

소상공인지원센터 상담자료	T0012
------------------	-------

음식배달전문점 창업가이드

2006. 11

이 자료는 소상공인지원센터 상담용으로 제작,
배포된 자료이오니 용도이외의 사용을 금합니다.

중 소 기 업 청
소 상 공 인 진 흥 원

목 차

I. 외식산업의 개요	1
II. 음식배달전문점의 업태개요	17
III. 업태의 일반현황	21
IV. 창업절차	23
V. 인·허가 사항 및 관련 제도	25
VI. 배달음식점의 형태 및 사업계획수립, 사업성분석	33
VII. 상권 및 입지분석	81
VIII. 광고 및 판촉계획	90
IX. 창업시 유의사항 및 사업전략 포인트	102
X. 배달업종의 사업계획서 수립 및 사업성 분석	106
XI. 기타 참고사항	114

집필자 : 부산북부소상공인지원센터 상담사 정 용 진



I. 외식산업의 개요

현대 사회는 고도의 경제성장과 산업화의 급격한 신장에 따라 크게 변모하게 되었으며, 이에 따른 생활수준의 향상과 외국문화의 수용은 식생활 문화의 커다란 혁신과 외식산업의 발전을 유도하게 되었다.

외식산업은 흔히 조리의 집중화, 고객서비스의 균일화, 경영조직의 연쇄화로 대규모의 경영기법을 도입한 근대화된 식품서비스산업으로 경제발전과 더불어 국민경제에서 차지하는 비중이 커져가는 성장산업으로서, 외식이 산업으로서 자리를 잡기 시작한 것은 80년대 이후로 보여진다. 지난 79년 롯데리아가 첫선을 보였고 84년 케이에프씨(KFC)가 국내기업과 손을 잡고 국내에 체인점을 개설하면서 단순한 브랜드의 전입 또는 기술제휴 등의 합작투자형태로 외국브랜드가 속속 국내시장에 상륙하기 시작했다. 이 같은 다국적 브랜드의 패스트 푸드 업체들은 자영업 형태의 소규모 외식업소에 의해 명맥을 유지했던 외식산업에 대형화

의 계기를 제공하게 되었다. 특히 88년 서울올림픽을 전후하여 국내에 불기 시작한 외식산업의 움직임은 이제 외식을 단순히 먹는장사에서 하나의 시스템화 된 제형태 산업으로 변화되어 가는 과정에 있다고 볼 수 있는데 이는 즉 외식시장에 대기업이 뛰어들면서 과거 소규모 식당에서 벗어나 법인 위주의 경영형태를 띠게 되었으며 이것은 곧 체인화로 이어지게 되었다.

최근에는 외국 브랜드들도 잇따라 국내시장을 개척하려고 있어 국내시장이 국내외 업체간의 각축장으로 변모하고 있다. 그러나 이러한 외국의 패스트푸드 업체 속에서도 놀부보쌈이나 냉면, 각종 탕종류의 전통음식점들이 패스트푸드화 하거나 체인점 형태로 운영하는 모습을 보이는 등 외식업종의 전문화, 대형화 추세를 보여주고 있다.

국내의 외식산업은 지난 10년간 특히 각종 국제행사를 계기로 비약적인 발전을 거듭하여 왔다. 매년 양과 질에서 그 비중이 커지고 있으며 이제는 직장인들의 외식 뿐 아니라, 주말을 이용한 가족 단위의 외식도 점차 늘어나고 있다. 또한 자가운전자 수의 증가로 인해 1~2시간 이내의 근교로 먹거리 여행을 떠나는 사람들이 증가하고 있으며 대

형서점의 매장에는 외식업소에 대한 소개와 자가운전자를 위한 근교음식점 소개책자가 눈에 띄게 늘어나고 있다. 외식이란 이처럼 일상적인 생활에 휴식을 줄 수 있고, 기분전환의 계기도 마련해 주며 생활을 윤택하게 만들어 줄 수 있는 것이다. 외식산업은 우리의 산업구조가 고도화, 전문화되면서 더욱 비중이 커지고 있는 추세이며, 외식산업의 발전은 국민경제적인 측면과도 밀접한 관련을 맺고 있다고 하겠다.

1. 한국 외식산업 전체 개황

현재 우리나라의 외식업계가 본격적인 산업화 단계에 진입하고 있다는 점을 감안할 때, 외식산업경영자들에게 시사하는 바가 크다.

2004년말 기준 우리나라 외식산업 총 매출액 규모는 약 43조원으로 추정된다. 이는 어디까지나 부가세 신고액을 기준으로 작성한 통계청자료이므로 현실여건과는 상당한 거리가 있을 것으로 판단된다. IMF한파로 인해 총 시장규모는 크게 위축되었다가 최근 적정 외환보유고의 유지로 점차 90년대와 같은 두자리수 성장률이 가능하지 않을까 여

겨진다. 점포의 포화상태, 창업의 무계획성, 기존점포의 기술축적 부족, 인재양성노력 부족 및 인재확보의 어려움, 관련 산업의 기술취약, 경영층의 장기전략 부재 등으로 그 노동 생산성은 타 산업군과 비교해서 계속하여 밑바닥 수준을 맴돌고 있다.

따라서 외식산업은 단기간에 옛날의 영화를 다시 누릴 수 없는 환경에 계속 노출되어 있을 것이며 방향감각을 상실한 많은 수의 기업이나 점포가 도산할 것이 예견된다. 물론 이 와중에서 성실한 영업자세와 노력으로 약간의 성장을 계속하는 기업도 있을 것이며 새로운 업태, 업종을 개발하는 창조적 능력이 있는 기업이나 개인은 계속 발전해 나갈 것이다.

그러나 전체 국면으로 보아 우리나라 외식산업은 IMF시대를 경험하면서 전환기적 상황에 놓여있음을 부인할 수 없다. 다른 말로 바꾸어 설명한다면 우리나라 외식산업은 산업 혁명기를 맞이하였다고 판단된다. 따라서 많은 수의 점포들이 자기도 모르는 사이에 도태의 운명을 맞이하게 될 것이다.

2005년말 전국적으로 (사)한국음식업중앙회에 등록된 수

가 42만이 넘는 군소점포로 구성된 이 외식시장에 대해 금융, 세제, 인사관리, 위생관리 등의 관점에서 국가기관이나 외식업계 스스로 개선과 발전을 위해서 얼마나 노력과 연구와 투자를 해왔던가 라고 냉정히 자문해 보면 우리나라 외식인들 스스로 부끄러움을 금할 수 없을 것이다. 더구나 아직도 어떻게 되겠지 하는 막연한 기대 속에서 하루하루를 보내는 음식점이 많고 새로운 창업대상으로 너도나도 식당업을 제일의 대상으로 삼고 있는 것은 우리나라 외식산업의 실체가 아직도 안개 속에 싸여 있는 상태를 말해주는 한 예가 될 것이다.

미국, 일본 등 선진국의 외식산업은 이미 3~5년 전부터 불황타개를 목적으로 다운사이징, 신업체개발, 가격과괴전략 등 여러 방법을 구사하여 살아남기 위한 치열한 몸부림을 쳐왔는데도 우리나라 외식업계는 남의 집 불구경하듯 무덤덤한 상태를 유지하다 IMF라는 경제 격변기를 맞아 상당한 조정국면을 겪었다.

이제 우리나라 외식산업은 새로운 전환점을 맞이하여 새로운 전략, 새로운 발상전환으로 살아남기 위한 방안을 마련할 때가 되었다. 중소 식당도 나름대로 고정관념의 틀 속

에서 빨리 탈피하여 관리매뉴얼의 확립과 서비스 이미지를 고양시키고 경영주 개인의 경험과 직관에 의해 영업을 해서는 생존하기가 어렵다는 점을 깊이 인식하여야 할 것이다. IMF시대의 고금융과 고실업 저임금도 점차 해소돼감에 따라 외식산업은 21세기의 유망한 산업인 것만은 틀림없다. 그러나 이 유망한 산업이 누구에게나 유망한 것은 아니다. 외식업으로 성공하는 길은 무척이나 어렵고 힘들기 때문에 성공을 위한 연구와 노력이 필요하다. 따라서 어떤 분야의 사양산업과 같이 영원히 소멸하는 운명은 있을 수 없으나 자체 내의 능력에 의해 우열이 판가름 나며 적자생존의 원칙에 의해 정채된 기업이나 점포는 단기간에 소멸될 수도 있을 것이다.

외식산업의 음식별 라이프사이클은 극히 짧아져가고 있다는 점을 인정하여야 한다. 어떤 기업이 성장한다거나 어떤 업종, 업태가 성장할 것이라는 판단은 참 어렵다. 그러나 창조적 노력과 우수한 인재를 확보, 양성할 수 있는 여건이 되어 있고 미래에 대한 확실한 비전을 갖고 맛과 서비스 개선을 위해 노력하는 경영자(점포주)가 운영하는 식당만이 꾸준히 성장할 수 있을 것이다.

- 최근 국내 외식업계의 두드러진 현상 -

- 양극화 현상 (매출, 규모, 가격)
- 외식업 경영 환경의 악화
- 기업형 외식업체의 성장 (각종 세금, 환경, 관련법규 강화 등)
- 다양한 업종, 업태의 출현
- 외식업에 대한 사회적 인식 변화
- 직원 구인난 심화
- 원자재 가격의 지속적인 상승
- 지역 상권의 확대

2. 국내 외식산업의 현황

(1) 외형(규모)으로 본 국내 외식산업 현황

가. 연도별 국내 외식산업체 현황

연도별	1976년	1986년	00년도	01년도	02년도	03년도	04년도	비고
업체수	97,271	259,451	570,576	579,416	595,791	605,614	600,233	

자료출처 : 경제기획원 통계청

나. 연도별 지역 외식산업체 현황

구 분	1994년도	1998년도	2000년도	2001년도	2002년도	2003년도	2004년도
총 계	429,541	543,030	570,576	579,416	595,791	605,614	600,233
서울특별시	97,399	106,214	111,437	113,731	115,472	116,764	114,767
부산광역시	42,430	48,742	49,137	49,364	50,596	50,637	50,303
대구광역시	24,430	30,358	31,049	32,098	33,050	33,254	32,990
인천광역시	20,139	25,310	27,086	28,045	29,038	29,265	28,951
광주광역시	11,554	14,751	15,747	16,534	17,055	16,978	16,879
대전광역시	13,469	16,372	16,656	17,276	17,765	17,926	17,517
울산광역시	-	12,198	13,195	13,793	14,705	14,965	14,800
경기도	63,000	88,241	95,251	98,377	103,319	107,252	107,928
강원도	18,755	25,385	26,721	27,158	27,604	28,297	28,161
충청북도	13,983	19,630	20,552	20,806	20,852	20,888	20,404
충청남도	17,105	23,291	24,040	24,053	24,689	25,556	25,617
전라북도	16,039	21,992	22,273	21,419	21,661	21,728	21,595
전라남도	18,558	25,266	26,433	25,597	25,964	25,967	25,301
경상북도	27,056	38,086	40,242	39,979	40,956	41,568	40,641
경상남도	40,052	39,934	42,683	42,777	44,365	45,782	45,535
제주도	5,572	7,260	8,074	8,409	8,700	8,787	8,844

자료출처 : 경제기획원 통계청

8 음식배달전문점 창업가이드

(2) 매출로 본 국내 외식산업 현황

(단위 : 조원)

연도	1985년	1988년	1990년	1992년	1995년	1998년	1999년	2000년	2004년
매출액	41	6.9	10.7	15.8	20	28	30	33.6	43

- 80년대부터 90년 초반까지 경기 상황이 좋았던 관계로 20 ~ 30%대의 높은 성장률을 보였으나 90년 후반 IMF 관리체제 이후에는 10%대 미만의 성장을 가져오고 있다.

(3) 소비자 주요 트렌드 현황

가. 소비자의 외식업체 선택 기준 평가

(단위 : %)

구 분	1984.4	1999.4	2004.4	비 고
맛	67.8	77.0	61.6	
서비스	7.8	37.4	-	
적당한 가격	19.8	24.1	9.5	
시설(편리성, 분위기 등)	9.9	32.7	20.5	
청결	-	-	5.8	
기타	16.0	16.0	3.1	

- 외식업체 선택기준이 맛 중심에서 서비스와 가치(엔터테인먼트)중심으로 변화되고 있다. 맛 선택이 과거 80%선에서 61.6%까지 내려가고 있는 것은 현재의 외식업소가 ‘외식의 공간’ 이라기보다는 ‘레저와 문화의 공간’ 으로 변화되고 있음을 말해주고 있다.

나. 외식시 소비자의 선호 메뉴

(단위 : %)

구 분	1998년	2004년	비 고
돼지고기	36.0	30.0	
찌개, 탕류	8.8	27.9	
치킨류	9.5	19.2	
생선 해물류	4.6	17.4	
쇠고기	10.2	12.0	
면 류	1.8	10.5	
기 타	6.4		

다. 소비자 외식 횟수 추이

(단위 : %)

구 분	1997(IMF 이전)	1998.3	199.4	2001.4
월 2~3회	48.8	34.4	38.8	38.8
월 4회 이상	29.0	12.7	35.5	36.5
거의 하지 않음	2.8	10.6	-	4.5

- 소비자의 외식 횟수는 IMF 관리체제 직후인 '98년 잠시 주춤하는 분위기 였으나 '99년부터 회복되어 월 2~3회 또는 월 4회 이상이 가장 많아 최근에는 오히려 외식 횟수가 늘고 있다.

라. 외식 시 지출금액 추이

(단위 : %)

구 분	1998.3	1999.4	2001.4
5천원 이내	14.1	12.1	11.1
5천 ~ 1만원	39.9	31.8	27.9
1만 ~ 2만원	32.2	35.0	27.9
2만 ~ 5만원	12.0	18.7	23.1
5만원 이상	1.8	2.4	11.9

(4) 외식산업의 성장배경

가. 사회적 요인

- 여성의 사회진출 : 여성취업 1988년 - 전체40.1%, 서비스 60.7%(판매직 40.6%)
기혼 75%
- 대량생산 대량판매 → 대중소비사회

- 생활관 가치관의 변화
- 신세대 출현, 레저패턴의 다양화
- 가정개념의 변화(계약결혼 : DINK-Double Income No Kids, 독신자 증가)
- 건강식 욕구증대

나. 경제적 요인

- 국민소득증가 → 가처분 소득증가 : 60년과 95년 비교 (GNP:19 → 4,517억불 238배 1인당 GNP : 79 → 10,076 불 128배)
- 노동시간 감소(주 5일제 근무) → 여가시간 증대
- 국제화·세계화 경제조류
- UR(우루과이 라운드) 협상, 수입자유화
- 대기업의 외식시장 참여
- 패스트푸드업계 성장
- 시장 환경의 세분화·다양화 경영기술 개선

다. 문화적 요인

- 고객의 욕구변화
- 식생활 패턴의 변화(외래음식문화 도래)
- 전통음식의 상품화

- 사회구성원 가치관변화
- 신세대, X세대, Y세대, N세대의 인구비율 증대
- 외식산업종사자 직업의식 개선

라. 기술적 요인

- 주방기기의 현대화·과학화
- 식당용 컴퓨터기기 보급 확산
- 해외유명브랜드 도입 → 기술제휴
- 첨단산업의 기술도입 : 초고압기술, 빙온기술
- 포장기술의 발전 : 무균포장기술, 페토르트 파우치(retort pouch - 카레, 짜장류, 죽류)
- 주변환경의 현대화
- Central Kitchen System
- Manual System

(5) 우리나라 외식산업 성장과정

가. 1950년대

- 음식업의 태동기(주막, 목로, 전통음식점 형태)
- 식량자원 부족으로 인한 침체('45년 166점포)
- 식생활 및 식습관의 가내 주도형

- 이문설렁탕(1907), 용금옥(' 30), 곰보추어탕(' 30), 한일관(' 34) 조선옥(' 37), 안동장(' 40), 고려당(' 45), 남포면옥(' 48), 하동관(' 48)

나. 1960년대

- 음식의 침체기 및 여명기(6.25전쟁후)
- 식생활의 궁핍, 밀가루 위주의 분식 확산(유엔원조품)
- 식생활 개선문제 부상, 일부 서구 음식문화 침투(우유등)
- 뉴욕제과(' 67), 제과·제빵·제면·제분업 중심의 식문화 개인업소 및 노상 잡상인의 대량 출현

다. 1970년대

- 외식산업의 태동기(음식업의 발전기)
- 분식 및 대중음식점의 우후죽순 출현(한식 중식 위주)
- 경제개발계획 성공에 따른 식생활개선
- 난다량(' 79.7) : 국내 프랜차이즈의 효시
- 롯데리아(' 79.10) : 서구식 외식의 효시(외식산업의 시발점)

라. 1980년대(上)

- 외식산업의 도입적용기(패스트푸드 중심)

- 영세체인 난립, 프랜차이즈 속출(햄버거, 치킨, 국수, 맥주)
- 해외브랜드 도입 러시, 서구식 식문화의 유입 및 확산
- 아메리카나(' 80), 버거킹(' 80), 미스터도우넛(' 81), 원첼도(' 82), KFC(' 84), 투머루어타이거(' 84), 신라당(' 80), 독일빵집(' 81), 장터국수(' 83)

마. 1980년대(下)

- 외식산업의 적응성장기
- 원두커피, 양념치킨, 베이커리, 국수, 패스트푸드, 생맥주 성장
- 프랜차이즈 확대, 업체 난립, 다점포위주, 한식체인 출현
- 피자헛(' 85), 맥도날드(' 86), 피자인(' 87), 코코스(' 86), 도토리(' 89) 만리장성(' 86), 크라운 베이커리(' 88), 놀부 보쌈(' 88), 나이스데이(' 90)

바. 1990년대

- 외식산업의 성장기(저성장 침체기,회복기 전환)
- 중대기업의 진출, 시스템화, 프랜차이즈 활성화, 해외 진출

- 패밀리레스토랑(family restaurant)주도, 외식근대화, 고감도 신업태 출현
- 하디스(' 90), TGI(' 92), 판다로사(' 92), 파파이스(' 93), 시즐러(' 93) 테니스(' 93), 스카이라크(' 94), 캐니로저스(' 94), 베니건스(' 95), 마르쉐(' 96), 토니로마스(' 96), 우노피자(' 97), 아웃백 스테이크(' 97)

사. 2000년대

거창하게 출발한 새로운 밀레니움 시대에 걸맞게 상반기 우리나라 산업 전반은 “닷컴 바람“과 함께 크게 성장하였다. 이에 발맞추어 외식업계도 발 빠른 점포전개와 전략적 제휴가 붐물을 이루듯 너도나도 짝짓기 소식을 언론에 퍼뜨렸다. 다들 마음이 들떠 있었고 정부도 한몫을 단단히 했다. IMF라는 단어를 먼 옛날의 잊혀진 보릿고개처럼 우리들 마음속에서 사라져 버렸었다.

