

## 「해외 동반진출 현황 조사 및 정책방안 도출」 연구보고서(요약)

### □ 연구 목적 및 방법

- 세계 경제의 글로벌화 추세 및 내수시장 극복의 전략적 대안으로 대기업과 협력기업인 중소·중견기업의 해외 동반진출이 증가하고 있으나, 협력기업의 글로벌 역량 부족으로 현지에서 어려움을 겪고 있음
- 이에, 해외에 진출한 대기업 및 협력기업들의 어려움, 지원형태 등을 설문조사를 통해 파악하고, 해외 동반진출과 관련한 제반 어려움을 개선하기 위한 정책방안을 모색하여 제시
- 응답기업 62社 대기업, 공공기관과 해외 동반진출 한 협력기업 25社를 대상으로 한 설문조사<sup>1)</sup>와 12社 해외 동반진출 성공사례 도출

### □ 실태조사 결과

- (대기업 72.6%가 해외 동반진출 추진) 설문조사 응답 기업 중 72.6%가 현재 해외 동반진출을 추진하고 있는 것으로 조사되었으며, 지원을 받은 협력기업 수는 총 1,862개사로 나타남

\* 제조업이 전체의 63.1%인 1,175개사로 가장 많았으며, 도소매 유통업의 경우 1개사 평균 동반진출 협력기업이 73.6개로 가장 높게 나타남

- (제품의 품질향상을 위한 해외 동반진출) 대기업의 해외 동반진출 목적으로는 협력기업의 성장을 통한 당사 제품품질 향상 (44%)이 가장 높게 나타났으며, 협력기업을 선정하는 기준도 기술, 품질 경쟁력 보유여부가 가장 중요한 것으로 나타남
- (동반성장을 통한 우수 부품의 안정적 확보) 대기업은 국내 협력 기업과의 해외 동반진출을 통해 협력기업과의 파트너십이 강화되고 우수 부품의 안정적/적기 확보를 주요한 성과로 제시하였으나, 현지업체 발굴에 따른 시간과 비용 절감 효과는 낮은 것으로 나타남
  - 협력기업의 경우 대기업 납품을 통한 안정적 해외판로 개척이 가장 큰

### 1) 조사개요는 다음과 같다

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>· 조사기간 : 2016. 7. 14 ~ 2016. 8. 22 (39일간)</li><li>· 조사대상 : 동반성장지수 평가기업 및 공기업 등 대기업 62개사, 해외 진출 협력기업 25개사</li><li>· 조사방법 : 주관식 설문을 통한 설문지 조사(이메일/전화조사 병행)</li></ul> |
|--|

성과로 나타났으나, 해외납품처 개척을 통한 해외시장 경쟁력 확보의 성과는 낮은 것으로 나타남

\* 협력기업의 해외 동반진출 이후 연평균 매출액(생산액) 증가율이 12.8%로 나타났으며, 영업이익 증감율도 4.2%로 증가함

#### ○ (대기업 및 협력기업의 해외 진출 시 애로사항 격차 존재)

- 대기업들은 해외 동반진출에 대한 애로사항에 대해 부지매입, 유통망 제공 등 국내 협력기업 정착 지원비용 부담(29%)이 가장 높으며 품질개선, 거래선 다변화 등 협력기업 자생력 제고노력 부족(24%) 하다고 응답

\* 협력기업이 현지 생산량을 대기업에게 전량 납품하는 기업의 비율이 81%로 나타나 해외 동반진출에는 성공하였으나, 진출 이후 협력기업이 자생적으로 경쟁력을 갖추지 못한다면 대기업에게 해외 동반진출 활동은 부담감으로 다가 올 수 있는 것을 시사

- 협력기업들은 해외 진출이전에는 법률정보, 투자정보, 바이어 정보 등 사업 진출에 필요한 정보 습득(50%)을 애로사항으로 답변하였으나 진출 이후에는 정보의 부족은 9%로 낮게 나타났음

\* 진출이후에는 경기변동에 따른 납품량 변동과 신규 거래처 발굴에 애로사항이 있다는 답변이 가장 높게 나타나 협력기업들에게 지속적인 매출의 창출이 가장 큰 이슈로 분석됨

