
침구점포 경영에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

김천태* · 민규식**

A study on management performance factors of bedding stores

Cheon-Tae Kim* · Guy-Sik Min**

요 약

침구점포 경영성과 요인을 발굴하여 향후 침구점포 예비창업자와 침구회사의 신규점포상담, 개설시 통계적으로 유용한 자료로 사용함으로써 기존보다 정확하게 경영성과를 예측하는 도구와 기준을 제시하고자 한다. 첫째, 경영성과에 가장 큰 영향을 주는 요인으로는 입지 및 상권으로 분석되었다. 둘째, 침구점포의 경영성과 요인의 중요도는 입지, 소비자, 경쟁 순으로 나타났다. 셋째, 입지요인에서는 ‘침구점포 주변은 유동인구 多, 소비자요인에서는 거주 인구수 多, 경제요인에서는 상품 품질 우수가 가장 중요한 변수로 나타났다.

ABSTRACT

This study is intended for bedding stores and finds management performance factors from providers' aspect. Henceforth this study can be used when bedding stores were considered to establish by determinations and bedding companies with statistics as a criterion and a tool so that make an accurate estimate. First, it was found that location and trade area are the most influential factor in the management performance. Second, the result of study showed that location placed first in the importance of management performance factors in bedding stores, consumer came second, followed by competition. Third, it was assumed that the large floating population around the bedding store was the most important variable in location factor, the large resident population was the most important one in the consumer factor and high quality product was the most important one in the economic factor.

키워드

Bedding Stores, Management Performance, Management Performance Factors, Importance
침구점포, 경영성과(매출), 경영성과요인

1. 서론

새로이 침구점포를 창업하기 위하여 입지와 점포선택은 창업자가 결정해야 할 가장 중요한 요소이다. 점포의 입지와 선택은 매출, 시장점유, 점포 이익에 결정적인 영향을 미치기 때문에 소매영역에 있어서 점

포선택은 매우 중요하며 경영 성과에 절대적으로 필요한 요소이다. 하나의 점포가 독립적인 시장구조를 갖지 않는 한, 입지와 점포선택은 항상 타 점포와의 경쟁에서 고려해야 할 중요한 대상이 된다.

창업에서 입지와 점포선택이 일단 결정되고 난 이후 변경이 어렵거나 불가능한 환경이 될 수 있어 효

* 전주대학교 부동산학과 박사과정(kct0484@naver.com)

** 교신저자 : 전주대학교 부동산학과 교수(gmin@jj.ac.kr)

접수일자 : 2012. 10. 03

심사(수정)일자 : 2013. 01. 15

게재확정일자 : 2013. 01 .21

올직한 점포선택 결정은 합리적인 기준과 방법이 전제되어야 한다. 도시 내 입지 및 점포선택은 소비자의 점포선택과 밀접한 관련성을 가지고 있으며 소비자의 점포선택은 상권(trading area)이라는 구체적인 지리적 범위 형태로 나타난다.

처음 선정된 입지와 점포의 선택은 성과 및 점포운영의 전반적인 중요 요소로 점포선택 요인에 대한 점포 경영에 영향을 미치는 중요한 결정 의미를 지니고 있다. 많은 자본이 투자되고 추후 수정이 어렵거나 불가능한 매우 중요한 변수기 때문이다. 좋은 입지와 점포의 선택은 편리한 접근성과 많은 고객을 유인하며, 사소한 입지의 차이도 시장점유율과 수익성에 현저한 영향을 미칠 수 있다. 점포선택이 장기적인 고정투자라는 측면을 고려해 보면 좋지 못한 점포의 선택에 대한 불이익은 크다. 수많은 점포 중에서 소비자는 과연 무엇을 기준으로 점포를 선택하며, 이러한 점포선택 요인이 구매시 점포선택 행동에 이용 소비자들의 특성은 어떻게 유형화 할 수 있으며 이들 선택 요인에 미치는 영향은 어떠한가를 분석한다면 경영과 성과에 유용한 정보가 될 것이다.

소비자가 점포선택에 대한 결정을 내리는 과정은 제품이나 서비스에 대한 결정과 같이 여러 단계의 과정을 거치는 확대해결형의 문제라고 할 수 있다. 물론 여러 번의 점포선택을 거친 후 습관적인 문제해결을 하는 소비자의 경우는 상대적으로 단순한 과정을 거치지만 새롭고 위험이 큰 서비스나 제품의 경우에는 점포선택 과정이 매우 복잡하고 중요한 문제인 것이다.

