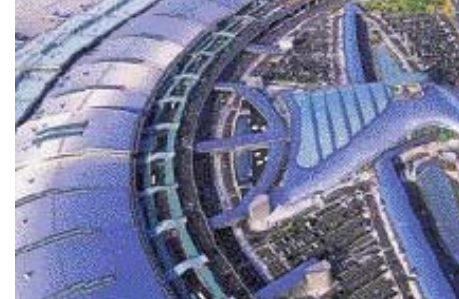


한·미 FTA가 한국 경영환경에 미치는 영향

서울대학교 국제대학원
문휘창 교수

cmoon@snu.ac.kr



I. 서론



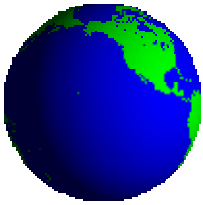
1. 한미 **FTA**의 타당성: 역사적 고찰
2. 한미 **FTA**의 영향
3. 전략적 사고의 중요성?

한·미 FTA의 타당성: 역사적 고찰

개방과 번영

폐쇄와 긴장

History



개방과 폐쇄의 연속

중상주의

긴장

절대우위
비교우위

번영
산업혁명

제국주의
고립정책

전쟁
1차대전

공황
독재정권

2차대전

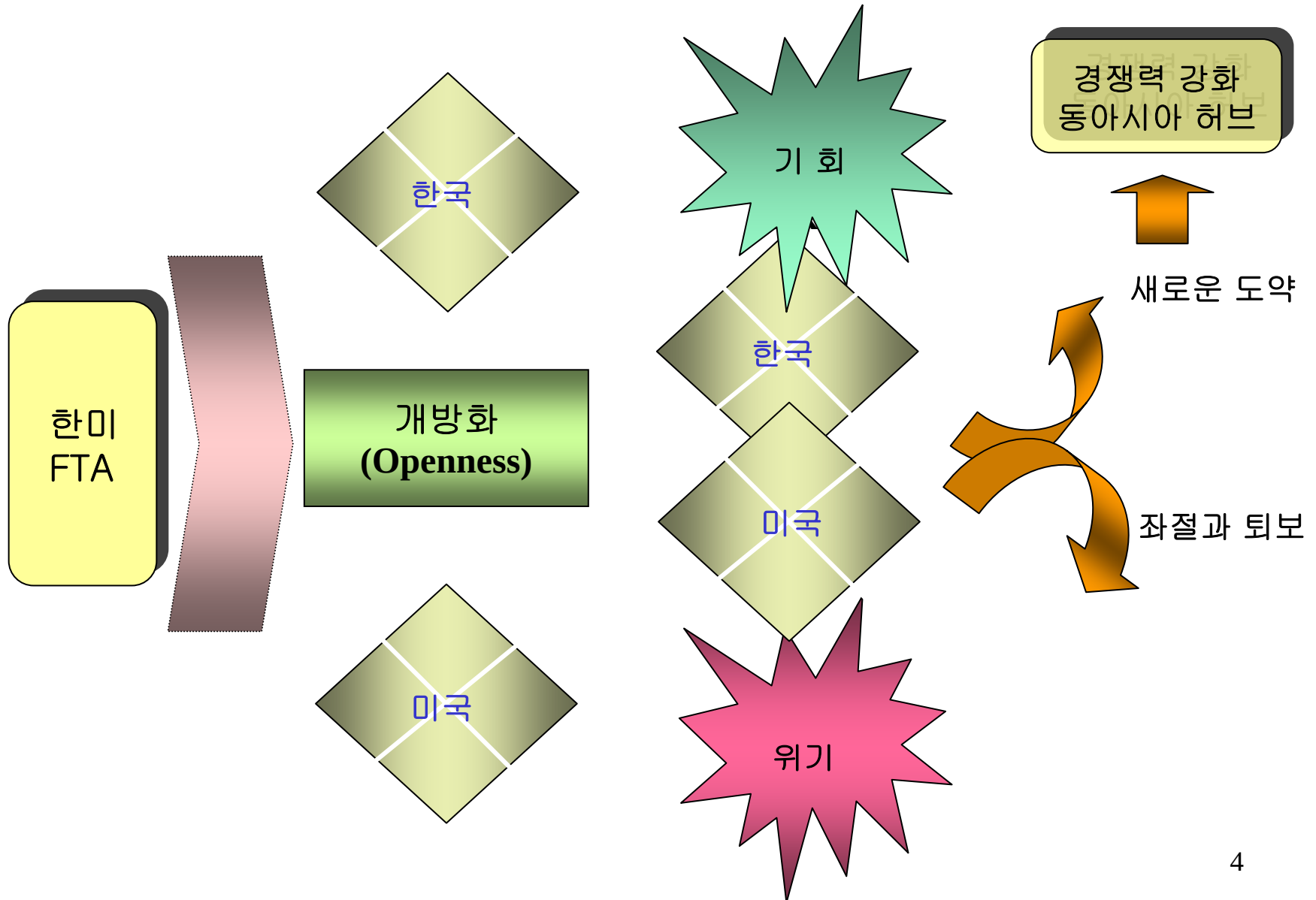
OPENNESS의
중요성 인식

GATT

WTO

FTA

한·미 FTA의 영향: 무역·투자 → 경영환경

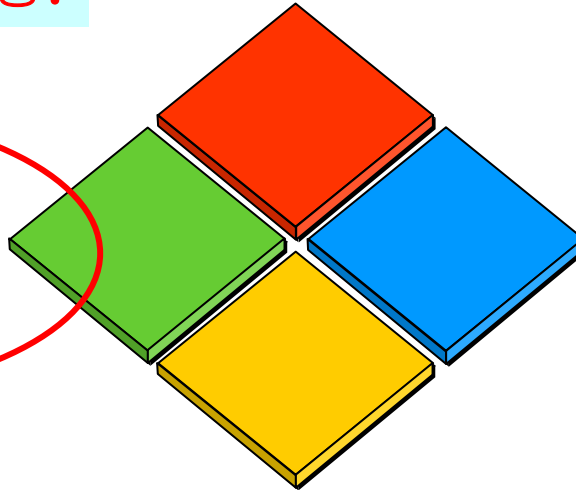


한·미 FTA: 종합적 분석의 중요성?

- 산업구조의 효율성
- 경쟁의 장단점

전략적 중요성?

