



機械工業의 振興策

前商工部長官 吳 楨 洙

〈韓國貿易振興(株) 社長〉

近者 某新聞紙上에서 「國產機械는 팔리지 않는다」란 題目的 記事를 보았다.

그 論調는 國內需要者들에 盲目的으로 外産을 좋아하기 때문에 國產機械가 안팔린다는 것이다. 거기에 一理가 없는것은 아니라고 본다. 外國人과 合作企業인 境遇나 플랜트 輸入인 境遇대수롭지 않은 木製나 洋鐵製의 資材한 容器들까지 輸入하는것을 흔히 본다. 如斯한 境遇라도 業者들이 注意해서 國產可能品들은 國內에서 調達하도록 主張할 수 있었을 것이다. 그러나 過去에는 그렇지 못한 境遇가 많았을지도 모른다. 그런데 정말 問題가되는 것은 무슨 理由로 國內需要者들이 無條件外産을 좋아하게 되었는가에 있다고 본다. 여기에는 國內 機械業者들에게 責任이 더 많지 않은가 생각된다. 國產製品 中에는 外形은 外産과 같은데도 그 內容과 成能이 拙劣한 商品들이 너무 많다는 點이다. 實例를 하나 들자면 近者 螢光등이 日本으로부터 輸入 되었는데 그것은 우리의 螢光등業者와 技術提携까지 되어 있는 製品임으로 商標까지 國產과 同一하고 照明度 表示도 同一하다. 그런데도 不拘하고 實照明度는 日製가 國產보다 현저히 높다. 그러므로 日製輸入品은 約 10% 高價로 市中에서 팔린다. 이것은 무엇을 意味하는가. 이것은 日本業者나 우리業者의 心持의 差異에서 오는 結果라고 볼 수 밖에 없지 않은가? 이래도 外産 選好하는 需要者들만을 나무랄 수 있겠는가.

이런 마음가짐으로 機械를 만드는 業者가 많

이 있다면 「國產機械는 팔리지 않는다」는 當然한 結論이라 하겠다.

最近 우리나라는 重化學工業의 育成에 많은 힘을 쓰고 있지만 그 보다는 훨씬 전인 約 10年前부터 우리政府는 機械工業育成을 爲하여 特別 融資基金을 策定하는等 많은 獎勵策을 始作할 줄 안다. 近者 우리나라 機械가 東南亞方面으로 輸出이 된다하니 慶賀할 일이나 아직도 대수롭지 않은 機械까지 많이 外國으로부터 輸入된다는 是는 國內의 機械製造業者들의 反省을 促求할 수 밖에 없다고 본다.

機械工業은 本質的으로 資材보다 技術을 販賣하는 業이다. 그러므로 物資가 貧弱한 나라에서도 頭腦만 잘 活用하면 成功할 수 있다. 瑞西가 좋은 標本이다. 그 나라는 精密工業인 時計工業을 비롯하여 其他大小 精密度를 要하는 機械를 世界各國에 많이 製造, 輸出하고 있다.

우리民族도 優秀한 頭腦를 가지고 있다는 것은 世界기능올림픽 大會에서의 成績으로 보아 疑心할 바가 없다. 우리는 資材가 貧弱한 나라다. 그러므로 機械工業을 우리의 主宗輸出品으로 定着시키겠다는 政府의 着想은 올바른 것이다. 現在 世界各國에서 우리의 主宗輸出品인 纖維類, 針葉類, 合板, 其他輸出品에 對한 輸入底抗을 받고 있는 이때 機械工業을 擴充發展시키 長期的인 輸出基盤을 造成함은 必要한 것이다.

機械工業을 發展시키는데는 아래 다섯가지 要素가 必要하다고 본다.

□ 論 說

첫째. 技術의 研磨와 創作力의 發揮다.

機械工學은 應用科學의 基礎이므로 온갖 工學은 機械工學을 利用해서야 그 技能을 發揮할 수 있다. 電氣, 電子, 化學, 其他 모든 工學은 機械란 媒體가 없이는 實踐할 수 없다. 그럼에도不拘하고 現在 우리 各大學의 機械工學 志望生, 따라서 그 卒業生의 數가 微弱한 것 같다. 大學은 機械學徒를 더 많이 培出하는 同時에 優秀한 技術者들을 養成하여서 機械工業發展에 이바지해야 할 것이며 機械學徒들은 많이 배우고 創作力 研磨에 努力해야 할 것이다.

