

가전업계의 대기업과 중소기업간 협력

== 우리나라가 일본에 이어 세계 2위의 가전생산국이라고는 하지만, 생산규모면에서 아직 일본의 1/3수준에 불과하고, 기술과 품질면에서도 일본에 상당히 뒤져있다.

이런 문제의 해결은 우선 부품업체의 성장과 대기업·중소기업간 협력이 관건이다.

가전산업의 WTO체제 출범 원년

1995년은 WTO체제 출범의 원년이다. 가전산업이 맞이한 원년에 큰 변화는 없다고 할 수 있다.

지난해 WTO체제출범의 영향을 예상하면서 대체로 단기적으로는 가전산업에 긍정적 효과가 나타날 것이라고 내다보았다. 컬러TV, VTR, 전자레인지등의 경

우 세계시장 점유율이 1위 또는 2위에 이를 정도로 우리의 가전제품이 국제 경쟁력을 갖추고 있기 때문에, 관세인하가 세계적으로 진전되고 선진국의 반덤핑·남용조치가 억제되면 수출을 더욱 확대할 수 있을 것으로 전망하였다. 수입시장의 경우는 수입선다변화 제도가 철폐되고 유통시장의 개방 폭이 확대될수록, 특히 세계1위의 가전 생산국인

우리나라의 가전제품 수출입현황

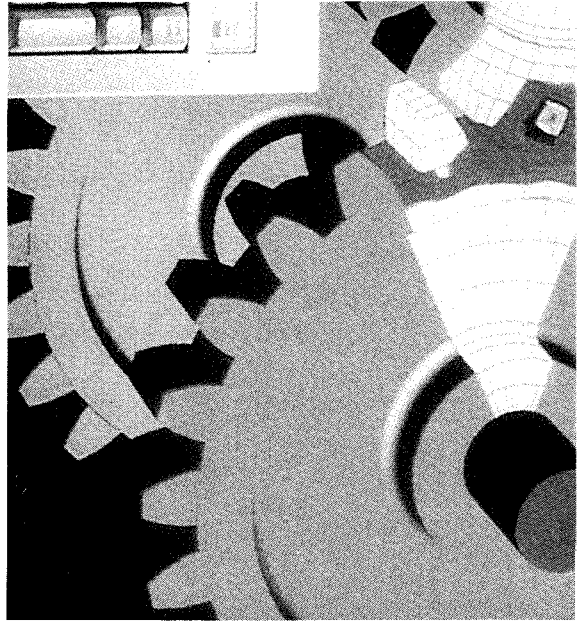
(단위 : 백만달러)

	수 출				수 입			
	1988	1994	1994.1~7	1995.1~7	1988	1994	1994.1~7	1995.1~7
가 정 용 전 자	6,308	7,112	3,918	4,302	323	370	261	185
영 상 기 기	2,739	3,110	1,659	1,757	29	8	7	11
(컬 러 T V)	1,174	1,622	849	971	21	3	2	0.1
(V T R)	1,322	1,480	805	784	8	6	5	11
음 향 기 기	1,889	2,018	1,121	1,165	162	276	203	130
가 정 용 기 기	1,430	1,718	984	1,195	82	60	38	29
(전 자 레 인 지)	843	780	423	470	-	0.1	0.1	0.1
전 자 부 품	5,854	17,827	9,234	14,190	3,500	2,079	1,197	1,148
반 도 체	3,179	12,984	6,568	10,864	1,590	1,077	615	642
전 자 관 · 부 분 품	677	1,236	695	920	361	351	191	221
수 동 부 품	266	355	200	239	351	115	69	68
기 능 부 품	1,245	1,717	927	1,194	527	206	121	113

자료 : 한국무역협회, 「수출 통계」 및 「수입 통계」, 각호

무한경쟁시대에서 대기업과 중소기업의 관계는 서로 맞물려 움직이는 톱니바퀴와도 같다

우리나라 부품업계의 수준향상이 국제 경쟁력을 회복하는 관건이다



일본업체가 내수시장을 잠식해 갈 것이라고 보았다.

그러나 수입선다변화제도의 철폐와 유통시장의 개방이 향후 몇년간에 걸쳐 단계적으로 이루어질 것이기 때문에 시장잠식효과는 단기적으로 관세인하에 따른 수출증대 효과를 밑들 것으로 전망하였다.

이러한 예상은 표면상으로는 95년 가전산업의 수출입실적에 그대로 나타나고 있다.

그러나 관세인하나 국내시장 개방의 효과, 금년 8월까지의 엔고로 인한 경쟁력강화효과가 수출입실적에 각각 얼마나 반영되고 있는지 정확히 파악하기는 어렵다.

국제경쟁력 취약한 가전2위국

금년에 단기적 성과가 비교적

양호하게 나타났다고 해서 우리 가전업체가 그에 안주할 수는 없다. 앞으로 몇년 후에 현실화될 완전한 수입다변화 철폐와 국내시장개방의 결합효과가 엄청나게 밀려올 것이 예상되기 때문이다.

