

정성들여 쌓은 공든탑이 무너지라, 밤을 낮 삼아 뛰어야 하는 한영인의 발걸음은 단순한 노동의 의미를 훌쩍 넘어선 긍지가 있다. 그런 긍지가 아니었다면 공든탑 '쌓기' 5년 만에 이제 공든탑 '지키기'로의 대담한 전환은 있을 수 없었을 것이다. 한영인 긍지의 현장을 찾아가 본다.

◀성수동 한영기업 사무실, 제과점 공장설비 도면을 놓고 직원간에 열린 토론이 벌어지고 있다.



제빵·제과기계 생산업체

# 한영기업

생산에서 관리로, A/S까지... 다크호스기업

“한영과 거래하면 기계 외에 또다른(?) 것을 얻는다”

옛 성현들은 “우물을 파려면 한 우물만 파라”라는 체첩적 교훈을 고사성어로 남겼다. 속담이나 격언이 유구한 세월의 흐름 속에서도 그 진가를 발휘할 수 있는 것은 사람이 사는 인간사가 고대어나 복잡·다양해진 현대에나 별반 다를 바 없다는 의미를 갖기 때문일 것이다. 다만 접근방법에서의 경미한 차이를 현대인에게 요구한다. 왜냐하면 21세기를 목전에 둔 현대사회에서는 맹목적인 한우물 파기보다는 마치 음식에 간을 맞추듯 이런 저런 사항들의 보충을 필요로 하기 때문이다.

빵·과자를 만들기 위한 관련기계 및 도구 생산·판매에서부터 제과점 시장조사, 개업 및 실내 인테리어 상담, 제과공장 도면화 작업, 기술자 구인·구직, 제과관련 기술정보 제공 및 전반적인 컨설팅 업무까지.

한영기업(대표 한상영)을 설명하기 위해 장(長)문의 수식문구가 필요한 이유는 간단하다. 기계와 소도구를 팔기 위해 한영의 고객에게 폭넓고 다양하며 깊이 있는 서비스를 제공하겠다는 목표를 설정해 두었기 때문이다. 오로지 깊은 우물을 파는 것이 목적이 아니다. 이제는 그런 식의 경영으로 고객을 취할 수가 없다.

### 말보다 행동으로 옮기는 실천주의 정신으로

한영기업. 태동한 지 이제 횡수로 5년의 새내기 기업이지만 제과업계에서의 명성은 새내기 신참 수준을 훨씬 넘어 섰다. 많은 제과인들 사이에서 한영의 이름은 성실하고, 적극적이고, 한번으로 고객의 가려운 곳을 시원스레 긁어주는 회사라는 이미지를 갖는다. '네'라는 대답이 곧 '행동'으로 옮겨지는 민첩하고 신속한 한영의 마케팅 스타일 때문일 것이다.

한영은 절대 '말'을 앞세우지 않는다. 또한 말을 많이 하지도 않는다. 묵묵히 해야 할 일을, 또 때로는 하지 않아도 누가 뭐라 탓하지 않을 그런 일까지도 거침없이 달려든다. 한영인의 이런 아름다운 월권(?)이 고객에게 보이지 않는 신뢰의 끈을 만들어 주었다. '한영에 맡기면 믿을만 해'라는 목시적인 믿음. 그래서 타회사와 눈에 보이지는 않지만 확연한 차이를 만들어 냈고, 5년의 짧은 시간동안 기계부문의 다크호스라는 영광스러운 별명을 얻을 수 있었다.

▼▼제과기술자에서 마케팅사원으로 다방면의 능력을 발휘하고 있는 한상영 사장  
▼오른에서 도우면디서너... 소도구까지 한영이 생산하는 기계는 다양하다.



**다크호스라는 명예로운 이름을 지키려는 노력**

생산자와 소비자 사이에 상품이라는 것은 연결고리 정도의 역할에 불과하다. 우리나라 제과관련기계를 생산하는 업체들의 상품가치는 거의 비슷한 수준을 유지한다. 서울의 방산시장에서 쏟아지는 무상표의 B급 상품이 아니라 당당히 회사상호를 붙인 기계의 성능은 대개 거기서 거기다. 어느 업체든 우수한 기계를 만들기 위해 투자와 노력을 아끼지 않는다. 한영도 마찬가지다. 다만 다른 것이 있다면 한영의 기계가 수반하는 'α' 적인 부가서비스이다.

