동반성장보고서 시리즈 12-003
2012. 12. 26

동반성장 보고서
- 선진시장편 -

kotra
Korea Trade-Investment Promotion Agency

CONTENT

요 약 / 1

I. **일본** / **2**

하청대금 지급 지연 등 방지법
중소기업 新사업활동 촉진

II. **캐나다** / **7**

Tim Hortons, 영세 농가를 위한 Coffee Partnership

III. **오스트레일리아** / **10**

Coles, Woolworths사, 현지 생산자 지원 및 협력 제도

IV. **프랑스** / **14**

중소기업 역량강화 자발지원 제도(Pacte PME)

V. **영국** / **18**

세계 최대 의료 기관 NHS의 제조업체 직납 제도

VI. **네덜란드** / 21

오픈 이노베이션을 위한 R&D 센터 구축

VII. **폴란드** / **25**

중소기업 역량 강화를 위한 국가서비스 센터 구축

VIII. **독일** / **28**

독일 최대의 구매연합 Nordwest Handel AG

IX. **스웨덴** / **32**

STING의 중소기업 지원 제도

X. **미국** / **36**

Dell社의 『Entrepreneur in Residence*』 프로그램

요 약

□ 사회공헌 활동, 선진국 기업에게는 선택이 아닌 필수

기업의 사회적책임(Corporate Social Responsibility)은 선진국에서는 선택이 아닌 필수사항으로 인식되고 있다. 특히 중소기업에 비해 여러 면에서 여유가 있는 대기업/다국적기업의 경우 CSR 활동을 통한 기업 이미지 제고에 힘쓰고 있으며 이를 통해 이익 증대라는 기업 본연의 목적을 달성할 수 있을 것으로 기대한다. 오늘날 CSR 활동은 지역사회 공헌, 소외계층 지원, 문화/예술/스포츠 후원, 협력업체를 비롯한 중소기업 지원, 환경보호 및 지속개발 가능 촉진 등, 다양해지는 추세로 각자 경영 방침과 상황에 맞는 방식을 선택하여 추진하고 있다.

□ 중소기업과의 동반성장, 중소기업 경쟁력과 국가경쟁력 제고에 기여

이 같은 사회공헌 활동 중 대기업과 중소기업 간의 상생을 도모하려는 노력이 중요한 의제로 부각되고 있다. 대기업 못지않게 중소기업이 국가 경제에서 중요한 위치를 차지하고 있다는 점을 여실히 보여 주는 부분이다. 공공 부문 사례로는 일본의 하청대금 지연 방지법과 중소기업의 신사업 활동 촉진법, 프랑스의 중소기업 역량강화 자발지원 제도, 영국의 NHS사에 대한 의료기기 직납제도, 폴란드의 중소기업 역량강화를 위한 국가서비스센터 운영, 스웨덴의 중소기업 혁신지원 제도를 들 수 있다. 또한 민간부문에서도 대기업/중견기업이 협력업체를 비롯한 중소기업에 대한 지원을 아끼지 않고 있다. 대표적인 예로 캐나다 Tim Hortons사의 영세 커피농가와의 파트너쉽, 호주 Coles사와 Woolworths사가 공동 추진 중인 현지 생산자 지원제도, 네덜란드 기업들의 오픈이노베이션을 위한 R&D 센터 구축, 독일 최대 구매연합 Nordwest Handel, 미국 Dell사의 Entrepreneur in Residence 등인 것으로 조사되었다. 이번 벤치마킹 조사를 통해 우리 경영 환경에서 어떻게 대기업과 중소기업이 윈윈할 수 있는지, 공공 부문에서는 어떠한 지원책이 효과적일지 따져보는 기회가 될 것으로 기대한다.

I. 일본

하청대금 지급지연 등 방지법

□ 사례 대상 기관

기관명	공정거래위원회 Japan Fair Trade Commission	담당자 (직위)	Mr.Arimoto(有本) (하청과 상담관)
전화번호	81-6-6941-2176	이메일	*이메일로는 상담 불가 Fax : 81-6-6943-7214
취급품목 및 분야	계약, 거래에 대한 지도, 법적조치		

□ 제도 도입 배경 및 목적

○ 일본의 경우 대기업과 중소기업 간의 거래규제 자체를 목적으로 하는 법률은 없으며, 하도급관계를 규율하는 '하청대금 지급지연 등 방지법(이하 '하청법')'에 의한 규제가 중소기업과 대기업간의 관계를 규정

- 1950년대 일본 고도성장 시기, 하도급 거래 시 불공정한 행위로 인해 고통 받던 중소기업들의 요구에 의해 1956년 처음 제정된 이후 개정을 거듭하여 2004년에 방송업, 여행업 등의 서비스 산업까지 확대 적용

○ 발주 기업이 갑의 입장을 이용, 발주 후 하청대금 삭감, 가격인하 압력, 협찬금 요구, 대금지연 등의 행위 금지가 주요 내용

○ 한국의 '하도급 거래 공정화에 대한 법률'과 내용 자체는 유사하나, 동 법률의 경우 사후 처벌에 중점을 두는 반면 일본은 분쟁 발생 전 사전 예방조치 중심의 규제가 이루어지는 것이 특징

- 중소기업청, 경제산업성 등을 통해 컴플라이언스 시스템 구축 및 가이드라인 제시

□ 제도 운영 현황

○ 기본적으로 동 제도는 사전 예방에 무게를 두고 있음.

- 중소기업청과 공정거래위원회가 공동으로 중소기업을 대상으로 변호사 무료 상담 서비스, 각종 강연회 등을 실시

○ 2012년 4~9월에 하청법을 위반한 건수는 488개사, 1227건이며 적발된 금액은 약 5억7403만 엔을 기록

- 상담원이 상담한 건수(상반기)는 전년대비 13%증가한 2,349건, 변호사가 상담한 건수(상반기)는 전년대비 25%증가한 320건을 기록

○ 하청법 교육홍보 및 법 위반 예방

- 지역별「하청거래 적정화 추진 세미나」를 47개 지역에서 58회 개최하고, 중소사업자의 요청에 따라 「이동상담회」(전국 24곳) 및 과거 위반 사실이 있는 업종을 대상으로「업종별 세미나」(38회) 실시

- 하청거래에 관한 상담(9,257건), 원사업자(34,600개)와 사업자단체(650개)를 대상으로 하청법 준수요청 공문 발송 등 다양한 활동을 전개

- 공정거래위원회는 매년 서면 조사를 실시하는데, 2011년의 경우 자본금 1,000만 엔을 초과하는 원사업자 38,046개 사업자 및 이 원사업자와 거래하는 수급사업자 210,166개 사업자를 대상으로 불공정한 거래가 있었는지에 대해 서면 조사를 실시

○ 하청법의 실현을 위하여 일본 중소기업청은 업종별로 수급사업자와 원사업자간의 ‘바람직한 기업 간 거래 사례(Best Practice)’를 제시

- 2007년에 8개 업종에 대한 가이드라인이 제시, 이후 15개 업종으로 확대

- 동 가이드라인에서는 원재료 가격 등 인상분의 거래가격 반영을 위해 가격 협의를 분기마다 실시할 것을 권장
- 불량품 보상의 경우 명확한 책임분담을 위해 원사업자와 수급사업자 간의 책임 범위를 기본계약서에 정확히 기재할 것을 권장

○ 단, 동 법률은 위반 시 처벌은 벌금 50만 엔과 회사명 공개로 그친다는 점, 하청이 상당 부분을 차지하는 건설업은 제외된 것이 문제점으로 지적됨.

□ 하청법 위반 시정 사례

○ 주요 통신판매업자인 (주)NISSEN은 2012년 9월에 하청법 위반으로 공정거래위원회 권고를 받음.

- 동사는 의료품, 가구, 잡화 등을 제조·위탁한 133개사에게 발주서 송부료를 부담시키는 방식으로 총 1,411만 엔의 부당이익을 챙김.

- 또한 판매가 종료된 재고상품을 하청업체에 반품하여 102개사에게 총 약 2841만 엔을 부담하게 하고, 반품 시 배송료 또한 부당하게 부담 시킨 사실이 밝혀짐.

- 공정위의 권고로 동사는 해당 대금 전액을 반환 조치함.

□ 하청법 시행 결과

○ 일본 정부는 하청법의 철저한 집행과 사전 예방 조치를 통해 중소기업과 대기업 간의 불공정한 거래를 상당 부분 해소해 나가고 있다고 자평

- 실제로 동 법률 시행 확대를 바라는 산업 분야가 확대되고 있고 하청업 적용 대상 분야에서는 개선 효과가 나타나고 있음.

○ 일본 여행업 협회(JATA)에 따르면 여행사가 랜드사에 해외 지상 수배를 위탁하는 경우와 출국수속업무 등을 타 대리점에 위탁하는 경우에 있어서 관행상 대금 지급이 지연되고, 리베이트를 받는 등 불공정한 거래가 많았음.

- 2004년 하청법에 여행업이 포함된 이후, 일본의 랜드사 모임인 '해외투어 오퍼레이터 연합(OTOA)'이 여행사와 랜드사 간의 거래실태 조사에 착수, 여행사와 랜드사 간의 불공정한 관행 개선에 나서는 등 가시적 효과가 있음.

