

폐점률 낮고 특화된 노하우 있는 브랜드 선택

프랜차이즈 창업 성공 7가지 포인트

프랜차이즈는 특별한 기술이 없어도, 창업이 가능하다는 장점으로 많은 예비창업자들이 선호하고 있다. 하지만 증가한 폭탄류 브랜드마다 가맹점 모집 경쟁이 치열해 지고 있어 허위나 과장 정보 제공 등으로 인한 피해가 우려돼 주의가 필요하다.

공정거래조정원이 최근 공개한 가맹점 변동현황 자료에 따르면 지난해 기준 프랜차이즈 가맹점 증가수는 345개, 신규 개점수는 1502개로 2015년에 비해 각각 7.48%, 20.85% 증가한 것으로 나타났다. 프랜차이즈뿐만 아니라 1인 창업, 소자본 창업, 청년창업 등을 고려하면 그 증가 폭은 더 클 것으로 보인다.

이와 관련 전문가들은 우선 폐점률이 어느정도 인가를 따질 것을 주문한다. 폐점률에는 여러환경이 작용하고 있다. 제대로 관리되지 않는 가맹본부만 선택해 상권보호를 받지 못하거나 경쟁력이 떨어져서 해당매장이 주변여건에 따라 폐업하는 경우, 매장의 임대료 상승과 원가율상승에 따른 문제 등 다양하다.

본사의 사업경력도 중요한 변수다. 국내에는 다양한 프랜차이즈 브랜드가 있지만 10년 이상 한 가지 아이템과 브랜드로 가맹사업을 하는 곳은 많지 않다. 따라서 해당 프랜차이즈의 히스토리와 함께 장기간 사업을 영위할 수 있는 이유에 대해서 알아봐야 한다. 10년 이상 브랜드를 지켜온 프랜차이즈는 가맹점주와의 상생과 꾸준한 제품 개발, 특화된 노하우, 숙련된 인력, 마케팅 능력이 뒷받침된다고 보기 때문에 일반적으로 안심하고 선택할 수 있다는 평가다.

반면 반짝 빛을 내는 기획 프랜차이즈가 아닌가 여부는 꼼꼼히 살펴야 한다. 유명 연예인 섭외와 TV광고를 통해 짧게 인기를 끌어 수백 개의 매장이 생긴 후 슬그머니 사라져가는 프랜차이즈들도 많은 만큼 브랜드 선택 때 탄탄한 시스템과 지속 가능한 아이템인지 선별해야 한다. 커피, 치킨, 피자, 분식 등 외식 창업 프랜차이즈에 예비창업주가 몰리는 이유도 여기에 있다. 먹거리는 지속 가능한 소비성 아이템이기 때문이다.

특화된 노하우는 프랜차이즈 브랜드의 가장 큰 차별화 전략인 만큼 특화된 노하우가 있는 프랜차이즈인지 살펴야 한다. 소비자와 예비창업자 모두에게 이목을 끌 수 있는 부분으로 특히 외식 프랜차이즈의 경우 맛과 서비스를 결정하게 하고 치열한 경쟁에서 살아 남게 하는 역할을 한다.

또 물류센터나 배송시스템, 생산 시설을 갖추고 독점적으로 사용하는 등 체계적으로 운영되는 프로세스 역시 눈여겨 봐야 할 대목이다.

프랜차이즈가 다소 손쉽게 접근이 가능하지만 그만큼의 대가는 수익성에서 살펴 볼 수 있다. 초기 터무니 없는 높은 수익성을 이야기하거나 로열티와 광고비, 콜센터비 등을 산정하지 않거나 물류비, 재료비 비중이 50% 이상이 되는 업체

본사 사업 경력 얼마 됐는지 살피고
물류·재료비 비중 50% 업체 피해야
수익구조·교육·지원제도 고려 대상

는 피하는 것이 좋다. 수익구조는 꼼꼼히 체크해야 하며 인테리어 리모델링 기간이 짧다면가 양수양도가 원활하지 않는 부분도 살펴봐야한다.

오픈 후 교육과 지원 제도로 고려 대상이다. 대부분의 프랜차이즈가 가맹 오픈 후 교육과 지원을 잘하는 편이지만 매출 증대는 가맹점주와 본사 모두 원원하는 것이기 때문에 예비창업자들은 적절히 본사의 교육과 지원 제도를 이용할 필요가 있다.

