

박사학위논문

국내 자동차 애프터마켓 활성화
요인에 관한 연구

- 델파이와 AHP를 활용하여 -

2022년

한 성 대 학 교 대 학 원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

홍 용 기

박사학위논문
지도교수 김상봉

국내 자동차 애프터마켓 활성화 요인에 관한 연구

- 델파이와 AHP를 활용하여 -

A Study on the Activation Factors of the
Automotive Aftermarket in Korea

2021년 12월 일

한 성 대 학 교 대 학 원

스마트융합건설링학과

스마트융합건설링전공

홍 용 기

박사학위논문
지도교수 김상봉

국내 자동차 애프터마켓 활성화 요인에 관한 연구

- 델파이와 AHP를 활용하여 -

A Study on the Activation Factors of the
Automotive Aftermarket in Korea

위 논문을 건설팅학 박사학위논문으로 제출함

2021년 12월 일

한 성 대 학 교 대 학 원

스마트융합건설팅학과

스마트융합건설팅전공

홍 용 기

홍용기의 컨설팅학 박사학위논문을 인준함

2021년 12월 일

심사위원장 김 정 렬 (인)

심 사 위 원 유 연 우 (인)

심 사 위 원 전 우 소 (인)

심 사 위 원 김 상 봉 (인)

심 사 위 원 한 충 근 (인)

국 문 초 록

국내 자동차 애프터마켓 활성화 요인에 관한 연구

한 성 대 학 교 대 학 원
스 마 트 용 합 컨 설 텅 학 과
스 마 트 용 합 컨 설 텅 전 공
홍 용 기

정부가 대체부품 인증제도를 법제화하여 2015년부터 시행하였으나 제도가 시행된지 7년이 경과한 지금에도 관련 제도와 시장이 활성화되지 못하고 있는 상황에서, 본 연구는 자동차 및 자동차부품과 관련된 업계의 전문가들을 대상으로 자동차 애프터마켓 활성화 요인을 연구해 보고자 하였다. FGI 및 델파이를 통해 요인을 도출하여 타당도와 신뢰도를 검증하였고, 요인에 대한 실증분석을 실시하였으며, AHP 분석을 통하여 각 요인들에 대한 중요도 순위를 도출하였다. 상관관계분석 결과 모든 요인들 간에는 통계적으로 유의한 정(+)의 상관관계가 나타났으며, 회귀분석에서는 모든 요인들이 종속변수에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. AHP 분석에서 정책 관련 전문가들은 정책과 금융 및 홍보를, 자동차부품 제조업계 전문가들은 시장과 정책 및 지원을, 자동차 부품 유통업계 전문가들은 정책과 시장 및 홍보를 중요한 상위요인으로 평가하였다. 정책, 시장 및 홍보는 세 그룹이 공통적으로 중요하게 평가한 요인으로 나타났고, 이는 자동차 애프터마켓 활성화를 위해서는 정부의 일관성 있는 정책기조 유지가 중요하고, 일반 소비자들에 대하여 대체부품에 대한 지속적인 홍보가 이루어져야

한다는 의미로 해석된다.

하위요인에서, 정책 관련 전문가들이 가장 중요한 요인으로 평가한 수리 부품의 디자인권 문제는 부품시장 활성화를 위해 법 개정이 반드시 필요한 것으로 판단된다. 국내에서 대체부품의 경우 디자인권의 침해를 구성하지 않는다는 내용의 입법을 추진했으나 산업별 이해관계가 첨예하여 아직까지 통과되지 않은 상태이다. 자동차부품 제조업계 전문가들이 가장 중요한 요인으로 평가한 완성차 업체와 부품사간 상생/공정경제 정책 수립 또한 산업별 이해관계가 첨예한 부분으로 정부는 애프터마켓 활성화를 위한 정책 수립에 있어 소비자 편익을 위한 정책기조를 유지하고, 사실상 부품시장을 독점하고 있는 완성차 업계의 대승적인 이해와 양보를 이끌어 내야 할 것이다. 유통업계 전문가들이 가장 중요한 요인으로 평가한 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화는 부품사용의 범위를 확대하고 소비자들이 품질인증부품을 믿고 사용할 수 있는 토대를 마련한다는 측면에서 애프터마켓 활성화를 위한 마중물이 되어줄 것을 기대하는 것으로 생각된다.

자동차 애프터마켓은 2020년 국토교통부가 지정한 10대 중점육성 분야에 포함될 정도로 전후방 산업에 파급효과가 큰 산업이며, 국가 경제의 중요한 부분을 차지하고 있다. 국내 자동차 부품산업은 대부분 국내에서 적기공급이 가능한 공급망과 탄탄한 제조기반이라는 강점을 지니고 있으나, 완성차 중심의 수직계열화된 구조로 인해 부품기업의 독자적인 기술확보가 어렵고, 완성차 산업침체에 따라 연쇄적인 위기에 취약하다는 특성을 지닌다. 부품산업을 활성화하고 글로벌로 나아가기 위해서는 대승적 차원에서 완성차 업계의 양보가 반드시 필요하다. 자동차보험 시장에서 품질인증부품 적용을 확대하기 위해서는 인증대체부품의 수요 측면에서 부품사용시장 중 규모가 가장 큰 자동차보험 사고 처리시장에서 차대차 충돌사고 수리 시 실손보상원칙에 따라 감가상각을 적용하되 인증대체부품을 사용하는 경우는 이에 갈음하는 것으로 표준약관 등을 개정할 필요성이 있다. 또한 자동차부품 제조기업들이 자체적인 경쟁력을 갖추어 거대한 글로벌 자동차 애프터마켓에 진출할 수 있도록 하기 위해서 글로벌 전진기지가 될 수 있는 부품생산 집적시설을 구축해야 할 것으로 판단된다. 자동차부품 수출은 외국의 바이어가 일시에 다양한 부품의 수급을 원하고 단기간

에 대응이 가능한 물류창고의 운영을 권장하므로, 다수의 부품제조사들이 공동으로 생산과 물류에 대응할 수 있는 체계를 구축하여야만 한다.

본 연구는 IMF 이후 국내에 존재하지 않았던 자동차 애프터마켓에 대한 포괄적인 연구를 시도하였고, 자동차 및 자동차부품 관련업계에서 오랜 경험을 쌓아 온 전문가들을 대상으로 현실적이고 생생한 현장의 목소리를 바탕으로 하였으며, 애프터마켓이 활성화될 수 있는 상위요인과 하위요인을 부품산업의 특성에 적합하게 최대한 자세히 도출하고 실증분석을 시도하였다. 연구의 한계 및 향후 과제로는, 이번 연구가 관련업계의 전문가를 대상으로 하여 활성화 요인들을 도출하였으나 활성화에 이르기까지는 아직 요원하고, 연구 진행과정에서 정책을 입안하고 시행하는 정부나 지자체 소속 패널들의 의견은 상대적으로 충분히 반영할 수 없었으며, 타당도와 신뢰도 검증과정에서 제거된 요인들이 연구에 반영되지 못한 점은 못내 아쉽다. 이는 추후의 연구과정에서 보다 많은 패널의 의견 수렴과 다양한 연구방법을 활용하여 애프터마켓 활성화 요인의 추가 개발 등 향후 해결해야 할 과제로 인식된다. 정부의 여러 가지 정책 마련과 시행, 완성차 업계와의 상생협력을 통하여 자동차 부품시장이 활성화되고, 그에 따른 여러 가지 방향에서 국내 자동차 애프터마켓과 관련된 연구들이 다양하고 활발해지기를 기대한다.

【주요어】 애프터마켓, 자동차 애프터마켓, 대체부품 인증제도, 인증대체부품, 품질인증부품, FGI, 델파이, AHP

목 차

| | |
|-----------------------------------|----|
| 제 1 장 서 론 | 1 |
| 제 1 절 연구배경 및 목적 | 1 |
| 1) 연구배경 및 필요성 | 1 |
| 2) 연구목적 | 4 |
| 제 2 절 연구범위 및 방법 | 5 |
| 1) 연구범위 | 5 |
| 2) 연구방법 | 5 |
| | |
| 제 2 장 이론적 배경 | 7 |
| 제 1 절 자동차 애프터마켓의 정의 | 7 |
| 1) 애프터마켓 | 7 |
| 2) 자동차 애프터마켓 | 7 |
| 3) 자동차부품 애프터마켓 | 8 |
| 4) 자동차 애프터마켓의 구조 | 10 |
| 5) 글로벌 자동차 애프터마켓의 시장규모 | 12 |
| 제 2 절 국내 자동차 애프터마켓 현황 | 14 |
| 1) 국내 자동차 및 자동차부품산업 현황 | 14 |
| 2) 대체부품 인증제도 도입 및 시행 | 18 |
| 3) 대체부품 인증제도 추진성과 | 19 |
| 4) 대체부품 인증제도 관련 법·제도 | 20 |
| 제 3 절 글로벌 자동차 애프터마켓 동향 | 24 |
| 1) 북미 자동차 애프터마켓 동향 | 24 |
| 2) 유럽 자동차 애프터마켓 동향 | 26 |
| 3) 중국 자동차 애프터마켓 동향 | 28 |
| 제 4 절 글로벌 자동차부품 의장권 관련 논쟁 | 30 |
| 1) 자동차부품 의장권 관련 논쟁의 쟁점 | 30 |
| 2) 글로벌 주요국의 의장권 관련 법적 논쟁 추이 | 31 |

| | |
|---------------------------|----|
| 제 3 장 연구설계 및 방법 | 35 |
| 제 1 절 연구설계 | 35 |
| 제 2 절 연구방법 | 36 |
| 제 3 절 자료의 수집 및 분석 | 46 |
| 1) 선행 연구자료 조사·분석 | 46 |
| 2) 전문가 FGI | 49 |
| 3) 델파이 1차(개방형) | 51 |
| 4) 델파이 2차(폐쇄형) | 52 |
| 5) AHP 설문조사 | 52 |
| | |
| 제 4 장 연구결과 | 53 |
| 제 1 절 전문가 FGI 및 델파이 | 53 |
| 1) 전문가 FGI | 53 |
| 2) 델파이 1차(개방형) | 60 |
| 3) 델파이 2차(폐쇄형) | 64 |
| 4) 데이터 정제 및 기술통계 | 69 |
| 5) 데이터의 타당도 검증 | 71 |
| 6) 데이터의 신뢰도 확인 | 77 |
| 제 2 절 데이터에 대한 실증분석 | 83 |
| 1) 상관관계분석 | 83 |
| 2) 단순회귀분석 | 84 |
| 3) 다중회귀분석 | 91 |
| 4) 위계적 회귀분석 | 92 |
| 제 3 절 AHP 분석 | 96 |
| 1) 설문항목 확정 | 96 |
| 2) 쌍대비교 설문조사 | 97 |
| 3) 설문지 회수 및 AHP 분석 | 98 |

| | |
|----------------------|-----|
| 제 5 장 결 론 | 118 |
| 제 1 절 연구요약 | 118 |
| 제 2 절 결론 및 시사점 | 130 |
| 1) 연구결론 | 130 |
| 2) 시사점 및 한계 | 137 |
| | |
| 참 고 문 헌 | 140 |
| | |
| 부 록 | 145 |
| | |
| ABSTRACT | 172 |

표 목 차

| | |
|---|----|
| [표 2-1] 글로벌 자동차 애프터마켓 성장규모 추정 | 12 |
| [표 2-2] 전기차로 전환 시 없어지는 자동차부품 | 13 |
| [표 2-3] 자동차부품산업 유발효과 | 15 |
| [표 2-4] 국내 자동차부품 연도별 매출액 추이 | 16 |
| [표 2-5] 국내 완성차 업체별 납품실적 | 17 |
| [표 2-6] 북미 국가별 자동차 생산량 동향 및 전망 | 24 |
| [표 2-7] 북미 국가별 자동차 판매량 동향 및 전망 | 25 |
| [표 2-8] 지역별 가정치 기반 유럽의 Car Parc 증가율 | 26 |
| [표 3-1] 델파이 기법의 분류 | 39 |
| [표 3-2] 응답자 수에 따른 내용타당도 비율(CVR)의 최소값 기준 | 41 |
| [표 3-3] 쌍대비교 행렬의 역수 관계 | 44 |
| [표 3-4] 절대수치에 대한 기본적인 척도기준 | 45 |
| [표 3-5] FGI 참석자의 인구통계학적 특성 | 49 |
| [표 3-6] 델파이 1차 조사기간 및 설문대상자 명단 | 51 |
| [표 4-1] FGI 및 1차 델파이의 하위요인 변동내역 | 60 |
| [표 4-2] 델파이 2차 하위요인 변동내역 | 65 |
| [표 4-3] 델파이 최종 데이터의 기술통계량 | 69 |
| [표 4-4] 요인들 간의 상관관계분석 | 84 |
| [표 4-5] 독립변수(정책)와 종속변수(시장)간 모형요약 | 85 |
| [표 4-6] 독립변수(정책)와 종속변수(시장)간 분산분석 | 85 |
| [표 4-7] 독립변수(정책)와 종속변수(시장)간 계수 | 85 |
| [표 4-8] 독립변수(금융)와 종속변수(시장)간 모형요약 | 86 |
| [표 4-9] 독립변수(금융)와 종속변수(시장)간 분산분석 | 86 |
| [표 4-10] 독립변수(금융)와 종속변수(시장)간 계수 | 86 |
| [표 4-11] 독립변수(문화)와 종속변수(시장)간 모형요약 | 87 |
| [표 4-12] 독립변수(문화)와 종속변수(시장)간 분산분석 | 87 |
| [표 4-13] 독립변수(문화)와 종속변수(시장)간 계수 | 87 |
| [표 4-14] 독립변수(지원)와 종속변수(시장)간 모형요약 | 88 |

| | |
|--------------------------------------|-----|
| [표 4-15] 독립변수(지원)와 종속변수(시장)간 분산분석 | 88 |
| [표 4-16] 독립변수(지원)와 종속변수(시장)간 계수 | 88 |
| [표 4-17] 독립변수(인재)와 종속변수(시장)간 모형요약 | 89 |
| [표 4-18] 독립변수(인재)와 종속변수(시장)간 분산분석 | 89 |
| [표 4-19] 독립변수(인재)와 종속변수(시장)간 계수 | 89 |
| [표 4-20] 독립변수(홍보)와 종속변수(시장)간 모형요약 | 90 |
| [표 4-21] 독립변수(홍보)와 종속변수(시장)간 분산분석 | 90 |
| [표 4-22] 독립변수(홍보)와 종속변수(시장)간 계수 | 90 |
| [표 4-23] 독립변수와 종속변수간 다중회귀분석 모형요약 | 91 |
| [표 4-24] 독립변수와 종속변수간 분산분석 | 91 |
| [표 4-25] 독립변수와 종속변수간 계수 | 92 |
| [표 4-26] 독립변수와 종속변수간 위계적 회귀분석 모형요약 | 93 |
| [표 4-27] 독립변수와 종속변수간 분산분석 | 94 |
| [표 4-28] 독립변수와 종속변수간 계수 | 94 |
| [표 4-29] 확정된 AHP 설문항목 요인 | 96 |
| [표 4-30] AHP 쌍대비교 횃수 산정 | 97 |
| [표 4-31] AHP 설문 응답자의 인구통계학적 특성 | 98 |
| [표 4-32] AHP 응답자별 요인 가중치 및 비일관성 비율 | 99 |
| [표 4-33] 요인의 가중치 및 전체 순위(상위요인별) | 106 |
| [표 4-34] 요인의 가중치 및 전체 순위(하위요인 순위 기준) | 107 |
| [표 4-35] 전문가 집단별 참여인원 수 | 109 |
| [표 4-36] 전문가 집단별 상위요인 중요도 순위비교 | 111 |
| [표 4-37] 정책/제도 전문가의 하위요인 중요도 순위 | 111 |
| [표 4-38] 자동차부품 제조업계 전문가의 하위요인 중요도 순위 | 113 |
| [표 4-39] 자동차부품 유통업계 전문가의 하위요인 중요도 순위 | 114 |
| [표 4-40] 전체 요인에 대한 전문가 집단별 중요도 순위비교 | 116 |
| [표 5-1] 연구단계별 하위요인 변동내역 요약 | 118 |
| [표 5-2] 독립변수와 종속변수간 단순회귀분석 요약 | 119 |
| [표 5-3] 상위요인의 가중치 및 순위 | 121 |

| | |
|---|-----|
| [표 5-4] 전체 하위요인의 가중치 및 중요도 순위 | 122 |
| [표 5-5] 전문가 집단별 상위요인 중요도 순위 및 가중치 비교 | 123 |
| [표 5-6] 전문가 집단별 하위요인 중요도 순위 비교 | 124 |
| [표 5-7] 문화 및 홍보의 하위요인에 대한 전문가 집단별 중요도 | 127 |

그림 목 차

| | |
|--|-----|
| [그림 1-1] 연구방법 및 연구단계의 과정 | 6 |
| [그림 2-1] 자동차 애프터마켓의 범위 | 8 |
| [그림 2-2] 글로벌 자동차 애프터마켓 사례(독일) | 11 |
| [그림 2-3] 우리나라의 자동차 애프터마켓 구조 | 15 |
| [그림 2-4] 국내 자동차부품 유통체계 및 OEM 수직계열구조 | 17 |
| [그림 2-5] 미국 자동차부품별 시장점유율 | 25 |
| [그림 2-6] 애프터마켓의 승인채널 및 IAM 채널구분 개념 | 27 |
| [그림 2-7] 중국 자동차부품 시장 구조 | 28 |
| [그림 2-8] 중국 IAM 부품 유통 구조 | 29 |
| [그림 3-1] 연구 프로세스 | 35 |
| [그림 3-2] 연구와 관련된 계층구조도 | 43 |
| [그림 3-3] Isenberg's 창업생태계 모델 | 50 |
| [그림 4-1] 전문가 FGI 진행 사진 | 53 |
| [그림 4-2] 정책/제도 관련 전문가의 상위요인 중요도 순위 | 109 |
| [그림 4-3] 자동차부품 제조업계 전문가의 상위요인 중요도 순위 | 110 |
| [그림 4-4] 자동차부품 유통업계 전문가의 상위요인 중요도 순위 | 110 |
| [그림 5-1] 자동차 인증대체부품 소비촉진을 위한 업무협약식 | 134 |
| [그림 5-2] 자동차 대체부품 인증지원센터 전경 | 135 |

제 1 장 서 론

제 1 절 연구배경 및 목적

1) 연구배경 및 필요성

자동차산업은 우리나라의 대표적인 주력산업으로 3만 여개의 소재·부품 및 서비스 등 전후방산업 연계가 가장 큰 산업이다. 2018년을 기준으로 자동차 산업은 전체 제조업의 12%를 차지하고 있으며, 우리나라 제조업 부가가치의 9.4%, 제조업 고용의 12%, 총수출의 10.5%를 담당하고 있다(한국수출입은행, 2020). 이와 관련하여 국내 자동차부품 사업체의 수는 2018년 4,591개, 종사자는 25만 7,000명, 생산액은 99조 6,000억원으로 나타났으며, 2014년을 정점으로 감소하고 있는 추세이다. 자동차부품 수출도 '14년을 정점으로 감소하고 있으며, 이는 국내 완성차 업체들의 현지 생산공장 가동률 하락으로 인한 영향과 중국 자동차부품업체의 경쟁력 강화로 현대기아차의 중국 내 사업구조조정이 주요 원인으로 보인다(KEIT, 2020).¹⁾

미국 포드사에서 자동차를 만들어 판매하였을 경우의 수익을 100%로 하면 이 차가 과정을 거쳐 폐차할 때까지의 수익모델은 250%가 된다고 하였는데, 최근에는 이 애프터마켓의 수익구조가 400%까지 증가하였다(김필수, 2006). 현대 경제에서 ‘애프터마켓(After Market, A/M)’이란 물건을 팔고 난 후의 여러 분야를 시장으로 보는 것이다. 주로 애프터서비스(A/S), 수리, 유지/보수가 이에 해당되며 현재는 하나의 산업분야가 되고 있다(임주왕, 2014). 애프터마켓 분야가 본격적으로 주목받기 시작한 것은 2008년 경제위기 이후이며, 신규 설비투자보다는 기존 설비를 유지·보수 및 확장시키는 것에 초점을 맞추기 시작했고, 그 결과 산업설비 분야의 애프터마켓 시장이 두드러지게 발전하여 신제품 시장보다 크게 나타나기도 한다(임주왕, 2014).

1) 자동차산업 패러다임 변화에 따른 부품산업 혁신성 및 정책과제(KEIT, 2020)

일반적으로 자동차 애프터마켓 분야는 자동차부품, 정비, 용품, 보험, 렌트, 리스, 튜닝, 중고차 재생 및 중고부품, 폐차 등을 포함하여 모터스포츠 등 다양한 분야로 나누어지고 이륜차도 포함할 수 있다(김필수, 2006). 자동차는 기본적으로 빈번한 유지보수가 필요하고 부가되는 분야가 많기 때문에 애프터마켓 분야가 활성화되어 있으며, 일반적으로 정비(수리), 용품(소모품), 보험, 튜닝, 렌트/리스, 중고차, 재제조 및 중고부품, 스포츠 관련 미디어 등으로 분류한다(임주왕, 2014). 4차 산업혁명과 자동차와 관련된 기술의 발달에 따라 자동차 애프터마켓은 자동차 수리서비스, 자동차 운행정보 시스템, 차량 내 엔터테인먼트 시스템으로 구성되며, 보다 넓은 의미(광의)로는 주유, 보험, 할부 금융, 세차, 중고차 판매, 리스와 렌트 등도 포함된다(Capgemeni Consulting, 2010).²⁾

자동차부품 애프터마켓은 완성차 업체에서 판매된 차량이 사고 혹은 노후화로 인해 문제가 발생하였을 경우, 차량의 본원적인 기능을 유지하기 위하여 수리(정비) 등에 소요되는 부품이 제조·유통 및 판매되는 시장 전체를 의미한다. 다만, 신차를 생산하기 위한 조립용 부품은 완성차를 생산하기 위한 목적으로 생산라인에 직접 투입되는 부품으로서 애프터마켓에 포함되지 않는다(이경진 et al., 2021). 우리나라의 자동차부품 애프터마켓은 완성차 제조업체 또는 계열 부품공급업체가 공급하는 OEM 부품이 소위 ‘순정품’으로 불리며 자동차부품 시장을 압도적으로 점유하고 있고, 완성차 중심의 수직계열화 심화로 인해 일반 부품제조사의 시장진입 경로가 차단되어 있어, 그로 인한 독점적인 시장구조로 인하여 경쟁이 차단된 국내의 자동차부품 시장에서는 OEM 부품이 Non-OEM 부품에 비해 높은 가격으로 판매되고 있다. 또한, 수입차량이 늘어나며 고가의 OEM 부품 사용으로 수리비와 보험료가 급증하며 국내차량 소비자의 보험료로 수입차량 소비자의 수리비를 보전해 주는 것과 차이가 없다는 사회적인 비판이 제기되기도 하였다(이경진 et al., 2021).

정부는 OEM 부품의 독점구조로 인한 높은 가격과, 수입차량 증가로 인한 보험료 급증 문제의 해결, 소비자의 부품선택권 확대 등의 사회적인 요구에

2) The Aftermarket in the Automotive Industry(Capgemeni Consulting, 2010)

부응하여 2014년 『자동차관리법』을 개정 및 공포하여 2015년 1월 8일부터 자동차 대체부품 인증제도를 시행하였지만, 완성차 업계의 약탈적 지적재산권 등록으로 부품업체들이 사실상 대체부품을 생산하는 것이 불가능해졌다. 그 후 불합리한 점을 개선하고 부품산업을 활성화시키기 위해 대체부품의 경우에는 디자인권의 침해를 구성하지 않는다는 방향으로 『디자인보호법』을 개정하려 하였으나, 산업별 이해관계가 첨예하여 아직까지도 통과되지 않은 상태이다 (김지영·김인철, 2019).

정부는 사회적인 요구와 자동차부품 관련기관들의 노력에 따라, 인증대체부품을 사용했다는 이유로 완성차 업체가 무상 A/S를 거부할 수 없는 법 조항을 명문화 하고, 자동차 정비업자는 소비자가 자동차 수리 시 OEM 부품과 인증대체부품을 선택할 수 있도록 고지의무를 법제화 하였다. 또한 정부는 자동차 수리용 부품에 대한 소비자의 경제부담을 완화하고 선택권을 강화하기 위해 국내 부품사가 제조한 인증부품의 경우에 한하여 보호기간을 제외하는 ‘자동차부품 디자인권 사용 업무협약(MOU)’을 완성차 업체와 부품업체가 체결토록 하였고, 자동차보험 일반약관을 개정하여 소비자가 자동차 보험수리시 인증대체부품을 사용할 수 있고 그 경우 소비자에게 일정한 혜택을 부여하는 내용을 명시하였다(이경진 et al., 2021).

이러한 노력에도 불구하고 국내 자동차 애프터마켓은 활성화되지 못하고 있으며, 완성차 중심의 수직계열화 독과점 생태계 구조로 인하여 비수직계열 일반부품 제조기업의 독자성장은 불가능한 구조이다. 이러한 현실을 감안할 때, 현대·기아차에 의존적인 국내 자동차부품 제조사들의 독자적인 글로벌 자동차 부품 시장 진출 및 확대의 가능성은 매우 희박하며, 전기차 및 자율주행차 등 미래차 산업이 가속화되면서 연구개발비용 가중으로 인한 완성차업체의 각종 비용절감 요구 강화로 기존 공급중인 부품단가의 하락 압력은 더욱 거세질 것으로 전망된다. 이에 자동차 애프터마켓 활성화를 통한 국내 중소 자동차 부품 제조사의 육성전략 수립이 시급한 실정으로 OES 부품시장(Non-OEM, 인증대체부품 포함)의 활성화는 국내 중소 자동차부품 기업의 중·장기적 생존 해결방안이며, 2025년 780조 규모로 성장이 추정되는 글로벌 시장 진출 및 확대의 출발점이라 할 수 있다(이경진 et al., 2021).

2) 연구목적

본 연구의 목적은 대체부품 인증제도가 법제화되어 시행된지 7년이 흐른 지금도 활성화되지 못하고 있는 국내 자동차 애프터마켓에 대하여 원인을 찾고 그에 대한 활성화 요인을 연구하여 도출해 내기 위함이다. 완성차 업계에 대한 종속적인 수직계열화 구조의 산업생태계가 심각한 문제지만 그 외에도 제도 시행에 따른 완성차 업체의 디자인권 등록, ‘순정부품’이라는 용어에 매몰된 일반 소비자의 막연한 신뢰감, 외국과는 다른 자가정비 문화의 부재, 정비업소의 대체부품 권유 기피 등 여러 가지 문제가 혼재되어 있다.

2017년 548조원에서 2025년 780조원으로 성장이 추정되는³⁾ 글로벌 자동차 애프터마켓에 대하여 국내 완성차 대기업 주도의 연간수출액은 2017년 기준 4%에 불과한 수준으로, 일반 부품제조사 경쟁력을 강화시켜 국내 및 글로벌 자동차 애프터마켓 진출 및 확대가 요원하고, 기존의 내연기관 엔진이 전기 및 수소연료 방식으로 변화하고 자율주행 기능이 급격히 발전하는 등 친환경 미래차로의 자동차 트렌드가 급속도로 진전되는 환경에서 국내 자동차 부품업계의 경쟁력을 강화시키고 연관 사업체계로의 변환대응이 절실한 상황이다.

이에 본 연구는 국내 자동차 애프터마켓 활성화를 위해 자동차 및 자동차 부품과 관련된 정부 및 지자체, 자동차부품 제조·생산업계, 자동차보험업계, 자동차부품 유통업계 등의 전문가를 대상으로 하여 애프터마켓 활성화 요인을 연구해 보고자 하였다. 본 연구에서 사용되는 용어와 관련하여, 현재 시행되고 있는 대체부품 인증제도에서는 자동차 애프터마켓의 자동차부품을 ‘대체부품’으로 명시하고 있으나, 본 연구에서는 ‘대체부품’이라는 용어 이외에도 ‘인증부품’, ‘품질인증부품’, ‘인증대체부품’, ‘품질인증대체부품’ 등으로 사용되었으며 모든 단어의 의미는 동일하다는 것을 밝힌다.

3) The Automotive Aftermarket in 2025(Stern Stewart & Co. and QVARTZ, 2018)

제 2 절 연구범위 및 방법

1) 연구범위

본 연구에서는 자동차가 신규로 출고된 이후 사고나 고장 등의 문제가 발생하였을 경우, 자동차의 본원적인 기능을 유지하기 위하여 차량의 수리나 정비 등에 소요되는 자동차부품이 제조·유통되는, 순수한 자동차부품 애프터마켓을 연구범위로 한다. 완성차 조립과정에 투입되는 자동차부품은 애프터마켓에 포함되지 않기 때문에 본 연구에서 제외하며, 폐차되는 차량에서 재사용 목적으로 분해되는 부품이나 재생부품 또한 연구범위에 포함되지 않는다.

언어의 해석적 의미에서 ‘자동차 애프터마켓’에 포함되는 광의의 주유, 보험, 할부금융, 세차, 중고차 판매, 리스와 렌트 등도 본 연구의 범위에는 포함되지 아니하며, 연구 진행과정에서 표현되는 ‘자동차 애프터마켓’은 모두 ‘자동차부품에 대한 애프터마켓’을 의미한다. 또한, 자동차 선진국인 미국이나 유럽 등의 시장규모 등을 제시하는, 본 논문의 자료에서 표현되는 ‘자동차 애프터마켓’은 실질적으로 ‘자동차부품 애프터마켓’의 내용을 의미한다. 여러 문헌을 통하여 확인한 바 해당 국가나 지역에서는 순수한 자동차부품에 해당되는 부문만을 ‘자동차 애프터마켓’으로 다루고 있으며, 본 연구에서도 같다.

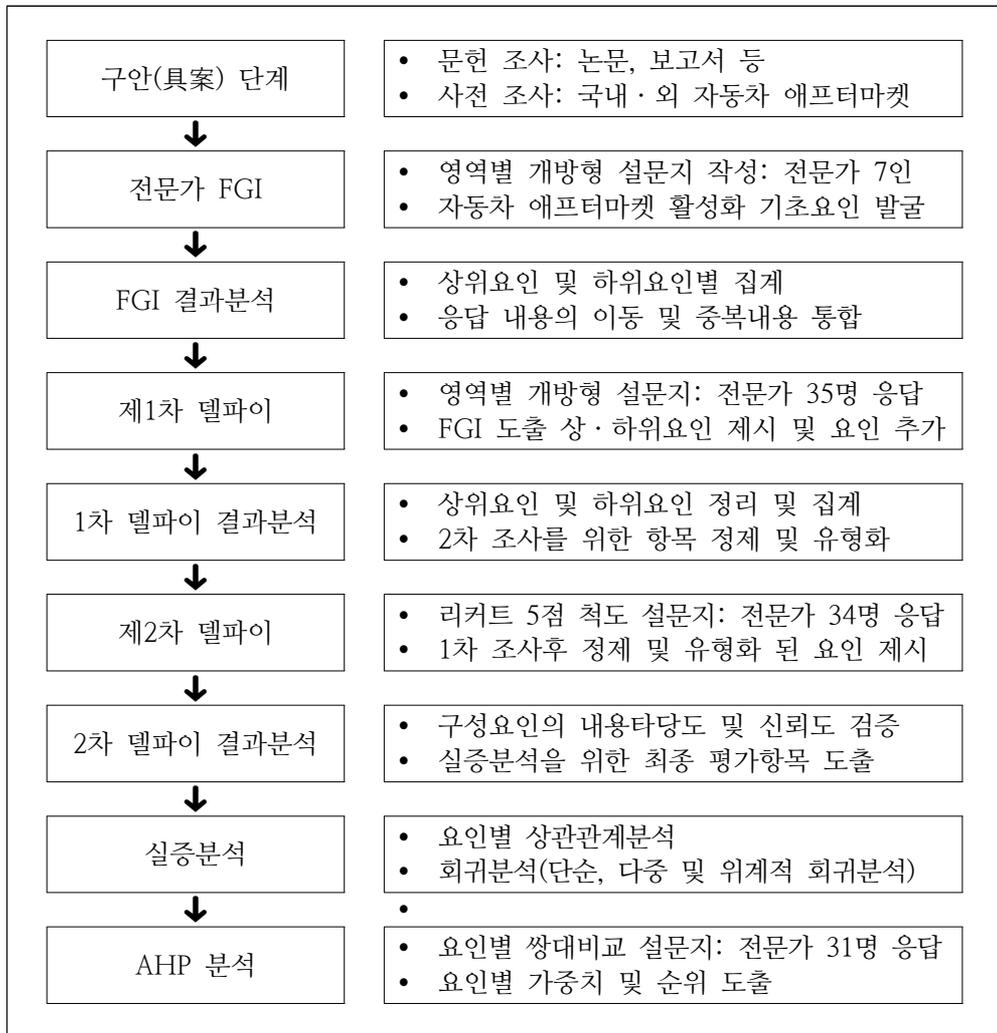
2) 연구방법

본 연구의 방법으로는 자동차 및 자동차부품 전문가들을 대상으로 하는 포커스그룹 인터뷰(Focus Group Interview, FGI), 델파이(Delphi), 상관관계 분석, 회귀분석 및 계층적 의사결정 분석방법(Analytic Hierachy Process, AHP)을 채택하였다. 국내에 자동차 애프터마켓이 존재하지 아니하고 관련된 선행 연구를 찾아보기 힘든 상황에서 관련 업계 전문가들의 도움이 절대적으로 필요하기 때문이다.

구안(具案) 단계에서는 애프터마켓에 대한 문헌과 보고서를 통해 연구방법에 대한 착안점을 구상하였으며, 그 방향에 따라 전문가 FGI를 통하여 국내 자동차 애프터마켓 활성화의 기초 요인을 발굴하였다.

발굴된 기초 요인을 집계하여 1차~2차 델파이를 실시한 후 구성항목에 대한 타당도 및 신뢰도 검증을 거쳐 상위요인과 하위요인을 확정하였으며, 확정된 요인들에 대한 실증분석을 위해 요인들에 대한 상관관계분석과 단순 회귀분석, 다중회귀분석 및 위계적 회귀분석을 실시하였다.

마지막으로, AHP 분석을 통해 요인별 가중치를 부여하고 최종적으로 요인별 중요도 순위를 산정하였으며, 전문가 집단별로 중요도 차이를 분석하였다. 본 연구의 단계와 진행과정은 아래 [그림 1-1]과 같다.



[그림 1-1] 연구방법 및 연구단계의 과정

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 자동차 애프터마켓의 정의

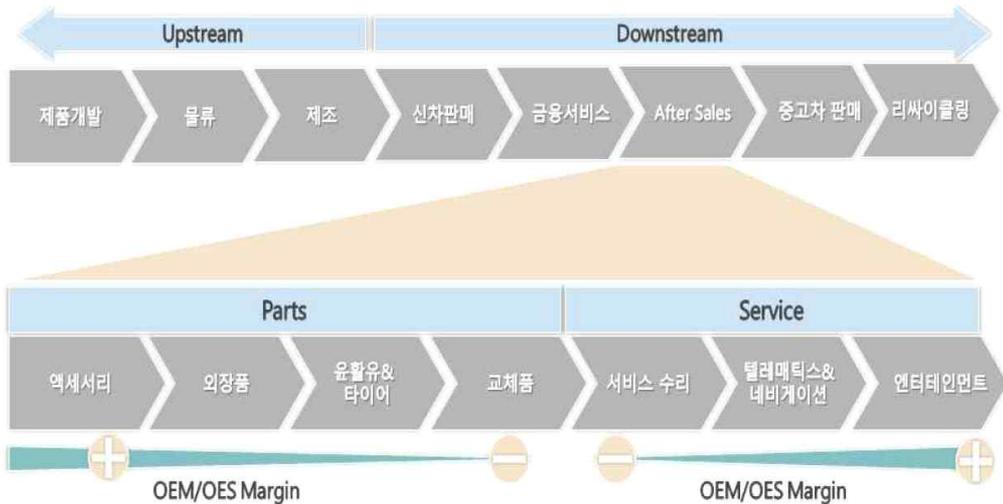
1) 애프터마켓

현대 경제에서 ‘애프터마켓(After Market, A/M)’이란 물건을 팔고 난 후의 여러 분야를 시장으로 보는 것이다. 주로 애프터서비스(After Service, A/S) 및 수리, 유지/보수가 이에 해당되며 현재는 하나의 산업분야가 되고 있다(임주왕, 2014). 애프터마켓 분야가 본격적으로 주목받기 시작한 것은 2008년 경제위기 이후이며, 신규 설비투자보다는 기존 설비를 유지·보수 및 확장시키는 것에 초점을 맞추기 시작했고, 그 결과 산업설비 분야의 애프터마켓 시장이 두드러지게 발전하여 오히려 신제품 시장보다 크게 나타나기도 하였다(임주왕, 2014).

2) 자동차 애프터마켓

미국 포드사에서 자동차를 만들어 판매하였을 경우의 수익을 100%로 하면 이 자동차가 여러 과정을 거쳐 폐차할 때까지의 수익모델은 250%가 된다고 하였고, 최근에는 이 애프터마켓의 수익구조가 400%까지 증가하였다(김필수, 2006). 일반적으로 자동차 애프터마켓 분야는 자동차부품, 정비, 용품, 보험, 렌트, 리스, 튜닝, 중고차 재생 및 중고부품, 폐차 등을 포함하여 모터스포츠 등 다양한 분야로 나누어지고 이륜차도 포함할 수 있다(김필수, 2006). 자동차는 기본적으로 빈번한 유지보수가 필요하고 부가되는 분야가 많기 때문에 애프터마켓 분야가 활성화되어 있으며, 일반적으로 정비(수리), 용품(소모품), 보험, 튜닝, 렌트/리스, 중고차, 재제조 및 중고부품, 스포츠 관련 미디어 등으로 분류한다(임주왕, 2014).

4차 산업혁명과 자동차 관련 기술의 발달에 따라 자동차 애프터마켓은 [그림 2-1]과 같이 자동차 수리서비스, 자동차 운행정보시스템 및 차량 내 엔터테인먼트 시스템으로 구성되며, 가장 넓은 의미(최광의)로는 주유나 보험, 할부금융, 세차, 중고차 판매, 리스/렌트 등 자동차와 관련된 모든 비즈니스 영역이 포함된다(Capgemeni Consulting, 2010).⁴⁾



[그림 2-1] 자동차 애프터마켓의 범위

※출처: The Aftermarket in the Automotive Industry

3) 자동차부품 애프터마켓

자동차부품 애프터마켓은 완성차 제조업체에서 판매되어 출고된 차량이 사고 혹은 노후화로 인해 문제가 발생하였을 경우에 차량의 본원적 기능을 유지하기 위하여 수리나 정비 등에 소요되는 부품이 제조·유통 및 판매되는 시장 전체를 의미한다. 다만, 신차 조립용 부품은 완성차를 생산하기 위한 목적으로 생산라인에 직접 투입되는 부품으로서 이 부품과 관련된 시장은 애프터마켓에 포함되지 않는다(이경진 et al., 2021).

자동차관리법 등에 의하면⁵⁾, 자동차 ‘인증대체부품’에서 대체부품은 완성차

4) The Aftermarket in the Automotive Industry(Capgemeni Consulting, 2010)

제조업체에서 출고된 자동차에 장착된 부품을 대체하여 사용할 수 있는 부품을 말하며, 인증대체부품은 정부가 지정한 기관으로부터 성능 및 품질을 인증받은 대체부품을 말한다. 인증대체부품은 자동차 정비용 부품으로서 차량의 본원적인 기능을 유지하기 위한 외장부품, 등화부품, 기능성 및 소모성 부품으로 자동차의 안전과 직접적인 관련성이 적은 부품으로 한정된다(자동차관리법, 자동차 및 자동차부품의 인증 및 조사 등에 관한 규정).

자동차부품 애프터마켓과 관련된 연구를 살펴보면, 자동차 판매 후 운행 중 필요로 하는 부품을 애프터마켓 부품이라 하고 소모품, 사고 교체부품(crash part), 내구 교체부품 등으로 분류할 수 있으며, 자동차용 헤드램프는 완성차 판매처에서 공급하는 순정부품과 비순정부품이 부품시장에서 판매되고 있다(이동규 et al, 2018). 국내에서는 비순정부품의 규제 및 인식 문제로 순정부품 위주로 판매되고 있으나, 미국 등 여러 나라에서는 순정부품이 30%, 비순정부품과 유사부품이 70%를 차지하고 있는 실정이다(이동규 et al, 2018). 현재 헤드램프 애프터마켓 부품은 대만 부품업체 등이 대부분의 시장을 장악하고 있으며, 우수한 한국제품 공급에 대한 요청이 증가하고 있는 추세이다(이동규 et al, 2018).

국내에서는 흔히 ‘순정품’이라고 하여 완성차 업체 및 완성차 관련업체가 제공하는 OE용 제품을 흔히 볼 수 있다(김병호, 2014). 완성차 업체의 강력한 마케팅을 바탕으로 하여, 국내 대다수의 시장을 차지하고 있으며, 소비자들 역시 OE용 제품에 대한 품질신뢰를 기반으로 구매를 하고 있지만 세계 전체의 시장을 볼 때, OE용 부품 이외에 합리적인 가격과 실용성 있는 품질을 갖춘 애프터마켓용 부품 시장이 활성화되어 있다(김병호, 2014). 애프터마켓용 부품 시장 수요는 꾸준히 증가 추세이고, 일부 국가에서는 이미 OE 수요를 넘어선 상태이다(김병호, 2014). 한국 자동차 메이커의 글로벌 성공에 힘입어 한국산 자동차 부품의 이미지가 향상된 지금, 적절한 품질과 가격 경쟁력을 갖춘 영세 업체들이 글로벌 애프터마켓 시장을 공략할 수 있도록 적극적인 지원이 필요하다(김병호, 2014).

5) 자동차관리법, 자동차 및 자동차부품의 인증 및 조사 등에 관한 규정

언어적인 의미의 해석에서 ‘자동차 애프터마켓’과 ‘자동차부품 애프터마켓’은 서로 다르지만, 실질적인 비즈니스적인 차원에서는 ‘자동차부품 애프터마켓’이 ‘자동차 애프터마켓’에 포함되며, ‘자동차 애프터마켓’ 또한 자동차 애프터마켓용 부품의 제조·생산 및 판매·유통시장만을 의미한다.

자동차 애프터마켓 부품은 제조 및 유통경로에 따라 다음과 같이 크게 3가지 범주로 구분할 수 있다.

가) OEM(Original Equipment Manufacturing) 부품

- 완성차 제조업체가 부품 제조업체로부터 납품받아 직영대리점 및 A/S 센터를 통해 공급하는 제품(일명 순정품)

나) OES(Original Equipment Supplier) 부품

- 완성차 업체의 공식 부품업체로 지정받은 부품제조업체(Bosch, Hella 등)에서 제작하여 완성차 업체를 통하지 않고 독자적인 유통망을 통하여 판매하는 부품으로, OEM 제품과 동일한 공장에서 생산되어 품질과 기능상의 차이가 없음

다) 인증대체부품(Non-OEM)

- 완성차 업체에 부품을 납품하지 않는 일반 자동차부품 제조업체가 독자적으로 부품을 제조하여 시장에 공급하는 제품⁶⁾

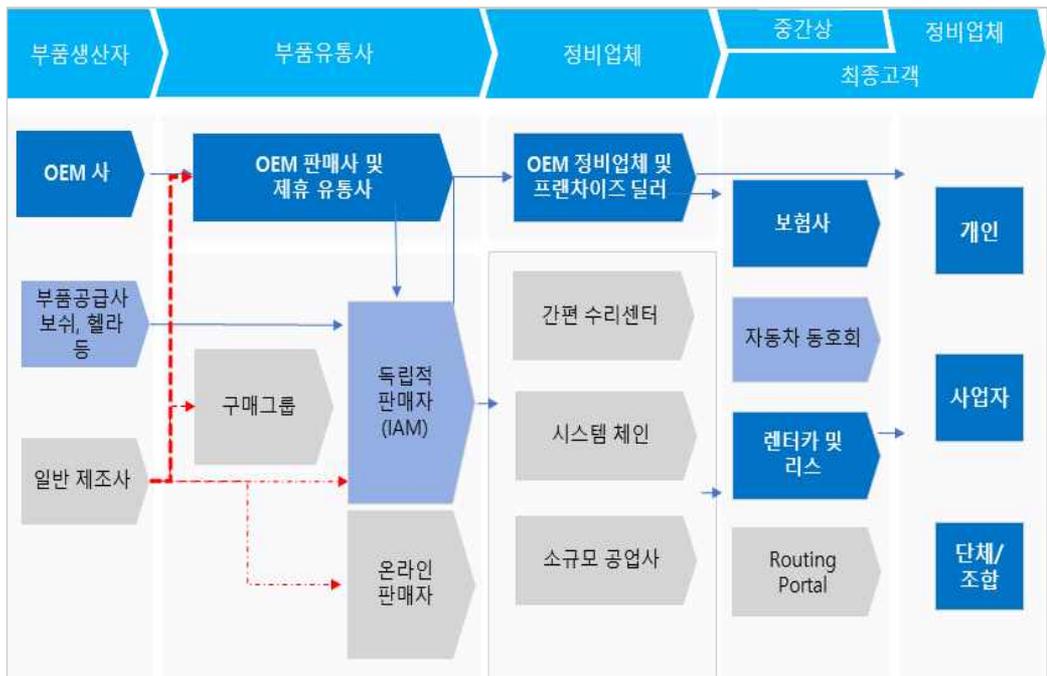
4) 자동차 애프터마켓의 구조

자동차 애프터마켓의 구조적인 측면에서 글로벌 자동차 애프터마켓은 일반 자동차부품 제조사의 부품시장 진입경로가 개방되어 있어 OEM 유통사, 구매그룹, 독립적 판매자, 온라인 판매 등이 가능하다. 이에 따라 Bosch나 Hella와 같은 글로벌 부품생산 및 유통경쟁력을 보유한 글로벌 부품기업들이 독립적으로 성장할 수 있는 산업의 생태계가 조성되어 있다. 글로벌 자동차

6) 미국의 경우 보험사 및 정비업체 등이 공동으로 설립한 비영리 민간기구인 자동차부품인증협회(Certified Automotive Parts Association, CAPA)에서 안전과 무관한 Non-OEM 부품에 대하여 품질인증 실시

애프터마켓은 [그림 2-2]의 독일 사례와 같이 OEM 연관 네트워크와 독립적 애프터마켓⁷⁾ 등 크게 두 그룹으로 구분되며, 세부적으로는 아래 내용과 같이 분류할 수 있다(McKinsey, 2018).

- 가) 부품생산자: OEM 사, OES 사, 일반 제조사로 구분
- 나) 부품유통업체: OEM연관 유통사, 구매그룹, 독립적 판매자, 온라인 판매자 등으로 구분
- 다) 정비업체: OEM 관계 정비업체 및 프랜차이즈 딜러, 간편 수리센터(정비 공장), 시스템 체인, 소규모 공업사 등
- 라) 중개자(중간상)
- 마) 최종소비자(고객)



[그림 2-2] 글로벌 자동차 애프터마켓 사례(독일)

※출처: The automotive aftermarket in 2030(McKinsey, 2018)

7) Independent After Market(IAM) : 독립적인 판매채널을 의미

5) 글로벌 자동차 애프터마켓의 시장규모

글로벌 자동차 애프터마켓 시장규모는 [표 2-1]과 같이 2017년 548조원에서 2025년 780조원으로 CAGR(Compound Annual Growth Rate, 연평균 복합성장률) 4.5% 성장하는 것으로 추정된다(Stern Stewart & Co. and QVARTZ, 2018).⁸⁾

[표 2-1] 글로벌 자동차 애프터마켓 성장규모 추정

| 지역 | '17년말 시장규모(조원) | 성장률(%) | '25년말 시장규모(조원) |
|---------------|----------------|------------|----------------|
| 북미 | 186 | 3.2 | 240 |
| 남미 | 61 | 1.9 | 70 |
| 서유럽 | 117 | 2.3 | 141 |
| 동유럽 | 52 | 5.7 | 81 |
| 아시아 | 118 | 8.6 | 229 |
| 아프리카 및 중동 | 14 | 4 | 19 |
| 글로벌 전체 | 548 | 4.5 | 780 |

※출처: Stern Stewart & Co. and QVARTZ, 2018

글로벌 자동차 애프터마켓에 대한 국내 완성차 대기업 주도의 연간 수출 금액은 2017년 21조 9,387억원으로 전체 시장규모 대비 4%에 불과한 수준이며, 이런 상황에 비추어 볼 때, 국내 대체부품 제조기업의 메인 타겟(Main Target)은 국내 완성차 기업의 수직계열화 공급사슬로의 진입이 아닌 국내 및 글로벌 자동차 애프터마켓 진출 및 확대에 있다(이경진 et al., 2021).

최근 자동차 관련 산업은 친환경 미래차로 기존 내연기관 엔진이 전기 및 수소연료 방식으로 변화하고, 자율주행 기능으로 자동차의 두뇌가 변화하는 등 글로벌 자동차 시장의 뉴노멀시대 진입, 기후변화에 따른 탄소중립, ICT

8) The Automotive Aftermarket in 2025(Stern Stewart & Co. and QVARTZ, 2018)

기술발전 등의 환경변화에 따라 내연기관 중심의 패러다임이 전기차 및 자율주행차 중심으로 급격하게 변화하고 있다(한국수출입은행, 2020).⁹⁾ 미국과 EU 등 선진국을 중심으로 친환경차 보급 확대 정책을 발표하고 주요 자동차 기업 또한 전기차, 수소차 등 개발에 박차를 가하면서 패러다임 변화가 급속도로 진전되고 있다.¹⁰⁾

또한, 자동차의 개념이 교통 및 이동수단에서 움직이는 IT Device로 변화되면서 전반적인 자동차업계의 산업 밸류체인 변화가 불가피하며, 전기동력화에 따라 국내 자동차 부품업체의 30%가 연관사업체계로의 변환대응이 필요할 것으로 판단된다(이경진 et al., 2021).

한국 자동차부품산업의 경쟁력 분석과 대응방안에 의하면, 내연기관 중심 부품산업의 위축은 불가피하며 [표 2-2]와 같이 현재의 자동차부품 3만 개중 1.1만 개(37%)가 사라질 전망이다(박선후, 2018).

