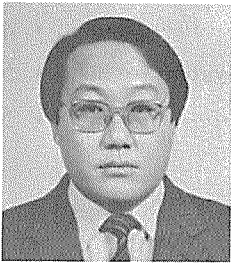


우리나라 家電産業의 現況과 當面課題



申 昌 俊
商工部 家電製品課長

'91년 이후에는
보급을 정체현상이 보일
것으로 판단되어 오디오 업계는
이에 대비 사업 다각화의 추진과 함께
새로운 수요의 유도를 위한 제품 개발에
높은 관심을 보여야 한다. 이같은 관심은
오디오 제품의 보급을 둔화에 대비,
지속적인 제품 개발을 통해 대체,
중복 수요를 유도함으로써
판매감소 및 산업의
사양화를 방지
해야 한다.

1. 서 문

우리나라 가전산업은 1959년 진공관식 라디오 생산을 시작한 지 올해로 30년이 되었다. 초창기에는 주로 선진국의 부품을 수입하여 조립·생산하는 단계였으나, 정부가 '60년대 중반 전자공업을 수출 전략 산업으로 지정하여 집중 육성함으로써 '70년대에는 양적인 고도성장을 이룩하였으며, '80년대 초에는 세계 경기 침체 및 보호무역주의 강화로 수출 중심이던 국내 가전산업은 일시적인 성장 정체기를 겪기도 하였으나 정부와 업계의 부단한 노력으로 부품 국산화 추진, 자체 기술개발 및 내수기반 확충 등의 질적인 고도화를 추구하면서 1987년 이후 생산 및 수출부문에서 세계 제2의 가전산업국으로 부상하였다.

또한, 가전제품의 역할도 “가사노동 대체”에서 근래에는 “생활을 편리하고 풍요롭게” 하는 것으로 변화하고 있으며, 앞으로는 “새로운 생활문화 창조”의 역할을 담당하게 될 것으로 기대된다.

그러나, 최근 원화절상, 노사분규에 따른 임금상과 생산성 저하, 국제 원자재 가격의 상승, 시장 개방에 따른 선진국 제품의 국내 시장 침식, 국제 교역 증가의 둔화, 선진국 수입규제 강화 등 국내·외 경제 환경은 점점 악화되고 있으며, 특히 가전산업은 60~70%이상을 수출에 의존하는 수출 주도형 산업으로 주요 수출 대상 국가와의 무역마찰 심화, 아세안 국가들의 급속한 추격에 따른 경쟁의 격화 등으로 가전산업의 환경은 더욱 어려워지고 있다.

따라서 본고에서는 국내 가전산업의 현황을 조명해 보고 국제화, 자유화에 대처한 가전산업의 향후 정책과정에 대하여 간략히 서술하고자 한다.



“한국의 가전산업”에서 “세계 속의 가전산업”으로 성장해야 한다.

2. 가전산업의 개요

가. 산업의 특성

가전산업은 가정용 전기제품과 가정용 전자제품으로 구성되어 있어 전기공업과 전자공업의 일반적인 특성을 대표하는 산업으로 기술개발과 신제품개발 단계에서는 고도의 두뇌집약적·연구집약적 특성을 가지고 있으며, 부품과 소재 가공 단계에 있어서는 기술 및 기능 집약적이고, 최종 조립생산 단계에서는 노동집약적인 특성을 가지고 있다. 따라서 타 산업에 비하여 연구개발 투자비가 높고 기술혁신 속도가 빠르며, 대량 생산 체제가 필요한 산업이다.

다. 따라서 가전산업은 소비자에 대한 인식도 제고가 매우 중요하며 소득 탄력성이나 가격 감응도가 높은 산업이기 때문에 국가간 또는 시장 구조에 따라 차이는 있지만 제품기능에 따라 그 수요 구조가 달라지게 된다.

