

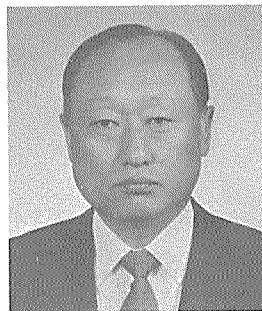
'92년은 대외적으로 구소련을 비롯한 동구권 및 중국 등 공산권의 개방 가속화와 미 민주당의 대선 승리 등 21세기의 경제적 Globalization 시대를 향한 체제개편이 이루어진 한해였으며, 대내적으로는 남북한의 UN동시가입, 러시아 및 중국 등 공산권과의 수교, 민주적 정권교체를 위한 대선 등 많은 변화를 가져온 한해이기도 했다.

특히 세계경제는 UR협상이 계속되고있는 가운데 금년말로 통합을 목표로 하고 있는 EC, 미국이 중심이 되어 추진하고 있는 북미 자유무역 협정(NAFTA) 등 지역적으로 인접한 국가들의 경제적 유대 관계가 강화되고 경제의 BLOC화 현상이 전세계로 확산되었으며 이러한 가운데 자국의 이익을 위하여 관심지역에서의 주도권 쟁탈을 위한 경쟁이 「총성없는 전쟁」이라 할 만큼 치열하게 전개된 한해였다. 또한 세계적으로 환경 및 지적 소유권에 대한 관심이 제고되어 개도국에게는 새로운 무역장벽으로 작용할 가능성이 점차 커지고 있다. 국내경제 또한 설비투자 증가율이 큰 폭으로 둔화되고 기술개발의 부진, 고금리, 고임금, 내수경기침체 등으로 기업도산이 속출하고 경쟁력이 크게 약화되어 3/4분기 GNP성장률이 3.1%에 그치는 등 산업 전반적으로 구조조정 내지는 경쟁력 강화를 위한 제반노력이 그 어느때보다도 절실히 요구됐던 시기였다.

이러한 상황은 우리 자기 Media업계도 마찬가지로 전세계적인 공급과잉과 수출가격하락, 선진국

'92 자기미디어산업을 돌아보며

최준식 / 본회 비상근 이사
(주) SKC사장



및 EC 등의 반덤핑(Anti-Dumping)제소, 국내업체간의 과당경쟁으로 인해 시장상황이 악화되어 '91년 8월이후 계속되어온 침체상태를 벗어나지 못하고 있다.

특히 한국전자산업의 주요 수출품목의 하나로 성장해온 비디오 테이프의 경우 해외시장 의존도가 80% 이상으로, 미·유럽의 시장 수요 침체와 공급물량 초과로 인한 재고누증에 따라 최근엔 수출가격이 총원가 수준을 밑도는 등 수출채산성이 악화되고 있는 실정이다. 이러한 내외환경하에서 금년은 국내 자기 Media업계가 원가 절감, 생산성향상 등을 통해 수출경쟁력 강화를 위한 각고의 노력을 기울인 한해였다.

이와 같이 어려운 경영여건속에서 우리 업체가 존속, 발전하기 위해서는 첫째, 경제블록화와 보호무역주의의 확대추세에 대응하여 수출선다변화 및 저부가가치 제품의 생산기지 해외이전과 자체 Brand 수출확대에 주력하고, 둘째 UR협상의 진전으로 국내시장 개방의 가속화가 예상됨에 따라 외국업체의 국내시장 잠식에 대응하여 유통구조 개선과 대리점의 체질개선 등을 도모하고, 셋째 지속적인 R&D 투자로 신기술, 신제품

개발을 통한 제품의 고부가가치화를 이룩해야 한다.

특히 R&D를 함에 있어서는 “팔릴 수 있는 물건”을 개발해야 한다는 시장지향적 사고를 가지고 Marketing, Production, R&D가 연계된 소위 M.P.R.체제가 구축되어야 하고, 기초연구를 소홀히 하지 않으면서 상품화 과정인 Development와 생산공정의 효율성 제고를 위한 Engineering에 주안점을 두어야 하며, R&D요원에게 강한 동기부여 및 일체감을 조성할 수 있는 R&D 분위기가 조성되어야 한다. 지금 우리경제는 자기 Media 산업 뿐만 아니라 산업 전반에 걸쳐 후발개도국의 맹렬한 추격과 선진국의 높은 기술장벽으로 인해 매우 어려운 상황에 처해 있다. 이러한 때 일수록 업체는 업체 나름대로의 생존을 위한 전략을 수립하고 이를 지속적이고 심도있게 추진해 나가야만 하며, 이와 함께 정부의 종합적이고 체계적인 정책의 수립과 지속적인 지원이 뒤따라야 한다.

이렇게 정부·국민·기업이 하나가 되어 굳은 신념과 의지로 공동 대처해 나간다면 현재 우리업체가 처해있는 상황은 충분히 극복될 수 있다고 확신한다