[표 2-2] 전기차로 전환 시 없어지는 자동차부품

| 구분 | 가솔린차 부품(A) | 필요없는 부품(B) | 사라지는 부품(A/B) |
|-----------|------------|------------|--------------|
| 엔진부품 | 6,900 | 6,900 | 100% |
| 구동·전달부품 | 5,700 | 2,100 | 37% |
| 차제부품 | 4,500 | 0 | - |
| 현가 및 제동부품 | 4,500 | 0 | - |
| 전장품 | 3,000 | 2,100 | 70% |
| 기타 | 5,400 | 0 | - |
| 합계 | 30,000개 | 11,000개 | 37% |

※출처: 일본자동차부품공업회, 박선후(2018) 재인용

9) 뉴딜산업 분석보고서 ‘패러다임 변화를 맞이하고 있는 자동차산업’(한국수출입은행, 2020)

10) KOTRA(<https://news.kotra.or.kr/user/globalAllBbs/kotranews/album/2/globalBbsDataAllView.do?dataIdx=188670>), 검색 일 2021. 08. 13.

제 2 절 국내 자동차 애프터마켓 현황

1) 국내 자동차 및 자동차부품산업 현황

자동차 산업은 우리나라의 대표 주력산업으로, 3만 여개의 소재·부품 및 서비스 등 전후방산업 연계가 가장 큰 산업이다. 2018년을 기준으로 자동차 산업은 전체 제조업의 12%를 차지하고 있으며, 우리나라 제조업 부가가치의 9.4%, 제조업 고용의 12%, 총수출의 10.5%를 담당하고 있다(한국수출입은행, 2020). 2018년 자동차부품 관련 사업체 수는 4,591개, 종사자는 25만 7,000명, 생산액은 99조 6,000억원으로 나타났으며, 2014년을 정점으로 감소하고 있는 추세이다. 자동차부품 수출도 2014년을 정점으로 감소하고 있으며, 이는 국내 완성차 업체들의 현지 생산공장 가동률 하락으로 인한 영향과 중국 자동차부품업체의 경쟁력 강화로 현대기아차의 중국 내 사업구조조정이 주요 원인으로 보인다(KEIT, 2020).¹¹⁾ 코로나19 사태로 2020년 기준 완성차 제조량은 350만대 수준으로 하락하였는바, 이는 2004년 347만대 최저 생산기록 이후 16년 만에 가장 적은 생산대수를 기록하였다(연선옥, 2021).¹²⁾

한국은행 통계자료에 의하면 자동차부품산업의 생산유발계수¹³⁾는 2.565로 제조업의 1.887보다 높고, 전후방 연쇄효과에 있어서도 전방연쇄효과를 나타내는 감응도계수¹⁴⁾는 2.254, 후방연쇄효과를 나타내는 영향력계수¹⁵⁾는 1.332로 제조업의 1.982 및 0.976보다 높다. 취업 및 고용유발계수¹⁶⁾도 각각 9.769, 8.086으로 제조업 평균 6.179, 4.673보다 높다(한국은행, 2018).

11) 자동차산업 패러다임 변화에 따른 부품산업 혁신성 및 정책과제(KEIT, 2020)

12) 연선옥, “[위기의한국차]①현대차·기아의내수독주 후혁신의싹 잘랐다”, biz.chosun.com, 2021. 1. 20 (https://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2021/01/28/2021012802522.html). 검색일 2021. 07. 20.

13) 자동차부품 최종수요가 1단위 발생할 때 이를 충족하기 위해 자동차부품산업을 포함한 모든 산업에서 직·간접적으로 유발되는 생산액의 크기

14) 모든 산업부문의 생산물에 대한 최종수요가 각각 1단위 증가하였을 때 자동차부품산업에서의 생산을 전산업 평균에 대한 상대적 크기로 나타낸 계수로 전방연쇄효과를 나타냄

15) 자동차부품 수요에 의해 전산업에서 유발된 생산을 전산업 평균에 대한 상대적 크기로 나타낸 계수로 후방연쇄효과를 나타냄

16) 취업(고용)유발계수는 산출액 10억원 생산에 소요되는 취업자수(임금근로자수)를 의미하며, 취업자수는 임금근로자와 무급가족종사자 및 자영업자를 포함

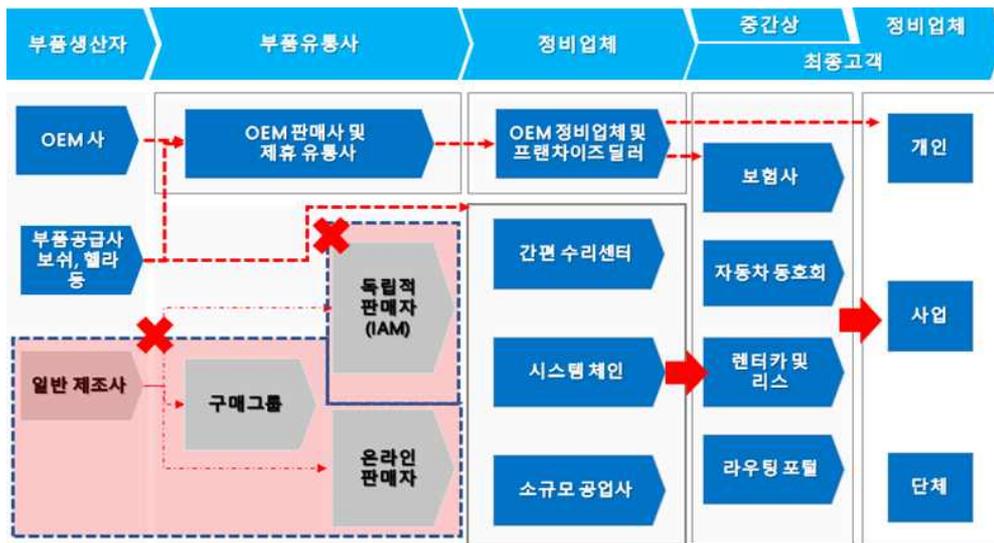
[표 2-3] 자동차부품산업 유발효과

| 구분 | 자동차부품산업* | 제조업** |
|--------|----------|-------|
| 생산유발계수 | 2.565 | 1.887 |
| 감응도계수 | 2.254 | 1.982 |
| 영향력계수 | 1.332 | 0.976 |

* 투입산출표 소분류 기준

** 투입산출표 공산품 기준

한편, 국내의 자동차 애프터마켓은 [그림 2-3]과 같이 완성차 제조업체 또는 계열부품 공급업체가 공급하는 OEM 부품이 소위 ‘순정부품’으로 불리면서 자동차부품 시장을 압도적으로 점유하고 있다. 완성차 중심의 수직계열화 심화로 인하여 일반 부품제조사의 시장진입 경로는 차단되어 있으며, 독점적인 시장구조로 인하여 경쟁이 차단된 국내 자동차부품 시장에서는 OEM 부품이 Non-OEM 부품에 비해 높은 가격으로 판매되고 있다. 또한 수입 차량이 늘어나면서 고가의 OEM 부품 사용으로 수리비와 보험료가 급증하며 국내 차량 소비자의 자동차보험료로 수입차량 소비자의 수리비를 보전해 주는 것과 다름이 없다는 사회적인 비판이 제기되기도 하였다(이경진 et al., 2021).



[그림 2-3] 우리나라의 자동차 애프터마켓 구조

※출처: The automotive aftermarket in 2030(McKinsey, 2018)

가) 국내 자동차부품 산업계의 현대차 그룹 의존도 심화

2020년 국내 자동차부품 산업계의 매출액은 [표 2-4]에서 보듯이 전년 대비 4.2% 감소한 73조원으로 OEM 부품 50.9조(69.8%), 보수용 3.6조(4.9%), 수출 18.5조(25.3%)의 분포를 보이고 있다.

우리나라의 자동차 애프터마켓은 완성차 수직계열화 독과점 생태계로서 비수직계열 구조의 일반부품 제조기업의 독자성장이 불가능한 구조이며, IMF 사태로 인해 현대차와 기아차의 합병으로부터 형성된 독과점 체제가 20년간 지속되어 국내 중소부품사들은 완성차 업체에 종속된 사업구조로 독자 성장이 어렵다. 국내의 자동차 부품업체의 매출 중 현대·기아차 그룹 관련 납품은 [표 2-5]와 같이 2020년 기준 전체의 88%로 나타나 전년도의 85%에 비해 3% 포인트 증가하였으며, 다른 완성차 업체의 부진에 따라 그 의존도는 더욱 심화되고 있는 실정이다(이경진 et al., 2021).

[표 2-4] 국내 자동차부품 연도별 매출액 추이

| 구분 | 매출실적(억원) | | | | 증감률(%) |
|-------|----------|--------|---------|---------|--------|
| | OEM | A/S* | 수출 | 합계 | |
| 2013년 | 507,352 | 30,441 | 224,469 | 762,262 | 0.7 |
| 2014년 | 519,993 | 31,200 | 229,992 | 781,185 | 2.5 |
| 2015년 | 484,810 | 33,937 | 233,834 | 752,581 | -3.7 |
| 2016년 | 466,784 | 32,675 | 259,511 | 758,970 | 0.8 |
| 2017년 | 472,985 | 33,109 | 220,843 | 726,937 | -4.2 |
| 2018년 | 467,190 | 32,708 | 214,525 | 714,423 | -1.7 |
| 2019년 | 506,312 | 35,442 | 219,387 | 761,141 | 6.5 |
| 2020년 | 509,089 | 35,636 | 184,808 | 729,533 | -4.2 |

* A/S용은 1차 협력업체만을 대상으로 추정된 실적으로 타이어, 배터리 등 별도의 유통구조를 가진 품목은 제외¹⁷⁾

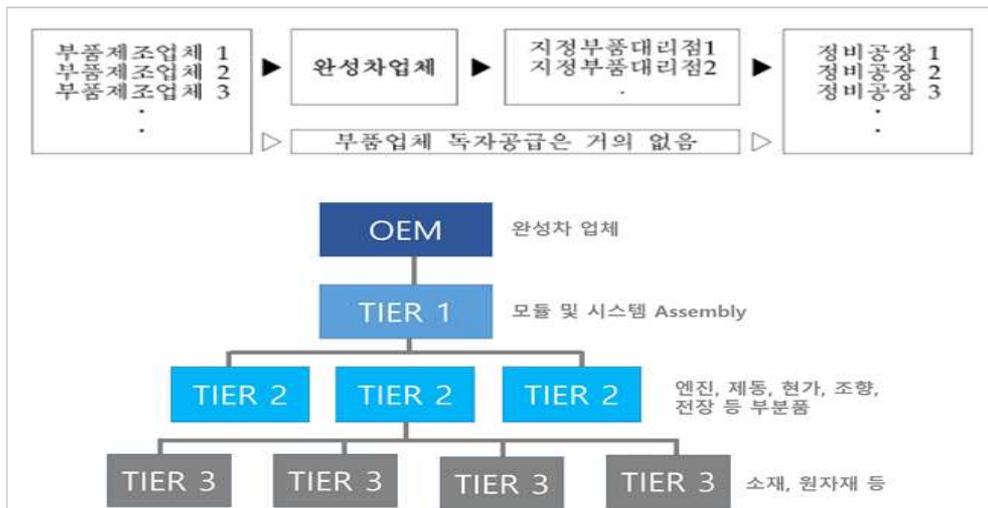
17) 출처: 한국자동차산업협동조합 홈페이지

[표 2-5] 국내 완성차 업체별 납품실적(단위: 억원)

| 구분 | 2019년 | 2020년 | 증감률(%) |
|--------|---------|---------|--------|
| 현대 | 253,995 | 264,189 | 4.0 |
| 기아 | 177,042 | 184,328 | 4.1 |
| 한국GM | 36,788 | 32,064 | -12.8 |
| 르노삼성 | 16,959 | 11,412 | -32.7 |
| 쌍용 | 18,088 | 15,375 | -15 |
| 자일대우버스 | 1,342 | - | - |
| 타타대우 | 2,098 | 1,721 | -18 |
| 합계 | 506,312 | 509,089 | 0.5 |

※출처: 한국자동차산업협동조합

우리나라의 자동차 산업은 [그림 2-4]와 같이 수직계열화를 중심으로 한 협력업체 기반의 생태계를 형성하고 있어 주요 OEM사의 경영이 악화되거나, 변화하는 자동차 트렌드 대응에 뒤쳐질 경우 산업 하락 추세는 심화될 것이며, 그로 인한 협력 부품사의 경영 악화는 군산의 GM 사태와 같은 악순환 모형으로 확대될 수 있어 부품산업 지원을 통한 선순환의 구조 개선이 요구된다 (한국수출입은행, 2020).



[그림 2-4] 국내 자동차부품 유통체계 및 OEM 수직계열구조
 ※출처: 경기도 자동차부품 공급 및 수요 현황조사(2021)

나) 중소형 자동차부품 제조업체의 경영난 악화와 채무부담 가중

완성차 업체의 1차 협력사 기준 중소기업의 수는 '13년 669개에서 '19년 555개로 18% 감소하였듯이 중소부품사의 어려움이 가중되며 대기업 위주로 업계가 재편되고 있으며, 중소형 부품사일수록 영업이익 감소가 크게 나타나 특히, 소형 부품사의 경우에는 순부채의 증가와 채무부담이 가중되고 있다(삼일회계법인, 2020).

다) 국내 자동차 애프터마켓 활성화 정책 필요

현대·기아차에 의존적인 국내 자동차부품 제조사들의 독자적인 글로벌 애프터마켓 진출 및 확대가능성은 낮으며, 전기차 및 자율주행차 등 미래차 산업이 가속화되면서 연구개발비용 가중으로 인한 완성차업체의 각종 비용절감 요구 강화로 기존 부품단가의 하락 압력은 더욱 거세질 것으로 전망된다. 이에 대체부품산업 육성을 통한 국내 중소 자동차부품 제조사의 육성전략 수립이 시급한 실정으로 OES 부품시장(Non-OEM, 인증대체부품 포함)의 활성화는 국내 중소 자동차부품기업의 중·장기적 생존 해결방안이며, 글로벌 시장진출 및 확대의 출발점이라 할 수 있다(이경진 et al., 2021).

2) 대체부품 인증제도 도입 및 시행

자동차 수리 시 OEM 부품과 동일한 품질을 유지하면서도 저렴한 자동차 부품의 도입 필요성 및 소비자의 부품선택권 확대 등에 대한 사회적 요구의 증가에 따라 정부는 2013년부터 완성차업체 공급 주도의 OEM 부품을 대체할 수 있는 자동차부품 인증제도 도입을 추진하여 2014년 1월 7일 『자동차관리법』 개정 및 공포를 통해 2015년 1월 8일부터 대체부품 인증제도를 시행하였다.

완성차 업체는 대체부품 인증제도가 포함된 『자동차관리법』 개정안이 발표된 이후 법 시행 이전에 1,800여 개에 달하는 디자인을 출원 및 등록하여 부품업체들이 사실상 대체부품을 생산하지 못하게 하도록 조치를 취하였다. 완성차 업체의 약탈적 지적재산권 등록으로 인한 불합리한 점을 개선하기

위해 지속적으로, 대체부품의 경우에는 디자인권의 침해를 구성하지 않는다는 내용을 담은 방향으로 『디자인보호법』을 개정하려 하였으나, 산업별 이해관계가 첨예하여 아직까지도 통과되지 않은 상태이다(김지영·김인철, 2019).¹⁸⁾

3) 대체부품 인증제도 추진성과

사회적인 요구와 정부 정책에 따라 시행된 대체부품 인증제도와 관련된 그간의 추진성과는 다음과 같다.

가) 무상보증수리 거부 방지

완성차 업체에서 판매한 자동차에 대한 무상 A/S를 하는 경우에 있어, 해당 자동차가 인증대체부품을 사용했다는 이유로 무상 A/S를 거부할 수 없음¹⁹⁾

나) 인증대체부품 선택가능 고지 의무화

자동차 정비 시 정비업자는 정비에 필요한 OEM 부품 또는 인증부품을 소비자가 선택할 수 있도록 고지의무 법제화²⁰⁾

다) 디자인권 사용 업무협약

자동차 수리용 부품에 대한 소비자 경제부담 완화 및 선택권 강화를 위해 국내 부품사가 제조한 인증부품의 경우에 한해 보호기간 제외²¹⁾

라) 자동차 인증부품 활성화 업무협약

더불어민주당, 자동차손해보험협회, 소비자단체, 서울시, 한국자동차부품협회 등이 ‘시장 및 산업 활성화 협약’ 체결(2019.08.13.)

마) 자동차보험 수리 시 인증부품 적용

자동차보험으로 차량을 수리하는 경우 OEM 부품만 사용하는 관계를 개정

18) 민병두 의원 대표발의 디자인보호법 개정안(2015.8.18. 의안번호 16475), 민병두 의원 대표발의 디자인보호법 일부개정법률안(2016.9.23. 의안번호 2433), 김현아 의원 대표발의 디자인보호법 일부개정법률안(2016.11.23. 의안번호 3806), 윤관석 의원 대표발의 디자인보호법 일부개정법률안(2017.1.6. 의안번호 5004)

19) 자동차관리법 제32조의 2

20) 자동차관리법 제58조제4항, 위반 시 동법 제84조에 의한 과태료 부과

21) 국토교통부, 한국자동차산업협회, 한국자동차부품협회의 ‘자동차부품 디자인권 사용 업무협약(MOU)’ 체결(2017.09.07.)

하여, 인증대체부품을 사용할 수 있음을 명시²²⁾

- 사고 중고차량(차령 3년 이상)에 대해 인증대체부품으로 수리하는 것을 기본으로 하는 약관개정 추진
- 인증대체부품 사용에 따른 보험료 인하 예정

4) 대체부품 인증제도 관련 법·제도

가) 『자동차관리법』상 대체부품 인증제도 명문화

OEM 부품의 독점구조로 인한 높은 가격과 수입차량 증가로 인한 보험료 급증 등의 문제해결을 위한 사회 요구의 증가로 2014년 1월 7일 『자동차관리법』을 개정 및 공포하였으며 1년의 유예기간이 지난 2015년 1월 8일부터 시행하였다.

자동차관리법 제30조의5(대체부품의 성능·품질 인증 등)

[본조신설 2014.01.07.]

- ① 대체부품은 자동차제작사에서 출고된 자동차에 장착된 부품을 대체하여 사용할 수 있는 부품을 말한다. <개정 2017.10.24.>
- ③ 국토교통부장관은 국토교통부령으로 정하는 기준에 적합한 자를 지정하여 대체부품의 성능 및 품질을 인증하게 할 수 있다. <개정 2017.10.24.>
- ④ 제3항에 따라 대체부품의 성능 및 품질을 인증하도록 지정된 자(이하 “대체부품 인증기관”이라 한다)로부터 성능 및 품질을 인증받은 대체부품(이하 “인증대체부품”이라 한다)의 제작사 등은 인증받은 사실을 해당 부품에 표시할 수 있다. <개정 2017.10.24., 2018.06.12.>

자동차 및 자동차부품의 인증 및 조사 등에 관한 규정

제15조(대체부품의 성능 및 품질 인증기준 등)

- ① 법 제30조의5제2항에 따른 대체부품인증대상은 다음 각 호와 같이 분류한다.
 1. 외장부품
 2. 등화부품
 3. 기능성 및 소모성 부품

22) 자동차보험 일반약관 제3절제24조 ①-1-다(2020.08.01. 시행)

나) 무상수리 거부 방지

완성자동차 업체에서 판매한 신차에 대한 무상 A/S 기간 중에도 소비자가 인증부품을 사용하였다는 이유로 무상수리를 거부할 수 없도록 명문화 하여 소비자의 불이익을 사전에 방지하였다.

자동차관리법 제32조의2(자기인증을 한 자동차에 대한 사후관리 등)

①자동차제작자등은 자기인증을 하여 자동차를 판매한 경우에는 국토교통부령이 정하는 바에 따라 필요한 시설 및 기술인력을 확보하고 다음 각 호의 조치(이하 이 조에서 “사후관리”라 한다)를 하여야 한다.

〈개정 2017.10.24.〉

1. 국토교통부령으로 정하는 기간 또는 주행거리 이내에 발생한 하자에 대한 무상수리

③자동차제작자등이 제1항제1호에 따라 무상수리를 하는 경우 인증대체부품과 제34조의2에 따라 인증받은 튜닝용 부품 사용을 이유로 수리를 거부하여서는 아니 된다. 다만, 자동차제작자등이 대체부품과 튜닝용 부품의 사용이 고장 원인임을 입증하는 경우에는 그러하지 아니하다. 〈신설 2015.12.29., 2018.06.12.〉

자동차관리법 제34조의2(튜닝 자동차의 안전성 확보)

①국토교통부장관은 자동차의 튜닝에 따른 안전성 확보를 위하여 다음 각 호를 시행할 수 있다.

2. 자동차 튜닝용 부품의 인증제의 도입

다) 소비자에 대한 자동차 정비업자의 부품선택 고지 의무화 명시

자동차 수리(정비) 시 수리(정비)에 필요한 OEM 부품 또는 인증부품을 소비자가 선택할 수 있도록 자동차 정비업자의 고지 의무를 명문화 하여 부품에 대한 소비자의 알 권리와 선택권을 강화하였다.

자동차관리법 제58조(자동차관리사업자의 고지 및 관리의 의무 등)

④자동차정비업자는 다음 각 호의 사항을 준수하여야 한다.

〈개정 2016.01.28.〉

2. 정비에 필요한 신부품, 중고품, 재생품 또는 제30조의5에 따른 대체부품 등을 정비 의뢰자가 선택할 수 있도록 알려줄 것

자동차관리법 제84조(과태료)

④다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 100만원 이하의 과태료를 부과한다. 〈개정 2020.06.09.〉

22. 제58조제4항 각 호의 어느 하나를 위반한 자동차정비업자

라) 자동차보험 수리 관련 인증부품 일반약관 적용

자동차 보험수리 시 OEM 부품만 사용하는 관례를 개정하여 인증부품을 수리용 부품으로 사용할 수 있도록 『인증부품 사용 보통약관』을 시행하였다 (20년 8월 1일).²³⁾

자동차보험 일반 약관 제3절제24조(지급보험금의 계산)

①-1-다. 피보험자동차를 고칠 때에 부득이 새 부분품*을 쓴 경우에는, 그 부분품의 값과 그 부착 비용을 합한 금액.

(*1) 피보험자가 원하는 경우 「자동차관리법」 제30조의5 제2항 및 「자동차 및 자동차부품의 인증 및 조사 등에 관한 규정」 제15조에 따라 인증받은 부품을 사용할 수 있으며, 피보험자동차의 단독사고 또는 일방과실사고로 「자기차량손해 보장 확대 특별약관」에 따라서 보험금이 지급되는 경우 「품질인증부품 사용 특별약관」에 따라 수리비의 일정액을 피보험자에게 지급

품질인증부품 사용 특별약관

피보험자동차의 단독사고(가해자 불명사고 포함) 또는 일방과실 사고로 보통약관 자기차량손해 또는 자기차량손해 보장 확대 특별약관에 따라 보험금이 지급되는 경우 이 특별약관에서 정한 품질인증부품을 사용하여 수리한 때 OEM 부품 공시가격의 25%를 피보험자에게 지급

23) 차대차 사고의 경우에도 인증부품을 사용하도록 약관을 개정해야 함(보험연구원, 2021)

마) 디자인권 사용 업무협약 체결 및 자동차보험 약관 개정

자동차 수리용 부품에 대한 소비자 경제부담 완화 및 선택권 강화를 위해 국내 부품사가 제조한 인증부품의 경우에 한해 보호기간 적용을 제외하는 디자인권 사용 업무협약을 체결하였으며, 유럽연합(EU), 영국, 호주 등 일부 국가에서는 ‘수리조항’으로 도입한 제도이다(김지영·김인철, 2019).²⁴⁾

- 완성차 업체는 『자동차관리법』 개정안이 발표된 이후 1,800여 개에 달하는 디자인을 출원 및 등록하였고, 대체부품 제조사들이 대체부품을 제작하여 판매하면 디자인권의 침해를 구성하기 되기에 국내 대체부품 시장이 활성화되지 못함
- 대체부품의 경우에는 디자인권의 침해를 구성하지 않는다는 내용을 담은 방향으로 『디자인보호법』 여러 차례 개정을 시도하였으나 산업별 이해관계가 첨예하여 아직까지도 통과되지 않은 상태임
- 자동차 수리용 부품에 대한 소비자 경제부담 완화 및 선택권 강화를 위해 국내 부품사가 제조한 인증부품의 경우에 한해 보호기간 제외하는 디자인권 사용 업무협약 체결²⁵⁾
 - * 국토교통부, 한국자동차산업협회, 한국자동차부품협회 ‘자동차부품 디자인권 사용 업무협약(MOU)’ 체결(2017.09.07.)
- 더불어민주당, 자동차손해보험협회, 소비자단체, 서울시, 한국자동차부품협회 등 인증부품 ‘시장 및 산업 활성화 협약’ 체결 (‘19.08.13.)
- 자동차보험 수리 시 OEM 부품만 사용하는 관계를 개정하여, 인증대체부품을 사용할 수 있음을 명시(‘20.08.01 시행, 자동차보험 일반약관 제3절제24조 ①-1-다)
 - * 사고 중고차량(차령 3년 이상)에 대해 인증대체부품으로 수리하는 것을 기본으로 명시하는 약관 개정 추진
 - * 인증대체부품 사용에 따른 보험료 인하 예정

24) Repair Clause의 번역어로 자동차 등 복합제품의 외형을 원형으로 복원하기 위하여 수리, 교환에 사용되는 부분제품의 경우 생산과 판매를 하여도 디자인권의 침해를 구성하지 않는다는 규정

25) 수출은 불가능

제 3 절 글로벌 자동차 애프터마켓 동향

1) 북미 자동차 애프터마켓 동향

가) 북미 자동차 시장동향

코로나19로 인하여 북미지역의 2020년의 자동차 생산량은 [표 2-6]과 같이 2019년 16.3백만대 대비 21.5% 감소한 12.8백만대이며, 2021년에는 점진적으로 생산량을 회복하여 15.8백만대로 회귀할 것으로 전망된다(KOTRA, 2020). 제조사별로는 디트로이트 Big 3(GM, Ford, FCA²⁶)를 비롯한 전통적인 완성차 제조기업이 계속 높은 생산점유율을 유지하고 있으며, 향후 몇 년간은 지속적으로 신생 미래자동차 제조기업이 북미 자동차 생산시장에 등장할 것이고, 기존 제조업체 또한 생산의 중심을 전기모델로 전환할 것으로 예상된다(KOTRA, 2020).²⁷⁾

[표 2-6] 북미 국가별 자동차 생산량 동향 및 전망(단위: 천대)

| 지역 | 2018년 | 2019년 | 2020년 | 2021년 | 2022년 | 2023년 |
|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 미국 | 11,103 | 10,658 | 8,548 | 10,619 | 11,094 | 11,280 |
| 캐나다 | 2,004 | 1,899 | 1,310 | 1,514 | 1,572 | 1,513 |
| 멕시코 | 3,934 | 3,802 | 2,982 | 3,667 | 3,734 | 3,707 |
| 북미전체 | 17,041 | 16,359 | 12,840 | 15,800 | 16,400 | 16,500 |

※출처: AutoForecast Solutions; KOTRA(2020) 자료에서 재인용

북미지역의 자동차 판매량은 [표 2-7]과 같이 2020년 1,674만대, 2023년 이후에는 종전 수준인 1,900만대 이상으로 회복될 전망이며, 미국의 자동차 판매량은 2016년 최고치를 기록한 이래 2019년까지 5년 연속으로 1,700만대 이상의 판매량을 기록하였으나 2020년은 코로나19로 인하여 1,428만대 수준으로 예상된다(KOTRA, 2020).

26) Fiat Chrysler Automobiles N.V.

27) 2021 북미 자동차 시장진출 가이드(KOTRA, 2020)

[표 2-7] 북미 국가별 자동차 판매량 동향 및 전망 (단위: 천대)

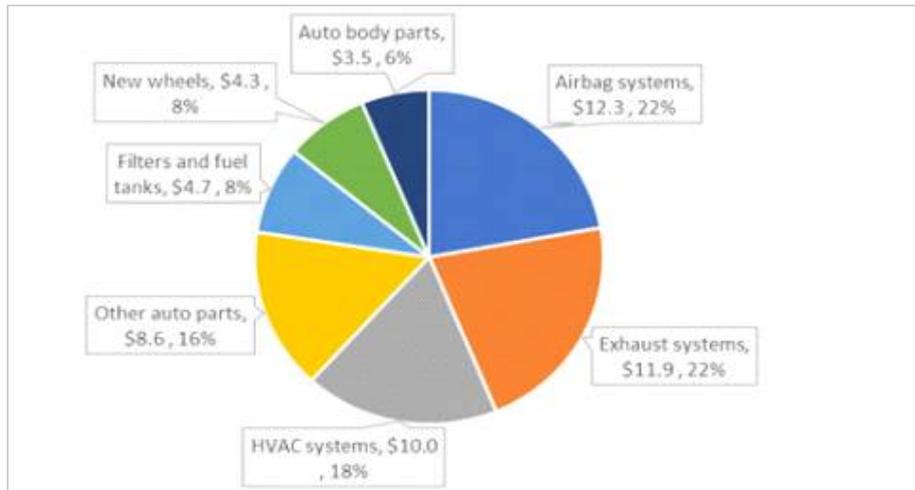
| 지역 | 2018년 | 2019년 | 2020년 | 2021년 | 2022년 | 2023년 |
|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 미국 | 17,315 | 17,076 | 14,283 | 15,546 | 16,010 | 16,202 |
| 캐나다 | 1,982 | 1,918 | 1,525 | 1,746 | 1,797 | 1,837 |
| 멕시코 | 1,425 | 1,320 | 934 | 1,025 | 1,132 | 1,230 |
| 북미전체 | 20,723 | 20,314 | 16,743 | 18,317 | 18,940 | 19,268 |

※출처: AutoForecast Solutions; KOTRA(2020) 자료에서 재인용

나) 북미 자동차부품 시장동향

미국에는 약 1,000여 개의 자동차부품 제조업체가 있으며, 2020년 부품 산업 매출액은 554억 달러 수준으로 COVID-19 이후 향후 CAGR 5.1%로 성장하여 2026년에는 매출액 748억 달러에 이를 것으로 전망된다(KOTRA, 2020).

자동차부품별 시장점유율은 [그림 2-5]와 같이 에어백시스템(22%, \$12.3B), 배기시스템(21%, \$11.9B), 공기조화(HVAC) 시스템(18%, \$10.0B), 기타 자동차부품(16%, \$8.6B), 필터 및 연료탱크(8%, \$4.7B), 신품 휠(wheels)(8%, \$4.3B), 자동차 바디파트(6%, \$3.5B)로 구성된다(KOTRA, 2020).



[그림 2-5] 미국 자동차부품별 시장점유율(단위: 10억 달러,%)

※출처: IBIS World, KOTRA(2020)자료에서 재인용

2) 유럽 자동차 애프터마켓 동향

가) 유럽 자동차 시장동향

유럽의 승용차(Passenger Car, PC)와 중·소형 상용차(Light Commercial Vehicle, LCV) 기준의 Car Parc²⁸⁾는 [표 2-8]과 같이 2011년부터 2019년까지 연간 1.6%의 성장률을 보여 애프터마켓의 주요 성장동인을 제공하고 있다(BCG, 2021). 지역별로 서유럽 시장에서는 2020년과 2025년 사이 성장률이 1% 미만으로 감소할 것으로 전망되며, 2025년부터는 동유럽을 제외한 지역에서는 모두 1% 미만으로 성장률이 둔화될 것으로 예상된다(BCG, 2021).²⁹⁾

[표 2-8] 지역별 가정치 기반 유럽의 Car Parc 증가율(단위: %)

| 구분 | 서유럽 | 중유럽 | 동유럽 |
|--------------------|------|------|------|
| '11년~'19 과거 추정치 기반 | 1.2% | 3.1% | 2.9% |
| '19년 ~ '25년 추정치 | 0.8% | 1.7% | 1.3% |
| '25년 ~ '30년 추정치 | 0.4% | 0.8% | 1.2% |

※출처: At the Crossroads: The European Aftermarket in 2030(BCG, 2021)

주1) 서유럽국가는 Austria, Belgium, Denmark, Finland, France, Germany, Iceland, Ireland, Italy, Luxembourg, Netherlands, Norway, Portugal, Spain, Sweden, Switzerland, United Kingdom을 포함

주2) 중유럽국가는 Croatia, Czech Republic, Hungary, Latvia, Lithuania, Poland, Romania, Serbia, Slovakia, Slovenia를 포함

주3) 동유럽국가는 Belarus, Bosnia-Herzegovina, Bulgaria, Cyprus, Estonia, Greece, North Macedonia, Ukraine를 포함

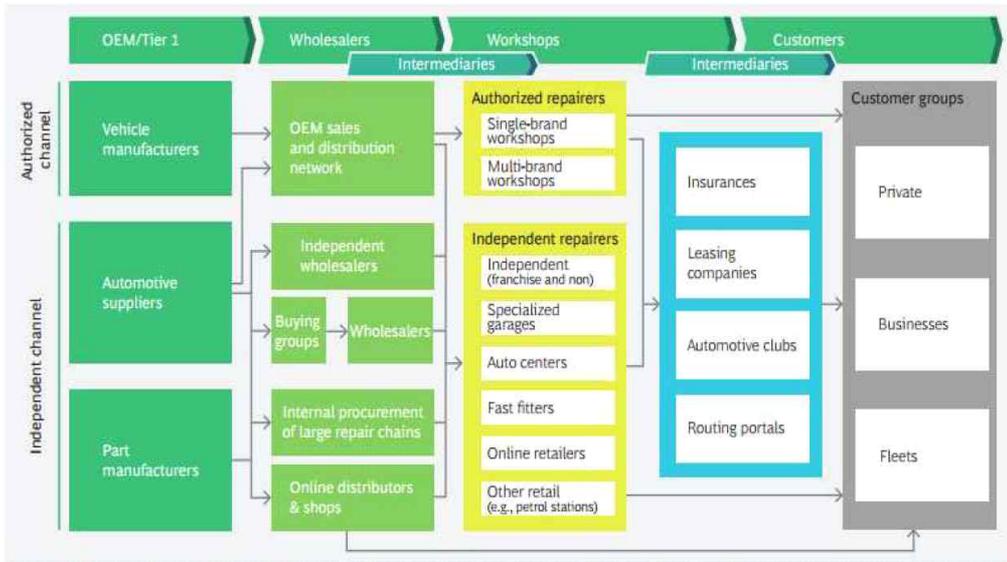
BCG(2021)의 연구에 의하면, 2030년까지 유럽시장의 전기차 점유율(하이브리드 전기차 포함)은 20% 이상, 독일에서는 30%를 차지할 것으로 예측되며, 향후 유럽에서 판매되는 신차의 80%는 전기차 기반의 자동차가 될 것으로 전망된다(BCG, 2021).

28) 도로상에서 실제 운행되는 자동차 수

29) At the Crossroads: The European Aftermarket in 2030(BCG, 2021)

나) 유럽 자동차부품 시장동향

유럽의 애프터마켓 경쟁환경은 승인채널(Authorized Channel)과 독립적 애프터마켓(Independent Aftermarket, IAM)에서 발생하는데, [그림 2-6]과 같이 승인된 채널은 완성차 제조사로부터 승인된 수직계열화 채널을 의미하며, 독립적 애프터마켓은 부품공급자 및 부품생산자를 포함한 개념으로 OEM 판매와 독립적 유통기업(Independent Wholesalers), 일반 구매그룹(Buying Groups), 대량 구매채널(Internal Procurement of Large Repair Chains), 온라인 판매 채널(Online Distributors & Shops)들에게 부품 및 서비스를 제공한다 (BCG, 2021).



[그림 2-6] 애프터마켓의 승인채널 및 IAM 채널구분 개념

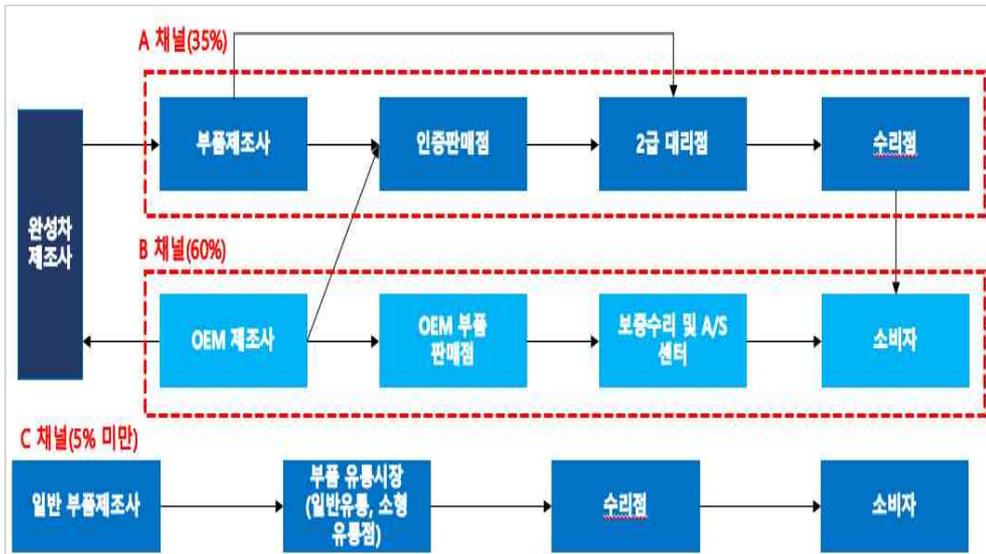
※출처: At the Crossroads: The European Aftermarket in 2030(BCG, 2021)

유럽의 애프터마켓은 2011년 이후 2030년까지 CAGR 2% 수준의 성장률을 기록하여 2,820억 유로(387조원) 규모로 성장할 것으로 전망되며, 글로벌 애프터마켓 시장의 리더인 LKQ³⁰⁾ 등이 주도하는 200개 이상의 M&A로 인해 대형 유통기업들의 수평·수직통합이 가속화되며 ITG(International Trading Group) 주도의 시장구조 변화가 지속되고 있다(BCG, 2021).

30) LKQ Corporation: 대체부품 및 특수부품을 공급하는 미국 업체로 북미, 유럽 및 대만에서 사업을 운영

3) 중국 자동차 애프터마켓 동향

중국의 전통적인 자동차부품 유통방식은 [그림 2-7]과 같이 ①자동차 제조업체 인증에 의한 폐쇄적 시스템의 완성차 부품, ②공인된 특별 유통채널을 통한 직영매장을 기반으로 하여 전국적인 판매망을 갖춘 수직계열과 부품제조업체(OEM), ③일반 부품제조사의 제품이 공급되며 유사품, 복제품 등 다수의 품질 문제를 안고 있는 일반 유통시장 등 세 가지로 분류된다(중국자동차기술연구센터유한회사, 2018).

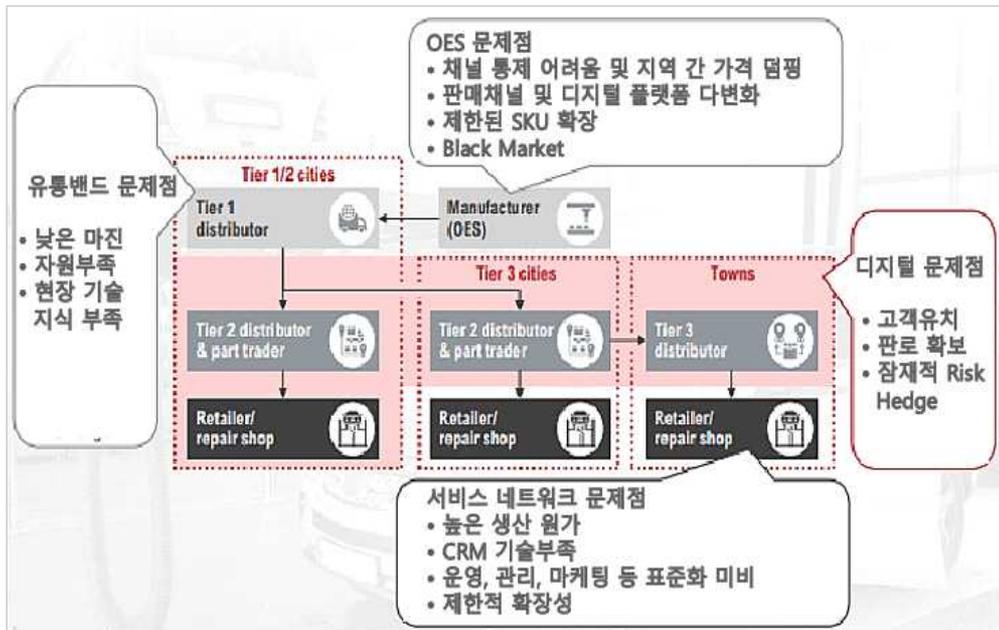


[그림 2-7] 중국 자동차부품 시장 구조

※출처: 중국자동차기술연구센터유한회사(中国汽车技术研究中心有限公司), 2018

중국의 부품제조업체는 독립적 애프터마켓(IAM)의 변혁을 주도하고 있으며, 지역 유통사를 거점으로 한 IAM 형태로 온라인 및 오프라인(B2B 및 B2C) 공급 체인을 형성하고 있다. B2B 전자상거래 플랫폼은 수리점에 부품을 직접 공급하고 판매 경로를 간소화 하는 전략을 구사하고 있으며, B2C 전자상거래 플랫폼은 소비자로 하여금 부품을 직접 구매하는 동시에 오프라인 수리점을 연계해 주는 서비스를 제공하여 양방향으로 발전할 수 있는 비즈니스모델을 확립하였다.

중국의 독립적 애프터마켓은 [그림 2-8]과 같이 가치사슬 전반에 걸쳐 중복 및 여러 가지 문제점을 안고 있음에도 불구하고, 2020년 매출액 1.5조 위안(한화 262조원)에서 2030년 매출액 3.1조 위안(한화 542조원)으로 추정되는 자동차 애프터마켓에서 4S(OEM) 채널은 지속적으로 감소하는 반면에 IAM 채널의 점유율은 62%(20년)에서 84%(30년)로 CAGR 7% 성장으로 전망이 된다 (EUCON & Roland Berger, 2020).



[그림 2-8] 중국 IAM 부품 유통 구조

※출처: Roland Berger(2020.12), 이경진 et al.(2021) 번역

제 4 절 글로벌 자동차부품 의장권 관련 논쟁³¹⁾

1) 자동차부품 의장권 관련 논쟁의 쟁점

자동차부품과 관련하여 지적재산권에 관하여 가장 논란이 되는 주제 중 하나는 자동차산업에서 설계 보호에 대한 한계이고, 이 중 특히 품질인증부품(OES) 디자인이다. 일반적으로 큰 범주에서 자동차 품질인증부품 산업은 유럽과 미국시장으로 양분이 되며, EU 내에서도 자동차 품질인증부품 설계의 지적재산권법이 각 국가에 의해 정의되는 방식 차이가 존재한다.

EU 법규에 따라 품질인증부품은 Complex 제품 개념으로 물리적으로 부착해야 하는 것으로 규정되어 있는데, Complex 제품은 제품의 조립 및 분해를 제공하는 하나 이상의 구성 요소로 구성된 부품은 조립 또는 분해할 수 있으며, Complex 제품이 마모, 노후 또는 충돌로 인해 변경이 필요한 경우 원래의 부품 및 부분품을 교체할 수 있는 것을 말한다.

제품의 디자인 보호를 받고 있는 특정제품의 권리 소유자는 제품에 대한 독점권을 누리지만, 이러한 독점 보유는 법적(de jure)이 아니라 실제(de facto) 제품의 개념으로, 이를 고려하여 입법관계자들은 제품 자체와 제품 디자인과 함께 실제 보호가 존재하지 않도록 설계 보호에 관한 특정 예외를 제기한바, 기술 기능에 의해 필요한 제품 및 품질인증부품(부품개념에 부합해야 함)의 디자인은 보호대상에서 제외, 즉 의장권 적용을 배제해야 한다고 하였다.

자동차 품질인증부품 설계와 관련된 논쟁에 대해서 완성차 제조업체에서는 제품 디자인의 경우와 마찬가지로 부품을 설계한 경우에도 완전한 의장권의 보호를 받아야 한다고 주장하지만, 다른 한편으로는 독립적인 품질인증부품 제조업체, 보험 부문 및 소비자 조직은 이러한 유형의 디자인이 부품에 맞는 디자인의 경우와 같이 특정 예외에 따라 보호되어야 하며 따라서 이 유형의 디자인을 법적으로 보호해서는 안된다고 주장한다(이경진 et al., 2021).

31) 출처: 경기도 자동차부품 공급 및 수요현황조사(이경진 et al., 2021)

2) 글로벌 주요국의 의장권 관련 법적 논쟁 추이

가) 미국(American Law)

미국의 법에서는 새롭고 미적 특성을 지니고 있으면, 이는 명백한 디자인 특허를 통해 보호하고 있으나, 이러한 디자인을 찾기가 매우 어렵기 때문에 현재 미국에서 디자인이 충분히 보호되지 않는다는 것은 암묵적 사실이며, 품질인증부품 디자인에 관해서는 Must fit parts 설계에 대한 특별한 규정은 존재하지 않으며 디자인은 보호되지 않는다.

완성차 제조업체들은 자동차 수리부품 시장에서의 경쟁을 없애기 위하여 디자인 특허를 사용하려고 노력해 왔으나, 품질인증부품 제조업체의 반대와, 특히 시장의 경쟁이 파괴되고 결과적으로 부품의 가격이 크게 상승할 것이라는 보험업계의 반대로 인해 실패하였고, 그후 초당적 입법인 『The Save Money on Auto Repair Transportation(속칭 SMART법)』에서 자동차 회사가 충돌 부품 판매에 대한 독점을 누릴 수 있는 현재의 15년 기간을 30개월로 줄일 것이며, 너무 긴 기간은 애프터마켓 부품 제조업체 및 유통업체에 대한 가격 혜택과 규모의 경제를 파괴할 수 있다고 판단하였다.

자동차 제조회사의 30개월 독점기간의 ‘shot-clock’은 전세계 어디에서나 디자인 특허부분을 포함한 특정 자동차 모델이 시장에 도입되자마자 적용 및 효력이 개시되며, 또한 이 제안은 침해 행위가 제조 또는 분배가 아니라 부품의 공개 판매라고 명시하여 독점기간인 30개월 동안에도 부품의 제조 및 비축은 허용된다고 하였다.

유럽과 미국 관계자들 모두 자동차 품질인증부품 제도의 도입을 환영하고 있으며, 특히 소비자의 경우 소비자의 안전을 위하여 차량이 오래된 차체에서 부품을 분리하여 이용하는 것보다는 품질인증부품에 대해서 디자인 보호를 제한하는 것이 소비자의 비용뿐만 아니라 소비자의 안전을 위하여 더욱 적절한 정책이라고 생각하고 있다(이경진 et al., 2021).

나) 영국(British Law)

영국의 법에서 디자인에 의해 보호되는 속성은 완전히 기능적 특성을 지녀야 하며 그 디자인 속성을 제시하더라도 보호되지 않고, 이러한 특성 외에도 부품 설계에 대한 요구사항에 따르면 부품 설계를 별도로 만들고 판매할 수 있는 경우 보호되는바, 일부가 부착된 Complex 제품과 구별되는 것과는 별개로 별도 생산 및 판매될 수 있음을 의미한다.

1986년 영국 레이랜드(BL) 케이스 11과 1993년 포드자동차, 아이베코, 피아트 차량의 품질인증부품 설계와 관련된 총 24건의 사건에 대해 영국법 판례에 따라 판결이 있었으며, 그 사례를 기반으로 하여 1986년 이후 품질인증부품의 디자인은 원칙적으로 영국 법에서 침해되지 않는다. 또한 1988년 『The Copyright Designs and Patents Act』 제51조에 따르면 역설계(reverse engineering)를 통해 제품을 생산하는 것은 지적재산권법을 침해하는 것이 아니라는 점을 강조하였다(이경진 et al., 2021).

다) 독일(German Law)

독일의 법에서는 품질인증부품을 설계할 수 있는 권리의 보호와 관련하여 특별한 조항이 없으므로, 부품 디자인은 모든 제품의 디자인과 동일한 보호를 누릴 수 있으나, 법원의 판결은 설계가 미적·독창적인 자질을 지니고 있으며 동시에 디자인 법에 따라 보호될 수 있도록 매우 엄격한 조건의 이행을 요구하고 있는바, 법에 규정된 디자인의 독창성은 디자인이 디자이너의 컴팩트(Compact)하고 창의적인 활동의 결과라는 것을 의미한다.

이 활동은 일반 기준의 디자이너가 수행하는 지적 활동을 대체하는 활동이어야 하는바, 디자인은 디자이너의 특성을 반영할 뿐만 아니라 지적이고, 예술 작품의 경우와 마찬가지로 일반 디자이너의 경우보다 높은 지적 수준에서 있어야 하고 문제의 평균 능력과 개별 창의성의 정도는 각 개별 사례에서 별도로 평가된다.

독일법에서는 미적 특성면에서 상대적으로 높은 수준을 유지한다고 말하는 것이 필수적이므로 독일 판례법의 디자인 보호와 관련하여 @법적용어

(Musterfähigkeit)로 설계해야 함. 이러한 맥락에서 기술참신 및 시공방법은 보호되지 않음, ⑥보호되는 디자인은 개별적인 성격을 지니고 일반 상업용 (Eigentümlich)에서 존재하는 것보다 높은 표준수준 요구 등 두 가지 원칙이 시행되며, 이러한 조건의 품질인증부품 설계는 거의 발견되지 않으므로, 품질인증부품 관련 디자인은 실제로 법률적 침해요건에서 자유로운 편이다 (이경진 et al., 2021).

라) 프랑스(French Law)

프랑스 법에서는 참신하고 독창적인 자질을 가진 디자인을 보호한다. 참신한 것은 상대적인 컨셉이며, 프랑스에서는 이전에 알려지지 않은 디자인이 새로운 것으로 간주된다. 독창성은 지적 예술작품에서 발견되는 의미에서 고려되므로 필요한 수준은 상대적으로 낮으며, 프랑스 법에서 디자인은 어떤 예외도 없이 디자인 법안과 지적 및 예술작품에 관한 법률을 통해 보호된다.

