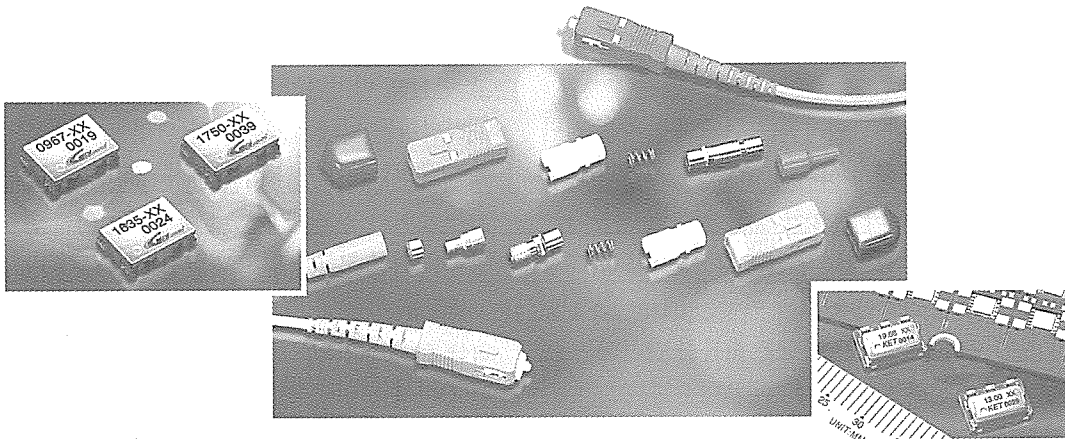


광산업의 우량기업으로 자리매김

탄탄한 기술력과 고객 신뢰감이 바탕



광산업 역사의 동반자

한국단자공업(대표 이창원 www.ket.com)은 광통신·무선통신 부품시장에서 명실공히 터줏대감이다. 1973년 4월에 설립된 한국단자는 지난해 매출액이 1,300억원에 이르는 기업을 토하면서 광산업시장의 자리를 굳건히 지키고 있다. 한국단자가 초정밀 가공 및 사출성형으로 초기

기반을 다진 업계로서 정밀 가공사업의 노하우는 광산업 시장의 노하우로 전승된다.

한국단자가 광산업 시장에 출사표를 던진 것은 94년. 초기매출액이 678억원에 이르렀던 것이 이제는 본격 정상 궤도에 오르면서 그 속도가 점차 가속화되고 있다. 따라서 2003년 잡고 있는 목표 매출액 2,500억원 달성은 그 시간의 성패에 달려 있다고 해도 과언이 아니다. 이는 앞으로 해외진출의 기반이 완료되는 3년 내에 내수시장을



90%에서 65%로 낮추고 대신 해외수출시장의 물꼬를 트면서 세계화 시장을 공략한다는 방침이 덧붙여줄 것으로 보인다.

매출액의 10%를 기술개발에 투자

한국단자는 정보통신 부문에서는 점퍼 코드(jumper Cord) 양산 라인을 95년 구축한 이래 2000년 DWDM, Optical Transceiver 모듈, POF Transceiver의 신제품 출시를 했다. 또한 광통신 양산라인 증설, 멀티 레이어 코팅 시스템(Multi Layer Coating System) 도입 등 광산업분야에서 선두주자를 하고 있는 모태기업이다. 주요 생산품목인 커넥터가 효자 노릇을 하고 있지만 한국단자가 R & D 부문에 출자하는 자금은 매출액의 10%로 이 회사가 얼마나 기술에 많은 공을 들이는지 가늠할 수 있다.

광은 인프라 구축이 관건

“광은 인프라를 구축하는데 많은 비용이 소요됩니다.” 한국단자 중앙연구소 김선관이사는 광산업에 진출하는 기업의 애로사항을 이렇게 전한다. 94년 초기 국내 인터넷 산업이 태동하면서 시장여건이 미비했다. 이에 김이사는 “광을 잘 알려면 여러가지 기술이 필요합니다. 옵틱스에 대한 물리적 개념과 패키징, 고분자, 초정밀 가공기술 등 기계에 대한 고분자 기술, 그리고 제조기술 등이 접목되어 있는 것이 ‘광(光)’입니다”라며 벤처 열풍을 타고 우후죽순으로 광산업 시장에 진출하고 있는 현 세태에 대한 우려를 내비쳤다.

기술적, 가격 경쟁력에 자신있다.

한국단자는 “광산업 쪽에서 기술경쟁력은 곧 나 자신이”라고 외친다. 하나의 사명감으로 대처한다는 김이사의 확신에 찬 말처럼 광을 사업화하기 위한 여러가지 노후와 전략이 척척 맞아 들어갈 때 시장에서 제대로 된 평가를 받는다. 그런 점에서 한국단자의 비전을 밝기만 하다. 업계에서 입으로 전해지는 소문은 호의적인 평가뿐이니 말이다.

그렇다면 한국단자의 특화된 방침은 어떤 것일까?

첫째가 신뢰성이 인증된 시스템 구축이다. 검증된 기술로 승부수를 던진다는 것이다. 이는 하나의 기술 개발을 위해 몇 십년을 소요하는 것은 당연하다고 생각하고 있다. 두번째로 제품의 차별화다. 제품은 곧 기업의 얼굴이다. 제품의 성능이 국내시장에서 이미 인정을 받고 꾸준한 수요 곡선을 그리고 있는 것이 이를 반증하고 있다.

앞으로 한국단자는 21세기 사업에 맞는 정보통신 부문의 제품 즉 광통신과 무선통신 부문을 주요 핵심전략으로 잡고 국내 및 해외의 마케팅에 주력하고 있다. 이는 장기간에 걸친 연구와 시장분석을 통해 이미 단계적인 시도가 구체화되고 있다. 한국단자의 이런 장기적인 인프라를 공략하는 시스템을 보면서 국내 광산업의 구심점 역할을 톡톡히 해 내고 있다는 생각이 든다.

이제 한 단계 더 진출해 해외 시장의 첫 공략에서도 맹활약하는 모습을 기대해 본다.

〈취재/김현희 기자〉

