

새로운 세기에 요구되는 제과점 운영 전략

2000년을 향한 카운트 다운이 더욱 속도를 내고 있다. 이제 150일 정도만 지나면 뭔가 새로운 일이 벌어질 것만 같은 2000년이 시작된다. 신술적인 계산으로는 2001년이 돼야 21세기가 시작되지만 사람들은 '2000'이라는 숫자에서 21세기뿐만 아니라 '미래'를 쉽게 떠올린다. 기존의 틀을 깨는 희망적인 변혁이 이뤄질 것만 같은 예감에 젖다가도 까닭 모를 어떤 불안에 안절부절해 하기도 한다.

베이커리업계도 지금 새로운 세기, 새로운 천년을 앞두고 희망과 불안이 교차하는 분위기다. 베이커리 수요가 더욱 확산돼 시장이 활성화될 것이라는 '희망'을 갖고 있지만 치열한 경쟁상황에서 자칫 '퇴출'될 지도 모른다는 '불안'을 안고 있는 것이다.

그렇다면 '퇴출될지도 모른다'는 불안은 어디에서 근거하는 것인가. 우리는 새로운 세기를 눈앞에 둔 시점에서 이에 주목하고자 한다.

베이커리 업계는 그동안 양적, 질적 성장에도 불구하고 여러 가지 문제점들을 축적해온 게 사실이다. 업계의 발전을 이루고 경쟁력을 키우기 위해서는 잦은 이직, 주먹구구식 운영, 영업 및 생산관리의 미비, 의식 부재 등 고질적인 문제들을 해결해야 할 것이라는 주장이 끊임없이 제기돼 왔지만 현실은 그렇지 못한 느낌이다.

그렇지만 최근 일부 업체에서 나름대로의 처방전으로 문제를 치유하려는 움직임이 있어 관심을 모으고 있다. 매입·매출 자료를 매일 정리한다든지, 제품의 배합표·공정을 문서로 정리해 보관한다든지, 직원교육을 강화한다든지 하며 점포 운영의 틀을 세우려는 모습들이다.

더욱이 울들어 대전 성심당이 전사적(全社的)으로 벌이고 있는 '지식 경영 운동'은 여러모로 업계에 시사하는 바가 크다. 성심당은 지난 1월 올해를 '신지식인 양성의 해'로 선포하고 조직관리, 인사관리, 영업관리, 고객관리 등 각 분야의 혁신을 통해 새로운 시대를 대비하기 위한 프로그램을 전개하고 있다. 이 운동은 지식창고를 구축하고 정보를 공유함으로써 전직원을 신지식인으로 양성해, 결국 고객 만족을 극대화하는 데 목표를 두고 있다.

여기서 다소 생소하게 들리는 '지식창고'와 '신지식인'을 살펴보면, 지식창고란 한 마디로 기억력과 경험에만 의존해 있던 기술력, 서비스, 아이디어 등을 문서화시켜 누구나 이를 공유하게 함으로써 새로운 아이디어 창출과 업무 혁신을 이루기 위한 시스템을 말한다. 그리고 '신지식인'이란 학력과 이론의 유무로만 인정되던 지식인을 사회 전계층으로 확대한 개념으로 '자신의 경험, 기술을 체계화시켜 개인은 물론 전체의 부를 극대화하려는 사람'을 뜻한다. 많은 경제학자들이 향후 미래 사회를 '지식경제시대'로 예측하고 있듯이 신지식인은 미래사회의 주역이 될 것이고, 이런 신지식인이 사회 전반에 걸쳐 많이 양성될 때 그 사회는 건강하게 발전할 수 있을 것이다.

물론 영세한 규모의 제과점에서 성심당과 같은 사례를 그대로 적용할 수는 없을 것이다. 그러나 이런 운동이 결국 경쟁력을 키워 고객만족을 극대화한다는 데 주목해야 할 것이다.

결국 새로운 세기에 요구되는 것은 주먹구구식에서 벗어나 경영 시스템을 확립하는 일이며 이는 곧 고객 만족을 실현하고 생존할 수 있는 확실한 대안이 될 것이다. 