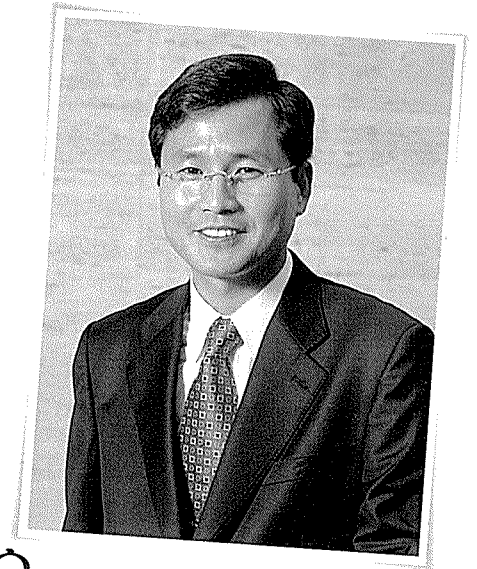


“ 위기는 또 다른 기회라고 합니다. 각 점포마다 고유의 기술을 개발하여 타점포에 대해 비교우위를 확보해 베이커리 산업의 발전을 도모해야 합니다. 고객의 눈높이에 맞추는 노력을 기울인다면 분명 승산은 있으리라 생각합니다. ”



## “제과업계의 어려운 현실을 이겨내기 위해 모두 노력해야 합니다.”

작열하는 태양이 이글거리며 30도를 웃도는 본격적인 불볕더위가 기승을 부리는 여름입니다.

제과업계는 해마다 찾아오는 계절적 비수기와 맞물리면서 당분간 부진한 상황이 전개될 것으로 예상됩니다. 또한 현재 우리 제과·제빵 산업은 선진국에 비해 지나치게 많은 자영업자 인구, 대기업의 제과시장 진출, 영업파괴를 불러일으키는 대형할인마트 매장 증가, 유가급등에 따른 원재료 가격 인상 등 어려운 실정에 놓여 있습니다. 상황이 힘들다고, 비수기라고 좌절하기 보다는 어려운 시기일수록 위기를 기회 삼아 오직 변화만이 살 길이라는 생각으로 성공한 업소를 벤치마킹해서 고객의 욕구를 충족시킬 제품개발과 마케팅을 위해 노력해야 고객의 발걸음이 이어질 수 있을 것입니다.

저는 어려운 때 부회장이란 중책을 맡고 막중한 사명감을 느낍니다. 앞으로 협회는 어려운 제과업계의 실정을 마음속 깊이 공감하여 앞으로 제과업계가 나아가야 할 방향에 대해 적극적으로 대처할 것입니다.

먼저 원부자재 가격 인상에 따른 빵 가격의 현실화를 위해 목소리를 높여겠습니다. 통계청이 발표한 품목별 생활물가지수에 의하면 2000년도에 100원이었던 식빵은 2005년 6월 현재 103.7원입니다. 이 통계는 떡 119.6원, 냉동만두 127.6원, 스낵과자 139.1원에 비해 현저하게 낮은 편입니다.

또한 자장면과 비교해 봐도 빵값의 현실화가 대두되는 현 시점에서 프랜차이즈 업체가 이동통신업체와의 제휴카드를 통해 적게는 20%, 많게는 40% 할인 판매하는 바람에 제품 가격을 못올

리는 것이 우리의 현실입니다.

앞으로 급변하는 제과시장에서 고객의 요구에 부응하는 신제품을 개발하는데 지식 공유의 장(場)이자 인적 및 제품 종합 네트워크인 세미나 활성화에 더욱 노력하고 열심히 홍보하는데 중점을 두겠습니다. 회원 여러분의 많은 참여와 적극적인 지지를 부탁드립니다.

위기는 또 다른 기회라고 합니다. 각 점포마다 고유의 기술을 개발하여 타점포에 대해 비교우위를 확보해 베이커리 산업의 발전을 도모해야 합니다. 제품력 향상은 물론 다양한 포장기술을 습득하여 고객을 사로잡고 제품 진열 등을 마케팅화하여 고객의 눈높이에 맞추는 등 모든 노력을 기울인다면 분명 승산은 있으리라 생각합니다.

그동안 제과인 여러분이 모두 알고 있는 것처럼 프랑스 월드페이스트리컵, 미국 월드페이스트리컵 챔피언십 등 국제대회에서 우수한 성적으로 국위 선양을 하는 동시에 제과업계 위상을 높였습니다. 오는 10월에는 서울국제빵·과자경진대회가 개최됩니다. 학술세미나, 포장세미나, 산업전시회 등 최신 제과·제빵의 제품 동향도 살피고 한국의 제과기술을 세계에 알릴 서울 국제빵·과자경진대회에 참석하여 그 현장의 주인공이 되십시오.

본 협회를 위해 애써주신 모든 분들과 전국의 제과인 여러분, 월간 <베이커리> 독자 여러분께 진심으로 감사드립니다. 모든 분들이 하시는 일 날로 번창하시고 가정에 행복과 사랑이 가득하시길 기원합니다.

(사)대한제과협회 부회장 주재근