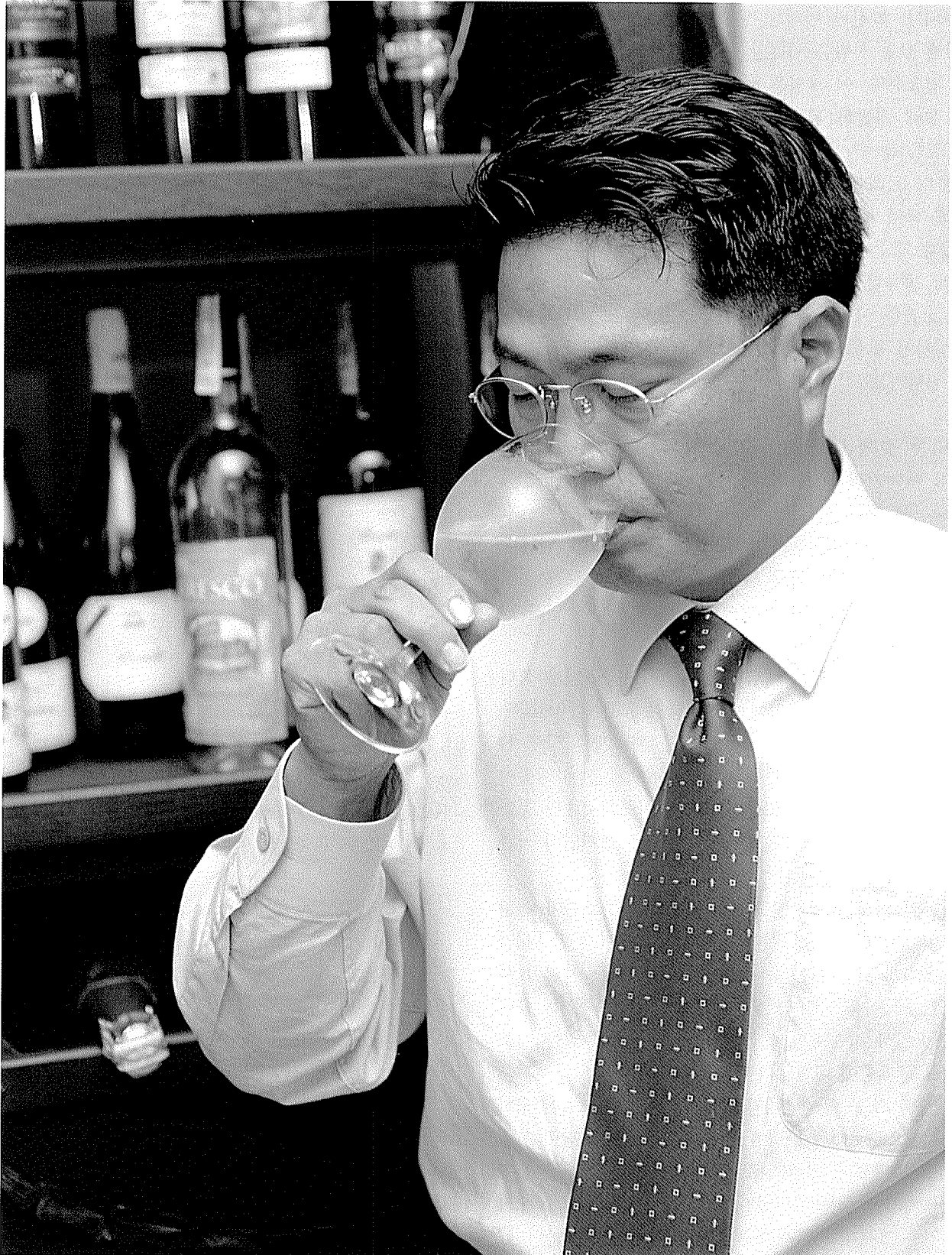


# 역경을 극복한 무지개의 꿈

하모니 푸드 최병순 사장



“남과 똑같아서는 결코 그 이상이 될 수 없다”는 말이 있다.

이 말의 의미는 다른 사람들과 같이 평범한 사고와 행동만으로는 차별화된 경쟁력을 확보할 수 없다는 것을 뜻한다.

하모니푸드의 최병순 사장은 강력한 추진력을 가지고 유럽대륙을 누비며

독창적인 아이템을 발굴해 베이커리 발전에 힘쓰고 있다.

평범한 생각과 행동이 언제나 좋은 결과를 가져오는 것은 아니다. 발전된 미래를 생각한다면 남보다 앞선 생각과 함께 보통 사람은 이해할 수 없는 일을 추진하는 결단력이 필요하다. 이 과정은 쉽지 않지만 결국 독특한 아이템을 통해 차별화 된 경쟁력을 갖춘 사람만이 인정받게 되는 것을 볼 수 있다.

