

‘수출 1조원시대’를 향한 정책적 제언

제주대학교 무역학과 교수 이 용 완

I. 머리말

세계경제는 개방화·세계화의 추세속에서 글로벌 경쟁의 심화와 글로벌금융위기에 따른 세계경제의 침체, 그리고 원자재가격의 급등 등으로 대외적 수출환경은 밝다고 할 수 없다. 대내적 수출환경 또한 임금상승과 인력난 그리고 출구전략의 실시에 따른 금융비용의 추가적 부담 예상 등으로 가격경쟁력이 약화가 예상되는 가운데 값싼 노동력을 보유한 중국과 동남아의 후발개도국들의 추격은 수출전망을 어렵게 하고 있다.

이러한 비관적인 수출전망이 나오고 있는 가운데 우근민도정이 출범하면서 ‘수출1조원시대의 개막’을 선포하였다. 수출의 불모지라고도 할 수 있었던 제주에서 야심찬 수출공약을 제시하였다. 이는 무엇보다도 수출을 통해 살기 좋은 제주도를 만들고자하는 정책적 신념에서 나온 것이라 생각한다. 수출을 통해 일자리의 창출과 주민소득의 증대를 통한 삶의 질을 높이고자 하는 의지의 표출이라 생각한다.

수출이 지역경제성장에 대한 기여도에 대해서는 이미 많은 선행연구에서도 나타나고 있다. Beckerman(Beckerman, W, 1985)은 수출이 1차적으로 지역의 경제성장에 영향력을 행사하여 수출신장은 자원배분과 생산의 효율성을 개선시킨다고 밝히고 있으며, Krugman(Helpmam, E. and

P. Krugman, 1990)도 수출증가와 경제성장과의 상승작용을 일으키는 피드백효과를 규명하였다. 이 모든 연구들의 일관된 논리는 수출과 지역경제성장과 높은 상관성을 밝히고 있다는 점이다.

수출을 통한 제주경제의 활성화를 도모하고자 하는 우도정의 수출드라이브정책은 오늘날 국내외시장의 구분이 없어진 국경없는 개방경제하에서 타당한 정책적 결정이라고 판단된다.

특히 제주의 수출기업들의 형태를 보면 대부분이 지역자원을 활용한 토착기업들로서 수출에 따른 고용유발 및 소득유입효과가 크기 때문에 수출의 지역경제에 대한 기여도 또한 높을 것으로 추정된다.

우근민도정이 제시한 ‘수출1조원시대’의 도래를 기대해보면서 본고에서는 수출1조원의 달성을 위한 정책적 제언에 앞서 우선 제주지역의 수출여건과 수출잠재력에 대해 살펴보고 그에 따른 수출확대의 정책적 방안을 강구해보고자 한다.

II. 제주의 수출여건 및 잠재적 수출역량

1. 수출현황 및 구조적 특성

2008년도 기준 제주지역의 지역내총생산(GRDP)

은 약 8조8천억원으로 전국 지역총생산의 0.9%의 수준을 기록하고 있으며, 수출의 경우는 전국 총수출의 약 0.02%에 그치고 있어 '전국대비 평균 1%'라는 기준에 비추어 볼 때 제주지역에서의 수출이 지역경제에 대한 기여도는 매우 낮은 것으로 나타나고 있다.

이러한 현상은 제주도가 섬이라는 특성상 지리적으로 불리한 물류여건, 1차, 3차산업 중심의 산업구조적 특성 그리고 그동안 천혜의 자연경관을 우위로 한 관광산업에 대한 지속적인 투자의 결과 수출산업화에 대한 투자는 정책적 우선순위에서 밀려, 수출이 가져오는 경제적 중요성을 평가절하한데서 온 결과라 할 수 있다.

□ 수출규모 및 수출실적추이

2009년도 현재 제주지역의 총수출은 2억6천4백만불을 기록하고 있으며, 최근 몇 년간의 수출실적과 비교해보면 가장 높은 수출실적이라 할 수 있으나, 수출의 달성율을 보면 상당히 불안정적인 추세를 보이고 있다. 특히 2007년도의 수출실적은 전년도 2006년도와 비교해 마이너스 23%의 수출감소율을 보였다. 이러한 불안정적인 수출추이는 제주경제의 수출구조에서 1차산업이 차지하는 비중이 높기 때문이며, 1차산업의 수출기반이 내수물량의 가격조절적인 수단으로 활용되어, 수출을 보조적인 물량배출구로 인식하는 경향이 부분적으로 작용하기 때문이라 할 수 있다.

