



품질향상위한 과감한 투자

2001년은 제도약의 해



▲ (주)유진프린팅 대표이사 김진배

구립 4일 오프셋인쇄 및 포장용 라벨 인쇄 전문업체인 (주)유진프린팅(대표이사 김진배)의 사옥이전 기념식이 있었다. 마포구 상암동에 위치하고 있던 사옥 및 공장을 경기도 파주시 교하면 다율리 97-1 문발공단내의 대지 1천2백평의 대규모 사옥으로 이전했다.

신축사옥이전으로 1974년 5월 유진특수인쇄사로 출발, 1985년 1월 유진특수인쇄(주)로 법인 전

환한 이래 다시 한번 발전할 수 있는 계기를 마련했다.

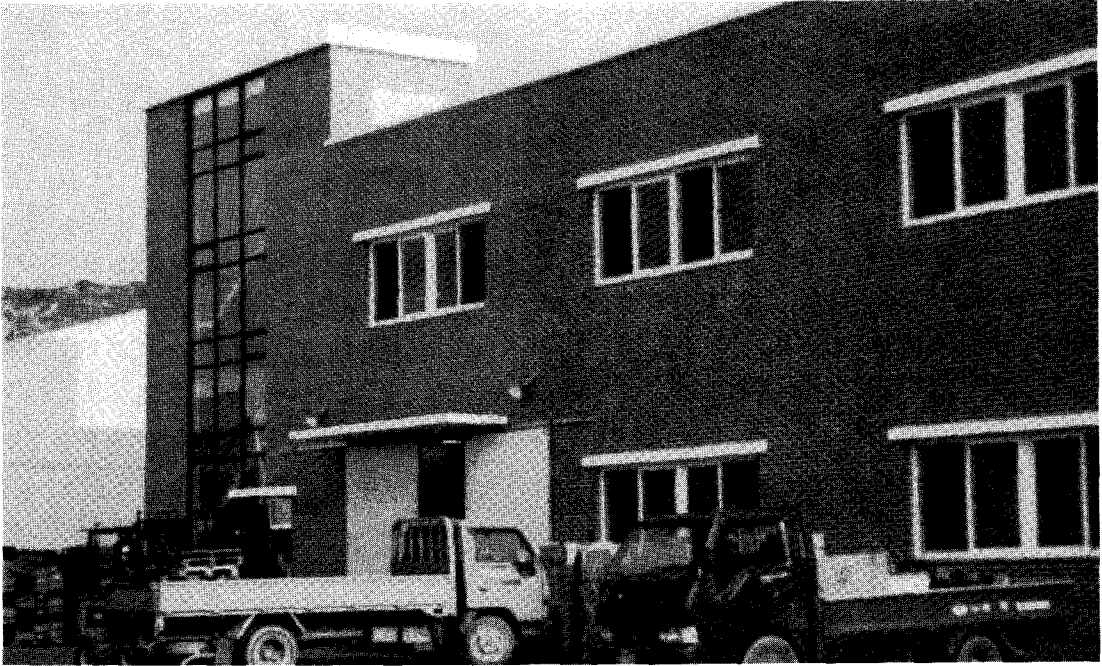
유진프린팅은 그간 3회에 걸친 사옥 및 공장 이전이 있었다. 초창기 설립 당시 을지로4가에서 성수동으로 다시 상암동으로 현재의 파주에 이르렀다. 이전의 이유에는 여러 가지가 있을 수 있다. 사세의 규모가 축소되어 이동할 수도 있고 쓰디쓴 실패의 결과물로의 변동도 있을 수 있다. 여기서 주목할 사항은 유진프린팅은 한번도 사세가 기운 변동사항은 없었다는 점이다.

실로 유진프린팅의 회사연혁은 지속적인 최신 기계도입과 각종 설비증설, 포상경력으로 전지면을 장식하다시피 하고 있었다.

1985년 인쇄협동조합에서 수출유공업체 포상, 1987년 12월 서울특별시 표창장 수상, 1994년 문화체육부장관 표창에 이르기까지 포상실적을 보더라도 숨가쁘게 달려왔음을 알 수 있다.

