

중국내 다국적기업에 대한 중국인의 시각

1. 개요

- 2007년 8월 말 《环球企业家(Global Entrepreneur)》 잡지사는 시장연구자문회사인 “Ipsos China”와 함께 다국적기업에 대한 설문조사를 실시하여 《2007 중국인 시각의 다국적기업조사 보고(2007 中国人眼中的跨国公司调查报告)》(이하 ‘보고’)를 발표함.
- 본 조사는 중국 일반 국민의 다국적기업에 대한 인식을 이해하기 위해 시도됨.
- 2006년 말 기준으로 중국에는 이미 50여 만 개사(누계기준)의 외국인투자기업이 설립되었고, 외국인직접투자 누계가 3,000억 달러(실행액 기준)를 넘었으며 세계 500대 기업 중 400여 기업이 중국에 투자하고 있음.
- 외국인투자기업들은 지난 30여 년간의 발전을 통해 중국경제의 주요 주체로 부상하였을 뿐만 아니라 일상생활의 여러 방면에서 많은 영향을 끼치고 있다는 평가를 받고 있음.
- 위와 같은 배경 하에서 다국적기업의 중국경제에 대한 영향, 제품, 브랜드, 경영우위 등의 항목에 대해 조사함.
- 이번 조사는 각 직할시와 성도 및 대도시에 거주하는 18~60세의 일반 네티즌 1,000명을 대상으로, 2007년 7월 16~29일까지 인터넷을 통해 이루어짐(일부항목 복수응답).

□ 이번 다국적기업에 대한 설문조사 ‘보고’의 주요 내용은 다음과 같음.

2. 다국적기업 선호도에 관한 조사

□ 기업의 지명도, 좋아하는 기업, 신뢰하는 기업, 타인에게 소개하고 싶은 기업 등 4개 항목으로 조사 (<표 1> 참고)

<표 1> 다국적기업 선호도 조사 결과

순위	브랜드 지명도	%	좋아하는 기업	%	신뢰하는 기업	%	소개하고 싶은 기업	%
1	코카콜라	18.6	노키아	18.6	노키아	23.2	노키아	26.2
2	KFC	17.6	삼성	17.6	삼성	19.3	삼성	18.4
3	마이크로소프트	16.5	마이크로소프트	16.5	마이크로소프트	18.5	IBM	16.9
4	삼성	16.4	코카콜라	16.4	IBM	16.7	마이크로소프트	16.1
5	모토롤라	15.5	IBM	15.5	코카콜라	12.6	코카콜라	12.3
6	맥도날드	13.4	BMW	13.4	BMW	12.3	BMW	12.0
7	노키아	12.8	모토롤라	12.8	모토롤라	11.5	모토롤라	10.7
8	월마트	10.7	KFC	10.7	필립스	10.3	필립스	10.3
9	IBM	10.3	필립스	10.3	P&G	9.5	폭스바겐	9.3
10	폭스바겐	8.4	나이키	8.4	벤츠	9.3	P&G	9.2

□ 다국적기업 선호도 순위

- 브랜드 지명도가 가장 높은 기업으로는 코카콜라, KFC, 마이크로소프트, 삼성의 순이었으며, 대중들이 좋아하는 기업은 노키아, 삼성, 마이크로소프트 순이었음.
- 좋아하는 기업의 선정 원인으로는 높은 브랜드 지명도와 강한 영향력(55.8%), 우수한 품질의 제품과 서비스의 제공(50.9%), 선진기술(49.3%), 높은 신용도(44.4%) 등으로 나타남.
- 대중으로부터 신뢰받는 기업은 노키아, 삼성, 마이크로소프트 순이었는데, 그 이유로는 선진기술(53.6%), 브랜드 지명도와 강한 영향력(52.1%), 높은 신용도(49.6%), 우수한 품질의 제품과 서비스의 제공(49.1%) 등이었음.

