

輸出産業 振興과 中小企業의 役割



韓 渉 圭

中小企協中央會 弘報室長

중소제조업체의 수출은 대기업의 수출에 비하여 소량, 소액을 단위로 하고 있으나, 유행과 패션에 민감하고 변형상 신축성이 있는 품목에서 경쟁력이 앞선다. 즉, 섬유·전자 등 경공업 위주의 업종에서 대기업에 비하여 수출량의 비중이 큰 것은 이러한 생산과 마케팅상의 신축성 등에서 그 이유를 찾을 수 있다.

I. 序言

지금까지 우리나라의 수출은 大企業을 앞세운 일률적 活用 体制을 유지해왔다. 그러나 최근 들어 이같은 大企業 중심의 수출체제로서는 국제환경에 적응하기가 어렵다는 점이 지적되고 있다.

따라서 정부도 中小企業의 역할을 강조한 수출진흥책을 마련하기에 이르렀다.

이와 같이 정책이 전환된 여건에서 국가의 輸出競爭力은 수출당사자인 中小企業들이 企業水準의 차원에서 경쟁력 전략을 모색하여 기업상호간, 나아가서는 산업 내부에서 상호 비교우위를 토대로 한 총괄적 경쟁력을 기르게 될 때 비로소 제고될 여지가 있을 것이다.

여기에서는 기업차원의 구조적 輸出競爭力 제고를 모색하는 의미에서 中小企業의 역할을 고려하고 이들 中小企業이 國家經濟의 競爭力 強化에 기여할 수 있는 방안을 살펴 보기로 한다.

II. 中小企業 輸出의 構造的 특징

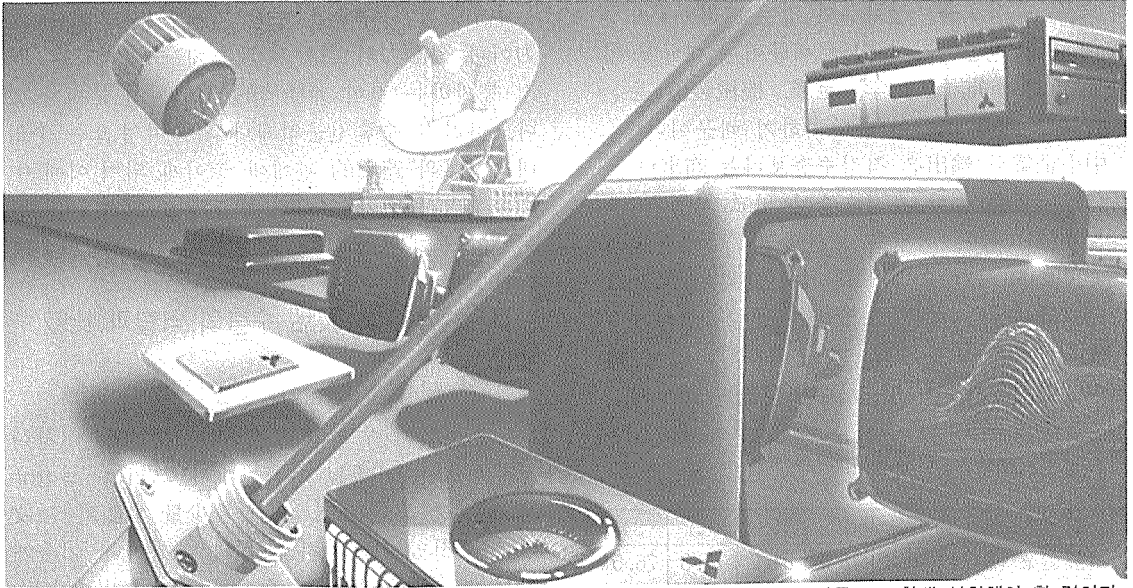
中小企業의 輸出力은 수출실적의 관점에서 볼 때 다음과 같은 특징을 보이고 있다.

