

# 파나마의 타이어·튜브 市場動向

協會 業 務 部

## 1. 타이어 生産 및 需要動向

파나마에는 타이어의 自體生産施設이 全然 없으므로 新製 타이어의 全量을 輸入에 의존하고 있으며 단지 소규모의 타이어 再生工場이 3~4 개 정도 있을 뿐이다. 이와같이 自體生産이 없는 이유는 파나마가 人口가 적고 自體市場이 협소하며 또한 同品이 輸入自由化 品目으로 항시 外國으로부터의 輸入이 자유로운 실정이므로 國內 生産의 필요성이 없기 때문이다.

파나마는 타이어·튜브의 需要를 콜론 自由貿易地帶를 통하여 일부 반입 應당하기도 하나 需要의 대부분을 파나마가 直輸入하여 自體消費用으로 應당하고 있다.

同品은 여타 品目の 경우와는 달리 콜론 自由貿易地帶를 통한 交易量이 그렇게 많지는 않다. 왜냐하면, 同自由貿易地帶를 통한 交易量 중 상당 부분이 인근 中南美諸國에 대한 密輸出 형식을 취하고 있으나 타이어·튜브는 성격상 密輸出에 적합치 못하기 때문이다.

다음의 輸入實績統計는 乘用車, 버스, 트럭 등 車輛用 타이어의 輸入統計이며, 車輛用 타이어는 파나마의 각종 타이어·튜브 輸入의 90% 정도를 占하고 있는데 同車輛用 타이어 輸入의 약 60% 정도가 乘用車用이고 나머지 40% 정도가 트럭, 버스用 타이어이다.

主要 輸入對象國은 韓國, 美國, 日本 등이며 79년의 경우 우리나라로부터의 輸入은 283만697 달러로 總輸入의 31.4%를 占하고 있어 최대 輸入對象國이 되고 있으며 다음으로 美國이 23.6%,

日本이 11.7%의 순이며, 콜론 自由貿易地帶로부터의 搬入量도 總輸入의 21.1%를 占하고 있다.

品種別 타이어 輸入實績

(單位: FOB US\$)

品 種 別	1978	1979	80.1~3
Solid tires	38,186	43,653	9,073
Tires for automobiles and other vehicles	7,694,877	9,098,135	2,954,304
Tires for agriculture equipment	467,865	536,031	123,545
Tires for airplane	23,459	18,044	2,278
Tubes for automobiles and vehicles	484,477	521,776	109,711
Total	8,708,864	10,217,639	3,198,911

資料: Contraloria General de la Republica de Panamá

國別 타이어·튜브 輸入實績

(單位: FOB US\$)

國 別	1978	1979	80.1~3
브 라 질	160,044	222,228	78,808
캐 나 다	119,006	104,599	32,216
韓 國	2,355,456	2,830,697	590,774
코 스타 리 카	149,655	167,789	42,827
美 國	1,527,853	2,126,382	1,070,148
프 랑 스	30,804	102,996	22,494
日 本	1,072,411	1,050,670	506,276
英 國	137,650	139,126	28,933
콜론 自由 地帶	1,684,182	1,899,133	519,035
其 他	501,263	359,179	40,920
合 計	7,638,324	9,002,797	2,932,431

[資料: 上 同]

콜론 自由貿易地帶의 國別 輸入實績  
(單位: FOB US\$)

國 別	1977	1978	79.1~9
美 國	1,583,710	1,744,630	1,361,907
브 라 질	307,918	260,537	116,929
칠 레	18,547	222,505	257,711
韓 國	201,151	147,905	991,428
中 共	24,044	—	—
自 由 中 國	98,136	10,485	32,230
其 他	251,706	230,688	77,592
合 計	2,485,212	2,616,750	2,837,797

[資料: 上 同]

79년도(1~9월) 콜론 自由貿易地帶의 타이어 輸入實績은 283만7,797달러에 달했는데, 同期間中 파나마 및 運河地帶에 대한 콜론으로부터의 再輸出實績은 202만1,540달러에 달해 콜론 輸入의 71.2%가 파나마에 반입되고 있다. 國別로는 美國으로부터의 輸入이 總輸入의 48.0%를 占하고 있어 最大 輸入對象國이 되고 있으며 우리나라로부터의 輸入은 34.9%를 占하고 있다.

