

# “생산비도 못건져요”... 최악의 경영난 호소

광주·전남지역 중소 제조업체들이 극심한 경영난에 허덕이고 있다. 유가와 원자재가의 고공행진으로 생산비는 눈덩이처럼 불어나는데 반해 납품가는 이를 따라잡지 못하기 때문이다.

결국 중소기업 대부분이 올 매출액을 지난해에 비해 낮춰잡고 인력 구조조정을 추진할 수 밖에 없는 처지에 놓였다.

신제품이나 신기술 개발을 위한 투자는 엄두를 내지 못하고, 일부 업체는 업종전환이나 폐업까지 모색하고 있다. 속타는 중소기업의 실상을 들여다 본다.

**#1**  
유리·사출증착 등 생활가전 표면 코팅 전문업체인 광주 하남산단내 H사 대표는 하늘 높은 줄 모르고 치솟는 원자재값 때문에 머리가 지끈지끈 아프다.  
페인트 제품이다 텅스텐·티타늄

## 유가·원자재 급등 속타는 광주·전남 중소기업 제조가는 ‘눈덩이’ 납품가는 ‘제자리’ 매출액 낮춰 잡고 인력 줄여야 할 판

등 원자재의 70%를 수입에 의존하고 있는데, 6일 현재 이들 원자재값은 지난해 같은 기간에 비해 무려 300%까지 폭등했다. 이에 따라 매출 추가 부담만 해도 3천여만원을 넘어선 상태다.

유가의 고공행진으로 인해 채산성도 곤두박질치고 있다. H사의 경우 지난해까지 생산과 물류부에서 경유값으로 2천여만원을 지불했으나, 최근 경유값이 지난해 이맘때보다 2배 오르면서 유류비도 그만큼 불어났다. 견디다 못한 H사는 최근 수천만원을 투입, 경유가 소요되는 생산설

비를 LPG 시스템으로 전면교체하기도 했다.

H사 대표는 “허리띠를 졸라매기 위해 어쩔 수 없이 50여명의 인력을 구조조정했다”면서 “매출을 지난해 46억원에 이어 올해 80억원으로 상향 조정했는데, 65억원에 미치지 못할 것 같다”고 걱정했다.

**#2**  
전남지역에서 정수약품과 냉매 등을 전문적으로 생산하고 있는 D화학의 사정도 앞의 H사와 크게 다르지 않다.  
D화학이 주요 원자재로 사용하고

있는 암모니아·질산 등 가격은 올초 15% 오른데 이어 지난 7월1일에도 10% 올랐다. 이로 인해 연간 원자재 구입액만 5억여원에 달하며 이 금액은 매출액의 10%선을 위협하고 있다.

그러나 납품가는 제자리를 맴돌고 있어 D화학의 경영난은 가속화되고 있다. 설상가상으로 거래업체들이 채산성을 맞추기 위해 D화학의 제품보다 원가가 저렴한 다른 제품으로 대체할 움직임을 보이는가 하면, 납품업체간 과당경쟁을 부추겨 자칫 ‘출혈납품’까지도 우려되고 있다.

D화학 대표는 “화학관련 신제품 납품과정에서 과당경쟁 때문에 정상가의 70%를 밑도는 가격에 계약하는 사례가 비일비재하다”면서 “이러다가는 올해에는 지난해 수준인 60억원 매출도 맞추기 힘들 전망”이라고 걱정했다.

/이종태기자 jtle@kwangju.co.kr



## 광양제철, 자동차강판 전문업체 선포 2주년 “세계 2위 공급사 되겠다”

포스코 광양제철소가 지난 4일 ‘글로벌 No.1 자동차강판 전문제철소 완성’의 비전을 선포한지 2주년을 맞았다.

광양제철소는 지난 2년간 고부가가치 신성장 동력이자 안정적인 수요기반을 갖춘 자동차 강판을 생산하기 위해 품질, 기술, 원가, 일하는 방식 전반에 걸쳐 다양한 변화와 혁신을 거듭해왔다.

올해 말까지 650만톤의 자동차 강판 생산체제를 구축하고, 안정적인 국내외 판매망을 확보해 세계 2위의 공급사가 되는 것을 목표로 잡고 있다.