업종, 업태별로 차이는 있으나 대부분의 외식업체 실적은 괄목할만한 성장을 해 왔다. 각 업체들의 매출은 작게는 30%에서 많게는 150%까지 성장한 것으로 나타났고 점포수의 증가도 1.5배 또는 2배 이상으로 증가했다.



II. 음식배달전문점의 업태개요

외식산업의 시장규모는 연 4조에서 5조원에 이르며 외식 산업을 포함한 식품산업은 총30조원의 규모를 가지고있다. 각종 창업스쿨을 하면서 예비창업들에게 설문조사를 해보면 가장 인기있는 아이템중의 하나가 외식업이고 가장 힘든 일중의 하나이면서 창업접근성이 좋은 동시에 폐업률이 높은 것중의 하나가 외식산업이라 하겠다.

외식업을 한마디로 표현하자면 점포의 위치를 중시하는 입지사업이며 경영주, 종업원, 고객과의 인간커뮤니케이션이 작용하는 personal service사업이라 하겠다.

외식업을 이야기할 때 품질, 서비스, 청결, 분위기, 시간 개념을 이야기하고 음식을 만드는 것이므로 제조업, 판매하는 것이므로 도소매업, 인적서비스를 해야하므로 서비스업 가히 오케스트라같은 직업이라 하겠다.

소득의 증가와 라이프스타일의 변화, 가치관의 성숙변화에 의해 소비의식구조가 빠른 속도로 변화되고 있어 외식

산업은 다양화, 복합화, 간편화의 형태로 변화발전되고 있는 사업이라 하겠다.

어둠이 짙은 새벽 모두들 잠들어있는 고요한 새벽을 움직이는 사람들이 있다. 신문배달로부터 시작해서 우유, 야쿠르트, 생식배달하는 판매원들의 움직임이 새벽시장을 깨우고 한낮의 여유가 생길 때부터 짜장면, 피자, 치킨, 짬뽕, 볶음밥, 비빔밥, 칼국수, 아구찜, 족발, 닭도리탕, 감자탕, 해물탕, 부대찌개, 찌개백반, 냉면, 회, 해산물, 돈가스 등등 우리의 실생활주변의 모든 메뉴가 배달의 형태로 가정집, 회사, 관공서등에 배달되어진다.

음식배달전문점이란 조리된 음식, 혹은 식재료를 가정이나 사무실, 음식점외부로 고객이 원하는 장소로 이동시켜주는 서비스형태로 한식, 일식, 양식, 중식, 분식을 하는 업태에서 배달을 병행할 경우 배달의 포지션이 그 점포의 매출액을 50%이상을 차지할 경우 배달전문점이라 할 수 있다.

요즈음은 배달업의 형태가 다양해져서 배달의 원조라 할수있는 짜장면과 피자, 치킨을 비롯하여 국과 과일, 야채샐러드, 이유식, 생식전문배달, 녹즙배달, 제사음식배달, 맞춤형쌀배달, 맞춤형떡배달, 김치배달, 족발, 순대국밥, 돼지고국밥,

돈까스, 우동, 김밥, 만두, 호박죽, 칼국수, 냉면, 생맥주와 안주배달, 식재료 배달 등등 기존의 점포형 사업에서 부가적으로 배달을 병행하거나 배달만을 전문으로 하는 무점포형태의 배달전문업종이 생겨나면서 경쟁이 과열되고 있는 양상이라 할 수 있다.

현대인들의 편리성과 시간재창조를 위한 방편으로 배달업이 발달되어왔고 물적유통이나 배달업은 우리나라가 거의 선진국수준이라 할 만큼 배달업이 발전되어져있고 각종 시스템이 만들어지고 있다.

주5일근무제와 여가선용, 웰빙문화확산으로 외식산업의 조건이 양호해지면서 독신자증가, 라이프스타일의 개인화, 실버인구증가로 인한 배달음식을 시켜먹는 인구도 그만큼 늘어나 배달업종의 비중도 증가하고 있다.

배달음식시장의 규모는 연간 2조 6500억원으로 추정되고 경기침체와 소비위축, 권리금과 임대료상승으로 점포구하기가 힘든 요즘 배달업종은 하나의 대안으로서 연구되어 진다.

현재 한국인의 식생활은 많은 변화를 과거 10년동안 해왔다.

신세대의 등장 및 맞벌이부부 증가, 독신자의 증가추세

는 외식산업의 형태를 바꾸면서 다양한 음식문화의 개발과 더불어 편리성과 개성화된 식사형태를 추구하는 성향으로 바뀌면서 외식산업이 고급화, 레저화되는 변화속에서 볼륨이 커진 외식산업의 규모와 맞물려 한편으로는 맛별이부부와 독신자의 증가, 편리성과 신속성을 추구하는 라이프스타일의 변화는 배달업을 발달시킨 계기가 되었고 “총알반점, 번개반점, 빛의 속도로, 광선속으로, 30분 이내 미도착시 몇% 할인” 같은 많은 유행어를 만들면서 배달음식업은 운동장이나 유원지배달은 이제 흔히 볼 수 있는 보편화된 배달형태이고 배달맨의 정신은 독도에까지도 배달하고야만다는 배달의 기수를 만드는 배달전문업종으로 급성장하게되는 외식산업의 한 테마가 되었다.

본 테마에서는 죽배달, 국과 반찬배달업, 해물탕, 과일, 보쌈, 치킨, 중화요리전문점의 배달형태 및 업종현황 마케팅분야에 대해서 언급하고자한다.



Ⅲ. 업태의 일반현황

1. 음식점 현황

음식업중앙회 자료를 참조해서 음식점수를 파악해보면 다음과 같다. (기준 : 2004년 2월 기준 음식업중앙회 회원 수 기준)

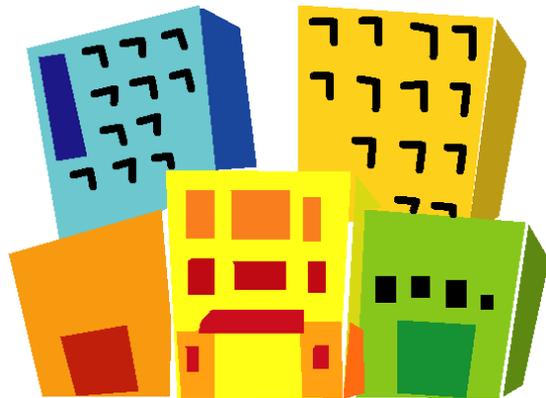
총 계	한 식	일 식	양 식	중 식	분 식	기 타
600,233	389,489	13,107	20,351	24,718	37,530	115,038

2. 배달전문점 동향

배달전문점은 상기의 업태에서 배달을 영업서비스의 일환으로 행할 경우 배달전문점이 되는바 비율은 자신의 점포에서 배달의 비중이 50%이상이면 배달중심의 점포라 하겠다. 그리고 현재는 배달의 형태가 점점 늘어나고 있는 추세이다.

한국음식점중앙회에 자료에 의하면 현재 배달업체수가 매년 증가추세로 기존의 점포형사업자도 배달비중을 높이고 있다.

1년에 신규로 창업하는 음식점수는 한국음식업중앙회 위생교육을 받는 신규창업자교육수를 보고 추정해보면 1년에 20만명정도가 신규로 위생교육을 받는데 대략 18만개 정도의 신규음식점정도가 창업한다고 보여진다.





IV. 창업절차

1. 영업허가

식품접객업 영업허가는 업종별로 정하고 있는 시설기준에 적합한 시설을 갖추어 영업의 종류별로 허가관청의 장(시장, 군수, 구청장)에게 구비서류를 갖추어 허가를 받도록 되어 있다.

식품위생법은 '식품'관련 영업을 하고자 할 경우 영업의 종류별로 허가제와 신고제로 구분하여 규정하고 있다.

가. 식품의약품안전청장, 시/도지사, 시장, 군수 또는 구청장의 '허가'를 요하는 업종(동법 제22조 제1항 및 동법시행령 제9조)은 다음과 같다

- ① 식품첨가물제조업
- ② 식품조사처리업
- ③ 단란주점영업
- ④ 유흥주점영업

나. 시 / 도지사에게 '신고'를 요하는 업종(동법 제22조 제5항 및 동법시행령 제13조)은 다음과 같다

- ① 식품 / 제조가공업
- ② 즉석판매제조 / 가공업
- ③ 식품운반업
- ④ 식품소분 / 판매업
- ⑤ 식품냉동 / 냉장업용기 / 포장류제조업(그 자신의 제품을 포장하기 위하여 용기 / 포장류를 제조하는 경우를 제외)
- ⑥ 휴게음식점영업
- ⑦ 일반음식점영업



V. 인·허가 사항 및 관련 제도

1. 영업신고절차 및 구비서류

- (1) 일반음식점(식품위생법 시행령 제7조 제8호 나항)
음식류를 주로 조리·판매하는 영업으로서 식사와 함께
부수적으로 음주행위가 허용되는 영업
- (2) 신고가능한 지역 및 건물용도
 - ① 신고가능지역 : 국토이용관리법, 농지법, 도시계획법
등의 제한
 - ② 건물용도 : 근린생활시설 및 주택
- (3) 신고권자 : 시 / 도지사, 군수, 구청장
- (4) 신고신청자 준비사항
 - ① 영업장소 건축물 용도 확인(건축물대장 확인)
 - ② 정화조용량 등 적합 여부 확인(각 구청 청소과 등)
 - ③ 국토이용관리법, 오수/분뇨 및 축산폐수의 처리에 관한

법률, 농지법, 수질환경보존법, 청소년보호법, 건축법, 지방세법 등 기타관련법령 위반 또는 저촉여부 사전 검토

* 식품위생법은 물론 기타 관련법령에 위반 또는 저촉되지 않아야 함

(5) 영업신고절차

- ① 영업신고서 작성(각종 구비서류 포함)
- ② 접수전상담(상담작성)
- ③ 접수
- ④ 서류검토
- ⑤ 결제
- ⑥ 신고증 교부

(6) 구비서류

- ① 식품영업신고서 1부
- ② 위생교육필증1부 (문의 : 한국음식업중앙회 각 지회)
- ③ 먹는물관리법에 의한 먹는물 수질검사기관이 발행한 수질검사(시험)성적서 1부. (수돗물이 아닌 지하수 등을 먹는물 또는 식품 등의 제조과정이나 식품의

조리·세척에 사용하는 경우)

- ④ 액화석유가스 검사필증 1부. : 지하전업소, 지상 100㎡ 이상일 경우 (문의 : 한국가스안전공사)
- ⑤ 소방방화시설 완비증명서 1부 : 지하층에 위치한 경우로서 소방법 시행령제4조의 2의 규정에 의거 영업장으로 사용하는 바닥면적의 합계가 66㎡ 이상일 경우 (문의 : 해당지역 소방서 예방과)

2. 일반음식점영업신고기준

(1) 영업자 제한요건

- ① 당해 영업의 시설이 시설기준에 적합하지 아니한 때
- ② 영업허가(신고) 취소 또는 영업소의 폐쇄명령을 받은 후 6개월이 경과하지 않은 경우에 그 영업장소에서 같은 종류의 영업을 하고자 할 경우
- ③ 영업허가 취소(신고) 또는 영업소의 폐쇄명령을 받은 후 1년이 경과하지 않은 자가 허가(신고)취소된 영업 또는 폐쇄명령을 받은 영업과 같은 종류의 영업을 하고자 하는 경우
- ④ 청소년 유흥接客원을 고용하여 영업허가(신고) 취소

또는 폐쇄명령을 받은 후 2년이 경과하지 않은 자가
식품접객업을 할 경우

(2) 시설기준

① 영업장

- 독립된 건물이거나 식품접객업외의 용도로 사용되는 시설과 분리되어야함(일반음식점영업에서 식육판매업을 하는 경우 예외 인정).
- 영업장은 연기, 유해가스 등의 환기시설 설치
- 음향 및 반주시설을 설치하는 경우에는 영업장소 내로부터의 노래소리 등이 외부에 들리지 아니하도록 방음장치 설치
- 공연을 하고자 하는 일반, 휴게음식점, 단란주점의 경우에는 영업장 내에 객석과 구분되게 무대시설 설치(객실에 설치금지)
- 영업장 구획 등의 예외 : 식품위생법 시행령 제7조 제5호 나목(9)기타 식품판매업의 영업신고를 한 자가 휴게음식점 영업을 병행하고자 하는 경우와 음식물을 전문적으로 조리하여 판매하는 백화점 등의 일정한 장소(식당가)에서 일반음식점 또는 휴게음식점 영업

을 하고자 하는 경우로서 위생상 위해가 발생할 우려가 없다고 인정되는 때에는 각 영업소와 영업소 사이를 분리 또는 구획하는 별도의 차단벽이나 칸막이 등을 설치하지 아니할 수 있음.

② 조리장

- 손님이 내부를 볼 수 있는 구조(휴게, 음식점 중 과자점 형태의 영업소 영업장과 동일 건물 안에 조리장을 설치하는 경우와 관광호텔업 및 관광공연장업의 조리장 제외)
- 안에는 취급하는 음식물을 위생적으로 조리하기 위하여 필요한 조리시설, 세척시설, 폐기물용기 및 손 씻는 시설을 각각 설치
- 폐기물용기는 내수성 자재로 오물, 악취 등이 누출되지 않도록 뚜껑 설비
- 1인의 영업자가 동일 건물 안의 같은 통로를 출입구로 사용하여 휴게음식점과 일반음식점의 영업을 하고자 하는 경우와 일반음식점 영업자가 당해업소와 직접 접한 장소에서 도시락을 제조하는 즉석 판매

제조·가공업의 영업을 하고자 하는 경우에는 하나의 조리장을 공동으로 사용

- 주방용 식기류를 소독하기 위한 자외선 또는 전기 살균소독기를 설치하거나 열탕세척소독시설을 설비하여야 함
- 충분한 환기시설을 갖추어야 함
- 식품 등의 규격 및 기준 중 식품별 보존 및 보관기준에 적합한 온도가 유지될 수 있는 냉장시설 또는 냉동시설 설비

③ 급수시설

- 수도물이나 먹는 물의 수질기준에 적합한 지하수 등을 공급할 수 있는 시설을 설비
- 지하수를 사용하는 경우 취수원은 화장실, 폐기물처리 시설, 동물사육장 기타 지하수가 오염될 우려가 있는 장소로부터 영향을 받지 아니한 곳에 위치

④ 화장실

- 조리장에 영향을 미치지 아니하는 장소에 설치하여야 하며, 콘크리트 등으로 내수처리 단, 공중화장실이 설치되어 있는 역, 터미널, 유원지 등에 위치하는 업소,

공동화장실이 설치된 건물내에 있는 업소 및 인근에 사용하기 편리한 화장실이 있는 경우에는 따로 화장실을 설치하지 아니할 수 있다.

