



세계 시장 점유율 10%를 향해 거침없는 질주가 시작된다

(주)휴먼코퍼레이션 김형일 대표
서울대학교 국제대학원 17기

순수, 초순수 제조장치 국내 판매 1위 업체로 해외 수출이 활발이 이루어지고 있는 (주)휴먼코퍼레이션의 세계시장을 공략하기 위한 도전이 계속되고 있다. 국내 기초과학발전을 목표로 삼아 거침없는 행보를 보이고 있는 (주)휴먼코퍼레이션 김형일 대표에게 제품의 우수성과 앞으로의 계획을 들어봤다.

(주)휴먼코퍼레이션은 1993년 창업 후 순수, 초순수 제조 장치를 개발하며 제조, 수출 및 수입을 진행해 오고 있다. 여기에 지속적인 신제품개발과 탁월한 경영으로 탄탄한 회사로 빠르게 자리잡아 가고 있다. 또한 이른바 '4S 실천운동(Customer Satisfaction, Before

Service, In Service, After Service)'를 바탕으로 최고의 품질, 최고의 만족 창출을 위해 노력하고 있다. 국내 기초과학발전을 목표로 각 분야에서 가장 전문적인 기술을 보유한 임직원들과 분석기기의 지속적인 국산 개발과 해외 마케팅을 통해 발전을 거듭하고 있다.

순수, 초순수 제조장치를 개발해 오다 지난 해 말부터 신제품 출시로 수출품에 주력하고 있으며 이는 디자인과 성능 부분에서도 많은 발전이 있었다는 업계의 평가이다.



ZeneerPower navi



ZeneerPower



X-ma1200



X-ma3000

국내 제품의 우수성을 알리다

(주)휴먼코퍼레이션은 제조, 수출 및 수입 세가지 부분에서 활발한 활동을 이루고 있으며 특히 해외 수출을 주 타깃으로 진행하고 있다.

이처럼 지금은 활발한 제품 수출도 처음부터 쉽지는 않았다. 국산 장비라고 하면 무료로 제품을 제공한다 해도 사용하지 않는 국산제품 기피증이 가장 힘들었던 점이라고 김 대표는 전한다. 물론 지금은 국내 제품 사용에 긍정적인 반응을 보이고 있으며 서서히 그 시장도 넓어 지고 있는 긍정적인 추세로 바뀌어 가고 있다. 그러나 아직도 판공서나 연구소 등에서는 국내 제품 보다는 외국 제품을 선호하는 경향이 남겨져 있다. 창업 후 이러한 점이 가장 힘들었다고 말하는 김대표는 대기업 연구원 시절부터 당시 수입제품이 지금보다 훨씬 많았던 시장 흐름을 간파하고 이를 개선하기 위해 끊임없는 노력으로 제품을 제조하기 시작했다. 처음에는 많은 애로사항과 판매가 부진한 면도 있었지만 지금은 많은 발전을 통해 고객들로 하여금 국내 제품에 대한 우수성을 알리는 계기가 되고 있다.

이러한 발전에는 (주)휴먼코퍼레이션의 끊임없는 제품 업그레이드가 그 초석이 되었다. 초반에는 디자인의 업그레이드에 중점을 두었지만 후에는 제품 성능이나 프로그램 개발에도 투자를 가하고 있어 발전가능성이 무궁무진하다는 것이 그의 설명이다.

국내 약 60%의 높은 점유율을 보이고 있는 (주)휴먼코퍼레이션의 제품은 전국 대학교, 기업체 연구원, 판공서 등에서 사용하고 있으며 만족도로 보았을 때 해외 어떤 장비에 비해서도 손색이 없다고 평가되고 있다.

또한 국내 점유율뿐 아니라 국내에서 제품을 제조해 수출을 주 타깃으로 하는 (주)휴먼코퍼레이션은 세계시장 개척을 위해 다각도로 많은 가능성을 열어두고 있다.

