

동유럽 타이어시장의 동향과 진출환경

李 吭 九*

베를린 장벽의 붕괴 이후 동유럽국가의 GDP성장률이 연 5~7%에 달하고, 인플레이션의 완화와 환율이 안정되자 선진 자동차업체와 타이어업체의 동유럽 진출이 가속화되고 있다. 지난해 동유럽 7개국(알바니아 제외)의 자동차 판매는 기대치보다 높은 60만 4,000대를 기록하였으며, 금세기말까지 연평균 10%를 상회하는 증가율로 2000년에는 판매규모가 100만대를 넘어설 전망이다. 이는 서유럽 자동차시장의 예상성장률 2~4%를 크게 상회하는 수치이다. 이에 따라 지난해 2,450만개에 달하였던 동유럽시장의 타이어 판매규모는 2000년까지 연평균 4.6%가 증가하여 3,070만개에 이

를 전망이다. 이하에서는 동유럽 8개국의 경제현황과 전망, 진출환경 및 자동차산업과 타이어산업의 현황과 전망에 대해 살펴본 후 시사점을 도출해 보기로 한다.

1. 경제현황과 전망

최근 동유럽경제는 소비자물가상승률이 둔화되고 산업생산이 빠른 속도로 증가하며 실업률이 하락하고 있다. 특히, OECD 회원국인 폴란드, 헝가리, 체코 3국의 경제는 정치적인 안정성과 우수한 노동인력, 그리고 일관적인 경제개혁조치에 의해 성장세를 지속하고 있다. 폴란드의 GDP성장률은 지

(표 1) 동유럽국가의 주요 경제지표

(단위 : %, 100만달러, 1,000명)

	GDP 성장률		소비자 물가		경상수지		수출/ GDP	인당 GNP	인구
	1995	1996	1995	1996	1995	1996	1994	1993	1994
불 가 리 아	2.5	2.3	62.2	41.4	200	-200	54	4,100	8,818
체 크	4.8	4.7	9.1	8.7	-1,892	-3,000	57	7,550	10,295
헝 가 리	1.5	2.5	28.2	20.3	-2,480	-2,000	29	6,050	10,161
폴 란 드	7.0	5.0	27.8	20.0	-2,299	-3,500	24	5,000	38,341
루 마 니 아	6.9	2.5	32.3	29.3	-1,292	-1,000	26	2,800	22,736
슬 로 바 키 아	7.4	4.2	9.9	9.4	646	400	71	6,290	5,333
슬 로 베 니 아	4.0	3.4	12.6	8.3	23	100	58	10,585	1,995
알 바 니 아	6.0	1.9	5.0	12.3	-	-	-	999	-

자료 : EBRD ; Bank of Austria

주 : 1) 1996년 GDP성장률과 소비자물가는 OECD, IMF, EIU 등 8개기관 예측치의 평균임.

2) 인당 GNP는 구매력 기준임.

* 産業研究院 北美研究팀 責任研究員

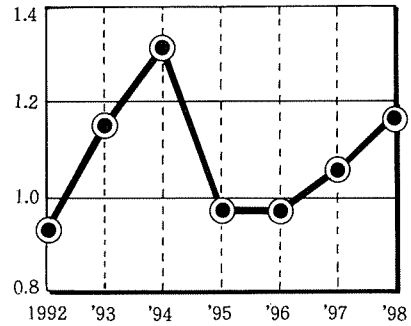
난해 7%를 기록하였으며, 올해에도 체크와 함께 5%의 성장률을 달성할 전망이어서 유럽에서 가장 높은 성장세가 기대된다. 이에 따라 동유럽국가의 평균 GDP성장률은 금년에 4.7%를 기록한 후 내년에는 4.9%로 증가할 전망이다. 소비자물가상승률 역시 지난해의 평균 23.75%에서 금년에는 17.7%로 둔화된 후 내년에는 14.3%까지 하락할 전망이다. 민간소비도 실질임금 상승과 투자확대에 따라 증가하고 있으나, 내수증가에 따른 수입증대로 일부국가의 경상수지적자가 확대되고 있다.

이와 같이 경제가 안정세를 되찾아가자 외국인 투자가 급증하고 있으며, 외국인 투자대상 산업도 자동차산업에서부터 소매업에 이르기까지 급속도로 확대되고 있다. 폴란드, 헝가리, 체크 3개국에 대한 외국인 직접투자는 지난해에 배증(倍增)하였으며, 1990년 이후의 누적투자금액이 235억달러에 달하였다. 특히, 금년에도 이들 3개국에 대한 외국인 직접투자가 전년대비 29%가 증가하여 누적투자규모는 304억달러로 증가할 예정이다. 이러한 외국인 투자에 힘입어 동유럽 3개국은 2~3년내에 아시아 NICs에 견줄 만한 경쟁력을 갖출 전망이다.

2. 자동차산업의 현황과 전망

동유럽의 주요 자동차시장으로는 폴란드, 체크, 루마니아, 헝가리시장을 들 수 있다. 동유럽시장중에서는 지난해 헝가리와 불가리아의 자동차 판매가 전년대비 감소하였을 뿐 나머지 국가시장에서의 판매는 증가하였다. 헝가리의 경우 8%에 달하는 추가관세와 환율의 평가절하 그리고 기타 세율의 인

(단위 : 100만대)



자료 : DRI

주 : 신차 및 중고차 판매추이임.

