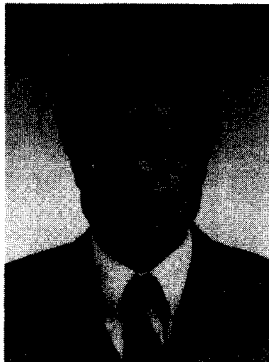


한국기업 국제화의 현황과 과제



李 光 哲

<弘益大副教授, 經營學博士>

1. 한국기업 국제화 현황

우리나라 기업들이 그간 수출중심의 해외지향적 영업활동을 전개해 온 것은 한국이 당면한 하나의 당위적 과제였다고 할 수 있다. 그러나 80년대 후반에 들어서는 급속한 국내임금의 상승, 선진국의 무역규제 등 국내외환경이 크게 변화되면서 기업 국제화전략의 재조정이 요구되었고, 수출 일변도의 기존전략에 수정이 가해지면서 해외직접투자를 적극적으로 검토 내지 수행하는 국제경영전략으로의 전환이 이루어져 왔던 것이다.

1968년 한국남방개발의 인도네시아 입업투자 이래 점진적인 증가세를 보이던 한국기업의 해외투자는 '86년 경상수지 흑자전환 이후 성장세가 두드러지게 나타나 '92년까지 투자건수기준으로 연평균 62.6%의 높은 증가율을 기록하였으며 '93년말 현재 투자잔액이 2,726건에 54.3억불에 달하게 되었다.(<표 1>참조)

해외투자를 업종별로 보면 '93년말 금액기준으로 제조업이 50.6%로서 가장 큰 비중을 차지하고 있으며 다음으로 무역업이 24.4%, 광업이 11.7%를 점유하고 있다. 연도별로 산업별 비중의 변화를 보면 '70년대 초반까지는 입업부문의 투자가 주종을 이루고 있었으나 '80년대에 들어서면서 광업부문의 비중이 급속히 상승하였으며 '80년대 후반부터는 제조업 및 무역업의 비중이 계속 증대하고 있다. 최근들어 제조업의 해외투자가 급증하고 있는 것은 인건비 상승, 노사분규 지속 등 내적요인과 선진국과의 무역마찰, 블록화 등의 대외적 요인에 대응하여 생산기지를 해외로 이전하기 때문이라 할 수 있으며 또한 정부에서 자본자유화 흐름 속에서 해외 투자 활성화조치를 과감하게 실시하였던 점에도 힘입었다 할 수 있다.

해외투자의 지역별 분포를 보면 '93년말 현재 건수기준으로는 동남아시아가 60.4%로 가장 큰 비

目 次

1. 한국기업 국제화 현황
2. 한국기업 국제화의 특성과 문제점
3. 향후 국제화 전략방향
4. 정부에 대한 요구사항
5. 결 어

<표 1> 年度別 海外投資 推移

(단위: 백만달러, 건)

(In Millions of US dollars, Projects)

區分 年月	總投資 Total invested		清算等 Liquidation etc.		純投資 Net invested		投資殘額 Invested outstanding	
	件數 Projects	金額 Amount	件數 Projects	金額 Amount	件數 Projects	金額 Amount	件數 Projects	金額 Amount
1963~83	506	383.2	115	34.0	391	349.1	391	349.1
1984	46	50.2	13	2.0	33	48.2	424	397.3
1985	38	112.8	29	49.0	9	63.8	433	461.0
1986	50	181.0	19	22.7	31	158.3	464	619.3
1987	91	409.7	32	89.6	59	320.1	523	939.4
1988	173	216.3	32	59.7	141	156.6	664	1,096.0
1989	269	569.6	23	177.2	246	392.4	910	1,488.4
1990	338	955.4	22	146.1	316	809.2	1,226	2,297.7
1991	443	1,115.1	23	88.1	420	1,027.0	1,646	3,324.6
1992	497	1,218.4	34	121.1	463	1,097.3	2,109	4,421.9
1993	682	1,256.3	65	245.8	617	1,010.5	2,726	5,432.4

