

소련TV시장

(91년 1/4분기 자체특화사업)

1. 주재국의 경제여건

정치적으로 보수파와 개혁파들의 알력으로 공화국은 연방으로부터 독립 분리코자 하며 연방은 종전대로 연방정부를 유지하고 공화국에 외교, 국방 및 일부의 경제를 제외한 부분을 자율적으로 일임하는 주권국가 연방을 주장하고, 지난 3월 17일 연방 존속을 위한 국민투표를 실시하여 총 유권자의 64%의 지지율을 얻었지만 앞으로 연방과 공화국의 관계정립의 귀추가 상당히 주목되고 있다. 특히 러시아공화국의 개혁파인 옐친 최고회의 의장과 연방대통령인 고르바초프의 정책적인 대립으로 불안이 고조되어 가고 있으며 여타 공화국의 독립의 입김이 또한 높아가고 있는 실정이다.

경제적으로는 고르바초프대통령의 취임후 페레스트로이카 정책의 캐치프레이즈 아래 새로운 경제목표를 달성코자 노력해 왔지만, 최근에 와서 페레스트로이카의 성공여부는 둘째치고 동 정책이 계속 추진될 것인지도 의문시될 정도로 어려운 국면에 직면하고 있다.

특히 페레스트로이카의 급진적인 추진과정에서 파생된 물자부족 현상과 과거에 계속 누적되어 온 재정적자로 경제는 극도로 악화되어 가고 있는 실정이다. 근원은 석유수입의 감소, 금주 캠페인에 따른 주세 감소, 기업자주성 확대에 따른 기업이윤의 국고 분납분의 감소, 가속화 전략에 따른 투자지출 증대, 사회후생복지 추진에 따른 지출과다와 농업보조금 등으로 재정적자의 악순환이 거듭되어 왔으며, 또한 방만한 재정, 안이한 임금상승, 투자우선 가속화정책 등으로 인한 소비재생산의 경시로 말미암아 더욱 극심한 물자부족 현상을 빚어 오고 있다. 또 한가지 문제는 국민 식생활의 기본 필수품인 농산물 생산 공급의 유통구조상의 문제로 수확은 다량으로 해 놓고 식품부족 현상을 빚는 모순성으로 국민생활의 물자부족 현상을 더욱 부채질하고 있는 실정이다.

그러나 최근래인 1989년에 와서 경제계획위원회를 신설하여 소유법, 토지법 등 경제개혁 관련법을 통한 시장경제를 도입시행코자 노력해 왔으나 보수파와 개혁파의 대립으로 경제개혁 이행에 따른 불안이 더욱 가속화되어 전후 처음으로 국민소득 감소, 공업생산을 포함한 경제성장률의 마이너스를 기록했으며, 재정적자와 물자부족 현상의 두가지 불균형에 기인한 통화의 과잉유동성에 따른 경제혼란은 더욱 박

본고는 소련 모스크바주재 KOTRA 무역관에서 조사한 내용임을 밝힌다.

차를 가해 시장경제 발전의 저해요인이 되고 있다.

2. 최근의 경제정책

주재국의 연방대통령인 고르바초프와 신수상 파브롭브는 경제제도 강화에 의한 기업간의 거래관계 정상화, 에너지와 소재산업부문간의 협력관계 유지, 정부부처의 조직개편, 통화개혁과 소매가격 인상 등으로 유희자금 흡수와 계획경제에 의한 경제악화의 방지책으로 시장경제를 촉진하고 연방과 공화국간의 경제관계의 정립에 있어 우선 발표된 소련연방조약에 따른 공화국별로 경제자율화를 수렴코자 하고 있다. 또한 산업면에서는 과거 중공업정책 위주에서 13차 경제개발 5개년계획에 의해 소비재 생산의 비중을 높이고, 물자부족 현상에 따라 외국상품 수입에 의존하던 것을 국내 소비재산업 육성 정책으로 전환하기 위해 원자재 또는 반제품을 도입하여 국내 조립생산과 기술이전을 도모하기 위한 외국인 투자유치에 적극 노력하고 있으며, 외국인이 100%까지 투자할 수 있는 분위기를 조성하고 있다. 그러나 외화부족과 투자후 이익금의 경화송금이 아직까지 전망이 흐리기 때문에 외국투자자들의 일부는 기다려 보자는(Wait and See) 분위기인 것이 여실한 실정이다.

