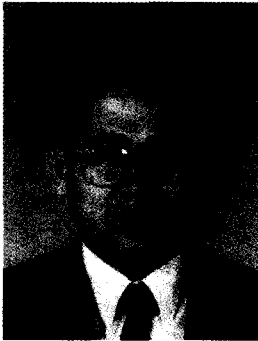


세계화와 주류산업

1. 서론



하 병 기
 <산업연구원 연구위원>

해외여행자가 한국으로 들어오는 비행기에서 가장 많이 구매하는 품목이 양주가 아닐까 한다. 주류에 부가하는 각종 세금으로 인해 국내 양주의 가격이 비행기에서 판매하는 가격에 비해 훨씬 높은 것이 주된 이유라고 할 수 있을 것이다. 혹은 우리 국민들의 소득이 낮아서 양주를 소비하는 것이 특권층만이 누릴 수 있는 상징으로 고려되었던 옛날의 습관이 남아서인지도 모르겠다. 이런 가운데서 최근에는 눈에 띄게 달라진 것이 하나 있다. 바로 비행기 안에서 판매하는 물품의 목록에서 이제 국산 술의 이름이 등장한 것이다. 반가운 일임에 틀림이 없다. 얼마나 팔리는지는 알 수 없지만 팔리지 않으면 등장하기는 힘든다는 점에서 바람직한 일이라고 생각된다. 이를 우리 주류업계가 세계화에서 진일보화한 하나의 케이스로 볼 수도 있지 않을까 생각된다.

세계화는 디지털, 인터넷 등과 함께 언론이나 경제분석에서 가장 흔하게 사용되는 단어의 하나이다. 싫든 좋든 간에 90년대에 들어 세계화가 경제의 유행어로 자리잡게 된 것이다. 세계화의 개념은 간단한 것 같으면서도 복잡하기도 하고, 추상적이면서 현실적이라고 할 수 있다. 현재의 국제경제 및 국내경제에서 나타나는 거의 모든 현상을 포괄한다는 면에서 매우 광범위하여 추상적일 수가 있으나, 실제

■ 目 次 ■

1. 서론
2. 세계화의 의미 및 특징
3. 세계화의 현황 및 영향
4. 우리나라의 해외직접투자와 세계화
5. 세계화의 영향과 시사점

생활에서 일어나고 있는 현상을 표현한다는 면에서 현실적이라고 할 수 있다. 특히, 세계 구석구석에서 발생하는 매일 매일의 사태가 우리 경제에 영향을 미치고 또한 관심을 갖게 되는 것은 바로 이 세계화가 우리네 생활의 일부분으로 자리잡은 증거가 아닐까 싶다.

2 세계화의 의미 및 특징

세계화는 여러 측면에서 다양하게 정의할 수 있는데, 우선 경제적인 측면에서 정의하여 본다. 세계화란 세계를 하나로 보고 국경을 초월하여 경제행위를 영위하는 현상으로 일반적으로 정의할 수 있다. 경제행위를 영위하는 주체가 국가, 기업 및 개인이기 때문에 세계화의 주체도 당연히 국가, 기업 및 개인이라고 할 수 있다. 하지만, 시장 경제의 가장 중요한 주체가 기업이므로 세계화에서 가장 중요한 주체로 기업을 꼽을 수 있다. 세계화 논의에서 기업의 세계화 혹은 기업을 중심으로 논의하는 것이 자연스럽다고 할 수 있을 것이다.

기업이 이윤을 극대화하기 위하여 시장을 확대하여 나가는 과정에서 국경을 넘어 영업하는 비중이 커지면서 기업이 세계화된다고 할 수 있다. 기업이 국경을 넘어 영업하는 행태, 즉 세계화의 행태는 수출입, 기술이전, 자본 및 경영자원의 이전을 포함하는 직접투자 그리고 전략적 제휴로 단계적으로 진행된다고 할 수 있다. 이제 기업의 세계화 전략은 단순한 수출입에서 벗어나 직접투자나 전략적 제휴를 심화시키는 단계에 있으며, 이러한 과정에서 자기업 혹은 전략적 제휴기업과 관련하여 수출입을 영위하는 형태로 발전하고 있다. 모기업과 자기업간의 국제 거래, 즉 기업내 무역의 비중이 커지면서 직접투자나 전략적 제휴와 관련이 없는 단순한 수출입 행위는 세계화 과정에서 중요성이 점차 저하되고 있다. 기

업 내부적으로도 글로벌시장에 대한 인식제고, 핵심사업 및 사업군에의 집중, 전략적 제휴 및 협정의 확대, 내부구조조정 등의 변화가 나타나고 있다.

