

유로화 출범과 국내 전기업체의 대응

삼 성 경 제 연 구 소
수석연구원 김 득 갑

1. 유로화 출범의 의의

유럽통화동맹(EMU)이 출범한 지도 벌써 3개월이 지났다. EMU출범은 지난 1973년 브레튼우즈 체제가 붕괴된 이래 국제금융 역사상 최대의 사건으로 평가되고 있다. 과거에도 주권국가 간에 몇차례 통화통합을 시도한 적이 있지만, 오랜 역사적 전통을 지닌 다수의 선진국들이 자국의 통화주권을 포기하고 통화통합을 이룬 것은 이번이 처음이다. 세계 대부분의 나라가 자유변동환율제를 채택하고 환율안정을 도모하는 것이 일반적인 추세이지만, 유럽 국가들은 자기네들끼리 고정환율제를 도입하기 위해 노력해 왔고 이제 그 결실을 맺은 셈이다.

EMU 출범을 계기로 유로랜드(EMU 11개국)는 미국에 이어 세계 2위의 단일통화 경제권으로 탄생하게 되었다. 유럽단일통화인 유로화가 도입됨으로써 그동안 단일시장 형성에 장애물로 작용해 왔던 통화장벽(currency barrier)이 소멸되게 되었다. 이로써 지금까지 동맹경화증에 시달려왔던 유럽경제는 활력을 되찾을 것으로 기대된다. 사실 유럽시장은 미국이나 일본과는 달리 시장이 국별로 쪼개져 있다. 우리는 이러한 유럽경제를 '모자이크형 경제'라 부르는데, 장차 유럽시장은 교역과 투자가 활발히 이루어지는 진정한 하나의 통합시장으로 변모할 것이다.

향후 유럽은 2차 세계대전 이후 세계경제의 주도권을 행사해왔던 미국을 견제할 만한 강력한 세력으로 등장하게 될 것이다. 또한 유로화도 유럽경제의 막강한 경제력에 힘입어 미달러와 함께 세계기축통화로서 한 축을 형성할 것으로 기대된다. 유로화는 오는 2003년경이 되면 국제무역의 결제

통화로서 뿐만 아니라 국제 채권발행 및 보유통화(reserve currency)로서 미달러에 필적할 만한 수준까지 도달할 것으로 예상된다.

2. 유로화 환율 추이와 전망

많은 나라들이 미달러 독주체제가 가져다주는 해악 때문에 달러를 견제할 수 있는 새로운 통화를 고대해왔다. 이러한 기대감을 반영하기라도 하듯 유로화는 화려하게 데뷔했으며, 출범후 곧바로 강세통화로 자리잡을 것으로 예상되었다. 그러나 출범 3개월이 지난 현재 유로화는 당초 예상과는 달리 미달러의 기세에 눌려 약세를 면치 못하고 있다. 유로화가 수년내에 미달러에 버금가는 기축통화로 자리잡을 것으로 기대했던 많은 금융기관들은 출범 당시의 낙관적 전망에서 후퇴, 유로화 환율을 대폭 수정하기에 이르렀다. 심지어 금년말이 되면 유로화는 미달러보다 가치가 낮은 통화로 전락하게 될 것이라는 전망도 나오고 있다. 이렇다 보니 느긋하기만 했던 유럽중앙은행(ECB)도 시장개입 의사를 내비치는가 하면, 유로화를 불안한 시각으로 바라보고 있는 아시아 국가들을 안심시키느라 동분서주하고 있다.

과연 유로화는 이대로 약세통화로 전락할 것인가, 아니면 연초의 강한 모습을 되찾아 미달러를 위협하는 통화로 성장할 수 있을 것인가?

최근의 유로화 약세는 유럽경제의 성장둔화, 금리인하를 둘러싼 유럽중앙은행과 정치권과의 마찰, 국제사회의 유로환상(Europhoria) 퇴조에 따른 유로화 수요 감소 그리고 미국과 유럽간의 금리차를 노린 국제적 투기 등이 복합적으로 작용해 나타난 결과라 할 수 있다.