○ 단, 하청법 적용이 가장 필요한 건설업이 대상에서 제외된 것은 문제로 지적됨

중소기업 신사업 활동 촉진법

□ 사례 대상 기관

기관명	경제산업성 중소기업청	담당자(직위)	중소기업청 경영지원부 사업지원과
전화번호	03-3501-1767	이메일	-
취급품목 및 분야	정부기관		

□ 제도 도입 배경 및 목적

○ '중소기업 新사업 활동 촉진법'에 따라 일본 중소기업들이 다른 업계와의 제휴를 활성화하기 위한 대책으로 '타 분야 제휴를 통한 신사업분야 개척(신제휴)'이라는 지원제도 마련

○ 중소기업들이 제휴를 바탕으로 새로운 영역에서의 비즈니스 성공사례를 최대한 창출, 사업영역 확대를 통한 중소기업 활성화가 주목적

- 대상기관으로는 대학, 시험연구기관, 중견·대기업, 공공시험연구소, 비영리기관(NPO) 등이 있으며 일반 중소기업을 중심으로 운영

□ 제도 운영 현황

○ 지원조건

- 분야가 다른 2개 이상의 중소기업이 각각의 경영자원을 결합하여 새로운 사업 분야를 개척하는 경우
  * 일본 표준 산업 분류에 따르면 세부 분류(4자리수)가 다를 경우 분야가 다른 기업으로 정의

- 신사업 활동을 실시해야 하며 3~5년의 계획기간 소요

* 신사업 활동이란 '신상품 개발 및 생산', '신직종 개발 및 제공', '새로운 상품 생산 및 판매 방식 도입', '새로운 노동 제공 방식 도입 및 기타 새로운 사업 활동', '신산업을 통해 상당한 신 수요를 개척하는 것', '해당사업에 대해 일정이익을 창출하는 것' 등이 해당

○ 제휴기업 조건

- 동 사업의 핵심이 되는 중소기업이 존재하여야 하며, 중소기업의 자발적인 참여가 있어야 함. 또한 참가기업의 규약을 통해 역할 분담 및 책임 소재 등이 명확해야 함.

○ 신청 및 지원 절차

- 제휴체계 구축 (사무국 상담) → 사업 계획 (사업계획 책정, 상품개발, 시장 조사 등에 대한 조언 및 사업성과 시장성 평가) → 경제산업성 신청 및 승인 → 사업 계획 실시 → 후속지원 (사업계획 실시 및 판로개척 등 지원) → 사업화

○ 기타 지원

- 융자 우대 (공공금융기관의 융자, 고도화 융자제도), 신용보증 우대(신용보증 특례, 정보처리추진기구(IPA)의 채무보증 제도), 보조금 지원, 투자 우대 조치 (중소기업 투자 육성 주식회사 특례), 기타 특허료 감면 등

□ 제도 운영 후 개선 결과

○ 2012년 10월 1일 현재 800건 이상의 사업이 동 지원정책을 활용한 것으로 집계되며 이 중 신규 사업 매출이 10억 엔을 초과한 성공사례도 있음.

'신제휴' 지원책 활용 사업계획 현황 ('12년10월1일 현재)

연도	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	합계
건수	154	147	135	139	114	46	53	30	818

* 자료원 : 중소기업청 사업촉진과

'신제휴' 지원책 활용 사업계획의 사업화 현황 ('10년 3월말 기준)

인정건수	판매건수(비중)	판매금액	평균 판매금액(건당)	진행중건수
702건	517건 (73.6%)	892.9억엔	1.73억엔	26건

* 자료원 : 중소기업청 사업촉진과

II. 캐나다

Tim Hortons, 영세 농가를 위한 Coffee Partnership

□ 기업 기본정보

기업명	Tim Hortons	담당자(직위)	Mr. Tim Faveri (Director, Sustainability and Responsibility)
전화번호	+1-905-845-6511	이메일	makingatruedifference@timhortons.com
취급품목 및 분야	커피 및 도넛 체인점		

○ Tim Hortons 개요
- 설립년도 : 1964년
- 캐나다를 대표하는 체인점으로, 커피, 음료, 도넛, 샌드위치 등 판매
- 2011년 주요 지표
  · 매출 규모 : C$2,853백만
  · 매장 수 : 4,014개(캐나다 3,295, 미국 714, 페르시아만 연안 5)
  · 고용 : 10만 명 이상

□ 제도 도입 배경 및 목적

○ 동사는 캐나다인들에게 사랑받는 대표 기업으로서 *'Making a true difference(진정한 변화 만들기)'*를 모토로 사회적 책임을 다하는 기업으로 알려져 있음.

○ CSR의 일환으로 아동재단 운영, 지역 활동 지원, 각종 기부/후원 활동, 동물 보호, 원주민 지원, Coffee partnership 등의 다양한 활동을 주도적으로 수행하며 이를 매년 연차보고서(Sustainability & responsibility report)를 통해 공시

□ 제도 운영 현황

○ 소규모 커피 재배농가 및 관련 커뮤니티 지원

- 커피 재배업과 농가의 일상생활 개선을 위해 경제·사회·환경적 측면을 고려

- 보다 양질의 커피의 효율적 생산을 위해 재배 농가에 많은 권한과 선택권 부여

○ 동 프로그램이 아래 분야를 집중적으로 지원

- 커피 수확량 증가 및 품질 개선에 필요한 기술 전수

- 재배농가가 커뮤니티 내 다른 농가와 연합, 생산가를 낮추고 최적의 시기에 최고가로 시장에 제품을 내놓을 수 있도록 지원

- 농가 내 어린이 교육 프로그램을 제공하고 주거환경을 개선

- 지속 가능한 농업기술을 농가에 교육시킴으로써 환경 관리 강화

○ 프로그램의 핵심은 커피 농가의 삶의 질 개선

- 동사 판매 커피의 공급원인 영세 농가가 함께 성장하고 이익을 공유할 수 있는 기술 지원을 통해 해당 농가와 커뮤니티 전체가 이득을 얻게 하자는 것이 핵심 취지

○ 현재까지 브라질, 콜롬비아, 과테말라, 온두라스 등 4개국의 2,500여 농가와 동 프로그램을 통한 협력 관계 구축

□ 제도 운영 후 개선 결과

○ (목표 1) Coffee partnership program(이하 'CPP')에 3년 평균 1,500 가구 이상의 참가 유도

- 실적 : '09년~'11년까지 평균 1,421 농가가 참가

- 향후 계획 : 3년 평균 CPP 참가 농가 1,500 가구 이상 달성

○ (목표 2) 2011년 중 4,500회의 기술 훈련 개최, 참가 농가의 95%가 농장관리계획(farm management plan)을 수립, 운영토록 관리

- 실적 : 소형 농가를 대상으로 2011년 총 10,733회의 기술 훈련을 실시하였으며 각 농가 당 6회 이상의 훈련에 참가

- 향후 계획 : 2012년에는 기술 훈련 5,000회, 참가 농가 95%가 농장관리계획을 수립, 운영토록 지원

○ (목표 3) 2011년 '지속 가능한 환경 관리' 하에 있는 커피 경작지를 3년 평균 3,000 헥타르 규모로 유지

- '지속 가능한 환경 관리'는 용수의 90%를 재활용수로 활용하고 모든 농가가 금지된 살충제를 전혀 사용하지 않는 것을 의미

- 실적
  · 경작지 : '09년~'11년 3년 평균 3,021 헥타르 달성
  · 용수 : '11년 80%의 재활용수가 활용되었으나 이는 후진국내 시설상의 이유로 일부 커피 처리라인이 재활용수를 사용할 수 있는 설비가 부재한 데 기인
  · 살충제 : 금지 살충제의 사용 일체 중지

- 향후 계획 : 2012년에는 목표 경작지를 3,500 헥타르로 늘리고, 90%의 재활용수 사용 및 금지 살충제 무사용 원칙 유지

III. 오스트레일리아

Coles, Woolworths社 현지 생산자 지원 및 협력 제도

□ 기업 기본정보

기업명	Coles & Woolworths Supermarkets	담당자 (직위)	Mr. Pat McEntee/General Manager
전화번호	61-2-8885-4174	이메일	pmcentee@woolworths.com.au
취급품목 및 분야	식품 유통 및 판매		

□ 제도 도입 배경 및 목적

○ Coles와 Woolworths는 호주 식품 유통시장을 장악하고 있는 대형 슈퍼마켓으로 전자는 호주 전역 약 741개의 매장, 후자는 약 840개의 매장을 운영중이며 두 업체의 신선식품 부문 호주 시장점유율은 80%에 달함.

○ 두 업체 모두 유통 및 판매는 물론, 생산 분야까지 사업영역을 확대, 기타 영세 중·소 생산/유통업체들을 위협하고 있는 상황으로 호주 내 식품 공급체인은 두 업체의 과점적 지위에 대한 우려가 높아지고 있음.

- 2009년 Coles와 Woolworths 이용자를 대상으로 실시한 설문조사 결과 응답자의 78%가 두 업체를 대체할 옵션이 없다고 답변

○ Coles와 Woolworths의 과점적 지위가 강화되면서 두 업체의 사업 확장에 반대하는 분위기가 형성되었으며 다수 지역에서 영업장 건축 반대 캠페인이 발생하자 두 업체는 이미지 쇄신을 위해 지역 공급/생산업체들과의 상생 협력을 통한 동반 성장 추진

□ 제도 운영 현황

○ 신선식품 조달 부문에 참여할 현지 공급업체를 집중 육성하고 우선 공급권 부여
- 신선식품의 거의 100%를 현지 업체로 공급받는 시스템으로 전환, 각 지역 공급업체들과의 공동 성장 기반 마련

○ 현지 또는 로컬 생산(Australian made or Australian grown) 인증 도입
- 수입제품 의존도가 높다는 비판과 소비자들이 현지 생산품을 선호한다는 점을 반영하여 현지 생산품의 소싱 비중을 높이고 이를 브랜드화함.

SA주 Coles에서 판매되는 로컬 생산제품 라벨

- 또한 로컬 제품임을 보증하는 인증라벨을 도입, 제품에 대한 소비자 신뢰도 제고에 주력

- 현지 제품 소싱 효율화를 위해 본사 담당이 아닌 매장 담당자가 직접 소싱하는 체계를 구축, 물류 간소화는 물론 제품의 질과 신선도 향상, 지역 공급업체의 공급 안정화에 기여

○ 슈퍼마켓의 기업화, 대형화에 대한 소비자들의 우려를 반영하여 새로운 'Market Place' 전략의 일환으로 매장을 시장 느낌으로 리모델링함.
- 제품군에 따라 지정된 구역을 만들되 호주 소비자들 빵, 과일, 생선과 같이 신선도가 중요한 품목의 경우 전문매장을 선호한다는 조사 결과를 반영, 해당 품목은 담당 직원을 배치하여 운영

Woolworths 신선식품의 로컬 공급제품 비율

□ 제도 운영 후 개선 결과

○ 동사 납품 현지 중소업체가 3,490여개로 증가
- 신선식품 중 과일 및 야채류는 전체 공급의 96%, 육류는 100%를 국내 재배농가로부터 조달

○ 연간 2백만 끼니에 해당하는 식품을 자선단체에 기증하는 CSR 수행

○ 두 업체는 전국 각 지역 사회에 연간 약 700억 원 상당의 기금을 지원하고 있음.

