

글로벌 시대의 한국전자산업의 국제화 방향

전 용 욱 중앙대 무역학과 교수
윤 동 진 일은투자 자문위원

1. 한국전자산업의 국제화 목표와 방향

1) 국제화 목표

한국 전자산업의 장기적인 목표는 고도화된 사업구조를 바탕으로 범 세계적인 경쟁체제를 갖추는 것이다.

사업구조의 고도화는 산업전자 및 첨단 전자제품의 생산 및 수출 비중을 제고시켜 나가는 한편 중저급품은 해외 이전함으로써 기술 및 지식집약적인 제품위주로 사업구조를 개편하는 것이다. 범 세계적인 경쟁체제는 경영자원을 전세계적으로 배치 및 연계하고 현지적응력을 제고함으로써 전자산업의 글로벌 경쟁우위를 향상시키는 것이다.

이러한 장기적인 목표를 달성하기 위해 기업의 국제화를 적극적으로 추진하여야 할 것이다. 즉, 해외 직접투자와 전략적 제휴 등과 같은 국제화 수단을 통해 사업구조 개편

편집자주 : 본고는 본회가 지난 4월 29일 반도아카데미에서 개최한 전자산업 해외투자 전략 포럼에서 발표한 내용 중 주요 부분을 발췌한 것이며 6월호에 연재됨을 참고하시기 바랍니다.

과 경쟁우위 제고를 도모해 나아가야 할 것이다.

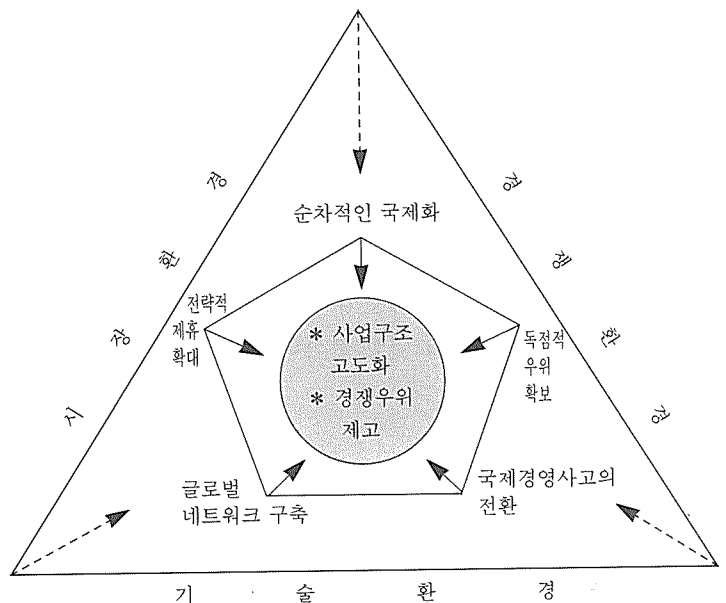
2) 국제화, 사업구조, 경쟁우위의 관계

국제화와 사업구조 고도화의 관계에서 기업은 국제화를 통해 각 지역 특성에 맞게 사업을 배치하고 또한 전세계의 경영자원을 활용함으로써 최적의 사업구조를 구축할 수 있다. 예를 들면 한국 내에서 비교우위를 상실하는 제품과 공정을

해외 직접투자나 라이선싱을 통해 개도국으로 이전하는 한편 첨단사업으로 진출하기 위해 필요한 기술과 지식은 대선진국 연구개발투자와 전략적 제휴를 통해 획득함으로써 사업구조를 고도화해 나갈 수 있는 것이다.

국제화와 경쟁우위의 관계에서 국제화는 경쟁우위를 활용하기 위한 수단 뿐만 아니라 기존의 경쟁우위를 보완·유지하거나 제고하는 수단이라고 할 수 있다. 경쟁우

〈그림 1〉 국제화와 사업구조·경쟁우위의 관계





위를 바탕으로 국제화를 도모하지만 국제화를 통해서 경쟁우위를 제고 또는 유지할 수 있는 쌍방향의 관계를 가지고 있다. 따라서 경쟁우위를 바탕으로 국제화를 전개하는 기존의 사고방식에서 벗어나 경쟁우위를 유지하거나 제고시키는 수단으로서 국제화를 활용하여야 할 것이다.

3) 국제화 방향

조립무역구조 하에서 갖게 된 구조적 문제점들을 해소하고 국내의 환경변화에 적응하기 위해 한국 전자산업은 국제화를 통한 사업구조 조정과 경쟁우위 향상에 목표를 두고 국제화에 따르는 위험과 불확실성에 대처하여야 할 것이다.

이들 국제화 방안은 크게 순차적인 국제화 추진, 기업특유의 독점적 우위 확보, 기업간 전략적 제휴 확대, 글로벌 네트워크 체제 구축, 국제경영사과의 전환 등으로 나누어 살펴볼 수 있다.

가. 순차적인 국제화 추진

해외시장에 대한 지식부족과 불

확실성을 회피하려는 의도 때문에 일반적으로 기업들은 일정한 단계를 거쳐 점진적으로 국제화를 도모하게 된다.

