

主題

정보통신수출진흥을 위한 발전 방향

한국정보통신수출진흥센터 원장 조성갑

차례

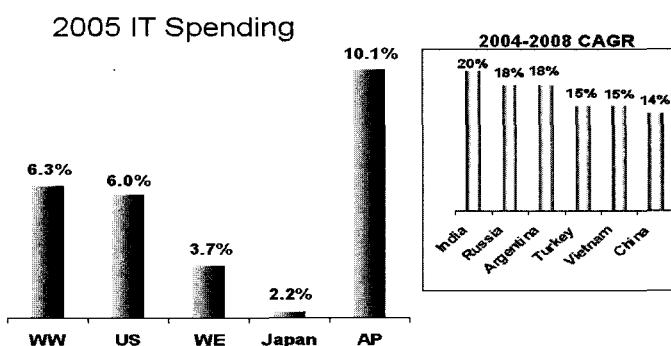
1. 세계 IT산업 전망
2. IT산업 수출현황
3. IT기업 해외진출 애로사항
4. 정보통신부의 IT해외진출 지원 정책
5. ICA의 IT수출지원 현황
6. 정보통신기업 수출진흥 방안 제언

1. 세계 IT산업 전망

전세계 IT산업은 IDC 전망에 의하면 2005년도 6.3%가 성장하며 선진국중에서는 미국, 서유럽,

일본 순으로 성장률이 내려가고, 아시아·태평양 지역은 10.1%의 높은 성장률을 보일 것으로 전망된다. 특히 인도, 러시아, 중국 등 BRICs 국가들은 향후 수년간 10~20%대의 높은 평균성장을

〈 IT산업 성장률 전망 〉

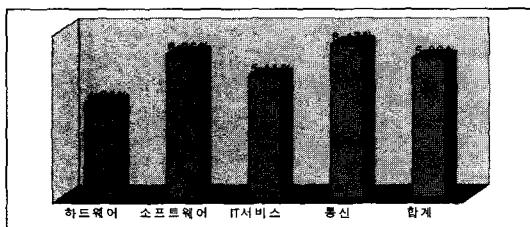


Source: IDC Black Book, July 2004

이 예상돼 이 지역에 대한 전략적 진출 및 수출 증진이 필요한 것으로 판단된다. 가트너의 2005년 전망 역시 유사하며 특히 중남미와 아시아·태평양 지역이 IT산업 성장률이 높은 지역으로 나타났다. 품목별로는 소프트웨어 및 통신산업이 6%를 넘는 성장을 보이고 하드웨어가 4%대의 저성장을 보일 것으로 전망된다.

준 2,306억불, 무역수지 흑자규모는 271억불을 달성했다. 이중 IT수출액은 동기간 동안 685억불, 무역수지는 311억불을 돌파하여 각기 수출 및 무역수지 면에서 29.7%, 114%를 차지하고 있어 IT산업이 우리나라 수출 및 무역수지에서 차지하는 막대한 비중을 알 수 있다.

〈 IT산업 품목별 성장률 전망 〉

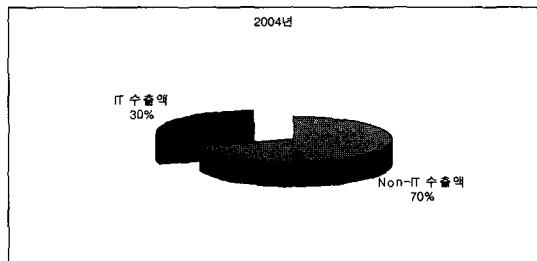


Source: Gartner DataQuest, Sep. 2004

2. IT산업 수출현황

우리나라 전체산업 수출액은 11월까지 누적기

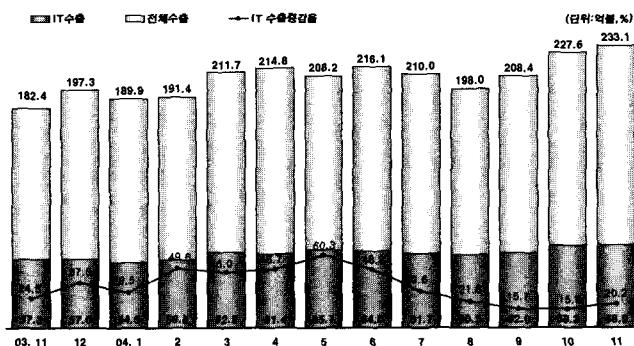
〈 IT산업이 수출에서 차지하는 비중 〉



자료 : ICA, IIITA 2004. 12

2004년 IT수출액은 약 750억불에 도달할 것으로 예상되고 있다. 우리 IT제품의 2003년도 세계 시장 점유율을 살펴보면 휴대폰 26.2%¹⁾, 반도체 7%²⁾, 세계 LCD 시장 점유율 41.3%³⁾, PDP 3

