



부산가톨릭대학교
CATHOLIC UNIV.
OF BUSAN

2017-2학기

창업과 윤리경영

Chapter 3 – 업종별 창업절차

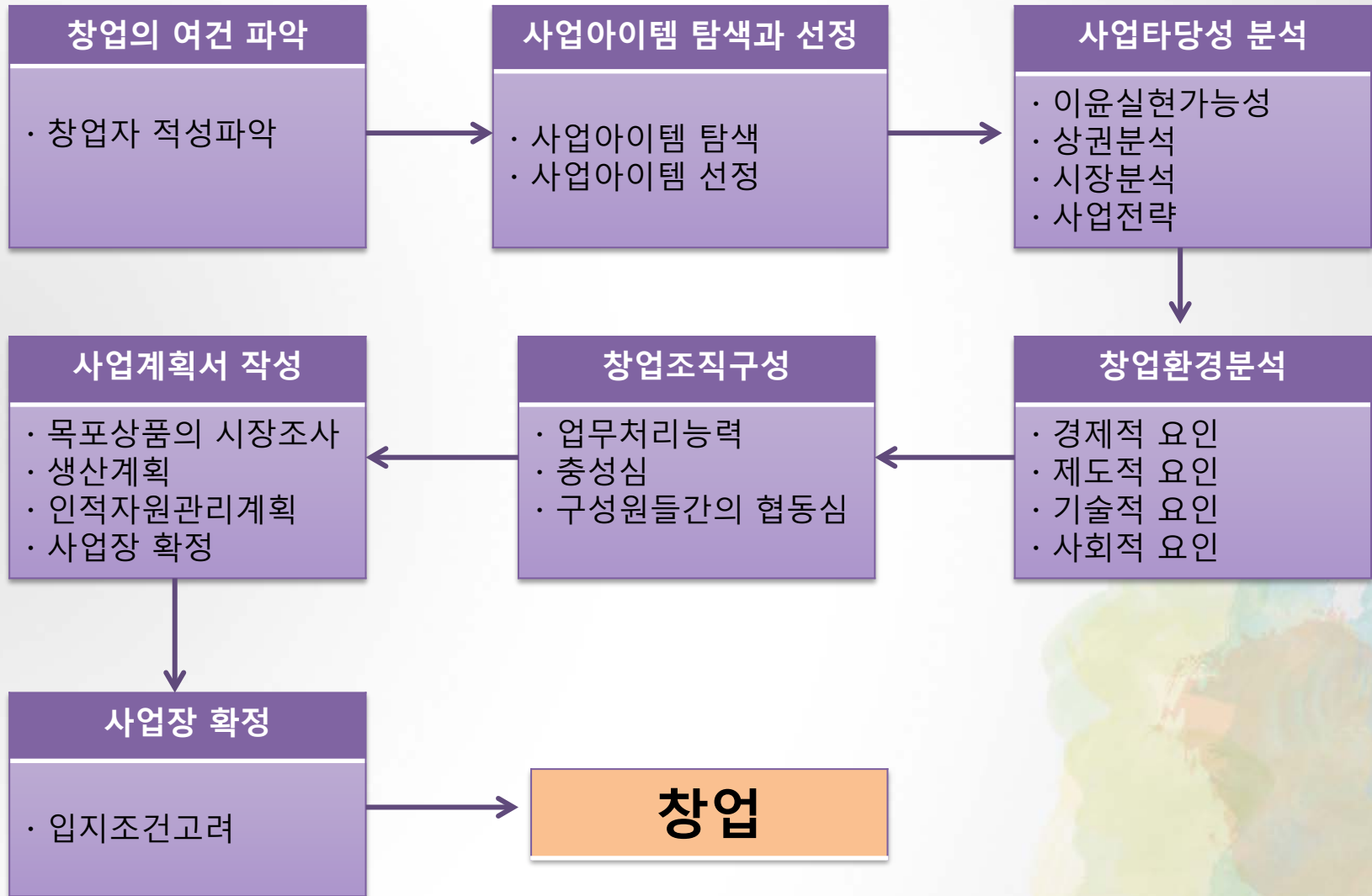


OVERVIEW

- 창업의 기본 Process
- 업종별 창업 절차
 - 제조업
 - 도·소매업
 - 서비스업 / 인터넷 쇼핑몰



제1절 창업의 기본 Process

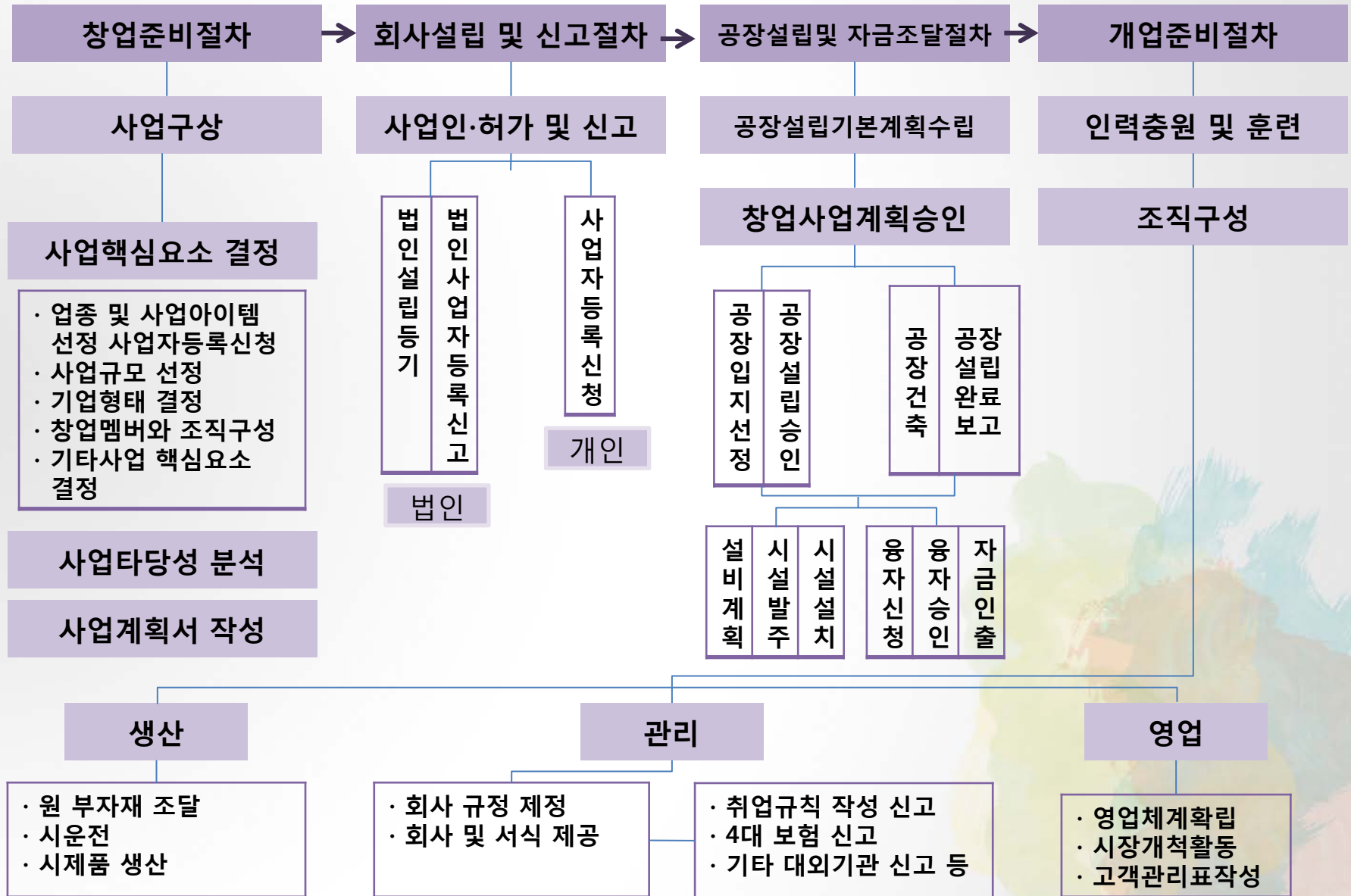


제조업이란?

- 제조업은 광업과 함께 제2차 산업군
- 제조, 제작, 수리,가공업종
- 제조업은 제품을 생산하는 업종이기 때문에 전문지식과 경험을 갖춘 기술과 인력, 기계설비 및 공장확보에 필요한 많은 초기자금이 소요
- 공장 설립 절차의 복잡성, 공장설립기간의 장기간 소요
- 따라서 업종, 입지선정,시장분석,자금조달계획 등 창업준비에 충분한 분석과 검토 필요

제2절 업종에 따른 창업 절차

1. 제조업



도 · 소매업이란?

- 도 매 업 : 제품을 소매업자 및 기타 상인 그리고 산업체와
기관 사용자에게 판매하는 유통업
- 도매거래 : 최종소비자와의 거래를 제외한 모든 거래 포함
- 소 매 업 : 최종소비자에게 제품이나 서비스를 판매하는 유통업
(넓은 의미) 무점포 판매, 요식업, 개인서비스업
(좁은 의미) 제품을 소비자에게 판매하는 소매활동

제2절 업종에 따른 창업 절차

2. 도·소매업



서비스업이란?

- 유통업
- 수리, 수선업, 숙박업, 음식점업, 창고업, 통신업, 금융·보험업, 부동산업
임대업, 교육서비스업, 보관업, 사업서비스업, 개인서비스업
- 영역 광범위, 다양함
- 학교, 병원설립인 경우 제조업 설립절차보다 더 복잡하고 까다롭다
- 개인사업자인 경우 비교적 쉽게 개업 가능
- 사업자등록, 법인신고만으로 영업가능,
- 자격 또는 필요시설을 갖추고 인허가를 받아야 하는 인 허가 업종 구분

제2절 업종에 따른 창업 절차

3. 서비스업



제2절 업종에 따른 창업 절차

4. 인터넷 쇼핑몰 창업 절차

(1) 아이템 선정

- 오프라인보다 유행이 빠르므로 **차별성, 전문성** 요구됨
- **직접 만져 보지 않고 구매하므로 이에 적합한 아이템 선정**
- 아이템 선정이 성공을 좌우
- 단순히 현재 유행하고 있는 아이템이 아니라 **한 업종을 세분화, 전문화**
아이템 선정 바람직함



제2절 업종에 따른 창업 절차