#### ○ (진출 이전과 진출 이후 지원 활동 검토 필요)

- 해외 동반진출 이전 대기업은 해외 시장에 우선 진출한 경험과 지식을 바탕으로 협력기업이 시장에 정착하기 위한 경제적, 시장환경적 요인 등 시장 리스크에 대한 정보 제공 활동을 추진

- 협력기업들은 해외의 법적, 제도적 요인들에 대한 충분한 검토를 통해 해외에 초기 정착 시 발생가능한 법률 리스크를 회피할 수 있는 방안이 필요로 하는 것으로 나타남

\* 협력기업은 대기업의 해외 네트워크, 경험, 역량, 브랜드 인지도 등을 활용한 지원보다는 시장 진출 및 참여 과정에서 제기될 수 있는 실질적인 문제 해결을 원하고 있음

- 애로사항 해소를 위해 협력기업의 해외에서의 사업 수행 고충과 상담 등 소통활동이 필요

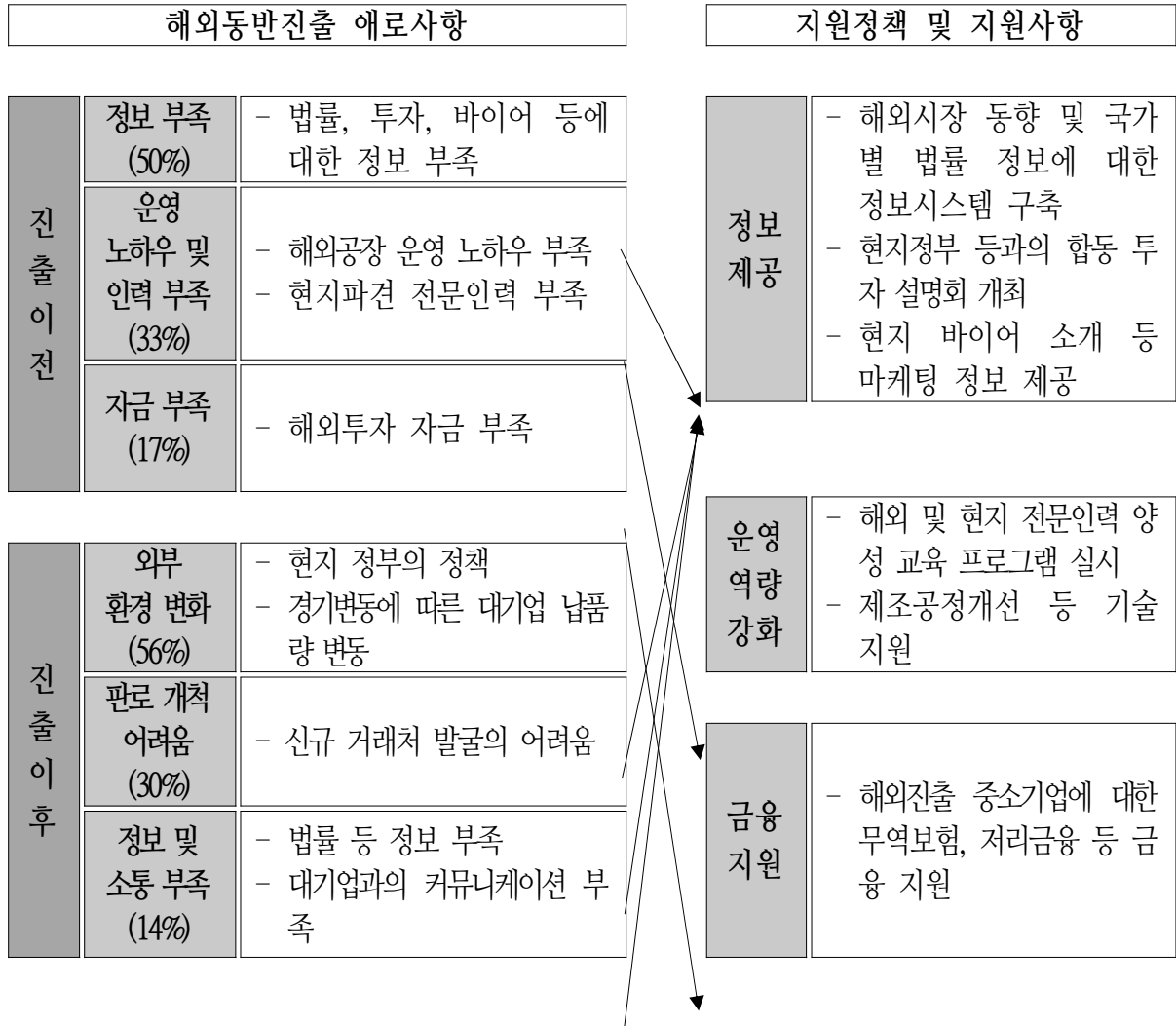
#### □ 해외 동반진출 활성화를 위한 정책 제언

○ 해외 동반진출 활성화를 위해 정부, 대기업, 협력기업의 주체별 역할분담 필요

○ 정부 : 현지에 진출한 중소기업들에 대한 지원방안이 산업별, 진출 시장별, 진출 시점별로 보다 세분화될 필요가 있으며 이러한 활동을 효과적으로

