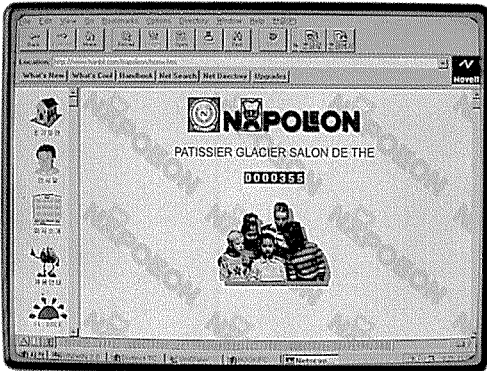


# 베이커리 인터넷! 가능성을 진단한다

## 홈페이지 20여개로 미미 ... 활용도 따라 가능성 커

정보화 시대의 꽃인 인터넷은 아직 제과인에게는 먼나라의 이야기이다. 그러나 점점 인터넷에 관심을 갖는 제과인들이 늘고 있다. 과연 인터넷이란 무엇인가? 또 현재 베이커리 업계의 인터넷 활용 현황과 아울러 인터넷 활용이 지니는 의미는 무엇인지 살펴본다.



국내에서 개설된 베이커리 관련 홈페이지. 20여개 정도로 많지 않고 내용도 홍보 일색으로 아직 초보적 단계이다.

아직은 인터넷이 먼나라의 이야기일 뿐이다. 설령 어느 정도의 컴퓨터 활용 지식을 갖추었다 해도 외국의 베이커리 정보를 얻으려면 영어 및 전문 용어의 독해 능력이 필수적인데 이런 점이 큰 걸림돌이다. 이로 인해 프랜차이즈 업체나 양산 제빵업체, 대학, 베이커리 관련 정보

그동안 베이커리 업계에서 컴퓨터의 활용도는 불모지 상태였다. 수입과 지출, 고객 관리, 배합표의 보관 등 활용 가능한 부문에서조차 컴퓨터를 이용하는 점포가 거의 없을 정도이다. 이런 이유는 제과인들이 어렵기만 한 컴퓨터를 가까이 하지 않으려는 경향때문이었다. 그런데 최근 컴퓨터 활용 방안 중에서도 가장 앞선 형태인 '인터넷' 이용자가 점점 늘어나 관심을 끌고 있다.

그렇다면 인터넷(Internet)이란 무엇인가? 쉽게 말해 인터넷은 광범위한 온라인 통신망을 통해 정보 획득 희망자가 국내를 포함 세계 각국의 필요한 정보를 얻거나 또는 정보 제공 희망자가 정보를 제공할 수 있는 형태라고 할 수 있다. 따라서 정보 획득 희망자는 하이텔, 천리안 등 인터넷 통신망이 형성된 곳을 이용해 자신이 찾고자 하는 내용이 있는 곳(이를 '인터넷 주소'라고 한다)에 컴퓨터를 접속시키면 정보를 얻을 수 있다.

반대로 정보 제공 희망자는 하이텔 등 컴퓨터 통신 회사의 통신망에 자신이 정보를 제공할 수 있는 공간을 만들고 정보 획득 희망자가 필요한 정보를 찾을 수 있도록 인터넷 주소(예 <http://www.chollian.net/~riche.html> 이것은 리치몬드과자점의 인터넷 주소의 예임)를 부여하는 형식이다. 이렇게 정보 획득 희망자에게 정보를 제공할 수 있도록 만든 공간을 '홈페이지'라고 부른다.

### 인터넷은 필요한 정보를 얻는 '정보의 바다'

현재 제과인의 인터넷 이용 실태는 미미한 수준이다. 우선 정보 획득 희망자의 경우 컴퓨터는 물론 통신 지식이 깊지 못해

에 관심있는 일부 대학생들이 이용하고 있는 정도다.