프랑스에서는 특별한 규정은 없지만, 원제품에 대한 디자인의 보호가 광범위 하여 품질인증부품의 디자인이 불가하며 설계에 대한 제재가 쉬운바, 프랑스에서 사용할 수 있는 광범위한 보호는 품질인증부품 시장에 대한 Complex 제품 제조업체에 대한 결과 예외를 고려하지 않으며, 이는 디자인 법안 외에도 지적 및 예술작품 법안도 있어 매우 강한 규제가 이루어지고 자동차 부품에 대한 디자인권을 강하게 보호하고 있다(이경진 et al., 2021).

마) 유럽연합(EU Law)

EC 위원회는 1991년 자동차부품 디자인보호 문제에 대한 Green Paper 23을 발표하였고³²⁾, 이 문제에 대해 Green Paper 관점에서 준비된 연방의 준비 지침 및 규제는 1993년에 나타났으며 Must match parts 설계에 대한 불일치로 인해 몇 가지 연기가 발생된 후 해당 지침은 1998년에 발효되었다.

Green Paper가 등장한 이래로 몇 가지 옵션이 부품설계에 관한 솔루션으로

32) 녹서: 유럽연합의 입법절차 중 하나로 유럽집행위원회가 특정분야의 정책방향을 수립하기 위해 발표하는 정책문서를 말함

제시되었는데, 일부는 품질인증부품 설계가 다른 제품처럼 보호되어야 한다고 주장했으나 일부 다른 반대의견을 보유하고 있었으며, 의무적인 디자인 등록 시스템은 문제에 대한 중개 솔루션으로 강조되었으나 받아들여지지 않았고 결국 문제의 방치 상태로 종결되었다.

1998년 1차 지침은 Stand-still Clause³³⁾ 조항의 원칙을 채택·발효됨에 따라 부품의 디자인은 EU 법률에 따라 보호되지 않는다고 선언되었다. 자동차 제조업체는 이 원칙에 대해 이전에 반대를 표명했지만 나중에는 이 원칙을 따르기로 하였고 이 원칙의 적절성에 대한 논쟁은 종료되었다.

2020년 EC 위원회는 설계 보호에 관한 EU 법안의 평가를 마무리 하였고 평가보고서에 발표된 결과는 설계에 대한 EU 법률이 전반적으로 잘 작동하고 여전히 목적에 적합하다는 것을 보여주었다. 그러나 이 평가는 EU 산업의 디지털 및 녹색 전환을 지원하고 산업과 중소기업 및 개별 설계자에게 실질적으로 접근성과 효율성을 높이기 위해 법적 프레임워크에 적합하도록 해결해야 할 여러 가지 단점을 보여주었다.

이러한 단점은 특히 설계 보호의 특정 핵심요소(주제, 권리 및 제한의 범위), 오래되거나 지나치게 복잡한 절차, 부적절한 수수료 수준 및 수수료의 구조, 절차적인 규칙의 일관성 부족 및 품질인증 부품에 대한 불안정한 단일 시장의 명확성과 견고성의 부족 등에 따라 EU 디자인 등록의 절차적인 규칙을 더욱 단순화하기 위하여 노력할 것을 시사하였으며, 앞으로 위원회는 2021년 말(4분기)까지 예상되는 의장권 보호에 관한 EU 법률 개정을 고려하여 마무리할 계획이다(이경진 et al., 2021).

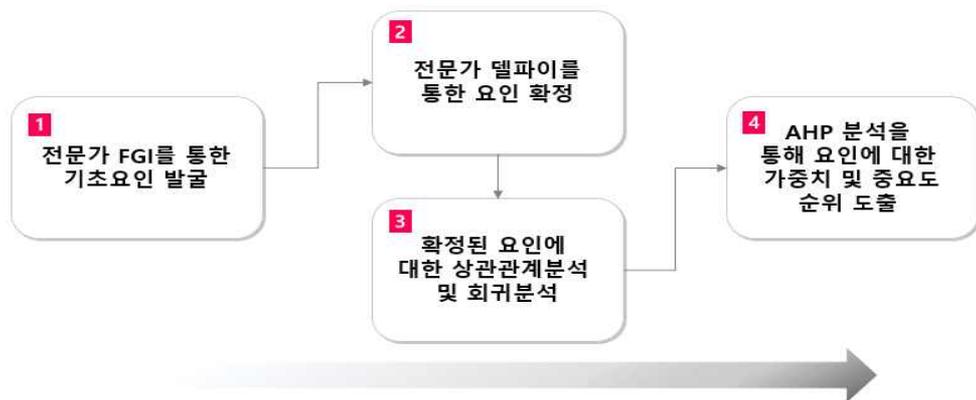
33) 협상을 하는 동안 동일한 계약 건에 관하여 타인과 협상하거나 계약체결을 시도하지 않기로 하는 규정을 의미함

제 3 장 연구설계 및 방법

제 1 절 연구설계

본 연구의 목적인 국내 자동차 애프터마켓 활성화 요인 도출을 위해 국내 자동차 및 자동차부품 관련업계의 전문가들을 대상으로 연구를 진행하는 것으로 설계하였다.

- 1) 포커스 그룹 인터뷰(Focus Group Interview, FGI)를 통한 요인 발굴
세계적으로 유명한 창업생태계 모델을 기반으로 전문가 FGI를 실시하여 기초적인 상위요인과 하위요인 발굴
- 2) 델파이(Delphi)를 통한 요인 확정
1차 델파이(개방형 질문)를 통해 FGI에서 도출된 요인을 확대 및 추가하고, 2차 델파이(폐쇄형 질문)를 통해 요인을 수렴하여 확정
- 3) 실증분석
도출된 요인들에 대하여 상관관계분석 및 회귀분석을 통해 각 요인들의 상관관계와 서로간에 미치는 영향관계를 실증적으로 분석
- 4) 계층적 의사결정기법(Analytic Hierarchy Process, AHP) 분석
확정된 요인들에 대하여 쌍대비교(Pairwise Comparison)를 통한 가중치 부여를 통해 요인의 중요도 순위 도출



[그림 3-1] 연구 프로세스

제 2 절 연구방법

1) 전문가 FGI

전문가 FGI(Focus Group Interview)는 특정한 주제에 대하여 진행자의 순서에 따라 소수의 전문가 집단이 각자의 의견을 제시하고 토론하는 인터뷰를 통해 이루어지는 연구기법으로서, 참여자가 인식하고 있는 의미와 내용을 파악하는 방법이면서(Lunt & Livingstone, 1996; 박현출, 2021), 그룹 내의 상호작용을 적극적으로 활용함으로써 다른 방법으로는 도출하기 힘든 자료와 이에 대한 통찰을 얻는데 목적이 있다고 할 수 있다(Morgan, 1988; 박현출, 2021). FGI는 일반적으로 완전그룹(full group)과 미니그룹(mini group)으로 나누어지며, 완전그룹은 8~10명이 참여하여 비교적 많은 표본의 응답을 받을 수 있는 반면에 미니그룹은 4~6명으로 구성되어 완전그룹보다는 보다 상세하고 심층적인 정보를 얻을 수 있는 장점이 있다(박현출, 2021).

FGI는 진행자에 의해 집단으로 면접을 진행하는 방식의 조사방법으로, 일정한 자격을 가진 인원 중에서 선발된 6~10명의 소그룹이 사회자의 진행에 따라 주제에 대한 의견을 교환하고, 연구자가 그룹별 토의내용을 분석하여 결론을 도출하는 질적 조사방법으로, 집단적 역동성을 활용해 보다 다양하고 심층적인 정보 수집은 물론, 예기치 않았던 사실의 발견과 아이디어 도출이 가능하다. 특정 주제에 대한 서로의 의견을 나누다 보면 다른 사람의 의견에 대해 새로운 생각이 떠오르게 되고 그것을 제시하면 또 다른 사람이 새로운 생각을 발전시키게 된다. 이는 집단을 통한 발생의 연쇄작용이라고 불리며, 이른바 눈덩이 효과를 창출하게 된다(하봉준, 2013).³⁴⁾

Wimmer & Dominick은 FGI 연구방법의 강점을 다음과 같이 요약하였다. 첫째, 비교적 짧은 시간 안에 다량의 자료 수집이 가능하며, 둘째, 아직 이론적 분석이 부족한 분야의 통찰이 가능하며, 셋째, 동기화와 같은 비교적 복잡한 인지과정을 이해할 수 있고, 넷째, 직접적인 상호작용에 의한 창조적 통찰이 가능한 강점을 지니고 있다(Wimmer & Dominick, 2013).

34) 광고조사방법(하봉준, 2013) 커뮤니케이션 북스

질적 연구의 인터뷰는 구조화 인터뷰(Structured Interview)와 비구조화 인터뷰(Unstructured Interview, 자유형식), 반구조화 인터뷰(Semi-structured Interview)로 구분되어 진다. 구조화 인터뷰는 사전에 설정된 질문을 제시하는 방법으로 양적연구와 유사한 통계학적 분석과 신뢰도를 제공할 수 있으며 비구조화 인터뷰는 질문의 범주를 사전에 정하지 않고 이해관계자의 행동양상을 이해하기 위해 시행하는 인터뷰 방식이다(Fontana & Frey, 2000; 이영림, 2021).

본 연구에서는 자동차 및 자동차부품 전문가와 심층 토론을 통하여 국내 자동차 애프터마켓의 활성화 요인을 추출하기 위한 이론적 배경을 기반으로 의견을 개진할 수 있는 기법으로 전문가 FGI를 사용하였으며, 특정 과업을 제시(구조화 인터뷰)하고 참여자가 자율적으로 발언(비구조화 인터뷰)하는 반구조화 인터뷰 방식을 적용하였다.

2) 전문가 델파이

델파이(Delphi)라는 이름은 고대 그리스 신화에 나오는 뛰어난 예지력과 미래를 통찰하는 능력을 가진 아폴론(Apollon)이 앞일을 예언하는 델포이 아폴론 신전에서 유래되었다(유성훈, 2021). 델파이 기법은 1940년대 철학자 Kaplan과 그의 동료들에 의해 최초로 고안되어 1960년대 중반 미국 Douglas사의 Gorden과 Rand 연구소의 Helmer와 Dalky 등이 국방성의 요청에 따라 미국에 대규모 공격이 가해졌을 경우 예상되는 결과를 도출하는 목적으로 개발되었다(배혜진 & 김석태, 2004; 유성훈, 2021).

델파이는 ‘다수의 의견이 한사람의 의견보다 정확하다’는 계량적 원리와, ‘다수의 판단이 소수의 판단보다 정확하다’는 민주적 의사결정 원리에 논리적 근거를 두고 있는 일종의 패널식 조사연구 방식이다(유성훈, 2021). 델파이는 어떠한 상황에 대하여 예측할 수 있는 적절한 방법을 찾을 수 없을 때 전문가들을 동원하여 직관적으로 미래를 예측하는 방법으로, 미래의 변화뿐만 아니라 전문가 집단의 합의를 도출하여 문제를 추정하고 의견을 수렴하는 도구로 발전되어 이용되고 있다(정경호 & 이은용 & 이수범, 2007; 유성훈, 2021). 델파이 기법은 참여하는 전문가에 대한 정보에 대하여 누가 참여하고 그들이

어떤 의견을 제시하였는지 알려주지 않으며, 전문가는 익명이 보장된 상태로 서로의 의견을 교환함으로써 인한 익명 보장으로 명성이 높은 특정 전문가 개인의 영향력과 관계없이 대등한 입장으로 의견을 자유롭게 개진할 수 있다. 또한, 대면 협의에서 생길 수 있는 심리적인 부작용을 제거함으로써 자신의 의견이 외부적인 압박으로부터 보장된다는 점에서 사회적으로 큰 파장을 일으킬 수 있는 복잡하고 민감한 문제를 해결할 때 쓰이는 경우가 많다 (Delbecq, Van de ven & Gustafson, 1975).

델파이는 특정한 주제에 대해 인지된 판단(Informed Judgement)을 체계적으로 유도하고 대조하는 방법으로 특정문제를 예측, 진단, 해결하기 위하여 의견의 일치율을 이룰 때까지 전문가 집단을 대상으로 분석·종합하는 조사 방법이며, 델파이 기법의 종류는 [표 3-1]과 같이 합의 델파이, 규범 델파이, 정책 델파이 등 세 가지 유형으로 구분된다(이경진, 2020).

가) 합의 델파이

철학자 로크의 경험과학에 기초를 두고 있으며, 패널들이 합의점에 도달할 수 있는 잘 정의된 문제상황에 적합하다.

나) 규범 델파이

철학자 칸트의 실천철학에 기초하고 있으며, 의견의 합의와 수렴보다는 대안을 제시한다.

다) 정책 델파이

진리는 갈등적이라는 헤겔의 철학에 기초를 두고 있으며, 전문가가 없이 지지자와 반대자만으로 다양한 정책 대안에 대한 찬반 주장을 수집할 수 있도록 설계된 방법이다.

[표 3-1] 델파이 기법의 분류

| 델파이 유형 | 적용문제 | 의사교환과정 | 패널성격 | 이용유형 |
|--------|------------|--------|--------|------|
| 합의 델파이 | 잘 정의된 문제 | 단일모형 | 전문성 동일 | 탐구형 |
| 규범 델파이 | 잘 정의된 문제 | 대안모형 | 전문성 상이 | 규범형 |
| 정책 델파이 | 정의되지 않은 문제 | 갈등모형 | 전문가 없음 | 규범형 |

델파이 패널의 수에 대해서는 정해진 것은 없다. Rowe와 Wright(1999)는 많은 패널 수가 오히려 정확도 감소 등 연구의 혼란을 야기할 수 있다고 지적하고 5명에서 20명의 전문가를 활용할 것을 제안하고 있다(강희찬, 2019; 남미란, 2021). Boje와 Murnighan(1982)은 패널 수를 3명이나 7명, 11명을 연구하고 이에 따른 효과에서 차이를 찾지 못하였다고 하였다. 대부분의 델파이 연구에서는 약 15명에서 35명의 전문가를 패널로 활용한다는 연구도 있다(Gordon, 1994; 남미란, 2021). 델파이 조사대상은 연구분야에 종사하는 전문가로 구성하는 것이 가장 적절한 접근이라 할 수 있으며, 패널 참여자의 대표성, 전문적 지식, 능력, 성실성, 참여자 수 등을 신중히 고려해야 한다(남미란, 2021).

델파이 기법을 통한 설문방법에는 개방형 설문과 폐쇄형 설문방식이 있는데, 1차 조사는 개방형 설문지, 2차 조사는 구조화된 폐쇄형 질문지로 구성한다. 많은 델파이 방법에서 전문가들의 문제에 대한 발산적 의견을 수렴하고자 할 때 개방형 질문지를 활용한 조사가 이루어진다. 개방형 설문으로부터 수집한 응답내용을 편집하여 2차 설문인 구조화된 폐쇄형 문항을 작성하는 일은 델파이 과정에서 가장 어려운 절차로서, 이는 개방형 설문에 대한 응답자들의 답변을 편집하여 그 내용을 분석하고 문항의 형식 및 척도를 결정하는 작업들이 포함된다. 구조화된 폐쇄형 문항을 통해 최종 도출된 결과는 내용타당도 비율(CVR)과 신뢰도 지수를 산출하여 향후 계층적 의사결정방법(AHP)에 활용할 선택속성들이 적합한지 검증해야 한다(이종성, 2001).

내용타당도는 검사문항이 측정하려고 하는 내용을 얼마나 잘 대표하고 있느냐를 나타내는 것으로, 일반적으로 내용 전문가가 논리적인 사고와 분석 과정을 통해 검사문항이 측정하고자 하는 내용을 제대로 측정하고 있는지를 판단함으로써 평가된다.

가) 본 연구관련 타당도 검증

본 연구와 관련된 델파이 응답내용의 내용타당도는 Lawshe(1975)가 제시한 내용타당도 비율(Content Validity Ratio, CVR)을 바탕으로 분석하였다. 타당도 지수에 명확한 규정은 없으나 상관계수에 의해 추정되므로, 상관계수에 의한 타당도 기준에서 ‘0.4~0.6은 타당도가 있다’, ‘0.6~0.8은 타당도가 높다’의 기준으로 판단하며, Lawshe(1975)의 이론에서 제시한 의견의 일치 정도를 계산하는 공식은 아래와 같다(이경진, 2020).

$$\text{내용타당도 비율 : } CVR = \frac{N_e - \frac{N}{2}}{\frac{N}{2}}$$

N_e : 중요하다고 응답한 패널의 수

N : 전체 패널의 수

Lawshe(1975)는 [표 3-2]와 같이 참여 전문가의 수가 증가함에 따라 CVR의 최소기준이 낮아진다는 결론을 제시하였다. 패널 수에 따른 CVR의 최소치(Minimum Value)를 나타내고, 패널 수에 따라 10명일 경우 0.62(p=0.05), 15명일 경우 최소 0.49(p=0.05), 20명일 경우 0.42(p=0.05), 25명일 경우 0.37(p=0.05), 30명일 경우 0.33(p=0.05), 35명일 경우 0.31(p=0.05), 40명일 경우 0.29(p=0.05)의 CVR 값이 요구된다고 하였다(전명섭, 2018).

[표 3-2] 응답자 수에 따른 내용타당도 비율(CVR)의 최소값 기준

| 응답자 수 | CVR 최소값 |
|-------|---------|
| 10 | 0.62 |
| 11 | 0.59 |
| 12 | 0.56 |
| 13 | 0.54 |
| 14 | 0.51 |
| 15 | 0.49 |
| 20 | 0.42 |
| 25 | 0.37 |
| 30 | 0.33 |
| 35 | 0.31 |
| 40 | 0.29 |

자료: Lawshe(1975)에서 재인용

나) 신뢰도 검증

델파이 조사의 신뢰도는 일반화 가능도 계수로 추정할 수 있는데, 이는 크론바흐 알파(Cronbach's α) 계수와 동일하다(이종성, 2001). 요인분석에서 항목들이 분류되면 항목들이 하나의 개념을 얼마나 잘 표현하는지를 알아볼 수 있는데, 이 개념을 계산한 값이 크론바흐 알파이고, 이를 항목의 신뢰도라 한다(변요셉 et al., 2016). 크론바흐 알파는 0과 1 사이의 값으로 나타나는데 1에 가까울수록 내적 일치도가 높아 신뢰도가 높다고 판단할 수 있으며, 측정하는 공식은 다음과 같다.

$$\text{Cronbach's } \alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^K \sigma^2 Y_i}{\sigma^2 X} \right)$$

K : 항목 갯수

$\sigma^2 X$: 전체 변량의 분산

$\sigma^2 Y_i$: 각 항목 변량의 분산

크론바흐 알파 계수는 설문항목수를 {설문항목의 자유도(항목수-1)*(1-각 항목 개별 응답수치의 분산의 합 / 각 응답자의 응답수치의 합의 총분산)}으로 나눈 값으로, 설문항목의 수와 분산 및 총분산의 결과에 따라 일관성 여부가 결정되는데, 본 연구에서는 SPSS(v.22) 프로그램을 통해 신뢰도 지수를 확인하였으며, 신뢰도를 충족하지 못하는 경우 ‘항목 삭제시 알파’ 기능을 통해 제시되는 일부 항목을 삭제하는 방식으로 신뢰도를 확보하였다.

3) 상관관계분석 및 회귀분석(단순, 다중, 위계적)

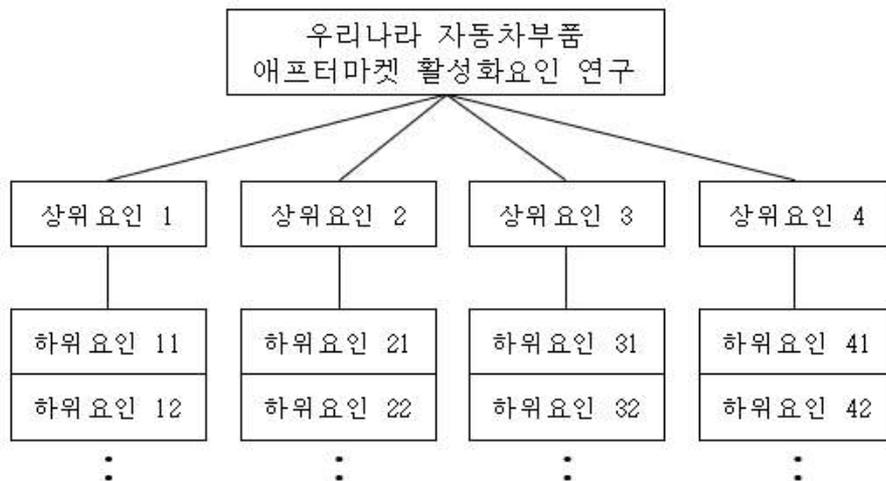
FGI 및 델파이를 통해 도출된 요인들의 실증적 분석을 위해 상관관계분석과 회귀분석을 시행하였다. 먼저 변수들 간에 한 변수가 변화함에 따라 다른 변수가 어떻게 변화하는지에 대한 강도와 방향을 알아보기 위한 상관관계분석을 시행하였으며, 다음으로 하나의 독립변수가 하나의 종속변수에 통계적으로 어떠한 영향을 미치는지를 알아보는 단순회귀분석을 실시하였고, 마지막으로 여러 독립변수들이 종속변수에 통계적으로 어떠한 영향을 미치는지를 확인하기 위한 다중회귀분석 및 위계적 회귀분석을 실시하였다.

4) 계층적 의사결정방법(AHP)

AHP는 Analytic Hierachy Process의 약어로 우리말로 계층분석과정이라고 한다. AHP는 1970년대 초반 T. Saaty에 의해 개발되었으며, 의사결정의 계층 구조를 구성하고 있는 요소 간의 쌍대비교(Pairwise Comparison)에 의한 판단을 통하여 평가자의 지식, 경험 및 직관을 포착하고자 하는 의사결정 방법론이다(김남현 et al., 2005). AHP는 기본적으로 집단적 의사결정 기법의 한 방법으로 의사결정의 전 과정을 다단계로 구분한 후, 단계별로 분석·해결함으로써 최종적인 의사결정에 이르는 것을 지원하는 접근방법의 하나로, 정성적 요소를 포함하는 다기준 의사결정에 이용되고 있다(김재문, 2021).

계층화분석법을 이용하여 계획 대안을 선택하거나 우선 순위를 설정하기 위해서는 먼저 현안 문제를 계층구조로 전환해야 한다. 계층이란 시스템의 특수형태로서 계층구조를 설정한다는 것은 해결하고자 하는 문제의 요소를 먼저 파악하고 요소를 동질적인 집합으로 군집화하여 이 집합을 상이한 수준에 배열하는 것을 의미한다. 당면한 문제를 계층이나 네트워크 형태로 구조화하는 과정에서는 동일성의 원리와 분해의 원리를 이용하게 된다(노화준, 2010).

본 연구와 관련하여 연구목표인 우리나라 자동차부품 애프터마켓 활성화요인 연구를 위해 [그림 3-2]와 같이 계층구조를 설정하였다.



[그림 3-2] 연구와 관련된 계층구조도

AHP 분석기법 적용을 위해서는 다음 이론적 배경에서 설명하고 있는 4가지의 기본공리(Axioms)를 만족하여야 한다(Vargas, 1990).

첫째, 기대성(Expectations)에 대한 조건을 만족하여야 한다. 계층구조가 의사결정에 있어 모든 사항들을 완전하게 포함한다는 것으로 가정하고 분석해야 한다. 즉, 의사결정자들의 합리적 기대에 부합하는 완전한 계층 구조를 가지고 있어야 한다. 둘째, 종속성(Dependency)에 대한 조건을 만족하여야 한다. 하나의 계층으로 묶인 속성 집단은 인접 상위 계층에 종속된 관계가 이루어져야 한다. 그러나 상위 계층의 모든 속성에 대하여 인접 하위계층 내의 모든 속성들 간에 독립성이 확보

되어야 하는 것은 아니다. 셋째, 척도의 동질성(Homogeneity)에 대한 조건을 만족하여야 한다. 만약 특정 계층에 포함된 속성들이 상이하다면 정해진 척도로 구분한다는 것이 어렵거나 불가능하기 때문이다. 넷째, 쌍대비교 결과 값은 역수 관계(Reciprocal Comparison)가 성립되어야 한다. 두 속성에 대한 상호 비교가 반드시 가능해야 하며, 이는 반드시 중요성의 정도를 나타낼 수 있고 역조건을 성립시켜야 한다. 즉, A가 B보다 X배 중요하다면 B는 A보다 1/X배 중요시 되어야 하는 것이다. 쌍대비교 행렬의 역수 관계에 대한 내용은 [표 3-3]과 같다.

[표 3-3] 쌍대비교 행렬의 역수 관계

| 구분 | A | B |
|----|-----|---|
| A | 1 | X |
| B | 1/X | 1 |

결과적으로 AHP 분석의 전체적인 절차는 (1) 평가항목의 구성, (2) 평가항목의 쌍대비교, (3) 응답데이터의 쌍대비교행렬 구성, (4) 상대적인 중요도 행렬의 구성, (5) 고유벡터방법을 이용하여 속성들의 상대적인 중요도 추정, (6) 일관성 비율로 평가자의 논리적 일관성 검토, (7) 응답자별로 추정한 속성들의 상대적인 중요도 종합 등 총 일곱 가지 절차를 통해 진행된다(김재문, 2021).

Saaty(2008)는 쌍대비교를 위해 비교할 기준이나 속성과 관련하여 한 요소가 다른 요소보다 몇 배 중요하거나, 지배적인지를 나타내는 숫자 척도가 필요하다고 하였으며, Saaty가 제시한 숫자 척도 기준은 다음 [표 3-4]와 같다.

[표 3-4] 절대수치에 대한 기본적인 척도기준

| 중요성 강도 | 정의 | 세부설명 |
|---------------|---|---|
| 1 | 유사함 (Equal Importance) | 두 활동이 목표에 대해 유사한 공헌 |
| 2 | 약하거나 경미함 (Weak or Slight) | |
| 3 | 약간 중요 (Moderate Importance) | 경험 및 판단에 대해 다른 한쪽의 활동 대비 약간 더 선호 |
| 4 | 적당히 중요 (Moderate Plus) | |
| 5 | 강하게 중요 (Strong Importance) | 경험 및 판단이 다른 활동 대비 강하게 선호 |
| 6 | 더욱 강하게 중요 (Strong Plus) | |
| 7 | 매우 중요 또는 강력 (Very Strong or Demonstrated Importance) | 경험 및 판단이 다른 한쪽 활동 대비 매우 강하게 선호 |
| 8 | 매우 매우 중요 (Very Very Strong) | |
| 9 | 극단적 중요 (Extreme Importance) | 경험 및 판단이 다른 한쪽 활동 대비 매우 극단적으로 선호 |
| 역수 값 | 활동 i가 j에 대해 특정값을 가질 경우, 활동 j는 활동 i의 역수 값을 가짐 | |
| 1.1 - 1.19 | 두 활동 차이가 작을 경우 (If the activities are very close) | 최상의 값을 제시하는 것은 어려우나, 여전히 상대 활동에 대한 중요성의 파악 가능 |

자료; Saaty(2008); 이경진(2020)

쌍대비교과정에서 의사결정자의 평가기준 등에 대한 선호 정도를 계량화하기 위해 신뢰할 만한 평가 척도는 9점 척도이다(Vargas, 1990). 따라서 본 연구에서는 AHP 분석을 위한 요인별 쌍대비교를 위해 아래와 같이 9점 척도로 이루어진 쌍대비교 설문지를 구성하였다.

| 요인 A | A가 더 중요함 | | | | | 같다 | B가 더 중요함 | | | | | 요인 B | | | | | | |
|----------------|----------|------|----|------|----|----|----------|------|---|---|---|----------------|---|---|---|---|---|----|
| | 절대중요 | 매우중요 | 중요 | 약간중요 | 중요 | | 매우중요 | 절대중요 | | | | | | | | | | |
| 정부정책/제도 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 금융 |

제 3 절 자료의 수집 및 분석

1) 선행 연구자료 조사·분석

본 연구를 위한 선행연구 자료를 조사·분석하였다. 연구자료는 크게 두 가지로 구분되는데, 한 가지는 자동차 및 자동차부품 애프터마켓에 관한 연구이고, 다른 한 가지는 법률적으로 연구된 의장권 관련 분야의 연구이다.

가) 애프터마켓 관련 선행 연구

(1) 자동차 애프터마켓분야 현황 및 산학 활성화 가능성 고찰³⁵⁾

| 저자 | 주요내용 |
|----------------------------------|---|
| 김필수(2006) 대림대학 자동차과 교수 | <ul style="list-style-type: none"> ● 미국 포드사에서 자동차를 만들어 판매하였을 경우의 수익을 100%로 하면 이 차가 여러 과정을 거쳐 폐차할 때까지의 수익모델은 250% 된다고 하였고, 최근에는 이 애프터마켓의 수익구조가 400%까지 증가 ● 일반적으로 자동차 애프터마켓 분야는 자동차 부품, 정비, 용품, 보험, 렌트, 리스, 튜닝, 중고차 재생 및 중고부품, 폐차 등을 포함하여 모터스포츠 등의 다양한 분야로 나누어 지고 이론차도 포함할 수 있음 ● 산학 활성화를 위한 일반적인 방법 및 특화된 자동차 애프터마켓 분야의 적용방법을 이론적으로 15가지 제시 함(ex.자동차 관련 대학이 많아지면서 특화된 요소를 찾지 못하면 도태된다는 생각을 가져야 함) |

35) 한국자동차공학회 Workshop, 23-33

(2) 애프터마켓 시장공략을 통한 대경권 자동차 부품 산업의 활성화 전략³⁶⁾

| 저자 | 주요내용 |
|-----------|---|
| 김병호(2014) | <ul style="list-style-type: none"> ● 애프터마켓용 부품 시장 수요는 꾸준히 증가 추세이고, 일부 국가에서는 이미 OE 수요를 넘어선 상태 ● 한국 자동차 메이커의 글로벌 성공에 힘입어 한국산 자동차 부품의 이미지가 향상된 지금, 적절한 품질과 가격 경쟁력을 갖춘 영세업체들이 글로벌 애프터마켓 시장을 공략할 수 있도록 적극적인 지원이 필요 ● 대경권 지역 내 자동차 부품 산업 발전을 위해서는, 완성차 업체에 의존하는 것이 아니라 독자적인 판매망을 하루빨리 갖추어야 하며, 이러한 목표에 가장 부합하는 시장이 전 세계 애프터마켓 시장임 ● 국내·외 및 대경권 자동차 및 자동차 부품 산업의 환경/현황 제시, 애프터마켓 활성화에 따른 해외사례 ● 애프터마켓 시장 공략 전략으로 공동브랜드, 품질인증 시스템, FTA 활용, 중고차 수출지역 타겟 공략 등 제시 |

(3) 친환경자동차용 배터리 팩 애프터마켓 가능성 연구³⁷⁾

| 저자 | 주요내용 |
|-----------|--|
| 임주왕(2014) | <ul style="list-style-type: none"> ● 2015년경이 되면 국내외 친환경차 시장은 약 1조 달러 이상의 규모로 성장할 전망이고, 현재는 배터리 팩의 폐기/재사용에 대한 논의가 많지 않은 상태지만 향후에는 이러한 자동차용 배터리 팩의 재사용 문제가 대두될 것 ● 국내외 그린카 시장 동향, 환경차의 구분, 환경 관련 법규 및 국내외 표준 ● 그린카 배터리의 구성 및 종류 ● 배터리 팩 애프터마켓 전략, 기대효과, 예상 문제점 및 대응 방안 |

36) 경북대학교 공학석사 학위논문

37) 한양사이버대학교 경영학석사 학위논문

(4) 자동차 애프터마켓용 헤드램프 개발³⁸⁾

| 저자 | 주요내용 |
|---|--|
| 이동규 et al. (2018) 대경에이티(주) 서광(주) | <ul style="list-style-type: none"> ● 자동차 판매 후 운행 중 필요로 하는 부품을 애프터마켓 부품이라 하고, 소모품, 사고 교체부품(Crash Part), 내구 교체부품 등을 분류할 수 있음 ● 자동차용 헤드램프는 완성차 판매처에서 공급하는 순정 부품과 비순정부품이 시장에서 판매되고 있으며, 국내에서는 비순정부품의 규제 및 인식 문제로 순정부품 위주로 판매되고 있음 ● 미국 등 여러 나라에서는 순정부품이 30%, 비순정부품과 유사부품이 70%를 차지하고 있는 실정 ● 현재 헤드램프 애프터마켓 부품은 대만 부품업체 등이 대부분의 시장을 장악하고 있으며, 우수한 한국의 제품 공급에 대한 요청이 증가하고 있는 추세 |

나) 수리부품에 대한 법적 연구

| 저자 | 제목 |
|-----------------------------|--|
| 이수미(2015) | 자동차 외관 부품 디자인에 대한 수리조항(Repair Clause) 도입에 관한 연구: 미국 사례를 중심으로 |
| 김원오, 박영규, 이수미 et al. (2015) | 수리부품 디자인보호제도(repair-clause) 도입에 따른 영향 분석: 합리적 정책대안에 대한 검토를 중심으로. 특허청 용역보고서. |
| 김지영, 김인철(2017) | 디자인보호법 개정을 통한 자동차 대체부품 시장 활성화를 위한 연구: 해외의 사례를 중심으로. 중앙대 법학연구원 문화·미디어·엔터테인먼트법 제11권 제1호, 31-59 |
| 전성태(2017) | 수리부품 보호에 관한 EU의 최신 동향과 시사점. 한국 지식재산연구원 ISSUE PAPER 제2017-09호 |
| 김지영, 김인철(2019) | 대체부품에 대한 디자인보호의 경향: 유럽사법재판소 판례를 기반으로 하여. 강원 법학 56, 591-626 |
| 박영규, 김연희(2019) | 수리·대체부품 디자인의 디자인권 침해에 관한 법적 문제: 유럽에서의 논의를 중심으로 |

38) 한국자동차공학회 광주·호남지회 춘계학술대회 Workshop, 32-32

2) 전문가 FGI

본 연구의 기초 요인을 도출하기 위해 전문가 FGI를 실시하였다. FGI를 실시하기 위한 전문가 그룹은 자동차부품 관련 협회, 부품 제조회사, 부품 판매조합, 유통회사 등에서 자동차부품 관련 경력 3년 ~ 40년에 이르는 전문가로 구성하였다. 전문가는 남성 7명(100%)으로 구성되었으며, 연령은 40대 3명(43%), 50대 3명(43%), 60대 1명(14%)으로 구성되었다. FGI를 실시한 일시와 전문가 집단의 인구통계학적 특성은 [표 3-5]와 같다.

[표 3-5] FGI 참석자의 인구통계학적 특성

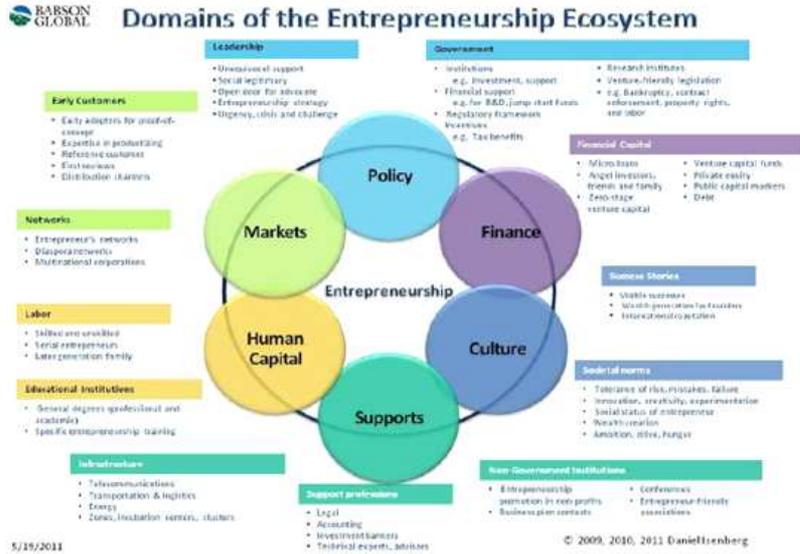
| 일시 | 2021년 5월 18일 오후 2:30 ~ 3:30 | | |
|----|-----------------------------|----|-------|
| 구분 | 항목 | 빈도 | 비중(%) |
| 성별 | 남성 | 7 | 100 |
| | 여성 | 0 | 0 |
| 연령 | 40대 | 3 | 43 |
| | 50대 | 3 | 43 |
| | 60대 | 1 | 14 |
| 계 | | 7 | 100 |

기초 요인을 도출하기 위해, 기업가정신 교육에 있어 세계적으로 가장 실무적이고 직접적인 교육기관으로 알려져 있는 미국 Bobson college의 Daniel Isenberg 교수의 창업생태계 모델을 [그림 3-3]과 같이 제시하고 설명하였다. 어떤 산업이 활성화되려면 관련 요인으로 구성된 생태계가 활성화되어야 하는바, 이런 맥락에서 창업생태계 모델을 차용하여 기초 요인을 개발하고자 하는 취지를 설명하였으며, 다음과 같은 세 가지 질문을 제시하였다.

1. [그림 3-2] 창업생태계의 모형에서 나열된 6개의 기본 영역(정책, 금융, 문화, 지원, 인재, 시장) 중에서, 국내 자동차부품 애프터마켓 활성화에 필요하다고 생각하는 영역을 적어주시기 바랍니다.

(1. _____) (2. _____) (3. _____) (4. _____) (5. _____) (6. _____)

※ 필요하지 않다고 생각하는 영역은 과감히 삭제



[그림 3-3] Isenberg's 창업생태계 모델

※출처: The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy

2. 선택해 주신 기본 영역의 하위 요인을 적어주시기 바랍니다. 하위 요인은 없어도 되고 많아도 됩니다. 각자 본인의 의견을 자유롭게 적어주십시오.

| 기본영역 (Level 1) | 하위 요인 (Level 2) |
|----------------|-----------------|
| (1.) | • |
| (2.) | • |
| (3.) | • |
| (4.) | • |
| (5.) | • |
| (6.) | • |

3. 국내 자동차부품 애프터마켓이 활성화되지 못하고 있는 이유와 활성화를 시키기 위한 필요사항을 자유롭게 말씀해 주시기 바랍니다. Brainstorming 방식으로서 다른 분의 의견에 대한 판단은 보류하고 가능한 한 많은 의견을 주시면 향후에 정리하도록 하겠습니다.

3) 델파이 1차(개방형)

FGI를 통해 도출된 상위 요인 7가지와 각 상위 요인별 하위 요인을 정리하여 전문가 1차 델파이를 실시하였다. 1차 전문가 델파이는 FGI에서 도출된 요인 외에 추가적인 요인을 발굴하여 연구의 범위와 깊이를 확장하기 위한 것으로, 자동차 부품 전문가 42명을 대상으로 개방형 온라인(Google) 설문지를 통해 조사하였다.

조사기간은 2021년 6월 20일부터 약 한달 간 시행되었으며, [표 3-6]과 같이 설문대상 전문가 전체 42명 중 35명이 응답하였다.

[표 3-6] 델파이 1차 조사기간 및 설문대상자 명단

델파이 1차 조사기간 : 2021년 6월 20일 ~ 7월 20일(약 1개월)

| 순번 | 성명 | 소속기관 | 순번 | 성명 | 소속기관 |
|----|-----|-----------|----|-----|-----------|
| 1 | 강OO | 자동차부품 제조사 | 22 | 유OO | 자동차부품 유통사 |
| 2 | 김OO | 자동차부품 제조사 | 23 | 이OO | 자동차부품 유통사 |
| 3 | 김OO | 자동차부품 제조사 | 24 | 조OO | 자동차부품 유통사 |
| 4 | 김OO | 자동차부품 제조사 | 25 | 조OO | 자동차부품 유통사 |
| 5 | 김OO | 자동차부품 제조사 | 26 | 오OO | 협회 |
| 6 | 김OO | 자동차부품 제조사 | 27 | 이OO | 협회 |
| 7 | 박OO | 자동차부품 제조사 | 28 | 이OO | 협회 |
| 8 | 박OO | 자동차부품 제조사 | 29 | 강OO | 정부기관 |
| 9 | 박OO | 자동차부품 제조사 | 30 | 노OO | 정부기관 |
| 10 | 송OO | 자동차부품 제조사 | 31 | 박OO | 정부기관 |
| 11 | 송OO | 자동차부품 제조사 | 32 | 안OO | 정부기관 |
| 12 | 윤OO | 자동차부품 제조사 | 33 | 이OO | 정부기관 |
| 13 | 윤OO | 자동차부품 제조사 | 34 | 정OO | 정부기관 |
| 14 | 이OO | 자동차부품 제조사 | 35 | 김OO | 대학교 |
| 15 | 이OO | 자동차부품 제조사 | 36 | 이OO | 대학교 |
| 16 | 장OO | 자동차부품 제조사 | 37 | 문OO | 연구기관 |
| 17 | 전OO | 자동차부품 제조사 | 38 | 박OO | 연구기관 |
| 18 | 김OO | 자동차부품 유통사 | 39 | 변OO | 연구기관 |
| 19 | 김OO | 자동차부품 유통사 | 40 | 안OO | 연구기관 |
| 20 | 박OO | 자동차부품 유통사 | 41 | 윤OO | 연구기관 |
| 21 | 안OO | 자동차부품 유통사 | 42 | 정OO | 연구기관 |

4) 델파이 2차(폐쇄형)

2차 전문가 델파이는 FGI에서 도출된 요인과 1차 델파이를 통해 추가된 요인을 정리, 이동, 통합하여 실시하였다. 정리된 상위·하위요인을 리커트 5점 척도로 온라인(Google) 설문지를 통해 조사하였다.

2차 델파이는 2021년 8월 20일부터 8월 31일까지 약 10일간 시행되었으며, 설문대상 전문가 전체 42명 중 34명이 응답하였다.

| |
|--|
| 델파이 2차 조사기간 : 2021년 8월 20일 ~ 8월 31일(약 10일) |
|--|

| |
|--------------------------|
| 설문대상 전문가 전체 42명 중 34명 응답 |
|--------------------------|

5) AHP 설문조사

AHP 설문은 델파이를 통해 확정된 요인의 타당도와 신뢰도 검증을 통해 최종적으로 확정된 요인을 대상으로 하였다. 확정된 요인들에 대한 설문지를 수집하여 상위 7개 요인에 대한 쌍대비교와 각 상위 요인의 하위 요인들끼리의 쌍대비교를 통해 가중치를 산출하여 중요도에 의한 요인의 우선순위를 판별하였다.

설문조사는 9월 28일부터 10월 26일까지 약 1개월간 시행하였으며, AHP 기법의 특성상 온라인 설문응답이 어려운 관계로 현장 방문과 e-mail 및 전화통화를 이용한 설문으로 진행하였고, 전체 설문대상 전문가 중 최종적으로 31명이 응답하였다.

| |
|--|
| AHP 설문조사기간 : 2021년 9월 28일 ~ 10월 26일(약 1개월) |
|--|

| |
|--------------------------|
| 설문대상 전문가 전체 42명 중 31명 응답 |
|--------------------------|

제 4 장 연구결과

제 1 절 전문가 FGI 및 델파이

1) 전문가 FGI

2021년 5월 18일에 [그림 4-1]과 같이 진행된 전문가 FGI는 Isenberg의 창업생태계를 기반으로 진행되었으며, 전문가들은 다양한 경험과 여러 가지 제안을 통해 국내 자동차부품 애프터마켓을 활성화시키기 위한 요인을 제시하였다.



[그림 4-1] 전문가 FGI 진행 사진

연구자는 참가한 전문가들의 사전 동의를 얻어 FGI 진행상황을 녹음하였으며, 연구의 내용을 충실히 하고 연구목적을 달성하기 위해 녹음한 내용의 음성자료 일부를 전사하였다.

자동차부품 애프터마켓이 활성화되려면 일단 시장에 대한 공감대가 형성되어야 해요. 일단 완성차 업체에서 애프터마켓을 인정해야 되는데, 사실 부품시장을 장악하고 있는 완성차 계열사 입장에서 보면

자동차부품이 고마진이라 내놓을 수 없는 시장이에요. 그리고 만약에 자동차부품 제조사가 애프터마켓에 참여하면 완성차업체 보복으로 비딩에서 불이익을 볼 수 있어서 참여 못해요. 지금 블랙마켓 업자들만 이익을 보고 있는데... 이걸 정책적으로 흡수하든 어떻게든 양성화시켜서 그로 인한 이익을 완성차 업체도 공유할 수 있게끔 하면서 애프터마켓에 대한 공감대를 만들어 내는 것이 시급하다고 봅니다. (전문가 A)

대한민국에는 애프터마켓이 없는데 왜 그렇게 됐는지 근원적인 문제를 따져봐야 됩니다. IMF 때 국가산업 경쟁력 제고를 위해 산업 구조조정을 하고 현대·기아차를 합치면서 절대 마켓을 가져갔어요. 그러면서 현대차는 토요타를 모델로 글로벌로 간다 그런거죠. 그럼 토요타 방식이 뭐냐, 부품의 모듈화인데 이걸 추진하면서 M사가 탄생을 하고 기존 유통망을 장악하면서 애프터마켓 자체가 사라졌습니다. 그나마 타이어나 배터리같은 거래 규모가 큰 것들은 자체 고유 제품으로 존속하고 나머지는 M사와 거래를 하면 거기에 종속되는 거고 아니면 블랙마켓으로 흘러들어 간거예요. 결국, 정부주도로 없어진 애프터마켓을 정부 주도로 다시 만들어야 하는 상황이 되어 버린겁니다... 소비자들은 순정부품 광고에 매몰돼서 보쉬나 델파이같은 유명 OES 부품도 M사 브랜드 없이는 비품 취급을 해요. 그러니 정부에서는 정부가 인증한 제품이라면 믿겠지 하고 인증제도를 만들게 된겁니다. 우리나라에는 자동차 산업만 있고 자동차 부품산업은 자동차 후방산업으로 취급하며 부품시장이라는게 아예 없는데, 이걸 정책적 도움을 통해서 애프터마켓을 만들어내야 하는거죠. 그래서 보험약관 개정을 통해, 시장 사이즈는 얼마 안되지만, 외장품을 비롯한 인증부품시장 활성화를 위해서 필요해요. 자동차부품은 자동차부품 제조회사가 만드는게 정상이지요. M사는 유통사이고, 그 회사 직접 제조는 1%도 안돼요. 오랜 시장 장악으로 내놓기는 어렵겠죠... 국가적인 캠페인도 필요하고 블랙마켓도 양성화해야 합니다. 타이어는 타이어 회사에서 만들고 범퍼는 범퍼 회사에서 만드는 제품이 오리지널이라는 그런 캠페인 활동과 소비자들의 인식개선이 필요하지 않은가 이렇게 봅니다. (전문가 B)

완성차 경력을 가진 인력도 중요하지만, 신규 창업인력을 양성하는 것도 절실합니다. 우리나라가 전세계 5대 자동차 강국이면서도 자동차와 관련된 아이템으로 창업하는 친구들이 없어요. 젊은 친구들이 부품에 대한 개선점이나 미래차 부품 등에 착안해서 창업을 하게 하고, 이런 친구들이 사이즈가 커지면서 협업을 하거나 하면서 생태계가 조성되면 자연스럽게 애프터마켓이 활성화될 수 있거든요. (전문가 C)

우리나라에 자동차부품 시장이 아예 없다는 것이, 예전에 자동차부품 제조사 7개가 상장을 해 보려고 IR을 했는데, 싹 다 실패했어요. 그리고 일단 은행에서 돈을 안 줘요. 그러니 자동차부품을 하나 개발하려면 자체 자금으로 할 수 밖에 없어요. 완성차 업체는 조립만 하는데 부품 관련 문제는 부품사 책임이야, 설계도 우리가 다 해요. 그리고 문제가 되면 다 부품사 책임이야. 너네가 설계했지 않느냐며... 상당히 잘못 된거죠.

애프터마켓은 정치적인 문제도 있는거 같아요. 이거는 정부 차원에서 법·규제적으로 애프터마켓이 형성되지 않으면 시장 유지가 불가능해요.

그렇게 되려면 지금의 협회 맴파위로는 안될 것 같고 뭔가 확대된 전문기구가 있어야 할 것 같고... 부품제조도 집단화 단지를 만들어서 한꺼번에 생산해서 원가율을 낮춰야 소비자에게 이익을 주면서 부품사도 살 수가 있거든요. 제일 문제가 A/S용 부품은 생산·보관에도 문제하고

비용이 발생하니까 부품사들의 공동대응이 필요해요. 지금 오래된 부품사가 존재할 수 없는 산업구조로, 이게 망해야 살아요. 한 번 털어내야

한다는 거. 1~2차 벤더업체 양산 금형이 50벌이면 A/S 금형이 300벌이야. 이걸 어디다 보관해. 다락 같은거 만들어서 쌓아 놓는데

보관장소도 부족하고 관련 비용이 심각합니다. (전문가 A)

부품사들이 가지고 있는 고충, 그 고리를 한 번은 끊어줘야 되는데, 지금 부품사들이 금형을 보관하는 창고하고 관리비용이 엄청나거든요. 완성차 회사에서 관리비라고 오긴 오는데 그게 10년 전 수준으로 간주해 버리니까. 생색만 내는거죠. 인건비도 안되니까. 그래서 완성차 업체하고 협의하고 있는데, 5년 이후 단산 시 금형에 대한 소유권 문제하고, 부품을 생산할 수 있게 해줘라. 물론 A/S용 부품도 생산하는 거고. 그렇게 지금

완성차하고 딜을 하고 있습니다. 제일 심각한게 금형문제인데, 제조사는 관리비도 안 나오니까 그렇고 완성차에서는 이번만 처리해 달라고 하고, 그러다가 담당 임원이 바뀌고, 책임 질 사람이 없어요. 그래서 이걸 국회로 끌고 가는 이유가 법적 토대를 만들려고 하는 겁니다. 그리고 지금 보험이나 여기도 잘 못가고 금감원 협의하고 하는게, 이게 닻이 먼저냐 달걀이 먼저냐 하는 식으로, 보험시장에서는 충분한 생산량과 커버리지를 요구하는데, 부품사 입장에서는 시장을 먼저 열어줘야 활발하지 않겠냐 하면서... 어찌됐든 9월에 완성차하고 상생협약을 맺으려고 추진하고 있습니다. (전문가 D)

애프터마켓 연구 세계화 전략에서 배드뱅크 개념을 도입해서 상각이 완료된 금형을 처분할 수 있도록, 동남아 같은데로 수출하거나 하면 선순환 구조가 생길 수 있는데, 현재는 부품사에서 보관하도록 하고, M사 체제가 그래요. 안하면 신차 물량에서 불이익을 주고. 이 모든게 수직계열화에서 문제가 생깁니다. (전문가 C)

오래된 차량 부품 A/S가 발생하면 부품 제조도 문제예요. 소비자가 PL법으로 고발한다고 하고... 그리고 미국 수출차량에 대한 클레임이 발생하면 그 비용을 부품사에 전가하고 그냥 납품대에서 공제를 해요. 막말로 미국 가서 고(장)품을 보라는 주의로. 정말 A/S 부품 문제 이거 어떻게든 해결해야 돼요. (전문가 A)

소비자들 인식개선도 그래요. 이게 보험사에서는 소비자가 원해야 약관을 바꾼다고 하고 부품사에서는 소비자에 대한 애프터마켓을 확대할 수 있도록 시장을 먼저 열어달라는 것인데, 소비자 인식개선도 전략적으로 진행해야 해야 할 것 같습니다. 어쨌든 자동차 시장의 질적 성장을 위해서도 없었던 애프터마켓 시장을 열고 소비자 인식을 개선하는 것이 필요하고, 소비자에게도 노블리스 오블리주나 사회공헌같은 문화적인 인식개선도 필요한 것 같아요. 예컨대 중소기업 제품을 써 줘야 우리나라 기업이 글로벌 기업이 된다 이렇게 말입니다. (전문가 C)

이하 생략 -

전문가 FGI를 통해 도출된 상위요인은 정부정책/제도, 금융, 문화, 지원, 인재, 시장, 홍보 등 7가지이며, 각각의 상위요인별로 제시된 하위요인의 내용은 다음과 같다.

