



아이디어 자판기의 사업화와 대중화



최진
現 인아이템닷컴(前RS시스템) 대표이사
휴대폰 충전자판기 최초개발자

어떠한 산업이 발전되기까지는 최적의 아이디어와 사업화를 위한 경제적인 여건들이 서로 강하게 뒷받침되어 져야 할 것이다. 그 최적의 아이디어는 바로 유행적인 요소를 뛰어넘어, 새로운 문화 경향을 만들어 내는 것이기도 하다. 아이디어란 복잡한 원리에서 오는 전문적인 기술만을 얘기하는 것은 아니다. 단순하지만, 실생활에 응용할 수 있는 범위가 넘칠 수록 만인에게 인정받을 수 있다.

국내 자판기 시장은 보수적인 기성 세대와 유행에 민감한 신세대간의 의식 차이로 더욱 더딘 발전을 초래하였다. 이는 일부 국내 자판기 산업에 국한된 이야기는 아닐 것이다.

사실 자판기라 함은 단순적인 개인의 편리함과 간편함을 동시에 충족시킬 수 있는 문화를 창출해 내는 것이다.

산업이 문화로 자리 잡는다는 것은 매우 어려운 일이지만, 일상 생활과 밀접한 연관만 맺을 수 있다면, 그것은 새로운 문화를 창출해 내기도 남음이 있을 것이다.

그것은 우리가 느끼던 못 느끼던, 부지불식간에 창출되어 지는 것이다. 특히 편리함/간편함을 무기로 하는 자판기 산업은 더욱 그러할 것이다. 한동안 떠들썩했던, 스티커 자판기 경우를 보아도 알 수 있을 것이다.

어떠한 산업이 발전되기까지는 최적의 아이디어와 사업화를 위한 경제적인 여건들이 서로 강하게 뒷받침되어 져야 할 것이다. 그 최적의 아이디어는 바로 유행적인 요소를 뛰어넘어, 새로운 문화 경향을 만들어 내는 것이

기도 하다.

얼마 전 국내 자판기 시장은 후진국 수준이라는 보도를 접한 바 있다. 이것은 산업의 작은 한 분야의 수준만을 말한다고 치부해 버릴 수는 없는 문제라고 생각한다. 왜냐하면 자판기 사업은 바로 아이디어 그 자체를 산업화하는 것이기 때문이다. 그러므로 우리나라 자판기 시장이 후진국 수준이라면, 바로 아이디어 활용능력, 경쟁력도 후진국 수준이라는 것이기 때문이다.

비약이라고 할 수도 있을 것이다. 그러나 사람들의 생활 수준과 지적 수준이 고도로 높아감에 따라 소비자는 더 많은 욕구를 쉽고, 편리하게 충족시킬 수 있는 무엇인가를 원한다. 그것은 어떠한 유행적인 제품이 아니라, 무형적인 편리함을 추구한다는 것이다. 그것이 현대의 고도화된 문화 경향이다. 이것이 바로 좋은 아이디어가 자판기 시장을 지배하고 그 자판기 시장이 산업 발전에 기여할 수 있는 이유다.

해외의 자판기가 국내로 유입된 경우는 많지만, 국내의 자판기가 큰 수출 성과를 거둔 적은 그리 많지 않다. 이것은 자판기 시장에 있어 선진국이라 볼 수 있는 유럽의 경우와 비교할 때, 아이디어 자체의 질적 수준과 생산성의 차이에서 온 결과라 볼 수 있다.

자판기 시장은 개인의 편리성을 위한 아이디어 그 자체가 상품이기에 때문에 굳이 내수 시장에 국한 지을 필요도 없고 만약 그렇게 된다면 더 나은 발전은 없을 것이다.

보편적인 사람들의 편리에 대한 욕구의 공통점을 창의적이고 독창적인 아이디어와 개방적인 사고로 상품화

하여 세계 각지의 선진화 된 자판기 시장을 목표로 삼아야 한다.