Ⅳ. 프랑스

중소기업 역량강화 재발지원 제도(Pacte PME)

□ 대상 기관 정보

기관명	Association Pacte PME (중소기업 동반성장 협회)	담당자 (직위)	Henri Lachmann (회장)
전화번호	+33-1-44-88-93-33	이메일	contact@pactepme.org
취급분야	항공기, 정보통신기술, 전기.전자, 환경, 운송장비, 에너지, 의약, 기계, 광학, 소프트웨어, 유통, 금융, 조달 등		

□ 제도 도입 배경 및 목적

○ 프랑스 국가 경제(고용, 수출, 부가가치 창출 등)에서 중소기업의 비중과 역할이 미흡하다는 의견이 지배적

- 고용 규모 250명 미만 중소기업이 국가 수출에서 차지하는 비중은 18% 미만으로 고용 규모 1,000명 이상 대기업의 39%와 대비

- 2010년 총 수출 중소기업 수가 2만8900곳이었던 반면 수출 포기기업(전까지 수출을 했으나 2010년 들어 수출 실적을 올리지 못한 기업)수는 2만 6000곳에 달하는 것으로 집계

- 2011년 무역적자가 사상 최대치인 696억 유로를 기록, 중소기업의 체질 개선 및 수출경쟁력 제고 필요성 대두

○ 대기업과 중소기업 간의 불평등 관계에 대한 문제의식 확대

- 대기업과 중소 납품·하청·공급업체 간의 종속적 관계에 따른 대기업 횡포 및 중소기업 피해 여전

- 대기업과 중소기업 관계 개선을 위한 중재위원회에 따르면 대금 결제기한 미준수, 상표권 및 특허권을 비롯한 지재권 침해, 각종 리베이트 요구, 무리한 납기 준수 강요 등, 대기업들의 횡포가 다양한 것으로 나타남.

○ 기업의 사회적 책임(CSR)의 중요성 확대

- CSR의 중요성 및 적용 범위가 확대되면서 공급·납품·하청업체를 동등한 파트너로 인식하고 바람직한 관계 형성이 필요하다는 분위기가 조성되는 추세

- 대기업은 CSR이 전체적인 기업 이미지와 나아가 매출과 실적에 상당한 영향을 미친다는 점을 인식, 관련 정책을 강화하고 적극 실천하고 있음.

□ 제도 운영 현황

○ 중소기업동반협약에 서명한 대기업들이 우수 중소기업들의 혁신 기술 및 제품을 구매하고, 협력사업 및 활동을 전개해 이들이 중견기업으로 성장할 수 있도록 지원 및 독려

○ 성과 파악을 위해, 대기업에 대한 신뢰지수, 중소기업 제품 구매비중, 동반성장 성공·실패 사례를 수시 공개

- 활동 촉진의 일환으로 경영혁신 창구(Portail Innovation), 국제화창구(Portail international), 직업연수 이수자 취업지원 및 중소기업 지배구조 강화 창구(Portail competences) 등, 상호 정보 교환 및 네트워킹 구축이 활성화되도록 다양한 창구를 온라인에 개설, 운영 중

○ 경영혁신 창구(Portail Innovation) : 경영혁신에 필요한 정보를 상호교환

- 경영혁신 회의창구(Conférances innovation) : 대기업의 중장기 트렌드, 혁신 관련 주제 및 정보를 중소기업에 제공

- 전문가 모집창구(Appel à competences) : 경영혁신 솔루션 제공이 가능한 중소기업 검색 가능

- 중소기업창구(Guichets PME) : 중소기업이 경영혁신 전문가 구인을 위해 대기업에 자문 요청 가능

- 경영혁신 솔루션창구(Vitrines de l'innovation) : 직종과 관계없이 경영혁신 솔루션을 보유한 중소기업이 이를 소개

- 기업검색엔진(Moteur de recherche) : 키워드로 경영 혁신에 앞장서는 중소기업 검색

- 경영혁신 기업조직망(Réseau innovation) : 중소기업 동반성장협약(Pacte PME) 사업에 참가하는 경영혁신 기업들의 네트워크

○ 국제화창구(Portail international) : 중소기업과 대기업들 간 수출 관련 정보 교환

- 전문가 모집창구(Appel à competences) : 대기업이 수출 솔루션제공 가능한 중소기업 검색

- 중소기업창구(Guichets PME) : 중소기업이 수출 전문가 구인을 위해 대기업에 자문 요청

- 기업검색엔진(Moteur de recherche) : 키워드로 해외 진출 중소기업 검색

○ 직업연수 이수자의 취업지원 및 중소기업 지배구조 강화 창구(Portail compétences) : 직업연수과정 이수자를 대기업에 소개하는 창구

- 모집창구(Recruteurs) : 대기업 내 직업 연수 과정 이수자의 이력서 접수
- 지원창구(Candidats) : 직업 연수 과정 이수자에게 Pacte PME 회원 대기업의 파트너 중소기업을 추천

- 전략위원회(Comites strategiques) : 대기업 간부를 투입하여 전략위원회 설립, 중소기업의 성장을 위한 지배구조의 강화 지원

□ 제도 운영 후 개선 결과

○ 경영혁신 창구(Portail Innovation) 이용한 기업 수는 2012년 11월말 기준, 270개사

○ 2010년 수천 개의 중소기업을 대상으로 20개 부문에서 실시한 설문조사에 의하면, 대기업들의 동반성장 신뢰지수 평균치는 63으로 만족스러운 수준 기록

- 긍정적 평가를 받은 부문은 9개로 절반 수준 : 약속이행(74), 지적재산권 준수(71), 지불기한의 준수(68), 제안 수용(68), 계약 중·후 만족도 통보(67), 회사등록 절차의 투명성(67), 신규 공급업체에 대한 개방(66) 등

- 부정적 평가를 받은 부문은 3개 : 원가절감 요구 시 중소기업의 마진 유지(40), 해외시장 진출기회 정보 제공(42), 중소기업의 제안에 따른 원가절감 시 이익 배당(49) 등

- 나머지 8개 부문에서는 평균 점수 기록 : 입찰참가비용(58), 단가절감 및 품질 향상을 위한 지원(59), 시장진입 관련 정보(60) 등

○ 동 협약 가입 대기업들의 중소·중견기업 제품 구매 비중이 2010년 기준 45.6% 기록

- 2010년 대기업 회원사의 총 구매액(489억 유로)중 중소기업과 중견기업의 비중이 각각 18.5%(91억 유로), 27%(132억 유로) 차지

- 2011년 기준 대기업 회원사들의 중소기업 상품 구매 규모는 약 105억 유로로 2010년 대비 15% 증가

○ 프랑스 중앙은행 자료에 의하면, 중소기업들의 대금 결제 기한은 2007년부터 크게 단축된 것으로 나타남.

- 대기업들의 중소기업에 대한 결제기한은 2000년 평균 75.8일에서 '07년 71.4일,

'08년 67.4일, '09년 61.8일로 지속적으로 단축된 후 '10년 62.2일로 다소 연장됨.

○ 중소 제조업체들의 매출 및 수출이 2009년에 경제위기로 감소한 후 2010년부터 2년 동안 지속적으로 증가

- 매출 : '09년 9.9% 감소 → '10년 4% 및 '11년 9.9% 증가
- 수출 : '09년 15.3% 감소 → '10년 10.6% 및 '11년 13.5% 증가
- 종업원 수 : '09년 2.7% 및 '10년 0.6% 감소 → '11년 2.4% 증가
- 운영자금 : '09년 9.3% 감소 → '10년 2.4% 및 '11년 6.6% 증가
- 기업투자 : '09년 14.7% 및 '10년 4.6% 감소 → '11년 4.5% 증가

○ 2011년 우수 중소 제조업체들의 마진율, 수출비율, 투자율, 채산성 및 운영자금 비중은 2010년 수치를 크게 상회

<최근 2년간 프랑스 중소 제조업체 현황>

구분	2010년	**2011년**
마진율	18.7%	**33.6%**
수출비중	0.3%	**13.1%**
투자율	3.7%	**11.1%**
자기자본 비중	41.8%	**62.2%**
운영자금 비중	21.1%	**56.5%**

자료원: 프랑스 중앙은행(Banque de France)

○ 2010년 중소기업의 프랑스 정부 조달시장 점유율은 구매 건수 및 금액 면에서 모두 증가

<프랑스 중소기업의 연도별 공공시장 진입 현황>

(단위: 건, 백만 유로)

조달시장	구분	건 수		금액	
	연도	2009년	2010년	2009년	2010년
정부	총 계	30,161	24,727	48,563	38,235
	중소기업 비중	43%	46%	16%	17%

자료원: 프랑스 중앙은행(Banque de France)

V. 영국

세계 최대 의료기관 NHS의 제조업체 직납 제도(DFM)

□ 대상 기관 정보

기관명	NHS Supplychain	담당자(직위)	Mark Patterson (Trading Director)
전화번호	+447803834063	이메일	mark.patterson@dhl.com
취급품목 및 분야	의료 관련 제품, 기술, 서비스 전반(약 60만종)		

□ 제도 도입 배경 및 목적

○ 영국 보건 기관(NHS Supplychain)이 구매하는 60만 종의 제품 중 90% 이상이 중국 등 아시아 지역에서 생산된 제품이지만, 납품은 영국 및 유럽의 의료유통 전문 기업이 맡아옴.

- 이는 아시아 중소 제조사들이 공공입찰 절차에 대한 정보가 부족하고, 언어적 문제, 까다로운 현지 품질·안전 인증을 취득하는 정보와 노하우가 부족했기 때문으로 분석됨.

- 또한, 의료기기 특성상 교환, 수리 등의 문제 발생 시 신속한 사후 서비스가 필요하기 때문에 현지에 대량의 재고를 보유하거나 물류센터를 운영하는 현지 법인 및 에이전트가 반드시 필요함.

○ 이러한 이유로, 아시아 제조사들은 영국 및 유럽의 의료유통전문 기업을 통해 납품해왔고, 유통사들은 자사의 이점을 이용해 유통마진을 원가의 수십배에 달하게 책정하는 등의 폭리를 취함.

