제주지역 소규모 소매점의 경쟁력 강화 방안 고찰

(A Study about How to Increase Small Retailers' Competitiveness for Jeju area)

문 종 현* · 이 동 철**
(Jong-hyun Moon · Dong-cheol Lee)

목 차

Ⅰ. 서 론
Ⅱ. 제주도 내 소규모 소매점 현황
Ⅲ. 소규모 소매점 지원을 위한 나들가게 사업 분석
Ⅳ. 제주지역내 소규모 소매점 경쟁력 강화방안

Ⅰ. 서 론

제주지역에서는 1996년 유통 시장 개방 이후 소비자 행동의 변화, 제조부문의 구조조정 등 다양한 측면에서 유통 환경이 변화하고 있으며, 대규모 외국 자본의 유입을 목적으로 대형마트 집중 육성대책이 마련되어 매장면적, 점포 수의 제한 등의 대폭 완화되는 자유화 조치에 따라 대기업 자본을 동원한 대형마트가 제주도 내에도 잇따라 입점하였다.

또한, 1990년대 중반 이후 체인사업(직영점형 체인사업, 프랜차이즈형 체인사업, 임의가맹점형 체인사업)에 해당하는 소매업체 진출이 활성화되어 주거중심 지역을 중심으로 동네 생필품 등의 공급 역활을 톡톡히 했던 소규모 소매점들은 무방비 상태로 경쟁력을 잃고 골목 매점은 새로운 시장 환경과 제주도민의 관심 밖으로 밀리면서 대부분에 점포

* 제주대학교 대학원 경영정보학과 석사, jsmjh7597@naver.com
** 제주대학교 경상대학 경영정보학과 부교수, dchlee@jejunu.ac.kr

가 폐업위기에 처해 있는 현실이다. [제주상공회의소, 골목상권 살리기 대책수립을 위한 연구, 2011]

따라서 본 연구에서는 대기업의 무차별 편의점 확장에 따른 제주지역 소규모 소매점 현황과 문제점 및 이를 극복하기 위한 나들가게 지원사업의 사례를 연구하고 더 나아가 제주도 내 소규모소매점 경쟁력 강화를 위한 개선 방안을 도출코자 한다.

연구의 범위는 제주지역 소규모 소매점의 문제점 분석을 위해 주거지역을 중심으로 생필품을 공급하는 지역슈퍼마켓과 체인점 등을 연구 대상으로 하였다. 제주도 내 중소유통업체, 골목상권 영세 소매점,, 체인본부협의회, 기업형 프랜차이즈의 진출현황 및 실태, 그리고 이로 인한 제주도내 소규모 소매점 피해 실태와 소규모 소매점을 지원하기 위한 중소기업청의 나들가게 지원 사항 및 지원 개선 사항을 조사하고, 나들가게 지원 대상점포의 설문조사를 통한 빈도분석 결과를 통해 소규모 소매점 경쟁력 강화방안을 고찰하는 형태로 구성하였다.

Ⅱ. 제주도 내 소규모 소매점 현황

재주도 내 소규모 점포의 환경 변화를 보면 구도심권으로 대표되는 용담동, 건입동, 삼도동 지역에서 1970년대부터 80년대 초 동네마다 일명 구멍가게로 불리는 소규모 소매점이 성행 하였고 이후, 소규모 점포의 협업화, 유통의 근대화와 유통 경쟁력을 증대키 위하여 공동화, 조직화한 체인점 체인본부협의회 (남양체인본부, 근대화체인본부, 슈퍼마켓 협동조합)가 1980년대 중반부터 1990년대까지 소규모 점포시장을 형성하였다.

2000년대에 들어서면서 옛 남제주군과 북제주군의 인구는 감소하였으나, 제주시 인구는 증가하였으며, 대형마트들이 들어섰고 아울러, 제주도에서도 신시가지 권역이 생성되면서 신도심권에 상권들이 출현하기 시작하였다.

신제주권 신시가지로 대표되는 노형 상권과 일도동 신시가지로 대표되는 일도동지역 상권에 대형, 중형 마트가 등장하였으나, 이와 함께 기업형 편의점이 많이 늘어났다. 따라서 소규모 소매점의 환경을 보면 대형 마트나 편의점들이 집중되어 있는 도심권 대부분에서는 살아남지 못하고 구도심권과 농촌에 집중화되어 있는 형편이다. 따라서 농촌

지역과 구도심권 상권이 활성화 되어야 구도심권에 많은 분포를 형성하는 소규모 점포에 매출액이 증대 될 것이며, 농촌 인구가 증가 하여야 농촌 소규모 점포가 수익률 증대를 꾀할 수 있을 것으로 보인다.

2.1 제주지역 내 유통업체 현황

2.1.1 제주도 내 소매 사업체 수

제주도 내 2010년 현재 제주지역 도소매 사업체 수는 11,982개이며, 종사자 수는 33,059명인데, 사업체 수는 전년대비 329개가 증가한 숫자이며, 총1,509명이 증가하였다.

<표 1> 도소매업 사업체 수

연도	사업체수	종사자수
2007	11,599	31,054
2008	11,690	31,341
2009	11,653	31,550
2010	11,982	33,059

<자료 : 제주특별자치도(2011.5)>

2.1.2 제주도 내 대규모 점포 현황

제주도 내 대규모점포(매장면적 3,000㎡ 이상)는 2010년 말 현재 8개소로 1996년 유통 시장개방 이후 대형마트가 급증하여 대형마트 8개소가 있으며, 제주지역 대형마트점 시장 개방 이후 대형마트가 급증하여 대형마트 8개소가 있으며 제주지역 대형마트의 점포당 적정 인구수는 18만 명(삼성경제연구원)인데, 제주지역 대형마트의 인구수는 제주시 6.9만 명, 서귀포시 7.7만 명으로 인구 대비 마트 수 가 많은 실정이다.

<표 2> 제주 대규모점포 현황

구 분		계	제주시	서귀포시
대규모점포	계	8	6	2
	대형마트	8	6	2
	전 문 점	-	-	-
인구수(만명)		56.8	41.4	15.4
점포당 인구수(대형마트)		7.1	6.9	7.7

<자료: 제주특별자치도(2011.5)>

<표 3> 제주 대형마트 현황

구분	상 호	허 가 일 자	점포수	매장면적(㎡)
제주시	이마트 제주점	99년 12월 19일	1	8,014
	이마트 신제주점	03년 8월 26일	1	7,148
	(주)뉴월드화북점	01년 1월 19일	2	5,139
	롯데마트	07년 8월 8일	1	9,044
	제주시농협 하나로마트	99년 4월 7일	1	3,493
서귀포시	홈플러스(주) 서귀포점	05년 12월 27일	1	6,441
	이마트 서귀포점	06년 5월 19일	1	7,799

<자료 : 제주특별자치도(2011.5)>

2.1.3 제주도내 체인본부협의회 점포 현황

제주지역 소규모 소매점의 주류를 이루고 있는 제주특별자치도 체인본부협의회(근대화체인본부, 남양체인본부, 슈퍼마켓협동조합, 제주킹마트본부)에 가입된 골목슈퍼마켓 가맹점은 2007년 9월 1,253개소에서 2011년 5월 기준 819개소로 지난 4년 동안 434개소 34.7%가 감소하였다.

근대화체인본부 가맹점 수는 2007년 9월 기준 322개소에서 2011년 5월 기준 188개소로 지난 4년 동안 134개소 41.6%가 감소하였고, 남양체인본부 가맹점수는 2007년 9월 기준 674개소에서 2011년 5월 기준 376개소로 지난 4년 동안 298개소 44.2%가 감소하였다. 슈퍼마켓협동조합 가맹점 수는 2007년 9월 기준 204개소에서 2011년 5월 기준 지난 4년 동안 11개소가 증가하여, 5.3%가 증가하였고, 제주킹마트본부 가맹점 수

는 2007년 9월 기준 54개소에서 2011년 5월 기준 40개소로 지난 4년 동안 14개소 25.9%가 감소하였다.