4. 인터넷 쇼핑몰 창업 절차

(2) 사업계획서 작성

- 쇼핑몰의 컨셉, 온라인시장의 전망, 온라인마케팅 기획 등 고려

(3) 사업자등록

- 사업시작일 **20일 이내에 사업장 주소지를 관할하는 세무서 민원실에서 발급**
- 특별한 사유가 없으면 즉시 또는 2일 이내 발급
- 일반과세자 또는 간이과세자 중 하나로 사업자등록 신청
- 자신의 사업이 어떤 유형이 유리한지 검토 후 결정

제2절 업종에 따른 창업 절차

4. 인터넷 쇼핑몰 창업 절차

(4) 통신판매업 신고

- 사업자 등록 이외에 관한 시,군,구청의 지역경제과 또는 온라인을 통해 ‘통신판매업’을 신고하고 허가를 받아야 함
- 온라인은 ‘전자상거래’ 이기 때문에 통신판매업 적용

(5) 부가통신업사업 신고

- 인터넷 쇼핑몰은 전기통신사업법 제22조에 의거 방송통신위원회 부가서비스과에 신고해야 함
- 단, 자본금 1억원 이하의 사업자는 신고 면제



제2절 업종에 따른 창업 절차

4. 인터넷 쇼핑몰 창업 절차

(6) 인터넷 쇼핑몰 디자인

- 소비자가 보게 되는 사이트 구성
- 쉽고, 빠른 상품 검색, 클릭하고 싶은 요소 노출 등으로 쇼핑몰의 색상과 컨셉을 지정 디자인함 (소비자 관심 유도)
- **쇼핑몰의 얼굴인 메인 페이지를 효율적으로 구성하는 것이 최우선**
- **메인페이지 : 도메인, 메인 이미지, 카테고리, 구매혜택요소, 신뢰제공요소, 편의제공요소 포함**
- 쇼핑몰의 분위기 나타내야 함(계절별, 경축일, 기념일, 명절 등)
- 카테고리 : 판매제품목록 분류, 쉽게 찾을 수 있도록 배치
- **사은품, 단골 고객 혜택, 구매후기 게시자 혜택제공, 전자보증을 통한 신뢰제공**
- 결제, A/S 센터에 접근 용이하도록 정보 편의 제공

제2절 업종에 따른 창업 절차

4. 인터넷 쇼핑몰 창업 절차

(7) 도메인 등록

- 온라인상 쇼핑몰의 주소(오프라인 매장의 간판)
- 도메인이 쇼핑몰의 이름 또는 브랜드가 되기도 함
- 비싼 가격에 거래되기도 함.
- 좋은 도메인이란?
 - ① 기억하기 쉽고
 - ② 익숙하고 부르기 쉬우며
 - ③ 무엇을 판매하는지 의미전달이 쉽고
 - ④ 숫자와 기호가 같이 들어가지 않는 도메인



제2절 업종에 따른 창업 절차

4. 인터넷 쇼핑몰 창업 절차

(8) 결제서비스 준비

- 결제방법 : 무통장 입금, 신용카드
- **신용카드 결제의 경우 결제대행회사를 지정**해야 함(매출액 0.8~2.3%)