왜냐하면 해외진출에 따르는 위험을 감소시키기 위해서는 주관적이고도 직접적인 시장지식과 경험이 필요한데 이들을 획득하기 위해서는 시간이 많이 소요되기 때문이다. 특히 국제화 단계가 수출에서 해외직접투자로 고도화되면서 기업의 위험과 불확실성이 급증하기 때문이다.

이와 같이 기업의 국제화는 하루아침에 이루어지는 것이 아니고 해외시장 활동을 통해 경험지식을 점진적으로 축적하면서 이루어지기 때문에 한국 전자업체들은 아래와 같이 순차적으로 국제화를 추구하면서 해외진출에 따르는 위험과 불확실성에 대처하여야 할 것이다.

(가) 사전타당성 조사를 철저히 한다.

해외에 공장을 짓고 운영한다는 것은 국내보다 투자수익률이 높은 반면 그만큼 위험이 크다는 것을

의미한다. 특히 정치적 위험과 사업 위험이 높기 때문에 이에 대한 철저한 사전조사의 분석 그리고 객관적인 평가가 이루어져야 한다.

해외투자 실패 원인 중에서 가장 많이 거론되고 있는 것 중의 하나가 '사전 타당성조사가 불충분했다'는 것으로서 급박한 상황 속에서도 충분한 시간과 비용을 들여 필요한 정보와 자료를 수집하고 이를 객관적으로 분석 및 평가하는 것이 필요하다.

최고경영자의 현지출장과 조사 그리고 현지투자자에 대한 낙관적인 태도만을 바탕으로 담당자들이 성급하게 현지생산을 도모하게 되면 바람직한 투자성과를 얻기가 어렵다고 할 수 있다.

(나) 소규모로 시작해서 크게 키운다.

해외생산에 따르는 각종 불확실성과 위험을 회피하고 감소시키기 위해 우선 해외 직접투자를 소규모로 시작해서 경험지식을 점차적으로 축적해나가는 것이 필요하다. 특히 경영자원이 부족하고 현지생

산 경험이 없는 중소기업의 경우에는 초기의 대규모 투자보다는 소규모 투자부터 시작해서 현지생산 경험을 축적하면서 현지투자 규모를 키워나가는 것이 바람직할 것이다.

사전 타당성 조사가 아무리 주도면밀하다고 해도 실제로 조업을 해보면 예기치 못한 문제점으로 위험에 봉착하는 경우가 많으므로 초기 투자는 가능한 한 최소한으로 억제하는 것이 해외 직접투자의 성공률을 제고시킬 수 있다.

초기투자가 어느 정도 정상화되고 현지경영이 본 체도에 진입하게 되면 단계적으로 공장을 증설해 나가는 것이 바람직하며 이를 위해서는 토지만은 크게 확보해놓고 사전 타당성조사 당시부터 제1차 증설, 제2차 증설 등과 같은 단계적인 장기계획을 수립하는 것이 필요하다.

즉, 웅대한 꿈을 품고 작게 시작하라는 것이다.

(다) 시퀀스전략의 구사

단계적이고 순차적으로 진출함으로써 위험과 불확실성을 회피해야 한다. 즉, 현지생산에 앞서 현지 마케팅 능력을 우선적으로 증진시켜서 현지판매 경험을 축적하는 한편 선진국생산 보다는 개도국생산을 우선적으로 도모하여야 할 것이다.

생산입지를 단계적으로 이전한다. 예를 들면 아세안과 중국 → 베트남 → 미얀마 등의 순서로 장기적인 계획에 따라 순차적으로 생산입지를 이전하면서 경쟁우위를 보완 및 유지시킨다. 이때 선점차원에서 진출을 계획하는 것이 필요하다.

현지생산에 필요한 기술상의 우위를 장기적으로 유지하기 위해 저

급기술과 공정 부터 순차적으로 이전하면서 현지공장과 한국공장사이의 제품간 및 공정간 국제분업을 추구한다.

목표시장과 지역을 단계적으로 확대해 나간다. 즉, 저가품 → 중가품 → 고가품 시장세그먼트, 주변 지역 → 핵심지역으로 확대할 계획하에 현지 마케팅 능력을 제고시켜 나가야 할 것이다.

나. 기업특유의 독점적 우위 확보

기업의 국제화는 기본적으로 외국에서 기업활동을 하는 것이므로 현지국 기업에 비해 불리한 입장에 있다.

해외투자 기업은 소위 '외국비용'을 부담해야 하기 때문에 이를 상쇄할 수 있는 '기업특유의 독점적 우위'를 확보하지 않으면 현지 기업과의 경쟁에서 승산이 없다고 할 수 있다.

즉, 현지의 정치, 경제, 사회문화적인 환경에 익숙하지 못해 발생하는 추가비용의 부담을 안고 성공적으로 현지생산과 판매를 영위하기 위해서는 현지기업이 갖지 못한 독점적 기술, 마케팅 능력, 유명상표의 보유 등과 같은 국제적으로 이 전가능한 경쟁우위를 확보해야 한다.

