

지방산업 육성과 산업 클러스터

- A study on the Interchanges of different Section of Industry -

박노국*, 황정희*

Abstract

In the country, already a 400 species and some Interchanges of different Section of Industry have been organized and a number of related industry come to a 4000 species. But in the present, Interchanges of different Section of Industry stay at a form of a friendly society as yet.

In this study, we will be helpful to activity of Interchanges of different Section of Industry by concretely suggestion of the utility operation method of Interchanges of different Section of Industry in the many-sided point.

1. 지방 클러스터 육성

지방경제 활성화를 위한 방안으로 이업종교류회를 활동내용상으로 분류해 보면 정보교환형, 경영자원상호이용형, 신제품개발형으로 다시 세분할 수 있으며, 성격기능상 분류는 광장형과 조직형으로 세분할 수 있으며 각각의 특징은 다음과 같다.

- ① 정보교환형 : 정례회, 강연회, 견학회 등 회의를 중심으로 운영하여 회원 기업간의 경영, 기술정보를 교환하는데 주력한다.
- ② 경영자원상호이용형 : 회원이 갖고 있는 생산, 연구, 시험설비의 이용, 경영, 기술의 know-how 제공, 판로 공유, 인재파견 등을 실시한다.
- ③ 신제품개발형 : 회원의 개발자원의 제공하고 역할을 분담하여 공동 연구함으로써 단독으로 개발할 수 없는 신기술이나 신제품의 개발을 목표로 한다.
- ④ 광장형 : 회원수를 비교적 많게하여 입회, 탈퇴가 자유로우며, 인맥형성이나 정보획득을 목적으로 강연회, 세미나를 주 활동으로 하여 '친목회' 성격의 만남의 광장이라는 의미를 중요시한다.
- ⑤ 조직형 : 회원들이 본과회 등의 갖춰 특정 테마에 대하여 목표를 정하고 주로 새로운 사업 분야로의 사업전개를 도모하는데 중점을 둔다.

이업종교류그룹의 초기 조직을 구성하는 방법은 크게 두 가지로 나누어진다. 하나는 7개~15개 정도의 기업들이 모여 중소기업진흥공단에 이업종교류그룹의 참가를 요청하여 중소기업진흥공단이 이를 주선하여 교류회를 만들어주는 것이고, 다음은 주로 기존에 알고 지내는 기업 경영자들끼리 뜻을 모아 결성한 후 중소기업진흥공단에 교류그룹 등록을 하는 것이다.

* 상지대학교 산업공학과

교류그룹이 결성되고 나면 각 조직에서는 그 조직을 대표하는 리더(회장)와 간사(사무총장)를 선출하여 교류그룹의 의장 역할과 총무 역할을 수행토록 해야 한다. 교류그룹은 민주, 자유, 평등성을 갖춘 임의 조직이므로 리더가 독재형의 너무 강한 리더쉽을 발휘하는 것보다는 부드러운 환경을 조성하는 민주형, 조정형이 바람직하다.

각 교류그룹은 직접 기업을 경영하는 경영자들이 모인 조직이기 때문에 이업종간 교류시의 의견을 절충하거나 조언을 구할 수 있는 전문지식을 가진 전문가가 필요한 경우가 많게 된다. 이 경우 대부분 인근 대학교수, 세무사, 법무사 등의 전문가 집단이 '이업종교류 전문가' 자격으로 이와 같은 역할을 대행하게 된다.

첫 번째 단계는 교류그룹 결성 단계로서, 1업종 1개 기업을 원칙으로 하여 이업종교류 필요성을 확고히 인식한 중소기업 경영자를 중심으로 활동목표를 정하고 적정 참가인원을 고려하여 이업종교류그룹을 결성한다. 일반적인 참가인원은 10~20개 기업이 적당하다고는 하나 교류그룹 성격에 따라 그 이하 또는 그 이상이어도 문제가 되는 것은 아니다.

두 번째 단계는 상호 교류단계로서, 회원 상호간에 신뢰기반을 구축하고 정보와 인적교류가 이루어지는 단계이다. 교류가 원활하게 진행되기 위해서는 우선 회원 상호간의 신뢰감 형성이 매우 중요하므로 전체 회원이 참석하는 모임을 자주 가져 상호 친목을 도모하는 것이 중요하다. 이 단계에서는 주로 일반적인 친목단체의 성격을 띠는 것이 일반적이다.

좀 더 발전적인 교류그룹에서는 매월 1회 이상 정례회를 개최하여 각 사가 보유하고 있는 경영, 기술 자원의 공개를 통한 상호이용을 도모하고 회원사의 공장견학, 외부인사의 초청강연회 및 세미나의 개최를 실시하기도 하며 분과회의 구성, 운영 및 타 그룹과의 교류 등을 통하여 다양한 정보 및 Know-How를 활용하기도 한다.

세 번째 단계는 제품(상품) 개발단계로서, 교류활동을 하는 도중에 연구조사 및 제품개발 테마가 결정되었을 경우에는 구체적인 실행계획을 수립하여 공동으로 추진하게 된다. 물론 이 경우 모든 회원의 참여가 바람직하나 그렇지 못할 경우 소모임(분과회) 단위별로 제품개발을 추진할 수도 있게 된다.

