

Kicking Away the Ladder (사다리 걷어차기)



조인정

한국산업기술대학교 기계공학과 교수로 재직하고 있고, 주요 연구분야는 초정밀광학부품, 나노공학, 반도체공정이다. 지식경제부, 중소기업청이 지원하는 광학부품 개발과제를 다수 수행했고 일본, 중국, 러시아 등과 국제협력력을 하고 있다. 2006년 러시아 상트 페테르부르크 ITMO 대학으로부터 국제연구우수상을 받았다.

「 세계 정치·경제·산업 질서에서 선진국이 유리한 위치를 선점한 이후에 후발주자의 진입을 막기 위해서 각종 국제제도와 규율을 강요하고 있는 일련의 행태를 “사다리 걷어차기”라고 한다. 제2차 세계대전 이후 후진국에서 선진국으로 도약하고 있는 나라가 전 세계적으로 손꼽히고 있으며, 우리나라는 그 중에 대표적인 나라이다. 국내 산업이 여러 분야에 걸쳐서 세계 초일류 수준에 도달했고, 세계 산업에서 중요한 축이 되었다. 국내 산업은 더 이상 선진국을 추격하는 입장이 아니고, 선진국 대열에 합류해서 세계시장을 리드해야 하는 산업 패러다임의 전환기에 있다. 이제부터 우리는 선진국의 “사다리 걷어차기”를 완전히 극복했는지 주위를 살펴보고, 기술 강국으로서 사업전략을 재편해야 한다. 」

3년 전 금융위기가 전 세계에 드리운 먹구름을 헤치고 우리기업이 도약하고 있다. EU지역의 경제불안이 계속되고 있지만 이는 EU지역 경제가 허약해져서 생긴 고질병이고, 이보다는 원유, 원자재, 곡물 가격의 상승과 중국 인플레이션이 세계경제성장을 저해하는 지속적인 요인으로 작용할 수 있다. 금융위기 이후에 우리기업은 세계시장 점유율을 더욱 높였고, 향후 10년 후에는 세계 초일류 수준의 제조업 강국으로 도약할 것이다. 미국은 높은 창의력과 거대한 경제규모로 세계를 압도하고, 일본은 모노쓰쿠리로 결정화된 장인정신과 높은 생산성을 앞세워서 제조업을 장악하고 있으며, 독일은 넓고 깊은 산업으로 성공했다. 우리기업은 우리의 장점을 살린 글로벌 산업전략과 글로벌 마인드를 확고히 할 때, “제2의 한강의 기적” 신화가 탄생할 것이다.

세계광학시장에서 한-중-일 삼국지(三國志)

지난 60년 이상 미국이 주도하고 있는 ICT산업(정보통신산업)은 거대한 광학부품/제품/기기 시장을 형성했다. 광학산업은 ICT산업에서 필요한 광학부품, 광전자기와 같은 하드웨어를 공급하면서 비약적인 성장을 했다. 21세기 접어들면서 전 세계 제조업분야에서 “팍스아시아시대”가 열렸고 세계광학업계가 한-중-일-미-EU의 5강 경쟁구도에서 한-중-일 3강의 경쟁으로 압축되고 있다. 향후에 한-중-일 광학경쟁이 역사에 어떻게 기록될 지는 우리 광학기업들이 노력하기에 달려있다. 우리는 타고난 근면성, 높은 교육열에 의한 고급인력, 그리고 무엇보다도 피(전략)를 가지고 있어서 글로벌경쟁에서 승리할 수 있는 잠재력이 있다. 세계최고의 광학기술을 보유하고 있는 일본은 한국, 대만, 중국의 맹렬한 추격을 받아서 점차로 시장을 빼앗기고 있으며, 튀어난 못이 두들겨 맞듯이 일본 산업이 중국, EU, 미국의 견제를 받으면서 국내 기업에 좋은 기회가 만들어지고 있다. 한국은 삼성, LG와 같은 거대한 ICT 회사들을 축으로 광학산업이 발전해 왔고, 대만, 중국은 전 세계 OEM/ODM의 메카로서 비약적으로 외형이 성장하고 있다. 대만은 한국기업과 수출경쟁력에서 승리하기 위해서 총력을 기울이고 있다. 주서울 대만대표부는 대만 해외공관 중에서 3번째로 큰 규모로 운영되면서 국내기업을 견제하고 있다. 대만의 인건비는 국내대비 60%수준으로 원가경쟁력을 뒷받침하고 있고, OEM 생산·납품방식의 비즈니스모델을 타개하고 글로벌 브랜드를 육성하기 위해서 2006년에 시작된 Branding Taiwan 프로젝트를 통해서 고부가가치 산업을 키우고 있다.