세계화의 가장 큰 특징으로는 경제주체들의 초국경적인 활동으로 시장이 통합됨으로써 각 시장에서 모든 국가의 경쟁자들이 동시에 경쟁하게 되는 지구촌화로 나아간다는 현상이다. 즉, 특정 시장에서도 특정 기업과 경쟁하는 것이 아니라 모든 지역의 모든 기업과 경쟁하거나 경쟁하게 될 잠재성이 커진다. 그러므로, 기업은 가능한 모든 경쟁요소를 이용하여 경쟁력을 제고하거나 유지하려 한다. 그렇지 못할 경우 시장에서 낙오되거나 퇴출당할 위험성에 처하게 된다. 그 결과 기업은 생산, 유통 등의 경영행위를 특정지역에만 한정하지 않고 전 세계의 모든 기업을 경쟁과 협력의 대상으로 고려하여 구매, 생산, 판매 등의 경영전략을 수립할 수밖에 없다. 경영의 대상 및 범위가 확대됨에 따라 기업은 독자적으로 모든 경영행위를 추진하기보다는 다른 기업과 전략적인 제휴를 모색하게 된다. 그 결과 특정 기업과 사업에 따라서는 한편으로는 경쟁하면서 다른 한편으로는 협력하는 등 경쟁과 협력이 상존하는 복잡한 기업간 관계를 형성된다.

세계화는 비단 상품시장이나 상품을 생산하는 기업에만 한정되는 것은 아니다. 유통, 서비스 등 모든 분야의 시장과 이와 관련된 모든 기업이 포함되어 있다. 특히, 각국 금융시장의 통합과 폭발적으로 증가하고 있는 국제 금융거래는 현재 진행되고 있는 세계화의 가장 큰 특징으로 지적되고 있다.

국가경제 측면에서 세계화는 무역, 투자, 그리고 금융자본의 국제적인 거래가 확대되면서 각국 경제변수가 상호연관성이 높아지는 등 각국 경제의 통합이 심화되고 있는 현상을 의미한다. 최근 우리 나라 주식시장이 미국 주식

시장과 밀접한 관계에 의해 움직이는 것도 하나의 예라 할 수 있다. 통합되면서 나타나는 현상이 국가 경제의 경쟁이다. 세계각국이 보조금과 같은 인센티브를 통해 외국자본의 유치에 힘쓰고 있는 것이 바로 대표적인 예이다. 특히, 최근에는 정보통신산업의 인력을 유치하기 위하여 미국, 서독 등이 경쟁적으로 출입국 제한을 완화하고 있는 것은 바로 노동을 둘러싼 국가간의 경쟁으로 표현할 수 있다. 이와 같이 일국 경제의 정책 혹은 경제 상황의 변화가 인접국의 경제는 물론 세계경제 전체로 영향이 파급되는 정도가 심화되면서 주요국간 혹은 인접국가간의 정책협조도 필요성이 커지게 되는 것이다. 이런 점에서 WTO를 비롯한 다자간 체제와 기타 국가간 회의가 빈번한 하나의 배경으로 세계화를 지목할 수도 있을 것이다.

이러한 세계화 현상은 국제 무역 및 투자가 자유화되고 통신, 수송 등의 기술이 급속히 발전하면서 자유화와 기술발전간의 시너지 효과로 더욱 가속화되고 있다. 통신 및 수송기기의 발달은 원거리 지역에서의 영업 및 생산을 더 낮은 비용으로 가능하게 한다. 그리고, 무역장벽 완화, 규제완화와 같은 경제 자유화는 다른 지역과의 거래를 더욱 쉽게 함으로써 기술발달과 서로 상승작용을 발휘한다. 시장의 통합과 이에 따른 경쟁의 동시성, 잠재적 경쟁자의 증가 등과 같은 환경변화에서 살아남기 위해서는 기업뿐만 아니라 국가도 새로운 전략을 수립하여야 할 필요성이 커지고 있다. 세계화라는 환경에 대한 대응 전략, 즉 세계화 전략을 수립하지 않고서는 경쟁에서 살아남기 힘든 상황이 전개되고 있는 것이다.