끝으로 가전산업은 초기 개발 단계를 지나 부품이나 소재 가공기술이 성숙 단계에 이르면 노동력을 중심으로 한 조립생산이 가능하므로 저급 기술과 저임금으로도 산업화가 가능하기 때문에 개도국에 유리한 산업이다. 따라서 국제사회에서 제품간 분업이나 공정간의 분업이 자연스럽게 이루어져 비교우위에 입각한 산업구조 조정이나 국가간 교역이 쉽게 이루어진다.

가전산업의 연구개발투자비 현황

구 분	전산업 (’87)	제조업 (’87)	전자·전기 (’87)	가 전 (’88)
매 출 액 대 비 연구개발투자비(%)	1.52	1.83	3.40	4.07

자료 : '88 과학기술년감(과학기술처, 1989)

주) 가전부문은 가전사(3사) 실태조사 평균치임

나. 가전산업의 위치

우리나라 가전산업의 생산액이 전체제조업에서 차지하는 비중은 '80년 3.8%에서 '87년 7.0%로 높아졌으나 전자전기 생산에서 차지하는 비중은 51.2%에서 39.1%로 감소되었고, 또한 수출상에 차지하는 비중은 '80년 우리나라 전체 수출의 6.2%에서 '88년 10.4%로 높아진 반면 전자산업 전체에서 차지하는 비중은 '80년 47.4%에서 '88년 40.2%로 감소되었다. 이처럼 전체 제조업에서 차지하는 비중이 높아진 것은 타 산업에 비하여 가전산업의 성장이 컸기 때문이

또한 가전산업은 전형적인 내구소비재 산업으로서 수요면에서 관련산업의 연계성이나 엔지니어링 기술이 크게 수반되지 않으며, 주로 소비자의 소비성향에 의해 그 수요가 크게 좌우된

며 전자산업중에서 비중이 낮아진 것은 반도체, 컴퓨터 등 산업용 전자기기와 전자부품의 비중이 상대적으로 높아졌기 때문인 것으로 보인다.

가전산업의 생산 및 수출상의 위치

		'80	'85	'87	'88
생 산 (10억 원)	체 조 업(A)	36,279	77,303	113,905	-
	전자·전기(B)	2,723	8,398	16,731	17,212
	가 전(C)	1,394	3,648	5,739	6,738
	비중 C/A (%)	3.8	4.7	7.0	-
	C/B (%)	51.2	43.4	34.3	39.1
수 출 (백만불)	총 수 출(A)	17,505	30,282	47,281	60,696
	전자·전기(B)	2,271	4,918	11,234	15,702
	가 전(C)	1,077	1,916	4,920	6,310
	비중 C/A (%)	6.2	6.3	10.4	10.4
	C/B (%)	47.4	39.0	43.8	40.2

자료 : 광공업통계연보 (EPB, 각년도), 전자전기공업통계 (EIAK)

우리나라 전자산업의 생산규모는 235억불로 세계 전자산업에서 차지하는 비중은 4.1%로서 세계 6대의 전자산업국인데 비하여 가전산업의 생산규모는 92억불로 세계 가전산업에서 차지하는 비중은 14.9%로서 일본에 이어 세계 제 2의 가전산업국으로서의 위치를 차지하고 있다.

수출규모에 있어서도 전자산업은 '87년 108억불로서 세계 수출비중의 4.7%를 차지하여 6대 수출국이 되었으며 가전산업은 동년 49억불로서 세계 가전산업 수출에서 차지하는 비중이 12.5%로서 세계 제 2의 가전제품 수출국으로 성장하였다.

