

를 쇄신하는 부활정신(Revival)과 국민의 역동적 기운(Revitalization)을 북돋아야 한다.

그러나 이 모든 것에 앞서 더 중요한 것이 있다. 30년간 눈을 감고 달리며 치닫는 과정에서 체내에 널리 퍼진 모든 악습과 폐해를 일시에 떨치고, 허망한 경제지표와 부질없는 통계숫자에 현혹되어 허덕여야 했던 나래를 잠시 접고 다시 땅으로 내려앉아야 한다(Regrounding).

고스톱을 하다가 파투가 나면 우리 민족은 어떤 조치를 취하는가? 패를 많이 모아 놓은 기득권자가 제아무리 큰 소리로 불평을 하더라도 아무런 대꾸도 하지 않고 두말 없이 화투를 새로 섞는다(Reshuffle).

2

우리 산업의 전통 —꽃들은 어디로 갔나?—



미국의 피트 시거(Pete Seeger)라는 가수가 만든 노래 중에 '꽃들은 어디로 갔나?'라는 반전가요(反戰歌謠)가 있었다. 국내에서는 킹스턴 트리오(Kingston Trio) 중창단이 불러 유행하였다. 꽃다운 젊은이들이 모두 전쟁터에 나가 무덤으로 가는 비극이 반복되는 것을 비탄스러워하는 가사이다. 이 노래를 듣고 있노라면 마치 세계시장 곳곳에서 경쟁력을 잃고 시들어 가고 있는 우리 산업의 전통을 풍자하는 것 같다.

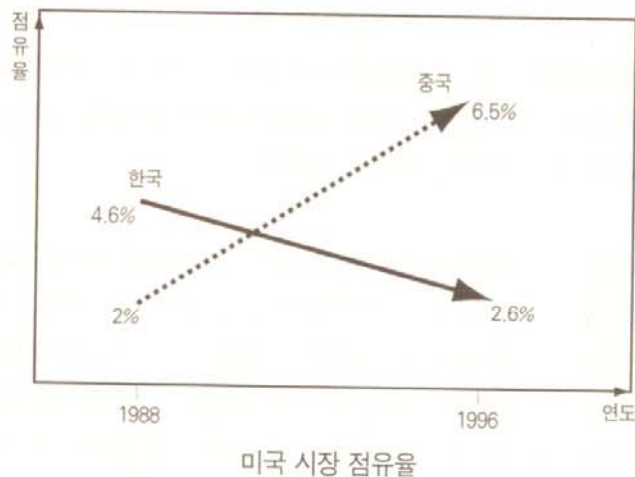
허리띠만 졸라매면 수출이 증가하는가?

미국시장에서 우리 수출품이 차지하는 시장점유율 변화를 보면, 우리 산업이 밀려나는 속도를 짐작할 수 있다. 1988년도에 우리 제품은 미국시장에서 4.6%를 차지하고 있었으나, 1997년 6월 조사자료에 의하면 2.6%에 그치고 있었다. 절반 가까이 떨어진 것이다.

대미 수출액(對美輸出額)을 보면 1995년에 241억달러였던 것이 1996년에는 216억달러로 감소하였다. 같은 기간 중에 중국은 우리의 절반도 안 되는 2%에서 시작하여, 1997년 중간집계에 의하면 6.5%에 도달하였다. 중국은 세 배 넘게 약진을 했고 한국은 절반 수준으로 떨어졌다. 이

변이 없다면 이와 같은 하락추세(下落趨勢)는 계속될 것이다.

특히 1996년 이후의 대미 수출(對美輸出) 내용을 보면 급격한 감소 추세를 보이고 있다. OECD 가입(加入)을 축하할 당시만 하더라도 우리는 세계 10대 교역국에 들어가는 것을 자축하였다. 그러나 요즘은 교역물량이 세계 20위로 순식간에 급락(急落)하였다. 실패한 경제로 자주 거론되던 남미국가 수준으로 급격히 떨어진 것이다. 연말에 무역흑자(貿易黑字)가 24억달러나 났으니 이제부터는 좋아질 것이라는 정신 나간 기사도 보았다. 이렇게 모를 수가



있는가?