- 정화조를 갖춘 수세식화장실 설치(상·하수도 미설치 지역에서는 비수세식 화장실 설치 가능한 경우 변기의 뚜껑과 환기시설 설비)

⑤ 기타 시설기준

- 일반음식점의 객실에는 잠금장치를 설치 불가
- 일반음식점의 객실내에는 무대장치, 음향 및 반주시설, 우주볼 등의 특수 조명시설(수은등, 백열등, 형광등 등 일반 조명시설이 아닌 것으로 영업장 내 설치함으로써 영업장 내부에 대하여 현란함, 화려함과 혼란함을 주어 안락하고 단순한 음주 분위기를 해할 우려가 높은 미라볼(우주볼), 싸인볼, 깜박이 등과 싸이키조명 등 모든 조명시설을 총칭)설치 불가
- 일반음식점 중 그 영업장소가 지하층에 위치하고 있는 것으로 소방법 시행령 제4조의2의 규정에 의한 영업장으로 사용하는 바닥면적의 합계가 66㎡이상인 업소의 경우에는 소방법령이 정하는 소방시설 설비

- 일반음식점의 영업장에는 손님이 이용할 수 있는 자
막용 영상장치 또는 자동반주장치 설치 불가





VI. 배달음식점의 형태 및 사업 계획수립, 사업성분석

1. , 사업성분석

(1) 죽의 개요설명

죽은 옛날에는 먹고 살기가 힘들어 미음형식의 죽으로 이용되어왔으나 중국에서는 고대로부터 현대에 이르기까지 약죽으로 이용되어왔다.

북송(北宋)때 문인인 장퇴라는 사람은 죽기(粥記)라는 책에서 죽을 설명해놓았고 고대중국의 장중경, 손사막 등 한의사들이 약죽을 만들어 병의 치료에 이용을 하였으며 현재에도 한의사들이 약죽을 만들어 치료에 이용하여 활발한 대체요법 및 보조요법으로 죽을 이용해왔다.

우리나라에는 부산 부평동에 1950년대 6.25전쟁후 피난민들이 부산지역에 몰렸던 1950년대부터 부평동 죽거리가 형성되어 오늘날까지도 명성을 이어오고 있는 전통죽집들이 많이 있고 제주도에는 해녀촌으로 유명한 해녀식당이 즐비한 동네에서 먹은 전복죽의 맛이 인기리에 팔리고 있다.

곶감죽은 기침이나 설사에 효능이 있다고하며 마늘죽은 인체의 면역기능을 높인다고 하며 인삼죽은 여름을 심하게 타는 사람에게 좋으며 호박죽은 위궤양에 효능이 있다고 전해지고 있다.

죽의 종류로는 찻죽, 깨죽, 팥죽, 녹두죽, 콩죽, 수수죽, 현미죽, 현미콩죽, 소고기표고죽, 소고기미역죽, 소고기아욱죽, 소고기야채죽, 새우아욱죽, 새우애호박죽, 전복죽, 대합죽, 북어죽, 영양닭죽 등등 전통음식의 현대화차원에서 많은 아이템개발이 이루어지고 있는 음식이라 하겠다.

전통음식의 세계화차원에서 개발이 필요하고 홍보가 필요한 아이템으로서 죽은 충분한 마케팅적 매력을 느낄만한 아이템이다.

요즈음은 재래시장의 분위기를 벗어나 현대식감각의 인테리어 및 시설을 갖춘 죽전문점도 많이 생겨나고 있고 아침이나 간식용으로 죽을 배달시켜 먹는 사람도 늘어가고 있는 추세이다.

유명체인점을 보면 전통음식 죽에다 기능성원료인 해산물식이섬유, 홍삼식이섬유, 칼슘 등을 첨가하여 단순한 식사대용식으로서뿐 아니라 독특한 기능을 추가하여 건강까

지도 챙겨주는 제품으로 개발되고 있다.

식이섬유는 수분흡수력이 많아서 적은 식사량에도 포만감을 주므로 비만에 큰 도움을 주고 장운동에도 효과가 있어 변비에도 도움을 준다고 알려져 있다.

(2) 사업전망

웰빙트렌드와 맞물려 죽요리는 고령자, 환자, 극빈자들만의 특별식이 아니라 자신의 건강과 다이어트를 생각하는 사람들의 대중화된 음식으로 사람들의 인식 속에서 발전하고 있고 건강과 미용식품으로 죽을 애용하는 사람들이 늘고 있는 추세이다.

실버인구가 증가하고 있는 만큼 수요는 늘어날 전망이고 한식메뉴의 일부로서 요즈음은 한식메뉴의 세계화추세로 수출도 늘고 있어 영업력향상과 품질의 개선을 통해 충분히 시장성을 확보할 수 있는 아이템이라 하겠다.

(3) 창업형태 및 개설비용, 사업성분석

① 창업형태 : 무점포배달사업으로 운영할 경우

- 개설비용 : 1,200만원
- 가맹비 : 600만원(상표사용 및 홍보비용)
- 보증금 : 600만원

② 창업형태 : 점포를 차리고 죽을 배달할 경우(TAKE
OUT점가능)

- 10평기준 점포형사업 & 배달 : 5,220만원(점포임대료 제외)
- 가맹비 : 600만원
- 보증금 : 600만원
- 시설비 : 4,020만원

③ 점포투자비용(10평-15평기준)

변 화 가	주 택 가
전세 : 5,000만원	전세 : 1천만원
월세 : 200~300만원	월세 : 50~60만원
권리금 : 7,000~1억원이상	권리금 : 무~2천만원

유동인구가 많은 지역은 권리금이나 점포임대료가 비싸므로 한블록 내려간 지역에 배달중심형으로 운영된다면 자본금이 적은 예비창업자들에게 권할 만하다 하겠다.

④ 사업성분석

(단위 : 원)

세부내역	금 액	금 액	비 고
1일매출액	200,000	500,000	
매출액/월	6,000,000	15,000,000	1개월30일기준
매출원가	1,200,000	3,000,000	
영업이익	4,800,000	12,000,000	
판매관리비	1,635,000	1,635,000	1번 인건비에서-7번 감가 상각비까지 합계
1 인건비	700,000	700,000	
2 임차료	500,000	500,000	배달중심이라면 B급지에 입점
3 수도광열비	120,000	120,000	
4 통신비	15,000	15,000	
5 광고선전비	100,000	100,000	
6.기타	200,000	200,000	
7.감가상각비	460,000	460,000	
예상순이익	3,165,000	10,365,000	

상기내용은 일반적 사업성분석이며 지역별, 영업능력에 따라 차이가 남

※ 죽전문점 10군데 방문 1일 매출액 평균 30~40만원대, 성공 포인트는 경영자가 요리에 대한 관심과 배달 및 테이크아웃시 열정과 성실, 노력을 하는데에 달려있음

⑤ 사업 운영형태 및 전망

배달음식이라해서 따로 정해져있는 것이 아니고 기존의 모든 음식메뉴는 배달음식이 될 수 있다. 시스템적으로 점포형 사업이나, 무점포나, 배달형이냐로 구분될 뿐 소프트웨어 면에서 모든 음식은 배달음식이 될 수 있는바 외식사업으로 분류될 수 있는바 배달음식의 가장 중요한 판매소구점은 맛이라 하겠다. 우리가 거리를 지나가면서 크고 대형화된 잘 정리정돈된 식당은 비쌀 것이라 생각하고 위생이나 청결면에서 나올 것이라고 생각하고 업소를 방문하게 된다. 그러나 배달음식은 업소를 보지 않고 전화로 주문하므로 업소의 실내환경이나 음식을 보지 못한 상태에서 다른사람이 먹는 음식을 보지 못한 상태에서 광고책을 보고 주문을 하게 된다.

그래서 배달음식업종의 가장 중요한 포인트는 주문자에게 자신 업소의 위생청결상태나 맛을 보여주는 브랜드마케팅이 중요하다하겠다.

배달음식이라 하면 가장 먼저 떠오르는 대표음식이 짜장면인데 속도의 경쟁이 치열해서 이제 속도는 기본이다. 맛의 차별화와 자신의 점포에 조리시설이 위생적이라는 것을

홍보하고 조리모습을 찍어서 광고하더라도 브랜드이미지개선이 성공포인트라 하겠다.

죽, 수제비, 칼국수, 떡과 같은 음식은 우리나라의 전통 음식으로서 건강식이라는 테마와 코드를 같이 하면서 건강에 유익한 기능성원료를 첨가하여 맛과 건강을 동시에 만족시키는 음식으로 성장하고 있다.

우리의 전통음식인 죽은 충분히 개발되고 다양화되어 세계화될 수 있는 아이টে으로 성장할 수 있는 충분조건을 갖추고 있다고 보여진다.

맞벌이부부, 영양부족수험생, 다이어트를 원하는 여성층, 자취생, 번비로 고생하는분, 산후조리가 필요한 산모, 중년층의 보양보신 등 간편한 기능식 음식으로 아침식사대용으로 먹을 수 있는 하나의 건강식으로 추천할 수 있다..

요즈음은 죽배달전문점이 프랜차이즈화되어 많이 생겨나고 있으므로 점포형 사업이나 무점포배달형 사업으로 소자본을 가지고 창업을 할 수 있다. 창업초보자들은 프랜차이즈업체를 잘 선별해서 창업에 임한다면 성공할 수 있는 아이টে으로 예상된다.

죽배달사업의 전망은 건강위주의 소비문화패턴변화 및

간편성을 추구하는 라이프스타일의 변화로 소비자의 선호도가 높아지고있는 아이탬이다.

2. , , 사업성분석

(1) 국, 반찬배달개요설명

반찬전문점형태의 사업은 92년도부터 서울경기지역을 중심으로 신규아이탬으로 나와서 1999년 IMF라는 경기침체 현상이 몰고온 대량실업사태가 발생하면서 여성으로 하여금 가정에 안주하지 못하게 함으로서 맛별이 부부가 증가하게 되었고 디지털정보화시대가 되면서 시간의 중요성과 라이프스타일이 바뀌면서 국이나 반찬을 하는 시간을 개인의 효율성을 높이는 대체효과와 편리성추구에 따른 외식형태에 맞춰 나오게 된 것이 반찬전문점이라 할 수있겠다.

주고객은 아침시간1분1초가 바쁜 맛별이부부나 미혼직장인, 신세대주부, 실버세대노년층등이 주요고객이라 할 수있겠고 입지여건으로는 대단지 아파트(최소한 1,500세대이상) 밀집지역상가나 재래시장이 최적입지이다.

독립점으로 운영가능하고 프랜차이즈 가맹점으로도 가능

하며 젓갈류와 절임, 무침, 김치류등 100가지정도의 반찬을 진열하여 판매하는데 음식장사는 첫째가 맛과 위생이므로 주요 고객타겟이 시간이 없는 바쁜 직장인이나 맞벌이 젊은 부부라는 점에 착안하여 진열상태나 매장내 분위기를 깔끔하고 세련된 분위기로 만들어 재래시장에 위치하더라도 대형백화점의 식품매장같은 분위기를 연출함이 중요한 포인트라 할 수 있겠다.

양념이 손에 배어 냄새가 난다던지 비위생적이어 가지고는 외식업계에서 성공할 수 없다.

반찬전문점을 하려는 예비창업자는 요리하기를 좋아하고 사람만나는 것을 좋아하는 요리전문가인 동시에 고객지향적사고로 뭉쳐져 있는 친절예법의 대명사로 소문이 나아 성공할 수 있다.

세계적 유통업체 월마트의 설립자 샘 월튼은 “모든 실수를 인정하고 절대 변명하지 말며 항상 사과하라” 라는 말로 고객응대기법을 즐겨 이야기했으며 오늘날 모든 기업에서는 고객만족향상에 기업의 목표를 두고 있다.

마케팅기법으로는 고객데이터를 활용한 관계마케팅에 주력해야 성공할 수 있는데 즉 고객과의 지속적 관계형성을

통해 고객의 불만사항을 알아내고 고객의 욕구를 충족시킬 수 있어야하고 점포, 고객에 관한 심층적 지식을 통해 고객을 이해하면서 고객의 제안사항을 해결해줄 수 있는 경영자가 되어야 성공할 수 있다고 하겠다.

창업비용 및 사업성분석을 해보면 창업비용은 10평기준 3,000만원정도가 소요되고 월순이익은 월200만원~300만원정도선으로 조사되었는데 A급점포에서는 월400만원수익을 올리는 곳도 있어 시장을 세분화하고 상품구성 및 매장구성, 청결관리 개인의 마케팅노력에 의해 시장포지션이 많은 차이가 남을 알 수 있었다.

아파트단지상가의 경우 단골고객이 동네주민들이므로 친절을 베이스로 고객관계관리향상의 기법을 익혀 고객을 최초로 만나는 고객접점의 순간 미소하나도 전략으로 사용할 수 있는 훈련이 필요하고 마케팅항목들을 실천한다면 성공할 수 있는 아이템이라 생각된다.

반찬전문점에 배달의 형태를 첨가하면 배달전문업종이 탄생하게 되는데 국과 반찬을 배달하는 업종이 이제는 일반화되어 재래시장에 반찬전문점이 생긴 이후 이제는 가정으로 국과 반찬을 데우기만 하면 먹을 수 있도록 아침에

가정으로 배달하는 업종이 서울경기지역을 중심으로 성장해서 현재는 전국적으로 프랜차이즈사업이 활성화되고 있는 아이템이다.

선진국에서는 가정대용식이라 해서 HOME MEAL REPLACEMENT시장이 발달되어 있으나 우리나라에서는 도입기시장이지만 향후에 성장이 예측되는 아이템이라 할 수 있겠다.

국과 반찬을 70가지에서 80가지정도 메뉴를 정해서 회원제로 가정에 배달하는데 가격은 보통 2,500원대에서 3,500원대수준으로 무점포로 운영될 수도 있으므로 홍보에 주력하면서 발로 뛰는 열정만 있으면 어느정도 수익을 올릴 수 있는 아이템이다.

(2) 창업형태 및 개설비용, 사업성분석

① 창업형태 및 개설비용

구 분	유(有)점포	무(無)점포
프랜차이즈가맹비	500만원	200만원
인테리어(간판포함)	2,000만원	
집기비품류	1,000만원	
홍보비용	300만원	300만원
개설비용합계	3,800만원	500만원

※ 유통구조는 본사가 있고 구별 대리점이 있으며 대리점 밑에 가맹점이 있는데 유점포는 일반적으로 대리점형식으로 운영되며 가맹점은 무점포형식으로 배달 영업에 중점을 두므로 무점포로 운영이 가능함

② 사업성분석

구 분	100가구확보	200가구확보	비 고
매출액	350만원	700만원	
지출비용	150만원	440만원	인건비, 광고비용, 운영비 (매출액의 20% 감산)
예상순이익	200만원/월	260만원/월	개업후 1년 이내 200가구 확보

※ 도시락 및 이벤트성 매출감안하면 순이익은 증가함

시장조사를 해보면 100가구이상의 거래선이 확보되면 월 순이익 200만원이상은 거뜰히 되는 수익률이 높은 사업이다.

자본력이 부족한 예비창업자나 활동력이 왕성한 20대 청년들은 지역의 홍보활동과 미래의 장사경험을 쌓는다는 취지로 도전해볼만한 업종이다.

③ 사업운영형태 및 전망

- 맞벌이부부가 증가하고 소득수준이 올라가면서 음식준비시간을 하나의 여가선용이나 본인의 자아개발시간으로 운영하기위한 음식준비시간을 절감시켜줌으로서 주

부가사노동시간을 절감시켜줌

- 반찬과 국이 70가지에서 80가지로 경제적 측면에서 비용절감의 측면도 있고 체계화된 식단구성과 건강식을 가미시켜 소비자만족을 이끌어내면 하나의 새로운 음식문화패턴으로 자리잡을 수 있는 아이템임
- 향후의 사업전망은 국민소득이 올라가고 핵가족화된 사회구조하에서 맞벌이 부부가 증가할수록 경제활동 참여인구는 늘어나고 시간이 바쁜 현대인들은 맛과 건강면에서 가정용대용식을 찾는 경향이 늘어날 것으로 예상되는바 수요는 지속적으로 늘어날 전망이다
- 한 아침식사배달업회사에서 시장조사하면서 설문조사에서 나온 데이터는 주부들이 아침식사준비에 가장 애로사항이 매일 국과 반찬을 준비하는 과정에서 많은 애로사항이 있었고 맞벌이부부의 경우는 애들 등교준비 및 식사준비에 아침마다 전쟁을 치르는 가정이 많으므로 시장수요는 많다고 볼 수 있다.

