

베트남투자기업 경영성과 평가와 전망

Grand Survey 2008

☐ 조사 목적

- 베트남투자기업의 경영성과를 종합 평가하고 최근 환경변화에 따른 향후 경영 여건을 조망함

☐ 조사 기관: KOTRA, 삼성경제연구소

☐ 조사 기간: 2008.6.23~7.13[3주간]

☐ 조사 방법: KOTRA 베트남지역 2개 무역관이 직접 인터뷰, 우편, 전화, 팩스 등으로 실시

☐ 응답 기업: 252개사

총괄 요약

베트남은 한국의 가장 중요한 투자지역의 하나이며 특히 노동집약적 경공업과 성장하는 내수시장을 지향한 부동산, 지역개발, 소재산업의 투자 또한 활발하다. 그 결과 베트남은 아세안 국가 중에서도 가장 우리 최대의 투자국의 하나로 부상했다. 이에 KOTRA는 삼성경제연구소와 함께 베트남에 진출한 한국기업의 경영성과를 평가하고 미래를 전망하기 위해서 설문조사(Grand Survey 2008)를 실시하였다.

이번 설문조사에 응한 기업은 호치민 중심의 남부에 60.3%, 하노이 중심의 북부에 39.7%가 입지하고 있었으며 제조업이 64.3% 그리고 서비스업이 35.7%이었다. 진출시기별로는 2004~2008년 진출기업이 60.7%를 차지하고 있었으며 투자금액이 500만 달러 이하의 소규모 투자가 전체의 70.2%를 차지했다. 베트남 진출기업은 특히 합작보다는 단독투자를 선호하여 전체 72.6%가 독단독투자였다. 이들은 원자재를 주로 한국(36.9%)이나 베트남(35.1%)에서 조달했고 매출은 베트남(50.0%), 제 3국 수출(27.4%), 그리고 한국(22.6%) 순으로 나타났다.

베트남 투자기업은 베트남의 투자환경이나 현재의 경영상태에 대체로 만족하고 있었는데 진출당시에 비한 기업환경 평가에서는 개선(55.3%)이 악화(25.7%)보다 2배 이상 높았고 경영도 흑자(42.9%)가 적자(20.9%) 보다 2배 이상 높았다. 결과적으로 투자만족도에서도 보통과 만족 모두 40%에 이르러 대체적으로 만족하고 있었다.

베트남 경제에 대해서는 최소 10년 이상 고도성장할 것이라는 견해가 45% 이상이어서 상당히 낙관적이었고 베트남 경제가 한국경제에 위기(6.1%)보다는 기회(49.8%)요인이 더 많은 것으로 평가했다. 따라서 향후 철수나 이전(20.3%)보다는 현지사업 지속(79.7%)이 많았고 향후 투자를 확대하겠다는 기업의 비율이 63.8%에 이르렀다. 그래도 이전을 고려중인 기업은 캄보디아(51.0%), 인도(15.7%) 등 노동력이 풍부한 국가를 선호했고 한국으로 회귀는 87.8%가 의사가 없다고 답했다.

KOTRA는 그 동안 중국에 대한 Grand Survey를 3회 켜 실시해 왔으나 베트남에 대해서는 이번 Grand Survey 2008가 최초의 조사였다. KOTRA는 향후 지속적인 조사를 통해 한국기업이 베트남에서의 경영성과 조사를 지속할 예정이다.

I. 일반자료(문항 1-1~1-12)

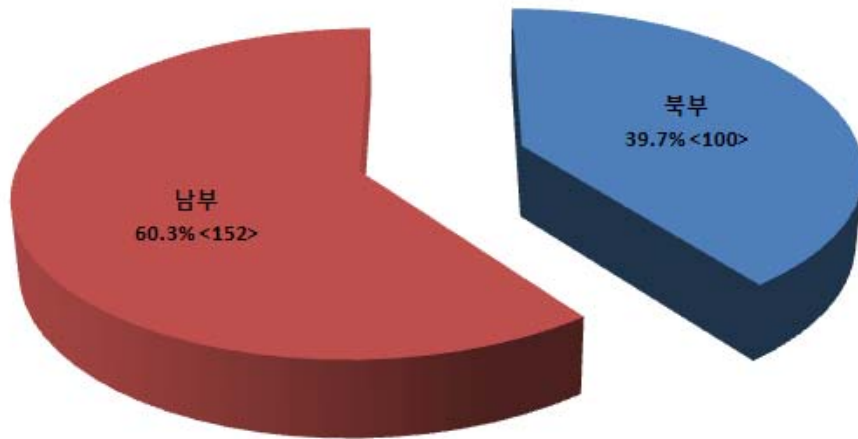
요 약

- ☐ 설문에 응한 252개 기업은 남부 60.3%, 북부 39.7% 비율로 분포함
- ☐ 응답기업의 업종별 구성은 제조업 64.3%, 서비스업 35.7%
 - 제조업은 섬유 및 어패럴, 전기 전자, 고무/플라스틱 등 17개, 서비스업은 도소매, 물류 등 8개 세부 업종으로 구성
- ☐ 기업들의 진출년도는 1985~2008년까지지만 2004~2008년 기간 진출 기업이 60.7%로 가장 많음
 - 베트남의 미국과의 무역정상화의 효과가 가시화되고 WTO 가입 시기와 맞물리면서 이 시기에 베트남 투자가 활성화
- ☐ 투자 규모에서는 소액투자가 중심이 없고 투자형태에서는 단독투자를 선호
 - 투자금액이 500만 달러 이하의 기업이 전체 70.2%를 차지하고 있으며, 72.6%의 기업이 단독투자 형태
 - 합작기업의 경우 베트남 기업과의 합작이 대부분
- ☐ 기업들은 원자재조달에서는 70%이상이 한국, 베트남에서 조달
 - 원자재 조달에서는 한국(36.9%), 베트남(35.1%)등이며 서비스업은 베트남 조달비율이 더 높았음
- ☐ 생산제품 및 서비스의 판매시장은 베트남 현지가 가장 중요
 - 전체 기업은 50%를 베트남 시장에 판매했고 제 3국 시장 판매는 27.4%이었음
 - 제조업의 경우 제 3국 비율이 35.9%로서 베트남 역내 42.9%보다 약간 낮음
- ☐ 베트남 진출 동기는 베트남의 저임 노동력 및 내수시장 공략이 가장 중요
 - '저임 노동력'(30.7%), '베트남 내수 시장'(29.5%) 등이 한국기업을 유인한 요소

1. 권역별 입지 분포

- 조사에 응한 베트남투자진출 기업은 전통적으로 경제의 중심지였던 호치민을 중심으로 한 남부 지역에 과반 이상이 입주
 - 호치민 중심의 남부 지역에 148개 기업 60.3%가 입지해 있고 하노이 중심의 북부 지역에 진출한 기업은 100개 사로 39.7%를 차지

<圖-1. 권역별 입지 분포>

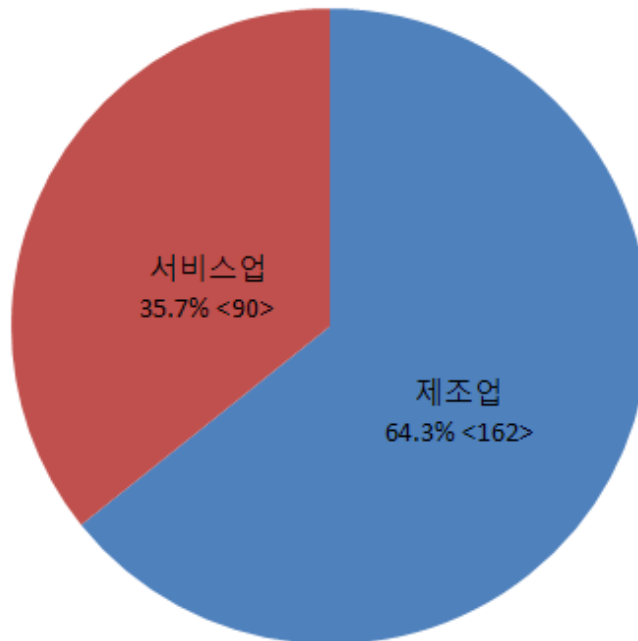


주: 252개 사 응답, <>안 수치는 기업 수

2. 업종별 구성

- 제조업 64.3%, 서비스업 35.7%
 - 응답 기업은 제조업체 162개 사(64.3%), 서비스업체 90개 사(35.7%)
 - 제조업의 세부업종으로 '섬유 및 어패럴'이 20.1%로 가장 높은 비율을 보이며, 그 외에는 '전기 전자'(6.7%), '고무, 플라스틱'(4.4%) 등의 순
 - 서비스업의 세부업종에서는 '물류'(3.6%)가 가장 다수이며 그 외 '금융, 보험', '정보처리 S/W', '컨설팅'업종이 2.4%로 비교적 높은 비율을 보임

<圖-2 업종별 구성>



주: 252개 사 응답, <>안 수치는 기업 수

<表-1 세부 업종 구성>

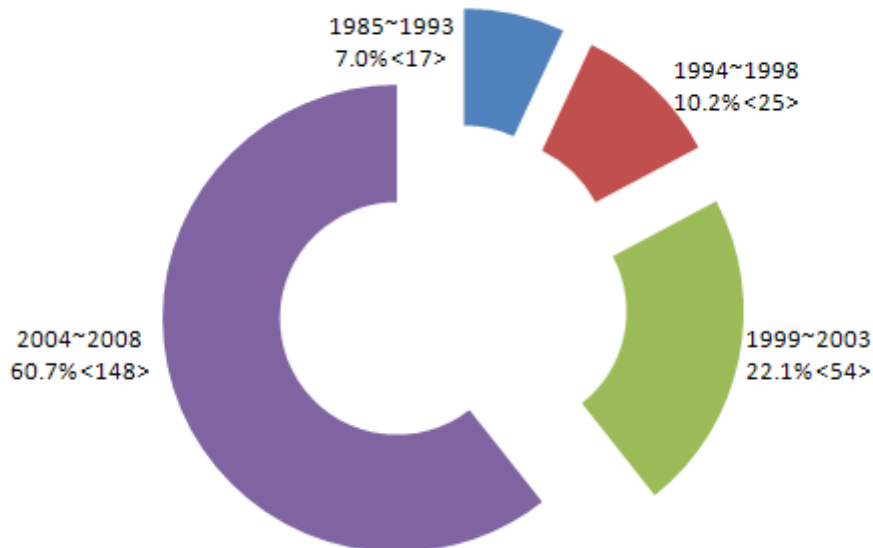
제조업: 17개		서비스업: 8개	
(1)식품가공 2.0%	(2)섬유 및 어패럴 20.1%	(18)금융,보험 2.4%	(19)도소매 4.0%
(3)종이,펄프,목제품,가구 1.6%		(20)물류 3.6%	(21)정보처리,S/W 2.4%
(4)가죽,신발,가방 3.2%		(22)통신 0.8%	(23)컨설팅 2.4%
(5)의료,화장품 0.0%	(6)고무,플라스틱 4.4%	(24)요식,호텔 1.6%	
(7)생활용품,잡화 0.8%	(8)요업,도기 0.4%	(25)기타 서비스업 18.6%	
(9)비철금속 0.4%	(10)금속제품 3.2%		
(11)일반기계 1.6%	(12)전기 전자 6.7%		
(13)수송기기 1.2%	(14)정밀기기 0.0%		
(15)철강산업 3.6%	(16)화학,석유제품 2.8%		
(17)기타 제조업 12.2%			
* %는 전체 응답기업 수 대비 비율			

3. 진출년도(시기별) 구성: 진출 4년 이내의 기업이 60.7%

□ 2004년 이후 진출한 기업의 비율이 60.7%로 절반 이상 차지

- 1993년 이전 진출 기업은 7.0%, 1994~1998년 10.2%, 1999~2003년 진출기업은 22.1%로 최근 년도로 올수록 더 많은 기업이 베트남에 진출했음을 시사
- 베트남- 미국의 무역협정 발효, 베트남의 WTO 가입 등 2000년 이후 일련의 베트남 투자 환경 개선이 한국기업의 베트남 투자를 유도한 것으로 판단됨

<圖-3. 베트남 진출년도 구분>



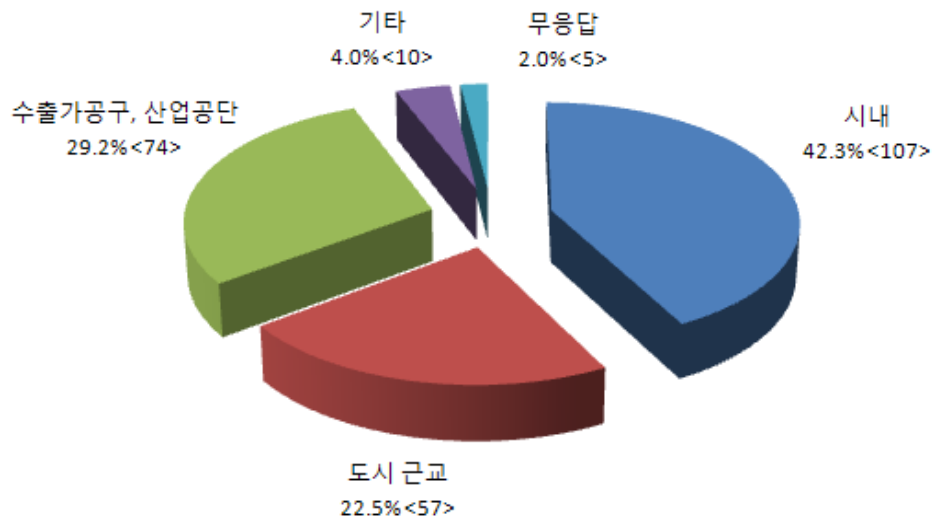
주: 244개 사 응답, <>안 수치는 기업 수

4. 소재지 특성별 입지

□ 기업의 입지 상태를 보면 시내 및 도시 근교에 주로 입지 64.8%

- 도심 지역 진출기업 42.3%, 도시근교가 22.5% 등 전체 64.8%가 도시 및 근교에 입지하고 수출가공구 등 개발구에는 29.2%만 입지
- 서비스 업체들이 주로 도시 및 근교에 입지했을 가능성이 크지만 제조업체도 수출가공구 등을 통해 외자를 유치한 베트남의 정책에 큰 영향을 받지 않았음

