제주교육대학교 논문집 (2000)
제29집 pp. 27~63

초등 사회과 경제영역의 심층적 이해를 위한 접근

정 광 중*

〈 목 차 〉

Ⅰ. 머리말
Ⅱ. 초등 사회과 경제영역 내용과의 관련성 검토
Ⅲ. 경제순환과 경제의 서비스화
  1. 경제순환의 의미와 배경
  2. 경제의 서비스화
Ⅳ. 한국경제의 성장과 전망
  1. 한국경제의 특징
  2. 한국경제의 문제점과 전망
  3. 지식기반산업의 육성과 방향
Ⅴ. 경제활동의 실태 : 사례적 접근
  1. 서울시의 주유소 분포실태와 특색
  2. 주유소의 확산 원인
  3. 주유소의 확산에 따른 문제점
  4. 앞으로의 전망
Ⅵ. 맺음말

Ⅰ. 머 리 말

최근, 한국사회는 IMF 구제금융을 배경으로 경제에 대한 높은 관심을 보이게 되었으며, 이로 인해 학교교육에서도 경제교육이 한층 더 중요성을 띠는 국면을 맞이하게 되었다.

* 제주교육대학교 사회과교육과 조교수

이미 잘 알려져 있듯이, 초등 사회과는 크게 지리학, 역사학, 정치학, 경제학, 사회학, 문화인류학, 심리학, 철학 등을 토대로 사회과에 필요한 지식과 가치, 학습방법과 절차, 학습자료 등에 대한 요소를 선정하여 통합적으로 조직하고 있다[1]. 따라서, 학문적으로는 상당히 광범위한 분야를 포함하기 때문에, 교사들에게는 사전에 전술한 학문의 배경과 흐름, 기본개념과 방법론 등을 충분히 이해하고 있어야 한다는 전제가 주어지게 된다.

경제교육에 대한 필요성은 사회적인 관심도와는 달리, 학교현장에서는 그다지 활발하지 못한 실정에 있으며[2] 또한 경제영역의 내용이 난해한 탓인지는 모르나, 자칫 소홀하게 다르기 쉬운 영역으로 평가되고 있다. 동시에, 한 교사가 일정한 시간을 할애하여 많은 영역의 학문적 특성과 주요 개념 및 내용들을 습득해야 한다는 현실적인 어려움 때문에, 실제에 있어서는 교과서와 교사용 지도서 등 극히 한정적인 도서자료에 의존하여 교재연구를 해야 하는 상황이라 할 수 있다. 이 점은 관점을 달리하자면, 일정수준에 이르기까지는 이미 대학교 4년 과정에서 일차적으로 고민하며 단계적으로 해결해야만 할 과제라고 할 수 있을 것이다. 즉, 초등학교 사회 교과서에 등장하는 단원이나 주제와 관련하여 그 배경이 되는 학문분야에 대한 기본적이고 필수적인 내용들을 종합적으로 이해할 수 있는 과정이 필요하다는 것이다.

그러나 대학교 4년 과정에서도 사회과에 대한 관련학문 분야의 종합적인 이해는 현실적으로 각 대학별 학사일정과 커리큘럼 혹은 학생들의 자율적인 시간활용 등을 전제하면, 그렇게 간단하게 해결될 수 있는 상황은 아니다. 어쩌면, 이것은 학생들에게 무리를 강요하는 것과 같은 처사라 할 수도 있다. 따라서, 연구자들의 연구결과를 보다 이해하기 쉽고 부담 없이 읽을 수 있으며, 동시에 가까운 곳에서 손쉽게 연구물을 접할 수 있는 상황이 된다면, 다소나마 개선될 수 있는 소지는 있다고 판단된다.

이러한 취지를 바탕으로, 이 글은 예비교사들에게 사회과 경제영역의 중요성을 고취시키고, 학교현장에서 경제현상과 경제활동에 대한 심층적인 이해를 도모하려는 목적에서 작성된 것이다.

---

1) 교육부, 초등학교 교육과정 해설(Ⅲ)—국어, 도덕, 사회—, 교육부, 1998, p.238.
2) 박상선, "IMF시대 국민의식개혁의 필요성과 초등 경제교육의 방향", 초등사회과교육, 제10집, 1998, pp.293-315.

이 글에서는 경제현상을 이해하는데 필요한 몇 개의 기본적인 개념과 최근에 새로 강조되는 개념을 중심으로 하여 한국경제의 성장에 따른 흐름과 배경, 그리고 실질적으로 경제활동이 이루어지는 실태를 사례로 제시하였다. 이 글에서 다룬 개념과 내용만으로 광범위한 경제현상을 이해하고 경제교육의 효율성을 완벽하게 꾀할 수는 없다. 그러므로 예비교사의 입장에서는 경제현상과 흐름을 어떻게 파악하해야 하는지, 그리고 어떤 방법과 연구물을 접하여 단계적이고 체계적으로 이해할 수 있는지에 대한 길잡이 역할을 하는 글로서 이해해야 할 것이다.

Ⅱ. 초등 사회과 경제영역 내용과의 관련성 검토

제7차 초등학교 교육과정 상의 사회과의 내용체계를 보면, 교육의 연계성을 고려하여 제 3학년부터 제 10학년까지 '인간과 공간', '인간과 시간', '인간과 사회' 영역으로 구분하여 제시하고 있다[3]. 이들 3영역에서 경제와 관련되는 내용은 '인간과 공간', '인간과 사회'의 2개 단원으로 조직되어 있으나, 중심적인 내용은 '인간과 사회' 영역에서 주로 다루어지고 있다. 3학년에서 6학년까지의 경제영역의 내용을 정리하여 제시하면, 〈표 1〉과 같다.

이상의 학년별 경제영역 관련 내용을 본 고에서 논의된 주제와 연관시켜 보면, 3학년과 4학년의 주제와 관련해서는 Ⅲ장의 '경제순환과 경제의 서비스화'에서 부분적이지만 심층적인 내용을 접할 수 있다.

5학년에서 다루는 주제인 '우리 나라의 경제성장'과 '정보화 시대의 산업활동'과 관련해서는 Ⅳ장 '한국경제의 성장과 전망'에 직접적으로 연결시킬 수 있으며, 특히 '정보화 시대의 산업활동'이란 주제에서는 Ⅳ장 3절의 '지식기반산업의 육성과 방향'이란 주제와 관련지어 이해를 도모할 수 있다.

그리고 6학년의 주제인 '함께 살아가는 세계'는 주로 해외지역과 관련되는 내용을 종합적으로 다루고 있기 때문에, 본 고에서 논의된 주제와는 직접적으로 관련시킬 수 없다. 그러나 마이카(My Car) 시대를 맞이하여 국내에서 현실적으로 나타나

3) 교육부, 제7차 교육과정 : 사회과 교육과정[별책 7], 교육부, 1998, p.31.

〈표 1〉 제7차 초등학교 교육과정 상에서 사회과의 학년별 경제영역의 내용

영역	3 학 년	4 학 년	5 학 년	6 학 년
인간과 공간	(2) 고장 생활의 중심지 (나) 터미널과 교통 · 역과 버스 터미널의 위치와 기능 · 고장간의 연결	—	—	(4) 함께 살아가는 세계 (가) 우리와 관계가 깊은 나라들 · 역사적, 경제적으로 관계 깊은 나라 · 우리 민족, 기업의 해외 진출
인간과 사회	(2) 고장 생활의 중심지 (가) 시장과 물자 이동 · 상점의 종류 · 상품의 종류와 소비자 · 물품의 생산지와 소비지 · 물자 유통의 상호 의존	(1) 우리가 사는 지역 사회 (나) 지역의 자원과 생산 활동 · 자원과 생산의 관계 · 공공재와 주민경제 · 지역 경제의 해외진출 (다) 물자의 유통과 상호 의존 · 생산의 분업화와 직업 분화 · 시장의 뜻 · 교환, 유통, 화폐 · 경제적 상호 의존 (4) 사회 변화와 가정생활 (나) 가정의 살림살이 · 경제적 선택과 결정 · 생산과 가계 소득 · 합리적 소비	(3) 세계 속의 우리 경제 (가) 우리 나라의 경제 성장 · 경제 제도의 특성 · 경제 성장의 추이 · 경제 성장의 요인 · 경제 성장의 과제 (나) 정보화 시대의 산업 활동 · 정보와 경쟁력 · 기술 개발의 효과 · 기술 개발과 생활 향상 · 첨단 정보 산업	—

(주 : 괄호속의 번호는 단원과 주제의 배열순서를 의미하며, 각 단원내에서도 '경제'관련 주제만을 선택하여 정리하였다.)

(자료 : 교육부, 『제 7 차 교육과정 : 사회과 교육과정(별책 7)』, 교육부, 1998, pp.32-49. 교육부, 『초등학교 교육과정 해설(Ⅲ)—국어, 도덕, 사회—』, 교육부, 1998, pp.246-248.

고 있는 경제현상과 활동에 대한 구체적인 사례를 통해서 일상생활에서의 '경제'의 실체가 어떤 모습이며, 또한 우리와 어떻게 연관되고 있는지를 살펴볼 수 있는 좋은 기회가 되리라 판단되어, 최근에 사회적인 문제로 부각되고 있는 주유소의 확산 배경과 그에 따른 문제점을 독립된 주제로 설정해 보았다.

위와 같이, 본 고에서 주제로 다룬 내용과 초등학교 사회과 내용과의 관련성을 비교하여 심층적 이해를 위한 가능성을 타진해 보았는데, 본 고에서 다룬 주제에서도 더욱 구체적으로 심화시킬 수 있는 내용들은 많다. 그러나 한정된 지면을 통하여 경제에 대한 여러 분야의 내용을 압축하여 논의할 수 없기 때문에, 이점에 대해서는 예비교사들이 경제학 및 경제지리학 관련 전공서, 혹은 여러 연구자들의 논고를 통하여 보충하고 확대하려는 노력이 필요함을 부언한다.

아래의 Ⅲ~Ⅴ장에서는 초등학교 사회과의 경제영역 내용의 심화를 염두에 두면서, 몇 가지 주제에 한정시켜 심층적으로 논의를 진행해 가기로 하겠다.

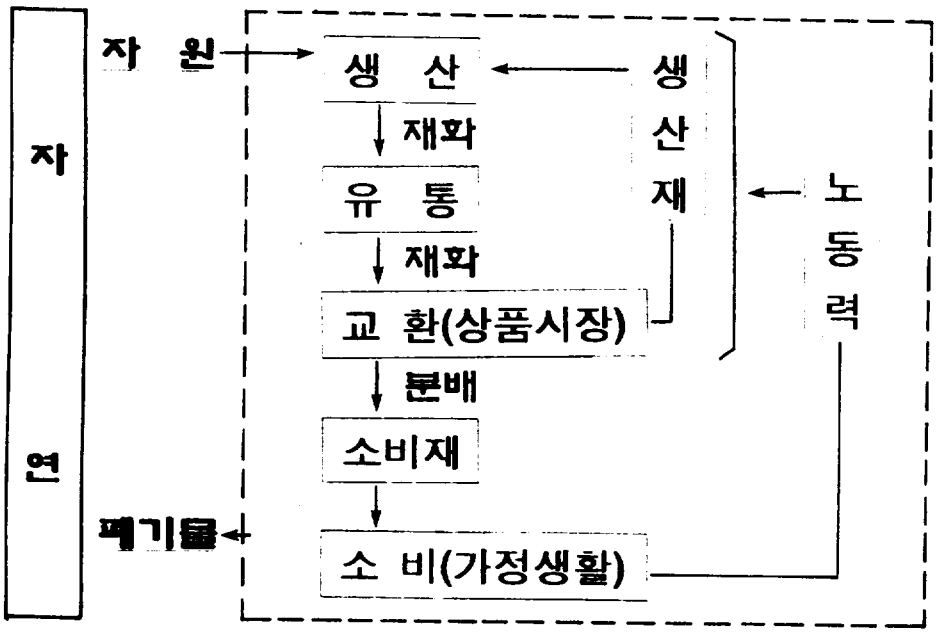
Ⅲ. 경제순환과 경제의 서비스화

1. 경제순환의 의미와 배경

경제란 경제재(재화)를 중심으로 개인과 개인, 개인과 집단 또는 집단과 집단 사이에서 서로 사회적인 유대관계를 맺는 활동이라 할 수 있다. 그러므로 우리사회는 재화를 생산하고 소비함으로써 유지되고 있으며, 그 행위는 한번에 그치고 마는 것이 아니라 끊임없이 반복되고 있는 것이다. 이와 같이 끊임없는 재화의 생산과 소비에 따른 이동을 경제순환이라 한다([그림 1]). 이것을 자연과의 관점에서 보면, 자연과 인간 사이의 물질대사라 할 수 있을 것이다.

