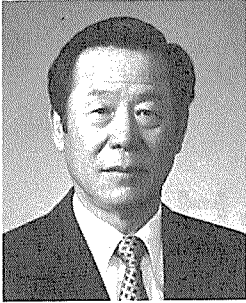


# 1995년도 전자산업을 돌아보며...

올해 전자산업 수출은 440억 달러로 전년동기 대비 43.4%  
성장이 예상된다. 생산은 47조 8,000억원으로 26.2%,  
내수판매도 25%~30% 신장률이 예상되고 있다. 무엇보다도  
95전자산업의 폭발적인 성장은 다름아닌 반도체를 중심으로 한  
전자부품의 급속한 신장세 때문으로 보인다.

이에 본지는 「95년도 전자산업을 돌아보며」를 송년특집으로  
마련 우리 전자산업의 한해 결실을 결산해 보고자 했다. 게재  
순서는 본회 비상근 부회장, 비상근이사 사의 가나다 순임을  
참고하시기 바랍니다. 「편집자 주」



## 부품산업의 구조혁신 필요

김정식 / 대덕전자(주) 대표이사  
본회 비상근 부회장

1995년 전자산업 수출은 반도체와 정보기기의 대약진으로 전체 수출 1,250억불의 34%를 차지하므로써 우리나라 경제의 주축을 이루게 되었다. 이러한 성과는 산업현장에서 기술개발과 경영혁신에 혼신을 바쳐온 전자공업인 여러분이 혼신의 노력을 기울인 결과라 본다.

금년에도 전자부품 산업은 컴퓨터, 멀티미디어, 이동통신 등의 세계적 수요 급증과 내수시장 확대로 전년대비 46.4%의 성장이 예상되고 있다. 수출에 있어서도 전자산업 총수출 424억불의 64%인 274억불이 예상된다.

그러나 반도체 수출 220억불을 제외한 전자부품 수출은 54억불로 전년대비 12.5%의 증가로 전자산업 전체수출 증가율 37.8%에도 미치지 못하고 있다. 반면에 비메모리 반도체 및 LCD와 말레이시아, 싱가포르, 대만 등으로부터 일반부품의 수입이 증가하여 전년대비 31.7%인 127억불의 전자부품수입이 전망되고 있어서 우리나라 전자부품산업의 구조 혁신이 필요하다고 생각한다.

한해를 되돌아보면 PCB산업도 상반기의 급격한 환율 절상,

원자재 가격 앙등으로 상당한 어려움이 예측되었지만 다행히 하반기부터 환율 안정과 PC를 비롯한 전자정보통신기기의 수요확대에 힘입어 수출과 내수에서 호황세를 유지하였다. 특히 PCB산업의 구조적인 면에서 본다면 가전부문에 소요되는 단면PCB의 퇴조현상이 확실해지는 한편 산업용 PCB는 다층기판 중심으로 구조개선이 발빠르게 진행되는 한 해였다. 대부분의 PCB업체가 신규투자를 서두르게 된 상황도 이와 무관하지 않다. 그러나 우리나라 경제의 양극화 현상은 PCB업계에도 예외 없이 부딪히고 있는 문제점이다. 반도체 기술의 첨단화에 따른 실장기술의 변화는 PCB의 고밀도, Fine Pattern화를 요구하게 되었고 휴대용기기의 수요확대는 PCB의 박판화를 자동차 전장제품의 전자화에 따라 PCB의 신뢰성과 고품질 확보가 최대의 과제로 부각되었다. 따라서 상대적으로 시설과 기술이 취약한 일부 중소기업들의 사업포기 현상으로 이어지게 되었다.

반도체를 제외한 우리나라 전자부품산업의 총생산액 약 10조원 중에 PCB산업이 차지하는 비중

은 거의 10%에 달하고 있으며 미국, 일본, 대만, 홍콩에 이어 세계 PCB 생산국으로 우리나라가 주목을 받기까지 성장하였다.

그러나 금년에 겪은 것처럼 소재산업과 기계설비산업의 취약성은 무한경쟁시대를 달려야 하는 PCB업계의 발목을 잡고 있는 것도 현실이다. 특히 동남아와 중국에 진출한 일본계 및 홍콩 PCB업체의 기술정책은 세계시장에서 가장 위협적인 상대로 다가서고 있다.

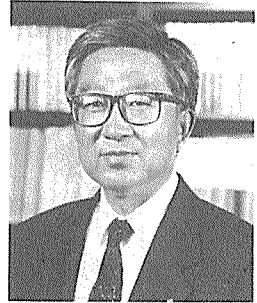
내년에도 전자부품산업은 원도 95에 따른 PC환경 변화와 노트북PC, 멀티미디어PC, 통신서비스 사업의 확대에 수요확대가 예상되고 있기 때문에 수출과 내수가 호조를 보일 것이라고 예측하고 있지만 단면 PCB, 콘텐서, 스위치 등 범용부품은 가격경쟁력 확보를 위해 중국이나 동남아시아, 멕시코 등으로 해외투자가 증가하므로써 국내 생산이 둔화될 우려가 있다. 이러한 상품과 시장여건의 변화는 기업의 내부혁신과 도약을 강하게 요구한다.

우리 전자산업 특히, 부품산업이 무한경쟁에서 살아남을 수 있는 길은 원론적인 것이지만 고도의 기술과 품질혁신으로 부가가치를 창출하는 것 외에는 없다고 본다.

96년에도 고객만족의 질적 경영으로 국제경쟁력을 확보한다는 경영방침과 변화에 도전하고 생산성과 품질을 혁신하기 위해 힘을 하나로 모으자는 실천목표를 걸고 최선을 다하고자 한다.

## 탱크주의로 정보사회를 구축

대우전자(주)대표이사/배순훈  
본회 비상근 부회장



나라 안팎으로 유난히도 큰 일들이 많았던 올 한 해도 이제 아쉬움 속에 저물어간다.

몇번씩이나 전세계의 부끄러운 이목을 끌었던 기초가 부실한 사회이면서도 한편에서는 무궁화 위성이 발사되고 정보고속도로가 논의 되고 있다.

우리 사회는 근본적인 개혁이 필요할 정도의 후진성과 21세기를 지향하는 선진성이 공존하고 있는 셈이다.

최근 우리 사회도 급속히 정보화시대로 들어서고 있다.

사무실에 앉아 주식시세를 살피거나 쇼평을 하는 것은 비교적 익숙한 일이 되었으며, 가까운 미래에는 TV나 VCR을 비롯한 각종 가전제품도 컴퓨터와 결합된 멀티미디어가 대체하고 컴퓨터만 있으면 신문이나 책도 필요 없을 것인란 말도 나오고 있다.

인터넷, 정보고속도로, 멀티미디어 등 정보화와 관련된 생소한 용어들이 쏟아져 나오는 가운데 컴퓨터가 인간을 위해 무슨일이든 해줄 수 있고 정보화가 되면 엄청나게 편리한 세상이 올 것이

란 막연한 기대를 갖게 된다.

그러나 과연 정보화 사회가 되기만 하면 것처럼 급격히 세상이 바뀌고 또 틀림없이 편리한 세상이 되는 것인지 '정보화'의 의미를 되새겨 볼 필요가 있겠다.

10여년전 숫자로 표시되는 디지털 시계가 나왔을 때 많은 사람들이 앞으로 모두 시계는 바늘 대신 숫자 시계로 바뀌리라고 생각했다. 그러나 지금 숫자시계는 거의 찾아보기 힘들다.

정보화시대가 도래하면 세상이 엄청나게 달라질 것 같지만 사람의 긴 역사를 보면 그렇게 예측할 수 없을 정도로 변하는 것은 아니다.

정보화도 결국은 사람을 편리하게 하자는 것이기 때문에 편리하게 되지 않는다면 정보화가 세상을 저절로 바꾸는 것은 아니다.

멀티미디어도 마찬가지다. 리모콘의 버튼 하나만 누르면 TV를 볼 수 있는데 컴퓨터와 연결해 키보드를 한참 두드려야 TV를 볼 수 있다고 한다면 오히려 불편해질 뿐이다.

