

## 경영진 확고한 의지에 달렸다

과연 우리도 인 쇄 물 수출 3억 달러가 가능할까? 인 쇄 물 수출에 종사하고 있는 많은 사람들이 의문을 가지고 있지만 바라고 있는 바 일 것이다. 그러나 유감스럽게도 우리가 본격적으로 인 쇄 물 수출을 시작한 80년대부터 현재의 2000년대 까지도 우리의 바람은 이뤄지지 않고 있다. 현재 인 쇄 물 품목분류 (HS 분류)에 의하면 2억 달러 내외의 수출을 하고 있는 것으로 나와 있지만, 우리가 흔히 인 쇄 물 수출이라고 하는 상업 인 쇄 물 수출은 여전히 8천만 달러 내외에서 더 이상 진전이 없고, 수출에 적극적으로 종사하고 있는 업체 또한 80년대초와 비교하여 오히려 감소한 것이 현실이다.

### 문제점은 무엇인가

첫째로 수출에 대한 필요성을 경영주가 느끼지 못하고 있다. 이유는 국내 수주는 발주자와의 관계에 따라 쉽게 가부가 결정되는 데에 반하여, 수출은 적게는 몇 개월 또는 1~2년의 시간을 가지고 접촉해야 되는데, 우리는 이러한 관행에 익숙하지 않아 모든 것을 짧은 기간 안에 해결하려고 하는 경향이 있다.

또 수출은 국내 품질보다 높은 수준을 요구하나 국내 품질 수준에 익숙한 우리는 요구 조건에 미치지 못하는 경우를 종종 겪게 되기 때문에, 단지 수출은 어렵고 까다로운 작업이라고만 인식하고 쉽게 포기하고 마는 것이다.

둘째로 인 쇄 물 수출에 대한 저변 확대가 되어있지 않다는 점이다. 홍콩, 싱가포르 등은 우리보다 훨씬 긴 인 쇄 물 수출 역사를 가지고 있고, 비록 기계 한 두 대의 소규모 업체에서도 일정 수준의 품질을 생산하는 데에 반하여, 우리는 실제 직접 인 쇄 물 수출에 종사하고 있는 업체를 제외하고는 바이어 혹은 담당자의 현장 생산 감리가 없이는 일정수준의 품질을 생산할 수가 없다는 점이다.

셋째로 인 쇄 물 수출에 대한 홍보의 미흡을 들 수가 있다. 인 쇄 물 수출이 과연 무엇인지, 그리고 어떻게 수출하는지에 대한 지식이 정부측 관계자조차 매우 부족한 상태이다. 이에 반하여 우리의 경쟁국인 홍콩, 중국, 대만 등은 세계 주요 전시회에 집단 부스를 가지고 참가하여 지속적으로 자국의 인 쇄 물 수출에 대한 홍보 활동을 하고 있고, 또한 관계 정부 기

관에서도 관계자를 파견하여 이를 돕고 있는 것을 볼 수가 있다.

넷째로 인쇄물 수출을 담당할 전문가 양성에 소홀하다는 점이다. 수출 담당자는 3박자, 다시 말해서 일반적인 인쇄 지식, 무역 일반지식 그리고 가장 중요한 언어인 영어를 구사할 수가 있어야 되는데, 솔직히 이러한 3박자를 갖춘 자가 인쇄회사에 근무한다는 것이 현재 대부분의 인쇄회사 근무조건 하에서 쉬운 일인가를 반문해보면 우리가 어떻게 해야 되는지에 대한 답이 나올 것이다.

#### 수출진흥 대책

우선 먼저 위에서 열거한 부분들을 해결해나가면서 아울러 아래에 언급한 몇 가지 실질적인 부분들을 보완해나간다면 지금보다 훨씬 좋은 결과를 얻을 수가 있을 것이다.

첫째로 경영주가 수출이 왜 필요한지에 대한 필요성을 진심으로 가지고 시작해야 한다. 단지 남들이 하니 나도 한다. 아니면 현재 단지 국내 영업이 어려워니 한번 해볼까 하는 식의 생각을 가지고 시작하면, 그 결과는 불을 보듯이 뻔하다.

