

설문조사에 나타난 우리 중소기업의 BRICs 시장 진출방식 변화와 시사점

이순철 세계지역연구센터 동서남아팀 부연구위원(sclee@kiep.go.kr, Tel: 3460-1025)

권기수 세계지역연구센터 미주팀 전문연구원(kskwon@kiep.go.kr, Tel: 3460-1081)

주요 내용

- 대외경제정책연구원은 중국경제의 고속성장, 중국내 인건비 급상승, 중국정부의 시장구조 조정 노력 강화 등 중국시장의 급속한 변화, 인도, 러시아, 브라질 경제의 급성장에 따른 거대 신흥소비시장 형성 등 BRICs 시장의 급격한 변화에 대응해 우리 중소기업들의 BRICs 시장에 대한 진출방식, 진출에로요인 등을 종합적으로 조사함.
- 조사결과, 우리 중소기업들은 ① 중국 중심의 진출에서 벗어나 점차 인도, 러시아 등으로 진출 국가를 다각화하고, ② 투자 중심의 진출방식보다는 수출과 투자를 동시에 고려하는 보완적 진출방식을 선호하며, ③ 진출동기도 값싼 원자재 및 인건비 활용에서 내수시장 확보를 목표로 하는 등 對BRICs 시장에 대한 전반적인 인식은 물론 진출방식을 전환하고 있는 것으로 밝혀짐.
- 우리 중소기업들이 BRICs 시장에 진출을 하지 않는 이유는 ‘유통망 확보 곤란’이 가장 중요한 요인으로 지적되어, 시장접근에 대한 애로가 큰 것으로 나타났음. 이는 시장에 대한 명확한 이해가 부족하고 또한 정보습득 역량이 낮은 것에 기인하는 것으로 평가됨. 우리 기업들은 필요한 정보를 전문기관이나, 정부 관련 기관으로부터 습득하기보다는 주로 인적 네트워크를 활용해 수집하는 것으로 나타나, 우리 기업의 비체계적인 정보수집방법 및 접근방식이 對BRICs 진출에 가장 큰 걸림돌로 분석됨.
- 이에 우리 중소기업들의 對BRICs 진출은 현지시장에 대한 명확한 이해를 바탕으로 내수 시장을 겨냥하고, 중국을 보완하는 성격의 시장다각화 전략으로의 수정이 요구됨. 또한 정부는 우리 중소기업들의 BRICs 시장 진출이 원활히 이루어질 수 있도록 국별 맞춤형 정보를 제공하고, 필요에 따라 ‘BRICs 지역 전문가 상담기구 설립’, ‘해외투자자금 지원 등 다각적인 노력을 병행해야 할 것으로 사료됨.

1. 설문조사 배경

- BRICs 국가들은 1990년대에 들어 성공적인 시장경제로의 체제전환과 개혁·개방 정책의 성과에 힘입어 급속한 경제성장을 달성, 세계경제의 성장엔진으로 부상함.
- 최근 5년(2001~05년)간 BRICs 국가들은 세계경제의 연평균 성장률 2.7%를 크게 상회하는 6.2%의 경제성장을 달성, 세계경제의 성장을 주도해오고 있음. 다만 브라질은 여타 국가에 비해 다소 낮은 성장률을 기록하고 있음.

표 1. BRICs 국가의 경제성장 추이

(단위: %)

국 가	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	5년 평균
브라질	1.3	1.9	0.6	4.9	2.3	2.2
러시아	5.1	4.7	7.3	7.2	6.4	6.1
인 도	5.2	4.1	8.6	7.5	8.4	6.8
중 국	8.3	9.1	10.0	10.1	9.9	9.5
세계 평균	1.5	1.8	2.7	4.0	3.5	2.7

