

# 국제조달시장의 장벽은 뛰어난 자랑스러운 벤처

벤처기업의 활동무대가 국내를 넘어 세계를 향해 점점 넓어지고 있다. 그 가운데서도 적극적으로 진출을 모색해 볼 만한 시장이 바로 국제조달시장. 벤처기업의 진출이 채 활성화되기도 전에 벌써 국제조달시장을 공략해 성공을 거머쥔 자랑스러운 벤처기업들의 사례를 소개한다.

## 유엔 평화유지군 텐트 만드는 카라반

유엔조달시장을 단 한 번의 도전으로 뚫은 카라반은 유엔평화유지군이 가혹한 기후조건에서도 활동 및 거주할 수 있는 조립식 대형 텐트형 구조물을 생산하는 업체다. 일명 '소프트웨어(Software) 빌딩'이라고 부르는 이 제품을 2003년 6월 이후 유엔에 230만불(1차 400동, 2차 150동) 규모로 납품했고, 이어서 2005년 6월까지 470만불(1000동) 규모의 물량을 납품기로 계약되어 있는 상태이다.

약 3년간 700만불의 매출을 유엔에서 올리는 일은 국내 중소·벤처기업에서는 그다지 흔치 않은 일이다. Rubbna Weather Heaven 같은 경쟁한 외국기업들을 따돌리고 입찰심사 공개채점에서 최고의 점수를 받으며 기술력과 품질을 인정받았다는 사실은 더욱 놀랍다.

공개입찰 심사에서의 가장 중요한 관건은 기술제안서였다. 수평 유지와 보온기능, 전기설비 등으로 거주성을 실현시키면서도 유엔의 환경 중시 경향에 맞춰 조립 및 해체가 간편하고 재활용이 가능해야 했던 것. 카라반은 설계도면을 그래픽으로 처리하고 사진까지 포함시켜 컬러로 제작한 제안서를 한 달만에 완성했다.

## VD SPECIAL 국제조달시장 Global Procurement Market

결국 이 차별화된 제안서가 유엔의 공개채점에서 최고의 점수를 얻어 공급자로 선정되는 행운을 안았다.

●●● 카라반의 진출 노하우 : 입찰공고 후 신속한 대처, 기술제안서의 차별화

## 뉴욕 지하철 DVR 공급업체 아이디스

DVR 업체인 아이디스는 2001년 5월 아템코(ADEMCO)사에 수출을 시작으로 미국시장에 진출했다. 같은 해 9·11테러 발생으로 보안의 중요성이 강화되면서 미국 내 조달시장에서의 보안제품 비중이 높아지자 시장점유율은 급속히 확대됐다. 그 뒤 NASA를 비롯해 미국 내 다양한 공공 기관의 조달시장에서 주목할 만한 납품 성과를 올리고 있다.

2004년 8월에는 주한미군 및 주일미군 스쿨버스에 DVR 공급자로 선정되었고, 연이어 9월에는 미국 뉴욕시 지하철 DVR 공급자로 선정되는 쾌거를 이루었다. 특히 아이디스가 뉴욕시에 공급하는 제품은 PC기반 DVR IDR 시리즈로 수량은 약 1000대. 향후 미국 전역 및 전 세계 각국 교통당국의 DVR 공급업체 결정에 긍정적인 파장을 미칠 것으로 기대된다.

아이디스의 미국조달시장 진출은 직접 입찰참가 형태가 아닌 간접적인 경로로 이루어진다. 미국 내 주요 거래선 중 한 업체가 아이디스의 제품을 갖고 입찰에 참가하는 식이다. 이 같은 입찰참여 방식은 적은 비용을 들이면서도 큰 효과를 얻을 수 있다.

●●● 아이디스의 진출 노하우 : 전 세계적 판매 네트워크를 지닌 거래선 확보, 파트너와의 Win-Win 전략, 해외로드쇼를 통한 제품 홍보



### 미국 서버 시장을 주름잡은 유니와이드테크놀러지

서버 개발업체 유니와이드는 2002년 본격적으로 국제조달시장에 뛰어들었다. 당시 경영위기의 돌파구를 찾던 유니와이드는 미국에서 운영하고 있던 아프리카인터넷과 공동협력관계를 맺으면서 경쟁력이 없는 사업분야를 정리하는 등 대대적인 조직개편을 실시하고, 미국의 대학교나 연구소를 타깃으로 삼았다. 그런 기관들은 상대적으로 실험정신이 강해 새로운 제품에 대한 선호도가 높으리라 전망한 것이다.

타깃층이 명확히 정해지자 제품 구성이나 마케팅 방향을 설정하는 일이 훨씬 수월해졌고, 고도의 정밀성과 첨단 시스템을 요구하는 대학교와 연구소, 병원 등에 서버를 공급하면서 조금씩 입지를 굳혀나갔다.

