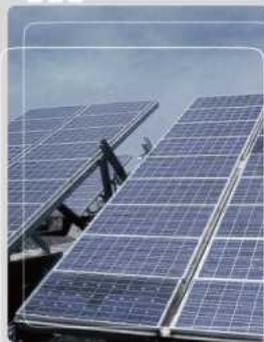


# 동반성장 보고서

## - 아대양주편 -



# CONTENTS

## 요 약 / 1

---

### I. 필리핀 / 2

---

한국전력, 전력기자재 납품업체 초청 상담회 개최

### II. 태국 / 4

---

중소기업 컨설팅 서비스

### III. 말레이시아 / 7

---

Boustead Heavy Industries의 중소기업 육성지원

### IV. 인도네시아 / 10

---

롯데마트 대·중·소 상생

### V. 베트남 / 12

---

중소기업 발전 정책 및 제도 개혁

중소기업 시장 확대 지원

### VI. 호주 / 16

---

정부후원을 통한 중소기업 맞춤 컨설팅 프로그램

### VII. 인도 / 19

---

GS Shop과 중소기업, 인도 시장에서의 동반 성장

## 요 약

### □ 신흥국에 퍼져나가는 사회공헌 활동

기업의 사회적책임(Corporate Social Responsibility)이 선진국을 중심으로 필수사항으로 인식되어지고 있는 가운데, 신흥국에서도 정부 및 대기업을 중심으로 사회공헌활동의 의미가 중요시 되고 있다.

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.

### □ 정부주도형 중소기업 육성 및 대중소기업의 동반성장

아대양주 지역에서는 이와 같은 사회공헌 활동 중, 정부 주도의 중소기업 육성사업과 현지 진출한 한국기업 간의 대중소 상생활동이 활발하게 진행되고 있다. 정부 주도형 사업의 경우, 태국의 중소기업 컨설팅 서비스, 베트남의 중소기업 발전정책 및 제도개혁, 중소기업 시장확대지원, 호주의 정부후원을 통한 중소기업 맞춤 컨설팅 프로그램 등이 있다.

한편, 아대양주의 경우 다수의 한국기업이 진출해 있고 이들간의 대중소 상생협력이 최근의 트렌드로 떠오르고 있다. 한국전력에서는 전력기자재 납품업체 초청 상담회를 개최하고 있으며 롯데마트의 경우 인도네시아에서 대중소 상생협력을 위해 중소기업 제품 소싱 활동에 힘을 쏟고 있다. 또한 GS Shop은 인도에서 내수시장을 타겟으로 하며 우리 중소기업과의 동반 성장을 꾀하고 있다.

사회 공헌활동은 전세계적인 트렌드로 이번 사례집을 통해 향후 우리기업들이 적용 가능한 여러 사회 공헌활동 모델을 발견할 수 있기 바란다.

# I. 필리핀

## 한국전력, 전력기자재 납품업체 초청 상담회 개최

### □ 사례 대상 기관 또는 기업 기본정보

기관(기업)명	한국전력	담당자(직위)	정우현 부장
전화번호	+63-2-848-0231	이메일	tkfka@kepcoco.kr
취급품목 및 분야	발전, 전력기자재 등		

### □ 사업(제도) 추진 배경 및 목적

- KEPCO 브랜드를 활용한 중소기업의 해외 판로개척 지원
- 대중소기업 동반성장 사회적 분위기 확산 및 정부정책 이행

### □ 사업 추진(제도 운영) 현황

- 기존 추진해오던 납품기업의 수출지원 로드쇼를 2010년부터 KEPCO 강사요원에 의한 기술세미나와 중소기업제품 수출 프로모션, 1:1 매칭상담 형태로 발전
  - KEPCO는 관련 제반 비용 중 상담장 임차비(75%), 통역비(50%) 및 현지 행사비 등을 지원
  - 2012년도의 경우 UAE, 필리핀, 인도네시아, 사우디, 오만, 이란, 베트남, 콜롬비아, 우즈베키스탄 등 13개국 7회 동 사업을 개최
  - KEPCO의 본사 담당부서는 구매처 동반성장팀으로 해외 지사의 도움을 받아 사업을 추진함

## □ 사업(제도) 운영효과

- KEPCO의 브랜드 네임을 사용, 중소기업의 부족한 브랜드 파워를 보완할 수 있으며 관련 전문 강사 지원을 통해 현지의 전력관련 유력인사를 대상으로 최신기술 및 제품을 홍보할 수 있음.
  
