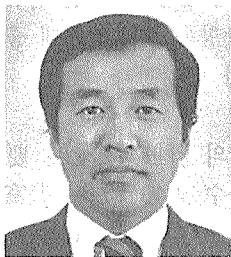


# 輸出戰略 産業으로서의 家電産業의 位置



具 滋 洪  
(株)金星社 海外事業本部長/專務理事

우리나라는 아직까지  
설계 및 핵심부품 기술이  
미비한 실정이기 때문에 '90년대에는  
학계나 연구소를 통해 기초 설계기술의  
집중적인 개발이 요구되고 가전산업의  
추세가 위성 컴퓨터 등과 같은  
산업용 기기와 연계한 시스템이  
개발되고 있어 인력 개발에도  
주력해야 할 것이다.

## 1. 序 言

가전산업을 포함한 우리나라 電子産業은 1970년대까지 勞動集約型으로 양적인 급신장을 이룩해 왔으며 1980년대에 들어와 국내외 여건의 변화로 成長 持續化를 위해서는 이른바 技術集約型으로의 構造 高度化가 요구됐다.

이에 전자진흥기금 造成, 특정 연구개발 자금 支援 등의 정책에 힘입은 民間投資와 기업의 연구개발 活性化에 따라 기술집약 제품의 생산비중이 크게 提高되어 지속적으로 생산과 수출을 성장시켜 왔다.

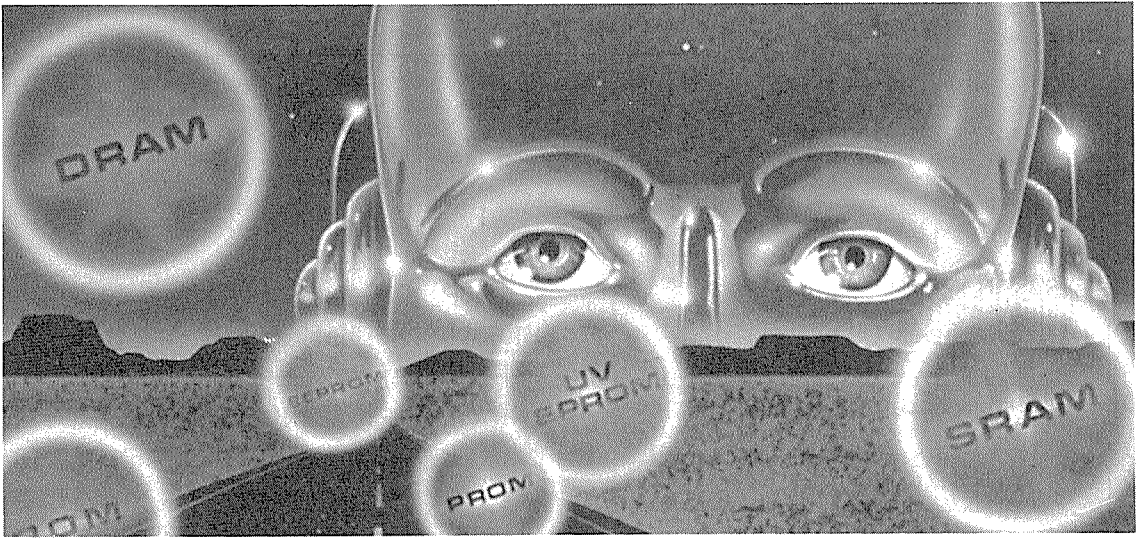
그러나 최근의 급격한 국내외적인 輸出環境의 변화가 일고 있고 또한 輸出與件이 악화의 조짐을 보이면서 과거 타 경쟁국에 비해 比較 優位를 점하고 있던 가전산업은 환경변화에 적절한 對應戰略을 수립해야 할 시점위에 서있다.

이러한 對應戰略을 수립하기 위해서는 먼저 輸出戰略 産業으로서 가전산업의 位相把握이 선행되어야 할 것이기에 이 글에서는 현재 가전환경의 변화를 배경으로 한국 가전산업의 發展과 現況, 나아가 세계 가전업계의 推移를 考察하면서 향후 전망과 과제를 提示하고자 한다.

