

'92년도 컴퓨터산업의 전망과 대응

김 동 식
현대전자산업(주) 사장

1. 1992년도 컴퓨터산업의 회고

'90년에 이어 금년은 한국의 컴퓨터산업에 있어 참으로 어려운 한해였습니다. 수출의 경우를 볼때 금액은 전년비 약 7% 증가하였으나 업체들의 수지상태는 아주 어려운 지경에까지 이르게 되었습니다. 매출액에 크게 기여해 왔던 PC부문은 '90년 약 38%의 감소에서 하반기부터 386과 Notebook PC판매에 힘입어 약간의(전년비 약 8%) 성장을 보였습니다만 극심한 가격 압박에 시달려야 했습니다. 이는 첫째, IBM의 저가전략이나 저가적 저생산가 정책을 주장하는 새로운 Compaq의 Top Management채용에서도 알 수 있듯이 Brand인 지도가 높은 유수의 업체들마저 Low End제품과의 가격격차를 줄이는 전략을 택하고 있고, 이에따라국내 업

체들의 가격적으로 적절히 Positioning하기 어려운 상황이었기 때문입니다.

둘째로 이러한 경향을 가속화시키고 있는 것으로 낮은 간접비를 주 무기로 하는 대만업체들의 활발한 반제품 수출이라 하겠습니다. 이 활발한 반제품 수출은 중국에는 중간도매상이나 소매상이 제품의 조립에 개입하게 함으로써 IBM을 포함, IBM호환기기 세트 업체들이 차별적시장 위치를 상실케하고 있습니다.

세째, 대부분의 PC업체들이 판매물량을 OEM방식에 의존하고 유통채널을 다양화하지 못했기 때문입니다. 미국 시장의 유통 채널은 생산자와 소비자 사이의 단계를 줄이는 방향으로 급진전되어 전통적 컴퓨터 도·소매상이 아닌 Superstore가 일반적 유통 채널로 자리 잡아가고 있고 컴퓨터라는 제품이 Reliability측면에서 아직 Commodity로서의 상품성을 충분히 갖고 있지 못함에도 불구하고 소위 "컴퓨터 지식이 있는 고객"을 대상으로 Mass Merchant나 Consumer Electronics형태의 유통 경로가 중요한 거래처가 되어가고 있습니다.

네째, 속도가 늦고 차별화에 성공하지 못하는 제품개발력을 들 수 있습니다. 국내 업체의 경우 제품의 차별화를 차치하고라도 제품 출시시기가 제품 성숙기에 이미 접어든 이후가 많아 낮은 수익으로 고생을 하게 되어 여러 방향으로 이를 극복키위해 애쓰고 있습니다. 하지만 오랫동안 단순한 대량 조립 생산중심으로 여러 사업들을 이해해 왔기 때문에 제품차별화와 선도 개발을 중심으로한 사고전환, 체제전환에 많은 어려움을 겪고 있습니다.

주변기기 분야를 놓고보면 양산을 대전제로 하고 있고 제품의 차별화가 큰 영향요인으로 작용치 않고 있는 중저급 모니터 분야의 비교우위에 힘입어 '90년 약 35%의 성장을 보였으나 '91년의 경우 금액비 약 6%의 성장에 머무르고 있습니다. 전세계 시장의 약 30%이상을 차지하고 국내 주변기기 수출액의 약 90%를 점유하고 있는 모니터 분야는 상대적으로 형편이 나아보

이나 현위치를 유지 발전시키기 위해서는 그 성장세가 두드러진 고해상도 및 대형 제품분야에 시급한 대응이 필요한 것 같습니다. 정밀성을 요구하는 프린터 및 주변기억장치류들은 아직 그 성과가 미미한 실정으로 세계시장을 독점하다시피 하고 있는 일본업체들과 무엇을 무기로 하여 경쟁해야 할 것인가하는 근본적인 숙제를 안고 있다 하겠습니다.

한편 당초 상당한 성장기조를 유지하리라던 내수시장은 하반기에 들어 오면서 국내 경기전반의 침체가 피부 깊숙히 스며들어 PC분야의 경우 전년비 10%(금액기준 : 수량기준은 약5~6%)증가에 그쳤습니다. 개발도상국에 있어 인건비 상승을 포함한 원가압박은 많은 경우 사무자동화, 성력화, 자동화 등을 통한 경쟁력 제고 방향으로 작용하여 오히려 System Integration의 형태로 산업수요가 늘어날 것이라는 것이 우리의 기대였습니다만 복잡한 정치사회적 현상때문에 산업계에 있어 발전적 변신의 기운이 부족한 것 같습니다. 물론 국내 컴퓨터 시장이 독특하게도 경기침체에 직접적으로 영향받는 교육관련 수요가 큰 몫을 차지하고 있어 이 부분의 수요감퇴도 상당한 영향을 주었으리라 믿어집니다.

