

자판기의 변천과 퓨전화 경향



양 일 승 k4 테크놀로지 마케팅 이사

사 회생활을 하는 사람이라면 하루에 꼭 한번 정도는 하는 일이 있다. 출퇴근, 회의, 그리고 자판기 이용이 그것이다. 이른아침 출근을 위해 지하철 무인 패스 판매기를 이용하고 출근해서는 나른한 오후시간을 깨우기위해 으레 커피자판기를 이용하기 일수이고 여가시간을 이용해서는 친구들과 가벼운 스티커 사진촬영을 하는 등 우리의 자판기 이용 문화는 이미 현대인 너무나도 보편화되고 친숙해져버린 생활의 한 단면이 되어버렸다.

그렇다면 자판기는 언제쯤 인간의 일상사 속에 등장하기 시작했을까? 놀랍게도 자판기의 기원은 기원전 215년으로 거슬러 올라간다. 당시 이집트 사원에서 '성수(聖水)'를 판매하기 위해 만들어졌던 동전식 조작장치가 최초의 자판기라는 게 정설로 받아들여온 사실로서 동전을 넣으면 투입된 동전이 받치고 있던 접시가 기울어져 그 기울기가 원래대로 돌아올 때까지 출구로 물이 나오는 원리를 이용한 것이다. 누가 만든것인지는 명확히 밝혀지지 않았으나 확실한 것은 자판기의 역사가 이미 기원전으로 거슬러 올라가고 인간생활에 뿌리내린 역사가 깊다는 것이다.

아무튼 이렇게 자판기가 나타난 이래로 17세기에 키산드리아 과학자 헤론이 쓴 책이 발견되기 이전까지 자판기는 잊혀진 발명품이었다. 그러나 그책의 발견과 함께 사람들은 옛문헌 속의 발명품의 실용성에 관심을 기울이기 시작했고 차츰 영국의 선술집과 여관 담배 자판기가 등장하기 시작했으며 자판기는 식민지까지 보급될 정도로 선풍적인 인기를 끌었다. 19세기에 들어서는 담배 이외의 물건을 판매할 수 있는 자판기에 관심을 두기 시작했고, 자유주의 사상이 풍미하던 시절, 영국에서 나타난 금서(禁書)자판기에서부터 상업문화가 발달한 미국의 껌볼 자판기에 이르기까지 자판기는 점차로 그 영역을 넓혀갔고 또한 발전해 왔던 것이다.

그러나 자동판매기의 이러한 급속한 발전과 소비영역에서 역량의 강화는 비단 단순한 소비패턴의 변화에서 기인하는 것이라고는 보기어렵다. 이는 노동집약적 산업구조에서 기술집약적 산업사회로의 전환에 따른 대량생산, 대량소비, 소비패턴 변화 등의 마케팅 환경의 변화에 따라 새로운 유통구조의 출현이 요망되었기 때문이었다. 따라서 슈퍼마켓, 쇼핑센터 등의 새로운 유통구조의 출현 외에도 인건비의 상승, 장소의 제한 및 구입의 편리성 등에 따라 무인 자동판매기의 등장은 필연적이었다고 볼수 있다.

이후 자판기의 판매상품의 범위는 더욱 넓어졌고 컵라면, 인형, 마음에 드는 음악만을 골라담는 CD, 휴지, 구두광택기, 사진스티커, 콘돔, 장난감, 담배, 여행용품, 스낵, 아이스크림 등등 소액권과 손가락만 있으면 살 수 있는 물건의 가짓수는 헤아리기 어려울 정도가 되었으며, 그만큼 유통혁신의 기구로서 산업에 미치는 영향 역시 증대되고 있으며, 이러한 경향은 21세기 정보화, 첨단화 경향에 발맞추어 더욱 진보된 형태로 발전해오고 있다.

환경친화적인 자판기의 등장

자판기란 넓은 의미에서 동전, 지폐, 카드 등에 의해 상품, 용역등을 판매하는 기계를 뜻하며, 좁은 의미로는 물품을 자동적으로 판매하는 기계를 말한다. 비록 자판기의 역사가 기원전으로 거슬러올라가 유구한 역사를 통해 발전해 왔다고는 하지만 단기간에 걸친

자판기의 급속한 성장과 발전은 무질서와 환경파괴를 딛고 고효율 고성장을 부르짖으며 성장해온 과거 산업화에 기인한 것이기도 하다. 이를 반영하듯 그동안의 자판기는 천편일률적인 디자인과 미적인 부분보다는 기능적인 부분만을 고려한 제품 출시등으로 환경파괴와 미관상 좋지 않다는 지적을 많이 받았고

이러한 경향에 대한 반성은 21세기에는 자판기의 경향이 환경친화적이고 주위환경에의 조화를 매우 중시하는 새로운 트렌드를 형성해갔다.

