【제 1 주 제】

농업기계의 중국 지역 수출 현황과 촉진 방안

장 동 일 교수
충 남 대 학교

목 차

1. 서 론
2. 농기계 수출 현황
3. 축산 기자재 수출 현황
4. 농기계 산업 중국 진출 현황
5. 수출 촉진 방안과 정책
6. 해외 시장 개척 방안
7. 결 론

농업기계의 중국 지역 수출 현황과 촉진방안

1. 서론

업계의 뉴스에 의하면 농기계 시장의 하락세가 지속적으로 이어지고 있다고 한다. 자료에 따르면 지난 2000년 1조원이던 농기계 시장이 2002년에는 5,500억원으로 45%가 감소해 10년전 수준으로 하락했다. 이와 같이 농기계의 내수시장이 점점 감소되는 현실에서 농기계산업의 나아갈 방향은 해외수출 외에 뚜렷한 대안이 없을 것 같다.

이러한 현실에서 농기계 시장의 수요잠재력이 무한한 중국의 농기계 시장에 대하여 우리나라 농기계 산업이 어떠한 수출 전략을 추진해 왔으며, 앞으로 어떠한 수출 촉진 방안과 정책을 수립해야 할 것인가에 대하여 검토해 봄으로 농기계 업계에 농기계의 해외수출에 대한 희망을 제시해 주고자 한다.

2. 농기계 수출현황

2000년도말 현재 우리나라의 농기계 수출은 표 1이 보여주듯이 최초로 1억불을 상회하였다. 이것은 두 가지 측면에서 큰 의미를 가지는 실적이다.

첫째, 수출액에서는 일본의 농기계 수출실적 11억불에 비하면 아직도 왜소한 수출량이지만, 지속적으로 증가세를 보인다는 점에서 매우 긍정적인 현상이라고 생각된다.

둘째로 2000년도를 기해서 농기계의 수출이 수입을 추월하였다는 것이다. 이것도 국내 농기계 산업에서 처음 있는 일로서 커다란 의미를 가진다고 할 수 있다.

표 1에 나타난 수확기의 실적은 예취기, 콤바인, 베일러, 기타탈곡기 등을 포함한 수치인데, 기종별 세부 실적은 예취기 $250만, 콤바인 $440만, 베일러 $190, 기타탈곡기 $90만이다. 이들 기종 중에서 콤바인은 현재 중국이 주요 수출국으로 나타나고 있으며, 지난해 중국에 수출한 물량은 $250만으로써 전체의 57%를 차지하고 있다.

도정기의 경우 최근 중국에서 RPC 등 대형 곡물처리플랜트 설비를 신축하는 과정에서 과거 일본제품에 의존하던 상황에서 최근 품질과 가격 등에서 경쟁력이 있는 우리나라 제품에 관심을 가지기 시작하여 앞으로 수출물량이 꾸준히 증대될 것이라고 한다.(농업기계연감 2001-2002)

<표 1> 농기계의 수출실적 단위 : 천$, %

기종명	1999	2000	증감
건조기	1,189	2,228	180
도정기	3,505	4,968	140
분무기	1,844	2,685	140
소농기구	13,042	16,236	120
양수기	5,100	16,260	310
농용엔진	2,454	1,211	40
이앙기	480	1,484	300
작업기	5,969	2,083	30
수확기	14,021	8,962	60
트랙터	27,696	47,368	170
기타	17,420	31,319	180
합계	92,720	134,804	140

(주) 자료 : 한국농기계공업협동조합(2002)

3. 축산기자재 수출현황

우리나라가 세계무역기구(WTO)에 가입함으로써 축산업은 축산물의 수입자유화로 인하여 무한경쟁의 상황에 놓여 있으며, 환경보전 등에 관한 경영비의 증가로 내외적으로 압박을 받고 있는 실정이다. 이러한 난관을 극복하기 위해서는 사육규모의 증대를 통한 생산비를 절감하여야 하며, 시설의 자동화, 생력화는 3D 현상인 노동기피 현상도 해결을 가능하게 한다. 축산시설의 자동화 효과는 가축에게 경제적인 한계 내에서 유전적인 생산능력을 최대한으로 발휘할 수 있도록 하며, 아울러 스트레스를 최소화하여 생산효율을 최대화시키는데 있다고 할 수 있다. 사육규모가 증가하면서 축사도 대형화되어야 하는데, 이와 같은 시설은 일단 설치하면 쉽게 변경하기가 곤란한 특징 때문에 사전에 전문적인 분석과 준비가 필요하다.

축산기계시설산업은 이와 같은 기계화, 자동화의 도입과 아울러 90년 이후부터 15~20%의 고성장을 하였다. 96년 매출액이 5,360억원으로 전년도 대비 27%의 증가를 보였으며, 그 후 97년도에는 매출액에 있어서 거의 같은 수준을 유지하였다. 98년도에는 IMF의 여파로 신장률은 오히려 감소하였으며, 99년도에는 4,350억원으로 98년도에 비하여 2%의 증가에 머물렀다. 이러한 상황전개는 그 동안 정부의 구조개선사업, 경쟁력제고사업 등의 일환으로 42조원의 재원이 농업부문에 투입된 데 힘입은 바 컸으며, 최근에는 IMF의 관리체제로 접어들면서 원자재 값의 상승과 아울러 축산 농가의 신규투자 억제, 또한 최근의 구제역 사건으로 인하여 양축가가 관망하는 형편이어서 축산기계시설시장도 조정국면을 맞고 있다고 분석된다.

전반적인 축산업계의 침체와 수입개방으로 인하여 영세 부실업체는 도태되면서 신규 업체의 창업은 억제되고 기존 업체들이 내실경영을 유도하고 있다. 이러한 상황은 주먹구구식의

제품 생산형태를 보여 왔던 업체들의 생존 가능성을 더욱 희박하게 만든다. 판매가 급락되어 업체가 도산되는가 하면 대량 감원과 기술개발의 정체로 이어지면서 수입 기자재와의 경쟁력도 상실하게 된다. 기존 시설의 A/S 등 사후관리에도 문제를 야기하게 되어 궁극적으로는 양축가들에게 피해를 주게 된다. 그러나 조정국면은 새로운 도전의 기회가 되기도 한다. 품질과 기술력을 바탕으로 경쟁력을 갖춘 업체들은 우량업체로 발돋움할 수 있는 기회로 삼고 있다. 내수시장의 한계를 벗어난 대외시장의 개척과 수출로 돌파구를 찾기도 한다. 또한 업종별로 전문성을 살려서 컨소시엄 및 토털시스템을 구축하여 최고의 품질을 추구하며, 협업으로 공동 대처하여 위기를 극복할 수 있는 여건을 형성하기도 한다. 실제로 국내 경쟁력을 높이고 해외시장에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 60~70%의 업체가 정리되어야 한다고 보는 견해도 있다. 이는 규모의 경제성을 이루는 전초 단계라고 할 수 있다.

내수시장 침체에 대한 새로운 돌파구로서 수출 등으로 해외시장에 진출하는 업체들도 많아졌으며, 그 형태도 다양하다. 기술제휴, 기술이전, 상호협력, OEM방식 수출 등이며, 현지 생산공장 건설, 상설판매전시장 개설 등의 여러 방법으로 접근하고 있다.

지역별 시장의 여건을 살펴보면 다음과 같다.

일본의 축산기계시설시장은 자체 생산과 유럽 제품이 주류를 이루고 있다. 한국 제품에 대한 선호도는 낮은 편이나 가격이 싼 제품으로 인식되어 있어 어느 정도 품질만 보장된다면 수출의 문은 더욱 넓어지리라 예상된다.

중국은 광활한 대지에 아직 초보적인 경영방식이 행하여지고 있다. 풍부한 노동력으로 시설 현대화의 필요성을 아직은 느끼지 못하고 있는 형편이다. 기술 수준도 낙후되어 있으나 필요성은 점차적으로 커지고 있다고 볼 수 있으며, 따라서 시장측면에서의 잠재력은 매우 높다고 할 수 있다.