자료: Global Insight

- 급속한 경제성장에 힘입어 이미 BRICs 국가들은 전 세계 GDP 등 경제규모 면에서 위상을 확고히 함. 2005년을 기준으로 BRICs 국가들의 명목 GDP는 세계 10.3%를 차지하고, 구매력 기준(PPP)으로는 26.5%에 달하여 BRICs 4국 모두 이미 세계 10위내의 경제규모를 차지하는 등 거대 소비시장으로 부상하고 있음.
- BRICs 국가들은 또한 세계 인구 및 면적의 약 1/2, 1/3을 차지하고 있어 거대소비시장으로서의 잠재력을 갖고 있으며, 원유, 천연가스, 석탄, 철광석, 알루미늄, 주석 등 풍부한 부존자원을 보유하고 있음.
- 이 같은 BRICs 국가의 잠재력을 반영해 골드만삭스 등 세계 유수의 경제전망기관들은 2050년에 BRICs 국가들이 미국, 일본과 더불어 세계 6대 경제대국으로 부상할 것으로 전망함.
- BRICs 시장의 급성장과 더불어 최근 우리나라의 對BRICs 진출도 크게 확대됨. 최근 5년(2001~05년)간 우리나라의 對BRICs 수출은 연평균 34.6% 증가해 같은 기간 우리나라의 총수출 증가를 2배 이상 상회하였음.

- 對BRICs 해외직접투자도 우리나라 총해외직접투자의 44.5%를 차지할 정도로 BRICs 국가는 우리의 주요 투자처로 부상함.
- 그러나 최근 BRICs 시장의 급속한 진출환경 변화에 따라 우리 중소기업들의 전반적인 對 BRICs 진출전략도 수정이 불가피한 상황임.
- 먼저 BRICs 국가 중에서도 우리 기업의 최대 진출대상국인 중국에서는 고성장세 지속과 이에 따른 인건비 상승 등 공급부문에서의 비용 상승, 산업부문에서의 급진적인 구조조정 강화 등에 따라 우리 기업의 진출여건이 크게 악화되고 있음.
- 그에 반해 나머지 BRICs 경제의 급성장에 따라 우리 중소기업들 사이에서는 인도, 러시아, 브라질을 신흥소비시장이나 유망 투자처로 인식하는 경향이 강해지고 있음.
- 따라서 본고에서는 최근 중국시장의 변화, 인도 및 러시아 경제의 급성장 등 BRICs 시장의 급속한 진출환경 변화에 대응해 우리 중소기업들이 BRICs 시장을 어떻게 인식하고 접근하고 있는지에 대해 수출, 투자, 수출과 투자로 진출방식을 대별해 2006년 9월 21일~10월 20일 기간 동안 국내 100개 중소기업을 대상으로 설문조사를 실시하고 그 결과를 분석함.
- 특히 본고에서는 BRICs 국가 진출 여부, 진출동기, 기업활동 애로요인, 향후 진출 여부 및 진출시 필요정보내용 등을 진출방식에 따라 조사하여 우리 기업의 對BRICs 진출방향을 도출하고 시사점을 제시함.

2. 진출방식 변화와 진출 애로요인

가. BRICs 진출 현황 및 계획

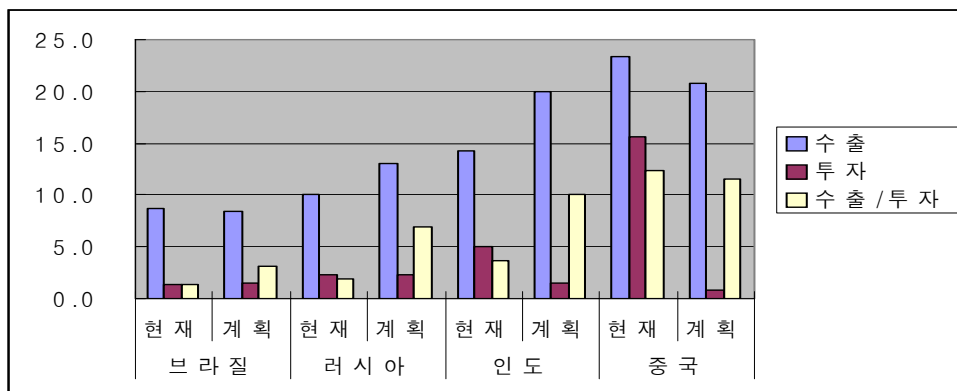
- 조사대상기업 중 58.2%가 현재 BRICs 국가에 진출하고 있으며, 향후 94.2%가 진출을 확대하거나 신규 진출을 계획하고 있는 것으로 나타남.
- BRICs 국가에 진출한 기업의 비중을 국별로 나누어보면, 중국 51.4%, 인도 22.9%, 러시아 14.2%, 브라질 11.5%로 나타나, 우리 기업들이 진출을 가장 선호하는 국가는 중국으로 나타남.
- 수출기업의 비중은 중국 23.4%, 인도 14.2%, 러시아 10.1%, 브라질 8.7%이며, 투자기업의