중을 차지하고 있는 반면 금액기준으로는 북미지역이 40.1%로 가장 크다. 이는 동남아시아에 대한 투자가 붕괴, 신발, 조립금속 등 노동집약적 소규모의 투자가 주종을 이루고 있기 때문이다. 그러나 중국에 대한 투자는 '89년 7건, 6백만불로 시작하여 한-중 정부간 관계가 개선되면서 급격히 증대하여 '92년에는 171건에 141백만불을 기록하면서 급증추세가 지속되고 있다.

해외투자의 규모면에서 보면 전체투자의 71.6% (건수기준)가 100만불이하의 소규모투자이며, 투자비율로는 100% 단독투자가 1,154건으로 54.7%나 차지하고 있다. 이는 한국기업이 합작투자를 선호하지 않는다는 점을 나타내고 있다.

2. 한국기업 국제화의 특성과 문제점

상공부 조사에 나타난 한국기업의 해외투자동기 중 주요한 것을 추려보면 우회수출기회 확보, 현지 저임금을 이용한 생산효율 증대, 새로운 판매시장 개척, 원자재 조달, 선진기술 및 경영기술의 습득 등을 들 수 있다. 이러한 투자동기를 바탕으로 기업의 전략을 크게 세가지 유형으로 구분할 수 있겠다. 처음 두가지 동기에 의한 투자기업은 Efficiency Seeker라 할 수 있으며, 현지 시장개척을 목적으로 하는 투자기업은 Market Seeker, 원자재 구매나 기술습득을 기도하는 투자기업은 Resource Seeker라 할 수 있겠다.

Market Seeker의 경우에는 대선진국(미국 및 E-C)투자를 하고 있는 전자업체들이 대표적인 예로서 이들은 기존에 수출을 통하여 공급하고 있던 현지시장에 무역규제가 강화될 것에 대비하고 현지활동에 따른 현지적응 능력을 키운다는 목적을 갖고 있다고

할 수 있다. Resource Seeker는 임산, 수산자원 및 원자재구매를 목적으로한 투자가 중심을 이루고 있으며 최근 들어 선진기술도입을 위한 투자가 간혹 눈에 띈다. Efficiency Seeker는 세가지 유형 중 가장 큰 비중을 차지하고 있으며 저임노동력에 의한 생산비 절감이나 우회수출을 목적으로 하고 있다. 이는 우리나라 제품의 국제가격경쟁력이 급격히 떨어지고 있는 현상에서 수출을 하고 있는 모든 기업들이 고려할 수 있는 중요한 전략적 대안이 될 것이다. Efficiency Seeker는 크게보아 외국에서 상품의 가격경쟁력을 높이기 위한 기업내 분업의 국제화란 차원에서 이해할 수 있겠다.

일본의 경우에도 비교열위산업의 해외투자가 '60년대 이후 지속적으로 이루어져 왔으나 한 산업내에서도 노동집약적인 공정은 해외로 이전하지만 기술집약적인 공정은 국내에 위치시킴으로서 공정간분업체제를 유지하였으며, 현지에서는 저부가가치제품, 국내에서는 고부가가치제품을 생산하는 제품별 분업체제도 지킴으로서 산업구조의 고도화와 연계 속에 질서있는 국제화가 이루어져 왔다고 하겠다. 한편 한국의 경우에는 현지국의 저임금활용을 목적으로한 단기적 목적의 해외투자가 많이 이루어진 반면 국내 및 해외생산간 보완 내지는 협력관계를 유지하는 공정간 분업이나 제품별 분업체제가 미흡한 실정이다.