다양한 기기들을 컴퓨터와 연결

하기만 하면 멀티미디어가 되는 것은 아니고 지금보다 더 편리하게 사용할 수 있도록 만드는 것이 멀티미디어의 핵심기술이다.

정보화시대라는 것은 사람이 정보를 쓴다는 것이지 세상이 정보로 이루어진다는 것은 아니다.

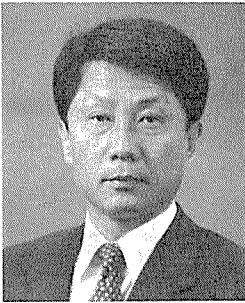
정보는 간단해야 쓰기 편리하며 복잡하면 쓰기가 힘들어진다.

정보를 이용하는 방법을 배우기 위해 많은 노력을 기울여야 한다면 결코 효율적인 정보라고 할 수는 없는 것이다.

대우전자는 모든 제품을 고장없고 사용하기 편리하게 만든다는 탱크주의를 추진하고 있는데, 정보화시대에도 탱크주의는 마찬가지로 적용이 된다고 생각된다.

정보화시대가 되더라도 인간의 관습이나 문화는 쉽게 바뀌는 것이 아니며, 불편하고 효율이 없는 기술은 도태되기 때문에 사회가 급격히 변화 하지는 않는다.

미래의 정보든 멀티미디어든 인간생활을 편리하게 하고 효율을 높이기 위한 근본목표에 충실해야 한다는 것은 지금의 가전제품과 다름이 없는 것이다.



## 정보지식 체계의 향상이 경쟁력 향상의 지름길

조동완/(주)한솔전자 대표이사  
본회 비상근 부회장

다사다난했던 95년 한해도 저  
물어 간다.

지난 95년 한해 동안 우리나라  
전자업계를 지배했던 단어는 바로  
「정보통신」이었다.

각종 정보 통신 사업권 선정 기  
준, PCS표준을 둘러싼 정부, 학  
계, 업계의 주장과 논쟁이 백화제  
방으로 언론매체를 장식하였고 그  
과정에서 생소한 정보통신 용어가  
자연스럽게 인구에 회자되게 되었  
다.

그러한 논쟁 만큼이나 전자업계  
의 성장도 눈부신 바 있다. 작년  
에 이어 20%가 넘는 고성장을  
지속하였고 특히 반도체 부문은  
40%이상의 사상 유례없는 성장  
기록을 시현하기도 했다.

영상가전 및 부품 분야도 수출  
을 중심으로 상당한 신장을 하였  
으며 특히 내수분야에서 PC가 기  
존 가전 제품을 제치고 내수 판매  
부문의 수위를 차지함으로써 우리  
사회의 급속한 정보화 진행을 단  
적으로 보여주고 있다.

그러나 이러한 신장은 대부분  
대형 전자업체가 주도하였고, 상  
대적으로 중소기업의 성장세는 둔  
화된 감이 있다.

또한 정보통신을 중심으로 업체  
간의 M&A도 활발하여 새로운  
대기업의 시장진입 및 기존 대기  
업의 영역 확대로 업계 질서의 재  
편이 활발하였다고 생각된다.

세계적으로도 원도 95의 출시  
와 인터넷 사업의 글로벌화로  
요약되는 정보통신분야의 변화를  
목격할 수가 있었으며 정보고속도  
로 뿐만이 아니라 국가간 지역간  
정보 고속 도로 구축을 위한 협의  
도 활발하였다고 본다.

또한 제품 Life Cycle과 더불어  
사업 Life Cycle의 단축에 대응하  
여 업체, 연구기관, 정부기관간의  
DB공유를 통한 CALS개념 도입  
에 대한 관심이 고조되기도 했다.

그러나 이러한 외형적인 신장과  
변화의 뒷쪽에서는 국내 유통 시  
장 변화에 적응하지 못한 중소 정  
보 통신 업체의 도산도 많았다고  
생각된다.

이동통신과 무선통신 분야의 표  
준화 논쟁과 더불어 성급한 신기  
술로의 이전과 관련하여 국내의  
취약한 통신 H/W 분야에의 외국  
기술 종속성이 우려되기도 하고  
조기에 기술개발 기반을 확보하지  
못할 경우 과거 유선 방송 사업

실시와 같이 통신시장 개방의 물  
결을 타고 외국기업에게 시장을  
고스란히 내어 줄 위험도 안고 있  
다.

기업의 입장에서 보면 환경변화  
에 따른 불확실성 증대로 경영 위  
험이 증대되어 장기적인 전략 수  
립이 곤란하고 단기적인 대응 내  
지 적용에 치중하기 쉽다.

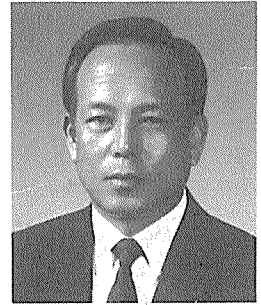
이러한 때에는 정부, 학계, 업  
계 등 이해 관계자들간의 다양한  
견해를 조정하여 상황과 전망에  
대한 인식 차이의 폭을 좁히는 과  
정이 부단히 요구된다고 본다.

경쟁력의 원천은 정보와 지식에  
있고 정보와 지식은 공유를 통하  
여 그 가치가 증대되고 공유과정  
은 인식 과정을 밟으면서 학습된  
다고 생각된다.

이러한 인식 공동화 과정은 산  
업간에도 필요하고 여러 산업의  
공동 기반이 되는 소재, 부품을  
포괄하는 산업내에서도 SET업체  
와 부품업체, 부품업체와 소재산  
업체간에 필요하다고 본다.

전 Stream을 포괄하는 정보 지  
식 체계의 향상이 바로 기업 경쟁  
력과 국가 경쟁력 향상의 지름길  
이 되는 것이다.

# 21세기 첨단 전자문화 실현에 주도적 역할



현대전자산업(주) 대표이사/김주용  
본회 비상근 부회장

WTO체제 출범과 함께 시작한 '95년은 급속한 기술 진보로 2000년대 정보통신, 멀티미디어 사회에 한 걸음 더 다가선 한해였다.

따라서 “21세기는 어떠한 모습으로 우리에게 다가올 것인가?”, “어떻게 준비해야 하는가?”하는 질문은 우리 모두의 최대 관심사였다.

특히 전자업계에 종사하는 사람들은 치열한 경쟁을 뚫고 2000년대 초우량 기업으로 남기 위한 전략 마련과 실천을 위해 그 어느 때보다 바쁘게 뛰었던 한해였다.

광복 50주년인 올해에도 우리 경제는 견실한 성장세를 유지하였고, 수출 1000억 달러 달성으로 세계 12위의 무역대국으로 위상을 드높였다.

그리고 1959년 초보적인 진공관 라디오의 단순 조립으로 시작된 전자산업이 400억 달러 이상을 수출하며 1000억 달러 수출을 이끌어내는 주도적인 역할을 하였다.

전자업계에 근무하는 우리의 감회 또한 남다르다 할 것이다.

올해 우리나라의 전자산업은 세

계 전자경기의 회복과 엔고의 영향 등으로 꾸준한 상승세를 지속하였다.

분야별로는 세계적인 경쟁력을 확보한 반도체가 초고속 성장을 유지하여 단일 품목으로 수출 200억 달러를 넘어섰다.

또한 가전 및 산업용 전자 부문도 엔고에 따른 가격경쟁력 회복, 품질향상과 세계화 전략의 성과가 가시화되면서 지속적인 성장세를 유지하였다.

또한 반도체, CRT, 자기헤드, PCB를 중심으로 대일 수출이 호조를 보이며 향후 타 제품의 일본 시장 진출 가능성을 밝게 하였다. 이러한 결과는 수출을 장려해 온 정부의 노력과 경쟁력 있는 제품을 생산하려는 기업의 노력 결과라 할 것이다.

그러나 이러한 성과의 이면에는 지속적으로 해결해야 할 과제 또한 많이 있음을 간과해서는 안된다.

올해 우리 전자 산업이 거둔 성과의 상당부분이 엔고의 영향을 받은 바 크기 때문에 생존의 문제와 직결되는 경쟁력의 근본적인

강화를 위해서는 다음과 같은 문제가 시급하게 해결되어야 한다.

