

# Web 기반 프랜차이즈 관리 시스템 개발

소 속 : 한국외국어대학교  
산업정보시스템공학부  
대표저자 : 정 원 경  
공동저자 : 김 용 화  
              김 유 근  
              최 인 성  
              한 섭 구

1. 프랜차이즈 개념 및 국내 현황

2. 프로젝트 수행 목적 및 대상 프랜차이즈 선정

3. Web 기반 프랜차이즈 관리 시스템 개발

4. 기대 효과

5. 결론

참고문헌

# 1. 프랜차이즈 개념 및 국내 현황

## 프랜차이즈의 정의

상호, 특허상품, 노하우를 소유한 자가 계약을 통해 다른 사람에게 상표의 사용권과 제품의 판매권, 기술 등을 제공하고 그 대가로 가맹비, 보증금, 로열티 등을 받는 시스템

## 프랜차이즈의 유형

	유형	내용
형태	Direct Unit	일정기간, 일정지역 내에서 어떤 개인이나 집단에게 하나의 영업점포에 한해 모든 영업권을 부여
	Area	일정기간, 일정지역 내에서 어떤 개인이나 집단에게 여러 개의 영업점포에 대한 영업권을 부여
	Master	일정기간, 일정지역 내에서 어떤 개인이나 집단에게 프랜차이즈 회사의 권리를 부여하여 이 권리를 부여 받은 서브 프랜차이저가 다시 프랜차이즈 권리를 서브 프랜차이저에게 부여하는 형태
체인형태	직영점	단일 자본, 동일 경영자에 의해 설립된 체인점
	임의적 체인점	독립자본에 의한 다수의 소매점이 모여서 각자가 갖고 있는 기능의 일부를 체인 본사에 위탁하여 프랜차이즈 시스템을 갖추고 영업을 하는 방식
	프랜차이즈 체인점	체인 본사와 각 가맹점이 모든 독립 자본에 의한 사업자이지만 운영의 주체는 체인 본사에 있으며 가맹점은 체인경영의 의사 결정에 적극적으로 참여하지 않는 프랜차이즈 시스템

# 1. 프랜차이즈 개념 및 국내 현황 (Cont'd)

## 국내 프랜차이즈 현황

- 2005년도 기준 국내 프랜차이즈산업의 총 매출액은 61.3조원으로 우리나라 명목 GDP(545조원)의 약 7.6% 수준
- 프랜차이즈산업에 종사하는 종업원수는 약 57만 명으로 추산되며, 우리나라 전체 취업자수의 2.65%를 차지
- 05년 프랜차이즈 실태조사에 의하면, 국내 프랜차이즈 가맹본부 수는 05년 7월말 현재 2,211개로 추정되고 있음. 이는 02년도 9월말 현재 1,600개에 비해 38.2% 증가한 수치임

(한국 프랜차이즈 협회 2005 프랜차이즈실태조사)

## 국내 프랜차이즈의 문제점

- 프랜차이즈 본사가 기존 지점의 운영 유지보다는 새로운 지점의 확대에만 힘을 쏟음
- 신규 지점 open시 브랜드, 주문 메뉴, 실내 디자인 등의 외형적인 요소만 지원

## 2. 프로젝트 수행 목적 및 대상 프랜차이즈 선정

### 프로젝트 필요성

2005년 국내 프랜차이즈산업의 총 매출은 61.3조원으로 GDP의 7.6% 정도이다. (한국프랜차이즈협회) 그리고 현재 12만개의 가맹점을 2007년까지 20만개로 확대 추진할 예정이다.(머니투데이 03.01.15) 하지만 아직까지 국내 본사의 지점 관리시스템은 미비한 상황이다. 이에 각 지점의 Application과 본사의 Web을 사용하여 지점 매출현황을 받아 이를 토대로 한 프랜차이즈 관리 시스템구축과 물량의 통합 구매 배송으로 발생하게 될 스케줄링의 문제점 해소를 목적으로 한다.