<圖-4. 소재지 특성별 입지 분포>



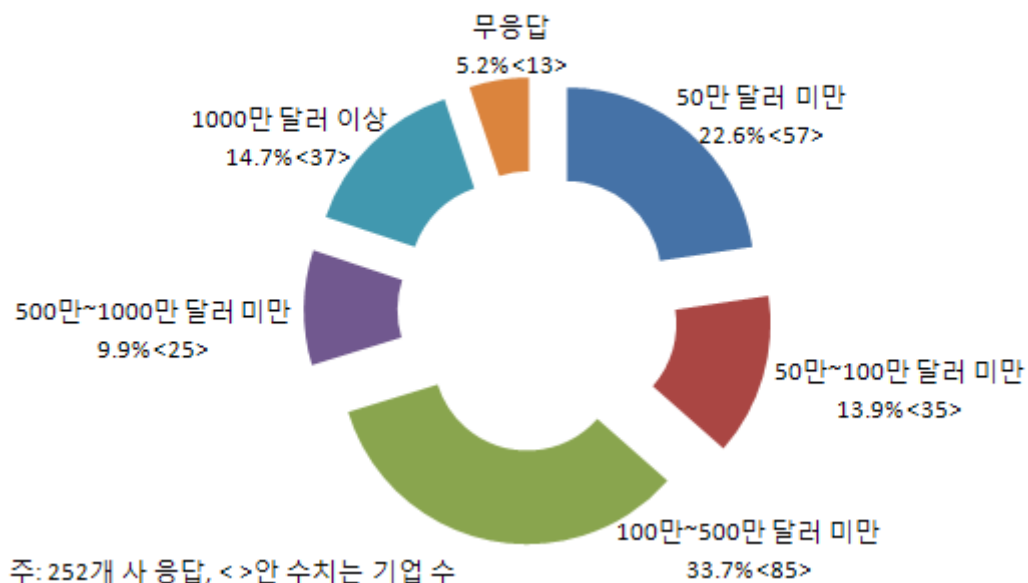
주: 252개 사 응답, < > 안 수치는 기업 수

5. 투자 규모 및 형태

□ 500만 달러 미만 투자가 70.2%로 소액 투자가 중심

- 투자금액은 50만 달러 미만 22.6%, 50만~100만 달러 미만 13.9%이며 500만~1000만 달러 9.9%, 1000만 달러 이상 14.7%의 비율(무응답 5.2%)

<圖-5. 투자 금액별 구성>

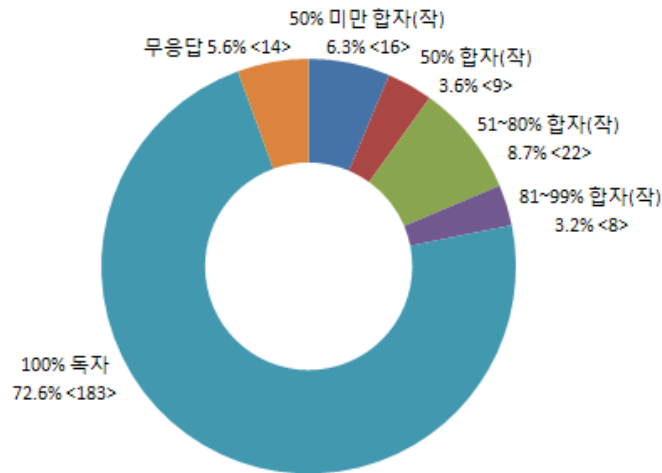


주: 252개 사 응답, < > 안 수치는 기업 수

□ 베트남 진출 기업은 합작투자보다는 단독 투자를 선호

- 72.6%가 독자 형태로 진출했으며 이어 51~80% 합자(8.7%), 50% 미만 합자(6.3%), 50:50 합자(3.6%), 81~99% 합자(3.2%)의 순임(무응답 5.6%)

<圖-6. 한국 측 투자지분 비율>

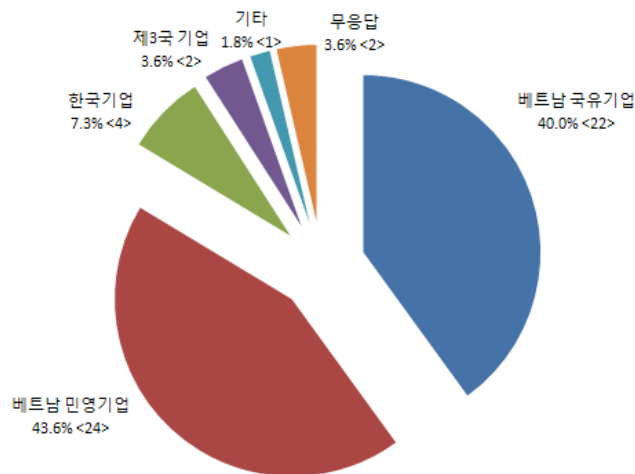


주: 252개 사 응답, <>안 수치는 기업 수

□ 합작기업의 경우 합작 파트너는 베트남 기업(국유 및 민간)이 가장 많음

- 베트남 민영기업과의 합작 43.6%, 국영기업과의 합작 40.0% 등 베트남 기업과의 합작이 가장 많음
- 한국기업 및 제3국 기업과의 합작은 각각 7.3%, 3.6%로 미미

<圖-7. 합작 대상기업의 형태별 구성>



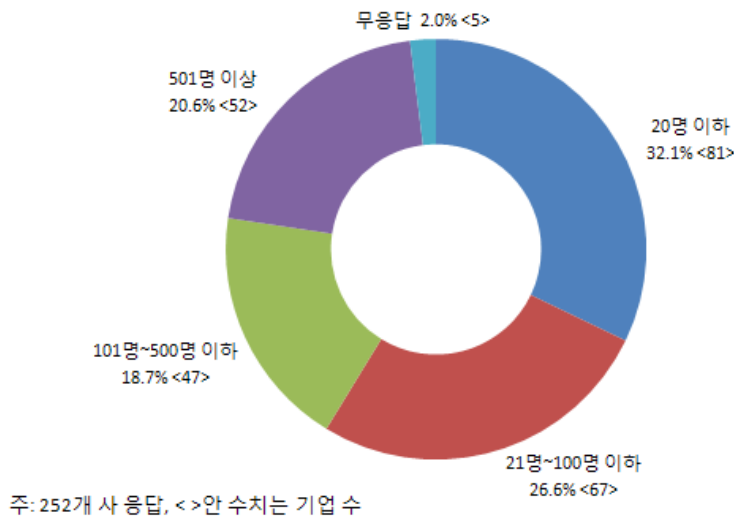
주: 55개 사 응답, <>안 수치는 기업 수

6. 직원 규모 및 노사 관계

□ 전체 직원 100명 이하의 기업이 58.7%로 소규모 기업이 압도적

- 20명 이하 직원을 보유한 기업이 32.1%로 가장 다수이며 21~100명은 26.6%, 반면 501명 이상은 20.6%에 불과

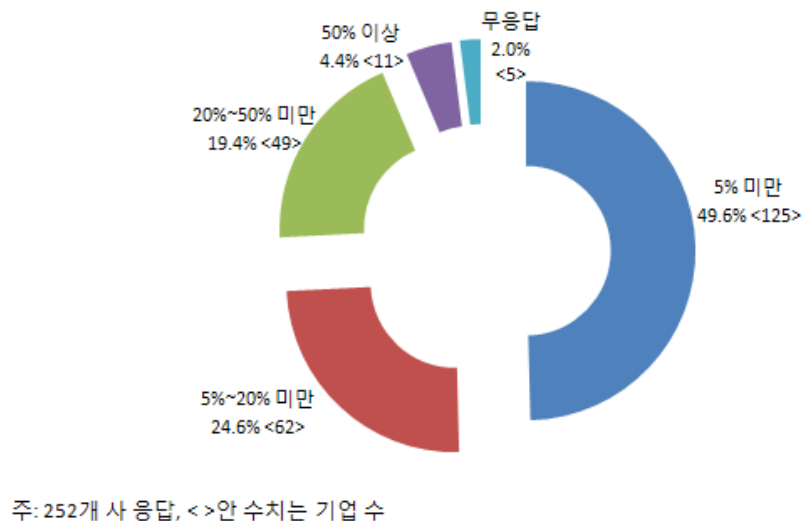
<圖-8. 직원 규모별 구성>



□ 한국인 비중 20% 미만이 응답 기업의 74.2%

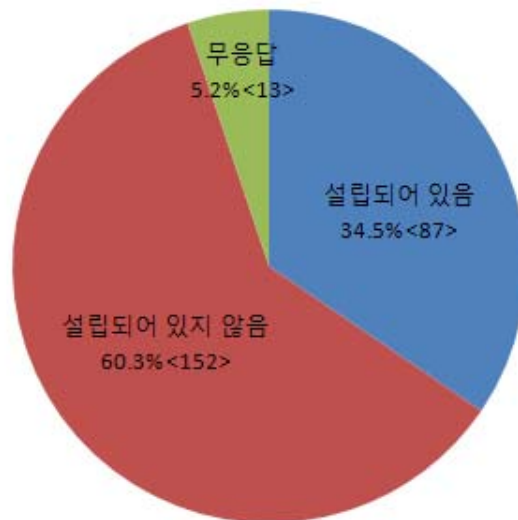
- 한국인 비중 5% 미만이 49.6%로 가장 많으며 5~20% 미만은 24.6%

<圖-9. 한국인 직원 비중별 구성>



□ 노조가 설립된 기업은 34.5%에 그쳐 비노조 경영이 많음

<圖-10. 노조 설립 여부>

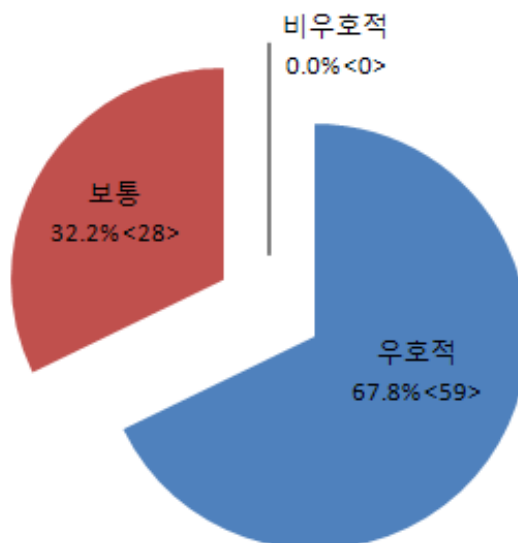


주: 252개 사 응답, <>안 수치는 기업 수

□ 노조가 설립되어 있어도 노사관계는 우호적

○ 노조와 관계는 우호적 67.8%, 보통 32.2%로 베트남에서 노조와의 갈등은 없음

<圖-11. 노조와의 관계별 구성>



주: 87개 사 응답, <>안 수치는 기업 수

□ 노사분규를 거친 기업의 파업횟수는 평균 1.8회, 파업기간은 평균 2.8일

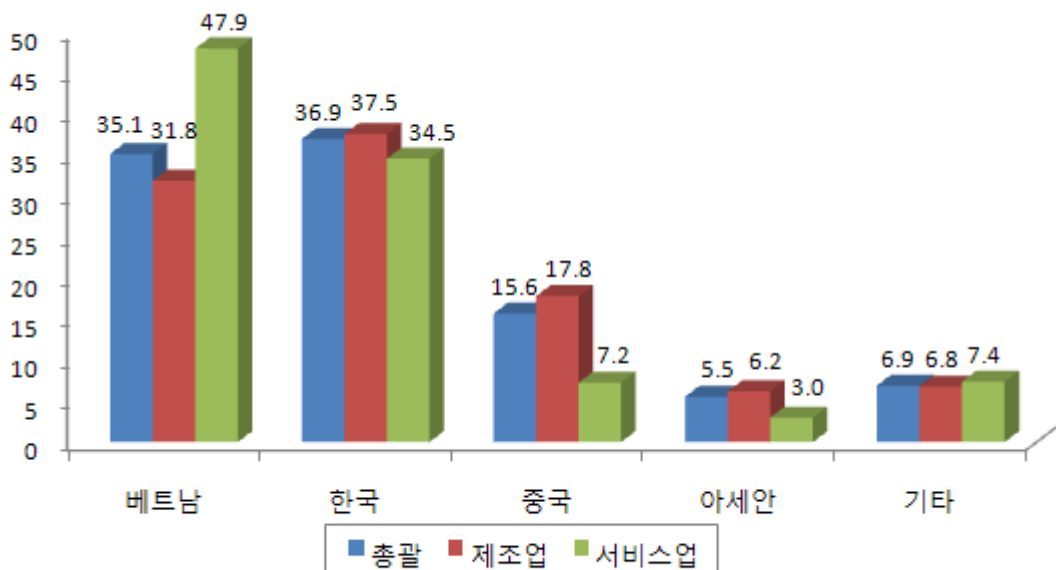
- 파업사유는 전체 33개 응답 중 임금인상 요구가 23개로 대부분 차지, 그 외 식사, 휴식, 근무환경 개선 등의 사유 순

7. 원자재 구입의 지역별 구성

□ 원자재의 조달은 한국 수입, 베트남 현지 조달 순

- 응답기업들의 원자재 조달 시장은 한국 36.9%, 베트남 현지 35.1%, 중국 15.6%, 아세안 5.5% 순
- 서비스업의 경우 베트남 내부조달 비율이 47.9%로 제조업의 31.8%보다 높음

