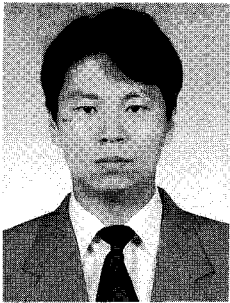


# 세계무역기구(WTO)의 출범과 우리 기업의 21세기 경영전략



김 태 환 소장  
내외경제연구소

## 무역경쟁, 경쟁블럭화 가속

세계 125개국이 참가하는 세계무역기구(WTO)가 지난 1일 정식 출범했다. 한편 유럽연합(EU)의 회원국이 1월부터 12개국에서 15개국으로 늘어나고 남미의 브라질, 아르헨티나 등 4개국으로 구성된 메르코수르(남미공동시장)도 올해들어 역내자유무역협정을 가동하는 등 무역경쟁과 경제블럭화가 더욱 가속화하게 됐다.

세계무역기구(WTO)의 출범으로 지난 46년간 세계무역자유화에 기여해왔던 기존 GATT(관세 및 무역에 관한 일반협정)는 1년간의 정리절차를 거쳐 없어지게 됐으며 세계무역기구는 이제 그 기능과 다자간 무역협정의 모든 사항에 대한 결정권한을 갖는 최고 의결기관인 각료회의를 2년에 한번 개최하게 된다.

그러나 아직도 중국과 함께 대만, 러시아, 그리고 구소련연방공화국들이 세계무역기구(WTO) 체제안으로 들어오지 못하고 있다. 세

계무역기구(WTO)가 세계인구의 5분의 1을 가지고 무역규모 10위에 육박하는 중국과 광대한 국토면적을 지닌 과거 사회주의 중주국인 러시아를 체제안으로 끌어들이지 못한채 당분간 불완전한 체제로 불가피하게 운영되게 되었음에도 불구하고 세계무역시장에서 무한 경쟁이 본격화함을 의미하므로 기술력 자금력이 상대적으로 낙후된 나라는 그만큼 불리하다. 무역자유화 범위가 과거 GATT(관세 및 무역에 관한 일반협정) 체제에서 보다 대폭 확대되었고, 무역장벽도 크게 낮아졌기 때문이다. 이는 관세인하, 수출보조금의 감축·철폐, 서비스시장 개방, 지적재산권보호 등의 변화로 뒷받침된다.

세계무역기구(WTO)의 출범은 기존의 GATT체제와는 달리 국가간의 자유교역과 해외투자 자유기회를 더욱 확대, 보장할 것이며 향후 세계의 자유무역을 보다 원활히 실행하도록 하는 실질적인 영향력을 행사하게 될 것이다. 사실 그동안의 GATT체제 아래에서는 국가

간의 교역과 관련된 특정문제가 발생할 때마다 케네디 라운드나 도쿄 라운드 또는 우루과이 라운드 등의 회의를 통해 문제를 해결하려고 했다. 그러나 GATT는 보다 실질적인 교역협상 및 중재, 실행에 필요에 국가간의 활동 지침을 제시하는 기구로서는 미흡했다. 따라서 세계 무역기구(WTO)는 어쩌면 경제활동 상 필요에 의해 순리에 따라 출범한 것으로 보아야 한다.

브래튼우즈 협정으로 국제통화기금(IMF)이나 세계은행 같은 국제기구가 창설되는 한편 GATT는 그동안 세계교역을 통제하기 위한 케네디라운드, 도쿄라운드, 우루과이 라운드 등의 회담을 가져왔으나 그럼에도 불구하고 이제까지 다소 미흡했던 교역중계지침을 세계무역기구(WTO)가 보완해 줄 것이다. 특기할만한 사실은 1944년 브래튼우즈 협정 당시 세계의 많은 나라들이 세계무역기구(WTO)와 같은 기구의 존재에 대해 불필요하다며 회의적이었으나 현재는 거의 모든 나라들이 세계무역기구(WTO)체제를

긍정적으로 받아들이고 있다는 것이다.

이제 분명한 것은 세계의 모든 나라가 문호를 개방하고 세계무역기구(WTO)체제에 동참해야 한다는 것이다. 이는 국민들이 보다 나은 생활을 할 수 있도록 하기 위한 필수불가결한 선택이 되었다는 의미이다.

