

최소 투자로 최대 매상 올린다

즉석 건강빵전문점 '마스타바게뜨'



새로운 형태의 제과점, 제과점의 새로운 개념이 나타났다.

기존 제과점이라면 당연히 외면했을 입지, 공장을 포함한 6~8평의 좁은 매장, 건강빵류라는 소품목으로 하루 40만원의 평균 매상을 기록하고 있는 신종 제과점 '마스타바게뜨'가 그것. 이 '빵집'은 본사가 제공하는 재료를 사용, 매장에서 직접 제조판매하는 형태로 건강빵전문점을 표방하고, 품목을 소규모로 한정하여 즉석제조시스템을 원활하게 운영, 또한 입지나 인테리어가 부담없는 이미지를 창출하여 소비자에게 크게 호감을 일으키고 있다. 무엇보다도 본사가 제공하는 재료와 기술이 독특한 맛을 내고 있어 제품력 자체가 매상 증대에 중요한 요인이 된다.

기타, 입지나 매장규모면에서 소액투자자가 가능하고 점주가 쉽게 기술을 습득 직접 제조함으로써 인건비 절감을 가져오고 바게뜨나 건강빵이 마진율이 높다는 것 등의 요인

마스타바게뜨는 기존의 제과점과 다를 것이 없다.

그러나 개념과 형식에 있어 마스타바게뜨는 거의 완전한 변화에 가깝다. 그것을 경쟁업종으로 분류할 것인지 아니면 새로운 가능성이라는 측면으로 받아들여야 할 것인지는 아직 문제로 남지만 최근 다양한 어려움을 겪고 있다는 제과업계로서는 분명 하나의 충격임에 틀림이 없는 듯하다.



으로 매상에 따른 순수익률이 최고 50%에 이른다고 한다. 평균 하루 매상 40만원을 고려하면 월 순수익은 5백~6백만원 정도가 된다.

한편 마스타바게뜨는 본사의 경영방법 자체가 독특해 관심을 모으고 있는데 마스타바게뜨의 창안자인 본사의 이정옥사장은 본사의 영업이익은 오로지 공급하는 재료에서만 발생하며 본사는 말하자면 재료 판매를 위해 가맹점에게 기술, 영업 서비스를 제공한다는 것이다. 실제로 마스타바게뜨 본사는 재료상으로 사업자등록이 되어있다고 한다. 완제품을 재료로 대체시켰다 뿐 기존의 프랜차이즈 개념과 별반 다를 것이 없어 보이는 이 마스타바게뜨의 경영방침은 역사적으로 '프랜차이즈 체인' 형식의 공동운명체를 리더하는 본사가 그역할을 철저히 수행함으로써 본사나 각 분점주에게 극대 효과를 일으키고 있다.

가입보증금도, 로열티도 받지 않고 순수하

게 재료공급만을 위해서 운영되는 마스타바게뜨의 대부분점주 서비스는 이렇다.

첫째 가입을 원하는 후보분점주는 본사가 고려하는 가장 좋은 입지를 자신이 스스로 확보할 수 있도록 수차례에 걸친 입지선정 훈련을 받는다. 물론 본사의 조언이 따르며 후보분점주는 이 과정을 통하여 사업의지를 다지는 동시에 사업력이 향상된다.

점포가 선정되면 본사는 약 2주에 걸쳐 실비로 매장설비를 대행해 주고 후보점주는 본사에서 실시하는 기술, 영업에 대한 교육을 받는다. 품목 자체가 적고 제조방법이 단순하여 2주면 충분한 교육이 이루어진다고 한다. 개점일이 되면 모든 준비가 끝난 자신의 점포에서 점주는 자신의 영업을 시작하면 된다. 이때 3~4일 간의 본사 영업지도가 있다. 개점 직후에 기본으로 취급하는 제품은 바게뜨, 보리빵, 호밀빵, 씨앗빵 등 기본적인 건강빵류. 2~3개월마다 본사는 제품을 조금씩 추가하거나 교체토록 하여 매상이 고르게 오르도록 지속적인 기술 영업지원을 해준다. 여기에서 빼놓을 수 없는 것은 분점주는 본사가 마스타바게뜨 고유 브랜드를 지키기 위하여 제시




하는 가맹조건을 철저히 지킨다는 것. 또 본사가 제공하는 재료, 기술 영업 서비스만을 고수해야 한다는 프랜차이즈 체인의 개념이 적용된다는 것이다.

