

대학에 대한 새로운 사회의 요구

이 정 주 | (주)코리아리크루트 대표이사

우리의 가장 좋은 자원은 인적자원이다. 대학이 이 풍부한 인적자원을 지식근로자로 육성할 때 우리는 세계시장에서 다시 경쟁력을 회복할 수 있게 될 것이다. 청년실업문제는 노동정책의 문제가 아니라 대학교육 개혁의 문제로 인식되어야 하는 것이다.

1. 변화하는 사회는 아름답다

사회는 광속도로 변화하고 있다고 한다. 한국사회는 서구사회가 변화하던 속도보다 매우 빠른 속도로 변화해 왔기 때문에 나름대로 변화의 속도에 익숙해 있다. 산업혁명 후 영국을 비롯한 유럽 각국은 250여년간, 미국을 비롯한 북미는 200여년간의 변화과정을 한국 사회는 40년간 매우 빠른 속도로 변화해 왔다. 물론 한국사회의 변화 과정은 선진 제국의 시행착오 과정을 피하면서 검증된 길을 선택해 왔기 때문에 속도가 빨랐던 것이다.

이제 지구 사회는 새로운 변화에 직면하고 있고, 우리는 이제 우리가 따라가야 할 선진국이 없다. 우리가 변화의 속도를 잃어내서 새로운 도전들에 대응해야 할 시점에 와 있는 것이다. 이미 새로운 사회는 시작되었고, 이 새로

운 변화가 사회의 한 부분을 차지하면서, 한국 사회의 각 조직들은 이 새로운 변화에 긴장된 모습으로 서 있는 것이다.

이러한 도전에 가장 민감한 조직이 기업이고, 기업은 필사적으로 이 변화의 흐름에 순응하려고 몸부림을 치고 있다. 1990년대 중반에 세계시장에 편입된 한국경제는 더 이상 보호의 대상이 아니라는 선언을 스스로 했고, 공급과잉이 되어 있는 세계시장에서 경쟁하여 살아남아야 하는 것이다. 변화의 주역인 정보화라는 새로운 물결은 경제학 교과서에서나 볼 수 있는 완전경쟁시장을 만들어 가고 있고, 기업은 이 완전경쟁시장에서 이윤을 창출해야 하는 것이다.

정보화는 지구를 하나의 시장으로 묶어 놓았고, 시간과 공간을 초월해서 소비자의 욕구를 파악해 내어 새로운 시장을 만들어 가고 있

다. 즉 커다란 지구시장 속에서 무수한 새로운 작은 맞춤형시장이 형성되어 가고 또 소멸, 생성을 반복해 가고 있다. 여기에 기업들은 지구라는 큰 시장에서 살아남아야 하는 큰 과제와 함께 아주 작은 1:1시장에서도 경쟁을 하기 위해 끊임없이 새로운 정보를 얻어 가면서 소비자들을 리드해 가야 하는 것이다.

따라서 기업이 원하는 인재는 새로운 변화를 읽어내고 이 변화를 리드할 가능성이 있는 인재인 것이다. 매너리즘에 빠져 있는 한국 대학의 커리큘럼에 의해 교육된 인재에 대해 새로운 사회의 기업들이 의문을 품는 것은 이 때문이다. 산업화 과정에서 이루어진 대학의 교육이념에 수정을 가해야 할 시기가 온 것이다.

대학이 단순히 사회의 변화 속도에 맞추어서 변화되어서는 안 된다. 대학은 사회변화의 흐름을 읽어내고, 그 다음의 변화를 주도하여야 하는 것이다. 최근에 한국사회는 대학이 사회의 변화에 민감하지 못하다고 질책과 야유를 퍼붓고 있다. 진정 대학이 질책을 받아야 하는 것은 변화하지 못하는 것이 아니라 변화를 읽어낼 역량이 없는 것이다. 변화를 읽어내려면 변화의 흐름에 몸을 던져야 한다. 대학은 스스로 문을 열고 사회 속으로 뛰어들어 변화를 감지하고, 변화의 방향을 제시할 수 있어야 한다. 대학이 변화하는 사회에서의 새로운 문제들에 대하여 지혜를 모아 방향을 제시할 때에 비로소 그 역할이 시작되는 것이다.

