



차별화와 트렌드 변화에 대한 빠른 적응이 관건

2013년까지 지속적인 경기 악화를 뒤로하고 2014년은 세계 경제 부진이 완화될 것이라는 전망이 쏟아지고 있다. 이에 따라, 국내경제는 장기추세성장률에 근접한 3.7% 내외의 성장을 보일 것으로 예상되고 있다.



박승태 한국코닥㈜
마케팅팀 부장

긍정적인 전망 속에서도 인쇄업계의 체감 경기는 여전히 냉랭하다. 인터넷 발전으로 시작된 미디어 매체의 중심축 변화는 최근 몇 년 동안의 스마트폰 보급률 급상승을 통해 확연히 바뀌었다. 인쇄물은 더이상 중심 미디어 매체가 아니다. 이에 따른 인쇄 물량의 감소는 너무 자연스러운 현상이고, 인쇄사업자들 몇년 째 특별한 대안 없이 줄어드는 일감에 한숨 쉬고 있다. 또한 인쇄시장에 새로운 활력을 가져다 줄 것이라고 기대되었던 디지털 인쇄 역시 주춤한 상황이다. 초기 도입 당시에는 오프셋 인쇄시장을 디지털 인쇄가 대체해 갈 것으로 예상했다. 하지만 비용, 품질 등에서 한계가 있고 포토북, 앨범, 소량 인쇄물 등의 시장을 형성하고 있으나 국내에서 최신 디지

털 인쇄기술이 도입된 혁신적인 시장은 형성되지 못했다. 장기적으로 침체되어 있는 시장에서 특별히 효과적인 비즈니스 모델의 부재는 업계 관련자들의 만성적인 고민으로 자리잡고 있는 것이 현실이다. 이를 해소하지 못한다면 2014년도 또한 침체되는 시장에서 전체 경기의 완화의 혜택을 누릴 수 없을 것이다. 2014년도에는 어떤 차별화된 비즈니스 모델로 사업의 성장을 이끌어갈지 신중한 고민이 필요할 때이다.

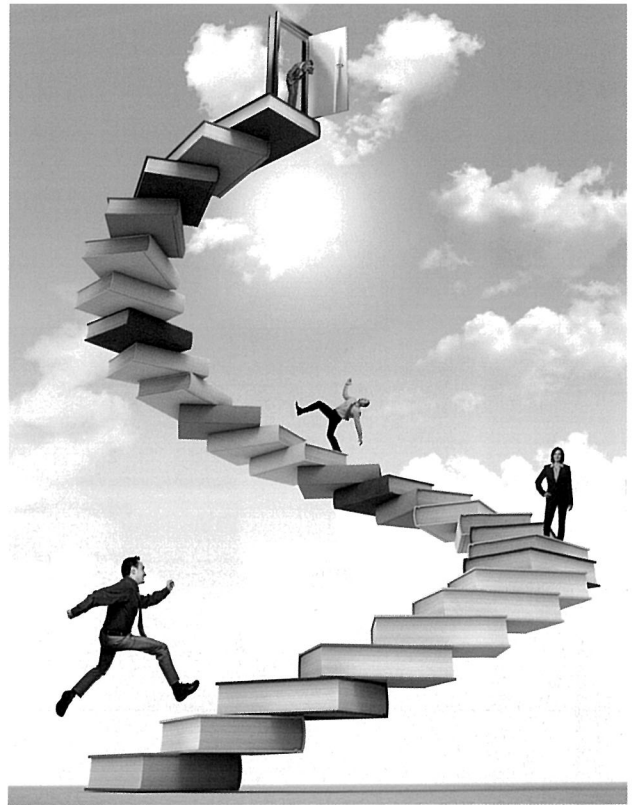
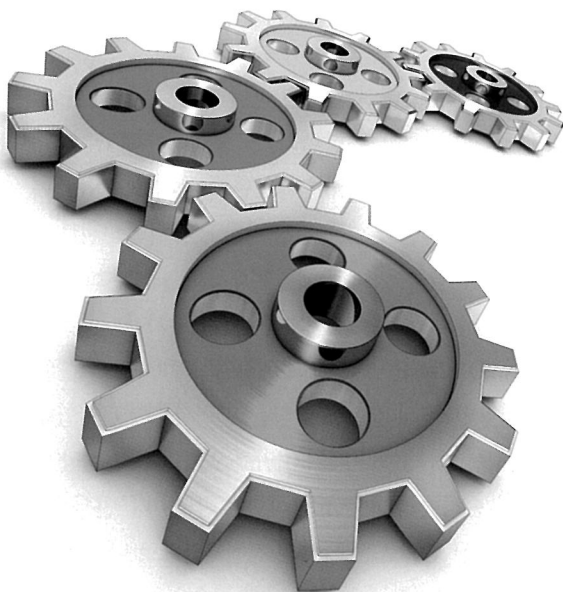
하이브리드 인쇄

인쇄시장은 단일 오프셋 또는 디지털 인쇄보다는 이 두 가지를 함께 활용하는 하이브리드 인쇄에서 창출할 수 있는 부가가치에 주목해야 한다. 단가가 낮고 고품질을 제공하지만 줄어든 수요에 대응하지 못하는 오프셋 인쇄와 빠른 대응이 가능한 디지털 인쇄의 장점만이 융합돼 차별화된 애플리케이션의 공급이 가능해졌다. 기존에 보유하고 있던 장비에 큰 비용을 들이지 않고 디지털 인쇄의 장점을 구현할 수 있는 하이브리드 인쇄는 개인 맞춤형 콘텐츠를 요구하는 소비자들의 니즈를 완벽히 충족시킬 수 있는 인쇄 방식이다.