④ 경영전략

Homepage구축으로 인터넷을 통한 쇼핑몰을 운영하여 전단지영업과 함께 운영하고 음식물배상책임보험가입과 고객

상담실운영 고객의 불만이나 건의사항등을 모니터하면서
영업을 함으로서 안정적인 고객관리를 할 수 있다.

영업의 형태는 인터넷을 통한 무점포재택배달형과 매장형
둘중 하나를 선택해서 운영하면 된다. 국과 반찬배달전문점
은 가정대체식 전문점으로 CRM(고객관계관리)기법으로 철
저한 고객관리로 개별 고객의 기호도를 면밀히 분석하여
차별화된 개별 맞춤형 식단 및 메뉴를 제공할 수 있다.

- 가정대체식 : 홈페이지를 통해 예비계약자를 대상으로
설문지를 통해 고객개별의 선호도를 분석하여 고객의
기호에 맞추도록 하며 식단표에 대체메뉴를 선정하여
메뉴의 폭을 넓혀 고객의 NEEDS를 만족시키도록 한다.

주별, 월별식단표를 게시하여 고객의 소리를 경청하
고 개선할 수 있는 장을 만들어 고객과 업자간의 커뮤니케이션이 원활하도록한다.

- 포장형 즉석반찬 : 쇼핑몰로 판매할 경우에는 홈페이
지에 포장형 즉석반찬을 그림으로 올려 판매하고 개별
반찬에 대한 조리방법을 게시하여 COACH SHOPPING(교
습소의 기능)으로서의 체험이 가능하도록 한다.
- 일반밀반찬 : 일괄공동구매의 형태를 취하여 반찬별

적합한 제조공장을 엄선하여 반찬제공을 함으로서 위생분야에 철저한 관리를 한다.

- 반제품 및 부식류 : 반제품은 온라인과 매장형에서 같은 방법으로 진열하여 판매하는 형식으로 메뉴별 특성을 고려하여 선별 판매한다.
- 국 : 국제품은 온라인과 매장형에서 같은 방법으로 진열하여 판매하는 형식으로 추어탕, 시락국, 육개장, 소고기무국등 일반적으로 가정에서 많이 찾는 보편적인 메뉴들로 구성하여 고객들로 하여금 가정에서 가장 많이 찾는 보편적인 메뉴들로 구성하여 고객들로 하여금 자연스럽게 구매할 수 있도록 한다.
- 계절별 도시락판매 : 소풍, 운동회, 야유회등 계절별 다양한 행사에 완제품형태로 판매한다.

(3) 시장성 및 수요층

- ① 규모 : 국, 반찬 가정대용품(HMR)시장의 규모는 약 3,500억원이상의 시장이며 지속적으로 바쁜 직장인과 맞벌이부부의 증가, 소득수준 향상, 주 5일근무로 인한 여가선용인구증가로 지속적인 증가가 예상되는 아이템이다.

- ② 주요수요층 : 가정식 대체용식사의 주요고객 목표층은 젊은 신세대주부, 맞벌이부부, 고시원생, 독신자들로 연령은 20대~40대초반이 주요 목표층이라 하겠다.

3.

, 사업성분석

(1) 과일배달업의 현황설명

과일배달업은 매일 다른 메뉴의 다양한 과일을 위생적으로 포장하여 12시간이내에 배달이 이루어진다. 싱싱하고 다양한 과일을 우리는 섭취해야 우리몸에 필요한 에너지를 얻을 수 있고 비타민과 미네랄, 섬유질, 효소가 들어있어 아침식사대용으로 좋은 아이템이라 할 수 있다.

건강의 지름길은 규칙적이고 균형잡힌 식사와 적당한 운동이라 할 수 있다.

아침은 밤새 영양을 공급받지 못한 뇌와 신체에 필요한 에너지를 공급하여 활력을 주고 아침을 굶는다면 뇌기능 저하로 인한 집중력 장애와 불규칙적인 식사로 인한 위산과다, 점심식사의 과식우려 등의 위험이 발생한다.

과일도시락은 매일 다른 메뉴의 다양한 과일을 위생적으로 포장하여 12시간이내에 모든 배달이 이루어지는 형태다.

싱싱하고 다양한 과일은 우리 몸에 필요한 에너지 뿐 아니라 풍부한 천연의 비타민과 미네랄, 섬유질, 효소가 들어있어 충분한 아침식사가 될 것입니다. 더불어 다양한 과일의 향기와 맛을 즐길 수 있으며, 이국의 과일을 맛보는 기쁨도 만끽할 수 있다.

well-being과 건강미에 대한 관심이 높아지면서 신선한 과일과 야채에 대한 관심이 높아지고 있다. 식품영양학분야의 권위자인 Steven-pratt박사는 블루베리,귀리,오렌지,호박,시금치,토마토와 같은 슈퍼 푸드를 설명하면서 비타민의 효능식품에 대해 설명했고 각종 건강을 테마로 한 프로그램에서도 과일 및 야채의 효능이 입증되고 있다.

예를 들어 블루베리는 치매예방에 좋고 딸기는 신진대사를 활발하게 해서 다이어트에 좋으며 배는 기침, 가래에 효능이 있고 귤은 감기예방에 좋으며 포도는 피로회복에 효능이 있다고 한다

과일의 효능과 건강식으로서의 가치는 오늘날 편식과 과식의 불균형적인 식생활과 환경오염으로 인하여 영양성분의 공급이라는 측면에서 중요성이 더해가고 있다.

과일배달업을 하고자한다면 과일유통업에 대한 유통경로

와 유통가격, 유통단계별 조직 및 유통단계별 구성원간의 판매방식에 대한 연구를 해봄이 우선적 필요사항이다.

현대인들은 불규칙적인 식사습관, 영양불균형, 과음과 흡연, 카페인 과다섭취, 과일과 채소의 부족한 섭취로 인해 비타민과 무기질이 파괴되고 영양분이 부족해지기 쉽다.

그리고 약제로 섭취하는 경우 나의 몸상태에 맞춰 먹기 보다는 종합비타민제의 섭취로 인해 오히려 몸에 해가 될 수 있다.

이에 가장 중요한 비타민섭취방법은 천연식품인 과일에서 비타민을 섭취하는 것이다.

아침식사를 하는 사람이 아침식사를 거르는 사람에 비해 당뇨병의 예고인 인슐린저항, 비만, 심장병에 걸릴 확률이 현저히 낮다는 연구결과도 있다.

아침식사는 두뇌건강의 필수영양요소이고 하루를 출발하는 우리 몸에 필요한 영양소를 균형있게 공급함으로 건강유지에 중요하며 규칙적인 식사습관을 형성하여 평생건강을 유지시키는 아주 유용한 것에도 불과하고 아침을 굶는 경우 당분과 칼로리가 높은 음식을 먹게되거나, 폭식을 하게 되어 위장장애와 비만에 걸리기 쉽다. 이렇듯 아침을 거르게

되면 우리 뇌의 유일한 에너지원이 고갈되므로 아침에 머리를 쓰는 직장인들과 수험생, 충분한 영양섭취가 필요한 청소년기에 아침식사는 필수적이라하겠다.

아침식사를 하기 힘든 상황이 발생하거나 다이어트용, 간편식으로 먹기를 원하는 사람들은 과일을 섭취함으로써 공복도 피하고 비타민도 먹을 수 있으므로 과일을 권하고 싶다. 또 과일의 효능중 하나는 다이어트, 피부관리, 금연에 도움이 된다. 우리는 비타민의 대부분을 과일에서 섭취하고 있고 과일의 소비량은 꾸준히 증가하고 있다. 그러나 대부분의 과일판매점은 이미 낙후된 시설에 과일의 신선도를 신뢰하기 어렵고 여러 종류를 한번에 사먹을 수 없는 문제점으로 고객의 욕구를 충족시킬 수 없다. 이에 바쁜 현대사회에 건강과 시간을 동시에 잡으려는 현대인을 대상으로 아침과 점심 1일2회 이상 가정 및 회사로 생과일도시락을 배달하고 테이크아웃형태로 판매도하고 과일유통을 할 수도 있는 아이템이 생과일 배달업이다.

과일도시락배달업을 하는 창업자들은 생과일주스를 같이 하고 있고 젊은 여성분들이 시장에 많이 참여하여 활동하고 있다.

점포는 1평이상 10평이하로 소규모로 운영되고 있고 건물과 건물사이 공간을 활용하여 생과일주스 및 과일점을 하면서 배달에 중점을 두는 창업자도 많이 생겨나고 있다.

(2) 시장규모

지난 8월 한 인터넷 포털사이트가 직장인 1301명을 상대로 ‘아침식사 설문조사’를 벌인 결과, ‘아침식사를 안 한다’는 직장인이 25%로 나타났다. 아침식사 시장 창업 아이템은 이들 아침식사를 거르는 사람을 위한 메뉴가 주를 이룬다. 완제품으로 손쉽게 먹을 수 있는 제품에서부터 반(半)조리 상태로 전자레인지나 끓는 물에 데우기만 하면 먹을 수 있는 반제품까지 각종 간편 조리식품들이 가정 및 직장으로 배달되고 있다.

현재 아침식사 시장은 3500억원 규모. 35조원에 육박하는 전체 외식시장 중에서 1%정도로 현재 성장추세이다. 건강을 챙기기 위해 아침을 거르면 안 된다는 의식이 점차 확대되고 건강을 생각하는 사람들이 늘고 있으므로 HMR(HOME MEAL REPLACEMENT)시장은 커지고있는 추세이다.

현재 아침 외식시장 규모는 전체 외식시장규모를 35조원 시장이라고 하는 자료가 있는데 아침시장은 3,500억원 정도

의 규모로 추정되고 있다. 그리고 매년 10%정도씩 성장해서 볼륨이 커지고 있다고 보겠다.

(3) 사업성전망과 실태

재래시장의 과일가게는 경쟁력이 백화점과 대형할인마트에 밀려 경쟁력이 떨어지고 있고 대기업이 웰빙트렌드를 선도하면서 대규모자본을 들여 시장을 잠식하고 있기 때문에 과일가게의 생존은 많이 위협받고 있다.

과일배달업 즉 과일업 또한 하나의 유통업으로서 공동구매, 공동물류시스템을 만들어 신선한 과일을 싸게 공급할 수 있는 유통개선이 필요하다고하겠다.

아침식사 대용품으로 과일도시락은 과일도소매와 생과일 주스판매에서 파생된 업그레이드된 아이템으로 영업망을 구축해서 홍보에 주력한다면 어느정도 가능성있는 아이템이라 보여진다.

맞벌이부부, 아침에 여유가 없는 현대인들에게 아침차한잔과 과일주스 과일도시락은 어느정도 삶의 여유를 가져오게하고 출근후 3시간정도 훌쩍 지나가는 점심때까지 공복시간도 길지 않으므로 아침식사대용으로는 경쟁력과 차별화가 이루어지는 아이템이라 여겨진다.

아침식사사업이 불경기를 이기는 사업으로 주목받고 있다. 나홀로 족과 맞벌이 부부가 증가하며 수요가 크게 늘고 있기 때문이다.

현재 아침식사시장 규모는 연간 3500억원 규모로 전체 외식시장의 1%에 불과하지만 메뉴 개발과 체계적인 공급 시스템만 갖추면 앞으로 전체 외식시장의 10% 수준에 달하는 거대 시장이 될 것”이라고 전망하기도 하므로 시장성은 충분하다고 볼 수 있다. 종전 김밥, 빵, 우유 등에 머무르던 메뉴도 최근에는 죽, 국, 제철과일, 도시락 등으로 다양해지고 있다.

과일도 아침식사 대용식으로 인기를 얻고 있는데 먹기 좋게 자른 신선한 계절 과일을 진공포장상태로 배달받아 먹을 수 있고 싱싱한 과일을 배달하는 아이템이 새로운 비즈니스모델로 자리잡고 있다.

(4) 수익성

제품의 가격대가 36,000 ~ 58,000원대 / 월 이며, 제품별로 월 12회 ~ 20회 까지 서비스되고 있다.

평균 수익율은 33%대 이며 월고객이 100명 정도면 150만원 정도의 순이익이 예상된다.

한편, 배달사업의 특성상 회원이 100명 이상으로 늘어나면 배달사원이 필요하다.

<대리점 수익예상>

월 예상 고객(명)	예상 총수익(원)	비 고
100	1,500,000	배달 경비 포함
300	4,700,000	
500	7,800,000	
1,000	15,700,000	

(5) 사업형태 : 무점포로 운영가능함

프랜차이즈가맹시 총투자비용 : 500만원(무점포운영)

- ① 가맹비 - 3백만원(광고선전비 포함)
- ② 보증금 - 2백만원

(6) 운영형태

물가의 인상에 가장 민감한 것이 과일을 포함한 농수산물
 물의 가격이다. 가족의 입맛을 위해 여러 가지 과일을 다양
 하게 먹기란 경제적으로나 시간적으로 쉽지 않으므로 저렴한
 가격에 매일 매일 바뀌는 (4~5종류 이상) 과일을 매일
 아침 신선하게 간단히 먹을 수 있는 서비스를 제공함과 아

올려 판매하는 사업이다. 사업의 승패는 다양하고, 맛있고 신선한 과일을 신속, 정확하게 소비자에게 공급하는 것이고 이를 위해서는 독립점 혹은 가맹점으로 과일유통구조에 대한 연구가 선행되어야겠다. 과일유통은 일반유통보다 공부를 더 많이 해야되는 부문으로 신선도와 가격에 대한 시장조사를 병행한 연구가 필요하다

(7) 과일배달업 창업자의 적성

과일배달업을 하는 경우는 새벽배달이 많으므로 부지런해야하고 서비스와 원부자재의 위생관리에 철저하고 과일을 포장하는 정성과 위생분야의 서비스가 중요하므로 외식문화의 전달자라는 인식하에서 사업을 해야함은 기본이고 외식업의 한부류로서 고객마인드가 있어야하겠다.

오늘날 구조조정의 여파로 많은 40~50대 실직자들이 외형상 쉬워보여 생과일판매업을 하면서 과일도시락판매업이나 생과일쥬스점을 사전조사없이 몇일간의 단순지식만 물어보고 창업하는 경우가 많은데 모든 업종이 다 그렇지만 성공하기 위해서는 그업종 나름대로의 애로사항과 걸림돌이 있게 마련이다.

불굴의 의지와 인내력, 정보력을 갖추고 모든 정보력을

이용해서 마케팅력을 발휘해야 성공할 수 있다. 고 정주영 회장의 어록에서 새벽에 일어나 “새벽바람을 마시며 오늘도 설레이는 꿈을 안고” 라는 새벽을 여는 정신이 배달맨에게 필요하며 이러한 정신이 있어야 힘든 경쟁사회에서 이기지 않을까 생각되고 적성이 안맞으면 적성이 맞도록 ROLE- PLAY 훈련으로 적성을 키워나가는 것도 필요하다.

(8) 과일배달업의 사전지식

과일은 생물이므로 신선도 유지관리 지식과 유통체계에 대한 지식습득, 고객의 취향과 몸에 맞는 과일을 추천해 줄 수 있는 과일에 대한 기본지식을 습득해야한다.

과일의 신선도를 유지하기위해서 고객이 주문한 시간에 배달되도록 시간적 거리를 최대한 줄여야하며 물류배송의 개념도 파악하여야한다.

재래시장 및 도매유통구조, 소매상등등 유통구조에 대한 개념을 파악하기위해서 농수산물유통시장의 기능 및 유통현황, 경매현황, 과일산지를 방문하여 총괄적인 유통개념을 파악하여 각지역내 상권, 입지구조, 소비트렌드,지역내 핵심점포, 각점포별 마케팅전략, 고객응대수준등을 면밀히 분석하고 노트에 적어가면서 파악해서 시장의 트렌드를 익히

는 것이 중요하다.

사실 이러한 자료를 누군가 쉽게 주면 좋지만 인터넷이나 신문에 난 자료는 누구나 알 수 있는 자료로서 기본적인 자료이고 발로 뛰면서 연구한 자료가 가치가 있고 시장의 트렌드를 정확히 알아낼 수 있다.

각종 창업박람회나 창업강좌가 숲을 보여주고 방향을 제시해주는 것이라면 이제 나무를 베고 목재를 만드는 일은 본인만이 할 수 있는 것이다.



