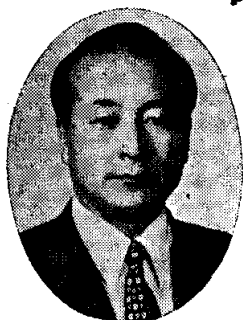


國際化時代의 韓國企業



吳 相 洛

(서울大 經營大 教授)

I. 序 言

現今의 韓國企業의 活動領域이 急速度로 國際化되고 있다는 點은 再言의 必要조차 없겠으나 確實히 70年代에 들어와서에 韓國企業의 海外市場 開拓은 曄々한 狀이다. 1970年에 8億弗남짓 하던 輸出量이 1977年末 100億弗을 超過했다는 物量的인 增加도 驚異的인 發展이지마는 主로 美國과 日本을 통해 世界를 내다보던 韓國企業들이 70年代 後半에 와서는 그 視野가 유럽, 中東, 아프리카 및 中·南美등의 世界 各處로 넓어진 것은 全世界를 하나의 經濟單位로 하는 全球戰略에의 接近을 意味하는 것이다.

이러한 企業의 國際化의 趨勢는 우리나라 經濟에 局限된 것은 勿論 아니며 特히 第二次大戰 後의 世界經濟의 一般的인 趨勢로써 앞으로도 그 程度가 더욱 深化될 것은 明白한 事實이다. 이러한 觀點에서 本稿에서는 이미 國際化經濟에 돌입하기 시작한 우리나라 經濟가 先進國의 企業들의 國際化段階에 비추어 어느 段階에 이르렀는가를 分析하여 앞으로의 國際化方向을 살펴보고자 하며 또한 持續的인 國際化를 추진하기 爲한 過程에서 봉착할 지도 모르는 問題點들을 分析하여 그 解決策을 강구하고자 하는 데 그 目的이 있다.

II. 韓國企業의 國際化程度

企業의 活動領域이 一個의 主權國家의 범주를 벗어나서 二個以上의 主權國家를 對象으로 할 때

그 企業의 活動이 國際化되었다고 한다면 韓國企業의 國際化는 그 歷史가 무척 길다고 할 수 있겠다. 樂浪時代의 漢나라 文物은 辰韓人들의 一方의인 輸入이라 하더라도 高麗時代의 貿易은 멀리 阿拉비아地域까지 뻗어서 國際社會에서 우리나라를 "KOREA"라고 불리워지게 한 유래가 되었다는 것은 周知의 事實이다.

企業의 國際化를 꼭 마케팅의 側面에서 分析하지 않고 財務的 側面에서 살펴보면 韓國企業의 國際化는 外國借款을 積極的으로 使用하기 始作한 1960年代 中盤부터라고 할 수도 있을 것이며 또한 生産의 側面에서 原料供給地의 國際化程度를 살펴보려면 輸入先의 國際化가 언제 이루어졌는가를 分析해야 할 것이다.

이와 같이 國際化에 대한 어느 定義를 따르느냐에 따라 韓國企業이 언제부터 國際化가 始作되었으며 또한 現在 國際化의 深化程度에 대한 客觀的인 分析이 可能할 것이지만 이러한 定義에 대해서는 外國의 學者들 사이에도 많은 意見의 差異를 보이고 있다. 가령 Howard V. Perlmutter 같은 學者는 最高經營者의 經營觀點에 따라 企業의 國際化段階을 自國志向的(ethnocentric), 他國志向的(polycentric), 世界志向的(geocentric) 등으로 區分하고 있고, William A. Dymsha 같은 學者의 경우는 本社의 組織의 國際化에 焦點을 맞추어 國際業務를 課단위에서 하느냐, 事業部單位에서 하느냐 아니면 獨立된 子會社에서 하느냐에 따라 區分하기도 한다. 또한 一般的인 研究論文에서는 企業의 國際化程度를 企業의 總販賣高에 占하는 外國에서의 販賣比率를 쓰는 경우도 許多하다. 本稿에서는 國際經濟에의 介入程

度에 焦點을 맞춘 Neil M. Jacoby의 國際化程度分類에 따라 韓國企業의 國際化程度를 分析해 보고자 한다.