유럽의 시장에 진출하기에는 품질 면의 차이를 극복하여야 하며, 역으로 동남아 시장에서 유럽 제품과 경쟁상대에 있다고 볼 수 있는데, 유로화가 약세로 가격 면에서 경쟁력을 갖추게 됨에 따라 일본과 축산선진국에 대한 시장 잠식성이 높아지고 있다. 그 외에 캐나다, 멕시코, 그리고 남미에서 생산되는 품목 중에는 일부 제품을 제외하고는 경쟁력이 없는 것으로 알려지고 있다.

그 동안 이루어진 수출내용을 살펴보면 제일양계기구제작소는 일본 고신사와 기술교류 및 양계기자재의 일본시장 공급계약을 맺고 사육기자재를 수출하며 기술축적을 하여 왔다. 금번 중동 리비아에 소재한 한 회사와 $70만(한화 약 7억7천만원) 상당의 산란계 케이지와 관련 부품 및 생산장비, 생산에 필요한 기술이전료를 포함한 계약을 체결하였다. 그 구체적인 내용으로는 케이지 3단 A형, 산란계 케이지와 함께 관련 부품을 포함하여 2만수 규모 1개동, 추가로 생산할 수 있는 기술지원 등 1차로 10만수 분을 공급하기로 하였다. 4개 동은 케이지를 제외한 부품 일체를 공급하는 조건이며, 그 외 생산장비 일체를 공급하는 대가로 기술이전료를 받기로 협정하였다.

삼우엔지니어링은 견고하고 완벽에 가까운 제품을 생산하고자 노력한 결과로 일본 (주)후지 쇼가이사와 신제품 공동개발 및 동남아 생산전진기지로 활용키로 양사간에 합의하고 자동급이라인 300대 분량(축사 300동 규모)을 수출하였다. 양사는 디스크 타입의 급이 라인의 코너부분에 부착되는 코너를 없앤 무축코너를 세계에서 처음으로 공동 개발하였으며, 신제품과 기술력을 바탕으로 해외시장 개척을 추진하고 있는 전략적 기술제휴의 예를 보여 주고 있다.

중국 현지에서 생산하여 공급하는 업체로는 (주)건지와 보일공업(주)을 들 수 있으며, 일

부는 한국시장에 공급하고 있다. 대양테크-T사는 홍콩의 한 업체를 통해 이표기와 장착기를 수출하고 있으며, 장착기의 주요 부품은 중국에서 수입하여 국내에서 가공하고 다시 홍콩을 통하여 일부는 중국으로 넘어가는 방식을 택하고 있다. (주) 신일축산은 OEM 방식으로 보우메틱사에 카우보이 착유기에 장착되는 진공펌프를 지난해와 올해 각 200대를 수출하였다. 그 외에도 인도에 카우보이매트(우상깔개)를 500매 수출하였다. 고무칩 충전 매트레스로서 톱카바는 폴리프로필렌 재질에 파라핀 왁스처리가 되어 있고 부분 보수가 가능하도록 된 매트이다.

관련 산업의 첨단기술이 축산기자재에 도입된 예로 (주)중앙무역은 카슨전자와 기술제휴로 돼지인공수정 기자재의 우수한 보관고를 개발하여 '98년부터 유럽·미주 등 11개국에 매년 500대씩 수출하고 있으며, 독일 Minibus사로부터 수입했던 튜브도 국산화에 성공, 역수출하고 있다. 다른 예로는 (주)인터히트를 들 수 있는데 산업용 발열기구를 생산하는 업체이나 축산업에도 진출하여 고효율의 보온등을 생산하여 호주에 수출하고 있다. 꾸준히 해외박람회에 참여하였고, 품질 향상을 위한 제품개발에 전력을 쏟은 결과이다.

성일기전은 오토휀 전문제작업체로 무단 변속조절 및 부식에 강해 수명이 길고 대풍량, 저소음, 초절전의 제품으로 양축가의 반응이 좋으며, 일본 후지가세이사에 기자재 72세트를 20피트 컨테이너 1대 분에 처녀 수출하는 개가를 올렸다. 또 다른 휀 전문공급업체인 LGA는 ISO 9001을 획득하였으며 홍콩, 요르단에서 개최된 국제박람회에 참가하여 자사 제품의 홍보를 하였고, 홍콩에서는 자국은 물론 주위 국가에 공급할 물량을 수입한 바 있다.

유일산업(주)은 에폭시 특수도장과 실란트 접착으로 제작된 액비저장조를 국산화하여 시스템을 멕시코에 수출하였다. 필택펌프는 두 개의 원통형 구동축이 서로 반대방향으로 실린더 내부를 회전하면서 연속적으로 흡입과 토출하는 쌍통식 방식의 펌프를 개발하여 일본으로의 수출을 눈앞에 두고 있다. 서강하이보드는 PP시트를 생산하는 업체로 일본에 뇨저장탱크 5기를 수출한 바 있다. (주)삼력기계는 조사료 수확용 하베스타, 베일러, 레이키, 원형 베일러를 멕시코에 처녀 수출하였으며 기술연구소를 개소하였고, 사각 베일러, 고정형 원형베일러와 랩핑기의 개발을 이루었다.

로더부문에서는 60마력 기종의 로더를 생산하는 대한통상(주)이 호주지역에 16대, 포르투갈에 4대를 수출하였으며, 신흥공업은 클러치조향방식 트랜스미션을 개발하여 '98년부터 해외시장개척에 나서 1999년에는 남미, 중동, 동남아시아에 수출을 하였다. 대양기계는 4륜접지시스템을 도입하여 악조건의 작업환경에서도 차체의 균형을 유지하는 로더를 개발하여 지난해까지 해외에 20여대의 로더를 수출하였고, 금년에는 미국과 포르투갈, 탄자니아, 헝가리 등의 국가에 22대를 수출했거나 선적할 예정으로 있다.

이상과 같이 파악된 업체위주로 수출현황을 살펴보았으며, 국내 기술력이 해외시장에서 인정받아 신용이 향상되었음을 입증하며 국내 기자재가 국제경쟁력을 갖추고 수출품목으로 자리 매김하고 있는 것을 알 수 있다. 수출에 있어서는 품질과 가격이 좌우되며 경쟁력을 향상시키기 위해서는 국내 수요가 이루어지면서 다량 생산과 고품질이 되어야 가능하다. 즉 국내 경쟁력이 수출에 대한 경쟁력을 갖게 하는 동기가 됨을 알 수 있다. 일본의 경우에도 1970년대 중반 이후 농기계의 내수시장이 정체되자 이를 극복하기 위한 대안으로서 대외수출을 시작하여 당시 약 300억엔의 수출액이 '80년대 초반에는 1,200억엔 수준으로, 중반에는 1,900억엔 수준까지 증대하였다. 그러나 1990년대 이후에는 해외수출이 감소하고 있으며, 그 이유로는 대외적인 통상마찰 문제, 수입국의 농기계 개발 생산, 해외수출 품목의 제한성 등을 들 수 있으며 우리에게 시사하는 바가 있다고 사료된다.

4. 농기계 산업 중국 진출현황

한국축산시설환경학회는 학회 창립시부터 학회지 발간 등 학회 운영에 필요한 약간의 비용을 한국축산시설환경기계협회로부터 지원 받아 오고 있다. 따라서 학회의 임원들은 관련 업계에 도움을 주는 방안을 구상하던 중에 1999년 9월에 한국축산시설환경기계협회에 속한 8개의 회원사와 한국농기계공업협동조합에 속한 5개의 회원사가 중국 요녕성 안산시에서 개최하는 국제무역박람회에 농업(축산)기계를 전시할 때에 동행하여 박람회를 참관할 기회를 가지게 되었고, 이 때에 안산시 정부의 고위 관계자의 농업기계화 정책에 대한 자문에 응할 기회를 가지게 되었다. 이 자리에서 중국의 농업기계화를 촉진하기 위해서는 중국보다 선진 기술을 가지고 있는 한국의 농(축산)기계 기술이 꼭 필요하다는데 인식을 같이하게 되었다. 따라서 가장 손쉬운 한국농기계 상설전시판매장을 우선적으로 안산시에 설치하고, 농업관련 공무원과 농민들이 직접 한국의 농기계를 조작도 해보고 관련 기술에 대한 교육도 받을 수 있는 기회를 제공하자고 합의를 한 후에 합의서를 만들어 양측이 서명을 하게 되었다.

