Guide Book for Starting Business

창업다이어리

중소기업청
Small & Medium Business Administration

소상공인진흥원
Small Enterprise Development Agency



창업다이어리

Guide Book for Starting Business

Contents

Ⅰ. 창업구상
1. 창업자의 자세 7
2. 창업절차 31
3. 성공창업을 위한 절차(예시) 43

Ⅱ. 창업준비
1. 아이템 선정 61
2. 프랜차이즈 가맹창업 76
3. 창업자금 98
4. 상권분석 110
5. 사업타당성 검토와 사업계획서 작성 126
6. 점포계약 156

Ⅲ. 창업실행
1. 상호 182
2. 인테리어 197
3. 사업자 등록 214
4. 종업원 채용 234
5. 홍보 마케팅 250
6. 개업준비 262
7. 개업 273

Ⅳ. 경영수첩 289

창업다이어리

Guide Book for Starting Business

Ⅰ. 창업 구상

1. 창업자의 자세
2. 창업절차
3. 성공창업을 위한 절차(예시)

memo

Ⅰ. 창업 구상

1. 창업자의 자세

나도 사업가가 될 수 있는가?

보통 사람들은 자신을 낮추어 사업을 시작할 엄두조차 내지 못하고 있는 경우가 대부분이다. 사업은 아무나 할 수 없으며 어느 정도 자질이 있어야 사업을 할 수 있다고 생각하기 때문이다. 그러나 이제는 일반적인 사회 통념을 버리고 자기 내면에 소유하고 있는 사업가의 기질을 찾아내 차근차근 준비해 나가는 것도 창업의 한 방법이다. 훈련을 통해서 사업가 정신은 키워지는 것이기 때문이다. 하지만 우리주위에 창업해서 성공했다는 사람보다는 실패로 힘들어 하는 사람이 훨씬 많다는 점에 주목해야 한다. 마치 주식으로 돈 벌었다는 사람보다는 손해를 보았다는 사람이 많은 것처럼 사업은 엄청난 시간과 자기의 혼을 불어 넣어야만 성공할 수 있는 것이기 때문이다.

안정적인 직장인이라 하더라도 회사의 형편에 따라 혹은 개인의 역량에 따라 평균 근무연수가 짧아지고 평생직장의 개념이 사라진 현대를 살아가는 사람이면 누구나 한번쯤은 꿈꾸는 창업이지만 창업을 한다고 해서 모두 성공을 한다는 보장은 없다. 일본에서 가장 존경 받는 기업인의 한 사람으로 꼽히는 혼다자동차의 창업자 혼다 소이치로 회장은 "많은 사람들이 성공을 꿈꾸지만 내가 생각하기에 성공이란 끊임없는 실패와 내적 성찰을 통해서만 성취될 수 있다. 자기가 한 일중에

서 1%만 성공을 거둘 뿐 나머지 99%는 실패로 불린다"고 성공에 대한 어려움과 자기 성찰의 중요성을 이야기 하고 있다.

사업가가 된다는 것은 그만큼 힘든 일이며 자기가 상상했던 것보다 어려운 환경을 수도 없이 맞이하게 된다. 그럼에도 불구하고 사업을 해야 된다고 마음먹었다면 무엇을 어떻게 해야 할지 스스로 결정하고 철저하게 준비해야 한다. 사업을 위하여 몸과 마음을 바쳐 전심전력으로 일할 자세가 갖추어져 있는가? 사업을 돈을 벌기 위한 수단으로만 생각하고 있지는 않은가? 구체적인 사업계획서를 수립하였는가? 등 어떻게 이 사업이 성공할 수 있을까 끊임없이 생각하고 열정을 갖고 준비하는 자세가 필요하다. 창업 후 성공의 비율은 대단히 미약하기 때문에 소자본 창업이라고 하더라도 더 이상 주먹구구식 창업과 경영은 통하지 않는 세상이 되었다.

그러면 어떻게 준비해야 하는가? 선진국의 자영업자는 창업을 위하여 대부분 5년 이상의 준비기간을 갖고 창업분야도 자신이 오랫동안 종사한 업무와 관련된 커리어(Career)창업이 많은 반면 우리나라는 실업이나 주변여건에 따라 즉흥적으로 창업하는 경향이 많은데, 창업은 단기전이 아니다. 철저히 정신 무장을 하고 창업에 성공한다는 확신을 갖고 어떠한 아이템이라 할지라도 꼭 현장체험을 거친 후에 창업을 준비해야 한다. 판매실적을 높이고 수익성을 증가시키면서 성공을 거두겠다는 결의에 가득 찬 업체 간 경쟁이 과거 어느 때보다 더욱 치열하다. 나는 왜 사업을 하는지, 어떤 사업을 할 것인지, 어떤 마음가짐으로 창업에 임할 것인지, 어떻게 경영할 것인지에 대한 마음속의 준비와 다짐을 하면서 창업을 준비하고 구상을 하는 과정이 필요하다.

창업환경과 창업자의 자세

국민경제의 기반을 형성하며 경제활동의 생산 및 소비주체로서 경제 활성화에 중요한 역할을 수행하는 우리나라 소상공인 사업체수가 2010년 말 기준으로 2,685천개(천체 사업자의 87.5%)를 넘어섰으며, 사업체 종사자수는 5,217천명(전체 종사자의 44.8%, 중소기업청 실태조사)에 이르고 있어 자영업자끼리의 경쟁은 피할 수 없는 상태다. 또한 자영업은 통상적으로 도 · 소매업, 음식 숙박업, 이 · 미용업, 서비스업, 전자상거래업 등으로 서민경제와 밀접한 연관이 있지만 내수시장의 빈약, 진입장벽이 낮을 뿐만 아니라 소비의 양극화와 업체 간 과당경쟁의 지속 등으로 저부가가치 산업구조를 벗어나지 못하고 있는 실정이다.

특히 우리나라 자영업의 주요 업종의 경쟁강도는 일본 및 미국에 비해 크게 높은 수준이며 특히 유사한 산업구조를 가진 일본에 비해 경쟁이 과도한 부동산중개업, 외식업, 기타 서비스업 등은 향후 구조조정이 빠르게 진행될 것으로 예상된다. 종업원 이직률이 상대적으로 높은 열악한 환경에서 견디고 있는 자영업의 현실은 저마진 구조가 고착화된 상황에서 기업자본의 시장진입이 증가하면서 투자자금 조달, 정보접근성, 인적자원 등에서 열세를 보이고 있는 개인사업체의 영업기반이 빠르게 붕괴될 가능성이 있어 이에 따른 일자리가 대폭 줄어들 것으로 판단된다.

금융위기 이후 해고와 감원이 늘어나는 것과 맞물려 금융, 보험, 공무원, 제조업, 기타 등에서 퇴출되는 인력이 구체적인 사업계획 없이 한계적 상황 등으로 인하여 마지못해 하는 모방성 창업, 비전문성 창업으로 생계형 자영업에 진입하게 되고 이는 사업실패로 귀결되어 신빈곤층을 양산하는 요인으로 작용하는 형태이기 때문에 정부는 한계 자영업체의 퇴출 촉진, 신규 창업자에 대한 사업리스크 축소, 시장기

능 회복 등을 위해 사회안전망 확충과 성공창업을 위한 네트워크를 활성화 할 필요가 있다. 이런 환경에서 창업은 거친 바다로 뛰어들어 항해하면서 고기를 잡는 어부처럼 피나는 노력을 하지 않으면 자영업 시장에서 실패 가능성이 높아 현재의 창업환경에서 성공창업을 기대하기는 어렵다. 따라서 창업을 시작하기 전에 나는 창업을 왜 하는지 얼마만큼 소득을 올리고 싶은지, 어떤 마음가짐으로 창업을 준비해야 하는지 점검하고 출발하는 자세가 필요하다.

예비창업자의 창업가 정신은 모험과 도전으로 대표될 수 있을 만큼 어렵고 험난한 과정이다. 그럼에도 창업은 개인적으로나 국가적으로 부의 증대를 가져다 주기도 하고 고용창출을 통해 경제 성장 동력의 근간이 되는 아주 중요한 일이다. 따라서 창업자가 가진 꿈과 비전이 현실에 좀 더 가까워질 수 있는 방향으로 이끌어가기 위하여 창업이라는 중요한 과정을 진행하기 전에 마음가짐, 사업방향, 적성, 사업가 조건, 기질 등을 점검해보고 생각해보는 자세가 필요하다.



창업에서 가장 중요한 덕목

교통 통신의 발달로 과거의 규칙과 질서가 붕괴되고 가치관의 선호도가 다양화되어 업종, 지역, 국가의 벽을 넘어 자영업자의 경쟁상대도 수시로 바뀌고 소비자의 소비행태의 변화 등으로 새로운 업태가 계속 생겨나고 있으며 산업구조와 고용여건도 빠르게 변화하고 있는 현실을 직시할 필요가 있다. 이러한 기업환경에서 창업을 준비하고 있는 예비창업자에게 가장 중요한 덕목이 바로 도전과 개척정신이다.

기업경영을 하다보면 예기치 못한 갖가지 어려움이 닥치는데 어떤 난관에 부닥쳐도 불굴의 용기를 갖고 이를 헤쳐 나가는 도전정신이 곧 기업가 정신이며 기업가 정신이 창업자에게 요구되는 가장 중요한 덕목이다. 지금까지는 수혜자의 입장에서 본인이 원하는 서비스를 받고 요구하면서 부족함 없이 살아왔던 환경에서 창업을 하는 순간부터는 공급자의 입장으로 변하기 때문에 모든 서비스를 제공해주는 입장에서 생각하고 고객을 최우선으로 생각하는 마음가짐이 중요하다. 또한 어떤 결론을 내리는데 있어 전문가의 조언을 듣고 결정하는 것이 수많은 시행착오를 줄일 수 있는 매우 효율적인 방법이다.

기업가는 기회를 인식하고 이에 따라 행동하는 용기 있는 사람으로 단기적인 안목에서 승부를 거는 게 아니라 장기적이며 미래지향적인 관점에서 비전을 개발해 제시해야 하며, 끊임없이 혁신적인 생각과 노력을 기울일 줄 알아야 한다. 또한 기업가는 다양한 요건을 구비하고 있어야 유리한데 급변하는 기업 환경에서 기업을 유지 발전시키기 위해서는 이와 같은 도전과 개척정신 능력이 주변 환경을 잘 조화시키는 지름길이 된다.

창업자의 기질과 검토항목

창업은 나 자신은 물론, 가족의 미래가 달려 있음을 명심하고 창업자가 세운 어떠한 목표달성을 위해서라도 매 순간을 소중하게 검토 항목을 철저히 살피고 창업을 준비하는데 최선을 다하여 성공창업이 되도록 한다.

1. 부지런한가?

창업을 해서 성공하는 이들을 보면 아침에 일찍 일어나 남보다 한발 먼저 활동을 시작하고 부지런함으로 솔선수범하며 자신감으로 이어지는 삶 자체를 긍정적인 힘으로 이끌어 가는 공통점이 있다.

2. 고객의 마음을 잘 읽는가?

나를 제외한 모든 사람이 고객이기 때문에 고객의 욕구파악을 잘 하고 자기 이익보다는 고객과 함께 공유하는 이익실현으로 고객의 마음을 잘 헤아리는 인간적인 따뜻함과 공감이 담겨있는 친절한 마음을 가져야 한다.

3. 일을 스스로 찾아서 하는가?

대부분 월급쟁이는 시키는 일을 한다. 그러나 창업자는 혼자서 기획하고 행동하고 결정해야 하기 때문에 일에 전문가가 되어야 한다. 고객이 무엇을 좋아하고 원하는지 찾아내어 모든 일에 긍정적이고 능동적으로 대처하는 능력을 키워야 한다.

4. 돈 씀씀이가 헤프지 않은가?

실천 가능한 확실한 목표를 가지고 당연히 쓸 곳에는 쓸 줄 알아야 겠지만 술집출입이 빈번하든가 비즈니스와 관계없이 일과 중 골프를 즐긴다든가 계획 없이 돈이 있으면 우선 쓰고 보는 사람은 단기적으로 성공한다 해도 결국은 오래가지 못하고 실패한다.

5. 신용을 잘 지키는가?

신용은 돈만이 아니다. 시간약속, 특히 자기가 한 말과 행동에 대하여 책임을 질 줄 알아야 한다. 허튼 말과 행동은 지금까지 쌓은 부와 명예를 순식간에 날려버린다.

6. 건강관리를 하는가?

창업은 건강과 가장 직결되어 있기 때문에 도전과 경쟁논리 속에서 생존하기 위해서는 건강관리가 중요하다. 현명한 식사와 일관되고 균형 잡힌 운동, 적절한 휴식과 예방적 사고가 신체적 기능과 적절한 체중을 유지시켜 일상생활에 활력을 준다.

7. 복이 오는 웃는 얼굴과 강인한 체력을 갖고 있는가?

대박집과 쪽박집의 차이는 바로 고객을 맞이하는 웃음에서 큰 차이를 보인다. 본인은 물론 종업원과 함께 웃음을 찾는 연습이 필요하며 고객이 편안함을 갖도록 철저하게 자신을 낮추는 사고, 어떠한 어려움이 닥치더라도 일찍 포기하지 않는 정신력, 그리고 체력은 이를 받쳐줄 필수요건이다.

8. 자신의 적성을 알고 있는가?

생각의 방향을 플러스적 사고로 잡고 초보 창업자일수록 유행을 따르기 보다는 자신이 현재 어디에 위치에 있는지를 자세히 살피고 자신이 원하는 것을 정확히 판단하여 자신의 적성과 취미 그리고 전문지식을 살리는 업종을 선택하는 것이 유리하다.

9. 업종 발전단계 파악과 아이템은 결정하였는가?

업종수명이 짧아지고 있는 추세임으로 성숙기업종이나 수요에 대한 반복성과 지속성이 없어서 일시적 유행으로 끝나는 유행 업종보다는 도입기나 성장기업종(유망업종)이 유리하며 제조업, 도소매업, 서비스업, 외식업, 전자상거래업 등 업종 군을 먼저 선택한 후, 구체적인 사업아이템을 결정하는 것이 바람직하다.

10. 아이템에 맞는 점포 입지를 선택하였는가?

사업을 언제 어디에서 시작할 것인가. 점포입지는 아이템과 고객의 궁합이 맞아야 하므로 내가 선택한 품목이 일반적으로 어떤 지역 어떤 조건에서 잘 되는지를 파악하고 그 조건에 맞는 사업장 입지를 물색하되 고객이 누구인가를 정확히 알고 가급적 목이 좋은 곳을 선택하여야 한다.

11. 최소 규모로 시작

투자비가 커지면 회수기간이 길어지고 시행착오를 거치는 과정에서 순발력 있는 대응이 어렵다. 창업에 필요한 자금의 용도와 조달대책은 항목별로 세부적으로 작성하고 부채비율은 최대한 낮추는 것이 좋다. 창업자금은 전체 조달 가능자금의 70% 수준에서 사업규모를 결정하는 것이 바람직하다.

12. 가족의 동의는 필수

가족의 동의와 지원은 천군만마를 얻는 것과 같아 부부가 함께 창업하거나 가족의 협력을 받아 창업하면 인건비를 절약해야 하는 자영업의 특성상 성공률이 상대적으로 높으며 사업이 어려움에 처했을 때도 가족의 도움을 받기가 쉽다.

13. 이 세상에 공짜는 없다

노력하지 않고 창업에 성공할 수는 없다. 창업에 성공한 동종업계 1등 업체의 사례와 노하우를 습득하여 자신에게 적용하고, 경쟁업체의 장단점을 철저히 파악하고 분석하여 동 업계 최고가 될 수 있는 전략을 수립하여야 한다. 성공 창업자는 노력하는 사람만이 누릴 수 있도록 후천적으로 만들어진다.

14. 현장 확인은 필수

가맹점 창업일 경우 아무리 평판이 좋고 입소문이 많이 난 가맹본부라도 가맹점에 직접 방문하여 손님이 많은지 가격은 적당한지 평판은 좋은지 등 현장 확인은 필수이며 고객을 맞이하는 주인의 마음과 신화적인 서비스에 이르기까지 고객에게 헌신하고 감동을 주는 경영을 창조할 마음가짐이 필요하다.

15. 사업계획서는 창업성공의 지름길

사업의 방향, 매출액, 매출원가 구조, 자금수지 예상표, 손익분기점 등 객관적인 자료에 의한 계수화된 사업계획서는 예비창업자가 창업 전에 꼭 작성해 보아야 할 필수적인 요건이다.



창업자가 지켜야 할 17가지 원칙

우리나라의 자영업비중은 선진국에 비하여 대단히 높은 편이다. 2005년도 인구 당 업체수로 업종의 경쟁강도를 우리경제와 유사한 산업구조를 가진 일본과 비교하면 부동산중개업(4.1배), 외식업(2.2배)에 이르고 있어 향후 업종전반에 걸쳐 구조조정이 빠르게 진행될 것으로 보인다. 또한 자영업자끼리의 경쟁은 피할 수 없는 상태로 하루가 다르게 변모하는 소비자의 심리를 정확하게 파악하고 갈수록 경쟁이 심화되고 있는 창업시장의 생존경쟁 속에서 예비창업자가 성공하기 위해서는 창업자가 지켜야 할 아래의 원칙에 충실할 필요가 있다.

1. 사전에 철저한 조사와 분석이 필요하다.
2. 자신이 원하는 것이 무엇인지 정확히 판단한다.
3. 자신의 위치에서 자신에게 적합한지를 판단한다.
4. 주 고객층을 명확히 설정하고 업종을 선택한다.
5. 겉치레에 시간과 돈을 쏟아 붓지 않는다.
6. 초기투자에 많은 자금을 투입하지 않는다.
7. 혼자서 결정하지 않고 경험자나 전문가와 상의한다.
8. 현장은 직접 확인하고 발로 뛰면서 준비한다.
9. 새로운 투기업종보다는 기존 업종의 틈새시장을 노린다.
10. 예상 기대수익은 부풀려 잡지 않는다.
11. 사업아이템에 대한 전문지식이 있어야 한다.
12. 영업능력과 조직능력이 있어야 한다.
13. 현금흐름 등을 파악할 수 있는 기본 회계능력이 있어야 한다.
14. 자기자본 비율을 높이고 빚으로 창업하지 않는다.
15. 전심전력으로 일할 준비가 되어 있어야 한다.
16. 허드렛일도 할 준비가 되어 있어야 한다.
17. 불확실성에 대처할 수 있는 사전준비가 필요하다.

창업 적성검사

설문내용을 읽고 예(○),아니오(X) 중 하나를 선택하여 점수를 매긴 후 자신의 적성을 알아보는 내용입니다.

1. ( ) 나의 생활방식을 다른 사람에게 구체적으로 설명할 수 있다.
2. ( ) 일을 계획적으로 하는 편이다.
3. ( ) 일을 맡으면 적극적으로 하고 싶은 생각이 든다.
4. ( ) 실패해도 실망하지 않고 다시 도전하는 편이다.
5. ( ) 약속을 지키는 편이다.
6. ( ) 창업을 위해 정보를 수집하고 있다.
7. ( ) 친구가 많은 편이다.
8. ( ) 다른 사람이 나와 다른 의견을 내도 귀를 기울이는 편이다.
9. ( ) 어려울 때 함께 고민해줄 친구, 친지가 세 명 이상 된다.
10. ( ) 도전 정신이 왕성한 편이다.
11. ( ) 자신의 의사가 확고한 편이다. (또는 그 의사를 타인에게 전달할 수 있다)
12. ( ) 건강에 자신이 있다.
13. ( ) 기초적인 재무지식이 있어 재무제표 정도는 이해할 수 있다.
14. ( ) 좋아하는 일이라면 먹고 자는 일도 잊어버린다.
15. ( ) 창업을 하는데 있어 가족들을 설득할 자신이 있다.
16. ( ) 잘 될 줄 알았던 일이 생각처럼 안되어도 실망하지 않는다.
17. ( ) 즐겁지 않은 모임에 가서도 참고 즐길 수 있다.
18. ( ) 누군가에게 맞으면 반드시 반격을 한다.
19. ( ) 외부사람이 말을 걸어오면 일단은 들어준다.
20. ( ) 친한 친구의 출세가 마음에 걸린다.

■ 평가방법

각 항목에 대해 (예)라고 답한 경우 5점 (아니오)라고 답한 경우 0점을 주어 20개 문항에 대한 점수를 합산하여 적성을 알아보는 내용입니다.

■ 채점결과

- **60점 이상**

  창업할 수 있는 환경이 성숙되어 있고 창업자로서의 자질도 충분하다. 자신이 추구할 업종을 검토하고 그 업종과 관련된 전문정보를 수집했다면 언제든지 개업해도 좋다.

- **31~59점**

  그럭저럭 창업할 만한 환경이 성숙되어 있다. 그러므로 자신이 운영할 업종을 눈여겨보고 폭넓게 가맹점 정보를 수집한 후에 신중하게 창업을 고려해 본다.

- **30점 이하**

  창업을 해야 할 동기가 명확하지 않다. 이런 사람은 ㅇㅇ가맹점, 월수입 1,000만원 식의 숫자에 현혹될 위험성이 높다. 그러므로 다시 한번 자신에게 맞는 업종이 무엇인지를 진지하게 생각해보기 바란다. 또한 창업관련 박람회와 세미나도 참가하고, 프랜차이즈 가맹정보를 수집하고 현장체험 등을 경험하여 처음부터 다시 차분하게 창업을 준비한다.

※ 적성검사결과 :

강 · 약점의 체크리스트

■ 자신의 강점 및 약점분석

성공적인 창업을 위해서는 무엇보다 창업자의 자신감이 중요하다. 따라서 창업 전에 자신의 강점과 약점을 파악해보는 것은 대단히 중요하다. 자신이 가지고 있는 강점은 최대한 활용하고 약점은 미리 보완하거나 피해감으로써 실패를 미연에 방지할 수 있기 때문이다. 강점이나 약점 파악은 자만이나 자학의 목적이 아니라 창업에 전략적으로 활용하려는 것이므로 냉철하게 살펴보되 가급적 긍정적 안목에서 분석할 필요가 있다.

■ 평가방법

막연하게 생각해서는 자신의 강점과 약점을 발견하기 쉽지 않다. 부정적인 여러 상황을 발전시키기 위해서라도 자신에게서 강점과 약점을 찾아낼 필요가 있는 것이다. 자신의 강점과 약점을 평가할 때는 가급적 직장이나 학교생활에서 검증된 것들을 중심으로 기술해야 주관적 오류를 방지할 수 있다.

항목별로 자신이 어디에 해당하는지 각 항목에 자신의 해당정도를 체크해서 '보통'이상과 보통이하로 표시되는 항목을 강점과 약점으로 분류한다. 만일, 성품, 대인관계, 업무습관, 미래대비 항목에서 자신이 생각하고 있는 내용이 없거나 추가하고자 하는 경우에는 새로운 항목으로 넣어서 점수를 매기면 된다. 70점 이상인 경우에는 적극적으로 창업을 준비할 수 있는 점수이며 이렇게 분류된 강점과 약점 항목을 상위와 하위 각 5개씩 골라 정리하여 창업을 준비하는 데 활용할 수 있다.

구분	항 목	매우 그렇다 (5점)	비교적 그렇다 (4점)	보통 이다 (3점)	그렇지 않은편 (2점)	전혀 아니다 (1점)
성품	• 긍정적 사고를 한다					
	• 겸손하다					
	• 기지나 재치가 있다					
	• 인내와 끈기가 있다					
대인관계	• 대인관계의 폭이 넓고 깊다					
	• 활달한 성격이다					
	• 화술과 표현력이 뛰어나다					
	• 인상이나 외모가 호감을 준다					
업무습관	• 업무에 완벽하다					
	• 일에 대해 집중 한다					
	• 기획 및 분석력이 있다					
	• 추진력이 있다					
	• 창의력이 있다					
미래대비	• 정보마인드가 있다					
	• 컴퓨터 실력이 있다					
	• 어학능력이 있다					
	• 독서를 많이 한다					
	• 건강하다					

NO	강점 5	약점 5
1		
2		
3		
4		
5		

창업자자질 체크리스트

평 가 사 항	평 가		
	(예)	(보통)	(아니오)
1. 낙관적인 성격이다.			
2. 가족의 동의, 협력 확보가 가능하다.			
3. 사람 만나는 것을 좋아 한다.			
4. 신용을 곧 생명으로 안다.			
5. 성취욕구가 높다.			
6. 자신의 운명을 개척할 수 있다고 믿는다.			
7. 매사에 정열적이다.			
8. 한번 결정하면 끝까지 수행한다.			
9. 다른 사람을 설득할 수 있는 힘이 있다.			
10. 아이디어가 풍부하다.			
11. 새로운 방식을 빨리 받아들인다.			
12. 건강에 자신이 있다.			
13. 무슨 일이나 집념이 강하다.			
14. 교제에 능숙하고 친구가 많은 편이다.			
15. 많은 과제를 가지고 일하는 것이 즐겁다.			
16. 곤란한 일을 당해도 해결의지가 강하다.			
17. 남보다 한 발 앞서 가려는 마음이 강하다.			
18. 모든 것을 계수화하기 좋아한다.			
19. 아래 사람에 대한 사랑이 있다.			
20. 신문 · 잡지 등 정보지 읽기를 좋아한다.			
21. 다른 업종 등에도 늘 관심을 두고 있다.			
22. 번뜩이는 창의력이 있다.			
23. 언제나 장래에 하고 싶은 일이 생각난다.			
24. 참을성이 강하다.			
25. 보고 듣고 난 후에 메모하는 습관이 있다.			

■ 평가방법

각 항목에 대해 (예)라고 답한 경우 4점 (보통)이라고 답한 경우 2.5점 (아니오)라고 답한 경우 1점을 주어 25개 문항에 대한 점수를 합산하여 창업자 자질을 알아보는 내용입니다.

■ 채점결과

점 수	판 정
90점 이상	창업자질이 매우 높음
80점 이상	창업자질이 비교적 높음
70점 이상	창업자질이 약간 높음
60점 이상	창업자질이 보통임
50점 이상	창업자질이 다소 낮음
50점 미만	창업자질이 낮음

체크리스트 검사결과

창업적성 체크리스트

평 가 사 항	평 가		
	(예)	(보통)	(아니오)
1. 창업에 대해 신중히 고려하고 있다			
2. 창업박람회, 사업설명회, 창업강좌에 참석해 본 적이 있다.			
3. 기본적인 창업 절차에 대한 지식을 가지고 있다.			
4. 대인관계가 원만하다는 소리를 주변에서 듣는다.			
5. 물건을 살 때 꼼꼼하게 따지고 구입하는 편이다.			
6. 새로운 사람을 만나는 일이 즐겁다.			
7. 식당에서 음식이 늦게 나와도 짜증내지 않는다.			
8. 처음 본 사람이라도 인상이나 이름을 잘 기억하는 편이다.			
9. 환경이 변하면 나 자신을 바꿀 준비가 돼 있다.			
10. 인터넷은 게임보다 정보습득에 더 많은 시간을 할애한다.			
11. 상대방의 기분을 상하지 않게 부탁을 거절할 수 있다.			
12. 가족과 상의하고 판단해서 일을 처리한다.			
13. 이해득실에 대한 판단이 빠르다.			
14. 건강, 여가 선용을 위해 한가지 이상 운동을 한다.			
15. 사안별로 추진하든 포기하든 의사 선택의 결정이 빠르다.			
16. 창업한다면 말리는 사람보다 돕겠다는 사람이 더 많다.			
17. 한번 창업에 실패하면 나는 끝장이다.			
18. 실패의 경험이 있다.(진학, 취업, 사업, 자격시험 등)			
19. 살아오면서 여러 가지 직업을 경험해 봤다.			
20. 나는 반드시 창업을 할 것이다.			

■ 평가방법

각 항목에 대해 (예)라고 답한 경우 2점, (보통)이라고 답한 경우1점, (아니오)라고 답한 경우 0점을 주어 20개 문항에 대한 점수를 합산하여 창업적성을 알아보는 내용입니다.

■ 채점결과

- **32점 이상**

  창업을 하는데 상당히 훌륭한 내적 조건을 갖췄다. 창업 적성은 창업을 하기까지 문제뿐 아니라 창업을 한 이후도 파악하는 것으로 마인드, 성격, 특성, 환경, 의지, 경험 등 전 부문에서 좋은 조건을 지닌 것으로 판단된다. 창업 아이템 선정을 비롯한 창업 실무에 돌입해도 무방하다.

- **24~32점**

  비교적 양호하지만 부족한 부분도 있다. 창업 이후 건강, 체력, 습관과 성격 등 여러 요인으로 적성에 맞지 않아 그만두는 경우가 많다는 것을 염두에 두고 보충할 부분을 충분히 검토해야 한다. 부족 부분을 점검하고 변화를 위해 노력한다면 창업이후 안정적인 궤도에 오를 수 있다.

- **24점 미만**

  창업을 하기에 상당히 부족한 조건이다. 누구나 창업은 할 수 있다. 그러나 안정적인 수익을 내고 유지하는 것은 창업자의 소수에 불과하다. 새 일 자리를 찾거나 현 직장에 머무는 것이 낫겠지만 창업을 고집하고 싶다면 자기 자신을 고쳐나갈 의지를 갖고 각고의 노력을 기울여야 한다.

체크리스트 검사결과

memo

memo

memo

memo

memo

memo

2. 창업 절차

창업이란 기업을 새로 만드는 것을 말하는데 인적 물적 자원을 적절히 결합하여 미리 설정된 사업목적을 달성하기 위하여 상품이나 서비스를 조달 생산 판매하거나 그와 부수된 활동을 수행하는 것을 말한다. 개인이나 집단이 자신의 책임 하에 돈과 사람을 동원하여 새로 사업을 개시하는 것으로 이때 다루는 상품이나 서비스의 유형 또는 자금의 대소와 관계없이 새롭게 사업을 시작하면 이것을 모두 창업이라 한다. 이러한 창업을 생각하면 쉬울 것 같은데 막상 창업하려고 하면 무엇부터 준비하고 시작해야 할지 답답함을 느낄 것이다. 업종은 뭐가 좋은지, 경쟁력은 어떻게 갖추어야 하는지, 창업절차는 어떻게 되는지 궁금하고 알아야 할 것이 한두 가지가 아니다. 이럴 때 창업의 방향 설정과 마음가짐에 대한 준비가 되어 구체적으로 어떻게 사업을 추진해야 하는지 방법이나 절차를 알고 진행한다면 훨씬 체계적으로 사업목표를 예상보다 더 빠르고 쉽게 성취할 수 있게 될 것이다.



창업을 하려면 무엇을 어떻게 준비해야 하는가

준비하는 과정과 절차에서 알고 실천해야 할 내용은 무엇인지 살펴보고자 한다.

■ **첫째로 창업환경과 시대흐름을 정확하게 읽고 자기분석을 통해 강점은 극대화 시키고 약점을 극복하는 능력을 가져야 한다.**

사회가 변하고 이에 맞추어 환경도 많은 변화를 가져오고 있는 현대는 정보화 사회가 되면서 창업을 지배하는 기본원칙과 가치기준이 바뀌고 있기 때문이다.

■ **둘째로 창업목적을 분명히 해야 한다.**

사업을 하는 이유가 대부분 이윤을 남기기 위하여 시작한다. 그러나 부자가 되고 싶은 생각만으로는 사업을 시작하는 충분한 이유가 될 수 없다. 이윤을 남겨서 무엇을 할 것인가가 중요하다. 먹고 살기위해 사업을 할 것인지, 자녀들 교육을 위해 할 것인지, 보다 나은 삶과 노후를 준비하기 위해 할 것인지, 더 많은 돈을 벌어서 불우한 이웃을 돕기 위해서 할 것인지, 빌게이츠처럼 모든 책상과 모든 가정에 개인용 컴퓨터를 보급하기 위해서 등 사업의 목적이 뚜렷하고 무엇을 하려는가? 등의 대의 명분이 뚜렷해야만 사업을 시작하려는 자신에게는 물론 남들에게도 떳떳하고 당당하게 내세울 수 있기 때문이다.

■ **셋째 철저한 준비가 필요하다.**

성공적인 창업을 위한 왕도는 따로 없다. 우선 창업환경을 폭넓게 이해하고 관련지식과 정보를 축적하며 성실하게 실행하는 것이 필요하다. 또한 창업의 시기, 가족의 동의, 충분한 기술습득, 창업관련 물품조달, 충분한 자금 등 인적 물적 자원을 조달하고 배치하는 일이다.

■ 넷째 경쟁업체보다 한발 앞선 전략이 필요하다.

소자본 창업에서 사업전략의 핵심은 경쟁전략이다. 자기만 잘한다는 생각이면 되는 것이 아니라 제품, 서비스, 홍보 등 모든 면에서 경쟁점포를 압도할 수 있는 경쟁력을 갖추는 일이다. 업종별로 경쟁력의 핵심을 보면 제조업은 고품질과 제품의 차별화이며, 외식업의 경우 메뉴 전문화, 맛, 분위기, 서비스이며, 도소매 서비스업은 상품과 기술, 서비스의 차별화이다

■ 다섯째 기본에 충실해야 한다.

먼저 창업을 위한 조건이 구비되어 있는가? 아이템, 장소, 경영방침, 사업계획의 기본 틀은 잡혀 있는가? 사업계획서는 작성하였는가? 자금의 조달과 용도에 대하여 구체적으로 계획을 세웠는가? 개업준비와 사업개시 일에 대한 세부계획은 세웠는가? 등에 대하여 철저하게 준비하여 현장 경험을 쌓고 이러한 조건을 구비한 후에 창업한다면 시간과 예산의 낭비를 줄이고 효과적으로 창업을 할 수 있을 것이다.