<표 4> 제주지역 체인본부협의회 가입 소규모 소매점 현황

(단위:개소,%)

체인본부명	가맹점수 (2007.9)	가맹점수 (2011.5)	증감율
근대화체인본부	322	188	- 41.6
남양체인본부	674	376	- 44.2
수퍼마켓협동조합	204	215	5.3
제주킹마트본부	54	40	- 25.9
합 계	1,253	819	- 34.7

<자료 : 제주특별자치도(2011.5)>

2.1.4 편의점 분포 현황

1989년 5월 우리나라에 체인화편의점 1호점이 개점한 이후, 2000년을 기점으로 점포수 20.8%, 매출액 22.9%를 실현하였다. 2007년 편의점 수 "1만 호점 돌파"라는 기록을 걸쳐 2010년 (주)바이더웨이가 롯데그룹에 인수되어 "세븐 일레븐"이 새로운 시장구도를 형성 시켜 2010년 현재 16,937 점포수에 성장률 19.9% 매출액 83.981억 원을 기록하고 있다.

<표 5> 전국 연도별 편의점 수 및 매출액 성장추세

연도	업체수	점포수 (개)	성장률 (%)	매출액 (억원)	성장률 (%)	1CVS당[ConVenienceStore] 인구(명)
1989	3	7	-	14	-	-
1990	6	39	457.1	111	692.9	-
2000	8	2,826	20.8	13,638	22.9	16,980
2007	8	11,056	11.4	55,613	12.1	4,526
2010	8	16,937	19.9	83,981	15.0	2,983

<한국편의점협회 편의점 운영동향(2010)>

2010년 말 현재 전국 16,937개 편의점의 지역별 분포를 살펴보면 서울이 전체 24.8%인 4,192개로 가장 많고, 울산이 전체의 1.5%인 250개로 가장 적다.

제주도 편의점 수는 2004년 157개에서 2010년 346개로 2004~2010년 중에 연평균 14.1% 증가하여 전국의 연평균 증가율 12.7%보다 1.4%p 높은 증가율을 보이고 있다. 제주시는 275개로 세 번째로 많은 편의점이 운영되고 있다.

전국 시·군·구중에서 2010년도 한 해 동안 편의점 수가 10개 이상 증가한 곳은 모두 101곳인데, 제주는 제주시 74개가 증가하여 전국에서 가장 많이 증가 하였으며, 그리고 서귀포시도 23개나 증가하였다.

<표 6> 지역별 편의점 수와 분포율

(단위:개,%)

시도명		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	연평균 성장률
전국	점포수	8,247	9,085	9,928	11,056	12,485	14,130	16,937	12.7
	분포율	100	100	100	100	100	100	100	
제주	점포수	157	156	175	201	226	249	346	14.1
	분포율	1.9	1.7	1.8	1.8	1.8	1.7	2.0	
서울	점포수	2,451	2,607	2,682	2,962	3,254	3,607	4,192	9.4
	분포율	29.7	28.7	27.0	26.8	26.1	25.5	24.8	

<한국편의점협회 편의점 운영동향(2010)>

한편, 제주지역 점포 개·폐점 동향을 살펴보면 2009년 제주지역의 점포수는 249개였으나 2010년 중 신규 개점수 107개 폐점수 10개로 97개가 증가하여 2010년 제주지역의 점포수는 2009년보다 39% 증가한 346개에 달하고 있으며, 전국에서 가장 높은 전년대비 점포수 증가를 기록하였다.

제주지역은 세븐 일레븐이 2010년 들어 새로 개점을 하게 되면서 훼미리마트와 GS25 2개사와 함께 지역에서 경쟁구도를 이루게 되면서 한 해 동안 97개나 증가하였다.

<표 7> 지역별 개·폐점 동향

(단위:개,%)

시도명	2009년도 점포수	변동내역			2010년도 점포수	증가율
		개점	폐점	증감		
전국	14,130	3,687	880	2,807	16,937	19.9
제주	249	107	10	97	346	39.0

<한국편의점협회 편의점 운영동향(2010)>

2.1.5 제주지역 편의점별 점유율 현황

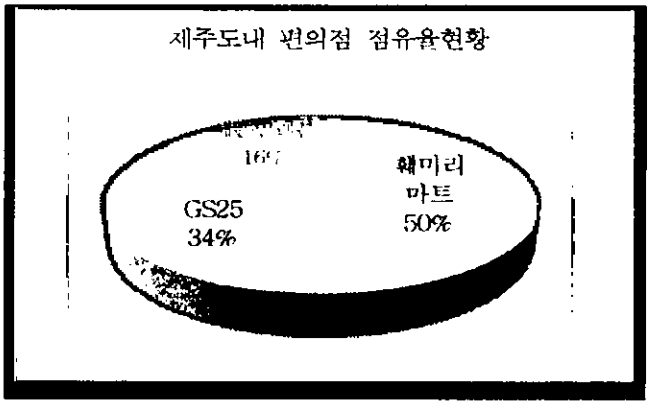
전체 편의점에서 훼미리마트가 차지하는 비중은 31.7%, GS25가 차지하는 비중은 29.7%. 세븐 일레븐이 차지하는 비중은 17.4%,이며, 그밖에 바이더웨이 9.8%, 미니스톱 8.3%순으로 나타났다. 한편, 제주지역 편의점에서는 훼미리마트가 차지하는 비중은 50.3%, GS25가 차지하는 비중은 33.5%, 세븐 일레븐이 차지하는 비중은 16.2%으로 훼미리마트가 제주지역에 가장 많이 진출되어 있다.

<표 8> 각 체인사의 권역별 점포수 (2010년 말 기준)

(단위:개,%)

지역 (권역)	미니 스톱	바이더 웨이	세븐 일레븐	씨스페 이스	GS25	훼미리 마트	OK 마트	조이 마트	계
전국	1,402 [8.3]	1,652 [9.8]	2,944 [17.4]	150 [0.9]	5,026 [29.7]	5,365 [31.7]	147 [0.9]	251 [1.5]	16,937[100] (100)
제주	-	-	56 [16.2]	-	116 [33.5]	174 [50.3]	-	-	346[100] (2.0)
수도권	700	975	1,575	65	2,683	2,633	98	134	8,863(52.3)
강원	17	92	52	-	176	337	9	9	692(4.1)
충청	88	260	267	13	464	598	12	22	1,724(10.2)
호남	415	37	352	-	394	420	8	18	1,644(9.7)
영남	182	288	642	72	1,193	1,203	20	68	3,668(21.7)