세계화를 문화, 사회 등 다른 측면에서도 정의할 수가 있다. 경제적 세계화가 시장의 통합이라는 면에 주목하는 반면, 문화 및 사회의 세계화는 오히려 이러한 통합과정에서 고유의

것을 지키는 것으로 정의하는 경향이 있다. 경제적인 의미에서의 세계화가 통합의 과정에 있는 경제현상을 분석하고 경제적인 경쟁에서 살아남기 위하여 법, 제도, 행위 등에서 비효율적인 요인들을 제거하는데 관심을 기울이고 있다고 할 수 있다. 소위 글로벌 스탠다드를 받아들일 것으로 강요하고 있는 것이다. 이에 반해 문화적 및 사회적인 세계화는 경제적인 통합과정에서 문화적으로나 사회적으로 고유한 것들을 지켜야 할 것을 강조하고 있다. 이처럼 경제적인 세계화가 통합과 글로벌 스탠다드를 받아들여야 한다는 측면에 주안점을 두는 수동적인 성격이 강한 반면, 사회적 문화적인 세계화는 고유의 것을 발전시켜야 한다는 측면에서 능동적이고 의무적인 성격을 띤다고 할 수 있다. 이 두 가지는 상호 대립적이면서도 상호보완적이라고도 할 수 있다. 예를 들면, 기업경영에서 회계, 재무 등에서 글로벌 스탠다드를 받아들이고 투명성을 확보하여야 한다는 점에서는 경제적인 세계화와 밀접한 관련이 있다고 할 수 있다. 반면에 우리 사회 혹은 문화 고유의 경영적인 특성을 가지고 차별화하여 경쟁력을 가져야 한다는 주장은 후자와 관련이 있다. 세계화 시대에 기업 특유의 경영 요소를 가지지 않고서는 경쟁에서 살아남을 수 없다는 점이다. 결국 세계화는 한편으로는 통합되어 가는 현상을 의미하지만, 다른 한편으로는 고유성 등으로 차별화가 필요하다는 점을 강조한다.

다만, 세계경제의 통합은 새로운 현상이 아니라 제1차 세계대전 이전에도 상당정도 진행되었다는 점에서 세계화가 완전히 새로운 현상이라고 보기는 힘들다. 19세기 말 이후 무역장벽의 완화 그리고 철도와 증기선의 발전에 따른 수송비용의 급감으로 상품, 자본 그리고 인력의 국경을 넘는 활동이 활발하였었다. 현재의 세계화 물결은 과거 성향의 회복이라고

도 할 수 있다. 다만, 현재의 세계화가 과거와 다른 첫번째 점은 과거와 달리 많은 개도국들이 참여하고 있다는 점이다.

두번째로는 19세기에는 수송비용의 저하에 의해 진행되었으나 현재는 통신비용의 급감에 의해 진행되고 있다는 점이다. 세번째로는 자본의 순이동액이 과거에 비해 작은 반면 외환 거래와 같은 국제금융이동이 더 활발하다는 점이다.

3. 세계화의 현황 및 영향

세계화의 중요한 형태인 해외직접투자의 최근 동향을 좀 더 자세히 살펴보자. 해외직접투자는 유입¹⁾면에서 보면, 1998년 6,440억 달러로 전년 대비 38.7%나 증가하였다. 이는 세계 GDP성장률은 물론 재화 및 용역의 증가율 그리고 총고정자본형성 증가율을 크게 상회하는 수준이다. 해외직접투자는 80년대 후반과 90년대 초반에 각각 평균권 24.3%와 19.6%나 증가하여 여타 변수보다 더 빠르게 성장하여 왔었다. 그 결과 세계 해외투자 유입의 스톡액은 1998년 현재 4조 달러에 이르러 세계 총 GDP의 11%를 넘는 것으로 추산된다. 바로 세계경제에서 다국적 기업의 비중이 크게 증가하고 있는 일면을 보여주고 있는 것이다.