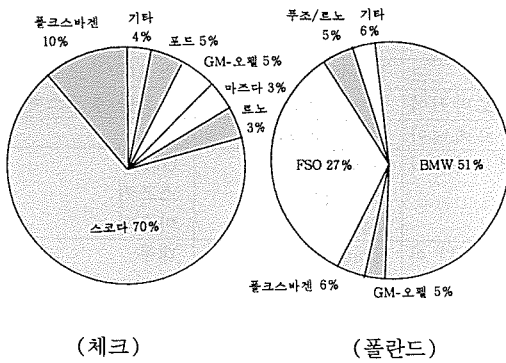
1995년은 추정치, 1996년 이후는 전망치임.

[그림 1] 동유럽시장의 승용차 판매추이

상에 따라 승용차 판매가 감소하였으며, 불가리아는 1994년부터 시행되고 있는 일련의 소비억제를 목적으로 한 세율인상에 따라 2년 연속 승용차 판매가 감소하였다. 한편 동유럽의 승용차 생산은 1994년 68만 9,000대에서 지난해에는 80만 7,000대로 증가하였으며, 2000년에는 120만대 수준에 이를 전망이다.

최근 비중이 점감하고 있으나 아직까지 동유럽 3국시장에서는 소형(subcompact) 승용차의 판매점유율이 55%에 달하고 있다. 이에 따라 현지에 진출한 외국 자동차 업체들은 저렴한 가격에 판매될 수 있는 소형승용차의 생산에 박차를 가하고 있다.

한편 동유럽국가에서 운행하고 있는 승용차의 평균차령은 100년을 넘고 있어 그동안 동유럽시장에서의 수요가 증가하였던 중고차보다는 신차 수요가 증가할 전망이다. 최근 경제성장세에 따른 소득향상과 인플레이션의 완화에 따른 금리인하로 자동차 할부구매금리가 하락하자 소비자들의 신차 구매가 점증하고 있다.



[그림 2] 체코와 폴란드시장의 승용차 판매현황

동유럽 최대의 자동차시장인 폴란드와 체코의 금년 상반기중 신차 판매는 전년동기 대비 30%가 증가하였다. 이와 같은 판매신장세로 폴란드는 금년말에 유럽의 10대 자동차 판매국가로 부상할 전망이다. 폴란드는 자동차 내수판매실적을 기준으로 현지업체가 무관세로 일정수량의 자동차를 수입, 판매할 수 있도록 하는 할당쿼터제를 실시하고 있으며, 현재 25~28%에 달하고 있는 자동차 수입관세가 2002년에는 무세화될 계획이다. 그러나 폴란드정부는 지금까지 자국내에서 1천대 이상의 자동차를 조립, 생산한 업체가 수입하는 부품에 대해 부여해 온 무관세혜택을 축소할 계획이다. 이는 자국 자동차산업의 육성을 위한 조치로 향후 폴란드상무부의 특별허가를 받지 않을 경우 자동차부품 수입에 대해 관세가 부과될 예정이다.

한편 선진 자동차업체의 동유럽 진출현황을 살펴보면 독일의 폴크스바겐사와 GM의 유럽 자회사인 오펜사가 대동유럽 진출을 활발히 추진하고 있다. 이들 기업은 구동독 자동차회사를 인수한 후 설비현대화를 추진하고 있을뿐 아니라 체코와 폴란드 진출을 가속화하고 있다.

1993년 폴란드 국영자동차업체인 FSM을 인수한 폴크스바겐은 지난해 전년대비 10.9%가 증가한 27만 8,200대의 소형승용차를 현지에서 생산하였으며, 이중 56.4%인 15만 6,900대를 서유럽시장 등에 수출하였다. 체코의 자동차업체인 스코다사의 주식 70%를 보유하고 있는 폴크스바겐은 금년 가을 새로운 모델을 생산할 계획이며, 금세기말까지 생산능력을 35만대로 확충하기 위해 막대한 투자를 실시하고 있다. 폴크스바겐의 자회사인 아우디사는 7년전에만 해도 승용차를 생산하지 못하였던 헝가리에서 5억 9,000만달러를 투자하여 TT급 스포츠카와 엔진을 1999년부터 생산할 계획이다. 아우디사는 1998년에 2만대의 TT 쿠페와 1만대의 컨버터블을 현지에서 생산하여 세계시장에 판매할 수 있을 것으로 전망하고 있다.

빅 3중 동유럽시장 진출을 확대하고 있는 GM은 베를린 장벽의 붕괴직후 구동독의 Eisenach에 조립공장을 건설하였으며 폴란드에 진출하였다. GM은 연산 1만대 규모의 조립공장을 폴란드에 보유하고 있으며, 자회사인 오펜사가 지난 6월 남부 폴란드 Gliwice지역에 3억 4,000만달러를 투자하여 연산 15만대 규모의 동유럽 최대의 승용차 생산공장을 건설하기로 결정하였다. GM은 오펜의 신규공장이 가동되는 1998년초부터 연산 7만~10만대의 소형승용차를 폴란드에서 생산할 예정이다. 한편 GM은 대우자동차와 인수경쟁을 벌였던 폴란드 FSO사의 품질향상과 노후설비의 생산효율성 제고를 위해 기술을 지원하고 있다.