해외투자기업의 전략을 Havard대학의 Porter교수의 이론대로 크게 두가지, 즉 저원가 전략(Cost Leadership Strategy)과 차별화전략(Differentiation Strategy)으로 나눌 수 있다면, 우리나라 기업이 그동안 사용했던 전략은 말할 것도 없이 저원가전략 중심이었고 실제로 이러한 전략 덕택으로 세계 주요시장을 지속적으로 개척해 나갈 수 있었던 것으로 판단된다.

그러나 문제는 최근들어 저원가전략을 지속적으로 수행하는데 차질이 생기고 있다는 점이다. 국내임금의 상승, 임대비용 상승, 자본비용 고수준 유지 등의 원인으로 국내생산품의 경우 이미 선진국제품의 가격

에 근접해가고 있는 상황이다. 해외투자를 통하여 생산 또는 판매단가를 낮춘다 해도 선진국의 다국적기업들은 이미 1970년대부터 동남아 등 저임국가에서 생산의 분업체제를 갖추고 있었기에 그들의 해외생산 제품은 한국제품보다 저렴하게 공급되고 있는 실정이다. 따라서 해외직접투자를 이용한 국제시장에서의 저가격전략도 얼마나 오래동안 버틸 수 있을런지는 의문이 아닐 수 없다. 고가품은 선진국에 비하여 품질에서 열세이며, 저가품은 동남아 및 멕시코등 후발개도국의 제품에 가격면에서 밀리고 있는 것이다.

해외진출한 한국기업에 관련한 또 다른 문제점은 현지화가 제대로 이루어지고 있지 못하다는 점이다. 한국의 해외투자는 '86년이후부터 비로소 본격화되어 아직 역사가 일천하여 현지경영에 능숙하지 못한 실정이다. 이에따라 현지인들과 원만한 관계를 유지하지 못하고 노사분규가 자주 발생한다든지, 본사로의 가격이전에 따른 불공정거래 문제의 발생, 현지마케팅 능력 부족에 따른 수익성 악화 등의 문제가 발생하고 있다.

3. 향후 국제화 전략방향

향후 우리나라 기업이 세계시장에서 국제경쟁력을 지속적으로 유지하기 위하여는 경영자의 해외직접투자에 대한 시각이 단지 생산원가 및 현지판매단가를 낮춘다는 소극적인 차원에서 벗어나 글로벌 시대에 부응하는 글로벌경쟁의 수단이라는 적극적인 차원으로의 전환이 요구된다고 하겠다.

80년대 들어 국제시장에 나타나는 중요한 현상 중의 하나는 산업의 글로벌화이다. 각국의 소득수준 향상은 각국 소비자간의 기호를 서로 유사하게 만들고 동질화를 촉진시키고 있으며, 통신기술의 발전은 전세계적으로 정보의 신속한 전파를 가능케 하여 국가별 제품수명주기의 갭이 급속하게 줄어들고 있다. 예를 들어 미국시장에 1946년 소개되었던 흑백 TV의 경우 일본시장에는 이로부터 7년

후인 1953년에 도입되었고, 한국에는 무려 20년후인 1966년에 시판되기 시작하였다. 그러나 근년에 개발된 VTR이나 레이저디스크와 같은 제품들은 국가별 도입시기의 격차가 불과 수년에 지나지 않고 있다.

이러한 글로벌 환경의 변화속에서 선진국기업들 간에는 글로벌경쟁이 점차 보편화되고 있는 상황이다. 글로벌경쟁이란 기업의 활동을 전세계적으로 엮어 경쟁우위를 확보하려는 글로벌전략을 기업간에 서로 추구하는 상황에서 나타난다. 예를들어 한국시장에서 수익성있는 사업을 갖고있는 한국의 A회사와 일본 및 미국시장에서 수익을 확보하고 있는 일본의 B회사가 있다고 하자. A회사가 신규로 미국시장에 진출하려 했을때 일본의 B회사는 기존에 확보하고 있는 미국시장점유율에 상당한 위협을 느낀다고 가정하자. 이때 B회사는 A회사로부터의 도전에 대응하기 위하여 현지 미국시장에서 대결하는 방법도 있겠지만 이보다도 A회사 경쟁능력의 원천지인 한국시장에 역으로 침투하여 전력을 흐트러 놓는 전략이 더 유효할 수 있는 것이다. 이와같이 상대방 기업의 주된 경쟁능력 원천지를 정면공격해 들어가며 상호간에 위협을 교환하고 전세계적으로 자원을 배분하며 경쟁우위의 확보를 추구하는 경쟁이 바로 글로벌 경쟁의 대표적인 형태라고 할 수 있겠다.

