



대우전자(주) 구미 TV공장
포장재구매담당 김 수 호

나의 包裝觀

가장 한국적인것이 가장 세계적인 것이다.
한국 고유의 상품이미지를 심어주고 상품의 고급화를 위한
포장전략으로 무국경 무한경쟁시대에 대처해야하며,
제조원가의 합리화, 기업의 상호협력, 원지규격의 단순화,
작업환경의 개선과 " 품질보증에 없는 제품은
사지도 말고 팔지도 말자" 라는 구호아래 최고 경영자와 종업원
은 포장산업 환경변화에 적극대처 신체제를 구축할수
있는 새로운접근이 절실하다고 본다.

1. 포장에 관한 나의 인식도

물류의 근대화는 포장으로 부터 이루어진다고 본다. 오늘날의 포장은 상품을 싣는다는 기능을 넘어서 상품의 보호성, 운반의 편의성을 도모하며, 내용물의 이미지를 창출 소비자의 구매력을 촉진하는데 있다.

내용물의 기능 및 성능, 모양을 한 눈에 볼수 있게 포장디자인에 사활을 거는 기업도 많으며, 국가의 수출증대로 포장의 중요성을 알고 있지만 상품의 수출이 OEM방식에 의한 생산이 주가 되다보니 포장의 독창적인 디자인이 도외시 된것이 현실태라고 본다.

한 기업의 얼굴을 작은 Box에 축소시켜 독창적인 우리의 디자인으로 세계 시장에 나아가 호평받는 상품이 되어야 할것이다.

2. 포장의 가치기능

포장의 가치기능은 상품이 소비자의 손까지 전달될때까지 내용물의 손상이

없는 튼튼한 포장으로, 가볍게 보이면서 누구나 손쉽게 운반할 수 있는 포장이어야 하며, 아름답게 디자인하여 소비자로 하여금 구매를 촉진시키는 기능 및 원하는대로 접거나 풀어서 재활용 할수 있는 포장으로 자회사의 얼굴을 담은 독창적인 포장이어야 하겠다.

3. 한국 포장재의 문제점

1) 제조원가의 합리화

제조원가의 합리적 분석을 통해 저가격 출혈 경쟁을 막아야 한다. 수량 관리에 집중하여 적게 남아도 많이만 팔면 이익이 된다는 물량위주의 경영 패턴을벗어나, 수익관리 체제로 전환해야 한다.

공산품포장은 비교적 안정이 되었다고 보나, 특히 농산물포장의 가격 경쟁은 치열하다고 본다. 과잉시설 저가격 출혈경쟁등으로 대변되는 제살각기의 기업경영 방식을 버리고 조합을 주체로 탄탄한 협업체체가 이루어져

합리적인 가격 정책이 정착되어야할것이다.

2) 기업의 상호협력

동종업체간의 협력도가 너무 빈약한것 같다. 전체 골판지 포장산업의 구조적 문제를 상호협력하여 해결하려는 노력보다 자사의 이익에만 집착하여, 비난하고 힐책하며 동종업체가 내일이라도 폐업하면 그 물량이 나에게(우리 기업) 오지 않는가 하는 이기주의를 버려야 이 복잡 다단한 시장구조의 건전화가 조성될 것이다.

3) 원지 규격 단순화

골판지 원지의 규격이 너무 다양하다. 지종별, 규격별, 평량별 등을 축소하고 단순화하여 원지 재고부담을 경감시켜야하며, 재고 부담을 축소함으로써 자금부담 및 금융비용 부담을 축소할 수 있을 것이다.

4) 작업환경의 개선

골판지 업계의 작업환경은 수동인력 작업이 아직도 많다. 분진, 소음의 환경에서 벗어나, 방음장치 및 분진제거 장치를 하여 좀더 쾌적한 분위기 쇄신

으로 작업자의 이직율을 줄이며 자동화의 장치산업을 확대하여 생산능력 배가에 총력을 기울려야 한다.

4. 포장업계에서의 요망사항

생산설비의 대형화 및 자동화로 공산품 골판지포장 및 증가하는 농수산물 골판지포장생산 공급에 일익을 담당하는 기업에 찬사를 보내며, 오늘날의 포장계 급성장을 이룬 포장산업 역군의 노고에 진심으로 감사 드린다.

그러나, 앞으로 국제화 대열에 포장 선진국과 어깨를 나란히 하기위한 전 재조건중 다음의 몇가지 예를 들고자 한다.

1) 경영혁신을 위한 의식개혁: 누구나 공감할 수 있는 개척정신과 새로운 경영전략을 세워 관리자 및 작업자의 의식개혁 운동전개

2) 기술혁신을 통한 획기적 상품개발: 외형 매출에만 치우치지 말고 내부적 기술혁신을 통한 소비자가 원하는 획기적 상품개발

3) 품질보증에 사활을 거는 기업: 만들기만 하면 잘팔리는 시대는 지나갔다.

"품질보증에 없는 제품은 사지도 말고 팔지도 말자."는 구호와 함께 세계 시장에 문을 두들기는 기업만이 살아남는다는 인식과, 소비자가 인정하는 업체가 되어야 할것이다.

4) 유능한 포장 인재 양성: 기업의 최고경영자와 종업원은 골판지 포장 산업 환경변화에 대처하는 혁신을 위하여 리스트럭처링으로 신 체제를 구축할 수 있는 새로운 교육이 절실하다.

5. 국제경쟁 요소로서의 포장

UR타결 및 WTO체제출범에 따른 개방화, 국제화의 무한경쟁에서 한국의 상품이미지를 심어주고, 상품의 고품질화를 위한 포장전략으로 국제경쟁시대에 대처해 나아가야 한다. 현대 산업사회는 기술 및 정보화 사회로 전환되는 과정에서 정보의 활용능력 여

부가 기업의 성패에 결정적인 작용을 하고 있다.

21세기 그린혁명에 걸맞는 포장산업의 발전은 필연적이라고 본다. 최근 EU 대표부에서 발표된바 있는 『포장 및 폐기물에 관한 지침』을 감안하지 않더라도 난분해성 포장재의 시장도 대 현상은 급속히 진행되고 있으며, 이점에서 대표적인 재활용제품으로 인식되고 있는 골판지 포장재는 이러한 시대적 사명을 인식하고 다양한 용도에 적용할수 있는 신수요 창출 및 신제품 개발에 박차를 가해야 되리라고 생각한다.

6. 2000년대의 포장상

고도 성장된 2000년의 포장은 물류와 바로 직결되며, 포장의 규격화, 표준화가 정착되어야 하며, 고지의 회수율이 낮고, 펄프원목벌채가 규제됨으로서 원재료 공급의 어려움이 예상되며, 최고경영자의 새로운 기술개발 의지로 국내에서 생산되지 않는 수입 크라프트 라이너 및 SCP심등에 너무 연연하지 말고, 우리의 기술로 고품질 골판지원지를 개발하여 우수한 골판지가 생산되어 소비자가 수입지를 필요로 하지 않을 2000년대를 기대한다.

오감을 충족한 우수 포장
▶ 상품의 이미지를 극대화하여 내용품 확인을 용이하게 한다