<한국편의점협회 편의점 운영동향(2010)>



<그림 1> 제주도내 편의점 점유율 현황

2.2. 제주도내 소규모 소매점 영업환경 실태분석

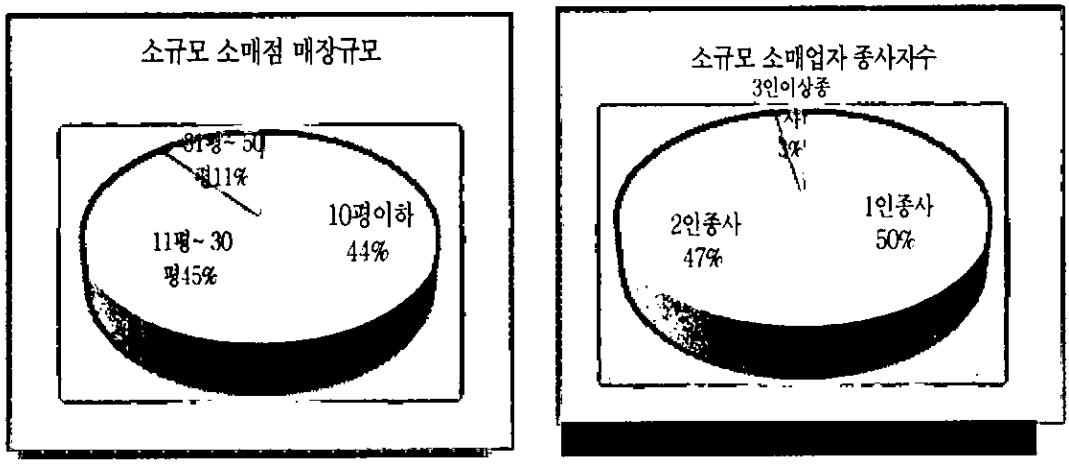
2007년도 제주경제정의실천시민연합에서 조사한 동네 골목매점 운영 실태와 문제점(점주대상 설문조사)자료를 토대로 하여 소규모 소매점 영업환경 실태분석 결과를 다음과 같이 정리하였다.

2.2.1 규모의 영세성

소규모 소매점의 매장 규모는 매장규모는 30평 이하가 88.8%를 차지하고 있으며, 10평 이하의 작은 매장규모도 43.9%에 이르고 있어 그 영세성을 보여주고 있다.

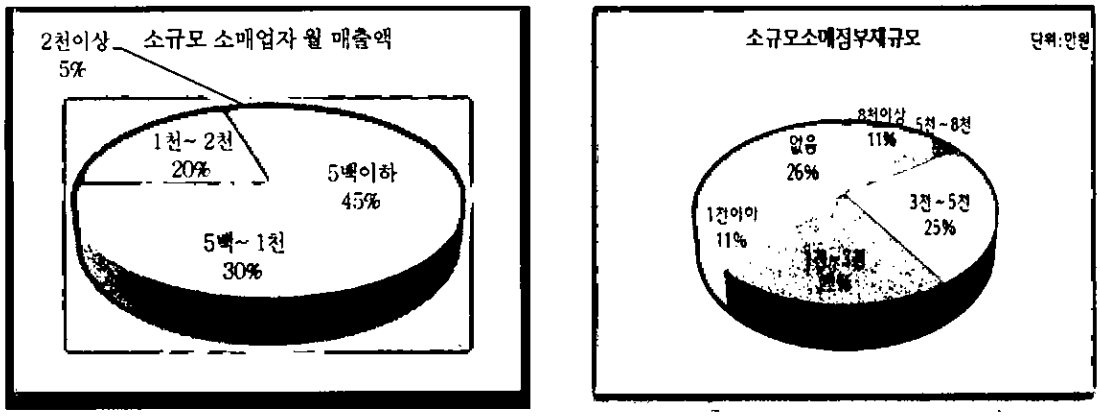
임대점포 비율도 47.7%로 나타나 점포 임대료 부담 역시 가중되고 있으며, 영업시간은 하루 24시간 가운데 평균 17시간으로 나타나고 있으며, 정해진 휴일이 없이 매일 영업을 하고 있는 것으로 나타나고 있다.

또한, 소규모 소매상을 꾸려가는 종사자 수는 1명인 경우가 49.5%, 2명인 경우가 46.7%로 나타는 등 1~2인이 운영하는 점포가 대부분으로, 부부가 운영하거나 점주 1명이 운영하는 경우가 대부분으로 꼭 필요할 때만 아르바이트를 고용하는 수준이다. 따라서 근무 여건이 매우 열악하다.



<그림 2> 소규모 소매점 매장규모 및 종사자 수 2.2.2 열악한 수익 구조

소규모 소매점의 매출액 규모는 월 매출액이 5백만 원 이하인 경우가 무려 45.2%를 차지하고 있으며; 1천만 원 이상 매출액을 올리는 점포는 겨우 24.2%에 그치고 있었다. 이는 일반적인 소규모 점포 마진율 평균 10%로 잡았을 때 절반에 가까운 점포들이 공과금 등 기본경비를 빼지 않고서도 월 50만원 정도의 수익으로 운영되고 있다. 더우기 유통시장의 개방으로 소규모 소매점의 최근 매출 감소폭 역시 큰 폭으로 떨어지고 있어 (지난해 대비 매출액 감소폭이 56.3%가 11~30%로 줄어들었다고 하였으며, 1년 새 매출이 절반 이상 떨어졌다는 응답도 8.7%임) 현재 운영 되고 있는 골목매점의 절반 정도는 문을 닫아야 하는 절박한 상황에 직면해 있다고 할 수 있다.



<그림 3> 소규모 소매업자 월매출액 및 부채규모

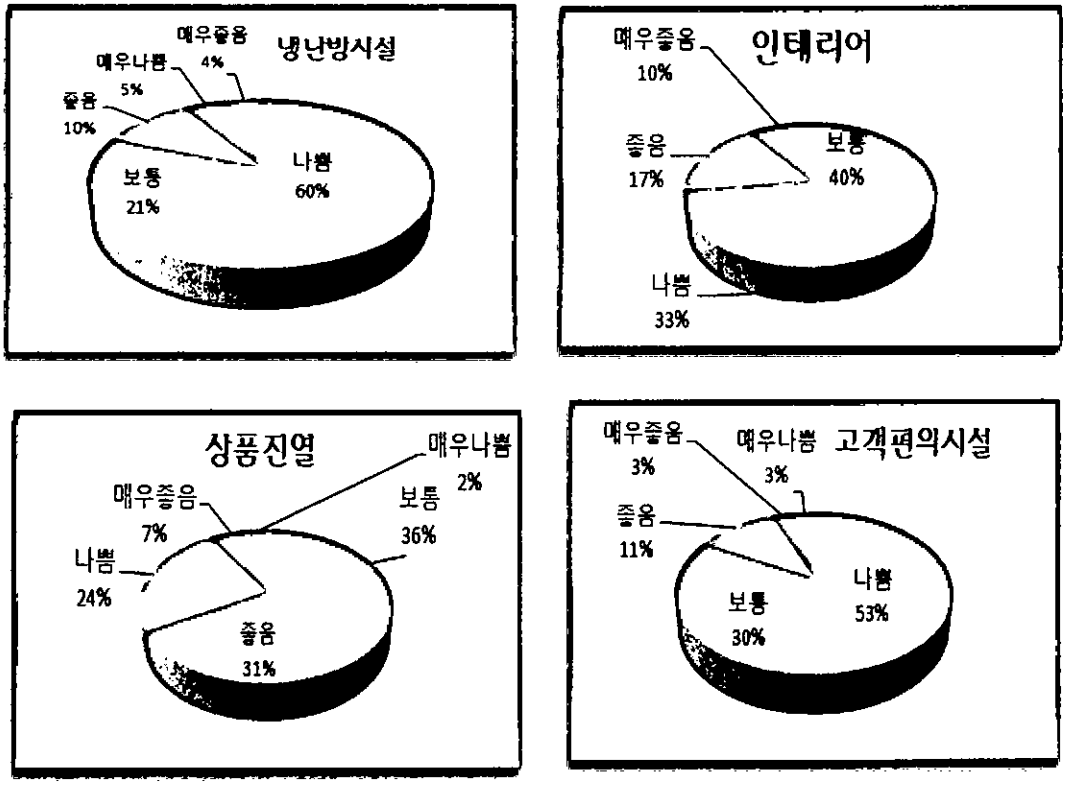
또한, 소규모 소매점의 부채 규모는 응답자의 73.6%는 빚을 지고 있으며, 부채가 없는 경우는 26.4%에 그치며, 부채 규모도 3천만원이상이 41%로 영업 규모보다 과도한 부채를 안고 있는 것으로 나타났다.

