

特消稅 引下와 Audio 業界의 將來



이 중 선
泰光産業 電子營業部長

우리도 현실을 중시한 계획과 단계적인 발전을 도모할 수 있는 계획이 필요하다. 특히 부품업체를 육성한다는 것이 전제되어야 하며 경쟁국과 선진국에 필요이상의 선전 홍보로 상대국에 심한 경쟁의식을 불러 일으킬 필요가 있을까. 미국의 컬러 TV 수입규제를 위시하여 영국과 프랑스 등의 한국산 전자제품 수입규제는 우리 산업능력을 과대 평가하고 있는 실정이라 할 수 있겠다.

1984年 5月 1日 우리는 즐거운 소식을 접하게 되었다.

국내 Audio업계의 오랜 숙원이었던 특별 소비세 인하가 단행된 날이기 때문이다.

잠정세율 25%에서 2.5%로 세율이 조정됐으며 소비자 가격으로 22.5%가 인하된 것이다. 그동안 오디오 업계는 어려운 경영난에 봉착된 것으로 나타났으며 수출시장 또한 일본이나 대만 등에 밀려 고전한 것도 사실이다.

해외 경쟁력에서 밀리는 것은 당연한 것이라 생각한다. 내수 시장의 기반없이 해외 시장을 진출한다는 것은 참 어려운 일일 것이다.

이번 인하 조치는 업계는 물론 소비자들도 환영했다.

지난 2개월간 Audio업계 사상 유례없는 판매고를 올린 것으로 알고 있다. 인하의 폭만큼이나 효과가 컸던 것 같다.

영업 책임자로 이동한 후 재고가 없어 생산부서를 몰아부치는 신바람(?)을 맛보는 것은 처음 있는 일이었다. 아마 영업활동중 가장 신나는 것은 재고가 없을 정도의 판매고를 올렸을 때일 것이다.

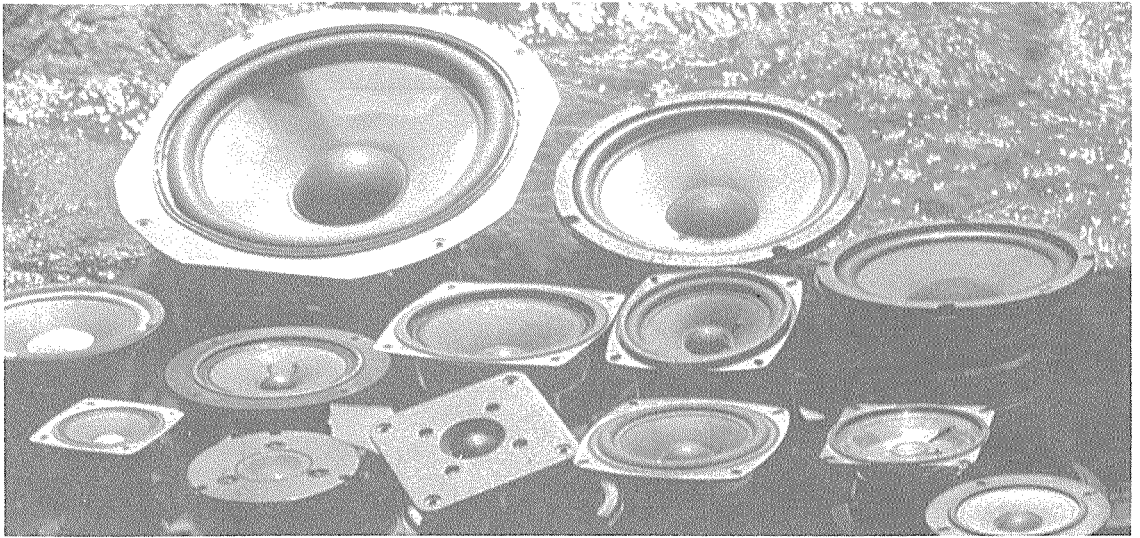
내수 전자시장 규모에 비해 오디오가 차지하는 비중은 아직도 별 것은 아니다.