한편, 파나마의 輸入管理制度를 보면, 타이어·튜브의 輸入에 대해서는 일체의 規制나 制限 조치가 없으며 輸入自由化品目으로 輸入時 소정의 關稅만 지불하면 된다.

## 2. 市場의 特性

### (1) 流通構造

타이어·튜브의 現地市場의 유통경로는 特定 브랜드의 獨占 에이전트를 겸하고 있는 都賣商이 外國에서 直輸入하여 消費者에게 直接 販賣하는 경우와 上記 都賣商이 直輸入하여 小賣商을 거쳐 消費者에게 판매하는 경우가 있다. 또 일부는 전문 輸入商을 통해 輸入되어 都賣商→小賣商→消費者의 경로를 거치는 경우가 있다. 타이어의 現地市場에서의 流通段階別 마진은 다음과 같다.

- 都賣商(輸入商) — 30% — 消費者
- 都賣商(輸入商) — 15% — 小賣商 — 15% — 消費者

### (2) 商 慣 行

① 決濟方法: 現地 市場에서의 타이어 輸入은

거의 100%가 信用狀 베이스이며 특수한 경우를 除外하고는 코미션, 리베이트 등이 없다.

② 代理店 利用: 現地에서 輸入 판매되는 타이어는 각종 브랜드를 막론하고 거의 대부분 代理店을 통하여 輸入 판매되고 있으며 現地에 輸入되고 있는 韓國產 타이어도 代理店을 통해 輸入 販賣되고 있다.

### (3) 購買方法

入札購買: 國營企業體, 警察, 軍隊 혹은 政府機關購買의 경우 모두 入札에 의해 購入하고 있는데 政府機關내에 入札 전달부서는 없다. 各 機關別로 필요시 入札에 부하고 있으며 전체 타이어 輸入量의 약 35% 정도가 入札에 의해 輸入되고 있다. 또한 代行人札을 하는 代理店이 직접 保證金을 납부하고 있다.

### (4) 아프트 서비스 制度

美國의 Goodyear, Goodrich, 日本의 Bridgestone 등 有名 브랜드 製品은 現地 市場에서 아프트 서비스 制度가 철저히 확립되어 있어 事故 타이어의 補償, 즉 타이어 生産上의 부주의로 인한 결함이 발견되었을 경우에는 즉각 新品으로 交換해 주고 있으며, 타이어 購入時 타이어 장착 및 밸런스 調整을 無料로 서비스해 주고 있다.

### (5) 韓國 商品에 대한 이미지

韓國產은 現地 市場에서 價格에 비해 品質이 우수하다는 評은 받고 있으나 아직도 우리 製品에 대한 전반적인 現地認識度는 부족한 실정이다.

## 3. 타이어 市場의 競爭現況

### (1) 競爭對象國

파나마 타이어 市場에서 우리의 競爭國으로는 日本, 美國을 들 수 있으나 엄밀한 의미에서 美國 및 日本의 有名 브랜드 製品과 경쟁하기에는 아직 미흡한 실정이며 價格競爭面에서 우리의 競爭對象國으로는 최근 마이애미를 통해 現地 市場에 많이 유입되고 있는 美國의 無名 3流 브랜드 製

品과 東歐圈 製品 등을 들 수 있다.

(2) 競爭要因 分析

① 品質: 品質面에서는 우리의 競爭品과 별차이 없으며 우리 製品은 現地 市場에서 品質面에서 비교적 好評을 받고 있다.

② 價格: 美國, 日本의 有名 브랜드 製品은 우리보다 價格이 10~20% 정도 비싸게 去來되지만, 최근 現地 市場에 유입되고 있는 美國産 3流 브랜드 製品이나 東歐圈 製品은 우리보다 6~7% 低廉한 價格을 제시하고 있다.