필자는 대학시절에 갔었던 여행 중에 당황스러웠던 경험을 바탕으로 휴대폰 충전 자판기라는 아이디어 자판기를 개발한 경험을 가지고 있다. 휴대폰 인구에 상응하는 부가 서비스가 턱없이 부족한 현실이었다. 보조 배터리로만 충족되지 못하는 휴대폰 사용 시간의 제한은 편리하고 쉽게 전화를 한다는 고도의 개인주의 성향의 산물인 휴대폰에 걸맞지 않는 것이었다.

현재 그 고도의 개인주의 성향이 만들어낸 휴대폰 문화의 단면을 보면, 이 아이디어 자판기의 필연성은 더 이상 설명할 필요 없을 것이다.

아이디어란 필자의 경험으로도 알 수 있듯이 창조적인 생각, 또는 필요 요소에서 나오는 것으로, 구체적인 기획과 같은 전문 개발 행위는 그리 중요한 부분이 아니다.

지금의 식음료 자판기는 가시적인 발전조차 보이지 않은 채 근 20년 동안을 국내 자판기 시장의 대부분을 차지하고 있었다. 그러나 이제는 그 국내 자판기 시장 부동의 1위 자리를 바꿔야 할 것이다.

엄청난 외래 문화의 유입과 더불어 현 소비 취향의 급속한 변화 속에서 국내 자판기 시장이 자생을 하려면, 독창적인 아이디어로 지속적인 개발이 이루어 져야 할 것이다.

바로 독창적인 아이디어는, 작게는 산업의 유형을, 크게는 세상을 바꾼다.

자판기 시장의 한 획을 긋는 스티커 자판기의 예를 들자. 대중 앞에 나서기 싫어하는 국민성 덕택인지 최신의 장비가 갖춰진 포토샵 매장보다는 자기 취향과 선택에 따라 독자적인 공간이 확보되는 스티커 자판기가 큰 유행을 가지고 왔다. 이것은 기존 문화 성향과 독특한 아이디어와의 절묘한 조화였다. 그것은 유행, 더 거창하게는 새로운 문화를 창출해 낸 것이다.

이로 인해 자판기 시장은 또 다른 성장기를 맞이하였다. 아침에 일어나 지하철 승차권 발매기로 표를 구입한 후 자판기를 통해 신문을 구입하고, 구두를 닦고 회사를

출근한다. 업무 시작 전 동료와 함께 자판기 커피를 마시며 하루 일과를 계획한다. 점심시간에 피곤한 몸을 이끌고 캡슐형 침대 방에서 휴식을 취한다. 퇴근 후 지하철역사의 핸드폰 충전자판기로 핸드폰을 충전한다. 화장실 입구의 자판기에서 휴지를 구입한다. 퇴근길 역사에 비치된 등본 자판기로 등본 한 통을 땀다.

손님을 배려한 서비스는 결코 망하지 않는다. 자판기는 일종의 서비스라고 본다. 무인이 가능한 판매대이며 어떠한 제품도 판매할 수 있는 것이 자판기이다. 하지만 자판기에서 판매되는 제품은 유형의 단순 제품이라기 보다는 무형의 서비스, 편리함 자체로서의 제품 측면이라 생각한다.

아이디어는 여기서부터 시작된다. 아이디어 발화와 제품화과정은 다음과 같이 6단계로 나눠볼 수 있다.

1. 아이디어 발화

아이디어 발화는 몽상으로 끝날 수 있는 자신만의 창조적인 생각들을 제품화시키는 가장 첫번째 과제이다. 우리 머리 속에 떠도는 아이디어 중에는 쓸만한 아이디어끼리의 연결고리가 분명히 존재한다. 이 연결고리는 제품의 기능, 디자인, 성능, 품질을 결정짓는 가장 중요한 부분이다.

아이디어는 작은 생각에서 얼마만의 구체화된 생각들이 뒷받침 되느냐에 따라서 획기적인 상품이 되느냐, 단지 좋은 아이디어로 끝나느냐가 결정되는 아주 중요하고 근본적인 요소이다.

2. 제품의 사업성 검토

사업성은 아이디어를 구체화시킨 이후에 최우선적으로 생각해야 하는 것이다. 특허획득을 위한 개발이나 단순히 사업화를 위한 경우일지라도 제품의 사업성 검토는 필수적이어야 한다. 예를 들어 단순히 특허권을 위한 아이디어일지라도 사업성이 없는 제품은 시장에서 환영 받지 못 할 것이다.