## 2. 世界 家電業界 現況

세계 家電市場 규모(총수요)는 표 1을 볼 때 전자시장 對比 약 11~12%의 비중을 '84년부터 줄곧 차지하여 온 것을 알 수 있다. 향후 '91년에 9%로 떨어지는 것으로 예상되고 있는 것은 電子産業 분야의 他 부문 즉, 情報通信의 산업용 전자기기 등 비중이 가전에 비해 상대적으로 커질 것을 암시하고 있다.

그럼에도 불구하고, 세계 가전 總需要는 500억 달러가 넘는 시장으로 '88년 우리나라 總輸出이 607억 달러임을 감안할 때 엄청난 시장임



가전산업에 있어서 지속적인 성장유지와 신제품의 개발은 주어진 또 하나의 과제이다.

을 알 수 있다.

또한 세계 가전 업계의 특징으로는 다음과 같다.

첫째, Global Competition의 치열함을 들 수 있다. 기업간 경쟁이 個別市場에서 獨自的으로 일어나지 않고 전세계 시장을 상대로 상호 연결되어 일어나고 凡世界的으로 원자재 調達, 제품開發, 생산 및 판매 등이 상호 統合된 형태로 수행된다.

둘째, 生産工程의 분리로서 가전산업의 생산 공정은 서로 다른 요소 集約度를 가진다. 즉, R & D 集約的인 제품설계 단계, 資本 集約的인 부품생산 단계, 勞動集約的인 조립생산 단계 등 3단계로 구성되며, 따라서 工程間 국제분업이 활발하게 이루어지고 있다.

셋째, 市場集中化 현상으로 미국, 유럽, 일본 등의 선진국 시장이 全體需要의 80% 이상을 차지하고 있다.

### 3. 韓國 家電産業의 發展과 現況

급변하는 세계 家電環境의 흐름속에 한국 家電輸出이 어떻게 대응해 왔는가를 인식, 점검해 보는 것은 향후 대응방향을 설정하는데 중요한 요소가 될 수 있으리라 생각한다.

#### 가. 韓國 家電産業의 發展과 發展 要因

'70년대 중반에는 우수 人力資源이 豊富하였고 외국인 投資企業의 유치, 정부차원의 輸出增大 지원 정책에 힘입어 비교적 단순한 제품의 組立, 생산 수출로 急速한 성장을 이루었으나 '70년대 후반 들어서 世界經濟의 저성장, 新保護貿易主義의 팽배, 인플레이에 의한 價格競爭力 약화 등 環境變化의 영향으로 고도성장이 둔화되기 시작함에 따라 '80년대에는 기술입국 지향 政策, 勞動集約的인 산업에서 技術集約的인 産業으로의 발전기반을 구축하여 新 성장 선두사

表 1 世界 家電業界 規模

(단위 : 억달러)

구 분	'84	'85	'86	'87	'88	신장률 ('84~'88)	'91 예상
세계 전자	3,455	3,725	4,417	4,625	4,917	9.2%	5,655
세계 가전	408	418	509	523	528	6.7%	533
가전비중	11%	11%	12%	11%	11%		9%

(자료 : Mckintosh Year Book 85~88)

업으로 가전을 비롯한 전자 산업이 급속히 浮上되어 왔다.

이와 같은 한국 가전산업의 急速한 발전은 첫째, 技術革新에 의한 세계시장의 持續的 확대, 둘째, 정부의 政策的 발전환경의 造成에 기인하는데, 이를 세부적으로 보면 尖端産業에 대한 內國稅 輕減, 기술개발 선도 품목에 特別消費制 제도의 潛定 稅率制의 도입, 특별 연구 제도의 도입, 기술개발, 人力擴充과 개발자금 지원 확대 등을 들 수 있고, 셋째, 기업의 현명하고도 과감한 經營戰略으로 기업부설 연구소 및 연구조합 結成, 선진기술도입 活性化, 민간 투자 擴大 등 이상 3가지 요인에 의해 이루어져 왔다고 설명할 수 있다.