비중은 중국 15.6%, 인도 5.0%, 러시아 2.3%, 브라질 1.4%이고, 수출과 투자를 모두 하는 기업의 비중은 중국 12.4%, 인도 3.7%, 러시아 1.8%, 브라질 1.4%로 나타남.

- 종합적으로, 우리 기업들의 진출방식은 수출 56.4%, 투자 24.3%, 수출과 투자 19.3% 順으로 나타남.
- 이는 우리 기업들이 수출을 통한 진출을 가장 선호하고, 다음으로 투자진출방식을 선호하며, 수출과 투자를 통한 동시진출방식을 상대적으로 덜 선호하는 것으로 해석됨.

그림 1. 우리 기업의 對BRICs 국가 진출 현황 및 계획 조사 결과

(단위:%)



- 향후 진출계획을 조사해본 결과, ‘수출’ 62.3%, ‘투자’ 6.2%, ‘수출과 투자’ 31.5%로 나타남.
- ‘수출 고려’는 기존 비중을 유지했으나, ‘수출과 투자 동시 고려’는 12.3% 포인트 증가한 반면, ‘투자 고려’는 18.1% 포인트가 감소하여, 우리 기업들이 ‘투자를 통한 진출방식’ 보다는 ‘투자와 수출을 동시에 고려하는 진출 방식’을 선호하는 등 BRICs 국가에 대한 우리기업의 진출방식에 커다란 변화가 있을 것으로 조사됨.
- 향후 진출계획을 국별로 나누어 조사한 결과, 그 비중은 브라질 13.1%, 러시아 22.3%, 인도 31.5%, 중국 33.1%로 나타나, 중국에 대한 진출은 감소하고, 인도와 러시아에 대한 진출은 확대되며, 브라질에 대한 진출은 현상 유지하는 것으로 나타남.
- ‘수출 고려’에서는 중국 23.4% → 20.8%, 인도 14.2% → 20.0%, 러시아 10.1% → 13.1%, 브라질 8.7% → 8.5%로 나타난 반면, ‘투자 고려’는 중국 15.6% → 0.8%, 러시아 2.3% → 2.3%, 인도 5.0% → 1.5%, 브라질 1.4% → 1.5%로, ‘수출과 투자 고려’는 중국 12.4% → 11.5%, 인도 3.7% → 10.0%, 러시아 1.8% → 6.9%, 브라질 1.4% → 3.1%로 나타남.

- 국별로 진출방식을 조사한 결과, 브라질의 경우 '수출' 및 '투자'는 현상유지, '수출과 투자 동시 고려'는 약간 증가한 것으로 나타났으며, 러시아의 경우 '수출' 및 '수출과 투자 동시 고려'는 약간 상승, '투자 고려'는 현상유지로 조사되었음.
 - 인도의 경우 '수출 고려'는 증가, '투자 고려'는 감소, '수출과 투자 동시 고려'는 증가로 나타났으며, 중국의 경우 '수출 고려' 및 '수출과 투자 동시 고려'는 감소, '투자 고려'는 대폭 감소로 나타남.
- 향후 진출 예정 연도는 1년 이내 53.1%, 2~3년 이내 39.5%, 5년 이내 6.2%, 5년 이후 1.2%로 나타나 우리 기업들은 이미 대부분 3년 이내에 BRICs 국가에 대한 진출계획을 갖고 있는 것을 조사됨.