<생과일도시락판매점의 간판>

4. 생맥주와 안주배달사업

(1) 생맥주와 안주배달사업 개요

KBS와 스포츠서울에 소자본창업성공업소로 선정되고 대한민국최초의 안주배달전문점으로 격찬되어 성공리에 영업을 하고 있어 소자본창업을 연구하고 있는 필자는 이사업을 시작한 사장님께 연락을 해서 사업을 시작하려고해도 용기가 없거나 자본력이 부족한 많은 예비창업자들에게 도움이 되는 하나의 틈새아이템이 안될까 해서 성공비결을 묻게 되었고 마침 소상공인지원센터를 통해서 경영개선을 하게 되고 성공을 한 케이스라 하나의 성공모델케이스로 예비창업자분들에게 많은 도움이 될것같아 소개하고자한다.

(2) 사업형태

요리솜씨가 없어도 되고 주방장없이도 되는 아이템으로서 본사에서 제공해주는 재료와 소스를 가지고 조리를 해서 배달위주의 영업방식으로 판촉과 영업전략을 잘세워 지역내에서 해나간다면 안정적인 수입이 기대되는 사업형태라 할 수 있다.

안주의 종류로는 빼없는닭발, 닭똥집, 훈제칠면조&부추,

훈제치킨, 장어구이, 꼬장어, 골뱅이, 훈제족발, 오돌뼈, 소세지야채미팅, 버터구이오징어, 황태구이, 감자튀김, 오징어회무침 같은 안주에 맥주가 피쳐로 배달되는데 가격면에서는 호프주점보다 저렴하고 가정에서 편안하게 먹을 수 있는 편안함과 안락함이 있으므로 점주와 고객모두가 ALL WIN이 될 수 있는 아이템이 아닌가 생각된다.

주5일제근무로 가정내에 간단한 반주형태의 음주문화로 음주운전이나 과음을 막을 수 있고 점주는 비싼 임대료없이도 기본평수의 면적을 저렴한 B급입지에 구해서 기본 관리비정도만 별면서 배달에 중점을 두면 되므로 소자본창업 희망자들에게 안성맞춤의 사업형태인 것 같다.

(3) 창업투자비용

항목	가맹비	주방설비 주방기기, 집기류	홍보관측물 이벤트교육비
금액	200만원	490만원	418만원
간판,내부공사, 의자탁자	1,490만원		
평당총개설비용	8평 기준	10평기준	15평기준
	2,700만원	2,960만원	3,460만원

(4) 사업성분석

- ① 총투자비용 2,700만원 (8평기준 프랜차이즈일 경우)
독립점으로 운영할 경우 가맹비 200만원제하고 2,500
만원 총투자비용
- ② 마진율 50~80%
- ③ 순이익 : 월 200만원~300만원정도선
- ④ 전망

직장인들의 경우 저녁에 출출하거나 시원하게 한잔 하고 싶을 때 안주를 만들기도 귀찮고 맥주집에 가자니 아이들을 데리고 갈 수도 없고 배달아이템에 변화를 느낄 때, 운동후 시원한 맥주한잔 가족과 같이 먹고싶을 때 안주와 맥주가 배달되어온다면 얼마나 좋을까하고 한번씩은 느껴보지않았을까 싶다.

30여가지의 메뉴와 소스개발로 체계적인 맛재료와 소스를 본사에서 제공해주므로 배달과 영업관측전략만 잘세워 지역주민들에게 음주문화의 새로운 지평을 만든다는 자세로 봉사한다면 성공할 수 있는아이템이 아닐까싶다.

5. 해물탕배달 전문점

(1) 해물요리배달전문점 개요

해물요리전문점을 이야기함에 앞서 필자가 1994년도에 대구에 근무할 당시 회사근처에 해물탕전문점이 큰 업소가 한군데 있었는데 그 당시 우리직장에서는 육류보다 회종류가 더 인기가 좋았었다. 내륙지방의 특색이었을까 이제는 일반화된 아이템이지만 하여튼 그 당시에는 회사건너편에 해물탕집이 한군데 있어서 별미로 해물탕집을 자주 찾았었는데 오징어, 대합, 소라, 조개, 아구, 게, 새우 등등 20가지가 넘는 해산물을 끓여 육수와 함께 먹고난 후 밥을 볶아서 다시 먹는 맛은 별미라 할 수 있겠다.

점심이나 간단하게 먹을 때는 해물된장국이나 해물과전도 부담없이 간단식으로 먹을 수 있는데 비용도 저렴한 가격에 해물은 건강식이므로 현대인들에게 필요한 음식이라 할 수 있다.

이 해산물을 점포형사업이 아닌 배달의 형태로 운영한다면 그것이 바로 해물배달전문점이 되는바 시장개척여부에 따라서 얼마든지 신규아이템개발이 가능한 업종이라 하겠다.

배달업종으로 전환시 주차장이나 상권도 B급지에 입점해도 되므로 초기투자비용이 적게드는 장점이 있다.

(2) 창업형태 및 사업계획 및 투자비용

창업형태는 점포형으로 하면서 배달을 할 수도 있겠고 프랜차이즈에 가입해서 가맹비를 내고 본사에 완제품을 받아서 배달만을 전문적으로 하는 경우를 들 수 있는데 해물 배달만을 전문으로 하는 배달전문체인점사례를 구하기 힘들어 일반 해물탕음식점중 배달을 병행하는 업소 몇군데를 조사하여 배달전문점형태의 사업을 조사해보았는데 무점포형사업으로 배달만을 전문으로 할 경우 창업비용은 점포임대비용을 제하고 평균적인 비용을 계산해보면 다음과 같다.

※ 완제품을 프랜차이즈본사로부터 공급받아 배달만을 한다고하지만 음식은 점주가 일단은 기존 점포형 사업에서 배달을 특화시켰다고 보는 마인드를 가지고 음식맛을 내는 연구가 필요하다. 실지로 해물이나 회종류의 식사의 경우 그 지역에서 터주대감으로 유명한 업소가 있기 마련인데 음식맛이 좋지못하면 배달이라는 편리성도 1회성에 그치고 마는 것이 음식이다.

전국의 외식점포숫자가 70여만개, 1일 폐점되는 음식점 숫자가 16만여개 외식업의 고객만족요인중 1위는 음식맛이

고 특히 해산물의 경우 산지의 신선도가 중요하므로 배달업을 하는 업주들은 신선도와 맛에 승부를 걸어야지 맛이 라고 하는 소비자의 구미를 맞추지 못하면 애써 걸려온 주문전화에 1회용으로 거칠 수 밖에 없음을 알아야한다.

해물요리배달전문점의 아이টে므로 참치요리, 초밥요리, 굴요리, 바닷가재요리, 생선구이, 게요리, 낙지, 해물탕을 들 수 있고 요즈음은 아파트주변지역에 해물탕 배달전문점은 쉽게 눈에 띈다.

(3) 사업성분석 및 전망

- ① 매출액: 월평균 400만원
- ② 영업비용 및 관리비 : 120만원, 인건비 : 80만원
- ③ 순이익 : 월평균 200만원

본사카맹비	200만원	상표사용, 마케팅교육, 초도 전단지 비용 및 공동홍보, 점포레이아웃 (2평-3평)
홍보비용	150만원	
주방시설집기비	300만원	
오토바이	100만원	
총투자비용	750만원	점포임대료제외

(4) 전망

실지로 오피스텔주변이나 사무실중심지역에는 직장인들이 점심을 무엇으로 먹을까하고 고민하는 경우가 많다. 해물된장국이나 추운날 얼큰한 해물탕 한그릇, 야근시 직장동료와 함께 해물탕 한그릇시켜놓고 야근시 먹곤했던 기억이 새롭는데 오늘날 건강식으로 추천할만한 음식이고 특별한 기술이나 KNOW-HOW가 없는 30대, 40대 예비창업자들은 한번 고려해볼만한 아이템이라고 생각된다.

21세기의 테마가 건강인데 건강식으로 산해진미의 바다 음식 해물탕은 도전해볼만한 건강아이템이다.

6. 보쌈족발배달전문점

(1) 보쌈족발배달전문점의 개요

족발하면 서울중구에 장충단공원부터 시작되는 장충동 족발거리를 연상하게 되고 장충체육관에 각종 경기가 끝나고 나면 관람객들이 단골로 자리잡으면서 족발의 대명사로 불리게 되었고 족발거리에는 30년에서 50년이 넘는 족발집들이 많이 있어 서울뿐 아니라 전국에 명성을 날리고 있는 족발집들이 즐비하다.

필자는 서울에 근무시 장충동족발거리나 동대문시장에서 회사 회식하면서 전통적으로 유명한 족발의 명소들을 여러 번 가보면서 많은 식도락가들을 만난 적이 있는데 부산에 근무하면서 부터는 부산 부평동에 서울장충동과 비슷한 족발거리가 있어 방문을 해서 서민적음식의 대표음식인 족발 맛을 보니 가격도 저렴하고 쫄깃쫄깃한 맛이 일품이라 돼지족발을 오늘 저녁메뉴로 추천 해보고자한다.

두 지역모두 1950년 6.25전쟁을 거치면서 자연발생적으로 생겨나면서 서민의 정취와 더불어 50년의 전통을 이어 온 우리나라 음식문화의 전통고장이라 할 수 있겠다.

족발은 돼지 다리를 여러 가지 생약재를 첨가하여 족발 특유의 쫄깃한 맛이 있고 젤라틴성분이 풍부해서 인체의 관절이나 피부미용에 좋다고 알려져있고, 단백질이 풍부하고 무기질이 적어 밤참으로 좋고 제독효과가 있어 중금속 중독과 납이나 농약을 다루는 사람들은 돼지고기를 먹음으로서 몸속에 독소침입을 막을 수 있는 제독효과가 있다.

돼지고기에는 메타오닌이라는 아미노산이 많이 함유되어 있어 간을 보호해주는 작용을 한다고 하므로 숙취예방효과가 있다고 하겠다.

한때 장안의 화제거리였던 TV프로, 성공시대에 늘부보쌈의 성공스토리를 보면 알 수 있듯이 족발과 보쌈은 궁합이 맞는 음식이라 할 수 있고 경영과 맛의 연구개발에 의해서 성공조건이 되는 아이템이라 할 수 있겠다.

요즈음은 프랜차이즈업의 발달로 족발집도 체인점이 많이 생겨 족발집경영도 체계적으로 선진경영기법을 도입 및 과서비스의 차별화로 번성하고 있고 무점포형 사업으로도 가능한데 프랜차이즈 형태로 본사에서 재료를 공급받아 간단한 조리 후 배달만을 전문으로 할 수 있다.

(2) 보쌈족발전문점 사업성분석

적정평수	2평에서 10평	배달병행
창업비용	2,000만원-3,000만원	점포임대료권리금제외
예상매출액	1,500만원/월	1일50만원기준
평균마진율	50%	
예상순이익	월400만원-500만원	

※ 예비창업자들은 육수만드는 법과 족발조리방법을 기술전수를 받아 창업에 임하는 것이 좋다. 기술이전비도 감안해서 사업계획을 세워야 된다. 어느지역을 가든 그지역

에 음식에 있어 10년 이상의 베테랑급 고수들이 있으므로 기술전수를 받아 창업하는 것도 한방법이라 할 수 있겠다.

※ 무점포 성공요인

요즈음은 무점포창업으로 본사에서 물품을 제공하고 집에서 주문받고 배달하는 보쌈족발배달업도 생겨나서 적은 자본으로도 오토바이한대와 전화, 컴퓨터를 갖추고 배달에 심혈을 기울이면되는 무점포배달업도 가능하므로 자본력이 약한 예비창업자들도 한 번 승부를 걸어볼 수 있는 아이템이다.

보쌈족발집은 배달위주의 영업일 경우 신문지삽입전단지 홍보는 기본이고 매일 오후 2시에서 4시사이에 점주가 홍보전단을 뿌리고,서비스의 차별화를 위한 각종 아이디어를 내어 적은 자본으로 최대의 효과를 보는 아이디어개발훈련을 해야한다.

어린이를 위한 특별메뉴를 개발 족발배달시 동시주문이 가능하도록 하는 영업전략을 수립하여 적극적인 영업활동을 수행하는 것이 중요하다.

(3) 사업전망

한국인들이 가장 즐겨먹는 음식이 돼지고기란 설문이나 온 적이 있다. 가장 보편적이면서 대중화된 음식이므로 예비창업자들은 연구를 해서 도전해볼만하다고 생각되며 특히 야식용으로 인기가 높아 직장이나 공장밀집지역에 고정거래처가 확보되면 사업성도 괜찮은 업종중의 하나이다. 주의할 사항은

돼지고기를 기피하는 7월~8월 비수기를 극복하기 위한 메뉴개발 및 팜플릿 및 전단지를 돌리고 설새없이 신규고객을 확보하고 알리는 홍보맨이 되면서 부지런함과 건강함이 요구되어진다.

7. ()

(1) 김치배달전문점

- ① 사업형태 : 김장철이 되면 여성분들의 애로사항중 하나가 김장준비라 할 수있다. 이런 김장도 유통의 세분화로 이제는 김치배달업이 활성화되어 배달을 전문으로 하는 영업망이 있으므로 예비창업자들은 눈여겨 볼 필

요가 있다. 무점포형으로 사업이 가능하고 전화나 인터넷으로 주문을 받아 배달해주면 되는 아이템이다.

② 창업자금 규모 및 사업성분석 : 독립점으로 반찬전문점형태로 운영해도 되고 프랜차이즈업체에 가맹해서 상품을 공급받아 가맹점형태로 해도 되는데 가맹시 가맹비 200만원, 김치냉장고 100만원, 배달용 오토바이 160만원 총투자비용 4600만원 ~ 5000만원선으로 무점포창업이 가능하다.

③ 업종현황 : 상품마진율이 40%이상이므로 높은 편이고 동네장사로서 단골고객확보를 위한 상품의 신선도유지에 총력을 기울이고 배송관리를 효율적으로 하기위한 계획 및 실천사항을 수립해서 운영해야 한다.

(2) 야식배달업

① 사업형태 : 일반 공장지역의 경우 야간근무시 야간에 음식을 배달시켜 먹는 곳도 있고 족발보쌈, 치킨, 돼지국밥, 순대, 곱창 같은 음식으로 야근근무자나 야근활동 인구가 많은 지역을 중심으로 배달업을 할 수 있는데 요즈음은 주택가에도 밤에 배달하는 사람들이 어느정도 있는 것으로 조사되고 있고, 족발과 치킨전문점을 시장

조사하면서 영업형태를 알아보니 밤 10시부터 새벽 2시 까지도 배달되는 지역이 있는등 야간활동인구의 증가로 인한 야식배달도 증가하고있는 추세로 나타났다.

② 창업자금규모 및 사업성분석 : 20명이하의 점포로 2,000만원이내에서 창업가능하고 마진율이 40%이상되고 순이익도 월 300만원이상으로 판촉에 노력을 기울이면 수요창출은 얼마든지 가능하다고 보여진다.

③ 업종현황 : 치킨, 보쌈족발, 해물탕요리 같은 경우 야식아이템으로 괜찮고 요즈음은 주방은 없이 야식용 음식만 보급받아 배달위주의 전문업종도 생기고있는바 영업형태는 얼마든지 개발이 가능하며 창업하려는 사람은 강한 체력과 서비스정신이 필요한 업종이라 하겠다.

(3) 짜장면 배달전문점

① 사업형태 : 배달이라고하면 원조라고 할 수 있는 것이 짜장면배달업인데 역사가 오래된 만큼 에피소드나 애환도 많이 서려있는 배달업종의 대표격이다.

짜장면은 중국에서 들어와서 한국화된 음식이다. 1880년대 인천개항과 더불어 한국으로 건너와 건설현장에서 일했던 중국 노동자들이 간단히 식사를 해결하기위해 산

동지방의 음식을 변형해 만들어먹던게 유래되었다한다.

신규로 아파트분양 입주가 시작되면 제일 먼저 들어오는 아이템이 짜장면집과 인테리어 업종일 정도로 짜장면은 배달음식의 원조이면서 대표격이라 할 수 있고 요즈음은 퓨전형 짜장면과 각종 짬짜장같은 복합형 메뉴개발로 품목을 개발하고 있고 적은 자본으로 할 수 있는 배달형업종이다.

업종의 라이프사이클로 보면 성숙기시장으로 과잉경쟁이지만 고유음식으로서 김치가 역사가 오래되어도 영원한 것처럼 짜장면 또한 영원한 음식이라 하겠다.

전국의 짜장면음식점은 몇 개가 될까해서 알아보니 전국에 24,000여개로 잠정 집계되고 보통 동네마다 1차 상권이내에 40개이상의 짜장면음식점이 경쟁하고 있다고 하겠다.