이와 함께 동유럽의 자동차 수요가 증가하자 이미 헝가리와 체코에 부품공장을 보유하고 있는 GM의 자회사인 델파이사는

〈표 2〉 국별 승용차 판매 및 생산전망

(단위 : 1,000대)

	판 매				생 산			
	1994	1995	1996	2001	1994	1995	1996	2001
불 가 리 아	14	11	10	45	0	1	1	0
크로아티아	10	16	20	50	0	0	0	0
체 크	91	112	129	188	152	193	240	305
헝 가 리	90	68	52	131	32	51	55	110
폴 란 드	251	264	299	399	339	370	380	526
루 마 니 아	58	92	96	119	86	88	105	165
슬로바키아	15	25	35	48	6	20	28	35
슬로베니아	46	60	64	77	74	87	85	93

자료 : DRI

범세계 부품조달전략의 일환으로 현지의 저렴한 임금과 우수한 인력을 활용하여 부품을 생산하기 위해 폴란드와 루마니아에 부품공장을 건립할 계획이다. GM은 폴란드 공장의 운영이 성공을 거둘 경우 개도국 시장판매를 위해 개발한 오펔의 Corsa모델보다도 소형인 신차를 개발하여 현지에서 생산할 계획이다.

피아트사도 지난 2월 개도국시장 판매를 위해 개발한 Palio모델과 소형상용차를 폴란드에서 생산하기로 결정하였으며, 현재 폴란드에서 가장 많이 판매되고 있는 차종인 126시리즈의 생산은 중단할 계획이다.

한편 르노사는 1992년 슬로베니아의 Revoz사의 주식 54%를 인수하여 지난해 전년대비 18%가 증가한 8만 7,400대의 승용차를 현지에서 생산하였으며, 이들 승용차의 85% 이상을 프랑스와 이탈리아시장에 수출하였다.

우리나라의 대우자동차도 지난 2년간 루마니아의 국영업체인 Olcit사와 체크의 Avia사 및 폴란드의 FS Lublin사와 FSO사를 인수하여 현지 생산에 박차를 가하고 있다. 대우자동차는 FSO에 11억달러, FS Lublin에 3억 4,000만달러, 루마니아의 Rodae사에 9억달러를 각각 투자하여 연산

〈표 3〉 선진 자동차업체의 대동유럽 직접투자현황

국 가	지 역	업 체
체 크	Mlada Boleslav	스코다/폴크스바겐
슬로바키아	Bratislava	스코다/폴크스바겐
슬로베니아	Novo Mesto	르노
헝 가 리	Szengotthard	GM
	Esztergom	스즈키
	Gyor	아우디
루 마 니 아	Craiova	대우
	Pitesti	Dacia
폴 란 드	바르샤바	FSO/대우
	Lublin	대우
	Katowice	GM
	Bielsko Biala	피아트
	Tychy	피아트

50만대의 자동차를 생산할 계획이며, 현지 공장간에 엔진, 기어박스 및 부품류를 상호 교환하여 사용할 계획이다. 현대자동차도 현지업체를 통한 녹다운 방식으로 헝가리에서 트럭을 생산하기로 결정하였다.

이와 같이 선진 자동차업체들은 관세장벽을 회피하기 위해 적은 자본을 투자하여 소형의 단순조립공장을 가동하고 있으나 이는 관세가 점진적으로 인하되고 시장규모가 확대될 경우에 대비한 교두보 확보형 투자로 평가할 수 있다. 선진 자동차업체들은 현지 생산공장의 건립과 함께 딜러망의 확충과 부품공급업체의 확보를 적극 추진하고 있다. 특히, 조립업체의 현지진출이 확대되며 부품업체와의 합작투자가 증가하고 있으며, 새로운 부품공장의 건설이 잇따르고 있다. 이에 따라 폴란드에서 공장을 가동중인 피아트사의 현지부품조달비율은 1992년의 55%에서 지난해에는 73% 수준으로 증가하였으며, 이중 37%를 90년대초 국영업체인 FSM사의 인수 후 설립한 현지 부품업체로부터 조달하고 있다. GM도 바르샤바에 지역부품·소재구매 사무소를 개설하여 2000년까지 10억달러 이상의 현지부품을 구매

할 계획이다.

이처럼 미국과 유럽의 자동차업체들이 동유럽진출을 적극 추진하고 있는 반면 일본 자동차업체들은 스즈키를 제외하고는 현지 진출을 조심스레 타진하고 있다.

향후 동유럽의 자동차 수요는 경제성장세의 지속과 소비자 신용기관의 질적 향상, 재정정책 변화와 경쟁심화에 따른 가격인하에 따라 꾸준히 증가할 전망이다. 동유럽의 자동차 생산능력 역시 내수시장 공급과 서유럽 수출을 목표로 한 세계유수 자동차업체들의 대동유럽 직접투자 증가에 따라 2000년에는 160만대에 달할 전망이다. 이는 동유럽지역의 내수와 서유럽지역으로의 수출에 필요한 생산대수를 40만대 초과하는 규모로서 자동차업체간의 가격인하경쟁이 심화될 예정이다.

한편 서유럽 자동차업체의 대동유럽 진출에 따라 동유럽 자동차시장은 서유럽시장뿐 아니라 전세계 자동차시장과의 점진적인 통합을 이루어나갈 전망이다.

