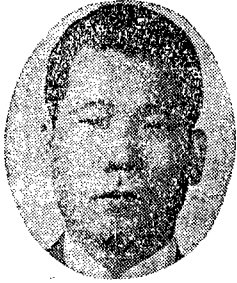


수퍼마켓



金 龍 春

美都波百貨店企劃管理室長

유통혁명 바람이 거세게 일고 있다. 국민이 한결같이 기대하던 유통근대화는 정책당국의 강력한 중용과 경제계의 적극적인 뒷받침으로 빠른 속도로 촉진되어나가고 있다.

이러한 사실은 몇해전부터 등장한 수퍼마켓이 서서히 정상궤도에 오르고 있고 특히 최근엔 이름 있는 재벌기업들도 수퍼마켓 운영에 참여하고 있어 오는 74년부터 단계적으로 전국적인 체인화가 이루어질 전망을 보여주고 있는 점이다. 유통혁명의 기수 역할을 담당할 수퍼마켓의 역사, 운영상 애로, 상품계획등 경영에 따른 갖가지 문제를 분석해본다.

수퍼마켓의 역사

수퍼마켓이란 식료품을 중심으로 하여 육류·낙농산물·청과물·기타생활필수품을 판매하는 대규모 소매점으로서 광범하고 다양한 상품을 구비하여 서비스하는 점원없이 고객 스스로가 원하는 상품을 자유로이 선택, 운반하여 일괄계산하는 대형상점이다.

이러한 수퍼마켓의 발생지는 미국이다. 1930년 경제공황으로 국민소득과 실업인구가 격증되어 물가파동을 몰고왔을 때 마이클린켈렌이란 상인이 경비를 최대한 줄이고 이윤 폭을 낮추어 박리다매를 전제로한 킹켈렌이라는 대형 상점을 설립한것이 바로 첫번째의 수퍼마켓이었다.

그후 이와 같은 수퍼마켓이 계속 발전하여 오늘날에와서는 약 4만개로 늘어나고 연간 매출액이 58,000억 弗에 달하고 있다.

이웃 일본의 경우는 53년부터 수퍼마켓이 도입되기시작. 그후부터 매년 수가 증가되어 지금은 3천여개소로 늘어났다. 우리나라의 경우는 지난 68년에 소규모로 등장하여 그동안 해마다

3~4개씩 늘어나 지금은 40여개소나 된다.

수퍼마켓 育成의 필요성

한 나라의 유통근대화는 그 나라 농업이나 공업생산이 다같이 향상되어야 한다. 이에 못지않게 현대적 마케팅이 개발되어 뒷받침해야 한다.

다시 말해서 상품 유통과정의 발전과 근대화가 수반되지않는 農·工業의 성장만으로 진정한 유통근대화 발전을 기대할수없는 문제다.

이러한 관점에서 현대적 수퍼마켓의 개발은 국가발전의 한 중요한 요소로 들지않을수 없는 문제인 것이다.

유통과정의 근대화는 도·소매상의 대형화와 경영의 합리화를 시켜 셀프 서비스식의 현대적 수퍼마켓을 개발하고 이를 체인화시켜야 한다.

이렇게되면 대량판매와 능률화로 유통 코스트를 절감시킬 수 있고 물가의 안정과 생산부문의 대규모 기업화를 촉진하고 이로 인한 전체 마케팅비를 절감할 수 있게 된다.

세계에서 수퍼마켓경영이 가장 활발한 미국

의 경우를 보면 전체 식료품판매고의 74%를 슈퍼마켓이 차지하고 있으며 특히 슈퍼마켓 연쇄점에서는 41.3%라는 많은 비율을 나타내고 있는 반면 상점수에 있어서는 슈퍼마켓이 15% 슈퍼마켓연쇄점 8.3%의 낮은 비율을 나타내고 있다.

슈퍼마켓의 經營要素

슈퍼마켓 사업은 전망이 좋고 장래성이 있는 것은 선진국의 경우로 미루어 거의 틀림없는 사실이다.

그렇다고 해서 사전에 충분한 요건의 검토와 치밀한 계획없이 『하면된다』는 막연한 생각만으로 착수해서는 안될 것이다. 슈퍼마켓 운영에서 야기되는 갖가지 문제점을 충분히 감안하여 야하며 슈퍼마켓 운영을 위한 계획과 실제 시행상의 차이에 대한 보다 철저한 사전 연구가 필요하다.