프랜차이즈 창업박람회 주관 진행하는 흥병열 제일 좋은전망 대표는 “여러 브랜드를 직접 방문에 비교해본 후 자신에 맞는 브랜드를 찾아야 한다. 가맹본부 관계자들은 전문가들이기 때문에 궁금한 것들에 대해 꼼꼼하게 물어보는 노력이 필요하다”라며 “프랜차이즈 창업박람회 또는 브랜드별 사업설명회를 찾아다니며, 브랜드를 선택하는 것도 중요하다”고 조언했다. /김대성기자bigkim@kwangju.co.kr



프랜차이즈뿐만 아니라 1인 창업, 소자본 창업, 청년창업 등 창업이 늘고 있지만 폐점률과 본사 사업경력 등 창업 때 체크해야 할 포인트를 고려하지 않으면 실패할 확률이 높다. 지난해 열린 한 프랜차이즈 창업박람회 모습. <광주일보 자료사진>

“바이오 분야 우수 아이디어 가진 청년들 도전하세요”

잡코리아 ‘BIO 창업 경진대회’ 개최

취업포털 잡코리아(대표 윤병준)가 한국보건산업진흥원이 주최하는 ‘제4회 BIO 창업 아이디어 경진대회’를 개최한다고 21일 밝혔다.

잡코리아는 지난해에 이어 올해 역시 행사 운영을 전남대학교 학생 및 예비창업자들을 적극 지원한다.

올해로 4회째를 맞은 ‘BIO 창업 아이디어 경진대회’는 바이오 분야 우수 아이디어 발굴 및 청년 창업 촉진을 위해 기



획됐다. 대학생, 예비창업자, 창업 2년 이내 창업자라면 누구나 지원 가능하며 지원분야는 제약, 화장품·뷰티, 식품 등 보건산업 전 분야다.

참가신청은 오는 29일까지 경진대회 홈페이지에서 가능하며 팀 지원 땀 5명 이내로 팀원을 구성해야 한다.

경진대회 결선심사와 시상식은 4월 12일 코엑스 D홀에서 진행된다.

결선심사에는 전문가들의 서류·예선심사 과정을 거친 7팀이 올라 창업 아이디어를 발표하며 결선심사에 오른 최종 7팀에는 총상금 1000만원 지원 혜택을 준다.

한편 잡코리아는 한국보건산업진흥원과 창업자 및 예비창업자들을 지원하는 ‘K-Healthcare Start-up 제3기 멤버십’ 행사를 준비 중이다.

이 행사는 시제품개발비용 지원, 임상·경영 컨설팅 등 다양한 지원 혜택을 받을 수 있는 창업 지원 프로그램이다.

/김대성기자bigkim@kwangju.co.kr

조계현 소장의

창업 이야기



업종전환의 적절한 시점

예비창업자가 창업을 한 이후에 막상 창업을 하고 나니 의외로 매출이 기대치만큼 오르지 않아 고민에 빠지는 상황에 처하기도 하고 기존 자영업자도 장사가 잘되다가 특정 시점부터 매출이 폭 떨어져서 회복될 기미를 보이지 않아 막막해진 상황에 처하는 경우도 많다. 이런 상황을 맞닥뜨리면 대개는 폐업을 할 것인지 업종전환을 할 것인지에 대한 고민에 빠지게 되고 업종전환을 한다

면 어느 시점에 하는 것이 좋은지를 깊이 고민하게 된다. 업종전환과 폐업을 고민하는 시점에서 점포가 위치한 상권의 규모나 유동인구의 수를 감안하면 결코 나쁘지 않은 상권인데 이상하게 매출이 반악하게 나온다면 대부분의 경우 업종전환이 올바른 선택이지만 반대로 상권이 좋지 않은데다 유동인구까지 적은 상황이라면 폐업이 더 현명한 판단임에는 틀림이 없다. 물론 좋지 않은 상권과 입지에서라도 대박집을 만들어 내는 대단한 자영업자들도 드물게 눈에 띄지만 확률상 모든 자영업자가 그런 결과를 만들어 내기란 쉽지 않다.