네 번째 단계는 사업화 단계로서, 새로운 사업을 본격적으로 전개하는 단계이다.

다섯 번째 단계는 시장화 단계로서 개발된 제품을 시장에 내놓는 단계이다.

2. 클러스터 활용방안

이업종교류회는 중소기업에서 이루어지고 있는 품질관리 활동 중 품질분임조활동(QCC)과 일맥 상통한다고 할 수 있다. 품질분임조활동이 기업 내에서의 개선·혁신을 위해 분임원들이 모여 토론을 하는 것과 마찬가지로 이업종교류회는 업종이 다른 기업들이 모여 기업의 애로기술을 서로 토론하고 이와 유사한 환경에 있는 기업에서 문제를 해결해 주는 방법으로 이루어진다. 또한 기업이 갖고 있는 장점들을 서로 공유하고, 새로운 아이템을 공동으로 연구·개발하여 기술융합화를 통한 새로운 기업을 탄생시키는 데 그 목적이 있다.

현재 우리나라에서 활동하고 있는 이업종교류회는 70년대 초에 갑자기 불어닥친 오일쇼크를 극복해 보고자 일본에서 시작된 이업종교류회로 중소기업들간 모임의 장을 통해 정보를 교환하고 새로운 사업을 창출하기 위한 목적으로 시작되었다고 볼 수 있다.

본 연구에서는 이미 연구되어진 이업종교류회에 관한 일반적인 내용을 살펴보고 지식

경영을 이용한 이업종교류회 성공 사례를 제시하고자 한다.

이업종교류의 의미는 기업경영상 서로 경쟁상대가 아닌 다른 업종의 기업들이 모여 하나의 그룹을 결성하고 각 기업(회원사)의 경영정보, 기술자원 등을 상호 교류함으로써, 각 회원사간의 애로사항을 보완, 해결하고 회원 공동의 연구, 개발 과제를 설정하여 새로운 사업영역을 지속적으로 창조해 나가는데 있다.

일반적인 이업종교류회의 특징을 살펴보면 다음과 같다.

- ① 교류그룹내의 원활한 정보교류가 이루어질 수 있도록 경쟁상대를 배제하기 위하여 1개업종에 1개사로 제한된다.
- ② 교류그룹 활동에 있어서 회원의 자격은 서로 대등한 관계에서 자사의 의견을 결정할 수 있는 기업 경영자(이사·공장장 등)로 구성된다.
- ③ 교류모임의 참석률을 높이기 위하여 지리적으로 인접한 지역 내 기업으로 구성된다.
- ④ 그룹활동은 각 회원이 주체가 되어 회원 자발적으로 운영된다.
- ⑤ 각 회원간 상부상조에 입각한 Give & Take 정신이 기본이 된다.

이업종교류회 활동을 통한 효과로는 여러 가지가 있으나 크게 다음과 같은 6가지로 설명될 수 있다.

① 유익한 정보의 입수

그룹활동을 통하여 얻은 정보, 기술, Know-How는 이질적이고도 다양하며, 의사결정권이 있는 기업경영자로부터 나온 실제 경험에 근거한 것이므로 즉시 활용될 수 있는 유익한 정보인 경우가 많게 된다.

② 인적 NET-WORK 확대

이업종교류회 회원간의 교류는 물론 타 이업종교류그룹과의 교류를 통하여 이제까지 대면관계나 거래관계가 거의 없었던 인적 NET-WORK(인맥)가 구축되어 판로 확대 등 Business기획이 확대된다.

③ 경영자의 자질 향상

다른 분야에 종사하는 기업경영 경영자와의 교류(의견교환)를 통하여 발상의 전환을 기할 수 있고 다양한 경영방침이나 경영전략을 접함으로써 사물을 보는 방법이나 사고방식이 새로이 개발되어 경영자로서의 자질이 향상되게 된다.

④ 문제해결능력의 강화

기술이나 설비, 인력 등의 경영자원이 부족하여 독자적으로는 해결하기 어려운 과제를 회원기업이 보유하고 있는 제반 자원을 활용하여 해결할 수 있는 기회를 얻게 된다.

⑤ 자사의 수준을 객관적으로 파악

자사의 공개 및 타사의 자연스러운 견학을 통하여 자사의 장점, 단점, 경영 및 기술의 수준 등을 비교 검토할 수 있게 되어 경영개선점의 도출과 경영계획의 수립에 참고할 수가 있게 된다.

⑥ 신사업으로의 진출

그룹내 회원기업과 융합화(이업종간의 기술결합, 신제품, 신기술의 개발, 새로운 판로의 개척, 자본제휴 등)를 통하여 신 분야로의 전개가 가능하게 된다.

이상으로 이업종교류에 대한 개괄적인 사항에 대해 기존문헌을 통해 살펴보았다. 그러나 서론에서도 언급하시피 국내에 이업종교류회가 도입된지 10년이 지났으나 아직도 일본에서도

입된 기본적인 취지인 기술 융합화를 통한 신사업, 신제품개발에 관한 실적은 매우 미미한 실정이다.

