



# 플라스틱 업계 불황과 위기극복 방안

## Crisis of Plastic Packaging Industry

한국플라스틱기술정보센터 자료제공

최근 유가의 상승으로 인한 원료가격의 인상과 1회용품의 사용규제, 내수 및 수출부진, 인력난 등 수많은 어려움에 직면하고 있는 플라스틱 성형업계는 불황에 자금난까지 겹쳐 조업단축 및 가동중간의 위기를 맞고 있다. 이에따라 원료생산 대기업과 제품 생산 중소기업 및 유관기관 관계자들이 모여 플라스틱산업 발전협의회를 구성해 공동 대응책을 마련하고 있는 등 업계 난항극복에 주력하고 있다.

성형업계 외에 원료수입 및 판매상, 성형기업계 등도 성형업계의 영향 및 스테이크플레이션의 지속으로 경영난을 겪고 있다. 본 고에서는 한국플라스틱기술정보센터가 지난 9월 1일부터 15일까지 플라스틱 성형가공·원료·성형기 및 주변기기·안료첨가제·금형 생산업체를 대상으로 설문 조사한 자료를 통해 국내 플라스틱 산업 전반에 걸쳐 불어닥친 불황과 위기에 업체들은 어떻게 대응하고 있는지 살펴보고자 한다.

-편집자 주-

## 1. 들어가며

## 2. 조사개요

### 1. 조사 배경

국내 플라스틱 산업계를 구성하고 있는 성형가공·원료·성형기 및 주변기기·금형·안료첨가제 제조업체 종사자들로부터 플라스틱산업의 최근 동향과 발전방안에 대한 견해를 들어보고, 업계의 경기활성화 방안을 모색해 보고자 본 조사를 실시하였다.

1) 목적 : 설문조사를 통해 국내 플라스틱 산업계의 실태를 보다 정확하게 파악하여 급변하는 경제 사회여건에 능동적으로 대처할 수 있도록 하는데 조사의 목적이 있다.

한편 동 업계의 지속적인 성장발전 및 불황극복 방안을 모색, 제시하고자 한다.

2) 범위 : 플라스틱 성형가공·원료·성형기 및 주변기기·안료첨가제·금형 생산업체

- 3) 대상 : '2) 범위'에 해당하는 제조업체의 종사자(표본추출 업계별 각각 20명, 총 100명)
- 4) 방법 : 서면 설문조사를 원칙으로 함(직접 및 우편, e-메일)
- 5) 설문조사 시기 : 2004년 9월 1일 ~ 2004년 9월 15일
- 6) 항목 : 설문항목 25문항
- 7) 집계방법 : 개별 설문내용의 심층 분석
- 8) 표본추출 : 플라스틱 업계의 종사자 중 부문별로 20명씩 총 100명을 임의로 추출했다.

## II. 플라스틱 업계 개황

### 1. 경영 현황

경기 침체와 유가상승 등의 영향으로 어려움을 겪고 있는 플라스틱 업체들에 있어 최근 경영의 최대 관건은 품질관리와 기술개발임이 설문조사 결과 밝혀졌다.

또, 최근 가장 애로를 느끼는 부문 내수시장에서의 수요부족이며, 경쟁업체와 출혈경쟁인 것으로 드러났다. 플라스틱 업체들은 인력난과 관련업체의 부진에 직접적으로 영향 받고 있으며, 자금회전에도 어려움을 겪고 있는 것으로 나타났다.

한편, 그동안 국내 플라스틱 업체들은 수요창출을 위해 '영업사원이 수요처를 개발, 직접 방문하고 관리'하거나, '기존 거래처 관리 및 거래처 등 주변의 소개에 의존'하는 영업을 전개해 온 것으로 밝혀져, 영업 및 마케팅 방법에 있어서의 새로운 방향 모색이 필요한 것으로 나타났다.

### 2. 인력·근로 현황

3D 업종으로서 인력문제로 어려움을 겪고 있는 플라스틱 업계에 최근 실시된 외국인 근로자 고용허가제는 인력부족 해소에 다소 도움이 되고 있기는 하지만, 기술인력이 부족하기 때문에 이 제도가 근본적인 해결이 되지 않고 있는 실정이다.

설문 조사 결과 국내 플라스틱 업체들은 인터넷 이용의 확산으로 인터넷 채용정보를 활용하기도 하지만, 아직까지도 지인이나 거래처 등으로부터 인력을 소개받아 채용하고 있는 것으로 나타나 국내 기술인력 부족현상과 인력양성 및 수급정책의 열악함을 여실히 보여주고 있다.

또, 직원들의 업무에 대한 책임감과 업무수행 능력 부족으로 애로를 겪고 있는 것으로 밝혀졌다.

### 3. 수출·해외진출 현황

국내 플라스틱 업계의 절반 이상의 업체가 현재 수출에 주력하고 있거나 수출 경험이 있는 것으로 나타났으며, 중국·동남아·일본 등이 주요 수출지역임이 밝혀져 수출지역의 한계성을 드러냈다. 이 결과에 비추어 볼 때 국내 플라스틱 업체들의 수출은 우리나라보다 기술 및 품질의 수준이 낮거나 우리나라와 거리상으로 가까운 지역을 중심으로 이루어 지고 있으며, 고기능·고가 품목보다는 중저가 시장을 겨냥하고 있음을 알 수 있다.

또 국내 플라스틱 업체들이 수출시장에서 겪는 가장 어려운 점은 제품에 대한 인지도 부족



인 것으로 나타났으며, 중국 및 대만 업체들과의 치열한 가격 경쟁 또한 수출을 가로막는 요소 중의 하나로 지적되고 있으며, 기술부족으로 인한 경쟁력 약화도 어려운 점으로 밝혀졌다.

국내 플라스틱 성형업체 및 기계 메이커들의 중국 및 동남아 등지로의 생산기지 이전으로 인한 내수시장의 축소 및 공동화 현상에 관한 우려가 높아지는 가운데 해외로의 공장이전을 생각해 본 적이 있는 업체는 30% 정도에 불과하였으며, 그 이유는 '판로확대 및 원가절감'인 것으로 나타났다.

또, 만약 해외로 생산기지를 옮긴다면 중국 및 동남아 지역을 선택하겠다고 답변했다.