유진프린팅의 생산제품은 크게 두 가지 분야로 구분된다.

오프셋인쇄를 위주로 한 양질의 인쇄물 생산
현재 생산 1과에서 담당하는 오프셋인쇄를 통한 양질의 인쇄물은 그 품질을 인정받고 있다. 타



▲ 유진프린팅 신축사옥

업체에 비해 비교적 이른 1997년에 영국 DNV로부터 ISO 9002인증을 획득하여 현재까지도 지속적 인쇄적성 향상에 심혈을 기울이고 있다. 인쇄물의 성패는 누가 양질의 인쇄적성을 갖느냐에 있다. 국내 인쇄 시장도 초창기 열악하던 인쇄 시장에서 소비자들은 인쇄적성은 크게 부각되지 않고 실용적인 제품을 선호할 수도 있었다. 하지만 지금의 상황은 많이 다르다.

소비자 욕구의 고급화, 다양화는 인쇄물의 인쇄상태까지 상품선택 요소의 하나로 부각되고 있다. 그런 점에서 유진프린팅은 기계의 최첨단 디지털화를 통해 인쇄물의 양질화에 힘쓰고 있다는 생산관계자의 말에서 품질에 대한 자신감을 엿볼 수 있었다.

포장용 라벨 인쇄

각종 포장용기에 사용되는 라벨은 생산하기가 여간 까다로운 것이 아니다. 특히 식품용기에 부착되는 라벨의 경우 재질에 따라 생산자 및 소비자는 민감하게 반응할 수 있기 때문이다.

현재 생산 2과는 각종 포장용 라벨을 위주로 생산 되어진다.

유진프린팅은 전후면 12색까지 가능한 라벨인쇄기를 1992년부터 도입하여 생산공정의 단일화를 이루어 고품질, 원가절감과 생산성의 극대화를 추구하고 있다. 현재 국내 주요업체 및 외국(미국, 캐나다, 일본 등)으로 수출하고 있다. 향후 유진프린팅은 기능성 제품 및 환경친화 라벨의 개발에 주력 포장용 라벨 분야의 국내 독보적



인 위치를 확보하겠다는 야심에 찬 포부를 가지고 있다.

현재 각 언론에서는 이구동성으로 우리나라 경제 상황의 불안을 보도하고, 실제 체감경기 지수도 하강하고 있는 실정이다. 이런 시기에 기업의 생존전략은 무엇이어야 할까? 과감한 투자냐 아니면 현상유지 위주의 안전경영일까? 이 판단은 경영자의 몫이다.