### 대상 프랜차이즈 선정

- 업체명 : 한잔어때!
- 본사 위치 : 송파구 문정동 29-15 4층
- 영업 시간 : 12시간 (17:00 ~ 05:00)
- 지점 수 : 16개 지점



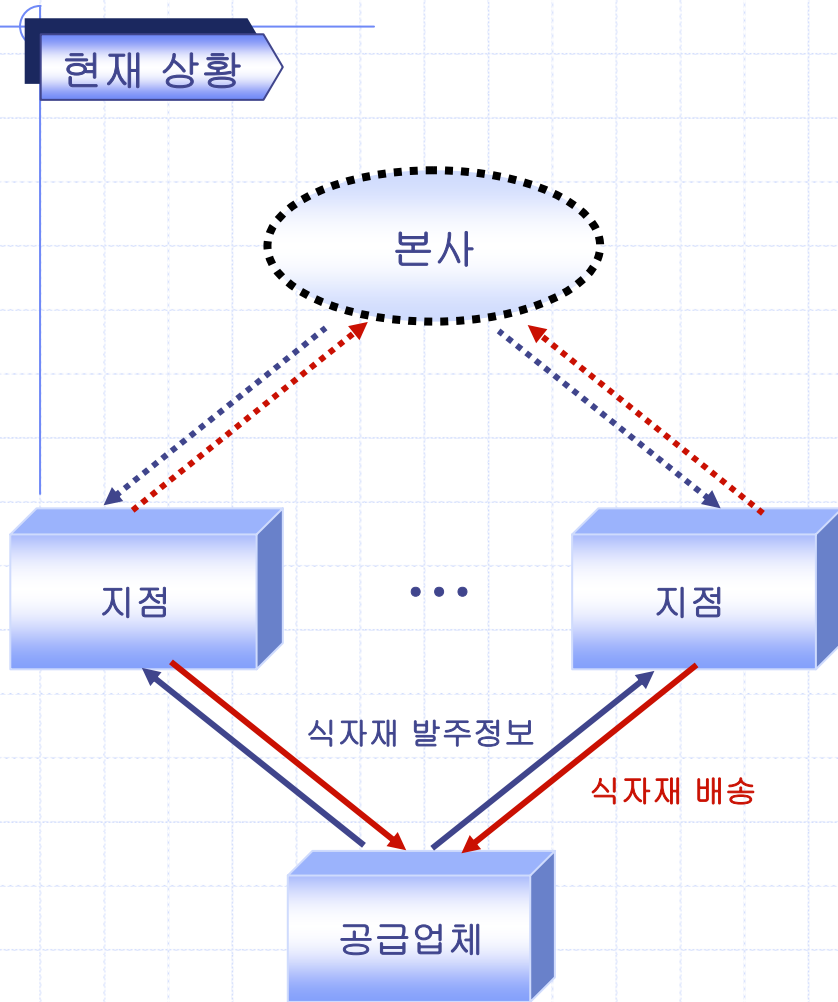
## 2. 프로젝트 수행 목적 및 대상 프랜차이즈 선정 (Cont'd)

### 대상 프랜차이즈 문제점

- 초단기적 관리에 초점 (장기적이고 체계적인 관리 부재)
- 신규지점 open시 본사 프랜차이즈의 경험에 의한 지원 (본사의 체계적 지원 미비)
- Web-site 부재로 인한 정보 교환 비효율성 존재 및 마케팅 부재
- 본사 통합 일괄 주문 방식 아닌 지점 별 개별 주문으로 인한 비용 요소 존재
- 매출 및 정산의 수기 작성에 의한 회계정보 관리 미흡

### 3. Web 기반 프랜차이즈 관리 시스템 개발

대한산업공학회/한국경영과학회 2006 춘계공동학술대회 논문집



#### 본사

- 본사에서 교육을 받은 관리자가 각 지점에 파견 되어 영업 관리 업무를 수행
- 초단기적 관리의 초점

#### 지점 관리

- 사장이 직접 각 매장에 방문하여 운영 지시 (공지 발생시 또한 점주의 직접방문 이나 전화로 전달)
- 매출 및 정산의 수기 작성에 의한 회계정보 관리 미흡

