



IMF 극복을 위한 포장산업의 역할



한국포장컨설팅 대표컨설턴트
포장기술사 李明鎔

1. IMF 금융지원 사태의 초점

우리나라가 외환위기로 인해 1997년 말부터 급기야 IMF로부터 구제금융지원을 받는 국가로 전락되고 말았다.

경제전문가들은 외환위기를 초래한 원인으로 우리나라 대기업의 무분별한 기업확장과 취약한 재무구조, 금융부실, 정경유착과 부정부패 등 누적되어온 총체적 부실에서 기인되었으며, 이에 수반하여 국민들의 근검절약정신 실종 등도 한몫 하였다고 한다.

이와같이 누적된 부실은 결국 저효율 고비용의 산업구조를 가져 오고, 원가상승과 생산성 저하는 기업의 채산성을 악화시켰으며, 이로인하여 무역수지 및 경상수지 적자가 누증(표1) 되고, 외채가 급증(표2)한데 이어 정부의 대응조차 실기한데서 비롯되었다고 한다.

표1. 무역수지 및 경상수지 현황

(단위 : 억\$)

구분	93	94	95	96	97	계
무역수지	18	-31	-47	-153	-28	-241
무역외수지	-20	-20	-36	-76	-62	-214
경상수지	4	-45	-89	-237	-89	-456

* 자료 : 한국은행

표2. 외채증가현황

(단위 : 억\$)

구분	92말	97말	증감
총 외채	428	1,208	780
대외자산	317	651	334
순 외채	111	557	446

* 기업 현지차입을 포함한 대외지불부담액은 1,544억\$임

또한 인건비뿐만 아니라 과도한 물류(포장, 수송, 보관, 하역, 정보)비 등으로 인한 고비용·저효율의 산업구조와 포장 및 디자인 등의 낙후로 인한 상품의 비가격 경쟁력 저하도 무역수지 적자의 큰 원인으로 작용해 왔다.

2. IMF 극복을 위한 최심력은 수출력대

IMF로부터의 자금지원 체제를 조속히 탈피하기 위하여 먼저 우리산업은 IMF 금융지원체제 적응이라는 새로운 도전에 직면하고 있다.

경제 전반에 걸친 고도의 구조조정이 시급히 요구되는 어려운 상황하에서 우리산업은 외국인 투자와 수출증대에서 그 활로를 찾을 수 있을 것이다.

IMF 지원체제를 탈피하기 위하여는 외자 때문에 시작된 환란인 만큼 외국인 투자자로부터 신뢰를 회복하여 투자를 유도하고 무역수지 흑자를 지속적으로 유지하여 외채상환능력을 확보하는 것이 요체라 할 수 있다. 무역수지 흑자의

지속적 유지를 위하여는 수입을 축소하는데 초점을 맞추기 보다는 수출을 확대하면서 수입을 적정수준으로 유도하는게 최상책이라고 할 수 있다. 의도적인 수입품 배척은 통상마찰은 물론, 우리상품에 대한 역수입 규제등의 부작용이 파생될 수 있으며, 필요불가결한 자본재 및 원자재 수입까지 억제하는 것은 수출산업 기반마저 와해시키는 결과를 초래할 것이기 때문이다.

정부발표에 의하면 다행히도 97년도 하반기부터 최근 몇달간 우리나라의 무역수지 및 경상수지가 흑자기조를 지속하고 있다.

그러나 상기 무역수지 및 경상수지 흑자기조가 수출확대에서 비롯된게 아니고 수입축소에 기인된 것이라고 하니 낙관적인 현상만은 아닌 것 같다. 수출경쟁력 또한 IMF 자금지원체제 이후 대미달러 대 원화 환율 급락이라는 외부적 요인으로 가격경쟁력이 되살아나고 있지만, 비가격경쟁력은 제자리걸음을 하고 있는 실정이다. 그래서 저 환율이라는 호기에도 불구하고 수출은 소폭증가에 그치고 있으며, 필요불가결한 자본재 및 기초원자재 수입감소 현상마저 나타나 앞으로의 수출전망을 어둡게 하고 있다고 한다.

