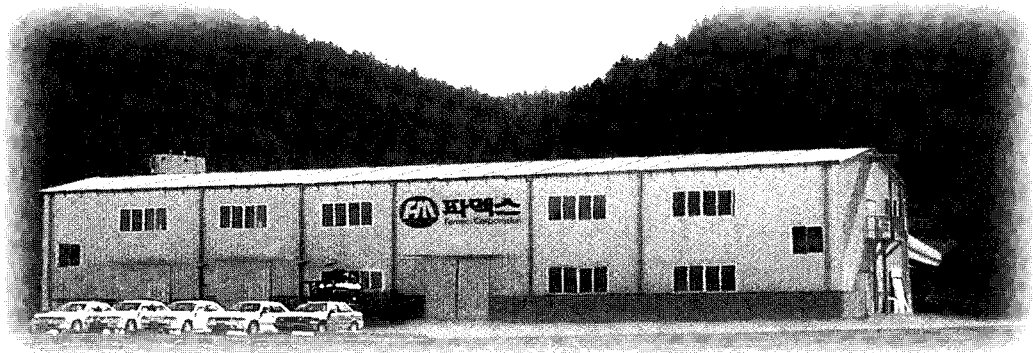


파맥스, 티켓발매기 시장 그 외로운 분투



자 판산업에 있어 장기적으로 보면 시장성이 유망한 듯하나 현실에 있어서는 기대만큼 시장이 확대되지 못하는 분야가 꽤 된다. 그중에서도 대표적인 분야중 하나가 바로 티켓발매기 시장이라 할 수 있다. 티켓발매기 시장은 산업계의 끊임없는 짝사랑에도 불구하고 쉽사리 성공의 창을 열지 못하고 있다. 지지부진한 시장상황, 시장발전은 커녕 퇴보하는 듯한 상황 앞에서 짝사랑에 지친 업체들이 하나 둘씩 떠나버려 산업기반마저 헐어져 있다.

그러나 이같은 상황에도 불구하고 이 시장에 대한 애정과 도전을 멈추지 않고 있는 업체가 있다. 12년 동안 지속적인 사업으로 티켓발매기 분야의 전문업체이자 대표업체로 기반을 확고히 하고 있는 파맥스사가 바로 그 주인공이다. 어려운 시장상황에도 불구하고 외롭지만 야심에 찬 도전을 멈추지 않고 있는 파맥스의 최근 사업행보를 살펴보는 시간을 마련했다.

12년, 그 변함없는 의욕과 도전

티켓발매기 시장부진의 최대요인은 주력분야인 승차권발매기 시장의 부진이다. 직행 터미널, 고속버스터미널, 철도 등의 승차권발매기 시장은 기대만큼의 신규수요 확대가 이루어지지 못한지 오래인데다가, 기존 설치된 제품에 대한 대체수요 역시 미미한 상황이기 때문이다. 이러한 현실에서 대안사장으로 기대를 머금게 하는 입장권, 식권발매기 시장도 소량수요만 좀 있을 뿐 쉽사리 시장이 확대되지 못하고 있다.

한마디로 악전고투를 하고 있는, 총체적 난국의 상황에 처한 분야가 바로 티켓발매기 시장인 것이다. 이러한 상황에서 산업기반은 예전보다 크게 약화되어 소신을 가지고 사업을 진행하는 업체마저 극소화 된 현실이다. 언제까지 미래에 대한 장밋빛 환상을 간직하기에는 현재가 너무 고단하기 때문이어서 일까.

파맥스의 변함없는 티켓발매기 시장의 의욕과 도전은 이런 점에서 볼 때 일단 대단하다 할 수 있다. 파맥스는 지난 90년도 전신인 부전사 시절부터 티켓발매기 시장에 참여, 지금까지 승차권분야 위주로 1,000여대의 티켓발매기를 전개하며 꾸준하고 지속적인 사업전개를 진행해 오고 있다. 한때 티켓발매기

시장의 부진으로 어려운 적도 있었지만 지난 98년 오토 맥스사의 자회사인 파맥스로 인수합병이 이루어져 새로운 체계로 출범한 이래, 훨씬 안정적인 사업환경을 확보하여 현재에 이르고 있다.

