

9-1-1999

해외판매법인의 현지유통경로선택에 관한 연구

장로 이

범수 박

Follow this and additional works at: <https://amj.kma.re.kr/journal>



Part of the [Marketing Commons](#)

Recommended Citation

이, 장로 and 박, 범수 (1999) "해외판매법인의 현지유통경로선택에 관한 연구," *Asia Marketing Journal: Vol. 1* : Iss. 4 , Article 7.

Available at: <https://doi.org/10.53728/2765-6500.1028>

This Article is brought to you for free and open access by Asia Marketing Journal. It has been accepted for inclusion in Asia Marketing Journal by an authorized editor of Asia Marketing Journal.

*

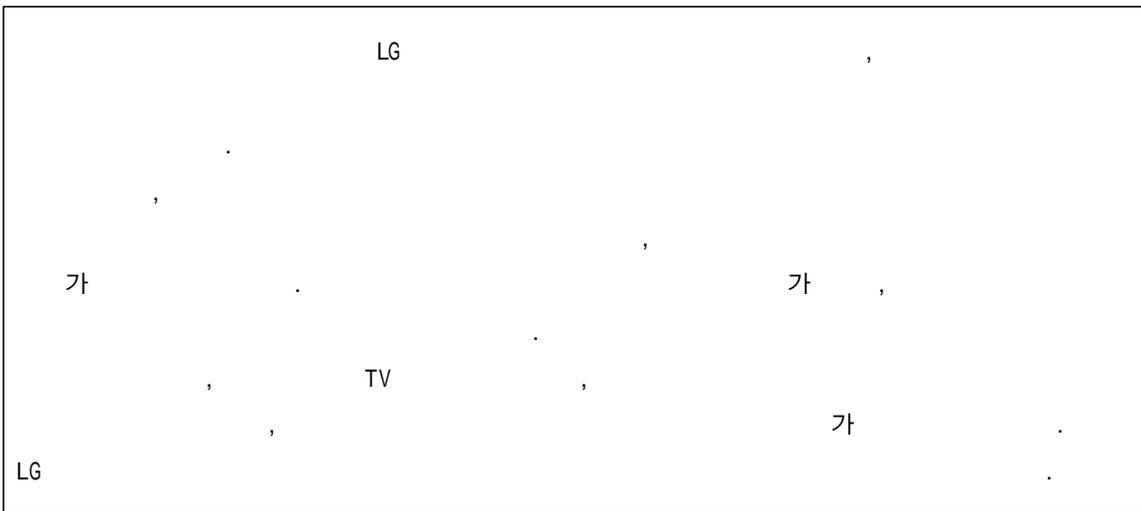
- LG -

()

irlee@kuba.korea.ac.kr

()

bspark@kiec.or.kr



: 99. 7 : 00.1
 * 1998
 1999. 9

1.

(Bello, Urban and Verhage 1991)

(1987), (1992), (1992), (1995), (1997) 가

가

가

LG

LG

가?

가?

5

1

2

3

, 4

5

가

가

2.

(American Marketing Association)

(1997), -

(Stern, El-Ansary and Coughlan,

1996)

가

1999.9

3가 , ,
 가 (EU, NAFTA, AFTA, WTO, AFTA) ,
 가 (Stern, El-Ansary and Coughlan
 1996). 3가 가

가 ,

2.1

(Anderson and Coughlan 1987),
 (Klein, Frazier, and Roth 1990), (1987), (1992),
 (1992), (1995), (1997) 가 .
 (1987) 1955-1975 36

(1990) 925

가

가

(1987)

가

105

가

가

(1991)

(1987)

가

126

가 ,

, OEM

(1992)

가

105

가 , OEM

가

(1995) 78

가

가

(1997)

/

. 45

가

가

가

가

가

가

가

가가

가

가

가

2.2

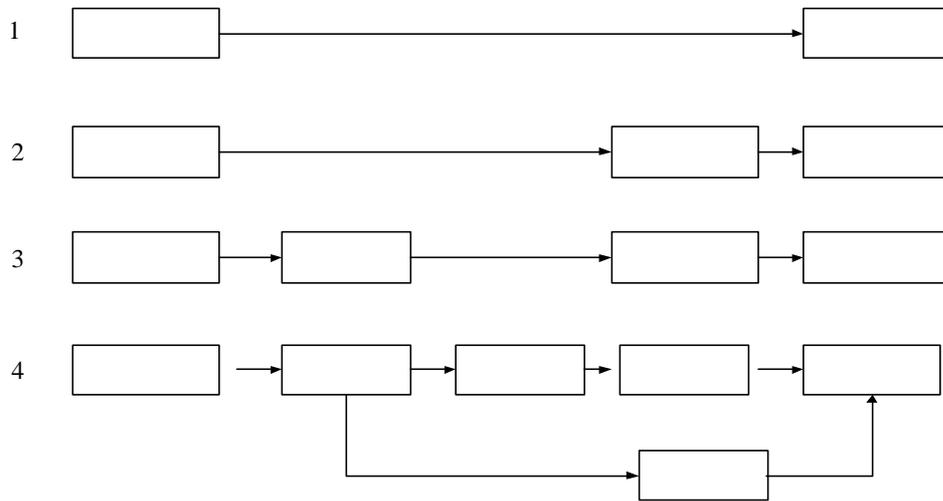
가 가 ,

가 .