상기와 같은 외부적 요인에 의한 가격경쟁력은 일시적인 현상으로서 가변적인 것이기 때문에, 수출경쟁력을 근본적으로 제고하기 위해서는 우리산업의 획기적인 구조조정과 더불어 뼈를 깎는 원가절감노력과 혁신적인 신기술 적용에 의한 고부가가치 상품개발로서만이 극복될 수 있을 것이다.

아울러 포장, 물류분야도 물류시스템을 저비용·고효율 구조로 혁신하고, 포장 등의 선진화를 기하여 가격 및 비가격경쟁력을 향상시키는 것이 시급한 과제이다.

수출산업의 포장의 일류화

수출은 해외상품보다 국내상품이 가격경쟁력에서 우위에 있어야 지속적으로 확대될 수 있다.

그러기 위해서는 상품의 고급화를 통한 비가격경쟁력의 제고와 상품의 제조원가 절감을 통한 가격경쟁력 제고가 병행되어야 한다는 것은 불문가지이다.

최근, 소비자 선호가 다양화되고 국민들의 삶의 질에 대한 욕구가 높아지면서 포장은 기술혁신과 함께 앞으로의 가격경쟁력을 결정 짓는 핵심요소로 부각되고 있다.

상품의 고급화를 위해서는 신기술의 개발, 참신하고 소구

력 있는 포장 등이 주요요소이며, 가격경쟁력을 제고하기 위해서는 기업의 체질개선을 통한 일반관리비 및 금융비용의 절감과 철저한 생산관리를 통한 제조경비 및 노무비의 절감, 포장의 적정화 및 표준화를 통한 포장비 및 물류비의 절감 등이 주요요소이다.

특히 포장은 가격경쟁력 및 비가격경쟁력 제고에 기여하고 있다.

수출산업의 포장의 일류화

근대 대량생산, 대량유통, 대량소비 시대에 있어서 포장은 제품을 안전하게 보호하고 쓰기 편하게 하여 주는 유통수단으로 오랫동안 인식되어 왔으나 근래, 소량다품종 소비 시대에 들어서 기업간 판매를 위한 경쟁이 치열해 짐에 따라 포장의 기능도 판매촉진을 추가하였다.

또한 전세계적으로 환경보호운동과 물류합리화 운동이 고조됨에 따라 포장도 환경친화성과 경제성의 기능까지 부여받게 되었다.

다시말해서 포장은 보호성, 편의성, 판매촉진성의 기본기능 이외에 환경친화성과 경제성의 부가적인 기능을 합쳐 주요 5대기능으로 인식되게 되었다.

따라서 “포장의 일류화”라 하면 과대포장의 개념인 포장의 고급화란 뜻이 아니고 포장의 이러한 제기능을 과학적, 경제적으로 만족시키는 포장을 의미한다.

오늘날 상품이라하면 “제품 + 포장 = 상품”이라는 것이 일반적 상식이며, 바이어나 소비자가 상품과 첫 번째 만나는 것이 소비자포장이며, 이것이 소비자 눈에 와 닿아 구매의욕을 불러 일으키도록(말없는 세일즈맨 역할) 설계되어야 한다. 그러기 위하여는 우수한 그래픽 디자인, 적절한 포장재료, 편리한 조형 등이 요구되며, 이것은 판매전략면에서 다루어져야 할 비가격 경쟁력의 요체이다.

한편, 포장기술의 지속적인 혁신은 물류합리화를 위한 관건이다. 특히 포장표준화는 유통의 원활화, 즉, 물자의 유통합리화를 위한 물류표준화의 선결과제로서 매우 중요한 역할을 담당하고 있기 때문이다.