표 2. BRICs국가 진출 예상연도

구 분	1년 이내	2~3년 이내	5년 이내	5년 이후
업체수	43	32	5	1
비율	53.1	39.5	6.2	1.2

- 이상의 조사내용을 종합해보면, 우리 중소기업들은 현재 '수출 위주의 진출'에서 '수출과 투자를 동시에 고려하는 진출'로 진출방식을 다각화하고, 對中 투자를 줄이는 대신에 對印度 투자를 상대적으로 크게 확대하고, 러시아와 브라질에 대한 투자도 소폭 확대시켜나갈 것으로 예상됨.
- 결과적으로 우리 기업들은 수출의 경우 현 상태를 유지하되 투자 중심의 단순 진출방식보다는 수출과 투자를 동시에 고려하는 방식으로 진출을 전환해나갈 것으로 전망됨.

나. 진출동기 및 진출 장애요인

- 우리 중소기업의 BRICs 시장 진출동기로는 '내수시장 진출'과 '값싼 원자재 및 인건비'가 가장 중요한 요소로 지적되었음. 이외에 '바이어 요구'와 '제3국 수출', '한국의 기업환경 악화', '현지투자우대조치' 등도 중요한 진출동기로 지목됨.

표 3. BRICs국가 진출동기

(단위: %, 복수응답)

구분	응답업체	비율
내수시장 진출	46	35.7
값싼 원자재 및 인건비	27	20.9
제3국 수출	15	11.6
현지투자우대조치	5	3.9
바이어 요구	19	14.7
한국 기업환경	14	10.9
기타	3	2.3

- 조사대상 중소기업 중 아직까지 약 40%가 BRICs 국가에 진출(수출 또는 투자)하지 않는 것으로 조사되었는데, 이의 가장 큰 이유로는 ‘유통망 미확보’가 지적되었으며, 다음으로 ‘협소한 현지시장’, ‘정치적 불안 및 비효율적인 관료제도’ 등의 순으로 나타남.

※ 국별로 진출방식을 구분해 진출하지 않은 이유를 조사해본 결과는 전체 BRICs 국가를 대상으로 한 조사결과와 차이가 없었음.

표 4. BRICs 국가에 수출 및 투자를 하지 않는 이유

(단위: %)

구분	브라질	러시아	인도	중국	합계
협소한 현지시장- 수요 부족	5.1	5.1	4.7	4.7	19.6
정치적 불안, 비효율적인 관료제도	3.4	3.4	3.0	2.1	11.9
생산비 상승	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
대금결제방식 불안	2.6	2.6	2.1	2.6	9.8
수출시장에서의 경쟁 심화	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
다양하고 복잡한 현지시장구조	1.7	1.7	1.7	1.3	6.4
언어 및 문화적 차이	1.7	1.7	1.3	1.3	6.0
유통망 미확보	8.5	8.5	8.1	7.2	32.3
부족한 인프라 설비	0.9	0.9	0.4	0.4	2.6
미래의 불확실성	0.9	0.9	0.4	0.0	2.1
가격경쟁력	1.7	1.7	0.9	1.7	6.0
기타	0.9	0.9	0.9	0.9	3.4
합계	27.2	27.2	23.4	22.1	100.0

- 다음으로 우리 중소기업들이 현지 기업활동에서 직면하는 애로사항은 ‘정보습득’, ‘현지화’, ‘마케팅’, ‘투자결정’, ‘재정확보’, ‘현지정부와의 관계’ 등의 순으로 나타남.