그러므로 침구점포를 창업하고자 하면 기반인 입지·상권 선정에 대한 정확한 분석과 평가가 이루어져야 하며 더 나아가 점포선택에 대한 효율적인 평가는 소비자의 구매선택 요인분석과 함께 효율적인 경영성과를 내기 위한 계획적인 연구가 필요하다.

본 연구의 목적은 “침구점포 경영에 영향을 미치는 요인에 관한 연구”에 대해 침구점포 경영성과 측면에서 경영성과를 높일 수 있는 기준을 제시하는데 목적을 두며, 그 목적을 달성하기 위한 주요 방안의 하나인 점포입지와 점포선택의 합리적인 결정 기준을 위하여 점포성과에 영향을 미치는 요인을 분석하여 우선순위를 도출하고자 한다. 창업시 또는 최선의 입지와 점포 선택을 통한 경쟁 요인들을 제시하고자 한다.

II. 선행연구 고찰

침구(寢具)란 잠을 자는데 쓰이는 제구로 이부자리와 베개, 자리옷 따위를 통틀어 일컫는 것이다. 침구는 주거양식과 침실의 난방종류에 따라 침대를 사용하는 서구형 양식과 요를 깔고 사용하는 전통형 양식, 절충형 양식으로 구분된다. 기능면에서는 이부자리처럼 이른바 수면에 직접 필요한 것부터 취침 전, 후 한때의 휴식과 즐거운 시간을 보내기 위한 생활공간 연출을 위해 필요한 인테리어 장식품에 이르기까지 그 범위가 매우 다양하다.

표 1. 침장류의 분류
Table 1. The classification of sleeping gear

침구용품	이부자리 류	이불	한실용, 양실용, 겨울용, 춘추용, 여름용	
		요		
	이부자리 재료	이불솜, 속싸개, 봉사		
		모포류	모포, 전기모포	
	매트리스 류	매트리스 이부자리, 건강기능 매트리스		
	베개 류	베개		
	타올 류	타올류		
	침구관련용품	시트	평적시트, 타올시트	
		커버 류	이부자리 커버, 베개 커버, 베개잇	
		매트리스 류	소파매트리스 겸용 매트리스	
니트류		나이트가운, 파자마, 네글리제		
침대관련용품	베드스프레드, 베드패드 등 기타			
기타관련용품	이불보, 모기장, 방석(솜, 천 포함), 방석 커버			

출처 : 침장, 가을겨울호, 한국침장시장 현황과 전망, 2000, p.134.

소황옥(1993) [1] 은 1990년 초반에 우리나라 소비자의 침구류 사용실태에 대해서 인구통계학적 특성, 가족형태와 주거양식, 침구류사용실태, 형태 및 구성, 구입과 관리 등 광범위한 내용으로 한 실태조사를 보고한 바 있으며,

이송자, 이수정(2000) [2] 은 인구 통계학적 특성에 따른 침구류 사용실태에 대한 연구를 수행 하였다.

박광희(2001) [3] 는 80년대 우리나라 소비자의 침구류 사용이 아파트 주거의 침대 생활증가, 세탁용이

성 추구, 수면환경에 대한 관심 증대 등으로 간편한 서구형 침구류 제품에 대한 선호도가 증가 했다고 하였다.

이숙경(2002) [4] 은 소매점은 많은 유통경로 중에서도 고객과의 직접 대면이 중요한 요인으로서 취급 재화의 최종 유통과정이며 특히 고객 접점부분의 다양화와 소비환경의 급격한 변화로 인하여 매출 및 수익의 차이를 예측하기 어려운 현대의 유통 상황에서 볼 때 어느 산업분야보다 입지와 점포선택은 판매환경에 미치는 영향이 매우 크다고 볼수 있다고 하였다.

III. 침구시장의 현황

3.1 우리나라 침구시장의 현황

2010년 6월 기준 침구시장의 현황을 살펴보면, (주)이브자리는 1976년에 설립되었으며 주요 취급 제품은 한실, 양실 침구세트, 베개, 양모, 속통, 커튼, 소품류, 메모리폼 베개, 등 거의 모든 분야에서 다양한 제품 구색을 갖추고 있다.

유통 형태는 약420여개의 대리점과 직영점포, 미래형인 종합 멀티샵 코디센(Codisen), 등 다양한 유통망을 구축하고 있으며, 중국, 미국 등 해외 유통망도 구축하고 있다.

(주)박흥근 패션은 침구에 패션과 디자인 개념을 도입 하였으며, 디자인 포인트는 고급스런 이미지 연출, 패턴은 클래식한 꽃문양, 당초분양, 칼라는 엔틱 가구와 잘 어울리는 민트블루, 골드, 와인 칼라이며, 유통망은 약 70여개의 대리점 형태로 이루어져 있다. 주요 취급제품은 침구세트, 예단세트, 차렵 요 세트, 여름이불세트, 극세사 이불 등이 있다.