(9) 상품사진 만들기

- 상품 사진이 사업의 성패를 좌우 : 직접 또는 전문업체 의뢰업체 의뢰
- 직접 상품사진을 준비하면 운영자가 원하는 대로 쇼핑몰 디자인 가능
- 추가, 삭제 자유롭지만 가격이 비싸고 업그레이드에 대한 모든 관리 스스로
- 전문업체 의뢰 시 소요시간과 비용이 절감 가능
- 기본 호스팅을 비롯해 쇼핑몰 운영을 위한 기능을 종합적으로 제공 받음

제2절 업종에 따른 창업 절차

4. 인터넷 쇼핑몰 창업 절차

(10) 마케팅 및 운영정책 설정

- 인터넷 쇼핑몰 오픈 준비가 완료되면 **배송방법 결정, 택배회사 지정, 온라인 마케팅 방법, 광고 및 홍보정책의 수립 등 필요**
- 쇼핑몰 운영전략 중 하나가 **당일배송, 빠른 배송**
- 온라인 마케팅 방법은 소비자들이 더욱 다양한 경로로 쉽게 쇼핑몰을 찾아올 수 있도록 하는 것이다(쇼핑몰 홍보, 방문자 유입을 통한 매출증대)
- 유입경로 확대방법 : 다른 온라인 쇼핑몰과의 제휴, 오프라인 매장과 배너교환, 할인행사 제휴, 오픈마켓 입점, 모바일을 활용한 마케팅

제2절 업종에 따른 창업절차(인터넷 쇼핑몰)



제3절 프랜차이즈업 창업 절차

1. 프랜차이즈 사업의 의의 및 성장배경

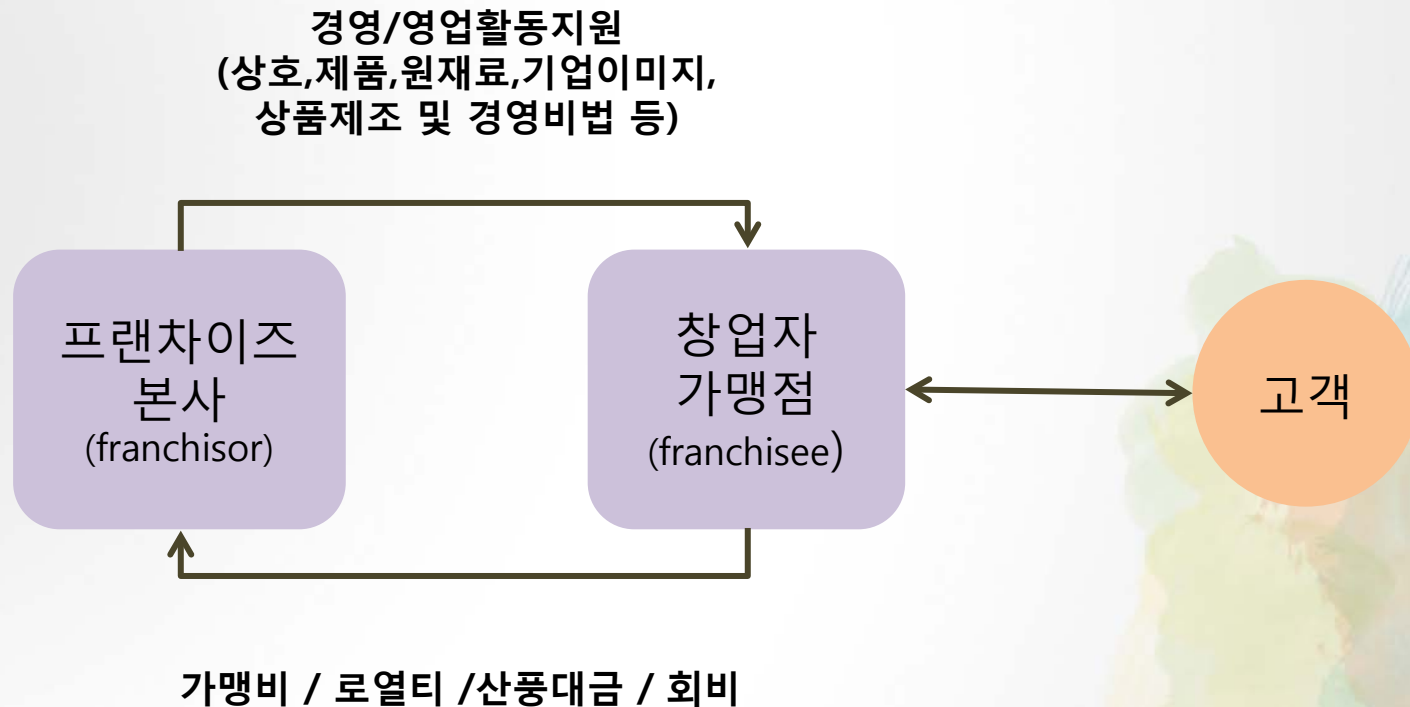
(1) 프랜차이즈 사업의 의의

- 프랜차이즈란 “ 프랜차이저가 프랜차이즈를 사는 사람에게 회사의 이름·상호·영업방법 등을 제공하여 상품과 서비스를 시장에 판매하거나, 기타 영업을 할 수 있는 권리를 부여하며, 영업에 관하여 일정한 통제·지원을 하고, 이러한 포괄적 관계에 따라 일정한 대가를 수수하는 계속적 채권관계를 의미한다”고 정의(한국프랜차이즈 협회 / KFA)
- 프랜차이즈란 불어로” 숙박으로부터의 해방”을 의미
체육용어”야구단의 본거지, 본거지 구장에서 시합 때의 독점 흥행권”이란 뜻