일부 교류회에서 몇몇 회원사의 관심을 바탕으로 융합화에 성공한 사례가 있으나 전체적인 관점에서 보면 그 구성비율은 극히 저조한 편이라고 할 수 있다. 아직까지는 대부분 친목모임 성격의 교류회를 벗어나지 못하고 있는 느낌이다.

3. 지방 클러스터 효율적 운영

중소기업 경쟁력 강화를 위해 이업종교류회를 효율적으로 운영하기 위한 몇가지 제안을 하고자 한다.

첫째, 양적팽창을 위해 회원사를 늘리기 보다는 양질의 회원을 확보할 수 있도록 노력을 기울여야 한다. 미국의 유명한 컨설턴트는 기업경영에서 가장 중요한 것이 3가지 있는데 첫째도 사람, 둘째도 사람, 셋째도 사람이라고 강조하고 있다. 모든 조직을 운영할 때는 반드시 적정 인원의 사람이 필요하게 되나 그 사람이 누구이냐에 따라 그 조직의 운명이 결정되게 때문에 회원 구성시 그 구성원의 선택은 매우 신중을 기해야 만 한다

둘째, 가능한 한 빨리 친목모임 성격을 벗어나야 한다는 것이다.

대부분의 경영자들은 많은 사회적 Informal 한 조직에 가입되어 있다. 특히 친목 모임 성격의 모임은 헤아릴 수 없을 정도로 다양하게 조직되어 있는 것이 일반적이다. 만약 이업종교류회가 신사업의 전개나 신제품의 개발로 이어지지 못하고 친목모임의 정도에 계속 머무르게 된다면 금방 싫증을 느끼게 될 것이기 때문이다.

이를 해결하기 위한 방법의 하나로 모임의 장소를 식사를 겸할 수 있는 장소로 선택하지 않는 방법이 있다. 철저하게 회원사를 방문하여 전반적인 애로사항에 대해 토의하고 그 회원사의 기술적 장단점들을 보고 듣고 배움으로써 다달이 새로운 지식을 쌓아간다면 좀 더 발전적인 교류회로 성장시킬 수 있을 것이다.

셋째, 새로운 사업영역을 창출해야 한다.

이업종교류그룹에 참여하는 경영자들은 크게 두 가지의 경우로 대별되기도 한다. 하나는 친목모임 성격에 의미를 두어 매달 1회 정도 주위의 친분이 있는 경영자들과 허심탄회한 저녁식사를 나누는 정도로 생각하는 경우이고, 또 하나는 이업종교류회의 성격에 맞게 신 사업 아이디어를 찾거나 신규사업 투자를 위한 정보 획득을 목적으로 참가하는 경우이다.

4. 결론

강원도 (사)강원이업종교류회는 21개 단위그룹으로 구성되어 있으며 각각의 단위그룹의 이업종교류회의 목적은 기업상호 간의 상호이익(Give and Take)을 전제로 설립되어진다. 국내에 이업종교류회가 소개된 지 이미 10여년이 지나고 있고, 가입되어 있는 이업종교류회만도 400여개에 이르고 활동중인 기업체 수만도 4000여 개 기업에 이르고 있으나, 아직까지 대부분의 교류회가 친목모임 성격에 머물고 있는 것이 현실인 것 같다. 먼저 이업종교류회가 성공적인 모임으로 발전하기 위해서는 그룹결성에서부터 보다 적극적으로 참여하는 기업들이 회원으로 참여해야 할 것이며, 지역에 있는 기업-대학-지자체의 상호 협력이 무엇보다도 필요하다. 본 연구

에서는 이와같은 이업종교류회가 좀 더 발전적으로 유지 지속되기 위한 여러 가지의 방안들을 살펴보았다. 본 연구에서 제시한 방법들을 적절히 응용하여 적용한다면 매우 창조적이고 의미 있는 이업종교류회로 거듭날 수 있을 것이라 확신한다.

5. 참 고 문 헌

- [1] 일본기업공제협회, 21세기미래경영전략 이업종교류, 창해, 1998
- [2] 강원이업종교류연합회, 강원이업종교류지침서, 1999
- [3] 중소기업진흥공단, 전국이업종교류연합회, 2000년도 전국이업종교류그룹 회원명부
- [4] 중소기업진흥공단, 전국이업종교류연합회, 1999년도 전국이업종교류그룹 회원명부
- [5] 중소기업진흥공단, 전국이업종교류연합회, 1998년도 전국이업종교류그룹 회원명부
- [6] 중소기업진흥공단, 전국이업종교류연합회, 1997년도 전국이업종교류그룹 회원명부
- [7] 중소기업진흥공단, 전국이업종교류연합회, 1996년도 전국이업종교류그룹 회원명부
- [8] 이재규(2002), “이업종교류와 지식 네트워크 조직” 중소기업 연구, 제24권 3호, 한국중소기업 학회.