

# 小賣業의 MIS를 위한 POS시스템에 관한 研究

(A Study on the POS System for MIS of Retailing)

申 昌 洛\*  
Chang-Nag Shin

## < 目 次 >

- |                  |                        |
|------------------|------------------------|
| I . 序 論          | V . 日本의 POS시스템 導入, 運營  |
| II . 經營情報시스템     | 事例分析                   |
| III . POS시스템     | VI . 우리나라의 POS시스템 事例分析 |
| IV . 小賣業과 POS시스템 | VII . 結 論              |

## I . 序 論

우리나라에서도 1970年初부터 대두되기 始作한 流通近代化의 물결은 우리나라 流通業界에 많은 變化와 發展을 가져다 주었다. 특히 1974년부터 政府가 추진하여 온 特別連鎖化事業에 힘입어 近代的인 大型小賣店이 계속 增加되고 있다.

이것은 高度의 産業化에 따라 必然的으로 生活水準의 向上과 消費傾向의 多樣化에 따라 生産은 多角化가 이루어져 生産.販賣.消費.再生産擴大의 過程에서 流通은 經濟的 循環 및 資源配分の 機能을 擔當하고 있으며 重要性이 강하게 認識되고 있기 때문이다. 그러므로 大型小賣店의 取扱品目은 수십만 種類이며, 이들 수많은 品目の 日日 賣出狀況, 在庫狀況을 즉시 把握하여 在庫를

\* 尚志大學 併設專門大學 經營學科 副教授

管理하며 購買管理로 連結한다는 것은 매우 어려운 일이다. 그러므로 流通段階別 品目の 去來.市場情報의 蒐集分析이 매우 重要하게 認識되고 있다.

따라서 經營管理의 合理化.高度화가 要求되는 現代經營에 있어서는 確實한 情報을 入手.高度의 加工을 통하여 情報의 質的인 高度화와 迅速화를 시켜야 하며, 組織自體가 情報를 蒐集.處理.傳達 등을 행하는 意思疎通의 中心地(Center of Communication)로 부각되고, 現代企業은 意思決定의 合理化와 自動化를 達成하기 위하여 必要한 情報를 提供해주는 經營情報시스템(MIS; Management Information System)의 導入이 必要한 것이다.

특히, 消費段階에서 부터 生産者의 段階로 情報의 피드백(Feed Back)을 통하여 製造業과 都賣業에 대한 在庫管理의 適正化, 受發注의 迅速化 出荷配送의 效率化 등의 流通分野 全體를 效率化 할 수 있는 販賣時點情報管理(POS; Point of Sale)시스템의 導入이 무엇보다 必要하다.

그러므로 本論文의 目的은 우리나라의 流通近代化를 위하여 經營情報시스템에 販賣時點情報管理시스템을 어떻게 活用할 것이며, 특히, 우리나라의 小賣業에 대한 POS 시스템의 調査를 통하여 問題點을 分析하고 效率的인 導入 및 合理的인 活用方案을 提示 하고자 한다.

## II. 經營情報시스템

### 1. 經營情報시스템의 意義

“企業을 훌륭히 經營한다는 것은 곧 未來를 經營하는 것이며, 未來를 經營한다는 것은 情報를 管理하는 것이다”<sup>1)</sup> 라는

1) Marison, Harper, Jr., "A New Profession to Aid Management," *Journal of Marketing* January 1961, p. 1. and K.K. Cox(ed.), *Analytical Viewpoints in Marketing Management*, Prentice-Hall, Inc., 1968, p. 73.