#### 4. 신제품·기술개발 현황

경기가 어려울수록 신제품 및 기술개발에 주력하며, R&D에 투자를 늘려야 하지만 국내 플라스틱 업체들의 대부분은 자금력이 풍부하지 못한 중소기업이라 많은 애로를 겪고 있는 것이 사실이다. 플라스틱 업계의 절반 이상의 업체들이 신제품을 직접 개발하고 있으며, 그 제품이 최근의 매출 증대에 도움이 된다고 응답하였다. 신제품을 출시한 가장 최근의 시기는 '올해(2004년)'가 가장 많았는데, 올해 신제품 출시 업체가 많은 까닭은 지난 4월에 개최된 Koplax 전시회의 영향도 있는 것으로 여겨진다.

#### 5. 문제점

최근 거론되고 있는 플라스틱 업계의 문제점은 하나 둘이 아니다. 그 중에서도 중국제품의

국내 유입은 플라스틱 업계 뿐만 아니라 우리나라 경제를 흔들고 있다고 할 정도로 위협적이다.

국내 플라스틱 업체들은 60% 정도는 다행히 아직까지는 별 영향을 받고 있지 않지만, 치명적인 영향을 받고 있는 업체도 20%를 차지, 조만간 이에 대한 대책이 마련되어야 할 것이라고 밝혔다.

플라스틱 업계의 가장 큰 취약점으로는 전문 기능인력의 부족이 지적되었다.

경영인·엔지니어, 또 성형기 업계·성형가공업체·원료업체 등 전 업종에서 전문 기능인력의 부족 문제가 시급히 보완되어야 할 과제라고 밝혔다.

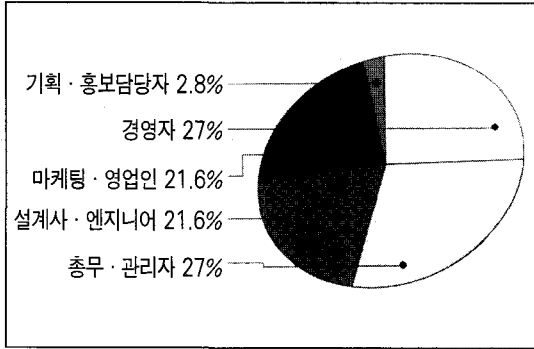
국내 플라스틱 업계의 가장 큰 문제점은 '업체간의 과당경쟁'인 것으로 드러났으며, 응답자들은 플라스틱 업계가 '유가 및 관련 산업의 호·불황 등에 민감하게 영향을 받는 점'을 두 번째의 문제점으로 꼽았다.

#### 6. 불황극복 방안과 경기전망

플라스틱 업계 종사자들은 최근 국내 경기의 침체 이유를 내수와 수출·대기업과 중소기업·중공업과 경공업·IT와 굴뚝산업 등 양극화 현상의 심화와 중소기업 육성책의 부재 때문이라고 지적하였으며, 경기침체로부터 탈출하기 위해서는 '유가 및 물가를 안정'시켜야 한다고 뜻을 모았다. 또 '중소기업에 대한 규제완화와 정부의 자금지원이 확대'되어야 할 것이라고 밝혔다.

또 응답자들의 절반 이상은 우리나라의 경기

[표 1] 설문조사 참여자 비율

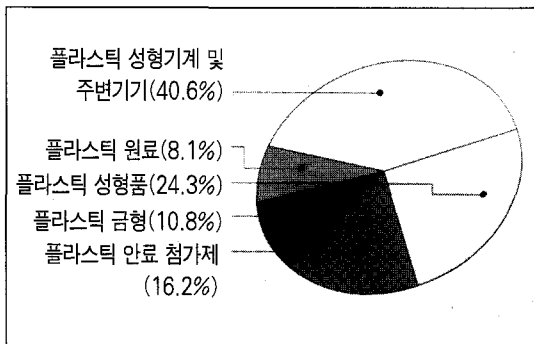


침체가 2년이상 지속될 것으로 전망하고 있으며, 그 장기불황을 전망하는 근거를 '수익성 악화'와 '수요 감소, 불확실성' 등으로 인한 기업의 설비투자 위축'으로 꼽았다.

### 7. 설문조사 참여자 분석

월간 플라스틱사이언스의 구독자·광고 스폰서 및 본사에서 발행한 2004년 혁신판 플라스틱 산업총람 등재업체 중 플라스틱 성형가공·원료·성형기 및 주변기기·금형·안료 첨가제 생산업체 경영자·관리자·영업인·엔지니어

[표 2] 설문조사 참여자 업종별 비율



등 100명을 임의 추출하여 설문조사를 실시한 결과, 74명이 조사에 참여, 74%의 참여율을 기록하였다.

이 중 경영자가 20명, 총무·관리자가 20명, 마케팅·영업인이 16명, 설계사 및 엔지니어 16명, 기획 및 홍보담당자 2명인 것으로 나타났다. 따라서 응답자별 비율을 살펴보면 경영자 27%, 총무·관리자 27%, 마케팅·영업인 21.6%, 설계사·엔지니어 21.6%, 기획·홍보담당자 2.8%이다.

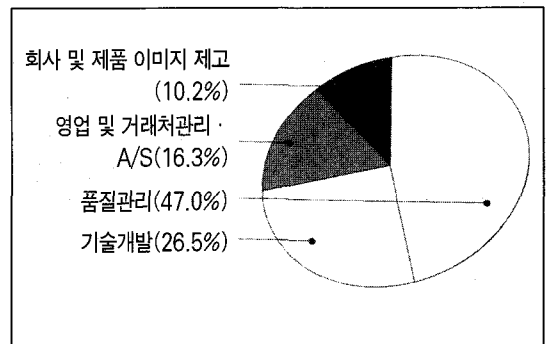
업종별 참여자의 수를 살펴보면 플라스틱 성형업체에서 18명(24.3%), 성형기계 및 주변기기 종사자 30명(40.6%), 플라스틱 금형업체 8명(10.8%), 원료업체 6명(8.1%), 플라스틱 안료 및 첨가제업체에서 12명(16.2%)이 응답을 보내왔다.

## III. 조사결과

### 1. 최근 플라스틱 업계 경영 현황

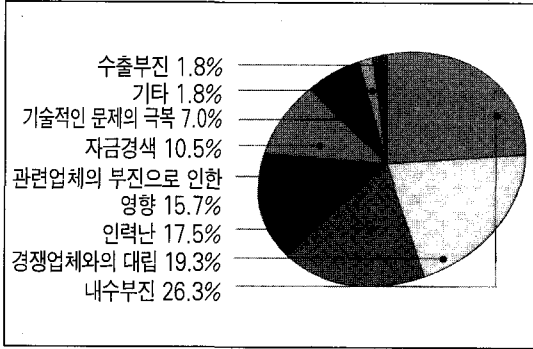
"최근 플라스틱 업체들의 경영실태를 점검하

[표 3] 가장 강조하는 경영 항목





[표 4] 최근 가장 애로를 느끼는 부문



기 위해 마련한 항목으로 회사에서 가장 강조하는 경영항목이 무엇인가? 라는 질문에 74명의 참가자가 복수 응답한 결과, 품질관리 부문이 46표로 1위를 차지하였으며, 기술개발이 26표를 얻었고, 영업 및 거래처관리·A/S 항목이 16표를 얻었다.

