



이 같은 사례는 우리나라에서도 찾아볼 수 있다. 전북 군산의 이성당과 대전의 성심당이 바로 그 대표적인 예다. 두 빵집은 패스트푸드와 브랜드 빵집의 공세 속에서도 각각 1920년과 1956년으로부터 100여 년이라는 세월을 살아남고 지금까지도 굳건히 자리 매김하고 있다. 두 기업은 원료에 대한 고집스러움은 물론 고유의 식감 유지를 위해 번거로운 제조과정을 고수하는 공통점을 보이고 있다.

또한 핵심은 지키되 새로운 시장에 적응할 수 있도록 끊임없이 기술을 연마해 신상품을 제공하는 점도 유사하다. 이처럼 기업의 전통을 바탕으로 지속적인 상품기술개발 결과가 더해져 경쟁력을 강화하고 성장의 발판을 마련한 사실을 살펴볼 수 있다.

살펴본 사례들을 일반화해 무작정 한 우물 파기식의 기업전통과 문화를 고수해야 한다는 말을 하고자 함이 아니다. 세계적 불황기 속에서 중소기업이 생존을 위해 여러 방면의 사업 구상을 고려하는 세월에, 기업들 자신이 잘 알고 있고 발전시켜 나갈 수 있는 강점을 단지 신사업분야로의 확장에 대한 유혹에 밀려 간과하지 않고 돌아볼 수 있는 시간을 잠시나마 가질 수 있기를 바란다.

양봉환 중소기업기술정보진흥원장

© 경기일보 \$00, ~~~~333' 5! +\*##% 무단전재 및 재배포금지 :8제작권문의