2.2.3 소규모 소매점의 내·외부적인 경쟁력 약화요인 분석

가) 내부적 경쟁력 약화요인

소규모 소매점의 경쟁력 내부적 약화요인을 크게 하드웨어적인 부분인 상품의 진열정도, 점포 외관, 인테리어, 냉난방시설 및 고객편의시설 여부 등을 파악하고, 경영적 요소인 소프트웨어 부분은 친절서비스, 상품 품질 및 신선도, 위생 청결 및 유지 관리, 상품홍보, 제품가격 여부 등을 분석한다.

1) 하드웨어적인 부분



<그림 4> 소규모 편의점 하드웨어적인 부분 실태

소규모 점포의 '상품 진열의 정도'는 '좋음' 이상이 38.6%, '보통' 36.8%를 차지하고 있는 것으로 볼 때 상품진열 분야는 양호하다고 생각하고 있으나, 점포 외관 및 인테리어 시설에는 '좋음' 이상이 26.4%에 그치고 있으며 '나쁨'도 33.0%로 나타나고 있었다.

또한, 고객편의시설도 '나쁨' 이상이 56.7%를 차지하고 있으며, 특히, 냉난방시설 여건은 '나쁨' 이상이 65.1%나 차지하고 있어 고객 편의시설과 냉난방시설이 다른 시설에 비해 가장 열악한 것으로 나타났다

결국, 인테리어, 냉난방, 고객편의시설 등 하드웨어 부분 여건이 열악한 것은 이들 시설들을 새로이 마련하는데 드는 비용 부담이 크게 작용하고 있을 뿐만 아니라 이들 시설을 잘 갖춘다고 해도 이로 인한 매출이 크게 늘어난다는 보장이 없기 때문인 것으로 판단된다.

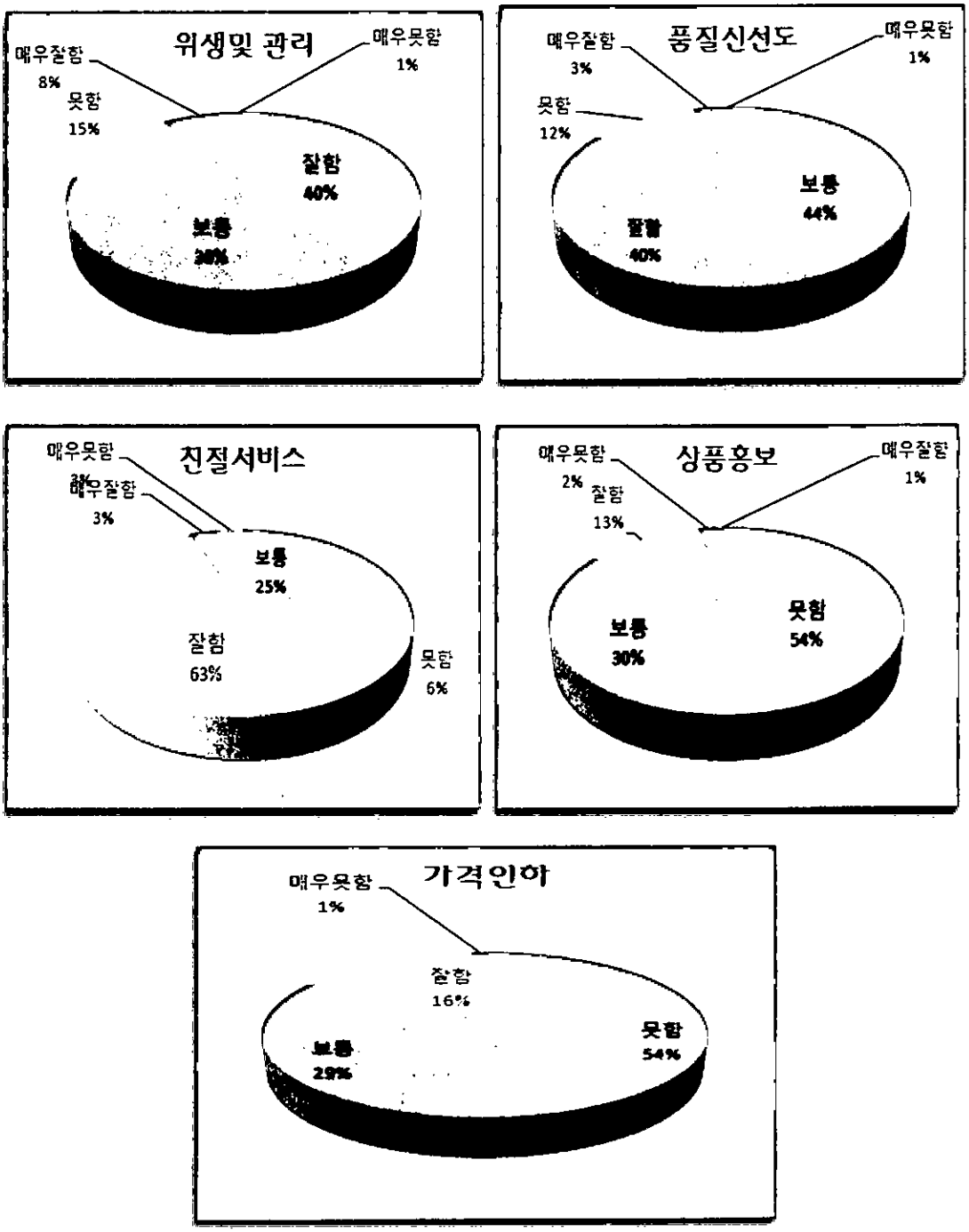
2) 소프트웨어적인 부분

소프트웨어 부분은 점주들이 생각하는 친절서비스는 '잘함' 이상이 66.9%로, '못함' 이하 7.6% 보다 훨씬 높아 고객 친절서비스에 대해 점주들의 노력은 잘 하고 있는 것으로 생각하고 있는 것으로 나타났으며, 상품의 품질 및 신선도 관리 역시 '잘함' 이상이 43.4%로, '못함' 이하 13.2% 보다 훨씬 높게 나타났으며, 위생청결 관리 분야 또한 '잘함' 이상이 48.1%로, '못함' 이하 15.1% 보다 높게 나타난 것으로 볼 때 상품 품질이나 신선도, 청결유지 관리에는 양호하다고 생각하고 있다.

그러나 고객을 대상으로 한 상품홍보는 '못함' 이하가 56.2%를 차지하고 있지만 '잘함'이상은 13.3%에 그쳐 골목매점의 상품홍보 마케팅은 비용 부담 등의 영향으로 거의 이뤄지지 못하고 있다.

제품가격 인하를 통한 매출액 증대 여부에 대해서는 '못함' 이하가 54.8%를 차지하고 있지만 '잘함' 이상은 16.9%에 그쳤다. 이는 제품가격 인하가 곧바로 이윤 축소로 나타나기 때문이다.

결국, 인테리어, 냉난방, 고객편의시설 등 하드웨어 부분 여건이 열악한 것은 이들 시설들을 새로이 마련하는데 드는 비용 부담이 크게 작용하고 있을 뿐만 아니라 이들 시설을 잘 갖춘다고 해도 이로 인한 매출이 크게 늘어난다는 보장이 없기 때문인 것으로 판단된다.



