

대명이 바라는 소망스러운 인재형!  
 첫째, 회사발전을 개척하는 창의형.  
 둘째, 개혁을 이룩해 가는 혁신형.  
 셋째, 실수를 두려워하지 않는 모험형.  
 넷째, 자기책임을 완수하는 투지형.  
 다섯째, 전체를 생각하는 주인의식형.

대명기업 사무실에 막 들어서는 순간, 제일 먼저 눈에 띄는 것이 정면 천장 위쪽에 붙어 있는 큼지막한 액자이다. 그 액자에는 대명기업의 사훈인 위내용이 분명하게 적혀있다. 액자 속, 굵은 글자체가 20여년간 우직하게 한 우물만 파온 장기재(38)사장의 이미지를 그대로 반영하는 듯하다.

### 부품 하나하나에 고객제일주의 원칙

제빵기계의 생명은 잔고장이 없어야 하고 사용의 간편성에 달려있다. 더구나 빵만드는 일이란 것이 시간을 다투는 일이기 때문에 더욱 그렇다. 대명기업은 이런 사실을 너무나 잘 알고 있다. 고객 만족을 최우선 가치로 놓고 제품개발에서 판매 및 A/S에 이르기까지 고객의 입장에서 생각한다. 곧

부품 하나 하나에도 고객 제일주의 원칙을 실현하는 것이 대명기업이 추구하는 목표이다.

대명기업은 91년 9월 공장문을 열었다. '대명'이란 회사명은 말 그대로 '크고 밝다'는 뜻이다. 크고 밝은 기업 대명이 생산하는 품목은 오븐류, 발효기, 믹서류, 냉동기류, 기타 설비류 등이다. 그 중에서도 오븐·발효기·믹서가 주품목이다.

대명은 말보다 실천이 앞서는 기업이다. 고객에 대한 신뢰감을 쌓기 위해서는 우수한 품질과 신속한 A/S를 최우선으로 실천한다. 대명은 이미 관련업계에서 높은 신용도를 확보하고 있는 것으로 알려져 있다. 또한 잘 알려진 대로 '제주도는 대명기업 판'이라는 사실이 그것을 입증해 준다. 소리소문 없이 퍼져나간 대명제품의 우수성이 제주도에서 '대명기업 판'을 형성한 것이다.

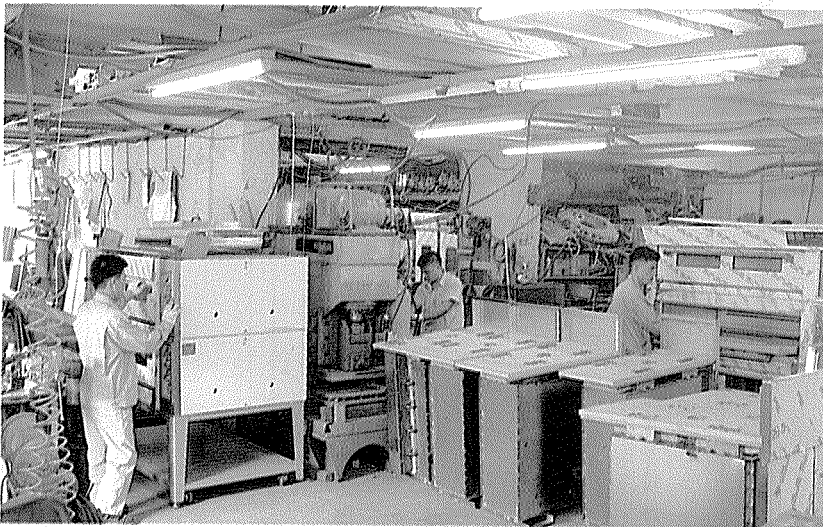
대명은 사장이하 영업부장, 공장장, 영업차장, 전기차장이 있다. 이들은 모두 한 팀처럼 움직인다. 그래서인지 서로의 눈만 봐도 상대방의 마음을 읽을 수 있다. 그만큼 그들은 손발이 잘 맞는다. 그뿐 아니다. 능력있고 열심히 하는 사람을 인정해 주는 회사분위기 탓에 사원들도 적극적으로 일한다. 이런 모든 것들이 고객제일주의 가치창조로 이어지는 밑거름이다.

대명은 다이렉트 마케팅의 전략을 넘어서 제품에 대한 다이렉트 서비스를 실시한다. 제품을 구입한 고객에게 직접 전화를 통해서 지속적으로 제품의 이상유무를 체크하는 밀착 서

# 대명기업

**'고객의 요구를 품질로 보답하는 기업' 이것은 올해 대명기업이 내건 CI(Corporate Identity: 기업이미지 통합전략) 전략의 핵심이다. 대명기업은 제과제빵기구 전문제조 업체이며, 설립된지 5년된 젊은 기업이다. 대명인은 신뢰할 수 있는 기업으로서의 가치 창출을 위해 오늘도 열심히 뛰는다.**

## 우수한 품질과 높은 신뢰가 고객에게 띄우는 리브레터



▶형파 아우는 서로에게 조언을 아끼지 않는다.

