

## 韓・美・日 主要 大企業의 國際競爭力 比較\*

崔 廷 杓\*\*

### 〈 目 次 〉

- I. 序論
- II. 韓・美・日의 主要 大企業
- III. 企業의 國際競爭力
- IV. 國際競爭力的 測定과 比較
- V. 結論

### I. 序 論

大企業 중심으로 경제성장전략을 추진해 왔고, 또 대기업의 비중이 매우 높은 한국경제에서는 대기업들의 國際競爭力이 바로 국가의 국제경쟁력과 직결된다. 특히 對外交易에서뿐만 아니라 국내 총생산에서도 중요한 비중을 차지하고 있는 自動車産業과 電子産業은 미래 한국의 중요한 전략산업이기 때문에 이 산업에서 대기업들이 갖는 국제경쟁력은 미래 한국경제의 발전을 좌우할 중요한 요소이다.

이러한 관점에서 본 연구는 자동차산업과 전자산업을 중심으로 우리 나라의 대기업들이 美國과 日本의 대기업들에 비해 상대적으로 어느 정도의 국제경쟁력을 갖추고 있는지를 분석하고 있다. 이러한 경쟁력의 수준은 우리 나라의 대기업들이 외국시장에 진출하는데 있어서 얼마만큼 유리한 고지에 서 있는지를

\* 本 논문은 뉴욕州立大學校(Binghamton) 경제학과의 J. C. Liu 교수와 공동연구로 작성된 것임.

\*\* 建國大學校 經濟學科 教授.

판단하는 시금석이 될 뿐만 아니라 조만간 完全開放이 불가피한 兩산업에서 국내 대기업들이 얼마만큼 國內市場을 지켜낼 수 있을지를 판단하는데도 유용한 자료가 될 것이다.

특히 大企業과 中小企業의 兩極構造가 분명한 한국경제에서는 상대적으로 優位에 서있는 대기업들의 국제경쟁력이 劣位에 서있는 중소기업들의 국제경쟁력을 선도할 수 있다는 측면에서 그 중요성이 더욱 분명하다. 대기업들의 국제경쟁력은 대기업들을 뒷받침하는 중소기업들을 더욱 활성화시킬 수 있기 때문이다.

本 논문의 구성은 먼저 第Ⅱ節에서 한국, 미국, 일본의 자동차 산업과 전자산업에 대해 살펴본 후 각 산업의 대기업 현황을 분석한다. 그리고 第Ⅲ節에서는 국제경쟁력의 개념을 정의한 후 기업단위의 국제경쟁력 측정모형을 설정한다. 다음 第Ⅳ節에서는 각 산업별로 韓·美·日 각국의 3大 기업을 선정하여 국제경쟁력의 크기를 측정하고 이들을 서로 비교, 분석한다. 第Ⅴ節에서는 本 연구를 요약 정리하면서 몇가지 결론을 도출한다.

## Ⅱ. 韓·美·日의 주요 대기업

### 1. 주요 産業

세계의 주요 大企業은 Fortune에서 매년 그 자료를 발표하고 있는 500大 기업이라고 볼 수 있다. 1993년의 Fortune 500大 기업에는 美國기업이 159개, 日本기업이 135개, 韓國기업이 12개 포함되어 있다.<sup>1)</sup> 미국기업과 일본기업의 합계는 294개로서 명실공히 세계의 주요 대기업들은 미국과 일본이 차지하고 있다. 이와 같은 대기업의 분포로 볼 때 오늘날의 세계경제는 미국과 일본이 주도한다는 것이 거의 분명하다.<sup>2)</sup> 대기업 위주로 경제성장전략을 추구해 온 한국도 상대적인 경제규모 면에서는 대기업의 수가 적은 것이 아니다.<sup>3)</sup>

1) 한국기업으로 Fortune의 500大 기업에 포함되는 기업은 삼성(14), 대우(33), 선경(74), 쌍용(82), 현대자동차(161), 포항제철(177), 현대중공업(228), 효성(236), 금성(279), 기아자동차(288), 호남정유(343), 두산(365)이고 그 순위는 괄호 안의 숫자와 같은데, 어떤 기업은 그룹단위이고 어떤 기업은 개별기업단위이기 때문에 국내에서의 순위와는 다르다.

2) 미국과 일본 다음으로 대기업을 많이 가진 나라는 영국, 프랑스, 독일인데 각각 41개, 32개, 26개가 Fortune 500大 기업에 포함되고 있는데 미국과 일본보다는 훨씬 적은 숫자이다.

3) 선진국에 포함되는 호주, 캐나다, 이태리는 각각 10개, 7개, 7개로 한국보다 적다.

대기업은 國家별로만 집중도가 높은 것이 아니고 産業별로도 특정산업에 집중적으로 분포되어 있는 경향이 있다. 그 이유는 이 상품에 대한 국제적인 수요가 높고 대기업으로 생산하는 것이 生産技術면에서 더 효율적이기 때문이다.<sup>4)</sup> 이러한 특성을 갖는 대표적 산업은 自動車産業과 電子産業이다. Fortune에서 분류한 25개 산업중 대기업이 가장 많이 분포되어 있는 산업은 500대 기업중 50개가 분포된 정유산업이지만, 대기업들의 賣出額비중이 가장 높은 산업과 總資産비중이 가장 높은 산업은 자동차산업이고, 雇傭者數의 비중이 가장 높은 산업은 전자산업이다.

대기업의 數, 매출액의 비중, 총자산의 비중, 고용자 數의 비중을 종합적으로 고려할 때 대기업이 많이 분포되어 있는 산업은 自動車産業과 電子産業이라고 볼 수 있다.<sup>5)</sup> Fortune의 500대 기업을 대상으로 했을 때 이 두 산업이 차지하는 비중은 <표 1>과 같다. 자동차산업에는 Fortune 500대 기업중 43개가 분포되어 있는데 이 43개 기업들이 500대 기업 전체의 매출액 및 총자산에서 차지하는 비중은 17% 이상으로 25개 산업중 1위이다. 고용자수가 차지하는 비중은 15% 이상으로 25개 산업중 2위이다.

<표 1> Fortune 500대 企業을 기준으로 본 自動車産業과 電子産業 (1993)

규모 산업	Fortune 500대 기업의 수	매출액 (백만불)	총자산 (백만불)	고용자수 (명)
자 동 차 산 업	43 (8.60) <4>	931,931 (17.25) <1>	1,050,181 (17.15) <1>	3,736,674 (15.40) <2>
전 자 산 업	44 (8.80) <3>	755,841 (13.99) <3>	1,025,063 (16.74) <2>	4,121,524 (16.98) <1>

주: ( )속의 숫자는 Fortune 500대 기업의 총량에서 차지하는 %비율이고, < > 속의 숫자는 Fortune이 분류한 25개 산업내의 순위임.

자료: Fortune, July 25, 1994.

- 4) 産業의 특성상 대규모 투자가 이루어져야만 생산이 가능한 산업이 있고 이러한 산업에서는 企業의 규모가 클 수 밖에 없다. 철강산업, 자동차산업들은 이러한 산업의 예이다.
- 5) 대기업들이 분포된 수로만 볼 때는 정유산업과 음식료품 산업도 대기업들의 비중이 높은 산업이지만 정유산업은 주로 內需를 위한 산업이고 음식료품산업의 대기업들은 500대 기업 중에서도 주로 下位순위에 많이 분포되어 있기 때문에 대기업들의 국제경쟁력 비교를 주목적으로 하고 있는 본 연구에서는 이 두 산업을 제외하고 自動車産業과 電子産業만을 대상으로 하였다.