3. 주재국의 TV 생산동향

1) 생산개황

소련은 40년전에 ELECTROSIGNAL이란 공장을 설립하고 KVN이란 상표를 붙인 7인치 짜리의 소형 흑백 TV를 처음 생산하기 시작했다. 그 이후 RECORD란 상표의 천연색 TV SET를 생산하고 현재에는 이 공장만도 상당한 수량의 칼라TV를 생산하고 있으며 지금의 제품은 제3 내지 제4세대의 제품이라고 볼 수 있다. 작년도 이 공장의 생산량을 보면, GOSPLAN에 의한 계획량은 90만대였으나 실제 생산은 70만대로서 그 주원인은 TV세트의 부품인 Antenna

Socket의 부품조달부족으로 생산의 차질을 가져왔다고 하며 앞으로 당분간 부품조달의 부족으로 생산에 많은 차질이 생길 것으로 보인다고 한다.

이러한 TV 생산공장은 14개 정도가 있으며 연간 생산량은 1,100만대 정도이지만 국내수요가 1,600만대이기 때문에 연산 500만대 정도는 수입에 의존해 오고 있다고 볼 수 있다. 그러나 국내생산 제품의 공급은 부품조달이 원활하지 않기 때문에 계획대로의 수요를 충족시키지 못할 것으로 보이며, 품질면에서도 서방에 비해 크게 낙후되어 있어 소련제 TV세트가 설치된 일부 지방도시에서 품질의 조악으로 브라운관이 폭발하여 화재와 인명피해를 일으켰다는 기사가 가끔 나오고 있는 실정이다. 또 일부지역에서는 TV를 보고 난 후에도 반드시 전원을 끌 것을 주의시키고 있으며, 그렇지 않을 경우 폭발할지도 모른다는 주의사항이 부착된 경우도 있다고 한다.

지금 현재 생산하고 있는 TV세트는 대부분 칼라TV로서 규격은 20인치 이상이 대부분이고 또한 규격별로 생산업체가 구분되어 있다(별첨). 또 앞으로의 계획을 보면 1990년 5월 24일 개막된 소련최고회의의 제3차 대회에서 차기 13차 경제개발 5개년 계획기간중에 내구재 생산목표 중 TV세트의 생산목표를 보면 1992년의 TV세트 생산대수는 1989년도에 비해 220만(칼라TV 세트)대를 더 증산하도록 계획하고 있다.

2) TV 세트 생산 추이

과거 5년간 연도별 TV 세트의 생산추이를 살펴 보면 1986년도에 칼라 TV 세트의 생산량이 405만 7,000대에서 1990년도에는 720만대로서 5년간의 신장률은 '86년 기준 대비 63.7% 정도로서 연평균 12.7% 정도로 급성장하고 있다고 볼 수 있다. 그러나 국내수요는 연간 칼라TV 세트가 약 500만대가 더 필요하기 때문에 국내 생산대수로는 절대적인 부족현상을 빚고 있는 것이 사실이다.

국내 TV 세트 생산의 최근 추세는 칼라TV 세트와 흑백TV 세트의 생산비율이 7:3정도이

〈표-1〉 과거 5년간 연도별 TV세트 생산추이

(단위: 천대)

연도	'86	'87	'88	'89
칼라TV 세트	4,400	4,958	5,402	6,341
전년대비 증가율	10.0	12.7	15.1	11.2

자료원: 대외경제무역통계연감

며 칼라TV 세트는 국내수요는 50%, 흑백TV 세트는 70%를 공급하고 있는 실정이다.

3) 각 공화국별 TV세트 생산동향

각 공화국별 TV세트의 생산동향을 '89년 기준으로 볼 때 역시 러시아공화국이 전체 생산량 993만 8,000대('89년) 중 45%인 446만 5,000대를 생산했으며, 그 다음이 우크라이나공화국으로 357만 2,000대 생산으로 전체대비 35.9%를 차지하고 그 다음으로 백러시아, 조지아, 라트비아, 몰도비아공화국 등의 순으로 생산되고 있다. 특히 TV세트 생산 및 공급은 수요자인 인구비와 공화국의 산업발달 여건에 따라 좌우되는 것으로 볼 수 있다. 또한 전체 TV세트 생산량 중 칼라TV 생산현황을 보면 1989년도에는 634만 1,000대로서 전체 TV세트 생산량 993만 8,000대 대비 63%를, 1990년도에는 총생산량 1,050만대 대비 69%인 720만대를 생산하고 있으며, 세계시장 추세에 따라 흑백TV 세트보다 칼라TV 세트를 선호하는 방향으로 생산하고 있다고 볼 수 있다. 각 공화국별 TV세트 생산현황을 보면 다음과 같다.