만약 이러한 현상이 지속된다면 유로화는 약세

통화로 전락할 것이 분명하다. 특히 유럽경제가 침체국면에 빠져들고 유럽중앙은행과 좌파가 득세하는 정치권 사이에 정치적 갈등이 심화되어 정책대립이 장기화될 경우 최악의 상황으로 치달을 수 있다. 이 경우 저성장, 재정적자 확대, 미국과의 금리차 확대 등으로 유로화 환율은 속락하여 미달러 대비 1:1 이하로 하락할 수도 있다. 그러나 이러한 최악의 경우는 발생할 가능성이 희박할 것으로 보인다. 왜냐하면 유럽인 어느 누구도 유로화가 二流通貨로 전락하는 것을 원치 않기 때문이다. 이미 유럽중앙은행과 정책 갈등을 빚어 유로화 약세를 초래케했던 라퐁텐 독일 재무장관이 주변 압력에 밀려 중도 하차했다. 따라서 앞으로는 내부 갈등 때문에 국제 투자자들이 유로화에 불안감을 갖는 일은 별로 없을 것으로 생각된다. 또한 유럽중앙은행과 독일 분데스뱅크도 벌써부터 유로화 하락이 지속될 경우 유로화 신뢰도가 약화될 것을 경계하고 나섰다. 따라서 유로화 환율이 심리적 지지선(1.05달러선으로 추정)에 접근하면 유럽중앙은행은 시장개입에 나설 것으로 보인다.

대부분의 금융기관들은 금년 하반기부터 유로화 가치가 점차 회복될 것으로 전망하고 있다. 유럽경제가 하반기부터 점차 회복되고 출범초 빚어졌던 유럽중앙은행과 정치권과의 마찰도 이제는 우려하지 않아도 되기 때문이다. 유럽경제는 현재 민간소비 호조에 힘입어 가까스로 성장세를 유지하고 있다. 그러나 골드만 삭스(Goldman Sachs)사가 예상한대로 유로화 약세 효과로 수출이 증가한다면 금년 하반기부터 경기가 점차 회복될 것으로 예상된다. 이 경우 유로화는 약세를 멈추고 하반기부터는 점차 회복될 것으로 보인다.

3. 유로화는 하반기부터 거래통화로 본격 사용될 듯

'99년부터 사용할 수 있는 유로화는 당분간 지폐나 주화가 통용되지 않기 때문에 문서상의 통화(book money)에 불과하다. 지폐나 주화가 유통되는 2002년 이전까지는 현금이 필요치 않는 거래 즉, 신용카드나 직불카드를 이용한 신용구매나 은행간 이체를 통한 거래에만 유로화를 사용할 수 있다. 유로화 사용도 2002년까지는 기업 자율에 맡겨져 있다. 때문에 유로화를 쓰도록 강요하거나 유로화 사용을 막는 것은 법으로 금지되어 있다. 따라서 99~2001년 3년 동안은 기업간 거래에서 기존의 회원국 통화와 유로화가 병행 사용될 것이다. 현금거래가 일반화된 업종(소매업 등)은 2001년까지 유로화 사용이 보편화되지 않을 것이다.

현재 유로화가 약세를 보이고 있어 유로화 사용이 지지부진한 실정이다. 무역업체들은 불안한 유로화를 사용하기 보다는 친숙한 자국 통화나 안정된 미달러를 결제통화로 선호하기 때문이다. 그러나 유로화 가치가 회복되는 금년 하반기부터는 유로화 수요가 다시 늘어날 것으로 보인다. 유로화가 안정을 되찾게 되면 수출입거래에 유로화 사용이 점차 확산될 것이다. 특히 유럽기업간 거래에 있어서 자국통화 대신에 유로화 사용이 보편화될 것이다. 유럽 대기업들은 3년간의 과도기간을 기다리지 않고 곧바로 내부적으로 유로화를 사용할 방침이며, 더 나아가 외부업체들에 대해서도 가급적 빠른 시일내에 유로화로 결제할 것을 종용하고 있는 중이다. 그 이유는 취급통화수가 많으면 많을수록 금융비용이 많이 발생하지만, 유로화로 거래통화를 단일화시킬 경우 막대한 금융비용을 절감할 수 있

기 때문이다. 유로화 사용에는 원칙적으로 자율성(no compulsion, no prohibition) 원칙이 적용되지만, 사실상 시장의 힘에 의해 유로화를 99년부터 사용하지 않으면 안되는 상황이 전개되고 있다.