<圖-12. 원자재 구입 지역별 구성>

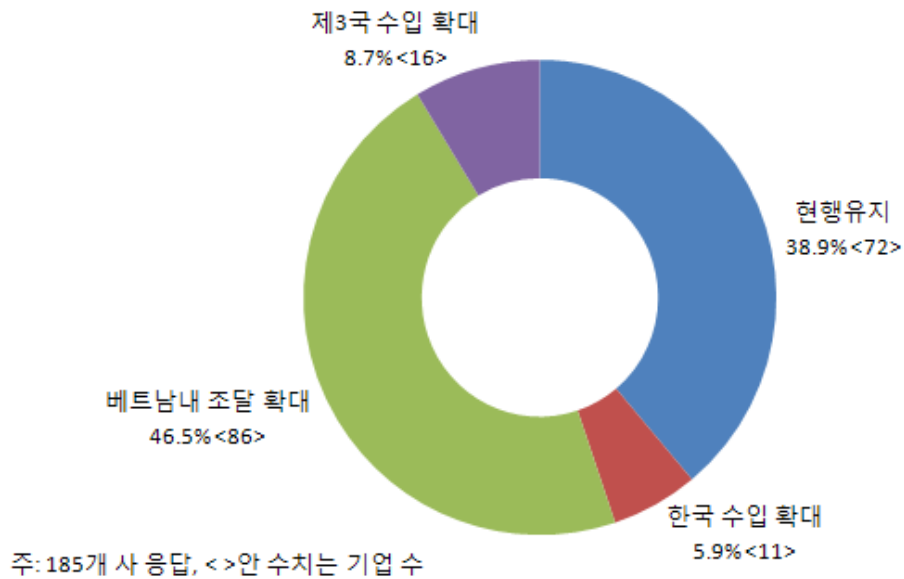


주: 476개 복수응답

□ 베트남 내 원자재 구입 비중이 확대될 전망

- 향후 원부자재 구입 계획을 묻는 문항에 '베트남 내 조달 확대' 응답 비율이 46.5%, '현행유지' 38.9%

<圖-13. 향후 원부자재 구입 계획별 구성>

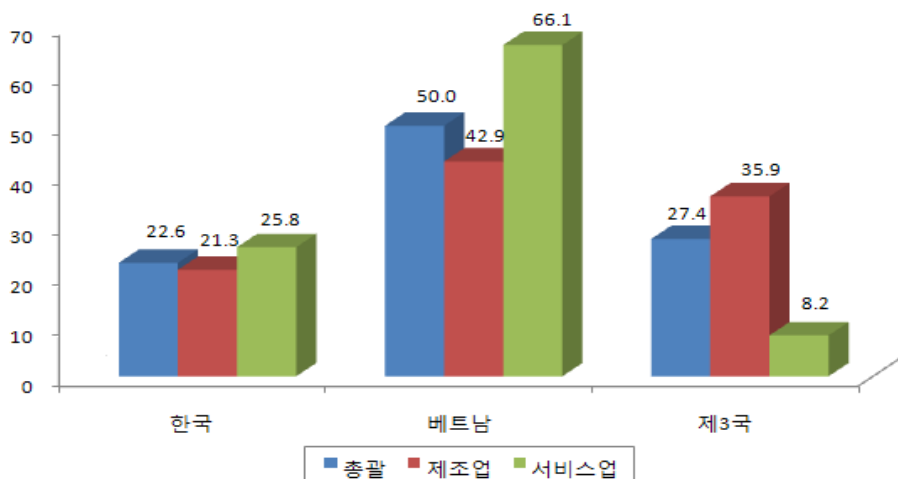


8. 매출액의 지역별 구성

□ 매출 시장은 베트남, 제 3국, 한국 순

- 매출액의 지역별 구성은 한국(22.6%), 베트남(50.0%), 제3국(27.4%)으로 베트남이 단연 높게 나타남
- 지역별 매출 비중은 제조업과 서비스업에서도 유사하게 나타나고 있으나 서비스업의 경우 베트남 내 매출 비율이 65%를 상회

<圖-14. 매출액의 지역별 구성>

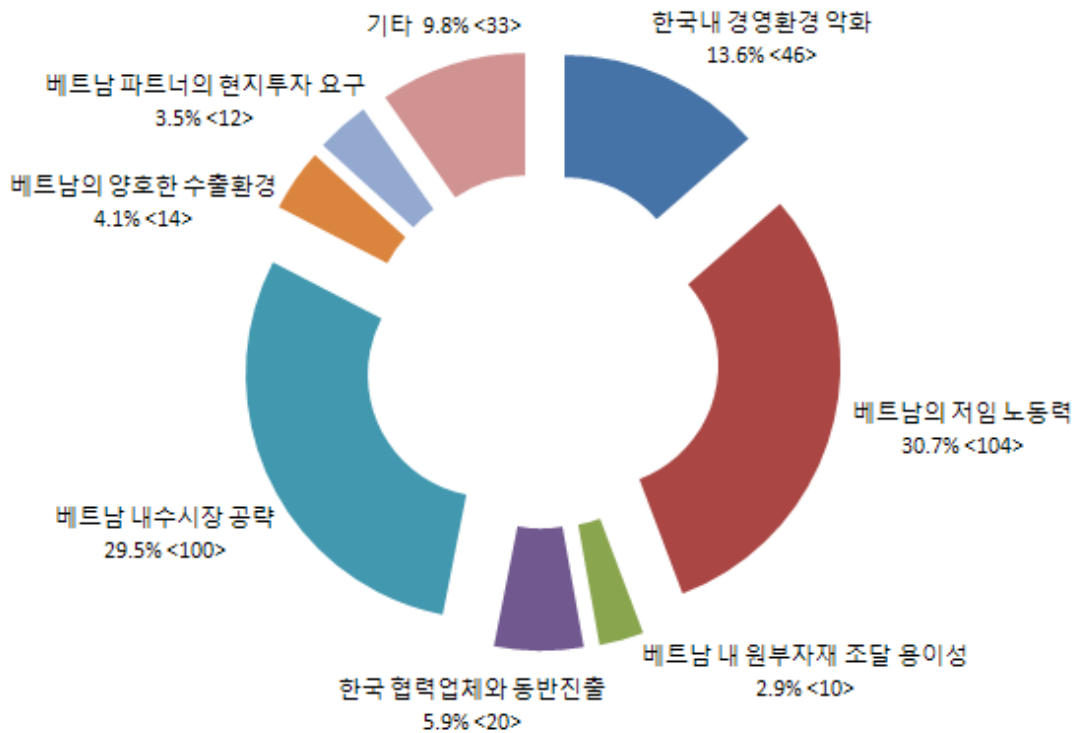


9. 베트남 투자 동기

□ 저임노동력 활용 - 내수시장 공략 - 한국 내 경영환경 악화 순

- 30.7%의 기업이 베트남의 저임노동력 활용을 목적으로 베트남에 진출했으며, '내수시장 공략'(29.5%), '한국 내 경영환경 악화'(13.6%) 등도 주요한 투자 동기
- 그러나 '한국 협력업체와 동반진출'(5.9%), '베트남의 양호한 수출환경'(4.1%), '베트남 내 원부자재 조달 용이성'(2.9%) 등은 한 자릿수의 응답 비율을 기록함

<圖-15. 베트남 투자진출 동기>



주: 339개 복수 응답, < >는 응답 수

Ⅱ. 경영성과 평가 및 애로사항(문항 2-1~3-2)

요 약

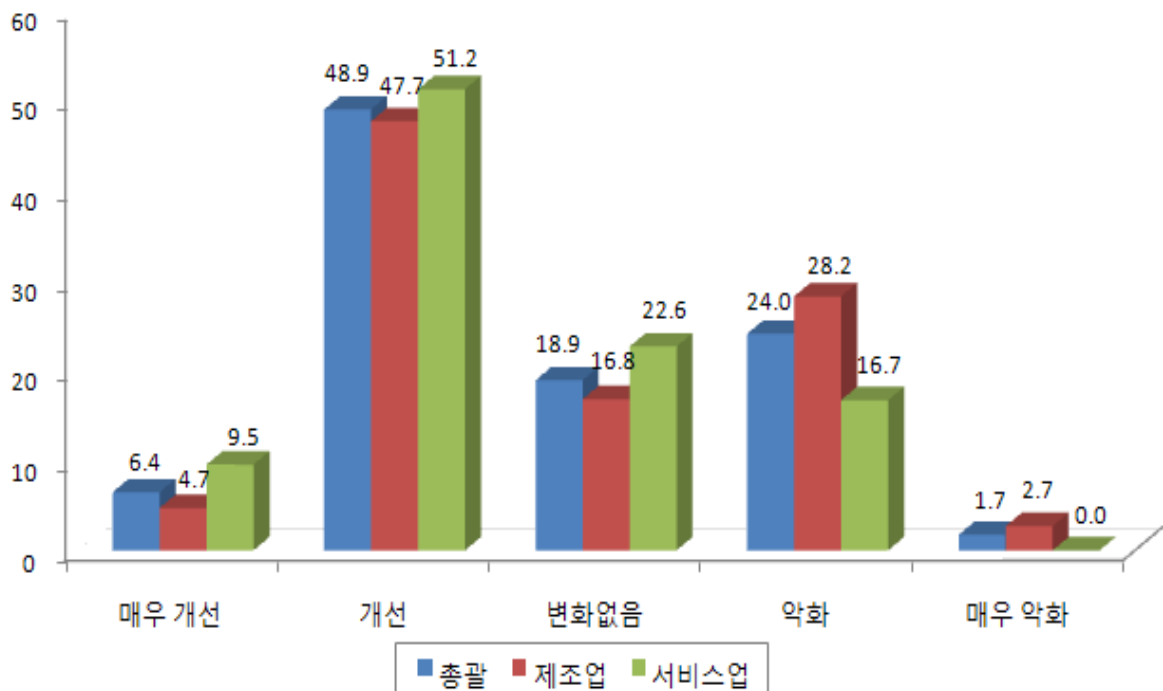
- 투자진출 당시와 비교한 기업 환경 변화에서 개선(55.3%)이 악화(25.7%)보다 두 배 이상 많음
 - 환경 개선요인으로는 '베트남 직원의 생산성 향상'과 '제품 및 서비스 경쟁력 향상' 등이 꼽혔고 악화요인은 '원자재 가격 상승'과 '임금 인상' 등임
- 현재 경영 상황은 흑자(42.9%)가 적자(20.9%)보다 현저하게 높고 초기 진출기업일수록 흑자 비율이 높게 나타남
 - 또한 도시근교와 시내 입지 기업이 타 지역 소재 기업보다 흑자 경영을 하고 있는 것으로 조사됨
- 투자 만족도 평가에서는 '보통'이라는 반응이 45%선이나 전반적으로 '만족' 비율이 40%에 달해 베트남이 매력 있는 투자대상지임을 시사
 - 기업 성장성, 투자 동기 달성도 조사에서 '만족' 비율이 상대적으로 높으나 기업 수익성 면에서는 '보통'이라는 응답이 다수인 것으로 집계됨
 - 기업 성장성에서는 최근 진출기업일수록 만족 정도가 상대적으로 높게 나타난 반면, 투자동기 달성도에서는 낮게 나타남
- '정보부족'과 '행정 불투명성'이 베트남 투자진출의 최대 걸림돌
 - 투자진출 시 '정보부족'과 '행정 불투명성'으로 어려움을 겪었다는 응답이 각 25.3%와 22.8%로 높은 비율을 보임
 - 반면, '공장 건설', '투자지역 선택', '투자형태 선택' 등은 한 자릿수 응답 비율에 그침
- 베트남에서의 경영활동에 있어 어려움은 '비용 상승'이라는 응답이 다수
 - '행정 불투명성'이 경영활동의 애로사항이라는 응답이 13.6%로 진출 당시와 마찬가지로 어려움으로 작용하고 있는 것으로 집계됨
 - '언어소통'이나 '노무관리' 등은 상대적으로 어려움이 덜 한 것으로 조사됨

10. 진출 당시와의 환경 변화

□ 진출 당시와 비교했을 때 베트남 진출 기업의 현재 상황은 평균적으로 개선되었다고 평가

- 기업 환경이 '매우 개선'(6.4%) 또는 '개선'(48.9%) 등 개선되었다는 비율이 55.3%로 '악화'(24.0%) 또는 '매우 악화'(1.7%)였다는 반응 25.7%보다 2배 이상
- 제조업에서 개선이 52.4%에 악화가 29.9%이지만 서비스업에서는 개선이 60.7%로서 악화 16.7%보다 훨씬 좋음

<圖-16. 진출 당시와 비교한 환경 변화>

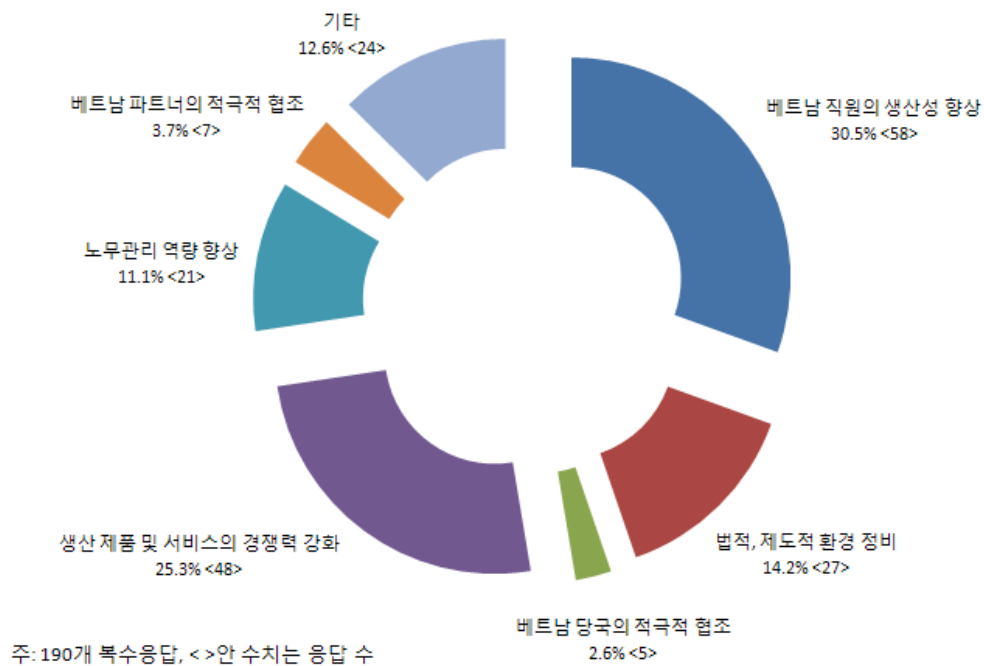


주: 233개 사 응답

□ 환경 개선요인은 '베트남 직원의 생산성'과 '제품 및 서비스 경쟁력' 향상 때문

- '기업 환경이 개선됐다'고 보는 요인으로서는 '베트남 직원의 생산성 향상'(30.5%), '제품 및 서비스의 경쟁력 강화'(25.3%) 등이 주로 꼽힘

