

자동차 부품의 틈새시장, CIS를 가다



CONTENTS

목 차

요 약 / 1

I. CIS 자동차 및 자동차 부품 시장 / 3

- | | |
|---|--------------|
| 3 | 1. 자동차 시장 |
| 6 | 2. 자동차 부품 시장 |

II. 주요국별 특성 / 10

- | | |
|----|-----------|
| 10 | 1. 러시아 |
| 21 | 2. 우크라이나 |
| 28 | 3. 카자흐스탄 |
| 32 | 4. 우즈베키스탄 |

III. 한국 업체에의 시사점 / 38

- | | |
|----|--------------------------|
| 38 | 1. 주요국별 유망품목 및 진출 시 유의사항 |
| 42 | 2. 시사점 |

요 약

러시아를 포함하는 CIS 지역의 자동차 및 자동차 부품 시장은 서유럽 시장과의 접근성으로 그 중요성이 점차 커지고 있다. 그 중요성을 반영하듯 CIS 지역 최대 자동차 시장인 러시아는 2007년 신차 판매 세계 6위, 유럽 3위를 차지하였다. 그러나 아직 러시아의 자동차 보유대수는 1000명당 223대에 불과하여 선진국의 1/2 수준에 지나지 않는다. 여타 CIS 국가들 또한 러시아와 마찬가지로 낮은 자동차 보유율을 보이고 있어, 향후 지속적인 성장이 기대된다. 2008년 세계 금융 위기로 인해 최근 지속되어오던 높은 성장세를 유지하기는 어렵겠지만 CIS 자동차 시장의 전망은 여전히 밝다고 할 수 있다.

CIS 지역 자동차 시장은 높은 수입의존도를 보이고 있다. 자국에서의 자동차 판매량 대비 생산량 수준이 낮아 수요의 상당 부분을 수입에 의존할 수밖에 없기 때문이다. 덕분에 여러 해외브랜드 차량의 판매가 매우 활발히 이루어지고 있으며 해외 브랜드 차량의 시장 점유율이 현지 브랜드 점유율 보다 높은 경우도 있다. 해외 브랜드 업체들의 적극적인 현지 진출로 이 같은 추세는 당분간 지속될 것으로 전망된다.

글로벌 자동차 기업들의 OEM 생산은 CIS 지역에서도 매우 활발하다. 글로벌 자동차 기업들은 인건비가 저렴하고 서유럽과의 인접성이 좋은 CIS 시장을 자동차 생산 기지로 활용하고 있다. 특히 러시아에서 글로벌 기업들의 자동차 생산이 가장 활발하게 이루어지고 있으며, 상트페테르부르크 지역은 각국 자동차 기업들의 투자가 집중되는 자동차 산업의 중심지로 떠오르고 있다. CIS 각국 정부 또한 새로운 수입 관세 절차 도입 등을 통하여 해외 자동차업체들의 투자를 적극적으로 유치하고 자국 내 생산 기반을 확충하기 위해 노력하고 있다.

자동차 부품 시장 또한 자동차 시장과 마찬가지로 높은 수입 의존도를 보이고 있다. 현지 부품 업체가 자동차 부품을 생산하고는 있으나 단순 부품 생산이 대부분이며, 부품의 품질 또한 현저히 떨어지기 때문이다. 완성차 부품 시장의 경우, 자동차 시장의 축소로 인한 완성차 생산, 판매가 감소하여 2009년에는 어려움을 겪을 것으로 예상된다. 또한 완성차 업체의 비용 절감 부담이 부품 업체에게 전가되어 부품 업체의 어려움은 더욱 커질 전망이다. 그러나 완성차

부품 시장과 달리 A/S 부품 시장은 유망할 전망이다. GDP 성장률 감소, 실업률 증가 등 여러 경제 상황으로 인해 신차 구매가 줄어들면서 보유 차량의 연수가 길어지고, 중고차 구매가 활성화 되면서 차량 A/S 수요 증가가 기대되기 때문이다. 또한 대부분 CIS 국에서 수입차 의존도가 높기 때문에 수입차 A/S 부품에 대한 수요도 이와 함께 증가할 전망이다.

CIS 지역의 자동차 판매 확대와 더불어 한국 기업들의 CIS 자동차 시장 진출 또한 활발해 지고 있다. 지난 8년간 한국의 대 CIS 자동차 수출액은 연평균 115% 성장하였으며 부품 수출액 또한 연평균 42.6% 성장하였다. CIS 최대 자동차 시장인 러시아, 우크라이나, 카자흐스탄의 자동차 수입국 순위에서도 한국은 상위를 차지하고 있다.

한국 업체가 CIS 지역에 성공적으로 진출하기 위해서는 **▶ A/S 부품 시장을 우선적으로 공략해야 한다.** 자동차 구매가 위축될 것으로 전망되면서 차량의 사용기간이 늘어나고, 중고차의 유지 보수를 위한 A/S 수요가 늘어날 것으로 보이기 때문이다. 또한 CIS국 대부분에서 수입차 의존도가 높기 때문에 한국차량 A/S 부품에 대한 수요도 높다. 유망 부품으로는 브레이크 패드, 필터류, 전조등, 자동차 보안 시스템, 연료 펌프 등을 들 수 있다. 위 부품들은 CIS 지역의 열악한 도로여건, 빈번한 교통사고 등으로 인해 현지에서 수요가 높은 부품들이다.

장기적으로는 **▶ 현지 투자 진출 방안을 강구해야 한다.** CIS 주요국에서 자국 부품 사용 비중에 대한 요건이 강화되고 있다. 또한 기계 · 부품 등 전략 산업 부문에 대한 선별적인 지원도 확대되고 있다. 이를 잘 활용하기 위해서, 외국 자동차 조립 생산 업체 및 현지 자동차 부품 업체와의 조인트 벤처 설립을 고려할 필요가 있다. 조인트 벤처 설립을 통해 현지 시장 진출에 유리한 발판을 마련해야 한다. **▶ 뿐만 아니라 한국 부품의 공급채널을 다각화해야 한다.** CIS 지역으로 진출한 글로벌 기업들은 비용절감, 생산성 향상을 위하여 부품 공급 네트워크를 재구성할 움직임을 보이고 있다. 부품 업체들은 이를 이용해 한국 브랜드 뿐 아니라 타 브랜드의 CIS 현지 공급 업체로 등록되어야 한다. 이 때 신규 유통망 확보를 위한 꾸준한 마케팅 활동에도 노력을 기울여야 한다.

I. CIS 자동차 및 자동차 부품 시장

1. 자동차 시장

□ 러시아, 우크라이나, 카자흐스탄이 주요 시장

- CIS 자동차 시장의 65.5%는 러시아가 차지, 우크라이나 16.0%, 카자흐스탄 5.5%의 순

[CIS 국가별 자동차 시장(2007년)]

(단위 : 천대, %)

	전체		승용차		상용차	
	자동차 시장	점유율	자동차 시장	점유율	자동차 시장	점유율
러시아	32,037	65.5%	26,790	65.5%	5,247	65.8%
우크라이나	7,800	16.0%	6,542	16.0%	1,258	15.8%
카자흐스탄	2,699	5.5%	2,311	5.6%	388	4.9%
벨라루스	2,046	4.2%	1,930	4.7%	116	1.5%
우즈베키스탄	1,590	3.3%	1,306	3.2%	284	3.6%
아제르바이잔	903	1.8%	800	2.0%	103	1.3%
키르기스탄	503	1.0%	217	0.5%	286	3.6%
기타(5개국)	1,319	2.7%	1,029	2.6%	290	3.6%
합계	48,895	100.0%	40,925	100.0%	7,971	100.0%

자료원 : Ernst&Young, "Automotive market in Russia and the CIS"

- 특히, 러시아는 2007년 자동차 신차 판매 세계 6위, 유럽 3위를 차지, 2012년 유럽 1위를 차지할 것으로 전망되면서 CIS 자동차 시장의 중요성은 점차 높아짐

□ 성장 잠재력을 보유

- 1억 4,000만명의 인구(세계 9위)¹⁾를 가진 러시아를 포함하는 CIS 지역은 인구 대비 자동차 보급률이 낮아 향후 지속적인 시장 성장 기대
 - 인구 1,000명당 자동차 보유 대수가 러시아가 223대, 우크라이나가 164대로 세계 자동차 주요 시장인 미국(442대), 일본(450대) 등과 비교하여 절반 이하

1) UN 2009년 1월 기준

[국가별 자동차 보유대수]

국가	인구 (천명)	승용차 (대)	1000명당 차량보유대수
러시아*	141,800	31,623,292	223
우크라이나*	46,000	7,555,552	164
중국	1,328,630	13,758,000	10
미국	305,826	135,222,259	442
독일	82,599	41,183,594	499
영국	60,769	31,105,988	512
일본	127,967	57,623,753	450
한국	48,456	12,099,793	250

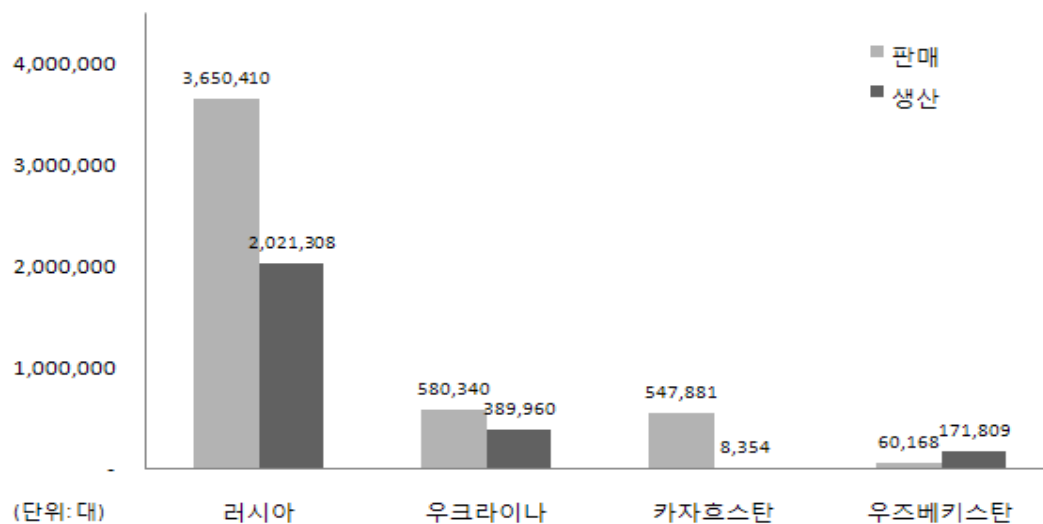
자료원 : KARI, 2009 자동차 산업, BMI, EIU

주 : 2007년 기준 (*는 2008년 기준)

□ 자국 수요는 아직 수입에 의존

- CIS 대부분 국가에서 자국 자동차 판매량 대비 생산량 수준이 낮아 수요의 상당 부분을 아직 수입에 의존

[자동차 생산량과 판매량]