우선 생산원가절감이라는 거창한 명목으로 무생산에 있어 조건적인 제한은 두지 않는다. 생산에 원가절감은 경영의 기본방침이긴 하지만 기계의 질적 향상이 뒷받침되지 않는 상황에서 무조건적인 원가절감이라면 날림기계를 만드는 수준에 지나지 않는다. 한영의 공장에서 일하는 10여명의 기계 생산자들이 1년을 하루같이 기계발전을 연구하고 질적으로 개선해 나가는 몫을 맡고 있다.

전국적인 영업망을 구축해 생산·납품된 기계를 관리하는 것은 마케팅을 담당한 6명 영업사원의 몫이다. 생산 직원들이 8시 반에 출근해 공장을 가동시키는데 반해 영업사원의 출근시간은 10시 30분. 업무 특성상 야근이 많은 직원들을 위해 한상영 사장이 고안해 낸 효율적인 관리시스템이다. 이들의 주업무는 오전 중에 접수된 A/S신청자들을 찾아가 불만사항을 해결해 주는 것이다. 그날 접수된 신청은 그날에 해결하도록 최선을 다한다. 또한 한영의 기계는 물론 한영고객의 점포 내에 설비된 타회사 기계까지도 손을 봐준다. 엔젠가 그 기계가 노후되면 한영



▲사무실 옆에 마련된 창고. 수 십가지의 제과소도구들이 비치돼 있다.  
▶한영기업 전경.



의 기계가 그 자리를 대신할 것이라는 장기적인 안목에서다.

심지어 공장의 기계배치까지도 관여한다. 원활하고 효율적인 작업공간 배치를 돕는 취지이고, 또한 한영이 기계 외에도 기계 사용의 가장 효율적인 방법까지 알려주는 다재다능한 회사라는 부가적인 효과를 노린다.

**주위의 기대·믿음 저버리지 않기 위해**

그렇다고 늘 반대급부를 염두에 두고 가식적으로 처세하는 것은 아니다. 한상영 사장이 제과기술인의 한사람으로 제과업계에 발을 들여놓은 것이 74년. 20년 넘게 제과인과 함께 먹고 숨쉬고 하면서 인간적인 애착을 가지게 된 것은 너무도 자연스러운 일이다. 한국제과고등기술학교 정규반 졸업생으로 뉴욕제과 생산직원에서 갑작스레 영업사원으로 탈바꿈한 이래, 모두들 한사장을 세일즈맨으로 인식하지만 아직은 기술자였을 때의 기억을 갖고 있다. 그것은 엔지니어로서의 임무를 훌륭히 해 낼 수 있는 밑거름이 되었기 때문이다. 빵이 뭔지, 과자가 뭔지 알기 때문이다. 빵·과자를 만들기 위해 해당기계를 어떻게 사용해야 하는지 고객의 입장에서 이야기할 수 있고, 그런 그의 설명이 보다 신뢰감을 얻을 수 있었다.

그래서 최근에는 베테랑급 제과기술자 한사람을 실장급으로 영입했다. A/S요원들과 함께 현장을 뛰면서 한영의 고객서비스 이미지를 한층 더 높여볼 생각에서란다. 이젠 한영이 '어떠하다' 라는 식의 탐쌍기 단계를 넘어 한영은 '이러하고, 이러할 계획이다' 라는 적극적이고 구체적인 관리 차원으로 경영방침이 바뀌어가고 있다.

지금까지 한영을 믿어주고 밀어 준 고객들, 이를테면 동료, 선배, 후배들의 따뜻한 마음을 함께 나누고 더욱 큰 마음으로 펼쳐 보겠다는 굳은 의지가 한영의 기계에 묻어 서울에서 제주까지 짙 짙 뻗어나갈 날이 머지 않은 것 같다. [인] <글/정보경>