철저한 계획으로 세계시장 공략할 것

세계 제품 시장의 흐름은 크게 미국의 밀리포아와 반스테드로 나눌 수 있다. 미국의 밀리포아와 소수의 브랜드들이 70%정도의 점유를 가지고 있을 정도이다. 이러한 외국 제품들의 브랜드 이미지는 확고한 반면 한국 제품은 중국보다 떨어진다고 생각할 정도로 브랜드 이미지 개선이 꾸준히 동반 되어야 하는 실정이다. 메이드 인 코리아를 내세워 세계시장에 출사표를 내미는 것은 다소 무리인 점이 있어 미국의 밀리포아 제품보다 디자인, 성능, 제품가격 면에서 경쟁력이 있음에도 불구하고 앞서 언급한 편견이 자리잡고 있어 활발한 판매가 되지 않고 있는 상황이다.

세계 시장 공략을 위해서는 좋은 딜러를 만나고 그에 따른 적합한 판매망을 만나는 것이 시급하다고 말하는 김대표는 파워가 좋은 딜러를 만나서 진행이 잘 되고 있는 브라질과 이탈리아가를 예로 들며 설명했다.

현재 국내뿐 아니라 다른 나라에서도 높은 시장 점유율을 보이고 있는 밀리포아와 같은 제품과 경쟁과 있어서 많은 제약이 따르

고 있다. 이런 상황에서 (주)휴먼코퍼레이션은 사업계획을 지사 제도로 진행하는 방식으로 구성하고 있으며 경쟁력을 높이기 위해 (주)휴먼코퍼레이션 단독이 아닌 다른 기업과 함께 진행을 추진하고 있다. 김 대표는 이러한 플랜을 통해 세계시장을 공략한다면 2-3년 안에 승산이 있을 것이라고 강한 자신감을 내비친다. 또한 세계 시장 점유율 10%를 향해 철저한 계획과 사전조사 및 시범을 통해 시행착오를 최소화하고 성공률을 높일 것이라고 덧붙인다.

세계가 주목하는 (주)휴먼코퍼레이션의 제품들

Water Purification System(순수, 초순수 제조장비)

분석 시 기본적으로 요구되는 순수 및 초순수를 제조하는 장비로서 내장 된 다양한 종류의 필터들로 원수 중의 함유된 불순물 및 극미량 이온성 물질, 미생물, 유기물 등을 효율적으로 제거하는 장비이다. 이 제품의 이용으로 분석실무의 효율성 및 데이터의 정확성을 극대화 할 수 있다. (주)휴먼의 제품에는 소비자의 기호에 따라 선택 가능하도록 Zeneer, P,NIX Human, Nex, Pure series 가 있으며, 특히 Zeneer Series의 경우는 인체공학적이고 세련된 디자인으로 기존 제품과 차별화되며, Success Design 상품에 선정되기도 하였다. 또한 Zeneer Series 제품은 컴퓨터에 연결하여 사용이 가능하도록 RS 232C Port가 내장되어 있어, 작동이 간편하며 내부필터 교체도 더욱 더 용이해진 장점이 있다. 시간설정에 따른 정량 분주 기능, 최적의 순도를 유지하기 위한 정기적인 자동 세척, 순도유지를 위한 필터교체 및 UV램프 교체 시점이 두 단계로 프로그래밍 등의 업그레이드 된 기능들이 있어 더욱 편리하게 작동 가능하다.

UV/VIS Spectrophotometer(분광광도계)

자외선과 적외선을 이용하여 시료 중의 특정 샘플 농도를 비색법의 원리로 측정하는 장비이다. 분광광도계 X-ma Series는 휴먼에서 OEM 방식으로 생산, 판매하는 제품으로 우수한 안정성과 재현성을 자랑하며, 넓은 LCD 스크린으로 결과 값 및 그래프를 한눈에 확인할 수 있다. 제품 종류로는 X-ma 1000 Series와 X-ma 3000 series 제품이 있다. X-ma 1000 Series는 경제적이고 간편하게 사용할 수 있는 제품이고, X-ma 3000 Series는 Auto 8cell holder로 여러 개의 시료를 한번에 측정 가능하며, 다양한 기능 즉, DNA/Protein, Kinetics, WL Scan등이 수행 가능하다. 더욱더 높아진 정밀도와 재현성 또한 X-ma Series의 특징이다.