UNCTAD는 현재 세계 경제에서 6만개의 모기업이 50만개의 해외 자회사를 거느리고 있는 것으로 추산하고 있다. 이러한 자회사는 1997년에 세계 GDP의 33.1%에 달하는 10조 달러의 매출을 올렸고 부가가치 기준으로는 세계 총 GDP의 7.8%를 생산한 것으로 집계되고 있다. 자회사가 수출한 액수는 1998년에 2조 3천억 달러로 세계 총수출(재화 및 용역)

의 35.6%에 달할 것으로 추정된다. 모기업을 포함할 경우에는 이러한 수치는 더욱 커질 것이다. 특히, 최근 몇 년간에는 미국 크라이슬러사와 독일 벤츠회사가 합병하는 등 거대 기업간의 M&A가 진행됨으로써 세계 시장의 과점화가 진행되고 있다. 한 동안 이러한 추세가 지속됨으로써 세계 경제에서 다국적 기업의 세력이 더욱 커질 것으로 예상되고 있다.

기업 세계화의 고전적인 형태인 수출은 해외직접투자액보다는 증가율이 낮지만, GDP보다 빠른 속도로 확대되어 각국 경제간의 상호 의존성을 더욱 심화시키고 있다. 1997년의 경우 세계 총수출이 2조 달러로 세계 총 GDP의 7% 정도에 불과하지만 앞으로 계속 그 비중이 커질 것으로 예상된다.

기업간 전략적인 제휴도 점차 확대되고 있다. 기업간 제휴는 기업간의 영업비밀에 속하므로 공식적인 통계가 없기는 하지만, 높은 연구개발비 부담 경감, 제품의 표준화 정립, 신규시장 진출, 규모의 경제 실현 등의 목적으로 전략적 제휴를 추진하는 기업이 증가하고 있다. 최근에는 연구개발 비용이 커지고 빠른 기술혁신으로 연구개발 투자에 대한 위험성이 커지면서 연구개발과 관련한 전략적 제휴가 부각되고 있다.

이러한 동향은 다국적 기업이 현재의 세계 경제에서 생산, 고용, 무역 등에 미치는 역할이 얼마나 큰가를 간접적으로 반영하는 것이다. 동시에 21세기에는 다국적 기업과 관련하지 않고서는 수출입을 분석하거나 평가하기가 쉽지 않음을 암시한다고 할 수 있다. 결국 세계화라는 물결에 참여하지 않고서는 세계시장에 참여한다고 하기가 힘들다는 평가가 가능하다.

1) 국내에서 해외로 나가는 투자를 해외직접투자, 외국에서 국내로 유입되는 투자를 외국인 직접 투자로 구별하나, 이 부분에서는 전자를 해외직접투자의 유입 후자를 해외직접투자의 유출로 표현함.

〈표 1〉

세계 해외직접투자 관련 지수 추이

항 목	경상금액(10억 달러)			연평균 성장률(%)				
	1996	1997	1998	1986-1990	1991-1995	1996	1997	1998
해외투자유입	359	464	644	24.3	19.6	9.1	29.4	38.7
해외투자유출	380	475	649	27.3	15.9	5.9	25.1	36.6
해외투자유입스톡	3,086	3,437	4,088	17.9	9.6	10.6	11.4	19
해외투자유출스톡	3,145	3,423	4,117	21.3	10.5	10.7	8.9	20.3
자회사 매출	9,372	9,728	11,427	16.6	10.7	11.7	3.8	17.5
자회사 부가가치	2,026	2,286	2,677	16.8	7.3	6.7	12.8	17.1
자회사수출	1,841	2,035	2,338	13.5	13.1	-5.8	10.5	14.9
GDP	29,024	28,360	-	12.0	6.4	2.5	1.21	-
총고정자본형성	6,072	5,917	-	12.1	6.5	2.5	-2.5	-
재화 및 용역 수출	6,523	6,710	6,576	15.0	9.3	5.7	2.0	-2.0

자료: UNCTAD, World Investment Report 1999, 1999, 9쪽에서 발췌 인용.

