

수면 위로 떠오른 '사전주문제'

밀어내기식 영업·비밀주의 출판풍토 개선이 우선

최근 출판계에 '사전주문제' 움직임이 일고 있다. 지난 10월 22일 한국출판인회의(회장 김연호) 주최로 열린 '제1차 출판유통 구조개선 워크숍'에서 한국출판유통(주), 송인서적, 학원서림 관계자가 도입방침을 밝히면서 사전주문제가 출판계에 수면 위로 떠올랐다. 이날 워크숍에 참석한 출판인들도 '사전주문제'의 도입 필요성에 동의했다.

사전주문제는 출판사가 책을 펴내기 전에 도매업체에게 책의 내용 혹은 가제본된 도서와 표지, 기획의도, 주요 판매대상 등을 알려주고 도매상은 이를 거래처인 소매서점에 보내 예상 판매부수의 주문량을 출판사에 알려줌으로써 과잉생산과 과다반품을 줄이자는 것이다.

비과학적 영업에 따른 밀어내기식

출판 선진국이라 할 수 있는 구미 각국에서는 오래 전부터 사전주문제를 실행해왔다. 이들 국가에 출판사가 책을 찍기 수개월, 길게는 1년 전부터 각종 전문지와 도서정보지를 통해 어떤 책이 나올 것인지 미리 알려주는 출판예고제가 자리잡아 사전주문제가 활성화될 수 있었다. 여기에는 출판사-유통회사-서점을 잇는 전산망이 구축돼 있어 각각의 책마다 판매현황 및 재고현황 등 각종 자료가 한눈에 파악될 수 있기 때문에 사전주문제가 가능했다.

독일의 경우 사전주문한 도서는 반품을 거의 인정하지 않는다(독일 최대의 도매기구인 KNO는 총매출의 3%이내에서 반품을 인정한다). 따라서 정가제가 지켜지고 있음에도 불구하고 독일 서점들은 매장 한국에서 할인판매를 할 수 있다. 서점 구매담당자의 잘못된 판단에 따른 손실을 줄이기 위한 영업전략이다.

하지만 우리나라 출판계로 고개를 돌리면 답답하기만 하다. 그동안 우리 출판계는 과학적인 마케팅보다는 주먹구구식 감에 의한, 인정에 얽힌 마케팅으로 일관해왔던 게 사실이다. 지난해부터 줄줄이 이어졌던 도매상 부도 원인으로 따지고 보면 비과학적이고 정실에 의한 영업에 따른 것이었다.

최근 도매상이 제시하고 있는 사전주문제는, 그동안의 관행에서 보듯이 더이상 과다 제작, 과다반품을 되풀이할 경우 출판계의

도매업계에서 제시, 시행을 앞두고 있는 '사전주문제'를 정착하기 위해서는 먼저 무조건적 밀어내기식 영업방식을 버려야 하고, 출판사의 비밀주의 풍토를 개선해야 한다. 또 무엇보다 출판-도매-서점간의 전산정보화를 이루지 않고는 사전주문제가 정착할 수 없다.

앞날은 불투명하다는 위기의식에서 출발한다. 도매상들이 어떤 방식으로 사전주문제를 할 것인가에 대한 구체적인 안이 나오지는 않았지만, '사전주문제'는 출판인들의 환영을 받고 있다.

이건복 동녘출판사 대표는 "대표적인 다품종 소량생산의 성격을 지닌 출판물의 경우 사전주문제가 바람직하다"며 "사전주문제는 그동안의 밀어내기식 영업패턴으로 골병 든 우리 출판계를 어느 정도 살릴 수 있을 것으로 본다"고 말했다. 장의덕 개마고원 대표도 "그동안의 영업패턴에서 사전주문제가 도입되면 시행착오가 있을 것이다. 출판물의 경우 독자가 책을 직접 보고 선택하여 구입하는 특성을 감안할 때 사전주문제로 인해 상대적으로 서점에 적게 깔릴 수 있는 상품도 있기 때문이다. 장기적으로 볼 때 사전주문제가 정착되면 가수요가 상당히 줄어들어 오히려 다양한 상품이 서점에 전시될 수 있다"고 말했다.