생산에 대해 좀 더 구체적으로 접근해 보기로 하자. 보통, 우리가 생산이라 했을 때는 물적 재화의 생산을 의미하는 것이다. 이 과정은 곧 자연에 의존하여 생활에 필요한 물건을 만들어 내는 것이다. 오늘날은 자급자족의 경제체제와는 달리, 물건들은 상품화하여 시장에서 판매할 것을 목적으로 생산되고 있는 것이다. 따라서, 물건을 구입하기 위해서는 시장에서 화폐와 교환하지 않으면 안 된다. 그리고 시장에서 화폐로 상품을 교환하는 단계에서는 필연적으로 유통이라는 일련의 과정을 걸치게 된다.

오늘날의 경제사회는 사회적 분업체제에 의해 명확히 구분되고 있으며, 그렇기



〔그림 1〕 경제순환의 모식도

(자료 : 赤羽孝之·山本 茂 編,『現代社會の地理學』, 古今書院, 1989, p.31을 일부 수정.)

때문에 생산이란 측면도 독립된 분업체제 속에서 각종 재화가 생산되고 있는 것이라 지적할 수 있다. 생산에 있어서 분업이란 사회적 분업인 동시에 지역적 분업이기도 하다. 다시 말하면, 농업지역과 공업지역 등 일련의 생산지역이 분화되어 가고, 그 생산지역 속에서도 더욱 전문화된 지역들이 나타나게 된다.

한편, 소비활동에서는 분업이란 형태가 있을 수 없다. 어떤 직업을 갖거나 또는 어떠한 지역에 살고 있는 사람이라도 일상생활을 유지해 나가는 한, 일정한 종류와 일정한 양의 생활 필수품이 필요하다. 이처럼 분업에 의해 행해지는 생산활동과 분업이 존재하지 않는 소비활동이 연결되어 나타나는 단계가 바로 유통이며, 이 유통과정이 있음으로 인하여 시장에서는 교환이 성립되는 것이다.

그러므로 자급자족의 경제에서 상품경제로 이행되거나 혹은 상품경제 체제하에서 분업이 심화되면 심화될수록 생산과 소비는 시간적으로나 공간적으로도 분리되어, 결국 유통부문과 교환부문은 상대적으로 확대된다. 단지, 경제사회라는 전체적인

입장에서는 특정적인 재화가 해마다 생산되는 것이 기본이며, 그런 과정을 통해 오늘날의 경제사회가 성립되고 있는 관계로, 유통(운반)과 교환에 관한 서비스의 제공은 경제순환이란 전체적인 틀 속에서는 부차적인 것으로 생각할 수도 있다.

보통, 상품이라고 하는 재화에는 두 가지 종류가 있다. 하나는 생산재(원료, 기계, 생산설비 등)이고, 또 다른 하나는 소비재(생활 필수품, 기호품, 사치품 등)이다. 전자는 주로 기업(자본)이 구매한 후에 생산활동 과정에서 다시 활용한다. 후자는 가계(소득)에 의해 사들여지며 여러 세대의 가정 속으로 흘러들어 간다. 그리고 대부분의 재화는 일단 예상적인 생산을 통하여 조절되는데, 결국은 생산된 재화들이 시장에서 판매되고 나서야 비로소 사회적인 수요가 어느 정도였는지를 알 수 있게 된다. 분업을 기본으로 하고 있는 자본주의 경제의 경우, 어느 누구도 교환이라는 과정을 걸치지 않고서는 생활할 수 없다. 하나의 물건이 상품인 이상은 화폐를 매개로 연쇄적으로 교환작용이 뒤따르는 것이다. 따라서 화폐는 교환의 수단인 동시에 상품의 가치척도를 나타내는 것이기도 하다. 이처럼 오늘날의 사회는 상품의 생산, 유통, 교환, 분배 및 소비에 의해서 서로 연결되어 있는 사회라고 볼 수 있다.

분배는 기본적으로 소득과 이윤의 분배이며, 소득은 생산에서 직접·간접으로 기여한 것에 대해 분배된다. 상품은 시장에서 판매되고 자본의 순환이 이루어져 다시 화폐의 형태로 돌아오게 된다. 그리고 총수입은 다시 임금과 지대(집세)를 포함하는 생산비, 차입금의 이자, 각종 수수료(상업이윤), 기업이윤 및 세금 등으로 재분배되고, 기업이윤에서는 주식 소유자에게 이익 배당금이 분배된다. 이처럼 상품이 생산되고 시장에서 화폐로 교환되기까지 관련되는 여러 단계, 특히 생산에서 관계되는 단계에 의해 각종 소득과 이윤이 분배된다. 그리고 그것들은 노동자나 지주, 금융업, 상점, 기업가, 주식 소유자 등 사회적 계층과도 대응하게 되는 것이다. 또한 그들의 소득은 일차적 소득으로서 가령 공무원이나 의사, 호텔업 및 관광업자 등이 얻는 소득과 같이 이차적 소득이 파생적으로 생겨나게 되는 것이다.

소비는 생산재의 소비 즉 생산활동을 제외하면, 각 가정에서 행하는 소비재의 소비이며 결국 그것은 노동력의 재생산으로 취급할 수 있다. 간혹 소비는 최종적 소비 등으로 부르고 있지만, 경제활동이라 하는 것은 결코 그 단계에서 끝나는 것이 아니다. 의식주에서 필수품을 소비하며 가정에서 휴식을 취하는 일은 매일, 매주

또는 매년 인간의 노동력을 반복적으로 재생산하기 위한 수단이며, 또한 자식들의 양육은 그 다음 세대의 노동력을 만드는 단계에 있다는 것을 의미하기도 한다. 이러한 노동력은 결과적으로 노동시장을 통해 기업이 흡수함으로써 각종 생산활동에 투입하게 된다. 경제는 이처럼 소비를 매개로 하여 끊임없이 반복되는 것이다.

이상과 같이, 경제순환이 끊임없이 반복되면서 재생산의 질서가 장기간에 걸쳐 가능하게 하기 위해서는 항상 생산과 소비가 일정한 균형을 이루고 있어야 한다. 따라서, 그것은 재화와 노동력이 시장에서 나타나는 수요와 공급의 균형이며, 생산에 있어서는 생산재와 소비재의 균형이기도 하다. 또한 소득과 이윤에서는 분배상의 균형인 동시에 생산비와 저축의 균형이기도 한 것이다. 아울러, 그러한 균형은 여러 국가나 여러 지역 사이에서 나타나는 공간적인 균형이어야 한다. 자본주의의 경제에서는 그러한 균형적 조절은 시장이 담당하며, 그것은 바로 시장가격으로 존재하게 되는 것이다.

2. 경제의 서비스화

오늘날 개발도상국에서는 공업화가 주된 관심사가 되고 있지만, 상대적으로 주요 선진공업국에서는 산업구조에서 3차 산업의 거대화가 문제시되고 있다. 이와 같은 경향은 산업구조에서 3차 산업의 비중이 갈수록 상승함에 따라 부각되고 있다. 1996~1997년 시점에서 보면(〈표 2〉), 미국은 이미 80%에 달하였고 캐나다, 영국, 독일, 프랑스 및 네덜란드는 70% 이상을 점하고 있으며, 이웃 나라인 일본의 경우도 60%대에 진입한 상태이다. 우리 한국의 경우도 51%를 초과함으로써, 경제의 서비스화가 진전되고 있음을 간접적으로 확인할 수 있다. 3차 산업에 대한 비중의 증가는 노동력 구성에서 잘 나타나며, 소득구성에서는 그다지 명확한 경향이 나타나지 않는다. 이점은 2차 산업과는 달라서 비교생산성은 낮고, 고용흡수력은 크다는 것을 의미하는 것이라 하겠다.

일반적으로, 노동력 인구의 산업별 구성비는 수요량에 비례하고 비교생산성에 반비례한다. 생산성이 높으면 그 만큼 노동절약적이 되며, 반대로 낮으면 고용흡수적 혹은 노동집약적이 된다. 경제 성장기에 2차 산업이나 3차 산업의 노동력 구성비가 늘어나는 것은 주로 소득탄력성에 의한 수요의 신장이며, 그 이후에도 여전히 3

〈표 2〉 세계 여러 국가의 산업구조

국 가 명	1997년도 GDP (백만$)	산 업 분 류 (%)		
		1차 산업	2차 산업	3차 산업
미 국	6,343,300	3	17	80
일 본	4,201,636	2	38	60
독 일	1,712,938	3	25	72
프 랑 스	1,396,540	2	26	71
영 국	940,941	2	20	78
중 국	825,020	20	51	29
캐 나 다	465,584	4	17	79
한 국	442,543	6	43	51
오스트레일리아	391,045	4	28	68
네 덜 란 드	360,472	3	27	70
인 도	359,812	27	30	43
가 나	6,762	47	17	36
캄 보 디 아	3,095	50	15	35

(주 : 미국, 독일, 영국 및 캐나다의 GDP는 1993년도 수치이며, 산업분류(%)는 1996년도 수치임.)
(자료 : 박삼옥, 『현대경제지리학』, 아르케, 1999, p.251. / 통계청, 『한국의 사회지표』, 1998, pp.526-527.

차 산업이 증가하는 것은 수요의 증가뿐만 아니라 노동생산성이 낮기 때문이다. 2차 산업에서는 생산성이 항상 높고, 높은 생산성에 의해 노동력 구성비는 한계에 달한 상태가 되는 것이다[4].

3차 산업의 소득구성비가 명확하게 진전된 경향을 보이지 않는 것은 다양하고 이질적인 부문으로 이루어지고 있다는 사실에도 기인한다. 3차 산업에는 생산력의 확대, 산업구조의 고도화와 관련하여 발달한 근대적 서비스 부문(예: 운수, 통신, 공공부문, 교육, 전문 서비스 등)과 그것과는 관계없는 전통적인 서비스 부문(예: 상업, 종교, 기타 개인 서비스, 공공부문의 일부 등)이 포함되어 있다. 전통적 부문에는 가계와 경영이 분리되지 않은 영세한 경영이 많은데, 특히 개발도상국에서

4) 한주성, 경제지리학(제2판), 교학연구사, 1998, p.113.

는 그 비율이 상당히 높게 나타난다. 따라서, 이것들을 합한 3차산업은 근대적 부문과 전통적 부문이 서로 상쇄되기 때문에, 구조적인 변화가 명확하지 않은 것이라 할 수 있다.

최근 여러 선진공업국에서는 경제의 소프트화와 서비스화가 급속도로 진전되면서 주목받고 있다. 선진공업국의 경우는 이미 공업화에 의해 성숙하고 풍요로운 사회 즉 고도산업사회에 도달했지만, 근래에 이르러서는 전환기적 시기를 맞이하여 탈공업화사회(Post-industry Society)가 본격화되고 있는 것이다. 다시 말해, 산업혁명 이후의 하드(Hard)화 시대라고 해야 할 근대화 및 공업화의 시대에서 탈피해서 새로운 소프트(Soft)화를 추구하는 정보기술의 시대로 전환하고 있다는 의미가 된다. 여기서 '소프트(Soft)화'에 대한 구체적인 의미는 궁극적으로 아래에 제시하는 여러 현상들을 가리키는 것으로 이해할 수 있다[5].

① 물질적인 풍요로움보다도 마음속의 풍요로움을 지향하는 경향이 높으며, 따라서 높은 질을 상품화하는 새로운 서비스산업이 발전하고 있다.

