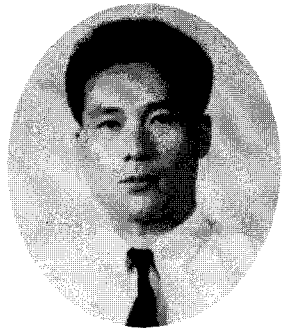


# 包裝 Seller와 包裝 Buyer의 對話

포장 END USER에게 바란다.



한국수출포장공업(주)  
영업부 계장 전 병 화

80년대 초에는 정치적 격동으로 말미암은 국내산업의 전반적인 침체로 인하여 골판지포장 제조 업체가 도산되는 위기를 맞이 하기도 했으며 이에 동업계는 불황 극복 대책의 일환으로 생산 설비 자동화, 고속화와 아울러 생산공정의 단순화를 시도하였다. 이 같은 자동화 설비 도입으로 골판지 생산 속도는 80년대에 분당 40m에서 90년대에는 150m로 크게 늘었다.

1990년대에 들어 와서는 고임금, 인력난 등으로 크게 산업 경쟁력이 약화되었다. 생산구조는 중화학 공업 위주로 바뀌고 있어 골판지포장 수요 증가세도 크게 둔화되고 있다.

이같은 수요 감소로 인해 공급과잉 현상이 심화됨에 따라 골판지포장 업계는 구매자측의 일방적인 구매 조건에 응하여야 하는 것이 사실이다. 그러나 컨베이어 시스템이나 컴퓨터의 도입으로 생산성이 향상되고 생산공정의 근대화를 추진하게 되었으며 골판지 상자의 마케팅기능 즉 광고 효과에 중대한 영향력을 발휘하고 있는 여건에 있어 구매자측에 협력업체로서의 역할과 골판지상자의 발전을 위하여 End-

User에게 바라는 점이 몇가지 있다.

### 1. 발주시 포장치수, 강도 명시 문제에 대하여

모든 발주가 그러하듯이 골판지 상자 또한 나름대로 특성을 가지고 있다. 상자의 발주시 고정적으로 사용되는 것은 별문제가 없으나 새로운 아이템으로 채택되어 납품되는 상자의 경우 마케팅 문제와 치수, 납기등에 혼선을 빚어 책임소재를 가리는 경우가 있다.

구매자 쪽에서는 무조건 급하다고 하여 서둘러 작업을 하다보면 치수 및 인쇄의 조건이 잘 맞지않아 문제점이 발생하는데, 이러한 점들을 충분히 감안하여 치수, 강도 및 인쇄디자인을 정확하게 명시하였으면 좋겠다. 상자의 강도 면에서도 KS규격을 무조건 적용해달라고 하는데 상품내용의 특성을 잘살려서 원지의 구성과 강도를 조절해야 할 것이다.

### 2. Delivery와 납기여유 기일에 대하여

요즘은 골판지포장 업계가 전산화 도입으로 완전 자동화 시스템으로 가고 있는 시점이며, Delivery의 문제점이 많이 줄어들고 있으나, 수요자측의 긴급수량에 대하여서는 아직도 많은 문제점이 있다. 대기업의 경우에는 1주일 이상 생산 계획이 수립되더라도 별문제가 없으나, 다품종 소량생산의 경우 납품수량과 납기의 변동으로 혼선을 빚는 것을 종종 볼수 있다.

원단을 필요 이상으로 적정사용이 안되는 경우가 많이 있으며, 원단을 생산하는 업체 또한 생산에 엄청난 혼선과 인력낭비가 있게된다. 수요자 측에서는 이러한 점들도 감안하여 서로의 입장을 충분히 사전 검토하여 발주해 주었으면 한다.

### 3. 저가선호 및 결제조건에 대하여

수요자 측에서는 가격이 저렴하면서 좋은 포장을 요구하는 것은 당연한 것이다. 또한 골판지포장 업계가 치열한 경쟁을 하다보니 문제점 또한 많다. 그러나 지나치게 저가를 고집하다 보

면 공급자와 수요자간의 건전 발전은 가져올수가 없을것이며 좋은 품질로 적정한 가격으로 거래되어야만 품질도 보장될수 있을것이다. End User는 공급자의 견적서를 분석 산출하여 서로간에 신뢰성을 바탕으로 가격 결정이 추진되어야 할 것이다. 요즘 원지 값의 상승으로 골판지포장 업체가 엄청난 원가 부담을 지고 있으며 도산의 위기에 몰린 업체 또한 많다고 본다.