표 5. 투자기업 중 현지 기업활동에서 가장 어려운 요인

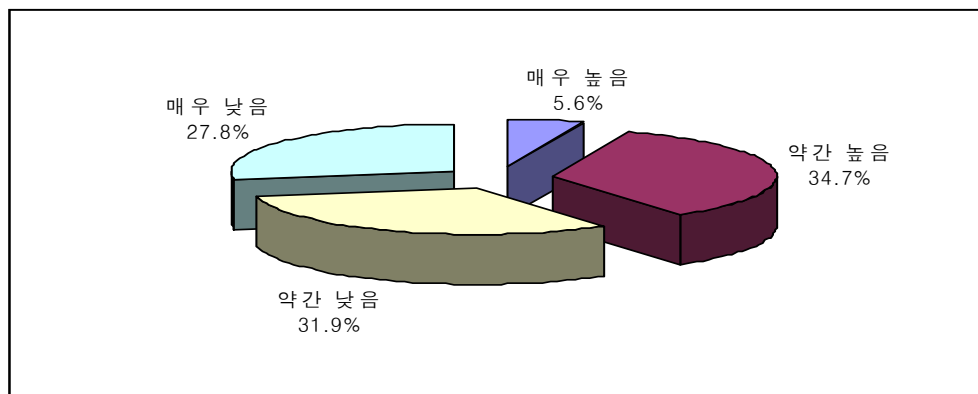
(단위: %, 복수응답)

구분	응답업체	비율
투자결정	16	12.4
정보습득	28	21.7
노동관리	12	9.3
현지화	26	20.1
재정확보	14	10.8
현지정부와의 관계	14	10.8
마케팅	19	14.7
기타	0	0.0
합계	129	100.0

- 우리 중소기업의 BRICs 진출시 가장 큰 애로사항인 정보습득과 관련 우리 기업의 정보습득채널 및 정보습득능력에 대하여 질문한 결과, 우리 기업의 정보수집능력은 매우 낮음이 27.8%를 나타내는 등 우리 기업의 전반적인 정보습득 능력수준은 대체로 낮은 것으로 평가됨.

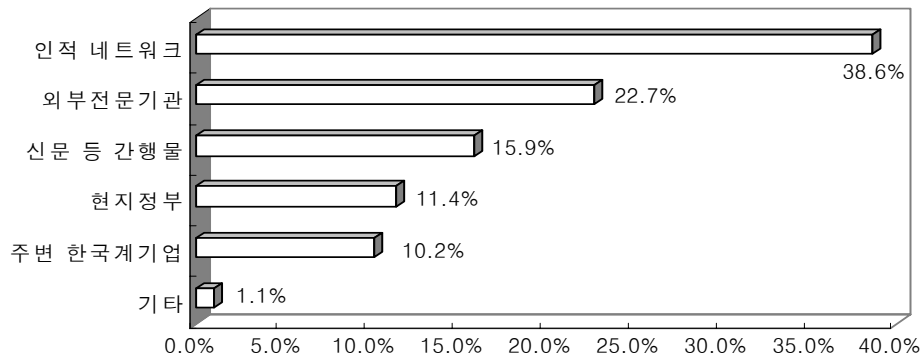
그림 2. 우리 기업의 BRICs 시장진출 정보습득 수준

(단위: %)



- 우리 중소기업들의 현지 기업활동과 관련된 정보수집채널은 ‘인적 네트워크’, ‘외부전문기관’, ‘신문 등 간행물’, ‘현지정부’, ‘주변 한국계 기업’ 등의 순으로 나타남.

그림 3. 우리 기업의 BRICs 시장 진출 정보습득채널



- 향후 BRICs 시장 진출시 우리 중소기업이 가장 필요로 하는 정보는 BRICs 국가에서 모두 '세관 및 통관정책' 20.8%, '각종 산업정보' 19.6%, '무역투자정책' 16.1% 등의 순으로 나타남.
- 국별로는 필요정보가 조금씩 다른 것으로 나타났는데, 브라질, 러시아, 중국에 진출하려는 기업들은 향후 추진될 자유무역협정에 대한 정보가 추가적으로 필요하다고 답한 반면, 인도 진출기업들은 금융시장제도에 대한 정보가 추가적으로 필요하다고 응답함.