〈표1〉 연도별 수출추이

구분	2005	2006	2007	2008	2009
수출액(백만불)	248.6	213.4	164.3	241	264
전년대비 증가율(%)	(67.9%)	(-14.2%)	(-23.0%)	(46.7%)	(8.4%)

※ 자료: 제주특별자치도 통상진흥계

□ 품목별 수출현황 및 수출구조

제주지역의 품목별 수출현황을 보면, 2009년도 현재 총수출에서 농축수산물 관련 1차산품의 수출은 68백만불로 전체 수출의 26.1%를 차지하고 있으며 2차산품인 공산품의 경우는 193백만불로 전체 수출의 73.9%를 차지하고 있다.

주요 수출품목은 대략 58개의 품목으로 수출액과 비중을 각각 살펴보면, 농산물의 경우 백합(9.31백만불, 3.6%), 노지감귤(2.93백만불, 1.1%), 양배추(1.58백만불, 0.6%)를 들 수 있으며, 수산물의 경우 활넙치(39.53백만불, 15.1%), 소라(5.09백만불, 1.9%), 짬뽕(2.66백만불, 1.0%)을 들 수 있으며, 공산품의 경우 전기앰프(30.37백만불, 11.6%), 아스팔트(21.25백만불, 8.1%), 감귤농축액(2.76백만

불, 0.8%), 삼다수(2.01백만불, 0.8%), 선박엔진(1.98백만불, 0.8%)이며 기타 품목들이 134.87백만불로 전체 수출의 51.6%를 차지하고 있다.

이상의 품목별 수출구조에서 보면, 수출주종품목이 극히 소수에 한정되어 있다. 즉, 수산물에서 활넙치, 공산품에서 전기앰프가 전체의 수출에서 각각 15.1%와 11.6%를 차지하고 있을 뿐 거의 모든 품목들이 소액수출에 그치고 있으며 기타품목들이 전체 수출의 51.6%를 차지하는 소액 다품종의 수출구조를 이루고 있다.

이러한 품목별 수출특성을 볼 때 수출시장의 안정적 유지조차 불확실하다는 점을 보여 주고 있으며, 여타의 다른 지방자치단체와 비교해도 초보적인 수출단계에서 벗어나지 못하고 있음을 알 수 있다. 이

는 그동안 제주도가 1차, 3차산업 중심의 성장패턴을 유지해 온 산업구조적 특성을 반영한 수출여건을 말해주고 있는 것이다.

향후 제주도가 추진해야 할 단기적인 수출증대정책의 방향은 적어도 이러한 산업구조적 특성의 틀 속에서 소액다품목의 수출주종품목을 보다 고부가가치화시키는 전략추진과 함께 중·장기적으로는 전략적 수출특화품목의 발굴을 통한 수출산업화의 기반구축이 모색되어야 할 것으로 보인다.

□ 국가별 수출구조

제주도의 국가별 수출구조를 보면, 2007년도 26

개국, 2008년도 31개국, 2009년도 31개국으로 수출대상국의 점차 늘어나는 추세에 있다고 할 수 있다. 이는 수출대상국이 다변화되고 있음을 말해주는 것이기도 하지만 또 한편으로 제주도가 갖는 소액다품목을 구성된 품목별 수출구조에서 볼 때 주력품목의 부재와 함께 안정적인 배후시장이 존재하고 있지 아니함을 의미하기도 한다.

비교적 안정적인 수출시장으로는 수산물이 주로 수출되고 있는 일본시장으로서 2009년도 대일 총수출이 75.21백만불로 전체 수출이 28.8%를 차지하고 있어 일본시장에 대한 수출의존도가 높음을 알 수 있다.

〈표 2〉 국가별 수출금액 및 비중

(단위: 백만불; %)

구분	계	일본	중국	영국	미국	대만	러시아	필리핀	캐나다	기타
금액	261.34	75.21	23.71	17.82	7.86	3.02	2.14	1.90	0.71	128.97
비중(%)	(100)	(28.8)	(9.1)	(6.8)	(3.0)	(1.1)	(0.8)	(1.9)	(0.3)	(49.4)

※자료: 제주특별자치도 통상진흥계

□ 수출기업 현황

제주지역의 수출기업은 2009년 현재 114개 업체가 수출기업으로 등록되어 있으며, 전국의 수출기업 54,618개와 비교하여 전국대비 0.2%에 그치고 있다. 전체 수출기업 중에서 1차 산업분야의 수출기업은 73개로 전체의 64%를 차지하고 있는 바, 이는 제주지역이 무공해 청정지역이라는 입지적 여건을 이용한 농산물과 수산물에서의 비교우위를 최대한 사업기회로 활용하고자 하는데서 비롯된 것으로 보인다.