자료원 : Ernst&Young, "Automotive market in Russia and the CIS, BMI report 2009 1Q, KBC 자체조사

주 : 2007년 기준(러시아만 2008년 기준)

□ 글로벌 자동차 업체들의 OEM 생산 기지화

- 글로벌 자동차 업체들이 인건비가 저렴하고 서유럽과의 인접성이 좋은 CIS 시장을 자동차 생산 기지로 활용
- CIS 지역 중 러시아에서 OEM 생산이 가장 활발하게 이루어지며 폭스바겐 등 글로벌 기업들의 자동차 생산 공장이 러시아에 위치
- 최근 불황으로 생산 공장 건설이 연기되기도 하였으나 계획 자체가 무효화 되지는 않고 경기 안정 이후에 계속될 전망

[CIS지역 주요 자동차 생산 공장]

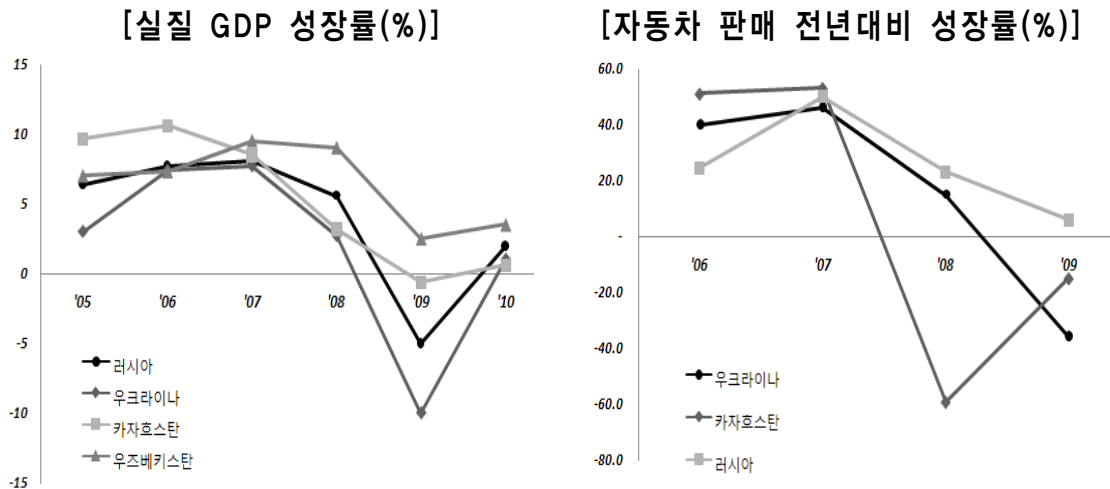


자료원 : Ernst&Young, "Automotive market in Russia and the CIS"

□ 세계 금융 위기 여파로 2009년은 저속 성장

- GDP 감소, 실업률 증가 등 경기 침체로 신차 판매는 2008년부터 주춤하기 시작하였으나 경기 회복이 예상되는 2011년 다시 성장을 이어갈 전망²⁾

2) BMI Russia Auto Report Q1 2009



자료원 : Ernst&Young, "Automotive market in Russia and the CIS, BMI report 2009 1Q, KBC 자체조사

- 지난 수년간 높은 성장세를 보인 러시아는 경기 침체로 인해 2009년 자동차 시장 성장률은 낮아질 전망, 러시아 자동차 시장 변화에 민감한 우크라이나, 카자흐스탄 등의 CIS 국가의 자동차 판매량 또한 2009년 감소 전망

□ 시장 위축으로 자국 자동차 산업 보호 강화

○ CIS 국가들의 자국 자동차 산업 활성화 정책

- 러시아 : 2009년 1월부터 자동차 수입관세 인상, 최근 도로교통안전규정 개정안을 통해 우측 핸들 차량 수입 금지 움직임
- 우크라이나 : 기존 10%였던 자동차 및 관련 부품 관세를 6개월 동안 한시적으로 23%로 인상 (2009.3월)

2. 자동차 부품 시장

□ 자동차 산업 위축으로 완성차 부품 시장도 위축

- 자동차 시장과 직접적인 관계를 가지는 자동차 부품 산업은 2009년 줄어드는 완성차 생산, 판매의 영향으로 어려움 예상

- 또한, 완성차 업체의 비용 절감 부담이 부품 업체에게 전가되어 부품 업체의 어려움이 더욱 커질 것으로 전망

□ A/S 부품 시장 유망

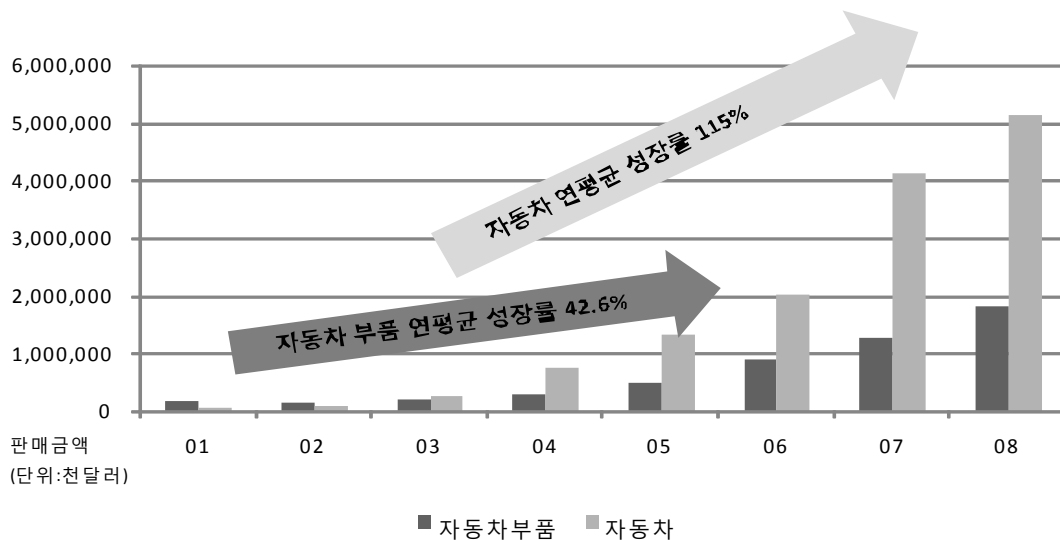
- GDP 성장률 감소, 실업률 증가, 대출의 어려움 등으로 인해 신차 구매가 줄어들면서 보유 차량의 사용 연수가 길어지고, 중고차 구매가 활성화되면서 차량 A/S 수요 증가
- 소모품, 성능 보완을 위한 튜닝 제품 등 A/S부품 시장 유망

3. 한국업체 진출현황

□ 꾸준한 수출 증가

- 완성차 수출 증가와 더불어 부품 수출 또한 증가 추세
 - 대 CIS 자동차 수출액은 2008년 51억3천만달러로 2001년 이후 연평균 115% 성장하였고 자동차 부품 수출액은 18억달러로 연평균 42.6% 성장

[대 CIS 한국 자동차 및 자동차 부품 수출 추이]



자료원 : KOTIS

□ CIS 주요 자동차 시장, 대 한국 수입 활발

(단위 : 백만달러)

	총 자동차 수입액	대 한국 수입액	한국 순위
러시아	14,651	1,256	5위
우크라이나	5,737	204	7위
카자흐스탄	1,228	48	5위

자료원 : WTA

주 : 2008년 기준, CIS 12개국 자동차 시장 중 위 3개국 점유율 87%

□ 한국 수출 업체 “한국산 부품의 인지도를 높이는 것이 가장 시급”

- 이전에 비해 인지도가 높아진 것은 사실이나, 유럽업체 등 세계적인 부품 업체에 비하면 인지도가 아직도 낮음
 - 우수한 품질, 저렴한 가격 등 우리 기업의 강점을 내세운 마케팅 강화 필요
- 금융위기 이후 바이어들의 대금 지급 지연, 은행 간 송금문제 대두 등으로 대금 지급 조건이 계약 시 중요 요소로 작용
- 통관절차, 인증제도에 대해 정확히 파악하는 것도 중요하다는 의견이 많음

[수출업체의 의견]

A사 해외영업팀

- 국내에서 규모가 큰 부품 업체일 지라도 러시아 현지에서는 세계적인 부품 업체에 비해 인지도가 떨어짐
- 금융 위기로 인한 바이어의 자금사정 악화로 부품 공급 프로젝트가 무산된 상황
- 주로 유럽 및 아프리카 생산 부품과 경쟁
- 관세 및 통관절차 관련 어려움 존재
- 한국산 부품은 유럽 업체에 비해 가격경쟁력을 지니고 있으나, 장거리로 인한 운송비용과 현지에서의 낮은 인지도가 약점으로 생각됨

B사 해외영업부

- 금융위기 이후 송금문제 대두, 대금결제 지연 등의 어려움 겪음
- 자동차 시장 경기 악화, 러시아 정부의 자국 생산 장려 정책 등으로 수출 감소
- 유럽, 중국, 일본 생산 부품과 주로 경쟁
- 러시아 정부의 우측핸들 규제 정책으로 일본 차량 수입이 감소하여 한국 업체에게 기회로 작용
- 통관절차 및 복잡한 인증서 취득 과정으로 어려움이 많음, 언어문제 또한 애로사항

C사 대표이사

- 금융위기로 인해 계약 발주 전 원자재 가격이 급격히 상승함에 따라 가격제시 조건 불일치 문제로 계약 파기 경험
- 우크라이나 자동차 부품 수입 기업들의 가격조건에 대한 민감도가 매우 높아져 가격 및 대금 지불 조건 완화가 거래의 중요한 요소로 작용
- 발주에서 수주까지의 시간 소요 및 예상시간을 예측하기 어려워 거래 애로사항으로 작용

II. 주요국별 특성

러시아

1. 자동차

1) 자동차 관련 정책

☐ 자동차 산업 육성

- 2002년 'Concept of Automotive Industry Development up to 2010' 발표
 - 1단계(2002~2004년) : 중고차 수입에 대한 관세 장벽 수립, 자국 OEM 업체의 생산모델 범위의 재조정, 자동차 제조업체의 구조조정 등
 - 2단계(2005~2008년) : 투자 유치를 위한 우호적 환경 조성, 생산 능력 향상, Euro-2, 3, 4 기준 수용을 위한 준비 등
 - 3단계(2009~2010년) : 글로벌 자동차 시장으로의 통합화, 유럽 표준을 따르는 자동차 생산 등

☐ 적극적인 외국인 투자 유치

- 2006년 러시아정부는 'Industrial Assembly'(산업조립) 정책의 일환으로 자동차 관련 새로운 수입관세 절차를 도입하여 해외 자동차 부품 업체들의 투자를 유치하며 자국 내 생산 기반 확충에 노력
- 세금 혜택(관세 0~5%)을 받는 부품의 범위가 넓어져 시트, 라디에이터 등의 단순 부품만이 아니라 트랜스미션과 같은 하이테크 부품 조립용 부품도 포함

