

기술인이 처음 독립하면 직접 제조하고 판매도 하는 1인 운영 방식이 대부분이다. 이 경우 피나는 노력을 해야 성공을 거둘 수 있다. 양천구 목동 7단지 입구에 위치한 브레스트과자점(대표 김일곤). 이 점포는 이 지역에서도 손가락에 꼽힐 정도의 매출을 자랑하며 제품이나 경영 면에서 인정받고 있다. 그러나 이 점포도 1인 제조·운영 업소부터 출발해 부단한 노력의 결과로 오늘에 이른 곳이다. 무엇이 현재의 성공을 이루게 했는지 찾아 나선다.

### 성공 요인 1. 성실만이 성공이란 열매를 맺는다

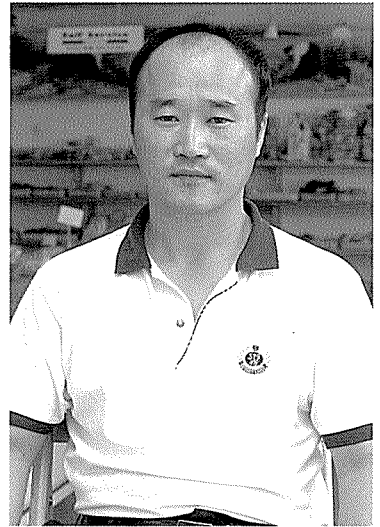
“처음 가게를 냈을 때는 혼자 제조하고 물건을 팔아야 했기에 정신없이 바빴습니다. 그렇지만 그 때도 빵을 하루 이상 판매하지 않았고 꾸준히 신제품을 선보였습니다. 젊은 사람이 열심히 애쓰는 모습이 좋았던 모양입니다. 손님들이 우리 가게를 이용하고 격려해 주는 등 많이 도와주더군요”

김일곤 사장은 굳이 성공 비결을 꼽는다면 ‘성실’ 일 것이라고 전한다. 브레스트과자점은 4명의 공장 인원에 매출 규모가 양천구에서 상위권에 속한다. 이 정도면 운영자가 편안한 휴식을 욕심낼 만도 하지만 점포 운영에 임하는 그의 자세는 예나 지금이나 같다. 그는 웬만한 일이 아니면 매장을

지킨다. 단골 손님을 반갑게 맞고 구매 성향도 꼼꼼히 살핀다. 운영자가 매장에 늘 있어야 점포의 개선 사항이 무엇인지 파악할 수 있고 발전을 꾀할 수 있기 때문이다.

‘성실’이란 말은 많은 뜻을 내포한다. 부지런하고 약속을 꼭 지키고 최선을 다할 때 얻어지는 주위의 평가가 성실이다. 그의 성실성은 기술인 생활을 하던 때에서도 엿볼 수 있다. 전남 광주 출신인 그는 친척의 연고가 있는 부산에서 처음 기술인 생활을 시작했다. 당시 전국적으로 유명 점포인 부산 고려당, 초원제과를 거친 그는 서울에서 초빙된 이름난 기술인에게서 기술을 익히는 것도 열심이었지만 모든 면에서 남에게 성실성을 인정받았다.

“그 친구 초원제과에서만 6년은 일했을



▲ 김일곤 사장



## ‘성실’과 ‘욕심’으로 일구어 낸 성공

양천구 브레스트과자점

1인 운영업소가 신제품 개발과 신선도 확보 등의 한계를 딛고 성장하기는 그리 쉽지 않다.

브레스트과자점은 이를 극복하고 양천구에서 손꼽히는 점포로 자리잡고 있다. 이 점포의 운영주인 김일곤 사장은 ‘성실’이란 단순한 덕목과 ‘건전한 욕심’을 바탕으로 성공을 이끌어 냈다.

겁니다. 빨리 기술을 배우기 힘든 큰 제과점 한 곳에서 그 정도 일했다면 성실성은 알만 하죠. 요령도 피울 줄도 몰랐고 14명 기술자 중에서 가장 성실했습니다. 제가 있을 때는 김일곤씨가 중간 기술인이었는데 그 직급에서 해야 할 일 말고도 많은 역할을 맡았고 임무를 잘 수행했습니다”

부산에서 처음 인연을 맺어 28년간 그를 지켜본 빵굽는 마을의 방덕수씨가 전하는 그에 대한 평가다.

부산에서 서울로 올라온 그는 85년 강서구 화곡동에서 개업을 하게 된다. 김일곤 사장은 당시에 점포를 운영하면서 스스로 세운 원칙이 있었다. 고객과의 약속을 철저히 지키는 것이 그것이었다. 맛있고 신선한 제품을 만들며 새벽 6시에 문을 열고 밤 12시에 닫는 등의 노력으로 당시 액수로 2~3만원이던 매출을 12만원으로 끌어 올렸고 점포를 확장 이전할 기반을 쌓을 수 있었다.