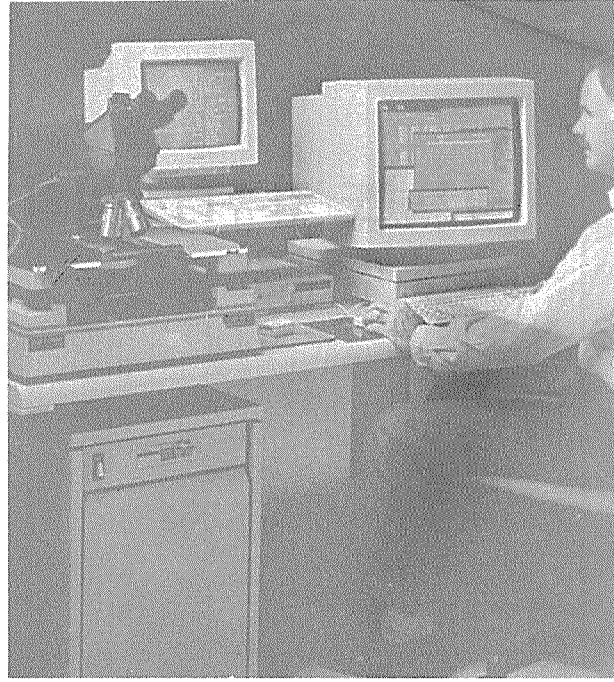
이와같이 급속하게 변모하는 컴퓨터산업 전반에 걸쳐 경쟁력 제고 및 수익률 개선이라는 우리의 과제를 내년도 전망을 통하여 조망하여 보고자 합니다.

2. 1992년도 세계시장 전망

가. PC시장의 전망

〈표-1〉에서 보는 바와같이 시장조사 회사인 IDC에 의하면 '92년도 전세계 PC시장 규모는 약 2,800만대, 810억달러에 달할 것으로 추정됩니다.

이는 '91년도 대비 수량 및 금액기준 9%성장으로서 금년도와 비슷한 성장수준에 머물 것이라는 전망입니다. 지역별로는 '92년 전체 수요



〈표-1〉 〈지역별 세계 PC시장 전망〉

구 분	'90	전년비	'91	전년비	'92	전년비	'93	전년비
	수량	성장률	수량	성장률	수량	성장률	수량	성장률
세 계	23,444	10	25,486	9	28,073	9	30,972	10
미 국	9,464	3	9,616	2	10,191	6	10,970	8
서유럽	7,931	10	8,679	9	9,337	8	9,955	7
일 본	2,294	23	2,794	22	3,360	20	4,095	22
기 타	3,755	21	4,397	17	5,185	18	5,952	15

(참고자료 : IDC, 8/91)

의 70% 정도를 미국과 유럽이 점유하고 있으나 성장률은 상당히 둔화되고 일본을 포함한 그밖의 지역은 15% 이상의 성장세를 보일 것으로 예상됩니다. 업체로서는 미국지역에서는 IBM, APPLE, COMPAQ이 지속적인 우위에 있을 것이며 유럽 지역에서는 전통적인 보수성때문에 Olivetti, Phillips, Amstrad 등이 명맥을 이어갈 것으로 보이나 일본의 도전도 만만치 않으리라 생각합니다.

제품에 있어서는 금년 386SX제품을 능가했

던 286기종은 약 15% 감소하는 반면 386SX는 전체 IBM호환기 시장의 약 40%이상을 점유하며 약 25%이상 성장할 전망이다. 386DX급 이상에 있어서는 AMD를 비롯하여 INTEL과의 호환성을 갖는 프로세서들을 만드는 회사가 다수 출현함에 따라 INTEL 486SX와 386DX급 호환 CPU들이 치열한 가격경쟁을 하리라 전망됩니다. 이러한 과정에서 386DX급 이상의 기종에서의 시스템 가격하락도 빠른 속도로 이루어 질 것입니다.

1992년은 또한 제품의 형태로 볼 때 새로운 Desktop개념이 정의되는 해가 될 것으로 판단됩니다. 수익성 악화에 고전하고 있는 많은 회사들이 활발한 기업간의 제휴를 통해 부족한 기술을 메꾸면서 UNIX와 DOS를 병합하고 복

합적인 CPU를 결합시킨 새로운 제품을 구상하고 있습니다. 이 제품은 소비자에게는 사용할 수 있는 소프트웨어의 폭을 대폭 넓히면서도 O/S 등에 관한 추가적 지식은 별로 요구하지 않는 형태로 나타날 것이고 제품개발자에게는 훨씬 더 계산능력이 강력하고 Graphic기능이 향상된 제품을 만들어야 하는 과제를 던져주게 되었습니다.

