

# 독립 점포의 프랜차이즈화를 위한 비즈니스 모델과 소프트웨어 설계

윤지용, 이인환  
한양대학교 컴퓨터공학부  
e-mail:gojilyong@gmail.com

## Business Model and Software Design for Franchising Independent Retail Store

Ji-Yong Youn, Inhwan Lee  
Dept of Computer Science & Engineering, Hanyang University

### 요 약

본 논문에서는 개별 독립 점포의 가맹점화를 위한 소프트웨어를 설계한다. 다양한 서비스 산업 분야에서 커피 전문점을 예로 들어, 독립 점포가 기업 형 프랜차이즈 업체에 대항할 경쟁력을 지닐 수 있도록 하는 비즈니스 모델을 제안하고, 이런 모델이 필요로 하는 프로그램의 요구사항을 도출하고 이를 구현할 데이터베이스의 논리적 설계를 제안한다.

### 1. 서론

커피산업을 포함하는 비알콜 음료점 사업체는 5만여 점으로 그중 대형 프랜차이즈 업체에 속한 사업체의 수는 3천여 개 점포에 불과하다. 그럼에도 불구하고 고객을 대상으로 선호하는 커피 전문점을 조사한 결과를 보면, '일반 커피 전문점을 선호'하는 경향이 25.7% 인데 반해, '프랜차이즈 커피 전문점을 선호'하는 경향이 38.3%로 더 높은 비율을 차지한다.[1] 적은 점포 수에도 불구하고 고객의 성향이 이런 결과를 나타내는 것은, 프랜차이즈 업체가 갖는 위치적 장점과 기업의 마케팅 전략, 브랜드 파워 등 여러 가지 원인이 있다.

독립 점포가 기업 가맹점에 비해 경쟁력이 낮은 가장 큰 이유는 독립점포의 고립성 있다. 다양한 고객층의 구매 성향을 파악하기 어렵고, 비교적 유동인구가 적은 골목상권에 위치하기 때문에 소수의 충성고객이 매출의 주류를 이룬다. 따라서 이러한 소규모의 독립 점포를 하나의 네트워크로 묶어서 프랜차이즈화 함으로써 소수의 충성고객을 전 점포의 충성고객으로 변화시킬 수 있는 필요가 있다. 이를 통해 각 독립점포의 상대적으로 낮은 가치를 통합하여 전체 네트워크가 거대한 가치를 창출하면서, 각 점포의 가치 또한 상승시키는 비즈니스 모델이 필요하다.

본 논문에서는 독립 점포가 기업 가맹점에 견줄만한 경쟁력을 갖추기 위한 시스템을 활용하는 비즈니스 모델을 고안하고, 이러한 비즈니스 모델에 필요한 프로그램에 필수적인 시스템 요구사항을 프로그램에 사용될 메뉴 단위로 분류해 열거하고, 이를 구성할 적합한 데이터베이스의 논리적 설계를 제안한다.

### 2. 비즈니스 모델

독립점포는 개인사업자가 소규모 자본으로 형성하기 때문에, 입점 위치의 특성상 유동인구가 적고, 주요 고객 구성이 대부분 인근 구역의 고객이 주류를 이룬다. 이런 고립성은 가장 큰 단점이자 장점이다. 독립 점포는 상대하는 고객의 수가 적은 만큼, 매장의 특징이나 취급하는 제품의 구성이 획일적으로 변화하며 그 특유의 색깔이 점점 짙어지는 성향이 있다. 실제로 독립 점포를 선호하는 고객은 그 점포만의 색깔에 매료되어 그 점포를 다시 찾게 된다. 이로 인해 고객과 업주의 유대관계가 비교적 강하고, 고객의 유형 또한 충성 고객일 확률이 높다.

이러한 장단을 가장 적절하게 살리면서도 매출의 성장을 이루기 위한 가장 좋은 방법은 각 독립 점포의 운영에는 최대한 영향을 끼치지 않으면서, 트렌드에 뒤처지지 않을 수 있게 충분한 정보를 제공하는 것이다. 또한 각 업주가 고객의 취향 분석에 집중하고, 고객별로 응대하기 위해 고객 정보를 쉽게 파악할 수 있도록 자신의 매장 데이터를 쉽게 정리 할 수 있는 시스템을 갖추는 것이다. 또한, 시스템을 이용하는 고객이 다른 지역에서 제품을 구매 할 경우, 연관이 없는 다른 점포가 아닌 기존 점포와 가장 유사한 점포에서 구매하도록 유도하기 위한 시스템이 필요하다.