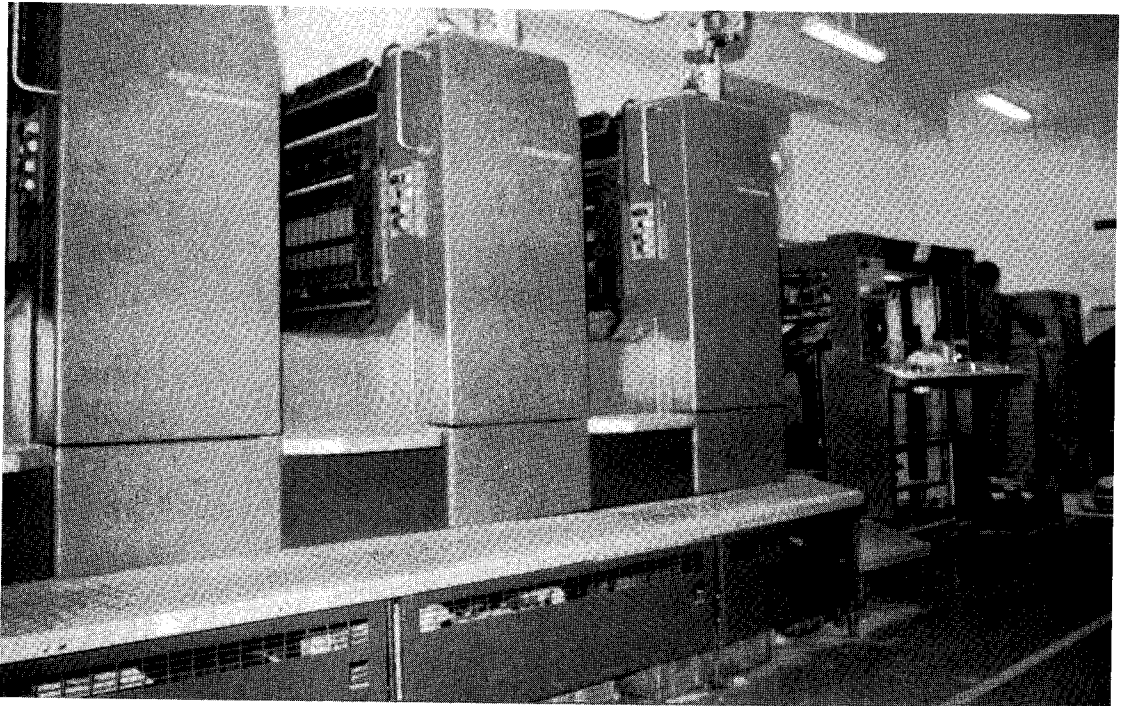
유진프린팅의 김진배 사장은 여기서 과감한 투자를 선택했다. 사실 이러한 시기에 사옥 이전을 추진하고 올해 매출액의 향상을 꾀하는 것은 도전일 수도 있다.

김 사장은 사옥이전에 대해 “사실 사옥 및 공장

이전은 3년 전부터 계획된 것이었다”고 밝히고 공장이전을 위해 공단여건 및 주변환경 임직원들의 거주지 문제 등을 치밀하게 계획해 이번 공장이전을 했다고 소개했다. 현재 모든 분야에서 만족스럽고 다만 물류비용의 추가 부담금이 염려되지만 효율화를 통해 극복할 수 있는 방안을 찾고 있다고 했다. 더불어 김 사장은 올해 매출액 기준 1백억원에서 1백20억원으로 전년대비 약 20%의 향상을 목표로 한다고 전망했다.

마케팅 전략

생산제품의 성공여부를 가늠하는 것은 기획단계이다. 기획의 방향이 정확히 관찰되었을 때 고



▲ 유진프린팅 공장 내부



▲ 유진프린팅 생산 가공 제품

객에게 어필 할 수 있는 제품이 나온다. 유진프린팅의 마케팅 전략은 기획단계에서 심혈을 기울이는 것이다. 시장조사, 재질선택, 생산방식에 이르기까지 철저한 계획하에 제조가 이루어지는 것이 유진프린팅이다.

사훈 및 경영방침

유진프린팅의 사훈은 인화·단결, 책임완수, 창의개발이며 김진배 사장의 경영방침은 기업문화의 혁신, 차별화의 추구, 정보화에 역점을 두고 있다. 이 말들은 판매 밖인 평범한 단어들의 나열이다. 하지만 진리는 먼 곳에 있지 않으며 성공의 열쇠는 의외로 간단하다. 이 사훈과 경영방침대로만 기업이 움직인다면 그 업체는 결코 도태되

지 않을 것이며 임직원들은 보다 나은 미래를 보장받을 수 있을 것이다. 김진배 사장은 “결코 제가 처음 기업을 할 때인 1974년 5월 1일의 마음을 버리는 일이 없겠다”고 말하고 “초기 발로 뛰던 때를 항상 상기하고 있다”고 덧붙였다. 기업의 흥망성쇠는 경영자가 얼마나 초기 창업할 때의 순수한 열정을 간직하느냐와 사원들이 입사할 때의 패기에 찬 각오를 얼마나 오랫동안 간직하는데 있어서 갈린다고 생각한다.

유진프린팅이 김진배 사장을 비롯한 임직원이 창업, 입사 당시의 초심(初心)을 머릿속에 새기길 바라며 가일층 번창하는 한해가 되길 기원한다. [ko]

박기진 기자