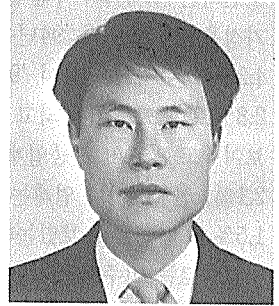


해외투자를 통한 한국전자산업의 국제화 전략



조 규 재
본회 조사부/대리

바야흐로 냉전의 시대가 지나고 경제력이 세계를 지배하는 시대가 되었고 세계경제 질서도 WTO체제의 출범, 유럽연합의 결성, 경제 블록화 등으로 새로이 재편되는 계기를 맞고 있다.

따라서 세계를 무대로 경쟁을 해야하고 그 경쟁의 승리자만이 살아남을 수 있는 냉정한 세계로의 변신이 국제화시대가 아닌가 싶다.

이러한 급변하는 세계 속에서 우리 전자산업도 이제 국제화 전략으로 눈을 돌려야 하며 그중 중요한 부분이 해외투자인 것이다.

우리 전자산업도 이미 80년대부터 국내의 고임금화로 동남아나 후진국으로 진출한 기업이 있는가 하면 선진국의 수입규제 등 빈번한 통상마찰

등으로 미국, 유럽 등 선진국에 진출한 기업이 있고 이러한 기업들의 경영활동 결과는 현재 긍정적인 효과를 나타내고 있는 것으로 평가되고 있다.

따라서 우리 전자업계도 여러가지 조건을 고려하여 해외투자를 지속적으로 증가시켜 국제경쟁에서 우위를 확보할 수 있도록 전략을 세워야 할 것이며 이러한 시점에서 우리 전자업계의 해외투자 현황과 그 실태에 대하여 조명해 보고자 한다.

'94년말 현재 전자업계의 해외투자 현황은 661건(허가기준)에 2,020백만불로 그중 생산법인이 443건에 1,251백만불, 판매법인이 193건에 658백만불, 연구개발법인은 25건에 111백만불을 차지하고 있어 해외

현지생산 중심으로 투자가 이루어지고 있음을 알수 있으며 현지 고도기술 습득 등 R&D 능력 향상을 위한 연구법인의 진출은 저조한 것으로 나타났다. 투자 지역별로는 중국, 동남아, 북미, 유럽순으로 나타났으며 부문별로는 부품이 313건으로 가장많고 가정용 184건, 산업용 132건으로 나타나 대부분 중소기업인 부품업계가 국내의 경영여건 악화, 즉 인건비 및 원가 상승 등을 극복하기 위하여 전략적으로 진출을 시도한 것으로 풀이된다.

또한 연도별 투자 현황을 보면 '89년까지 131건이었으나 '90년대 들어와 계속 증가했으며 지난 '94년에는 한해 동안 197건이 허가를 받아 앞으로도 계속 늘어날 것으로 전망된다.

해외법인의 영업활동 결과인

결산손익은 해마다 이익률이 호전되는 추세이며 부문별로는 가정용기기 업계가 '94년에 4.2%의 이익률을 보여 '93년 2.3%보다 크게 개선되고 있음을 보여주고 있으며 부품업계는 2.1%, 산업용기기 업계는 1.5%의 이익률을 보였는데 지역별로는 미주지역이 2.8%, 유럽과 아시아지역이 1.9%로 나타났다. 또한 해외 생산법인들은 현지에서 생산한 제품을 진출 현지국에 32%를 판매하고 36%는 제3국에 나머지 32%는 국내에 반입하고 있는데 특히 가정용기기는 제3국에 판매하는 비중이 80%로 우회수출 비중이 상당하며 기업 규모별로는 중소기업은 국내판매가 높고 대기업은 현지판매가 많은 것이 특징으로 나타나고 있다.

지역에 따라서는 미주와 유럽지역에서는 현지 및 제3국에 대부분 판매하고 있으며 중국 등 아시아지역에서는 국내 판매가 높아 국내 공급기지로서의 비중이 상대적으로 큰 것을 알 수 있다.

진출 현지법인의 부품 및 자재조달을 보면 현지에서 조달하는 경우가 17%, 제3국조달이 21% 그리고 한국에서 62%를 조달하고 있어 앞으로는 SET업계와 부품업계의 동반진출로 기업의 비용을 절감하는 것이 중요한 문제로 대두되고 있다.

투자지역별로는 LOCAL CONTENT 규정이 엄격한 미주 및 유럽지역의 현지 조달율이 30%대로 아시아지역의 10%대 보다 높은 것으로 나타났다.

또한 해외 진출법인의 금융조달은 현지조달이 42%, 제3국에서의 조달이 13%, 한국에서의 조달이 45%로 특히 신용도에서 중소기업보다 우위에 있는 대기업의 현지조달이 높게 나타난 것이 특징이다.