대중매체의 중심이 인쇄매체에서 TV, 인터넷, 스마트폰의 매체로 전환되었지만 이로 인해 인쇄매체를 이들이 대체하는 것은 아니다. 인쇄매체는 그 역할이 바뀔 뿐이다. 예를 들어, 유럽의 어느 신문사는 인쇄된 신문에 하이브리드 인쇄를 활용해 추첨을 위한 특별 코드를 가변데이터로 인쇄하고, 당첨된 고객들에 한해서 인터넷 신문 구독 서비스를 하는 이벤트를 진행하고 있다. 이러한 형식의 마케팅 활용은 다양한 주체로부터 광범위한 잠재고객에게 적용할 수 있다. 새로운 수익을 창출할 수 있는 좋은 사례 중 하나이다. 이미 한계점에 다다른 비용 경쟁을 통해서 저수익 기초의 시장을 형성하지 말고 다양한 고부가가치 비즈니스의 가능성을 타진해보고 수익성 있는 시장을 창출하는 데 집중해야 한다.

친환경 인쇄

지구 온난화 현상 이후 환경문제는 점점 더 그 중요성이 대두되고 있다. 더불어 기업의 친환경 경영은 기업의 흥망성쇠를 좌우한다고 해도 과언이 아닐 정도로 21세기 기업 경영의 핵심 키워드가 됐다. 인쇄업계는 특히 친환경 업계로 명성이 높았다. 하지만 친환경 제품들의 개발로 현재의 인쇄업계는 친환경 바람이 불고 있다. 잉크, 용지, 판재 등 인쇄에 필요한 재료들의 친환경화와 방식에 대한 연구도 꾸준히 진행되고 있다. 이 과정에서 더욱 중요한 것은 친환경과 비용 절감 및 공정의 단순화도 함께 진행되고 있다는 점이다. 최근에는 환경에 유해한 인쇄 관련 재료들을 줄이는 차원에서 제거하는 방식으로 한단계 업그레이드 친환경 인쇄 방식이 시장에 제시되고 있다. 각종 세미나와 연구 발표들을 통해서 인쇄업계도 이제 더이상 환경을 해치는 유해한 시장이 아님을 입증하고 환경보호와 더불어 기업의 지속가능성을 향상시키는 경영이 가능해지고 있다.



현재 인쇄업계에서 가장 필요로 하는 것은 제품이나 서비스의 구매가 아닌 변화하는 업계의 흐름에 따라 현재의 비즈니스를 어떻게 이끌어 나갈지를 알려주는 컨설팅이다.

이러한 시장의 흐름과 반해 국내 시장은 이 친환경 인쇄의 도입이 아직 미비한 수준으로 보인다. 새로운 시스템의 도입에 대한 우려와 부담감이 있었지만 친환경 인쇄 시스템의 도입은 고객들에게 마케팅적으로 활용도가 높고, 운영상의 비용 절감도 가져다 주며 광범위하게 환경 친화적인 공정으로 사회적으로 기여도가 상승한다. 향후 비즈니스 성장에 발판이 되어줄 것이다.

제품이나 서비스가 아닌 솔루션을 제공해야

현재 인쇄업계에서 가장 필요로 하는 것은 제품이나 서비스의 구매가 아닌 변화하는 업계의 흐름에 따라 현재의 비즈니스를 어떻게 이끌어 나갈지를 알려주는 컨설팅이다. 축소된 시장을 활성화 시킬 수 있는 비즈니스가 어떤 것들이 있는지, 현재 보유하고 있는 기반에서는 어떤 색다른 비즈니스가 가능한지를 함께 고민하고, 새롭게 개발되는 제품이나 서비스와 접목시킬 수 있는지 대안을 제시하는 컨설팅 세일즈가 시급하다. 이를 통해서 유행하는 비즈니스를 무작정 따라가는 형식이 아닌, 현재 가지고 있는 장비와 재료들 및 비즈니스 히스토리를 기준으로 향후 가장 성장 가능성이 높은 곳에 투자를 해야 한다. 가령, 디지털 인쇄기를 도입해 포토북을 제작한 업체가 높은 수익을 올린 사례가 있었다고 해서 모두 똑같은 결과를 얻을 수 있는 것이 아니듯, 현재의 상황을 객관적으로 파악하고 이를 함께 고민해 미래에 수익창출이 가능한 구조를 제안할 수 있는 세일즈가 진행되어야 한다. 이를 통해서 제품 및 서비스 제공업체들 또한 혁신적인 신제품 개발이 가능하고, 시장 맞춤 및 고객 맞춤형 서비스를 통해서 궁극적으로 국내 인쇄업계 발전에 기여할 수 있을 것이다.☞