하므로 많은 애로를 지니게 된다는 점을 강조하지 않을 수 없을 것이다.

있으며, 大企業과 中小企業에서 동일한 양상을 나타내고 있다. (48)

한편 企業成果의 측면에서 보면, 주요 해당국의 거래선에 따른 차이는 거의 나타나지 않으며, 大企業과 中小企業에서 모두 수입증개자를 주요 해당국의 거래선으로 선정할 때 그 企業成果가 높게 나타나고 있는 것은 주목할 만한 사실이다.

(8) 主要 輸出品의 商標

〈표 II-52〉 主要 輸出品의 商標

項 目	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企業成果(平均)	構 成 比(%)	企業成果(均平)
1. 상표없이 수출	5.6	4.8237	22.4	4.8305
2. 상표제휴를 통한 유명상표	3.6	4.8274	0.6	5.7355
3. 국내 종합상사의 상표	2.1	4.8167	2.4	4.7348
4. 바이어가 요구하는 상표	27.7	5.1644	36.5	4.8602
5. 기업 고유의 상표	61.0	4.9278	38.2	4.9748

大企業의 경우는 기업 고유의 상표에 의해 輸出하는 기업의 비율이 전체의 61%로 압도적인 것으로 나타나며, 그 다음이 바이어가 요구하는 상표를 붙이는 기업으로서, 27.7%를 점하고 있다. 이것은 大企業은 이미 自社의 이미지를 海外에 심기 위해 상당한 노력을 하고 있음을 의미한다. 그리고 大企業의 企業成果를 살펴보면 바이어가 요구하는 상표를 붙이는 기업의 성과가 다소 높게 나타나며, 自社고유의 상표를 붙이는 기업의 成果도 이에 못지않은 수준에 이르고 있다.

中小企業의 경우는 大企業의 경우와는 달리 기업고유의 상표를 선정하는 기업 못지 않게 바이어가 요구하는 상표를 선정하는 기업도 상당수에 이르며, 상표없이 수출하는 기업도 거의 22.4%의 수준에 이르고 있다.

따라서 中小企業들은 海外에 自社의 이미지를 심기 위해 노력하는 비율이 대기업에 비하여 낮으며, 아직 그러한 노력을 할 구상도 갖지 못한 中小企業도 상당수에 이를 것으로 보여진다. 그리고 中小企業의 成果를 살펴보면 상표제휴를 통한 유명상표를 사용한다는 극히 예외적인 경우를 제외하고서는 어떤 商標를 사용하건 거의 동일한 成果를 나타내고 있음을 알 수 있다. (49)

(48) 直輸出時의 해당국의 去來先을 규모별로 살펴본다면, 大企業에서는 수입업자 42.6%, 수입증개자 25.1%, 도매업자 12.6%이며, 中小企業에서는 수입업자 40.8%, 수입증개자 20.4%, 도매업자 15.3%와 같다. 이처럼 直輸出이라 할지라도 流通단계를 줄이지 못하고 있는 실정을 본다면, 많은 문제점을 안고 있다는 것을 알 수 있다.

(9) 輸出品 價格의 決定方式

〈표 II-53〉 輸出品 價格의 決定

項 目	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企業成果(平均)	構 成 比(%)	企業成果(平均)
1. 自社측에서 제시	17.2	5.2661	24.9	4.7345
2. 바이어측에서 제시	3.0	4.8218	5.1	4.8049
3. 바이어와의 상호조정	64.6	4.9476	61.6	5.0089
4. 국제시세	15.2	4.8255	8.4	4.7334

輸出品 價格의 결정 방식을 본다면, 大企業과 中小企業은 모두 바이어와의 상호조정방식을 택하는 경우가 거의 60% 이상의 압도적인 비율을 점하고 있다. 그리고 自社측에서 제시하는 방식도 어느정도 채택되고 있다. 이것은 大企業과 中小企業을 막론하고 대다수가 海外市場에서 치열한 價格競爭에 직면하고 있음을 나타낸 것이라 할 수 있다.⁽⁴⁹⁾