② 개개인의 생활이나 소비자들의 다양한 욕구에 대응해서 양보다는 질적인 다품종 소량생산체제의 시대로 이행되고 있다.

③ 과학 기술적 측면에서는 정보화, 소프트화, 세련화, 소형화 등과 같은 지식집약형 기술의존도가 한층 높아지고 있다.

④ 집약형이며 대량생산의 대기업보다는 다품종 소량생산에 적합하고 기동성과 활력이 넘치는 중소기업들의 활동적 무대가 넓어지고 있다.

⑤ 가계소득 내에서는 교육, 교양, 의료, 스포츠, 여행 및 레저 비용이 증가하고 있다.

⑥ 여성 노동력이 진출하는 현상이 두드러지게 나타난다. 그리고 이 점에서는 대규모화에 의한 중앙집적 효과보다도 지역적 분산이 지향되고 있으며, 줄기-가지형(幹枝型) 구조에서 뿌리-줄기형(根莖型) 구조로, 집중형 구조에서 분산형 구조로 비중에 대한 이동이 한층 강화되고 있다.

이상과 같이 소프트화란 생활양식과 가치관의 변화까지도 포함한 최근의 경향을 말하는 것이며, 서비스화란 산업구성에서 서비스 부문이 확대되는 것을 가리킨다. 그리고 그것은 단순히 3차 산업의 확대뿐만 아니라 전 산업부문에서 지식노동의

5) 赤羽孝之・山本 茂 編, 現代社會の地理學, 古今書院, 1989, p.43.

서비스가 증가하고 있다는 점, 또는 과거의 물적 투입에 비하여 비물질적 투입이 증가하는 과정을 가리키는 것이기도 하다. 산업내부의 서비스화란 각 산업에서나 기업에서 정보, 조사, 기술, 연구, 기획, 관리, 사무, 영업, 광고 등의 서비스 노동에 대한 비중이 증가(블루 컬러에 대한 화이트 컬러의 증가)하는 것을 말한다.

이러한 배경에서 산업의 확대에 따른 혼성산업인 3차 산업을 재분류할 필요성이 있음을 강조하고 있다. 한 예로 이웃 일본에서는 4차 산업, 5차 산업 등의 새로운 분류를 시범적으로 행하고 있다. 그리고 학자들도 여러 형태로 분류하고 있는데, 아래에 제시한 것도 한 예라 할 수 있다. 최근, 이들 분류 중에서는 생산자 서비스와 개인적 소비자 서비스의 개념이 중요시되고 있는 가운데, 특히 기업적인 차원에서는 대대적인 시장조사와 함께 소비자들의 심리 등에 대한 연구가 심층적으로 행해지고 있다[6].

[중간 투입 서비스]

유 통 서비스 — 운수, 보관, 통신, 도매, 소매, 광고, 선전 등

생산자 서비스 — 엔지니어링, 회계, 기획 및 설계, 연구개발; 조사, 법률, 금융, 부동산 등

[최종 소비 서비스]

사회 서비스 — 의료, 교육, 출판, 매스컴, 우편, 보건, 복지, 공공부문 등

개인 서비스 — 식료, 세탁, 이(미)용, 호텔, 레저, 스포츠, 여행 등

Ⅳ. 한국경제의 성장과 전망

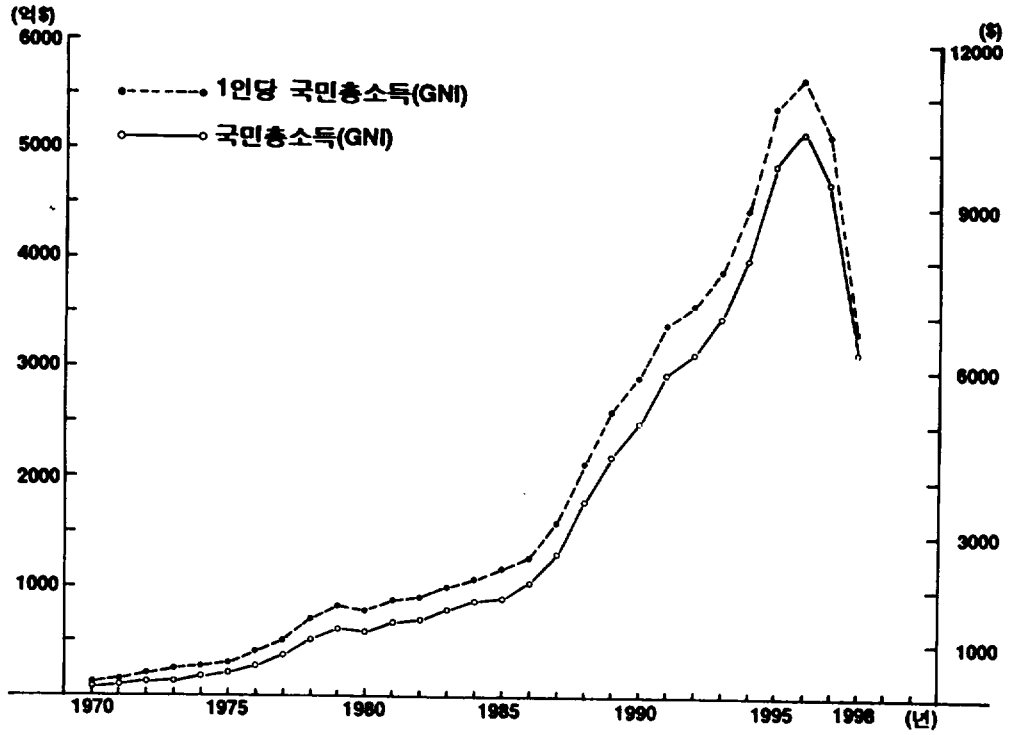
1. 한국경제의 특징

1) 한국경제의 성장과정

우리 나라는 그 동안 수출확대를 바탕으로 NIES(신흥공업경제군)의 핵심멤버

6) 赤羽孝之 · 山本 茂 編, 前揭書, pp.43-44.

로서 고도경제성장을 이루어 왔으며, 특히 1970년대부터 1990년대 초반까지는 내수와 수출이 폭발적으로 확대되면서 비약적인 성장을 할 수 있었다. 그 결과, 1993년도의 국민총소득(GNI)은 약 277,108억원으로서 1인당 GNI는 7,811$에 달하였고, IMF 구제금융을 받기 직전인 1996년 단계에서는 이미 1인당 GNI가 11,000$를 초과하고 있었다[7]. 그리고 1998년 단계에서는 달러 당 원화 환율이 저하에 따른 차손 등으로 1991년도 수준인 6,800$대에 머무르고 있으나, 경기회복률은 이외로 순조롭게 진행되고 있어서 가까운 시기에 다시 1인당 GNI가 10,000$ 수준을 회복할 것으로 보인다([그림 2]).



〔그림 2〕 국민총소득(GNI) 및 1인당 국민총소득의 변화(1970~1998년)

(자료 : 통계청, 『한국 주요 경제지표』, 1999에 의해 작성.)

7) 최근에는 국민총생산(GNP) 개념보다 국민총소득(GNI)이나 국내총생산(GDP)의 개념이 중요시되고 있다. 그러나 국민총소득에 대한 통계는 최근에 이르러서야 정비된 관계로, 1989년까지는 국민총생산과 1인당 국민총생산에 대한 통계치를 이용하였고, 1990년 이후는 국민총소득과 1인당 국민총소득에 대한 통계치를 이용하여 그림으로 제시하였다.

지금까지 우리 나라는 국제시장에서 저렴한 가격을 무기로 삼아 상품을 판매해 왔으나, 1980년대 후반부터는 임금상승으로 인해 국제경쟁력의 저하를 초래하는 등 경제가 둔화되는 상황을 맞았다[8]. 한국이 1960년대부터 1970년대에 걸쳐 「한강의 기적」이라 일컫는 경제발전을 이룩한 사실은 이미 전세계적으로 널리 알려져 있다. 이러한 발전에 대해 외국의 모든 언론에서는 박정희 대통령의 통치력을 바탕으로 해외로부터 기술도입의 실행과 수출위주의 산업을 꾸준히 육성한 결과라 지적하고 있다[9].

그 당시 정부는 국책기업으로서 포항종합제철소(현, POSCO)를 설립하는 한편 현대, 삼성, 대우, 럭키 금성(현, LG그룹) 등 재벌기업들을 육성하였다. 1960~1970년대 주요 수출산업으로서의 효자 역할은 특히 섬유류, 신발류 및 완구류 등의 경공업 부문과 중화학 공업에서의 철강과 선박(조선)이 담당하였다. 그리고 해외건설공사 등 주로 노동집약적인 산업도 외화획득에 일등공신의 역할을 하였다. 이러한 수출산업은 양질의 값싼 노동력을 바탕으로 하고 있었기 때문에 가능한 것이었다. 이 과정에서 국민총생산액은 비약적인 수치를 기록하였고 국민의 살림살이도 점점 나아지기 시작하였다.

이상과 같은 공업육성과 수출주도정책에 힘입어, 한국동란으로 인해 단 한 개의 다리도 없었던 한강 위에 1980년대에는 20여 개에 이르는 다리를 건설하며 큰 성장을 하게 된 것이다. 그리고 우리 국민들 모두가 현실적인 경제성장과정을 지켜본 것이다. 이런 과정을 통해 「한강의 기적」은 탄생된 것이며, 외국에서는 한국의 젖줄인 한강을 토대로 그간의 성장을 평가하였던 것이다. 말하자면, 한강위를 가로지르는 다리의 수는 한국 경제를 평가하는 중요한 대상이 되고 있었던 것이다.

1980년대에 이르러서는 전기밥솥, TV, 세탁기, 냉장고 등의 전자제품은 물론 자동차 등 조립가공형의 산업에도 박차를 가한 결과, 공업구조 자체가 고도화되기 시작하였다[10]. 그리고 전술한 제품들은 1990년대에 들어와서도 중요한 수출품목으로 자리잡게 되었다. 그러나 일본으로부터 생산기계와 부품을 수입한 후, 그것을 조립하여 수출하는 방식을 취하고 있었기 때문에 외형적인 성장과 발전은 꾸준하게 이루어졌지만, 한편으로는 일본으로부터의 수입량이 매년 증가함으로써 항상 무역

8) McKinsey, Incorporated, 맥킨지 보고서, 매일경제신문사, 1998, p.92.
9) 日本經濟新聞社 編, アジア經濟入門, 日本經濟新聞社, 1993, p.70.
10) 이희연, 경제지리학(제2판), 법문사, 1996, p.378.

적자에 시달려야만 하는 모순된 상황에 처하게 되었다.

한편, 우리 나라는 그 동안 지속되어 왔던 경제발전을 과시라도 하듯이 1988년에 서울올림픽을 개최하게 된다. 당시, 올림픽 개최에 대해서는 일부 계층에서 시기상조라는 의견이 있었던 것처럼 찬반양론이 무성하였던 것이 사실이다. 어쨌든, 서울올림픽까지의 수년간은 원화의 시세가 낮았고 국제유가가 저렴하였으며, 또한 국제금리마저 낮았던 영향에 힘입어 수출폭은 크게 증가하는 국면을 맞았다. 그래서, 우리 한국은 흔히 지적하는 '3저 경기의 호황'을 연출하게 되었는데, 이 당시 주역은 바로 가전제품류와 자동차였다[11].

그러나 1970년대 이후 고도경제성장을 이루며 형성된 산업구조는 경제적인 모순을 초래하였고, 1988년 이후 민주화의 추진 과정에서는 국내의 인건비를 급상승시키는 결과를 가져왔다. 그 결과, 우리 나라의 제품은 수출경쟁력을 잃게 되었고, 동시에 일시적으로 흑자를 보이던 무역수지는 1989년부터 다시 적자로 전락하기 시작하였다. 더욱이 수입량은 매년 증가함으로써 우리 나라의 경제는 이중으로 악화되는 상황을 맞게 되었다. 이러한 사실은 1991년의 무역적자가 당시까지는 최대 수치인 97억$나 된다는 점에서 충분히 이해할 수 있다.

