

## 그린비즈니스, '그린' 한계 뛰어 넘어야

친환경, 에너지 절감이 이슈화되면서 그린비즈니스가 트렌드로 떠오르고 있다. 최근 우리나라도 정부의 강력한 지원이 더해지면서 신재생에너지, 전기자동차, LED, 에너지 절약형 빌딩, 수처리 및 폐기물 관리, 그린 IT 등 그린비즈니스 붐이 일어나고 있다. 그린 붐은 그린비즈니스 전 분야에 걸쳐 경쟁 환경을 변화시키고 있다. 특히 신산업 성격이 강하고 상대적으로 진입장벽이 낮은 태양광 산업은 경쟁의 심화로 제품 공급이 늘어나면서 가격이 급락하고 있다. 또한 LED·전기자동차 산업은 경쟁자가 늘어나면서 기업간 마찰이 증가하고 있다. 이처럼 그린비즈니스는 그린 붐에 의해 경쟁자가 늘어나고 경영환경이 급변하면서 기업에게는 차별화된 전략이 더욱 필요하다.

20세기 초반 IT 붐에 의해 넘쳐나던 인터넷기업의 대부분은 지금 흔적도 없이 사라졌다. 대중들의 과도한 관심이 사라지고, 치열한 경쟁을 거치면서 수많은 회사가 퇴출되거나 대기업에 흡수됐다.

그린비즈니스도 마찬가지이다. 그린 붐이 가라앉고 그린비즈니스가 경제의 한 축을 담당할 때가 되면 소수의 승자기업(winner)만이 살아남을 가능성이 크다.

급변하는 경쟁 환경 속에서 기업은 단기적으로 정부 효과를 최대한 활용하고, 제조 역량 강화에 주력하며, 소비자 친화성을 확보하는 전략을 통해 생존의 활로를 모색해야 한다.

그리고 장기적으로 그린비즈니스의 기업들은 '그린'이란 한계를 벗어나야 할 것이다. 경제적 자립화, 기술의 고도화, 그린의 대중화를 통해 '그린'이 더 이상 특별한 의미를 갖지 않는 상황이 됐을 때 진정한 의미의 성공을 거둘 수 있게 될 것이다.

## 신재생에너지 입지선정, 사회적 과제로 남아

정부는 2012년 기존의 발전차액지원제도를 폐지하고 신재생의무할당제(RPS/Renewable Portfolio Standard)로 전환한다는 방침이다. RPS는 신재생에너지 비율을 높이기 위해 발전사업자들의 발전용량 일정부분을 신재생에너지로 발전하도록 의무화하는 보급정책이다. 또한 RPS는 의무화 정책이기 때문에 발전사들은 신재생에너지 의무 보급 비율을 달성하지 못할 경우, REC 시장에서 거래되는 평균가격의 1.5배에 해당하는 과징금을 내야 한다.

이에 발전사들은 앞 다퉈 전국 곳곳에 대규모 신재생에너지 시설을 건설하거나 계획하고 있다. 물론 RPS 때문이 아니라도 에너지 고갈과 기후변화에 대응하기 위해 신재생에너지의 확산은 매우 중요하고 꼭 필요한 일이다. 하지만 신재생가능에너지 보급 확대 과정에서 지역주민의 의사가 무시되거나, 산림 파괴, 생태계 훼손 등의 문제는 앞으로 피할 수 없는 사회적 과제로 남았다.

이제는 '신재생에너지니까 무조건 좋다'라는 식의 보급·확대보다 생태적인 문제, 지역사회 수용성문제, 적정기술문제, 사회·문화적인 문제 등 다면적으로 접근한 활발한 논의와 토론과정이 필요한 시점이다.

## 남자 능가하는 카리스마...전력계 평정

21세기의 대한민국은 사회 곳곳에서 여풍(女風)이 거세고 불고 있다. 산업 현장도 예외 일 수는 없다. 특히 남성의 전 유물로 여겨졌던 전력 분야에서 국가적인 연구 프로젝트 수행과 더불어 발전소 건설 및 계통운전, 안전성 검사 등 까다롭고 거친 세계에서 당당히 그 위상을 떨치고 있다.

지난해 원자력 30년 역사상 한국표준형원전 부문에서 최초의 여성 원자로조종사(RO)가 탄생했으며, 남자들도 고배를 마시는 원자로조종사 면허시험(프리마토크 부문)에 합격해 당당히 그 이름을 빛낸 것도 여성이었다.

특히 국내 발전회사에서 발전기술원으로 교대근무를 하는 여성이 3명인 가운데, 20살이라는 나이로 과감히 도전장을 내민 터빈발전기 운전원도 화제이다. 또한 국내 최초로 풍력발전단지 설계능력 프로그램(WASP) 자격증을 취득한 여성도 등장했다.

이들을 비롯한 여성 전력인들은 '여성'이라는 꼬리표를 빼고, 역동적인 활동과 뛰어난 역량으로 그 능력을 인정받고 있다. 이제 전력산업 분야도 '禁女의 벽'이 서서히 허물어지고 있다.