## 나. 韓國 家電 輸出의 現況

### (1) 輸出與件의 악화

현재 국내외적으로 수출 여건은 우리에게 불리하게 전개되고 있는 것이 사실이다. 주요인으로 보면 선진국의 貿易規制, 원貨 切上, 勞使紛糾 및 賃金 引上 등이라 할 수 있다.

첫째, 무역규제 관련 한국 가전제품의 최대 시장인 미국과 EC 지역이 한국 제품의 유입을 막기 위해 갖가지 규제 장치를 마련하고 있어 그동안의 저가 위주의 物量攻勢가 벽에 부딪치고 있다.

최근 EC 집행위는 對韓 輸入規制를 국별 QUOTA 반덤핑조사에 따른 잠정 덤핑關稅 부과, 緊急輸入 制限 등 직접규제의 차원을 넘어, 다른 나라에서 부품을 들여와 組立, 販賣하는 경우에도 迂迴輸出 방지 관세를 부과하는 등 間接規制도 강화, 輸出障壁을 더욱 높게 하고 있다.

둘째, 원貨 切上 문제이다. 원貨의 切上은 절상분이 먼저 수출가격에 전가되어 수출단가 인상을 초래하여 이에 따른 輸出物量의 감소가 1~2년의 시차를 두고 나타난다. 그리고 절상분중 수출단가에 반영되지 못한 부분은 수출기업의 採算性 악화의 원인이 된다.

우리나라의 원貨는 Dollar에 대해서 '85년 이래 지속적으로 절상되어 대미 競爭力이 약화

되어 왔으며 대만, 일본에 대해서도 '87년 4/4 분기를 고비로 약화되고 있다. 換率 引下에 따른 본격적인 輸出鈍化는 앞으로 1~2년간에 걸쳐 그 본격적인 효과를 나타낼 것으로 예상된다.

셋째, 勞使紛糾과 그에 따른 賃金引上 문제이다. '80년대 중반이후 점차 심화되기 시작한 노사분규로 대변되는 勞動運動의 양상이 장기화, 대형화, 조직화되고 있어 산업계 뿐만 아니라 경제전반에 걸쳐 커다란 타격을 주고 있다. 금년 1/4분기 중의 분규 건수가 지난해 같은 기간에 비해 대폭적으로 급증하고 있는 가운데 4~5월중 賃金妥結 대상업체의 80% 이상이 賃金協商에 들어감으로써 노사분규는 임금인상 요인으로 이미 경제계의 최대현안으로 등장하고 있다.

### (2) 韓國 家電産業의 國際化

韓國 家電産業의 輸出規模는 <表 2>에서 나타난 바와 같다. 여기에서 '84년~'88년간의 한국 가전수출의 연평균 伸張率 38.4%는 세계 가전수출 연평균 伸張率 6.7%에 비해 5배 이상, 한국 總輸出 伸張率의 거의 2배에 달하는 높은 伸張率을 기록하였음을 알 수 있다.

또한 韓國 家電輸出의 世界 家電輸出 對比(B/A), 韓國 總輸出 對比(B/C) 비중은 '85년 이래 각각 점차적으로 늘어나는 추세임을 볼 수 있다.

이렇듯 놀라운 급성장을 이룬 한국기업은 주로 비용상의 우위(cost leader ship)를 바탕으로 Low-End Market Segment를 주요 대상으로 하는 Global Specialist로서 성숙기 제품중에서 선진국들이 도외시하는 市場部門에서 치열한 價格競爭을 벌여 왔다.

韓國 家電業體의 海外進出 요인으로는 국내 시장의 競爭構造, 선두기업의 海外進出의 상대적 優位性 除去 등의 국내시장 요인과 선진국의 市場規模가 크다는 것, Low-End Market Segment를 대상으로 비교적 진입장벽이 낮다는 해외시장 요인이 있다.