신규 창업자 시각에서 보면 과연 어느 정도 점포를 운영해보고 업종전환 시점을 선택하는 것이 바람직할지에 대한 전문가의 의견도 갈린다.

6개월, 1년 또는 2년 등 다양한 업종전환 시점에 대한 견해가 자신들의 직간접적인 경험치를 기준으로 제시되지만 필자의 생각으로는 신규 창업자의 경우 상권이 나쁜 경우에는 6개월, 좋은 경우에는 1년의 매출추이와 고객반응을 분석하여 결정하는 것이 비교적 오랜을 최소화하는 적절한 기간이지 않을까 조심스럽게 추측해본다.

고객은 느린 속도일지라도 계속해서 누적되기에 아이템의 경쟁력이 정확히 있고 서비스품질만 정확히 유지한다면 어느 시점에서 안정적인 매출이 나올 가능성이 높기 때문이다.

또한 기존 자영업자가 매출 하락으로 인한 업종전환을 고민할 때에는 하락시점을 기준으로 상권이 나쁜 경우에는 5개월, 좋은 경우에는 8개월 정도의 매출추이와 고객반응을 분석해 숙고한 후에 결정하는 것이 좋지 않을까 싶다. 신규 창업자보다 기존 자영업자의 숙고기간이 더 짧아도 되는 이유는 신규 창업자는 상권의 특성과 고객의 성향을 파악하는데 시간이 더 필요하지만 기존 자영업자의 경우에는 이미 해당 상권의 특성과 고객의 성향에 대한 판단이 서있는 상황이라 더 정확한 판단이 가능하기 때문이다.

물론 위에 제시된 매출추이와 고객반응 분석기간은 해당 기간에 매장의 부분 리모델링이나 메뉴의 교체 또는 추가, 마케팅 전략의 수정, 고객서비스 강화 등 매출강화를 위한 다양한 노력이 동시에 진행되어야 하는 시기이기도 하다. 제시된 기간 동안 그런 노력을 집중적으로 투입하였음에도 불구하고 매출이 증가하지 않거나 지속적인 하락을 이어간다면 긴 기다림은 더 큰 피해를 발생시킬 수 있기에 적정시점에서 결단을 내리는 용기도 필요하다.

또한 매출하락의 원인으로 예외적인 상황인 구제역이나 조류 인플루엔자(AI) 등 한시적 타격을 받을 이슈를 맞닥뜨렸을 때는 일시적 매출하락으로 끝날 가능성이 높기에 성급한 업종전환은 금물이다. 다만, 업종전환이나 폐업에 대한 결정은 신중해야 하며 그런 결단을 내리기 전에 본인의 다양한 노력이나 전문가들의 조언을 받아서 상황반전에 대한 충분한 시도는 해보고 결정을 하는 것이 바람직하다. <소상공인창업전략연구소장>

광주·전남 기능장1호

大山 프리모 남가발

시술전

시술후

시술전

시술후

국무총리상 표창 · 보건복지부장관 표창
광주광역시상 표창 · 광주남구 구청장 표창

특수가발 별매(원터치)
완전 탈부착형
테이프 X, 핀 X
원장 직접시술 1만여명 내공!

M.H.타사 신제품
130만원
브랜드 동급제품
59만원~

이용기능장 원장 직접시술

NAVER 주소(D) 대산프리모

매주 화요일, 휴무일요일 정상영업)
본점 : 광주광역시 남구 주월동 라인가는 상가2층
대표전화: 062673-5858, 672-4622
원장 이수재 010-3600-9955

국제마음훈련원

참마음 훈련

참마음 훈련은 우리의 본래 마음을 훈련을 통해 알고, 기르고, 잘 사용하는 능력을 길러주는 훈련이며, 아래와 같이 뜻을 함께 하시는 분들을 초대 합니다.

주 제 일심 알음알이 실행으로 감사보은 하자

일 시 2017년 3월 21일(화) ~ 24일(금)
※후반기 참마음훈련은 8월 15일 ~ 18일에 있습니다.

장 소 국제마음훈련원

접 수 국제마음훈련원 061-353-1043, 010-8669-0527

훈련비 20만원

준비물 세면도구, 모자, 편안한 복장, 운동화, 여벌옷 등

주 소 전남 영광군 백수읍 해안로 1840

국제마음훈련원 전경