한편 우리나라는 세계무역기구(WTO)의 출범으로 큰 혜택을 누릴 가능성이 있는 것으로 평가되고 있으니, 그것은 하나의 가능성일 뿐이다. 실제로 우리의 기업경영과 산업여건은 생산요소면에서 양적·질적으로 선진국 및 경쟁국 수준으로 크게 못미치게 되는 것이 현실이다.

### 제품경쟁력이 성패 결정한다

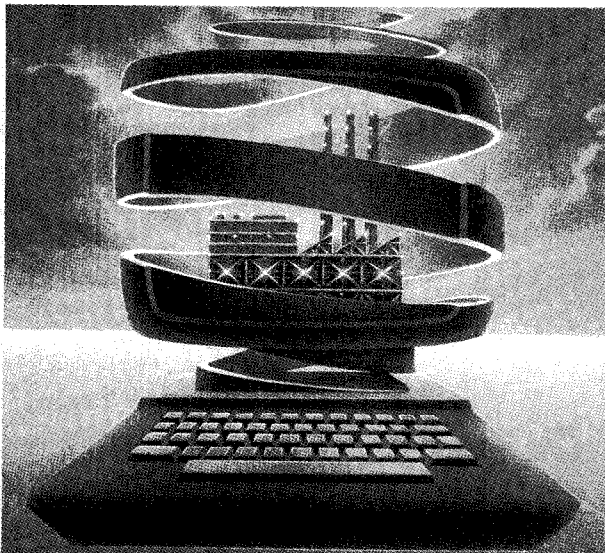
세계무역기구(WTO)체제가 출범하는 올해 우리나라의 경제전망은 낙관론과 비관론이 엇갈리고 있으나 이는 향후 우리가 세계경제의 환경변화에 어떻게 대응하느냐에 따라 달라질 것이다.

사실 우리나라는 지난 80년대 후반부터 경제의 활력이 떨어지기 시작했고 후발 개발도상국인 대만, 싱가포르, 말레이시아 등의 추격으로 세계시장에서의 점위율이 낮아지고 있다. 기업의 경쟁우위 확보 측면에서도 어려움이 예상되고 있다. 실제로 시장금리, 금융비용은 가까운 일본이나 대만의 경우보다 2배내지 3배가 높게 나타나고 있으며 기업 재무구조 또한 여전히 경쟁국보다 취약한 상태에 있다. 생산성에 웃도는 임금상승도 경쟁국들보다 지난 2, 3년간 빠른 속도로 진전됐다.

도로·항망 등 사회간접자본의 부족과 물류세계의 비효율적인 운영으로 물류비용의 증가율이 제조업 매출액의 증가율을 앞지르고 있다. 물론 정부와 기업이 이같은 경쟁애로사항에 대처하기 위해 다각도의 노력을 경주하며 향후 산업발전을 이끌어 나갈 자본재, 첨단기술산업, 정보화산업 추진의 본격화로 기업 세계화의 기치를 높이 들고 성장애로 타개와 국가경쟁력 강화에 진력할 것으로 기대되고 있으나 노동집약적 경공업의 경쟁력이 급격히 떨어지면서 산업부문별 불균형이 심화되고 있는 현 시점에서 그같은 노력이 얼마나 그 역할을 다할지가 의문이다.

이같은 배경때문에 세계무역기구(WTO)체제를 보는 각 경제주체들의 시각은 다양하나, 국제적인 제품경쟁력과 세계적인 마케팅 조직을 갖추고 있는 대기업집단이나 세계각국의 우수한 제품과 서비스를 향유하게 되는 소비자는 대체로 환영이다.

그러나 내수를 위주로 기업운영을 영위해온 국내 중소기업들과 농



민들은 한숨을 쉴 수밖에 없다. 이제 기업은 누가 뭐래도 예외없는 시장개방으로 무한경쟁을 벌일 수밖에 없게 되었고 따라서 수출위주로 움직이는 우리 기업들은 해외마케팅과 세계 경영의 경험이 얼마나 축적되어 있는지에 따라서 그 성패가 결정될 것이다.

### 국내경제, 환경변화에 적극 대응해야

그러면 올해 우리나라의 경제는 어떻게 전망할 수 있을까?