우리나라가 일본에 이어 세계 2위의 가전 생산국이라고는 하지만 생산 규모면에서 아직 일본의 1/3수준에 불과하고, 기술과 품질면에서도 일본에 상당히 뒤져 있다. 국내 가전산업의 전반적인 기술수준은 일본수준을 100이라고 할때 70~75정도에 불과하다. 조립 및 가공기술에서만 일본을 거의 추격하고 있을 뿐이다. 설계기술과 금형, 주단조, 열처리, 도금등 생산기반 기술, 소재기술, 검사기술 등에서는 일본에 비해 40~60수준이다. 더구나 신제품 개발이나 혁신기술

에서는 더욱 뒤진다. 디지털 VCR, HDTV등 첨단제품의 개발이 그 예이다. 이러한 기술력의 차이로 일본에 비해 재료 및 부품이 크게 낙후되어 있어 핵심 부품의 상당 부분을 일본에 의존하고 있다. 부품 국산화율을 보면 대형 컬러TV의 경우는 75%, VCR은 70%, LDP는 70%, 캠코더는 50%정도에 불과하다. 품질면에서도 국내 부품산업은 일본에 크게 뒤쳐지고 있다. 이는 기술수준의 열위가 주요요인이지만 사용소재의 품질 열위, 수력기능 인력의 부족, 끝마무리의 미흡과 같은 근로자의 열성 부족도 중요한 원인이 되고 있다.

더욱이 일본의 우수 가전업체들이 우리보다 훨씬 앞서 광범위하게 또 심도있게 세계화전략을 추진해 왔는데 향후 그 효과

가 극대화될 것을 전제로 하면 국내 시장뿐만 아니라 해외시장에서도 우리 기업은 고전을 면치 못할지도 모른다. 컬러TV의 경우 일본은 이미 87년에 해외생산비율이 62.2%에 달하였다. 세계화는 세계의 우수한 생산자원을 효율적으로 사용함으로써 비용을 낮추고 기술력을 높이며, 현지화를 통해 마케팅력을 강화하는데 중요한 수단이 될 수 있다. 일본의 해외 자회사들이 현지화 정도가 낮고 충분한 자립상태에 있다고는 할 수 없어 아직 국내 시장에 직접적인 위협요인으로 대두하고 있다고 할 수는 없지만 해외 수출시장에서는 상당한 경쟁자로 부상하고 있다.

**경쟁력 저해의 요인
: 부품업계의 낙후**

앞에서도 언급했듯이 우리나라의 가전업체가 안고 있는 중요한 문제점 중의 하나가 핵심 부품 기술력의 취약성과 낮은 부품 국산화율이다. 이러한 문제는 우리 부품업계의 구조에 비추어 볼때 당연한 귀결이라고 할 수 있다. 우선 부품업계의 구조에서 가장 큰 문제점은 자체 기술력과 독자적인 수요 개척능력을 갖춘 대기업 그룹의외의 종합부품업체나 전문부품업체가

매우 부족하다는 점이다.

현재 튜너, 편향 요크(DY), 고압변성기(FBT), 자기헤드, 스피커등 특정 제품에만 사용되는 전용부품은 완제품 조립업체를 보유하고 있는 대기업 그룹 계열의 종합부품업체나 전문부품업체가 생산을 주도하고 있고 축전지, 저항기, 스위치등 범용부품은 중소 전문업체와 점업체가 중심이 되어 생산하고 있다.

특히 범용부품생산업체의 경우 대부분 업체당 종업원 수가 70명 수준에도 못미치고 있다. 일본의 경우 대기업 그룹의외의 종합부품업체와 전문부품업체가 주도적인 역할을 하는 것과 비교하면 업계 구조차제 내에 부품산업발전 저해요소를 안고 있는 셈이다.

대기업 그룹 계열의 종합부품업체나 전문부품업체는 자사 계열의 완제품 조립 업체의 수요가 보장되고 있기 때문에 그만큼 시장개척의 정신이 떨어지고 그 결과 경쟁력강화와 기술혁신의 동인이 부족하게 될 것이다.

그러나 대기업 그룹 계열이 아닌 업체들이라면 이러한 단점들을 좀더 적극적으로 극복하지 않을 수 없을 것이다. 더구나 이들 업체는 어느 한 그룹의 시장에 얽매이지 않기 때문에 자신의 능력개발 여하에 따라서 시장을 확대해 나가고 연구개발투

자의 여력도 키워나갈수 있다.

두번째 부품업계의 문제점은 완제품 조립업체와 부품 대기업의 계열외 하청업체 수가 늘어남으로써 하청 업체들의 규모 확대 및 전문화가 조립업체의 발전에 발맞추어 진전되지 못한다는 점이다. 이러한 현상은 하청업체의 교섭력 및 자본축적력을 약화시키고 나아가서는 기술개발력의 배양을 저해하는 요인으로 작용하게 된다.