전자산업에는 44개 大企業이 분포되어 있는데 이 44개 기업이 500大 기업 전체의 賣出額 및 總資産에서 차지하는 비중은 각각 3위와 2위이다. 그러나 雇傭者數의 비중은 17%로 25개 산업 중 1위이다. 그러므로 本 연구에서는 自動車産業과 電子産業을 중심으로 각 산업에서 韓國・美國・日本의 대기업들이 상대적으로 어느 수준의 국제경쟁력을 갖추고 있는지를 분석한다.

이 두 산업은 國際交易도 매우 많은 산업이다. <표 2>에 의하면 美國에서는 자동차 부문에서의 輸入이 自國 전체 輸入의 14% 정도를 차지하고, 日本에서는 자동차 부문에서의 輸出이 自國 전체 輸出의 22%를 초과하고 있다. 전자 부문에서도 비슷한 양상을 보이고 있다. 美國에서는 전자 부문에서의 輸入이 自國 전체 輸入의 11% 이상을 차지하고, 日本에서는 전자 부문에서의 輸出이 自國 전체 輸出의 21% 이상을 차지하고 있다. 이렇게 볼 때 미국에서는 자동차 부문과 전자 부문의 輸入합계가 自國 전체 輸入의 25%를 넘고 있고, 일본에서는 자동차 부문과 전자 부문의 輸出이 自國 전체 輸出의 43%를 넘고 있다.

韓國에서도 자동차산업과 전자산업에서의 국제교역 비중은 비교적 높은 편이다. 특히 전자산업에서의 국제교역 비중은 매우 높은 편이다. 이러한 수치는 자동차 부문과 전자 부문에서 세계 각국 기업사이에 국제적 경쟁이 매우 높게 이루어진다는 것을 의미한다. 특히 이 부문에서 輸出과 輸入을 많이 하고 있는 미국과 일본의 기업 사이에는 국제적 경쟁이 매우 높을 것이 분명하다. 그러므로 한국의 수출전략을 위해서는 이 두 산업을 기준으로 産業별로 美國, 日本, 韓國의 대기업들이 갖는 國際競爭力을 비교하는 것이 매우 중요하다.

## 2. 주요 企業

自動車産業과 電子産業에서 韓・美・日의 대기업이 차지하는 비중은 <표 3>과 같다. Fortune의 500大 기업 중 自動車산업에는 총 43개의 기업이 분포되어 있는데 그중 미국의 기업은 8개이고, 이 8개의 매출액 및 고용자수가 43개 전체의 매출액 및 고용자수에서 차지하는 비중은 각각 33%와 35%에 이르고 있다. 일본의 기업은 이보다 훨씬 많은 18개이고, 이 18개의 매출액 및 고용자수가 43개 전체의 매출액 및 고용자수에서 차지하는 비중은 34%와 17%이다. 자동차 부문에서는 미국과 일본의 대기업이 어떤 변수를 기준으로 하든 世界

〈표 2〉 韓·美·日의 自動車산업과 電子산업의 輸出入

(단위 : 백만불)

國 家	產 業	輸 入 出	1990	1991	1992
미 국	자 동 차	수 출	30,524 (7.77)	33,133 (7.86)	37,946 (8.48)
		수 입	75,131 (14.52)	73,453 (14.43)	77,052 (13.92)
	전 자	수 출	41,430 (10.55)	45,320 (10.75)	49,658 (11.10)
		수 입	57,518 (11.11)	60,167 (11.82)	67,412 (12.18)
일 본	자 동 차	수 출	65,631 (22.87)	70,560 (22.43)	78,371 (23.07)
		수 입	7,452 (3.17)	6,690 (2.83)	6,591 (2.83)
	전 자	수 출	60,428 (21.06)	67,397 (21.43)	70,632 (20.80)
		수 입	10,131 (4.31)	11,892 (5.02)	12,008 (5.15)
한 국	자 동 차	수 출	3,343 (5.14)	3,614 (5.04)	4,376 (5.71)
		수 입	861 (1.23)	1,100 (1.35)	998 (1.12)
	전 자	수 출	13,932 (21.43)	15,830 (22.03)	17,250 (22.51)
		수 입	8,109 (11.61)	9,340 (11.06)	10,098 (12.35)

주 : · 자동차산업은 표준국제무역분류(Standard Industrial Trade Classification:SITC) 78로 분류된 산업의 자료이고, 전자산업은 SITC에서 76과 77로 분류된 산업의 자료이다.

· ( ) 속의 숫자는 總輸出 또는 總輸入에서 차지하는 % 비율.

자료 : UN, *International Trade Statistics Yearbook*, Vol.1, 1992.

의 대기업 중에서 압도적 비중을 차지하고 있다. 여기에 비해 韓國의 대기업은 아직 미미한 수준에 머물러 있다.

電子産業에는 Fortune의 500대 기업중 44개가 분포되어 있는데 그중 미국 및 일본의 기업이 각각 15개이다. 미국의 15개 기업이 44개 모두의 매출액 및 고용자수에서 차지하는 비중은 각각 22%와 24%이고, 일본의 15개 기업이 44개 모두의 매출액 및 고용자수에서 차지하는 비중은 각각 39%와 31%이다. 전자산업에서는 일본의 대기업들이 미국의 대기업들보다 압도적 우위를 차지

〈표 3〉 自動車산업과 電子산업의 국가별 대기업 분포(1993)

항목 산업	국 가	Fortune 500大 기업數	총매출액 (백만불)	총고용자수 (명)
자 동 차	미 국	8 (18.60)	311,625 (33.44)	1,321,600 (35.37)
	일 본	18 (41.86)	315,073 (33.81)	628,075 (16.81)
	한 국	2 (4.65)	14,309 (1.54)	69,408 (1.86)
전 자	미 국	15 (34.09)	167,702 (22.19)	974,771 (23.65)
	일 본	15 (34.09)	297,982 (39.42)	1,266,595 (30.73)
	한 국	3 (6.82)	87,605 (11.59)	298,289 (7.24)

주: ( ) 속의 숫자는 Fortune 500大 기업을 대상으로 했을 때 각 산업의 총량에서 차지하는 % 비율.

자료: Fortune, July 25, 1994.

하고 있다. 반면에 韓國은 자동차산업에서보다는 그 비중이 높으나 미국과 일본에 비해서는 아직 매우 낮은 수준이다.

자동차산업과 전자산업에서 국가별로 最大企業을 비교해 보면 〈표 4〉와 같다. 美國의 最大 自動車會社는 제너럴모터스(General Motors)인데 이 회사는 세계의 모든 회사 중 가장 큰 회사이다. 매출액이 무려 1300억불을 넘어서고 있고, 총자산은 1900억불에 이르고 있다. 고용자수는 71만명이 넘는다. 日本의 最大 자동차회사인 토요다는 세계의 모든 기업중 5위의 크기인데 매출액과 자산은 각각 850억불 및 880억불에 이르고 있다. 고용자수는 10만9천명이 넘는다. 韓國의 最大 자동차회사인 현대자동차는 자산규모면에서 제너럴모터스의 24분의 1도 되지 못한다.