하모니 트레이딩의 최병순(39) 사장은 신규 아이템을 개척해 국내 베이커리 업계에 접목하는 노력을 계속하고 있다. 그는 하나의 제품을 발굴하기 위해 네덜란드를 비롯해 동유럽의 폴란드에서 밤 기차를 타고 긴 여행을 하는 노력을 아끼지 않았다. 현지에서 여러 가지 문제와 돌발상황이 발생했지만 좋은 제품은 꼭 가지고 오겠다는 그의 집념이 현재의 하모니를 주목받는 업체로 성장시켰다.

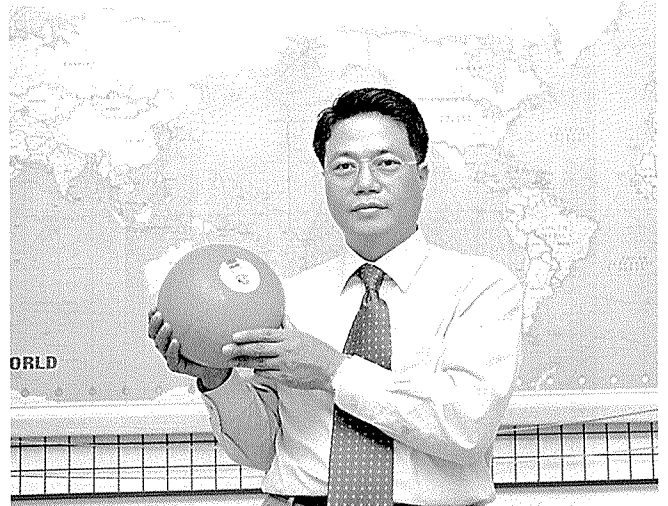
### 색다른 것에 대한 호기심과 열정

그가 베이커리와 첫 인연을 맺은 것은 81년 고려당에 입사해 근무하던 시절로 거슬러 올라간다. 당시 그는 단잠을 깨워가며 이른 새벽부터 성실하게 작업에 임했다. 열심히 일했던 그는 회사 사장의 눈에 띄어 종로 본점에서 샌드위치를 담당하며 분점에 제품을 지도하는 일을 담당하게 됐다.

기술인으로서 자신의 책임을 다하던 그는 무언가 색다른 일을 하고 싶다는 생각에 무역회사의 공채에 응시했다. 그가 처음 근무했던 ‘코사리베르만’은 외국계 회사로 샤넬, 푸마, 발리 구두 등의 상품을 취급했으며 전체 직원이 500여 명에 이르는 큰 규모였다. 그는 이곳에서 1년 동안 일하다 ‘네가트코리아’라는 스위스 업체로 옮기면서 식품 쪽과 다시 인연을 맺었다.

“외국인 회사는 토요일부터 휴무여서 근무조건이 괜찮은 편이었지만 좀더 전문적인 일을 하고 싶어 한번 더 자리를 옮기게 됐습니다. 두 번째 회사는 스위스 사람이 사장이었는데 식품과 지수 기계가 주요 취급 품목이었습니다. 이곳에서 저는 8년 동안 근무하며 착실히 일을 배우며 새로운 제품에 대한 식견을 넓혀갔습니다.”

최병순 사장은 후에 ‘네가트코리아’가 본국으로 철수하면서 사장으로부터 초콜릿에 대한 계약권을 인수받아 사업의 기틀을 다졌다. 그의 남보다 앞선 식견이 언제나 좋은 결과를 가져온 것은 아니었다. 직장을 그만두고 처음 시작한 사업은 그에게 쓰디쓴 이픔을 안겨다 주었기 때문이다.



▲ 그가 수입하는 네덜란드 치즈는 고객들로부터 좋은 평가를 받고 있다.



▲ 와인, 치즈, 사탕 등 품질 좋고 특색 있는 제품을 취급한다는 것이 그의 신념이다.

### 실패 속에서도 내일을 향한 미래를 꿈꿔

커피 전문점이 유망사업으로 떠오를 것으로 판단한 그는 일본으로 건너가 커피전문점에서 일을 해보며 나름대로 사업구상을 했었다. 그는 귀국 후 커피숍을 타깃으로 가구를 수입했지만 환율차이로 인해 막대한 손해를 입었다. 국내 사업여건이 성숙되기 않은 상태에서 그의 생각이 너무 앞섰고 대내외적 경제사정이 불리하게 돌아가 실패를 맛보아야만 했다.