둘째. 製品의 標準高度化와 信用의 確立이다.

機械란 製品은 纖維製品이나 日用雜貨類와 달라서 原價가 高騰한 耐久物임으로 需要者는 機械選擇에 神經을 많이 쓰게 마련이다. 機械는 外觀만으로 評價할 수 없다. 그러므로 그 機械의 使用 經驗者들간의 評判이라도 듣기前에는 安心하고 購買하지 못한다. 한번 市場에 내놓은 機械는 將次 賣出하고자 하는 機械의 見本노릇을 할 것이다. 品質의 標準을 높이고 그 標準에 未達品은 제품화하는 恨이 있더라도 絕對로 販賣하지 말아야 한다. 그리고 標準은 더 높게 改善은 할지라도 그를 底下시키는 變動은 排除되어야 된다. 商品의 信用은 企業의 生命이다. 一時 또는 小量의 商品이라도 品質에 對한 信用을 傷失하면 企業은 致命的 打擊을 받게 된다. 企業者는 販賣를 始作하기 前에 높은 標準을 定立시키고 商品의 商標를 붙이고 그 商標의 標準質을 嚴守하면 製作社의 信用도 따라서 생기며 그로 인하여 다른 種類의 機械까지 初度販賣에 도움이 된다.

셋째. 持久戰을 敢當할 能力과 氣質을 가지라.

機械란 使用經驗에 依해서만 그 眞正한 評價가 생기므로 短時日內에 市場의 擴張을 期待하는 것은 無理다. 性急히 販路擴張이 되지 않는다고 이것저것 우왕좌왕하면 企業은 失敗를 하게 된다. 一端 높은 標準의 用途 좋은 機械를 만들었으면 自己商品에 對한 自信을 가지고 隱忍邁進하며 適當한 廣告와 宣傳을 하면 市場은 그 商品을 認定해 줄 때가 와서, 再次 三次 四次의 注文이 오게 될 것이다.

넷째. 廣告와 宣傳은 熱心히 하되 過張은 하지 말라.

過張은 一時의 效果는 있을지 몰라도 나중에는 信用面에 害毒이 된다. 宣傳의 一言一句가 事實과 달라서는 其 商品의 信用을 떨어뜨리는 結果를 가져 올 것이다. 信用은 絕對의이어야 된다.

廣告와 宣傳이 企業에 미치는 힘이란 매우 큰 것이다. 商品에 따라 그 重要性이 多少 差異가 있겠지만 廣告와 宣傳은 그 商品의 存在를 報知시키는 役割外에 그 購買를 促進시키는 作用을 한다. 그 實例로서 「코카콜라」같이 世界에 널리 알려진 飲料水도 三日間만 그의 廣告를 中斷시키면 그의 販賣量이 5%나 줄어든다고 한다. 廣告는 꾸준히 要領있게 내어야 된다는 것이다.

끝으로 機械에는 製作業者의 品質保證과 事後서비스가 따라야 된다.

機械의 種類와 業者에 따라 多少 差異가 있지만 大概是 販賣後 一定期間內에 機械가 製造作業의 不實이나 材料의 缺欠으로 인하여 故障이 나을때는 製作者가 無料로 修理 或은 代替해줄 責任을 진다는 保證을 하는 것이다.

事後서비스(after service)란 販賣後 機械使用中 故障이 나을時 그 修理에 對한 서비스를 指稱한 것인데 複雜한 構造의 機械인 境遇, 大概 처음 6個月내지 1年동안은 無料修理를 해주는 例가 있으나 其以後에는 有料修理를 無期限 繼續해주는 것이 通例라 하겠다. 要는 機械를 製作販賣한 者는 그 機械의 完全稼動을 돌봐주는 責任을 진다는 것이다. 機械가 컴퓨터인 境遇, 販賣側은 修理陣을 恒常 需要地에 配置하고 있다가 故障申告가 오면 即時修理를 하여야 된다.

이것은 컴퓨터 賣買의 큰條件인 것이다.

賣買에 있어 需要者는 王이다. 需要者 없이는 企業이 存立할 수 없다. 需要者들에게 奉仕를 잘하느냐 잘못하느냐가 그 企業의 興亡을 左右한다고 해도 過言이 아니라고 생각한다.

이 글은 機械工業 振興策 으로서는 너무 간단한 줄 안다. 오직 機械工業의 發展과 定着에는 製作者의 올바른 마음가짐이 必要 하다는 것을 좀 더 認識 시켰다면 多幸이라 하겠다.