가) 정부정책/제도와 그 하위요인

| 상위요인 | 하위요인 |
|-------------|--|
| 정부 정책/제도 | 1. 완성차업체 수직계열화 탈피 - OEM 생산 위주에서 A/M으로 전환 |
| | 2. 완성차업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책 수립 |
| | 3. 수리부품에 대한 의장권 적용배제 등 A/M 관련 법규 정비 |
| | 4. 자동차부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM ³⁹⁾ Player의 정책적 육성 |
| | 5. 중소 OES 자동차부품 제조사에 대한 기술개발, 구매/생산, 유통에 대한 정책적 지원 |
| | 6. 중소 OES 자동차부품 제조사에 대한 해외진출 등 판로개척 지원 |
| | 7. 완성차와 OEM, OES 부품제조사 간 A/S용 부품금형에 대한 마찰 해결, 보관장소/비용/소량생산 부품의 공급 시 경제성 등 문제해결 |
| | 8. 정부/지자체 및 공공기관의 적극적인 인증부품 사용 혹은 사용 의무화 |
| | 9. 대기업과 중소기업의 자동차부품 관련 시장구분, 업무분리, 동시참여 배제 |
| | 10. A/M을 지원할 유관부처 설립 및 국내 전문가 pool 구축 |

* A/M = 자동차부품 애프터마켓, IAM = Independent After Market,
OEM = Original Equipment Manufacturing, OES = Original Equipment Supplier

나) 금융과 그 하위요인

| 상위요인 | 하위요인 |
|------|----------------------------------|
| 금융 | 1. 자동차부품 생산을 위한 원자재(ex. 금형) 금융지원 |
| | 2. 자동차부품 제조사에 대한 R&D 관련 금융지원 |
| | 3. 자동차부품 제조사에 대한 생산자금의 지원 또는 융자 |
| | 4. 자동차부품 유통사에 대한 유통금융 지원 |
| | 5. 자동차부품 유통사에 대한 정책적 투자금융 활성화 지원 |

39) <https://www.lawinsider.com/dictionary/independent-aftermarket>

다) 문화와 그 하위요인

| 상위요인 | 하위요인 |
|------|---------------------------------|
| 문화 | 1. 자동차 정비문화 활성화 |
| | 2. 각 개인이 직접 수리 가능한 수리문화 정착 |
| | 3. 부품생산 중소기업 간 수평협업 문화조성 및 활성화 |
| | 4. 자동차 부품 A/M 이해관계자간 협력문화 구축 |
| | 5. 폐쇄적 자동차 부품산업 생태계 개방형 문화체계 구축 |
| | 6. 자동차 부품산업의 청년창업 문화 활성화 |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓

라) 지원과 그 하위요인

| 상위요인 | 하위요인 |
|------|---|
| 지원 | 1. 자동차부품 기술개발 지원 |
| | 2. 자동차부품 국내유통 및 물류지원 |
| | 3. 적극적 해외수출/진출 지원 |
| | 4. 자동차 수리견적 등 부품정보시스템 구축 |
| | 5. 해외시장 유통 자동차부품의 실시간 정보(가격, 제조사, 품질 등) 제공 |
| | 6. 제조 경쟁력 제고를 위한 자동차부품 경쟁력 강화 기반조사 (현지 파트너십, JV, 바이어 컨택 등) 구축 |
| | 7. 단발성 지원보다 지속적/연속적 지원체계 구축 |
| | 8. A/M 시장 진입 지원(국내, 글로벌 IAM 육성지원) |
| | 9. 규모의 경제 구축 필요 - 부품 제조업체들의 국내, 해외 집단화 단지 조성지원 |

※ JV = Joint Venture, IAM = Independent After Market, A/M = After Market

마) 인재와 그 하위요인

| 상위요인 | 하위요인 |
|------|--|
| 인재 | 1. 자동차부품 견적 전문인력 양성 |
| | 2. 자동차부품 리버스 엔지니어링 및 Q/C 전문인력, 수리 전문인력 양성 (마이스터고, 폴리텍대학 활용 등) |
| | 3. 자동차부품에 대한 전문인력 양성 및 자격제도 마련 (ex. 자동차부품견적사, 부품정보처리사 등) 마련 |
| | 4. 미래 자동차산업(전기차, 자율주행 등)에 대한 인재 육성 |
| | 5. 자동차 관련 혁신 창업인재 육성 |
| | 6. 자동차산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 고령화 인력순환 체계 구축 |

※ Q/C = Quality Control

바) 시장과 그 하위요인

| 상위요인 | 하위요인 |
|------|--|
| 시장 | 1. 자동차부품 제조사 OES시장 참여 및 확대분위기 조성 |
| | 2. 자동차보험 시장에서 검증된 A/M 부품의 적극적인 사용 |
| | 3. 생산자와 소비자 간의 이익공유(중간상 개념 상쇄) |
| | 4. 자동차 정비공장의 수입을 보장하여 일반수리 시 인증부품 사용 유도 |
| | 5. 자동차부품 블랙마켓 등 무질서한 시장 질서 개선 혹은 양성화 유도 |
| | 6. 정비된 국내 자동차부품 시장을 발판으로 해외시장 진출 및 확대 |
| | 7. OEM 시장과 명백하게 구분된 독립적인 A/M(IAM) 시장 형성 |
| | 8. On-Line과 Off-Line 시장의 구분 |
| | 9. 각 시장의 유통채널 및 규정과 정책의 구분으로 시장에서의 마찰 사전예방 |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓, IAM = Independent After Market,
OEM = Original Equipment Manufacturing, OES = Original Equipment Supplier

사) 홍보와 그 하위요인

| 상위요인 | 하위요인 |
|------|--|
| 홍보 | 1. 일반 소비자 및 보험 소비자에 대한 A/M 홍보 |
| | 2. 소비자들의 '순정품' 용어 매몰 개선 시급 - A/M에 대한 캠페인 |
| | 3. 소비자 및 보험사의 시장에 대한 인식 개선, 약관개정 등 보험상품, 보험수리 체계의 변화 |
| | 4. 자동차 부품산업의 질적 확대, 인증품 성능이 정품과 동일함 강조 |
| | 5. 중소기업 제품 사용으로 중소기업 보호 측면 강조, 세대별 홍보전략 세분화 |
| | 6. 자동차 정비공장에 대한 지속적인 계도/홍보 |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓

2) 델파이 1차(개방형)

FGI를 통해 확정된 요인에 대해 보다 많은 전문가의 의견을 수렴하고자 1차 전문가 델파이를 진행하였다. 1차 델파이는 개방형 설문으로 진행되었으며, 그 결과 각 상위 요인별로 다수의 하위요인이 추가되었다. 추가된 항목에 대해 자동차부품의 시장 전문가와 법률 전문가의 자문을 거쳐 중복된 항목을 일부 이동하거나 병합하여 확정된 1차 델파이 결과의 요인은 [표 4-1]과 같다.

[표 4-1] FGI 및 1차 델파이의 하위요인 변동내역

| 구분 | 요인 추가 내역 | | |
|----------|------------|---------|-----------|
| | FGI 확정요인 수 | 추가 요인 수 | 변경 후 요인 수 |
| 정책의 하위요인 | 10 | 1 | 11 |
| 금융의 하위요인 | 5 | 4 | 9 |
| 문화의 하위요인 | 6 | 3 | 9 |
| 지원의 하위요인 | 9 | 3 | 12 |
| 인재의 하위요인 | 6 | 3 | 9 |
| 시장의 하위요인 | 9 | - | 9 |
| 홍보의 하위요인 | 6 | 4 | 10 |
| 계 | 51 | 18 | 69 |

가) 정부정책/제도와 그 하위 요인

| 상위요인 | 하위요인 |
|-------------|---|
| 정부 정책/제도 | 1. 완성차 업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책수립 |
| | 2. 수리부품에 대한 의장권 적용 배제 등 A/M 관련법규 정비 |
| | 3. 자동차부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM ⁴⁰⁾ Player의 정책적 육성 |
| | 4. A/M 자동차부품 공인 보증기관 설치 및 품질보증체계 재정립 |
| | 5. A/M을 지원할 유관부처 설립 및 국내 전문가 pool 구축 |
| | 6. 수출에 대한 클레임 발생시 대응기구 창설 |
| | 7. 자동차 부품산업의 집약적 공단 조성 |
| | 8. 금형은행 설립 및 공공화 |
| | 9. OES 부품 견적 및 사용률 기반 보험정책 제도 개선 |
| | 10. 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화 |
| | 11. 정비소의 인증부품 고지 의무 실제적 적용 및 강력한 단속 실시 |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓, IAM = Independent After Market,
OEM = Original Equipment Manufacturing, OES = Original Equipment Supplier

나) 금융과 그 하위 요인

| 상위요인 | 하위요인 |
|------|---|
| 금융 | 1. 자동차부품 생산을 위한 금형개발 R&D 및 시제품 제작 지원 |
| | 2. 자동차부품 제조사에 대한 생산자금, 유통금융, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원 |
| | 3. 제조사 지역 활성화를 위해 지역 특성을 반영한 분산 금융지원 |
| | 4. 해외 진출을 위한 투자지원(현지 공장투자 관련 특화자금, 해외 유통망 확보자금) |
| | 5. 개발 order가 확정된 건에 대해 발주처 보증을 통한 금융지원 |
| | 6. 자동차부품 제조사에 대한 인력충원 관련 금융지원 |
| | 7. 자동차부품 관련 창업활성화를 위한 금융지원 |
| | 8. 중소기업 중심 협의체의 자립 금융지원 |
| | 9. 자동차부품 검색에 대한 자격취득 관련 금융지원 |

40) <https://www.lawinsider.com/dictionary/independent-aftermarket>

다) 문화와 그 하위 요인

| 상위요인 | 하위요인 |
|------|--|
| 문화 | 1. 폐쇄적 자동차 부품산업 생태계 개방형 문화체계 구축 |
| | 2. 차량 진단, 수리, 보증시스템의 신뢰제고 및 문화적 개선 |
| | 3. A/M에 대한 문화 형성, A/M 활성화 페스티벌 |
| | 4. 건전한 튜닝문화 정착, 정부지원의 튜닝카 박람회 개최 |
| | 5. 자동차 부품산업의 청년창업 문화 활성화 |
| | 6. A/M 부품의 호환성 연구 및 자동차 A/M 부품 개발대회 |
| | 7. 자가정비, 자체 수리를 위한 기본 교육 및 전문가 교육 필요 |
| | 8. 자동차 정비문화 활성화를 위해 지자체 혹은 아파트 등 공동시설에 공동활용 자가정비소 구축 |
| | 9. 자동차부품 A/M 이해관계자 간 협력문화 및 기업 간 기술정보 네트워크 구축 |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓

라) 지원과 그 하위 요인

| 상위요인 | 하위요인 |
|------|---|
| 지원 | 1. 중소 OES 자동차부품 제조사에 대한 자동차부품 금형개발 R&D, 구매/생산, 유통 및 물류에 대한 정책적 지원 |
| | 2. 중소 OES 자동차부품 제조사에 대한 해외수출/진출 등 판로개척 및 물류지원 |
| | 3. 국내 및 해외 자동차부품 A/M 시장 정보 및 중소기업제품 유통플랫폼 구축 |
| | 4. 자동차 수리견적 등 부품정보시스템 및 전차종 A/S 부품 데이터베이스 구축 및 B2B 시스템 지원 |
| | 5. 중소 자동차부품 제조업체들의 국내, 해외 집단화/집적시설 조성 |
| | 6. A/M 정기세미나 활성화, 전시회 및 바이어 상담 지원 |
| | 7. 공동구매 - 공동생산 - 공동물류 - 공동마케팅 등의 시스템 구축 |
| | 8. 자동차부품 생산화 지원센터, 복합물류센터, 비즈니스센터, 복합인증센터 등 구축 |
| | 9. A/M 업체 간 정보 및 기술공유 네트워크 구축, 중소기업 중심의 협의체 및 단체 지원체계 구축 |
| | 10. 소규모 정비소 활성화 지원 |
| | 11. A/M 시장을 타겟으로 하는 창업기업에 대한 지원체계 |
| | 12. 중소생산기업을 위한 경영컨설팅(경영, 회계, 세무, 지적권, 법률, 인사, 생산기술, 홍보 지원 등) 및 지속적 교육 |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓, OEM = Original Equipment Manufacturing, OES = Original Equipment Supplier

마) 인재와 그 하위 요인

| 상위요인 | 하위요인 |
|------|--|
| 인재 | 1. 자동차 관련 혁신 창업인재 육성 |
| | 2. 자동차부품 리버스 엔지니어링 및 Q/C 전문인력, 수리 전문인력 양성(마이스터고, 폴리텍대학 활용 등) |
| | 3. 자동차부품과 관련된 전문 자격제도 마련 (ex. 자동차부품견적사, 부품정보처리사 등) |
| | 4. 자동차부품 개발인원 관리시스템 혹은 인력 pool 구축 |
| | 5. 병역특례 등으로 자동차부품 제조사에 대한 생산인력 지원 |
| | 6. 자동차부품 마케팅 인력, 온라인 판매를 위한 온라인 판매전문가 육성 |
| | 7. 자동차산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 인력순환 체계 구축 |
| | 8. 전문인력 양성을 위해 자동차부품 관련 해외 자동차제조사 또는 부품제조 기업들과 교환 트레이닝 프로그램 등 도입 |
| | 9. 미래 자동차산업(전기차, 자율주행 등)에 대한 인재 육성 |

※ Q/C = Quality Control

바) 시장과 그 하위 요인

| 상위요인 | 하위요인 |
|------|---|
| 시장 | 1. 자동차부품 제조사 OES시장 참여 및 확대분위기 조성 |
| | 2. 부품 제조사의 제조능력 강화 및 부품인증제도의 신뢰성 확보 |
| | 3. OEM 시장과 명백하게 구분된 독립적인 A/M(IAM) 시장 형성 |
| | 4. OEM 부품정보 개방, 차량수리 시 소비자의 부품선택권 확대 |
| | 5. 자동차보험 시장에서 검증된 A/M 부품의 적극적인 사용 |
| | 6. OES 부품사의 소비자 직판시장 활성화, 생산자와 소비자 간의 이익공유(중간상 개념 상쇄) |
| | 7. 자동차 정비공장의 수입을 보장하여 일반수리 시 인증부품 사용 유도 |
| | 8. 국내 판매업체와 해외 판매업체, 제품 구성 등에 대한 정보확인이 가능한 시스템 구축 |
| | 9. 유사상표 자동차부품, 비인증 자동차부품 시장 유통 차단 |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓, IAM = Independent After Market,
OEM = Original Equipment Manufacturing, OES = Original Equipment Supplier)

사) 홍보와 그 하위 요인

| 상위요인 | 하위요인 |
|------|---|
| 홍보 | 1. 대체부품 인증제도 활성화를 위한 TV 공익광고 및 언론 홍보 |
| | 2. 소비자들의 '순정품' 용어 매몰 인식개선 및 대체부품에 대한 네이밍 개선(ex. 품질인증부품) |
| | 3. 소비자 및 보험사의 시장에 대한 인식 개선, 약관개정 등 보험상품, 보험수리 체계의 변화 |
| | 4. 인증부품의 안전성과 신뢰성을 보증하는 프로그램 및 홍보체계 |
| | 5. 소비자의 인증부품사용 체험사례를 통한 신뢰성 제고 |
| | 6. 소비자 및 자동차 정비공장에 대한 정부 차원의 지속적이고 반복적인 홍보 |
| | 7. 인증부품 전용 판매사이트 개설 및 정비업소 홍보 |
| | 8. A/M 제품에 대한 브랜드화 및 소비자에 대한 구체적인 홍보 |
| | 9. OES 자동차부품 소비자에 대한 명확한 경제적 보상 제도화 |
| | 10. 자동차부품협회 설립취지 홍보 및 인증체계 글로벌 이미지 개선 |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓, OES = Original Equipment Supplier

3) 델파이 2차(폐쇄형)

1차 델파이에서 확정된 문항에 대해 전문가의 의견을 수렴하기 위해 2차 전문가 델파이를 진행하였다. 2차 델파이를 위한 설문은 아래와 같이 리커트 5점 척도(Likert scale) 이용한 폐쇄형 설문으로 진행하였으며, 설문 진행 전에 시장전문가와 법률전문가의 자문을 거쳐 일부 항목의 병합과 이동을 거친 후 [표 4-2]와 같이 최종적인 설문항목을 확정하였다.

[표 4-2] 델파이 2차 하위요인 변동내역

| 구분 | 2차 델파이 요인 변동 내역 | | |
|----------|-----------------|---------|-----------|
| | 1차 델파이 | 변동 요인 수 | 변경 후 요인 수 |
| 정책의 하위요인 | 11 | +1 | 12 |
| 금융의 하위요인 | 9 | -1 | 8 |
| 문화의 하위요인 | 9 | -2 | 7 |
| 지원의 하위요인 | 12 | -4 | 8 |
| 인재의 하위요인 | 9 | -4 | 5 |
| 시장의 하위요인 | 9 | -5 | 4 |
| 홍보의 하위요인 | 10 | -6 | 4 |
| 계 | 69 | -21 | 48 |

최종적인 설문항목의 상위 및 하위요인은 다음과 같다.

가) 정부정책/제도와 그 하위 요인

| 상위요인 | 하위요인 |
|-------------|---|
| 정부 정책/제도 | 1. 완성차 업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책수립 |
| | 2. 수리부품에 대한 의장권 적용 배제 등 A/M 관련법규 정비 |
| | 3. 자동차부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM ⁴¹⁾ (Independent Aftermarket) Player의 정책적 육성 |
| | 4. A/M 자동차부품 공인 품질관리기관 설치 및 품질보증체계 재정립 |
| | 5. A/M을 지원할 유관부처 설립 및 국내 전문가 pool 구축 |
| | 6. 수출 클레임 대응지원체계 구축 |
| | 7. 자동차 부품산업의 국내외 집단화/집적시설 조성 |
| | 8. 자동차부품 금형은행 설립 및 공공화 |
| | 9. OES 부품 견적 및 사용률 제고를 위한 보험체계 개선 |
| | 10. 부품정보 개방으로 차량 수리 시 소비자의 부품선택권 확대 (OEM, OES 등) |
| | 11. 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화 |
| | 12. 정비소의 인증부품 고지 의무 적용을 위한 강력한 제도 실시 |

* A/M = 자동차부품 애프터마켓, IAM = Independent After Market, OEM = Original Equipment Manufacturing, OES = Original Equipment Supplier

나) 금융과 그 하위 요인

| 상위요인 | 하위요인 |
|------|---|
| 금융 | 1. 자동차부품 생산을 위한 금형개발 R&D, 시제품 제작, 연구개발비 등 지원 |
| | 2. 자동차부품 제조사에 대한 생산, 국내유통, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원 |
| | 3. 지역 특성을 고려한 제조사 맞춤형 금융지원 |
| | 4. 해외 진출을 위한 투자지원(현지 공장투자 관련 특화자금, 해외 유통망 확보자금) |
| | 5. 판매가 확정된 계약건에 대한 보증지원을 통한 자금지원 확대 |
| | 6. 자동차부품 관련 창업금융지원 |
| | 7. 자동차부품 제조사 전문인력에 대한 인건비, 교육훈련비 지원 |
| | 8. 자동차부품 연관 중소기업 협의체 보조금융지원 |

다) 문화와 그 하위 요인

| 상위요인 | 하위요인 |
|------|--|
| 문화 | 1. 자동차부품산업 개방형 생태계 구축, 부품제조사 OES 시장 참여 및 확대분위기 조성 |
| | 2. 부품제조사의 제품품질, 성능 및 부품인증제도의 신뢰문화 확산 |
| | 3. 건전한 튜닝문화 보급 및 활성화 |
| | 4. 자동차 부품산업의 청년창업 분위기 조성 |
| | 5. 우수품질 A/M 부품의 개발 활성화(경진대회 개최 등) |
| | 6. 자동차 자가정비 및 경정비 문화 활성화(지자체, 아파트 등 지역생활 커뮤니티 기반 공동활용 자가정비시설 구축) |
| | 7. 자동차부품 A/M 이해관계자 간 협력문화 및 기업 간 기술정보 교류문화 활성화 |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓, OES = Original Equipment Supplier

41) <https://www.lawinsider.com/dictionary/independent-aftermarket>

라) 지원과 그 하위 요인

| 상위요인 | 하위요인 |
|------|---|
| 지원 | 1. 국내 및 해외 자동차부품 A/M 유통지원 플랫폼 구축 (시장정보, 국내외 업체 및 제품, 정기세미나 등) |
| | 2. 자동차 수리견적 등 부품정보시스템 및 A/S 부품 DB 구축 (EPC, 제품구성, 정비업소 등) |
| | 3. A/M 정기세미나 활성화, 전시회 및 바이어 상담 지원 |
| | 4. 공동대응 시스템 구축(구매, 생산, 마케팅, 물류 등) |
| | 5. PL 보험 지원체계 및 보상한도 현실화 |
| | 6. 자동차부품 관련 종합지원센터 구축 (제품개발, 생산기술, 품질표준, 인증 등) |
| | 7. 소규모 정비소 활성화 지원 |
| | 8. 중소기업을 위한 컨설팅 지원체계 구축 (경영, 회계, 세무, 지식재산권, 법률, 인사/노무, 생산기술 등) |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓, PL = Product Liability,
EPC = Electronic Parts Catalog

마) 인재와 그 하위 요인

| 상위요인 | 하위요인 |
|------|---|
| 인재 | 1. 자동차 관련 혁신 창업인재 육성 |
| | 2. R&D, 생산, 마케팅, 온라인 판매전문가, Q/A, 수리/정비 등 자동차부품 전문인력 양성(마이스터고, 폴리텍대학 활용, 국내·외 교환트레이닝 프로그램 등) |
| | 3. 자동차부품과 관련된 전문 자격사 마련(ex. 자동차부품견적사, 부품정보 처리사, EPC활용전문가 등) |
| | 4. 자동차부품 관련 우수인재 pool 구축 및 지원 |
| | 5. 자동차산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 인력순환 체계 구축 |

※ Q/A = Quality Assurance, EPC = Electronic Parts Catalog

바) 시장과 그 하위 요인

| 상위요인 | 하위요인 |
|------|---|
| 시장 | 1. OEM 시장과 구분된 독립적인 A/M 시장체계 구축 |
| | 2. 자동차보험 시장에서 품질인증 A/M 부품의 적용 확대 |
| | 3. OES 부품의 시장 유통구조 단순화 (중간상 배제, 소비자 이익 및 정비공장의 수입보장) |
| | 4. 유사상표 부품 및 비인증 부품의 시장 유통 차단 등 자동차부품 블랙마켓 단속 |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓, OEM = Original Equipment Manufacturing,
OES = Original Equipment Supplier

사) 홍보와 그 하위 요인

| 상위요인 | 하위요인 |
|------|--|
| 홍보 | 1. 대체부품 인증제도 활성화를 위한 TV 공익광고 및 언론 홍보 (신뢰성, 안전성, 소비자 체험사례 등) |
| | 2. 소비자들의 '순정품' 용어 인식개선 및 대체부품에 대한 네이밍 개선 (ex. 품질인증부품) |
| | 3. 소비자 및 자동차 정비공장에 대한 정부 차원의 지속적이고 반복적인 대체부품 홍보체계 구축 |
| | 4. OES 자동차부품 사용 소비자에 대한 경제적 보상효과 홍보 |

※ OES = Original Equipment Supplier

4) 데이터 정제 및 기술통계

2차 델파이를 통해 수집한 설문 응답지 34개 중 전체 항목에 대하여 같은 점수를 기록한 5개 응답지를 삭제하였고 그 중 2명의 전문가로부터 재응답을 요청하여 최종 31개의 응답지가 분석에 사용되었다. SPSS(v.22) 프로그램을 사용하여 분석한 데이터의 기술통계량은 [표 4-3]과 같다. 왜도의 값이 음수(-)인 경우 우측, 양수(+)인 경우 좌측으로 치우친 분포를 나타내며, 첨도의 값이 음수(-)인 경우 낮고 완만한 분포, 양수(+)인 경우 상대적으로 뾰족한 분포를 나타낸다. West et al.(1995), Kline(2005) 등은 왜도의 기준을 절대값 3을 초과하지 않고, 첨도는 절대값 8을 초과하지 않으면 정규분포로 볼 수 있다고 하였다.

[표 4-3] 델파이 최종 데이터의 기술통계량

| | N | 최소값 | 최대값 | 평균 | 표준편차 | 왜도 | 첨도 |
|-------|----|-----|-----|------|-------|--------|--------|
| 정책 | 31 | 3 | 5 | 4.55 | 0.624 | -1.075 | .220 |
| 금융 | 31 | 3 | 5 | 4.52 | 0.677 | -1.096 | .077 |
| 문화 | 31 | 3 | 5 | 4.35 | 0.755 | -.711 | -.845 |
| 지원 | 31 | 3 | 5 | 4.55 | 0.624 | -1.075 | .220 |
| 인재 | 31 | 2 | 5 | 4.35 | 0.877 | -1.106 | .167 |
| 시장 | 31 | 3 | 5 | 4.48 | 0.570 | -.511 | -.718 |
| 홍보 | 31 | 3 | 5 | 4.39 | 0.667 | -.637 | -.548 |
| 정책_1 | 31 | 3 | 5 | 4.45 | 0.675 | -.855 | -.325 |
| 정책_2 | 31 | 3 | 5 | 4.48 | 0.626 | -.809 | -.252 |
| 정책_3 | 31 | 3 | 5 | 4.29 | 0.693 | -.460 | -.760 |
| 정책_4 | 31 | 3 | 5 | 4.03 | 0.795 | -.059 | -1.391 |
| 정책_5 | 31 | 2 | 5 | 4.00 | 0.856 | -.681 | .158 |
| 정책_6 | 31 | 2 | 5 | 3.97 | 0.912 | -.215 | -1.194 |
| 정책_7 | 31 | 2 | 5 | 4.03 | 0.983 | -.744 | -.382 |
| 정책_8 | 31 | 2 | 5 | 3.71 | 1.006 | -.202 | -.995 |
| 정책_9 | 31 | 3 | 5 | 4.06 | 0.772 | -.114 | -1.267 |
| 정책_10 | 31 | 1 | 5 | 4.23 | 1.087 | -1.482 | 1.649 |
| 정책_11 | 31 | 3 | 5 | 4.35 | 0.709 | -.644 | -.709 |
| 정책_12 | 31 | 3 | 5 | 4.42 | 0.720 | -.845 | -.524 |
| 금융_1 | 31 | 3 | 5 | 4.55 | 0.624 | -1.075 | .220 |
| 금융_2 | 31 | 3 | 5 | 4.42 | 0.564 | -.258 | -.855 |
| 금융_3 | 31 | 3 | 5 | 4.19 | 0.792 | -.370 | -1.289 |
| 금융_4 | 31 | 3 | 5 | 4.13 | 0.846 | -.258 | -1.570 |
| 금융_5 | 31 | 3 | 5 | 4.42 | 0.564 | -.258 | -.855 |

| | N | 최소값 | 최대값 | 평균 | 표준편차 | 왜도 | 첨도 |
|---------------|----|-----|-----|------|-------|--------|--------|
| 금융_6 | 31 | 2 | 5 | 4.29 | 0.739 | -1.062 | 1.652 |
| 금융_7 | 31 | 3 | 5 | 4.23 | 0.762 | -.415 | -1.121 |
| 금융_8 | 31 | 3 | 5 | 4.19 | 0.654 | -.214 | -.574 |
| 문화_1 | 31 | 3 | 5 | 4.26 | 0.729 | -.448 | -.941 |
| 문화_2 | 31 | 3 | 5 | 4.42 | 0.672 | -.743 | -.457 |
| 문화_3 | 31 | 2 | 5 | 4.00 | 0.894 | -.299 | -1.034 |
| 문화_4 | 31 | 2 | 5 | 3.87 | 0.846 | -.095 | -.863 |
| 문화_5 | 31 | 2 | 5 | 3.97 | 0.752 | -.449 | .265 |
| 문화_6 | 31 | 2 | 5 | 3.48 | 0.962 | .049 | -.850 |
| 문화_7 | 31 | 2 | 5 | 4.06 | 0.854 | -.472 | -.599 |
| 지원_1 | 31 | 3 | 5 | 4.32 | 0.653 | -.436 | -.612 |
| 지원_2 | 31 | 3 | 5 | 4.42 | 0.720 | -.845 | -.524 |
| 지원_3 | 31 | 3 | 5 | 3.90 | 0.746 | .161 | -1.122 |
| 지원_4 | 31 | 1 | 5 | 4.00 | 0.966 | -1.186 | 1.911 |
| 지원_5 | 31 | 3 | 5 | 4.16 | 0.638 | -.142 | -.431 |
| 지원_6 | 31 | 3 | 5 | 4.19 | 0.601 | -.085 | -.230 |
| 지원_7 | 31 | 3 | 5 | 3.90 | 0.790 | .178 | -1.346 |
| 지원_8 | 31 | 3 | 5 | 4.16 | 0.638 | -.142 | -.431 |
| 인재_1 | 31 | 3 | 5 | 4.03 | 0.706 | -.045 | -.877 |
| 인재_2 | 31 | 3 | 5 | 4.10 | 0.651 | -.093 | -.475 |
| 인재_3 | 31 | 2 | 5 | 4.13 | 0.763 | -.708 | .608 |
| 인재_4 | 31 | 3 | 5 | 4.16 | 0.583 | -.011 | .000 |
| 인재_5 | 31 | 3 | 5 | 4.13 | 0.718 | -.198 | -.954 |
| 시장_1 | 31 | 3 | 5 | 4.26 | 0.729 | -.448 | -.941 |
| 시장_2 | 31 | 1 | 5 | 4.32 | 0.871 | -1.998 | 5.952 |
| 시장_3 | 31 | 3 | 5 | 4.26 | 0.815 | -.524 | -1.285 |
| 시장_4 | 31 | 3 | 5 | 4.55 | 0.675 | -1.229 | .358 |
| 홍보_1 | 31 | 3 | 5 | 4.35 | 0.661 | -.534 | -.600 |
| 홍보_2 | 31 | 3 | 5 | 4.35 | 0.661 | -.534 | -.600 |
| 홍보_3 | 31 | 3 | 5 | 4.29 | 0.693 | -.460 | -.760 |
| 홍보_4 | 31 | 3 | 5 | 4.13 | 0.763 | -.227 | -1.202 |
| 유효한 N(목록별) | 31 | | | | | | |

5) 데이터의 타당도 검증

데이터의 타당도는 Lawshe(1975)가 제시한 내용타당도 비율(Content Validity Ratio, CVR)을 바탕으로 분석하였으며, 상관계수에 의한 타당도 기준에서 '0.4~0.6은 타당도가 있다', '0.6~0.8은 타당도가 높다'의 기준으로 판단하여 CVR 최소값 기준을 0.6으로 채택하였다.

가) 상위요인의 CVR 값 확인

상위요인의 CVR 값은 7개 영역 모두에서 0.6 이상으로 나타나 다음과 같이 타당도가 확보되었다.

| 상위요인 | 중요하다고 응답한 숫자 | CVR |
|------|--------------|-------|
| 정책 | 29 | 0.871 |
| 금융 | 28 | 0.806 |
| 문화 | 26 | 0.677 |
| 지원 | 29 | 0.871 |
| 인재 | 25 | 0.613 |
| 시장 | 30 | 0.935 |
| 홍보 | 28 | 0.806 |

나) 하위요인의 CVR 값 확인

(1) ‘정부정책/제도’ 하위요인의 CVR 값 확인

상위요인 정부정책/제도의 하위요인에 대한 타당도 검증에 있어서 ‘4. A/M 자동차부품 공인 품질관리기관 설치 및 품질보증체계 재정립’, ‘5. A/M을 지원할 유관부처 설립 및 국내 전문가 pool 구축’, ‘6. 수출 클레임 대응지원체계 구축’, ‘7. 자동차 부품산업의 국내외 집단화/집적시설 구축’, ‘8. 자동차부품 금형은행 설립 및 공공화’, ‘9. OES 부품 견적 및 사용률 제고를 위한 보험체계 개선’ 등 6개 요인은 CVR 값이 0.6 미만으로 나타나 타당도가 확보되지 않았으므로 목록에서 제거하였다.

| 정부정책/제도의 하위요인 | 중요하다고 응답한 숫자 | CVR |
|---|--------------|-------|
| 1. 완성차 업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책수립 | 28 | 0.806 |
| 2. 수리부품에 대한 의장권 적용 배제 등 A/M 관련법규 정비 | 29 | 0.871 |
| 3. 자동차부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM ⁴²⁾ (Independent Aftermarket) Player의 정책적 육성 | 27 | 0.742 |
| 4. A/M 자동차부품 공인 품질관리기관 설치 및 품질보증 체계 재정립 | 22 | 0.419 |
| 5. A/M을 지원할 유관부처 설립 및 국내 전문가 pool 구축 | 24 | 0.548 |
| 6. 수출 클레임 대응지원체계 구축 | 20 | 0.290 |
| 7. 자동차 부품산업의 국내외 집단화/집적시설 조성 | 23 | 0.484 |
| 8. 자동차부품 금형은행 설립 및 공공화 | 18 | 0.161 |
| 9. OES 부품 견적 및 사용률 제고를 위한 보험체계 개선 | 23 | 0.484 |
| 10. 부품정보 개방으로 차량 수리 시 소비자의 부품선택권 확대(OEM, OES 등) | 25 | 0.613 |
| 11. 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화 | 27 | 0.742 |
| 12. 정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 제도 실시 | 27 | 0.742 |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓, IAM = Independent After Market, OEM = Original Equipment Manufacturing, OES = Original Equipment Supplier

(2) '금융' 하위요인의 CVR 값 확인

금융의 하위요인에 대한 타당도 검증에 있어서 '3. 지역 특성을 고려한 제조사 맞춤형 금융지원', '4. 해외 진출을 위한 투자지원' 등 2개 요인은 CVR 값이 0.6 미만으로 나타나 타당도가 확보되지 않았으므로 목록에서 제거하였다.

| 금융의 하위요인 | 중요하다고 응답한 숫자 | CVR |
|---|--------------|-------|
| 1. 자동차부품 생산을 위한 금형개발 R&D, 시제품 제작, 연구개발비 등 지원 | 29 | 0.871 |
| 2. 자동차부품 제조사에 대한 생산, 국내유통, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원 | 30 | 0.935 |
| 3. 지역 특성을 고려한 제조사 맞춤형 금융지원 | 24 | 0.548 |
| 4. 해외 진출을 위한 투자지원(현지 공장투자 관련 특화자금, 해외 유통망 확보자금) | 22 | 0.419 |
| 5. 판매가 확정된 계약건에 대한 보증지원을 통한 자금지원 확대 | 30 | 0.935 |
| 6. 자동차부품 관련 창업금융지원 | 28 | 0.806 |
| 7. 자동차부품 제조사 전문인력에 대한 인건비, 교육훈련비 지원 | 25 | 0.613 |
| 8. 자동차부품 연관 중소기업 협의체 보조금융지원 | 27 | 0.742 |

42) <https://www.lawinsider.com/dictionary/independent-aftermarket>

(3) ‘문화’ 하위요인의 CVR 값 확인

문화의 하위요인에 대한 타당도 검증에 있어서 ‘3. 건전한 튜닝문화 보급 및 활성화’, ‘4. 자동차 부품산업의 청년 창업분위기 조성’, ‘5. 우수품질 A/M 부품의 개발 활성화’, ‘6. 자동차 자가정비 및 경정비 문화 활성화’, ‘7. 자동차부품 A/M 이해관계자간 협력문화 및 기업간 기술정보 교류문화 활성화’ 등 5개 요인은 CVR 값이 0.6 미만으로 나타나 타당도가 확보되지 않았으므로 목록에서 제거하였다.

| 문화의 하위요인 | 중요하다고 응답한 숫자 | CVR |
|--|--------------|--------|
| 1. 자동차부품산업 개방형 생태계 구축, 부품제조사 OES 시장 참여 및 확대분위기 조성 | 26 | 0.677 |
| 2. 부품제조사의 제품품질, 성능 및 부품인증제도의 신뢰문화 확산 | 28 | 0.806 |
| 3. 건전한 튜닝문화 보급 및 활성화 | 21 | 0.355 |
| 4. 자동차 부품산업의 청년창업 분위기 조성 | 20 | 0.290 |
| 5. 우수품질 A/M 부품의 개발 활성화(경진대회 개최 등) | 24 | 0.548 |
| 6. 자동차 자가정비 및 경정비 문화 활성화(지자체, 아파트 등 지역생활 커뮤니티 기반 공동활용 자가정비시설 구축) | 15 | -0.032 |
| 7. 자동차부품 A/M 이해관계자간 협력문화 및 기업간 기술정보 교류문화 활성화 | 23 | 0.484 |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓, OES = Original Equipment Supplier

(4) ‘지원’ 하위요인의 CVR 값 확인

지원의 하위요인에 대한 타당도 검증에 있어서, ‘3. A/M 정기세미나 활성화, 전시회 및 바이어 상담 지원’, ‘4. 공동대응 시스템 구축’, ‘7. 소규모 정비소 활성화 지원’ 등 3개 요인은 CVR 값이 0.6 미만으로 나타나 타당도가 확보되지 않았으므로 목록에서 제거하였다.

| 지원의 하위요인 | 중요하다고 응답한 숫자 | CVR |
|---|--------------|-------|
| 1. 국내 및 해외 자동차부품 A/M 유통지원 플랫폼 구축 (시장정보, 국내외 업체 및 제품, 정기세미나 등) | 28 | 0.806 |
| 2. 자동차 수리견적 등 부품정보시스템 및 A/S 부품 DB 구축(EPC, 제품구성, 정비업소 등) | 27 | 0.742 |
| 3. A/M 정기세미나 활성화, 전시회 및 바이어 상담 지원 | 21 | 0.355 |
| 4. 공동대응 시스템 구축(구매, 생산, 마케팅, 물류 등) | 24 | 0.548 |
| 5. PL 보험 지원체계 및 보상한도 현실화 | 27 | 0.742 |
| 6. 자동차부품 관련 종합지원센터 구축 (제품개발, 생산기술, 품질표준, 인증 등) | 28 | 0.806 |
| 7. 소규모 정비소 활성화 지원 | 20 | 0.290 |
| 8. 중소기업을 위한 컨설팅 지원체계 구축(경영, 회계, 세무, 지식재산권, 법률, 인사/노무, 생산기술 등) | 27 | 0.742 |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓, PL = Product Liability, EPC = Electronic Parts Catalog

(5) ‘인재’ 하위요인의 CVR 값 확인

인재의 하위요인에 대한 타당도 검증에 있어서 ‘1. 자동차 관련 혁신 창업인재 육성’은 CVR 값이 0.6 미만으로 나타나 타당도가 확보되지 않았으므로 목록에서 제거하였다.

| 인재의 하위요인 | 중요하다고 응답한 숫자 | CVR |
|--|--------------|-------|
| 1. 자동차 관련 혁신 창업인재 육성 | 24 | 0.548 |
| 2. R&D, 생산, 마케팅, 온라인 판매전문가, Q/A, 수리/정비 등 자동차부품 전문인력 양성(마이스터고, 폴리텍대학 활용, 국내외 교환트레이닝 프로그램 등) | 26 | 0.677 |
| 3. 자동차부품과 관련된 전문 자격사 마련(ex. 자동차부품 견적사, 부품정보처리사, EPC 활용전문가 등) | 26 | 0.677 |
| 4. 자동차부품 관련 우수인재 pool 구축 및 지원 | 28 | 0.806 |
| 5. 자동차산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 인력순환 체계 구축 | 25 | 0.613 |

※ Q/A = Quality Assurance, EPC = Electronic Parts Catalog

(6) ‘시장’ 하위요인의 CVR 값 확인

시장의 하위요인에 대한 타당도 검증에 있어서 ‘3. OES 부품의 시장 유통구조 단순화’는 CVR 값이 0.6 미만으로 나타나 타당도가 확보되지 않았으므로 목록에서 제거하였다.

| 시장의 하위요인 | 중요하다고 응답한 숫자 | CVR |
|---|--------------|-------|
| 1. OEM 시장과 구분된 독립적인 A/M 시장체계 구축 | 26 | 0.677 |
| 2. 자동차보험 시장에서 품질인증 A/M 부품의 적용 확대 | 28 | 0.806 |
| 3. OES 부품의 시장 유통구조 단순화 (중간상 배제, 소비자 이익 및 정비공장의 수입보장) | 24 | 0.548 |
| 4. 유사상표 부품 및 비인증 부품의 시장 유통 차단 등 자동차부품 블랙마켓 단속 | 28 | 0.806 |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓, OEM = Original Equipment Manufacturing, OES = Original Equipment Supplier

(7) ‘홍보’ 하위요인의 CVR 값 확인

홍보의 하위요인에 대한 타당도 검증에 있어서 ‘4. OES 자동차부품 사용 소비자에 대한 경제적 보상효과 홍보’는 CVR 값이 0.6 미만으로 나타나 타당도가 확보되지 않았으므로 목록에서 제거하였다.

| 홍보의 하위요인 | 중요하다고 응답한 숫자 | CVR |
|--|--------------|-------|
| 1. 대체부품 인증제도 활성화를 위한 TV 공익광고 및 언론 홍보(신뢰성, 안전성, 소비자 체험사례 등) | 28 | 0.806 |
| 2. 소비자들의 '순정품' 용어 인식개선 및 대체부품에 대한 네이밍 개선(ex. 품질인증부품) | 28 | 0.806 |
| 3. 소비자 및 자동차 정비공장에 대한 정부 차원의 지속적이고 반복적인 부품 홍보체계 구축 | 27 | 0.742 |
| 4. OES 자동차부품 사용 소비자에 대한 경제적 보상효과 홍보 | 24 | 0.548 |

※ OES = Original Equipment Supplier

6) 데이터의 신뢰도 확인

타당성이 확보된 요인에 대하여 SPSS(v.22)를 프로그램을 이용하여 신뢰도를 검증하였다. 신뢰도는 크론바흐 알파 값으로 확인하였으며 0.6 이상을 기준값으로 채택하였다. 자동차 애프터마켓을 활성화시키기 위한 상위 7개 요인에 대한 크론바흐 알파값은 0.799로 나타나 신뢰도가 확보되었다.

가) 상위요인에 대한 크론바흐 알파값 확인

| 자동차 애프터마켓 활성화 상위요인 | 크론바흐 알파(α) | 항목삭제시 알파(α) |
|--------------------|---------------------|----------------------|
| 정 책 | .799 | .747 |
| 금 용 | | .779 |
| 문 화 | | .813 |
| 지 원 | | .773 |
| 인 재 | | .763 |
| 시 장 | | .776 |
| 홍 보 | | .759 |

[척도 통계]

| 평균 | 분산 | 표준편차 | 항목의 N |
|-------|--------|-------|-------|
| 31.19 | 10.628 | 3.260 | 7 |

나) 상위요인별 하위요인에 대한 크론바흐 알파값 확인

(1) ‘정부정책/제도’의 크론바흐 알파값 확인

정부정책/제도는 6개의 하위요인으로 구성되어 있으며, 크론바흐 알파값이 0.665로 나타나 신뢰도가 확보되었다.

| 정부정책/제도의 하위요인 | 크론바흐 알파(α) | 항목삭제시 알파(α) |
|---|---------------------|----------------------|
| 1. 완성차 업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책수립 | .665 | .608 |
| 2. 수리부품에 대한 의장권 적용 배제 등 A/M 관련법규 정비 | | .610 |
| 3. 자동차부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM ⁴³⁾ (Independent Aftermarket) Player의 정책적 육성 | | .641 |
| 10. 부품정보 개방으로 차량 수리 시 소비자의 부품선택권 확대(OEM, OES 등) | | .630 |
| 11. 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화 | | .670 |
| 12. 정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 계도 실시 | | .573 |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓, IAM = Independent After Market, OEM = Original Equipment Manufacturing, OES = Original Equipment Supplier

[척도 통계]

| 평균 | 분산 | 표준편차 | 항목의 N |
|-------|-------|-------|-------|
| 26.23 | 7.914 | 2.813 | 6 |

43) <https://www.lawinsider.com/dictionary/independent-aftermarket>

(2) '금융'의 크론바흐 알파값 확인

금융은 6개의 하위요인으로 구성되어 있으며, 크론바흐 알파값이 0.867로 나타나 신뢰도가 확보되었다.

| 금융의 하위요인 | 크론바흐 알파(α) | 항목삭제시 알파(α) |
|--|---------------------|----------------------|
| 1. 자동차부품 생산을 위한 금형개발 R&D, 시제품 제작, 연구개발비 등 지원 | .867 | .862 |
| 2. 자동차부품 제조사에 대한 생산, 국내유통, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원 | | .819 |
| 5. 판매가 확정된 계약건에 대한 보증지원을 통한 자금지원 확대 | | .855 |
| 6. 자동차부품 관련 창업금융지원 | | .833 |
| 7. 자동차부품 제조사 전문인력에 대한 인건비, 교육훈련비 지원 | | .850 |
| 8. 자동차부품 연관 중소기업 협의체 보조금융지원 | | .844 |

[척도 통계]

| 평균 | 분산 | 표준편차 | 항목의 N |
|-------|-------|-------|-------|
| 26.10 | 9.290 | 3.048 | 6 |

(3) '문화'의 크론바흐 알파값 확인

문화는 2개의 하위요인으로 구성되어 있으며, 크론바흐 알파값이 0.683으로 나타나 신뢰도가 확보되었다.

| 문화의 하위요인 | 크론바흐 알파(α) | 항목삭제시 알파(α) |
|---|---------------------|----------------------|
| 1. 자동차부품산업 개방형 생태계 구축, 부품제조사 OES 시장 참여 및 확대분위기 조성 | .683 | - |
| 2. 부품제조사의 제품품질, 성능 및 부품인증제도의 신뢰문화 확산 | | - |

※ OES = Original Equipment Supplier

[척도 통계]

| 평균 | 분산 | 표준편차 | 항목의 N |
|------|-------|-------|-------|
| 8.68 | 1.492 | 1.222 | 2 |

(4) ‘지원’의 크론바흐 알파값 확인

지원은 5개의 하위요인으로 구성되어 있으며, 크론바흐 알파값이 0.798로 나타나 신뢰도가 확보되었다.

| 지원의 하위요인 | 크론바흐 알파(α) | 항목삭제시 알파(α) |
|--|---------------------|----------------------|
| 1. 국내 및 해외 자동차부품 A/M 유통지원 플랫폼 구축 (시장정보, 국내외 업체 및 제품, 정기세미나 등) | .798 | .717 |
| 2. 자동차 수리견적 등 부품정보시스템 및 A/S 부품 DB 구축(EPC, 제품구성, 정비업소 등) | | .792 |
| 5. PL 보험 지원체계 및 보상한도 현실화 | | .747 |
| 6. 자동차부품 관련 종합지원센터 구축 (제품개발, 생산기술, 품질표준, 인증 등) | | .737 |
| 8. 중소기업을 위한 컨설팅 지원체계 구축(경영, 회계, 세무, 지식재산권, 법률, 인사/노무, 생산기술 등) | | .801 |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓, PL = Product Liability, EPC = Electronic Parts Catalog

[척도 통계]

| 평균 | 분산 | 표준편차 | 항목의 N |
|-------|-------|-------|-------|
| 21.26 | 5.865 | 2.422 | 5 |

(5) ‘인재’의 크론바흐 알파값 확인

인재는 4개의 하위요인으로 구성되어 있으며, 크론바흐 알파값이 0.800으로 나타나 신뢰도가 확보되었다.

| 인재의 하위요인 | 크론바흐 알파(α) | 항목삭제시 알파(α) |
|--|---------------------|----------------------|
| 2. R&D, 생산, 마케팅, 온라인 판매전문가, Q/A, 수리/정비 등 자동차부품 전문인력 양성(마이스터고, 폴리텍대학 활용, 국내외 교환트레이닝 프로그램 등) | .800 | .706 |
| 3. 자동차부품과 관련된 전문 자격사 마련(ex. 자동차부품 견적사, 부품정보처리사, EPC 활용전문가 등) | | .774 |
| 4. 자동차부품 관련 우수인재 pool 구축 및 지원 | | .764 |
| 5. 자동차산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 인력순환 체계 구축 | | .755 |

※ Q/A = Quality Assurance, EPC = Electronic Parts Catalog

[척도 통계]

| 평균 | 분산 | 표준편차 | 항목의 N |
|-------|-------|-------|-------|
| 16.52 | 4.658 | 2.158 | 4 |

(6) ‘시장’의 크론바흐 알파값 확인

시장은 3개의 하위요인으로 구성되었으나 크론바흐 알파값 0.581로 나타나 신뢰도가 확보되지 않았다.

| 시장의 하위요인 | 크론바흐 알파(α) | 항목삭제시 알파(α) |
|---|---------------------|----------------------|
| 1. OEM 시장과 구분된 독립적인 A/M 시장체계 구축 | .581 | .154 |
| 2. 자동차보험 시장에서 품질인증 A/M 부품의 적용 확대 | | .475 |
| 4. 유사상표 부품 및 비인증 부품의 시장 유통 차단 등 자동차부품 블랙마켓 단속 | | .700 |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓, OEM = Original Equipment Manufacturing

[척도 통계]

| 평균 | 분산 | 표준편차 | 항목의 N |
|-------|-------|-------|-------|
| 13.13 | 2.849 | 1.688 | 3 |

(6-2) '시장'의 크론바흐 알파값 확인(항목삭제 후)

시장에 대한 신뢰도 검증에서 크론바흐 알파값이 채택기준에 미치지 못하여 항목삭제시 알파 수치가 가장 높은 세 번째(4번 항목) 요인을 삭제하고 재계산하여 신뢰도를 확보하였다.

| 시장의 하위요인 | 크론바흐 알파(α) | 항목삭제시 알파(α) |
|----------------------------------|---------------------|----------------------|
| 1. OEM 시장과 구분된 독립적인 A/M 시장체계 구축 | .700 | - |
| 2. 자동차보험 시장에서 품질인증 A/M 부품의 적용 확대 | | - |

* A/M = 자동차부품 애프터마켓, OEM = Original Equipment Manufacturing

[척도 통계]

| 평균 | 분산 | 표준편차 | 항목의 N |
|------|-------|-------|-------|
| 8.58 | 1.985 | 1.409 | 2 |

(7) '홍보'의 크론바흐 알파값 확인

홍보는 3개의 하위요인으로 구성되어 있으며, 크론바흐 알파값이 0.775로 나타나 신뢰도가 확보되었다.

| 홍보의 하위요인 | 크론바흐 알파(α) | 항목삭제시 알파(α) |
|--|---------------------|----------------------|
| 1. 대체부품 인증제도 활성화를 위한 TV 공익광고 및 언론 홍보(신뢰성, 안전성, 소비자 체험사례 등) | .775 | .781 |
| 2. 소비자들의 '순정품' 용어 인식개선 및 대체부품에 대한 네이밍 개선(ex. 품질인증부품) | | .725 |
| 3. 소비자 및 자동차 정비공장에 대한 정부 차원의 지속적이고 반복적인 부품 홍보체계 구축 | | .560 |

[척도 통계]

| 평균 | 분산 | 표준편차 | 항목의 N |
|-------|-------|-------|-------|
| 13.00 | 2.800 | 1.673 | 3 |

제 2 절 데이터에 대한 실증분석

전문가 FGI 및 델파이를 통해 도출된 요인들에 대한 실증적인 분석을 위해 통계기법을 적용하여 상관관계분석과 회귀분석을 시행하였다. 연구의 주제가 국내 자동차 애프터마켓의 활성화 요인에 관한 연구로서 전문가들의 의견수렴을 통해 도출된 여러 가지 요인들이 시장에 미치는 영향을 통계적으로 분석해보고자 하였다. 우선 변수들 간에 한 변수가 변화함에 따라 다른 변수가 어떻게 변화하는 지에 대한 강도와 방향을 알아보기 위한 상관관계분석을 시행하였다. 다음으로 하나의 독립변수가 하나의 종속변수에 통계적으로 어떠한 영향을 미치는지를 알아보는 단순회귀분석을 실시하였으며, 마지막으로 여러 독립변수들이 종속변수에 통계적으로 어떠한 영향을 미치는지를 확인하기 위하여 다중회귀분석 및 위계적 회귀분석을 실시하였다.