한국 전자업체가 해외투자시 보유하고 있는 경쟁우위는 일반적으로 독점적 기술능력과 브랜드 이미지에 바탕을 둔 제품차별화 능력 보다는 현지사정에 적합한 생산·마케팅 기술, 부품 및 반제품 공급 능력, 저렴한 관리비용과 관리자의 열의 등으로서 그 우위정도가 낮고 한시적인 성격이 크다.

즉, 대부분 기업특유의 경쟁우위

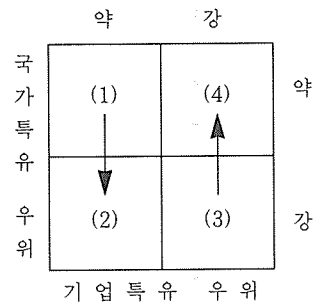
가 부족한 상태에서 수입규제나 임금상승으로 성급하게 진출하는 경우가 많기 때문에 기업특유의 경쟁우위가 부족하다.

따라서 현지법인이 장기적인 생명력을 보유하기 위해서는 하루빨리 기업특유의 독점적 우위를 확보하지 않으면 안된다.

모기업의 경영자원이 풍부할수록 그리고 모기업이 설립초기부터 현지법인에게 경영자원을 지속적으로 이전할수록 현지법인의 생명력은 제고된다.

국제화가 고도화될수록 국가특유의 비교우위보다는 기업특유의 경쟁우위가 중요해진다.

〈그림 2〉 국제화에 따른 경쟁우위의 변화과정



(가) 기술획득형 해외투자의 확대

국제화란 전세계의 경영자원을 활용할 수 있는 가능성이 제고되는 것을 의미하기 때문에 연구개발능력이 뛰어난 선진제국에 R&D 센터와 디자인 센터를 설립하여 원천 기술을 개발 도입하거나 현지니즈에 맞는 제품을 현지개발하는 것이 필요하다.

예를 들면 선진국에서 R&D와 디자인 센터를 신설하는 경우가 이

〈표 1〉 한국 주요 전자업체의 해외연구소 현황

(단위: 억원, 명)

기업	연구소명	연구영역	인력	R&D비
금성사	美 새너제이기술센터	멀티미디어	6	9
	日 도쿄연구소	전자제품 전반·설계	32	35
	獨 보름스기술센터	전자제품 전반·설계	4	1
	美 시카고연구소	HDTV·디지털·TV	17	15
	아일랜드 더블린디자인센터	디자인·설계	5	6
삼성전자	日 도쿄연구분소	전자제품전반·기술정보	5	9
	日 오사카연구분소	차세대 캠코더·TV	10	12
	美 뉴저지연구분소	차세대 전자제품·정보	19	20
	獨 프랑크푸르트연구분소	유럽형 제품·디자인	—	7
	美 새너제이연구법인	반도체	50	—
	美 샌더클래라연구법인	정보통신	5	—
	美 보스턴연구법인	컴퓨터	30	—
대우	美 샌더클래라연구법인	컴퓨터	15	21
	日 도쿄연구소	전자제품전반·디자인	6	—
현대	美 보스턴소프트웨어연구소	컴퓨터 S/W	4	—
	日 도쿄하이테크연구소	전자하이테크기술	5	—
	美 HEA하드웨어연구소	PC·반도체	53	—

자료: 「전자신문」, 1992. 10. 19

에 해당한다.

특히 기술보호주의와 불력이 강화되고 있기 때문에 자체적인 기술 개발 능력을 확보하지 않으면 특허권 침해소송으로 커다란 피해를 입을 수 있고, 세계적인 표준화 그룹에 동참하지 못하면 처음부터 배제될 가능성이 크기 때문에 특허권을 보유한 첨단 중소기업의 인수나 기술표준경쟁에 적극 참여해야 할 것이다.

(나) 해외마케팅 능력의 제고

기업 인지도와 브랜드 이미지를 제고시키기 위해 해외광고를 적극적으로 추진해야 한다. 즉, 전략적인 차원에서 비용이 아닌 '투자'의 개념하에 획기적으로 광고비를 제고시키는 한편 현지 사회활동에 능동적으로 참여하고 국가홍보 또는 기업홍보 활동을 전개하여야 할 것

이다.

이와 더불어 자가 브랜드를 정책적으로 지원하는 한편 유명 브랜드를 인수하거나 신규 브랜드를 창출하여 중저가품의 이미지를 벗어나야 할 것이다.

특히 범세계적인 경쟁과 후발개도국의 추격으로 인해 세계전자산업은 1류 기업군과 3류 기업군으로 양극화되고 있기 때문에 브랜드 이미지가 미약한 기업들은 3류 기업으로 전략할 가능성이 크다.

(다) 부품 중소기업의 적극적인 육성

신제품의 경우 국산화율이 낮아 가격경쟁력이 약화되고 있으며, 현지생산의 경우에는 로칼 콘텐츠를 낮아 어려움을 겪고 있기 때문에 핵심부품 중소기업의 육성과 동반진출은 필수적이다.

