



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

2019年 2月
博士學位論文

중국 자동차 제조업체의 웹 사이트
품질평가를 통한 국제경쟁력
측정에 관한 연구

朝鮮大學校 大學院

貿易學科

림 남

림 남의 박사학위 논문을 인준함

委員長 광주대학교 교수 김장호 (인)

委 員 조선대학교 교수 송윤아 (인)

委 員 조선대학교 교수 이창재 (인)

委 員 조선대학교 교수 이종하 (인)

委 員 조선대학교 교수 박노경 (인)

2018年 12月

朝鮮大學校 大學院

중국 자동차 제조업체의 웹 사이트
품질평가를 통한 국제경쟁력
측정에 관한 연구

A Study on the Measurement of International
Competitiveness through the Website Quality
Evaluation of Chinese Automobile Manufacturers

2019年 2月 25日

朝鮮大學校 大學院

貿易學科

림 남

중국 자동차 제조업체의 웹 사이트
품질평가를 통한 국제경쟁력
측정에 관한 연구

指導教授 朴魯慶

이 論文을 經營學 博士學位申請論文으로 提出함

2018年 10月

朝鮮大學校 大學院

貿易學科

림 남

목 차

ABSTRACT	viii
제1장 서론	1
제1절 연구의 배경 및 목적	1
1. 배경	1
2. 목적	3
제2절 연구의 방법 및 구성	4
제2장 기존연구에 대한 검토	6
제1절 웹 사이트 품질평가에 관한 선행연구	6
제2절 자동차시장에 관한 선행연구	8
제3절 월콕스부호순위검정에 관한 선행연구	10
제4절 국제경쟁력에 관한 선행연구	12
제5절 자동차브랜드와 선호도에 관한 선행연구	14
제3장 웹 사이트 품질평가와 국제경쟁력에 관한 이 론 및 방법	15
제1절 웹 사이트 품질평가이론	15

1. 웹 사이트 정의	15
2. 웹 사이트 품질의 개념	16
3. 웹 사이트 평가	16
제2절 웹 사이트 품질평가방법	19
제3절 국제경쟁력에 관한 이론	20
1. 국제경쟁력의 개념	20
2. 국제경쟁력 측정방법	20
3. 국제경쟁력측정 대상국가	21
제4장 중국 자동차 제조업체의 웹 사이트 품질평가 를 통한 국제경쟁력측정	22
제1절 중국 및 세계 자동차 시장현황	22
1. 중국자동차 시장현황	24
2. 한국자동차 시장현황	36
3. 일본자동차 시장현황	47
4. 미국자동차 시장현황	56
5. 독일자동차 시장현황	60
6. 프랑스자동차 시장현황	63
제2절 중국 자동차 제조업체의 웹 사이트 품질평가 및 국제경쟁력 측정	65

1. 중국 및 세계 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가 ..	65
2. 국제경쟁력 측정 및 상관관계분석	69
제5장 결론	81
제1절 연구의 결과 및 요약	81
제2절 정책적 함의	83
제3절 연구의 한계점 및 향후 연구방향	84
1. 연구의 한계점	84
2. 향후 연구 방향	84
참고문헌	86
기타 참고문헌 및 홈페이지 자료	91

표 목 차

<표 4-1> 2017년 10대 자동차생산국 순위	23
<표 4-2> 세계 국가별 자동차 판매량 순위	24
<표 4-3> 최근 중국 자동차 생산량, 판매량 추이	25
<표 4-4> 중국 내 주요 국가별 승용차 판매량 및 시장점유율 상세	26
<표 4-5> 2018년 상반기 발표·시행한 중국 자동차 관련 정책	29
<표 4-6> 중국 승용차시장 상위 10대 판매기업	32
<표 4-7> 2017년 중국 로컬브랜드와 외국브랜드 판매량과 비중	33
<표 4-8> 한국자동차회사별 생산 및 판매 현황	37
<표 4-9> 현대자동차 해외 생산·판매 동향	44
<표 4-10> 기아자동차 해외생산 동향	45
<표 4-11> 한국 자동차 기업별 내수 판매 및 수출 현황 및 전망	47
<표 4-12> 토요타자동차 개요	50
<표 4-13> 혼다 개요	51
<표 4-14> 닛산자동차 개요	53
<표 4-15> 스바루 개요	54
<표 4-16> 마쯔다 개요	55
<표 4-17> 일본주요 자동차업체의 영업지표 (2017년 3월 결산)	55
<표 4-18> 미국 업체별 자동차 판매 실적	57
<표 4-19> 2017년 국별 자동차 생산 및 판매 현황	58
<표 4-20> 2017년 제조사별 미국 내 자동차 생산 및 판매 현황	59
<표 4-21> 미국 자동차 및 부품 수입 추이	59
<표 4-22> 2017년 미국의 국별 자동차 수입 및 무역수지	60
<표 4-23> 독일의 자동차산업 전망	62
<표 4-24> 독일의 상용차 산업 전망	63

<표 4-25> 중국 4대자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가 및 순위	65
<표 4-26> 한국 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가 및 순위	66
<표 4-27> 일본 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가 및 순위	66
<표 4-28> 미국 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가 및 순위	67
<표 4-29> 독일 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가 및 순위	67
<표 4-30> 영국 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가	68
<표 4-31> 프랑스 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가 및 순위	68
<표 4-32> 이탈리아 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가	68
<표 4-33> 세계 주요 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가 및 순위	71
<표 4-34> 자동차 제조업체의 웹 사이트 및 품질평가결과	72
<표 4-35> 자동차 제조업체의 웹 사이트 품질평가결과와 영업수입 및 이윤	76
<표 4-36> 측정자료의 기술통계량	78
<표 4-37> 월콕슨 부호순위검정결과(순위)	78
<표 4-38> 월콕슨 부호순위검정결과(검정통계량)	78
<표 4-39> 측정자료의 기술통계량	79
<표 4-40> 월콕슨 부호순위검정결과(순위)	79
<표 4-41> 월콕슨 부호순위검정결과(검정통계량)	80

도 목 차

<그림 4-1> 글로벌 자동차시장 생산량	25
<그림 4-2> 중국 소매판매 중 자동차 판매 비중	25
<그림 4-3> 1960년~2017년 글로벌 자동차 생산량	26
<그림 4-4> 2005년~2017년 글로벌 자동차 생산량	27
<그림 4-5> 중국 자동차 생산·판매량 및 증감률	27
<그림 4-6> 중국 승용차·SUV 판매량 및 비중	28
<그림 4-7> 저배기량 자동차 구매세율	29
<그림 4-8> 중국 승용차 월별 판매 증감률	30
<그림 4-9> 최근 10년 중국 자동차 판매 추이	31
<그림 4-10> 중국 로컬과 외국 브랜드 격차	32
<그림 4-11> 중국 승용차 시장 국가별 브랜드 시장점유율	34
<그림 4-12> 중국 승용차 시장 브랜드 소속 국가별 월별 시장점유율	34
<그림 4-13> 브랜드 소속 국가별 SUV 시장점유율	35
<그림 4-14> 국가별 브랜드 SUV 판매 증감률	36
<그림 4-15> 한국 자동차 생산현황 및 전망	38
<그림 4-16> 한국 자동차 내수판매 동향	39
<그림 4-17> 한국 자동차 수출현황 및 전망	40
<그림 4-18> 한국 자동차 기업이 해외생산 동향	41
<그림 4-19> 한국 자동차산업 총 생산현황	42
<그림 4-20> 최근 5년간 토요타자동차의 재무상황 추이	50
<그림 4-21> 최근 5년간 혼다자동차의 재무상황 추이	52
<그림 4-22> 최근 5년간 닛산자동차의 재무상황 추이	53
<그림 4-23> 최근 5년간 스바루의 재무상황 추이	54
<그림 4-24> 최근 5년간 마쯔다의 재무상황 추이	55

<그림 4-25> 2015년 기준 산업별 유럽 R&D투자 비중 61
<그림 4-26> 유럽 자동차시장 현화 및 전망 62

ABSTRACT

A Study on the Measurement of International Competitiveness through the Website Quality Evaluation of Chinese Automobile Manufacturers

Lin Nan

Advisor : Prof. Park Ro-Kyung Ph. D.

Department of International Trade

Graduate School of Chosun University

The automobile industry has a large share in the domestic economy as a manufacturer, but it has a very high level of connectivity, ripple effects and job creation with various industries. The Chinese market, which has a very high share of the global economy and a huge market potential, is also fiercely competing with automakers around the world.

The purpose of this thesis is to measure the international competitiveness of Chinese automobile manufacturers by using Business Development Bank of Canada's free quality evaluation software without professional help for the five areas of overall, accessibility, experience, marketing, and technology about quality evaluation of the world's major automobile manufacturer's web site.

Data from 2017 Fortune China were used for measuring the rankings of the operating revenues and profits of the 23 automobile manufacturers and these rankings were compared with the quality ranking results of the automobile

manufacturer's web site. After that, the Wilconxon Signed-Rank Test theory was used to measure whether the website quality rankings and the operating income and profit margin rankings were consistent or not for deriving the competitiveness of Chinese automobile manufacturers. The results of the hypothesis test show that the null hypothesis is not rejected. That is to say, because there is not a big difference between the rankings of website quality and the actual financial data, the results of website quality rankings was found to reflect well the rankings of actual financial data. Therefore, it was concluded that there was not much difference between the rankings of the automobile manufacturer's web site quality and the rankings of operating income and profits. In other words, the more the quality of a manufacture's web site is higher, the more likely the company's operating income and profits are increased.

The empirical results show that while the development of Chinese automobile manufacturers is on the rise, but the competitiveness of automobile manufacturers is still low. Therefore policy implications for Chinese automobile manufacturers are as follows. First, Chinese automobile manufacturers should improve the website quality after referring the Japan and European countries websites. Second, after checking out the problems of Chinese automobile products, the quality upgrading should be followed including the updating the website on the new information for products, because the new brand products and the loyalty for those products also are very important for enhancing the international competitiveness. Third, introduction of the new version of Business Development Bank of Canada's free quality evaluation software should be considered, because it can analyze the more specifically the situations of website and give the several ideas to improve the websites of Chinese automobile manufacturers.

제1장 서론

제1절 연구의 배경 및 목적

1. 배경

미국의 경영학자 피터 드러커(Peter Ferdinand Drucker)¹⁾는 자동차산업을 ‘산업 중의 산업(Industry Of Industry)’으로 정의하였다. 자동차산업은 글로벌 경제무역에서 매우 중요한 위치를 차지하고 있다. 자동차산업은 비철금속, 전기전자, 플라스틱, 철강, 고무, 유리 석유화학, 에너지 등 공업부문의 발전을 촉진하고 있을 뿐만 아니라 운송, 금융, 보험, 유통, 판매 등 서비스 산업에 큰 영향을 주고 있다.

또한 미국 하버드경영대학원 마이클 포터(Michael E. Porter)교수²⁾는 국가의 경쟁력은 근본적으로 혁신력에 달려 있다고 하였다. 경쟁은 기업과 산업, 나라 발전 및 시장경제의 발전의 원동력이다. 생존을 위한 기업 경쟁은 더욱 치열해질 것으로 보인다. 자동차산업은 많은 나라들이 발전이 제일 빠르고 경쟁이 가장 치열한 산업 중 하나이다.

중국의 개혁 개방 이전에는 계획 경제의 시행으로 기업 간의 경쟁이 원활히 이루어지지 못했다. 1978년 중국의 개혁 개방이후 40년 동안 시장경제 체제가 발전하고 대외개방 정책에 따라 중국 자동차 시장의 규모가 확대되었다. 중국정부는 2001년 12월에 WTO를 가입하면서 중국 자동차 산업의 시장 규모와 생산 규모가 급속히 성장하였으며 많은 자동차 기업은 합자나 합작을 통해서 중국시장에 들어오며 최근 몇 년 동안에는 자주 자동차기업, 그리고 신흥 자동차기업들도 끊임없이 중국시장에 몰려들고 있다. WTO가입 후에 시장개방도와 세계경제 글로벌화에 참여한 정도가 깊어지면서 중국 자동차 시장은 세계자동차 시장의 일부분이 되고 자동차산업은

1) Peter Ferdinand Drucker는 1909년 11월 19일 오스트리아 빈에서 태어나 2005년 11월11일 96세의 나이로 별세하였다. 1931년 프랑크푸르트 대학에서 국제법학박사 학위를 받았다. 1971년부터 캘리포니아 주 클레어몬트 대학교의 피터 드러커 경영대학원에서 경영학과 사회과학을 강의했으며 비영리재단의 명예 이사장을 역임했다.

2) 마이클 포터(Michael E. Porter)는 프린스턴대학교를 우등으로 졸업하고, 하버드경영대학원에서 경영학 석사(MBA)과정을 최우등으로 마쳤으며, 기업경제학 박사학위를 받은 뒤 불과 26세에 하버드경영대학원 교수로 임용되었다. 35세 때 하버드대 최연소 정년 보장 교수가 되었다.

치열한 국제적 경쟁을 직면하게 된다.

중국 시장에서 중국 국내 자동차기업 및 다른 나라의 국제기업 간의 경쟁을 마주하고 있다. 중국의 경제가 새로운 단계로 발전되고 세계 제 2대 경제대국이 되면서 중국 자동차공업은 매우 중요한 발전 단계에 이르게 되었다. 중국자동차업계는 조용히 세계자동차 업계 판도를 바꾸고 있는 것은 확실하지만 중국의 자동차산업은 미국, 일본, 독일, 한국 등 자동차 강국들과 비교해 보면 차이가 아직 크다고 할 수 있다. 중국 자동차산업의 발전은 미래 중국의 경제발전추세를 많은 영향을 줄 수 있다.

중국의 자동차산업은 중국 대규모 시장을 바탕으로 생산규모를 확대하면서 중국 기간사업으로 급성장을 거듭하여 명실 공히 자동차산업의 메카 역할하기에 충분한 잠재력을 보유하고 있다. 또한 자동차 강국을 지향하는 중국정부의 정책은 연구개발 능력향상, 독자 브랜드 확립, 업계 재편 등을 목표로 하고 있다. 중국의 자동차산업 정책은 외국자본과 기술의 적극적인 도입을 통한 기술추격과 집단화 및 대형화를 통해 조기에 규모의 경제달성을 이루어 세계 최대시장을 배경으로 세계최대의 자동차 생산국으로 육성하는 것에 중점을 두고 있다. 그러나 중국의 자동차산업은 기술이나 브랜드를 비롯해 많은 분야에서 해외 메이커에 대한 의존도가 높아 국제경쟁력을 결여하고 있다.³⁾

인터넷은 그 태동기인 1990년대 중반부터 불과 15년이라는 짧은 기간 동안 급속한 성장을 거듭하였으며 지구촌이라 일컫는 오늘 날의 경쟁이 치열한 정보화 시대에서 우리 생활 전반에 엄청난 변화를 불러 일으켜왔다.

오늘날 다국적 기업들의 글로벌 경영 네트워크를 활용하여 한국이 뿐만이 아니라 중국도 온라인을 활용한 추세가 뚜렷하게 확산되고 있으며 중국 인터넷 정보센터(CNNIC) 2018년 8월 20일 발표한 “제42차 중국 인터넷 발전현황 통계보고”에 의하면 2018년 6월까지 중국인터넷 이용자 8.02억을 도달하며 2017년 대비 23.8% 성장하였다. 인터넷은 급속도로 확산되어 정보검색, E-mail은 물론, 오락, SNS, 인터넷뱅킹, 쇼핑과 같은 활동까지 제공함으로써 개인의 생활에 있어서나 사회생활을 하는데 있어서 필수적인 존재로 강력한 힘을 발휘하게 되며 소비자들은 제품 구매 시 온라인을 통해 제품의 정보를 획득하고 비교 평가하여 구매한다. 인터넷을 이용자의 증가와 인터넷 비즈니스 경험의 확산으로 웹 사이트 품질 평가에 대한 중요성이

3) 이정(2012), “중국의 WTO가입 후 한·중 자동차산업 통상 협력 증진방안에 관한 연구”, 수원대학교 대학원, 경영학과, 석사학위논문. p.2.

더욱 증대되며 많은 사업자들이 이용자들에게 품질 좋은 웹 사이트로 인식될 수 있도록 노력을 기울여 왔다.

성공적인 웹 사이트는 다양한 서비스의 제공과 고객관점에서의 웹 사이트 구축 등을 통해서 이용자의 만족을 높이고 재방문, 재 구매 또는 고객 충성도 등을 높이는 성과로 이어질 수 있다. 웹 사이트의 품질이 높을수록 이용자의 만족도가 높아지고 웹 사이트에 대한 평가가 향상되어 좋은 성과를 달성할 수 있다. 따라서 성공적인 웹 사이트의 구축과 운영을 잘 하기 위해서는 웹 사이트 품질에 대한 평가와 관리가 중요하게 고려되어야 한다.

이런 배경에서 자동차 제조업체의 웹 사이트 품질평가를 하고 그 품질순위결과와 제조업체들의 영업수입 및 이윤순위의 상관관계분석을 통한 중국 자동차 제조업체의 국제경쟁력 측정하고자 한다.

2. 목적

본 연구의 목적을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 세계 주요 자동차 시장현황을 통해 자동차산업의 미래 및 발전 추세를 파악하고 세계자동차 시장동향을 분석하고자 한다.

둘째, 웹 사이트 품질평가 및 국제경쟁력에 관한 이론을 설명하고자 한다.

셋째, 캐나다의 BDC은행이 개발한 웹 사이트 품질 평가도구를 이용하여 세계 주요 자동차 제조업체의 웹 사이트를 대상으로 웹 사이트 품질을 평가하고 결과를 제시하고자 한다.

넷째, 월복순부호순위 검정이론을 설명하고자 한다.

다섯째, 자동차 제조업체의 웹 사이트 품질순위결과와 그 자동차 제조업체의 영업수입 및 이윤의 순위에 상관관계 비교분석한다.

여섯째, 분석결과 및 정책적인 함의를 도출한다.

제2절 연구의 방법 및 구성

논문 연구하는데 주요 설문조사방법이나 기존 통계자료를 이용하는 방법을 많이 사용한다. 자동차 제조업체에 대한 연구에서는 설문조사 방법을 수행하기 어려운 편이며 시간과 비용을 많이 든다는 단점이 있다. 기존 통계자료를 이용하는 방법은 자료에 대한 신뢰성이 높고 시간과 비용 절감할 수 있다. 단지 연구하는 자료를 구하기가 어려울 경우가 많다.

본 연구에서는 여러 방면을 종합적으로 고려하여 연구의 목적을 달성하기 위해 먼저 국내외 각종 학술정보 사이트 RISS(학술연구정보서비스), DBpia(누리미디어), KISS(한국학술정보), eArticle(학술교육원), NDSL(과학기술정보 검색서비스) 등을 통해 석, 박사의 각종 연구 논문 그리고 관련 책자를 참고하여 통계자료와 수치는 주로 한국무역협회, 산업연구원, 중국 자동차공업협회 등에서 제공하는 시장정보 보고서를 종합적으로 참고하여 자료를 정리하였다. 그 다음에 캐나다의 BDC은행이 개발한 웹 사이트 품질 평가도구를 이용하여 중국시장에 진출해 있는 세계적인 자동차 제조업체들의 웹 사이트를 대상으로 웹 사이트 품질을 평가하고, 윌콕슨부호 순위검정이론을 통해서(SPSS 24.0 패키지를 이용하여 기초통계분석) 그 업체들 웹 사이트의 품질 순위와 영업수입 및 이윤순위의 상관관계를 분석하고 정책적인 함의를 제시한다. 마지막으로 이러한 분석결과를 바탕으로 연구의 결론을 도출하여 연구의 한계점 및 향후연구방향을 제시하였다.

본 연구는 총 5장으로 구성되어 있다.

제1장 서론에서는 연구 배경 및 목적 그리고 연구 방법과 구성에 대하여 기술하였다.

제2장에서는 기존연구에 대한 웹 사이트 품질평가, 자동차시장, 윌콕슨부호순위검정, 국제경쟁력, 자동차브랜드와 선호도 이 5가지분야 나눠서 검토를 하였다.

제3장에서는 웹 사이트 품질평가와 국제경쟁력에 관한 이론을 설명하고 웹 사이트 품질평가방법 및 국제경쟁력 측정방법을 제시하였다.

제4장에서는 세계자동차 시장현황을 제시하고 캐나다의 BDC은행이 개발한 웹 사이트 품질 평가도구를 이용하여 주요 자동차 제조업체의 웹 사이트 품질평가를 통한 국제경쟁력 측정하고 업체들 웹 사이트의 품질측정결과와 영업수입 및 이윤의 상관관계를 분석하였다.

마지막으로 제5장에서는 본 연구의 내용을 전체적으로 요약하여 기술하고, 본 연구의 정책적인 함의, 한계점 및 향후연구 과제를 기술하였다.

제2장 기존연구에 대한 검토

제1절 웹 사이트 품질평가에 관한 선행연구

이문규(2002)는 소비자가 인터넷을 통해 미용 제품을 구매할 때 웹 사이트의 품질, 만족도 및 신뢰 간의 관계에 대한 인지된 위험과 웹 사이트의 유형을 조절효과로 조사하였다. 웹사이트 품질을 평가하는 속성으로 정보내용(상품 및 정보), 거래처리 체계(거래과정, 배송 및 NS), 디자인(사이트 외의 상호작용, 사이트 디자인), 의사소통 체계(이용자 간 의사소통), 거래의 안전성(시스템 안전성, 소비자 보호, 신뢰, 보안)을 제시하고 연구결과에 따르면 서비스 품질 및 고객 만족도가 미용 서비스 프로세스에 대한 신뢰에 중요한 영향을 미친 것으로 나타났다.

홍일유 등(2002)는 웹 사이트 성공요인을 콘텐츠(contents), 커뮤니티(communitiy), 상거래(commerce), 디자인(design), 기술(technology)의 5개 부문으로 구분하고, 각 부문에 대한 가중치를 적용 대상 산업에 따라 다르게 적용함으로써 웹 사이트 품질을 평가하는 방법도 제안하였다.

유지영(2003)은 웹 사이트 평가방법으로는 시스템 기반의 평가방법(웹 사이트 맵핑, 웹서버 로그파일 분석)과 이용자 기반의 평가방법(포커스 그룹 개념 맵핑, 이용자 서베이)등이 있는 것으로 밝혔다.

문장근(2006)는 소프트웨어 공학, HCI, 하이퍼미디어 분야에서 연구된 사용성 측정을 위한 품질 메트릭을 멀티미디어 웹 사이트에 적용할 수 있는 새로운 웹 메트릭을 제한하며 전문가 평가를 통해 검증하였고 품질 평가를 하고 결과를 분석하였다. 그리고 제안한 품질 기준과 웹 메트릭으로 품질평가하고 그 결과를 비교 분석함으로써 운용중인 멀티미디어 웹 사이트의 사용성 평가에 유용함을 입증하였다.

김지선(2008)은 웹 사이트 평가 방법론을 바탕으로 국회의원의 웹 사이트 평가를 위한 평가모델을 개발하여 국회의원의 웹 사이트에 적용함으로써 실증적인 검증을 도출하고 검증을 통하여 효율적인 웹 사이트의 운영을 위한 개선방안을 제시하였다.

홍일유와 김동산(2005), 온라인 종합 쇼핑몰 웹 사이트에서 사이트 품질이 소비자 충성도에 영향을 미치는지를 연구하였다.

박노경(2010)은 웹 접근성에 대한 내용을 소개하는 한편, 한국의 웹 접근성 연구소에서 개발한 KADO-WAH에 의해서 KWAG, WCAG1, WCAG2, WCAG3, 미국 재활법 508조의 지침에 의거하여 한국 21개 상업계 고등학교를 대상으로 웹 접근성을 실증적으로 평가하고 분석하였다. 특히 기존의 KADO-WAH에 의해서 평가하지 못하였던 항목들에 대해서 최근의 평가도구인 Firefox 3.5(Cynthia Says: <http://www.cynthiasays.com>)에 의해서 평가함으로써 수동평가항목으로 분류된 항목들에 대해서도 정확하게 준수여부를 평가함으로써 자의적인 수동평가에서 오는 한계점으로 부분적으로 극복함으로써 확장시켰다.

박명규(2011)는 기존 공공기관 서비스 품질측정(주로 노동 및 자본에 의한 효율성 평가)은 달리 공공기관의 인터넷 서비스(웹 사이트)에 대한 고객중심으로 평가측정도구를 제시하였다.

함승우(2013)는 웹 사이트 품질에 대한 개념 정리로 웹 사이트 품질을 체계적인 분석하고 품질에 영향을 미치는 요인을 도출하였다. 그리고 한국 종합병원 웹 사이트의 품질 요소를 비교분석하고 직접 웹 사이트 서비스 사용자들이 웹 사이트 품질을 평가하도록 하여 웹 사이트 품질 요소와 고객의 온라인 행동 및 만족에 영향을 미치는 요인을 분석하고, 각 요인의 중요성을 실증분석을 통해 제시하였다.

박노경(2015)은 2015년도 한·중·일 주요항만들의 웹 접근성 및 웹 사이트를 평가하고 효율성을 측정하며 웹 접근성 및 웹 사이트 품질평가결과와 효율성 순위 간에 상관관계분석을 실시하여 그 결과를 비교분석하였다.

최성준(2018)은 지각된 위험이 소매점 태도와 웹 사이트 품질에 미치는 직접 효과와 지각된 위험이 소비자들의 온라인 소매점에 미치는 영향을 웹 사이트 품질이 어떻게 매개하는지를 분석하였고 소매점 명성과 기업의 사회적 책임이 높고 낮음에 따라 어떤 영향을 미치는지도 분석하였다.

제2절 자동차시장에 관한 선행연구

김안호, 기성래(2004)는 자동차 산업을 다음과 같이 4가지 특징으로 요약하였다. 첫째, 광범위한 관련 산업을 기반으로 한 피라미드형 생산, 조립구조의 생산과정을 거치며, 대규모 자본의 투입에 의한 생산체계를 지닌다. 둘째, 시설투자와 신차개발 등 산업의 발전을 위해 상당한 규모의 비용 투자가 요구되어 지는 규모의 경제가 큰 산업이다. 셋째, 자동차산업은 세계적인 분업화와 다국적 기업화가 활발하게 진행되어지는 국제화산업의 특징을 띄고 있다. 마지막으로 국제 무역에 있어서 단일 품목으로는 연간 무역규모가 가장 큰 산업이다.⁴⁾

WANG CHENGZONG(2016)은 중국의 자동차산업에 대한 수출현황을 분석하고 문제점을 찾아내며 해외진출의 SWOT분석을 통해 중국 자동차산업의 효과적 해외 진출 방안을 제시함으로써 향후 중국 자동차산업을 어떻게 발전시키는지 연구하였다.

짱한(2016)은 중국 시장 자동차 업계, 생산규모 및 중국 내 자동차 그룹의 현황 그리고 현대자동차의 쏘나타 및 엘란트라 차종하고 중국 진출 현황, 현대자동차 중국 시장 점유율을 제시하고 북경 현대자동차의 중국 시장에서의 4P전략, SWOT분석, STP전략 및 현지화 전략까지 마케팅을 분석하였다.

이민규(2017)는 한국 자동차제조업과 자동차 부품제조업의 현황과 위상을 제시하고 한국 승용차 생산량을 유형과 크기별 생산량으로 세분하여 상관성·추세·계절성을 실증 분석하였다.

고현우(2017)는 현대차와 기아차그룹에 부품을 공급하는 업체를 대상으로 비효율적인 업체가 벤치마킹 할 효율적인 업체와 개선방향을 제시하며 투입요소로 총인원, 자산, 부채, 자본을 활용하였으며, 산출요소로는 매출액과 영업이익 및 경상이익을 선정하였다.

안상욱(2017)은 자동차기업의 글로벌 생산전략에서 프랑스 자동차기업의 생산기지 이전을 가속화하고 있는 요인에 대해서 분석하고 독일의 상황과도 비교연구를 하였다.

