

벤처기업의 해외진출 전략

IMF 한파로 국가경제가 풍전등화(風前燈火)의 위기에 처해 있을 때 우리 산업전반에 불어닥친 벤처열풍은 경제회생의 돌파구가 되기에 충분했다. 더불어 우리 산업구조를 기술집약형 구조로 탈바꿈하는데 획기적인 이정표를 마련했다. 육성 과정에서 드러난 역기능도 적지 않았지만 대기업과 중소기업군으로 대별돼 있던 우리 산업구조에 비중 속적이고 독립된 기술기업군으로 벤처의 확고한 입지를 구축했다.

벤처기업은 21세기 국가경쟁력을 높이고 산업의 질을 향상시키는 차원에서 지속적으로 육성해야 한다는 목소리가 여전히 존재한다. 하지만 사회적 불신과 내부적인 자금난으로 기술력이 우수하고 자생력을 갖춘 유망 벤처기업이 활로를 찾지 못하고 사장되고 있다. 또한, 협소한 국내시장에서 과당경쟁을 벌이다 도태되는 상황도 빈번하게 나타나고 있다.

이처럼 협소한 국내시장에서의 생존경쟁이 치열해지고 국내시장의 과포화상태가 지속되면서 '수출만이 살길이다'라며 새로운 돌파구를 해외에서 찾아야 한다는 주장이 득세하고 있다. 위기에 직면한 벤처기업의 새로운 돌파구로 대두되고 있는 해외진출의 전반을 살펴보고자 한다.

네트워크 형성 등 철저한 전략 요구

벤처기업인들은 이른바 '헝그리 정신'으로 무장돼 있다. 밤낮을 가리지 않고 연구개발에 몰두하여 무(無)에서 유(有)를 창조하려는 이들의 벤처정신은 감동을 자아낸다. 그런 만큼 세계적인 기술력을 보유하고 있는 벤처기업이 많이 있으며 그 경쟁력 또한 세계적이라 할 수 있다. 이를 반증하듯 벤처기업의 수출이 대기업과 일반중소기업에 비해 큰 폭으로 증가하고 있고 수출비중도 지속적으로 증대되고 있다.

뿐만 아니라 진출형태도 단순 수출 외에 해외지사 설립, 해외투자, 기술협력 등으로 다양해지고 있다.

연도별 벤처기업 수출실적

(단위 : 백만불, %)

구 분	1999년	2000년	2001년	2002년
총 계(증감율)	143,685(8.6)	172,268(19.9)	150,439(▲12.7)	162,471(8.0)
대기업(증감율)	94,352(4.6)	108,632(15.1)	85,738(▲21.1)	94,053(9.7)
중소기업(증감율)	49,045(16.9)	63,509(29.5)	64,600(1.7)	68,308(5.7)
벤처기업(증감율)	3,398(39.2)	4,852(42.8)	5,554(14.5)	5,961(7.3)

※ 증감율은 전년 대비

연도별 벤처기업 수출비중

(단위 : 백만불, %)

구 분	1999년	2000년	2001년	2002년
총수출(A)	143,685	172,268	150,439	162,471
벤처기업수출(B)	3,398	4,852	5,554	5,961
벤처기업수출 비중(B / A)	2.24	2.82	3.69	3.67

(자료 : 산업자원부 2003.02)

그러나 이런 해외진출의 성공은 극히 일부 벤처기업에 국한되고 있다. 최근 벤처붐이 조정국면에 들어서면서 시장을 고려하지 않고 창업하거나 기술개발을 한 기업들은 상당한 어려움에 직면하고 있다.

기술력에 자신이 있고, 세계적인 제품을 만들면 해외에서 대박을 터트릴 수 있다는 기대감과 중국이 WTO에 가입하면서 거대 시장이 열릴 것이라는 장밋빛 환상만 가지고 해외시장 개척에 상당한 의욕과 자신감을 보였던 대다수의 벤처기업들은 실패의 쓰라린 경험을 맛보아야 했다.

일부 수출규모가 큰 벤처기업들은 직접 수출 및 독자적인 해외 네트워크를 구축하고 있으나 대다수 해외진출을 시도하는 벤처기업들은 바이어 발굴, 자금, 기술 및 전문인력, 시장정보 등 해외 영업 및 마케팅에 대한 전반적인 전략이 없을 뿐 아니라 해외 네트워크가 빈약해 마케팅 효과 비용이 과다하게 소요되고 있어 현실적인 벽에 부딪히고 있기 때문이다.

이러한 단점을 보완하기 위해 실효성 있는 해외개척 전략이 요구되고 있다. 이를 위해 해외사업 노하우 및 네트워크를 보유하고 있는 대기업과 벤처기업간 유기적인 협력 체계 및 정보의 공유가 필요하다.

이를 통해 침투 시장에 대한 정확한 정보를 얻고, 고객 요구를 분석해 사전에 시장 진입 및 마케팅 전략을 수립한 뒤 거래 물품과 거래자 쌍방간의 신뢰성을 토대로 거래의 안정성을 확보할 수 있다.

또한 세계적인 인지도와 경험을 보유한 업체와의 제휴를 통해 비즈니스 모델 및 제품 판로를 확보하고, 제품 및 시장·기술정보를 신속하게 입수해 기업전략에 반영할 수 있는 현지 업체·기관 등과의 협력 네트워크를 조기에 구축해야 한다.

일부 독자적인 해외진출을 시도한 벤처기업들은 국가별 정보 및 차별화된 진출전략 부재나 수출제품의 사후관리 소홀로 인한 해외진출의 실패는 유기적인 협력 체계 및 정보 공유의 부재에서 기인했다해도 과언이 아닐 것이다. 또한 해외 경쟁업체에 공동대응 할 수 있도록 협력업체간 네트워크를 구축하는 것도 효과적이다.