〈 최근 1년간 IT산업 수출 추이 〉



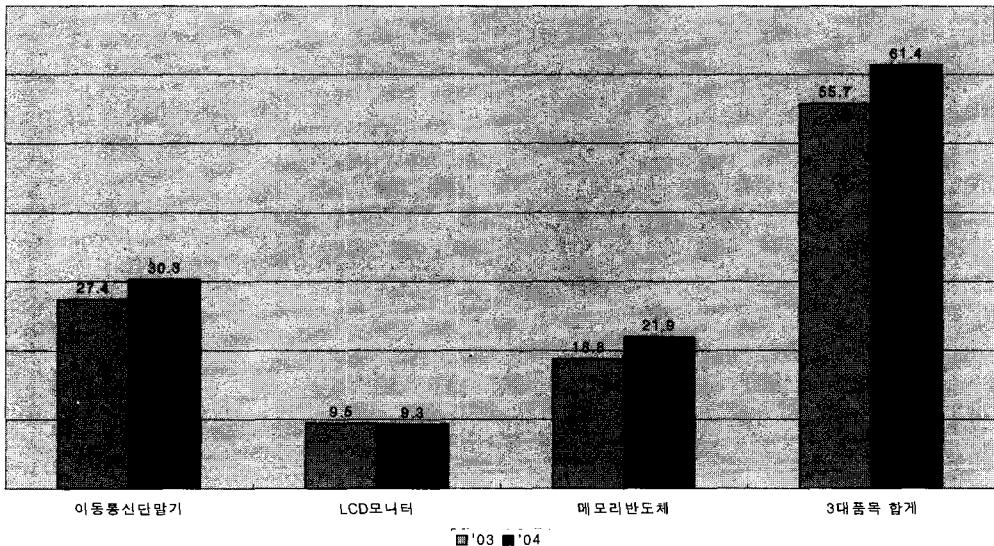
자료 : ICA, IIITA 2004. 12

1) 통계청, Strategic Analytics

2) 아이서플라이

3) 전자정보센터

〈 IT주요품목 전체IT수출중 점유율〉



자료 : ICA, 2004. 12

2%)⁴⁾ 등이다.

전체 수출품목의 편중면에서 보면 2004년 1월~11월 누적치 기준으로 이동통신기기, 메모리반도체, LCD모니터가 IT품목 중 차지하는 수출비중은 61.4%이다. IT산업 수출액중 이동통신단말기 30.3%, 메모리 반도체 21.9%, LCD 모니터는 9.3%의 비중을 차지하고 있고 디지털TV, 광저장장치, 셋톱박스 등이 각기 2%대의 비중을 차지하고 있다. 전년 동기 대비 비교해보면 LCD 모니터는 전년수준과 유사한 비율을 차지한 반면 이동통신단말기 및 메모리반도체의 IT수출전체 대비 점유율이 각기 2~3% 증가했음을 알 수 있다. 이로써 3대 주력 수출품목이 IT산업수출에서 차지하는 비중은 전년대비 5.7%나 상승해 수출 품목 편중 현상이 더 심해지고 있다. 또한 수출 품목의 대기업 중심 수출현상이 심화되어 중소 IT기업수출이 전체 IT산업수출에서 차지하는 비

율은 25%에 머무르고 있다⁵⁾.

우리나라의 전체 IT수출대상국가는 172개국으로 2004년 1월부터 11월까지 중국, 홍콩, 대만 등 중화권에 대한 수출이 32.8%를 차지하여 중화권은 이미 미국을 제치고 IT산업 최대 수출지역의 자리를 차지하고 있다. 또한 수출상위 10대 국가 중 동아시아 국가는 7개국으로 전체 IT수출의 49.2%를 차지한다. 이에 따라 중국을 위시한 아시아 지역의 IT경기 둔화시 한국 IT수출은 크게 타격을 입을 가능성이 크다. 특히 미국, 중국, 홍콩, 일본, 대만 등 수출 5개국이 차지하는 비율은 61.2%를 차지하고 있다.