한편 企業成果의 측면에서 보면 大企業에서는 自社측이 제시할 경우에 그 成果가 가장 높게 나타나며, 中小企業은 바이어측과 상호조정할 경우에 成果가 가장 높게 나타난다. 이것은, 輸出品의 價格을 제시하는 大企業에서는 국제시장에 대해 강력한 價格決定力을 행사할 정도의 지위에 놓여 있다는 사실을 뜻한다. 이러한 경향은 주로 기업의 成果가 대체적으로 높은 수준에 놓여 있는 大企業들이며, 이와는 달리 中小企業에서는 輸出品의 價格을 설정하는 기업은 국제시장에서 그 취급상품의 去來量이 적은 기업일 가능성이 높으며, 이러한 기업은 일반적으로 成長性과 收益性, 즉 企業成果가 낮은 경우가 많다.

(10) 海外投資의 與否

〈표 II-54〉 海外投資의 여부

項 目	① 大 企 業		② 中 小 企 業	
	構 成 比(%)	企業成果(平均)	構 成 比(%)	企業成果(平均)
1. 하고 있다	22.1	4.8273	4.3	4.7335
2. 하고 있지 않다	77.9	4.9443	95.7	4.9375

(49) 그러나 中小企業에서도 장기적으로는 現地市場을 개척 및 유지해야 된다는 차원에서 본다면 自社商標의 확립체제를 서둘러 강화해야 한다. 특히 中小企業에서는 어느 시기에 이르기까지 「協同輸出」과 「共同商標」 등에 의한 輸出戰略도 급후의 企業成果를 높이는데 있어서 매우 중요한 과제일 것이다.

前掲書, 1985, p. 491. 참조

(50) 사실 自社로부터 輸出價格을 제시하는 경우는, 전체기업의 20.1%이며, 이중 大企業 16.7%, 中小企業 24.0%와 같이 中小企業은 그 비중이 매우 높게 나타난다. 이러한 경향은 주로 中小企業에서 國際價格時勢보다 낮은 가격에서 價格決定이 이루어지는 것으로 볼 수 있다.

大企業의 경우 海外投資를 하고 있는 기업은 전체의 22.1%로서 매우 적은 비율로 나타난다. 中小企業의 경우는 이보다 더 적은 4.3%의 기업만이 海外投資를 하고 있는 것으로 나타난다. 따라서 우리나라의 대기업과 중소기업에서는 모두 海外投資水準이 극히 저조한 상태에 놓여 있음을 알 수 있다. 이 사실은 아직도 우리나라 기업들이 적극적인 海外投資를 할 정도로 성숙한 단계에 이르지 못한 것임을 의미하는 것이며, 현재 성장과정에 있음을 시사하는 것으로 해석된다. (51)

한편 企業成果를 살펴보면, 大企業과 中小企業中에서 海外投資를 하지 않은 기업이 더욱 높은 成果를 나타내고 있다. 이것은 海外投資를 하지 않은 기업의 經營方式이 우수해서라기 보다는 海外投資를 하지 않은 기업의 경우 아직 규모나 사업분야에 있어서 더욱 量的 成長을 가져올 수 있는 餘地를 갖고 있기 때문이라고 해석된다.

VI. 結語-企業評價模型에 의한 經營力評價

本 研究는 試圖的인 分析으로서 앞서 밝힌 바와 같이, 設問調查資料를 바탕으로 企業의 經營力을 評價하기 위한 重回歸分析의 結果이다. (52)

다음의 <표 III-1>은 223개의 大企業과 288개의 中小企業으로부터 회수된 設問資料에 의거하여 각각 별도의 重回歸分析을 한 結果를 나타낸 것이다. 대부분 비슷한 變數들이 선택되었으나 그 중에는 앞서 설명한 變數選擇過程에서 다소 다르게 나타나는 것도 있다.