고부가가치 중심으로 제품 구조의 다양화, 국내외 기업간의 제휴를 통한 취약 기술의 확보, 부품산업의 육성과 조달체계의 확보, 유통시장의 개방화에 대비한 유통구조의 선진화, 정부 규제의 완화와 사회간접자본의 완비 등이 무엇보다도 경쟁력 강화를 위해 시급한 것으로 나타났다.

이를 위해 정부, 기업, 종업원 모두가 세계화, 개방에 걸맞는 자리 매김을 위하여 각자 자신의 역할을 재검토해야 한다.

'95년 올해 우리는 21C 미래사회가 성큼 다가왔음을 피부로 느낄 수 있었다.

상상 속의 멀티미디어 세상이 현실로 나타나기 시작하였고 꿈의 정보통신 사회가 생활의 일부로서 자리 잡기 시작하였다.

한국의 전자산업이 21C 첨단 전자 문화를 실현하는데 있어 주도적인 역할을 하기 위해서는 '95년이 남긴 과제해결을 통한 경쟁력 강화가 그 무엇보다 중요하다 할 것이다.



## 부품 매출 1조원 달성, 그 이후...

이형도/삼성전기(주) 대표이사  
본회 비상근 부회장

1995년은 삼성전기에게는 어느 해보다도 바쁘고 의미있는 한 해였다.

국내 종합부품업체 최초로 달성한 연간매출 1조원과 10억불 수출이 이를 대변해 주고 있다.

특히 삼성전기의 매출 1조원 돌파는 세트업체가 아닌 부품업체란 점에서 큰 의미를 갖는다.

삼성전기가 만드는 제품중 칩저항기는 가격이 개당 3원에 불과하고, 제일 비싼 것이 12만원 수준의 CATV컨버터이다. 때문에 삼성전기의 1조원은 세트업체와 비교하면 몇배의 의미가 있는 것이다.

그런 의미에서 삼성전기의 1조원 매출은 취약한 국내 전자부품업체의 발전에 새로운 전기를 마련한 것이며, '부품도 하면 된다'는 가능성을 보여 주었다는 데 큰 뜻이 있다.

그런데도 마냥 기뻐하기 보다는 마음 한구석에 아쉬움이 자리잡고 있는 것은 우리나라 전자부품산업의 갈 길이 멀고 할 일이 많기 때문이다.

전자부품은 아직도 우리나라 전자산업에서 발전을 저해하는 걸림돌처럼 여겨지고 있다.(여기서 전자부품은 반도체를 제외한 개념)

일본으로부터의 수입의존도가 높고 일본 부품메이커에 비해 기술력이 떨어진다는 세트업체의 편견은 예나 지금이나 지긋하다.

그럼에도 불구하고 전자부품에 대한 정부와 기업의 시각은 세트나 반도체에 비하면 크게 미흡한 실정이다.

자금이나 인력지원시 우선순위에서 끝번호로 밀리고 있으며, 국내에서는 변변한 자료조차 입수하기 힘든 것이 사실이다.

그러한 어려움 속에서도 우리나라 전자부품산업은 수많은 기업인들의 노력으로 눈부신 성장을 이루었다.

1995년 생산규모가 10조원(약 125억불)으로 추정되어 753억불에 달하는 세계시장에서 17%를 점유하기에 이르렀다.

전자부품은 가격이 매우 싼 반면에 상당한 설비투자가 필요한 장치산업이다.

한마디로 돈은 많이 들어가는데 생색은 안나는 사업이다.

그렇다고 해서 등한시 해서 안된다. 과거에는 세트조립기술이 부품보다 우위에 있었지만 지금은 부품기술이 조립체품을 선도하고 있기 때문에, 부품기술개발을 게

을리할 경우 경쟁에서 낙오할 수밖에 없다.

그 좋은 사례가 일본과 미국의 전자부품산업이다. 일본의 전자업계는 경영환경이 어려울수록 적응력을 발휘하여 체질을 강화시키는 특유의 강점을 발휘하고 있다.

물론 그 배경에는 핵심부품의 기술력과 공급력에서 타의 추종을 불허하는 기반이 뒷받침 되었다는 사실을 간과해서는 안된다.

최근들어 미국이 디지털방식의 HDTV를 개발하는 등 가전산업의 영광을 되찾기 위해 적극적으로 나서고 있다.

그러나 HDTV를 구성하는 대부분의 핵심부품을 일본에 의존하지 않을 수 없게 때문에 미국의 재탈환은 거의 불가능한 것처럼 보인다.

이제는 전자부품에도 세트와 반도체 못지않은 관심과 지원이 필요하다.

세트메이커와 부품메이커가 긴밀히 협력하여 세트와 부품을 동시에 개발하는 체제를 갖추고, 국내기업간 전략적 제휴를 활성화시켜야 한다.

또한 전략부품을 선정해서 집중 투자함으로써 기술혁신이 부품에서부터 일어날 수 있도록 해야 한다.

삼성전기의 매출 1조원 달성이 부품업계를 둘러싸고 있는 패배주의를 털어낼 수 있는 계기가 되고, 나아가 세트메이커와 부품메이커가 더욱 협력하는 분위기를 조성하는데 계기가 되기 바란다.

「좋은 부품이 좋은 제품을 만든다」는 말이 더욱 절실히 느껴진다.

# 무한경쟁시대에서의 우리 전자산업의 발전 방향

삼성전관(주) 대표이사/손 옥  
본회 비상근 이사



95년 국내 전자산업은 세계적인 반도체 호황, 올해 상반기까지 지속된 엔고 등 국제적 경제환경과 국내 기업의 설비투자 증가, PC를 중심으로 한 국내 컴퓨터 시장의 호조, 무선통신기기의 지속적 확대 등 국내 경기호조에 힘입어 전자산업 총생산은 94년의 38조원에서 약 25~6%가 성장한 48조원이 예상된다.

수출에서는 반도체를 포함한 전자부품의 호조로 94년 309억불에서 약 37%가 증가한 420억불이 전망되어 95년 연간 총 수출전망 1260억불의 약 33%를 차지, 기타 산업의 수출예상치를 앞도함으로써 한국 경제성장의 견인차 역할을 수행하는 중추산업으로 자리매김하고 있다.

이처럼 외형적인 성장으로 국내 외에서의 지위를 높여가고 있음에도 불구하고 우리나라 전자산업은 과거 조립 가공무역과 메모리 반도체 중심으로 성장하여 몇가지 구조적 특징을 갖고 있는데 첫째로 성숙제품 위주의 성장으로 인해 가전제품에 비해 산업전자부문이 취약하고, 둘째 핵심기술·부품 등을 해외에 의존한 결과 핵심부품의 국산화율이 낮아 기업의 경쟁우위가 약하며, 셋째 중소기업

의 경쟁력 부족으로 자립적인 성장기반이 취약하다는 점이다.

WTO의 출범, OECD 가입, 금융시장 개방 등 전환기적 환경변화에서 우리 전자산업이 현재의 구조적 문제점을 극복하고 21세기에 한 단계 높은 수준으로 도약하기 위해서는 정부와 기업의 혼연일치된 노력이 그 어느때보다 필요한 시기라 생각한다.

21세기 한국전자산업의 발전방향은 첨단전자산업에서 찾아야 하며 핵심기술 개발을 통한 기술선진국형 체질을 가져야 한다.

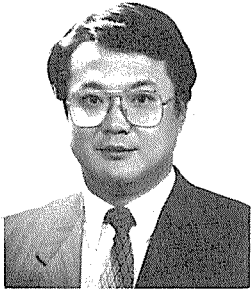
첨단전자분야는 세계시장 성장율이 타분야에 비해 높고 첨단기술의 집약도와 경제적 파급효과가 지대한 분야로서 컴퓨터를 비롯한 통신기기·멀티미디어·소프트웨어·전자의료기기 등을 포함하는 첨단 전자정보분야와 반도체 및 액정소자 등을 들 수 있으며 이러한 첨단 기술에 집중하여 제2, 제3의 메모리 반도체 사업으로 육성토록 해야 한다.