중소업체들이 세계시장에서 성공한 사례를 살펴보면 개별 제품과 기술이 아닌 상호간 네트워크를 구축함으로써 마케팅과 기술적 측면에서 단점을 보완하고 있다. 뿐만 아니라 특정 분야간 상호 네트워크를 구축할 경우 '저비용 고효율'의 마케팅 효과를 거둘 수 있다.

정부지원 적극 활용 해야

정부 및 유관기관의 벤처기업의 해외진출 지원사업을 적극 활용하는 것도 한 방법이다.

중소기업청은 2007년까지 첨단부문 500개 유망벤처기업을 발굴하여 해외지원센터를 통한 수출 등 해외진출을 위한 밀착지원과 함께 3대 주요 벤처기업 진출지역인 미국, 중국, 일본을 대상으로 국가별 특성화 및 현지화를 위한 지원기반 구축을 계획하는 한편, 지난 3월 말에는 벤처기업의 해외진출을 지원하는 1억달러 규모의 전문펀드 결성을 골자로 한 'SMB 글로벌 스타 펀드 설립계획'을 공고하고 본격적인 펀드설립에 착수했다.

중소기업진흥공단에서는 해외주요국가에 법인, 사무소 설치 등 현지 네트워크를 구축하고 있는 민간 지원센터를 발굴, 지원하고 이를 통해 벤처기업이 해외시장에 보다 수월하게 진출할 수 있도록 지원하기 위해 오는 5월 10일까지 '벤처기업 해외 진출 지원사업'에 참여할 지원센터 사업자와 벤처기업을 모집하고 있다.

정보통신부는 IT 수출을 활성화하기 위해 'IT수출금융지원실무협의회'와 'IT기술해외유출방지협의회'를 구성하고 국내 IT기업들의 해외진출을 지원하기 위해 국내외 IT수출 관련 정보를 종합적으로 제공하는 'IT종합수출정보시스템'을 구축하기로 했다. 또한, 최근 IT수출 지원기관인 한국정보통신수출진흥센터를 통해 IT기업의 수출을 지원하

는 'IT산업 경쟁력 확보를 위한 수출산업화 지원사업'을 확정했다.

한국소프트웨어진흥원은 2000년부터 실리콘밸리 등 8개 해외 거점 도시에 일종의 해외지출지원센터인 아이파크를 설립하고, 현지 해외 동포를 중심으로 IT네트워크를 구축하는 등 열악한 국내 중소기업의 수출을 촉진하기 위해 다양한 지원사업을 추진하고 있다.

외교통상부는 국내 SI산업의 해외진출 활성화를 위해 국내 SI산업 기술수준의 우수성과 해외진출 현황을 소개하는 CD롬 홍보물 '성공한 SI파트너-코리아(Successful SI Partner: Korea)'를 제작, 전 재외공관에 배포하고 있다. 이번 CD롬 홍보물제작은 재외공관이 이를 활용해 국내 SI산업의 효과적인 해외수주 지원활동을 전개하기 위한 것이다.

한편, 벤처기업협회도 높은 기술력을 보유하고도 실제 글로벌화 추진과정에서 전문인력 및 노하우 부재로 어려움을 겪고 있는 국내 벤처기업들의 해외진출 지원을 위해 지난 10일 글로벌지원센터를 출범했다. 글로벌 지원센터는 분야별 공식파트너를 선정하고 해외마케팅 지원, 해외투자유치, 국내외 기업공개(IPO)지원 컨설팅 및 기업M&A 등 전방위적인 지원을 시작했다.

철저한 사전 준비만이 성공보장

현재 국내 일부 벤처기업들은 기술이전 및 로열티 방식으로 해외진출을 적극 모색하고 있다. 그동안 국내 벤처기업들은 수익모델 미개발로 인한 수익성 부재와 일부 벤처인들의 부도덕한 행태 등으로 사회적 인 물의를 일으키면서 투자자들의 외면을 받으며 숱한 어려움을 겪었던 게 사실이다. 하지만 이런 가운데서도 원천기술을 기반으로 기술개발에 주력해온 우수 벤처기업들이 국내외에서 기술력을 인정받고 이를 바탕으로 최근 해외 기술이전과 로열티 방식의 해외진출이 늘어나면서 침체된 벤처업계에 새로운 활력을 불어넣고 있다.

이런 벤처기업들의 해외진출은 그동안 일부 업체가 해외에서 기술 및 부품을 수입·재가공해 시장에 공급했던 종속적인 형태의 수출과는 달리 국내 기업이 해외시장에서 기술력을 바탕으로 해당 분야의 흐름을 주도하고 있다. 아울러 로열티 수입에 따른 안정적인 수입구조를 확보했다는 측면에서 성공적인 벤처성장 모델이라 평가할 수 있다.

해외시장 진출은 침체에 빠진 우리 벤처업계의 새로운 돌파구이자 또 다른 기회의 땅이다. 그러나 치밀하고 철저한 대비없이 추진할 경우 혹독한 댓가를 치러야 하는 야누스의 얼굴을 가진 세계이기도 하다.

이미 해외시장에 진출했거나 진출을 준비 중인 벤처기업들이 장기적인 계획 아래 철저한 전략과 뚜렷한 목표시장을 설정한다면 해외시장은 황금 금맥을 캐는 노다지가 될 것이다.

※ 자료출처 : 중소기업청, 산업자원부, 정보통신부