표 6. 진출시 가장 필요한 정보

(단위: %, 복수응답)

구 분	브라질	러시아	인도	중국	평균
무역투자정책	21.2	18.0	10.6	12.4	16.1
세관 및 통관 정책	18.2	18.0	22.4	20.2	20.8
자유무역협정관련	15.2	13.1	8.2	12.4	9.5
경제특구제도	9.1	6.6	8.2	5.6	5.4
사회·문화·정치 일반	3.0	3.3	7.1	5.6	6.0
금융시장제도	6.1	4.9	14.1	5.6	9.5
각종 산업정보	24.2	26.2	17.6	21.3	19.6
근로 및 노조 등 인력 관리	0.0	3.3	3.5	9.0	6.5
경제 일반 정보	3.0	4.9	5.9	4.5	4.8
기타	0.0	1.6	2.4	3.4	1.8

3. 시사점

- 우리 중소기업들은 아직까지 BRICs 국가 중 중국을 가장 진출 매력도가 높은 국가로 인식하고 있으나, 이번 조사결과, 이러한 인식에 차츰 변화가 있는 것으로 조사됨. 많은 중소기업이 향후 중국에 대한 진출을 줄이는 대신에 인도 등 나머지 BRICs 국가에 대한 진출을 확대할 계획인 것으로 나타남.
- 아직까지 BRICs 국가 중 우리 중소기업들의 진출은 중국에 편중되어 있으며, 나머지 BRICs 국가에 대한 진출수준은 매우 미미함.
- 우리 중소기업들의 진출이 중국에 편중될 수밖에 없는 이유는 보완적 무역구조를 형성하기 쉽고, 풍부하고 값싼 생산요소를 쉽게 활용할 수 있으며, 부품 등에 대한 수요가 지속적으로 창출되고, 지리적으로 근접해 있는 등 장점이 풍부하기 때문임.
- 그에 반해 나머지 BRICs 국가는 아직 수출시장으로서나 투자대상지로서 성숙하지 못한 것으로 인식하고 있기 때문임.
- 진출방식에서도 우리 중소기업들은 순수한 ‘투자’ 방식보다는 ‘투자와 수출’을 동시에 고려하는 보완적 진출방식으로 전환하고 있어, BRICs 시장에 대한 진출방식도 크게 변하고 있는 것으로 나타남.
- 우리 중소기업들은 중국에 대한 수출과 투자를 대폭 줄이는 대신에 인도나 러시아에 대해서는 ‘수출과 투자’를 동시에 늘리는 계획을 갖고 있는 것으로 조사됨.
- 특히 우리 중소기업들은 중국을 제외한 나머지 BRICs 국가에 대해 좀 더 적극적으로 진출하려는 의도가 있는 것으로 조사되었는데, 이는 인도, 러시아, 브라질 시장에 대한 우리 중소기업들의 인식 전환을 반영한 것으로 풀이됨.
 - 그에 반해 우리 중소기업들이 중국 진출에 적극적이지 않은 이유는 중국시장이 이미 경쟁 격화로 더 이상 이윤을 창출하는 데 한계에 이르렀다는 인식을 반영한 것으로도 해석됨.
- 더욱이 우리 중소기업들의 BRICs 국가 진출은 값싼 원자재 및 인건비를 활용하고, 이를 통해 내수시장을 확보하는 ‘요소추구형(resource or efficiency seeking)’과 ‘내수시장추구형(market seeking)’을 동시에 도모하는 형태를 띠고 있음.