먼저 성장율을 보면 지난해 약 8% 수준의 성장추세가 올해에도 그대로 지속되거나 약간 밑돌것으로 예상된다. 이같은 예상은 세계 경기의 확장이 가속화되고 인고 효과에 따라 국내기업의 수출 증가세가 꺾이지 않을 것이 거의 확실하기 때문이다. 한편 기업의 설비투자가 점차 조정국면으로 둔화될 것으로 보이지만 지방자치실시와 사회간접자본의 확충에 따라 건설투자 환경이 지난해 보다 좋아지고 가처분소득의 증대와 수입품 이용에 따른 소비자 선택폭의 확대 등으로 소비 증가가 많아짐에 따라 내수시장이 확대될 것으로 보이기 때문이다.

다음으로 물가와 경상수지 전망이다. 물가와 경상수지는 경제성장율과 함께 세마리 토끼로 올려지고 있어 경제운영과 관련 매우 중요한 지표로 분류되고 있는데 전반적인 여건이 지난해보다 좋지 않다. 물가는 한국은행을 비롯, 올해 우리 경제를 전망하는 각 연구기관에서 가장 우려하고 있는 부분이나 물가불안을 우려하는 전망이 주류를 이루고 있는 이유는 잠재 성장율을 웃도는 성장이 지난 2년간 지속되

고 이에 따라 초과수요 압력이 가중되고 있는 상태에서 임금상승확대가 멈추지 않고 있다는데 있다. 또한 외국의 대규모 자본유입에 따른 자금의 유동성 증대와 지방자치단체 선거실시 등과 함께 부동산 시장이 부추겨질 것이라는 전망이 지배적이기 때문이다. 물론 정부의 물가안정기조 유지를 위한 노력이 지난 9일 발표된 부동산 실명제 실시 등과 함께 강도높은 긴축정책으로 그 시동을 걸기는 했다. 그러나 현실여건은 역시 물가잡기가 어렵다는 견해에 무게를 더 실게 된다. 이와 관련하여 한국개발연구원은 올해 경제를 전망하면서, 통화 및 재정을 강도높게 긴축할 때 물가상승율을 5.8% 수준으로 억제할 수 있을 것으로 보이나 실제 사정은 나쁘다고 밝혔다. 한편 경상수지 적자폭도 확대될 것이 불가피한 것으로 보인다. 이같은 전망은 93년 3억 8천만달러 흑자사였던 경상수지가 지난해 말에 약 47억달러 적자로 반전되었고 올해 이같은 적자규모가 다시 흑자로 반전될 조짐을

찾기 어렵다는 데에 있다.

국내기업의 수출증가의 둔화와 국내시장 개방에 따른 자본재 및 소비재의 수입증가 추세 지속적으로 무역수지적자가 확대되고 해외여행경기의 지속적 확대로 무역의 수지 및 이전수지도 적자가 크게 발생함에 따라 경상수지적자폭은 지난해보다 오히려 더 커져리라는 예상이다. 이에따라 한국은행은 그 적자규모를 60억 달러 KDI는 51억~59억 달러로 전망했다. 이러한 상황에서 우리 경제는 올해 세계무역기구(WTO) 체제 출범과 경제협력개발기구(OECD) 가입이라는 커다란 환경변화를 맞이하게 된 것이다.

### 가전산업의 지각변동

국가경쟁력강화는 국민과 기업 그리고 정부가 함께 협력해 추진해야 하는 합의 기반을 조성해야 하는데 특히 올해는 정보혁명에 대비한 정보통신산업의 획기적인 진전이 예상되고 있다. 이에 따라 국내 수요기업들의 사업구조 조정 및 멀티미디어 사업진출이 적극 확대, 가



속화되고 있으며 이같은 상황변화는 향후 재계의 판도에도 적지 않은 영향을 미칠 것으로 전망된다.

삼성, 현대, LG, 대우, 선정 등 주요그룹들의 사업구조 조정 및 신규업종 진출내용을 보면 올해의 주요그룹들의 그룹위상제고 전략을 엿볼수 있게 한다.

삼성전자는 최근 멀티미디어 관련 핵심연구조직인 멀티미디어 연구소와 신호처리연구소를 통합하여 멀티미디어 연구센터를 설립하고 정보고속도로 구축 및 무선통신분야의 통신연구소와 해외 멀티미디어 연구소의 기능을 대폭 강화하는 것을 골자로 한 조직개편을 단행했다.