가 , < 1>

가 .

< 1>



(: . . (1995), pp. 226)

1 , 가
1 가

2 , 가
가 가

3 가

4

1

< 1 >

1

가 가

4

가

"

" (,

1998).

' (, 1998).

가

(distributor)¹,
(merchant middlemen)

2

가

가

가

가

LG

1)

가

2)

가

3.

3.1

TV , , , LG .

1998 6 20 . LG TV 19 , 21 .
 LG 가

16 . 가 , .

가 , .

67 .

14 , LG

4 .

TV 6 , 8 , LG TV

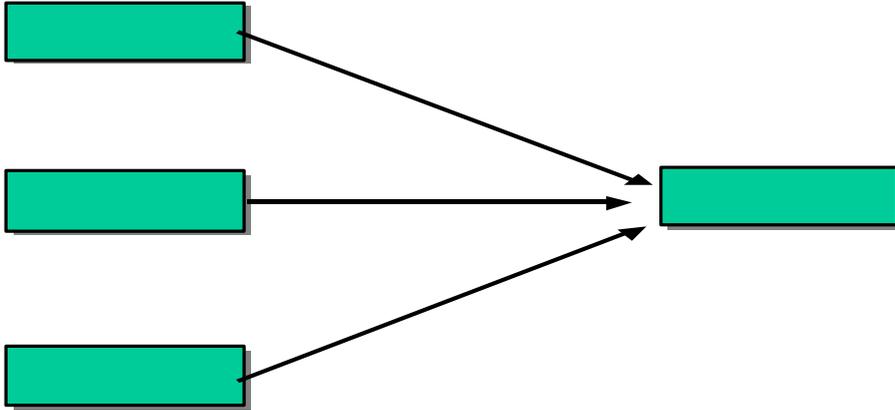
6 , 5 .

19 3 , 1 11 22 , 가 26 ,
 26 , 3-5 가 13 3 가 18 . 5

3)
 1999. 9

3.2

< 2>



< 2>

가
가

LG

가 3

T-test, ANOVA
T-test ANOVA

3.3

(3),

(4)

(2)

가

가

(Kotler 1988).

가

가

(1997).

TV, TV 가
가 . 가

4.

4.1

가 ,
가 .

< 1> .

, 가 가
가 .

< 1>

T-test

	N			
	40	39.67	44.83	14.63
	23	66.39	12.50	17.48
T-		-2.719	3.609	-.348
		.009	.001	.729

가

가

가

가

가

가

가

4.2

4.2.1

TV

TV

< 2>

가

가

< 2>

ANOVA

		1	Bonferroni Multiple Comparison			F-	F
			1-2	1-3	2-3		
	(1)	52.00	n.s	*	*	23.194	.000
	(2)	80.20					
	(3)	3.83					
	Total	42.75					
	(1)	12.00	n.s	**	n.s	3.830	.049
	(2)	21.81					
	(3)	63.33					
	Total	34.31					
	(1)	36.00	n.s	n.s	n.s	1.824	.200
	(2)	.00					
	(3)	32.83					
	Total	23.56					

(1. :)

(2. * 가 .05 , ** .1 n.s

)

가 가

가

(Bonferroni Multiple Comparison)

가 ,

가

.

가

"

"

(SONY) TV가

가

가

가

가

가

가

TV

가

가

TV

가 , 가 가

< 3>

< 3>

T-test

		N	1		T -	
		11	41.00	37.42	- .268	.739
		5	46.60	41.99		
	Total	16	42.75	37.56		
		11	49.00	38.44	2.675	.018
		5	2.00	4.47		
	Total	16	34.31	38.69		
		11	10.91	22.12	-2.474	.027
		5	51.40	44.72		
	Total	16	23.56	35.14		

(1. :)

가

가

, T-test

가

가

(Kotler 1988),

가

가

(

1995).

가

TV

8%

1%-3%

가

< 4>

ANOVA

		N			Bonferroni			F-	
					Multiple				
					1-2	1-3	2-3		
	(1)	8	17.50	25.91	*	n.s	n.s	6.063	.014
	(2)	6	67.33	35.35					
	(3)	2	70.00	.00					
	Total	16	42.75	37.56					
	(1)	8	55.00	43.83	n.s	n.s	n.s	3.158	.076
	(2)	6	18.17	18.23					
	(3)	2	.00	.00					
	Total	16	34.31	38.69					
	(1)	8	27.50	38.08	n.s	n.s	n.s	.193	.824
	(2)	6	16.17	39.60					
	(3)	2	30.00	.00					
	Total	16	23.56	35.14					

(1. :)

(2. * 가 .05 n.s

)

가

< 4>

가

가

가

가

1 4

9.7%(:5.7%, :18.6%, :15.6%, 가 :15.4%)⁴

가

5,

4.7%

20%

6

7

TV

< 5>

TV

가

TV

가

가

< 5>

T-test

		N	1		T -	
	TV	16	42.75	37.56	-.837	.409
		16	55.38	47.23		
	Total	32	49.06	42.46		
	TV	16	34.31	38.69	1.847	.075
		16	12.13	28.48		
	Total	32	23.22	35.27		
	TV	16	23.56	35.14	-.235	.816
		16	26.88	44.23		
	Total	32	25.22	39.33		

(1. :)

< 6>

TV

4) GFK 1997.12-1998. 1

5) : 1

가 10

6) 97

7) : (1978), / / (1987 1989), (1995).

