

한미 FTA의 기대 실익을 현실화하려면

현대경제연구원 상무 유병규

한미 FTA 타결 소식이 한국 경제의 큰 시름을 덜어주고 있다. 불과 한주일 전만해도 국내 경제는 일본과 중국에 끼여 더 이상 성장하지 못하는 ‘샌드위치’ 신세에 머물 것이라는 걱정이 태산 같았다. 하지만 한미 FTA가 성사됨에 따라 미국의 거대 시장과 선진 기술을 수월하게 활용할 수 있게 되어, 한국 경제가 양국의 압착 상태에서 헤어날 수 있는 돌파구가 마련되었다는 기대감이 높아지고 있는 것이다. 문제는 한미 FTA가 한국 경제의 장래를 저절로 보장해주는 것은 결코 아니라는 점이다. 경제 각 부문별로 자유무역협정의 실익을 극대화하기 위한 구체적인 방안을 찾지 못한다면, 수입 증가와 외화 유출과 같은 개방의 부작용만 커져서 한국 경제가 오히려 돌이킬 수 있는 치명상을 입을 수도 있게 된다.

한미 FTA의 실익을 극대화하기 위해서 무엇보다 시급히 해야 할 일은 철폐된 관세 장벽 효과를 바탕으로 국내 제품의 대미 수출을 확대하는 방안을 찾는 것이다. 미국 수입 시장은 규모가 1.7조 달러에 달하여 세계 전체의 16%를 차지하는 세계 최대로 진출 매력에 매우 큰 시장이다. 더욱이 미국 시장은 각 나라의 일류 상품들이 모여 치열한 경쟁을 벌이는 전세계 상품 경쟁의 종착지가 된다. 미국 시장에서의 승리는 한국 제품의 브랜드 가치를 드높이는 첩경이 되어 미국 이외 시장을 개척하는 원동력이 되는 것이다. 한미 FTA로 대미 무역수지의 적자 폭이 확대될 것이라는 우려를 해소하기 위해서도 대미 수출은 획기적으로 늘려가야 한다. 사실 그동안 한국 제품은 미국 시장에서 갈수록 입지가 좁아져 왔다. 한국의 총수출에서 차지하는 대미 수출 비중은 1986년 40%에서 2006년에는 13%대로 낮아져 이전의 1/3로 축소되었다. 그 결과 미국 수입 시장에서 한국 제품이 점유하는 비율은 80년대의 4%대에서 2000년대에 들어서는 2%대로 절반이나 줄어들었다.

한미 FTA로 한국 상품에 대한 미국 관세가 낮아진 점은 국내 제품의 가격 경쟁력을 높여주어 시장 점유율을 확대하는 데 큰 힘이 될 것이다. 하지만 관세 효과만으로는 국내 제품의 대미 수출이 증가하기를 기대하기는 어렵다. 미국 현지 조사에 의하면 한국 제품의 경쟁력이 가장 취약한 부문은 가격과 품질보다 현지 마케팅 능력인 것으로 지적되기 때문이다. 세계경제포럼(WEF)의 조사에서도 한국의 해외 마케팅 능력은 미국과 일본뿐만 아니라 홍콩, 대만, 싱가포르, 말레이시아보다 뒤지는 것으로 나타났다. 더욱이 미국 시장 내 경쟁 패러다임이 점차 변하고 있는 점을 감안해야 미국 시장의 문을 넓힐 수 있다. 이의 대표적 사례가 미국 시장에서의 경쟁이 각국이 생산한 개별 상품들의 단순한 가격과 품질 경쟁에서 상품의 제조 과정에 수반되는 자본, 부품, 기술 공급의 글로벌 네트워크에 기반한 비즈니스 모델 경쟁으로 변화하고 있는 것이다. 세계 곳곳에 본거지를 마련한 미국의 글로벌 기업들이 제품 생산 단계별로 연계한 각 현지 기업들과의 내부 거래 혹은 각국 기업간 전략적 제휴에 의한 거래가 미국의 수출입 시장을 주도해 가고 있는 것이다. 미국과 우리보다 먼저 FTA를 맺은 캐나다, 호주, 싱가포르 등도 미국 기업과의 판매 및 기술 제휴와 같은 다양한 진출 전략을 수립하여 미국 시장 확대에 성공하였다. 미국 시장 확대의 관건은 결국 가격 조건의 개선을 토대로 마케팅 강화, 전략적 제휴와 같은 미국에 적합한 진출 전략을 창출하는 데 있다.

사실 일본은 미국과 FTA를 하지 않고서도 미국 자동차 시장의 30% 이상을 차지하였다. 한미 FTA는 단지 갈수록 하락하고 있는 한국 제품의 미국 시장 점유율을 재반등 시킬 수 있는 계기만 마련해 줄 뿐이다. 한미 FTA를 통한 경제 선진화 기대 역시 정부 혁신 등을 통한 이전과 다른 차원의 경제 운영 방식을 구체화하지 않는다면 실현 여부는 매우 불투명한 단순 추측에 불과할 뿐이다. 그래서 일본의 세계적인 컨설턴트 오마에 겐이치는 한미 FTA로 들떠 있는 한국에 대해 “축배는 2주만 들고 현실로 돌아오라”고 일침을 놓았다. 지금이 바로 현실로 돌아와 한미 FTA의 기대 실익을 실현할 수 있는 구체적인 대안을 만들어야 할 때다.