- 승자 : 패자
- 장기 : 단기



- 수요증가/감소
- 다양성/고품질

- 미국의 철강산업 (- linkage)
- 한국의 IT 관련산업

Ⅱ. 한·미FTA, 쉽게 이해하는 방법



1. 전략가의 핵심역량
2. 다이아몬드 모델
3. 더블 다이아몬드 모델
4. 국내경쟁력과 국제경쟁력

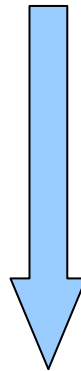
전략가의 핵심역량

전략(Strategic): The art of the general

- 장군의 책임: 다수의 部隊, 戰線, 戰鬪
- Great generals think about the whole

핵심역량의 종류

- 사실 (Facts)
- 지식 (Knowledge)
- 분석모델 (Analytical Model)
- 분석기법 (Analytical Skill)

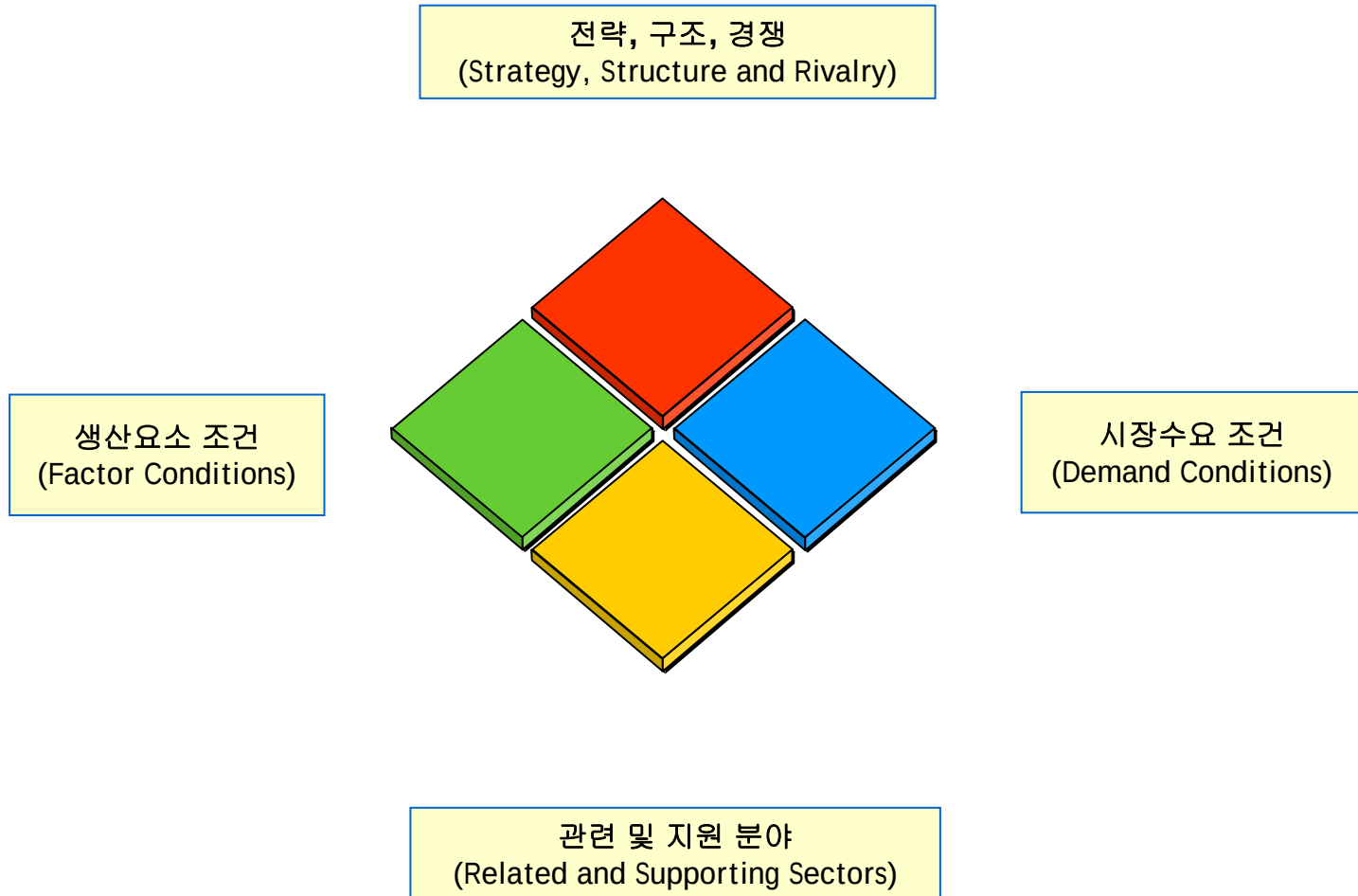


다이아몬드 모델의 구성요소

- **Factor Conditions** (생산요소 조건)
 - Basic
 - Advanced [일본의 輕薄短小 기술]
- **Demand Conditions** (시장수요 조건)
 - Size
 - Quality [이태리의 신발산업]
- **Related & Supporting Sectors** (관련 및 지원 분야)
 - Cluster
 - Synergy [미국의 실리콘밸리]
- **Strategy, Structure & Rivalry** (전략, 구조, 경쟁)
 - No ideal system
 - Domestic rivalry [미국과 일본의 자동차 산업]

