중전기기 시장 기회인가, 위기인가?

(주)E&I 이창형 이사

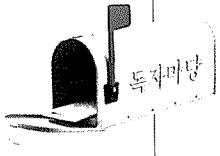
전력제품이 필요한 중전기기 대리점 직원이 A사에 영업으로 전화하여 필요량보다 많은량을 이야기하면서 견적을 요구하여 100원의 견적을 말해준다. 그리고 바로 다음 그 직원은 B사에 A사의 견적이 100원 이라면서 얼마까지 가능한지를 질문하면 바로 95원의 단가가 나온다. 그러나 그 직원은 다시 C사로 전화하여 같은 내용을 말하면서 차기 주문까지 이야기 하면 C사는 93원에 공급하기로 하여 이후 그 제품은 93원에 공급가로 한동안 공급이 되나 대리점에서 최종 소비자에게는 150원에 공급이 된다.

꽁트로 흘리기에는 슬슬한 웃음이 입가를 맴돈다. 하지만 더욱 심한 것은 똑같은 상황이 수출에서도 발생한다는 것이다. 유통에 경우 내 · 외국이 모두 능숙한 조련사들이고 우린 곰이 되는 것 같아 더 이상 웃음도 안나온다. 수출이란 미끼에는 멍청한 물고기 같기도 하다. 좀 심하게 표현 한 것 같기도 하지만 반성을 하자는 의미로 생각을 하기 위해서 극단적으로 이야기를 했지만 이젠 얼굴에 참담함까지 느껴진다.

이러한 문제점을 해결하기 위해서는 원인을 분석할 필요가 있어 잠시 생각을 돌려 보면 그동안 우리나라는 비약적인 발전을 했다 전기적으로는 전력소비량이 년간 10% 이상을 계속 유지하면서 중전기기의 수요는 공급보다 많았다. 만들기만 하면 얼마든지 판로는 존재했다. 경쟁자가 생겨도 큰 문제는 없었다 특히, 영업부서가 없는 업체도 있고 있다 하더라도 일반적인 영업이 아니라 판매관리정도 일 것이다. 국내 타 업체와 비교하여 영업력은 거의 40점정도 일 것이다. 이는 한전이라는 안정적이고 거대한 소비체가 있고 조합, 연합 등 어느 정도 이익에 알맞게 배분하여 그 수준을 유지하여 왔다. 수출에 큰 노력을 하지 않아도 공장을 운영하는데는 어려움이 없었던 것도 사실이다.

또한 직원들에 대한 대우도 만족하지 못했다. 인력과 노동집약적인 사업에서 인력비가 부담이었던 중전기기 분야에 직원들에 대우는 만족할 수 없었다. 이에 고도의 기술이 아닌 분야는 그런 직원들의 독립이란 악순환으로 많은 경쟁사들이 생겨나는 원인이 되었고, 돈이 된다면 전문업체가 아니더라도 개발을 하여 현재의 다수의 공급사가 되어 유통에 약점이 노출된 상태이다. 우리는 고속 성장하는 시기에는 별다는 문제점이 부각되지 않았으나 IMF와 경기침체를 겪으며 또한 국내 전력 인프라의 마무리 단계로 접어들면서 이런 문제점이 부

중전기기 시장 기회인가, 위기인가?



중전기기 시장 기회인가, 위기인가?

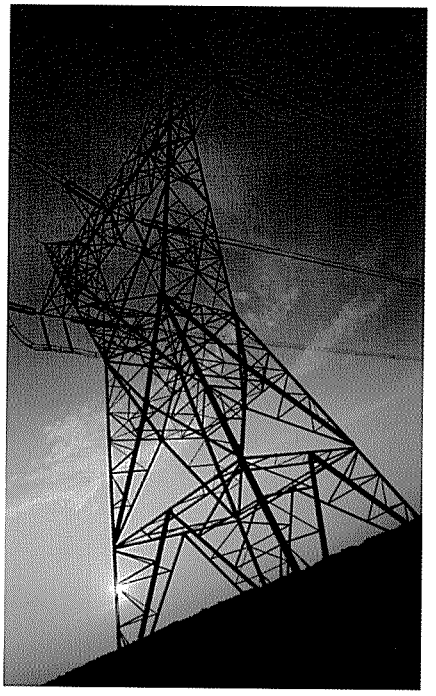
각되기 시작했다.

이러한 문제점은 이제 모두들 자각하고 업체별로 어려움을 이겨내기 위해 지금 모두들 최선을 다하고 있지만 그 효율성은 의심을 하지 않을 수 없다. 이미 진출한 선진국의 다국적기업에 비하여 인지도와 신뢰성이 부족하고 가격에서는 중국제품의 이길 수 없어 부가가치를 높이지 못하고 있다. 더욱이 앞의 이야기처럼 우리 제조사끼리 경쟁과 정보력 부족으로 단발적이고 개별적인 영업은 그 해답이 아닐 것 같다.

좀더 우리의 구체적으로 약점을 살펴보면 다국적 기업에 비해 지속적인 홍보 부족, 개별적인 품목으로 구매자의 one stop shopping 불가, 구매자 요구에 즉각적인 대응 불가, 다각적인 입찰정보 부족, 중소기업으로 전문적인 해외 전문인력 및 해외영업 주력 불가, 이외에도 수출을 위한 많은 어려움이 있다. 하지만 문제점이 파악되었으니 그 해답도 분명히 존재 할 것이다.