자미온 패션은 1974년 (주)선경에서 인수하여 최대 간결한 스타일로 디자인 하며, 패턴은 플라워를 기본적으로, 칼라는 옐로우, 오렌지를 주테마이다. 주요 취급제품은 베딩세트, 양실세트, 한실예단, 기획 상품, 기능성 솜 속통 등이 있다.

(주)성민침장(리치랜드)는 1984년에 창업하여 1992년 신세계, 롯데, 현대, 뉴코아, 등 백화점에 상품을 공급하고 있으며, 2007년11월 기준 약300여개 점포에 상품을 공급하고 있다.

신규 진출 업체인 "세사리빙"도 2012년 1월 기준

약120여개의 로드샵 점포를 개설하여 침구제품에 진출하였으며 알레르망도 최근 유명모델을 광고에 출연하는 등 침구시장의 경쟁이 갈수록 치열해 지고 있다.

엠엠에스(주) 아르페지오는 전국에 약 270여개의 대리점의 유통망이 있으며 브랜드 컨셉은 네오클래식, 에반캐주얼, 로맨틱, 윈더랜드, 향설(한실)이며, 브랜드 타겟은 Main age는 30~40대 이다.

표 2. 우리나라 침구업체 현황(순위 : 무순위)
Table 2. The present state of Korea bedding companies

NO	업 체 명	설립일자	주 요 제 품
1	(주)이브자리	1976	양실세트, 한실· 침구세트, 웰빙상
2	(주)자미온	1974	양실세트, 한실· 침구세트, 소품류
3	아르페지오	1993	양실세트, 한실· 침구세트, 소품류
4	박흥근	1979	양식, 속통, 한실
5	리치랜드	1984	양실세트, 한실· 침구세트, 소품류
6	(주)범아침장	1983	양실세트, 한실· 침구세트, 소품류
7	(주)보드론	1982	이불, 요, 베개, 소품류
8	(주)부르언	1987	한실, 침구류세트, 이불, 요
9	(주)새아방	1987	이불, 요, 베개, 수예품류
10	(주)스와니	1988	이불, 요, 베개, 소품류
11	신광산업사	1985	이불, 요, 베개, 소품류
12	에원상사	1985	이불, 요, 베개, 소품류
13	(주)한국침장	1991	이불, 요, 베개, 소품류
14	한성물산(주)	1989	오리털, 침구류
15	대원침구	1986	이불, 요, 베개, 수예품류
16	데코플라자	1989	한실, 침구 세트류, 소품류
17	(주)바라미	1985	이불, 요, 베개, 소품류
18	성림상사	1982	이불, 요, 베개, 수예품류
19	동진침장(주)	1989	한실류, 이불, 요, 베개, 소품류
20	가야방	1984	이불, 요, 베개, 소품류
21	고합상사	1971	양실베딩 세트류, 오리털 침구류
22	금호사	1974	이불, 요, 베개, 소품류
23	꽃방침구	1986	이불, 요, 베개, 소품류
24	내외산업(주)	1979	오리털, 침구류
25	대양침장(주)	1981	이불, 요, 베개, 소품류

자료출처 : 2010년5월 인터넷조사 <http://www.naver.com>

3.2. 침구 산업의 발전을 위한 점검 및 개선사항

침구류 산업은 이전의 침구류 외 수예품 수준에서 점차 홈패션, 홈인테리어, 홈 데코레이션의 개념으로 그 영역을 넓혀가고 있다. 그리고 점차로 포변화된 신속한 대중매체의 정보와 소비주의 광고, 브랜드의 명성에 부추겨진 소비자들은 자기 자신만의 스타일을

소집하게 되었으며 때문에 제품의 디자인이 중요시 되었다. 그러나 침구류 업계는 불경기와 더불어 경제 침체 등으로 상당수 업체가 부도위기 직면하고 있는 실정이다.

첫째, 전문 인력의 부족으로 디자인 개발보다 대다수 제품의 모방이나 복제로 인한 제품 디자인의 동질화를 들 수 있으며, 유통체제가 혼란하다는 것과 열악한 경영체제 등을 들 수 있다. 그중에서 가장 문제가 되는 것은 현재 우리나라의 침구 업체가 전문 디자이너를 양성하는 것과 새로운 기법의 디자인을 연구 개발하는 것은 뒷전으로 하고 소량 다품종의 상품력 우위를 바탕으로 한 경쟁력 있는 해외 유명 브랜드 제품을 완수입하고 외국의 침구류 디자인을 그대로 모방하거나 모양을 변형하여 제작하고 있다는 것이다. 그 결과 침실문화와 관련된 다양한 상품에서 특징이 불분명한 국내브랜드는 다양한 상품과 가격 경쟁력을 지닌 외국 브랜드에 의해 항상 위협을 받고 있는 실정이다.