**무한경쟁시대를 헤쳐 나갈 수단
: 대기업과 중소기업간 협력**

앞으로 4~5년 이후면 모든 관세 및 비관세 장벽이 제거됨으로써 세계시장에서 세계 모든 기업들은 각국 정부의 보호없이 벌이는 무한경쟁을 몸소 체험하게 될 것이다. 가전업체들도 예외는 아니다. 더욱이 가전업체는 새로운 환경에 직면하고 있어 이 문제도 아울러 해결해 나가야만 한다.

정보화사회가 급속히 진전되어 감에 발맞추어 전자제품이 멀티미디어화되어 감에 따라서 가전업체도 기존의 가전제품을 정보 가전제품으로 탈바꿈하기 위한 신제품 개발경쟁과 시장 선점경쟁을 치열하게 전개하지 않을 수 없게 될 것이다. 더구나 이들 경쟁은 현재와는 다른 양

상을 띠게 될 것이라는 점에서 문제의 심각성이 있다. 경쟁의 상대가 선진국중 일본 가전업체 외에도 특히 AV기기에서 멀티 미디어화에 적극 나서고 있는 미국, 유럽등의 전자업체로까지 확산될 것이기 때문이다. 이를 헤쳐나가기 위해서 우리 가전업체가 해결해야 할 문제의 제1순위는 우리의 경쟁력에 아킬레스건으로 작용하고 있는 부품산업의 발전이다.

그러면 부품산업을 어떻게 하면 발전시킬 수 있을 것인가.

현재의 상황하에서 가장 빠르고 유력한 수단은 대기업과 중소기업간 협력의 확대와 심화 이외에는 다른 대안이 없다. 지금까지 정부의 여러가지 중소기업 지원노력이 뚜렷한 효과를 보지 못한 점도 이러한 생각을 굳게 한다.

또 예를들면 중소기업의 고질적인 난제중의 하나인 자금난을 완화해 주기 위해 은행의 담보 대출관행을 제거한다는 것도 단기간 내에 해결될 수 있는 문제가 아니기 때문이다.

대기업과 중소기업간 협력의 확대 또는 심화를 가능케 하기 위해서는 무엇보다 완성품 조립 대기업들과 중소부품 업체들의 확고한 인식전환이 선행되어야 한다. 우선 대기업은 우리 가전산업의 최대 취약점이 부품업체

의 낙후이며 이의 발전 없이는 가전완제품의 경쟁력도 기약할 수 없다는 점을 재삼 인식해야 한다.

두번째로 중소기업이 새로운 수요의 변화와 새로운 기술적 요구에 대기업보다는 좀더 탄력적으로 대응할 수 있고, 중소기업의 효율적인 활용이야말로 대기업이 갖지 못하고 있는 외부자원의 효율적 활용의 첩경이 된다고 하는 인식이다.

세번째로는 현재의 이익보다는 장래의 이익을 중시함으로써 중장기적인 관점에서 중소기업과의 거래를 이끌어간다고 하는 인식이다. 즉 중소부품업체가 아직은 미흡하나 사업의욕과 혁신정신으로 충만한 유망기업일때 적정 이윤의 보장, 기술지원, 경영지도등을 통해 생산성과 품질 및 기술력을 높일수 있다면 중장기적으로 값싸고 우수한 부품을 납품받을 수 있게 된다.

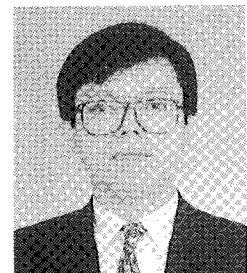
이러한 인식이 전제되어야 우리 가전부품업체 발전의 열쇠라고 할 수 있는 대기업 그룹계열외의 우수한 종합가전부품업체와 전문부품업체의 생성 및 발전 그리고 하청업체의 규모확대와 전문성 심화가 가능케 될 것이다.

아울러 중소기업도 우선 스스로를 보호의 대상이 아니라 자신의 장기인 왕성한 기업가

정신이나 기동성을 발휘하여 대기업과도 경쟁할 수 있는 존재임을 확고히 인식해야 한다. 이럴때 중소기업은 아무도 침범할 수 없는 자신만의 고유한 전문영역과 기술을 확보할 수 있게 되며 대기업이 스스로 찾아오는 존재로 거듭날 수 있을 것이다.

두번째로 지원하는 대기업에게 생산성 향상과 품질·기술력 제고를 통해 향후 대가를 지불한다고 하는 철저한 프로적 인식이다.

이러한 인식 하에서만 대기업과 중소기업간의 신뢰관계가 구축되고 또 그 관계가 더욱 미래 지향적으로 발전해 갈 수 있을 것이다.



오성중 수석연구원
현대경제사회연구원