수출실적에 따른 규모를 보면 전체 114개 기업 중에서 95개 업체가 수출실적 100만불 이하이며, 100만불 이상의 수출실적을 나타내고 있는 수출기

업은 전체의 16.6%인 19개 업체에 그치고 있으며 100만불 이상의 수출기업 중에도 100만~300만불의 수출기업이 12업체이고, 1,000만불 이상의 기업은 불과 5개업체에 불과하여 대부분의 수출기업들이 그 규모면에서 매우 영세함을 알 수 있다.

수출기업으로 등록된 기업들 중에는 수출실적이 전무한 사실상의 내수기업들이 많이 포함되어 있어 수출의 저변확대를 위해서는 이들 기업들을 수출기업화할 수 있는 지원사업이 적극 추진되어야 할 것으로 사료된다. 또한 규모의 영세함을 고려해볼 때, 해외시장개척, 바이어 발굴 등 독자적으로 수출마케팅 활동을 수행하기에는 수출기업으로서의 역량이 많이 미치지 못하는 것으로 판단된다.

〈표3〉 부문별 수출기업현황

구분	계	농산물	수산물	축산물	제조업	IT
업체수	114	41	23	9	35	6
비중(%)	(100%)	(36%)	(20.2%)	(7.9%)	(30.7%)	(5.2%)

※자료: 제주특별자치도 통상진흥계

2. 우근민도정의 수출목표달성을 위한 선결과제

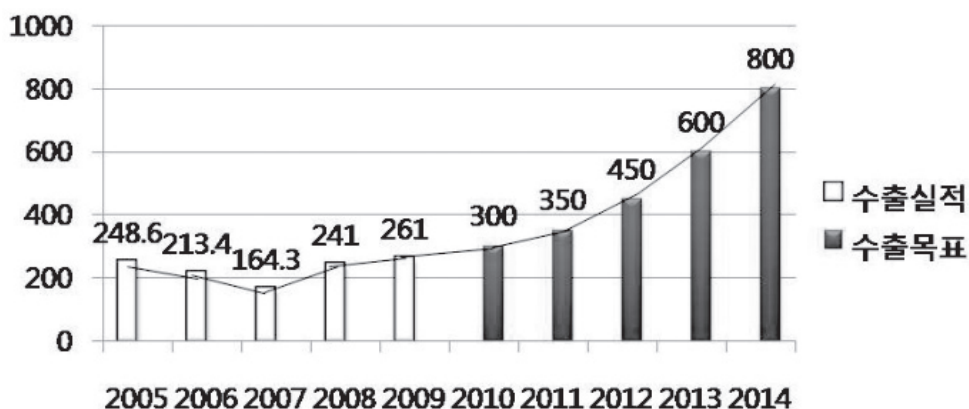
우근민도정은 수출1조원시대 원년도인 2010년의 수출목표를 3억불에서 2011년 3억5천만불, 2012년 4억5천만불, 2013년 6억불 그리고 2014년에는 8억불 달성을 수출목표로 설정하고 있다. 분야별로 보면 농산물은 2010년 25백만불에서 2014년 77백만불, 축산물은 2010년 2백만불에서 2014년 50백만불, 수산물은 2010년 53백만불에서 2104년

130백만불, 그리고 공산품은 220백만불에서 2014년 543백만불 수출을 목표로 하고 있다. 그리고 수출업체는 2010년도 156개 업체에서 2014년도에는 300개 업체로 확대시킨다는 목표를 세우고 있다.

이러한 목표달성을 위해 제조업분야를 비롯한 농·축·수산분야 등 각 부처별로 수출목표달성을 위한 세부적인 계획안을 제시하고 있으며, 수출지원을 위한 총력적 지원체제의 구축을 위해 가능한 모든 행정적 역량을 결집시키고 있는 것으로 보인다.

〈그림1〉 연도별 수출추이 및 수출목표

(단위: 백만불)



〈그림1〉의 연도별 수출달성목표율에서 보는 바와 같이, 우근민도정이 제시한 수출목표는 과거의 수출실적(추이)과 현격한 차이를 보이고 있음

을 알 수 있다. 수출목표증가율은 1차년도인 2011년도 16.6%에서 2012년도 28.5%, 2013년도 33.3%, 2014년도 33.3%의 급격한 증가율의 달

성을 통하여 4년 후인 2014년 8억불 달성을 수출목표로 설정하고 있다.

총력적인 수출지원체제의 구축을 위한 우근민도정의 강력한 행정조직 개편의지에 비추어 볼 때, 높은 수출목표의 설정은 매우 고무적으로 여겨진다. 그러나 모든 사업이 그러하겠지만 특히 수출은 국내에서 이루어지는 상거래와는 달리 여러 가지 특수한 측면들이 고려되어야 한다. 게다가 과거 70-80년대 우리나라가 저렴한 임금을 비교우위로 가격경쟁력을 누렸던 당시의 수출여건과는 비교될 바가 아니다.

