
신소재 고객유도 상품 개발

하얀, 김은희
경인여자대학교 e-비즈니스과

Development of new materials for Point of Purchase Banner

Yan Ha, Eun-Hee Kim

Dept. of e-business , Kyung-in Women's College
white@kic.ac.kr, lycostar@naver.com

요 약

매출 증대에 도움을 주는 고객 유도 디자인 상품을 제공하기 위해 연질 PVC 소재의 튜브 아치 개발, PET필름 폴리에스텔 천을 이용한 POP를 개발하고자 한다. 업종별 세분화된 제품을 통한 일반 매장이 고급화되고, 제품의 상품가치가 증대되고, 기존 소재의 재조합을 통한 개발로 쉽게 제작이 가능하다. 이를 활용하면 큰 매장 뿐만 아니라 일반 소상공인들이 사용할 수 없었던 좋은 디자인과 소재의 고객유도 상품의 사용을 하게 된다.

Abstract

In this paper, we develop new goods for helping of increasing income that tube arched POP by using PVC papers to PET plating films. General market is supported with high quality POP by using specified goods and increased value of goods. Also, it is easily developed with new material with re-combination of existing materials. The purpose of this paper is that good design and materials of POP spreads widely not only big markets but also small shops.

키워드

POP(Point of Purchase), PVC(Polyvinyl Chloride), PET(Polyethylene Tereohthalate)

1. 서 론

대기업의 할인매장과, 백화점, 대형매장에 밀려 설자리를 잃어가는 지역상인, 소규모 매장, 개인 매장, 중소형 매장에 매출증대에 도움을 줄 수 있는 고객유도상품을 제공하며, 공산품부터 농산물, 수산물, 지역 특산물 등에 이르기까지 제품에 적합하지 않기 때문에 구매욕을 끌어내지 못하고, 상품성을 떨어뜨리는 패키지디자인을 업종별, 제품별 특성에 맞는 목적이 정확하여 구매욕을 자극하는 패키지디자인 상품을 기성품화 시켜 제공하고자 한다. 또한 업종별 세분화를 통한 상품개발로 일반 매장도 대형매장들과 같이 고객유도 상품을 사용해 매장을 고급화 시킬 수 있도록 하며, 소량 생산으로 상품화에 어려움을 겪고

있는 제품군에 기성화된 패키지를 제공해 상품화가 가능 하도록 한다. 현재 수요는 많으나 전문적으로 이러한 제품군을 제공하는 기업은 거의 없는 상태로 미개척 시장이라고 볼 수 있다. 반면 일본이나 유럽 등 해외에서는 이미 일반화된 방식으로 대형매장이 아닌 소형매장이나 일반매장도 구매욕을 자극하는 패키지나 POP 디자인 상품을 기본으로 갖추고 있으며, 이는 소형매장과 재래시장 등이 유지되는 요소의 중요한 요인이 되기도 한다. 하지만 이러한 POP와 패키지 디자인은 인력과 생산 비용, 디자인 비용 등의 문제로 일반 상점에서 생산이 불가능한 점이 많다. 그럼에도 불구하고 매장을 고급화시키고, 고객을 유도 판매 촉진에 도움을 주는 상품은 많은 지역 상인들과 지역시장에 절실히 필요한 실정이다.

II. 연구배경

국내 POP 시장은 대기업 주문 생산하는 주문형 POP제작업체는 있으나, 일반 상인들이 사용할 수 있는 기성형 POP 시장은 애매모호한 점이 많다. 중국에서 수입되어 들어오는 만국기 형식의 외부 설치형 POP와 국내 일부 이벤트 업체가 제작하는 실내 설치형 POP 정도로 시장이 뚜렷하게 형성되어있지 않으며 여러 업체들이 제작을 시도 하였으나 대부분 종이인쇄물 POP로 경쟁력이 없거나 부직포 소재의 POP로 소재의 실용성이 떨어져 일반화되지 못하고 있는 상태이다. 따라서, PVC(Polyvinyl Chloride) 소재의 중국산 POP가 시장의 대부분을 차지하고 있는 상황이며, 국내 POP 시장은 아직 미개척 시장으로 일반화된 기술이나 조사된 자료가 미비하다. 또한 판매 시스템의 경우 주로 중국에서 수입된 제품이 도매-소매를 거쳐 소비자 구매가 가능한 진부한 방식으로 불필요한 유통단계의 비용이 소비자에게 전가되고 있다. 이에 본 연구는 국내 POP 시장의 활성화와 경쟁력 있는 우수한 POP 제품 및 가격을 위한 기술을 제안하고자 한다.

