

## 해외시장 개척 주력



이 철 순

한국제관공업협동조합 회장

포장인 가족 여러분!

병술(丙戌)년 새해가 밝았습니다.

돌이켜 보면 지난 한해는 대내외적으로 그 어느 때보다 어려움이 많았던 해였습니다. 업계 외적으로는 유가 급등과 중동 불안, 북핵 문제, 도청 파문 등으로 국내외가 시끄러웠고 내적으로는 가파른 원자재 가격 상승 뒤의 급격한 원자재 및 제품이 하락과 소비 위축에 따른 판매 부진으로 제관업계와 포장업계는 말 그대로 실얼음을 걷는 한 해였습니다.

올해에도 북미와 유럽, 이웃 일본 경기는 호조가 예상되는 반면 우리 경제는 지난 해 정도의 성장에 그칠 것이라는 전망이 나오고 있습니다. 유가나 금리, 환율 등 주변 환경 역시 지난 해와 마찬가지로 우리 중소기업에게는 불리할 것이라는 전망만 나오고 있습니다.

포장인 여러분! 그러나 우리에게는 이러한 어려움을 극복해야만 하는 사명이 있고 과거 경험도 있습니다. 환경은 스스로 개척할 수 있습니다.

진인사대천명(盡人事待天命)이란 말이 있습니다. 우선 우리 스스로 낭비요소는 없는지 돌아봐야 하겠습니까. 두 번째는 수익성을 극대화하는데 주력해야 할 것입니다. 기업의 생명은 수익성입니다. 어려울 때일수록 원가절감과 함께 고부가가치 제품 개발에 주력해야 합니다. 세 번째는 수출 시장개척과 이를 통한 수출선 다변화에 앞장서야 하겠습니까. 프론티어 정신이 필요한 때입니다. 네 번째는 고객관계를 강화하는 것입니다.

개인이나 기업이나 어려움에 처하면 자기 이기주의에 빠지기 쉽습니다. 그러나 어려움은 정도의 차이만 있을 뿐 대기업이나 중소기업 모두가 똑같습니다. 다행히 올해에는 OECD 경기가 살아날 것이라는 전망이 지배적입니다.

이 모든 것을 위해서는 기업 역량을 한곳에 집중해야 합니다. 선택과 집중을 통해 핵심 전략제품을 개발하고, 기업의 역량을 최대화해야 합니다. 그러기 위해서는 우리의 마인드부터 바뀌어야 합니다.

흔히 '블루오션'이라는 표현을 합니다. 노력 없는 블루오션이나 미래는 없습니다. 규모는 작지만 세계적인 기업은 얼마든지 있습니다. 기업의 영속성은 규모에 있는 것이 아니라 경쟁력에 있습니다.

포장인 여러분!

우리는 이미 세계시장에 내놓아도 빠지지 않는 많은 장점을 갖고 있습니다.

IT가 그러하고 바이오 분야가 그러합니다. 우리와 직접 관련이 있는 자동차나 가전의 디자인이나 제품의 포장 디자인도 이미 세계 수준입니다. 이러한 자부심은 어려움을 극복하는 큰 힘이 됩니다.

새해에는 포장인 가족 모두와 제관업계 종사자 모두가 행운이 가득하고 좋은일만 생기는 한 해가 되길 바랍니다. ☺