글로벌경쟁적인 환경하에서 해외시장개척을 통해 해외바이어를 발굴하고 수출계약을 체결해야 한다. 수출계약의 성사여부는 수출입계약의 여러가지 조건들 중에서 특히 3가지 요인, 즉 (1) 품질의 적합성, (2)가격의 저렴성, (3)인도시기(물량)의 적응성 등 3가지 적응성이 수출업자와 수입업자 상호간에 만족할 때 계약은 성사된다고 볼 수 있다.

제주지역 수출기업들의 수출역량을 냉정하게 평가하여 과연 경쟁업체들에 비해 품질은 우수한지, 가격은 저렴한지, 해외바이어에 대한 발굴과 교섭능력은 충분히 갖췄는지 등에 대한 철저한 내부분석과 계발이 요구된다.

그밖에 기업외적인 수출여건으로서 해결해야 할 많은 과제들과 의문점들이 제기된다.

- 물류인프라의 취약성을 어떻게 극복할 것이며, 물류인프라 구축의 선결과제라 할 수 있는 도내 물동량 확대방안은 무엇인가?
- 수출잠재력이 큰 전략적 수출특화품목의 발굴은 성공을 거둘 수 있을 것인가? 그리고 그것의 판로확보를 위한 전략적 배후시장의 부재는 어떻게 극복·해결해 나갈 수 있을 것인가?
- 수출드라이브의 정책기조에 편승할 수 있도록 내수기업의 수출기업화정책은 효과를 거둘 수

있을 것인가? 그리고 수출이전기업을 유치해 우리 제주특별자치도가 제시할 수 있는 인센티브는 과연 무엇인가?

- 수출증대에 따른 해외로부터의 주문물량에 부응할 수 있는 도내 공급물량의 확보는 충분한가?

현재 제주의 수출여건을 감안하여 볼 때 수출확대를 위한 민·관 합심의 노력과 확고한 정책적 실천의 지없이 수출1조원의 목표달성은 결코 쉽지 않을 것이다. 이러한 문제들을 해결하기 위한 정책의 우선순위를 설정하여 보다 치밀하고 구체적인 로드맵이 마련되어야 할 것 같다.