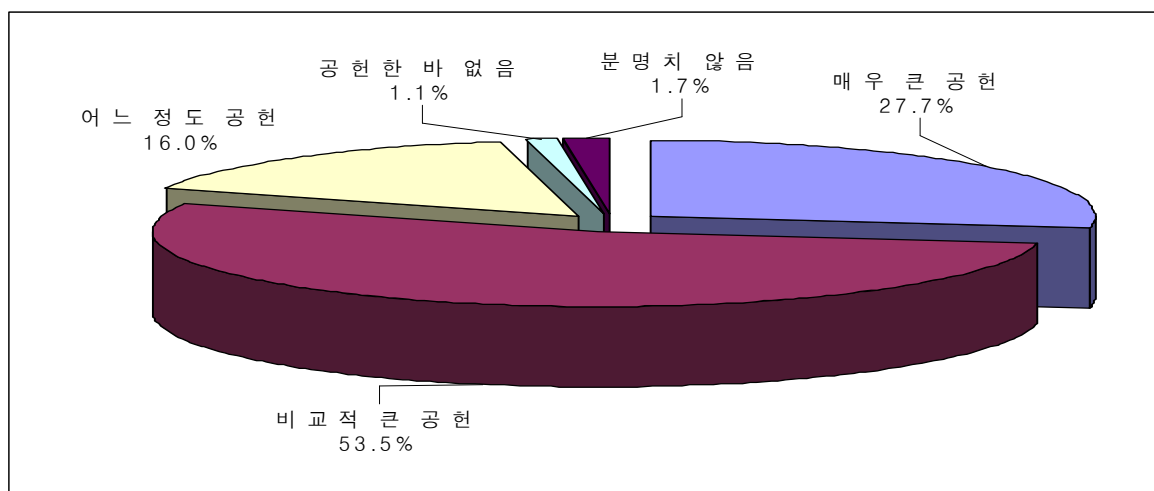
- 다른 사람에게 소개하고 싶은 기업은 노키아, 삼성, IBM 순이었으며, 선정이유로는 선진기술(55.2%), 브랜드 지명도와 강한 영향력(52.9%), 우수한 품질의 제품과 서비스의 제공(50.2%), 높은 신용도(49.3%) 등임.

3. 다국적기업에 대한 인식조사

가. 다국적기업의 중국 경제발전에 대한 기여 여부

- 80% 이상의 응답자가 다국적기업이 중국경제 발전을 촉진시켰다고 인식하고 있었으며 약 30%의 응답자들은 그 공헌이 매우 컸다고 대답
- 외자 및 다국적기업의 지역 간 분포격차로 인해 그 공헌을 인정하는 정도 역시 지역적으로 차이를 보임
- 서부지역의 경우 그 공헌을 인정하는 비율이 여타 지역에 비해 뚜렷이 낮았으며, 베이징(北京), 상하이(上海), 광저우(广州) 지역이 비교적 높았음. 특히 베이징의 경우 긍정적인 응답이 91%였으며, 40.5%의 응답자들이 비교적 큰 공헌을 했다고 인식하고 있었음.

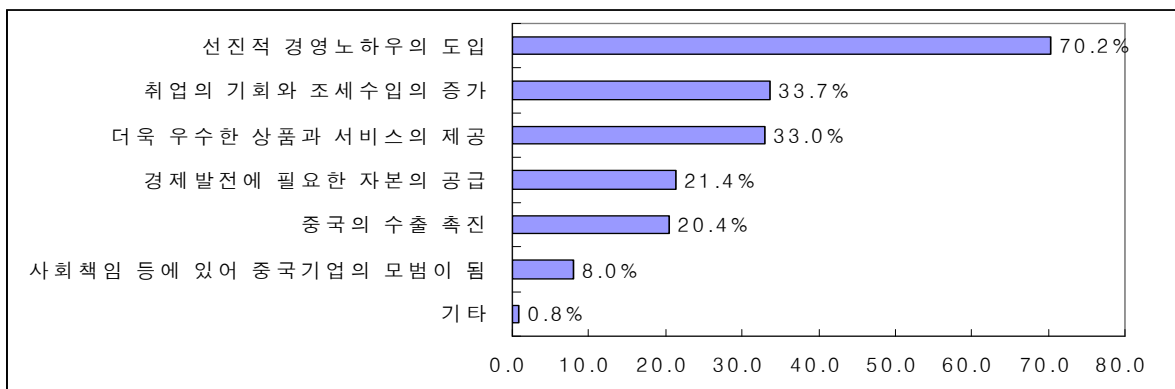
<그림 1> 다국적기업의 중국 경제발전에 대한 공헌 여부



□ 다국적기업의 중국경제에 대한 공헌이 가장 두드러진 분야는 ‘선진적 경영노하우의 도입’이었고, 그 다음이 ‘취업의 기회와 조세수입의 증가’, ‘더욱 우수한 상품과 서비스의 제공’ 순이었음.