이를 소홀히하여 실패를 거두지 못하였을 경우 경제적으로나 사회적으로 미치는 영향은 매우 큰 것이며 결국 유통근대화화를 위한 노력은 수포로 돌아가게 될 것이다. 우선 슈퍼마켓 경영은 점포위치 여하에 따라 성패가 좌우된다고 볼 수 있다. 이론적으로는 슈퍼마켓의 위치는 교통이 편리하고 고속도로변에 설치하여야 하며 출입 고객수에 해당하는 광대한 주차장이 있고 가능한 쇼핑 센터 근방에 설치하는 것이 유리하다는 것이다. 미국의 경우는 슈퍼마켓이 교외사업 또는 하이웨이 비즈니스라 할 정도로 대부분 교외 및 고속도로 부근에 위치하고 있다.

그러나 우리나라가 이와같은 모든 조건이 맞는 곳에 슈퍼마켓을 설치한다는 것은 아직 어려운 일이며 소비자의 자가용소유 비율이나 생활환경상 밀집한 주거형태 등의 여건으로 보아 꼭 이러한 원칙에 국한될 필요는 없는 것이다.

가까운 일본도 슈퍼마켓의 위치가 전체의 57%가 번화가나 상점가에 자리잡고 역부근이 22% 주택단지이외의 주거지역이 13% 주택단지에 %의 비율로 산재하고 있다.

우리나라는 인구밀도가 높은 지역을 대상으로 차량중심보다 보행자에 중심을 주어 위치를 선정하는 것이 가장 좋을 것이다.

사람의 보행이 많은 네거리등을 목표로 삼고

소비자 대상도 반경 0.5km내지 1km이내의 지역으로 연구가 밀집되어 있는 지역을 선택하는 것이 유리하다.

또한 이러한 여건외에 그 지역의 재래시장이 가능한 인근에 위치하고 있으면 모든면으로 더욱 유리하다

이런점은 외국의 경우도 마찬가지다. 재래시장이 인근에 있어야 한다는 이유로는 ① 쇼핑환경의 대결 ② 현대적인 시설및 품질대결 ③ 단일자본으로 경영되는 시장점포의 영세성과 대결 ④ 소비자의 상품선택을 위주로한 서어비스 대결 ⑤ 다량품종의 취급등 얼마든지 좋은 여건을 가지고 시장으로 집결되는 소비자를 쉽게 슈퍼마켓으로 유도할수 있기때문이다.

다음은 점포를 중심으로 인구및 생활환경등을 철저히 조사해야한다.

사전 계획된 예견 월간 매출손익분기점과 조사한 지역내의 소비자 월간 소비지출을 대조. 분석한후 확고한 자신이 생긴 후 영업활동을 하게 되면 성공을 거두게 될 것이다.

만약 이 조사에서 전망이 흐린것으로 나타나면 다른 지역을 물색해야할 것은 물론이다.

운영상의 애로점

운영상의 애로는 시간이 지남에 따라 해결될것으로 보이나 우리나라와 같은 사회여건 아래서는 슈퍼마켓경영이 이론과같이 쉬운문제는 아니다.

몇년이 지나는데동안 하나하나 조금씩 개선되어나가고 있기는하나 아직 상당한 문제점들을 안고 있다.

슈퍼마켓 경영상 주요 기능을 점포의 위치, 영업설비, 상품화, 고객에 대한 서비스, 금전등록기 계산 인력상의 자격 주문 인수 진열 판매촉진을위한 전진 기술적인 상품진열, 파손관리 재고관리 도난방지 관리운용개선 고객에 대한 이해운영분석 등으로 나눌수 있다.

이중에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것이 영업설비다.

슈퍼마켓 경영상 없어서는 안되는 설비로서는 냉동시설 자동포장기 자동운반기구 금전등록기등을 들수있다.

그런데 이들 설비는 아직 국내의 조달이 어

러워 외국에서 수입하게되어 高額의 시설투자가 필요하게 된다.

둘째는 취급상품의 종류가 적다는 점이다.