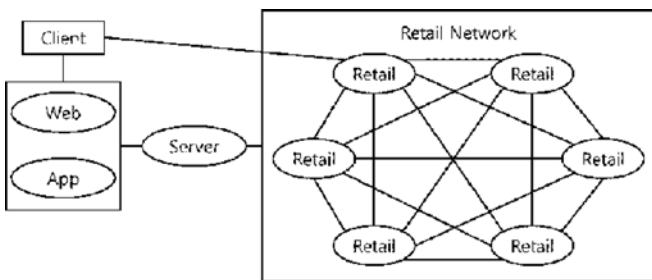
비즈니스의 주체는 독립 점포를 하나의 네트워크로 묶는 망을 구축해야한다. 구축되어진 네트워크에서 종합되는 데이터를 정리하고 분석하여, 각 독립점포의 개선점을 권유하거나, 새로운 메뉴개발에 도움을 준다. 또한 고객이 필요로 하는 정보들과 주기적인 이슈를 고객에게 제공한다. 단, 각 독립 점포의 운영, 영업에는 직접적인 관여를

하지 않는다.

개별 점포는 이 네트워크에 가입하기 위해 일정 금액의 가맹비를 지불하고, 통합 네트워크에서 사용하게 되는 포인트 제도를 동일하게 사용한다. 성별, 지역, 시간, 연령별 고객 집단 또는 고객 개인의 판매 선호도 등의 정보를 종합하여 네트워크에 공유하고 각 점포에서 누적된 고객의 구매정보를 통해 판매 전략을 수립할 수 있고, 매장별로 영업에 필요한 정보를 공급 받을 수 있다.

고객은 서버를 통해 제공 되어지는 정보를 수집하여 자신이 원하는 메뉴를 판매하는, 또는 자신의 취향에 가장 적합한 매장을 웹이나 스마트 폰을 이용하여 간단히 찾을 수 있다.

### 3. 시스템 요구사항



(그림 1) 시스템 개요

전체적인 시스템 개요는 (그림 1)과 같다. 그림에서 Retail은 각 독립 점포를 의미하고 Client는 이 시스템을 사용하는 개별 고객을 의미한다. 고객은 독립 점포에 정보를 제공하고, 독립 점포는 고객의 개인정보와 더불어 고객의 데이터를 종합하여 Retail Network에 공유한다. Server는 Retail Network에서 종합한 정보를 Web과 App을 통해 Client와 독립 점포에게 인터페이스를 통해 제공한다.

프로그램의 설계는 일반적인 POS(Point-of-Sale) 시스템의 구성을 기본으로 하고 있다. POS 시스템은 판매 시점에 다양한 자료를 수집, 처리하여 저장하고 이를 영업에 필요한 다양한 기능에 활용한다. 커피전문점의 POS 장비는 업종의 특징상 주문 단말기 외에 별도의 단말을 필요로 하지 않는다. POS 장비는 개인용 컴퓨터를 기반으로 사용자 디스플레이와 고객용 디스플레이, 키보드, 바코드 스캐너, 카드 리더 등을 포함하여야 한다.[2] 두 개의 디스플레이는 모두 터치스크린 기능을 포함하는 것이 유리하다. 프로그램의 주요 기능으로는 매출관리, 고객관리, 품목관리, 매출조회, 정산, 마감, 직원관리, 환경설정이 필요하다. 기본적인 POS 장비의 기능은 현존하는 다른 일반 매장에서 사용하는 장비와 큰 차이가 없기 때문에, 기존의 기능에 대한 설명은 생략하고, 이 시스템의 특징적인 기능들만 서술한다.

기본기능 : 프로그램의 사용자는 5등급으로 나뉜다. 각 등급은 열람할 수 있는 데이터가 제한되며, 권한이 주어진 정보를 데이터베이스 시스템에서 제공하는 기능을 이용하

등급	구분	서버 측 정보	개인 정보	점포 전체 정보	모든 점포 정보
1	고객	△	○	X	X
2	직원	○	△	X	X
3	매니저	○	○	○	X
4	점주	○	○	○	○
5	관리자	○	○	○	○

<표 1>

여 정렬, 조합, 구분, 투영 할 수 있다. 각 등급이 갖는 권한은 <표 1>과 같다. 1등급은 점포를 방문하는 고객을 의미한다. 이 등급은 자신의 개인 정보와 구매 정보 등 고유의 데이터와 서버에서 제공하는 가공된 데이터에 서버의 인터페이스인 App과 Web을 통해 접근이 가능하다. 또한 개인적인 허가가 있을시 특정인에게 접근 권한을 부여할 수 있다. 2등급은 독립 점포의 각 일반 직원을 의미한다. 고객의 방문 시점에만 해당 고객의 개인 정보에 접근이 가능하다. 3등급은 매니저로 각 점포에 0명 또는 1명 이상 존재하며, 해당 점포의 정보까지 접근이 가능하다. 4등급은 독립 점포의 점주로 점포당 1명 존재하며, 5등급인 관리자와 동일한 권한이 부여된다. 5등급은 관리자로서 표에서 표시하지 않은 시스템 내부의 접근 권한을 포함한다.