연평균 50%이상 성장하고 있는 노트북의 경우에 이러한 새로운 제품 개념이 1~2년내에 적용되기는 힘들겠지만 Color LCD의 호소력은 어찌면 시장조사회사들이 예측하는 정도 이상으로 시장점유를 늘려갈 것이고 기술개발 속도가 느린 Battery의 한계로 인해 어쩔 수 없이 저전력 소모형 전자부품, 그리고 새로운 노오

<표-2> <PROCESSOR TYPE형 세계 시장 전망>

(단위 : 천대, %)

PROCESSOR	'90	전년비 성장률	'91	전년비 성장률	'92	전년비 성장률	'93	전년비 성장률
	IBM호환기계	18,288	14	20,213	10	21,540	7	23,903
8088	2,650	△38	1,598	△35	1,029	△40	608	△41
80286	8,050	△5	7,033	△13	6,044	△14	5,240	△13
80386SX	4,120	333	6,606	60	9,001	36	10,840	20
80386DX	3,322	38	4,171	26	3,576	△14	2,677	△25
80486SX	—	—	192	—	863	350	2,536	194
80486DX	146	—	513	250	1,027	100	1,961	91
80586	—	—	—	—	—	—	41	—

(참고자료 : IDC, 8/91)

<표-3> <DESKTOP과 PORTABLE PC의 세계 시장 비교>

(단위 : 천대, %)

구 분	'90	전년비 성장률	'91	전년비 성장률	'92	전년비 성장률	'93	전년비 성장률
	DESKTOP	20,551	6	21,521	5	22,942	7	24,600
PORTABLE계	2,893	44	3,965	37	5,131	29	6,372	24
NOTEBOOKS	1,040	216	1,862	79	2,800	50	3,860	38
DC LAPTOPS	1,526	13	1,749	15	1,930	10	2,070	7
AC PORTABLES	327	△1	355	9	401	13	442	10

(참고자료 : IDC, 8/91)

<표-4> <유통망별 미국 PC시장 전망>

(단위 : 천대, %)

구 분	'90		'91		'92		'93	
		구성비		구성비		구성비		구성비
DIRECT	757	8.0	760	7.9	846	8.3	954	8.7
DEALER	5,518	58.3	5,356	55.7	5,259	54.6	5,331	48.6
SUPERSTORE	104	1.1	192	2.0	296	2.9	373	3.4
VAR	1,382	14.5	1,462	15.2	1,600	15.7	1,766	16.1
MASS	492	5.2	615	6.4	764	7.5	911	8.2
MERCHANT								
CONSUMER	492	5.2	615	6.4	764	7.5	900	8.2
ELECTRONICS								
MAIL ORDER	577	6.1	596	6.2	632	6.2	702	6.4
OTHER	142	1.4	10	0.2	30	0.3	33	0.4

(참고자료 : IDC, 9/91)

트북용 주변기기들이 출현할 것입니다.

유통시장 구조의 변화에 대해 보겠습니다. Dealer Channel 의존도가 드디어 50%근처로 떨어질 전망이다. 1992년에는 IBM, COMPAQ 등을 포함한 주력 업체들이 모두들 금기시 해왔던 Superstore, Mass Merchant 등에 그 얼굴을 내밀 것입니다.

나. 주변기기 시장 전망

<표-5>에서 보는 바와 같이 PC성장과 함께 지속적인 성장이 예상되나 Monitor의 경우는 고해상도화, 대형화 추세가 필연적으로 지속될 것이며 LCD를 채택한 Notebook PC에 의한 시장 잠식으로 CRT모니터는 수량비 약 8%, 금액비 약 20%의 감소가 예상됩니다. Printer의 경

<표-5> <주변기기 세계시장 전망>

(단위 : 천대, %)

구 분	'90	전년비 성장률	'91	전년비 성장률	'92	전년비 성장률	'93	전년비 성장률
COLOR	17,400	16	20,600	18	19,000	-7.8	19,600	3.1
MONO	6,900	-14	6,800	-2	4,500	-33.8	4,000	-11.1
계	24,300	-6	27,400	12.9	23,500	-14.2	23,000	-2.1
PRINTER	18,190	8.5	19,600	7.8	21,100	7.7	22,700	7.6
STORAGE								
FDD	41,555	8.1	43,100	3.7	44,700	3.7	45,700	2.2
HDD	24,850	19.4	28,930	16.4	32,780	13.3	36,100	10.1
ODD	910	29.2	1,343	47.6	2,049	52.6	3,212	56.8
계	67,315	12.3	73,373	9.0	79,529	8.4	84,921	6.8
MODEM(DIAL-UP)	2,447	44.4	2,910	18.9	3,230	11	3,450	6.8