전수경(2017)은 중국의 세부적인 자동차 산업정책을 분석 한 후 분석모형에 사용

4) 박세웅(2018), “DEA를 활용한 국내자동차항만의 효율성 분석”, 중앙대학교 글로벌 인적자원개발 대학원, 해운물류학과, 석사학위논문, p.4.

할 국산화 정책, 판매세율 인하 정책, 보조금 정책 이 3가지 정책을 추려낸 후 고찰하며 중국 전체와 자동차 클러스터별 패널 데이터를 대상으로 한 고정효과 모형과 SUR모형을 실증분석을 하였다.

정근모(2017)는 중국 자동차 산업을 토대로 중국 자동차산업의 현황 및 발전 과정을 바탕으로 한·중 FTA에 따른 중국 자동차산업의 영향과 변화를 분석하였다. 특히 중국 자동차산업의 영향과 현황을 바탕으로 중국 자동차 산업의 경쟁력을 분석하였다.

진희(2018)는 각 자동차기업이 발표한 데이터를 통해서 기업의 판매 현황과 소비자의 구매 특징을 분석하고 중국 자동차의 발전과정과 중국시장 진출한 외국 자동차기업을 소개하며 문헌분석을 통해서 90후 소비자의 소비특징, 자동차 구매특징을 분석하였다.

강아방(2018)은 중국 자동차산업의 발전현황, 주요기업의 생산특징과 산업의 문제점 분석을 통해 중국 자동차산업의 특징을 제시하였다. 그리고 일본과 한국 자동차산업의 발전과정 주요기업의 생산특징과 산업의 최근동향을 설명하고 한중일 자동차산업 발전 특징을 비교하여 중국 자동차산업의 향후 발전방향을 제시하였다.

호방빙(2018)은 중국자동차 산업발전현황을 서술하고 중국 자동차산업정책을 제시하며 중국 신에너지 자동차 현황과 발전을 설명하고 SWOT분석으로 비와이디(BYD)회사의 발전 전략을 연구하였다.

제3절 윌콕슨부호순위검정에 관한 선행연구

송정(1992)은 부호검정은 위치모수에 대한 비모수의 검정중에서 가장 오래되고 간단한 검정법으로서 귀무가설 H_0 하에서 위치모수의 값 θ_0 보다 큰 관측값의 갯수만을 이용하여 검정하는 것이 그 특징이고 Wilcoxon 부호순위검정은 관측값이 θ_0 보다 크고 작음 뿐만 아니라 관측값의 상대적인 크기도 고려하여 검정을 실시하는 방법을 바탕으로 설명하고 그 결과를 토대로 같은 표본 크기를 가질 때 Wilcoxon 부호순위검정과 부호검정의 검정력을 정규분포와 균등분포에서 구하고 각각의 효율성을 구하여 비교분석하였다.

문영인(1995)은 비모수 검정법 중 하나인 부호순위검정법을 Wilcoxon 부호 순위 통계량의 분포표를 확장하였다. 먼저 Wilcoxon 부호 순위 통계량 분포표를 구하는 알고리즘을 제시하고 표본의 크기가 16부터 30까지의 각 경우에 대한 분포표를 구하였다.

박노경(2008)은 Liu(2008)의 슬랙변수모형을 도입하여 이론적으로 설명하고 한국 20개 항만의 3개 산출물(수출입물량, 선박입출항척수, 항만재정수업)과 2개의 투입물(접안능력, 하역능력)을 이용하여 한국항만들의 효율성을 측정 한 후, 양년도간에 모두 효율적인 항만으로 판명된 항만을 제외한 나머지 항만들의 효율성 순위를 이용하여 윌콕슨의 부호순위검정을 통해서 슬랙변수모형이 갖고 있는 항만효율성측면의 예측력을 측정하는 방법을 제시하였다.⁵⁾

박노경(2010)은 Liu(2009)의 슬랙변수모형과 새롭게 도입한 슈퍼 SBM효율성 측정모형, 윌콕슨부호순위검정방법을 이론적으로 제시하는 한편 슬랙변수모형과 슈퍼 효율성 모형을 결합시킨 Super-SBM모형으로 항만산업의 효율성측정에 적용해 본 후 효율성 순위를 결정하고, 그러한 순위에 근거하여 Wilcoxon의 순위부호테스트를 통해서 슈퍼 SBM모형이 갖고 있는 항만효율성 측면의 예측력을 측정하는 방법을 제시하였다.⁶⁾

김태윤 외(2014)는 개선된 랜덤워크 검정법을 제안하고자 부호검정보다 검정력이

5) 박노경(2008), “항만의 효율성을 예측하기 위한 실증적 측정방법 -SMB과 윌콕슨부호순위검정접근-”, 한국항만경제학회지, 제24권 제4호, p.324.

6) 박노경(2010), “국내항만투자의 효율성 및 적정 투자규모 예측을 위한 모형개발 및 실증적 적용에 관한 연구”, 한국항만경제학회지, 제26집 제3호, p.22.

우수한 것으로 알려진 월콕슨부호순위검정을 이용한 랜덤워크 검정법을 제안하고, 모의실험을 통해 부호검정, 월콕슨부호순위검정, 확장 Dickey-Fuller 검정의 성능을 비교하였다.

제4절 국제경쟁력에 관한 선행연구

동염혜(2006)는 2001년부터 2005년까지의 미국, 캐나다, 일본, 한국, 중국 등 5개국의 자동차 전체 산업을 대상으로 현시비교우위지수, 세계시장점유율, 무역특화지수를 이용하여 수출경쟁력의 상황 및 변화 추이를 분석하고 그 결과에 의하면 캐나다와 일본은 매우 높은 국제경쟁력을 보유하고 있고 한국과 미국은 보다 높은 국제경쟁력을 가지고 있다. 중국은 5개 국가 중 가장 낮은 국제경쟁력을 가지고 있었다. 또한 한국과 일본 자동차산업의 국제경쟁력이 강화되고 있다고 밝혔다.

장혼양(2012)은 세계 자동차산업의 현황과 특성 그리고 자동차산업의 의의, 생산 및 판매 현황을 서술하여 한·중 자동차산업을 국제경쟁력 비교분석하였다. 특히 요소경쟁력 기준의 평가방법인 포터(M/E, Porter)의 다이아몬드모형 분석, 제품경쟁력 기준의 평가방법인 기술경쟁력과 품질경쟁력, 그리고 가격경쟁력, 무역성과 기준의 평가방법인 세계 수출시장점유율과 무역수지, 현시비교우위지수 등을 활용하여 국제경쟁력을 측정하고 비교분석하였다.

이아외(2014)는 자동차 산업의 발전과정 및 경쟁력에 관한 연구에서는 한국과 중국 자동차 산업을 중심으로 경쟁력을 결정하는 많은 요소들 중 이루어진 노도, 기술, 품질경쟁력을 한·중 간에 비교하고 이들의 영향력을 측정하였다.

박찬용(2016)은 국제경쟁력의 이론과 평가방법을 설명하고 자동차산업의 추격현황을 제시하며 국제경쟁력비교 분석을 위한 일반화된 다이아몬드 모델 접근법을 활용하여 한국 현대·기아자동차 그룹을 2014년도 기준 매출액 1위부터 3위 기업이며 세계 자동차산업계 선도기업의 위치를 점하고 있는 도요타, VW, GM과 비교 분석하였다.

임조린(2016)은 자동차 산업의 의의 및 특성, 한국과 중국 양국의 자동차 산업 발전과정 및 현황에 대해 기술하여 한·중 자동차 산업의 국제시장 점유율, 무역특화지수, 산업내무역지수, 현시비교우위지수, 품질경쟁력지수를 통해서 한·중 양국 자동차 산업의 경쟁력을 비교하였다.

이윤홍예(2016)는 국제시장 점유율(IMS)과 국제무역 경쟁력 지수(NTR)를 이용하여 중국 운수 서비스 무역 수출의 경쟁력 수준에 대하여 정량분석을 진행하고 동시경제계량모형 중의 다중선형회귀분석모형으로 선택하여 중국 운수 서비스 무역의 경쟁력 수준에 대하여 신증분석을 진행하였다.

이호(2017)는 한국과 중국의 자동차 관련 산업현황을 분석하였다. 그리고 한국과 중국의 자동차 부품산업의 UN comtrade의 무역 통계량을 제시하며 한국과 중국의 자동차 부품 산업의 국제경쟁력을 분석을 통해 양국간의 산업에 시사점을 제공하였다.

김영태(2018)는 국가 간 경쟁 정도 측정과 기계 및 운수산업의 국제경쟁력 측정 방법으로 현시비교우위지수를 활용해 한국의 철강 산업의 국제경쟁력 강화 방안을 도출한 ‘철강산업의 국제경쟁력에 대한 연구(서영석 2005)’에 대해 소개하고 수출경합도, 현시비교우위지수 등 개념을 설명하고 측정방법을 소개하였다. 그리고 수출경합도, 현시비교우위지수를 기계 및 운수장비산업 5개 강국을 대상으로 계측하였다. 마지막으로 국제경쟁력 지표로 도출된 현시비교우위지수를 결정하는 가설적 설명변수를 제시하고 패널 분석하였다.

제5절 자동차브랜드와 선호도에 관한 선행연구

김민국(2010)은 자동차를 구입 할 때 포털사이트 태도, 배너광고 태도, 제조사 웹사이트 만족도 및 구매의도간의 상관관계를 분석하였다. 배너광고 태도가 긍정적인수록 제조사 웹사이트 만족도 및 구매의도 모두 높아진다. 모두가 서로에게 상관관계가 있다는 결론을 도출하였다.

손원민(2011)은 자동차의 속성은 차체, 종류, 브랜드, 가격을 선정하고 소비자의 인구학적 특성으로는 성별, 연령, 직업, 소득을 설정한 다음에 소비자의 인구학적 특성과 자동차 속성, 그리고 선호하는 자동차에 관해 가설을 설정하고, 설문조사, 자료분석 등의 방법으로 설정된 가설에 대한 검정을 통하여 자동차에 대한 소비자 선호도를 연구하였다.⁷⁾

서영식(2015)은 중국 소비자와 한국 소비자를 대상으로 설문조사를 통해 자동차 구입을 하는데 선호요인 그리고 자동차의 선택속성에 대한 선호 속성 분석에 따른 자동차 선택속성 조합을 제시하였다. 또한 중국 소비자의 인구 통계적 특성과 지역별 각 속성의 선호도 차이는 어떻게 되는지를 Conjoint 분석방법을 통해 실증적으로 검증하고 연구하였다.

서영돈(2016)은 한국산 승용차 및 수입 승용차를 대상으로 소비자의 성별, 연령별, 직업별, 수입별 특성 그리고 자동차 구입에 대한 영향성 및 차량의 경제성, 기능성, 서비스, 디자인 및 이미지에 따른 한국산 자동차 및 수입 자동차의 선호도와 자동차 평가기준의 상관관계에 관한 연구하였다.

왕웨이(2016)는 전북대학교 대학생들을 상대로 설문조사를 통해 한국 자동차 소비자들 이 자동차를 구매 시 자동차 선택속성을 파악하고 인구 통계적 특성과 각 속성의 선호도 분석을 컨조인트 분석방법을 이용하여 실증함으로써 한국인이 선호하는 자동차 상품속성선택 조합을 제시하였다.

7) 손원민(2011), “중국 소비자의 자동차 선호도에 관한 실증적 연구”, 순천향대학교 대학원, 국제통상학과, 박사학위논문, p.3.

제3장 웹 사이트 품질평가와 국제경쟁력에 관한 이론 및 방법

제1절 웹 사이트 품질평가이론

1. 웹 사이트의 정의

웹 사이트란 인터넷에서 사용자들이 정보가 필요할 때 언제든지 그것을 제공할 수 있도록 웹 서버에 정보를 저장해 놓은 집합체이며, 인터넷을 통해 정보를 제공하는 컴퓨터인 웹 서버에 접속한 다음 특정 웹 사이트에 들어가 정보를 검색하게 된다. 사용자의 입장에서는 브라우저를 실행했을 때 처음으로 나타나는 웹 페이지이며, 정보를 제공하는 서버 입장에서는 특정 기관이나 특정 기업을 대표하는 웹 페이지이다(진양호·전진화, 2002).

‘웹 사이트’란 의미있게 연결된 웹 페이지(Web Page)들의 묶음으로서, 최소의 웹사이트는 팀 버너스리⁸⁾가 CERN⁹⁾에서 만든 info.cern.ch이다. 국내에선 종종 홈페이지와 혼동하는 경우가 있으나, 엄밀히 말하면 홈페이지는 웹 사이트의 첫 페이지를 뜻하는 말로, 인터넷 브라우저의 주소장에 URL을 입력해 웹상에서 보이는 제일 첫 페이지가 바로 홈페이지다(www.boutell.com¹⁰⁾).

Smith(1994), O’Neill, Patrick & Brian(1998) 등은 웹사이트를 ‘이용자에게 양질의 정보를 제공하는 관문의 역할을 하는 것으로 동일한 웹서버를 갖는 웹 페이지들의 집합’이라고 정의하였고, McClure & Sprehe(1998)는 웹사이트를 ‘웹 형식과 프로토콜로 구성된 정보, 문헌, 데이터베이스의 집합’이라고 정의하기도 하였다. 한편, 김

8) Timothy John Berners-Lee는 영국의 컴퓨터과학자이며, 1989년 월드 와이드 웹의 하이퍼텍스트 시스템을 고안하여 개발함. 인터넷에 대한 여러 공로로, 인터넷의 아버지라고 불리는 인물들 중 하나이며, URL, HTTP, HTML도 최초 설계한 장본인. <http://ko.wikipedia.org>

9) 유럽 입자 물리 연구소(Organisation Européenne pour la Recherche Nucléaire, CERN)는 스위스 제네바 교외의 메리엔에 본거지를 둔 세계 최대 규모의 소립자 물리학의 연구소이며, 문헌의 검색 및 체휴를 위해서 고안된 언어 HTML과 월드 와이드 웹(WWW)의 발상지로이기도 함. <http://ko.wikipedia.org>

10) <http://www.boutell.com>은 WWW를 만든 팀 버니스 리가 운영하는 웹 사이트

갑중·김철수·서우중(2004)은 웹사이트를 ‘일반 기업이나 정부 공공기관과 같은 사업체와 인터넷 이용자가 만나는 지점으로써 두 상호간의 정보 거래가 이루어지는 지점이며 정보의 출구인 동시에 정보를 얻게 되는 통로’라고도 정의한 바 있으며, 새로운 인터넷 이용자와의 관계를 형성하면서 기존 이용자와의 관계를 유지하는 것이 웹 사이트의 목적이라고도 했다.¹¹⁾

2. 웹 사이트 품질의 개념

웹 사이트 품질이란 웹 사이트에 대해 고객이 지각하는 전반적인 질을 의미한다(Poddar, Donthu & Wei, 2008). 즉, 웹 사이트 이용자의 목적을 얼마나 잘 달성시켜 주는가에 기초하여 정의되어야 하고, 사용자의 요구에 기술적으로 대응할 수 있는 수준을 가지고 있는 정도로 정의하기도 한다(김경준 외, 2007).

웹 사이트 품질은 온라인 기업에 대한 고객의 믿음 형성에 중요변수로 웹 사이트에서 상품 항목, 가격, 정보, 전달 및 환불과 조건 등의 다양한 정보를 제공하며, 고객들은 웹 사이트의 품질을 바탕으로 웹 사이트에서의 판매자의 자질을 평가하기도 한다(김성혁·김용일·서용은, 2009). 웹 사이트 품질은 웹 사이트 성과평가 또는 기능 평가에 활용되고 있고, 웹 사이트 품질요인으로 고려되는 대부분의 요소들이 고객 만족이나 고객행동에 영향을 미치는 것으로 분석되고 있다(홍외성, 2009).

웹 사이트 품질이 고객만족에 긍정적인 영향을 미치고 있음은 많은 연구에서 입증되었다(Bai, Laq & Wen, 2008; 임미희, 최수영, 이희석, 2003). Bai, Laq & Wen (2008)은 웹 사이트 품질이 고객만족과 구매의도에 긍정적인 영향을 미치고, 특히 고객만족이 웹 사이트 품질과 구매의도와의 사이에서 조절사(moderator)역할을 하는 것을 보였다. 임미희 외(2003)는 웹 사이트 정보품질, 서비스품질, 흥미품질이 사용자의 만족에 영향을 미치는 것으로 분석하였다. 따라서 웹 사이트 품질은 고객의 만족과 태도에 영향을 미칠 뿐만 아니라 성과에도 중요한 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.

3. 웹 사이트 평가

11) 오창용(2010), “AHP를 이용한 웹사이트 소통품질평가에 관한 연구 -공기업 웹사이트를 중심으로-”, 성균관대학교 정보통신대학원, 정보통신정책학과, 석사학위논문, pp.7-8.

웹 사이트 품질을 반응할 수 있는 유효한 방법은 웹 사이트의 평가로 보인다. 웹 사이트 평가란 웹사이트 현 상황, 즉 구축 현황과 마케팅 상황을 정리된 체계하에 진단하고 문제점 및 개선방향을 도출하는 작업이다(최영아, 2003). 웹 사이트의 평가는 각 웹 사이트가 공통의 특성을 공유하고 있고 이 특성들에 점수나 등급을 매길 수 있다는 가정 하에 많은 연구자들이 웹 사이트의 전반적인 평가 방법과 평가 차원들을 개발하고 있다. 웹 사이트를 평가하는 목적은 웹 사이트를 구성하는 각 요소들의 현 수준을 진단하여 개선점을 모색하기 위해서 이다.¹²⁾

최영아(2003)의 연구에 의하면, 웹 사이트 평가가 달성하고자하는 목적을 크게 3가지로 구분해 볼 수 있는데, 첫째, 인터넷 비즈니스 전략에 따라 웹 사이트가 제대로 구축되어 있는지를 평가하고, 둘째, 비즈니스 전략이 수행될 수 있도록 웹 사이트가 운영되고 있는지를 평가하며, 마지막으로 웹 사이트가 지닌 강점과 문제점을 파악하는 것이다. 정보제공, 순위선정 및 이용 등기 부여를 위한 목적성에서, 점차 고객의 경험을 평가하여 사용자의 재방문율을 증가시키고 나아가 매출 증대의 효과를 통개 기업 경쟁력을 향상시키기 위한 방향으로 진화하고 있다(김지선, 2008).

한편, 웹 사이트 평가방식은 크게 일반평가와 특정평가로 구분할 수 있는데, 일반평가는 보편적 평가기준을 선정하고 그 기준에 따라 웹 사이트를 평가하는 것이고, 특정평가는 웹 사이트 활용목적과 상황 등에 초점을 두어 평가 기준을 달리하는 것이다. 통상적으로 일반평가방식은 검색엔진 사이트나 평가인증 사이트에서 주로 사용되고, 특정평가는 기업정보, 의료정보 등과 같은 정보의 유형이나 웹 활용 목적 등으로 평가하는데 사용되고 있다(백상용 외, 1998).¹³⁾ 일반평가의 경우는 체크리스트를 만들어 평가하는 방법과 전문 사이트에 의해 평가하는 방법으로도 나눌 수 있다(Ciolek, T. Mathew, 1996).

웹 사이트 평가 기관마다 다양한 기준을 제시하고 있지만 이들 모두 정보(Information), 의사소통(Communication), 비즈니스(Business), 디자인(Design), 기술(Technology), 구조(Structure), 항해(Navigation), 접근성(Access)이상 8개의 평가 영역으로 정리할 수 있다. 성공적인 웹 사이트들의 공통적인 특성에서는 명확한 비

12) 주립(2015.12), “온라인 쇼핑물에서의 웹 사이트 품질 및 쇼핑 가치가 고객만족, 재 구매 의도에 미치는 영향”, 공주대학교 대학원, 유통마케팅학과, 석사학위논문, p.24.

13) 백상용, 박경수, 김승운(1997), “한국기업 웹사이트 활용 실태에 관한 연구: 상장기업을 대상으로”, 대한경영학회, pp.381-398.

즈니스 체계(Business Identity), 고객 중심적 서비스 제공 및 운영 체계(Customer Center), 통합된 서비스 체계(Service Integrity)등이 있다. 웹 사이트 평가 달성하고자 하는 목표는 다음과 같다. 먼저 인터넷 비즈니스 전략에 따라 웹사이트가 제대로 구축되어 있는지를 평가한다. 다음으로 비즈니스 전략이 수행 될 수 있도록 웹사이트가 운영되고 있는지를 평가한다. 마지막으로 Web Evaluation이 달성하고자하는 목표는 웹사이트가 지닌 강점과 문제점을 파악하는 것이다(최영아, 2003)¹⁴).

웹 품질을 평가할 때 가장 중요한 요소는 구조적인 품질과 반응 속도이다. 리서치 전문 회사인 주피터 리서치의 2000년 인터넷 사용자 설문조사에 따르면 84%의 응답자가 느린 속도와 오류 링크에 불만을 표시했다. 오류 페이지와 이미지는 고객에게 불만 요소를 작용할 뿐만 아니라 기업 이미지 실추와 심지어 판매 수익 하락으로 이어질 수 있다(문형남 외, 2002).

14) 김지선(2008), “웹사이트 평가를 통한 국회의원 웹사이트 개선방안에 관한 연구”, 숙명여자대학교 정책·산업대학원, e-비즈니스전공, 석사학위논문, p.8.

제2절 웹 사이트 품질평가방법

웹 사이트에 대한 다양한 측면에서 품질을 평가할 수 있는데, 본 연구에서는 BDC (Business Development Bank of Canada)가 사용하고 있는 평가소프트웨어 (캐나다의 BDC은행이 개발한 품질평가 웹 사이트 www.bdc.ca)를 이용하였다. BDC의 웹 사이트 평가 방법을 이용하여 아래 5가지 측면에서 전문가의 도움 없이도 공정하게 세부적으로 평가가 가능하다.

첫째, Overall(종합점수)

둘째, Accessibility(Page titles, Headings, URL format, Alternative text, Mobile, Internal links, Code quality)[접근성(페이지제목, 표제어, URL 포맷, 대체텍스트, 모바일, 내부연결, 코드품질)]

셋째, Experience(Twitter, Printability, Facebook page, Last amended, Popularity, URL format, Images, Social interest, Alternative text, Mobile, Internal links, Feeds, Google+ page)[경험(트위터, 인쇄가능성, 페이스북 페이지, 최근수정사항, 인기도, URL 포맷, 이미지, 사회적 관심, 대체텍스트, 모바일, 내부링크, 피드, 구글페이지)]

넷째, Marketing(Domain age, Facebook page, Analytics, Meta tags, Page titles, Last amended, Headings, Popularity, Social interest, Internal links, Feeds, Google+ page, Incoming links)[마케팅(도메인 에이지, 페이스북 페이지, 분석적 사항, 메타태그, 페이지 제목, 최근수정사항, 표제어, 인기도, 사회적 관심도, 내부링크, 피드, 구글페이지, 수신링크)]

다섯 번째, Technology(Printability, Domain age, Meta tags, Headings, URL format, Images, Mobile, Code quality, Feeds)[기술(인쇄가능성, 도메인 에이지, 메타태그, 표제어, URL 포맷, 이미지, 모바일, 코드품질, 피드)]

캐나다의 BDC은행 개발한 이 품질평가도구는 분석할 항목이 5가지만 제한이 되지만 무료이고 쉬우며 수행성능이 좋은 소프트웨어라고 판단한다.

제3절 국제경쟁력에 관한 이론

1. 국제경쟁력의 개념

국제경쟁력(International Competitiveness)의 개념은 분석대상과 분석단위에 따라 내용이 다양하게 구분되며 달라지는 특성이 있기 때문에 명확히 개념을 규정하기가 어렵다. 국제경쟁력의 활용목적은 어디에 둘 것인가에 따라서 다양하게 정의되고 있으며 무역발전과정과 무역환경변동에 따라 많은 변화가 있어 왔다.

어떤 나라의 특정한 제품이 다른 나라의 제품과 국제시장에서 경쟁하여 이길 수 있는 힘을 국제경쟁력이라고 한다. 또한 Orłowski(1982)에 의하여 국제경쟁력이란 한 국가가 국제시장에서 제품을 파는 능력이며 무역흑자나 무역균형을 유지시킬 수 있는 능력을 말한다. Aiginger(1998)은 국가의 경쟁력을 판매 능력, 소득수준, 거시경제 여건으로 구분하고, 이들 능력은 기술수준, 인적자본, 물적자본에 의존한다고 본다. 특히 국제 무역에서의 경쟁력이란 “특정시장 또는 세계시장에 대한 수출비중의 크기에 영향을 주는 제 요건을 총칭”하는 것으로 정의되고 있으며, 일국에서의 수출공급조건의 변화로 특정시장 또는 세계시장에 대한 수출점유율이 다른 나라에 비하여 증가하는 경우 그 나라의 국제경쟁력은 강화된 것으로 볼 수 있다.¹⁵⁾

국제경쟁력에 관한 관심과 논의는 지속적으로 다양한 산업분야에서 적용되어 왔지만, 경쟁력에 대한 개념과 접근 방식에는 다양성을 보인다. 기업 및 산업 수준에서의 국제경쟁력은 세계시장에서의 재화와 용역을 경쟁기업보다 더욱더 저렴한 비용으로 생산하는 것을 말하거나 비슷한 가격의 경우에는 우수한 품질로 생산하여 경쟁 대상보다 우월한 지위를 유지하는 능력을 말한다.¹⁶⁾

자동차 산업의 국제경쟁력은 특정 국가 자동차산업은 국제시장에서 기타 국가에 비해 경쟁적 우위를 가지고 세계 시장에서 다른 국가보다 더 많은 시장점유율을 차지하고 있다는 것이다.

2. 국제경쟁력 측정방법

15) 김태기, 린린(2011), “한중일 자동차산업의 국제경쟁력 비교 연구”, 한국경제연구, Vol.29 No.3, p.130.

16) 조재영(2017), “한·중·일 비료산업의 국제경쟁력에 관한 비교 연구”, 충남대학교 대학원, 무역학과 FTA 비즈니스전공, p.15.

국제경쟁력을 평가방법에는 요소경쟁력을 기준으로 하는 평가방법이 있고 제품경쟁력을 기준으로 하는 평가방법, 무역성과를 기준으로 한 평가방법 그리고 국제경쟁력 결정요인 중심적 등 여러 가지 평가방법이 있다.

국제경쟁력을 결정하는 요인이 다양한 만큼 평가방법은 현시비교우위지수(Revealed Comparative Advantage Index : RCA), 무역특화지수(Trade Specialization Index : TSI), 국제시장 점유율(International Market Share : IMS), 산업내무역지수(GL), 품질 경쟁력지수(QCI), 시장집중도(Relative Market Intensity; PMI), 비교우위지수(Index of Comparative Advantage; ICA), 수출경합도지수(Trade Specification Index)외에도 가격경쟁력(Price Competitiveness), 비가격경쟁력(Non-Price Competitiveness), 교역조건에 의한 분석, 경쟁력지수에 의한 분석, 상대가격에 의한 분석 등 여러 가지 수단이 있다. 본 연구에서는 주로 웹 사이트 품질의 순위와 영업수입 및 이윤의 순위를 비교분석하여 국제경쟁력을 측정하였다.

3. 국제경쟁력측정 대상국가

중국자동차제조업체의 국제경쟁력측정 시 먼저 인지도 높고 세계 자동차산업 중에 주도하고 대표적인 나라(중국, 한국, 일본, 미국, 독일, 영국, 프랑스, 이탈리아)를 선택하여 각국 주요 자동차제조업체의 웹 사이트 품질평가를 측정하였다.