제3절 프랜차이즈업 창업 절차

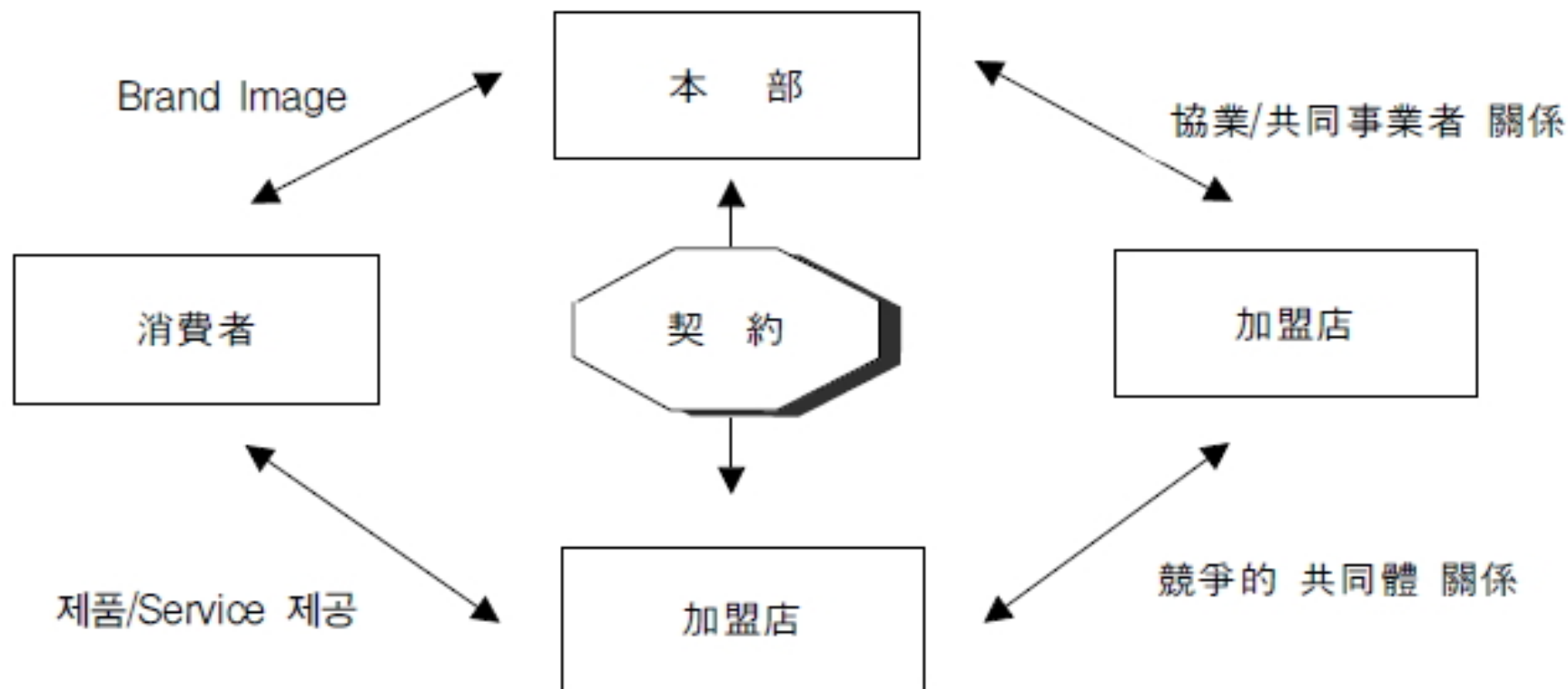
◆ Franchise의 개념

- 프랜차이즈는 계약에 의하여 본부가 가맹점에게 특정의 사업활동을 행하는 권리와 노하우를 제공하고, 가맹점은 가맹비와 로열티를 지급하는 거래관계



• 프랜차이즈 이해관계 당사자

< 프랜차이즈 이해관계 당사자 >



- 본부 대 가맹점
- 가맹점 대 가맹점

- 본부 대 소비자
- 가맹점 대 소비자

제3절 프랜차이즈업 창업 절차

(2) 프랜차이즈산업의 성장배경

- ① 프랜차이즈사업방식은 가맹점 모집을 통해 급속한 성장이 가능하며 자금조달이 유리하고, 가맹덤에 의한 위험 분산, 규모의 경제 실현 등 많은 장점 가지고 있음
- ② 소비자가 편의성과 품질의 일관성을 선호함. **프랜차이징은 시스템 전반에 걸쳐 동일한 품질의 제품과 서비스를 동일한 브랜드로 편리한 장소에서 구매 가능**
- ③ 경제적 환경과 인구통계적 환경이 개인의 소자본 창업을 촉진하고 있다. **프랜차이징은 개인의 소자본 창업을 가능하게 하는 매우 유용한 수단이다**
- ④ 제조업중심 경제가 서비스중심 경제로 옮겨가는 추세

제3절 프랜차이즈업 창업 절차

(2) 프랜차이즈산업의 성장배경

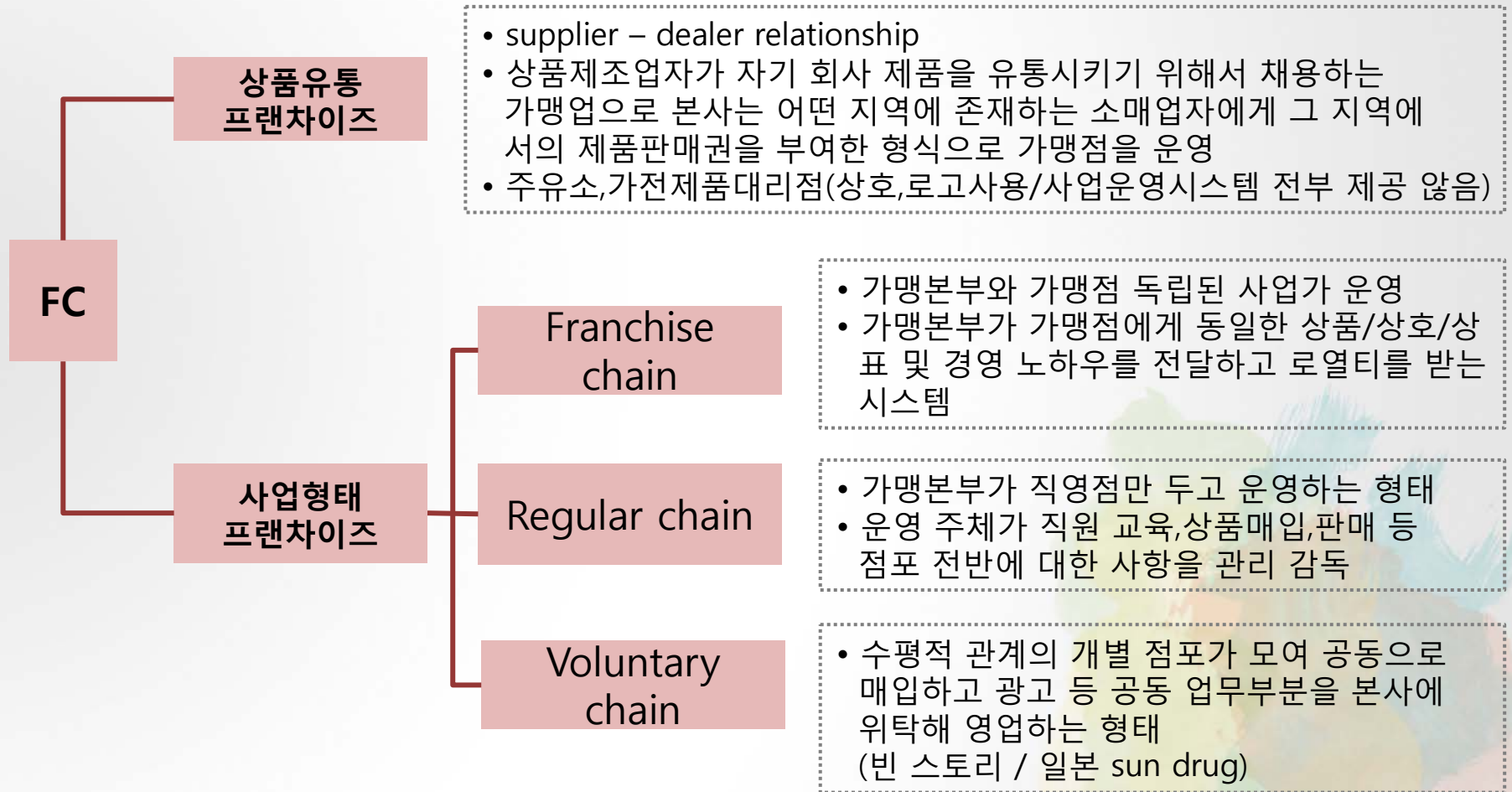
- ⑤ 전문품에 대한 수요가 증가
- ⑥ 해외에서의 프랜차이징이 증가하고 있어 유망한 수출산업
- ⑦ 일부에서는 프랜차이징이 지역개발과 고용창출의 지렛대 역할을 할 것으로 기대되어 정책당국의 지원을 받고 있다.