4. 우리 나라의 해외직접투자와 세계화

우리 경제는 60년대 경제개발 이후 수출주도적인 성장을 추구하여 온 결과 수출이 차지하는 비중이 크게 높아졌다. 수출(통관기준)이 전체 GDP에서 차지하는 비중은 1999년에 45%를 초과하였지만, 이는 높은 환율에 기인한 것으로 90년대 초반에는 30%에 약간 못 미치는 수준이었다. 어느 수치를 사용하든지 수출이 GDP에서 차지하는 비중만으로는 우리나라의 세계화가 상당 부분 진행되었다고 할 수 있다. 이는 수출에 의존하는 우리 경제의 특성이고, 수출이 세계화의 원초적인 형태에 불과하다는 점에서 세계화의 바른 지표라고 하기는 힘들 것이다.

세계화의 또 다른 지표인 외국인 직접투자가 전체 GDP에서 차지하는 비중을 보면 다른

평가가 가능하다. IMF위기 이전까지 우리나라는 성장에 필요한 자본을 주로 공공차관이나 상업차관으로 조달하였으며, 국내산업의 보호를 위해 외국인 직접투자를 최대한 억제하는 정책을 사용하였다고 할 수 있다. 그 결과 외국인 직접투자(도착 기준)가 GDP에서 차지하는 비중이 1% 미만에 불과하였다. 다만, IMF 위기와 더불어 외국인 투자 유치 정책으로 전환하면서 외국인 직접투자가 차지하는 비중이 90년대 초반의 0.28%에서 1999년에는 3.36%로 크게 증가하였다. 외국과 비교하여 보면 이제 우리 경제에서 차지하는 외국인 직접투자의 비중이 싱가포르, 중국, 말레이시아의 5%이상에 비하여는 저조하나 멕시코, 미국보다는 높은 수준이라고 할 수 있다. 과거 부진하였던 점을 고려하면, 우리 경제에서 외국인 투자기업의 역할은 다른 나라에 비해 아직 미미하다고 할 수 있을 것이다.

〈표 2〉

외국인직접투자¹⁾ 및 해외직접투자²⁾ 추이

단위: 억달러, %

	91~95 ³⁾	96	97	98	99	99년 말 잔고 누계 ⁴⁾
외국인 직접투자 (명목GDP대비)	10.1 (0.28)	23.1 (0.44)	30.9 (0.65)	52.1 (1.99)	104.2 (3.36)	281.1
해외직접투자 (명목GDP대비)	17.9 (0.47)	42.5 (0.82)	32.3 (0.68)	38.9 (1.49)	25.5 (0.82)	224.2

주 : 1) 도착 기준

2) 총투자 기준

3) 연평균기준

4) 외국인 직접투자는 도착 기준 총액에서 출자금 회수 부분을 감한 액수임.

자료 : 산업자원부, 한국은행, 수출입은행, 인터넷

해외직접투자는 1996년에 총투자 기준으로 42억 5,000만 달러를 기록한 후 계속 부진한 양태를 보이고 있다. 특히, IMF 위기 이전에는 외국인 직접투자보다 많았으나 1998년 이후에는 대소가 역전된 상태이다. 그 결과 누적 투자기준으로도 1999년 말에 이르러 해외직접투자액이 외국인 직접투자액의 281억 달러를 밑도는 224억 달러에 그쳤다.

투자액에 있어서 이러한 역전 현상은 우리 기업의 해외진출이 다국적 기업의 국내 진출보다 부진함을 의미한다. 공업화 초기단계에는 외국인 직접투자액이 해외직접투자액을 초과하고 경제가 발전함에 따라 해외직접투자가 외국인 직접투자를 초과하는 것이 일반적인 현상이다. 과거 외국인 직접투자가 유입될 요인이 있음에도 이를 억제하여 현재 외국인 투자가 크게 확대되고 있다는 점과 조만간 우리 기업의 해외투자가 회복될 것으로 예상되어 수년내에 양자가 균형을 이룰 것으로 예상된다. 다만, 해외직접투자를 통한 글로벌 생산과 글로벌소싱을 통하여 기업이 경쟁력을 높일

수 있다는 점에서는 현재의 해외투자 부진이 우리 기업의 경쟁력 약화로 이어지지 않을까 우려되기도 한다. 현재의 조정이 과거의 무분별한 해외진출을 재평가하고 전세계의 사업장을 구조조정하는 일시적인 과정으로 고려하면 조만간 우리 기업의 해외진출이 재개될 것으로 예상할 수 있다.