또한 현재의 최종 조립생산 부문에 치우친 가공무역형 산업구조를 핵심요소 기술과 핵심부품 투자를 대폭 늘려나가는 한편 우수한 기술을 보유한 중소기업을 적극 육성하고 대기업과 중소기업간의 상호보

완적인 협력체제를 강화하여 전자산업 전반의 균형적인 발전이 이루어지도록 해야 할 것이다.

기업은 경영의 질적 성장을 추구하여 과거의 대량생산을 통한 규모 경제화와 시장침투에 역점을 두는 제조와 판매중심에서 탈피하여 품질과 마케팅, 그리고 국적있는 일류 브랜드의 이미지를 가미한 신제품 개발에 경영의 최대관점을 두어야 하며, 세계화면에서도 지금까지의 역수입 또는 우회수출 생산기지를 현지 수요 대응의 국제 경영구조로 전환하고 수출구조도 선진국 편중을 탈피하여 중진개도국으로 시장다각화를 위해 세계권역별로 차별화된 마케팅을 전개하는 등 세계 경영체질을 강화해야 하겠다.

특히 전자산업에서 중요한 비중을 차지하는 대기업들은 세계 초일류기업을 향한 노력을 지속하여 국제적 기업으로서의 조직개편과 인재의 양성 등 자체 경쟁력 확보와 국내 중소기업의 지원 강화, 부품협력사와의 해외 동반진출 등 전체 전자산업의 기반 강화를 추구하는 중장기적 전략을 구사하여 우리나라 전자산업의 발전에 기여하며 무한경쟁시대의 경영환경에 대비하여야겠다.



## 환경변화에 앞서가는 경영전략이 필요한 시기

변동준/삼영전자공업(주) 대표이사  
본회 비상근 이사

94년도 부터 시작된 세계경기의 활성화는 새로운 무역질서의 재편에 따른 교역량 증대와 선진국의 성장국면이 금년도에도 지속되어 국내경제는 연평균 9%대의 높은 성장률을 이룰 수 있게 되었고, 엔고 등 수출여건의 호전으로 국내 전자산업도 27%대의 고성장을 이룰 것으로 예측되고 있다.

이러한 성장세에 따라 급격히 증가하는 고객의 요구에 대응하기 위해 당사에서는 일일가동이 22~24시간에 이르는 등 전 사원이 일치단결하여 열심히 매진하여 왔다.

하지만, 결코 낙관할 수만 없는 것이 하반기들어 매출신장률이 둔화되는 등 우려할 만한 징후가 나타나고 있다. 이는 최근 TV, VCR, 오디오 등 국내 가전시장의 부진에 따른 주문감소, 엔화약세 등 환율요인, 국내 Set업체의 본격적인 해외생산 등이 주요인이라 하겠지만, 특히 우려가 되는 것은 후발개도국의 맹렬한 추격에 따른 경쟁의 심화라 할 수 있겠다.

중국, 동남아지역에서의 풍부한 노동력을 바탕으로 생산능력이 증가하고, 점점 품질수준이 향상되면서 우리 제품을 추격해 오는 것은 우리에게 새로운 경각심과 경영전략을 요구해 오는 것으로 볼 수 있다. 이에 대응하기 위한 비

결은 다른아닌 제품의 기술우위와 내부 경영체제의 개혁이 필요하다고 생각한다.

첫째로, 기술우위는 양산과 품질수준과는 달리 짧은 시간에 이를 수 없는 Know-How가 축적되어야 되기 때문에 절대적으로 중요하다 하겠다. 기술의 발전속도는 어제와 오늘이 다르게 빨라지고 있으며 특히, 전자기술에 있어서는 멀티미디어와 정보통신의 발달로 인간이 상상했던 모든 것들이 현실 그대로 실현되는 놀라운 수준으로까지 발전되고 있으므로 이에 기술적으로 대응하지 못한다면 결국 시대의 낙오자가 될 수 밖에 없으므로 중장기적인 기술투자와 기술인력 확보가 과감하게 이루어져야 할 것이다.

당사에서도 범용부품에 대한 생산은 중국 현지공장에서 생산할 수 있도록 하고, 본사에서는 고기술분야에 대한 투자를 확대하여 고부가가치 제품을 생산토록 할 계획이다.

둘째로, 내부 경영체제의 개혁은 효율적인 원가대응력 강화이며 수익력 증대 방안이라 할 수 있다.

원자재, 인건비, 물자 등 한정된 경영자원의 가치는 갈수록 상승추세에 있다고 볼 수 있으므로 이러한 상승분을 내부적으로 흡수

할 수 있어야 내실있는 기업으로 튼튼히 성장해 나갈 수 있으므로, 경영체제의 합리화에 대한 개혁은 끊임없이 계속해 나갈 과제라 생각된다.

당사에서는 이러한 내부경영시스템의 개혁을 위해 지난 6월부터 SIS운동(Samyong Innovation System)을 전개하고 있다.

이는 한마디로 “철저한 낭비제거를 통해 이익률을 향상”시키는 것으로써 회사 곳곳에 잠재하고 있는 낭비요소를 발견하여 이를 과감하게 제거하는 실천운동이다.

이를 위해 전사원에게 사고전환을 위한 교육과 함께 생산현장의 Lay-Out변경, 업무방법의 개선 등 System 변화를 추진하고 있으며, 이는 내년도에도 지속적으로 전개할 계획이다.

뒤돌아 볼 틈도 없이 바쁘게 뛰다보니, 어느덧 한해를 결산하고 마무리하면서 또한 새롭게 떠오르는 새해를 준비해야 하는 중요한 시점에까지 왔다.

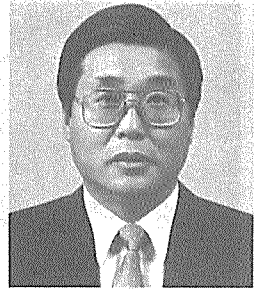
흔히 위험과 성장의 기회라는 두가지 얼굴로 우리에게 다가오는 변화의 소용돌이 속에서 새로운 도약의 기틀을 마련하기 위해서는 끊임없이 앞서가는 경영전략의 수립과 실천만이 그 지름길이라 굳게 생각하면서 전자공업인 모두의 건강과 행운을 기원한다.



# 초일류 기업을 향하여

— 지적 생산성을 높여라 —

아남산업(주)대표이사/황인길  
본회 비상근 이사



환경의 변화, 문화의 변화, 개념의 변화 등 수 많은 변화와 물결이 조수처럼 밀려왔다 밀려가는 오늘날, 금세기 최첨단 산업이라 지칭할 수 있는 컴퓨터 및 정보통신 산업의 발전에 힘입어 반도체 산업 또한 상상을 초월하는 속도와 규모로 기하급수적인 성장을 거듭해 왔다.

이러한 호경기를 바탕으로 아남 산업 또한 변화의 시대에서 뒤쳐지지 않도록 품질, 기술, 시간에서 경쟁우위를 확보하고자 열심히 땀 흘린 결과, 국제적인 품질인증은 물론 자체 기술개발로 세계 최대의 반도체업체에게 로열티를 받고 우리의 기술을 수출하는 쾌거를 이룩하기도 하였다. 특히 95년은 21세기를 목전에 두고 지나온 발자취와 성과를 되돌아 보고 21세기의 초일류기업이라는 원대한 목표를 향해 새로운 준비태세를 갖추는데 초점을 맞추어 왔다.

그러나 돌아켜 보면 지금까지 우리가 이루어 왔던 성장은 노동력과 자본력에 크게 의존해 왔다고 할 수 있다. 매출이 늘고 회사의 규모가 커 갈수록 인력이나 물자면에서도 그 만큼 규모가 증가했다는 것이 이 사실을 뒷받침해 준다. 다시 말해 우리가 그동안 일궈온 생산성 향상이 대체로 노

동력과 자본에 의지한 기계적이고 물리적인 요소에 의해 이루어진 것이라 해도 지나치게 잘못된 것은 아닐 것이다.