산업자원부와 중소기업청 직간접적으로 프랜차이즈 산업을 정책적으로 지원



제3절 프랜차이즈업 창업 절차

2. 프랜차이즈의 형태와 종류



제3절 프랜차이즈업 창업 절차

3. 프랜차이즈의 본부의 기능

시스템 개발 원자재 개발 제품 및 서비스 개발 교육 및 훈련 판매 촉진
금융 정보 경영관리

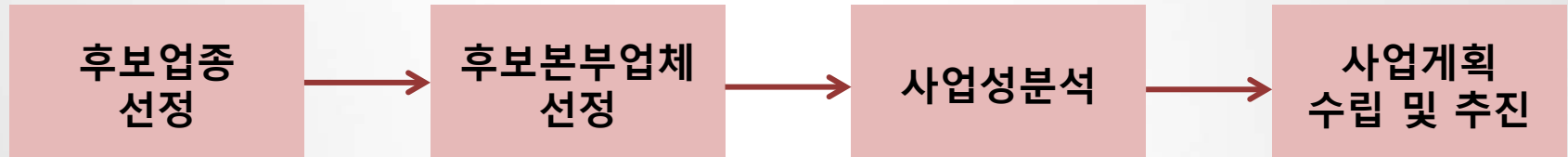
< 프랜차이즈 산업 특성 >

구 분	내 용				
공동사업자	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 계약에 의한 개별 사업자 ▷ 소비자를 위한 공동의 목적추구 				
분업화	<table border="1"> <thead> <tr> <th>본부의 역할</th><th>가맹점의 역할</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> ▷ Brand 개발(Loyalty) ▷ 점포 System ▷ 상품 ▷ 광고 ▷ 교육 및 경영지도 </td><td> <ul style="list-style-type: none"> ▷ 상품 판매 <ul style="list-style-type: none"> - 대 소비자 ▷ 광고 <ul style="list-style-type: none"> - 해당지역 내 </td></tr> </tbody> </table>	본부의 역할	가맹점의 역할	<ul style="list-style-type: none"> ▷ Brand 개발(Loyalty) ▷ 점포 System ▷ 상품 ▷ 광고 ▷ 교육 및 경영지도 	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 상품 판매 <ul style="list-style-type: none"> - 대 소비자 ▷ 광고 <ul style="list-style-type: none"> - 해당지역 내
본부의 역할	가맹점의 역할				
<ul style="list-style-type: none"> ▷ Brand 개발(Loyalty) ▷ 점포 System ▷ 상품 ▷ 광고 ▷ 교육 및 경영지도 	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 상품 판매 <ul style="list-style-type: none"> - 대 소비자 ▷ 광고 <ul style="list-style-type: none"> - 해당지역 내 				
집중화	▷ 제반 Know-How 축적 (전문화)				
통일성	<ul style="list-style-type: none"> ▷ 대 고객 Brand Image : 상표, 상호 등 ▷ 상품(용역)의 통일 : 맛(품질), 메뉴(상품), 가격 등 ▷ Service 등의 통일 				

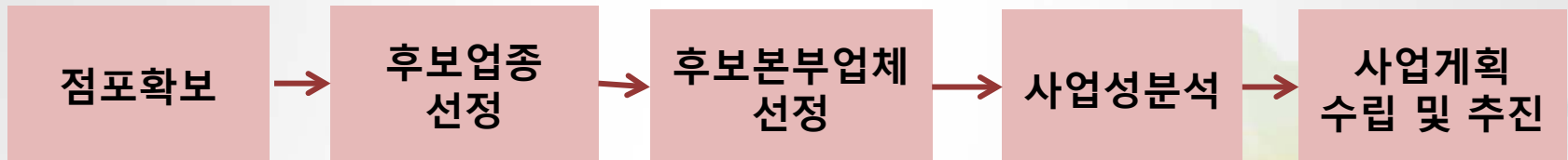
제3절 프랜차이즈업 창업 절차

3. 프랜차이즈 창업 과정

(1) 업종선정부터 시작하는 경우



(2) 사업장이 먼저 정해지는 경우



(3) 점포,업종,본부가 동시에 저해지는 경우(점포 매입한 경우)

(4) 본부가 먼저 정해지고 점포가 선정되는 경우

제3절 프랜차이즈업 창업 절차

4. 프랜차이즈 창업의 비용 구조

구분	반환여부	납부액 규모	비고
가맹비	반환 안 됨	300만 원 ~ 500만 원대	초기의 노하우 전달비용
보증금	반환 됨	100만 원 ~ 300만 원대	단, 거래상품이 고가이거나 규모가 큰 판매업은 금액이 수천만 원대가 될 수 있음
인테리어비	반환 안 됨	평당 80만 원 ~ 150만 원대	인테리어수준에 따라 비용은 다양함
초도상품비	반환 안 됨	수백만 원 수준	고가품인 경우 업종에 따라 수천만 원 이상일 수 있음
로열티	반환 안 됨	월 기준 5만 원 ~수십만 원 수준	상호 사용료, 경영 자문료 등