그 후 학회는 국내의 농기계 제조업체와 축산기계 및 시설 업체에 합의서를 바탕으로 홍보를 하여 중국 진출의 의지를 가진 25개 업체를 모집하고, 이들 업체를 중심으로 2000년 2월에 충남대학교에서 한·중농축산기술교류연합회(이후 "연합회"로 표시함)를 창립하였다. 그리고 이 자리에서 연합회 임원을 선출하고 상설전시판매장 설치에 관련된 사업계획서를 승인하였다.

중국의 요녕성은 경지면적이 416.4ha이며, 주요 작물은 벼, 보리, 옥수수, 수수 대두인데, 특히 옥수수 경작면적이 133.7ha 로서 가장 많이 차지한다. 안산시는 요녕성의 중앙에 위치한 인구 350만의 대도시로서 요녕성 농업생산의 중심도시이다.

따라서 한·중농축산기술교류연합회는 안산시가 한국농축산기계 상설전시판매장을 설치하기에 적정입지임을 확인한 후에 안산시 철서구청 건물 1층 안에 약 300평 규모의 상설전시판매장을 준비하여 2000년 4월 5일에 안산시 인민정부와 공동으로 개장식(그림 1)을 거행하였다. 또한 개장식 행사 후에 이어서 제1회 한중국제농업기계화 학술심포지엄(그림 2)을 개최하여 한국 농축산기계 기술의 우수성을 널리 알리고 요녕성의 농업기계화의 현황과 문제점을 분석함으로 양국 간의 농업기계 및 축산기계시설의 기술교류 및 협력의 발판을 마련하였다.

정관에 나타난 한·중농축산기술교류연합회의 목적은 다음과 같다.

"본 연합회는 설립목적을 달성하기 위하여 중국 안산시 한국농축산기계상설전시판매장을 설립 운영하며, 전시장은 상설전시를 통해 한·중 농축산 기계 분야의 기술교류와 발전을 촉진시키며 중국 농축산 분야의 시장조사 실시 및 관련 투자 또는 시설·기계 판매를 추진하고 한국의 농축산 기계의 우수성에 대한 홍보와 학술심포지엄 및 세미나를 통해 양국간의 기술교류와 무역교류를 위해 건전한 발전에 기여함을 목적으로 한다."

그리고 사업 내용을 소개하면 다음과 같다.

1) 전시장을 통해 합리적인 판매망 구축
2) 전시장을 통해 기술 교류 및 무력 교류 추진
3) 한국의 농·축산 기계의 우수성을 홍보
4) 한국의 학회를 통해 농·축산 기계의 기술교육 및 심포지엄 추진
5) 종합적인 정보 간행물 발간 사업
6) 농·축산 기계 공동 개발 및 생산

7) 기타 상설전시장의 목적 달성에 필요하다고 인정되는 사업

이러한 과정에서 한국축산시설환경학회와 한·중농축산기술교류연합회의 임원들은 자연스럽게 요녕성 정부와 안산시 인민정부의 고위 공직자들과 심양농업대학의 농업기계 관련 학자들과 상호 신뢰감과 친분을 쌓을 수 있는 기회를 가질 수 있게 되었다.

안산시에 개설한 한국농축산기계상설전시판매장의 운영 초창기에는 경험부족으로 시행착오를 거치기도 했으며, 여러 가지 문제점들이 나타났다. 그 후 학회와 연합회의 임원들은 농축산기계의 중국 수출이라는 목표를 달성하기 위하여 상호협력하며 꾸준한 노력과 투자를 통하여 문제점들을 해결하는 동시에 가시적인 수출을 달성할 수 있었다. 그리하여 2001년 초에는 금액으로는 얼마 되지 않지만, 정미기 20대, 잔가지 파쇄기 3,000대를 수출하는 성과를 올렸다.

그리고 2000 SIEMSTA에는 중국 요녕성 정부의 농기계국장과 관계 공무원 7명을 초청하여 관람을 시키고 농기계 산업시찰의 기회를 제공함으로 우리나라 농기계와 축산기계의 우수성을 홍보함과 동시에 대 중국 수출활성화를 위해 우의를 다졌다.

연합회는 상기의 수출을 통하여 중국시장 진출에 자신감을 가지고 전시된 일부 기종을 가지고 중국내 타 지역에서 개최되는 박람회 또는 전시회에 참가하여 수출상담을 가짐으로써 계속해서 소량이지만 꾸준한 수출실적을 달성하였고, 이러한 성과를 바탕으로 연합회는 2001년 봄에는 요녕성 대련에서 농기계공업협동조합 주최로 개최된 국제농기계박람회와 베이징에서 개최된 농기계박람회에 참가하고 2001년 8월에는 북경시 인근의 천진시의 무역전시관 내에 약 250평 규모의 제2의 한국농축산기계 상설전시장을 개설했다.

연합회는 중국 길림성에도 농축산기계의 시장을 개척하고자 2001년 12월에 길림성 정부를 방문하여 농기계국장과 관계 공무원 다수를 만나보고 장춘시에 한국농축산기계상설전시판매장을 개설하는데 필요한 제반 사항을 협의하고 협약서에 조인했으며, 2002년 2월에 길림성 정부의 농기계국장과 축산국장을 비롯한 관계 공무원들을 초청하여 우리나라 산업시찰의 기회를 제공하였다.

그리고 연합회는 2002년 7월 중순에 서울에서 개최된 길림성 장춘시 인민정부의 투자유치 사업설명회에 참석하여 한국농축산기계상설전시판매장 개설에 관한 투자 계획을 설명하고 협약서에 서명하였다. 협약의 주요 내용 중 하나인 상설전시판매장 설치 장소는 장춘시 농업기술센터로 정하여 센터와 협약하였다.

장춘시에 설치할 상설전시판매장을 개설하기 위한 제1단계 사업으로 연합회는 2002년 8월 15일부터 21일까지 장춘시 국제농업식품박람회에 참가하였다. 우리나라에서 총 28개의 농기계 또는 축산기계 및 시설 제조업체가 참가하였으며, 약 250평 규모의 대규모 한국관을 설치하고 전시참가업체가 공동으로 전시하였으며, 수출상담을 통하여 약 $800만 수출을 달성하였다. 한국관에는 심양시 주재의 한국총영사를 비롯하여, 중국정부의 농업부 장관, 길림성 성장, 장춘시 시장 및 농업위원회 주임 등의 고위 인사가 방문하여 우리나라 농축산기계 및 시설에 지대한 관심을 보여 주었는데, 이 때에 연합회는 박람회 전시를 통하여 국위를 선양함은 물론 우리나라 농기계의 우수성을 유감 없이 홍보할 수 있었다. 박람회의 부대행사로 전시장내 엑스퍼트 포럼 대회의장에서 제2회 한중국제농업기계화 학술심포지엄(그림 3)을 개최하였는데, 우리나라와 중국에서 6명의 저명한 학자가 참가하여 양국의 농업기계화 현황 및 발전방향에 대해 발표하고 열띤 토론을 가짐으로 연합회가 명실공히 농기계 기술의 한중 교류를 담당하고 있다는 것을 입증한 바 있다.

연합회는 박람회 전시가 끝남과 동시에 협약 조건에 따라 전시되었던 기계 및 시설을 장

춘시 농업기술센터 구내에 마련한 전시장으로 옮겨 상설 전시를 시작하였다. 전시장의 구성은 실외 100평, 실내 40평, 6평의 사무실로 되어 있다. 실내 전시장은 소형기계 전시 및 농기계 및 축산기계의 신기술 소개 등 소프트웨어를 전시하고 있다. 농업기술센터에서는 우리나라 농기계를 실수요자인 농민들에게 소개할 때에 관련 기술교육도 실시함으로 실질적인 구매의욕 고취 및 필요성을 자연스럽게 인식시킴으로 이중의 전시효과를 거두고 있다.

지난 2002년 11월에는 길림성 정부가 연합회 사무실로 우리나라 농기계의 구매 관련 상담을 요청해 와서 연합회 임원들이 장춘시를 방문하여 길림성 농기계 국장 및 관계 공무원을 면담하고 전시되는 농기계 일체를 길림성 정부가 구매하는데 필요한 조치를 취하였다. 그 후 연합회 임원들은 길림성 농업기계검사소를 방문하여 견학하고, 양국의 농업기계검사 관련 기술교류를 위해 우리나라 농업기계화연구소와 협력할 수 있도록 협력요청서를 만들어 전달하고 후속조치를 취한바 있다.