4. 유로화 출범과 구주 시장환경의 변화

유로화 사용이 보편화되면 유럽시장에 많은 변화가 있게 될 것으로 보인다. 하루아침에 모두 바뀌지는 않겠지만 유럽에는 장차 가격혁명, 시장혁명, 경영혁명이라는 새로운 변화의 바람이, 우리가 의식하지 못하는 사이에 서서히 일어날 것이다. 유로화는 11개국 통화를 단순히 대체하는 그런 차원을 넘어서 유럽시장을 송두리채 뒤바꿔도록 하는 기폭제가 될 것이다. 우리는 이러한 변화가 벌써 시작되었음을 여러 채널을 통해 감지할 수 있다.

유로화 도입으로 우선 유럽시장의 가격체계에 근본적인 변화가 있게 된다. 그리고 이로 인해 소비자들의 가격에 대한 인식도 대폭 바뀌게 될 것이다. 유로랜드내에는 환율불안이 전혀없는 명실상부한 단일시장이 탄생하게 되며, 그 결과 신제품과 경쟁업체가 속속 등장하여 기업간경쟁이 심화될 것이다. 무엇보다 지금까지 내수에만 주력하던 유럽의 중소기업들이 국경을 넘어 사업을 하는 예가 크게 늘어날 것이다. 따라서 가격경쟁으로 가격인하 압력이 심화되고 그동안 국가별로 가능했던 기업들의 가격차별화 전략이 점차 곤란해지는 상황도 도래할 것으로 보인다. 그렇지만 이러한 가격하향 평준화 추세가 제품 가격마저 일원화시킨다는 것을 의미하지는 않으며, 지역적인 차이로 인한 제품의 소매가격차는 여전히 남게 될 것이다.

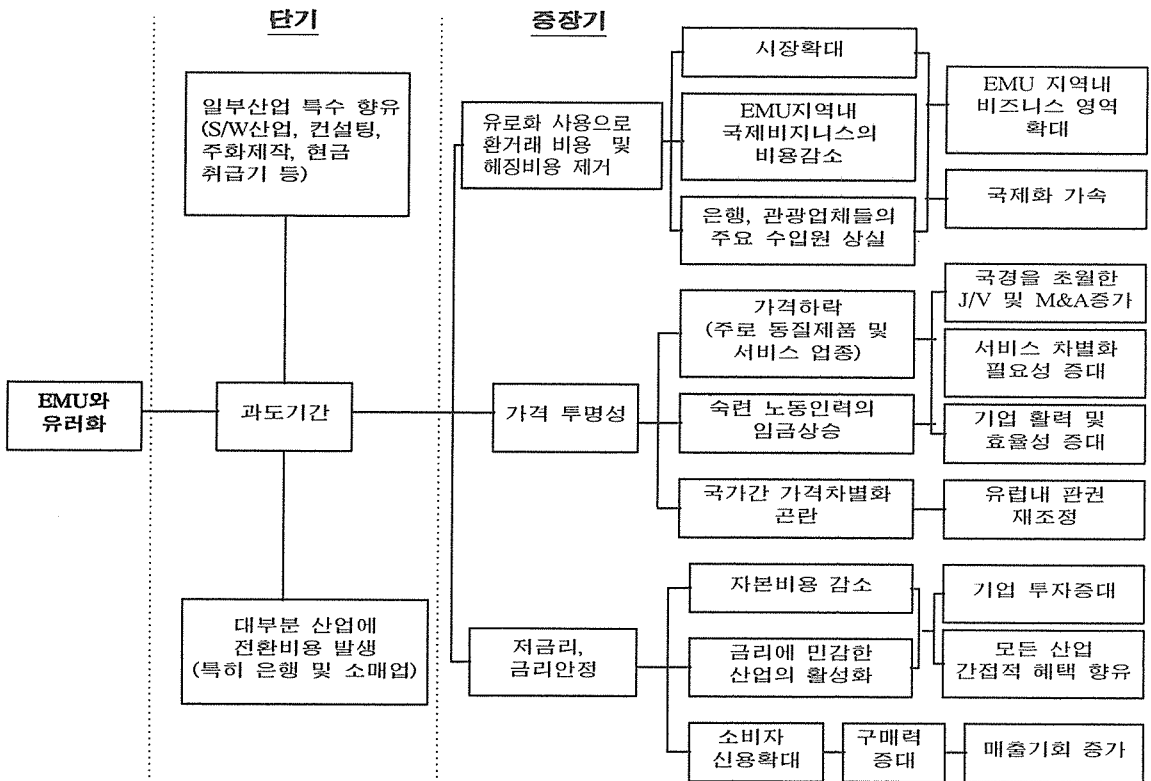
경쟁심화에 대비하기 위한 기업간의 M&A나 전략적 제휴도 이미 시작되었다. 앞으로 유로화 출범을 계기로 유럽산업의 재편 바람이 더욱거세게 몰아칠 것이다. 한편 유로화 사용의 확산으로 역내교역이 활성화되고 유럽금융시장은 유동성이 높아짐과 동시에 효율성도 제고될 것이다. 따라서 기업으로서 는 자본조달비용이 감소하는 혜택을 누리게 된다.