먼저 中小企業의 수출은 全体 企業 수출의 약 37%를 점하고 있으며 外貨稼得率에 있어서 中小企業의 輸出이 전체기업을 앞서고 있다. 연간 수출신장률도 대체로 中小製造業의 경우가 全体 企業에 비하여 높다.

表 1. 中小企業 外貨稼得率 변동 추이
單位: %

	'80	'81	'82	'83	'84
總 輸 出	62.2	62.5	63.8	63.5	63.2
中小企業輸出	78.8	78.7	81.2	75.3	76.5

資料: 貿易協會「輸出과 國民經濟」,
中小企協中央會「中小企業實態調查報告」



선진국에 편중된 대형 무역상사의 해외지사를 개발도상국으로 확대 설치해야 할 것이다.

中小企業의 수출제품은 大企業 제품에 비하여 외화가득률이 높고 품목이 다양하기 때문에 수출시장의 전반적인 불황에도 불구하고 價格 경쟁이나 製品 다양화와 같은 탄력적인 수출전략을 피할 수 있는 여지가 상대적으로 많다.

中小企業製品은 우리나라의 大企業이 생산하는 제품과 같이 완제품 이외에도 外國企業이 필요로 하는 부품도 수출함으로써 국내 대기업이 경쟁력의 약화현상을 드러내는 수출시장의 위축 및 선진국 輸入規制의 강화에도 경쟁력있는 부품업자에 의한 수요가 있는 한 수출할 수 있는 여지는 있기 마련이다. 즉 中小企業의 수출력은 外貨稼得率, 伸張率 등의 관점에서 볼 때 大企業의 完製品 중심의 輸出에 비하여 전략적 탄력성이 높고 外國 생산업체와의 생산공정상의 유대 가능성 등으로 보아 大企業 위주의 수출보다는 中小企業이 구조적인 우위성을 갖고 있다.

그리고 현실적으로 中小企業 제조업체의 수출은 全体 輸出에 대한 기여도가 거의 30%를 유지하고 있음을 볼 때 매우 중요한 역할을 맡고 있음을 알 수 있다.

우리나라 中小企業 輸出은 지금까지 섬유와 전자제품이 주종을 이루는 경공업형 제품 수출의 특징을 벗어나지 못했다. 이 제품들의 中小企業 輸出 비중은 우리나라 全体 輸出에서 차지하는 비중보다 10% 이상 상회하고 있다. 그

러나 年度別 伸張 추세를 보면 이 두 주종제품은 자동차부품, 비철금속, 고무, 전선, 기계 등과 같은 重化学系 製品에 비하여 훨씬 둔화되고 있다. 纖維·電子 품목도 과거와 같이 피복, 모자, 블라우스, 메리야스 등 完製品보다는 직물, 방모와 같은 반제품이나, 부품상태로의 輸出伸張率이 눈에 띄게 성장하고 있다. 완제품 自動車보다는 部品이, 電子部門의 完製品 自体보다는 그 部品の 수출 신장이 훨씬 괄목할 만하다.

中小製造業체의 수출은 大企業의 수출에 비하여 少量, 少額을 단위로 하고 있으나, 유행과 패션에 민감하고 변형상 신속성이 있는 품목에서 競爭力이 앞선다.

즉, 纖維·電子 등 輕工業 위주의 업종에서 大企業에 비하여 수출량의 비중이 큰 것은 이러한 生産과 마케팅상의 신속성 등에서 그 이유를 찾을 수 있다.

아직까지 50인 이하의 업체가 수출하는 경우는 20% 미만이다.

이것은 수출 마케팅의 規模經濟性을 따른 결과로서 수출 활동을 하려면 적어도 輸出 專門 社員이나 해외정보 수집을 위한 조직상의 준비가 필요하기 때문이다.