□ 수입 규제를 위한 관세 인상

○ 러시아 정부, 2009년 1월 수입 관세 인상 정책 실시

생산연도	관세
신차~3년 미만	자동차 가격의 30% or 엔진용량에 따라 1.2~2.8 유로
3년~5년	자동차 가격의 35% or 엔진용량에 따라 1.2~2.8 유로
5년 이상	중고차로 분류, 엔진용량에 따라 2.5~5.8 유로

* 해당 관세를 적용 시의 금액과 엔진 용량에 따른 유로화 과세 금액 중 높은 금액이 우선 적용

2) 동향

□ 세계 경제 위기에도 BRICs 중 가장 호조

- 2008년 자동차 판매량은 전년대비 15.6% 증가하여 318만 5천대 기록
 - 2007년의 판매 증가율과 비교할 시 높은 수준은 아니나 세계 금융 위기로 각국의 자동차 판매가 대부분 감소한 것과 비교하여 호조를 보인 BRICs 시장 중에서도 가장 높은 수준

□ 자동차 생산 현황

- 2008년 러시아 자동차 생산량은 전년대비 7.4% 증가하며 성장세를 이어감

[러시아 자동차 생산 대수(2006~2008)]

(단위 : 천대, %)

	2006		2007		2008	
	대수	증가율	대수	증가율	대수	증가율
트럭	249	20.3%	290	16.5%	259	-10.7%
승용차	1,176	10.0%	1,293	9.9%	1,469	13.6%
버스	82	3.8%	89	8.5%	67	-24.7%
합계	1,507	11.2%	1,672	10.9%	1,795	7.4%

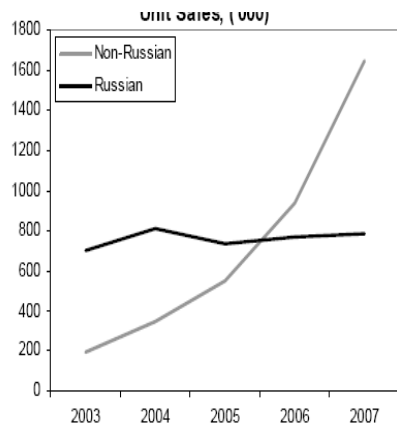
자료원 : ASM-Holding

- 해외 브랜드인 폭스바겐, 포드, 도요타 등이 러시아내 조립 공장 설립
 - 현대자동차는 2008년 6월 상트페테르부르크 근처 Taganrog에 생산 공장을 세워 2010년 생산을 시작하며 2011년부터 대량 생산 가능

□ 해외 브랜드 선호도 급증

- 러시아 브랜드의 판매량 최근 몇 년간 정체, 2008년 판매량 전년대비 9% 감소
- 수입, 러시아내 생산분을 포함한 해외 브랜드의 판매는 지속 증가

[러시아브랜드 대 해외 브랜드 판매현황]



구분	판매대수(천대)			판매금액(백만달러)		
	2008	2007	증감율	2008	2007	증감율
러시아브랜드	700	765	-9%	6.5	6.5	0%
해외브랜드 (러시아생산)	580	440	32%	10.5	6.7	57%
수입신차	1,500	1,205	24%	45	34.1	32%
수입중고차	395	380	4%	7	6.1	15%
합계	3,175	2,790	14%	69	53.4	29%

자료원 : BMI "Russia Autos Report Q12009", PWC "Effects of the crisis on the Russian automotive market"

3) 한국 진출 현황

□ 판매 순위 상위권, 전년대비 크게 증가

- 현대차는 2008년 해외 브랜드 중 판매대수 2위(전년대비 30% 증가)로 시장 점유율 9.3%를 차지하였고 대우는 9위, 기아는 11위를 차지

[해외브랜드 자동차 판매대수(2008년)]

(단위 : 대, %)

순위	브랜드	2008	2007	증가율	시장점유율
1	시보레	235,466	190,553	24	11.3
2	현대	192,719	147,843	30	9.3
3	도요타	189,966	145,478	31	9.1
4	포드	186,828	175,793	6	9.0
5	닛산	146,547	116,498	26	7.0
6	미쓰비시	111,567	100,609	11	5.4
7	르노	108,070	101,166	7	5.2
8	오펔	98,800	66,329	49	4.7
9	대우	95,510	91,302	5	4.6
10	혼다	89,152	38,631	131	4.3
11	기아	88,152	78,616	12	4.2
전체		2,080,818	1,645,130	26	100.0

자료원 : AEB(Association of European Business)

□ 생산 공장 설립 등 적극적인 진출 꾀해

- 현대자동차 : 2008년 6월 상트페테르부르크 근처 Taganrog에 생산 공장 설립
→ 2010년 생산 시작 → 2011년 대량 생산 시작

- 러시아 정부의 협조 아래 본 공장으로 수입되는 부품은 2011년부터 2018년까지 낮은 세금을 적용받음

2. 자동차 부품

□ 부족한 현지 기술력과 품질 수준

- 현재 약 2,000여개 현지 부품업체가 자동차 부품을 생산하고 있으나 대부분 단순 부품 제조 담당, 전문가들은 외국 경쟁사와 비교해 30-40년 뒤쳐진 수준으로 평가

- 차량 품질보증 클레임 건수가 서유럽 차량은 1,000대당 0.002건인데 비해 러시아 차량은 300배 높은 0.6건으로 클레임 주요 원인은 낮은 부품 품질

□ 외국 자동차 부품 업체의 진출 활발

- 현재 러시아에 진출한 외국 자동차 부품업체는 Siemens VDO, Johnson Controls 등 다수이며 Denso Corporation, Thyssen Krupp Automotive 등이 러시아 내 제조 공장 신축 예정
- 외국 자동차 부품업체는 차량 실내 부품, 범퍼, 시트, 타이어, 배터리 등 단순 부품류의 생산을 러시아로 이동시키고 있음

□ 외국 브랜드 대상의 부품 시장이 시장 주도

- 자동차 부품 시장은 외국 브랜드의 러시아 진출과 함께 증가하는 수요를 충족시키며 성장하여 온 만큼 외국 브랜드용 부품이 주도
 - 외국 브랜드용 부품 시장이 2009년 러시아 자동차 브랜드용 시장을 추월할 것으로 예상되며 2012년까지 100억 달러로 증가할 전망³⁾

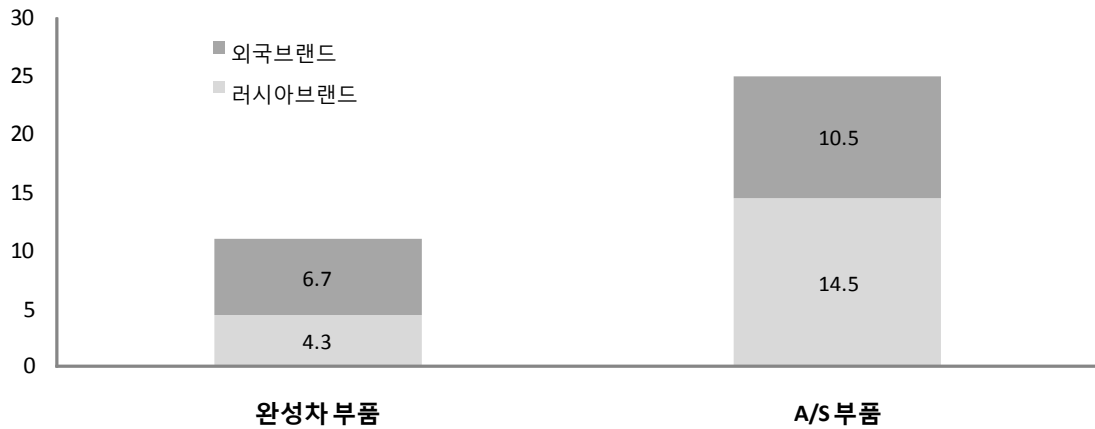
□ AS 부품 시장이 완성차 부품 시장의 3배

- 러시아 자동차 부품 시장은 완성차 부품 시장, A/S 부품 시장으로 구분되며 완성차 부품 시장이 24%, A/S용 부품 시장이 76%의 구조를 가져 글로벌 부품 시장의 70대 30이라는 비율과는 상이한 모습

3) PWC

[러시아 자동차 부품 시장 구조]

(단위 : 십억달러)



자료원 : Autostat

- 러시아 내 중고차 구매, 자동차의 지속적 사용, 열악한 도로 품질, 높은 자동차 사고 빈도와 같은 특수성이 그 원인임

[승용차 차량 연수]

(단위 : 대, %)

사용연수	2006		2007		2008	
	대수	점유율	대수	점유율	대수	점유율
5년미만	6,244,369	23.3	7,345,477	25.0	8,918,424	27.8
5~10년	7,452,018	27.8	7,846,973	26.7	8,386,313	26.2
10년초과	13,097,145	48.9	14,212,471	48.3	14,716,261	46.0
합계	26,793,532	100.0	29,404,921	100.0	32,020,998	100.0

자료원 : ASM-Holding

1) 완성차 부품

□ 현지 브랜드는 자체 제작, 외국 브랜드는 대부분 수입

- 러시아 자동차 브랜드는 절반 정도의 부품을 자체적으로 제작하고 나머지는 수입품에 의존
- 러시아와 합작한 외국 자동차 업체들은 점차 현지화 부품 사용률을 높이고 있으나 여전히 대부분 수입하여 부품 조달

- 향후 7년 동안 1/3수준으로 수입 부품의 비중을 줄여갈 계획으로 2012년에는 약 100억달러 규모의 부품 수요가 있을 것으로 추정

□ 시장규모

- 러시아의 완성차 부품 시장은 약 125억 달러로 평가, 그 중 절반이 수입
- 최근 러시아에서 시행되고 있는 수입차 신규 관세율은 자동차 수입에 영향을 주고 있으나 러시아내 자동차 조립생산 기업들에게는 이익이 되는 것으로 나타남

[2008년 러시아 완성차 부품 시장 구조]

(단위 : 백만달러)

시장규모	부품	비중
12,510	수입 부품	6,700
	러시아 부품	4,350
	러시아 자재	1,460

자료원 : Autostat

□ 유통구조

- 러시아 현지브랜드 제조업체(AvtoVAZ, GAZ, KAMAZ 등)
 - 대부분 조립부품 제조 계열사 포함, 자신들의 입찰시스템 운영
 - 필요한 조립부품 제조업체와 직접 컨택(OEM방식 선호), 러시아내 외국 제조업체들과 조인트 벤처를 설립하는 것이 일반적인 관행
- 외국 차량 조립업체(Ford, Avtotor, Tagaz 등)
 - 주로 외국 업체들이 조립업체에 자동차 조립 키트(Car-assembling kits) 제공
 - 외국 업체들은 러시아내 외국부품 공급업체들과의 조인트 벤처 형성 고려
 - 조인트 벤처로부터 필요한 부품을 직접 공급받음으로써 부품 수입비용 절감 가능