베이커리 인터넷 이용도가 많지 않은 것은 정보 제공 희망자도 마찬가지이다. 자신이 제공하고 싶은 정보나 자사의 홍보 내용을 인터넷상에 올리려고 해도 내용(데이터 베이스)과 사진으로 구성된 홈페이지를 만드는 데는 전문 지식이 필요하다. 따라서 대부분 홈페이지 개설을 전문 제작 업체에 의뢰해야 하기 때문에 적지 않은 비용이 소요된다. 또 내용의 변동 사항이 있을 때마다 이를 수정해야 하므로 홈페이지를 개설하고 있는 곳은 많지 않다.

실제로 국내에서 인터넷을 통해 자신의 업체를 홍보하고 있는 곳은 프랜차이즈 업체와 일부 제과점 정도이다. 이중 타 업체보다 빠르게 인터넷에 홈페이지를 만든 곳은 신라명과의 서울의 나폴레옹과자점(대표 강병찬)이다. 신라명과는 가장 먼저 96년 10월 자사의 전산망을 새롭게 구축하면서 사내 전산 요원들이 자체적으로 인터넷 홈페이지를 개설해 운영하고 있다.

신라명과는 홈페이지에 회사 연혁·회사 소개·대리점 개설 안내·제품 안내·빵 만드는 법·빵 이야기·상담 창구 등의 페이지를 개설해 놓고 있다. 이를 통해 자사 소개는 물론 이용자에게 베이커리 관련 상식을 제공하고 문의점 등은 전자우편(E-mail)에 남겨 응답해 주고 있다. 이 업체의 홈페이지는 지난해 12월 현재 6,500여회의 조회수를 기록해 많은 사람들이 이용한 것으로 나타났다.

나폴레옹과자점은 96년 12월 홈페이지를 개설해 운영함으로써 자영제과점의 인터넷 이용의 첫발을 내디뎠다. 나폴레옹은 이 홈페이지를 외부 업체에 의뢰해 제작했다. 내용은 회사 소개, 매장 내에서 운영 중인 레스토랑인 'IL SOLE', 제품 등 총 17

## 국내 베이커리 관련 홈페이지 주소

업체	인터넷 주소
이재홍(개인)	http://www.chollian.net/~kobanet
신라명과	http://www.bakery.co.kr
고려당	http://www.koryodang.co.kr
뉴욕제과	http://www.8585.com/chain/ny-bakery.html
리치몬드	http://www.chollion.net/~riche.html
나폴레옹	http://www.hanbit.com/napoleon/home.html
태극당	http://www.copon.co.kr/restaurant/taegeukdang.html
엘리제	http://www.best.co.kr/bread/seoul/el-rije/elrijebk.html
마마다무	http://www.best.co.kr/bread/seoul/ma-ma/mamabk.html
베이스몽테	http://www.best.co.kr/bread/seoul/pi-es/piesbk.html
피터팬	http://www.hmc.co.kr/hmc/kor/drive/m95-4
레베랑스	http://www.copon.co.kr/restaurant/reverence.html

## 외국 베이커리 관련 홈페이지 주소

업체	인터넷 주소
bakery-net	http://www.bakery-net.com
A.I.B	http://www.bakery-net.com/aib.html
La Patisserie	http://www.patisserie.com

페이지로 구성돼 있다. 개인 제과점이기 때문에 프랜차이즈 업체와 달리 제품에 관한 내용이 주를 이뤄 현재 판매 중인 제품 소개와 행사용 케이크 특별 주문 안내 등이 주를 이루고 있다.

이밖에 프랜차이즈 업체로는 (주)고려당이 올 4월에 총 32페이지 내용의 홈페이지를 개설했다. 고려당은 자사 소개 및 제품 안내, 점포 신규 개설 안내와 베이커리 관련 상식, 상담 창구 등의 내용을 제공 중이다. 또 (주)뉴욕제과도 지난해부터 홈페이지를 개설해 회사 연혁과 뉴욕제과, 뉴욕베이글, 뽕띠에 등 자사 브랜드의 점포 개설 정보를 제공하고 있다.

반면 자영 제과점 및 관련 업체 중 홈페이지를 마련한 곳은 15여 군데 정도이다. 이중 자영 제과점으로는 리치몬드제과점이 3군데 점포의 전경 사진과 선물용 제품 사진을 통해 자신의 점포를 홍보하고 있고 태극당, 엘리제, 마마다무, 베이스몽테, 여명제과, 피터팬, 레베랑스, 강원도 정선의 성심당 등이 자신의 점포 위치, 점포 규모 등 간단한 내용으로 인터넷을 통해 점포알리기에 나서고 있다.