국내 40여개 슈퍼마켓중 비교적 규모가 크다는 곳에서 식품종류 8백종 비식품종류 3천여종 등 모두 4천여종 내외를 취급하고 나머지 점포에서는 이 수준을 훨씬 하회하고 있다.

미국에서는 식품종류의 경우만 하더라도 취급종류가 무려 8천여종을 넘고있어 우리나라는 아직 보잘것 없는 실정인것이다.

세계 우리나라는 종합도매상이 없는 관계로 상품구입시 개별적인 메이커나 대리점을 직접 상대해야하는데 그 數가 무려 3백여곳에 달해 거래 및 결제상 번거로운 부담을 갖게된다.

네째로는 훈련된 슈퍼마켓 요건의 부족을 들수 있다.

슈퍼마켓 운영에 대하여 필요한 훈련을 받고 경험을 가진 사람이 거의 없기 때문에 미숙

한 요원으로서의 운영의 원활을 기하기 어려운 것이다.

다섯째는 도난으로 인한 손실문제다. 도난상 손실은 전세계 모든 사업중 슈퍼마켓이 그 수위를 차지하고 있는 반면 판매이익은 매우 낮은 것이다.

우리나라와 같은 사회여건속에서 도난방지대책을 어떻게 세워야 하는 것이 중요한 과제의 하나다.

이밖에도 슈퍼마켓 경영에는 상품진열 파손 관리등 상당한 문제들이 뒤따르고 있는 것이다.

政府支援도 뒤따라야

개발도상국가의 예를 들자면 중남미의 멕시코 푸에르토 리코 베네주엘라등 각국의 시장형태가 우리나라와 가장 비슷하다.

지난 54년경 이들 국가의 시장형태는 지금 우리나라와 같은 유통 경로를 지가고 있었으며 식

미국식품점의 규모및 소유형태에 의한 판매고

내 용	상 점 수	%	판 매 고	%
총 상 점	226,700	100.0	77,730 "	100.0
수 피 · 마 아 켓	35,900	15.8	57,475 "	74.0
연 쇠수 피 · 마 아 켓	18,900	8.3	32,095 "	41.3
독 립 수 피 · 리 아 켓	17,000	7.5	25,380 "	32.7
Superettes	29,600	13.1	9,880 "	12.7
연 쇠 Superettes	4,200	1.9	1,155 "	1.5
독 립 Superettes	25,400	11.2	8,725 "	11.2
Small Stores	161,200	71.1	10,375 "	13.3
연 쇠 Small Stores	5,700	2.5	650 "	0.8
독 립 Small Stores	155,500	68.6	9,725 "	12.5

생활역시 비슷한점이 많았다. 그러나 오늘날 이들 국가의 경제는 거의 선진국에 비할수 있으며 이들의 마아케팅설비는 놀라운만큼 현대화했다.

이들 국가들이 이같은 성장을 보인 것은 지리적으로 가까운 미국의 영향을 많이 받았다고 볼수 있겠으나 보다 중요한 원인은 54년부터 61년까지 7개년간에 걸친 정부의 슈퍼마켓 지원정책 때문이다.

이들 국가들은 이 기간에 슈퍼마켓을 운영할 목적으로 도입되는 모든 설비에 대해 면세조치를 취했고 슈퍼마켓 사업에 대한 영업제도 폐지에 주었다.

이밖에도 슈퍼마켓이 비롯 개인사업이라 할

지라도 정부가 민간인과 동일 비율로 투자하는 등 적극적인 자금지원을 뒷받침해주어 오늘날과 같은 선진국의 면모를 자랑할수 있게된 것이다.

우리나라도 이들 국가와 같이 슈퍼마켓경영에 과감한 지원을 해주게되면 유통근대화는 보다 촉진 될것은 거의 틀림없는 사실이다.

왜냐하면 현재 영업활동을 벌이고 있는 40여개소의 슈퍼마켓은 아직 대부분이 자금면에서의 영세성으로 성장속도가 느리지만 최근 재벌기업들이 슈퍼마켓 경영에 깊은 관심을 보이고 있어 자금및 조세지원만 뒤따르면 전국적인 체인화가 얼마든지 가능할것이 예상되기 때문이다 어쨌던 슈퍼마켓은 앞으로 유통혁명의 기수역할을 하게될 것은 거의 틀림없는사실이다.