



◀ 최근 그리스에서는 수공업 영세 제분업체가 속속 문을 닫고 있다.

리스 국민들은 전통적으로 작은 가게에서 제공되는 '포근한' 서비스를 선호하고 있기 때문인 것으로 보인다. 사실 같은 지중해 연안 국가인 이태리에서도 일반 제과점이 베이커리 시장의 선두 자리를 굳건히 지키고 있다.

소규모 제분업체에게 일반 제과점은 양산업체에 비해 안정적인 이익을 보장하는 '고객'이다. 일반 제과점은 소규모 제분업체와 지속적인 거래를 하고 현실적인 가격을 지불하기 때문이다.

일반 제과점이 '맹주'의 자리를 지키고 있음에도 소규모 제분업체의 수는 계속 감소 추세에 있다. 많은 업체가 최근에 문을 닫고 있다. 이에 반해 대규모 업체는 소규모 업체의 도산에 따르는 공백을 메우며 반사이익을 챙기고 있다.

국내 시장에서 효율적으로 사업을 전개한 업체들은 해외 시장에서도 성공적인 모습을 보이고 있다. 또한 어려운 시기를 지나 생산 규모도 서서히 늘고 있다. 그리스 제분업계는 1970년대에 황금기를 구가했는데 이 시기

대기업에만 부는 '밀가루 신바람'

해외업계동향

그리스 제분업계, 영세업체 도산 가속 ... 대기업 수출회복세

현재 그리스에는 약 150여개의 제분업체가 있다. 그러나 대부분 영세하여 생산성이 극히 저조하다. 소규모 업체는 시장점유율을 높이기 위해 제빵용 밀가루 생산에 주력하면서 지방을 중심으로 낮은 가격에 제품을 공급하고 있다.

반면 현대화된 대기업들은 제품 연구소와 넓은 창고 그리고 전국 배송 시스템을 갖추고 적은 수입에도 불구하고 시장점유율을 높이고 있다. 이들 제품은 상대적으로 높은 가격임에도 양질의 서비스와 제품을 제공, 소비자들로부터 좋은 반응을 얻고 있다.

제분 선두업체는 종종 외국기업과의 기술제휴를 통해 밀가루와 프리믹스를 선보이고 있는데, 일반 제과업자들은 이들 제품을 이용, 다양한 종류의 제품을 만들어 치열한 시장경쟁에 효과적으로 대응하고 있다. 대기업의 즉석 믹스류는 특별한 기술 노하우가 없어도 독일과 프랑스의 제품을 생산할 수 있다.

대기업, 소규모업체 도산의 '반사이익 행하기'

그리스는 일반 제과점과 양산 베이커리 업체가 공존한다. 양산업체는 시장 점유율을 높이기 위해 박차를 가하고 있지만 당분간은 일반 제과점이 선두 자리를 고수할 것으로 보인다. 이는 지중해 지역의 정서를 반영하는데 그

그리스는 세계 2위의 밀가루 수출국이었다. 그러나 1979년부터 생산규모가 줄어들기 시작하여 그리스가 EC 회원국으로 가입한 81년까지 계속되었다. 그리스 제분업계는 높은 가격과 미국산 밀가루와의 경쟁으로 1980년대 심각한 위기에 처했다. 이웃 국가인 터키의 밀가루가 정부의 지원에 힘입어 그리스산 밀가루를 대체하기 시작한 것이다. 수출 감소로 많은 업체들이 문을 닫았고 살아 남은 업체들은 국내 시장점유율을 높이기 위해 '가격 전쟁'을 치렀다.

수출회복세, 대기업으로의 집중화 가속

그러나 최근 들어 제분업체들은 어려웠던 시기를 뒤로 하고 경기회복세를 타고 있다. 지난해에는 매출도 늘고 재정상태도 흑자로 돌아섰다. 수출도 회복세를 보여 중동시장에서는 좋은 반응을 얻고 있으며 발칸국가들, 동유럽과는 수출 계약이 체결된 상태다.

그리스 제분업계는 10여년에 걸친 침체의 시기를 닫고 이제 회복의 바람을 타며 활발히 움직이고 있다. 그러나 수공업 스타일의 영세한 제분업체들의 도산이 계속되는 가운데 대기업에 의한 '집중화' 현상이 심화되리라는 전망이 우세하다. 그리스 제분업계는 지금 경기회복과 함께 집중화의 바람이 일고 있는 것이다. [21]