

출판영업인, 전문가로서 자신의 위상 정립해야

김태화 | 디자인하우스 영업부 부서장



“출판영업이 전문화된 영역을 구축하지 못한 것은 영세한 출판산업의 구조적인 문제와 제품의 특성상 편집의 역량이 크게 부각된다는 점에도 기인하지만, 출판영업에 종사하는 이들의 전문화의 지지가 약한 것도 큰 원인이다.”

얼마 전 서적 도매상 청용이 부도를 냈다. 부도의 원인은 채권단의 실사가 끝나봐야 밝혀질 것이지만 출판사측의 피해액 20여 억원에 대해 거의 대부분의 출판사들은 회수할 수 없을 것이라 전망하고 있다. 1997년과 1998년에 수없이 발생한 도매상 부도의 악몽이 되살아나는 듯하다.

책의 생산과 유통 통제하는 업무 맡아

그런데 부도 이후 만난 여러 출판사의 영업담당자들의 반응은 의외였다. 청용의 부도는 어느 정도 예견했지만, 오랫동안 거래해오던 도매상을 한순간에 정리할 수 없어 출고를 조정하는 등 견제를 해오고 있었다는 것이다. 그래서 부도금액이 예상한 것보다는 많지 않다는 표정들이었다. 그 순간 나는 동료 영업자들의 얼굴을 보면서, 과연 출판사에서 영업자의 역

할이 무엇인가를 반문하게 됐다.

출판사에서 영업자들이 소속된 부서는 마케팅부 또는 영업부 등으로 불린다. 이런 명칭은 영업부와 마케팅부의 역할과 기능에 대한 각 출판사의 다른 기대치를 나타낸다.

먼저 마케팅부로 지칭되면, 신간의 출간에 따른 시장조사 및 기획참여 그리고 가격결정 등 출간 전의 업무와 출간 후 판매동향 분석에 따른 광고 및 홍보, 이벤트 기획 등을 수행하고, 판매 종결시점에서는 절판 등을 결정한다. 다시 말해 한편의 책이 기획·생산·유통·광고·홍보 등 일련의 과정 거치는 동안 이를 관리하고 통제하는 것이 마케팅부다.

한편 영업부는 유통경로를 관리한다. 유통경로는 판매경로라고도 하는데, 생산자가 자신의 제품이 소비자에게 이르는 과정을 효율적으로 관리하는 것을 말한다. 현대사회에서는 제품의 차별화가 의미를 잃고, 또 유통비용 절감을 통해 가격우위가 가능해지는 등 고객과 만나 유통채널을 효과적으로 마련하는 전략수립과 실행의 중요성이 부각돼, 유통경로는 기업의 목표를 달성하고 성장을 결정하는 가장 중요한 요인 가운데 하나가 됐다.

이렇듯 영업자가 소속돼 있는 부서가 영업부든 마케팅부든 간에, 출판사의 영업자는 아주 중요한 역할을 담당하고 있는 것이다. 그러나 출판사의 편집자가 전문적으로 인정받는 것과는 달리, 출판영업의 경우 몇몇 영업자를 제외하고는 전문직은 고사하고 전문가로도 인정받지 못하는 것이 현실이다.

물론 출판영업이 전문화된 영역을 구축하지 못한 것은 영세한 출판산업의 구조적인 문제와 제품의 특성상 편집의 역량이 크게 부각된다는 점에도 기인하지만, 출판영업에 종사하는 이들

의 전문화 의지가 약한 것도 큰 원인이다.

모든 일에는 그에 맞는 영역과 한계가 있고, 책임과 권한이 뒤따른다. 출판영업에서 영업부든 마케팅부든 이런 업무의 영역과 한계를 분명히 하려면, 우선 그에 맞는 업무방침과 규정을 만들어야 할 것이다. 즉 공급할인율, 위탁잔고의 기준, 반품 및 수급시의 기준, 신규거래 및 거래해지시의 기준 등을 설정하고, 원칙과 예외에 대한 권한과 책임으로 영업자로서의 업무를 맡아야 한다는 말이다. 그렇게 된다면 청용과 같은 도매상의 부도에 대해 영업자의 입장은 많이 다를 것이다. 부실채권의 발생은 전문가로서 영업자의 이미지 손실을 의미하고 그것에 대한 책임도 뒤따를 것이기 때문이다.

인간적 유대관계 중시하는 관행도 문제

하지만 문제는 그뿐만이 아니다. 영업자들이 부도에 대한 책임감을 많이 느끼지 않는 데는 또 다른 이유가 있다. 책의 의미를 정신적인 부분에서 상당히 강조해온 것이 우리의 전통이다. 또 출판산업은 영리추구를 목적으로 하는 제조업이기도 하지만 출판물의 공익성을 추구하는 '문화산업'의 특성이 있다. 그래서 출판업계에 종사하는 사람들은 상당한 자부심을 느끼고 있는 것이 사실이다. 그런 자부심을 금전적인 손익계산에 따른 발빠른 움직임을 속되게 보는 풍토를 만들었고 인간적인 유대관계를 아주 큰 능력인 양 중시해왔다. 이런 출판업계의 문화는 숫자에 가장 민감해야 할 영업자를 의리 중심의 관리자로 성장시켰다.

이렇듯 자신이 담당하는 도매상이 부도위기에 몰렸는데도 계속 책을 공급하는 이유는, 출판 영업인이 전문가로서 자신의 위상을 정립하지 못한 점과, 의리를 중요시하는 출판계의 관행과 맞물려, 손실을 감수하고 신간을 출간하는 출판사의 경영방법 등이 원인을 제공하는 것이 아닐까? ■

김태화씨는 현재 디자인하우스 영업부 부서장으로 일하면서 동국대 언론정보대학원에서 출판집지학을 전공하고 있다.