2) A/S 부품

☐ 외국 브랜드와의 경쟁 강화

- 전체적으로 약 2,000개의 기업이 A/S 부품 시장에서 활동
- 외국 업체들과의 경쟁에서 러시아 부품업체들이 아직 우위 유지, 그러나 고품질의 유럽제품과 저가의 중국, 터키, 인도 제품들이 러시아 브랜드 제품의 지위 위협

☐ 시장규모

- A/S 부품 시장 규모는 2007년 248억 달러에서 2008년 340억 달러로 증가, 전체 부품시장의 약 76% 차지

[2008년 러시아 A/S부품 시장 구조]

(단위 : 백만달러)

시장규모	부품	비중
34,000	엔진관련 부품	7,800
	서스펜션	5,100
	차량용 배터리	950
	필터	800
	옵션	1,900
	기타	17,450

자료 : Autostat

☐ 유통 구조

- 공식 A/S센터, 소매점, 정비소 등이 대표적인 유통 업체
- 정비소의 정비 관리 담당자들은 마케팅 캠페인에 대한 거부감을 가져 진입에 어려움 존재
 - 일반적으로 순정품 여부, 품질 보증 계약, 납기의 적시성이 부품 공급업체 선택 시 주요 기준
 - 2~3개의 브랜드에 대한 장기간의 강한 선호도를 가지며 기존에 사용하던 부품의 품질 저하 시에만 신규 브랜드 시도

[주요 수입업체]

Auto Master Trading			
주소	Russia, 111141, Moscow, Zeleniy Prospekt, 3/10		
전화	7 495 232 11 90	팩스	7 495 368 24 16
담당자	Yuriy Fedrov (Director of Technology Team)		
이메일	trade@automaster.ru	홈페이지	www. automaster.ru
주요품목	Bilstein, Denso, Kavo, Locitte, SKF 등의 제품 공급		

Avant Auto			
주소	Russia, Moscow, Lokomotivny Proezd str., 29		
전화	7 495 480 6900 / 9002	팩스	7 495 480 6900
담당자	Mr. Aurthur Park (General Manager)		
이메일	Korea4@avantauto.ru	홈페이지	www.korea-opt.ru
주요품목	현대, 기아 부품 도매		

Auto Place			
주소	Russia, 129128, Moscow, ul.Bajova, 17, str.1		
전화	7 495 777 65 56		
담당자	Yekaterina Shubailo (Marketing Director)		
이메일	marketing@autozch.ru		
주요품목	Toyota, Honda, Nissan 등의 순정 및 비순정 부품, 2차 부품시장 대상 순정 부품		

Asia-Motors			
주소	Russia, Moscow, ul. Velozavodskaya,5		
전화	7 495 956 32 93		
담당자	Vladimir Bayev		
이메일	asia@asia-motors.ru		
주요품목	GM대우, 기아, 현대등 한국산 브랜드용 자동차 부품 공식 취급		

Avalux			
주소	Russia, Moscow, Avtozavodskaya 16, Building 2		
전화	7 495 232 2221	팩스	7 495 232 2221
담당자	Mr. Kuznetsov (Deputy Director)		
이메일	Kuznetsov@avalux-motors.ru	홈페이지	www.avalux-motors.ru
주요품목	현대, 기아, 쌍용, 대우, Nissan, Chevrolet 등의 부품 취급		

3) 한국 부품 동향

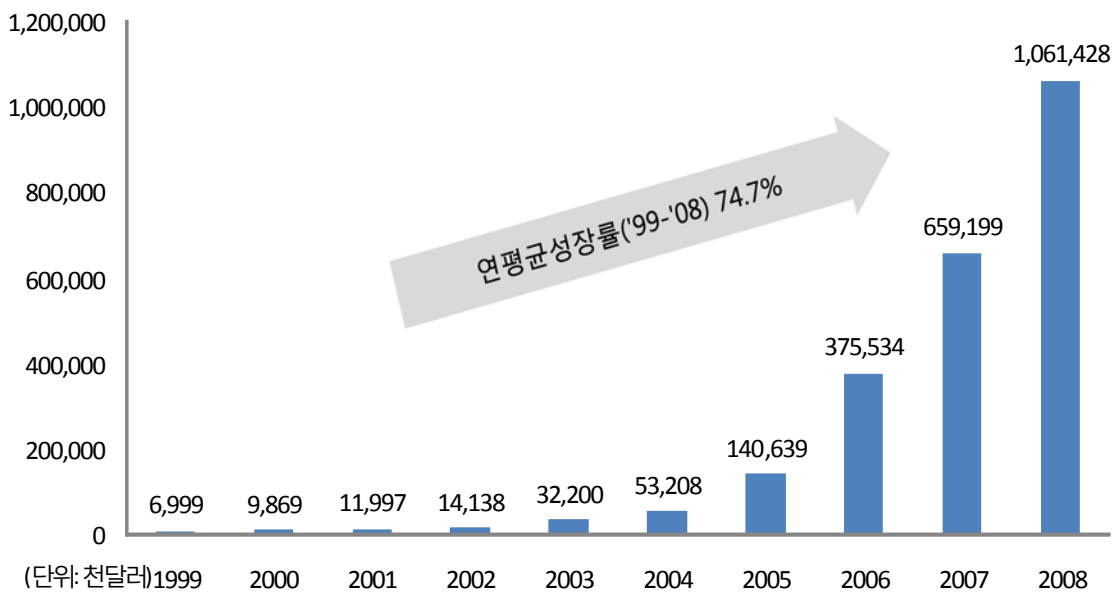
□ 한국산 부품 전문 부서 등장

- 러시아 내 한국 승용차 수요가 급증함에 따라 잠재적인 이익 기회를 선점하기 위하여 AvtoPrognoz, Ukor-Auto, TD Mera, AvtoSa 등의 다수의 도매 업체에서 한국산 자동차용 부품을 취급하기 시작

□ 주요 수출품목 : 변속기, 브레이크 부품

- 한국의 대 러시아 수출은 지난 10년간 연평균 74.7% 성장함

[대러시아 자동차 부품 수출 추이('99~'08)]



자료원 : KOTIS

주 : MTI 742000 자동차 부품 기준

- 한국의 대 러시아 주요 수출 품목은 변속기, 브레이크 부분품, 핸들, 운전대와 운전박스, 에어백 등임

[2008년 주요 수출 품목]

순위	H.S 코드	품 목	금액(천달러)
1	8708999000	변속기(Transmission Parts)와 부품품	1,005,500
2	8708400000	변속기어(Gear Box)	21,660
3	8708309000	브레이크 기타 부품품	9,368
4	8708940000	핸들, 운전대와 운전박스	4,700
5	8708959000	에어백 부품품	3,333

자료원 : KOTIS

주 : 한국자동차공업협동조합 기준, HS 코드 10단위

우크라이나

1. 자동차

1) 자동차 관련 정책

☐ 자동차 관련 수입 규제 강화

- 자국 자동차 관련 기업 보호는 물론이며 극심한 무역 적자 상태를 해결하고자 자동차 관련 수입 규제 강화
- 기존의 10%이던 자동차 및 부품의 수입 관세에 6개월동안(2009년 3~9월) 한시적으로 13%를 추가 부과하여 현재 수입 관세는 23%에 이름

☐ 자국 자동차 산업 장려

- 2004년부터 세금 인센티브 제공 등 관련 법안을 제정하여 자국 자동차 산업 지원
- 2006년 8월, 우크라이나 정부는 'The concept for Developing the Ukraine Automobile Industry and Regulating the Automotive Market until 2015' 발표, 외국인투자 유치 및 현지 제조업체 육성에 노력
- 최근 우크라이나 경제 산업부는 자동차 생산 장비 등의 수입 관세를 낮추어 전체의 67%를 차지하는 노후장비를 교체할 계획

2) 동향

☐ 세계 경제 위기의 영향으로 자동차 시장 주춤

- 2007년 신차 판매는 54만대로 전년대비 26% 성장하였으나 2008년 신차 판매는 62만대로 전년대비 15% 감소
- 자동차 생산 역시 상당한 타격을 받아 2009년 1,2월 승용차 생산량은 전년 동기대비 83% 감소(11,000대), 버스는 88% 감소(200대), 트럭은 92.6% 감소(178대)

□ 주요 수입국은 일본

- 2008년 자동차 수입은 전년대비 62%증가한 57억 3,700만달러규모
- 주요 자동차 수입국(2008, 판매금액기준)은 일본이 22억달러로 1위이며 한국은 2억달러로 7위

[우크라이나 자동차 수입 현황]

(단위 : 백만달러, %)

순위	국가	2007	2008	증가율
1	일본	1,036	2,239	116.15
2	독일	510	584	14.51
3	러시아	408	506	23.9
4	미국	168	475	183.18
5	영국	210	393	86.86
6	터키	77	224	192.27
7	한국	116	205	76.05
8	스페인	60	137	127.88
9	루마니아	68	129	88.95
10	우즈베키스탄	94	117	23.48

자료원 : 우크라이나 통계청

- 2008년 자동차 수출은 전년대비 24%증가한 6억달러 규모로 러시아가 전체의 92%(5억5,700만달러)를 차지하며 1위 기록(2008년, 판매금액기준)

□ 가격에 민감한 자동차 소비

- 소비자들의 가격 민감도가 높아지면서 저가의 차량을 선호하여 신차보다는 중고차, 대형차보는 중·소형차를 선호함
- 전체시장에서 신차(생산, 수입)등록이 58.8%, 중고차 신규 등록이 0.4%, 국내 재판매가 40.8%로 중고차 사용 비중이 신차 등록대수와 10%내외의 차이를 보임(2008년 1~9월, 판매대수 기준)
- 가격 경쟁력을 가진 저가의 중국차 선호도도 높아져 높은 판매 성장률 기록

3) 한국 진출 현황

☐ 한국 차 시장 점유율 총 19%

○ 한국 차 모두 시장점유율 상위 10위 권 이내 진입

- 2008년말~2009년초 현대, 기아자동차 현지 사무소 설치, 영업활동 강화

[자동차 회사별 판매 현황]

(단위 : 대)

순위	회사명	시장점유율	판매량(2008년)
1	VAZ(LADA)	17%	105,103
2	Chervrolet	8%	51,970
3	Daewoo	8%	50,530
4	Hyundai	7%	45,625
5	Mitsubishi	7%	44,849
6	Toyota	5%	32,946
7	ZAZ	5%	32,416
8	Skoda	5%	28,435
9	Chery	4%	27,718
10	KIA	4%	24,881