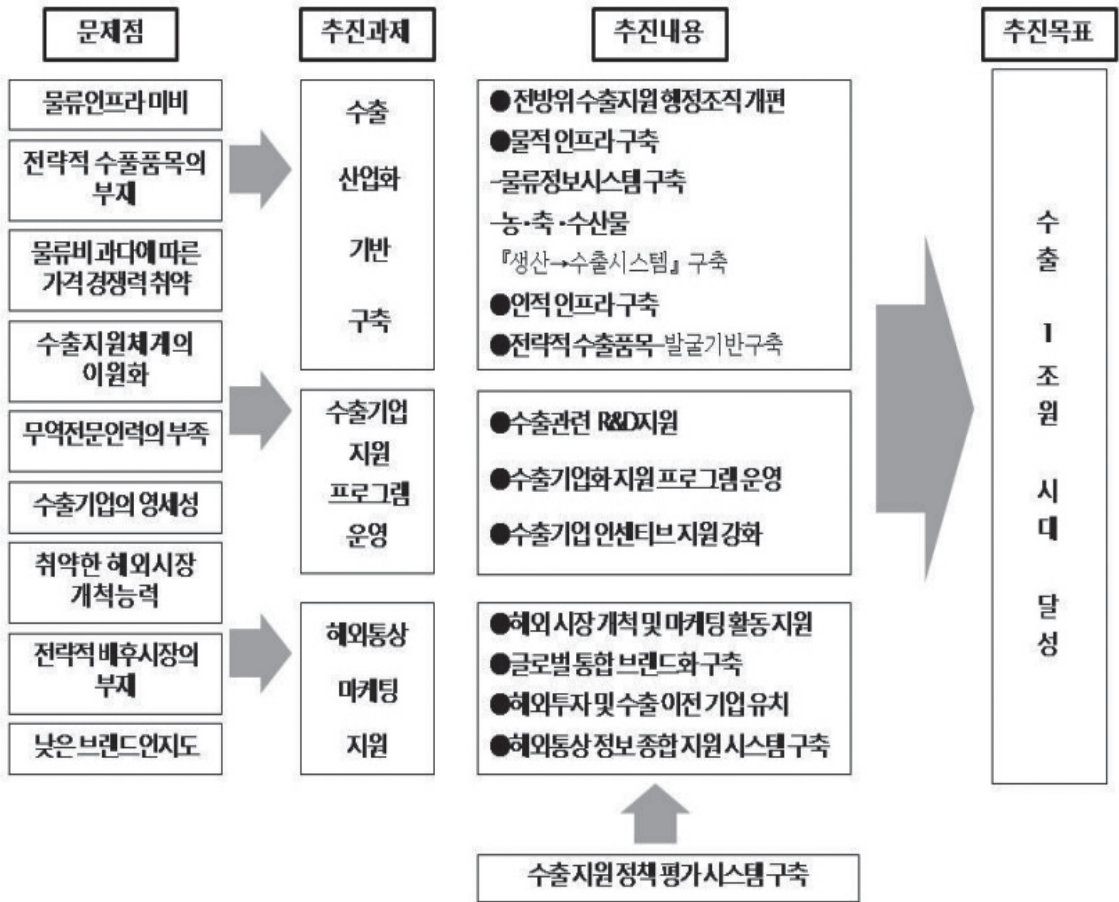
Ⅲ. '수출1조원' 목표달성을 위한 정책적 과제 - 수출지원체계의 확립

1. 전방위 수출지원체제로의 행정조직 개편

수출지원은 수출업체가 원활하게 수출활동을 수행할 수 있도록 제반여건을 조성시켜 주는데 있다. 현재의 열악한 제주도의 수출여건에 비추어 볼 때 적어도 일정기간 동안은 행정부문이 수출을 이끌어 가는 행정주도의 수출지원체제의 구축은 불가피하다.

그러나 현재 제주도의 수출지원체제는 제조업분야와 1차산업 분야인 농·축·수산물의 각 분야별로 분산·운영되고 있어 총력적인 수출지원을 위한 행정적 지원체제의 구축이 안 되어 있다고 할 수 있다. 즉, 제조업분야는 경제정책과에서 1차산업의 경우는 친환경농업과, 감귤과, 축정과, 그리고 해양수산과에서 각각 별도의 직제하에서 수행되고 있으며, 수출지원에 관한 예산배정은 물론 수출업무에 대한 성과보고 역시 부처별로 분산되어 이루어지고 있는 실정이다.

〈그림 2〉 수출 1조원 목표달성을 위한 정책적 Process



이와 같이 수출지원업무가 부문별로 다원화된 행정조직의 구도하에서는 수출지원사업이 부분적으로 중복을 띠게 되어 수출관련 예산의 비효율적 집행이 이루어지게 된다. 또한 수출목표에 대한 구심점없이 부서별로 분산되어 수출지원사업이 수행되기 때문에 수출지원정책의 활용도가 떨어질 뿐만 아니라 수출업무의 전문성을 유지하기가 어렵게 된다.

이러한 문제점을 인식하여 제주도는 현재 '수출1조원 시대'의 개막을 위한 수출지원 행정조직을 재설계하고 있는 것으로 알려지고 있다. 수출지원체계의 일원화와 함께 수출전담조직을 구축하고자 하고 있다.

수출정책 전반에 대해 권한과 책임을 갖는 수출 컨트롤타워로서 현재 거론되고 있는 가칭 통상협력본부의 설치가 바로 그것이다.

조직개편과 관련하여 문제는 1차산업 부문에서 생산과 유통에 관한 업무분담에 대한 조정의 문제이다. 제조업과 달리 1차산품(특히 농산물)의 경우 그 특성상 생산과 수출활동이 각각 별개의 경제주체에 의해서 수행되기 때문에 여기에서 비롯되는 여러가지의 문제점들 즉, 생산자와 수출업자간의 계약생산에 따른 물량확보의 문제, 품질관리의 문제, 위험전가의 문제 등의 여러 가지 문제들이 발생할 수 있다. 따라

서 이러한 1차산업의 특성을 고려한 수출지향적 지원체계의 직제개편방안이 강구되어야 할 것이다.

향후 제주도의 수출지원체계의 구축이 어떻게 개선되느냐 하는 문제는 바로 우근민도정의 수출을 향한 실천의지의 바로미터가 될 것이다.

2. 수출산업화를 위한 인프라 구축

수출산업화를 위한 인프라의 구축없이 획기적인 수출증대를 기대한다는 것은 모래위에 고층건물을 올리겠다는 발상과 다를 바 없다. 수출산업화를 위한 인프라 투자는 지속가능한 수출역량을 강화시키기 위한 중·장기적인 투자라 할 수 있다. 따라서 수출1조원의 달성을 위한 연도별 수출목표라는 정량적 목표에 급급하여, 단기적 실적위주의 수출진흥정책에 초점을 맞추게 된다면 수출인프라 구축을 위한 투자(예산배정)는 정책의 우선순위에서 밀려날 수 있을 것이다. 인프라의 속성상 그 효과는 중·장기적으로 서서히 나타나는 것이기 때문이다.