아이템을 정할 때에도 다수의 아이템 중에서 3가지 정도로 압축하여 세밀하게 분석한 후 최종 아이템을 정하여야 한다. 또한 상권 분석과 함께 사업계획서를 작성해 본 후에 창업을 해야 한다. 이와 같이 창업은 현재 자신의 역량을 바탕으로 본인의 적성과 자질, 경험과 지식, 경영능력, 자금조달 방안 등을 검토한 후에 해도 절대 늦지 않다. 또한 소자본 창업에서는 한사람의 인건비를 줄이는 것이 수익성에 커다란 영향을 주기 때문에 배우자나 가족의 협조는 대단히 중요한 사항임을 명심해야 한다. 소자본으로 창업하는 사람은 큰 희망을 가지고 시작하고 있으나 대부분 준비되지 않은 채 시작함으로써 스스로의 한계에 부딪혀 중도에 포기하거나 실패를 하게 되는 경우가 많다. 옛 속담에도 있듯이 돈을 쫓아가지 말고 돈이 자기를 쫓아오도록 기본에 충실해야 한다.

창업교육은 필수

예비창업자들이 가장 어려움을 겪고 있는 것 중의 하나가 창업아이템 정보, 자금조달, 입지선정, 창업실무 등이다. 따라서 창업을 준비하는 예비창업자에게는 창업교육은 필수이며 창업에 관한 행정적인 절차, 사업타당성 검토와 사업계획서 작성, 상권 및 입지분석, 자금수지예상표 작성 등에 대한 실무습득은 창업을 위하여 꼭 필요한 부분이다.

이러한 창업교육은 매년 소상공인진흥원에서 무료 혹은 일부 부담으로 시행하고 있으며 과정별로 보면 창업직업교육, 경영개선교육, e러닝 교육 등 다양한 내용의 교육을 1월부터 12월까지 연중으로 시행하고 있다. 자세한 내용은 소상공인진흥원 홈페이지(eduinfo.seda.or.kr)에서 확인을 하면 된다.

소상공인진흥원의 창업 교육은 예비창업자와 업종전환자를 대상으로 연중 교육기회 제공으로 창업의 기본 틀을 마련하여 실패를 줄이고 성공창업이 될 수 있도록 운영되고 있으며 창업지식 및 경영정보제공으로 창업성공률 향상과 일자리 창출을 목적으로 하고 있다.

창업교육을 통해서 모든 것을 해결할 수는 없지만 창업을 준비하는 사람들에게 소상공인 창업교육은 좋은 창업의 길잡이가 될 수 있다. 창업교육을 받으면서 본인의 의지와 다짐을 새롭게 하고 느낀 점이나 창업 준비 과정에서 미진한 부분에 대한 조사항목에 대하여도 기록하는 습관이 필요하다.

창업교육은 소상공인진흥원에서 매년 정기적인 교육일정에 따라 운영하고 있으며 홈페이지에 접속해서 교육을 클릭한 후 화면에 나타나는 교육과정을 보고 대상 업종과 교육기간에 맞추어 듣고 싶은 강좌를 신청하면 된다.

창업준비 10단계

1. 창업환경 검토	창업현황과 전망, 창업자 적성검사(창업자의 능력, 자질, 경험), 가정환경, 창업의지, 창업 경영이론 학습, 가족협력 등의 여부
2. 아이템 선택	창업트랜드 분석, 자신에 맞는 아이템 여부, 성장성, 안정성 있는 후보 아이템(3~5개)을 선정하고 꾸준히 시장조사후 최종 아이템 선택
3. 사업타당성 검토	사업의 성공 가능성에 대한 정보를 파악하기 위하여 선택 아이템에 대한 상품성, 시장성, 수익성, 안전성(위험요소) 등을 자세하게 검토
4. 시장조사 분석	시장규모, 경쟁사 제품의 경쟁력과 유사제품 분석, 목표고객 및 수요층의 니즈분석, 소비자 구성분포와 변화추세 조사, 수요예측 등
5. 상권, 입지선정	입지선정 이유와 경쟁점포 극복방안 상권내의 가시성, 경제성, 편의성 분석 유동인구와 배후상권, 도로구조 분석
6. 자금계획 수립	창업자금의 용도를 시설자금과 운전자금으로 구분, 자세하게 조사하여 자금의 용도와 조달 가능한 자금규모 결정, 창업을 추진하기 위해서 세부적인 자금의 용도와 조달 가능한 자금 규모 설정
7. 사업계획서 작성	사업의 개요와 내용, 시장조사분석, 마케팅계획, 자금수지계획, 사업추진일정 등을 나타내는 자료로 구체적인 내용으로 작성. 예상매출액, 매출원가, 영업이익, 당기순이익, 손익분기점 등을 산출
8. 인테리어 공사, 종업원 채용	고객 편의와 상품을 돋보이게 할 수 있는 디스프레이 전략, 고객의 접근성에 유의한 매장의 익스테리어, 고객 친화력이 높은 채용관리 시스템 가동, 고객 서비스 경쟁력 강화를 위한 반복 교육
9. 행정 절차	사업자등록, 별도의 영업신고, 소방설비 신고, 인허가사항 (법인사업자, 개인사업자) 등에 대하여 자세하게 검토
10. 창업 및 경영	디스플레이, 간판, 집기 설치, 개업식, 창업 홍보, 업무활동, 영업활동, 인력관리, 경영 계수관리, 주기적 점검 및 보완

계획단계에서 체크해야 할 사항

업무구분	체 크 해 야 할 사 항
1. 경쟁관계	• 비교되는 제품이나 서비스를 제공하는 경쟁업체의 강점에 대한 현실적인 평가는 되어 있는가? • 자사 제품과 서비스를 선택할 수 있도록 차별화되어 있는가?
2. 입지·판매방법	• 품목은 무엇이며, 주 고객은 누구인가? • 어떤 방법으로 어떤 가격과 조건으로 팔 것인가? • 시장조사결과를 반영해 적합한 상권과 입지를 결정하였는가?
3. 상품·재료매입	• 무엇을 어디에서 매입할 것인가? • 어떤 조건으로 매입할 것인가?
4. 설비구입·제조방법	• 무엇을 제조하고 무엇을 외주로 줄 것인가? • 기계는 어디에서 구입하고 어떤 설비로 제조할 것인가?
5. 지식·기술·자격	• 기술자나 자격자, 책임자는 누구로 할 것인가? • 해당분야의 지식이나 경력이 풍부한가?
6. 종업원 확보	• 가족만으로 운영이 가능하겠는가? • 종업원은 어떻게 채용할 것인가?
7. 사업의 형태	• 개인 기업으로 할 것인가? 법인으로 할 것인가? • 프랜차이즈창업과 독립창업 중 어떤 형태로 할 것인가?
8. 사업계획서	• 사업계획서를 작성해 보았는가? • 시설자금 및 운영자금은 얼마나 들어갈 것인가?
9. 손익예상	• 매출은 얼마나 될 것인가? • 원가, 판관비, 당기순이익 규모는 산출하였는가?
10. 자금조달	• 즉시 준비할 수 있는 자금은 얼마나 되는가? • 필요한 운용자금은 적기에 조달이 가능한가?
11. 세금문제	• 사업자등록은 언제 할 것인가? • 직접 기장할 것인가, 세무사에게 맡길 것인가?
12. 개업예정일	• 상호는 정하고 사업자등록은 하였는가? • 개업일은 언제가 제일 좋을 것인가?

memo

memo

memo

memo

memo

memo

3. 성공창업을 위한 절차 (예시)

1. 사전 준비단계

창업자의 자기분석과 창업환경을 파악하는 단계다.

- 창업을 왜 하는가에 대한 방향설정(생계형, 부업형)
- 창업을 하기에 적합한 여건이 조성되었는가(자금, 업종선택, 건강 등)
- 창업자 적성검사(창업자의 능력, 자질, 경험)
- 가정환경은 어떠한가(가족의 동의와 이해, 적극적인 지지여부)
- 창업 결심, 창업 경영이론 학습(창업교육 이수)

2. 창업 아이템 물색단계

경험과 지식의 활용 가능성을 파악하여 나에게 맞는 아이템은 어떤 것인지, 창업시장의 흐름은 어떤지, 활용할 수 있는 기술이나 전문지식을 갖고 내가 접근 할 수 있는 사업 아이템을 물색해 보는 단계다.

- 자신이 있거나 좋아하는 분야, 자본과 사업의 전망 등 여러 가지 주변 환경을 비교하고 검토해서 알맞은 아이템을 결정하는데 30일 가량 소요되며 조사기간이 2개월 이상 걸릴 수도 있다.
- 서점에 들러 관련 정보서적들을 구입해 읽어보거나 매스컴 또는 인터넷 자료를 활용해 간접 체험 기회를 넓히고 다양한 아이템을 접해볼 기회를 갖는 것이 좋다.
- 이미 사업을 하고 있는 주변 사업주로 부터 다양한 조언을 받는 것도 필수이나 유망 아이템에 대한 집착이나 맹신은 금물이다
- 내가 가장 잘 할 수 있는 업종이 무엇인가? 만일 없다면 주변의 도움을 얻어서라도 핵심역량을 발휘할 수 있는 아이템이 좋다. (아이템이 정해져 있으면 이 부분은 생략하고 다음단계로 돌입)

3. 창업 아이템 선정단계

과거 현재 미래의 어느 시점에서든 자기가 선택한 최종아이템 선정을 위한 사업타당성 분석을 해보는 단계다. 이 과정을 거쳐야 어떤 아이템을 어떤 지역에서 할 것인지 결정하기가 수월하며 반드시 일정기간 현장체험을 통해서 판단하여 결정한다.

- 몇 개의 업종이 최종 후보 자리에 오르면 10일 정도(1개월 이상 소요되는 아이템도 있음)는 집중적으로 후보 아이템에 관한 현장 실사와 정보수집에 투자해야 한다.
- 해당 업종을 이해할 수 있는 전문서적이나 관련 단체 등으로부터 보다 자세한 정보를 수집하여 좋아하는 일에 대해 끊임없이 생각하고 창의적인 상상력을 동원하여 하고 싶은 아이템을 선택한다.
- 해당 업종에 이미 종사하고 있는 사람을 만나서 동향을 파악한다. 다른 사람이 이미 수행하고 있는 사업이라 할지라도 그 아이템에 대하여 차별화하거나 더욱 개선하거나 더 저렴하게 사업을 수행하겠다는 각오를 다지는 것이 사업성공의 관건이다.

4. 사업타당성 검토와 창업자금 조달 가능성 검토단계

사업을 시행하기 이전에 사업의 성공가능성에 대한 정보를 파악하기 위하여 사업추진능력, 기술성, 시장성, 경제성, 위험정도 등을 분석하고 평가하는 총체적인 과정을 사업타당성 검토라 하며, 크게 사업가능성, 사업안정성, 사업발전성에 대하여 검토하며 창업자금의 조달은 항목별 용도에 대한 세부적인 내용을 파악하여 조달 가능성을 검토한다.

- 사업가능성 : 업종과 아이템을 선택한 후에 아이템에 대한 범위를 넓혀 비교 분석하고 독립 창업할 것인지 또는 프랜차이즈 가맹 창업할 것인지에 대하여 검토한다.

- 사업안정성 : 선택한 업종과 아이템의 분포 현황에 대하여 조사하고 월 또는 연간 매출액의 추정액이 달성가능한지의 여부를 검토한다.
- 사업발전성 : 업종과 아이템의 발전 단계가 쇠퇴기가 아닌지 현재 도입기 또는 성장기에 있는 상태를 선택하는 것이 좋다.
- 수익성 : 현금흐름표와 재무제표를 세밀하게 작성하여 투자금액에 대한 회수가능성 검토와 영업이익 산출 가능성에 대하여 검토한다.
- 창업자금 조달 가능성 : 자금의 용도에 대하여 시설자금과 운영자금으로 크게 분류한 뒤, 다시 임차보증금, 권리금, 인테리어비용, 인건비, 재료비, 경비 등으로 세분하여 산출하며, 조달에 대하여도 자기자금 규모, 정책자금 또는 은행 차입가능금액 등을 세부적으로 산출하여 조달가능성을 검토한다.

5. 사업장 입지 결정단계

아이템이 결정되었으면 내 상품을 사줄 수 있는 고객이 누구인가에 대한 분석과 함께 유동인구가 풍부한 지역 상권과 후보점포를 물색하고 사업할 장소를 찾아 상권에 대한 시장조사와 입지 타당성 조사를 한 후에 계약하는 단계다.

- 업종이 정해지면 20일 정도의 시간을 투자해 최종 결정한 아이템 에 가장 궁합이 맞는 점포를 찾아본다.
- 점포의 조건을 꼼꼼히 확인하여 계약 후 권리침해 부분은 없는지 권리금은 타 점포에 비하여 적당한지 등을 검토한 후에 조달 가능한 자기 자본에 맞춰 점포를 확정한다.
- 다른 상권도 지속적으로 살펴보며 몇 개의 후보 점포들을 비교 검토해 본 후에 최종적으로 2–3개 정도의 점포로 압축한 뒤 점포 주인과 협상에 들어가는데 이때 건물 시가의 일정비율 이상에 해당하는 근저당권이 설정되어 있다면 피하는 게 좋다.

6. 창업 실행단계

사업장이 선정되었다면 이제 구체적인 사업추진을 진행하는 단계다. 상호를 정하고 점포 내 · 외부 공사를 하고 인력을 충원하여 점포가 속한 상권 내에서 다른 경쟁점포와 어떻게 차별화해서 운영할 것인지에 대한 고민과 노력을 통해서 우리 점포만의 컨셉을 결정한다.

- 공사기간을 20일 정도로 잡고 공사가 진행되는 동안 각종 집기와 인쇄홍보물 등 부대적인 요소들을 준비한다.
- 각종 부대집기나 비품, 인쇄물, 개업기념품 등을 발주할 때도 몇 군데 업소의 비용을 비교 검토하여 정하며 미리 종업원을 확보하여 업무교육을 진행해야 개업과 동시에 정상영업이 가능하다.

7. 개업 준비단계

간판 인테리어 시설을 끝내고 장치 시설물 등을 구입하고 진열을 하면서 개업을 준비하는 단계다. 또한 인허가 사항 등을 받아 사업자 등록을 필한 후에 마지막으로 마케팅 전략 등을 점검한다.

- 시설이 완료된 후 집기나 상품들을 채우는 데 일주일 정도의 여유를 가지고 미리 작성한 도면에 따라 세심한 배치가 필요하다.
- 상품진열은 비교적 디스플레이가 잘 된 경쟁 유사점포를 답사해 벤치마킹하는 게 오히려 시간과 비용 면에서 득이 된다.
- 간판과 썬팅 등은 전적으로 간판업체에 위임하지 말고 디자인이나 컨셉은 가능하면 전문가의 조언을 듣고 옥외광고물법 도로교통법 도식계획법 등 해당지역 관공서의 기준을 따르는 게 좋다.
- 목표시장을 선정하고 상품계획, 판매 재고계획, 가격전략을 점검한다.



8. 점포 홍보 마케팅단계

상호를 짓고 간판 달고 손님을 맞이하기 위해 준비한 홍보 내용물을 꼼꼼히 점검하고 시선을 끌 수 있는 크기와 칼라를 사용하여 우리 점포와 제품을 알리는 단계다. 또한 사업장 벽면에 대형 현수막을 설치하여 홍보하고 인근 지역의 타 사업장 근로자를 대상으로 할인권을 우송하는 등의 방법으로 홍보한다. 고객이 몰려들 것이라고 기대하지 말고 무엇이든 얻기 위해서는 열심히 하는 것이 최선의 방법이다.

- 개점행사(안) 결정
- 개점 판촉물 결정 및 전단지 확정하여 배포
- 고객카드 제작
- 상품, 종업원 교육, POS, 운영, 지원에 관한 최종 점검
- 외식업의 경우 이웃초청 시식 및 품평회

9. 개업일

사업자등록하고 대 고객 앞에 선보이는 날이다. 창업은 쉽다고 생각할지 모르지만 성공하기는 어렵다. 이제부터가 본격적인 창업이라 생각하고 고객에게 기쁨을 주는 점포, 고객을 감동시키는 점포가 되기 위한 노력을 해야 한다. 고객의 욕구에서 출발하는 마케팅이 본격적으로 필요한 단계이며 오히려 이제부터 시작이라는 자세로 긴장의 끈을 놓지 말고 전력 질주해야 한다.

반드시 성공하기 위해서라면 고객의 입장에서 귀한 서비스가 필요하며 나도 성공할 수 있다는 자신감을 가지고 어떠한 어려움도 이겨나가야 한다는 마음가짐이 중요하다. 성공한 사업가가 실패한 사업가와 다른 점은 사업에 대하여 절대 포기하지 않는다는 것이다. 바로 인내와 끈기로 사업이 활기차게 돌아갈 때 까지 매진하는 것이다.

memo

memo

memo

memo

memo

memo

memo

memo

창업다이어리

Guide Book for Starting Business

Ⅱ. 창업준비

1. 아이템 선정
2. 프랜차이즈 가맹창업
3. 창업자금
4. 상권분석
5. 사업타당성 검토와 사업계획서 작성
6. 점포계약

memo

Ⅱ. 창업준비

첫 단추를 잘 꿰어야 한다는 말이 있듯이 모든 일에 있어서 처음 시작이 매우 중요하다. 창업의 형태, 방향설정, 마음가짐, 창업아이템, 자금조달 규모, 현장체험방법 등 창업준비를 위한 구상작업을 완료하였다면 이제부터 본격적인 창업을 준비하는 단계다.

한때에 유행한 업종에 치중한 창업으로 실패한 경우를 거울삼아 유행 업종과 유망업종에 대한 비교 분석능력과 사업타당성, 목 좋은 상권의 위치를 구별해 내는 안목을 기르는 것이 중요하다.

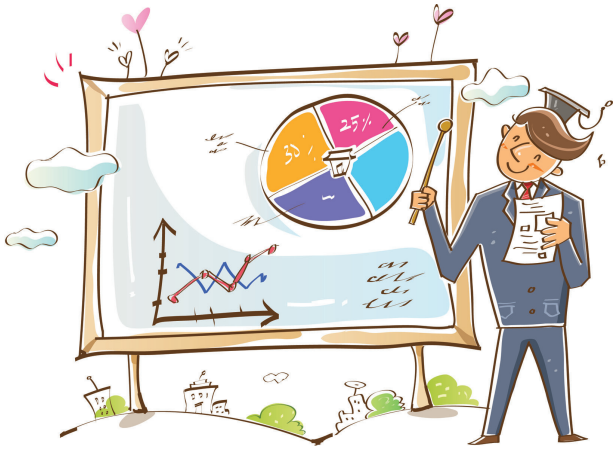
아이템의 경우에도 지금이 아니라 3~5년 후에도 유망한가를 따져보는 데서 출발해 일단 상품 및 서비스 가치제공의 기본에 충실 하는 한편 자신이 잘 아는 분야이거나 자신의 취미와 적성에 맞는 분야를 선택하는 게 우선이다.

창업에 성공한 사람들의 공통된 자질 중 절대 없어서는 안 되는 요소인 끈기와 자신에 대한 믿음을 갖는 것이 중요하다. 끈기는 창업에 성공한 사람들의 핵심적인 자질이다. 다른 사람들이 대부분 포기하려고 할 때 성공한 창업자들은 자신에 대한 믿음을 갖고 있기 때문에 역경을 돌파하는 힘이 강하다.

준비된 창업은 어렵다고 생각하는 전문분야라 할지라도 성공할 수 있는 요소가 많다. 성공한 많은 사람들의 사례에서 보듯 창업이란 특별한 사람들의 전유물이 아니다. 타고난 사람만이 할 수 있는 게 아니다. 재물이 많고 능력이 있는 사람, 재벌가의 2세만이 창업을 하는 것

은 아니다. 누구라도 창업할 수는 있지만 준비되지 않은 창업은 지금처럼 경쟁이 격화되어 있는 창업환경에서 실패할 수 있는 확률이 너무 높다. 따라서 창업실패를 줄이기 위해서는 창업 이후 일정한 기간 동안 사업정착단계까지 단거리 경주가 아니라 마라톤이라는 생각을 갖고 끊임없이 노력해야 한다.

직장을 그만 두고 자기의 사업을 위하여 창업을 준비하거나 혹은 기존의 사업이 어려워 새로운 아이템을 선택하여 업종전환하려는 분들도 준비단계에서 부터 치밀한 사전검토와 빈틈없는 사업계획수립으로 창업을 하여야 실수가 없고 경쟁에서 이길 수 있게 된다. 본격적으로 현 상태의 경기흐름과 창업환경을 이해하면서 아이템 선정, 프랜차이즈 가맹창업을 할 것인가에 대한 판단, 창업자금 조달방법, 상권분석과 점포계약, 사업타당성 분석 등에 대하여 검토한다.



1. 아이템 선정

미래에는 어떤 아이템이 유망사업 분야인가? 개성과 창의가 존중되면서 개인과 가정을 중시하는 사회 트랜드에 맞추어 유망 사업 분야도 유동인구 의존 형인가? 아니면 상주인구 의존 형인가? 또는 지하층을 선호하는가? 지상 1층을 선호하는가? 등 어떤 아이템을 선정하면 좋을까? 어떤 업종이 유망할까? 지금까지는 자신의 내부에서 들려오는 목소리를 들었다면 이제부터는 다른 사람의 목소리에 귀를 기울일 차례다. 다양한 경로를 통해서 아이템에 관련된 많은 사실을 알아낸다. 하루를 아이템과 함께 살고 호흡하면서 가장 잘 하는 것, 잘 할 수 있는 것을 생각해 보아야 한다. 내가 잘 할 수 없다면 누군가의 도움을 받아서라도 잘 해낼 수 있는 사업을 생각해 본다.

아이템 선정은 창업의 중요한 단계다. 어떤 제품(서비스)을 팔 것인가 하는 실질적인 사업내용을 결정하는 것으로 창업을 하려는 사람의 전공과 적성, 취미, 자금 능력, 성격, 주변 여건 등을 충분히 고려한 후, 업종 및 아이템을 선택해야 한다.

이 과정에서 어떤 업종이 유망한지에 눈을 돌리기보다는 내가 가장 잘 할 수 있는 아이템이 무엇인지에 초점을 맞추어서 생각하는 것이 더 바람직하다. 그동안 직장에서 또는 사회생활을 하는 동안 자신이 보고 느낀 경험을 최대한 활용하고, 안정성과 경쟁력을 고려하여 아이템 선정절차, 선정요령, 고려요소, 주의사항 등에 대하여 살펴보고 나에게 맞는 아이템을 찾아가는 과정이다.

아이템 조사

가장 효과적인 방법이 발로 뛰면서 조사하는 것이다. 전화하고 사람을 만나고 경쟁업체를 찾아가고 다른 업체를 관찰하다 보면 아이템에 관하여 상당히 많은 정보를 얻을 것이다. 창업하고자 하는 아이템 중에서 본인이 하고자 하는 의지와 그 업종에 대하여 가지고 있는 호감의 정도에 따라 적성에 맞는 아이템을 찾아야 한다.

먼저 본인이 좋아하고 할 수 있다고 생각되는 아이템을 후보군으로 정하여 10개 정도의 후보아이템에 대한 조사에 착수하는 것을 시작으로 자세한 정보수집 및 분석에 들어가게 되는데 정보수집 방법으로는 후보아이템을 운영하고 있는 점주와의 면담이 중요하며 종업원과 일반 고객을 대상으로 폭넓게 자료를 조사하여 순위를 매기는 것이 순서다.

10개 후보아이템에 대한 조사분석이 끝나면 후보 아이템별로 사업성, 수익성, 안정성, 경쟁관계, 소요자금 등을 따져 점수를 매긴 후에 상위순위 1-3개 아이템을 선택한다. 선택한 아이템에 대하여는 심층분석이 필요하며 이때부터 내가 창업해야 할 아이템이라는 마음가짐으로 아이템을 운영하고 있는 현재의 점주와 경험자, 전문가들의 의견을 반영하여 최종적으로 사업타당성 분석과 함께 추정손익계산서를 작성해본 후에 당기순이익이 가능하다는 판단이 서면 1-3개의 아이템 중에서 가장 높은 점수의 아이템을 선택한다. 이때에도 유망업종인지 여부와 창업비용에 필요한 자금을 조달할 수 있는지 판단해 본 후에 최종선택 하도록 한다. 선택한 아이템에 대하여는 철저한 조사분석이 필요하다. 단순하게 들릴지 모르지만 선택한 아이템에의 전문가가 되기 위해서는 해당아이템에 관련한 책이라면 무엇이든지 읽고 아이템에 종사하는 사람과 관심이 있어 의견을 나누고 싶어 하는 사람과 기회가 닿을 때마다 이야기하는 것도 하나의 방법이다. 가능하다면 언제 어디서고 선택한 아이템에 대하여 맛보고 구매해본다. 모든 조사는 당사자 자신이 직접 해야 한다. 될 수 있는 대로 다양한 경로를 통해서

아이템에 관련된 많은 사실을 알아내려고 노력하여야 하며 다른 사람의 이야기에 귀 기울이되 본인이 직접 들어야 한다. 동기를 부여하고 결단력을 발휘하고 주도면밀하게 사업을 추진하기 위해서는 자신의 귀보다 나은 도구는 없다.

아이템 선정 순서



memo

아이템 정보 수집방법

1. 사업자 및 경험자 면담을 통한 정보습득
2. 인터넷을 통한 정보습득
3. 재래, 도매시장, 백화점방문 정보습득, 농수산물도매시장, 전자상가 등 (신상품정보, 시장흐름파악 용이)
4. 지방이나 해외여행을 통한 정보습득
5. 신문, TV, 잡지를 통한 정보습득
6. 소상공인지원센터 등 창업 지원기관을 통한 정보습득
7. 동창, 친구, 전 근무지 등 인맥을 통한 정보습득
8. 최근 5년 이내 일본이나 미국 등에서 유망했던 아이템 조사
9. 해당분야의 전문가 평가를 통한 정보습득
10. 사업아이디어를 주변사람들에게 구하고 의견을 참고
11. 시장의 흐름이 어떤 종목에 유리한 방향으로 전개되는가 파악
12. 창업박람회를 통한 아이템 정보습득
13. 프랜차이즈 가맹본부의 사업설명회를 통한 정보습득
14. 여러 회사의 사업보고서와 기타정보
15. 무역정보와 무역관련 출판물을 통한 정보습득
16. 정기간행물을 통한 정보습득

아이템 선택 시 고려사항

성공적인 창업은 주어지는 것이 아니라 만들어 나가는 것으로 창업은 지금까지 살아온 경험보다 몇 곱절 더 어려움을 극복할 수 있어야 하기 때문에 자신을 알고 본인의 취미와 적성을 살릴 수 있는 아이템이면 가장 좋다. 자신이 좋아하는 일을 하고 살면서 과외의 일을 하는 날은 없을 것이다. 지금 하고 있는 일을 좋아하는가? 열정을 가지고 있는가? 비전을 추구하며 마음에 귀를 기울이고 긍정적 에너지를 샘솟게 하는 원천을 발견하는 것이 중요하다. 자신을 자연스럽게 드러낼 수 있도록 일할 수 있는 아이템을 선택하는 것이 중요하다.

1. 자신의 전문지식, 경력, 적성을 활용할 수 있는 아이템을 선택한다.
2. 자신의 자본규모에 맞는 아이템을 선택한다.
3. 점포가 확보된 경우에는 입지에 맞는 아이템을 선택한다.
4. 도입기나 성장기의 아이템을 선택한다.
5. 자신이나 주변사람들과 연관이 있는 아이템을 선택한다.
6. 투자대비 수익성이 높은 아이템을 선택한다.
7. 자금과 상품회전율이 높은 아이템을 선택한다.
8. 점포운영에 노하우가 축적되면서 다른 사람의 신규참여가 어려운 아이템을 선택한다.
9. 사회적인 필요에 부응하여 경기변화에 능동적으로 대처할 수 있는 아이템을 선택한다.
10. 아이템에 대한 자신의 특별한 마케팅 구사능력이 있으면 좋다.
11. 누구나 좋다는 아이템은 피한다.
12. 한순간에 소비자의 인기가 집중하다가 썰물처럼 사라지는 유행아이템이 아닌 유망아이템을 선택한다.
13. 인생을 바쳐서 하고 싶은 일과 연관 있는 아이템을 선택한다.
14. 취미와 연관되어 즐겨할 수 있는 아이템이면 좋다.
15. 내 삶에 커다란 변화를 일으킬 수 있는 제품이나 서비스인가?
16. 활용할 수 있는 기술이나 전문지식이 있는 아이템인가?

창업아이템 항목별 고려사항

구 분	내 용
시장성 · 입지	• 해당지역 상권분석 상 입지가 업종에 적합한가? • 사업발전 단계상 성장기 업종인가? • 해당 업종의 시장 규모가 커지고 있는가? • 시장의 경쟁현황과 전망은 양호한가? • 예상되는 고객의 수는 어느 정도인가? • 소비자 성향이 안정적이고 필요성이 증가하는가? • 잠재고객수의 증가는 예상되는가?
수익성	• 투자비용에 비해 수익 전망은 양호한가? • 손익분기점은 언제인가? • 1-2년 이내 흑자실현이 가능한가? • 인테리어 시설투자비 등을 권리금에 추가할 수 있는가? • 원자재 조달이 용이하고 값은 안정적인가? • 노동력 공급이 용이하며 저렴한가?
상품성	• 창업자 자신이 잘 아는 상품인가? • 고객입장에서 가격에 비해 유용한 상품인가? • 고객에게 인기도 / 경쟁력은 어느 정도인가? • 영업 및 A/S가능 여부? • 상품 조달 및 공급 용이성은 편리한가? • 상품이 비필수품이거나 사치품은 아닌가?
외부 환경	• 인 · 허가문제에서 미비한 점은 없는가? • 경쟁업체/거래 업체와의 분쟁소지는 없는가? • 경쟁점포의 경쟁관계는 어느 정도인가? • 취급상품의 단종가능은 없는가?
내부 환경	• 가정환경 • 경험여부 • 본인의 성격과 체력 • 아이템에 대한 전문성 • 자금조달 규모 • 가족의 동의여부

창업 아이템 선정 시 유의사항

아이템은 특별한 아이디어를 가지고 창업에 임하는 것도 좋지만 실패가능성도 있기 때문에 본인의 적성을 고려하여 대중적이고 일반적인 업종을 선택하는 것도 한 가지 방법이다. 창업 아이템 선정 시 아래의 유의사항을 참고하여 불황기에도 안정성 있고 성장기나 성숙기에 성장해 나갈 수 있는 아이템을 선정해야 한다.

1. 객관적으로 아이템에 대한 반응이 긍정적인가?
2. 유행성 사업의 말미에 참여하는 것은 아닌가?
3. 자기자본을 초과 과다한 창업비를 요하는 사업은 아닌가?
4. 적성에 맞지 않는 사업은 아닌가?
5. 철저히 수익성을 따져 본 후 시작하고 있는가?
6. 너무나 고도의 사업에 참여하려 하고 있지는 않는가?
7. 창업 할 업종의 현장경험을 일정기간 동안 마쳤는가?
8. 쉽게 돈을 벌 수 있다고 생각하는 아이템은 아닌가?
9. 경쟁업종과 비교우위가 확보되어 있는 아이템인가?
10. 창업할 아이템에 대한 권리금을 과다하게 요구하지는 않는가?
11. 아이템의 성장성과 사업성은 파악해 보았는가?
12. 창업자의 능력을 우선적으로 고려해 보았는가?



창업아이템 선정방법

■ 1단계 : 후보아이템 조사

창 업 환 경	• 본인의 성격과 체력 • 가족의 동의여부 • 아이템에 대한 전문지식 • 자금조달 규모

연 번	구 분	아이템 1–10
1	아이템에 대한 경험유무	
2	자신이 관심과 흥미가 있는 아이템	
3	지인이 추천하고 도와 줄 아이템	
4	유망 프랜차이즈 아이템	
5	신문, 잡지 등에서 소개되는 아이템	
6	전문가가 추천하는 아이템	
7	기타	

■ 2단계 : 후보아이템 평가

아이템 구분	시장현황	고객	경쟁관계	동종업자 의견	평균 점수
아이템 1					
아이템 2					
아이템 3					
아이템 4–10					

■ 3단계 : 아이템 확정

시장의 크기와 해당업계의 현황 등을 조사하고 시장 점유율에 대해서도 조사한다. 고객의 구매습관과 구매이유, 구매 빈도 등을 조사하고 고객이 원하는 가격과 고객의 마음을 사로잡을 수 있는 특성에 대하여 알아본다. 경쟁관계와 경쟁자의 사업수행능력에 대하여도 알아보고 차별화 가능여부에 대하여도 조사한다. 공급하는 물품, 공급가격, 공급업자 등에 대하여 관련되어 있는 사람을 만나고 전화하고 경쟁업체를 직접 찾아가서 알아보고 평균점수로 환산하여 우선순위를 정한 아이템 중 창업의사가 없는 아이템을 배제하고 점수 순으로 최종 1~3개 아이템을 선별하여 이들 아이템 중에서 다시 시장상황, 수익성, 안정성, 성장성 등의 사업타당성 검토를 통해서 유망업종인지 여부와 창업비용에 필요한 자금을 조달할 수 있는지 판단해 본 후에 최종 아이템을 확정한다. 이때 유의할 점은 아이템의 선정은 상권과 맞물려 생각하는 것이 유리하므로 구체적인 사업성 판단은 후보점포 선정 작업과 같이 진행하는 것이 좋다. 창업아이템을 확정한 후에는 사업목표와 전망, 사업전개방향등을 토대로 사업계획서를 작성한 후에 추정손익계산서상에 당기순이익이 산출되는가를 판단하여 최종 결정한다.