- 이로 인해 중소기업에 실질적인 수출기회 제공
  - 2010년 이집트 등 12개국 6회 시행, 중소기업 114개사 참가 19,140천 달러 계약 거양
  
  - 2011년 인도 등 16개국 9회, “ 124개사 참가, 26,053천 달러 ”
  
  - 2012년 필리핀 실적은 아직 집계되지 않음.

## II. 태국

### 중소기업 컨설팅 서비스

#### □ 사례 대상 기관 또는 기업 기본정보

기관(기업)명	Department of Industrial Promotion, Ministry of Industry	담당자(직위)	Ms. Nattanan Chalermtip, Project Coordinator
전화번호	+66-2-202-4546	이메일	mdicp@yahoo.com
취급품목 및 분야	컨설팅 서비스 제공		

#### □ 제도 도입 배경 및 목적

##### ○ 중소기업의 중요성

- 전국적으로 약 3백만 개의 중소기업이 존재하며 태국 경제에 중요한 역할을 담당.
- 중소기업은 태국 GDP의 38%를 차지하며 전체 수출금액의 30% 차지.

##### ○ 중소기업 개발지원의 필요성

- 세계화의 진전으로 기업가들은 지속적으로 발전하고 사업방향을 명확히 할 필요가 생김.
- 또한 기업가들은 인적자원을 개발하고 사업 확장을 위하여 비즈니스 파트너를 발굴하여야 함.
- 2015년부터 아세안경제공동체가 실현될 경우 약 5천개의 외국 대기업, 중소기업이 태국에 투자 진출하여 경쟁이 더욱 가속화될 전망이다.

○ 태국 정부의 지원정책

- 태국 산업부 산업진흥국(Department of Industrial Promotion)은 태국 중소기업들이 국내 대기업 및 외국기업들과 경쟁할 수 있도록 역량을 발전시키는 지원 서비스를 제공하고 있음.
- 이와 같은 지원활동의 결과로 태국 중소기업들이 경쟁력을 갖출 것을 기대.

□ 제도 운영 현황

○ 태국 산업부 산업진흥국의 MDICP 프로그램 시행

- MDICP는 “Manufacturing Development to Improve Competitiveness Program Project”의 약자임.
- 동 프로젝트는 중소기업들이 다양한 분야에서 동시에 국제적 수준으로 역량을 갖출 수 있도록 지원하는 것을 목적으로 함
- 태국정부의 역할은 공공 및 민간분야에 경험과 지식을 갖춘 전문가들이 프로그램에 참여한 기업들에게 컨설팅 서비스를 제공하도록 지원하는 것임
- 전문가들은 기업의 생산성 향상에 대한 컨설팅 서비스를 제공하는데 여기에는 마케팅 계획, 재무관리 등이 포함됨.

○ 전문가의 컨설팅 서비스 종류

- MDICP 프로그램은 종류에 따라 MDICP 3, MDICP-SP, MDICP-PIA 등 세 개로 나뉨.
- MDICP 3: 참가기업은 연간 180,000바트(6,000달러)의 수수료를 부담하며 전문가들은 36일의 Man Day 제공
- MDICP-SP: 참가기업은 연간 150,000바트(5,000달러)의 수수료를 부담하며 전문가들은 30일의 Man Day 제공
- MDICP-PIA: 참가기업은 연간 80,000바트(2,666달러)의 수수료를 부담하며 전문가들은 16일의 Man Day 제공

○ 서비스 수혜기업 선정

- MDICP 프로그램은 다수의 기업들이 참가를 희망하나 태국 정부는 연간 약 50개의 기업만 선정하여 지원.
- 지원기업 선별 기준은 1)기업들이 서비스 비용을 부담할 수 있어야하며 2)컨설팅 서비스에서 제시한 계획을 실행할 준비가 되어 있어야 한다는 것임
- 프로그램 참가를 희망하는 기업은 사전에 인터뷰를 하여 준비성을 확인하는 절차를 거침.

□ 제도 운영효과

○ 13년 동안 700개 중소기업 지원

- MDICP 프로그램은 2000년에 시작한 이래, 현재까지 700개의 중소기업이 동 프로그램의 지원을 받았음.
- 동 프로그램에 참가한 기업들은 평균적으로 매출액이 약 20-25% 증가하였으며 비용절감도 10% 이상을 기록하였음.
- 13년간 700개 기업을 지원하여 얻은 경제전체적 성과는 150억 바트(5억 달러)로 추정하고 있음.