또한 양국 대표들은 2003년 7월 서울 COEX에서 축산박람회를 개최할 때 부대행사로 제3회 한중국제농업기계화 학술심포지엄을 개최하기로 합의했으며, 이 때에 중국 측에서 60여 명의 대규모 참관단이 방한할 것을 합의하였다. 따라서 2003년도에도 중국과 우리나라의 농기계 기술 교류는 활발하게 진행될 것이며, 그의 부수 효과로 많은 농기계와 축산기계 및 시설의 수출이 활성화 될 것이 기대된다.

한편 연합회는 좀더 적극적으로 사업을 수행하기 위해서 사단법인을 설립하기로 결정하고 현재 농림부에 등록하는 절차를 밟고 있다. 조만간 사단법인 등록을 마치면 추가로 회원을 모집하여 농기계의 수출증대를 위해 더욱 활발한 사업을 진행시킬 예정이다.

이상과 같이 우리나라 농기계 산업의 현재까지의 중국진출 현황을 한·중농축산기술교류연합회의 사업실적을 중심으로 분석하고, 그 결과를 바탕으로 농기계의 중국 지역 수출 증대를 달성하기 위한 진출 방안을 제시하면 다음과 같다.

1) 중국에 진출하는데는 단기적 전략보다 장기적 전략을 세울 필요가 있다.

2) 수출의 대상을 중국의 중앙정부 또는 지방정부로 정해서 공략할 필요가 있다. 왜냐하면 중국의 농업기계화는 정부 주도로 진행되고 있으며, 아직까지 민간부문은 농기계를 구매할 경제력이 부족하기 때문이다.

3) 중국에는 아직까지 축산기계 및 시설에 대한 기술 부족으로 축산기계 및 시설을 농기계로 통합 분류하여 취급하고 있음으로 이 분야의 제조업자나 수출업자는 농기계 취급 공무원을 협상 대상자로 정해야 한다.

4) 수출 전략은 반드시 산학협력에 의하여 추진해야 성공확률이 높다. 왜냐하면, 중국 공무원들은 학계의 권위를 매우 높게 인정하는 반면 산업계의 사업제의는 일단 의구심을 가지고 대하기 때문이다. 따라서 기계 또는 시설이라는 하드웨어가 들어갈 때에는 반드시 학계에서 제공하는 그에 따른 기술과 작동법 등의 소프트웨어가 들어가야 상담자의 신뢰감을 쉽게 획득할 수 있게 된다.

5) 수출 상담 및 협상 테이블에는 항상 연합회 또는 단체의 대표나 임원이 나서야 한다. 업체의 개별 접촉은 성사도 어려울 뿐만 아니라 성사가 되어도 대금결제 등 후속 조치에 실패할 확률이 매우 높기 때문이다.

6) 반드시 상설전시판매장을 설치하고 이를 통하여 지속적으로 홍보, 교육, 기술교류를 실시하여야 한다. 특히 기술교류에는 인적, 물적 기술교류가 필요함을 유념해야 한다. 한 예를 든다면, 연합회의 기술교류를 위하여 현재 충남대학교에는 중국에서 유학 온 농기계 전공 대학원생들이 학위과정을 이수하고 있다는 것이다.

5. 수출촉진 방안 및 정책

농기계의 해외 수출을 촉진하기 위해서는 단기적인 방안과 장기적인 방안을 구상할 수가 있다. 그리고 한가지 방안보다 다각적 방안을 강구해야 하는데 이 때에 모든 방안들은 유기적인 협조체제를 가지고 시스템적 접근을 시도해야 더욱 효과가 크게 나타날 수 있다.

따라서 이를 위한 수출촉진 방향과 정책을 다음과 같이 생각해 볼 수 있다.

1) 자금의 확대지원

우리나라 농기계업계는 5대 메이커를 제외하면 대부분 중소형 기업으로 구성되어 있다. 그래서 업계는 기술력도 높지 않으며 기술개발에 필요한 자금도 영세한 형편이다. 따라서 농기계 수출촉진을 위한 자금지원은 거의 필수적이라고 할 수 있겠다.

예를 들면 2001년도 3월에는 (사)한국축산시설환경기계협회가 주관하여 13개 회원사가 태국 방콕에서 개최하는 VIV2001 Asia(아시아 종합축산박람회) 에 참석하여 약350만$의 상담실적을 올린바가 있는데 우리나라 역사상 이렇게 축산기자재 업계가 단체로 해외박람회에 참여하여 수출상담을 이룩한 것은 처음 있는 일이었다. 그런데 한국의 영세한 축산기자재업계가 이 종합축산박람회에 참석할 수 있었던 배경에는 농림부 농업기계자재과의 지원과 농수산물유통공사의 전시자금 지원이 있었기 때문에 가능했다.

따라서 정부의 정책적 배려뿐만 아니라 해외전시회 참여비용 지원은 일회성이 아닌 정례적이며 지속적인 지원이 이루어져야만 할 필요성이 있다 할 것이다.

2) 적자수출 보전과 세제지원

농기계의 해외수출은 여타의 해외수출과 마찬가지로 국제경쟁력을 갖추기 위해 경우에 따라서는 적자수출이 불가피한 경우가 있으며, 예측하지 못할 국제무역환경으로 인하여 많은 손실을 입을 수도 있다. 따라서 이러한 경제적인 불이익을 보충하기 위해서는 적자수출 보전과 세제지원을 위한 정부의 세심한 배려와 정책이 뒷받침되어야 할 필요가 있다.

3) 대외경제협력기금(EDCF)의 농기계 분야 지원확대

농기계 분야가 농림부에 한정된 자금이나 또는 산하기관의 자금지원에 의존할 경우 지원받을 수 있는 자금의 액수가 제한되기 때문에 농림부의 정책자금 이외에도 대외경제협력기금의 농기계 부분에 대한 지원확대가 필요하다.

4) 수출보험 적용한도 확대

농기계의 해외수출에는 예기치 못하는 여러 가지 불안요소와 위해 요소가 존재하고 있다. 이와 같은 요소들을 사전에 예방하는데는 기술적 방법과 아울러 보험에 의한 보상책도 강구되어야 한다.

따라서 수출보험의 적용한도를 확대하여 농기계 수출에도 적용하는 것은 꼭 필요한 방안이 될 것이다.

5) 농기계 표준화 및 품질향상

농기계가 국제경쟁력을 가지고 해외에 수출되기 위해서는, 이미 지적한 것처럼 기술력

향상과 품질향상이 필수적인데, 이와 같은 목표를 달성하기 위해서는 농기계의 생산에도 반드시 국제표준이 채택되어야 하며, 이것이 관련업계에 확산적용 되도록 유도하여야한다.

6) 기술의 연구개발

농기계를 생산하여 해외수출하고 있는 선진국들은 지금도 꾸준히 신기술을 연구 개발하고 있다. 농기계의 해외 전시회에 참여해 보면 이러한 추세를 확인하는데 어렵지 않다.

따라서 우리나라 농기계의 국제 경쟁력을 향상시키기 위해서 우리도 산·학·연 협력체제를 구축하여 계속해서 새로운 기술을 연구개발 하여야 한다.

7) 해외시장 개척

농기계의 해외수출은 우리의 적극적인 노력 없이는 달성될 수 없다. 이를 위해서 다른 품종과 마찬가지로 농기계의 해외시장도 반드시 개척되어야 하는데, 이를 위해서는 여러 가지 방법이 동원되어야 하며, 업계뿐만 아니라 정부와 관련단체들 그리고 학계의 협조체제가 구축되어야 한다. 이를 위한 구체적 해외시장 개척 방안은 다음의 절에서 논하기로 한다.

6. 해외시장 개척 방안

현재 농기계를 해외에 수출하고 있는 한 업체의 대표자는 우리나라 농기계 업계가 농기계 수출에 앞서 해결해야할 당면 문제점들을 다음과 같이 지적했다.