LG는 21세기 산업이라고 불리는 멀티미디어 분야에 집중 투자한다는 계획아래 인조 하이미디어 사업을 총괄하는 디스크 미디어 SBO(전략사업단위)아래에 기존의 CD롬 OBU(소사업 단위)외에 CD 플레이어 OBU와 픽업사업담당을 신설, 대화형 멀티미디어(CD-I), CDP 개발 등을 말도록 했다. 이와함께 기존의 정보기술연구소를 미디어 통신연구소로 이름을 바꿔 멀티미디어 사업부문에 대한 연구를 대폭 강화하기로 했다.

또 오는 99년까지 하이미디어 사업에 투자할 계획인데 올해 3DO, TFT-LCD(박막 트랜지스터 액정표시장치), 셋탑박스, CD-I등에 4500억원을 투자 이를 주력품목으로 육성키로 하고 내수확대는 물론 수출확대에도 적극 나서 올해 3DO 35만대, CD-I 8만대, CD롬 드라이브 36만대를 각각 수출할 계획이다.

현대는 그동안 정보부문과 산업전자부문에 분산돼 있던 컴퓨터 산업본부와 뉴미디어 사업본부를 통

합, 정보부문 내에 멀티미디어 사업본부를 신설했다. 또 산전연구소, 컴퓨터사업본부, 뉴미디어개발본부에 분산돼 있던 HDTV·MPEG2·스트리지·PC·셋탑박스 개발부등을 통합해 멀티미디어 연구소를 신설하여 연구개발력을 집중시킬 계획이다. 한편 현대는 멀티미디어 PC를 중심으로 CD비전, 오토체인저, 개인비디오 CD제작시스템 등에 700억원을 투자한다.

한편 가전산업은 국내의 경기회복으로 수출호조와 내수확대가 계속 이어질 것으로 예정되어 비교적 견실한 성장을 유지할 것이다. 이는 가전제품의 대형화, 고급화에 따른 시장확대, 멀티미디어 제품 및 백색가전 제품의 유색화, 그리고 케이블TV 방송실시와 와이드TV 시장확대 등이 성장의 견인역할을 할 것으로 평가되고 있기 때문이다.

특히 하루 평균 230시간의 영상 프로그램을 쏟아내는 케이블 TV의 출현은 연간 수천억원에 이르는 영상소프트 시장을 형성하게 될 것이며 한국형 컨버터와 국산 케이블 TV기기 산업은 향후 5년간 1조 5천억원의 신규수요를 창출할 전망이다. 케이블 TV를 점화하는 초고속 정보 통신망시대는 다매체, 다채널시대를 빠르게 앞당기며 TV 시청문화와 라이프 싸이클의 변화 이외에도 상상을 초월하는 정보통신사회의 비전을 제공할 것이다. 일단 광케이블망이 깔리면 케이블 전송 용량의 확대와 쌍방향 정보통신기술의 발전에 따라 화상회의, 자동검침, 홈쇼핑, 홈뱅킹, VOD(수문형 비디오서비스)등이 가능해 질 것이다. 21세기 멀티미디어 시대에

케이블 TV가 가장 유효한 종합정보통신망의 매개체로 자리잡을 것이다. 이제 컴퓨터로 TV나 영화를 보고 전화선으로 비디오화면과 데이터 정보가 흐르고 TV로 가상현실게임을 즐기는 시대가 오고 있다. 이미 위성 수신을 통해 와이드 방식으로 전송되는 외국 T프로그램을 시청할 수 있게 되어 있는데다 오는 3월부터 영화전문 CATV 방영이 본격시작됨에 따라 와이드스크린 TV시장이 뜨겁게 달궈지고 있다.

와이드 TV시장의 수요가 점차 확대됨에 따라 업계의 시장확대 및 시장진출경쟁이 본격화 되어 향후 TV산업판도에서도 LG, 삼성, 대우, 아남, 필립스 등 가전사들의 거센 시장석권 전략이 표출될 것이다.

단기적으로는 원화의 절상과 유럽연합(EU) 등 일부국가들의 반덤핑조사, 중장기적으로는 외국기업들의 국내 진출가속, 국내 경쟁사간의 과열경쟁, 그리고 폐가전품 처리 등 소비자 보호활동 등의 강화로 가전산업 주변환경은 그리 좋은 것만은 아니다.

그러나 이들 악재적 요소들을 소비자 중심의 고객만족경영과 과감한 기술 혁신 등으로 현명하게 대처한다면 다가오는 홈 오토메이션 시대, 멀티미디어 시대에 가전업계를 구성하고 있는 각 기업체들은 급속하게 변하고 있는 가전산업 제품의 흐름을 주도할 수 있을 것이다.