문제는 End User측과 동반자적 입장에서 적정가격과 아울러 결제 기일을 단축하였으면 한다. 기업에서의 자금의 회전은 기업 이윤을 좌우하는 중대 요인이기 때문이다.

#### 4. 포장인 상품의 첫선이라는 심리적 품질에 대하여

포장이란 유통 과정에 있어서 운반을 간소화 하고 소비자에게 전달 될때까지 내용물의 상태를 안전하게 보존 유지하는것이 그 근본 취지이나 최근 들어 인쇄 기술의 발달로 인하여 Box의 광고효과로 많은 보탬이 된다는 이야기도 전해진다.

그러나 이점에서 소비자들의 상품선택기준이 포장의 화려함으로 소비자들 현혹하지는 말아야 할 것이다.

물론 화려한 외관이 소비자의 시선을 끌어 구매의욕을 일으킬 수 있다고 생각하면 앞으로 계속 인쇄기술 및 디자인이 발전되어야 하고 또 Box는 내용 상품의 기능과 질을 설명하는 단순한 정보전달 기능 만으로 만족해야 한다는 점을 각 기업과 Box생산 업체는 유념해야 할 것이다.

#### 5. 원지착색, 전면인쇄에 대하여

여러 종류의 원지가 있지만 그 중에서도 황색과 원색, 백색 3가지로 크게 분류되고 있다. End User측에서의 요구 조건에 맞게 충족을 시켜야 함으로 색상별 각 지종을 상시 비축해야 한다는 점에서 골판지 회사의 원지 재고관리에 엄청난 부담을 안고 있다. 그러므로 원색등 단일 색상의 원지를 선정하여 사용 하는 것이 원지의 상시 재고 부담 및 공해문제와 재활용 측면에서도 바람직 하다는 사실을 인식하면 좋겠다.

전면 인쇄의 경우 인쇄기술 및 기계의 발달로 골이 눌리는 현상이 줄어들고는 있으나, 이는 특정 업체에 한해 가능한 일이고 대부분의 업체가 아직도 그러한 수준에 못미치고 있어 BOX의 제기능을 발휘 못하고 있는 실정임으로 End-User는 업체 선정을 잘해야 할것이며, 그러한 경우가 아니라면 BOX의 기능이 어떤것인가를 생각하여 이러한 전면인쇄는 피할것을 권하고 싶다.

#### 6. 기 타

급변하는 세계정세속에 경제불황이란 한파가 몰려오면서 강대국들은 자국의 이익과 불황타개를 위해 개발도상국및 주변국가에 수입개방 요구를 거세게 하고 있다.

국내경기도한 그리 좋지못한 상황에서 수입개방의 물결에 휘말리는 기업들은 자구책 마련에 고심하고 있는 모습이 역력하다.

갈수록 심화될 수입개방 물결을 타

고 넘어야될 국내기업들은 언제까지나 소비자에게 애국심만 호소할수 없다. 새로운 Item의 연구개발로서 외제품과 당당히 맞서야 할것이다.

골판지포장 업체또한 예외일수는 없다. 국제펠프 가격인상으로 인한 원지가의 상승과 기업간의 과다 경쟁및 교통 체증으로 인해 운송이 원활치 못한 점, 고임금등 여러가지 해결해야 할것들이 산적해 있다.

이러한 어려움 속에서 End-User측과 골판지업체는 상호 협조로서 공생할수 있는 길을 모색해야 할것이다. 물론 원지가격의 상승으로 인한 문제점은 있으나 생산과 판매로서 끝나는 현실에서 벗어나 서비스및 상품의 고급화, 물류 비용절감 등으로 새로운 방법을 연구 발전해가야 할것이다.

특히 한가지 결들여 강조하고 싶은 것은 골판지포장업체는 골판지포장 사용 상품제조 메이커나 농·어민측도 골판지포장의 특성과포장경제성을 깊이있게 연구해야 하며, 이를 위해서는 모든기업은 최근 중요시되고 있는 물류부문을 묶어, 포장·물류 관리과를 조직하고 여기에 포장·물류 전문인력을 배치해야 할것이다.

결국 국제경쟁이란 가격과 품질 그리고 다량판매로 이겨야 하는 것이므로 이세가지에 가장 큰 영향을 주는것이 품위높은 포장에서 받는 판매소구성과 포장·물류 저 Cost이기 때문이다.