電子産業에서의 국가별 最大企業은 자동차산업에서만큼 큰 차이가 나지 않는다. 美國의 최대 전자회사인 제너럴일렉트릭(General Electric)은 日本의 최대전자회사인 히타치보다 오히려 작다. 韓國의 최대전자회사인 삼성전자보다는 크지만 매출액 규모로 볼 때 그 차이는 매우 높다고 볼 수 없다. 그러나 여기에는 한가지 고려해야 할 점이 있다. Fortune에 나타난 히타치의 자료는

〈표 4〉 自動車산업과 電子산업의 국가별 最大企業(1993)

항목 산업	국 가	회 사 명	Fortune 순위	매출액 (백만불)	총자산 (백만불)	고용자수 (명)
자 동 차	미 국	제 너 량 모 터 스	1	133,622	188,201	710,800
	일 본	토 요 다	5	85,283	88,150	109,279
	한 국	현 대	161	9,204	7,749	41,753
전 자	미 국	제 너 량 일렉트릭	9	60,823	251,506	222,000
	일 본	히 타 치	6	68,582	87,218	330,637
	한 국	삼 성	14	51,345	50,492	191,303

주: 日本의 자료는 子會社까지 포함된 자료이고, 韓國의 자료는 그룹내 關聯會社까지 포함된 자료이다. 자회사를 배제한 토요다와 히타치의 매출액은 각각 81,213과 33,629이고, 그룹내 關聯會社를 배제한 현대와 삼성의 매출액은 각각 8,947과 10,160이다. 총자산과 고용자수의 자료도 마찬가지이다.

자료: Fortune, July 25, 1994.

많은 子會社를 포함한 히타치그룹의 자료인데 히타치製作所라는 단일회사만의 자료를 기준으로 하면 그 규모는 미국의 제너럴일렉트릭보다 훨씬 작다. 히타치제작소 단일회사의 매출액규모는 〈표 4〉의 68,582백만불보다 훨씬 작은 33,629백만불이다.

韓國의 삼성도 마찬가지이다. Fortune에 나타난 삼성의 자료는 삼성그룹내 전자관련회사를 모두 합한 규모인데 삼성전자 단일회사의 규모는 〈표 4〉의 51,345백만불보다 훨씬 작은 10,160백만불이다. 그룹차원이 아닌 個別會社 차원으로 볼 때 한국의 대기업들은 아직 국제적 대기업보다 그 규모는 매우 작은 수준이라고 볼 수 있다.

### Ⅲ. 企業의 國際競爭力

#### 1. 國家, 産業, 企業의 국제경쟁력

國際競爭力(international competitiveness)이라는 용어는 보편적으로 사용되는 용어이면서도 그 의미는 정확하게 정의되어 있지 못하다. 美國의 '産業競爭力에 대한 大統領委員會(President's Commission on Industrial Competitiveness)'에서는 국제경쟁력을 "어떤 국가가 자유롭고 공정한 시장조건 하에서 국민들의 실질소득을 유지 내지 증대시키면서 국제시장의 요구를 충족시킬

수 있도록 상품과 용역을 생산할 수 있는 정도”라고 정의하였는데 많은 전문가들이 이 정의를 따르고 있다.<sup>6)</sup> 이 정의에 의하면 국가와 국가의 상품 및 용역 생산 경쟁에서 比較優位를 차지할 수 있는 정도가 바로 국제경쟁력이라고 볼 수 있다. 그러므로 국제경쟁력은 먼저 국가경제 전체차원에서 국가간의 우열이 비교되는 國家의 國際競爭力이 논의될 수 있고, 그 다음은 특정산업 차원에서 국가간의 우열이 비교되는 産業의 國際競爭力이 논의될 수 있다.<sup>7)</sup> 그리고 더 세분해서는 기업단위로 국가간의 우열이 비교되는 企業의 國際競爭力이 논의될 수 있다.

이 세 단계의 국제경쟁력은 서로 밀접하게 연관되어 있다. 企業의 국제경쟁력이 높으면 그런 기업들이 많이 포함된 산업의 국제경쟁력이 높아질 것이고, 많은 産業의 국제경쟁력이 높으면 그 國家의 국제경쟁력이 높아질 것이다. 따라서 국제경쟁력의 가장 기본적인 단위는 企業의 國際競爭力이라고 볼 수 있다.

Hart(1992)는 國家의 國際競爭力을 측정하는 지표로 그 나라의 무역수지, 그 나라의 수출액이 세계전체의 수출에서 차지하는 비중, 생산성의 성장률, 실질임금의 성장률, 수입의 가격탄력성 등을 들고 있다. 수입의 가격탄력성은 감소하는 반면 다른 모든 지표들은 증가할 때 국가의 국제경쟁력이 증가한다. 그 중에서도 生産性の 增加率은 국가의 국제경쟁력 변화를 나타내는 가장 중요한 지표가 된다. Hart는 이런 지표들로 미국, 영국, 독일, 프랑스, 일본의 국제경쟁력을 측정하였는데 그 결과에 의하면 1970년대 및 1980년대에 있어서 일본과 독일은 국제경쟁력이 增加한 반면 미국, 영국, 프랑스는 국제경쟁력이 減少하였다.

Hart는 또 産業의 國際競爭力을 측정하는 지표로 그 산업의 세계 총생산량에서 그 국가생산량이 차지하는 비중의 변화, 그 산업의 고용자수 변화, 그 산업에 있는 기업들의 收入과 이윤의 변화, 그 산업에서 나타나는 불경기의 빈도 등을 들고 있다. 어떤 산업을 기준으로 국가별로 이러한 지표들을 측정하여 비교하였을 때 어떤 국가가 다른 국가에 비해 그 산업의 불경기 빈도는 낮은 반

6) “the degree to which a nation can, under free and fair market conditions, produce goods and services that meet the test of international markets while simultaneously maintaining or expanding the real income of its citizens”, Hart(1992), p. 5 참조.

7) 최근 많이 사용되고 있는 國家競爭力이란 국가경제 전체 차원에서 비교되는 국제경쟁력을 의미한다고 볼 수 있다.



면 다른 지표들은 증가할 때 그 국가는 産業의 國際競爭力이 높아진 것이다.

企業의 國際競爭力은 다른 모든 국제경쟁력의 본질적 요소인데 Hart는 새로운 기술의 창조와 보급(creation and diffusion of new technologies)이 이러한 국제경쟁력의 원천이라고 보았다. 그리고 그는 국가 및 사회제도(state-societal arrangements)가 새로운 기술의 창조와 보급을 결정짓는 중요 변수가 된다고 보았다.

기업차원에서는 새로운 기술로 생산비를 낮추면서 좋은 품질의 상품을 생산하여 수요를 계속 확장해 나가는 것이 바로 높은 국제경쟁력을 의미하는 것이다. 그런데 일반적으로 한 산업에는 많은 기업들이 존재하는데 어떤 기업들은 경쟁력이 높은 반면 어떤 기업들은 그렇지 못하다. 주로 그 산업의 주요 大企業은 높은 국제경쟁력을 갖추고 있는 반면, 中小規模의 기업들은 그렇지 못하다. 그리고 대기업들이 그 산업의 국제경쟁력을 선도하는 것이 보통이다. 그러므로 산업별로 주요 대기업들이 어느 정도의 국제경쟁력을 갖추고 있느냐가 바로 産業의 國際競爭力 및 國家의 國際競爭力을 결정짓는 시금석이 된다. 본 연구에서는 이러한 관점에서 산업별로 大企業들의 國際競爭力을 측정, 비교하려 하고 있다.

## 2. 企業의 국제경쟁력 측정 모형

기업차원에서의 국제경쟁력 측정은 많이 이루어지고 있지 못하다. Oral, Singer and Kitani(1989)와 Oral and Singer(1992)는 기업차원의 國際競爭力模型(international competitiveness model:ICM)을 제시하면서 기업의 국제경쟁력을 實際的 競爭力水準(actual competitiveness level of a firm)과 潛在的 競爭力水準(potential competitiveness level of a firm)으로 구분하여 측정하고 있다. 실제적 경쟁력 수준은 측정대상기업과 경쟁기업이 현재의 여건에서 실제로 달성한 경쟁력 수준이고, 잠재적 경쟁력수준은 측정대상기업과 경쟁기업이 주어진 자원을 가장 효율적으로 사용한다고 가정했을 때 달성될 수 있는 가상적인 경쟁력 수준이다.