그 다음에 <표 4-35>을 참고하면 중국의 상해자동차그룹유한회사, 동풍자동차회사, 제일자동차그룹유한회사, 베이징자동차그룹, 광저우자동차공업그룹, 저장지리홀딩스, 일본의 도요타자동차회사, 혼다자동차회사, 닛산자동차회사, 스바루회사, 마쯔다자동차주식회사, 스즈키자동차, 한국의 현대자동차회사, 기아자동차회사, 미국의 제너럴자동차회사, 포드자동차회사, 독일의 폭스바겐회사, 다임러주식회사, 비엠더블유그룹, 프랑스의 푸조, 르노자동차회사, 인도의 타타자동차회사, 스웨덴의 볼보그룹, 이 23개 자동차회사들이 “2017년 포춘(Fortune) 글로벌 500강”를 선정되기 때문에 국제경쟁력측정 결과가 설득력을 높여준다.

제4장 중국 자동차 제조업체의 웹 사이트 품질평가를 통한 국제경쟁력측정

제1절 중국 및 세계 자동차 시장현황

2017년도 세계 자동차생산 1위는 중국, 2위 미국, 3위 일본순서였다.

2017년 중국 자동차 생산은 2016년 대비 3.2%증가한 2,901.5만대로 9년 연속 세계 1위를 유지(세계 생산비중 29.3%)하고 있다. 소형차 구매세 할인 축소와 경제성장 둔화 등에 따라 2016년도에 비해 증가율 하락(2016년 14.5%)하였다.

2위 미국은 지난 7년간 지속된 자동차시장 성장으로 대기수요 소진하여 구조적 세단 시장 축소, 기준 금리 인상에 따른 구매부담 증가 등으로 수요가 감소하며, 2016년 대비 8.2% 감소한 1,118.2만대를 생산하였다. 미국의 세단 시장 수요 -11.5% 감소로 세단 생산이 22.5%감소하였으며, Light Truck 판매 4.7%증가에도 불구하고 FCA Jeep Compass 멕시코 공장 이전(멕시코 Light Truck 생산은 36.7% 증가, FCA Jeep Compass, VW Tiguan, 아우디 Q5, GM Terrain 등 멕시코 공장으로 생산 이전)등에 따라 생산은 1.8%감소하였다.

3위 일본의 생산은 2016년 대비 5.2% 증가한 968.4만대로 내수와 수출확대에 힘입어 3년 만에 증가세로 전환하였다. 닛산 ‘로그 스포츠’ 미국 수출 개시, 스키 유럽 시장 성장 등에 따라 수출 증가하였다.

4위 독일은 경기회복에 따른 승용차 내수 2.7%증가에도 불구하고 수출 감소로 전체 생산은 소폭 감소 추정하였다.

2016년 5위로 올라선 인도는 수출은 -2.1%소폭 감소하였으나, 모디정부의 화폐개혁 조기 안정과 단일부가가치세(GST: Goods and Services Tax)에 따른 세금 인하 효과로 내수시장이 성장세를 유지하며 6.8%증가한 478만대를 생산하며 2016년에 이어 5위를 유지하였다.

한국은 10대 생산국중 유일하게 2년 연속 생산 감소한 국가이다. 한국은 내수와 수출의 동반 부진으로 2016년 대비 2.7%감소한 411.4만대를 생산하여 6위를 유지하였다. 신차효과, 노후경유차 폐차지원 등 증가요인에도 불구하고 2016년도 개소세 인하 기저효과, 가계 부채의 지속적 증가 등으로 내수 -2.5%소폭 감소하였으며 미

국의 수요둔화 및 세단시장 축소, 중동 및 중남미 경기회복 부진으로 수출 -3.5%감소하였다. 또한 일부 업체의 파업에 따른 생산차질 등 원인도 있다. 멕시코가 2017년 13% 증가하여 한국과의 생산량 격차는 2016년 66.3만대부터 2017년 4.6만대로 대폭 축소하였다.

7위 멕시코, 8위 스페인, 9위 브라질, 10위 프랑스순서였다. 멕시코는 세단이 4.7% 감소하였으나, 북미 생산업체들의 SUV 생산이전으로 Light Vehicle 부문에서 36.7%가 증가하며 전체적으로 13%증가한 406.8만대를 생산하였다. 스페인은 주요 수출 시장인 영국과 터키의 시장축소로 수출 7.3%감소 등으로 2016년 대비 1.3%감소하였다. 브라질은 실질임금 상승, 실업률 하락세 전환, 금리인하로 소비자 구매력 회복과 정정불안 해소 등에 따른 내수 증가와 아르헨티나, 칠레 등으로의 이례적인 수출 46.5%증가로 2016년 대비 24.1%생산 증가하였다. 프랑스는 PSA 및 르노의 성공적인 신차 출시에 따라 전체 생산을 견인하였고 6년 만에 최대 실적을 달성하며 2016년 대비 10.1%증가한 230만대를 생산하여 캐나다를 제치고 10위로 상승하였다.¹⁷⁾

<표 4-1> 2017년 10대 자동차생산국 순위

(단위: 대, %)

순위	2017년				2016년			
	국가	생산	비중	증감률	국가	생산	비중	증감률
1	중국	29,015,400	29.3	3.2	중국	28,119,000	29.2	14.8
2	미국	11,182,044	11.3	-8.2	미국	12,180,301	12.6	0.7
3	일본	9,684,146	9.8	5.2	일본	9,204,702	9.6	-0.8
4	독일	6,050,973	6.0	-2.6	독일	6,210,962	6.5	0.4
5	인도	4,779,849	4.8	6.5	인도	4,488,965	4.7	8.8
6	한국	4,114,913	4.2	-2.7	한국	4,228,509	4.4	-7.2
7	멕시코	4,068,415	4.1	13.0	멕시코	3,600,365	3.7	1.0
8	스페인	2,848,335	2.9	-1.3	스페인	2,885,922	3.0	5.6
9	브라질	2,699,672	2.7	24.1	캐나다	2,370,656	2.5	3.8
10	프랑스	2,301,977	2.3	10.1	브라질	2,175,284	2.3	-10.5
	세계총계	98,908,692	100.0	2.7	세계총계	96,293,406	100.0	4.8

주: 프랑스는 2016년 209만대 11위, 캐나다는 2017년 220만대 11위

자료: 북미는WardsAuto, 프랑스는Marklines, 독일 및 세계 총계는 LMC Automotive(추정치), 여타 국가는 해당국의 자동차공업협회 발표자료

17) 한국자동차산업협회(2018.2.12), “2017년 10대 자동차생산국 현황”, 보도자료.

2017년 중국의 자동차 생산량, 판매량은 9년 연속 세계 1위를 차지했으며, 2~10위는 아래 <표 4-2>같은 미국, 일본, 인도, 독일, 영국, 브라질, 프랑스, 이탈리아, 러시아순이다.

<표 4-2> 세계 국가별 자동차 판매량 순위

단위:(만대,%)

순위	국가	판매량	증가율	순위	국가	판매량	증가율
1	중국	2,887	3.0%	6	영국	254	-5.7%
2	미국	1,724	-1.8%	7	브라질	224	9.2%
3	일본	523	5.3%	8	프랑스	210	4.7%
4	인도	401	10.0%	9	이탈리아	197	7.9%
5	독일	344	2.7%	10	러시아	159	12.0%

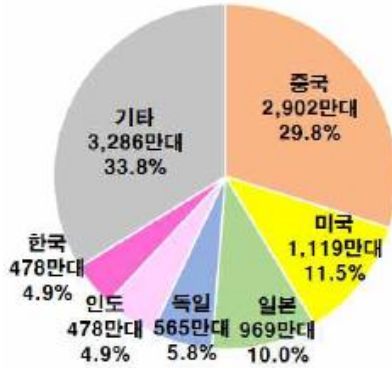
자료원: <http://auto.gasgoo.com/>

1. 중국자동차 시장현황

중국은 전 세계 자동차의 약 30%를 생산하는 세계 최대 자동차 생산국으로 9년 연속 생산량 세계 1위를 기록하였다. 2017년 중국의 자동차 생산량, 판매량은 각각 2,901.5만대, 2,887.9만대로(일평균 생산·판매량은 7.9만대) 2016년 대비 각각 3.2%, 3.0%증가하였다. 지난 5년 중국의 자동차 생산량, 판매량 연 평균 복합 성장률(CAGR)은 각각 8.5%, 8.4%증가하였다.¹⁸⁾ 중국 소비자의 전체 소비 중 자동차 구입 비중은 <그림 4-2>와 같은 1997년 1.0%에서 2017년 12.0%로 크게 상승하였다. 2017년 제조업 전체 투자 중 자동차제조업의 투자 비중은 6.9%를 차지되었다.

18) 박선경(2017), “중국 신에너지 자동차 산업 현황 및 시사점”, 한국무역협회, 상해지부시장정보, p.1.

<그림 4-1> 글로벌 자동차시장 생산량

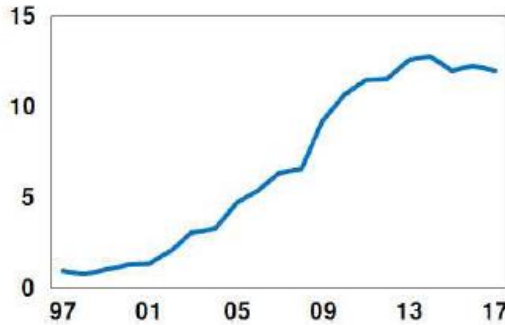


주: 2017년 기준

자료: OICA

<그림 4-2> 중국 소매판매 중 자동차 판매 비중

(단위: %)



자료: CEIC, 2017.

<표 4-3> 최근 중국 자동차 생산량, 판매량 추이

(단위: 만대)

구분	생산량	증가율	판매량	증가율
2013년	2,211.7	14.7%	2,198.4	13.8%
2014년	2,372.2	7.3%	2,349.1	6.9%
2015년	2,450.3	3.3%	2,459.7	4.7%
2016년	2,811.9	14.5%	2,802.8	13.7%
2017년	2,901.5	3.2%	2,887.9	3.0%

자료: 중국자동차공업협회, 2017.

<표 4-4> 중국 내 주요 국가별 승용차 판매량 및 시장점유율 상세

(단위: 만 대, %)

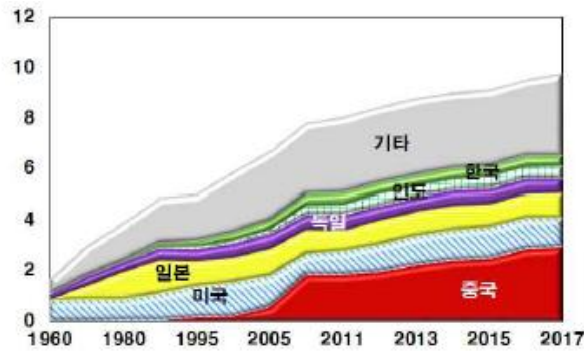
구분	2014		2015		2016		2017.1분기		2017.4월	
	판매	비중	판매	비중	판매	비중	판매	비중	판매	비중
중국	757.3	38.4	873.8	41.3	1,052.9	43.2	272.0	45.7	73.3	42.5
독일	394.1	20.0	399.8	18.9	451.0	18.5	117.5	19.8	35.0	20.3
일본	309.5	15.7	336.4	15.9	379.2	15.6	96.1	16.2	33.2	19.3
미국	252.6	12.8	259.6	12.3	296.5	12.2	68.1	11.4	21.5	12.5
한국	176.6	8.9	167.9	7.9	179.2	7.4	27.3	4.6	5.1	2.9
프랑스	72.7	3.7	72.9	3.5	64.4	2.6	10.3	1.7	2.8	1.7

자료: 중국자동차공업협회, 2017.

외국 자동차회사와의 합작생산 도입¹⁹⁾에 주로 기인으로 중국의 글로벌 생산비중이 1960년대 0.1%(2.3만대)에서 2017년 29.8%(2,901.5만대)까지 상승하였다. 2017년 중국의 글로벌 판매비중도 30.1%(2,912.2만대)로 생산과 비슷하였다.

<그림 4-3> 1960년~2017년 글로벌 자동차 생산량

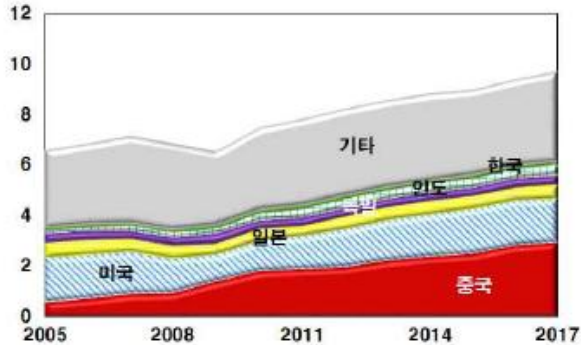
(단위: 천만 대)



자료: OICA, 2017.

19) 중국 정부는 1994년부터 중국 진출 외국 자동차업체가 투자 지분을 50%를 넘지 않는 범위에서 합작기업을 신설하여 완성차를 생산·판매하도록 규제이다.

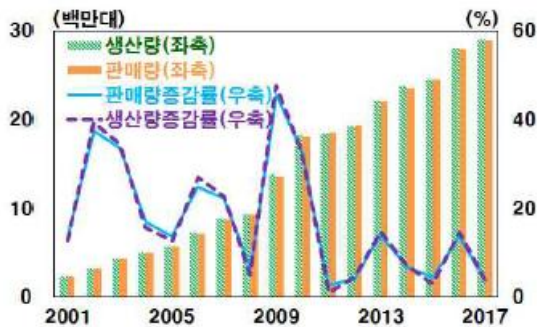
<그림 4-4> 2005년~2017년 글로벌 자동차 생산량
(단위: 천만 대)



자료: OICA, 2017.

한편 2010년 이후 중국 자동차의 생산 및 판매 증가율이 모두 감소하고 있음에도 불구하고 SUV시장은 성장 중이다. 이러한 감소 추세는 베이징·상하이 등 대도시 자동차시장 포화하며 중고차시장 성장, 소형차 취득세 인하 혜택 종료²⁰⁾ 등에 기인하였다. SUV는 전 세계적으로 자동차시장 내 판매비중이 높아지고 있는데²¹⁾, 중국 소비자의 대형화 선호 성향에 힘입어 중국 승용차 시장에서 판매율이 지속적으로 상승되고 있다.²²⁾

<그림 4-5> 중국 자동차 생산·판매량 및 증감률



자료: CEIC, 2017.

20) 중국 자동차세는 취득세(10%), 부가세(17%), 소비세(배기량 기준 1~40%)로 구성되는데, 중국 정부는 경기부양을 위하여 2015.10~2016.12월중 한시적으로 1.6이하 소형차의 취득세를 5%로 감면(2017년 7.5%, 2018년부터 원래의 10%로 인상하며 세제혜택 종료)

21) 미국 39.7%(2017년 상반기), 유럽 28.0%(2017년), 한국 29.4%(2017년)

22) 이수향(2017), “중국 자동차시장 현황 및 시사점”, 조사국 중국경제팀, 글로벌 이슈, p.3-4

<그림 4-6> 중국 승용차·SUV 판매량 및 비중



자료: CEIC, 2017.

가. 2018년 상반기 중국 자동차 시장을 흔드는 정책

대부분의 국가에서 자동차 산업은 민간 기업이 주도하고 정부가 지원하는 형태로 발전해지만 중국의 자동차산업은 중국정부가 주도하고, 정부의 지원정책 안에서 중국에 자동차업체들이 성장하는 특징을 가지고 있다. 즉, 중국정부는 핵심 산업의 발전 속도나 방향을 조절할 수 있는 제도적 수단을 가지고 있다. 적어도 자동차 산업에서의 영향력은 생각보다 훨씬 크다. 중국정부는 자동차산업의 정책변화를 통해 외국 투자자, 국내 업체 그리고 소비자 시장에 적극 개입함으로써 자동차산업 발전의 완급을 조절해 오고 있다. 앞으로 중국자동차산업은 계속 중국 정부의 정책 탄력을 받을 것으로 전망된다.

(1) 중국 정부의 정책

2018년 상반기 중국 정부는 외자지분 규제 완화, 보조금 인하, 수입관세율 인하 등 자동차 관련 정책을 속속 발표하였다. 아래<표 4-5>는 2018년 상반기 발표·시행한 중국 자동차 관련 정책이다.

<표 4-5> 2018년 상반기 발표·시행한 중국 자동차 관련 정책

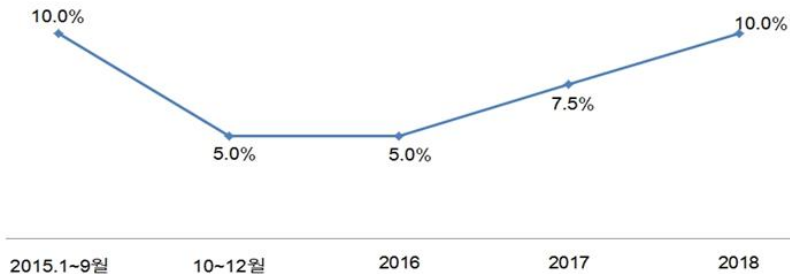
순번	정책	발표	시행
1	저배기량 자동차 구매세 혜택 취소	-	2018.1.1
2	신에너지자동차보조금 인하	2018.2.13	2018.6.13
3	자동차 및 부품 수입관세 인하	2018.5.22	2018.7.1
4	미국산 자동차에 보복관세 부과	2018.6.16	2018.7.6
5	자동차산업 외자지분 규제 완화	2018.6.28	2018.7.28

자료: 중국 정부 발표 의거 KOTRA 베이징 무역관 정리, 2018.

(2) 중국 자동차산업 관련 정책과 그 영향

지난 2년 3개월 동안 1.6L 이하 저배기량 승용차를 대상으로 시행한 구매세 혜택이 종료되었다. 중국 자동차 구매세는 10%인데 2015년 10월 1일부터 2016년 말까지 저배기량 승용차에 대해 구매세율은 50% 인하한 5%이며, 2017년엔 25%인하한 7.5%로 세제 혜택 부여되었다. 2017년 말 혜택 종료되면서 2018년 1월 1일부터는 승용차 구매세율이 10%로 회복되었다.

<그림 4-7> 저배기량 자동차 구매세율

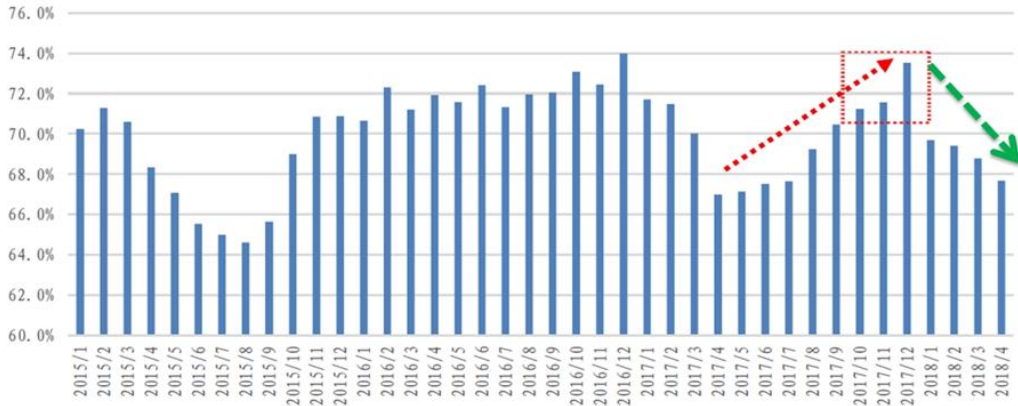


자료: 창청증권연구소, 2018.

구매세 혜택 취소는 2018년 상반기 자동차 시장둔화에 영향을 미친 것으로 분석된다. 중국 승용차 월별 판매 증가율을 살펴보면 자동차 구매세 혜택을 부여한 2015년 10월부터 판매 급증하며 구매세 혜택 종료 직전인 2017년 4분기는 판매증가율이 상승세를 탔으나 2018년 들어 지속하락중이다.²³⁾

23) 김성애(2018.7.31), “2018년 상반기 중 자동차 시장을 흔드는 정책”, 중국 베이징무역관, KOTRA 해외시장뉴스.

<그림 4-8> 중국 승용차 월별 판매 증감률



자료: 창청증권연구소, 2018.

나. 중국자동차의 시장현황

중국은 연간 자동차 판매량 2,900만 대에 육박하는 세계 최대 자동차 시장이다. 중국 국가통계국이 따르면 2017년 말 기준 중국 자동차 보유량은 2016년 대비 11.8% 증가한 2억1,743만 대로 집계되었다(삼륜차와 저속화물차 820만 대 포함).

최근 자동차 업계 분석 기관 웨이스(WAYS)에 따르면 2018년 상반기 중국 자동차 소매 판매량은 1050만여 대로 지난해 같은 기간 보다 6.7%가 상승하였다. 특히 여가 활동을 즐기는 중국인이 늘면서 젊은 층을 중심으로 SUV수요가 지속적으로 늘고 있다. 중국 자동차 시장은 2009년 까지만 해도 세단 비중이 90%에 달했지만, 최근에는 SUV수요가 확대되면 SUV비중이 43%수준까지 늘었다. 다목적차량 MPV도 상반기 기준 시장 비중이 7.5%까지 확대돼 중국 내 다양한 차량 수요를 반영하였다.²⁴⁾

24) 뉴스핌 (2018.8.10), “중국 자동차 시장 로컬·독일계 약진, 한·미 부진”, <http://www.newspim.com>.

<그림 4-9> 최근 10년 중국 자동차 판매 추이



자료: <http://www.newspim.com>, “중국 자동차 시장 로컬·독일계 약진, 한·미 부진”, 2018.

중국 로컬브랜드의 시장점유율 상승은 기술력 상승에 따른 제품경쟁력 강화²⁵⁾, 중국시장 수요변화를 반영한 SUV라인업 확대²⁶⁾등에 기인으로 2017년 중국 승용차 시장 내 중국 로컬브랜드의 점유율은 43.9%이며, 중국 로컬브랜드와 외국 브랜드 간 품질 격차도 축소하였다(<그림 4-10>참조). 승용차 판매 10대 기업 중 로컬브랜드 생산기업은 2014년 1개에서 2017년 4개(전체 승용차시장 점유율 18.6%)로 증가하였다.²⁷⁾

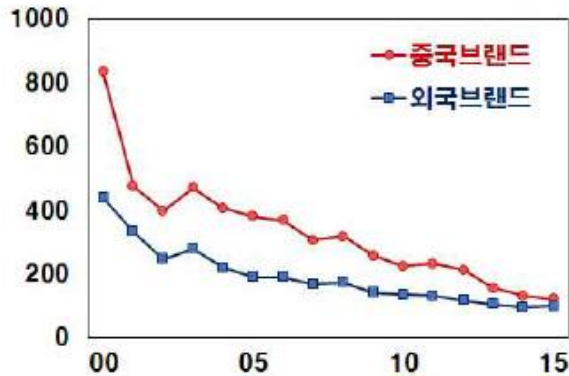
25) 2017년 중국 로컬브랜드 생산업체 중 시장점유율 2위인 지리는 스웨덴 볼보(2010년) 및 영국 로터스(2017년)인수, 벤츠를 생산하는 다임러 AG의 최대지분매입(2018년) 등을 통해 안정성, 상품성 등을 개선

26) 중국시장 내 SUV 판매가 중국 소비자의 대형차량 선호 취향, 열악한 도로 사정, 여가활동 증가 등으로 급증한 가운데 중국 로컬브랜드들의 적극적인 대응으로 SUV 시장 내 점유율이 2011년 33.7%이며 2017년 60.6%로 큰 폭 상승

27) 이수향(2017), “중국 자동차시장 현황 및 시사점”, 조사국 중국경제팀, 글로벌 이슈, p.12.

<그림 4-10> 중국 로컬과 외국 브랜드 격차

(단위: 건)



자료: J.D. Power, 2017.

<표 4-6> 중국 승용차시장 상위 10대 판매기업

순위	2014			2017		
	기업	판매량 (만대)	점유율 (%)	기업	판매량 (만대)	점유율 (%)
1	제일-폭스바겐	178.1	9.0	상하이-폭스바겐	206.3	8.3
2	상하이-폭스바겐	172.5	8.8	상하이-GM	199.9	8.1
3	상하이-GM	172.4	8.8	제일-폭스바겐	195.7	7.9
4	상하이-GM-우링	158.6	8.1	사하이-GM-우링	189.5	7.7
5	베이징-현대	112.0	5.7	둥펑	125.1	5.1
6	장안	97.3	4.9	지리	124.8	5.1
7	둥펑-닛산	95.4	4.8	장안	112.8	4.6
8	창안-포드	80.6	4.1	장청	95.0	3.8
9	둥펑-푸조시트로엥	70.4	3.6	창안-포드	82.8	3.4
10	둥펑-기아	64.9	3.3	베이징-현대	78.5	3.2

주: 음영은 중국계 로컬브랜드 차량만을 생산하는 기업

자료: 중국자동차공업협회, 2017.

특히 SUV 및 MPV(Multi Purpose Vehicle; 미니밴 등 다목적자동차)시장에서 중국 로컬브랜드 점유율이 각각 60.6% 및 83.4%로 높게 나타나는 상황이다.

<표 4-7> 2017년 중국 로컬브랜드와 외국브랜드 판매량과 비중

(단위: 만대, %)

	전체	로컬	외국계
전체	2471.8	1084.7(43.9)	1387.1(56.1)
세단	1184.8	235.4(19.9)	949.4(80.1)
SUV	1025.3	621.7(60.6)	403.6(39.4)
MPV	207.1	172.8(83.4)	34.3(16.6)

자료: 중국자동차공업협회, 2017.

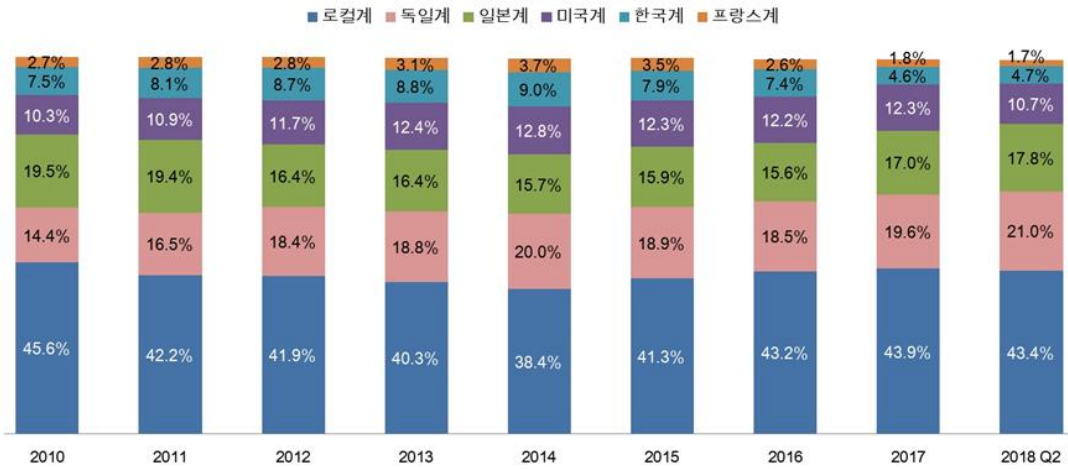
중국 자동차기업의 글로벌 기업순위가 상승하는 등 기업규모도 확대하였다. 2017 포춘지(Fortune)선정 글로벌 500대 기업 순위에서 상해 자동차공업그룹유한회사가 41위이며 2016년 대비 5위가 올라갔다. 동풍 자동차회사가 68위이며 2016년 대비 13위가 올라가고 제일 자동차그룹유한회사가 125위이며 2016년 대비 5위가 올라갔다.