그런 와중에서도 1990년과 1991년의 실질 성장률은 각각 9.3%와 8.4%로 고도성장이 지속되었다. 특히 주택 2,000만 호 공급계획 등에 따른 건설 붐이 계기가 되어, 임금의 상승과 함께 내수가 급격히 확대되는 상황을 맞게 된 것이다. 따라서, 한동안 부진했던 대외수출이 회복될 듯한 기미를 보였었다. 그러나, 그런 상황은 무역적자의 확대에 더욱 박차를 가하는 격이 되었고, 동시에 소비자물가 상승률이 연간 거의 10%대에 육박하는 인플레이션을 초래하는 사태로 이어졌다. 정부는 내수과열에 의한 무역적자의 확대나 인플레이션을 억제하기 위한 수단으로, 1991년 후반부터 총수요 억제정책을 내놓기도 하였다. 더불어, 성장률의 목표는 7%대로 다소 낮게 설정하는 동시에 안정된 성장으로의 연착륙을 시도하였다.

2) 무역구조의 변화

천연자원이 풍부하지 못한 우리 나라는 최근까지도 석유를 비롯한 각종 원료나 연료 및 기계부품을 주로 수입에 의존하고, 가공과 조립을 토대로 완제품을 만들어

11) 日本經濟新聞社 編, 前揭書, p.69.

수출하는 가공무역형의 경제체제를 유지해 왔다. 그리고 내수가 지속적으로 증가하고 있기는 하나, 아직도 수출 의존도가 훨씬 높으며 지속적인 발전을 위해서는 수출확대가 불가결한 상황이다.

1980년대에 지속적인 수출을 담당해 온 부문은 역시 가전·전자산업이라 할 수 있는데, 그 실례를 들면 1991년의 총 수출액에서는 28%나 차지할 정도였다. 수출의 중심은 텔레비전, 라디오 카세트, VTR 등 가전제품이었지만, 1990년대에 들어오면서 삼성과 LG 등 대기업에서는 반도체에도 힘을 쏟은 결과 수준 높은 기술력도 갖추게 되었다. 현대, 대우 및 기아를 핵심으로 하는 자동차 산업도 중요한 산업부문으로 정착하게 되었다. 그 결과, 1980년대 후반에는 저렴한 가격을 무기로 하여 자동차를 미국시장에다 판매하는데 성공하였다. 그러나 품질이 그다지 높게 평가되지 않아 1989년 이후 한동안 대미수출은 고전을 면치 못했던 시기도 있었다. 그 대신 내수확대를 통해 수출의 감소분을 보충할 수 있었고, 최근에는 동유럽의 시장을 개척하여 판로확대에도 성공하게 되었다. 어떻든, 이제 자동차 산업은 세계 굴지의 생산국과도 어깨를 견줄 수 있는 수준까지 성장하였다. 그러나 최근 국내의 경제적 여건에 따른 기업들의 구조조정에서 삼성, 기아, 대우자동차 등이 그 대상에 포함됨으로써, 한국의 자동차 산업은 사상 유래 없는 큰 전환점을 맞이하게 되었다.

소재산업으로서는 포항종합제철소(POSCO)로 대표되는 철강산업이 순조롭게 성장하는 한편, 1980년대 말부터는 석유화학산업에 대한 설비투자가 활발히 진행돼 왔다. 따라서, 석유화학제품의 수출은 1991년 이후에도 계속해서 확대되는 국면을 맞게 되었다.

한편, 오랜 기간동안 수출의 효자 역할을 담당하며 「한강 기적」의 원동력이 되었던 섬유산업은 수출실적이 급속히 떨어지며, 구조적 불황으로 고전을 면치 못하는 상황에 처하게 되었다. 특히, 인건비의 상승으로 인해 상대적으로 생산비용이 상승한 결과 중국, 인도네시아 등 개발 도상국 제품과의 가격경쟁에서도 도저히 견줄 수 없는 상황으로 전락하고 말았다.

바로 여기서 우리 한국의 경제는 구조적인 조정과 전환이 필요하였다[12]. 우선 경쟁력이 떨어진 방적과 봉제 등 그 관련기업들은 생산거점을 개발 도상국으로 옮기기 시작하였다. 가전제품류의 분야에서도 무역마찰에 대응하기 위한 수단으로 해

12) 박삼옥, 현대경제지리학, 아르케, 1999, p.267.

외에서 생산하는 방식을 취하는 기업들이 많아졌고, 해외진출기업의 수나 기업들의 해외직접투자도 크게 확대되었다[13].

금융산업에서는 국제화가 급진전되었다. 그것은 미국의 강력한 압력과 더불어 정부의 시장개방정책을 수행하기 위한 수단으로, 1991년 이후부터 지속적으로 금리와 외환규제를 완화하였기 때문이다. 1992년 초에는 오랫동안 해외 투자가의 관심을 모았던 주식시장이 조건부이기는 하나 대외개방이 이루어졌다. 우리 나라의 기업들도 국제화 및 세계화와 더불어 다국적화 하고 있기 때문에, 금융의 시장개방은 더욱 더 진전될 전망이다.

3) 무역 상대국의 다변화를 위한 시도

이미 잘 알려진 것처럼, 우리 나라의 가장 중요한 무역상대국은 미국이다. 미국과는 총 수출량의 약 1/4에 해당하는 무역량을 보이며 전기, 섬유 및 자동차 등의 주요 수출시장으로 자리잡아 왔다. 그러나, 1992년부터 미국은 캐나다 및 멕시코와 더불어 북미자유협정(NAFTA)을 결성한 상황이며, 우리 나라의 철강과 반도체 등 여러 품목에 대해서는 덤핑관세와 까다로운 조건(예를 들면, 슈퍼 301조) 등을 내세우고 있어, 향후의 수출이 순조롭게 이루어질 수 있는 상황은 아니다.

미국 다음으로 무역액이 높은 국가는 일본이다. 특히 섬유와 철강 등의 수출시장이 되고 있는 한편 자동차, 전기 및 기계 등의 부품이나 원자재를 주로 수입하는 점은 무역액의 큰 배경이 되고 있다. 또한, 설비투자용 기계류의 수입량도 많아, 만성적으로 나타나는 대일 무역적자는 정부가 항상 고민하는 일이기도 하다. 하나의 실례를 들면, 1991년에는 설비투자의 쇄도로 인해 대일 무역수지는 88억$나 적자를 보게 되었다. 이 때문에 1992년 7월 한일양국은 공동으로 무역 불균형을 개선하기 위한 '실천계획(액션 플랜, Action plan)'을 발표하기도 하였다. 여기에는 기술이전을 위한 재단의 설치나 무역불균형의 개선책을 논의하는 한일 경제인 포럼을 구성하는 사업들이 포함되어 있었지만, 이것만으로 대일 무역적자가 간단하게 해결되지는 않았다. 결국, 한국산 제품의 경쟁력 회복과 더불어 한국의 기업들 자체가 스스로 적극적인 개선책을 마련해야 하는 상황으로 이어졌다.

최근, 우리 나라 경제인들이 항상 주목하고 있는 수출지역은 중국이다. 중국과의

13) 박삼옥, 전게서, p.415.

경제관계는 냉전종결이라는 배경도 한몫을 했지만, 1980년대 말부터 꾸준히 정부 차원에서 교섭해 온 결실이 맺어진 것으로도 해석할 수 있다. 1992년 8월의 한·중 국교수립을 계기로 하여, 시장개척을 위한 중국지역에의 관심과 조사활동은 한층 박차를 가하는 격이 되었다. 인구 13억 명을 지닌 중국은 새로운 수출시장으로서 기대가 클 뿐만 아니라, 값싼 노동력을 제공해 줄 생산거점으로서의 매력을 지닌 지역이라 할 수 있다.

아울러, 앞으로 시장개척을 위한 지역으로서 경제교류의 상대는 다름 아닌 북한이라 할 수 있을 것이다. 1988년부터 북한과의 무역이 허락된 이후, 민간 주도형 경제교류가 바탕이 되면서 매년 그 무역량은 급커브를 그리며 높아지고 있다. 우선, 국내보다도 인건비가 저렴하기 때문에 생산거점으로서의 장점이 많다. 특히, 최근 북한지역에서 각종 제품을 조립하거나 가공하여 완제품을 국내 및 국외로 수출하는 기업들이 증가하는 상황은 매우 고무적이라 평가할 수 있다.

그러나 현재는 거의 단순조립에 의한 완구류와 수공이 필요한 의류제품 등이 주종을 이루고 있는 실정이어서, 앞으로 두 지역의 정치적인 협조체제만 구축된다면 상품판매를 위한 시장으로서나 제품생산을 위한 거점으로서도 중요한 지역으로 등장할 것이 분명하다. 이러한 상황을 고려하여, 국내의 대기업들도 북한지역의 개발과 제품생산 기지를 구축하기 위한 시도를 계속하고 있다. 그러한 시기에 등장한 것이 바로 1998년 현대에 의해 시도된 '금강산 관광'이라 하겠다. 1999년 6월에 북한측이 국내 관광객을 억류하는 등 다소 문제가 발생하기는 했으나, 보다 효과적인 방향으로 의견이 수렴된다면 앞으로의 가능성은 매우 높다고 전망할 수 있다.

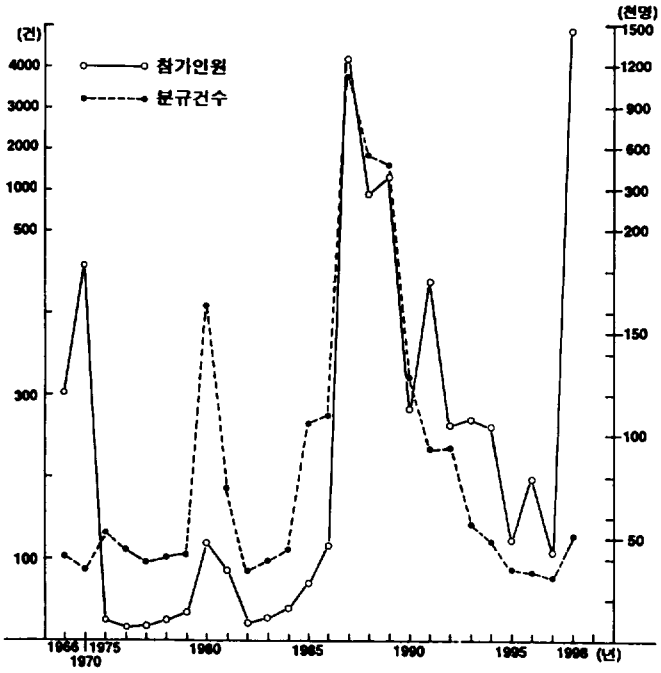
2. 한국경제의 문제점과 전망

1) 지속되는 노사문제

1986년 이후 순조롭게 성장해 온 한국의 경제는 1989년에 이르러 수출부진과 인플레이션 현상이 겹치면서 불균형이 초래되기 시작하였다. 이것은 지난 3년간 지속되어 온 압축성장에 대한 반동이라는 측면이 강하여 일종의 순환적 조정국면이라 지적되기도 했지만, 이와 더불어 산업부문이나 기업 나아가서는 한국사회가 지니는 여러 구조적인 문제점이 표면화된 점도 부인할 수 없는 사실이었다. 그러한 가운데

동남 아시아의 말레이시아, 태국 또는 중국으로부터 경제적인 추월을 당할 수 있다는 우려의 목소리도 각계 각층에서 높아졌다.

우리 나라의 산업 경쟁력을 저하시킨 주요 요인으로서는 먼저 노동분쟁과 임금상승을 지적할 수 있다([그림 3]). 특히, 1987년 6월 민주화 조치 이후의 노사분쟁은 거의 전국적인 차원에서 다발하는 양상을 보였다. 노동부의 노동통계연보에 따르면([그림 3]), 1986년에 276건이었던 노사분쟁의 발생건수는 1987년에 3,749건으로 무려 13배나 증가함으로써 최고 수위에 달한 것으로 나타난다. 그리고 1988년~1989년 사이에도 1,600여 건수가 발생하여 한국경제를 위협하는 수준까지 도달하였다. 더욱이 최근의 노동분쟁이나 노동시위의 큰 특징은 경찰관과의 무력충돌, 도로폐쇄 및 집단적 직장이탈 등 아주 과격하다는 점이다. 한동안 연이어서 나타났던 현대 중공업과 대우자동차 노동자들의 시위는 한 실례로 지적할 수 있을 것이다.