한국제품들은 모두 어디로 갔나?

우리나라의 산업들도 한때 세계시장에서 2등까진 올라갔던 꽃들이 많이 있었다. 백화점, 쇼핑센터마다 한국제품이 없으면 제품을 진열조차 할 수 없었던 시절이 있었다. 그런데 한때 세계 2등의 꽃들이었던 우리 산업은 어떻게 되었나?

1970년대에 가발산업은 세계 2등 수준까지 올라갔으며 목재합판, 섬유와 함께 3대 수출품목이었다. 1970년에 목재합판 수출은 당시로서는 천문학적 숫자인 1억달러 가까이까지 올랐다. 부산의 웬만한 연안은 모두 이 목재회사들의 하치장이었다. 목재회사들이 부산 바닷가에 있던 부동산만 팍 잡고 있어도 국내 1위 재벌기업의 위치를 유지할 수 있었을 것이다. 이토록 기세 좋게 나가던 가발산업, 물건이 모자라 못 팔던 목재합판산업은 1978년 이후 급격한 시장감소를 보였다. 가발, 목재회사들은 모두 어디로 갔나?

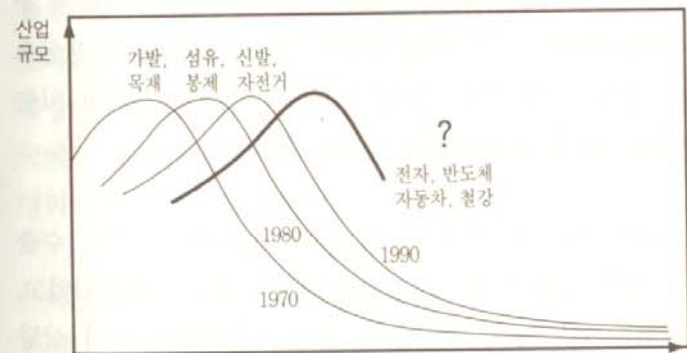
1980년대는 면방(綿紡)과 봉제산업(縫製産業)이 세계

2등까지 올라갔다. 1960년대 중반 자료에 의하면, 국내 10대 재벌 중 4대 재벌이 면방재벌, 2대 재벌이 목재재벌이었다. 60년대에 10대 재벌에 포함되었다면, 그간의 경제성장 추세로 보아 지금쯤은 세계 100대 기업 수준은 되었을 만하지 않는가? 봉제완구(縫製玩具)는 1980년대 후반부터 매년 23%의 감소세를 보이며 줄어들었고, 부가가치(附加價值)가 높았던 의류 수출은 매년 10%씩 감소하여 왔다. 반면에 부가가치가 낮은 직물류 수출만이 증가하고 있다. 면방업계도 국내 최대 수출산업의 자리를 내놓은 지 이미 오래되었으며, 새로운 고급사(高級絲) 개발에 소홀하였고, 가공기술(加工技術) 개발에 투자하지 않았으며, 낡은 설비(設備)로 가격경쟁력(價格競爭力)만을 강조하다가 이제는 사양산업으로 잘못 분류되어 사기(士氣)마저 떨어져 가고 있다. 옷을 산더미같이 만들어 수출하던 봉제회사, 국내산업의 가장 큰 기둥역할을 담당하던 면방회사들은 모두 어디로 갔나?

1990년대에 사라진 꽃들은 무엇인가? 90년대 초까지 신발은 단연코 세계 2등의 자리까지 올라갔다. 우리 신발은 1990년에 44억달러를 수출하였으나 1995년에는 16억달러가 채 못 되는 정도에 그쳤다. 5년만에 매년 20%씩 감소하여 크기가 3분의 1로 줄어든 것이다.

