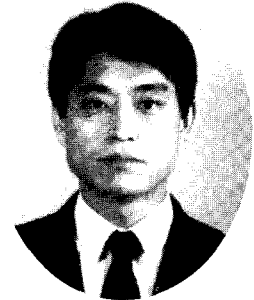


包裝 Seller와 包裝 Buyer의 對話

포장 END USER에게 바란다



주식회사 삼원판지
영업부 부장 김 동 현

1. 서 언

포장이란, 다 아시다싶이 산업발달 이전에도 계란을 짚으로 엮어서 유통 하듯이 제품의 손상방지와 보관용이 및 이송편의를 위하여 사용하여 왔으며, 또한 이것은 변하지 않는 포장의 기본적 기능이 되고 있다.

근대 유통경제 사회에서는 포장재의 선택여하에 따라 고유기능과 판매 정책에도 영향을 주는 단계에 까지 발전하여 왔음으로 상품보호 측면이나, 유통합리화 측면은 물론 특히, 판매 촉진과 상품의 손실 Cost면 등을 종합적으로 검토하여 제품의 특성에 맞는 포장재를 선택하는 것이 필요하다.

여러 종류의 포장재 중에서 골판지 상자를 선택하는 것은 포장재로서의 충분한 기능과 저렴한 가격 및 손쉽게 공급 받을 수 있다는 강점외에 최근의 환경오염 방지에도 큰 몫을 하기 때문 일 것이다.

골판지포장 구매시 포장 End User에게 강조드릴 항목으로서는 첫째, 품질 규격 문제 둘째, 인쇄 디자인 문제 셋째, 가격문제 넷째, 납기문

제등에 대하여 약속 하고자 한다.

2. 포장의품질 규격의문제

포장재 골판지 상자의 생산판매는 기본적으로 포장사용 구매자의 요구 품질·규격을 근거로 하여 생산 납품 하게 된다. 그러나 일부 그룹회사 또는 농·수·축산협의 포장규격을 제외 하려는 많은 포장 End User인 상품생 산업체, 농수축산물을 포장하려는 농 어민이나 협동조합은 골판지 포장에 관한 전문가가 아니기 때문에 포장규격의 명시가 없거나, 규격 내용이 불 명확한 경우가 상당히 많다. 아직도 일부 농민은 골판지상자의 중량을 기준하거나, 손으로 만져본 강도의 감으로 상자가격을 결정하려는 경향도 있다.

앞으로 포장규격이 불명한 End User는 골판지상자 구매계획을 할 때 먼저 KSA 1502 외부 포장용 골판지 규격과 KSA 1531의 외부 포장용 골판지상자 규격을 일람한후, 자사 상품 유통 단위 중량에 맞는 골판지의 강도와 상자치수 제한조건을 포장생산자와 협의 검토하여 적정 포장규격을

명시하여 발주하는 것이 유익하다.

3. 포장 가격 문제

골판지 상자 제조업은 전형적인 수주산업임으로 그 자체에 과당 경쟁요소가 내재하고 있다는 이론도 있었다. 그러나 기업이란 적정원가에 적정 마진이 없으면 기업의 발전은 물론 생존조차 불가능 하다함은 다이는 사실이다. 골판지 포장산업은 본래 분리 다공정, 노동집약형이었으나, 대량수요, 대량유통의 근대 유통경제사회에 있어 결국 골판지 포장의 대량생산 필요에 따라 Computer의 응용과 더불어 골판지 및 골판지상자 생산 System이 고속화, 자동화, 공정 단순화 됨으로서 생산 능력 폭증으로 수급불균형은 골판지 포장업계 내적 과당 경쟁을 자초하게 되어, 원가이하의 땅에 떨어진 골판지 포장가격을 End User는 정상 가격으로 생각하고 거래하는 상황에 까지 이르렀지만, 포장구매자 입장에서 이러한 골판지 포장업계의 일대 변화 실상을 이해해 주길 바란다.

91년 이래 거래 유통되어 온 골판지 상자 가격은 이것은 원가도, 가격도

없는 그야말로 원가 이하의 『인한 경쟁가격』인 것이며, 포장 Buyer입장에서는 「포장제품 가치가격」이 비싸다, 싸다가 아니라 동종 상품업체간의 「상대적 가격」에 비하여 비싸다는 평가였음도 차체에 해량해 주기 바란다.

이제 골판지 포장업체도 질 좋은 포장물, 저가로, 적기에 공급하기 위해서 「포장 제품가치 가격」을 기초로 한 원가 계산서에 의한 공정거래를 확립해야 하며, 포장 Buyer측에서도 수주산업의 특성을 이용한 무리한 「포장비 깎기」에서 「적정 포장비」에 의한 적정 구매로 「상품손실도 Zero화」를 기하길 바란다.