회사 및 제품 이미지 제고는 10표를 얻었다. 이를 비율로 살펴보면, 품질관리 47.0%, 기술개발 26.5%, 영업 및 거래처관리·A/S 16.3%, 회사 및 제품 이미지 제고 10.2%로 나타난다.

인력관리·노사화합 및 근로환경·복지 등은 한 표도 나오지 않았다.

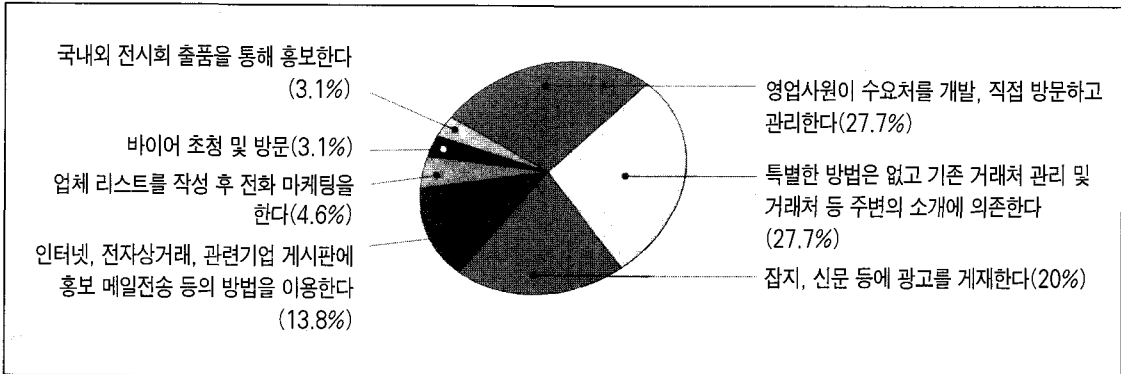
아무튼, 국내 플라스틱 업체들의 경영의 최대 관건은 품질관리와 기술개발에 있음을 잘 드러 내주는 결과이다.

“최근 가장 애로를 느끼는 부문이 무엇인가?”라는 질문에 총 104개의 복수응답이 나왔으며, 이중 내수부진(30)과 경쟁업체와의 대립(22), 인력난(20), 관련업체의 부진으로 인한 영향(18) 등이 순서대로 1, 2, 3, 4위를 차지 하였다. 이를 비율로 살펴보면, 내수부진 26.3% 경쟁업체와의 대립 19.3%, 인력난 17.5%, 관련업체의 부진으로 인한 영향 15.7% 등의 순이다.

자금경색(10.5%)과 기술적인 문제의 극복(7.0%)이 뒤를 이었다. 수출부진이 1.8%, 기타 애로 사항으로 원료가격의 폭등을 꼽은 경우도 1.8%였다. 노사갈등은 한 표도 나오지 않았다.

이 결과로 유추해 볼 때, 국내 플라스틱 업체 들은 현재 내수시장에서 수요부족으로 어려움

[표 5] 신규영업·마케팅 방법

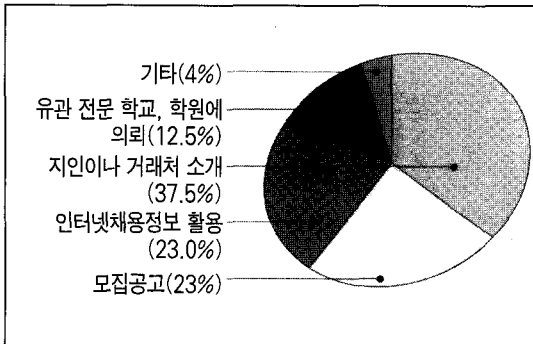


을 겪고 있으며, 경쟁업체와 출혈경쟁하고 있고, 여기에 인력난과 관련업체의 부진에 직접적으로 영향 받고 있으며, 자금회전에 어려움을 겪고 있음을 알 수 있다.

그동안 국내 플라스틱 업체들이 수요창출을 위해 어떻게 영업을 추진하고, 마케팅을 전개해 왔는지 살펴보기 위한 <신규영업 및 마케팅 방법>을 모두 체크해 달라고 한 결과, '영업사원이 수요처를 개발, 직접 방문하고 관리한다'와 '특별한 방법은 없고 기존 거래처 관리 및 거래처 등 주변의 소개에 의존한다'는 항목에 36개사가 각각 표시하여 27.7%씩의 비율을 차지하였고, 잡지·신문 등에 광고를 게재한다는 업체가 26표, 20%를 차지하였다. 인터넷·전자상거래·관련기업 게시판에 홍보 메일전송 등의 방법을 이용한다는 업체도 18개사 13.8%인 것으로 나타났다.

반면, 국내외 전시회 출품을 통해 홍보하거나 바이어 초청 및 방문을 통한 영업은 3.1%를 차지하여 국내 플라스틱 업체들의 영업 및 마케팅 방법에 있어서의 새로운 방향 모색이 필요한 것으로 나타났다.

[표 6] 인력채용(수급)경로



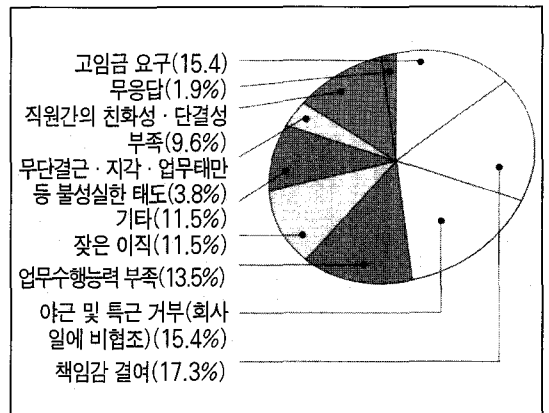
## 2. 인력·근로 현황

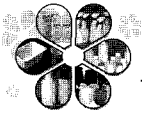
3D 업종으로서 인력문제로 어려움을 겪고 있는 플라스틱 업계에 최근 실시된 외국인 근로자 고용허가제는 인력부족 해소에 다소 도움이 되고 있기는 하지만, 기술인력이 부족하기 때문에 이 제도가 근본적인 해결이 되지 않고 있는 실정이다.