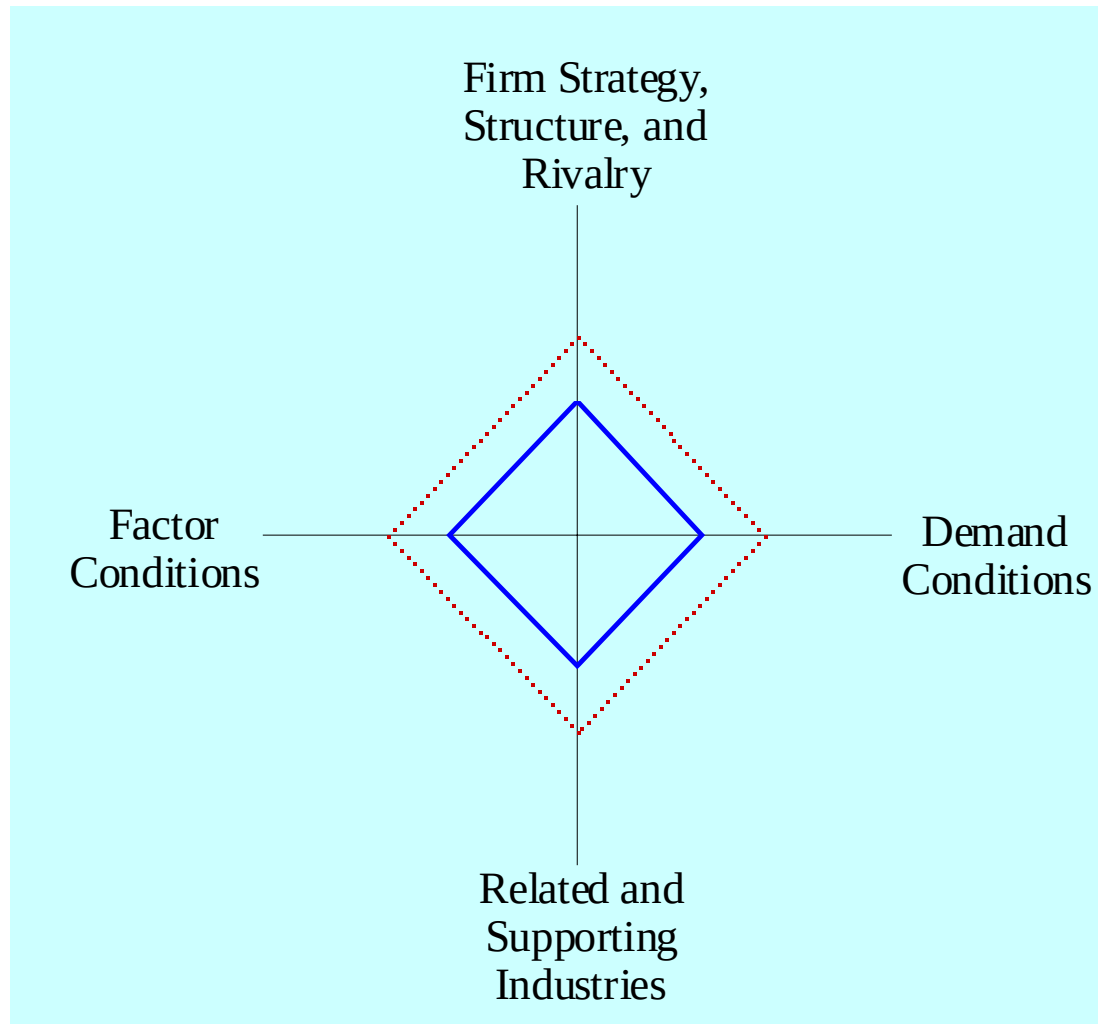
다이아몬드 모델

Michael Porter



더블 다이아몬드 모델

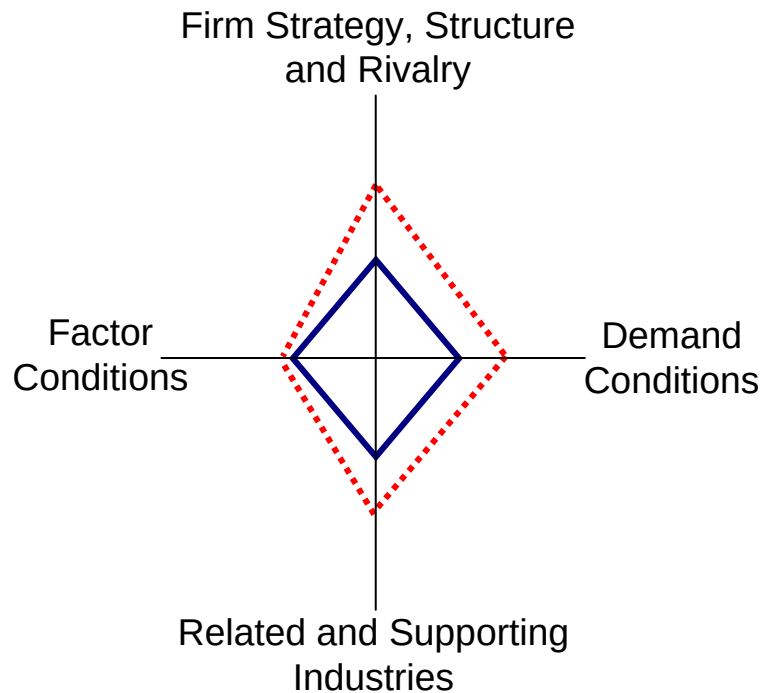
(Moon, Rugman, and Verbeke 1995)



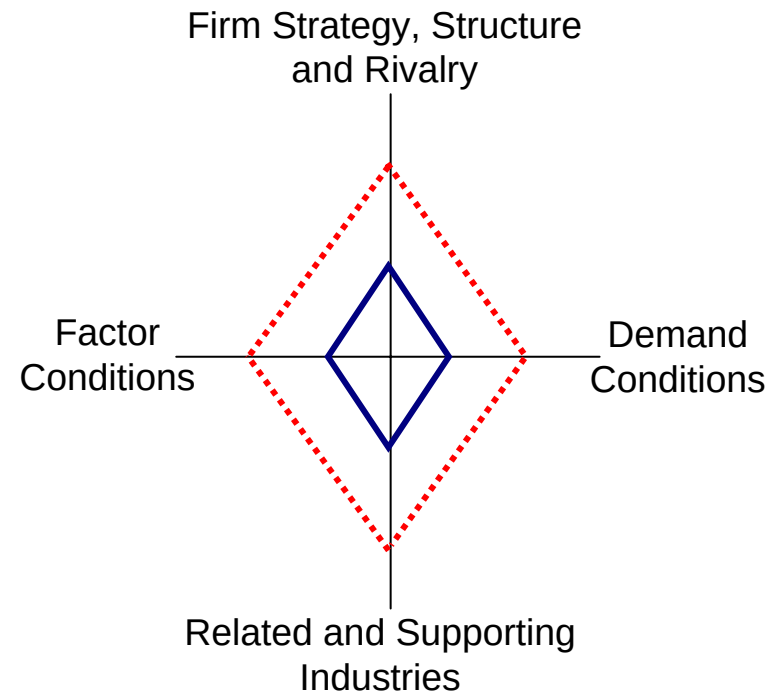
국내경쟁력과 국제경쟁력

(Moon, Rugman, and Verbeke 1998, 2001)

Korea



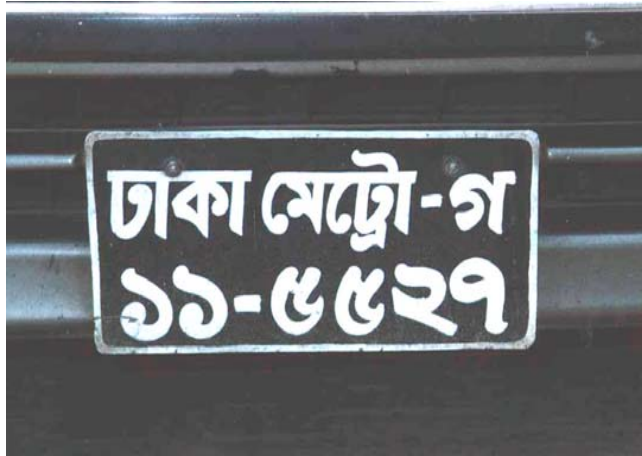
Singapore



이 곳은 어느 나라일까?



가장 국제화가 잘 된 나라는?