Jacoby에 따르면 一般的으로 企業이 國際化하는데는 다음의 過程을 밟는다고 한다. 卽

1. 製品의 輸出
2. 海外販賣支社의 設置
3. 外國企業에의 技術提供에 依한 生産
4. 外國에 生産施設 設置
5. 經營哲學의 多國籍化
6. 株主의 多國籍化

이러한 分類에 따른 美國의 소위 "Fortune 500"에 屬하는 大部分의 大企業들은 世界各處에 生産施設을 가지면서 多國籍企業化하여 第4段階를 거쳐서 第5段階인 經營哲學의 多國籍化의 段階에 들어가려고 하고 있는 데 가령 IBM 같은 會社의 경우는 美國本社에까지도 能力만 있으면 外國사람도 重役陣에 기용하는 등 經營의 國籍에 속化를 完全히 탈피하려는 努力이 대단하다. 아직 第6段階인 株主의 多國籍化를 이루고 있다고 할만한 會社는 美國에서도 찾아보기 힘든 상태이나 IBM이나 DuPont같은 會社들의 株式이 유럽株式市場에 上場이 되어있고 Sony의 株式이 美國株式市場에 上場이 되어 公開가 되어있으므로 이 또한 머지않은 장래에 이루어질 것으로 보인다.

이에 反하여 Jacoby의 分類에 따르면 韓國企業의 國際化는 아직 初步的 段階에 있다고 할 것이다. 韓國이 100億弗의 수출을 達成하여 世界貿易의 1%를 占하게 되었다고는 하지만 몇몇 綜合商社들을 除外하고는 韓國企業들은 아직 第2段階의 進入도 못하고 있는 實情이다. 國際化의 第4段階인 海外投資도 間歇的이지만 1963年以來 있었던 것은 事實이다. 즉 1963年 南方開發이 말레이시아에 森林開發을 위한 1,500,000弗의 海外投資가 있는 後 1967년까지 海外投資가 없다가 1975년부터 本格的인 軌道에 올라서 1968年 資料에 의하면 總 106件에 5천2백만弗의 海外投資가 있었는데 그 中 森林開發이 35.9%로 首位이며 다음이 貿易 및 商業이 28.0% 製造業이 16.4% 建設業이 9.4% 用役業이 8.0% 水産業이 2.3%였다. 最近 사우디아라비아를 中心으로 한 建設

業體들의 大幅的인 進出을 감안하면 金額面에서도 海外投資가 많이 들었을 것이고 또한 建設業의 比重도 많이 바뀌었을 것으로 보인다.

그러나 韓國企業의 海外進出의 양상이 外國企業의 海外進出과 根本的으로 틀리는 點이 있다. 즉 外國企業들의 海外投資를 分析하면 製造業의 比重이 큰데 反하여 韓國企業의 海外投資에는 製造業比重이 지극히 낮다는 것이다. 우리나라의 경우 위에서 지적했듯이 製造業이 海外投資에 占하는 比重이 16.4%에 不過한 데 反하여 美國의 경우는 42.7% 日本의 경우는 31.7%에 달하는 것이다. 다시 말하여 韓國企業의 海外投資는 合板輸出을 위한 森林開發投資이며 貿易會社의 海外支社設立등에 대한 投資도 輸出의 圓滑한 伸張을 위한 附隨的 投資라는 느낌이 농후하다. 특히 最近에 자주 擡頭되는 海外資源開發을 위한 投資 역시 國內市場消費내지 輸出産業의 原料確保에 焦點이 맞추어져 있어 製造業體의 獨寡占的 競爭力에 背景을 둔 外國企業들의 海外進出과는 그 양상이 많이 틀린다고 할 수 있다.