이처럼 해외에 진출한 법인들은 현지에서의 경영활동 결과 어떤 형태로든지 현지 지역사회나 산업계에 파급효과를 미치게 되는데 그 영향으로는 현지지역 고용창출에 대한 기여를 가장 큰 영향으로 보고 있으며 현지국 산업개발 촉진 그리고 소득 및 문화수준 향상과 현지인 기술 교육에의 기여를 하고 있는 것으로 나타났다.

또한 현지화를 위한 주요한 요소로는 진출국과의 상호 신뢰를 위한 활동으로 현지 지역사회와의 유대강화와 정부 관련기관과의 긴밀한 관계 그리고 양호한 노사관계 유지, 사업활동의 적극적인 홍보에 노력하고 있는 것으로 나타났다.

그러나 이러한 노력에도 불구하고 해외 현지에 진출한 기업들은 여러가지 애로점을 호소하고 있는데 그중 가장 큰 문제는 진출현지 동종기업간 임금경쟁으로 인하여 현지 노동자의 인건비가 지속적으로

상승해 원가구조가 악화되어 가고 있으며 특히 필리핀 등 동남아시아 지역은 현지의 부품산업 저변이 취약하여 생산활동에 필요한 부품 및 자재조달에 어려움이 따르고 있고 현지 기간산업 및 산업 인프라 열악으로 통신물류 등에 애로점이 산재해 있고 또한 양질의 현지 노동력 부족으로 생산성 저하 및 현지인에 대한 기술이전, 기술축적, 기술융화에 어려움이 따르고 있으며 자금조달면에서도 애로점이 많은 것으로 나타났다.

따라서 이러한 애로점들을 타개하고 해외투자를 통한 우리 전자산업의 국제화 전략방안으로는 다음과 같은 점들이 선행되어야 할 것이다.

첫째 현지 파견자에 대한 교육강화인데 이는 파견자에 대한 언어교육, 국제적 감각 전문지식 습득 등 지역전문가로서의 자질향상을 위한 지속적 투자와 교육이 필요하며, 둘째 현지 진출국 정보에 대한 신속한 접근 및 효율적 대응체제를 구축해야 하며, 셋째 현지법인의 자율적 경영권확대로서 현지의 변화하는 경영환경에 시의적절하게 대응키 위해서는 현지 경영자의 의견이 존중되는 것이 바람직하고 마케팅, 생산활동 등 기본적 요소이외에 현지정부, 현지 근로자와의 관계도 원만하게 유지할 수 있는 국제

경영마인드를 갖춘 책임있는 임원을 결정권자로 파견하여 일정기간 자율적 경영을 보장하는 것이 중요하다.

넷째 경영관리의 현지화로서 현지채용 근로자 활용을 통한 현지와 노력강화와 금융문제를 현지에서 자체 해결토록 재무관리의 현지화를 도모하고 현재 LOCAL CONTENT를 만족시켜 규제적 조치를 회피하려는 수동적 입장에서 벗어나 궁극적으로 현지 법인의 수익률 제고를 위하여 적극적인 부품의 조달과 구매선을 확보하려는 능동적 자세로의 인식전환이 필요하다. 또한 현지 생산품에 대한 독자상품을 보유하여 현지법인이 마케팅의 주체가 되도록 마케팅 체제를 강화하면서 장기적으로는 현지 기업이미지 제고 활동에 전력을

해야 할 것이며 R & D 활동도 모기업뿐만 아니라 현지법인도 적극 참여해야 할 것이다.

다섯째 진출 지역의 노동조합이나 지역사회 그리고 진출국 정부, 현지 문화에 대하여 현지화를 하는 것도 매우 중요한데 이러한 문제로 인하여 현지에서의 갈등이 제기될 경우 진출한 기업의 어려움은 물론 국가 이미지에도 부정적인 영향이 미치기 때문이다.

마지막으로 우리정부의 적극적인 지원이 필요한데 정부차원의 적극적인 통상교섭을 통하여 현지법인이 금융, 세제, 노무, 구매선 확보등에서 불이익이 없도록 지원을 아끼지 않아야 할 것이며 해외투자 수행을 위한 국내 절차이행이 원활해지도록 투자관련제도의 정비등을 지속적으로 추진하고

외국어 교육, 외국문화 이해 교육등 국제화 방향에 초점을 맞춘 교육체계의 정비를 통한 국제경영 인력의 질적제고를 위한 지원과 정부나 관련기관 차원의 다양한 정보수집 채널을 통해 현지의 산업, 경제동향 및 제도나 정책 변경사항등 기업 경영관련 정보를 신속하게 수집, 전파하여 기업이 현지 상황에 효과적으로 대응할 수 있도록 지원을 해야 할 것이다.

이와 같은 주변환경의 문제해결이 전제 될때 우리 기업들이 전략적으로 해외진출을 추진할 것이며 이때만이 해외진출 기업들이 국제경쟁에서 우위를 확보할 수 있어 업계의 긍정적인 결과를 기대할 수 있고 우리 전자산업의 발전에도 크게 기여하여 국제화로 한걸음 다가서는 길이 될 것이다.