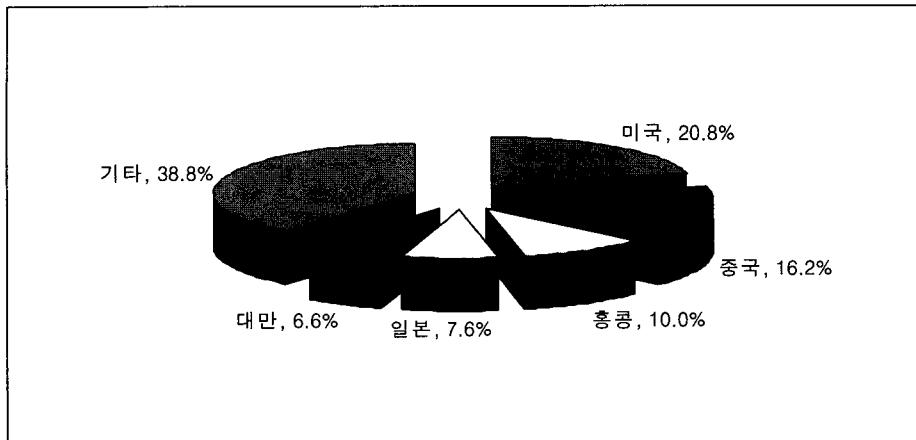
3. IT기업 해외진출 애로사항

2004년 11월 ICA 설문조사 결과에 의하면 일

4) 메릴린치

5) ICA, 정보통신산업협회, 2003

〈 IT 주요수출국 수출비중 〉



자료 : ICA, 2004. 12

반적으로 중소IT기업 수출상 부딪히는 애로사항은 해외마케팅 역량 부족 및 해외시장, 바이어 정보부족이 가장 많이 차지하고 있다. 전반적인 수출역량미비가 종합적으로 집결되어 나타난 항목이라 보여지며 이 항목이 애로사항 중 1, 2위를 차지하고 있다. 해외시장, 바이어정보 부족은 시장조사역량의 확충이 필요함을 보여주며 4위, 5위, 7위를 차지한 제조경비 상승, 자금부족, 기술수준미흡 등은 기업 본연에 내재된 어려움을 말해준다. 그 외 경쟁업체간 과당경쟁, 원자재 확보 어려움 등은 경쟁으로 인한 외연적인 어려움을 보여주고 있으며 낮은 브랜드 인지도는 장기적인 브랜드 배양의 필요성을 보여준다. 수입규제 관련 해외시장장벽에 대해서는 규제대응이 필요하나 우선적으로 대응하지 못하고 있음을 알 수 있다.

품목별로 수출 애로사항에서 [해외시장·바이어정보 부족]이 큰 비중을 차지하였다. 하지만, 통신기기의 경우 해외마케팅 역량부족을 두번째로 높은 애로사항으로 뽑아 통신기기 IT기업들이 아직도 세계 시장 진출에 애로를 겪고 있음을

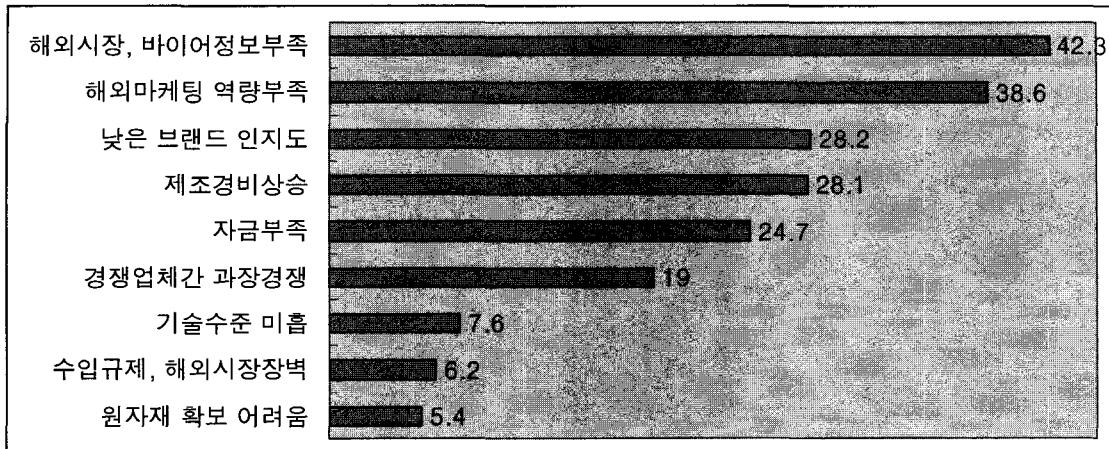
있음을 보여준다. 반면 정보기기는 '제조경비 상승'을 가장 큰 애로사항으로 뽑아 원가경쟁력면에서 압박을 받고 있는 상황을 보여주고 있다. 방송기기의 경우는 [자금 부족]이 큰 비중을 차지하였다. 타 산업군과 달리 정보기기산업군이나 방송장비 산업군의 경우 자금 및 비용과 관련된 문제가 가장 큰 수출애로사항이라고 보고 있는 것으로 나타났다.

4. 정보통신부의 IT해외진출 지원 정책

가. 주요 현안

우리나라 IT수출은 수출시장 및 품목편중에서 오는 위협이 여전하며, 경쟁력을 갖춘 몇몇 핵심 IT품목 외 S/W·디지털콘텐츠 분야의 경쟁력은 여전히 취약한 편이다. 또한 중국의 급속한 부상으로 중국의 수출주력 품목이 우리 품목과 '대체제' 관계를 형성하고 있어 큰 위협 요인으로 작용하고 있다. 여기에 중소 IT기업의 수출경쟁

〈 IT기업의 해외진출 애로사항 〉



자료 : ICA, 2004. 12

력 약화로 IT수출구조가 취약해지고 있어 이의 개선이 필요하다. 중소기업이 전체 수출의 약 43%를 차지하나, IT 중소기업의 경우 15.5%('04. 상반기)에 그쳐 IT 수출에 있어 양극화 현상이 심해지고 있다. 이러한 IT중소기업의 취약한 수출경쟁력을 보완해 줄 수 있는 IT수출 지원 전담기구 및 지원 프로그램 등 국가적인 인프라의 확충이 시급하다. 또한 FTA 확산 등 IT분야 국제통상환경이 급변하고 있어 전략적인 대응실패 시 도약의 기회상실 및 세계경제에서 고립될 가능성이 커지고 있다. 아울러 우리나라 IT의 국제적 위상제고로 세계 각국으로부터 IT분야 협력 요구가 급증하고 있으나 이를 내실 있게 추진해 나갈 수 있는 시스템의 확충이 필요하다.