또한 국제화의 형태적인 면에서 볼 때 한국기업은 Leader와 Follower간의 進出視差가 매

表 2 韓國 家電産業의 輸出 規模

(단위 : 백만달러)

구 분	'84	'85	'86	'87	'88	신장률('84~'88)
세계가전수출(A)	40,800	41,800	50,900	52,300	52,800	6.7%
한국가전수출(B)	1,722	1,729	2,963	4,665	6,310	38.4%
한국총수출(C)	29,245	30,283	34,714	47,281	60,696	20.0%
B / C	5.9%	5.7%	8.5%	9.9%	10.4%	
B / A	4.2%	4.1%	5.8%	8.9%	12.0%	

(자료 : 한국은행 「신국민계정」, 1987)

우 적다는 것, 해외 Marketing Network 분포, 제품시장이 유사하다는 특징을 갖고 있다.

D 전략과 신제품 開發戰略, 경영관리의 합리화 등 3 가지로 크게 요약할 수 있다.

#### 다. 環境 變化에 따른 日本 業界의 對應 方向

세계 가전업계를 살펴보면 '70년대의 급격한 轉換期를 적극적으로 대처했던 일본의 對應 方向은 우리가 주의깊게 관찰해야 할 Model로서 평가되고 있다.

시대별로 대별해 살펴보기로 한다.

'60년대에는 값싼 勞動力, 소비 구조의 高度化에 따른 大量消費, 기술도입의 容易 및 무역 환경의 良好 등의 요인으로 전자공업의 급성장을 이루었다.

이에 일본업계는 대량 생산체제 구축을 위한 설비 투자와 대량 판매 System을 추구하고 수출 중심의 해외 전략을 수립하였다. Oil Shock, 선진국의 輸入規制 深化, 선진국의 技術保護, 政策強化 등으로 요약되는 '70년대의 전환기를 맞아 일본업계는 성력화, 생산공정의 합리화로 原價節減, 과감한 R & D 투자에 의한 高附加價值 제품의 추구하고 수출과 현지생산의 병행을 추진하였다.

'80년대로 들어서면서 급격한 円高로 인한 對外競爭力 저하, 市場開放 壓力 가중으로 저성장기를 맞이하자 일본업계는 産業用 위주의 산업구조 개편, 收益性 위주의 經營體質 전환, 자동화, C & C화, System화, 과감한 현지 생산 등으로 무역 환경변화에 대처하고 있다.

종합해 볼 때 2차례의 Oil Shock와 円高를 거치는 '70년대 및 '80년대의 수출 변동기를 극복한 일본기업의 對應戰略은 무역마찰 극복을 위한 국제화 전략, 부가가치 제고를 위한 R &

#### 4. 海外投資 및 進出 方案

海外投資는 기업의 국제화의 한단계로서 과거 생산을 국내에서 하고 단순히 상품만을 수출하는 단계에서 한걸음 더 나아가 해외의 現地企業에 대한 技術提供, 技術提携, 해외 현지기업과의 合作投資, 현지 생산시설의 單獨設立, 해외기업의 매입을 하는 형태를 말한다.

여기서는 한국의 해외투자에 대한 環境의 變化와 그에 대한 進出方案에 대해 논의하고자 한다.

##### 가. 韓國의 海外投資 環境

해외투자는 賃金上昇, 原料 切上에 따른 국제경쟁력 약화를 극복하고 保護貿易 障壁의 극복, 기업의 국제화에 기여, 부족한 자원의 장기 안정적 確保 등 필요성에 의해 적극적으로 추진되고 있다.

대내적으로 黑字基調, 장기적 국제수지 達成, 국제경제의 比較優位 구조의 변화로 인해 국내의 가전기업과 같은 비교 우위 상실, 산업군내의 기업경쟁력 유지를 위한 開途國으로의 해외 투자의 필요성이 증대되고 있고 대외적으로는 동남아, 중남미 등의 開途國이 자체 개발을 위해 외국인 투자를 유치하려는 동향이 뚜렷해지는 추세이다.