일견 마스타바게뜨의 점포운영이나 매장, 본사의 운영체계에 선뜻 믿기지 않는 점이



있기는 하다. 또 마스타바게뜨가 아직 성공적으로 자리를 잡았다고 판단하기에는 이른 감도 있다.

그러나 지난해 12월에 최초로 직영점을 열고 올해 2월에 분점 1호를 개점한 마스타바게뜨는 현재 관악지역을 중심으로 13개점이 영업중에 있으며 추가로 4개점이 준비중에 있다. 사업 개시 이후 수많은 시행착오를 겪었다는 이정옥사장은 앞으로 지속적으로 사업을 확대할 생각이다. 재료에서만 이익이 발생하기 때문에 아직까지는 본사의 영업이익은 거의 없는 상태. 최소 50점이 영업을 해야 본사의 수지타산이 맞아 떨어진다고 한다. 마스타바게뜨의 신규점은 수익성을 인정받아 개점 직후에 권리금이 보통 1천 5백만원이 붙는다. 애초에 입지력이 좋지 않다고 여겨지는 곳에 개점한 때문이기도 하다.

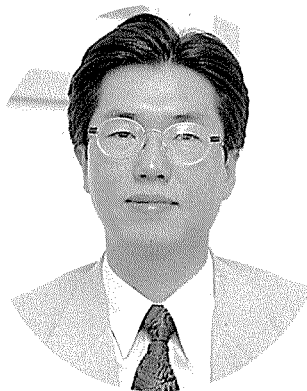
이사장에 따르면 본사가 공급하는 재료는 그 자체로 마진율이 500%가 된다. 1천7백원짜리 포장 하나로 1만 2천원의 매상을 만들 수 있다고 한다. 매상을 증대시키는 다양한 조건, 여기에다 높은 마진율로 인해 마스타바게뜨는 가능성이 있다는 설명이다. <글 김희득> 

인터뷰

마스타바게뜨의 창안자인 이정옥 사장은 출신부터 제과업계와는 무관한 인물로 그는 연세대학교에서 교육철학을 전공, 석사학위를 가진 학자이기도 하다. 그래서인지 그는 남다른 사업철학을 가지고 있다.

“물론 사업에는 이윤 발생이 가장 중요한 일이지만 사업자의 입장에서 돈이 목적이어서는 안됩니다. 돈은 수단일 뿐이지요. 문제는 나 자신이나 인간의 꿈과 가치를 실현하는 일입니다.”

이 사업의 성공가능성을 발견했다는 그는 마스타바게뜨의 세계진출까지 생각하고 있다. 빵과 전혀 무관한 이사장이 독특한 빵의 세계를 창조한 것은 어찌면 전혀 빵에 대해서 문외한 이었다는 것이 장점으로 작용했는지도 모른다. 마스타바게뜨의 운영에는 그의 합



마스타바게뜨 사장 이정옥

리성이 그대로 적용되고 아무에게도 밝힐 수 없다는 마스타바게뜨의 제품력은 그가 끈기있게 시도하여 얻어낸 결과물이다. 완전히 소비자의 입장에서.

“마스타바게뜨는 하나의 공동체입니다. 저는 이 공동체의 존속과 발전, 질서를 책임져야 할 사람이고 때문에 분점주도 최소한 일에 대한 열정을 가진 사람으로 엄선합니다. 그런 사람만이 사업의 가치를 이해하고 이 공동체를 이해하겠지요.”

자신의 구상이 제과업계에도 긍정적으로 받아들여져 제과업계 발전에 도움이 되었으면 좋겠다는 이사장의 꿈은 자신의 힘으로 ‘선명회’와 같은 세계적인 사회봉사 단체를 만드는 것이다. 어린시절 다년간을 선명회 활동에 참여한 그는 이런 단체가 우리힘으로 만들어지지 못하는 것이 안타까웠다고. 그러나 그 이전에 수단으로서의 마스타바게뜨의 성공이 그의 의욕적인 삶을 더욱 활기치게 하는 듯하다.