이 結果에 따라 大企業과 中小企業은 經營力評價에 있어 각기 다른 尺度를 적용하게 된 것임을 밝혀 둔다.

<표 III-1> 經營力 模型

(1) 大 企 業			
質問項目(items)	回 答 內 容(category)	企業成果平均	回 歸 係 數
1. 經營一般要因			
(1) 管理體制改善時의 重點分野	原價管理	4.8223	-0.26097
	工程管理	5.7693	-0.16913
	在庫管理	5.2832	-0.43539
	品質管理	5.0562	-0.37049

(51) 전체 조사대상企業의 13.0%가 海外投資의 실적을 갖고 있으나, 역시 大企業중심으로 이루어지고 있다. 특히 종업원 2,000명 이상 企業에서 전체의 40%, 5,000명 이상의 企業에서 50%로 나타난다.

(52) 抽稿「經營要因別指標에 의한 企業行動과 經營力에 관한 調查研究」(上, 下), 서울大學校 經營研究所, 『經營論集』1983, 3月, 6月, 第XVII卷, 第 1,2號, pp.5-7, 참조.

	物的流通管理, 購買管理	4. 8260	-0. 50266
	顧客先管理	4. 8275	-0. 38724
	製品開發管理	4. 8225	-0. 58945
	債權・信用管理, 資金管理	4. 8252	-0. 32646
	人事, 勞務, 組織, 勞事關係管理	4. 8566	-0. 57206
	下請管理	4. 8235	-0. 48825
(2) 目標成長率達成에 障碍되는 要因	國際競爭	4. 8228	0. 68611
	市場開拓	4. 8223	0. 11538
	販賣經路	4. 8351	0. 83097
	新製品開發	4. 8233	0. 77572
	競爭企業	4. 8323	0. 22118
	資金調達	5. 4106	1. 06647
	原資材調達	4. 8235	0. 81155
	技術水準	4. 8263	0. 61301
	技術者確保	6. 8349	1. 45350
	中堅幹部確保	4. 8308	0. 82695
	勞使紛爭	4. 8215	-0. 29487
	經營管理制度	4. 8788	0. 00094
	法的規制	4. 8271	0. 27642
	業界的 規制	4. 8191	0. 38048
	政府的 行政指導	4. 8270	0. 70235
(3) 中・長期 經營計 劃에서의 重點分野	人事・勞務・組織	4. 8787	-0. 11852
	財務・會計	4. 8247	-0. 33777
	生産	5. 1138	-0. 04343
	마케팅・營業	4. 8272	0. 01734
	技術 및 研究開發	4. 9661	-0. 32824
	海外業務	5. 8206	0. 38795
2. 人事・組織要因			
(1) 從業員의 勤務意 慾 증진을 위해 重 視하는 사항	賃金・償與金	5. 0931	0. 03322
	上司와 部下간의 人間關係	4. 7389	-0. 46998
	同僚간의 人間關係	5. 7588	0. 14498
	昇進	4. 9313	-0. 37235
	일 그 자체의 보람	4. 7367	-0. 08816
	作業條件	4. 8964	-0. 13198
	福利厚生	5. 0087	-0. 27201
(2) 事業部制의 運營 方式	독자적인 目標設定과 독자적인 權限	4. 7337	-0. 07185
	독자적인 目標設定과 本社の 制約	4. 7341	0. 74951
	目標의 下達과 독자적인 權限	6. 6062	0. 21558
	本社の 制約	5. 3688	0. 11162
3. 마케팅 要因			
(1) 主力製品的 販賣 經路	自社→消費者, 自社→直賣	4. 8328	-0. 28542
	自社→小賣商→消費者	4. 8248	-0. 25552
	自社→都賣商→小賣商→消費者		

