

기술력 바탕위에 대표 브랜드 개발 필요 글로벌화에 대처할 기술인력 양성

일천했던 포장산업이 성장을 거듭해 국가 근간 산업으로 자리잡음으로써 포장산업 발전을 뒷받침했던 포장기계산업도 주변 산업과 성장을 같이 해오고 있다.

50여년의 역사를 가진 포장기계 산업은 초기의 수작업에서 벗어난 간단한 기계화를 시작으로 이제는 첨단 기능을 갖춘 완전 성력화, 성인화된 기계로 발전해 여러 산업분야에서 없어서는 안 되는 설비산업으로 역할을 전환했다.

70년대를 시작으로 90년대 중반까지 경제부흥기 동안 포장기계산업도 고도 성장을 지속해왔고 기술력 또한 발전해 아시아는 물론 세계 곳곳에 수출하는 저력을 발휘, 우리나라 포장기계도 수준을 높여가고 있다.

90년대 초반까지만 하더라도 우리 포장기계 산업은 외국 제품의 모방을 통한 국산화가 대부분이었으나 90년대 중반 들어 자체 기술력을 중심으로 한 개발품을 내놓음으로써 내수시장은 물론 해외시장에서 유수의 외국 선진업체들과 경쟁을 하는 수준에 이르게 되었다.

이러한 과정에서 국내업체 간의 과당경쟁이 해외 시장에서도 나타나 국가적 이미지가 실추되는 경향도 초래하여 오히려 외국시장의 상거래를 문란하게 하는 결과도 가져왔다.

그러나 포장기계 업체들이 조직력을 갖추어 나

감에 따라 외국시장에서의 공동 대처는 물론 내수에서의 협력이 이루어져 연관분야에 대한 공동 기술협력은 물론 판매에까지도 협력, 사업의 효율성을 넓혀 가고 있다.

포장기계가 단순한 기계적인 구조를 떠나 21세기의 포장기계는 컴퓨터로 제어되는 인공지능의 로봇까지 탑재되어 첨단 메커니즘을 이루고 있으며 이러한 기계를 만들어 내기 위해서는 고도의 기술인력과 설계, 생산능력을 갖추어야 하는 시기가 되었다.

그러나 우리나라 포장기계 업체는 아직까지 대다수 업체들이 영세해 자본력 부족으로 기술개발에 대한 투자가 미미하여 기술력이 뒤지고 있음은 부인할 수 없는 현실이다.

그럼에도 포장기계 업체는 새로운 창업으로 인해 기술의 후퇴는 물론 시장에서의 무리한 경쟁으로 휴·폐업이 반복되는 악순환이 계속돼 발전을 저해하고 있다.

포장기계의 특성상 한 개의 거래처만을 확보하여 쉽게 창업하고 또 그 거래처가 잘 안되면 문을 닫고 마는 상황은 현 시대의 흐름처럼 한탕주의가 번져있기 때문이다. 이는 업계에 종사는 사람들만의 탓으로 돌리기에는 국가적인 지원과 기술인력에 대한 대접이 너무나 부족했던 것이 사실이다.

포장기계업계

화이트컬러니 블루컬러니 하면서 현장작업자와 사무실 작업자의 거리를 둔 데다 여러 가지 대우 조건에서 차별이 있다보니 기술을 배우기보다는 사무실을 택하게 되었고 또 사회에 만연된 한탕주의로 서비스 산업이 확대돼 편하게 돈을 벌 수 있는 길을 찾게돼 3D업종이라는 말이 생겨났고 포장기계 업계 역시 3D 업종으로 분류되어 이제 기술인력을 찾을 수 없는 상황으로 치달았다.

그나마 1세대를 거쳐 2세대들이 포장기계 업계를 지키고 있어 다행스러우나 3세대로 넘어갈 경우 포장기계업종이 제자리를 유지할지는 알 수가 없는 현실이다.

우리나라 경제가 전반적으로 이 같은 상황이지만 특히 포장기계는 전 산업의 마지막부분에 위치해 중요산업으로서의 가치를 인정받지 못하고 있어 문제는 더욱 심각하다 할 수 있다.

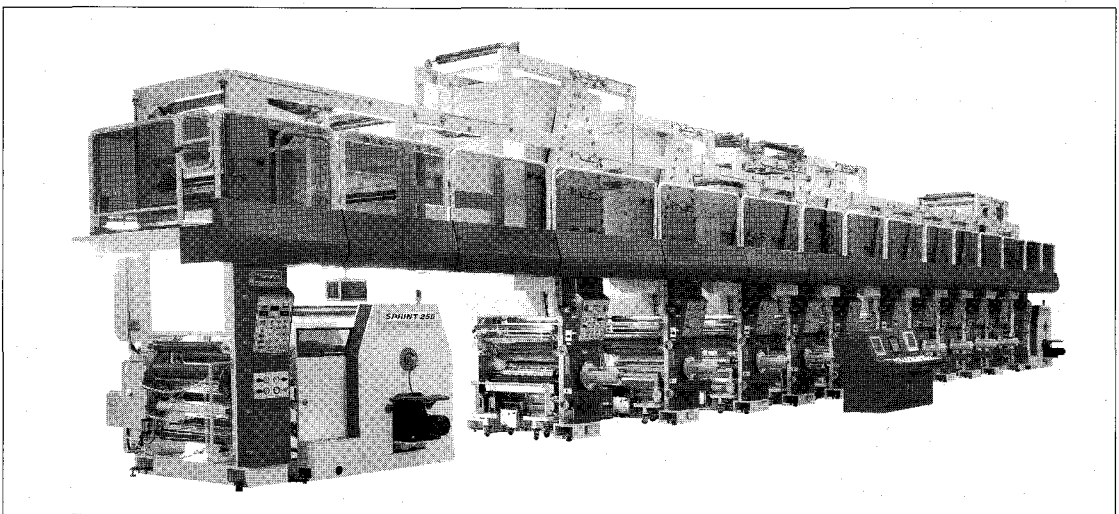
실제 포장기계 업계에 나가보아도 인력 충원에 애를 먹고 그러다 보니 외국인 노동자를 고용할 수밖에 없는 상황이고 그들은 일정 시간이 지나

면 떠나가 버리기 때문에 안정적인 생산은 물론 기술의 향상은 기대하기가 어려운 실정이다.