국내 플라스틱 업체들이 지금까지 어떻게 인력난을 해소해 왔는지, 그 수급경로를 체크한 결과, 지인이나 거래처 등으로부터 인력을 소개 받아 채용한 경우가 1위로 37.5%를 차지, 국내 기술인력 부족현상과 인력양성 및 수급정책의 열악함을 여실히 보여주고 있다.

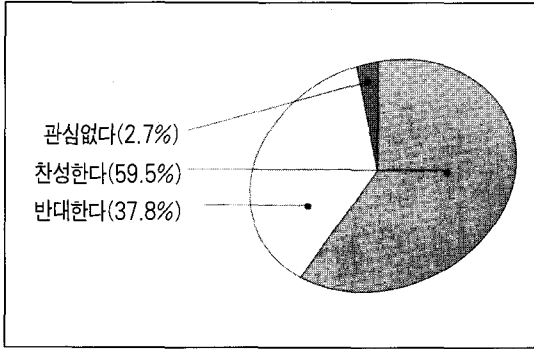
인터넷 이용의 확산으로 최근엔 인터넷 채용 정보를 활용하거나, 신문 및 벽보 등의 모집공고를 이용해 인력을 채용하는 경우도 각각 23%의 비율을 보이고 있으며, 관련 전문학교 및 학원 등을 통해 수급하는 경우는 12%인 것으로 나타났다. 또 기타 방법으로 헤드헌터를 이용하

[표 7] 인력 관리시 애로사항





[표 8] 외국인 근로자 고용허가제의 찬반

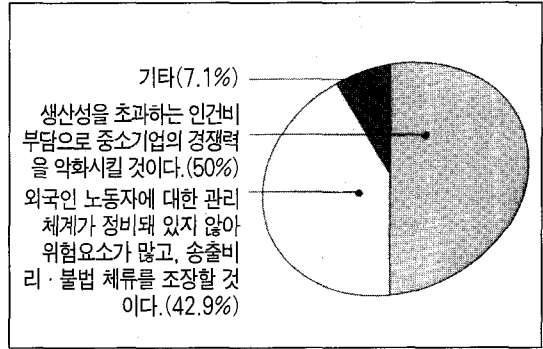


거나 중소기업중앙회의 외국인 산업연수생을 이용하는 경우도 4%인 것으로 나타났다.

인력 관리시 힘든 점이 무엇인가?를 묻는 설문문에 '직원의 책임감 결여'가 17.3%로 가장 많은 표를 얻었다. 공동 2위는 '고임금 요구'와 '야근 및 특근 거부 등 회사 일에 비협조'가 각각 15.4%를 차지했으며, 업무수행능력의 부족(13.5%)과 잦은 이직(11.5%)이 그 뒤를 이었다.

이 결과는 우리나라 근로인력·기술인력의 특성 및 성향을 단적으로 드러내는 것으로, 업무에 대한 책임감과 업무수행능력은 부족하면서

[표 10] 외국인 근로자 고용허가제의 반대이유

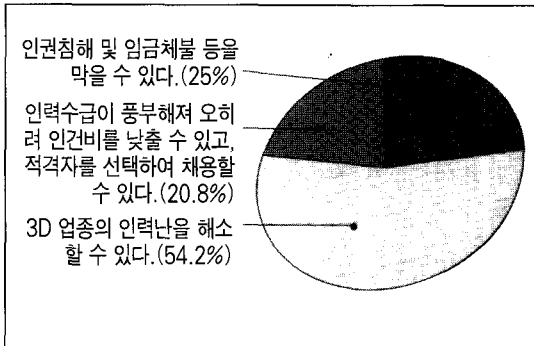


고임금을 요구하고, 회사보다는 개인의 생활을 중요하게 여긴다는 점을 알 수 있게 해준다.

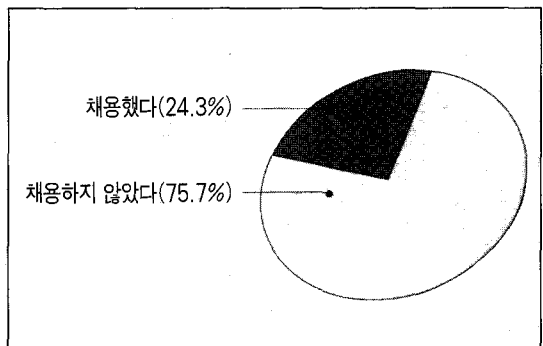
한편, 8월부터 실시된 외국인 근로자 고용허가제에 대한 찬성과 반대를 묻는 설문문에 찬성한다는 44명으로 59.5%, 반대한다는 28명으로 37.8%의 비율을 보였으며, 관심없다는 사람도 4명(2.7%)이 있었다.

'찬성하다'에 표를 던진 복수 응답 48개 중에서 그 이유를 '3D 업종의 인력난을 해소할 수 있기 때문'이라고 한 것이 26표, 54.2%를 차지하였고, '외국인 근로자들의 인권침해 및 임금체불 등을 막을 수 있기 때문'이라고 응답한 경

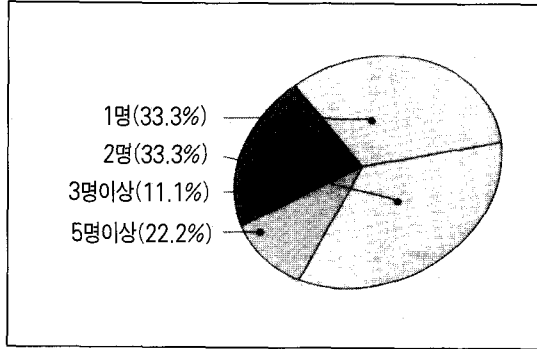
[표 9] 외국인 근로자 고용허가제의 찬성이유



[표 11] 외국인 근로자 채용여부



[표 12] 외국인 근로자 채용규모



우가 12표로 25%를 차지하였다. '인력수급이 풍부해져 오히려 인건비를 낮출 수 있고, 적격자를 선택하여 채용할 수 있다'고 본 견해도 20.8%를 차지하였으며, 세 가지 경우를 모두 선택한 경우도 있었다.

반면, 반대한다는 입장에서 있는 28표 중, 50%인 14표가 생산성을 초과하는 인건비 부담으로 중소기업의 경쟁력을 악화시킬 것이라는 우려 때문이고, 42.9%(12표)가 외국인 노동자에 대한 관리체계가 정비돼 있지 않아 위험요소가 많고, 송출비리·불법 체류를 조장할 수도 있다고 판단하기 때문인 것으로 나타났다. 그

외에 외국인 근로자 채용 절차가 복잡해서 반대한다는 기타 의견도 있었다.