그러나 수출의 外貨稼得率로 볼 때는 50인 정도의 중소기업이 300인 정도의 큰 규모 업체에 비하여 유리한 경우가 많다. 이것은 소규모업체

의 경우 음식료품, 잡화류와 같은 稼得效果가 높은 제품에 전문화되어 있기 때문이며 대규모 업체는 비교적 電子, 化學, 金屬, 機械裝備 등은 原資材의 국외 조달이 불가피하기 때문이다.

中小企業의 輸出은 직접수출보다는 商事나 貿易登錄業者를 통한 간접수출이 비교적 많은 특징을 갖고 있다. 이점을 보완하고 中小企業의 수출력을 진작할 수 있도록 中小企業 貿易登錄 特例措置 이후 신규 등록업체가 급증하였다.

輸入方法은 로컬 수출, 단순 하청과 같이 輸出 中間商이 수주를 맡고 中小企業이 제조하는

表 2. 中小企業의 업종별 外貨稼得率

單位：%

	'80	'81	'82	'83	'84
[製造業 平均]	78.8	78.7	81.2	75.3	76.5
• 飲食料品	94.0	92.1	90.1	93.5	93.9
• 纖維, 衣服, 가죽	78.2	78.9	83.0	75.3	75.6
• 木材, 나무製品, 家具	52.6	77.1	59.3	73.4	79.7
• 종이, 종이製品, 印刷, 出版	86.8	87.8	81.3	70.8	91.9
• 化學, 石油, 石炭, 고무, 플라스틱	64.5	69.9	74.8	67.2	65.4
• 비금속광물 제품	94.8	95.8	89.7	90.2	80.0
• 第1次金屬製品	78.5	64.6	79.1	73.5	82.3
• 組立金屬, 機械 裝備	73.0	75.2	76.1	69.3	73.7
• 其他 製造業	83.7	86.5	84.9	81.6	84.0

資料：中小企協中央会「中小企業実態調査報告」

방법이 많으며, 로컬 수출은 Local L/C를 받을 수 있어 자금 융자혜택을 받을 수 있으나 단순 하청은 원자재 등의 로컬 공급을 받으나 Local L/C를 받지 못하며 자금 혜택을 받지 못하는 경우도 있다.

中小企業이 직접 수주, 제조는 하지만 수출업 등록이 없어 직접 수출할 수가 없는 경우는 輸出業者에게 代行시키는 사례가 많다.

中小企業 貿易登錄特例措置는 이 경우를 개선하기 위한 것이다.

中小企業의 수출은 수출 마케팅을 담당할 人力이나 組織力의 취약성 때문에 수출시장을 직접 통제하는 것이 非經濟的 구조적인 문제가 있다. 따라서 수출전문업체나 외국기업 또는 수입 대리상과의 連繫의 관계에 놓이게 되며 이때 中小企業의 利害가 얼마나 제도적으로 보호를 받는가가 문제의 핵심이 된다.

Ⅲ. 中小企業 製品 수출의 역할과 比較 優位

中小企業의 수출은 大企業의 수출에 비하여 시장정보나 마케팅 인력면에서 그리고 생산규모 경제상 불리하다. 그러나 少量 少額의 注文에 신속성있게 대처하고 특히 패션이나 기술개발이 신속한 품목이 수출요건을 적중할 수 있는 구조적 특징이 있다. 즉 우리나라의 대기업 수출이 아직도 피복, 가방, 가죽제품 등과 같이 수주내용이 少量多品種 生産의 性格을 가지는

表 3. 中小企業의 직접수출 비중

單位：%

	直接輸出	間接輸出
[製造業 平均]	47.5	52.5
• 飲食料品	64.4	35.6
• 纖維, 衣服, 가죽	44.8	55.2
• 木材, 나무製品, 家具	68.0	32.0
• 종이, 종이製品, 印刷, 出版	8.4	91.6
• 化學, 石油, 石炭, 고무, 플라스틱	43.8	56.2
• 非金屬鉍物製品	60.2	39.8
• 第1次金屬製品	20.5	79.5
• 組立金屬, 機械, 裝備	47.6	52.4
• 其他 製造業	79.3	20.7

中小企業型 品目에 치중하고 있어 대량생산 체제의 利点인 規模經濟성과 표준생산에서 기대되는 원가절감 효과를 상실하고 오히려 非伸縮性에서 오는 원가상승과 경쟁력 약화 현상을 빚고 있다. 이것은 우리나라 수출구조상으로도 볼 때 일부 大企業의 수출이 이들 품목에 비교 우위를 갖는 中小企業 輸出과 마찰을 가져오는 모순을 포출하고 있는 것이 현실이다.