(참고자료 : MONITOR-DATQUSST 10/91, PRINTER-DATAQUEST 5/91, STORAGE-DISK TREND '91, MODEM-IDC '91)

우 Color화, 저소음화 및 High Speed화 추세로 LBP, Inkjet방식 등을 중심으로 성장할 것이며, Non-Impact방식이 전체시장의 50% 이상을 점유하리라 전망하고 있습니다.

Storage에 있어서는 Compact화, 고밀도화 및 고용량화가 이루어지고 있으며 ODD는 약 50%이상 급성장할 것으로 예상됩니다.

다. 국내 시장 전망

미래의 PC시장은 약 50만대, 4,200억원 규모로 XT시장의 급격한 퇴조와 386시장의 급성장으로 수량에서는 큰 변화가 없을 것으로 예상되나 금액에 있어서는 약 15% 이상의 성장이 있을 것으로 전망되고 있습니다. 그러나 1990년, 1991년을 교훈으로 하여 다시 생각해 보면 예상보다는 AT에서 386SX로의 시장점유를 변동이 클 것이라는 점, 그리고 금년 하반기에 컴퓨터 판매에 크게 영향을 주고 있는 경기침체가 심화되면 총량 수요가 퇴조할 수도 있으리라는 점입니다. 물론 전술한 바와 같이 국내 여러 분야의 산업 개체들이 난국을 극복하기 위한 PC나 중대형 컴퓨터 그리고 여러 주변기기를 포함한 총합시스템으로서의 산업 수요가 늘 것을 기대하고 이러한 수요에 대응해야 할 것입니다.

국내 시장을 유통측면에서 살펴볼때는 훨씬 더 심각합니다. 그것은 유통시장 개방이라는

큰 물결때문입니다. 한 제조회사에 전속된 형태로 운영되고 있는 현재의 대리점 체계는 크게 위협받게 될 것입니다. 유통시장 개방이라는 도전을 받지 않고 유통 채널이 변화해온 일본의 경우도 결국은 제조회사마다 독립적 판매 회사를 따로 세우게 되었고, 별개의 양판점 점포내에서 타제품과의 치열한 경쟁을 이겨내야 하게 되어 있습니다. 국내에 먼저 상륙할 예정인 컴퓨터랜드 등의 미국계 판매회사들의 운영 형태는 다양한(품목별로 4~5개) 회사의 제품을 동시에, 취급함과 동시에 제3자의 금융을 결합하는 모양세를 갖출 것으로 짐작됩니다.

소비자에게 마음껏 제품비교의 기회를 주는 다사 제품 취급점포로의 변화는 어쩌면 피할 수도 피해서도 안되는 환경변화일 것입니다.

3. 한국 컴퓨터산업의 과제

앞에서 1992년의 컴퓨터 산업의 전망에 대해서 언급했습니다만 이러한 전망은 “어떻게 대처하는가” 하는 정책적 판단과 크게 맞물려 있습니다. 그것은 국내외적으로 주어진 토양이 여전히 척박하고 타품목들보다도 시장이 훨씬 빠르게 완전 경쟁 시장화하고 있어, 일테면 중간정도의 제품 차별화, 중간 정도의 가격 경쟁력, 그리고 중간정도의 제품 출시를 가지고는 도대체가 생존이 어렵기 때문입니다.

따라서, 본인은 세계 시장과 우리나라 시장에서 우리 업계가 경쟁력 향상과 수익률 제고라는 당면한 과제를 어떻게 풀어나가야 할 것인가에 대해 몇가지 추진방안을 제안하고자 합니다.

첫째, 선개발 선출시 전략입니다. 현실적으로 우리의 실정으로는 어려운 과제라 생각되어 집니다만, 치열한 경쟁에서 살아남기 위해서는 제품의 성장기 이전에 동시장에 참여하여 초기 이익을 확보할 수 있어야 하고 이렇게 하기 위해서는 적절한 개발인력의 운용 그리고 제품 기획에서 개발완료까지 의사 결정기간을 단축

<표-6> <국내 PC시장 전망>

(단위: 천대, %)

구 분	'90		'91		'92		'93	
	수량	전년비 성장률	수량	전년비 성장률	수량	전년비 성장률	수량	전년비 성장률
XT	349	84.7	160	-54.2	45	-71.9	20	-65.6
AT	100	212	250	150	310	24	280	120
386 SX	17	212	250	150	310	24	280	-9.7
386 DX	12	131	20	66.7	25	25	30	20
486	-	-	-	-	5	-	20	150
Notebook	-	-	5	-	25	400	50	100
계	478	110	480	0.4	500	4.2	600	20

시킬 수 있는 체제가 뒷받침되어야 할 것입니다.