○ 이런 문제를 해결하기 위해, NHS Supplychain은 2009년부터 아시아 제조사들의 현지 에이전트 및 물류 서비스 대행 체계를 만들어, 유럽의 전문 유통사

역할을 대신해 제조사들이 직접 입찰에 참여하는 제도(DFM, Direct from Manufacturer: 제조사 직납)를 도입

- 이 제도를 통해 제조사들은 현지 판권을 대기업(유통사, 에이전트)에 넘기지 않고, 직접 제조가격 수준으로 제품을 NHS에 판매할 수 있게 되었고, NHS는 구매예산 절감 효과를 거둠.

※ NHS란?

○ NHS(National Health Service)는 영국의 조세 보건 제도에 의해 국가가 전국민을 대상으로 전면 무상 의료 서비스를 제공하는 보건기관으로 영국 병원의 85%가 동 기관 소속

○ NHS는 연간 1,000억 파운드의 예산으로 운영되며, 순 구매 예산만 약 230억 파운드에 달하는 세계 최대의 의료 기관

○ NHS는 2006년부터 DHL에 의료 제품 구매를 위탁(10년 계약)하여 합작사인 NHS Supplychain 설립

○ NHS Supplychain은 DHL의 막강한 글로벌 물류 네트워크를 통한 빠른 조달 시스템, 규모의 경제를 통한 큰 구매력, 사기업의 효율적 일처리와 노하우로 인정받음.

□ 제도 운영 현황

○ 2010년 9월부터 DFM 사업부를 신설하고 핵심 미래 사업(Core Future Strategy)으로 선정

○ 전무급 임원 4명을 부서총괄 관리자로 임명하고 바이어 팀을 중국에 파견해 상주체제를 구축 (* 중국의 제조사들에게 설비투자 등 지원을 시작)

○ NHS Supplychain의 모기업인 DHL의 물류 서비스를 통해 영국 현지 물류를 저가에 제공

○ 선별된 제조사들은 NHS Supplychain에서 구매를 희망하는 제품의 사전 스펙을 제공받고, 건당 80,000 파운드 미만의 반복입찰을 통해 NHS에 직납할 수 있게 됨.

□ 제도 운영 후 개선 결과

○ 가격거품 문제 해소

- DFM을 통해 유럽의 전문 의료 유통사들의 입찰시장 과점상태를 해소하고 납품가는 대폭 인하

- 기존의 의료 유통사들이 독점적 지위를 이용해 제조사로부터 폭리를 취해오던 관행이 사라지는 추세

○ 대-중소 동반성장 환경 조성

- NHS Supplychain 측이 영국 내 물류서비스 및 A/S를 책임지고, 사업발주 단계에서부터 제조사 측과 긴밀히 협력해 필요한 경우에는 해당 제품 생산을 위한 설비투자까지 지원하고 품질관리 및 노동환경 개선까지 무상으로 제공, 이를 통해 제조사의 매출증가 및 기업 생산성 확대가 가능해짐.

VI. 네덜란드

오픈 이노베이션을 위한 R&D 센터 구축

□ 사례 대상 기관 또는 기업 기본정보

기관(기업)명	Holst Center	담당자(직위)	Frank Bouwens (Project Manager)
전화번호	+31-4040-20400	이메일	frank.bouwens@imec-nl.nl
연구분야	무선 자율 센서 네트워크(Wireless Autonomous Sensor Network) / 플렉시블 전자회로 (Flexible Electronics) / 기술융합 (Technology Integration)		

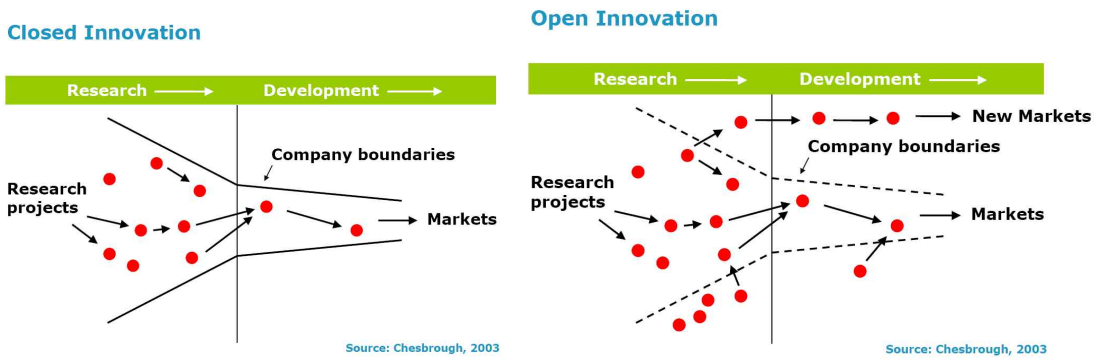
□ 제도 도입 배경 및 목적

○ 네덜란드 기업 Philips는 오픈 이노베이션(Open Innovation)의 체계적 추진 필요성 인식

- 오픈 이노베이션을 통해 독립연구기관에서 개발하는 외부 기술과 자사기술을 융합하고 새로운 시장의 발굴을 기대

* 오픈 이노베이션 : 다양한 산업분야에 종사하는 기업 및 연구기관이 정보와 지식을 교류하며 공동으로 연구개발을 진행하는 것

<오픈 이노베이션과 기존의 연구개발 원리 비교>



*자료원 : Chesbrough

○ Philips의 제안에 따라, 벨기에 연구기관 IMEC와 네덜란드 응용과학 연구원 TNO가 네덜란드 정부 지원 하에 공동으로 R&D 센터인 Holst Centre 설립

□ 제도 운영 현황

○ 다국적 기업과 연구인력 참여

- 네덜란드 High Tech Campus(첨단과학클러스터)에 위치한 Holst Centre는 28개국 180명의 연구원 고용

- Holst Centre에서 수행되는 오픈 이노베이션에 필립스, ASML 등 네덜란드 기업 뿐만 아니라 BASF, BAYER, DENSO, DU Pont, Fujitsu, Panasonic, Samsung 등 다국적기업들 약 44개사 참가

- IMEC, TNO 등의 연구기관 뿐만 아니라 Eindhoven 공대, Leuven 대학(벨기에), Twente 대학, Delft 공대 등 교육기관도 프로젝트에 참여

○ Holst Centre는 프로젝트들로 운영되며 연구개발 시작 3~10년후에 시장에 출시 가능한 제품・기술 프로젝트를 선정

- 무선 자율 센서 네트워크(Wireless Autonomous Sensor Network)분야에 5개의 프로젝트, 플렉시블 전자회로 (Flexible Electronics)분야에 6개의 프로젝트, 기술융합 (Technology Integration)분야에 4개 프로젝트 진행 중

○ 2013년~2016년 공공예산 7200만 유로 투입

- 네덜란드 경제부, Noord Brabant 주정부, Brainport Eindhoven지방정부, IMEC, TNO, NWO(네덜란드과학연구기관), TKI(Top consortium for Knowledge and Innovation) 등의 기관이 예산 지원

- 공공예산은 전체 예산의 약 30% 이상을 차지하고 있으며, 이외의 예산은 일부 EU 프로젝트 지원금을 제외하고 기업 투자에 의존

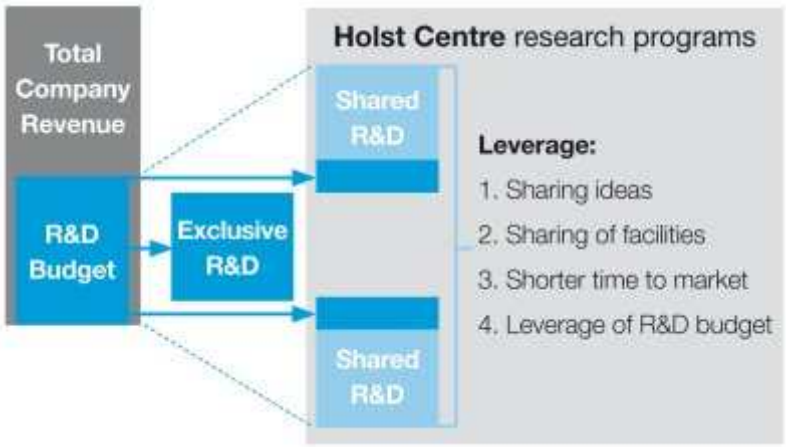
○ 기업들은 Holst Centre에 입주하거나 프로젝트에 참여하여 R&D의 효율성 도모

- 기업들은 Holst Centre의 설비와 인력을 공유하며 새로운 기술 도입 및 사업 파트너 발굴이 용이해짐.

- 프로젝트 참가 기업은 각 기업이 맡은 기술에 대한 개발을 책임지지만, 공동의 R&D 로드맵과 프로그램을 공유하므로 R&D 비용과 실패에 따른 위험을 줄일 수 있음.