어떻게 보면, 사업성 검토는 아이디어의 제품화 과정 중에서 가장 중요한 부분일 것이다.

사실 상품을 개발하는 목적은 제품화에 있다기 보다는 제품의 수익성 추구에 있다. 사업성이 없는 제품은 냉정하게 말해서 구상할 필요조차 없을 것이다.

3. 시제품 제작

시제품 제작은 설계된 도면보다는 좀 더 구체화된 제품의 장단점들을 객관적으로 보여준다. 1차 제품 제작 도중 도면 수정은 흔히 있는 일 정도로 제품에 대한 보완, 수정 과정을 여러 차례 거치기 마련이다. 제품제작단계를 거치기 전 시제품 제작 단계에서 이를 처리하게 되면, 보다 저렴한 가격으로 최상의 품질의 제품이 나오게 된다. 일반적으로 시제품이라 할 때, 외형디자인에 치중하는 것을 많이 볼 수 있는데, 이것은 굉장히 위험한 생각일 것이다. 시제품은 말 그대로 제품의 본격적인 생산에 앞서 전체적으로 검토할 수 있는 마지막 단계로 인식하여야 한다.

4. 시장형성 조사

제품 판매를 위해서는 연관 제품들의 유통 과정을 분석하고, 그 유사 시장을 면밀히 조사, 개발 제품과의 경쟁성 등을 사전에 검토하여야 한다. 유통과정의 기획과 마케팅 전략은 제품가격에 가장 민감한 영향을 미치는 요소이며, 차후 제품 유통의 방법, 시기를 결정하는 중요 자료가 되는 것이다.

제품을 얼마나 합리적인 가격과 빠른 속도로 유통시키느냐에 따라 사업의 성패는 좌우된다.

5. 지적소유권 보장

특허출원이 유행처럼 번지고 있다. 특허 출원은 발명 한 제품의 지적소유권 보호에 대한 권리이다. 하지만 최근 들어 특허출원은 특허 자체의 보호뿐만 아니라 하나의 제품 홍보의 수단으로 쓰여지고 있다.

지적소유권의 보장은 제품의 신뢰도를 높여주고, 체

계 있는 제품 양산에 많은 도움이 되고 있기도 하다. 특히 전기 전자와 같은 유행에 민감한 상품에 관련된 산업에는 더욱 그 효용이 증대되고 있다. 지금과 같은 국제 무역과 자유 경쟁 시대에는 독점적이며, 포괄적인 특허 출원이 필요하므로 다양한 제품군과 빠른 신제품 개발이 필수적이다.

6. 제품 양산

시제품 제작을 통해, 결정된 제작 단가를 적절한 수량과 기간에 맞추어 제품 양산에 들어간다.

1차 제품 양산 시 제조 공정과 알맞은 제품 선정으로 제작 단가를 최소화하며, 소비자 가격을 책정한다. 이후 수차례의 제품 양산을 통해 적절한 제조 공정과 재료를 최적화시켜 나간다.

위에서 열거한 6가지의 과정은 아이디어를 제품화시키는데 있어서 없어서는 안 될 필수적인 요소들만 정리해 본 것이다. 그 어느 한 가지라도 간과해서는 안 될 것이다.

아이디어란 복잡한 원리에서 오는 전문적인 기술만을 얘기하는 것은 아니다. 단순하지만, 실생활에 응용할 수 있는 범위가 넓칠 수록 만인에게 인정받을 수 있다. 사실 아이디어란 단순한 착안이나 생활 속의 불편함에서 오는 경우가 많다.

필자는 항상 왜, 어떻게 라는 의문을 가지고, 모든 사물을 관찰, 재해석을 한다.

예를 들어, 커피자판기에서 나오는 일회용 컵을 관찰한다. 컵바닥의 1cm가량의 여유공간에 커피에 걸맞은 쿠키를 넣을 수도 있다. 이것도 하나의 아이디어라고 필자는 생각한다. 아마도 요즘 유행하는 산소를 이용한 상품 또한 자판기 제품으로 활용이 가능할 것이다.