



고려당 신설 마케팅 실장
진운호

“마케팅실은 올해 회사 창립 50주년을 앞두고 새로운 영업전략 구상 및 업무 활성화 방침에 따라 신설됐습니다. 앞으로 고려당이 나아가야 할 사업의 방향성과 투자 계획 등 중장기 계획 업무를 담당하게 됩니다.”

신설된 고려당 마케팅실 진운호 차장의 말이다.

진차장은 89년 고려당 입사한 후 마케팅과를 거쳐 기획조정실, 영업기획관리과에 근무하다 이번에 마케팅실로 자리를 옮겼다.

2월 9일 조직 개편으로 고려당

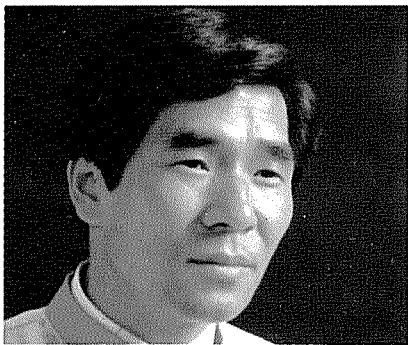
은 현재 영업부가 지역별로 성남, 정읍, 도안, 경산에 소재해 있는 공장과 연계해 업무를 담당하며, 신규 사업부와 직영 사업부는 내실 경영 차원에서 우수 상권과 전략적 공략지역의 점포 개설을 담당하게 된다.

그러므로 이번 조직 개편은 각 사업부의 기능적인 면을 강화함과 동시 고유 주요 업무에 주력하려는 전략으로 설명할 수 있다.

이에 따라 마케팅실은 3개 사업부 업무의 통합 조정 기능 담당 부서로 향후 시장 변화를 예측, 연구해 투자 계획과 사업 방향을 제시할 것이라고 진차장은 전한다.

“현재 각 프랜차이즈 업체들이 점포확산에 주력하고 있는데 머지 않아 손익 차원에서 점포 확산의 한계에 도달하리라 봅니다. 그러면 내실 경영과 새로운 형태의 모색을 통해 성장을 꾀해야 합니다.”

현재 고려당은 기존 생산 공장의 규모 가능한 부분까지 확장하고 내실 경영 차원에서 1년에 60개 점포를 늘릴 계획. 또 편의점의 제품 공급 확대와 향후 시장 변화를 고려해 다양한 사업의 타당성을 검토하고 있어 이런 업무를 담당할 마케팅실이 어떤 작품을 내놓을지 관심이 모아진다.



첫 제주제과제빵기술학원
김기열

지난 2월 제주에 처음으로 제과학원이 문을 열었다.

“그동안 제과 교육기관이 없다보니 육지로 나가 기술을 배울 수 밖에 없었고 이들이 제주도 아닌 곳에 정착함으로써 인력난을 초래하는 결과를 낳았습니다. 그래서 이런 문제를 해결하고 기술 발전을 위한 디딤돌 역할을 위해 학원을 설립했습니다.”

제주제과제빵기술학원 김기열 원장의 설립 취지이다. 서울 아카데미 1기생이고 27년간

제과업계에 종사한 기술인 출신인 김기열 원장은 학원 설립을 계기로 선배와 동료, 후배 등 제주지역 제과인이 많이 참여해 자기계발을 위해 기능과 이론적인 면을 함께 연구, 지역 기술 발전에 힘써 줄것을 원하고 있다.

현재 제주학원은 유능한 강사진과 강의실, 실습실 등 모든 여건을 구비하고 업계 인력 양성과 기술 발전을 위해 만반의 태세를 갖추고 있는데 교육과정은 정규반, 주부반, 특수 연구반, 직업 훈련반 그리고 기능사반을 운영하고 있다. 또 특강반을 개설해 질적 양적인 면에 치중하는데 주력하고 있다.

현재 이곳에서 수강 중인 인원은 40여명 선. 제주학원의 의욕적인 출발과 마찬가지로 개업이나 취업목적의 교육생이 오전, 오후, 야간 파트로 나누어 기술 습득의 의지를 불태우고 있는 중이다.

학원 설립에 부정적인 시각과 의심의 눈길 이 아직도 남아 있지만 김기열 원장의 의지와 주변의 관심, 격려 그리고 무엇보다도 배우고자 하는 이들의 교육열이 뜨겁게 달아오르고 있어 제과제빵기술학원에 관심이 모아지고 있다.



공전제과 10년 장기 근속
윤형섭

인력난이 어제 오늘의 일이 아닌 요즘 한 직장에서 10년을 장기 근속했다는 것은 업계 현실로 보아 보기 드문 예에 속한다.

이런 까닭에 광주 공전제과 윤형섭 씨는 84년 입사해 장기 근속한 공로로 지난 3월 광주 지회에서 수여하는 표창장을 받았다.

보람도 느끼고 일을 하다보니 10

년이 됐다. 현재 윤형석씨의 직함은 궁전제과 판매과장. 제과점에서 판매과장이라는 직함이 세인에게는 낯설지만 궁전제과 본점과 분점을 운영하는 대규모 업소이기 때문에 35여명의 판매사원 관리와 제과점의 행사 등 홍보를 총괄하는 임무를 맡고 있다.

“인격적인 대우로 판매사원들이 자발적으로 열심히 일할 수 있도록 유도하고 있습니다. 이 일이 누군가가 해야 하는 필요한 일인데 지금 내가 하고 있다는 일에 대한 사명감을 강조하고 있죠.”

요즘 판매사원을 구하기가 어렵다고 토로하는 윤형석씨는 현재 1/3가량만 정식사원이고 나머지는 아르바이트 직원이기 때문에 인격적인 대우와 사명감 고취가 무엇보다도 필요하다고 전했다.