인프라의 구축은 그 특성상 공공재의 성격을 갖고 있어 '시장의 실패'가 존재하기 때문에 공공부문의 주도하에 이루어져야 하는 것이며, 제주도의 열악한 수출여건에서 볼 때 수출산업화를 위한 인프라구축을 위한 투자가 이루어지지 않고선 중·장기적 수출잠재력을 키울 수 없으며 수출1조원의 달성도 공염불에 그칠 것이다.

인프라에 대한 투자는 크게 물적 인프라와 인적 인프라에 대한 투자로 대별할 수 있다.

먼저 물적 인프라와 관련한 제주지역 수출의 큰 애로요인으로서 지적되고 있는 문제로서, 제주항만 시설 낙후로 인한 상·하역 비용과다와 빈번한 지연, 개별화주의 소규모물량으로 인한 물동량의 부족에 따른 직항노선의 부재와 그에 따른 물류비용의 과다 등으로 주로 물류인프라의 문제로서 중·장기적 차원에서 물류인프라의 확충방안이 시급히 마련되어

야 하겠다.

물적인프라의 구축과 함께 인적 인프라의 구축 또한 절실히 요구되는 부분이다. 제주의 수출중소기업들이 수출개시 및 해외시장 개척활동을 수행함에 있어 가장 큰 어려움을 겪는 애로사항으로서 호소하는 부분이 수출전문인력의 부족이다. 수출전문인력의 부족현상은, 제주지역의 취약한 수출여건으로 인해 대부분의 수출기업이 영세성을 면치 못하면서 양질의 수출전문인력들이 제주지역에서 활동하고자하는 인센티브로 작용하지 못하는 악순환적인 구조를 형성하고 있기 때문이라 할 수 있다. 따라서 수출전문인력의 확충을 위한 공급기반을 공고히 할 수 있는 방안 마련과 함께 유망수출기업이 육성될 수 있도록 정책적 지원방안이 함께 병행되어야 하겠다.

3. 전략적 수출특화품목의 발굴을 통한 경쟁력을 갖춘 수출산업의 창출

그동안 제주지역의 수출은 농수산물 위주의 수출 구조를 형성하여 왔으며, 농수산물의 수출 역시 물량의 해외판로를 통해 내수가격의 보전을 위한 물량 조절의 수단으로서 수출을 활용한 측면이 강했다고 볼 수 있어 진정한 의미에서 수출이 지역경제활성화를 위한 산업정책이었다고 보기에는 미흡한 면이 많았다.

최근 FTA의 확산추세 속에서 세계경제의 글로벌화가 가속화 되고 있는 경제환경에 비추어 볼 때 글로벌경쟁에 대항할 수 있는 수출유망기업의 육성과 함께 제주지역의 입지적 특성을 활용한 수출특화품목의 발굴은 대단히 중요한 과제가 아닐 수 없다.

제주지역 수출특화상품의 발굴은 지역의 특성 즉 향토자원과 재원 그리고 기존의 산업구조 등을 고려하여 차별적 우위를 확보할 수 있도록 추진되어야 하며, 향후 수출산업의 구조는 수출의 양적 측면보다는 질적 개선이 이루어질 수 있는 방향으로 정책이 수행

되어야 하겠다. 수출활동의 실천적 주체는 당연히 수출기업이지만 수출구조의 개선은 행정부문에 조정 가능한 방향으로 정책적 우선순위를 두어 이끌어 가야 한다.

지역수출의 궁극적인 목적이 지역주민의 삶의 질의 향상에 있다고 볼 때 지역자원의 발굴 및 활용을 통해 해외수출이 주민소득의 증대와 일자리창출에 기여할 수 있는 방향으로 수출구조를 개선시켜 나갈 수 있도록 해야 하며, 여기에 제주지역의 여건을 감안한 비교우위를 갖는 전략적 수출산업의 창출이 절실히 요구되는 것이다.

4. 현장중심의 차별화된 수출지원 프로그램 운영

수출의 저변확대를 통한 수출중심의 경제구조로 이행하기 위해서 먼저 도내 내수기업의 수출기업화 사업을 적극 추진해야 할 것이다. 수출기업화사업이란 유망 내수중소기업을 발굴하여 수출시장진출에 필요한 요건을 집중적으로 지원함으로써 수출기업으로 육성하기 위한 노력을 의미한다. 수출기업화사업은 모든 내수기업을 대상으로 하기보다는 유망분야에 해당하는 중소기업에 대해서 선별적으로 우대 지원하는 방식이 바람직하고, 경영자의 수출마인드의 고취를 위해서 해외시장개척단의 일행으로 참여하는 등의 수출참여 기회를 확대시켜 나가야 할 필요가 있다.

