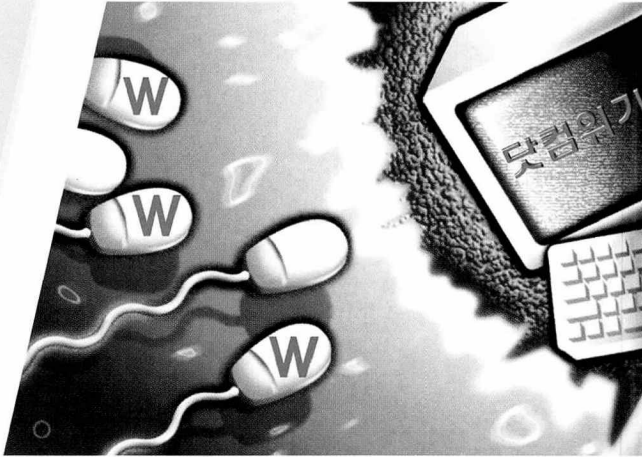


닷컴이 위기라는데...

이철행 / 삼성SDS(주)



전국이 벤처와 인터넷 닷컴 열병을 앓더니 느닷없이 찾아온 매서운 한파에 몸을 떨고 있다.

‘대박의 꿈’ 드라마를 연출하던 코스닥은 지난 3월 시가총액 93조원에서 8월에 53조원으로 40조원을 날려버림으로써 수많은 개미들과 신생 벤처들을 망연자실하게 만들었다. 올 들어 신규등록한 업체가 60개 이상인 것을 고려하면 50조원은 죽히

사라졌을 것이다. 설상가상으로 지난해 무더기로 발행했던 전환사채의 만기가 10월부터 시작되어 주식전환을 기대했던 닷컴들은 주가하락으로 인해 현금상황을 준비해야 할 처지다. 호사가들은 일찍부터 9월에 벤처기업 30%가 도산하느니, 연말까지 90% 닷컴기업이 사라질 것이라느니 제각각 위기설을 점치며 도산업체의 고가 인터넷 장비 ‘땡처리 장사’가 재미 볼 것이라고 전망한다. 사실 닷컴 열병과 위기설은 세계적 동조현상이다. 유리시스템을 창업하여 5년만에 10억불을 거머쥔 김종훈 사장의 뒤를 이어 지금도 실리콘밸리에서는 하루 60명 이상의 백만장자가 탄생하고 있고, 미국 벤처의 영향으로 영국에서도 대학과 회사를 떠나 벤처 창업 열풍이 불고 있다.

반면 가트너는 아시아와 유럽의 닷컴 85%가 3년 내 망할 것으로 전망했고, 지난 6월에 월스트리트저널은 닷컴의 거품붕괴가 세계적 현상이라고 보도했다. 닷컴의 대명사인 아마존의 1/4분기 매출과 적자폭이 함께 증가된 이후, 2/4분기에는 매출 감소, 적자 증가라는 최악의 상황을 맞아 작년 말 100불이 넘는 주가가 30불 대까지 하락하자 위기설은 현실로 다가왔다. 미국 닷컴들은 금년에 1만명 이상 감원을 했고, 국내에서는 7월에 알짜마트가 간판을 내린 데 이어 주요 닷컴들이 적자행진을 계속했으며 8월에는 닷컴주가가 20% 하락했다.

닷컴이라는 인터넷 벤처는 본래 ‘High Risk, High Return’의 의미가 내포되어 있어 대박의 가능성과 위험이 공존하고 있다. 미국에서 투자 받으려는 1천 개 기업중 단 6개 기업만 투자유치에 성공하며, 그 중에서 10%만이 상장에 성공하고, 나스닥 등록 기업의 30%가 3년 내 퇴출된다. 미국은 닷컴 성공 가능성을 1~2%로 보고, 한 개의 ‘스타 닷컴’의 탄생 뒤에는 장막에 가린 100개의 ‘별똥 닷컴’이 있고 그 비용을 10억불로 추산하고 있다.

이와같은 점을 고려하더라도 국내 닷컴의 위기설에는 몇 가지 특징이 있다.