외국인 근로자 고용허가제 실시 이후 외국인 근로자를 채용했는가를 묻는 질문에 18명인 24.3%가 채용했다고 응답했고, 56명인 75.7%가 고용하지 않았다고 대답했다.

또 외국인 근로자를 채용한 업체에서는 대부분 1~2명 정도를 채용한 것으로 나타났으며, 10명 이상 외국인 근로자를 채용한 업체는 없었다.

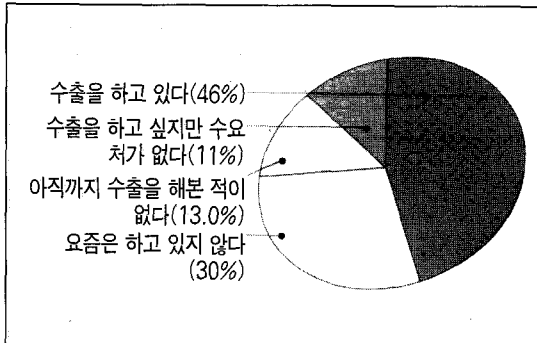
### 3. 수출·해외진출 현황

설문 참여업체 중 현재 수출에 주력하고 있는 업체는 34개사로 46%로 나타났다.

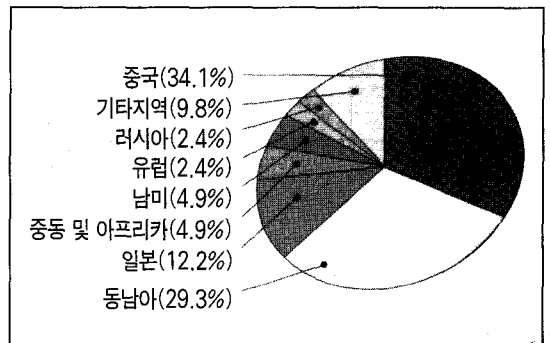
예전에는 수출을 했었지만 지금은 하고 있지 않은 업체는 22개사, 30%로 응답업체 74개사 중 수출 경험이 있는 업체는 56개사, 76%인 것으로 나타났다.

반면 아직까지 수출을 해 본 적이 없는 업체는 10개사, 13%를 차지하고 있으며, 수출을 하고 싶지만 수요처가 없어 못하고 있는 업체도 8

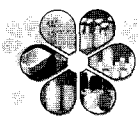
[표 13] 수출여부



[표 14] 주요 수출 지역







개사로 11%를 차지하였다.

수출 대상국을 복수응답케 한 결과 국내 업체들의 주요 수출지역으로는 중국 및 동남아 지역, 일본 등이 3위 안에 들어 수출지역의 한계성을 드러냈다.

국내 플라스틱 업계의 1위 수출국은 중국으로 28표를 얻어 34.1%를 차지했으며, 일본을 제외한 동남아 지역으로의 수출이 24표로 29.3%를 차지했다.

일본으로의 수출은 10표 12.2%이고, 남미 및 중동·아프리카지역으로의 수출이 각각 4.9%인 것으로 나타났다. 유럽 및 러시아가 각각 2.4%, 기타지역으로의 수출이 9.8%의 비율을 보였다.

이 결과에 비추어 볼 때 국내 플라스틱 업체의 수출은 우리나라보다 기술 및 품질의 수준이 낮거나 우리나라와 거리상으로 가까운 지역을 중심으로 이루어 지고 있으며, 고기능·고가품 목보다는 중저가 시장을 겨냥하고 있음을 알 수 있다.

국내 플라스틱 업체들이 수출시장에서 겪는 가장 어려운 점은 제품에 대한 인지도 부족인

것으로 설문조사 결과 밝혀졌다. 이는 31.1%로 플라스틱 업체들이 그동안 자사의 제품을 해외에 홍보하는 일에 소홀히 해왔음을 보여주는 증거이다.

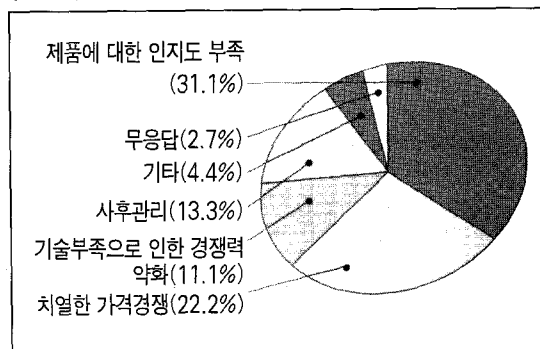
최근 한국합성수지가공기계공업협동조합의 회원사들이 중심이 되어 매년 10여개국에서 개최되는 해외전시회에 한국관을 구성하여 출품, 회사 및 제품 홍보에 주력하고 있는 업체들이 늘고 있지만, 아직까지도 국내 업체들의 해외시장에서의 인지도는 대만이나 일본 등 경쟁국의 수준에 미치지 못하고 있다고 한다.

중국 및 대만 업체들과의 치열한 가격 경쟁(22.2%) 또한 수출을 가로막는 요소 중의 하나로 지적되고 있으며, 기술부족으로 인한 경쟁력 약화(11.1%)도 어려운 점으로 밝혀졌다.

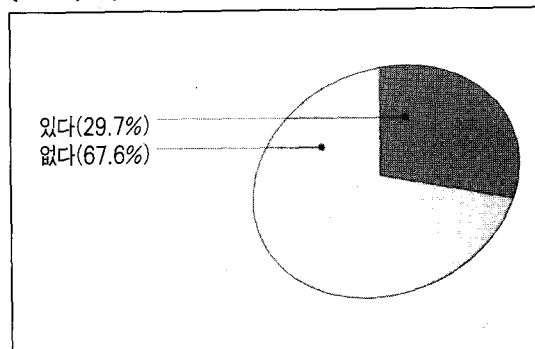
관세 및 통관·결제조건 등에서의 어려운 점은 별로 없는 것으로 드러났다.