제3절 프랜차이즈업 창업 절차

5. 프랜차이즈 창업의 장·단점

(1) 프랜차이즈 가맹점

1) 장점

- 프랜차이즈 패키지를 이용한 가맹점이 영업하기 때문에 **실패의 위험이 적다**
- 독립소매점으로 사업을 시작하는 것보다 **소자본 창업이 가능**
(설비와 도구 임대가능, 초기투자비 용자, 상품과 원재료 개업초기 재고부담이 적다)
- 외부환경변화 및 소비자 행동 변화에 대한 **시장여건의 변화에 적응**
- 원재료 공급으로 인해 **품질과 가격 면에 안정된 공급**을 받을 수 있음
- **경험이 없더라도** 쉽게 사업 운영 가능
- 회계처리, 상품개발은 본사에 처리하기 때문 **판매활동 전념**
- 소비자의 신용도가 높다
- 본사 전국광고로 인해 효과적인 판매촉진이 가능

제3절 프랜차이즈업 창업 절차

5. 프랜차이즈 창업의 장·단점

(1) 프랜차이즈 가맹점

2) 단점

- 본사 제공 서비스와 노하우 같은 무형가치에 대하여 대가 평가가 애매
- 계약내용에 대하여 본사가 최초 약속한 대로 이행하지 않을 시 **갈등 조정이 어렵다**
- **프랜차이즈 상표 및 상호의 가치를 가맹점이 평가하기 어렵다**
- 가맹점은 자체해결이나 경영개선의 노력을 등한시 할 수 있다
- **일률적인 정책을 계획하기 때문에 특히 가맹점 실정에 맞지 않을 수 있다.**
- **타 가맹점의 실패가 프랜차이즈 시스템 전체에 영향을 줄 수 있다.**
- **본사 임원 및 직원들의 도덕적 잘못된 행동으로 인한 영향으로 가맹점들이 피해를 입을 수 있다**

제3절 프랜차이즈업 창업 절차

5. 프랜차이즈 창업의 장·단점

(2) 프랜차이즈 본사

1) 장점

- 사업확장을 위한 자본조달이 용이하므로 또 다른 목적에 자본을 사용할 수 있다.
- 공동대량 구매로 인해 규모의 경제(economy of scale) 가능
- 개별 독자적인 점포보다 많은 광고 가능, 높은 효과 달성
- 영업에 참여하지 않기 때문에 프랜차이즈 패키지 개발에 전념 가능
- 종업원 가맹점이 관리하므로 종업원관리에 이점

제3절 프랜차이즈업 창업 절차

5. 프랜차이즈 창업의 장·단점

(2) 프랜차이즈 본사

2) 단점

- 지속적인 지도, 원조에 비용과 노력이 소모
- 가맹점이 급격히 증가 할 경우 가맹점 운영체제에 있어 통제의 어려움
- 프랜차이즈의 권리를 믿고 시스템운영에 안일한 사고를 하게 되면 시스템 전체의 활력이 없어질 우려가 있다
- 본사가 직접 투자하여 점포 확장을 하는 것보다 투자수익률은 높지만
이익을 대폭 증가시키기는 어렵다

제3절 프랜차이즈업 창업 절차

5. 프랜차이즈 창업의 장·단점

(3) 소비자

1) 장점

- 서비스수준이 높다
- 일정한 서비스와 상품을 언제, 어디에서나 제공받을 수 있다
- 본부 시스템 개발로 인해 저렴한 상품과 서비스를 제공 받을 수 있다

2) 단점

- 본사의 힘이 강하면 가맹점이 불리한 입장에 놓여 서비스가 소비자에게 불이익
- 프랜차이즈 시스템을 악용하는 경우 서비스를 제공받는 소비자에게도 나쁜 영향을 줄 수 있다
- 책임소재가 본사인지, 가맹점인지 불명확으로 인해 소비자 불만 해결하기 힘들다

제3절 프랜차이즈업 창업 절차

6. 프랜차이즈 선택 시 기본적인 점검사항

(1) 프랜차이즈 본사의 업종, 취급상품

- ① 취급할 상품의 범위와 종류
- ② 취급할 판매상품과 타사 상품과의 비교
- ③ 먼저 설치된 가맹점을 방문: 상품가격, 품질,현황 등의 정보 입수
- ④ 취급할 상품의 비수기,성수기 시 정보 입수
- ⑤ 프랜차이즈 본사로부터 제공된 상품구매가격이 매입 면에서 어느 정도 이익이 되는지 확인
- ⑥ 상품 수명 확인



제3절 프랜차이즈업 창업 절차

6. 프랜차이즈 선택 시 기본적인 점검사항

(2) 프랜차이즈 본사에 대한 Check Point

- ① 명성, 자금력, 재무제표 건실 여부
- ② 프랜차이즈 본사 유지의 인재, 지도력 여부
- ③ 장래 발전 계획
- ④ 가맹점 모집 법규 준수 여부
- ⑤ 본사 경영 내용 공개 여부
- ⑥ 연구, 개발비 투자 규모
- ⑦ 판매구역이 명확하게 구분되어 있는지 여부



제3절 프랜차이즈업 창업 절차

6. 프랜차이즈 선택 시 기본적인 점검사항

(3) 프랜차이즈 본사 선정(사업 아이템 선정) 수 검토사항

① 입지선정에 대한 점검

- 동종경쟁자가 있는지? 있다면 경쟁에서 이길 수 있는지?
- 실질적인 상권범위가 개점 시 실질적인 고객 유치에 충분한가?
- 해당 지역의 소득수준은? 또는 성장할 가능성은?
- 다른 프랜차이즈 본사의 경쟁 가맹점이 생길 경우, 그 영향은 얼마나 되는가
- 프랜차이즈 입지 분석 데이터는 신뢰할 만 한가?

② 자금에 대한 점검 사항

- 점포 개설 시 소요자금에 대한 내역은 신뢰할 수 있는지? 총금액 파악은?
- 개점 후 소요될 운전 자금은?
- 프랜차이즈 본사가 제공할 수 있는 융자 알선규모와 방법은?

제3절 프랜차이즈업 창업 절차

6. 프랜차이즈 선택 시 기본적인 점검사항

③ 광고 선전에 대한 점검 사항

- 프랜차이즈 본사는 충분한 광고선전계획을 갖고 있는가?
- 판매촉진활동이 가맹점에 지속적으로 지원되고 있는가?

④ 프랜차이즈 본사의 지도범위에 관한 사항

- 개점하기까지 사항(설계 및 공사 지도,원조/경영노하우,교육훈련/광고선전)
- 영업 개시 후 사항(지속적인 경영지도방법은/정기적인 컨설팅 가능/경영자료점검 분석 전문가 있는지/종업원 교육프로그램/경영방침과 교재 정비
는/회계경리상 시스템의 통일된 표준방법 적용시행유무/개점 후 적자가
누적될 경우 본사원조가능과 특별대책은 있는지?)