〈표-2〉 각공화국별 TV세트 생산현황

(단위: 천대)

연도	1988	1989	1990
공화국			
소련연방 (총 계)	9,637.2	9,938.2	10,500
러시아 공화국	4,370.2	4,464.8	
우크라이나 공화국	3,343.6	3,572.3	
백러시아 공화국	1,040.2	1,101.8	
조지아 공화국	55.7	63.2	
라트비아 공화국	655	614	
몰도바 공화국	82.5	121.4	
칼라 TV 세트	5,700.5	6,341.5	7,200

자료원: 대외경제무역통계연감

4) 국내수요 및 가격동향

소련국내의 TV세트 보급률은 국민 100가족당 89년도에 105대이고 칼라TV 세트는 44대풀로 공급되고 있으며, 인구 천명당 공급대수는 316대이고 칼라TV 세트는 132대로서 보급률이 매우 저조한 편이다. 동 TV세트의 보급현황을 보면 다음과 같다.

〈표-3〉 TV세트의 보급률 현황

	1988	1989
100 가족당		
○TV 보급률	103	105
○칼라TV 보급률	39	44
인구 1,000명당		
○TV 보급률	310	316
○칼라TV 보급률	117	132

자료원: 대외경제무역통계연감

국내가격동향을 보면 20인치 기준으로 89년 가격이 흑백TV는 대당 219루블이고 칼라TV는 716루블이며, 암시장에서의 가격은 1990년 기준으로 칼라TV의 경우 2,000루블을 상회하고 있다. 또 수입품인 일본제 TV세트의 가격은 10,000루블 정도이다. 연도별 소매 및 암시장가격을 보면 다음과 같다.

〈표-4〉 TV세트의 소매가격

(단위: 루블)

	1988	1989
흑백TV 세트	216	219
칼라TV 세트	713	716

자료원: 시장경제연구소

〈표-5〉 암시장의 칼라TV 세트 가격(20인치, 1990년 12월 현재)

도 시 명	가 격 (단위: 루블)
MOSCOW	2,200
KUYBYSHEV	2,400
VORONEZH	1,200
LVOV	1,600

자료원: 시장경제연구소

국내생산 TV세트의 브랜드는 Record를 비롯 7가지 종류로 생산되고 있으며 각 공장별 규격 및 브랜드별 List를 보면 별표와 같다. TV세트

의 판매는 국영회사에서 직접 담당하며 일반시장에서는 판매를 하지 않고 있다.

5) 수출입 동향

(1) 수출동향

주재국은 코메콘간의 경제협약에 따라 국내 수요에 대한 공급이 절대적으로 부족하지만 수출을 해 오고 있다. 1989년도 코메콘국가에 수출한 총량은 109만대로서 금액으로는 2억 4,200만루블을 수출했으며 1988년 동기대비 4%의 감소를 가져 왔다. 그 원인은 주재국의 경제환경의 악화와 동구권의 경제불안 등을 들 수 있다. 수출가격은 평균 대당 칼라TV의 경우 미\$110-130으로 수출하고 있다.

〈표-6〉 TV세트 연도별 수출동향

연 도	수 량	금 액(백만루블)
1988	1,231	251
1989	1,090	242
1990(1-9)	1,459	232
1990(1-12)	1,665	

자료원 : 대외경제무역통계연감

국가별로는 체코에서 89년 기준 8,000만루블, 폴란드에서 5,700만루블, 불가리아에서 4,400만루블, 쿠바에 2,900만루블 등을 수출해 왔으며 북한과 동독에도 각각 1만 3,000대 및 7만 3,000대를 수출해 오고 있다. 각국별 수출동향을 보면 다음과 같다.

〈표-7〉 국별 수출동향

단위 수량-1,000대
금액-백만루블

연도	1988		1989		1990(1-9월)	
	수량	금액	수량	금액	수량	금액
폴란드	285	70	274	57	84	24
체코슬로바키아	270	78	232	80	541	52
불가리아	177	41	191	44	218	61
쿠바	31	10	99			
북한	41		13	29	244	67
동독	10		73			

자료원 : 대외경제무역통계연감

TV세트의 특정지역별 수출비용은 사회주의 국가가 '89년 기준으로 총생산 TV세트 중

9.9%, 일부 자본주의 공업국가가 1.4%이고 개발도상국가가 0.3%정도로 수출해 오고 있다.