말은 情報의 重要性을 두고 한 말이다. 그러므로 現代를 흔히들 情報化社會라 일컫는다. 情報化社會란 人間本來의 知的, 創造活動에 必要한 確實한 情報를 入手, 高度의 加工을 통하여 人間이 單純한 勞動에서 解放되고 創造的 活動에 專念할 수 있도록 되는 社會를 말하며, 情報量이 指數函數的으로 增大되고 情報의 質的인 高度化를 要求한다. 또한 企業環境의 變化와 企業規模의 擴大로 經營管理는 매우 複雜해진 반면, 費用側面의 原因에다 設備投資, 研究開發, 人件費의 上昇 등이 加勢하여 經營者의 意思決定이 상당히 複雜해지고 있다. 그리고 企業은 물론이고, 우리들의 現代生活에 있어서 複雜化는 여러가지 면에서 많은 것이 要求되고 있다. 今日의 新聞, 博物館, 科學研究所, 大學, 圖書館, 教科書는 이러한 要求에 따라 發展된 것이다. 이렇게 複雜한 生活은 有效하고, 適切한 情報의 活用을 하지 않을 수 없다.<sup>2)</sup> 그러므로 現代企業에서는 經營者가 情報의 有用性에 크게 依存하고 있으며, 事前管理를 위한 意思決定의 合理化와 自動化를 達成하는데 必要한 情報를 提供해주는 MIS의 導入 내지 利用이 무엇보다 必要한 것이다.

그리고 經營情報시스템(MIS)에 대한 見解는 歷史的으로 볼때 1950年代에는 綜合資料處理시스템의 概念으로 使用되었으며, 1960年代 初에는 全般시스템의 接近概念으로 理解되었다.<sup>3)</sup> 그래서 Coman(1950)은 MIS를 經營活動에서 計劃, 實施, 統制의 機能을 援助하기 위하여 必要한 情報를 適時에 提供하는 것을 目的으로 하여 특별히 設計된 報告體系이다<sup>4)</sup> 라고 하였으며, 이러한 結果로 MIS의 定義는 經營管理概念, 情報시스템 등의 概念을 取扱하고 있다.<sup>5)</sup> 이후 Whisler(1970)는 情報技術을 感知하고, 코딩(coding)하

2) N. Wiener, *The Human Use of Human Beings*, Houghton Mifflin, 1950, p. 122.

3) A. Vazsonyi, *Semantic pollution in Information systems*, Interface, 1973, pp. 45~46.

4) E. T. Coman, Jr., *Sources of Business Information*, New York: Prentice-Hall, Inc., 1950, p. 10.

5) C. W. Neal, "Counter Conduct in Mechanical System," *Journal of System Management*, 1971, 22(12), pp. 35~38.

고傳達하고, 翻譯하고, 情報를 變換하는 技術로서 定義하였다.<sup>6)</sup>

Fredericks(1971)은 MIS를 特定の 節次(specific procedure)에 대해서 運用的, 戰術的, 戰略的인 計劃, 統制 및 管理하기 위해서 設計된 經營시스템의 集合이라고 하였다.<sup>7)</sup> 그리고 片方善治(1979)는 經營의 意思決定에서 適切하다고 客觀적으로 判斷된 情報를 組織적으로 蒐集하고, 이를 加工蓄積하여 管理의 要求에 따라 適時에 提供하는 人間과 機械의 公式的組織이다<sup>8)</sup> 라고 하였으며, 松本太郎, 大芝猛(1981)은 經營의 最高層이 意思決定에 必要한 判斷情報를 要求時에 즉시 提供할 수 있도록 組織된 總合情報管理體制이다<sup>9)</sup> 라고 하였고, Davis와 Olson(1985)은 情報를 提供하여 運營과 意思決定機能을 支援하는 綜合的인 人間(使用者)-機械시스템이라고 하였다.<sup>10)</sup>

이와같이 學者들에 따라 差異가 있으나 包括的인 定義를 내린다면, 經營內外 全般에 관한 情報를 綜合적으로 確保, 分類, 貯藏하여 각 分野에서 意思決定機能의 迅速한 遂行을 保障하는 동시에 企業을 綜合시스템(Total System)으로서 綜合管理하는데 필요한 情報를 算出하여 意思決定과 即時調整을 有機的인 關聯下에서 進行케하는 綜合的인 시스템이라고 할 수 있다.