자료원 : Auto Consulting

2. 자동차 부품

1) 완성차 부품

☐ SKD⁴⁾ 70%, CKD⁵⁾ 30% 형태로 수입

○ 자동차 부품은 약 70%가 SKD, 30%가 CKD 방식으로 수입됨

- Ukravto사의 ZAZ 조립 공장만 CKD 방식을 사용하며 Bogdan, Euroca, AIS는 SKD 방식을 사용함

4) Semi Knock Down : 반조립형태로 분해된 부품을 수입하여 완성품으로 조립함

5) Complete Knock Down : 개별 부품 단위로 완전히 분해된 형태로 부품을 수입하여 현지에서 조립함

□ 주요 고객은 현지 자동차 제조 업체

- 완성차 부품 수출업체의 주요 고객은 우크라이나 내 자동차 제조업체
 - Bogdan : 기아, 현대, 라다, 이스주 등으로부터 부품 및 장비를 수입
 - Ukravto : 네센(라디에이터), 보쉬(연료시스템), CTR(자동차틀), EOG(충격흡수기) 등으로부터 부품을 수입하며 업체 결정은 직접 하거나 OEM계약에 따르는 두 가지 방식 존재

2) A/S 부품

□ 기업계 자동차 A/S 센터 확대될 전망

- 자동차 수리가 점점 복잡해져 전문지식이 필요해짐에 따라 자동차 부품 상점(DIY, Stop and Go 등) 시장은 25~25% 감소, 기업계 자동차 A/S 센터 시장의 수익 전망은 밝음
- 약 5,000개의 A/S 센터 존재, 그 중 43%가 기업계이며 그 외는 민간 A/S센터
 - 주요 자동차 보유 A/S센터 : Ukravto 400개, Eurocar 66개, Robert Bosch 37개, Niko 36개

□ 공식 유통망이 60%

- 2008년 A/S 부품 시장은 약 15~20억 달러 규모로 약 60%가 공식 유통망이며 40%가 영세업자, 불법 유통망 등으로 구성
- 기업계 A/S센터 대부분은 모기업 자동차 부품을 공식 유통망을 통해 거래, 상황에 따라 현지 유통망 이용

□ 부품 시장의 확대로 업체 간 경쟁 치열

- 최근 신차, 중고차 판매가 줄어들면서 자동차 딜러들이 A/S에 집중하기 시작하여 자동차 부품 시장은 확대되고 시장 내 경쟁은 치열
- 유통업체간의 가격 경쟁 심화로 소매가는 인근국에 비해 낮은 편

[주요 수입업체]

Autoformula Ltd			
설립연도	1998	종업원수	55
주소	Office 601,52 Popudrenka Str., Kiev, 08130, Ukraine		
전화	38 044 568 52 66		
담당자	Mr. Shevchenko Aleksey		
이메일	formula1@f1tradenet.com.ua	홈페이지	www.autoformula.com.ua
주요 품목	exhaust systems, brake pads, clutches, ignition systems, oil filters, air filters, shock absorbers, radiators, water pumps, etc.		

Ukrainian Automobile Corporation			
주소	15/2 Chervonoarmiskaya Str., 01004, Kyiv,Ukraine		
전화	38 044 206 82 12		
담당자	Mr.Taras Klimov(Purchasing Specialist)		
이메일	tklim@Ukravto.kiev.ua	홈페이지	www.Ukravto.ua
주요 수입국	한국, 폴란드		

AMV Corporation			
설립연도	2000	종업원수	95
주소	21 Robkorivskaya Str., Vasilkov, Ukraine		
전화	38 044 229 36 36	팩스	38 044 223 36 36
담당자	Mr. Oleg Anatolievich		
이메일	info@amv.ua	홈페이지	www.amv-ua.com
주요 수입국	유럽		
주요 품목	automobile and industrial oils, technical fluids and greases, autochemistry and autocosmetic, filters, brake pads, spark and heat plugs, drive belts, windshield wiper blades, autolamps, professional tools sets, etc.		

Valmi Automotive			
설립연도	1994	종업원수	15
주소	13/10 Novokonstantinovskaya Str., Kiev, 04080, Ukraine		
전화	38 044 205 56 24/09	팩스	38 044 205 56 17
담당자	Mr. Denis Salov		
이메일	denis.salov@valmi.com.ua	홈페이지	www.valmi.com.ua

Autotechnics Ltd.			
설립연도	1994	종업원수	320
주소	16 Zakrevskogo St., 02660 Kiev Ukraine		
전화	38 044 2391465		
담당자	Mr. Kuznetsov Vecheslav (sales manager Asian Devision)	핸드폰	38 067 4016133
이메일	Viatcheslav.Kuznetsov@asianp arts.com.ua	홈페이지	www.autotechnics.ua
주요 수입국	러시아, 한국, 일본, 타이완		

Vladislav Enterprise			
설립연도	2001	종업원수	40
주소	184 Geroev Stalingrada Str., 49056, Dnepropetrovsk, Ukraine		
전화	38 0562 32 15 15	팩스	38 0562 32 14 14
담당자	Mr. Golovchuk Victor		
이메일	golovchuk@vladislav.dp.ua		
주요 수입국	러시아, 폴란드		

3) 한국 부품 동향

☐ 최근 줄어든 수출

- 한국 자동차 부품 수출 규모는 지난 5년간('04~'08) 연평균 82% 증가하였으나 2008년에는 전년대비 2.6%의 증가율로 증가세가 크게 줄었음

☐ 주요 품목 : 발전기, 로드휠, 브레이크 순

- 대 우크라이나 자동차 부품 주요 수출 품목은 변속기, 발전기, 로드휠 및 부분품, 브레이크 기타 부분품, 클러치와 부분품 순

[2008년 주요 수출 품목]

순위	HS 코드	품 목	금액(천달러)
1	8708999000	변속기(Transmission Parts)와 부속품	145,762
2	8511509000	발전기(Generator)	1,069
3	8708700000	로드휠 및 부분품	908
4	8708309000	브레이크 기타 부분품	604
5	8708930000	클러치와 부분품	411

자료원 : KOTIS

주 : 한국자동차공업협동조합 기준, HS 코드 10단위

□ 유통 경로

- 전반적 자동차 부품, 틀, 장비는 Bogdan과 Ukravto를 통해 제조, 유통되나 모회사 부품 할당량이 줄어들면서 한국의 부품 제조업체인 Partsmall, Anam, KAP등과의 거래가 늘어남
- Bogdan은 현대, 기아차, Ukravto는 지엠대우차 위주
- 수입업자가 수요에 따라 다양한 부품을 소량 수입하므로 한국 업체의 접근이 어려워 한국산 A/S 부품은 진출이 활발하지 않은 편

카자흐스탄

1. 자동차

1) 자동차 관련 정책

□ 자동차 수입 규제가 거의 없었으나 최근 강화 움직임

- 카자흐스탄의 자동차 수입 규제는 CIS 국가들 중 매우 낮은 편으로 중고차와 신차의 관세를 10%로 동일하게 적용하였음
- 하지만 2009년 2월 정부는 자국 자동차 생산 기업을 육성하고자 수입 관세를 30%로 인상 조치하겠다고 발표
- 관세 인상 조치에 대해 현지 자동차 업체들은 실질적 자동차 생산 기반이 부족한 현 시점에서 매우 시기 상조라는 의견이며 수입 의존도가 높은 자동차 시장에 오히려 불법 통관 등의 부작용을 일으키게 될 것이라 우려

[자동차 및 자동차 부품 수입 관세]

품목	통관세	부가세	통관수수료
자동차(HS Code : 8703)	10% 혹은 1cc당 0.1유로	12%	CCD(Cargo Custom Clearance)당 50유로 혹은 세금을 포함한 전 통관비용의 0.2%
버스(HS Code : 8702)	0%	12%	
자동차 부품 및 악세사리(HS Code : 8708)	12% 혹은 1cc당 0.1유로	12%	

2) 동향

□ 자동차 생산이 거의 없고 수입에 의존

- 2008년 자동차 생산 대수는 4,096대(전년대비 18% 감소), 수입 대수는 약 15만 5천대(전년대비 58% 감소)로 수입의존도가 매우 높음

- 자동차 생산은 유일한 자동차 생산 공장인 Asia Auto(Ust-Kamenogorsk 위치, 러시아의 AvtoVAZ와 카자흐스탄의 BIPEK Auto 합작)에서만 이루어지고 있음
- 불법으로 통관, 수입되는 차량의 수가 전체 시장의 28%가량을 차지하여 실제 수입 자동차수는 더 많을 것으로 보임

□ 중고차 판매가 신차의 3배 이상

- 2008년 자동차 수입 대수 15만 5천대 중 11만대가 중고차로 신차의 3배 이상의 수량이 수입
- 중고차(7년 이하)는 1,800~2,300cc급이 41,995대로 가장 많이 판매되었으며 그 다음으로 1,500~1,800cc급이 31,860대 판매되어 중·소형 중고차가 선호됨

□ 일본차 선호

- 일본차 수입 비중은 44%로 시장 점유율 1위이며, 독일차 25%, 한국차가 5%의 점유율 차지
- 지난 2년간 도요타 차량의 판매량이 전체 판매량의 24%를 차지하였으며 UZ-Daewoo(우즈베키스탄 대우 자동차 공장)가 11%, 미쓰비시가 10% 차지

3) 한국 진출 현황

□ 지난해 판매 감소

- 세계 금융 위기로 인한 자동차 수요 감소로 2008년 수출량은 48% 감소한 5,190대 기록
- 그러나 독일과 러시아의 수출은 66% 이상 감소하였고, 일본은 신차가 49% 감소, 중고차가 54%감소하여 한국 수출 감소는 상대적으로 높지 않은 편

2. 자동차 부품

1) 완성차 부품

☐ 러시아산 부품에 의존

- 유일한 자동차 생산 공장인 Asia Auto는 러시아 AvtoVAZ를 통해 Tolyatti 공장산, 크라스노야르스크산 자동차 부품을 전량 수입
- 일부 축전기(Accumulator)등의 부품만 자국 내 조달

2) A/S 부품

☐ 러시아산이 시장 점유 1위, 최근 중국산이 큰 증가세

- 자동차 부품 시장은 수입에 전적으로 의존, 수입 부품 중 러시아산이 50% 이상 차지
- 중국산 부품 수입은 2008년 2,000만달러로 전년의 9백만달러 대비 2배 이상 증가
- 러시아산, 중국산 부품의 선전은 부품의 품질보다는 신속성과 가격에 민감한 카자흐스탄 자동차 부품 시장 특성을 보여줌

☐ 전문 A/S 센터 부족

- 자동차 A/S 시장은 약 9,330만 달러규모이나 공식 A/S 센터의 비중은 15%임
- 소비자의 A/S 개념이 부재하며 중고차 의존적인 자동차 시장 구조(중고차의 77% : 10년 이상 사용)로 전문 A/S 수요가 적기 때문

3) 한국 부품 동향

□ 부품 수출은 소폭 상승

- 2008년 대 카자흐스탄 자동차 부품 수출은 약 400만 달러로 전년대비 소폭 상승
 - 2007년 수출량은 전년대비 3배의 성장을 기록하였으나 2008년에는 성장세가 줄어 5% 정도의 증가만을 기록
- 그러나, 2008년 카자흐스탄 전체 자동차 부품 수입량이 4%가량 감소한 점을 감안하면 한국 부품의 수출 증가 추이는 긍정적