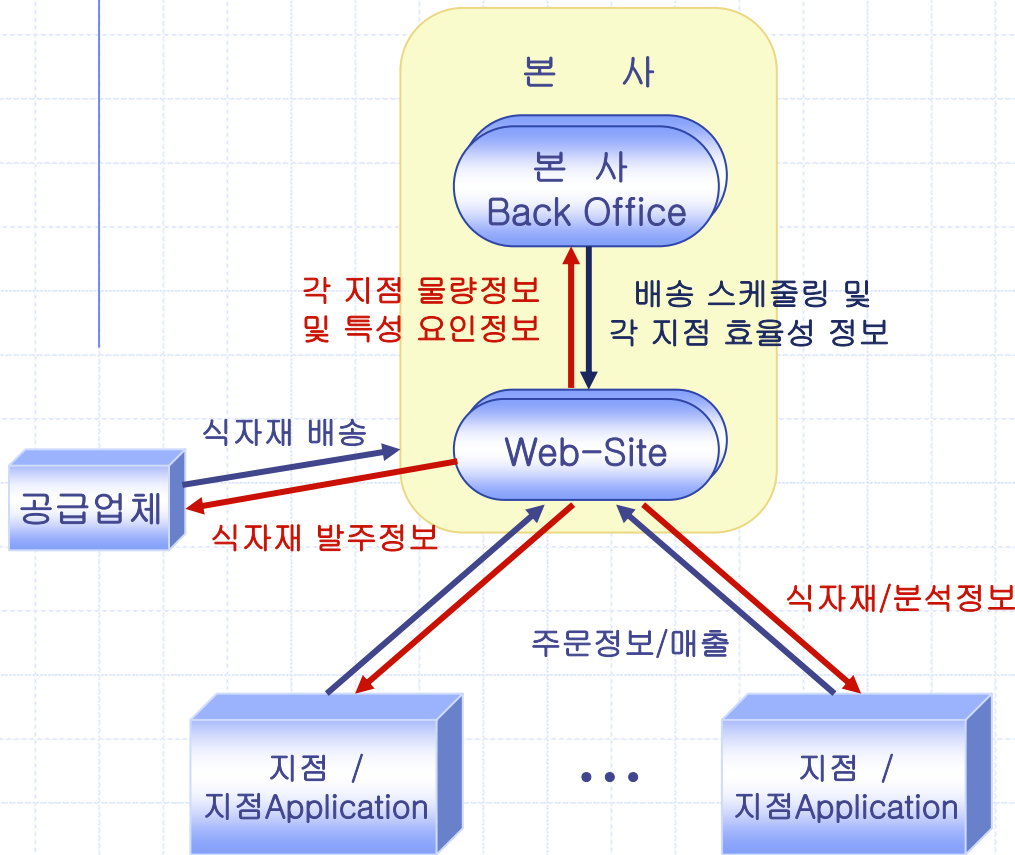
#### 배송 관리

- 개별 적으로 모든 지점이 팩스로 한 개의 공급업체로 주문
- 공급업체는 물량일체를 본사에 공급하는 것이 아니라 각 지점에 개별 배송



# 3. Web 기반 프랜차이즈 관리 시스템 개발 (Cont'd)

## Web 기반 시스템 적용 상황



### 본사 Back Office

- 본사에서 교육을 받은 관리자가 각 지점에 파견 되어 영업 관리 업무를 수행
- 식자재 통합 일괄 주문

### 지점 Application

- 테이블 별 주문 및 매출 정보를 지점 Application을 통해 본사 Web-site에 전달
- Web-site 및 본사 Application을 통해 분석된 정보를 Web-site를 사용하여 각 지점에 전달