- 기술의 상용화까지 소요되는 시간 절약 가능

<오픈 이노베이션을 이용한 R&D 비용분담 및 이득>



*자료원 : Holst Centre

○ 중소기업과의 파트너쉽

- 초기 R&D 예산을 감당할 수 있는 대기업과 연구기관이 중심이 되어 기술을 성숙단계까지 개발 시킨 후, 중소기업들의 프로젝트 참가 유도

- 중소기업은 프로젝트에 참가하여 첨단기술을 획득가능, Holst Centre는 중소기업이 전문적인 응용지식을 기술개발에 활용 가능

○ 오픈 이노베이션을 통해 기술특허에 개발에 참여한 기관 모두를 특허 기업으로 등록하며 각 기관에 직접적인 관련성이 있는 부분은 그 기관에게 단독으로 특허 부여

□ 제도 시행 사례

○ Holst Centre는 2011년 4월, 12개의 중소기업의 공동 플랫폼인 DevLab과 파트너쉽을 체결하고 Holst Centre의 극소전력 무선기술(Ultra lower power wireless technology)을 이용, DevLab의 무선 자기조직 네트워크 MyriadNed 개선

VII. 폴란드

중소기업 역량강화를 위한 국가서비스센터 구축

□ 사례 대상 기관 또는 기업 기본정보

기관명	Polish Agency for Enterprise Development	담당자	Ms Małgorzata Czerwińska
전화번호	+48-22-432-71-76	이메일	malgorzata_czerwinska@parp.gov.pl
취급품목 및 분야	중소기업 육성·지원		

□ 제도 도입 배경 및 목적

○ 폴란드 기업개발청 (Polish Agency for Enterprise Development)은 기업의 경쟁력 강화와 혁신 프로젝트 지원을 담당

- 폴란드 기업개발청의 최우선 과제는 폴란드 내 중소기업의 경쟁력 강화. 이를 위해 정부예산뿐만 아니라 EU기금도 활용 중

○ 기업개발청은 폴란드 중소기업을 효과적으로 지원하기 위해 '국가 서비스 시스템 (National Service System; Krajowy System Uslug)' 도입

- 동 시스템은 폴란드 내 200여개의 기관 간 네트워크를 구축하여 중소기업에게 서비스를 제공하려는 목적으로 도입

○ 국가서비스 시스템이 제공하는 서비스는 전문적인 정보 제공뿐만 아니라 대출이나 신용보증 등 금융 지원 포함

- 폴란드 기업개발청은 국가서비스 시스템을 통해 중소기업의 정보 접근성 제고, 기업운영 관련 컨설팅, 중소기업을 위한 재정적 지원을 추진

□ 제도 운영 현황

○ 국가 서비스 시스템이 중소기업 지원을 위해 제공하는 프로그램은 크게 네 가지로 구성

① 컨설팅 센터 운영

- 기업설립에 관한 서비스 : 기업등록을 위한 서류작성, 사업계획 수립 등을 지원

- 기업활동에 관한 서비스 : 법률자문, 마케팅 활동 지원, 자금이 필요한 기업과 금융기관 연결

- 현재 국가서비스 시스템 산하 약 60여개의 컨설팅 센터 운영 중

② 혁신 센터 운영

- 혁신센터는 주로, 기술 감사 (Technical audit)를 통해 해당 기업에게 가장 적합한 신기술이 무엇인지를 분석하여 소개하고, 이후 기업과 R&D센터 간의 파트너쉽 체결 지원

- 혁신센터에서 제공하는 핵심 서비스의 업무 흐름은 아래와 같음
  . 잠재적 기술 공급자를 리스트에 등록
  . 기업의 타겟과 마켓 포지셔닝 분석, SWOT 분석 등을 통해 적합한 기술 공급자 선택
  . 기술 공급자와 중소기업간 협상 지원
  . 기술 계약 체결을 위한 법률 자문
  . 기술 도입이후의 결과 모니터링

- 현재 총 22개의 혁신센터가 운영 중이며, 혁신센터를 통해 기술 감사가 이루어진 사례는 1,554건

③ 자금 대출 지원

- 자금 대출이 쉽지 않은 신규 창업자 또는 신생 중소기업을 대상으로 대출을 지원하는 펀드 운영

- 2012년 상반기 기준 48개의 펀드가 운영 중이며, 4200만 유로 규모의 1,486개 대출건 지원 중

④ 보증기금

- 신용, 자금대출 등이 필요하나 적합한 담보가 없는 중소기업을 위해 자금보증, 입찰보증금 등 지원
- 2012년 상반기 기준 42개의 펀드가 운영 중이며, 총 1억 1천만 유로 규모의 2,932건의 보증이 이루어짐

□ 제도 운영 후 개선 결과

○ 동 제도를 통해 폴란드 내 창업자 및 중소기업들은 비용절감, 정보교류 등의 실질적 혜택 체감

- 기업 등록 및 운영 시 필요한 절차 지원을 통해 법률 서비스에 대한 비용 절감 혜택

- 기업에게 필요한 신기술을 적은 비용으로 도입할 수 있으며, 상대적으로 불리한 재정조건하에서도 자금 조달이 가능해짐

- 관련 전문기관 및 기업 간 구축된 네트워크를 이용한 정보교류를 통해 경영 리스크 감소

VIII. 독일

독일 최대 구매연합 Nordwest Handel AG

□ 사례 대상 기관 또는 기업 기본정보

기업명	NORDWEST Handel AG(북서 구매연합: Einkaufsverband Nordwest)	**담당자 (직위)**	Mr. Kai Schumacher (Product Manager/공구용품) Mr. Claudio Kemper(철강) Mr. Klaus Heinzel(건설 및 수공업) Mr. Joerg Wiebel (가정용수공기술)
전화 번호	+49-(0)2331-461-4211 (공구용품) +49-(0)2331-461-3001 (철강) +49-(0)2331-461-1011 (건설 및 수공업) +49-(0)2331-461-2901 (가정용 수공기술)	**이메일**	k.schumacher@nordwest.com c.kemper@nordwest.com k.heinzel@nordwest.com j.wiebel@hagro-haustechnik.com
취급 품목	건설 및 수공업, 철강, 가정용 수공기술 관련 품목		

□ 제도 도입 배경 및 목적

○ 독일 내 구매연합(Einkaufsgemeinschaft 또는 Einkaufsverband)은 공동 구매를 위해 기업들이 자발적으로 만든 연합

- 19세기 말 중소기업의 경쟁력 악화로, 중소기업의 장기 경쟁력 확보를 위해 물품 공동 구매를 목적으로 설립

- 독일 내에는 일부 산업분야별로 회원기업으로 구성된 구매연합이 존재하며, 이는 주로 중소기업 규모의 소매상을 중심으로 운영

○ 구매연합 설립 목적

- 대량구매를 통한 가격의 이점 제고, 특히 소매 분야 중소기업이 대기업에 대한 경쟁 수단으로 활용

- 하나의 네트워크 조직이라는 특성을 살려 구매, 내부 기업업무 과정, 판매의 효율화를 추구

- 회원기업의 구매, 마케팅, 인사, 재무, 법률 분야의 효율화 추구

<구매연합의 주요 역할>

분야	서비스
구매	가격정책 조정, 그룹 협력 정체성 생성, 제품 포트폴리오 구성
교육 및 인사	직업교육, 직원 교육, 인력 중개 및 컨설팅
금융	컨설팅 , 금융 및 자본 조달, 지급보증, 채권 매입, 중앙 관리
법률	컨설팅
마케팅	마케팅 콘셉트 개발, 광고 협력 및 판매지원, 포괄적 시장 정보, 포스(POS) 구성, 유통브랜드 창출 등

* 자료원: 독일 Wikipedia/Nordwest Handel AG

○ Nordwest Handel AG는 현존하는 독일제조연합유통(PVH) 중 최대 규모의 구매연합 기업. 산하 회원기업은 총 780여개. 특수 유통분야 서비스 및 지원부서 역할 수행, 정밀 공구 관련 선도 구매

- 주요 설립 목적은 소속 중소·중견 회원기업의 지역 경쟁력 강화, 구매 이점 확보, 구매원 확보, 자체 물류창고를 통해 현지 재고 감축, 자체 브랜드를 통한 지역 경쟁에 있어서의 독창성 창출 등

- 주요 영업 분야인 건설 및 수공업, 철강, 가정용 수공기술 등 3대 분야를 중심으로 영업, 영업 콘셉트, E-Business, 물류 및 금융 등 5대 분야 서비스 제공

□ 제도 운영 현황

○ 주요 활동

- 공동 구매 및 판매시스템을 구축하여, 중소·중견 전문 소매상과 산업계 제조사(계약 납품업체) 사이의 네트워크 조성

- 이 중 구매 규모가 큰 건설 및 수공업 부문에서는 전문 도매상, 납품기업 및 산업계 소비자를 대상으로 건설 용품, 안전 용품, 공구, 용접기술 등 각종 산업용 물품을 공동 구매 및 판매하는 시스템 운영 중

- 1987년부터 공구 관련 'Promat'이라는 자체 브랜드 출시, 동 브랜드 하 7,500개 제품 공급

○ 글로벌 파트너 보유, 해외시장 진출 지원

- 이탈리아, 오스트리아에 해외대표부 설립 및 10개 이상 유럽국가 내 유통 파트너 보유

- 최근 들어 글로벌 영업 확장을 기업 목표 중의 하나로 설정하고 거래 파트너기업의 유럽국가 내 역량 강화를 위해 프랑스어, 폴란드어, 네덜란드어 등 외국어 카탈로그 제작 지원

- 또한 독일 내에서 효력이 입증된 판매 전략을 해외 시장에 접목시켜 긍정적 성과를 거둠

○ 개별 회원기업의 영업 활동을 위해 마케팅 및 홍보 지원, 특별 판매 지원, 교육 컨텐츠 개발을 통해 전문유통기업과의 협력 강화

□ 제도 운영 후 개선 결과

○ 매출의 꾸준한 증가세

- '11년도 총매출 20억 1,300만 유로로 전년 대비 18%의 증가율을 기록하며 매출 신기록 달성

- '12년 상반기 총매출은 10억 600만 유로로 전년 동기 대비 2% 증가, 특히 철강 매출이 4억 7,840만 유로로 가장 높은 비중을 차지

○ 중소·중견 회원기업 경영의 이점 제고

- 판매, 경영 및 관리 분야에 있어서 중앙 서비스 시스템을 지원하여 적절한 제품 선택 기회 제고, 시장 접근성 강화 및 생산비용 절감 등의 긍정적 효과

- 특히 재무관리를 통해 회원기업의 자금운영 개선 및 지급능력 향상

- 이 외에도 정보 네트워크나 회원기업 간의 교류 등을 통해 기업경영 의사결정의 리스크 감축

IX. 스웨덴

STING의 중소기업 지원 제도

□ 대상 기관 기본정보

기관명	STING (Stockholm Innovation & Growth)	담당자(직위)	Par Hedberg (대표)
전화번호	+46-70-855-0318	이메일	par.hedberg@stockholminnovation.com
취급품목 및 분야	혁신적인 소규모 기업들의 시장진입 및 사업발전을 위한 지원		

□ 제도 도입 배경 및 목적

○ 스웨덴의 대표적인 ICT 클러스터인 KISTA Science City 형성 시, 동 클러스터를 운영하는 비영리 기관인 Electurm Foundation이 자회사로 STING(Stockholm Innovation & Growth)을 설립