○ 2013년 56개 기업 지원 계획

- 태국정부는 2013년 56개의 중소기업을 MDICP 프로그램에 참가시킬 계획. 이중 31개 기업은 지방에 소재하며 나머지 25개 기업은 방콕 및 수도권에 위치함.
- 태국정부는 매년 지원산업분야를 정하는데 2013년의 경우 11개의 타깃 산업분야를 정하였음.
- 11개 산업분야는 식품, 전기전자, 자동차 및 부품, 가축 및 가축 제품, 세라믹 및 유리, 의약품, 화학품, 철강, 문구, 가축, 섬유 및 봉제 등임.

### III. 말레이시아

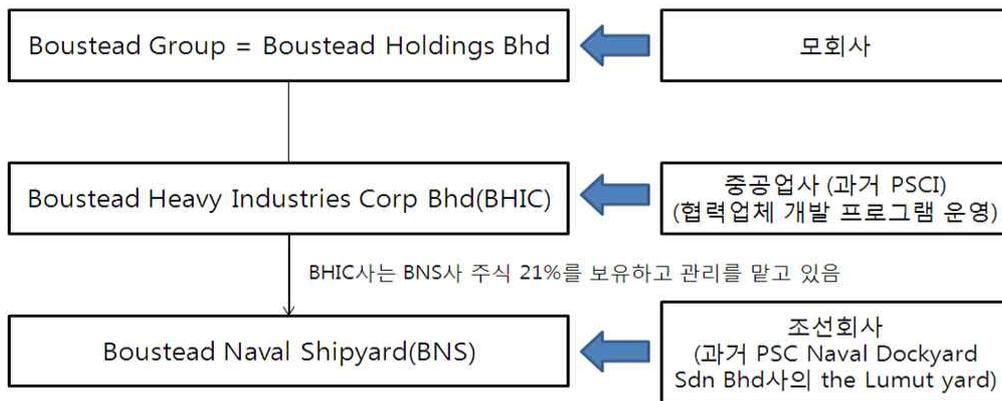
## Boustead Heavy Industries의 중소기업 육성지원

□ 사례 대상 기관 또는 기업 기본정보

기관(기업)명	Boustead Heavy Industries Corp Bhd	담당자(직위)	Norhayati Abdul Aziz (Manager)
전화번호	+603-2078-7770	이메일	norhayati@bhic.com.my
취급품목 및 분야	조선		

□ 제도 도입 배경 및 목적

- 중소기업을 발전시키는 것은 지속가능한 경제 성장을 위해 중요함. 중소기업은 국가의 전반적인 생산 네트워크에서 중요한 역할을 하기 때문에 말레이시아의 대표적인 조선업체인 Boustead Heavy Industries Corp는 중소기업과의 상생을 위한 프로그램을 추진하고 있음



- Boustead Naval Shipyard(BNS)사는 2005년에 PSC Naval Dockyard Sdn Bhd사로부터 the Lumut yard를 인수받아서 BNS사로 사명을 변경하였음. 그 후 정부 민영화 합의의 후속조치를 계속해오고 있음.

- BHIC사는 과거 PSC Industries Bhd(PSCI)사로 알려져 있었으며, 90년대에 막대한 손실을 기록하는 한편 부패 스캔들로 홍역을 치른 바 있음. Boustead 그룹이 2005년에 등장, BHIC사의 대주주가 되는 한편 기업혁신전략을 실행하여 2007년에 BHIC사가 회생하게 되었음.
- Boustead Heavy Industries Corp Bhd(BHIC)사는 기업정상화의 노력의 한 부분으로 협력업체 개발프로그램을 추진하게 되어 선박건조와 수리를 하는 중소기업들에게 기술적 능력을 강화시키고 협업할 수 있는 기회를 제공하는 협력업체 개발 프로그램을 만들었음.

## □ 제도 운영 현황

- 2008년에 개발된 이 프로그램 하에서, 중소기업들은 BHIC사와 선박건조와 선박수리를 계약함.
  - BHIC사의 핵심 사업영역은 선박건조, 선박수리, 중공업과 방산분야로 지금까지 이 프로그램에 등록된 협력업체는 3,000개 이상이며 이중 특히 200개 사는 매우 활발히 협업사업을 수행 중.
  - 협력업체들은 기술, 항해, 전투관리시스템과 같은 다양한 분야에 특성화됨.
- 또한 BNS사는 중소기업들과 함께 작업하는 것과 별도로 협력업체 개발 프로그램 하에서 중소기업들을 위한 훈련과 파트너십에 총 1백만 링깃을 투입
  - \* 조선 산업은 종합조립산업으로서 한 기업이 모든 부품과 소재를 다 생산해 낼 수 없기 때문에 협력업체들의 역량을 키워 좋은 부품과 소재를 생산해 내어야 자사 제품의 품질이 좋아지기 때문임.
- 협력업체 개발 프로그램은 BNS사의 일부 협력업체들의 성공적인 해외 진출에 도움을 주었음.
  - 협력업체들의 제품과 서비스 국제 전시회에 출품하며 국제선박 업체들에게 인정 받을 수 있도록 지원
  - \* 이는 자사가 성장하면 협력업체도 같이 발전하고, 협력업체가 발전하면 자사가 성장한다는 상생 철학이 실천된 결과임.

