

창조경제가 성공하려면

이 용환
한선정책연구원 원장

창조경제가 박근혜 정부 경제정책의 상징어가 되고 있다. 창조경제란 무엇인가? 이미 대통령이 언급한 바와 같이 “ 창의성을 우리경제 핵심가치로 두고, 과학기술과 산업이 융합하고, 산업과 문화가 융합해서 새로운 부가가치를 창출함은 물론 새로운 일자리와 성장 동력을 만들어내는 경제” 이다. 이는 그동안 발전방식이었던 “추격형 경제”에서 “선도형 경제”로 경제운용의 패러다임을 바꾸는 것이다. UN의 창조경제 보고서(2010)에서는 창조경제를 “창의성과 지적 자산을 활용하여 현물 또는 무형의 서비스를 생산하는 모든 경제활동을 포괄하는 개념”으로 정의한다.

우리 경제를 한 단계 발전시키려는 시도

박근혜 정부가 내세운 창조경제는 장기간 지속되고 있는 경제침체를 극복하고 투자위축과 고용문제를 풀면서 우리 경제를 한 단계 올려놓으려는 구상이 아닌가 싶다. 오늘날 경제 환경은 우리나라뿐만 아니라 세계가 모두 어렵다. 미국과 일본이 회복기미를 보이고 있지만 전반적인 세계 경제는 아직 침체를 벗어나지 못하고 있다. 그래서 나라마다 경제위기를 돌파하려고 모든 노력을 경주하고 있다. 천연자원이 적고 무역의존도가 높은 우리나라는 다른 나라보다 더 절박하다. 다른 나라보다 앞 선 기술, 앞선 경영을 해야만 생존할 수 있기 때문이다. 정부는 창조경제가 이런 니즈를 풀어갈 수 있다고 여긴 것 같다.

창조성은 한 시대를 마감하고 새로운 시대를 여는 전환기 과정에서 발휘되는 경우가 많다. 전환기 단계에서 창조성이 발휘되면 패러다임 시프트가 이루어지면서 발전한다. 그렇지 못하면 그 수준에 머물거나 퇴보한다. 그래서 전환기 단계에서 창조성이 얼마나 발휘되느냐가 중요하다. 전환기 과정에서 새로운 것이 꿈틀거리고 이것이 융솟음치면 발전의 계기를 맞게 된다.

창조는 중심보다는 변경에서 많이 나온다. 역사를 보더라도 동서양이 만나는 곳에서 무역이 발전하고 새로운 문화가 번성했다. 문화도 서로 다른 문화가 만나서 융합되면 새로운 문화가 된다. 서로 다른 문화가 만나는 변경 지역에서 제3의 문화가 나오는 경우가 이러한 사례이다. 기업의 경우에는 서로 다른 상품이 결합하는 과정이나 사업간 벽을 허문 경계선에서 새로운 아이디어가 나오고 여기에 과학기술이 접목될 때 경쟁력 있는 새 상품이 나오게 된다. 창조적 상품은 불황기에 이를 극복하려는 끈질긴 노력에 힘

입어 회복기에 접어들면서 나오는 경우가 적지 않다.

그렇다면 창조란 무엇인가? 새로움을 말한다. 기존의 것에 아이디어를 첨가하거나 새로운 기술을 접목하여 부가가치를 높이는 것도 창조라고 할 수 있다. 창조란 새로운 아이디어, 새로운 기술개발, 새로운 발명품, 새로운 시장, 문화예술 창작품만 아니라 기존의 것에 새로움을 추가하는 것을 포함한다. 여기에 경제적 가치를 더하고 이를 증대시키는 것이 창조경제이다.

창조적 발상은 긴 시간 고뇌와 노력의 산물

창조경제를 유발하는 창의성은 어디에서 나오는가? 창조적 발상에서 나온다. 창조적 발상은 긴 시간 동안 고뇌와 노력의 산물이다. 이 과정에서 실패도 있기 마련이다. 이 실패를 인정하는 것이 중요하다. 그래서 실패에 대한 관용은 창조의 밑거름이다. 우연히 떠오른 아이디어도 그것은 갑자기 떠오른 것이 아니다. 그 문제에 대해서 오랫동안 깊게 생각한 뒤에 어느 날 아이디어로 나타난 것이다. 창조적 아이디어는 어린 시절부터 창의적인 교육을 받고 스스로 탐색하고 탐구훈련을 거친 사람에게 많이 나온다. 이 과정에서 시행착오도 겪기 마련이다. 실패를 통해서 창조는 싹튼다. 실패에 대한 관용이 중요한 이유가 있다. 그래서 관용의 문화가 중요하다. 이렇듯 창조는 어느 날 갑자기 나타나는 것이 아니라 긴 고뇌와 상상의 날개에서 얻어진다. 또한 탐구정신과 관용의 정신에 바탕 한 끝없는 도전에서 이루어진다.