장차 국내 기업들은 유로화 출범으로 대유럽 수출에 큰 변화를 맞게될 것이다. 따라서 우리 기업 들은 유로화를 단지 새로운 화폐의 출현 정도로

받아들여서는 안되며, 앞으로 유럽시장 자체가 크 게 변모할 거라는 점을 인식하고 대책을 강구해야 한다.

여기서 기회란 EMU에 참가하는 11개국간에는 환전수수료가 절감됨은 물론 환리스크 제거로 헤 정비용 등 각종 금융비용이 줄어드는 혜택을 말한 다. 또한 거대 단일시장을 자신들의 내수시장으로 보고 경영전략을 추구할 수 있다는 점과 제품의 표준화 가능성이 높아지는 측면도 기업들의 원가 경쟁력 확보에 유리하게 작용할 것이다.

〈유로화 도입이 산업계 전반에 미치는 영향〉



자료: ABN-Amro

5. 산업계 전반에 미치는 영향

산업계 입장에서 보면, 유로화 출범은 기회(opportunity)와 위기(threat)의 양면성을 동시에 지닌다고 할 수 있다. 대체로 금융환경은 기회를, 시장(마케팅) 환경은 위기를 가져다 줄 것으로 예상된다.

반면 위기란 시장에서 기업간 경쟁심화, 가격투명성 증대에 따른 가격하향 평준화, 유통업체 파워 증대 및 유로화 도입비용의 발생 등을 뜻한다. 이 결과 전반적으로 은행이나 제조업체들은 수익성이 나 수출채산성이 악화될 수 있다. 따라서 유로화 도입 효과(기회)를 극대화하고 위기를 최소화하는 기업만이 장차 유럽시장에서 생존할 수 있을 것

로 본다. 기업으로서는 금융비용을 최소화하여 날로 치열해져 가는 가격경쟁에 대비해야 한다. 전문가들에 따르면, 유로화 출범은 단순히 한개의 통화 가 추가되는 단순한 문제가 아니다, 기업의 모든 부문과 재무제표 전 항목이 영향을 받는 엄청난 사건이다.