3. 타이어산업의 현황과 전망

동유럽국가의 타이어 판매는 교체용 타이어의 판매가 72.2%를 차지하고 있으며, 교체용 승용차 타이어의 판매비중은 52.2%에 달하고 있다. 그러나 금년부터 신차용 타이어의 판매증가율이 교체용 타이어의 판매증가율을 상회하여 2000년에는 신차용 타이어의 판매비중이 31.9%에 달할 전망이다. 또한 승용차용 타이어와 상용차용 타이어의 판매비중도 지난해의 71.4% 대 28.6%에서 2000년에는 72.3% 대 27.7%로 격차가 좁혀질 전망이다. 최근 서유럽지역의 타이어 수요증가율은 3%에 그치고 있으나

동유럽의 타이어 수요증가율은 15%에 달하고 있으며, 특히 폴란드의 타이어 수요는 괄목할 만한 신장세를 보이고 있다.

동유럽 타이어업체중 세계 50대업체로는 Barum, Matador, Stomil-Olsztyn, Debica 와 Sava Semperit사를 들 수 있다. 이중 바름사와 스토밀사는 1989년과 1990년까지 존속해온 생산체휴가 계속 유지되었다면 세계 14위와 15위의 타이어업체로 부상할 수 있었던 여력을 지니고 있다.

〈표 4〉 동유럽의 타이어 생산현황과 전망

(단위 : 100만개, %)

		1995	2000	연평균증가율
승용차	신차용	4.7	6.9	9.4
	교체용	12.8	15.3	3.9
상용차	신차용	2.1	2.0	7.6
	교체용	4.9	5.6	2.9
전 체		24.5	30.7	4.6

자료 : EIU

(1) 동유럽 주요국가의 타이어산업 동향

국가별로는 폴란드가 동유럽 최대의 타이어시장을 형성하고 있으며, 그 뒤를 루마니아, 구유고연방이 뒤따르고 있다. 1992년까지만 해도 동유럽 제2의 타이어시장이었던 구유고의 타이어 판매는 내전을 겪으며 크게 위축되어 있으며, 헝가리와 불가리아시장도 자동차 판매감소에 따라 타이어시장이 활기를 띠지 못하고 있다.

〈표 5〉 국가별 타이어 판매현황

(단위 : 1,000개)

	폴란드	루마니아	구유고연방	불가리아	헝가리
1992	5,606	2,880	4,440	1,032	516
1993	6,480	3,312	744	780	441
1994	7,608	2,790	1,330	551	508
1995	4,455	1,371	386	131	

자료 : IRSG, Rubber Statistical Bulletin, 1995.12.
 주 : 1995년은 폴란드와 루마니아의 경우 상반기, 나머지 국가는 1/4분기 실적임.

한편 폴란드시장은 트럭용 타이어 생산에 특화해 온 스토밀사(Stomil-Olsztyn)와 승용차용 타이어의 생산에 특화해 온 데비카사가 지배하고 있다. 1990년대 초까지만 해도 폴란드의 타이어산업은 자동차산업과 함께 생산활동이 크게 위축되어 있었다. 폴란드의 내수시장은 서유럽산 타이어가 빠른 속도로 잠식해 나갔으며, 그동안 주요 수출 시장이었던 여타 동유럽국가의 수요도 크게 감소하여 스토밀사의 경우 1989~1991년 중 타이어 생산이 260만개에서 140만개로 45%가 감소하였다. 이와 같은 불황을 타개하기 위하여 양사는 비용절감, 품질향상과 신제품개발 등 기업구조개편을 적극 추진하였으며, 새로운 시장을 개척해나갔다. 특히, 양사는 겨울용 타이어와 고속주행용 타이어 등 고부가가치제품을 적극 개발하였으며, 스토밀사는 동유럽업체로는 최초로 트랙터용 타이어에서부터 승용차용 타이어까지 모든 종류의 타이어를 생산할 수 있는 체제를 구축하였다.

미첼린사가 주식 52%를 보유하고 있는 스토밀사는 steel-wired 트럭용 타이어를 생산하여 판매하고 있으며, 데비카사도 굳이어사와 협력하여 all-steel 트럭용 타이어를 새로이 개발하여 판매하고 있다.

스토밀사는 신제품 생산을 위해 1994년에 매출액의 16%인 2,300만달러를 투자하였으며, 투자액의 대부분이 CAD/CAM 설비의 확충에 지출되었다. 지난해에도 스토밀사가 4,200만달러, 데비카사가 2,700만달러를 설비현대화와 확충을 위해 투자한 것으로 추정되고 있다. 스토밀사는 현재 연 65만개의 트럭용 타이어를 생산하고 있으나 미첼린의 기술을 사용하여 연 30만개의 steel-wired 트럭용 타이어를 생산할 수 있

도록 생산구조를 개편해나갈 계획이다. 이를 위해 현재까지 스토밀사에 1억 1,300만달러를 투자한 미첼린사는 금세기말까지 1억 5,000만달러를 추가투자할 계획이다. 한편 스토밀사의 지난해 생산물량은 전년대비 24%가 증가한 311만 9,000개에 달하였으며, 현재 폴란드 농업기계용 타이어시장의 70%, 트럭용 타이어시장의 60%와 승용차용 타이어시장의 15%를 점유하고 있다. 스토밀사는 전체 생산물량의 약 1/3을 수출하고 있으며, 이중 80%를 서유럽시장에 수출하고 있으며, 지난해 서유럽 수출은 전년대비 40%가 증가하였다. 스토밀사는 2000년까지 전세계 타이어시장의 0.5%를 장악하여 세계 13위 업체로 부상한다는 계획을 세워놓고 있다. 데비카사도 생산물량의 40%를 서유럽시장을 중심으로 수출하고 있다.