세계 전자산업에서의 가전산업 위치 (단위 : 억불)

구 분	생 산 ('88)		수 출 ('87)	
	전자산업	가전산업	전자산업	가전산업
세 계 전 체	5,783	619	2,292	391
미 국	1,968	52	356	8
일 본	1,669	320	585	162
서 독	397	40	235	29
한 국	235	92	108	49
한국 비중 (%)	4.1	14.9	4.7	12.5
위치 한국지위	세계 6위	세계 2위	세계 6위	세계 2위

3. 세계 가전산업의 동향

가. 세계 시장 동향

세계 가전산업의 시장규모는 '85년에 418억불에서 '88년에는 527억불로 연평균 8.0%의 성장을 이룩하였으며 산업용 전자나 전자부품의 9.8%~10.0%보다 낮은 수준으로 이는 가전산업이 타 전자산업에 비해 성숙 산업임을 나타내고 있으며, 향후에도 연평균 5.2%의 성장이 계속되어 '92년에는 645억불에 이르게 되어 세계 전자시장의 10% 정도를 점유하게 될 것으로 전망된다.

세계 가전제품 시장동향

(단위 : 억불)

	'85	'88	'92	연평균증가율 (%)	
				'85~'88	'88~'92
세계전자시장	3,727	4,917	6,507	9.7	7.3
가정용 기기	418	527	645	8.0	5.2
산업용 기기	24,439	3,232	4,266	9.8	7.2
전자부품	870	1,158	1,596	10.0	8.4

자료 : World Electronics Data ('89)

나. 주요 국별 시장 동향

현재 가전제품의 시장규모가 제일 큰 곳은 미국시장이나 시장포화 등으로 향후 성장율은 2%이내로 매우 낮으며, EC는 '88년 155억불 수준으로 과거 3년간 연평균 13.9%의 성장을 이룩하였으나 성장율이 점점 둔화되어 향후에는 연평균 6.6%의 성장으로 2000년에는 미국시장과 비슷한 수준이 되리라고 전망된다.

일본은 '88년 현재 101억불 수준으로 '85년

주요 국별 가전시장 규모

(단위 : 억불)

	'85	'88	'92	연평균증가율 (%)	
				'85~'88	'88~'92
세계가전시장	418	527	645	8.0	5.2
미 국	184	190	205	1.1	1.9
E C	105	155	200	13.9	6.6
일 본	63	101	135	17.0	7.5
기 타	66	81	105	7.1	6.7

자료 : World Electronics Data ('89)

이후 17%의 높은 성장을 이룩하였으나 향후에는 7.5%의 성장에 그칠 전망이다, 기타지역도 역시 성장율이 점점 둔화되어 전체적으로 향후 주요 선진국의 시장 성장율은 둔화될 것으로 전망된다.

4. 국내 가전산업 현황

가. 생산 현황

국내 가전산업의 생산은 '83~'88년 기간동안 연평균 33.3%의 고도성장을 하였으며 이중 가정용전자가 43.6%, 가정용전기가 18.0%로 전기제품에 비해 전자제품의 성장이 두드러진 것은 컬러텔레비전 방송으로 CTV의 내수가 증가하고 세계 경기회복에 따른 수출 수요가 증가했기 때문인 것으로 풀이된다. 연도별로는 '86, '87년에 소위 3저 현상으로 세계 경제가 호전되고, 일본의 엔화 강세로 국산제품의 경쟁력이 증가하여 44.9%의 높은 성장율을 보이고 있으나 '88년은 국내 노사분규의 영향과 원화절상, 선진국 수입규제 강화 등으로 성장율이 다소 둔화되고 있다.

나. 수출 동향

가전제품의 수출은 '86년 3,125백만불에서 '88년 6,310백만불로 연평균 42%의 높은 증가율을 보이고 있으며, 지역별로는 '86년 미국과 EC가 전체의 74%를 점유했으나 수입규제와 통상마찰 등의 원인으로 '88년에는 55%로 낮아진 반면에 기타지역으로의 수출이 24%에서 40%로 증가되어 수출시장의 다변화 추세를 나타내고 있다.

