

2014. 7. 25 (금) 조건부터 보도하여 주시기 바랍니다.

문의; 국민경제자문회의 지원단 공정경제팀 황동언 팀장 [02-731-2430] 구윤모 연구원 (02-731-2432)

국민경제자문회의 - 중소기업연구원 「중소기업의 글로벌화 전략」 세미나 개최

창조경제의 핵심인 우리 중소기업들의 해외시장 진출이 미흡한 상황에서 우리경제에 활력을 불어넣기 위해서는 중소기업들이 내수 위주에서 벗어나 적극적으로 해외로 진출해야 하며 이를 위한 글로벌 역량 강화가 무엇보다 중요하다는 의견이 제기되었다.

국민경제자문회의와 중소기업연구원은 24일 여의도 중소기업중앙회 제2대회의실에서 “중소기업의 글로벌화 전략”이라는 주제로 공동 세미나를 개최하였다. 세미나에 참석한 전문가들은 주제발표와 패널 토론을 통해 중소기업의 글로벌화의 필요성 및 정책방향, 주요 이슈 및 과제 등에 대해 심도있게 논의하였다.

1세션 ‘중소기업 글로벌화의 필요성과 정책방향’을 발표한 동아대학교 오동운 교수는 중소기업 글로벌화는 단순한 수출지원이 아닌 한국경제의 성장 정책으로 자리잡아야 하며 중소기업 정책의 미래 패러다임이라는 의견을 제시하였다.

오 교수는 “창업 중심의 일자리 창출은 그 한계가 분명하며 기존 중소기업이 기업규모 확대를 통해 성장하면서 일자리를 만드는 것이 무엇보다 중요하다. 그리고 이제는 ‘무엇을 만들 것인가’보다 ‘어떻게 팔 것인가’에 대한 답을 구해야 할 시점이며 성장 한계를 노출한 협소한 내수시장보다 매년 성장하고 있는 글로벌시장이 그 답”이라고 밝혔다.

오 교수는 수출은 글로벌화의 첫 단계에 불과하며, 보다 장기적 관점에서의 글로벌화를 추진해야 한다고 지적하고, 수출입 중심인 협의의 개념을 넘어 기술, 인력, 자본까지 글로벌화하는 광의의 개념으로 접근해야 한다고 주장하였다.

제2세션은 ‘중소기업 글로벌화의 주요 이슈와 과제’를 주제로 이준호 중소기업연구원 선임연구위원이 발표하였다.

이 선임연구위원은 “산업별 글로벌가치사슬(GVC) 지도 작성을 통한 글로벌 현황 파악이 중요하며 국내 전체 산업 및 중소기업들이 고부가가치 사슬로 진입하기 위한 국가 미래산업 전략 차원의 청사진 제시가 필요하다”고 밝혔다.

그리고 “중소기업 글로벌화의 다양성을 인식하여 중소기업 지원정책 방향도 다양화해야 되며 이를 위해 글로벌화의 경로 파악 및 비즈니스 형태별 지원 정책에 대한 고민이 필요하다. 또한 GVC 진입을 통해 글로벌화를 촉진해야 하며 이를 위해 기존의 글로벌화 지원정책에 기반을 둔 GVC 진입지원 방안을 모색해야 한다”고 밝혔다.

이 선임연구위원은 “GVC 확산은 개별기업간 경쟁에서 기업네트워크간 경쟁으로의 변화를 의미하므로 중소기업의 GVC 편입 지원을 위한 대기업의 역할이 강화되어야 하며, 중소기업 GVC 진입 협력지수를 개발하여 동반성장 지수에 반영하는 등 GVC 편입 지원을 위한 인센티브 제공도 검토해야 한다”고 밝혔다.

제3세션은 ‘중소기업 우수상품 글로벌 진출 지원방안’에 대해 전홍기 중소기업진흥공단 처장이 발표하였다.