미국의 서버 시장은 품질을 우선적으로 고려하는 합리적인 사고방식이 확산되어 있어 기술력에 자신이 있는 벤처기업으로서선 상당히 유리한 조건이었던 것. 때로는 기존 시장에서 영향력을 가진 유명업체와 손을 잡는 전략도 사용했다. AMD, Intel 등 대기업과 파트너 관계를 유지하면서, 새로운 CPU가 나올 때마다 그 CPU를 탑재한 서버를 개발하는 등 유니와이드만의 노하우를 쌓아갔다. 현재 유니와이드는 'APPRO' 라는 브랜드로 서버 및 스토리지 제품을 미국, 캐나다, 브라질, 일본 등 세계 20여 개국 국제조달시장에 공급하고 있으며, 2004년 상반기에만 약 90억원의 매출을 달성할 만큼 성공가도를 달리는 중이다.

●●● 유니와이드테크놀러지의 진출 노하우 : 명확한 타깃 설정, 현지 법인과의 유기적 연계



### 미국 BPM 시장의 강자 핸디소프트

자타가 공인하는 그룹웨어 선두기업 핸디소프트는 전 세계적으로 확산되고 있는 BPM 솔루션 제품 '비즈플로우'를 미국 연방정부 산하 다수 기관의 조달시장과 유명 기업들에 공급하고 있다. 한국 소프트웨어 기업 사상 처음으로 국산 기업용 소프트웨어 해외 매출 1천만불을 돌파하는 등 상징적인 기록도 세웠다.

미국 현지 시장에서 확고한 제품 파워를 지닌 핸디소프트는 지난 1998년 1월 미국시장에 진출한 이래 매년 미국 전체 매출 중

약 30% 이상을 미국 정부 조달시장을 통해 이루고 있다. 미국의 국방부, 교통부, 법무부, 육군, 특허청, 상무부 등의 연방정부와 일리노이주 정부 및 캘리포니아주 정부 등 지방정부가 핸디소프트의 고객이다.

처음 미국조달시장에 진출했을 당시 현지 법인은 시장조사와 진출 계획 수립을 담당하는 연구센터 정도의 역할을 했다. 그러다 정부공공시장을 주타깃으로 삼기 위한 전략의 일환으로 연방정부가 있는 워싱턴 인근으로 이주하면서, 미 정부기관에 납품자격을 가지고 있던 회사를 파트너로 선정하고 파트너 영업을 통한 대정부영업을 시작했다. 2001년 하반기부터는 적극적인 진출 방식으로 전략을 강화했고, 현재 100명이 넘는 인원이 미국과 일본, 호주, 영국에 사무실을 설치하여 전 세계 시장을 상대로 영업 및 마케팅 활동을 펼치고 있다.

●●● 핸디소프트의 진출 노하우 : 전시회 및 제품표준을 결정하는 협회활동에 적극참여, 조직의 현지화 및 현지 전문경영인 채용



### 미 국방부에 견고화 노트북 납품한 서울스탠더드

서울스탠더드는 벤처기업으로서의 이례적으로 신개념의 노트북을 개발한 기업이다. 세계적으로 견고화 노트북의 대표업체는 3곳 정도뿐이며 대표주자격인 파나소닉이 시장의 70~80%를 장악한 상황. 그러나 서울스탠더드는 본격적인 견고화 노트북으로 틈새시장을 노렸고 마침내 기술력을 확보했다.

국내 시장에 군용으로 알려지기 시작하면서 군 납품을 통해 어느 정도의 성과를 거둔 서울스탠더드는 그 자신감을 바탕으로 해외 시장으로 진출하기에 이르렀다. 때마침 미 국방부에서 해외 방식 제품을 수용하는 FTC 프로그램이 진행 중이어서 가능성을 발견한 것이다. FTC 프로그램이란, 샘플을 받아 follow up 과정을 거친 뒤 선정된 제품을 대상으로 현장테스트를 진행해 납품을 결정하는 방식이다. 서울스탠더드 노트북이 현장테스트 품목으로 선정됨으로써 해외조달시장을 뚫는 성공단계에 진입한 셈. 현재 실전 배치를 위한 테스트 예산을 배정받았고, 테스트가 끝나면 2006년 중 구매하기로 약속을 받은 상태.

한편 현지 사정에 정통한 르메이에르Starplus사와 파트너십을 체결함으로써 미국 내 네트워크 구축의 부담을 덜어냈음은 물론, 현지 마케팅 라인을 효과적으로 구축한 것은 서울스탠더드의 성공 비결. 또한 ISO, FCC, UL, CE 등 국내뿐 아니라 해외 인증을 미리 확보해 둬으로써 규격 인증을 요구하는 조달시장의 까다로운 조건을 충족할 수 있었다.

●●● 서울스탠더드의 진출 노하우 : 전폭적인 기술 투자, 현지 네트워크 확보

참조 : (미국정부 조달시장 진출 사례집)(2005년 1월 발간)