국내 플라스틱 성형업체 및 기계 메이커들의 중국 및 동남아 등지로의 생산기지 이전으로 인한 내수시장의 축소 및 공동화 현상에 관한 우려가 높아지는 가운데 해외로의 공장이전을 생각해 본 적이 있는지, 있다면 그 계기가 무엇인

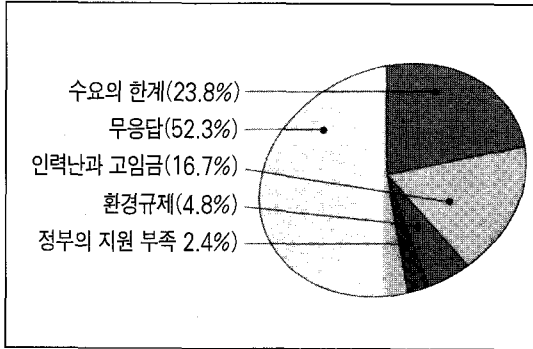
[표 15] 수출시장에서의 어려운 점



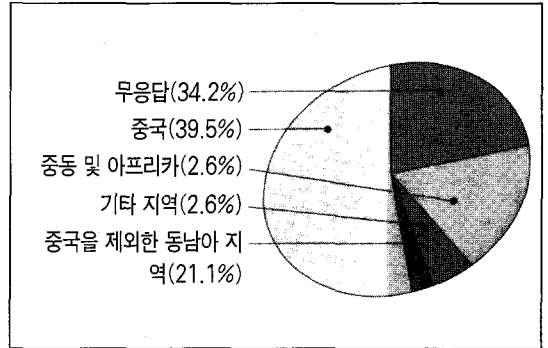
[표 16] 해외로의 공장 이전에 관한 논의



[표 17] 해외로의 생산 공장 이전을 논의하게 된 계기



[표 18] 해외로 생산기지를 옮긴다면



지를 묻는 설문에 74개사 중 50개사가 '없다'고 답변해 67.6%를 차지하였고, 있다고 응답한 업체는 22개사로 29.7%였다.

“해외로의 공장이전을 생각해본 적이 있는 22개 업체에게 그 계기가 무엇인가?”를 물어본 결과 84개의 복수응답 중 '수요의 한계를 극복'하기 위해서라고 답변한 업체가 전체의 23.8%로 수위를 차지하였다. 2위는 14표를 얻은 '인력난과 고임금'으로 16.7%를 차지하였다.

결국 국내 업체들의 가장 큰 해외 이전 사유는 '판로확대 및 원가절감'으로 요약할 수 있다.

또, “만약 해외로 생산기지를 옮긴다면 어느 지역을 선택할 것인가?”라는 설문에서 답변한 업체의 절반 이상이 중국(39.5%)을 선택했으며, 중국을 제외한 동남아 지역을 선택한 업체도 16개사로 21.1%를 차지했다.

#### 4. 신제품 · 기술개발 현황

경기가 어려울수록 신제품 및 기술개발에 주력하며, R&D에의 투자를 늘려야 하지만 국내

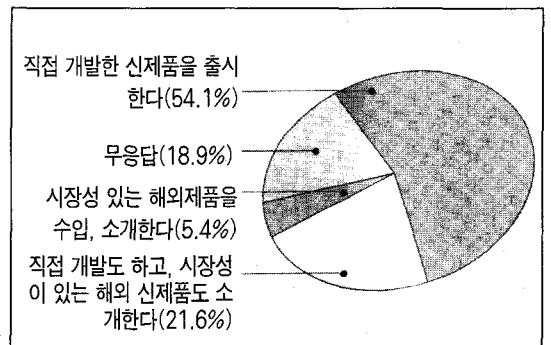
플라스틱 업체들의 대부분은 자금력이 풍부하지 못한 중소기업이라 많은 애로를 겪고 있는 것이 사실이다.

이에 따라 최근 플라스틱 업체들은 신제품 개발에 얼마큼 노력하고 있는지, 또 그 신제품이 매출 증대에 얼마나 도움이 되는지를 물어 보았다.

설문분석 결과, 응답 업체들의 절반 이상이 신제품을 직접 개발하고 있으며, 그 제품이 최근의 매출 증대에 도움이 된다고 밝혔다.

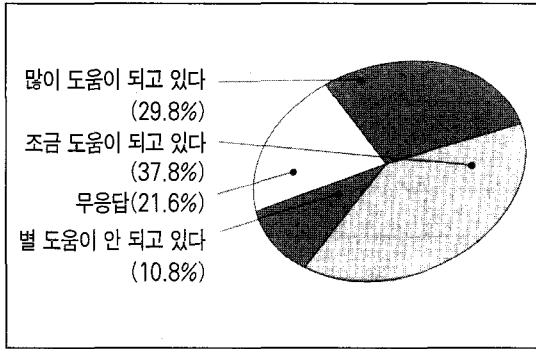
설문 조사 대상 74개 업체 중 40개사(54.1%)가 자사가 직접 개발한 신제품을 출시

[표 19] 신제품 개발 여부





[표 21] 신제품이 매출신장에 도움이 되는가?



한다고 응답하였고, 16개사인 21.6%가 직접 신제품 개발도 하고 시장성 있는 해외 신제품도 소개한다고 답변하였다.

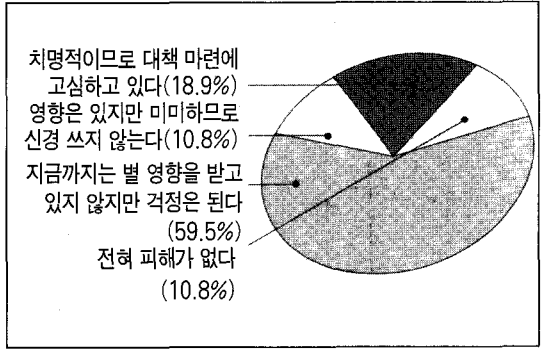
“한편 신제품을 출시한 가장 최근의 시기가 언제인가?”를 묻는 설문에 28개사에 해당하는 37.8%의 업체가 올해에 신제품을 출시하였다고 응답하였으며, 지난해(2003년)에 신제품을 발표한 업체는 10개사로 13.6%였다. 올해 신제품을 개발하여 출시한 업체가 많은 까닭은 지난 4월에 개최된 Koplast 전시회의 영향도 있는 것으로 여겨진다.

그러나 2000년 이전에 신제품을 발표한 후 아직까지 신제품을 출시하지 않은 업체도 10개사 13.5%나 되는 것으로 나타났다.

한편 “최근에 발표하거나 출시한 신제품이 매출신장에 도움이 되는가?”라는 설문에 60% 이상의 업체가 도움이 된다고 응답하였다.

많이 도움이 된다고 응답한 업체는 22개사로 29.8%를 차지하였고, 조금 도움이 되고 있다고 말한 업체는 28개사, 37.8%인 것으로 나타났다. 별로 도움이 안된다고 답변한 업체는 8개사로 10.8%를 차지하였다.