둘째, 텍스타일 디자인의 여러 분야, 어패럴(Apparel), 퍼니싱(Furnishing), 산업용(Industrial)중 침구류가 속하는 퍼니싱 분야의 디자인 연구가 가장 열악한 형편이며, 그 중에서도 침구류 텍스타일만이 분리되어 취급되는 것은 최근의 일이다. 침구류에 대한 소비자 기호 조사 및 선호도도 다른 연구에 비해 미흡한 실정이므로 정확한 소비자의 욕구를 알 수 있는 과학적이고 합리적인 연구가 선행되고 이를 창의적인 디자인 개발에 적극 활용해야겠다.

셋째, 침구류의 판매성패를 좌우한다고 할 수 있는 텍스타일 디자인들이 선진국에 비해 거의 수(手) 작업으로 제작되고 있다는 점이다. 텍스타일 디자인 개발 방법 중 가장 합리적이고 과학적인 방법으로 컴퓨터를 이용하는 연구는 시간과 인력의 절감 외에 다양한 패턴의 손쉬운 창조, 색조변경의 편리함으로 여러 가지 분위기의 연출이 가능하다.

넷째, 중국 등 동남아 지역의 풍부한 노동력에 의한 저가 상품의 대량 수입과 유럽 등 선진국의 앞선 기술과 디자인을 통한 고가 상품의 대량수입으로 국내시장의 잠식으로 침구 업계의 시장 경쟁력 약화로 인한 경영 부실화가 우려 되는바 대처 방안으로 첨단 디자인 기술의 전문 인력 양성과, 생산의 자동화 고급화로 자체적인 경쟁력을 갖추지 않으면 국내 침구 산

업은 급속한 침체기로 접어들 수 있을 것이다. [5]

IV. 침구점포 창업 및 경영에 영향을 미치는 요인 분석

본 연구에서 침구점포 경영에 영향을 미치는 요인들을 분석하였으며, 침구대리점을 창업하여 경영하고 있는 점주를 대상으로 침구점포의 경영성과요인에 대해 설문조사하여 발전방안을 얻고자 하였다. 설문 대상자에 관한 일반적인 특성과 입지요인, 소비자유인, 경쟁요인, 경영(매출)성과 요인과 경영성과요인을 파악 분석하였다.

4.1 설문조사 대상자의 인구통계학적 특성

인구통계학적 특성을 살펴본 결과 표 3과 같이 나타났다. 먼저, 성별에서는 남자가 37.2%로 여자 62.8% 보다 적게 나타났다. 조사대상자들의 결혼유무는 기혼이 97.7%로 미혼이 2.3%로 기혼인 응답자가 대부분이었다. 연령대는 50대가 48.1%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 40대가 31.8%, 60대가 15.5%, 30대 이하가 4.7%로 순으로 나타났다. 조사대상자의 경력에서는 9년 이상이 45.0%로 가장 많았으며, 다음으로 2~3년 25.6%, 4~5년 10.9%, 6~7년 8.5%, 8~9년 6.2%, 1년 미만 3.9% 순으로 나타났다. 조사대상자의 월평균 소득은 300만원~500만원이 41.1%, 500만원 이상이 40.3%로 많았으며, 다음으로 200만원~300만원 미만이 17.8%, 200만원 이하가 0.8% 순으로 나타났다.

표 3. 조사대상자의 인구통계학적 특성
Table 3. Demographic of the respondents

변수	집단	N	%
성별	남자	48	37.2
	여자	81	62.8
	계	129	100
결혼	미혼	3	2.3
	기혼	126	97.7
	계	129	100
연령	30대 이하	6	4.7
	40대	41	31.8
	50대	62	48.1
	60대 이상	20	15.5
	계	129	100
경력	1년 미만	5	3.9
	2~3년	33	25.6

	4~5년	14	10.9
	6~7년	11	8.5
	8~9년	8	6.2
	9년 이상	58	45.0
	계	129	100
월소득 (평균)	200만원 이하	1	0.8
	200만원~300만원 미만	23	17.8
	300만원~500만원	53	41.1
	500만원 이상	52	40.3
	계	129	100