- 지역별로 볼 때 상하이지역의 경우 ‘더욱 우수한 상품과 서비스의 제공’이 높았고, 화남지역(华南地区)의 경우 ‘중국의 수출촉진’이 가장 높았음

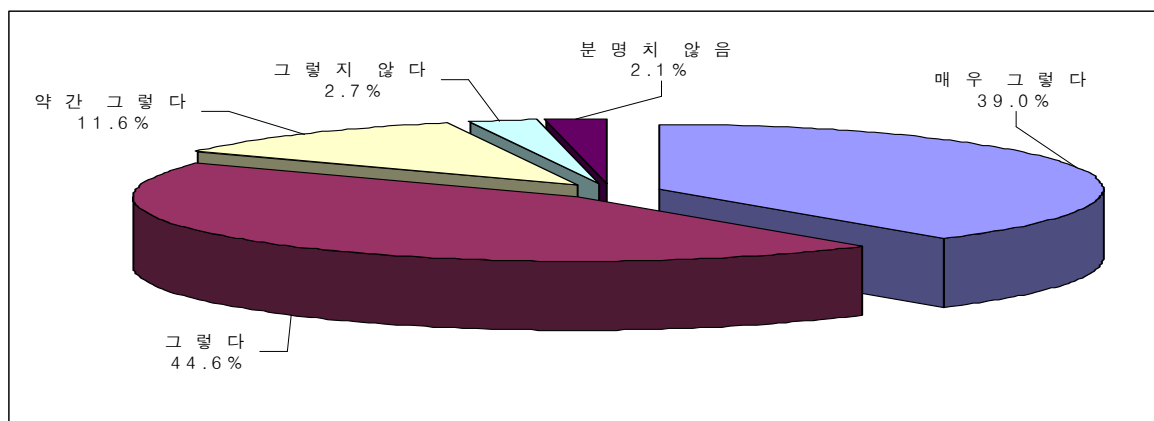
<그림 2> 다국적기업의 주요 공헌 분야



나. 다국적기업의 R&D센터 설립이 중국의 자주혁신에 미치는 영향

□ 상무부 통계에 따르면 최근 중국내 다국적기업의 R&D센터 설립 수가 이미 1,000여 개를 초과하였으며, 응답자의 80% 이상이 이러한 현상이 중국의 자주혁신 수준을 향상시킬 것이라고 대답하였고 지역별로는 화베이지역(华北地区)의 경우 그 비율이 91.4%에 달함

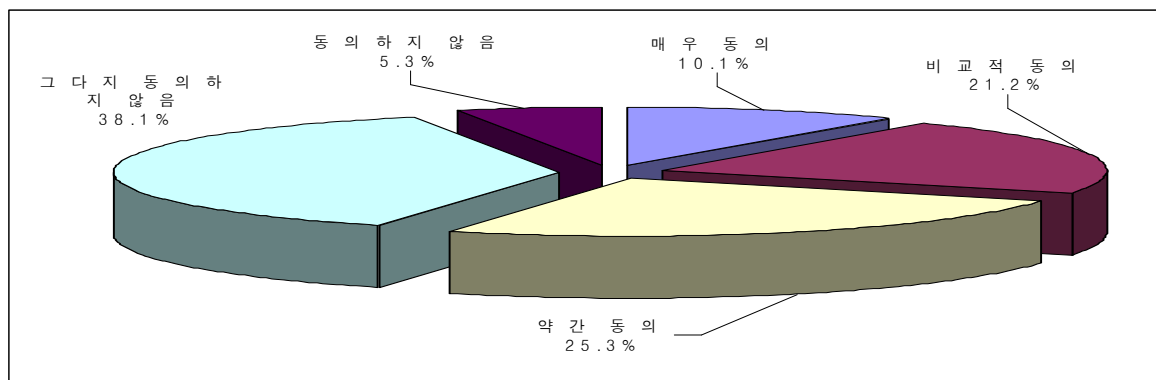
<그림 3> 다국적기업 R&D센터설립이 자주혁신을 촉진시키는가?