또한 체계적이고 맞춤형 수출지원프로그램을 운영하기위해서 제주도내에서 수출기업으로 등록된 114개의 수출업체들에 대해 우선적으로 수출잠재력에 대한 검토를 실시하고 지원정책의 차별화를 기하는 수출역량강화프로그램의 운영이 이루어져야 할 것이다

이를 위해선 현재 지원되고 있는 수출지원정책에 대한 전면적인 재검토를 통해 현장 중심의 차별화된

수출지원프로그램의 운영이 이루어져야 하겠다. 다시 말해서 그들이 원하는 것이 무엇인지, 기존에 실시되고 있는 수출지원정책에 대한 만족도 여부를 조사하고 부족한 부분이 무엇인지 그리고 실시되고 있지 않으나 절실히 필요한 수출지원프로그램은 무엇인지를 현장에서 파악하려는 노력이 필요할 것으로 보인다.

이와 관련하여 업종별·시장진입 단계별 특성의 차이를 고려한 차별화된 수출지원 프로그램의 운영 방안을 심도 있게 고려할 필요가 있다. 종전의 행정조직하에서는 수출지원인력의 부족, 예산부족 등의 이유로 그러한 프로그램운영이 사실상 불가능 하였으나 조직개편의 확대가 예상되고 예산지원에 있어서 우선적 배정의 여건이 조성되고 있어, '가려운 곳을 긁어주는' 현장 중심의 수출지원프로그램의 마련이 절실히 필요하다. 최종적으로 수출은 수출기업이 하는 것이기 때문이다.

5. 해외통상·마케팅활동 지원

해외통상·마케팅활동은 수출경쟁력 강화를 위한 핵심전략 중의 하나라고 할 수 있다. 수출마케팅의 활동은 원래 개별기업차원에서 실시되는 영업전략이나 주지하다시피 수출기반이 취약한 제주지역 수출기업들은 독자적인 해외시장개척에 한계를 갖고 있어 지방자치단체의 지원이 불가피하다.

따라서 제주지역 수출기업이 해외시장개척활동을 원활하게 전개할 수 있도록 상호 유기적인 협력하에 해외통상·마케팅활동에 대한 적극적인 지원이 이루어져야 하겠으며, 향후 제주도가 추진해야 할 해외통상·마케팅활동에 대한 지원방향은 크게 3가지로 구분하여 볼 수 있다.

즉 첫째, 제주의 무공해·청정의 원산지국 이미지 제고에 초점을 둔 지역브랜드화 전략의 추진이다. 지

역브랜드화 전략은 지역의 전략적 특화품목이 타지역의 경쟁제품과 구별되는 차별적 우위성을 확보하고자 실시하는 일종의 제품차별화전략으로서 지역이미지 제고를 통해 비가격경쟁력을 강화함으로써 수출협상과 수출계약 체결시 가격요인을 크게 줄일 수 있다. 뿐만 아니라 특히 제주지역의 수출기업들의 경우 과중한 물류비용으로 인한 가격경쟁력의 취약함을 극복할 수 있는 비가격경쟁력 강화요인 되어 해외시장개척 및 진출을 보다 안정적인 구조로 바꾸어 놓는데 기여할 것으로 판단된다.

이를 위해서 우선 제주도의 무공해·청정의 프리미엄 이미지를 연상시킬 수 있는 제주형 통합브랜드의 구축이 선결되어야 하며, 수출잠재력이 큰 Target Market을 대상으로 제주의 프리미엄 이미지를 적극 홍보하는 지역브랜드화 전략 수립이 요구된다.

둘째, 수출잠재력이 큰 주요거점도시에 해외통상지원센터의 설립·운영을 추진한다. 주요 거점도에 설립된 해외통상지원센터를 중심으로 현지시장조사 및 상관행 등 정보의 수집, 바이어의 발굴, 수출업체의 해외지사화 역할, 수출상담 및 홍보활동 등 해외시장개척활동의 거점으로 활용하며 더 나아가 외자유치를 위한 전략적 교두보로서의 기능을 수행하는 것이다.

셋째, 현지의 유통업체 및 바이어들과의 인적네트워크의 구축을 통한 유통망의 확보에 주력하는 것이다. 해외마케팅전략을 수행함에 있어 중요하면서도 어려운 과제는 해외바이어의 발굴과 함께 판로개척을 위한 독자적인 유통망의 확보라 할 수 있다. 독자적 유통망의 확보는 영세한 제주의 수출기업으로서 역량의 한계가 있어 제주도 차원의 측면지원이 불가피하다. 전략적 수출특화품목이 발굴을 통한 획기적인 수출확대가 이루어지기 위해선 해외유통망을 통한 직수출이 추진되어야 하며, 이를 위해서는 독자

적인 유통망의 확보가 절실하기 때문이다.