자전거산업(自轉車産業)은 어떤가? 1990년대 초반 하더라도 우리 자전거는 미국과 캐나다 자전거시장의 15%를 점유하였다. 90년대 초반에는 연간 130만대 수출을 자랑하던 공장도 있었다. 그러나 그 공장은 1995년에 이르러 30만대 채우기에도 급급하였고, 1996년에는 한 대의 자전거도 수출하지 못하였다. 이에 비해 대만(臺灣)과 중국산(中國産) 자전거의 북미(北美)시장 점유율은 93%로 급격한 증가를 보였다. 한때 세계시장을 이끌어 나가던 자전거 산업은 모두 어디로 갔나?

꽃들의 퇴장을 보며 느끼는 우리 한민족(韓民族) 산업의 전통(傳統)은 무엇인가? 세계 2등까지는 거품을 물고 다리에 쥐가 나도록 기어 올라가는데, 2등만 되면 하체(下



우리 산업의 전통 - 꽃들은 어디로 갔나?

體)가 풀어지면서 방황하다가 이윽고 화면 밖으로 사라지는 것이다. 우리는 끈기 있는 민족이기 때문에 현재 남아 있는 수출산업들도 별도의 혁신적, 필사적 조치가 없다면 기어코 이 전통을 이어갈 것이다.

사라질 꽃들은 무엇인가?

2000년에 사라질 산업은 무엇인가? 현재 남아 있는 몇 안되는 산업 중에서 사라지는 것이 나올 것이다. 철강, 전자, 반도체, 자동차가 남아 있다.

철강산업(鐵鋼產業)의 경기지표가 흐리다는 것은 신문 보도로 잘 아실 것이다. 조강생산력은 가히 세계적이나 중국과 동남아의 제철소 건설이 줄을 잇고 있다. 이들의 추격을 피하려면 고부가(高附加)－특수강(特殊鋼) 생산으로 방향을 바꾸어야 할 텐데, 일본(日本)이 지키고 있는 이 분야로의 진출은 만만치 않은 것이다.

전자산업(電子產業)은 어떤가? 가전제품의 대미 수출을 보면, 컬러 TV는 전년도에 비해 약 30%가 감소되었고, VCR은 43%, 음향기기는 약 10% 감소하였다. 이미 상당부분이 사라진 것이다.

반도체(半導體)는 어떠한가? 세계 시장점유율 1위를 자랑하던 반도체회사의 수익률은 1년 사이에 93%나 감소되었다. 아마도 국제시장 여건의 급격한 변화를 이유로 들 것이다. 천수답(天水畝) 농사를 짓고 있는 셈이다.

미국시장에서 인텔은 마이크로프로세서 시장을 장악(掌握)하고 있었고, 한국은 메모리 시장을 장악하고 있었다. 1997년 생산량 통계를 보면, 미국의 마이크론사는 16메가 D램에서 2억 6,000여 만개를 생산하였다. 세계 1위를 달리던 국내 반도체회사는 2억 2,000만개 생산에 그쳤다.

가격을 보면 더욱 심각하다. 16메가 D램의 나라별 가격을 보면, 한국은 5달러로서 개당 가격 6달러인 일본 업체보다는 강력한 경쟁력을 가지고 있었으나, 요즘 생산규모 확장에 열을 올리고 있는 대만의 4.5달러보다 비싸고, 미국에서 새로이 부상하는 마이크론사의 4달러보다 가격경쟁력이 훨씬 떨어지고 있다.

메모리 시장에서 3대 대규모 회사는 살아 남을 수 있다는 업계의 불문율도 깨질 전망이다. 마이크론사는 이제 높은 가격경쟁력(價格競爭力)과 크기가 대폭 축소(縮小)된

제품으로 전세계 메모리 시장에 급격히 침투할 것이다.

1995년 미국시장의 2.2% 차지했던 한국산 자동차(自動車)는 1997년에 점유율 1.8%에 그치고 있다. 필자는 1997년 4월에 미국 출장을 갔다가 그곳에 사는 교포(僑胞)로부터 걱정스러운 이야기를 들었다. 1만 8,000달러짜리 가격표가 붙어 있는 일본 자동차를 사러 들어가면, 판매원이 3,000달러를 나중에 돌려주겠다(Rebate)고 제안한다고 하였다. 그 옆 대리점에 있는 한국산 자동차의 정가는 1만 7,000달러로 일제보다 싼 듯하지만, 한 푼도 못 돌려주기 때문에 결국 한국산 자동차보다 일본 자동차가 2,000달러 싼 셈이다.