1) 상관관계분석

상관관계(Correlation)란 변수들 간의 관계를 말하는 것으로서, 두 개 이상의 변수에 있어서 한 변수가 변화함에 따라 다른 변수가 어떻게 변화하는지와 같은 변화의 강도와 방향을 상관관계라 한다. 상관관계의 정도는 0에서 ± 1 사이로 나타나며, ± 1 에 가까울수록 상관관계가 높아지고 0에 가까울수록 상관관계는 낮아진다. 즉, 변화의 강도는 절대값 1에 가까울수록 높고, 변화의 방향은 +는 정의 방향, -는 음의 방향이라고 한다. Pearson의 상관관계는 두 변수가 등간척도 이상이고, 변수의 선형관계의 강도와 방향을 분석하며, 적어도 하나의 변수가 정상분포를 이루어야 하고 R로 표현한다. Spearman의 상관관계는 독립변수와 종속변수가 서열척도일 경우 사용되며, 데이터의 등간성이 의문시되거나 변수들의 분포가 극단적일 때 사용한다(송지준, 2009).

본 연구에서는 델파이를 통해 타당도와 신뢰도가 검증된 요인들 간의 관련성의 정도와 방향을 파악하기 위하여 각 하위요인의 평균치를 계산한 파생변수를 생성하여 Pearson 상관관계분석을 실시하였다. 상관관계분석 결과 [표 4-4]와 같이 모든 요인들 간에는 통계적으로 유의한 정(+의 상관관계)가 나타났으며, 정책은 문화와 높은 상관관계(.817**), 다른 모든 요인들과 다소 높은 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 금융은 시장과 낮은 상관관계(.390*)로

나타났으며, 다른 요인들과는 다소 높은 상관관계로 나타났다. 문화는 정책 및 지원과 높은 상관관계로 나타났고, 다른 요인들과는 모두 다소 높은 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 지원은 문화와 높은 상관관계(.705**), 다른 요인들과는 다소 높은 상관관계로 나타났다. 인재는 모든 요인들과 다소 높은 상관관계로 나타났으며, 홍보 역시 모든 요인들과 다소 높은 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 회귀분석의 종속변수로 사용될 시장과는 지원의 상관관계가 가장 높고(.668*), 다음으로 문화(.635**), 홍보(.608**), 정책(.597**), 인재(.468**) 순으로 다소 높은 상관관계를 나타냈으며, 금융(.390*)과는 낮은 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

[표 4-4] 요인들 간의 상관관계분석

| | 정책 | 금융 | 문화 | 지원 | 인재 | 시장 | 홍보 |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 정책 | 1 | .526** | .817** | .696** | .601** | .597** | .651** |
| 금융 | .526** | 1 | .420* | .597** | .575** | .390* | .412* |
| 문화 | .817** | .420* | 1 | .705** | .558** | .635** | .587** |
| 지원 | .696** | .597** | .705** | 1 | .637** | .668** | .683** |
| 인재 | .601** | .575** | .558** | .637** | 1 | .468** | .655** |
| 시장 | .597** | .390* | .635** | .668** | .468** | 1 | .608** |
| 홍보 | .651** | .412* | .587** | .683** | .655** | .608** | 1 |

** . 상관이 0.01 수준에서 유의합니다(양쪽).

* . 상관이 0.05 수준에서 유의합니다(양쪽).

2) 단순회귀분석

회귀분석(Regression Analysis)은 독립변수가 종속변수에 어떠한 영향을 미치는 지를 파악하기 위해 실시하는 분석으로서 변수 간의 인과관계를 분석한다. 단순회귀분석(Simple Regression Analysis)은 독립변수가 1개이고 종속변수가 1개일 때 사용하는 회귀분석 방법으로, 본 연구에서는 자동차 애프터마켓의 활성화 요인 간에 미치는 영향관계를 파악하기 위해 단순회귀분석을 실시하였다. 단순회귀분석에서는 자동차 애프터마켓의 활성화에 초점을 두고 상관관계분석을 하기 위해 생성된 파생변수 시장을 종속변수로, 정책, 금융, 문화, 지원, 인재, 홍보 등의 6개 변수를 각각 독립변수로 설정하였다.

가) ‘정책’이 ‘시장’에 미치는 영향에 대한 회귀분석

독립변수 정책이 종속변수인 시장에 미치는 영향을 알아보기 위해 단순 회귀분석을 실시하였다. 변수의 입력방식은 엔터(Enter) 방식을 적용했다. [표 4-5]의 모형요약에서 잔차(residual)에 대한 상관관계를 알아보기 위한 Durbin-Waston의 값은 1.906으로 나타나 잔차항의 독립성(즉, 종속변수의 자기상관이 없음)이 확보된 것을 의미하므로 회귀모형에 가깝다고 할 수 있다 (노경섭, 2014). R 제곱값은 독립변수가 종속변수에 미치는 영향을 설명하는 설명력으로 본 회귀모형의 설명력은 35.6%로 나타났다.

[표 4-5] 독립변수(정책)와 종속변수(시장)간 모형요약

| 모형 | R | R 제곱 | 조정된 R 제곱 | 표준 추정값 오류 | Durbin-Watson |
|----|-------------------|------|----------|-----------|---------------|
| 1 | .597 ^a | .356 | .334 | .57501 | 1.906 |

a. 예측변수: (상수), 정책
b. 종속 변수: 시장

[표 4-6]의 분산분석표에서 F값은 16.025로 나타나고 유의확률은 .000 < .05로 회귀선의 모델이 적합하다는 것을 확인하였다.

[표 4-6] 독립변수(정책)와 종속변수(시장)간 분산분석^a

| 모형 | 제공합 | df | 평균 제공 | F | 유의확률 | |
|----|------|--------|-------|-------|--------|-------------------|
| 1 | 회귀분석 | 5.298 | 1 | 5.298 | 16.025 | .000 ^b |
| | 잔차 | 9.589 | 29 | .331 | | |
| | 총계 | 14.887 | 30 | | | |

a. 종속 변수: 시장
b. 예측변수: (상수), 정책

[표 4-7]의 계수표에서 t값은 4.003이고 유의확률은 .000 < .05로 나타나 정책이 시장에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

[표 4-7] 독립변수(정책)와 종속변수(시장)간 계수^a

| 모형 | 비표준 계수 | | 표준 계수 | t | 유의확률 |
|----|--------|-------|-------|------|------|
| | B | 표준 오차 | 베타 | | |
| 1 | (상수) | .372 | .984 | .378 | .708 |
| | 정책 | .896 | .224 | | |

a. 종속 변수: 시장

나) ‘금융’이 ‘시장’에 미치는 영향에 대한 회귀분석

독립변수 금융이 종속변수인 시장에 미치는 영향을 알아보기 위해 단순 회귀분석을 실시하였다. [표 4-8]의 모형요약에서 Durbin-Watson의 값은 1.720으로 나타나 잔차항의 독립성이 확보되었으며, 독립변수가 종속변수에 미치는 영향을 설명하는 설명력은 15.2%로 낮게 나타났다.

[표 4-8] 독립변수(금융)와 종속변수(시장)간 모형요약

| 모형 | R | R 제곱 | 조정된 R 제곱 | 표준 추정값 오류 | Durbin-Watson |
|----|-------------------|------|----------|-----------|---------------|
| 1 | .390 ^a | .152 | .123 | .65971 | 1.720 |

a. 예측변수: (상수), 금융
b. 종속 변수: 시장

[표 4-9]의 분산분석표에서 F값은 5.206으로 나타나고 유의확률은 .030 < .05로 회귀선의 모델이 적합하다는 것을 확인하였다.

[표 4-9] 독립변수(금융)와 종속변수(시장)간 분산분석^a

| 모형 | 제공합 | df | 평균 제곱 | F | 유의확률 | |
|----|------|--------|-------|-------|-------|-------------------|
| 1 | 회귀분석 | 2.266 | 1 | 2.266 | 5.206 | .030 ^b |
| | 잔차 | 12.621 | 29 | .435 | | |
| | 총계 | 14.887 | 30 | | | |

a. 종속 변수: 시장
b. 예측변수: (상수), 금융

[표 4-10]의 계수표에서 t값은 2.282이고 유의확률은 .030 < .05로 나타나 금융이 시장에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

[표 4-10] 독립변수(금융)와 종속변수(시장)간 계수^a

| 모형 | 비표준 계수 | | 표준 계수 | t | 유의확률 |
|----|--------|-------|-------|-------|------|
| | B | 표준 오차 | 베타 | | |
| 1 | (상수) | 1.937 | 1.038 | 2.282 | .072 |
| | 금융 | .541 | .237 | | |

a. 종속 변수: 시장

다) ‘문화’가 ‘시장’에 미치는 영향에 대한 회귀분석

독립변수 문화가 종속변수인 시장에 미치는 영향을 알아보기 위해 단순 회귀분석을 실시하였다. [표 4-11]의 모형요약에서 Durbin-Watson의 값은 1.677으로 나타나 잔차항의 독립성이 확보되었으며, 독립변수가 종속변수에 미치는 영향을 설명하는 설명력은 40.4%로 나타났다.

[표 4-11] 독립변수(문화)와 종속변수(시장)간 모형요약^b

| 모형 | R | R 제곱 | 조정된 R 제곱 | 표준 추정값 오류 | Durbin-Watson |
|----|-------------------|------|----------|-----------|---------------|
| 1 | .635 ^a | .404 | .383 | .55329 | 1.677 |

a. 예측변수: (상수), 문화
b. 종속 변수: 시장

[표 4-12]의 분산분석표에서 F값은 19.630로 나타나고 유의확률은 .000 < .05로 회귀선의 모델이 적합하다는 것을 확인하였다.

[표 4-12] 독립변수(문화)와 종속변수(시장)간 분산분석^a

| 모형 | 제공합 | df | 평균 제공 | F | 유의확률 | |
|----|------|--------|-------|-------|--------|-------------------|
| 1 | 회귀분석 | 6.009 | 1 | 6.009 | 19.630 | .000 ^b |
| | 잔차 | 8.878 | 29 | .306 | | |
| | 총계 | 14.887 | 30 | | | |

a. 종속 변수: 시장
b. 예측변수: (상수), 문화

[표 4-13]의 계수표에서 t값은 4.431이고 유의확률은 .000 < .05로 나타나 문화가 시장에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

[표 4-13] 독립변수(문화)와 종속변수(시장)간 계수^a

| 모형 | 비표준 계수 | | 표준 계수 | t | 유의확률 |
|----|--------|-------|-------|-------|------|
| | B | 표준 오차 | 베타 | | |
| 1 | (상수) | 1.111 | .724 | 4.431 | .000 |
| | 문화 | .733 | .165 | | |

a. 종속 변수: 시장

라) '지원'이 '시장'에 미치는 영향에 대한 회귀분석

독립변수 지원이 종속변수인 시장에 미치는 영향을 알아보기 위해 단순 회귀분석을 실시하였다. [표 4-14]의 모형요약에서 Durbin-Watson의 값은 1.497로 나타나 잔차항의 독립성이 확보되었으며, 독립변수가 종속변수에 미치는 영향을 설명하는 설명력은 44.6%로 나타났다.

[표 4-14] 독립변수(지원)와 종속변수(시장)간 모형요약^b

| 모형 | R | R 제곱 | 조정된 R 제곱 | 표준 추정값 오류 | Durbin-Watson |
|----|-------------------|------|----------|-----------|---------------|
| 1 | .668 ^a | .446 | .427 | .53330 | 1.497 |

a. 예측변수: (상수), 지원
b. 종속 변수: 시장

[표 4-15]의 분산분석표에서 F값은 23.345로 나타나고 유의확률은 .000 < .05로 회귀선의 모델이 적합하다는 것을 확인하였다.

[표 4-15] 독립변수(지원)와 종속변수(시장)간 분산분석^a

| 모형 | 회귀분석 | 제곱합 | df | 평균 제곱 | F | 유의확률 |
|----|------|--------|----|-------|--------|-------------------|
| 1 | 회귀분석 | 6.639 | 1 | 6.639 | 23.345 | .000 ^b |
| | 잔차 | 8.248 | 29 | .284 | | |
| | 총계 | 14.887 | 30 | | | |

a. 종속 변수: 시장
b. 예측변수: (상수), 지원

[표 4-16]의 계수표에서 t값은 4.832이고 유의확률은 .000 < .05로 나타나 지원이 시장에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

[표 4-16] 독립변수(지원)와 종속변수(시장)간 계수^a

| 모형 | | 비표준 계수 | | 표준 계수 | t | 유의확률 |
|----|------|--------|-------|-------|-------|------|
| | | B | 표준 오차 | 베타 | | |
| 1 | (상수) | .161 | .860 | | .187 | .853 |
| | 지원 | .971 | .201 | .668 | 4.832 | .000 |

a. 종속 변수: 시장

마) ‘인재’가 ‘시장’에 미치는 영향에 대한 회귀분석

독립변수 인재가 종속변수인 시장에 미치는 영향을 알아보기 위해 단순 회귀분석을 실시하였다. [표 4-17]의 모형요약에서 Durbin-Watson의 값은 1.420으로 나타나 잔차항의 독립성이 확보되었으며, 독립변수가 종속변수에 미치는 영향을 설명하는 설명력은 21.9%로 비교적 낮게 나타났다.

[표 4-17] 독립변수(인재)와 종속변수(시장)간 모형요약^b

| 모형 | R | R 제곱 | 조정된 R 제곱 | 표준 추정값 오류 | Durbin-Watson |
|----|-------------------|------|----------|-----------|---------------|
| 1 | .468 ^a | .219 | .192 | .63310 | 1.420 |

a. 예측변수: (상수), 인재
b. 종속 변수: 시장

[표 4-18]의 분산분석표에서 F값은 8.142로 나타나고 유의확률은 .008 < .05로 회귀선의 모델이 적합하다는 것을 확인하였다.

[표 4-18] 독립변수(인재)와 종속변수(시장)간 분산분석^a

| 모형 | 제공합 | df | 평균 제공 | F | 유의확률 | |
|----|------|--------|-------|-------|-------|-------------------|
| 1 | 회귀분석 | 3.263 | 1 | 3.263 | 8.142 | .008 ^b |
| | 잔차 | 11.624 | 29 | .401 | | |
| | 총계 | 14.887 | 30 | | | |

a. 종속 변수: 시장
b. 예측변수: (상수), 인재

[표 4-19]의 계수표에서 t값은 2.853이고 유의확률은 .008 < .05로 나타나 인재가 시장에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

[표 4-19] 독립변수(인재)와 종속변수(시장)간 계수^a

| 모형 | 비표준 계수 | | 표준 계수 | t | 유의확률 | |
|----|--------|-------|-------|---|-------|-------|
| | B | 표준 오차 | 베타 | | | |
| 1 | (상수) | 1.766 | .892 | | 1.981 | .057 |
| | 인재 | .611 | .214 | | .468 | 2.853 |

a. 종속 변수: 시장

바) ‘홍보’가 ‘시장’에 미치는 영향에 대한 회귀분석

독립변수 홍보가 종속변수인 시장에 미치는 영향을 알아보기 위해 단순 회귀분석을 실시하였다. [표 4-20]의 모형요약에서 Durbin-Waston의 값은 1.867로 나타나 잔차항의 독립성이 확보되었으며, 독립변수가 종속변수에 미치는 영향을 설명하는 설명력은 37.0%로 나타났다.

[표 4-20] 독립변수(홍보)와 종속변수(시장)간 모형요약^b

| 모형 | R | R 제곱 | 조정된 R 제곱 | 표준 추정값 오류 | Durbin-Watson |
|----|-------------------|------|----------|-----------|---------------|
| 1 | .608 ^a | .370 | .348 | .56885 | 1.867 |

a. 예측변수: (상수), 홍보
b. 종속 변수: 시장

[표 4-21]의 분산분석표에서 F값은 17.006으로 나타나고 유의확률은 .000 < .05로 회귀선의 모델이 적합하다는 것을 확인하였다.

[표 4-21] 독립변수(홍보)와 종속변수(시장)간 분산분석^a

| 모형 | 제곱합 | df | 평균 제곱 | F | 유의확률 | |
|----|------|--------|-------|-------|--------|-------------------|
| 1 | 회귀분석 | 5.503 | 1 | 5.503 | 17.006 | .000 ^b |
| | 잔차 | 9.384 | 29 | .324 | | |
| | 총계 | 14.887 | 30 | | | |

a. 종속 변수: 시장
b. 예측변수: (상수), 홍보

[표 4-22]의 계수표에서 t값은 4.124이고 유의확률은 .000 < .05로 나타나 홍보가 시장에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

[표 4-22] 독립변수(홍보)와 종속변수(시장)간 계수^a

| 모형 | 비표준 계수 | | 표준 계수 | t | 유의확률 |
|----|--------|-------|-------|-------|------|
| | B | 표준 오차 | 베타 | | |
| 1 | (상수) | .963 | .813 | 4.124 | .000 |
| | 홍보 | .768 | .186 | | |

a. 종속 변수: 시장

3) 다중회귀분석

다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)은 독립변수가 2개 이상이고 종속변수가 1개일 때 사용하는 회귀분석 방법으로, 본 연구에서는 단순회귀 분석에 사용된 정책, 금융, 문화, 지원, 인재, 홍보 등 6개 변수를 독립변수로 설정하고 시장을 종속변수 설정하여 변수의 입력방식을 엔터(Enter) 방식으로 하여 다중회귀분석을 실시하였다. [표 4-23]의 모형요약에서 Durbin-Waston의 값은 1.710($1.28 < D-W < 2.35$)으로 나타나 종속변수의 자기상관이 없다는 잔차의 독립성(즉, 잔차들 간에 상관관계가 없음)이 확보되었으며, 독립변수가 종속변수에 미치는 영향의 설명력은 41.2%로 나타났다.

[표 4-23] 독립변수와 종속변수간 다중회귀분석 모형요약^a

| 모형 | R 제곱 | 조정된 R 제곱 | F 변화량 | 유의수준 F 변화량 | Durbin-Watson |
|----|-------------------|----------|-------|------------|---------------|
| 1 | .530 ^a | .412 | 4.507 | .003 | 1.710 |

a. 예측변수: (상수), 홍보, 금융, 문화, 인재, 지원, 정책

b. 종속 변수: 시장

[표 4-24]의 분산분석표에서 F값은 4.507로 나타나고 유의확률은 $.003 < .05$ 로 독립변수들 중에 최소한 하나의 변수는 종속변수에 유의한 영향을 주는 변수가 있어 회귀선의 모델이 적합하다는 것을 확인하였다.

[표 4-24] 독립변수와 종속변수간 분산분석^a

| 모형 | | 제곱합 | df | 평균 제곱 | F | 유의확률 |
|----|------|--------|----|-------|-------|-------------------|
| 1 | 회귀분석 | 7.887 | 6 | 1.315 | 4.507 | .003 ^b |
| | 잔차 | 7.000 | 24 | .292 | | |
| | 총계 | 14.887 | 30 | | | |

a. 종속 변수: 시장

b. 예측변수: (상수), 홍보, 금융, 문화, 인재, 지원, 정책

또한, [표 4-25]의 계수표에서 독립변수들의 VIF값은 1.862 ~ 3.819로 독립변수 간 다중공선성은 없는 것으로 나타나 독립성이 확보되었다. 다만, 모든 독립변수들이 종속변수 시장에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

[표 4-25] 독립변수와 종속변수간 계수^a

| 모형 | 비표준 계수 | | 표준 계수 | t | 유의 확률 | 공선성 통계 | | |
|----|--------|-------|-------|-------|-------|--------|------|-------|
| | B | 표준 오차 | 베타 | | | 허용 오차 | VIF | |
| 1 | (상수) | -.270 | 1.048 | | -.258 | .799 | | |
| | 정책 | .017 | .411 | .011 | .041 | .968 | .262 | 3.819 |
| | 금융 | .011 | .265 | .008 | .041 | .967 | .537 | 1.862 |
| | 문화 | .327 | .302 | .283 | 1.081 | .290 | .285 | 3.503 |
| | 지원 | .481 | .360 | .331 | 1.339 | .193 | .321 | 3.119 |
| | 인재 | -.106 | .277 | -.081 | -.384 | .704 | .436 | 2.294 |
| | 홍보 | .327 | .276 | .259 | 1.182 | .249 | .409 | 2.443 |

a. 종속 변수: 시장

이어서 변수의 입력방법을 ‘단계적방법(stepwise)’, ‘후진제거법(backward)’, ‘전진선택법(forward)’등으로 선택하여 다중회귀분석을 실시한 결과 독립변수 지원만이 종속변수에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 추출되었으며, t-value와 유의확률은 지원을 독립변수로 시장을 종속변수로 한 단순회귀분석 결과와 동일하게 나타났다.

4) 위계적 회귀분석

위계적 회귀분석(Hierarchical Regression Analysis)은 단계별로 한 개 혹은 여러 개의 독립변수를 투입하여 독립변수의 변화에 의해 종속변수가 어떻게 변화하는지를 검증하는 분석방법으로, 본 연구에서는 종속변수에 영향을 미치는

단순회귀분석 결과를 바탕으로, 하나의 변수를 기본적인 독립변수로 설정하고 나머지 변수를 추가적인 독립변수로 순차적 투입하여 독립변수가 종속변수 시장에 미치는 영향의 변화를 분석한다.

가) 정책을 기준 독립변수로 한 위계적 회귀분석

정책을 기본적 독립변수로 하고 다른 변수를 추가적으로 투입한 위계적 회귀분석에서 모든 변수들이 정책이 시장이 미치는 영향에 추가적으로 통계적인 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

나) 금융을 기준 독립변수로 한 위계적 회귀분석

금융을 기본적 독립변수로 하고 다른 변수를 추가적으로 투입한 위계적 회귀분석에서 모든 변수들이 금융이 시장이 미치는 영향에 추가적으로 통계적인 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

다) 문화를 기준 독립변수로 한 위계적 회귀분석

문화를 기본적 독립변수로 하고 다른 변수를 추가적으로 투입한 위계적 회귀분석에서는 홍보가 문화와 함께 종속변수 시장에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. [표 4-26]의 모형요약에서 회귀모형의 설명력은 1단계에서 40.4%(수정된 R제곱은 38.3%)로 나타났고, 2단계에서는 48.8%(수정된 R제곱은 45.1%)로 나타나, 홍보와 문화가 동시에 투입된 경우 설명력이 8.4% 포인트(수정된 R제곱은 6.8% 포인트) 증가되는 것으로 나타났다. 한편, Durbin-Waston 통계량은 1.794로 2에 근사한 값을 보여 잔차의 독립성 가정에 문제가 없는 것으로 평가되었다.

[표 4-26] 독립변수와 종속변수간 위계적 회귀분석 모형요약^b

| 모형 | R | R 제곱 | 조정된 R 제곱 | 표준 추정값 오류 | Durbin-Watson |
|----|-------------------|------|----------|-----------|---------------|
| 1 | .635 ^a | .404 | .383 | .55329 | |
| 2 | .699 ^b | .488 | .451 | .52178 | 1.794 |

a. 예측변수: (상수), 문화
 b. 예측변수: (상수), 문화, 홍보
 c. 종속 변수: 시장

[표 4-27]의 분산분석표에서 회귀모형은 1단계($F=19.630$, $p=.000<.05$)와 2단계($F=13.341$, $p=.000<.05$)에서 모두 통계적으로 유의하게 나타나 모형이 적합하다는 것을 확인하였다.

[표 4-27] 독립변수와 종속변수간 분산분석^a

| 모형 | | 제공합 | df | 평균 제공 | F | 유의확률 |
|----|------|--------|----|-------|--------|-------------------|
| 1 | 회귀분석 | 6.009 | 1 | 6.009 | 19.630 | .000 ^b |
| | 잔차 | 8.878 | 29 | .306 | | |
| | 총계 | 14.887 | 30 | | | |
| 2 | 회귀분석 | 7.264 | 2 | 3.632 | 13.341 | .000 ^b |
| | 잔차 | 7.623 | 28 | .272 | | |
| | 총계 | 14.887 | 30 | | | |

a. 종속 변수: 시장
 b. 예측변수: (상수), 문화
 b. 예측변수: (상수), 문화, 홍보

회귀계수의 유의성 검증 결과 [표 4-28] 계수표와 같이, 1단계에서 문화는 통계적으로 유의($t=4.431$, $p=.000<.05$)하였고, 2단계에서도 문화($t=2.543$, $p=.017<.05$)와 홍보($t=2.147$, $p=.041<.05$)가 모두 종속변수 시장에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

[표 4-28] 독립변수와 종속변수간 계수^a

| 모형 | | 비표준 계수 | | 표준 계수 | t | 유의확률 | 공선성 통계 | |
|----|------|--------|-------|-------|-------|------|--------|-------|
| | | B | 표준 오차 | 베타 | | | 허용 오차 | VIF |
| 1 | (상수) | 1.111 | .724 | | 1.534 | .136 | | |
| | 문화 | .733 | .165 | .635 | 4.431 | .000 | 1.000 | 1.000 |
| 2 | (상수) | .202 | .804 | | .251 | .803 | | |
| | 문화 | .490 | .193 | .425 | 2.543 | .017 | .655 | 1.526 |
| | 홍보 | .453 | .211 | .359 | 2.147 | .041 | .655 | 1.526 |

a. 종속 변수: 시장

이후 추가적인 독립변수를 단계적으로 투입하였으나 추가적으로 투입된 독립변수들은 종속변수 시장에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

라) 지원을 기준 독립변수로 한 위계적 회귀분석

지원을 기본적 독립변수로 하고 다른 변수를 추가적으로 투입한 위계적 회귀분석에서 모든 변수들이 지원이 시장이 미치는 영향에 추가적으로 통계적인 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

마) 인재를 기준 독립변수로 한 위계적 회귀분석

인재를 기본적 독립변수로 하고 다른 변수를 추가적으로 투입한 위계적 회귀분석에서 모든 변수들이 인재가 시장이 미치는 영향에 추가적으로 통계적인 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

바) 홍보를 기준 독립변수로 한 위계적 회귀분석

홍보를 기본적 독립변수로 하고 다른 변수를 추가적으로 투입한 위계적 회귀분석에서는 문화를 기준 독립변수로 한 위계적 회귀분석 결과와 동일하게 독립변수 홍보와 문화가 종속변수 시장에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이후 추가적으로 투입된 독립변수들은 종속변수에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

제 3 절 AHP 분석

1) 설문항목 확정

전문가 FGI 및 델파이를 통해 도출된 요인에 대한 실증분석을 완료한 후 최종적으로 AHP 분석에 사용된 요인은 [표4-29]와 같다.

[표 4-29] 확정된 AHP 설문항목 요인

| 상위요인 | 하위요인 |
|-------------|--|
| 정부 정책/제도 | 완성차 업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책수립 |
| | 수리부품에 대한 의장권 적용 배제 등 A/M 관련법규 정비 |
| | 자동차부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM ⁴⁴⁾ (Independent Aftermarket Player)의 정책적 육성 |
| | 부품정보 개방으로 차량 수리 시 소비자의 부품선택권 확대(OEM, OES 등) |
| | 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화 |
| | 정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 제도 실시 |
| 금융 | 자동차부품 생산을 위한 금형개발 R&D, 시제품 제작, 연구개발비 등 지원 |
| | 자동차부품 제조사에 대한 생산, 국내유통, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원 |
| | 판매가 확정된 계약건에 대한 보증지원을 통한 자금지원 확대 |
| | 자동차부품 관련 창업금융지원 |
| | 자동차부품 제조사 전문인력에 대한 인건비, 교육훈련비 지원 |
| | 자동차부품 연관 중소기업 협의체 보조금융지원 |
| 문화 | 자동차 부품산업 개방형 생태계 구축, 부품제조사 OES시장 참여 및 확대분위기 조성 |
| | 부품제조사의 제품품질, 성능 및 부품인증제도의 신뢰문화 확산 |
| 지원 | 국내 및 해외 자동차부품 A/M 유통지원 플랫폼 구축(시장정보, 국내외 업체 및 제품, 정기세미나 등) |
| | 자동차 수리견적 등 부품정보시스템 및 A/S 부품 DB 구축(EPC, 제품구성, 정비업소 등) |
| | PL 보험 지원체계 및 보상한도 현실화 |
| | 자동차부품 관련 종합지원센터 구축(제품개발, 생산기술, 품질표준, 인증 등) |
| | 중소기업을 위한 컨설팅 지원체계 구축(경영, 회계, 세무, 지식재산권, 법률, 인사/노무, 생산기술 등) |

44) <https://www.lawinsider.com/dictionary/independent-aftermarket>

| 상위요인 | 하위요인 |
|------|---|
| 인재 | R&D, 생산, 마케팅, 온라인 판매전문가, Q/A, 수리/정비 등 자동차부품 전문인력 양성(마이스터고, 폴리텍대학 활용, 국내외 교환트레이닝 프로그램 등) |
| | 자동차부품과 관련된 전문 자격사 마련(ex. 자동차부품견적사, 부품정보처리사, EPC 활용전문가 등) |
| | 자동차부품 관련 우수인재 pool 구축 및 지원 |
| | 자동차산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 인력순환 체계 구축 |
| 시장 | OEM 시장과 구분된 독립적인 A/M 시장체계 구축 |
| | 자동차보험 시장에서 품질인증 A/M 부품의 적용 확대 |
| 홍보 | 대체부품 인증제도 활성화를 위한 TV 공익광고 및 언론 홍보(신뢰성, 안전성, 소비자 체험사례 등) |
| | 소비자들의 '순정품' 용어 인식개선 및 대체부품에 대한 네이밍 개선 (ex. 품질인증부품) |
| | 소비자 및 자동차 정비공장에 대한 정부 차원의 지속적이고 반복적인 부품 홍보체계 구축 |

2) 쌍대비교 설문조사

AHP 분석기법은 해당 요인의 수에 따라 쌍대비교 횟수가 결정되는바, 본 연구와 관련된 쌍대비교 횟수 산출 방식은 다음[표 4-30]과 같다.

$$\text{쌍대비교 횟수} = \frac{n \times (n-1)}{2}$$

n : 요인 갯수

[표 4-30] AHP 쌍대비교 횟수 산정

| 구분 | 요인 갯수 | 쌍대비교 횟수 |
|---------------|-------|---------|
| 상위요인 | 7 | 21 |
| 정부정책/제도의 하위요인 | 6 | 15 |
| 금융의 하위요인 | 6 | 15 |
| 문화의 하위요인 | 2 | 1 |
| 지원의 하위요인 | 5 | 10 |
| 인재의 하위요인 | 4 | 6 |
| 시장의 하위요인 | 2 | 1 |
| 홍보의 하위요인 | 3 | 3 |
| 계 | 35 | 72 |

3) 설문지 회수 및 AHP 분석

최종적으로 AHP 설문에 응답한 전문가 31명의 성별은 31명(100%) 전원 남성이며, 연령은 40대 11명(35.5%), 50대 11명(35.5%), 60대 8명(25.8%), 30대 1명(3.2%) 순으로 나타났다. 전문가들의 자동차 및 자동차부품 관련 경력은 30년 초과가 9명(29.0%)으로 가장 많고, 10년 이하 8명(25.8%), 20년 초과 30년 이하 8명(25.8%), 10년 초과 20년 이하 6명(19.4%) 순으로 나타났다. 소속기관은 부품제조사가 14명(45.2%)으로 가장 많고, 부품유통사 9명(29.0%), 관련 협회 3명(9.6%), 정부기관 및 연구기관 각 2명(6.5%), 보험관련기관 1명(3.2%)으로 나타났다. 전체 응답자의 인구통계학적 특성은 다음 [표 4-31]과 같다.

[표 4-31] AHP 설문 응답자의 인구통계학적 특성

| 변수 | 특성 | N=31 | % |
|------|---------------|------|-------|
| 성별 | 남성 | 31 | 100.0 |
| | 여성 | 0 | 0.0 |
| 연령 | 30대 | 1 | 3.2 |
| | 40대 | 11 | 35.5 |
| | 50대 | 11 | 35.5 |
| | 60대 | 8 | 25.8 |
| 경력 | 10년 이하 | 8 | 25.8 |
| | 10년 초과 20년 이하 | 6 | 19.4 |
| | 20년 초과 30년 이하 | 8 | 25.8 |
| | 30년 초과 | 9 | 29.0 |
| 소속기관 | 정부기관 | 2 | 6.5 |
| | 관련 협회 | 3 | 9.6 |
| | 연구기관 | 2 | 6.5 |
| | 부품제조사 | 14 | 45.2 |
| | 부품유통사 | 9 | 29.0 |
| | 보험개발원 | 1 | 3.2 |

본 연구의 AHP 분석에는 Expert Choice(2000) 프로그램을 사용하였으며, 응답자별로 응답의 일관성을 보여주는 비일관성 비율은 모든 평가자가 최대 허용치인 0.15 이내로 나타나 응답 일관성을 충족하였다. 각 요인에 대한 가중치 및 비일관성 비율은 [표 4-32]와 같다.

[표 4-32] AHP 응답자별 요인 가중치 및 비일관성 비율

| | 정책 | 금융 | 문화 | 지원 | 인재 | 시장 | 홍보 | 비일관성 비율 |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------------|
| 평가자1 | 0.289 | 0.097 | 0.246 | 0.072 | 0.027 | 0.026 | 0.243 | 0.05 |
| 평가자2 | 0.175 | 0.032 | 0.047 | 0.040 | 0.094 | 0.364 | 0.248 | 0.06 |
| 평가자3 | 0.264 | 0.033 | 0.223 | 0.038 | 0.035 | 0.279 | 0.128 | 0.09 |
| 평가자4 | 0.266 | 0.152 | 0.037 | 0.415 | 0.036 | 0.062 | 0.032 | 0.10 |
| 평가자5 | 0.358 | 0.064 | 0.056 | 0.298 | 0.043 | 0.155 | 0.026 | 0.09 |
| 평가자6 | 0.102 | 0.036 | 0.231 | 0.028 | 0.224 | 0.314 | 0.065 | 0.09 |
| 평가자7 | 0.336 | 0.114 | 0.066 | 0.238 | 0.033 | 0.146 | 0.067 | 0.08 |
| 평가자8 | 0.205 | 0.091 | 0.069 | 0.335 | 0.029 | 0.166 | 0.105 | 0.08 |
| 평가자9 | 0.137 | 0.341 | 0.022 | 0.230 | 0.025 | 0.190 | 0.055 | 0.10 |
| 평가자10 | 0.078 | 0.059 | 0.033 | 0.196 | 0.347 | 0.258 | 0.029 | 0.10 |
| 평가자11 | 0.029 | 0.028 | 0.028 | 0.110 | 0.150 | 0.570 | 0.085 | 0.10 |
| 평가자12 | 0.359 | 0.104 | 0.277 | 0.128 | 0.070 | 0.031 | 0.031 | 0.07 |
| 평가자13 | 0.375 | 0.035 | 0.120 | 0.046 | 0.020 | 0.083 | 0.321 | 0.10 |
| 평가자14 | 0.570 | 0.089 | 0.021 | 0.106 | 0.063 | 0.023 | 0.128 | 0.10 |
| 평가자15 | 0.042 | 0.438 | 0.027 | 0.120 | 0.153 | 0.137 | 0.083 | 0.10 |
| 평가자16 | 0.330 | 0.146 | 0.042 | 0.238 | 0.098 | 0.093 | 0.053 | 0.09 |
| 평가자17 | 0.345 | 0.187 | 0.025 | 0.097 | 0.026 | 0.249 | 0.071 | 0.08 |
| 평가자18 | 0.569 | 0.180 | 0.121 | 0.025 | 0.031 | 0.026 | 0.048 | 0.10 |
| 평가자19 | 0.430 | 0.041 | 0.049 | 0.117 | 0.041 | 0.138 | 0.184 | 0.10 |
| 평가자20 | 0.168 | 0.033 | 0.168 | 0.071 | 0.052 | 0.445 | 0.063 | 0.08 |
| 평가자21 | 0.095 | 0.163 | 0.027 | 0.141 | 0.059 | 0.225 | 0.290 | 0.10 |
| 평가자22 | 0.230 | 0.032 | 0.063 | 0.188 | 0.060 | 0.222 | 0.205 | 0.07 |
| 평가자23 | 0.481 | 0.062 | 0.025 | 0.220 | 0.023 | 0.146 | 0.043 | 0.07 |
| 평가자24 | 0.338 | 0.300 | 0.030 | 0.065 | 0.109 | 0.120 | 0.038 | 0.09 |
| 평가자25 | 0.406 | 0.105 | 0.058 | 0.207 | 0.036 | 0.127 | 0.061 | 0.09 |
| 평가자26 | 0.076 | 0.326 | 0.085 | 0.265 | 0.188 | 0.030 | 0.030 | 0.08 |
| 평가자27 | 0.030 | 0.018 | 0.069 | 0.080 | 0.073 | 0.365 | 0.365 | 0.10 |
| 평가자28 | 0.406 | 0.241 | 0.171 | 0.078 | 0.047 | 0.029 | 0.028 | 0.08 |
| 평가자29 | 0.445 | 0.103 | 0.028 | 0.059 | 0.033 | 0.154 | 0.178 | 0.08 |
| 평가자30 | 0.047 | 0.018 | 0.121 | 0.033 | 0.190 | 0.476 | 0.115 | 0.10 |
| 평가자31 | 0.272 | 0.029 | 0.029 | 0.049 | 0.260 | 0.241 | 0.120 | 0.09 |

AHP 분석을 통한 상위요인의 가중치 및 순위, 하위요인에 대한 가중치 및 순위 및 전체 요인에 대한 가중치와 순위는 다음 내용과 같다.

가) 상위요인의 가중치 및 순위

일곱 가지 상위요인 중 정책이 0.266, 시장이 0.190으로 각각 첫 번째와 두 번째 중요한 요인으로 나타났으며, 지원 0.140, 금융 0.120, 홍보 0.114, 인재 0.086, 문화 0.084 순으로 나타났다. 전문가들은 대체부품 인증제도가 시행된지 여러 해가 지났지만 활성화되지 못하고 있는 가장 주된 이유로 정부 정책/제도를 꼽았다.

| 상위요인 | 가중치 | 순위 |
|---------|-------|----|
| 정부정책/제도 | 0.266 | 1 |
| 금융 | 0.120 | 4 |
| 문화 | 0.084 | 7 |
| 지원 | 0.140 | 3 |
| 인재 | 0.086 | 6 |
| 시장 | 0.190 | 2 |
| 홍보 | 0.114 | 5 |

나) 하위요인의 가중치 및 내부 순위

하위요인에 대한 가중치 산정에 있어서는 보정치를 적용하였다. 보정치는 AHP의 특성상 상위요인에서 부여된 가중치를 하위요인에 적용하는 과정에서 하위요인의 항목 수가 많은 경우(정책, 금융 등)에는 항목 수가 적은 경우(문화, 시장 등)에 비해 하위요인별 가중치가 적게 배분되어 전체 항목에 대한 전체 순위를 판별할 때 상대적으로 불리하게 되는 불합리한 점을 개선하여 보다 정확한 전체 순위를 판별하기 위함이다.

보정 가중치는 하위항목이 가장 많은 정책과 금융 등이 6개의 하위요인으로 분류되므로 당초에 산출된 가중치에 ‘항목수(n)/6’을 곱하는 방식으로 모든 상위요인의 하위요인 가중치 산정에 적용하였다. 보정 가중치를 적용하는 경우에도 하위요인 내부에서의 순위에는 영향을 미치지 아니한다.

(1) ‘정부정책/제도’ 하위요인의 가중치 및 순위

정부정책/제도의 하위요인 중에서는 ‘정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화’가 0.059로 가장 중요한 요인으로 나타났고, 다음으로 ‘수리부품에 대한 의장권 적용 배제 등 A/M 관련법규 정비’ 0.049, ‘정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 계도 실시’ 0.049, ‘부품정보 개방으로 차량 수리 시 소비자의 부품선택권 확대’ 0.041, ‘완성차 업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책수립’ 0.040, ‘자동차부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM player의 정책적 육성’ 0.029 순으로 나타났다.

| 정부정책/제도의 하위요인 | 가중치 | | 순위 |
|---|-------|-------|----|
| | 당초 | 보정* | |
| 완성차 업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책수립 | 0.040 | 0.040 | 5 |
| 수리부품에 대한 의장권 적용 배제 등 A/M 관련법규 정비 | 0.049 | 0.049 | 2 |
| 자동차부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM ⁴⁵⁾ (Independent Aftermarket) Player의 정책적 육성 | 0.029 | 0.029 | 6 |
| 부품정보 개방으로 차량 수리 시 소비자의 부품선택권 확대 (OEM, OES 등) | 0.041 | 0.041 | 4 |
| 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화 | 0.059 | 0.059 | 1 |
| 정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 계도 실시 | 0.049 | 0.049 | 3 |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓, IAM = Independent After Market,

OEM = Original Equipment Manufacturing, OES = Original Equipment Supplier

*보정 가중치 = 당초 가중치 × n/6

(2) ‘금융’ 하위요인의 가중치 및 순위

금융의 하위요인 중에서는 ‘자동차부품 생산을 위한 금형개발 R&D, 시제품 제작, 연구개발비 등 지원’이 0.027로 가장 중요한 요인으로 나타났고, ‘자동차

45) <https://www.lawinsider.com/dictionary/independent-aftermarket>

부품 제조사에 대한 생산, 국내유통, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원' 0.025, '판매가 확정된 계약건에 대한 보증지원을 통한 자금지원 확대' 0.022, '자동차 부품 관련 창업금융지원' 0.016, '자동차부품 연관 중소기업 협의체 보조금융지원' 0.015, '자동차부품 제조사 전문인력에 대한 인건비, 교육훈련비 지원' 0.015 순으로 나타났다.

| 금융의 하위요인 | 가중치 | | 순위 |
|---|-------|-------|----|
| | 당초 | 보정* | |
| 자동차부품 생산을 위한 금형개발 R&D, 시제품 제작, 연구개발비 등 지원 | 0.027 | 0.027 | 1 |
| 자동차부품 제조사에 대한 생산, 국내유통, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원 | 0.025 | 0.025 | 2 |
| 판매가 확정된 계약건에 대한 보증지원을 통한 자금 지원 확대 | 0.022 | 0.022 | 3 |
| 자동차부품 관련 창업금융지원 | 0.016 | 0.016 | 4 |
| 자동차부품 제조사 전문인력에 대한 인건비, 교육훈련비 지원 | 0.015 | 0.015 | 6 |
| 자동차부품 연관 중소기업 협의체 보조금융지원 | 0.015 | 0.015 | 5 |

*보정 가중치 = 당초 가중치 × n/6

(3) '문화' 하위요인의 가중치 및 순위

문화의 하위요인에서는 '자동차부품산업 개방형 생태계 구축, 부품제조사 OES 시장 참여 및 확대분위기 조성' 0.017, '부품제조사의 제품품질, 성능 및 부품인증제도의 신뢰문화 확산' 0.011 순으로 나타났다.

| 문화의 하위요인 | 가중치 | | 순위 |
|--|-------|-------|----|
| | 당초 | 보정* | |
| 자동차부품산업 개방형 생태계 구축, 부품제조사 OES 시장 참여 및 확대분위기 조성 | 0.052 | 0.017 | 1 |
| 부품제조사 제품품질, 성능 및 부품인증제도의 신뢰 문화 확산 | 0.032 | 0.011 | 2 |

※ OES = Original Equipment Supplier

*보정 가중치 = 당초 가중치 × n/6

(4) '지원' 하위요인의 가중치 및 순위

지원의 하위요인 중에서는 '자동차부품 관련 종합지원센터 구축'이 0.031로 가장 중요한 요인으로 나타났고, '자동차 수리견적 등 부품정보시스템 및 A/S 부품 DB 구축' 0.031, '국내 및 해외 자동차부품 A/M 유통지원 플랫폼 구축' 0.023, 'PL 보험 지원체계 및 보상한도 현실화' 0.016, '중소기업을 위한 컨설팅 지원체계 구축' 0.015 순으로 나타났다.

| 지원의 하위요인 | 가중치 | | 순위 |
|--|-------|-------|----|
| | 당초 | 보정* | |
| 국내 및 해외 자동차부품 A/M 유통지원 플랫폼 구축 (시장정보, 국내외 업체 및 제품, 정기세미나 등) | 0.028 | 0.023 | 3 |
| 자동차 수리견적 등 부품정보시스템 및 A/S 부품 DB 구축(EPC, 제품구성, 정비업소 등) | 0.037 | 0.031 | 2 |
| PL 보험 지원체계 및 보상한도 현실화 | 0.019 | 0.016 | 4 |
| 자동차부품 관련 종합지원센터 구축(제품개발, 생산기술, 품질표준, 인증 등) | 0.037 | 0.031 | 1 |
| 중소기업을 위한 컨설팅 지원체계 구축(경영, 회계, 세무, 지식재산권, 법률, 인사/노무, 생산기술 등) | 0.018 | 0.015 | 5 |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓, PL = Product Liability,

EPC = Electronic Parts Catalog

*보정 가중치 = 당초 가중치 × n/6

(5) ‘인재’ 하위요인의 가중치 및 순위

인재의 하위요인 중에서는 ‘R&D, 생산, 마케팅, 온라인 판매전문가, Q/A, 수리/정비 등 자동차부품 전문인력 양성’이 0.019로 가장 중요한 요인으로 나타났다, ‘자동차부품과 관련된 전문 자격사 마련’ 0.015, ‘자동차부품 관련 우수인재 pool 구축 및 지원’ 0.012, ‘자동차산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 인력순환 체계 구축’ 0.011 순으로 나타났다.

| 인재의 하위요인 | 가중치 | | 순위 |
|---|-------|-------|----|
| | 당초 | 보정* | |
| R&D, 생산, 마케팅, 온라인 판매전문가, Q/A, 수리/정비 등 자동차부품 전문인력 양성(마이스터고, 폴리텍대학 활용, 국내외 교환트레이닝 프로그램 등) | 0.029 | 0.019 | 1 |
| 자동차부품과 관련된 전문 자격사 마련(ex. 자동차부품 견적사, 부품정보처리사, EPC 활용전문가 등) | 0.023 | 0.015 | 2 |
| 자동차부품 관련 우수인재 pool 구축 및 지원 | 0.017 | 0.012 | 3 |
| 자동차산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 인력순환 체계 구축 | 0.017 | 0.011 | 4 |

※ Q/A = Quality Assurance, EPC = Electronic Parts Catalog

*보정 가중치 = 당초 가중치 × n/6

(6) ‘시장’ 하위요인의 가중치 및 순위

시장의 하위요인 중에서는 ‘자동차보험 시장에서 품질인증 A/M 부품의 적용 확대’ 0.036, ‘OEM 시장과 구분된 독립적인 A/M 시장체계 구축’ 0.028 순으로 나타났다.

| 시장의 하위요인 | 가중치 | | 순위 |
|-------------------------------|-------|-------|----|
| | 당초 | 보정* | |
| OEM 시장과 구분된 독립적인 A/M 시장체계 구축 | 0.083 | 0.028 | 2 |
| 자동차보험 시장에서 품질인증 A/M 부품의 적용 확대 | 0.107 | 0.036 | 1 |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓, OEM = Original Equipment Manufacturing,
*보정 가중치 = 당초 가중치 × n/6

(7) ‘홍보’ 하위요인의 가중치 및 순위

홍보의 하위요인 중에서는 ‘대체부품 인증제도 활성화를 위한 TV 공익광고 및 언론 홍보’가 0.021로 가장 중요하게 나타났고, ‘소비자 및 자동차 정비공장에 대한 정부 차원의 지속적이고 반복적인 부품 홍보체계 구축’ 0.019, ‘소비자들의 「순정부품」 혹은 「순정품」 등 용어 인식개선 및 대체부품에 대한 네이밍 개선’ 0.016 순으로 나타났다.

| 홍보의 하위요인 | 가중치 | | 순위 |
|---|-------|-------|----|
| | 당초 | 보정* | |
| 대체부품 인증제도 활성화를 위한 TV 공익광고 및 언론 홍보(신뢰성, 안전성, 소비자 체험사례 등) | 0.043 | 0.021 | 1 |
| 소비자들의 '순정품' 용어 인식개선 및 대체부품에 대한 네이밍 개선(ex. 품질인증부품) | 0.032 | 0.016 | 3 |
| 소비자 및 자동차 정비공장에 대한 정부 차원의 지속적이고 반복적인 부품 홍보체계 구축 | 0.039 | 0.019 | 2 |

*보정 가중치 = 당초 가중치 × n/6

다) 요인 전체의 가중치 및 순위

모든 요인에 대한 가중치 및 전체적인 순위는 [표 4-33]과 같다.