입장권 시장, 토털 솔루션으로 간다

현재 파맥스는 입장권, 분야의 발매기 시장에 있어 큰 기대를 걸고 있다. 이 시장은 비록 폭발적이지는 않지만 꾸준한 성장세에 있는 분야여서 시장 선점을 위해 많은 주안점을 두고 있다.

입장권 시장 공략에 있던 특징적인 점이 있다면 단순발매만이 아닌 전체 무인 입출입관리가 가능한 토털 솔루션(Total Solution)의 시스템 보급이 이루어지고 있다는 점이다. 즉 발매기만이 아닌 게이트, 유인전산발매시스템 등 3가지 시스템을 하나로 묶어 시스템 보급을 진행하고 있는 것.

이같은 방향설정은 이제 티켓발매기 시장이 단순한 발매기의 기능만으로는 입장권 분야로의 다양한 니즈를 만족시키기 힘들다는 판단 때문이다. 파맥스는 현재 이 시스템을 제주도 신영영화박물관, 경기도 양평 영화촬영소, 파천 정부나라 전시관, 춘천 시립 박물관 등 4개 사이트에 보급을 진행했다. 앞으로는 대형사우나 로케이션에 큰

기대를 걸고 있다. 사우나 로케이션은 종업원들의 소위 "뺑뺑" 방지를 위해 골머리를 앓고 있는 만큼 이 문제를 해결할 수 있는 토털솔루션 시스템의 수요가 크게 확대될 수 있을 것으로 보고 있다.

식권, 승차권 분야 시장 활성화의 비책 모색

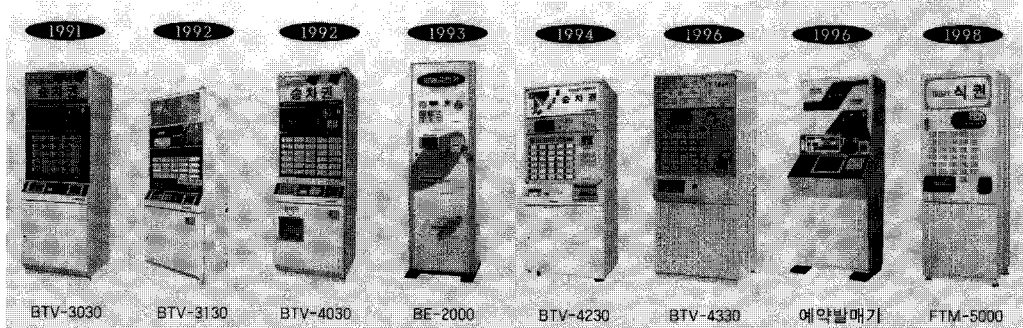
승차권발매기 시장이 부진한 상황에서 그 대안시장으로서 업계의 큰 기대를 걸게 한 분야가 식권발매기 시장이다. 하지만 업계의 기대와는 달리 시장은 완만하게 발전해 가는 양상을 보이고 있다. 소량수요 위주의 시장상황에서 관련업체들이 느끼는 입맛은 그저 쓸쓸할 수밖에 없다.

식권발매기 시장이 기대보다 부진한 요인에 있어선 제품주 수요자들의 투자부진을 가장 큰 요인으로 들 수 있다. 정작 무인발매의 필요성은 느끼면서도 당장 일정액의 비용투자가 따라야하는 식권발매기의 도입에 그만큼 적극적인지 못하다는 얘기이다. 특히 가장 많은 투자를 진행해야하는 대형 외식업체들의 소극적인 자세가 결정적이다. 대형 외식업체들은 사실 그 운영하는 로케이션의 계약기간이 1~2년 단기인 경우가 많아 장기영업을 보장받지 못하다보니 식권발매기 투자에 대단히 인색한 상황인 것.