장기적인 차원에서 국제경쟁력을 지속시키기 위하여는 해외직접투자에 대한 향후 전략이 이상과 같은 글로벌 경쟁의 시각에서 수립되고 수해되어야 한다. 그렇다면 이러한 시각에서 어떠한 구체적인 전략이 요구될 것인가. 이하에서는 향후 국제경쟁력 제고를 위한 효율적인 해외투자의 몇가지 방안들에 대하여 살펴본다.

첫째로, 다양한 국가로 지속적인 해외생산을 추진하여야 한다. 한국의 해외투자규모는 '92년말 현재 44억불에 달하고 있으니 이는 GNP대비로 볼 때 여타국에 비교하여 대단히 낮은 수준이다.

<표 2>에서 볼 수 있듯이 '91년말 잔액기준으로 한국의 해외투자는 GNP대비 1.2%에 불과한 반면 미국은 7.9%, 일본 10.2%, 영국은 무려 24.8%에 달하고 있다. 이는 한국기업의 국제화가 아직은 초보단계에 있다는 것을 의미하며 향후 지속적인 국제화추진의 필요성을 말해주는 것이다. 해외투자의 대상국을 보더라도 몇몇국에 편중되어 있어 현지진출 기업간 과당경쟁이 발생하는 사례가 종종 있어 왔으며 향후 세계경제의 불확실화추세에 능동적으로 대처한다는 차원에서 지역다변화가 동시에 추진되어야 할 것으로 보인다.

<표 2> 주요국의 해외투자 비중

(단위: 억불, %)

	한국	미국	일본	서독	영국
'91년말 투자잔액	33	4,502	3,459	1,360	2,518
GNP에 대한 비중	1.2	7.9	10.2	8.6	24.8

자료: 한국은행

둘째로, 저임금을 목적으로 한 해외투자도 중요하지만 제품을 판매할 수 있는 현지시장을 확실하게 확보하기 위한 유통산업 등 하류산업(Downstream Industry)에 대한 적극적인 해외투자전략이 필요하다. 저임금국가에서의 해외직접생산을 통한 자원가전략은 해외시장 초기진출 단계에는 어느 정도 유효할 수 있겠지만 장기적인 차원에서 볼때 국제경쟁력을 지속시킬 수 있는 방법은 아닐지 모른다. 향후 우리에게 진정으로 필요한 전략은 소비자 가까이 간다는 마케팅적 사고로 부터 출발하여 해외시장조사, 해외유통망 확보 등에 대한 투자를 적극 고려해야 한다는 것이다.

이는 바로 일본이 1980년대에 추구하고 있던 전략이기도 하다. '60, '70년대에 저가전략으로 서구시장 진출에 성공했던 일본은 '80년대에 들어서는 세계적인 유통망을 건설하고 글로벌한 상표를 개발하는데 전력을 투구했다. 유통시장에서의 지위

를 확보하기 위하여는 제품수명주기를 가속화시키는 전략도 구사하였다. 예를 들어 오토바이의 경우 혼다사는 1년에 무려 40여 종류의 새로운 오토바이 모델을 개발해 냈으며 시계, 계산기, 기계 등도 관련 업계에서 거의 매달 새로운 모델을 개발하는 전략을 사용하였다.