둘째, 부품 업계의 활성화를 도모하는 것입니다. 국내 부품업의 부진은 어제 오늘의 얘기는 아닙니다만 작금에 와서는 전 전자산업에 있어 심각한 당면문제가 되고 있습니다.

조립산업화했다고 할 정도의 PC, 낮은 외화 가득를, 수입비중이 너무나도 높은 정밀주변기기류, 이 모든 것이 국산 부품산업의 취약과 긴밀히 관계되어 있다고 볼 때 정부가 시도하고 있는 여러 정책적 지원은 시의 적절하다 할 것이고 세트업체 또한 국산 부품 업체들이 규모 생산을 시도할 수 있도록 적극 협조해야 할 것입니다. 일부 정밀부품이나 LCD와 같이 대형 투자를 동반하는 경우 업계 자율적으로 혹은 정부지원하의 공동개발도 시도해야 할 과제라 생각합니다.

세째, 각종 ASIC개발의 활성화입니다. 반도체설계기술과 생산시설에 상당한 투자가 이루어져 있다는 것을 잇점으로 삼아 각사가 전문분야를 나누고 시스템개발 경험을 살려 ASIC 개발을 추진하면 경쟁력 향상도 이룰 수 있고 장기적으로는 제품 차별화 능력을 배양하는데도 큰 도움이 되리라 생각합니다.

넷째, 국내 시장에 있어 산업수요의 창출입니다. '92년도의 경기가 나아질 것 같지 않다는 일반적 예측을 인정한다면 교육수요가 별로 늘어날 것 같지 않은바 System Integration을 축으로 하는 산업수요를 적극 개척하는 것이 매출액을 유지하고 수지개선도 이룰 수 있는 상책이라 생각합니다.

다섯째, 유통시장 개방에 대비한 적절한 조치를 하는 것입니다. 현재 각사가 유통시장 개방에 대비하여 주로 자사 전속 대리점들의 다수화, 대형화에 노력하고 있습니다만, 이에 더

하여 이 대리점들을 한데 묶어 Franchise화 하는 방안이나 소비자에게 체계적 금융을 제공하는 방안을 강구해야 할 것입니다.

마지막으로 조직 전반에 관한 일반론입니다. 마는 컴퓨터와 같이 관련인력이나 부품의 수가 많은 그리고 제품 수명주기가 짧은 경우에는 가능한 범위내에서 책임과 권한을 함께 지는 단위 조직을 세분화하는 것이 필요합니다. 이러한 조치는 의사결정 요소가 많음으로 해서 의견수렴 과정이 급격히 길어지고 이에 따라 필연적으로 발생하는 간접비를 줄이고, 컴퓨터 산업의 성공에 필수요소라고도 할 수 있는 Leader 중심의 제품 차별화 발판을 마련하는데 꼭 필요한 조직환경을 만드는 조치라 하겠습니다.

오늘 여러분들께 1992년의 컴퓨터 산업 전망이 결코 밝지만은 않다는 것을 여러 측면에서 말씀드렸습니다. 그러나 주지하시는 바와 같이 모든 전자기기의 Digital화 추세는 거스르기 힘들만치 확실한 것이고 이 전제하에서 컴퓨터는 모든 전자 산업에 필수적인 전자계산력의 중추 신경이 될 것이고 이 막대한 Digital정보를 축적하고 시각화, 청각화하는 주변기기 또한 그 제품형태가 어떻게 나타나더라도 국가적으로 꼭 갖추어야 하고 성장잠재력 또한 거대하다 할 것입니다. 따라서 우리 업체의 정책관련 기관 모두 이 어려움을 인지하고 중지를 모으며 부문부문의 경쟁력을 확보하기 위해 협력해 나갈 때 이 난관을 극복할 수 있음을 한번 더 말씀드리고 희망적으로는 이러한 작은 성공이 실은 "산업화 시대"에서 벗어나 "정보화 시대"라고 불리는 21세기에 몇 안되는 주도 국가 중의 하나가 됨을 의미한다라는 것을 명심해야 할 것입니다.