특히, 최근 벤처기업, 인터넷 업체 등을 중심으로 투자 규모가 작기는 하지만, 해외투자에 나서는 기업의 수가 증가하고 있는 점은 우리 기업의 새로운 세계화로 평가할 수 있다. 그 간에 추진된 해외직접투자가 대기업 중심이었다면, 당분간 벤처기업이나 인터넷업체 등의 중소기업 중심의 세계화가 크게 진행될 것이라는 점이다. 이들 기업들은 해외직접투자뿐만이 아니라 국내기업간은 물론 외국기업과도 전략적인 제휴도 활발히 추진하고 있다. 최근 부상하고 있는 이들 기업을 둘러싼 기업환경이나 기술환경이 다소 불투명하기는 하나, 이러한 불투명성 및 위험성 하에서 세계적인 기업이 성장할 수 있다는 점에 주목하고 싶다.

〈표 3〉

주요국의 외국인직접투자 추이

단위: 억달러, %

	1993	94	95	96	97	98	93~98 ²⁾
싱가포르	46.9 (8.1)	85.5 (12.2)	72.1 (8.6)	78.8 (8.6)	97.1 (10.1)	72.2 (8.6)	75.4 (9.4)
말레이시아	50.1 (7.8)	43.4 (6.0)	41.8 (4.8)	50.8 (5.0)	51.1 (5.1)	37.3 (5.1)	45.7 (5.6)
중국	275.2 (4.6)	337.9 (6.20)	358.5 (5.1)	401.8 (4.9)	442.4 (4.9)	454.6 (4.7)	378.4 (5.1)
멕시코	67.2 (1.7)	123.6 (2.9)	95.3 (3.3)	91.9 (2.8)	128.3 (3.2)	102.4 (2.5)	101.4 (2.7)
미국	435.3 (0.7)	451.0 (0.6)	587.7 (0.8)	764.5 (1.0)	1,092.6 (1.3)	1,933.8 (2.2)	877.5 (1.1)
영국	154.8 (1.6)	93.5 (0.9)	204.0 (1.8)	258.3 (2.2)	369.9 (92.8)	631.2 (4.5)	285.3 (2.3)

주 : 1) ()내는 명목GDP 대비 비율(%), 2) 연평균기준

자료 : 한국은행, "외국인 투자가 국내경제에 미치는 영향", 조사통계월보 2000년 5월호에서 발췌.

5. 세계화의 영향과 시사점

세계화를 긍정적으로 보는 사람들은 세계화가 생산성을 향상시키고 이에 따라 삶의 질을 향상시킨다고 주장한다. 각국 경제가 통합되면서 국가간의 분업이 촉진되고 기업은 규모의 경제를 달성하게 된다. 그 결과 자본은 생산성과 이윤이 높은 국가로 이동하고 주어진 자원으로 더 많은 재화를 더 낮은 비용으로 생산함으로써 세계 경제 전체의 복지가 높아진다는 것이다.

이에 반해 세계화에 대해 부정적인 사람들은 세계화가 노동, 환경 그리고 소득분배 등에 미치는 악효과에 주목하고 있다. 저임금국가 경쟁하면서 선진국의 일자리가 상실되고 그 결과 임금이 하락될 것이라고 주장한다. 다국적 기업을 유치하기 위해 각국 정부가 세금, 사회복지혜택, 그리고 환경 및 노동 기준 등을 다국적 기업에게 유리하도록 경쟁적으로 조정

할 것으로 예상된다. 소위 정부간의 "바닥경쟁(race to the bottom)"이 불가피하면서 정부의 사회복지적인 기능이 약화된다는 것이다. 또한, 금융시장에 대한 규제가 자유화되면서 90년대 초 유럽의 통화위기, 1994년의 멕시코 위기 그리고 1997년의 아시아통화위기와 같은 경제불안이 야기된다는 것이다. NGO가 시애틀의 WTO 각료회의에서 신라운드의 출범을 저지한 것은 바로 이러한 세계화의 악효과를 염두에 둔 것이라고 할 수 있다.