세째로 방어적(Defensive)이 아닌 공격적(Offensive)인 차원에서의 해외투자전략 개발이 필요하다. 그간의 우리나라 해외투자는 무역규제 회피를 위하여 현지 조립공정을 설치하는 등의 주로 방어적인 목적을 갖는 투자가 주를 이루었다. 그러나 이러한 방어적인 전략만 계속 추구한다면 환경변화에 대한 단기적인 대응은 가능할지는 모르지만 항상 선진국기업에 대해 뒤쳐질 수 밖에 없는 구조적인 문제를 초래하게 된다. 따라서 장기적차원에서 국제경쟁력을 확보하기 위하여는 공격적인 전략개발을 병행해 나가야겠다. 물론 이를 위하여는 먼저 우리기업이 가질 수 있는 경쟁우위가 무엇인지를 명확히 찾아볼 필요가 있다.

선진다국적기업이 상대적으로 경제발전 수준이 낮은 개발도상국에 진출하여 독점적이익을 누리듯이 선발개도국으로서 우리나라도 후발개도국에 진출 현지시장을 침투하는 공격적인 차원에서의 전략을 적극 모색해야 할 것이다. 이미 선진 다국적기업이 현지에 진출하여 그들의 제품을 팔고 있으니 우리나라 기업이 어떻게 성공할 수 있겠는가 하고 의문을 제시할 수 있겠으나, 하버드 대학의 Wells 교수의 이론에서 보듯이 선발개도국의 기업이 후발개도국에서 선진 다국적기업을 능가할 수 있는 독점적 우위를 가질 수도 있다는 점을 간과해서는 안 되겠다.

Havard 대학의 Wells교수의 주장에 따르면 선발개도국 기업이 현지에 진출한 선진 다국적기업에 비하여 가질 수 있는 경쟁우위는 첫째로 소규모 생산에 적합한 기술이다. 선발개도국 기업의 경우 최초의 기술은 선진국에서 도입했다 하더라도 소규모

시장을 가진 개도국환경에 적합하게 변형 토착화된 기술을 갖게되어 소비자들의 소득수준이 유사한 후발개도국에서 선진다국적기업에 비하여 오히려 강점을 지닐 수 있다는 점이다. 둘째로 생산공정상의 신축성을 예로 들 수 있겠다. 선진다국적기업은 표준화된 생산공정을 주로 사용하는데 반하여 선발개도국 기업은 동일한 기계에 간단한 설비를 부가하여 현지소비자의 요구에 즉각 대응할 수 있는 신축적 생산설비의 운용이 가능할 수 있다는 점이다. 이상과 같은 선발개도국으로서 우리나라가 가질 수 있는 독점적우위요소를 지속적으로 개발해 내어 이를 적극 해외에서 활용할 수 있는 기회를 찾아야 할 것이다.

네째로, 내국기업간 또는 외국기업과의 전략적 제휴(Strategic Alliance)를 적극 모색해 본다. 글로벌시장에서의 경쟁환경이 과거의 대립적경쟁으로부터 '80년대에 들어서 협조적 경쟁으로 변화하는 과정에서 우리나라 기업도 외국기업과의 전략적제휴를 적극 탐색하여 경쟁우위를 확보할 수 있는 방안을 강구해 보아야겠다. 최근들어 반도체분야에서 일본의 독주를 막기 위하여 한미간에 협력을 강화하는 양상이 하나의 예가 될 수 있다. 이는 반도체 주요 수요국인 일본시장을 진출하고 동시에 제3국에도 공동 진출하려는 의도로 이해될 수 있겠다. 반도체산업 뿐만 아니라 여타 산업에서도 이러한 국제협력방안이 다양하게 모색되어야 할 것이다.