지난해 헝가리의 타이어 판매는 1994년의 122만개에서 31%가 감소한 84만 2,000개로 감소하였다. 그러나 헝가리 타이어시장을 지배하고 있는 Semperit, 컨티넨탈, 유니로열 3사의 시장점유율은 17.7%에서 27.3%로 증가하여 과점구조가 심화되고 있다. 현재 컨티넨탈 Kft사가 헝가리의 타이어 수입을 독점하고 있으며, 컨티넨탈 Kft사는 위의 3사 외에 제너럴 타이어, 바이킹, Mabor 타이어사의 제품도 수입하여 판매하고 있다.

1995년에 500만개의 승용차용 타이어와 60만개의 트럭용 타이어를 생산한 체크의 바롬-컨티넨탈사는 1998년까지 650만개의 타이어를 생산할 계획이다. 바롬사는 컨티넨탈사에 피인수된 후 예상보다 낮은 투자금액으로 생산물량을 증대해나가고 있다.

컨티넨탈사는 당초 연산 400만개의 생산

〈표 6〉 동유럽지역의 주요 타이어업체현황

(단위 : 명, 1,000개)

국 가	업 체 명	설 립 연 도	고 용	생 산 품 목	생 산 능 력
불 가 리 아	Dynamic Pneumatic Tyre Factory	—	—	1,2,3,4,7	1,668
	Kauchuk Co.	1931	—	5,7	—
	Vidachim P.L.C.	—	—	1,2,3,4,7	1,500
체 크	Barum Continental Spol. S.R.O.	1949	3,700	1,2,3,4,5	4,350
	Barum Tech Ltd	1993	629	2,4,5,7,8	630
	Mitas Praha	1929	4,000	1,2,3,4	250t/日
헝 가 리	Taurus Rubber Co. Ltd	1912	2,100	3,4	1,095
폴 란 드	T.C. Debica	1939	3,300	1,3,4,5,7	2,007
	Stomil-Olsztyn S.A.	1967	3,800	1,2,3,4	4,124
	Stomil-Poznan	1928	2,000	3,4,6,7	—
루 마 니 아	Danubiana S.A. Tyre Co.	1962	4,730	1,2,3,4,7	1,642
	Olt Tyre	1983	930	1	1,095
	Rotras Tyre	1983	825	4,6	57
	Silvania Tyre Co.	1981	1,195	3	373
	Victoria S.A.	1939	4,800	1,2,3,7,8	2,920
슬 로 베 니 아	Sava Kranj	—	3,678	1	—
슬 로 바 키 아	Sava Kranj	1945	51	5,7	1,040
구유고슬라비아	H.G.I. Miloje Zakic	1961	2,482	1,2,4,5,6,7	8,262
	Rekord	1925	900	4,6,7	675 & 900t/月
	Ruma-Guma	1964	1,178	4,7	346
	Tigar Rubber Products	1935	1,125	1,2,3,4,7	4,270

자료 : European Rubber Journal, Global Tyre Report 1995/96

주 : 1) 승용차용, 2) 소형트럭용, 3) 트럭/버스용, 4) 농업기계용, 5) 2륜차용 6) 건설차량용, 7) 산업차량용, 8) 항공기용

능력을 갖추기 위해 1억 6,000만마르크를 바름사에 투자할 계획이었으나 5,000만마르크를 투자하여 연산 500만개의 생산능력을 갖추었다. 바름사는 생산능력을 2000년까지 1,200만개로 증대할 계획이며, 금년에는 동유럽시장에서 겨울용 타이어의 공급부족현상이 나타날 것으로 전망하고 있다. 바름사는 동유럽 각 지역에 새로운 매장과 창고를 개설하여 자사제품 이외의 타이어를 판매할 계획이며, 물류설비를 확충해나갈 계획이다.

슬로바키아의 마타도르사는 1989년초에 바름사와 생산 및 마케팅 제휴관계를 청산한 후 1992년에는 컨티넨탈사와 협력협상이 결렬되자 독자경영체제를 강화하고 있다. 마타도르사는 동유럽의 경쟁업체와는 달리 과거의 동유럽경제상호원조회의(Comecon)

회원국시장을 미래의 목표시장으로 삼아 러시아의 자동차업체인 Lada사, 체크의 Skoda와 Tatra사, 루마니아의 Dacia사, 우크라이나의 Tarvia사, 슬로바키아의 Karosan사에 대해 꾸준히 타이어를 공급하고 있다. 한편 마타도르사는 동유럽 이외지역으로의 진출도 확대하고 있다. 마타도르사는 합작투자를 통해 러시아 Omskshina사의 대주주가 되었으며, 마타도르-옴스크쉬나사는 1997년까지 130만개의 승용차용 타이어와 30만개의 트럭용 래디알 타이어의 생산능력을 갖추어 예정이다. 또한 마타도르사는 중국의 동행취안사에 승용차용 래디알 타이어 제조장비 및 제조기술을 이전하고 있으며, 쿠바에도 타이어 생산공장의 설립을 추진하고 있다.