4.2 침구점포의 일반적 특성

침구점포 관련 전반적 특성을 설문한 결과 ‘침구점포 창업연도’에 대한 설문결과 ‘2000년도 이전’의 응답이 27.1%였으며 ‘2000년도 이후’ 응답자가 72.1%로 높게 나타났다. ‘창업이유’에 대한 설문결과 ‘침구관련 업무를 해왔기 때문’이라는 응답이 가장 많았으며, 다음으로 ‘가족·친지의 권유(23.3%)’, ‘친구의 권유(16.3%)’, ‘회상광고(4.7%)’, ‘기타(0.8%)’ 순으로 나타났다. ‘월 매출액’에 대한 설문결과 ‘월 1,000만원~3,000만원 미만(54.3%)’이 가장 많았으며, 다음으로 ‘월 3,000만원~5,000만원 미만(32.6%)’, ‘월5,000만원~7,000만원 미만(9.3%)’, ‘월 7,000만원~1억원 미만(1.6%)’, ‘월 1,000만원 미만(1.6%)’, ‘월 1억원 이상(0.8%)’의 순으로 나타났다. ‘현재 점포에서 근무하는 직원 수’에 대한 설문은 ‘2명 이하’라는 응답이 76.0%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘3명(21.7%)’, ‘4명(2.3%)’ 순으로 나타났다. ‘추가창업 시 적당할 점포면적’에 대한 설문에서는 ‘165㎡(50평/24.0%)’, ‘198㎡(60평/24.0%)’의 응답이 많았으며, 다음으로 ‘132㎡(40평/20.9%)’, ‘231㎡(약 70평 이상/12.4%)’, ‘99㎡(30평 이하/9.3%)’, ‘231㎡(70평/9.3%)’의 순으로 나타났다. ‘경영성과에 영향을 주는 요인’에 관한 질문에 ‘입지 및 상권(46.1%)’의 응답이 가장 많았으며, 다음으로 ‘경영능력(14.0%)’, ‘다양한 상품구색(13.6%)’, ‘인구의 증감(7.4%)’, ‘상권의 발전 가능성(6.2%)’, ‘경기변동(5.4%)’, ‘경쟁상권의 영향(3.5%)’, ‘계절적 요인(3.1%)’, ‘기타(0.8%)’ 순으로 나타났다. ‘침구점포의 영업수익률이 다른 분야에 비해 높다고 생각하십니까?’라는 질문에 82.9%의 응답자가 ‘예’라고 답하였고, ‘아니오’의 응답은 17.1%로 나타났다. ‘경영성과가 높을 경우의 추가창업 의사’를 묻는 질문에 84.5%의 응답자가 ‘있다’라고 응답하였고, 15.5%가 ‘없다’로 답하였다. 추가창업 의사가 있는 응답자를 대상으로 ‘추가창업의 이유’

에 대한 설문결과 ‘수익증대(36.1%)’라는 응답을 가장 많이 선택하였으며, 다음으로 ‘사업확장(28.7%)’, ‘매출증대(15.3%)’, ‘향후 점포의 이전(12.0%)’, ‘상권의 잠재력(6.0%)’, ‘경쟁상권 사전방지(0.9%)’, ‘기타(0.9%)’ 순으로 나타났다.

4.3 창업연도에 따른 침구점포 경영성과요인 중요도 차이검정

창업연도를 2000년 이전과 2000년 이후, 두 집단으로 나누어 집단 간 차이를 요인별로 검증하였다.

(표 4) ‘입지요인’에서 ‘침구점포는 왕복 2차선 이상의 도로에 접해 있어야 한다.’는 의견에 2000년 이후 창업점주들이 2000년 이전 창업점주들보다 더 중요하게 인식했다. ‘침구점포의 주변은 차량통행이 많아야 한다.’는 의견에 대해 2000년 이전 창업점주들이 더 중요하게 인식했다. ‘침구점포 주변은 유동인구가 많아야 한다.’는 의견에도 2000년 이전 창업점주들이 더 중요하다고 인식했다. ‘침구점포 주변은 지하철 및 버스정류장에 근접해야 한다.’는 의견에도 2000년 이전 창업점주들이 조금 더 중요하게 인식했다.

‘소비자요인’에서 ‘침구점포의 주변은 인구수가 많아야 한다.’는 의견에 2000년 이후 창업점주들이 2000년 이전 창업점주들보다 근소하게 중요성을 더 인식했다. ‘침구점포의 주변의 고객은 연령대가 높아야 한다.’는 의견은 2000년 이전 창업점주들이 더 중요하게 인식했다. ‘침구점포의 주변은 주거용 주택이 밀집해 있어야 한다.’는 의견도 2000년 이전 창업점주들이 더 중요하게 인식했다. ‘침구점포의 주변에 타 브랜드 점포가 적어야 한다.’는 의견에는 2000년 이후 창업점주들이 더 중요하게 인식했다.