□ 주요 수출 품목

- 대 카자흐스탄 수출 주요 품목은 2008년 기준 변속기, 시동용/점화용 전기기기 부분품, 액체여과기, 공기여과기, 시트, 브레이크 관련 품목의 순

[2008년 주요 수출 품목]

순위	HS 코드	품 목	금액(천달러)
1	8708999000	변속기(Transmission Parts)와 부속품	6,786
2	8511909000	내연기관의 시동용/점화용 전기기기 부분품	347
3	8421231000	액체여과기(Fuel Filter)	207
4	8421311000	공기여과기(Air Filter)	66
5	9401200000	시트	20

자료원 : KOTIS 주 : 한국자동차공업협동조합 기준, HS 코드 10단위

우즈베키스탄

1. 자동차

1) 자동차 관련 정책

☐ 환경 보호 및 배기가스 배출 기준 강화

- 국내 환경 보호 및 유럽의 배기가스 배출 기준에 부합하기 위하여 2007년 3월부터 Euro-2기준을 충족시키지 못하는 자동차 수입 금지
- 기준을 점차 강화하여 2010년 1월부터는 Euro-3 기준을 적용할 계획

☐ 소형 중고차 수입의 규제 강화

- 2007년 4월 1일부터 1,000cc 미만의 7년 이상의 중고차 대상의 소비세(Excise Tax)를 기존의 cc당 2.4달러에서 7.2달러로 3배 인상함으로써 소형 중고차 수입을 사실상 봉쇄

2) 동향

☐ 주변국의 경기 침체 영향으로 자동차 생산 감소

- 2008년 생산량, 수출량은 전년대비 각각 14%, 8% 증가한 수준
- 이는 주요 수출시장인 러시아를 비롯한 CIS 국가들에서 세계적인 금융 위기의 여파로 자동차 수요가 급감했기 때문

☐ 수입 중고차 시장 점차 축소

- 소비자들은 중고차보다 신차를 선호하며 수입차의 관세가 최소 100%로 높아 자국 내 생산되는 신차를 구매

- 자동차 수요 감소, 자국 자동차 가격 하락으로 소형차 소비자들은 중고차보다는 자국 신차를 구매하고 있어 소형 중고차 시장은 더욱 축소될 것으로 전망

- 2007년 4월 발효된 1,000cc이하 소형 중고차 관세율 인상 조치로 2007년 중고차 수입량이 3,500대로 감소, 2008년에는 2,000대 수준으로 크게 감소

□ 러시아 브랜드 수입이 가장 많아

- 2008년 자동차 외국 브랜드 판매 대수는 16,300대로 매년 증가 추세
 - 러시아의 VAZ와 GAZ가 2008년 수입차의 65%를 차지, 시보레, 현대, 도요타 순
- 정부가 부족한 외환확보를 위하여 2008년 말부터 개인들이 달러 계좌를 개설하고 이를 담보로 차량을 구매할 수 있도록 허용하면서, 아우디, 벤츠, BMW 등의 고급 브랜드의 신차 및 중고차 수입이 증가

3) 한국 진출 현황

□ 점차 증가하는 한국차 수입

- 한국차 수입대수는 2008년 850대정도로 전체 수입차 대수(16,300대)의 5% 수준이며 수년간 점차 증가추세
- 2009년 1분기 자동차 수출 전년 동기 대비 130% 증가
 - 원화 약세에 따른 가격 경쟁력 상승과 승용차 위주의 중고차 수출이 작년 하반기 이후 증가하였기 때문

2. 자동차 부품

☐ 완성차 부품 시장이 주요 부품 시장

- 우즈베키스탄의 자동차 부품 시장은 완성차 부품 시장이 큰 비중을 차지, A/S 부품 시장은 아직 형성 과정

1) 완성차 부품

☐ 자국 부품화 노력으로 완성차 부품 생산 늘어

- 우즈베키스탄의 자동차 부품 국산화율은 2007년 약 60%에 이르렀고 정부는 2009년까지 70%의 비율을 목표로 함
- GM의 지원으로 우즈베키스탄 정부는 부품 국산화를 적극 추진하고 있으며 국산화 프로그램에는 브레이크 시스템, 연료펌프, 안전벨트 등 13개 품목 포함
- 하지만, 자국 부품 제조 업체들은 국내 완성차 생산에 충분한 부품을 공급할 만한 생산 설비를 갖추지 못하고 있어, 국산화된 품목이라도 일정량은 수입에 의존

☐ 주요 브랜드의 부품 조달 현황

- GM-Uzbekistan(우즈베키스탄의 유일한 자동차 제조 업체)
 - 부품의 약 90%를 GM 대우로부터 구매하며, 10%는 중국으로부터 조달
 - GM 대우에서 엔진, 기어박스 등의 주요 부품을 구매하며, 냉연강판, 의자, 조명기기 등의 제품도 한국으로부터 수입

2) A/S 부품

☐ 발달 중인 A/S 부품 시장

- A/S 부품 시장은 연간 7~8% 성장하고 있으나 전문적이고 체계적인 부품 수입·유통 구조는 아직 확립되지 못함
- 소비자들의 가격 중심 소비 성향으로 고가의 전문 A/S 센터보다는 저렴한 소매상 및 부품 시장이 보다 활성화
- 시장 규모가 작아 업체들이 '규모의 경제' 효과를 이루기 어려운 점도 전문적인 부품 수입 구조가 발달하지 못한 이유 중 하나

☐ 유통 구조

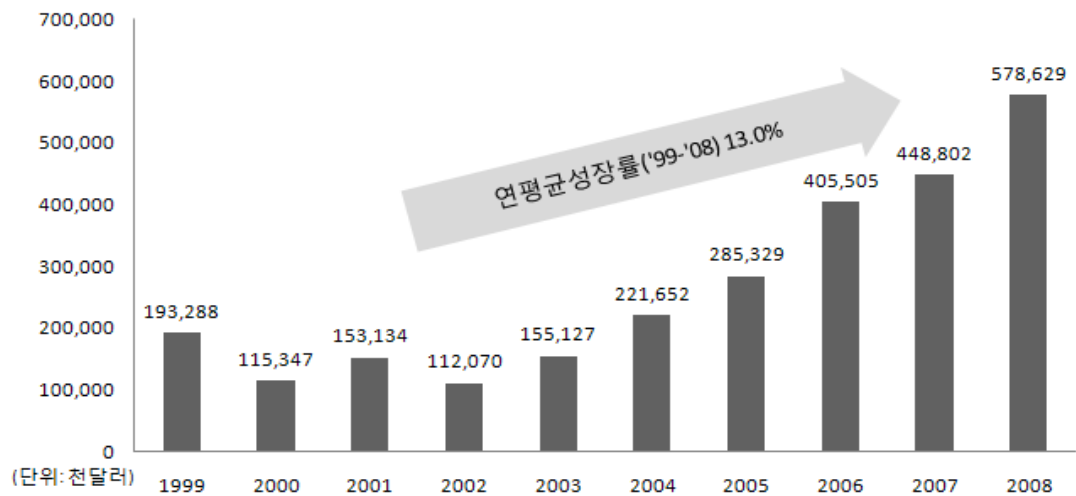
- 완성차 메이커의 A/S 센터 : 모기업으로부터 정품 부품을 수입, 판매하며 지정된 매장 이외의 곳에서는 판매하지 않음
- 수입 업체(개인 혹은 기업 형태) : 해외로부터 대량의 부품을 수입한 후 자동차 부품 취급 소매업체에게 판매
 - 일정 규모의 수입업체들은 자체적으로 보유한 매장에서 판매하거나 자동차 부품 밀집 지역의 소매업체들을 대상으로 판매
- 개인 수입상(법인자격없음) : 주문에 의해 구매하는 형태, 주문처로부터 자동차 부품에 대한 주문을 받은 이후 외국으로 나가 해당 부품을 구매하여 주문처에 이를 판매

3) 한국 부품 동향

☐ 부품 수출량 추이

- 대 우즈베키스탄의 부품 수출량은 지속적으로 증가 추세, 2008년은 전년대비 28.9% 증가한 5억7862만달러 수출

[대 우즈베키스탄 수출 동향('99~'08)]



자료원 : KOTIS

주 : MTI 742000 자동차 부품 기준

○ 2009년 1분기 수출 역시 전년동기대비 10.6% 증가하여 1억 4,300만 달러 기록

- 자동차 조립에 공급되는 KD 부품의 수출은 현지 생산량 감소에 따라 감소하였으나 A/S 수요 증가로 전체 부품 수출량은 증가

□ 주요 수출 품목

○ 대 우즈베키스탄의 주요 수출 품목은 변속기, 기어, 발전기, 범퍼와 부분품, 방열기, 내연기관 펌프이며 엔진, 냉연장판, 의자, 조명기기 등 자동차 생산에 직·간접적으로 필요한 부품도 호조를 보임

[2008년 주요 수출 품목]

순위	HS NO.	품 목	금액(천달러)
1	8708999000	변속기(Transmission Parts)와 부속품	529,773
2	8708400000	변속기어(Gear Box)	31,402
3	8511509000	발전기(Generator)	5,654
4	8708100000	범퍼와 부분품	3,337
5	8708910000	라디에이터(Radiator)	3,316

자료원 : KOTIS

주 : 한국자동차공업협동조합 기준, HS 코드 10단위

□ 유통 구조

- 자동차 판매 대리점을 통한 정상적인 유통구조와 수요가 많은 품목을 수입상들이 한국에서 직접 수입한 후 유통하는 구조로 나누어짐
- 수입상들이 많이 구매하는 부품은 자국 내 생산, 판매되는 넥시아, 마티즈, 다마스 모델용으로 한국을 직접 방문하여 컨테이너 베이스로 다품종 소량 구매

III. 한국 업체에의 시사점

1. 주요국별 유망품목 및 진출 시 유의사항

러시아

☐ 유망 품목

- 완성차 부품 : 범퍼, 시트, 차량 에어컨, 배기 시스템, 변속기, 커플링 장치
 - 다른 품목에 비해 높은 수요로 현지 생산 필요성 증가
- A/S 부품 : 완충장치, 브레이크 패드, 필터, 서스펜션
 - 러시아 바이어들의 수요가 높음

☐ 유의 사항

- 러시아 국내 유통 파트너사 선정시 기업 평판, 양호한 신용 이력, 높은 판매량, 서비스의 품질 특성 및 제공되는 제품 범위를 고려하여야 하며 낮은 신뢰도의 딜러와의 거래는 삼가야함
- 일부 도·소매 업체들은 브로셔 제공, 판매 담당 직원의 유니폼, 마케팅 자료 제공 등의 부품 공급 업체의 노력을 제휴사 선정 시 중요하게 고려
- 최근 바이어들이 대금지급으로 어려움을 겪고 있는 경우가 많으므로 가격 할인, 현지 통화 결제, 대금 결제 연기 등 대금지급 조건을 완화시켜 줌으로써 바이어와의 거래 지속에 중점을 두어야 함