광양제철소는 비전선포 이후 6시그마를 기본으로 하는 경영혁신 활동을 적극적으로 펼쳐왔다. 엔

지니어 중심의 6시그마 활동과 현장직원 중심의 QSS(Quick Six Sigma)를 통해 업무, 학습과 혁신의 일체화를 실행해나가고 있다.

특히 고난이도 과제와 고유강종 기술개발에 전체 직원의 38%에 달하는 연구원 및 엔지니어들이 혁신통합과제라는 이름으로 함께 수행하며 해결해왔다.

한편 지난 4일 광양제철소 백운아트홀에서는 광양제철소 및 외주파트너사 직원 등 1천200여 명이 참석한 가운데 지난 2년간의 비전 추진 경과 및 성과, 혁신 활동을 재점검하는 비전 선포 2주년 기념행사가 열렸다. <사진>

/이종태기자 jtle@kwangju.co.kr  
/광양=김준호기자 chskim@

## 중소제조업 평균 가동률도 하락

5월중 광주·전남 106개 업체 가동률 72% 그쳐

광주·전남지역 중소기업의 지난 5월 평균 생산설비 가동률이 전달보다 소폭 하락했다.

4일 중소기업중앙회 광주전남본부에 따르면 광주전남 106개 중소기업체를 대상으로 조사한 지난 5월 생산설비 평균 가동률은 72.5%로 전달보다 0.5% 포인트 하락했다.

지역별로는 광주가 70.4%로 0.4% 포인트가, 전남은 74.2%로 0.2% 포

인트가 각각 하락한 것으로 나타났다.

업종별 가동률은 의료·정밀·광학기기(82.5%), 자동차 및 트레일러(80.5%)가 80.0%를 웃돌았을 뿐 대부분 업종이 75% 이하의 낮은 수치를 보였다. 특히 고무·플라스틱(65.9%), 종이제품(67.5%), 비금속광물(69.8%) 업종의 가동률이 저조했다.

/이종태기자 jtle@kwangju.co.kr

## 국내 CEO들이 가장 많이 쓰는 인재 감별법 “어려운 일 시켜 해결 능력 평가”

국내 최고경영자(CEO)들은 인재 감별하기 위해 어떤 방법을 사용할까.

6일 삼성경제연구소에 따르면 최근 경영자 대상 사이트인 ‘세리CEO’의 회원 383명을 대상으로 ‘인재를 알아보는 방법’을 설문한 결과 32.4%는 일부터 번거롭고 어려운 일을 시켜 문제해결 능력을 평가한다고 답변했다.

이러 회사의 위기 상황을 알려 직계를 본다는 응답이 21.7%로 뒤를 이었고, 가까이 두고 그 경영을 보거나(12%) 뜻밖의 질문을 던져 기지를 본다(10.7%)는 답변도 적지 않았다.

그 밖에 보이지 않는 곳에서의 충성을 본다(6.8%), 어려운 약속을 해 그 신용을 본다(6.5%), 재물을 맡겨 씀씀이를 본다(5.1%), 술에 취하게 해 절도를 본다(4.2%) 등이 꼽혔다.

/연합뉴스

## 기아차 “하반기 내수 21만대 목표”

전국 지점장 판매결의대회... 시장점유율 35% 달성



기아자동차는 5일 경기도 화성의 한 리조트에서 ‘2008년 하반기 전국 지점장 판매결의대회’를 개최하고 하반기 내수판매 21만대, 시장점유율 35% 달성을 결의했다.

기아차가 올 하반기 내수판매 목표를 21만대로 정하고 내수판매 총력전에 돌입했다.

기아차는 지난 5일 경기도 화성의 한 리조트에서 ‘2008년 하반기 전국 지점장 판매결의대회’를 열고 상반기 우수지점 시상식, 하반기 판매전략 발표, 하반기 판매목

표 달성을 위한 특강과 함께 올해

이날 결의대회에는 기아차 김익환 부회장을 비롯해 국내영업본부, A/S 사업부 임직원과 전국 지점장 등 총 460여 명이 참석했으며, 상반기 우수지점 시상식, 하반기 판매전략 발표, 하반기 판매목

표 달성을 위한 특강과 함께 올해

판매목표 달성 결의대회 순으로 진행됐다.