오늘날은 고정관념과 관습 파괴의 시대이다. 아무리 기존의 소중한 경험일지라도 전혀 부가가치없는 경험으로 뒤바뀔 수 있는 세상이다. 기업의 효율적인 성장에 있어 기준으로 삼고 있는 생산성도 이제는 그 개념을 달리 보아야 할 때이다.

단순히 눈에 보이는 숫자상으로 얼마나 향상되었는지도 중요하지만 가시화되지 않은 부분의 생산성 향상도 매우 중요하다 하겠다. 바야흐로 21세기는 최첨단의 산업과 문화가 국제사회를 이끌어가는 그야말로 '아는 것이 힘'인 지식사회화 할 것으로 보이기 때문이다. 그렇게 되면 기업도 물리적인 생산성 향상을 추구하기보다는 지식사회에 맞추어 지적인 생산성을 연구하고 개발하는 방향으로 경영관리의 기준을 재설정해야 할 필요가 있다고 본다.

지적인 생산성을 높여 보다 창의적이고 발전적인 아이디어로 경영성과를 극대화하려면 무엇보다도 기업의 구성원 모두가 지적인 정보를 서로 공유할 수 있는 환경이 조성되어 있어야 할 것이다.

하버드 경영대학원의 캔터 교수는 최근 「세계 정상급」이란 책을 펴내 화제를 불러일으키고 있다. 캔터 교수에 의하면, 세계의 정상급 기업, 즉 초일류기업이 되기 위해서는 3C를 갖춰야 한다는 것이다.

3C란 발상(concepts), 능력(competence), 관계(connections)를 지칭하는 것으로 경쟁업체에 비해 뛰어난 지식과 아이디어로 새로운 발상을 하는 것이 중요하며, 세계 최고의 인재나 기업들과 수시로 교류함으로써 원만한 관계를 맺는 것이 필수적이라는 것이다.

이 세가지 조건들을 잘 되새겨 보면, 그 저변에는 지식의 힘을 소지하고 있어야 된다는 것을 알 수 있다.

아는 것이 있어야 아이디어도 나오고 새로운 사고를 할 수 있으며 최고의 기업들과 대화를 하고 관계를 유지할 수 있기 때문이다.

올 한 해도 앞을 향해 전력투구 하느라 숨들릴 시간도 없이 달려왔다. 그러나 한 해의 막바지에서 성큼 한 단계 올라와 있는 기업을 바라보노라면 그동안 힘들었던 일들도 흐뭇한 영상으로 되살아 난다. 그리고 내일의 초일류기업을 꿈꾸며 다시금 힘찬 전진을 다짐해 보는 것이다.



## 꾸준한 경쟁력 강화 만이 살길

장용균 / (주)SKC 대표이사  
본회 비상근 이사

올해는 어느때 보다도 국내시장에 대한 개방압력의 파고가 높았다. 특히 수출 1000억 달러를 돌파한 한국이 OECD가입을 앞둔 시점에서 더 이상 국내시장이 보호받을 수는 없는 것이 현재의 현실인 것이다.

세계경제질서는 EU, NAFTA 등의 지역주의와 세계가 하나가 되는 글로벌라이제이션시대로 접어들고 있다. 경제적 이해가 정치적 이해보다 앞서는 글로벌라이제이션 시대에서는 국가와 국가사이에 가로 놓여진 각종 인위적, 물적인 규제가 철폐된 무한경쟁시대가 도래하는 것이다.

이러한 환경하에서 기업은 살아남기 위해서 경쟁우위를 적극적으로 확보하지 않으면 안된다.

우리나라도 앞으로 농산물, 공산품, 금융, 서비스업 등 전산업 부문에 걸쳐 국내시장이 개방될 예정이며, 전자 및 정보산업분야 또한 예외가 아니다. 따라서 국내 시장 개방에 대비한 기업경쟁력 강화를 위하여 더욱 철저한 대비가 이루어져야 할 것이다. 기업경쟁력강화를 위해서 필요한 것은 품질, 시장력, 자본력, 경영기법 등 모든 분야에서 세계 일류기업

보다 경쟁우위를 갖추는 것이다.

글로벌라이제이션 무한경쟁체제에서는 1등아닌 2등은 살아남을 수 없다.

기업의 경쟁력강화를 위해 필요한 첫번째 조건은 우수한 인력확보이다. 경제의 세계화에 따라 요구되는 국제환경 변화에 대한 인식, 다른나라 문화에 대한 적응능력, 그리고 어학 등 국제화 감각으로 부상된 인력의 확보가 기업의 경쟁력을 좌우하는 기본조건인 것이다. 우수한 인력의 확보는 우수인력의 채용에서 끝나는 것이 아니라 채용 후에도 지속적인 교육훈련과 육성으로 국제화 감각을 지닌 우수인력으로 양성해야 한다.

두번째는 기술 인력개발에 대한 효과적인 투자와 활용이다. 선진국 일류기업들은 단순 제조에 대한 경쟁력이 우리와 같은 신흥공업국들과 별차이가 없을 정도로 약화되자 기술과 지적재산권에 대한 강력한 보호막을 구축하여 견제하고 있다. 현재 국내 9만여개의 제조업체중 특히나 실용신안 등을 하나 이상 등록받은 업체는 약 2200여 업체에 불과(특허청 95년 6월말 현재)할 정도로 기술

개발에 대한 국내기업들의 대비책은 미비하다. 국경없는 무한경쟁 시대에 자기만의 앞선 기술로 무장되어 있지 않은 기업들이 맞이할 운명은 뻔한 것이다. 기술개발에 있어서는 꾸준히 투자를 늘려 나갈뿐만 아니라 효과적인 투자가 중요하다. 또한 연구개발의 결과를 사장 시키지 않고 활용하기 위한 각별한 관심과 노력도 중요하다.

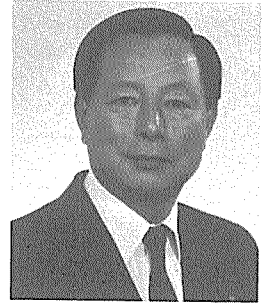
세번째는 선진화되고 기업실정에 맞는 경영관리 기법을 개발, 체계화시켜야 한다. 급변하는 기업 내부 및 외부의 환경변화 속에서 보다 효율적이고 합리적으로 기업을 경영하기 위해서는 기업경영기법도 국제화, 선진화되어야 하는 것이다. 하지만 선진화된 기업의 경영기법을 그대로 모방해서는 성공할 수 없다.

기업 고유의 기업문화와 실정에 부합되는 경영기법을 발전시키는 점이 무엇보다도 중요하다. SKC의 경우에는 선경그룹의 독특한 경영관리체계인 SKMS와 21세기 초일류기업이 되기 위한 경쟁우위 전략인 SUPLEX추구라는 경영기법을 통하여 생산성, 품질 및 고객서비스에 있어서 획기적인 성과를 올리고 있다.

따라서 우수한 인력의 확보, 기술개발에 대한 꾸준한 투자, 기업실정에 맞는 선진화된 경영기법의 확립 등 기업경쟁력 강화를 위하여 부단한 노력을 기울인 기업만이 무한경쟁시대에서 살아남아 다가오는 21세기의 세계경제의 주역으로 성장할 것이라고 확신한다.

# 해외진출, 다양한 현지화노력 필요

오리온전기(주) 대표이사/엄길용  
본회 비상근 이사



올해 우리 산업계가 당면한 과제 가운데 가장 큰 화두(話頭)가 '세계화'였다는 사실에 이의를 제기할 사람은 아무도 없을 것이다. 세계의 경제질서를 하나의 시장원칙을 통합해 내리는 세계무역기구(WTO) 출발을 계기로 우리 산업계는 이제 국경없는 무한경쟁을 수행해야 하고, 그 경쟁의 승리가 되기 위한 세계화 전략을 그 어느 해보다 절박하게 요구하였던 해라고 생각한다.

우리 기업들의 해외진출이 올해 들어 매우 공격적으로 확대된 이유도 바로 이같은 시대적 요청 때문이었을 것이다.

우리 기업들의 해외진출은 우선 양적인 규모면에서 나날이 확대되고 있는 추세에 있다.