Ⅲ. 외국투자기업 설문조사



1. 연구모델의 설정
2. 분석을 통한 시사점
3. 전략적 방향

연구 모델의 설정

- ❖ 한국에 투자한 외국기업
- ❖ 산업
 - 전기·전자 산업 (100만불 이상)
 - 서비스 산업 (200만불 이상)
- ❖ 설문: 7점 척도

한국의 경영환경: 분석을 통한 시사점 (1)

[생산요소 조건]

- ✓ 근로의욕 및 태도 ?
- ✓ 적절한 기술수준이 중요
(Semi-skilled)
- ✓ 특수한 경우: 첨단기술(IT)

“노사관계 → 적정 기술”

[시장수요 조건]

- ✓ 시장의 크기?
- ✓ 시장성장속도
세련된 시장
글로벌 테스트 시장

“글로벌 스탠다드 전초의 장(場)”

한국의 경영환경: 분석을 통한 시사점 (2)

[관련 및 지원산업]

- ✓ 클러스터, 전.후방 연관효과
: 기계, 자동차, 조선
- ✓ 글로벌 경영과 시너지
: Sony, Asahi Glass

“파급효과 → 글로벌 가치사슬”
(Spillovers) (Global Value Chain)

[경영여건]

- ✓ 경쟁
: 경쟁의 장점
- ✓ 협력
: 협력을 통한 win-win 전략

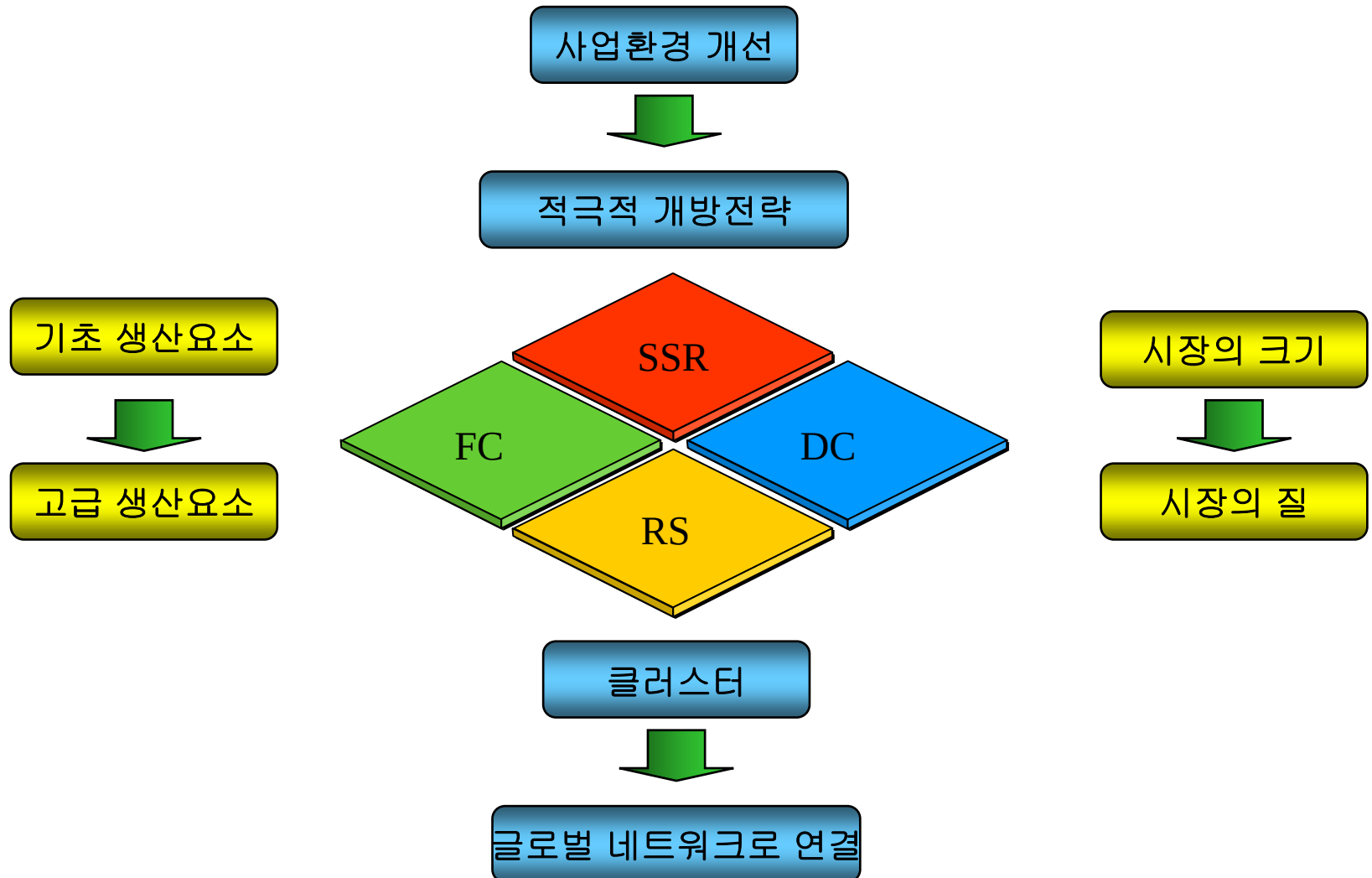
“적극적 개방화 전략”