② 창업자금규모 및 사업성분석

창업자금은 초도물품구입비 및 주방시설비 해서 3,000만원 정도선 점포임대료 및 권리금감안해서 6,000만원정도선이면 배달형중심의 업종으로 할 수 있다. 1일매출액 40만원정도선으로 월매출액 1,200만원 마진을

35% 월순이익 350만원 ~ 400만원정도선이다. 개인의 능력차가 확연히 들어나는 업종으로 상담하러온 분들중 면을 뽑아내는 기술력과 고객응대기법차이에 따라 개인차가 많이 나고 있었다.

- ③ 업종현황 및 전망 : 아파트나 주택가에는 짜장면전문 중화요리전문점은 서너개정도는 포진되어 있고 요즘은 중화요리이외에 각종 패스트푸드의 포화상태로 먹거리 문화가 예전과 달리 발전되어 있고 각종 음식문화가 개발되고 있으므로 짜장면이외 개발할 수 있는 품목을 추가해서 영업에 임하는 것이 좋고 각종 퓨전형음식이 개발되는 만큼 퓨전형메뉴나 두가지요리를 같은 접시에 담아 파는 복합형메뉴개발, 배달맨의 서비스정신함양 및 독특한 서비스로 고객에게 접근하는 자세가 필요하다.

(4) 피자배달전문점

- ① 업형태 : 시장조사를 하면서 피자의 유래가 궁금해서 자료를 보니 피자는 이탈리아의 항구도시인 나폴리에서 피자가 만들어졌고 중세시대부터 있어왔던 음식으로 미국으로 건너가 미국의 상업성과 맞물려 전세계에 전파하게 된 음식으로 나와있다. 우리나라에는 미군정이 시

작되면서 피자문화가 전파되었고 오늘날의 프랜차이즈 시스템은 1980년대 중반이후부터 시작된 것으로 나왔는데 다른 배달업태는 모두 고유업종으로 한국전통음식문화에서 파생된 것이지만 피자는 외국에서 도입되어 이제 배달문화와 서비스문화의 대표격으로 부상하게 된 음식으로 콤비네이션피자, 불고기피자, 치즈피자, 야채 피자, 치즈크러스트피자, 포테이토피자, 김치피자, 파인애플 피자등등 종류도 많고 신세대의 입맛을 겨냥한 다양한 메뉴가 개발되고 있다. 여기서는 점포형사업으로 50평이상 하려면 1억원이상이 들지만 배달형중심의 사업으로 소자본으로 가능한 업종이다. 피자전문점이 프랜차이즈화되면서 각종 마케팅기법이 발달하게된 원천적작용을 하였는데 덤마케팅이나 복장매너, 세련된 화술, 깔끔한 실내분위기 같은 여러 가지 기법들이 다양하게 나와 관측전략의 연구에 많은 참고가 되는 업종이라고 할 수 있겠다.

② 창업자금 규모 및 사업성분석 (순수 배달형중심의 형태감안)

세부개설부문	개설비용	손익부문내역		비 고
인테리어, 주방설비	1,950만원/10평기준	월예상매출액	1,200만원	10평기준점포 임대료 및 권리금비산정/영업능력에 따른 차이 많음
전기공사 및 비품집기류	650만원	매출원가	550만원	
간판 및 홍보 비용	400만원	판매관리비	150만원	
총개설비용	3,000만원	예상순이익	500만원	

③ 업종현황 및 전망

피자헛이나 미스터피자같은 대형점포형사업을 하는 피자전문점과 배달전문점의 형태로 프랜차이즈업체가 많은 업종인데 요즈음은 이탈리아식 피자학교가 국내에 들어와서 이탈리아고유의 맛을 가르쳐주는 학교도 생겼고 아동 및 젊은층에 인기가 높은 아이টে므로 소자본창업자들은 배달업종의 한 아이টে므로 고려해볼만한 창업아이টে이다.

점포형 사업을 한다면 1억 5천만원에서 2억 정도 드는 사업으로 소자본창업희망자들에게는 부담이 가지만 배

달전문업종으로 한다면 3,000만원이내에서 영업시간이 점포형 사업이 배달이 끝나는 새벽3시까지도 배달전문업의 영업은 계속되고 있었다. 실지로 장사하는 사업자들의 이야기를 들어보면 주변 대형점포의 영업시간이 후인 밤10시이후의 매출액도 상당히 높은 것으로 나타나 야식형 배달전문업으로 성장하고 있는 추세이다.

밥을 전화주문 받아 배달형 중심으로 할 수 있으므로 주택가나 아파트밀집지역에서 조리시설 및 주방시설을 갖추고 주문을 받아 배달할 수 있고 배달형 점포에서 성장후 점포로 발전시킬 수 있는 사업이다.

(5) 치킨배달전문점의 사업형태

- ① 치킨배달전문점은 배달업종의 대표업종이라 할 수 있다. 연간 2조 5천억원규모의 시장이고 외식문화의 트렌드와 맞물려 많은 변화를 거쳐 왔던 업종이다. 70년대 전기구이통닭, 80년대 후라이드치킨, 90년대 양념치킨, 2000년대 간장소스치킨, 안동찜닭, 2005년도에 매운불닭, 5,000원저가치킨등 생성, 소멸, 변화를 거치면서 기업구조조정여파로 예비창업자들이 가장 많이 창업한 업종의 하나이고 각종 마케팅기법이 발달하면서 50년이상 사랑을 받고있는 아이탬이라하겠다.

② 업종현황 및 전망 : 닭조리에도 웰빙트렌드가 맞물려 튀김용 기름으로 올리브유를 사용하고, 부위별로 먹기 좋게 토막내 소비자의 기호도에 맞추는 방법으로 제공되고 몸에 좋은 쌀가루를 입힌 라이스치킨도 나오고있다. 와인에 재운 닭고기나 백포도주와 허브로 만든 양념에 12시간 동안 재우는 방법으로 자연숙성시켜 닭고기 특유의 냄새를 없애고 육질을 부드럽게 만드는 등 제품의 차별화가 이루어지고 있다.

치킨전문점은 배달전문업종이므로 입지에 큰 영향을 받지 않는다. 홍보에 최선을 기하고 제품 맛에 신경을 쓴다면 소자본으로 어느정도의 수익은 올릴 수 있는 아이템이 치킨전문점이다.

요즈음은 주택가에 치킨호프형태로 운영하면서 배달을 겸하는 매장형과 배달형을 겸하는 형태로 운영되는 점포가 핵심상권 내에 많이 접할 수 있다. 기존 아파트상가 주변으로 수요층이 넓은 반면 경쟁도 치열해서 1차상권내 40개~50개정도의 치킨전문점이 경쟁하고 있는 경쟁이 치열한 양상을 보이고 있다.

현재 기존치킨업체들이 가장 많이 사용하는 판촉은

전단지 홍보와 마일리지 쿠폰제로 제품차별화로 경쟁 우위를 점하는 것이 중요한 포인트라고 하겠다.

③ 창업투자비용 및 사업성분석

- 창업투자비용

구 분	예상금액	비 고	
프랜차이즈가맹비	300만원		
주방설비 및 가스설비 공사	2,600만원	인테리어 포함	
오토바이구입비용	400만원		대당 150-200만원
이벤트 및 광고비용	320만원		
운전자금예비비	200만원		
예상투자비용 (점포임대료 및 권리금 미 포함)	3,820만원		점포임대료포함하면 8,000만원~1억정도 소요예상됨

- 치킨전문배달전문점의 사업성분석

구 분	1개월차	2개월차	3개월차
예상매출액 /월	900만원	1,000만원	1,200만원
기대수익	270만원	320만원	440만원

배달수익(매출의 80%), 매장수익 (매출의 20%) 개점초기 3개월의 목표치이고 6개월이상의 영업후 수치로 사업성분석을 해서 마케팅전략수정여부를 결정지어야함

④ 시장조사현황

치킨점은 고유업종으로 경험이 부족한 예비창업자가

쉽게 접근 할 수 있는 업조이고 지속적인 수요가 있는 아이템이므로 친절성과 프랜차이즈본사의 영업방식에 맞추어 영업방식을 키워나간다면 기본적인 수익은 올릴 수 있는 아이템이다

짜장면, 피자과 더불어 대표적인 배달업종으로 직원관리 및 오토바이안전사고에 주의를 기울여야한다.

상담을 하면서 매출액이나 사업정보다는 사업영위하면서 오토바이사고에 의해 사업을 접게되는 경우가 많이 있어 직원들에게 산재보험가입이나 안전사고에 항상 조심을 기울여야한다.

(5) 배달업의 변형된 틈새아이템 및 사업아이템 제안

- ① 인터넷배달업 : 지역상권내에 위치한 배달업소들과 계약해서 배달만을 전문으로 대행해주는 배달대행 전문업도 요즘 등장하고 있는 사업형태로서 주문은 인터넷이나 전화로 받고 계약된 피자전문점, 치킨전문점, 보쌈족발점, 죽전문점등등 여러 가지 배달업소의 배달취급품목을 배달대행해 주고 수수료를 버는 사업형태로서 일명 역마진배달업이라고 일컬어지는 아이템으로서 소호형사업이라 할 수 있다.

② 전단지 광고대행업 : 배달업의 가장 힘든 부문 중하나
가 광고문제이다. 전단지 및 홍보를 대행해주는 업을 배
달업만을 특화시켜 할 수 있다.

③ 배달업종의 애로사항중 하나는 배달인력구하기가 힘들
고 일단 구해진 배달인력의 이직률도 심해 체계적인 인
력관리가 안되고 있으므로 이에 대한 인력수급대행 전문
업을 차려 배달업을 특화시킬 필요가 있다.

하나의 전문분야로서 배달업을 특화시킬 경우 성공가
능성도 있다고 본다.



Ⅶ. 상권 및 입지분석

1. 상권분석

장사는 목이다라는 말은 이제 삼척동자도 알고있는 기본인데 무점포사업은 오늘날 비싼 권리금을 어느 정도 절감할 수 있는 경제적인 사업이라 하겠다. 배달업은 영업력이 바탕이 되어야하지만 그래도 전체적인 상권조사를 해서 수요층을 파악하는 것이 중요하다. 예를 들어 신도시의 인구가 증가하는 지역에서 배달전문점을 하는 것과 정채된 지역에 상권과는 매출액이나 유동인구에 많은 차이가 있기 때문이다.

비근한 예로 녹즙배달을 하겠다고 하면 우선 녹즙을 주문할 만한 대상을 파악하고 시장조사를 해야 하는데 신도시의 인구가 유입되는 곳이나 직장인들이 많이 몰려있는 오피스가를 중심으로 어느 정도의 고객수요가 있을는지 상권을 분석해보는 것은 이제 기본이다.

예비창업자는 배달을 주업으로 하고자하는 거점지역을 선정하고자할 때 취급아이템(메뉴), 유동인구의 특성주변경쟁업소의 내점고객동향, 상권의 발전가능성, 주변시설물의 형태, 향후 입점계획이 있는 시설물에 대한 정보등을 파악해서 거점시장전반에 대한 상권조사를 해야한다.

2. 배달전문업종 짜장면 전문점에 대한 상권조사 사례

(1) 상권 조사 범위 (위치도)



(2) 상권의 현황

가. 상권의 개요 및 특성

- 본 건의 점포는 서쪽으로는 충렬고등학교와 편도 1차선 도로를 사이에 두고 접해있고, 동쪽으로는 혜화여고, 북쪽으로는 혜화여중과 인접해 있으며, 남쪽으로 다소 떨어진 지역에 충렬APT등 다수의 APT와 인접해 있지만, 인접한 초·중·고등학교로 인하여 상권의 활성화가 낮은 지역이다.
- 본 점포는 남쪽의 충렬APT나 안락APT와 같은 실제 주거상권으로부터 괴리되어 있고, 서쪽의 주거지역도 충렬고등학교로 인하여 접근성이 떨어져 있다. 그리고 명장시장 상권과도 그 연계성을 가질 수 없다.
- 본 점포를 중심으로 상대거리 200m 안쪽은 점포 형성과 업종이 빈약하며, 현재 영업 중인 점포의 영업상황도 약보합세를 이루고 있다.

나. 상권입지현황(조사범위 : 반경 200 m)

구 분	주변지형	주요업종	주요시설
대상점포	주거지	중식전문점	
동단	주거지	학교	혜화초교/혜화여고
서단	도로	학교	충렬고교
남단	주거지	주거	안락아파트
북단	주거지	경정비	혜화여중

(3) 업종 분포도

의류 및 잡화업		음 식 업		기타 서비스업		
전자대리점		우동김밥	3	애견미용원		빨래방
화원	1	제과점	1	이용원		단과학원
안경	1	소주방	1	간판	1	목욕탕
문구팬시	1	샌드위치		당구장		세탁소
가구	2	돼지갈비	1	치과		
오토바이	1	커피숍		부동산		
수퍼마켓	2	돈까스		휴대폰		
MART		주점	1	병원		
종합건재	2	다방		약국	1	
페인트	1	생맥주	1	미용실		
카센타	4	꼬지구이		사진관		
표구점	1	소금구이		산부인과		
인테리어	1	숯불갈비		정형외과		
썩크점	1	찻집		노래방		
에어컨	1	퓨전생고기	1	PC방		
밧데리점	1	피자		은행		
보일러	1	한식		나이트		
창호	1	치킨	1	의원		
쌀집	1	중국집	3	영어학원		
		분식	2	택배		
		돈까스	1	모텔		

(4) 유동인구 현황

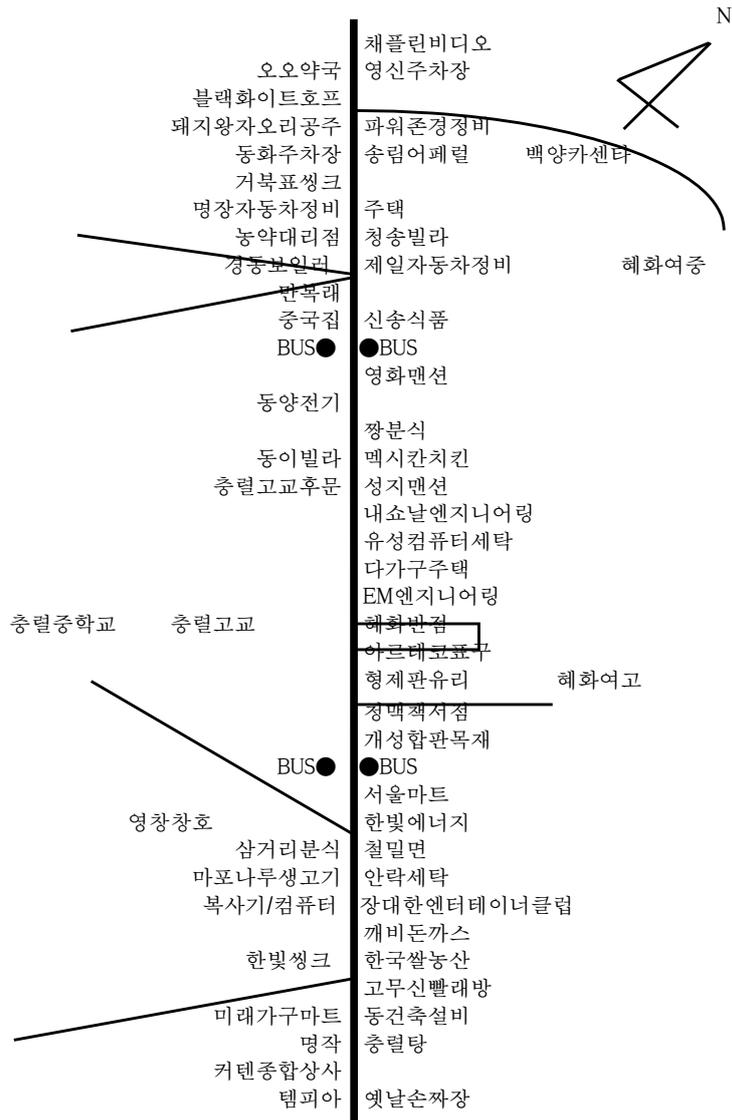
조사항목		조 사 내 용				
성 별 연령대 (◎, ○, △)	남	10대 (○)	20대 ()	30대 ()	40대 ()	50대이상 (△)
	여	10대 (○)	20대 ()	30대 ()	40대 ()	50대이상 (△)
직업별 (◎, ○, △)	학생 (○)	회사원 ()	주부 (△)	기타 ()		
인구수 (시간당)	500명이상 (○)	500~1,000명 ()	1,000~1,500명이상 ()			
시 간 대	아 침	상, ()	중, (○)	하, ()		
	점 심	상, ()	중, ()	하 (○)		
	저 녁	상, ()	중, (○)	하 ()		
조사의견	<ul style="list-style-type: none"> - 본 건의 점포는 버스가 다니는 도로변에 접해 있으나, 운행되는 버스노선이 하나밖에 없고, 근접 배후주거지가 작아 전체적으로 일반인의 통행량은 적다. - 아침, 저녁으로는 주변의 초, 중, 고교를 통학하는 학생들의 통행이 많으며 저녁시간에는 퇴근하는 주민들의 통행이 다소 있다. - 낮 시간대에는 통행량이 적다. 					