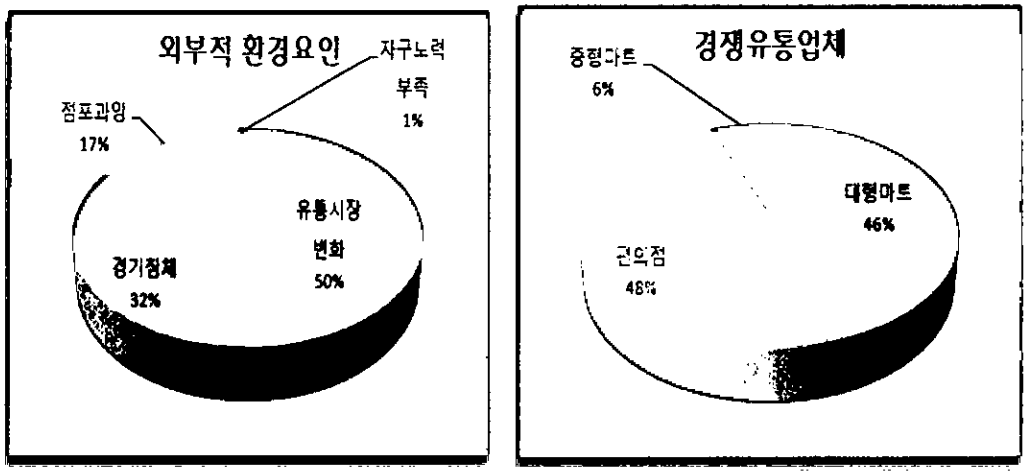
<그림 5> 소규모 편의점 소프트웨어적인 부분 실태

나) 외부적 경쟁력 약화요인

소규모 소매점의 경쟁력 약화요인과 관련된 설문결과 '유통시장의 변화'에 의한 경쟁력약화가 절반이 넘는 50.3%를 차지하고 있으며, 경기침체, 점포 과잉 순으로 제시하고 있으나, 자구노력의 부족으로 경쟁력이 약화되고 있다는 답변은 0.7%에 그쳐 스스로 경쟁력을 높일 수 있는 전략적 방안 찾기보다는 외부요인의 탓으로 돌리는 경향이 높다고 생각하고 있으며, 따라서 유통시장의 급격한 변화에 빠르게 대응하지 못하는 결과로 이어지는 것으로 사료된다.

또한 소규모 소매점을 가장 위협하는 적대적 유통업체로는 '편의점이 48.0%로 가장 많았으며, 다음으로 '대형마트'가 차지하였으며, '중형마트(6.0%)'의 영향은 그리 높지 않은 것으로 나타남으로써 소규모 소매점 점주들은 최근 들어 급격하게 확장되고 있는 편의점이 가장 위협적인 요소로 인식하고 있다.

결국, 규모 소매점을 위협하는 대표적인 외부 요인들로는 신업태의 확산, 가격 파괴 경쟁, 물류비용의 급증 등을 들 수 있으며, 특히 편의점, 대형마트, 슈퍼마켓뿐만 아니라 TV 홈쇼핑, 인터넷쇼핑몰 등의 급속한 확장은 그동안 안정적으로 점포 운영을 유지해왔던 소규모 점포의 운영을 더욱 어렵게 하고 있는 것으로 판단된다.



<그림 6> 소규모 소매점 외부적 환경요인

Ⅲ. 소규모 소매점 지원을 위한 나들가게 사업 분석

제Ⅱ장에서와 같이 소규모 소매점의 취약 할 수밖에 없는 내·외부적 환경적 요인 과 소규모 소매점의 문제점 극복을 위하여 중소기업청과 소상공인진흥원에서 나들가게 프로젝트를 시행하고 있다.

나들가게는 '정이 있어 내 집같이 편하고, 나들이하고 싶은 마음으로 가고 싶은 가게'라는 뜻으로 소규모 점포를 지원하는 사업으로서, 소상공인진흥원이 제작한 나들가게 운영지침, 경영지침서(소상공인진흥원 유통지원팀, 2011.11)와 나들가게 지원 전략을 근거로 지원 세부 내용을 정리하였다.

3.1 나들가게 지원취지 및 지원내용

3.1.1 지원 취지 지원 대상 및 조건

가) 지원 취지

전국에 소상공인은 268만 개 업체에 522만 명이 종사하며 고용창출 분야 37%(119만 매출액 22.5%(31.4조 원)에 달하며, 이중 골목 안 소규모 소매점은 전국에 9만여개에 이른다.(소상공인진흥원 조사연구팀(2012.2))

골목상권에 속하는 소규모 소매점은 대기업의 골목진입상권으로 어려움을 겪고 있다.

이를 지원하기 위하여 나들가게 지원 사업은 기업형 슈퍼마켓 출현으로 어려움을 겪고 있는 소규모 소매점이 스스로 변화와 혁신을 통하여 경쟁력을 갖출 수 있도록 중소기업청과 소상공인진흥원에서 컨설팅 및 시설 개체 등을 지원하는 사업으로서 2010년부터 2012년까지(예정) 시행하는 프로젝트 사업이다.

나) 지원대상 조건

○ 대기업 운영(기업형 프랜차이즈)은 제외 한다.

○ 지원 이력이 있는 경우 제한한다.

(개점 후 점포를 매각한 경우 2년 이내 신청 불가)

○ 1인 1점포만 신청 가능할 수 있다.
○ 타 업종(한국표준산업분류상 471,472이외의 업종) 매출 비중이 40% 미만 이여야 한다.
○ 면적은 임대계약서 및 건축물관리대장 면적 기준이며 고용 면적, 부대시설을 포함 한다.

3.1.2 지원 세부내용

가) 현장지도

물류전문가인 지도요원을 배치하여 단계별 지원점포에 대한 현장 지도를 다음과 같이 지도 한다.

<표 9> 나들가게 지원 세부사항

세부 업무	주요내용
상권분석 및 점포현황파악	• 주변 상권 분석(주변경쟁점 입지유형, 주거형태) • 점포매출,객수,객단가,객층,레이아웃, 외관,취급 상품수 재고 상태, 영업시간 등
문제점및 개선방안도출 및 실천	• 취급상품, 진열, 레이아웃, 집기, 친절, 청결, 영업 시간등 점포문제점 및 개선 방안 도출 • 상권 및 면적에 적합한 레이아웃을 추진하여 신규레이아웃 작성
개선안 실행	• 레이아웃 확정 • POS기종 및 간판시안 확정
점주교육	• 상품구성/보완, 접객요령, 진열방법, 재고관리 등 • 악성재고처리 방안 교육 • POS,집기활용 교육 • P에, 가격표 교육
환경개선	• 간판 및 POS설치 • 시설 및 집기 발주
상품보완	• 취급상품 IN/OUT실시 • 발주,검수,로스,효율분석,재고관리 교육
상품 재배열	• 곤도라 및 상품재배열 • 가격표 교체

<소상공인 진흥원 나들가게 운영 지침서>

나) POS 기기와 프로그램 설치

POS(Point of Sales)의 약자로 판매시점관리를 의미한다. POS는 금전등록기와 컴퓨터 단말기의 기능을 결합한 시스템으로, 상품 판매시점 시스템에서 정보를 수집하여 판매금액 정산 및 다양한 매출 경영분석을 제공한다.

○ POS 기기 선정 및 프로그램 설치

○ POS 기기 사용자 교육

○ POS 기기 운영 및 활용 관리 : POS 시스템은 나들가게 운영에 필수 지원 사항으로 점주는 점포운영에 POS 시스템을 반드시 활용해야 하며, 점주는 POS 시스템의 매출분석, 인기 상품/판매 저조 상품 분석 자료를 활용해 점포의 머칭다이징, 취급 품목군 선정 등에 기초 자료로 활용할 수 있다.