그러나 '89년도 상반기의 수출동향은 전년동기대비 0.0%로 정체상태이며 지역별로는 미국이 5.0%의 신장을 나타내고 있으며 EC는 '92년 시장통합에 대비한 수입규제 강화로 인하여 39.9%의 감소를 보인 반면에 일본지역의 수출이 50.3%로 크게 증가하고 있다. 품목별로는 우리나라 가전제품의 수출주종품목이라고 할 수 있는 CTV, VCR, 전자렌지를 제외하고는 대부분의 품목이 전년동기에 비하여 같은 수준이거나 감소 추세인 것으로 나타났다.

다. 수입 동향

우리나라 가전산업 부문은 그 동안 산업전자

국내 가전제품의 생산 추이

(단위 : 백만불, %)

구 분	'83	'85	'87		'88		연 평균 증 가 율 (83/88)
			전년비	전년비	전년비	전년비	
가 전 제 품	2,189	2,411	99.4	6,977	44.9	9,211	33.3
가정용전자	1,101	1,236	96.0	4,944	51.4	6,724	43.6
가정용전기	1,088	1,175	103.3	2,033	36.9	2,487	18.0

가전제품 수출 동향

(단위 : 백만불, %)

구 분	'86	비 중	'87	'88		'89. 상	전년비 증가율	연 평균 증 가 율 (86/88)
				비 중	비 중			
미 국	1,086	54	1,986	2,198	35	1,036	5.0	14
E C	613	20	1,296	1,293	20	467	-39.9	45
일 본	75	2	187	334	5	215	50.3	111
기 타	751	24	1,451	2,485	40	1,139	2.0	82
계	3,125	100	4,920	6,310	100	2,857	0.0	42

부문이나 부품부문과는 달리 국내 생산규모, 생산품목, 기술수준 등에 있어서 기반이 어느 정도 확고히 다져져 있었고 내수시장 보호정책에 힘입어 수입이 극히 미미한 실정이었다.

그러나, 최근 수입자유화와 관세율인하 등으로 국내 생산 기반이 취약한 대형 대용량의 냉장고, 세탁기, CTV 등의 고급 제품 수입이 급격히 늘고 있다.

가전제품의 수입 동향

(단위 : 백만불, %)

	'87	'88	'89. 上	
			전년비	전년동기비
C T V	3.5	5.1	145.7	6.5
V C R	21.3	30.8	144.6	12.3
음향기기	270.1	271.3	100.4	114.7
냉장고	2.2	2.9	131.8	7.0
세탁기	0.9	1.6	177.8	1.3
에어콘	1.3	2.1	161.5	2.4
기타	168.9	196.0	116.0	91.4
계	468.2	509.8	108.9	235.6

라. 제품개발 동향

우리나라 가전산업의 성장을 주도해 온 제품은 '60년대에 라디오 이후, '70년대에 카세트, 흑백TV, '80년대 초에는 오디오, 컬러TV, '80년대 후반에는 카스테레오, VTR, 전자렌지 등이며, 현재는 CDP, 비디오카메라 등의 신제품이 개발되어 새로운 성장 주도상품으로 기대되고 있다.

그러나, 가전제품은 디지털 오디오테이프 레코더(DAT)와 같이 기술적으로 한 단계 위인 제품도 개발되고 있고 제품개발에 있어서도 Hi-Tech제품 개발과 병행하여 실용성에 바탕을 둔 Hi-Touch 제품개발로 반도체, 정보·통신기술 등과 융합화, 복합화 등을 추진하여 고부가가치화, 다기능화, 고품질화, 소형경량화, 저가격화의 제품개발을 추진하고 있는 실정이긴 하지만 전체적으로 보면 대량으로 수요를 창출할 수 있는 획기적인 신기술이나 신제품의 개발은 저조하여 어느 정도 성숙기에 와 있다고 할 수 있다.

