

不況期の 기업대응전략(1)

출처 : 삼성경제연구소

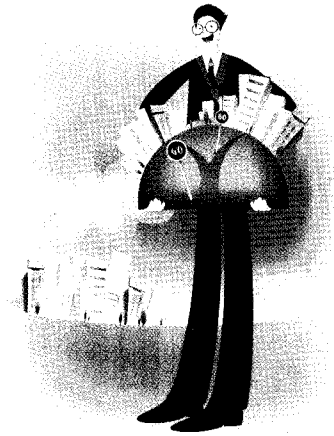
I. 불황에 직면한 한국기업

- II. 'S-R(충격-유연역량)' 분석
- III. 불황극복을 위한 맞춤형 전략
- IV. 한국 대표기업의 불황극복전략
- V. 한국기업에 대한 제언

I. 불황에 직면한 한국기업

본격화된 기업실적 악화

- 2008년 상반기 한국기업은 미국발 금융위기와 국제원자재 가격 폭등에도 불구하고 양호한 경영실적을 거두었음
 - 제조업 매출은 전년동기 대비 22.4% 증가하고, 영업이익률은 8.7%를 기록(1990년 이래 최고치)
 - 원유 등 원료비 상승에 따른 판매가격 인상 및 수출 호조 등으로 매출성장세가 지속



- 그러나 하반기 들어 세계경제가 불황에 접어들자 한국기업의 수익성도 급격히 악화되는 등 경영위기가 점차 가시화
 - 2008년 3/4분기 제조업 매출은 전년동기 대비 29.9% 증가했음에도, 영업이익률은 6.6%로, 稅前순이익률은 3.4%로 하락

- 稅前순이익률이 전분기 대비 5.3%p나 하락한 것은 영업이익 감소, 외환 및 파생관련 純손실 확대에 기인

- 특히 세계경제 침체가 본격화된 2008년 4/4분기부터 수익성 악화는 물론 매출성장세마저 꺾일 것으로 전망

〈한국 제조기업의 실적 추이〉

(단위 : %)

구 분	2007년				2008년		
	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4
매출증가율	7.5	10.4	7.0	12.9	18.5	26.0	29.9
영업이익률	6.6	6.4	7.1	6.0	8.1	9.2	6.6
稅前순이익률	7.7	8.8	8.6	5.8	7.3	8.7	3.4

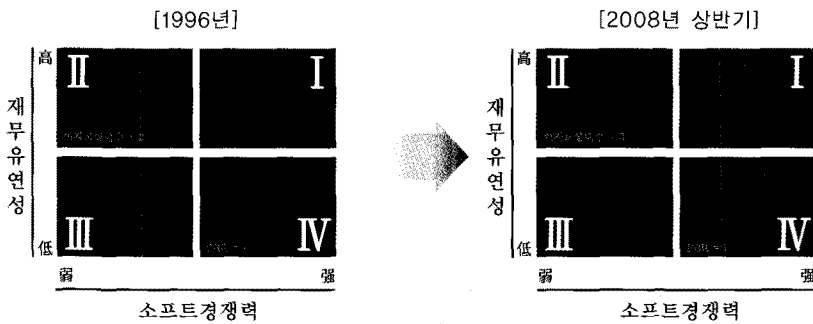
자료 : 한국은행, "분기별 기업경영분석 결과" 각호

- 수출 의존도가 높고, 글로벌경제가 불황의 늪에 빠졌다는 점을 감안할 때, 다가올 위기는 東아시아에 국한되었던 외환 위기 때보다 더욱 심각할 것이라는 주장도 제기
 - "한국은 수출감소로 아시아 금융위기 당시보다 더 심각한 상황에 있다." (아르노 로디에 국제경제 칼럼니스트)
 - 불황의 여파가 경영 전반에 충격을 주면서 수비적 경영기조가 널리 확산되고, 그간의 성장전략도 시험대에 오를 것으로 예상