첫째, 지나칠 정도로 상대에 대한 정보가 부족하다.

수출 대상국의 농업과 축산실태(축종, 사육규모, 사양형태, 설비수준 등)는 물론 관세나 바이어 등 기본적으로 알아야 할 내용을 전혀 아는 바가 없어 마치 사막에서 바늘 찾는 격이 될 수밖에 없다.

둘째, 가격과 품질경쟁력이 약하다.

주지하다시피 미국이나 유럽은 우리보다 훨씬 이전부터 농기계 산업에 뛰어들었고, 심지어 네덜란드는 축산물 수출보다 축산기자재 수출비중이 높은 나라이다. 우리의 주된 해외시장이라는 아시아권과 중동권도 이미 미국이나 유럽이 농기계 시장을 선점한 상태이다. 그들을 상대로 경쟁하여 이기려면 품질이 보다 우수하거나 가격이 경쟁력이 있어야 한다. 선진국 제품에 비하여 한국산은 후진국인 자기들보다는 우수하지만 선진국에 비하여 기술력과 품질이 떨어지기에 그 만큼 선진국보다 값이 싸야 된다는 논리이다. 그러나 원자재의 거의 전량을 수입에 의존하고 인건비까지 높은 우리의 실정에서 그들의 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 길을 찾는 것은 쉽지 않다.

셋째, 그들의 정서와 자본력도 문제가 된다.

해외의 자금력 있는 일부 농장이나 업체는 이미 미국이나 유럽 제품에 길들여져 있고, 중하위권에 있는 농장이나 업체는 자금력이 뒷받침이 되지 못하여 구입하고 싶어도 주문하지 못하는 상황이다.

따라서 이와 같이 해외 시장 개척이 어려운 여건에서 해외시장을 개척하기 위한 몇 가지의 방안을 강구해보고자 한다.

1) 해외시장 개척 지원기관 활용

6.1.1 KOTRA(대한무역투자진흥공사) - http://www.kotra.or.kr/main/main.php3

제일 먼저 활용 지원 기관으로 생각할 수 있는 기관은 대한무역투자진흥공사가 될 것이다. 이 기관의 주요 사업과 지원 내용을 알아보면 다음과 같다.

가) 해외시장개척사업

(1) 해외박람회 참가

▶ 관련 업계에 해외박람회 참가에 따른 정보 제공과 필요 수속, 경비 지원사업

▶ 필요한 경우에는 직접 해외박람회를 개최 또는 참가하여 해외판로 개척에 필요한 제반 활동을 종합적으로 지원

(2) 지사화 사업

▶ 해외무역관이 해외시장정보 수집 및 마케팅능력이 취약한 국내 중소기업을 본사로 간주하고 해외지사로서 해외판로 개척활동을 일 대 일로 밀착 지원하는 사업

▶ 해외무역관의 지원사항 : 지사화 업체의 해외판로 개척에 필요한 제반 활동을 거래성사 단계에 이르기까지 종합적으로 지원

▶ 지원사항 예시

① 신규 바이어 발굴 및 해외시장정보 제공

② 바이어 반응 조사 등 수출상담 Follow-Up

③ 지사화 업체의 현지 세일즈 출장시 제반 활동 지원

④ 기존 거래선 관리 및 업무연락 등 기타 활동 지원

▶ 수익자 부담원칙에 의거, 지사화 사업 추진경비의 일부를 지사화 업체가 분담

▶ 자료구입비 및 지방상담 출장비 등 추가경비가 소요되는 경우, 실비 별도 부과

▶ 지사화 업체 선정 : 해외무역관 관할지역의 수출유망품목 제조업체를 선정하되, 소프트웨어 및 문화 상품 등 무형상품 수출업체도 포함

▶ 지사화 사업 참가신청 업체의 취급품목에 대한 해외무역관의 현지 시장여건 및 지원가능 여부 등을 종합적으로 감안, 해외무역관이 지사화 업체 최종 선정

▶ 지사화업체로 선정된 업체는 E-Mail, FAX 등을 통해 해외무역관과 직접 교신함으로써 해외지사로 최대한 활용

(3) 수출상담회

▶ 한국상품 수입을 희망하는 구매단 또는 개별바이어의 방한을 유치하여 국내 업계와의 수출 상담 기회를 제공함으로써 국내업체들이 해외에 나가지 않고도 국내에서 바이어와 수출상담을 통해 수출 증대 기회를 가질 수 있는 사업이다.

▶ 종합품목상담회 : 전 품목을 대상으로 대규모 해외바이어를 유치하여 상담회 개최

▶ 전문품목 상담회 : 전기전자제품, 자동차부품 등 특정품목의 해외바이어를 유치하여 상담회 개최

▶ 지역별 공동상담회 : 중남미, 중국, 중동 등 해외 주요지역별 유력 바이어로 구성된 구매단의 방한 유치, 상담회 개최

▶ 수출상담회에 참가하면, 별도의 복잡한 시장조사를 하거나 해외출장을 가지 않고도 세계 각지에서 방한하는 다수의 바이어들과 한 자리에서 상담을 할 수 있다.

▶ 사업참가방법

① 연초에 KOTRA 본사에서 공고하는 상담회 연간계획을 참조. 일정이 변경되는 경우도 있지만 기본적으로는 연간계획에 따라 사업이 추진됨.

② 상담회가 있을 때마다 개별적으로 본 홈페이지 및 일간해외시장, 무역일보 등을 통해서 홍보를 하고 있으므로 그 때 신청하면 됨.

③ 수출상담회는 참가비가 무료이며, 영어가 아닌 제2외국어 상담이 필요한 바이어의 경우에는 통역을 제공함.

▶ 신청을 위한 준비사항

① 상담회 일정을 확인하여 참가를 희망하는 수출구매상담회의 참가 바이어 리스트를 확인하고, 상담 가능한 품목이 있는 바이어를 선택

② 수출상담회 참가신청서를 다운로드받은 후 기입하여 팩스로 송부. 신청서에는 회사개요와 취급하는 품목의 명칭, 사양 등을 상세히 기재하고 상담희망 바이어코드를 기재

▶ 상담신청 확정

기본적으로 한 명의 바이어당 1시간씩 상담 시간이 할당되며, 바이어의 최종 입국여부가 확정된 후에 (대개 상담일 5일 전 정도) 업체별로 상담주선 결과를 팩스 또는 전화, 이메일 등으로 개별 통보

▶ 상담 종료 후 상담 리포트 작성

(4) 시장개척단

▶ 시장개척단이란 해외시장 진출을 희망하지만 독자적인 해외마케팅 능력이 부족한 중소·벤처기업을 대상으로 KOTRA, 지방자치단체 또는 수출유관기관이 해외세일즈단을 구성하여 진출 유망한 특정 해외시장으로 파견, 현지 무역관의 지원 하에 對 바이어 수출 상담 및 시장조사 활동을 수행하는 해외마케팅 지원사업임.

▶ 사업추진 방법 및 절차

① 사업추진 주체 (주관처)

KOTRA, 지방자치단체, 조합·협회 등 수출유관기관

② 사업추진 방법

o KOTRA 본사

- 당해 연도 시장개척단 사업결과 분석 및 차년도 시행방침 수립(매년 말)
- 국내외 무역관, 지방자치단체, 유관기관의 시개단 파견수요 및 의견 수렴
- 차년도 해외시장개척단 사업 추진 계획 및 일정 수립

o 각 시개단 주관처(KOTRA, 지방자치단체, 유관기관)

- 시개단파견계획 대 무역관 통보 및 협의
- 시장개척단 파견 계획 공고 및 참가업체 모집
- 참가신청업체의 상담품목을 대상으로 對 해외무역관 시장성 조사 의뢰
- 파견업체 무역관 통보 및 상담장 임차 요청, 상담주선 참고자료 송부

- 시개단 참가 준비(시개단 안내 브로슈어 제작, 예산 전도, 출장 준비 등)
- 시개단 파견 및 현지 상담회 개최
- 사업 추진결과 대 KOTRA 본사 보고