한편으로는 급변하는 시장여건에 맞는 상품개

말이 없어 大量生産 体制를 유지할 대량품종량 확보의 길이 없으므로 수주내용이 가변적인 少量多品種 性格을 갖는 中小企業型 品目を 신축성이 없는 기존 대량 생산체제로 생산하게 되는 경우가 대부분이다. 여기서는 더 이상 대량 생산체제의 利点인 실질적 규모경제성을 유지할 수 없고 원가절감도 기대하기 어렵다. 오히려 大量 体制가 少量多品種 生産을 감당해야 하는 모순 즉, 생산의 非彈性性에서 오는 원가상승요인을 안게 되어 수출경쟁력이 기업차원에서부터 상실되는 결과를 낳게 한다.

무엇보다 中小企業은 국가 전체의 수출력 증대를 위해서 大企業과 계열적 관계를 유지함으로써 大企業의 해외경쟁력의 기반이 되고 이를 보완하는 역할을 수행하고 있다.

大企業은 수출상품을 단독적으로 생산할 수 없기 때문에 하청기업으로서 중소기업의 지원을 받아야 한다. 또한 종합상사나 수출대행업체들은 마케팅 전문 기능업체이므로 생산전문 기능업체인 中小제조업체와 商業의 系列化를 형성하는 것이 불가피하다. 이것은 國家 經濟組織面에서의 마케팅과 生産機能 部分의 系列化를 뜻하게 되며 중소기업은 종합상사, 수출대행업체 등을 수출창구로 의존하게 된다. 이들 商社들은 中小企業을 수출생산의 본거지로 삼아 수출에 있어 상호보완적 역할을 하게 된다.

中小企業은 그 자체 생산이 국내 대기업에 대한 보완적 역할에 그치지 않고 외국기업이 필요로 하는 산업제품外 供給者로서 외국 제조업체와 직접 또는 輸入代行業體 中間商 등을 통한 外國企業과의 수직적 생산 참여업자가 되는 것이다. 자동차, 항공기, 전자제품, 신발, 피복, 금형 등의 部品이나 중간제품은 이를 제조하는 中小企業들이 다만 국내 大企業에 대한 판매를 위해서는 과다한 생산능력을 갖고 있으며 또 협소한 국내시장만을 놓고 공급하는 것보다는 技術開發, 經營指導, 資金支援 등의 관점에서 外國企業과 하청관계에 있는 것이 산업구조상 매우 자연스럽다.

中小企業은 생산시스템이 大企業에 비하여 규모와 외적 환경변화에 대한 신축성이 있기 때문에 이 구조적 利点を 이용한 기술수주의 創業과 冒險投資(Venture Capital)가 가능하다.

大企業에 앞서서 어떤 특수부문의 기술 개발이나 혁신가능성이 높고 이를 통한 해외진출이나 해외계열화가 상대적으로 용이하다.

IV. 中小企業의 役割 強化 對策

앞에서 지적한 中小企業의 역할을 감안할 때 大企業과 中小企業의 계열화 정책을 이제 단순한 국내문제로 보지 말고 수출력 증진을 위한 시각에서 새로운 전열의 재편성 수단으로 이용하여야 한다.

현재 정부가 추진하는 大企業과 中小企業의 계열화 정책은 주로 국내생산적 계열화에 국한된 것이므로 이를 수출 계열화로 그 개념을 확대, 적용함으로써 大企業과 中小企業이 수출대열에서 상호보완적 관계에 놓이도록 유도해야 한다.