제3절 프랜차이즈업 창업 절차

6. 프랜차이즈 선택 시 기본적인 점검사항

⑤ 가맹점이 프랜차이즈 본사에 부담해야 할 의무에 관한 사항?

- 가입 시 본사 요구하는 가맹비 언급? / 정기적으로 징수 로열티에 관한 사항 / 개점 시 점포구조나 레이아웃에 대한 사항 명시 / 점포운영시 상품 대금 결제 방법 사항)

⑥ 가맹점이 최종의사결정 전에 주의해야 할 7가지 사항

- 계약서의 내용 충분히 숙지 검토/ 변호사나 전문가 조언 의사결정 상의 유무 / 유치담담의 약속내용이 서면 계약서에 포함 유무 / 경험과 노하우 사전 이미 개점한 가맹점주에 물었는가? / 본사가 제시하는 예상 수익/ 예상수익 서면으로 받아 놓았는가? / 어떤 근거로 산출되었는지 확인, 먼저 가입 가맹점주 수익과 비교? 유사 프랜차이즈 본사와 비교시 장,단점은? 상기 조사가 끝나기 전까지 가맹점 가입을 자제하고 있는가?)

제3절 프랜차이즈업 창업 절차

7. 피해야 할 프랜차이즈 본사 유형

(3) 프랜차이즈 본사 선정(사업 아이템 선정) 수 검토사항

- ① 소규모 투자로 빠른 시일내에 엄청난 이익을 보장한다고 과대 광고하는 회사
- ② 사업설명회 등을 통해 프랜차이즈사업 내용을 검토하기 전에 “늦기 전에 당장 사업을 시작해야한다”고 재촉하는 회사
- ③ 총매출금, 이익, 매장의 위치 등 영업비밀이라 고 자료를 공개하지 않고 가맹점 가입 희망자를 무시하는 회사
- ④ 상품의 판매가 아주 쉬우므로 매출걱정을 안해도 된다고 장담하는 회사
- ⑤ 본사의 경영진, 임원, 간부등의 신사명세를 밝히기를 꺼리는 회사
- ⑥ 최종소비자를 대상으로 판매하지 않고 가맹점이나 판매원을 통해 큰 이익을 얻을 수 있다고 판매를 강조하는 회사

제3절 프랜차이즈업 창업 절차

7. 피해야 할 프랜차이즈 본사 유형

- ⑦ 이미 동종업종에서 유명체인점이거나 다른 회사의 비슷한 이름으로 가맹점 희망자에 접근하는 회사
- ⑧ 파트타임이나 자영업 겸업만으로 큰 노력 없이 많은 소득을 올릴 수 있다고 장담하는 회사
- ⑨ 가맹비나 로열티, 월회비가 없거나 아주 싼 회사



제3절 프랜차이즈업 창업 절차

8. 프랜차이즈 가맹점 계약 시 주의 사항

- ① 최종 계약 전 서두르지 말고, 충분히 자료 숙지한 후 결정
- ② 계약서 전문을 꼼꼼히 읽어 보고 삭제, 수정, 결제조건도 최대한 유리한 방향으로 이끌고 본부직원의 구두로 약속한 사항 반드시 계약서 글로 남겨둘 것
- ③ 계약분쟁 시 해결이 명쾌하게 나지 않으므로 가맹점주 스스로 사전에 주의
- ④ 프랜차이즈 본사의 급박한 사항으로 인해 업무방침이 바뀌면 가맹점은 그 의사 결정에 참여 불가함에 따라 계약 시 예방조항을 삽입 필요
- ⑤ 계약 체결 전 가맹점에 일방적으로 불리한 계약 조건이 없는지 살필 것
- ⑥ 가맹점주가 계약을 해지한 경우 가맹비 등이 계약조건상 충분한 보증이 없는 경우 반환되지 않으므로 손실
- ⑦ 프랜차이즈 본사의 사업추진력이 약화되거나 판매 정책이 자주 변경할 경우 프랜차이즈 경영은 불안해지며 본사로부터 지원을 받을 수 없음을 간과하지 말 것
- ⑧ 프랜차이즈 사업의 취지와 목표 그리고 패키지 내용을 잘 이해하고 상호 협력해야만 사업에 성공 가능

제3절 프랜차이즈업 창업 절차

9. 성공하는 프랜차이즈 본사의 특징

(1) 프랜차이즈 창업의 마인드

- ① 외국의 경우 시장규모에 따라 가맹점 모집을 철저히 조절/상권분석뿐만 아니라 소비자의 필요성을 정확히 파악, 거품에 편승하지 않는다. 한국의 경우 무엇이 좀 된다 하면 우후죽순 개설, 유사상호 등장, 업종 생명 단축
- ② 외국은 계약서보다 영업 수익 우선, 잘나가는 대형 인기업종도 가맹비는 현저히 적다
- ③ 외국은 매뉴얼보다 독창성과 노하우. 한국은 새로 등장한 먹거리업종의 경우 고객취향이나 입맛에 맞추기보다는 맛을 따라오도록 유동하는 경향
- ④ 외국은 언론이 본사 대표에게 인터뷰를 요청하면 점장 등 실무자를 연결, 상호 신뢰 속에 업무가 이뤄짐. 한국 대부분 대표이사 또는 영업상무 등이 대외홍보를 맡고 실제 점장 등과의 인터뷰 피하는 경향.

제3절 프랜차이즈업 창업 절차

9. 성공하는 프랜차이즈 본사의 특징

(2) 우수 프랜차이즈 본부 선별기준

- ① 본사의 안정성을 확인하기 전 사업의 장래성과 타당성 고려
- ② 본사의 재정상태, 운영상태 및 최고 임원진의 전직 확인
- ③ 반드시 프랜차이즈 본부에서 운영하는 직영점이 있는 회사 선택
- ④ 현재 운영중인 가맹점 수 및 사업개신연도 확인
- ⑤ 제조와 물류시스템의 운영상태를 점검한다
- ⑥ 프랜차이즈 지원항목을 파악한다
- ⑦ 광고가 단기간에 집중되면 되도록 피한다
- ⑧ 관련 법규가 없는 신업종은 피한다
- ⑨ 신규브랜드를 마구 늘리는 곳도 피한다
- ⑩ 가맹비를 체크한다(본사의 주수입원 로열티와 가맹비)
- ⑪ 독점영업권을 확보해 주는지 확인
- ⑫ 기존 점주들을 많이 만나본다.