우크라이나

□ 유망품목

- 완성차 부품 : 헤드 및 리어 램프, 후드, 쇼크 업소버, 타이어, 엔진 관련 부품
 - 수요가 꾸준하며 적절한 수준의 자국 업체가 부족하여 수입이 많이 이루어짐
- A/S 부품 : 바디 파츠, 후드, 브레이크 패드, 필터, 타이어, 램프
 - 한국 부품이 경쟁력을 가진 부품들

□ 유의 사항

- 한국 업체와 우크라이나 회사 계약의 가장 큰 어려움은 발주에서 수주까지의 긴 시간 소요로 물류 거점 설치 등 납기 단축을 위한 해결책을 찾아야함
 - 우크라이나 회사는 주문 이후 약 60~70일 이후에야 물건 수주가 가능하며 그만큼 자동차 수리 시간 소요도 길어져 소비자 만족도가 낮음
- 최근 수입업체들의 구매력이 낮아지면서 가격 인하, 대금 납입 조건 등 요구 사항이 늘어나므로 일회성 대규모 거래보다는 안정적인 소규모 거래를 지속하는데 초점을 맞추어 가격 및 대금 납입 조건을 협상해야함
- 외국인 투자 인센티브가 없고, 각종 관련 법제도도 정치 영향에 따라 변화하는 등 투자 진출 여건이 아직 성숙하지 못하므로 본격적 투자 진출 보다는 지속적 수출을 통한 네트워크 구축 후 시장 감각과 노하우를 익혀가도록 함
- 일부 자동차 부품은 우크라이나 정부 기준에 따른 인증서가 필요하며 인증서 발급은 정부기관인 Ukrsepro에서 관할하며 관련 절차 숙지가 반드시 필요함

카자흐스탄

☐ 유망품목

- 부품류 : 필터, 브레이크 패드, 쇼크업소바, 스티어링 엔드
- 액세서리류 : 윈드브레이커, 자동차 카페트, 전조등 유리, 엔진보호대, 자동차 보안시스템 등
- 2008년 전년대비 수입량이 증가한 품목으로 지속적 수요가 기대

☐ 유의 사항

- 2008년 세계 금융 위기로 경제가 위축되어 바이어들의 결제 능력이 크게 저하된 상황이므로 결제 조건에 주의를 기울여야 함
- 지리적으로 한국과 멀리 위치하여 물류에 있어 장기간의 인도 시간이 소요됨

우즈베키스탄

□ 유망품목

○ A/S 부품

- 브레이크 패드, 샤시 부품(볼벨브, 고무부품, 쇼크 업소버 등) : 도로 여건이 열악하여 고장 빈번
- 연료 펌프 : 가솔린 품질이 매우 낮아 연료 펌프의 고장이 잦음
- 필터류 : 고온 건조한 기후로 먼지 발생이 심하고 가솔린 품질이 낮아 필터의 잦은 교환이 이루어지고 있음
- 엔진부품, 고무벨트 : 대부분 승용차가 영업용 택시로 사용되어 일일 150~200km를 주행함으로 엔진 부품의 마모가 심하며, 특히 고무벨트의 손상이 심함
- 전조등, 유리 : 자국 내 전구 및 유리 생산업체가 부재하며, 자동차 증가, 난폭 운전으로 인한 접촉사고 증가로 전조등, 유리의 잦은 교체가 이루어짐

□ 유의 사항

- 우즈베키스탄은 이중 육지 폐쇄 국가(double-landlocked country)로 한국에서 원거리에 위치하여 물류 비용이 높고 이동 시간이 김
- 인근국인 러시아, 중국에서 품질은 낮지만 가격이 저렴한 모조 부품류가 시장에 대거 유통되어 현지에서 한국 제품의 가격 경쟁력이 떨어지고 있음
- 정부가 자동차 부품 국산화율을 높이기 위해 국내 생산·조달 가능한 자동차 부품은 2배의 관세율을 적용하는 등 수입 부품에 대한 진입장벽을 높일 예정

2. 시사점

□ A/S 부품 시장을 중심으로 공략

- 2009년 자동차 구매가 위축될 것으로 전망되면서 차량의 사용기간이 늘어나고 중고차의 유지 보수를 위한 A/S 수요가 증가하게 되어 자동차 A/S 부품 수출, 판매가 유망함
- CIS 국 대부분이 아직 수입차 의존도가 높기 때문에 A/S 부품에 대한 수요가 늘어날 전망이다
 - 러시아는 최근 수년간 자동차 구입이 증가하면서 출고 후 10년 이내의 차량이 전체 차량의 절반이상을 차지하며 등록 차량의 40%가 외제차량임

[주요사례 : Bost Holding]

- 2006년 7월 자동차 배터리 전문 수입업체인 RILAS사와 처음으로 접촉 후 비즈니스 시작
- 배터리의 우수한 품질을 바탕으로 RILAS사로 넥시아, 마티스 등의 모델용 배터리를 연간 1만개씩 수출



□ 자국 산업 육성책 활용

- 우즈베키스탄, 러시아, 우크라이나 등 CIS 국가들은 자동차 산업 활성화, 자동차 부품의 국산화를 위하여 노력 중
 - 러시아 정부는 4월부터 자동차 구매자들에게 대출시 3년 기준 대출이자의 2/3를 상환 지원 하도록 결정(약 6천만 달러 지원)
 - 러시아 수입차 관세 25%에서 30%로 인상
- 현지의 부품 업체와 비교하여 원천 기술을 보유한 한국 자동차 부품 업체들의 진출 유망

- 그러나 러시아 시장에 영향을 받는 CIS 국가들의 자동차 시장이 현재 어려움을 겪고 있으므로 정부 정책의 변화와 시장 상황을 살피면서 신중한 접근 필요

□ 강제 인증 획득

- 러시아 법률에 따라, 약 60% 이상의 모든 제품이 러시아 내에서 판매되거나 사용되기 위해서는 강제인증 및 라이선스가 필요, 여타 CIS 지역 역시 인증이 필수
- 인증 획득 및 갱신에 실패하는 경우 생산을 금지시키거나 공장을 폐쇄해야하는 경우도 있으므로 인증 획득에 특별히 유의해야 함
- CIS지역 인증제도의 경우 유럽의 그것과 기준, 절차 면에서 상이하므로 부품 수출 시 관련 인증에 대해 필히 파악해야 함
- 러시아의 우측 핸들 차량 수입 규제, Euro-3 자동차 배출가스기준 도입 등과 같이 최근 변화된 인증제도에 특히 유의해야 함

□ 유통업체와의 신뢰 관계 구축

- 전반적인 시장 상황을 고려하여 무리한 투자 진출의 확장보다는 기존의 네트워크망의 재정비와 신뢰성 확보를 통한 유통망 관리가 필요함

[주요 사례 : GATES]

- 벨기에 회사인 GATES는 러시아에 진출하여 일찍(1990년대) 진출하여 초기에는 쉽게 유통망 확보 가능
- 최근 경쟁이 심화되면서 점차 적극적인 마케팅의 필요성을 깨닫게 되었고, 러시아 내 주요 유통업체를 자사 공장은 물론, 벨기에, 독일 대 관광 명소로 초청하는 등 고객 관리에 노력하고 있음



- 시장에 새로이 진출하고자 하는 외국 기업의 경우 건설한 에이전트나 디스트리뷰터 및 대형 수입업자를 발굴하는 것이 중요
- 최근에는 백화점이나 하이퍼마켓이 자동차부품의 소매상으로 등장하고 있는 것이 특징
 - 러시아에서 활발한 활동을 보이고 있는 하이퍼마켓 체인망으로는 메트로, Cash & Kerry, Pyaterochka, Auchan, Lenta와 같은 기업이 있음
- Avtomir, Koleso Fortuni, AD Smartec 등 대규모 도매 업체와의 네트워크 구축이 소규모의 단일 브랜드 취급 업체보다 효과적

□ 부품 판매·공급 채널 다각화

- 금융 위기로 인한 CIS 지역으로 진출한 GM 등 대규모 자동차 기업들은 구조 조정과 함께 체질 개선, 비용 절감, 생산성 향상을 위하여 부품 공급 네트워크를 재구성할 움직임을 보임
- 완성차용 부품의 판매·공급 채널을 다각화하기 위해서는 한국 브랜드 외에 타 브랜드의 CIS 현지 공급 업체로도 등록되어야함

[주요사례 : 만도]

- 2007년부터 5년간 러시아 AutoVAZ에 1억2,500만 달러 규모의 전자식 조향장치 공급 계약 체결
- 완성차 업체 아래 부품사를 계열사로 두고 있는 러시아 자동차 업계에서 흔치 않은 사례
- AutoVAZ는 러시아에 진출해 있는 GM, 현대 등 수입차에 대응하기 위해 부품 수입

- 이 때, 신규 유통망 확보는 장기적인 관점으로 접근하여야 하기에 꾸준한 고객 관리, 마케팅 활동이 필수적임

OEM 업체의 부품 구매 과정

공급업체 선정 예비과정 (최대 12개월) → 내부 공급업체 목록 등재 (최대 4개월) → 비즈니스 관계 개발 (최대 3개월) → 신규 공급업체 평가 (최대 4개월) → 입찰 (최대 3개월) → 견적서 평가 (최대 3개월) → 공급업체 최종 선정 (최대 8개월)

[주요사례 : 캐프그룹]

- 러시아 Tagaz 사와 와이퍼시스템 OEM 방식 공급계약 체결, 2009년 5월부터 납품 시작
- 공급 물량은 연간 5만개 수준으로 약 20억원에 달함
- 단품을 해외에 공급하는데서 벗어나 시스템 전체를 공급하는데 의의

□ 조인트 벤처 설립 고려

- 외국 자동차 조립 생산 업체 및 현지 자동차 부품 업체와 조인트 벤처 설립 고려 필요
- CIS 각 국 정부의 자국 부품 산업 육성을 기회로 활용하기 위해서는 현지 투자 진출이 필수
 - 우즈베키스탄 정부의 경우 부품 국산화율을 높이기 위해 국내 생산·조달 가능한 자동차 부품은 2배의 관세율을 적용하는 등 수입 부품에 대한 진입장벽을 높일 예정
- 완성차 업체와 함께 부품업체들도 동반 진출하여 안정된 영업기반 확보, 현지 자동차 업체 및 글로벌 자동차 업체로의 판로 확대 모색 필요

[주요사례 : 이레]

- 우즈베키스탄 우즈오토사노아트와 50:50 합작으로 자동차 케이블 생산, GM-Uzbekistan에 전량 공급 중
- 최근 우즈베크 자동차 생산 증가에 따라 사업 확장, 자동차 와이어 생산에 1,300만 달러 투자
- 지난 5월 대통령 방문 시 1,900만 달러를 투자하여 연간 36만개의 발전기를 생산하는 계약을 우즈베크 측과 체결
- 2009년 하반기 나보이 경제특구에 공장 건설 시작 예정