II. 지식경영으로 성공한 총각네 야채가게

대학을 졸업한 한 젊은이가 대치동 한 아파트 후문의 18평 야채가게에서 대한민국 평당

최고 매출을 올리고 있는 이야기가 화제가 되고 있다. 교육용으로는 이 '총각네 야채가게'의 사례를 마케팅 전략, 창의력 개발 등의 소재로 활용하고 있고, 계몽적 의미로는 취업과 창업을 바라보는 발상의 전환, 젊은이의 신선한 성공담 등으로 부가적인 사회적 이득을 창출하고 있다. 그러나 이 '총각네 야채 가게'가 주는 역사적·사회적 교훈은 매우 의미심장하다.

첫째, 대학을 나온 지식인이 행상을 해서 성공했다는 것이다. 아직도 우리 사회 의식 저변에는 대학을 나온 사람이면 정장을 차려 입고 회사에 출근해야 하는 의식이 깔려 있다. 그래서 대학을 나온 엘리트가 행상으로 장사를 시작해서 점포를 소유하고 나름대로 성공한 사실이 우리 사회에서는 뉴스거리인 것이다. 주인공인 이영석 사장이 결혼 약속을 한 여자친구의 부모로부터 야채장사 사위를 얻을 수 없다는 대목에서 볼 수 있듯이 우리 사회에서 장사꾼은 매우 사회적 지위가 낮은 직업으로 평가되어 왔다. 이 하찮은 야채장사를 우리 사회는 젊은이들이 갈망하는 벤처사업가로 격상시켜 놓았다. 야채장사를 대학생 젊은이가 성공했기 때문에 '야채장사'가 '벤처사업'으로 변신한 것이다. 대학과 장사가 합해져서 사업가가 된 것이다.

둘째, 이미 사업가로 변신시킨 야채가게는 그 성공요인을 대학이라는 컨셉에 맞추어서 '지식'으로 분석하고 있다. 장사가 상품(물건, 서비스)을 팔아 이익을 남기면 되는 간단하고 하찮은 일이 아니라는 것이다. 총각네 야채가게는 많이 팔고 이익을 크게 남기기 위해서는 전문가가 되어야 한다는 사실을 증명해 보였다는 것이다. 즉 이영석 사장이 일반적인

야채가게 주인이 아니라 대학을 나온 전문가라는 것이다. 대학을 나온 총각이기에 신지식인 수준으로 끌어올리는 데에 무리가 없었던 것이다. '총각네 야채가게'는 '사농공상(士農工商)'이라는 전통의식을 무너뜨렸다. 대학을 나온 선비가 야채장사로 성공함으로써 장사(商)꾼이 선비의 지위로 상승하게 된 것이다.

일부 학자들은 조만간 대학의 경영학과와 전자공학과의 없어질 것이라고 예언한다. 경영학과와 전자공학과의 필요 없어서가 아니라 모든 학문의 기초가 되는 학문이므로 교양필수 과목으로 편입되어야 하기 때문이라고 한다. 21세기의 지식은 비즈니스와 엔지니어링이 바탕이 되어 정형화되어 가고 있다. 이런 바탕에서 우리가 예측하지 못한 새로운 지식들이 자리잡아 갈 것이다. 따라서 21세기 유망직종의 키워드는 비즈니스, 엔지니어 디자인이다. 공급이 과잉된 세계시장에서 직면한 기업들이 핵심역량으로 가장 강화하고 있는 것이 이들에 관련된 업무와 인재들이다.

한국의 대학생들의 비즈니스 감각은 아마 세계 최저 수준일 것이다. 2003년 1월 한국 경제신문은 기획특집으로 '10대에게 경제교육을'을 연재했고, 조선일보는 같은 시기에 '학력이 떨어진 대학생들'을 연재했다. 가장 큰 문제로 지적된 것은 경제교육의 부재이다. 한국 대학생의 비즈니스 감각은 미국 초등학교 수준이란단다.