III. 기술개발

1. 연질PVC를 이용한 원단 제작

강도와 유연성 두 가지를 충족시킬 수 있는 가소제 및 함량을 찾아 원단화 한다. PVC는 상당히 강한 분자간력으로 결합되어 있고, 유동온도 이상에서는 열분해의 위험이 있다. 그러므로 가소제를 분자 간에 잠입시켜 분자사슬의 극성과 가소제의 극성부에서 용매화하여 분자 간격을 약화시키고, 유동성을 향상시키므로써 가공온도를 낮추며, 동시에 유리전이온도를 낮추어 저온에서 PVC분자 segment의 브라운 운동을 가능케 해준다. 이러한 작용의 결과로 상온에서 유연성을 갖는 PVC 연질 제품을 얻을 수 있게 된다. PVC 가소제는 산(acid)과 알콜(alcohol)을 반응시켜 얻는 에스터(ester) 화합물로서 딱딱한 PVC에 첨가함으로써 폴리머의 유동온도 또는 유동점도를 저하시켜 성형가공을 이용하게 하고 상온에서 폴리머의 유연성, 탄성을 지속하게 하는 성능을 부여하는 물질을 말한다. 주로 DOP(다이옥틸프탈레이트)가 사용하고 있다.

2. 튜브아치 제작

원단 착색 후 고주파 가공을 하게 된다. 내부에는 공기의 충전이 가능한 공간부를 형성하고 있으며, 한쪽에는 공기의 유입 및 배출을 위한 공기주입구가 구비되고, 중앙에는 폴대(튜브아치의 기둥)가 관통되어질 수 있는 개방부를 형성하게 된다. 여기서 개방부 형성시 공기가 배출되지 않게 이중구조로 개발하도록 한다.

IV. 결론 및 향후 연구과제

개발된 제품은 업종별 제품군별로 제작되며 기성화된 패키지 디자인 상품은 대량 생산과, 기존의 소재를 재조합하는 소재의 개선 방식을 통해 경쟁력 있는 가격대로 일반 상인들은 부담 없이 사용이 가능하다. 디자인 개발된 제품은 소비자의 반응에 따라 제품군을 추가 개발하여 점차적 매출증대를 기대할 수 있다. 온라인 판매와 앱스토어 대형오픈마켓 등에서 판매 가능하도록 하며 많은 국가들이 공통적으로 사용하는 영문 상품들은 해외 오픈 마켓에서 판매가 쉽게 가능하다. 기성품화된 POP와 패키지물을 상인과 중소형매장, 개인상점 등에 제공하는 것이다. 제품을 개발함에 있어 기존의 소재를 조합, 개선하는 방식으로 새로운 디자인을 제공하며, 기존의 유통구조를 과감히 개선하여 소비자에게 전가되는 유통마진비용을 제거하는 온라인 판매 등의 판로를 가진다.

참고문헌

- [1] 권혜숙, "POP 패러다임 변화에 따른 역할 확대", 한국 의류산업학회지, 제4권 제1호, 2002.
- [2] 조혜진, 엄기준, "POP 광고 디자인의 소비자 상호작용에 관한 연구", 한국 디자인 문화학회, 13권 4호, 2007.
- [3] 하얀, 김은희, 실외용 POP 제품 디자인 및 소재개발, 제17호, 경인논집, 2009.