6. 유럽 산업계, 가격투명성 영향 받아

대다수 기업들은 유로화 출범으로 인해 앞으로 가격투명성(price transparency)의 영향을 많이 받을 것으로 보인다. 유로화로 가격표기가 이루어질 경우 소비자들이나 유통업체들은 가격비교가 용이해질 것이다. 이 때문에 그동안 기업들이 즐겨

〈유로화 출범의 산업별 영향〉

산 업	주요 영향 내용	대표적인 영향요인		
		가격투명성	경쟁심화	전환비용 발생
유통무역	· 해징코스트 등 환거래비용 절감 · 이중통화 거래로 코스트 발생	●		●
자 동 차	· 가격투명성 증대에 따른 가격하락으로 마진폭 감소 · 유통채널 및 하청업체 집중	●	●	
소 비 재	가격투명성 증대로 경쟁심화	●		
의 약	범유럽 차원의 가격비교로 가격압력 증대	●	●	
현금지급기제조	기기 교체시 원가개념 적용	●		●
IT산업	프로그램교체 관련 컨설팅 특수			●
건 설	대형 건설업체는 해외 경쟁업체와 경쟁 증대		●	
전기전자	업계 집중현상 가속	●	●	
화 학	전략적 측면의 대응 중요	●	●	
운송 및 관광	환거래 비용 절감 등 전통적인 국제영업에 긍정적으로 작용	●		●

자료 : WestLB, Professional Euro Management 보완

써왔던 국가별 가격차별화 전략은 더 이상 설득력을 지니지 못할 가능성이 높다. 실제로 국가간에 차이를 보이고 있는 인건비나 VAT세율, 운송비 등을 감안한다 하더라도 기업들의 가격차별화 전략으로 인해 품목별 가격 격차는 20~30%에 달한다. 유로화는 마케팅 측면에서 「가격투명성 증대 ⇒경쟁심화 ⇒가격인하 ⇒채산성 악화」라는 부정적 영향(threat)을 초래할 것으로 보인다. 일부 학자들은 가격투명성의 영향을 지나치게 과대평가해서는 안된다고 주장하고 있으나, 기업을 상대로 한 설문조사나 기업들의 대응전략을 분석해보면 기업들은 가격투명성의 영향을 가장 크게 우려하고 있는 것으로 나타나고 있다.

7. 우리 수출업계, 가격인하 압력에 직면할 듯

가격투명성의 영향은 업종별로 각기 상이할 것 같다. 소비자 취향이 핵심적인 마케팅 요소인 식품, 의류 등 시장밀착형 소비재 업종은 유로화 도입에 따른 영향이 상대적으로 미미할 것으로 보인다.

국제화가 진전되고 국가별 소비특성이 중요치 않는 범용제품(homogeneous products)를 취급하는 업종은 가격투명성의 영향을 가장 많이 받게 될 것으로 보인다. 기초화학, 직물, 철강, 정보기기(HDD, CD-ROM, 모니터 등), 전기전자 부품, 제지, 통신장비는 물론 자동차와 일부 가전제품들도 이 분류에 해당된다.

전자 산업의 경우에는 품목이 다양하므로 취급 품목 특성별로 영향에는 다소 차이가 있을 것이라고 생각한다. 원자재성 제품으로 기업간 거래(business to business)가 거래형태의 주류를 이루고 있는 전기부품산업이나 정보 및 통신기기 분

야, 제품 차별성보다는 가격이나 제품성능 자체가 소비자들의 구매 결정에 보다 큰 영향을 주는 일부 가전제품은 가격투명성의 영향을 직접 받을 것으로 예상된다.

반면 제품표준이 국가별로 상이한 일부 AV 제품이나 가정주부들의 취향이 중시되는 백색가전 분야는 업종자체의 국제화가 진전되었음에도 불구하고 가격투명성의 영향을 비교적 덜 받을 것으로 보인다.

또한 품목별 특성 이외에도 동종업계 내에서 시장을 주도하고 있는 메이저 플레이어(major players)들의 가격전략과 유통업체들의 시장 내 파워 등도 가격투명성의 영향 정도를 결정하는 요인으로 작용할 것이다.

이들 품목이나 업종들은 가격투명성의 영향을 직접 받게되어 향후 유럽시장에서 치열한 가격경쟁이 예상된다. 불행히도 우리의 주력 수출품목들은 대부분 여기에 해당되기 때문에 앞으로 우리 기업들이 가격투명성 증대에 따른 가격인하 압력을 여하히 극복하느냐가 핵심과제로 등장하게 될 것이다.