■ 내가 선정한 후보아이템

순위	아이템	선정이유
1		
2		
3		

memo

memo

memo

memo

memo

memo

2. 프랜차이즈 가맹창업

특별한 기술 없이 창업을 희망하는 예비창업자가 늘고 있다. 프랜차이즈 가맹본부를 통해 가맹창업을 할 경우에는 독립창업보다 쉽게 성공할 수 있다고 생각하기 때문이다. 사업자가 모든 걸 다 알아야 창업할 수 있는 것도 아니며 내가 해본 경험은 없어도 쉽게 접근 할 수 있는 방법이 바로 프랜차이즈 가맹창업이라고 생각하기 때문이다. 프랜차이즈 가맹창업을 할 경우에는 제대로 된 프랜차이즈 가맹본부를 구별할 수 있어야 한다.

프랜차이즈 가맹창업은 예비창업자나 무경험자에게 창업의 해결사로 알려져 있지만 프랜차이즈 가맹창업이 모든 것을 해결해 주지는 않는다. 가맹본부 중 직영점 없이 가맹점을 모집하여 신뢰도를 떨어뜨리는가 하면 매출액 기준으로 아직은 영세한 가맹본부가 많은 게 현실이다. 따라서 다소 힘들더라도 독립 창업으로 접근하는 편이 나을 수도 있다. 만약 프랜차이즈 가맹창업을 계획한다면 반드시 다음 체크항목을 점검하고 매뉴얼대로 관리가 이루어지고 있는지 현장 확인 후에 결정하여야 실패를 줄일 수 있다.

- 가맹점을 직접 방문해서 점주들의 의견을 청취한다.
- 각 가맹점의 평균매출을 직접 확인한다.
- 가맹본부의 설립연도와 자금력을 확인한다.
- 가맹본부가 운영 매뉴얼을 갖고 있는가를 확인한다.
- 법적으로 하자가 있는지 여부를 확인한다.
- 정보공개서를 정확히 파악한 후에 결정한다.
- 방송이나 언론에서 사회적으로 물의를 일으키는 업체로 보도된 적이 있는가를 확인한다.
- 계약 내용을 확실히 확인하고 계약한다.

프랜차이즈란

프랜차이즈 시스템이란 가맹본부(프랜차이저)와 가맹점(프랜차이지)이 상호간에 프랜차이즈 계약을 맺고 가맹본부는 상품의 판매권, 경영기술의 제공, 상호사용권, 각종 판매촉진 등의 영업활동을 해주고, 가맹점은 그 대가로서 일정한 로열티를 가맹본부에 내고 판매에만 전념하는 영업형태를 말한다.

■ 가맹사업거래의 공정화에 관한 법률 (제2조 1항)

가맹사업이라 함은 가맹본부가 가맹점사업자로 하여금 자기의 상표 · 서비스표 · 상호 · 간판 그 밖의 영업표지(이하 영업표지라 한다)를 사용하여 일정한 품질기준이나 영업방식에 따라 상품(원재료 및 부재료를 포함한다. 이하 같다) 또는 용역을 판매하도록 함과 아울러 이에 따른 경영 및 영업활동 등에 대한 지원 · 교육과 통제를 하며, 가맹점사업자는 영업표지의 사용과 경영 및 영업활동 등에 대한 지원 · 교육의 대가로 가맹본부에 가맹금을 지급하는 계속적인 거래관계를 말한다.

프랜차이즈 시스템은 창업 및 경영에 이르기까지 가맹본부에서 책임지고 지원 및 보조를 해주므로 예비창업자 또는 초보창업자들이 쉽게 창업할 수 있는 특징이 있다.

쉽게 창업하고 경영할 수는 있지만 반드시 성공을 보장하지는 않는다는 점을 감안해서 프랜차이즈 창업에 대한 올바른 이해와 우수 프랜차이즈 본부를 선정하기 위한 요령 등을 숙지하고 용어의 정의에 대하여도 정확하게 이해하는 것이 필요하다.

■ **'가맹본부'라 함은 가맹사업과 관련하여 가맹점사업자에게 가맹점 운영권을 부여하는 사업자를 말한다.**

■ **'가맹점사업자'라 함은 가맹사업과 관련하여 가맹본부로부터 가맹점운영권을 부여받은 사업자를 말한다.**

■ **'가맹희망자'란 가맹계약을 체결하기 위하여 가맹본부나 가맹지역본부와 상담하거나 협의하는 자를 말한다.**

■ **'가맹점운영권'이란 가맹점사업자가 가맹본부의 가맹사업과 관련하여 가맹점을 운영할 수 있는 계약상의 권리를 말한다.**

■ **'가맹금'이란 명칭이나 지급형태가 어떻든 간에 다음 각 항목의 어느 하나에 해당하는 대가를 말한다.**

- 가입비 · 입회비 · 가맹비 · 교육비 또는 계약금 등 가맹점 사업자가 영업표지의 사용허락 등 가맹점운영권이나 영업활동에 대한 지원 · 교육 등을 받기 위하여 가맹본부에 지급하는 대가
- 가맹점사업자가 가맹본부로부터 공급받는 상품의 대금 등에 관한 채무액이나 손해배상액의 지급을 담보하기 위하여 가맹본부에 지급하는 대가
- 가맹점사업자가 가맹점운영권을 부여받을 당시에 가맹사업을 착수하기 위하여 가맹본부로부터 공급받는 정착물 · 설비 · 상품의 가격 또는 부동산의 임차료 명목으로 가맹본부에 지급하는 대가
- 가맹점사업자가 가맹본부와의 계약에 의하여 허락받은 영업표지의 사용과 영업활동 등에 관한 지원 · 교육, 그 밖의 사항에 대하여 가맹본부에 정기적으로 또는 비정기적으로 지급하는 대가로서 대통령령으로 정하는 것
- 그 밖에 가맹희망자나 가맹점사업자가 가맹점운영권을 취득하거나 유지하기 위하여 가맹본부에 지급하는 모든 대가

■ **'가맹지역본부'라 함은 가맹본부와의 계약에 의하여 일정한 지역안에서 가맹점 사업자의 모집, 상품 또는 용역의 품질유지, 가맹점사업자에 대한 경영 및 영업 활동의 지원 · 교육 · 통제 등 가맹본부의 업무의 전부 또는 일부를 대행하는 사업자를 말한다.**

■ '가맹중개인'이라 함은 가맹본부 또는 가맹지역본부로부터 가맹점사업자를 모집하거나 가맹계약을 준비 또는 체결하는 업무를 위탁받은 자를 말한다.

■ '가맹계약서'라 함은 가맹사업의 구체적 내용과 조건 등에 있어 가맹본부 또는 가맹점사업자(이하 '가맹사업당사자'라 한다)의 권리와 의무에 관한 사항(특수한 거래조건이나 유의사항이 있는 경우에는 이를 포함한다)을 기재한 문서를 말한다.

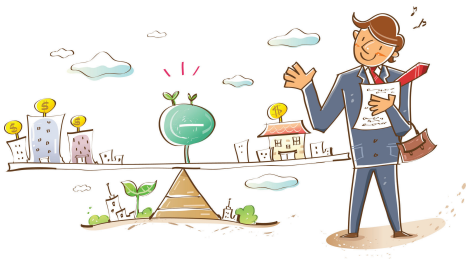
프랜차이즈 창업의 장 · 단점

■ 장점

- 실패의 위험성이 독립점포에 비해 상대적으로 낮다.
- 경영의 지도와 지원이 있다.
- 대량구매에 의한 원가 절감 효과가 있다.
- 공동 광고 효과가 크다.

■ 단점

- 로열티 등 창업비용이 많이 든다.
- 독자적 자율경영이 어렵다.
- 계약서 내용이 불평등할 경우가 있다.



독립창업과 프랜차이즈창업의 비교

사업 분류	독립창업	프랜차이즈 창업
사업형태	경험자에게 유리	초보사업자에게 유리
창업비용	창업비용 절감	가맹비, 보증금, 로열티 같은 부대비용(옵션) 추가
마진율	마진율 자율조정	마진율 일률적 적용
상호	독자적인 상호개발	본사 브랜드로 통일
인테리어	창업자의 독자적인 컨셉	본사의 통일된 컨셉
상품구매	독자적인 구매처 확보	본사 공급
경영 노하우	독자적인 경영 노하우 개발	본사의 경영 노하우 제공
경영 대처 능력	고객욕구나 시장 변화에 따라서 빨리 대처 가능	본사의 통일된 의사결정으로 지연될 수 있으나 트랜드나 시장을 읽는 능력은 유리
성장 가능성	성공할 경우 프랜차이즈 본사로 도약 가능	가맹점 수 확대를 통한 성장 가능
홍보/마케팅	독자적인 홍보전략 구사	본사의 공동 마케팅 지원
상권조사	창업자 스스로 판단	체인본사의 입지조건 또는 상권조사
창업기일	창업기간 오래 걸릴 수 있음	창업기간 최대 단축 가능

가맹계약자, 가맹사업자 의무

가맹계약자의 의무

1. 가맹계약자는 계약 및 경영상 알게 된 가맹사업자의 비밀을 계약기간은 물론이고 계약종료 후에도 제3자에게 누설해서는 안된다.
2. 가맹계약자는 가맹사업자의 허락 없이 교육과 세미나 자료, 편람 등을 인쇄 또는 복사할 수 없다.
3. 가맹계약자는 계약의 존속 중에 가맹사업자의 허락 없이 자기 또는 제3자의 명의로 가맹사업자의 영업과 동종의 영업을 하지 않는다.

가맹사업자의 의무

1. 가맹사업자는 가맹사업계약을 체결하는 과정에서 가맹희망자 들이 가맹여부를 적정하게 판단할 수 있도록 필요한 자료 및 정보를 충분히 공개하여야 한다.
2. 가맹사업자는 가맹희망자들의 요구가 있을 때에는 다음의 자료 및 정보를 서면으로 공개하여야 한다.
   - 가맹사업의 재무현황, 등기부등본, 최근 5년간의 사업경력, 가맹사업과 관련하여 진행 중인 소송
   - 계약체결 시 또는 계약체결 후 부담해야 할 가입비, 정기 납입경비(로열티), 계약이행보증금, 기타 공과금 등 금전에 관한 내용
   - 상품, 자재의 공급조건, 경영지원과 이에 대한 대가지급방법, 영업의 통제사항, 계약해지 해제 등
   - 가맹희망자가 운영할 점포, 인근지역의 가맹계약자 현황, 가맹사업자가 제시한 예상매출액 산정내역



정보공개서에 포함된 내용

항 목	주 요 내 용
가맹본부의 일반현황	• 가맹본부의 매출액, 인수합병내역 • 임원명단 및 사업경력 등
가맹사업 현황	• 최근 3년간 가맹점 현황 • 가맹본부가 운영하는 브랜드 정보 • 전년도 가맹점 사업자 평균 매출액(추정치)
가맹본부와 그 임원의 법위반 사실 등	• 최근 3년간 공정거래법 및 가맹사업법 위반 • 가맹사업과 관련된 민 · 형사상 법위반 내역
가맹사업자의 부담	• 영업개시이전 : 가맹금, 보증금, 기타비용 • 영업 중 : 가맹금, 가맹본부의 감독내역 • 계약종료 후 : 재계약, 영업권 양도 시 부담비용
영업활동에 대한 조건과 제한	• 상품판매, 거래상대방, 가격결정에 따르는 제한 • 영업지역 설정, 변경 등에 관한 내용 • 계약기간, 계약연장, 종료, 해지 등에 관한 내용
가맹사업의 영업 개시에 관한 상세한 절차와 소요기간	• 영업개시까지 필요한 절차, 기간, 비용
교육 훈련	• 교육, 훈련의 내용, 이수시간 • 부담하는 비용, 불참 시 불이익



가맹계약서에 포함할 사항

가맹계약서는 가맹본부와 가맹사업자간의 기본적인 권리관계와 사업에 필요한 내용을 담고 있는 중요한 문서다. 그러나 가맹계약은 대부분 가맹본부가 작성한 약관에 의해 체결되기 때문에 가맹본부에 유리하게 작성될 가능성이 크다. 따라서 가맹희망자는 계약 체결 전에 충분한 시간을 가지고 아래 내용을 꼼꼼하게 검토하여야 한다. 계약의 내용을 검토하는 것은 당사자의 기본적인 의무이기 때문이다.

1. 영업표지의 사용권 부여에 관한 사항
2. 가맹점사업자의 영업활동 조건에 관한 사항
3. 가맹점사업자에 대한 교육 · 훈련, 경영지도에 관한 사항
4. 가맹금 등의 지급에 관한 사항
5. 영업지역의 설정에 관한 사항
6. 계약기간에 관한 사항
7. 영업의 양도에 관한 사항
8. 계약해지의 사유에 관한 사항
9. 가맹희망자 또는 가맹점사업자가 가맹계약을 체결한 날부터 2개월(가맹점사업자가 2개월 이전에 가맹사업을 개시하는 경우에는 가맹사업개시일)까지의 기간 동안 예치 가맹금을 예치기관에 예치하여야 한다는 사항. 다만, 가맹본부가 제15조의 2에 따른 가맹점사업자 피해보상보험계약 등을 체결한 경우에는 그에 관한 사항
10. 가맹희망자가 정보공개서에 대하여 변호사 또는 제27조에 따른 가맹거래사의 자문을 받은 경우 이에 관한 사항
11. 그 밖에 가맹사업당사자의 권리 · 의무에 관한 사항으로서 대통령이 정하는 사항

가맹계약의 갱신

1. 가맹본부는 가맹점사업자가 가맹계약기간 만료 전 180일부터 90일까지 사이에 가맹계약의 갱신을 요구하는 경우 정당한 사유 없이 이를 거절하지 못한다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 그러하지 아니하다.

   ① 가맹점사업자가 가맹계약상의 가맹금 등의 지급의무를 지키지 아니한 경우
   ② 다른 가맹점사업자에게 통상적으로 적용되는 계약조건이나 영업방침을 가맹점사업자가 수락하지 아니한 경우
   ③ 가맹사업의 유지를 위하여 필요하다고 인정되는 것으로서 다음 항목의 어느 하나에 해당하는 가맹본부의 중요한 영업방침을 가맹점사업자가 지키지 아니한 경우
   - 가맹점의 운영에 필요한 점포 · 설비의 확보나 법령상 필요한 자격 · 면허 · 허가의 취득에 관한 사항
   - 판매하는 상품이나 용역의 품질을 유지하기 위하여 필요한 제조공법 또는 서비스기법의 준수에 관한 사항
   - 그 밖에 가맹점사업자가 가맹사업을 정상적으로 유지하기 위하여 필요하다고 인정되는 사항

2. 가맹점사업자의 계약갱신 요구권은 최초 가맹계약기간을 포함한 전체 가맹계약기간이 10년을 초과하지 아니하는 범위 내에서만 행사할 수 있다.

3. 가맹본부가 제1항에 따른 갱신 요구를 거절하는 경우에는 그 요구를 받은 날부터 15일 이내에 가맹점사업자에게 거절 사유를 적어 서면으로 통지하여야 한다.

4. 가맹본부가 제3항의 거절 통지를 하지 아니하거나 가맹계약기간 만료 전 180일부터 90일까지 사이에 가맹점사업자에게 조건의 변경에 대한 통지나 가맹계약을 갱신하지 아니한다는 사실의 통지를 서면으로 하지 아니하는 경우에는 계약 만료 전의 가맹계약과 같은 조건으로 다시 가맹계약을 체결한 것으로 본다. 다만, 가맹점사업자가 계약이 만료되는 날부터 60일 전까지 이의를 제기하거나 가맹본부나 가맹점사업자에게 천재지변이나 그 밖에 대통령령으로 정하는 부득이한 사유가 있는 경우에는 그러하지 아니하다.

■ 가맹계약해지의 제한

가맹본부는 가맹계약을 해지하려는 경우에는 가맹점사업자에게 2개월 이상의 유예기간을 두고 계약의 위반 사실을 구체적으로 밝히고 이를 시정하지 아니하면 그 계약을 해지한다는 사실을 서면으로 2회 이상 통지하여야 한다. 다만, 가맹사업의 거래를 지속하기 어려운 경우로서 대통령령이 정하는 경우에는 그러하지 아니하다.



프랜차이즈 본부 검토사항

1. 가맹본부의 명성 및 재무 상태는 어떠한가?
2. 가맹본부의 역사, 가맹점의 수와 평균 실적(매출액 및 순이익)은 어떠한가?
3. 소송 및 분쟁의 사례는 없는가?
4. 제공되는 노하우에 대해 가맹비나 로열티는 균형이 잡혀 있는가?
5. 가맹본부의 견해와 자신의 의견에 있어서 크게 마찰을 불러 일으킬 만한 것이 있는가?
6. 상품의 평판은 어떠한가?
7. 점포 및 프랜차이즈 전체의 이미지는 어떠한가?
8. 가맹본부의 재정, 운영상태, 임원의 전직상태는 어떠한가?
9. 직영점을 운영하고 있는가?
10. 가맹점 수가 몇 개나 되는가?
11. 안정적인 제조, 유통 라인이 구축되어 있는가?
12. 가맹점 지원(수퍼바이징)을 확실히 하고 있는가?
13. 모집광고를 지나치게 많이 하고 있지는 않는가?
14. 가맹점의 폐점율은 어떻게 되는가?
15. 법인명을 자주 바꾸지 않는가?

우수 프랜차이즈 가맹본부 선별법

1. 특화된 경쟁요소가 있는가?
2. 가맹점 활성화를 위한 시스템은 가지고 있는가?
3. 재무구조는 건전한가?
4. 지속적인 고객 서비스가 가능한 R&D능력이 있는가?
5. 허위, 과대 포장된 브랜드는 아닌가?
6. 가맹점주의 만족도는 높은가?
7. 점포 개점율과 폐점율은 어떤가?
8. 홈페이지 점검(게시판, 점포위치, 연락처)은 잘 이루어지는가?
9. 투자대비 수익률은 높은가?
10. 판매촉진을 위한 상품광고는 계속 이루어지고 있는가?
11. 상품 개발기능과 시스템 개발기능이 갖추어 있는가?
12. 원재료 개발기능과 상품서비스 개발기능이 갖추어 있는가?
13. 가맹점 주를 위한 운영지도기능과 교육훈련기능이 있는가?
14. 점검사항
    - 물류센터 운영현황
    - 정보공개서 제공 여부
    - 가맹점 입지 상권보호를 위한 안전장치여부
    - 공정거래위원회에서 권장하고 있는 표준약관 사용여부

피해야 할 프랜차이즈 본부 유형

1. 아주 소규모를 투자해도 빠른 시일 내에 엄청난 이익을 보장한다고 광고하는 회사
2. 가맹점 희망자가 가맹사업 내용에 대해 타당성 검토를 하지 않은 상태에도 불구하고, 늦기 전에 시작해야 한다고 재촉하는 회사
3. 프랜차이즈 본부의 총 매출액과 이익금, 매장 위치 등에 대한 자료를 영업 비밀이라고 하면서 공개하지 않거나 가맹점 희망자를 무시하는 회사
4. 프랜차이즈 본부가 제공하는 상품의 판매가 아주 쉬워 매출 걱정을 안 해도 된다고 장담하는 회사
5. 폐점율이 높고 프랜차이즈 본부의 경영진 · 임원 · 간부 등의 신상명세를 밝히기 꺼리는 회사
6. 최종 소비자를 대상으로 하지 않고, 가맹점이나 판매원을 통해 큰 이익을 얻을 수 있다며 '판매'를 강조하는 회사
7. 이미 동업종에서 유명한 프랜차이즈나 다른 회사와 비슷한 이름으로 가맹점 희망자에게 접근하는 회사
8. 파트타임이나 자영업 겸업만으로 큰 노력 없이도 많은 소득을 올릴 수 있다고 장담하는 회사
9. 가맹비나 로열티가 아주 싸거나 없는 회사
10. 원재료, 상품, 서비스 개발기능이 약한 회사
11. 유사한 업종의 브랜드를 다수 운영하고 있는 회사

프랜차이즈 가맹본부 경쟁력 점검 리스트

항 목		A사	B사	C사
상 표				
상 호				
전 화 번 호				
주 소				
대 표 이 름				
인터넷 주소				
본부	기 준 평 수			
	마 진 율			
	주 력 상 품			
	고 객 인 지 도			
	가격/맛/품질			
	가 맹 점 수			
	기 타 평 가			
	가 맹 비			
	로 열 티			
	보 증 금			
	인 테 리 어			
	주 방 설 비			
	집 기 · 비 품			
	초 도 상 품 비			
	기 타 비 용			
총 투자비용				
점수 만족도				
종합의견				

memo

memo

memo

memo

memo

memo

memo

memo

3. 창업자금

사업을 시작하기 전에 준비하여야 할 부문은 많지만 그중에서도 가장 많은 고민을 하게 되는 부문이 창업자금이다. 그러나 창업을 준비하는 과정에서 부족자금을 조달하기 위하여 대부분 은행문을 두드리지만 은행에서는 대출금에 대한 담보를 요구하기 때문에 난관에 부딪히게 된다. 대부분의 창업자는 담보로 제공할 자산이 없기 때문이다. 소상공인진흥원의 창업교육 수료생을 대상으로 조사한 바에 의하면 예비창업자의 약 80% 이상이 창업 준비과정 중에서 자금조달 부분을 가장 힘든 부분으로 생각하고 있기 때문에 가장 우선적으로 설계해야 하며 창업을 준비하는데 있어 자금조달 및 운영계획은 구체적이고 세부적으로 세워서 한 치의 오차도 있어서는 안 된다. 아무리 유망한 사업이라 하더라도 자금이 부족하면 그림의 떡이 될 수 있기 때문이다.

창업자, 창업아이템, 창업자금 이 세 가지를 창업의 3요소라 한다. 아이템이건 자금이건 사업의 출발은 창업자의 상황에 따라 달라지는데 아무리 좋은 기술, 좋은 아이템을 갖고 있다 하더라도 실제로 사업을 추진하는데 필요한 자금이 부족하다면 지금까지 준비해온 아이템을 포기 또는 변경하든가 점포비용을 줄일 수밖에 없다. 사업계획 자체의 수정이 불가피하게 되는 것이다. 이러한 피해를 없애려면 필요한 자금을 정확하게 예측하고 자금 조달방법을 강구하여야 한다. 예비창업자 자신이 소유하고 있는 현금과 예금을 기본으로 하여 부족한 자금은 정부의 공공기관에서 지원하고 있는 창업자금의 지원제도를 활용하고 은행 자체자금을 적절하게 이용할 수 있는 방법을 강구한다. 정부의 창업자금 지원제도를 활용하기 위해서는 사업자 본인이 신청해서 받을 수 있는 자금의 종류를 알아보고 지원조건과 지원절차 등을 확인한 후 신청하도록 한다.

구체적인 창업 준비를 하기 전에 자금조달에 관한 부분을 점검하고 준비를 하는 것이 순서다.

- 나에게 준비되어 있는 자금은 어느 정도인가?
- 현재 준비되어 있지는 않지만 금융기관으로 부터 대출 가능한 규모는 얼마인가?
- 친 · 인척으로부터 조달 가능한 규모는 어느 정도인가?
- 정부 지원제도를 활용할 수 있는가? 등을 알아본다.



memo

창업자금 조달방법

창업자금은 크게 시설자금과 운전자금으로 구분하며 시설자금은 임차보증금, 집기비품, 가맹비, 인테리어공사비, 권리금, 기타시설자금 등으로 나눌 수 있으며 운전자금은 인건비, 재료비, 경비, 지급이자 등으로 나눌 수 있다.

자금조달 방법으로는 보유 현금과 적금 예금, 은행대출금, 가족 등 가까운 사람들에게 빌린 자금, 정부에서 지원해주는 정책자금 (창업지원기관별 지원내용)이 있으며 은행대출금과 정책자금에 대하여는 대출 가능여부를 정확하게 파악하고 있어야 한다.

창업은 자기자본 내에서 하는 것이 가장 바람직하고 가능하면 여유자금을 30% 정도 남겨두는 게 좋다는 건 누구나 다 알지만 현실적으론 어려운 경우가 많다. 우선 창업에 필요한 자금을 계산한 후에 부족한 창업자금 조달 대책을 세운다.

※ 그러나 여기서 한 가지 고려할 사항은 정부에서 지원해주는 정책자금이라 하더라도 무상의 지원이 아니며 일정 요건을 갖추어 금융기관에 자금을 신청하는 절차를 거치게 되는데 우리나라의 은행 대부분이 담보를 요구하기 때문에 부동산 담보가 없는 소상공인의 경우 정책자금 신청을 중도에 포기하는 경우가 많다. 따라서 창업을 진행하면서 무리하게 창업자금을 조달하려고 하지 말고 사전에 소상공인지원센터를 방문 창업자금에 대한 사전상담을 통하여 신용보증서 발급여부와 금융기관의 신용대출 가능여부를 알아보아 자금 조달대책을 세워 창업 준비에 차질이 없도록 해야 한다.

창업자금 조달 가능 금액

시설자금과 운전자금에 대한 필요자금을 정확하게 예측하여 조달계획을 세워야 한다. 아무리 유능한 능력을 보유하고 좋은 사업아이템을 가지고 있다 하더라도 그것을 추진할 자금이 준비되어 있지 않다면 사업추진을 할 수 없거나 타이밍을 놓칠 수가 있으며 자금조달능력이 계획 금액에 이르지 못하면 사업규모를 줄이지 않을 수 없다.

또한 자금조달계획이 아무리 정확하게 준비되었다 하더라도 사업을 하다보면 추가로 자금이 소요되는 경우가 반드시 생길 수 있기 때문에 안정적으로 사업을 도모하기 위해서는 사업규모에 비하여 자금조달능력은 1.3배 이상이 바람직하다.

창업자금 조달대책은 아이템을 선택하기 전에 어느 정도의 자금을 조달할 수 있는지 그 가용자금 중 얼마를 투자해서 창업을 할 것인지를 설정한 후 하는 것이 좋다.

자금조달 가능성 검토

구 분		금액	비고
자기자본	보유 현금 예금 적금 기타		
타인자본	신용대출 정책자금대출 부동산담보대출 친 · 인척 조달 기타		
합 계			

창업자금 지원제도

자기자금만으로 창업할 수 있으면 좋으나 자기 자본만으로 창업이 어려운 경우가 많다. 또한 창업을 하였다 하더라도 운영자금이 지속적으로 필요한 경우가 많다. 이럴 경우 부족한 창업 및 운영자금을 조달하는 데는 다양한 방법이 있으나 그중에서도 정부의 지원 자금을 활용하는 것이 가장 유리하다. 정부 자금 지원제도를 활용하는데 있어서 기관별로 지원형태나 방법의 차이가 있으므로 항상 창업을 추진하기 전에 이용가능 여부를 확인하는 지혜가 필요하다.

정부정책자금을 이용하려는 창업자들의 마음가짐으로는 지원이라는 용어의 해석 때문에 무상지원으로 오해하기 쉽다. 그러나 정부 정책자금이라 하더라도 무상지원의 눈먼 돈이 아니라 대부분의 경우 융자제도로 금융기관은 대출금에 대한 채권확보가 수반되므로 저리로 대출받을 수 있도록 추천을 해주거나 보증을 해주는 자금이라는 인식이 필요하다.

창업자금을 지원해주는 곳은 소상공인 지원종합기관인 소상공인진흥원이 있다. 소상공인진흥원은 2006년에 설립되어 현재는 전국 61개 지역에 소상공인지원센터를 가지고 있으며, 자금지원, 창업교육, 창업컨설팅, 경영개선, 현장방문 등 자영업자를 위하여 다양한 업무를 수행 하고 있다. 소상공인진흥원에서 수행하고 있는 자금지원내용을 살펴본다.



소상공인 창업 및 경영개선자금

- **지원대상**
  - 사업자 등록이 되어 있는 전국의 자영업자
  - 사업규모에 상관없이 소상공인 범위에 해당하는 기업
- **대출금리 : 공공자금 관리 기금 대출 금리 (2011년 12월 기준 3.67%, 분기별 변동금리) 적용**
- **상환조건 : 1년거치 4년 균등분할 상환**
- **지원한도 : 업체당 50백만원 이내**
- **문의처 : 1588-5302**

기타 자금지원제도

지원기관	자금지원내용	지원한도 및 금리	연락처
근로복지공단 www.welco.or.kr	장기실업자 및 실직 여성 가장 자영업 창업지원	1억원 이내 (점포지원) 연3%	1588-0075
한국여성경제인협회 www.womanbiz.or.kr	저소득 여성가장 생계형 창업지원	3천만원 (점포지원) 연3%	369-0900
한국장애인 고용촉진공단 www.kead.or.kr	장애인 자영업 창업지원	5천만원 연3%	1588-1519

* 자금한도 및 금리는 2011년도 기준임.

기관에 따라 다르나 중소기업청의 소상공인창업 및 경영개선자금, 등의 자금지원예산, 지원방법, 지원시기 등은 대부분 매년 1월 중에 확정 시행되므로 구체적인 사항은 매년 1월 중순이후 해당기관의 확인을 거쳐 이용하는 것이 좋다.

memo

memo

memo

memo

memo

memo

4. 상권분석

상거래가 이루어지는 공간적 범위로 내 점포의 상품이 판매 가능한 범위 또는 소비자의 구매활동과 업체의 판매활동이 상호작용하는 지역적 범위를 상권이라고 말한다. 즉 면의 개념으로 점포와 소비자 간의 상호작용 강도에 따라 형성된다. 아이템 못지않게 중요한 부분이 바로 사업장 입지다. 사업장은 아이템과 궁합이 맞아야 하므로 내가 선택한 업종이 일반적으로 어떤 지역 어떤 조건에서 잘 되는지를 파악하고 그 조건에 맞는 사업장을 물색해야 한다.

물론 목이 좋으면 반은 성공이다. 그러나 가진 자금 여력을 고려한다면 좋은 목만 고집할 수 없는 경우가 많다. 그렇다 하더라도 몇 가지 좋은 입지를 구별하는 요령과 발품을 파는 노력을 보탠다면 의외로 좋은 자리를 찾을 수도 있다. 어느 상권이고 모두 목이 좋은 것은 아니고 모두 나쁜 것은 아니기 때문이다.

제대로 된 점포를 구하려면 어떤 사항들을 어떻게 조사해야 하는지 상권분석과 입지선정에 대한 요령을 알아보고 분석해야 한다.



상권의 영향요인

첫 째 지리적 요인으로 지세 지형, 행정구역, 교통, 도시계획 등을 들 수 있다.

둘 째 인구 통계적 요인으로 가구 및 인구 관련, 주택, 통행자에 대한 분석 자료를 들 수 있다.

셋 째 배후 소비자 특성으로 쇼핑관련 행태, 라이프스타일, 문화습관 등이 있다.

넷 째 점포관련 요인으로 점포의 구조 규모, 인테리어가 영향을 미친다.

다섯째 부대시설 요인으로 주차장, 광고판, 기타부대시설 등이 있다.

memo

상권조사의 주요항목

1. 통계자료조사

- 인구수 · 세대수 · 주거형태(단독주택 · 아파트 복합형)

2. 상권형태 및 규모파악

- 주간상권 · 야간상권 · 고정상권 · 유동상권

3. 통행인구조사

- 성별 · 연령별 · 시간대별 · 요일별 통행인구수
- 통행객, 통행 성격, 통행객의 수준 파악

4. 통행차량조사

- 통행차량의 수와 어느 시간대에 많이 지나가는지 파악

5. 경쟁점포조사

- 예상되는 경쟁점포의 이용객수, 계층 · 제품의 가격대
- 매장구성 장 · 단점 파악

6. 상권의 향후 전망조사

- 주변 상권의 확대 · 축소 가능성을 파악
- 주변 건물의 신축 · 철거계획 등
- 개발계획조사(지하철역, 재개발/재건축, 백화점 · 할인점건설 도시계획 변경, 횡단보도 설치 등)

상권 입지분석 단계별 기법

점포의 위치를 입지라고 하며 공간적인 점의 개념이다. 창업자가 점포창업을 할 경우에는 아이템 선정 후에 제일 먼저 하는 일이 점포를 구하는 일이다. 이때 입지의 선정은 창업의 성패를 가져다 줄 정도로 매우 중요하기 때문에 신중하게 대처해야 한다.

그러나 입지는 업종마다 서로 다르기 때문에 사업 아이템에 맞는 입지를 선택하는 것이 매우 중요하다. 너무 욕심을 부려 준비한 자금보다 터무니없게 비싼 입지를 선택하여 창업하기도 전에 자금조달 때문에 애를 먹는 일이 없도록 해야 한다. 고객이 누구인가에 대한 정확한 분석 후에 입점하고자 하는 후보지역을 선정한 다음 점포의 위치, 크기, 전면의 구조, 형태, 출입구 등의 세부적인 사항을 단계별로 분석하여 원하는 입지를 선택할 수 있도록 한다.

1. 제1단계 : 상권내의 지역정보 분석

- 상권의 규모 및 상권력 분석
  지형지세, 점포숫자, 배후지 세대수, 교통망 연계성 및 도로조건, 대형편의시설 및 장애물시설 유무파악
- 상권의 특성 분석
  유동인구, 거주인구 연령, 성별, 소비수준, 생활 방식 및 상품의 구매행동 조사
- 지역의 발전 가능성 분석
- 상권내의 변화 요인 분석

2. 제2단계 : 상권 및 입지분석도 작성

- 상권 이용 세대수, 인구수 표시 (주거 형태, 인구밀도 조사)
- 교통 기관별 표시 (역, 정류장, 횡단보도 등)
- 집객시설 표시(금융기관, 관공서, 대형슈퍼 등)

- 지형적인 특성 및 경쟁점 표시
- 쇼핑 도로(동선) 파악
- 상권 내 입지등급(A,B,C) 표시

3. 제3단계 : 점포입지 심층 분석

- 점포위치 특성, 접근의 용이성, 가시성 조사
- 해당 점포의 임대비용과 권리금 파악
- 해당 점포의 구조와 모양 조사
- 유사 경쟁점 표시, 입지, 규모, 서비스, 접객태도, 영업시간, 종업원수 파악

4. 제4단계 : 점포 입지의 타당성 분석

- 매출액 추정
- 투자대비수익률 분석
- 손익분기점 분석

5. 제5단계 : 점포 계약 체결

- 점포권리양도양수 계약
- 점포임대차 계약



상권의 분류

1. 거리별 분류

1차 상권

사업장 이용 고객의 60~70%를 포함하는 범위를 말하며, 고객들이 점포에 가장 근접해 있으며 고객 수나 고객 인당 판매액이 가장 높은 지역을 말한다. 편의품의 경우 점포를 중심으로 약 500m 반경 이내의 범위를 1차상권역으로 분류한다.