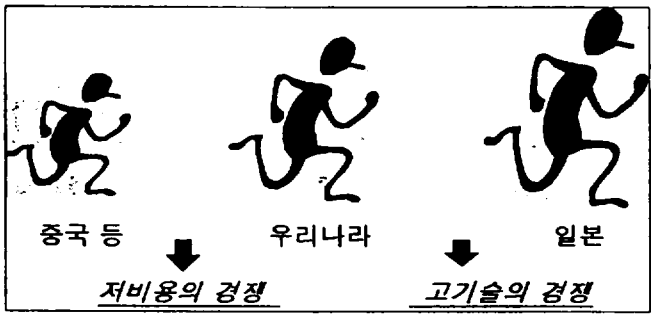
[그림 3] 국내 노동분규 건수 및 참가인원의 변화(1966~1998년)

(자료 : 통계청, 『한국 주요 경제지표』, 1999에 의해 작성.)

스트라이크에 의한 생산중단은 일과성에 그치는 것일지라도 노사간의 역학관계가 명확하게 드러나고, 그 결과로서 나타난 임금의 급격한 상승은 국가산업의 경쟁력을 한층 저하시키는 요인으로 작용하였다. 전 산업평균의 임금 상승률은 1988년 이후 거의 20%대에 가까운 높은 수치를 기록하였다. 민주화 조치 이후에 3년간(1987~1989년)에 걸쳐서 2배로 임금이 상승한 이후로, 한국사회의 경쟁력은 상대적으로 떨어질 수밖에 없었다. 그 동안 노동 생산성의 신장은 대략 20%대에 접근하고 있었기 때문에, 임금상승에 따른 생산성의 향상은 뒤따라갈 수 없는 사태가 지속되었다. 따라서, 앞으로 지속적인 발전을 위해서는 노사 모두가 보다 적극적이고 긍정적인 측면에서의 대응노력이 필요하다 할 것이다.

2) 기술력의 한계

노사문제와 병행하여 기술력의 부족문제도 크게 대두되고 있는 현실이다. 지금까지 한국은 세계가 놀랄 만한 템포로 수출제품의 부가가치를 높여 왔지만, 이미 지적한 바와 같이, 인건비의 급격한 상승으로 인해 앞으로의 국제시장에서는 기술 집약적인 제품으로 미국과 일본 등 선진국들의 제품과 경쟁해야만 하는 입장이 되었다. 바로, 이러한 점에서 한국 산업계의 기술기반은 너무나 미약하다는 평판을 듣지 않을 수 없는 것이다.



〔그림 4〕 한국 경제의 위치

(자료 : 이장우 · 김선홍, 『벤처기업의 현황과 발전방향』, 1998, p.17.)

〔그림 4〕는 한국경제가 처해 있는 현실을 아주 간단하면서도 명확하게 잘 표현하고 있다. 즉, 중국과 일본사이에 있는 한국은 일본과는 기술 개발면에서 상당히 뒤떨어져 있으며, 반면에 노동력이나 인건비의 문제에서는 중국을 앞지를 수 없는

긴박한 상황에 처해 있다[14]. 따라서, 현시점에서 일본산 제품보다 고급제품을 생산한다거나 혹은 중국산 제품보다도 저렴한 제품을 생산할 수 없는 입장이며, 더불어 한국은 나름대로의 독자적인 기술을 개발해야만 하는 어려운 입장에 놓여 있는 것이다.

여기서 기술이라 해도 여러 가지 측면이 있겠지만, 우리 나라의 경우 자주 지적되는 것은 품질관리를 포함한 생산기술 부문에서의 개선 여지가 높다는 점이다. 예를 들면, 한국산 가전제품은 1985년 엔화절상(엔고) 이후 대일 수출을 크게 신장시켰으나 일본내에서는 고장에 대한 불평건수가 많아졌을 뿐 아니라, 동시에 'NIES의 가전제품'의 이미지를 떨어뜨리는 결과를 가져왔다. 이와 비슷한 현상은 미국내의 자동차 판매에서도 나타났고, 미국 현지에서는 한국산 자동차가 「저소득자들의 자동차」라는 이미지가 정착될 정도로 매우 극단적이었다[15]. 이상의 두 가지 사례는 모두 품질이 좋지 않은 데서 나타난 현상인 것이다.

또 다른 약점의 하나로 지적할 수 있는 것은 부품산업과 부품제조기술의 부족이라 할 수 있다. 정부는 경제성장을 보다 빠르게 실현하기 위해 부품과 설비 등을 일본으로부터 수입하여 조립한다는 전략을 취해 왔다. 아울러 부품의 국산화도 재벌기업들이 서로 경쟁적으로 실행해 왔기 때문에, 기술력이 있는 부품 메이커(특히, 중소기업들)를 육성할 수 있는 기회를 잃어 버렸다. 이러한 점은 아시아 NIES 가운데에서도 중소기업층이 아주 두터운 타이완과는 큰 대조를 보이고 있다.

이와 같은 배경하에서, 정부와 재계에서는 자주적 기술확보가 중요하다는 사실을 인식하게 되었고, 정부는 GNP에 점하는 과학기술에 대한 투자비율을 1990년 시점의 2.24%에서 2001년에는 5%선까지 확대시키려는 의욕적인 목표를 내걸었다. 그리고 당시 과학기술부는 고품위 텔레비전, 전기 자동차, 고밀도 반도체 등 개발을 목표로 하는 G 7 프로젝트를 내걸기도 하였다. 특히, 액정화면 개발과 같은 개발 프로젝트는 산업자원부가 주축이 되어 시행되었는데, 결국 일본 모델의 연구그룹을 조직함으로써 개발에 성공하게 되었다.

나아가, 자주적인 기술개발과 함께 해외로부터의 기술도입도 활발히 이루어지고

14) 이장우 · 김선홍, 벤처기업의 현황과 발전방향, 산업자원부 · 벤처기업협회, 1998, p.16.
15) 日本經濟新聞社 編, 前揭書, p.75.

있다. 한국의 기술도입의 상대국은 수년간 그 건수에서 보면, 일본이 40~50%로 가장 높게 나타나는데, 이것은 일본기술에 대한 선호도가 그 만큼 높은 것이라 할 수 있다. 최근에는 러시아로부터도 과학기술 교류에 대한 교섭을 계속 진행하고 있으며, 그 결과 과학자의 교환이나 우주항공 산업에서의 협력 등도 점진적으로 구체화되는 단계로 진입하고 있다.

3) 재벌적 경영체제의 한계

한국경제의 미래를 진단하고 전망하는 경우에 항상 피할 수 없는 것이 재벌의 존재라 할 수 있을 것이다. 그 동안 한국의 고도경제성장을 주도적으로 이끌어 온 것은 현대, 삼성, 대우, LG, SK 그룹 등과 같은 재벌기업들이라는 점을 부인할 수는 없다. 그러나 이 배경에는 정부의 강력한 지원, 즉 자금이나 인재, 또는 자원을 재벌위주의 편향적인 분배로 실행해 왔다는 사실이 내재되어 있다. 그렇기 때문에 정부가 주도하는 산업정책은 성공적으로 실현할 수 있었던 것이다. 결과적으로 볼 때, 기업간 시설의 중복투자를 비롯하여 중소기업의 육성 등은 크게 실패하게 되었고, 더욱이 정경유착이라는 고질적인 병폐속에서 벗어나지 못한 결과, 1997년 12월에는 급기야 IMF의 구제금융체제라는 국가적인 위기상황을 맞게 된 것이다[16]. 특히, 그 동안 정부가 진행하려 하던 산업구조조정은 재벌과의 이해충돌로 빈번히 무산되어 왔다. 이러한 상황은 앞으로도 한국경제의 방향을 진단하는 데에 항상 주목하며 지켜보아야 할 부분이라 하겠다.

정부는 1990년에 재벌의 전문화정책을 제시하였다. 말하자면, 재벌마다 주력사업 업종을 2~3개로 한정하는 대신에 금융면에서의 혜택을 제공함으로써, 결과적으로 국가적인 차원에서 경쟁력 있는 산업을 육성하려고 하였던 것이다.

우리 나라의 주요 기업들은 그 동안 거의 맹렬적이다 싶을 정도로 세계시장에서 상품을 판매해 왔다. 한편, 선진국가로부터는 국내시장의 높은 무역장벽을 철회하라는 비난의 목소리도 많이 쏟아졌다. 가령, 1990년 중반까지도 일본산 자동차와 가전제품의 수입이 금지되고 있던 사실은 하나의 상징적인 예로서 지적할 수 있을 것이다. 그러나 시대의 흐름을 역행할 수 없듯이, 1999년 시점에서 이미 부분적인

16) 송호근, IMF 사태를 겪는 한 지식인의 변명 — 또 하나의 기적을 향한 젊은 시련—, 나남출판, 1998, p.53.

수입허가조치가 취해짐으로써, 앞으로 국내시장에서도 외국산 자동차나 가전제품 등 많은 제품들이 치열한 경쟁을 벌이게 될 전망이다.

아울러, 인접지역과의 경제권을 구축하는 일도 상당히 중요한 일이며, 그와 동시에 국내시장에 대한 완전개방을 전제로 충분히 대비하고 있어야만 할 것이다. 이처럼 어려운 시기야말로 한국경제력의 진정한 면모를 새롭게 선보이며, 전세계를 향해 다시 한번 일어설 수 있는 전환점이 되어야 할 것이라 생각된다.

4) 새로운 경제적 파트너의 모색

앞으로 우리 나라는 인접국가와의 경제교류를 어떻게 진행시켜 나갈 것인지가 중요한 과제로 부상되고 있다. 예를 들면, 1980년대 중반까지 지속적으로 행해지던 일본의 직접투자는 1980년대 말부터 급격히 감소하였고, 그 대신 값싼 노동력을 찾아 동남 아시아나 중국으로 투자하기에 이르렀다[17]. 일본 기업측에서 보면, 생산비용이 높은 한국에서는 더 이상 투자의 가치가 없어진 것이다. 이와는 반대로, 동남 아시아로부터 일본 국내로 향하는 수출량도 확대되면서 동남 아시아와 일본 사이는 자연발생적인 경제권이 형성되는 가운데, 우리 나라는 한동안 고립되는 상황을 맞기도 하였다.

1993년 8월에 미국, 캐나다, 멕시코 3국이 NAFTA(북미자유무역협정)를 체결하면서 한국은 다시 한번 큰 타격을 입게 되었다. 한국의 입장에서는 가장 큰 시장인 미국으로의 수출이 멕시코에게 완전히 빼앗기는 상황으로 이어질 수도 있었다. 그 당시, 일부에서는 우리 한국도 NAFTA에 가입해야 한다는 의견이 제시되었고, 다른 한편으로는 아세안자유무역권(AFTA)에 가입하려는 움직임도 있었으나 실현되지는 않았다. 나아가 1992년 8월에 국교를 맺은 중국과 경제권을 만들자는 주장도 있었다. 이처럼 세계냉전체제가 붕괴한 이후에 주변지역의 경제적 동향은 크게 변화하였으며, 그 결과 새로운 경제적 파트너를 찾아야 하는 것도 가까운 미래에 경제대국을 건설하기 위한 중요한 사안이 되고 있다.

17) 박삼옥, 전게서, p.418.

3. 지식기반산업의 육성과 방향

1) 정보와 지식사회의 도래

20C 말에 이르면서 세계화(Globalization), 또는 지구촌(화)(Global Village)이라는 용어가 자주 입에 오르내리는가 하면, 다른 한편에서는 정보화 사회(Informatization Society) 혹은 지식 사회(Knowledge Society)라는 용어가 완전히 정착되어 생활속의 중요한 개념으로 자리잡고 있다. 과연 이들 용어가 진정으로 뜻하는 바는 무엇일까.