주요제품 개발 동향

구분	세부개발품목
C T V	29" 이상 대형TV, 액정TV, Hi-Tech TV, IDTV, EDTV, HDTV
V C R	다화면 VCR, S-VHS VCR, Digital VCR
음향기기	DAT, 고급형(100W이상) 콤포넌트 System, 고음질 CDP, 고급형 Amp
기타	다기능 전자렌지, 다기능냉장고, 원격조절에어콘, 드럼식세탁기

마. 기업경영 실태

가정용 전기제품 제조업체의 재무상태는 자기자본비율이 전체 제조업보다는 낮으나 전자·전기제조업보다도 양호한 것으로 나타났으며, '85년 37.4%에서 '88년 43.8%로 점차 개선되고 있다.

또한 제조원가 구성은 '85년에는 전체 제조업이나 전자·전기 제조업에 비하여 재료비의 비중이 높고 노무비, 경비의 비중이 낮은 편이었으나 '88년에는 관련부품의 지속적인 국산화 추진으로 재료비의 비중이 훨씬 낮아졌고 노무비

가정용 전기제조업의 재무구조

(단위 : %)

	제조업		전자전기 제조업		가정용전기 제조업	
	'85	'88	'85	'88	'85	'88
자기자본	46.8	18.8	30.4	37.6	37.4	43.8
타인자본	53.2	52.2	69.6	62.4	62.6	56.2
부채 및 자본	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료 : 자료경영분석(한국은행, 각년도)

가정용 전기제조업의 제조원가 구성

(단위 : %)

	제조업		전자전기 제조업		가정용전기 제조업	
	'85	'88	'85	'88	'85	'88
재료비	73.5	72.4	75.1	76.5	83.6	68.6
노무비	8.4	8.7	10.2	8.7	7.8	11.1
경비	18.1	18.9	14.7	14.8	8.6	20.3
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료 : 기업경영분석(한국은행, 각년도)

와 경비의 비중이 높아져서 '87년 이후 노사분규에 따른 노동력 사용 비용이 타 산업에 비해 많이 소요됨을 나타내 주고 있다.

기업손익의 실태를 보면 '85년 당기 순이익율이 2.0%였으며 '88년에는 2.6%로 늘어나 '88년도의 제조업 및 전자전기 제조업 1.9%보다도 양호한 것으로 나타났다.

5. 가전산업의 발전 전망

가. 수급 전망

세계 가전제품의 수요규모는 1987년 약 1,124억불이며 가전산업의 성장중심이 되고 있는 10대 제품은 CTV, VCR, Camcorder, Stereo, 라디오 카세트, 냉장고, 세탁기, 전자렌지, 청소기 및 에어컨으로 이들 제품이 전체 수요의 71.2%를 점유하고 있다.

2000년의 가전제품 수요규모는 약 2,473억불로 연평균 6.3%의 성장이 기대되며 주요 10대 제품의 점유율은 64% 정도로 감소하여 신분야 가전제품의 출현이 기대되고 있다.

세계 가전제품 수요 전망

구 분	'87	'95	2000	연평균성장률(%) ('87~2000)
세계수요규모 (억 불)	1,124	2,049	2,473	6.3
주요10대제품비중 (%)	71.2	-	64	

자료 : 전파신문('89. 1)

방송기술의 혁신으로 뉴미디어 산업 부상

방송기술의 혁신
-고해상 TV(HDTV) 방송
-위성방송대중화 (국내위성방송, 국제DBS)
-문자다중방송확대 (정보처리+방송)
-AM STEREO 방송
-CATV 방송확대



뉴미디어 가전산업
-고해상 TV
-VTR의 고해상화
-DBS TV (직접 위성방송 송신 TV)
-TV의 컴퓨터화(홈쇼핑, 홈뱅킹 등) (TV+PC+AUDIO SYSTEM화)
-AUDIO, HIFI화
-지역방송문화의 발달로 신가전제품의 균형적 보급확대

국내 가전제품의 생산은 '88년 6조 7,000억 원에서 2000년에는 15조 6,500억 원으로 연평균 7.3%의 성장이 전망되나 그 동안의 고도성장에 비해 다소 둔화 추세를 보이고 있는데 이는 가전산업이 성숙단계에 있기 때문인 것으로 풀이 된다.