IV. 우리기업의 전략: 요약



우리기업의 전략적 방향
: 사고전환의 필요성

우리 기업의 전략적 방향: 사고전환의 필요성



V. 적극적 개방 전략



1. 외국기업의 한국진출이
한국 경영환경에 미치는 영향
2. 우리기업의 해외진출이
한국 경영환경에 미치는 영향
3. 종합적 개방화 전략

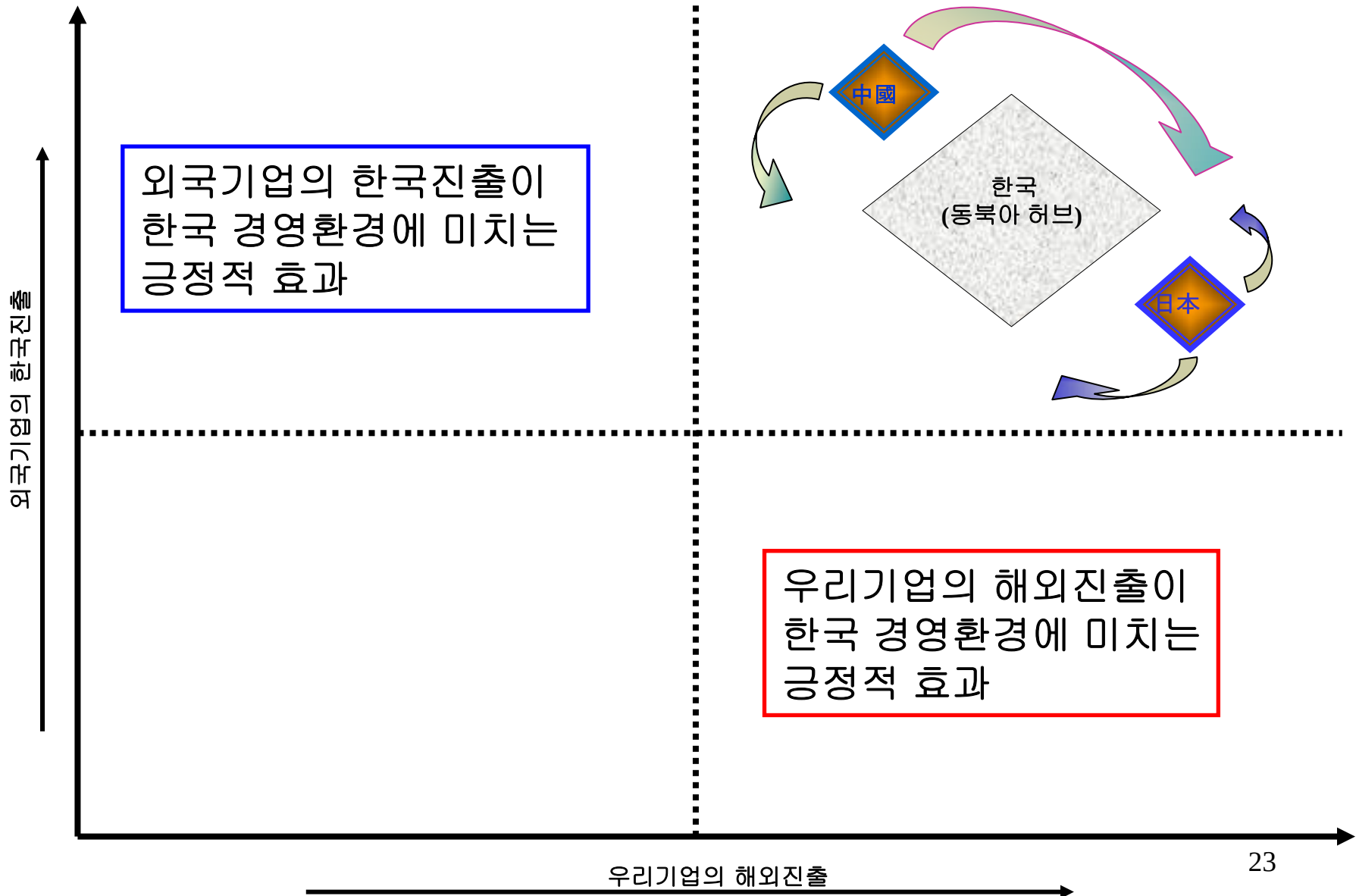
외국기업의 한국진출이 한국 경영환경에 미치는 영향

		긍정적 효과	부정적 효과
생산요소	기초	자본유입, 고용증진	부적절한 보상, 환경오염
	고급	기술이전, 생산성향상	
시장수요	크기	국내시장 성장, 수출증가	불필요한 소비조장
	질	소비자 안목 향상, 글로벌화	
연관효과	클러스터	관련산업의 발전	규모의 경제가 없으면 비효율
	시너지	글로벌 네트워크로 연결	
경영여건	산업구조	산업구조의 선진화	경쟁력 없는 기업 퇴출
	자원배분	자원의 최적 배분	

한국기업의 해외진출이 한국 경영환경에 미치는 영향

		긍정적 효과	부정적 효과
생산요소	기초	장기적 자본유입, 고용증진	일시적 자본유출, 고용감소
	고급	생산성향상, 해외기술 습득	
시장수요	크기	신시장개척, 수출증가	일시적 수출감소
	질	글로벌 시장 확보	
연관효과	클러스터	관련산업의 발전	산업공동화 현상
	시너지	글로벌 네트워크로 연결	
경영여건	시장구조	산업구조의 선진화	해당산업의 국내기반 약화
	자원배분	글로벌 경쟁력 강화	

적극적 개방화 전략



VI. 결론



1. 요약

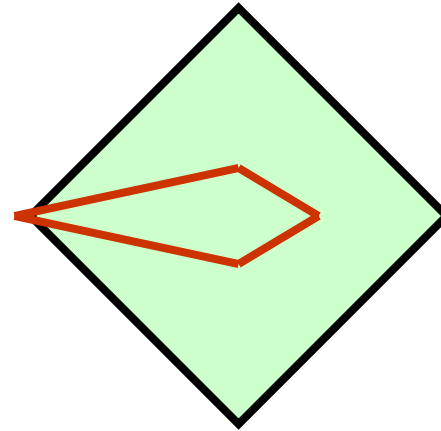
2. 결론

요약

- ❖ 한미 FTA: 무역·투자 ➔ 전반적 경영환경
- ❖ 쉽게 이해하는 방법
- ❖ 설문조사를 통한 시사점 도출
- ❖ 전략적 패러다임 전환의 필요성
: 생산요소/ 시장수요/ 연관효과/ 경영여건
- ❖ 적극적 개방화 전략

결론

- 위기인가 기회인가?
 - 새로운 도약의 기회
 - 새로운 전략이 필요
- 전략적 사고?
 - 모델을 기본으로 분석
 - 다이아몬드 모델
- 핵심역량?
 - Non-transferability
 - A bundle of competencies
- 앞으로 할 일?
 - 구체적 진단
 - 구체적 전략



New Business Opportunity with Korea-US FTA

Mr. Ed Clifford

CEO/President of Bentonville Chamber of
Commerce

American Perception for FTA

- Strong support of “Business Coalition”
 - Exxonmobil, Boeing & major MNCs in US
- Field survey research result (Opinion of dynamic corporation of US)
 - Mostly favorable for FTA (86%)
- Win-Win proposition of USTR(US Trade Representative) for FTA

Implication of FTA for Business

- Improved price competitiveness
- No anti-dumping and non-tariff measures
- Global business standard
- Increase of Foreign Direct Investment
 - Localization of business
- Image up of made in Korea

How to Prepare for FTA

- Understand more competition
 - New opportunities Vs Threat
- Understand market better
- Localize business
 - Understand function of distribution
 - Logistics
 - Local financing

Recent Trends of Distribution

- **Increased Power of Mega distribution companies**
 - **Wal-Mart, Target, Sears**
- **Customer-oriented merchandising**
 - **Different products based on location**
- **Increased alliance of independent stores**
 - **Growth of franchising**
- **Increase of on-line sales**

New Strategy of Wal-Mart

- **Focusing on local customers**
 - **Each store carry different products**
- **Moving to high margin products**
 - **Focus on soft line, electronics and grocery**
- **Aggressive access to digital market**
 - **Internet download service for digital contents**
 - **Internet advertising and promotion**

Strategic Change of RadioShack

- Aggressive relocation of stores
 - Close low performance store and open new store in high profit margin area
- Reduce cost with strategic logistics
- Grow profitable square footage
 - Growing kiosk operations
 - Focusing on high margin products

Where are Business Opportunities for Korea

- Textiles and apparel
- Electronics
- Semiconductors
- Automobile and parts
- Machinery
- Steel
- Leather products

Textiles and apparels

- Better price competitiveness without tariffs
 - Tariff rate of 159 items are higher than 20% in this area
- Utilize foreign factories with favorable rules of origin
 - Depends on FTA rules of origins
- No non-tariffs measures such as anti-dumping

Electronics Products

- Friendly image of made in Korea
 - Strategic campaign of Korea-US FTA
- Increased exchange of technology
- Sharing more cost effective parts
- Easy access to customers with localization

Automobile and Parts

- Increased price competitiveness (2.5% tariffs)
- Friendly image of made in Korea
- Lower concern for trade friction in Auto industries
- Sharing cost effective parts
 - Increase auto parts exports

Machinery and Steel...