별다른 특징이 없는 한국 자동차는 1만 7,000달러, 평판이 좋고 고장이 없는 일본 자동차는 1만 5,000달러인 셈이다. 미국 소비자들은 어떤 차를 고를 것인가? 애국심이 투철한 교포들은 값이 비싸더라도 국산을 살 것이다. 그러나 미국 소비자들은 다르게 생각할 것이다.

한때 무서운 기세로 세계시장을 휩쓸고 다녔던 우리 산업의 꽃들은 모두 어디로 갔나? 가발과 목재, 면방과 봉제는 모두 어디로 갔나? 어느 곳을 가더라도 산같이 쌓여 있

던 우리 신발과 자전거는 모두 어디로 갔나? 이제 남아 있는 철강, 전자, 반도체, 자동차산업 중에서 사라질 것은 또 무엇인가? 이렇게 남아 있는 산업마저 모조리 사라지고 나면, 우리는 그때 무엇을 할 것인가?

고여 있는 물은 썩는다

왜 이런 현상이 일어났는가? 1980년 이후 임금인상(賃金引上) 투쟁이 전 산업에 퍼지면서 우리의 유일한 장점이던 저임금(低賃金)은 점차 고임금(高賃金)으로 올라갔고, 높은 생산성을 자랑하던 산업현장은 잦은 파업(罷業)과 작업의욕 상실 때문에 저효율(低效率)로 떨어졌다. 저임금-고효율이었던 우리 산업이 고임금-저효율로 바뀐 것이다. 정부와 산업계는 마땅히 이에 대한 근본적인 대응책을 마련했어야 했다.

싱가폴도 1980년대 초에는 우리와 비슷한 운명이었다. 값싼 가전제품을 조립하던 싱가포르의 임금상승과 생활수준의 향상이 이루어짐에 따라 국제경쟁력이 나날이 떨어지고 있었다. 싱가포르 정부는 우리와는 정반대의 조치를 취하였다. 즉, 임금이 상승하여 가격경쟁력이 떨어지는 가전업계에 4%의 기술세(技術稅)를 추가로 물리는 조치를

단행하였다. 가뜩이나 경쟁력이 떨어져 운영이 어려운 업체에 기술세를 추가로 물렸던 것이다. 기업의 반응은 대개 두 가지로 나타났다. 첫째, 기술세를 낼 수 없는 기업들은 재빨리 업종전환(業種轉換)을 서둘렀다. 그렇지 않은 기업들은 기술세를 내느니 차라리 연구개발(研究開發)을 하겠다고 하면서 신제품개발과 사업구조 조정(事業構造調整)에 열을 올렸다.

우리나라 정부는 어떻게 하였는가? 가격경쟁력이 떨어지면, 싱가포르 정부는 기술세를 추가로 부과함으로써 기업의 체질을 강화시켰고, 우리 정부는 각종 지원정책을 남발하였다. 정부의 지원을 받게 되니, 업종전환을 고려하던 기업인들도 돈 받는 재미를 잊을 수 없어 그것을 보류하였다. 연구개발에 열을 올렸어야 할 기업들도 정부에서 돈을 안 주면 절대로 연구하지 않게 되었다. 버티고 있으면 정부가 연구비를 줄 것이기 때문이다. 산학협동 연구를 하다가 보면 적은 예산으로도 추진될 수 있는 연구개발과제가 많이 있었다. 그런데 이들은 정부에서 지원이 나오면 착수하겠다고 하였다. 마치 정부가 강력히 요청을 해서 할 수 없이 기업을 하고 있는 듯한 느낌이 드는 발언이었다. 정부의 지원이 부족하여 망했다고 분개하는 기업인도 보았다. 싱가포르 기업인들은 우리를 어떤 눈으로 보겠는

가? 과연 누구의 회사인가?