베이커리 관련 업체로는 리치몬드학원이 교육 과정 안내 등 학원 소개를, 이밖에 UK프로베이커, 한영기업, 미려기획, 일광종합무역, 회원사 등이 간단한 회사 소개와 취급 품목을 내용으로 홈페이지를 개설하고 있다. 개인으로는 리치몬드제과학원 교육과장인 이재홍씨가 유일하게 홈페이지를 운영 중이다.

## 폭넓은 정보 접할 수 있는 가능성의 세계

이상에서 나타난 것처럼 정보 획득 희망자의 처지에서 볼 때 이용할 수 있는 국내 홈페이지 수는 총 20여곳에 불과하다. 더구나 문제는 이들 홈페이지가 간단한 자기 소개에 그쳐 새로운 제품의 배합 및 제품 이론 등 고급 정보가 전무하다는 데 있다. 또 외국의 홈페이지 중 Bakery-net, A.I.B, La Patisserie 등이 있지만 영어로 돼 있어 쉽게 활용하기 힘들다는 데 있다.

그렇다면 인터넷은 별 효용 가치가 없는 것인가란 물음에 직면하게 된다. 이에 대한 답은 지금의 활용 가치는 적지만 앞으로 커질 것이라는 평가다. 한 예로 대학생 자녀를 두고 있는 제과점주의 경우 자신들의 자녀들을 통해 외국의 정보를 활용할 수도 있다. 이밖에 인터넷에 관심이 있는 제과인 중 이재홍씨처럼 자신의 홈페이지에 제과점 컨설

팅, 자격증 시험 준비, 제과 제빵 이론 등을 한글로 게재해 제공하는 움직임도 일고 있다.

또 기계 및 재료 등 업체들도 인터넷을 이용해 홍보하려는 움직임이 증가할 것으로 보인다. 현재 이들 업체가 홈페이지를 만드는 데 있어 걸림돌은 전문업체에 제작을 의뢰함으로써 한 페이지당 20여만원의 비용이 든다는 점이었다. 하지만 홈페이지 제작 능력이 있는 베이커리 종사자 중 2만원대의 비용으로 제작을 해주는 곳이 생김에 따라 업체들의 부담이 줄어들 전망이다.

실제로 일부 제과점과 관련 업체의 홈페이지는 이런 방식을 통해 저렴하게 제작되기도 했다. 물론 일반인 특히 제과인들의 인터넷 이용이 적기 때문에 홈페이지를 통해 제과점과 기계·재료 등의 업체들이 얻는 홍보 효과는 아직은 상당히 미미한 편이다. 그러나 이들은 홈페이지 제작시 비용이 페이지당 2만원, 컴퓨터 통신 회사에 내는 월 이용료가 큰 부담이 되지 않기 때문에 인터넷 홍보를 시작했다고 전한다.

현재 컴퓨터를 통한 점포 관리마져 전무한 실정에 더 진보된 개념인 인터넷의 활용 방안은 공허하게 들릴 수도 있다. 컴퓨터 운용 능력과 외국의 정보를 얻기 위해서는 영어 실력도 갖추어야 한다. 또 국내 홈페이지의 내용은 개설자의 홍보 일색의 정보가 대부분으로 기대에 못미치는 수준이다. 홈페이지에 자기를 알리려는 점포 또는 업체들의 경우 홍보 효과도 미약하다.

그러나 국내 인터넷 환경은 앞으로 개선될 것이다. 날이 갈수록 이에 관심을 갖는 제과인들도 조금씩 늘어날 것이다. 중요한 것은 아직 초보적인 수준이지만 이미 인터넷을 이용하는 사람이 있다는 사실이다. 따라서 남보다 한발 앞서기 위해 시야를 넓히려는 사람에게 인터넷은 이런 욕구를 충족시켜 줄 새로운 세계일지도 모른다는 점에서 중요한 의미를 지니고 있다. [K]

<글/박종선>