전 처장은 “글로벌화된 시장에서 기업 경쟁력 제고를 위해 제품의 수출 경쟁력을 높이는 것은 선택이 아닌 필수이며, 중소기업진흥공단의 수출마케팅 지원 사업*은 중소기업의 글로벌진출 기반을 강화하기 위해 마련된 지원책”이라고 밝혔다.

* 수출마케팅지원사업은 기반조성부터 실제 수출에 이르기까지 수출 마케팅을 지원하는 원스톱 복합 패키지로서 우수제품 발굴, 사전 마케팅 역량 지원, 현지화 마케팅 지원 등 크게 3단계로 나누어진다.

전 처장은 “중소기업의 글로벌화를 지원하기 위해 공단은 HIT500사업, 마케팅기반조성사업, 글로벌강소기업육성사업, 고비즈코리아를 통한 온라인지원사업, 온라인쇼핑몰 한국관 개설 운영, 글로벌 온라인 수출(B2C) 지원 확대, 한류활용 PPL지원사업 등 다양한 사업을 펼치고 있다”고 밝혔다.

그리고 “글로벌 시장은 어디든 우리 기업에게는 틈새시장이기 때문에 글로벌 시장 진출의 시행착오를 최소한으로 줄이고 성공률을 극대화하기 위해 우리 중

소기업들이 수출마케팅지원 사업을 적극 활용해야 한다”고 조언하였다.

주제 발표에 이어 진행된 종합토론에서는 전문가 패널들의 다양한 의견이 제시되었다.

중소기업청 김병근 경영판로국장은 “중소·중견기업이 지속적인 글로벌화를 통해 성장하고 있지만 그 수준은 여전히 낮은 편이며 아직까지 개별 중소기업의 수출은 영세성을 탈피하지 못하고 있어 이를 개선할 적극적인 노력이 필요하다”고 밝혔다.

아울러 히든챔피언에 해당하는 국내 기업은 주요 선진국 대비 턱없이 부족한 현실이며, 중소·중견기업의 글로벌화를 위해 한국형 히든챔피언 육성, 온라인 B2C 수출지원센터 설치, 글로벌 판매대행 전문기업 및 파워셀러 육성 등을 통한 온라인 수출 활성화, 국가별로 차등화된 진출전략 수립·지원 등을 제언하였다.

그리고 FTA 협상의 선제적 대응 및 활용도를 제고해야 하며 이를 위해 사전준비부터 협상 및 활용에 이르는 일관성 있는 FTA 정책 수립 및 FTA 활용도 제고를 위한 FTA 교육·컨설팅 및 원산지 증명·관리 강화, 주요 수출국 무역기술장벽(TBT) 대응지원 방안 마련 등 비관세장벽의 해소가 중요하다고 밝혔다.

김용진 서강대학교 교수는 “중소기업의 글로벌화 성공요인으로서는 크게 글로벌 고객 또는 시장을 이해하는 역량과 글로벌시장에 맞는 제품을 개발할 수 있는 역량을 들 수 있다”고 밝혔다.

김 교수는 “현 지원체계는 지원사업도 다양하고 예산도 상당하지만 효과성은 조금 떨어지는 것이 사실이며, 지원체계의 단순화나 통합화도 바람직하지만 그 방향성이 문제가 될 수 있다”고 조언하였다.

아울러 기업의 성장단계, 글로벌 역량, 그리고 기업의 비즈니스 모델을 고려한 지원체계의 재구조화가 필요하고 무엇보다도 기업의 비즈니스 모델에 대한 이해와 그에 맞는 성장전략 제언 및 지원체계의 구축이 가장 중요하다고 제언하였다.

박혜린 움니시스템 대표는 “글로벌화를 위해서는 도전정신이 필요한데 실패를 두려워하지 않고 실패를 통해 배우고 성장할 수 있도록 안정망을 펴주는 것이 진정한 글로벌화 지원”이라고 밝혔다.