이러한 전략적제휴는 국내외기업간 만이 아니라 국내기업 간에도 이루어질 수 있다. 일본기업들의 경우 해외진출시 국내기업간 공동전선을 구축하는 사례가 흔히 있다. 예를 들어 종합상사와 중소기업, 대기업과 중소기업, 또는 중소기업간 공동으로 해외활동을 추진하여 상호 보완성에 입각한 시너지 효과를 제고시키려는 전략이다. 이러한 제휴의 필요성은 EC를 포함한 선진국의 무역장벽강화 추세와 관련하여 두드러진다. 선진국투자의 경우 현지 부품조달비율 의무규정 강화에 따라 반제품 수출을

통한 현지조립생산의 경쟁력이 계속 약화되고 있는 추세이다. 따라서 국내기업간 공동진출을 통한 부품 또는 중간재의 연계생산체제를 유도하여 선진국에서 현지화를 지속하는 전략이 요구된다.

다섯째로, 해외기업 인수합병전략(M & A strategy)을 적극 활용한다. 해외투자방법을 신규공장 설립과 기존기업인수합병의 두가지로 대별해 볼 때 지금까지는 주로 신규공장 설립방법을 채택해 왔다. 이는 신규공장을 설립하는 전략이 갖는 장점이 있어 택했다고 볼 수 있겠으나 한편으로는 인수합병 대상 기업에 대한 정보부족으로 인한 것일 수도 있었다. 그러나 80년대에는 세계적으로 기업인수합병 붐이 일어나면서 금융기관들의 기업인수합병 중계체제가 확립되어 대상기업에 대한 정보획득이 상당히 용이하게 되어 기업인수합병이 중요한 전략적 대안으로서 등장하게 되었다.

현지기업인수는 신규공장건설에 비하여 다수의 장점을 갖고 있다. 우선 기존기업을 인수함으로써 기존 판매조직, 설비등을 이용하여 신속하게 현지 시장을 진출할 수 있다는 이점이 있으며 피인수기업이 갖고 있던 선진기술 및 현지판매망을 손쉽게 확보할 수 있다는 점일 것이다. 특히 우리나라 중소기업의 경우 일본의 하청공장으로 만족하지 말고 일본기업을 인수하여 역으로 과감하게 일본시장을 침투하는 전략을 고려해 봄이 어떨런지 생각해 볼 여지가 있다 하겠다. 이상에 언급한 장점 외에도 기업다각화전략의 일환으로 이용할 수 있다는 장점도 지적할 수 있겠다.

여섯째로, 연구개발을 위한 해외거점의 확보전략(Overseas R & D Locating)이 필요하다. 이는 몇가지 목적에서 이용될 수 있는데 우선 선진기술 확보가 첫째이다. 그간의 Resource Seeker로서의 기능은 주로 해외에서 원자재를 구매하는 것이었던 반면 향후에는 국제경쟁력의 주요 원천인 선진기술을 확보하기 위한 목적의 해외투자가 적극 확대되어야 할 것으로 판단된다. 또한 첨단기술분야는 기

술개발에 대규모의 투자가 필요하게 되고 어느 한 기업만으로 모든 분야를 커버하기 힘들다. 따라서 현지에서 공동으로 연구할 수 있는 거점을 마련하는 것도 대단히 중요하다. 또 다른 측면에서는 현지 경쟁력 강화를 위한 현지 소비자 수요에 맞는 제품을 개발하기 위하여도 필요하다고 본다.