	自社→代理店→消費者 自社→代理店→小賣商→消費者 自社→代理店→都賣商→小賣商→消費者	5. 2908	-0. 01943
(2) 덩핑현상에 대한 對策	亂賣現象 없음 再販賣價格維持契約을 체결 商品供給을 制限 流通經路의 系列化	4. 9047 5. 5830 4. 8310 4. 8243	0. 12067 0. 49693 0. 11049 0. 32845
(3) 新製品開發의 構成員	一般顧客 去來處 販賣員 및 從業員 經營者 外國의 例	6. 6893 4. 8267 5. 2041 4. 9298 4. 8239	0. 91373 -0. 36689 0. 09192 -0. 06533 -0. 40900
4. 生産要因			
(1) 作業別 標準設定의 여부	標準作業의 設定 標準時間의 設定 標準作業, 標準時間을 모두 설정함. 標準作業, 標準時間을 모두 설정하지 않음.	4. 8267 5. 8939 5. 0183 4. 8244	1. 30937 1. 96120 1. 42966 1. 146150
(2) 原價節減을 위한 고려사항	급여체계의 개선과 잉여인원의 정리, 노무관리의 합리화 敎育訓練의 強化 流通시스템의 合理化 첨단설비의 도입, IE,OR의 이용, 공정관리의 강화, 품질관리의 강화 事務自動化 合理的인 豫算統制	4. 8219 4. 8263 4. 8323 5. 2761 5. 5553 4. 8239	-0. 25142 0. 03657 0. 32033 -0. 52352 0. 36126 -0. 28651
(3) 研究開發活動 및 技術革新의 노력에 대한 영향요소	原材料價格의 上昇 에너지費用 勞動費用 資本費用 公害規制 政府 및 社會規制	4. 8429 4. 8263 4. 8966 5. 1878 4. 8232 6. 6853	-0. 12773 0. 31324 0. 00773 0. 13778 -1. 12389 0. 93540
5. 財務要因			
短期資金의 調達源泉	銀行 短期投資金融 綜合金融會社 私債 相互信用金庫 外國銀行의 國內支店	4. 8261 5. 0168 5. 7157 4. 8253 4. 8401 4. 8690	0. 26346 0. 51639 1. 31151 -0. 14044 0. 25069 0. 50548

(2) 中小企業

質問項目(items)	回 答 內 容(category)	企業成果平均	回 歸 係 數
1. 經營一般要因			
(1) 과거 3년간 外部 초빙입원 비율	초빙된 경우가 없다.	4.8641	0.02953
	10%이하	5.1660	0.65040
	11%~30%	5.1511	0.09005
	31%~50%	5.9530	0.83751
	51%이상	4.7352	-0.01174
(2) 管理體制 개선시 의 중점분야	原價管理	5.2752	0.56112
	工程管理	5.0672	0.26889
	在庫管理	4.7341	0.07589
	品質管理	4.8227	0.23533
	物的流通管理의 購買管理	4.7972	-0.00750
	顧客先管理	6.3031	1.22046
	製品開發管理	4.9608	0.42801
	債權信用管理, 資金管理	4.7340	-0.08187
	人事管理, 勞務管理, 組織管理의 勞使關係管理	4.8999	0.19625
	下請管理	4.7334	0.56091
(3) 目標成長率 달성에 장애되는 요인	國際競爭	4.7341	-0.34192
	市場開拓	5.1050	-0.07825
	販賣經路	4.9370	-0.18515
	新製品開發	4.7340	-0.42351
	競爭企業	5.0663	0.24672
	資金調達	5.0314	0.09218
	原資材調達	5.6277	0.47857
	技術水準	4.8625	-0.16874
	技術者 확보	4.9404	-0.26536
	중견 간부 확보	4.7334	0.48515
	勞使紛爭	4.7339	-0.57150
	經營管理制度	4.7890	-0.47897
	法的規制	4.7336	-0.05825
	業界의 規制	4.7354	-0.09139
	政府의 行政指導	6.1944	0.12371
	2. 人事·組織要因		
(1) 從業員의 勤務意 慾 증진 방안	賃金·償與金	5.0931	-0.95391
	上司와部下간의 人間關係	4.7389	-1.82070
	同僚간의 人間關係	5.7588	-0.89565
	昇進	4.9313	-1.36650
	일 그 자체의 보람	4.7367	-1.43876
	作業條件	4.8964	-1.31796
	福利厚生	5.0087	-1.39592
(2) 事業部制의 性格	製品別 事業部制	5.0579	-1.13116
	地域別 事業部制	4.7341	-0.85821