III. 韓國企業이 추구해야 할 國際化의 方向과 問題點

위에서 分析한 바와 같이 韓國企業의 國際化程度는 根本的으로 第一 初期段階인 製品의 輸出에 焦點이 맞추어져 있다고 할 것이다. 最近의 漸增하는 海外投資 역시 輸出의 圓滑한 伸張에 焦點이 맞추어져 있을 따름이라는 것은 위에서 지적한 바와 같다. 그러나 長期的인 觀點에서 볼 때는 國內에서 生産하여 外國에 輸出하는 形態로써의 企業의 持續的인 國際化에는 문제점들이 많다. 最近에 자주 거론되는 關稅장벽 및 쿼터 설정문제는 自國의 利益을 保護하려는 國家들의 一般的인 政策들이어서 가까운 長래에는 사라질 展望이 없다. 보다 根本的으로는 海外의 消費市場에 生産施設을 가지고 있어야만 消費者들의 기호의 變動을 잘 파악할 수 있고 또한 製品에 대한 애프터·서비스(After Service) 등을 통해 現地消費者들의 信任도 높일 수 있어, 海外에서의 持續的인 販賣成長을 가져올 수 있게 하기 위해서는 우리나라 企業들도 빠른 時日內에

製造業部門에서의 海外進出이 있어야 하겠다. 製造業部門의 海外進出은 第二次大戰以後의 世界經濟의 趨勢이며 韓國企業의 國際化가 定着되기 위하여 꼭 必要한 段階인 것이다.

단지 製造業의 海外進出을 위해서는 여러가지 問題點이 있는 것은 事實이다. 輸出이나 또한 輸出을 돕기 위한 海外投資에 대해서는 根本的으로 國內의 勞動力이라든지 또는 政府의 租稅 및 金融의 特혜에 依持할 수도 있으나 製造業의 海外投資는 그 生産業務 自體가 海外에서 일어나므로 國內勞動力을 쓸 수 없을 뿐더러 政府의 保護도 二重課稅에 대한 條約, 海外投資에 대한 保險 정도의 受動的 保護만이 可能하므로 그 企業의 存폐는 오로지 當해 企業의 國際競爭力에 의해 左右된다. 다시 말하여 製造業分野에서의 海外投資를 하려는 韓國企業은 完全히 國際競爭속에서 自立할 수 있는 企業이라야 可能하다는 것이다.

그러면 國際競爭力속에서 이길 수 있는 힘의 源泉은 어디에 있을까? 이에 대해서도 學者들 사이에 異論이 많은 것은 事實이나 一般的으로 統一된 意見은 어느 企業體든지 獨寡占의인 競爭力을 가져야 한다는 點이다. 즉 世界의 競爭속에서 살아갈려면 生産技術面이든지 마케팅技術, 財務管理技術 또는 一般的인 經營技術이든지 간에 다른 企業體에 비해 무엇이든가 獨占的으로 나온 技術을 가지지 않고서는 안된다는 것이다. 先進國의 企業들이 製造業部門에서 海外進出을 하는 예를 보면 技術特許에 의한 生産技術의 獨占이거나 또는 海外市場을 남들보다 잘 알고 있다는 마케팅技術上的 獨占의 優位든지 무엇인가를 가지고 있음을 알 수 있다. 어쩌면 이러한 論議들이 추상적인 것으로 들릴 지 모르지만 가까운 예로 우리나라에 進出하여 있는 外國企業體들을 分析해 보면 많은 것을 배울 수 있다. 즉 外國企業體로써 韓國에서 生産業務를 할려면 言語, 文化의 差異 등 많은 handicaps를 가지게 마련인데 이러한 handicaps는 우리나라의 製造業體가 外國에서 生産施設을 가질 때도 마찬가지로 가져야 할 문제점이다. 이와 같은 內在的인 handicaps에도 不拘하고 外國投資 企業들이 우리나라에서 利潤을 남길 수 있는 것은 어디까지나 그

들 外國企業들이 第一의 競爭相對인 같은 産業의 韓國企業보다도 生産技術面이나 마케팅技術 등의 면에서 어떠한 뚜렷한 優位를 가지고 있기 때문인 것이다.