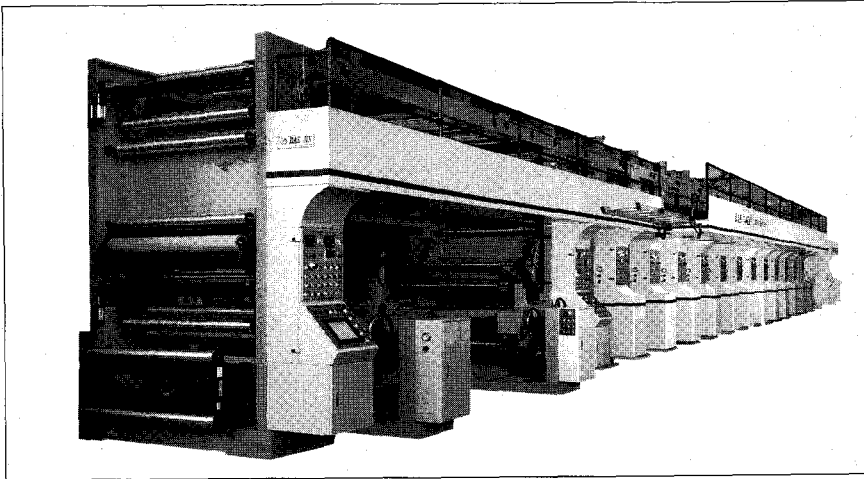
이렇다 보니 포장기계업을 운영하는 사람들은 포장산업의 중요성을 알면서도 산업자체가 발전하지 못함에 안타까워 하고 있다.

이제 우리 포장기계 업계도 새로운 변화를 시도해야 된다. 글로벌화에 맞게 기술개발을 통한 자체 브랜드화는 물론이고 조직화되고 체계적인 전략을 세워나가는 것이 필요하다. 우선 기계산업이 지지분하고 힘든 일이라는 인식을 없애는 작업환경의 개선에 노력해야 되고 기술인력이 떠나지 않도록 인력관리에 충실해야 된다.

이를 바탕으로 한 기술개발에 투자하여 자사만의 특성을 가진 제품이 생산하여 내수에서의 경쟁은 물론 세계시장에서 선의의 공정한 경쟁을 해나간다면 충분한 시장확대가 이루어지리라 예상된다. 여기에 포장기계를 사용하는 유저들은 이제 우리 기계도 외국기계에 비해 성능이나 가격 면에서 충분한 능력을 갖추고 있다는 것을 인식



▲ 성안기계가 개발한 최첨단 인쇄기



◀ 대진기계의 그라비아 인쇄기

해 무조건적으로 외국기계를 선호하는 풍조는 버려야 한다.

아직도 업계에서는 외국기계가 최고인 것처럼 말을 하고 똑같은 성능의 기계라도 비싸게 외국 기계를 쓰는 경우가 있다고 한다. 비교 검토가 충분히 이루어졌다면 그 같은 상황은 벌어지지 않으리라 생각되지만 우리기계에 대한 불신 풍조가 잠재적으로 남아있기에 발생하는 해프닝이 아닐 수 없다. 포장업계의 인식의 전환이 우리 포장기계 산업을 발전시키고 또한 포장산업 전체를 한 단계 끌어올리는 것임을 알아야 한다.

기술선진국인 독일과 일본은 자기 나라의 제품을 사용하고 부족한 부분은 협력하여 보완해 나가므로써 세계 수준의 제품으로 만들어 나가고 있음은 모두가 아는 사실이다. 그럼에도 우리나라는 아직까지 국산기계에 대한 믿음이 약해 외국기계를 선호하는 경향이 없어지지 않고 있다.

우리나라가 세계와 경쟁하기 위해서는 국내 업체간 산업을 보호하고 이끌어주는 체계의 확립이 필요하다. 혼자만이 잘 살수 있다는 생각은 버려야 한다. 자원의 한계, 기술력의 부족 등 세

계와 경쟁하기에는 너무 부족한 것이 우리인 만큼 공존공생하기 위해 최고의 두뇌인력을 같이 활용한다면 세계 제일의 산업 기술국가로 들어서는데 부족함이 없을 것이다.

지난 96년 우루과이라운드가 발효되면서 우리는 얼마나 많은 고통을 느꼈으며 대비하지 못한 것을 후회했는지 기억할 것이다.

올해 9월에는 DDA(도하개발아젠다)가 발효되며 연두부터 협상에 골몰하고 있다. 모든 시장의 개방이 요구되고 있는 상황에서 우리 포장업계가 살아남을 수 있는 길은 무엇인가 생각해야 될 때다.

혼자만이 아닌 공존공생할 수 있는 방법을 찾아 나가는 현명함이 필요한 시기이다. 그러기 위해서는 정부의 적극적인 지원과 업체의 기술인력에 대한 투자, 유저들과의 유기적인 협력이 무엇보다도 필요하다.

우리나라 포장기계 업계의 앞날은 아직 개발하고 발전시켜 나갈 부분이 더 많다. 이 미개척 부분을 잘 개발하고 살려가는 길이 우리에게 남은 과제이다. ☺