제3절 프랜차이즈업 창업 절차

10. 독립사업과 프랜차이즈 창업의 비교

	장 점	단 점
독립사업	<ul style="list-style-type: none">• 적은 창업비용• 지역상권에 맞춘 독자적 점포운영이 가능• 간섭과 참견 없이 독자적 운영이 가능하다	<ul style="list-style-type: none">• 시행착오를 겪을 위험이 크다• 브랜드 파워가 약해 프랜차이즈 점에 비하여 인지도가 낮다• 홍보,마케팅비용에 대한 투자에 한계가 있다
프랜차이즈창업	<ul style="list-style-type: none">• 창업기간을 최대한 단축 가능• 본사의 우량상품, 점포디자인, 상표 등으로 효과적인 경영이 가능• 특별한 노하우나 경험이 없어도 본사의 브랜드,기술,경험 등의 전수로 창업이 용이	<ul style="list-style-type: none">• 독립사업보다 투자비용이 20!30% 더 많이 소요• 본부의 경영실패, 타 가맹점의 잘못이 연계되어 이미지와 신용에 영향• 전체 대상의 본부시책이 가맹점 지역사정에 맞지 않는 경우가 있다• 본부와 이해가 상반될 때 본부 위주의 이익만을 고수• 본부의 간섭과 참견이 있다

제5절 기업합병 · 인수(M&A)에 의한 창업절차

1. 기업합병 · 인수 창업의 필요성

어떤 사업을 시작하는데 있어 가장 안전하고 신속하게 사업을 시작하는 방법

(1) 창업의 목적이 뚜렷한가를 확인한다.

- 자금과 시간의 투자되고 위험성이 크다
- 확실한 목적과 목표가 있어야 함
- 소상공인의 경우 영업이 부진하여 매물로 내놓는 경우가 대다수

(2) 창업을 위한 자금력을 확인한다.

- 자금 여력을 점검
- 인수타이밍 시 필요한 동원 가능한 유통자금 정도 확인

(3) 경영쇄신능력은 충분한가를 살펴본다.

- 경영자가 기존관행을 깨고 새로운 점포분위기를 조성가능한지 살필 것



제5절 기업합병 · 인수(M&A)에 의한 창업절차

2. 기업합병 · 인수 창업의 절차



제5절 기업합병 · 인수(M&A)에 의한 창업절차

3. 기업합병 · 인수 창업의 유의 사항

(1) 재무적인 측면

① 매출액에 대한 이익수준이 적절한 것인지

(5년 정도 이익추세 자료 입수, 영업이익률, 총자본이익률 등 다른 유사기업과 비교 분석)

② 대차대조표 분석을 통해 단기지급능력, 매출채권보유량의 적절성 여부, 재고 자산의 양과 질, 고정자산에 대한 투자 정도, 타인자본에 대한 의존도 등 분석

③ 구입가격과 감가상각내역 그리고 실사를 통해 설비나 장치의 질과 가치를 조사

④ 유사기업의 자료를 첨가하여 제조원가, 판매비 및 일반관리비 등이 적절한지 조사. 매출액 대비 특정항목 비중이 두드러지면 그 이유와 원인 분석

⑤ 총수요예측과 시장의 경쟁상황을 참작한 시장점유율과 이윤율 추정을 통해 5년 정도의 매출액 및 이익 전망, 투자수익률 적정성도 검토

제5절 기업합병 · 인수(M&A)에 의한 창업절차

3. 기업합병 · 인수 창업의 유의 사항

(2) 마케팅 측면

- ① 소비자기호 변화 또는 인구증가율을 토대로 매출액 분석을 통해 기존사업이 성장산업인지 사양산업인지 파악 / 현금과 신용판매의 비율, 매출채권의 대손(회수불능 채권)가능성을 조사
- ② 시장의 경쟁상항에 대한 면밀한 분석과 소비자들의 기업에 대한 태도조사 실시
- ③ 대상기업에 대한 다른 기업이나 기관 등의 여론을 청취하여 경영자 평판 조사 그리고 정치적.종교적인 문제가 없는 지 조사

제5절 기업합병 · 인수(M&A)에 의한 창업절차

3. 기업합병 · 인수 창업의 유의 사항

(3) 영업활동 측면

- ① 공장이나 기계가 임대인 경우 임대조건을 조사
 - － 임대기간, 재계약시 제기될 수 있는 문제, 기업에 대한 임대업자의 태도 조사하여 필요한 문서화 작업
- ② 새로운 인수자가 종업원 중 일부의 고용승계를 원한다면 그들이 만족스러운 근로자인지 조사해야 함
 - － 면접을 통해 종업원들의 태도나 요구 등 조사
 - － 업무에 대한 그들의 활동을 직·간접적으로 관찰
- ③ 원자재 공급자와 기존기업과의 관계를 조사
 - － 공급자와의 관계는 경영능력에 대한 척도역할
 - － 기존 판매업자와 관계가 원만히 유지될 수 있도록 별도의 안전조치 강구



제5절 기업합병 · 인수(M&A)에 의한 창업절차

3. 기업합병 · 인수 창업의 유의 사항

(4) 매각의도적인 측면

- ① 건강,나이,전업 등 기업을 매각하려는 이유 조사하여 의사결정에 참고
 - － 매각의도가 프리미엄이나 거품가치의 획득을 노리는 것이 아닌지 의심
 - － 영업상 대두된 큰 애로가 매각의 주된 이유일 수도 있음
- ② 매도자가 기업을 매각한 후 무엇을 할 것인가에 대해서 조사
 - － 실제로 기업을 매각한 후 다시 동일한 업종의 기업을 창업하는 경우가 많음
 - － 계약 시 일정기간 (5~10년 이내) 이 경과되지 않으면 동일업종의 기업을 경영할 수 없다는 조항을 약정

제5절 기업합병 · 인수(M&A)에 의한 창업절차

4. 기업합병 · 인수 창업의 장·단점

(1) 장점

- ① 수익이 즉시 발생한다
- ② 기업의 성장 속도를 그대로 유지 할 수 있다
- ③ 신규사업에 소요되는 자금과 시간을 줄일 수 있다
- ④ 생산,판매,조직 등 기존의 시설을 이용 가능

(2) 단점

- ① 기존기업의 나쁜 점도 동시에 인수해야 한다
- ② 구식건물이나 구식설비를 개량하려면 추가비용을 부담해야 한다
- ③ 현재의 자산가치와 미래의 잠재수익가치를 인수조건에 포함 시킴으로써
 잠재적인 매력이 남아 있지 않다
- ④ 변화나 혁신에 대응이 곤란하다.

제5절 기업합병 · 인수(M&A)에 의한 창업절차

5. 기업합병 · 인수 창업과 독립사업과의 비교

고려요인	기업합병·인수 창업	독립사업
이윤 가득성	보다 신속한 이윤 가득	보다 큰 이윤을 얻을 수 있는 잠재성
위험	낮은 위험	높은 위험
명성	이미 축적된 명성	명성도 없고, 축적 또한 쉽지 않음
실질적 자산과 설비	시설·설비 갖춰짐	설비·설비 갖춰지지 않음
인적자원	이미 보유	새로이 충원교육 필요