本 연구에서는 潛在的 競爭力 개념에서 기업의 국제경쟁력을 측정하고 비교한다. 그러나 Oral and Singer(1992)의 잠재적 경쟁력과는 그 개념에 다소 차이가 있다. Oral and Singer는 效率性에 초점을 두고 잠재적 경쟁력을 정의하

였으나 본 연구는 效率性(efficiency)에다 獨占力(monopoly power)까지도 동시에 고려하면서 잠재적 경쟁력을 정의하고 있다.

效率性은 단위당 생산비를 얼마나 많이 낮출 수 있느냐 하는 것으로서 供給측면에서 관찰할 수 있는 경쟁력이다. 반면에 獨占力은 단위당 가격을 얼마나 높게 받을 수 있느냐 하는 것으로서 需要측면에서 관찰할 수 있는 경쟁력이다. 기업이 경쟁력을 갖추기 위해서는 공급측면에서 생산기술을 향상시켜 효율성을 높이는 것도 필요하지만 소유측면에서 품질을 향상시켜 독점력을 제고시키는 것도 중요하다. 특히 오늘날과 같이 製品差別化(product differentiation)를 통한 시장전략이 시장 장악을 위한 중요한 수단이 되고 있는 상황에서는 제품차별화를 통해 얼마만큼의 독점력을 확보하느냐가 국제경쟁력의 관건이 되지 않을 수 없다. 그러므로 기업은 상품을 낮은 비용으로 생산하여 높은 가격을 받을 수 있을 때 국제경쟁력이 더욱 높아지는 것이다.

效率性과 獨占力을 동시에 고려한 경쟁력의 크기는 단위당 가격과 단위당 생산비의 차이로 정의될 수 있다. 이때 단위당 생산비는 機會費用(opportunity)이다. 그런데 이렇게 정의된 경쟁력의 크기는 潛在的競爭力이라고 볼 수 있다. 왜냐하면 기업들이 경쟁에서 이기기 위해서는 가격을 낮추는 것이 가장 효과적인데, 가격과 생산비의 차이가 크면 그렇게 할 수 있는 여지가 그만큼 커지기 때문이다. 즉, 기업이 높은 효율성과 높은 독점력을 가지고 있으면 가격과 생산비의 차이가 크기 때문에 이 차이를 줄이면서 더 지속적인 경쟁을 수행할 수 있다. 이것은 바로 이 기업의 잠재적 경쟁력이 높다는 것을 나타낸다.

規模에 對한 報酬不變(constant returns to scale)을 가정하면 기업의 영업활동 성과는 <그림 1>에서와 같이 표현할 수 있다. LAC는 長期平均費用曲線이고 D는 需要曲線이다. 따라서 이 기업은 OG만큼 생산하여 이를 OF만큼의 가격으로 판매하고 있다. 이때 이 기업은 OFEG만큼의 收入을 벌고 OBCG만큼의 費用을 부담한다. 이 기업에게 있어서는 판매수입인 OFEG는 클수록, 또 생산비용인 OBCG는 작을수록 競爭의 潛在力이 높은 것이라고 볼 수 있다.

需要측면에서 이 기업의 독점력이 높아지면 수요곡선이 D에서 D'로 변하면서 이 상품에 대한 수요는 非彈力的으로 될 것이다. 이렇게 되면 이 기업은 생산량 OG를 OF보다 더 높은 OF'에서 판매할 수 있기 때문에 이 기업의 판매수입은 더욱 증가할 것이다. 이러한 변화는 이 기업의 潛在的 國際競爭力이 증가

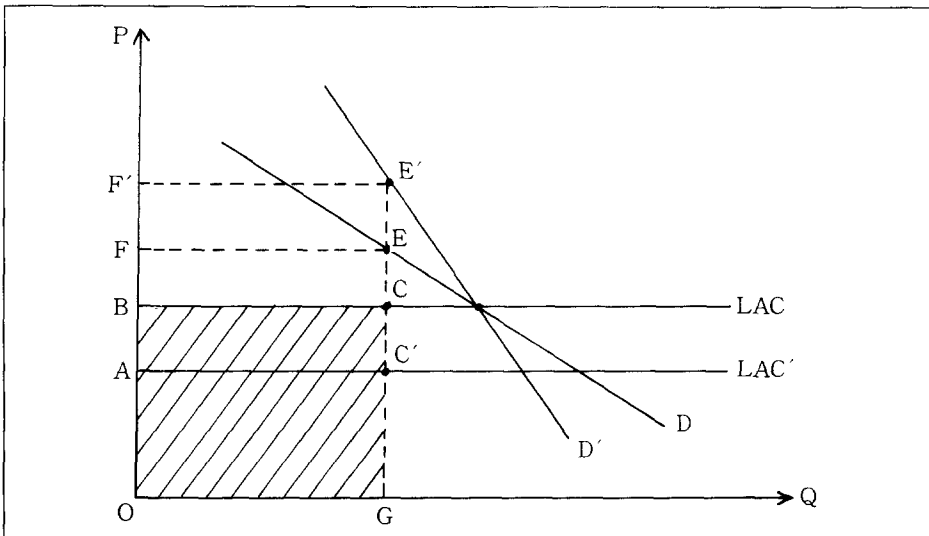
한다는 것을 나타낸다. 세계적 우수기업들이 품질, 광고, 서비스 등을 통해 소비자들로 하여금 자기상품에 집착하도록 만드는 것은 바로 이러한 변화를 유도하면서 국제경쟁력을 증대시키는 것이다.

供給측면에서는 효율적인 생산을 통해 생산비를 낮추는 것이 국제경쟁력을 증대시키는 것이다. 새로운 생산기술로 더 낮은 비용으로 생산할 수 있다면 단위당 생산비곡선은 LAC에서 LAC'로 내려갈 것이다. 이렇게 되면 OG만큼을 생산하는 생산비가 OBCG에서 OAC'G로 줄어든 것이기 때문에 이 기업의 潛在的 國際競爭力은 더욱 높아질 것이다.

本 연구에서는 獨占力을 반영하는 需要條件과 效率性을 반영하는 供給條件을 동시에 포함할 수 있도록 잠재적인 국제경쟁력 모형을 설정하고 있다. 이렇게 설정된 국제경쟁력 모형에서 국제경쟁력의 크기는 생산비에 대한 판매수입의 비율로 나타낼 수 있다. 즉, 總生産費를 TC, 總收入을 TR, 國際競爭力指數를 IC라고 두면 潛在的 國際競爭力의 크기는  $IC = TR / TC$ 라는 식으로 측정될 수 있다. IC의 값이 큰 기업일수록 잠재적 경쟁력이 큰 기업이다.

그런데 국제경쟁력 우열의 요인을 밝히기 위해서는 생산비를 營業費用(operating cost)과 資本費用(capital cost)으로 구분할 필요가 있다. 영업비용은 인건비, 원료비, 관리비 등으로 생산량의 크기에 따라 변화하는 可變費用(va-

〈그림 1〉



riable cost)이다. 반면에 자본비용은 회사자산에 대한 비용으로서 생산량의 크기에 따라서 변하는 것이 아닌 固定費用(fixed cost)이다.