나. 지원정책 방향

첫째 IT해외진출 경쟁력 강화를 추진한다. 정보통신부는 2004년 IT수출기업들의 접촉창구인 ICA 및 iPark의 운영혁신 방안을 마련하였으며 2005년 이의 구체적인 실행을 추진중이다. 민간 IT수출 네트워크를 활성화하기 위해 현재 운영

중인 IT기업간 업종 및 특성별 해외마케팅협의회를 확대 개편하려 한다. 또한 국내외 IT수출 네트워크 구축을 확대할 계획이다. 둘째 글로벌 IT기업 R&D센터 유치활동에 주력한다. 2004년 Intel, IBM, Siemens, HP 등 Anchor Tenant 역할의 5대 세계 유수 IT 기업 R&D 센터 유치에 성공한 정보통신부는 성공적인 글로벌 IT기업의對韓투자유치 활동을 이어가기 위해 2005년도에도 글로벌 IT기업 대상 전략적 IR활동을 강화한다.

셋째, IT839전략 글로벌화 및 IT홍보활동을 강화한다. D-TV, DMB 등 한국시장에서 검증된 IT839 전략의 신규 서비스와 기술을 해외 로드 쇼 등을 통하여 집중적으로 세계시장에 마케팅 함으로써, 핵심기술에 대한 경쟁력 우위 확보와 세계 표준 선도기반 강화할 것이다. 이를 통해 우리 IT기업의 우수한 기술과 품질을 해외정부, 해외유력기업들에게 알릴 수 있는 공식적인 기회를 확대한다. IT Korea의 전반적인 위상을 해외에 알리는 활동도 꾸준히 전개하여 우리기업들이 국가브랜드 후광을 업고 수월하게 마케팅을 할

수 있도록 기반을 마련한다.

넷째, IT국제기구활동 및 통상문제에 적극적으로 대응한다. IT관련 국제기구 참여활동이 산·학·연 및 정부기관에 산재돼 유기적 연계가 미흡한 것을 보완하기 위해 통일적인 중앙 업무조율기능을 수행할 체계 또한 마련한다. 더불어 통상협상 대응체계를 강화하여 FTA 확산 등 통상협상 환경변화에 적극 대처하고 전략적이고 생산적인 국제기구 활동 및 국제회의 참가토록 추진한다.

5. ICA의 IT수출지원 현황

한국정보통신수출진흥센터는 정보통신부의 IT해외진출 지원에 보조를 맞추고 기업과 정부의 연결고리로서 다양한 활동을 전개하고 있으며 대표적으로 다음 다섯가지 사업을 전개하고 있다.

첫째, 해외마케팅 협의체를 운영으로 협의체별 업계 현안 발굴 및 정부간 체널역할 수행에 주력하고 있다. 대표적으로 이동통신, 정보보호 포럼

등 10개 해외마케팅협의체를 운영중이고 255개의 수출 중소기업이 참가하고 연 53회의 포럼을 개최한 바 있다.

둘째, 해외 IT협력단 파견으로 선진IT시장권에 파견하는 Focus-on IT 협력단 및 신흥·확대시장권에 파견하는 Best IT Korea 협력단으로 나눠 9회 16개국 100여개사 시장개척단을 파견했다. 대표적으로 중남미, 서유럽, 일본, 중국, 러시아, 동남아 IT협력단 활동으로 우리 기업의 해외 진출을 직접적으로 지원하였다.

셋째, 해외IT전시회 참가지원으로 한국공동관 및 개별전시회 참가 모두를 지원했다. 총 17개 전시회 200여개 기업의 전시회 참가를 지원하고 유관기관과 긴밀한 협조를 통해 통합적이고 체계적인 전시회 지원사업을 이뤄냈다. 선진국은 물론 브라질, 인도, 러시아, 중국 등 BRICs 국가군들에서 열리는 IT전시회에 꾸준한 참가지원을 하고 있으며 지속적으로 지원할 예정이다.

넷째, ICA 내부전문인력 및 외부전문가 풀(Pool)을 구성하여 국내기업에 IT수출컨설팅 서비스를 제공하여 하반기 200여건의 수출상담을



진행했으며 지적재산권, 수출실무, 수출금융, 현지마케팅 대행 등을 컨설팅해주고 있다. 일례로 벡스컴시스템사의 200만불 상당의 수출계약을 일워냈으며 인터포스 사는 현지사업파트너 2개사를 발굴하는 등 기업들에게 실제로 도움을 주는 지원성과를 만들어내고 있다.

다섯째, ICA는 IT수출종합데이터베이스인 ITX(www.itx.or.kr)을 운영하고 있다. 기존 무역포털과 달리 동 사이트는 IT수출에 특화된 포털로서 연 5만건의 막대한 콘텐츠를 올리고 있으며 차별화된 포지셔닝에 성공했다.

상세한 IT수출통계 및 고급IT정보는 타 사이트에서는 찾아볼 수 없는 ITX만의 자랑이다. 15개 유망IT품목을 20개 주요수출국에 걸쳐 수출입, 무역수지를 매달 업데이팅하고 있어 해외진출기업에 반드시 필요한 자료를 제공하고 있으며 2005년도에는 18개 품목 30개 국가군 등으로 점점 수출입통계를 확대해 나갈 계획이다. 또 Gartner 등 세계적인 시장조사기관과의 업무협조

를 통해 양질의 IT시장조사보고서를 제공하고 있어 고품격 정보를 축적해나가고 있다. 2005년도에는 각국의 정보통신현황, 각 품목별·지역별 IT시장현황(국가현황, 해당국 IT기본통계, 해당국 진출기업) 등을 종합적으로 요약해서 제공하는 기능을 추가함으로써 단 한번의 클릭으로 해당국, 해당품목에 대한 종합정보를 얻을 수 있도록 보강을 추진하고 있다. 즉 단기적으로는 해당국 진출이나 출장, 해당품목 수출증진을 위해 필요한 정보를 하나의 파일로 제공하고, 모자라는 정보를 추가제공하는 식의 고객서비스를 제공할 예정이다.