루마니아의 타이어업체들은 타이어산업의

민영화가 지연되자 RomTyre란 명칭아래 국내업체간의 협력을 추진하고 있다. 내전을 겪어온 구유고슬라비아의 타이어업체들은 유엔의 제재와 수출규제로 인해 조업에 어려움을 겪고 있다. 유고의 타이어업체들은 다양한 공급원으로부터 원자재를 구매하고 있으나 한번에 수일조업분량 밖에 조달하지 못하고 있다.

(2) 선진 타이어업체의 동유럽 진출현황

최근 동유럽 자동차시장이 급성장하며 세계 유수 타이어업체들의 동유럽 진출도 증가하고 있다. 대다수가 국영기업인 동유럽 국가 타이어업체들의 민영화가 추진되며, 선진 타이어업체들은 이들 기업을 인수하거나 현지에 합작투자나 단독투자를 실시하여 생산공장을 건설하고 있다.

굳이어사는 지난해 동유럽지역의 수요증가에 부응하여 폴란드 동남부에 위치한 데비카사의 주식 32.7%를 인수한 후 금년초 6,000만달러를 추가투자하여 지분율을 50%대로 증대시켰다. 또한 굳이어사는 현지 수요증가에 대응하여 25~30%의 생산증대를 이루어나가고 있으며, 트럭용 래디알 타이어의 생산에 자사의 기술을 이용하기 위해 현지 설비의 현대화를 추진하고 있다. 이러한 굳이어사의 투자전략은 유럽 최고의 타이어업체로서의 지위를 강화하기 위한 전략으로 평가할 수 있으며, 굳이어사는 체코, 슬로바키아, 우크라이나, 벨라루스, 발틱 3국에 대한 진출도 적극 추진하고 있다.

컨티넨탈사도 대동유럽 진출을 활발히 추진하고 있다. 컨티넨탈사는 1985년 슬로베니아의 Semperit사를 매수한 후 28%의 지분을 유지하고 있으며, 지난해에는 체코 공화국의 Barum Holding의 지분을 인수하여

주요 지배주주가 되었다. 컨티넨탈사는 Semperit사의 지분을 증대할 것을 요청받고 있으나 슬로베니아의 민영화계획이 마무리 될 때까지 결정을 유보하고 있다. 또한 컨티넨탈사는 폴란드의 스토밀사와 농업기계용 타이어의 기술협력을 추진해 오고 있으나 동 협약을 확대할 의사는 아직 표명하고 있지 않다. 한편 컨티넨탈사는 바름사의 농업기계용 타이어 생산설비를 확충할 계획이며, 러시아와 우즈베키스탄 진출도 모색하고 있다. 컨티넨탈사는 바름사를 인수하여 자신의 유럽네트워크에 편입시킨 후 Otro Kovice 인근의 Zlin 지역에 새로운 타이어회사인 Barum Tech사를 설립하였다. 컨티넨탈사는 과거 바름그룹의 고무제품 생산공장이었던 Barum Tech사에 교체 설비를 매각하여 타이어공장을 가동중에 있다. 최근 컨티넨탈사는 미셸린사와 합작으로 슬로베니아에 대한 진출확대를 모색하고 있다.

일본업체중에는 스미토모 고무가 구동독의 Pueumant Reifenwerke사를 인수하여 동유럽 진출기반을 확보하였다.

4. 국가별 진출환경 비교

동유럽 경제가 안정되면서 높은 성장세가 예견되자 서유럽의 주요 자동차업체들과 타이어업체를 포함한 부품업체들은 대동유럽 직접투자 진출을 적극 추진하고 있다.

또한 동유럽의 투자환경이 개선됨에 따라 동유럽 진출에 신중을 기해왔던 일본을 포함한 아시아국가 기업들의 동유럽 진출도 적극 추진되고 있다. 그러나 동유럽국가들은 지난 40년간 사회주의체제 아래서의 관리실수로 부풀려진 연금제도에서부터 비효율적인 공장운영체제에 이르기까지 개선되

어야 할 많은 문제점을 안고 있어 신중한 진출전략이 요망된다. 불가리아에 진출했던 영국의 로버사가 1년만에 영업부진으로 철

수한 사례는 동유럽 진출전에 철저한 시장 분석이 필요함을 입증하고 있다.

동유럽국가의 투자진출 환경은 국가별로

(표 7) 동유럽국가의 시장경제화 진전도(1995년)

	대 GDP 민간 활동비중		기업 개혁			시장·무역자유화			금융제도 자유화		법제도 개혁
	1994	1995	대규모 민영화	소규모 민영화	기업구조개편	가격 자유화	무역·외화제도	경쟁 정책	은행·금리	증권 시장 등	투자법
알바니아	50	60	2	4	2	3	4	1	2	1	2
불가리아	40	45	2	3	2	3	4	2	2	2	3
체코	65	70	4	4	3	3	—	3	3	3	4
헝가리	55	60	4	4*	3	3	4*	3	3	3	4
폴란드	55	60	3	4*	3	3	4*	3	3	3	4
루마니아	35	40	2	3	2	3	4*	3	3	2	2
슬로바키아	55	60	3	4*	3	3	4*	3	3	3	3
슬로베니아	30	45	3	4*	3	3	4*	3	3	3	3