거래관행, 정보화 등 일대개혁 필요

사전주문제가 출판계에 정착하기 위해서는 여러 가지 전제조건이 있어야 한다는 게 관계자들의 지적이다. 먼저 출판인들은 일시적인 자금회전을 위해 그동안 해왔던 무조건 밀어내기식 영업방식을 버려야 한다는 것이다.

최근 밀어내기 영업에 따른 폐해로 후유증을 앓고 있는 미국 출판계에서도 뼈아픈 자성을 하고 있다는 소식이다. 워너북스 계열



'사전주문제'로 예상 판매부수와 주문량을 알면 과잉생산과 과다반품을 줄일 수 있다. 사진은 서울 광진구의 송인서적.

인 타임원 트레이드 퍼블리싱의 한 관계자는 밀어내기 방식을 단적으로 추잡스럽고 마약을 하는 것과 같다고 정의한다. 그는 "밀어내기 영업이 단기적으로 보서는 많은 부수를 발행하기 때문에 유리하게 보이지만 결국에는 수지가 안맞는 시스템에 사로잡히기 때문에 장기적으로는 불리하다"고 덧붙였다. 우리 출판인들이 되새겨볼 말이다.

또 그동안 출판사들의 전략상품 밝히기를 꺼려하는 비밀주의 풍토를 개선하지 않고서는 사전주문제가 이뤄질 수 없다는 지적도 나온다. 단순히 표지 한 장, 보도자료 한 장 가져와서 알려주는 홍보에서 벗어나 보다 구체적인 자료를 갖고 원활한 출판예고제를 통해 책이 출간되기 전에 도매상 및 서점에 홍보하는 노력이 있어야 한다는 것이다.

도매업자들도 단순히 출판사의 요청에 따라 혹은 인정에 의한 주문방식에서 벗어나야 한다는 지적이다. 거래처의 특성을 보다 세밀하게 파악, 적재적소에 공급하는 데이터를 마련해서 출판사와 서점간에 긴밀한 협조를 이뤄야 한다. 여기에는 출판사와 도매상이 서점의 판매활동에 유용한 출판물의 내용과 저자에 관한 정보, 유사도서의 판매 실적과 다른 서점에서의 판매동향 자료, 또는 진열에 대한 적극적인 조언이 뒤따라야 함은 물론이다.

책의 특성과 판매예측을 예리하게 분석할 수 있는 구매자를 육성하는 데에도 투자가 있어야 한다. 전문성을 갖추지 못한 구매자들의 판단착오로 좋은 상품이 제대로 팔리

지 못하거나 많이 판매될 책이 적게 팔리는 일이 발생한다면 오히려 사전주문제의 존재 이유가 없다.

서점인들도 사전주문한 책에 대한 책임의식을 가져야 한다는 지적이다. 위탁판매를 악용, 앞뒤 안가리고 주문하고 보자는 식에서 탈피하는 것이 중요하다. 무조건 주문해서 안팔리면 다시 반품하면 된다는 기존의 사고방식으로는 절대로 사전주문제가 실행될 수 없다. 보다 과학적인 데이터에 의한 판매예측과 도서분석에 대한 안목을 기르는데 노력해야 한다. 사전주문제를 해도 서점이 출판물의 판매예측을 정확히 하지 않으면 반품률은 줄어들지 않기 때문이다. 또 사전 주문방식에 의해 이뤄지는 주문품에 대한 서점의 지불방식도 어음결제에서 현금지불 관행으로 바뀌어야 한다. 책임의식을 갖고 오고 있어야 한다는 말이다. 유예기간을 두고 점검할 사항이다.

우리 출판계에 사전주문제가 정착되기 위해서는 무엇보다도 전산, 정보화가 시급하다. 출판-도매-서점 3자를 잇는 완벽한 전산 정보화가 이뤄지지 않고서는 사전주문제는 정착할 수 없다.

이제 출발선에 선 사전주문제는 그동안 굶을 대로 굶은 출판사-도매업-서점 경영 시스템의 일대 변혁을 요구하는 것이다. 결국 '사전주문제'의 성공여부는 출판사-도매업-서점인들의 의지에 달려 있는 셈이다.

(박철준)