TV 가 , TV 가 .

< 6> T-test

		N			T -	
	TV	6	3.83	8.01	-4.314	0.001
		7	77.14	40.71		
	TV	6	63.33	49.67	2.629	0.023
		7	8.57	22.68		
	TV	6	32.83	50.87	.754	0.467
		7	14.29	37.80		

(1. :)

4.2.2 LG

LG TV ,

LG 가

TV < 7>

LG 가 .

가

가

LG

LG TV

8) 1987
1999. 9

2%⁹

가

15%¹⁰
가

가

가

< 7 >

ANOVA

		1		F-	F
		66.33	11.55	.553	.588
		40.00	26.83		
		57.71	47.45		
	Total	52.13	35.45		
		26.67	20.82	.741	.496
		55.00	27.39		
		36.43	45.34		
	Total	41.56	35.48		
		10.00	10.00	.116	.849
		12.50	23.61		
		6.43	17.01		
	Total	9.38	17.97		

(1. :)

LG TV
가

TV

< 8 > TV
T-TEST

9) LG 1997
10) LG 1997
1999. 9

< 8>

T-test

		N	1		T -	
		11	43.64	34.72	-1.475	.162
		5	70.80	32.65		
	Total	16	52.13	35.45		
		11	50.91	37.27	1.650	.121
		5	21.00	21.91		
	Total	16	41.56	35.48		
		11	9.55	17.95	.054	.957
		5	9.00	20.12		
	Total	16	9.38	17.97		

1. :

TV

LG

가

가

, LG

8%-13%

6%

50%

LG

5.

5.1

LG

TV

2

, T-test

ANOVA가

가

가

가

가

, TV

가

가

가

()

(

)

TV

가 . TV

TV

LG

TV , ,

LG

11

가

5.2

가

가

가

LG

가

가

ANOVA

T-test

가

LG

ANOVA T-test

가

가

11)

23.22%

LG

43.71%

가

(1992), " , "

(1994), " , " , 28 ,
 , pp. 81-102.

(1997). " , " , 26 ,
 2 , pp. 287-300.

(1993), 「 」 ,

----- (1991), 「 가 」 ,

(1995), 「 」 ,

----- (1996), 「 」 ,

/ (1995), " " ,
 6 (8) , pp. 109-30.

(1988), 「 」 ,

(1993), 「가 」 ,

/ (1998), 「 」 ,

/ / (1995), 「 」 ,

(1992), " , " ,

(1997), 「 」 , ,

(1987), " , " ,

(1996), 「 `97 」 ,

----- (1990), 「 」 ,

(1987), 「 」 ,

----- (1987), 「 가 」 ,

Anderson, E. B. and H. Gatignon (1987), "Modes of Foreign Entry: A Transaction Cost Analysis and Propositions," *Journal of International Business Studies* Vol. 17(Fall), pp. 1-16.

Bello, D. C., D. J. Urban, and B. j. Verhage(1991), "Evaluating Export Middlemen in Alternative Channel Structures," *International Journal of Information Management*, Vol. 13, pp. 49-64.

- Bucklin, I. P. (1963), "Retail Strategy and the Classification of Consumer Goods," *Journal of Marketing*, Vol. 23(January), pp.50-55.
- El-Ansary, A. I. and L. W. Stern (1972), "Power Measurement in the Distribution Channel," *Journal of Marketing Research*, Vol. 9(February), pp. 47-52.
- Keith, J. E., D. W. Jackson and L. A. Crosby (1990), "Effect of Alternative Types of Influence Strategies Under Different Channel Dependence Structures," *Journal of Marketing*, Vol. 54(July), pp.30-41.
- Klein, Saul, Gary Frazier, and Vitor Roth(1990), " A Transaction Cost Analysis Model of Channel Integration in International Markets," *Journal of Marketing Research*, Vol.27(May), pp.196-208.
- Kotler, P.(1988), *Marketing Management* ,6th ed., Prentice Hall, New Jersey.
- Stern, L. W., A. I. El-Ansary(1988), *Marketing Channels*, 3rd ed., Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Stern, L. W., A. I. El-Ansary, and A. T. Coughlan(1996), *Marketing Channels*, 5th ed., Prentice Hall, UpperSaddle River.
- Terpstra, V.(1983), *International Marketing*, 3rd ed., The Dryde press, Chicago.
- Williamson, O. E.(1975), *Market and Hierarchies: Analysis Antitrust Implications*, the Free Press, NewYork.