## 21세기 기업의 실천전략은 철저한 자기변신

멀티미디어 시대로 대변되는 경제대전환의 95년, 일류만이 살아남

는 시대, 국익 최우선의 끝없는 경제통합시대에 우리경제가 선택할 길은 바로 세계화를 겨냥한 자기변신이다.

상품과 투자를 위한 해외시장 접근이 경쟁에서 이길 수 있는 필수 조건이 되고 있으며 따라서 기업이나 개인이 피부로 느낄 수 있는 경쟁전략의 새로운 패러다임이 요구되고 있다. 각 경제주체인 정부, 기업, 국민이 세계 경제질서의 변화와 재편 움직임에 통합, 대응하기 위해서는 기업활동의 제약요인으로 적용해왔던 각종 규제의 완화 및 철폐 그리고 개선과 함께 정보통신 사업적 지속적 추진과 사회간접자본의 확충 노력이 배가되어야 한다. 또한 UR 다자간 협정준수를 위해 추가적인 시장개방과 관세인하 등에 따른 산업구조 조정작업의 효율적 추진도 필수적이다.

한편 OECD가입에 대비해 금융자유화와 자본자유화의 규정조율과

함께 대 개발도상국 원조를 늘려나가는 것도 계속해서 염두에 두고 실천해야 한다. 또 기업은 기업대로 사업구조 조정과 차세대 정보통신 사업진출의 가속 등으로 해외수출과 진출 활로를 끊임없이 찾아야 한다.

세계무역기구(WTO)체제의 출범은 기업이 곧 국내시장에서 국내기업끼리 싸우던 종전의 사업구조로는 더이상 버티기 어렵다는 것을 의미하며 국내시장에서도 다국적기업과 직접 경쟁해야 하는 상황을 뜻하기 때문이다.

우리 정부와 기업은 따라서 이같은 선진국의 무역장벽요소를 철저하게 조사하여 환경변화에 따른 세계무역기구(WTO)에 맞춰 규제보조정책을 국제화하고 새로운 시장여건을 파악하여 이를 기업세계화에 적극 활용해야 한다.

민간차원에서든 국제경쟁력을 높이기 위한 의식의 전환이 이루어져

야 한다. 개인 경쟁력이 국가경쟁력과 직결된다는 생각으로 세계화의 추세를 유의, 주시해야 한다.

이는 우리가 단순히 경제블럭 또는 세계무역기구(WTO)체제에 동참하는 것이 아니라 첨단정보시대 아래에서 면밀히 실익을 따지고 오히려 이를 적극 활용하는 안목과 지도력을 갖추고 있다는 것을 보여 주어야 함을 의미한다. 외국인과 외국기업을 보는 시각도 새롭게 해야 하며, 뚜렷한 근거없는 <외국기업배타> 풍조를 없애는 환경을 조성하며 오히려 기업간 또는 해외유명업체와의 전략적 제휴 등을 통해 상호이익을 추구하는 태도변화가 있어야 한다. 이같은 노력은 결국 살기좋은 나라, 민족적 과제인 통일을 대비한 성숙한 환경을 구축하는데 절대적인 도움이 되어야 하기 때문이다. 국민이 자유와 생활의 풍요를 누릴 수 있도록 하는 것이 곧 참된 <개혁>, <세계화>이기 때문이다.

전시회·박람회 정보

2월에 열리는 국내 전시회·박람회 총정보

국 내 전 시 회	전 시 기 간	개 최 장 소
서울 국제 뉴미디어쇼	2. 14 ~ 17	KOEX/조선일보 551-1143
서울 국제 종합물류정보전	2. 14 ~ 18	KOEX 551-1104
학생박람회	2. 16 ~ 19	한국전람(주) 783-8261
서울 국제 판촉물전	2. 22 ~ 25	KOEX 전시3과 551-1148
제3회 국제유리산업전	2. 23 ~ 26	한국전람(주) 783-8261
한국 결혼상품전	2. 23 ~ 26	서울전람(주) 529-0691
서울 국제 미용산업기자재전	2. 23 ~ 26	서울전람(주) 529-0691
서울 국제 음향기전	2. 23 ~ 26	KOEX 전시3과 551-1148