첫째, 기존 대기업과의 버거운 경쟁이다. 야후, 아마존과 같은 미국의 닷컴이 인터넷 발전 초기 단계에 사업을 시작하여 오프라인 대기업들을 일찌감치 따돌린 반면, 대부분 국내 닷컴은 기존 대기업과 비슷한 시기에 인터넷 사업을 시작하여 대기업의 막강한 브랜드, 자본, 고객기반, 공급업체 관계, 인프라, 맨파워로 인해 대기업과의 힘겨운 경쟁을 하고 있다.

둘째, 낮은 기술경쟁력과 아이디어에 의존한 사업 기반의 취약성이다. 국내 닷컴의 기술경쟁력은, 전자상거래는 선진국의 50~60%, 웹 보안기술은 20%, 기반기술 플랫폼과 전자결제시스템은 4~5년 뒤지는 취약한 상태이며, 아이디어에 의존한 사업모델인 경우 낮은 진입장벽으로 극심한 경쟁에 시달리게 된다.

셋째, 불안정한 수익모델과 자금운용의 왜곡이다. 정교하지 못한 수익모델로 '네트워크 효과', '모 아니면 도', '초기 시장 선점'의 환상을 쫓다가 적자에 시달리게 되고, 이를 재테크나 증자로 메우는 악순환이 반복된다. 국내 우량 쇼핑몰의 약 60%가 적자이며, 선두 닷컴 평균 영업손실률이 37.6%에 달한다. 코스닥 벤처 순이익의 70% 이상을 재테크에 의존하고 있으며, 재테크 이익으로 인해 닷컴의 영업적자가 경상수지흑자로 둔갑하고 있다.

넷째, 비정상적인 닷컴문화의 확산이다. 지나친 의욕과 무분별한 공공자금지원으로 '무늬만 닷컴'인 사이버 닷컴을 양산하고, 닷컴은 다른 닷컴에 투자하여 재테크에 열중하며, 투자자는 안이한 '대박 신드롬'으로 '묻지마 투자'에 편승하거나 단기투자에 급급하여 꽃도 피기 전에 성급히 열매를 바라는 현상이 팽배해 있다. 또한 증시관리가 허술한 틈을 타 필요 이상의 자금을 무분별한 증자로 조달하여 시장을 냉각시키고 투자자의 신뢰를 잃어 유망한 신생 닷컴도 도매금으로 투자 기피 대상이 되는 현상이 벌어지고 있다. 이는 닷컴의 도산, 인터넷 장비 및 솔루션 업체의 도산, 벤처캐피탈의 도산으로 이어지는 도미도 현상을 초래할 수 있다.

그렇다면 닷컴(dot-com)은 결국 닷밤(dot-bomb)이 되고 말 것인가?

다행스럽게도 비 온후에 땅이 굳듯이 위기론은 결국 닷컴에게는 '옥석가리기', 투자자들에게는 '숨 고르기'가 될 것으로 보인다. 이는 1,500만 인터넷 사용자와 15,000개의 게임방으로 대변되는 국내 인터넷 시장은 세계 시장과 더불어 역류할 수 없는 패러다임의 전환을 경험하고 있기 때문이다. 정보통신산업의 국내총생산 기여도가 11%인데, 미국과 같이 30%에 이를 때까지는 일단 산업의 성장성은 지속될 것이며, 닷컴 위기론이 확산된 지난 4월 이후에도 벤처기업수가 지속적으로 증가한 것은 미래의 수확을 위한 파종이 계속되고 있다는 청신호이다. 또한 우수한 두뇌와 순발력이 장점인 우리 국민성은 닷컴산업의 속성과 잘 맞아, 우리나라보다 작은 영토를 가진 네덜란드와 포르투갈이 해양 벤처에 성공하여 세계국가가 된 것처럼, 우리 민족이 인터넷이라는 해양에서 성공하여 세계국가로 발돋움 할 수 있는 가능성을 제시해 주고 있다. 인터넷 포털 네이버가 인도네시아에 '네이버 인도네시아'를 설립하고 자체솔루션을 60만 불에 수출한 것과, 인터넷 쇼핑몰인 한솔CSN이 일본에 기술지원대가로 3천만엔의 로열티를 받기로 한 것이 좋은 예가 될 것이다. 따라서 현재의 위기는 국내 닷컴이 진입단계에서 생존단계로 진화하는데 따른 산고라고 보는 것이 옳다. 골드러시에는 금광을 쫓는 사나이들이 서부를 개척하는 주역이 되었듯이 인터넷러시에는 닷컴이 한국의 미래를 개척하는 주역이 될 것이다.