또한 최근 선진국 및 선진 업체들을 중심으로 현지생산, 현지판매로써 동일한 조건(생산요소)아래서 生産販賣하려는 戰略 즉, 세계의 Block화 현상이 대두되고 있는 바, 아직 技術

水準이 낮은 한국업체의 경우 上記의 戰略 推進時 선진업체와의 경쟁에서 이길 수 없기 때문에 迂廻輸出戰略을 단기적으로 운용해야 하며 완전한 Block화가 되었을 때 현지 생산시 경쟁에서 이길 수 있는 힘을 배양하여야 한다.

#### 나. 海外投資의 進出 方案

우리경제는 '86년에 國際收支 黑字 元年을 맞이한 이후 경상수지 흑자가 정착되고 있다. 따라서 해외부문 通貨增發에 따른 物價 安定基調가 흔들리고 대외 통상마찰의 심화에 따른 시장개방 및 원貨 切上壓力이 가중되고 있는 바, 국제수지 黑字轉換과 함께 종래의 소극적인 海外投資 정책으로부터 黑字財源 활용을 위한 積極的이고 능동적인 정책으로 전환되어야 할 시점에 이르렀다.

구체적으로 진출동기별 진출방안에 대해 살펴보기로 한다.

첫째, A/D 회의전략으로 진출동기가 선진국의 貿易障壁인 경우 기업특유의 獨占的 우위가 없을 때 迂廻輸出을 추진하되 현지투자를 무역규제 국가와의 협상의 도구로 사용하여 무역규제의 정도에 따라 현지에 가능한 한 소규모 투자를 하도록 한다.

그러나 迂廻輸出은 장기대책이 될 수 없으므로 지속적인 연구 開發投資로 독점적 우위를 확보, 현지 투자를 해야할 상황에 대비하는 것이 바람직하다.

둘째, 경쟁력 確保戰略으로 진출동기가 원가 경쟁력의 상실인 경우(경쟁력 확보전략) 일반적으로 동남아와 같은 Low-Cost 지역의 투자환경이 양호하며 후진국의 특성상 J/V 추진이 보다 효과적이고 J/V추진시 가능한한 Majority를 갖는 것이 유리하다.

셋째, 판매극대화 전략으로 進出動機가 高關稅 또는 수입금지인 경우(판매 극대화 전략) 현지국가 판매를 위한 투자시 대부분 100% 투자가 허용되지 않기 때문에 J/V를 추진하는 것이 효과적이고 J/V 추진시 외국인이 Majority를 갖는 것이 대부분 허용되지 않으나 별도의 방안 등을 강구하여 Majority를 갖도록 한

다.

이상에서, 향후, 海外投資는 先進國, 開途國 그리고 未修交國들로 나누어 그 특수성을 고려하여 추진해야 하며 家電産業과 같은 比較優位를 잃어가고 있는 資源集約的이거나 勞動集約的인 분야에서는 對 開途國 직접투자의 길을 모색 또는 자유 무역시대를 이용하여 투자하는 것이 바람직할 것이다.

### 5. 韓國 家電産業의 展望과 課題

앞에서 살펴본 바와 같이 최근 5년간 세계 가전업계의 연평균 성장률 6.7%와 비교하여 볼 때 우리 가전산업은 38.4%의 엄청난 발전을 해왔다. 이는 지적하였듯이 기업가의 과감한 經營戰略, 정부의 정책적인 支援, 그리고 세계시장의 持續的 擴大 등이 상호 맞물려 이루어진 열매라고 볼 수 있다.

이러한 점들을 고려할 때, 현재 우리나라의 家電産業은 다가오는 고도의 情報化 社會를 지향하여 선진국으로의 비약을 위해 중심적인 역할을 수행할 산업으로서의 위치를 점하고 있음을 알 수 있다.

그러나 한편 세계 가전제품과의 競爭力 弱화, 通商摩擦 問題, 원貨 切上, 勞使葛藤, 高賃金化 시대를 맞이하여 여러 환경변화에 직면하고 있음을 직시할 때 향후 가전산업의 전망이 그리 밝지는 못한 실정이다.

이에 韓國 家電産業이 해결해야할 몇가지 課題를 살펴보기로 한다.