ㅇ KOTRA 해외무역관

- 주관처와 시개단 파견일정, 품목 등 협의
- 참가신청업체의 취급 품목 시장성 조사결과를 고려, 파견업체 선정
- 파견업체 상담주선을 위한 사전준비(바이어 발굴, 상담일정 수립, 상담장 임차, 호텔예약 등)
- 시개단 현지 행사 및 상담스케줄, 소요예산 보고
- 시개단 현지 상담회 개최
- 사업추진결과 대본사 보고 및 주관처 송부

③ 사업추진 절차도(일자순) : 시개단 참가를 위한 업무추진

▶ 업체 참가 요령

① 해외시장개척단 참가업체 필수 수행 업무

- 진출 목표시장 조사, 선정
- 목표시장 파견 해외시장개척단 일정 및 주관처 파악
- 해당 주관처에 해외시장개척단 참가 신청
- 참가업체로 선정시 현지상담회 참가 준비(영문 카탈로그, 샘플, 가격표 등)
- 현지 상담회 참가 및 시장조사
- 상담에 따른 사후 FOLLOW-UP

▶사례연구

한국농기계공업협동조합은 침체된 국내 농기계시장의 한계를 극복하고 수출산업으로 약진하기 위한 방안의 하나로 일본 수출유망기종 생산업체 20개 사를 중심으로 농기계 일본시장개척단을 결성, 2001년 7월2일부터 6일까지 5일간 일본에 파견한 바 있다.

(5) 부품·소재정보센터

▶ 핵심 부품·소재산업 해외시장 진출전략 수립 지원
▶ 부품·소재 사이버 정보센터 운영
▶ 한-북미 자동차부품 수출 및 산업협력 프로젝트
▶ 북미 자동차부품 구매·투자사절단 초청, 상담회 개최
▶ 한-호주 자동차부품 수출 및 산업협력 프로젝트
▶ 한국 자동차부품 산업협력 사절단 호주 파견
▶ 호주 자동차부품 산업협력 사절단 초청, 상담회 개최
▶ 기계류부품 해외시장 진출확대 지원
▶ 전자부품 해외시장 진출확대 지원
▶ 부품·소재산업 해외시장 진출전략 워크숍 개최

(6) 사이버벤처정보센터

사이버벤처 정보센터는 KOTRA 벤처기업 팀이 운영하고 있는 벤처기업의 해외

진출과 관련된 정보를 제공함.

나) 고객지원사업
(1) 해외시장조사 대행
(2) 해외출장지원
(3) 바이어정보검색

다) 투자지원
(1) 해외투자지출정보
(2) 기술협력

6.1.2 중소기업진흥공단 - http://www.bizonk.or.kr/

1) 수출촉진 지원사업

중소기업의 수출경쟁력 강화와 수출저변 확대를 위하여 수출유망기업, 수출잠재기업 및 수입대체가능기업을 발굴하여 자금/판로/기술/정보 등을 종합적으로 지원하여 수출기업으로 집중 육성하는 사업.

2) 지원분야
- 구조개선자금 및 경영안정자금 우대
- 수출컨설팅, 기술지도를 통한 경쟁력향상
- 해외홍보 및 인터넷을 통한 마케팅
- 해외시장 및 바이어정보 제공

3) 지원내용
- 무역전문가의 「수출컨설팅」 지원
- 해외시장개척지원을 위한 「수출인큐베이터」 운영
- 선진국 시장진출을 위한 시장조사 및 마케팅 지원프로그램 「Best of Korea」 운영 (주)현대종합상사, (주)대우 등 종합상사 연계지원
- 우수 중소기업부품 수출지원을 위한 해외 우수기업초청 「부품구매상담회」 개최
- Korea Buyers Guide」와 「인터넷 무역원보」를 통한 중소기업제품 해외홍보 지원
- 중소기업 「해외시장개척단」 파견
- 생산성향상을 위한 경영/기술지도 및 원가절감지도 지원

4) 업무절차도
(1) 신청, 접수 -각 지역본부
(2) 평가(재무평가, 실태조사) -각 지역본부
(3) 최종선정 및 선정서 교부 -각 지역본부
(4) 분야별 연계지원 -수출컨설팅 지원
- 수출인큐베이터 입주

- "Best of Korea" 지원
- 종합상사 연계
- 해외홍보 지원
- 부품구매상담회 개최
- 시장개척단 파견 등

(5) 사후관리 -각 지역본부 및 수출지원팀

6.1.3 수출지원센터 - http://www.smba.go.kr/newhome/export/exportmain.htm

1)중소기업수출지원센터가 중소기업의 수출증대와 해외시장 개척에 크게 기여하고 있는 것으로 나타났다.

2) 정부가 중소기업의 수출지원서비스를 원스톱으로 제공하기 위하여 지난해 12월 서울, 부산 등 전국 11개 지방중소기업청에 설치·운영하고 있는 수출지원센터가 개소 1년을 맞이하면서 중소기업의 수출증대와 해외틈새 시장개척 지원기관으로서의 역할을 다하고 있다.

3) 수출지원센터에는 KOTRA, 수출보험공사, 수출입은행 등 금융기관, 신보 및 기술신보 등 15개 수출지원기관의 중견 실무인력 92명이 파견되어 마케팅, 수출보험, 신용보증, 디자인, 품질 및 기술개발지원은 물론 해외바이어 발굴·소개와 현지시장의 정보 등 수출관련 서비스를 한곳에서 처리해 주고 있어 중소기업으로부터 큰 호응을 받고 있을 뿐만 아니라 수출지원 성공사례가 속속 나타나고 있다.

4) 수출지원센터가 지난 1년 간 지원한 실적을 보면, 벤처기업 등 기술력과 품질이 우수한 유망 내수중소기업 1,553개 사를 발굴, 수출지원 대상업체로 지정하고 이들 업체의 수출애로사항을 우선적으로 지원하고 있으며, 업체 방문 및 민원인 직접 면담 등을 통해 총 17천건의 수출애로사항을 상담·해소하였을 뿐만 아니라 마케팅 지원을 통해 수출이 성사된 것이 421개사에 약 1,017억원에 달하며, 수출금융지원 717개사 1,676억원, 기술·품질 및 디자인지원 업체수가 810개 달한다.

5) 또한, 지방 중소기업의 해외시장개척을 보다 효율적으로 지원하기 위해 2~3개 센터가 공동으로 종합상사 등 무역상사와의 수출상담회를 개최(4회), 약 940개의 수출유망중소기업이 참여 총 3,066건의 상담이 이루어 졌으며, 수출지원센터가 주관하여 중국건자재무역촉진단 등 4건의 무역촉진단을 파견 약 $65백만의 수출상담·계약성과를 거두었다.

6) 이밖에도 대부분의 중소기업이 수출전문인력을 확보하기 어려운 점을 감안, 종합상사 등에서 퇴직한 수출전문인력과 대학의 관련학과 졸업자를 선발, 1,215개사에 연인원 126천명을 파견함으로써 중소기업의 인력난 완화는 물론 수출신용장 작성 등 수출실무를 원활히 수행할 수 있도록 하는데 크게 기여하였다.

7) 그리고 각 센터에서는 주요공단이나 중소기업 밀집지역을 순회하면서 수출 상담을 실시하고 지역 대학의 교수, 수출성공업체 및 수출유관기관의 전문가를 위촉하여 마케팅, 금융, 외환관리, 인터넷무역 등의 수출실무 교육 실시, 수출유망상품 카탈로그를 제작하여 이를 해외무역관 및 바이어 등에 배포하는 등 다각적인 수출현장지원사업을 적극 추진함으로써 중소기업 수출 전진기지로서의 기능을 다하고 있다.

8) 한편, 중소기업청에서는 수출지원센터 기능을 보다 강화하기 위해 2000년도에는 소규모의 신용보증서 발급 등 센터 현장 직접 처리업무를 확대함과 아울러 내수기업의 수출

기업화사업 등 중소기업 수출지원사업을 수출지원센터를 통하여 현장지원이 이루어지도록 지원체계를 개선하는 등 중소기업 수출지원을 보다 강화해 나갈 계획이라고 밝혔다.

2) 해외박람회 참가

해외시장을 개척하기 위한 방안 중에서 가장 잘 알려지고 익숙한 방법이 해외박람회에 참가하는 것이라 생각된다.

