

자영제과점이나 가맹점이나

선택의 갈림길... 장·단점은 어디든 있다

지난호에서는 소자본 점포 창업의 커다란 원칙을 살펴봤다. 이 자리에서 업종, 입지, 경영마인드를 성공의 3요소로 꼽았다. 이제 제과점으로 범위를 좁혀 보자. 우선 자영제과점으로 할 것이냐, 가맹점으로 할 것이냐의 갈림길에 서게 된다.



이성공(가명·42·회사원)씨와 박창업(가명·35·A제과점 공장장)씨는 소자본 창업 설명회를 다녀온 이후 창업에 대한 자신감을 어느 정도 갖게 됐다. 특히 “성실, 겸손, 신용의 경영 원칙을 갖고 과감하게 시작하라”는 미래유통정보연구소 김찬경 소장의 말이 귀전을 때린다.

제과점 창업에는 크게 두 가지 형태가 있다. 자영제과점과 가맹점이 그것이다. 일반적으로 자영제과점은 박창업씨와 같이 제과기술자 출신들이 선호하는 형태이고 이성공씨와 같이 기술이 없는 사람들은 가맹점에 큰 관심을 갖는다.

그렇지만 이런 경향은 일반적일 따름이지 절대적인 것은 아니다. 제과기술인 출신이라도 가맹점을 선택할 수 있는 것이고 기술이 없더라도 자영제과점을 운영할 수 있는 것이다. 따라서 각 형태의 장단점을 비교해보고 자신의 처지에서 단점을 최대한 보완할 수 있고 장점을 극대화할 수 있는 형태를 선택해야 할 것이다.

자영제과점, 마진율이 높다

먼저 자영제과점의 장점을 살펴보면 무엇보다도 제품에 대한 마진율이 높다는 점이다. 점포 규모와 경영상태에 따라 차이가 있겠지만 일반적으로 순이익률이 20% 내외이다. 지역 특성에 맞는 제품 개발이 수월하다는 것도 장점으로 꼽힌다. 예를 들어 지역 소비경향이 소형제품에 치우쳐 있다면 중량과 가격을 떨어뜨리고 소형 포장을 하는 등 이에 적극적으로 대처할 수 있다.

어느 순간 매출이 떨어진다면 매출을 끌어올리기 위해 판촉 행사를 갖는 등 환경변화에 발빠르게 대응할 수 있다는 점도 장

점이다.

그러나 자영제과점은 초기 상호 인지도가 낮아 점포 이미지 전달에 상당한 시간이 소요된다는 점을 고려해야 한다. 제조기술 인력 채용에 따른 인건비 부담이 높고 이들에 대한 관리도 만만하게 볼 일이 아니라는 점도 생각해야 할 것이다.

가맹점, 관리가 수월하다

가맹점의 장점은 우선 인력 및 제품 관리가 수월하다는 점을 꼽을 수 있다. 프랜차이즈 본사에서 전 제품을 공급받고 별도의 제조기술자가 필요없다. 제과기술이 없더라도 사업을 할 수 있으며 인건비 부담이 적다. 또한 본사에서 일부 품목을 냉동생지 상태로 공급할 경우 이에 따른 기초 제조설비가 필요하지만 자영제과점에 비해 공간과 설비비가 대폭 줄어든다. 브랜드의 인지도가 높아 소비자 접근이 용이하다는 것도 장점이다.

그러나 가맹점은 마진율이 상대적으로 낮다는 점이 단점이다. 업체마다 약간의 차이는 있지만 대체적으로 완제품의 경우 30%, 냉동생지의 경우 45~55%의 판매마진율을 가맹점에게 주고 있다. 그러나 인건비, 일반관리비 등을 제외하면 순이익률은 12~13% 정도이다. 냉동생지는 배송비를 절감할 수 있고 신선도를 최대한 높일 수 있어 업체들이 이 품목을 늘리기 위해 애쓰고 있지만 아직까지는 초기 단계. 제품수도 대부분 페이스 트리류에 한정돼 있다.

지역 소비경향에 대한 발빠른 대응이 부족하다는 것도 단점으로 지적된다. 신제품 개발은 본사에서 이루어지고 있고 어느 가맹점을 가든 동일한 상품이 진열돼 있기 마련이다. 따라서 그 지역에 맞는 독특한 상품을 찾기로 한다면 힘든 일이다.

한 두달 사이에 세상이 확 뒤바뀐 느낌이다. 'IMF 태풍'이 한반도를 휘몰고 있다. '이렇게 상황이 달라질 수 있을까?' 이성공씨와 박창업씨는 자신감 한편으로 커져가는 불안의 그림자를 느낀다. 경솔하거나 성급해하지는 않는지 자신을 돌아보며 '철저한 준비가 성공의 지름길'이라는 말을 되새겨 본다. **이**

(글/ 손인수)

(자영제과점과 가맹점의 장단점 비교)

| | 자영제과점 | 가맹점 |
|----|--|--|
| 장점 | <ul style="list-style-type: none"> · 제품 마진율이 높다 · 지역 특성에 맞는 제품 개발이 수월하다 · 환경변화에 발빠르게 대응할 수 있다 | <ul style="list-style-type: none"> · 인력 및 제품 관리가 수월하다 · 브랜드 인지도가 높다 · 인건비 비중이 낮다 |
| 단점 | <ul style="list-style-type: none"> · 인력관리가 힘들다 · 상호 인지도가 낮다 · 제품관리가 힘들다 | <ul style="list-style-type: none"> · 상대적으로 제품 마진율이 낮다 · 자영제과점에 비해 제품의 신선도가 떨어진다 · 지역 특성에 맞는 제품개발이 수월치 못하다 |