〈표-8〉 특정지역별 TV세트 수출비용(총생산량에 대한 비율)

그룹별 국가	1988(%)	1989(%)
사회주의국가	11.7	9.9
선진공업국가	0.4	1.4
개발도상국가	0.7	0.3

자료원 : 대외경제무역통계연감

(2) 수입동향

주재국의 TV세트 수입동향은 매년 증가일로에 있으며 GOSPLAN계획에 의하면 매년 500만대 이상을 수입에 의존해야 하나 국내재정상태가 좋지 않아 '90년도에 수요량 중의 8%정도를 수입으로 충당했다. 과거의 수입동향을 보면 1989년도에는 14만 2,000대로서 전년대비 84.5% 증가했으며, 1990년도에는 40만 4,000대로서 전년대비 185%로 크게 증가해 오고 있다. 그 원인은 국내 TV세트 수요가 급증하고 있으나 국내부품 조달이 여의치 않아 국내생산계획의 차질로 수입물량을 대폭 늘려서 TV세트 조달을 계획하고 있기 때문이다. 국가별로는 수입의 절반 이상을 일본에서 수입해 오고 있으며 1990년도에는 수입량 40만 4,000대 중 26만대를 일본으로부터 수입해와 총수입량의 64%를 차지하고 있다. 과거 3년간 TV세트의 수입동향을 보면 다음과 같다.

〈표-9〉 TV세트 연도별 수입동향

연 도	수입량(단위:천대)	금액(백만루블)
1988	77	18
1989	142	38
1990	404	116

자료원 : 대외경제무역통계연감

수입 TV세트의 수입가격은 대당 평균 326루블로 수입하고 있다고 한다. 과거 3년간 한국 및 일본으로부터의 TV세트 수입량을 보면 다음과 같다.

〈표-10〉 한국 및 일본으로 부터의 TV세트 수입동향

연도	수입량 (금액: 미\$천)	
	일본	한국
1987	19,103	
1988	38,740	
1989	56,062	202 (칼라TV)
1990		12,813 (칼라TV) 16,141 (브라운관)

자료원: 대외경제무역통계연감

(3) 관세제도

주재국의 TV세트 수입관세는 상품가격의 40%를 현지화인 루블로 부과하며 수출관세는 현재 부과하지 않고 있다.

4. 주재국의 TV세트 시장전망

주재국의 TV세트 시장은 인구비율로 볼 때 엄청나게 큰 시장이나 현재로서는 경제사정이 좋지 않아 서방선진국들의 TV세트 보급률에 비해 상당히 낮은 국민 1,000명당 칼라TV의 경우 132대로서 앞으로 계속 주재국의 GOSPLAN 계획에 따라 보급한다고 해도 선진국의 수준에 도달하려면 상당히 시일이 걸릴 것으로 보인다. GOSPLAN계획에 따른다고 하더라도 연간 500만대를 수입해야 하는데 현재로서는 그 수량의 8%정도밖에 충족하지 못하고 있는 실정이다.

이와 같이 수요는 엄청나게 크나 국내적으로 재정상태가 좋지 않아 수입물량을 늘이기 어려운 위치에 있으며, 국내 생산공장도 재정적자 및 국내의 정치적인 불안에 따른 부품공급의 차질로 앞으로 계획대로 TV세트의 생산이 이루어질지 의문시되고 있다. 그러나 장기적으로 볼 때 TV세트의 수요는 매우 크기 때문에 TV세트의 수출후 자금결제 등을 연구하면 상당한 물량을 확보할 수 있으며 또 제조업체들의 독립채산제에 따른 종업원들의 후생용으로 FTO를 거치지 않고 직접 주문하는 경우가 늘어나고 있는데 이 분야에도 집중적으로 개척하면 많은 수요를 확보할 수 있을 것으로 사료된다.

5. 주재국의 TV세트 시장 진출전략

1) 일반거래

과거 주재국과 TV세트 수출거래를 직접적으로 해오지 못하고 제3국인 인도나 서방세계를 통해 거래해 왔다. 그 이유는 주재국의 자금결제방식이 청산계정이나 잉카소방식에 의존해 오고 있고 또한 경화가 부족하기 때문에 청산계정에 의해 자금결제를 하는 인도나 서방세계를 통합으로써 경화에 의한 지불을 걱정하지 않아도 되기 때문이었다. 이러한 방법에 의해 과거에 인도를 통해 칼라TV 브라운관을 상당량 수출해 왔으며 지금도 계속해 오고 있다. 또 최근에는 국교도 정상화되고 경제협력관계도 밀접해짐에 따라 TV세트 수입선을 기존거래선에서 직접 한국으로 돌리려고 하는 경향에 따라 1989년도에는 20만 2,000불(미\$), 1990년도에는 칼라TV 1,281만 3,000달러, 칼라TV 브라운관 1,614만 1,000달러를 수출했다. 그러나 경화자금 부족으로 수입시 지불조건의 어려움에 부딪치고 있는 실정이다.