그 효과가 어떠한지 세계화의 추세는 거역하기 힘들 것으로 판단된다. 시장 경쟁에서 살아남기 위한 기업의 세계화는 선택사항이 아니라 필수사항이기 때문이다. 특히, 최근에 급격히 확산되고 있는 디지털화와 더불어 인터넷 경제의 확산은 바로 국가간 거리라는 요소를 무용화하고 있어 세계화를 더욱 심화시킬 것으로 예상되기 때문이다. 전자상거래는 소비자 와 같은 지역에 소재하지 않고서도 판매할

수 있는 장점이 있어 특정 소재지의 상품이나 문화를 쉽게 낮은 비용으로 전세계로 유포할 수 있다. 하지만, 상품이나 문화가 전세계 시장에 유포되면서 이를 판매하는 주체는 판매액의 확대를 위해 전세계에 주재할, 다른 표현으로는 해외직접투자나 전략적 제휴의 필요성을 느끼게 될 것이다. 결국은 세계화가 심화되는 결과를 가져오게 된다. 아직 전자상거래에 대한 세계적인 기준이 설정되어 있지 않고 인터넷기술의 발전방향에 대한 예상이 어려운 상태에 있는 등 불확실성과 위험성이 존재하지만, 인터넷의 확산과 이에 따른 세계화의 확산은 불가피할 것이다.

이러한 세계화가 개인, 기업 그리고 국가경제 전체에 미치는 가장 큰 영향은 경쟁의 심화라고 할 수 있다. 개인이든 기업이든 더 나아가 국가도 효율성 제고를 통하여 경쟁력을 개선 혹은 유지하지 못할 경우 나오할 수밖에 없는 운명에 처한다. 세계화시대의 경쟁은 국적이나 국경이 없을 뿐만 아니라 경쟁자의 등장을 예측할 수 있는 가능성도 낮아진다. 전략적 제휴나 인수합병으로 위협적인 경쟁대상이 갑자기 등장할 가능성이 상존한다. 국내 시장이나 세계시장에서 미미한 존재였던 기업이 동종 기업과의 결합 혹은 관련 기업과의 결합 등으로 시장 지배적인 기업으로 부상하게 될 잠재성이 있기 때문이다.

세계화와 이에 따른 경쟁의 결과와 관련하여 예로 최근 몇 년간 유통업계에 나타난 변화들을 들 수 있다. 대형양판점의 등장으로 동네 슈퍼마켓이 무더기로 퇴출당한 사례이다. 적정 이윤을 상호 보장하는 상도덕이라는 우리 고유의 거래문화가 경쟁으로 대체한 경우라고 할 수 있다. 주변의 경쟁자를 퇴출시킬 수 있을 정도로 가격을 설정하는 것은 과거의 상도덕으로는 이해하기가 힘들지만, 경쟁이라는 개념 하에서는 가능한 현상이다. 세계적인 유통기법

으로 무장한 대형 양판점의 등장은 세계화한 현상이라고 할 수 있다. 외국 대형 양판점이 단독으로 혹은 합작으로 국내에 진출한 사실과 이러한 기업과의 경쟁을 예상하거나 대비하여 국내 유통업체들이 경쟁적으로 대형화하고 선진 유통기법을 도입한 것은 바로 세계화의 한 연장선상에 있다.

이러한 세계화에 대비하여 국내 기업이 대응할 수 있는 가장 유력한 방안은 세계화 전략의 수립과 실행이다. 이열치열이라고 할 수 있을 것이다. 해외투자를 통하여 최적의 입지에서 생산하거나, 해외기업이나 국내기업과 협력을 확대하여야 할 것이다. 협력은 외국인 투자를 유치하거나 합작투자나 전략적인 제휴의 형태를 취할 수 있다. 더 나아가 핵심역량에 집약화하고 연구개발 등에 대한 투자로 경쟁력을 강화하려는 배전의 노력이 필요하다.