2차 상권

사업장 이용 고객의 10~25%를 포함하는 범위를 말하며, 1차상권의 외곽에 위치하며 점포인 경우 약 1km 반경 이내의 지점을 말한다.

3차 상권

1차 상권, 2차 상권 이외의 고객을 포함하는 범위를 말하며, 점포인 경우 약 2km 반경 이내의 지점을 말한다.

2. 성격별 분류

주택가 및 아파트 밀집형

이곳에서는 소량다품종 전략이 유리하며 은행 또는 시장 입구가 가장 좋은 곳이다. 아파트촌 근처의 은행 주변은 언제나 시끌벅적하다. 한편, 차량통행이 많은 곳보다는 주택가 어귀가 유리한 것으로 나타나고 있는데 당연한 이야기겠지만 이곳은 시내나 교외의 어느 특정지역이 아니라 일반인들의 일상적인 공간이기 때문이다. 무엇보다 주민들을 고려한 편의성과 청결성이 중요하게 작용한다.

번화가 및 패션가형

명동과 같은 번화가로 누구보다 젊은이들이 집중되는 지역이다. 임대료가 높아 창업 초보자에겐 위험하며 유동인구를 대상으로 한 판매전략이 필요하다. 번화가 및 패션가형에 가장 잘 어울리는 것은 아무래도 패션 관련업이다. 특히 브랜드의 이미지가 강한 상품이 유리하며 젊은이를 집중 상대하는 만큼 그들 스타일에 맞는 인테리어 감각도 상품 이상으로 중요하게 작용한다. 도시의 유행이 집결하는 곳이니 만큼 유행에 뒤처지거나 센스가 없다면 수많은 경쟁 업체들을 극복해낼 수 없을 것이다.

역세권형

전철역, 기차역, 버스정거장 주변의 특수한 판매구역을 일컫는다. 도심 한복판처럼 번화한 곳도 아니고 그렇다고 주민들이 밀집되어 사는 곳이 아니다. 이곳은 일반인들이 다른 곳을 가기 위해 잠시 멈춰 버스나 기차를 기다리는 곳이니 만큼 이 같은 유동인구를 겨냥한 편의성 상품이 유망하며 또 그럴 수밖에 없는 특성을 가지고 있다. 이는 버스카드충전소 주변에 슈퍼마켓이나 편의점이 많은 것을 보면 단적으로 알 수 있다. 음식점은 어떨까? 역세권형지역을 대표하는 업종이 바로 외식업이기 때문이다.

쇼핑 타운형

백화점이나 대형 할인점 주위의 상권을 말하며, 인위적인 고객유인 노력이 무엇보다 필요한 지역이다. 다양한 세일 등의 저가전략구사와 다양한 상품의 구색이 필수 조건이다. 넓은 지역에 분포되어 있는 다양한 계층의 고객들을 대상으로 하는 만큼 정기적인 이벤트와 멈추지 않는 활력으로 끊임없이 고객을 유인할 수 있는 다채로운 아이디어가 있어야 한다.

교외형

이른바 자유입지로서 임대료가 저렴하고 경쟁업체가 적다. 승용차 고객 유인이 관건인 만큼 건물 외장의 디자인이 운전자의 시선을 끌 수 있을 만큼 돋보여야 한다. 같은 음식업을 하더라도 다른 업체와의 차별성이 무엇보다 중요한 곳이다.

노변형

큰 길이나 교통의 요지 대로상에 노출되어 있는 상권으로서, 업체에게 가장 큰 장점으로 작용할 수 있는 것은 교통접근성이 양호하고 사시사철 큰 광고효과를 낼 수 있다는 것이다. 상권도 중요하겠지만 인근건물의 성격에 따라 유망업종이 상이할 수 있으므로 창업 전 각별한 주의가 있어야 하며 창업 후에도 인근에 어떤 상점이 새로 생겨나고 있는지 세심히 살펴볼 필요가 있다.

이밖에도 상권지구에는 주로 직장인들을 대상으로 하는 오피스 상권과 초중고 학생들을 대상으로 한 학교 주변 상권, 대학생들을 대상으로 한 대학가 상권, 휴게소 또는 레저휴양시설이 있는 휴게소 및 휴양지 상권 등이 있다.



좋은 입지와 피해야 할 입지

모든 조건이 맞는 점포 입지 선택은 현실적으로 어렵고 비용 또한 만만치 않을 것이다. 그러나 창업자들의 노력여하에 따라 좋은 입지에 좋은 점포를 구할 기회는 얼마든지 있다. 또한 투자금액에 맞추기 위해 악조건의 점포를 얻는 것 보다는 이를 잘 피하는 것이 오히려 현명한 점포 선택 요령이 될 수 있다는 것을 알고 있어야 한다.

좋은 입지

1. 통행인구가 많고 머무는 지역
2. 접근하기가 용이해서 약속장소로 이용하기 편한 곳
3. 대형 사무실 밀집지역 보다는 중소형 사무실이 많은 곳
4. 영화관, 오락시설 등 주변에 편의 시설이 많은 곳
5. 주차가 용이한 곳
6. 지하철 주변이나 버스 정류장 주변
7. 출근길 통행량 보다는 퇴근길의 주 통행로 동선상 위치한 곳
8. 건물의 코너에 입점한 점포
9. 대규모 아파트 단지의 중심 상권
10. 3000세대이상의 중소형 아파트 상가
11. 지형적으로 낮은 지대의 중심지역
12. 적정한 권리금이 형성되어 있는 곳
13. 주변의 점포들이 비어있지 않고 성업 중인 지역
14. 주변에 노점상들이 많은 지역
15. 도로 양쪽으로 점포들이 형성된 지역
16. 아파트 진입로에 위치한 곳
17. 점포 앞의 보도 폭이 넓은 곳
18. 상권으로 진입하는 통행인구들의 주 진입로 주변
19. 주택가 상권의 경우 점포수가 100여개 이상인 지역
20. 학교주변의 상권인 경우 학생들의 주 동선상의 도로변

피해야 할 입지

1. 건물주가 현재 유사한 업종에 종사하는 경우
2. 임대료가 시세에 비해 너무 싸거나 권리금이 없는 경우
3. 요란한 광고와 분양을 하는 대형 빌딩, 특수목적의 상가
4. 업종이나 주인이 자주 바뀌는 점포
5. 주변에 식당이 없는 경우
6. 언덕이나 경사진 곳의 입지
7. 창업 초보자는 신도시나 신축 건물 등은 특히 주의
8. 같은 업종의 큰 점포가 있는 곳에 작은 점포로 창업하는 경우
9. 점포 맞은편에 건물이 없는 곳
10. 점포 맞은편에 점포가 없는 곳
11. 상권이 필요 이상으로 확대 되는 지역
12. 왕복 4차선이상의 도로가 상권을 양분하는 곳
13. 유동인구의 흐름이 빠른 곳, 그냥 지나가는 자리
14. 주변 가게의 간판이 낡고 변색된 채 사용하는 업소가 많은 지역
15. 점포 전면이 너무 좁거나 간판 설치가 어려운 곳
16. 주변 도로에 물건이 많이 쌓여 있거나 더러운 곳
17. 주변에 빈 점포가 많은 지역
18. 주변에 공터가 있는 곳
19. 보도 폭이 너무 좁은 곳
20. 막다른 골목에 위치하는 곳

입지 타당성 분석표

항 목		A사	B사	C사
주 소 (지역)				
상 권 구 분				
면적 / 층 수				
권 리 금				
보 증 금				
임 대 료				
시 설 비				
총 개설 비용				
상권분석	유 동 인 구			
	배 후 지 세 대			
	주변업종구성			
	경쟁/동종업종			
	고 객 소 비 성			
	상권변화예측			
종합의견				

상권 현황 조사표

항 목	조 사 내 용	분 석 평 가
상권환경 특성 • 세대수 • 경제성		
교통환경 • 통행빈도 • 주통행인		
주 분포시설		
주변 경쟁요소		
입지접근 용이성		
상권 발전가능성		

유동인구 조사

점포의 입지가 좋다 나쁘다는 결국 점포주변의 유동인구로 파악한다. 통행량에 따라서 점포의 조건을 평가하는데 아파트 상가와 같이 거주자의 변동성이 적은 경우도 있지만 역세권의 경우에는 통행량의 변동성이 크기 때문에 유동인구의 조사는 점포의 입지를 결정하는데 대단히 중요하다. 물론 통행량이 많다고 해서 자기 점포의 고객으로 볼 수는 없지만 이들이 잠재고객대상이기 때문에 기존점포를 인수하거나 신규로 창업하고자 하는 예비창업자에게는 대단히 중요하다. 유동인구를 분석하려면 통행량 조사표가 기준이 되는데 이는 후보 점포 앞에서 하는 것이 가장 효과적이다. 일주일단위 요일별로 조사해 보는 것이 바람직하며 조사시간은 대상 점포의 영업시간보다는 2시간 정도 더 조사해보는 것이 좋다.

유동인구 조사표(약식) 2012년 월 일( ) 날씨

구분	연령	10대		20대		30대		40대 이후		계	
	성별	남	여	남	여	남	여	남	여	남	여
12:00~13:00											
16:00~17:00											
19:00~20:00											
계											

■ **조사방법:**

1. 손에 쥐고 누르면 인원체크가 가능한 카운터기 사용
2. 현실적으로 매 시간 조사하기 힘들기 때문에 30분 조사 X 2를 하여 기록
3. 위 조사시간대는 상권의 성격에 따라 유동적으로 조절하여 조사
4. 통행인구의 걸음 속도도 유심히 관찰할 것
5. 유동흐름의 방향 중요. 즉, 통행인구가 상권에서 빠져나가는 입지인가 상권내로 유입되는 초입의 위치인가 확인

경쟁점 분석표

업체명	강 점	약 점	경쟁점과 차별화 전략

경쟁점에 대한 효과적인 대응방안을 모색하기 위하여 예상점포를 중심으로 반경 500m 또는 1㎞ 이내로 조사지역을 한정하여 경쟁점수, 위치, 가격, 서비스수준, 업종의 분포도, 경쟁점포와 유사경쟁점포에서는 어떤 상품을 취급하는지 자세하게 조사하여 차별화 방안을 모색한다.

후보점포 매물 구하는 방법

1. 매물 찾는 방법

소상공인진흥원 상권정보시스템, 부동산 중개업소, 지역 정보지, 인터넷, 지인소개, 지역 상공회 등을 이용하여 후보점포 매물을 찾아본다.

2. 현장 확인

고객의 관점에서 주변을 관찰하고 발로 뛰면서 철저하게 현장을 조사해야 한다. 중요한 것은 대상 점포의 장점보다는 결점을 찾는 태도를 가지는 것이 중요하다. 결점은 눈에 잘 보이지 않으니 점포 자체의 결점과 입지상의 결점을 꼼꼼히 찾아서 그 결점을 보완할 수 있다면 그곳은 좋은 장소가 될 수도 있기 때문이다.

3. 점포를 쉽게 구하려면 오전에는 부동산중개업소, 지역정보지, 인터넷 등을 통해 매물을 찾아보고 검색한 매물이 내가 가지고 있는 자금규모나 조건에 맞는지 전화로 점검한 다음 오후에는 오전에 확인한 점포를 대상으로 현장을 방문하여 해당상권 입지의 잠정 경쟁구조분석과 잠정 고객특성분석을 직접 조사하는 방법으로 장소를 선정한다면 의외로 쉽게 후보점포를 구할 수 있다.

4. 매물 리스트

상 호	지 역	보증금 / 권리금 / 월세	점포면적	전화번호

점포선택 체크포인트

지역 체크	• 업종의 일반적인 조건에 맞는가 • 사람이 어느 정도 모이는 곳인가 • 유동인구는 어느 정도인가 • 가까운 곳에 있는 상점가나 대형가게의 경우, 영업상태는 어떤가 • 상권 내의 주택 상황과 소득계층은 어떤가 • 지역 주민의 매물 동향은 어떤가 • 주변지역의 토지 이용 상황과 이후의 전망은 어떤가
경쟁 관계 체크	• 경쟁점포는 어디에 있고, 그 가게는 어느 정도 번성하고 있는가 • 경쟁점포를 이길 수 있는가, 혹은 이길 수 없더라도 공존할 수는 있는가 • 매출은 어느 정도 예상되는가, 이익창출은 가능한가 • 앞으로 고객 수의 증가를 기대할 만한가
점포 조건 체크	• 전면 폭은 적당한가(서점이나 미용실 등 폭이 좁고 길이가 긴 것이 좋은 업종도 있다) • 가게의 형태는 적당한가 • 주변업종과의 궁합은 맞는가 • 도로에 접하여 있는가 • 주차장은 있는가, 짐을 내리는 것은 가능한가 • 설비에 문제는 없는가
가격 체크	• 주변 가게의 수준과 비교해 비싸지 않은가 • 권리금과 임대료는 주변시세와 비슷한가 • 준비할 수 있는 자금규모와 맞는가 • 공과금 등은 높지 않은가

기존점포 인수 시 확인사항

1. 권리금과 임대료가 주변 시세와 비교하여 적당한가.
2. 기존업종으로 그 지역에서 경쟁력이 있는가.
3. 점포, 건물에 이상은 없는가.
4. 주변의 기존상권에 커다란 변화요인은 없는가.
   - 도시계획, 관공서 이전 등
5. 기존점포에 대한 소비자들의 반응은 어떠한가.
6. 투자금액 대비 수익성이 있는 점포인가.
7. 기존 사업자의 폐업 사유를 확인한다.
8. 점포인근에 대형점이 들어설 가능성 여부
9. 건물 주인이 건물의 보수 계획을 갖고 있는지, 건물을 팔려고 내놓았는지 등을 사전에 확인한다.

점포현황 조사항목

1. 토지 및 건물의 위치	
2. 점포의 면적과 지목	
3. 용도지역과 도시계획안	
4. 점포의 시설물 확인	
5. 주변환경과 유동인구	
6. 소유자	
7. 저당권	
8. 취득일	
9. 보증금	
10. 월 세	

5. 사업타당성 검토와 사업계획서 작성

예비창업자들이 가장 놓치기 쉬운 부분이 바로 사업타당성 검토다. 계수화해서 매출과 원가구성요소 뿐만 아니라 구체적인 목표수익에 대한 조사 분석이 필요한 장으로 사업을 시행하기 이전에 특정 사업의 성공가능성에 대한 정보를 파악하기 위해 사업추진능력, 기술성, 시장성, 경제성, 위험정도 등을 분석하고 평가하는 총체적인 과정이기 때문이다.

사업주체의 사업추진능력, 제품의 생산과 판매에 따르는 제반의 기술적인 문제, 시장조사와 판매가능 수요의 예측, 손익추정 및 경제성 등에 관한 정보를 입수하기 위해서 행하는 일련의 활동으로 사업타당성 검토는 창업을 실패로부터 지켜줄 수 있는 가장 좋은 보조 장치이며 소규모 창업 또는 구멍가게 창업이라 할지라도 필수적으로 작성해 볼 필요가 있다.

창업을 준비하거나 자영업을 경영하고 있는 사업자의 경우 의외로 계수에 무딘 경우가 많은데 이제는 주먹구구식의 눈대중으로 수익을 계산하는 시대를 벗어나 내가 하는 사업에 대한 목표를 정확히 하고 손익 계산 등 사업의 타당성을 따져보고 사업계획을 점검해 보는 것이 필요하다. 사업계획서가 없이 사업을 진행하는 것은 설계도면없이 집을 짓는 것과 같기 때문에 사업계획서는 100년을 살 것처럼 치밀하게 준비하여 하루를 살 것처럼 실행하는 마음가짐이 필요한 것이다.

그러면 왜 사업계획서가 반드시 필요한가? 그 이유를 보면 첫째 사업계획서는 성공을 위한 수단이다. 둘째 머리 속에서 나오는 생각을 체계화한 것이 바로 사업계획서다. 셋째 사업계획서는 명함과 같아서 자기의 외부적인 신용을 부여하기 때문이다. 사업계획서가 없이 사업을 시작하는 것은 모래위에 집을 짓는 것처럼 위험하기 짝이 없는 것으로 사업계획서는 꼭 작성해서 시행착오를 줄이는데 노력해야 한다.

사업타당성 평가요소

평가요소	평가항목
창업자의 사업수행능력	기업가로서의 적성과 자질 후천적 경험 및 지식 업종선택의 적합성 창업자의 계획사업 수행 능력 기타 창업자의 경영 능력
시장성 분석	시장 특성 및 구조 국내외 수급동향 및 중장기 수급 전망 유사제품과의 경쟁상태 및 향후 경쟁제품의 출현 가능성 국내외 가격 구조 및 가격 동향 목표시장 선정 및 판매전략
기술성 분석	제품의 기술수준 품질 성능분석 시설 계획 및 생산시설 규모 생산자원 검토 원재료 조달 검토 기술 및 기능인력 확보 전망
수익성 분석 (경제성분석 포함)	수익 전망 현금수지분석 및 자금운용계획 투자수익률, 손익분기점, 추정재무제표 기타 경제적, 재무적 타당성 분석 요소
자금수지 및 성장성분석	소요 자금의 규모 및 조달 가능성 자금조달, 운용계획표 작성 차입금 상환 능력 검토 업종의 성장 가능성
위험요소분석	소요자금 적기 조달 실패 입지조건의 부적합 전략제품 변경 및 판매단가 조정 시장경쟁 격화 및 법률상 제약

사업계획서 작성에 필요한 항목

사업계획서는 신규 계획사업과 관련하여 투자 생산 판매 재무 등 제반 경영전반에 대하여 추진계획을 정리한 보고서로 계획사업 추진에 있어 기본이 되는 계획서를 말한다.

또한 사업계획서는 사업추진 주체의 계획사업 시행 시 발생 가능한 시행착오를 줄이는 길잡이 역할을 하고 사업추진 세부계획 작성의 기본 틀을 만들어 가는 것으로 사업계획서 작성은 시장조사를 직접해야 하는 것처럼 꼭 본인이 해야 할 일이며 사업계획서 작성에 필요한 항목 등을 알아보면 다음과 같다.

1. 사업 아이템에 대하여 검토할 내용

1) 판매하고자 하는 상품과 서비스는 무엇인가? (간단히 표현)
2) 고객은 누구인가 (남성/여성, 젊은층/노년층, 직장인/가족 등)
3) 어디에서 팔 것인가? (one-line, off-line)
4) 실제로 얼마나 많은 사람들이 살 것인가? (총 시장 규모 예측)
5) 창업비용 및 운영자금등 필요 자금조달은 가능한가?
6) 상품 판매가격은 얼마로 책정할 것인가?
7) 손익분기점은 언제 도달할 수 있는가?

2. 시장조사

1) 아이템에 대한 타인의 의견은 어떠한가?
   - 주위사람들에게 사업아이디어에 대하여 의견을 구함
   - 주변사람들의 의견에 귀를 기울여야 함
   - 동업종 종사자의 충고를 들어야 함

2) 대중매체의 동향을 파악한다.

3) 인터넷을 효과적으로 활용한다.
- 다음 네이버 등 포탈 검색 업체 활용
- 동호회 또는 카페 운영

4) 전문가들의 평가는 어떠한가
- 해당분야의 전문가와 상담
- 전문가와 상담하기 전에 그가 작성한 논문이나 보고서를 구해 읽어 본다.

5) 정확한 유동인구를 파악하고 있는가
- 사업계획에 도움이 될 만한 자료는 모두 수집한다.
- 데이터의 출처는 반드시 기록한다.

6) 미래를 예측할 수 있는가
- 시장의 흐름이 사업에 유리한 방향으로 흐르는가
- 시장의 위험성을 인식하고 제품을 개발하고 있는가

3. 경쟁분석

1) 누가 당신의 경쟁 상대인가
- 현재 시장에서 당신의 경쟁상대는 누구인가 (5곳을 적어보라)
- 가장 강력한 잠재적 경쟁상대는 누구인가(1~2곳을 적어보라)

2) 경쟁상대는 무엇을 하고 있는가

- 경쟁사 정보를 도표로 체계화한다.
- 의사결정 참고자료로 활용한다.

3) 왜 고객은 경쟁사 상품을 선호하는가

- 소비자는 왜 일반제품보다 브랜드 제품을 선호할까
- 왜 특정상품은 다른 회사 제품보다 인기가 많을까
- 소비자 구매심리를 파악(시간, 비용, 품격 유지면에서)

4) 경쟁사의 비밀은 무엇인가

- 품목별 원가구성요소를 계수화 해보라
- 언론홍보, 구인광고 등 참조
- 경쟁사의 마케팅자료들을 참고
- 경쟁업체 브랜드의 강점
- 경쟁업체의 성장사와 현재 위치
- 경쟁업체가 목표로 삼고 있는 시장
- 경쟁업체가 가진 경영상의 장점
- 경쟁업체의 전략적 파트너십이나 제휴관계

4. 상품분석

1) 고객들은 왜 이 상품을 살까

- 상품 또는 서비스가 고객에게 어떤 이익을 주고 있는가
- 우리 상품이나 서비스는 어떤 가치를 제공하는가.

2) 디자인과 형태는 어떠한가

- 간단한 그림이 고객에게 오히려 호감을 준다.
- 실제로 어떻게 생겼는지 그려본다.

3) 언제 출시하는가

- 철저한 시장조사, 최종디자인 완성, 제품완성, 시장테스트
- 시장테스트에서 발견한 문제점 개선, 제품출시, 소매점 진열평가

4) 경쟁사 상품과 무엇이 다른가

- 다른 경쟁사가 이미 그 일을 하고 있다고 가정한다.
- 상품의 성공에 영향을 미칠 수 있는 주요 특징을 작성
- 경쟁사의 제품과 비교해서 자사의 제품을 평가

5) 상품명은 무엇인가

- 가능한 모든 유형의 이름을 포함시켜 검토하며 최소한 3개월 전에 제품의 이름을 짓는다.
- 브랜드 이미지를 나타내도록 한다.

5. 고객분석

1) 고객의 의견을 듣고 있는 가

- 상품개발의 시작단계에서 고객과 이야기를 나누어 본다.
- 이 상품을 구매할 의향이 있는가 있다면 얼마를 지불하겠는가

2) 누가 진짜 고객인가를 정확히 파악한다.

- 목표고객을 명확히 정의하라
- 고객의 구매습관을 분석하라

3) 고객의 비밀은 무엇인가

- 잠재고객과의 인터뷰를 통한 공통점을 파악
- 고객에 대하여 얼마나 알고 있는가를 점수로 매겨본다

4) 소비자모임을 활용하는가

- 신제품 구상안, 경쟁사제품 포장 광고 등에 대한 솔직한 평가
- 소비자의 제품사용패턴, 특정상품에 대한 소비자들의 반응

5) 고객은 내 상품가치에 대하여 얼마를 지불할까

- 잠재고객에게 직접 물어라
- 제품 기술개발자, 판매담당자, 유통종사자들에게도 물어라

6. 마케팅 전략

1) 당신의 전략적 목표는 무엇인가

- 전략적 목표를 명확하게 파악하는 것은 성공을 측정하고 구체적 방향을 제시하는 나침반이다
- 상품 일정 목표에 대한 전략적 목표가 있어야 한다.

2) 마케팅 목적은 무엇인가

- 고객의 인지도와 구매습관을 바꾸는데 목표를 둔다.

- 마케팅은 상품과 시장상황에 따라 변할 수 있으며 상품 또는 서비스가 성공하기 위하여 가장 중요한 것은 무엇인가

3) 어떻게 상품을 판매할 것인가

- 유통채널에 대하여 구상

4) 누가 수요를 창출하는가

5) 마케팅과 영업 중 어느 것이 더 필요한가

6) 마케팅 계획은 무엇인가

- 아이디어를 도출하고 잠정적인 마케팅 프로그램 목록을 작성하라.
- 성장단계별로 마케팅일정을 수립하라

7) 어떻게 대중매체의 관심을 끌 것인가

- 성공 시나리오를 작성하라
- 경쟁사의 성공사례가 미칠 영향력을 예상하라

7. 자금조달

1) 반드시 자신의 돈을 투자해야 하는가

- 집을 저당 잡혀 30%이상의 자금을 조달해서는 안 된다.
- 노후 대비를 위한 퇴직연금을 담보로 돈을 빌려서는 안 된다.
- 자녀 교육비에 필요한 적립금을 써서는 안 된다.
- 아무도 투자하지 않으려는 사업은 하지마라

2) 투자자에게 무엇을 말할까

- 상품을 구매하시거나 서비스를 받아 보신 적이 있습니까?
- 이러한 사업에 투자하시겠습니까?

3) 투자자를 감동시킬 수 있는가

- 제품을 살 고객을 확보하고 있는가
- 시장이 고속 성장하고 있다는 자료가 있는가
- 사업경험이 있는가
- 미래 경쟁사들이 무엇을 하고 있는지 아는가
- 기술이나 위치 등 사업의 어떤 면이 독특한가

4) 누가 당신의 진정한 동반자인가

- 도움을 요청하라
- 혼자 외로이 투쟁해야 한다는 말은 어디에도 없다
- 파도가 쳐야 어떤 배가 튼튼한지 알 수 있다

5) 자본을 유치하기 전에 해야 할 일

- 아이디어를 짧은 문장으로 작성하라
- 경쟁자들을 조사하라
- 잠재고객과 만나라
- 친구나 가족을 대상으로 자연스럽게 말할 수 있도록 연습하라
- 중소기업가와 대기업 임원들을 만나라
- 사업계획을 제안할 두 단락 정도의 글을 작성하라

8. 사업자 본인에 대한 현실 검토

1) 이것이 당신에게 적합한 사업인가

- 자신의 꿈과 인생에서 하고 싶은 일이 무엇인가 확인
- 친구, 친척, 동료, 잠정고객, 미래의 경쟁자, 현재 상황을 이미 거쳐 간 사람들과 이야기 해보라
- 현재 나 자신의 진로를 바꾸는 중요한 동기와 이유는 무엇인가

2) 핵심 역량이 무엇인가

- 어떤 기술이 사업성공에 결정적인 영향을 미치는가
- 사업이나 제품에서 어떤 점이 독특한가
- 당신의 장점은 무엇이고 무엇을 좋아 하는가
- 스스로 모든 것을 하려는 어리석음은 없는가

3) 사업이 예상만큼 잘 진행될 수 있는가

- 진심어린 마음으로 사업을 진행할 수 있는가
- 실패한 사업을 정밀 조사하라
- 사업계획 분석을 철저히 한다.

4) 스스로에게 진실 한가

- 정기적으로 자신의 직감을 체크해보라
- 제품이 잘 작동되고 잘 팔릴 것이다, 사업은 재정적으로 성공할 것이다, 내 가족이 더 행복해질 것이다 등
- 꿈은 단지 꾸기 위한 것이 아니라 만들어 나가는 것이다

사업계획서 작성 방법

1. 의의 및 작성 포인트

가. 사업을 처음으로 시작하든 이미 사업을 하고 있든 모든 사업가는 반드시 사업계획서를 작성하여야 한다. 계획을 세우는 과정에서 기회와 위험요소를 발견하기 때문이다. 특히 신규 계획사업과 관련하여 투자, 생산, 판매, 재무 등 제반 경영분야의 추진계획을 정리한 보고서는 계획사업 추진에 있어 기본이 되기 때문이다.

나. 적절한 사업계획서는 말로 표현할 수 없을 만큼 중요하며 사업추진 주체의 계획사업 시행 시 발생 가능한 시행착오를 줄이는 길잡이 역할을 하고 사업추진 세부계획 작성의 기본이 되는 틀로서의 역할도 한다.

다. 사업계획서는 금융기관, 투자자등 외부관계자에게 계획사업의 내용 및 성공가능성을 제시하여 이들로부터 투융자를 유도해 내는 목적으로도 사용하며 투융자 제안서적인 성격이 강조되고 있다.

라. 사업계획서는 사업 추진주체가 보유하고 있는 사업 아이디어를 투자, 생산, 판매활동을 통해 구체화 해가는 과정을 나타내게 된다.

마. 사업계획서는 자체 사업성 평가과정을 통해 계획사업의 성공가능성을 확인하고 사업성평가결과를 기초로 하여 계획사업의 성공가능성을 본인이 판단할 수 있는 자료로 삼을 뿐 만 아니라 외부 투 · 융자자에게 설득할 수 있는 자료로도 활용할 수 있다.

2. 사업계획서가 반드시 필요한 이유

- 사업계획서는 성공을 위한 수단이다.
- 머리 속에서 나오는 생각을 체계화한 것이 바로 사업계획서다.
- 사업계획서는 명함과 같아서 자기의 외부적인 신용을 부여한다.

3. 사업계획서 작성원칙

가. 신뢰성

- 사업계획서가 외부 투융자 관련자를 설득하기 위해서는 신뢰성을 확보해야 한다.
- 사업계획서에 대한 신뢰성은 객관적인 자료에 근거하여 전문가적인 분석과정을 통해 사업계획서가 작성되었음을 제시함으로써 확보할 수 있다.
- 사업계획서를 작성하기 위해서는 시장 수급자료, 경쟁업체 생산 판매자료, 동업계 정보 등 다양한 객관적 자료의 입수가 요구되며 입수된 정보 및 자료를 과학적으로 해석하여 계획사업의 실현 가능성을 기술하여야 한다.

나. 일관성

- 사업계획서를 작성함에 있어 각 부문 계획 간의 논리적 일관성이 유지되어야 하며 생산계획과 판매계획, 투자계획과 재무계획 등 각 부문 계획 간의 논리적 불일치가 존재할 경우 사업계획 전반에 대한 불신감을 증대시키게 되므로 사업계획서 전반에 걸친 일관성 유지는 사업계획서 작성 시 요구되는 가장 중요한 원칙이다.

다. 이해가능성

- 사업계획서는 자기가 판단할 자료로 삼기도 하지만 외부 투자자나 금융기관에 제출하여 투 · 융자를 요청하는 자료로 사용되므로 외부 투자자나 금융기관이 이를 이해할 수 있도록 작성해야 한다.

- 최근의 계획사업은 기술의 중요성 때문에 기술적으로 비전문가인 금융기관 관계자가 계획사업을 이해하는 데는 어려움이 있다. 따라서 제조업의 사업계획서의 경우 제품 생산 공정, 공법설비 등을 비전문가도 쉽게 이해할 수 있도록 작성하여야 한다.

라. 독창성

- 신규 사업계획서를 작성하는 경우에는 기존사업 또는 타 경쟁업체와는 품질 · 원가 · 용도 · 제법 등에서 어떤 특징을 갖고 있으며 그 특징으로 인해 계획사업의 성공가능성에 어떠한 영향을 주는지를 명확히 할 필요가 있다.
- 신규 계획사업이 타 업체에 비해 독창성이 없을 경우 후발업체로서 성공할 가능성이 높지 못하므로 외부 투 · 융자 관련기관에서 관심을 갖지 않을 수 있으므로 계획사업이 갖는 특수성을 강조하여 사업계획서에 나타낼 필요가 있다.

마. 낙관성

- 계획사업을 추진하는 주체는 계획사업의 대 · 내외 여건을 낙관적으로 보는 경향이 있다. 사업계획서도 낙관적으로 작성되는 경우가 많으며 비관적인 입장에서 보는 것 보다는 낙관적인 경우가 설득력이 있다.
- 경우에 따라서는 지나치게 대내외 여건을 낙관적으로 인식하여 현재 또는 잠재적 문제점을 간과하는 경우에는 오히려 사업계획서의 신뢰성을 크게 저하시킬 수 있으므로 낙관적인 입장에서 사업계획서를 작성하되 발생 가능한 문제점을 지적하고 이에 대한 대응책을 제시하는 것이 신뢰성을 제고하는 방법이 될 수 있다.

4. 사업계획서에 포함할 내용

1) 사업수행에 대한 계획 (실행방법)

- 사업개요
- 사업운영계획
- 시장조사

2) 시장 고객의 욕구 등과 관련하여 사업성공을 확신하는 이유

- 창업시장 현황, 시장규모, 성장잠재력과 시장변화 추이, 고객의 욕구등과 관련하여 창업아이템에 대한 성공을 확신하는 이유
- 본인이 직접 조사한 시장 현황을 바탕으로 작성하여 자신의 확신을 사업계획서에 표현해서 다른 사람에게 확신을 끌어내야 한다.

3) 사업계획서를 실행하고 컨셉을 현실화하는데 당신이 적임자라는 근거를 제시한다. (당신의 경력을 제시하고 경험이 부족하다면 그것을 보충할 방안을 제시한다)

4) 어떻게 이익을 창출할 수 있는가? (판매가격이 모든 비용을 상쇄하고 당기순이익을 창출할 수 있는가)

5) 사업을 시작하는데 필요한 자금은 얼마나 드는가? (사업운영에 필요한 초기비용과 운영자금)

6) 중 · 장기손익추정, 제조원가산정, 중 · 장기자금수지예상, 중 · 장기대차대조표 등 각종 추정자료의 추정근거를 첨부한다.

5. 사업계획서 작성 시 분석해야 할 요소

가. 창업 가능성 검토

- 창업자의 적성에 맞아야 하고 창업하고자 하는 사업에 대한 전문지식을 습득해야 한다.
- 총소요자금 중 자기자본과 타인자본의 비율은 7:3이 적당하다.
- 사업장 입지조건, 유동인구, 주변상권, 고객층, 경쟁점 접근의 용이성 등을 감안 결정한다.

나. 사업타당성 검토

- 사업가능성

  업종선택은 2~3개 업체로 범위를 넓혀 비교분석하고 독립창업으로 할

것인지 프랜차이즈 가맹점으로 할 것인지를 결정한다.