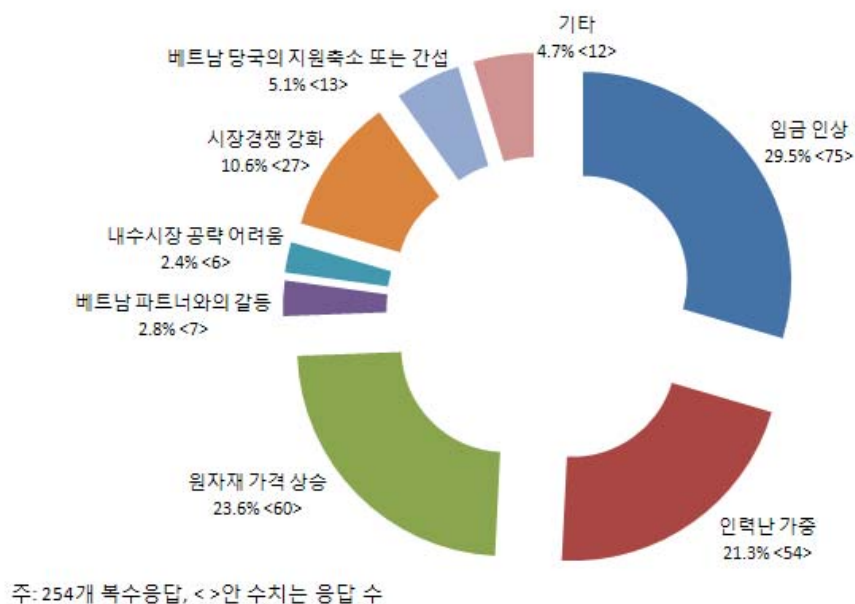
<圖-17. 기업 환경이 개선됐다고 보는 이유>



□ 임금 인상에 원자재 가격 상승으로 기업 환경 악화

- 베트남투자기업들은 '임금 인상'(29.5%), '원자재 가격 상승'(23.6%), '인력난 가중'(21.3%) 등으로 어려움을 겪고 있음
- '시장경쟁 강화'(10.6%), '베트남 당국의 지원축소 및 간섭'(5.1%), '베트남 파트너와의 갈등'(2.8%) 등의 요인은 상대적으로 낮게 나타남

<圖-18. 기업 환경이 악화됐다고 보는 이유>

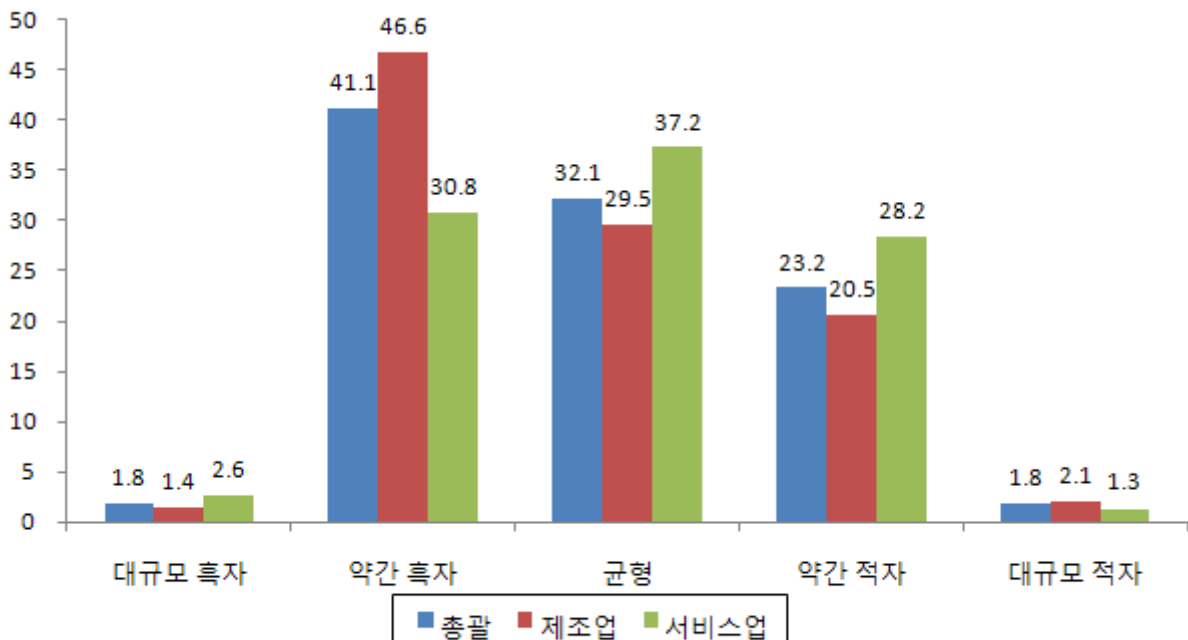


11. 현재 경영 상황

□ 현재 경영 상황은 흑자(42.9%)가 적자(25.0%) 보다 많음

- 응답기업(224사) 중 42.9%가 흑자(약간 흑자 41.1%,대규모 흑자 1.8%)로서 적자 비율(약간 적자 23.2% 및 대규모 적자 1.8% 포함해 25.0%)을 상회
- 제조업의 흑자 비율은 48%로 서비스업 흑자 비율인 33.4%를 상회하여 제조업의 경영 상황이 약간 나음
- 제조업의 적자 비율은 22.6%, 서비스업의 적자 비율은 29.5%

<圖-19. 현재 경영상황에 대한 평가>

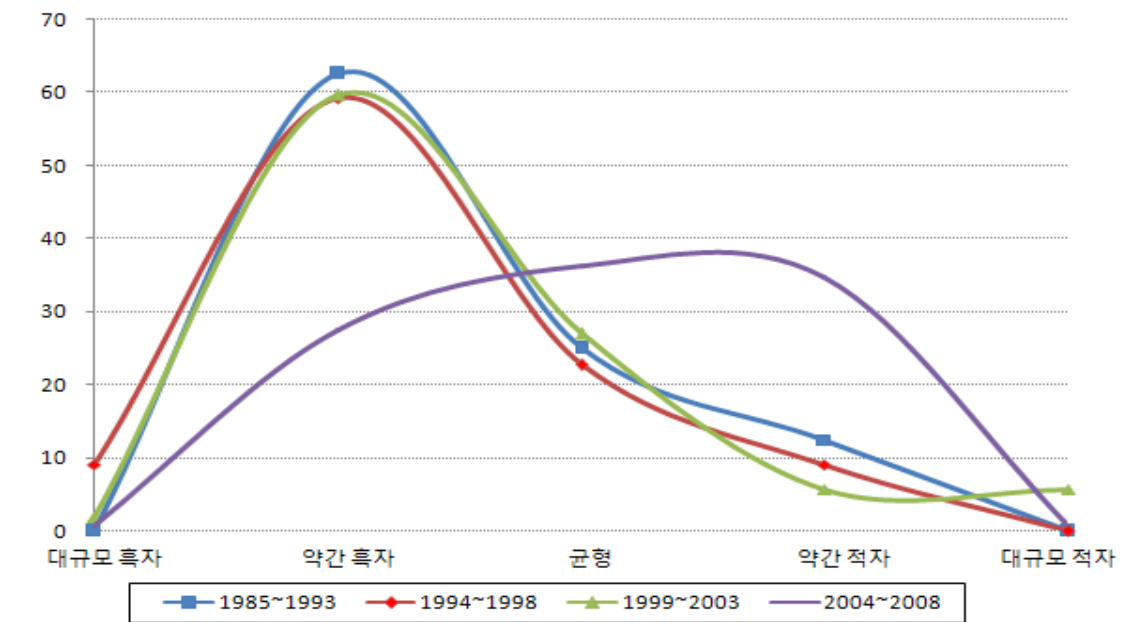


주: 224개 사 응답

□ 초기 진출기업일수록 흑자 비율 높아

- 현지에서 장기간 활동을 한 기업의 경영상황이 최근에 진출한 기업의 경영상황보다 안정적
- 다음의 그래프에서 1985~2003년 진출 기업은 뚜렷한 흑자비율이 높은 좌상향 곡선인데 반해 2004~2008년 곡선은 적자비율이 높아 우측경사의 모습을 보임
- 2004년 이후 진출기업이 이전 진출기업에 비해 적자 비율이 높음

<圖-20. 진출 시기별 경영상황 평가>

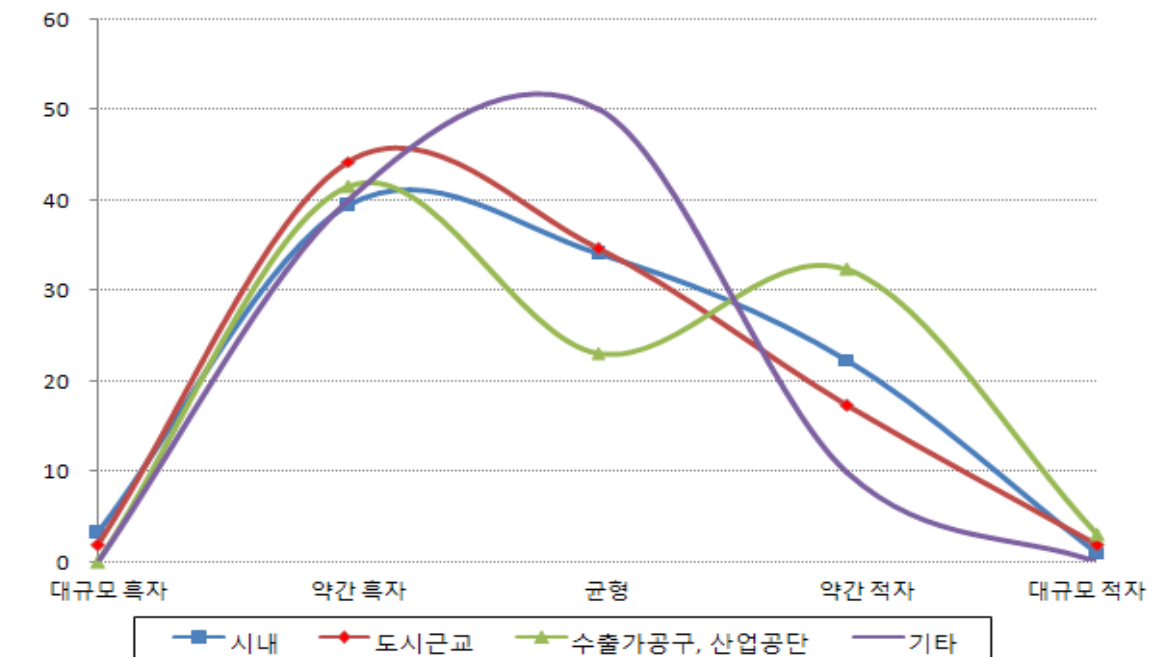


주: 244개 사 응답

□ 도시근교와 시내 소재기업의 흑자 비율이 높음

- 소재지 특성별 입지(시내, 도시근교, 수출가공구/산업공단 등)에 따른 경영 상황을 분석하면 도시근교와 시내 소재 기업들의 흑자 비율이 가장 높은 것으로 나타남

<圖-21. 소재지 특성별 입지에 따른 경영 상황 평가>



주: 248개 사 응답

12. 매출 이윤율과 신장률

□ 매출액 대비 평균 이윤율 10% 미만

- 투자기업의 최근년도 매출액 대비 평균 이윤율을 -50% 미만, -40%, -30%,...0%,...30%, 40%, 50% 등의 구간으로 구분해 조사한 결과, 베트남 투자기업들의 이익률은 10% 미만
- 통계 분석을 위해 -50% 미만을 1로 대치(代置)하고 -40%(2), -30%(3),...0%(6), 10%(7), 20%(8), 50% 초과(11)로 함
- 제조업의 이익률(평균값 6.68)이 서비스업의 이익률(6.61)보다 약간 높아 수익성이 더 좋으며, 기간별로 볼 때는 1994~1998년 기간 진출 기업의 수익성이 10%로서 가장 높음
- 2004~2008년 진출기업은 초기정착 문제로 인해 수익성이 가장 낮은 것으로 판단됨

<表-2 매출액 대비 평균 이윤율>

	N	Min.	Max.	Mean
총괄	214	1	10	6.6589
업종별				
- 제조업	142	1	10	6.6831
- 서비스업	72	1	10	6.6111
년도별				
- 1985~1993	15	5	9	6.6667
- 1994~1998	24	5	9	7.0000
- 1999~2003	49	1	9	6.6531
- 2004~2008	120	1	10	6.5833

주: 214개 사 응답이며 N은 개체 수(응답 수)이며 Min, Max, Mean은 각각 최소값, 최대값, 평균값임

□ 연평균 매출액 신장률 약 15% 미만

- 기업들의 최근년도 연평균 매출액 신장률을 조사한 결과, 전체 평균값은 7.8599 (총 207개 사 응답)로 투자기업들의 연평균 매출액 신장률은 15%에 약간 미달
- 제조업(7.8102)보다 서비스업(7.9571)의 평균값이 높게 나타나 서비스업 기업의