- 혁신적, 미래지향적인 소규모의 중소기업들이 시장에 성공적으로 진입하여 성장할 수 있도록 지원

- 각 기업들의 사업 성장지원 및 네트워크를 통해 세계시장에서 경쟁력 있는 글로벌 기업으로 도약할 수 있는 체계 마련

□ 제도 운영 현황

○ 기업지원 분야 및 인큐베이팅 프로그램

- 매년 140~180여개의 프로젝트 기업들(주로 ICT, Medtech, CleanTech 분야)에 대

한 심사 및 평가를 실시, 연간 최종 10~15개 업체를 선정한 후 인큐베이팅

- 동 프로그램은 Start-up, Business Lab, Business Accelerator, Go Global Medtech 등 총 4개의 독립적인 프로그램으로 구성되며, 프로젝트·기업의 주력 사업 또는 특성에 맞추어 적용. 선정된 기업을 세계적인 수준으로 발전, 성장시키는 것이 목표

- STING이 기업을 지원하는 분야는 사업지원, Toolkit, 자금조달, 네트워크, 인프라 구축 등 5개 부문

① 사업지원

- 선정된 기업들은 STING에서 엄선한 비즈니스 코치와의 정기적인 미팅을 통해 구체적인 사업계획을 수립

- 비즈니스 코치는 선정된 기업의 투자, 고객, 협력업체, 인력채용 등과 관련된 중요한 미팅에 참여

- 기업들은 사업계획, 제품 콘셉트, 비즈니스모델, 자금조달계획, 판매전략 등 경영전반에 관한 지원을 받음

② STING's Toolkit

- 선정된 기업들을 성장 및 발전시키기 위한 다양한 분야의 교육모듈로, 필요에 따라 독립적으로 이용

- 고객의 니즈파악, 사업발전계획 수립, 인재채용, 자금조달 계획 수립, 투자자 유치, 사업보호, 판매전략 계획 및 실습, 브랜드 구축으로 구성

③ 자금지원(Financing)

- STING 산하의 벤처캐피탈 펀드인 STING Capital, 투자 네트워크인 STING Business Angels를 통해 기업들에 재정적 지원을 하고 있음

- STING Capital은 주로 민간 투자자 및 공공기관으로 이루어져 있으며, 이들은 STING에 의해 선별된 기업들에게만 투자 진행

  - 혁신적인 기술 혹은 제품 아이디어만 있으면 기술이나 제품이 완성되지 않아도 STING Capital로부터 프로젝트 기업 당 최대 4백만 크로나(60만 달러)를 지원받을 수 있음.

- STING Business Angels는 37명의 개인들로 이루어진 네트워크

  - 여러 산업분야에서 창업 및 경영을 다년간 해온 비즈니스 리더들로 인큐베이터 기업들에 투자자금운용 및 경영 노하우를 전수

④ 네트워크

- STING은 산-학-연 등을 포함하여 각기 다양한 분야의 전문가들과의 네트워크를 구축
  - 스웨덴왕립공과대학(KTH), 카롤린스카 의대 및 스톡홀름대학교와의 협력으로 STING의 선정기업들은 연구원 및 학생들과 직접적인 접촉 가능

- STING은 매년 정기적으로 STING-meetings를 가지고 있으며, 기업인들을 위한 행사인 Innovation & Technology, Stockholm Cleantech Venture Day 등 기업인들의 네트워크 구축을 위해 다양한 미팅과 행사를 주최하고 있고, 이러한 미팅과 행사를 통해 인큐베이터 기업들은 투자자들과 접촉 가능

⑤ 인프라 구축

- 선정된 업체들은 사무실 및 연구실을 무료 혹은 저렴한 비용으로 대여할 수 있고, STING과 협력관계에 있는 스웨덴왕립공과대학, 카롤린스카 의대에 있는 사무실 사용 가능

□ 제도 운영 후 개선 결과

○ 2002년부터 지원업무를 시작한 이후 현재까지 지원한 업체 중 약 30여개 업체가 성공적으로 자리를 잡음

- 총 1,134개의 프로젝트·기업이 STING의 인큐베이터 서비스를 받기 위해 신청. 그 중 선정되어 지원을 받은 프로젝트·기업은 총92개

- 인큐베이터 대상기업들을 지원하여 성장시킨 성공률은 약77%

- 지난 2011년 STING이 선정한 기업들이 달성한 매출액은 4200만 달러, 성장률은 평균 14%를 기록

□ 제도의 성공적인 활용사례

○ 로그인 인증관련 하드웨어, 소프트웨어 및 관련 서비스를 지원하는 회사인 'Yubico'의 성공사례

- 2007년 창업 이후, STING의 자금 및 네트워크 지원을 통해 사업을 발전시키고 지속적인 성장을 기록

- 현재 Microsoft, Symantec, Salesforce뿐만 아니라 포춘 선정 글로벌 대기업들이 Yubico사의 제품을 사용하고 있고, 2011년에는 터키 정부가 e-government 실현을 위해 Yubico사의 주력제품인 yubiKey를 구매

- Yubico사는 전세계 120개 국가에 약 3만여 명의 고객 보유, 약 1백만 명이 동사의 제품 사용. 2010년 매출 930만 크로나(140만 달러)를 달성

X. 미국

Dell사의 『Entrepreneur in Residence*』 프로그램

* 벤처 및 중소기업의 성장과 역량 강화를 지원하기 위해 ❶성공한 벤처 기업인들로 구성된 자문단을 구성하여 경영컨설팅을 제공함과 동시에 별도의 ❷펀드 조성을 위해 운영 및 기술개발 자금도 지원하는 Dell社의 대표적인 대중소 동반성장 프로그램으로 2011. 9월부터 운영

□ 기업 기본정보

기업명	Dell Inc.	담당자 (직위)	Kara Krautte (Senior Communication Advisor)
전화번호	1-512-724-0928	이메일	kara_krautter@dell.com
취급품목 및 분야	PC, 네트워크, 비즈니스 솔루션, 소프트웨어 및 주변장치		

□ 제도도입 배경 및 목적

○ 벤처·중소기업들의 성장 및 역량강화 지원

- 벤처 및 중소기업들이 성장과정에서 흔히 겪는 경영애로사항, 자금조달 문제 등을 해소해줌으로써 초보 기업들의 안정적인 성장 지원

- 성공한 벤처·중소 기업인들의 성공사례 공유와 경영 노하우 전수, 자금지원을 통해 대-중소기업이 더불어 성장하는 상생 생태계 구축

○ 외부 아이디어 수혈을 통한 자체적인 성장기반 확충

- 외부로부터 신선한 아이디어와 혁신적 기술을 제공받는 이른 바 “Bring the outside in" 전략 차원에서 벤처·중소기업 지원제도 도입

○ 신성장산업 진출에 따르는 리스크 최소화

- Dell은 최근 '비즈니스 솔루션' 분야를 차세대 성장 동력으로 선정하고 동 분야에 대한 사업을 확장해 나가고 있는 상황

- 동 분야 벤처·중소기업들에 대한 지원을 통해 '비즈니스 솔루션' 분야의 리스크와 문제점 등을 미리 파악하는 선제적 대응시스템 구축도 가능

□ 제도(Entrepreneur in Residence; EIR) 운영 현황

○ 벤처·중소기업 대상 경영 컨설팅 및 기술적 지원 제공

- 자문단*(Advisory Board)을 구성하여 벤처, 중소기업들이 성공적으로 성장할 수 있도록 경영 컨설팅과 기술개발 등을 지원
  * 자문단에는 성공한 벤처기업인과 각계의 산업 전문가들이 참가하며 10명 내외로 구성

- 동 자문단을 중소기업과 관련된 각종 모임 및 행사*에 Dell을 대표하여 참가하게 하여 중소기업과의 교류를 증진
  * Inc 500 Conference, Dell Women's Entrepreneur Network 등

► Dell의 EIR 프로그램은 그 성과를 인정받아 '2012 Small Business Influencer Award'를 수상(기업부문)한 바 있음.(2012.10.17)

○ **벤처·중소기업 대상 자금지원**

- 벤처·중소기업의 성장과 기술혁신을 지원하기 위해 1억 달러 규모의 펀드(Dell Innovators Credit fund)를 조성(2012.6월)

- 동 펀드는 Dell이 선정한 벤처캐피털 또는 투자가로부터 펀딩을 받은 기업만 지원 가능 → 동 펀드는 이미 펀딩 받은 자금을 좀 더 효과적으로 사용할 수 있도록 지원하는 자금의 성격이 강함.

- 선정된 기업은 벤처캐피털 또는 투자가로부터 펀딩 받은 금액의 10% 또는 최대 15만 달러까지 지원받을 수 있음.
  * 동 펀드 운영주체는 Dell의 금융자회사인 'Dell Financial Services'

○ **기업단계별 맞춤형 지원**

- Dell은 보다 효과적인 지원을 위해 벤처·중소기업의 자금조달 현황을 기준으로 아래와 같이 3가지 단계로 나누어 단계별로 차별화된 맞춤형 지원 프로그램 제공

- 3단계 구분 :「Funded」,「Seeking Funding」,「Self Funded」

<기업 단계별 맞춤형 지원 프로그램 현황>

구분	프로그램
Funded	· Dell Innovators Credit Fund 제공 · 맞춤형 소프트웨어/하드웨어를 이용한 통합 기술망 설비 지원 · 소비자 상담원 제공 및 기업 컨설팅 서비스 제공
Seeking Funding	· Dell 또는 벤처캐피탈로부터의 펀딩기회 제공 · 기술/비즈니스 상담 서비스, OEM 및 제품 출시 기회 제공 · 서버, 클라우드 컴퓨팅, 소프트웨어 등 기술적 지원
Self Funded	· 재무구조 최적화를 위한 비즈니스 솔루션 제공 · 관련 산업에 대한 정보 및 이벤트 정보 제공

► 참고사항 : Dell의 청년실업 해소를 위한 창업지원 프로그램

- Dell은 'Young Entrepreneur Council(YEC)'과의 협력을 통해 창업을 통한 청년 실업문제 해소를 지원하는 '#FixYoungAmerica' 캠페인 후원