자료 : EBRD

- 주 : 1) 기업개혁 : 대규모 민영화-2(포괄적인 민영화 준비 완료), 3(35% 이상 대규모기업 민영화), 4(50% 이상 대규모기업 민영화)
 소규모 민영화-3(포괄적 민영화가 진전되고 있으나 일부 미해결 문제 내포), 4(포괄적·합리적 민영화 진전), 4*(중소규모 국영기업 완전민영화)
 기업구조개편-2(금융정책 질서 회복, 파산제도 진전), 3(관리효율성, 기업형태, 지배제도 진전)
 2) 시장, 무역자유화 : 가격자유화-3(가격자유화 진전)
 무역, 외환제도-4(수량규제 철폐, 비농산물 관세율 인하), 4*(국제수준으로 자유화, 비관세장벽 철폐, WTO 가입)
 경쟁정책-1(경쟁정책, 제도 확립), 2(경쟁정책 실시), 3(경쟁정책 진전, 대규모 기업집단 해체, 진입장벽 완화)
 3) 금융제도 자유화 : 은행금리-2(금리자유화 진전, 정책금융·금리제한 완화), 3(은행부문 자유화 진전, 금리 완전자유화)
 증시-1(약간 진전), 2(증권거래소 개설), 3(민간기업의 증권발행 진전)
 4) 법, 제도개혁 : 투자법·숫자가 클수록 자유화 진전

상이하나 최근 체코, 폴란드, 헝가리의 생산성증가율은 임금상승률을 상회하고 있으며, 헝가리의 단위노동비용은 금년에 달러화 기준으로 10%가 하락할 전망이다. 특히, 이들 3개국은 EU 준회원국으로의 가입을 계기로 점진적인 조세, 노동, 투자, 금융제도를 서유럽 수준에 맞게 개선하고 있으며, 경화에 대한 통제를 철폐하고 있다. 이들 국가들이 시장경제체제로 전환하기 위해 채택하고 있는 새로운 규범은 기업들이 보다 손쉽게 자금을 조달할 수 있는 여건을 조성해 주고 있으며, 달러화 기준으로 금년 상

(표 8) 대동유럽 직접투자현황과 전망

(단위 : 100만달러)

	1994	1995	1990~95	1995~2000
헝가리	1,140	4,400	11,200	12,968
폴란드	1,875	2,500	7,148	21,969
체코	878	2,500	5,666	15,466
슬로바키아	187	200	775	2,150
슬로베니아	87	150	501	3,052
알바니아	53	75	205	583
불가리아	105	150	412	1,428
루마니아	340	400	933	4,017

자료 : EIU

반기중 헝가리 증시는 73%가, 폴란드 증시는 44%의 상승세를 나타내었다.

한편 동유럽시장에 진출한 미국기업을 대상으로 실시한 설문조사에서 진출유형으로는 수출이 주류를 이루었으며, 제조업 직접투자가 2위를 차지하였다. 진출 대상국으로는 체코, 헝가리, 폴란드, 불가리아, 구유고슬라비아, 루마니아, 슬로바키아, 알바니아의 순으로 나타났다. 동유럽지역에 대한 투자형태로는 그동안 합작투자가 중심이었으나 최근에는 100% 지분소유의 단독진출이 증가하고 있다. 업종별로는 1991년까지 유통·판매업이 중심이 되었으나 1992년부터는 제조업에 대한 투자가 증가하고 있다.

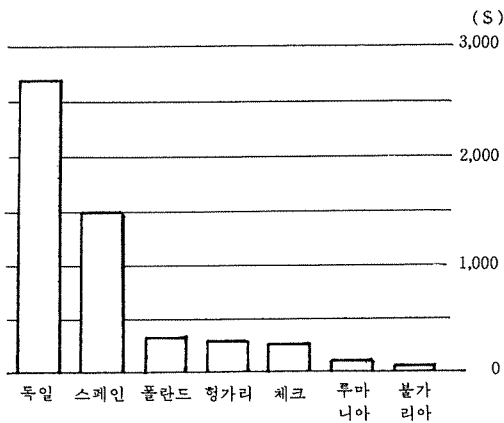
이와 함께 장기적인 안목에서 연구개발분야에 대한 투자도 점증하고 있다.

5. 시사점

동유럽국가들은 최근 중부유럽자유무역협정(CEFTA)에 따라 경제협력관계를 강화하고 있으며, 2000년대 초에 EU 정회원국으로의 가입이 계획되어 있다. 이에 따라 우리기업의 동유럽진출전략은 개별국가(multi-domestic)전략과 함께 지역(regional)전략 차원에서 모색되어야 한다. 즉, 동유럽국가들의 시장경제체제로의 전환이 각기 다른 속도와 형태로 추진되고 있어 동유럽국가들에 대한 진출전략은 단기적으로는 서로 다른 시장상황에 대처할 수 있고, 개별시장의 기회를 포착할 수 있는 전략을 중심으로 수립되어야 하나 중장기적으로는 유럽시장의 통합확대에 대비한 전략이 마련되어야 한다. 예컨대 헝가리는 점진적인 개혁을 추구하고 있는 반면 폴란드는 일시에 대폭적인 개혁을 이루어나가고 있으며, 이에 따른 경제개혁의 결과도 달리 나타나고 있다.

동유럽국가의 수입관세는 아직까지 높은 수준을 유지하고 있으며, 다양한 무역장벽이 존재해 있다. 그러나 WTO와 EU가입을 통해 관세인하와 각종 무역장벽이 철폐될 전망이다. EU국가로부터 수입된 자동차의 관세는 점진적으로 5%까지 인하될 계획이다.