이를 위해 조립대기업들이 자체 개발능력을 바탕으로 부품규격을 통일화하고 공동구매하는 방안을 강구하는 한편 국제화 경험과 지식을 이전하여 중소기업의 국제화를 전면 지원하여야 할 것이다.

다. 기업간 전략적 제휴의 확대

전략적 제휴는 2개 이상의 기업이 보완적 자산을 바탕으로 각자의 독립성을 유지하면서 한정된 분야에서만 상호협력하는 것으로서 공동기술개발, 크로스 라이선싱, 공동생산, 기술표준화 등의 형태가 있다.

특히 범세계적인 경쟁과 기술혁신의 가속화로 인해 고정비가 엄청나게 증대되고 있기 때문에 기업간 전략적 제휴는 최근 급증하고 있다.

한국 전자업체는 과점적 경쟁구조로 인해 국내기업간 제휴가 별로 없었으며, 해외 기업과도 라이선싱이나 OEM과 같이 일방적이고 종속적인 제휴관계를 유지해 왔다. 그러나 독자적인 능력만으로는 경쟁우위의 제고 및 유지가 불가능하기 때문에 최근들어 국내외 기업간 제휴가 증대되고 있으며 향후 전략적 제휴를 증대시켜 나가야 할 것이다.

이와 같이 경쟁하면서 협력하는 새로운 경쟁방식이 보편화되고 있기 때문에 한국 전자업체들은 기업간 제휴를 새로운 경쟁의 도구로 삼아 아래와 같이 사업구조 개편과 경쟁우위 제고에 활용하여야 할 것이다.

- (가) 보완적 자산을 바탕으로 경쟁우위의 향상을 도모
- 국내기업간 중복투자과 치열한

〈표 2〉 한국전자업체간 제휴현황

제휴형태	구체적인 예
특허공유	금성사-삼성전관의 TV 관련 상호공유
공동개발	금성사-해태전자의 영상반주시스템 금성산전 기아기공의 국산로봇 오리온전기-대한중석 CRT용 합금소재
공동생산 및 각자판매	금성사-삼성전자-대우의 대형가전제품
부품의 상호구매	현대전자-아남전자
해외진출업체간 협력	삼성전자-삼성전기의 동반진출 가전3사 일본에 공동 A/S센터 설립추진
공동개발하여 OEM구매	대형 전자업체와 신홍정밀이 CDP테크메카니즘을 공동개발하고 신홍정밀이 생산공급
정부와 기업 합동연구	TDX교환기, HDTV용 CRT, 4MDRAM등의 공동개발

자료 : 무역협회

경쟁의식으로 협력관행이 정착되지 못해 국내 기업간 전략적 제휴는 아직 초보단계에 불과하다.

그러나 국제경쟁력을 제고시키기 위해서는 국내기업간에 다양한 방식의 제휴를 통해 고정비를 분산하는 것이 절대적으로 필요하다.

해외기업과 크로스 라이선싱이나 OEM 제휴를 통해 특허분쟁을 방지하고 무역마찰을 억제함으로써 경쟁력 상실을 사전에 방지하여야 할 것이다.

(나) 동반진출과 공동진출을 통한 경쟁우위 보완

해외진출에 따르는 어려움과 위험에 대처하기 위해 그룹 계열사간 공동진출(예 : 삼성전자-삼성전관-삼성전기-삼성건설 등이 공동으로 동남아 진출), 조립대기업과 부품중소기업의 동반진출(예 : 동남아지역에 전자렌지 완제품업체와 부품기업의 동반진출), 중소기업간 공동진출(예 : 해외공단에 공동진출 및 협의회 결성) 등의 방안이 있다.

이를 통해 조립대기업은 부품을

안정적으로 현지에서 조달받아 로칼 콘텐츠 규정을 충족하는 한편 부품중소기업은 안정적인 수요처를 유지함으로써 부족한 경쟁우위를 상호보완하게 되는 효과를 얻게 된다.

한편 전세계적인 정보망과 판매망을 가진 종합상사와 공동으로 진출하여 해외 투자에 따르는 위험을 줄이는 한편 현지생산을 통해 경쟁력을 상실한 제품의 경쟁우위를 유지 및 보완할 수 있다.

해외기업과 공동으로 진출하여 무역마찰을 사전에 방지하고 단기간 내에 시장을 확보한다.(예 : 삼성전자와 TI간의 포르투갈 반도체 조립공장 합작)

(다) 제휴를 통한 사업구조 고도화

조립대기업은 경쟁력을 상실하고 있는 제품사업을 협력 중소기업에게 이양하고 각종 기술과 노하우 및 자금을 지원한 다음 OEM 방식으로 조달받음으로써 사업구조를 보다 고도화시킬 수 있다.

공동으로 신제품을 개발하고 사

업화함으로써 개발위험과 막대한 연구개발비를 줄이고 이로써 사업구조를 고도화한다(예 : TDX 교환기 공동개발, HDTV용 브라운관 공동개발, 4M DRAM 공동개발 등).