광저우 아시안게임에서 대만 태권도 선수가 실격패한 사건이 반한감정으로 불통이 된 것은 한국-대만의 심각한 Trade-off관계(상충관계)가 표출된 것이다. 중국의 성장으로 나날이 입지가 약해지고 있는 대만이 High-End 제품시장에 진출하기 위해서 사생결단을 하고 국내기업에 도전하고 있다. 그 선봉에 있는 흥하이정밀공업은 핵심사업인 Computer, Communication, Consumer-electronics(3C) 분야에서 삼성,

LG와 치열하게 주도권 쟁탈전을 벌이고 있으며, 최근 일본 히타치 LCD를 인수한다고 전격 발표했다. 중국이 세계경제에 미치는 영향력이 엄청나게 커져서 차이나 리스크란 경제용어가 만들어졌다. 중국이 세계의 공장으로서 저렴한 노동력을 제공하면서 전 세계가 골드락스(인플레이션이 없는 고성장)를 만끽했었는데, 최근 심화되는 중국의 인플레이션이 세계경제 성장에 부담을 줄 수 있다. 우리의 대중수출 대부분은 국내기업이 부품소재를 중국현지공장에 보내는 것이 수출로 간주되고 있는 것이고, 아직까지 중국 내수시장 진출은 시작 단계이다. 우리 제품이 본격적으로 중국 내수시장 점유율을 높이게 되면, 국내 산업이 다시 한번 도약할 것이다.

광학산업 Quantum Jump

지난해 다수의 국내 광학회사가 사상 최고의 매출실적을 기록했고, 어느덧 세계 각국은 국내 광학산업을 세계 초일류 수준으로 인식하기 시작했다. 3년 전 금융위기로 위축되었던 소비와 설비투자의 물꼬가 트이면서 매출신장에 기여했고 일본 엔고에 의한 환율혜택을 받고 있지만, 국내 광학산업 경쟁력은 이미 세계 최고 수준에 올라섰다고 해도 과언이 아니다. 국내 광학회사들이 새로운 사업아이템 발굴에 목말라 하는데 이는 더 이상 새로운 제품을 쉽사리 도출하기 어려울 정도로 국내 광학제품 시장이 포화상태에 도달해 있다는 반증이어서 획기적인 국면전환이 필요하다.

국내 광학산업에서 중소기업이 대기업에 광학부품을 납품하는 B2B가 큰 비중을 차지하고 있다. 국내 대기업은 매년 수 억 개의 핸드폰을 생산하고 있고, 이에 비례하여 국내 중소광학업체의 핸드폰카메라, BLU 매출이 출렁이고 있다. 중소기업이 대기업에 부품을 납품하는 B2B시장은 이제 포화상태에 도달했다. 국내 광학산업이 성장의 포화상태를 극복하기 위해서는 B2C시장을 개척해야 한다. 매년 1월 미국 라스베이거스에서 개최되는 CES(Consumer Electronics Show)는 빌게이츠, 스티브잡스, 국내 대기업 CEO 등 전 세계 ICT업계 거물들이 총 출동하는 전시회이다. 여기서 향후 1년 동안의 세계 ICT업계의 판도를

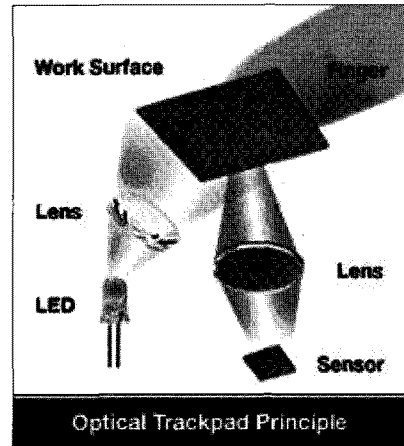
업될 수 있다. 국내 중소기업이 미국 CES에 참여하여 전 세계 B2C시장을 개척하게 되면 우리 광학산업은 대약진을 할 것이다.