- BHIC사의 협력업체 개발 프로그램은 조선업에서 중소기업을 발전시키는데 성공적인 모델이 되었지만, 여전히 개선의 여지가 있다고 보고 있음. 동 회사는 협력업체들이 해군 군함에 관련된 일만을 하고 있지만 이제는 상선분야까지 확장할 수 있다고 봄. 동시에 BHIC가 해외시장을 가진다면 협력업체도 해외시장으로 진출할 수 있음.
- BHIC사는 중동을 유망 시장으로 보고 있는데, 특히 석유 및 가스 관련 산업분야가 유망하다고 판단하고 있음. 자사가 중동에서 대형 프로젝트를 수행할 능력을 갖추고 있다고 판단하기 때문임. 이 같은 성공적인 해외진출을 위해서라도 중소협력업체의 역량강화가 필요함.

#### □ 제도 운영효과 (성공사례)

- BHIC사의 노력으로 성장한 기업으로는 ANNS Technical & Services Sdn Bhd가 있음. ANNS Technical & Services Sdn Bhd사는 선박건조와 수리 사업에서 BHIC사가 믿을 수 있는 납품업체로서 오랜 시간 BHIC사와 함께 성장해왔음. 동 회사는 BNS사에 배관과 선체 작업 서비스를 제공하고 있음.
- AANS는 2005년 이후로 BNS사의 협력업체가 되었으며, 예인선의 배관 제조 서비스로 시작하였음. 동 회사는 사업 영역을 확장해오고 있음. AANS사의 운영책임자인 Md Zin Abu에 따르면, 동 회사는 2007년에 실험과 위탁 배관 시스템과 관련 있는 영역으로 사업을 확장하기 시작했고, 제조업을 대신에 선상에 시스템을 설치하고 위탁하는 일을 하고 있음.
- ANNS사는 BHIC와 마찬가지로 향후 석유 및 가스 관련 산업분야가 유망하고 중동시장이 주요 타겟이 되어야 한데 BHIC와 견해를 같이하고 있음. 이에 AANS도 석유 및 가스 분야에서 서비스를 하는 사업영역으로 확장하기를 열망하고 있음. 현재 AANS사의 연간 이익의 약 50%는 BNS사에 서비스를 제공함으로써 발생하고 있음. AANS는 연간 총 매출액으로 약1천만 링깃을 기록함.
- AANS사는 BHIC사가 제공하는 훈련을 통해 더 확장할 수 있다고 보고 있고 사업규모를 더 키우는데 앞으로도 BHIC사가 함께 해줄 것을 기대하고 있음. 또한 위와 같은 BHIC사의 지원을 바탕으로 AANS사는 BHIC사 이외에 독자적으로 마케팅활동을 전개하여 고객기반을 넓혀나가고 있음.

## IV. 인도네시아

### 롯데마트 대·중·소 상생

#### □ 사례 대상 기관 또는 기업 기본정보

기관(기업)명	롯데마트	담당자(직위)	박종호(팀장)
전화번호	+62-811-910-4090	이메일	jhjh1217@daum.net
취급품목 및 분야	종합유통업		

#### □ 제도 도입 배경 및 목적

- 2억 3천만 인구와 6%대의 경제성장 달성으로 내수시장 규모 확대
- 롯데마트, 뚜레주르, 롯데리아 등 내수시장 타rpt으로 하는 다양한 한국기업 진출이 이어지고 있음

##### [롯데마트]

- ① 2008년 네덜란드계 Makro(19개점)사 지분 100% 인수
- ② 매출은 2009년 6천억 원에서 2010년 8천억 원으로 33% 증가
- ③ 현지화, 고급화, 한류영향 등으로 2011년 매출 1조원 달성 목표 (도매 3개, 소매 1개 추가 오픈 예정)