성장세가 보다 양호

- 기간별로는 이익률처럼 1994~1998년 진출기업의 매출액 신장률이 가장 높음

<表-3 연평균 매출액 신장률>

	N	Min.	Max.	Mean
총괄	207	3	11	7.8599
업종별				
- 제조업	137	3	11	7.8102
- 서비스업	70	6	11	7.9571
년도별				
- 1985~1993	15	6	10	7.4000
- 1994~1998	24	4	11	8.1250
- 1999~2003	49	3	11	7.8776
- 2004~2008	114	4	11	7.8070

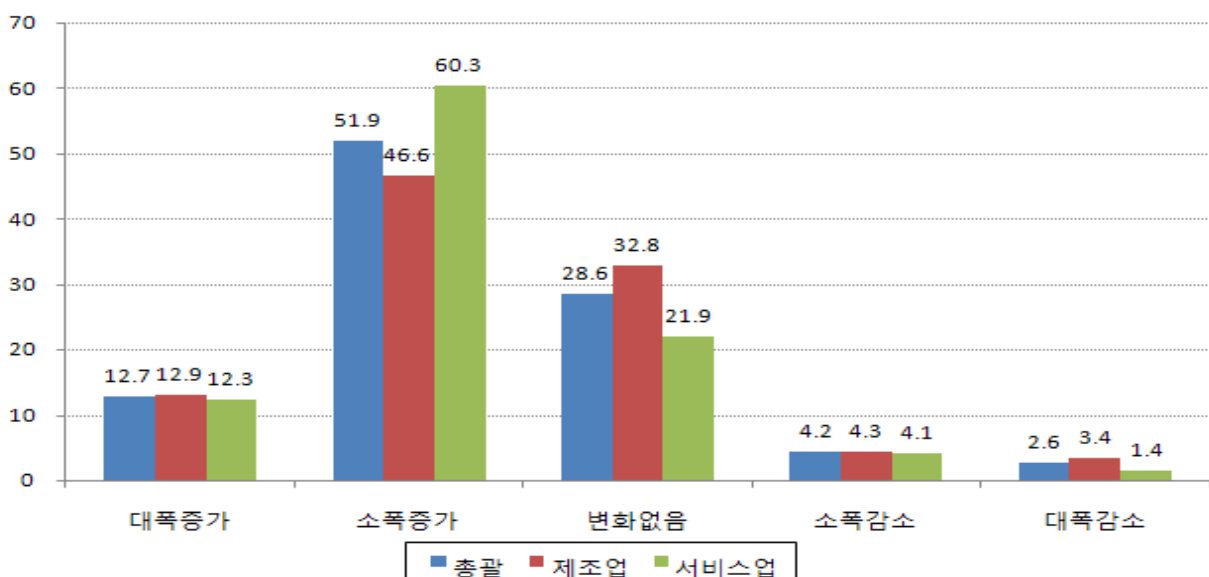
주: 207개 사 응답

13. 투자초기와 비교한 베트남 시장 점유율

□ 투자진출 초기에 비해 시장점유율 증가세 뚜렷

- 투자진출 초기와 비교한 현재의 베트남시장 점유율은 '소폭 증가'했다는 반응이 절반을 넘는 등 64.6%의 기업의 시장점유율 상승

<圖-22. 투자초기와 비교한 시장점유율 변화>



주: 189개 사 응답

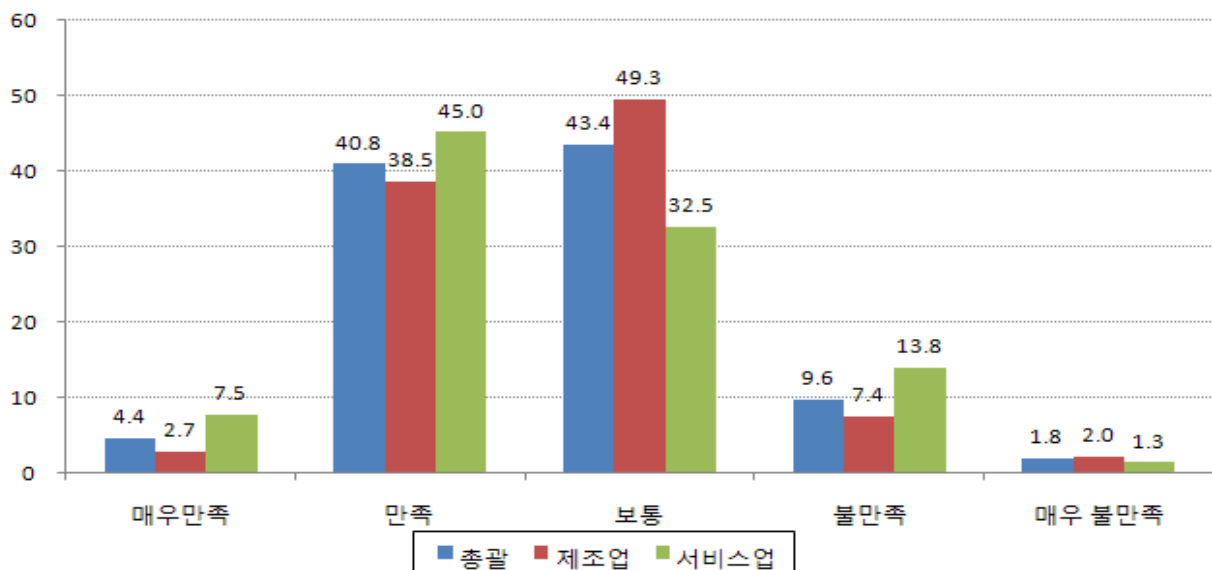
- 제조업과 서비스기업의 시장점유율 상승에 큰 차이가 존재
- 제조업의 시장점유율 상승 기업 비율은 59.5%이나 서비스 기업의 72.6%가 시장점유율을 제고
- 그러나 제조업 및 서비스 산업 모두 시장점유율이 '대폭 상승'한 기업 비율은 비슷하지만 서비스 산업의 '소폭 증가' 비율이 제조업에 비해 높음

14. 투자 만족도

□ 기업 성장성에 대해서는 대체로 만족

- 보통이라고 답한 비율이 43.4%로 많지만 만족 및 매우만족이 45.2%로 불만족 및 매우불만족 11.4%보다 훨씬 많음
- 서비스부문(매우 만족 7.5%, 만족 45.0%)의 기업이 제조업체(매우만족 2.7%, 만족 38.5%)에 비해 만족도가 높음

<圖-23. 기업 성장성 평가>



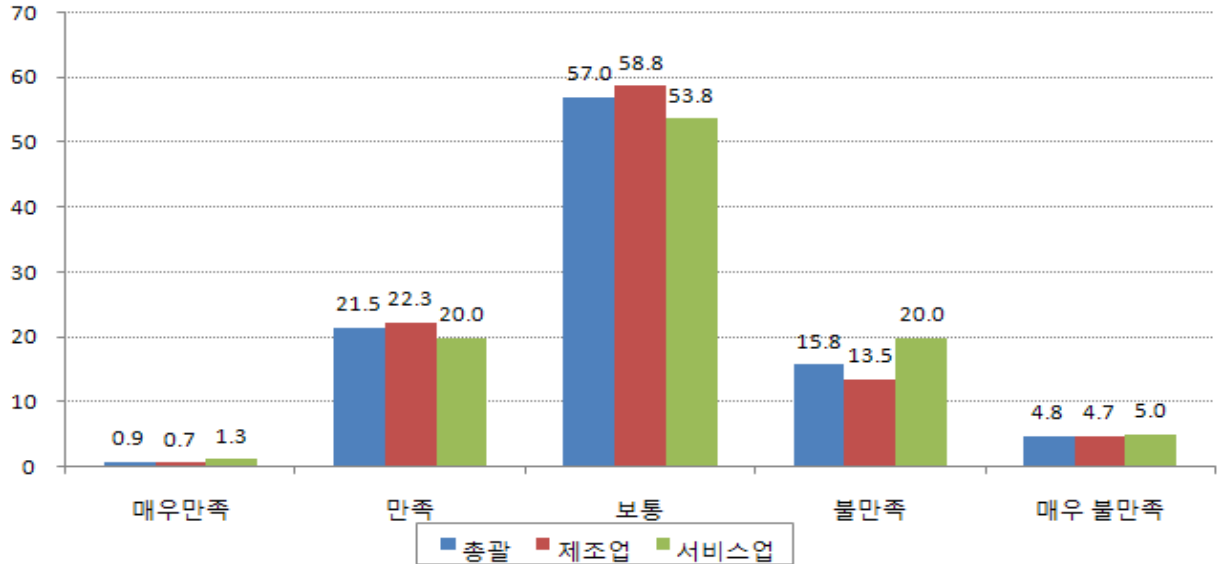
주: 228개 사 응답

□ 투자기업은 기업 수익성에 대해서는 만족도가 낮음

- 응답기업의 절반 이상(57.0%)이 보통이라고 평가하고 있으며 만족이상은 22.4%
- 불만족(매우 불만 포함)이 20.6%로 만족과 거의 유사

- 제조업과 서비스 부문을 비교해보면 서비스업체들의 불만족 비율(매우불만족 포함)은 25%이지만 제조업체의 동일설문 비율은 18.2%로서 차이가 존재

<圖-24. 기업 수익성 평가>

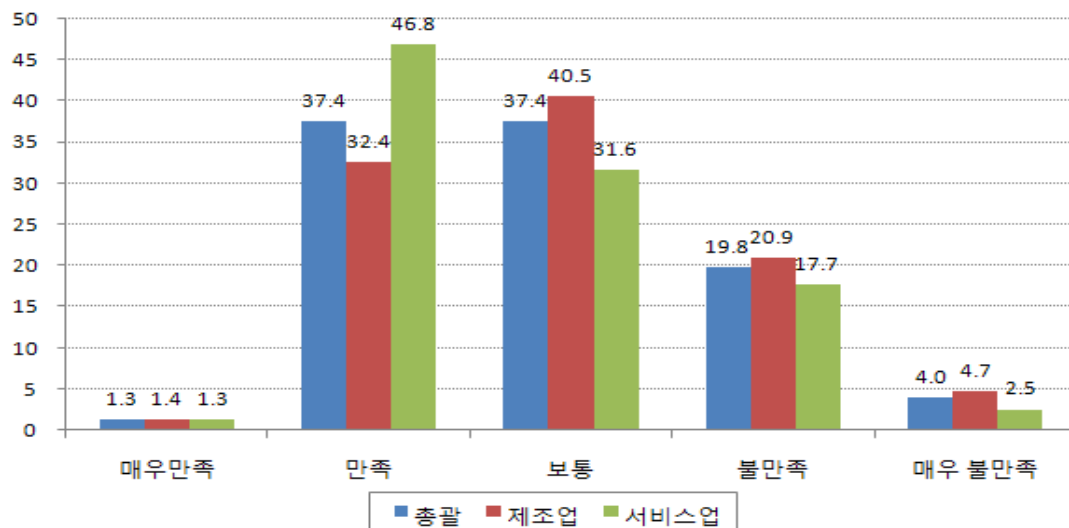


주: 228개 사 응답

- 베트남 진출 기업들은 투자동기 달성도에서 상당한 만족을 하고 있음

- 보통이라고 답한 기업이 37.4%이었지만 역시 37.4%의 기업이 만족했고 매우만족도 1.3%에 달해 불만족 또는 매우 불만족의 23.8%를 상회

<圖-25. 투자동기 달성도 평가>

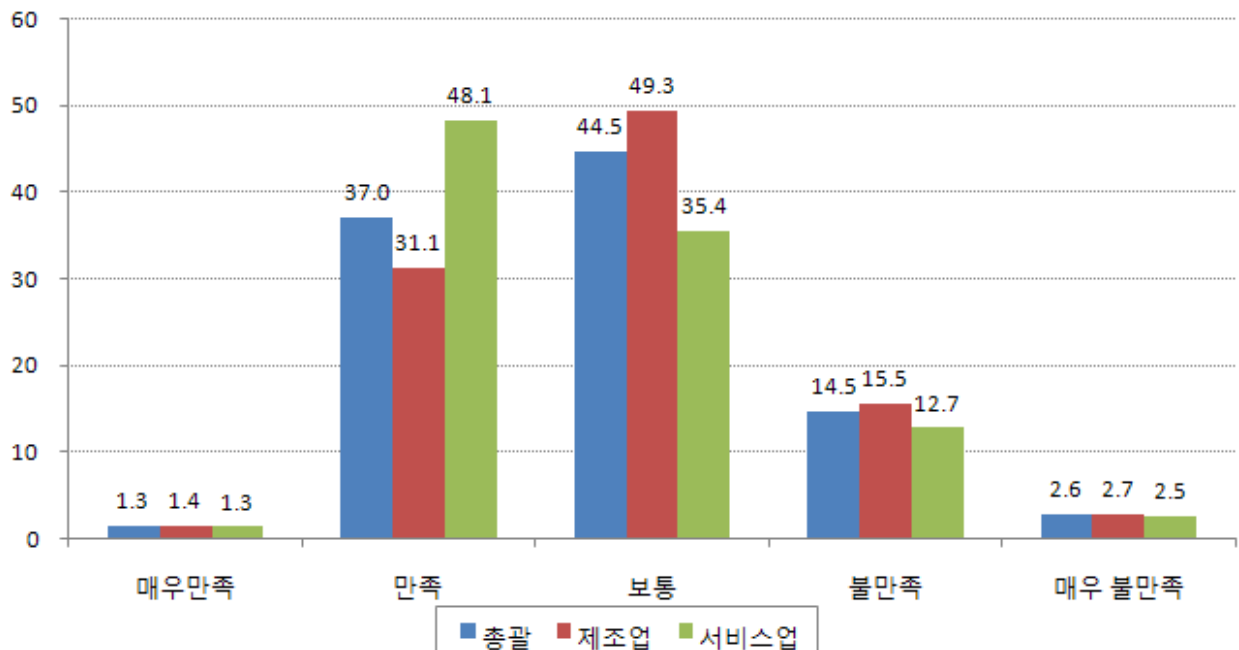


주: 227개 사 응답

□ 전체 평가에서도 베트남 진출 기업은 만족도가 높은 편

- '보통'이라는 반응이 45%선이나 전반적으로 '만족' 비율이 40%에 달해 베트남이 매력 있는 투자대상지임을 시사
 - 업종별로는 서비스업(만족 비율 49.4%)이 제조업(만족비율 32.5%)에 비해 종합 만족도가 높음