대만(臺灣)은 1980년에 정보산업 육성책에 관한 근본적인 체계를 확립하였고, 기업인들에게 핵심부품 개발을 유도하였다. 우리는 대규모 국책연구소(國策研究所) 단지를 만들었고, 대만은 대규모 기업단지(企業團地)를 만들었다. 싱가포르와 대만은 1980년대 초반부터 이미 산업구조의 틀을 거의 강제적으로 전환(轉換)하려는 정부의 노력이 있었으나, 우리는 '정부의 지원을 대폭 늘려야 한다'며 변신(變身)을 미루었고, 온몸으로 병이 퍼져 나가는 것을 방치(放置)하였다.

생각을 고쳐야 한다

오늘날 현실은 어떤가? 홍콩과 싱가포르는 1만달러 소득 이후 10여 년만에 2만달러 소득시대를 구가하고 있다. 흔히 아시아에 네 마리의 용이 있다고 하였다. 세 마리 용은 모르겠으나 우리는 애시당초 용이 아니었다. 용이 남의 제품을 모방하는가? 용이 정부의 지원이 없으면 해매는가?

이들과의 차이점은 무엇인가? 세 마리 용은 일찍이 시장을 개방(開放)하여 자립능력(自立能力)을 키우고자 꾸

준히 변신(變身)을 강조하였고, 망할 기업은 가능한 빨리 망하게 하는 정책을 전개하였다. 우리는 어떠하였나? 세계 진출은 정부가 돕는 경우에만 하였고, 국내시장에 집착(執着)하면서 해묵은 국산품 애용 구호에 의존하였고, 공정한 해외시장 경쟁을 외면하였다. 기업이 망하면 정부의 책임이며, 손해가 나는 기업은 정부가 지원해야 한다는 이상한 발상을 하게 되었다. 환자인 것이다. 중환자실(重患者室)에서 장기간의 집중치료(集中治療)가 필요한 중증환자가 된 것이다.

야생화만이 살아 남는다

사라진 꽃들의 공통점은 무엇인가? 변화하는 요인에 대한 대책을 소홀히 하였고, 핵심역량(核心力量)이었던 가격경쟁력이 무너지는 것을 방관하였다. 시장의 여건은 하루가 다르게 변하는데, 위기를 맞을 때마다 경기가 풀리기만을 기다렸다. 사양산업(斜陽産業)의 배경에는 시장경제의 원리가 무시되었다. 국내시장의 보호는 기업의 국제경쟁력 약화로 이어졌고, 경쟁력이 약해지면 정부에 의존하였다. 사라지는 꽃들은 온실(溫室) 속에서 살았던 것이다. 우리 제조업은 작년에 1,000원어치를 팔아 10원도 안 되는 이익을 남겼다. 이런 사업을 도대체 왜 하는가? 이제

온실 속에서 나와 비바람이 몰아치는 국제경쟁 속에서 살아 남아야 한다.

사라진 꽃들이 우리에게 주는 교훈(敎訓)은 무엇인가? 세계 제일을 꿈꾸는 기업만이 살아 남을 수 있으며, 정부에 의존하고, 국산품 애용을 강요하고, 가격경쟁력(價格競爭力)에 의존하는 기업은 모두 사라지는 꽃이 된다는 것이다.

이제 주위를 둘러보고 앞으로 사라질 꽃들에 대한 본격적인 대책이 마련되어야 한다. 지금 피어 있는 꽃들이 명심(銘心)해야 되는 사항은 무엇인가? 앞으로도 수출단가는 계속 하락할 것이며, 달러 강세에 따른 추가 인하압력도 드세어질 것이다. 유일한 활로(活路)는 무엇인가? 정부에 의존하지 말아야 한다. 품질이 나빠도, 가격이 비싸도 국산품이니까 애용해야 한다는 협박을 중지하여야 한다. 독특한 발상을 선도하여야 하고 높은 가격을 받아야 하며, 후발 경쟁국이 추격을 포기하도록 계속 전진해 나가야 한다.

온실 속의 꽃은 국제시장에서 죽는다. 야생화(野生花)만이 살아 남는다.