### 배송 관리

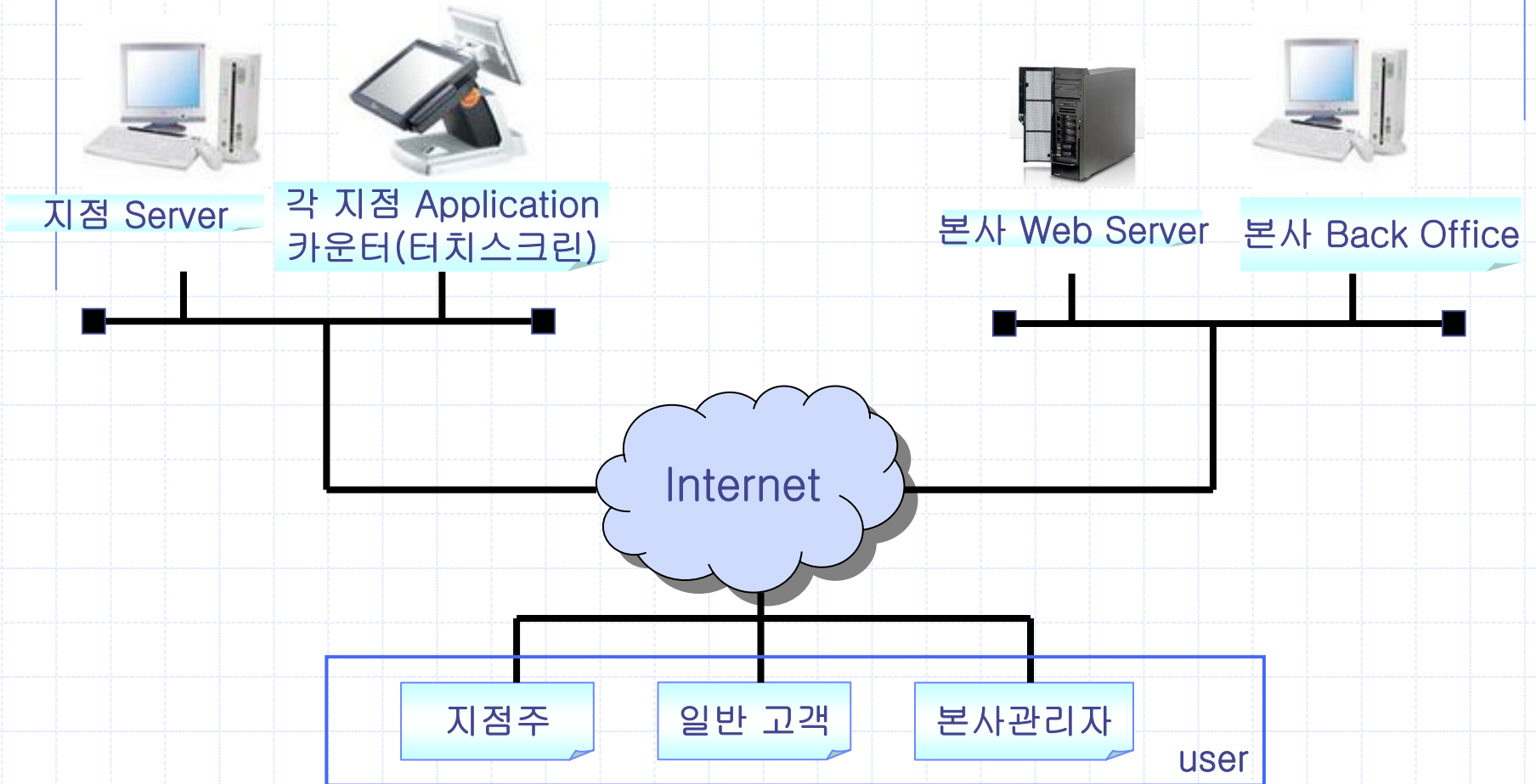
- 각 지점의 일일 식자재 주문 정보를 Web-site 를 통해 본사에 전달
- 본사 통합 후 공급업체에 전달 공급업체 공급 받은 물량을 본사 배송 스케줄링에 의해 각 지점에 전달