해외기업과 협업을 통하여 국내에서 경쟁력을 상실하는 제품을 이전하고 OEM으로 조달받는 한편 국내는 보다 고부가가치 제품이나 신제품에 특화함으로써 사업구조를 개편하고 반제품이나 부품을 수출하는 방식이 있다(예 : 칼라TV의 경우 국내는 대형에 특화하고 소형은 현지 합작기업에게 이관).

한편 국제적인 산업구조 개편과정에서 한국 부품중소기업들은 선진국 특히 일본 기업과의 합작이나 기술 및 판매제휴를 통해 사업구조를 고도화할 수 있다.

일본 기업들은 내수불황과 엔고로 인해 그동안 일본 내에서 생산해왔던 중고가품의 해외이전을 도모하고 있고 이들 제품의 가능한 생산입지가 한국이기 때문에 부품기업들은 이런 기회를 통해 일본 부품기업과의 전략적 제휴를 적극적으로 추진하여야 할 것이다(예 : 「한일산업기술재단」의 공동사업을 통한 부품공동생산 추진).

라. 해외거점간 유기적 연계 체제 구축

다국적기업의 경쟁우위는 기본적으로 전세계에 산재한 해외 법인의 통합과 조정에 있다. 즉 복수의 현지법인의 운영을 상호보완적이고 유기적인 연관 속에서 수행해 나갈 때 경쟁기업보다 저렴하고 차별화된 제품을 보다 신속하게 생산 및 판매할 수 있게 된다.

따라서 글로벌 경쟁기업들은 전

세계적인 차원에서 기업내 및 기업간 네트워크를 도모함으로써 규모의 경제, 범위의 경제, 경험과 지식의 공유, 비교우위의 활용 등을 추구하면서 국제분업을 통해 사업구조를 고도화하고 있다.

글로벌 네트워크의 구체적인 형태는 기업내부의 통합과 조정을 바탕으로 한 기업내에 국제 분업형태와 전략적 제휴를 바탕으로 한 기업간 국제 분업형태가 있다. 현재는 범세계적인 경쟁으로 인해 기업간 네트워크가 보다 중요해지고 있다.

한국 전자업체는 국제화가 아직 초보단계에 있기 때문에 해외 거점간의 유기적인 연계체제가 미비한 상태이다.

그러나 향후 범세계적인 경쟁하에서 살아남는 기업과 패퇴하는 기업간의 차이는 글로벌 차원의 네트워크 우위가 다른 기업보다 얼마만큼 강한가에 달려 있다고 해도 과언이 아닐 정도로 해외 거점간의 유기적인 연계체제는 중요하다. 이는 유기적인 결합에 의한 시너지 효과가 높기 때문이다.

(가) 장기적인 국제화 비전과 전략 하에서 해외거점 확보

글로벌 네트워크 체제를 구축하기 위해서는 장기적인 국제화 비전과 전략 하에서 글로벌 경쟁을 염두에 두고 전략거점을 확보해 나가야 할 것이다. 특히 범세계경쟁에서 중요한 트리아드(북미, EC, 일본)내에서의 거점 확보는 중요하다.

주요 지역별로는 거점을 확보한 다음 시너지 효과를 극대화하고 경쟁우위를 제고시키기 위해 개발거점, 생산거점, 판매거점, 구매거점

등을 상호 유기적으로 연계하거나 각 거점을 기능별로 연계한다.

글로벌 네트워크가 효과적으로 이루어지기 위해서는 세계적인 경영이념, 글로벌 정보시스템, 글로벌 평가시스템 등을 구비하여야 한다.

(나) 기업내 제품간·공정간 국제분업을 통한 배치와 조정
각 거점별로 진출목적에 맞게 세분화된 역할을 분담하고 이들을 연계하여 기업 내부적으로 제품간 공정간 분업체제를 구축한다.

예를 들면 한국에서는 고부가가치 제품과 기술집약적인 공정을 담당하고 아시아에서는 저가품과 노동집약적인 공정을 담당하는 방식으로 업무를 분담하고 이들을 연계함으로써 경쟁우위를 제고시키고 사업구조를 고도화한다.

범 세계적인 연계체제가 어려운 경우에는 우선 지역총괄본부를 세워 지역별로 네트워크하거나 연구개발이나 구매업무처럼 특정기능을 단위로 연계체제를 구축하는 방안도 있다.

(다) 외부기업과의 관계를 통한 경쟁우위 제고

정보통신기술의 발달로 인해 핵심활동만 자사 내에서 수행하고 기타 활동은 제휴를 통해 외부화함으로써 위험을 경감하고 범 세계적인 경쟁우위를 제고시킬 수 있다.

예를 들면 컴퓨터 산업의 일부기업들은 기업의 규모나 능력에 적합한 제품기획과 부품조달, 해외 마케팅만을 담당하고 나머지 부품생산과 완제품 조립 등은 현지에 있는 외부기업에게 기술을 주면서 OEM 소싱 함으로써 보다 신속하고 저렴하게 시장에 공급 판매하는

체제를 구축하고 있다.

이때 중요한 것은 어떤 제품과 공정, 기능을 언제 어떻게 외부기업에게 이전하느냐 또는 외부기업과 제휴하느냐와 관련된 문제라고 할 수 있다.