(1) 사람에의 배려

고령자나 신체장애자들도 손쉽게 사용할 수 있는 '유니버설 디자인'을 채용한 자판기가 많아질 것이고 자판기 디자인은 물론 기능적인 부분에서도 주 수요계층인 인간을 먼저 배려한 제품들이 많이 출시 될 것이다.

(2) 주변환경과의 조화

기존 자판기 이미지를 일신하고, 인도어(옥내공간과의 조화)에서 아웃도어(도시공간과의 조화)에 이르기까지 어떤 공간과도 조화를 이룰 수 있는 모델 개발에 중점을 둘 것이다.

(3) 지구환경으로의 배려

환경배려형 자판기, 부품 및 구조, 자판기의 성에너지 회동 세대를 뛰어넘어 지구환경을 배려한 자판기들이 속속 출시되고 있고 신제품의 연구 개발의 전제조건으로 자리잡아 갈 것이다.

(4) 환경보전에의 과제

환경보호의 3요소 '리듀스(Reduce)' '리유스(Reuse)' '리사이클(Recycle)에 공헌하는 다양한 서비스와 제품군이 많이 출시될 것이다.

자판기의 디지털화

별다른 기능개선없이 외양만 가꾸 출시해오던 예전과는 달리 최근들어서 자판기시장에도 디지털바람이 불고 있다. 인터넷과 연결된 정보 검색 자판기와 충전식 전자화폐를 결제하는 자판기 등이 새롭게 선보이고 있는 것이다. 자판기들이 인터넷, 전자화폐 등 새로운 디지털 기술과 접목되면서 온라인 기반의 재고관리, 수금 체계가 구축되는 등 자판기 운영에 일대 혁신을 가져올 것으로 보인다. 유가정보기술은 지난해 서울 시내 전철역사 50여곳에 정보 검색자판기를 설치하고 시험운영에 들어간바 있다. 산업구조의 디지털바람은 자판기업계에도 급격한 지각변동을 가져왔고 자판기 업계가 가진 특유의 유연함과

반응성을 기반으로 더욱더 미래 자판기산업의 새로운 경향으로 자리잡아 갈 것으로 예상된다.

결제수단의 다양화(모바일, 전자화폐)

자판기를 이용해본 사람이라면 누구나 한번쯤은 잔돈이 없어서 자판기이용에 어려움을 겪어본 경험이 있을 것이다. 그러나 미래자판기사용에 있어선 그러한 걱정은 하지 않아도 되게 되었다. 휴대폰을 이용해 음료를 마실 수 있는 모바일 자판기, 인터넷과 연결되어 선구입후 후결제하는 카드시스템의 도입등 자판기이용에 새로운 결제수단들이 많이 등장했기 때문이다.

모바일 자판기는 휴대폰 가입자가 자동판매기 앞에 켜어 있는 고유번호에 전화를 걸어 CDMA통신망을 통해 승인이 이뤄지면 메뉴 버튼에 붙어 켜지고, 이용자가 원하는 메뉴를 선택하면 현금을 넣은 것처럼 상품이 제공되는 서비스이다. 현재 호기심많은 신세대를 중심으로 폭발적인 인기를 끌며 늘어나고 있는 추세에 있으며 별도의 가입절차나 기본요금없이 이동통신 가입자라면 누구나 이용할 수 있다는 장점을 가지고 서비스를 확대해 나가고 있다. 서비스이용시 1도수(10초당 22원)의 조금은 비싼 통화료가 적용되기 때문에 늦장을 부렸다면 비싸게 음료를 마실수도 있다는 단점또한 공존하고 있는 실태다.

이같은 자판기시장에서 결제시스템의 다양화와 다변화는 포화상태에 이른 자판기 시장의 확대와 소비인구의 증가에 큰 도움을 줄 것으로 보인다.

인터넷과 자판기의 결합

21세기의 산업구조를 바꿔놓는데 결정적인 역할은 한 것은 전세계를 하나로 묶는 인터넷의 상용화라고 볼 수 있다. 지식의 바다 인터넷은 정보화 지식산업화를 이끌어왔고 자판기는 또한 이러한 산업구조의 변화에 민감하게 반응하여 적응해왔다. 이렇게해서 등장한것이 '인터넷 자판기'의 등장이다.

코카콜라는 총 1억달러를 투자해 온라인 자판기를 공급,출시에정에 있으며 이동통신 기술개발회사인 마르코

니와 5년 독점계약을 통해 소비자들이 현금없이도 자판기에서 코카콜라를 뽑아 마실 수 있고, 판매업자들은 재고관리를 훨씬 더 쉽게 할 수 있는 자판기로서 각광을 받을 것으로 보인다. 인터넷으로 연결된 자판기를 사용하여 소비자들은 휴대폰으로 제품을 구입한 후 신용카드로 대금을 지급할 수 있다. 이는 현대산업구조의 개편에 한계향으로 뿐만아니라 자판기업계가 침체에서 벗어나 새로운 개편과 혁신에 동참하는 계기를 제공하고 있다.