또 장기적으로 ITX는 양질의 정보를 일방적으로 제공하는 방식에서 벗어나, 기업고객과 해외 IT전문가들이 필요자료를 요구하고, 스스로 따끈따끈한 콘텐츠를 올리는, 살아있는 IT수출종합데이터베이스로 거듭나려고 한다.

6. 정보통신기업 수출진흥 방안 제언

가. 해외마케팅 역량 개선방안

해외진출을 추구하는 IT기업들은 기업자원이 부족함에도 불구하고 우선 해외마케팅 인력/부서의 확충을 우선 고려하는 것이 바람직하며 교육 여력이 별로 없는 중소기업 여건상 전담부서 구성시 반드시 무역경험이 있는 유경험자 중심으로 구성하는 것이 좋다. 해외마케팅시 관리 능력, 경험, 인프라 부족 문제는 지사화 사업을 펼치거나 현지 인큐베이팅 사업을 수행하는 유관기관의 협조를 얻어볼 만하다. 그러나, 제품 라이프 사이클이 짧고 첨단기술을 사용하고 복잡한 기술표준을 수반하며 신속한 현지 애프터서비스가 중요한 IT산업의 경우 단순히 정부의 해외마케팅 지원사업에 참여했다고 해서 사업성과까지 보장하지는 않는다. 자사 직원의 현지출장/단기파견시 현지진출노하우를 간접적으로 보유한 국내유관기관, 협회, 컨설팅기관에 문의하여 시행착오의 시간과 비용을 줄이는 것이 현명하다. 그러나, 본질적으로는 기업 자체의 경쟁력 강화가 수반되어야 하며 이를 위해 제품/서비스 품질의 고도화, 장기적인 해외진출 플랜 작성, 해외마케팅 방법 중 자사에 맞는 우선순위 채택, 해외 대규모 유통업체로의 납품경로 파악 등을 준비해야 한다.

ICA는 우리 IT기업들에게 해외마케팅의 기회를 제공하기 위해 IT 개척단 등을 통해 공식적인 통로로 해외기업과 우리 IT기업이 비즈니스 접촉을 할 수 있도록 주선하고 있다. 일례로 2004년 11월 중남미 IT협력단 사업 등에서 DMB, RFID 등의 첨단 IT기술시연회를 각국에서 개최하여 우리기업들의 시장접근을 돋고 있다.

나. 해외시장정보 부족 개선방안

해외시장정보의 활용성을 높이는 설문조사 결

과 [보다 구체적이고 실질적인 정보의 확보]가 타 항목을 압도적으로 제치고 1위를 차지하였다. 이는 현재 해외 진출을 위해 필요한 정보들이 현실성이 떨어지거나 구체적이지 않다는 것을 의미한다. IT 산업분야는 특히 입종이 다양하며 신제품 출시주기가 짧다는 점을 고려하면 정보의 신속성 및 전문성 확보가 필요하다.

해외시장정보를 현지에서 대면접촉이나 방문으로 파악할 수 있는 1차 정보, 문헌조사나 보고서 구입을 통한 2차 정보로 나누어 볼 때, 보다 '구체적이고 실질적인 정보'라 함은 대부분 1차 정보를 지칭하고 2차 정보는 부분적으로 적합하다고 볼 수 있다. 그러나 종합상사나 유관기관 현지지사원들의 경험에 의하면 현지를 방문하지 않고 국내에서 구하는 현지마케팅정보는 1차 정보의 장점을 보유하지 못한 대신에 현지에서는 오히려 구하기 힘들 수 있는 시장개괄 자료를 구할 수 있다. 인터넷 등을 통한 무료정보는 정보의 깊이면에서 한계가 있기 마련이다.

해외마케팅에 필요한 정보 중 국가별 정책 및 경기동향정보는 기업이 개별적으로 정보를 모으는 것은 비효율적이므로 공공기관이 정보를 종합적으로 제공해주는 것이 좋다. 예를 들어 국가정보의 경우 국제기구, 외교통상부, KOTRA, 수출입은행 등에서 제공하고 있으며 여기에 IT관련해당국 시장현황을 ICA의 IT수출종합데이터베이스 ITX(www.itx.or.kr)에서 제공하고 있다. 국가별 정책동향 및 경기동향은 이처럼 유관기관들이 국가정보를 종합적으로 제공하려고 자료공유를 협의하는 것이 바람직하며, 정보제공기관은 IT산업 해외정책, 경기동향을 종합적으로 제공하도록 정보제공시스템을 확충해야 한다. 기업입장에서는 자사품목 산업정보 및 연관산업정보를 스스로 수집하고 분석하는 고유의 기능을 확대할 필요가 있다.

또한 이미 보편적인 시장이 형성된 제품/서비

스의 경우 세계적으로 사실상의 표준역할을 하는 온라인 오프라인정보교환처(예: 대표적인 전시회, 이미켓플레이스)가 존재하는 경우가 있는데, 이를 통해 유통업자 및 수요자정보, 경쟁상품 정보를 파악할 수 있다. 기업들은 이런 정보교환처의 상시적인 발굴과 활용이 바람직하다.