○ POS 기기 사후관리 : 설치 후 고장 처리, 나들가게 POS 프로그램 문의 및 장애 처리를 자원한다.

다) 간판지원

○ BI 시트지 및 간판교체에 소용되는 비용을 공급 가액 기준으로 지원한다.

라) 상품 (재)배열지원

상품(재)배열에 소요되는 지원비용을 공급가액 기준으로 점포당 지원금(연도별 예산에 따라 상이 2012년 기준 : 일백만원) 한도 내에서 지원한다.

○ 지원 범위 : 진열대 구입에 소용되는 비용, 진열 소도구 및 진열과 관련된 조명 시설 이전 및 설치 비용

○ 시공업체 및 공급업체는 비교견적 등을 검토하여 점주가 선택한다.

마) 자금 지원

혁신 의지가 있는 나들가게 선정 점주에게 시설 현대화 및 물품 구매 등 운영자금 조달을 위해 정책 자금 지원

○ 대출 한도 : 최고 1억 원 이내(개인 신용도에 따라 대출 한도 책정)

○ 대출 이율 : 3.55%(2012년 2/4분기 현재, 분기별 변동금리 적용)

○ 대출 상환 방식 : 1년 거치 4년 상환(상환 금액의 70%는 3개월 또는 1개월 균등 분할 상환, 30%는 상환기간 만료 시 일시 상환)

○ 담보 설정 : 부동산, 신용, 신용보증서
○ 취급 은행 : 기업은행, 국민은행, 새마을금고, 전북은행, 제일은행, 제주은행,

3.1.3 정보화 지원

가) POS 시스템

나들가게는 POS 시스템을 기본으로 판매정보를 실시간으로 분석하여 일매출, 상품 분류별 매출, 시간대별 매출, 등 갖가지 정보를 제공하며, 이외에 고객관리, 재고관리, 경영관리 등 점포운영에 필요한 각종 관리기능을 제공한다.

POS시스템을 도입하여 사무 작업을 간소화시켜, 업무의 효율의 효율을 높일 수 있으며, 다채로운 경영 분석을 통해 경영전략을 수립할 수 있도록 한다. 또한, 계산 오류를 방지하고 영수증 발급 기능을 추가하여 고객의 신뢰도 증가에 기여하며, 철저한 고객 관리가 가능토록 지원한다.

나) 나들가게 영업관리 프로그램

점포 내외부에서 발생 POS정보를 제공하며, 필요시에 이를 가공하여 각 부문의 의사결정을 할 수 있도록 지원 가능한 프로그램으로서 어디서나 접근하여 POS를 통한 매출내역을 조회 가능토록 한다. 적정재고관리, Best/Worst 상품관리, 고수익의 상품파악 및 적정 매가관리를 위하여 나들가게 영업관리 프로그램은 상품관리, 매출관리, 재고관리, 영업분석 등의 다양한 메뉴로 구성되어 있다.

또한 분석단계에서는 자기점포의 자료뿐 아니라 전국의 나들가게 매출정보를 기초로 분류별/상품별 비교, 매출 단가 비교, 판매 베스트 비교를 할 수 있도록 지원하고 있다.

3.2 제주도 내 소규모 소매점의 나들가게 신청 및 지원현황

3.2.1 나들가게 신청 현황

2010년부터 2012년 5월 현재 제주소상공인지원센터에 나들가게 신청 현황을 근거로 다음과 같이 정리하였다

가) 나들가게 신청 현황

나들가게를 신청한 제주도 내 소규모 소매점 점포 수를 보면 사업 시행 초기는 홍보 부족으로 지원하는 업체 수가 적었으나, 2012년에는 약 280%가 증가한 127개업체가 지원 신청하였다. 또한, 나들가게 신청 점주 연령을 보면 30대 8%, 40대 8%, 50대와 60대가 73%를 차지하고 있어 향후 점포주 노령화가 가속화 될 것으로 예측된다.

<표 10> 제주도 나들가게 지원업체 현황

구분	2010년도	2011년도	2012년도	합계
지원신청업체수	43개업체	58개업체	127개업체	228개업체

<제주소상공인지원센터 나들가게 지원자 현황(2012.5)>

나) 지역별 나들가게 신청현황

나들가게 지원 지역별 현황을 보면 제주시 171업체(71%)를 차지하고, 서귀포시가 67업체(29%)를 차지하고 있다.

특히, 제주시 지역을 살펴보면 용담동 26%, 삼도동 14%, 건입동 22%로서 구도심권과 제주시 농촌 지역을 중심으로 신청되어 있다.

이는, 열악한 제주도 내 소규모 점포가 구도심권과 제주시 농촌지역에 많이 분포되어 있음을 추정할 수 있다.

<표 11>제주도 나들가게 지원업체 지역별 현황

지원신청업체수	제주시	서귀포시
238개업체	171개업체	67개업체

<제주소상공인지원센터 나들가게 지원자 현황(2012.5)>

3.2.2 나들가게 지원 현황

가) 제주지역 나들가게 지원 현황

나들가게 지원 기준을 토대로 현장평가서, 현장평가 세부기준 자료를 기초로 제주특별

자치도와 관할 중소기업청에서 나들가게 선정위원회를 구성 선정하여 지원하였다.

<표 12> 제주도 나들가게 지원업체 현황

구분	2010년도	2011년도	2012년도	합계
지원신청업체수	43개업체	58개업체	127개업체	228개업체
지원업체수	34개업체	52개업체	82개업체	168개업체
지 원 률(%)	79	89	64	73

<제주소상공인지원센터 나들가게 지원자 현황(2012.5)>

<표 13> 제주도 나들가게 지원 세부내용

구분 \ 지원용	현장 지도	POS및 프로그램설치	간판지원	자금 지원
2010년도	34개업체	34개업체	34개업체	8개업체
2011년도	52개업체	52개업체	52개업체	15개업체
2012년도	82개업체	82개업체	82개업체	23개업체
합 계	168개업체	168개업체	168개업체	46개업체

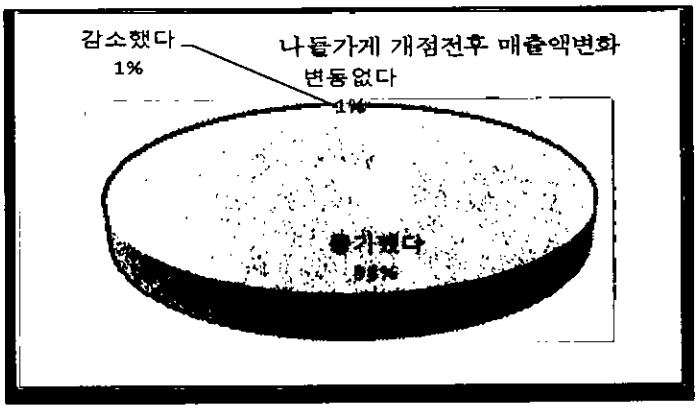
<제주소상공인지원센터 나들가게 지원자 현황(2012.5)>

3.2.3 만족도 조사

제주 소상공인지원센터에서는 제주도 내 나들가게 사업 수혜자 168명에 대한 현장점검 중 설문 조사에서 유의미한 응답을 한 유효표본(응답비율 92.1%)을 154명 대상으로 결과를 정리하였다.