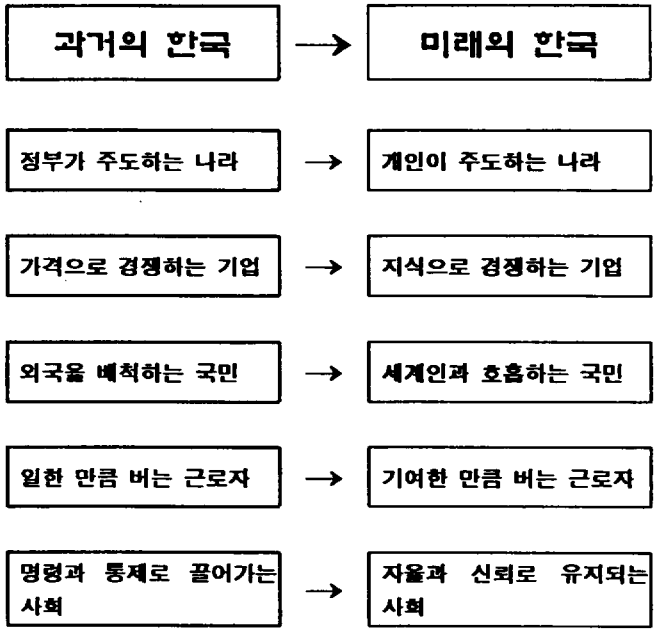
여기서 한가지 중요한 사실은 세계화 혹은 지구촌(화) 시대가 점점 심화되면서, 21C에는 우리사회의 모든 부분이나 개인적 삶이 정보나 지식을 바탕으로 이루어지게 된다는 점이다. 결국, 정보와 지식은 어떠한 배경에서 중요하고, 또한 어떠한 형태로 우리들에게 다가오게 되는가. 그리고, 과연 21C에는 우리의 사회와 삶이 지식경영을 통해 윤택해지고 풍요로워질 수 있는가. 이러한 점들은 특히 1997년 이후 경제위기를 맞고 있는 한국사회가 주시해야 할 중요한 사안이라 할 수 있을 것이다.

매일경제신문사에서 발행된 『부즈 앨런 앤드 해밀턴 한국보고서』는 1970년대 이후 '수출주도'로 성장해 온 한국의 경제가 21C에는 '지식주도'의 성장으로 전환해야 한다고 주장하면서 동시에 '지식격차를 해소하지 않으면, 한국은 절대로 일등국가가 될 수 없다'고 단언하고 있다[18]. 이에 대해서는 필자도 전적으로 동감하는 바이다. 그리고 동 보고서는 다음과 같은 중요한 사실들도 강조하고 있다. 즉, '21C에는 지식이 국가 경쟁력을 좌우'하며, '지식은 또 하나의 자원이 아니라 유일하게 중요한 자원'이라는 것이다[19].

이처럼, 21C의 한국경제가 지향해야 할 방향은 바로 지식을 기초로 한 지식산업의 육성에 있다는 점을 뒷받침하고 있다. 구체적으로, [그림 5]를 보면서 단계적으로 설명해 보기로 하자. 이 그림은 전술한 『한국보고서』에 제시된 것으로, 향후 한국, 한국인 및 한국사회가 지향해야 될 과제를 간단하게 정리한 것이다. 여기에는 앞으로 한국경제가 지향해야 할 단면이 그대로 포함되어 있음을 알 수 있다.

---

18) 매일경제신문사, 부즈·앨런 & 해밀턴 한국보고서, 매일경제신문사, 1997, p.15.
19) 매일경제신문사, 전게서, p.19.



〔그림 5〕 미래의 한국상

(자료 : 매일경제신문사, 『부즈·앨런 & 해밀턴 한국보고서』, 1997, p.28.)

두 번째 항목에서는 한국 기업들이 지향해야 할 과제를 아주 적절하게 표현하고 있다. 즉, 앞으로 한국의 기업들도 '가격으로 경쟁하는 기업'에서 탈피하여 '지식으로 경쟁하는 기업'으로 성장하는 탈바꿈이 필요하다는 것이다. 지식으로 경쟁하는 기업으로 거듭나기 위해서는 그 밑바탕을 다지는데 필요한 어마어마한 자본과 노력이 뒤따라야 함은 새삼 지적할 필요가 없을 것이다.

그리고 네 번째 항목에서는 앞으로 지식산업의 성장과 관련해서 지식인의 육성이 중요함을 강조하고 있다. 과거의 단순한 노동근로자는 지식산업의 핵심적 부문을 담당할 수 없는 존재가 되며, 개개인의 적극적인 사고와 능력을 최대한으로 발휘할 수 있는 지식근로자가 필요하다는 것이다. 그러므로 앞으로 국가차원은 물론 기업단위로도 지식창출을 위한 분위기 조성과 함께 지식을 기초로 한 고부가가치의 산업을 창출해 내지 못한다면, 21C 한국의 경쟁력은 떨어질 수밖에 없으며 한국의 장래도 어두워질 수밖에 없는 상황에 놓이게 되는 것이다. 이러한 현실을 반영이나

하듯이, IMF 구제금융 이후 각종 매스컴에서는 신지식과 신기술을 활용한 새로운 발명이나 상품생산에 대한 사례를 크게 보도하고 있다. 먼저, 가까운 예로서 개그맨 심형래에 의해 제작된 만화영화 '용가리'의 사례에서부터 간질치료제의 신기술을 개발한 SK(주), 국내최초로 항암제를 개발한 SK 케미칼(주), 비디오 인코더 기술을 개발한 삼성전자의 사례 등 모두가 신기술과 신지식을 발판으로 하여 탄생된 모범적인 모델로서 지적할 수 있는 것들이다.

정보와 신지식을 밑거름으로 삼는 지식기반산업(Knowledge-based Industry)은 우리의 사고를 조금만 전환하면, 의외로 손쉽게 찾아낼 수 있는 유형의 것들이 많다. 가령, 신기술을 이용한 환경 폐기물의 처리나 컴퓨터 합성기술을 통한 각종 만화 및 캐릭터 상품 제작 사업 등은 앞으로도 무궁무진하게 개발할 수 있는 분야라 지적할 수 있다. 중요한 사실은 미개척 분야일수록 새로운 지식과 기술이 절실히 요구되고 있다는 점이다.

2) 지식기반산업의 개념과 구분

최근의 여러 연구에 의하면 정보와 지식의 개념은 서로 다르며 이들에 대한 정확한 이해는 지식관련 유망 직종이나 지식기반산업을 이해하는 데에도 필요하다고 생각된다. 여기서 정보와 지식의 개념을 비교하여 정리해 보기로 하자.

먼저, 정보란 '의사결정의 주체가 필요에 의해 그 주체의 환경으로부터 얻어낸 사실들'을 말한다. 지식이란 '인간이 인식할 수 있는 사물의 실체, 또는 사물의 특성과 상태에 대한 서술적 명제를 알고 있는 것, 더불어서 인간의 욕구 해결이나 문제해결에 대한 방법을 알고 있는 것'이라 지적하고 있다[20]. 또 다른 연구에 의하면, '지식은 일하는 방법을 개선하거나, 새롭게 개발하거나 혹은 기존의 틀을 바꾸는 혁신을 단행해서 부가가치를 높이는 것'이라 정의하고 있다[21]. 물론, 후자의 경우는 학문적 차원의 정의라기 보다는 경제활동을 전제한 측면, 말하자면 경제적 측면의 지식이라 할 수 있을 것이다.

이상과 같은 정보와 지식의 정의를 바탕으로 지식기반산업(Knowledge-based Industry)을 정의하면, '기술과 정보를 포함한 지적능력과 아이디어를 이용하여

20) 김효근, 신지식인, 매일경제신문사, 1999, p.64.
21) 매일경제신문사, 전게서, p.21.

상품과 서비스의 부가가치를 향상시키거나 혹은 고부가가치의 지식 서비스를 제공하는 산업'이라 할 수 있으며, 이를 구체적으로 업종별로 분류하면 다음과 같다[22]. 그러나 이것은 어디까지나 지식을 최대한 활용할 수 있는 측면을 전제하여 구분한 것이기 때문에 절대적이라고 할 수는 없다.

1차 산업 : 첨단 기법을 이용한 작물재배, 축산, 양식업 등.
2차 산업 : 정밀화학, 메카트로닉스(기계, 전자기술의 융합), 전자정보통신, 정밀기기, 우주항공, 생물산업, 신소재, 원자력, 환경산업 등.
3차 산업 : 정보통신 서비스, 소프트웨어, 데이터베이스, 연구개발, 엔지니어링, 컨설팅, 교육 서비스, 방송, 문화, 광고, 디자인, 의료, 금융 보험 등.

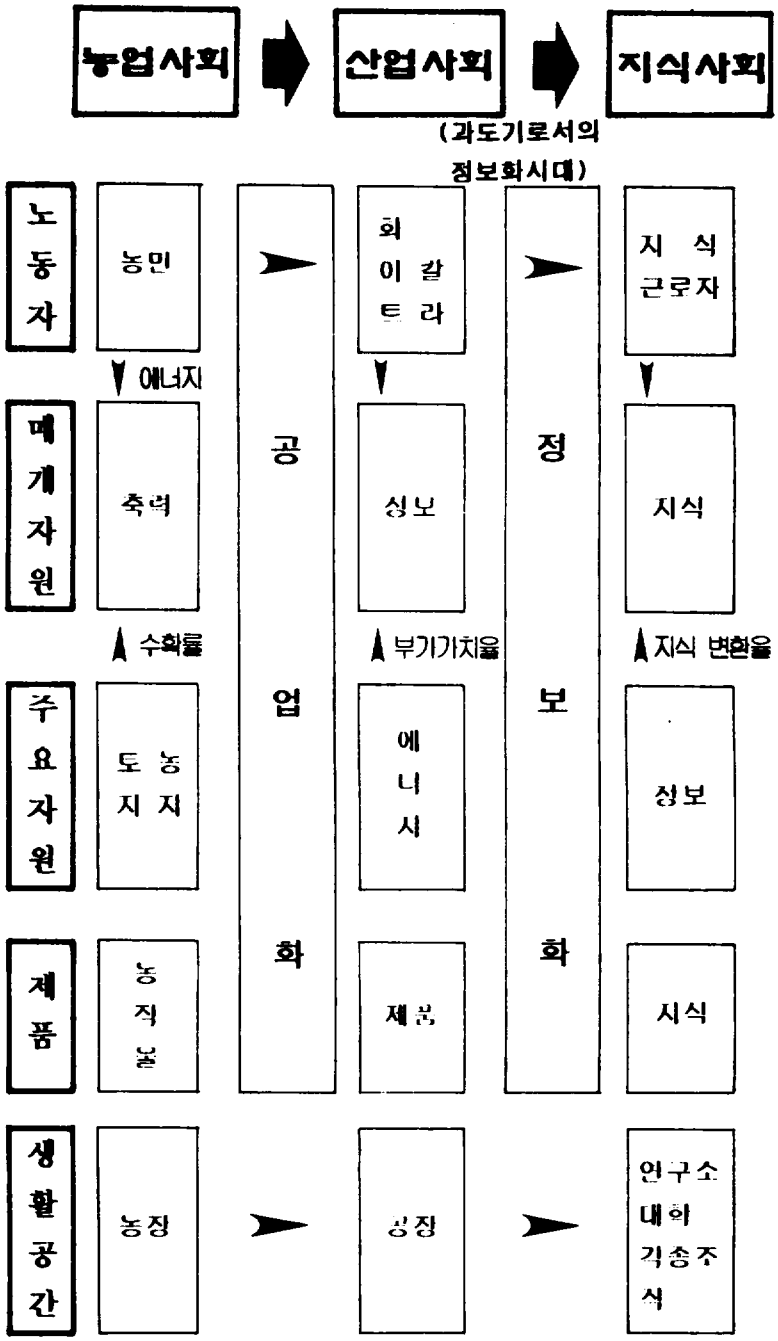
3) 지식사회의 경제활동

인류사회의 경제활동을 결과론적 측면에서 보면, 〔그림 6〕에서 보는 것처럼 농업사회에서 산업사회로, 그리고 산업사회에서 지식사회로 발전하며 성장해 왔다고 할 수 있다. 이 과정에서는 공업화와 정보화라는 물질적이고 정신적인 대변혁을 맞게 되었고, 그에 따라 여러 개별적인 요소들 즉 노동자, 매개자원, 주요자원, 제품 및 생활공간은 대단한 질적 변화의 파고를 거치는 상황에 놓이게 되었다.