다. 수출품목 다변화

효자수출품목에 과도하게 의존하는 우리나라 IT산업수출은 안정적 수출실적을 장기적으로 내기 위해서 품목 다변화가 필요하다. 우리나라 IT 수출품목 편중현상은 기술개발력 부족 및 특정산업 특화전략의 성공에 기인한다. 수출품목 편중은 국내 전자제품 메이커들이 반도체, 휴대폰, LCD 및 차세대 디스플레이 등을 선정, 순차적으로 전략적 투자를 집행하고 세계적인 업체로 발돋움하게 됨으로서 나타난 부작용이라 할 수 있다. 그것도 IT분야 기초연구기술력이 뒤지는 악조건을 극복하기 위해 품목선택과 자원집중을 효과적으로 해낸 결과이다. IT부품산업의 기술기반이 부족해, 작년말 현재 IT부품산업에서 우리나라라는 세계 3위 부품생산국이면서도 생산품목이 집중화돼 있고 휴대폰에서만도 고급기종의 경우 핵심부품 수입의존도가 80%가 넘고 있다.

이러한 수출품목 편중 해소를 위해서는 첫째, 취약점이었던 연구개발력을 높이고, 둘째, 세계적인 IT부품업체를 양성해야 하며 셋째 기업과 정책지원기관은 2~3년 후, 5년, 10년후 먹거리를 찾아 신상품, 신기술, 신서비스의 소개 및 도입에 적극적으로 나서야 한다.

또한 정부 및 유관기관은 2~3년내 국내시장과 세계시장에서 팔릴 IT제품 및 서비스를 발굴하고 동 정보를 기업들에 전달하는 측면지원 또한 필요하다. 현재 경기가 좋은 분야의 중소IT기업들도 향후 개발할 제품·서비스에 대한 동향정보, 세계시장추세 등의 필요성을 개진해 올 때가

많으며 이런 시장정보의 부족을 안타깝게 여기는 경우가 대부분이다. 체계적으로 이런 정보수요를 충족시켜주는 노력이 향후 요구된다.

라. 신규지역시장 개발

우리 IT기업이 눈여겨보아야 할 수출잠재지역은 두 지역이 있다. 첫째 지리적, 문화적, 언어면의 차이로 수출지역에서 상대적으로 소외되고 있는 곳인 중남미 지역이며 둘째로는 신흥시장인 BRICs국가군이다. 중남미 지역은 시장크기가 비교적 작고 물리적 거리가 먼 것이 진출을 가로막는 가장 큰 사유이다. 그러나 칠레와 FTA가 체결되고 기존 멕시코, 브라질과 아르헨티나에 진출한 우리기업들을 중심으로 IT산업수출증대 및 해외진출확대를 노려볼 만 한다. 장래의 관건은 이들 국가의 시장규모가 얼마나 안정적으로 커질 수 있느냐에 달려 있다. 이런 가운데 정보통신부는 우리기업의 해외진출을 돋기 위해 2004년 11월 브라질, 아르헨티나, 칠레와 정보통신협력 활동을 통해 우리 IT기업에 새로운 수출시장을 마련해주는 계기를 마련하였으며 이때 ICA도 IT기업지원에 일조를 하였다.

BRICs는 브라질, 러시아, 인도, 중국을 의미하며 급속한 성장과 산업고도화 등 이미 세계경제계의 거인으로 거듭나고 있는 중국과 성장과 경제를 거듭하고 기타 국으로 나누어 볼 수 있다. 인도와 러시아에 대한 수출은 비중은 낮지만 지속적으로 증가하고 있으며 브라질 수출은 감소하고 있다. 인도에는 무역흑자를 기록한 반면, 러시아와는 2000년 이후, 브라질과는 2002년부터 적자를 시현하고 있다. 중국은 이미 많은 기업들이 진출했고 우리 수출의 1,2위 파트너로 거듭남에 따라 오히려 우리 경제의 지나친 중국의존도를 걱정해야 할 정도가 되었다.

따라서 이제는 기존 기진출한 중국을 제외하고 신규로 브라질, 러시아, 인도 등 3대 신흥시장

국가에 대한 신규진출을 모색해 볼만 하다. 지속적으로 성장하는 중국시장과 달리 이들 브라질과 러시아는 정치 및 경제체제가 불안해 국가채무불 이행선언 등을 수 차례 행하였으며 아직까지는 일관된 성장추세를 보여주지 못하고 있다. 인도는 S/W산업의 탄탄한 기반 및 연구개발인력을 보유한 장점이 있으나 전반적으로 중국보다 느린 성장세를 보이고 있다. 이들 3국은 신흥시장으로서의 입지와 막대한 인구를 바탕으로 향후 중국처럼 거대시장으로 발전해 나갈 것으로 예측된다.