[표 4-33] 요인의 가중치 및 전체 순위(상위요인별)

| 상위요인 | 하위요인 | 보정 가중치 | 전체 순위 |
|--------------------------|--|-----------|----------|
| 정부 정책/제도 (L:0.266) | 완성차 업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책수립 | L:0.040 | 5 |
| | 수리부품에 대한 의장권 적용 배제 등 A/M 관련법규 정비 | L:0.049 | 2 |
| | 자동차부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM Player의 정책적 육성 | L:0.029 | 9 |
| | 부품정보 개방으로 차량 수리 시 소비자의 부품선택권 확대(OEM, OES 등) | L:0.041 | 4 |
| | 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화 | L:0.059 | 1 |
| | 정비소의 인증부품 고지 의무 적용을 위한 강력한 제도 실시 | L:0.049 | 3 |
| 금융 (L:0.119) | 자동차부품 생산을 위한 금형개발 R&D, 시제품 제작, 연구개발비 등 지원 | L:0.027 | 11 |
| | 자동차부품 제조사에 대한 생산, 국내유통, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원 | L:0.025 | 12 |
| | 판매가 확정된 계약건에 대한 보증지원을 통한 자금지원 확대 | L:0.022 | 14 |
| | 자동차부품 관련 창업금융지원 | L:0.016 | 21 |
| | 자동차부품 제조사 전문인력에 대한 인건비, 교육훈련비 지원 | L:0.015 | 25 |
| | 자동차부품 연관 중소기업 협의체 보조금융지원 | L:0.015 | 23 |
| 문화 (L:0.028) | 자동차 부품산업 개방형 생태계 구축, 부품제조사 OES시장 참여 및 확대 분위기 조성 | L:0.017 | 18 |
| | 부품제조사의 제품품질, 성능 및 부품인증제도의 신뢰문화 확산 | L:0.011 | 28 |
| 지원 (L:0.116) | 국내 및 해외 자동차부품 A/M 유통지원 플랫폼 구축(시장정보, 국내외 업체 및 제품, 정기세미나 등) | L:0.023 | 13 |
| | 자동차 수리견적 등 부품정보시스템 및 A/S 부품 DB 구축(EPC, 제품구성, 정비업소 등) | L:0.031 | 8 |
| | PL 보험 지원체계 및 보상한도 현실화 | L:0.016 | 20 |
| | 자동차부품 관련 종합지원센터 구축(제품개발, 생산기술, 품질표준, 인증 등) | L:0.031 | 7 |
| | 중소기업을 위한 컨설팅 지원체계 구축(경영, 회계, 세무, 지식재산권, 법률, 인사/노무, 생산기술 등) | L:0.015 | 24 |

| 상위요인 | 하위요인 | 보정 가중치 | 전체 순위 |
|-----------------|---|-----------|----------|
| 인재 (L:0.058) | R&D, 생산, 마케팅, 온라인 판매전문가, Q/A, 수리/정비 등 자동차부품 전문인력 양성(마이스터고, 폴리텍대학 활용, 국내외 교환트레이닝 프로그램 등) | L:0.019 | 17 |
| | 자동차부품과 관련된 전문 자격사 마련(ex. 자동차부품견적사, 부품정보처리사, EPC 활용전문가 등) | L:0.015 | 22 |
| | 자동차부품 관련 우수인재 pool 구축 및 지원 | L:0.012 | 26 |
| | 자동차산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 인력순환 체계 구축 | L:0.011 | 27 |
| 시장 (L:0.063) | OEM 시장과 구분된 독립적인 A/M 시장체계 구축 | L:0.028 | 10 |
| | 자동차보험 시장에서 품질인증 A/M 부품의 적용 확대 | L:0.036 | 6 |
| 홍보 (L:0.057) | 대체부품 인증제도 활성화를 위한 TV 공익광고 및 언론 홍보 (신뢰성, 안전성, 소비자 체험사례 등) | L:0.021 | 15 |
| | 소비자들의 '순정품' 용어 인식개선 및 대체부품에 대한 네이밍 개선(ex. 품질인증부품) | L:0.016 | 19 |
| | 소비자 및 자동차 정비공장에 대한 정부 차원의 지속적이고 반복적인 부품 홍보체계 구축 | L:0.019 | 16 |

■ 전체 순위 1위~10위

■ 전체 순위 11위~20위

하위요인을 기준으로 정렬한 전체 순위는 [표 4-34]와 같다.

[표 4-34] 요인의 가중치 및 전체 순위(하위요인 순위 기준)

| 전체 순위 | 상위요인 | 하위요인 | 보정 가중치 |
|----------|-------|---|-----------|
| 1 | 정책/제도 | 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화 | L:0.059 |
| 2 | | 수리부품에 대한 의장권 적용 배제 등 A/M 관련법규 정비 | L:0.049 |
| 3 | | 정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 제도 실시 | L:0.049 |
| 4 | | 부품정보 개방으로 차량수리 시 소비자의 부품선택권 확대(OEM, OES 등) | L:0.041 |
| 5 | | 완성차 업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책 수립 | L:0.040 |
| 6 | 시장 | 자동차보험 시장에서 품질인증 A/M 부품의 적용 확대 | L:0.036 |
| 7 | 지원 | 자동차부품 관련 종합지원센터 구축 (제품개발, 생산기술, 품질표준, 인증 등) | L:0.031 |

| 전체 순위 | 상위요인 | 하위요인 | 보정 가중치 |
|-------|-------|--|---------|
| 8 | | 자동차 수리견적 등 부품정보 시스템 및 A/S 부품DB 구축(EPC, 제품구성, 정비업소등) | L:0.031 |
| 9 | 정책/제도 | 자동차부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM Player의 정책적 육성 | L:0.029 |
| 10 | 시장 | OEM 시장과 구분된 독립적인 A/M 시장체계 구축 | L:0.028 |
| 11 | 금융 | 자동차부품 생산을 위한 금형개발 R&D, 시제품 제작, 연구 개발비 등 지원 | L:0.027 |
| 12 | | 자동차부품 제조사에 대한 생산, 국내유통, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원 | L:0.025 |
| 13 | 지원 | 국내 / 해외 자동차부품 A/M 유통지원 플랫폼 구축(시장 정보, 국내외 업체 및 제품, 정기세미나, 등) | L:0.023 |
| 14 | 금융 | 판매가 확정된 계약건에 대한 보증지원을 통한 자금지원 확대 | L:0.022 |
| 15 | 홍보 | 대체부품 인증제도 활성화를 위한 TV 공익광고 및 언론 홍보 (신뢰성, 안전성, 소비자 체험사례 등) | L:0.021 |
| 16 | | 소비자 및 자동차 정비공장에 대한 정부 차원의 지속적이고 반복적인 부품 홍보 체계구축 | L:0.019 |
| 17 | 인재 | R&D, 생산, 마케팅, 온라인 판매전문가, 수리/정비 등 자동차 부품 전문인력 양성(마이스터고, 폴리텍대학 활용, 국내외 교환 트레이닝 프로그램 등) | L:0.019 |
| 18 | 문화 | 자동차 부품산업 개방형 생태계 구축, 부품 제조사 OES 시장 참여 및 확대분위기 조성 | L:0.017 |
| 19 | 홍보 | 소비자들의 '순정품' 용어 인식개선 및 대체부품의 명칭 변경 (ex. 품질인증부품) | L:0.016 |
| 20 | 지원 | PL보험 지원체계 및 보상한도 현실화 | L:0.016 |
| 21 | 금융 | 자동차부품 관련 창업금융지원 | L:0.016 |
| 22 | 인재 | 자동차부품과 관련된 전문 자격사 마련(ex. 자동차부품 견적사, 부품정보처리사, EPC 활용전문가 등) | L:0.015 |
| 23 | 금융 | 자동차부품 연관 중소기업 협의체 보조금융지원 | L:0.015 |
| 24 | 지원 | 중소기업을 위한 컨설팅(경영, 회계/세무, 지식재산권, 법률, 노무, 생산기술 등) 지원체계 구축 | L:0.015 |
| 25 | 금융 | 자동차부품 제조사 전문인력에 대한 인건비, 교육훈련비 지원 | L:0.015 |
| 26 | 인재 | 자동차부품 관련 우수인재 pool 구축 및 지원 | L:0.012 |
| 27 | | 자동차산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 인력순환 체계 구축 | L:0.011 |
| 28 | 문화 | 부품제조사의 제품품질, 성능 및 부품인증제도의 신뢰문화 확산 | L:0.011 |

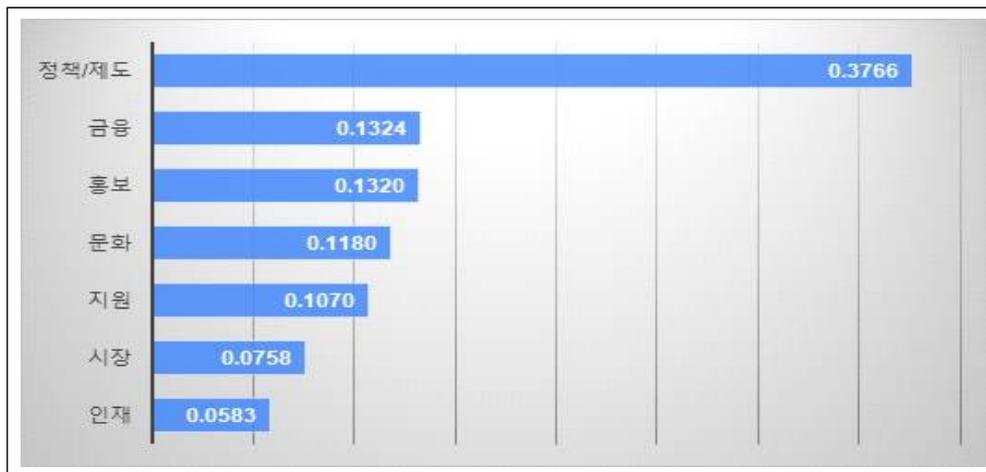
라) 전문가 집단별 의견차이 분석

본 연구에 참여한 전문가들을 분야별로 분류하면 1) 공무원과 협회 등 정책과 관련 집단, 2) 자동차부품 제조업체, 3) 자동차부품 유통업체 등으로 구분된다. 이러한 전문가 집단 간에도 세부적인 의견의 차이가 발생할 수 있으므로 전문가 집단별로 상위요인 중요도의 차이가 있는 지를 추가로 분석하였다. 집단별로 참여한 전문가의 수는 [표 4-35]와 같다.

[표 4-35] 전문가 집단별 참여인원 수

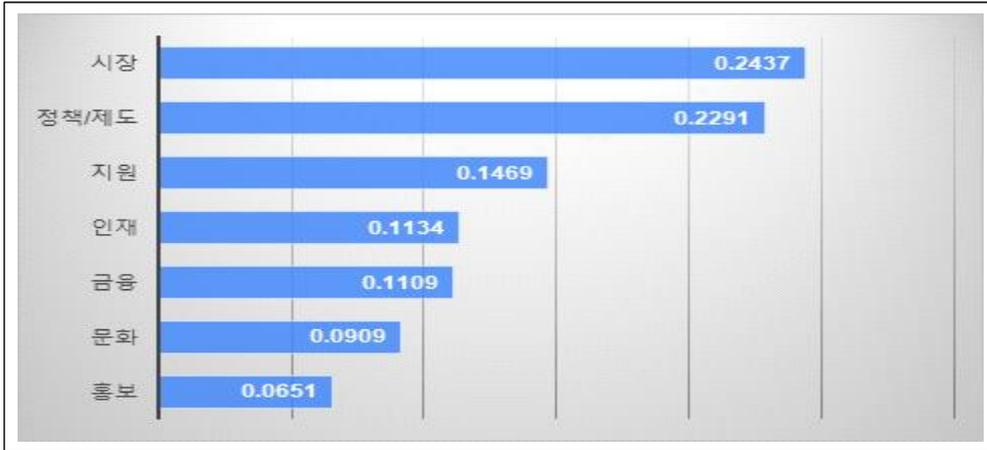
| 구분 | 정부정책/제도 관련 전문가 | 자동차부품 제조업체 전문가 | 자동차부품 유통업체 전문가 | 계 |
|--------|----------------|----------------|----------------|-----|
| 참여인원 수 | 8명 | 14명 | 9명 | 31명 |

정부의 정책/제도와 관련된 전문가 8명이 응답한 상위요인의 중요도 순위는 [그림 4-2]와 같다. 정책관련 전문가 8명은 정부의 ‘정책/제도’를 압도적인 1위로 가장 중요하게 평가했고, 다음으로 금융(2위), 홍보(3위), 문화(4위), 지원(5위) 순이며, 시장(6위)과 인재(7위)는 상대적으로 낮게 평가하였다.



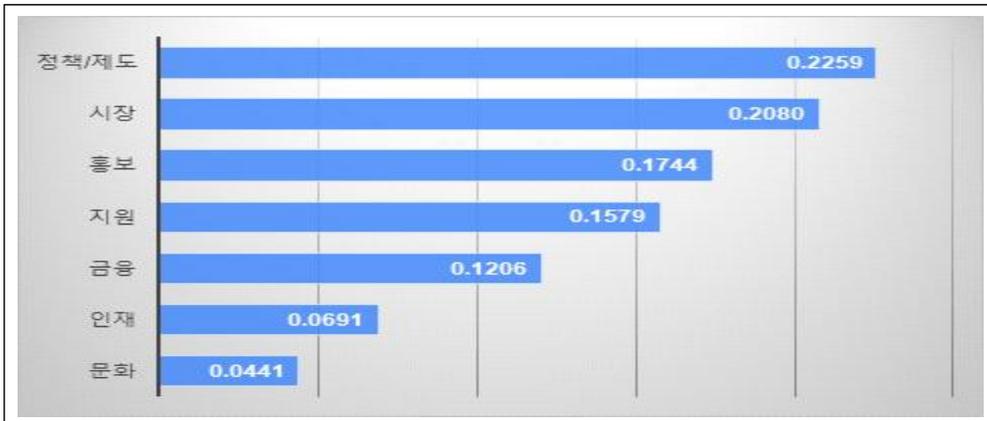
[그림 4-2] 정책/제도 관련 전문가의 상위요인 중요도 순위

자동차부품 제조업계 소속의 전문가 14명이 응답한 상위요인의 중요도 순위는 [그림 4-3]과 같다. 전문가 14명은 시장과 정책을 1위와 2위로 중요하게 평가하였으며, 다음으로 지원(3위), 인재(4위), 금융(5위)을 순으로 평가하였고, 문화(6위)와 홍보(7위)는 상대적으로 낮게 평가하였다.



[그림 4-3] 자동차부품 제조업계 전문가의 상위요인 중요도 순위

자동차부품 유통업계 소속의 전문가 9명이 응답한 상위요인의 중요도 순위는 [그림 4-4]와 같다. 전문가 9명은 정책과 시장을 1위와 2위로 중요하게 평가하였고, 다음으로 홍보(3위), 지원(4위), 금융(5위)을 순으로 평가하였으며, 인재(6위)와 문화(7위)는 상대적으로 낮게 평가하였다.



[그림 4-4] 자동차부품 유통업계 전문가의 상위요인 중요도 순위

전문가 집단별로 평가한 상위요인 중요도 순위를 비교하면 [표 4-36]과 같다.

[표 4-36] 전문가 집단별 상위요인 중요도 순위비교

| 순위 | 정부정책/제도 관련 전문가 | 자동차부품 제조업계 전문가 | 자동차부품 유통업계 전문가 |
|----|-------------------|-------------------|-------------------|
| 1 | 정책/제도 | 시장 | 정책/제도 |
| 2 | 금융 | 정책/제도 | 시장 |
| 3 | 홍보 | 지원 | 홍보 |
| 4 | 문화 | 인재 | 지원 |
| 5 | 지원 | 금융 | 금융 |
| 6 | 시장 | 문화 | 인재 |
| 7 | 인재 | 홍보 | 문화 |

하위요인에 대하여 정책/제도와 관련된 전문가 집단이 평가한 전체 순위는 [표 4-37]과 같다. 정책/제도 전문가들은 ‘수리부품에 대한 의장권 적용 배제 등 애프터마켓 관련법규 정비’, ‘정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 제도 실시’, ‘자동차부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM player의 정책적 육성’을 각각 1위~3위로 평가하였다.

[표 4-37] 정책/제도 전문가의 하위요인 중요도 순위

| 전체 순위 | 상위요인 | 하위요인 |
|----------|-------|--|
| 1 | 정책/제도 | 수리부품에 대한 의장권 적용 배제 등 A/M 관련법규 정비 |
| 2 | | 정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 제도 실시 |
| 3 | | 자동차부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM Player의 정책적 육성 |
| 4 | | 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화 |
| 5 | | 부품정보 개방으로 차량수리 시 소비자의 부품선택권 확대(OEM, OES 등) |
| 6 | 금융 | 자동차부품 생산을 위한 금형개발 R&D, 시제품 제작, 연구개발비 등 지원 |
| 7 | 정책/제도 | 완성차 업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책 수립 |

| 전체 순위 | 상위요인 | 하위요인 |
|----------|------|--|
| 8 | 홍보 | 대체부품 인증제도 활성화를 위한 TV 공익광고 및 언론 홍보(신뢰성, 안전성, 소비자 체험사례 등) |
| 9 | 지원 | 자동차 수리견적 등 부품정보 시스템 및 A/S 부품DB 구축(EPC, 제품구성, 정비업소등) |
| 10 | | 자동차부품 관련 종합지원센터 구축 (제품개발, 생산기술, 품질표준, 인증 등) |
| 11 | 금융 | 자동차부품 제조사에 대한 생산, 국내유통, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원 |
| 12 | 문화 | 자동차 부품산업 개방형 생태계 구축, 부품 제조사 OES 시장 참여 및 확대 분위기 조성 |
| 13 | 홍보 | 소비자 및 자동차 정비공장에 대한 정부 차원의 지속적이고 반복적인 부품 홍보 체계구축 |
| 14 | 금융 | 판매가 확정된 계약전에 대한 보증지원을 통한 자금지원 확대 |
| 15 | | 자동차부품 연관 중소기업 협의체 보조금융지원 |
| 16 | 시장 | 자동차보험 시장에서 품질인증 A/M 부품의 적용 확대 |
| 17 | 금융 | 자동차부품 관련 창업금융지원 |
| 18 | 문화 | 부품제조사의 제품품질, 성능 및 부품인증제도의 신뢰문화 확산 |
| 19 | 지원 | 국내/해외 자동차부품 A/M유통지원 플랫폼 구축(시장정보, 국내외 업체 및 제품, 정기세미나 등) |
| 20 | 인재 | 자동차부품 관련 전문 자격사 마련(ex. 자동차부품견적사, 부품정보처리사, EPC 활용전문가 등) |
| 21 | 홍보 | 소비자들의 '순정품' 용어 인식개선 및 대체부품의 명칭 변경 (ex. 품질인증부품) |
| 22 | 인재 | R&D, 생산, 마케팅, 온라인 판매전문가, 수리/정비 등 자동차부품 전문인력 양성(마이스터고, 폴리텍대학 활용, 국내외 교환트레이닝 프로그램 등) |
| 23 | | 자동차산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 인력순환 체계 구축 |
| 24 | 지원 | PL보험 지원체계 및 보상한도 현실화 |
| 25 | 시장 | OEM 시장과 구분된 독립적인 A/M 시장체계 구축 |
| 26 | 금융 | 자동차부품 제조사 전문인력에 대한 인건비, 교육훈련비 지원 |
| 27 | 지원 | 중소기업을 위한 컨설팅(경영, 회계/세무, 지식재산권, 법률, 노무, 생산기술 등) 지원체계 구축 |
| 28 | 인재 | 자동차부품 관련 우수인재 pool 구축 및 지원 |

자동차부품 제조업계 전문가들이 평가한 하위요인의 전체 순위는 [표 4-38]과 같다. 제조업계 전문가들은 ‘완성차 업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책 수립’, ‘OEM 시장과 구분된 독립적인 애프터마켓 시장체계 구축’, ‘부품정보 개방으로 차량수리 시 소비자의 부품선택권 확대’를 각각 1위~3위로 평가했다.

[표 4-38] 자동차부품 제조업계 전문가의 하위요인 중요도 순위

| 전체 순위 | 상위요인 | 하위요인 |
|-------|-------|--|
| 1 | 정책/제도 | 완성차 업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책 수립 |
| 2 | 시장 | OEM 시장과 구분된 독립적인 A/M 시장체계 구축 |
| 3 | 정책/제도 | 부품정보 개방으로 차량수리 시 소비자의 부품선택권 확대(OEM, OES 등) |
| 4 | | 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화 |
| 5 | | 수리부품에 대한 의장권 적용 배제 등 A/M 관련법규 정비 |
| 6 | 시장 | 자동차보험 시장에서 품질인증 A/M 부품의 적용 확대 |
| 7 | 정책/제도 | 정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 제도 실시 |
| 8 | 인재 | R&D, 생산, 마케팅, 온라인 판매전문가, 수리/정비 등 자동차부품 전문인력 양성(마이스터고, 폴리텍대학 활용, 국내외 교환트레이닝 프로그램 등) |
| 9 | 지원 | 자동차 수리견적 등 부품정보 시스템 및 A/S 부품DB 구축(EPC, 제품구성, 정비 업소등) |
| 10 | | 국내 / 해외 자동차부품 A/M 유통지원 플랫폼 구축(시장 정보, 국내의 업체 및 제품, 정기세미나, 등) |
| 11 | 지원 | 자동차부품 관련 종합지원센터 구축 (제품개발, 생산기술, 품질표준, 인증 등) |
| 12 | 정책/제도 | 자동차 부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM Player의 정책적 육성 |
| 13 | 지원 | PL보험 지원체계 및 보상한도 현실화 |
| 14 | 문화 | 자동차 부품산업 개방형 생태계 구축, 부품 제조사 OES 시장 참여 및 확대 분위기 조성 |
| 15 | 금융 | 자동차부품 제조사에 대한 생산, 국내유통, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원 |
| 16 | | 자동차부품 제조사 전문인력에 대한 인건비, 교육훈련비 지원 |
| 17 | | 자동차부품 생산을 위한 금형개발 R&D, 시제품 제작, 연구개발비 등 지원 |
| 18 | 지원 | 중소기업을 위한 컨설팅(경영, 회계/세무, 지식재산권, 법률, 노무, 생산기술 등) 지원체계 구축 |

| 전체 순위 | 상위요인 | 하위요인 |
|-------|------|---|
| 19 | 인재 | 자동차부품 관련 우수인재 pool 구축 및 지원 |
| 20 | 금융 | 자동차부품 관련 창업금융지원 |
| 21 | 금융 | 판매가 확정된 계약건에 대한 보증지원을 통한 자금지원 확대 |
| 22 | 인재 | 자동차부품 관련 전문 자격사 마련(ex. 자동차부품견적사, 부품정보처리사, EPC 활용전문가 등) |
| 23 | 금융 | 자동차부품 연관 중소기업 협의체 보조금융지원 |
| 24 | 인재 | 자동차산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 인력순환 체계 구축 |
| 25 | 홍보 | 소비자 및 자동차 정비공장에 대한 정부 차원의 지속적이고 반복적인 부품 홍보 체계구축 |
| 26 | | 소비자들의 '순정품' 용어 인식개선 및 대체부품의 명칭 변경 (ex. 품질인증부품) |
| 27 | 문화 | 부품제조사의 제품품질, 성능 및 부품인증제도의 신뢰문화 확산 |
| 28 | 홍보 | 대체부품 인증제도 활성화를 위한 TV 공익광고 및 언론 홍보(신뢰성, 안전성, 소비자 체험사례 등) |

자동차부품 유통업계 전문가들이 평가한 하위요인의 전체 순위는 [표 4-39]와 같다. 유통업계 전문가들은 ‘정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화’, ‘정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 제도 실시’, ‘자동차보험 시장에서 품질인증 애프터마켓 부품의 적용 확대’를 각각 1위~3위로 평가했다.

[표 4-39] 자동차부품 유통업계 전문가의 하위요인 중요도 순위

| 전체 순위 | 상위요인 | 하위요인 |
|-------|-------|---|
| 1 | 정책/제도 | 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화 |
| 2 | | 정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 제도 실시 |
| 3 | 시장 | 자동차보험 시장에서 품질인증 A/M 부품의 적용 확대 |
| 4 | 홍보 | 대체부품 인증제도 활성화를 위한 TV 공익광고 및 언론 홍보(신뢰성, 안전성, 소비자 체험사례 등) |
| 5 | 지원 | 자동차부품 관련 종합지원센터 구축 (제품개발, 생산기술, 품질표준, 인증 등) |
| 6 | | 자동차 수리견적 등 부품정보 시스템 및 A/S 부품DB 구축(EPC, 제품구성, 정비업소등) |

| 전체 순위 | 상위요인 | 하위요인 |
|----------|-------|--|
| 7 | 정책/제도 | 수리부품에 대한 의장권 적용 배제 등 A/M 관련법규 정비 |
| 8 | | 부품정보 개방으로 차량수리 시 소비자의 부품선택권 확대(OEM, OES 등) |
| 9 | 금융 | 자동차부품 생산을 위한 금형개발 R&D, 시제품 제작, 연구개발비 등 지원 |
| 10 | | 판매가 확정된 계약건에 대한 보증지원을 통한 자금지원 확대 |
| 11 | 금융 | 자동차부품 제조사에 대한 생산, 국내유통, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원 |
| 12 | 지원 | 국내/해외 자동차부품 A/M유통지원 플랫폼 구축(시장정보, 국내외 업체 및 제품, 정기세미나, 등) |
| 13 | 홍보 | 소비자 및 자동차 정비공장에 대한 정부 차원의 지속적이고 반복적인 부품 홍보 체계구축 |
| 14 | | 소비자들의 '순정품' 용어 인식개선 및 대체부품의 명칭 변경 (ex. 품질인증부품) |
| 15 | 시장 | OEM 시장과 구분된 독립적인 A/M 시장체계 구축 |
| 16 | 정책/제도 | 자동차 부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM Player의 정책적 육성 |
| 17 | 인재 | 자동차부품 관련 전문 자격사 마련(ex. 자동차부품견적사, 부품정보처리사, EPC 활용전문가 등) |
| 18 | 지원 | 중소기업을 위한 컨설팅(경영, 회계/세무, 지식재산권, 법률, 노무, 생산기술 등) 지원체계 구축 |
| 19 | 금융 | 자동차부품 연관 중소기업 협의체 보조금융지원 |
| 20 | 정책/제도 | 완성차 업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책 수립 |
| 21 | 지원 | PL보험 지원체계 및 보상한도 현실화 |
| 22 | 인재 | R&D, 생산, 마케팅, 온라인 판매전문가, 수리/정비 등 자동차부품 전문인력 양성(마이스터고, 폴리텍대학 활용, 국내외 교환트레이닝 프로그램 등) |
| 23 | 금융 | 자동차부품 관련 창업금융지원 |
| 24 | 인재 | 자동차부품 관련 우수인재 pool 구축 및 지원 |
| 25 | 금융 | 자동차부품 제조사 전문인력에 대한 인건비, 교육훈련비 지원 |
| 26 | 인재 | 자동차산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 인력순환 체계 구축 |
| 27 | 문화 | 부품제조사의 제품품질, 성능 및 부품인증제도의 신뢰문화 확산 |
| 28 | | 자동차 부품산업 개방형 생태계 구축, 부품 제조사 OES 시장 참여 및 확대 분위기 조성 |

전체 하위요인에 대한 전문가 집단별 중요도 순위를 비교하면 [표 4-40]과 같다.

[표 4-40] 전체 요인에 대한 전문가 집단별 중요도 순위비교

| 상위 요인 | 하위요인 | 정책 | 제조 | 유통 |
|-------|--|----|----|----|
| 정책 | 완성차 업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책수립 | 7 | 1 | 20 |
| | 수리부품에 대한 의장권 적용 배제 등 A/M 관련 법규 정비 | 1 | 5 | 7 |
| | 자동차부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM Player의 정책적 육성 | 3 | 12 | 16 |
| | 부품정보 개방으로 차량 수리 시 소비자의 부품선택권 확대 (OEM, OES 등) | 5 | 3 | 8 |
| | 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화 | 4 | 4 | 1 |
| | 정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 제도 실시 | 2 | 7 | 2 |
| 금융 | 자동차부품 생산을 위한 금형개발 R&D, 시제품 제작, 연구개발비 등 지원 | 6 | 17 | 9 |
| | 자동차부품 제조사에 대한 생산, 국내유통, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원 | 11 | 15 | 11 |
| | 판매가 확정된 계약건에 대한 보증지원을 통한 자금지원 확대 | 14 | 21 | 10 |
| | 자동차부품 관련 창업금융지원 | 17 | 20 | 23 |
| | 자동차부품 제조사 전문인력에 대한 인건비, 교육훈련비 지원 | 26 | 16 | 25 |
| | 자동차부품 연관 중소기업 협업체 보조금융지원 | 15 | 23 | 19 |
| 문화 | 자동차 부품산업 개방형 생태계 구축, 부품제조사 OES시장 참여 및 확대분위기 조성 | 12 | 14 | 28 |
| | 부품제조사의 제품 품질, 성능 및 부품인증제도의 신뢰문화 확산 | 18 | 27 | 27 |
| 지원 | 국내 및 해외 자동차부품 A/M 유통지원 플랫폼 구축 (시장정보, 국내외 업체 및 제품, 정기세미나 등) | 19 | 10 | 12 |
| | 자동차 수리견적 등 부품정보시스템 및 A/S 부품 DB 구축(EPC, 제품구성, 정비업소 등) | 9 | 9 | 6 |
| | PL 보험 지원체계 및 보상한도 현실화 | 24 | 13 | 21 |
| | 자동차부품 관련 종합지원센터 구축(제품개발, 생산기술, 품질표준, 인증 등) | 10 | 11 | 5 |
| | 중소기업을 위한 컨설팅 지원체계 구축(경영, 회계, 세무, 지식재산권, 법률, 인사/노무, 생산기술 등) | 27 | 18 | 18 |

| 상위 요인 | 하위요인 | 정책 | 제조 | 유통 |
|----------|---|----|----|----|
| 인재 | R&D, 생산, 마케팅, 온라인 판매전문가, Q/A, 수리/정비 등 자동차부품 전문인력 양성(마이스터고, 폴리텍대학 활용, 국내외 교환트레이닝 프로그램 등) | 22 | 8 | 22 |
| | 자동차부품과 관련된 전문 자격사 마련(ex. 자동차부품견적사, 부품정보처리사, EPC 활용전문가 등) | 20 | 22 | 17 |
| | 자동차부품 관련 우수인재 pool 구축 및 지원 | 28 | 19 | 24 |
| | 자동차산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 인력 순환 체계 구축 | 23 | 24 | 26 |
| 시장 | OEM 시장과 구분된 독립적인 A/M 시장체계 구축 | 25 | 2 | 15 |
| | 자동차보험 시장에서 품질인증 A/M 부품의 적용 확대 | 16 | 6 | 3 |
| 홍보 | 대체부품 인증제도 활성화를 위한 TV 공익광고 및 언론 홍보(신뢰성, 안전성, 소비자 체험사례 등) | 8 | 28 | 4 |
| | 소비자들의 '순정품' 용어 인식개선 및 대체부품에 대한 네이밍 개선(ex. 품질인증부품) | 21 | 26 | 14 |
| | 소비자 및 자동차 정비공장에 대한 정부 차원의 지속적이고 반복적인 부품 홍보체계 구축 | 13 | 25 | 13 |

1위~10위

11위~20위

제 5 장 결 론

제 1 절 연구요약

본 연구는 국내 자동차부품 애프터마켓의 활성화 요인을 도출하기 위하여 자동차 및 자동차부품과 관련된 전문가들을 대상으로 FGI, 델파이, 회귀분석 및 AHP 분석을 실시하였다. 먼저 FGI를 통해 기초적인 상위요인과 하위요인을 발굴하였고, 보다 많은 전문가를 대상으로 델파이를 통해 요인을 확정하였다. 수집된 데이터의 검증과정에서 정책의 12개 하위요인 중 6개 요인, 금융의 8개 하위요인 중 2개 요인, 문화의 7개 하위요인 중 5개 요인, 지원의 8개 하위요인 중 3개 요인, 인재의 5개 하위요인 중 1개 요인, 시장의 4개 하위요인 중 1개 요인, 홍보의 4개 하위요인 중 1개 요인은 CVR 값이 0.6 미만으로 나타나 타당도가 확보되지 않아 제거되었으며, 신뢰도 확인과정에서 추가적으로 시장의 1개 하위요인이 제거되었다. 연구단계별로 변동된 하위요인의 수는 [표 5-1]과 같다.

[표 5-1] 연구단계별 하위요인 변동내역 요약

| 상위요인 | FGI | 델파이 | 타당도 검증 | 신뢰도 확인 | 최종 항목수 |
|------|-----|-----|--------|--------|--------|
| 정책 | 10 | 12 | 6 | | 6 |
| 금융 | 5 | 8 | 2 | | 6 |
| 문화 | 6 | 7 | 5 | | 2 |
| 지원 | 9 | 8 | 3 | | 5 |
| 인재 | 6 | 5 | 1 | | 4 |
| 시장 | 9 | 4 | 1 | 1 | 2 |
| 홍보 | 6 | 4 | 1 | | 3 |
| 계 | 51 | 48 | 19 | 1 | 28 |

전문가 FGI와 델파이를 통해 도출된 요인, 즉 변수들간의 상관관계분석에서 모든 변수들 간에는 통계적으로 유의한 정(+)의 상관관계가 나타났다.

다음으로 독립변수가 종속변수에 미치는 영향을 확인하기 위한 단순회귀분석에서 [표 5-2]와 같이 정책, 금융, 문화, 지원, 인재, 홍보 등 모든 독립변수가 종속변수 시장에 대하여 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 모든 모형의 Durbin-Waston 값은 1.420~1.906로 잔차항의 독립성이 확보되었으며, t값은 2.282~4.832, 유의확률은 .000~.030로 나타났다. 독립변수가 종속변수에 미치는 영향을 설명하는 설명력에 있어 지원과 문화는 40% 대, 홍보와 정책은 30% 대, 인재와 금융은 20% 대 이하로 나타났다.

[표 5-2] 독립변수와 종속변수간 단순회귀분석 요약

| 종속 변수 | 독립 변수 | 비표준 계수 | | 표준 계수 | t | 유의 확률 | 통계량 |
|----------|----------|--------|----------|----------|-------|----------|--|
| | | B | 표준 오차 | 베타 | | | |
| 시장 | (상수) | .372 | .984 | | .378 | .708 | R= .597 R ² = .356 Adj. R ² = .334 D-W= 1.906 F= 16.025 p= .000 |
| | 정책 | .896 | .224 | .597 | 4.003 | .000 | |
| 시장 | (상수) | 1.937 | 1.038 | | 1.866 | .072 | R= .390 R ² = .152 Adj. R ² = .123 D-W= 1.720 F= 5.206 p= .030 |
| | 금융 | .541 | .237 | .390 | 2.282 | .030 | |
| 시장 | (상수) | 1.111 | .724 | | 1.534 | .136 | R= .635 R ² = .404 Adj. R ² = .383 D-W= 1.677 F= 19.630 p= .000 |
| | 문화 | .733 | .165 | .635 | 4.431 | .000 | |
| 시장 | (상수) | .161 | .860 | | .187 | .853 | R= .668 R ² = .446 Adj. R ² = .427 D-W= 1.497 F= 23.345 p= .000 |
| | 지원 | .971 | .201 | .668 | 4.832 | .000 | |

| 종속 변수 | 독립 변수 | 비표준 계수 | | 표준 계수 | t | 유의 확률 | 통계량 |
|----------|----------|--------|----------|----------|-------|----------|--|
| | | B | 표준 오차 | 베타 | | | |
| 시장 | (상수) | 1.766 | .892 | | 1.981 | .057 | R= .468 R ² = .219 Adj. R ² = .192 D-W= 1.420 F= 8.142 p= .008 |
| | 인재 | .611 | .214 | .468 | 2.853 | .008 | |
| 시장 | (상수) | .963 | .813 | | 1.184 | .246 | R= .608 R ² = .370 Adj. R ² = .348 D-W= 1.867 F= 17.006 p= .000 |
| | 홍보 | .768 | .186 | .608 | 4.124 | .000 | |

다중회귀분석에서는 모든 독립변수들이 종속변수 시장에 통계적으로 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났으며, 변수의 입력방법을 ‘단계적방법(stepwise)’, ‘후진제거법(backward)’, ‘전진선택법(forward)’등으로 선택하여 다중회귀분석을 실시한 결과에서도 독립변수 지원만이 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 추출되었으나 t-value와 유의확률은 단순회귀분석 결과와 동일하게 나타났다.

회귀분석 단계별로 한 개 혹은 여러 개의 독립변수를 교차적으로 투입하여 독립변수의 변화에 의하여 통계량이 어떻게 변화하는지를 검증하는 위계적 회귀분석에서는 독립변수 문화와 홍보 두 개의 변수만이 종속변수 시장에 통계적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 두 개의 변수가 투입된 회귀모형의 설명력은 48.8%로 나타나, 문화를 독립변수로 한 단순회귀분석 대비 설명력이 8.4% 포인트 증가되고 홍보를 독립변수로 한 단순회귀분석 대비 설명력이 11.8% 포인트 증가 되는 것으로 나타났다.

연구의 마지막 단계로서, 확정된 요인들에 대한 AHP 분석을 통해 요인들에 대한 가중치와 순위를 산정하였다. 7개 상위요인 쌍대비교에서 정책과 시장이 가장 중요한 요인으로 나타났고, 다음으로 지원, 금융, 홍보, 인재, 문화 순으로 나타났다. 7개 상위요인의 가중치 및 중요도 순위는 아래 [표 5-3]과 같다.

[표 5-3] 상위요인의 가중치 및 순위

| 상위요인 | 가중치 | 순위 |
|---------|-------|----|
| 정부정책/제도 | 0.266 | 1 |
| 금융 | 0.120 | 4 |
| 문화 | 0.084 | 7 |
| 지원 | 0.140 | 3 |
| 인재 | 0.086 | 6 |
| 시장 | 0.190 | 2 |
| 홍보 | 0.114 | 5 |

하위요인 전체에 대하여 도출된 순위를 보면 [표 5-4]와 같이 ‘정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화(1위)’가 가장 중요한 요인으로 나타났고, 다음으로 ‘수리부품에 대한 의장권 적용배제 등 애프터마켓 관련법규 정비(2위)’, ‘정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 계도 실시(3위)’, ‘부품정보 개방으로 차량수리 시 소비자의 부품선택권 확대(4위)’, ‘완성차 업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책 수립(5위)’ 순으로 나타났다.

6위에서 10위까지의 요인으로는 ‘자동차보험 시장에서 품질인증 애프터마켓 부품의 적용 확대(6위)’, ‘자동차부품 관련 종합지원센터 구축(7위)’, ‘자동차 수리 견적 등 부품정보 시스템 및 A/S부품 DB 구축(8위)’, ‘자동차부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM player의 정책적 육성(9위)’, ‘OEM 시장과 구분된 독립적인 애프터마켓 시장체계 구축(10위)’ 등으로 나타났다.

전체 요인에서 상위 20개 요인의 구성을 보면 정부정책/제도의 6개 하위요인은 모두 포함되었으며, 금융의 하위요인은 6개 중 3개 요인이 포함되었다. 문화의 하위요인은 2개 중 1개 요인이 포함되었으며, 지원은 5개 하위요인 중 4개 요인이 포함되었다. 인재는 4개 중 1개 요인이 포함되었으며, 시장과 홍보는 각각 2개와 3개 요인 모두가 상위 20개 요인에 포함되었다.

[표 5-4] 전체 하위요인의 가중치 및 중요도 순위

| 전체 순위 | 상위요인 | 하위요인 | 보정 가중치 |
|-------|-------|--|---------|
| 1 | 정책/제도 | 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화 | L:0.059 |
| 2 | | 수리부품에 대한 의장권 적용 배제 등 A/M 관련법규 정비 | L:0.049 |
| 3 | | 정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 제도 실시 | L:0.049 |
| 4 | | 부품정보 개방으로 차량수리 시 소비자의 부품선택권 확대(OEM, OES 등) | L:0.041 |
| 5 | | 완성차 업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책 수립 | L:0.040 |
| 6 | 시장 | 자동차보험 시장에서 품질인증 A/M 부품의 적용 확대 | L:0.036 |
| 7 | 지원 | 자동차부품 관련 종합지원센터 구축 (제품개발, 생산기술, 품질표준, 인증 등) | L:0.031 |
| 8 | | 자동차 수리견적 등 부품정보 시스템 및 A/S 부품DB 구축(EPC, 제품구성, 정비업소등) | L:0.031 |
| 9 | 정책/제도 | 자동차부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM Player의 정책적 육성 | L:0.029 |
| 10 | 시장 | OEM 시장과 구분된 독립적인 A/M 시장체계 구축 | L:0.028 |
| 11 | 금융 | 자동차부품 생산을 위한 금형개발 R&D, 시제품 제작, 연구 개발비 등 지원 | L:0.027 |
| 12 | | 자동차부품 제조사에 대한 생산, 국내유통, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원 | L:0.025 |
| 13 | 지원 | 국내 / 해외 자동차부품 A/M 유통지원 플랫폼 구축(시장 정보, 국내외 업체 및 제품, 정기세미나, 등) | L:0.023 |
| 14 | 금융 | 판매가 확정된 계약건에 대한 보증지원을 통한 자금지원 확대 | L:0.022 |
| 15 | 홍보 | 대체부품 인증제도 활성화를 위한 TV 공익광고 및 언론 홍보 (신뢰성, 안전성, 소비자 체험사례 등) | L:0.021 |
| 16 | | 소비자 및 자동차 정비공장에 대한 정부 차원의 지속적이고 반복적인 부품 홍보 체계구축 | L:0.019 |
| 17 | 인재 | R&D, 생산, 마케팅, 온라인 판매전문가, 수리/정비 등 자동차 부품 전문인력 양성(마이스터고, 폴리텍대학 활용, 국내외 교환 트레이닝 프로그램 등) | L:0.019 |
| 18 | 문화 | 자동차 부품산업 개방형 생태계 구축, 부품 제조사 OES 시장 참여 및 확대분위기 조성 | L:0.017 |
| 19 | 홍보 | 소비자들의 '순정품' 용어 인식개선 및 대체부품의 명칭 변경 (ex. 품질인증부품) | L:0.016 |
| 20 | 지원 | PL보험 지원체계 및 보상한도 현실화 | L:0.016 |
| 21 | 금융 | 자동차부품 관련 창업금융지원 | L:0.016 |
| 22 | 인재 | 자동차부품과 관련된 전문 자격사 마련(ex. 자동차부품 견적사, 부품정보처리사, EPC 활용전문가 등) | L:0.015 |
| 23 | 금융 | 자동차부품 연관 중소기업 협의회 보조금융지원 | L:0.015 |
| 24 | 지원 | 중소기업을 위한 컨설팅(경영, 회계/세무, 지식재산권, 법률, 노무, 생산기술 등) 지원체계 구축 | L:0.015 |
| 25 | 금융 | 자동차부품 제조사 전문인력에 대한 인건비, 교육훈련비 지원 | L:0.015 |
| 26 | 인재 | 자동차부품 관련 우수인재 pool 구축 및 지원 | L:0.012 |
| 27 | | 자동차산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 인력순환 체계 구축 | L:0.011 |
| 28 | 문화 | 부품제조사의 제품품질, 성능 및 부품인증제도의 신뢰문화 확산 | L:0.011 |

상위요인에 대하여 전문가 집단(정부정책/제도 관련, 자동차부품 제조업계 및 자동차부품 유통업계)별로 상위요인의 중요도 분석을 실시한 결과는 [표 5-5]와 같다. 정책/제도와 관련된 전문가들은 정부의 정책/제도(1위)를 높은 비중으로 가장 중요하게 평가했고, 다음으로 금융(2위), 홍보(3위), 문화(4위), 지원(5위) 순이며, 시장(6위)과 인재(7위)는 상대적으로 낮게 평가했다.

자동차부품 제조업계 전문가들은 시장과 정책을 비슷한 중요도로 1위와 2위로 평가하였으며, 다음으로 지원(3위), 인재(4위), 금융(5위)을 순으로 평가하였고, 문화(6위)와 홍보(7위)는 상대적으로 낮게 평가하였다. 또한 유통업계 전문가들은 정책과 시장을 비슷한 중요도로 1위와 2위로 평가하였고, 다음으로 홍보(3위), 지원(4위), 금융(5위)을 순으로 평가하였으며, 인재(6위)와 문화(7위)는 상대적으로 낮게 평가하였다.

전문가 집단별로 차이는 있으나, 상위 세 항목을 종합하여 분석하면 정책, 시장, 홍보 등 세 가지의 요인이 가장 중요한 것으로 평가되었다. 정부의 일관적인 정책기조와 지속적인 홍보를 통해 시장을 활성화시키는 것이 중요하다는 것으로 해석된다.

[표 5-5] 전문가 집단별 상위요인 중요도 순위 및 가중치 비교

| 순위 | 정부정책/제도 관련 전문가 | | 자동차부품 제조업계 전문가 | | 자동차부품 유통업계 전문가 | |
|----|----------------|-------|----------------|-------|----------------|-------|
| | 요인 | 가중치 | 요인 | 가중치 | 요인 | 가중치 |
| 1 | 정책/제도 | 0.377 | 시장 | 0.244 | 정책/제도 | 0.226 |
| 2 | 금융 | 0.132 | 정책/제도 | 0.229 | 시장 | 0.208 |
| 3 | 홍보 | 0.132 | 지원 | 0.147 | 홍보 | 0.174 |
| 4 | 문화 | 0.118 | 인재 | 0.113 | 지원 | 0.158 |
| 5 | 지원 | 0.107 | 금융 | 0.111 | 금융 | 0.121 |
| 6 | 시장 | 0.076 | 문화 | 0.091 | 인재 | 0.069 |
| 7 | 인재 | 0.058 | 홍보 | 0.065 | 문화 | 0.044 |

하위요인에 대해 전문가 집단별로 중요도 분석을 실시한 결과는 [표 5-6]과 같다. 정책/제도와 관련된 전문가들은 ‘수리부품에 대한 의장권 적용 배제 등 애프터마켓 관련법규 정비’를 가장 중요하게 평가했고, 다음으로 ‘정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 계도 실시’, ‘자동차부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM player의 정책적 육성’ 등을 중요한 요인으로 평가했다.

자동차부품 제조업계 전문가들은 ‘완성차 업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책 수립’을 가장 중요한 요인으로 평가했고, 다음으로 ‘OEM 시장과 구분된 독립적인 애프터마켓 시장체계 구축’, ‘부품정보 개방으로 차량수리 시 소비자의 부품선택권 확대’ 등을 중요한 요인으로 평가했다.

유통업계 전문가들은 ‘정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화’를 가장 중요하다고 평가했고, 다음으로 ‘정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 계도 실시’, ‘자동차보험 시장에서 품질인증 애프터마켓 부품의 적용 확대’ 등을 중요한 요인으로 평가했다.