다. 다국적기업에 대한 제한 여부

- 56.6%의 응답자가 다국적기업의 중국기업, 특히 국유기업의 인수에 대해 중국경제의 독립성을 해칠 것이라는 우려를 나타냈으며 이를 제한해야 한다고 대답함.

<그림 4> 다국적기업에 대해 제한을 가해야하는가의 여부

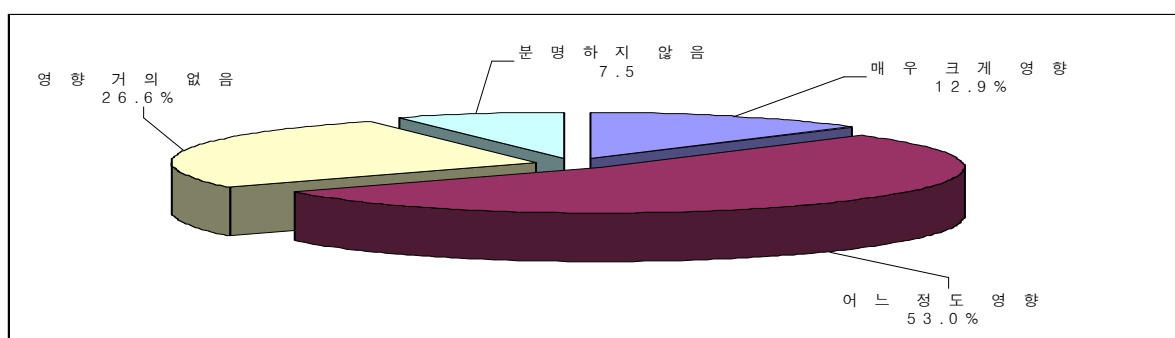


라. 중국의 지적재산권 보호 조치에 대한 인식

- 최근 들어 중국의 지적재산권 보호 조치가 강화되고 있으나 아직까지 불법복제, 위조, 지적재산권 침해 등 여러 문제점이 존재하고 있으며, 이번 조사 응답자의 65.9%는 이러한 상황이 다국적기업의 경영에 대해 부정적인 영향을 미칠 것이라고 대답

- 지역별로는 광저우의 경우에 부정적인 영향을 미칠 것이라는 응답자가 76.4%에 달해 전국평균보다 10%포인트 높았음.

<그림 5> 중국의 지적재산권 보호 상황이 다국적기업에 부정적 영향을 줄 것인가의 여부



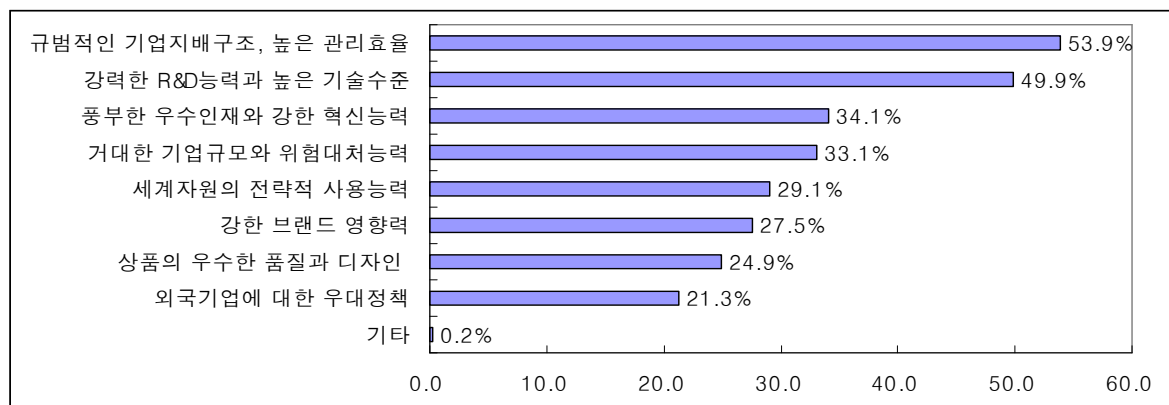
마. 다국적기업의 경영상 우위요소

□ 외자 및 다국적기업은 진입초기에 외부요인으로써 중국기업이 가지지 못한 각종 우대정책을 향유했었으나 점차 우대정책이 줄어들고 있음.