가) 나들가게 개점 전·후 하루매출액 변화

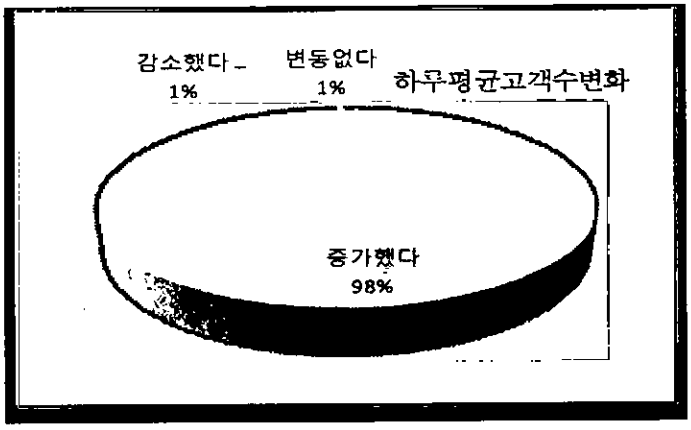
나들가게 개전 점·후 하루 평균 매출액 변화에 대해서는 총 154명 중 98%에 해당하는 151명이 증가했다고 응답하여 대부분에 점포들이 나들가게 시행 이후 매출액이 증가한 것으로 조사되었다.



<그림 7> 나들가게 개점 전·후 매출현황

나) 나들가게 개점 전·후 하루 평균 방문 고객 수의 변화

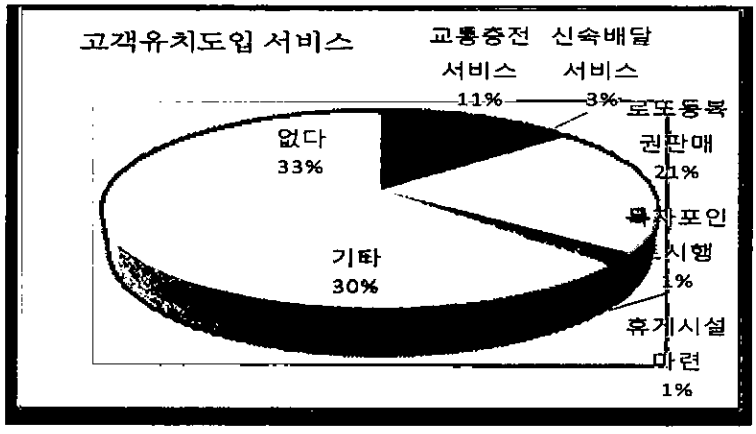
나들가게 개전 점·후 하루 평균 방문 고객 수의 변화에 대해서는 총 154명 중98%에 해당하는 150명이 증가했다고 응답하여 고객 수 역시 대부분에 점포들이나들가게 시행 이후 매출액이 증가한 것으로 조사되었다.



<그림 8> 나들가게 개점 전·후 고객수 변화

다) 나들가게 개점 이후 고객유치를 위해 도입하고 있는 서비스

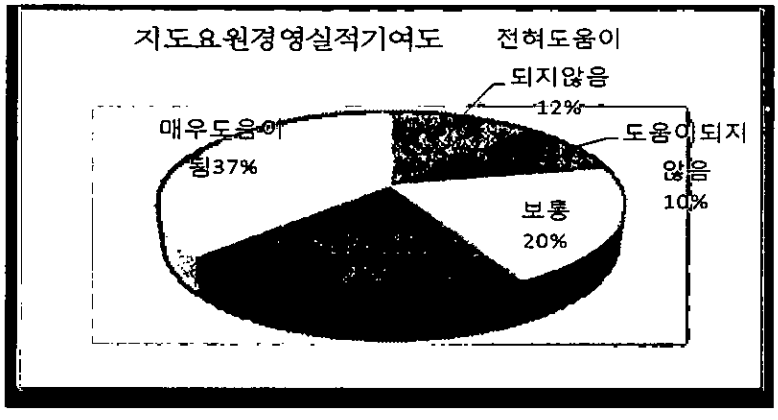
나들가게 이후 점주 스스로의 노력으로 시행하고 있는 서비스는 없다가 33%, 기타가 30%, 교통충전 서비스 11%로서 없다가 33%를 차지한 것은 나들가게 지원 이후 점주 스스로 자구 노력을 시행하지 않는다는 것을 의미하는 것이다.



<그림 9> 나들가게 후 고객유치를 위한 서비스 도입

라) 지도요원의 점포경영에 기여도

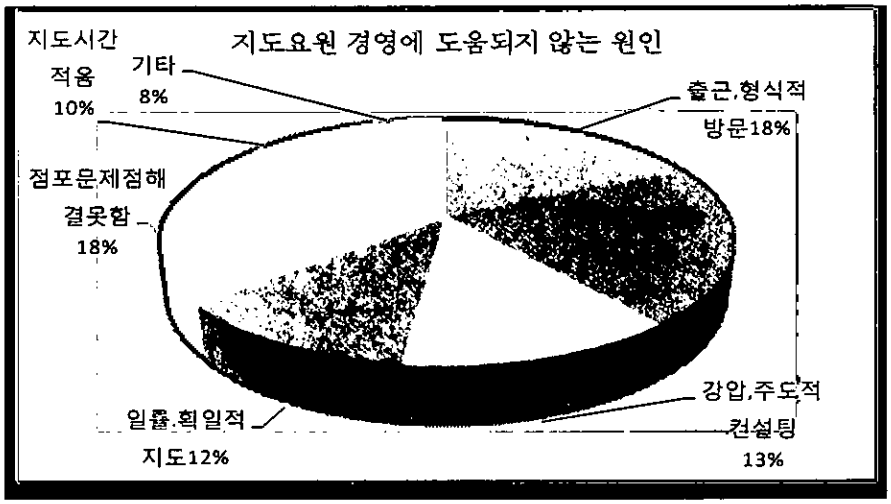
지도요원의 지도가 점포경영실적에 실질적으로 도움이 되었는가에 대하여 도움이 되었다는 의견이 58%(매우 도움이 됨 37%, 조금 도움이 됨 21%)로서 전체적으로 지도요원이 기여도가 높은 것으로 판단된다.



<그림 10> 지도요원 경영실적 기여도

마) 지도요원 지도가 점포에 도움이 되지 않는 사유

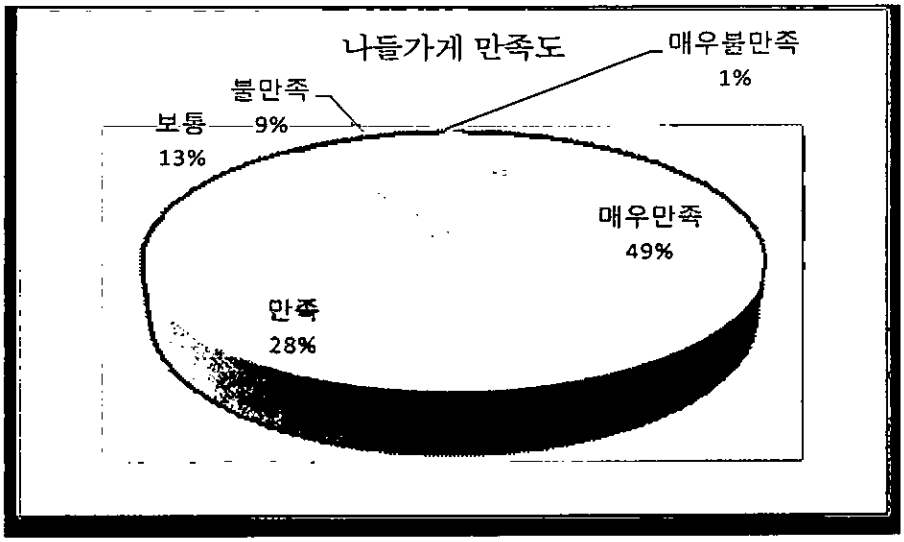
지도요원에 대한 점포경영에 도움이 되지 않는 사유로서 가장 많이 선택된 것이 지도요원이 현장경험 부족으로 점포에 실상에 적용이 어려운 지도였다는 것이 21%로서 가장 많이 차지하였다.



