

소비자의 소상공인 점포선택요인에 관한 연구: 경기지역 중심으로

박민아*, 이민정^O

*세종사이버대학원 MBA학과,

^O세종사이버대학원 MBA학과

e-mail: parkma@naver.com*, mjlee@sjcu.ac.kr(교신저자)^O

A Study on the Factors of Consumer's Store Choice for Small Businesses: Focused on Gyeonggi Area

Mina Park*, Minjung Lee^O

*Sejong Cyber Graduate School MBA,

^OSejong Cyber Graduate School MBA

● 요 약 ●

정부의 지속적인 소상공인 지원정책에도 불구하고 코로나-19 발생 및 계속되는 경기침체로 소상공인 점포의 매출액 급감 등 소상공인의 생존권을 위협하는 소매업 초유의 위기 상황이 발생하였다. 본 연구는 경기지역 소상공인이 보다 경쟁력 있는 점포를 선정하기 위한 선택요인을 도출하고 이들의 상대적 중요도를 AHP를 이용하여 파악하고자 하였다. 소상공인 관련 프로젝트를 담당하는 컨설턴트를 대상으로 AHP를 실시한 결과 소상공인 점포를 이용하는 소비자는 낮은 가격으로 질 좋은 서비스 받기를 원하고 점포입지와 배달서비스가 소비자 점포선택에 있어 크게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 소비자가 점포선택에 있어 상품과 편의성 보다는 서비스를 가장 크게 고려한다는 유의적 의미의 결과가 나타났다. 이는 코로나-19 발생 상황 및 디지털 기기의 급속한 발전이 소비자의 점포선택에 있어 크게 영향을 준 것이다.

키워드: 소상공인(Small business), 점포선택요인(Store choice factors), AHP

I. Introduction

정부의 지속적인 소상공인 지원정책에도 불구하고 코로나-19 발생 및 계속되는 경기침체로 소상공인 점포의 매출액 급감 등 소상공인의 생존권을 위협하는 소매업 초유의 위기 상황이 발생하였다. 소상공인의 기하급수적 양적 증가, 소상공인 점포 간 과당경쟁 등으로 인해 소매업이 내실 있는 성장을 못하고 있는 악화된 상황을 해결하기 위해서는 소상공인 소매업 경영성과 창출이 본질적인 문제 해결이라고 여겨진다. 소상공인 점포의 경쟁전략 초점은 소비자의 점포선택 행동을 이해하고 소비자 구매 패턴의 개성화 및 다양화를 충족시킬 수 있는 소상공인 점포의 소매마케팅 전략이 매우 중요하다. 본 연구에서는 소비자가 구매상황 하에서 소상공인 점포선택 시 소비자에게 영향을 미치는 점포선택요인을 도출하여 소상공인이 보다 경쟁력 있는 점포 선정 시 활용할 수 있는 실무적인 전략을 제시하고자 한다.

II. Literature Review

1. 소상공인

소상공인[1]에 대한 법률상 규정은 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」 제2조의 정의로써 “소상공인이란 중소기업기본법 제2조 제2항에 따른 소기업 중 상시 근로자 수가 10명 미만으로 광업·제조업·건설업 및 운수업은 10명 미만 그 밖의 업종은 5명 미만”으로 정의한다. 즉 소상공인이란 대부분 생계형 창업이 기본의 중심이며 적은 소규모 자금과 소점포로 창업을 시작하여 영세한 조건으로 사업을 영위하는 개인 또는 법인이다.

2. 점포선택 개념 및 요인

점포선택[2]이란 소핑 및 구매 목적을 위해 소비자가 특정점포를 선정하는 것을 의미한다. 점포선택요인은 소비자가 자기 마음에 심어진 점포의 이미지에 의해 그 점포를 선택하게 되고 또 그 점포에서 제품을 구매하는 것을 말한다.

3. 점포선택 결정요인(린드퀴스트의 연구)

린드퀴스트(Lindquist)[3]는 점포이미지에 대한 이전의 연구를 종합하면서 점포의 이미지는 성질상 매우 복잡하며 무형적 내지 기능적 요소와 소비자가 존재한다고 인식하는 유형적 내지 심리적 요소의 종합으로 구성되어 있다고 제시하였다. 점포이미지에 관한 선행연구들을 고찰한 결과 점포이미지를 구성하는 주요차원으로 <Table1>에서 제시한 바와 같은 차원과 그 구성 점포속성들로 정리하였다.