## 추진하기 위해 해외진출 지원 전담기관 설치

### 〈해외 동반진출 활성화를 위한 정부 정책 과제〉



- 대기업 : 해외 동반진출을 통해 협력기업 경쟁력 강화 및 협력기업들을 성장의 파트너로 인식하고 지속가능한 성장을 같이 할 수 있는 상생 모델관점에서의 인식 변화가 필요
- 협력기업 : 대기업에 전량 납품하고 있는 비율이 81%가 넘지만 향후 판로를 개척하겠다는 의지를 보인 기업들이 56%로 상대적으로 낮게 나타나 대기업 및 정부의 지원을 적극적으로 활용하여 판로를 개척하려는 의지와 자구적 노력의 강화가 필요
- 해외 동반진출 사례 조사 및 성공 요인
- 사례 조사 결과, 협력기업들에 대한 지원 유형은 1) 해외 판로 개척 지원, 2) 연구개발 지원, 3) 프로젝트 공동 수주, 4) 공동 투자 진출, 5) 해외 투자유치 지원으로 나타남

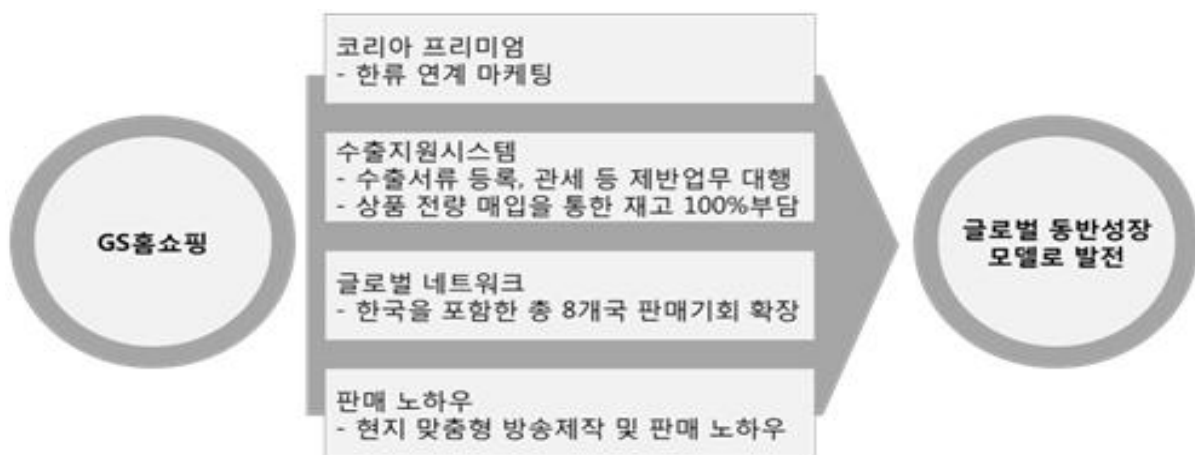
- 프로젝트 공동 수주, 공동 투자 진출 등 해외진출 협력기업 직접 지원에서 해외 판로 개척 지원, 연구개발 등 간접지원으로 지원 방향 다양화
- 해외 동반진출 성공사례를 통한 성공요인은 1) 진출 방법 및 진출 시기, 2) 시장 및 사업 아이템 선정, 3) 진출기업의 전략적 의지, 4) 구매 보증 등이 필요한 것으로 나타남