자본주의 경제의 기본은 이기심이 바탕이

된 시장원리이다. 정보화는 이 시장원리가 더욱 잘 작동되도록 만들어 가고 있고, 이 시장원리에 부합되지 않은 논리는 효율성을 떨어뜨려 경쟁력을 약화시킨다. 대학 혹은 대학원을 나와 진출하는 곳이 기업이다. 기업의 기본적인 논리인 경제원리, 즉 비즈니스 원리를 이제 모든 대학생들에게 가르쳐야 한다. 10대부터 이런 시장과 경쟁논리를 몸에 체득하고 대학을 거쳐 사회에 진출한 미국의 마케터와 우리 기업의 마케터가 경쟁해서 이길 수 있는가? 10대부터 비즈니스 감각을 체득해 온 미국의 엔지니어와 우리의 엔지니어가 경쟁할 수 있는가? 피터드락커는 자신의 최근 저서 *Next Society*에서 전자공학과의 없어질 것을

예언하고 있다. 경영학과에 편입될 것이라고 한다. 이미 우리 노동시장에서는 전자공학과 출신을 신입 엔지니어로 평가하지 않고 있다. 오히려 이공계를 졸업하고 민간 교육기관에서 6개월 혹은 1년간 교육받은

구직자를 더 높게 평가한다. 굳이 전자공학과의 필요없지 않은가. 대학은 기초학문을 잘 교육하면 되지, 응용학문까지 어떻게 대학에서 따라가며 교육할 수 있는냐고 반문한다. "그러면 기초교육을 잘 교육해서 보내는가?"에 대해 반문해 보았는가.

대학은 스스로 문을 열고
사회 속으로 뛰어들어 변화를 감지하고,
변화의 방향을 제시할 수 있어야 한다.
대학이 변화하는 사회에서의
새로운 문제들에 대하여 지혜를 모아
방향을 제시할 때에 비로소
그 역할이 시작되는 것이다.

Ⅲ. 지식사회의 중심은 대학이다

우리나라의 대학의 위상은 무엇인가. 한국

의 근대적인 대학은 1900년대에 기원을 두고 있으며, 이들 대학은 일본의 근대 대학의 영향을 크게 받은 것으로 평가된다. 해방이 되면서 한국의 주요 대학들은 미국 대학의 영향을 받아 학제나 커리큘럼을 정형화해 가지만, 대학 내의 지식인인 교수들은 1980년대 말까지는 일제시대의 교육을 받은 교수들이 총장 및 보직교수를 맡는 등 주도권을 잡고 있었다. 1990년대에 들어서서야 미국을 비롯한 구미 여러 나라에서 유학한 지식인들이 서서히 대학의 주도권을 잡아 가고 있다.

따라서 우리나라의 대학의 이념은 독일의 영향이 매우 큰 일본의 영향권에서 벗어나지 못한 채, 최근에서야 미국의 영향권으로 편입되어 가는 과정이라 할 수 있다. 즉 독일의 이념을 그대로 받아들여 정형화된 일본 대학 이념과 영국 대학 이념의 기초하에 실용화되어 가는 미국 대학의 이념이 혼재되어 있어 이념적·세대적 갈등을 가진 지식집단으로 전락되어 가고 있다고 볼 수 있다.

우리나라 대학에서 자유라는 이념은 독일 근대 대학의 효시인 베를린 대학(1810)에서 대학의 자유를 중추로 하여 학문을 연구하고 진리를 탐구하며 학자를 양성하는 것을 중시하는 사상에서 유래되었다고 볼 수 있다. 대학 내에서 진정한 의미의 학문의 자유, 진리의 탐구라는 영역이 정의되어 있지 않은 채, 자유와 진리라는 명제가 아직도 우리나라 대학 이념으로 자리잡고 있다. 한편, 해방 후 정치적·경제적으로 가장 큰 영향력을 행사하는 미국의 영향이 대학에 가장 빠르고 깊게 파고들어 왔는데, 미국 대학의 전통에 내재되어 있는 영국 대학의 귀족사상과 신사도가 우리나라 특유의 선비사상과 결부되어 우리나라 대학의

이념이 매우 독특한 형태의 보수주의로 흐르는 경향을 만들어 갔다. 한편, 미국사회에서 나름대로 검증되어진 학문의 실용성을 강조하는 학풍은 아직 우리나라 대학에 뿌리를 내리지 못하고 있는 상황이다.