效率性和 獨占力만을 반영하고 있는 단순한 IC는 그 기업이 국제시장에서 차지하는 국제적 위상을 고려하지 못하는 문제점이 있을 수 있다. 그러므로 본 연구에서는 이를 보완하기 위하여 그 기업이 국제시장에서 어느 정도의 占有率 伸長을 보이고 있는지를 고려하는 또하나의 국제경쟁력 개념을 도입하였다. 일단 국제시장에서 그 점유율을 빠르게 신장시키고 있는 기업은 잠재적으로 국제경쟁력이 높은 기업이라고 볼 수 있다. 반면에 효율성과 독점력은 높을 지라도 국제시장에서 자기 몫을 확장시키고 있지 못한 기업은 국제경쟁력이 높다고 볼 수 없다. 그러므로 본 연구에서는 기업별로 국제시장에서의 점유율의 성장율을 포함시켜 또 하나의 국제경쟁력을 측정하고 있다. 국제시장에서의 占有率 成長率은 산업별로 全世界 40大 기업의 총매출액에서 한 기업이 차지하는 점유율의 성장률로 측정하였다.<sup>8)</sup>

따라서 본 연구에서 사용하는 國際競爭力 測定模型은 다음과 같이 요약될 수 있다.

$$IC1 = TR / OC \quad (1)$$

$$IC2 = TR / (OC + KC) \quad (2)$$

$$IC3 = IC2 + SH \quad (3)$$

여기서 OC는 영업비용이고, KC는 자본비용이다. 이들을 합하면 총비용 TC가 된다. SH는 全世界 40大 기업의 총매출액에서 각 기업이 차지하는 점유율의 성장률이다. 그런데 식(3)에서 IC2와 SH는 각기 다른 단위로 측정되기 때문에 그 단위를 IC2의 단위로 통일시키면서 각각 50%씩의 가중치를 갖도록 조정한 후에 IC3을 측정하고 있다.

또 본 연구에서는 식(1) - 식(3)의 국제경쟁력을 平均的 潛在競爭力과 最高 潛在競爭力으로 구분하여 측정하고 있다. 平均的 潛在競爭力은 1990년부터

8) 自動車산업과 電子산업 모두에서 Fortune 500大 기업에 속하는 기업의 수는 40개 이상 50개 이하이기 때문에 본 연구에서는 40대 기업을 기준으로 각 기업의 점유율을 측정하였다.

1993년까지의 4개년 자료를 평균한 값으로부터 측정한 국제경쟁력이고, 最高 潛在競爭力은 이 4개년 중에서 가장 좋은 경제활동성과를 낸 해의 자료를 선택 하여 측정한 국제경쟁력이다.

#### Ⅳ. 國際競爭力의 測定과 比較

##### 1. 自動車産業의 주요 大企業

국가별로 3大 자동차회사를 선정하면 韓國, 美國, 日本의 주요 자동차회사는 <표 5>와 같다.<sup>9)</sup> 美國의 3大 자동차회사는 세계 자동차산업을 주도해 온 제너럴모터스(General Motors Corp.), 포드(Ford Mortors Corp.), 크라이슬러(Chrysler Corp.)이고, 日本의 3大 자동차회사는 미국의 3大 자동차회사에 강력하게 도전하고 있는 토요다(豐田自動車), 닛산(日產自動車), 혼다(本田技研工業)이고, 韓國의 3大 자동차회사는 개발도상국가들에게 자동차산업의 가능성을 제공해 준 현대자동차, 기아자동차, 대우자동차이다. 기아자동차는 1991

<표 5> 韓·美·日 주요 자동차회사와 年度別 순위변동

국 가	기 업	자동차산업내의 순위변동				1993년 수산업 순위 <sup>a</sup>	1993년 매출액 규모 (백만원)
		1990	1991	1992	1993		
미 국	제너럴모터스	0	0	0	0	1	133,622
	포 드	0	0	0	0	2	108,521
	크 라 이 슬 러	-2	-2	+2	+1	19	43,600
일 본	토 요 다	0	0	0	0	5	85,283
	닛 산	0	0	+1	+1	12	53,760
	혼 다	-1	+3	-2	+2	24	35,798
한 국	현 대	+2	-2	0	-1	161	9,204
	기 아 <sup>b</sup>	-	-	+1	+4	288	5,105
	대 우 <sup>c</sup>	-	-	-	-	-	-

a: 500대 기업에서의 순위

b: 기아는 1991년부터 Fortune 500대 기업순위에 포함되고 있다.

c: 대우자동차는 Fortune 500대 기업에 포함되어 있지 않다.

자료: Fortune, 1990, 1991, 1992, 1993, 1994.

9) Fortune의 1993년도 500대 기업자료를 기준으로 선정함.

년부터 Fortune 500大 기업에 들어가고 있으며, 대우자동차는 아직 Fortune 500大 기업에 들어가지 못하고 있다.

세계 最大 자동차회사인 제너럴모터스는 1993년 매출액이 1,300억불 이상으로 모든 업종을 합해서도 세계에서 가장 規模가 큰 기업이다. 그리고 <표 5>에 나타난 것처럼 그 순위는 계속 1위를 유지하고 있다. 포드자동차는 제너럴모터스 다음 순위를 계속 유지하고 있다. 그러나 크라이슬러는 일본의 토요다와 닛산보다 그 규모가 작고 제너럴모터스 규모의 1/3 정도 되고 있다. 自動車産業內의 순위는 1990년도와 1991년도에는 계속 뒤로 밀리다가 1992년부터는 다시 앞순위로 올라서고 있다.

日本의 자동차회사들은 미국내 市場뿐만 아니라 미국 이외의 국제시장에서도 미국 자동차회사들의 몫을 蠶食해 가는 미국의 경쟁기업들이다. 특히 토요다는 이미 자동차산업내에서 3위 순위를 확고하게 굳히고 있으며 닛산은 계속 伸張勢를 보이면서 1993년에는 세계 자동차산업내 5위 순위에 들어서고 있다. 그리고 토요다와 닛산은 세계의 全 産業에서도 그 순위가 각각 5위와 12위에 오르는 超大企業이 되었다. 일본의 혼다도 그 순위에 다소 변동을 보이고 있으나 전체적으로 신장세를 보이고 있다.

韓國의 자동차산업은 1980년대에 와서야 세계무대에 진출한 후발주자이지만 新興工業國으로서 자동차산업을 성공시킨 새로운 모형이 되고 있다. 현대와 기아는 1993년 세계자동차산업에서의 순위가 각각 23위와 29위로서 年賣出額이 각각 90억불과 50억불에 이르고 있다. 아직은 제너럴모터스의 1/14과 1/26 수준에 머물러 있지만 앞으로 成長潛在力이 매우 높은 것으로 평가되고 있다. 특히 기아는 그 신장세가 뚜렷이 나타나고 있다.

1990년부터 1993년까지의 경제활동 성과로부터 측정된 이 기업들의 平均的 潛在競爭力은 <표 6>과 같다.<sup>10)</sup> 측정을 위한 자료는 각 기업들의 財務諸表로부터 수집되었다. 그리고 각 變數의 값은 4년간의 평균값이다. 生產費는 영업비용과 자본비용으로 구분하여 측정했는데, 機會費用(opportunity cost) 개념을 기초로 측정하였다. 그러므로 자본비용의 측정에 필요한 利子率로는 그 회사가 실제 지불한 이자율이 아니라 IMF에서 발표한 국가별 年平均 貨幣市場 利

10) 측정에 사용된 자료는 동기기간동안 개별기업의 재무제표이다. 일본과 한국의 기업들은 Fortune에서 사용한 것과 같은 그룹단위의 자료가 아니고 개별기업단위의 자료이다. 재무제표는 법적인 회사단위인 개별기업단위로 발표되기 때문이다.

子率(average money market rates per annum)이 사용되었다.

식(1)의 IC1 모형을 측정한 값에 의하면 美國企業, 韓國企業, 日本企業 순으로 潛在競爭力이 정해지고 있다. 물론 미국기업 중 포드의 순위는 뒤지고, 일본기업 중 토요다의 순위는 앞서고 있지만 全般的 구도는 미국, 한국, 일본의 순서이다.

