

ICT 활용을 통한 소규모 자영업자의 전략 수립 및 운영

김도관* · 진찬용*

*원광대학교

The Planning and Operation of Strategy in Small Business with Using ICT

Do-Goan Kim* · Chan-Yong Jin**

*Wonkwang University

(School of Information and e-Commerce · Institute of Convergence and Creativity)

E-mail : kimdg@wku.ac.kr

요 약

비즈니스의 시작 이전부터 운영에 이르기까지 현재의 ICT 환경은 무한한 기회로서 활용될 가능성을 가지고 있다. 이러한 점에서 본 연구는 비즈니스 관점에서 활용 가능한 다양한 ICT 환경을 소개하고, 비즈니스 수행 시기에 따른 ICT 활용 방법에 대하여 전반적인 로드맵을 제시하고자 한다.

ABSTRACT

From the process of business start-up preparation to its operation, the recent ICT environments have much potential to be used. In this point, this study is to introduce ICT environments which can be used in business and to suggest the road map for using ICT environments according to the processes from business star-up and operations.

키워드

ICT Environment, Roadmap, Small Business, ICT Usage

1. 서 론

정부가 2013년에 확정된 창조경제 실현 계획과 창조경제 생태계 조성 방안의 6대 전략 중 첫 번째가 창의적 아이디어와 기능만으로도 자금 조달이 가능한 투자 환경을 조성하고 상상력, 창의성과 기술이 쉽게 창업으로 연결되도록 창업의 전 과정을 지원하며 지식재산이 제 가치를 인정받고 활발히 유통될 수 있도록 제도를 개선하고, 성실한 실패가 용인되고, 재도전이 가능한 창업 안정망 구축을 준비하고 있다.

그러나 국세청이 집계한 자료에 따르면 2011년 개인 사업자의 폐업 숫자는 거의 2010년 대비 2만 4천여 명이 늘어난 83만 명에 육박하여 4년 만에 최대치를 기록하였으며(국세청국세통계연보, 2011), 5인 이하 자영업자 중 지난해 월평균 순이익 100만원 이하가 전체의 57.6%로 나타나 자영업자의 수익률 부실과 조기폐업이 사회적인 문제로 떠오르고 있는 실정이다.

자영업자의 창업 실패 요인은 전반적인 자영업의 경기침체, 국내 자영업자의 높은 비율 등과 같은 사회적 영향 요인들이 작용하기도 하지만, 창업자본의 높은 대출 의존도, 저부가 가치 사업으로의 집중, 경험 부재, 장기적 사업운영에 요구되는 전략적 접근의 부재와 같은 창업자가 통제할 수 있는 요인들이 주로 작용한다고 볼 수 있다. 이러한 창업의 위험도를 줄이기 위해서는 사업 아이템이나 단기적 사업자본의 확보에 초점을 맞추기 보다는 보다 다양한 시각에서의 창업에 대한 접근이 요구될 수 있다.

이러한 현실 속에서 자영업자들의 창업의 성공률을 높일 수 있는 방법으로 현재의 ICT 환경에서 활용할 수 있는 다양한 방법들을 창업 비즈니스 시기에 따른 활용방법에 대한 로드맵을 제시하고자 한다.

II. 본 론

창업의 성공을 위한 많은 연구와 다양한 전략 등이 많은 선행연구를 통해 제시되고 있으며, 정부도 재무적 지원, 창업교육, 정보제공과 같은 다양한 방법을 통해 창업의 성공을 높이고자 하는 다각적인 노력을 시행하고 있다. 그러나 정작 창업을 준비하고 시행하는 과정에서 다양한 전략들을 실천에 옮기지 못하고 고객을 기다리는 형태의 소극적 비즈니스 실행이 창업의 실패 요인으로 작용하는 경우가 많다.

이러한 점에서 본 연구에서는 현재의 ICT 환경에서 제공하는 받을 수 있는 다양한 방법들을 창업의 시기에 따라 소개 하고자 한다.

창업의 과정은 크게 준비단계, 실행 단계, 창업 이후의 단계로 크게 나눌 수 있다.

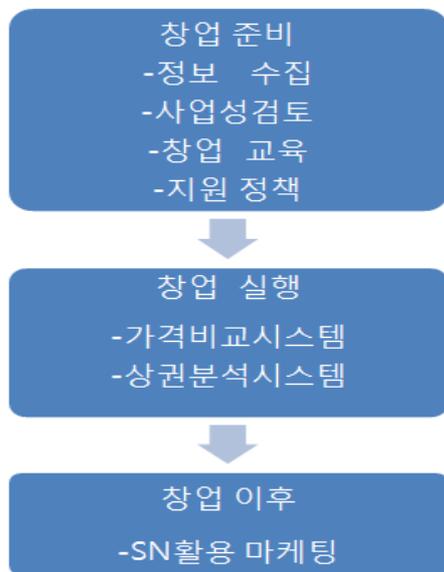


그림 1. 창업 단계별 ICT 활용

창업의 준비 단계에서 기본적으로 실행하여야 하는 프로세스는 창업하고자 하는 비즈니스 아이템의 기본적인 정보수집, 사업성 검토, 창업교육, 다양한 지원 정책 검색 등의 과정을 거치게 된다. 창업 준비 단계에서는 검색 포털 등의 활용을 통해서 이루어질 수 있다.