8. 유로화는 우리의 대EU 수출에 불리하게 작용

앞에서 지적한 가격투명성이 역내외기업 모두에게 미치는 영향이라면 유로화는 한-EU 무역관계에도 영향을 줄 수 있음을 우리는 유의해야 한다.

우리나라의 전체 수출입에서 EU가 차지하는 비중(1997년)은 수출 12.4%, 수입 13.1%으로 미국이나 일본에 비해 저조한 수준이다. 우리의 대EU 무역수지를 보면, 지난 91년 적자로 반전된 이후 줄곧 적자행진을 계속하고 있다.

유로화 출범은 우리 경제에 긍정적인 효과와 부정적인 효과를 동시에 가져다 줄 것으로 보인다.

그러나 교역측면에서만 보면, 유리한 측면보다는 불리한 측면이 더 강하게 작용할 것으로 예상된다.

우선 유리한 측면을 살펴보면, 유로화 출범으로 향후 3년동안 유로경제권은 +1.0%의 추가성장이 가능해 내수시장이 확대될 것으로 예상된다. 또한 예상대로라면 유로화는 장차 강세를 띠게 되어 우리 상품의 수출경쟁력은 강화될 것으로 보인다. 그리고 그동안 유럽통화로 결제해왔던 기업이라면 결제통화를 유로화로 바꿀 경우 해징 비용을 줄일 수 있게 되고 취급통화수 감소로 환전수수료도 절약하는 이점을 누릴 수 있게 된다.

반면 유로화 도입으로 유럽경제에 무역전환효과(trade diversion)가 발생할 것으로 예상되는데, 그 결과 우리는 불리한 상황에 놓일 가능성이 높다. 유럽기업들은 유로화를 사용함으로써 상당한 금융거래 비용을 절감하여 원가경쟁력을 향상시킬 수 있게 된다. 그리고 11개 유럽 국가간에는 환리스크가 없어지기 때문에 유럽기업들은 역외거래보다는 역내거래를 선호하게 될 것이다. 유럽기업들의 원가경쟁력 강화와 역내 거래비용의 감소에 힘입어 유로경제권은 자급자족 체제가 심화될 것으로 보인다. 이는 역외국인 우리의 대EU 수출이 타격을 받게 됨을 의미한다. 더군다나 EU와 밀접한 교역관계에 있는 중동 국가들마저 유로통화권으로 신속히 편입될 것으로 보이는데, 동서 유럽간에 수평분업 체제가 가속화된다면 이 또한 우리 수출업체로서는 불리한 요인이 아닐 수 없다.

9. 유럽시장을 확보하려면 유로화 사용에 대비해야

유럽 거래선들은 금년 하반기부터 본격적으로 유로화 결제를 요구해올 것으로 전망된다. 처음에

는 우리 기업들의 준비를 위해 한시적으로 유예기간을 부여해주는 아량을 보이겠지만, 국내 업체들이 장기간 계속 미달러 거래를 고집할 수는 없을 것이다. 타업체가 갖지 못한 메리트(가격, 품질 등)도 없으면서 미달러 거래를 계속 고집할 경우, 유럽거래선은 유로화 결제가 가능한 유럽내 업체나 제 3의 업체로 거래선을 변경할 가능성이 높다. 또는 유로화가 아닌 미달러 결제를 수용하는 대가로 환리스크 부담에 따른 거래가격 인하나 거래조건 변경을 요구해 올 가능성도 있다. 국내 업체들이 현지 거래선들의 유로화 결제요구를 수용하는 것은 고객만족을 실천함은 물론 거래관계를 유지하고 무역전환효과를 최소화하는 최선의 방안인 셈이다.

유로화 결제가 가능하기 위해서는 몇가지 내부 준비작업이 필요하다. 유럽과 거래가 많은 업체라면 우선 외화표시 구좌로 유로 은행구좌를 개설할 필요가 있다. 그리고 유로화와 기존의 유럽 통화간에는 EU가 규정한 반올림 규정이나 전환규정을 정확히 준수해야 하므로 유로화를 인식할 수 있도록 컴퓨터 프로그램을 정비해야 한다. 비록 기존의 S/W가 멀티커런시(multi-currency) 시스템이라 하더라도 새로운 유로화 규정을 준수해야 하므로 버전업시켜야 한다. 패키징(packaging)에 가격표가 직접 부착되는 품목은 이중통화 가격표(dual-displayed price labels)를 부착해야 하므로 양식변경이 필요할 것이다. 또한 유럽 거래선과 체결한 계약서가 있다면 유로화 출범과 관련한 연속성(continuity of contract)의 확인과 불리한 조항내용의 변경작업을 서두를 필요가 있다.