[표 22] 중국산의 내수 시장 침투로 인해 받은 영향

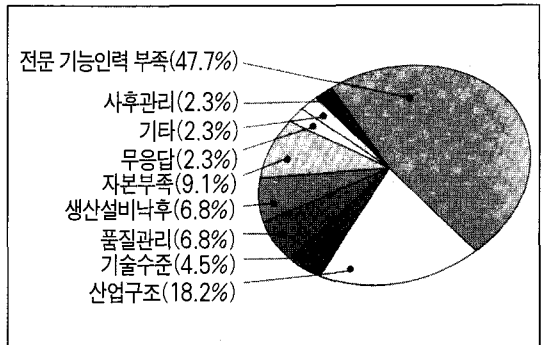


## 5. 문제점

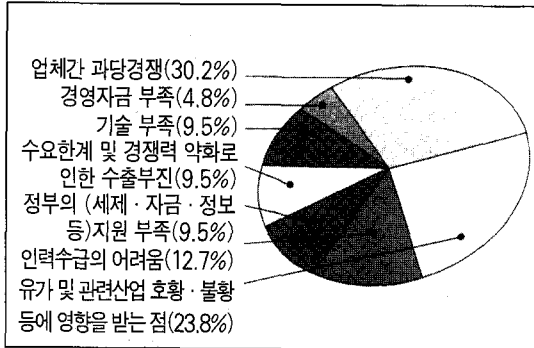
최근 거론되고 있는 플라스틱 업계의 문제점은 하나 둘이 아니다. 그 중에서도 중국제품의 국내 유입은 플라스틱 업계 뿐만 아니라 우리나라 경제를 흔들고 있다고 할 정도로 위협적이다. 중국의 플라스틱 성형제품 및 안료 첨가제, 그리고 해외 유수의 메이커와 협업을 통해 생산한 성형기계 등이 국내 시장에 저가로 무차별하게 공급됨으로써 플라스틱 업계는 긴장하지 않으면 안되는 상황에 와 있다.

설문조사에 참여한 업체들은 중국산의 내수시

[표 23] 해당 업종의 가장 큰 취약점



[표 24] 국내 플라스틱 업계의 가장 큰 문제



장 침투로 인해 어떤 영향을 받고 있는지 분석해 보았다.

다행히 아직까지는 별 영향을 받고 있지 않은 업체가 절반 이상이었지만 조만간 이에 대한 대책이 마련되어야 할 것으로 분석되었다.

중국산의 내수시장 침투로 인해 치명적인 영향을 받고 있는 업체는 14개사로 18.9%이고, 영향은 있지만 미미하므로 신경 쓰지 않는다는 업체는 8개사, 10.8%였다.

그리고 지금까지 별 영향을 받고 있지 않지만 걱정은 된다는 업체가 59.5%였으며, 전혀 피해

가 없다고 응답한 업체는 8개사, 10.8%인 것으로 나타났다.

“설문조사 참여자 해당 업종의 가장 큰 취약점이 무엇인가?”라는 질문에 참여자의 50%가량이 전문 기능인력의 부족을 꼽았다. 결국 전문 기능인력의 부족은 플라스틱 업계 전 업종에 걸쳐 시급히 보완되어야 할 과제인 셈이다.

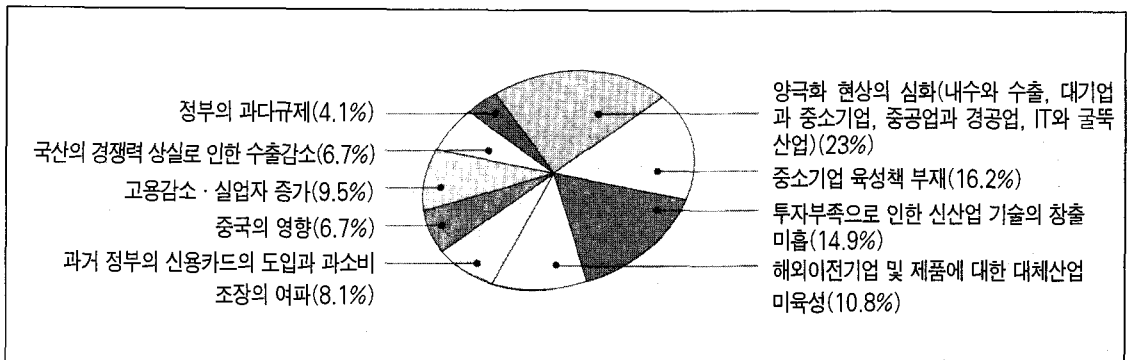
설문조사 참여자들의 복수 응답의 결과 국내 플라스틱 업계의 가장 큰 문제점은 업체간의 과당경쟁인 것으로 드러났다.

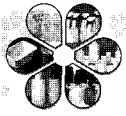
업체간 과당경쟁은 전체 문제점 대비 30.2%로 가장 시급히 해결되어야 할 것으로 지적되었고, 그 다음의 문제점으로 플라스틱 업계가 '유가 및 관련 산업의 호·불황 등에 영향을 받는 점'을 꼽았다(23.8%).

사실 플라스틱 산업은 유가 인상으로 인한 원료가의 상승을 비롯, 전기전자 및 자동차·반도체 등의 산업의 경기에 민감하게 반응한다.

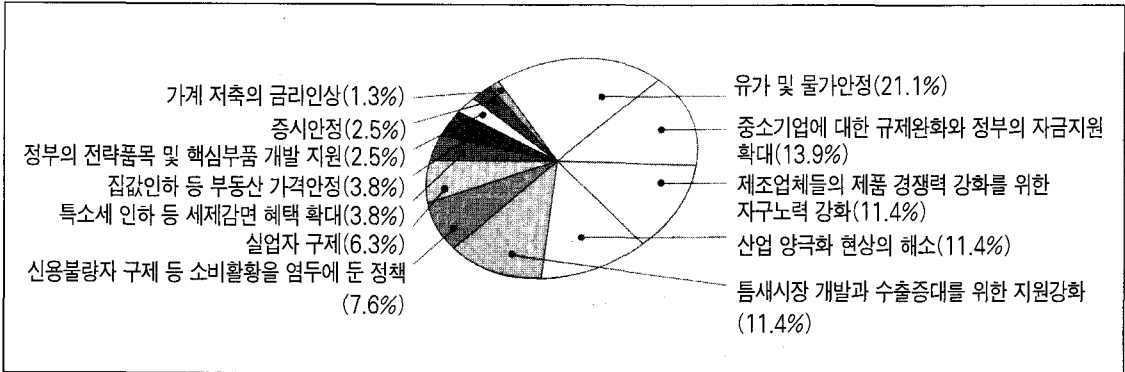
성형기 및 금형·원료 및 첨가제·성형기공업계로 나누어 플라스틱 업계의 가장 큰 문제점을 조사한 결과, 성형기 및 금형업체 종사자들과

[표 25] 국내 경기침체의 가장 큰 요인





[표 26] 경기침체로부터 탈출하는 길



원료·첨가제 업체들은 '업체간 과당경쟁'을 수위로 꼽은 반면 성형가공업체들은 '인력수급의 어려움'을 우선으로 지적했다.