- 사업안정성

  선택한 업종의 분포현황과 개별점포의 매출이 긍정적인지를 확인한다.

- 사업발전성

  업종의 발전단계가 쇠퇴기가 아닌 도입기나 성장기 업종을 선택한다.

다. 수익성 검토

- 현금흐름

  초기 투자금액이 2년 이내에 회수 가능여부

- 재무제표

  월고정비 지출이 너무 과다해서도 안 되고 영업이익이 최소 20% 이상은 보장되어야 창업



매출액 추정방법

기존매출이 발생하고 있는 경우에는 전년도 대비 증가율 등을 감안하여 산출하면 쉽게 매출액을 산출할 수 있지만 사업을 시작하기도 전에 사업에 대한 매출 및 수지 예측을 하는 것은 쉬운 일은 아니다. 특히 모든 내용을 계수화하여 산출근거를 작성하기란 예비창업자의 경우 실전경험 부족으로 어려움이 크지만 투자대비 이익률을 계산하거나 점포권리금의 적정 여부 등을 판단하는데 활용할 수 있는 유용한 데이터가 되기 때문에 사업을 시작하기 전에 반드시 작성해 봐야 할 과정이다.

매출액 추정방법은 일반적으로 도소매업, 음식업 및 서비스업으로 대별해 아래와 같은 간단한 계산방식으로 개략적으로 추정해 볼 수 있다.

① 도소매업종

〈계산방식〉 1㎡당 매출액(품목별) × 매장면적

② 음식업종

〈계산방식〉 객단가 × 설비 단위 수(테이블수) × 회전수

③ 서비스업종(미용실의 경우)

〈계산방식〉 객단가 × 설비 단위 수(의자개수) × 회전수

④ 전자상거래업종

〈계산방식〉 품목별 × 예상주문수량 × 판매단가

추정 손익계산서 작성

2012. . . ~ 2012. . .

단위 : 천원

구 분	금 액	비 고
1. 매출액		항목별 계획수립
2. 매출원가		경비집행계획수립
3. 매출이익		Ⅰ – Ⅱ
4. 일반관리 및 판매비		
① 급료		고정급료 아르바이트생포함
② 복리후생비		〃
③ 임차료		발생액 기준
④ 수도광열비		〃
⑤감가상각비		〃
5. 영업이익		Ⅲ – Ⅳ
6. 영업외수익		수입이자등
7. 영업외비용		발생이자등
8. 경상이익		Ⅴ+Ⅵ –Ⅶ
9. 법인세 등		
10. 당기순이익		Ⅷ – Ⅻ

손익계산서의 작성항목

(1) **매출액** : 제품이나 상품을 판매함으로써 나타나는 재화나 용역의 가치

(2) **매출원가** : 영업활동에서 영업수익을 올리는데 필요한 비용 또는 판매하기 위하여 사들인 상품의 구입가격

(3) **매출총이익 = 매출액 – 매출원가**
생산활동 결과 발생한 비용만 포함되어있기 때문에 공장이익 or 생산이익 이라고도 함

(4) **영업이익 = 매출총이익 – 판매 및 일반관리비**
매출총이익에서 판매활동에 소요되는 비용인 판매 및 일반관리비를 차감한 것으로, 회사가 목적으로 하고 있는 영업활동의 결과로서 산출된 이익

(5) **판매비** : 상품과 용역의 판매활동결과로 발생되는 비용(변동비)

(6) **일반관리비** : 기업의 관리와 유지 등 회사의 일반관리활동 결과로 발생된 비용(고정비)

(7) **경상이익 = 영업이익 + 영업외 손익 (=영업외 수익–영업외 비용)**

(8) **영업외 손익** : 영업활동 이외에서 발생한 것으로 주로 회사의 재무활동과 관련하여 발생한 금액

(9) **법인세 등** : 법인세와 법인세에 대한 주민세

(10) **당기순이익**

손익분기점(BEP) 계산

손익분기점이란 기업의 총수익과 총비용이 일치하는 매출을 의미한다. 즉 영업이익이 영이 되는 매출을 찾는 것으로 사업에 있어서 수익총액과 비용총액이 일치하게 되는 이익도 손실도 없는 영업상태를 말한다. 따라서 손익분기점 분석은 자금수급계획의 지침이기 때문에 자금조달계획을 미리 수립하기 위한 척도로서 활용할 수 있다.

(단위 : 천원)

구 분	산출방식 (월 기준)	금액
매출액(S)	• 실제 월 평균 매출액	
변동비(V)	• 원재료비 • 전기 · 전화 · 수도비 • 기타	
고정비(F)	• 월 임차료 • 대표자등 임원급여 • 종업원 급여 • 지급이자 • 기타 (감가상각)	
변동비율 V / S × 100	(변동비 / 매출액) × 100	
손익분기점매출액	F ÷ (1 – V / S)	
손익분기점 비율	손익분기점매출액/실제매출×100	
평 가		

사업계획서 작성 (예시)

업체명	음식나라	창업(예정)일	20 년 월 일
종업원(예정)	0 명	자본금	금 120 백만원
업태	음식업	종목	생고기, 삼겹살
사업장 주소	서울시 양천구 신정동 00번지	전화번호	226-8949

대표자			
성명	김부자	주민등록번호	800920-1******
자택주소	서울시 강남구 역삼동679	전화번호	539-1234
학력 및 경력	은하수고등학교 졸업 서울은성대학교 식품공학과 졸업 음식점 주방업무 아르바이트 3년		

사업 개요	
사업 동기	부모님의 수입으로는 대학에 다니는 2명의 동생 학비를 감당하기에 부족하여 어려움을 겪고 있던 차에 취업보다는 평소 외식업에 관심이 많았던 본인의 뜻을 이루고 수익증대로 가계에 보탬이 될 수 있는 길을 찾고자 부모님과 상의하여 자가 사업장에 창업하기로 결심
업종 선택 이유	소상공인지원센터를 방문하여 창업전반에 대한 상담을 하였으며 특히 업종선택에 자문을 받고 몇 개의 후보 아이템을 집중적으로 조사한 결과 프랜차이즈 돼지 생고기 전문 가맹점을 선택하게 됨
사업 목표	가족중심의 영업전략과 자금부담을 줄여 젊은 층이 부담없이 찾을 수 있도록 생고기 전문점답게 맛으로 승부하고 친절한 서비스를 바탕으로 편안한 분위를 연출하며 일 매출액이 최소 70만원이상 달성되도록 노력함
사업진행계획	20 . 01 : 창업 아이템 조사 20 . 04 : 창업형태 결정 20 . 05 : 상품화계획 및 마케팅 20 . 06 : 점포위치 선정 20 . 07 : 점포 인테리어 20 . 08 : 고객서비스 방법개발 20 . 10 : 점포 운영관리 20 . 11 : 개업준비 등

상권 입지	
점포선택 및 선택이유	사업장은 주거건물 1층에 위치하고 있는 자가건물로 타인 임대보다는 본인의 창업을 위한 용도로 사용하기로 가족회의에서 결정함
경쟁점포분석	오목교에서 양천구청 방향으로 50미터 거리에 위치한 사업장을 중심으로 고기전문점, 호프집, 헤어숍, 분식점 등 젊은층을 대상으로 하는 상권이 형성되어 있으며 특히 고기전문점은 본인의 사업과 치열한 경쟁이 예상되나 가격이 비싼 편으로 젊은 층이 부담 없이 이용할 수 있는 저가형 생고기전문점의 출현이 필요함
유동인구조사 상권현황분석	• 유동인구를 평일 점심 오후 저녁 시간대별로 조사하였으며 연령대 남녀성별로 조사하여 유동량을 추정함 • 왕복 4차선도로에 접해있는 아파트출입동선에 위치하고 있으며 재래시장과도 인접해 있음

인력 계획	
종업원현황 및 채용계획	주방 : 2명(고기전담 찬모, 가족1) 홀 : 2명(본인, 아르바이트1) 종업원은 인터넷을 통하여 유경험자로 모집함
담당직무기술	주방에 근무하는 1명에 대하여는 경험이 풍부한 경력자를 우선채용 래시피를 작성하여 후임자가 쉽게 익힐 수 있도록 하고 끊임없는 연구개발로 취급상품의 품질을 높여감
교육훈련 계획	개업 일주일 전부터 종업원과 함께 실전훈련 교육에 임할 예정이며 개업과 관련하여 현수막, 전단지, 초대장, 개점 음식물 등을 준비하여 차질 없도록 함

상품분석	
디자인 및 형태	돼지고기 생고기를 개발하여 전국 체인망을 갖고 있는 ooo 가맹본부와 협력하여 고객이 선호하는 맛을 개발하고 차별화된 소스공급으로 대고객 서비스의 품질을 높일 계획임
경쟁상품 사치품여부 등	사업장소재 1–2차 상권에 위치하고 있는 고기전문점의 품질과 가격동향, 서비스 등에 대하여 면밀히 관찰하고 우수한 부문은 벤치마킹해서 앞서 나감

생산 계획	
생산시설현황	가맹사업본부인 ooo사업체는 충남홍성군에 현지농장을 비롯하여 도축장육가공 및 냉동 창고를 운영하고 있을 뿐만 아니라 성동구 마장동에 물류센터를 운영하고 있어 가맹점에 신선한 육류를 신속하게 배달 가능함
생산공법 및 생산공정	충남홍성에 현대적인 축사를 준공하여 운영하고 있는 가맹사업본부는 도축에서 포장배달까지 일괄시스템으로 운영하고 있으며 식육가공업 허가를 취득하여 축협축산물 대리점을 개설하여 운영중에 있어 신뢰도 높음
원자재 조달 및 사용계획	본 사업은 프랜차이즈가맹점으로 대부분의 원재료는 가맹본부로부터 공급받으며 식부재료에 대하여는 가락동 농수산물시장을 이용하여 양질의 제품을 직접 구입하여 사용예정임

판매 계획	
경쟁력분석	사업장주변에 저가형 생고기전문점은 없으며 제주똥돼야지, 시골밥상이 유사경쟁업체로 보통의 수준을 유지하고 있음. 주위는 후라이드 치킨호프, 분식집, 노래연습실, 피시방 등 젊은 층을 대상으로 하는 상권이 형성되어 있는 실정임
판매전략 목표	개업 후 3개월 이내에 1일 매출 목표액을 70만원 이상이 될 수 있도록 개업 전에 준비를 철저히 하여 성공창업이 되도록 마케팅에 전력할 예정임
마케팅 전략 (홍보계획포함)	매운맛과 과일소스를 이용한 맛으로 젊은 층을 집중공략하고 입지에 맞게 가족단위의 모임을 갖도록 적극 홍보하여 단기간에 정상화 될 수 있도록 노력하며 특히 인근 oo대학교 학생들을 대상으로 기념일 추가서비스 도토리제공 등 집중적인 홍보활동 예정임

재무 계획	
재무현황	자가 사업장으로 임대보증금과 권리금이 없어 초기 자기자본의 부담이 적어 창업비용을 낮출 수 있었으며 인테리어비용도 아는 지인과 본인이 직접 작업하여 50%이상 낮출 수 있었음. 주방과 홀 용품도 일부를 제외하고는 중고품으로 대체하여 비용 절감함
수익전망	개업 후 3개월까지는 1일 매출 400천원, 3개월 이후부터는 1일 매출 700천원 이상으로 계상함. 매출원가 및 일반관리비를 제외하고 월 4,000천원 이상 당기순이익 예상함
자금수지분석	초기 창업자금에 필요한 38백만원과 추가 운영자금에 필요한 여유자금 10백만원, 총 48백만원중 28백만원은 본인의 예금으로 충당하고 20백만원에 대하여는 소상공인 창업자금을 대출받아 충당 예정임
손익분기점분석	고정비/(1-변동비/매출액)산식으로 계상 매출액 17,500천원, 고정비 6,000천원, 변동비 8,000천원인 경우 손익분기점 금액은 11,111천원임

자금 계획	
자금 용도	총 창업비용은 인테리어, 가맹비 16백만원, 주방 홀용품 12백만원, 초도상품 운영비용으로 10백만원 등 총소요 창업비용 38백만원 임
자금 조달 및 상환 계획	본인의 예금 외에 부족분 20백만원은 소상공인지원센터의 창업자금을 대출받아 충당예정이며 상환계획은 1년거치 4년 균등분할상환으로 당기순이익을 재원으로 상환예정임

종 합 의 견

- 본인은 양천구 신정동소재 자가사업장에 돼지생고기 전문음식점을 창업함. 외식업에 대한 아르바이트 경험과 본인의 관심이 많아 창업을 결정하는데 어려움이 없었으며 가족의 협력이 큰 힘이 됨
- 사업장이 오목교 인근 대로변으로 대형아파트 입구로 통하는 길목에 자리하고 있어 상권 및 입지는 비교적 양호한 편임
- 가맹사업본부의 안정성, 성장성, 수익성, 상품개발과 시스템개발 기능, 가맹점주를 위한 운영지도 기능, 교육훈련 기능이 있는지 현장방문 조사를 통하여 가맹본부를 결정함.
- 가족중심의 판매전략과 자금부담을 줄여 젊은 층이 부담 없이 찾을 수 있도록 생고기 전문점답게 맛으로 승부하고 가족중심 운영의 친절한 서비스를 바탕으로 편안한 분위기를 연출하는 차별화 전략 강구

memo

memo

memo

memo

memo

memo

6. 점포계약

고객을 끌어 들이는 데는 접근성이 결정적 요소이기 때문에 점포선정의 주요 척도는 위치인데도 대부분의 창업자는 입지선택의 어려움을 과소평가하는 경우가 많다. 상업지역에 위치하고 교통량이 많고 눈에 잘 띄는 곳을 선택하여 점포를 계약하면 좋겠지만 투자금액이 많이 들어 망설이게 된다. 또한 좋은 위치는 창업자가 정보를 입수하기 전에 결코 부동산시장에 나오는 법이 없이 중개인들끼리 거래가 이루어진 경우가 많다. 따라서 아이템을 정하고 점포를 정하기까지의 과정은 창업자에게는 절대로 마음을 놓을 수 없는 시간이다.

해당 장소에서 점포 앞을 오가는 유동인구를 몇 날이고 세고 통행량을 조사하여 고객의 접근성 건물의 노후정도 주차장 등과 건물에 관계되는 서류들을 확인해서 점포를 정했다면 창업 준비의 70%는 끝난 셈이다. 점포가 사업 성공에 차지하는 비중이 크기 때문에 점포선택은 여러가지 조건을 꼼꼼하게 따져 보아야 한다. 건물주의 성격, 주위의 평판, 현재의 직업 등과 계약조건을 꼼꼼히 따져 점포의 계약서에 신중하게 서명하여야 한다. 법은 권리위에 잠자는 자를 보호하지 않기 때문에 직접 발로 뛰어 현장을 보고 관찰 후에 잘 따져보고 계약해야 한다.

첫 째, 점포 입지는 반드시 직접 현장 확인을 해야 한다.
둘 째, 법률관계를 확인한다.
셋 째, 계약은 임차인과 임대인 당사자가 직접 하는 게 원칙이다.
넷 째, 계약서에 기록해야 할 사항은 빠뜨리지 않는다.
다섯째, 공증 또는 전세권 설정으로 선순위 채권 확보가 가능한지를 따져본다.
여섯째, 건물의 용도와 목적물을 확인한다.

상가건물 임대차보호법

1. 임대차 존속기간의 보장

최대 5년간의 계약갱신 요구권 보장

2. 대항력 발생

임차인이 건물을 인도받고 사업자등록을 신청하면 이후 건물소유주가 바뀌어도 새로운 소유주에 대해 임차권을 주장할 수 있다.

3. 우선변제권 보장

대항력을 취득하고 확정일자를 받은 경우 전세권 등기와 같은 효력을 인정해 경매 및 공매 시 후순위 채권자 및 기타 권리자보다 우선 변제

4. 임대료 인상 상한선 설정

연 9%이내의 범위에서 인상 가능

■ **임차인이 주의해야 할 사항**

1. 상가건물임대차보호법 제 10조 1항에 의하면 '임차인의 계약갱신 요구에 대해 임대인은 정당한 사유 없이 이를 거절하지 못한다'라고 규정하고 있지만 다음의 8가지 사항에 해당하는 경우에는 임대인(건물주)은 계약 갱신의 요구를 거절할 수 있다.
   - 임차인이 3기에 달하도록 차임을 연체한 사실이 있는 경우
   - 임차인이 거짓 그 밖의 부정한 방법으로 임차한 경우
   - 쌍방의 합의하에 임대인이 임차인에게 상당한 보상을 제공한 경우
   - 임차인이 임대인의 동의 없이 목적 건물의 전부 도는 일부를 전대한 경우
   - 임차인이 임차한 건물의 전부 또는 일부를 고의 또는 중대한 과실로 파손한 경우
   - 임차한 건물의 전부 또는 일부가 멸실되어 임대차의 목적을 달성하지 못할 경우

- 임대인이 목적건물의 전부 또는 대부분을 철거하거나 재건축 하기 위해 목적건물의 점유회복이 필요한 경우
- 그 밖에 임차인이 임차인으로서의 의무를 현저히 위반하거나 임대차를 존속하기 어려운 중대한 사유가 있는 경우

2. 5년간 무조건 존속기간을 보장 받는 것이 아니다.
계약기간은 1년 단위, 2년 단위, 5년 단위 등 상관없다. 쌍방 간에 합의에 의해서 하면 된다.
그러나 자동으로 5년간을 보장 받는 것이 아니라 계약기간 만료 전 6월~1월 이내에 계약갱신을 임대인에게 요구(내용증명 등) 해야 한다. 이 기간 내에 요구하지 않고 있다가 임대인이 계약기간 만료시점에서 계약종료를 통보하면 점포를 비워줘야 한다.



확정일자 신청

상가건물이 경매 또는 공매되는 경우 임차인이 상가건물임대차보호법의 보호를 받기 위해서는 반드시 임대차계약서에 확정일자를 받아두어야 한다. 확정일자는 사업자등록증을 발급한 해당세무서에서 받으면 된다.

1) 확정일자를 받을 때는 건물주의 동의가 필요 없으며 임차인 혼자만으로 든든한 안전장치를 마련할 수 있는 제도다. 확정일자를 받아놓으면 임차한 건물이 경매나 공매로 넘어갈 경우 확정일자를 기준으로 후순위권리자에 우선하여 보증금을 변제 받을 수 있다.

2) 확정일자 신청대상(상가건물임대차보호법 적용대상)

– 환산보증금(보증금+월차임 환산액)이 지역별로 다음 금액이하인 경우에만 보호를 받을 수 있다.

- 서울특별시 : 3억
- 수도권 중 과밀억제권역 : 2억 5천 만원
  인천, 의정부, 구리, 남양주, 하남, 고양, 과천, 성남, 안양, 부천, 광명, 수원, 의왕, 군포, 시흥
- 광역시(군 지역 및 인천 제외) : 1억 8천 만원
- 기타지역 : 1억 5천 만원

※ 전세보증금과 월세를 내는 경우에는 월세금액에 100을 곱한 금액을 전세보증금과 합하여 계산함. (전세보증금 + 월차임 환산액)

– 우선변제 받을 수 있는 보증금의 범위

- 서울특별시 : 1천 500만원
- 수도권 중 과밀억제권역 : 1천 350만원
  인천, 의정부, 구리, 남양주, 하남, 고양, 과천, 성남, 안양, 부천, 광명, 수원, 의왕, 군포, 시흥

• 광역시(군 지역 및 인천 제외) : 900만원

• 기타지역 : 750만원

3) 확정일자는 신규사업자의 경우 사업자등록과 동시에 신청하는 것이 가장 좋으며 건물등기부등본을 철저히 확인하는 것이 좋다.

– 신청 시 첨부서류

• 임대차계약서 원본

• 사업장도면(건물 공부상 구분등기 표시된 부분의 일부만 임차한 경우)

memo

권리금

상권 및 입지 분석을 완료한 후 적정 점포를 선정하였다면 이젠 실무적으로 계약 조건을 파악해야 한다. 마음에 둔 점포가 기존에 장사를 하고 있는 점포라면 보통 권리금이 붙어 있을 것이고 그러한 권리금이 적정한지도 파악해야 할 것이다.

권리금에는 시설 권리금, 영업 권리금, 바닥 권리금등 3가지의 성격을 가지고 있다.

1. 시설 권리금

시설 권리금이란 기존의 영업주가 창업할 당시 내부 인테리어, 집기비품, 주방기기 등 시설물에 투자한 금액에 대해 보전해 주는 성격의 권리금이다. 시설에 대한 금액은 감가상각을 통해 보통 3년 정도면 소멸한다고 보면 적당할 것이다. 즉, 기존의 영업주가 시설비로 5000만원을 투자하고 2년간 장사를 한 후 점포를 양도하는 경우라면 보통 잔여 시설에 대한 적정 권리금은 1500만원~2000만 원 정도라고 생각하면 될 것이다. 다만, 아직 시설물이 깨끗하고 굳이 본인이 손을 많이 대지 않고 몇 년간은 그 시설물을 그대로 사용하는데 무리가 없겠다 싶으면 조금 더 생각해 줘도 될 것이다.

2. 영업 권리금

영업 권리금이란 기존의 영업주가 운영을 하면서 단골 고객의 확보, 영업력 등을 발휘하여 꾸준한 매출을 올리고 있었다면 본인이 그 점포를 인수하여 영업하더라도 어느 정도는 매출을 보장 받을 수 있으므로 그에 대한 보전 성격의 금액이다. 영업 권리금은 보통 1년간의 순이익이 얼마인가가 기준으로 볼 수 있다.

예를 들어, 월 300만 원정도의 순이익을 올리고 있는 점포라면 연간 순이익은 3600만원이므로 이 점포의 영업 권리금은 3600만원이라고 생각하면 될 것이다.

3. 바닥 권리금

바닥 권리금이란 점포가 좋은 입지에 위치하고 있어서 위치에 대한 프리미엄이라고 보면 무방할 것이다. 좋은 입지에 점포가 위치해 있으므로 기본적인 매출은 보장 받을 수 있다는 얘기다.
보통 유명 대형 상권 내 좋은 입지나 신도시의 상업지역에 대형 상가빌딩이 다수 지어질 때 좋은 위치의 신축 상가 건물에 이러한 바닥 권리금이 형성되어 있는 경우가 많다.

이러한 3가지 성격의 권리금을 종합하여 보통 권리금이라고 칭한다. 예비 창업자들은 이러한 권리금의 성격을 알아야 기존 점포에 대해 권리금이 적정한가를 판단할 수 있고 권리금을 조정할 때도 어느 정도 기준을 잡을 수 있을 것이다.
예비창업자들이 주의할 점은 권리금을 주고받는 것은 전적으로 관행에 의한 것일 뿐 법률적인 규정이나 근거는 그 어디에도 없다. 법률적으로 반환을 보장 받지 못한다는 뜻이다. 따라서 권리금은 임대차 계약기간 동안의 사업수익으로 충분히 충당될 수 있을 정도여야 하고, 통상 상가의 임대차계약이 1년 또는 2년 단위로 이루어지는 것이 보통이므로 1~2년 내에 사업수익을 통해 상쇄시킬 수 있는 범위의 금액이 적당하다고 할 수 있다.

또 다른 사람에게 점포를 인도할 때 권리금을 받아갈 수 있어야 한다. 하지만 건물주가 계약 만료 후 계속 임대를 하지 않는 경우에는 권리금을 회수할 방법이 없게 된다. 권리금의 반환에 대한 특약을 임대차 계약상에 명시하기도 하지만 권리금에 대한 법률적인 규정이 없기 때문에 송사에 휘말리게 될 경우 불리한 경우가 대부분이다.

예비창업자의 경우 대다수가 권리금이 싼 점포나 아예 없는 점포를 원하는 경우가 많은데, 매우 위험한 생각일 수 있음을 명심해야 한다. 신축건물을 제외하고 권리금이 형편없이 싸거나, 아예 없다는 얘기는 장사가 전혀 안 되는 지역이고 자신이 특별한 노하우를 가지지 않는 상태에서는 해당 장소에 입점할 경우 실패할 확률이 높다는 것을 인식해야 한다.



점포 계약 전 기본 열람사항

점포가 해당되는 지역의 용도 및 이용계획에 따라 업종의 제한이 있을 수 있으므로 확인이 필요하며 정확한 소재 지번 건물내역 등 그리고 토지주와 건물주가 동일한지 확인하기 위해 건물 토지등기부 등본을 각각 따로 발급받아 확인해야 한다.

※ 등기부 등본 – 건물 소유자 확인, 권리관계 확인(저당권, 전세권, 지상권, 가압류, 가등기 등 채권관계 및 채권금액)
정확한 소재지번, 건물내역 등 그리고 토지주와 건물주가 동일한지 확인하기위해 건물, 토지등기부 등본을 각각 따로 발급받아 확인해야 한다.

※ 토지대장 – 소재지번, 지목, 부지의 면적, 소유자 확인.

※ 건축물 관리대장 – 건물연면적, 구조관련사항, 건물의 용도, 층수, 층별 면적, 소유자현황 등 확인.

※ 토지이용계획 확인원 – 용도지역, 지구, 도시개발계획 등 확인.
점포가 해당되는 지역의 용도 및 이용계획에 따라 업종의 제한이 있을 수 있으므로 확인이 필요합니다.

부동산 중개업자를 통해 점포를 구하는 경우 중개업자가 의뢰인에게 매물에 관한 정보에 대해 확인, 설명해 주어야할 법적 의무가 있다.

공문서상의 정보에 관한 자세한 설명과 직접 현장조사를 통해 확인, 설명해 주어야 할 사항이 있는데 현장조사를 통해 확인, 설명해 주어야 할 사항은

※ 건물의 방향, 지형, 벽면의 균열상태, 내외벽의 도색상태, 내부의 도배 및 인테리어상태 등을 확인 설명해 주어야 하며

※ 시설물로서 수도, 전기, 가스, 소방, 열공급설비, 오폐수관련, 쓰레기처리 방법 등을 직접 서면 상으로 확인, 설명해 주어야 한다.

※ 점포의 도로 및 대중교통수단과의 연계성, 일조, 소음, 진동, 악취 등 환경조건에 관한 사항까지 확인하여 설명해 주어야 한다.

위와 같은 사항들은 부동산 중개업자에게 확인설명서를 요구할 수 있고 요구해야할 사항들이다. 그러나 본인 또한 직접 필히 확인해 보아야 하며 이외에 본인이 직접 탐문 조사 등을 통하여 건물주의 성격이라든지 평판, 세입자에게 대하는 태도 등을 알아 볼 필요가 있으며 이전 세입자들의 점포 운영기간, 본인이 점포에 입주했을 때 주변점포 주들과 쉽게 융화될 수 있는가도 파악할 필요가 있다.

■ 등록사항 등의 열람 · 제공

건물의 임대차에 이해관계가 있는 자는 건물의 소재지 관할 세무서장에게 다음 각 호의 사항의 열람 또는 제공을 요청할 수 있다. 이때 관할 세무서장은 정당한 사유 없이 이를 거부할 수 없다.

1. 임대인 · 임차인의 성명, 주소, 주민등록번호(임대인 · 임차인이 법인이거나 법인 아닌 단체인 경우에는 법인명 또는 단체명, 대표자, 법인등록번호, 본점 · 사업장 소재지)
2. 건물의 소재지, 임대차 목적물 및 면적
3. 사업자등록 신청일
4. 사업자등록 신청일 당시의 보증금 및 차임, 임대차기간
5. 임대차계약서상의 확정일자를 받은 날
6. 임대차계약이 변경되거나 갱신된 경우에는 변경 · 갱신된 날짜, 보증금 및 차임, 임대차기간, 새로운 확정일자를 받은 날

점포 계약 전 확인사항

1. 외식업소를 인수인계할 때는 보통 영업신고증의 명의만 변경하면 된다. 그러나 새로이 영업신고증을 낼 경우에는 반드시 구청 지적과에서 건축물관리대장을 확인해야 한다. 용도란에 일반음식점일 경우는 관계없지만 근린생활시설이나 점포일 경우는 정화조 용량카드(구청 청소과)를 첨부해야 하기 때문이다. 만일 정화조 용량이 미달될 때는 영업신고를 할 수가 없다.
2. 등기소에서 등기부등본을 떼어보면 그 건물의 담보설정 여부를 알 수 있다.
3. 전기, 수도, 가스, 전화요금, 음식물쓰레기 수거비, 신문, 유선방송비 등 영수증을 확인한다.
4. 관리비에 포함되는 세부내용 및 영수증을 확인한다.
5. 가게를 임대할 때 대부분 분양면적을 계약면적으로 이야기한다. 그래서 상대방 말만 믿고 계약 하면 낭패를 본다. 반드시 실면적을 확인해야 한다.
6. 기존업주의 물품대금 체불 여부를 확인해야 한다.
7. 영업이 웬만큼 되는 업소가 매물로 나와 있는 경우에는 왜 가게를 내놓았는지 사실 확인을 해야 한다. 일부는 권리금만 받고 가게를 넘기고 멀지 않은 곳에 확장하여 다시 개업을 하는 경우가 있으며, 그럴 경우에는 단골손님마저 몰고 가기 때문에 낭패를 당한다.

점포 계약 전 확인내용

일 시 :

작성자 :

구 분	내 용
주 소	
상 호	
면 적	분양면적 : 실제면적 :
계약조건	권리금 : 보증금 : 월세 :
영업 권리금	
시설 권리금	
바닥 권리금	
주변상가 시세	
판매실적	매상 : 수요층 :
시설여부	상 중 하
계약(매매)사유	
건물하자 여부	
영업정지 여부	
허가사항	
인테리어 특징	

점포 계약 시 주의사항

부동산 계약은 법률행위로서 임대인과 임차인의 승낙의사의 일치가 이루어지면 성립되는 것으로 이를 증거로 남기기 위하여 서면으로 계약서를 작성하게 되는데 계약서의 기재내용 중 임대차 목적물의 표시, 대금의 액수, 지불방법(계약금, 중도금, 잔금), 지불시기, 임대인 임차인 및 중개업자의 인적사항, 목적물의 명도시기, 기타 특약사항 등은 필수 기재사항이며 아래 내용을 자세히 살펴보고 계약하는 지혜가 필요하다.

1. 건물주와 직접계약 건물주 명의로 작성
2. 임대료 확정 시 지급 기준일 명시
3. 임대기간 확인(임대차보호법 기준)
4. 임차보증금 / 월세 인상폭 / 월세 계산방법 기재
5. 계약만기 시 보증금 변제사항
6. 계약연장 / 해약에 관한 사항의 공정성
7. 계약 종료 시 구축물(시설)처리
8. 점포 타인 양도 시 허용범위
9. 가급적 입회인(부동산)입회
10. 건물 수선비 부담 한계
11. 보증금, 권리금 등 자금 규모 확인
12. 건물주의 신용상태조사
13. 등기부 등본 열람
14. 목적물에 대한 확인조사
    - 습기, 누수, 배수, 화장실, 전기, 수도, 가스시설 등

권리 양도 계약 (기존 점포 인수의 경우)

권리양도 계약은 기존의 영업주와 하는 계약으로 권리금과 기존의 시설물에 대하여 양도, 양수하는 계약으로 계약 시 주의할 점은 다음과 같다.

■ **시설물, 집기, 비품 등 양수/양도할 물품을 가능하면 세부적으로 조사하여 계약서상에 명시한다.**

보통 구두 상으로 "이거 다 두고 가실거죠?"하는 식으로 양수/ 양도할 물품 등을 언급하는 경우가 대부분인데 그럴 경우 알게 모르게 기존 영업주가 점포를 뺄 때 하나 둘씩 그냥 가져가는 경우가 많다.
수저 몇 개, 그릇 몇 개 일체, 의 · 탁자 일체, 주방기기 일체, TV, 냉장고 등 되도록이면 세부적으로 명기한다.
아무리 작은 것이라도 영업하는데 필요한 것이라면 기존 영업주가 가져갈 경우 본인이 직접 사야한다. 불필요한 지출을 최대한 줄여야 할 것이다.

■ **업종에 따라 인 · 허가, 신고 등 증서가 필요한 업종일 경우 반드시 인 · 허가증을 반납 받아야 한다.**

예를 들어 외식업을 인수하여 운영하는 경우, 요식업협회에서 실시하는 위생교육을 받고 그 위생교육필증을 가지고 구청에 가서 영업신고증 등을 받아야 한다. 구청 등에서 이 영업신고증이나 영업허가증을 받을 때 기존의 영업주가 받았던 영업신고 또는 허가증을 반드시 반납을 하고 새로 발급을 받아야 하기 때문에 만약 기존 영업주에게서 이 증서를 제대로 받지 않았을 경우, 본인이 그 점포에서 영업허가 또는 신고증을 발급 받지 못해 영업을 할 수 없는 경우가 생길 수 있다.
그러기 때문에 반드시 기존의 영업주에게서 영업에 관한 인 · 허가, 신고증 등 증서를 반드시 받아두어야 한다.

계약과 계약금, 중도금 및 잔금

1. 계약은 체결한 내용대로 법적인 효력이 발생하므로 매우 간단한 사항이라도 위반한 쪽이 책임을 져야 한다. 그러므로 계약하기 전에 여러 가지 사항을 살펴보고 계약내용에 대하여 손해가 없도록 작성하여야 한다.
   도장 찍는 순간에 효력이 발생하는 계약은 보통 부동산 중개인 입회하에 건물주와 이루어지며 계약서 작성은 건물주, 기존 임차인, 본인 입회하에 부동산중개인이 작성한다. 계약금은 총 계약금액의 10% 정도이다. 그러나 특별히 계약금의 성격을 규정하지 않으면 계약금은 해약금이 되어 임차인은 계약금을 포기하고 임대인은 계약금의 배액을 돌려주고 해약할 수도 있다.

2. 중도금은 계약이행의 착수금으로 중도금 지급 후에는 일방적인 해약은 불가능하다. 중도금과 잔금 날짜는 양자 합의하에 결정하며 중도금은 가능한 소액을 그리고 중개수수료는 잔금일에 주는 것이 현명하다.