둘째로 인쇄물 저변 확대를 위해서 개별 회사가 아닌 단체 차원의 유인책을 펼쳐야 한다. 현재 대한인쇄정보산업협동조합연합회 차원에서 추진되고 있는 수출 시장개척단에 참여하고 있는 업체를 보면 대부분이 소규모 업체이다. 이에 일정 규모 이상의 업체가 참가하도록 연합회 차원의 유인책이 필요하고, 참가지역 및 기간, 방법 등에 면밀한 사전 검토가 필요하다. 이를 위해서 해당 수출국

KOTRA측과의 사전 조율이 매우 중요할 것이다.

셋째로 국내는 물론 해당 수출국에 대한 홍보가 절실히 필요하다는 점이다. 해당 정부당국자마저도 정확한 인식을 하지 못하고 있는 상황에서 개별 회사만의 노력만으로는 수출 활성화를 꾀하기는 어렵다. 국내 일간지 및 주요 수출 대상국인 미국, 영국, 일본 등의 인쇄, 출판 관련 매체에 주기적인 광고를 통하여 우리 한국이 인쇄물 수출에 있어서 어떤 장점이 있는지 등에 대해서 지속적인 광고 활동이 필요하다.

넷째로 주요 전시회에 집단 부스를 가지고 참가하는 것이다. 일부 한 두 개 업체의 개별 참가를 통해서는 한국에 대한 인식을 심어 줄 수가 없기 때문이다. 물론 개별 회사의 상담능력 차이와 품질 수준 등으로 망설이는 업체가 있을 수가 있으나 이는 현재의 시장 개척단과 다를 바 없으며, 오히려 한국 전체의 인쇄물 수출 홍보 및 물량 자체를 키우는 데에는 훨씬 쉽고 효과적인 방법일 수도 있다.

다섯째로 변화하는 환경에 쉽게 대응할 수 있도록 전문가 양성 및 평상시에 유관 기관과의 긴밀한 협조가 필요하다는 점이다.

흔히 수출은 주로 미국시장만이 있는 것으로 알고 있지만, 근래와 같이 달러 약세 및 유로화의 강세 및 영국 파운드화의 강세에 대하여 발빠르게 대응했다면 수출국 다변화는 물론 해당국에 수출함으로써 전체적인 물량 증가를 이룰 수가 있었을 것이다.

여섯째로 연합회 혹은 인쇄물수출진흥협의회 주관으로 인쇄물 수출 전반에 관

한 교육을 수시로 개최하여 수출에 대한 관심을 제고시키는 것이다. 일테면, 아직도 많은 회사들이 해외에서 들어오는 견적 요청서 혹은 문의에 대해서 전문지식이 없기 때문에 정확한 답변을 하지 못하는 것은 물론 터무니없는 가격을 제시함으로써 한국에 대한 이미지를 실추시킴은 물론 재의뢰를 받을 기회조차 잃는 우를 범하는 경우가 있다는 점이다.

이를 위해서 연합회 내에 최소한 2인 정도의 전문인력이 상주함으로써 어느 업체에서 의뢰하더라도 객관적인 입장에서 도움을 줄 수 있도록 해야 할 것이다.

마지막으로 경영주는 인내와 끈기를 가지고 장기적인 관점에서 인쇄물 수출을 꾀해야 할 것이며, 인내가 없다고 할 것이 아니라 내가 인재를 육성해야 된다는 사명감을 가지고 임할 때 인쇄물 수출의 미래가 있다고 할 것이다.

모든 이들이 다 좋은 결과를 빠른 시간 안에 얻기를 원하지만 결코 뜬말을 들이지 않은 맑은 맛이 좋을 수가 없다. 알맞은 온도도와 시간을 주었을 때에만 맛있는 밥을 얻을 수가 있듯이 인쇄물 수출 역시 우리의 노력과 인내가 함께 할 때 좋은 결과를 얻을 수가 있는 것이다.

인쇄물 수출 3억달러가 요원한 것 같이 보이지만, 우리보다 몇 배나 적은 싱가포르나 홍콩이 5억, 10억달러 이상씩을 하는 것을 보면, 결코 이 바람이 허상만은 아닐 것이다. 희망을 가지고 우리의 부족한 부분을 하나 하나씩 보완해나갈 때 인쇄물 수출 3억달러의 꿈은 반드시 이뤄지리라 믿는다.

(정민수 · 대한교과서 해외영업부장)