비스를 제공한다. 장기제 사장은 다음과 같이 말한다.

“따지고 보면 각 업체별로 제품에는 별차이가 없습니다. 중요한 것은 고객 신뢰감 확보에 달려 있죠. 저희 대명의 간부들과 직원들은 모두 제품 A/S를 가장 우선으로 생각합니다. 아무리 바쁘더라도 제품 A/S가 있으면 다른 일 다 제쳐놓고 신속히 출동하죠.”

대명기업에서 생산된 제품은 직판을 한다. 또한 중국, 브라질, 카타르 등에 하청생산을 한다. 즉 국내 오퍼상을 통해 주문생산을 하여 수출하는 방식이다. 주로 현지 양산업체를 위한 터널오븐이 주품목이라고 한다.

### 기술과 영업의 조화로운 결합이 강점

대명의 식구들은 총 15명. 그들은 모두 자신의 분야에서 최선을 다한다. 대명기업의 큰 특징은 형제가 같이 일한다는 것이다. 바로 장기제 사장과 장승재 영업부장이다.

장기제 사장은 91년 8월 대영공업사에서 12년간의 생산관리 과장직을 마치고 지금의 대명기업을 설립했다. 그는 전문 기계기술인 출신이라 조용하고 우직한 성격의 소유자다. 오직 기계밖에 관심이 없는 사람이다. 그래서인지 영업쪽엔 다소 약한 편이었다. 이러한 동생의 모습을 보다 못한 장승재 씨는 동생을 돕기로 결심한다. 현재 입사한지가 2개월 됐지만 동생이 제품 생산쪽에 전력할 수 있도록 세심하게 배려한다.


“비록 제 나이가 있긴 하지만 솔직히 신입사원과 다름이 없습니다. 아직은 많은 것을 배운다는 자세로 일하고 있습니다. 앞으로 대명기업이 새로운 변신과 동종업계 차별화를 위해 미력하나마 도움이 되려고 합니다.”

장사장은 형의 이러한 도움 덕분에 일본 등에서 열리는 식품기계박람회를 자유롭게 다녀 올 수 있었고, 현재는 신제품 개발에만 몰두한다.

장승재 씨는 과거 금강제화의 영업부장을 거쳐, 슈발리에 직영점 본부장 등 영업통 경력의 소유자이다. 결국, 두 사람의 만남은 기술과 영업의 혈연적 조화 바로 그것이라 할 수 있다. 서로를 너무나 잘 알기 때문에 그것이 서로에게 부담이 될 수도 있지만 신속한 의사소통이 요구되는 기업경영에서 두사람의 결합은 과히 환상적이라 할 수 있다.

대명기업은 앞으로 영업방식에 체인화를 도입 다각적인 마케팅을 전개해 나갈 방침이며 주문생산방식을 고수 재고량이 없도록 하여 우수한 제품 개발에 역점을 둔다는 방침이다. 또한 새로운 금융형태인 할부금융을 이용, 대금결제의 신속성을 부여, 자금회전을 원활하게 한다는 계획도 세워두고 있다.

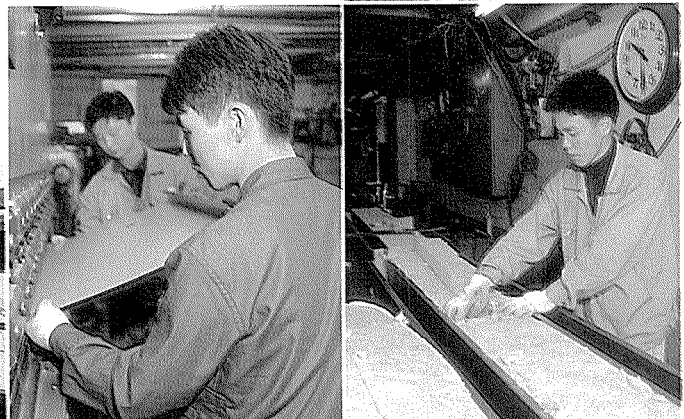
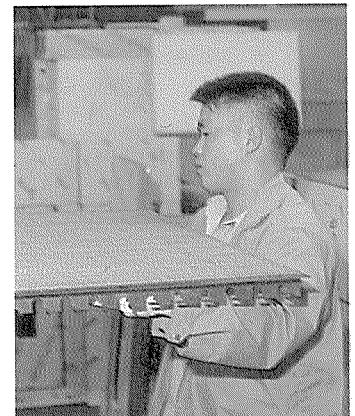
‘가격경쟁보다 품질경쟁을 하면서 확실한 A/S를 통해 기업 신용도를 높인다’ 대명기업의 살아남기 전략이다.

젊은 기업 ‘대명’, 그들의 작은 노력이 큰 바다를 이루어 거대한 대양을 만들 것인지 자못 기대가 커진다. 

(글/강영주)



▲장기제 사장에게엔 기계가 곧 자식이나 다름없다.



▲직원들에게는 대명의 모든 일이 곧 자신의 일이다.