김형일 대표가 말하는 (주)휴먼코퍼레이션의 미래

대학 졸업 후 대기업 연구소에서 근무한 경험이 있는 김 대표는 연구소 내에서 사용하는 분석기기의 대부분 수입에 의존하는 현실을 알게 되었다. 이러한 상황이 안타까웠던 그는 안정적인 대기업 직장을 뒤로 한 채 국내 기초과학 분야에 일조하기 위해 분석기기 국산화에 매진하기로 마음 먹었던 것이 (주)휴먼코퍼레이

션의 시작이 된다. '시작은 미흡했으나 그 결과는 참대하리라'는 말이 있듯이 결코 쉬운 길이 아니었지만 꾸준히 노력한 결과 국내뿐만 아니라 현재 해외 30여 개국에 수출하는 경쟁력 있는 기업으로 우뚝 서게 되는 발전을 하게 되었다. 또한 (주)휴먼코퍼레이션은 무조건 매출을 올려야 하는 마인드를 철저히 배제하고 진정한 고객이 원하고 요구하는 정확한 장비를 선택하여 다양한 요구에 부합된 장비를 판매하도록 유도 하고 있다. 이에 전 사원이 자사 장비에 대해 정확히 이해할 수 있도록 하는 교육을 1순위로 삼고 있다. 이러한 점은 고객의 만족을 최우선으로 하는 이른바 '고객 믿음' 마케팅이 (주)휴먼코퍼레이션의 빠른 성장이 저력이 아니었을까 라는 생각이 든다.

그의 경영철학을 들어봤다

'더불어 최고가 된다' 라는 사훈을 바탕으로 회사를 이끌어 오고 있는 김대표는 어떤 경우라도 사장 혼자서는 기업을 끌고 갈 수 없다고 강조한다. 직원과 더불어 기업을 운영하며 부족한 부분들은 끊임없는 노력과 다양한 Brain Storming에 의한 아이디어를 통해 채워나갈 수 있기 때문이다. 이러한 과정을 통해 기업의 이윤 창출이 이어지고 이는 직원들에게 다시 피드백이 될 것이라는 그의 설명이다.

직원들과 다양한 커뮤니케이션을 하고 있다고 말하는 그는 점심 식사 후 직원들과 운동을 하며 친목과 화합을 도모하고 있다며 웃음을 짓는다. 직원들에게 호응도 좋을 뿐 아니라 스트레스를 해소 하고 직원들과 격이 없이 다가 갈 수 있는 방법으로 안성맞춤이라고 한다. 또한 김대표는 음악이나 독서, 미술 관람 등 다양한 분야를 두루 섭렵함으로써 세상을 보는 눈과 귀를 열어두고 있다. 김대표의 이러한 노력으로 많은 발전을 해온 (주)휴먼코퍼레이션은 여기에 안주하지 않고 과거 보다 상당히 혁신적인 전략들이 수립되어 진행 중에 있다고 귀뜸 한다. 또한 앞으로 더욱 발전적이고 국내뿐 아니라 해외에서도 그 입지를 단단히 다질 것이라고 강한 자신감을 내비쳤다

앞으로의 계획을 묻자 단연“(주)휴먼코퍼레이션의 제품을 세계 시장 점유율 10%이상 확보하는 것”이라고 전한다. 물론 앞으로 풀어야 할 과제들이 많이 있지만 결코 불가능한 일이 아니라며 어느 정도의 가시적인 플랜을 세워놓은 상태라고 덧붙인다.

마지막으로 김대표는 고객들과 직원들 그리고 가족들에게 "성장할 수 있고 무한한 잠재적인 에너지를 지닌 (주)휴먼코퍼레이션은 항상 노력하는 자세로 좋은 기업, 세계가 인정하는 기업으로 우뚝 설 것이다"며 앞으로도 꾸준한 관심과 격려를 보내달라고 전했다.

취재기자/이옥선(report