

자판기, 디지털 시대의 경쟁력

돌이켜 보건데 자판기는 확실히 아날로그 시대에 잘 나갔었다. 자판기 산업이 크게 위축된 현재를 기준으로 볼 때 오히려 시장이 훨씬 좋았던 과거가 그리워진다. 지난 90년 중반부터 2000대 초반이 그런 시기이다. 이 시기 국내 자판기 산업은 전성기라 할 정도로 활발한 양적인 시장 확대가 이루어졌다.

그랬던 자판기 시장이 2003년 이후로 점점 줄어들고 있다. 시장감소의 요인으로 산업대내외적인 여러 이유가 있겠다. 하지만 디지털 시대로 대표되는 현시대보다 아날로그 시대의 자판기가 더 서민의 삶 속에 깊이 투영이 되었던 요인이 가장 큰 이유가 아닐까 한다. 다시 말해 과거의 자판기들은 지금보다 훨씬 더 많은 사랑을 받았고, 존재가치 역시 높았다. 영업용장비로서의 가치, 또 무인서비스기기로서의 자판기 본연의 가치에 있어 아날로그시대가 훨씬 나았던 것이다. 기술적인 측면에서 봐도 아날로그 시대의 자판기는 첨단 무인판매기기로서 주목을 받을 수 있는 요인이 강했다. 이색자판기가 하나 개발이 되면 지금보다 훨씬 더 스포트라이트를 받을 수가 있었다. 90년대 후반에서 2000년대 초반까지 아이디어 지향적인 자판기들의 출시가 봇물을 이룰 수 있었던 데는 이러한 요인에 있다.

반면 디지털 시대의 첨단 기술 발달과 복잡 다변화되는 유통구조의 변화는 자판기의 존재가치를 예전만 못하게 만들고 있다. 자판기의 경쟁 상대들만 우후죽순으로 늘어나고 있어 영업기기로서의 부가가치나 소비자 선호도가 낮아지고 있다. 대형 커피자판기를 예를 들어 보자. 90년대 후반까지만 해도 대형 커피

자판기의 존재가치는 대단했다. 자판기 커피가 소비자로부터 독보적인 사랑을 받았다 할 정도로 대단한 위세를 자랑했다.

그러나 이후 정수기의 대량 보급, 믹스커피의 대중화, 임대 미니 커피자판기 대량 보급 등의 요인으로 인해 대형 커피자판기의 존재가치는 크게 약화되는 상황을 맞았다. 거침없는 시류변화에 밀려 시장규모가 크게 줄어든 상황을 맞은 것이다.

또 한 가지 유심히 봐야 할 측면은 디지털시대의 첨단 기술발달을 자판기가 따라가지 못하고 있다는 측면이다. 사회 각 분야에서 디지털 기술 발달은 소비자의 눈높이를 한없이 높여 놓고 있는 반면 자판기는 소비자 편의와 만족도 향상을 도모하는 기술적인 진전이 두드러지지 못하고 있다. 한마디로 디지털 시대의 눈높이에 자판기가 따라오지 못하고 있고, 업계의 별다른 변신노력도 보이지 않고 있다.

이제 자판기 시장 성장에 있어 필수적인 부분은 디지털 시대에 걸 맞는 산업 경쟁력을 쌓은 일이다. 침해화되는 고객 기호를 겨냥한 다양한 서비스를 제공하여 자판기 곁을 떠났던 사람들을 다시 끌어 모을 수 있게 해야 한다.

또한 자판기가 사회적 책임과 역할을 강화할 수 있도록 다기능화하는 일도 무척 중요하다.

자판기가 보다 사람들의 삶 속에 깊게 투영이 되고자 하는 노력들을 아끼지 않을 때 새로운 시장 반전이 가능하다. 자판기가 디지털 시대의 서자(庶子)가 아니라 선봉장 역할을 할 수 있도록 관련업계의 많은 노력을 기대해 보자.