마진제로 기업과 가젤형 기업(Gazelles Company)

기존 광학부품 시장이 성숙하면서 매출은 성장하는데 이윤이 너무 박해서 재미를 못 본다는 말이 있다. 이러한 현상은 대기업과 B2B 사업을 하고 있는 거의 모든 중소기업의 공통된 고민이다. 국내 대기업들이 해외 기업과 치열한 경쟁을 하면서, 때로는 치킨게임이라는 고육지책을 쓰고 있는 상황에서는 중소기업도 고통을 같이 분담해야 한다. 이와 반면에 가젤형 기업(Gazelles Company)은 매출 또는 근로자 수가 3년 연속 20%이상 성장하는 고성장기업이다. 국내 광학기업이 마진제로를 극복하고 가젤형 기업으로 환골탈태하기 위해서는 해외시장 개척, B2C 제품개발, 독보적인 기술을 기반으로 하는 온리원(Only One) 제품을 개발해야 한다.

가젤형 광학기업의 대표적인 사례는 온리원 제품인 옵티컬 트랙패드(OTP, Optical Trackpad)를 전 세계 시장에 독점 공급하는 크루셜텍 회사이다. OTP는 PC마우스 기능을 핸드폰에 적용해서 이동, 네비게이트, 클릭, 스크롤, 드래그와 같은 기능을 완벽하게 구현한다. 2008년 블랙베리에 OTP를 공급하면서 대박이 터졌고, 스마트폰이 핸드폰의 대세가 됨에 따라서 OTP 매출이 급성장하고 있다. 국내 코스닥 조명회사인 FEELUX는 “감성조명”을 창시하면서 국내를 넘어서 세계적으로 인정받는 기업으로 성장했고, 국내 최대규모의 필룩스 조명박물관은 회사의 브랜드를 전 세계적으로 드높여 주고 있다. 러시아 물리학자 Gapontsev 박사는 광통신에 사용되는 레이저의 출력을 높여서 레이저가공에 적용할 수 있는 Fiber Laser를 구상했고, 1990년대에 불안정한 러시아에서 독일로 이주하여 Fiber Laser 제품 사업화에 성공했다. 현재 Gapontsev 박사가 CEO로 있는 IPG Photonics는 초고속으로 성장하는 다국적 레이저 회사가 되었다. 이와 같이 중소기업이 마진제로 사업에서 벗

어나기 위해서는 아이디어를 구현해서 혁신제품을 사업화하고 회사의 글로벌 브랜드를 만들어야 한다.



우리 광학업체의 글로벌 Story는 무엇인가?

세계적인 기업들의 Story와 기업철학이 전 세계에 회자되고 있다. 미국 IBM회사 직원들은 짙은 청색 양복 복장으로 영업을 하면서 전 세계 컴퓨터 업계를 지배한 적이 있다. 1979년대 중반부터 실리콘 밸리 CEO들의 청바지 패션은 이미 50대 중반이 된 스티브 잡스, 빌 게이츠 세대에서 2010년 TIME지 올해의 인물로 선정된 페이스북 CEO 마크 주커버그로 이어지면서 억만장자를 탄생시키고 있다. 일본의 장인정신은 모노쓰쿠리로 결정화 되어서 전 세계 제조업을 석권하고 있다. 도요타 자동차는 Just-in-Time으로 높은 생산성을 자랑하고 있고, 주첸공업사는 선착순으로 직원을 채용해서 “스스로 일하게 하는 인간존중 경영”으로 세계최고의 초정밀 제품을 만들어낸다. 1974년 대만의 홍하이정밀공업은 미화7500불(한화 850만원)의 자본금으로 최저 가격을 모토로 하는 OEM전문기업으로 시작했고, 일본의 첨단 금형기술을 받아들여 비약적으로 성장했다. 계열사인 Foxconn은 1988년 중국 심천에 첫 번째 공장을 지었는데, 현재 중국현지 직원수가 100만명이 넘는 세계 최대의 전자제품 위탁생산 업체로 등극했다. 1993년 삼성그룹 이진희 회장이 아내와 자식만 빼고 모두 바꾸자는 신경영을 주창하면서 삼성그룹은 비약적인 발전을 했다.