새로운 사회에 대한 대학의 역할이 무엇인가. 대학은 지식창조의 보고이다. 이러한 대학의 역할은 시대가 변해도 변하지 않을 것이다. 21세기 지식정보화사회에 대한 대학의 역할은 두말할 나위 없이 우수한 지식근로자를 사회에 배출해 주는 역할을 담당해 주어야 하는 것이다. 세계화·정보화·지식화의 물결을 타고 변화해 가는 기업에서는 우수한 지식근로자를 요구하고 있다. 이 지식근로자는 지금도 수요초과에 있고 아마 앞으로도 당분간 수요초과 상태에 있을 것이다. 이러한 지식근로자에 대한 초과수요가 신입 위주 노동시장을 경력 중심 노동시장으로 바꾸어 놓았다. 기업에서는 훈련된 근로자가 경쟁력을 가지고 있다는 증거이다.

점점 비중이 작아지는 신입시장에서도 평균 60%가 이공계 채용 시장이고, 대기업은 이공계 채용 비율이 80% 수준에 달하고 있다. 손을 잘 쓸 수 있을 가능성이 있는 이공계를 뽑아서 기업에서 뇌를 쓰는 훈련을 통해 지식근로자를 육성하고 있는 것이다.

우리나라 대학이 우리 사회에, 특히 경제 활동에 얼마나 기여해 왔는가. 미국의 대학생이 1200만 명으로 인구 대비 6.0%, 일본의 대학생은 270만(1998) 명으로 인구 대비 2.7%, 한국의 대학생 수는 290만(2002) 명으로 인구 대비 6.3%로 미국을 능가하고 있다. 지식근로자 예비군은 세계 최고 수준의 비중을 자랑하고 있다. 문제는 이들이 정보화사

회의 지식근로자로서 활약할 수 있도록 대학 교육이 강화되어야 하는 것이다.

우리나라 경제성장의 원동력은 19세기 말 영국에서 시작한 산업화가 유럽·미국을 거쳐 아시아로 확산된 과정의 산물이다. 1960년대 이후 40여년간의 한국의 산업화 과정에서도 테일러 방식, 즉 과학적 관리법을 체계적으로 현장에 적용하여 단순 노동자를 일류 기술자로 만들어 갔다. 물론 전반적인 교육수준이 높은 것이 가장 큰 역할을 담당했지만, 대학 만을 떼어 놓고 보면, 대학이 산업기술을 리드하고 지식경영을 이끌어가는 지식의 보고역할을 담당해서가 아니다. 한국 경제의 고도성장은 선진국 기술이전에 의한 것이다. 과거 200여 년간의 세계적인 산업화 과정 속에서 후발 산업화 과정을 밟은 한국으로 2대 세계 대전이 낳은 동서간의 냉전기류의 영향에 의해 선진기술과 선진지식이 매우 빠른 속도로 이전되었기 때문이다.

이제 지식정보화사회에로의 진입에 있어서 대학의 역할은 더욱 중요하다. 한국사회는 지식산업의 육성이라는 세계적인 도전에 향해 있고, 지식산업의 육성이라는 과제와 함께 지식근로자의 공급이라는 과제에 직면하고 있으며, 이 과제는 대학이 지고 가야 할 중대 과제인 것이다. 양적으로 팽창되어 있는 대학이 새로운 지식정보화사회에 대응해서 질적으로 성숙할 준비를 서둘러야 한다.

Ⅳ. 대학은 지식근로자를 공급해 주어야 한다

정보화사회의 주역은 지식근로자이다. 즉 새로운 지식경제는 손과 뇌를 함께 쓰는 지식 기술자(knowledge technologist)에게 크게 의존하게 될 것이다. 산업혁명을 주도한 19세기 말 영국의 사회와 대학의 관계를 살펴보자. 영국이 1850년대 이후 유럽에서 우월적 지위를 잃어 가게 된 가장 큰 원인은 자본력이나 기술력이 약해서가 아니라 사회적인 것이었다. 영국에서는 사회적으로 기술자를 높이 평

가하지 않았다. 기술자는 절대로 신사가 될 수 없었다. 영국인들은 인도에 최고 수준의 공업계 학교를 세웠지만, 본국에는 그런 학교를 세우지 않았다. 영국만큼 과학자(기초과학)를 우대하는 나라는 없을 정도였으나, 기술자들은 장사꾼의 지위에 머물렀다. 1790년대 산업

혁명 초기의 기술자들은 대학교육을 받지 않았다. 기술자들이 대학교육을 받으면서 존경받는 전문가로 등장하기 시작한 것은 1830~40년 쯤이었다. 그러나 비즈니스맨은 아직도 사회적 신분이 낮은 계층으로 분류되고 있었다.