3. 잔금을 치르는 날 준비해야 할 것은 잔금, 중개수수료, 주민등록증, 도장 등이며 기존 임차인에게 지불하는 권리금은 잔금 날 당일까지 미납된 각종 공과금(전기, 수도, 가스 등)의 예상금액만큼 제외하고 지불하며 후에 영수증이 발급되었을 때 정확하게 계산한다.

memo

memo

memo

memo

memo

memo

memo

창업다이어리

Guide Book for Starting Business

Ⅲ. 창업실행

1. 상호
2. 인테리어
3. 사업자 등록
4. 종업원 채용
5. 홍보 마케팅
6. 개업준비
7. 개업

memo

Ⅲ. 창업실행

창업 준비과정은 새로운 생명을 탄생시키는 것처럼 조심스럽고 부족함이 없이 철저하게 진행되어야 한다. 항상 현장을 중시하고 사업을 수행할 수 있는 능력 등 기본적인 골격이 갖추어졌다고 생각이 들면 이제부터 본격적으로 창업을 실행하는 단계다.

- **첫번째로 상호를 짓는 일이다.** 점포이름은 소중한 재산으로 점포의 성격이 명확히 드러나도록 지어야 하며, 특정한 이미지 창출과 상표등록에 신경 써야 한다.

- **둘째로 인테리어다.** 인테리어는 고객유인수단의 하나이며 인테리어를 어떻게 하느냐에 따라 상품의 구입여부가 달라지기 때문이다.

- **셋째로 사업자 등록이다.** 사람이 태어나면 출생신고 하듯이 사업을 하려면 일정한 기간 안에 관할 세무서에 사업자등록을 하여야 한다.

- **넷째로 종업원 채용문제다.** 사업은 곧 사람이란 말이 있듯이 사업의 성공을 약속하는 최대의 자원이 종업원이기 때문이다.

- **다섯째로 홍보 마케팅이다.** 자신의 사업에 맞는 효과적인 홍보방법을 찾아내어 소비자의 눈높이에 맞추어 판매활동을 하여야 한다.

- **여섯째로 개업 준비다.** 각 단계별로 체크리스트를 준비하여 소요기간을 정하고 일의 우선순위에 따라 차근차근 준비한다.

1. 상호

상호는 사업에 대한 실질적이고 정서적인 느낌을 모두 집약해야 할 뿐만 아니라 고객에게 제공할 수 있는 이익을 암시할 수 있어야 한다. 그래서 상호가 중요한 역할을 하는 자영업자에게는 사업체 이름을 정하는 일이 중요하다. 상호는 사업에 대한 실질적이고 정서적인 느낌을 모두 집약해야 할뿐만 아니라 고객에게 제공할 수 있는 이익을 암시할 수 있어야 한다. 사업의 성격을 가장 먼저 떠올리게 하고 이미지를 함축적으로 나타내는 수단이기 때문이다. 따라서 상호는 신중하게 생각해야 한다. 사업체 이름을 무엇으로 할까? 회사 편지지나 명함 등을 인쇄하여 계속 유지할 수 있는 이름을 택해 짧고 기억하기 쉬우며 설명력이 있는 이름이 좋다. 현대는 이름 하나만 잘 지어도 돈이 되는 브랜드의 시대로 고객으로부터 사랑을 받을 수 있고 호감을 주는 이름을 지어 성공창업에 한발 다가가도록 하는 것도 하나의 방법이다.

소자본으로도 창업이 가능한 자영업자가 살아남기 위해서는 무엇보다도 자기 가게의 이미지를 분명하게 나타낼 수 있는 상호를 정하고 이것을 중심으로 지속적인 이미지 관리를 해나가는 일이 중요하다. 사업에서 성공으로 이끄는 주요 요소는 전략이지만 상호가 좋으면 경쟁업체의 진입을 막고 독자적인 브랜드로 성공할 수 있기 때문이다. 예를 들어보면 LG, Coca Cola, IBM, 애니콜 같이 누구나 들으면 알 수 있는 대형 상표 브랜드로 대기업은 많은 매출과 이익을 기록하고 있다.

상호는 매우 중요한 역할을 한다. 사업을 준비하고 있는 예비창업자에게는 가게이름을 어떻게 지을까 고민하게 되는데 이제 장사에도 상호와 취급 메뉴, 취급상품에 재미난 이름을 붙여야 한다. 부르기 쉽고, 듣기 좋고, 쓰기 편한 이름은 오래 기억되며 상호 또한 마찬가지여서 외우기 쉽고, 독창적이며 매장분위기를 단번에 느낄 수 있어야 한다. 특히 고객과 대화를 하거나 평판을 구축하기 전인 초기단계에서는 더욱 그렇다. 매력이 있어야 하고 사업의 특성을 담고 있어야 한다. 왜냐하면 상호가 좋으면 경쟁사가 자기의 영역으로 잠식해 들어오는 것도 막을 수 있기 때문이다.



memo

상호작명 시 주의할 점

1. 이름만 들어도 점포의 성격이 명확히 드러나도록 한다.

간판을 보고 업종 등이 3초 안에 판단되어야 한다. 가령 음식점 인지 노래방인지 순간적으로 구별이 되지 않는다면 간판은 그 기능을 다하지 못하는 것이다. 따라서 해당 점포가 무엇을 취급하는 점포인지 한눈에 알아볼 수 있도록 해야 한다. 글자 수는 가능한 한 5자 이내로, 운전을 하며 지나가는 사람도 읽을 수 있도록 하는 게 좋다.

2. 특정한 이미지가 창출되도록 한다.

사업자들의 중요한 과제는 취급상품의 컨셉을 명확하게, 그리고 정확하게 드러낼 수 있는 상호를 개발하여 이를 중심으로 특정한 이미지를 창출하고 관리해 나가는 일이다.

3. 부정적인 연상 이미지는 피해야 한다.

상호명이 밝지 못하고 어두운 느낌이 드는 경우 또는 외래어로 표기했을 때 실패 죽음 등을 나타내는 의미가 없는지 사전에 세밀하게 검토하여 작명하여야 한다.

4. 상표 등록을 해라

상호는 점포의 개성을 표시하고 그 동일성을 식별하기 위해 사용하는 명칭이며 점포의 명성과 신용을 드러내는 등 재산가치가 있어 타인에 의한 상호의 남용을 제한하여 그 경제적 이익을 법적으로 보호하고 있다. 작은 점포일지라도 미래의 브랜드가치를 고려해 상호를 지은 다음 상표를 등록하는 것이 좋다.

상호작명 요령

1. 발음이 잘 되고 일상적으로 사용할 수 있는 이름이어야 한다.
2. 주 고객층을 파악해 그들에게 친근감을 주는 이름이 좋다.
3. 상호를 들으면 판매하는 제품의 종류를 고객이 즉시 알 수 있어야 한다.
4. 지나치게 직설적이거나 선정적인 상호는 피한다.
5. 채팅 용어, 은어, 속어는 피한다.
6. 입지적 특성을 고려하여 짓는다.
7. 유명 업체의 상호와 유사성을 갖지 않도록 한다.
8. 너무 긴 상호나 장난스러운 상호는 좋지 않다.
9. 시대의 흐름을 반영하는 이름이 좋다.
10. 간판이나 유니폼 등에 적용했을 때 누구라도 쉽게 읽을 수 있는 이름이 좋다.
11. 부정적 이미지를 떠올리게 하거나 거부감이 드는 상호는 피한다.
12. 사업의 모든 요소가 상호와 연관성을 이룬다는 느낌을 주어야 한다.
13. 외우기 쉽고 특별한 느낌을 주어 사람들의 관심을 끌어야 한다.
14. 구매하고 싶은 고객 누구에게나 어울리는 이름이어야 한다.
15. 지나치게 어려운 느낌을 주지 않아야 한다.
16. 외국의 전화번호부나 상호를 보고 참고한다.
17. 업종별 전화번호부와 다른 사업체의 상호를 살펴본다.
18. 매력이 있어야 하고 사업의 특성을 담고 있어야 한다.

상표등록

상호의 경우는 동일 행정구역내에서 타인의 상호를 배제시키는 효력이 있고, 서비스표의 경우는 타인의 동일 · 유사한 서비스표, 상표 등록을 배제시킬 수 있는 독점배타권이 국내 전역에 미친다.(국지주의)

상표나 서비스표는 자타 상품이나 서비스업의 식별을 의미한다. 상표법에서 말하는 상표는 상품의 생산, 가공, 증명 또는 판매하는 것을 업으로 영위하는 자가 자기의 업무에 관련된 상품을 타인의 상품과 식별되도록 하기 위하여 사용하는 기호, 문자, 도형, 형상, 이 들의 결합, 색채 등을 말하고 서비스표는 서비스업을 영위하는 자가 자기의 서비스업을 타인의 서비스업과 식별되도록 하기 위하여 사용하는 표장을 말하며 우리나라는 선출원주의, 등록주의를 채택하고 있다. 즉, 먼저 출원하여 등록된 서비스표에 대해서 우선권을 준다는 말이다. 물론 출원이후에 방식(구비서류의 절차)심사, 실체(특허청 심사관의) 심사를 거쳐, 거절이유가 발견되지 않으면 출원공고가 되고, 이후 30일 동안 출원공고에 대한 제3자의 이의신청이 없으면 등록료를 내고 등록권리를 받게 된다.

따라서 출원 건이 등록이 되면, 서비스표 등록을 신청한 출원일로부터 효력이 발생한다.(선출원주의, 등록주의)

점포의 이름은 자신의 얼굴과 같기 때문에 자세하고 정확히 알지 못해 피해를 보는 사례가 많다. 따라서 이름에 대한 독점권을 행사하기 위해서는 상표출원이 반드시 필요하다.

상표등록 절차

특허청에 상표를 출원하여 등록받기 까지는 출원-심사-공고-등록의 4단계로 진행되며 등록된 상표의 권리존속기간은 10년이다. 각 등록단계별 세부사항을 보면

1. 상표출원

사용할 상표견본과 함께 출원서류를 특허청에 제출

- 상표를 출원할 상품분류 또는 업종선택
- 동일하거나 유사한 상표검색
- 상표견본 만들기
- 출원인 코드 부여신청
- 상표출원서 작성
- 상표출원서 제출
- 상표출원료 납부
- 상표출원 번호 받기

2. 상표심사

출원된 상표와 유사한 상표가 있는지 특허청 심사관들이 심사

- 아무 문제없이 심사통과하는 경우
- 상표심사에서 문제점이 발견되는 경우
- 의견서나 보정서를 통하여 문제점이 해결된 경우
- 등록이 거절되는 경우

3. 상표공고

심사를 통과하여 등록예정인 상표를 일반인에게 30일간 알리며 이의신청을 받음

- 상표공고
- 이의신청이 없을 경우
- 이의신청이 있는 경우

4. 상표등록

이의신청이 없는 경우 상표등록 완료

- 상표등록 결정
- 등록료 납부
- 상표등록증 받기
- 상표등록 갱신



memo

memo

memo

memo

memo

memo

memo

memo

memo

2. 인테리어

고객들의 기호, 취미, 욕구 수준들이 정말 다양해지고 많아졌다. 멋있고 깔끔하고 편안한 점포를 찾는 고객들을 위하여 점포 인테리어는 가장 중요한 고객유인수단의 하나이며 인테리어를 어떻게 하느냐에 따라 상품의 구입 여부가 결정되는 경우도 많다. 따라서 창업자는 인테리어를 인테리어 업자에게만 맡겨놓지 말고 조명과 색상, 디자인 등에 세심한 신경을 써야 한다.

■ 점포 전면은 항상 깨끗해야 한다.

점포의 전면은 고객이 점포의 분위기에 매력을 느껴 매장 안으로 들어가고 싶은 충동을 일으키도록 참신하면서도 깨끗하게 꾸며야 한다. 출입구는 고객의 동선과 편의성을 충분히 배려한 위치에 만들어야 한다.

■ 입구 부근에 편의시설도 설치해야 한다.

비 오는 날에는 우산꽂이를 준비하고 출입문 앞에 발판을 깔아놓는 것이 좋다. 그리고 해당점포의 정기휴일과 영업시간을 게시하여 고객이 헛걸음하지 않도록 해야 한다.

■ 점포외부 장식을 너무 호화롭거나 화려하게 꾸미지 않는다.

화려한 점포라면 고객은 점포의 상품이 고가품일 것으로 생각하여 부담을 느끼게 될 것이다. 따라서 신규고객을 많이 확보하려면 부담 없이 자연스럽게 방문할 수 있는 외관을 꾸미는 것이 좋다.

■ 인테리어 색상은 신중하게 선택하라.

인테리어에서 가장 중요한 것이 색상이다. 업종과 주 고객층이 누구냐에 따라 가장 적합한 색상을 골라야 하고 점포이미지를 통일하여야 한다. 일반적으로 서로 다른 색상보다는 같은 계열의 색상으로 강약을 대비시키는 방법이 무난하게 많이 쓰이고 있다.

■ **점포의 조명상태가 매출액을 좌우한다.**

일반적으로 번창하는 점포는 밝고 청결하고 활기차다. 이러한 이미지는 점포 내부와 외부에 설치되어 있는 조명에 의하여 연출이 가능하다. 매장 내의 조명은 취급하는 상품에 따라 다소 다르지만 밝게 하는 것이 바람직하다. 특히 주력 상품이나 유인상품의 경우 눈에 잘 띄도록 조명을 밝게 하여 차별화 할 필요가 있다.

■ **점포 성격을 한눈에 보여줘야 한다.**

무엇을 파는 곳인지 한눈에 알 수 있도록 가게를 꾸며야 한다. 유리벽을 설치해 밖에서 안이 들여다보이도록 꾸미는 것은 기본이고 가장 눈길을 끌 만한 상품을 최대한 앞쪽으로 배치해 시선을 끌어야 한다. 특히 다른 점포들 속에 묻히지 않도록 주의해야 한다. 그러나 너무 화려하거나 고급스럽게 꾸미면 고객들이 부담을 느낄 수 있다. 따라서 개성과 특성을 살리면서도 친근하고 대중적으로 꾸며야 한다.

■ **이동통로는 손님 중심으로 한다.**

이동통로는 들어오고 나가는 손님이 서로 부딪치지 않도록 하는 것이 중요하다. 손님끼리 부딪치는 등의 사소한 불편도 쌓이다 보면 점포에 대한 인상이 나빠질 수 있다. 상품을 일정한 방향으로 진열해 출입을 자연스럽게 유도하고 어린이를 상대로 하는 점포에서는 진열대를 아이들 눈높이에 맞추는 등 고객이 불편하지 않도록 손님 중심으로 꾸며야 한다.

간판

동 · 서양을 막론하고 간판은 오랜 옛날부터 있었다. 처음에는 자가 상품을 그대로 내놓아 간판으로 삼았으나 차차 글씨와 그림을 사용하여 여러 취향을 나타내게 되었다. 또 간판을 광고판이라고도 하여 그 종류도 상업 활동이 복잡해지면서 다양해졌다.

설치장소에 따라 옥상간판, 벽면간판, 돌출간판, 점두(店頭)간판, 입간판, 빌보드(들판, 산, 고속도로변에 세우는 간판) 등이 있고, 구조상의 종류로는 네온사인, 광고탑, 조명광고간판, 그림간판, 플라스틱간판, 시네사인(cine sign) 등이 있다. 또 간판은 교통광고 분야에서도 볼 수 있으며, 차내광고, 차외광고, 고정광고(역 구내외) 등을 들 수 있다.

간판의 난립과 무질서한 설치를 방지하는 데는 광고주 자신의 자율규제 외에도 옥외광고물법, 도로교통법, 건축법, 소방법, 도시계획법 등에서 제한하고 있다.

그 중에서도 간판은 고객에게 해당점포의 존재를 알리기 위한 것으로 멀리서도 명확히 해당점포의 존재가 인식되는 것이 가장 중요하다. 간판을 보고 업종, 영업여부 등이 순간적으로 구별되지 않으면 간판으로서의 기능을 다하지 못하는 것인 만큼 통행인의 눈에 쉽게 띄도록 하기 위해서는 통행량과 통행인이 흐르는 방향 등을 파악하여 가장 적합한 설치 위치를 결정해야 한다.

1. 간판은 한눈에 띄도록 하라

2. 통행인의 시계, 운전자의 시계 범위 안에 설치하라!

3. 간판의 크기와 문자수는 몇 개가 좋을까?
   1m 이상, 4~5개의 문자

4. 간판의 색과 주위 배경을 반드시 체크하라!

5. 상호를 명확히 하라!

간판의 크기와 색상은 관할 구청에서 정해놓은 기준이 있으며 4층 이상의 건물에 3.5m이상의 간판을 설치하려면 구청의 허가를 받아야 한다.

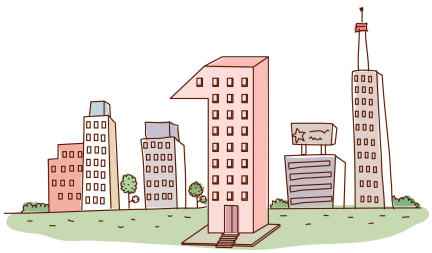
memo

인테리어 공사 내용 (외식업 예)

- 주 고객층의 취향에 맞는 이미지와 컨셉을 위하여 인테리어 업체를 선정하여 일괄로 도급을 주는 것이 현명하다.

- 인테리어 업체는 미리 선정하여 늦어도 가게 계약일 부터는 설계와 디자인의 검토를 시작해야 하며, 잔금지급일 당일부터는 개업예정일 안내 현수막을 걸고 공사를 시작한다.

내 용	비 고
목공사(천장, 벽, 붙박이 가구, 카운터 등)	
주방설비(냉장고, 싱크대 등 조리기기의 위치)	
위생시설(상하수도 및 화장실 설비)	
냉온방기기 공사(배관 및 위치 선정)	에어컨, 온풍기
도시가스 공사	
전기 공사(배선 및 전등)	동력 확인
방수, 미장, 타일, 유리, 도배, 커튼, 바닥공사	
전화, 인터폰, TV, 전축, 신용카드 조회기 등	
간판공사(외부, 내부 안내판, 메뉴 등)	
탁자, 의자 배치(구매)	



공사 전 체크리스트 (외식업 예)

건축

- ☐ 평면의 형태
- ☐ 면적
- ☐ 천장 높이
- ☐ 천장 매입 등 설치여부 천장 내부의 상태
- ☐ 아래층 유무상태
- ☐ 기존구조와 마감상태
- ☐ 채광 상태 방음상태
- ☐ 기존공간의 법적용도

전기

- ☐ 해당 전기용량 확인
- ☐ 비상전력공급여부
- ☐ 전화 설비상태
- ☐ 전기요금 산출방식

위생

- ☐ 위생 배관의 위치
- ☐ 냉난방 설비의 위치 가동 시간대 확인
- ☐ 급배기 등 환기 상태
- ☐ 소방 설비의 방식

기타

- ☐ 건물주와 설계자와의 관계 확인
- ☐ 건물의 등기상 문제
- ☐ 건물주 측의 요구사항 여부
- ☐ 해당관공서 위치확인

시공계약 체결 시 체크항목 (외식업 예)

☐ 도어

각 창호의 개폐방향과 규격, 점포나 주방출입구, 화장실출입구의 규격 등

☐ 벽 디자인

벽면의 내장 디자인과 건축자재 확인.

주방벽면은 주방기기가 위치하므로 방수부문과 일정높이의 타일작업이 되어 있는지 확인

☐ 높이

팬츄리, 디쉬업, 카운터 높이 확인.

일반적으로 팬츄리 (85cm), 디쉬업(100–120cm), 카운터(75–90cm)

☐ 바닥의 단차

기존건물에 주방을 만들 때는 트랜치(급배수 라인)를 설치해야 하므로 바닥보다 15–20cm 높게 마련이다.

이때 객석과 주방은 당연히 15–20cm 단차가 생긴다.

☐ 의자와 테이블

의자와 테이블 높이와 규격 확인, 위치 설정도 확인, 테이블 수와 분위기가 여기서 결정되어진다.

☐ 천장도면

천장의 마감자재, 모양, 조명등(샹들리에), 공조 기기, 점검구, 배기, 흡기 위치, 닥터 등의 설비도면이 포함되어 있는지 확인, 지붕 또는 옥상에 배기 부로아를 설치할 때는 동력(마력 수)도 확인한다.

☐ 조명

조도와 조명기구 수, 모양을 도면에 표시하거나 샘플 또는 카다로그를 확인한다.

☐ 냉난방

냉난방 공조 기기의 위치, 객석과의 관계가 합당한지의 공조 기기 확인, 천장의 요철부분에 직접 닿지 않는지 여부.

☐ 창호도

출입구, 창문의 규격 일람표와 위치, 종류별, 기자재 명, 스텐 혹은 스틸(금속)물의 두께 표시등을 확인한다. 창호의 폭, 위치, 개폐방향, 방식 등을 확인한다.

☐ 문

뒤쪽이나 주방에 연결된 문은 종업원 통로이기 때문에 흰 색보다는 손때가 잘 안타는 자재를 이용하는 것이 좋으며 최소한 폭은 70–90 cm는 되어야 한다.

☐ 설비도면

전기, 급배수, 냉난방 공조, 가스 등 점포의 설비에 관한 내용을 확인한다.

☐ 전기

콘센트 위치, 주방, 간판, 점포 객석별로 전압과 와트 수가 정확히 설정되었는지, 분전반의 위치는 정확한지? 전화나 POS 배선까지 확인하는 것이 좋다.

☐ 화장실

악취방지 장치나 환풍기, 통기관이 계획되어 있는지 확인해야 한다.

☐ 방수공사

방수공사의 업자에게 보증서를 받아두는 것이 좋다.

☐ 메터기

수도, 가스, 전기 등의 미터기 설치장소를 확인한다.

☐ 공사범위

주방공사 범위를 확실히 한다.(인테리어와 주방업자) 주방기기 설치공사까지 포함시킨다.



공사 완료시 체크항목 (외식업 예)

공사가 완료되면 현장 체크를 해야 하는데 모든 공정을 입회하여 감리할 수는 없으나 사업주의 입장에서는 최소한 다음 과정은 체크하여야 부실을 방지할 수 있다.

☐ 간판

간판 부착상태가 정해진 위치에 부착되어 있는가.

☐ 입구출입문

자동문이나 문의 개폐상태가 합리적이며 문의 설치가 튼튼하게 작업되어 있는가.

☐ 벽, 천장

구석의 공사가 말끔하게 마감되었는가.

☐ 테이블 위치

테이블과 의자가 삐뚤어지거나 흔들거리지 않는지, 테이블 높이는 적당한가.

☐ 조도

점내의 밝기는 적당한가.

☐ 설비

전기, 가스, 수도(수압), 배수구, 배기 등은 모든 계기가 정상 작동되고 설비에 제대로 배선이 되었는가.

☐ 화장실

좌변기, 양변기, 페이퍼 홀더, 비누곽, 기타 비품은 제대로 놓여 져 있는가? 특히, 거울은 그 면이 고르고 깨끗한가.

☐ 각종계기

가스, 전기, 수도의 메타기, 스프링 쿨러는 완벽한가.

☐ 공조기

계절에 관계없이 정상 가동되는지 시험해보았는가

☐ 배기

난방 배기는 정상 가동되는가.

☐ 배수

그리스 트랩 배수경로는 제대로 경사되어있고 배수의 역류현상이 일어나지 않는가.



memo

memo

memo

memo

memo

memo

3. 사업자 등록

사업자 등록증이란 사람이 태어나면 출생신고를 통해 주민등록을 하듯이 사업을 하려는 분은 반드시 관할 세무서에 사업자등록신청을 하여야 한다. 사업자등록신청을 하면 사업자등록번호가 나오는데, 이 번호는 모든 상거래에 있어서 그 사업체를 표시하며 거래 시마다 사용되는 고유번호다.

1. 모든 사업자는 사업을 시작할 때 반드시 사업자등록을 하여야 한다.

사업자등록은 사업장마다 하여야 하며, 사업을 시작한 날로부터 20일 안에 구비서류를 갖추어 세무서 민원 봉사실에 신청하면 된다.

2. 사업을 시작하기 전에 등록을 할 수도 있다.

사업을 시작하기 앞서 상품 또는 시설자재 등을 구입하면서 세금계산서를 교부 받고자 할 경우 예외적으로 사업을 개시하기 전에 사업자등록을 할 수가 있다.

3. 여러 가지 사업을 겸업할 때는 아래와 같다.

부가가치세 과세사업과 면세사업을 겸업할 때에는 부가가치세법에 의한 사업자등록만을 하면 된다.



업종별 인허가 대상 여부 파악

1. 면허업종

주류판매업 : 주세법

2. 지정업종

담배소매업 : 담배사업법

3. 허가업종

사업명	근거법령	사업명	근거법령
부동산중개업	부동산중개업법	유료직업소개사업	직업안정법
숙박업	공중위생법	의약품도매상	약사법
식품접객업	식품위생법	중고자동차매매업	자동차관리법
유기장업	공중위생법	주유소	석유사업법

4. 신고업종

사업명	근거법령	사업명	근거법령
결혼상담소	가정의례법	이미용실	공중위생법
교습소	학원설립운영법	체육시설업	체육시설설치이용법
노래방	풍속영업규제법	건강보조식품판매	식품위생법
만화대여업	풍속영업규제법	무역대리업	대외무역법
목욕탕	공중위생법	양곡매매업	양곡관리법
세탁소	공중위생법		

5. 등록업종

사업명	근거법령	사업명	근거법령
비디오방	음반 및 비디오법	안경업소	의료기사법
비디오대여업	음반 및 비디오법	음반판매업	음반 및 비디오법
약국	약사법	무역업	대외무역법
자동차운송알선	자동차운수사업법	다단계판매업	방문판매법
학원	학원설립운영법		

개인기업과 법인기업

1. 등록기업의 장, 단점

1) 개인기업의 장점

- 이윤의 독점 : 사업주 혼자 이익을 독차지하여 가득액이 크다.
- 창업의 용이, 창업비 저렴 : 창업절차가 간단하다.
- 활동의 자유와 신속 : 의사결정에 기동성이 있다.
- 비밀의 유지 : 사업상의 노하우, 비밀, 고객을 기업주가 독점한다.

2) 개인기업의 단점

- 무한책임성 : 사업주가 사업상 모든 책임을 무한으로 부담한다.
- 경영능력의 한계 및 영속성 결여 : 기업주의 신상에 따라 변화 한다.
- 자금조달의 한정성 : 자기자금 한도 내에서 사업을 운영한다.
- 납세 상 불리 : 사업소득금액에 대해 누진세율을 부담한다.
- 대외공신력 : 작은 업체로 인식되어 공신력이 과소평가 된다.

3) 법인기업의 장점

- 대외신용도 양호 : 금융기관 활용이 용이하다.
- 유한책임 제도 : 주주는 출자금한도만 책임이 있다.
- 저율의 법인세율 : 소득금액 1억 원까지 13%, 초과 시에는 25%이다.
- 세무간섭이 적음 : 상대적으로 큰 법인이 많다.
- 증여세나 상속세 처리에 유리 : 기업의 순자산이 분산되어 있다.

4)법인기업의 단점

- 기업의 이익금을 인출 시에 배당세를 내야한다.
- 회사의 여유자금을 인출, 사용하기가 어렵다.
- 세무처리를 잘못하면 개인기업보다 가산세, 추징세가 많다.
- 해산 및 청산절차가 복잡하다.

2. 개인기업 사업자등록신청

개인기업으로 창업할 경우 해당 서류를 구비하여 세무서에 사업자등록을 신청하여야 한다. 다만 영위하고자하는 업종이 법령에 의한 허가사업인 경우에는 소관행정관청으로 사업허가증을 발급받아 사업자등록 신청 시 이를 첨부하여 신청하면 된다. (구비서류 문의 : 국세종합상담센터 1588-0060)

1) 사업자등록신청서(소정양식 세무서에 비치)
2) 주민등록등본
3) 임대차 계약서
4) 동업계약서(동업인 경우)
5) 개별법에 의한 허가대상 업종은 사업허가증 사본

3. 법인기업 사업자등록신청

법인기업으로 창업하고자 하는 자는 상법에 따라 해당서류를 구비하여 관할 법원장 또는 등기소장에게 법인등기를 신청하여야 하고, 법인세법에 따라 해당서류를 구비하여 세무서에 법인 설립을 신고하여야 한다.

– 법인설립신고(세무서)시 구비서류
  • 법인설립신고서
  • 법인등기부등본, 정관
  • 개시 대차대조표, 주주 및 출자자 명부 등

사업자등록 시 유의사항

1. 부가가치세법상 과세사업자인지, 면세사업자인지 여부를 확인하고 과세사업자인 경우에도 일반과세자로 할 것인지, 간이과세자로 할 것인지를 잘 판단하여 신청하여야 한다.

2. 개인사업자의 경우 업종선택 시 업종별 코드번호를 반드시 확인한다.(소득세 결정시 세금부담에 영향을 주게 됨)

3. 유흥음식점, 식품잡화점등 주류판매를 해야 하는 사업자의 경우 사업자등록증에 주류판매 사실을 기재받게 되면 별도의 주류판매 신고를 할 필요가 없다.

4. 필요시에는 사업계획서 등을 첨부하여 사업개시전이라도 등록이 가능하다.

5. 사업장이 여러 개인 경우에는 사업장마다 사업자등록을 하여야 한다.

6. 사업자등록번호를 한번 부여 받으면 특별한 경우를 제외하고는 바뀌지 않고 평생 사용하게 되므로 자료상과의 거래, 체납 등은 누적관리를 받게 되니 유의하여야 한다.

7. 부가가치세 과세사업과 면세사업을 겸업할 때는 부가가치세 과세사업자로 등록하면 된다.



사업자등록 미신고시 불이익

1. 신고기간의 총매출액의 1% 가산세가 부과된다.
2. 사업자등록 전 매입세액은 공제되지 않으므로 부가가치세 부담이 증가한다.
3. 조세범처벌법에 의하여 50만원 이하의 벌금이 부과될 수 있다.

사업자등록사항 변경 정정신고

1. 상호, 사업의 종류를 변경할 때
2. 사업장을 이전할 때(임대계약서 사본 첨부)
3. 상속으로 인하여 사업자의 명의가 변경되는 때
4. 법인의 대표자가 변경되었을 때
5. 사업을 휴업하거나 폐업하였을 때
6. 공동사업자의 구성원 또는 출자 지분 변동
7. 사업자 단위신고 납부 승인자의 총괄 사업장 이전 또는 변경
8. 면세 사업자의 과세사업 추가 시 사업자등록 정정신고서 제출

세법상 세금의 종류 및 신고사항

세 목	신고대상자	신고 · 납부기한	
소득세	개인사업자	확정신고	다음해 5. 1–5.31
		중간예납	11. 1–11.30
부가가치세	법인사업자	1기예정	4. 1– 4.25
		1기확정	7. 1– 7.25
		2기예정	10. 1–10.25
		2기확정	1. 1– 1.25
	개인사업자	1기확정	7. 7– 7.25
		2기확정	1. 1– 1.25
		신규사업자는 예정신고를 하여야 함	
법인세	법인사업자	정기신고	사업연도 종료일 로부터 3개월 내
		중간예납	반기 종료일 로부터 2개월 내
사업장현황보고	면세사업자	다음해 1. 1– 1.31	
원천징수이행 상황 신고	원천징수를 한 사업자	일반사업자	다음달 10일
		반기납부자	7.10, 1.10

소득세

개인사업자가 부담하는 세금으로 종합소득, 퇴직소득, 양도소득 등이 있음

- 종합소득 : 이자소득, 배당소득, 부동산임대소득, 사업소득, 근로소득, 연금소득, 기타소득

1. 사업소득세의 계산

- 일정규모의 이하의 사업자는 기준경비율 및 단순경비율을 적용
- 기준경비율의 소득금액
- 단순경비율의 소득금액
- 그 외의 경우에는 총수입금액에서 필요경비를 공제하여 사업소득금액을 구함
- 소득세는 신고납부제도이며 이때 소득세에 부가되는 주민세(10%)도 함께 신고 납부하여야 함.
- 세율

과세표준 금액	세 율	누진공제액
1,200만원 이하	6%	–
1,200만원 초과 4,600만원 이하	15%	108만원
4,600만원 초과 8,800만원 이하	24%	522만원
8,800만원 초과	35%	1,406만원

간편장부 대상

영세 개인사업자의 경우 복식부기에 의한 기장이 어려운 관계로 일정 수입금액 미만자에게 부여하는 제도로 당해년도에 신규로 사업을 개시한 자 또는 아래 수입금액에 미달하는 사업자

구 분	직전년도 수입금액 (기준 경비율, 단순 경비율 기준)
농업, 임업, 어업, 광업, 도소매업, 부동산매매업, 기타 업종	3억원 (6천 만원)
제조업, 숙박 및 음식점업, 전기 · 가스 및 수도사업, 건설업, 운수업, 통신업, 금융 및 보험업	1억 5천 만원 (3,600만원)
부동산임대업, 사업서비스업, 교육서비스업, 보건 및 사회복지사업, 오락.문화 및 운동관련 서비스업, 기타 공공.수리 및 개인서비스업, 가사서비스업	7천 5백 만원 (2,400만원)

간편장부 서식

날자	거래 내용	거래처	매출		경비(매입포함)		고정자산 증감		비고
			금액	부가세	금액	부가세	금액	부가세	
소계									

부가가치세

영업활동과정에서 부가된 가치에 부과하는 세금이나 실제 부가가치를 계산하기 어려우므로 계산구조는 다음과 같다.