예비 창업자의 검색 능력의 차이에 따라 받을 수 있는 정보의 효용성은 차이가 있을 수 있지만, 정보검색에 대한 교육을 통하여 극복할 수 있을 것이다. 여기에 사용될 수 있는 유용한 정보는 빅데이터 분석을 해주는 사이트의 활용을 통해 비즈니스 아이템에 대한 전반적인 사업성과 추세

등을 확인하는 것이 유용하다고 여겨진다.

창업을 실행하는 단계에서는 다양한 가격 검색 시스템을 활용하여 창업에 소요되는 비용을 줄일 수 있으며, 상권분석 시스템을 통하여 비즈니스를 하고자 하는 상권의 정보를 기반으로 자신의 비즈니스 전략과 연계시키는 것이 중요하다.

창업 이후에 단계에서는 보다 적극적으로 현재의 커뮤니케이션 환경을 활용할 필요가 있다. 이 과정에서 집중해야할 부분은 마케팅 분야인데, 세부적으로는 비즈니스 아이템 홍보, 고객확보, 고객 유지 수단, 매출 확대를 위한 전략 등이 활용될 수 있다.

비즈니스 아이템을 홍보하는 수단으로는 대중매체를 이용할 수 있지만 상대적으로 높은 비용에 대한 부담이 따른다. 따라서 보다 비용이 적게 드는 인터넷 마케팅을 이용할 수 있다. 먼저 포털 사이트에 노출 시키는 방법, 블로그나 트위터 같은 소셜 네트워크 서비스를 이용할 수 있다. 그리고 고객확보 전략으로는 방문한 고객과 커뮤니케이션 창구를 마련하는 방법 등이 유용하다. 즉 다양한 소셜네트워크 서비스를 통하여 사업주의 블로그나 트위터의 정보를 수신하게 하여 지속적인 고객과의 소통이 이루어질 수 있도록 해야 한다. 이러한 과정에서는 주의할 점은 메시지가 단순한 광고나 스팸으로 인식되지 않는 유용한 정보를 제공해야 한다.

그리고 자신의 비즈니스 전략을 SNS와 연계하여 다양한 할인 정책 등을 실행 할 수 있다. 또한 SNS 서비스를 통한 구전 효과를 활용하는 것이 바람직하다. 그리고 사업 시행 중에도 지속적으로 빅데이터 분석 및 다양한 검색 방법을 통하여 해당 비즈니스 아이템의 동향 등을 파악하는 것은 매우 중요하다고 할 수 있다.

III. 결 론

마케팅의 중요한 세 가지 부분은 고객 창출, 고객 확보, 고객 유지이다. 이러한 관점에서 현재의 ICT 환경은 필요한 정보를 찾을 수 있으며, 마케팅에 유용하게 활용할 수 있는 도구들이 많이 존재한다. 이러한 방법들은 활용하여 고객과의 지속적인 소통을 유지할수 있을 뿐만 아니라 고객들로부터 새로운 고객 창출이 가능해질 수 있을 것이다. 분명한 것은 다양한 ICT 환경을 활용하는 전략이 성공을 거두기 위해서는 자신의 비즈니스 아이템에서 추구하는 전략과 연계되어야 한다는 점을 유의해야할 것이다. 결과적으로 현재의 ICT 환경을 효과적으로 활용한다면 보다 고객과의 친밀감을 유지함과 동시에 창업의 성공률을 높일 수 있는 방법이라 여겨진다.

참고문헌

- [1] 정선미, 김영훈, SNS 정보특성과 사이트특성이 이용자의 외식업체 방문의도에 미치는 영향 연구, 한국조리학회지 21.(1), (2015. 2)
- [2] 차진경, 진창현, SNS 기능적 속성이 주얼리 제품 및 온라인 쇼핑물에 대한 태도형성에 미치는 영향에 관한 연구, 한국콘텐츠학회논문지 14(10), (2014.10)
- [3] 권오철, SNS를 활용한 입소문마케팅 전략, 마케팅 45(9), (2011.9.)
- [4] 한상만, 옥경영, SNS 빅데이터를 사용한 예측 집단(Predictable Cluster) 특성 연구, 소비자학연구 24(2), (2013.6)