오디오 산업의 초창기부터 많은 재벌들이 국내에는 市場性이 없다고 판단, 관여하지 않았고 별표전축 天一社(태광전자의 전신)와 두어 중소업체가 전문업체로서 위치를 굳혀 갔었으며, 소비자들도 오디오는 전문 업체를 찾는 경향이 두드러지게 나타나고 있다.

그러나 전자 공업의 규모있는 발전을 이룩하고 이를 통하여 국산화 촉진 및 국세수지 개선이 이행되기에는 앞으로 10여년 간은 가전제품 특히 음향기기의 수출이 촉진되어야 할 것이다.

음향기기는 품종이 다양하고 전문화가 가능하여 그 수요가 주로 선진국에 집중되어 있음을 볼 때 수출 전략 상품으로 가장 적합한 것이라 하겠다.

일본이 세계 전자시장의 50% 이상을 점유하



제품의 고급화로 해외시장에서 경쟁력을 길러 나아가야겠다.

고 있다. 이들이 20여 년의 짧은 기간에 세계시장을 석권할 수 있었다는 점에 우리는 주목해야 할 것이다.

미국은 물론 서구에서는 일반적으로 개인이 자기를 주장하는 현상이 강하다. 자신에게 할당된 일 외에는 관심이 없으므로 각 개인이 전문화되어 있고 社内の QC 활동에서도 이를 바탕으로 둔 품질관리 활동을 전개해 나아간다.

그러나 일본인은 수입을 올리기 위해 노력하는 동시에 작업을 통해 근로의 기쁨을 즐기려는 경향이 있으며 이를 그룹활동으로 정착시킨 것이 QC 씨클이다.

개인보다는 단체 행동을 좋아하는 국민성이 QC나 TQC 활동을 훌륭히 해낼 수 있는 여건이 된 것이다.

미국이나 서구에서도 일본의 품질관리를 연구, 이를 도입하려는 추세이다.

일본은 이러한 국민성에 기인하여 官主導 하에 차분한 계획과 재벌 기업들의 기술투자에 힘입어 오늘의 영광을 차지한 것이다.

우리도 현실을 중시한 계획과 단계적인 발전을 도모할 수 있는 계획이 필요하다. 특히 부품업체를 육성한다는 것이 전제되어야 하며 경쟁국과 선진국에 필요이상의 선전 홍보로 상대국에 심한 경쟁의식을 심어 줄 필요가 없다고 생각한다.

미국의 컬러 TV 수입규제를 위시하여 영국과

프랑스 등의 韓國産 전자제품 수입 규제는 우리 産業能力을 과대 평가하고 있는 실정이라 할 수 있겠다.

지난 수출 드라이브 정책에 편승한 홍보전략은 세계 속에 한국을 심는 데는 성공했지만 기술 축적의 결여, 알맹이 없는 외형 성장으로 덩핑 판정 등 보호주의 장벽을 더욱 두텁게 만들어 놓았다.

내실을 다지는 성장, 부단한 신기술 개발, 제품의 고급화, 철저한 품질관리 등으로 해외 시장에서 경쟁력을 길러 나아가야겠다.

特消稅 引下로 인한 내수 오디오 경기가 크게 부양되리라는 것은 아직은 미지수이다.

컬러TV 보급률도 이제 50%를 넘어서는 실정이고 VTR 또한 초기 단계이기에 낙관적인 것만은 아닌 것 같다.

그러나 特消稅 引下로 무분별하게 난무했던 電子市場의 Audio 製品의 거래가 메이커 위주로 대체된 점은 바람직한 것으로 평가할 수 있겠다.

Audio는 대중문화의 매개체로 국민정서 생활의 한 방편으로 생활중에 큰 비중을 차지하게 된 것이다.

선진국에서는 Audio Video를 결합한 AV System시대에 돌입했다.

Audio업계도 AV시대에 대비한 신제품 개발로 내수 시장은 물론 해외시장 개척에 눈을 돌려야 할 것이다.