

디지털시대 상사맨의 상



이대용
(주)대우전자대표이사 사장

종합상사, 그리고 상사맨

뉴 밀레니엄을 축하하는 폭죽이 터진지 엇그제 같은데 벌써 월드컵의 해, 2002년이 되었다. Digital, Fusion, Cyber. 우리가 흔하게 접하는 21세기를 여는 키워드이다. IT관련 직종은 관심을 끈 지 얼마 되지 않아 포화상태에 이를 지경이고, '직급파괴·연공파괴'라는 단어도 이제는 낯설지 않다. 이제 우리 주변에도 머리를 염색하고 키보드를 즐기며 자유로운 복장과 사고방식을 가진 신인류를 어렵지 않게 볼 수 있다. 그러나 모두들 기대했고 또 향유하고자 했던 21세기에 자신의 존재를 위협받고 있는 이들이 있다. 바로 90년대 말까지 누구나 부러워했던 '상사맨'이다.

왜 상사맨의 위상이 변했는가

국내 종합상사 제도는 지난 75년 일본 제도를 도입해 시작했다. 우리나라는 70년대 들어 중화학공업화를 지향하면서 투자재원인 막대한 외화확보와 원리금 상환을 위해 수출에 크게 의존할 수밖에 없었다. 따라서 수출입 활동을 대규모 종합상사에 의존함으로써 국제경쟁력을 높이겠다는 정부의 구상 아래 종합상사들은 영업, 금융, 외환관리에서 정책지원을 받으며 성장했다.

수출지상주의 시대에서 종합상사는 자발적으로 무한 수출경쟁으로 내몰렸다. 종합상사가 출범한 이후 지난 20년간 한국 전체 수출은 20배 증가했고, 종합상사는 100배에 가까운 수출신장을 이루어냈다. 100억달러 수출은 한때 국가목표였다. 1998년에는 (주)대우, 현대종합상사, 삼성물산 등 3개 종합상사가 공히 150억 달러의 수출실적을 올렸으며 종합상사들은 대한민국 매출액 상위 1~5위를 모조리 차지할 정도로 팔목성장했다.

'자립' 그들만의 키워드

하지만 상사맨들은 마음속으로 부담감을 더해가야만 했다. 아울러 종합상사의 위기도 90년대 중반을 넘어서면서 불거졌다. 밀어내기 수출 등 무리한 실적추구, 차곡차곡 쌓이는 부실채권·부실재고, 무엇보다 그룹의 자금창구 구실로 다른 계열사 부실까지 온몸으로 떠안아야 하는 게 가장 큰 문제였다. 또 제조업체들의 마케팅역량이 커지면서, 제조업체들이 직접 수출전선에 뛰어들자 종합상사가 설 자리는 자꾸만 줄어들었다. 종합상사들은 서서히 그룹에서 '개밥의 도토리' 신세가 되어갔다. 수익도 줄고, 종합상사 무용론이 나오는 등 설움도 받아야 했다.

종합상사들이 이런 과정을 거치며 절실히 깨달은 단어는 '자립'이다. 다양한 변신은 그 결과물이다. 변신을 위해 종합상사들은 종합을 포기해야 했다. 그리고 선택과 집중을 생존의 가닥으로 잡고 "라면에서 미사일까지"라는 옛구호가 상징하듯 모든 것을 다 취급하던 행태에서 벗어나 최고수익 분야를 선택해 여기에 역량을 집중하는 승부수를 던졌다. 생존의 갈림길에 있는 종합상사에게 '수출'이나, '내수'라는 중요하지 않았다. 이러한 과정을 통해 대한민국의 종합상사는 수

출전문 기업 외에 국내 마케팅, 수입 등 다양한 분야로 그들의 갈 길을 수정하였다. 그런 가운데 묵묵히 수출의 길을 택한 회사가 바로 대우인터내셔널이다.

디지털시대의 종합상사, 대우인터내셔널

대우인터내셔널은 1967년 설립한 대우실업을 모태로 하는 수출전문 기업이자 대한민국 종합상사의 선봉으로서 5대양 6대주를 누비며 한국의 위상을 널리 펼치고 있다.

현재 워크아웃중에 있는 당사는 MOU 상에서는 2003년 말에 워크아웃을 졸업하기로 되어있다. 하지만 급속하게 회복되고 있는 경영상황과 안정적인 손익구조로의 복귀 등으로 인해 당사는 금년 상반기 내에 워크아웃 조기졸업을 지상목표로 잡고 있다.

위의 모든 경영상황 호조의 근원이 되는 것은 역시 대우만이 가질 수 있는 국내외 네트워크 시스템이라고 할 수 있다. 해외 50여개의 지사와 70개의 해외 Joint Venture, 8천여 해외 거래처, 당사와 손잡은 2천여 중소기업 거래처, 해외경험이 풍부한 당사의 직원 및 상품전문가, 지역전문가 등이 모든 영업기반은 하루아침에 생긴 것이 아닌 30년간 꾸준히 무역업을 이어온 가운데서 만들어진 값진 산물인 것이다. 그런 결과로 1과 0으로 이루어진 21세기 디지털 경제전쟁 속에서도 대우인터내셔널의 당사맨은 그칠줄 모르는 도전정신으로 새로운 역사를 창출해 가고 있는 것이다.

21세기 바람직한 상사맨 상(象)

종합상사는 그야말로 '미들맨(middle man)'이다. 생산하는 제품 없이 생산자와 소비자를 연결시켜주는 것이 상사맨의 역할이다. 2~3년 전부터 종합상사의 기반은 인터넷에 부딪쳐 급격히 축소되기 시작했다. 한때 최고의 부와 영예를 누렸던 상사맨들이 '유통의 혁명'을 일으키고 있는 인터넷 시대를 맞아 거듭나기를 강요당하고 있는 것이다.

하지만 이시대의 상사맨이 불리한 조건만을 가지고 있는 것은 아니다. 전세계적인 네트워크망, 외국과의 잦은 거래로 축적된 해외문화와 다국어에의 경험, 오픈된 마인드 등 어떤 사업을 하기에 상대적으로 좋은 조건을 가지고 있는 것이 바로 상사맨이다.

또한 종합상사이기에 유리한 비즈니스, 예를 들면 수출 Cost 축소, 상사를 통한 Risk관리 등 상사맨이 가지고 있는 장점들이 많기 때문에 이러한 점에서는 오히려 상사맨이 강력한 비즈니스 무기를 가지고 있다고 할 수 있다.

21세기, 지금이야말로 상사맨의 정체성에 대한 재정립시기라고 할 수 있다. 상사맨은 최고의 정보력과 비즈니스 수행능력을 통해 전세계 어디에서라도 최고 수익 분야를 선택해 여기에 역량을 집중할 수 있는 능력을 가져야 한다. 그 노력의 길 끝에는 '新 상사맨'의 명예가 기다리고 있을 것이며 그것이 바로 우리모두가 바라는 '21세기 상사맨의 象'이라고 생각하며 대한민국 국민 모두가 바라는 인재상이 될 것이다. ■