

4. 라노스(Lanos) 出市와 대우자동차의 世界化 戰略

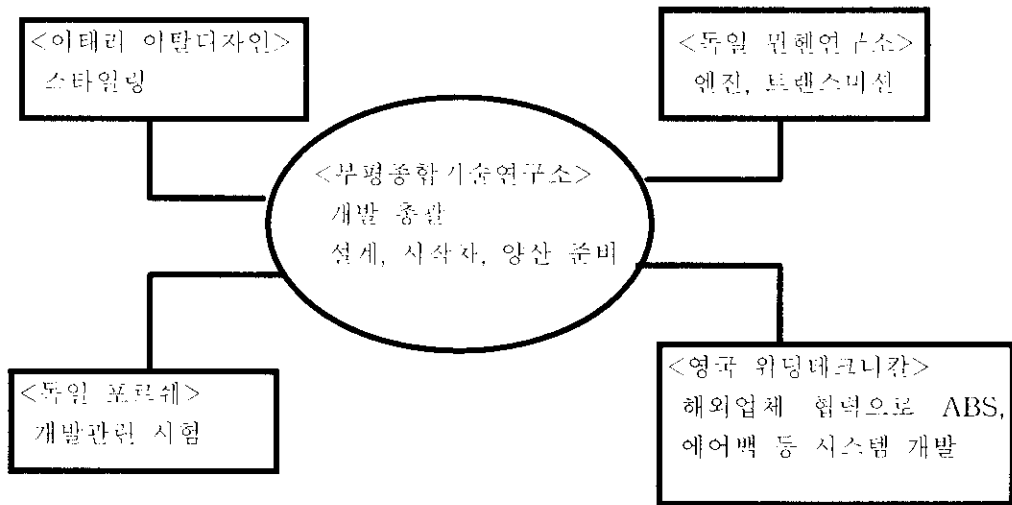
- (라노스 개발의 意味) 대우자동차의 라노스 개발은 세계화 전략의 일환이며, 이를 통해 대우는 자동차 분야의 새로운 도약을 모색하고 있음
- (세계화 전략과 推進 經緯) 대우자동차는 '범세계적인 연구개발-생산-판매 네트워크 형성'이라는 세계화 전략을 추진하고 있는데, 이는 GM과의 결별 이후 부족한 기술과 시장을 보완하기 위해서임
- (세계화의 特徵) 동유럽·아시아 중심, 기존 공장의 인수, 중·저가 전략, 대우그룹 공동 참여, 현지 금융 활용이라는 특징을 갖고 있음
- (評價와 展望) 세계화 전략의 성공 여부는 제품개발 능력의 제고, 인수 공장의 정상화, 동구권의 경제적 성장, 막대한 투자 재원의 원활한 조달 등에 달려 있음

대우는 세계적 네트워크를 구축하여 라노스를 개발하였으며, 자동차 분야의 새로운 도약을 모색하고 있음

○ 라노스 개발의 의미

- 1500cc급 소형차 라노스(개발명: T-100, 르망 후속 모델)의 출시(1996년 11월 16일)는 대우자동차의 세계적 네트워크 구축의 일환임
- 라노스는 영국, 독일, 이탈리아 등 세계적 개발 네트워크에 의해 개발되었음(<그림> 참조)
- 그러나 라노스에 장착한 E-TEC 엔진은 기존 르망 엔진을 성능, 연비, 소음 면에서 개선한 것임

<그림> 라노스의 개발 네트워크



자료 : 대우그룹, 「대우가족」, 1996.11.1일자.

내년에도 J-100, V-100 모델을 출시할 예정임

세계화 전략의 핵심은 '세계적 연구개발, 생산, 판매 네트워크의 형성'임

현재 9개국에서 58만대의 현지 생산 체제를 구축

올 연말까지 30개의 해외 판매 자회사 구축

기존 영국, 독일 외에도 미국에 연구소를 설립할 예정

- 대우는 라노스를 통해 자동차 분야의 새로운 도약을 모색하고 있음
 - 국내 부평공장에서 연 30만 대, 해외 현지공장에서 연 40만 대 생산 계획
 - 내수 월 1만대 판매로 1998년에는 시장 점유율을 40%로 끌어올려 국내 1위 업체로의 도약을 목표
 - 1998년부터는 북미 시장에도 진출할 계획
- 세계적 네트워크를 통해 내년 1월에는 J-100(에스페로 후속), 3월에는 V-100(프린스 후속) 모델을 출시할 예정임