이를 위하여 이미 (사)한국축산시설환경기계협회는 지난 2001년도 3월에 13개 회원사를 단체로 인솔하여 태국 방콕에서 개최된 VIV2001 Asia(아시아 종합축산박람회)에 참석한 경험이 있으며, 그곳에서 약$350만의 상담실적을 올린바가 있다. 이것은 우리나라 축산기자재 업계가 단체로 해외박람회에 참여하여 수출상담을 이룩한 역사상 처음 있는 일이었다.

한편 한국농기계공업협동조합은 2001년 3월 SIMA2001(프랑스농업기계박람회)에 참가하여 국내 농기계 유럽시장 진출 발판 마련한바 있다. 그리고 SIMA2001에 출품한 국내 농기계업체들이 $2,065만의 상담과 $940만의 계약을 비롯해 95건의 대리점 상담 계약을 올리는 등 기대 이상의 성과를 보여 유럽시장 진출에 대한 발판을 마련했다.

전시회 참가를 추진했던 농기계조합 해외·홍보팀 최낙우 팀장은 "유럽 전시회 출품은 국내에서 처음으로 현지인들로부터 국산 농기계의 품질을 인정받고 가격 경쟁력을 확인할 수 있는 좋은 기회였다"며 "트랙터, Skid-Loader, 시설기자재 등은 현행 모델 자체로 수출 상담이 가능하나 트랙터 작업기 등 부속작업기는 현지 유명 Distributor에게 OEM을 통한 납품 상담이 필요할 것'이라고 강조했다.

또한 박람회 지원여부 결정이 늦게 발생함에 따른 한국관 참가여부 지연으로 좋은 위치에 배정을 받는 데 문제가 있었음을 지적하는 한편, "앞으로 한국관 구성 시에는 조합 홍보부스를 충분히 신청하여 출품이 어려운 중소업체들의 제품을 조합이 직접 상담하면서 Distributor 또는 Dealer를 찾는데 노력을 경주 할 것"이라고 밝혔다.

상기의 두 단체의 해외박람회 참가를 통하여 얻은 교훈을 정리하면 다음과 같다.

1) 한국제품의 낮은 가격에 현지판매인들의 불만이 고조돼, 업체간의 상호 협력이 절실함
2) 유럽 시장과 아시아 시장에 연간 $1천만 이상 수출 기대
3) 지원기관, 조합, 생산업체 행정처리 지연으로 인하여 한국관 위치 불리
4) 한국의 농기계 시장의 수백 배가되는 해외 시장에 한국 농기계의 진출을 위한 값진 경험 획득

3) 인터넷 무역

1) 한국농기계공업협동조합의 영문홈페이지 운영 필요

조합은 현재 홈페이지를 운영하고 있으나 한글로만 운영하고 있기 때문에 해외 바이어들과 수요자들이 정보를 얻을 수가 없이 되어있다. 따라서 하루 속히 홈페이지를 영문으로 운영하여야 하며, 기자재의 카탈로그를 영문으로 준비하여 해외시장에 자료를 제공할 수 있도록 준비하여야 한다.

2) KOBO (www.kobo.net)

중소기업수출상품거래알선시스템(Korea Business Opportunity)은 대한무역투자진흥공사에서 제공하는 한국상품 수출거래알선 전용시스템. 대한무역투자진흥공사에서는 한국상품에 대한 정보 및 구매 등에 따른 제반 정보를 해외 바이어에게 제공함과 동시에 해

외 바이어의 인콰이어리 정보를 실시간으로 우리 국내업체에 최선을 다하여 제공. 아울러 정확한 인콰이어리 정보의 제공을 위해 본 시스템에 수록되어 있는 귀사 정보를 주기적으로 갱신.

○ 본 시스템의 특징 및 주요기능:

· 한국상품의 수출전용 시스템으로 일일 24시간 연중 무휴로 운영됨
· 12,000개의 수출상품 전자카탈로그 제공
· 한국업체 및 상품정보 검색의 기본은 상품분류 및 상품 키워드를 사용
· 회원인 경우 인콰이어리정보 맞춤서비스
· 한국수출업체와 해외 바이어간의 비즈니스 상에서 발생될 수 있는 문의사항에 대한 조치를 위해 질문과 답변 / FAQ / BBS를 개설
· 시스템 사용에 따른 모든 비용 무료
· 무역관 인콰이어리 정보 실시간 제공

○ 초기화면구성

· 한글사이트 : 오퍼 위주의 정보제공
· 영문사이트 : 카탈로그 위주의 정보제공

○ 기본기능

· 전자카탈로그
· 전자거래알선
· 무역시장정보
· 통합검색기능

3) 실크로드21

인터넷무역 활성화를 위한 국가기간 인프라로, 중소기업의 전자상거래를 지원하는 인터넷 무역전문 포탈 사이트

· 통합검색서비스 : 통합 검색엔진을 활용, 유관기관에 산재된 모든 업체 정보를 표준화하여 사용자의 필요에 맞게 한번에 검색할 수 있는 통합 검색기능을 제공

· 사이버 종합무역상담회 개최 : 실크로드21은 국내의 수출업체와 해외바이어들이 대규모로 참여하여 수출상담을 할 수 있는 [실크로드2000 : 사이버종합무역상담회] 행사를 개최. 사이버 종합무역상담회는 2001년 [실크로드2001]에 이어 2004년까지 5년 간 매년 연이어 개최. 실크로드21에서는 사이버 무역상담회 이외에도 해외시장개척단, 품목별 전문 수출상담회, 해외유명 박람회, 유망상품전시회 등 각종 무역진흥 이벤트도 끊임없이 개발, 개최함

· 컨텐츠 서비스 : 사용자가 자기정보를 직접 업로딩, 수정할 수 있는 기능 이외에 자기 책임 하에 스스로 관리할 수 있도록 도와주는 사전통지 서비스를 제공. 그리고 시장정보, 물류 등 무역에 관련된 각종 부가 컨텐츠 및 서비스를 생산 또는 연계 제공

· 커뮤니티 서비스 : 통합 거래알선의 場 이외에도 사용자간에 서로 정보를 공유할 수 있는 다양한 공간, 거래당사자들이 독립적으로 운영할 수 있는 사이버 무역 상담실 (Cyber business room) 운영 및 버츄얼 상담파일링 (Virtual business filing) 서비스 등을 제공.

· 맞춤서비스 : 관심품목, 관심지역 등 개별 이용자들이 자신의 필요에 따라 서비스를 선별, 재구성함으로써 마치 자신의 웹사이트처럼 활용하게 하는 '마이 실크로드 (my

Silkroad)' 기능과 외국어 및 무역실무 등에 익숙하지 못한 중소 제조 업체들을 지원하는 '실크로드 캐러밴(Silkroad Caravan)' 서비스 등을 제공

4) 상설전시장 운영

농기계 수출을 위한 해외시장개척은 단시간에 이루어지기 어려운 점이 있다. 왜냐하면 해외소비자는 우리나라 농기계의 종류와 그들의 장점이나 특징을 잘 모르기 때문에 구매의욕을 가지기가 쉽지 않다. 따라서 해외소비자에게 우리나라의 농기계를 홍보도 하며 신뢰감을 가지게 하는 방안으로 현지에 상설전시장을 운영함으로 이와 같은 목적을 동시에 달성할 수가 있다.

그 사례로 한·중농축산기술교류연합회가 2000년 4월에 중국 요녕성 안산시에 설치한 한국농축산기계상설전시장을 들 수 있다. 이 상설전시장은 건물내부에 약 330평의 전시면적을 가지고 있으며, 현재 26개의 회원사가 농업기계와 축산기계를 전시하고 있다.

상설전시장 개장 2년이 조금 지난 현재 상설전시장을 통한 축산기자재의 수출물량은 한화 2억5천만원으로 아직 미미한 수준이지만, 중국 동북3성의 농축산 농가에 우리나라 축산기자재가 광범위하게 홍보되었기 때문에 가까운 장래에 많은 양의 축산기자재 수출이 예상되고 있는 실정이다.

5) 해외시장 진출전략 기술세미나 및 워크숍 개최

해외 소비자들에게 우리나라 농기계의 특징과 우수성을 알리기 위해서는 상업적인 방법 외에도 학술적인 홍보방안을 강구할 필요가 있다. 이와 같은 방안의 하나로 미래의 가능한 소비자를 대상으로 학계와 연구소의 저명 학자를 통한 농기계 관련 기술세미나와 워크숍의 개최는 매우 유용한 방법이 될 수 있다.