김익환 부회장은 격려사를 통해 “2008년 하반기는 향후 기아의 미래를 결정하는 중요한 분수령이 될 것”이라며 “고유가, 원자재가 인상 등 대내외적 어려움이 예상되지만 로체 이노베이션에 이어 ‘디자인 기아’의 진면목을 보여줄 포르테와 쏘울이 출시되는 만큼 집중력 있는 판매활동으로 하반기 내수시장을 돌파해나가야 한다”고 강조했다.

기아차는 올해 상반기 경차시장 부활을 이끌어낸 뉴모닝과 프리미엄 SUV 모하비, 중형차 시장에 돌풍을 몰고온 로체 이노베이션을 잇달아 선보이며 상반기 내수시장에서 15만 4천대를 판매했다.

기아차는 이날 하반기 21만대 목표달성을 위한 방안으로 ▲고객 특성별 타겟마케팅 확대 ▲포르테, 쏘울 등 신차의 성공적 시장진입을 통한 기업 이미지 제고 ▲브랜드 아이덴티티 확산을 위한 스포츠 마케팅 강화 ▲생동감 있는 조직운영을 통한 판매경쟁력 강화 등을 추진하기로 했다.

/이종태기자 jtle@kwangju.co.kr

## 기아 신차 ‘포르테’ 깜짝 공개

8월 출시 앞두고 ‘터치 & 필(Touch & Feel)’ 마케팅

기아차 프리미엄 준중형차 포르테(FORTE)가 8월 신차 출시 이전에 실제 차량을 깜짝 공개했다.

기아차는 지난 5일 서울 광진구 멜론 악스홀(Melon A/X Hall)에서 열린 ‘미스터 투얼 직장인 밴드 페스티벌’ 현장에 준중형 신차 포르테(FORTE)의 실제차량을 관객들에게 전격 공개했다.

세대 직장인들이 모이는 콘서트장에 포르테 실제차량을 전시해 직접 포르테의 스포티한 디자인을 느낄 수 있게 하는 이른바 ‘터치 & 필(Touch & Feel)’ 마케팅인 것이다.

포르테와 함께 로체 이노베이션도 전시된 콘서트홀에는 2천명이 넘는 2535세대 직장인들이 몰려 포르테의 스포티한 디자인에 열띤 관심을 보였다.

지난 2일 외관 사진이 공개된 포르테는 스포티하고 역동적 디자인으로 국내외에서 화제를 모으고 있다. 포르테는 ‘미래 지향의 역동적 세단’이라는 디자인 콘셉트를 바탕으로 준중형 최대의 크기에 속도감·볼륨감·강인한 이미지가 강조돼 본격적인 스포티 세단의 모습을 갖췄다.

기아차는 우선 다음달 1,600cc 모델을 먼저 출시하고 이후 2,000cc 모델을 출시해 프리미엄 준중형차 포르테로 준중형 고객 뿐만 아니라 중형고객까지 사로잡는다는 계획이다.

/이종태기자 jtle@kwangju.co.kr

## 차상위계층 심야전력요금 18% 할인

이달부터 광주·전남지역

이달부터 차상위계층의 심야전력 요금이 18% 할인된다.

6일 한전 전남사업본부(본부장 김귀중)에 따르면 지난 1일부터 1년간

광주·전남 차상위계층의 순수주택에 대한 심야전력요금이 18% 할인된다.

요금 할인대상 차상위계층은 국민 기초생활보장법에서 정한 소득인정액이 최저생계비의 120%(4인 기준

151만9천17원) 이하인 세대다. 대상자는 각 지자체로부터 차상위계층 확인서를 발급받아 신청할 수 있다. 자세한 내용은 ‘한국전력 사이버지점(cyber.kepco.co.kr)’ 또는 한전 고객센터(국번 없이 ‘123’)로 문의하면 된다.

/최경호기자 choice@kwangju.co.kr

**동양의 향연이! HAINAN**

**무안++하이난(삼아)직항** 매주 수,토 4회 한일 ₩899,000~ 8/12, 8/26, 8/29, 8/13 일, 4회 한일

**무안++장사(장가계)직항** 매주 일,토 7회 한일 ₩649,000~ 7/27, 7/31, 8/3, 8/7, 8/10, 8/14, 8/17, 8/21

특별은 고품질! 가격은 더 저렴!

**장가계**

문의: 전남 - 북 동방여행사, 전화: 광주SBC 문화방송 사옥실

www.kimbc.co.kr

NAVER