- Competitiveness position
 - Advantage against Japan which is paying duties
- No more anti-dumping duty for Korea steel products
- Price competitiveness of leather products without tariffs

How to find business opportunities

- Localize, Localize, Localize
- Maximize global standard image
- Strategic partnership with local companies
- Study customers
- Learn business practice of America

한미 FTA에 따른 미국 현지 동향과 우리기업 대응전략

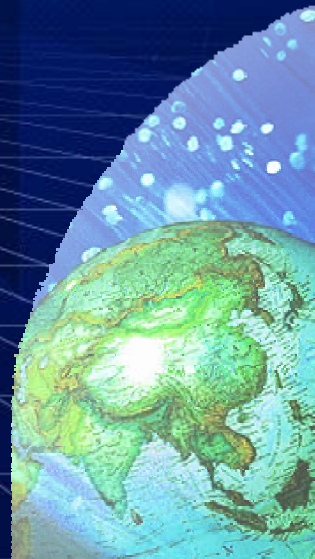
October 19, 2006

**Victor Chang Min KIM
Cherish International
cherishinternational@gamil.com**

Introduction

CHERISH

- 미국 이민: 1976
- UCLA Political Science/ Economics
- US Department of Commerce, Intern
- SASH: Clothing Manufacturer
- Hermanos S. A.: Honduras
- Cherish International
 - Consulting
 - USA Operation
 - India Setting Up
 - 의류 제조



© Koi fish



- USTR : Consultation Period
- 쌀 농사 : 27%의 식량 자급율 ➡ 70%
- 교육기관의 한국 시장 잠식 우려
- 개성 공단

- 아프리카의 스프링영양(Springbok) 이야기
- 미국 소매 마켓 사이즈 3,056.4 Billion Dollar (2002)
- Population USA : 299.940.099
World : 6,549,315,668 (Oct, 06)
- USA Population by Ethnic Group

Date	Total	White	Hispanic	Black	Asian
04/00	281.4MM	195.6MM	35.3MM	35.7MM	10.6MM
07/01	284.8MM	196.2MM	37.0MM	36.2MM	11.0MM

● Asian American Market

- The U.S. Census reports that Asian American population is the fastest growing group in the country, at 5.2 percent versus 3 percent for Hispanics, 1.6 for African Americans and .6 for Whites.
- 692,407 Koreans visited USA in 2002, and 459,356 Americans visited Korea in 2002.

● Hispanic Market- Purchasing Capacity

Country of Origin	Population	GDP	GDP/ Cap
USA	282MM	\$9,601 Billion	\$34,100
Hispanic	37MM	\$1,094 Billion	\$29,567

● 현대, 기아 자동차

- 현대차의 대미 매출은 총 45만5천12대로 전년(41만8천615대)대비 8.7% 증가, 7년 연속 성장세

차종별로 쏘나타가 12월에만 2만853대가 팔린 데 힘 입어 연간 13만365대가 팔려 전년보다 판매량 21.6% 증가

- 기아차는 작년 미국에서 27만5천851대를 판매, 전년(27만55대) 대비 판매량 2.1% 증가

세라토(수출명 스펙트라)가 5만6천88대 팔렸고 카니발(수출명 세도나) 5만2천837대, 쏘렌토 4만7천610대, 옵티마 4만1천349대 순

*** 10년 혹은 십만 마일 보증**

● 농심 라면



- 농심은 지난해 해외부문에서 1억4000만달러의 매출 달성
올해는 미국뿐 아니라 중남미, 중국 나아가 러시아까지 확장 진출해
1억7000만달러를 매출 목표 수립
- 라면으로 미국, 중남미 시장까지 개척
지난 1971년 라면으로 미국 LA지역에 처음 진출한 농심은 30여년간
미주시장에 라면과 스낵 수출

● 네떼르마니

- 일본원자재,한국서 제조및 포장, 미국교포회사서 마케팅
- 현재 히스패닉 케이블 TV, Rite Aid에서 팔리고 있고, 월마트,코스코와 판매 상담중

● 동국로얄대학

- 1997년 1월, 동국대학교가 로얄대학을 인수하여 동국로얄대학으로 이름을 변경.

● 한인 기업

- 의류제조업, 유통업

FANG, American Apparel, Koos, Forever 21, Papaya-

- 금융업

한미은행, 나라이은행, 중앙은행, 미래은행 팩토링회사



- 국제화는 선택이 아닌 주어진 현실

종전의 공급과 수요의 시장형태에서, 프로젝트로의 시장 변동

- 전 분야의 공급 과잉

Project Developers와 Beneficiary의 상업활동

규격화, 대량생산에서 특수화, 반응 생산으로 변화



PROJECTS to Penetrate in USA Market

CHERISH

● 유기농 시장



- Market Size: 300억불 (2007)
- Whole Food: 172 Stores
 - Sales: 37억불 (2004)
 - 슬로건: 완전한 식품, 완전한 사람, 완전한 우주
- 프로젝트 추진단체
 - 농가: 124만 총 가구중 28,951농가만 친환경 농산물 인증허가
 - 농림부, KOTRA
 - 미국내 교포운영 식품점
 - Whole Foods, Trader Jones
- 전략품목
 - 쌀, 파프리카, 사과, 배, 한우, 가시오갈피 (Siberian Ginseng)

PROJECTS to Penetrate in USA Market

CHERISH

● ALPACA



- 미국 캐나다: 70,000 전세계에서 애용받는 동물
- 털로 스웨터, 목도리, 장갑, 담요로 생산, 판매
- 프로젝트 추진 단체
 - 농가, 한국관광공사, 지방자치정부

PROJECTS to Penetrate in USA Market

CHERISH

● BIRD-WATCHING

- 미국인 5천2백만명이 정기적으로 새를 찾아 나서는 기호가들 프로젝트 추진 단체
 - 농가, 한국관광공사, 한국야생조류협회, 지방자치정부

● 애완동물용품 시장

- 시장규모: 300억불 (2002년)
전략품목: 애완동물의류, 가구, 식품, 운반용 가방

● 미국교육 시장

- 종합대학의 분교설치보다는 우수한 프로그램 위주로 접근.
일반과 보다는 전문과목 (한의학, X-Ray, MRI, 수의사, 간호사, 패션전문대, 무용전문대, 체육전문대)에 집중, 적은 투자로 단기 효과 위주로 접근.

