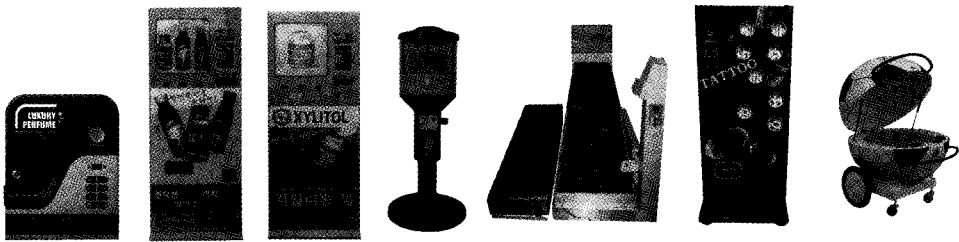


# DK DK벤딩이 제시하는 중소기업 성공전략



**자**판기 산업에 있어 중소기업들의 사업부진이 여간해 나아질 기미가 보이지 않는다. 무엇보다 중소기업을 어렵게 하는 것은 지속적으로 사업을 이끌어 갈 아이템이 많지 않다는 점이다. 몇몇 주력 아이템을 가진 업체를 제외하고는 약전고투 할 수밖에 없는 게 중소기업의 현실이다. 이러한 시장 여건 가운데 별다른 부침 없이 성장대로를 밝아 온 업체가 DK벤딩이다. 꾸준한 아이템 다변화로 새로운 도전을 주저치 않은 DK벤딩의 사업행보는 타중소기업들의 귀감이 되고 있다. 과연 DK벤딩이 제시하는 중소기업의 성공전략은 무엇인가.

## 안정기조, 주력아이템의 발굴

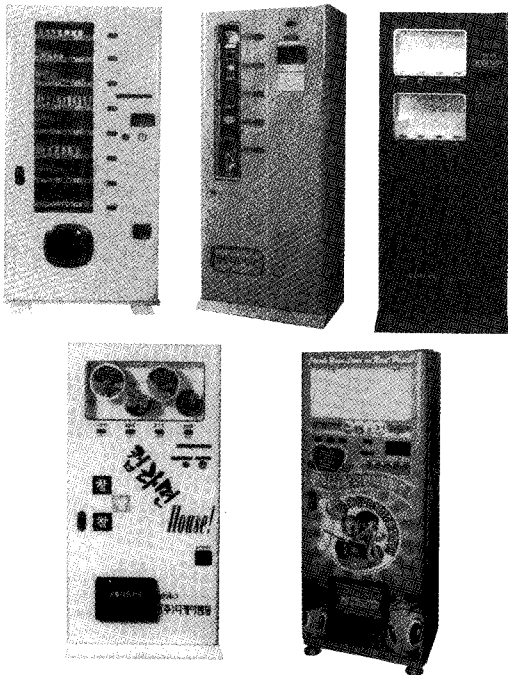
꾸준하고 장기적인 사업아이템 하나만 있으면 일단 기업이 생존해 나가는 데는 문제가 없다. DK가 꾸준하게 성장해 온 비결은 일용품자판기 분야의 독보적인 아성을 쌓았기 때문이다. 지난 90년 창업을 한 DK벤딩은 당시 남들이 관심을 많이 갖지 않던 수동식 일용품자판기 분야에 과감한 승부수를 던졌다. 그때만 해도 환경문제를 고려한 일회용품 규제가 그다지 심하게 작용하지 않은 시점이어서 DK의 도전은 어찌 보면 무모해 보였다. 하지만 DK벤딩은 일용품자판기가 숙박업소에 반드시 필요한 아이템이 되리라는 확신 하에 지속적인 사업투자를 진행해 왔

다. 이 결과 꾸준하게 제품보급이 진행되어 일용품자판기 분야에 독보적인 아성을 구축하기에 이르는 것.