- 현지 시장점유율 확대를 위해 다양한 제품 Sourcing이 필요한 상황

#### □ 제도 운영 현황

- 현지 진출 중소기업과 롯데마트와의 Win-win 관계 구축을 위해 롯데마트와 KOTRA는 공동으로 상생협력 세미나를 개최

- (광고를 통한 업체 모집) 2개월 동안 현지 교민신문을 활용하여 참가 업체 모집

- \* 총 14개 업체 지원: 원텍, JNK 맛김, 디지털피아노 Kresindo, 진영, 글로벌네트워크, Ciptagria Mutiara Busana, 대인도인터내셔널, 삼성인터내셔널, 비에이엠시스템, Java Gloves Perdana, 주노패션, Serim 인도네시아, 리앤무역, 로켓트배터리

- (상담회 개최) 총 14개 업체와 롯데마트와 상담회 개최('12.7.25)

구분	업체명	주요품목
식품	- 순창식품 에이전트 외 2개	- 참기름, 김, 소스류
비식품	- 원텍 외 5개 - 리앤 무역 외 3개	- 화장품냉장고, 건전지 등 - OEM 의류 생산 업체

## □ 제도 운영효과

- (PB 상품으로 납품) 리앤무역은 롯데마트에 PB 상품을 납품하기로 함
  - 인도네시아 현지 공장을 갖고 있는 리앤무역은 롯데마트에 월 5만 달러를 정기적으로 납품하기로 함
- (중소기업 제품 판매처 다양화) 현지 진출 기업들은 현지에서 다양한 거래선을 발굴하는 것이 제일 큰 과제였으나 동 사업을 통해 한국 기업 간 상생협력 관계를 구축하는 동시에 거래선 다변화를 꾀할 수 있었음.

## V. 베트남

### 중소기업 발전 정책 및 제도 개혁

#### □ 사례 대상 기관 또는 기업 기본정보

기관(기업)명	Ministry of Planning and Investment/ Foreign Investment Agency	담당자(직위)	Ms. Le Thi Nguyen Anh (정책실장)
전화번호	+84-4-3734-3753	이메일	viettuanmpi@gmail.com
취급품목 및 분야	정부		

#### □ 제도 도입 배경 및 목적

- 베트남의 경제는 외국인 투자기업과 국영기업(State Owned Enterprise)에 의해 주도되고 있으며, 이들이 경제에서 차지하는 비중은 약 70% 수준임
  - 이러한 구조는 약 20여 년간 지속되었는바, 베트남의 민간 부분의 경쟁력은 상대적으로 취약
  - 이로 인해 경쟁력 있는 현지 부품 조달 비중이 낮고, 글로벌 기업들과의 기술 격차가 심화되어 부품 수입 의존도가 증가하는 상황
  - 이에 베트남 정부는 부품 소재 산업을 육성하고 산업 구조 고도화를 모색하기 위한 제도 및 지원 정책 전개

#### □ 제도 운영 현황

- 중소기업 설립을 위한 제도 운영

- 베트남 과학기술부는 중소기업의 기술 개발 지원을 위해 2012-20년간 총 9건의 제도를 운영
- 관련 제도 9건 중 Ministry of Planning and Investment에서 4건, Ministry of Finance가 4건, 대법원에서 1건을 운영하고 있음.
- 베트남 중소기업들은 제도권 은행 자금 조달에 제약이 많기 때문에 이를 해소하기 위한 중소기업 자금 지원 제도도 함께 운영하고 있음.

#### □ 제도 운영효과

- 최근 베트남의 경기 침체로 인해 많은 중소기업들이 파산에 직면하였는바, 베트남 법원은 기업 회생 지원을 위해 채권자의 일방적인 압류를 금지하여 자금난에 처한 중소기업의 회생 가능성을 높임
- 중소기업의 수출입 통관 절차를 간소화하여 중소기업들의 행정적 부담 완화
- 신기술을 적용한 기업 창업을 독려하기 위한 기업 설립절차 간소화
- 회계에 익숙하지 못한 중소기업들의 회계 시스템 도입 지원과 절차 교육 운영

## 중소기업 시장 확대 지원

### □ 사례 대상 기관 또는 기업 기본정보

기관(기업)명	중앙정부, 지방 성정부	담당자(직위)	Nguyen Duy Viet(부국장)
전화번호	+84-4-2220-5430	이메일	vietnd@moit.gov.vn
취급품목 및 분야	정부		