일곱째, 현지에 이미 진출한 기업의 경우는 현지화(Localization) 또는 내부자화(Insiderization) 전략을 통해 현지사회와의 마찰 방지에 주력해야겠다. 해외투자를 성공적으로 운영하기 위하여는 해외투자를 수출의 연장으로 보는 시각을 탈피해야 한다. 해외투자는 수출과는 달리 현지국 경제사회에 미치는 영향이 직접적으로 나타나기 때문에 투자국의 일방적인 이익보다는 투자기업과 현지국간 상호공존의 논리에 입각한다는 시각을 가져야 한다. 즉 고용창출, 국제수지 개선, 기술이전 등의 현지국 경제사회적 요구에 적극 대처하지 않는다면 장기적 존립은 위태로와 진다. 현지국에서 기업이미지를 높이기 위해서는 지역사회에 봉사하는 기업시민으로서의 역할을 수행하는 전략을 갖추어야 하는 것이다. 당초 일본이 개도국에 진출할 때는 소위 고지마(Kojima)이론이 이러한 논리를 뒷받침할 수 있었다고 보여진다. 즉 투자국에서는 비교열위이지만 피투자국에서는 비교우위를 가진 부문에서 해외투자가 이루어지며 이러한 투자는 양국가에 공히 후생증대의 효과를 가져온다는 것이 고지마논리의 핵심이다. 특히 최근들어 후진국이나 사회주의 국가들에 진출하는 경우 현지국 정부의 목적과 진출기업의 목적간의 괴리가 생길 가능성이 높으며 현지국가와의 마찰을 방지하는데 주력할 필요가 있다는 점은 너무도 자명한 사실이다.

현지화 또는 내부자화(Insiderization)전략의 또 다른 측면은 현지에 적합한 경영방식을 채택 운용하여야 한다는 점이다. 현지법인에 근무하는 현지인 관리자들의 경우 주요정책 결정과정에 그들을 배제시킬 경우 소외감을 느낄 것이며 한국인들은

배타적이라고 간주되어 충성심을 확보하기에 어려움을 겪을 것이다. 일본의 경우 19890년대에 해외투자와 관련하여 이러한 문제가 심각하게 거론된 적이 있다. 서구기업들은 표준화된 직무권한 중심의 관리체제를 채택하고 있는 반면 일본기업들은 본사 파견 직원을 중심으로한 인적관리체도를 채택하여 현지인 간부로부터 종종 불평이 발생했던 것이다.

여덟째, 미시적인 정치적위험에 항시 대비하는 태세를 갖춘다. 정치적위험이란 현지국에서 영업을 할때 현지국의 정치 사회적 변수, 정부정책의 변동으로 기업의 손익에 구체적으로 영향을 주는 위험이다. 이러한 위험에는 거시적위험과 미시적위험이 있는데 거시적위험이란 외국인기업 전체에 영향을 미치는 현지국환경의 변화를 말하며, 미시적위험이란 산업별로 차별적인 환경변화를 의미하는 것으로 중동지역의 석유사업과 같이 현지국의 경제에 민감한 산업의 경우 여타 산업에 비하여 불리한 대우를 받을 가능성이 커진다.

4. 정부에 대한 요구사항

이상에서 살펴본 바와 같이 우리나라 기업들은 글로벌시각을 갖는 다양한 투자전략을 적극적으로 개발해 나가는 것이 장기적인 국제경쟁력을 확보하는데 긴요하다고 보여진다. 그러나 다른 한편으로는 정부에서도 한국기업의 국제경쟁력 강화를 지원한다는 차원에서 적극적인 노력을 아끼서는 안되겠다. 몇가지를 예로 들어 보면 다음과 같다.

첫째로, 해외투자에 대한 정보를 체계적으로 수집 공개 지원하는 일이다. 물론 그동안 한국은행, 수출입은행, 중소기업당 등이 해외투자상담센터를 설치하고 투자정보의 제공 및 알선업무를 해온 것이 사실이다. 그러나 해외투자를 원하는 기업이 요구하는 정보의 수요를 충족시키기에는 부족한 실정이며 보다 구체적이고 실질적인 내용을 담은 정보가

폭넓게 보급되어야 하는 것이다. 예를 들어 어느 기업이 해외투자사업에 실패한 경우 왜 실패했는가에 대하여 수치스러운 일로 숨겨두고 있을 것이 아니라 과감히 공개하여 후발기업이 더이상 시행착오를 겪지않게 하는 일도 매우 중요한 것이다.