다. 중국자동차의 시장동향²⁸⁾

중국자동차시장은 독일계·일본계 승승장구, 한국계 회복세, 미국계 급락, 프랑스계 도태 위기 직면하고 있다. 국가별 브랜드 시장점유율을 살펴보면 로컬계는 2017년 보다 0.5%p 소폭 하락하고 독일계는 소폭 상승하여 21%의 시장을 장악했는데 이는 2010년 이후 최고치이다. 일본계도 지난해보다 0.8%p 상승한 17.8%의 시장점유율로 상승세 보이고 중국과 무역전쟁 중인 미국계는 2011년 이후의 최저 시장점유율 10.7%로 기록하였다. 프랑스계 여전히 고전 중, 시장점유율은 지난해보다 0.1%p 하락한 1.7%로 집계되었다.

28) 김성애(2018.7.31), “2018년 중 자동차 시장동향...저성장, 친환경 그리고 프리미엄”, 중국 베이징무역관, KOTRA 해외시장뉴스.

<그림 4-11> 중국 승용차 시장 국가별 브랜드 시장점유율

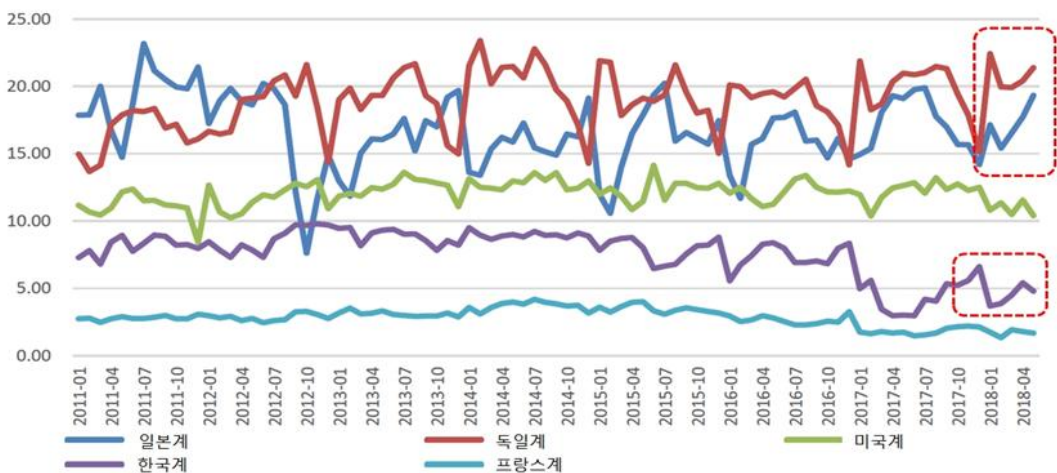


자료: 중국자동차공업협회, 2018.

한국계는 시장점유율면에서 큰 변화가 없으나(0.1%p상승)2018년 회복세를 보이고 있다.

월별 시장점유율로 살펴보면 2018년에 독일·일본·한국계의 상승세에 반해 미국계는 현저하게 하락중이다.

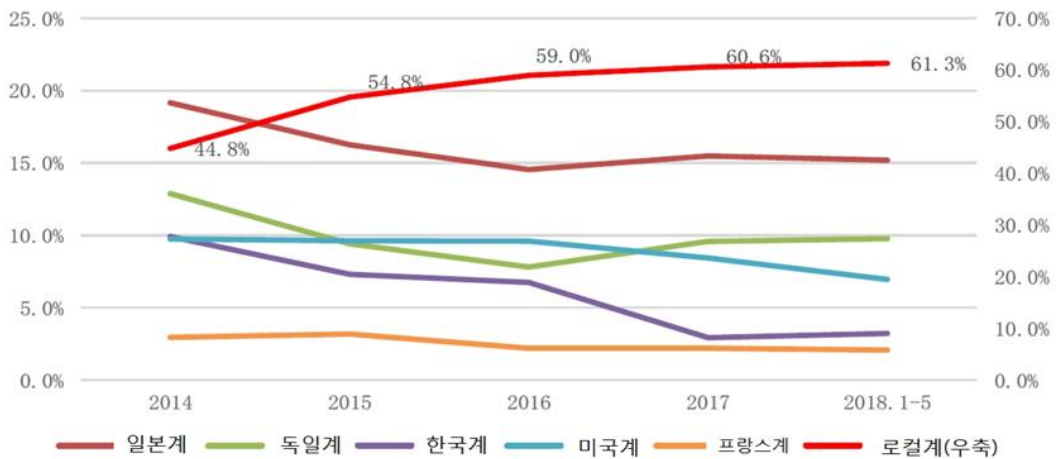
<그림 4-12> 중국 승용차 시장 브랜드 소속 국가별 월별 시장점유율



자료: 창청증권연구소, 2018.

중국 자동차 시장 성장을 견인하던 SUV시장에서 로컬계는 60%이상 시장을 차지하지만 확장세가 둔화되고 있다. 일본계와 독일계가 각각 15%, 10%의 시장점유율로 안정적 성장을 이어가고 있으며 한국계 SUV는 2017년 사드 등 영향으로 시장 점유율 급락했다가 2018년에 완만한 회복세 보인다.

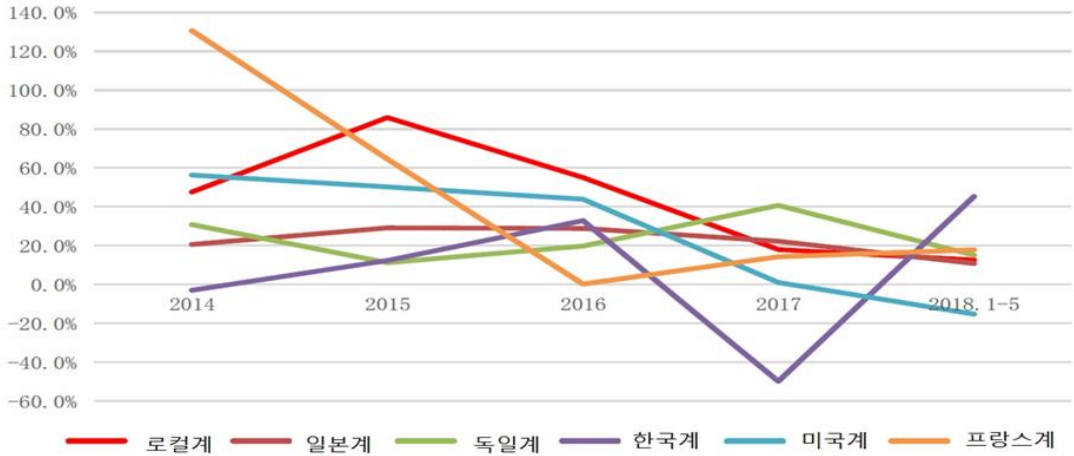
<그림 4-13> 브랜드 소속 국가별 SUV 시장점유율



자료: 창청증권연구소, 2018.

로컬계의 효자품목이었던 SUV, 2015년부터 성장 둔화세 보인다. 업계 관계자는 다국적 기업들의 가세로 SUV 시장경쟁이 격화되었다고 분석하였다. 한국계 SUV는 2017년 마이너스로 폭락했으나 2018년에 다시 회복중이다.

<그림 4-14> 국가별 브랜드 SUV판매 증감률



자료: 창청증권연구소, 2018.

2. 한국자동차의 시장현황

한국자동차산업은 한국 경제성장이 시작된 이래 지속적으로 경제 성장을 이끌어 온 주력산업이다. 한국 내 자동차 생산량은 2015년도 455만대를 기록하였으나, 2016년도에는 423만대를 생산하는데 그쳤다. 생산량이 줄어들면서 2005년 이후 11년간 유지하던 세계 자동차 생산국 5위의 자리를 인동 넘겨주고 말았다.

업체별로 현대자동차가 168만대를 생산하면서 전년 대비 2015년 대비 10%감소한 물량을 생산하는데 그쳤으며, 기아자동차 또한 155만대를 생산하여 2015년 대비 9.4%의 생산량이 감소하였다. 한국GM 또한 58만대를 생산하여 2015년 대비 5.7% 생산량이 감소하였으며, 르노삼성자동차는 SM6, QM7의 신차 효과와 닛산 로그 위탁 생산 물량 증가로 2015년 대비 19%가 증가한 24만대의 생산량을 달성하였다. 쌍용자동차는 2015년 대비 6.9%가 증가한 15만5천대의 생산량을 기록하였다.

내수 판매량의 경우 전체 160만대의 판매량 중 현대자동차 65만8천대, 기아자동차 53만5천대로 여전히 현대/기아자동차는 70%가 넘는 시장 점유율을 확보하고 있다. 뒤이어 한국GM은 18만대를 판매하였고 르노삼성자동차가 11만1천대, 쌍용자동차가 10만3천대를 판매하였다. 르노삼성자동차와 쌍용자동차가 내수 시장에서 4, 5위의 순위를 매년 뒤바꾸고 있기는 하지만 전체적으로 현대, 기아, GM으로 이어지

는 순위는 고착화되는 양상이다.

수출 판매의 경우, 전체 260만대의 수출 물량 중 현대차 100만대, 기아차 99만8천대, 한국GM 41만6천대, 르노삼성자동차 14만6천대, 쌍용자동차 5만2천대를 기록하였다. 르노삼성자동차의 수출 물량 중 대부분은 닛산 로그 물량을 부산 공장에서 위탁 생산한 결과이다.²⁹⁾

<표 4-8> 한국자동차회사별 생산 및 판매 현황

(단위: 대)

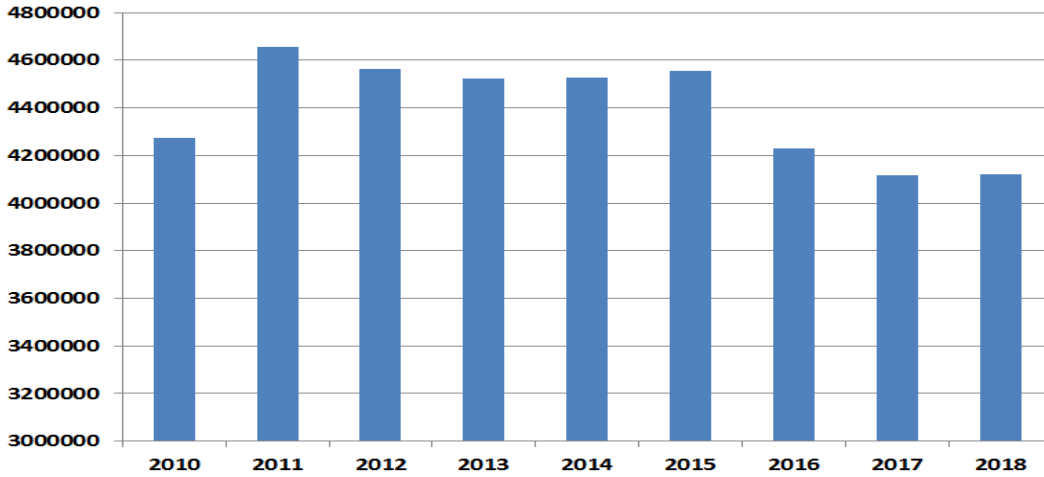
구분	2015년			2016년		
	생산	판매		생산	판매	
		내수	수출		내수	수출
현대	1,858,395	714,121	1,156,448	1,679,906	658,642	1,009,292
기아	1,718,467	527,500	1,157,055	1,556,845	535,000	998,244
한국지엠	614,808	158,404	462,729	579,745	180,275	416,195
쌍용	205,059	80,017	149,065	243,971	111,101	146,244
르노삼성	145,633	99,664	44,877	155,621	103,554	52,200
합계	4,542,362	1,579,706	2,970,174	4,216,088	1,588,572	2,622,175

한국 자동차 생산은 2011년 465만대를 정점으로 감소하고 있으며, 2016년은 2015년 대비 6% 감소한 422만대 생산하였다. 2016년 한국 자동차 생산 중 내수는 160만대, 수출은 260만대로 한국 자동차 생산의 60% 가량이 수출되고 있다. 2017년 한국자동차 생산은 2016년 대비 2.7% 감소한 411만대이다. 2017년 11월까지 생산대수는 383만대로 2016년 대비 0.9% 증가했으나, 12월생산대수가 2016년 대비 34% 감소한 28.7만대에 불과하며 2017년 한국 자동차 생산은 2016년 파업에 따른 기저효과 영향으로 증가할 것으로 예상됐으나, 근무시간 단축 및 부분파업 영향으로 인해 감소한다. 2018년 한국 자동차 생산은 2017년 수준인 410만대 예상되며 2011년 460만대를 정점으로 지속적으로 감소 중이다. 내수판매는 한국 경제성장 및 노후차 교체에 따른 수요 증가에도 불구하고 기준금리 인상에 따른 가계 부채 이슈 및 임금 정체 등으로 인해 소비여력 제한으로 증가하기 어려운 상황이다. 수출 역시 대규모 신차 출시에도 불구하고 원화강세 및 엔화 약세 등 대외환경이 녹록하지 않은 상황이다.

29) 손기석(2017.8), “르노삼성자동차의 한국시장 성장산와 협력적 노사관계 형성의 핵심 요인 연구: 자동차 산업분야 사례를 중심으로”, 부산대학교 대학원, 미래경영학전공, 석사논문. pp.30-31.

<그림 4-15> 한국 자동차 생산현황 및 전망

(단위: 대)

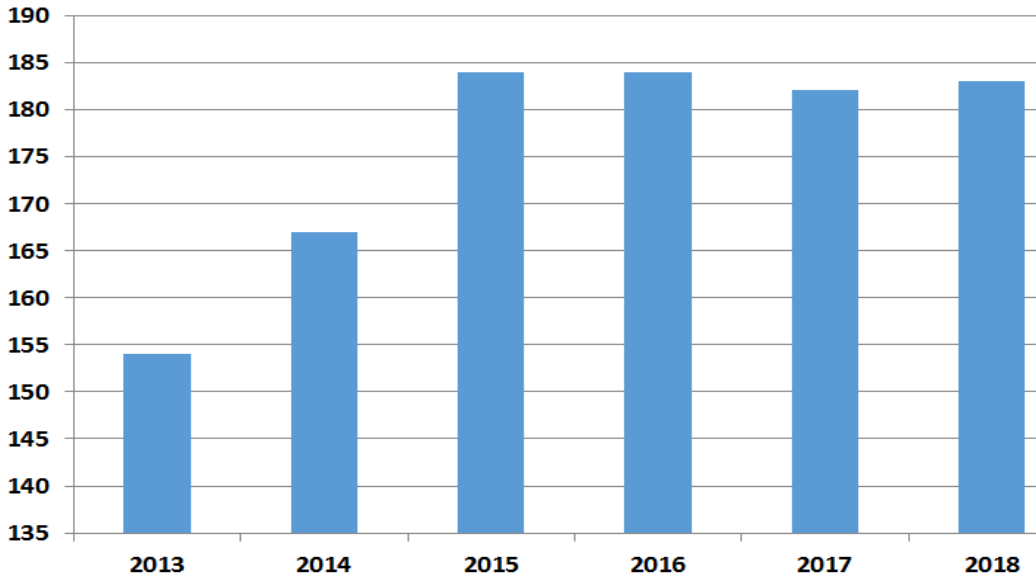


자료: 한국자동차산업협회, 2017.

2018년 한국 자동차 내수 판매량은 2017년 대비 소폭 증가한 183만대 전망이다. 2017년 한국 내수 자동차 판매량은 182만대로 한국 메이커 156만대, 수입차 26만대로 구성되며 2015년 한국 내수 판매량이 180만대를 넘긴 이후 수요가 정체되어 있는 상황이며, 2018년 비슷한 수준을 유지할 것으로 전망이다. 한국 자동차 메이커의 신차 투입이 늘어날 것으로 예상되나 그랜저와 같은 히트모델 부재 및 노사관계의 불확실성으로 판매량은 소폭 감소한 155만대 예상된다. 가격경쟁력을 갖춘 수입차 증가 및 디젤게이트로 인해 급감했던 폭스바겐, 아우디 등 판매 증가로 수입자동차 판매량은 28만대 전망이다. 자동차 수출이 2012년 이후 감소하고 있는 상황에서 내수시장의 성장은 자동차산업 지탱하는 버팀목 역할을 하고 있다. 2016년 기준 업체별 내수시장 점유율을 살펴보면, 현대자동차 36.1%, 기아자동차 29.3%, 한국지엠 9.9%, 쌍용 5.7%, 르노삼성 6.1% 순이다. 현대자동차와 기아자동차 합산 점유율은 65.4%이며, 2009년 76.7%를 정점으로 꾸준히 하락하고 있는 상황이다.

<그림 4-16> 한국 자동차 내수판매 동향

(단위: 천대)



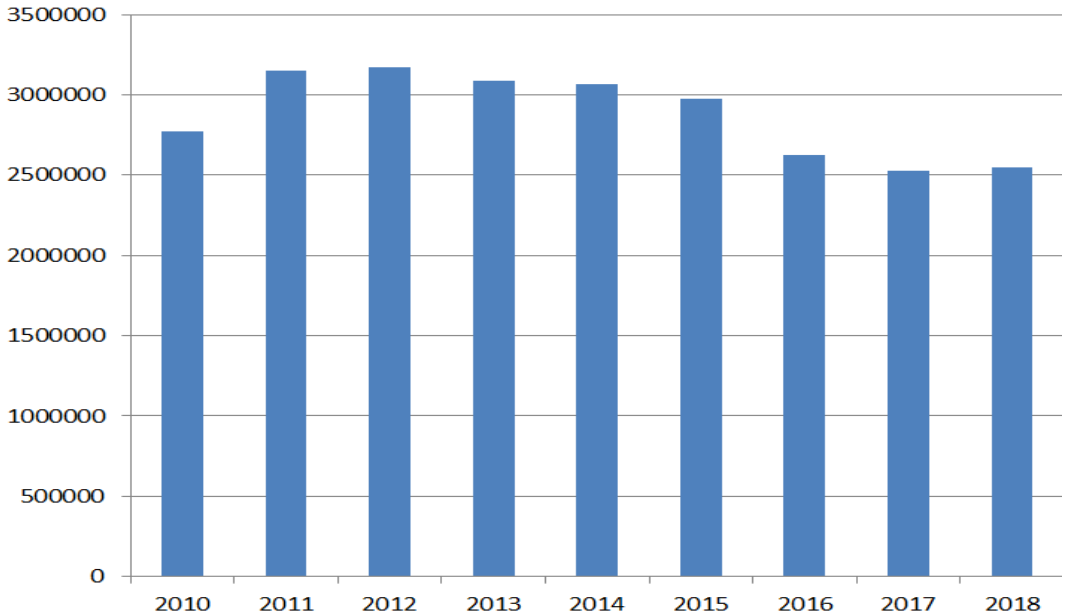
자료: 한국자동차산업협회, 전망치는 수출입은행, 2017.

2018년 자동차 수출은 러시아 및 중남미 등으로 수출증가가 예상되나 원화강세 및 미국시장 불확실성으로 인해 2017년 대비 소폭 감소한 255만대 전망이다. 한국 자동차 수출도 2011년 315만대를 기점으로 점점 감소하고 있는 상황이다. 2017년 수출은 기저효과로 인해 증가할 것으로 예상됐으나, 2017년 12월 수출이 급감하면서 2016년 대비 3.4% 감소한 253만대를 기록하였다. 2018년 자동차 수출은 환율변수가 가장 크게 작용할 것으로 예상되며, 신흥국 수출이 미국 수출 감소분을 얼마나 대체할지가 최대 관건이다. 원화 강세 및 엔화 약세로 인해 미국시장에서 약세는 지속될 것으로 예상되나, 러시아 및 중남미 등 신흥 개도국 시장에서 판매는 늘어날 것으로 전망이다.³⁰⁾

30) 강정화(2017.12), “자동차산업의 현재와 미래”, 한국수출입은행, 해외경제연구소, pp.50-52.

<그림 4-17> 한국 자동차 수출현황 및 전망

(단위: 대)



자료: 한국자동차산업협회, 전망치는 수출입은행, 2017.

2018년 해외생산은 2017년 대비 8% 이상 증가한 430만가 예상되나, 여전히 2016년 수준에 못 미칠 전망이다. 2017년 11월까지 해외 생산대수는 370만대로 2016년 대비 12.5% 감소하였다. 2018년 한국 자동차산업 위기의 진원지는 해외생산이며, 해외생산이 큰 폭으로 감소하면서 자동차 제조사의 매출 및 이익이 감소하고 있는 상황이다. 자동차 생산의 절반이 해외에서 이루어지고 있어 해외생산의 전략적 중요성이 커진 상황이다.

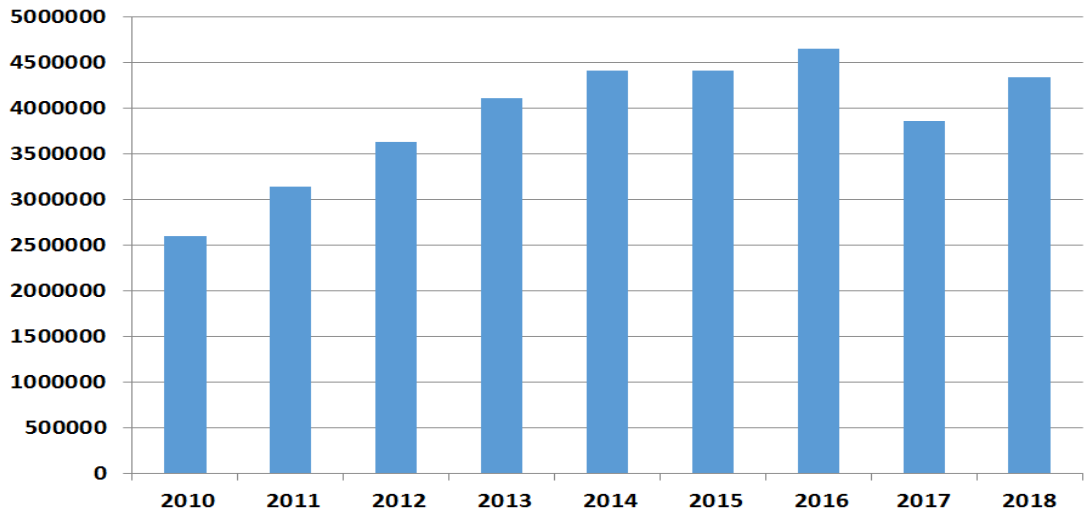
사드 영향으로 2017년 11월까지 중국 생산 자동차 대수는 103만대로 2016년 대비 36.4% 감소했으며, 미국 생산도 60만대에 불과해 2016년 대비 15% 감소하였다. 주력 시장인 중국 및 미국 판매부진은 해외생산의 60% 가까이를 차지하는 중국 및 미국 생산 감소로 이어지고 있다.

한국 자동차 기업들의 현지화 전략에 따라 해외생산 비중은 점차 더 높아질 것으로 예상되며, 미국의 보호무역주의, 사드 문제 등 현지 정치 및 경제 상황에 따른 리스크 요인도 커질 전망이다. 2018년 해외생산은 중국생산이 얼마나 정상화되느냐가 가장 중요한 포인트이다. 7%를 넘어섰던 중국시장점유율이 2017년 4% 초반까지

하락해 2018년 어느 정도 회복을 예상할 수 있으나, 여전히 정치적 불확실성이 높은 상황이다.

<그림 4-18> 한국 자동차 기업이 해외생산 동향

(단위: 대)



자료: 한국자동차산업협회, 전망치는 수출입은행, 2017.

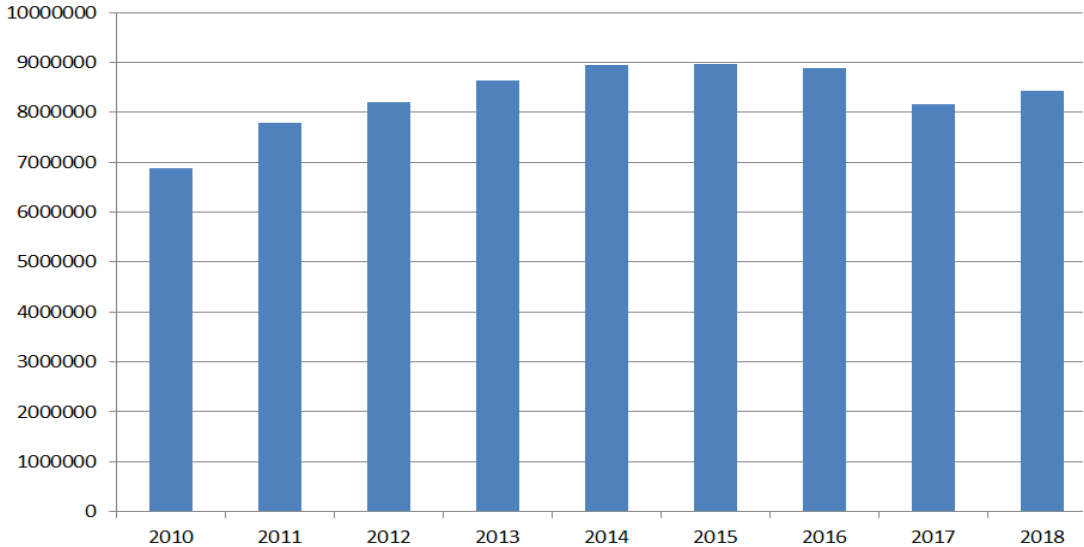
2016년 기준 한국 자동차 기업들의 총 자동차 생산대수(국내+해외)는 888만대이며, 890만대를 정점으로 감소하고 있어 한국 자동차 성장둔화에 대한 우려가 존재한다. 2010년 한국과 해외생산을 포함한 총 자동차 생산대수는 687만대였으나, 2011년 779만대, 2012년 819만대, 2013년 863만대, 2014년 894만대, 2015년 888만대였다. 세계 자동차 수요 증가와 함께 한국의 자동차 생산대수는 2010년 이후 연평균 6%씩 고성장을 지속해 왔다. 한국자동차 생산은 2015년 896만대를 단기 정점으로 상당기간 회복할 가능성이 높다. 이미 내수시장은 포화상태이며, 여기에 수입산 자동차 비중이 꾸준히 증가하고 한국시장을 위한 생산 확대는 어려운 상황이다. 결국 해외시장 확대가 필요하나 세계 자동차수요도 장기 저성장 궤도에 진입에 EKfms 업체간 경쟁이 격화로 시장 점유율 확대가 쉽지 않은 상황이다.

2017년 자동차 총 생산대수는 2016년 대비 8% 감소한 817만대였으며, 2018년 총 생산대수는 2017년 대비 3%증가한 842만대 전망이다. 저조했던 해외생산이 소폭

증가할 것으로 예상되나, 한국생산은 전년 대비 큰 변동이 없을 것으로 예상된다. 2017년 대비 증가할 것으로 예상되나, 여전히 2015년 수준에는 못 미칠 전망이다.³¹⁾

<그림 4-19> 한국 자동차산업 총 생산현황

(단위: 대)



자료: 한국자동차산업협회, 전망치는 수출입은행, 2017.

한국자동차산업협회에 따르면 2017년 1~6월 누적 한국 자동차 생산량은 216만 2547대로 2016년 상반기(219만 5843대)대비 3만3296대 떨어졌다. 상반기 기준으로 209만 9557만대를 기록한 2010년 이래 7년 만에 최저치다. 업체별로 보면 현대차가 2016년 상반기보다 0.7%감소한 88만 3590대, 기아차는 3.5%줄어든 77만 4514대를 생산하였다. 한국지엠은 28만 9450대, 쌍용차는 7만 3587대를 생산해 2016년 대비 각각 4.3%, 2.1%줄었다. 르노삼성차는 13만 4810대를 생산해 2016년 대비 12.9%증가했고, 상용차업체 자일대우버스와 타타대우 승용차는 각각 1166대, 5430대를 기록하였다. 2017년 한국 자동차업체들의 내수 판매량은 78만 5297대로 2016년 상반기 보다는 3만 여대 줄었으나 2016년 대비해서 4만여 대 늘었다. 생산량이 계속 떨어지는 데에는 내수부진 속에 미국시장 등에 대한 수출 부진 영향이 큰 것으로 풀이된다. 특히 중국 사드 보복 여파로 현대기아차 판매량이 급락하고 있는 것도 직간

31) 강정화(2017.12), “자동차산업의 현재와 미래”, 한국수출입은행, 해외경제연구소, pp.55-57.