국내 가전산업의 전망

	1988	1992	2000	연평균증가율(%)	
				'88~'92	'88~2000
생산(10억원)	6,700	9,580	15,650	9.4	7.3
수출(백만불)	6,310	11,115	25,823	15.2	12.4

나. 기술개발 전망

가전제품의 기술개발 전망은 마이크로 프로세서나 반도체, 광기술 등 전자기술의 발달에 따라 크게 3가지 방향으로 진전될 것으로 보인다.

첫째는 기존에 사용하고 있던 기기에 마이크로 프로세서의 기능을 도입함으로써 사용상의 편리성, 기기의 제어기능 향상을 도모하는 인텔리전트화의 추진으로 음성 조작, 무인작동 기기들이 개발될 것으로 보인다.

둘째는 가사로보트나 홈오토메이션과 같이 단일기기들을 복합화, 시스템화해 가는 추세로 성격화와 정보화가 병행될 전망이다.

셋째는 기존 기술로서는 실현하기 어려운 완전히 다른 차원의 기술이 개발되어 새로운 가전제품이 출현될 전망이다. 정보통신기구나 전자

기술의 발달이 가전분야의 새로운 기술혁신을 가져올 것으로 보이며 특히 HDTV 등 첨단영상기기의 개발은 있지만, 향후 그 개발에 따라 가전산업의 획기적인 발전은 물론 관련 전자 정보기술의 혁신을 가져올 것으로 기대되며, 또한 하드 웨어로만 인식되어 있는 기존 가전제품의 개념이 소프트웨어의 개념으로 확대될 수도 있을 것이며, 방송기술의 혁신으로 뉴미디어(신가전) 산업이 부상하리라 전망된다.

다. 산업 환경 변화

고도 공업화 사회에서 고도 정보화 사회로의 이행으로 가정을 둘러싼 사회환경이 크게 변화하고 있다. 이와 같은 변화는 산업구조의 변화나 소득의 증대에 따른 경제적인 요인, 기기의 시스템화나 전자기술의 응용에 인한 기술적인 요인, 국제 경제사회의 그룹화 진전이나 정보의 세계적 교류에 의한 국제적인 요인, 그 외에도 가치관의 변화나 정책적인 요인 등이 가전산업 환경변화의 큰 원인이 되고 있다.

따라서 가전산업도 이와 같은 사회 환경이나 소비자의 생활패턴 변화로 새로운 요구가 높아지고 있어 유망상품 개발에 따른 높은 성장이 기대되고 있다. 즉, 여성의 사회 진출 확대에 따른 원격조절 시스템이나 방법·방재 자동 시스템의 개발, 고령화 사회에 대비한 다양한 기능과 간편한 조작의 Hi-Touch제품, 고도 정보화사회에 대비한 가정내 정보화기기 및 정보서비스 수용기기의 보급 확대, 쾌적한 생활을 추구하기 위한 고도 Audio/Video 시스템이나 가정 학습 시스템 등의 개발이 더욱 활발해질 전망이다.

6. 당면과제

지난 30년동안 질적으로나 양적으로 전자산업의 성장을 주도해 왔던 가전산업이 국내외 여러가지 경제산업 환경의 변화와 지속적인 기술 발달로 새로운 전환기를 맞고 있다. 이와 같은 전환기에 국내 가전업체도 몇 가지 당면과제를 안고 있다.