經營情報시스템은 일련의 意思傳達過程을 包含하고 있으며, 計劃, 實施, 統制에 利用할 수 있도록 資料를 記錄하고 更新하여야 한다. 그리고 經營情報시스템의 設計者는 각 經營管理者의 情報를 滿足시키기 위해서 共通的인 資料를 最大한으로 利用할 수 있도록 努力해야 한다.<sup>11)</sup> 따라서 近來에 와서는 시스템概念에 立脚해

6) T. L. Whisler, *Information Technology and Organizational Change*, Belmont, Calif., Wadsworth, 1970, pp. 12~37.

7) W. A. Fredericks, "A Manager's Perspective of Management Information Systems," *MSU Business Topics*, 1971, pp. 7~12.

8) 片方善治, MIS의 創造的 活動, (東京: 東洋經濟新聞社, 1979), p. 29.

9) 松本太郎, 大芝猛, 經營情報system, (東京: 新日本印刷株式會社, 1981), p. 163.

10) G. B. Davis and M. H. Olson, *Management Information Systems*, 2nd. ed., NY: McGraw Hill, 1985, p. 5.

11) A. M. McDonough, and L. T. Garrett, *Management Systems*, Richard D. Irwin, Inc., 1965, p. 4.

서 이들 機能을 각기 갖춘 資料處理시스템(E.D.P.S), 通信시스템(Communication System), 그리고 이를 利用하여 經營의 方針을 決定하는 意思決定시스템(Decision Making System)의 三者가 統合하여 이루어지는 것이다.<sup>12)</sup>

이러한 經營情報시스템은 企業이 導入하여 活用함으로써 發生하는 代表的인 諸利點을 보면, ① 보다 빠른 情報를 提供한다. ② 既存經營資源의 效率을 增加시킨다. ③ 死藏된 既存資源을 開發하여 活用할 수 있게 된다. ④ 適中率이 높은 意思決定을 하게 됨으로써 意思決定의 質을 向上시킨다. ⑤ 機敏한 意思疏通이 이루어진다. ⑥ 데이터(Data)의 再作成 業務를 極小化한다. ⑦ 항상 情報處理業務量을 均等化시켜 高負荷期間을 除去한다. ⑧ 經濟的인 人力을 維持한다. ⑨ 期待費用을 減少시킨다. ⑩ 經營管理의 範圍離脫點을 早期에 捕捉하여 修正함으로써 事前豫防的인 管理活動을 하도록 한다.

## 2. 經營情報시스템의 目的 및 特徵

經營情報시스템은 이와 같이 近代經營의 복잡한 組織과 그와 關聯있는 諸機能에 대해 많은 이익이 되고 있음은 明白하다. 그러므로 經營情報시스템의 最終目的은 經營管理에 影響을 주는 모든 活動을 完全히 把握하고 加工處理하여 必要時에 즉시 提供하는데 있다.<sup>13)</sup> 이러한 經營情報시스템은 컴퓨터(Computer)를 活用하지 않더라도 가능한 것이지만 最近에는 컴퓨터 活用の 增大와 利用技術의 發達로 經營情報시스템은 곧 컴퓨터 利用을 前提로 한 經營시스템으로 認識되고 있다. 이것은 1970年代에 들어 오면서 第4世代 컴퓨터의 出現으로 經營意思決定 및 管理用으로 그 利用範圍가 擴大됨에 따라 오늘날 經營情報시스템으로 發展하게 되었

12) 徐南源, 經營情報處理論, (博英社, 1981), p. 36.

13) J. D. Gallaher, Management Information Systems and The Computer, *American Management Association*, 1961, pp. 8~9.

