

28년간 '신용' 하나로 라·벨·업·계 우뚝

산업 사회에서 가장 중요한 것은 신용이다. 하지만 약속하기는 쉬운 반면 지키기는 무척 어려운 것이 바로 또 신용이다. 한번 잃어버린 신용을 다시 처음으로 돌리기에 많은 제약과 노력이 따른다.

바로 이러한 '신용'을 사업체 운영의 최대 무기로 삼고 있는 업체가 있다. 상업용·스티커류 인쇄물 전문 제작업체인 대화특수인쇄공사(대표 김정전)다.

이 업체는 물량의 수주에서 납품, 그리고 결제까지 업체의 모든 역량을 고객과 거래처에게 모으고 있다.

1977년에 창업한 이 업체는 현재까지 거래한 업체들과의 신뢰와 믿음을 바탕으로 28년의 세월을 변치 않고 운영하고 있다.

이러한 철학 뒤에는 라벨인쇄만을 고집해 온 김정전(58) 사장의 뜻심과 고객에 대한 신용이 숨어 있다.

지난해 12월27일 숭실대 중소기업대학원 총동문회로부터 '2004년 자랑스러운 숭실최고경영인상'을 수상한 그를 통해 대화특수인쇄공사를 들여다봤다.

인쇄업종의 '틈새 시장'

대화특수인쇄공사는 말 그대로 '특수 인쇄' 즉 라벨 인쇄만을 전문으로 취급하고 있는 업체다. 1977년 서울 중구 인현동의 20여평 공간에서 라이터용 라벨 인쇄물을 수주, 납품하면서 사업을 개시했다.

누구나 먹고 살기 힘들었던 1970년대. 창업주인 김 사장은 그 당시 전화국(1974~1977)에 근무하면서 평범한 직장인으로 살아갈 수 있었던 삶 대신 인쇄업에 뛰어들기로 마음을 먹었다고 한다.

당시에는 사양 산업이라고 흔히들 불렀지만 자신의 일을 해 보기로 마음먹고 뛰어들 것이 대화특수인쇄공사의 창립 동기가 됐다. 사업 초기 그의 아이템은 비교적 간단했다. 경박단소, 즉 가볍고 얇고 짧고 작은 것을 인쇄업에 접목시키는 것.

바로 이것이 오프셋 상업인쇄보다는 라벨 인쇄를 선택하게 된 계기가 됐다고 한다. 그는 늘 '경박단소'를 마음속에 담고 이에 대한 체계적인 사업 구상

을 했다고 한다. 그 당시 인쇄업계는 300~500만원 대의 인쇄물을 수주 받아 납품할 능력이 있는 업체라면 대기업과 맞먹는 수준이라는 말이 나올 정도의 시장 상황. 하지만 소자본으로 시작한 그에게는 이러한 자본·기술력이 있을 리 만무했다.

고민에 고민을 거듭하던 끝에 그는 인쇄업의 '틈새 시장' 공략법을 스티커로 삼았다. 자본도 자본이지만 경박단소를 실천할 수 있었던 사업 아이템으로 손색이 없었기 때문이다. 물론 사업 초기에 그는 인쇄업에 대한 전문한 지식으로 고전을 면치 못했다고 한다.

예를 들어 약속한 업체와의 샘플 납기일을 제대로 맞추지 못해 계약이 파기되는 경우와 납품 물량의 질이 현저히 떨어져 항의 전화를 받는 등의 일들이 비일비재했다고 한다. 물론 창업 당시에 그러한 위험성을 예측하지 못했던 것은 아니지만 그는 "가로막는 현실의 벽은 생각보다 매우 높았다"고 술회했다.

고정적으로 수주가 이뤄지는 거래처



김정전 사장은 저축왕에 도전할 정도로 돈관리의 신용이 철저하기로 유명한데 만기가 지난 통장이지만 현재 보유하고 있는 통장만 해도 5000여개가 넘는다.

도 없었다. 하지만 그는 발품과는 노력을 아끼지 않고 철저한 시장 조사를 통해 인쇄가 이뤄지는 곳이라면 어디라도 쫓아다녔다. 이렇게 노력을 아끼지 않은 그에게 호재로 작용한 것은 당시 대형 화장품 회사에서만 활용하던 금박스

티커였다. 공략할 주 타깃을 확보하게 된 것이다.

이렇게 꾸준히 특수 인쇄 시장의 문을 두드려 온 대화특수인쇄공사는 아트지 및 모조지, 미라코트, 나염지 등의 종이류와 투명·은광·백색 PET에 이르기

까지 소화하는 업체로 태어나게 됐다.