이제부터 국내 중소기업체들의 글로벌 Story가 나올 때가 되었다. 글로벌 경쟁에서는 매너가 중요한 역할을 한다. 일본 업체들은 외국기관을 방문할 때 깍듯한 매너와 간략한 선물(오미야게)을 주어서 좋은 인상을 남긴다. 국내 기업들이 중국, 동남아에서 오만하고 현지인을 무시한다고 가끔 언론에 보도되는데, 이런 일은 우리기업의 글로벌 이미지를 갇아 먹어서 공든 탑을 한순간에 무너뜨릴 수 있다.

글로벌 사업전략

일본 도요타 자동차의 조 후지오(張富士夫) 회장은 “호황이면 좋고, 불황이면 더욱 좋다”는 유명한 말을 남겼다. 호황일 때는 모든 기업들의 실적이 함께 좋아지기 때문에 시장 점유율을 늘리기 어렵다. 그러나, 불황이 찾아올 때 경쟁력을 확보하고 있는 기업이라면 재무실적은 다소 나빠져도 시장점유율은 오히려 증가하는 희귀한 현상이 나타난다. 호황기에는 모든 경쟁사가 생존하면서 경쟁 상대가 되지만, 불황기에는 어려워진 경기가 경쟁사들을 시장에서 퇴출시켜주기 때문이다.

지난 15년 동안 국내외 사업 환경은 종종 급변했다. 90년 말 외환위기, 3년 전의 금융위기, 최근 심화되는 원자재가격 급등, 중국발 인플레이션의 경우에서와 같이 급변하는 국내외 사업 환경에 능동적으로 대처할 수 있는 위기관리 능력을 갖추는 것이 중요하다. 국내 중소기업체들이 대기업과 B2B 부품납품을 하는 사업은 앞으로도 마진제로 상태에서 벗어나기 어렵다. 보다 높은 수익률을 위해서는 항상 다른 관점에서 생각하고 아이디어를 떠올려서 신규 제품을 발굴해야 한다. 혁신적인 아이디어를 구현해서 경쟁력 있는 제품으로 상품화하고, 지적재산권을 확보해서 아이템을 독점하고, 브랜드를 강화하는 것이 필요하다. 해외시장 개척이 수익창출에 필수 조건이 되었으며, 이미 중국시장은 너무 많은 기업들이 치열하게 경쟁하고 있어서 동남아, 인도 시장과 미개척 해외시장에 진출해야 한다. 글로벌 기업이 되기 위해서는 무엇보다도 고객과의 신뢰, 직원과의 신뢰가 중요하다. 일본기업의 경우에서 알 수 있듯이 신뢰를 기반으로

하는 기업은 외우내환(外憂內患)을 겪어도 살아남는다.

글로벌 마인드를 가지고 우리의 관점에서 세계를 보자

지난 200여년 동안 산업혁명을 거치면서 유럽과 미국 등 서구 국가들의 주도로 전 세계의 정치·경제·산업 질서가 만들어져 왔다. 1945년 우리나라는 우리의 의지와 상관없이 한반도가 38선으로 나뉘어야 한다는 강대국의 정치질서를 강요당했고, 지금까지 안타까운 분단상태가 계속되고 있다. 그 이후로 우리나라는 미국의 영향권에 들어갔고 외부세계를 우리의 시야로 바라보지 못하고, 미국과 서구의 관점에서 바라보고 있다. 한국, 중국, 일본 등 아시아 국가들의 근면성, 높은 교육열, 저렴하고 풍부한 노동력은 전 세계 제조업 분야를 석권하게 되었고, 서구 경제는 보다 높은 수익을 확보하기 위해서 제조기반 경제에서 금융기반 경제로 탈바꿈했다. 21세기 접어들면서 우리나라는 제조업 강국으로 부상했는데, 이는 절반의 성공에 불과하다. 우리기업이 세계수준의 기술력에 덧붙여서 글로벌 마인드를 가져야 한다. 우리가 글로벌 마인드를 가지고 우리의 관점에서 세계를 바라보면서 해외시장에서 경쟁을 할 때, 국내 중소기업은 선진국의 “사다리 걷어차기”를 극복하고 진정한 글로벌 기업으로 도약할 것이다.

-2011년 신묘년(辛卯年)을 맞이하여 한국광학기기협회 회원사 모든 분들이 두 마리 토끼를 잡으시기 바랍니다!-