그렇다면 창조경제는 어디서 나오는 것일까? 새로운 아이디어가 충만하고 그 아이디어가 과학기술과 접목되어 새로운 상품으로 출시되고 시장에서 인정받음으로써 경제 가치를 창출할 때 나온다. 이런 의미에서 볼 때 창조경제란 상상력과 과학기술에 바탕 한 창의력을 살려서 성장 동력을 만들고 부가가치 높은 상품을 개발하고 시장을 넓혀서 경제를 활성화 하고 일자리도 늘려나가는 것으로 볼 수 있다. 기존 산업에 아이디어와 기술을 접목하거나 상호 융합을 통해 새로움을 창출하는 것도 창조경제이다.

경제적 가치를 창출하는 방법은 여러 가지가 있을 수 있다. 기존 상품이나 산업에 새로운 아이디어를 입히는 방법, 신기술을 접목하는 방법, 기술개발로 신상품을 출시하는 방법 등 다양할 것이다. 그러나 초기단계에서는 신산업을 창출하는 노력도 중요하지만 그보다는 이미 있는 상품이나 산업에 아이디어나 기술을 접목해서 새로움을 추구하는 방법이 좋을 것이다. 이를테면 기존 운동화가 워킹화가 되듯이 전통산업에 새로운 아이디어와 기술을 접목하면 생산성이 높아지고 소비자가 좋아하는 제품이 나올 수 있다. 오늘날 산업 현장에서는 IT와 결합되지 않은 상품은 없다. 서비스업까지도 전산에 의존한다. IT 접목은 생산성을 향상시킬 뿐만 아니라 새로운 제품, 새로운 시장을 창출한다. 소위 말하는 6T(BT, ET, IT, NT, ST,

CT)를 현재의 각 산업에 적용하는 노력도 가능할 것이다. 6T끼리 결합하거나 융합시키는 방법도 창조산업의 밑거름이 될 수 있다.

경제적 가치를 창출하는 방법은 기업에 따라서 경영자와 종사자에 따라서 다양하고 다를 것이다. 중요한 것은 시간이다. 창조경제는 금방 이루어지는 것이 아니기 때문이다. 시간을 갖고 꾸준히 추진해야 한다. 장기적으로는 아동시절부터 창의성 있는 교육을 시켜야 한다. 단기적으로는 현재의 산업이나 제품에 새로운 아이디어를 입혀 품질을 높이고 성능을 개선하는 것이 바람직하다. 중장기적으로는 과학기술과 접목하여 소비자가 좋아하는 새로운 제품을 만들어 내는 것이다. 그래서 창조경제는 장기적으로 추진하되 현재의 주어진 조건에 부응하면서 새로움을 만들어나가는 단기 과제도 병행해야 한다. 아이디어에 힘입어 기존 제품이 새롭게 변신하고 여기에 디자인과 과학기술이 접목되면 생산성과 부가가치 높은 경쟁력 있는 제품으로 바뀌어 질 수 있다. 경쟁력 있는 제품들이 많아질 때 일자리가 늘어나고 근로자들의 소득이 증가하고 경제도 활성화될 것이다.

기업가 정신은 창조경제의 원천

창조경제를 이끌어가는 주체는 정부와 기업이다. 정부는 창조경제를 이끌어가는 기관차이다. 정부의 주된 역할은 창조경제 생태계를 만드는 것이다. 기업은 현장에서 창조경제를 실현하는 주체이다. 그 중에서도 중요한 것이 창조적 파괴와 끊임없는 혁신을 통해 기업발전을 선도하는 기업가 정신이다. 그래서 기업가 정신은 창조경제의 원천이다. 기업가 정신은 창의와 도전으로 시장의 기회를 선점하고 개척해나가는 것이기 때문에 정부를 비롯한 사회도 이런 기업가 정신이 발휘되는 환경을 조성해야 한다.

기업은 기존 상품에 부가가치를 추가적으로 창출하는 방법을 적극적으로 모색해야 한다. 대중소기업과의 관계에서도 상생의 자율적인 협력모델을 만들어 나가야 한다. 소비자의 효용도 증대시켜야 한다. 이는 결국 기본으로 돌아가는 것이다. 상생의 협력을 통하여 대기업과 중소기업이 같이 발전하는 기업 생태계를 만드는 것이다. 나아가 중소기업은 중견기업으로 중견기업은 대기업으로 커 갈 수 있는 노력을 해나가야 한다. 특히 이 과정에서 정부는 중소기업 보호정책을 중견기업 육성정책으로 정책 기조의 전환을 신중하게 검토할 필요성이 있다.