10. 현지진출 기업들, 범유럽 경영체제 구축 필요

유럽현지에 진출해 있는 국내 기업들은 유로화 출범의 가장 직접적인 영향을 받게되는 당사자로서 현지업체들의 유로화 수용요구에 직접 노출되어 있다. 유로화 거래체제를 시급히 갖추어야 하지만, 일부 대기업을 제외하고는 현재 국내기업들의 준비상황은 상당히 늦은 편이다.

유로화 대응작업은 크게 유로화 수용체제 구축과 전략적 측면의 대응으로 나눌 수 있다.

유로화 수용체제 구축 작업은 국내 수출업체들의 경우와 대동소이하나, 재무나 세무회계 등 회계처리 문제가 훨씬 복잡하므로 전산시스템이 완벽하게 뒷받침되어야 한다. 그리고 새로운 유로화 환경에서 현지직원들이 원만히 업무처리할 수 있도록 철저한 사전교육이 요구된다. 유럽 기업들은 예산과 시간의 상당부분을 전산시스템의 정비와 직원교육에 할애하고 있다.

전략적 측면의 대응은 중장기적으로 유로화 도입이 가져다 주는 기회요인을 극대화하여 경쟁력을 강화하기 위한 조치라고 보면 된다. 여기에는 거점재편, 비용절감 그리고 마케팅전략 등이 있다.

유로화 출범을 계기로 유럽단일시장 형성이 가속화될 것이므로 현지에 진출해 있는 국내 기업들은 국별로 흩어져 있던 중복 유사기능을 한곳으로 집중화하고 대신 마케팅기능을 강화하는 거점재편 전략을 서둘러야 한다. 현재 국내기업들은 대부분 국별로 판매 자회사를 두고 있으며, 자회사마다 물류, 전산, 서비스, 재무/금융 등 지원기능을 독자적으로 운영하고 있다. 때문에 자회사마다 오버헤드 코스트(overhead cost)가 선진기업들보다 훨씬 많이 발생하여 자립기반이 취약한 실정이다. 국별로 통화가 달랐을 때는 이들 기능들이 국가마다 필요했지만, 통화가 단일화된 이상 범유럽 차원에서 이들 기능을 통합하더라도 큰 문제는 발생하

지 않게 된다. 좋은 예로서 IBM Europe은 수년간 검토한 끝에 최근 국별 판매조직을 범유럽 차원의 품목별 조직으로 재편한 바 있다.

앞에서도 언급했듯이 유로화 출범으로 각종 금융비용을 절감할수 있는 기회가 생기게 된다. 우선 유로화 사용의 증가로 거래은행을 굳이 국별로 달리 가져갈 필요가 없으므로 현지진출 국내 기업들은 범유럽 차원의 거래은행을 선정하여 은행거래를 집중화할 필요가 있겠다. 이러한 작업을 통해 자연스럽게 불필요한 은행구좌를 정리하고 은행구좌의 잔고를 집중화할 수 있다. 주거래 은행의 마스터구좌(master a/c)로 각국 자회사들의 구좌잔고를 집중시킬 경우 막대한 금융비용을 절감할 수 있게 되는데, 이를 유로풀링(euro-pooling)이라 한다.

11. 범유럽 차원의 차별적 마케팅전략 필요

유로화 출범의 최대 수혜자는 일반 소비자로서 상품 선택의 폭이 넓어지고 가격도 하락하는 소비자 후생 효과를 누릴 것으로 보인다. 이러한 추세를 주도하는 것은 유럽 전역을 커버하는 유통망을 갖춘 대형 유통업체들이다. 이들은 범유럽 차원의 가격협상을 통해 가격투명성을 증대시킬 것으로 보인다. 국내 기업들이 향후 유럽시장을 공략하는데 있어서 이들과 어떻게 거래관계를 유지, 발전시켜 나갈 것이냐가 관건이라 하겠다.

