

인터뷰

**“제 2창업 정신으로  
새롭게 도약하겠습니다”**

**윤영달 크라운베이커리 사장**

크라운베이커리가 새 뜻을 올렸다. 지난해 12월 크라운제과의 운영달 사장이 크라운베이커리의 대표직을 겸하게 됨으로써 새 선장(船長)을 맞이한 셈이다. 이는 갈수록 치열해지는 시장 상황에 보다 능동적으로 대처하고 공격적 경영을 통해 선두 업체로서의 위치를 계속 유지하겠다는 의지로 해석할 수 있다.

이에 따라 변화의 움직임이 나타나고 있다. 먼저 크라운베이커리는 운영 체계를 영업, 영업 관리, 파주 공장, 기술연구소, 관리, 영남사업의 6개 부문을 큰 골격으로 18부 52과로 조직 개편했으며 대폭적인 인사 이동을 단행했다. 또 직원을 대상으로 회사 발전을 위한 제안이 대표이사에게 직접 전달되는 창구를 마련하는 등 달라진 모습을 보이고 있다.

“이는 고객에게 좀더 가까이 다가가겠다는 의지의 표현입니다. 아울러 올해 중점 경영 목표중 하나를 비전 설정의 해로 삼은 것은 직원 모두 능동적으로 목표와 비전을 세우고 이를 실천함으로써 궁극적으로 회사가 재도약하는 데 기여하자는 의미를 담고 있습니다. 이에 매출 목표도 1,400억원으로 설정하는 등의 육적인 사업 전개에 나설 계획입니다.”

크라운베이커리는 이런 목표 달성을 위해 영남권 70개, 호남권 30개, 수도권 50개 등의 점포 개설을 계획하고 있다. 특히 이중에는 업체 이미지 제고에 효과가 큰 직영점도 강원지역을 중심으로 수도권에 8~9개, 대도시를 중심으로 10~15개 가량을 개설할 예정이어서 관심을 끈다.

이밖에 운영달 사장은 최근 프랜차이즈 업체의 제품 경향 면에서 큰 흐름인 생크림케이크와 냉동 생지의 확산에도 주력할 계획이라고 밝힌다. 구체적으로는 지난해 5월 출시해 시장 정착에 성공한 천연 생크림 케이크의 확산을 위해 케이크 생산 자동화를 통한 생산량 확대로 전체 케이크 제품에서 차지하는 비중을 70%선 까지 끌어 올릴 예정이다.

또 현재 의욕적으로 추진하고 있는 즉석 제품 강화를 위해 현재 전체 제품에서 차지하는 비중이 10%대인 냉동 생지를 20%선까지 늘린다는 계획이다. 이에 따라 기존 공장 외에 별도 시설에 생산 라인을 추가하며 품목수의 확대도 추진한다는 설명이다.

“앞으로 점포당 이윤 확대 정책에 중점을 둘 예정입니다. 이를 위해 분점 주의 입장에서 냉동 생지, 아이스크림, 케이크처럼 마진이 많은 제품의 강화와 함께 초기 점포 개설시 투자 비용을 가능한한 줄이는 등 몇가지 대안을 마련해 검토중입니다. 이와 별도로 발렌타인·화이트데이·가정의 달·크리스마스 등 매출 상승 기회 시기에 대한 연간 홍보 시리즈도 계획하고 있습니다.”

각 업체간의 출점 경쟁에 따른 단위 점포당 매출 저하, 부실 점포 발생과 할인 제과점 등장, 대기업의 시장 참여 움직임 등 어려운 시장 환경을 이겨 내기 위해 운영달 사장이 밝히는 대안이다. 이와 함께 그동안의 대대적인 점포 확산에 따라 대두되고 있는 성장 한계 의문성에 대해서도 시장을 세분화해 보면 앞으로도 개척의 여지는 많다는 자신감을 보인다.

운영달 사장은 그동안 크라운제과 경영에 전념해 왔지만 베이커리 분야가 전혀 낯선 것만은 아니다. 크라운베이커리 광화문 본점인 1960년대의 크라운제과에도 근무한 적이 있어 30여년만의 인연인 셈이다. 이에 따라 크라운제과를 이끌며 뛰어난 경영 능력을 보여준 운영달 대표가 이번 취임을 계기로 앞으로 어떤 항해술(航海術)로 ‘크라운베이커리號’를 이끌지 업계의 관심을 집중시키고 있다.

한편 연세대 물리학과를 졸업하고 (주)한국 자동차, (주)남덕, (주)우전 등 산업 기계와 자동차 부품 회사를 운영하기도 한 운영달 사장은 1995년 크라운제과 대표에 취임했으며 에너지에 대한 관심이 높아 ‘풍력 발전’을 비롯한 다수의 논문을 내기도 했다. 