	顧客別 事業部制	4. 8396	-1. 20863
	職能別 事業部制	5. 9955	-0. 51318
	프로세스別 事業部制	4. 7333	-0. 35309
(3) 事業部制運營	독자적인 目標設定과 독자적인 權限	4. 7337	0. 63880
	독자적인 目標設定과 本社로부터의 制約	4. 7341	0. 60957
	目標의 下達과 독자적인 權限	6. 6062	2. 01316
	명칭만 事業部로 되어 있다	5. 3688	0. 57752
3. 마케팅 要因			
(1) 마케팅 活動 促進을 위해 重視하는 것	마케팅 活動을 하지 않음	4. 8722	0. 61685
	廣告	4. 7384	0. 57315
	人的販賣	5. 0270	0. 66868
	弘報	5. 8360	1. 05562
	기타의 販賣促進	4. 8927	0. 36979
(2) 덤핑現像에 대한 對策	亂賣現像 없음	5. 0182	0. 30406
	再販賣價格維持契約을 체결	4. 9715	0. 23167
	商品供給을 制限	5. 5509	0. 61853
	流通經路의 系列化	4. 7344	0. 20477
(2) 新製品開發 아이디어의 出處	新製品開發 하지 않음	4. 7718	-0. 54315
	生産部	5. 2396	-0. 15748
	마케팅部	4. 7815	-0. 86581
	企劃室	5. 6138	0. 41486
	研究開發部	4. 9743	-0. 55601
4. 生産要因			
生産計劃時에 重視하는 요인	長期計劃	5. 9509	0. 96405
	工場長의 意見, 營業擔當者의 意見, 中間商의 意見	4. 8843	-0. 40675
	消費者需要의 動向	4. 7346	-0. 03214
	在庫量의 추세	5. 8165	-0. 12323
	生産原價	4. 8602	-0. 11573
	一定水準의 操業度維持	4. 7341	-0. 10567
5. 財務要因			
(1) 流動資金의 決定 基準	財務擔當者의 經驗과 直觀	5. 0290	0. 79200
	前年度의 實績	5. 6612	1. 10059
	時期別로 豫測한 資金需給計劃	4. 8418	0. 39289
(2) 設備投資時의 險路사항	資金調達	4. 9688	-0. 25832
	관계관청의 認·許可	4. 7341	-0. 49213
	高性能 機械設備의 導入(購買)	5. 0155	-0. 25544
	技術者의 확보	5. 8484	0. 45263
	勞動者의 확보	4. 9455	0. 03072
(3) 短期資金의 調達 源泉	銀行	4. 8806	0. 23174
	短期投資金融	4. 7844	-0. 03923
	綜合金融會社	5. 9583	0. 89258
	私債	4. 8832	0. 05105
	相互信用金庫 혹은 유사한 性格의 調達源泉	4. 9384	0. 09698
	外國銀行의 國內支店	4. 7332	-0. 93182

〈표 III-1〉에서 보던 大企業의 경우 推定된 回歸係數들에 의해 經營能力評點을 다음과 같이 산출할 수 있다. (53)

(1) 이에 앞서 아래와 같은 條件을 갖는 假想的인 企業이 있다고 假定한다. 가상적인 企業이 大企業으로서 原價管理部門에 중점을 두고 있으며, 目標成長率의 達成에 있어서 가장 큰 문제는 販賣經路에 있다고 假定하는 경우를 살펴 보기로 하자.