6. 수출지원정책에 대한 평가시스템의 구축

마지막으로 수출지원정책에 대한 체계적이고 객관적인 평가시스템의 구축이 이루어져야 하겠다. 그동안 수출지원정책에 대한 평가는 정책공급자의 입장에서 가시적이고 양적 측면에서 이루어져 왔다고 할 수 있다. 다시 말해서 해외박람회에 대한 지원횟수, 수출중소기업 홍보책자의 발간 지원 등 단순히 양적인 성과를 가지고 수출지원정책이 적절히 수행되었음을 홍보하는 방식이었다고 할 수 있다.

그러나 향후의 수출지원정책에 대한 평가는 실질적인 수출증대 뿐만 아니라 수출증가가 일자리의 창출과 주민소득으로 이어지는 파급효과까지를 고려해야 하며, 더 나아가 예산집행의 기회비용적 측면까지도 고려한 지원정책이 되도록 평가시스템이 마련되어야 할 것이다. 공공예산의 속성상 기회비용에 대한 개념이 불명확하여, ‘먼저 찾아먹는 사람이 입자’라는 식의 인식이 허용되도록 해서는 안 된다. 특히 ‘수출1조원시대’의 달성이라는 우근민도정의 수출드라이브정책에 편승하여 많은 중소기업들이 수출지원을 위한 각종 특혜에 대해서만 관심을 쏟는 ‘짚밥에 눈이 어둡는’ 어리석음을 범하는 분위기가 조성되지 않도록 수출지원정책에 대한 엄격한 평가를 통해 예산집행의 효율성을 기할 수 있도록 해야 할 것이다.

수출지원정책에 대한 효과적인 평가가 이루어지기 위해선 우선 수출평가위원회의 구성과 함께 수출통계를 통한 수출기업에 대한 현황(수출실적, 수출품목, 수출대상국, 근로자의 수, 근로자 임금 등)에 대한 구체적인 파악이 전제되어, 수출지원정책이 실질적으로 개별기업의 수출활동의 촉진에 의한 가시적인 성과가 실현되었는지에 대해 주기적인 평가가 이루어져야 하겠다.

이를 통해 수출과 일자리 창출 그리고 주민소득과

의 연계성을 보다 분명히 할 수 있게 되어, 수출의 의미가 보다 명확하게 드러나게 될 것이다.

IV. 맺음말

수출지원정책에 대해서는 이미 많은 정책들이 제시되어 있으며, 각 지방자치단체들이 수출을 통한 지역경제의 활성화를 도모하기 위해 경쟁적으로 수출지원정책을 제시하고 있어 이상에서 제시된 정책적 방안들 역시 진부한 내용일 수 있다. 다시 말해서 이상에서 제시한 각종 지원방안들은 수출목표달성을 위한 필요조건이지 결코 필요·충분조건은 아님을 말해 두고 싶다. 문제는 정책의 내용이 아니라 정책에 대한 실천의지이며, 또한 정책의 내용을 보다 구체적이고 효율적으로 수립하고 실천해 나갈 것인가 하는 문제라 생각한다.

‘수출1조원시대’의 개막은, 제주를 세계화 및 개방화에 대응한 수출중심의 경제구조로 전환하겠다는 의미로 해석될 수 있다. 그동안 우리나라는 개방화의 물결속에서 수출주도형 경제성장정책을 채택하여 왔으며 그 기조는 향후에도 필연적으로 지속될 것이며 제주경제 또한 수출이 경제정책의 중심에 서는 개방화의 흐름에 예외가 되지 못할 것이다.

수출이 일자리를 창출하고 주민의 삶을 향상시킨다는 것은 주지의 사실이다. 우리경제가 지난 반세기동안 경제성장을 통해 세계를 놀라게 한 ‘한강의 기적’을 일으킨 것도 바로 다름아닌 수출이 우리의 경제성장을 주도하였기 때문이며, 이러한 등식은 제주경제에도 해당될 수 있는 등식이다.

우근민도정에게는 뜨거운 가슴뿐만 아니라 냉철한 머리가 함께 요구되어 진다. 수출공약의 달성이 현실적으로 쉽지 않다 하더라도 수출1조원시대를 향한 뜨거운 가슴이 있어 희망의 끈을 놓지 않고 있고, 그

목표를 향해 보다 가까이 갈 수 있도록 냉철한 머리가 함께 갖춰 나간다면 ‘수출1조원시대’의 도래는 결코 공허한 메아리가 되지 않을 것으로 확신한다.

수출의 중요성에 대한 인식을 보다 새롭게 하여 수출의 지속적인 확대에 정책의 우선순위를 두어야 할 것이다.