대기업은 마케팅 기능을, 中小製造業은 생산 기능을 토대로 연결시킴으로써 상호이해를 조정하고 증진하게 해야 한다.

중소기업형 영역에 침투하여 자주 大企業과 中小企業간에 수출시장에서 경쟁하는 사례도 봉쇄해야 한다.

고급봉제품으로 전향하기 위해 대기업 봉제 공장을 소단위 공장으로 분할하거나 中小企業에 생산을 위양함으로써 적은 로트의 少量少額 수주에 경제성을 제고하는 예가 그것이다. 이 수주별 差別 전략을 택하지 않은 大企業은 공장의 稼動率을 높이기 위해 中小企業이 확보한 품목에 무리하게 뛰어들어 봉제업체의 계열체제를 혼란하게 하고 價格競爭으로 中小企業 市場을 황폐하게 하는 역기능을 자행하여 대기업도 중소기업도 모두 수출기반을 잃게 되는 경우가 많다.

따라서 이러한 품목은 물론이고 이러한 대기업의 관행자체를 규제하는 中小企業의 보호영역을 産業政策의으로 설정, 制度的으로 大企業의 전략을 유도해야 한다.

또한 外國企業과의 계열화 및 선진국 수입규제의 우회를 위해서는 무엇보다 部品類의 수출을 확대해야 한다.

아직까지 우리나라는 부품 수출실적이 업종에 따라 큰 격차를 보이고 있다.

따라서 실적이 미약한 업종은 品目別로 수출 촉진 대책을 마련해야 할 것이다.
輸出系列化率 제고를 통한 中小企業의 안정

수출 지원을 위해서는 현재의 계열화율 40% (수출액 기준)인 것을 50% 이상으로 확대해야 하겠다.

表 4. 部品類 輸出実績 및 計劃

單位：百万弗

	團 体	'84	85	主 宗 輸 出 品
電 子 部 品	電子工業振興會	2,144	2,750	IC, 磁氣테이프, 磁氣헤드
自 動 車 部 品	自 動 車 組 合	70	100	스프링, 체인, 트랜스미션
鐵 道 車 輛 部 品	機 械 工 業 振 興 會	2	4	휠세트, 액슬
造 船 機 資 材	造 船 機 資 材 組 合	43	60	配電盤, 현창, 레이더
建 設 重 裝 備 部 品	機 械 工 業 振 興 會	2	3	버킷, 블레이드, 후레임
農 機 械 部 品	農 機 具 組 合	3	4	耕耘機미선, 엔진部品
機 械 要 素 部 品	機 械 工 業 振 興 會	71	74	볼트, 너트, 벨브, 베어링
鑄 鍛 造 部 品	鑄 鍛 造 組 合	101	120	맨홀, 관이음쇠
電 機 部 品	電 機 組 合	4	5	遮斷器部品, 開閉器部品
計		2,440	3,120	

資 料：商工部

또한 대형 무역상사내에 하청 中小企業協議會 설치를 유도하고 시설 未保有分 기본 Quota 를 中小製造業과 系列화하도록 해야 한다. 系列 中小企業의 신제품 개발 촉진을 위해 貿易商社 內 業種別 기술개발연구소도 설치하는 것이 바람직할 것이다.

貿易商社別로 중소기업제품 주력수출업종 분담체제를 구축하여 분담 품목에 대한 外貨稼得率, 市場多邊化, 新製品 開發 정도에 따른 우대 조치 등을 구축해 나아가야 하겠다.

先進國에 편중된 大型 貿易商社의 해외지사를 中南美 등 開發途上國으로 확대 설치토록 유도하는 것도 바람직할 것이다.

나아가서 綜合貿易商社에 대한 政策的 수입 우대시 中小企業製品 輸出의무 비율의 부과도 요망되고 있다.

이와 아울러 中小企業 製品에 대한 과당경쟁 유발 및 거래상의 지위남용 때는 제재를 강화하도록 해야 하겠다.