IC1 모형은 인건비, 원료비, 판매 및 일반관리비만을 포함한 영업비용을 기준으로 측정한 것인데, 여기에 자본비용을 포함시킨 IC2 모형으로 가면 그 순서는 많이 달라진다. IC2 값에서는 國際競爭力이 美國, 日本, 韓國의 순서로 나타난다. 한국의 자동차기업들이 국제경쟁력에서 가장 뒤지고 있다. 그 이유는 한국기업들이 과도한 資本費用을 부담하기 때문이다. 자본비용이 높은 이유는 미국, 일본에 비해 한국에서는 利子率이 높기 때문이다.<sup>11)</sup>

기업의 效率性和 獨占力이라는 內部的 條件에다 국제시장에서의 占有率 확대 정도를 포함한 IC3 모형에 의하면 국제경쟁력은 국가별보다 기업별로 많은 차이를 보이고 있다. 동일국가의 기업이면 기업의 내부조건에 큰 차이가 나지 않을 수 있다. 그러나 동일국가의 기업이라도 국제적 영업활동에는 큰 차이가 날 수 있다. 그 이유는 기업 나름대로 國際市場戰略이 다르기 때문이다. IC3

〈표 6〉 韓·美·日 주요 自動車會社의 平均的 潛在競爭力 比較

국 가	기 업	평균적 잠재경쟁력		
		IC1	IC2	IC3
미 국	제너럴모터스	1.000 (1)	1.000 (1)	1.000 (5)
	포 드	0.890 (7)	0.880 (6)	0.945 (8)
	크 라이 슬 러	0.981 (2)	0.986 (2)	1.077 (1)
일 본	토 요 다	0.896 (5)	0.934 (3)	1.070 (2)
	닛 산	0.870 (9)	0.900 (5)	0.955 (7)
	혼 다	0.880 (8)	0.927 (4)	0.983 (6)
한 국	현 대	0.904 (4)	0.859 (7)	1.007 (4)
	기 아	0.896 (6)	0.827 (8)	1.008 (3)
	대 우	0.907 (3)	0.795 (9)	0.944 (9)

주: 1. 제너럴모터스의 측정값을 1로 두고 계산된 상대적인 경쟁력의 크기

2. ( ) 속의 숫자는 경쟁력 순위

11) IMF의 *International Financial Statistics*에 의하면 미국과 일본의 1993년도 市場利子率은 年 3%인 반면, 한국의 시장이자율은 年 12%이다.

값에 의하면 한국의 기아와 현대가 크라이슬러와 토요다 다음으로 潛在的 競爭力을 갖추고 있는 것으로 나타났다. 그러나 대우, 포드, 닛산은 잠재적 경쟁력이 매우 뒤지고 있다.

〈표 6〉의 내용을 종합하면 크라이슬러와 토요다가 1990년부터 1993년까지 평균적으로 潛在競爭力이 높고 대우와 포드가 潛在競爭力이 낮다고 볼 수 있다. 제너럴모터스는 잠재경쟁력이 비교적 높은 편이지만 그 규모가 이미 너무 커 국제시장에서의 점유율이 증가하지 못하고 있어 IC3 모형에서는 국제경쟁력이 낮은 것으로 나타나고 있다.

그런데 여기서 하나 특기할 사항은 日本의 자동차회사들이 의외로 낮은 국제경쟁력을 보이고 있다는 점이다. 일본은 그동안 국제시장에서 매우 높은 경쟁력을 과시해 왔다. 말하자면 實際的 競爭力(actual competitiveness)이 매우 높았다. 그러나 本 연구에 의하면 潛在的 競爭力은 그리 높지 못한 것으로 나타나고 있다. 이것은 현재의 效率性이나 獨占力 수준으로 경쟁하는 실제적 경쟁력이 이제 한계에 도달해, 앞으로 새로운 기술향상이나 상품개발이 없는 한 국제경쟁에서 이길 수 있는 潛在力은 매우 낮다는 것을 의미한다. 앞으로 일본이 효율성과 독점력을 높여 潛在力 그 자체를 향상시켜 나갈 것인지는 본 연구의 범위를 넘어선 영역이다.

1990년부터 1993년 중 가장 좋은 성과를 낸 해의 자료를 기준으로 측정한 最高 潛在的 國際競爭力의 값은 〈표 7〉에서와 같다. 최고 잠재경쟁력에서도 IC1의 값에 의하면 경쟁력 순위는 대체적으로 美國, 韓國, 日本의 순서이고, IC2 값에 의하면 美國, 日本, 韓國의 순서이다. 이것은 평균적 잠재경쟁력에서도 같은 순서이고 그렇게 되는 이유도 마찬가지라고 볼 수 있다. IC3 값에서도 평균적 잠재경쟁력에서도 마찬가지로 國家別 차이보다는 企業別 차이가 뚜렷하다. IC3 값에 의하면 크라이슬러와 토요다가 비교적 높은 경쟁력을 보이고 있고 포드, 혼다, 닛산이 비교적 낮은 경쟁력을 보이고 있다. 한국기업 중에서는 대우와 기아가 높은 IC3 값을 보이고 있긴 하나 그것은 특정 해의 신장세가 의외로 컸기 때문에 나타난 것으로서 그다지 큰 의미가 있는 것은 아니다.

〈표 6〉과 〈표 7〉을 종합하여 보면 韓·美·日의 주요 자동차회사 중에서는 제너럴모터스, 크라이슬러, 토요다가 潛在的으로 國際競爭力이 높은 회사이다. 토요다 이외의 일본기업들은 미국기업들보다 경쟁력이 낮은 것으로 나타났다. 韓國의 기업들은 아직 美國이나 日本보다 국제경쟁력이 낮은 편이나 세



계시장에서의 점유율성장성을 고려하면 국제경쟁력이 뒤지는 것은 아니다. 중요한 문제는 韓國企業들이 效率性和 獨占力이라는 内部的 條件에서는 뒤지면서도 그 성장성이 두드러진 이유가 어디 있느냐 하는 점이다. 輸入障壁에 힘입어 국내시장에서 빠르게 성장하는 것이나 덤핑에 가까운 低價格으로 외국시장에 진출하는 것이 그 성장성의 원인이라면 한국의 자동차회사들은 아직도 국제경쟁력이 매우 뒤떨어지는 것이라고 밖에 해석할 수 없다.

〈표 7〉 韓·美·日 主要 自動車會社の 最高 潜在 競爭力 比較

국 가	기 업	최고 잠재경쟁력		
		IC1	IC2	IC3
미 국	제너럴모터스	1.000 (2)	1.000 (2)	1.000 (5)
	포 트	0.911 (5)	0.902 (4)	0.971 (7)
	크 라 이 슬 러	1.005 (1)	1.016 (1)	1.083 (1)
일 본	토 요 다	0.924 (4)	0.948 (3)	1.028 (2)
	닛 산	0.883 (8)	0.898 (5)	0.954 (9)
	혼 다	0.872 (9)	0.897 (6)	0.956 (8)
한 국	현 대	0.898 (7)	0.848 (7)	0.977 (6)
	기 아	0.900 (6)	0.825 (9)	1.002 (4)
	대 우	0.974 (3)	0.846 (8)	1.018 (3)

주: 1. 제너럴모터스의 값을 1로 두고 계산된 상대적인 경쟁력의 크기.  
2. ( ) 속의 숫자는 경쟁력 순위.