### □ 제도 도입 배경 및 목적

- 베트남의 중소기업 생산 제품은 1차 산업 및 가공품, 제조업 제품은 섬유, 의류, 목제품 등 부가가치가 낮은 제품으로서 시장 개척에 한계
  - 베트남 중소기업들은 해외 시장 정보 획득이 용이하지 않아 내수 비중이 높으며, 경기 침체시 즉시 타격을 받고 있음
  - 베트남 정부는 중소기업들의 수출을 지원하기 위해 해외 시장 정보를 제공하고 수출을 통해 이익을 창출할 수 있도록 지원코자 함

### □ 제도 운영 현황

- 정보 시스템 구축 및 신시장 정보 제공
  - 인터넷을 통해 동남아, 중국 등의 해외 시장 정보를 수시로 제공하고 있으며, 동남아, 중국 등 시장 정보를 수시로 제공
  - 베트남 중소기업 제품 및 특산품 수출 지원을 위한 백서(SME White Book) 발간
  - 수출 진흥기관(Vietrade) 활용한 정부지원형 시장개척 추진

## □ 제도 운영효과

- 내수 및 동남아 역내(ASEAN) 베트남 상품 위상 제고
  - 베트남 국민들의 자국산 제품 구입("Buy Made in Vietnam) 운동으로 내수 시장에서 관심 증대
  - ASEAN 역내 수출 확대를 위해 베트남산 부품 조달 노력 증대 (역내 무관세 혜택을 위해 현지 부품 조달율 40% 충족 필요)
  - 국내외 시장에서 베트남산 제품 인지도는 상승하였으나 기술수준이 낮고 제품이 제한적이어서 시장 확대에 다소 한계가 있다는 것이 해결 과제로 지적

## VI. 호주

### 정부후원을 통한 중소기업 맞춤형 컨설팅 프로그램 (Business Breakthrough Program)

#### □ 사례 대상 기관 또는 기업 기본정보

기관(기업)명	BEC (Business Enterprise Centre Australia)	담당자(직위)	Mr. Graeme Sayer(Director)
전화번호	61-2-6055-9100	이메일	graeme@mhbec.com.au
취급품목 및 분야	내수촉진용 경영컨설팅		

#### □ 제도 도입 배경 및 목적

- 호주 비즈니스 기업센터(Business Enterprise Centre Australia; BEC)는 1996년 연방정부 지원 하에 비영리 기관으로 설립되어 중소기업 지원뿐 아니라 다양한 종류의 네트워크 형성을 통한 기업 간 상생을 도모하여 왔음.
- 주로 BEC가 속해있는 주 정부의 중소기업담당부서(Small Medium Enterprises Connect Commission)와 연방정부 산업개혁부(Department of Industry and Innovation) 산업진흥 전문 산하기관인 AusIndustry에서 프로그램마다 예산 신청을 한 후 입찰방식으로 지원을 받고 있음.
- 호주 지역별 Business Enterprise Centre Australia 표

지역	NSW	VIC	QLD	SA	WA	기타	합계
개수	28개	13개	11개	8개	12개	8개	총 80개

- 현재 BEC는 뉴사우스웨일즈 주 28개, 빅토리아 주 13개를 포함한 호주 전역 총 80개의 사무소를 운영. 각 지역 중소기업이 편리하게 BEC기업지원 프로그램 서비스를 이용함.
- BEC는 노사, 환경, 수출입, 공정거래, 프랜차이징(Franchising), 정부 지원금, 보험, 시장조사 및 통계, 온라인 사업, 조세 및 입찰 계약 등에 관한 전문 서비스를 제공해왔음.
- 또한, 2003년 BEC는 질 높은 경영컨설팅을 받기 어려운 중소기업을 위한 Business Breakthrough Program(BBP)을 도입하여 불안정한 경영환경 속에서 중소기업의 문제해결능력을 고양시켜, 중소기업 경쟁력 강화를 도모하고 있음.

#### □ 제도 운영 현황

- 상대적으로 대기업에 비해 높은 컨설팅 서비스 비용지출이 어려운 중소기업을 위해 정부부처 및 기관은 후원의 형태로 보조금을 지급함. 이로써, 어려움에 직면하였거나 장기적인 안목을 구축하기 위한 중소기업들은 BBP를 통해 기업역량을 강화시킴으로서 중견기업으로의 성장 발판을 마련하고 있음.
- BEC는 중소기업이 BBP 신청시 5번의 워크숍과 1:1 멘토링을 각각제공하고 지속적인 컨설팅 서비스를 제공하고 있음.
  - 첫 번째 컨설팅은 무료이며, 그 후 4번의 컨설팅 비용은 총 A\$250에 받을 수 있음. 동 서비스 총 비용은 A\$500 상당이며 나머지 50%비용은 연방정부 산하의 AusIndustry에서 지원함.
  - BBP 외 기타 BEC의 프로그램 일부는 중소기업이 전액 지불하고 있음.