점적 타격을 주고 있다.³²⁾

현대·기아자동차의 2018년 상반기 영업이익이 2017년 같은 기간 대비 폭락하였다. 하반기 역시 미중 무역 갈등, 미국의 수입차에 대한 고율 관세 부과 예고 증 악재가 예고돼 있어 어려움이 예상된다.

현대·기아자동차에 따르면 두 회사의 영업이익은 2017년 대비 두 자릿수 폭락하였다. 현대차 2018년 상반기(1~6월)매출액은 2017년 같은 기간 대비 1.1%감소한 47조 1484억 원이었다. 영업이익은 2017년 대비 37.1%로 폭락한 1조 6321억 원, 당기순이익은 33.5%감소한 1조 5424억 원을 기록하였다. 기아차는 현대차에 비해서는 비교적 선방했다는 평가다. 기아차의 상반기 매출액은 2017년 대비 0.8%증가한 26조 6223억, 영업이익은 16.3%줄어든 6582억 원을 기록하였다.

현대차는 2018년 상반기 중국 시장에서 26.2%증가한 38만 여대를 판매되었다. 사드(THAAD·고고도미사일방어체계)보복으로 저점을 찍었던 2017년 상반기와 달리 어느 정도 판매세를 회복하였다. 하지만 사드 위기가 닥치기 전 2014년부터 2016년 3개년 상반기 평균 현대차는 중국시장에서 50만 여대를 판매하였다. 아직 전성기의 70%정도밖에 회복해지 못했다는 점이 있다. 2018년 상반기 현대차는 미국 시장을 제외한 모든 시장에서 판매가 증가하지만 유일하게 미주 권역에서만 2017년 대비 3.3%감소한 57만 6000여대를 판매하였다. 기아차의 글로벌 판매량 집계도 비슷하게 나타났다. 미국 시장에서 기아차는 상반기 2017년 대비 5.5%하락한 28만 7000여대를 판매되었다. 미중 무역 전쟁이 확산되고 있는 가운데 2018년 하반기 해외시장은 더욱 어려워질 것이라는 게 대체적으로 판단할 수 있다. 우선 관세 변수가 자장 크다. 미국 도널드 트럼프행정부는 현재 무역 확장법은 232조에 따라 현재 수입차를 대상으로 25%고율의 관세 부과를 검토하고 있다. 이렇게 되면 현대·기아차의 영업이익이 49%나 감소할 것이라는 분석을 내놨다.³³⁾

가. 현대자동차³⁴⁾

1967년 12월 시작한 현대자동차는 한국 최대의 자동차회사는 2016년 기준으로 생

32) 한국무역협회(2017.7.5), “국내 자동차생산 뚝...올 상반기 7년만 최저”, 무역뉴스.

33) 한국무역협회(2018.7.30), “국내 자동차, 상반기 영업익 추락...하반기도 첩첩산중”, 무역뉴스 .

34) 강정화(2017.12), “자동차산업의 현재와 미래”, 한국수출입은행, 해외경제연구소, pp.60-61.

산은 한국국내 168만대, 해외생산 318만대, 총 484만대이며, 한국국내 생산 중 내수 65.8만대, 100만대가 수출되고 있다. 현대자동차 한국 국내생산은 2012년 190만대를 정점으로 감소하고 있는 중으로 생산 확대를 위한 국내 투자는 정체되어 있는 상황이다. 현대자동차 해외생산은 2010년 188만대에 불과했으나, 매년 30만대 이상 생산량이 늘어나 2016년 318만대까지 증가하였다. 현지 수요 대응 및 물류비 절감 등 가격경쟁력 확보를 위해 생산기지의 글로벌화의 필요성은 점점 더 커지고 있다. 한국 국내 및 해외생산을 모두 합친 현대자동차 총 자동차 생산은 2010년 323만대에서 2016년 486만대로 증가했으나, 2014년 495만대를 정점으로 하락하고 있는 상황이다.

2017년 현대자동차 판매량은 2016년대비 7.7% 감소한 450만대이며, 이 중 내수 69만대, 수출 97만대, 해외 284만대 판매되었다. 내수 판매량은 2016년 대비 4.6% 증가했으나, 해외 판매량이 9.2% 급감해 총 판매량은 2016년 대비 7.7% 감소하였다. 판매량 감소로 인해 기아자동차를 포함한 현대자동차 그룹의 글로벌 시장 점유율도 2016년 8.1%에서 2017년 7.6%까지 하락하였다. 현대자동차 해외 생산·판매 동향을 살펴보면 2017년 중국 판매량은 31.3% 감소했으며, 미국 판매량도 15% 감소해 현대 자동차판매량의 30%를 넘는 주력시장에서 판매가 부진하였다.

<표 4-9> 현대자동차 해외 생산·판매 동향

(단위: 천대)

구분	중국	미국	인도	터키	체코	러시아	브라질	합계
2010	704.4	300.5	600.5	77	200.1	217	-	1,882.7
2011	743.9	338.1	619.8	90.2	251.1	140	-	2,182.2
2012	855.3	361.3	638.8	87.0	303.0	224.4	27.4	2,497.3
2013	1,040.0	399.5	633.0	102.0	303.5	229.4	167.3	2,874.8
2014	1,140.3	398.9	610.7	203.2	307.5	237.0	179.5	3,076.9
2015	1,082.6	384.5	645.0	226.5	346.3	229.5	175.0	3,089.4
2016	1,178.9	379.0	665.0	230.0	362.9	207.0	161.8	3,185.6
2017	784	328	679	227	355	288	181	2,830

자료: 한국자동차산업협회, 2017.

2018년 판매 목표량은 총 생산량은 467만대로 2017년 대비 증가할 전망이나, 글로벌 경쟁 치열로 낙관하기는 어려운 상황이다. 2018년 현대자동차 판매목표량은 내수 70만대, 해외 397만대이며, 2017년 대비 3.8% 증가 전망이다. 중국 및 미국 판

매가 2017년 대비 회복세를 보이며, 신흥시장 판매도 증가할 것으로 전망이다. 2018년 대규모 신차 출시가 예정되어 있어 중국 및 미국 판매도 다시금 정상궤도에 진입할 것으로 예상되었다. 신흥국 경제성장에 따라 인도, 러시아 및 중동 시장 판매도 긍정적인 전망이다. 하지만 2018년 세계 자동차 수요 증가가 1%에 불과하고, 업체간 판매경쟁이 치열해 판매회복을 낙관하기는 어려운 상황이다. 엔화약세에 힘입은 일본 자동차 업체의 강세가 이어지고 있으며, 중국 자동차 업체들의 내수 점유율이 지속적으로 높아지는 등 대외환경은 갈수록 악화될 것이다.

나. 기아자동차³⁵⁾

2017년 기아자동차 판매량은 270만대로 한국 국내생산 150만대, 해외생산 120만대이며 2016년 대비 10.8%감소하였다. 2017년 12월 판매량은 내수 및 수출 판매가 2016년 동월대비 33.8% 감소한 11.6만대, 해외 판매 역시 27.4% 감소한 10.2만대에 불과하다. 기아자동차의 경우는 멕시코 공장 신설로 인한 공장가동률 상승을 위해 미국 공장 가동률은 낮춰 미국 판매량이 낮아질 수밖에 없었으나, 중국 판매량은 2016년 대비 무려 44.6%감소해 판매 감소의 주원인으로 작용되었다.

<표 4-10> 기아자동차 해외생산 동향

(단위: 천대)

구분	중국	미국	슬로바키아	멕시코	합계
2010	338.9	253.7	229.5	-	722
2011	432.5	273.8	252.3	-	955
2012	287.6	385.5	292.0	-	1,137.2
2013	551.0	369.3	313	-	1,233.3
2014	644.1	369.4	323.7	-	1,337.2
2015	615.1	369.0	338.0	-	1,322.2
2016	650.0	372.5	339.6	107.5	1,467.3
2017	360.0	292.0	335	218	1,205.6

자료: 한국자동차산업협회, 2017.

2018년 기아자동차 판매량 목표는 내수 21만대, 해외 235만대 총 287만대로 2017년 대비 6.3%증가할 전망이다.

35) 강정화(2017.12), “자동차산업의 현재와 미래”, 한국수출입은행, 해외경제연구소, pp.62-63.

다. 한국지엠³⁶⁾

한국지엠은 2012년 80만대 판매를 기점으로 판매량이 감소 추세에 있으며, 2017년 판매량은 내수 13.2만대, 수출 39.2만대 등 총 52.4만 대였다. 2011년 81만대 생산을 정점으로 생산량이 지속적으로 감소하고 있으며, 내수 및 수출 판매 역시 감소하고 있다. 지속적인 판매부진으로 인해 고정비용 증가하고 있으며, 이로 인해 수익성이 악화되고 있다. 문제는 한국공장의 경우 생산기지로서 역할만 하고 있어 소비자 수요에 부응하는 신차개발 능력이 없어 시장수요 대응이 어려운 상황이다. GM사의 경쟁력이 있는 차종이 배정이 안될 경우 판매의 어려움을 겪을 수 있는 구조를 가지고 있어 실적개선을 위한 운신의 폭이 제한되어 있다. 2018년 GM의 SUV 및 볼트 등 신차 출시가 예정되어 있으나, 내수시장이 정체되어 있는 상황에서 판매량 증가는 쉽지 않을 전망이다.

라. 르노삼성 및 쌍용 자동차³⁷⁾

2017년 르노삼성 자동차 판매량은 27.6만였으며, 쌍용자동차는 14.9만대 판매하였다. 2012년 이후 급감했던 르노삼성 자동차 판매량이 2015년 이후 회복세에 진입했으며, 2017년 27.6만대로 2010년 이후 최고치를 기록하였다. 2018년 르노삼성자동차는 신차 출시 계획이 없으나, 기존 모델 판매를 강화해 판매 감소를 최소화할 예정이다. 2010년 내수 판매대수가 3.2만대에 불과했던 쌍용자동차는 2016년 10만대를 넘어섰으며, 2017년 11만대 판매하였다. 2018년 SUV판매를 중심으로 11만대 이상 판매가 가능할 것으로 예상되며, 수출도 소폭 증가할 전망이다.

36) 강경화(2017.12), “자동차산업의 현재와 미래”, 한국수출입은행, 해외경제연구소, p.64.

37) 강경화(2017.12), “자동차산업의 현재와 미래”, 한국수출입은행, 해외경제연구소, pp.64-65.

<표 4-11> 한국 자동차 기업별 내수 판매 및 수출 현황 및 전망

(단위: 만대)

구분	현대		기아		한국지엠		쌍용		르노삼성	
	내수	수출	내수	수출	내수	수출	내수	수출	내수	수출
2010	65.9	107.2	48.4	92.0	12.5	61.0	3.2	4.7	15.5	11.5
2011	68.4	120.4	49.3	107.5	14.0	65.6	3.8	7.3	10.9	13.7
2012	66.7	124.2	48.2	110.2	14.5	65.5	4.7	7.1	6.0	9.4
2013	64.0	117.3	45.8	113.1	15.1	62.9	6.4	7.8	6.0	7.0
2014	68.5	119.5	46.5	122.6	15.4	47.6	6.9	7.0	8.0	8.9
2015	71.4	115.6	52.7	115.7	15.8	46.2	9.9	4.4	8.0	14.9
2016	65.8	100.9	53.5	99.6	18.0	41.6	10.3	5.2	11.1	14.6
2017	69.1	107.5	50.8	105.6	13.2	39.2	11.2	3.7	10.0	17.6
2018	70.2	110.3	52.1	107.6	13.8	37.5	11.8	4.0	9.8	17.2

자료: 한국자동차산업협회, 전망치는 수출입은행, 2017.

3. 일본자동차의 시장현황

가. 일본 자동차산업의 최근 현황³⁸⁾

일본에 자동차(승용차·일반) 산업은 일본의 제조업을 견인하는 핵심 산업으로 평가되며 산업 파급효과가 큰 것이 특징이다.

자동차 한 대에 들어가는 부품 수는 2만~3만점으로, 사용되는 소재도 다양하여 철강 및 비철, 섬유 등 소재산업의 발전을 동반하며 설비 투자와 연구 개발비 등의 측면에서 제조업 전체에의 파급효과가 크며, 자동차 산업의 동향은 일본경제의 핵심지표가 되고 있다. 제조, 판매, 정비 등 자동차와 직접 관련된 분야외에도 부품 및 소재, 운송업 등 다양한 관련 산업을 가지는 저변이 넓은 산업으로, 일본 자동차공업회의 추계에서 자동차 관련 산업의 전체 취업 인구는 약 529만 명으로 일본내 전체 취업인구의 8.3%를 차지되고 있다. 전체 제조업은 제품 출하액에서 차지하는 자동차 부문의 비중은 17.5%, 수출 총액에서 자동차(이륜차, 부품 포함)의 비중은 21.0%로 모든 산업 중에서 1위를 차지된다.

일본내 자동차 생산대수는 전 세계 생산(2016년 사륜차 기준 9,498만대)의 약 10%를 차지하고 있으며 현지 생산을 감안했을 때 그 수치는 훨씬 큰 것으로 예상

38) 홍상수(2017.6.29), “일본 자동차산업의 최근 현황 및 향후 전망”, 한국무역협회, 도교지부, KITA Market Report, pp.1-2.

된다.

지역별 생산대수로는 아시아대양주가 전년대비 7.6% 증가한 5,152만대로 가장 많았으며, 유럽이 2.5% 증가한 2,170만대, 북미가 1.2% 증가한 1,457만대를 기록하였으며, 국가별로는 중국(2,812만대), 미국(1,220만대), 일본(920만대)의 순이다. 한편, 2016년 세계 사륜차 판매대수는 4.7% 증가한 9,386만대로 중국에서의 판매대수가 2,803만대로 세계 최대시장이었으며 그 뒤를 이어 미국 1,787만대, 일본 497만대를 기록하였다.

자동차 산업은 생산 체제의 글로벌화가 심화되어 있어, 일본 자동차제조사의 해외생산 공장은 사륜차만으로도 37개국에 185개에 달한다. 1990년경에는 국내 생산이 80%를 차지하고 있었지만, 최근에는 해외 생산이 아시아와 중남미를 중심으로 1,809만대(2015년 기준)까지 증가하여 25년 전(1990년, 326만대)의 6배 가까이 확대되었다. 한편 국내 생산은 국내 판매 감소 등을 반영해 920만대로 감소, 해외 생산을 포함한 일본 기업의 세계시장 점유율은 자동차대수 기준으로 30%정도를 차지되며 미국 내 자동차 생산의 경우에도 30% 이상을 일본계 메이커가 차지하는 등 현지화가 일본 자동차업체의 성장 동력이 되고 있다. 2016년도 일본 내 신차 판매(경차 포함)는 2.8% 증가한 508만대로 3년 만에 전년 대비 플러스를 기록하였다.

나. 2017년 일본 자동차업계 현황³⁹⁾

2017년 상반기 세계 자동차 시장의 판매실적이 호조를 보이는 가운데 르노·닛산이 처음으로 선두를 차지되어있다. 2016년 10월에 미쓰비시 자동차를 인수한 르노·닛산이 전년 동기 대비 7% 증가한 526만 8,079대 판매로 전년 선두였던 독일 폭스바겐을 제치고 처음으로 선두를 차지한 가운데, 토요타 자동차는 과거 최고치를 경신했지만 3위에 그쳤다. 자동차 업계가 친환경 연료, 자동운전 및 IoT 활용 등의 거대한 환경변화에 직면한 가운데, 기업들은 규모 추구보다 구조 개혁 및 기술개발 등에 역점을 기울이고 있다.

한편 일본시장의 경우 2017년 상반기 일본 내 사륜차 생산은 전년 동기 대비 7.8% 증가한 484만 4,101대를 기록하여 3년 만에 상반기 중 증가세를 보인다. 동 증

39) 홍상수(2017.6.29), “일본 자동차산업의 최근 현황 및 향후 전망”, 한국무역협회, 도교지부, KITA Market Report, p.5.

가세의 요인으로는 경승용차 판매가 회복되고 있는 것 이외에 각사의 신형차 출시와 수출 증가가 견인 역할을 하고 있다. 경차를 포함한 승용차 생산대수는 9.3% 증가한 417만 3,373대로 토요타의 SUV모델 “RAV4”와 닛산의 “엑스트레일”등의 북미 수출 호조로 생산증가를 하였다. 경차생산은 20.7% 증가한 77만 804대로 과거 연비 부정사건으로 생산을 중단했던 미쓰비시 자동차의 미즈시마제작소가 생산재개한 효과가 크다. 스키 “WAGONR”과 다이하츠공업 “미라이스”등의 신모델도 호조를 보이고 있어 15년의 경차 증세 이후 경차 판매의 회복세가 기대된다.

다. 일본 대표적 자동차 현황⁴⁰⁾

(1) 토요타자동차

일본식경영의 표본이라고 할 수 있는 도요타자동차는 2017년은 전세계 총생산 898만대 (국내 321만대, 해외 577만대)를 계획하였다. 다이하츠 공업과 히노자동차를 포함한 토요타 그룹 전체의 올해 글로벌생산은 1% 증가한 1,037만대로 사상 최대가 될 전망이다. 다이하츠 공업은 2017년 글로벌 생산목표가 120만대로 국내, 해외 모두 두 자릿수의 성장을 계획 중이다.

2017년 상반기 토요타의 일본내 생산대수는 전년 동기 대비 2.5% 증가한 158만 4,235대로 2016년 상반기 아이치제강 폭발 사고와 구마모토 지진에 따른 생산중단의 지저효과도 있어 5분기 만에 전년 실적을 상회였다. SUV모델인 “RAV4”의 북미 수출 증가도 일본내 생산 증가의 요인이었다.

토요타 그룹의 2017년 상반기 글로벌 판매대수는 자회사 다이하츠 공업과 히노자동차를 포함하여 3% 증가한 512만 9,000대로 과거 최고치를 갱신하였다. 일본내에서는 신모델 출시 등에 힘입어 10% 판매 증가하였다. 다만, 미국시장에서는 115만 5,000대로 4% 감소하였으며, 유가 하락으로 대형차 수요가 늘면서 토요타의 점유율이 높은 중소형 승용차 수요 감소하였다.

토요타는 친환경과 Connected Car (IoT활용 쌍방향 정보공유)등 차세대기술을 둘러싸고 적극적인 전략적 제휴 움직임을 보이고 있다. 연료전지 자동차(FCV)와 관련 2017년 내에 JXTG홀딩스와 제휴하여 수소 스테이션 사업의 새로운 회사를 설

40) 홍상수(2017.6.29), “일본 자동차산업의 최근 현황 및 향후 전망”, 한국무역협회, 도교지부, KITA Market Report, pp.6-14.

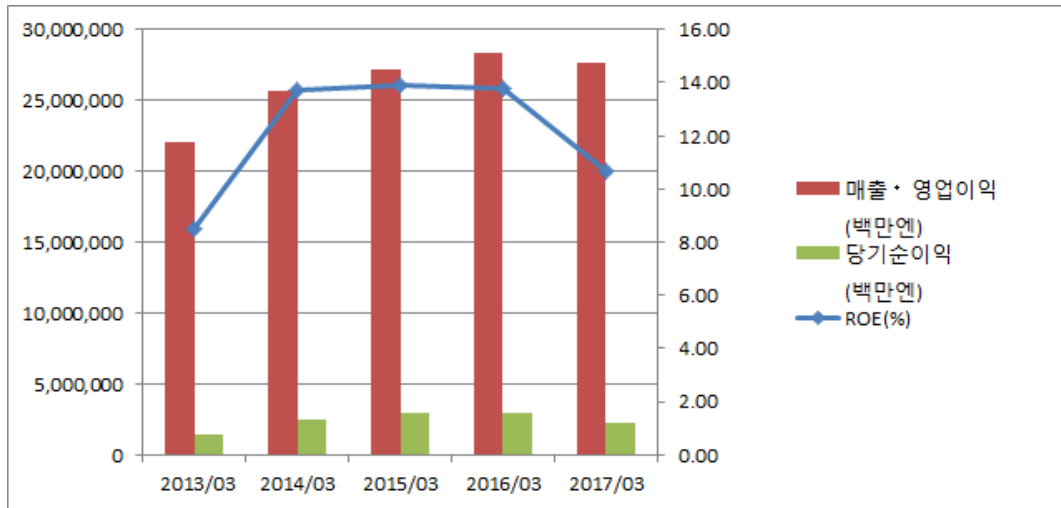
립할 계획이다. 커넥티드카와 관련하여 KDDI와 미국 마이트로 소프트와 제휴하고 있으며 2016년 5월에는 미국 우버 테크놀로지에 출자하는 등 공유경제분야에도 대비하는 모습을 보인다. 2017년 7월에는 미국 실리콘밸리의 인공지능 (AI) 자회사를 통해 벤처캐피탈을 설립한다고 발표하고 이를 통해 AI 자동운전 등의 분야에서 벤처기업에 총 1억 달러를 투자할 계획을 밝혔다.

<표 4-12> 토요타자동차 개요

기업명	토요타자동차 (Toyota Motor Corp.)
특징	[일본 제조업계의 선두] 해외진출 적극 추진, 친환경 기술 우위, 투자가능 유동자산 9조엔 규모
URL	http:// www.toyota.co.jp/
사업분야	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 자동차 = 세단 · 미니밴 · SUV · 트럭 등의 자동차와 그 관련 부품·용품의 설계·제조·판매 ▶ 금융 = 금융, 차량·기기의 리스사업 ▶ 기타 = 주택 설계·제조·판매, 정보통신사업 등

자료: 한국무역협회, “일본 자동차산업의 최근 현황 및 향후 전망”, 2017.

<그림 4-20> 최근 5년간 토요타자동차의 재무상황 추이



자료: 한국무역협회, “일본 자동차산업의 최근 현황 및 향후 전망”, 2017.

(2) 혼다

2017년 1월 연료전지 자동차의 핵심부품 개발과 관련하여 협력관계에 있는 미국

GM과 합작회사를 설립하고 2020년까지 미국내 핵심부품의 공동생산을 결정하였다. 혼다는 2017년 가을 북미지역 발매중형세단 “어코드”의 신모델을 공개(5년만의 디자인 전면 개량, 차내에서 Wi-Fi를 사용할 수 있도록 하는 등 첨단 장비를 지원)하였다. 지금까지 일본에서 생산/수출하던 하이브리드 자동차(HV) 중 북미 판매용차량의 경우 미국 오하이오 공장에서 생산을 착수하였다.

2017년 4월에는 혼다기술연구소에 로봇과 인공지능 (AI) 등 새로운 영역을 담당하는 연구개발 조직 “R&D센터X”를 개설하였다.

중국 시장에서는 2019년 생산을 목표로 약 500억엔을 투자해 호북송무한시에 연간생산 12만대 규모의 새공장을 착공하였다.

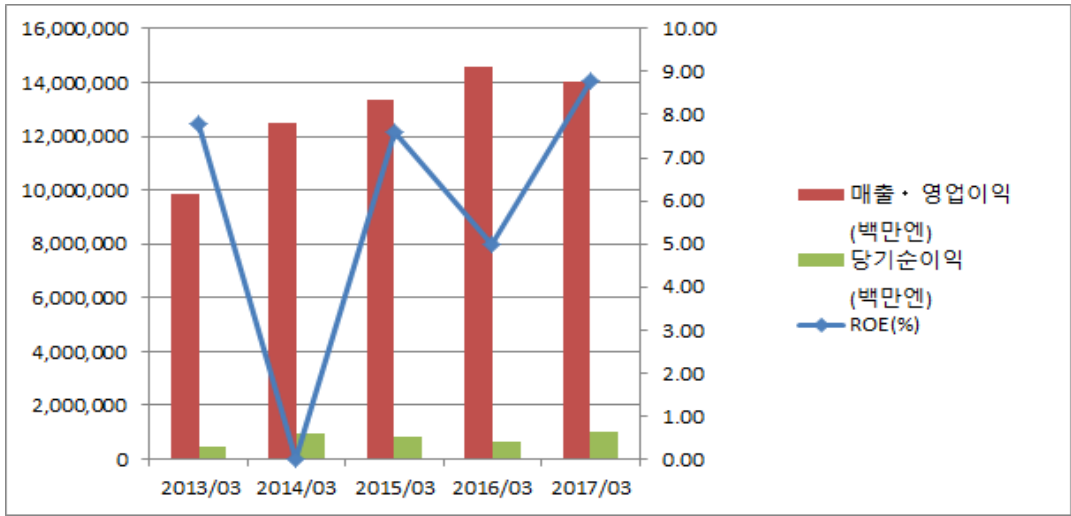
2017년 상반기 혼다의 해외 생산대수는 전년 동기 대비 4.5% 증가한 218만 5,171대였으며, 일본내 생산대수는 전년 동기 대비 2.4% 증가한 40만 1,684대를 기록하였다.

<표 4-13> 혼다 개요

사명	혼다기연공업 (Honda Motor Co., Ltd.)
특징	[해외생산에 보다 중점] 이륜차는 세계 선두, 승용차는 미국에서도 높은 평가
URL	http://www.honda.co.jp/
사업분야	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 이륜사업 = 이륜차, ATV (산악바이크) 및 관련 부품 ▶ 사륜사업 = 사륜차 및 관련 부품 ▶ 금융서비스사업 = 금융 ▶ 범용 모터 등 기타 사업 = 범용 모터 및 관련 부품, 기타

자료: 한국무역협회, “일본 자동차산업의 최근 현황 및 향후 전망”, 2017.

<그림 4-21> 최근 5년간 혼다자동차의 재무상황 추이



자료: 한국무역협회, “일본 자동차산업의 최근 현황 및 향후 전망”, 2017.

(3) 닛산자동차

도요타와 함께 일본의 자동차 산업을 이끌어 가는 두 견인차 중의 하나인 닛산 자동차는 2017년도부터 시작되는 6년간의 중기경영계획에서 2016년도 6.1%였던 세계시장 점유율을 2022년까지 8%로 높이는 것을 목표로 설정되었다. 2017년 상반기 닛산자동차의 일본내 생산대수는 2016년 동기 대비 23%증가한 53만 2,806대이다. SUV모델인‘로그’의 북미수출이 25.8%증가하며 엔진에서 발전하여 모터로 구동하는 소형차 ‘노트’와 운전지원 기능을 탑재한 ‘세레나’도 국내 판매 호조로 생산량을 늘리고 있다.