③ 딜리버리: 딜리버리는 競爭國 製品도 대체로 딜리버리 기간이 짧고 우리 製品도 遠距離에 비해 딜리버리가 꽤 迅速한 편이며 대체로 2個月이 내에 딜리버리가 이행되고 있다.

④ 애프터서비스: 위에서 說明한 바와 같이 美國, 日本의 有名 브랜드 製品은 애프터서비스 制度가 철저히 確立되어 있으나 우리 製品의 경우는 事故 타이어 補償이 완벽하지 못하며 全般的으로 애프터서비스가 미진한 實情이다. 한편 美國의 3流 브랜드 製品도 애프터서비스가 철저히 못하나 우리보다 信用度가 높은 편이며 반면 東歐圈 製品은 클레임 補償이 전연 안되고 있다.

競爭國別 進出現況(1979년)

(單位: US\$, %)

國 別	輸入金額	占有率
美 國	2,126,382	23.6
日 本	1,050,670	11.7
韓 國	2,830,697	31.4
其 他	2,995,048	33.3
計	9,002,797	100.0

資料: Contrloria General de la Republica,

4. 우리나라의 輸出現況 및 對策

(1) 輸出現況과 問題點

① 우리나라의 對파나마 타이어·튜브 輸出은 尙간 유리한 價格條件으로 인해 每年 軸실히 伸張되었으나 점차 競爭國과의 價格競爭이 격화되어 輸出實績이 둔화되기 시작했으며 79년과 80년에는 각각 前年比 14.4%, 18.3% 減少되었다.

② 現地 市場에서 우리 製品은 아직 일반 需要 家들에 전반적인 現地 認識度가 낮은 실정이며, 乘用車用 타이어의 경우 實需要者들이 무조건 美 國, 日本 等 有名 브랜드 製品만을 選好하는 傾向이 있어 우리의 市場 확대에 애로점이 되고 있다.

③ 아울러 최근들어 美國의 마이애미를 통해 現地 市場에 流入되고 있는 美國의 3流 브랜드 製品과 東歐圈 製品 등이 우리보다 훨씬 低廉한 價格으로 現地 市場을 교란하고 있어 Price Market 의 性向이 질은 現地 市場擴大에 문제점이 있다.

韓國의 對파나마 타이어·튜브 輸出實績

(單位: US\$ 천, %)

1978	1979	1980
金額 前年比 4,050 213.7	金額 前年比 3,475 -14.4	金額 前年比 2,838 -18.3

資料: 商工部 輸出統計

(2) 輸出增大方案

① 競爭價格의 提示: 韓國産 타이어의 지속적인 對파나마 輸出增大를 위해서는 무엇보다도 競爭 的인 價格提示가 重要하다. 왜냐하면 韓國産 브랜드는 아직 일반에 널리 인식되어 있지 않고 實 需要者들이 美國, 日本 등의 有名 브랜드 製品을 무조건 選好하고 있기 때문에 우리 製品은 유리 한 價格提示를 통해 長期的인 안목에서 확고한 現地 市場 基盤을 구축해야 할 것이다.

② 철저한 애프터서비스 制度 確立: 우리 製品은 아직 애프터서비스 制度가 미진한 실정인바 現地 實需要者들에 우리 製品에 대한 확고한 信用度 구축을 위해 신속하고도 철저한 애프터서비스 制度의 확립이 要望되고 있다. 예컨대, 事故 타이어 보상의 경우, 現地 타이어 販賣代理店이 事故 타이어의 不良 여부를 판정하여 문제 타이어에 대해 實需要者에 즉각 新品으로 교환해 주도록 措置하고 우리는 代理店에 대해 즉각 클레임 補償措置를 할 수 있는 體制를 確立해야 할 것이다.

③ 弘報活動의 強化: 우리 製品에 대한 現地 認識度 提高를 위해 가장 弘報效果가 큰 現地 新聞에 現地 代理店과 공동으로 周期的인 廣告를 掲載하도록 하여 현지 매스콤을 最大限 活用토록 해야 할 것이다. (KOTRA 海外市場 8.24)