● 세계 15대 대학 랭킹

CHERISH

World Rank	Institution	Country	Total Score	Score on Alumni	Score on Award	Score on HiCi	Score on N&S	Score on SCI	Score on Size
1	Harvard Univ	USA	100.0	98.6	100.0	100.0	100.0	100.0	60.6
2	Stanford Univ	USA	77.2	41.2	72.2	96.1	75.2	72.3	68.1
3	Univ Cambridge	UK	76.2	100.0	93.4	56.6	58.5	70.2	73.2
4	Univ California - Berkeley	USA	74.2	70.0	76.0	74.1	75.6	72.7	45.1
5	Massachusetts Inst Tech (MIT)	USA	72.4	74.1	78.9	73.6	69.1	64.6	47.5
6	California Inst Tech	USA	69.0	59.3	66.5	64.8	66.7	53.2	100.0
7	Princeton Univ	USA	63.6	61.0	76.8	65.4	52.1	46.8	67.3
8	Univ Oxford	UK	61.4	64.4	59.1	53.1	55.3	65.2	59.0
9	Columbia Univ	USA	61.2	77.8	58.8	57.3	51.6	68.3	37.0
10	Univ Chicago	USA	60.5	72.2	81.9	55.3	46.6	54.1	32.7
11	Yale Univ	USA	58.6	52.2	44.5	63.6	58.1	63.6	50.4
12	Cornell Univ	USA	55.5	46.6	52.4	60.5	47.2	66.2	33.6
13	Univ California - San Diego	USA	53.8	17.8	34.7	63.6	59.4	67.2	47.9
14	Tokyo Univ	Japan	51.9	36.1	14.4	44.5	55.0	91.9	49.8
15	Univ Pennsylvania	USA	51.8	35.6	35.1	61.2	44.6	72.6	34.0

● BIRD-WATCHING

	2002년	2003년	2004년	2005년
대미수출	3,108	2,838	2,710	2,235
대미수입	315	376	391	402
무역수지	2,793	2,462	2,319	1,833

- WTO회원국간 섬유협정으로 회원국가간의 쿼타는 2005.1월 폐지 (중국 예외)
- 개성공단의 한국산 인정을 위한 한국정부와 미국내 교포 기업간의 유대 필요

감사합니다.

**Victor Chang Min Kim
Cherish International
Ph: 1-213-623-5715 USA
91-9231618569 India
victorkim@yahoo.com**

FTA를 이용한 분야별 해외기업 성과제고 사례

KOTRA 통상전략팀
“한미 FTA, 새로운 對美 진출 기회와
활용방안 설명회”
2006년 10월 19일

목차

- I. 도입
- II. 주요 이슈 및 분야별 해외기업 성과제고 사례
- III. 우리기업에 주는 시사점

기업성과제고 사례 조사

- 해당 미국과 FTA를 체결한 국가들
 - NAFTA (캐나다, 멕시코) : 1994
 - 미-칠레 FTA : 2004
 - 미-싱가포르 FTA : 2004
 - 미-호주 FTA : 2005
- 제조업
 - 펌프 및 컴프레서 - 소방 및 건설용
 - 해상용 특수 조명장치
 - 섬유/의류
 - 화학품 및 합성수지 제조
 - 백색가전 (냉장고, 세탁기, 전기난로 등)
 - 전자 반도체기기 포장
 - 시멘트
 - 육류 및 유제품
- 서비스업
 - 선박구조물 디자인 및 교육 (정부조달시장)
 - 환경관리 - 하수정화용 투과성 반응벽 디자인 및 컨설팅 서비스
 - 제약 R&D 전문기업
- 사례조사 방법 : 문헌조사 및 기업 관계자 인터뷰

FTA 체결을 통한 성과제고 요인

■ 가격경쟁력

- 수출품 및 원재료 수입품에 대한 무관세 또는 관세인하
- 통관절차 및 서류의 간소화, 표준화

■ 비가격경쟁력

- 정부조달시장 진입확대
- FTA 규정준수 역량강화로 타국가의 기업과 비교 경쟁력 강화
- 인력교류의 활성화

■ 투자유치촉진

- 투자유입을 통한 합작사업으로 선진기술 도입 및 생산력증가
- 미국시장 진입을 위한 제 3국의 투자유입
- 지적재산권강화에 따른 사업파트너로서 신뢰 확립

■ 기업 경쟁력 제고 노력

- 기술개발
- 현지사무소 설치 등 현지화 노력
- 전문전시회 참가 등 적극적 마케팅 전개
- 특허 및 필요인증 획득

섬유직물(데님) – CIPSA, 멕시코

■ 업체개요

- 종업원수 2,500여명
- 연간 매출액 168백만불 규모 섬유생산업체

■ 성과

- Tommy Hilfiger, Levis 등에 원단 공급
- '93년 7,300만불, '02년 23,800만불, 연평균 12.5% 매출성장



■ FTA 영향

- 관세면제 : 주력제품 데님의 미국 수입관세 20~25%에서 무관세화
- 투자유치여건 개선 : NAFTA 발효와 동시에 1994년 미국의 Cone Mills사와 제휴, 멕시코에 생산기지를 설립

■ 기업차원의 경쟁력강화 노력

- 중국과의 경쟁을 고려 내열성이 강한 기능성 데님개발에 박차

■ 시사점

- NAFTA 체결 이후 무관세 혜택으로 인한 대미 수출 급증
- 미국 유력기업과의 제휴 통한 마케팅 및 생산 능력 제고
- 중국산의 저가 공세에 대비한 제품 차별화

의류 – Pollak S.A., 칠레

- 업체 개요
 - 종업원 1,100 여명의 칠레 섬유 및 의류업체
- FTA 성과
 - 2004년 대미섬유수출 전년대비 45.6% 증가
- FTA 영향
 - HS 50~63(섬유류)에 부가되는 관세 (최대 32.8%) 면제
 - FTA 원산지규정극복 – 원사에서 의류까지 수직계열화로 Yarn Forward 기준 준수로 경쟁력 강화
- 기업차원의 경쟁력 강화 노력
 - 현지 경쟁상황에 맞춘 제품 포지셔닝 및 차별화 전략 구사(남성용신사복 특화)
 - 품질관리, 납기일 엄수 등 양질의 서비스제공
- 시사점
 - FTA는 경쟁에서 도태되지 않기 위한 전제 조건, 경쟁관계에 있는 멕시코, 중미 6개국 등도 이미 미국과 FTA를 체결하고 있음
 - 기업차원의 경쟁력 강화노력 필요 – 충분한 준비를 갖추지 못한 상황에서 FTA 효과만을 노려 미국시장에 뛰어들어 고전하기도 함