### IV. 맺으며

“플라스틱 업계 종사자들은 최근 국내 경기의 침체 이유를 어떻게 분석하고 있을까?” 설문조사 참여자 74인에게 복수 응답하게 한 결과 다양한 분석이 나왔는데, 내수와 수출·대기업과 중소기업·중공업과 경공업·IT와 굴뚝산업 등 양극화 현상의 심화(23%)와 중소기업 육성책의 부재(16.2%) 때문이라는 응답이 1, 2위를 차지하였다.

세 번째로는 투자부족으로 인한 신산업 기술의 창출 미흡(14.9%)이, 네 번째로는 해외이전 기업 및 제품에 대한 대체산업 미육성(10.8%)이 차지하였다.

업종별 경영자 및 관리자들은 국내 경기침체의 가장 큰 요인을 '양극화 현상의 심화'와 '중소기업 육성책 부재'라고 응답한 반면, 엔지니

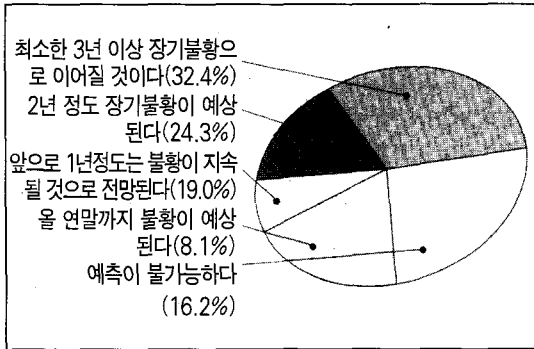
어·영업인 등은 '양극화 현상의 심화'와 '투자부족으로 인한 신산업 기술의 창출 미흡'을 꼽았다.

또, 성형기 및 금형업계 종사자들은 '양극화 현상의 심화'와 '중소기업 육성책 부재' '투자부족으로 인한 신산업 기술의 창출 미흡'을 불황의 요인으로 지적한 반면, 원료 및 첨가제 업계 종사자들은 '중소기업 육성책 부재' 대신 '국산의 경쟁력 상실로 인한 수출감소'를 지적했다.

그리고, “경기침체로부터 탈출하는 길이 무엇인가?”라는 질문에 두 가지 항목을 선택해 달라고 한 결과 24.1%가 '유가 및 물가안정'을 1위로 선택, 유가의 상승이 경제 및 산업 전반에 미치는 영향이 크다는 사실을 새삼 일깨운다.

2위는 '중소기업에 대한 규제완화와 정부의 자금지원 확대' (13.9%)가 차지하였으며, 경기침체의 주요인으로 꼽은 '산업 양극화 현상'을 해소해야 한다는 의견은 11.4%로, '제조업체들의 제품 경쟁력 강화를 위한 자구노력 강화' (11.4%)와 '틈새시장 개발과 수출증대를 위한

[표 27] 장기불황 예상 여부



지원강화' (11.4%) 등과 함께 공동 3위를 차지하고 있다.

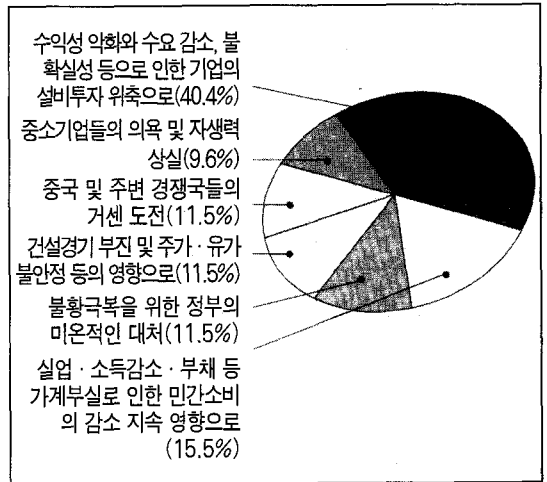
업종별로 불황 극복 방안의 차이점을 보이고 있는데, 성형기 및 금형업체들은 '유가 및 물가안정'과 '제조업체들의 제품 경쟁력 강화를 위한 지구노력 강화'를 선택한 반면, 성형업체에서는 '유가 및 물가안정'과 '틈새시장 개발·수출증대를 위한 지원강화'를 꼽았다. 원료·첨가제 업체들은 '유가 및 물가안정'과 '산업 양극화 현상의 해소'라고 응답하였다.

'유가 및 물가안정' 항목을 제외한 불황타개의 방안으로 경영·관리자들은 '틈새시장개발 및 수출증대 지원방안'을 두 번째로 지적한 반면, 엔지니어·영업인들은 '산업 양극화 현상의 해소'를 꼽았다.

"우리나라의 경제도 일본처럼 장기불황으로 이어질 것으로 예상하는가?"하는 질문에 2년 이상 장기불황이 예상된다고 응답한 참여자는 42명으로 56.7%를 차지하고 있다.

그리고 앞으로 1년 정도는 불황이 지속될 것으로 보는 응답자는 14명으로 19%를 차지하였고, 연말까지 불황이 이어질 것으로 예상하는

[표 28] 장기불황을 전망한 판단한 근거



응답자는 6명, 8.1%였다.

사실 플라스틱 업계 종사자들은 최근의 경기 침체를 IMF 때와 비교하면서 그 당시보다 심하지는 않지만 장기화 될 경우 기업하기가 더욱 힘들어 질 것이라고 토로하고 있다.

또 이와 같이 장기불황을 전망하는 근거는 40.4%가 '수익성 악화와 수요 감소, 불확실성 등으로 인한 기업의 설비투자 위축'으로 꼽았으며, 실업·소득감소·부채 등 가계부실로 인해 민간소비가 지속적으로 감소하고 이의 영향(15.5%)으로 경기의 장기침체가 예상된다고 전망하였다.

'수익성 악화와 수요 감소, 불확실성 등으로 인한 기업의 설비투자 위축' 외에 장기불황의 원인으로 경영자·관리자들은 '실업·소득감소·부채 등 가계부실로 인한 민간소비의 감소 지속 영향'이라고 지적한 반면, 엔지니어·1영업인들은 '건설경기 부진 및 주가·유가 불안정 등의 영향' 때문이라고 응답하였다. [K]