- 이는 상대적으로 열악한 제조업을 가진 반면 잠재력이 큰 내수시장을 공략하기 위해서는 단순투자형 진출보다는 수출과 투자를 동시에 고려하는 진출전략과 맥을 같이하고 있다고 판단됨.
- 즉 우리 중소기업들은 진출국가의 값싼 생산요소를 적극 활용하면서 새롭게 부상하고 있는 BRICs 국가의 내수시장을 공략하기 위해 투자를 전개하나, 현지국가의 낮은 제조업 기반 때문에 부품 및 소재를 현지에서 조달하는 것보다는 한국에서 조달하고 대신에 제품 생산 및 조립은 현지화하는, 즉 수출과 투자의 보완적 관계 구축을 통한 진출 전략을 구사하는 것으로 평가됨.
- 따라서 우리 중소기업들은 현지의 풍부하고 우수한 인력과 자원을 충분히 활용하여 비용을 절감함과 동시에 현지 시장수요에 맞는 신제품 개발 및 제품 개조 등의 차별화된 내수시장 진출전략을 적극 추진할 필요가 있음.
- 한편 우리 중소기업의 수출과 투자를 동시에 고려한 對BRICs 진출 전략은 현재 가속화되고 있는 국내 산업의 공동화 속도를 점차 감소시킬 가능성도 높은 것으로 해석됨.
- 우리 중소기업의 BRICs 시장 진출시 가장 중요하게 고려하는 요인은 내수시장 형성 여부로 조사되었고 현재 BRICs 시장에 진출하지 않는(전체 대상기업의 약 40%) 이유는 각국에서의 유통망 미확보로 밝혀졌는데, 이 두 가지 요인을 동시에 고려할 경우 우리 중소기업의 BRICs 시장 진출의 실질적인 결정요인은 시장접근의 용이성에 있다고 할 수 있음.
- BRICs 국가들은 공통적으로 아직 시장이 완숙하지 못하고, 독특한 상관행이 상존하고 있으며, 유통 구조 및 시설이 매우 낙후되어 있음. 이는 진출지역의 시장성도 중요하지만, 실질적으로는 그 지역에 대한 시장접근 및 관련 네트워크가 우리 중소기업에 매우 중요한 진출 요인으로 작용하고 있다는 점을 시사함.
- 아직까지도 우리 중소기업들은 정보이용채널을 ‘인적네트워크’에 의존하고 있으며, 외부전문기관이나 정부 관련 기관 등으로부터는 정보를 활용하지 못하고 있음.
- 이는 ① BRICs 국가들의 정보에 대한 비체계화, ② BRICs 관련 전문기관 부족 및 기능 미비, ③ 각 기업의 지역전문가 양성 미흡 및 부족 등에 의한 것으로 해석됨.
- 이에 따라 국별 특성에 따른 맞춤형 정보 제공 및 관련 정보지원센터 설립이 긴요함.

- 우리 중소기업들이 BRICs 국가에 대한 정보 중 가장 필요로 하는 내용은 무역투자정책, 세관 및 통관 절차, 각종 산업정보로 나타났으나, 일부 국가에 대해서는 자유무역협정 등의 정보가 요구되는 것으로 조사되었는바, 국가별 수요 및 특징에 맞는 정보를 제공해야 할 것임.
- 또한 우리 기업들이 정보수집을 인적네트워크에 의존한다는 사실은 그만큼 정보 제공 관련 기관들이 효율적으로 운용되고 있지 않거나, 이를 지원하는 기관의 부재에 따른 것으로 평가될 수 있음.
- 따라서 최근 대외경제정책연구원(KIEP)이 주관이 되어 구축한 'BRICs Information Center(www.bricsinfo.org/bricsinfo)'를 적극 활용하는 한편 이를 가칭 BRICs 지원센터로 확대 개편하는 등 BRICs 국가에 대한 정보 활용을 다각화해나가야 할 것임.
- 설문조사에서도 對BRICs 국가에 진출하기 위해서 가장 중요한 것은 'BRICs 지역전문가 상담기구 설립' 인 것으로 나타났음.
- ※ 정부지원관련 설문조사 결과, BRICs 지역전문가 상담기구 설립' 30.3%, '해외투자자금 지원 확대' 21.2%, '전문가 파견', '무역관, 상무관, 기타 정부 관련 기관 설치 확대' 각각 9.1%, 그 외 '안정적 자금결제방식 마련(6.1%)', '현지 인력 연수 확대(6.1%)', '장기비자 발행 및 편리한 영사지원' (6.1%), '현지 공단 건설' (3%) 등으로 나타남.

■ BRICs 진출을 용이하기 위해서는 금융지원 확대가 필요

- BRICs 국가에 대한 진출은 자원개발, 플랜트 수출 등 막대한 자금과 장기간의 회수기간이 요구되고 있는데다 현지 금융조달도 어려운 실정임.
- 따라서 한국수출입은행이나 수출보험공사 등 공적 수출신용기관을 중심으로 재원을 확충하여 진출기업의 금융조달을 원활하게 해줌으로써 우리 기업의 진출을 보다 용이하게 해 주어야 할 것임.