[표 5-6] 전문가 집단별 하위요인 중요도 순위 비교

| 순위 | 정부정책/제도 관련 전문가 | 자동차부품 제조업계 전문가 | 자동차부품 유통업계 전문가 |
|----|---|---|--|
| 1 | (정책) 수리부품에 대한 의장권 적용 배제 등 A/M 관련법규 정비 | (정책) 완성차 업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책 수립 | (정책) 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화 |
| 2 | (정책) 정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 계도 실시 | (시장) OEM 시장과 구분된 독립적인 A/M 시장체계 구축 | (정책) 정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 계도 실시 |
| 3 | (정책) 자동차부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM Player의 정책적 육성 | (정책) 부품정보 개방으로 차량수리 시 소비자의 부품선택권 확대(OEM, OES 등) | (시장) 자동차보험 시장에서 품질인증 A/M 부품의 적용 확대 |
| 4 | (정책) 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화 | (정책) 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화 | (홍보) 대체부품 인증제도 활성화를 위한 TV 공익광고 및 언론홍보(신뢰성, 안전성, 소비자 체험 사례 등) |
| 5 | (정책) 부품정보 개방으로 차량수리 시 소비자의 부품선택권 확대(OEM, OES 등) | (정책) 수리부품에 대한 의장권 적용 배제 등 A/M 관련법규 정비 | (지원) 자동차부품 관련 종합지원센터 구축 (제품개발, 생산기술, 품질표준, 인증 등) |
| 6 | (금융) 자동차부품 생산을 위한 금형개발 R&D, 시제품 제작, 연구개발비 등 지원 | (시장) 자동차보험 시장에서 품질인증 A/M 부품의 적용 확대 | (지원) 자동차 수리견적 등 부품정보 시스템 및 A/S 부품DB 구축 (EPC, 제품구성, 정비업소등) |

| 순위 | 정부정책/제도 관련 전문가 | 자동차부품 제조업계 전문가 | 자동차부품 유통업계 전문가 |
|----|---|--|---|
| 7 | (정책) 완성차 업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책 수립 | (정책) 정비소의 인증부품 고지 의무 적용을 위한 강력한 제도 실시 | (정책) 수리부품에 대한 의장권 적용 배제 등 A/M 관련법규 정비 |
| 8 | (홍보) 대체부품 인증제도 활성화 를 위한 TV 공익광고 및 언론 홍보(신뢰성, 안전성, 소비자 체험 사례 등) | (인재) R&D, 생산, 마케팅, 온라인 판매, 수리/정비 등 자동차부품 전문인력 양성 (마이스터고, 폴리텍대학 활용, 국내외 교환트레이닝 프로그램 등) | (정책) 부품정보 개방으로 차량 수리 시 소비자의 부품선택권 확대(OEM, OES 등) |
| 9 | (지원) 자동차 수리견적 등 부품 정보 시스템 및 A/S 부품DB 구축 (EPC, 제품구성, 정비업소등) | (지원) 자동차 수리견적 등 부품 정보 시스템 및 A/S 부품DB 구축 (EPC, 제품구성, 정비업소등) | (금융) 자동차부품 생산을 위한 금형개발 R&D, 시제품 제작, 연구개발비 등 지원 |
| 10 | (지원) 자동차부품 관련 종합 지원센터 구축 (제품개발, 생산 기술, 품질표준, 인증 등) | (지원) 국내 / 해외 자동차부품 A/M 유통지원 플랫폼 구축(시 장 정보, 국내외 업체 및 제품, 정기세미나 등) | (금융) 판매가 확정된 계약건 에 대한 보증지원을 통한 자금 지원 확대 |
| 11 | (금융) 자동차부품 제조사에 대한 생산, 국내유통, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원 | (지원) 자동차부품 관련 종합 지원센터 구축 (제품개발, 생산 기술, 품질표준, 인증 등) | (금융) 자동차부품 제조사에 대한 생산, 국내유통, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원 |
| 12 | (문화) 자동차 부품산업 개방형 생태계 구축, 부품 제조사 OES 시장 참여 및 확대분위기 조성 | (정책) 자동차부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM Player의 정책적 육성 | (지원) 국내 / 해외 자동차부품 A/M 유통지원 플랫폼 구축(시 장 정보, 국내외 업체 및 제품, 정기세미나 등) |
| 13 | (홍보) 소비자 및 자동차 정비 공장에 대한 정부 차원의 지속적이고 반복적인 부품 홍보 체계구축 | (지원) PL보험 지원체계 및 보상한도 현실화 | (홍보) 소비자 및 자동차 정비 공장에 대한 정부 차원의 지속적이고 반복적인 부품 홍보 체계구축 |
| 14 | (금융) 판매가 확정된 계약 건에 대한 보증지원을 통한 자금지원 확대 | (문화) 자동차 부품산업 개방형 생태계 구축, 부품 제조사 OES 시장 참여 및 확대분위기 조성 | (홍보) 소비자들의 '순정품' 용어 인식개선 및 대체부품의 명칭 변경(ex. 품질인증부품) |
| 15 | (금융) 자동차부품 연관 중소 기업 협의체 보조금융지원 | (금융) 자동차부품 제조사에 대한 생산, 국내유통, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원 | (시장) OEM 시장과 구분된 독립적인 A/M 시장체계 구축 |
| 16 | (시장) 자동차보험 시장에서 품질인증 A/M 부품의 적용 확대 | (금융) 자동차부품 제조사의 전문 인력에 대한 인건비, 교육훈련비 지원 | (정책) 자동차부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM Player의 정책적 육성 |
| 17 | (금융) 자동차부품 관련 창업 금융지원 | (금융) 자동차부품 생산을 위한 금형개발 R&D, 시제품 제작, 연구개발비 등 지원 | (인재) 자동차부품과 관련된 전문 자격사 마련(ex. 자동차 부품견적사, 부품정보처리사, EPC 활용전문가 등) |
| 18 | (문화) 부품제조사의 제품 품질, 성능 및 부품인증제도 의 신뢰문화 확산 | (지원) 중소기업을 위한 컨설팅 (경영, 회계/세무, 지식재산 권, 법률, 노무, 생산기술 등) 지원체계 구축 | (지원) 중소기업을 위한 컨설팅 (경영, 회계/세무, 지식재산 권, 법률, 노무, 생산기술 등) 지원체계 구축 |

| 순위 | 정부정책/제도 관련 전문가 | 자동차부품 제조업계 전문가 | 자동차부품 유통업계 전문가 |
|----|---|--|---|
| 19 | (지원) 국내/해외 자동차부품 A/M유통지원 플랫폼 구축 (시장정보, 국내외 업체 및 제품, 정기세미나 등) | (인재) 자동차부품 관련 우수 인재 pool 구축 및 지원 | (금융) 자동차부품 연관 중소기업 협의체 보조금융지원 |
| 20 | (인재) 자동차부품과 관련된 전문 자격사 마련(ex. 자동차 부품견적사, 부품정보처리사, EPC 활용전문가 등) | (금융) 자동차부품 관련 창업 금융지원 | (정책) 완성차 업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책 수립 |
| 21 | (홍보) 소비자들의 '순정품' 용어 인식개선 및 대체부품의 명칭 변경(ex. 품질인증부품) | (금융) 판매가 확정된 계약 건에 대한 보증지원을 통한 자금지원 확대 | (지원) PL보험 지원체계 및 보상한도 현실화 |
| 22 | (인재) R&D, 생산, 마케팅, 온라인 판매, 수리/정비 등 자동차부품 전문인력 양성 (마이스터고, 폴리텍대학 활용, 국내외 교환트레이닝 프로그램 등) | (인재) 자동차부품과 관련된 전문 자격사 마련(ex. 자동차 부품견적사, 부품정보처리사, EPC 활용전문가 등) | (인재) R&D, 생산, 마케팅, 온라인 판매, 수리/정비 등 자동차부품 전문인력 양성 (마이스터고, 폴리텍대학 활용, 국내외 교환트레이닝 프로그램 등) |
| 23 | (인재) 자동차산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 인력순환 체계 구축 | (금융) 자동차부품 연관 중소기업 협의체 보조금융지원 | (금융) 자동차부품 관련 창업 금융지원 |
| 24 | (지원) PL보험 지원체계 및 보상한도 현실화 | (인재) 자동차산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 인력순환 체계 구축 | (인재) 자동차부품 관련 우수 인재 pool 구축 및 지원 |
| 25 | (시장) OEM 시장과 구분된 독립적인 A/M 시장체계의 구축 | (홍보) 소비자 및 자동차 정비 공장에 대한 정부 차원의 지속적이고 반복적인 부품 홍보 체계구축 | (금융) 자동차부품 제조사의 전문 인력에 대한 인건비, 교육훈련비 지원 |
| 26 | (금융) 자동차부품 제조사의 전문 인력에 대한 인건비, 교육훈련비 지원 | (홍보) 소비자들의 '순정품' 용어 인식개선 및 대체부품의 명칭 변경(ex. 품질인증부품) | (인재) 자동차산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 인력순환 체계 구축 |
| 27 | (지원) 중소기업을 위한 컨설팅 (경영, 회계/세무, 지식재산권, 법률, 노무, 생산기술 등) 지원체계 구축 | (문화) 부품제조사의 제품 품질, 성능 및 부품인증제도의 신뢰문화 확산 | (문화) 부품제조사의 제품 품질, 성능 및 부품인증제도의 신뢰문화 확산 |
| 28 | (인재) 자동차부품 관련 우수 인재 pool 구축 및 지원 | (홍보) 대체부품 인증제도 활성화를 위한 TV 공익광고 및 언론 홍보(신뢰성, 안전성, 소비자 체험 사례 등) | (문화) 자동차 부품산업 개방형 생태계 구축, 부품 제조사 OES 시장 참여 및 확대분위기 조성 |

전체 요인에 대한 전문가 집단별 중요도 순위는 [표 5-7]과 같으며, 위계적 회귀분석에서 종속변수에 미치는 영향을 서로 간에 증가시켰던 문화와 홍보의 하위종목에 대한 AHP 분석결과는 전문가별로 다르지만, 다른 요인들에 비하여 그다지 높지 않은 것으로 나타났다.

먼저 문화의 하위종목 ‘자동차 부품산업 개방형 생태계 구축, 부품제조사 OES 시장 참여 및 확대분위기 조성’은 전체 28개 하위요인 중 정책전문가 12위, 제조전문가 14위, 유통전문가는 28위로 유통전문가를 제외하고 어느정도 중요한 요인으로 평가하였다. 다음 ‘부품제조사 제품 품질, 성능 및 부품인증제도의 신뢰문화 확산’은 정책전문가 18위, 제조전문가 27위, 유통전문가는 27위로 모두 보통으로 평가하였다. 전문가들이 판단하는 문화의 하위요인은 현재 활성화되지 못하고 있는 애프터마켓을 활성화 시키기 위한 선행 요인이라기 보다는 시장이 활성화되는 것에 수반하는 후행효과로 인식하는 것으로 해석된다.

홍보의 하위종목 ‘대체부품 인증제도 활성화를 위한 TV 공익광고 및 언론홍보’는 정책전문가 8위, 제조전문가 28위, 유통전문가 4위로 나타나 제조전문가를 제외하고 매우 중요한 요소로 평가하였다. ‘소비자들의 「순정품」 용어 인식개선 및 대체부품에 대한 네이밍 개선’은 정책전문가 21위, 제조전문가 26위, 유통전문가 14위로 나타나 유통전문가를 제외하고 중요하지 않은 요소로 평가하였다. 마지막 ‘소비자 및 자동차 정비공장에 대한 정부 차원의 지속적이고 반복적인 부품 홍보 체계 구축’은 정책전문가 13위, 제조전문가 25위, 유통전문가 13위로 제조전문가를 제외하고 어느정도 중요한 요소로 평가하였다. 홍보에 대하여 전체적으로 정책전문가는 중하, 제조전문가는 하, 유통전문가는 중상으로 평가하였다.

[표 5-7] 문화 및 홍보의 하위요인에 대한 전문가 집단별 중요도

| 상위 요인 | 하위요인 | 정책 | 제조 | 유통 |
|-------|--|----|----|----|
| 정책 | 완성차 업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책수립 | 7 | 1 | 20 |
| | 수리부품에 대한 의장권 적용 배제 등 A/M 관련 법규 정비 | 1 | 5 | 7 |
| | 자동차부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM Player의 정책적 육성 | 3 | 12 | 16 |
| | 부품정보 개방으로 차량 수리 시 소비자의 부품선택권 확대 (OEM, OES 등) | 5 | 3 | 8 |
| | 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화 | 4 | 4 | 1 |
| | 정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 제도 실시 | 2 | 7 | 2 |
| 금융 | 자동차부품 생산을 위한 금형개발 R&D, 시제품 제작, 연구개발비 등 지원 | 6 | 17 | 9 |

| 상위 요인 | 하위요인 | 정책 | 제조 | 유통 |
|----------|---|----|----|----|
| | 자동차부품 제조사에 대한 생산, 국내유통, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원 | 11 | 15 | 11 |
| | 판매가 확정된 계약건에 대한 보증지원을 통한 자금지원 확대 | 14 | 21 | 10 |
| | 자동차부품 관련 창업금융지원 | 17 | 20 | 23 |
| | 자동차부품 제조사 전문인력에 대한 인건비, 교육훈련비 지원 | 26 | 16 | 25 |
| | 자동차부품 연관 중소기업 협의체 보조금융지원 | 15 | 23 | 19 |
| 문화 | 자동차 부품산업 개방형 생태계 구축, 부품제조사 OES시장 참여 및 확대분위기 조성 | 12 | 14 | 28 |
| | 부품제조사의 제품 품질, 성능 및 부품인증제도의 신뢰문화 확산 | 18 | 27 | 27 |
| 지원 | 국내 및 해외 자동차부품 A/M 유통지원 플랫폼 구축 (시장정보, 국내외 업체 및 제품, 정기세미나 등) | 19 | 10 | 12 |
| | 자동차 수리견적 등 부품정보시스템 및 A/S 부품 DB 구축(EPC, 제품구성, 정비업소 등) | 9 | 9 | 6 |
| | PL 보험 지원체계 및 보상한도 현실화 | 24 | 13 | 21 |
| | 자동차부품 관련 종합지원센터 구축(제품개발, 생산기술, 품질표준, 인증 등) | 10 | 11 | 5 |
| | 중소기업을 위한 컨설팅 지원체계 구축(경영, 회계, 세무, 지식재산권, 법률, 인사/노무, 생산기술 등) | 27 | 18 | 18 |
| 인재 | R&D, 생산, 마케팅, 온라인 판매전문가, Q/A, 수리/정비 등 자동차부품 전문인력 양성(마이스터고, 폴리텍대학 활용, 국내외 교환트레이닝 프로그램 등) | 22 | 8 | 22 |
| | 자동차부품과 관련된 전문 자격사 마련(ex. 자동차부품검정사, 부품정보처리사, EPC 활용전문가 등) | 20 | 22 | 17 |
| | 자동차부품 관련 우수인재 pool 구축 및 지원 | 28 | 19 | 24 |
| | 자동차산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 인력 순환 체계 구축 | 23 | 24 | 26 |
| 시장 | OEM 시장과 구분된 독립적인 A/M 시장체계 구축 | 25 | 2 | 15 |
| | 자동차보험 시장에서 품질인증 A/M 부품의 적용 확대 | 16 | 6 | 3 |
| 홍보 | 대체부품 인증제도 활성화를 위한 TV 공익광고 및 언론 홍보(신뢰성, 안전성, 소비자 체험사례 등) | 8 | 28 | 4 |
| | 소비자들의 '순정품' 용어 인식개선 및 대체부품에 대한 네이밍 개선(ex. 품질인증부품) | 21 | 26 | 14 |
| | 소비자 및 자동차 정비공장에 대한 정부 차원의 지속적이고 반복적인 부품 홍보체계 구축 | 13 | 25 | 13 |

OLS(Ordinary Least Square) 회귀분석은 종속변수 y 와 한 개 이상의 독립변수 또는 설명변수 x 와의 선형 인과관계를 모델링하는 회귀분석 기법으로서, 본 연구의 단순회귀분석, 다중회귀분석 및 위계적 회귀분석을 포함하는 개념이다. 회귀분석은 기본적으로 독립변수가 종속변수에 미치는 영향관계를 규명하는 것으로 통계적인 유의성은 t 값 혹은 유의확률(p -value)로 판단하고,

영향력의 크기는 베타값으로 확인한다. 본 연구의 위계적 회귀분석 결과 독립 변수 문화가 종속변수 시장에 미치는 영향의 크기, 즉 베타값은 단순회귀분석에서 .635, 위계적 회귀분석에서는 .425(홍보=.359)로 나타났다. 같은 개념에서 독립변수 홍보가 종속변수 시장에 미치는 베타값은 단순회귀분석에서 .608, 위계적 회귀분석에서 .359(문화=.425)로 나타났으며, 문화와 홍보, 홍보와 문화는 독립변수가 종속변수를 설명하는 설명력에 있어 개별적인 회귀분석보다 함께 실행된 회귀분석에서 종속변수에 미치는 설명력을 증대시켰다.

반면, 어떤 연구를 통해 도출된 요인들간의 상대적인 중요도, 크기 혹은 순위를 판별하기 위하여 요인들을 쌍대비교한 후 가중평균과 행렬곱 방식을 거치는 AHP 분석은 분석기법 상 요인들간의 쌍대비교 과정에서 전문가들의 판단 기준이 유동적으로 평가될 수 있는 소지를 안고 있어, 앞서 델파이에서 응답한 5점 척도의 분석결과와는 대개 일치하지 않을 가능성이 많다.

OLS 단순회귀분석에서 종속변수 시장에 미치는 영향력의 크기는 지원이 .668($R^2=.446$)로 가장 크게 나타났고, 문화 .635($R^2=.404$), 홍보 .608($R^2=.370$), 정책 .597($R^2=.356$), 인재 .468($R^2=.219$), 금융 .390($R^2=.152$)순으로 나타났으나, AHP 분석결과에서 정책전문가들이 응답한 상위 5개 요인은 모두 정책의 하위요인들로 평가되었으며, 제조전문가들 역시 4개의 정책 하위요인들과 1개의 시장 하위요인으로 평가하였다. 이와는 달리 유통전문가들은 정책의 2개 요인, 시장의 1개 요인, 홍보의 1개 요인 및 지원의 1개 요인으로 5개 상위요인을 평가하였다.

AHP 분석결과 금융과 인재를 대개 중간정도 또는 중간 이하의 낮은 평가를 받았는바, 전문가들이 느끼는 애프터마켓 활성화 요인에 있어 금융이나 인재를 현재의 시장상황에서는 급히 요구되지 않고 직접적인 활성화 요인이 아니며, 어떠한 요인이 활성화되는 과정에 있어 보조적 역할 개념으로 평가한 것으로 해석된다.

제 2 절 결론 및 시사점

1) 연구결론

본 연구는 우리나라의 자동차 및 자동차부품 관련 업계에서 오랜 경험과 경륜을 보유하고 있는 여러 전문가들의 의견을 수렴하여 국내 자동차 애프터마켓 활성화 요인을 상세하게 도출하였으며, 도출된 요인에 대한 실증분석과 AHP 기법을 활용하여 전문가 집단별로 각 요인의 중요도 순위를 도출하였다. 실증 분석결과 전문가 의견을 통해 도출한 모든 요인들은 서로 밀접한 상관관계가 있는 것으로 확인되었으며, 각 요인을 독립변수로 설정하고 시장을 종속변수로 설정한 단순회귀분석에서는 모든 요인들이 종속변수 시장에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 본 연구의 목적인 자동차 애프터마켓이 활성화되기 위해서는 모든 요인들이 서로 유기적으로 작동해야 한다는 것을 의미한다. AHP 분석결과로 나타난 국내 자동차부품 애프터마켓 활성화 전체 요인의 순위 결과와는 약간의 차이가 있으나, 위계적 회귀분석 결과에서 나타난 문화와 홍보가 동시에 종속변수 시장에 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으므로, 정부 및 관련 산업의 이해관계자들의 자동차 애프터마켓에 대한 지속적인 홍보를 통해 부품산업의 생태계 및 시장참여 분위기 조성, 부품 인증제도의 신뢰문화 확산 등이 이루어져야 할 것이다.

자동차 문화에 있어 우리와는 완전히 다르며 전세계 자동차 애프터마켓의 33.9%를 차지하고 있는 미국의 경우 애프터마켓에서 차지하는 대체부품의 비중이 40% 이상이며, 그 수요는 지속적으로 증가하고 있다. 실용주의를 선호하는 미국인의 특성상 오래 전부터 자가정비 문화가 발달하였고, 대체부품의 가격은 OEM 부품의 약 50~80% 선에서 거래되고 있으며, 이를 통해 연간 4억 달러 이상의 수리비용 절감 효과가 나타나고 있다. 미국자동차부품협회(CAPA)통해 대체부품의 인증이 이루어지고 있으며, 41개 주에서 대체부품 수리와 관련된 법률이 존재한다. Auto Care Association(2021)은 미국의 전체 자동차 애프터마켓 규모를 3,800억달러로 추정하며, 관련 기업은 535,000개로

추정하고 있다. 애프터마켓 부품시장은 최종소비자에 따라 시장별로 유통구조가 다소 차이를 보이는데, DIY 시장은 자동차 소유자들이 직접 수리를 위해 부품을 구매하는 시장이며, 애프터마켓의 약 20%를 차지하고 있고 유통구조상에서 부품 소매점의 영향력이 강하게 나타난다. 최근 시장 성숙과 디지털 기술 발전, DIY 증가 등으로 Non-OEM 부품을 유통하는 창고 유통업체(WD)의 온라인 유통이 증가하고 유통채널별 경계가 모호해지는 경향이 있으며, 자동차부품의 전자상거래와 DIY 활동이 지속해서 증가하면서 모든 채널에서 인터넷을 통해 부품이 판매되고 있다. 또한 자동차부품 제조업체가 인터넷을 통해 소비자에게 직접 판매하는 유통량이 증가하고 있으며, 인터넷 소매업체가 제조업체에게 납품받은 자동차부품을 창고 유통업체를 통해 소비자에게 유통하거나 인터넷을 통해 판매하는 채널의 역전환도 일어나고 있다. 미국 애프터마켓에서 대체부품은 대만 제품이 주도하고 있으며, CAPA의 인증 프로그램에 참여한 기업 67개 중 대만의 제조업체가 63개로 94%를 차지하고 있어 독과점 구조에 따른 가격담합 등의 문제 발생으로 공급처 다변화가 필요한 상황이다(양일탁·정미선, 2021).

보험연구원에 따르면⁴⁶⁾ 우리나라에서 대체부품 인증제도가 시행된지 7년이 경과하였으나 활성화가 부진한 이유는 홍보, 수요, 공급 측면에서 인증대체부품 시장에 구조적 장애요인이 여전히 존재하기 때문이라 판단하였다. 홍보 측면에서 인증대체부품에 대한 소비자의 낮은 인지도가 여전히 높은 것으로 조사되었으며, 개선책으로 대체부품이라는 용어를 ‘품질인증부품 등’ 긍정적 이미지를 가진 용어로 변경할 필요가 있고, 표시광고법령 개정을 통해 제작사의 부당한 표시·광고를 자제하게 하고, 보험회사 및 부품회사 등의 이해관계자들이 지속적으로 인증대체부품의 품질이 OEM부품과 동일하다고 홍보할 필요가 있다고 하였다(기승도, 2021). 본 연구에서의 AHP 분석결과에서도 정책과 관련된 전문가들은 정책과 금융 및 홍보를 중요한 상위요인으로 평가하였으며, 자동차부품 제조업계의 전문가들은 시장과 정책 및 지원을, 유통업계의 전문가들

46) 김병욱 국회의원, 김윤덕 국회의원, 이정문 국회의원(이상 정무위), 신영대 국회의원(산업통상위), (사)녹색소비자연대전국협의회, 한국자동차부품협회가 공동으로 주최하고, 보험연구원이 주관한 『품질인증부품 활성화를 위한 개선 방안 토론회(2020.12.4.)』에서 발표된 내용을 근거로 작성

은 정책과 시장 및 홍보를 중요한 상위요인으로 평가하였다. 세 그룹이 공통적으로 중요하게 평가한 요인은 정책, 시장, 홍보로 나타났으며, 애프터마켓 활성화를 위해서는 우선적으로 정부의 일관성 있는 정책기조 유지가 필요하고, 일반 소비자들에 대한 지속적인 홍보가 이루어져야 하는 것으로 확인되었다. 경기도 자동차부품 제조업체, 유통업체 및 정비업체를 대상으로 한 설문조사에서도 경기도 자동차 애프터마켓 활성화를 위해서 우선적으로 개선되어야 하는 내용으로는 ‘홍보, 소비자 인식개선 등의 필요’가 전체 의견의 31%로 가장 높게 나타난 바 있다(이경진 et al., 2021).

하위요인에 대해 전문가 집단별로 확인된 결과로는, 우선 정책과 관련된 전문가들이 가장 중요한 요인으로 평가한 수리부품에 대한 디자인권 문제는 부품시장 활성화를 위해 법 개정이 반드시 필요한 것으로 판단된다. 국내에서 대체부품의 경우 디자인권의 침해를 구성하지 않는다는 내용을 담은 여러 차례의 입법 시도가 있었으나⁴⁷⁾, 산업별 이해관계가 첨예하여 아직까지 통과되지 않은 상태이다. 외국의 사례를 보면 영국, 이탈리아, 벨기에, 네덜란드, 스페인 등에서는 수리 목적에 대해서 디자인권의 효력을 제한하고 있고 미국, 일본 등에 있어서는 디자인권을 제한 없이 인정하고 있다. 독일에서는 자동차제조사들이 디자인권을 남용하지 않겠다는 것을 정부에 약속하였고, 미국은 완성차 제조업체의 ‘약탈적 디자인권 설정’을 막고 자동차부품시장의 경쟁을 촉진하기 위해서 일부 정비용 외장부품에 대하여 30개월로 단축하여 보호하자는 법률이 발의되었다(김지영·김인철, 2017). 이와 관련하여 보험연구원은 인증대체부품의 공급 측면에서 국산차의 경우 디자인보호권이 여전히 공급 확대의 걸림돌로 작용하고 있으며, 개선책으로는 디자인권 제한 대상부품 선정을 통한 1차 협력업체, 인증부품 제조업체 등 다양한 이해관계자를 만족시킬 수 있는 법 개정이 필요하다고 하였고, 특히 업무협약(MOU)에도 불구하고 국산차 대체부품의 해외수출이 금지되고 있어 중소 자동차부품 업체의 시장 확대가 어렵다고

47) 민병두 의원 대표발의 디자인보호법 개정안(2015.8.18. 의안번호 16475), 민병두 의원 대표발의 디자인보호법 일부개정법률안(2016.9.23. 의안번호 2433), 김현아 의원 대표발의 디자인보호법 일부개정법률안(2016.11.23. 의안번호 3806), 윤관석 의원 대표발의 디자인보호법 일부개정법률안(2017.1.6. 의안번호 5004)

하였다(기승도, 2021).

자동차부품 제조업계 전문가들이 가장 중요한 요인으로 평가한 완성차 업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책 수립 또한 산업별 이해관계가 첨예한 부분으로 정부는 애프터마켓 활성화를 위한 정책 수립에 있어 소비자 편익 및 후생을 위한 정책기조를 유지하고, 장기적인 안목으로 사실상 부품시장을 독점하고 있는 완성차 업계의 이해와 양보를 이끌어 내야 할 것이다. 그간의 법적 기반 마련과 각종 업무협약 체결 등의 성과에도 불구하고 한계상황에 처해 있는 자동차부품 업계에서 보다 현실적이고 실질적인 효과를 체감할 수 있는 정책의 수립이 요구된다 할 것이다. 또한 부품정보 개방으로 차량수리 시 소비자의 부품선택권 확대가 중요한 요인으로 평가되었는바, 이와 관련하여 보험연구원은 한 해 약 450만 건 정도의 자동차보험 사고 중에서 약 50%가 소액사고이며, 소비자가 사고 수리를 위해 사용되는 부품정보 탐색이 어려워 정비공장이 이 역할을 대행하고 있는바, 관련 통합전산망을 구축하여 소비자가 인증대체부품 정보를 쉽게 검색하고 선택할 수 있도록 유도할 필요가 있다고 하였다(기승도, 2021).

유통업계 전문가들이 가장 중요한 요인으로 평가한 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화는, 정부나 지자체가 품질인증부품을 의무적으로 사용하여 부품사용의 범위를 확대하고, 정부/지자체 및 공공기관이 사용함으로써 일반 소비자들이 품질인증부품을 믿고 사용할 수 있는 토대를 마련한다는 측면에서 애프터마켓 활성화를 위한 마중물이 되어줄 것을 기대하는 것으로 판단된다. 이런 내용과 관련하여 경기도는 자동차 인증대체부품 소비 활성화를 위해 7개 기관과 ‘자동차 인증대체부품 소비 촉진을 위한 업무협약’을 체결(‘21.10.12)하였다.⁴⁸⁾ 또한, 자동차보험 시장에서 품질인증부품 적용확대와 관련하여 보험연구원은 인증대체부품의 수요 측면에서 부품사용시장 중 규모가 가장 큰 자동차보험 사고처리시장에서 차량단독사고에 국한되어 사용되는 품질인증부품 사용 특별약관의 실효성이 낮기 때문으로 판단되며, 개선책으로 차대차

48) 경기도주식회사, 한국자동차부품협회, 경기도자동차검사정비사업조합, 경기도소비자단체협의회, 경기도택시운송조합, KD운송그룹, 자동차카페연합 등 7개 기관 참여

충돌사고 수리 시에 실손보상원칙에 따라 감가상각을 적용하되 인증대체부품을 사용하는 경우는 이에 같음하는 것으로 표준약관 등을 개정할 필요성이 있다고 하였다(기승도, 2021).



[그림 5-1] 자동차 인증대체부품 소비촉진을 위한 업무협약식

자동차 애프터마켓은 2020년 국토교통부가 지정한 10대 중점육성 분야에 포함될 정도로 전후방 산업에 파급효과가 큰 산업이며⁴⁹⁾, 국가 경제의 중요한 부분을 차지하고 있다. 국내 자동차 부품산업은 대부분 국내에서 적기공급이 가능한 공급망과 탄탄한 제조기반이라는 강점을 지니고 있으나, 완성차 중심의 수직계열화된 구조로 인해 부품기업의 독자적인 기술확보가 어렵고, 완성차 산업침체에 따라 연쇄적인 위기에 취약하다는 특성이 지닌다. 자동차 부품산업의 연구개발 집약도는 0.98로 전체 산업 평균(3.16)의 절반에도 못 미치며, 완성차 종속성과 기업의 영세성은 부품업계의 경쟁력 확보를 저해하고 있다 (양원탁·정미선, 2021).

49) [표 2-3] 참조

한편, 정부는 자동차 대체부품 산업활성화를 위해 대체부품의 성능과 품질 인증 시험을 수행할 대체부품 인증지원센터를 충남에 건립하였으며, 2022년부터 중소 부품업체의 연구개발을 지원하고, 인증 내용과 다른 대체부품을 판매하거나 부정한 방법으로 표시한 인증 여부도 조사하며, 해외인증 획득을 위한 대체부품 신뢰성 평가, 시험분석 지원, 시제품 제작 등 수출도 지원한다.



[그림 5-2] 자동차 대체부품 인증지원센터 전경

한국GM 군산공장 폐쇄로 직격탄을 맞은 전라북도는, 대체부품은 순정품과 성능이 동일한 인증제품으로 시장이 성장하고 있고 부품업체의 독자적인 활로 모색이 가능하다는 점에서, 전북 자동차 부품산업 활성화를 위해 완성차 중심의 수직구조를 탈피하여 독자적인 기술확보와 시장 다변화를 위한 대체부품 산업의 체계적인 육성에 많은 투자를 하고 있다. 이와 관련한 활성화 방안 연구에서도 자동차보험 특별약관의 실효성 문제, 인증대체부품에 대한 정비업체의 소극적인 권유와 낮은 인지도 등의 정비관행 등을 지적하며 대체부품과 관련된 제도적 기반이 마련된 이후 공급체계는 갖추어졌으나, 국내 시장의 고착된 구조로 대체부품 산업 활성화는 한계를 보인다고 하면서, 국내 자동차

부품업계 활성화를 위해서는 완성차 업계에 종속된 국내 부품산업의 한계를 넘어 대체부품 활용률이 높은 해외시장에 대한 진출전략이 필요한 상황이라고 하였다(양원탁·정미선, 2021).

연구결과를 종합하여, 국내 자동차 애프터마켓을 활성화시키기 위해 정부는 완성차와 부품업계 모두가 상생할 수 있는 공정경제 정책의 수립과 디자인권 관련 법안을 개정해야 할 것으로 보인다. 국내 자동차 부품산업을 활성화하고 글로벌로 나아가기 위해서는 대승적 차원에서 완성차 업계의 양보도 필요하다. 완성차와 부품업계는 자동차 산업을 유지해 나가는 양날개로서 어느 한 쪽만 살수 있는 구조로는 지속적인 경제동력을 유지할 수 없으며 급변하는 자동차 산업의 패러다임에 대응할 수 없다.

둘째, 정부차원에서 공공 교통수단이나 관용차량에 대하여 품질인증부품의 의무적인 사용을 통해 일반 소비자들에게도 품질인증부품이 안전하다는 인식과 신뢰를 심어주어야 하며, 정비소에 대한 계도를 통하여 인증부품 고지 의무에 대한 제도적 실효성을 높여야 할 것으로 판단된다. 대체부품 인증제도가 시행된지 7년이 경과하였으나 아직도 현장에서는 품질인증부품의 신뢰도나 제도시행에 대한 홍보가 미흡하다는 연구결과가 있다.⁵⁰⁾

셋째, 품질인증부품의 사용 확대와 관련하여 정부는 부품의 정보 개방으로 소비자의 차량부품 선택권 확대를 목표로 하는 공공정비 서비스 플랫폼을 구축하여, 고객과 부품사, 정비업체가 직접적인 서비스로 연결되고, 온라인 판매와 유통이 활발하게 이루어지는 종합플랫폼 겸 채널을 구축해야 할 것으로 생각된다. 현재 완성차와 보험사 주도의 정비서비스 구조를 개편하고 중소형 정비업체들이 참여함으로써 성장기회를 제공하여 자동차산업 패러다임 변화에 대응할 수 있는 경쟁력을 갖출 수 있도록 해야만 한다.

넷째, 보험연구원의 지적과 같이 자동차보험 시장에서 품질인증부품 적용을 확대하기 위해서는 인증대체부품의 수요 측면에서 부품사용시장 중 규모가 가장 큰 자동차보험 사고처리시장에서 차대차 충돌사고 수리 시에 실손보상원칙에 따라 감가상각을 적용하되 인증대체부품을 사용하는 경우는 이에 같음하는

50) 경기도 자동차부품 공급 및 수요 현황조사(제조업체 및 유통업체 인터뷰)

것으로 표준약관 등을 개정할 필요성이 있다.

마지막으로, 자동차부품 제조기업들이 자체적인 경쟁력을 갖추어 거대한 글로벌 자동차 애프터마켓에 진출할 수 있도록 하기 위해, 글로벌 애프터마켓 진출의 전진기지가 될 수 있는, ITG⁵¹⁾ 컨택 및 공동대응이 가능한 부품생산 집적시설을 구축해야 할 것으로 판단된다. 자동차부품 수출은 일반 상품과는 달리 글로벌 ITG 등의 바이어가 일시에 다양한 부품 수급을 원하고 단기간 대응이 가능한 물류창고 운영을 권장하므로, 다수의 부품제조사들이 공동으로 생산과 물류에 대응하는 체계를 구축하여야만 한다.

2) 시사점 및 한계

본 연구의 시사점은 다음과 같다. 첫째, IMF 이후 4반세기 동안 대한민국에 존재하지 않았던 자동차 애프터마켓에 대한 포괄적인 연구를 시도하였다. 우리나라는 2020년을 기준으로 자동차 생산량 5대 강국임에도 불구하고, 자동차 애프터마켓이 존재하지 않음으로 해서 관련 연구자료도 거의 없고 자동차와 관련된 창업과 혁신인재도 없는 실정으로 다가오는 미래차 관련산업에 대비한 대응전략이 매우 시급한 상황이다.

둘째, 본 연구에서는 정상적인 자동차산업 생태계가 조성될 수 없는 환경 속에서 IMF 이후 20년간 지속된 완성차 중심의 수직계열화 독과점 체제의 구조적인 문제점과 독점기업의 횡포로 인하여 자동차부품 제조회사들이 겪고 있는 현실적인 문제점을 의장권과 관련된 문제를 포함하여 조망하였다.

셋째, 본 연구는 자동차 및 자동차부품 관련업계에서 오랜 경험을 쌓아온 전문가들을 대상으로 연구를 진행하여, 현실적이고 생생한 살아있는 목소리를 들을 수 있었으며, 문제점 발굴과 이에 대한 구체적인 해결방향 등을 실제 현장의 목소리로 제시하였다.

넷째, 비록 세계적으로 유명한 창업생태계 모델을 차용하였지만, 부품산업 생태계가 활성화될 수 있는 상위요인과 각 상위요인에 해당하는 하위요인을 부품산업 특성에 적합하게 최대한 자세히 도출해 보고자 하였다.

51) International Trading Group

마지막으로 FGI 및 델파이를 통해 도출된 요인들에 대해 실증분석을 시도하였다. 애프터마켓을 활성화하기 위해 필요한 요인들을 확인한 후 요인들에 대한 상관관계분석과 단순회귀분석, 다중회귀분석 및 위계적 회귀분석을 실시하였다. 이후 이루어진 AHP 설문결과와 약간의 차이는 있으나 실증분석을 통해 나름대로 의미있는 연구내용을 도출하였다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다. 첫째, 자동차 애프터마켓은 거대한 국가기간 산업이며 전후방 산업에 미치는 영향이 매우 큰 산업이다. 애프터마켓을 활성화시키기 위한 정부와 관련기관들의 지속적인 노력에도 불구하고 오랫동안 지속되어 온 독점체제의 문제가 쉽게 해소되지 못할 정도로 이해관계가 첨예하다. 본 연구가 자동차 및 자동차부품 관련업계의 전문가를 대상으로 하여 활성화 요인들을 도출하였으나 아직은 갈 길이 멀다고 생각된다.

둘째, 연구를 진행하면서 자동차부품 제조사와 유통사의 의견들은 충분히 본 연구내용에 포함이 되었으나, 상대적으로 현재 정책을 입안하고 시행하는 정부나 지자체에 소속된 패널의 의견은 충분히 반영할 수 없었다. 패널의 선정과정에서는 각 분야의 의견을 골고루 반영하기 위해 노력했으나 연구 진행과정에서 정부나 지자체 관계자들의 미진한 회신 등은 아쉬움으로 남는다.

셋째, 연구 진행과정에서 보다 더 많은 패널의 의견을 수렴하지 못한 점과, 도출된 요인들이 연구 단계를 거치면서 타당도와 신뢰도 검증과정에서 사실상 시장의 활성화에 중요한 여러 요인들이 제거되었는바, 이는 향후 연구과정에서 보다 많은 패널의 의견 수렴과 다양한 연구방법에 의한 활성화 요인 재개발 등 추후 해결해야 할 과제로 인식된다.

넷째, OLS 회귀분석 결과와 AHP 분석결과에서 나타난 전문가들의 중요도 인식이 차이가 있는 것으로 나타났으나, 이는 독립변수가 종속변수에 미치는 영향력을 알아보는 회귀분석과, 각 요인들의 쌍대비교를 통해 중요도를 도출하는 AHP 분석의 연구방법 차이에서 나타나는 결과로 인식되며, 이는 후속 연구에서 보다 심도 있는 연구를 통해 해결해야 할 과제로 판단된다.

다섯째, 연구과정에서 전문가들의 의견을 최대한 이끌어내고 수렴하여 분석에 사용할 수 있는 설문항목, 즉 요인을 도출하였으나 각 요인의 내용이 너무 포괄적

이고 담겨져 있는 내용이 많다고 판단되며, 이 역시 후속 연구에서 보다 세밀하고 현실적으로 실증분석이 가능한 설문항목이 개발될 것으로 생각한다.

마지막으로, 현재 자동차부품 애프터마켓이 활성화되지 못하고 있는 원인과 그에 따른 활성화 요인을 발굴하기 위한 연구인 만큼 그에 대한 초점은 확실히 하였으나, 카마겟돈(carmageddon, 자동차산업의 대혼돈)이라고도 지칭되는 친환경차·자율주행·모빌리티 서비스 확산 등 자동차산업의 패러다임 변화와 관련된 내용은 상대적으로 가볍다.

향후 과제로는, 정부의 여러 가지 정책 마련 및 시행, 완성차 업계와의 상생협력을 통해 자동차 애프터마켓이 활성화되고, 보다 더 정책적인 내용이 연구에 반영될 것을 바라며, 본 연구에서 제거된 설문 및 추가 설문항목의 개발, 더 많은 표본 수집을 통한 연구결과의 일반화 가능성 확장, 중소 자동차부품 업체에 실질적으로 도움이 될 수 있는 실천 전략의 개발 및 제시, 미래차에 대한 여러 가지 기술의 제언과 정책방향 설정 등이 가능한 연구가 이루어지기를 기대한다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 강희찬. (2019). 북한기업의 성장을 위한 요인분석: Delphi-AHP 분석 중심으로. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 기승도. (2021). 자동차 인증대체부품 활성화 개선방안. 보험개발원 리포트 포커스.
- 김남현, 권순조, 조문식. (2005). AHP를 활용한 관광개발 프로젝트 평가기준에 관한 연구: 복합리조트 개발 사업을 중심으로. 관광학연구, 29(1), 249-266.
- 김병호. (2014). 애프터마켓 시장공략을 통한 대경권 자동차 부품 산업의 활성화 전략. 경북대학교 산업대학원 석사학위논문.
- 김원오, 박영규, 이수미 et al. (2015). 수리부품 디자인보호제도(repair-clause) 도입에 따른 영향분석: 합리적 정책대안에 대한 검토를 중심으로. 특허청용역보고서.
- 김재문. (2021). 공유경제 플랫폼 기반의 공공주택 선호특성에 관한 연구. 동의대학교 대학원 박사학위논문.
- 김지영, 김인철. (2017). 디자인보호법 개정을 통한 자동차 대체부품 시장 활성화를 위한 연구: 해외의 사례를 중심으로. 문화·미디어·엔터테인먼트 법 (구 문화산업과 법), 11(1), 31-59.
- 김지영, 김인철. (2019). 대체부품에 대한 디자인보호의 경향: 유럽사법재판소 판례를 기반으로 하여. 강원법학, 56, 591-626.
- 김필수. (2006). 자동차 애프터마켓분야 현황 및 산학 활성화 가능성 고찰. 한국자동차공학회 Workshop, 25-33.
- 남미란. (2021). 평생교육 프로그램 공급모형 개발 연구: 델파이(Delphi) 기법 적용 대구대학교 대학원 박사학위논문.

- 노경섭. (2014). 제대로 알고 쓰는 논문 통계분석: SPSS & AMOS 21. 서울: 한빛아카데미.
- 노화준. (2010). (기획과 결정을 위한) 정책분석론. 서울: 博英社.
- 대한무역투자진흥공사. (2020). 2021 북미 자동차 시장진출 가이드.
- 박선후. (2018). 한국 자동차부품산업의 경쟁력 분석과 대응방안. IBK경제연구소.
- 박영규, 김연희. (2019). 수리·대체 부품 디자인의 디자인권 침해에 관한 법적 문제. 정보법학, 23.2, 1-32.
- 박현출. (2021). 기업 내부부정 징후탐지를 위한 다차원 분석모델 개발에 관한 연구: 금융업 분야 자산유용 사례를 중심으로. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 배혜진, 김석태. (2004). 계층화 의사결정 분석방법을 이용한 웹 디자인 의사결정 방법론에 관한 연구: 어린이 전용 포털 사이트를 중심으로. Journal of Integrated Design Research 3, 209-2016.
- 변요셉, 김민기, 박경한, 오태근, 성주현. (2016). 델파이 기법을 활용한 토석류 피해조사 항목 개발. 한국안전학회지, pp.41-48.
- 삼일회계법인. (2020). 자동차산업. Samil Insights, 2020년 8월호.
- 송지준. (2009). 논문작성에 필요한 SPSS. AMOS 통계분석방법, 21세기사.
- 양원탁, 정미선. (2021). 전라북도 자동차 대체부품 산업의 해외시장 진출 활성화 방안. 전북연구원 정책연구 2021-05.
- 연선옥. (2021). [위기의한국차] ①현대차·기아의내수독주 후 '혁신의 싹' 잘렸다. 인터넷 신문기사(biz.chosun.com, 2021. 1. 20). 검색일 2021. 07. 20.
- 유성훈. (2021). 델파이 및 AHP 분석기법을 이용한 호텔 선택속성 도출 및 우선순위 결정에 관한 분석. 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 이경진. (2020). 중국 국·공립병원의 국제 전략적 제휴 및 파트너 선정 우선요인 도출에 관한 연구: 델파이, AHP 기법을 중심으로. 서경대학교 대학원 박사학위논문.

- 이경진, 유태호, 조영성, 홍용기, Jonathan S. Yun. (2021). 경기도 자동차부품 공급 및 수요현황 조사보고.
- 이동규, 김형진, 안향선. (2018). 자동차 애프터마켓용 헤드램프 개발. 한국 자동차공학회 지회 학술대회 논문집, 32-32.
- 이수미. (2015). 자동차 외관 부품 디자인에 대한 수리조항(Repair Clause) 도입에 관한 연구: 미국 사례를 중심으로. 창작과 권리, 81, 123-148.
- 이영림. (2021). 공동가치창출을 위한 이해관계자간의 지식공유 활동 관찰 연구. 홍익대학교 대학원 박사학위논문.
- 이종성. (2001). 델파이 방법. 교육과학사.
- 임주왕. (2014). 친환경 자동차용 패터리 팩 애프터 마켓 가능성 연구. 한양 사이버대학교 경영대학원 석사학위논문.
- 전명섭. (2018). 도시공공디자인 기본원칙의 실증분석을 통한 정량적 가치평가에 관한 연구: 15개 대도시권역 기본계획 및 가이드라인을 중심으로. 한양대학교 대학원 박사학위논문.
- 전성태. (2017). 수리부품 보호에 관한 EU의 최신 동향과 시사점. 한국지식 재산연구원 ISSUE PAPER, 제2017-09호.
- 정경호, 이은용, 이수범. (2007). 호텔 예약연회 매출 활성화 방안에 관한 연구: 서울시내 특1급 호텔을 중심으로. 호텔경영학연구, 16(4), 81-99
- 하봉준. (2013). 광고 조사 방법. CommunicationBooks.
- 한국산업기술평가관리원. (2020). 자동차산업 패러다임 변화에 따른 부품산업 혁신성 및 정책과제.
- 한국수출입은행. (2020). 패러다임 변화를 맞이하고 있는 자동차 산업. 뉴딜산업 분석보고서, 2020년 12월호.
- 한국은행 경제통계시스템(ECOS). 산업연관표.
- 한국자동차산업협동조합 홈페이지(www.kaica.or.kr). 자동차부품산업 현황.

2. 국외문헌

- BCG (2021.3). At the Crossroads: The European Aftermarket in 2030.
- Boje, D. M., & Murnighan, J. K. (1982). Group confidence pressures in iterative decisions. *Management Science*, 28(10), 1187–1196.
- Capgemini Consulting. (2010). The Aftermarket in the Automotive Industry.
- Delbecq, A. L., Van de Ven, A. H., & Gustafson, D. H. (1975). *Group techniques for program planning: A guide to nominal group and Delphi processes*. Scott, Foresman.
- Deloitte (2019). 중국자동차애프터마켓발전연구보고서.
- Fontana, A., & Frey, J. H. (2000). The interview: From structured questions to negotiated text. *Handbook of Qualitative Research*, 2(6), 645–672.
- Gordon, T. J. (1994). The Delphi method in futures research methodology. AC/UNC Millennium Project, 2(3), 1e30.
- Isenberg, D. (2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship. *Presentation at the Institute of International and European Affairs*, 1(781), 1–13.
- Kline, T. (2005). *Psychological testing: A practical approach to design and evaluation*. Sage.
- Lawshe, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personnel Psychology*, 28(4), 563–575.
- Lunt, P., & Livingstone, S. (1996). Rethinking the focus group in media and communications research. *Journal of Communication*, 46(2), 79–98.
- McKinsey&Company. (2018). Ready for Inspection: The Automotive Aftermarket in 2030.

- McKinsey&Company. (2021). Making every part count: Automotive and Assembly.
- Morgan, D. L. (1998). Practical strategies for combining qualitative and quantitative methods: Applications to health research. *Qualitative Health Research*, 8(3), 362–376.
- EUCON & Roland Berger. (2020). Tapping the China opportunity.
- Rowe, G., & Wright, G. (1999). The Delphi technique as a forecasting tool: issues and analysis. *International Journal of Forecasting*, 15(4), 353–375.
- Saaty, T. L. (2008). Decision making with the analytic hierarchy process. *International Journal of Services Sciences*, 1(1), 83–98.
- Saaty, T. L., & Vargas, L. G. (1979). Estimating technological coefficients by the analytic hierarchy process. *Socio-Economic Planning Sciences*, 13(6), 333–336.
- Strategy&, PwC. (2019). The 2019 Strategy& Digital Auto Report.
- Stern Stewart & Co. and QVARTZ. (2018). The Automotive Aftermarket in 2025.
- Vargas, L. G. (1990). An overview of the analytic hierarchy process and its applications. *European Journal of Operational Research*, 48(1), 2–8.
- West, S. G., Finch, J. F., & Curran, P. J. (1995). Structural equation models with nonnormal variables: Problems and remedies.
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2013). *Mass media research*. Cengage learning.
- 中国汽车技术研究中心有限公司(중국자동차기술연구센터유한공사). (2018). 자동차 애프터마켓발전연구보고서.

부 록

1. FGI 설문지

안녕하십니까? 『국내 자동차부품 애프터마켓 활성화 요인에 관한 연구』라는 주제로 박사논문을 준비하고 있는 홍용기입니다. 조사와 관련하여 응답해 주시는 모든 내용은 통계법 제33조에 의거하여 연구목적으로만 사용될 것입니다.

보다 효과적인 연구가 진행될 수 있도록 많은 협조를 부탁드립니다. 하시는 모든 일에 큰 성과 있으시기 바랍니다. 감사합니다.

2021년 5월

한성대학교 대학원 스마트융합컨설팅학과
스마트융합컨설팅 전공

지도교수 김 상 봉
연구자 홍 용 기
연락처 010-3366-9010
e-mail 123biz@naver.com

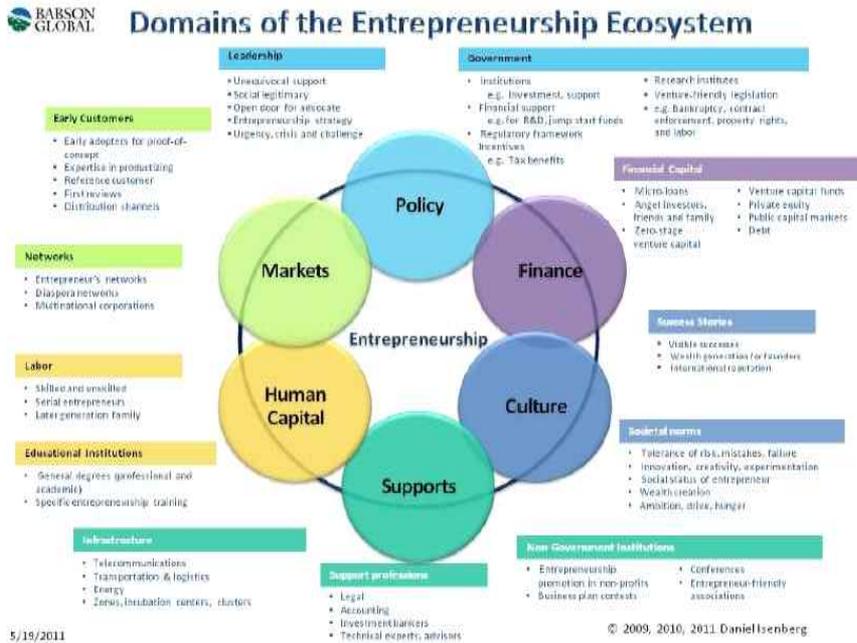
먼저, 이 자리에 참석해 주신 모든 분들께 감사드립니다. 이번 전문가 FGI는 국내 자동차부품 애프터마켓 활성화 요인 측면에서, 전문가 분들의 자유로운 토론을 통해 기초적인 요인을 도출해 내는 자리입니다.