러시아에는 메모리반도체, 액정모니터, 이동통신단말기 등의 수출이 호조를 보이고 있다. 삼성과 LG 등이 자사브랜드를 알리고 고품질의 제품으로 시장에서 인정받기 시작했다. 러시아는 2004년부터 유가급등으로 인해 호황국면에 들어섰으며 소비자들의 지갑도 많이 열린 상태이다. 현재 시점에서 보면 브라질, 인도에 비해서 러시아로의 진출이 더 용이해 보인다. 다만 국가 전체의 투명성이 부족해 무역시 통관이 정상적으로 이루어지지 않아 우리 무역기업들이 곤란을 많이 겪고 있다. 통관경쟁력 확보를 위해 현지기업과의 협력을 적극적으로 모색해야 하고, 핀란드 등 우회무역루트 또한 적극적으로 활용해야 한다.

인도는 동남아에서 중국인들이 그러하듯 중동 및 아프리카쪽 상권을 좌우하고 강점이 있다. 이러한 인도와는 IT 서비스업, SW산업의 협력, 그리고 중동 및 아프리카 유통시장개척 협력 등을 추진해 볼 수 있다. 인도에서는 우리기업의 이동통신단말기, 저장장치, 셋톱박스가 높은 수출 실적을 올리고 있다. 브라질의 경우 이동통신단말기, 디지털TV, 저장장치 등이 현지 시장에서 크게 환영받고 있다. 브라질 수출도 칠레와의 FTA체결 등 영향으로 향후 수출증가가 예상된다.

마. 차세대 제품 개발

IT산업의 경우 고객 니즈의 정확한 파악, 시장 중심의 R&D와 Time-to-Market 상품화 기술역량이 뒷받침되지 않을 경우 차별화된 경쟁우위를 확보할 수 없게 된다. 이들이 종합적으로 조화를 이룰 때, 적기에 차세대 제품개발 및 시장도입에 성공할 수 있다. 2000년대 들어 IT산업 주력 수출품목이 점차 시장성숙기로 접어들에 따라 독자적으로 시장을 창출해내고 시장을 선점할 수 있는 차세대 제품개발이 절실해졌다.

90년대에 들어와 한국은 일본의 주력 IT분야에 진입하기 시작하여 일본과의 격차를 대폭 줄여 놓았다. 중국은 아직 저급 범용 가전제품 생산에 몰두하고 있었다. 그러나 2000년대 들어 한국이 TFT-LCD, DRAM, 휴대전화, 디지털TV 등에서 일본을 능가하고, 중국도 데스크탑 PC, 반도체조립, 범용 전자부품 등은 세계 최대의 생산국이 되었다. 이에 일본은 일본만이 생산할 수 있는 첨단IT제품군을 개발하는데 몰두하고 있으며 생산기술과 생산공정을 블랙박스화해서 외국에 노출시키지 않는 수성전략을 펴고 있다.

이렇듯, 전세계 IT제품 생산기지 역할을 하고 있는 한국, 일본, 중국(대만 포함) 등의 주력생산제품이 점점 겹쳐가고 있는 상황에서 제품 차별화 및 차세대 신제품 개발은 절실한 과제로 떠오르고 있다. 한일간에 경쟁을 벌이고 있는 품목은 휴대폰, 디지털TV, 노트북 및 데스크탑 PC, TFT-LCD, PDP 등이며 향후 3년 내 비메모리 반도체 부분에서도 전면전이 예상된다. 다만 핵심부품 면에서는 3년 후에도 일본의 수준을 따라잡을 수 없는 것으로 예상된다. 중국과는 기술격차가 급격하게 줄어들고 있지만 아직까지는 격차가 상존해 반도체, 디지털TV, TFT-LCD, PDP, 핵심소재 등에서 보완 및 협력관계를 유지하고 있고 휴대폰, 노트북 PC에서는 부분적으로 경합

중이다. 중국과도 첨단 IT제품군에서 3년 내 모두 완전경쟁을 하는 것으로 예상돼 우리 기업의 사전 대비가 필요하다.

정부는 우리나라의 차세대 성장동력을 찾기 위해 범부처간 협의하에 2003년 8월 차세대 성장동력 추진계획을 발표하고 10대 차세대 성장동력 사업을 선정하였다.

아울러 정보통신부는 2004년 IT839전략을 마련하여 8대 신규서비스, 3대 첨단 인프라, 9대 신성장동력별 육성전략 및 성장목표를 설정하였다. IT839전략은 IT서비스, 인프라, 제조업을 연계하여 미래 성장동력을 창출하고 IT산업발전을 지속하려는 의도를 담고 있다. IT839전략은 앞서 소개한 10대 차세대 성장동력 사업 중 IT산업부문을 모두 포함하고 있다. 이로써 경쟁국에 한 발 앞서 새로운 IT서비스를 조기 도입하고, 제품화하여 새로운 분야의 IT산업을 선점하고자 한다. 각 사업별로 단기목표, 중장기목표를 가지고 사업자 선정, R&D활동지원, 제품/서비스 조기구현 활동을 선도함으로써 국내 IT기업들의 차세대 제품개발 로드맵을 제공한다. 우리 IT기업들은 IT839전략에 근거하여 제품/서비스 출시를 계획함으로써 차세대 제품개발에 있어 많은 도움을 받을 수 있으므로 적극 활용 및 참가가 요구된다. IT839 전략이 예정대로 추진될 경우 차세대 IT제품/서비스군에서 우리 기업들이 세계적인 수출경쟁력을 갖게 될 것이다.