<圖-26. 전체 만족도 평가>

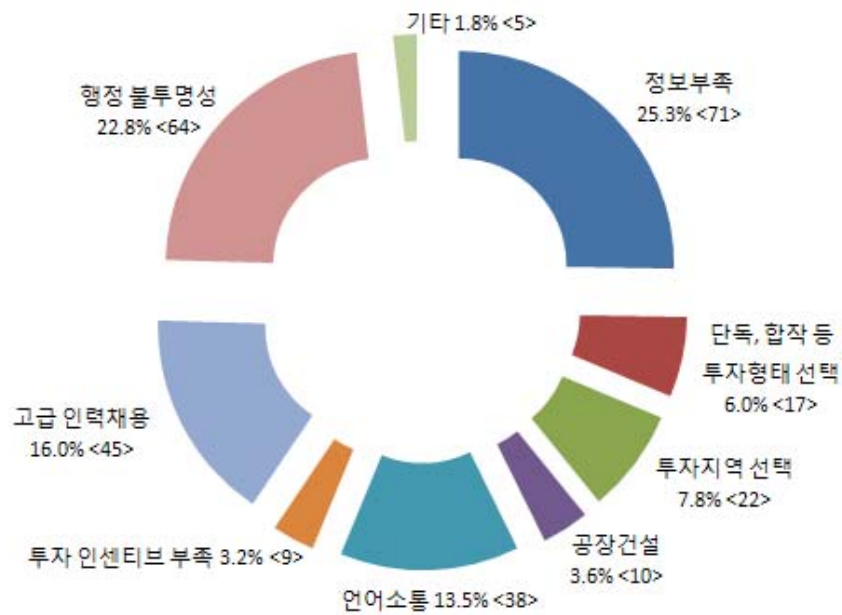


주: 227개 사 응답

15. 베트남 투자진출 및 경영활동의 애로사항

- 베트남 투자 진출시에 직면한 애로요인으로는 정보부족(25.3%)과 행정 불투명성(22.8%)이 가장 중요
 - 고급인력 채용(16.0%), 언어소통(13.5%) 등도 주요 애로사항이지만 투자지역 선택(7.8%), 투자형태 선택(6.0%), 공장건설(3.6%) 등은 큰 애로가 아닌 것으로 평가

〈圖-27. 진출 시 애로사항〉

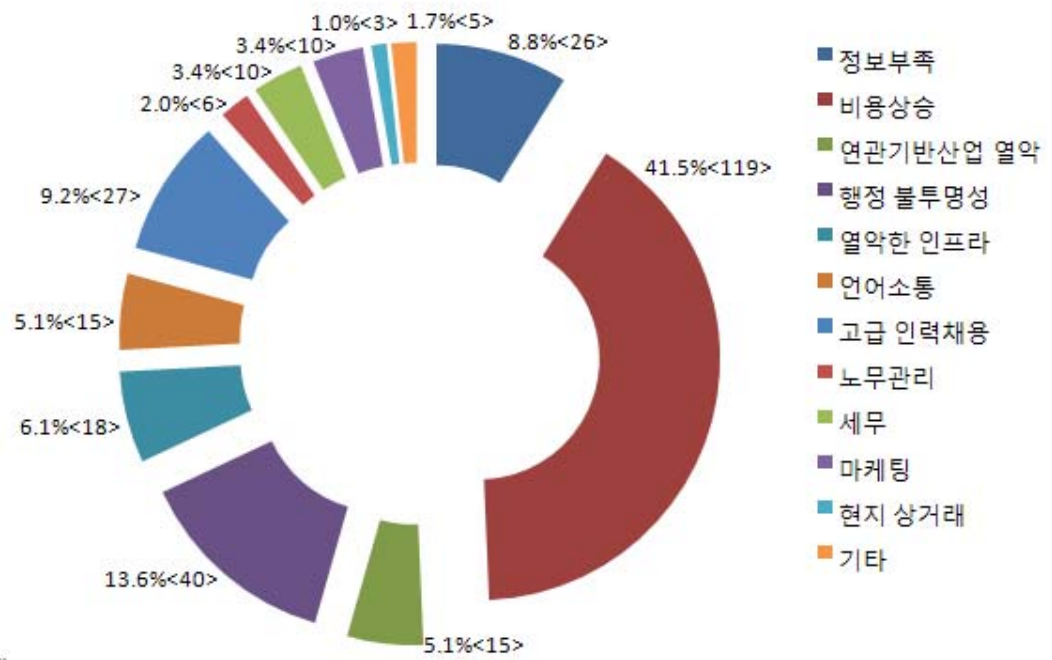


주: 281개 복수응답, <>안 응답 수

□ 현재의 경영활동에서는 비용 상승(41.5%)이 가장 큰 어려움

- 행정 불투명성(13.6%)과 고급 인력 채용 어려움(9.2%) 등도 경영활동에 애로사항으로 지목됐으나 비용 상승에 비해 그 비율은 미미
- 언어소통(5.1%), 노무관리(2.0%), 현지 상거래(1.0%) 등은 경영활동에 큰 문제가 되지 않는

<圖-28. 경영활동 시 애로사항>



주: 294개 복수응답

Ⅲ. 향후 전망 및 철수·이전 (문항 4-1~5-7)

요 약

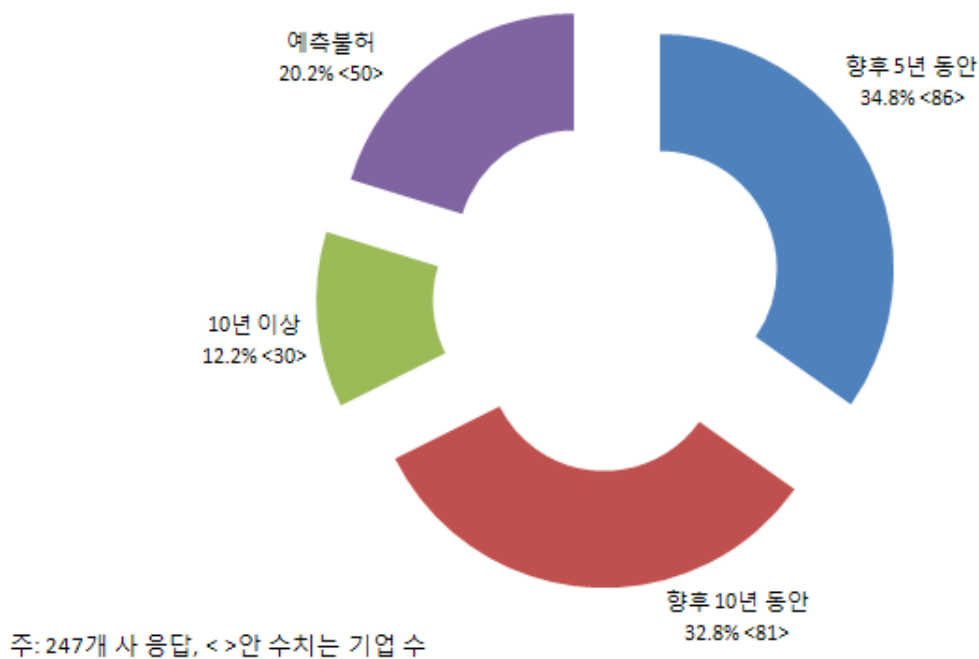
- ☐ 베트남의 건축정책은 단기에 종료되며 향후 5~10년 간 고도성장을 지속할 것으로 인식
 - 41.9%가 1년 이내, 39.5%가 1~2년 이내 건축정책이 종료될 것으로 전망
 - 베트남의 고성장이 최소한 10년 이상 지속될 것이라는 전망도 45%
- ☐ 베트남경제가 한국경제에 기회로 작용할 것이라는 견해가 압도적
 - 베트남이 생산기지 및 세계시장 진출 거점 역할을 계속할 것이지만 대베트남 진출로 한국 내 산업공동화가 심화될 우려도 있음
- ☐ 향후 베트남진출 환경이 개선될 것이라는 전망이 많으며 그 결과 베트남 투자를 확대하겠다는 계획이 많음
 - 베트남 경제가 한국경제에 위기(6.1%)보다는 기회(49.8%)가 될 것이라는 견해가 높으며, 향후 베트남 투자를 확대하겠다는 응답도 63.8%에 이름
 - 베트남진출에 필요한 가장 중요한 요소는 '기술력에 기초한 내수 브랜드 전략'
- ☐ 베트남 진출기업들은 현지 입지에 만족하고 있으며 제 3국 이전을 고려하는 기업은 미미
 - 응답기업의 79.7%가 이전을 고려한바 없으며 철수 및 이전을 고려한 기업은 20.3%에 불과
 - 이전을 고려한 기업들 중 51.0%가 캄보디아, 15.7%가 인도를 고려
 - 인력난 및 임금상승 등 노동비용 요인이 철수 및 이전을 고려하는 주요 이유
- ☐ 베트남 진출기업의 87.8%가 한국으로 투자를 회귀할 의향이 없다고 응답
 - 한국에 사무소 설립을 고려했다는 응답이 8.1%로 조사됐으나 공장 이전 및 설립을 고려한 기업은 각 1.4%, 2.7%로 미미함
 - 한국 복귀에 회의적인 이유로는 '높은 인건비'가 56.5%로 가장 높은 비율을 보였고, 그 결과 한국회기를 위해서는 저렴한 외국인 노동자 공급이 중요하다고 평가

16. 성장과 긴축정책

□ '향후 베트남의 성장에 대해 투자기업들은 상당히 낙관적

- 베트남이 최소한 향후 10년은 고성장할 것으로 전망하는 기업은 45.0%에 이르고 있음
- 향후 5년 정도 고성장할 것으로 보는 기업은 전체의 34.8%

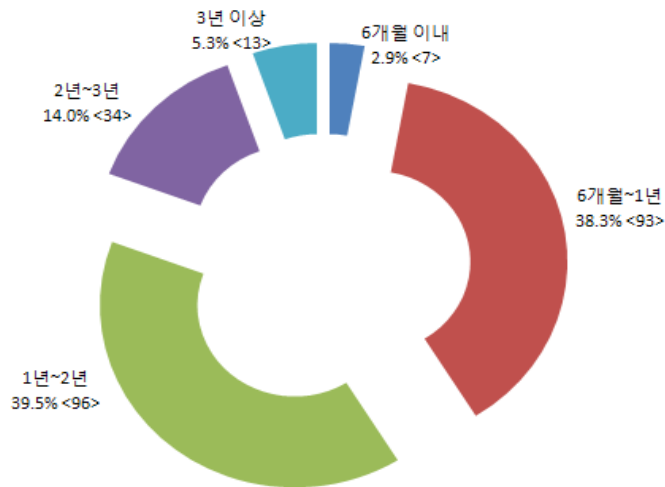
<圖-29. 베트남의 고성장 지속기간 전망>



□ 베트남이 외환위기의 우려 가능성에 대해 취하고 있는 긴축정책에 대해서는 2년 이내에 종료될 것이라는 견해가 압도적 다수

- 긴축정책이 향후 6개월 정도 계속된다는 답은 2.9%에 불과했으나 6개월~1년이 38.3%, 1년 ~2년이 39.5%로 77.8%가 6개월~2년 이내로 한정될 것으로 전망
- 2년 이상 지속될 것으로 평가하는 기업은 19.3%

<圖-30. 베트남의 건축정책 지속기간 전망>

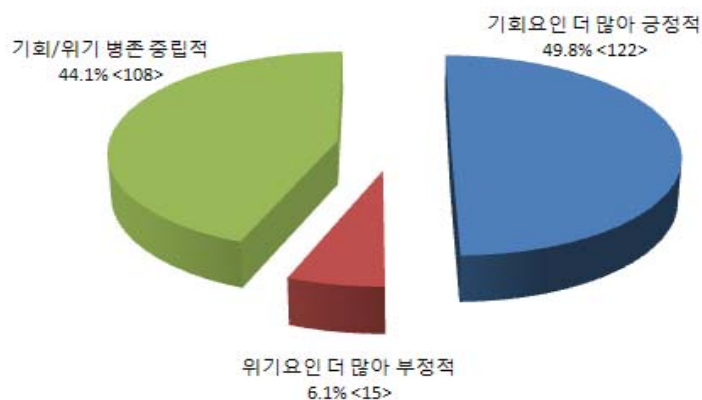


주: 243개 사 응답, <>안 수치는 기업 수

17. 베트남 경제, 한국에 기회인가 위기인가

- ☐ 향후 베트남 경제가 한국에 기회가 된다는 기업이 위기가 될 것이라고 보는 기업보다 훨씬 많음
- 베트남 경제는 한국에 기회요인이 더 많아 긍정적(49.8%)이라는 기업이 위기요인(6.1%)에 비해 압도적으로 다수
- '기회와 위기 병존으로 중립적'이라는 응답은 44.1%