결과적으로, 각 사회의 구성요소들은 그 시대가 요구하는 적절한 형태로 탈바꿈하게 되는데, 가령 농업사회의 노동자는 산업사회에서 화이트 컬러로 존재하였으나 미래의 지식사회에서는 지식근로자로 변신하게 된다. 주요 자원은 농업사회의 농경지에서 산업사회에는 에너지로, 그리고 지식사회에는 정보로 이행된다. 더불어서 생활공간도 농장에서 공장으로, 다시 여러 대학의 연구소나 각종 조직(단체)으로 변화함으로써 새로운 지식기반(Knowledge-based)의 경제활동을 전개할 수 있는 근거가 된다.

최근, 세계은행(World Bank)에서는 21C의 지식혁명의 시대를 맞아 제대로 적응하지 못한다면, 국가간의 격차는 더욱 크게 벌어질 수 있다고 경고하고 있다. 아울러 개발 도상국들에게는 〔그림 7〕과 같이, 국가지식 시스템을 구축할 것을 권

22) 김효근, 전게서, 1999, p.159.

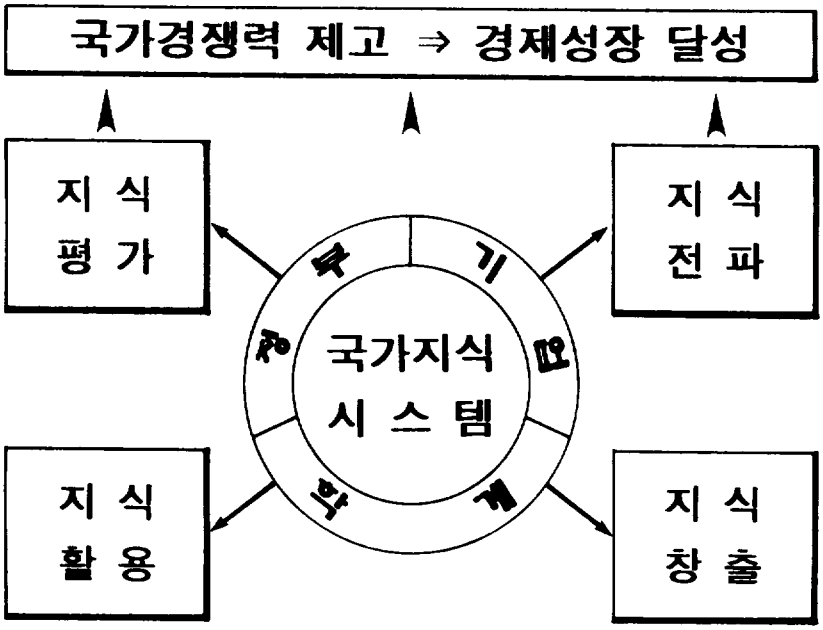


〔그림 6〕 경제 패러다임의 변천

(자료 : 매일경제 지식프로젝트팀, 『지식혁명보고서』, 1998, p.34에 의거하여 재구성)

고하고 있다[23]. 우리 한국도 세계은행의 권고를 유용한 충고로 삼아, 단계적이고 체계적인 구축방안을 수립해야 할 것으로 생각된다.

오늘날까지 한국경제의 성장과정에서는 '고비용 저효율' 체제라는 구조적인 문제가 항상 기저에 깔려 있었다. 이러한 문제점을 극복하기 위해서는 지식기반산업의 구축이 절대적으로 필요하며, 그 모태가 되는 지식산업은 바로 통신서비스 산업이라 할 수 있을 것이다[24].



〔그림 7〕 국가지식 시스템 구성도

(자료 : 매일경제 지식프로젝트팀, 『전게서』, p.239를 일부 수정.)

통신서비스 산업은 정보화를 촉진시키는 동시에 다른 산업의 생산성을 증대시키는 중요한 역할을 한다. 또한 우리 나라의 수출전략산업 중의 하나인 정보통신 기기산업의 성장에도 직접적으로 영향을 끼쳐 왔는데, 예를 들어 통신서비스산업의 부가가치를 기준으로 본다면 1990~1997년 사이에 연평균 15.2%나 성장한 고성

23) 매일경제 지식프로젝트팀 편, 지식혁명보고서, 매일경제신문사, 1998, p.239
24) 최용재, "정보통신서비스산업", 전자·정보산업의 발전전략, 산업연구원, 1999, pp.139- 165.

장 산업부문이기도 하다[25].

앞으로, 우리 나라는 물론 전세계적으로도 통신서비스 산업은 국제전화, 무선통신(특히, 이동전화), 인터넷 폰 및 인터넷 등의 사용확대로 엄청나게 빠른 속도로 성장하고 발달할 것으로 기대된다. 따라서, 세계의 통신서비스 산업의 시장규모도 1998년 이후 2013년까지 연평균 10.4% 정도로 성장할 것으로 전망하고 있다. 이러한 점을 감안하면, 한국의 통신서비스 산업부문도 동남 아시아를 비롯한 개발 도상국을 겨냥하여 시장개척과 사업수주에 대한 다각적인 노력이 요구된다고 하겠다.

V. 경제활동의 실태 : 사례적 접근

이 장에서는 경제현상에 따른 경제활동의 실태를 좀 더 구체적으로 접근해 보기로 한다. 여기에서는 개인과 기업이 같은 업종을 상대로 행하는 경제활동을 파악하기 위해 서울시 주유소의 확산과 그에 따른 문제점을 사례로 설정해 보았다.

이 주제를 통해서 최근 유류의 판매를 배경으로 초래되는 서울시내 주유소의 불균형적인 분포실태는 물론 주유소의 입지적 조건을 바탕으로 확산되는 공간적인 특성을 이해할 수 있으며, 또한 주유소 확산에 따른 문제점이 어떤 것인지를 바르게 인식할 수 있는 계기가 될 것이다.

1. 서울시의 주유소 분포실태와 특색

1,000만 명이 넘는 인구가 거주하는 대도시 서울은 유류 소비에서도 단연 전국 최고치를 기록한다. 먼저, 자동차 등록 현황을 보면 1998년 말 현재 219만 8,619대로 이미 2백만 대를 초과하여, 전국 자동차수(1천 469만 599대)의 거의 1/5에 가까운 보유량을 나타내고 있다. 이러한 자동차의 증가에 편승하여 해마다 주유소의 수도 급증하는 추세를 보이고 있다.

1999년 현재 서울시의 주유소는 총 839개소(영업소수)에 이른다(〈표 3〉). 이

25) 최용제, "전게 논문", p.140.

들을 다시 거래처별로 검토해 보면, SK정유(구, 유공) 310개(37.0%), LG정유(구, 호남정유) 251개(29.9%), 한화에너지 121개(14.4%), 쌍용정유 100개(11.9%), 현대정유 38개(4.5%)로 나타난다. 이상에서 알 수 있듯이, SK와 LG정유 계열이 강세를 보이는 가운데 한화와 쌍용계열이 그 뒤를 잇고 있는 상황이다. 그리고 조사시점에서 현대정유는 서울에서의 세력을 그다지 확보하지 못한 것으로 파악된다.

〈표 3〉 서울시 주유소의 연도별 변화

(단위 : 개소)

구 분	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1999
강 남 구	8	16	20	24	38	42	75	83
강 동 구	3	9	6	6	13	18	30	31
강 서 구	8	15	15	17	19	26	33	42
관 악 구	6	11	13	14	17	22	26	30
구로구/금천구	10	24	28	29	41	45	21/23	29/24
노 원 구	3	4	6	7	9	15	15	16
도봉구/강북구	13	19	21	25	29	33	17/23	24/28
동 대 문 구	11	15	15	13	19	25	33	36
마 포 구	9	7	12	10	17	12	20	23
동 작 구	10	12	13	13	17	16	16	19
서 대 문 구	16	10	16	15	16	18	22	24
서 초 구	11	12	23	29	33	38	47	57
성동구/광진구	22	20	22	27	29	43	30/30	33/33
성 북 구	13	16	15	14	19	28	29	33
송 파 구	4	15	20	20	21	30	49	59
양 천 구	6	2	8	12	8	22	31	36
영 등 포 구	19	29	32	30	39	34	40	52
용 산 구	23	23	36	32	32	38	25	26
은 평 구	10	20	15	18	18	23	31	38
종 로 구	14	17	12	12	17	17	12	16
중 구	16	23	23	24	22	29	18	20
중 랑 구	5	7	13	13	14	19	26	27
계	240	326	374	404	487	593	722	839

(자료 : 1985~1994년 : 서울시 업종별 전화 번호부, 1995년 : 서울시청 연료과 내부자료, 1999년 : 한국주요소협회(社團法人) 내부자료.)

한편, 일반적인 도소매업소나 그 외 서비스 업소와는 달리 주유소가 입지하는 데는 다음과 같은 장소적 특성을 선호하는 경향이 있다.

① 도로의 폭이 넓고 차량 통행량이 많은 지역.
② 배후에 아파트 단지가 위치하거나 기타 주택밀집(주거) 지역.
③ 앞으로 개발이 예상되는 지역이나 이벤트 행사 등을 통해 판매활동을 강화할 수 있는 지역.
④ 다른 정유사의 취약지역이거나 경쟁업체가 진출하지 않은 지역.

이상과 같은 주유소의 입지조건은 결국 많은 차량 운전자들이 운행중에 쉽게 눈에 띌 수 있는 장소인 동시에, 주기적으로 많은 소비자를 확보할 수 있는 장소로서의 특성을 내포하고 있다. 더욱이, 이상의 입지조건은 최근에 개업하는 신규 주유소들을 통하여 더욱 명확하게 확인할 수 있다.

서울시 25개 구 가운데 주유소가 가장 많이 분포하는 지역은 강남구로서, 총 83(1999년)개로 전체의 9.9%를 차지하고 있다. 반면에, 가장 주유소가 적은 구는 종로구와 중구로서 각각 16개(1.9%)와 20개(2.4%)가 분포하는 수준에 머무르고 있다. 이러한 사실은 전술한 바와 같이, 지역적 특성에 따른 입지적 조건이 크게 작용하기 때문에 차이가 발생하는 것으로 해석할 수 있다.

2. 주유소의 확산 원인

주유소 확산의 첫째 원인으로 지적할 수 있는 것은 자동차의 증가에 따른 석유수요의 증가이다. 1970~1980년대에 걸친 국가경제의 급속한 성장을 배경으로 자동차의 내수시장이 확대되면서 석유의 전체적인 수요량도 많아지게 되었다. 석유가 나지 않는 우리 나라에서는 중간과정에 위치하는 정유업체가 상당한 이윤을 취하면서 주유소 사업의 판도도 크게 변하는 현상을 가져왔다. 다시 말해, 1990년대 초까지는 주유소 설립에 대한 허가법규가 까다로운 관계로 인해 그 수는 지역별로 일정한 수준을 유지하고 있었고, 영업소 사이에서도 지금처럼 지나치게 경쟁을 벌이는 상황은 아니었다.

따라서, 두 번째의 이유로는 주유소 허가에 대한 기준이 대폭 완화되었기 때문이

라 할 수 있다(〈표 4〉). 특히, 1993년 11월부터 6개 대도시를 시작으로 주유소 거리제한에 대한 완화와 철폐가 단계적으로 이루어지면서 5대 정유사의 주유소 유치경쟁은 본격화되었다. 이와 같이 주유소 설치에 대한 규제 완화와 폐지 조치는 국제무역의 변화에 따른 국내 석유유통시장의 개방화와 깊게 연관되어 있다. 즉, 석유유통시장의 개방을 전제로, 그에 따른 국내 기업의 경쟁력 강화와 균형적 발전을 도모하기 위한 차원에서 주유소의 설치 제한규정을 단계적으로 완화하고 결국에는 폐지한 것이다. 특히, 이들 규제중에서 주유소 사이의 거리제한에 대한 관련규정의 폐지는 각 정유사가 유통시장의 확대를 목적으로 주유소의 직영화에 참여케 하는 계기를 제공하였다. 그러므로 각 정유사는 과잉 생산된 석유제품의 판매를 위해 여러 지역에 주유소를 확보해야만 하는 상황이 벌어지게 된 것이다. 그리고 그린벨트 지역내의 규제가 완화되어 주유소의 설립이 가능해진 점도 확산을 부추기는 배경이 되었다.