<그림 11> 지도요원 경영에 도움 되지 않는 원인

바) 나들가게 사업 만족도

나들가게에 전반적 상황을 고려한 만족도는 전체적으로 볼 때 77%(매우만족 49%, 만족28%로서)로서 비교적 높게 나타났다. 이는 나들가게 지원 사업이 효과가 있었음을 의미하는 것이다.



<그림 12> 나들가게 만족도

Ⅳ. 제주도내 소규모 소매점 경쟁력 강화방안

골목상권 살리기 대책수립을 위한 연구(2011) 등과 나들가게 사업 등을 통해 지역내 소규모 소매업체의 경쟁력 강화를 위한 다양한 사업들이 진행되어 이미 그 효과가 가시적으로 나타나고 있는 것으로 사료된다. 그러나 그 효과는 단기적이과 단편적이어서 지속적인 경쟁력 유지를 위해서는 기존 사업의 지속적인 추진과 추가적인 경쟁력 강화 방안 모색이 필요할 것이다.

4.1 법 · 제도 개선

4.1.1 유통산업발전법 등 제도적 개선

골목상권 살리기 대책수립을 위한 연구 보고서(제주상공회의소, 2011)에 따르면 현재 유통산업 발전법 제2조 3의 2호 등에 의하면 전통상업보존구역 내 대규모 점포 등의 개설등록 및 변경 등록 시에는 등록 제한을 할 수 있도록 규정하고 있는데, 현재 지역 중소유통업체에 가장 큰 타격을 주고 있는 기업형 유통업체인 편의점 을 준 대규모 점포의 범주에 포함시킨다.

이와 같이 특정지역에서의 일정 부분 기업형 유통업체인 편의점을 제한하는 법 · 제도 개선을 통해 지역 소규모 점포의 안정적 운영을 위한 구역을 확보한다.

4.1.2 유통업체 총량제 실시

제주지역 골목상권 및 전통시장들과 경쟁 관계에 있는 주요업체들인 대형마트, 하나로마트, 편의점 등의 개점이 계속 될 경우 관련 소매업체들의 매출감소 등으로 타격을 입을 뿐만 아니라, 제주지역 골목상권 등 영세 유통업체의 피해가 현실화 되고 있다. 따라서 신규 유통점 확장에 따른 상호 피해를 예방하기 위하여 도내 유통업체의 개설 위치 및 매장면적, 이용 고객에 대한 실태조사 분석을 통하여, 유통업체의 신규개설 및 기존

매장면적의 확장을 제도적으로 제한하는 등의 총체적인 관리 방안을 마련하여 기존 소매 업체들의 고객 확보를 위한 인근 거주민들의 수를 확보한다.

4.2 운영 지원

4.2.1 통합 상품 구매, 물류 시스템 구축

프랜차이즈 편의점이나 대형 마트의 경우 효율적이고 효과적인 물류와 구매 시스템을 운영하여 상품의 다량 확보를 통한 구매가의 절감과 효율적인 수 배송 시스템으로 물류 비용을 절감하고 있다. 특히 제주 지역은 도서지역이므로 타 지역에 비해 상품 구매를 위한 물류 비용 부담 절감에 한계가 있다. 소규모 점포를 위한 공동 구매 시스템과 효율적인 물류운송 시스템이 절실히 필요한 실정이나 영세한 소규모 점포로서는 절대로 독자적으로 갖출 수 가 없다. 따라서 자치단체의 지원과 소규모 점포끼리 조합 형태로 구성하여 공동 구매와 물류 배송 시스템을 구축하여 운영할 경우 경쟁력 강화에 절대적인 기여를 할 수 있을 것이다.

또한, 점포의 운영 시간과 체계적이고 고객 서비스 중심적인 매장시설 인테리어 정비의 지속적인 지원이 필요할 것이다.

4.2.2 정보시스템 확대 구축

나들가게사업에서 POS시스템 구축은 경쟁력 향상을 위해 매우 큰 역할을 한 것으로 보인다. 그러나 상품의 자동 재주문과 고객관리 등 판매 통계 분석 시스템 등의 추가와 지속적인 운영을 위해 사용자의 교육 지원과 시스템 업그레이드, 유지보수 등의 지원이 필요할 것이다.

4.3 재정 지원

현재 서울특별시의 경우 기업형 슈퍼마켓 등의 진출로 경영 애로를 겪고 있는 일반슈

퍼마켓을 위해 총 250억 원의 SMS(Seoul Mini Shop) 육성 특별자금을 조성하여, 국내 최저금리인 연 2.5%로 업체당 최대 2억, 최장 5년간 대출을 해 주고 있으며, 찾아가는 자금지원서비스인 '희망드림모바일뱅크' 사업을 시행하여 여러 가지 여건상 직접 방문이 힘든 사업주에게도 지원하고 있다.

소규모 소매점의 열악한 자금 여건을 지원하기 위해서 제주 지역에도 골목상권과 소규모 소매점 활성화를 위한 골목상권 및 소규모 소매점 육성을 위한 특별자금을 조성하여, 일정 기간 특별 지원을 통한 경쟁력 강화 방안을 강구할 필요가 있다.

4.4 운영 종사자의 역량 강화

유통 시장이 개방되고 국내 대형마트가 출현하면서 중소유통업체 특히, 소규모점포의 소매점의 경쟁력을 상실한 이유 중에 하나는 경영기술, 즉, 경영 노하우(Know-how)가 부족하기 때문이다. 경영기술의 부족은 유통업의 경험을 축적하지 못했기 때문이며, 특히, 소규모 소매점포가 가장 취약한 점은 수십 년 동안 점포를 운영하면서도 성공적인 점포 운영에 대한 교육을 제대로 받아본 점포가 없다.

그 이유는 소규모 소매점 운영 종사자를 위한 전문 교육 시스템의 부재를 들 수 있다. 운영 종사자 역시 교육에 관심이 없다. 교육투자비용의 부담, 교육투여시간의 부족(가족 중심적, 영세성) 등이 원인이라고 할 수 있다.

참고문헌

김상덕, 박진용, 김상덕(2009), 시장지향적 유통관리, 박영사(p20).

박명호, 박종무, 윤만희(2009), 마케팅, 경문사(p12).

소상공인진흥원, 나들가게 경영지침서, 2011(pp.21~25).

소상공인진흥원, 나들가게 POS데이터 활용, 2012(pp.9~11).

소상공인진흥원, 나들가게 현황 및 운영, 2012(pp.27~29).

소상공인진흥원 조사연구팀 전국소상공인 실태조사 보고서.2011(pp.75~82).

이기수(2007), 도소매 물류정보시스템 설계 및 구현 물류센터와 할인점 중심으로, 우송대학교 석사학위논문(pp.23~24).

중소기업청, 한국연쇄화사업, 소규모 점포시설 개선사업의 효율적인 추진방안, 2007(pp.125~131).

중소기업청, 소상공인진흥원, 나들가게 설명서, 2012(pp.35~41).

제주경제정의실천시민연합, 동네 골목매점 운영 실태와 문제점-점주대상 설문조사 결과를 토대로, 2007(pp.125~131).

제주상공회의소, 골목상권 살리기 대책수립을 위한 연구, 2011(pp.7~42).

제주특별자치도, 사업체조사보고서, 2011(p.17).

한국편의점협회, 편의점 운영동향, 2010(pp.23~29).