다.<sup>14)</sup> 그러므로 現代企業에 있어서 經營情報시스템 問題는 무엇보다도 重要的 課題이며, 컴퓨터를 利用한 經營情報시스템의 開發, 設計, 運營을 위한 投資는 다른 投資에 비해 결코 輕視할 수 없는 부분을 차지하고 있다.<sup>15)</sup>

### (1) 經營情報시스템의 目的

企業은 經營情報시스템을 위하여 많이 投資를 하고 있는데, 經營情報시스템이 達成하고자 하는 目的은 이미 設定된 經營標準 및 計劃에 대하여 現 經營活動의 適合性에 對한 評價, 經營活動 能力 및 그에 따른 産業構造 全體에서 自社의 地位度 觀點에서 본 各部門의 效率性, 그리고 既存 經營遂行標準의 觀點에서 본 마아케팅, 生産, 人事, 會計 등 各部門의 效率性和 企業目的 達成에 對한 各 部門의 成就度 및 寄與度の 測定, 評價라고 할 수 있다.

### (2) 經營情報시스템의 特徵

企業의 目的을 達成하기 위해서는 經營情報시스템과 같이 恒常 全社的인 觀點에서 모든 것이 檢討되어야 한다.

그런데 現代 企業組織의 特徵은 大規模化, 複雜性, 機能의 專門化, 目的의 多樣性, 變化對處, 外的要求 등으로 아주 多樣하다. 즉 企業 環境은 激變하고 企業間의 競爭은 價格競爭, 非價格 競爭을 불문하고 前例없이 심한 競爭狀態에 있으며, 또 近年에는 公害問題가 提起되는 등 企業의 社會的 責任 問題가 擡頭되어 企業目的은 多角化되었고, 그 組織構造도 極大化, 複雜化되어 가고 있다. 企業은 이러한 環境의 變化에 適應하고 複雜한 組織活動을 管理하기 위해서 많은 量의 情報處理와 많은 情報를 必要로 한다.<sup>16)</sup>

14) G. B. Davis, *Management Information System*, McGraw-Hill Book co., 1974, pp. 4~5.

15) P. E. Holden, & C. A. Pederson, & G. E. Germane, *Top Management*, McGraw-Hill Book Co., 1968, p. 166.

16) R. H. Johnson, & F. E. Kast, & J. E. Rosenzweig, *The Theory and Management System*, 2nd, ed., McGraw-Hill Book co., 1967, pp. 51~53.

이러한 複雜性과 激變하는 企業의 環境속에서 經營情報시스템의 一般的인 特徵은 다음과 같다.

- ① 經營情報시스템은 컴퓨터를 利用한 人間·機械 시스템 (Man-Machine System)이다.
- ② 經營情報시스템은 데이터·베이스(Data Base:資料基盤)를 가지고 있는 統合시스템(Integrated System)이다.
- ③ 經營情報시스템은 管理 및 意思決定模型을 利用한다.
- ④ 經營情報시스템은 意思決定者가 고려중에 있는 特定한 問題를 強調함으로써 본래 選擇的이다.
- ⑤ 經營情報시스템은 經營活動을 豫測하며 對備하는 未來 指向的인 性質을 띠고 있다.

### Ⅲ. POS시스템

#### 1. POS시스템의 定義

POS시스템이란 Point of Sales System의 略字로서 販賣時點 情報管理시스템이라고 할 수 있는데, POS定義에 대한 見解를 살펴보면 다음과 같다.

POS시스템(이하 POS라고 함)이란, 光學式 自動判讀方式의 레지스터(Register:金錢登錄器)에 의해 單品別로 蒐集된 販賣情報과 買入·配送 등의 段階에서 發生하는 各種 情報를 컴퓨터에 傳達하여 각각의 目的에 따라서 有效하게 利用될 수 있는 情報로 處理·加工하여 傳達하는 시스템을 意味한다.<sup>17)</sup>

POS의 連結은 시스템의 小賣組織에 대한 各種 情報傳達을 위하여 組織網을 形成하고 있다.<sup>18)</sup>

17) 日本 流通經濟研究所, POS System, 流通情報, 1982.