현대는 물류시대라고 하여도 과언이 아니다. 그만큼 물적유통 분야의 비중이 커졌다고 할 수 있다. 생산기술의 향상을 위하여 노력하던 시대에서 이제는 물적유통분야의 개선과 합리화에 많은 관심을 기울이고 있다.

과거 우리나라는 저임금체계에 근거를 둔 가격경쟁력을 무기로 수출신장을 이루었으나, 현재는 고임금, 고금리, 고물류비용 등으로 세계시장에서 급속하게 경쟁력을 잃었을 뿐 아니라 이로인한 누적된 무역적자도 커다란 원인이 되어 급기야, IMF 금융지원을 받는 수치를 겪고 있는 실정이다.

96년도 통계에 따르면 선진국에서 물류비용이 매출액의 11% 수준인 반면, 우리나라의 경우 17%에 이르는 것으로 나타났다. 이는 앞으로 우리가 수출확대를 위한 상품의 가격경쟁력 제고를 위해서는 무엇을 하여야 하는가를 잘 나타내 주는 통계치라 할 수 있다.

포장은 물적유통의 요소(포장, 수송, 보관, 하역, 정보) 중에서 첫 번째 단계로 이에대한 합리화는 포장비 자체절감은 물론, 다른 제요소에도 영향을 미쳐 궁극적으로 물류합리화 및 물류비 전체 절감에 기여하기 때문에 물류합리화의 요체라 할 수 있다.

문민정부 당시 국가경쟁력강화기획단 물류개선반에서도 이에대한 중요성을 인식하여 물류개선대책을 수립·추진한 바 있으나 포장분야의 경우 일부 희망기업에 대한 포장표준화 지도를 실시하는데 그치고 있으며, IMF 사태이후 98년도들어 예산도 줄어들어 안타까운 실정이다.

상기한바와 같이 포장은 제품의 생산에서 소비에 이르는 물적유통 과정인 수송 — 보관 — 하역 — 정보를 일관하는 매체역할을 할 뿐만 아니라 상적유통분야인 마케팅전략의 일환으로까지 그 영역이 넓다.

즉, 포장은 상품의 일부가 되어 생산 — 유통 — 판매 — 소비 과정에서 보호성, 편리성, 판매촉진성 기능을 다하고 있다. 특히, 현대에 있어서 창조적이고 합리적인 포장개발은 상품의 부가가치 향상과 수출경쟁력 제고를 도모하므로써 기업 및 국가의 경쟁력강화에 필수적 전략이며, 또한 그 포장기술은 응용과학으로서 그 기술수준은 국가의 경제 발전을 가늠하는 척도로 여겨지고 있어, 선진국에서는 이를 매우중요시한지 이미 오래다. 이와같은 포장산업은 포장재 사용분야를 비롯, 포장재 생산분야, 포장기술분야, 포장서비스분야 등 광범위한 영역까지 포함하고 있으며, 유통업, 포장기기 제조업 등 관련산업과 유기적으로 결부되어 있기 때문에 포장산업의 발전은 이들 관련산업의 발전에 시너지 효과까지 가져다 주므로 우리나라가 IMF 피지원체제를 조속히 극복하고 제2도약을 기하기 위하여는 포장분야(포장기자재생산, 포장기술 등)에 대한 연구개발과 국가적 진흥정책이 그 어느때보다도 절실히 요구되고 있다.

5. 포장산업의 역할

無限競爭時代의 골板紙包裝企業
生殘·經營革新戰略 指針書

〈産業研究院 發行〉

2000年代 골板紙包裝産業의
發展戰略

輕工業室長 經濟學博士 金 浚 炫
副研究委員 李 在 德 共著
研究員 權 烈 浩

高級米色模造
統計·圖表 總網羅
206P. 普及價 8,000원

購讀申請問議: 서울瑞草區方背洞1669 성산B/D 6F
韓國골板紙包裝工業協同組合
TEL : (02) 594-0381~4
FAX : (02) 594-1310