라. 국제경영사과의 전환

한국 전자업체는 무역규제와 고임금으로 인해 생존차원에서 국제화를 추진하고 있기 때문에 아직은 행동이 마음보다 앞서고 있으나 사고가 바뀌지 않으면 행동이 제대로 변하지 않기 때문에 국내기업에서 범세계적 기업으로 변신하기 위해서는 우선 아래와 같이 경영사고 방식부터 바꾸지 않으면 안된다.

(가) 기업문화의 변경

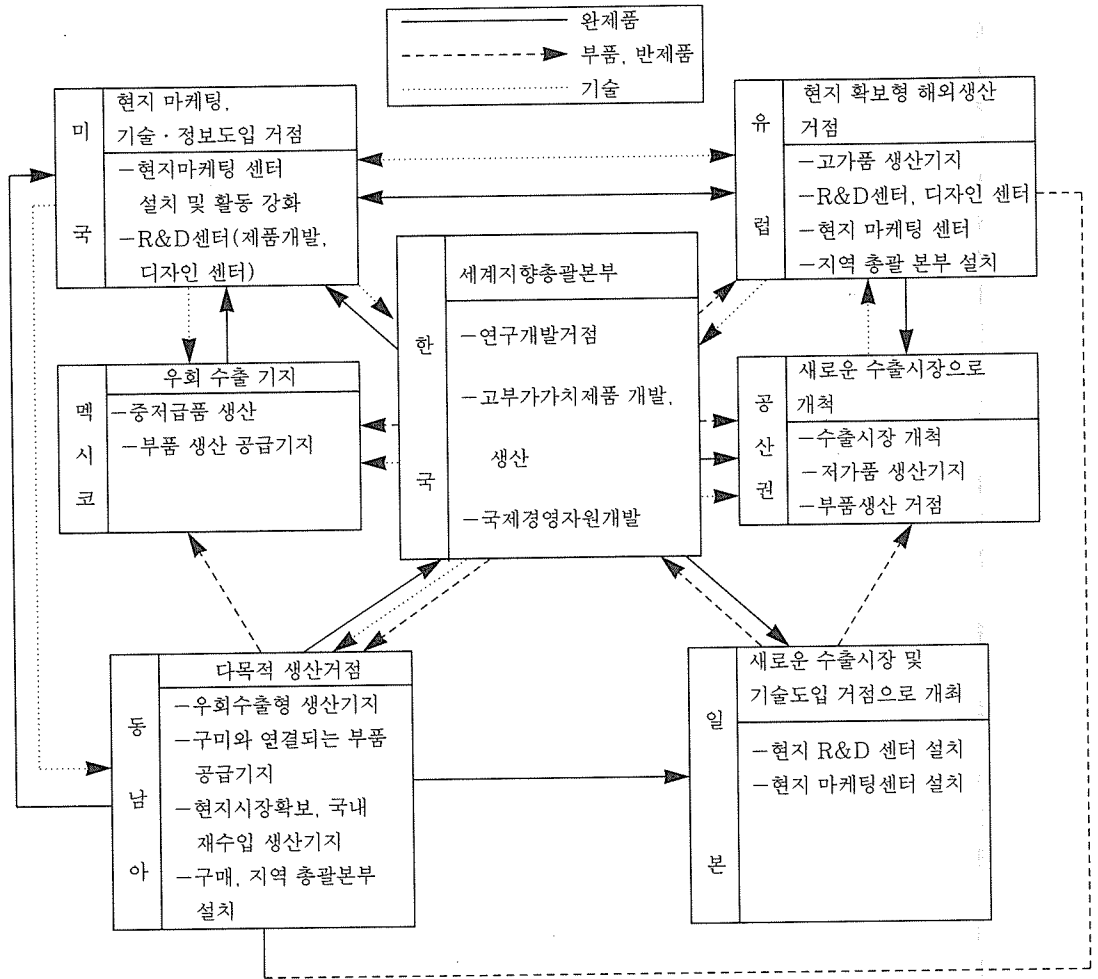
기업의 국제화가 고도화됨에 따라 기업의 경영문화와 전략 그리고 조직구조가 바뀌어야 하는 데 특히 기업의 경영문화가 변하지 않고서는 국제화가 제대로 이루어지기가 불가능하다.

따라서, 전자산업의 범세계화 추세에 부응하고 상이한 현지 환경에 적응하기 위해 'Think Global, Act Local' 과 같은 사고방식하에 행동해야 한다. 즉, 한국 속에서 세계를 바라보는 것이 아니라 세계 속에서 한국을 바라보아야 하며, 선량한 현지 기업시민으로서 행동해야 한다.

(나) 기존의 고정관념에서 탈피

일본의 기술과 부품-한국의 노동력과 조립-미국수출과 같은 패턴 속에서 한국 전자업체들은 고도 성장을 이룩하였기 때문에 전반적으로 미국 우선적 사고방식, 일본 콤플렉스, OEM 위주의 물량수출이라는 고정관념을 갖게 되었으나 국경없는 글로벌 경쟁시대를 맞이

〈그림 3〉 한국전자업체의 글로벌 네트워크 체제 구상도



하여 이와 같은 고정관념을 탈피하여야 할 것이다.