이후 국정홍보처 및 LG 칼텍스 정유 등 대형 거래처를 확보하게 됐고 1980년대 초반 지금의 사옥(중구 쌍림동)으로 이전했다. 대지 120평에 건평 300평(지하 1층, 지상 4층) 규모의 본사 사

옥은 김 사장이 무에서 유를 창조해 낸 결정체라 할 수 있다.

사장은 1인 5역

28년 동안 라벨인쇄 분야만을 고집해 온 그는 “사장이라는 직함은 1인 5역을 소화해 내야 한다”고 말한다. 영업과 인사관리, 기술개발, 자금관리는 기본이고 직원들의 애경사도 빼놓지 않고 챙겨야 한다. 그의 이력에는 다양한 사회 활동도 눈에 띈다. 한빛은행(우리은행) 명예지점장, 재경장흥중고 총동창회 회장, 한국라벨정보산업협회 감사에 이르

기까지 폭넓은 활동을 하고 있다.

창립 당시 금박 프레스기와 단 한 명의 직원으로 시작한 대화특수인쇄공사는 현재 산조 스티커 6색 인쇄기(NS-250-5CF)를 비롯해 6대의 기계가 가동중이다.

그는 “불필요한 직원들은 채용하지 않는다”라며 “나 자신도 대화특수인쇄공사에 포함된 한 직원일 뿐이다”고 말했다. 이 같은 그의 철학에는 1971년 당시 서울중앙우체국에 근무하던 시절 ‘앉아서 하는 근무는 나와는 맞지 않는다’라는 생각에서 기인했다고 한다. 그리고 실천에 옮긴 것이라고 한다. 그래서 그는 항상 즐거운 생각으로 일을 한다. 공장에 기술자가 피치 못할 사정으로 나오지 못하는 경우에는 자신이 보조 업무를 맡기도 한다. 그는 작업을 함에 있어서 만큼은 사장이라는 생각으로 일을 한 적이 없다고 한다. 바로 자신이 곧 종업원이라는 생각으로 대화특수를 바라본다는 뜻이다.

경영철학은 바로 ‘신용’

이와 같은 그의 경영은 바로 ‘신용’에서 비롯됐다.

‘자금을 관해서는 전혀 신경을 쓰지 말자’라는 것이 그의 철학이다. 그

에게 있어 회사 돈은 회사의 돈일 뿐이다. 사업을 하면서 빚을 얻어 운영적이 거의 없다. 기술자나 여직원, 그리고 거래처 자금 관리 직원도 최소한 자금을 관해서는 신경 쓰지 말게 하자는 것이 그의 지론이다.

비교적 단순한 그의 신용 철학은 결제할 금액은 곧바로 결제하고 어음을 발행하지 않는 것이다.

28년 동안 대화특수인쇄공사를 운영해 오면서 지켜온 그의 신념은 변함이 없다. 매일 정확한 날짜를 지켜 결제를 해 주는 것이다. 따라서 거래 업체로부터 결제 문제로 인해 전화가 오는 일이 극히 드물다. 바로 이 같은 그의 경영철학이 녹아 있는 사업 운영에 대해 그는 “회사가 잘 운영될수록 신용에 더 신경을 써야 한다”고 말했다. 또 그는 기업을 운영하는 사람들은 항상 긴장을 하고 있어야 한다고 강조한다.

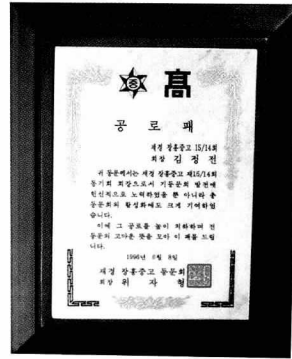
그의 이런 철학의 밑바탕에는 인쇄 시장의 현장 밑바닥에서 차곡차곡 쌓아온 실전 경험이 한 몫 했다. 그는 먼저 이 같은 ‘신용’이 선행되기 위해서는 “인쇄하면 명함정도로 생각하는 사회 인식이 먼저 바뀌어야 한다”라며 “소규모 업체를 운영하고 있더라도 라벨이던 오프셋이건 인쇄업이라는 직업에 대한 자부심을 가져야 한다”고 말했다.

자신이 하고 있는 일에 대해 먼저 스스로의 신용을 쌓아야 한다는 뜻이다. 그는 “인쇄 시장은 결코 작은 시장이 아니지만 믿음에 대한 스스로의 신용을



대화특수인쇄공사에서 생산되는 각종 스티커 제품들





▲ 장흥중고 동기회 회장을 맡은 후 받은 공로패와 새마을운동의 활성화에 대한 공로를 인정받아 장흥군수로부터 받은 감사패
 ◀ 지난해 12월27일 열린 행사에서 '2004 자랑스런 승실 최고경영인상'을 받고 있는 김정전 사장

지켜가지 않는다면 쉽게 붕괴할 것"이라는 조언도 아끼지 않았다. 그 때문인지 이 업체에는 그 흔한 브로슈어 한 장이 없다. 대화특수인쇄공사는 상호 하나와 신용을 목숨처럼 지켜온 그의 경영철학이 바로 브로슈어이기 때문이다.