□ 제도 운영 후 개선 결과

* 하기 내용은 Dell의 홍보분야 책임자인 Kara Krautter와의 인터뷰 결과를 중심으로 작성

○ **중소기업과의 교류 확대 및 중소기업의 비즈니스 환경에 대한 이해 제고, Dell의 혁신활동에도 기여**

- Dell이 EIR 프로그램을 통해 지원했던 중소기업과의 네트워크는 Dell에게

단순 네트워크가 아닌 자원·기술·자본으로서의 가치를 가짐

- 중소기업의 비즈니스 환경을 이해하고 이들로부터 수혈 받은 아이디어 등은 Dell의 제품과 서비스 혁신에도 크게 기여

○ **Dell의 조직문화 발전에도 기여**

- Dell과 같은 대기업은 역동적인 조직문화를 유지하기가 어려우나, EIR 프로그램을 통해 중소기업을 지원함으로서 도전적·창의적·역동적인 조직문화를 다시 조직 내에 이식하는데도 기여

2012년 KOTRA 발간자료 목록

□ GMR (Global Market Report)

번 호	제 목	발간일자
12-001	2012년 2분기 KOTRA-SERI 수출선행지수	2012.4
12-002	가속화되는 일본기업의 인도진출과 대응	2012.4
12-003	일본의 新고령세대, 새로운 시장을 연다	2012.4
12-004	포스트 카다피 리비아 파워 엘리트 100인	2012.4
12-005	푸틴 3기 러시아의 경제통상 정책 및 한러 경제관계 전망	2012.4
12-006	아시아 주요국의 임금동향과 시사점	2012.5
12-007	프랑스 정권교체에 따른 정책 변화 및 동향	2012.5
12-008	중소기업 주력수출품목 시장변화 모니터링 - 자동차부품	2012.5
12-009	쿠바 경제 환경 변화에 따른 한-쿠바 협력 방안	2012.5
12-010	CIS 주요국 경제협력 동향 및 유망 프로젝트	2012.6
12-011	방글라데시 소매 유통시장 현황 및 진출방안	2012.6
12-012	유럽 재정위기 2년, 주요국 변화 동향	2012.6
12-013	인도의 보다폰 소급과세 움직임과 대응방안	2012.6
12-014	해외시장에서 바라본 2012년 하반기 수출입 전망	2012.6
12-015	2012 3/4분기 KOTRA-SERI 수출선행지수	2012.6
12-016	한미 FTA 100일, 중기 수혜품목과 성공사례	2012.6
12-017	최근 콜롬비아 주요 경제이슈와 한-콜 FTA 활용 방안	2012.6
12-018	한·터키 FTA 수출유망품목 및 진출방안	2012.7
12-019	호주 이러닝 시장 현황 및 진출방안	2012.7
12-020	수교 50주년 한-뉴 경제관계변화와 협력방안	2012.7
12-021	미국 항공산업 진출 전략	2012.7
12-022	한-EU FTA 1주년, 주요국별 성과 분석 및 유망품목	2012.7
12-023	중소기업 주력수출품목 시장변화 모니터링	2012.7
12-024	호주 온라인 쇼핑몰 진출 방안	2012.7
12-025	뜨거워지는 일본 태양광 시장과 우리기업의 진출 기회	2012.7
12-026	일본의 비관세 장벽 현황	2012.7
12-027	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (플랜지)	2012.8

12-028	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (혈압측정기)	2012.8
12-029	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (자동차브레이크패드)	2012.8
12-030	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (공구절삭기)	2012.8
12-031	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (금고)	2012.8
12-032	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (디지털 도어락)	2012.8
12-033	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (위성방송수신기)	2012.8
12-034	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (의료 보호대)	2012.8
12-035	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (인쇄기계)	2012.8
12-036	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (자동차 배터리)	2012.8
12-037	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (전기용접기)	2012.8
12-038	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (콘택트렌즈)	2012.8
12-039	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (태양광 모듈)	2012.8
12-040	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (피부미용기기)	2012.8
12-041	중소기업 신규 수출확대 유망품목 (CCTV)	2012.8
12-042	동남아 소매유통시장 현황과 진출방안 (상) - 아세안5편 -	2012.8
12-043	동남아 소매유통시장 현황과 진출방안 (하) - CLM 편 -	2012.8
12-044	불황을 뚫은 세계시장 대박상품	2012.8
12-045	중소기업 주력수출품목 시장변화 모니터링(화장품)	2012.8
12-046	중소기업 주력수출품목 시장변화 모니터링(합성수지.고무)	2012.8
12-047	중소기업 주력수출품목 시장변화 모니터링(밸브, 기타기계류)	2012.8
12-048	2012 인도진출 리스크와 대응	2012.9
12-049	북미지역 수출유망품목 및 진출방안	2012.9
12-050	유럽 지역 수출유망품목 및 진출방안	2012.9
12-051	일본 지역 수출유망품목 및 진출방안	2012.9
12-052	중국 지역 수출유망품목 및 진출방안	2012.9
12-053	아세안 지역 수출유망품목 및 진출방안	2012.9
12-054	서남아시아 지역 수출유망품목 및 진출방안	2012.9
12-055	중동 지역 수출유망품목 및 진출방안	2012.9
12-056	중남미 지역 수출유망품목 및 진출방안	2012.9
12-057	CIS 지역 수출유망품목 및 진출방안	2012.9
12-058	아프리카 지역 수출유망품목 및 진출방안	2012.9
12-059	세계경기불황에 따른 보호무역주의 확산동향	2012.9
12-060	한미 FTA 발효 6개월, 對美 수출 성과분석	2012.9

12-061	2012년 4/4분기 KOTRA-SERI 수출선행지수	2012.10
12-062	무역대국의 성장과정과 시사점	2012.10
12-063	이집트 신정부 수립 100일 이후 경제 및 진출환경 전망	2012.10
12-064	변화하는 인구구조 속, 주목받는 유망시장	2012.11
12-065	미국 대선 결과에 따른 경제·통상정책 방향 전망과 시사점	2012.11
12-066	2012년 하반기 해외시장 수출여건 점검	2012.11
12-067	유럽 재정위기 현주소 진단 및 우리기업 시사점	2012.11
12-068	최근 일본 산업계 동향 및 변화	2012.11
12-069	주요국의 중견기업 현황 비교	2012.11
12-070	2013년 지역별 수출입 전망 및 시장여건 점검	2012.12
12-071	인도시장의 한·중·일 경쟁분석 및 대응방안	2012.12
12-072	중앙아시아 주요국 진출 애로사항 및 유망 프로젝트	2012.12
12-073	新한류를 활용한 일본 소비재 유통시장 진출 방안	2012.12
12-074	일본 총선(12.16) 전망과 우리나라에 미칠 영향	2012.12
12-075	새로 뜨는 동남아 VIP 시장 중요성과 진출방안	2012.12
12-076	수출주도형 글로벌강소기업	2012.12
12-077	동반성장 보고서 1 -국제기구의 동반성장 정책-	2012.12
12-078	동반성장 보고서 2 -아대양주편-	2012.12
12-079	동반성장 보고서 3 -선진시장편-	2012.12
12-080	동반성장 보고서 4 -중화시장편-	2012.12
12-081	동반성장 보고서 5 -국내 외투기업 사례-	2012.12
12-082	2013 히트예감상품	2012.12

□ KOCHI자료

번 호	제 목	발간일자
12-001	Made In China 에서 Made WITH China로	2012.6
12-002	중국 소비자, 찾는 제품 따로 있다	2012.6
12-003	중국 내륙, 뉴 프런티어를 주목한다	2012.7
12-004	광둥성 환경보호 산업 시장동향 및 우리기업의 효과적 진출방안	2012.8
12-005	2012 한·중 기업 상호 인식과 평가	2012.9
12-006	중국 SNS 시장동향과 활용사례	2012.12
12-007	시진핑 시대의 개막(1) -정치	2012.12
12-008	시진핑 시대의 개막(2) -경제·국제관계	2012.12

12-009	시진핑 시대의 개막(3) -미래 소비시장	2012.12
12-010	중국기업의 북한 진출 현황	2012.12
12-011	2012 중국·아시아 화상기업 초청 수출 상담회 결과보고	2012.12
12-012	중국 에너지절약 산업현황 및 진출방안(1) -산업현황	2012.12
12-013	중국 에너지절약 산업현황 및 진출방안(2) -진출사례	2012.12

□ GBR (Global Business Report)

번 호	제 목	발간일자
12-001	유럽 대형 유통망 조사	2012.1
12-002	유럽 재정위기 이후 시장구조 변화와 유망품목	2012.1

□ GIR (Global Issue Report)

번 호	제 목	발간일자
12-001	유럽한류와 국가브랜드 조사 보고서 -이탈리아, 헝가리, 독일, 프랑스, 영국 등 5개국 대학생을 중심으로-	2012.2

□ KEB (KOTRA Executive Brief)

번 호	제 목	발간일자
12-001	2012년 1분기 KOTRA-SERI 수출선행지수	2012.2
12-002	대이란 추가제재에 따른 피해기업 지원 방안	2012.2
12-004	미얀마의 민주화에 따른 우리기업의 진출방안	2012.3

□ KOTRA자료

번 호	제 목	발간일자
12-001	러시아연방 경제산업개발 프로그램 - 2006 ~2015 러연방 체육 및 스포츠 발전 -	2012.1
12-002	해외 주요국 글로벌 인재 동향보고	2012.1
12-003	2012 글로벌 마켓 동향 및 진출 전략	2012.1
12-004	중남미 의료기기 시장동향	2012.1
12-005	한국 투자가이드	2012.1
12-006	Doing Business in Korea	2012.1