고객 관리 : 고객 관리 메뉴는 이 프로그램에서 가장 핵심적인 요소이다. 기존의 독립점포는 점포별로 고객의 정보를 저장하여 별도로 관리하는 반면, 제안되는 시스템의 고객은 구성된 독립점포 네트워크가 모든 고객을 공유한다. 이는 고객의 취향과 소비 성향을 분석하여, 네트워크에 포함된 다른 어떤 점포를 방문하더라도 고객의 선호도에 따라 동일한 또는 가장 비슷한 제품을 제안 받고, 구매할 수 있도록 유도하기 위함이다. 또한 프랜차이즈 점포에서 동일한 브랜드의 매장 내에서 구매금액의 일부를 적립하여 현금과 동일하게 사용할 수 있는 포인트 제도를 동일하게 적용하여, 독립점포에서 적립한 포인트를 네트워크내의 다른 점포에서도 사용할 수 있도록 한다. 이 부분에서 독립점포의 적립과 사용의 집중화가 문제가 될 수 있는데, 이는 매출관리 부분에서 설명하도록 한다.

매출 관리 : 매출 관리 메뉴는 독립 점포의 일, 주, 월, 년별 매출을 통계하고, 출력한다. 또한 점포별로 공개여부를 선택 가능하게 하여, 네트워크상의 다른 점포와 매출정보를 공유할 수 있도록 한다. 앞서 고객관리에서 문제가 되었던 포인트의 집중화 문제를 해결하기 위해, 각 독립점포는 해당 점포에서 발생한 포인트의 총합과 포인트로 지출된 총 금액을 산술하여 이 시스템을 운영하는 주체가 기간별로 정산한다.

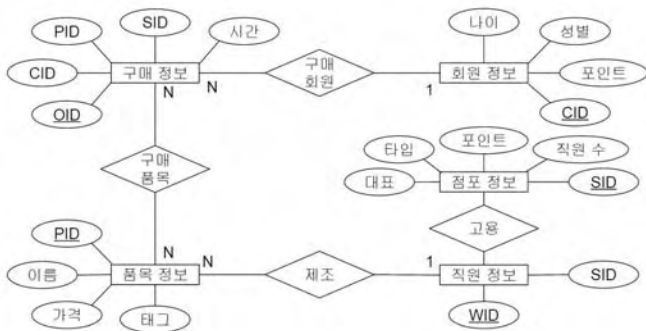
품목 관리 : 각 독립 점포에서 판매하는 모든 물품은 기본적인 물품의 정보 외에 물품의 특징을 파악할 수 있는 추가적인 정보를 반드시 포함하고 있어야한다. 예를 들어 커피를 기준으로 설명하자면, 커피의 이름, 가격, 칼로리 등의 기본적인 정보들 외에 원두의 종류, 로스팅 방법, 맛의 특징 등을 간략하게 태그 형태로 저장한다. 고객의 구매 정보가 쌓이면 쌓일수록 중복되는 태그가 늘어나고, 이 태그 값과 가장 비슷한 제품을 쉽게 찾아 낼 수 있다.

이를 통해 고객이 처음 방문한 점포에서도 그 지점에서 고객의 취향과 유사한 제품을 제안 할 수 있게 된다.

직원 관리 : 해당 시스템 환경을 접해본 직원은 다른 점포에서 일을 하게 되더라도 처음 시스템을 접해본 사람보다 능숙하게 업무를 처리 할 수 있다. 이를 위해 개개인의 동의하에 모든 점포의 직원들을 네트워크상에 공유 할 수 있는 기능이 필요하다. 열람할 수 있는 권한은 4등급 이상만 가능하다.

#### 4. DB설계

일반적으로 점포에서 제품을 고객에게 판매하는 소프트웨어는 품목, 회원, 구매정보 외에 정산, 마감, 직원관리, 환경설정 등 수 없이 많은 메뉴가 필요하다. 또한 이에 대응하는 데이터베이스 테이블도 필요하다. 하지만 본 논문에서는 일반적인 POS기가 갖추어야 할 DB의 설계를 벗어난 특징적인 부분만을 추려서 논리적 설계 단계까지 설명한다.