〈해외 동반진출 성공 요인〉

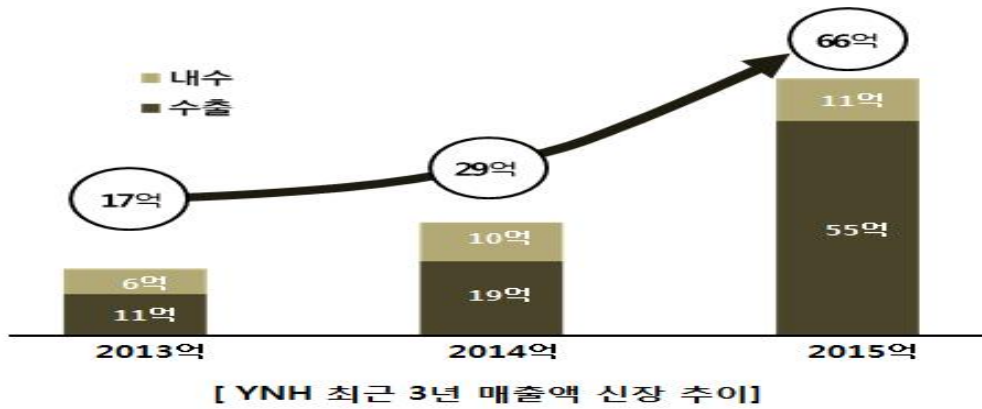
추진방향 진출유형	쌍방향 커뮤니케이션	Win-Win 체계 구축	협력기업 경쟁력 강화
해외 판로개척 지원	진출 방법 및 시기	시장 및 사업 아이템	전략적 의지
연구개발 지원	시장 및 사업 아이템	전략적 의지	진출 방법 및 시기
프로젝트 공동 수주	시장 및 사업 아이템	진출 방법 및 시기	전략적 의지
공동 투자 진출	진출 방법 및 시기	구매 보증	시장 및 사업 아이템
해외 투자유치 지원	전략적 의지	전략적 의지	시장 및 사업 아이템

- (해외 판로개척 지원) GS홈쇼핑의 「중소기업 해외진출 지원 시스템」 구축을 통한 서류 등록, 통관 등 행정적 지원

〈GS홈쇼핑의 중소기업 해외진출 지원 시스템〉



- 중소기업 Y&H의 검증된 제품을 전량 구매 후, 말레이시아, 태국 세관 통관부터 인허가, 판매까지 전담
- Y&H는 러시아를 포함한 총 10개국 수출 대상국이 확대되었으며 2013년 11억원이던 2015년 55억으로 증가하는 큰 폭의 성장세를 이루었음



◇ 시사점 : 대기업은 우수한 제품을 보유한 중소기업을 통해 제품 경쟁력 확보, 중소기업은 안정적인 해외 유통망 확보를 통해 매출 확대에 귀결

- (연구개발 지원) 한국서부발전의 기술이전을 통한 중소기업 해외 진출 활성화
  - 한국서부발전은 기술이전을 목적으로 대덕시스템과 총 15년간 기술 사용 협약을 체결하여 중소기업 기술력 향상 지원
  - 대덕시스템은 발전기 온라인 종합 감지시스템 제품 출시에 성공하였으며 사우디아라비아, 태국 등 해외 발전소에 수출 성공 통해 2018년 까지 총 29억 원을 매출 증대 효과 기대

〈한국서부발전과 대덕시스템의 기술이전〉



◇ 시사점 : 기술이전을 통해 중소기업은 개발 기술을 사업화하여 해외 진출 기반을 마련하였으며, 대기업은 안정적 부품 조달을 통한 비용 손실 방지와 더불어 기술 사용료를 통한 수익을 창출함