그것뿐만 아니라 재고관리와 고장수리등 자판기업계의 가장큰 난제들을 인터넷을 통해 보다 효율적이고 합리적으로 관리하고, 자판기 고장이 발생해 수리가 필요할 경우에도 자판기 스스로가 관리자에게 이메일을 보내게 되어 필요한 예비부품 내역을 알려줌으로서 불필요한 인력과 정비활동을 방지하여 비용절감에도 엄청난 기대이익을 가져다 주기도 한다.

또한 인터넷 자판기는 무선 네트워크를 통해 관리자에게 재고내역을 알려주고 자판기안에 동전이 얼마나 쌓여 있는지도 전해줄 수 있어서 빠른 소득 집계와 활용에도 널리 활용될 수 있다는 장점을 가지고 있다. 자판기 제조업체들은 인터넷 자판기가 실용화 될 경우 판매증진 효과와 함께 위조주화의 사용이나 자판기 파손을 막는데 효과가 있을 것으로 보고있다.

인터넷과 무선통신 시대의 물결이 거리에 설치된 자판기에도 첨단화의 바람을 일으키고 있는 것이다.

엔터테인먼트 자판기

스티커 자판기에 이어 정보와 재미를 가미한 어뮤즈먼트(Amusement) 자판기는 21세기 자판기업계의 효자상품으로서 각광을 받고 있다. 이는 현대인의 생활패턴과 양상에 기인한것으로 자판기가 이제는 단순하게 하나의 기능뿐만 아니라 복합적인 기능을 제공하고 재미와 유용성을 동시에 만족시키는 쪽으로 진화해 나가고 있음을 대변한다. 우리나라에는 얼마전까지 LG산전, 한솔 텔레콤, 메스텍, 위즈테크, 대원기공 등 대부분의 자판기업체들이 시주팔자, 음악CD롬, 뮤직비디오 촬영과 같이 원하는 정

보도 얻고 재미도 느낄 수 있는 어뮤즈먼트 자판기를 분야로 적극적인 시장 개척에 나선바 있고, 최근에는 보다 진보한 영역으로 어뮤즈먼트 자판기 시장이 발전하고 있다. 이는 자판기에 부과했던 특소세의 사실상 폐지에 따라 스티커 자판기를 응용한 신종 자판기 개발이 크게 늘고 있는 현실을 반영하는 것으로 k4 테크놀로지와 캐리어 LG 등 일부업체가 시범적으로 출시한 어뮤즈먼트 자판기가 기대이상으로 호평받고 있어서 앞으로의 자판기 시장에서 주목받는 새로운 트렌드로서 자리잡아 갈것으로 보인다.

이색 아이디어 자판기의 등장

커피, 음료수 캔 자판기등 주력 자판기 시장의 틈새를 비집고 아이디어 자판기의 성장세가 두드러지고 있는 경향이 나타나고 있다. 이는 커피, 차, 음료수 등 전통적인 자판기가 포화상태에 도달하면서 관련업체들이 틈새시장을 공략하기 위한 자판기 개발에 적극 나서고 있기 때문이다. 또한 우리나라의 경우 국제통화기금(IMF) 체제 이후 소자본 부업 및 창업자들이 커피,캔자판기 등 기존 제품보다 "돈벌이"가 될 만한 아이디어 자판기쪽으로 눈을 돌리고 있기 때문으로 분석된다.

대표적인 아이디어 자판기는 지난 97년부터 국내에 본격 선보인 스티커 사진 자판기, 자신이 원하는 배경으로 사진을 찍으며 바로 스티커 등을 출력해주는 자판기로 청소년들 사이에서 선풍적인 인기를 끌면서 새천년의 새로운 자판기업계 핫트렌드로 자리매김하고 있다.

자판기의 네트워크화

자동판매기의 네트워크화는 종전의 독립적으로 운영되던 방식에서 탈피하여 단순히 캔 음료등을 판매하는 일반적인 자동판매기에서부터 다소 복잡한 서비스를 제공하는 특수형 자동판매기에 이르기까지 수많은 종류의 자판기가 네트워크로 연결되면서 관리와 운영이 간편해지고 있는가 하면 이를 이용한 무인 편의점까지 등장해 새로운 사업형태로 각광받기 시작하고 있는 경향이다. 특히

최근에는 통신 위성과 종합디지털 통신망(ISDN)까지 활용하는 경향을 보이고 있어 향후 자동판매기는 이들 위성 및 고속통신망의 발전 속도와 맞물려 앞으로 더욱 빠르게 확산될 가능성이 매우 높다고 할 수 있다.