## 2. 電子産業의 主要 大企業

韓·美·日의 국가별 3大 電子會社は〈표 8〉과 같다. 美國의 3大 전자회사는 1993년에 600억불의 매출액을 가지고 全산업순위 9위를 차지하고 있는 제너럴일렉트릭(General Electric Co.)과 더불어 모토롤라(Motorola Inc.), 웨스팅하우스(Westinghouse Electric Corp.)이고, 日本의 3大 전자회사는 電子業種 중 세계최대인 히타치(日立製作所)와 더불어 마츠시타(松下電器産業), 소니(Sony Corp.)이고, 韓國의 3大 전자회사는 삼성전자, 금성사, 대우전자이다.

제너럴일렉트릭은 전자산업에서 세계제일 순위를 계속 유지하다가 1993년에 일본의 히타치와 마츠시타에 밀려 3순위가 되었다. 모토롤라는 그 순위가 매년 신장되어 1989년의 19위에서 1993년에는 13위로 경충 뛰어 올랐다. 그러

〈표 8〉 韓·美·日 주요 電子회사와 年度別 순위 변동

국 가	기 업	전자산업내 순위변동				1993년 全산업 순위 <sup>a</sup>	1993년 매출액 규모 (백만불)
		1990	1991	1992	1993		
미 국	제너럴일렉트릭	0	0	0	-2	9	60,823
	모 토 로 라	+1	0	+3	+2	67	16,963
	웨 스팅 하우스	-2	+3	-4	-1	119	11,564
일 본 <sup>b</sup>	히 타 치	0	0	0	+1	6	68,582
	마 츠 시 타	-1	+1	0	-1	8	61,384
	소 니	0	+3	+2	+1	27	34,602
한 국 <sup>b</sup>	삼 성	+1	-2	0	+1	14	51,345
	금 성	+2	+2	-3	0	279	5,367
	대 우	+1	0	-1	+2	33	33,893

a: 500대 기업에서의 순위

b: 日本의 기업은 각 그룹내 子會社들을 포함한 자료이고, 韓國의 기업에서는 삼성과 대우가 각 그룹내 전자 관련회사를 포함한 자료이다.

자료: Fortune, 1990, 1991, 1992, 1993, 1994.

나 全산업에서의 순위는 67위이다. 웨스팅하우스는 전자산업내의 순위가 18위이고 全산업내의 순위는 119위인데 전반적으로 그 순위는 뒤로 밀리고 있는 편이다. 일본의 히타치는 계속 2위에 머물러 있다가 1993년에 와서 世界最大 전자회사로 뛰어 올랐고 매출규모는 680억불이 넘어서고 있다. 全산업에서의 순위는 6위가 되는 대규모 기업이다. 마츠시타는 1992년까지 3위 또는 4위 자리를 차지하다가 1993년에는 제 2의 전자회사가 되었다. 賣出規模도 610억불이 넘어서고 있다. 소니는 히타치 절반정도의 규모인데 그 순위는 매년 뛰어 오르고 있다. 삼성은 매출액 규모가 510억불로 전자산업내 순위는 4위이고 全산업에서의 순위는 14위이다. 금성은 1990년과 1991년에는 그 순위가 도약하고 있으나 그 이후는 그렇지 못하다.<sup>12)</sup> 대우는 그 순위에 큰 변동이 없다가 1993년에 2순위 도약하여 전자산업내 9위가 되었다.

電子産業은 自動車産業과는 달리 상품의 다양화정도가 매우 넓기 때문에 상품에 따라서는 같은 전자산업의 상품이라도 전혀 경쟁관계에 있지 않은 상품들이 매우 많다. 따라서 다양화된 수많은 제품들을 생산하고 있는 〈표 8〉의 9

12) 삼성과 대우는 그룹내 전자관련회사를 포함한 자료인 반면, 금성은 금성사 단일기업의 자료로 Fortune에 기록되어 있기 때문에 국내에서의 규모 비교와는 다르다.

개 전자회사들이 국제시장에서 직접 경쟁관계에 놓이게 되는 정도는 자동차회사들보다 훨씬 낮다고 볼 수 있다.

1990년부터 1993년까지의 年平均 자료로 측정된 韓·美·日 주요 전자회사들의 平均的 潛在競爭力은 <표 9>와 같다. 영업비용만을 기준으로 측정된 IC1의 값에 의하면 日本企業들이 전반적으로 경쟁력이 낮은 것으로 나타났다. 이것은 자동차산업에서보다도 그 정도가 심하다. 그 이유는 일본기업들에서는 특히 매출원가와 판매 및 일반관리비의 비중이 높기 때문이다. 자본비용까지 고려한 IC2 모형에서는 韓國企業들의 국제경쟁력이 상대적으로 밀리는 편이다. 그 이유는 자동차산업에서와 마찬가지로 한국에서의 높은 利子率 때문이라고 볼 수 있다. 그러나 世界市場에서의 점유율 성장률까지 고려한 IC3 모형에서는 한국의 기업들이 비교적 높은 경쟁력을 보이고 있는 편이다. 국제시장에서 한국의 電子會社들이 차지하는 점유율이 점점 증가하기 때문이다. 그러나 이 점유율 증대가 기업내부조건의 향상보다 국가정책이나 덤핑 등에 기인한 것이라면 質的인 면에서 국제경쟁력이 향상된 것이라고 보기는 어렵다.

국가별로 潛在競爭力을 비교해 보면 미국, 한국, 일본의 순서라고 볼 수 있으나 미국의 제너럴일렉트릭과 한국의 대우가 전반적으로 가장 낮은 국제경쟁력을 보이고 있기 때문에 이러한 국가순서는 큰 의미가 없다. 반면에 일본에는 국제적 비중이 매우 높은 히타치와 마츠시타가 中間수준의 국제경쟁력을 보이고 있기 때문에 일본 전자산업의 국제경쟁력이 낮다고 평가하기는 어렵다.

일본의 전자회사들이 국제시장에서 높은 시장점유율을 확보하고 있긴 하지만 自動車산업에서와 마찬가지로 電子산업에서도 日本의 潛在的 競爭力은 그렇게 높지 못한 것으로 나타나고 있다. 그것은 전자산업에서도 자동차산업에서와 마찬가지로 일본기업들이 그동안은 충분한 경쟁력을 발휘해 왔지만 앞으로는 더 이상의 효율성 향상과 독점력 제고를 이루지 못하는 한 그들의 국제경쟁력이 한계에 도달할 것이라는 것을 알 수 있다.

기업단위로 볼 때는 미국의 모토롤라가 단연코 가장 높은 잠재적 경쟁력을 나타내고 있다. 그리고 韓國의 삼성도 그다음 순서로 높은 잠재적 경쟁력을 보이고 있다. 일본의 기업 중에서는 마츠시타가 비교적 높은 경쟁력을 유지하는 편이다.

〈표 9〉 韓·美·日 주요 電子會社の 平均的 潛在競爭力 비교

국 가	기 업	평균적 잠재경쟁력		
		IC1	IC2	IC3
미 국	제너럴일렉트릭	1.000 (5)	1.000 (8)	1.000 (9)
	모 토 롤 라	1.064 (1)	1.202 (1)	1.181 (1)
	웨 슥 하우스	1.027 (3)	1.107 (2)	1.028 (7)
일 본	히 타 치	0.927 (7)	1.038 (6)	1.048 (4)
	마 츠 시 타	0.923 (8)	1.042 (4)	1.037 (5)
	소 니	0.911 (9)	1.003 (7)	1.009 (8)
한 국	삼 성	1.038 (2)	1.060 (3)	1.118 (2)
	금 성	1.002 (4)	1.039 (5)	1.051 (3)
	대 우	0.992 (6)	0.975 (9)	1.030 (6)

주: 제너럴일렉트릭의 값을 1로 두고 계산된 상대적 경쟁력의 크기  
( ) 속의 숫자는 경쟁력 순위.