경영자와 근로자의 관계도 한 단계 높게 발전시켜야 한다. 노사관계는 대립 관계가 아니라 협력관계이고 공동체라는 것을 공유해야 한다. 근로자 없이는 경영자도 회사도 존재할 수 없고 회사 없이 근로자도 있을 수 없다는 공동 운명체임을 새기고 서로가 협력하여 회사발전에 진력해야 한다. 따라서 이들은 각자에게 주어진 직무윤리, 직업윤리에 충실해야 한다. 경영자에게는 경영윤리와 회사의 발전과 일하기 좋은 직장 그리고 근로자의 소득 증진에 최선을 다하는 경영자의 책무가 있듯이 근로자 역시 생산성

향상과 자기 개발에 최선을 다해야 한다.

정규직 근로자와 비정규직 근로자 관계도 개선돼야 한다. 동일한 근로환경에서 동일한 근로를 하는 경우에는 비정규직이라고 해서 임금을 비롯한 근로조건에서 차별을 받아서는 안 된다. 물론 파견회사 소속의 근로자는 그 파견회사의 규정에 따라서 대우를 받아야 하지만 이 경우에도 동일한 환경에서의 동일한 근로인데도 임금 등에 현격한 차이를 받아서는 안 된다. 가능한 회사는 비정규직 대신에 정규직을 채용하고 대신 노조는 불황기나 회사 경영이 어려운 경우에는 해고를 허용하는 유연한 근로체계를 세워야 한다. 회사가 정상화되면 회사는 해고된 근로자를 우선 채용해야 한다.

기업과 사회관계도 현재의 사회공헌활동보다 한 차원 높은 단계로 발전시켜야 한다. 기업은 세계시장에서 경쟁력을 유지. 선도하면서 이익을 내야 한다. 근로자에게는 좋은 근로환경과 소득을 늘려주고 주주(투자자)에게는 적정 배당과 함께 투자를 통해서 회사를 발전시켜야 한다. 기업의 1차적 사회적 책임은 소비자에게 값싸고 질 좋은 상품을 만들어서 공급하고 정직하게 세금을 납부하는 것이다. 이밖에 기업은 사회공헌차원에서 추가로 할 일이 있다. 정부나 사회의 손길이 미치지 못하는 곳에 기업의 자선활동을 확대하는 것이다. 미래 고객의 확보차원이나 기업의 좋은 이미지 정립을 위해서도 이런 활동은 기업의 전략적 측면에서 추진해 나가는 것이 바람직하다.

창조경제 전략으로서 서울컨센서스(중진국의 선진국화 발전 모델)

우리나라는 10년 이상 중진국의 선두주자에서 선진국으로 나가지 못하고 있다. 이 단계를 극복해야만 선진국이 될 수 있다. 선진국이 되려면 경제만 발전해가지고 될 수 없다. 정치사회문화가 함께 발전해야 한다. 이미 [한반도선진화재단]에서는 [서울컨센서스]라는 발전모델을 제시한 바 있다. 중진국에서 선진국으로 가는 발전모델을 [서울컨센서스 1]로, 대한민국의 발전경험을 기초로 후진국에서 중진국으로 가는 발전모델을 [서울컨센서스 2]로 제시한 바 있다. 아래와 같은 [서울컨센서스 1]은 창조경제시대에 부응할 수 있는 발전모델로서 그 뜻을 피울 수 있는 전략이 될 수 있다.

창조경제의 10대 전략(서울 컨센서스 1)

첫째; 정신자본(精神資本, Mental Capital)을 중시해야 한다.

둘째; 지구촌과 통합(global integration)을 지속적으로 확대해야 한다.

셋째; 세계화부문과 비(非)세계화부문을 병진(並進)발전시켜 이중(二重)구조를 축소시켜 나가야 한다.

넷째; 교육투자의 효율을 높이고 세계지식생태계를 활용해야 한다.

다섯째; 투자가 선도하는 공생적(共生的) 발전--성장, 분배, 환경 간의

조화---을 도모해야 한다.

여섯째; 경제발전의 목표를 ‘ 성장극대화’ 가 아니라 ‘ 고용극대화’ 에 두어야 한다.

일곱째; 정부의 역할을 민관협치(民官協治)로 바꾸고 지방주권(地方主權)의 시대를 열어야 한다.

여덟째; 포퓰리즘(populism)을 극복하고 자유민주주의를 성공적으로 정착시켜야 한다.

아홉째; 통일한반도 시대를 열어 ‘ 세계 공헌국가 세계모범국가’ 로 거듭나야 한다.

열째; 현장주의, 역사주의, 제도주의를 소중히 하는 ‘ 국가전략’ 을 가져야 한다.