해외 소비자들은 학술적 이론을 통한 기술수준을 확인할 때, 우리나라 농기계에 대한 품질과 기술에 대한 확고한 신뢰감을 가지게 되는 것이다. 이 때에 기술세미나와 워크숍의 분위기가 경직되지 않고 축제분위기가 되도록 도우미의 동원과 홍보는 물론이요, 현지의 정·관계 유력 인사를 초청하고 부가가치가 높은 선물과 간단한 연회를 준비하는 것도 상기 행사를 더욱 효과적으로 진행하는 방안이 될 수가 있다.

7. 결 론

IMF이후 우리나라 농기계 산업은 내수시장의 위축으로 침체의 늪에 빠져 있어 업계는 어려운 경제 환경에서 회생의 돌파구를 찾아야만 하는 현실에 직면하고 있다. 이러한 회생의 돌파구로 업계는 해외시장 특히 중국 지역에 눈을 돌리게 되었으며 농기계의 해외수출을 모색하기 시작하였다.

이를 위하여 본 연구에서는 농기계의 수출 촉진 방안과 정책을 설정하고, 이를 위한 적극적인 방안으로 해외시장 개척 방안을 제시하였다.

특히 우리나라 농기계 산업의 현재까지의 중국진출 현황을 한·중농축산기술교류연합회의 사업실적을 중심으로 분석하고, 그 결과를 바탕으로 농기계의 중국 지역 수출 증대를 달성하기 위한 진출 방안을 다음과 제시하였다.

1) 중국에 진출하는데는 단기적 전략보다 장기적 전략을 세울 필요가 있다.

2) 수출의 대상을 중국의 중앙정부 또는 지방정부로 정해서 공략할 필요가 있다.

3) 중국에는 아직까지 축산기계 및 시설에 대한 기술 부족으로 축산기계 및 시설을 농기계로 통합 분류하여 취급하고 있음으로 이 분야의 제조업자나 수출업자는 농기계 취급 공무원을 협상 대상자로 정해야 한다.

4) 수출 전략은 반드시 산학협력에 의하여 추진해야 성공확률이 높다.

5) 수출 상담 및 협상 테이블에는 항상 연합회 또는 단체의 대표나 임원이 나서야 한다.

6) 반드시 상설전시판매장을 설치하고 이를 통하여 지속적으로 홍보, 교육, 기술교류를 실시하여야 한다.

참 고 문 헌

1. 박근식. 1999. 축산기자재 표준화에 대한 산업체의 문제점 및 대응방안. 제5회 학술심포지엄 논문집, 한국의 축산기자재 표준화 발전방향. 한국축산시설환경학회.
2. 양돈연구. 2000. 10, 우리나라 축산기자재 해외수출 어디까지 왔나?. 월간양돈연구.
3. 양돈연구. 2000. 10, 우리나라 축산기자재 해외수출, 과연 경쟁력이 있는가?. 월간양돈연구.
4. 장동일. 2000. 10, 우리나라 축산시설 및 기자재산업의 기술수준과 앞으로의 과제. 월간양돈연구.
5. 장동일. 1995. 축산기자재 산업의 발전방향. 축산시설환경 학술발표회 논문집. 한국축산시설환경학회.
6. 장동일. 1996. 축산시설 기계 및 설비. 연구보고서-농업기계 기술 동향 조사 분석, 통상산업부.
7. 장동일. 2001. 축산기자재 경쟁력 강화를 위한 해외시장 개척 및 수출 촉진 방향. 한국축산시설환경학회 제7회 학술심포지엄 논문집 : 43-83.
8. 장동일. 2003. 농기계산업의 중국 진출 현황과 향후 진출 방안. 월간농기계 2003년 1월 신년호, 한국농기계공업협동조합.
9. 축산분뇨처리기 정보편람. 1998. (사)한국축산시설환경기계협회.
10. 한국농기계공업협동조합. 2003. 농기소식.
11. 한국농업기계학회. 2002. 농업기계연감.

그림 1. 한국농축산기계 상설전시판매장 개장식의 포스터

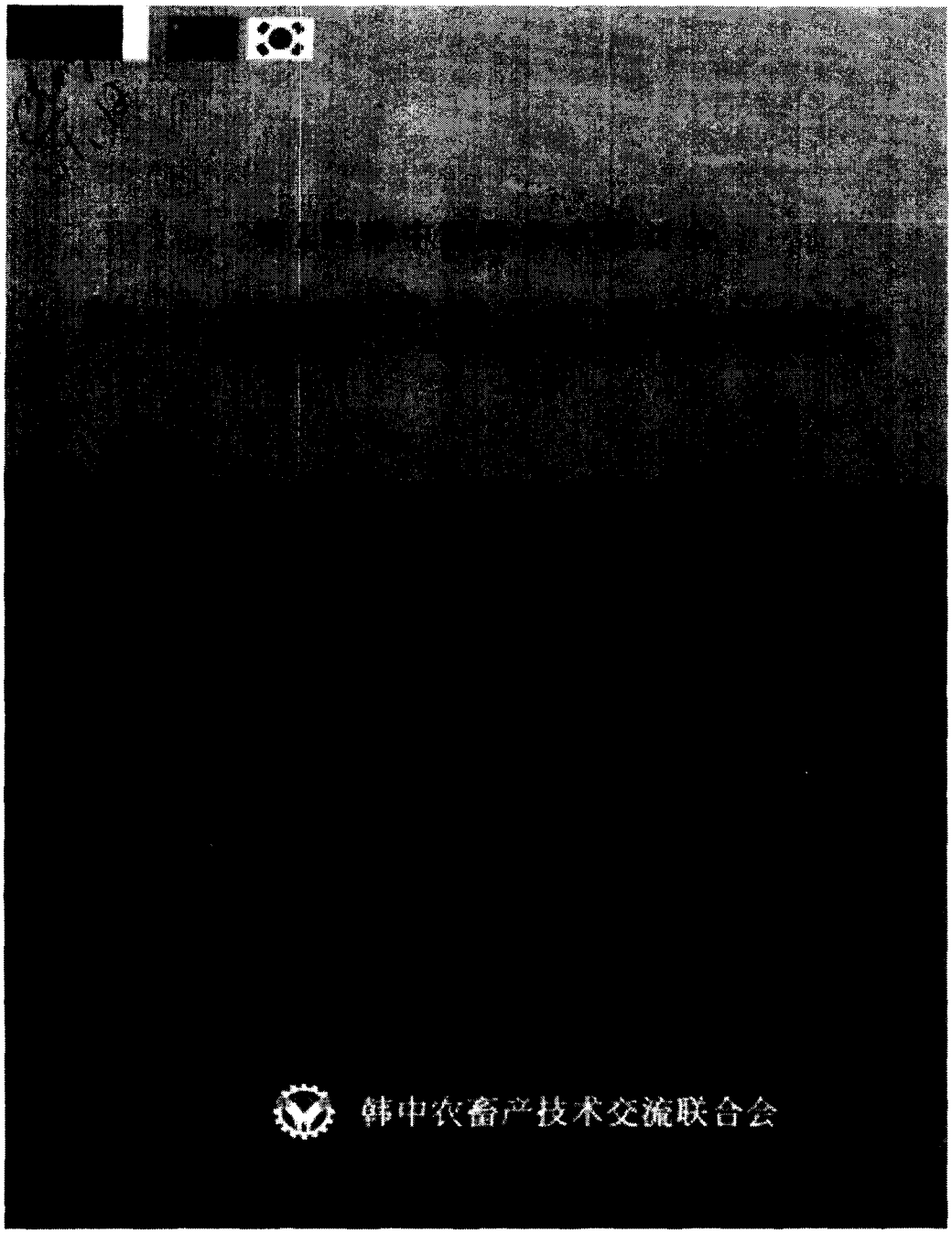

그림 2. 제1회 한중국제농업기계화 학술심포지엄 발표논문집 표지

그림 3. 제2회 한중국제농업기계화 학술심포지엄 발표논문집 표지