영국의 실패의 두 요인은 기술자와 비즈니스맨을 핵심역량으로 키우지 않았기 때문이다. 영국의 사회적 풍토가 이 두 가지 역량을

한국사회는 지식산업의 육성이라는 세계적인 도전에 향해 있고, 지식산업의 육성이라는 과제와 함께 지식근로자의 공급이라는 과제에 직면하고 있으며, 이 과제는 대학이 지고 가야 할 중대 과제인 것이다. 양적으로 팽창되어 있는 대학이 새로운 지식정보화사회에 대응해서 질적으로 성숙할 준비를 서둘러야 한다.

키우는 데에 결정적인 방해자였다. 우리 사회는 이러한 영국의 사례를 뒤따르지 말아야 한다. 엔지니어와 마케터가 사회적으로 인정받고, 미래 사회를 이끌어 가는 자부심을 갖도록 육성되어야 한다. 이러한 역할을 기업 혼자서 할 수 있는 것은 아니다. 대학이 기본적으로 이런 분야에 우수한 학생을 확보하여 지식근로자를 육성해야 한다는 사명감에서 출발해야 한다. IMD의 세계경쟁력 평가에서 한국은 2003년에 전년도 대비 5단계 하락된 15위(30개국 중)였다. 한국의 국가경쟁력이 급속히 나빠진 가장 큰 원인은 기업경영환경의 악화이다. 이 중에서 눈여겨보아야 할 것은 기업 활동에서 체계적인 마케팅이 자리잡지 못하고 있다는 것이다.

또다른 큰 원인은 정부의 노력이 글로벌 스탠더드가 요구하는 기준에 맞지 않아 경쟁력 있는 외국기업이 한국에 유입되지 않는다는 것이다. 경쟁력 있는 외국기업의 투자 급감, 한국기업의 해외진출 포기는 한국의 성장을 멈추게 하고 있는 것이다. 투자가 이루어지지 않으면 인재가 키워지지 않는다. 즉 새로운 기술을 흡수할 기회가 없기 때문이다. 한국의 최고경영자들은 대학에 가장 큰 불만을 가지고 있다. 회사가 필요로 하는 지식습득과 훈련이 대학에서 이루어지지 않는다고 생각한다. 대학교육의 경제적 경쟁력 지원 정도가 30개국 중 28위이다. 외국기업들도 이제 한국이 더 이상 양질의 인재가 값싸게 공급되는 국가로 평가하지 않는다는 것이다.

한국기업은 양질의 값싼 임금을 찾아서 중국을 비롯한 아시아 시장에서 고용을 창출하고 있는 반면, 경쟁력 있는 우수한 외국기업이 한국에서 고용을 창출할 기회를 만들지 못하

는 환경으로 전략해 가고 있는 것이다. 우리가 이미 와 있는데 정부와 대학은 아직 느끼지 못하는 모양이다. 배가 침몰하고 있는데 회의를 소집해서는 안 된다. 누군가 명령을 내려야 한다. 그 누군가가 바로 대학이어야 한다.

V. 대학이 기업을 연구해야 한다

대학이 기업을 연구해야 한다고 주장하는 필자에 대하여 한 대학교수는 불만을 토로한다. 대학은 기초학문만을 가르치고, 기업에서 필요한대로 업무를 가르쳐서 활용해야 한다고 목소리를 높인다. 기업이 세계시장과의 경쟁에 직면해서 그럴만한 여유가 없다고 서두에 밝혔는데도 자신의 입장만을 고집하는 것이 지금 우리 대학의 현실이다. “선비가 어찌 장사꾼이 되라는 말이나.”는 논리를 펼 시대는 이미 지났다. 그 시대로 침몰하고 있는 것이다.