박 대표는 현재의 지원이 장기적인 지원이라기 보다는 단기적이며 성과 중심의 지원이라고 생각하며 기업마다 다른 특성이 있고 업종도 다르므로 각 회사에 맞는 맞춤형 지원이 되어야 진정한 글로벌화가 성공할 수 있다고 조언하였다.

그리고 현재의 복잡다양한 지원체계를 일원화하여 상담-협의-지원 식의 필요한 회사를 위한 지원이 이루어져야 하며 기업도 정책 지원자에게 의존만 하려는 방식은 피해야 하고 진취적인 도전정신이 필요하다고 덧붙였다.

성명기 이노비즈협회장은 “중소기업은 내수에 치중한 납품거래 비중이 상대적으로 높은 것이 현실이며 이는 많은 중소기업이 모기업 수급(납품)에 의한 내수 영업활동에 치중하고 있기 때문”이라며, “이로 인해 많은 중소기업이 안전지향적 기업 운영과 수출의지 상실로 이어지고 있다”고 밝혔다.

성 회장은 “창조경제가 제대로 작동하기 위해서는 중소기업 글로벌화, 즉 중소기업의 수출경쟁력 향상이 반드시 선결되어야 하며, 수요자인 기업의 입장에서 정부정책은 단기성과 중심의 정책지원에서 벗어나서 창업지원보다 수출, 판로지원의 비중이 늘어나야 한다”고 밝혔다.

신환섭 KOTRA 본부장은 “글로벌화를 위해 내수기업 중 수출이 가능한, 글로벌화 조건을 보유한 기업을 우선 지원해야 하고 단순히 중소기업 수를 늘리는 것보다 기존 수출기업의 확대 지원을 통한 질적인 글로벌화도 중요하다”고 밝혔다.

그리고 중소기업의 수출기업화도 중요하지만 대기업을 통한 수출이 더 빠를 수 있으므로 대기업과의 동반성장이 필요하다고 제안하였다.

신 본부장은 “수출저변 확대를 위해 내수기업의 수출기업화 지원체계 구축이 필요한데 정부차원에서도 유관기관과의 협력을 통해 유망내수기업의 집중 발굴 및 수출기업화를 추진하고 있으며, KOTRA에서도 2014년 연간사업으로 300개사의 수출기업화를 목표로 하고 있다”고 덧붙였다.

현대원 국민경제자문회의 위원은 국내 ICT 기업들의 해외진출 활성화를 위해 新 ICT 생태계 구축이 필요하며 이를 위해 플랫폼 창조제공자를 발굴하고 육성할 것을 제안하였다.

현대원 위원은 중소·중견기업의 ICT 글로벌화는 제한적인 구조적 특징을 띠며 현 생태계를 新 ICT 생태계로 진화하기 위해서는 기업간 수평적 상생

협력을 통한 ICT기업의 글로벌화 확대가 가능한 새로운 상생형 생태계를 구축할 필요가 있다고 밝혔다.

그리고 “개별 중소·중견기업은 자력만으로는 글로벌 진출을 추진하기가 어려우므로 상생협력을 통한 역량이 결집이 필요하며 이를 어떻게 新 ICT 생태계로 구조화할 것인가가 주어진 과제”라고 밝혔다.

또한 플랫폼 창조제공자의 우선 적용에 있어서는 첫째, 글로벌 경쟁력을 기반으로 국가 강점 분야의 경쟁력을 적극 활용한 산업/영역을 우선적으로 선정하고 둘째, 로봇, 3D 프린터 등 글로벌 ICT 환경변화에 따른 미래 기회가 큰 분야에 대해 플랫폼 창조자를 발굴 육성할 것을 제안하였다.

정부 차원에서는 플랫폼 창조제공자를 발굴하고 육성하기 위해 적극적인 정책을 수립·집행할 필요가 있고 중소·중견기업 지원을 개별기업 지원에서 플랫폼 창조제공자를 중심으로 한 생태계 지원으로 방향을 바꿀 필요가 있다고 덧붙였다.