※ 범례 : ◎ (아주 좋음), ○ (좋음), △ (보통)

(5) 입지 특성분석 및 종합의견

입 지 분 석				환 경 분 석																
상권 형태	주거) 사무, 기타			고객대상	학생) 회사원, 주부, 기타															
도로 현황	도로폭	편도 1 차선 10m		소득수준	상, 중, 하															
	통행 방법	일방, 양방향		배후세대수	아파트 세대, 주택 세대															
대중 교통	버스	70m, 1분		점포현황	건물 2 층 중, 1 층, 20평															
	지하철	m, 분		건물외양	양호, 보통, 불량															
입지상태	양호, 보통, 불량			주차장 확보	있음(대), 없음															
접 근 성	양호) 보통, 불량			발 전 성	2년이내, 5년이내, 계획없음															
흡 입 력	양호, 보통, 불량			공공시설	명장1동사무소	400m														
				공공시설	명장시장	300m														
입 지 평 가				환 경 평 가																
상			중			하			상			중			하					
A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C
종합 의 견				<ul style="list-style-type: none"> - 본 점포는 1층에 20평 규모로 현재 중화요리 전문점으로 운영하고 있다. - 주위에 초, 중, 고교가 많이 있지만 실질적인 영업상의 이점이 되지 못하고, 오히려 층렬고교의 경우는 본 점포와 주거지역을 단절 시키는 역할을 하고 있다. - 중화요리의 특성상 배달주문 위주로 영업을 하고 있지만, 본 점포의 입구나 간판 등의 외관이 매우 불량하여, 손님으로 하여금 점포에 들어오고 싶은 마음을 유발 시키지 못할 뿐만 아니라 이런 환경이 배달 영업에도 영향을 주고 있다. 이런 연유로 본 점포 북쪽 150m 지점의 동종의 점포에 영업력을 많이 잃어 버렸다. - 본 점포는 전체적인 주위의 여건으로 볼 때 음식점으로 운영한다면 기본적인 시설을 갖추고, 배달위주의 영업을 하여야 하며, 무엇보다도 층렬APT, 우성APT등 주거밀집 지역을 대상으로 지속적인 홍보를 하여야 한다. 																

(6) 상권도 - 별첨



3. 입지분석

필자가 소상공인지원센터에 들어오기전 몸으로 때우기만 하면 되는 배달업에 대해 관심이 많아 서울에서 식품영업을 할 때 재래시장에서 커피배달하는 아주머니들의 영업에 대해 관심을 가지고 시장조사한 적이 있는데 재래시장 안에서도 어느지역의 입지에 있느냐에 따라 커피배달량에 있어 많은 차이가 많았음을 알 수 있었다

입점하고자하는 지역이나 거점전략지역의 기존업소들의 취급메뉴, 아이템, 주거형태, 소비형태,接客서비스유형, 배달서비스의 형태, 경쟁업체 배달시간, 거점지역고정인구 연령별 특색등을 시장조사해서 점포형사업과는 다른차원의 입점지역, 거점전략을 세워 소위 마케팅에서 말하는 S.T.P 전략을 세워 거점전략을 세워보는 것이 중요하다고 하겠다.

배달업은 기본적으로 일반점포와는 다른 상권 및 입지에 있어서 전반적인 인구유입률이나 젊은층 혹은 유아층의 선호도조사, 맞벌이부부가 많이 사는 곳 등 타겟에 따른 시장가능성에 근거한 전반적인 시장에 대한 상권 및 입지조사가 필수적이다.

입지조사를 다음과 같은 항목으로 조사해 보아야한다

구 분	상권분석·입지조사	조사포인트	자료소스
인구, 연령별 조사	연도별 인구추이, 연령별 구성비율	10년간 인구 이동과악	구청 및 동사무소, 통계청 인터넷 자료
소득수준	아파트주차장차량 브랜드, 평수, 주변상가시세 조사	핵심쇼핑몰에 소비패턴조사	직접 다니면서 조사
주택 및 아파트 세대별 특성조사 관공서 학교 부문조사	세대수조사, 라이프 스타일조사	지역의 배달 업종조사 야간근무업종 조사	
사무실 밀집지역	오피스텔 및 사무실의 근무시간의 선호도 조사	설문지조사 및 인터뷰조사	개인화경향으로 야간인구감소, 이벤트성수요발굴 가능





VIII. 광고 및 판촉계획

(1) 전단지 광고

배달전문업종의 경우 전단지 광고에 가장 많이 의존하게 되는데 전단지를 신문에 삽지로 넣는 경우와 아파트에 부착하는 경우, 직접 돌리는 경우 등 많은 예가 있는데 일단은 효과면에서 직접 전단지를 배부하고 아파트에 부착하고 하는 것이 가장 효과적이라고 볼 수 있다.

요즈음은 아파트에 출입구에 광고게시판을 만들어 회비를 받고 일정기간 전시하게 하므로 아파트별로 공식적으로 광고물을 게시할 수 있다.

전단지 광고의 효과를 측정하면서 2주일단위로 지속적으로 뿌리면서 홍보하고 설명하고 샘플을 시식을 설문조사하면서 효과측정하면서 시장조사를 병행한 전단지 광고를 한다.

(2) 전입고객에 대한 서비스정신 함양

아파트에 새로 입주하는 아파트를 보면 엘리베이터에 빼곡히 붙어있는 배달점포들의 전단지를 많이 볼 수 있는데

배달형 사업의 주요 홍보전략은 신규전입자들에게 어떻게 어필할 수 있을까를 연구하는 마케팅전략이 필요하다.

일명 “전입고객선제공략” 이라고 일컬어지는 홍보전략인데 타지역에서 이사오거나 전입하는 사람들은 이사후 제일먼저 열어보는 곳이 전에 살던 사람의 신발장이나 서랍장에 음식배달전문점의 전단지를 찾는 경우가 많다. 배달전문점의 경우 고객은 반경 500M~1,000M의 지역내 주민이므로 항상 배달하거나 주변을 다니면서 새로 전입해오는 주민들에게 먼저 가서 인사하고 명함을 건네는등 인사먼저하기운동을 해야 성공할 수 있다.

(3) 전화응대에 따른 고객친절도향상

배달전문업종의 하드웨어 시스템중 가장 중요한 고객접점기구인 전화를 사용함에 있어서 창업자의 입장에서 080(수신자요금부담서비스)전화, 콜센터가 있을 경우 1588, 1577 전화로 하고 발신자표시로 고객관리를 하는 기본적인 운영을 하여야하고 고객관리를 위해서 실시간 매장관리, 메뉴관리, 작업관리를 할 수 있는 고객관리시스템, pos기기를 운영한다. 배달업종은 기계시스템으로 전화 유무선시스템 확보와 친절이 가장 중요한 고객응대기법이라 하겠다.

배달업종의 경우 고객과의 첫 만남은 전화로부터 시작되는 경우가 대부분일 것이다. 전화로 걸어온 고객의 주문 한마디 한마디가 다음주문으로 이어지는 고객접점의 순간임을 인식하고 전화응대와 효과적인 화술이 요구된다.

음식배달업운영의 가장 중요한 포인트는 전화를 통한 주문전화와 배달용오토바이가 시스템적요소일 것이다.

전화예절에 대한 화법 및 세련된 말사용하고 메모하는 습관이 중요하다.

(4) 음식물을 들고 배달을 했을 때 고객접점의 순간 미소 행동특화전략

아파트나 주택입구에 도착해서 음식물을 들고 고객에게 전달하기위해 들어섰을 때 이 순간의 짧은 고객응대요령 하나하나가 다음번 주문으로 이어지거나 그 점포의 이미지업에 상당한 기여를 하는바 정중한 자세로 고객에게 친절하게 하면서 말 한마디 한마디 정성을 다하고 고객이 주는 돈은 두손으로 정중히 받고 하는 친절예절기법을 익혀야 한다.

“안녕하세요”, “고맙습니다” 라는 목소리에 정감을 가지고 인사만 밝게 해도 우리나라에서는 친절하다고 인정해주므로 어찌보면 영업하기 쉬운 나라다.

(5) 주민밀착형 공익광고효과

국제정세의 불안정 및 소비심리위축, 대기업의 감원설등 위축된 경제위기하에서 판촉은 동네사람에게 좀더 가까이 다가가서 공익적인 사회활동을 통한 친숙한 이미지를 전달하는 홍보전략이 필요하다.

예를 들어서 석가탄신일이나 성탄절, 어린이날, 어버이날 같은 공공성있는 날에는 그 성격에 맞는 판촉전략이나 아니면 다니는 복장을 이같은 날의 분위기에 맞춰서 해본다든지 하는 형태의 판촉도 필요하고 불우이웃돕기, 소년소녀 가장돕기행사, 백혈병어린이돕기 같은 공익성이 있는 모임에 참가해서 지역주민밀착형 공익사업을 병행한다면 성공하리라 확신한다

대학가에 배달시 대학생을 겨냥한 복장 이벤트형 연출로 영업광고효과를 극대화할 수 있다. 이벤트형 복장으로는 산타클로스, 어우동, 슈퍼맨, 배트맨, 부시맨 등등 많은 캐릭터가 존재하고 중화요리전문점의 경우 첼가방을 리모델링해서 자신만의 성역처럼 꾸며 대학가의 성격에 어필하는 이벤트형으로 만들면 대학가의 명물이 되면서 스타로 뜰 수 있는 홍보효과가 있다.

(6) 커뮤니티 구성을 해서 고객 한명 한명에게 맞춤서비스를 하는 CRM기법을 오프라인상에서 할 필요가 있다.

(7) 멤버십카드활용 단골고객에 대한 할인혜택이나 기타서비스전략을 활용한다

(8) 인적자원관리의 효율성 및 자기개발교육

고객접점의 순간 고객을 맨처음 만나는 사람은 배달원이다. 배달원의 말 한마디 한마디가 그 점포를 평가하는 기준이 되고 외모에서 말씨에서 분위기에서 다음의 주문으로 이어지느냐 그렇지않으면 그걸로 끝나느냐이므로 사장본인의 서비스정신함양은 물론이고 배달직원을 두고 있다면 단순 아르바이트생이라하더라도 친절예절교육을 해서 말 한마디 한마디에 서비스정신을 길러야 잘 할 수 있다.

실지로 많은 수의 배달전문점을 현장에서 방문해보고 대화해보면 배달원구하기가 엄청 힘들다는 것을 알 수 있고 설사 직원을 구해도 몇 개월 안되어 그만두거나 다른데로 이직하는 경우가 많다. 월급이나 대우는 영세한 업종이 대다수이므로 파격적으로 하기 힘들어도 인간적인 말 한마디, 가족같은 분위기를 만드는 것은 행동으로 말로 표현하면

된다. 어린학생들이 아르바이트로 일하는 경우가 많은데 이들에 대해서 선배로서 좋은 말이나 책을 선물하고 대화자가 되어주고 비전을 제시해주고 해서 한명의 기술력과 영업력을 갖춘 사회인으로 육성해준다면 종업원은 사장을 위해서 최선을 다할 것이다.

2평에서 3평도 안되는 배달전문점에서 무슨 인적자원관리냐라고 생각해서는 안되고 비록 지금은 2평점포의 배달전문점이지만 성공의 노력을 해서 웅비하리라는 비전을 공유하고 살아야 이 힘든 경쟁에서 살아남을 수 있다.

내부고객에 대한 서비스함양이 곧 외부고객에 대한 서비스품질의 향상으로 이어짐을 알고 배달사원에 대한 교육과 운명공동체적 가족같은 사명감이 필요하다고보겠다.

(9) 지역공동체마케팅기법

동네축제와 더불어 성장하는 공동마케팅실현으로 표현하고 싶은 마케팅기법인데 요즈음은 지방자치단체별로 행사가 많다. 동네잔치와 더불어 지역에 배달중심업체들이 연계된 축제참여와 홍보로 배달업종의 브랜드를 홍보할 수 있다.

예를 들어 청계천축제, 남도음식문화축제, 경주전통떡축제, 부산지역의 불꽃축제, 해운대의 달맞이축제, 고성지역의

쭈꾸미축제, 자반고등어축제, 등등 예로부터 내려온 지역특산물과 더불어 지역자치단체별로 각종 음식문화 혹은 참여형 지방축제가 많아지고 있는 추세이므로 그 지역내에서 지역주민들을 대상으로 하는 배달업종도 이제는 네트워크화된 인적네트워크를 구성하여 행사에 참여하고 이벤트성 홍보를 함으로서 차별화된 광고전략을 할 때라고 생각된다.

각종 사회단체와 공익을 테마로 하는 마케팅은 목적을 떠나 행위가 훌륭하면 초기에 자금소요는 약간 되겠지만 효과는 영원하리라 본다.

(10) 서비스기법에 대한 마인드향상을 위한 서비스포인트

배달업종은 고객의 아파트나 학교, 기업체를 방문해서 도어문을 열고 고객의 자리에 세팅후 돈을 받고 나올때까지 서비스제공시간을 어떻게 고객의 마인드에 브랜드이미지화 시켜주느냐가 반복구매의 핵심사항이 된다. 서비스맨으로서의 이미지함양을 위한 체크포인트를 알아보자

① 고객의 종합적 평가와 서비스이미지 체크

질 문		종 다	약 간 중 다	보 통	약 간 나 쁘 다	나 쁘 다
1	광고책자에 쉽게 보이는 점포입니까?	5	4	3	2	1
2	포장과 용기의 위생상태는 청결하다고 보여집니까?	5	4	3	2	1
3	알아보기 쉽게 표시가 되어있다고 생각합니까?	5	4	3	2	1
4	종업원의 복장은 깨끗합니까?	5	4	3	2	1
5	좋은 광고를 하고 있다고 생각합니까?	5	4	3	2	1
6	영업시간은 적당하다고 생각합니까?	5	4	3	2	1
7	고객에 맞는 서비스를 하고있다고 생각합니까?	5	4	3	2	1
8	애프트서비스가 좋다고 생각합니까?	5	4	3	2	1
9	배달업소의 현장을 보았을때 위생적입니까?	5	4	3	2	1
10	가격대는 마음에 든다고 생각합니까?	5	4	3	2	1
11	캠페인을 자주 개최하는 점포라고 생각합니까?	5	4	3	2	1
12	가격서비스를 잘하는 점포라고생각합니까	5	4	3	2	1
13	전화주문시 업주의 전화응대는 양호합니까	5	4	3	2	1
14	종업원의 설명은 좋다고 생각합니까?	5	4	3	2	1
15	음식에 재료는 신선하다고 생각합니까?	5	4	3	2	1
16	특징있는 메뉴를 구비하고 있다고 생각합니까?	5	4	3	2	1
17	특별요리주문시 서비스가 있습니까?	5	4	3	2	1
18	신선한 요리가 있다고생각합니까?	5	4	3	2	1
19	고객에게 어필하는 상품이 많다고 생각합니까?	5	4	3	2	1
20	종업원은 친절합니까?	5	4	3	2	1

질 문		종 다	약 간 중 다	보 통	약 간 나 쁘 다	나 쁘 다
21	메뉴의 종류나 특징을 잘 가르쳐줍니까?	5	4	3	2	1
22	메뉴지식을 확실히 갖고있다고 생각합니까?	5	4	3	2	1
23	고객의 기분을 잘 관찰하고있다고 생각합니까?	5	4	3	2	1
24	아무것도 사지않아도 싫은 기색을 안보인다고 느낍니까?	5	4	3	2	1
25	잔돈준비는 잘되어있습니까?	5	4	3	2	1
26	음식물랩포장이나 갖고온 용기들은 청결합니까?	5	4	3	2	1
27	음식물손해배상보험은 들어져있습니까?	5	4	3	2	1
28	pos기기로 고객관리를 합니까?	5	4	3	2	1
29	클레임을 잘 듣고 처리해 주는 점포라고 생각합니까?	5	4	3	2	1
30	음식맛과 서비스가 좋아 안심하고 살 수 있는 점포라고 생각합니까?	5	4	3	2	1
<p>질문을 읽고 그 회답을 평가란에 O표하여 주십시오 평가방법은 주변 점포와 비교하여 평가해 주십시오</p>						

본인점포의 서비스이미지를 조사하여 창업후 서비스개선 사항으로 확립시킨다.