Table 1. 주요 점포이미지 차원과 그 구성속성

차원별	구성속성
상품	상품품질, 구색, 스타일, 유행, 보증, 가격
서비스	일반적서비스, 점원서비스, 셀프서비스, 반품용이성, 배달서비스, 외상정책
단골관계	사회계층소구, 자아이미지, 일치성, 점원
물리적시설	엘리베이터, 조명, 에어컨, 화장실 등 부대시설
편의성	일반적편의성, 입지적편의성, 주차편의성
촉진	판매촉진, 광고, 진열, 쿠폰 등
점포분위기	친밀성, 수용성
제도적요인	보수적·현대적, 평판, 신뢰성
거래후만족	반품, 거래후 조정활동

III. The Proposed Scheme

점포선택에 있어 상위요인으로는 상품특성, 편의성특성, 서비스특성 3가지로 선정하고 하위요인으로는 품질, 구색, 가격, 일반편의성, 점포입지, 주차편리성, 점원서비스, 배달서비스, 일반서비스 9가지로 선정하였고 AHP 분석결과는 <Table 2>와 같다.

Table 2. 전체 계층도 분석결과

평가요인(1계층)		평가요인(2계층)		
속성	가중치	속성	가중치	순위
상품	0.3	품질	6.6	7
		구색	7.2	6
		가격	16.2	2
편의성	0.2	일반편리성	2.4	9
		점포입지	13.6	3
		주차편리성	4.0	8
서비스	0.5	점원서비스	13.0	4
		배달서비스	26.0	1
		일반서비스	11.0	5

소비자 점포선택요인의 상위요소 항목들에 대하여 AHP로 분석한 결과 ‘서비스’ 50%, ‘상품’ 30%, ‘편의성’ 20%로 순으로 중요도가 나타났다. 즉 소비자가 상품과 편의성 보다는 서비스를 점포선택에 있어 가장 크게 고려한다는 유의적 의미의 결과가 나타났다. 이는 코로나-19 발생 상황 및 디지털 기기의 급속한 발전이 소비자에게 크게 영향을 준 것으로 여겨진다. 또한 소비자 점포선택요인의 하위요소 항목들은 서비스특성에서 ‘배달서비스’ (가중치 26.0%), 상품특성

에서 ‘가격’ (가중치 16.2%), 편의성특성에서 ‘점포입지’ (가중치 13.6%) 순으로 중요도가 나타났다. 이는 소비자가 경제적 어려움으로 인해 ‘가격’ 요인에 대하여 매우 민감하게 반응하였고 소상공인 점포가 아파트 내 상가, 주택 밀집 지역에 위치하고 있으므로 접근가능성 및 이용편리성 등의 ‘점포입지’와 최근 코로나로 인해 안전을 고려한 ‘배달서비스’가 소비자의 소상공인 점포선택 시 매우 중요한 영향 요인으로 나타난 분석 결과이다.

IV. Results

소상공인이 보다 경쟁력 있는 점포선정 시 본 연구결과를 바탕으로 실무에 활용할 수 있는 시사점을 다음과 같다. 첫 번째로 소비자가 경제적으로 악화된 상황에서 더욱 낮은 가격으로 질 좋은 서비스 받기를 원하고 있다는 것이다. 두 번째로 점포입지가 소비자의 구매만족도, 매출증가에 핵심경쟁 요소가 될 수 있다는 것이다. 세 번째로 코로나로 인한 ‘안전’의 중요한 개념이 소비자 구매 패턴의 변화에 영향을 주고 있다는 것이다.

본 연구에서는 점포선택에 있어서 소상공인 사업 컨설턴트를 대상으로 점포의 선택요인을 살펴보았으나 실제 점포를 이용하는 소비자 및 소상공인으로 연구대상을 확장하여 향후 연구에서 살펴보자 한다.

REFERENCES

- [1] 최은화 (2018). 소상공인의 사회적 자본이 네트워크 운영전략 및 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구, 박사학위논문, 원광대학교
- [2] 김영수·이관수·김규곤 (2004). 경쟁 할인점의 고객유치 전략에 관한 실증적 연구, Journal of the Korean Data Analysis, Vol. 6, No 1, pp. 391-406.
- [3] Lindquist J.D. (1975), Meaning of Image : A Survey of Empirical and Hypothetical Evidence, Journal of Retailing, Vol.50, No 4(Winter 1974-1975), pp.31-32.