‘경쟁요인’에서 ‘타 침구점포에 비해 상품품질이 우수해야 한다.’는 의견은 2000년 이전창업 점주들이 2000년 이후창업 점주들보다 더 중요하게 인식했다. ‘타 침구점포에 비해 가격 경쟁력이 좋아야 한다.’는 의견도 2000년 이전 창업점주들이 더 중요하게 인식했다. ‘타 침구점포에 비해 인테리어(분위기)가 좋아야 한다.’는 의견은 2000년 이전과 이후 창업점주들의 평균점수 같았다. ‘타 침구점포에 비해 점포면적이 넓어야 한다.’는 의견에 대해서는 2000년 이전 창업점주들이 더 중요하게 인식했다.

표 4. 창업연도에 따른 침구점포요인 측정변수 중요도 차이검증

Table 4. According to the bedding store of establishment year, verify the difference between the measured variable factors

요 인	M		S D		t	P	
	2000년이전 (n=36)	2000년 이후 (n=93)	2000년이전 (n=36)	2000년이후 (n=93)			
입지	도로	3.75	3.94	.692	.704	-1.348	.180
	차량통행	4.11	4.01	.622	.730	.729	.468
	유동인구	4.75	4.70	.439	.527	.516	.607
	대중교통	4.14	4.12	.762	.832	.129	.897
소비자	인구수	4.64	4.65	.762	.503	-.055	.957
	연령대	3.03	2.91	1.055	.816	.652	.515
	주택밀집	3.92	3.89	.770	.729	.166	.868
	경쟁업체	3.39	3.45	.803	.814	-.394	.694
경쟁	품질	4.78	4.67	.485	.474	1.187	.238
	가격	4.50	4.35	.609	.602	1.225	.223
	인테리어	4.03	4.03	.654	.683	-.034	.973
	점포면적	3.94	3.81	.754	.770	.918	.360

4.4 매출에 따른 침구점포요인 중요도 차이검정

매출액을 3000만원 미만과 3000만원 이상, 두 집단으로 나누어 집단 간 차이를 요인별로 검증하였다.

‘입지요인’에서 ‘침구점포는 왕복 2차선 이상의 도로에 접해 있어야 한다.’는 의견에 대해 매출액이 큰(3천만원 이상) 점포의 점주들이 매출액이 작은(3천만원 미만) 점포 점주들보다 더 중요하게 인식했다. ‘침구점포의 주변은 차량통행이 많아야한다.’는 의견에도 매출액이 큰 점주들(M=4.19, SD=.667)이 매출액이 작은 점주들(M=3.92, SD=.707)보다 더 중요하게 인식했으며, 통계적으로 유의한 차이를 보였다(F=.002, P<.05). ‘침구점포 주변은 유동인구가 많아야 한다.’는 의견에 매출액이 큰 점주들이 매출액이 작은 점주들보다 근소하게 더 중요하다고 인식했다. ‘침구점포 주변은 지하철 및 버스정류장에 근접해야한다.’는 의견에 매출액이 큰 점주들(M=4.35, SD=.767)이 매출액이 작은 점주들(M=3.94, SD=.803)보다 더 중요하게 인식했으며, 통계적으로 유의한 차이를 보였다(F=.929, P<.05).

‘소비자요인’에서 ‘침구점포의 주변은 인구수가 많아야 한다.’는 의견에 매출액이 큰 점주들이 매출액이 작은 점주들보다 근소하게 중요성을 더 인식했다. ‘침

구점포의 주변의 고객은 연령대가 높아야 한다.’는 의견에 대해 매출액이 높은 점주들(M=3.16, SD=.902)이 작은 점주들(M=2.78, SD=.843)보다 더 중요하다고 인식했으며, 통계적으로 유의한 차이를보였다(F=.034, P<.05). ‘침구점포의 주변은 주거용 주택이 밀집해 있어야 한다.’는 의견에 매출액이 큰 점주들이 근소하게 더 중요하게 인식했다. ‘침구점포의 주변에 타 브랜드 점포가 적어야 한다.’는 의견에는 두 점주가 비슷하게 인식했다.