(다) 현지 적응력의 제고

한국 전자업체는 수출의 연장선상에서 해외 직접 투자를 도모하였고 국제화 역사와 경험이 일천하기 때문에 중요한 의사결정 권한이 본사에 집중되어 있다. 그러나 이러한 본사 중심주의는 현지 적응력과 경쟁력의 저하를 초래하기 때문에 하루빨리 배격되어야 할 것이다. 즉, 현지법인이 본사의 총체적인

글로벌 전략 하에 현지 업무와 관련된 자율권을 최대한 행사할 수 있도록 하는 한편 현지 채용인의 발탁인사와 본사 경영진에 기용, 현지지향 제품의 개발과 생산 등을 도모하여야 할 것이다.

또한 현지 정부와 지역사회와의 관계증진을 통하여 정치적 위험을 사전에 대처하고 선량한 기업시민으로서 현지 사회와 좋은 관계를 맺어가야 할 것이다. 예를 들면 지역사회에 기부 또는 장학사업에의

적극 참여, 로칼 콘텐츠의 제고, 경제협력기금을 활용하여 지역경제 발전에 기여 등과 같은 방안이 있다.

2. 국제화의 정부정책

한국경제의 자유화와 개방화에 부응하고 시장실패와 정부실패를 보장하는 차원에서 정부는 아래와 같은 목적 하에 국제화 관련 정책을 강구하여야 할 것이다.

1) 경쟁우위의 향상과 관련된 정부정책

가. 기술획득형 해외투자를 촉진하기 위한 우대조치 마련

기술획득형 해외투자는 인수합병에 의한 경우가 많으므로 이에 대한 절차를 간소화하고 사업타당성 심사를 완화한다.

나. 동반진출과 공동진출을 장려

민관협의회를 통해 해외에서 조립기업간 부품 스왑, 공동생산 및 조달 등과 같은 공조체제를 구축하도록 장려하도록 하며, 조립대기업과 부품중소기업간의 동반 진출에 대해 다각적으로 지원한다.

다. 핵심부품의 국산화를 지원

정부자금지원 하에서 핵심부품의 공동연구개발과 생산을 촉진하는 한편, 한일산업협력을 지원하여 일본기업과의 공동생산 및 제휴를 유도한다. 또한 이들의, 대한민국 투자를 유치하여 부품산업 기반을 확충한다.

국산 개발부품에 대해서 산업피해구제 제도를 적극 도입함으로써 국산화 의지를 고취하고 안정적인 사업기반을 마련해준다.

한국산 제품의 이미지를 제고시키기 위해 전자공업진흥회와 조합을 통한 공동해외광고 및 홍보를 장려하며, 또한 현지국과의 문화교류를 촉진함으로써 한국 문화에 대한 인식을 제고시킨다.

2) 산업구조의 고도화와 공동화의 방지

가. 외국인직접투자 자유화와 적극적인 유치

전자산업의 구조고도화를 위해 첨단제품에 대한 외국인 투자를 적극적으로 유치하여야 한다.

특히 엔고와 장기불황으로 인해 사업구조 개편을 서두르고 있는 일본 전자업체들의 대한민국 투자를 유도함으로써 한국 전자업체들의 구조고도화를 촉진할 수 있을 것이다.

이를 위해 외국인 투자제도와 절차를 간소화하고 각종 규제를 완화함으로써 개방폭을 실질적으로 확대한다. 또한 전용공단이나 투자자 유지역을 조성하여 한국의 투자입지 환경을 개선한다.

나. 외국근로자 유입을 적정 규모로 확대

국내 임금상승으로 인해 부품중소기업들이 1990년을 전후하여 대거 중국과 동남아시아로 생산거점을 이전하고 있어서 산업공동화에 대한 우려가 있다.

비교우위의 약화로 인해 생산입지를 이전하는 것은 타당하나 일시에 대거 이전함으로써 부작용이 발생할 수 있다.

따라서 정부는 적절한 규모 내에서 기술연수생의 명목으로 외국인 근로자의 유입을 확대하여 부품중소기업의 인력난과 고임 문제를 어느 정도 해소시킴으로써 점진적인 해외이전을 유도해야 할 것이다.

다. 국내 연구개발과 자동화 설비투자에 대한 지원

국내 입지환경의 약화에 대처하기 위해 기업들은 노동집약적인 공정과 제품을 해외로 이전하거나 아니면 설비자동화를 통해 이에 대처하게 된다. 따라서 정부는 설비자동화 투자에 대해 지원함으로써 기업들의 국내 생산능력 확충을 유도

할 수 있다.

한편 기업들은 경쟁력을 상실하고 있는 저부가가치 제품을 해외이전하면서 고부가가치 제품에 대한 연구개발이나 설비투자를 도모하기 때문에 정부는 기술개발지원을 통해 기업의 사업구조 고도화를 촉진할 수 있다.