〈표 10〉 韓·美·日 주요 電子會社の 最高 潛在競爭力 비교

국 가	기 업	최고 잠재경쟁력		
		IC1	IC2	IC3
미 국	제너럴일렉트릭	1.000 (4)	1.000 (4)	1.000 (9)
	모 토 롤 라	1.033 (2)	1.145 (1)	1.171 (1)
	웨 슥 하우스	1.014 (3)	1.110 (2)	1.076 (3)
일 본	히 타 치	1.903 (7)	0.997 (5)	1.032 (6)
	마 츠 시 타	0.888 (9)	0.984 (6)	1.040 (5)
	소 니	0.895 (8)	0.976 (8)	1.030 (7)
한 국	삼 성	1.047 (1)	1.066 (3)	1.143 (2)
	금 성	0.961 (6)	0.983 (7)	1.061 (4)
	대 우	0.966 (5)	0.926 (9)	1.019 (8)

주: 제너럴일렉트릭의 값을 1로 두고 계산된 상대적인 경쟁력의 크기.  
( ) 속의 숫자는 경쟁력 순위.

1990년부터 1993년까지의 기간중 가장 높은 성과를 낸 해의 자료를 기준으로 측정한 最高 潛在競爭力의 값은 〈표 10〉에 요약되어 있다. IC1 모형에서는 미국의 기업들이 비교적 높은 잠재적 경쟁력을 보이고 있다. 그러나 企業單位로는 삼성의 국제경쟁력이 가장 높다. IC2 모형에서는 미국의 國際競爭力이 더욱 두드러지고 있다. 삼성은 오히려 3위로 물러서고 모토로라와 웨스팅하

우스가 각각 1, 2위를 차지하고 있다. IC3 모형에서는 모토롤라와 웨스팅하우스는 높은 경쟁력을 유지하는 반면 제너럴일렉트릭은 가장 낮은 순위로 밀리고 있다. 제너럴일렉트릭은 國際市場에서 占有率 擴張을 이루고 있지 못하기 때문이다. 일본의 히타치와 마츠시타는 중간수준의 국제경쟁력을 꾸준히 유지하고 있다. 韓國의 전자회사들 중에는 삼성이 돋보이는 국제경쟁력을 보이고 있지만 대우는 거의 가장 낮은 수준의 국제경쟁력을 나타내고 있다. 금성사의 국제경쟁력도 중간 이하라고 볼 수 있다.

## V. 結 論

그동안 日本의 自動車會社와 電子會社は 국제시장에서 비약적인 성장을 거듭해 왔었다. 그러나 本 연구의 분석결과에 의하면 兩産業 모두에서 일본의 대기업들은 잠재적인 면에서 국제경쟁력이 거의 限界에 도달한 것으로 나타나고 있다. 兩産業 모두에서 日本의 대기업은 美國의 대기업보다 잠재경쟁력이 낮은 편이고 한국의 대기업으로부터는 잠재적으로 挑戰을 받고 있는 것이 분명하다. 일본이 앞으로 효율성 향상과 독점력 제고를 획기적으로 이룩하지 못하는 한 과거와 같은 국제경쟁력을 갖추기는 어려울 것이다.

自動車産業에서는 미국의 제너럴모터스와 크라이슬러는 단연코 매우 높은 潛在的 國際競爭力을 보이고 있다. 그리고 일본의 최대자동차회사인 토요다도 여전히 매우 높은 국제경쟁력 수준을 보이고 있다.

한국의 자동차회사들은 아직 미국이나 일본의 자동차회사들보다 경쟁력이 낮다. 단지 成長性이 높다는 측면에서 潛在的 競爭力은 다소 큰 것으로 평가되고 있다. 그러나 높은 성장성의 요인이 輸入障壁에 의한 內需市場 擴張이나 덤핑수출 때문이었다면 그 의미는 半減한다고 밖에 볼 수 없다.

電子産業에서는 미국의 모토롤라가 단연코 돋보이는 國際競爭力을 유지하고 있다. 한국의 삼성도 매우 높은 國際競爭力을 갖추고 있는 것으로 나타났다. 일본에서는 히타치와 마츠시타가 중간수준의 국제경쟁력을 갖추고 있으나 潛在力이 그리 높다고는 볼 수 없다.

電子産業에서는 自動車産業만큼 국가별 우열순위가 분명하지 않다. 전자산업에서는 國家別 차이보다는 企業別 차이가 오히려 뚜렷이 나타나고 있다.

電子産業에서도 국제시장에서의 성장성을 고려하면 韓國의 경쟁력이 다소

증가하고 있다. 그러나 이것도 성장의 요인이 政府의 支援政策이나 덤핑 등에 있다면 그 의미는 크다고 볼 수 없다.

自動車産業과 電子産業 모두에서 한국의 기업들은 資本費用을 포함시켰을 때 국제경쟁력이 대폭 떨어지고 있다. 그 요인은 한국의 높은 利子率 때문이다. 한국에서는 미국이나 일본보다 市場 利子率이 3-4배 높기 때문에 기업의 실제비용이 아닌 機會費用개념으로 단위당 생산비를 계산하면 미국과 일본보다 潛在的 國際競爭力이 훨씬 낮아지고 있다.

自動車産業과 電子産業의 完全開放을 전제했을 때 한국의 大企業들이 國內市場을 어느 정도 지켜낼지는 미지수라고 밖에 볼 수 없다. 특히 自動車産業에서는 국내기업들이 미국과 일본기업에 대항하여 국내시장을 지켜내기가 상당히 어려울 것으로 평가된다. 電子産業은 자동차산업보다는 국내기업들의 潛在的 國際競爭力이 높은 편이나 모든 대기업들이 골고루 국제경쟁력을 확보하는 것이 매우 중요하다고 볼 수 있다.

## 참 고 문 헌

1. Casson, Mark, *Enterprise and Competitiveness: A System View of International Business*, Claredon Press, Oxford, 1990.
2. Dunning, John H., *Multinational Enterprises, Economic Structure and International Competitiveness*, John Wiley & Sons, 1985.
3. Frantz, Roger S., *X-Efficiency: Theory, Evidence and Applications*, Kluwer Academic Publishers, 1988.
4. Hart, Jeffrey A., *Rival Capitalists: International Competitiveness in the United States, Japan, and Western Europe*, Cornell University Press, 1992.
5. Karier, Thomas, "Competitiveness and American Enterprise," *Challenge*, Vol. 37, No. 1, pp. 40-44.
6. Leibenstein, Harvey, "Allocative Efficiency vs. 'X-Efficiency'," *American Economic Review*, Vol. 56, 1966, pp. 392-415.
7. Oral, Muhittin and Alan E. Singer, "Strategic Analysis Using Actual and Potential Competitiveness," *Management Research News*, Vol.

- 15, No. 1, 1992, pp. 5-12.
8. Oral, Muhittin, Alan E. Singer and Ossama Kitani, "The Level of International Competitiveness and Its Strategic Implications," *International Journal of Research in Marketing*, 6(1989), pp. 267-282.
9. Smiko, Michael, "Are U. S. Auto Exports the Growth Industry of the 1990s?", *Sloan Management Review*, Fall 1993, pp. 97-102.
10. Stout, Gail, "Continuous Quality Improvement in the Electronics Industry," *Quality*, Feb. 1993.
11. Woodworth, Jay N., "Restructuring of the Japanese Automakers," *Business Economics*, Vol. 29, No. 4, Oct. 1994, pp. 11-17.
12. IMF, *International Financial Statistics*, Dec. 1994.
13. Fortune, "The World's Largest Industrial Corporations," *Fortune* July 25, 1994.
14. UN, *International Trade Statistics Yearbook*, Vol. 1, 1992.
15. 한국신용평가(주), 『한국기업총람』, 各年度.