#### □ 제도 운영효과

- 결과적으로 참여 중소기업들의 가시적인 매출 증대효과 및 간접적 경영 노하우를 터득하여 장기적인 경영전략을 모색할 수 있게 되었음.
- 일례로 2011년 빅토리아 주 멜버른에 위치한 Jonno's Carwash 사는 BBP

컨설팅 서비스를 이용하여 안정적인 사업기반을 마련할 수 있었음.

- 전통적인 방식의 세차장을 운영하던 Jonno's Carwash는 최근 호주의 물 부족으로 인한 운영비 급증으로 어려움을 겪고 있었음. BBP 컨설팅을 통해 주력 사업을 변경하여, 기존 세차 서비스업에서 세차용 화학제품 도매사업을 시작하였고, 호주의 물 부족 문제로 낭비가 덜한 세차용 화학제품의 수요가 높아질 수 밖에 없었음.
- 적절한 시기에 새로운 경영기회를 잘 포착한 Jonno's Carwash 사는 기존 부진하던 세차 사업군에서 탈피하였음. 이로써, 약 1년 만에 성공적으로 Mercedes, BMW 등 유명 글로벌기업 세차용 화학제품 딜러십의 35%를 차지하는 등 괄목할 성과를 보임.



(그림: Jonno's Carwash 대표 Jonathan Sciola )

- BBP 컨설팅 서비스는 SWOT 분석 및 장기 비즈니스 모형 등 전문적인 경영환경 분석도구를 활용하여 만족도 높은 컨설팅 서비스를 제공함. 이로써 대기업 및 중견기업으로만 한정되어 있던 외부 컨설팅 서비스 주 고객대상의 범위를 보다 넓게 확장하는 계기를 만듦.

## VII. 인도

### GS Shop과 중소기업, 인도 시장에서의 동반 성장

#### □ 사례 대상 기관 또는 기업 기본정보

기관(기업)명	GS Shop	담당자(직위)	김태서(부장)
전화번호	+91-99537-51690	이메일	jason.kim@network18online.com
취급품목 및 분야	소매유통 부문		

#### □ 사례 배경

- 한국 홈쇼핑 1위 사업자인 GS Shop은 2009년 11월 국내 홈쇼핑 사업자 최초로 인도 시장에 진출
  - 2006년 6월 설립된 인도 최초의 24시간 홈쇼핑 채널을 오픈한 HomeShop 18의 지분 15%를 약 214억원에 인수하여 Network 18 Group(51.3%), Softbank PE Fund(30.7%)에 이어 3대 주주로 HomeShop 18의 경영에 참여
  - HomeShop 18의 시장 점유율은 2008년 16%에서 2011년 37%로 크게 증가 스타CJ와 함께 홈쇼핑 시장을 주도하고 있음
  - 인도는 TV 보급 가구 수 1억, 높은 경제성장률을 통한 중산층의 비율 증가 등을 바탕으로 인도 홈쇼핑 시장의 성장 잠재력이 매우 높은 것으로 평가되고 있으며, Ernst & Young은 인도 홈쇼핑 시장이 연평균 성장률 35%를 기록하여 2014년에 시장규모가 약 100억 달러 규모에 달할 것이라고 발표

#### □ 현황

- GS Shop은 HomeShop 18에 서울-인도 간 교환근무 등 홈쇼핑관련 운영 노

하우 지원 및 컨설팅, 상품공급, 한국 상품 소개 등을 제공

- 한국의 우수한 중소기업 상품을 발굴해 한국 중소기업들의 보다 쉬운 인도 시장 진출의 중요한 통로 역할을 수행 중
- GS Shop의 인도 홈쇼핑 시장 진출은 태동기에 불과한 인도 홈쇼핑 시장의 성장을 견인하고 해외시장 개척이 절실한 한국 중소기업의 판로를 개척할 최고의 조합인 것으로 분석
- GS Shop의 판매량이 늘어날수록 우리나라의 중소기업의 판매 및 수출량도 늘어나고 있으며 HomeShop 18의 홈쇼핑 채널을 통해 현지에 다양한 한국 중소기업들의 품목을 소개하고 판매하는 중