〈표 4〉 주유소 설치에 대한 관련법률의 개정과정

연 월 일	구 체 적 인 개 정 내 용
① 주유소 설치 관련법안 개정 내용	
1981. 3. 14	조정명령: 정유사에 의한 석유유통 시장의 과다점유 방지와 중소업체의 보호육성을 위해 제정
1991. 9. 1	조정명령 해제
1992. 4. 1	주유소 '상표 표시제' 실시
1993. 11. 15	6대 도시 주유소 설치 거리제한 완화 및 철폐
1995. 11. 15	전국 주유소 설치 거리제한 완전 폐지
② 주유소 설치에 대한 거리 제한 관련법률의 개정 내용	
1986. 11. 1	1,000m / 허가건수 24건
1989. 2. 11	700m / 허가건수 68건
1991. 11. 15	350m / 허가건수 251건
1993. 11. 15	6대 도시 거리 제한 없음
1995. 11. 15	전국 거리 제한 없음

(자료 : 서울시청 내부자료.)

1993년 주유소 설치에 관한 관계법령이 확정된 이후 신규 주유소가 급증한 것은 바로 이상과 같은 사실과 깊게 관련되어 있으며, 아울러 거의 같은 시기에 주유소 사업이 굉장한 수익사업이라는 인식이 널리 유포된 점도 확산에 많은 영향을 주었다고 할 수 있다.

3. 주유소의 확산에 따른 문제점

1) 지나친 경쟁체제의 유발

앞서 살펴본 바와 같이, 국가의 경제발전에 따른 자동차의 생산 증가는 한국의 석유 에너지에 대한 수요를 매년 증가시키는 결과를 가져왔다. 그러나 주유소가 지역별 석유 수요의 증가와는 전혀 관계없이 한정된 지역내에 필요 이상으로 들어선 결과, 주유소당 월 평균 판매 실적은 지속적으로 감소하는 기현상이 발생하게 된 것이다. 다시 말하면, 영업소간에 지나친 경쟁이 유발된 결과 동일 업종간의 이윤은 크게 감소할 수밖에 없는 극단적인 상황을 맞게 된 것이다.

영업소별 판매량이 급격히 감소함에 따라, 이미 일부 주유소들은 경쟁에서 견디지 못해 휴업하거나 폐업하고 있다. 그리고 일부 영업소의 경우는 경쟁체제에서 살아남기 위해 다른 영업소보다도 빠르게 리터 당 가격의 할인이나 질 높은 서비스의 제공(무료 세차, 친절 제공, 쿠폰제 도입, 기념품 및 사은품 제공 등)을 수시로 행하며 대처하고 있다. 이와 같은 경쟁적 체제에의 돌입은 정유사측의 시장 점유율을 높이기 위해 직영 주유소를 설치하면서부터 한층 가속화된 것이다.

막대한 자본력을 가진 재벌 정유사들이 주유소 사업으로 진출함으로 인해 자영 주유소들은 생계의 위협을 느낄 정도로 큰 위협을 받게 되었으며, 사회적으로는 잘못된 자본주의 시장논리가 한국사회를 지배한다는 의식을 확산시키는 결과까지 가져왔다. 아울러 각 영업소들은 보다 생산적인 경영전략은 외면한 채, 일시적인 상황변화에만 집착함으로써, 결국 소비자들에게는 국내 석유유통업계의 경제활동에 대한 부정적인 이미지를 안겨 주는 격이 되었다.

어떻든, 재벌 정유사들에 의한 주유소의 직영화와 대형화는 여러 부문의 국내 경제활동에서 초래되었던 고질적인 병폐가 재차 재현되는 듯한 인상을 강하게 심어

주고 있다. 그리고 앞으로의 상황변화에 따라서는 경영악화로 인해 초래되는 유통과정에서의 유가인상 등 소비자의 부담이 한층 가중될 수 있는 소지를 남기고 있다.

2) 안전성 문제와 환경오염의 유발

최근 대도시와 그 주변지역에서는 대형사고가 빈번히 발생하고 있다. 특히 도시가스시설이나 교각 등 사회간접시설들이 폭발하거나 붕괴되는 현실은 그 만큼 우리 사회가 안전에 대한 문제를 소홀히 생각하고 있다는 단적인 증거라 할 수 있다. 이러한 의미에서, 여러 주유소에서 취급되고 있는 유류에 대한 안전성과 오염문제가 우리 사회에 또 다른 사회문제로 등장할 가능성을 보여주고 있다.

주유소는 소방법 상 위험물 취급시설로 규정되어 있다. 서울시내의 위치하는 영업소에는 1개소 당 최소 500드럼 이상의 유류를 저장하고 있기 때문에 항상 철저한 안전관리가 요구되는 동시에, 특히 인구·주택 밀집지역이나 학교주변 지역 등 위험노출 지역은 당국의 관리와 감독이 끊임없이 뒤따라야만 할 것이다.

더불어 주유소를 경영하는 영업소 측에서는 유류저장 시설에 대한 정기적인 점검을 시행하여 최대한의 안전을 유지해야 하며, 평소의 주유시에도 불필요한 유류가 새지 않도록 함으로써 토양오염을 비롯한 기타 환경오염이 발생하지 않도록 노력하는 자세가 절실히 필요하다.

4. 앞으로의 전망

주유소의 입지와 확산은 단순히 유류의 유통과 판매권을 둘러싼 문제에만 국한되는 것이 아니다. 동시에, 주유소 설치에 대한 관련규정의 철폐도 소비자측의 편리성만을 전제로 하여 시행된 것이 아니다. 그러므로 주유소의 확산은 지금까지 생각지 못한 여러 사회문제를 만들어 내는 시발점이 되고 있는 것도 사실이다.

이러한 상황에서 볼 때, 앞으로 주유소의 입지와 확산은 일정한 범위와 수준을 기준으로 실행될 수 있는 별도의 조치가 필요하다고 하겠다. 또한, 이미 존재하는 개인별(자영업) 주유소와 재벌 정유사 소속의 주유소간 경쟁에 따른 사회적 손실이

나 지역적 손실도 최대한 줄일 수 있는 방안이 모색되어야 한다. 특히, 최근 우리 사회에서 지적되는 대재벌의 문어발식 확장사업은 강력히 저지되어야 할 것이며, 동시에 가족단위의 도소매업소나 중소기업이 피해를 입지 않도록 하는 방안도 적극적으로 검토되어야만 한다.

1999년 8월 현재 시점에서도 재벌 정유사 간에 치열한 주유소 확보 경쟁은 계속 진행중에 있으며, 그에 따른 개인적·지역적·사회적 문제도 점점 확산되고 있음을 우리 모두는 인식하고 있어야 할 것이다.

Ⅵ. 맺 음 말

이 글은 초등 사회과의 경제영역에 대한 내용을 한층 심화시키기 위한 차원에서 시도된 것으로서, 경제지리학적인 관점에서 몇 개의 기본개념을 바탕으로 경제현상과 경제활동의 특성에 초점을 맞추어 논의하였다.

이 글에서 예비교사들이 충분히 이해되어야 할 핵심적인 내용과 그 배경을 정리하여 맺음말로 삼고자 한다.

첫 번째는 경제순환과 경제의 서비스화이다. 경제순환은 경제현상을 이해하는데 가장 기본적인 개념이다. 따라서 기업이 상품을 생산하고 판매하는 과정과 소비자들의 소비활동, 기업과 가계에서 발생한 이익의 분배 등 경제의 기본적인 내용을 바탕으로 정리하였다. 아울러, 최근에 3차 산업의 거대화와 정보화의 진전에 따른 서비스의 개념 변화를 고려하여 선진사회에서 나타나는 서비스화의 특징을 요약하였다. 이들 내용을 토대로, 일상생활에서 끊임없이 일어나는 경제현상의 특성, 나아가 정보화가 경제의 흐름에 어떠한 영향을 미치고 있는지를 이해할 수 있을 것이다.

두 번째는 한국경제의 성장과 전망이다. 여기서는 1970년대 이후 한국이 고도경제성장을 달성하게 된 역사적인 배경과 더불어 성장과정에서 나타나는 여러 가지 특징과 문제점을 정리하였다. 오늘날의 한국 경제가 성장하게 된 배경이나 앞으로의 지속적인 발전 가능성에 대해 신중히 생각해 볼 수 있는 기회가 될 것이다. 특히 두 번째 주제에서는 최근 '신지식인'이라는 용어가 자주 회자되고 있듯이, 정보

화 사회에서 특징적으로 나타나는 지식기반산업의 개념과 지식사회에서의 경제활동에 대한 기본적인 내용을 간략하게나마 삽입하였다. 앞으로, 한국 경제의 세계화는 다름 아닌 지식기반산업의 성공여부에 달려 있다고 할 수 있을 것이다. 그러므로 비록 단편적인 내용이지만, 한국이 지식사회로 안착하기 위해서는 젊은 세대들의 노력이 필요함을 깨달아야 할 것이다.

세 번째는 경제현상과 경제활동에 대한 관련성의 이해이다. 이 주제에서는 경제현상 및 경제활동과 관련하여 구체적으로 이해의 폭을 넓힐 수 있도록 서울시내 주유소의 입지와 확산에 대한 내용을 선정하였다. 오늘날 자동차가 증가함에 따라 주유소도 우후죽순처럼 생겨나고 있다. 그러나 그 배경을 살펴보면, 나름대로 주유소를 둘러싼 치열한 기업간 경영전략과 개별 영업소들의 생존전략을 엿볼 수 있다. 또한 경제의 세계화 현상에 따라 실행된 사회적 제도의 모순점과 국내 유류업계의 비정상적인 경제활동의 일단면도 이해할 수 있다. 특히, 이 주제를 통해서는 자본주의하에서의 경제활동은 개인이나 기업이 동시에 자율적이며 적극적으로 행할 수 있는 행위이지만, 갑작스런 사회적 제도의 변화와 같은 시장의 원리를 무시한 인위적인 개입은 경제의 흐름에 큰 소용돌이를 일으킬 수도 있음을 깨달아야 할 것이다.

◈ 참 고 문 헌 ◈

교육부, 제7차 교육과정: 사회과 교육과정[별책 7], 교육부, 1998.

교육부, 초등학교 교육과정 해설(Ⅲ)—국어, 도덕, 사회—, 교육부, 1998.

김효근, 新지식인, 매일경제신문사, 1999.

매일경제신문사, 부즈·앨런 & 해밀턴 한국보고서, 매일경제신문사, 1997.

매일경제 지식프로젝트팀, 지식혁명보고서, 매일경제신문사, 1998.

박삼옥, 현대경제지리학, 아르케, 1999.

박상선, "IMF시대 국민의식개혁의 필요성과 초등 경제교육의 방향", 초등사회과교육, 제10집, 1998.

서울시, 서울시 업종별 전화 번호부(1985년판 및 1994년판)

서울시청, 「연료과 내부자료」, 1995.

송호근, IMF 사태를 겪는 한 지식인의 변명—또 하나의 기적을 향한 짧은 시련—, 나남출판, 1998.

이장우·김선홍, 벤처기업의 현황과 발전방향, 산업자원부·벤처기업협회, 1998.

이희연, 경제지리학(제2판), 법문사, 1996.

최용재, "정보통신서비스산업", 전자·정보산업의 발전전략, 산업연구원, 1999.

통계청, 한국의 사회지표, 통계청, 1998.

통계청, 한국 주요 경제지표, 통계청, 1999.

한국주요소협회(社), 「서울시 주유소협회 관련 내부자료」, 1999.

한주성, 경제지리학(제2판), 교학연구사, 1998.

McKinsey, Incorporated, 맥킨지보고서, 매일경제신문사, 1998.

赤羽孝之·山本 茂 編, 現代社會の地理學, 古今書院, 1989.