3) 국제경쟁기반 조성과 관련된 정부정책

가. 국제화 조직의 활성화

정부관련기관을 통해 국제화 교육프로그램을 개발하고 이를 실비로 보급함으로써 중소기업들의 정보탐색 비용과 시간을 단축시켜준다.

예를 들면 지역연구, 국제화 기법, 국제화 사례 등과 같은 연구를 정부지원 하에 활성화 시키고 이를 널리 보급하는 방안이 있다.

전자산업의 해외투자조사단을 구성하여 주요 지역별·분야별 실사를 통해 보고서를 발간함으로써 최신 투자정보와 투자 유의점을 관련 기업들에게 제공해준다.

또한 진출지역별로 해외투자 협의회를 결성하여 상호 정보를 교류하고 공통의 문제점에 대응할 수 있게 정부에서 지원한다.

나. 대외협력 강화

미수교국과의 국교수립 및 정상화, 직항로개설, 투자보장협정 체결, 이중과세 방지협정 등을 통하여 기업의 진출위험과 부담을 줄여 줄 수 있다. 이러한 지원을 바탕으로 위험을 무릅쓰고 먼저 현지 시장에 진출함으로써 선점의 이점을 확보할 수 있는 기회가 커진다.

대외경제협력자금을 바탕으로 해외공단을 조성하여 중소부품기

업들의 현지 진출을 촉진할 수 있는 한편 현지국의 경제발전에 기여함으로써 우호관계를 증진시킬 수 있게 된다.

다. 해외직접투자 제도의 간소화 규제완화

해외투자 절차와 규제가 많이 간소화되고 완화되었으나 전자업체들은 여전히 제도면에서 애로사항을 건의하고 있다. 따라서 사후관리를 간소화하고 제출서류를 명료화·단순화하는 운용상의 개선이

필요하다.

이와 더불어 해외투자 자금 대출 비율을 100%까지 제고하고 해외투자보험지원 제도도 구사회주의 경제권에 까지 확대하는 것이 필요하다.

시사용어

GR, BR, RBP는 무엇인가

이미 「환경보호와 무역을 연계시킨다는」는 그린라운드(몬트리얼의정서(염화불화탄소 사용금지) 국제기후변화협약(이산화탄소배출규제) 등 환경관련협약이 속속 발효되면서 구체화된 상태지만 새통상 이슈로 불거져 나오고 있는 블루라운드(BR·노동), RBP(공정경쟁제한 관행)는 과연 무슨내용을 담고 있다.

블루라운드란 개도국들의 저임노동력에 의한 공산품 가격경쟁력 비교우위가 임금수준이 상대적으로 높은 선진국입장에서 볼 때 「불공평한 것」인 만큼 이를 적절히 시정하는 방안을 모색하자는 것. 지난 91년 게파트 美하원원내총무(민주당)가 개도국들에 대한 무역공세강화를 골자로 하는 법안을 제출하면서 처음 이 용어를 사용했다. 그러나 국제통상무대에서의 공식용어는 「사회조항(Social Clause)」이나 「노동력 덩핑(Labor Dumping)」。 미국 프랑스 등이 블루라운드의 공식이슈화에 「총대」를 매고 있다. 그러나 일부 선진국들 사이에서조차 「각국간의 생활수준이나 경제력 격차를 감안하지 않고 무조건 임금수준을 맞추자는 것은 무리」라는 반응이 나오고 있어 정식 이슈가 될 것인지는 좀더 두고봐야 할 것 같다.

RBP는 지난 2월 미국이 막대한 대일 무역적자 축소를 겨냥해 벌였던 「포괄경제협상」이 실패로 끝나면서 부쩍 이슈화될 조짐을 보이고 있다. 미국 등 대부분 국가들이 일본에 대한 무역적자를 줄이지 못하는 원인이 일본정부와 기업들의 눈에 보이지않는 「폐쇄적 시장관행」에 있는 만큼 이를 국제무대에서 이슈화해 강제적으로라도 바로잡아야 한다는 점이 논의의 시발점이다.

RBP는 일본과 일부개도국 정부가 특정기업이나 산업에 독점적이고 집중적인 지원을 제공, 그렇지 않은 국가들에 비해 해당분야에서 「작위적인」 경쟁력 비교우위를 갖게되는만큼 그에 상응하는 조치를 취해야한다는 내용이다.

그러나 어떤 것을 RBP의 대상으로 봐야하느냐에 대한 「정의」 자체가 쉽지 않아 아직 구체적인 이슈화단계로 발전되지 않은 상태다. 다만 미국과 일부 학자들이 RBP문제를 꾸준히 거론하고 있어 조만간 그린라운드 블루라운드와 함께 UR협상 이후의 새로운 통상이슈의 일각을 차지하게 될 것으로 전망되고 있다.

이밖에 각국의 연구개발활동 등 기술적인 요소가 공정무역차원에서 장애가 되지 않아야 한다는 논의가 일각에서 제기되면서 이를 무역문제와 연계시키자는 「기술라운드(TR)」 이슈가 거론되고 있지만 아직 구체적인 내용이나 방법에 대해서는 이렇다 할 논의가 없는 상태다.