르노 닛산은 2016년 10월 닛산이 34%지분을 보유하게 된 미쓰비시자동차를 포함하여 2017년 상반기 글로벌 판매대수가 2016년 동기 대비 7%증가한 526만 8,079대를 기록하였다. 2016년 동기에 세계시장 점유율 선두였던 독일 폭스바겐 그룹을 상회하여 선두를 차지하였다. 회사별로는 아프리카와 중동, 인도 등에서의 판매증가로 2016년 동기 대비 10%증가한 르노그룹이 188만대, 일본시장을 중심으로 호조를 보인 닛산이 6%증가한 289만대, 미쓰비시자동차는 경차의 판매재개로 2%증가한 49만대를 기록하였다. 한편, 르노 닛산은 프랑스 데이터분석 전문 벤처기업을 인수하는 등 커넥티드카분야에서의 노력을 가속하고 있으며, 자동운전 분야에서도 기술개발 2단계에 해당하는 ‘레벨2: 여러 기능을 자동으로 조작’을 중저가 차종에도 탑재하였

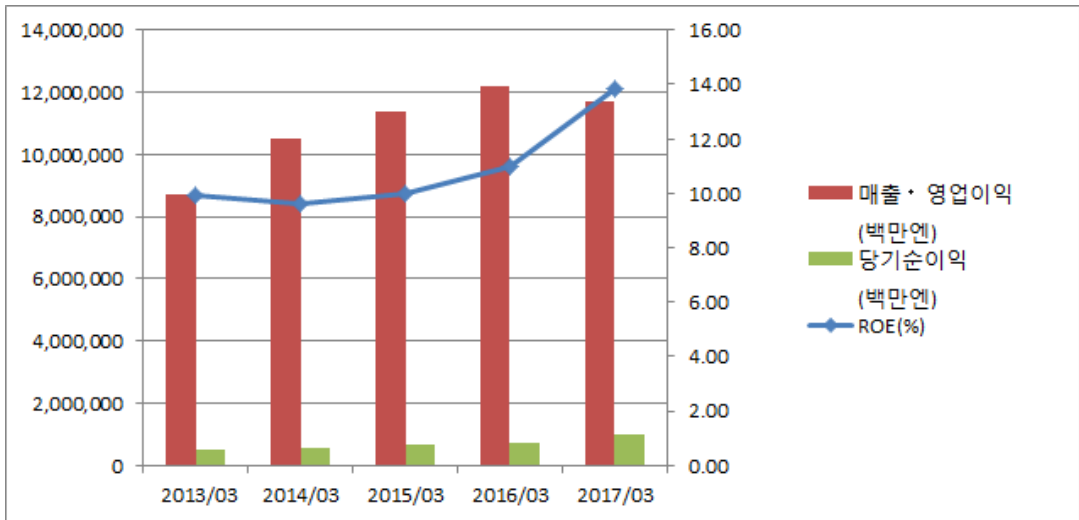
다.

<표 4-14> 닛산자동차 개요

사명	닛산자동차 (Nissan Motor Co., Ltd.)
특징	[프랑스 르노 산하] 인피니티브 브랜드로 글로벌시장 공략
URL	http://www.nissan.co.jp/
사업분야	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 자동차 및 부품의 제조·판매 ▶ 판매 활동을 지원하기 위해 판매 금융 서비스

자료: 한국무역협회, “일본 자동차산업의 최근 현황 및 향후 전망”, 2017.

<그림 4-22> 최근 5년간 닛산자동차의 재무상황 추이



자료: 한국무역협회, “일본 자동차산업의 최근 현황 및 향후 전망”, 2017.

(4) 스바루 (SUBARU)

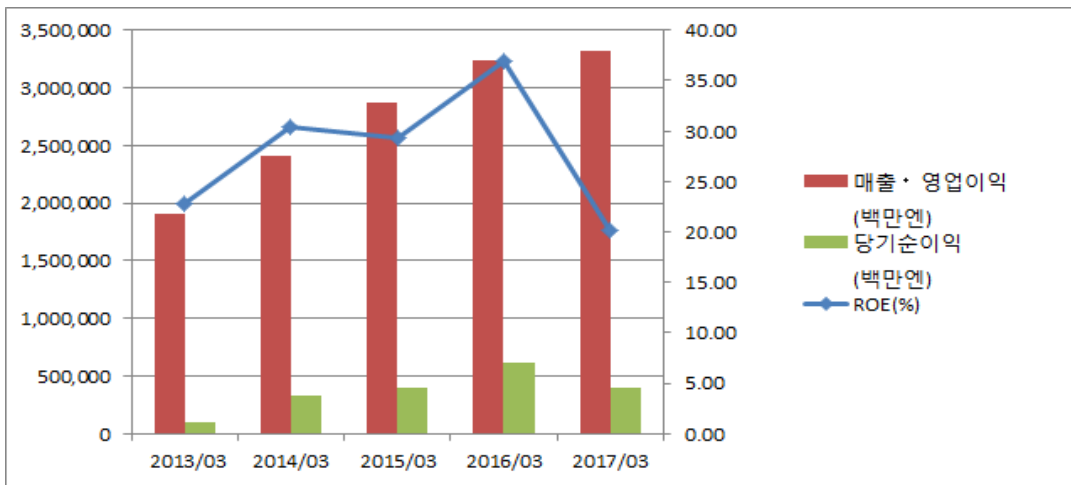
스바루는 2019년 생산을 목표로 태국에 완성차 조립공장을 건립중이며, 이로써 해외 생산거점은 미국, 말레이시아를 비롯하여 세 곳이 될 예정이다. 2017년에는 해외생산을 31% 증가한 38만대로 끌어 올려, 일본을 포함한 글로벌 생산을 8% 늘린 111만대로 계획 중이다. 2017년 상반기 스바루의 해외 생산 대수는 2016년 동기 대비 55.9% 증가한 20만 2,300대였으며, 일본내 생산 대수는 2016년 동기 대비 2.8% 감소한 35만 3,756대를 기록하였다.

<표 4-15> 스바루 개요

사명	스바루 (SUBARU Corp.)
특징	[토요타계열] 스포츠형 엔진과 사륜구동기술이 특징, 미국 시장이 주력.
URL	http:// www.subaru.co.jp/
사업분야	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 자동차 = 경자동차·소형자동차를 비롯한 자동차 및 그 부품의 제조·판매·수리 ▶ 항공우주 = 항공우주산업 관련 기계제품 및 그 부품의 제조·판매·수리 ▶ 기타 = 부동산의 임대, 산업기기 사업, 주택의 제조·판매·수리 등

자료: 한국무역협회, “일본 자동차산업의 최근 현황 및 향후 전망”, 2017.

<그림 4-23> 최근 5년간 스바루의 재무상황 추이



자료: 한국무역협회, “일본 자동차산업의 최근 현황 및 향후 전망”, 2017.

(5) 마쓰다

마쓰다는 2015년에 포괄적 제휴를 맺은 토요타와의 협력분야 확대 모색중이며, 특히 전기자동차와 커넥티비티(Connectivity) 영역에서 협력 강화 예정이다. 토요타와 마쓰다가 2017년 8월 4일 자본제휴를 발표, 토요타가 마쓰다에 5.05% 출자, 마쓰다도 토요타에 0.25% 출자, 출자금액은 양사 동일한 금액인 500억엔이며 회사의 규모는 마쓰다가 토요타의 약 10분의 1로, 토요타에 존재감을 인정받기 위해서는, 핵심기술인 엔진분야 기술의 선도적 위치 지속 필요하다.

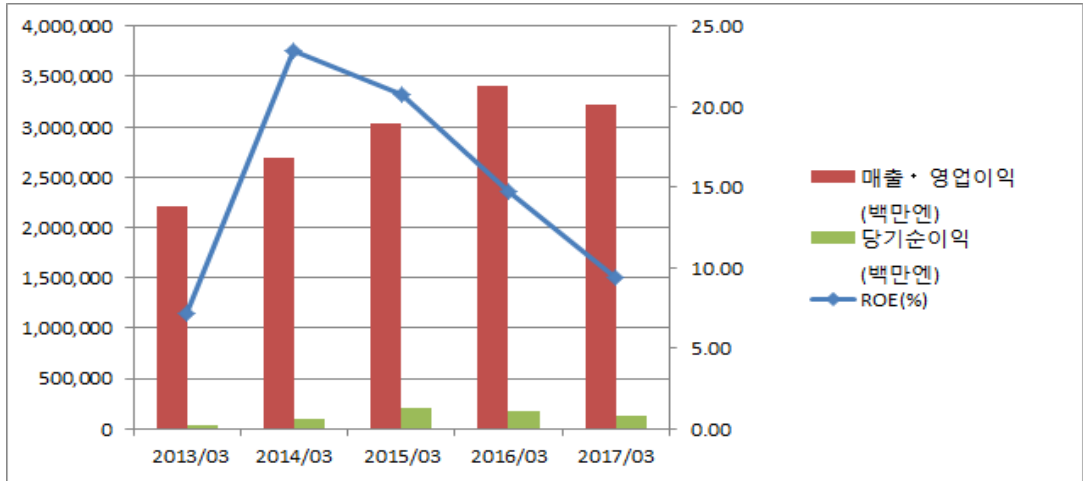
2017년 상반기 마쓰다의 해외 생산대수는 2016년 동기 대비 11.7% 증가한 31만 5,513대였으며, 국내생산 대수는 2016년 동기 대비 1.3% 감소한 46만 8,543대를 기록하였다.

<표 4-16> 마쓰다 개요

사명	마쓰다 (Mazda Motor Corp.)
특징	[국내생산 주력] 제3의 친환경차에 대한 기술 우위, 해외생산 확충을 서두름
URL	http:// www.mazda.co.jp
사업분야	▶ 자동차관련 사업 = 자동차·자동차부품의 제조·판매·관련 사업

자료: 한국무역협회, “일본 자동차산업의 최근 현황 및 향후 전망”, 2017.

<그림 4-24> 최근 5년간 마쓰다의 재무상황 추이



자료: 한국무역협회, “일본 자동차산업의 최근 현황 및 향후 전망”, 2017.

<표 4-17> 일본주요 자동차업체의 영업지표 (2017년 3월 결산)

(단위: 백만엔)

순위	기업명	매출	경상이익	당기순이익	총자산	부채	영업활동 현금흐름	투자활동 현금흐름
1	토요타	27,597,193	2,193,825	1,831,109	48,750,186	30,081,233	3,414,237	-2,969,939
2	혼다	13,999,200	1,006,986	616,569	18,958,123	11,388,497	885,073	-650,618
3	닛산	11,720,041	864,733	663,499	18,421,008	13,253,872	1,335,473	-1,377,626
4	스마루	3,325,992	394,330	282,354	2,762,321	1,297,433	345,442	-254,252
5	마쓰다	3,214,363	139,512	93,780	2,524,552	2,524,552	161,097	-63,751

6	스즈키	3,169,542	286,693	286,693	3,115,985	1,728,943	366,315	-288,564
7	미츠비시	1,906,632	8,944	-198,524	1,484,413	780,949	-45,829	-73,119
8	다이하츠	1,690,308	91,672	41,908	1,438,817	699,689	98,459	-95,299

자료: 한국무역협회, “일본 자동차산업의 최근 현황 및 향후 전망”, 2017.

4. 미국자동차 시장현황

2014년 미국 내 자동차 판매 대수는 경기 회복세와 업계 판촉 확대 등으로 2013년(156만대)대비 5.9% 증가한 165만대를 기록하였다. 한편 미국의 자동차 3사(Chrysler, Ford, GM)의 미국 국내시장 점유율은 1986년 72.4%나 달했으나 2014년에는 45.4% 못 미치는 수준까지 이르게 되었다.

크라이슬러와 GM은 트럭 수요와 SUV차량의 수요증가로 공격적인 인센티브 전략에 덕분에 두 자릿수의 증가율에 달했고 더욱이 GM은 2009년 파산 위기를 성공적으로 극복하며 1년 후 미국 정부로부터 빌렸던 자금을 모두 갚아내는 모범적인 예시로 꼽히고 있다. 파산의 위기를 극복해낸 크라이슬러와 같이 높은 판매량을 달성하고 있다.

미국에 진출한 한국 자동차업체들의 실적량은 현대차 약 7만2천여 대로 전년대비 비슷한 정도를 기록하였고, 기아차는 약 5만8천여의 실적으로 전년대비 약 8.4% 증가세를 달성했다. 미국 자동차 시장에서 현대차의 점유율은 4.4%로 2015년 대비 0.2%감소했고, 기아차는 3.5%로 2015년 대비 0.1% 증가세를 유지했다. 기아차와 현대차에 따르면 자동차 시장조사 전문기관인 Word's Automotive는 현대차와 기아차의 미국 자동차 시장 점유율은 2020년 까지 크게 달라질 것이 없을 것이라고 예측하였다.

미국 내 대형자동차 업체들은 급격히 변하는 시대에서 자동차산업 환경에 효과적으로 대응 할 수 있는 북미 지역의 설비 가동률을 90% 이상 향상 및 영업 및 생산 환경을 강화시켰다. 한편 미국 소비자 금융시장이 안정적인 상황을 보이면서, 소비자들의 크로스오버 유틸리티 차량(CUV)과 친환경 자동차에 대한 관심도가 높아지고 있어 소비자들의 자동차 변경 현상이 증가할 것이라고 전문가들은 예측하였다. 또한 미국 내소비자들은 친환경적이며 고연비 자동차를 좋아하는 것으로 집계되었

고, 배터리와 가스 둘 다 사용하는 하이브리드 자동차와 고연비 차량에 대한 시장 수요가 점점 증가할 것으로 예상하였다.

미국 경제의 안정적인 회복으로 인해서 유럽 재정위기에 따른 경기침체 장기화 가능성 2011년 동일본 대지진으로 인한 공급부족에도 불구하고 미국 자동차 시장은 안정적인 성장세를 달성하였다. 특히 크라이슬러, 포드 등의 주요 완성차 업체들은 2015년 1500여명 이상 대규모의 채용 공고를 하면서 2014년 대비 생산량 증가를 계획 중인 것으로 알려졌다. 이에 따라 부품 수요의 증가로 2015년부터는 전 세계적인 미국 자동차시장의 확대, 그리고 한국의 자동차부품업체의 미국 진출에 좋은 기회가 될 것이라고 예측한다.⁴¹⁾

<표 4-18> 미국 업체별 자동차 판매 실적

(단위: 만대)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
미국 BIG3	465.6	519.7	597.7	644.3	701.1	749.7
-GM	207.2	221.1	250.4	259.6	278.6	293.5
-FORD	165.3	190.5	211.1	220.6	243.5	247.1
-FCA	92.7	108.0	136.2	164.1	178.9	209.1
도요타	177.0	176.4	164.5	208.3	223.6	237.4
혼다	115.1	123.0	114.7	142.3	152.5	154.1
닛산	77.0	90.9	104.3	114.2	124.8	138.7
현대	43.5	53.8	64.6	70.3	72.1	72.6
기아	30.0	35.6	48.5	55.8	53.5	58.0
폭스바겐	29.6	38.4	47.1	61.2	60.8	59.6
기타	102.5	117.8	132.0	153.3	171.7	182.1
전체	1,040.2	1,155.5	1,273.4	1,449.7	1,560.0	1,652.2

자료: 한국자동차산업연구소, 미국 자동차 판매 동향, 2014.

대공황 이전부터 자동차 산업이 발달한 미국은 2차 세계 대전 후 전 세계 자동차 생산의 약 75%를 차지하였다. 2000년대에 일본과 중국이 자동차 산업에서 격차를 많이 줄어긴 했으나 미국 완성차 업체들을 고려했을 때 미국은 여전히 세계적인 주요 시장이다.

미국 시장 자동차 수요는 2017년 1,720만 대로 2016년 대비 1.8% 감소하였다. 미국은 글로벌 금융위기로 수요가 급락했던 2009년의 1,040만 대를 저점으로 2016년

41) 김국환(2017.2), “한미 FTA가 우리나라 자동차부품산업에 미치는 영향”, 충남대학 대학원, 무역학과 FTA비즈니스전공, 석사학위논문, pp.50-51.

1,750만 대까지 7년 연속 성장하며 역사상 최고치를 기록하였다. 향후 미국 수요는 둔화세가 지속할 전망이지만, 각 자동차 업체의 판촉경쟁 및 경기호조로 감소폭은 2~3%내외가 될 것으로 보인다.⁴²⁾

미국은 중국에 이어 세계에서 두 번째로 큰 자동차 생산국이자 판매시장으로 2017년 기준 생산량은 1,120만대, 판매량은 1,760만대를 기록하였다. 대부분의 국들은 자동차 생산량이 내수판매량을 초과하거나 비슷한 수준이나 미국은 내수판매량이 생산량을 600만대 이상 초과하였다. 전 세계 자동차 판매의 18%가량을 차지하는 미국의 자동차 및 부품에 대해 수입규제 조치를 취할 경우 파급효과가 상당할 것으로 예상된다.

<표 4-19> 2017년 국별 자동차 생산 및 판매 현황

(단위: 백만 대,%)

순위	국가	생산		내수판매	
			비중		비중
1	중국	29.0	29.8	29.1	30.1
2	미국	11.2	11.5	17.6	18.2
3	일본	9.7	10.0	5.2	5.4
4	독일	5.7	5.8	3.8	3.9
5	인도	4.8	4.9	4.0	4.2
6	한국	4.1	4.2	1.8	1.9
7	멕시코	4.1	4.2	1.6	1.6
8	스페인	2.9	2.9	1.5	1.5
9	브라질	2.7	2.8	2.2	2.3
10	프랑스	2.2	2.3	2.6	2.7
	소계 상위10개국	76.3	78.4	69.4	71.7
	합계 전 세계	97.3	100	96.8	100

자료: OICA(세계 자동차 제조사 협회), 2017.

미국 국내 자동차판매는 2017년 기준 Big3(GM, Ford, FCA)가 43.9%를 차지하고 있으며, 일본의 도요타, 혼다, 닛산이 32.0%, 현대기아차가 7.2%를 차지하였다. 판매 상위 10개사는 미국 국내 생산과 수입을 병행하고 있으며, GM, 도요타, FCA는 2017년 기준 100만대 가량을 수입하여 판매하였다.

42) 한국자동차산업협회(2018), “북미 및 유럽 자동차 시장 전망”, Web Journal VOL. 347.

<표 4-20> 2017년 제조사별 미국 내 자동차 생산 및 판매 현황

(단위: 만대,%)

순위	제조사	생산	판매	점유율
1	GM	206	300	17.0
2	포드	247	265	15.0
3	도요타	126	247	14.0
4	FCA	116	210	11.9
5	혼다	120	164	9.3
6	르노닛산	93	153	8.7
7	현대기아	62	127	7.2
8	스바루	36	65	3.7
9	폭스바겐	11	62	3.5
10	다임러	29	50	2.8
소계	상위10개사	1,046	1,643	93.1
합계	총합계	1,118	1,765	100.0

주: 승용차 및 화물차 포함

자료: Marklines, 2017.

미국은 최대 자동차 수입국으로 총 수입에서 자동차 및 부품이 차지하는 비중은 14.3%를 기록하였다.

<표 4-21> 미국 자동차 및 부품 수입 추이

(단위: 억 달러,%)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
전품목(A)	22,763	22,680	23,564	22,482	21,878	23,429
자동차(B)	1,566	1,641	1,668	1,798	1,864	1,917
부품(C)	1,248	1,266	1,393	1,444	1,423	1,431
비중(B+C/A)	12.4	12.8	13.0	14.4	15.0	14.3

주: 자동차 및 부품 수출입 통계는 미상무부 교통기계국(OTM)의 HS분류에 따른 기준

자료: 상무부, 2017.

미국의 국별 자동차 및 부품 수입은 멕시코, 캐나다, 일본, 독일 순이며, 멕시코(-435억 달러), 일본(-392억 달러), EU국가들(-300억 달러)에 대해 큰 폭의 무역수지 적자를 기록중이다.

<표 4-22> 2017년 미국의 국별 자동차 수입 및 무역수지

(단위: 억 달러,%)

순위	국가	수입		무역수지
		금액	비중	
1	멕시코	469	24.5	-435
2	캐나다	425	22.2	-192
3	일본	398	20.8	-392
4	독일	202	10.5	-145
5	한국	157	8.2	-142
6	영국	86	4.5	-70
7	이탈리아	48	2.5	-46
8	스웨덴	20	1.0	-19
9	슬로바키아	20	1.0	-20
10	중국	15	0.8	-84
소계	상위10개국	1,834	95.9	-707
합계	전 세계	1,917	100	-1,346

주: 자동차 및 부품 수출입 통계는 미상무부 교통기계국(OTM)분류기준
 자료: 상무부, 2017.

2018년 미국 내 자동차 판매량은 2017년과 마찬가지로 감소 추세가 이어질 것으로 전망되나, 감소폭은 소규모에 그칠 것으로 전망하는 의견도 있다. 미국 내 낮은 실업률, 소비자 신뢰도 증대도 증대는 자동차 판매 증가에 긍정적 영향을 줄 것으로 예상하는 가운데 이자율 상승, 자동차 보유 기간 증가, 리스 등은 부정적 요소로 작용할 것이다.

자동차 산업 분석 전문기관인 Edmund는 미국 자동차 시장이 최근 수년간 호황이었다가 포화상태에 진입함에 따라 2018년 판매량이 감소할 것으로 보인다고 전망하였다. 모바일 교통 서비스 및 카쉐어링 서비스 증가 또한 자동차 판매에 부정적 영향을 미칠 것으로 보고 판매량을 1,680만대로 예상하였다. BMI Research는 2018년 미국 내 자동차 판매량이 중고차 재고 증가, 자동차 구매수요 감소 등으로 인해 2017년 대비 1.5%감소할 것으로 전망하였다.⁴³⁾

5. 독일자동차 시장현황

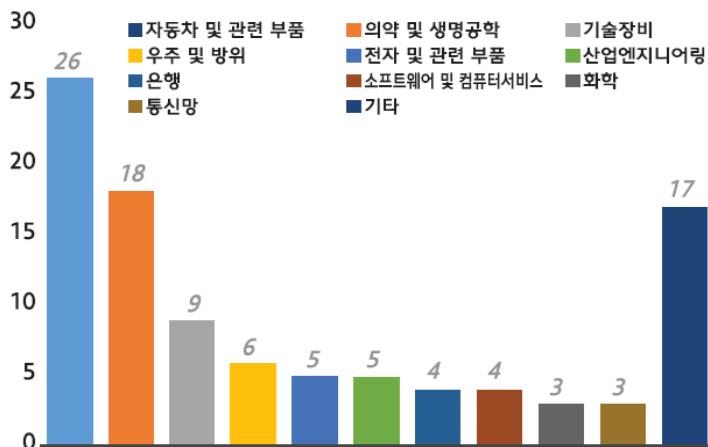
43) 배성현(2018.6), “한국 자동차 부품 기업의 미국 수출 전략 연구”, 경북대학교 대학원, FTA통상학과 경제학 전공, 석사학위논문, p.8.

가. 유럽자동차시장의 동향

유럽은 세계 최초로 자동차를 발명하고 산업화시킨 지역이다. 세계 자동차 산업 내에서 유럽업체들이 차지하는 비중은 매우 크다. 유럽은 19세기 말 자동차가 처음으로 발명되고 산업화 된 곳이다. 20세기 들어 자동차 산업의 주도권이 미국으로 넘어가고 소품종 대량생산방식이 미국에서 개발되면서 유럽의 상대적 위치는 하락하였지만 그래도 유럽은 세계 자동차 시장에서 차지하는 비중이 미국과 맞먹을 정도의 중요성을 가지고 있다.⁴⁴⁾

유럽에서 자동차산업은 GDP의 4%, 고용의 6%, R&D 투자의 26%를 차지하는 핵심 산업이다. 글로벌 금융위기와 재정위기에서 유럽 경제가 점차 회복세를 보이고 있으나, 브렉시트 등 정치적 불확실성이 완전히 가시지 않고 있는 상황이다. 4차 산업혁명 시대를 선도할 자동차 산업의 경쟁력을 확대하기 위해 유럽은 대대적인 투자를 하고 있다. 유럽의 자동차 관련 산업의 고용 인원은 약 1,200만 명으로 추산되며, 자동차 공장 수만 225개이다. 전기자동차, 자율주행 등 미래 자동차 기술개발을 유럽 R&D투자 중 26%를 쏟아 부고 있다. 유럽의 산업 중 가장 경쟁력이 높은 자동차산업의 지속적인 성장과 경쟁력제고를 위해 많은 투자와 정책지원 중이다.

<그림 4-25> 2015년 기준 산업별 유럽 R&D투자 비중



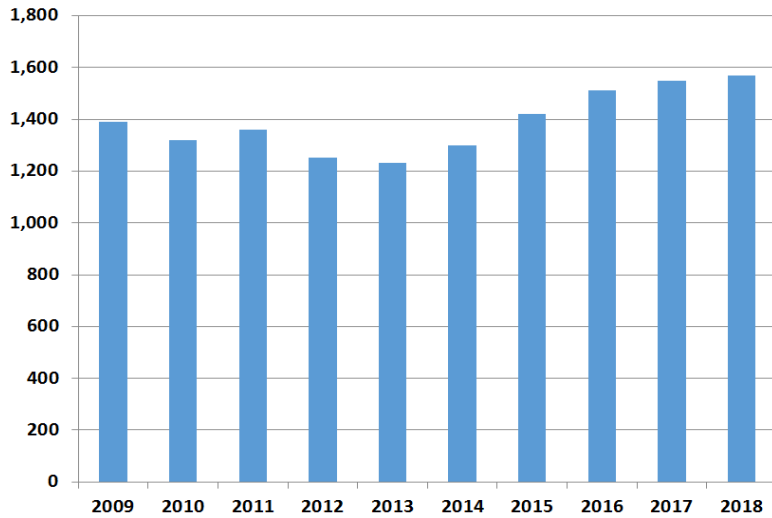
자료: KPMG, 2015.

44) 이강용(2003.5), “유럽 자동차업체의 국제경영전략 - 다임러크라이슬러와 르노를 중심으로-”, 한국무역학회 학술대회, p.306.

2018년 유럽 자동차 시장규모는 2017년 대비 1.3% 증가한 15.7백만 대 전망이다.

<그림 4-26> 유럽 자동차시장 현화 및 전망

(단위: 만대)



자료: ACEA, 전망치는 수출입은행, 2018.

나. 독일의 자동차산업 전망

(1) 소비자 구매력 상승에 따른 전망⁴⁵⁾

브렉시트 결정에도 불구하고 독일의 자동차산업은 저유가, 저금리, 실업률감소 등에 기인한 소비자 구매력 상승으로 꾸준히 강세를 이룰 전망이다.

<표 4-23> 독일의 자동차산업 전망

(단위: 100만대, %)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
생산 대수	6.05	6.21	6.41	6.58	6.73	6.90	7.08
생산 증가율	3.3	2.7	3.1	2.7	2.3	2.5	2.6
판매 대수	3.36	3.54	3.75	3.96	4.17	4.39	4.63
판매 증가율	3.0	5.5	6.0	5.5	5.2	5.3	5.5

45) 브뤼셀지부/KBA Europe(2016.9.6.), “독일의 자동차산업 현황 및 전망”, EU 마켓 리포트 25호, pp.2-4.

주: 승용차 및 상용차 모두 포함
 자료: National sources, BMI, 2016.

(2) 상용차 전망

주로 소매업체를 대상으로 하는 소형 상용차의 판매는 올해 5.5% 증가할 것으로 예상되며 2020년까지 연평균 4.2% 성장할 전망이다. 2016년 상반기 전체 상용차 판매는 2015년 동기 대비 10.6%(소형 상용차 11.2%, 대형트럭 8.7%, 버스/코치 15.6%) 증가하였으며, 6톤 이하 상용차 생산은 0.3%, 수출은 1.0% 증가하였다.

대형트럭의 판매는 2016년 6%, 2020년까지 연평균 3.8% 성장할 전망이다. 가계소비 증가, 이민자나 난민에 대한 추가 예산, 저금리, 주택가격 상승에 따른 투자 증가 등으로 인해 주거용 및 상업용 건설이 활발해지면서 대형트럭의 수요도 증가할 전망이다.

<표 4-24> 독일의 상용차 산업 전망

(단위: 100만대, %)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
생산 대수	449.262	473.904	484.519	497.347	510.250	522.526	534.754
생산 증가율	6.9	5.5	2.2	2.6	2.6	2.4	2.3
판매 대수	319.945	333.729	352.875	367.322	384.173	396.362	407.958
판매 증가율	4.8	4.3	5.7	4.1	4.6	3.2	2.9

자료: National sources, BMI, 2016.