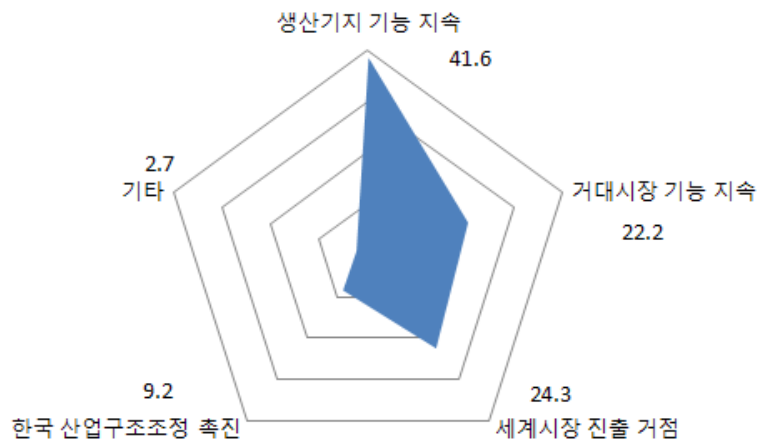
<圖-31. 베트남은 한국에 기회인가 위기인가>



주: 245개 사 응답, <>안 수치는 기업 수

- 베트남 경제의 한국경제에 대한 긍정요인은 생산기지로서의 역할이지만 부정적요인은 한국기업의 대베트남 투자 증가로 인한 산업공동화 가능성
- 베트남은 한국기업의 생산기지 기능(41.6%) 및 세계시장 진출거점(24.3%) 역할을 함으로써 기회를 제공

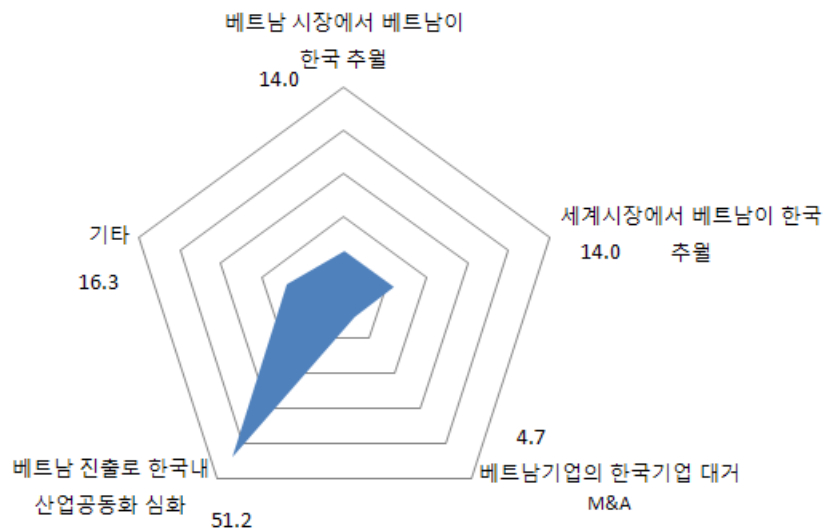
<圖-32. 베트남 경제가 한국에 긍정적인 이유>



주: 185개 복수 응답

- 그러나 기업의 베트남 진출이 한국 내 산업공동화를 심화(51.2%) 시킬 수 있음

<圖-33. 베트남 경제가 한국에 부정적인 이유>



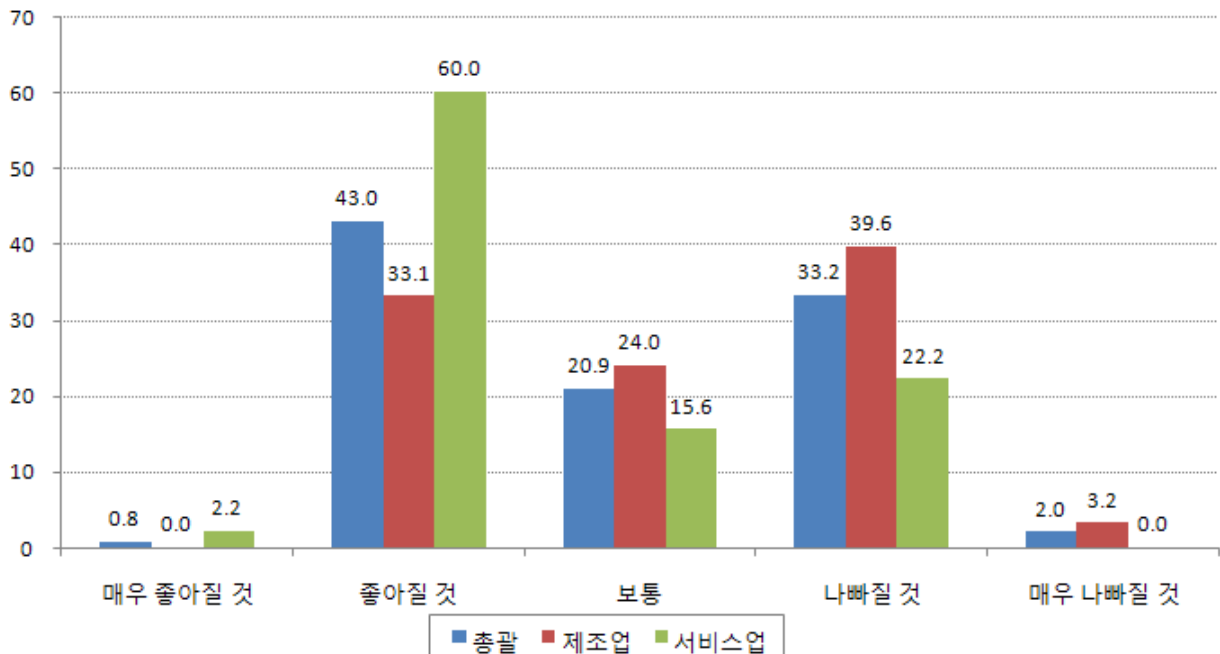
주: 43개 복수 응답

18. 베트남 진출환경 전망

□ '향후 베트남 진출 환경에 대해서는 낙관적 견해가 우세

- 향후 베트남 진출 환경이 지금보다 좋아질 것이라 보는 견해가 43.8%(매우 좋아질 것 0.8%, 좋아질 것 43.0%)로 나빠질 것으로 보는 35.2%를 상회
- 특히 서비스 기업은 좋아질 것으로 낙관하는 기업이 62.2%로 제조업의 33.1%에 비해 거의 두배에 이름
- 제조업에서는 나빠질 것으로 보는 기업이 좋아질 것으로 보는 기업보다 많음

<圖-34. 향후 베트남진출 환경 전망>

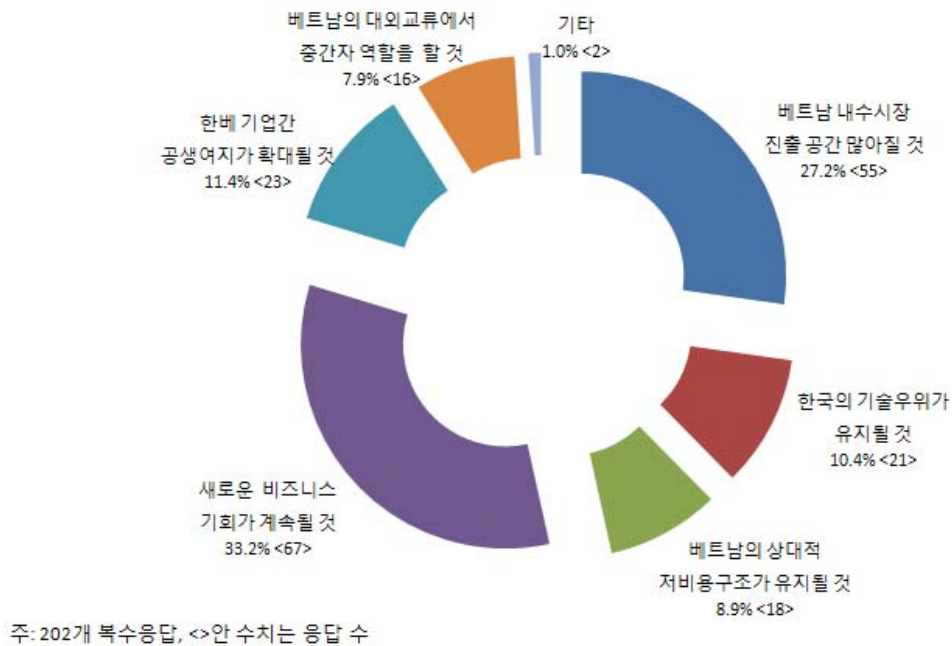


주: 244개 사 응답

□ 베트남의 진출환경을 낙관하는 이유는 베트남에서 신규 사업기회의 창출 기회가 많다고 보기 때문이며 비관하는 이유는 저비용구조의 소멸되기 때문

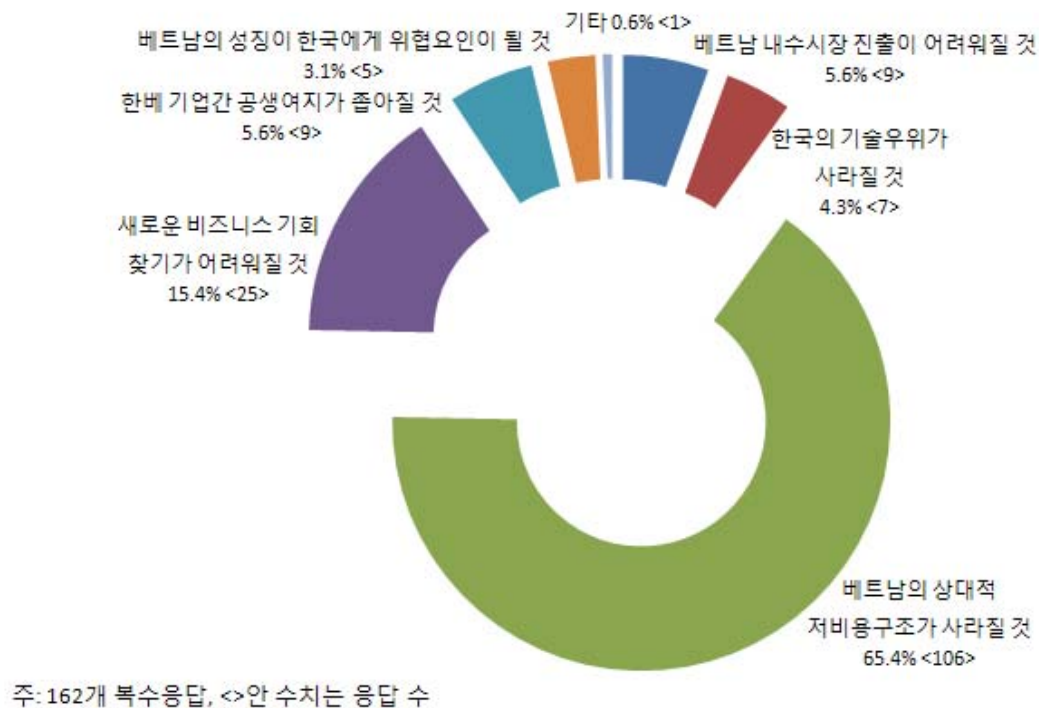
- 베트남 진출환경을 낙관하는 이유로는 '새로운 비즈니스 기회 계속될 것'(33.2%), '베트남 내수시장 진출 공간 많아질 것'(27.2%), '한-베 기업 간 공생여지가 확대될 것(11.4%)', '한국의 기술우위가 유지될 것'(10.4%) 등이 중요

<圖-35. 향후 베트남진출 환경이 좋아질 것으로 보는 이유>



- 베트남의 진출환경에 비관적인 가장 중요한 근거는 베트남의 상대적 저비용구조 소멸(65.4%)이 압도적

<圖-36. 향후 베트남진출 환경이 나빠질 것으로 보는 이유>

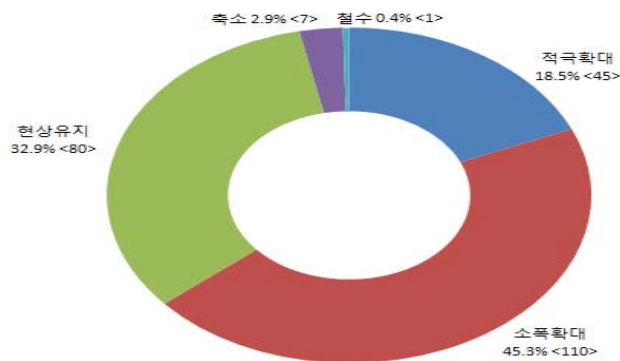


19. 향후 베트남 투자 방향

□ 긍정적 진출환경 전망에 따라 투자 확대가 축소 및 철수보다 압도적

- 기업들은 베트남에 투자를 '적극 확대'(18.5%), '소폭 확대'(45.3%), '현상 유지'(32.9%)할 계획이며 축소 또는 철수(3.3%)는 크게 고려하지 않음

<圖-37. 향후 베트남 투자 방향>

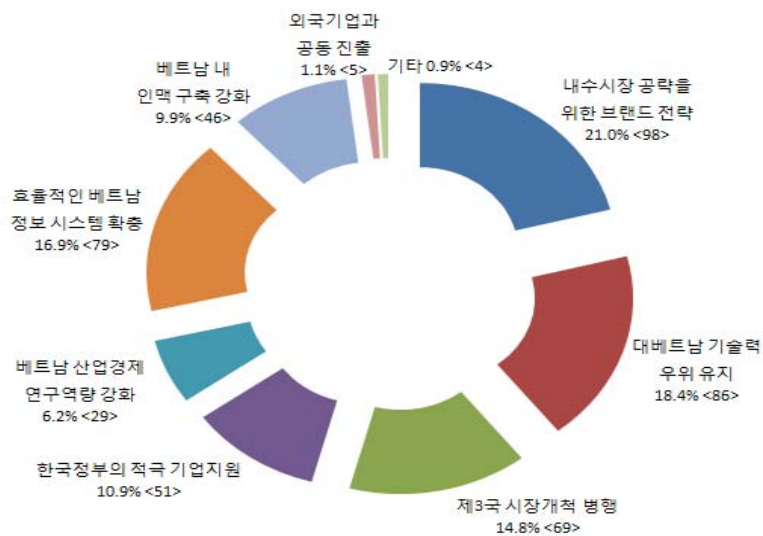


주: 243개 사 응답, <>안 수치는 기업 수

□ 베트남 진출의 경쟁우위 요소 중 기술력에 기초한 내수 브랜드 전략이 중요

- '내수시장 공략을 위한 브랜드 전략'(21.0%), '대베트남 기술력 우위 유지'(18.4%), '효율적인 베트남 정보 시스템 확충'(16.9%) 등이 진출에 필요한 경쟁우위 요소