얼마전, 한국은행은 우리나라의 해외 직접투자 규모가 실행액 기준으로 올해 안에 사상 처음으로 100억 달러를 넘어설 전망이라고 발표했다.

올해들어 지난 9월 말까지의 해외 직접투자액은 총 885건에 20억 7천1백만원으로, 금액기준

으로 본다면 작년 동기와 대비해 45.4%가 증가하였으며 지금까지의 누계액으로 본다면 모두 5천 21건에 96억1천9백만 달러로 집계되었다는 것이다.

올 한해 동안만 한달 평균 해외 투자 금액이 2억3천만 달러씩 증가하였고, 이런 추세라면 우리나라의 해외 직접투자 누계액은 금년 중 1백억 달러를 훨씬 넘어서겠다는 분석인 것이다.

해외 직접투자 1백억 달러 돌파는, 수출 1천억 달러 달성과 함께 전세계로 뻗어가는 우리나라 경제의 힘을 실감하게 해주는 대목이 아닐 수 없다.

전자·정보업계만 해도 이미 80년대부터 국내의 고임금화 극복을 위해 동남아 등 후진공업국 진출이 러시를 이루었고, 수입규제와 같은 빈번한 통상마찰을 헤쳐나가기 위해 미국·유럽 등 선진국에도 속속 진출하고 있기도 하다.

그러나 이러한 공격적인 해외진출이 양적인 확대와 함께 질적 내실을 다져 국제경쟁에서 우위를 확보하기 위해서는 진출지역에 대

한 면밀한 전략이 필요하게 될 것이다.

해외에 진출한 기업들은 어떤 형태로든 현지의 지역사회나 산업계에 많은 파급효과를 미치게 된다.

현지지역의 고용창출 기여는 물론 산업개발 촉진과 소득 및 문화수준 향상에 무시 못할 영향을 행사하게 되는 것이다. 따라서 각 기업들은 현지 지역사회와의 유대강화, 관련기관과의 긴밀한 관계유지, 그리고 추진사업에 대한 적극적인 홍보를 통해 진출국과의 상호신뢰를 형성하는 '현지화'노력에 많은 애를 쓰고 있다.

하지만 이러한 노력에도 불구하고 해외 진출 기업들이 안고 있는 애로점 또한 매우 다양하게 나타나고 있다.

특히 동남아 지역은 기초산업 저변이 취약하여 생산활동에 필요한 부품 및 자재조달에 큰 어려움을 겪고 있고, 산업전반에 걸친 인프라가 열악하여 통신·물류의 애로점이 곳곳에 산재해 있다. 또한 양질의 노동력 부족으로 생산

성이 저하되고, 현지인에 대한 기술이전·기술축적에도 상당한 어려움이 있음을 호소하고 있다.

이러한 어려움을 극복해 내기 위해서는 먼저, 현지과견자에 대한 교육이 좀더 강화되어야 할 필요가 있을 것이다.

기초적인 언어교육을 비롯하여 국제적 감각과 전문지식 습득 등 지역전문가로서의 자질향상을 위한 지속적인 투자와 교육이 반드시 뒷받침 되어야 하는 것이다.

뿐만 아니라 현지의 변화하는 경영환경에 시의적절하게 대응키 위해서는 현지 경영자의 의견이 적극 존중되어야 하지만, 현지 경영자 또한 마케팅·생산 등 기본적인 경영활동 외에도 현지 정부·현지 근로자와의 관계를 원만하게 유지·관리할 수 있는 경영마인드

를 갖추는 것이 중요하다.

이 밖에도 현지 채용 근로자의 활용을 통한 현지화 프로그램이 다각도로 진행되어야 하고, 현지 법인의 수익률 제고를 위한 적극적인 부품 조달과 구매선 확보 노력이 능동적으로 수행되어야 할 것이다.

또 현지 생산품에 대한 독자상품을 보유하여 현지 법인의 자체적인 마케팅 체제를 강화하는 한편, 장기적으로는 현지 기업이미지 제고 활동에도 전력을 기울여야 할 것이다.

특히 진출지역의 사회와 문화에 대한 현지화가 매우 중요한데, 현지에서 이와 관련한 문제로 갈등이 제기된 경우 진출한 기업의 어려움은 물론 국가 이미지에도 매우 부정적인 영향이 미치기 때문

이다.

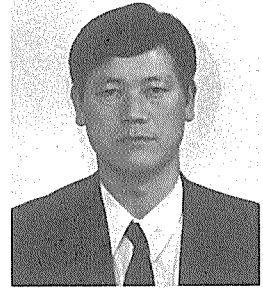
국내의 전자·정보산업이 현재와 같은 고성장세를 지속하기 위해서는 앞으로도 세계시장 진출을 더욱 확대시켜 나갈 수 밖에 없다.

따라서 국제경쟁에 효율적으로 대처하고, 우리나라가 향후 국제무대의 중심국으로 올라서기 위해서는 우리 전자·정보산업 관계자들이 힘을 합쳐 서로의 역량을 모아나가는 일이 무엇보다 필요할 것이다.

'95년 한 해를 보내면서 전자·정보업계 여러분의 건승을 기원하며, 특히 산업현장과 수출일선에서 땀흘리는 실무 종사원들에게 항상 건강과 행운이 함께 하길 기원한다.

# 수출 천억불 시대, 기업의 역할

(주)오토닉스 대표이사/박환기  
본회 비상근 이사



전체 수출 1천억 달러 시대!  
그중 전자산업을 차지하는 비중이 35%로서 30여년이 지난 지금 우리 전자공업인들께서 피땀흘린 노력의 결과, 전자 수출 440억 달러를 달성하는 의미있는 한해로써 돌이켜보면 격세지감을 새삼 느끼게 된다.

우리 전자산업은 그간 거의 제로 수준에서 엄청난 기술진보를 이루어냈다.

비록 주변적 기술이라고는 하나 우리나라가 국제사회에서 영향력과 발언권을 확대해 나갈 토대를 일구어낸 원동력이 됐다.

근래에 들어와서는 반도체산업 등에서 괄목할 만한 기술적 비약을 이루기도 했다. 그러나 주변적 기술로는 더 이상 우리사회의 도약을 기대하기 어려운 한계상황에 다달았다.

또한 이제는 더이상 값싼 노동력에 의존하는 산업이 불가능해졌을 뿐만 아니라, 경제활동의 댓가로 더이상 환경과피가 용서되지 않는 현실에 직면해 있다. 더구나

현재에 만족하고 안주할 수 없는 것은 중국 및 동남아산의 값싼 제품이 그 품질수준을 향상시키면서 우리를 위협해 오고 있다는 데 있다.

따라서 양적 발전에 치중해 온 우리의 기업활동이 이제는 질적인 전환을 하지 않으면 안된다는 데 많은 사람들이 공감하고 있다.

이제 이러한 저해요인을 극복할 수 있는 길은 정부와 기업 및 학계가 하나가 되어 서로가 가진 정보의 공유를 통해 창조적이고 혁신적인 전략을 창출함으로써 대응해 나가는 것 뿐이며 이를 위해 본인은 다음의 몇가지 의견을 제시하고자 한다.

첫째, 본격적인 무한경쟁시대라 할 수 있는 WTO체제하에서 제품의 경쟁력을 확보하기 위해서는 품질좋은 값싼 제품을 적기에 공급하여, 고객을 만족시키는 기업이 되어야 한다.

둘째, 전문인력을 양성할 수 있는 방안을 마련해야 한다.

상대적으로 경쟁력이 취약한 국

내 전자 중소기업의 전문인력 수급에 대한 애로사항 및 고급인력에 대한 민간기업과의 기술접목을 시킬 수 있는 획기적인 방안을 정부차원에서 마련해야 한다고 생각한다.

셋째, 첨단기술 분야의 장기근속을 유도해야 한다.

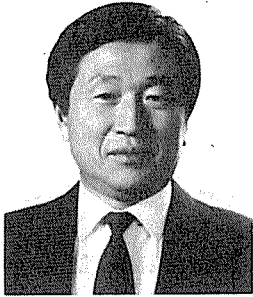
첨단기술시대의 연구개발은 고도의 전문성을 요구하므로 장기적이고 체계적인 연구활동이 무엇보다도 중요하다고 생각한다.