(그림 2) Entity Relationship Diagram

(그림 2)는 이런 DB의 논리적 설계를 ERD로 표현한다. 회원정보는 고객 번호인 CID를 키 값으로 기초적인 개인 정보 외에 성별과 나이를 필수로 포함하고 있어야 한다. 이는 각 독립점포 및 시스템 운영의 주체가 전체 고객의 성별과 연령별로 선호하는 메뉴를 통계하여 마케팅에 이용하기 위함이다.

각 품목은 품목 번호인 PID를 키 값으로 품목의 이름과 가격 외에 앞서 설명하였던 태그 항목을 반드시 포함하여야 한다. 한 개 이상의 태그 값들은 고객의 누적적인 구매를 통해 각 고객의 취향분석과 동시에 특정 집합의 고객의 취향 역시 알아 낼 수 있는 근거가 된다.

구매 정보는 서버 측에 반드시 저장되어 축적되어야 할 가장 중요한 정보이다. 어떤 품목이 어디에서 누구에게 언제 구매되었는지 거래 번호인 OID를 통해 구분된다. 서버의 크기를 가장 적게 유지하려 한다면, 반드시 이 테이블만은 보존 되어야 한다.

점포 정보는 점포 고유의 번호인 SID를 키 값으로 하고, 점포의 위치, 누적 포인트, 대표자, 종업원 수, 매장규모, 매장 타입 등의 정보를 포함한다. 매장 타입은 고객이

서버를 통해 원하는 매장을 찾을 때 쓰인다.

#### 5. 결론 및 향후과제

지금까지 독립 점포의 프랜차이즈를 통한 새로운 가치를 창출하는 비즈니스 모델을 제안하고, 이를 수행할 프로그램의 요구사항을 도출한 후, 이를 구현할 데이터베이스를 설계하였다.

앞서 설명했던 바와 같이, 이 비즈니스 모델은 독립 점포를 하나의 네트워크로 엮어 기존의 브랜드 커피판매점에 준하는 경쟁력을 갖도록 하는 것을 목표로 하고 있다. 기존 프랜차이즈 업체와의 차별성은 영업, 판매, 운영전략에 직접적인 관여를 하지 않기 때문에, 자칫 일관화 되기 쉬운 브랜드 이미지와는 다르게 각 독립점포만의 특징을 유지하면서도 많은 점포들과 조화를 이룰 수 있다는 점이다. 또한, 고객의 데이터를 공유함으로써 오랜 기간 이 시스템을 유지 운영 함으로써 쌓인 노하우를 이용하여 부가적인 사업과 수익모델을 발굴 해 낼 수 있다.

본 논문은 커피전문점을 예로 들어 시스템을 구현 하였지만, 브랜드 프랜차이즈 사업자와 독립점포가 경쟁하는 구조를 띄는 다른 영역에 똑같은 방식으로 이를 적용할 경우에도 충분히 가치를 창출할 수 있다는 장점이 있다. 또한 모든 점포가 개별 점포의 성향을 띄는 업종에서도 충분히 그 가치가 부각될 수 있는 비즈니스 모델이다.

실질적으로 이 비즈니스 모델을 사업화시킬 경우 가장 큰 이슈는 수익구조를 찾는 부분이다. 기존 프랜차이즈업체는 가맹점을 대상으로 창업자에게 점포의 위치 선정부터 인테리어, 재료 납품, 직원 교육, 메뉴 개발까지 다양한 분야에 도움을 주는 대신 가맹비를 받는 형태로 수익을 창출한다. 독립점포를 창업하는 업주는 이를 피하기 위해 가맹을 회피하고 독립점포를 선택한다. 실질적으로 네트워크를 유지하는 비용은 큰 비용 부담이 발생하지 않지만, 시스템을 구축하기 위한 프로그램의 개발비용과 서버를 운영하고 전체 고객을 대상으로 하는 서버 측 인터페이스를 제공하는 부분에서는 일정부분 유지비가 꾸준히 발생하는 것이 문제이다. 이를 최소화하기 위해 모든 데이터를 중앙에 집중시키는 방법 대신에 P2P 방식을 이용하여 필요한 만큼의 데이터를 각 노드에서 분산 저장하는 방식을 고려할 필요도 있다.

#### 참고문헌

- [1] 전진주 “입지에 따른 커피전문점 고객 선호특성 분석”
- [2] 윤광규 “웹기반 POS시스템 설계 및 구현”
- [3] 김용현 “암호화 기법을 이용한 POS 시스템 보안강화”
- [4] 장력 “프랜차이즈 사업모델 개발에 관한 연구”