한국기업의 역량이 IMF 외환위기 때와는 天壤之差

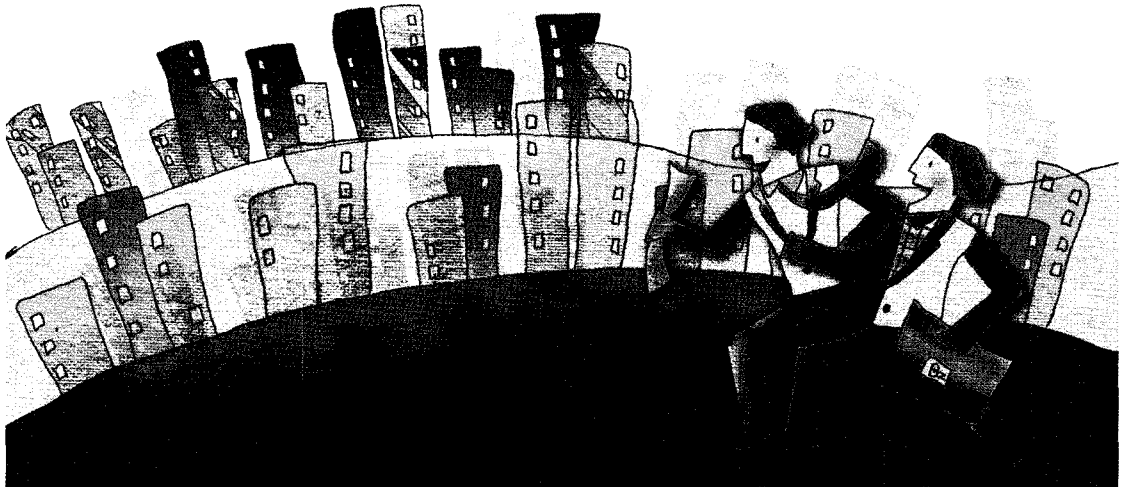
- 전반적인 경제여건은 악화되었으나, 불황극복을 위한 한국기업의 역량이 외환위기 때와는 비교할 수 없을 정도로 강해졌다는 점을 주목할 필요
- 재무유연성과 소프트경쟁력으로 평가한 한국기업의 불황대처능력이 과거에 비해 크게 신장되어 다양하고 적극적인 대응전략이 가능해짐

〈한국기업의 불황대처능력 개선〉



- 이자보상배수가 증가하고 부채비율이 급감하는 등 재무유연성이 크게 개선

● 외환위기 당시 제조업의 이자보상배수(영업이익/이자비용)는 1.2배에 불과했으나 2008년 상반기에는 6.3배로 높아진 반면, 부채비율은 425%에서 96%로 대폭 하락



■ 브랜드, 디자인과 기술력 등 소프트경쟁력도 크게 향상

- 2008년 세계 100대 브랜드에 삼성전자(21위 : 177억달러), 현대자동차(72위 : 48억달러) 포함
- 2007년 세계 3대 디자인상인 iF, red dot과 IDEA에서 주는 총 2,553개 賞中 한국인이 208개를 수상(전체의 8.1%)
- 美 특허건수 측면에서는 1996년 1,567件에서 2007년 7,264件으로 4.6배 증가(2007년 현재 세계 5위)

글로벌 경쟁기업은 더욱 어려운 처지

■ 글로벌 경쟁기업이 상대적으로 더욱 극심한 어려움에 직면

- 美 제조기업들은 심각한 불황에 시달리고 있으며, 제조와 금융업을 대표하는 GM과 시티그룹은 파산 일보직 전에 다다랐을 정도
 - 美 제조업 경기를 보여주는 ISM 제조업 PMI가 2008년 11월 36.2로 26년 6개월 만에 최저 수준
- 유럽도 자동차를 비롯해 화학, 운송, 철강과 서비스 등 전 산업으로 불황의 그림자가 드리우는 중
 - 유로존의 ISM 제조업 PMI와 서비스업 PMI는 35.6과 42.5(2008년 11월 기준)로 지수를 작성하기 시작한 이래 최저치
- 일본도 엔高까지 겹치면서 자동차, 전기·전자 등 주력산업이 苦戰을 면치 못하고 있는 상황
 - 세계 1위 자동차기업 도요타는 2008년 결산 영업이익이 전년 대비 73.6% 감소할 것으로 자체 전망하고 있으며, 소니의 2008년 상반기 영업이익은 전년동기 대비 60%나 감소

■ 글로벌 경쟁기업의 어려움은 한국기업에 새로운 기회를 제공할 가능성

- 예를 들어 한국기업은 환율효과 덕분에 글로벌시장에서 일본기업에 비해 상대적 가격경쟁력을 확보
- 제품포트폴리오 구성에서도 해외 경쟁사에 비해 유리한 경우가 발생
 - 자동차 업종의 경우 SUV와 픽업 트럭 등 중대형 모델 비중이 높은 美업체에 비해 한국기업은 불황기에 수요 증가가 예상되는 소형 모델 비중이 높아 생산설비 변경 등 전환비용이 적은 이점

■ 한국기업으로서 최근 경쟁환경과 기업의 역량을 고려한 '맞춤형 불황 극복전략'을 수립함으로써 금번 불황을 글로벌 판도변화의 기회로 삼을 필요

- 이를 위해서는 먼저 외환위기 당시 기업들이 받았던 충격과 대응역량을 기준으로 불황의 여파를 심층분석한 후, 역량의 유형별로 바람직한 전략을 도출하는 것이 중요

▶ 다음호에 계속