(2) 또한 中長期經營計劃에서 가장 중점을 두는 分野는 마케팅이며, 從業員의 動機賦與에서 중요시하는 것은 賃金문제이며, 事業部制의 운영은 本社의 制約下에 놓여있다고 하자.

(3) 그리고 主力製品의 販賣經路는 自社→代理店→消費者의 형태를 취하며, 덤핑과 관련된 문제점은 없으며 新製品開發은 주로 外國의 例에서 아이디어를 얻고 있다고 하자.

(4) 또한 生産分野에서는 標準作業과 標準時間이 모두 설정되어 있고 原價節減을 위한 주요 대책은 增雇원의 교육훈련을 강화하는 방향을 택하고 있으며 研究開發 및 技術革新의 실시에 있어 문제가 되는 것은 資本費用이라고 하자.

(5) 短期資金의 調達源泉을 私債라고 한다면 이 企業의 經營能力은 아래와 같이 성립된다.

$$\begin{aligned} \hat{Y} &= (-0.26097) + 0.83097 + 0.01734 \\ &\quad + 0.03322 + 0.11162 + (-0.25552) \\ &\quad + 0.12067 + (-0.040900) + 1.42966 \\ &\quad + 0.03657 + 0.13778 + (-0.14044) \\ &= 1.6515 \end{aligned}$$

中小企業의 경우에도 中小企業에 대하여 推定된 成果要因과 각 回答內容에 해당되는 회귀계수들로부터 같은 방법으로 經營能力의 評點을 계산해 볼 수 있다.

전체 標準企業들에 대한 經營能力評點을 계산해 본 결과에 의해 大企業과 中小企業에 대해 等級을 분류해 놓은 것이 〈표 III-2〉이다.

이를 분류한 기준은 대상기업들의 經營能力評點의 分布로부터 平均과 標準偏差를 계산하여 平均으로부터 $\pm 1\sigma$ 만큼씩 증감시켜 모두 8等級으로 나누어 본 것이다.

만약 어느 企業에 대하여 推定된 經營能力이 3等級으로 나타났다면 이를 더 높은 等級으로 끌어올리기 위해서 回歸係數가 작은 값을 가지고 있는 回答內容(category)을 큰 값을 가진 回答內容으로 전환시키면 될 것이다.

그러나 각 企業마다 통제할 수 있는 要因은 다를 것이므로 經營能力을 향상시키기 위해

(53) 拙稿, 前掲論文, pp. 5-7 비교 참조.

〈표 III-2〉 經營能力 判定表

① 大 企 業				② 中 小 企 業			
等 級	理論值의 範圍	等 級	理論值의 範圍	等 級	理論值의 範圍	等 級	理論值의 範圍
1	1.380이상	5	0.120~-0.300	1	1.330이상	5	0.190~-0.190
2	1.380~09.60	6	-0.300~-0.720	2	1.330~0.950	6	-0.190~-0.570
3	0.960~0.540	7	-0.720~-1.140	3	0.950~0.570	7	-0.570~-0.950
4	0.540~0.120	8	-1.140이하	4	0.570~0.190	8	-0.950이하

서는 먼저 그 企業에서 管理可能한 要因을 回答內容 중에서 결정해야 할 것이다.

그리고 企業成果의 平均과 回歸係數가 서로 반대방향으로 증감하는 경우가 나타남을 볼 수 있는데 이는 이전의 研究에서도 밝힌 바와 같이, 多重共線性의 문제와 관련이 있는 것이다. 즉 하나의 經營要因이 변화한다는 것은 다른 요인도 함께 변화시키게 됨을 의미하는 것이다. 따라서 本 研究도 이전의 경우와 마찬가지로의 方法을 우리나라 전체의 企業들 가운데 標本對象을 늘려 적용한 것으로서, 이 分析結果 자체로 企業의 經營能力을 완벽하게 評價할 수는 없으나, 企業의 經營政策을 입안하는데 좀 더 나은 정보를 제공해 줄 수 있다는 관점에서는 유익하리라고 본다.