첫째, 市場開拓의 문제이다. 非關稅障壁의 우회침투, 勞動力 比較優位 지역으로의 생산거점 이동 등을 통해 기존시장의 심화 및 확대를 추진해야 할 것이다.

둘째, 市場多邊化를 통한 신시장 진출로서 円高에 따른 市場競爭力이 악화된 일본시장과 정부의 北方政策에 힘입어 對共產圈 시장 등으로 적극 진출함이 필요할 것이다.

셋째, 組織改編의 문제이다. 가전산업은 多國的 産業의 성격이 강하고 신제품 개발 비용이 갈수록 커지고 있어 Global 제품 생산을 위한

새로운 組織構成 戰略이 요구되고 있는 바 제품 설계자 (product architect) 중심의 조직, 입지 조건이 우수한 지역에 研究開發 Center 의 설립, 동맹의 결성 등을 고려해야 할 것이다.

넷째, 資本集約的인 부품산업의 육성을 통해 기초부품의 競爭優位를 확보함과 동시에 완제품 수출의 한계를 극복해야 할 것이다.

다섯째, 高度의 기술상품 개발이다. 新製品의 급속한 출현으로 제품의 Life Cycle이 단축됨에 따라 새로운 상품개발의 어려움에도 불구하고 현재 소수제품이 주종을 이루고 있는 家電産業에 있어서 지속적인 성장유지와 신제품의 끊임없는 개발은 우리 가전산업에게 주어진 또 하나의 課題라 하겠다.

## 6. 結 言

韓國의 家電産業은 '70년대의 模倣, 조립기술

에서 '80년대에 이르면서 놀라울 만한 신장을 기록하면서 어느 정도 獨自的인 기술을 확립하며 성장해 왔으나 향후 해결해야만 하는 여러 문제를 안고 있다.

아직까지 設計 및 核心部品 기술이 미비한 실정이기 때문에 '90년대에는 학계나 연구소를 통해 기초 설계기술의 集中的인 개발이 요구되고 가전산업의 추세가 위성, 컴퓨터 등과 같은 산업용 기기와 연계한 System이 개발되고 있어 인력 개발에도 주력해야 할 것이다.

앞으로 Hi-Vision 시대를 맞아 Audio, Video의 디지털화, 가정에서의 위성수신 등 변혁하는 技術動向, 또한 급변하는 세계 가전수출 環境動向에 우리의 가전산업이 적절하게 대응해 나아가지 못할 때 수출 戰略産業으로서 가전산업의 위상은 곧 상실되고 말 것임을 기억해야 할 것이다.

## 用語解説

◆ 바이패스 (bypass) 측로(側路)라고도 한다. 직류와 교류분, 고주파분과 저주파와 같이, 다른 성분이 통과하는 회로인데 그 회로의 저항이나 쇼크 등에 병렬로 적당한 값의 콘덴서를 넣으면 교류분(또는 고주파분)은 이 옆길의 콘덴서를 통하여 빠져나가게 할 수가 있다. 이와 같이 옆길을 만들어 별도로 통과시키는 것이 바이패스로서, 진공관의 캐소드 저항에는 교류분을 바이패스하는 콘덴서를 넣는 경우가 그 예이다. 이를 위한 콘덴서를 바이패스 콘덴서, 약하여 패스콘이라 하기도 한다.

◆ 세라믹 콘덴서 (ceramic condenser)

자기 콘덴서의 뜻. 일종의 자기(광물분말을 혼합,

성형하여 구워 굳힌 것)를 유전체로 한 콘덴서를 말한다.

일반적으로 소형이면서도 비교적 큰 용량을 가지며, 전극을 끼워놓은 듀블러 경우와는 달리 잔류 인덕턴스가 아주 작은 위에 내열성이 좋기 때문에 온도상승이 큰 세트에도 사용될 수 있다는 특징이 있다.

◆ 탄탈 콘덴서 (tantalum condenser)

탄탈을 전극으로 하고 그 표면의 산화 피막을 유전체로 하는 일종의 전해 콘덴서를 말하는데, 전극간에 전해액을 넣은 습식(濕式)과 고체 반도체로 한 고체식으로 대별된다.