<圖-38. 향후 베트남진출에 필요 요소>

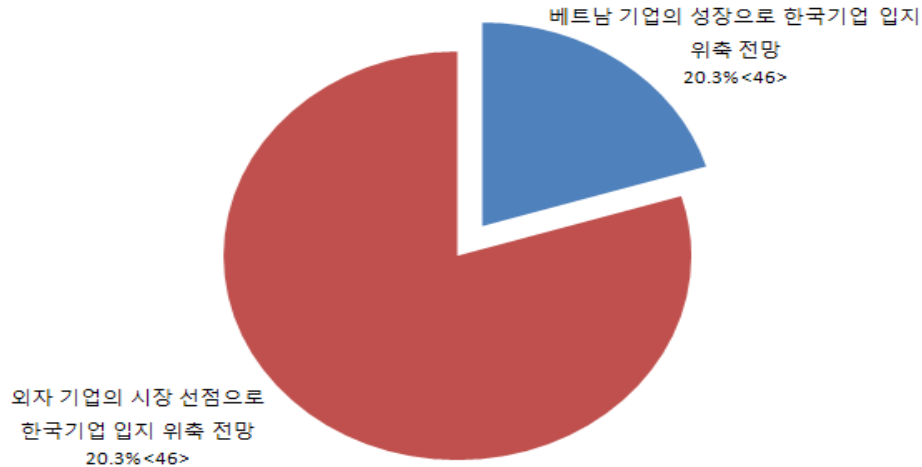


주: 467개 복수응답, <>안 수치는 응답 수

□ 동종업체의 베트남 내수시장 진출에 대해서는 성공 가능성이 낮다는 평가

- 동종 한국기업의 베트남 내수시장 진출 여건과 관련해서 기업들은 외자기업의 시장 선점(79.7%)과 베트남 기업의 성장(20.3%)으로 한국 기업의 입지가 위축될 것이라는 견해

<圖-39. 동종업체의 베트남 내수시장 진출 전망>

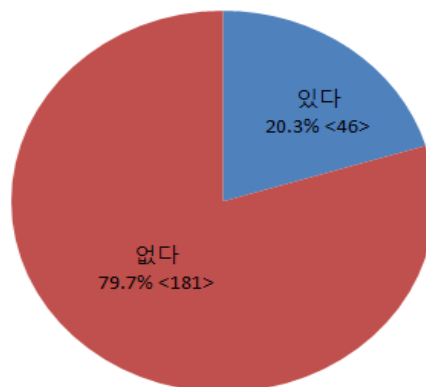


20. 베트남 내 생산 및 판매 거점 이전

□ 기업들은 현재 베트남 입지에 대체로 만족하고 생산 및 판매거점의 제 3국 이전 및 확장에 대해서는 소극적

- 제 3국 이전 및 확장을 고려한 기업은 20.3%에 불과하고 79.7%는 고려하지 않음

<圖-40. 생산 및 판매 거점을 다른 국가로 이전 또는 확장을 고려한 적 있다>

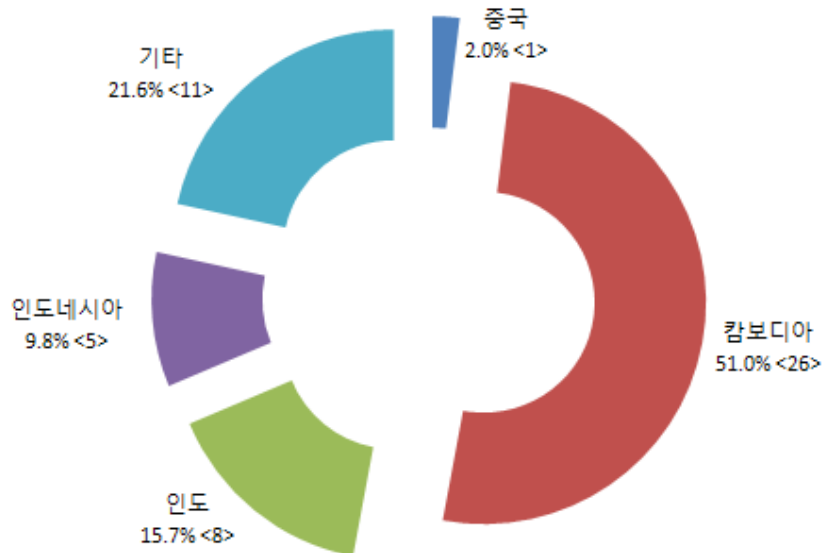


주: 227개 사 응답, <>안 수치는 기업 수

□ 생산 및 판매 거점을 이전 또는 확장한다면 대안국은 캄보디아가 가장 유력

- 기업들은 베트남 내 시설 이전을 위한 대상 국가에 '캄보디아'(51.0%), '인도'(15.7%), '인도네시아'(9.8%)등 노동력이 풍부한 국가를 선호

<圖-41. 생산 및 판매 거점 이전 또는 확장 고려 국가>

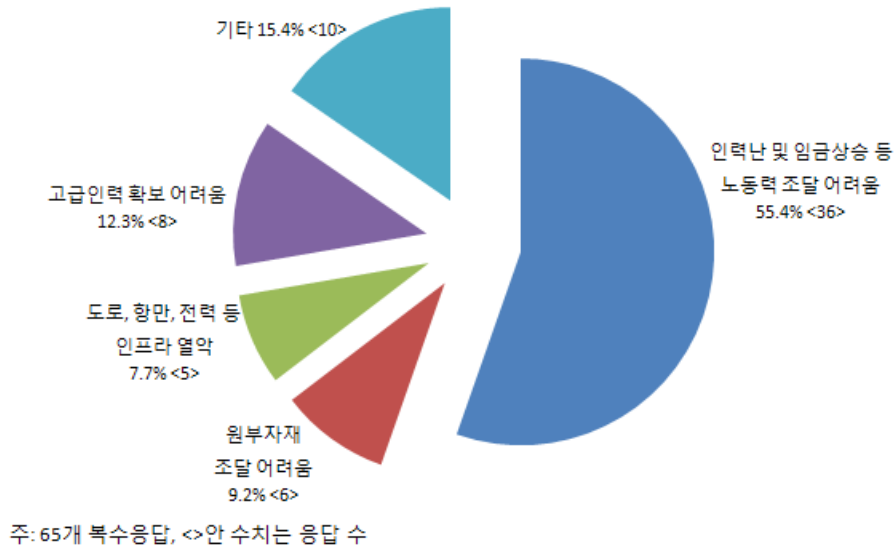


주: 51개 복수응답, <>안 수치는 응답 수

□ '인력난 및 임금상승 등의 노동력 조달 어려움'이 베트남 내 시설 이전 고려의 주요 요인

- 베트남 진출 이후 다른 국가로 시설 이전을 고려하는 이유로 기업들은 '인력난 및 임금상승 등 노동력 조달 어려움'(55.4%), '고급인력 확보 어려움'(12.3%), '원부자재 조달 어려움'(9.2%) 등의 순으로 꼽고 있음

<圖-42. 생산 및 판매 거점 이전 또는 확장 고려 이유>

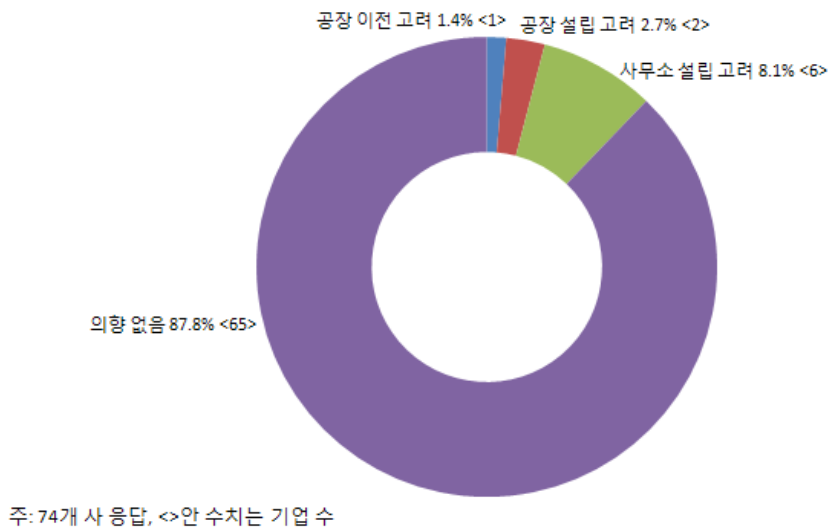


21. 한국으로의 투자 회귀

□ 베트남 진출기업의 87.8%가 한국에 투자 '의향 없음'

- 한국으로의 투자 회귀 및 투자 의향에 관련, 87.8%가 의향이 없다고 응답한 데 반해, '사무소 설립고려', '공장 설립 고려'나 '공장 이전을 고려'한다는 응답 비율은 각 8.1%, 2.7%, 1.4%로 미미함

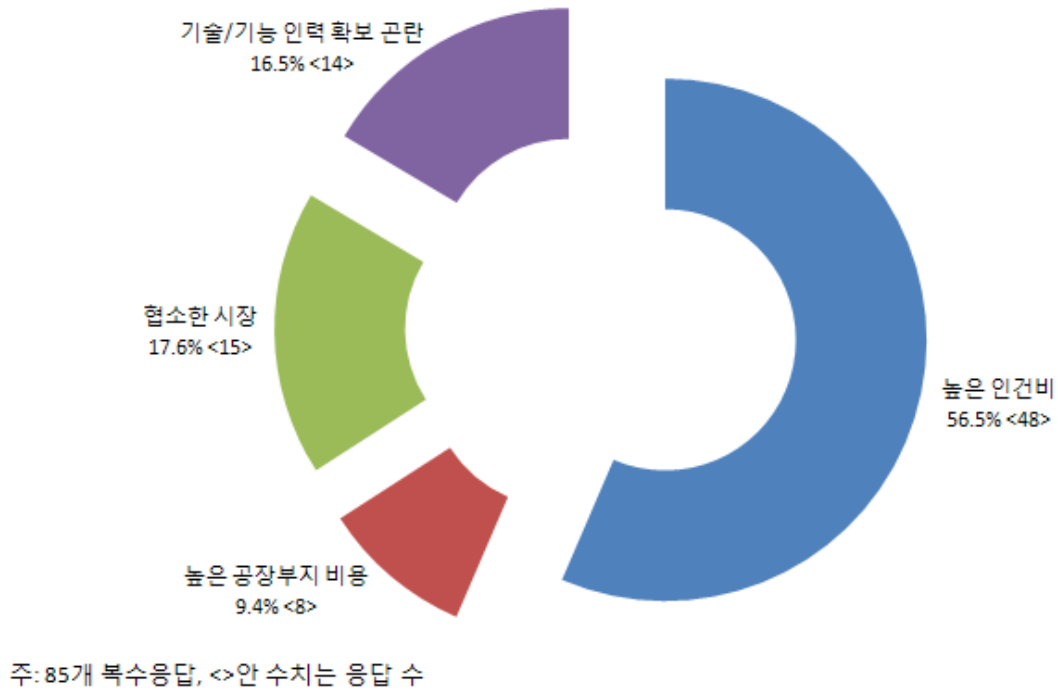
<圖-43. 한국 투자 회귀 의향>



□ 한국의 '높은 인건비'가 투자 회귀에 부정적인 주요 원인

- 한국의 '높은 인건비'(56.5%), '협소한 시장'(17.6%), '기술/기능 인력 확보 곤란'(16.5%) 등이 기업들이 한국으로 회귀하지 않으려는 주된 이유로 나타남

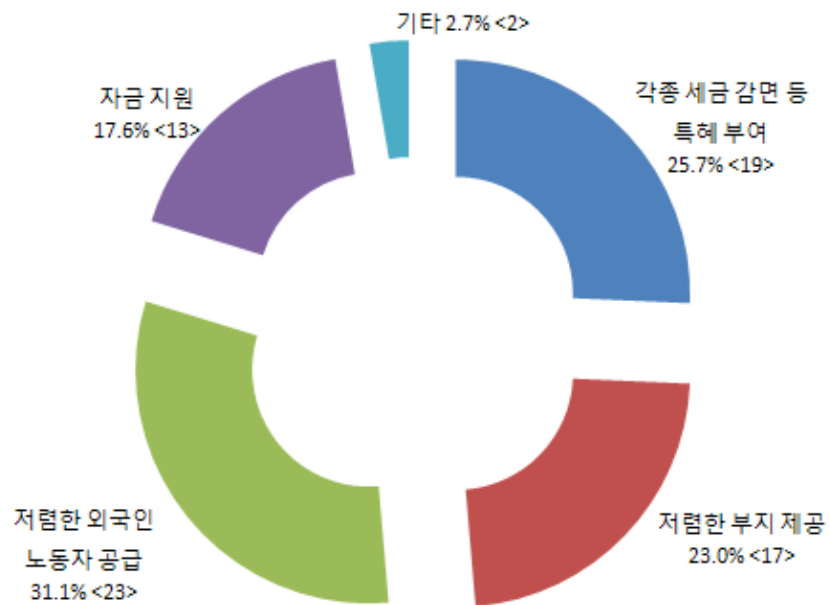
<圖-44. 한국 복귀를 고려하지 않는 이유>



□ 한국 투자 회귀를 위해 '저렴한 외국인 노동자 공급'과 '각종 세금 감면 등 특혜'가 관건

- 기업들은 한국 투자 회귀를 위한 정부 지원제도로 '저렴한 외국인 노동자 공급'(31.1%), '각종 세금 감면 등 특혜'(25.7%), '저렴한 부지 제공'(23.0%), '자금 지원'(17.6%)의 순으로 희망하고 있음

<圖-45. 한국 투자 회귀를 위한 정부 지원제도>



주: 74개 복수응답, <>안 수치는 응답 수