韓國마케팅研究院, POS System, 經營과 마케팅, 1983. 10, p. 18.

18) Peter, Zorkoczy, *Information Technology an Introduction*, Knowledge Industry Publications, Inc., 1983, p. 30.

POS는 컴퓨터 터미널을 設置하여 顧客에 대하여 서서비스를 提供하여 주고 小賣店經營에 必要한 各種의 經營情報를 販賣時點에서 作成해 주는 시스템인 것이다.<sup>19)</sup>

위의 見解들을 整理하면, POS란 商品包裝에 인쇄되어 있는 바 코드(Bar code Symbol)를 自動으로 判讀할 수 있는 스캐너(Scanner)가 接續된 POS터미널로 單品別 販賣情報를 蒐集하고, 受發注, 買入, 在庫, 顧客管理 등의 活動에서 發生하는 情報를 컴퓨터로 處理하여 經營 各部分이 有用하게 活用할 수 있는 情報로 加工하는 革新的인 綜合情報시스템이라고 할 수 있다.

## 2. POS시스템의 利點

POS시스템이 一般化되어 널리 普及되면 消費者, 納品業者, 小賣業者에게 다 같이 利點이 있게 되는데 그 重要的 것을 들면 다음과 같다.<sup>20)</sup>

- ① 作業上的 利點:체크.아웃(Check.Out)時間의 短縮, 情報의 신뢰, 終業員의 過失不正 防止.
- ② 店鋪運營上的 利點:現金保有額의 隨時把握, 補充發注의 誠力化, 파아트타임머(Part-Timer)活用容易, 販賣變更의 迅速化, 在庫把握의 正確, 販賣目標 達成測定의 容易.
- ③ 經營管理上的 利點:人氣.非人氣 商品의 早期發見, 在庫 減小의 容易, 切品の 防止, 商品回轉率 向上, 商品別 利益管理 容易, 顧客管理 容易, 信用販賣增進.
- ④ 外部環境에 대한 利點:기다리는 時間 短縮, 店鋪의 이미지 업, 現金盜難 紛失減少, 單品別 販賣情報 즉시 提供.
- ⑤ 豊富한 商品選擇 可能.

이밖에도 POS시스템의 運營으로 얻을 수 있는 利點은 店鋪 運營의 各부분에 걸쳐 30여종에 이르고 있어서 歐美 先進國을 비롯 가까운 日本의 流通業界에서도 急速度로 譜及되어

19) 大韓商工會議所, POS制度解說, 大韓商工會議所, 1986. 4, p. 3.

20) 韓國마케팅研究院, POS시스템의 基礎實務, 經營과 마케팅, 1984. 2, p. 33.



가고 있으며 業種別 利點은 (表-1)과 같다.

(표 - 1) POS시스템의 利點

項目	業種	小賣業	都賣業	商品製 造業體
賣出登錄計算의 簡便, 迅速化		○		
마케팅費用의 節減		○	○	
單品情報 蒐集(잘팔리는 商品把握)		○	○	○
共通코드에 의한 重複作業의 回避		○	○	○
在庫管理의 正確度 向上		○	○	○
在庫, 配送의 合理化		○	○	○
生産計劃의 正確度 向上				○
計算센터(Center)의 廉價利用		○	○	○

### 3. POS시스템과 金錢登錄器의 比較

POS시스템과 傳統的 金錢登錄器를 比較하면 다음과 같다.<sup>21)</sup>

- ① POS시스템 現金登錄器에 비해 費用이 20% 덜 든다.
- ② 現金登錄器가 하나가 販賣去來의 完成에 160초가 소요되는 데 비해 POS는 단지 40초가 소요된다.

21) James A. Obrine, *Computers in Business Management*, IRWIN, 1979, p. 248.