6. 프랑스자동차 시장현황

유럽 자동차 산업의 발전에 가장 중심적인 위치를 차지했던 것이 바로 프랑스였다. 프랑스는 자동차 생산 국가로 자동차 산업이 차지하는 경제 비중은 매우 크며 세계 자동차 산업을 선도하고 있다. 르노자동차는 푸조(Peugeot)나 시트로엥(Citroen)등과와 함께 프랑스 자동차 산업의 대명사이다. 그 중에 르노는 프랑스 자동차 회사 중에서 최대규모이며 프랑스 대기업 중에서도 수위를 다투는 굴지의 기업이다. 르노-니산(Renault-Nissan) 그룹은 2016년에 8,130,050대의 자동차를 생산하였고, 판매량에서도 폭스바겐(Volkswagen), 도요타(Toyota) 다음의 위치를 차지하고 있는 세계 3위 자동차 기업이다. PSA(푸조-시트로엥) 그룹도 3,248,108대의 자동차를 판매한 세계 9위 자동차기업이다. 그러나 2016년에 프랑스는 세계 10대 자

동차 생산대국에도 들지 못할 정도로 프랑스 국내자동차 생산이 감소하였다. 그래도 프랑스 자동차 기업의 전 세계 생산규모는 위축되지 않았다. 프랑스 자동차들이 해외로 생산기지를 급속하게 이전하고 있음을 의미하는 것이다. 일례로, 르노 자동차 전체 생산의 25% 가량만이 현재 프랑스 내에서 이루어지고 있다. 반면에 르노 자동차가 해외에 구축한 생산기지를 통해서 르노자동차의 해외 생산은 증가하고 있다.⁴⁶⁾

프랑스 자동차는 2013년 5.7% 감소 후 2014년부터 증가세로 돌아서 2017년 5월까지 지속 증가하였다. 프랑스 자동차공업연합회(CCFA) 자료에 의하면, 2014년 179만 5885대에서 2015년 191만 7230대로 6.8%증가하였다. 2016년 201만 5186대로 5.1% 증가 후, 2017년 1~5월 90만4344대로 2016년 동기 대비 3.3%증가하였다. 프랑스 브랜드의 시장 점유율은 2013년 53.4%, 2014년 55.3%, 2015년 54.2%, 2016년 54.5%, 2017년 1~5월 54%로 평균 54% 내외 수준 유지하고 있다. 디젤차는 급격히 감소하는 가운데 가솔린 차가 늘고 하이브리드카 및 전기차도 완만한 증가세 지속하고 있다.⁴⁷⁾

46) 안상욱(2017), “프랑스 자동차기업의 생산기지 이전”, 부산외국어대학교, 지중해지역원, 지중해지역연구, 제19권 제2호. p.22.

47) 김영호(2017.6.26.), “프랑스 자동차 시장동향”, 파리무역관, KOTRA, 해외시장뉴스.

제2절 중국 자동차 제조업체의 웹 사이트 품질평가 및 국제 경쟁력 측정

1. 중국 및 세계 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가

가. 중국 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가

중국 4대자동차그룹들의 측정한 결과와 항목별 순위는 아래 <표 4-25>에 제시하였다. 평가는 2018년 9월 11일에 시행하였다. 종합점수에 의한 순위를 살펴보면, 1위는 상해자동차공업그룹회사(上海汽車工業集團公司), 2위는 중국장안자동차그룹유한회사(中國長安汽車集團有限公司), 3위는 중국제일자동차그룹유한회사(中國第一汽車集團有限公司), 동풍자동차회사(東風汽車集團有限公司)는 마지막이다.

<표 4-25> 중국 4대자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가 및 순위

번호	자동차 제조업체	종합점수		접근성		유저들의 만족도		마케팅		기술적인 부분	
		점수	순위	점수	순위	점수	순위	점수	순위	점수	순위
1	동풍자동차 그룹유한회 사	4.1	4	6.9	2	3.1	4	0.5	4	5.0	1
2	상해자동차 공업그룹회 사	6.1	1	7.1	1	4.4	2	4.6	1	5.0	1
3	중국장안자 동차그룹유 한회사	4.4	2	5.7	3	3.4	3	3.3	3	4.0	4
4	중국제일자 동차그룹유 한회사	4.2	3	4.7	4	4.9	1	3.6	2	4.5	3

자료: www.baidu.com 중국 4대자동차그룹, 2018.

나. 한국 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가

한국은 세계 자동차 산업의 역사에서 후발국으로 독자적인 자동차 산업 발전에 유일한 성공한 국가이다. 대표적인 자동차제조업체의 측정된 결과와 항목별 순위는 아래 <표 4-26>에 제시하였다. 평가는 2018년 9월 11일에 시행하였다. 한국자동차들의 종합점수에 의한 순위를 살펴보면, 1위는 현대자동차, 2위는 쌍용자동차, 3위는 GM대우자동차, 4위는 르노삼성자동차, 5위는 기아자동차의 순서였다.

<표 4-26> 한국 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가 및 순위

번호	자동차 제조업체	종합점수		접근성		유저들의 만족도		마케팅		기술적인 부분	
		점수	순위	점수	순위	점수	순위	점수	순위	점수	순위
1	현대자동차	6.8	1	7.2	2	7.5	1	6.8	1	4.2	5
2	쌍용자동차	6.4	2	7.7	1	4.7	3	4.1	4	7.3	1
3	기아자동차	4.6	5	5.0	5	5.2	2	5.9	2	5.0	3
4	GM대우자동차	5.6	3	6.6	3	4.1	4	4.7	3	4.3	4
5	르노삼성자동차	4.8	4	6.4	4	4.0	5	2.7	5	6.8	2

자료: www.bdc.ca, 2018.

다. 일본 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가

일본 대표적인 자동차제조업체의 측정된 결과와 항목별 순위는 아래 <표 4-27>에 제시하였다. 평가는 2018년 9월 11일에 시행하였다. 일본자동차들의 종합점수에 의한 순위를 살펴보면, 1위는 도요타(TOYOTA)자동차, 2위는 혼다(HONDA)자동차, 3위는 마쯔다(MAZDA)자동차, 니산(NISSAN)자동차는 마지막순위였다.

<표 4-27> 일본 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가 및 순위

번호	자동차 제조업체	종합점수		접근성		유저들의 만족도		마케팅		기술적인 부분	
		점수	순위	점수	순위	점수	순위	점수	순위	점수	순위
1	도요타	8.0	1	8.3	2	8.4	1	6.3	1	7.9	1
2	혼다	7.2	2	8.0	3	7.8	2	5.3	2	5.4	4
3	마쯔다	6.9	3	8.5	1	6.4	3	3.9	4	6.3	2
4	니산	6.4	4	7.4	4	5.0	4	4.1	3	5.8	3

자료: www.bdc.ca, 2018.

라. 미국 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가

미국자동차산업의 원조라고 할 수 있는 3대 자동차제조업체 GM과 포드, 크라이슬러다 이 3개 자동차제조업체의 웹 사이트를 평가하고 결과와 항목별 순위는 아래 <표 4-28>에 제시하였다. 평가는 2018년 9월 11일에 시행하였다. 측정한 종합점수에 의한 순위를 살펴보면, 1위는 Ford자동차, 2위는 GM자동차, 3위는 Chrysler자동차의 순서였다.

<표 4-28> 미국 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가 및 순위

번호	자동차 제조업체	종합점수		접근성		유저들의 만족도		마케팅		기술적인 부분	
		점수	순위	점수	순위	점수	순위	점수	순위	점수	순위
1	Ford	7.6	1	8.2	1	8.5	1	6.6	1	5.6	2
2	GM	7.3	2	8.2	1	6.2	2	4.2	3	5.6	2
3	Chrysler	7.0	3	8.0	3	5.9	3	4.6	2	6.1	1

자료: www.bdc.ca, 2018.

마. 독일 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가

독일 자동차제조업체의 측정한 결과와 항목별 순위는 아래 <표 4-29>에 제시하였다. 평가는 2018년 9월 11일에 시행하였다. 종합점수에 의한 순위를 살펴보면, 1위는 Volkswagen자동차, 2위는 Daimler자동차, 3위는 BMW자동차의 순서였다.

<표 4-29> 독일 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가 및 순위

번호	자동차	종합점수		접근성		유저들의 만족도		마케팅		기술적인 부분	
		점수	순위	점수	순위	점수	순위	점수	순위	점수	순위
1	BMW	6.6	3	8.0	3	7.4	1	5.9	2	6.7	2
2	Daimler	7.0	2	8.4	2	6.8	2	6.1	1	5.5	3
3	Volkswagen	7.7	1	9.4	1	5.7	3	4.3	3	8.4	1

자료: www.bdc.ca, 2018.

바. 영국 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가

영국에 JLR(Jaguar&Land Rover)자동차제조업체를 평가한 결과는 아래 <표

4-30>에 제시하였다. 평가는 2018년 9월 11일에 시행하였다.

<표 4-30> 영국 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가

자동차 제조업체	종합점수 점수	접근성 점수	유저들의 만족도점수	마케팅 점수	기술적인 부분점수
JLR	5.1	6.7	4.5	3.2	4.6

자료: www.bdc.ca, 2018.

사. 프랑스 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가

프랑스 자동차제조업체의 측정한 결과와 항목별 순위는 아래 <표 4-31>에 제시하였다. 평가는 2018년 9월 11일에 시행하였다. 종합점수에 의한 순위를 살펴보면, 1위는 PSA자동차, 2위는 시트로엥자동차, 3위는 르노자동차였다.

<표 4-31> 프랑스 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가 및 순위

번호	자동차	종합점수		접근성		유저들의 만족도		마케팅		기술적인 부분	
		점수	순위	점수	순위	점수	순위	점수	순위	점수	순위
1	르노	5.4	3	6.4	3	5.6	3	5.2	2	4.5	3
2	시트로엥	6.4	2	7.3	2	7.5	1	4.5	3	5.9	2
3	PSA	6.8	1	7.6	1	7.3	2	6.5	1	6.2	1

자료: www.bdc.ca, 2018.

아. 이탈리아 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가

이탈리아에 FIAT자동차제조업체를 평가한 결과는 아래 <표 4-32>에 제시하였다. 평가는 2018년 9월 11일에 시행하였다.

<표 4-32> 이탈리아 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가

자동차 제조업체	종합점수 점수	접근성 점수	유저들의 만족도점수	마케팅 점수	기술적인 부분점수
FIAT	8.4	9.1	8.3	6.3	8.0

자료: www.bdc.ca, 2018.

2. 국제경쟁력 측정 및 상관관계분석

가. 중국 자동차 제조업체 웹 사이트 품질측정결과에 의한 국제경쟁력 측정

세계 주요 자동차 제조업체의 웹 사이트를 BDC은행의 웹 사이트에서의 소프트웨어를 통하여 품질평가를 수행하였다. 평가한 결과와 항목별 순위는 아래 <표 4-33>에 제시하였다. 평가는 2018년 9월 11일에 시행하였다. 국제 주요 자동차 제조업체들의 종합점수에 의한 순위를 살펴보면, 1위는 이탈리아에 FIAT(Fabbrica Italiana Automobili Torino)자동차 제조업체, 2위는 일본에 도요타 자동차회사(TOYOTA MOTOR), 3위는 독일에 폭스바겐회사(VOLKSWAGEN), 4위는 미국에 포드 자동차회사(FORD MOTOR), 5위는 미국에 제너럴자동차회사(GENERAL MOTORS)의 순이다. 나머지 자동차 제조업체의 순위는 6위는 혼다 자동차회사(HONDA MOTOR), 7위는 다임러주식회사(DAIMLER), 크라이슬러(CHRYSLER), 9위는 마쓰다 자동차주식회사(MAZDA MOTOR), 10위는 현대 자동차회사(HYUNDAI MOTOR), PSA, 12위는 비엠더블유그룹(BMW GROUP), 13위는 쌍용 자동차회사, نيسان자동차회사(NISSAN MOTOR), 시트로엥, 16위는 상해 자동차그룹(SAIC MOTOR), 17위는 대우자동차, 18위는 르노 자동차회사(RENAULT), 19위는 영국에 JLR, 20위는 르노삼성, 21위는 기아 자동차회사(KIA MOTORS), 22위는 중국 장안 자동차그룹유한회사, 23위는 중국 제일 자동차그룹유한회사(CHINA FAW GROUP), 마지막 동풍 자동차회사(DONGFENG MOTOR)이다.

구체적으로 살펴보면, 접근성 측면에서 1위는 독일에 Volkswagen자동차(9.4점), 2위는 이탈리아에 FIAT자동차(9.1점), 3위는 일본에 마쓰다자동차(8.5점), 4위는 독일에 Daimler자동차(8.4점), 5위는 일본에 도요타자동차(8.3점)였다. 상해 자동차공업그룹회사는 7.1점이며 중국 4대 자동차 제조업체 중에 가장 높은 점수로 나타났지만 측정된 24개 제조업체 중에 16위였다. 나머지 중국 자동차 제조업체는 동풍 자동차회사(6.9점,17위), 장안 자동차그룹유한회사(5.7점,22위), 제일 자동차그룹유한회사(4.7점,24위)의 순서였다.

유저들의 만족도 측면에서 1위는 미국에 Ford자동차(8.5점), 2위는 일본에 도요타자동차(8.4점), 3위는 이탈리아에 FIAT자동차(8.3점), 4위는 일본에 혼다자동차(7.8점), 5위는 한국에 현대자동차(7.5점)였다. 중국 제일자동차그룹유한회사는 4.9점이며 측정된 중국 제조업체 중에 17위였다. 그 다음에 상해 자동차공업그룹회사(4.4점, 20위), 장안 자동차그룹유한회사(3.4점, 23점), 마지막 동풍 자동차회사(3.1점, 24위)의 순서였다.

마케팅 측면에서 1위는 한국 현대자동차(6.8점), 2위는 미국에 Ford자동차(6.6점), 3위는 프랑스 PSA자동차(6.5점), 일본에 도요타자동차(6.3점)와 이탈리아에 FIAT자동차(6.3점)는 4위였다. 중국 자동차 제조업체 중에 상해 자동차공업그룹회사는 4.6점이며 12위였고, 나머지 제일 자동차그룹유한회사(3.6점, 20위), 장안 자동차그룹유한회사(3.3점, 21점), 마지막 동풍 자동차회사(0.5점, 24위)였다.

기술적인 부분 측면에서는 1위는 독일에 Volkswagen자동차(8.4점), 2위는 이탈리아에 FIAT자동차(8.0점), 3위는 일본에 도요타자동차(7.9점), 4위는 한국에 쌍용자동차(7.3점), 5위는 한국에 르노삼성자동차(6.8점)였다. 중국 상해 자동차공업그룹회사(5.0점)와 동풍 자동차회사(5.0점)는 같은 점수 같은 순위였다. 그 다음에 제일 자동차그룹유한회사(4.5점, 20위), 마지막 장안 자동차그룹유한회사(4.0점, 24위)였다.

종합점수는 상해 자동차공업그룹회사는 중국 4대 자동차 제조업체 중에 6.1점이며 측정된 24개 제조업체 중에 16위였다. 나머지 장안 자동차그룹유한회사는 4.4점, 22위, 제일 자동차그룹유한회사는 4.2점, 23위, 동풍 자동차회사는 4.1점 마지막 순위였다. 종합적으로 보면 중국 4대 자동차 제조업체의 접근성, 유저들의 만족도, 마케팅 그리고 기술적인 부분의 점수와 순위가 매우 낮은 편으로 보이고 종합점수 순위는 측정된 24개 자동차 제조업체 중에 거의 마지막 순위로 나타났다. 그러므로 중국 자동차 제조업체의 웹 사이트 품질은 좋지 않다는 판단을 할 수 있다.

<표 4-33> 세계 주요 자동차 제조업체 웹 사이트 품질평가 및 순위

국가	자동차	종합점수		접근성		유저들의 만족도		마케팅		기술적인 부분	
		점수	순위	점수	순위	점수	순위	점수	순위	점수	순위
중국	동풍 자동차회사	4.1	24	6.9	17	3.1	24	0.5	24	5.0	16
	상해자동차공업그룹 회사	6.1	16	7.1	16	4.4	20	4.6	12	5.0	16
	중국장안 자동차그룹 유한회사	4.4	22	5.7	22	3.4	23	3.3	21	4.0	24
	중국제일 자동차그룹 유한회사	4.2	23	4.7	24	4.9	17	3.6	20	4.5	20
한국	현대	6.8	10	7.2	15	7.5	5	6.8	1	4.2	23
	쌍용	6.4	13	7.7	11	4.7	18	4.1	17	7.3	4
	기아	4.6	21	5.0	23	5.2	15	5.9	7	5.0	16
	GM대우	5.6	17	6.6	19	4.1	21	4.7	11	4.3	22
	르노삼성	4.8	20	6.4	20	4.0	22	2.7	23	6.8	5
일본	도요타	8.0	2	8.3	5	8.4	2	6.3	4	7.9	3
	혼다	7.2	6	8.0	8	7.8	4	5.3	9	5.4	15
	마쯔다	6.9	9	8.5	3	6.4	10	3.9	19	6.3	7
	니산	6.4	13	7.4	13	5.0	16	4.1	17	5.8	11
미국	Ford	7.6	4	8.2	6	8.5	1	6.6	2	5.6	12
	GM	7.3	5	8.2	6	6.2	11	4.2	16	5.6	12
	Chrysler	7.0	7	8.0	8	5.9	12	4.6	12	6.1	9
독일	BMW	6.6	12	8.0	8	7.4	7	5.9	7	6.7	6
	Daimler	7.0	7	8.4	4	6.8	9	6.1	6	5.5	14
	Volkswagen	7.7	3	9.4	1	5.7	13	4.3	15	8.4	1
영국	JLR (Jaguar& LandRover)	5.1	19	6.7	18	4.5	19	3.2	22	4.6	19
프랑스	르노	5.4	18	6.4	20	5.6	14	5.2	10	4.5	20
	시트로엥	6.4	13	7.3	14	7.5	5	4.5	14	5.9	10
	PSA	6.8	10	7.6	12	7.3	8	6.5	3	6.2	8
이탈리아	FIAT	8.4	1	9.1	2	8.3	3	6.3	4	8.0	2

자료: BDC은행이 개발한 품질평가 웹 사이트 www.bdc.ca 의 자료를 정리함, 2018.

2018년 10월 BDC은행이 웹 사이트의 품질평가를 측정 한 소프트웨어를 업데이트

하였다. 기준 10점 만점이 100점 만점으로 변경하였고 구체적인 접근성, 유저들의 만족도, 마케팅, 기술적인 부분을 제시 안하고 종합점수만 제시하였다. 그러므로 2017년 포춘 글로벌 500강 기업에 선정된 자동차제조업체를 대상으로 2018년 10월 30일에 그 제조업체들의 웹 사이트를 측정하였다. 측정한 자동차제조업체의 웹 사이트와 웹 사이트 품질평가 종합점수는 아래 <표 4-34>와 같다.

<표 4-34> 자동차 제조업체의 웹 사이트 및 품질평가결과

번호	제조업체	웹 사이트	웹사이트평가 종합점수
1	도요타자동차회사 (TOYOTA MOTOR)	www.toyota-global.com	67
2	폭스바겐회사 (VOLKSWAGEN)	www.volkswagenag.com	67
3	다임러주식회사 (DAIMLER)	www.daimler.com	88
4	제너럴자동차회사 (GENERAL MOTORS)	www.gm.com	79
5	포드자동차회사 (FORD MOTOR)	www.corporate.ford.com	80
6	혼다자동차회사 (HONDA MOTOR)	www.honda.com	84
7	상해자동차그룹유한회사 (SAIC MOTOR)	www.saicmotor.com	49
8	닛산자동차회사 (NISSAN MOTOR)	www.nissan-global.com	78
9	비엠더블유그룹 (BMW GROUP)	www.bmwgroup.com	84
10	동풍자동차회사 (DONGFENG MOTOR)	www.dfmc.com.cn	56

11	현대자동차회사 (HYUNDAI MOTOR)	www.worldwide.hyundai.com	78
12	중국제일자동차그룹유한회사 (CHINA FAW GROUP)	www.faw.com.cn	47
13	베이징자동차그룹 (BEIJING AUTOMOTIVE GROUP)	www.baicgroup.com.cn	56
14	푸조 (PEUGEOT)	www.groupe-psa.com	72
15	르노자동차회사 (RENAULT)	www.group.renault.com	78
16	기아자동차회사 (KIA MOTORS)	www.kia.com	86
17	광저우자동차공업그룹 (GUANGZHOU AUTOMOBILE INDUSTRY GROUP)	www.gagc.com.cn	37
18	인도타타자동차회사 (TATA MOTORS)	www.tatamotors.com	94
19	볼보그룹 (VOLVO)	www.volvogroup.com	81
20	저장지리홀딩스 (ZHEJIANG GEELY HOLDING GROUP)	www.geely.com	59
21	스바루회사 (SUBARU)	www.subaru.co.jp	75
22	마쓰다자동차주식회사 (MAZDA MOTOR)	www.mazda.com	68
23	스즈키자동차 (SUZUKI MOTOR)	www.globalsuzuki.com	71

자료: 財富中文網 www.fortunechina.com 2017년 포춘 글로벌 500강과 캐나다의 BDC은행이 개발한 품질평가 웹 사이트 www.bdc.ca 의 자료를 정리함.

나. 웹 사이트 품질측정결과와 영업수입과 이윤의 상관관계분석

(1) 윌콕슨부호순위검정이론⁴⁸⁾

윌콕슨 부호순위검정은 관측값이 θ_0 보다 크고 작음뿐만 아니라 관측값의 상대적인 크기도 고려하여 검정을 실시하는 방법으로서, 일표본 문제에서 가장 널리 사용되는 비모수적 검정법이다. 윌콕슨 부호순위검정에서는 부호검정에서 적용되는 가정에 더하여 ‘오차항 e 는 0에 대하여 대칭인 분포를 따른다’라는 가정이 필요하다. 윌콕슨 부호순위 통계량은 다음과 같이 정의된다.

step 1. X_i 와 θ_0 의 차를 구한다. 즉,

$$Z_i = X_i - \theta_0$$

step 2. $|Z_1|, |Z_2|, \dots, |Z_n|$ 중에서 $|Z_i|$ 의 순위를 R_i^+ 로 정의한다.

step 3. 다음의 식에 의해 윌콕슨 부호 순위 통계량을 계산한다.

$$W^+ = \sum_{i=1}^n \psi_i R_i^+, \text{ where } \psi_i = \begin{cases} 1, & X_i > \theta_0 \\ 0, & X_i \leq \theta_0 \end{cases}$$

부호검정과 마찬가지로 윌콕슨 부호순위검정 역시 SAS(Statistical Analysis for Social Science)패키지의 PROC UNIVARIATE에서 수행된다.

위의 내용을 알기 쉽게 풀이하면 다음과 같다. 즉, 먼저 윌콕슨의 부호순위검정을 위한 귀무가설과 대립가설은 다음과 같다.⁴⁹⁾

(양측검정의 경우)

귀무가설 H_0 : 두 그룹의 중심위치는 같다.

대립가설 H_1 : 한 그룹의 중심위치는 어긋나 있다.

(단측검정의 경우)

귀무가설 H_0 : 두 그룹의 중심위치는 같다.

대립가설 H_1 : 한 그룹의 중심위치는 오른쪽(왼쪽)으로 어긋나 있다.

48) 박노경(2008), “항만의 효율성을 예측하기 위한 실증적 측정방법 -SMB과 윌콕슨부호순위검정접근-”, 한국항만경제학회지, 제24권 제4호, pp.318-320.

49) 노형진, “한글 SPSS 10.0에 의한 조사방법 및 통계분석”(서울: 형설출판사, 2001), pp.214-217.

윌콕슨의 부호순위검정에서는 앞에서 설명한 바와 같이 먼저 쌍의 차(예측자료와 실제 자료의 차) d 를 구한다. 그리고 차의 절대 값 $|d|$ 에 대해서 작은 쪽부터 순서대로 순위를 매긴다. 또한 순위를 매길 때에 차 d 가 0인 것은 무시한다. 다음에 $d > 0$ 과 $d < 0$ 인 2군으로 나눈다. 그리고 $d > 0$ 인 군에 대한 순위합 T_1 과 $d < 0$ 인 군에 대한 순위합 T_2 를 구한다. T_1 과 T_2 의 작은 쪽을 T 라 하고 데이터의 수(쌍의 수)를 n 이라 하면, 검정통계량 Z 는 다음(식)와 같이 된다.

$$Z = \frac{T - \frac{n(n+1)}{4}}{\sqrt{\frac{n(n+1)(2n+1)}{24}}}$$

p 값은 검정통계량 Z 가 귀무가설하에서 평균이 0, 표준편차가 1인 표준정규분포에 따른다는 것을 이용하여 산출한다.

(2) 자동차 제조업체의 웹 사이트 품질측정결과와 영업수입 및 이윤의 상관관계분석

2017년 포춘(Fortune) 글로벌 500강에 의하여 측정할 자동차제조업체를 선정하였다. 글로벌 500강 기업 중에 자동차제조업체는 총 23개이다. 이 23개 자동차제조업체들의 웹 사이트 품질평가와 영업수입, 이윤의 상관관계 분석하였다.

<표 4-35> 자동차 제조업체의 웹 사이트 품질평가결과와 영업수입 및 이윤

(단위: 백만\$)

번호	제조업체	순위	웹사이트 평가 종합점수	순위	영업수입	순위	이윤	국가	500강
1	도요타자동차회사 (TOYOTA MOTOR)	16	67	1	254,694.00	1	16,899.30	일본	5위
2	폭스바겐회사 (VOLKSWAGEN)	16	67	2	240,263.80	6	5,937.30	독일	6위
3	다임러주식회사 (DAIMLER)	2	88	3	169,483.00	2	9,428.40	독일	17위
4	제너럴자동차회사 (GENERAL MOTORS)	8	79	4	166,380.00	3	9,427.00	미국	18위
5	포드자동차회사 (FORD MOTOR)	7	80	5	151,800.00	10	4,596.00	미국	21위
6	혼다자동차회사 (HONDAMOTOR)	4	84	6	129,198.40	7	5,690.30	일본	29위
7	상해자동차그룹유 한회사 (SAIC MOTOR)	21	49	7	113,860.80	8	4,818.20	중국	41위
8	닛산자동차회사 (NISSANMOTOR)	9	78	8	108,164.10	5	6,123.40	일본	44위
9	비엠더블유그룹 (BMW GROUP)	4	84	9	104,129.70	4	7,589.40	독일	52위
10	동풍자동차회사 (DONGFENG MOTOR)	19	56	10	86,193.50	18	1,415.00	중국	68위
11	현대자동차회사 (HYUNDAI MOTOR)	9	78	11	80,701.40	9	4,659.00	한국	78위
12	중국제일자동차그 룹유한회사 (CHINA FAW GROUP)	22	47	12	64,783.90	13	2,411.30	중국	125위
13	베이징자동차그룹 (BEIJING AUTOMOTIVE GROUP)	19	56	13	61,129.50	20	1,260.60	중국	137위

14	푸조 (PEUGEOT)	13	72	14	59,748.80	15	1,913.10	프랑스	140위
15	르노자동차회사 (RENAULT)	9	78	15	56,666.80	11	3,780.90	프랑스	157위
16	기아자동차회사 (KIA MOTORS)	3	86	16	45,425.00	14	2,373.80	한국	209위
17	광저우자동차 공업그룹 (GUANGZHOU AUTOMOBILE INDUSTRY GROUP)	23	37	17	41,560.40	23	551.90	중국	238위
18	인도타타 자동차회사 (TATA MOTORS)	1	94	18	40,329.20	21	1,111.60	인도	247위
19	볼보그룹 (VOLVO)	6	81	19	35,268.60	16	1,535.80	스웨덴	301위
20	저장지리홀딩스 (ZHEJIANG GEELY HOLDING GROUP)	18	59	20	31,429.80	19	1,265.70	중국	343위
21	스바루회사 (SUBARU)	12	75	21	30,695.50	12	2,605.80	일본	352위
22	마쯔다자동차주식 회사 (MAZDAMOTOR)	15	68	22	29,665.30	22	865.50	일본	367위
23	스즈키자동차 (SUZUKIMOTOR)	14	71	23	29,251.60	17	1,476.20	일본	373위

자료: 財富中文網 www.fortunechina.com, 2017년 포춘 글로벌 500강 순위

웹 사이트 품질순위와 영업수입순위의 상관관계분석은 아래와 같다.