넷째, 노사화합으로 자율적 직장 풍토의 조성이 요구된다.

제조업에 있어서 노사화합은 아무리 강조해도 부족하지 않다고 본다.

기업의 조직구조와 계층별 구성원의 화합없이는 급변하는 환경변화에 대응하지 못하고 경쟁력을 갖출 수 없게 된다.

이제 대망의 2000년대를 준비하는 중장기 계획을 재정비하여 21세기 Vision을 제시하고 그 실천방안을 구체화 할 때이다.



## 변혁과 새로운 도약의 원년

최석한/(주)인켈 대표이사  
본회 비상근 이사

1995년 국내 전자산업계는 문자 그대로 변혁과 새로운 도약을 위한 구조개혁과 혁신의 해였다.

단순 조립생산 중심의 하드웨어 제품군에서 진일보된 기술 및 자본집약형 첨단제품들이 대거 등장하면서 하드웨어가 다양한 기능이 통합되거나 하드웨어 상호간 복합 사용을 가능하게 하는 제품군간의 실질적인 결합기능이 크게 부각되었다는 점이다.

즉 기존의 가전, 컴퓨터, 오디오 등의 제품군으로 대변되던 단순구조에서 가전과 컴퓨터의 결합, 오디오와 비디오의 결합, 가전과 오디오의 결합과 같은 제품군의 복합식 이용이 실질적으로 이루어지면서 상품 또한 통합식 기능이 강화되거나 다기능화 추세를 보이고 있다.

가까운 예로 멀티미디어 PC와 멀티미디어형 TV의 등장을 들 수 있다. TV를 시청하면서 컴퓨터 작업은 물론 영화감상에 편집까지 가능한 멀티미디어 PC와 비디오 CD 기능이 내장되어 있어 노래방

과 게임 등 다양한 복합기능을 즐길 수 있는 멀티미디어 TV 등이 등장하면서 관련업계 전체를 새로운 변화의 소용돌이로 몰고 있다.

오디오 업체들도 디자인이 감각적이면서 현대적인 다양한 AV상품들을 출시했는데, 단품 자체로서의 완성도 보다는 복합이용이 가능한 상품이나 고객층에 따른 세분화된 상품들이 대부분이었다.

원격조정이나 하나의 전자기기를 이용, 가전이나, 오디오의 손쉬운 이용을 가능하게 하는 기술의 실용화 역시 95년 한해에 이룩된 발전이었다.

그중에서도 가장 커다란 변화는 멀티미디어라는 용어가 일상생활 속으로 깊숙이 파고들었다는 점이다.

소비자들의 욕구가 점점 복잡다양해지고 오디오와 비디오, 컴퓨터, 정보통신 등이 밀접하게 연관되면서 생활의 변화를 선도할 멀티미디어 정보통신기술이 기업의 미래가치를 결정하는 핵심변수로 부각됨에 따라 관련업체들은 가전

과 컴퓨터는 물론 오디오 및 정보통신분야를 망라하여 복합적으로 이용가능한 혁신적인 첨단상품 개발에 총력을 기울이게 되었다.

이와 관련, 1995년은 국내 주요 대기업들이 앞다투어 멀티미디어의 선두주자가 되기 위한 전략을 펼치면서, 연관 기술개발 및 국제적인 선진산업체와의 협력부문이 눈에 띄게 활성화 되었을 뿐만 아니라, 국내 연관업체와의 활발한 협력시스템 구축이나 지분참여 등을 통한 신상품 개발이나 새로운 기술력 확보에 적극 대응하면서 수직적 혹은 수평적 통합화와 움직임 역시 가시화된 한해였다.

이에 따라 하드웨어 중심의 사업구조가 소프트웨어 중심으로 재편되거나 혹은 응용기술의 고도화에 인력과 자본을 과감히 투자하는 선진국형 기업구조로의 이행이 발 빠르게 진행되었던 변혁의 해였다.

멀티미디어 시대의 도래는 대기업뿐만 아니라 중소기업에도 커다란 변화를 초래하였다. 하드웨어

보다는 단말기나 소프트웨어 혹은 고칩단 카드 등의 연구, 개발에 혁신적인 중소기업들이 핵심기술력과 정예인재를 기반으로 첨단기술의 응용을 통한 신상품이나 신기술 개발에 박차를 가하면서 대기업과의 공존 내지는 협력시스템을 차츰 구축, 새롭게 업계가 재편되는 중요한 해가 되었다고 볼 수 있다.

'90년대 들어 특히 수출 주종품목으로 떠오른 전기, 전자 품목은 '95년에도 그 성장세를 유지, 타 산업 부문에 비해 전체 수출물량이 가장 많은 비중을 차지하고 있는 것은 사실이지만 반도체를 제외한 다른 품목의 실적은 미흡하다는 점 또한 간과해서는 안될 사항이다.

국내 대기업의 해외 현지공장 건설은 '95년에도 활발하게 진행되어 LG전자는 멕시코에 컬러TV공장을 건설하였고 대우전자는 인도에 종합가전공장을 LG그룹은 연내에 브라질에 복합전자단지를 설립할 예정이며 그 외에도 많은 국내기업들이 해외 공장설립이

나 현지법인을 추진하고 있다.

인켈도 중국에 대규모 첨단오디오공장을 96년 완공을 하여 본격 가동에 들어갈 것이다.

'95년도에는 판매망 즉 유통부문에서는 커다란 변화를 겪었다. 대기업 중심으로 구축되어 왔던 대리점 판매망이라는 유통형태 외에 대규모 전자양판점이 전국 주요 도시로 확산되고 있고 사업부형식의 기업체 직영점과 가맹점 형태의 유통망 역시 속속 들어서고 있어서 업체간 판매망 확보를 둘러싼 시장점유 전략이 그 어느 때보다 치열했다.

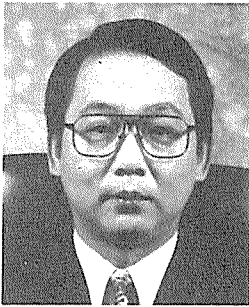
외국의 전자메이커나 유통업체들 또한 치밀하게 유통망 구축을 위한 전략을 구사했다. 이들은 국내 기업과의 손잡기를 통한 판매거점 확보라는 전략적 제휴로 돌파구를 새롭게 모색하면서 지명도를 이용, 국내 소비자들에게 한층 가까워지고 있다.

국내 전자업체들이 국제경쟁력을 갖추기 위해서는 핵심기술과 응용기술 개발에 대한 지속적인 투자와 인력양성은 물론 생활의

변화를 유도할 수 있는 획기적인 신상품 개발을 통한 고부가가치 창출에 보다 주력해야 할 것이다. 적당히 한 두가지 기능 첨가가 아니라 패러다임(Paradigm) 자체의 변화를 꾀하면서 디자인의 혁신을 가져와야 한다. 인간공학에 철저하게 기반을 두고 사용상의 편의와 안전성을 고려하면서 시각적 단순성과 세련미를 돋보이게 하는 고품위 제품 개발이 이루어져야 한다.

예측불허할 정도로 빠른 변화를 겪는 인간의 생활과 그 변화를 주도해 나갈 기업.

전자산업부문은 그중에서도 가장 큰 격변기를 겪으며 업계 전체가 재편되는 과정을 거치게 될 것이다. 지속성장과 국제 경쟁력을 갖추기 위해 우리 기업들은 미래기술의 핵심으로 대별되는 세 가지 핵심요소 즉, 시각요소(Visual), 첨단지능요소(Intelligent) 그리고 개인편의성 요소(Personal) 측면에서 과감하고 구체적인 대응전략을 구사해 나가야 할 것이다.