일본의 프린트 클럽이 가장 대표적인 자판기의 네트워크화 사례로서 프린트 클럽기기를 제조하는 오락기기업체 아틀라스社は 이 기기의 네트워크화를 위해 라디오 방송국인 에프엠도쿄 및 일본 IBM과 제휴해 통신위성을 이용, 사진의 배경 데이터를 각각의 자판기에 전송하기 시작했다. 수시로 업데이트되는 데이터를 교환하기 위해 일일이 반도체를 교환하지 않아도 되었고 이를 통해 비용절감과 매출증대라는 두마리 토끼를 잡을 수 있었던 것이다.

자판기 경향의 첨단화

일본에서 자동판매기의 이용량이 가장 높은 것으로 알려진 하네다 공항터미널의 모든 자동판매기에는 각 기기마다 무선기기가 설치돼 있어, 이를 통해 어떤 음료가 얼마나 팔렸는지를 정확하게 파악할 수 있다. 이 때문에 상품이 적게 남아 있을 경우 단말기를 통해 곧바로 이를 확인 할 수 있어 사전에 품질을 방지할 수 있다. 이른바 판매시점 정보관리(POS) 시스템을 도입한 것이다. 자동판매기 사업의 가장 큰 애로사항인 고장과 그 원인또한 어느 정도 사전에 파악할 수 있어서 고장에 대한 빠른 대응이 가능하다는 장점을 가지고 있다. 자판기 생산업체들도 최근 POS기능이 장착된 신형 자판기의 개발에 힘쓰고 있다. 또한 최근 PHS(간이휴대전화)를 이용한 POS 대응 자판기도 등장하게 되었는데 이는 판매정보를 PHS를 이용하여 담당업소로 보낸다는 특징을 가진다.

한편 이같은 자판기의 고기능화 첨단화 경향은 네트워크를 이용한 판매정보와 점내 상황을 원격지에서 관리하는 무인편의점의 등장을 가능하게 만든다. 산업혁명시절 가히 유통질서의 혁명이라고까지 불리워졌던 무인 판매기의 등장이 산업구조의 변화와 정보산업화 단계를 거치면서 훨씬 혁신적이고 진일보한 형태의 새로운 산업구도를 형성하고 있는 것이다.

이처럼 지금까지 돈을넣으면 상품이 나오는 단순한 상자에 불과한 자동판매기가 네트워크화라는 엄청난 변신을 통해 기업 경쟁력 제고의 한 요소로 작용하는 시대가 도래할 것이라는게 업계의 전망이다.

이처럼 21세기 한국자판기시장에 불어닥친 첨단화 퓨전화 경향은 이미 커질대로 커진 종전의 자판기시장에 대한 구조혁신과 시장개척의 한 방안으로 부터 제기되었다. 고려대 경영학과 박찬수 교수(마케팅 전공)는 이러한 자판기시장의 퓨전화,첨단화 경향을 이렇게 설명한다.

“현대인을 대상으로 하는 제품들은 유행을 심하게 탈 수 밖에 없다. 따라서 두가지 이상의 기능 내지는 보다 편리하고 다양한 지불 수단의 확충은 한쪽의 부침이 있더라도 다른 한쪽의 인기로 말미암아 총액은 최소한 비슷하게 유지할 수 있다는데 장점이 있다”

서로 대체재가 아닌 보완재로서 매출을 쌍끌이할 수 있다는 논리가 자판기 시장의 다변화와 퓨전화 경향의 이론적 기반이 되는 셈이다라고 이야기한다. 이는 첨단화되고 급변하는 시장환경에서 자판기 업계가 생존할 수 있는 하나의 대안으로서 마련된것이고 점차로 그 주기 또한 짧아지는 경향을 보일것이라는 것이다.

현 추세를 보면 자판기 퓨전화에 따른 관련법의 제정이나 청소년 보호책의 마련등의 제도적인 부분이 기술적인 발달을 따라오지 못한다는 역기능이 발견되기도 한다. 하지만 이러한 부분은 차차 보완되고 점차로 마련되고 확충되어가고 있어 첨단 자판기의 등장이 제도적 규범의 방향을 제시해 나가고 있기도 한것이다. 다만 미래퓨전화의 성공조건 즉 대중문화를 이해하고 그 소비동향을 제대로 파악하여 끊임없이 적응하고 스스로를 변화시켜 나가는 노력과 이용자 경향을 파악하는 것이 중요하다.

이용자가 선호하는 분야에 좋아할만한 요소들을 첨가하여 하나의 트렌드를 형성하려는 노력 등을 겸비해 나갈 수 있어야만이 자판기 업계가 다변화되고 급변하는 현대 사회에 적응하고 시장을 확대해갈 수 있을 것이라는 게 필자의 생각이다. ▣