‘경제요인’에서 ‘타 침구점포에 비해 상품품질이 우수해야 한다.’는 의견에 매출액이 큰 점포점주들(M=4.82, SD=.384)이 작은 점주들(M=4.60, SD=.522)보다 더 중요하게 인식했으며, 통계적으로 유의한 차이를 보였다(F=35.366, p<.05). ‘타 침구점포에 비해 가격 경쟁력이 좋아야 한다.’는 의견에는 두 점주가 비슷하게 인식했다. ‘타 침구점포에 비해 인테리어(분위기)가 좋아야 한다.’는 의견에 매출액이 큰 점주들(M=4.23, SD=.655)이 작은 점주들(M=3.88, SD=.649)보다 더 중요하다고 인식했으며, 통계적으로 유의한 차이를 보였다(F=.619, p<.05). ‘타 침구점포에 비해 점포면적이 넓어야 한다.’는 의견에도 매출액이 큰 점주들이 중요성을 더 인식했다.

4.5 창업연도에 따른 침구점포 발전방향

창업연도에 따른 침구점포 발전방향에 대한 교차분석 결과 Pearson 카이제곱값은 2.091, 유의확률은 .351 로서 창업연도와 침구점포의 발전방향 간에는 통계적으로 분포의 차이가 나타나지 않았다. 즉 2000년 이전 창업자와 이후 창업자 모두 향후 발전을 위해서는 ‘침실전문점(이불)을 운영해야 한다. 라고 생각하는 응답자가 가장 많았다. 분석결과는 표 5와 같다.

표 5. 창업연도에 따른 발전방향 교차표
Table 5. The cross tabulation of development direction for establishment year

구 분	발전방향			전체	
	침실전문점 (이불)	혼수, 웨딩 전문점	침구전문 종합 멀티샵 (가구 등)		
창업연도	2000년 이전	빈도 14	10	11	35
		% 40.0	28.6	31.4	100

2000년 이후	빈도	41	30	17	88
	%	46.6	34.1	19.3	100
전체	빈도	55	40	28	123
	%	44.7	32.5	22.8	100

4.6 연령대에 따른 침구점포 발전방향

연령대에 따른 침구점포 발전방향에 대한 교차분석 결과 Pearson 카이제곱값은 6.421, 유의확률은 .040으로서 연령대에 따른 침구점포의 발전방향 간에는 분포의 차이가 나타났다.

점주의 연령대가 높은 점포(50대 이상)는 ‘침실전문점(이불)’을 향후 발전방향으로 더 고려하고 있는 반면, 점주의 연령대가 낮은 점포(40대이하)는 향후 발전 방향으로 ‘혼수, 웨딩 전문점’을 더 고려하고 있는 것으로 나타났다. ‘침구전문 종합 멀티샵’의 경우 연령대별로 큰 차이를 보이지 않았다. 분석결과는 표 6과 같다.

표 6. 연령대에 따른 발전방향 교차표
Table 6. The cross tabulation of development direction for ages

구 분		발 전 방 향			전체	
		침실전문점(이불)	혼수, 웨딩전문점	침구전문 종합멀티샵(가구 등)		
창업연도	40대 이하	빈도	14	20	12	46
		%	30.4	43.5	26.1	100
	50대 이상	빈도	41	20	16	77
		%	53.2	26.0	20.8	100
	전체	빈도	55	40	28	123
		%	44.7	32.5	22.8	100

V. 결 론

좋은 입지와 상권은 편리한 접근성과 많은 고객을 유인하며, 사소한 입지의 차이도 시장규모와 수익성 등 경영성파에 많은 영향을 미칠 수 있다. 그러므로 신규점포 창업 시 입지와 상권에 대한 정확한 분석과 평가가 이루어져야 하며, 창업 기반인 입지, 상권선정에 대한 평가는 소비자의 구매선택 요인분석과 함께 효율적으로 경영성파를 높이기 위해서는 계획적인 연구가 필요하다.

본 연구는 침구점포 경영성파요인을 발굴하여 향후

침구점포 창업예정자와 침구회사의 신규점포 상담, 개설시 통계적으로 유용한 자료로 사용함으로써 기존보다 정확하게 경영성파를 예측하는 도구와 기준을 제시하고자 하였다. 연구의 범위는 침구점포에 관한 일반적인 내용과 침구점포의 경영성파에 관한 입지요인, 소비자요인, 경쟁요인, 경영(매출)성파요인, 그리고 인구 통계학적 특성에 관하여 통계 분석하였다.