둘째로, 국제경영인을 양성하는 교육프로그램을 개발하는 일이다. 일전에 상공부에서 통상마찰을 완화하기 위한 차원에서 해외로비스트를 양성하기 위한 교육프로그램을 만든다는 기사를 본 적이 있다. 이와 마찬가지로 기업의 해외경영을 성공적으로 운영하기 위하여는 그들이 필요로하는 국제경영 전문가를 양성할 수 있는 정부차원에서의 적극적인 지원방안이 검토되어야 할 것이다. 이와 관련하여 현지경영자를 해외에 파견하기 전에 사전교육을 통해 현지사회를 이해할 수 있는 기회를 정부차원에서 마련해 주어야겠다. 대기업의 경우는 최근 자체 연수교육체제를 점진적으로 갖추고 있는 추세이지만 중소 내지는 중견업체들의 경우는 단지 몇명을 대상으로 자체 연수 Program을 개발하기가 매우 어려운 실정이다. 정부차원에서 체계적인 파견경영자에 대한 사전교육을 실시함으로써 해외진출기업이 현지화에 성공할 수 있도록 뒷받침하는 것이 절실히 요구된다 하겠다.

세째로, 해외투자 관련 정부의 규제를 완화하고 허가절차를 간소화하여 적시에 투자가 이루어질 수 있게끔 환경을 조성해야겠다. 예를 들어 외국기업에 대한 인수합병의 경우 계약이전 단계가 비밀에 붙여져야하는 경우가 많은데 사전보고 내지는 승인절차가 까다롭다면 기업이 활동하는데 커다란 제약이 될 것이다. 물론 사후적으로는 보고 및 통계수집 체계를 완비하여 간접적으로 통제하는 제도가 뒷받침될 필요는 있을 수 있다.

네째로, 해외시장에서 선진기업과 경쟁하는데 있어 세계상 동일한 대우를 해준다는 차원에서 세계상의 지원제도가 마련되어야 겠다. 해외투자 관련 현행 세계상의 지원방안에는 조감법상 해외투자손

실준비금 등은 포함되어 있으나, 현지법인 소득에 대한 간접세액공제제도는 일부 조세조약에는 언급되어 있긴하나 국내법상 허용되고 있지 않아 기업들이 혜택을 받고있지 못한다. 이는 해외현지법인에 대한 경제적이중과세를 초래시켜 해외시장에서의 경쟁에 불리한 요소로 작용하고 있는 실정이다. 시급히 검토가 요구되는 분야 중의 하나로 생각된다.

5. 결 어

지난해 우리나라의 무역수지가 소폭 흑자로 돌아서기는 했지만, 해외시장에서는 우리의 상품이 일본상품과 후발개도국상품의 중간에 끼여 시장이 축소되어 가는 위기에 놓여 있다. 국내시장에서도 유통시장이 대외개방되어 외국상품과 격렬하게 부딪

히는 상황에 있다. 일시적인 현상이 아니라 구조적인 문제가 서서히 드러나고 있다는 목소리가 높다. 국내제조업의 성장기반이 위협받고 있다는 우려까지 나올 정도이다. 그렇다면 과연 현 상황으로부터 탈출할 수 있는 방안은 무엇인가. 그것이 세간에서 얘기되는 바와 같이 지속적인 기술개발이 될 수도 있고 생산성제고가 될 수 있을런지 모른다. 그러나 이러한 방안을 마련하는데 있어서 인식의 바탕은 근본적으로 첫째는 경제의 성장은 기업의 발전이 근간이 되어야 한다는 점과 둘째는 현정부에서도 강조하듯이 기업성장의 발판으로서 해외투자를 포함한 “국제화전략”에 대한 전향적인 검토가 이루어져야 한다는 점이 되어야 하지 않을까 생각해 본다.

한사람이 10원 낭비, 4천만이 4억 낭비