전자/반도체 기기포장 – Dou Yee, 싱가포르

■ 업체개요

- 반도체 및 전자장비 부품품 및 관련제품
- 미국수출 주력상품 – 전자부품 기기포장재

■ FTA 성과

- 대미 수출 40% 신장 ('05년 US\$120만 달성)

■ FTA 효과

- 관세철폐 – 자사제품 3% 관세 철폐
- 통관 절차 간소화 및 통관 수수료 절감

■ 기업차원의 대응

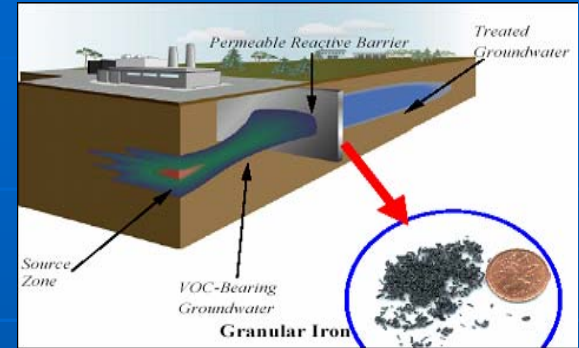
- 고품질 제품 생산을 위한 미국내 연구소 설치 – R&D 및 정기품질검사
- 고객요구 신속 대응 – 미국 등 10개국, 27개지사, 현지 물류창고 구축
- Semicon West 등 미국 현지 전문전시회 참가



환경설비설계 및 제품제조 – ETI, 캐나다

■ 업체개요

- 지하수 및 폐수 정화용 투과성 반응벽 (PRB) 설계
- 종업원수 5명 벤처기업, 연간 1~4백만 매출



■ NAFTA 성과

- 미국시장에서 96개 지하수/폐수 정화용 투과성 반응벽 (PRB) 설계 및 시공
- 미국시장 진출을 바탕으로 유럽 17개, 일본 11개 PRB 수주

■ NAFTA 효과

- 자유로운 인력 이동 보장 – 즉각적인 A/S 실시 등 빈번한 미국출장이 용이
- 통관편의 제고 – 1천달러 미만 원산지증명 면제 등 통관서류간소화 및 통관 신속화
- 사업 교류 확대 – 미국기업과 기술합작을 통해 신제품 개발
- 관세철폐 – 미국에서 수입하는 원자재에 대한 관세철폐에 따른 원가 절감

■ 기업차원의 대응노력

- ETI는 PRB 사이트 설계 관련 미국 환경법 숙지 등 미국시장 진출 필수 사항 점검
- PRB 관련기술 국제 특허 취득 미국내 시장선점의 기회로 적극 활용
- 미국내 환경정화 전문기업인 Adventus사와 협력관계 구축, 미국내 기존 고객 관리강화 및 신규거래선 확보

특수조명 장비 – Sealite Pty Ltd., 호주

■ 업체개요

- 특수조명장비 생산

■ FTA 활용성과

- 플로리다 교통부 Sky Bridge용 조명장치 납품 ('06.1)
- 미 육군의 중동지역 활주로 조명장치 납품 ('05.9)
- 허리케인 복구사업관련, 유전용 조명장치 납품 ('05.11)



■ FTA 체결의 영향 및 성과제고 노력

- 정부조달시장 개방 – 호주는 FTA 이전에 WTO 정부조달협정에 참여하지 않아 정부조달시장 진입에 제약을 받았음
 - 미국의 Buy American Act, Berry Amendment에 의해 미국 조달 시장 진출 제한
 - FTA 체결 이후 미국 78개 연방정부기관 및 23개 주정부 조달시장 참여 가능
- 미조달청 벤더리스트 등록 – 2005.9월 미국 조달청의 GSA Schedule에 자사제품 등록
 - 75,000달러 이하의 구매에 대해 미연방정부 기관이 GSA를 통해 직접 구매함
- 2006.9월 뉴욕에서 개최된 해상안전엑스포 참가
- 기술력 제고 – LED 반사경에 대해 2003.12월에 미국 특허 사전 획득

백색가전 – Mabe, 멕시코

■ 업체개요

- 냉장고, 세탁기, 전기난로 등 가전제품 제조 판매
- 종업원수 약 2만명, 연간 매출액 27억불



■ NAFTA 성과

- NAFTA 체결과 지속적 품질향상 노력에 힘입어 대미수출 전진기지로 자리잡음
- 2000년 설립된 양문형 냉장고 공장은 매년 50만대의 냉장고 미국수출

■ NAFTA 효과

- 관세철폐로(세탁기 – 2.9%, 냉장고 – 3.6%) 미국시장 진출 박차
- 안정적인 투자환경 – 멕시코로 GE의 투자 유치, GE와의 협력강화 견인

■ GE와의 전략적 협력

- Mabe 51.6%, GE 48.4% 지분보유
- GE의 미국내 판매채널을 통한 Mabe사의 냉장고 판매
- 부품 납품업체로부터 GE와 같은 조건으로 납품 받아 가격경쟁력 향상
- 제휴 초기 Mabe사 생산기술의 90% GE 의존, 현재 기술자립도 70%

제약 R&D 프로젝트 수주 – Novotech, 호주

■ 업체개요

- 바이오테크 R&D 전문기업



■ FTA 성과

- '06 미국제약사 SkyePharma로부터 의약품 R&D 수주
- 프로젝트 규모 : USD 304만

■ FTA 효과

- 지적재산권 보호 강화 – SkyePharma사의 R&D 프로젝트 수주 호주기업 신뢰강화
- FTA의 간접적 영향 – 증가된 상호 기업간 교류로 미국 제약사들 호주기업을 파트너로 신뢰

■ 기업차원의 대응

- NAFTA 발효 직후 미국 샌디에이고에 지사 설립을 통해 집중 마케팅
- 미국 바이오 박람회 “Bio 2006” 참가 – 세계 최대 박람회, 62개국 1,700여개사 참가

■ 시사점

- 지재권 강화에 따른 프로젝트 수주 기업에 대한 신뢰 향상
- 우호적 비즈니스 환경 적극 활용 – 현지지사 설치, 전문박람회 참가, 타깃마케팅 전략 전개

시사점

- 미국과의 FTA 체결국 기업의 성과제고 성공사례는 단순히 관세인하 뿐 아니라 여러 요인이 복합적으로 작용
 - 지적재산권 보호에 따른 FTA 체결국 기업간 신뢰제고
 - 인력교류 자율성 제고
 - 통관절차 간소화
 - 정부조달시장 문호 개방
 - 국가 및 기업 이미지 상승
- 그러나, FTA 체결로 교역에 유리한 환경이 조성되어도 기업의 경쟁력 제고 노력 없이는 성과를 거둘 수 없어
 - 기술개발
 - 현지사무소 설치 및 현지 유력기업과 판매 및 기술제휴
 - 전문전시회 참가 등 적극적 마케팅 전개
 - 환경 등 현지 법규에 적합한 상품개발 등 현지화 노력
 - 특허 및 필요인증 획득