* 부가가치세 = 매출세액 – 매입세액

가. 면세사업

기초생활필수품	미가공식료품, 비식용 농 · 축 · 수 · 임산물, 주택 및 주택보수토지 임대용역, 수돗물, 연탄 및 무연탄, 여객운송업 등
국민후생용역	의료보건용역, 학원 등 교육용역, 예술창작품, 도서관, 동 · 식물원, 박물관, 미술관 등
부가가치 구성요소	토지, 금융 · 보험용역, 인적용역
기타	국가 등에 공급, 우표 등
조세특례제한법	국민주택, 영유아용 기저귀와 분유 등

나. 간이과세자

연간 매출액(부가가치세가 포함된 공급대가)이 4,800만원 미만인 개인사업자로서 아래 배제업종에 해당되지 않는 사업자

- 간이과세 배제업종 : 광업, 제조업, 도매업, 부동산매매업, 과세유흥장소 영위사업, 부동산임대업, 전문인적용역 등
- 간이과세자의 혜택 : 업종별부가가치율에 의하여 세액이 계산됨.

다. 기타 부가가치세법상 알아두어야 할 제도

- 부가가치세 환급
- 의제매입세액 공제
- 신용카드매출전표 등 발행 공제

부가가치세 납부방법

1. 납세의무자의 구분

1) 일반 과세자 : 연간매출이 4,800만원 이상인 사업자

2) 간이 과세자 : 연간매출이 4,800만원 미만인 사업자

2. 일반과세자 납부방법

- 매출세액(공급가액 * 10%)에서 매입세액을 차감하여 납부한다.

  부가가치세 = (공급가액 * 10%) – 매입세액

3. 간이과세자 납부방법

- 매출액(세포함가액)에 업종별 부가가치율을 적용한 금액에 10%의 세율을 적용 산출한 금액에서 공제세액을 차감하여 납부한다.

  부가가치세 = (매출액 * 업종별부가가치율 * 10%) – 공제세액

- 업종별 부가가치율

  소매업 : 15%

  제조업 전기 가스 및 수도사업 : 20%

  농, 수, 임, 어업, 건설업, 부동산임대업, 음식점업, 숙박업 : 30%

  운수창고 및 통신업 : 40%

4. 부가가치세 면세사업자

부가가치세 면세사업자는 부가가치세 납세의무자가 아니므로 자기 매출분에 대하여 부가세를 거래 징수할 의무가 없으며 세금계산서 발행대신에 면세사업자는 소득세법상의 [계산서]를 발행해야 한다. 또한 면세사업자는 직전 년도의 사업수입명세금액 등을 기재한 사업장 현황 보고서를 매년 1월 31일까지 관할 세무서에 제출해야 한다.

소득세, 법인세 납부방법

■ 소득세 계산 방법

1) 총수입금액 – 필요경비 = 소득금액

* 무기장 사업자일 경우는 총수입금액 × 표준소득율 = 소득금액

2) (소득금액 – 소득공제) ×세율 =산출세액

3) 산출세액 – (세액공제 + 감면세액) = 결정세액

4) 결정세액 – 이미 납부한 세액 = 자진 납부할 세액

■ 법인세 계산 방법

1) 손익계산서상 당기 순이익

(+) 익금산입 · 손금산입 / (–)손금산입 · 익금불산입

2) 각사업년도 소득금액

(–) 이월결손금 / (–)비과세소득

3) 법인세과세표준

(X) 세율적용 (1억원까지는 15%, 1억원 초과는 27%)

4) 법인세 산출세액



가산세 적용내용

가산세 종류		적용되는 경우	가산세 대상	간이 과세자	일반 사업자	법인 과세자
미등록가산세		사업자등록을 하지 아니한 때	공급가액 (간이과세자는 공급대가)	0.5%	1%	2%
세금계산서 불성실가산세		세금계산서 미교부 부실기재	미교부 부실기재	해당 없음	1%	2%
매출처별 세금계산서 총계표 불성실기재	미제출 부실 기재	매출처별 세금계산서 합계표 미제출 또는 부실기재	미제출 부실기재 공급가액	해당 없음	1%	2%
	지연 제출	예정신고분을 확정신고시 제출	지연제출 공급가액	해당 없음	0.5%	1%
매입처별 세금계산서합계표 불성실가산세		매입처별 세금계산서 합계표 미제출 지연제출 부실기재	미제출 부실기재 공급가액	해당 없음	1%	2%
신고불성실 가산세		무신고 미달신고	무신고 미달신고란 납부세액	10%	10%	10%
납부불성실 가산세		무납부 미달납부	무납부 세액 미달 납부세액	$\frac{5}{1,000}$ x일수	$\frac{5}{1,000}$ x일수	$\frac{5}{1,000}$ x일수

※ 중복적용배제

세금계산서 자료상 거래

세금계산서 자료상 거래는 패가망신할 수 밖에 없도록 엄하게 처리하고 있기 때문에 사업하는 동안 세금계산서 거래는 정당하게 처리 하는 것이 좋다.

예시) 매입자료 2천만원 짜리를 200만원 주고 샀을 경우 적발 시 추징세금 최소 2천만원 이상임.(자료상 거래는 타협의 여지조차 없으며 세무서에서 가장 악질적인 거래로 판단하여 처리하고 있음)

폐 업

폐업하면 체납세금에 대하여 납부의무가 없다고 생각하시는 분들이 있는데 잘못 판단하고 있는 경우다. 폐업 후 미납 세액이 있는 경우에는 폐업일후 다음연도에 소득세나 법인세에 부과되어 통지된다. 체납인 경우에는 사업자 등록 교부가 불가능하며 재산취득사항이 나타나면 즉시 압류 후 공매절차에 들어가며 5000만원 이상 체납시 출국 금지된다. 또한 500만원 이상 체납 또는 결손 처분 시에는 금융기관에 통보되어 대부분 신용불량자로 등재되게 된다. 사업이 적자라서 폐업하였다 할지라도 적자신고를 안했으므로 적자 인정을 받을 수 없다. 폐업을 하게 되면 규정에 따라 폐업신고는 깔끔히 해야 한다.

memo

memo

memo

memo

memo

memo

4. 종업원 채용

훌륭한 종업원 채용은 사업성공의 지름길이기 때문에 예비창업자가 창업을 준비하면서 가장 신경을 써야 할 부분이다. 사업은 곧 사람이란 말이 있듯이 사업의 성공을 약속하는 최대의 자원이 바로 종업원이기 때문이다. 종업원은 고객을 제일 먼저 맞이하는 사람이기 때문에 창업준비 기간 중에 한 치의 오차도 있어서는 안 되는 부분이 바로 종업원 채용문제다.

훌륭한 종업원의 채용은 생각보다 어려워 개업일에 임박해서 모집하려 하면 원하는 종업원 채용이 쉽지 않기 때문에 점포를 계약하는 시점에서 여유를 가지고 종업원을 채용할 준비를 하는 것이 좋다. 창업하여 일정한 기간 동안은 생각보다 바쁘고 어려운 일이 발생하는 빈도수가 높아 종업원의 이직률이 높기 때문에 개업 때부터 종업원과 호흡을 맞추어 나가는 요령이 필요하다.

종업원은 점포의 얼굴이다. 종업원을 통해 많은 고객들이 점포의 이미지를 형성하기 때문에 종업원은 점포 매출 향상과 성공의 핵심 열쇠를 쥐고 있으며, 따라서 이러한 종업원을 얼마나 잘 활용하느냐가 경영주의 능력을 가늠해 볼 수 있는 중요한 잣대가 되는 것이다.

점포 전면에 대충 사람 구함이라고 써놓고 적당히 면접을 보아 채용하는 사업주는 임기응변의 기술은 있을지 몰라도 사업의 성공과는 거리가 있는 사람으로 우수 인력을 확보하려는 마음과 너무나도 동떨어진 것이라 할 수 있다. 모집 과정에서 부터 보다 체계적인 계획을 세우는 자세가 필요한 것이다. 특히 선발할 인재를 모집하는 과정은 선발과정보다 오히려 많은 준비를 해야 한다는 사실을 명심해야 한다.

종업원 모집 방법은 인터넷, 신문, 취업정보지, 지역생활정보지 등에 구인광고를 게재하거나 직업소개소 이용, 구인 전단 배포, 관련학원(요리, 미용학원 등)의 소개를 통해서 모집할 수 있으며 최근에는 취업 관련 인터넷 사이트를 이용하는 방법이 호응을 얻고 있다. 면접 시에는 매장의 고객층이나 경영자의 생각, 근무조건 등을 간결하게 알려주고 경영주는 채용 가부를 결정할 때 외모나 겉모습보다는 일에 대한 의욕을 가장 중요한 판단기준으로 삼아야 하며 기본적으로 천성이 밝은 사람을 채용해야 한다.

종업원을 잘 뽑아야 점포가 흥한다는 사실을 인지하고 종업원이 주인의식을 지니길 원한다면 내 식구처럼 대해주고 주인처럼 행동할 수 있게 배려해 주어야 한다. 사업을 안정적으로 유지해 나가기 위해서 경영자가 갖추어야 할 중요한 요건 중 하나가 종업원 관리 능력이다.

memo

종업원 채용 시 검토 사항

종업원을 채용하는 방법에는 여러 가지가 있지만 최근에는 프랜차이즈 가맹점의 신규창업이 늘어나면서 체인가맹본부에서 교육받은 직원을 선호하는 경향이 늘고 있다. 종업원을 채용할 때에는 업무의 성격을 명확히 하고 어떤 업무를 시킬 것인지, 급여는 얼마로 책정할 것인지, 아르바이트로 할 것인지, 남녀 종업원 중 누구로 할 것인지 등의 결과에 따라 아래 방법들을 참고하여 다음과 같은 요소를 골고루 갖춘 사람을 찾아내어 채용해야 할 것이다.

1. 기본자격조건
   - 기업 운영을 위해서 필요한 기술을 습득하고 있는 사람
   - 새로운 것을 배우고 익히려는 자세를 갖고 있는 사람
   - 현실 세계에서 필요한 실용적인 경험과 요령이 있는 사람
   - 올바른 성품을 갖고 있는 사람
   - 안정되고 차분한 성격을 갖고 있는 사람
2. 채용 인원 : 업무량, 성격에 따라 인원수 결정
3. 모집 광고 : 신문, 전단지, 취업정보지, 인터넷
4. 채용 조건 : 정규 직원, 아르바이트, 시간제
5. 자격 요건 : 학력 및 경력사항, 일반사항
6. 채용 방법 : 서류전형, 면접전형 등
7. 보수 수준 : 시급, 일급, 월급
8. 수당(잔업, 휴일 출근) : 시간외 수당, 특별 수당
9. 노동 시간 : 근무 시간, 교대 시간
10. 제출 서류 : 경력, 자격증, 자기소개서 등

종업원 채용 시 고려사항

■ **근무조건을 명확하게 제시한다.**

종업원도 한 개인이기에 앞서 고객과 시장에 대해 점포를 대표하는 사회적 신분으로 변화되기 때문에 종업원이 모든 역량을 발휘하여 직업인으로서 역할을 할 수 있도록 근무조건을 명확하게 할 필요가 있다.

■ **채용 시 신분확인 및 필요서류는 꼭 받아 놓는다.**

모든 것을 살피고, 들은 이야기를 검증할 필요가 있다. 부주의로 전과기록이 있는 사람을 고용한다면, 자신도 모르는 사이에 그들의 행동 때문에 손해를 입을 수도 있기 때문이다. 고용하는 사람에 대해서는 철저한 신원 조사가 필요하며 근무 중에 문제가 발생하였을 경우에 대비하기 위하여 가족관계 서류와 주민등록증 사본을 제출받는 것이 좋다.

■ **단기취업이 목적인 사람은 되도록 채용하지 않는다.**

고객을 위하여 최고의 서비스를 실행할 수 있는 종업원은 사업장에 애착을 가지고 있는 사람으로 직원들이 실수를 저지를 때 임기응변식으로 이를 고치는 것이 아니라 처음부터 제대로 일을 하게 하는 것이 주된 목표이기 때문에 회사에 장기 근무할 수 있는 사람을 채용한다.

■ **급여수준이나 근무환경에 따라 자주 옮겨 다니는 직원은 채용하지 않는다.**

직원이 자주 바뀌는 점포는 대고객 서비스에 심각한 문제를 야기 시킨다. 따라서 선발과정에서부터 꼼꼼하게 살피고 특히 인성문제에 관심을 갖고 채용한다.

■ **표정이 어둡거나 편한 인상을 주지 못하는 사람은 채용하지 않는다.**

성실하고 동작이 빠른 사람은 표정에 자신이 있고 자기가 하는 일에 보람을 갖는다. 따라서 채용 전에 건강이나 가족관계 등을 살펴보고 밝은 모습과 목적의식이 뚜렷한 사람을 채용한다.

종업원 관리원칙

소자본 창업은 가족끼리 운영하는 경우가 많다. 그러나 규모가 조금만 커져도 종업원 의존도가 높아진다. 특히 중대형 규모의 패스트 푸드점이나 전문음식점, 각종 주점은 종업원의 역할이 매우 중요하다. 배달 사업도 일정 규모 이상이 되어 매출이 오르면 주인이 직접배달에 나설 수 없어 배달 아르바이트를 고용하는데 배달 사원들의 서비스자세가 단골을 만드는 데 큰 영향을 미친다.

취업이 어렵고 불황이라고는 하지만 일선 점포에서 사람 구하는 문제는 결코 만만치 않다. 대부분 보수가 낮은 데다 근무시간이 길고, 근무환경도 상대적으로 열악한 편이다. 하지만 상황이 어렵다고 해서 종업원 관리에 소홀해서는 안 된다. 대부분의 성공한 사업자의 경우를 보면 종업원 관리에서 성공했다는 공통점을 갖고 있다. 종업원 관리에는 사업장의 형편에 따라 달라질 수 있지만 대체로 몇 가지 원칙을 고수하는 것이 좋다.

■ 첫째 사전고지의 원칙이다.

어떤 잔소리든 듣기 좋아하는 사람은 없다. 명분 있는 훈계라고 하더라도 미리 정해진 원칙 또는 미리 고지가 된 내용이 아니면 모두 사장의 잔소리로 들리는 게 일반적이다. 따라서 아무리 규모가 작은 점포라도 신규 직원이 입사하면 반드시 근무원칙과 업무 내용에 대해서 자세하게 안내를 해야 한다.

■ 둘째 고객접점 관리다.

MOT(moment of truth) 이론에 따르면 고객과 종업원이 만나는 순간 진실함을 느낄 때 가장 충성도가 높아진다고 한다. 모든 면에서 유능한 종업원을 만나기란 쉽지 않다. 따라서 종업원의 일거수일투족을 관리하려고 하지 말고 고객 접점의 꼭 지켜야할 내용을 반드시 지키도록 해야 한다.

■ **셋째 솔선수범이다.**

작은 점포에서 사업주가 먼저 모범을 보이지 않으면서 종업원만 따라주기를 바라는 과욕보다는 종업원에게 요구하기 전에 사업주가 먼저 행동을 보이는 자세가 필요하다.

■ **넷째 너그러움은 종업원 관리의 필수 요건이다.**

인간은 누구나 불완전한 존재다. 종업원이 실수를 했을 때 다시는 반복하지 않도록 교육하는 것도 중요하지만 그들의 실수를 이해해주고 감싸 줬을 때 가장 인간적인 애정을 느끼게 된다. 또한 종업원이 열심히 해서 늘어난 몫에 대해서는 함께 나누는 너그러운 마음이 사업주를 따르게 하는 요소다. 물론 하루 아침에 태도가 바뀌기는 어렵지만 인간은 연습에 의해 바뀔 수 있는 존재라는 희망을 안고 꾸준히 종업원과 자신을 변화시키려고 노력하는 자세가 중요하다.

■ **다섯째 교육과 훈련이다.**

종업원에게는 급여도 중요하지만 근무환경에 능동적으로 대처하고 종업원 스스로가 자신감을 갖고 주어진 업무에 최선을 다할 수 있도록 근무환경을 만들어 주는 것이 중요하다. 대부분의 직장에서 직원들이 갖는 가장 큰 불만은 급여나 직업 비전보다는 주어진 일을 제대로 해 내지 못하고 무능한 사람 취급을 받을 때라고 한다. 무능으로 인한 스트레스가 직원들에게는 가장 큰 애로라는 말은 의미심장하다. 유능한 직원으로 조련해주는 교육과 훈련은 종업원들에게 급여 이상의 기쁨을 안겨줄 것이다.

■ **여섯째 평등하게 적용 한다.**

직원들을 편애하지 말고 기분에 따라 적용기준을 달리하지 말며 근무기준과 업무분담을 명확히 한다. 출퇴근 관리가 엄정해야 하며 잘못에 대한 주의와 재발방지 대책이 있어야 한다.

종업원 관리방법

■ **업무 및 판매 교육을 지속적으로 해야 한다.**

고객을 대하는 방법, 상품지식에 대한 내용 등을 위주로 집중적인 교육이 이뤄져야 한다.

■ **종업원과 신뢰관계를 구축해야 한다.**

항상 인격체로 대하고 종업원도 점주를 신뢰할 수 있도록 솔선수범하는 모습을 보여야 한다. 고객이 북적거리는 잘되는 점포에는 점주와 종업원의 구별이 따로 없고 일체적으로 움직이는 것을 쉽게 볼 수 있다.

■ **업계 평균이상 대우와 개인사정을 배려한다.**

같은 종업원인데도 어떤 사람은 자기 역할을 두 배 이상 훌륭히 수행해 내는 사람이 있는가 하면 반대로 그렇지 못한 종업원도 있다. 이럴 경우 잘하는 사람에게는 상응하는 보상을 해야 할 필요가 있다. 성과급이나 휴가 제도를 적극 활용하는 것이 좋다. 그래야 그 종업원은 의욕을 가지고 더 잘하려고 노력할 것이고 다른 종업원들에게도 자극이 되어 전체적인 효과를 볼 수 있을 것이다.

■ **외모는 단정하게, 태도는 공손하게 행하게 한다.**

청결과 단정은 점주와 종업원이 지켜야 할 가장 기본적인 사항이다. 보기가 좋으면 호감이 가는 것은 당연한 일. 고객에게 좋은 인상을 풍길 수 있도록 항상 몸가짐에 신경을 써야 한다. 그리고 웃는 얼굴로 고객을 대하고 어떤 고객에게든 항상 최상의 서비스를 할 수 있는 친절이 뒤따르도록 해야 고객만족을 이끌어 낼 수 있고 이는 자연스레 매출 극대화로 연결될 것이다.

■ **종업원을 자기의 사업 파트너로 생각한다.**

결과에 대해 개인적인 책임감으로 이를 위해 동등하고 공정하게 적용되는 기준을 세운다. 모든 직원들이 자신의 성과와 공헌도에 따라 보상을 받으며, 동등한 발전 기회가 보장된다는 느낌을 가질 수 있도록 사업파트너로 생각한다.

■ **지시는 구체적으로 개인별로 하고 스스로 일할 수 있게 한다.**

직원들이 실수를 저지르고 이를 고치는 것이 아니라 처음부터 제대로 일을 할 수 있도록 구체적으로 지시하고 목표에 따라 직원들이 우수하게 일을 했을 때 이를 칭찬해주고, 이를 반복할 수 있는 방법을 보여줌으로써 종업원 스스로가 따르게 한다.



나쁜 유형의 종업원

성공하는 점포와 실패하는 점포의 차이는 종업원의 근무형태에서 극명하게 드러난다. 아래 내용의 종업원이 발견되면 즉시 교체하고 신입 종업원에 대하여는 훈련교육을 철저히 한다.

그러나 아무리 나쁜 종업원이라도 훌륭한 보상 및 인센티브 시스템을 만들어 측정 가능한 실적에 따라 보상을 해주면, 직원들이 무엇을 더 열심히 해야 할 지를 명확하게 알게 되고 결과에 대해 개인적인 책임감을 갖는다. 따라서 종업원끼리 동등하고 공정하게 적용되는 기준을 세우고 직원들이 자신의 성과가 어떻게 채점되고 평가될지를 알게 하는 것도 중요하다. 그래야만 직원들이 자신의 공헌도에 따라 보상을 받으며, 동등한 발전 기회가 보장된다는 느낌을 갖고 열심히 일할 것이기 때문이다.

- 해당업무에 무관심한 종업원
- 수다가 많은 종업원
- 복장이 지저분한 종업원
- 머리가 나쁜 종업원
- 매출을 나몰라하는 종업원
- 관념이 무딘 종업원
- 앉아있기를 좋아하는 종업원
- 손가락질을 자주하는 종업원
- 자기기분에 따라 고객을 달리 생각하는 종업원
- 고객을 매출의 도구로 생각하는 종업원

4대 사회보험

사업을 처음 시작해서 종업원을 고용하게 되면 관계법령에 따라 사업주는 종업원을 대상으로 하여 고용보험, 건강보험, 국민연금 및 산업재해보험에 가입하여야 한다.

구 분	국민건강보험			국민연금			고용보험			산재보험		
보험료 부과기준 및 납부보험료	보수월액 (비과세제외)의 5.8%			표준소득월액 (비과세제외)의 9%			임금총액 (비과세포함)의 1.15% ~1.75%			임금총액 (비과세포함)의 0.5%~		
보험료 부담	근로자	사업주	합계	근로자	사업주	합계	근로자	사업주	합계	근로자	사업주	합계
	2.9 %	2.9 %	5.8 %	4.5 %	4.5 %	9 %	0.45 %	0.7~ 1.3%	1.15~ 1.75%	-	0.5% ~	0.5% ~
신고기한	적용일로부터 14일이내			사유발생일로부터 익월 15일까지			적용일로부터 14일이내			좌 동		
당연적용 사업장	상시근로자 또는 일용근로자 (월80시간↑) 1인 이상 사업장			좌 동			일용근로자 1인 이상사업장 월60시간 주15시간 근무자 (단3개월이상 근무자는 모두 적용) 만64세이상과 학생근로자는 제외			일용근로자 1인이상 사업장		
부과/납부시기	익월 10일까지 납부			좌 동			연선납 또는 4회분납			좌 동		
정산시기	**근로자** : 익년 2월말 **사업주** : 익년 6월중			좌 동			익년 2월말			좌 동		
문의처	1577-1000			1355			1544-1350			1588-0075		

memo

memo

memo

memo

memo

memo

5. 홍보 · 마케팅

홍보

창업이 활기를 띠고 시장에서의 경쟁이 치열해짐에 따라 소규모 사업에서도 홍보의 중요성이 날로 높아지고 있다. 아무리 좋은 상품을 가지고 있다 하더라도 가만히 앉아서는 판매할 수 없는 시대가 온 것이다. 지역사회에서 사랑 받는 점포가 되기 위하여 지역부녀회, 사무실, 조기축구회, 공공사회단체, 노인회, 상업시설 등 자기점포 고객이 될 만한 곳은 어디든지 방문하여 간단한 인사장, 초대장 등을 지참하여 점포를 방문토록 하는 CR(Community Relation)활동도 중요하다. 자신의 사업에 어울리는 효과적인 홍보방법을 찾아내지 못하면 시장에서 살아남기 어렵다는 것을 인식하지 않으면 안 된다.



마케팅

마케팅이란 소비자를 대상으로 고객을 창조하고 그들을 관리하며 유지하는 과정에서 고정고객으로 만들어 가는 모든 활동을 말하는 것으로 고객들에게 제품 및 서비스와 그 효과를 느끼게 하는데 목적이 있다. 예전에는 마케팅의 기능이 상품의 광고, 마케팅 리서치, 판매촉진 등을 통한 판매량의 극대화 정도로 생각되었으나 최근에는 고객과 관련된 모든 활동으로 그 의미가 확대되었다. 마케팅의 중요성이 부각됨에 따라 사업주 자신이 마케팅 담당 책임자가 되어 소비자의 눈높이에 맞추어 판매활동에 나서고 있다. 마케팅의 중요성이 가장 두드러지게 나타나는 곳은 소매점 같은 일반 소비자를 상대로 하는 분야이다. 마케팅에 소요되는 비용은 소비자 지출의 상당부분을 차지하는데, 미국에서는 대략 상품 가격의 40~60%에 이른다. 이 비율은 매년 증가하고 있다. 산업화된 경제체제에서 마케팅의 중요성이 부각되고 있지만 수많은 소규모 상인들이 유통과정을 지배하는 저개발 경제권에서도 마케팅은 매우 중요한 요소가 된다.

사업을 처음 시작하여 매출액을 올리기 위해서는 홍보와 마케팅이 중요하다. 아무리 차별화된 상품과 서비스, 새로운 아이디어라고 해도 우리 점포의 존재를 알지 못하면 고객이 이용해줄 수가 없기 때문이다. 자사 규모에 적합하다는 점을 보여줄 수 있는 다양한 마케팅 수단을 밝힌다. 이는 회사 이름을 고객들 앞에 알리기 위해 마케팅 예산을 어떻게 지출할 지 계획하는 것이다. 이를 위한 방법으로는 다음과 같은 것들이 있다.

- 회사 홈페이지(블로그, 카페)를 만든다.
- 제품 브로셔와 다른 영업 자료를 인쇄한다.
- 인터넷 광고를 한다.

- 전통적인 미디어 광고를 한다.
- TV 라디오 등 방송매체 광고를 한다.
- 회사 로고를 새긴 판촉 상품을 구입한다.
- 개인 혹은 전문적인 네트워크에 가입한다.
- 다양한 PR 활동을 한다.
- 전문 전시회를 활용 한다.
- 전통 인쇄매체를 통해 광고를 한다.
- 기존 고객으로부터의 추천 네트워크를 만든다.
- 우리 제품을 보완 제품과 묶어 끼워팔기 방식으로 판매한다.
- 경쟁관계에 있지 않은 기업들과 고객 주소록을 교환한다.

매출촉진을 위한 홍보전략

내점을 유도하기 위한 포인트에 중점을 두어 다양한 가격전략과 점포의 조명을 연출하고 다음과 같은 효과적인 매장관리가 중요하다.

- 메인통로의 폭은 일정한 넓이를 유지한다.
- 다양한 상품을 고객에게 노출시킨다.
- 상품진열은 칼라 및 사이즈별로 한다.
- 매장의 최적공간은 점포의 주력상품을 진열한다.

홍보방법

■ 전단지

배포에 낭비가 적어 비교적 손쉽게 소자본 창업자들이 가장 많이 활용하는 홍보방법으로 전단지에는 상호명, 취급품목 또는 서비스, 가격, 위치, 전화번호 등을 기재한다. 발품을 많이 팔아야 한다는 것이 흠이지만 비교적 저렴한 비용으로 많은 사람들에게 알릴 수 있어 특히 개업 때 많이 이용되고 있다. 알리고자 하는 내용과 점포의 분위기에 맞는 컬러와 디자인으로 전달력을 높이도록 한다. 배포방법으로는 신문에 끼워넣는 방법, 가두에서 통행인에게 배포하는 방법, 스티커로 제작하여 아파트 출입구 등에 부착하는 방법이 있다.

■ 인터넷

불특정 다수와 전국을 대상으로 하는 판매전략이라면 인터넷을 이용한 배너광고, 키워드광고나 스폰서 광고를 하면 아무래도 보는 이들이 많으니 신문、잡지、방송처럼 단발성 광고로 끝나는 것이 아니라 사용자가 인터넷에 접속해서 해당 사이트에 들어갈 때마다 언제든지 볼 수 있기 때문에 시간이나 공간에 제약을 받지 않는다.

더군다나 움직이는 동영상을 게재하거나 광고관련 사이트를 상호 링크시킬 수 있어 사용자 확보의 도구로도 활용되고 있다. 특히 인터넷 광고는 1:1 마케팅 기법을 활용하여 특정 층을 대상으로 광고를 할 수 있다.

■ 이벤트

이벤트는 소규모 점포 운영에 있어서 효과가 오래 지속되는 판매촉진 수단의 하나다. 이벤트를 열 때에는 행사 성격과 고객 특성에 맞춰 소액할인이나 경품제공, 할인쿠폰, 보너스 팩 등을 잘 선택해

서 제공함으로써 고객의 관심을 유도하여 상품판매로 이어지게 해야 한다. 또 계절이나 사회적 이슈를 연결시킨 기획 상품을 개발하여 연결시킨다면 훨씬 높은 이벤트 효과를 얻을 수 있다.

■ 포인트 마케팅

단골고객에게 이용금액, 이용횟수 등의 실적에 따라 보상을 해주는 것을 포인트 마케팅이라고 한다. 고객유치 전략으로 신규고객으로 확보하는 것 보다 단골고객을 유지하는 것이 더 중요하다는 점에서 주목을 받고 있는 홍보방법이다. 보상방법으로는 경품제공이나 판매상품의 무료제공 등이 있으며 판매하는 상품을 무료로 제공하는 경우가 일반적이다. 포인트 마케팅을 위해서는 회원카드가 많이 활용되고 있다. 회원카드는 마일리지 시스템을 도입해서 반복구매를 유도할 수 있을 뿐만 아니라 고객들이 점포명이나 전화번호를 보유하고 있어 구매의 편의성이 높아지는 이점도 있다.

■ DM(Direct mail)

편지, 우편엽서, 소책자, 브로슈어, 카달로그 등으로 알리고 싶은 소비자에게만 특별히 직접 배달형식의 광고를 보내는 방법으로 직접우편 또는 DM이라고 한다. 일반적으로 DM은 광고의 메시지와 대상을 자유롭게 선택할 수 있으며 소비자의 눈을 독점할 수 있고 경쟁회사 모르게 전술적으로 이용할 수 있다는 특성을 가지고 있다. 판매활동을 통하여 소매점의 판매를 증가시키는데 목적이 있지만, DM은 그 자체가 바라는 목적이 있는 것으로 DM의 메시지 내용에 목적이 분명하여야 한다. 일반적으로 DM의 목적은 단골 고객을 확보하기 위해서, 고객이 상점에 찾아오도록 하기 위해서, 직접판매를 증가시키기 위해서이다.

■ POP(point of purchase)

POP는 점포의 소개, 상품의 구성, 구매가격 등 다양한 정보를 전달함으로써 고객의 구매의욕을 자극하여 상품구매를 촉진하는 효과를 가져 온다. 고객은 점원과 직접 대화하지 않고서도 자신이 원하는 상품을 구할 수 있기를 바라기 때문이다. POP는 디스플레이의 일부로서 매장의 활기를 높이는 소도구이며 매장의 안내표시와 가격표시, 상품설명의 카드, 세일과 기념행사의 안내표시, 깃발이나 포스터 등 다양한 종류와 기능을 가지고 있다.

고객의 쇼핑에 도움을 주며 판매원의 접객 판매활동을 도와주고 고객이 미처 생각지 않고 있던 상품을 사도록 충동구매를 유도한다. 또한 광고、전시、기타 다른 판매촉진 활동과 상승효과를 꾀할 수 있으며 비교적 만들기 쉽기 때문에 비용이 적게 든다.



memo

memo

memo

memo

memo

memo

6. 개업 준비

개업을 하기 위해서는 짧은 기간에 많은 것을 준비해야 하므로 간혹 한두 가지를 빼놓을 수 있다. 이를 방지하기 위해서는 체크리스트를 작성해 각 단계별로 소요기간을 정하고 일의 우선순위를 결정하여 할 일을 적어 놓아야 한다.

일반적으로 개업 준비절차는 간판, 인테리어, 집기, 설비구입 및 배치, 직원이나 아르바이트 채용, 개업홍보, 사업자등록 신청, 영업의 시작 등으로 이루어지고 있으나 경우에 따라서는 절차의 선후가 바뀌거나 동시에 이루어 질 수도 있다.

사업장 개업 전 반드시 개업 리허설이 필요하다. 최소한 개업 3일전부터 전 종업원을 출근시켜 고객 응대교육을 실시하여 서비스의 품질을 높이고 각자의 맡은바 업무를 숙지시켜야 한다.

특히 업종별로 상품과 메뉴에 대한 숙지, 근무자세, 전화 받는 요령, 복장, 고객안내, 고객의 불만처리요령 등에 대하여 종업원의 교육이 필요하다. 오픈 전까지는 연습이 있을지 몰라도 개업이후에는 연습이란 없기 때문에 철저히 준비해야 한다. 이제는 실전이기 때문에 그동안 열심히 준비했음에도 부족한 건 없는지 마지막 점검이 필요하다.