○ 세계화 전략과 추진 경위

- 대우자동차 세계화 전략은 '범세계적인 연구개발, 생산, 판매 거점'을 확보하는 것임
 - 세계적 네트워크를 통해 신차를 개발하고, 2000년에 220만 대(국내 100만 대, 해외 120만 대)에 이르는 세계적 생산 네트워크를 구축하여, 생산된 자동차를 해외 시장에 판매하려 함
 - 1996년 11월 현재 9개국에서 승용차 45만 8천대, 상용차 12만 3천대 등 총 58만 1천대의 현지생산 체제 구축
 - 체코, 헝가리, 루마니아, 인도, 우즈베키스탄, 폴란드 등지에 자동차 부품 공장을 운영하여 세계적 부품조달(global sourcing) 체계를 구축하고 있음
 - 연말까지 해외 판매 자회사는 30 개로 전망되며, 완성차 업체 중 수출이 내수 판매 대수를 능가하고 있는 유일한 업체임(1995년 현대자동차 38.8%, 기아자동차 31.2%, 대우자동차 55.4%)
 - 이미 영국 워딩연구소, 독일 뮌헨연구소 등 해외 연구소를 갖추고 있으며, 미국에도 연구소를 설립하여 세계적인 연구 개발 체제를 구축하려 함
- 세계화 전략의 추진은 GM과의 결별에 따른 것임
 - 대우는 오펔(GM의 서독 자회사)의 모델로 '월드카'(국내명: 르망)를 생산하고, 그 중 50%를 GM의 미국 폰티악 사업부에 OEM 수출하는 등 기술과 시장을 GM에 의존하여 왔음

세계화 전략의 주
진은 GM과의 결별
이후 기술, 판매시
장 보완 위한 것임

세계화의 특징은
동유럽·아시아 지
역 편중, 중·저가
전략, 기존 공장의
인수, 대우 그룹 공
동 참여, 현지금융
의 활용 등임

세계화 전략 성공
은 제품개발능력
의 제고, 인수공
장의 정상화, 동
구권의 경제적 성
장, 자원의 조달
등에 달려 있음

- 1992년 10월 GM과의 결별로 기술, 시장의 문제에 부딪치게 되었고, 이를 세계화 전략을 통해 해결하려 함

○ 세계화의 특징

- 대우자동차의 투자는 동유럽, 아시아 등 개발도상국에 편중되어 있음. 이들 지역에서 대우는 중·저가 전략을 취하고 있음
- 신규 건설보다는 기존 공장을 인수하여 진출함
- 대우자동차는 현지 공장의 운영을 담당하고, 해외 투자의 기획, 금융, 공장의 건설 및 유지 보수를 위해 대우 그룹 계열사가 함께 참여
- 자원조달의 부담을 줄이기 위해 현지금융을 활용

○ 평가와 전망

- 라노스는 대우자동차의 세계화 전략을 상징하고 있으며, 그 성과 여부가 향후 대우그룹의 향방에 커다란 영향을 미칠 것으로 보임
- 대우자동차의 세계적 전략은 양적인 확장 단계에 있고, 네트워크 내부의 체계적 연관은 아직 미흡한 것으로 보임
- 세계화 과정에서 대우그룹 공동 참여, 현지 금융 활용 등은 강점으로 작용할 것으로 보이나, 그 성공 여부는 다음의 사항이 관건이 될 것임
 - 라노스의 엔진은 기존 르망의 것을 개량한 것으로 신차 및 다양한 모델의 개발 능력을 제고할 수 있을지의 여부
 - 해외공장의 확장에 따른 막대한 투자재원을 지속적으로 확보할 수 있을지, 인수한 해외공장을 정상화시켜 생산성 향상 및 품질 관리 능력을 제고시킬 수 있을지의 여부
 - 투자가 집중되어 있는 지역, 특히 동구권의 경제적 성장과 정치적 안정이 유지될지의 여부
 - 중·저가 전략을 위한 저가의 부품 공급체제가 원활히 형성될 수 있을지의 여부

(김 용 복)