다만, 세계화의 또 다른 의미가 고유성에 있다는 측면에 주목할 필요가 있다. 모든 기업이 동일한 전략을 취한다면 다른 기업보다 나은 경쟁력을 기대하기는 힘들 것이다. 한국 고유의 문화가 체화된 기업문화를 가질 경우 이는 외국기업과 차별화될 수 있으며 경쟁력으로 발현될 수 있을 것이다.

특히, 기업 규모나 영업의 특성상 세계화 전략을 시행하기가 힘든 기업도 차별화가 필요하다. 유통업계의 구조개편에서도 아주 영세하여 대형 양판점이 침투하기 어려운 시장을 대상으로 하는 업체나 24시간 영업하는 업체의 경우에는 경쟁력을 계속 유지하고 있는 사실에 주목할 필요가 있다.

우리나라 주류 산업의 세계화 정도를 살펴보면, 우선 수출입 모두 총 수출입액에서 차지하는 비중이 낮기는 하지만 90년대 들어 계속 확대되어 왔다는 점에서 세계화가 심화되고 있다고 평가할 수 있다. 무역수지 흑자 규모가 계속 증가함으로써 산업전체의 전반적인 국제

〈표 4〉

알콜성음료¹⁾의 수출입 추이

단위: 백만 달러, %

	1990	1995	1996	1997	1998	1999
수 출	142.7 (0.02)	559.9 (0.04)	803.2 (0.06)	909.7 (0.07)	685.5 (0.05)	1058.1 (0.07)
수 입	434.8 (0.06)	1490.6 (0.11)	2223.0 (0.15)	2323.6 (0.16)	1209.1 (0.13)	1402.2 (0.12)
무역수지	-292.1	-930.7	-1419.7	-1413.9	-523.6	-344.0

주 : 1) SITC 분류코드 112임.

2) ()안은 각각 총수출 및 총수입에서 차지하는 비중임.

경쟁력은 취약한 것으로 보인다. 하지만, 주류가 기호제품으로 개별 제품별로 수요층이 다르므로 산업전체를 일반적으로 평가하기는 곤란하다는 점은 있다.

IMF 이후에는 오비맥주, 하이트맥주 등 거대 기업에 외국인 투자가 이루어짐으로써 주류산업 자체에도 외국 경영문화의 도입이 확산되고 있다고 할 수 있다. 싹든 좋은 외국계 다국적 기업의 시장 진출이 확대되면서 세계 시장으로의 편입이 심화되고 있는 것이다.

해외직접투자분야에서는 주로 시장 진출과 중간재 확보라는 측면에서 진로 등과 같은 기업의 해외진출이 90년대 이후 활발하였으나 현재로는 다소 주춤한 양상이다.

주류산업의 세계화를 평가하면 이제 국내시장에서도 외국업체와의 경쟁이 불가피하다고 할 수 있다. 혹은 대기업의 경우 어느 기업이 국내기업인가도 구별하기 힘든 상황이다. 원하는 원하지 않은 국내 주류시장도 세계시장으로 편입되었다고 할 수 있다. 단순히 외국 주

류기업의 물품을 판매하던 시대에서 이제 외국의 주류기업이 국내에 존재하던 시대로 변화한 것이다.

세계화에 대비하여 주류 산업의 경우에는 다른 업종인 음식업, 숙박업 등과 전략적인 제휴나 자본 제휴 등을 통하여 외국으로 진출하는 방법이 해외진출 비용도 줄이고 효율적일 것으로 판단된다. 김치, 한식 등으로 우리 식품의 세계화가 진행되고 있는 시점에서 한국 식품과 한국고유의 주류를 패키지화할 경우 시너지 효과를 기대할 수가 있을 것이다. 전통 주류의 경우 외국 전통 주류와의 전략적 제휴를 통하여 상대방의 시장에 진출하는 방법도 고려할 수 있을 것이다.

세계시장 전체를 앞에 놓고 경영전략을 수립하는 기업과 경쟁하기 위해서는 이제 국적을 초월하여 세계 전체를 대상으로 경쟁하고 협력하는 경영전략이 필요하다. 국내 시장과 국내 변수만을 고려대상으로 하여 활동하던 시대가 끝나가고 있다고 판단된다.