물론 이 아이템이 대박을 터트렸다 할 만큼 단기간 안에 수요가 확대된 아이템은 아니다. 꾸준하고 장기적으로 수요가 이어지는 아이템으로 볼 수가 있기 때문에 DK벤딩이 안정기조의 사업을 유지해 갈 수 있는데 결정적인 힘이 되었다. 확실한 주력아이템 하나를 가지고 있는 게 기업에 있어 얼마나 중요한지를 여실히 입증하는 경우이다. DK는 일용품자판기는 바탕으로 스낵자판기, 자일리톨자판기, 가그린자판기 등의 영역으로 꾸준한 사업확장을 해 나갈 수가 있었다.

## 발 빠른 시장 대처력, 틈새시장을 뚫는다

시장 변화에 따른 발 빠른 대응. 기획, 제조, 개발, 유통에 있어서의 신속성. DK벤딩의 또 다른 힘은 여기에 있다. DK벤딩은 수동식자판기 분야의 기술력 축적을 바탕으로 다양한 내용상품을 접목하며 거침없는 시장도전을 진행해 왔다. 스낵자판기, 자일리톨껌자판기, 가그린 자판기, 추팍추스캔디자판기, 콘돔자판기 등 시장 변화에 적절히 대처하는 상품군을 속속 선보여 왔다. 물론 이같은 도전이 전부 성공만을 한 것은 아니다. 품목에 따라서는 투자만큼의 성공을 보지 못한 경우도 있었지만 결코 이런 실패를 두려워하지 않았다. 비록 한 두품목 투자가 실패하여 기업이 어려운 상황에 빠지더라도 그 실패를 바로 잊고 또 다른 도전을 주저하지 않아 왔다. 또한 수동식자판기 분야에만 만족하지 않고 전동식자판기 분야로도 과감히 투자하며 종합자판기 회사로의 입지를 넓혀갔다. 냉음료자판기, 문신자판기, 골프퍼팅기, 습사탕자판기, 향수자판기 등을 속속 상품화하며 중소



기업만이 할 수 있는 틈새시장 공략을 본격화해 왔다. DK벤딩의 고정원 사장은 이같은 아이템 다변화가 새로운 컨셉의 제품 속에서만 있는 건 결코 아니라는 소신을 가지고 있다. 남들이 버리고 간 아이템 속에서도 성공한 케이스는 한 두개 있기 때문에 이를 치고 들어가는 것도 성공전략이 될 수 있다 주장한다.

"제품이 100대가 깔려 95대가 실패를 봤다면 대부분의 사람은 이 사업이 안 되는 거라 생각하는 게 보통이다. 하지만 나는 잘되는 5대를 보고 시장에 치고 들어 가는 스타일이다."

## 셋길은 없다, 정도를 간다

최근 자판기 시장의 유통구조가 악화되고 많은 소비자 불신을 초래하는 이유는 판매전문업체들이 '치고 빠지기 식'의 영업에 있다. 이를 업체는 대부분 시장을 단기적으로 본다. 그 기간 안에 투자자들로부터 단물 다 뽑아 먹고 또 다른 사업아이템을 찾아 훌훌 떠난다.

이 같은 편법 위주의 영업은 자판기 사업성을 악화시키는 '공공의 적'이다. 그런데 이들 판매 중심업체들의 사업아이템과 DK벤딩 사업아이템이 중복되는 경우도 있다. 하지만 DK벤딩은 판매 전문업체들 같은 영업전략으로 시장에서 승부를 하지 않는다.

소비자에게 큰 피해를 끼치는 무분별한 투자 유도 보다는 진정한 소비자 입장에 서서 사업성을 고민하는 자세를 견지한다. 실패가 뻔해 보이는 운영자 투자는 본사 입장에서 말할 정도이다. 영세한 투자자들에게 있어 진정한 사업적인 메리트와 재미를 줄 수 있는 방향으로의 투자를 가능한 한 견지하려 한다.