전자업종의 경우 범유럽적인 대형 유통업체가 있는데, 바잉그룹(Buying Group), 멀티 체인스토어, 하이퍼 마켓, 백화점 및 정보통신 전문점 등의 형태로 유럽10개국에 약 7만 6천여개가 영업중에 있다. 이들이 보유한 점포수는 방대하므로 장

기적으로 이들과의 거래 유무가 유럽시장내 매출 및 M/S 확대와 직결될 것으로 보인다. 이들 유럽 유통업체들은 유로화로 범유럽 차원의 가격협상을 주도, 가격투명성을 증대시키고자 할 것이다.

따라서 국내 업체들의 마케팅전략의 핵심은 차별화된 시장접근 전략을 구사하는 것이다. 대형 유통업체에 공급하는 품목의 경우 범유럽 유통업체의 방대한 판매망을 활용할 수만 있다면 유럽

시장 공략은 한결 수월해진다. 국내업체가 가격경쟁력을 확보하고 있다면 이들과의 범유럽 협상(international agreement)을 추진해야 한다. 고려해야 할 점은 시장점유율을 확대하기는 용이하나 이들 품목은 마진폭이 작을 가능성이 있으므로 기능 단순화와 제품사양 변경을 통한 원가절감 노력이 더욱 필요하다는 사실이다. 대형 유통업체들과 거래하지 않는 품목들은 틈새시장을 적극

〈국내 전기업체들의 유로화 대응과제〉

	상황변화(영향)	대응작업 내용		국내 무역업체	EU내 진출업체
실무 측면 (technical aspects)	거래선의 유로화 결 제요구 증가	유로 수용 체제 구축	유로 구좌 개설	○	○
			거래양식 변경(가격표, 카탈로그 등)	○	○
			PC 및 전산시스템정비	○(관련부서)	○(회사전체)
			이중통화가격 표기	○	○
			직원교육 실시	○(관련부서)	○(전직원)
			회계시스템 구축	×	○
			계약의 연속성여부 등 법률사항 검토	○	○
전략 측면 (strategic aspects)	· 시장통합 가속 · 가격투명성증대로 경쟁심화로 수익성 악화 · 역내거래활성화(무역전환) 무역창출)	기회 극대화, 위기 최소화	마케팅전략(범유럽차원의 유로화가격 설정)	○	○
			거점재편	×	○
			중복back-office기능 통합(재무, 금융 등)	×	○
			물류기능 통합	×	○
			회사 기준통화(공용 통화;base currency)로 유로화 사용	×	○
			구매선 재검토(다변화)	○	○
			유로가격을 반영하여 제품사양 변경	○(유럽向)	○

공략할 필요가 있다. 시장개척은 어렵겠지만, 이들 품목은 비교적 높은 수익성이 보장된다는 장점이 있다. 따라서 비가격 요소(제품품질, 납기준수 등)가 중요한 경쟁요소이므로 국내 업체들은 제품 차별화를 더욱 강화해야 한다.

12. 적극적인 대응자세 필요

유로화 출범으로 앞으로 유럽시장에서는 준비된 기업만이 살아남게 될 것 같다. 국내 기업들은 선진 기업에 비해 유로화 출범에 대응이 늦었지만,

준비기간을 단축하여 3년간의 과도기간을 슬기롭게 대처해야 한다. 막연하게 불안감을 가질 필요는 없지만, 그렇다고 강건너 불구경하듯 유로화 출범에 무관심한다면 이는 더 큰 문제다.

세계 최대시장인 유럽시장의 중요성을 감안한다면 국내업체들은 소극적인 대응보다는 적극적인 대응이 필요하다. 국내 수출업체들은 무역전환효과를 최소화하기 위해 유로화 결제체제를 갖추고, 현지 진출 업체들은 경쟁력을 확보할 수 있도록 선진 경영체제를 구축하는데 전념해야 한다.