□ 이와 관련 이번 조사에서 일반인들은 다국적기업의 경쟁력이 주로 자체적 요인에 있으며 우대정책 등 외부요인이 주요한 경쟁력의 원천은 아니라고 인식하는 것으로 나타남.

- ‘규범적인 기업지배구조와 높은 기업관리의 효율성’(53.9%), ‘강력한 R&D능력과 높은 기술수준’(49.4%)이 다국적기업의 주요한 경쟁력이라고 응답했으며, 반면 ‘외국기업에 대한 우대정책’이 주요 경쟁력이라고 응답한 비율은 21.3%였음.

<그림 6> 다국적기업의 경쟁력 원천

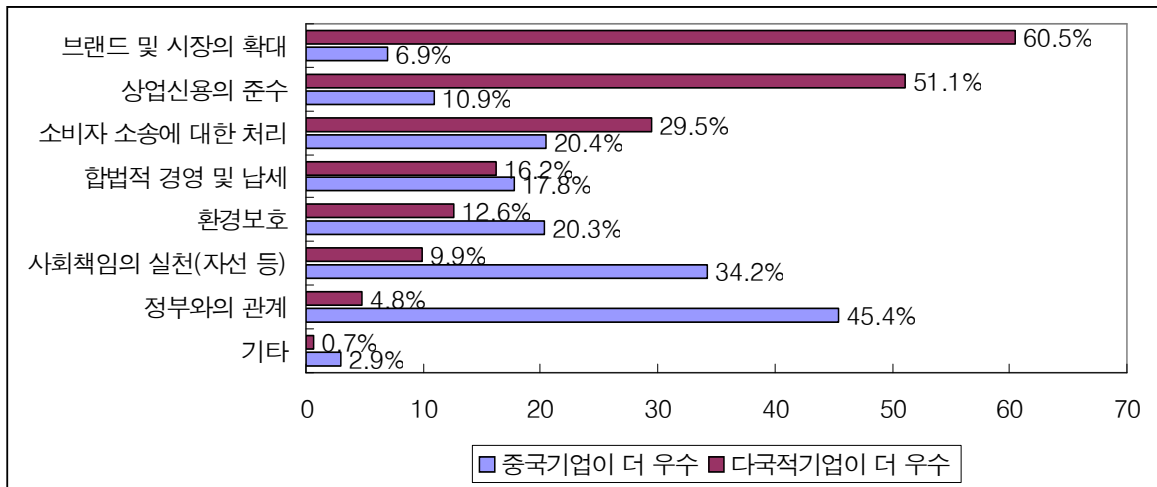


바. 다국적기업과 중국기업의 비교

□ 중국기업과 비교해 볼 때 일반인들은 다국적기업이 ‘브랜드 및 시장의 확대’(60.5%)와 ‘상업신용의 준수’(51.1%) 항목에서 더욱 뛰어나다고 인식하고 있었음.

- ‘사회책임의 실천(자선사업 등)’ 항목에서는 중국기업이 다국적기업에 비해 보다 우수하다는 응답비율이 34.2%에 달함.