生産技術面에서의 獨占은 말할 것도 없이 研究開發에 대한 投資와 직결되어 있으며 마케팅技術面에서의 競爭力強化를 위해서는 海外市場에서의 年輪과 販賣員의 資質向上을 위한 끊임없는 研究가 必要할 것이다. 外國投資企業體에 의해 技術을 제공받는 것으로서도 國內市場에의 침투나 外國投資企業들이 이미 開發하여 놓은 海外市場에의 침투는 可能하다. 그러나 長期的 觀點에서 製造業分野에서의 海外投資를 成功시키기 위하여서는 韓國企業의 獨自의인 研究開發에 依據한 獨占의 競爭力의 開發이 유일한 해결책이라 할 수 있다. 이러한 觀點에서 볼 때 味元의 인도네시아에서의 現地生産은 우리에게 많은 것을 가르쳐주고 있으며 韓國企業도 努力如何에 따라서는 製造業分野의 海外投資에 의한 좀 더 기반이 탄탄한 國際化를 이룩할 수 있다는 것을 잘 보여 주고 있다.

IV. 結 言

第二次大戰後의 世界經濟의 특징을 端的으로 말한다면 國際化의 深化라고 할 수 있을 것이다. 世界的인 輸出伸張은 말할 것도 없고 主로 先進國들 中心이지만 企業들의 生産施設의 多國籍化 현상 역시 뚜렷이 나타나고 있다.

그러나 企業活動의 國際化경향에 대해 反對의 힘으로 第二次大戰後에 점차로 強해지고 있는 것은 民族主義의 힘이다. 처음에는 主로 新生하는 國家들이 自國의 利益을 保護하기 위하여 부르짖었던 政治的인 口號에 지나지 않았으나 1974年의 석유파동에서 뚜렷이 나타났듯이 이제는 先進國家들 마저도 自國의 利益을 위하여서는 關稅障壁 및 쿼타설정등도 서슴치 않는다는 것은 우리나라도 피해자의 立場에서 너무나 잘 알고 있는 事實이다.

이러한 世界經濟의 二律背反의인 力學속에서 韓國經濟는 過去 10餘年間 경이적인 輸出伸張率을 보이면서 國際化를 深化시켜온 것은 事實이나

앞으로의 持續的인 國際化의 深化를 위하여서는 一種의 方向轉換을 하여야 할 때가 온 것 같다. 싸다고만 여겨졌던 國內勞動力도 점차 그 優位가 弱해져가고 있으며 輸出을 위한 政府의 支援 역시 限度가 있는 것이다. Jacoby에 의한 分類에서 보듯이 先進國의 企業들도 처음에는 輸出一邊에서 漸次的으로 海外에 生産施設을 하는 단계로 이어졌던 것과 마찬가지로 우리나라의 企業들도 持續的인 成長을 위하여서는 빠른 時日內에 製造業部門의 海外投資로의 轉換이 이루어져야 하겠다.

製造業部門에서의 海外投資가 成功하기 위하여는 무엇보다도 生産, 마케팅 技術面에서의 獨占的技術이 必要하며 이러한 占的技術은 根本的으로 과감한 研究開發費의 投資가 先行되어야 할 것이다. 이 點, 우리들은 韓國에 投資하고 있는 外國人投資企業體들에게서 많은 것을 배울 수 있다. 이러한 企業體들이 異國땅인 우리나라에서 어떻게 成功할 수 있었던가에 대한 철저한 分析이 앞으로 國際化의 深度를 더해가려는 韓國企業들에게 많은 指針을 提供할 수 있을 것이다.