오늘 FGI에 특별히 정해진 형식은 없으니 각자의 의견을 자유롭게 말씀하여 주시면 되고, 오늘 도출된 기초 요인과 하위 요인을 중심으로 몇차례의 전문가 델파이(DELPHI)를 거쳐 확정되는 요인을 기반으로 논문이 작성될 것입니다.

우선 참석해 주신 분의 인적사항을 간단히 부탁드립니다.

1. 성명 :
2. 소속 :
3. 직위 :
4. 경력 : _____년 (자동차부품 관련 경력 년수)

아래 [그림 1]은 기업가정신으로 가장 유명한 미국의 BOBSON Collage의 Isenberg 교수가 창안한 창업생태계 모델로, 기업가정신을 중심으로 한 창업생태계 모델은 12개의 요소로 구성되어 있는 6가지 영역으로 이루어져 있다고 하였습니다.



출처: The Babson Entrepreneurship Ecosystem Project

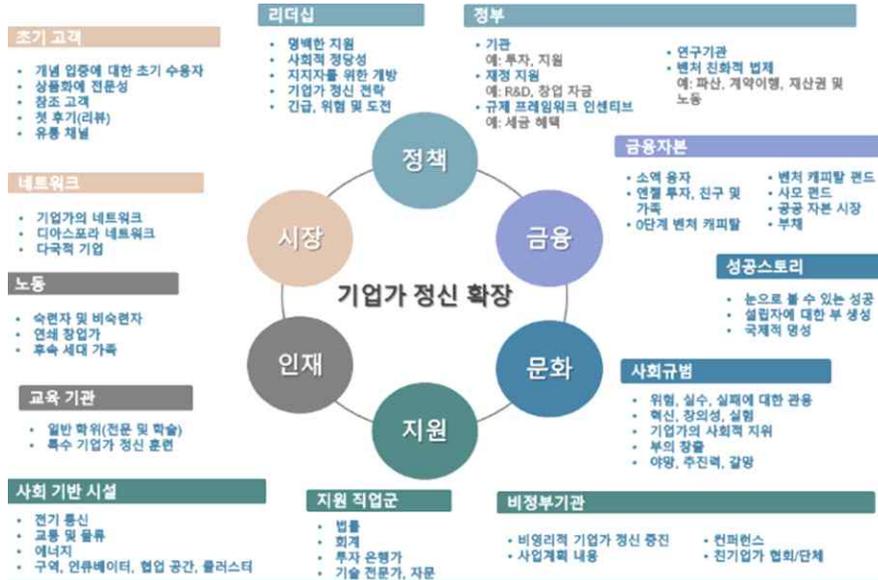
[그림 1] Isenberg's Model of an Entrepreneurship Ecosystem

아래의 [그림 2]는 Isenberg 모델을 해석한 것으로 자동차부품 애프터마켓 활성화도 여기에서 출발합니다. 연구자가 생각하는 것은 자동차부품 애프터마켓 또한 하나의 큰 산업의 생태계이므로 결국 애프터마켓이 활성화되기 위해서는 관련된 생태계의 구성요소와 기반이 갖추어져야 한다고 생각하기 때문입니다.

1. [그림 2] 창업생태계의 모형에서 나열된 6개의 기본 영역(정책, 금융, 문화, 지원, 인재, 시장) 중에서, 국내 자동차부품 애프터마켓 활성화에 필요하다고 생각하는 영역을 적어주시기 바랍니다.

(1. _____) (2. _____) (3. _____) (4. _____) (5. _____) (6. _____)

※ 필요하지 않다고 생각하는 영역은 과감히 삭제



[그림 2] Isenberg' s Model 해석

2. 선택해 주신 기본 영역의 하위 요인을 적어주시기 바랍니다. 하위 요인은 없어도 되고 많아도 됩니다. 각자 본인의 의견을 자유롭게 적어주십시오.

| 기본영역 (Level 1) | 하위 요인 (Level 2) |
|----------------|-----------------|
| (1.) | • |
| (2.) | • |
| (3.) | • |
| (4.) | • |
| (5.) | • |
| (6.) | • |

3. 국내 자동차부품 애프터마켓이 활성화되지 못하고 있는 이유와 활성화를 시키기 위한 필요사항을 자유롭게 말씀해 주시기 바랍니다. Brainstorming 방식으로 다른 분의 의견에 대한 판단은 보류하고 가능한 한 많은 의견을 주시면 향후 정리하도록 하겠습니다.

2. 델파이 1차 설문지(개방형)

안녕하십니까? 『국내 자동차부품 애프터마켓 활성화 요인에 관한 연구』라는 주제로 박사논문을 준비하고 있는 홍용기입니다. 조사와 관련하여 응답해 주시는 모든 내용은 통계법 제33조에 의거하여 연구목적으로만 사용될 것입니다.

보다 효과적인 연구가 진행될 수 있도록 많은 협조를 부탁드립니다. 하시는 모든 일에 큰 성과 있으시기 바랍니다. 감사합니다.

2021년 6월

한성대학교 대학원 스마트융합컨설팅학과
스마트융합컨설팅 전공

지도교수 김 상 봉
연구자 홍 용 기
연락처 010-3366-9010
e-mail 123biz@naver.com

I Isenberg의 창업생태계 구성요소 정의

미국 Bobson Collage의 Isenberg 교수는 창업생태계를 아래 표와 같이 정책, 금융, 문화, 지원, 인적자본, 시장으로 구성하고 하위 요소로 리더십, 정부, 금융자본, 성공 스토리, 사회규범, 비정부기구, 지원 전문가, 인프라(통신/교통 등), 노동(숙련/비숙련자, 연쇄 창업자 등), 교육기관, 초기고객, 네트워크 등 12가지의 요소로 제시하였습니다.

| 정책 | 금융 | 문화 | 지원 | 인적자본 | 시장 |
|-----|------|-------|-------|------|------|
| 리더십 | 금융자본 | 성공스토리 | 비정부기구 | 노동 | 초기고객 |
| 정부 | | | 지원전문가 | | |
| | | 사회규범 | 인프라 | 교육기관 | 네트워크 |

※ 2011 발표 - 2017 개념 재정리 및 scale-up 구성요소 제시(2017a)

II 자동차부품 애프터마켓 활성화 요인에 관한 전문가 의견

창업생태계 모델을 기반으로 FGI를 통해 도출된 7가지의 상위 요인과 하위 요인을 참조해 주시기 바라며,

1. 국내 자동차부품 애프터마켓 활성화 상위요인 중 **정부정책/제도**에 관한 사항입니다. 열거된 사항 외 추가적인 하위요인을 자유롭게 적어주시기 바랍니다.

| 상위요인 | 하위요인 |
|-------------|---|
| 정부 정책/제도 | 1. 완성차업체 수직계열화 탈피 - OEM 생산 위주에서 A/M으로 전환 |
| | 2. 완성차업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책 수립 |
| | 3. 수리부품에 대한 의장권 배제적용 등 A/M 관련 법규 정비 |
| | 4. 자동차부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM ⁵²⁾ (Independent Aftermarket) Player의 정책적 육성 |
| | 5. 중소 OES 자동차부품 제조사에 대한 기술개발, 구매/생산, 유통에 대한 정책적 지원 |
| | 6. 중소 OES 자동차부품 제조사에 대한 해외진출 등 판로개척 지원 |
| | 7. 완성차와 OEM, OES 부품제조사 간 A/S용 부품금형에 대한 마찰 해결, 보관장소/비용/소량생산 부품의 공급 시 경제성 등 문제해결 |
| | 8. 정부/지자체 및 공공기관의 적극적인 인증부품 사용 혹은 사용 의무화 |
| | 9. 대기업과 중소기업의 자동차부품 관련 시장구분, 업무분리, 동시참여 배제 |
| | 10. A/M을 지원할 유관부처 설립 및 국내 전문가 pool 구축 |
| | 11. |
| | 12. |
| | 13. |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓

52) <https://www.lawinsider.com/dictionary/independent-aftermarket>

2. 국내 자동차부품 애프터마켓 활성화 상위요인 중 금융에 관한 사항입니다. 열거된 사항 외 추가적인 하위요인을 자유롭게 적어주시기 바랍니다.

| 상위요인 | 하위요인 |
|-----------|----------------------------------|
| 금융 | 1. 자동차부품 생산을 위한 원자재(ex. 금형) 금융지원 |
| | 2. 자동차부품 제조사에 대한 R&D 관련 금융지원 |
| | 3. 자동차부품 제조사에 대한 생산자금의 지원 또는 융자 |
| | 4. 자동차부품 유통사에 대한 유통금융 지원 |
| | 5. 자동차부품 유통사에 대한 정책적 투자금융 활성화 지원 |
| | 6. |
| | 7. |
| | 8. |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓

3. 국내 자동차부품 애프터마켓 활성화 상위요인 중 문화에 관한 사항입니다. 열거된 사항 외 추가적인 하위요인을 자유롭게 적어주시기 바랍니다.

| 상위요인 | 하위요인 |
|-----------|---------------------------------|
| 문화 | 1. 자동차 정비문화 활성화 |
| | 2. 각 개인이 직접 수리 가능한 수리문화 정착 |
| | 3. 부품생산 중소기업간 수평협업 문화조성 및 활성화 |
| | 4. 자동차 부품 A/M 이해관계자간 협력문화 구축 |
| | 5. 폐쇄적 자동차 부품산업 생태계 개방형 문화체계 구축 |
| | 6. 자동차 부품산업의 청년창업 문화 활성화 |
| | 7. |
| | 8. |
| | 9. |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓

4. 국내 자동차부품 애프터마켓 활성화 상위요인 중 **지원**에 관한 사항입니다. 열거된 사항 외 추가적인 하위요인을 자유롭게 적어주시기 바랍니다.

| 상위요인 | 하위요인 |
|------|--|
| 지원 | 1. 자동차부품 기술개발 지원 |
| | 2. 자동차부품 국내유통 및 물류지원 |
| | 3. 적극적 해외수출/진출 지원 |
| | 4. 자동차 수리견적 등 부품정보시스템 구축 |
| | 5. 해외시장 유통 자동차부품의 실시간 정보(가격, 제조사, 품질 등) 제공 |
| | 6. 제조 경쟁력 제고를 위한 자동차부품 경쟁력강화 기반조사 (현지 파트너십, JV, 바이어 컨택 등) 구축 |
| | 7. 단발성 지원보다 지속적/연속적 지원체계 구축 |
| | 8. A/M 시장 진입 지원(국내, 글로벌 IAM 육성지원) |
| | 9. 규모의 경제 구축 필요 - 부품 제조업체들의 국내, 해외 집단화 단지 조성지원 |
| | 10. |
| | 11. |
| | 12. |

5. 국내 자동차부품 애프터마켓 활성화 상위요인 중 **인재**에 관한 사항입니다. 열거된 사항 외 추가적인 하위요인을 자유롭게 적어주시기 바랍니다.

| 상위요인 | 하위요인 |
|------|--|
| 인재 | 1. 자동차부품 견적 전문인력 양성 |
| | 2. 자동차부품 리버스 엔지니어링 및 Q/C 전문인력, 수리 전문인력 양성(마이스터고, 폴리텍대학 활용 등) |
| | 3. 자동차부품에 대한 전문인력 양성 및 자격제도 마련 (ex. 자동차부품견적사, 부품정보처리사 등) 마련 |
| | 4. 미래 자동차산업(전기차, 자율주행 등)에 대한 인재 육성 |
| | 5. 자동차 관련 혁신 창업인재 육성 |
| | 6. 자동차산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 고령화 인력순환 체계 구축 |
| | 7. |
| | 8. |
| | 9. |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓

6. 국내 자동차부품 애프터마켓 활성화 상위요인 중 **시장**에 관한 사항입니다. 열거된 사항 외 추가적인 하위요인을 자유롭게 적어주시기 바랍니다.

| 상위요인 | 하위요인 |
|-----------|---|
| 시장 | 1. 자동차부품 제조사 OES시장 참여 및 확대분위기 조성 |
| | 2. 자동차보험 시장에서 검증된 A/M 부품의 적극적인 사용 |
| | 3. 생산자와 소비자 간의 이익공유(중간상 개념 상쇄) |
| | 4. 자동차 정비공장의 수입을 보장하여 일반수리 시 인증부품 사용 유도 |
| | 5. 자동차부품 블랙마켓 등 무질서한 시장 질서 개선 혹은 양성화 유도 |
| | 6. 정비된 국내 자동차부품 시장을 발판으로 해외시장 진출 및 확대 |
| | 7. OEM 시장과 명백하게 구분된 독립적인 A/M(IAM) 시장 형성 |
| | 8. On-Line과 Off-Line 시장의 구분 |
| | 9. 각 시장의 유통채널 및 규정과 정책의 구분으로 시장에서의 마찰 사전 예방 |
| | 10. |
| | 11. |
| | 12. |

7. 국내 자동차부품 애프터마켓 활성화 상위요인 중 **홍보**에 관한 사항입니다. 열거된 사항 외 추가적인 하위요인을 자유롭게 적어주시기 바랍니다.

| 상위요인 | 하위요인 |
|-----------|--|
| 홍보 | 1. 일반 소비자 및 보험 소비자에 대한 A/M 홍보 |
| | 2. 소비자들의 '순정품' 용어 매몰 개선 시급 - A/M에 대한 캠페인 |
| | 3. 소비자 및 보험사의 시장에 대한 인식 개선, 약관개정 등 보험상품, 보험수리 체계의 변화 |
| | 4. 자동차 부품산업의 질적 확대, 인증품의 성능이 정품과 동일함 강조 |
| | 5. 중소기업 제품 사용으로 중소기업 보호 측면 강조, 세대별 홍보전략 세분화 |
| | 6. 자동차 정비공장에 대한 지속적인 계도/홍보 |
| | 7. |
| | 8. |
| | 9. |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓

Ⅲ 응답해 주신 전문가님의 일반적 특성에 관한 질문입니다.

본 설문조사와 관련하여 앞의 질문항목에 대해 추가적인 하위요인을 제시하지 않았더라도 아래 일반적 특성에 관한 질문에는 응답해 주시기 바랍니다.

1. 귀하의 성별은?
 남 여

2. 귀하의 연령은?
 30대 이하 40대 50대 60대 이상

3. 귀하의 소속기관은?
 정부 혹은 지방자치단체
 인증 및 연구기관
 대체부품 인증단체
 대체부품 유통단체
 자동차부품 제조기업
 자동차부품 비제조기업(유통/물류기업 등)
 기타_____

4. 귀하의 자동차(부품) 관련 경력은?
 10년 이하 20년 이하 30년 이하 30년 초과

*소중한 답변 감사드립니다.

3. 델파이 2차 설문지(폐쇄형)

안녕하십니까? 『국내 자동차부품 애프터마켓 활성화 요인에 관한 연구』라는 주제로 한성대학교에서 박사학위논문을 준비하고 있는 홍용기입니다.

1차 설문제 이어 2차 전문가 설문을 진행합니다. 연구가 잘 진행될 수 있도록 협조 부탁드립니다. 2차 설문은 리커트(Likert) 5점 척도를 사용하였으므로 1점~5점 중에서 하나를 선택해 주시면 됩니다.

하시는 모든 일에 큰 성과 있으시기 바라며, 응답해 주시는 모든 내용은 통계법 제33조에 의거하여 연구목적으로만 사용될 것입니다. 감사합니다.

2021년 8월

한성대학교 대학원 스마트융합컨설팅학과
스마트융합컨설팅 전공

지도교수 김 상 봉
연구자 홍 용 기
연락처 010-3366-9010
e-mail 123biz@naver.com

0 전문가 Delphi (2차 설문) 평가방법

아래 <작성 예시>에서 ‘정부정책/제도’는 자동차부품 애프터마켓 활성화의 상위 요인입니다. 활성화와 연관성이 없고 전혀 필요하지 않다고 판단되시면 아래 예시와 같이 ‘1. 전혀 필요하지 않다’를 선택해 주시고, 반대로 연관성이 높고 매우 필요하다고 판단되시면 ‘5. 매우 필요하다’를 선택해 주시면 됩니다. (하나만 선택 가능)

<작성 예시>

| 구분 | 항목 | 1. 전혀 필요하지 않다 | 2. 필요하지 않다 | 3. 보통이다 | 4. 필요하다 | 5. 매우 필요하다 |
|-------|---------|---------------|------------|---------|---------|------------|
| 상위 요인 | 정부정책/제도 | ● | ○ | ○ | ○ | ● |

그럼 지금부터 2차 델파이(Delphi) 평가를 시작하겠습니다.

1 전체 상위 요인에 대한 전문가 의견

우리나라 자동차부품 애프터마켓 활성화를 위하여 제시된 상위 요인을 정리 하였습니다. 각 항목에 대하여 필요 여부를 선택해 주시기 바랍니다.

| 구분 | 항목 | 1. 전혀 필요하지 않다 | 2. 필요하지 않다 | 3. 보통이다 | 4. 필요하다 | 5. 매우 필요하다 |
|----------|---|---------------|------------|---------|---------|------------|
| 상위 요인 | 정부정책/제도 <ul style="list-style-type: none"> • 상생/공정경제 정책 수립 • 의장권 등 관련법규 정비 • 유관부처설립, 전문가pool • 부품산업 집단화/집적시설 • 금형은행설립/보험체계개선 • 소비자부품선택권 확대 등 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 금융 <ul style="list-style-type: none"> • 금형개발R&D, 시제품제작, 연구개발비 등 지원 • 생산, 유통, 마케팅비용 등 정책적 금융지원 • 해외진출을 위한 투자지원 • 부품 창업금융지원 등 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 문화 <ul style="list-style-type: none"> • 부품산업 개방형 생태계 • 건전한 튜닝문화 보급 • 부품산업 청년창업 활성화 • 자가경비 및 경쟁비 문화 활성화 등 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 지원 <ul style="list-style-type: none"> • 유통지원 플랫폼 구축 • 공동대응시스템 구축 • 자동차부품 종합지원센터 • PL보험 대응지원체계 등 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 인재 <ul style="list-style-type: none"> • 혁신창업인재 육성 • 자동차부품 전문인력 양성 • 자동차부품 전문자격사 • 퇴직자의 전직, 재취업 및 인력순환체계 구축 등 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 시장 <ul style="list-style-type: none"> • 독립적 A/M시장체계 구축 • 자동차보험 시장에서 인증 부품 적용 확대 • OES부품 유통구조 단순화 • 블랙마켓 정비/활성화 등 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 홍보 <ul style="list-style-type: none"> • 대체부품인증제도 활성화를 위한 공익광고/언론홍보 • 소비자 인식개선 / 네이밍 • A/M 부품 사용 소비자의 경제적 보상효과 홍보 등 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |

2-1 정부정책/제도의 하위 요인에 대한 전문가 의견

『정부정책/제도』에 대한 하위 항목을 정리하였습니다. 각 항목에 대하여 필요 여부를 선택해 주시기 바랍니다.

| 구분 | 항목 | 1. 전혀 필요하지 않다 | 2. 필요하지 않다 | 3. 보통이다 | 4. 필요하다 | 5. 매우 필요하다 |
|---------------------------------------|---|---------------|------------|---------|---------|------------|
| 정부 정책 제도 | 완성차 업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책 수립 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 수리부품에 대한 의장권 적용 배제 등 A/M 관련법규 정비 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 자동차 부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM ⁵³⁾ Player의 정책적 육성 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | A/M 자동차부품 공인 품질관리기관 설치 및 품질보증체계 재정립 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | A/M을 지원할 유관부처 설립 및 국내 전문가 pool 구축 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 수출 클레임 대응지원체계 구축 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 자동차 부품산업의 국내외 집단화/집적시설 조성 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 자동차부품 금형은행 설립 및 공공화 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | OES부품 견적 및 사용을 제고를 위한 보험체계 개선 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 부품정보 개방으로 차량수리 시 소비자의 부품선택권 확대(OEM, OES 등) | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 제도 실시 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓

※ OEM = Original Equipment Manufacturing

※ OES = Original Equipment Supplier

53) Independent Aftermarket(<https://www.lawinsider.com/dictionary>)

2-2 금융의 하위 요인에 대한 전문가 의견

『금융』에 대한 하위 항목을 정리하였습니다. 각 항목에 대하여 필요 여부를 선택해 주시기 바랍니다.

| 구분 | 항목 | 1. 전혀 필요하지 않다 | 2. 필요하지 않다 | 3. 보통이다 | 4. 필요하다 | 5. 매우 필요하다 |
|----|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 금융 | 자동차부품 생산을 위한 금형개발 R&D, 시제품 제작, 연구개발비 등 지원 | <input type="radio"/> |
| | 자동차부품 제조사에 대한 생산, 국내유통, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원 | <input type="radio"/> |
| | 지역 특성을 고려한 제조사 맞춤형 금융지원 | <input type="radio"/> |
| | 해외 진출을 위한 투자지원(현지 공장투자 관련 특화자금, 해외 유통망 확보자금) | <input type="radio"/> |
| | 판매가 확정된 계약건에 대한 보증지원을 통한 자금지원 확대 | <input type="radio"/> |
| | 자동차부품 관련 창업금융지원 | <input type="radio"/> |
| | 자동차부품 제조사 전문인력에 대한 인건비, 교육훈련비 지원 | <input type="radio"/> |
| | 자동차부품 연관 중소기업 협의체 보조금융지원 | <input type="radio"/> |

※ PL보험 = 생산물배상책임보험

2-3 문화의 하위 요인에 대한 전문가 의견

『문화』에 대한 하위 항목을 정리하였습니다. 각 항목에 대하여 필요 여부를 선택해 주시기 바랍니다.

| 구분 | 항목 | 1. 전혀 필요하지 않다 | 2. 필요하지 않다 | 3. 보통이다 | 4. 필요하다 | 5. 매우 필요하다 |
|----|--|---------------|------------|---------|---------|------------|
| 문화 | 자동차 부품산업 개방형 생태계 구축, 부품 제조사 OES 시장 참여 및 확대분위기 조성 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 부품제조사의 제품품질, 성능 및 부품인증제도의 신뢰문화 확산 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 건전한 튜닝문화 보급 및 활성화 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 자동차 부품산업의 청년창업 분위기 조성 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 우수품질 A/M 부품의 개발 활성화(경진대회 개최 등) | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 자동차 자가정비 및 경정비 문화 활성화 (지자체, 아파트 등 지역생활 커뮤니티 기반 공동활용 자가정비시설 구축) | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 자동차부품 A/M 이해관계자 간 협력문화 및 기업 간 기술정보 교류문화 활성화 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓

※ OES = Original Equipment Supplier

2-4 지원의 하위 요인에 대한 전문가 의견

『지원』에 대한 하위 항목을 정리하였습니다. 각 항목에 대하여 필요 여부를 선택해 주시기 바랍니다.

| 구분 | 항목 | 1. 전혀 필요하지 않다 | 2. 필요하지 않다 | 3. 보통이다 | 4. 필요하다 | 5. 매우 필요하다 |
|----|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 지원 | 국내 및 해외 자동차부품 A/M 유통지원 플랫폼 구축 (시장정보, 국내외 업체 및 제품, 정기세미나, 등) | <input type="radio"/> |
| | 자동차 수리견적 등 부품정보 시스템 및 A/S 부품DB 구축(EPC, 제품구성, 정비업소 등) | <input type="radio"/> |
| | A/M 정기세미나 활성화, 전시회 및 바이어 상담 지원 | <input type="radio"/> |
| | 공동대응 시스템 구축 (구매, 생산, 마케팅, 물류 등) | <input type="radio"/> |
| | PL보험 지원체계 및 보상한도 현실화 | <input type="radio"/> |
| | 자동차부품 관련 종합지원센터 구축 (제품개발, 생산기술, 품질표준, 인증 등) | <input type="radio"/> |
| | 소규모 정비소 활성화 지원 | <input type="radio"/> |
| | 중소기업을 위한 컨설팅(경영, 회계, 세무, 지식재산권, 법률, 인사/노무, 생산기술 등) 지원체계 구축 | <input type="radio"/> |

- ※ A/M = 자동차부품 애프터마켓
- ※ EPC = Electronic Parts Catalogue
- ※ PL보험 = 생산물배상책임보험

2-5 인재를 하위 요인에 대한 전문가 의견

『인재』에 대한 하위 항목을 정리하였습니다. 각 항목에 대하여 필요 여부를 선택해 주시기 바랍니다.

| 구분 | 항목 | 1. 전혀 필요하지 않다 | 2. 필요하지 않다 | 3. 보통이다 | 4. 필요하다 | 5. 매우 필요하다 |
|----|---|---------------|------------|---------|---------|------------|
| 인재 | 자동차 관련 혁신 창업인재 육성 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | R&D, 생산, 마케팅, 온라인 판매전문가, Q/A, 수리/정비 등 자동차부품 전문인력 양성(마이스터고, 폴리텍대학 활용, 국내외 교환트레이닝 프로그램 등) | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 자동차부품과 관련된 전문 자격사 마련 (ex. 자동차부품견적사, 부품정보처리사, EPC 활용전문가 등) | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 자동차부품 관련 우수인재 pool 구축 및 지원 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| | 자동차산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 인력순환 체계 구축 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |

※ Q/A = Quality Assurance

※ EPC = Electronic Parts Catalogue

2-6 시장의 하위 요인에 대한 전문가 의견

『시장』에 대한 하위 항목을 정리하였습니다. 각 항목에 대하여 필요 여부를 선택해 주시기 바랍니다.

| 구분 | 항목 | 1. 전혀 필요하지 않다 | 2. 필요하지 않다 | 3. 보통이다 | 4. 필요하다 | 5. 매우 필요하다 |
|----|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 시장 | OEM 시장과 구분된 독립적인 A/M 시장체계 구축 | <input type="radio"/> |
| | 자동차보험 시장에서 품질인증 A/M 부품의 적용 확대 | <input type="radio"/> |
| | OES 부품의 시장 유통구조 단순화 (중간상 배제, 소비자 이익 및 정비공장의 수입보장) | <input type="radio"/> |
| | 유사상표 부품 및 비인증 부품의 시장 유통 차단 등 자동차부품 블랙마켓 단속 | <input type="radio"/> |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓

※ OEM = Original Equipment Manufacturing

※ OES = Original Equipment Supplier

2-7 홍보의 하위 요인에 대한 전문가 의견

『홍보』에 대한 하위 항목을 정리하였습니다. 각 항목에 대하여 필요 여부를 선택해 주시기 바랍니다.

| 구분 | 항목 | 1. 전혀 필요하지 않다 | 2. 필요하지 않다 | 3. 보통이다 | 4. 필요하다 | 5. 매우 필요하다 |
|----|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 홍보 | 대체부품 인증제도 활성화를 위한 TV 공익광고 및 언론 홍보 (신뢰성, 안전성, 소비자 체험사례 등) | <input type="radio"/> |
| | 소비자들의 '순정품' 용어 인식개선 및 대체부품에 대한 네이밍 개선(ex. 품질인증부품) | <input type="radio"/> |
| | 소비자 및 자동차 정비공장에 대한 정부 차원의 지속적이고 반복적인 부품 홍보 체계구축 | <input type="radio"/> |
| | OES 자동차부품 사용 소비자에 대한 경제적 보상효과 홍보 | <input type="radio"/> |

※ A/M = 자동차부품 애프터마켓

※ OES = Original Equipment Supplier

4. AHP 설문지

안녕하십니까? 『국내 자동차부품 애프터마켓 활성화 요인에 관한 연구』라는 주제로 한성대학교에서 박사학위논문을 준비하고 있는 홍용기입니다.

본 설문은 자동차부품 애프터마켓 활성화를 위한 요인들을 중요도에 의한 쌍대비교를 통하여 우선순위를 결정함에 목적이 있으며, 해당 요인들은 전문가 FGI 및 Delphi를 거쳐 선정하였습니다. 전문가 여러분들의 소중한 의견을 부탁드립니다.

아울러 하시는 모든 일에 큰 성과 있으시기 바라며, 응답해 주시는 모든 내용은 통계법에 의거하여 연구목적으로만 사용될 것입니다. 감사합니다.

2021년 9월

한성대학교 대학원 스마트융합컨설팅학과

연구자 : 홍 용 기 (010-3366-9010, 123biz@naver.com)

0 전문가 정보 및 작성방법

| | | | |
|--------|---|------|--|
| 성명 | | 연령 | |
| 성별 | | 경력년수 | |
| 소속 | | 직위 | |
| e-mail | @ | | |

<작성 예시>

AHP는 두 요인의 상대적인 중요도를 평가하는 방식으로, 제시된 두 가지 요인을 비교하여 중요 정도 하나를 선택하시면 됩니다. (②,④,⑥,⑧도 선택 가능)

| 요인 A | A가 더 중요함 | | | | | 같다 | B가 더 중요함 | | | | | 요인 B | | | | | | |
|----------------|----------|------|----|------|---|----|----------|----|------|------|---|----------------|---|---|---|---|---|----|
| | 절대중요 | 매우중요 | 중요 | 약간중요 | | | 약간중요 | 중요 | 매우중요 | 절대중요 | | | | | | | | |
| 정부정책/제도 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ ✓ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 금융 |

1 AHP 분석대상 전체 요인 제시

전문가 FGI 및 Delphi를 거쳐 확정된 상위 요인과 하위 요인은 다음과 같습니다.

| 상위 요인 | 하위 요인 |
|----------|--|
| 정부 정책/제도 | 완성차 업체와 부품사 간 상생/공정경제 정책 수립 |
| | 수리부품에 대한 의장권 적용 배제 등 A/M 관련법규 정비 |
| | 자동차 부품 생산/유통 및 정비기업 등 IAM ⁵⁴⁾ Player의 정책적 육성 |
| | 부품정보 개방으로 차량수리 시 소비자의 부품선택권 확대(OEM, OES 등) |
| | 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화 |
| | 정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 제도 실시 |
| 금융 | 자동차부품 생산을 위한 금형개발 R&D, 시제품 제작, 연구개발비 등 지원 |
| | 자동차부품 제조사에 대한 생산, 국내유통, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원 |
| | 판매가 확정된 계약건에 대한 보증지원을 통한 자금지원 확대 |
| | 자동차부품 관련 창업금융지원 |
| | 자동차부품 제조사 전문인력에 대한 인건비, 교육훈련비 지원 |
| | 자동차부품 연관 중소기업 협의체 보조금융지원 |
| 문화 | 자동차 부품산업 개방형 생태계 구축, 부품 제조사 OES 시장 참여 및 확대분위기 조성 |
| | 부품제조사의 제품품질, 성능 및 부품인증제도의 신뢰문화 확산 |
| 지원 | 국내/해외 자동차부품 A/M유통지원 플랫폼 구축(시장정보, 국내외 업체 및 제품, 정기세미나, 등) |
| | 자동차 수리견적 등 부품정보 시스템 및 A/S 부품DB 구축(EPC, 제품구성, 정비업소 등) |
| | PL보험 지원체계 및 보상한도 현실화 |
| | 자동차부품 관련 종합지원센터 구축 (제품개발, 생산기술, 품질표준, 인증 등) |
| | 중소기업을 위한 컨설팅(경영, 회계/세무, 지식재산권, 법률, 노무, 생산기술 등) 지원체계 구축 |
| 인재 | R&D, 생산, 마케팅, 온라인 판매전문가, 수리/정비 등 자동차부품 전문인력 양성(마이스터고, 폴리텍대학 활용, 국내외 교환트레이닝 프로그램 등) |
| | 자동차부품과 관련된 전문 자격사 마련(ex. 자동차부품견적사, 부품정보처리사, EPC 활용전문가 등) |
| | 자동차부품 관련 우수인재 pool 구축 및 지원 |
| | 자동차산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 인력순환 체계 구축 |
| 시장 | OEM 시장과 구분된 독립적인 A/M 시장체계 구축 |
| | 자동차보험 시장에서 품질인증 A/M 부품의 적용 확대 |
| 홍보 | 대체부품 인증제도 활성화를 위한 TV 공익광고 및 언론 홍보(신뢰성, 안전성, 소비자 체험사례 등) |
| | 소비자들의 '순정품' 용어 인식개선 및 대체부품의 명칭 변경(ex. 품질인증부품) |
| | 소비자 및 자동차 정비공장에 대한 정부 차원의 지속적이고 반복적인 부품 홍보 체계구축 |

※ A/M=자동차부품 애프터마켓, IAM=Independent Aftermarket, OEM=Original Equipment Manufacturing, OES=Original Equipment Supplier, EPC=Electronic Parts Catalogue, PL보험 = 생산물배상책임보험

54) Independent Aftermarket(<https://www.lawinsider.com/dictionary>)

2 상위 요인에 대한 쌍대 비교

중요도에 의한 상위 요인의 쌍대 비교입니다. 더 중요하게 생각되는 항목의 중요 정도를 하나씩 선택해 주시기 바랍니다.

| 요인 A | A가 더 중요함 | | | | 같다 | B가 더 중요함 | | | | 요인 B | | | | | | | | |
|----------------|----------|------|----|------|----|----------|----|------|------|----------------|---|---|---|---|---|---|---|----|
| | 절대중요 | 매우중요 | 중요 | 약간중요 | | 약간중요 | 중요 | 매우중요 | 절대중요 | | | | | | | | | |
| 정부정책/제도 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 금융 |
| 정부정책/제도 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 문화 |
| 정부정책/제도 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 지원 |
| 정부정책/제도 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 인재 |
| 정부정책/제도 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 시장 |
| 정부정책/제도 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 홍보 |
| 금융 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 문화 |
| 금융 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 지원 |
| 금융 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 인재 |
| 금융 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 시장 |
| 금융 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 홍보 |
| 문화 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 지원 |
| 문화 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 인재 |
| 문화 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 시장 |
| 문화 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 홍보 |
| 지원 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 인재 |
| 지원 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 시장 |
| 지원 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 홍보 |
| 인재 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 시장 |
| 인재 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 홍보 |
| 시장 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 홍보 |

3-1

하위 요인 쌍대 비교 - '정부정책/제도'의 하위 요인

| 요인 A | A가 더 중요함 | | | | 같다 | B가 더 중요함 | | | | 요인 B | | | | | | | | |
|--|----------|----------|----|----------|----|----------|----|----------|----------|----------------|---|---|---|---|---|---|---|--|
| | 절대 중요 | 매우 중요 | 중요 | 약간 중요 | | 약간 중요 | 중요 | 매우 중요 | 절대 중요 | | | | | | | | | |
| 완성차업체와부품사간 상생협력 공정경제정책 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 수리부품의 의장권 적용 배제 등 A/M 법규 정비 |
| 완성차업체와부품사간 상생협력 공정경제정책 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 자동차부품의 IAM Player의 정책적육성 |
| 완성차업체와부품사간 상생협력 공정경제정책 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 부품정보개방으로 차량수리시 소비자 부품선택권 확대(OEM, OES 등) |
| 완성차업체와부품사간 상생협력 공정경제정책 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화 |
| 완성차업체와부품사간 상생협력 공정경제정책 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 계도 실시 |
| 수리부품의 의장권 적용 배제 등 A/M 법규 정비 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 자동차부품의 IAM Player의 정책적육성 |
| 수리부품의 의장권 적용 배제 등 A/M 법규 정비 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 부품정보개방으로 차량수리시 소비자 부품선택권 확대(OEM, OES 등) |
| 수리부품의 의장권 적용 배제 등 A/M 법규 정비 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화 |
| 수리부품의 의장권 적용 배제 등 A/M 법규 정비 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 계도 실시 |
| 자동차부품의 IAM Player의 정책적육성 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 부품정보개방으로 차량수리시 소비자 부품선택권 확대(OEM, OES 등) |
| 자동차부품의 IAM Player의 정책적육성 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화 |
| 자동차부품의 IAM Player의 정책적육성 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 계도 실시 |
| 부품정보개방으로 차량수리시 소비자 부품선택권 확대(OEM, OES 등) | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화 |
| 부품정보개방으로 차량수리시 소비자 부품선택권 확대(OEM, OES 등) | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 계도 실시 |
| 정부/지자체 및 공공기관의 인증부품 사용 의무화 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 정비소의 인증부품 고지의무 적용을 위한 강력한 계도 실시 |

3-2 하위 요인 쌍대 비교 - '금융'의 하위 요인

| 요인 A | A가 더 중요함 | | | | 같다 | B가 더 중요함 | | | | 요인 B | | | | | | | | |
|---|----------|------|----|------|----|----------|----|------|------|----------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 절대중요 | 매우중요 | 중요 | 약간중요 | | 약간중요 | 중요 | 매우중요 | 절대중요 | | | | | | | | | |
| 자동차부품 생산을위한 금형 개발 R&D, 시제품 제작, 연구개발비등지원 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 자동차부품 제조사에 대한 생산, 국내유통, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원 |
| 자동차부품 생산을위한 금형 개발 R&D, 시제품 제작, 연구개발비등지원 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 판매가 확정된 계약건에 대한 보증지원을 통한 자금지원 확대 |
| 자동차부품 생산을위한 금형 개발 R&D, 시제품 제작, 연구개발비등지원 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 자동차부품 관련 창업금융지원 |
| 자동차부품 생산을위한 금형 개발 R&D, 시제품 제작, 연구개발비등지원 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 자동차부품 제조사 전문인력에 대한 인건비, 교육훈련비 지원 |
| 자동차부품 생산을위한 금형 개발 R&D, 시제품 제작, 연구개발비등지원 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 자동차부품 연관 중소기업 협의체 보조금융지원 |
| 자동차부품 제조사에 대한 생산, 국내유통, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 판매가 확정된 계약건에 대한 보증지원을 통한 자금지원 확대 |
| 자동차부품 제조사에 대한 생산, 국내유통, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 자동차부품 관련 창업금융지원 |
| 자동차부품 제조사에 대한 생산, 국내유통, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 자동차부품 제조사 전문인력에 대한 인건비, 교육훈련비 지원 |
| 자동차부품 제조사에 대한 생산, 국내유통, 마케팅 비용 등 정책적 금융지원 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 자동차부품 연관 중소기업 협의체 보조금융지원 |
| 판매가 확정된 계약건에 대한 보증지원을 통한 자금지원 확대 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 자동차부품 관련 창업금융지원 |
| 판매가 확정된 계약건에 대한 보증지원을 통한 자금지원 확대 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 자동차부품 제조사 전문인력에 대한 인건비, 교육훈련비 지원 |
| 판매가 확정된 계약건에 대한 보증지원을 통한 자금지원 확대 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 자동차부품 연관 중소기업 협의체 보조금융지원 |
| 자동차부품 관련 창업금융지원 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 자동차부품 제조사 전문인력에 대한 인건비, 교육훈련비 지원 |
| 자동차부품 관련 창업금융지원 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 자동차부품 연관 중소기업 협의체 보조금융지원 |
| 자동차부품 제조사 전문인력에 대한 인건비, 교육훈련비 지원 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 자동차부품 연관 중소기업 협의체 보조금융지원 |

3-3 하위 요인 쌍대 비교 - '문화'의 하위 요인

| 요인 A | A가 더 중요함 | | | | 같다 | B가 더 중요함 | | | | 요인 B | | | | | | | | |
|--|----------|------|----|------|----|----------|----|------|------|----------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 절대중요 | 매우중요 | 중요 | 약간중요 | | 약간중요 | 중요 | 매우중요 | 절대중요 | | | | | | | | | |
| 자동차부품산업 개방형 생태계 구축, OES 시장 부품조사 확대, 부품 부품조사 확대, 부품 부품조사 확대, 부품 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 부품조사 확대, 부품 부품조사 확대, 부품 부품조사 확대, 부품 |

3-4 하위 요인 쌍대 비교 - '지원'의 하위 요인

| 요인 A | A가 더 중요함 | | | | 같다 | B가 더 중요함 | | | | 요인 B | | | | | | | | |
|--|----------|------|----|------|----|----------|----|------|------|----------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 절대중요 | 매우중요 | 중요 | 약간중요 | | 약간중요 | 중요 | 매우중요 | 절대중요 | | | | | | | | | |
| 국내/해외자동차부품 A/M유통지원플랫폼구축 (시장정보, 업체/제품, 세미나등) | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 자동차수리견적등부품 정보시스템및A/S 부품DB구축(EPC 제품구성, 정비 업소등) |
| 국내/해외자동차부품 A/M유통지원플랫폼구축 (시장정보, 업체/제품, 세미나등) | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | PI보험 (생산물배상책임보험) 지원체계 및 보상한도 현실화 |
| 국내/해외자동차부품 A/M유통지원플랫폼구축 (시장정보, 업체/제품, 세미나등) | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 자동차부품 중심지원센터 구축 (제품개발, 생산기술, 품질표준, 인증 등) |
| 국내/해외자동차부품 A/M유통지원플랫폼구축 (시장정보, 업체/제품, 세미나등) | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 중소기업을위한컨설팅 (경영, 세무, 지적권 법률, 노무, 생산기술등) 지원체계구축 |
| 자동차수리견적등부품정 보 시스템및A/S 부품DB 구축 (EPC 제품구성, 정비업소등) | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | PI보험 (생산물배상책임보험) 지원체계 및 보상한도 현실화 |
| 자동차수리견적등부품정 보 시스템및A/S 부품DB 구축 (EPC 제품구성, 정비업소등) | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 자동차부품 중심지원센터 구축 (제품개발, 생산기술, 품질표준, 인증 등) |
| 자동차수리견적등부품정 보 시스템및A/S 부품DB 구축 (EPC 제품구성, 정비업소등) | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 중소기업을위한컨설팅 (경영, 세무, 지적권 법률, 노무, 생산기술등) 지원체계구축 |
| PI보험 (생산물배상책임보험) 지원체계 및 보상한도 현실화 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 자동차부품 중심지원센터 구축 (제품개발, 생산기술, 품질표준, 인증 등) |
| PI보험 (생산물배상책임보험) 지원체계 및 보상한도 현실화 | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 중소기업을위한컨설팅 (경영, 세무, 지적권 법률, 노무, 생산기술등) 지원체계구축 |
| 자동차부품 중심지원센터 구축 (제품개발, 생산기술, 품질표준, 인증 등) | ⑨ | ⑧ | ⑦ | ⑥ | ⑤ | ④ | ③ | ② | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ | 중소기업을위한컨설팅 (경영, 세무, 지적권 법률, 노무, 생산기술등) 지원체계구축 |

3-5 하위 요인 쌍대 비교 - '인재'의 하위 요인

| 요인 A | A가 더 중요함 | | | | 같다 | B가 더 중요함 | | | | 요인 B | | | | | | | | |
|---|----------|-------|----|-------|----|----------|----|-------|-------|----------------|---|---|---|---|---|---|---|--|
| | 절대 중요 | 매우 중요 | 중요 | 약간 중요 | | 약간 중요 | 중요 | 매우 중요 | 절대 중요 | | | | | | | | | |
| R&D, 생산, 마케팅, 수리/정비 등 자동차 부품 전문 인력 양성 (마이스터고, 폴리텍대학 활용, 국내외 교환 트레이닝 프로그램 등) | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 자동차 부품 관련 마스터, EPC (ex. 차부품 정비사, 정비사, 정비사 등) |
| R&D, 생산, 마케팅, 수리/정비 등 자동차 부품 전문 인력 양성 (마이스터고, 폴리텍대학 활용, 국내외 교환 트레이닝 프로그램 등) | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 자동차 부품 관련 우수 인재 pool 구축 및 지원 |
| R&D, 생산, 마케팅, 수리/정비 등 자동차 부품 전문 인력 양성 (마이스터고, 폴리텍대학 활용, 국내외 교환 트레이닝 프로그램 등) | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 자동차 산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 인력 순환 체계 구축 |
| 자동차 부품 관련 마스터, EPC (ex. 차부품 정비사, 정비사 등) | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 자동차 부품 관련 우수 인재 pool 구축 및 지원 |
| 자동차 부품 관련 마스터, EPC (ex. 차부품 정비사, 정비사 등) | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 자동차 산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 인력 순환 체계 구축 |
| 자동차 부품 관련 우수 인재 pool 구축 및 지원 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 자동차 산업 퇴직자의 재교육을 통한 전직, 재취업 등 인력 순환 체계 구축 |

3-6 하위 요인 쌍대 비교 - '시장'의 하위 요인

| 요인 A | A가 더 중요함 | | | | 같다 | B가 더 중요함 | | | | 요인 B | | | | | | | | |
|-------------------------------|----------|-------|----|-------|----|----------|----|-------|-------|----------------|---|---|---|---|---|---|---|-----------------------------|
| | 절대 중요 | 매우 중요 | 중요 | 약간 중요 | | 약간 중요 | 중요 | 매우 중요 | 절대 중요 | | | | | | | | | |
| OEM 시장과 구분된 독립적인 A/M 시장 체계 구축 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 자동차 보험 시장에서 독립적인 A/M 부품의 확대 |

3-7 하위 요인 쌍대 비교 - '홍보'의 하위 요인

| 요인 A | A가 더 중요함 | | | | 같다 | B가 더 중요함 | | | | 요인 B | | | | | | | | |
|--|----------|------|----|------|----|----------|----|------|------|----------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 절대중요 | 매우중요 | 중요 | 약간중요 | | 약간중요 | 중요 | 매우중요 | 절대중요 | | | | | | | | | |
| 대체부품 인증제도 활성화를 위한 TV 공익광고 및 언론 홍보 (신뢰성, 안전성, 소비자 체험사례 등) | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 소비자들의 '순정품' 용어 인식개선 및 대체부품에 대한 네이밍 개선(ex. 품질인증부품) |
| 대체부품 인증제도 활성화를 위한 TV 공익광고 및 언론 홍보 (신뢰성, 안전성, 소비자 체험사례 등) | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 소비자 및 자동차 정비공장에 대한 정부 차원의 지속적이고 반복적인 부품 홍보 체계구축 |
| 소비자들의 '순정품' 용어 인식개선 및 대체부품에 대한 네이밍 개선(ex. 품질인증부품) | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 소비자 및 자동차 정비공장에 대한 정부 차원의 지속적이고 반복적인 부품 홍보 체계구축 |

끝까지 답변해 주셔서 진심으로 감사드립니다. 소중하게 사용하겠습니다.

ABSTRACT

A Study on the Activation Factors of the Automotive Aftermarket in Korea

Hong, Yong-Ki

Major in Smart Convergence Consulting

Dept. of Smart Convergence Consulting

The Graduate School

Hansung University

In this study, the activation factors of automotive aftermarket were studied for experts in the auto and automotive parts industries. Validity and reliability were verified by deriving factors through FGI and Delphi, empirical analysis of factors was performed, and importance rankings for each factor were derived through AHP analysis. As a result of the correlation analysis, a statistically significant positive(+) correlation was found among all factors. Regression analysis showed that all factors had a statistically significant effect on the dependent variable. In the AHP analysis, policy-related experts evaluated policy, finance, and public relations as important factors, auto parts manufacturing industry experts evaluated market, policy and support as important factors, and auto parts distribution industry experts evaluated policy, market and public relations as important factors. In the sub-factor, the design right issue for repair

parts, which was evaluated as the most important factor by policy-related experts, is thought to be most necessary to revise the law to revitalize the auto parts market. Establishing a win-win/fair economy policy between automakers and parts companies, which experts in the auto parts manufacturing industry evaluated as the most important factor, also has a sharp stake in the each industry. It will have to maintain the auto parts market and win the understanding and concessions of automakers that have a de facto monopoly on the parts market. Mandatory use of certified parts by the government/local governments and public institutions, evaluated as the most important factor by auto parts distribution industry experts, can expand the scope of parts use and lay the foundation for consumers to trust and use quality certified parts. The automotive aftermarket is an industry that has a large ripple effect on the front and rear industries to the extent that it is included in the top 10 key development areas designated by the Ministry of Land, Infrastructure and Transport in 2020. Most of the domestic auto parts industry has the strength of a supply chain that can be supplied in a timely and a solid manufacturing base, but due to the vertical integration structure on automakers, it is difficult for parts companies to secure their own technology, and it has the characteristic of being vulnerable to a series of crises following the downturn of the automotive industry. In order to revitalize the auto parts industry and go global, concessions from automakers are absolutely necessary. Also, in order to expand the application of quality certified parts in the auto insurance market, it is need to revise the standard terms and conditions by applying depreciation in accordance with the principle of real loss compensation when repairing a vehicle-to-vehicle crash, and replacing them when used as certified parts. In addition, it is necessary to build an integrated parts production facility that can become a global forward base in order for auto parts

manufacturers to gain their own competitiveness and enter the huge global automotive aftermarket. In the export of auto parts, foreign buyers want a variety of parts at once and it is recommended to operate a warehouse that can respond in a short period of time. This study attempted a comprehensive study on the automotive aftermarket, which did not exist in Korea after the IMF, and was based on realistic and live voices of the field for experts with long experiences in the auto and auto parts industries, and high-level factors and low-level factors that can activate the aftermarket were derived in as much detail as possible suitable for the characteristics of the auto parts industry. As for the limitations and future tasks of the study, although this study has drawn activation factors targeting experts in the related industry, there is still a long way to go, and the opinions of panels belonging to the government or local governments who formulate and implement policies in the course of the research are relatively low. It is regrettable that it could not be sufficiently reflected, and that the factors removed in the validity and reliability verification process were not reflected in the study. This is recognized as a task that needs to be addressed in the future, such as collecting opinions from more panels and developing aftermarket activating factors by using various research methods in the future research process. It is hoped that the auto parts market will be activated through the government's preparation and implementation of various policies and win-win cooperation with the automakers, and research related to the domestic automotive aftermarket will be diverse and active in various directions.

Key words : Aftermarket, Automotive aftermarket, Certified replacement parts, Quality certified parts, FGI, Delphi, AHP