그는 88년 지금의 자리로 점포를 이전해 ‘케익나라’란 상호로 운영하다가 95년에 옆 점포를 인수해 점포를 확장하고 브레스트과자점으로 상호를 바꾸었다. 점포 확장은 제과점 운영자로서는 모험일 수 있다. 특히 부산에서만 생활해 이는



사람도 없어 자금 조달 기반이 취약했던 그가 이 문제를 거뜬히 해결한 것은 영업을 하면서 관련 업체나 주위에 튼튼하게 쌓아 놓았던 신용이 힘을 발휘한 덕택이었다.

## 성공 요인 2. 욕심이 있어야 발전도 있다

나쁜 욕심은 화를 부르지만 좋은 욕심은 발전의 원동력이 된다. 김일곤 사장이 성공하기까지 큰 역할을 한 것은 성실 외에 좀더 뛰어난 기술을 쌓기 위한, 보다 나은 점포로 만들려는 ‘욕심’이 크게 작용했다. 그의 욕심이 어떻게 성공을 이끄는 원동력이 됐는지 살펴보자. 그가 기술자 생활을 하던 시절은 웬만한 연령대의 제과인이자라면 누구나 다 아는 사실이지만 선배 기술인들이 후배에게 기술을 잘 가르쳐 주지 않는 것이 다반사였다.

후배 기술인이 선배 기술인이 일하는 작업대 근처에도 오

지 못하도록 할 정도였다. 한번은 선배가 외출한 뒤 그동안 어깨 너머로 눈여겨 보았던 데커레이션을 연습하다가 선배들이 돌아오는 바람에 혼쭐이 났던 일화가 있듯 기술자 생활 시절부터 그는 기술에 대한 욕심이 많았다. 그가 큰 점포에서만 오래 일한 것도 좋은 기술을 배우려는 욕심 때문이었다.

이 탓에 그는 공장장 생활을 많이 못했다. 그러나 큰 점포에서 좋은 기술을 익힌 것이 처음 개업했을 때 큰 도움이 됐다. 서울 강서구 화곡동에서 점포를 운영할 때 1인 제조·운영 업소였지만 큰 점포에서 기술자 생활을 할 때 익힌 솜씨로 뛰어난 제품을 고객에게 선보일 수 있었다. 또 같은 조건의 타 점포와 차별화된 새로운 제품을 만들고 이를 통해 매출이 향상됨으로써 후일 점포를 이전하는 기반이 되기도 했다.

그는 기술인 출신인 까닭에 제품 욕심이 많다. 지금도 늘 매장을 지키지만 시간을 쪼개 유명 제과점을 돌며 장점을 파악해 자신의 점포를 발전시키는 데 참고한다. 이른바 벤치마킹을 실천하고 있는 셈이다. 그가 이를 통해 얻은 교훈은 제품과 인테리어가 깔끔해야 한다는 것. 고객이 제과점과 사고 싶은 제품을 선택하는 경우 먼저 눈으로 판단해 마음에 드는 것을 선택하기 때문이라는 설명이다.

앞선 생각, 새로운 시도는 욕심으로부터 나온다. 현재도 일반화되지 않은 쉬폰케이크의 경우 벌써 93년에 적용해 호응을 얻은 것이나 현재 브레스트과자점에서 판매되는 제품 중 상당수가 이런 방법을 통해 자리잡았다는 것은 새로운 시도를 추구하는 그의 단면을 엿볼 수 있다. 바쁜 와중에서도 현재 그는 중앙대학 행정대학원 경영자 과정을 수강하고 있다. 세상이 바뀌면 사람의 생각도 바뀌어야 하듯 변화의 흐름을 익히기 위한 욕심에서이다.

하나의 사람이, 하나의 점포가 성공하는 데 비결은 없을지 모른다. 비결이란 신상품 개발 같은 데나 통용될 기발한 방법이나 아이디어를 말한다. 점포 운영에 있어서는 가장 단순하고 정석적인 개념인 ‘성실’과 발전을 위한 ‘욕심’만큼 확실한 성공 요인은 없을 것이다. 김일곤씨는 이를 바탕으로 노력하고 투자를 계속하는 등 나름대로의 점포 운영을 통해 어느 정도의 성공을 거두었다.

그러나 김일곤씨는 현 수준을 성공이라 말하지 않는다. 제품이나 운영 면에서 더 노력을 기울여야 할 부분이 남아 있어서다. 지금보다 제품 수준을 한 단계 더 끌어 올리고 기술인이 제 실력을 발휘하기 위해서는 이를 뒷받침 할 생산 시설의 질 향상이 관건이다. 새로운 이미지를 고객에게 심어주기 위해서는 최소한 인테리어의 변경도 필요하다. 보다 나은 내일 위해 항상 꿈꾸는 사람. 김일곤 사장은 오늘도 그 ‘욕심’을 버리지 않고 있다. **이재** <글/박종선>