개업 전 체크리스트

행정 및 영업신고부분 체크리스트

체 크 리 스 트	체 크	개선사항
사업자 등록증은 발급받았는가?	☐	
간판허가증은 발급받았는가?	☐	
사업자등록증은 외부에 붙여 놓았는가?	☐	

관리부분 체크리스트

체 크 리 스 트	체 크	개선사항
비품은 지정된 장소에 있는가?	☐	
영수증 등의 비품은 준비되었는가?	☐	
금전등록기의 작동은 확인해보았는가?	☐	
잔돈은 충분히 준비해 두었는가?	☐	
각종 신용카드사에 가맹되어 있는가?	☐	
카드조회기 작동여부는 확인해보았는가?	☐	
영수증에 찍을 고무인은 준비했는가?	☐	

접객부분 체크리스트

체 크 리 스 트	체 크	개선사항
직원들의 서비스 교육은 잘 되어 있는가?	☐	
모든 제품 및 서비스에 대한 직원들의 지식이 충분한가?	☐	
직원들의 유니폼, 두발, 손톱 등 청결상태를 확인했는가?	☐	
직원들이 각자의 역할을 정확히 알고 있는가?	☐	

홍보부분 체크리스트

체 크 리 스 트	체 크	개선사항
광고전단지의 배포시점과 수량은 충분히 확인하였는가?	☐	
개업축하용 판촉물의 입고를 확인했는가?	☐	
개업축하용 플래카드의 부착여부는 확인했는가?	☐	
이벤트 행사계획의 스케줄은 확인했는가?	☐	

점포 외부 체크리스트

체 크 리 스 트	체 크	개선사항
간판은 멀리서도 잘 보이는가?	☐	
외부에서 보기에 지저분한 요소는 없는가?	☐	
주차장이 있는 경우 안내표시는 잘되어 있는가?	☐	
기타 고객이 불편해 할 점은 없는가?	☐	

점포 내부 체크리스트

체 크 리 스 트	체 크	개선사항
청소는 깨끗이 되어 있는가?	☐	
간판과 실내등의 점멸상태는 확인했는가?	☐	
화분, 시계, 장식물 등의 배치는 적당한가?	☐	
테이블, 의자 등은 튼튼한가?	☐	
냉 · 난방시설의 가동여부는 확인했는가?	☐	
소화기의 위치와 작동여부는 확인했는가?	☐	
화장실은 깨끗한가?	☐	
화장실에 없는 비품이 있는지 확인했는가?	☐	

기본 서비스 체크리스트

구 분		진 단 항 목	평 가
기본 태도	1	근무자들이 활기차 보이는가?	
	2	근무복장은 청결한가?	
접객 태도	1	눈이 마주칠 때 밝은 미소를 짓는가?	
	2	“어서 오세요”라고 밝게 인사하는가?	
대기	1	고객이 묻고 싶을 때 곧 응대할 수 있도록 준비하고 있는가?	
	2	고객을 기다리게 할 때에는 기분 좋게 하는가?	
	3	고객이 볼 수 있는 범위에 근무자가 있는가?	
공평대응	1	고객에 대해 차별을 두지 않고 대화하고 있는가?	
정산 대응	1	계산대에서 메뉴와 가격을 확인하면서 계산하고 있는가?	
	2	계산 시 거스름돈을 말로 확인하고 있는가?	
	3	고객 손에 닿을 정도로 정중하게 거스름돈을 전하는가?	
전화 대응	1	배달 주문전화는 친절히 응대 하는가?	
	2	전화 벨 5회 이내에 전화를 받고 있는가?	
	3	전화에서 점포 명을 1회에 알아들을 수 있도록 하는가?	
	4	영업시간 외, 부재중 등 적절히 응대 하는가?	
정산시 신뢰성	1	영수증 발행은 적절한가?	
	2	계산대 주변은 밝고 청결한가?	
평가점수		○ : ( )항목 × : ( )항목	달성도 : ( )%

리허설 및 시식회 (외식업 예)

1) 최소한 개업 사흘 전부터는 전 종업원들을 출근시켜 접대교육을 실시하고 주방과 홀 직원의 손발을 맞춰보면서 각자의 업무를 정리하여야 한다.

접대교육 내용	
근무 복장(홀, 주방)	
인사자세	
전화 받는 요령	
고객안내, 주문, 서빙 방법	
식재관리	
근무 진행방법	
고객과의 대화법, 칭찬요령	
주방 종사원 위생관리	
주차장 근무요령	
고객의 불만처리 방법	

2) 전 종업원들이 둘러앉아 음식의 맛을 평가하고 고객의 질문에 자신 있게 답변할 수 있도록 각 상품의 조리법 및 유익한 정보를 숙지한다.

3) 주차장, 출입구, 카운터, 접객실(홀, 방), 주방, 화장실, 놀이방 등으로 구분하여 미비한 점을 시정 완료한다.

4) 개업 이틀 전까지는 '주류카드'를 거래은행으로부터 발급받아 주류 및 음료를 구매하여 냉장고에 진열한다.

memo

memo

memo

memo

memo

memo

7. 개업

창업의 마지막 단계는 개업이다. 사업계획에 따라 아이템을 정하고 상권분석과 함께 입지를 선정하여 점포를 계약하고 마케팅까지 끝난 상태라면 이제 개업하는 일만 남는다. 정말 숨 가쁘게 달려온 셈이다. 개업전날은 면접시험을 앞둔 사람처럼 긴장되고 초조하겠지만 점포창업인 경우는 내 · 외부 인테리어와 디스프레이에도 신경을 써야 하며 인터넷을 통한 사업아이템이라면 홈페이지의 정상적인 가동여부도 점검하여야 한다. 사업가는 예측하지 못할 일까지 예측해야 한다는 말이 개업일에 일어날 수 있는 가능성을 두고 있기 때문이다.

개업 후에도 시장파악능력과 마케팅능력을 갖추고 경쟁점을 이겨낼 수 있는 서비스와 상품의 품질을 높이려는 적극적인 자세와 부지런함이 사업의 성패를 좌우한다는 사실을 잊지 말고 창업 후에도 운영과 재투자, 지역별 특성에 따라 추가 아이템을 개발하는 등의 노력을 꾸준히 기울여야 한다. 오히려 이제부터 시작이란 자세로 긴장의 끈을 놓지 말고 전력 질주해야 하는 것이다.

상호를 정하고 사업자등록 후에 드디어 내가 원하는 개업을 할 수 있다. 준비하고 노력하는 만큼 성공할 수 있는 확률도 높아질 수 있다는 자부심을 갖고 성공창업 가이드북이 예비창업자 여러분을 올바르게 안내하는 창업의 길잡이가 될 수 있기를 바란다. 개업하면서 고객이 몰려들 것이라고 기대해서는 안 된다. 성공은 결코 주어지는 것이 아니기 때문이다. 개업 후에 많은 걸림돌을 만나게 되는데 그때마다 포기하지 않고 최선을 다해서 문제해결을 위한 노력이 필요하다. 이제부터는 어떤 경우에도 좌절하지 말아야 한다. 꿈을 가지고 때를 기다려야 기회가 오는 법이다. 자기로 부터의 저항을 극복하고 힘을 내 항상 멀리 바라보는 시각을 갖고 철저한 준비로 예비창업자들의 성공적인 창업이 되기를 기원한다.

매뉴얼 체크리스트 (외식업 예)

구 분	진 단 항 목		평 가
1	메뉴 제공 시 위생, 청결 상태는 양호한가?		
2	메뉴 세팅 시 매뉴얼 준수는 잘 되고 있는가?		
3	메뉴 제공양은 잘 준수되고 있는가?		
4	점포에 계절감이 느껴지는 메뉴가 어필되고 있는가?		
5	메뉴 제공시 기물상태는 양호한가?		
6	메뉴판 상태는 양호한가?		
7	주력 메뉴가 잘 안내되고 있는가?		
8	판매가격 및 주문 요령은 잘 안내되고 있는가?		
9	포스터는 적정 위치에 부착이 되어 있는가?		
10	POP 부착상태는 양호한가?(위치, 청결, 내용)		
평가 점수	○ : ( )항목	× : ( )항목	달성도: ( )%

메뉴 주문 체크리스트

중분류		진 단 항 목	평 가
상품 접객력	1	고객에게 주문받는 타이밍은 적절한가?	
	2	고객의 이야기를 충분히 듣고 있는가?	
	3	고객의 이야기를 들은 후 예 "알겠습니다."라고 하는가?	
정확한 상품지식	1	고객이 원하는 메뉴를 제시하고 있는가?	
	2	메뉴를 서빙 하는데 정중한가?	
고정 고객화	1	고객의 불평(불만)에 대해 즉시 대응하고 있는가?	
	2	고객 카드를 발행하고 있는가?	
평가점수	○ : ( )항목 × : ( )항목		달성도: ( )%

점포 경쟁력 체크리스트

중분류		진 단 항 목	평 가
매장의 쾌적함	1	점포 분위기는 밝은가? (조명)	
	2	점포 내부는 청결한가? (정리정돈)	
	3	점포 환경은 쾌적한가? (온도)	
	4	점포 내 불쾌한 냄새는 나지 않는가?	
매뉴얼 준수	1	판매가격 및 주문 요령은 잘 안내되고 있는가?	
	2	포스터는 적정 위치에 부착이 되어 있는가?	
편리한 계산	1	계산대 위치는 적절한가?	
	2	계산 시 고객을 기다리게 하지 않는가?	
점포 입구 쾌적성	1	점포의 앞부분은 청결한가?	
	2	입구에 우산 꽂을 공간이 있는가?	
	3	입구에 매트는 청결하고 반듯이 놓여 있는가?	
	4	입구에 재떨이, 휴지통 등이 있고 청결한가?	
점포 안내	1	입구에 영업시간, 정기휴일이 표시되어 있는가?	
	2	입구에 애완동물 동반여부 표시가 되어 있는가?	
환경 상태	1	점포 분위기는 밝은가? (조명)	
	2	점포 환경은 쾌적한가? (온도)	
	3	점포가 계절감은 느껴지는가?	
	4	테이블 간 간격은 적절한가?	
화장실의 편리함	1	화장실 표시는 적절한가?	
	2	화장실은 밝고 청결한가?	
	3	화장실은 정기적으로 점검하고 있는가?	
	4	화장실에 수화물을 놓을 설비가 되어 있는가?	
기타	1	점포 내 대기 장소가 있는가?	
	2	후식용 자판기는 구비되어 있는가?	
	3	비상구가 명시되어 있는가?	
	4	시계가 있는가?	
평가점수		o : ( )항목 x : ( )항목	달성도 : ( )%

위생관리 점검표 (외식업 예시)

점검자 :　　점검일자 :　　점검일시 :

구 분	진 단 항 목		평 가
개인 위생	1	두발(머리손질, 청결여부)	
	2	복장의 청결 및 착용상태(명찰, 유니폼)	
	3	액세서리의 착용여부(반지, 팔찌, 시계, 귀걸이 등)	
	4	손톱의 청결상태(색조매니큐어, 손톱길이)	
	5	올바른 조리모 착용	
	6	보건증 갱신여부	
식재 위생	1	품질, 선도 검수철저 / 검수일지 일일기록	
	2	입고식재의 바닥방치 금지	
	3	상온창고 식재의 입고일 표기(유통기한 확인)	
	4	냉장(동)고의 지정온도 유지, 기록(3회/일)	
	5	냉장(동)고의 식재입고일 표기(유통기한 확인)	
상품 위생	1	가열식품의 적정온도 확인/위생시간 준수	
	2	식품의 안전보관(덮게, 바닥방치금지)	
	3	익일식품 안전 보관	
	4	보존시의 위생도 점검	
기구 위생	1	조리기구의 세정, 소독, 건조, 정리보관상태	
	2	식기류의 세척, 소독, 건조, 보관상태	
	3	조리대 배식대, 선반의 청결상태	
	4	트렌치, 그리스트랩의 청소상태	
	5	청소기구의 정리, 건조 상태	
	6	설거지, 싱크대의 청결상태	
	7	고무장갑 구분사용, 보관상태	
	8	도마, 칼 구분사용, 보관상태	
환경 위생	1	쥐, 해충의 정기구제, 소독	
	2	탈의실 정리정돈, 청소상태	
	3	폐기물, 잔반의 위생적인 처리상태(덮개. 청결)	
	4	소화기 비치, 충약 상태	
	5	업장입구 청결(주차장, 뒷문주변)	

전화응대요령

구 분	내 용
첫인사	벨이 3번 울리기 전에 : 감사합니다. 행복을 드리는 희망상회 000입니다. 또는 정성껏 모시겠습니다. 희망상회 000입니다. 벨이 3번 이상 울린 후에 : 기다려 주셔서 감사합니다. 희망상회 000입니다. 또는 늦게 받아 죄송합니다. 희망상회 000입니다
단순문의	미소 띤 다정다감한 음성으로 상냥하게 응대, 네 맞습니다. 그렇습니다. 그러셨군요 등
예약문의	한층 밝은 톤으로 감사의 마음을 담아 응대, 전화 주셔서 감사합니다. 관심 가져주셔서 감사합니다.
불만성 전화	안타까운 감정으로 정중하게 응대, 염려 끼쳐드려 정말 죄송합니다. 도움 드리지 못해 정말 죄송합니다.
영업시간 안내	개점시간과 폐점시간을 정확하게 표현한다.
답변하기 어려운 경우	잠시만 기다려 주시겠습니까, 사업주가 답하도록 한다.
고객에게 정보를 알려줄 경우	메모 가능하십니까 (숫자는 2번 이상 복창하여 알려준다)
고객응대중일 경우	지금 상담중입니다 연락처를 주시면 상담 끝난 후 바로 전화 드리도록 하겠습니다.
모르는 내용일 경우	죄송하지만 연락처를 남겨주시면 확인 후 바로 전화 드리겠습니다.
책임자나 담당 요청 시	네 잠시만 기다려 주시면 바꿔드리겠습니다.
전화를 넘겨 받을 때	전화 바꿨습니다. 희망상회 000입니다. 전화 연결 받았습니다. 희망상회 000입니다.
끝인사	관심 갖고 전화 주셔서 고맙습니다. 행복한 하루되십시오. 도움을 드리지 못해 죄송합니다. 예약해 주셔서 고맙습니다. 고맙습니다. 행복한 한 주 되십시오 등

memo

memo

memo

memo

memo

memo

memo

memo

창업다이어리

Guide Book for Starting Business

Ⅳ. 경영수첩

memo

Ⅳ. 경영수첩

창업을 하기로 마음을 정한다는 것은 대단히 어려운 일이다. 우선은 본인의 의지가 있어야 하고, 고심 끝에 내린 결정이 있어야 하고, 정한 목표를 달성할 준비와 함께 행동이 뒤따라야 하기 때문이다. 대부분의 사업자들은 창업을 하기까지는 신경을 많이 쓰는데 오픈한 이후에는 신경을 덜 쓰는 경향이 많다. 이제부터 성공하기를 원하면 오픈 이후부터는 매출관리에서 종업원 관리 등 하나부터 열까지 경영에 총력전을 기울여야 한다.

개인사업자든 법인사업자든 상위 업체는 여전히 성공한 모습을 볼 수 있다. 각자 스스로에게 맞는 올바른 길을 가면서 계획한 방향대로 차분하게 실천하고 종업원과 혼연일체가 되어 고객을 맞이하는 감동의 서비스를 제공하고 있기 때문이다. 고객들의 이름을 불러주는 맘 편한 가게, 누구나 단골이 되고 싶어 하는 가게, 고객에게 인정받고 사람과 삶이 자연스럽게 합해지는 비즈니스를 실천하는 가게가 바로 성공창업의 모습이다.

한 분야에서 최선을 다하여 전문가가 되면 누구도 그 자리를 넘보기 힘들다. 겨울이 가면 봄이 오는 계절의 변화만 바라보는 세상은 의미가 없고 변화 속에서 자신이 하는 일에 최고가 되기 위한 몸부림과 노력이 필요할 때이다. 밝은 얼굴과 힘들어도 감사하는 마음으로 터널을 통과하면 여러분의 성공창업이 기다리고 있을 것이다.

경영마인드 갖추기

번 호	내 용
1	장사는 자선사업이 아니다. 흑자구조 실현을 위해 수많은 방법이 강구돼야 한다.
2	고통은 있는 그대고 받아들인다. 피하면 그만큼 더 고통이 가중된다.
3	당장의 일에 조급증을 내면 장기적인 일을 도모할 수 없다.
4	믿음이 없으면 가게를 꾸려가지 못한다. 잘 된다는 확신을 가진다.
5	말은 더 이상 필요 없다. 실천만이 중요하다.
6	안 쓸 것이 아니라 제대로 써야 한다. 외관은 항상 단정해야 한다.
7	아낄 수밖에 없는 환경을 만든다. 구체적인 비용절감 부분을 구체화한다.
8	원칙이 깨지면 모든 것이 무너진다. 기본 경영방침만큼은 확실히 지킨다.
9	갈대는 부러지지 않는다. 유연한 조직, 행동체계를 구축한다.
10	소매 경제학을 복습하라. 장사의 기본을 다시금 마음속에 새긴다.
11	고용은 엄격히, 관리는 편하게 하라. 어느때 보다 인재를 많이 구할 수 있는 시기이다.
12	이윤보다는 사람이 우선이다. 2~3사람의 몫을 하는 유능한 사람이 있다.
13	점포의 예언자가 되라. 우리 점포의 미래는 이렇다는 것을 확실히 밝힌다.
14	무조건 정직하라. 일관성이 중요하다.
15	공정하라. 말한 바를 반드시 실천한다.
16	자신의 부족한 면, 고쳐야 할 점에 대해 연구한다.
17	편견은 금물이다. 항상 입장을 바꾸어 생각한다.
18	초 관리를 한다. 시간을 아끼되 많은 것을 얻어라.

번 호	내 용
19	유머감각은 장사나 사회생활에 두루 도움이 된다.
20	다른 사람과는 다른 "자기만의 원칙"을 세운다.
21	경험에 의존하지 말라. 과거의 방식으로는 새로운 길을 찾을 수 없다.
22	작아도 창의적인 점포를 만들어야 한다. 새로운 아이디어가 항상 샘솟아야 한다.
23	움직이면서 장사한다. 돌아다니면서 몸으로 사업의 흐름을 느낀다.
24	실수를 인정한다. 지금까지 잘못된 경영관행을 수정한다.
25	사소한 일도 '왜' 하는지를 분명히 한다. 모호함은 금물이다.
26	둘 중의 하나는 안 된다. 이것과 저것 중에서 선택한다. 확실한 것이 필요한 시기이다.
27	종업원의 부가가치를 높여야 한다. 마인드와 테크닉을 개발하도록 종용한다.
28	가게는 상품과 고객 위주로 만든다. 점주 자신이 볼 때 편하고 좋은 것은 경쟁력이 없다.
29	경쟁 우위를 점할 새로운 전략을 짜낸다. '+1전략"이 전개돼야 한다.
30	미래가 불확실할 때 점포가 살아 남을 수 있는 유일한 힘은 경영지식이다.
31	최고의 멀티플레이어가 되어 고객감동을 창출하라
32	예리한 눈과 빠른 발을 가진다. 먼저 보고 먼저 움직여라.
33	걱정하지 않는다. 장기적으로 봐선 어차피 선장의 시대에 살고 있는 것이다.
34	사업에서 쉬운 것은 하나도 없음을 인식하고 인내하고 노력해야 한다.
35	사업 아이템의 생명주기를 파악하고 대처하는 능력을 가져야 한다.
36	항상 1등이 되려고 노력해야 한다.
37	기계적 사고를 벗어난다. 상식에 어긋나더라도 고객이 원하면 새로운 길을 가야한다.

반드시 망하는 점포유형 14가지

- 돈의 흐름을 전혀 무시한다.
- 취미로 장사한다.
- 마케팅이 뛰어나다고 생각하고 입지가 안 좋은 곳에 점포를 개설한다.
- 부실한 체인본부와 계약을 맺고 영업을 한다.
- 경험이 없는데도 경쟁점포들이 몰려있는 상권에 입점한다.
- 남의 돈으로 장사를 한다. (장사는 투자대비 3% 이익을 발생시킬 수 있으므로 2%의 사채 이자라면 얼마든지 돈을 빌려서 창업해도 된다라는 생각.)
- 사회적 물의가 발생할 여지가 있는 업종을 선정해 창업한다.
- 돈이 잘 벌리는 업종이라고 적성에 맞지 않는 업종을 선택한다.
- 매사에 부정적이고 비판적으로 생각한다.
- 돈만 있으면 누구나 창업할 수 있다고 너무 쉽게 생각한다.
- 종업원은 얼마든지 구할 수 있으니까 부속품처럼 취급한다.
- 프랜차이즈 가맹점으로 창업하면 가맹본부가 다 알아서 해줄 것이라고 믿는다.
- 장사를 한다고 가정생활을 등한시 한다.
- 직장생활보다는 창업이 훨씬 자유로울 것이라고 생각한다.

안정적인 점포경영방법

1. 매장관리

- 개점시간 직후와 폐점시간 직전에 매장설비, 비품 등의 상태를 점검하고 보완한다.(점검기록부를 만들어 매일의 상태를 기록하는 것도 좋은 방법이다.)

2. 점원관리

- 점원들의 직업에 대한 의욕을 높이고 판매원으로서 자질을 향상시키도록 한다. (열심히 일하는 점원에게 유급휴가 주기, 매출증가에 따라 보너스 주기, 작은 휴식 공간 마련해주기 등으로 주민의식을 가질 수 있게 배려한다.)

3. 자금관리

- 원가의 비율의 줄여 매출총이익을 극대화한다.
- 판매 및 일반관리비(지출경비)를 최소화한다.
- 기타 차입금에 대한 이자비용도 효율적으로 관리한다.

4. 고객관리

- 고객의 욕구와 필요가 무엇인가를 반드시 파악한다. (고객 개개인의 구매특성과 취향을 파악하고, 고객리스트와 판매리스트를 작성해서 잘 팔리는 상품의 비율을 높이고 잘 팔리지 않는 상품의 비율을 낮춘다.)

적극적인 점포경영방법

1. 상품전략

- 먼저 전반적인 취급품목을 결정한다.(창업 전 단계에서 이루어진 수요층 조사를 토대로 결정)
- 주요품목과 부차적인 품목을 구분한다.
- 품목별 비율을 따져본다. (주요 품목과 부차적인 품목의 재고비율을 계획해야 한다.)
- 품목별 상품구성을 계획한다.

2. 유통 및 가격 전략

- 유통 단계가 간단하면서 신뢰할 만한 매입처를 확보한다.
  (좋은 제품을 싸게 매입하는 것이 최대의 과제이다.)
- 점포입지와 고객의 소비특성에 맞추어 가격과 품질, 어느 것에 경쟁력을 둘지 결정한다. (소비자의 가격에 대한 저항력을 줄인다.)

3. 판매 및 광고 홍보전략

- 권유판매
- 우편홍보
- 전화홍보(시기적으로는 명절 전이나 국경일 전에 하는 것이 좋다.)
- 인쇄매체홍보
- 기타(간판, 현수막, 팝사인, 상품가격표, 전화자동연결시스템,
  모니터 영상광고 등)

일급점포 주인이 되는 방법

1. 월매출액

전체 매출액 중 점주 본인의 단골고객에 의한 매출비율을 파악한다.(비율이 높아질수록 점포관리를 잘했다는 반증)

2. 상품재고 확인

3개월이 지났을 때에도 재고상황이 어떤지 수치로 나타낼 수 있는 환경을 만든다.

3. 직원과의 미팅 횟수

적어도 1주일에 한 번씩은 전체회의를 열어야 한다.

4. 교육

직원들에게 매일 오전 20분씩 고객 접대법, 어제 잘못된 부분에 대한 반성, 상품지식 등을 얘기한다.(점주 본인에 대한 훈련도 된다.)

5. 정보공유

트랜드 분석과 함께 소비경향이나 경영정보를 얘기하는 것은 직원의 자질 향상을 위해 필요한 일이다.

6. 정보수집

사업관련 인터넷 정보 검색은 필수이며 경영 정보지와 경제신문의 탐독, 상권분석과 소비자 트랜드 파악에 촉각을 세운다.

7. 감동경영

고객의 감성을 자극하는 감성마케팅과 함께 직원의 일상사나 신상문제에 대해 어드바이스를 해주고 경조사도 꼭 챙긴다.

경쟁력 있는 점포를 위한 체크리스트

- 항상 웃는 얼굴로 손님을 맞이한다.
- 올바른 접객용어를 사용한다(어서 오십시요. 감사합니다. 10만원을 받았습니다. 등)
- 다른 업무를 보는 중이라도 손님의 요청이 있으면 즉각 접객에 응한다.
- 포장은 기준대로 정확하게 한다.
- 접객의 문제점을 시정한 개선안을 직원들에게 지시한다.
- 주문서나 견적서 글자는 누구나 알아보기 쉽게 반듯하게 쓴다.
- 손님의 불만이나 건의사항은 반드시 메모해 둔다.
- 불량품을 진열해서는 안 된다.
- 진열은 기획대로 깔끔하게 갖춘다.
- 먼저 팔린 상품을 정리하고 불량품을 체크한다.
- POP와 상품을 일치한다.
- 품절상품은 반드시 그날 발주한다.
- 시간을 정확하게 지킨다.
- 점포 근무 중 개인적인 용도의 전화는 될 수 있는 한 삼간다.
- 나이 어린 직원이라고 함부로 대하지 않는다.
- 외모는 항상 깔끔해야 한다.
- 직원의 의견을 잘 경청하고 자신의 의견을 알기 쉽게 설명한다.
- 손님이나 외부인 앞에선 직원을 야단치지 않는다.
- 일을 구체적으로 지시한다.
- 경비를 절약하는 구체적인 방법을 제시하고 실천한다.

성공창업을 위하여

체력을 유지하기 위해서는 규칙적인 운동이 필요하듯이 마음의 근육도 평생 동안 운동을 통해 단련시켜야 합니다. 창업자 여러분은 창업구상에서 부터 개업까지 그리고 개업 후에도 이 가이드북에 다짐사항을 적고 꾸준히 실천하고 읽는다면 언제까지나 창업초심의 마음을 유지하실 수 있을 것으로 봅니다.

자신의 인생과 목표에 대하여 내 인생은 내가 책임져야 한다는 각오로 오직 성공한다는 신념과 함께 결코 실패하지 않는다고 끊임없이 결심해야 합니다. 우리 한국인이 자랑하는 은근과 끈기로 계획을 실천하고 매일 매시간 매분을 가장 가치 있는 활동에 초점을 맞추고 자신의 시간을 현명하게 활용하여야 합니다.

모든 결과에는 반드시 원인이 있듯이 성공창업으로 가기 위해서는 판매의 양과 질을 향상시켜 고객이 믿고 찾을 수 있는 제품이나 서비스를 만들어야 합니다. 현재 상태에서 매출증대를 위하여 가장 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 활동이 무엇인가를 정확하게 파악하여 어떤 활동이든 즉시 시작하고 완수할 때까지 계속하는 습관을 길러야 합니다.

창업은 결혼이나 다름 없습니다. 자신의 특성에 맞는 아이템을 선택하여 자신이 생산하고 판매하는 상품이나 서비스를 진심으로 좋아하는 마음으로 고객에게 대할 때 여러분 곁에 성공창업이 함께 할 것입니다.

memo

memo

memo

memo

memo

memo

memo

memo

전국 소상공인지원센터 연락처

센 터	전 화	주 소
(서울)중부센터	02-720-4711~5	[110-330]서울 종로구 관훈동 198-8 종로빌딩8층
(서울)동부센터	02-2215-0982~3, 0910	[143-837]서울 광진구 군자동 1-11 비전빌딩 2층
(서울)서부센터	839-8311~2, 8731, 8317	[152-053]서울 구로구 구로3동 188-5 한국산업단지공단 208호
(서울)남부센터	02-585-8622~5	[137-875]서울 서초구 서초동 1574-15
(서울)북부센터	02-990-9102~3, 5	[142-807]서울 강북구 미아3동 125-28
(강원)강릉센터	033-645-1950~2	[210-922]강원 강릉시 교2동 349-2(강릉상공회의소 3F)
(강원)속초분소	033-638-1950~1	[217-050]강원 속초시 청학동 644-50 청학사거리 LG텔레콤(OZ)건물 3층
(강원)원주센터	033-746-1950~4	[220-952]강원 원주시 우산동 405-29(강원도산업경제진흥원 2층)201호
(강원)태백분소	033-554-1950~1	[235-010]강원 태백시 황지동 27번지 태백우체국 3층
(강원)춘천센터	033-243-1950~2	[200-706]강원 춘천시 운교동 신한은행강원영업부지점 2층
(인천)남부센터	032-437-3570	[402-858]인천 남구 주안8동 1485-5,6 삼원빌딩 2층(국민은행2층)
(인천)북부센터	032-514-4010	[403-010]인천 부평구 부평동 185-30 그랑프리빌딩(부평웨딩홀 채원부페) 9층
(경기)광명센터	02-2066-6348	[423-831]경기 광명시 철산2동 220-1 영우프라자 7층 703호
(경기)안양센터	031-383-1002	[431-811]경기 안양시 동안구 달안동 1113-1(농협중앙회 안양시지부 4층)
(경기)안산센터	031-482-2590	[425-020]경기 안산시 고잔동 519-1 (안산상공회의소 3층)
(경기)이천분소	031-644-2286	[467-030]경기도 이천시 중리동 490번지 이천시청 내 9층
(경기)의정부센터	031-876-4384	[480-848]경기 의정부시 의정부2동 431-24 구성타워14층
(경기)부천센터	032-655-0381	[420-825]경기도 부천시 원미구 심곡3동 305-3 부천상공회의소 1층
(경기)고양센터	031-925-4266	[411-805]경기 고양시 일산서구 대화동 2202-1 명진프라자 2층
(경기)시흥분소	031-404-1300	[429-834]경기 시흥시 장현동 300 시흥시청 본관 1층
(경기)화성센터	031-8015-5301	[445-160]경기 화성시 반송동 103-1 스카이뷰 503호
(경기)평택센터	031-656-5302	[450-810]경기 평택시 비전2동 848번지 도시공사건물 1층
(경기)수원센터	031-244-5161	[443-766]경기 수원시 영통구 이의동 중소기업지원센터 906-5
(경기)성남센터	031-788-7341	[463-954]경기 성남시 분당구 야탑동 코리아디자인센터 4층 407호
(대전)북부센터	042-864-1602~5	[305-343]대전 유성구 장동 23-14 102호
(대전)남부센터	042-223-5301~3	[301-823]대전광역시 중구 선화동 83-11번지
(충북)청주센터	043-234-1095	[361-802]충청북도 청주시 흥덕구 가경동 1508-1(중소기업종합지원센터 2층)
(충북)충주센터	043-854-3616~8	[380-700]충북 충주시 금능동 700번지 (충주시청 11층)
(충북)음성센터	043-873-1811~3	[369-807]충북 음성군 음성읍 중앙로 149 (음성복지회관3층)
(충북)제천센터	043-652-1781	[390-150]충북 제천시 화산동 415(제천시 문화회관 2층)

(충북)옥천센터	043-731-0924~5	[373-803]충북 옥천군 옥천읍 문정리 439번지 읍사무소3층
(충남)논산센터	041-733-5064	[320-803]충남 논산시 취암동 1050-1 문경빌딩 3층(구 황산빌딩)
(충남)서산센터	041-663-4981~3	[356-802]충남 서산시 동문동 804-8번지(서산시2청사)
(충남)공주센터	041-852-1183	[314-090]충청남도 공주시 교동 113-6번지 (테이콤빌딩 1층)
(충남)천안아산센터	041-567-5302~5	[331-230]충남 천안시 서북구 불당동 492-3번지 경제종합지원센터 건물 8층
(광주)하남센터	062-954-2084	[506-301]광주시 광산구 도천동 621-15 (중소기업종합지원센터 7층)
(광주)남부센터	062-366-2122	[502-726]광주 서구 농성2동 상공회의소빌딩 652-1 (상공회의소 403호)
(광주)북부센터	062-525-2724	[500-881]광주 북구 풍향동 564-9(광주은행 풍향동지점 2층)
(전북)익산센터	063-853-4411	[570-100]전북 익산시 남중동 259-1(상공회의소 3층)
(전북)군산센터	063-445-6317	[573-042]전북 군산시 중앙로2가동 14번지 흥국생명빌딩 301호
(전북)남원센터	063-626-0371	[590-190]전북 남원시 도통동 537-14 2층
(전북)정읍센터	063-533-1781	[580-806]전북 정읍시 연지동 50-4 (기업은행 3층)
(전북)전주센터	063-231-8110	[560-140]전북 전주시 완산구 전동 2가 140-11(상공회의소 3층)
(전남)목포센터	061-285-6347	[534-821]전남 무안군 삼향면 남악리 1970번지 전남중소기업종합지원센터內 5층
(전남)여수센터	061-665-3600	[550-803]전남 여수시 교동 630번지(골든브릿지저축은행 4층)
(전남)순천센터	061-741-4153	[540-951]전남 순천시 연향동 117-7 (전남도청 동부청사 內 1층)
(제주)제주센터	064-751-2101	[690-732]제주 제주시 이도2동 390(제주중소기업종합지원센터내 4층)
(대구)대구센터	053-629-4200	[705-030]대구광역시 남구 대명동 959-10 KT&G 대구 코스모빌딩 1층
(경북)경주분소	054-776-8343	[780-947]경상북도 경주시 성동동 198-3번지 한국음식업중앙회 경주시지부 3층
(경북)구미센터	054-475-5682	[730-350]경북 구미시 임수동 92-30 경상북도경제진흥원 1층
(경북)포항센터	054-231-4363	[790-190]경북 포항시 남구 해도동 232-7 번지
(경북)안동센터	054-854-3281	[760-100]경북 안동시 남부동 246-9 백암남부빌딩 2층
(부산)남부센터	051-633-6562	[611-839]부산 연제구 연산5동 702-1 프라임시티 3층
(부산)북부센터	051-341-8052	[616-816]부산 북구 덕천2동 398-4 대흥빌딩 8층
(부산)수영센터	051-761-2561~3	[613-809]부산 수영구 광안4동 741-1(부산은행 광안지점 2층)
(부산)중부센터	051-469-1644	[600-013]부산 중구 중앙동3가 1번지(부산우체국 12층)
(울산)울산센터	052-260-6388	[680-722]울산 남구 신정3동 589-1(울산상공회의소 3층)
(경남)창원센터	055-275-3261	[641-845]경남 창원시 중앙동 101-5 (경남은행 창원영업부 3층)
(경남)김해센터	055-323-4960	[621-907]경남 김해시 부원동 623-1 김해상공회의소1층
(경남)통영센터	055-648-2107	[650-020]경상남도 통영시 북신동 698-4(담배인삼공사통영지점 3층)
(경남)진주센터	055-758-6701	[660-987]경남 진주시 칠암동 532-10번지 경남과학기술대학교 산학협력관 2층 208호

Phone & Address

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

Phone & Address

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

Phone & Address

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

Phone & Address

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

Phone & Address

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

Phone & Address

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

Phone & Address

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

Phone & Address

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

Phone & Address

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

Phone & Address

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

NAME	PHONE	FAX
	MOBILE	E-mail
ADDRESS		

소상공인정책자금은 중소기업진흥공단에 설치되어있는 “중소기업창업및진흥기금”과 기획재정부 산하 복권위원회의 “복권기금”을 통해 전액 조성되어 운영 됩니다.

Personal Information

NAME	Birthday
Tel / Home	Tel / Office
Mobile	Fax
URL	E-Mail
Address	
Memo	

Family Note

생 년 월 일	주요행사내용 월 일
(양 · 음)	
(양 · 음)	
(양 · 음)	
(양 · 음)	
(양 · 음)	
(양 · 음)	
(양 · 음)	