동유럽국가 중에서는 전술한 바와 같이 정치·경제적인 면에서 안정되어 있고 시장규모도 상대적으로 크며, 성장잠재력도 큰 체코, 폴란드, 헝가리의 투자환경이 가장 양호한 편이다. 제조업시간당 임금은 알바니아가 중국의 0.39달러보다도 낮은 0.37달러로 가장 낮고 체코의 시간당 임금은 1.30달



자료 : AT Kearney

(그림 3) 동유럽 자동차산업의 월평균임금 비교

(표 9) 미국기업의 동유럽 진출형태

(단위 : %, 건)

	수출	합작 투자	단독 투자	라이센싱	현지 생산	기타	조사대상 기업수
헝가리	21.2	42.4	21.2	9.1	3.0	3.0	40
체코	21.3	42.6	19.2	8.5	2.1	6.4	49
폴란드	17.6	41.2	29.4	2.9	-	2.9	39
루마니아	25.0	25.0	50.0	-	-	-	5
불가리아	-	75.0	25.0	-	-	-	6
유고슬라비아	-	33.3	33.0	16.7	-	16.7	6
슬로바키아	-	-	-	100	-	-	2

자료 : Avraham Shama, Cracking the Former Soviet Bloc Markets, IJM, 1996.6

러로 알바니아에 비해 3.5배가 높은 실정이다. 그러나 알바니아와 불가리아 및 구유고권국가들은 경제·정치적으로 불안정하여 투자환경이 위의 3개국에 비해 열악한 편이다. 따라서 체코, 폴란드, 헝가리 3국의 동유럽시장뿐 아니라 서유럽시장 공략을 위한 거점국가의 역할을 담당할 수 있을 것이다.

한편 동유럽의 자동차시장은 체제전환과 함께 중고차 판매가 활기를 띠었으나 최근에는 신제 승용차의 수요가 점증하고 있으며, 신제 상용차시장의 성장잠재력도 비교적 높다고 평가할 수 있다. 동유럽의 승용차 수요는 2006년에 150만대 수준에 달할 전망이어서 자동차조립업체와 부품업체들에게는 유망시장으로 부상하고 있다. 지난해 승용차 판매가 급증한 동유럽시장은 금년에도 판매신장세를 유지할 전망이다. 그러나 헝가리의 자동차 수요는 1998년 이후에나 회복될 전망이다.

국내업체로는 대우자동차가 금세기말까지 폴란드, 루마니아, 체코와 우즈베키스탄에 75만대 규모의 승용차와 트럭 생산공장을 건설할 계획이어서 2000년까지 예상되는 동지역에서의 설비확충능력의 66%를 점유할 전망이다. 이에 따라 미국의 빅 3와 유럽 자동차업체들의 대동유럽 투자계획이 예정대로 진행될 경우 현지 생산과잉문제와 출혈경쟁이 야기될 전망이다.

따라서 국내 타이어업체의 동유럽 진출은 유럽지역의 자동차산업 개편을 주시하며 범세계적인 전략차원에서 이루어져야 한다. 특히 최근 동유럽업체들이 외국기업과의 합작투자나 기술제휴를 적극 추진하고 있어 이러한 형태를 통한 현지진출전략을 검토해 볼 필요가 있다.

단기적으로 국내 타이어업체들은 신차용

승용차 타이어의 대동유럽 수출을 모색해볼 수 있으며, 상용차용 타이어시장도 개척해 볼 필요가 있다. 아직까지 동유럽시장에서의 트럭 판매는 큰 폭으로 증가하고 있지 않으나 버스 판매가 신장세를 나타내고 있다. 현재 동유럽의 상용차 생산업체들은 디자인이나 연비, 안정성 등에 있어서 서유럽의 상용차업체들에 비해 크게 뒤져있어 서유럽의 자동차부품업체들과 기술제휴를 적극 모색하고 있다. 서유럽업체중에서는 벤츠, 르노, 이보코, 스카이나, 볼보사가 동유럽 진출을 확대하고 있으며, 스카이나의 트럭 판매는 1994년에 300대에 불과하였으나 지난해에는 1,000대 이상을 판매한 것으로 추정된다. 또한 볼보사는 폴란드, 체코, 헝가리, 불가리아시장에서 지난해 1~9월중 200대 이상의 트럭을 판매하였으며, 폴란드에서는 9개월간 1,317대의 트럭을 판매하였다.

한편 동유럽지역에서는 운행되고 있는 상용차의 대부분은 중형트럭인 것으로 나타나고 있다. 이에 따라 미국의 빅 3는 소형승용차와 밴의 현지생산 및 수출을 모색하고 있으며, 유럽업체들도 소형승용차와 중형트럭을 주력진출차종으로 선정해 놓고 있다.

이와 같이 동유럽시장에 대한 진출기회는 아직 풍부하다고 평가할 수 있으며, 단기적으로는 개별국가시장의 특성에 맞는 진출전략의 수립이 필요하며, 신차용 소형승용차 타이어시장과 상용차용 타이어시장과 같은 틈새시장을 적극 개척해나갈 필요가 있다. 이와 함께 현지 타이어 판매에 우선 고려할 사항은 타이어의 가격과 안정성, 신뢰성을 들 수 있다. 이는 아직까지 동유럽 소비자들의 소득수준이 높지 않고 중고차 수요가 자동차시장을 지배하고 있으며, 동유럽시장이 재성장기에 진입한 시장이기 때문이다.