<그림 7> 다국적기업과 중국기업의 장·단점

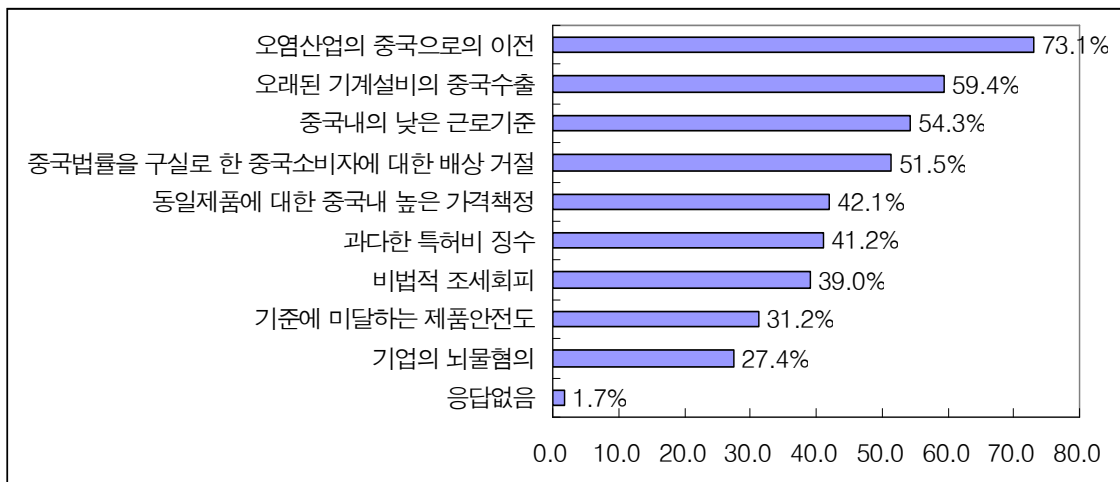


사. 부정적인 다국적기업의 행위

□ 중국내 다국적기업의 영업행위 가운데 중국인들이 반감을 보이는 항목에 대한 조사도 실시되었는데 환경문제가 가장 큰 것으로 나타남.

- 응답자의 73.1%가 ‘오염산업의 중국으로의 이전’을 다국적기업의 반감 행위로 지적함으로써 최근 높아진 환경의식을 반영

<그림 8> 반감을 주는 다국적기업의 행위

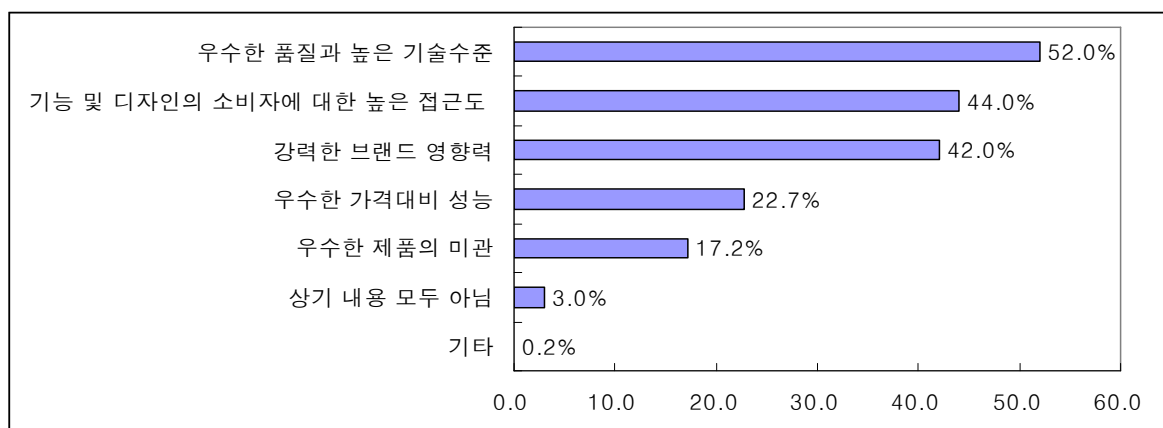


아. 다국적기업의 제품과 서비스에 대한 평가

□ 다국적기업과 중국기업의 제품과 서비스는 어떠한 차이가 있는가에 대해 52%의 응답자가 품질과 기술수준에 있어서 다국적기업이 보다 우위에 있다고 응답

- 그 다음으로 ‘우수한 기능 및 디자인’(44.0%), ‘강력한 브랜드 영향력’(42.0%)을 지적함.

<그림 9> 다국적기업의 제품과 서비스에 대한 평가



<참고 자료>

《环球企业家》社(www.gemag.com.cn), 《2007中国人眼中的跨国公司调查报告》

《中国经营报》, “中国人眼中的跨国公司”, 2007.08.20

《中华工商时报》, “管理效率高成跨国公司最大优势”, 2007.08.27