본 연구는 설문자료를 기초로 하여 기술통계량, 교차분석, 독립표본 t검증의 분석방법을 통해 분석한 결과 다음과 같이 나타났다. 첫째, ‘경영성파에 영향을 주는 요인’에 관한 질문에서 입지 및 상권의 응답이 가장 많았다. 다음으로 경영능력, 다양한 상품구색, 인구의 증감, 상권의 발전가능성, 경기변동, 경쟁상권의 영향, 계절적 요인, 기타 순으로 나타났다. 둘째, 침구점포의 경영성파 요인의 중요도는 입지(M=4.19), 소비자(M=3.73), 경쟁(M=4.24) 순으로 나타났다. 셋째, 입지요인에서는 ‘침구점포 주변은 유동인구가 많아야 한다(M=4.71)’, 소비자요인에서는 ‘침구점포의 주변은 거주 인구수가 많아야 한다(M=4.64)’, 경쟁요인에서는 ‘타 침구점포에 비해 상품 품질이 우수해야 한다(M=4.70)’가 가장 중요한 변수로 나타났다. 넷째, 경영성파에 영향을 미치는 요인(입지성파, 소비성파, 경쟁성파)중에서는 입지성파(M=4.71)를 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

본 연구의 이론적 고찰과 설문분석에서 도출된 자료와 같이 좋은 입지와 상권의 점포는 상권의 확대와 성과(매출, 수익 등)의 증대를 보장하며, 창업결정의 기초 자료를 제공한다. 입지와 점포의 선택은 그 자체가 고정투자를 의미함으로 잘못된 점포 입지와 상권의 선택은 많은 창업투자 비용으로 인하여 점포 경영성파에 장기적인 불이익을 초래할 수 있으므로 철저한 입지, 상권, 상품구색, 경쟁력 등 시장 조사를 바탕으로 선정하여야 한다. 이는 점포 창업시 주요 핵심전략으로 매우 중요하게 인식되어야 한다.

본 연구는 통상적으로 실시하는 고객(소비자)의 입장이 아닌 실제 현장에서 침구점포를 경영하는 사업자 입장에서 진행된 점에서 의의가 있다. 또한 초기창업 또는 추가창업을 고려할 때 유용한 자료로 사용될 수 있을 것이며, 침구회사 측에서는 대리점 개설예정자에게 정량적인 통계적 유의한 자료를 제공함으로써 기존보다 정확하게 경영성파를 예측할 수 있을 것이다.

참고 문헌

- [1] 소황옥, “칩구류의 사용실태에 관한 연구Ⅱ,” 가정문화논집, pp.38-53, 1993.
- [2] 이송자, 이수정. “칩구의 사용실태에 관한조사 연구한 조사 연구(부산·경남지역을 중심으로),” 한국의류산업학회지, 2권, 1호, pp. 37-41, 2000.
- [3] 박광희. “칩구류의 사용실태에 대한 연구, ”대한 가정학회, 39권, 10호, pp.173-184, 2002.
- [4] 이숙경, “소매유통업태 특성에 따른 유통정보시스템 사용자 요구 분석에 관한 연구.” 석사학위논문 이화여자대학교, 2008.
- [5] 노신정, “텍스타일 CAD System의 실용화에 관한 연구, ”석사학위논문 대전카톨릭대학교, 2002.
- [6] 고필송, 김동현, “부동산 정책수립시 향후 정책제언에 관한 실증분석, 한국전자통신학회논문지, 5권, 1호, pp. 65-72, 2011.
- [7] 침장공업협회. “가을겨울호” p.119, 1999.
- [8] 김진, “부동산 투자 의사 결정요인에 관한 연구”, 한국전자통신학회논문지, 6권, 2호, pp. 51-54, 2011.
- [9] 고필송, 고봉성, “서민 주거안정정책이 주택가격에 미치는 영향에 관한 연구”, 한국전자통신학회논문지, 6권, 2호, pp. 280-287, 2011.
- [10] 김진, “부동산 투자 의사 결정요인에 관한 연구”, 한국전자통신학회논문지, 6권, 2호, pp. 51-54, 2011.



민규식(Guy-Sik Min)

1981년 2월 건국대학교 법학과 졸업(법학사)

1987년 2월 건국대학교 행정대학원 부동산학과 졸업(행정학 석사)

1994년 2월 건국대학교 대학원 행정학과 졸업(행정학박사)

전주대학교 경영대학원장/경영대학 학장

전주대학교 부동산학과 교수

전주시 도시계획위원회 위원

전주시 부동산평가위원회 위원

전북개발공사 사외이사

※ 관심분야 : 부동산투자, 경영, 관리

저자 소개



김천태(Cheon-Tae Kim)

2010년 8월 경희대학교 대학원 부동산학 석사

2012년 12월 전주대학교 대학원 박사과정 수료

2006~(주)이브자리 근무/점포개발팀장, 사내강사

2011~중소기업청 소상공인진흥원 경영개선 강사

2012~전주대학교 경영대학 부동산학과 강사

2013~동서울대학교 경영학부 부동산학과 강사

대우자자(주) 국내영업본부 근무(전)

(주)하이마트 관재팀장(전)

※ 관심분야 : 부동산 투자관리, 부동산 자산관리