② 필요한 자료

- 점포품격조사표
- 소형카메라

③ 이용가능한 조사대상

- 경쟁점에 대한 대책활동
- 상점과 상호간의 개선활동
- 경쟁상점과의 대책활동
- 자점의 이미지제고

④ 조사표 작성법

- 점포품격조사표를 작성한다
- 지역내에서 가장 표준적인 점포를 선정하여 이것과 비교하면서 소정의 항목에 관하여 자점 및 경쟁점을 평가한다 (소형카메라로 촬영)
- 조사평가는 3인이상이 실시하여 객관적이고 공정하게 평가한다

⑤ 분석체크(배달전문점은 입지는 중요하지 않지만 점포의 위생상태는 중요한 마케팅적요소다. 우연히 지나친 고객이 위생이 안좋은 점포로 보았을 경우 전화주문 안하게 된다)

- 경쟁점과 비교해서 외부 표시간판은 양호한가?
- 경쟁점과 비교해서 입구의 활기연출은 양호한가?
- 경쟁점과 비교해서 외장연출은 양호한가?

- 경쟁점과 비교해서 장비, POP 등의 연출은 양호한가?
- 경쟁점과 비교해서 상품의 풍부성, 상품구비는 양호한가?
- 경쟁점과 비교해서 점내 조명 상황은 양호한가?
- 경쟁점과 비교해서 바닥, 천장, 통로등의 정비상황은 양호한가?
- 경쟁점과 비교해서 내장이나 배치는 기능적인가?
- 경쟁점과 비교해서 위생상황은 양호한가?
- 경쟁점과 비교해서 종합적인 평가가 상위라고 생각하는가?

⑥ 분석과 대책

- 체크1. NO회답수 1개이하 : 외관상으로 본 점포 품격 내용은 양호하다 점포이미지에 의한 경쟁력도 충분하니후에는接客서비스에 노력을 기울이고 자신을 가지고 진행시킨다
- 체크2. NO회답수 3개이하 : 현시점에서 다른 경쟁점 보다 격조 높은 이미지를 가지고 있다 단결점에 관한 개선노력이 필요하다
- 체크3. NO회답수 5개이하 : 외관상으로 경쟁점을 능가하는 경쟁력이 있다고는 얘기할 수 없다 개선하기

쉬운 부분부터 중점적으로 수정할 필요가 있다

- 체크4. NO회답수 7개이하 : 개선할 부분이 꽤 많이 띄고 있다. 중점적으로 포인트를 잡아 계획을 세우도록 한다
- 체크5. NO회답수 8개이하 : 근본적으로 경쟁력을 높일 대책이 필요하다 이상태로 라면 고객흡인력이 점점 더 저하되므로 시급한 보완능력이 필요하다.





IX. 창업시 유의사항 및 사업전략 포인트

1. 무점포형 배달사업

창업에 대한 관심은 여전히 높고 직장인들의 80%이상이 창업을 희망한다는 설문조사가 있으며 현재 직장을 다니고 있지만 그것이 본인 소유가 아닌 이상 감원에 대한 공포와 위협은 항상 존재하는 가운데서 수많은 직장인들이 사업에 대한 꿈이나 관심을 갖고 있지만 성공여부는 그누구도 장담 못하며 프랜차이즈전문점의 과잉과 정보의 홍수속에서 사업에 대한 진정한 정보가 구하기 어려운 현실이다.

배달형사업의 경우 본인이 전단지 돌린 노력만큼 인지도가 향상되는 것이므로 발로 뛰는 노력을 게을리해서는 안되며 그 누구도 공짜로 돈주는 곳은 없다라는 것을 알아야 한다.

실지로 창업아이템상담을 해보면 자금력이 충분하지만 망할까봐 두려워 창업을 못하는 경우가 많다. 이런분들은 한번 영업력을 배워본다는 의미에서 자본이 적게드는 무점

포형 배달사업을 먼저해서 영업에 대한 감각과 시장트렌드를 익혀 장사의 기본을 배운다는 자세로 창업하는 것도 괜찮을 것 같다. 실지로 제가 상담했던 사람들중에는 배달형 사업으로 큰돈을 벌어 점포형사업으로 확장오픈사람도 있으며 MBC 인기프로 성공시대에도 중국집배달원에서 서울의 대형중국요리점 사장이 되어 성공담을 얘기할 때 춤고 배고프던 시절 배달의 노력을 성공담으로 이야기한 프로를 우리는 알고 있듯이 성공기대전도사의 입장이 되어 배달업을 하고자하는 예비창업자들은 행복을 배달한다고 생각하십시오! 고객에게 사랑을 배달한다고 생각하십시오! 고객에게 진실을 배달한다고 생각하십시오! 고객에게 친구로서 배달한다고 생각하십시오

배달업종의 아이템을 조사하면서 본인이 느낀 점은 과거 필자가 식품영업을 할 때 가장 힘든 것이 고객에게 첫주문을 받기까지의 과정이라 할 수 있는데 첫주문을 잘받으려면 영업에 심리학을 공부해서 고객의 의미를 파악하고 영업에 임해야 성공할 수 있다.

예를 들어서 고객을 만나는 첫 고객접점의 최초시간 1분에 목소리하나에도 정감넘치는 목소리와 인사화법으로 고객에게 어필할 수 있는 역할 연기가 필요하다.

보쌈족발, 국과 반찬, 해물탕, 죽같은 여러 가지 다양한 배달아이템이 있지만 가장 중요한 것은 고객의 취향과 스타일에 맞춘 맞춤영업전략이다.

가격 및 제품에 대한 신뢰성이 있어야겠고 소비자입맛이나 기호도는 수시로 변화하고 있으므로 트렌드를 읽고 연구하는 자세로 임해야 사업에 성공할 수 있다.

특히 요즈음은 식품도 PL(제조물책임법)에 저촉되므로 식품배달업소도 위생부문에 특히 신경을 써서 영업에 임해야 한다.

2. 오토바이안전사고에 대한 유의

오토바이대리점의 구매고객의 80%이상이 배달업종에서 구매하고 영업포기사유중의 하나로 오토바이사고에 의한 인적사고에 의해서 사업을 접는 경우가 많다.

그리고 오토바이운전자자신의 보호망인 헬멧을 안쓰고 다니는 오토바이배달자가 50%이상이라 한다.

복잡한 도로에서 이리저리 곡예하듯 운전하는 오토바이에 오토바이운전자자신의 신변보호를 위해서도 안전사고에 유의하여야 할 것이다.

돈까스, 중화요리점, 치킨점 등등 배달업종을 성공적으로 하다가 오토바이사고로 인해 사업을 접게 되는 창업자들을 실제 현장에서 상담으로 만나게되는 경우가 종종 있다.

아파트 내, 대중교통지역에 오토바이전용주차장을 만들 필요도 있을 것 같고 야광밴드부착으로 야간에 배달시 배달원들의 안전을 위한 장치를 하는 것도 좋을 것 같다. 배달원들이 특히 인생에 황금기라 할 수 있는 20대에서 30대의 나이인데 소중한 인명보호 및 사업의 성공을 위해서 오토바이안전교육이 필요하다하겠다





X. 배달업종의 사업계획서수립 및 사업성분석

1. 배달업종의 사업계획서

(1) 사업계획서의의

사업계획서란 창업을 하기전 향후 사업의 미래비전을 설정하는 것으로 오픈해서 1년간 아이템을 결정하고 자금조달후 경영계획을 세워 목표를 달성하겠다는 의지이자 향후 2년,3년간 지속적으로 성장하기위한 하나의 목표라 정의할 수 있겠다.

(2) 사업계획서의 주요내용

① 적성검사

사업을 하기 전에 본인의 적성과 경험, 기술력, 인적 네트워크사항을 점검하고서 적성에 맞는 업종을 선택한다.

적성도 고칠 수 있다. 대기업의 영업부서직원들은 일단 부서에 배치되고 나면 OJT과정을 거치면서 역할연기에 대한 실습과 지옥훈련(88년당시 우리회사의 훈련명칭)을 거치면서 영업에 가장 맞는 성격과 조직이 요

구하는 사람으로 거듭 태어나는 훈련을 한다.

그런 과정이 오늘날 해병대체험교육이나 산악극기훈련 같은 것과 맥락을 같이하는 것인데 과일을 포장에 담을 때는 숙련된 기능공의 역할을 해야하고 배달을 할 때는 신속한 운전사가 되어야하고 영업을 할때는 세련된 매너를 가진 세일즈맨이 되어야하므로 그기에 맞는 성격과 적성을 가지기위해서는 ROLE PLAY훈련을 할 수 있다.

인간의 성격은 변화한다 나이 40이 넘어도 노력하면 변할 수 있다.

② 사업아이템선정

사업을 하기위해서 일단 시장조사를 거친다음 창업하고자 하는 아이টে을 선정해야한다. 아이টে을 정하는 과정에서 본 저에서는 생과일쥬스점에 대해 이야기하고 있으므로 생과일쥬스점의 업계현황과 동종업체들의 시장성, 경제성, 수익성 등을 검토해보고 적성을 파악해서 과연 이업종이 나에게 맞는 업종인가를 분석해보고 가족의 동의를 얻어 창업하는 것이 좋다. 부부창업의 경우 한쪽이 창업에 대한 의지가 없으면 실패할 확률이 높다. 부부중 한쪽이 원하는 사업에 동의안하면 혼자 할 수 있는 영업방식이나 사업을 택하는 것이 좋다.

③ 회사명과 회사로고, 회사경영방침, 사업내용과 특성을 명확히 한다.

사 례

요즈음 브랜드마케팅이라해서 회사이름을 어떻게 짓느냐가 오랜기간 고객의 머릿속에 잠재된 연상으로 남아 매출상승에 많은 영향을 미친다. 실지로 많은 회사들이 상품 이름이나 회사명칭을 신문에 광고내어 많은 상금을 걸고 공모하는 것도 하나의 브랜드마케팅의 시작이라 하겠다.

이름하나 잘지어 대박을 터트린 경우도 많으며 오늘날 유명회사의 상호나 상표를 보면 이름 하나짓는데 얼마나 많은 노력과 아이디어를 창출하기위해서 공모나 경품과정정을 거치면서 고심했는지를 알 수 있다.

④ 조직 및 인원구성

1인기업으로 할 경우와 직원을 고용할 경우 조직구성과 업무분담역할을 한다. 사장은 시장조사 및 영업, 산지상품구입, 거래처관리 등등 전략적이고 마케팅적인 역할을 하고 종업원은 매장에서 판매하는 역할을 한다. 1인 창업의 경우는 예외지만 종업원을 1명이라도 채용하고나면 역할 분담이 이루어져야하고 사업의 동반자

로서 종업원의 질적향상에 노력해야한다. 종업원으로 하여금 일을 할 수 있는 분위기창출과 직장과 더불어 성장할 수 있는 모티브를 제공해주어야 할 의무가 있다.

단순한 장사꾼으로 생활할 것인지 경영자로서 성장할 것인가 여기에 포인트가 있다.

⑤ 마케팅계획을 수립한다

전단지, 전단지내용 및 칼라, 오픈식이벤트, 판촉물, 오픈때 내빈접대용 음식, 개업선물, 초청장 등등 가게문을 열고서 손님을 만날 때부터 영업은 시작되므로 오픈 준비를 기획하고 1개월, 3개월, 1년, 3년 중장기계획을 수립하면서 마케팅전략을 수립한다.

⑥ 자금수지계획을 수립한다

자 금 계 획 서		투자금 비용내역
투자비용	실내인테리어비용	
	기계설비비용	
	사무기기비용	
운전자금 비용	인건비비용	
	재료비(상품비용)	
	월세, 권리금	
	전단지 및 판촉물 광고비용 관리비 (전화세, 전기세, 수도세, 제 세공과금)	
고정자금	임차보증금	
소요자금총액		

※ 창업시 총투자비용에서 본인의 자금비율을 구하고 차입금규모를 정해서 자금조달계획을 세운다.

일반적으로 총투자비용의 20%정도는 6개월간 운영자금으로 남겨두고 비상금이라 생각하고서 투자하는 것이 좋다.

자금계획을 아무리 상세하고 세워도 본의아니게 자금이 소요되는 경우가 많으므로 비상시대책용 자금을 일부분 남겨두어야 경영상 안전할 수 있다.

※ 정부자금을 이용해서 자금대출을 받을 수 있는 곳

자금지원정부기관	대출한도	비 고
소상공인지원센터	5,000만원 이내	제조업 10인 미만, 도소매서비스업 4인 미만
여성경제인협회 저소득 여성가장 창업지원자금	5,000만원 이내	저소득여성가장 월소득 158만원 이하 재산 7,000만원이하 배우자의 사망, 이혼, 노동력 상실 등으로 가족을 부양하는 경우
근로복지공단 장기실업자자영업 창업지원자금	1억원이내의 전세점포를 공단이 임차 하여 대여해줌	6개월이상 실업상태에 있는 장기실업자
장애인자영업 창업자금	5,000만원 이내	
중소벤처 기업창업자금	동일기업당 5억원 이내 (운전자금 3억원 이내)	창업을 준비중이거나 중소기업 창업지원법 시행령 제3조에 의한 사업개시일(신청접수기준) 3년미만인 중소기업

정부자금을 이용해서 자금대출을 받을 수 있는 곳이 있는데 아직 모르는 사람들이 많다. 자금조달계획의 하나로 이런 곳의 정보를 파악하는 것도 많은 도움이 된다.

※ 사업을 시작할 경우 예상이외의 자금소요가 많이 발생되기 때문에 자금조달이 상당히 어렵다. 일반 금융권을 이용함과 같이 정부지원자금의 내용들을 속속들이 점검해보고 지원요청하는 것도 자금조달방안의 중요한 요소다.

⑦ 상권과 입지선정을 위한 상권입지선정을 한다

⑧ 판매 및 수익예상표를 만든다

목표이익개념에서 목표관리를 해야하므로 목표설정을 하여 관리한다.

사업의 리듬이라할까 손익계산표를 전문적인 지식없이도 노트에 기장이라도 열심히 하면서 수익예상표를 만들어 관리하면 불필요한 낭비요소를 제거할 수 있다.

	1개월차	2개월차	3개월차	4개월차	5개월차	6개월차	7개월차-1년
목표매출액							
지출비용							
예상순이익							

창업에 틀을 만드는 6개월간은 홍보비용의 비중과 판촉 영업비용으로 인하여 순이익이 적지만 1년을 시장조사하고 영업하면서 보내면 장래의 모습이 보인다. 1년이 지나도 정상화가 되지않으면 경영진단을 해서 사업설계를 리모델링 할 필요가 있다.

2. 사업성분석

(1) 사업성분석의 의의

과연 이사업을 해서 수익을 올릴 수 있을까하고 투자액 대비 순이익율을 구해서 손익분기점상 투자가치가 있는지 없는지를 분석하는 것이 사업성분석이다.

(2) 사업성분석 자료조사

시장조사를 통하여 관련업이 시장성과 전망은 있는지를 조사한다.

동종업계의 평균적인 매출액 및 시장상황, 순이익비율, 영업이익 마진율등을 조사하면서 사업성이 있는가를 정량적으로 분석한다.

(3) 정성적분석이란 재무제표나 손익분기점을 통한 수치로 사업성을 평가해본다.

가. 고정비

점포보증금, 매장설비비용, 인테리어비용, 제세공과금프랜차이즈가맹비, 이자, 인건비같이 고정적으로 발생하는 비용을 말한다.

나. 변동비

식재료비, 냉난방비, 연료비, 소모품비, 연구개발비같이 투입비용이 일정하지않은 비용을 말한다.

다. 이익관리 항목

손익계산서	
매출액	
매출원가	
매출총이익	
판매비 및 관리비	
영업이익	
영업외 수익	
영업외 비용	
경상이익	
특별이익	
법인세차감전 순이익	
법인세비용	
당기순이익	

※ 상기의 표처럼 자신의 사업부문을 표에 기입해서 목표 순이익을 구해보면 사업타당성여부를 알 수 있다.



XI. 기타 참고사항

(1) 배달전문업종 자료조사 업체

배달업종	자료업체	사업형태	비고
죽전문배달	동지선달	죽배달업	면과 떡도 추가됨
국반찬배달	꼬두밥	국과 반찬배달	
과일배달	청아한과일	아침과일배달	
안주배달	DFS	생맥주와 안주배달	
보쌈족발배달	정실이네보쌈	점포형과 배달형 복합	