고객의 입장에서 생각

철저한 신용을 바탕으로 한 그는 특히 고객에 대한 남다른 애정을 과시했다. 28년 동안 자신이 직접 발로 뛰면서 시장을 바라본 만큼 고객에 대한 신념 또한 확고했다.

주인은 내가 아닌 고객이라는 것. 고객이 원하면 어떠한 일이든 찾아서 납품 물량과 공급 기일을 맞춰주겠다는 뜻이다. 오프셋 인쇄물을 원하면 외주를 통해서라도 물량과 납품 기일을 맞춰준다.

그는 경영을 하는 사람들이 인식을 전환해야 한다고 강조했다. 이제는 고객이 찾아오는 시대가 아닌 경영자가 고객의 입맛을 찾아 그것을 반영할 줄 아는 안목을 키워야 한다고 강조했다.

그렇게 되면 자연스럽게 고객은 따라오게 마련이고 그 고객은 또 다른 고객을 부르는 시너지 효과를 볼 수 있기 때문이다. 그에게 있어 라벨 인쇄기를 이용해 생산한 제품 중 실용 실안을 취득했거나 특허를 받은 품목은 별 의미가 없다. 단 순히 인증 번호를 부여받은 것이기 때문

이다.

기계에 의해 산출된 실적으로 하는 것이 전부는 아니기 때문이란. 사람을 보고 거래하는 것이다. 그는 고객들이 '고급 품질과 적기 납품, 아니면 거래를 하고 있는 자신을 좋아해서 하는 거래냐'라는 부분들에 대해 면밀한 분석을 하고 있다고 했다.

즉 시장성도 중요하지만 시대나 고객이 요구하는 부분들을 정확하게 파악하고 있어야 한다고 전했다. 그는 "내가 고객을 바라본다는 것은 바로 돈을 벌어들인다는 것이 아니다"라며 "고객은 곧 내가 믿고 의지하는 사람이자 무형 자산이다"고 피력했다. 이를 입증이라도 하듯 현재 대화특수인쇄공사의 많은 거래처 중 60% 이상이 장기 거래처다. 거래처 입장에서 철저하게 생각하고 사업 운영을 하고 있는 것이다.

라벨과 함께 한 28년

이처럼 안과 밖이 조화된 탄탄한 '내실 경영'을 추구하는 그는 강산이 3번 바뀌는 세월을 오직 라벨 인쇄 한 길만을 걸어왔다.

또 고향에 대한 애착심이 대단한 그는 20~30년 동안의 동창회 활동을 비롯해 전남 장흥에서 추진하고 있는 지역 사업이라면 어떤 일이라도 발을 벗고 나설 정도다. 이에 대한 감사의 뜻으로 그

는 10년전인 1996년, 장흥중고 동문회와 주민들로부터 공로패를 수상했다.

그는 "그 어떠한 상보다도 더 값지게 생각한다"라며 "향후 사업을 영위하는 시간만큼 더 소중한 것이 바로 애향심이라고 생각한다"고 말했다. 또 최근에는 28년동안 알뜰하게 사업을 운영해 오면서 저축왕에 도전한 적이 있다. 만기까지 지난 통장이지만 보유하고 있는 통장만 해도 500여 개가 넘는다. 하지만 그의 최종 꿈은 질적으로 우수한 라벨 인쇄 문화를 선도하는 것이다.

1977년 10월, 인현동에서 맨주먹으로 인쇄업에 뛰어든 후 축적된 노하우를 발산하고 있는 그는 "현재 특수 인쇄업으로 분류돼 있는 라벨 인쇄 수준을 보면 10년전에 비해 엄청나게 발전했다"고 말했다.

하지만 "최근 장기 불황의 골이 깊어지면서 라벨 업계들의 사정이 녹록치 않아 덤핑이 난무하는 상황으로 이어지고 있다"고 지적했다. 그는 사업을 해 오면서 이 같은 현실에 직면할 때마다 '지는 것이 바로 이기는 것이다'라는 마음가짐을 잊지 않았다고 한다. 향후 계획에 대해 그는 "탄탄한 양질의 기술과 노하우를 바탕으로 향후 라벨 인쇄를 떠올리면 대화특수인쇄공사로 이어질 수 있도록 하는 것"이라고 말했다.

〈대담: 유창준 국장·사진: 장흥일 기자〉