□ 고유 브랜드 구축과 현지 상표권 등록 등 법적 안전장치 확보

- OEM 방식 진출은 초기 단계에서는 도움이 될 수 있으나, 합당한 가격을 받기 어렵고 바이어 의존도가 높아 시장 장악력이 구조적으로 취약함, 따라서 진출 초기에는 어렵지만 일정 단계를 넘어서면 고유 브랜드 구축에 대한 노력이 필요
- 현지에서 잘 알려진 한국 브랜드의 경우 이를 모방한 중국산 모조 브랜드가 출현하는 경우가 발생
- 모조 브랜드는 낮은 가격을 경쟁우위로 삼아 시장을 공략하고 있어 한국 브랜드의 신뢰도 및 이미지를 실추시키고, 이는 결국 브랜드 파워 약화로 이어짐
- 따라서 해당 진출 국가의 상표권, 특허권 등을 사전 파악해 지적재산권 보호를 위한 법적 안전장치를 확보해야함

□ 다양한 프로모션 방법 개발 필요

- 러시아 소비자들의 가장 중요한 구매 결정 요소는 가격이므로 각종 프로모션을 실시하여 구매를 유도해야 함
- 현지 유통업체와 공동으로 마일리지 적립제도, 추첨 행사 등의 마케팅을 기획, 전개하는 것이 시장 확보 및 고객 충성도 향상에 유리

- 컨퍼런스, 세미나 등의 행사도 참여 업체들에게 브랜드 인지도 및 신뢰도 향상을 이루어내는 효과적인 방법으로 장기적인 측면에서 효과적임

[주요사례 : NGK]

- 일본의 NGK Corporation은 NGK를 적극적으로 홍보하는 러시아 도·소매 업체, 정비소를 대상으로 전국 카트 대회 개최

[주요사례 : 현대자동차 CIS 법인]

- 러시아 VIP 고객 골프대회 초청, 고급 세단 홍보 행사 개최
- 공식 딜러를 통해 차량을 구입한 소비자를 대상으로 <Hyundai Family> 라는 이름하에 Family card 제공, 24시간 로드 서비스, 5년 보증 서비스 등 제공



- 잡지 광고

- 제조업자 혹은 판매업자들 사이에서 선호되는 방법이며 제품 소개, 제품 비교 등을 통해 제품의 강한 성능을 강조

☐ 전시회 참가

- 러시아 지역 주요 국가들은 자동차 부품 전시회를 주기적으로 개최하고 있으므로 전시회에 참가하여 현지 바이어를 개발, 네트워크를 구축해야 함

- 관련 전시회

- Autocomplex

- 일자 : 2009.10.28-30
- 장소 : Expocentr Krasnaya Presnya Fairgrounds (모스크바)
- 전시장 규모 : 3,450m²
- 참여업체 수 : 12개국 150개 업체 참여(2007년)
- 방문객 : 8,700명(2007년)
- 특성 : 자동차 조립 공장, 장비, A/S 등 관련 정보를 제공하는 전시회

- Auto & Automechanika

- 일자 : 2009.10.28-11.1
- 장소 : Lenexpo Fairgrounds (상트페테르부르크)
- 전시장 규모 : 25,000m²
- 참여업체 수 : 11개국 373개 업체 참여(2007년)
- 방문객 : 44,869명(2007년)
- 특성 : 증가하는 러시아 자동차 애프터마켓 시장 관련 전시회

- Moscow International Motor Show

- 일자 : 2009.12.26-30
- 장소 : Crocus Expo International Exhibition Center(모스크바)
- 전시장 규모 : 40,150m²
- 참여업체 수 : 32개국 800개 업체 참여(2008년)
- 방문객 : 118,125명(2008년)
- 특성 : 러시아 및 CIS 지역의 선도적인 자동차 이벤트로, 예비부품, 구성품, 액세서리 분야에 중점을 두면서 업계의 전 분야 망라

2009년 KOTRA 발간자료목록

● Global Issue Report

번 호	제 목	발간일자
09-001	글로벌 경제위기를 극복하는 기회시장 틈새시장	2009.1
09-002	오바마 정부의 경제·통상정책 방향과 시사점	2009.1
09-003	주요국 경기부양책 및 시사점	2009.2
09-004	美 경기부양법인 분석 및 활용전략	2009.2
09-005	러시아 CIS 수출환경변화와 진출확대방안	2009.3
09-006	한-칠레 FTA 5주년 성과와 시사점	2009.4
09-007	2009 美 USTR 국별무역장벽보고서(NTE) - 주요내용 및 시사점 -	2009.4
09-008	미·중·일 그린뉴딜 정책	2009.4
09-009	금융위기속 CIS 진출 기업 및 바이어 동향	2009.4
09-010	글로벌 경제 위기 속 아프리카 - 중국, 일본, 인도의 진출현황 및 시사점 -	2009.4
09-011	금융위기 이후 한중일 3국의 대아시아 현지진출전략 변화와 시사점	2009.5
09-012	인도 신정부의 경제통상방향과 전망	2009.6

● Global Business Report

번 호	제 목	발간일자
09-001	2009년 세계 자동차시장 미리보기	2009.2
09-002	중동의 5대 비즈니스 유망 분야	2009.2
09-003	한-호주, 뉴질랜드 BT산업 협력방안	2009.3
09-004	새롭게 바뀌는 일본의 수입 인증제도	2009.3
09-005	불황기 중국시장, 소비트렌드를 읽어라	2009.3
09-006	일본 소비재 유망상품 및 수출방안	2009.3
09-007	새롭게 주목받는 美 흑인시장	2009.3
09-008	아프리카 전력시장 ON - 전력산업 현황과 진출 방안	2009.3
09-009	중국 내수의 新 블루오션, 유망 2,3선 도시 소비 포인트	2009.3
09-010	세계 전자산업 및 시장의 재편과 우리기업에의 기회	2009.4
09-011	동남아 CDM 시장현황과 기회	2009.4
09-012	중동에 펼쳐지는 친환경 녹색도시 - 그린산업현황과 기회	2009.4
09-013	해외 LED 5大 시장 진출전략	2009.5
09-014	인도 소매시장 현황 및 진출방안	2009.5
09-015	미국의 쿠바 제재조치 완화와 한-쿠바 교역	2009.5
09-016	아세안 휩쓰는 '경제한류'	2009.5
09-017	자동차 부품의 틈새시장, 중동·북아프리카를 가다	2009.5
09-018	미국 新성장 전자부품 시장동향	2009.5
09-019	세계시장을 누비는 한국의 강소제품들	2009.7
09-020	중국 내수시장 진출을 위한 인터넷 홍보 핵심 포인트	2009.7
09-021	중남미 플랜트 시장 진출 방안	2009.7
09-022	동남아 주요국 경기부양책에 따른 한국기업 참여 기회	2009.7
09-023	한국 제품의 중국내 브랜드 인지도 이렇게 높여라	2009.7
09-024	자동차 부품의 틈새시장, CIS를 가다	2009.7

● KOTRA자료

번 호	제 목	발간일자
09-001	2009년 지역별 진출확대 전략	2009.1
09-002	해외 프로젝트 진출 연찬회	2009.1
09-003	해외 주요국 레저보트산업 조사	2009.1
09-004	2009년 지역별 수출유망상품	2009.2
09-005	2009 아세안 유망시장 진출전략	2009.2
09-006	2009 외국인 투자환경 만족도 조사	2009.3
09-007	러시아 자동차 및 자동차부품 시장동향	2009.3
09-008	CEO・HR マネージャー向けの主要労働判例集 (2008年改訂版)	2009.3
09-009	중국 내수유통 경영실무 가이드	2009.4
09-010	그린허브코리아 주간 2009 종합결과보고서	2009.5
09-011	주요국 정보통신현황 - 유럽편	2009.5
09-012	주요국 정보통신현황 - 미주편	2009.5
09-013	주요국 정보통신현황 - 아시아편	2009.5
09-014	주요국 정보통신현황 - 중동/아프리카/CIS편	2009.5
09-015	해외 주요국 LED 시장동향	2009.5
09-016	외국인을 위한 법인설립 안내 (Guide to Business Establishment in Korea)	2009.6
09-017	법령으로보는 중국 노무관리실무가이드	2009.6
09-018	2008 외국인투자옴부즈만 연차보고서 (Foreign Investment Ombudsman Annual Report 2008)	2009.6
09-019	2009 서울국제식품산업대전 결과보고서	2009.6
09-020	2008 북한의 대외무역동향	2009.6
09-021	Post-China 투자진출 유망국 투자여건	2009.7
09-022	주요 선진국 녹색에너지 기술동향	2009.7
09-023	전세계 비철금속 생산현황 및 글로벌소싱 활성화 방안	2009.7

● 설명회자료

번 호	제 목	발간일자
09-001	2009년 세계시장진출전략 설명회	2009.1
09-002	2009년 세계시장진출전략 비즈니스 포럼	2009.1
09-003	유럽 재생에너지시장 진출설명회	2009.1
09-004	한미 부품소재 글로벌 파트너링 설명회 및 상담회	2009.1
09-005	TRADE KOREA 2009 해외시장개척 설명회 및 상담회	2009.2
09-006	TRADE KOREA 2009 해외 마케팅 핸드북	2009.2
09-007	2009 아세안 유망시장 진출전략 설명회	2009.2
09-008	미-중-일 그린 비즈니스를 잡아라	2009.4
09-009	일본기업 부품소재 구매전략 설명회	2009.4
09-010	중국 내수시장을 제대로 뚫기 위한 성공조건과 공략방법	2009.4
09-011	중국 부품소재시장 진출 전략 설명회	2009.6
09-012	미국 자동차시장 현황 및 향후 전망	2009.6
09-013	유럽 자동차 시장 현황 및 향후 전망, 아시아 주요 완성차 구매전략	2009.6
09-014	CIS 주요국 시장변화와 진출전략	2009.6
09-015	중국 내수진출 기업이 꼭 알아야 할 중국 노무・세무 핵심 포인트	2009.6
09-016	베트남 유통 및 프랜차이즈 시장 진출 설명회	2009.6
09-017	주요국 경기부양책 및 사업기회	2009.6
09-018	중동 신성장산업 진출 설명회	2009.6

작성자

- ◆ 타슈켄트 KBC 이명구 센터장
- ◆ 모스크바 KBC 장윤성 과장
- ◆ 알마티 KBC 최진형 과장
- ◆ 키예프 KBC 김하민 과장
- ◆ 중아CIS팀 조운민, 송혜숙

Global Business Report 09-024

자동차 부품의 틈새시장, CIS를 가다

발 행 인 | 조 환 익
발 행 처 | KOTRA
발 행 일 | 2009년 7월
주 소 | 서울시 서초구 현릉로 13
(우 137-749)
전 화 | 02) 3460-7114(대표)
홈페이지 | www.kotra.or.kr

Copyright © 2009 by KOTRA. All rights reserved.

이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
무단전재와 무단복제를 금합니다.