대학 문을 나서는 졸업예정자들에게 자신들이 알고 있는 기업의 이름을 적어 보라고 하면, 30개를 적는 대학생이 많지 않다. 대부분 10~20개 정도의 기업 이름만 알고 있다. 대부분의 대학생들이 삼성, LG, SK가 개별 기업이라고 알고 있다. 30개 정도를 알고 있다고 해도 정확한 기업 이름까지 알고 있는 경우가 드물다. 대학생들이 기업에 대한 정보에 대해 심각하게 접하게 되는 시기가 4학년 2학기 취업준비를 하면서이다. 언론에 노출빈도가 많은 대기업을 선호하고 동경하는 것이 당연하다. 언론에 기업을 노출시키는 경우는 대부분 B to C이다. 우리나라 기업의 대부분을 차지하는 수많은 B to B에 대한 정보를 접할 기회가 전혀 없는 것이다. 언론에 노출되는 기업만이 괜찮은 기업으로 알고 노동시장에 진입

하는 것이다. 따라서 광고를 할 필요가 상대적으로 적은 B to B를 알지 못하고, 규모가 작다는 이유로 돌아보려고도 하지 않는다.

그러면 똑같은 질문을 대학교수에게 던져보자. 자신이 가르치고 있는 전공과 관련된 기업을 얼마나 알고 있는가. 많은 교수들이 알고 있는 기업이 자신의 친구가 경영하는 회사와 학생들과 마찬가지로 언론에 노출된 B to C 기업일 것이다. 그 다음 질문으로 어디까지 알고 있는가. 일부 대학에서 자신의 학과 학생에 대한 취업알선을 하는 것을 보면, 친구가 사장이라는 명목으로 4년간 가르친 학생을 무책임하게 보내는 것이 현실이다. 기업의 본질적 가치인 재무제표나 기업의 비전을 꼼꼼히 따져서 보내야 하지 않는가.

모든 교수가 경영학 교수가 되어야 한다. 최소한 자신들의 전공에 관련된 기업에 관한 정보를 분석해서 학생들에게 방향제시를 해 주어야 한다. 한국의 대학교수들은 기업에 근무한 적이 없다. 수십 년 동안 대학에 머물러 있어 세상과 교류하려 하지 않는다. 사실 전공 관련 기업을 연구하면, 새로운 논문 아이템이 더 많이 나올 텐데 연구 논문에 투여하는 시간 때문에 기업을 연구할 시간이 없다고 한다. 누구를 위한 연구 논문인가. 자신의 승진을 위한 것이 아닌가.

모든 교수는 교육자가 되어야 한다. 학생들의 수준을 정확히 파악해서 일정 수준까지 끌어올리는 것이 교수목표여야 한다. 학생들의 질이 떨어진다고 불평하지 말고, 그 수준에서

교육을 해야 한다. 만일 자신이 가르칠 능력이 없다면 과감히 관련 기업에 위탁교육을 시켜라. 그리고 그 시간에 교수 자신들이 기업으로 가서 배워야 한다. 기업에 가서 기능을 배우라는 뜻이 아니다. 기업의 지식정보화 과정을 체험하고, 이 과정을 이론화해서 다음의 학생들에게 가르칠 준비를 해야 하는 것이다.

정보 혁명은 지식 혁명(Knowledge Revolution)이다. 일상의 업무의 프로세스를 정형화한 것은 컴퓨터라는 기계가 아니라, 인지과학(cognitive science)이 기본이 되는 소프트웨어이다. 소프트웨어가 전통적 작업을 재조직했는데 그것은 지난 몇 세기 동안의 경험을 바탕으로 지식을 적용하고, 지식을 체계적·논리적으로 분석함으로써 가능한 것이었다.

지식정보화의 핵심은 전자공학이 아니라 인지과학이다. 전자공학과 인지과학이 만나야 한다. 대학의 교수들이 지식정보화사회에서 지식정보의 전령사가 되기 위해서는

연구실에서 나와 산업현장으로 가야 하는 것이다.

정보화사회의 경제기술의 주도권을 유지하기 위한 핵심과제는 지식전문가의 사회적 지위에 대한 자리매김이다. 대학교수들이 지식정보의 주도권을 잡아 가면, 사회적으로도 지식근로자를 우대하는 문화를 만들어 가기 쉬울 것이다.