대한산업공학회/한국경영과학회 2006 춘계공동학술대회 논문집

# 3. Web 기반 프랜차이즈 관리 시스템 개발 (Cont'd)

## 시스템 구조도



### 3. Web 기반 프랜차이즈 관리 시스템 개발 (Cont'd)

대한산업공학회/한국경영과학회 2006 춘계공동학술대회 논문집

#### Web Site

	내 용
본 사	<p>지점으로부터 수집된 자료를 통한 각 지점의 평가 및 분석 등의 종합 관리</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 매출실적 평가 후 개선 방안 계획 및 하달 (도표, 그래프를 이용한 매출 보고서)</li> <li>- DEA 분석을 통한 각 지점의 효율성 및 조치 상황 하달</li> <li>- 상품별/기간별 판매량으로 안주의 패턴분석 후 Set 메뉴 및 신 메뉴 지점 하달</li> </ul> <p>신규 지점 open 을 위한 정보 제공                      각 지점별 식자재 주문을 취합 후 통합, 공급업체로 일괄 주문                      DM 홍보메일 발송 및 고객 의견 수렴</p>
지 점	<p>지점별 매장 홍보</p> <p>각 지점의 구인 정보 게시</p> <p>본사의 전달 상황 확인</p> <p>인터넷을 이용한 식자재 주문</p>

### 3. Web 기반 프랜차이즈 관리 시스템 개발 (Cont'd)

대한산업공학회/한국경영과학회 2006 춘계공동학술대회 논문집

#### 본사 Back Office

	내 용
DEA 분석 모듈	지점 특성 요인을 추출하여 효율성 비교가 어려운 지점간에 평가 기준을 제시 선형계획법에 근거한 효율성 측정방법으로 각 지점을 상호 비교 신규점 오픈 시 가장 최적의 효율성을 낼 수 있는 환경 제시
배송 모듈	정수계획법을 이용하여 모든 지점을 경유하여 출발지로 다시 돌아오는 최단 루트 도출 본사를 통해 취합된 주문 정보를 기반으로 한 배송 스케줄링

#### 지점 Application

	내 용
지 점 Application	주문 및 계산 내역 자동 집계 및 마감 보고서 출력 영업 시간 중 실시간 시제 점검 및 현금 관리, 중간 입출금 관리, 매출 관리

## 4. 기대 효과

대한산업공학회/한국경영과학회 2006 춘계공동학술대회 논문집

### 경제적 효과

자재 일괄 구매로 단가 절감에 의한 수익 증대 효과  
체계적인 관리로 신규지점의 확보에 따른 시장 확대 효과

### 운영 효과

본사의 노하우를 바탕으로 지점 운영 RISK 최소화  
지점간 운영 평가를 통한 지점 운영 개선  
매장별 수요 특성 분석은 향후 시장변화의 유연적 대응  
매출 및 정산 등 회계 정보 전산화

### 마케팅 효과

지점간 공동 마케팅, 본사 및 지점간 공동 홍보를 통한  
마케팅 시너지 효과 극대화

- 각 지점의 정보를 통해 본사에서 각 지점 분석 및 파악 가능
  - 소비 유형 분석
  - DEA 분석
  - 매출 정보 분석(지점·기간별 매출, 성장률)
- 분석된 자료를 통해 각 지점 상황에 맞는 적절한 조치 가능
- 배송 스케줄링을 이용 각 지점에 보다 최소의 시간·비용으로 식자재 배송
- Web 기반 프랜차이즈 관리 시스템을 통해 경제적 효과, 프랜차이즈 운영 효과 그리고 마케팅 효과 창출
- 다른 프랜차이즈 관리 시스템에 활용 가능

- 월간 창업 & 프랜차이즈 2002.3월호
- 한국프랜차이즈협회 2005 프랜차이즈실태조사
- 머니 투데이 03.01.15
- 홍봉영(2003) “DEA를 이용한 소매점의 효율성 측정
- Oracle Bible Ver.8.x (주)영진출판사 홍준호 외 3인 공저
- JSP 무작정 따라하기 길벗출판사 안지훈, 박정우 공저
- Business Logistics / Supply Chain Management 5<sup>th</sup>  
Pearson Prentice Hall, Ronald H. Ballou
- Introduction To Mathematical Programming 4<sup>th</sup>  
Thomson Brooks/Cole, Wayne L. Winston,  
Munirpallam venkataramanan