4. 인쇄 디자인 문제

골판지 상자의 인쇄 디자인은 최근엔 포장 기능을 무시하면서 판매 촉진을 위한 P.R효과 측면이 강화되는 경향이 있다. 그러나 "사과상자에는 사과가 있다"라는 명제가 있듯이 소비자는 상자속의 내용물의 종류는 이미 알고 있는 것이고, "대구사과"인지 "예산 사과"인지가 궁금한 것이다.

왜냐하면 소비자는 어떤 상품을 구매하려할때 이미 TV, 신문, 잡지등 각종 매체를 통하여 특성이나 지명도 등은 이미 인지한 상태에서 생산자간지의 표시대로 진품인지의 확인절차를 거쳐 구매하기 때문이다. 그러므로 실물과 똑같은 사과 디자인을 요란하게 표시하지 않더라도 또는 표시하더라도 소비자는 생산자 신용을 중시한 구매 충동이 강하여, 제품의 진위 여부를 눈으로 확인 구매하고 싶어하는 것이다. 즉, 생산자가 양질의 제품

을 계속 생산 공급한 대외 신용도가 있다면 화장으로 치장된 예쁜 얼굴의 여자보다, 마음씨 고운 여자를 선택 하듯, 단순 또는 상징적 디자인과 생산자의 표시만으로 판매 촉진 효과는 충분하다고 본다. 특히 단순디자인 개발을 강조하는 이유는 골판지 상자의 기능 유지를 위한 강도 및 잉크사용 문제와 직결되며, 결국은 포장원가를 좌우하기 때문이다.

골판지 상자의 디자인 인쇄는 색도 1°당 별색처리되며, 인쇄기 실린더에 부착된 5-7m/m 두께의 수지·고무인판에 잉크를 전이하여 인쇄처리되는바, 복잡하여 여러가지 색도의 디자인은 강도의 생명이라 할 수 있는 골판지의 골을 압착 시켜 포장강도를 열화시키게 되며, 골판지 인쇄용 잉크는 색상별로 제조된 것을 사용하는 것이 아니고, 기본색을 원하는 색상에 맞게 농도를 조절하여 혼합 조제하여 사용함으로 특히, 전면인쇄등은 포장작업 중 잉크 번짐 현상이나, 이동중 마찰, 접촉으로 묻어나 포장 표면을 오염시키게 된다. 다색도의 디자인은 그 만큼의 원가 상승을 초래할 수 밖에 없는 것임으로 인쇄 색도는 적을 수록 포장 강도 및 포장 Cost 면에서 경제적이다.

5. 포장 납기 문제

골판지 상자는 부피나 면적이 큰 상품으로 생산자나 구매자 입장을 막론하고 재고를 확보할 수 있는 창고 설비가 문제이며, 또한 상호간의 재고분의 자금 부담으로 원가에도 영향되고 있음이 사실이다.

오늘날의 포장은 유통의 필수품이며, 상품의 일부를 구성하는 Cost Down의 보루인점을 감안하여, 포장 사용기일, 포장납품기일 포장 생산기일의 스케줄은 포장사용자와 생산자간에 확인하는 절차를 거쳐, 포장 사용자는 상품 생산·출하 계획표에 따라, 포장생산자는 포장 생산 출하계획표를 일치시키는 프로그램으로 진행 시켜야 한다.

골판지 상자의 납기는 최소한 5일이 필요하다. 왜냐하면 제조공정상 원자재 확보, 골판지 제조 및 상자 제조공정으로 크게 구분할 때, 각 공정별 1-2일이 소요되고 특히 골판지 제조는 지폭별 생산계획과 골판지 생산후의 건조시간 4-8시간이 필요한 것은 골판지 상자의 강도 유지에 결정적 요소로 작용함으로 충분한 납기만이 양질의 제품을 공급할 수 있는 것이다. 특히, 손이 많이 가는 칸막이 (패드) 등의 부속품이 포함된 골판지 상자의 납기는 더욱더 여유가 필요하다 할 수 있다.

구매자와 생산자가 만족할 수 있는 납기란 구매자의 생산계획 단계에서부터 수급계획이 검토되고, 생산계획 자체를 주간 또는 월간 단위로 상호 신뢰속에서 사전 통보되어 조기 조정되는 것이 바람직하며, 어느 일방적 요구로 결정된 납기는 다른 한쪽의 희생이나 불실이 따른다는 사실을 묵과해서는 안될 것이다.