## □ 효과

- GS Shop은 12억의 인구를 바탕으로 거대한 성장 잠재력을 보유하고 있는 인도 홈쇼핑 시장의 대기업 지분을 인수하여 탄탄한 시장 진입 기반을 마련
- 중소기업이 GS Shop을 통해 제품을 판매할 경우 현지 시장 진출 시 반드시 거쳐야 하는 법인 설립, 시장조사, 사후관리, 언어장벽, 판매 전략, 인력 관리 등과 같은 부문들에 들어가야 하는 비용을 획기적으로 절약할 수 있으며 단독 투자를 진행할 때보다 투자 위험을 크게 낮출 수 있게 됨.
- 중소기업들에게 인도 시장에 보다 쉽게 제품을 판매하고 인지도를 높일 수 있는 기회를 제공함과 동시에 HomeShop 18이 보유하고 있는 현지에서의 인지도와 시청률, 홈쇼핑 시장 점유율 등의 장점과 GS Shop의 노하우 및 새로운 아이템과 방향 제시 등을 통한 플러스 효과 기대
- 각 지방마다 언어가 다르고 문화, 특색 등에서 큰 차이를 보이는 인도 시장에서 HomeShop 18의 모회사이자 인도의 3위 미디어 그룹인 Network 18 Group의 넓은 네트워크를 통해 해외 기업이 극복하기 힘든 문제들을 보다 쉽게 풀어나가는 것이 가능
- 인도의 열악한 인프라 시설과 교통 시설, 넓은 국토 등으로 인해 외국 기업

및 현지 인도 기업들도 크게 어려움을 겪는 유통 및 배송 문제를 기존 구축되어 있는 유통망을 통해 해결

- 인도에서 제품을 판매할 경우 배송 사고, 배송업체들과의 관계 등 유통 부문이 가장 큰 변수로 작용하기에 제대로 된 관리가 필요
- 현재 HomeShop 18는 인도의 메이저 유통업체 3개사와 계약을 통해 약 2,800여개 도시를 커버하는 넓은 유통망을 구축하였으며 이러한 넓은 유통망을 통해 인도 전역으로 제품 판매가 가능
- 인도는 남한의 33배에 달하는 넓은 국가이기에 전국적인 제품 판매를 위해서는 비행기 운송이 필요하며 이로 인한 제품 유통비, 무게, 부피의 문제 등에 대한 전략적인 고려가 필요하나 GS Shop을 통해 제품을 판매할 경우 기존 구축된 유통망 사용이 가능
- TV 채널 뿐 아니라 HomeShop 18이 보유하고 있는 웹사이트, 광고, 카탈로그 등을 통해 소비자들이 제품을 구입할 수 있는 여러 플랫폼을 구축하였기에, 한국 중소기업들이 단독 진출하였을 때보다 더욱 다양한 방법들을 사용 가능
- 약 500명이 넘는 전문 상담원들이 24시간동안 주문 및 상담을 진행하고 있으며 10개의 언어로 인도 전역에서 들어오는 상담에 신속하고 정확하게 응대가 가능
- 이러한 조직적인 사후 관리를 통해 한국 중소기업들도 소비자 요구에 맞는 신속한 대응과 긍정적인 브랜드 이미지 구축 등의 플러스 효과를 불러올 수 있음

## 2012년 KOTRA 발간자료 목록

### □ GMR (Global Market Report)

번호	제목	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

번호	제목	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	광동성 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)

번호	제목	발간일자
12-001	유럽 대형 유통망 조사	2012.1
12-002	유럽 재정위기 이후 시장구조 변화와 유망품목	2012.1

GIR (Global Issue Report)

번호	제목	발간일자
12-001	유럽한류와 국가브랜드 조사 보고서 -이탈리아, 헝가리, 독일, 프랑스, 영국 등 5개국 대학생을 중심으로-	2012.2

KEB (KOTRA Executive Brief)

번호	제목	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

번호	제목	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 - 이터닝(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 가이드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

번호	제목	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 지적권 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 워크 - 한-GCC 경제협력을 통한 MENA 재건시장 진출 설명회	2012.11
12-049	2012 한-중동 비즈니스 워크 - 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

◆ 마닐라 무역관	김준한 과장
◆ 방콕 무역관	박영선 차장
◆ 쿠알라룸푸르 무역관	정운서 과장
◆ 자카르타 무역관	윤여필 차장
◆ 하노이 무역관	권경덕 차장
◆ 멜버른 무역관	문숙미 과장
◆ 뉴델리 무역관	김상환 차장
◆ 신흥시장팀	안성희 과장

동반성장보고서 시리즈 12-002

## 아대양주편

발행인 | 오영호  
 발행처 | KOTRA  
 발행일 | 2012년 12월 28일  
 주소 | 서울시 서초구 헌릉로 13  
 (우 137-749)  
 전화 | 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