우선 수출 주도산업으로 성장해 오고 있는 가전산업의 국제화에 대한 능동적인 대처이다. '87년 이후 세계 제2의 가전산업국으로 부상한 우리나라의 가전산업은 이제 “한국의 가전산업”에서 “세계속의 가전산업”으로 성장하게 되었다. 이에 따라 국내시장은 완전히 개방되어 과거와 같이 국내 산업보호정책이 더이상 어렵게 되었으며, 해외시장도 선진국들이 자국산업의 보호와 무역수지의 균형이란 명목아래 수입규제를 강화하고 있으며 아세안 국가들은 저임금을 바탕으로 계속적인 추격을 해 오고 있다. 특히 가전산업의 선두주자인 일본기업들은 몇 년전부터 “표준화 제품으로부터 탈피한다”는 새로운 전략으로 고품질의 고부가가치 제품으로 경쟁요인이 적은 제품을 개발하고, 해외 마케팅 활동과 현지공장의 경영합리화를 통하여 국제화에 성공하고 있다. 우리나라의 가전산업도 통상마찰의 해소를 위해 해외투자 초창기에는 주로 미국, EC 지역의 해외투자가 주류를 이루었으나 최근에 와서는 국제 경쟁력 강화를 위해 저임금의 아세안 지역으로 생산거점과 수출선을 다변화시켜 나가고 있다. 그러나 이와 같은 노력뿐만 아니라 우리의 가전산업이 성공적인 국제화를 구축하기 위해서는 자가브랜드 상품 개발의 확대, 성공적인 마케팅 활동, 지역별 수요자의 특성에 맞는 판매활동과 서비스 개선 등의 요인을 더욱 세밀히 고찰하여 새로운 국제화에 대처해 나아가야 할 것이다.

둘째는 기술개발을 통한 산업구조의 고도화에 대처하는 것이다. '70년대 가전산업이 고도의 양적인 성장을 이룩할 수 있었던 것은 선진국 기술도입과 국내 우수 기능인력의 결합에 의한 생산조립기술의 바탕을 이루었다고 해도 과언은 아닐 것이다. 그러나 현재 선진국은 수입규제나 반덤핑에 의한 물량규제 뿐만 아니라 원천기술의 이전 지적소유권 보호 등의 강화로 첨단기술의 보호로 바뀌고 있는 상황이므로 과거와 같이 단순 조립생산구조로는 더 이상의 성장에 한계가 있다. 수요구조에 있어서도 '85년 이후 수출비중이 지속적으로 상승하였으나 통상마찰 등 국제경쟁의 격화로 '88년 이후 수출비

중이 점차 감소하고 있으며 저임금을 바탕으로 한 아세안 국가들의 국제시장 경쟁 참여로 Low-End 제품으로는 수출 수요의 확대도 어렵게 되었다. 따라서, 통상마찰이나 경쟁요인이 적은 고부가가치 제품의 신상품 개발을 통해 선진 가전공업국으로의 확고한 위치를 정립하도록 기술 개발을 통한 산업구조의 고도화에 더 많은 노력이 경주되어야 할 것이다.

끝으로 국제경쟁력의 강화를 위한 생산성 향상과 원가절감의 노력이다. 우리가 생산과 수출에 있어서 세계 제 2의 가전산업국으로 성장할 수 있었던 것은 여러가지 요인이 있었지만 무엇보다도 저임금을 바탕으로 한 풍부한 노동력 때

문에 가격에 비하여 상대적으로 좋은 품질의 제품을 생산할 수 있었기 때문이었다. 그러나 정치 민주화에 따른 경제 민주화와 사회 각계각층의 욕구 분출로 이제는 더이상 저임금에 바탕을 둔 국제 경쟁력의 우위확보는 어렵게 되었다. 또한 '87년 이후 극심한 노사분규에 따라 생산 시간의 축소와 생산성의 저하로 우리의 경쟁력은 더욱 악화되어 있는 실정이다.

따라서 생산공정의 합리화나 FA 시스템의 도입 등을 통하여 생산성 향상과 설계기술 개발을 통한 구성부품의 수를 축소해 나아가는 등의 원가절감을 통한 국제경쟁력 제고 노력이 필요하다.