12-007	韓國投資指南	2012.1
12-008	韓國投資ガイド	2012.1
12-010	2011 외국인투자옴부즈만 연차보고서	2012.3
12-011	Foreign Investment Ombudsman Annual Report 2011	2012.3
12-012	韓-美 FTA 발효에 따른 외국인직접투자 유치 및 대응전략	2012.3
12-013	해외전력시장 진출 가이드 (2012년 개정증보판)	2012.4
12-014	중국 화상경제권 현황 및 활용방안에 대한 연구	2012.3
12-015	외국인투자유치를 통한 고용효과 분석	2012.4
12-016	Inward FDI 통계 수집 법제화 벤치마킹 조사	2012.5
12-017	IT 기업 일본 시장 진출 내비게이터(Q&A집)	2012.5
12-018	2011 북한의 대외무역동향	2012.5
12-019	블랙 다이아몬드를 잡아라 : 아프리카 주요국 유망상품 진출전략	2012.6
12-020	세계로 미래로 달려라! 중기기관차 - 우리 중소기업의 좌충우돌 해외진출 story	2012.6
12-021	'11년 해외주요국 투자동향	2012.6
12-022	중소기업을 위한 온라인 수출마케팅 가이드	2012.6
12-023	한-미얀마 경제협력 포럼 종합 결과 보고서	2012.6
12-024	주요 투자유망국 투자환경 비교	2012.7
12-025	모바일산업 해외시장 동향조사	2012.7
12-026	Global Green Hub Korea 2012 결과보고서	2012.7
12-027	World Investment Report 2012 요약번역본	2012.7
12-028	「2011 Fortune Global 500」기업의 한국 투자진출현황 분석	2012.7
12-029	50주년 기념사업 종합결과 보고서	2012.7
12-030	Green Report 15호	2012.5
12-031	한미 FTA 활용 자동차부품 대미 진출확대 방안	2012.7
12-035	북한 비즈니스 어떤 회사가 하나	2012.8
12-036	2012 서울국제식품산업대전 결과보고서	2012.8
12-037	U턴기업 지원 종합가이드	2012.8
12-038	강대리의 링크드인 수출마케팅 따라잡기	2012.8
12-039	2012/2013 국가별 수출유망품목 및 진출방안 신흥시장편	2012.9
12-040	2012/2013 국가별 수출유망품목 및 진출방안 선진시장편	2012.9
12-041	2012/2013 국가별 수출유망품목 및 진출방안 중국시장편	2012.9
12-042	2012 글로벌 한류 동향 및 진출 전략	2012.9
12-043	2011년도 Invest KOREA 연차보고서	2012.10

12-044	중국 특허관리 종합 매뉴얼	2012.12
12-045	2012 주요 서비스 분야별 해외진출 가이드 - 이러닝(호주) /엔지니어링(UAE)	2012.12
12-046	2012 주요 서비스 분야별 해외진출 가이드 - 콘텐츠(인도, 캐나다, 프랑스)	2012.12
12-047	2012 주요 서비스 분야별 해외진출 가이드 - 의료(베트남, 사우디, 인도네시아)	2012.12
12-048	2012 서비스업 해외진출 가이드 - 엔터테인먼트(베트남, 브라질, 영국, 필리핀)	2012.12
12-049	2012 서비스업 해외진출 가이드 - 프랜차이즈(싱가포르, 인도네시아, 태국)	2012.12
12-050	2012 서비스업 해외진출 가이드 - 디자인(미국, 베트남, 중국, 캐나다)	2012.12
12-051	2012 서비스업 해외진출 가이드 - 스마트콘텐츠(미국, 일본, 프랑스)	2012.12
12-052	한국 IT(SW) 기업의 글로벌 마케팅 현황 조사 보고서	2012.12
12-053	2013 IT산업 동향전망 및 글로벌 진출전략	2012.12
12-054	주요국 글로벌 인재 채용 지원 사례	2012.12
12-055	국제개발은행 시장진출 안내 (2012년 개정판)	2012.12
12-056	미국 유통시장 진출 가이드	2012.12
12-057	ADB 프로젝트 수주가이드 2012 개정판	2012.12
12-058	2013 Guide to Living in KOREA	2012.12
12-059	2013 韓國生活 ガイドブック	2012.12
12-060	2013 韓國生活 指南手冊	2012.12
12-062	2013 해외진출 종합가이드	2012.12
12-063	건설중장비 글로벌기업의 중국진출 현황 디렉토리	2012.12
12-064	2012년도 주요 9개국 해외투자 상담사례집	2012.12
12-066	2013년 우리나라 외국인투자유치 전망	2012.12
12-067	개발 목적 투자를 위한 베스트 프랙티스 - FDI와 SME를 연결해 효익을 창출하는 방법, 말레이시아와 싱가포르 사례에서 터득한 교훈	2012.12
12-068	국내 클러스터와 연계한 외투기업 투자유치 활성화 방안	2012.12
12-069	동남아 프로젝트 심층조사보고서	2012.12
12-070	투자유치 프로세스 개선방안	2012.12
12-072	증액투자 유치 활성화 방안 연구	2012.12
12-073	현금지원 사후관리 효율성 제고방안 연구	2012.12
12-074	글로벌 연구개발센터 투자유치 동향 및 확대방안 연구	2012.12
12-075	이것을 알면 수출이 보인다	2012.12

□ 설명회자료

번 호	제 목	발간일자
12-001	2012 KOTRA 해외공공조달포럼	2012.1
12-002	2012년 세계시장진출전략 설명회	2012.1
12-003	2012년 중국-중남미 포럼	2012.1
12-004	인도-인도네시아 포럼	2012.1
12-005	2012 러시아 포럼	2012.1
12-006	인도 전력인프라 네트워크 포럼	2012.2
12-007	한-미 FTA시대, 중소기업 새로운 길 열렸다	2012.2
12-008	위기 속의 유럽시장, 그래도 기회는 있다	2012.2
12-009	떠오르는 희망, 신흥시장을 선점하라	2012.2
12-010	한-CIS 비즈니스 포럼	2012.3
12-011	한-미 FTA 활용, 美 보안시장 진출전략 설명회	2012.3
12-012	Global Energy Plaza 2012 세미나	2012.5
12-013	Korea-Myanmar Economic Cooperation Forum 2012	2012.4
12-014	한국투자환경설명회	2012.4
12-015	[한중수교 20주년]한중 동반성장 고위포럼	2012.4
12-016	2012 글로벌 공항/철도기자재 조달플라자	2012.4
12-017	중국 투자환경 변화와 우리기업의 대응전략 설명회	2012.5
12-018	글로벌인재사업 심포지엄 2012	2012.5
12-019	Chemical Innovation with Korea	2012.5
12-020	온라인 유통시장 100배 활용하기 설명회	2012.6
12-021	한미 FTA 대응 미국 지재권 전략 설명회	2012.5
12-022	한-아프리카 산업자원 협력 포럼	2012.6
12-023	제9회 외국인투자 전문가 포럼	2012.6
12-024	『P300프로젝트』 지원사항 안내 2012	2012.6
12-025	한국무역 50년, KOTRA 50년 기념 국제 컨퍼런스	2012.6
12-026	국제개발은행(MDB) 조달 설명회	2012.6
12-027	- 한-EU FTA 발효 1주년 'Europe Business Week' - 유럽 대형유통망 진출 전략 설명회	2012.6
12-028	이란 대체시장 발굴 설명회	2012.7
12-029	한-중앙아 투자 포럼	2012.7
12-030	중국 ESCO 시장 진출 전략 설명회	2012.7
12-031	주요 투자유망국 투자환경 비교설명회	2012.7

12-032	Europe M&A Plaza 2012	2012.6
12-033	라오스 투자환경 설명회	2012.7
12-034	수출활로 개척 포럼	2012.7
12-035	미얀마 新투자제도 설명회	2012.8
12-036	시진핑 시대, 중국의 정치·경제 어디로 가나	2012.8
12-037	대중화권(대만/홍콩) 협력을 통한 중국시장 진출전략 세미나	2012.9
12-038	12th Global Alliance Project : Cisco-GAPS Launching Conference	2012.9
12-039	BYD 초청 설명회 자료집	2012.10
12-040	미얀마 투자환경 설명회(Myanmar Investment Forum)	2012.10
12-041	중국 진출, 내륙시장을 뚫어라	2012.10
12-042	미개척 신시장 창업 투자 설명회	2012.10
12-043	제2회 한-대만 산업협력 포럼 및 비즈니스 라운드 테이블	2012.10
12-044	KOREA-Philippines FTA FORUM 2012	2012.10
12-045	KOREA-ASEAN FTA SEMINAR 2012	2012.10
12-046	한국 투자환경설명회	2012.10
12-047	아시아 주요유통망 소싱 설명회	2012.10
12-048	2012 한-중동 비즈니스 위크 - 한-GCC 경제협력을 통한 MENA 재건시장 진출 설명회	2012.11
12-049	2012 한-중동 비즈니스 위크 - FTA와 FEZ를 활용한 중동시장 공동진출 설명회	2012.11
12-050	2012 글로벌 공공조달 플라자	2012.11
12-051	KOREA-ASEAN FTA Seminar 2012 (Vietnam 설명회용)	2012.11
12-052	KOREA-ASEAN FTA Seminar 2012 (Malaysia 설명회용)	2012.11
12-053	2012 일본 소비재 유통시장 진출전략 설명회	2012.11
12-054	제5회 해외투자유공자 포상 및 해외투자사례 공모전 시상식(사례발표)	2012.11
12-055	아프리카 비즈니스 트렌드 포럼	2012.11
12-056	시진핑 시대의 한중산업협력	2012.11
12-057	13th Global Alliance Project : Petronas-GAPS Launching Conference	2012.12
12-058	뉴 실크로드 협의회 무역금융분과위 2차 간담회	2012.12

작성자

◈ 도쿄 무역관 이아영 과장
◈ 오사카 무역관 이상진 과장
◈ 시드니 무역관 서유빈 과장
◈ 파리 무역관 김영호 차장
◈ 런던 무역관 안지성 과장
◈ 암스테르담 무역관 임성아 과장
◈ 바르샤바 무역관 임태형 과장
◈ 프랑크푸르트 무역관 박소영 과장
◈ 스톡홀름 무역관 조경진 과장
◈ 뉴욕 무역관 고일훈 과장
◈ 선진시장팀 이연주 과장

동반성장보고서 시리즈 12-003

선진시장편

발 행 인 | 오 영 호
발 행 처 | KOTRA
발 행 일 | 2012년 12월 28일
주 소 | 서울시 서초구 헌릉로 13
(우 137-749)
전 화 | 02) 3460-7114(대표)
홈페이지 | www.kotra.or.kr

Copyright ⓒ 2012 by KOTRA. All rights reserved.
이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.
저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
무단전재와 무단복제를 금합니다.

새로운 50년, 대한민국의 미래를 열어가는

글로벌 비즈니스 플랫폼