DK벤딩은 지금까지 그래왔듯 앞으로도 지속적인 자판기 사업을 펼쳐가려면 소비자를 중시하는 영업전략이 전제되어야 한다고 보고 있다. 자판기 사업에서 셋길은 가기보다는 정도를 간다는 게 DK벤딩의 굳건한 소신이다.

## 우직스럽고 소신 있는 경영자의 힘

DK벤딩의 남다른 제품정책과 영업전략의 배후에는 경영자인 고정원 사장이 있다. 그는 실패를 두려워하지 않는 불같은 추진력과 확신을 가지는 사항에 대해서는 무슨 일이 있어도 끝장을 보고야 마는 소신 있는 경영자이다.

그의 경영관의 핵심은 '소비자에게 신뢰를 받는 기업'이다. 소비자에게 신뢰를 주는 일이라면 어떤 일이 있더라도 관철시키려 한다. 소비자가 있고 기업이 있는 거지 기업이 결코 우선시 될 수 없다고 생각한다. 그래서 투자자들의 상담에 있어서도 '역지사지'의 자세로 사업성을 평가한다. 솔직하게 사업성에 대해 오픈을 해 진짜 확신 있는 투자자만을 사업파트너로 삼는다. 이렇게 걸러진 투자자들은 오래 동안 사업파트너 관계를 유지하기 때문에 DK의 소중한 자산이 된다.

한마디로 고사장은 우직스러운 고집이 있는 경영자이다. 온갖 고난을 헤치고 오늘의 DK벤딩 성장이 있는 것도 남다른 그의 고집이 없었으면 불가능한 일이었다.

## 논스톱, DK의 약진


DK벤딩의 성장은 앞으로도 계속될 것으로 보인다. DK벤딩은 최근 야심에 차게 기획했던 신제품들을 속속 출시할 계획을 가지고 있다.

이중 가장 야심에 찬 기획상품은 향수자판기이다. 국내 최초로 개발된 분사방식의 향수자판기는 지난 10월 중순 개최되었던 VENDING KOREA 2003 전시회에 선보여 큰 인기를 끌었다. 상담건수만 해도 100여건 이상 폭주했다고 한다.

그 후 제품의 성능을 보완해 신년부터 본격적인 제품출시를 진행하고 사업주들 모집에 나설 예정이다. 명품향수자판기는 유,무료 선택버튼을 내장하여 점주가 원하는 방식에 따라 유료서비스 또는 무료서비스가 가능하도록 한 제품이다. 8가지 향수 선택이 가능하고 버튼 터치 한번으로 팔목에 향수를 분사하도록 되어 있다.

또한 솜사탕자판기 역시도 조만간 제품을 출시할 계획으로 품질을 보완하고 있다. 기존 제품의 외형이 축구공 모양으로 되어 있으나 원가절감을 위해 새로운 디자인의 제품으로 변경 개발하고 있는 중이다. 이 개발제품은 계절적 한계요인을 극복하기 위해 솜사탕만을 단일판매하는 제품이 아니라 아이스크림, 슬러쉬 등의 내용상품을 추가해 복합화를 진행할 예정이다.

이외에도 기존 주력 아이템인 일용품 시장도 다변화를 진행할 만반의 준비를 하고 있다. 내년부터는 환경법에 의해 일회용품 사용억소에 대한 포상신고제가 도입될 예정이어서 일용품자판기의 존재가치가 한껏 커질 수 있을 것으로 기대되고 있다. 따라서 DK벤딩에서는 보다 큰 시장확대를 진행하기 위해 기존 4,6단 제품외에도 2단 소형 제품을 상품화하여 숙박업소에 집중 전개 나갈 계획에 있다.

이렇듯 DK벤딩은 기존 시장에 만족하지 않고 새로운 시장에 대한 도전을 멈추지 않고 있다. 논스톱, DK의 약진이 앞으로 또 어떠한 중소기업의 성공신화를 써 나갈지 주목해 볼 일이다. 



Vending Korea 2003에 출품되어 많은 관심을 불러 일으켰던 향수자판기