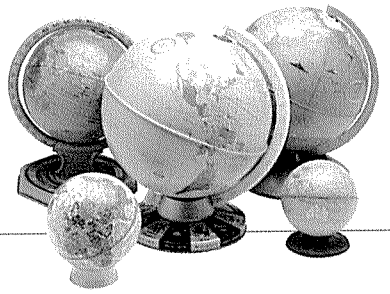
특히, 우리는 위기를 기회로 만들 수 있는 저력의 국민이 아닌가! 이제 우리 중전기가 이러한 저력을 발휘하여 어려운 경제의 밑거름이 되고 본연의 임무이듯 보이지 않는 곳에서 산업의 기초 전력을 공급하는데 기여하듯 우리 경제에 기여하여야 할 것이다.

해답은 의외로 가까운 곳에 있고, 쉽게 다가올 수 있다. 그것은 단합이다. 우리 중전기기의 단합력이 이 모든 문제를 해결할 수 있을 것이다. 우리가 단결만 할 수 있다면 현재는 분명 위기가 아니라 기회이다. 지난 올림픽부터 월드컵까지 세계 속에 우리나라는 그 위상이 높아져 있고, 동남아 지역의 한류 열풍으로 우리 제품의 인기는 매우 높고 시기적으로 동남아의 경제발전을 위한 인프라 구축이 시작되고 있어 우리 중전기기로는 절호의 기회가 온 것이다. 이미 삼성, LG, 현대가 기반구축을 해주어서 어느 정도는 그 혜택을 볼 수 있을 것으로 기대되고, 한전의 해외시장 진출이 시작되고 있으며 특히 우리 중전기기 업체를 위한 정보 및 적극적인 지원을 약속하였고, 코트라, 산업자원부 등 정부도 과거와 달리 적극적인



협조를 보여주고 있어 동남아 지역은 중전기기의 황금어장이 될 수 있다. 다만 아직은 가난한 나라이고 현재 중국 상인들에 의해 시장이 형성되고 있어 보다 치밀하고 정밀한 전략을 세워 접근해야 할 것이다.

동남아가 가난하여 물품구매력이 작다고 생각할 수 있으나 그 시장이 형성되기 전 접근해야 우리의 시장으로 만들 수 있을 것이다. 그래서 우리는 동남아 시장분석 및 투자와 동시에 눈을 돌려 중동으로 당장이라도 달려가 중동시장을 잡아야



한다. 한류열풍은 없지만 오랜 기간 미국 등 서방지역과 어색한 점을 이용한다면 우리제품의 진입은 어렵지 않을 것이다. 다른 부분은 동남아와 비슷하고 특히, 현재의 고유가 시대의 수혜로 자본이 충분하여 즉각적인 구매능력이 있다. 분명 중동은 우리 중전기기 제품의 시험장 및 다국적 기업과의 전쟁터가 될 것이다. 이라크에 파견된 우리국군만이 전쟁을 하는 것은 아니다. 우리도 중동 전쟁터에서 작게는 회사를 위해서 크게는 국익을 위하여 전쟁에 임해야 할 것이다. 중동, 동남아에서 주도권을 잡을 때면 남미로 또 과거 소련연방에서 독립한 많은 나라의 또 다른 시장들이 준비하고 있어 지금이 중전기기 사업의 절호의 기회가 될 것이다.

우리가 지금의 기회를 잡을 것인가, 눈앞의 작은 이익과 과거의 잘못된 관행을 계속하며 중전기기 황금시장을 계속 다국적 기업에 변두리만 두드리고 있을 것인가 ?

"단합" 참으로 어려운 숙제이고 풀어야만 할 과제이다. 지금까지의 관행과 중전기기 1세대 대표간의 화합과 단결은 스스로는 너무 어렵다. 경쟁자로만 인식되고 있어 협력사로 다시 일하기까지는 서로간의 골이 너무 깊어 보입니다. 이러한 이유로 지금이 중매자가 필요한 시기이다. 중전기기 전체의 중립을 지킬 수 있고 한전과 정부에 중전기기를 대변하는 그런 기관이 필요하다. 특정 제품의 이익집단이 아닌 중전기기 전체의 이익이 될 수 있어야 한다. 필자도 지금으로서는 더 이상 언급은 곤란 할 것 같아 독자의 상상력과 판단에 맡기고 향후 많은 중전기기 대표가 참석하여 논의될 문제로 남기고 싶다.

그 역할 중 가장 중요한 역할은 우선 업체를 단결시키는 것이다. 단순 자리만 만든다고 되는 것도 아니고 단결을 했을 때 모두에게 제공될 이익을 이해시켜야만 가능성이 있을 수 있다.

예를 들자면 동종업계의 원료의 공동구매 추진, 정부와 한전의 특정 정보 제공, 해외 에이젼트 정보 제공, 입찰 정보 제공, 해외전시회 대행 참가(예, 년 10회이상), 홍보물 작성, 해외 전력사 세미나 참석 및 홍보물 전달 등 단결시 주어질 많은 실질적 혜택에 대하여 많은 준비가 필요할 것 같다.

오늘은 문제점과 해결방안에 대한 검토 필요성에 인식하는 것으로 만족하고 다시 기회가 주어지면 보다 구체적인 역할과 실행방안을 의논하고 싶다.
실질적이고 실행 가능한 방안이 될 수 있도록 가능한 많은 업체의 의견이 필요하다. 일단은 그러한 의견을 공유할 공간으로서 진흥회의 노력을 기대해 본다.