## 기술개발을 통한 경쟁력강화가 곧 세계화다

곽정소/한국전자(주) 대표이사  
본회 비상근 이사

올 한해를 돌이켜보면 국내외적으로 극심한 변화의 연속이었다고 할 수 있다. 세계 경기는 선진국을 중심으로 호조세가 지속되었고, 시장개방화의 물결은 더욱 거세졌으며, 국내 경기는 중화학공업이 호조를 보이는 반면, 경공업은 크게 위축되는 등 업종간 격차가 더욱 심화되는 가운데 전자산업은 반도체 분야의 매출호조와 함께 멀티미디어 등 신규 분야가 급부상함으로써 대폭적인 성장세를 보였으나 첨단산업을 중심으로 한 선진국의 급속한 기술개발과 국내시장 진입으로 전체적으로 시장 경쟁은 더욱 치열해지고 있는 형편이다.

이러한 양상은 WTO출범으로 자유롭고 공정한 교역을 추구함으로써 다자무역체제를 구축해 나가는 한편, 지역주의 움직임이 크게 억제할 것으로 기대되었으나, 오히려 지역경제 통합과 쌍무적 통상마찰이 팽배하고 있는 실정이다. 그러나 금세기말까지는 WTO체제가 자리를 잡고 세계는 단일시장권을 점차 형성할 것으로 예상된다. 한편 기업의 입장에서는 세계화의 물결 속에서 소위 무한

경쟁으로 표현되는 세계경쟁을 어떻게 이겨낼 것인가가 새로운 도전으로 등장하게 되었다. 이러한 치열한 경쟁 속에서 살아남을 수 있는 방법은 각 기업들 자체의 경쟁력 강화뿐이라 하겠다. 기업의 경쟁력 강화를 위해 근본적으로 중요한 것은 새로운 제품의 개발, 제조공정의 혁신, 새로운 기술개발 등이며, 최근 들어 각 기업들의 과감한 연구개발 투자, 신규사업분야 진출과 경영혁신 운동 전개 등이 바로 그러한 경쟁력 강화 노력의 한 단면이라 할 수 있다.

그렇다면 어떤 방법으로 기업경쟁력을 강화해야만 할 것인가.

독자적인 기술과 노하우를 축적하는 길밖에 없으며 기술을 생명으로 하는 전자산업에 있어서는 특히 필수적인 방법이라 생각한다. 그러나 독자적인 노력에 의한 기술개발을 기대한다는 것은 상당히 어렵고 부담스러운 것이 사실이다. 이러한 상황에서 기업과 관련업계 내 연구기관 간의 상호 협조체제는 더욱 필요한데 이는 기업의 입장에서는 자체 연구인력 외에 관련 업계내 연구기관의 인력 활용이 가능하다는 이점이 있

고, 관련 업계내 연구기관의 입장에서는 기업내 설비를 쉽게 활용할 수 있어 보다 적은 비용으로 실질적인 기술개발을 유도해 낼 수 있다는 이점이 있다. 이와 함께 서로 가진 정보의 공유를 통해 올바른 시장예측과 그 대응방안을 강구함으로써 극심한 환경 변화에 효과적으로 대처할 수 있게 된다.

최근 들어 반도체산업이 괄목할 만한 성장세를 보여주고 있으나 국내 반도체산업의 국제경쟁력을 평가해 보면 대만, 홍콩 등의 경쟁국을 100으로 했을 때는 103정도로 다소 우위를 점하고 있지만 미국, 일본 등 선진국을 100으로 했을 때는 87정도로 아직 경쟁력이 낮다고 할 수 있다. 세계 제일의 수준으로 발전하기 위해서는 무엇보다 기업의 끊임없는 기술개발을 통해 경쟁력을 갖추어 나가야겠다.

96년에도 산업 및 기술환경은 급격하게 변화될 것이고, 개방화에 따른 국제경쟁이 가속화되는 등 그 어느해보다 국제 경제질서에 많은 변화가 있으리라 예상된다.

디지털혁명으로 표현되는 기술혁신과 멀티미디어 출현으로 정보·통신·가전의 통합화가 진전됨과 동시에 신기술·신제품 개발이 가속화됨으로써 전자산업은 정보화사회 구축의 기술적 기초로서, 또한 고용 및 부가치 창출의 가장 큰 원천으로서 향후에도 한국 경제 성장의 견인차 역할을 계속 수행해 나갈 것으로 기대한다.



올해는 여러가지로 다사다난했던 한해였다. 사회적으로는 도덕성과 가치관의 부재로 인한 사건, 사고가 연이어 발생했다.

경제적으로는 엔고현상으로 인해 수출에 피해를 입은 곳도, 호황을 누린 곳도 있었으며, 중소기업의 경영환경 악화로 어느해보다도 부도율이 높았다. 95년 WTO의 출범으로 경제는 물론 정치, 사회, 문화의 변화를 초래하면서 세계는 점점 더 빨리 단일시장으로, 단일 생활권으로 묶여나가고 있다. 전세계가 인종과 국경을 초월하여 하나의 거대한 시장이 되는 시대, 즉 글로벌라이제이션 시대에 첫발을 내딛은 것이다.

올해 무엇보다도 경영인으로서 가장 기쁜 일은 우리나라 수출이 1000억불의 고지에 섰다는 것이다. 더불어 이 1000억불 중 전자산업 수출이 400억불 이상을 차지한다는 점에서 자부심과 긍지를 느낀다. 지난 92년 국내 전자산업이 2백억불의 수출을 달성한 이후 3년만에 4백억불이라는 높은 수출 성과를 올릴 수 있었던 것은 무엇보다도 뒤에서 열심히 일한 산업일꾼들이 있었기 때문이다.

우리 한창에 있어서도 95년은 대내외적으로 커다란 변화를 겪으면서 갈수록 어려워지는 경영환경을 슬기롭게 헤쳐 온 한해였다고 생각한다.

95년을 시작하면서 우리 한창은 경영의 기본지표를 첫째로 고객감동의 경영관리, 둘째로 사기

## 21세기 초우량 기업 구현을 위한 한 해

(주)한창 대표이사/김중기  
본회 비상근 이사



높은 직원, 셋째로 기술개발 혁신, 넷째로 경영관리 능력 향상, 다섯째로 좋은 사회적 평판, 여섯째로 해외사업의 지속적인 지원 및 이익회수에 두었다.

이러한 기본 경영방침에 따라 전사원이 맡은 분야에서 최선을 다하는 노력이 돋보이는 한해이기도 했다.

또 국제화, 개방화의 무한경쟁 시대에 대응하며, 불확실한 미래에 대비하기 위해 경영능력을 배양하며 경영혁신을 통한 원활한 신진대사를 도모, 21세기 초우량 기업을 구현하기 위한 사전 준비 작업의 일환으로 BPR(Business Process Reengineering)을 추진했다. BPR이 성공적으로 구현된다면 우리 한창은 국내 뿐만 아니라 세계의 어떤 기업보다도 경영 Skill이 뛰어나고, 전문화된 초우량 기업으로 성장할 것이다.

오늘의 한창이 있기까지 많은 어려움을 겪으면서도 끊임없는 애정을 가지고 자신의 일에 충실해 주신 우리 한창가족 여러분께 감사드립니다.

특히 멀리 해외사업장에서 오늘

도 열심히 현지인들과 생활하며 한창의 이름 뿐만 아니라, 한국의 이름을 빛내고 있는 한창 가족들께 감사의 마음을 보낸다.

1996! 이제 경쟁은 국내 1, 2위를 다투는 것이 아니라 세계 일류 기업과의 경쟁을 치뤄내야 하고, 여기에서 이기는 자만이 21세기에 생존과 번영을 기약할 수 있다.

내년 전자산업은 엔고에 의한 반사이익 소멸과 유통시장 개방 등에 영향을 받아 경영에서의 어려움이 예상된다. 이러한 어려움을 이겨내기 위해서는 한창은 무엇보다도 품질과 기술력 향상 및 이미지 제고를 위해 부단히 노력할 것이다.

뛰어난 기술력을 가진 우량기업, 전직원이 보람과 긍지를 갖는 좋은 직장, 고객만족의 서비스로 세계인에게 사랑받는 기업이 되기 위해 노력할 것이다.

한 해를 마무리하면서 올 한해 동안 자신이 맡은 분야에서 최선을 다하신 모든 산업일꾼들에게 다시 한번 감사드리며 가정에 화목이 깃들길 기원한다.