바. R&D 확대

과학기술부와 한국과학기술기획평가원의 조사(2004 과학기술연구활동조사보고서, 2004. 12월)에 의하면 2003년도 우리나라 산업체의 R&D는 총 19조 687원에 달했으며 기업재원 75.1%, 공공재원 24.5%, 외국재원이 0.4%를 차지한 것

으로 나타났다. 전산업 R&D투자액이 GDP에서 차지하는 비율도 2.64%를 차지, OECD평균인 2.26%보다 높은 수치를 기록했다. 민간R&D투자액 14조5,097억 원의 37%는 상위 5대기업의 투자에 기인한다. 삼성전자, LG전자, 하이닉스 외에 자동차 회사 2개사가 상위 5개사를 구성하여 R&D활동의 IT대기업 편중을 보여준다. 산업체적으로 중소벤처기업 연구개발비와 연구원수는 2001년 이후 계속 줄어들어 우려를 사고 있다.

IT산업의 경우 매출액 대비 R&D 지출로 표시한 R&D 투입도가 99년 4.6%, 2000년 4.2%, 2001년 4.2%, 2002년 5.2%의 추이를 보이고 있다.⁶⁾ 이는 세계 일류 IT제조기업들의 R&D투입도가 5% 전후임을 고려할 때 상당히 높은 수준이라고 할 수 있다. R&D결과를 알 수 있는 객관적 지표 중 하나인 우리나라의 산업체 특허출원건수를 보면 2002년 IT분야의 특허출원이 총 5만3,507건으로 비IT산업의 4만2,465건에 비해 1만1,000여건을 상회한다. 이로서 우리나라 전체 R&D활동 중 많은 부분이 IT산업에 몰려있음을 알 수 있다.

주지하다시피 중국, 대만, 싱가포르 등 우리 인접국과 우리나라의 R&D센터 유치경쟁도 뜨겁다. 세계 굴지의 IT기업들이 잇따라 한국에 R&D 센터 설립을 추진 중으로 국내 IT업계 기술경쟁력의 제고가 기대된다. IBM, 인텔, HP 등 기업들이 한국의 테스트 베드 기능과 연구개발력에 주목하고 있다. 이처럼 외국 R&D 기관의 국내유치 또한 중요하며 이를 위해 R&D기관 유치를 투자유치의 중요한 한 부분으로 집중관리하고 R&D기관 유치의 노하우 및 실적을 단기간에 배증시킬 수 있는 국가적인 역량 결집 및 시스템 건설이 요망된다. R&D활성화를 위해 이미 상용화된 제품과 성장동력 부품, 미래원천기술품을 각기 기업, 산업체 출연연구소, 학계 등이 역할을

6) LG경제연구원, 2004. 3월

나눠 연구토록 지원체계를 효과적으로 설계할 필요가 있다. 또한 핀란드, 인도처럼 IT R&D 연구시설을 모아 IT 클러스터라는 산업조직을 형성함으로써 기업, 연구소, 공공기관, 기업 등을 네트워크로 연결하는 방안을 적극 검토, 효과적으로 실행해야 한다. 핀란드의 경우 적극적인 정부정책으로 IT클러스터가 형성된 반면 인도는 자연적으로 생성된 IT 클러스터(Bangalore)에 정부가 후속지원을 행한 경우이다. 이처럼 업계의 자발적인 클러스터 모임 및 정부정책주도의 클러스터 개설 중 우리 사정에 맞게 IT기업을 지원할 수 있어야 하겠다. 앞서 소개한바와 같이 정보통신부는 글로벌 해외기업 R&D센터 유치에 발벗고 나서고 있으며 2007년까지 글로벌 IT기업과 R&D센터를 집중 육성하기 위해 서울 상암동 디지털미디어시티(DMC)내에 첨단 IT 클러스터를 추진중이다. 우리 IT기업들도 장기적 R&D 정책 및 예산을 마련하고 정부의 정책자료 및 가이드라인을 참조하여 보다 효과적으로 R&D활동을 수행해 주기 바란다.



조 성 갑

- 성균관대학교 경상대학 졸업
(경제학사)
- 21세기 아카데미대학원과정수료
- 하바드대학교 비즈니스스쿨
과정 수료
- 서울대학교 행정대학원 정보
통신정책과정 졸업
- 서울대학교 행정대학원 국가정책과정 졸업
- 연세대학교 경제대학원 통산산업 전공수료
- 중앙대학교 국제경제학 박사과정
- 現 한국정보통신수출진흥센터 원장
- 前 한국IBM (시스템 개발부장, 시스템 본부장, 전문 위원, 지사장)
- 現 (사) 한국컴퓨터사용자협회 부회장
- 現 (사) 한국정보처리학회 부회장
- 現 (사) 지적재산권협회 이사
- 現 한국정보통신수출협의회 운영위원
- 現 한국벤처포럼 자문위원
- 現 ITU-Asia Telecom 운영위원
- 現 (사) 한국인터넷정보학회 부회장
- 現 (사) 정보통신설비학회 자문위원
- 現 (사) 통신학회 이사
- 現 지방분권혁신위원회 자문위원
- 現 연세대학교 경제대학원 원우회장
- 現 (사) RFID/USN 협회 이사
- 現 국정자문회의 정보통신분과위원장
- 現 IT Times 편집위원
- 現 ASEM 정상회의 정보통신 분과의장
- 現 IT Korea 저널 발행인
- 現 '05 부산 APEC 정상회의 주관기관장
- 現 DMB 해외진출협의회 운영위원