(1) 측정자료의 기술통계량

<표 4-35>에 따른 23개 자동차제조업체들의 순위에 의거한 측정자료의 기술통계량 <표 4-36>과 같고, 월록슨 부호순위검정을 측정한 결과는 다음<표 4-37>, <표 4-38>와 같다. <표 4-37>를 보면 양의순위의 차의 합은 143.50이고, 음의 순위의 차의합은 132.50이었다.

<표 4-36> 측정자료의 기술통계량

	표 본 수	평균	표준편차	최소값	최대값	백분위수		
						25	50(중위수)	75
웹 사이트 품질순위	23	11.739130	6.7904839	1.0000	23.0000	6.000000	12.000000	18.000000
영업수입 순위	23	12.000000	6.7823300	1.0000	23.0000	6.000000	12.000000	18.000000

(2) 윌콕슨 부호순위검정결과(순위)

<표 4-37> 윌콕슨 부호순위검정결과(순위)

자료	구분	표본수	평균순위	순위합
영업수입순위- 웹 사이트 품질순위	음의 순위	10 ^a	13.25	132.50
	양의 순위	13 ^b	11.04	143.50
	등순위	0 ^c		
	전체	23		

- a. 영업수입순위 < 웹 사이트 품질순위
- b. 영업수입순위 > 웹 사이트 품질순위
- c. 영업수입순위 = 웹 사이트 품질순위

<표 4-38> 윌콕슨 부호순위검정결과(검정통계량)

구분	영업수입순위-웹 사이트 품질순위
Z	-0.168 ^b
근사유의확률(양측)	0.867

- a. Wilcoxon 부호순위 검정
- b. 음의 순위를 기준으로

(3) 측정결과를 통한 가설검정

<표 4-38>의 Wilcoxon의 부호순위 검정통계량에 의거하여 가설검정을 해 보면 다음과 같다. 즉, p값이 유의수준보다 훨씬 더 크게 나타났다.

$$p\text{값} = 0.867 > \text{유의수준 } \alpha = 0.05$$

따라서 귀무가설 H_0 는 채택된다. 예측자료와 실제자료의 차이가 있다고 할 수 없다. 즉, 웹 사이트의 품질과 영업수입의 순위에 큰 차이가 없다.

웹 사이트 품질순위와 이윤순위의 상관관계분석은 아래와 같다.

(1) 측정자료의 기술통계량

<표 4-35>에 따른 23개 자동차 제조업체들의 순위에 의거한 측정자료의 기술통계량 <표 4-39>과 같고, 윌콕슨 부호순위검정을 측정한 결과는 다음<표 4-40>, <표 4-41>와 같다. <표 4-40>를 보면 양의순위의 차의 합은 91.50이고, 음의 순위의 차의합은 79.50이었다.

<표 4-39> 측정자료의 기술통계량

	표본수	평균	표준편차	최소값	최대값	백분위수		
						25	50(중위수)	75
웹 사이트 품질순위	23	11.739130	6.7904839	1.0000	23.0000	6.000000	12.000000	18.000000
이윤순위	23	12.000000	6.7823300	1.0000	23.0000	6.000000	12.000000	18.000000

(2) 윌콕슨 부호순위검정결과(순위)

<표 4-40> 윌콕슨 부호순위검정결과(순위)

자료	구분	표본수	평균순위	순위합
이윤순위- 웹 사이트 품질순위	음의 순위	7 ^a	11.36	79.50
	양의 순위	11 ^b	8.32	91.50
	등순위	5 ^c		
	전체	23		

- a. 이윤순위 < 웹 사이트 품질순위
- b. 이윤순위 > 웹 사이트 품질순위
- c. 이윤순위 = 웹 사이트 품질순위

<표 4-41> 윌콕슨 부호순위검정결과(검정통계량)

구분	이윤순위-웹 사이트 품질순위
Z	-0.262 ^b
근사유의확률(양측)	0.794

- a. Wilcoxon 부호순위 검정
- b. 음의 순위를 기준으로

(3) 측정결과를 통한 가설검정

<표 4-41>의 Wilcoxon의 부호순위 검정통계량에 의거하여 가설검정을 해 보면 다음과 같다. 즉, p값이 유의수준보다 훨씬 더 크게 나타났다.

$$p\text{값} = 0.794 > \text{유의수준 } \alpha = 0.05$$

따라서 귀무가설 H_0 는 채택된다. 예측자료와 실제자료의 차이가 있다고 할 수 없다. 즉, 웹 사이트의 품질과 이윤의 순위에 큰 차이가 없다.

제5장 결론

제1절 연구의 결과 및 요약

자동차 산업은 제조업으로서의 국가경제에 미치는 비중이 크면서도 여러 산업과의 연관성, 그 파급력 그리고 고용 창출력이 매우 높은 산업이다. 세계경제에서 차지하는 비중이 매우 높고 자동차 생산 및 판매대국으로 시장잠재력이 매우 큰 중국 시장이 뿐만 아니라 전 세계 자동차제조업체들의 치열한 경쟁하고 있다.

본 연구에서는 중국자동차제조업체의 국제경쟁력측정하기 위한 우선 캐나다의 BDC(Business Development Bank of Canada)가 무료로 제공되고 있는 평가소프트웨어(캐나다의 BDC은행이 개발한 품질평가 웹 사이트 www.bdc.ca)를 이용하여 종합점수, 접근성, 유저들의 만족도, 마케팅, 기술적인 부분 이 5가지 측면에서 전문가의 도움이 없이 세계 주요 자동차제조업체의 웹 사이트를 국가별로 품질평가를 하였다. 중국자동차제조업체의 웹 사이트 품질은 좋지 않다는 결론을 도출하였다.

2018년 10월 BDC은행이 웹 사이트의 품질평가를 측정할 소프트웨어가 업데이트를 하였으며 2017년 포춘지(Fortune) 글로벌 500강(www.fortunechina.com)을 선정된 23개 자동차제조업체의 영업수입 및 이윤의 순위를 정리한 다음에 측정한 자동차 제조업체의 웹 사이트 품질순위결과와 같이 비교하였다. 국제경쟁력을 측정하는데 사용되는 월콕순부호순위검정이론을 바탕으로 제조업체의 웹 사이트 품질순위와 영업수입 및 이윤 비교분석하여 중국 자동차제조업체의 경쟁력을 도출하였다. “가설검정의 모드 결과는 귀무가설을 기각할 수 없는 것”으로 나타났다. 즉, 웹 사이트 품질과 영업수입의 차이가 있다고 할 수 없기 때문에, 웹 사이트 품질이 영업수입을 반영하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 자동차제조업체의 웹 사이트 품질과 영업수입 및 이윤의 순위에 큰 차이가 없다는 결론을 도출하였다. 즉, 제조업체 웹 사이트의 품질을 높을수록 그 업체의 영업수입이나 이윤을 높아진 가능성이 있다고 할 수 있다.

분석결과 중국의 자동차제조업체의 발전은 상승하는 추세지만 자동차 제조업체의 경쟁력은 여전히 낮은 수준에 있음을 알 수 있다. 마지막으로 제시한 정책적인 함의는 중국 자동차 제조업체뿐만 아니라 국제 자동차산업의 전체 웹 사이트의 품질

향상시키고 국제 경쟁력 제고하는데 있어서 도움을 줄 수 있고 중요한 도구가 될 수 있다는 것은 본 연구의 가장 중요한 목적을 될 수 있다.

제2절 정책적 함의

본 연구가 가지고 있는 정책적인 함의는 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서 제시한 캐나다의 BDC은행이 개발한 품질평가 웹 사이트 (www.bdc.ca)는 다른 웹 사이트의 품질을 측정하는데도 한 가지 방법이 될 수 있다.

둘째, 고객이 웹 사이트의 품질을 높이면 고객만족이나 매출연계 가능성이 높아질 수 있으므로 국제자동차회사의 정책입안자나 경영 관리자들은 웹 사이트 품질평가 결과를 참고로 하여 웹 사이트를 사용자 편의 중심으로 세심하게 개편해야만 한다.

셋째, 캐나다의 BDC은행이 개발한 웹 사이트 품질 평가결과를 보면 중국 동풍자동차회사의 종합점수는 4.1점으로 마지막에 랭크되었으며, 그 주된 원인은 접근성(6.9점, 17위), 유저들의 만족도(3.1점, 24위), 마케팅(0.5점, 24위), 기술적인 부분(5.0점, 16위)때문이었다. 따라서 상대적으로 매우 좋은 평가를 받은 이탈리아의 FIAT 자동차회사(8.4점, 1위)와 일본에 토요타 자동차회사(8.0점, 2위)의 웹 사이트 운영과 웹 사이트 시스템을 세심하게 참고하여 개편해야만 한다. 그렇게 되면, 해당 자동차를 구매하려고 하는 고객들에게 좋은 첫 인상을 심어 줄 수 있게 된다. 동풍 자동차회사도 토요타 자동차회사의 웹 사이트를 참고하고 한편 가장 점수가 낮았던 마케팅(0.5점, 24위)부분의 웹 사이트 운영을 개편해야만 한다.

넷째, 자동차의 정책입안자나 경영 관리자들은 자동차의 웹 사이트활용을 높이기 위한 방안으로 캐나다 BDC은행의 웹 사이트 품질 평가결과 낮은 평가를 보인 부분을 집중적으로 보완하는 정책을 시행해야만 한다.

다섯째, 본 논문은 중국자동차뿐만 아니라 국제자동차산업의 전체 웹 사이트의 품질 향상시키는데 있어서 매우 중요한 도구가 될 수 있을 것임을 경각시켜줄 수 있을 것이라는 점에 그 기여도가 있다고 확신한다.

제3절 연구의 한계점 및 향후 연구방향

1. 연구의 한계점

본 연구는 다음과 같은 몇 가지 한계점을 지니고 있으며 이러한 한계점 보완하기 위해 향후 연구방향을 제시하고자 한다.

첫째, 캐나다의 BDC은행이 제공된 웹 사이트 품질 평가도구는 무료이며 자동 웹 사이트 평가로 인해 웹 사이트의 5페이지만 분석하는 것으로 제한된다.

둘째, 평가는 인간이 하는데 이를 자동화해서 사전에 정의된 Checklist로 처리 할 경우 정확하게 웹 사이트를 평가할 수 있는지의 여부를 확인하지 못한 점이다.

셋째, 기존의 평가방법을 웹에서도 똑 같이 적용할 수 있는지 여부, 사이트 내용과 형식에 관한 평가 방법을 이용하지 못하였다.

넷째, 자동차제조업체의 재정수입에 대한 자료의 제약 때문에 더 많은 자동차를 표본으로 하지 못했다는 점이다.

다섯째, 자동차제조업체별 특성을 고려하지 못했다.

여섯째, 실증분석결과와 관련되어 그러한 결과가 발생된 원인을 자동차제조업체 별로 파악하지 못함으로써 의미 있는 시사점을 도출하지 못했다.

일곱째, 소비자들이 자동차를 구매할 때 브랜드 따지는지 아니면 웹 사이트를 보고 구매하는지 그 내용을 고려하지 못하였다.

앞으로 각 계층의 학자들이 다양한 측면에서 중국 자동차제조업체의 국제경쟁력에 대한 연구를 희망한다.

2. 향후 연구 방향

향후에 다음과 같은 연구가 이어진다면 더욱 의미 있는 연구가 될 것이다.

첫째, 본 연구에서는 웹 사이트 품질평가는 제한된 5가지 측면만 측정하였지만, 향후 연구에서는 웹 사이트 품질평가를 좀 더 세분화시켜 연구를 한다면 더 깊이 있는 연구 결과를 얻을 수 있을 것이다.

둘째, 자동차 제조업체 재정수입에 대한 자료의 제약 때문에 23개 제조업체를 선

택하였다. 주요 자동차 제조업체만 선정하였지만 세계 많은 자동차 제조업체 중에 일부이었다. 따라서 실제적인 연구결과를 위해서는 자동차 제조업체의 범위를 더욱 확장하여 연구할 필요성이 있다.

셋째, 제조업체뿐만 아닌 중국 자동차 브랜드에 대한 구체적인 연구가 필요하다.

참고문헌

- 강만기, 최승배(2014), “The Wilcoxon Signed-Rank Fuzzy Test on Rate of Internal Division”, Journal of Korean Institute of Intelligent Systems, Vol.24, No. 6. pp.592-596.
- 김민국(2010), “포털사이트 태도가 배너광고태도, 제조사 웹사이트 만족도 및 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구: 최근 5년 자동차를 구입한 소비자를 중심으로”, 한양대학교 언론정보대학원, 석사학위논문.
- 강아방(2018), “중국 자동차산업의 발전방식과 향후 발전방향 - 한중일 자동차 산업의 비교 -”, 건국대학교 대학원, 국제무역학과, 석사학위논문.
- 구지연(2018), “글로벌 가치사슬에서의 한국 전기전자산업의 국제경쟁력 분석”, 조선대학교 대학원, FTA 비즈니스학과, 석사학위논문.
- 김도연, 박소영, 이호빈, 김유준, 김희철(2017), “미 통상정책 변화에 따른 독일 자동차 업계 동향과 우리에게 주는 시사점”, KOTRA, Global Issue Paper GIP 17-004.
- 김영태(2018), “기계 및 운수장비산업의 수출경쟁력에 대한 연구 -현시비교우위지수와 수입 관세율과의 관계를 중심으로-”, 서강대학교 경제대학원, 국제경제학, 석사학위논문.
- 김정환(2016), “프로축구단 웹사이트의 서비스품질이 브랜드이미지, 고객만족 및 행동의도에 미치는 영향”, 경희대학교 교육대학원, 체육교육전공, 석사학위논문.
- 김국환(2017), “한미 FTA가 우리나라 자동차부품산업에 미치는 영향”, 충남대학교 대학원, 무역학과 FTA 비즈니스 전공, 석사학위논문.
- 김지선(2008), “웹사이트 평가를 통한 국회의원 웹사이트 개선방안에 관한 연구”, 숙명여자대학교 정책·산업대학원, e-비즈니스전공, 석사학위논문.
- 김태윤, 박철용, 김슬기, 김민석, 이우정, 권윤지(2014), “기울기를 이용한 랜덤워크 윌콕슨 부호순위검정”, 한국데이터정보과학회지, 제25권 제6호., pp.1499-1506.
- 김 화(2013), “중국 자동차부품생산업의 국제경쟁력 제고방안에 관한 연구”, 창원대학교 대학원, 국제무역학과, 경제학박사학위논문.
- 노경섭(2014), “제대로 알고 쓰는 논문통계분석 SPSS & AMOS 21”, 서울: 한빛아카데미.

- 남효석(2011), “온라인 여행사 웹 사이트 품질이 구매의사결정 및 구매행동에 미치는 영향 - 보안의식의 조절효과를 중심으로-”, 세종대학교 대학원, 호텔관광경영학과, 박사학위논문.
- 담 영(2017), “해외직접구매에서 서비스 품질과 고객만족에 대한 유통채널 간 비교 연구 - 웹 사이트와 메신저 APP 사용을 기반으로-”, 상명대학교 대학원, 국제통상학과 국제경영학전공, 석사학위논문.
- 라공우, 송진구(2017), “미국시장에 대한 한·중 자동차부품산업의 국제경쟁력에 관한 연구”, 관세학회지 제18권 제4호. pp.257-275.
- 문영인(1995), “월콕스 부호 순위 통계량에 관한 연구”, 단국대학교 대학원, 통계학과, 석사학위논문.
- 문장근(2006), “멀티미디어 웹사이트의 사용성 품질평가”, 동국대학교 대학원, 컴퓨터공학과, 박사학위논문.
- 박경완(2006), “우리나라 자동차업체의 미국시장 점유율확대를 위한 전략 연구 -현대자동차와 기아자동차를 중심으로-”, 한국외국어대학교 경영대학원, 국제통상학과, 석사학위논문.
- 박노경(2008), “항만의 효율성을 예측하기 위한 실증적 측정방법: SBM과 월콕스부호순위검정접근”, 한국항만경제학회지, 제24권 제4호, pp.313-327.
- 박노경(2010), “국내항만투자의 효율성 및 직접 투자규모 예측을 위한 모형개발 및 실증적 적용에 관한 연구”, 한국항만경제학회지, 제26권 제3호, pp.18-41.
- 박명규(2011), “공공기관 인터넷 웹사이트 서비스 품질 측정도구의 개발의 관한 연구”, 전주대학교 대학원, 경영학과, 박사학위논문.
- 박세웅(2018), “DEA를 활용한 국내자동차항만의 효율성 분석”, 중앙대학교 글로벌인적자원개발대학원, 해운물류학과, 석사학위논문.
- 배성현(2018), “한국 자동차 부품 기업의 미국 수출 전략 연구”, 경북대학교 대학원, FTA 통상학과 경제학 전공, 석사학위논문.
- 박찬용(2017), “글로벌 3강과 국제경쟁력 비교분석을 통한 현대·기아차의 추격전략 연구 -일반화된 더블 다이아몬드모델에 의한 비교연구-”, 성균관대학교 일반대학원, 기술경영학과, 박사학위논문.
- 백창재, 송주명, 정하용, 권형기, 명재석, 이소정(2012), “생산 세계화의 다양성 II: 미국·독일·일본 자동차 산업의 비교분석”, 한국정치연구 제21집 제1호. pp.308-331.

- 서 비(2012), “한·중 FTA가 자동차산업에 미치는 영향에 관한 연구”, 숭실대학교 대학원, 무역학과, 석사학위논문.
- 서영돈(2016), “국산차와 수입차의 선호도와 자동차평가기준의 상관관계에 관한 연구”, 고려대학교 기술경영전문대학원, 기술경영학과, 석사학위논문.
- 서영식(2015), “Conjoint 분석을 활용한 중국과 한국 소비자의 자동차 선택속성 선호도와 효용가치에 대한 실증연구”, 부경대학교 대학원, 국제통상물류학과, 경영학박사학위논문.
- 손기석(2017), “르노삼성자동차의 한국시장 성장산와 협력적 노사관계 형성의 핵심 요인 연구: 자동차 산업분야 사례를 중심으로”, 부산대학교 대학원, 미래경영학전공, 석사논문.
- 손원민(2011), “중국 소비자의 자동차 선호도에 관한 실증적 연구”, 순천향대학교 대학원, 국제통상학과, 박사학위논문.
- 송 정(1992), “Wilcoxon 부호순위검정법과 타부호검정법의 검정력과 효율성 비교”, 조선대학교 대학원, 수학과, 석사학위논문.
- 심동선(2017), “웹 접근성 향상을 위한 대체 텍스트 관리방안에 대한 연구”, 고려대학교 컴퓨터정보통신대학원, 소프트웨어공학석사학위논문.
- 안명호, 최재영(2018), “한국 자동차산업의 산업내무역 동태적 변화에 대한 분석: 대 미국과 중국을 중심으로”, 통상정보연구, 제20권 제1호, pp.131-149.
- 안상욱(2017), “프랑스 자동차기업의 생산기지 이전”, 지중해지역연구, 제19권 제2호, pp.21-48.
- 안상욱(2018), “자동차 산업의 생산기지 재편 -프랑스 자동차기업을 중심으로-”, 프랑스학회 『프랑스학연구』 84, pp.195-216.
- 양몽추(2018), “중국소비자의 한국자동차에 대한 고객만족도 및 재구매 의도에 관한 연구 - 현대 및 기아 자동차를 중심으로-”, 한양대학교 대학원, 경영학과, 석사학위논문.
- 오성덕(2017), “중국의 자동차산업 발전과 세계화 전략”, 군산대학교 대학원, 중국학전공, 박사학위논문.
- 왕 웨(2016), “중국산 브랜드의 수출시장 확대에 관한 연구: 한국 소비자들의 자동차 속성 선호도에 관한 컨조인트 분석을 중심으로”, 전북대학교 대학원, 무역학과, 박사학위논문.

- 이민규(2017), “한국 자동차 산업의 특성을 고려한 승용차 생산량 변동요인에 관한 연구”, 인천대학교 동북아물류대학원, 물류학 박사학위논문.
- 이수향(2017), “중국 자동차시장 현황 및 시사점”, 글로벌 이슈, 조사국 중국경제팀.
- 이선영(1999), “국내 100대 기업의 웹사이트 평가에 관한 연구”, 계명대학교 대학원, 경영정보학과, 석사학위논문.
- 이요섭,제현정(2018), “미국의 수입자동차 및 부품 232조 조사개요 및 전망”, KITA 통상리포트, VOL.15.
- 이윤홍예(2016), “중국 운수 서비스 무역의 국제 경쟁력에 대한 연구”, 국민대학교 일반대학원, 국제통상학과 국제무역전공, 석사학위논문.
- 이 정(2012), “중국의 WTO가입 후 한·중 자동차산업 통상 협력 증진방안에 관한 연구”, 수원대학교 대학원, 경영학과, 석사학위논문.
- 이 호(2017), “한·중 자동차 부품산업의 국제경쟁력 분석에 관한 연구”, 제주대학교 대학원, 무역학과, 석사학위논문.
- 임옥동(2017), “중국 항공사 웹 사이트 서비스품질이 고객만족과 재이용의도에 미치는 영향에 관한 연구 -고가와 저가 항공사간의 비교를 중심으로-”, 원광대학교 대학원, 경영학과, 석사학위논문.
- 임조린(2016), “한·중 자동차 산업의 경쟁력 비교 분석 및 대응전략”, 제주대학교 대학원, 무역학과, 석사학위논문.
- 장로사(2018), “취업정보 웹사이트의 만족도와 이용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구 -기술수용모델을 중심으로-”, 중앙대학교 대학원, 문헌정보학과, 박사학위논문.
- 장훈양(2012), “한·중 자동차산업의 국제경쟁력 비교에 관한 연구”, 청운대학교 정보산업대학원, 무역학과, 석사학위논문.
- 전수경(2017), “중국 자동차 산업정책의 효과성 연구: 패널분석을 중심으로”, 한국외국어대학교 대학원, 경제학과, 석사학위논문.
- 정근모(2017), “한·중 무역자유화 진전과 중국자동차 산업의 발전”, 부산대학교 대학원, 무역학과, 석사학위논문.
- 정명기(2011), “독일 자동차기업의 생산의 세계화: VW과 BMW의 사례를 중심으로”, 한독경상학회, 제29권 3호, pp.101-121.
- 정혜경, 고장혁(2011), “국내 자동차 웹사이트의 접근성 평가”, 한국디지털디자인학회, 디지털

디자인학연구, Vol.29.

- 조명화(1998), “Nonparametric two-sample test using wilcoxon signed rank statistic on ranked-set samples: 순위집합표본에서 윌콕슨 부호순위통계량을 이용한 두 표본의 비모수적 검정법”, 부산대학교 대학원, 통계학과, 석사학위논문.
- 조서정(2018), “중국 자동차부품산업의 효율성과 생산성변화 분석: 중국 상장기업을 중심으로”, 신라대학교 일반대학원, 통상경제학과, 박사학위논문.
- 조용근(2017), “웹사이트의 신뢰전이와 모바일 앱의 지속적 사용의도에 관한 연구 -부동산 중개 웹사이트와 모바일 앱을 중심으로-”, 서울과학기술대학교 나노IT디자인 융합대학원, IT디자인융합전공, 디자인학박사 학위논문.
- 진 희(2017), “중국 소비자의 일본 자동차 구매 특징에 관한 연구 -90후 소비자를 중심으로-”, 건국대학교 대학원 국제무역학과, 석사학위논문.
- 짱 한(2016), “현대자동차의 중국 시장 진출 성공원인 분석 -쏘나타와 엘란트라 차종을 중심으로-”, 계명대학교 대학원, 무역학과, 석사학위논문.
- 최성준(2018), “온라인 소매점의 지각된 위험이 소비자의 태도에 미치는 영향 -웹사이트 품질, 소매점 명성, 사회적 책임의 영향-”, 건국대학교 대학원, 경영학과, 박사학위논문.
- 최영아(2003), “사이트 평가를 통한 효과적인 보험회사 웹사이트에 관한 연구”, 이화여자대학교 대학원, 멀티미디어학전공, 석사학위논문.
- 한국무역협회(2018), “최근 미국 경제 및 주요 품목별 시장의 동향과 전망”, 뉴욕지부.
- 한국수출입은행(2017), “자동차산업의 현재와 미래”, 해외경제연구소, 종점보고서.
- 함승우(2013), “우리나라 종합병원 웹사이트 품질평가와 소비자만족”, 인제대학교 대학원, 보건학과, 박사학위논문.
- 호방방(2018), “중국 전기 자동차산업에 관한 연구”, 숭실대학교 대학원, 무역학과, 석사학위논문.
- 홍상수(2017), “일본 자동차산업의 최근 현황 및 향후 전망”, 한국무역협회, 도쿄지부, KITA Market Report.
- KOTRA(2016), “글로벌 자동차기업의 미래시장 대비전략”, Global Market Repotr 16-034.
- WANG CHENGZONG(2016), “중국 자동차산업의 해외진출 방안에 관한 연구”, 세종대학교 대학원, 경제통상학과, 석사학위논문.

기타 참고문헌 및 홈페이지 자료

- 국제무역연구원: <http://iit.kita.net/>
 글로벌자동차산업: https://www.marklines.com/cn/vehicle_sales/
 뉴스핌: <http://www.newspim.com>
 산업연구원 산업통계: <http://www.istans.or.kr>
 세계자동차공업협회: <http://www.oica.net/>
 유럽제조업체협회: <http://www.acea.be>
 웹 접근성 연구소: <http://www.wah.or.kr>
 자동차제조망: <https://www.auto-made.com>
 주간무역 한국무역신문사: <http://www.weeklytrade.co.kr>
 중국국가통계청: <http://www.stats.gov.cn>
 중국자동차공업협회: <http://www.caam.org.cn>
 중국자동차시장 사이트: <http://www.automarket.net.cn>
 캐나다 BDC은행: <http://www.bdc.ca>
 포스코경영연구원: <https://www.posri.re.kr/>
 한국무역협회: <http://www.kita.net/>
 한국산업기술진흥원: <http://www.kiat.or.kr>
 한국자동차산업연구소: <http://kari.hyundai.com>
 한국자동차산업협회: <http://www.kama.or.kr>
 한국정보화진흥원: <http://www.nia.or.kr>
- 財富中文网: www.fortunechina.com
 汽車天下: <http://www.chetx.com>
 盖世汽車資訊: <http://auto.gasgoo.com>

측정한 웹 사이트

1. 도요타자동차: <http://www.toyota-global.com>
2. 폭스바겐회사: <http://www.volkswagenag.com>
3. 다임러주식회사: <http://www.daimler.com>
4. 제너럴자동차회사: <https://www.gm.com>
5. 포드자동차회사: <https://www.corporate.ford.com>
6. 혼다자동차: <http://www.honda.com>
7. 상해자동차그룹유한회사: <http://www.saicmotor.com>
8. 니산자동차회사: <http://www.nissan-global.com>
9. 비엠더블유그룹: <http://www.bmwgroup.com>
10. 동풍자동차회사: <http://www.dfmc.com.cn>
11. 현대자동차회사: <http://worldwide.hyundai.com>
12. 중국제일자동차그룹유한회사: <http://www.faw.com.cn>
13. 베이징자동차그룹: <http://www.baicgroup.com.cn>
14. 푸조: <http://www.groupe-psa.com>
15. 르노자동차회사: <http://group.renault.com>
16. 기아자동차회사: <http://www.kia.com>
17. 광저우자동차공업그룹: <http://www.gagc.com.cn>
18. 인도타타자동차회사: <http://www.tatamotors.com>
19. 볼보그룹: <https://www.volvogroup.com>
20. 저장지리홀딩스: <http://www.geely.com>
21. 스바루회사: <http://www.subaru.co.jp>
22. 마쓰다자동차주식회사: <http://www.mazda.com>
23. 스즈키자동차: <http://www.golbalsuzuki.com>