우리 경제의 성장전략이 더 이상 산업자원부나 재정경제부 및 산하기관의 산유물로 대

**교수 자신들이 기업으로 가서
배워야 한다. 기업에 가서
기능을 배우라는 뜻이 아니다.
기업의 지식정보화 과정을 체험하고,
이 과정을 이론화해서
다음의 학생들에게 가르칠
준비를 해야 하는 것이다.**

학을 거쳐 여과되지 않은 채 기업으로 녹아들어 가는 체제여서는 안 된다. 대학이 기업을 연구해야만 올바른 성장전략을 제시할 수 있지 않는가.


Ⅵ. 청년실업의 근본적인 정책은 대학에서 나와야 한다

청년실업문제의 핵심은 대학에 있다. 지금까지 우리 정부는 이 문제를 실업률 인하 정책으로 일관해 왔다. 대학은 노동의 공급처이다. 실업은 수요보다 공급이 많아서 나타나는 현상이라는 가장 간단한 사실에 눈을 돌려야 하는 것이다. 노동시장의 수요 변화를 민감하게 읽어내야 한다. 단순한 공급과잉이 아니라 구조적인 공급과잉이다. 산업사회의 절정은 대량사회이므로 단순육체적근로자로 가능했다. 정보화시대에서는 이미 여러 번 언급했지만, 지식정보화사회는 지식근로자를 요구하고 있다. 사무직근로자를 대량으로 배출하는 대학의 변혁이 없는 한 심각한 청년실업은 해결의 실마리를 잡을 수 없을 것이다. 더 심각한 것은 지식근로자의 공급 부족으로 지식근로자의 임금인상이 기업의 경쟁력을 떨어뜨리고, 우수한 외국기업의 유치가 매우 어려워져 가고 있는 속도에 가속도가 붙어 있다는 사실이다.

정부가 산업사회적인 발상에서 공공정책으로 실업률을 낮추는 데는 한계가 있다. 일본이 2000~2004년간의 고용 시뮬레이션을 한 것을 보면, 구조적 과잉고용과 정보화로 인한 고용삭감이 354만 명에 이르고, 같은 기간 동안의 고용창출은 367만 명으로 순 고용창출이 5년 동안 13만 명에 불과할 것으로 예측하고 있으며, 2001~2002년에는 순고용이 -50~

60으로 최악의 시기를 통과할 것이라고 분석하고 대처하였다. 일본의 경우, 고용감소가 집중적으로 나타난 업종인 유통업(140만 명), 제조업(64만 명), 건설업(33만 명) 등 전통산업을 중심으로 구조조정이 일어났고, 정보화로 인한 고용감소는 연간 33만 명이나 된다.

한국경제도 IMF 이후 고용이 감소해 왔다. 일본과 마찬가지로 구조적 과잉고용과 정보화로 인한 구조조정이 빠르게 진행되어 가고 있다. 우리 경제가 정보화 혁명의 초입에 있음으로 해서 당분간 고용없는 성장과정을 겪게 될 가능성이 크다. 우리의 대기업들은 세계적인 공급과잉에서 가동률을 높이는 전략을 구사할 것이고, 확신 없는 설비투자를 자제할 것이기 때문이다. 산업화 과정의 군살을 빼내고 지식정보화로 장식할 준비를 해야 하므로 6T로 불리는 신산업 분야에 지식근로자를 공급할 준비를 해야 했다. 인재라는 상품은 중간재이며 재생산이 불가능하고 생산기간이 매우 길다. 이미 만들어진 인재를 다시 만들어 쓰는 비용이 너무 크다.

우리의 가장 좋은 자원은 인적자원이다. 대학이 이 풍부한 인적자원을 지식근로자로 육성할 때 우리는 세계시장에서 다시 경쟁력을 회복할 수 있게 될 것이다. 청년실업문제는 노동정책의 문제가 아니라 대학교육 개혁의 문제로 인식되어야 하는 것이다. 

이정주

숙명여자대학교 경제학과를 졸업하였고, 동 대학원에서 석사 학위를, 경희대학교 대학원에서 박사 학위를 취득하였다. 일본 와세다대학교 연구생, 경희대학교, 연세대학교, 숙명여자대학교 시간강사, 일본부동산경제연구소 수석연구원, (주)리크루트 정보통신 대표이사 등을 역임하였고, 현재 코리아리크루트(주) 대표이사로 재직 중이다. 평통자문위원, 글로벌교육선교회 상임이사를 맡고 있으며, 여러 대학 및 기관에 특강을 나가는 등 활발한 활동을 하고 있다.