이외에 윤 과장이 강조하는 부분은 제과점이 식품을 취급하는 곳인 만큼 서비스와 청결은 기본적인 사항이고 맛을 더 빛내기 위해선 소비자가 원하는 것이 무엇인가, 물을 갖다주어도 어떻게 하는 것이 최선의 방법인가 등 고객맞이에 성의를 다하는 자세를 중요하게 여긴다.

“서비스의 중요성은 누구나 공감하지만 가장 중요한 것은 실천하는 일입니다. 업주 스스로 눈에 띄지 않는 부분까지 판매 사원에게 관심을 가져 주는 것이 필요한 때입니다.”

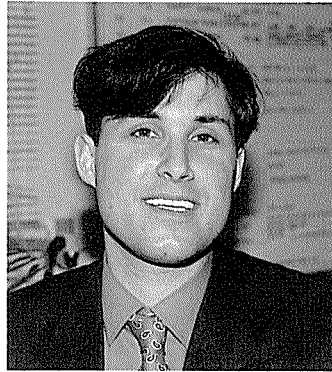
보통의 제과점에서 업주가 해야 할 판매 사원 관리 운영에 대한 물음에 대한 윤형석씨의 대답이다.

세계적 권위를 자랑하는 냉동설비 업체, KOMA사의 영업담당이사 아츠(Aarts)씨가 지난 6일 한국 에이전트인 유니온무역 상사를 방문했다.

그는 아버지의 뒤를 이어 KOMA를 새롭게 이끌 계획인데 지난해 5월 정식으로 취임했다. 그의 이번 한국방문은 업무 파약을 위한 것이라고.

“요사이 유럽지역 제과제빵 기계산업의 가장 중요한 특징은 급속한 컴퓨터화를 꼽을 수 있습니다. 이는 쉽고 간편한 조작을 위해 기계자체에 부착하는 컴퓨터의 발전도 지적할 수 있지만 사용자, 판매자, 생산자와 기계를 직접 연결해 주는 네트워크의 의미가 더욱 큼니다.”

아츠씨에 따르면 현재 유럽에서는 제품의 생산에서 관리까지 전체공정이 컴퓨터로 관리된다. 이는 기술자가 직접 공장에 가지 않아도 집안에서 전화, 컴퓨터 등에 연결된 ‘모뎀’을 통해 제품공정을 체크할 수 있고 기계생산업자도



새롭게 코마 (KOMA)사를 이끌게 된

아 츠

처리하는 문제와 가격을 낮추는 것이 필요하다고 밝혔다.

“우선은 초보자도 쉽게 조작할 수 있도록 기계를 더욱 간단하게 만드는 것이 필요합니다. 또 소규모 베이커리가 많은 아시아 시장 공략을 위해 중·저가의 냉동고, 도우컨디셔너 등을 개발할 계획입니다. 그러나 가격을 낮춘다고 질도 떨어지는 제품을 만드는 것은 아니라고 밝히고 싶습니다.”아츠씨의 약속이다.

“제과일이 너무 재미있습다. 만드는 방법이 양식이나 한식 등 조리에 비해 과학적이라는 점도 마음에 들고요.”타워호텔 조리부 제과파트에서 일하는 김현숙씨의 자랑이다.

그녀가 호텔 제과부에서 근무한 것은 4년 남짓. 배화여전 조리과를 졸업하고 호텔에 입사했는데 발령이 베이커리부에 나면서 인연을 맺었다.

그녀는 우연히 베이커리와 인연을 맺었지만 자신의 인생을 새롭게 시작할 수 있는 계기였다고. 그래서 욕심도 크다. 현재 방송통신대 가정학과를 다니면서 공부를 계속하고 있는데 기회가 닿는다면 대학원이나 유학도 갈 계획이다.

“현재 각 호텔 제과부에서 근무하는 사람들중 여성은 전체 기술인 중에서 1~2명에 지나지 않습니다. 그리고 디저트 만드는 일을 주로 하고



호텔제과부에도 새롭게 부는 바람

김현숙

모임을 만들 생각입니다. 새로운 정보도 교환하고 어려운 일이 있을 때는 도와주자는 목적이 가장 크죠. 아직은 걸음마 단계지만 그래도 기쁩니다. 몇년전까지는 모임을 만들고 싶어도 호텔에서 일하는 여성이 없어 불가능했거든요.” 환하게 웃는 그녀의 모습에서 제과업계의 ‘내일’을 읽는다. [2]

자사가 판매한 기계상태가 자동적으로 컴퓨터에 접속되기 때문에 문제가 생기면 신속, 정확하게 A/s를 할 수 있다는 장점이 있다.

이러한 컴퓨터화는 전세계 베이커리업계의 공동 과제인 인건비, 생산성 향상 등의 문제를 해결할 수 있는 가장 유력한 대안으로 꼽히고 있다.

한편 아츠씨는 현재 생산되는 자사 기계의 대중화를 위해 조작 버튼을 단순하게

처리하는 문제와 가격을 낮추는 것이 필요하다고 밝혔다.

요.”
그녀는 이왕이면 케이크, 빵 등 모든 제품을 접해보고 싶은데 여건이 허락하지 않는단다. 그래도 그녀는 운이 좋아 오븐 보는 방법, 빵반죽 치는 방법 등 호텔에서 일하는 여성들이 엄두도 못내는 일들을 배울 수 있었다. 다른 호텔에서 일하는 동료들이 가장 부러워하는 부분이기도 하다.

“현재 호텔에서 일하는 여성 중 10여명의 친구들이 모여