앞으로 장기적인 고정시장 확보를 위해서는 지불방법의 연구를 통한 거래선을 확보해야 하겠으며, 연방 FTO, 협동조합, 제조업체 및 지방공화국의 거래선을 통한 지불방식에 따른 구상무역이나 기타 방법도 강구해야 하겠다. 또 CKD (Completed Knock Down) 나 SKD (Semi-Knock Down) 형식의 부품을 수출하여 주재국의 생산라인을 통해 제품을 조립하여 주재국에 루블로 판매하고 그 대금으로 제3비즈니스 라인을(호텔건립, 병원, 농장) 통해 자금을 회수하는 방법도 소련의 무한한 TV세트 시장을 개척하기 위해 검토해 볼 만한 방법의 하나라고 할 수 있다.

특히 CKD나 SKD방식에 의한 부품수출을 통해 기술 및 공장관리 등 제반 기법을 통해 주재국에 기술이전 및 공장관리기법 등을 습득시켜 줌으로써 주재국 산업발전에 기여는 물론 아국의 고정시장 확보에도 중요한 계기를 마련할 수 있다고 볼 수 있다. 이러한 제품수출과 동시에 애프터서비스 채널을 확보하는 것이 또한 시급한 문제로 대두된다고 볼 수 있다. 장기적인 시장확보를 위해서는 수출업체별로 컨소

시업을 형성해서 공동서비스회사를 설립하여 고객들의 요구에 따라 수시로 응할 수 있는 지역별 아파터서비스 센터도 설립해야 한다고 사료된다.

2) 합작투자

주재국의 TV세트 공급은 수요량에 절대적으로 부족하기 때문에 서양자본을 유치하여 합작회사를 설립코자 노력해 오고 있다. 그 예로 Philips사와 Horizontal Co.가 합작으로 민스크에 연산 120만대의 생산공장을 비롯 Electronics사와 도시바가 합작으로 리보나(우크라이나)에 연산 130만대 TV 공장설립을 추진중이고, 리제스사는 톰슨과의 협력하에 합작공장을 설립 추진중이라고 한다.

주재국은 극동지역의 TV세트 수요 충당을 위해 한국을 비롯한 외국업체의 유치에도 노력하고 있는 중이다. 이와 같이 아국도 장기적인 TV세트의 시장확보를 위해서는 경험자금을 이용한 합작투자 진출에 노력함이 바람직하며 합작투자 이후 국내판매를 통한 루블이익금을 경화로 환전할 수 있는 장기 사업전략도 강구해야 한다.

3) HD(High Definition) TV세트 공동개발을 통한 시장진출 방법

주재국의 체신성에서 개발하고 있는 고화질 TV세트(HD-TV)의 기술개발 프로젝트에 아국을 참여시켜 상업화를 도모코자 하는 바 동 프로젝트에 참여함으로써 선진국인 미국, 일본이

개발하고 있는 고화질 TV세트와 공동으로 시장개척을 모색하고 나아가 2000년대의 세세대 TV세트 시장확보에 선구적인 역할을 할 수 있을 것으로 보인다.

4) 군수산업시설의 전환계획 참가를 통한 진출방법

주재국의 군축에 따른 군수산업시설 중 일부 잉여시설을 이용한 TV세트 생산공장의 전환계획을 위한 프로그램에 아국이 참가하여 동 제품이나 관련부품 생산을 위한 연구검토가 바람직하다. 또 동 기존시설과 확보된 인력을 활용하여 아국 부품이나 반제품을 수출하여 현지에서 조립생산하여 판매하는 판매하는 것은 장기적인 공급선 확보의 한방법이라고도 할 수 있다.

5) 홍보용 제품 공급을 통한 시장개척

한국산 TV세트의 성능이 아직 주재국의 국민들에게 잘 알려져 있지 않기 때문에 시장개척의 홍보용으로 주요 공공기관 및 호텔 등에 TV세트를 무료로 제공하여 선전함으로써 장기적인 아국산 TV세트 이미지 메이킹의 중요한 계기를 마련할 필요가 있다고 사료된다. '89년도말 일본 도시바사 TV세트와 VTR 등을 한 세트 International Hotel의 종업원들에게 무료로 제공하여 선전용으로 사용케 하는 사례를 본 적이 있는 바 이러한 방법도 시장개척을 위한 좋은 방법이라 사료된다.