파맥스는 이같이 어려운 시장상황에도 불구하고 지금까지



집중취재3



파맥스의 티켓발매기 변천사

지 대학식당위주로 200여대선의 제품 보급을 진행했다고 밝히고 있다. 최근 들어서는 대학위주의 제한된 로케이션을 탈피한 대형외식업체 로케이션을 대상으로 5대의 제품을 보급, 호평을 받고 있어 앞으로 큰 수량확대가 예상되고 있다고 한다.

승차권발매기 분야에 있어선 90%이상을 점유하고 있는 파맥스는 현재로는 시장이 부진하고 대체수요도 없는 편이기는 하지만 새로운 신모델 출시를 바탕으로 본격적인 시장확대 작업을 진행할 계획이다. 올 8월말 출시예정인 신제품은 현금이외에도 신용카드 결제가 가능하고 예약, 좌석선택 등의 기능을 갖춘데다가 편리한 터치 스크린 방식이어서 기존 제품에 비해 성능이 대폭 업그레이드된 제품이다. 주로 시외버스 터미널 위주로 보급이 되게 될 이 제품은 무엇보다 이용자들이 선호할 수 있는 시스템이기 때문에 대체수요를 유도하는 데는 최적의 역할을 하리라는 게 파맥스 측의 기대이다.

품질지향, 고객만족으로 간다

최근의 사업행보를 살펴보면 파맥스는 티켓발매기 시장에서 외롭지만 의미심장한 분투를 하고 있다고 볼 수 있다. 파맥스마저 이 시장에 대한 사업투자를 진행하지 않는다면 티켓발매기 시장은 그야말로 무주공산(無主空山)의 상황에 처할 수도 있다.

그래도 이 분야의 독보적인 전문업체로서 시장을 공략할 만한 대상도 많고, 사업 메리트 역시 크다는 게 파맥스가 티켓발매기 시장을 보는 관점이다. 이에 있어선 그동안

쌓아 놓은 남다른 기술력, 전국 대리점을 기반으로 하는 양질의 A/S 대처능력이 큰 자신감으로 작용하고 있다. 이같은 자신감을 근거로 어떠한 외풍에도 흔들림 없이 소신있는 사업을 진행해 나가려 하고 있다. 최근들어 일부 경쟁업체들이 지향하는 저가형 제품정책이 있어도 별다른 동요 없이 품질위주의 정책을 지향하고 있는 점에서도 이같은 소신을 엿볼 수 있다.

기능을 전제하지 않는 무조건 싼 핵심부품을 쓰면 그만큼 내구성과 효율성은 떨어질 수밖에 없고, 이는 결국 티켓발매기에 대한 인식저하를 불러일으키게 되기 때문에 저가형 제품 출시 계획은 당분간은 없다고 당당히 밝힌다. 물론 관리하기도 편하고 품질이 좋은 제품이 나오면 저가형 제품에 따지를 걸 이유가 없을 것이다. 하지만 파맥스는 아직은 저가형 제품이 품질을 보장하지 못하는 시점이기 때문에 가격이 아닌 품질지향의 자세로 고객만족도를 높이는 것이 시장을 넓혀갈 수 있는 최선의 방법이라 주장하고 있다.

과거 티켓발매기 시장은 가장 기본적인 품질요인을 소홀히 했기에 그 넓은 가능성을 마음껏 펼쳐 보이지 못한 게 사실. 티켓발매기 시장의 새로운 도약을 위해서는 품질을 근거로 한 책임 있는 영업의 자세가 무엇보다 중요한 시점에서 파맥스의 소신 있는 사업행보는 선발업체로서의 당당한 자신감을 엿볼 수 있게 하는 부분이다.

경남 양산에 위치한 지방업체로서 애로점에도 불구하고 티켓발매기시장의 도약을 위해 외롭게 분투하는 파맥스의 사업행보는 그래서 특별한 기대를 불러 일으킨다. ▣