“살갈이 막막했기 때문에 이민을 생각하며 일단은 미국으로 건너가 정착할 자리를 물색했습니다. 그러던 중 우연히 유니버설 스튜디오에서 풍선으로 하는 이벤트를 접



▲ 제품만 들어오는 것이 아니라 삼페인에 맞는 소품도 직접 개발하고 있다



▲ 직원들간에 원활한 의사소통을 통해 새로운 아이템 발굴에 노력하고 있다.

하게 되면서 이거다라는 생각이 번뜩 스치고 지나갔지요. 큰 자본을 들이지 않고도 시작할 수 있는 새로운 아이템의 사업을 발견한 것입니다.”

그는 94년 미국에서 돌아와 대치동에 사무실을 얻어 이벤트 사업을 시작했다. 그의 예상대로 풍선을 이용한 이벤트는 폭발적인 반응을 불러 일으켜 하루 3, 4시간 자며 일을 할 정도로 인기가 높았다. 그는 전국을 무대로 새로운 풍선 이벤트를 소개했으며 대기업에서도 그에게 이벤트를 의뢰할 정도였다.

“풍선 이벤트는 성공적으로 자리를 잡아갔지만 행사가 주로 주말에 몰려 있어 수요를 감당하기 힘들었고 다른 사람들도 쉽게 할 수 있는 일이란 단점이 있었습니다. 처음에는 다른 사람이 안하는 일이라는 생각에서 시작했지만 시간이 흐르면서 너무 보편화되면서 또 다른 아이템의

사업을 모색할 필요를 절실히 느꼈습니다.”

최병순 사장은 남들이 다하는 일이면 더 이상 경쟁력이 없다고 생각한 끝에 무역회사 근무시절의 노하우를 살려 초콜릿 수입 사업을 시작했다. 그가 취급한 제품은 린트(Lint) 초콜릿으로 고객들에게 좋은 평가를 받았다. 그렇지만 제품 창고가 수해를 입고 여러 가지 복잡한 문제에 얽히는 등 시련을 겪었다.

남이 안 하는 것을 개척하는 것을 신념으로 살아온 그는 IMF 경제위기 동안에도 그 의지를 굽히지 않고 꾸준히 시장을 개척하고 신규 아이টে을 늘려갔다. 많은 위기 속에서 어려움을 겪었지만 국내 경기가 호전되자 그 결실이 하나 둘 보이기 시작하며 사업이 활기를 띠었다.

### 차별화된 아이টে만인 경쟁력 가져

최병순 사장은 현재 하모니 푸드를 법인으로 전환하고 직원들의 지분을 높여 책임경영이 되도록 노력하고 있다. 그는 개척적인 사고 방식과 생활자세를 통해 끊임없이 신규 아이টে을 발견해 베이커리에 접목하고 있다. 최근에는 샌드위치 전문가인 동생과 함께 차별화 된 빵과 소스를 개발해 고급 샌드위치를 컨설팅하는 활발한 활동을 펼치는 중이다.

“회사를 경영하며 크고 작은 많은 위기에 봉착했지만 처음에 가졌던 소신을 굽히지 않고 꾸준히 밀고 나갔습니다. 특히 독특하고 차별화된 아이টে을 찾는 동시에 단타성 제품은 절대로 취급하지 않는 것을 철칙으로 했습니다. 사탕하나만 하더라도 유럽에서 150년 전통의 회사에서 최고급 제품을 들여오는 등 엄격한 선별을 거쳤습니다.”

이처럼 처음에 가졌던 생활 신조를 꾸준히 밀고 나갔던 그는 이제 베이커리 업계에 다양한 고급 상품을 공급하게 됐다. 그가 취급하는 품목 중 네덜란드 프리스코 치즈와 폴란드 도라토 삼페인은 우수한 품질과 맛으로 인기제품으로 자리를 굳히고 있다. 또한 그는 독특한 소품, 예쁜 사탕, 초콜릿, 와인 등의 제품외에 2002년 월드컵을 겨냥한 상품도 준비하고 있어 바쁜 나날을 보내고 있다.

이제는 웬만한 큰 기업의 매출도 부럽지 않을 정도로 회사를 성장시킨 그는 베이커리 발전에 발 맞추어 리큐류 쪽을 강화하고 하남시의 공장에서 샌드위치용 치즈를 별도로 소분하는 등 각별한 주의를 기울이고 있다.

앞으로도 최병순 사장은 하모니 제품은 명품이라는 소리를 들을 수 있도록 끊임없는 노력을 경주할 생각이다. 아직 미혼인 그에게 그와 함께 무지개를 보며 사랑을 나눌 수 있는 배필이 나타나길 염원한다. **MB**

〈글·사진 / 정현상 jeong@mbakery.co.kr〉