- ③ POS에서는 체크아웃 레지스터(Checkout Register)의 수가 20-25% 減少되며, 販賣原도 減少된다.
- ④ POS는 金錢登錄器로는 不可能하거나 혹은 非經濟的인 機能을 遂行할 수가 있으며, 小賣情報시스템에 要求되는 人力資料의 情報를 隨時로 確保할 수 있다.
- ⑤ POS에서는 미니컴퓨터를 커뮤니케이션 컨트롤러(Communication Controller)로서 活用하므로써 小賣店經營者로 하여금 商品 入手可能性과 顧客信用에 대한 온라인(On-Line)조회를 可能하게 하며, 販賣活動, 商品調達, 顧客決濟, 從業員生産性, 店舖의 物的 흐름에 대한 迅速한 對處를 할 수 있다.
- ⑥ POS는 高度의 正確性.顧客서어비스의 向上 및 從業員 訓練時間의 50%를 減少할 수 있다.  
이밖에도 小賣店經營에 있어서 POS는 傳統的 金錢登錄器와는 比較할 수 없을 정도로 優秀하다.

#### 4. POS시스템의 特徵

POS의 特徵은 ① 單品管理, ② 自動解讀, ③ 販賣時點에서의 情報入力, ④ 情報의 集中管理로 集約될 수 있다.

##### (1) 單品管理

單品管理란 店頭에 진열되어 있는 商品 하나하나의 販賣東向을 바로 把握할 수 있도록 管理한다는 말이다. 지금까지 많이 利用하고 있는 캐쉬레지스터로서는 이러한 單品管理가 어렵다.

그러나 이 POS시스템을 導入하면 “○○회사의, ○○g의 캔에 들어 있는, 얼마짜리의, 인스턴트 커피” 라고 登錄된다.

이처럼 商品을 登錄할 때 식별하기 쉽도록 하기 위해서 世界的으로 약속한 數子表示의 記號가 있는데 이것을 코오드(code)라고 하며 코오드化에는 두가지 方式이 있다.

하나의 同一規格으로 大量生産하여 反復的으로 販賣하는 加

工食品이라든가 雜貨類 등에 使用되는 소오스 마아킹(Source Marking)<sup>22)</sup>과, 의류처럼 개개의 상품을 하나의 코오드로 指定하기가 困難한 것(색상, 무늬, 사이즈, 디자인 등이 다르므로)을 OCR(Optical Character Recognition)文字를 利用, 코오드化하는 방식이 있다.

두 種類중에서 (圖 - 1)과 같은 코오드 表示를 바 코오드(Bar code Symbol)表示라고 하는데 美國.캐나다의 심볼 表示를 UPC(Universal Product code)라고 하면 유럽諸國에서 쓰고 있는 것을 ENA(European Artical Number)라고 부른다.

이러한 심볼 表示를 한 商品은 計算臺에 설치되어 있는 스캐너(Scanner)라고 불리우는 自動解讀機로 判讀케 한다. 이 스캐너에는 定置式(固定式)과 移動式의 두가지 방식이 있다.

(圖 - 1) 바코드表示의 基本<sup>23)</sup>



22) 소오스 마아킹(Source Marking)이란 製造業體 및 輸入業者가 商品의 生産, 包裝段階에서 코드를 商品의 包裝과 容器에 一括的으로 印刷되어 表示하는 것.

23) 大韓商工會議所 流通코드센터, POS시스템과 소스마킹, 1988. 9, p. 1.

- ① 國家區分表示코드: 우리나라(880)를 나타내며 國家別 識別이 容易하다.
- ② 製造業體코드: 韓國流通코드센터가 業體別로 固有코드를 부여하기 때문에 商品의 製品業體가 確實히 識別된다.
- ③ 個個商品品目코드: 商品의 個個品目別로 固有番號가 있기 때문에 企業內外에서 識別이 쉽고 企業間 去來가 簡便해진다.
- ④ 機械의 誤讀防止코드: 바 코드 自體의 誤讀을 檢證하기 때문에 正確性이 높아진다.

## (2) 自動解讀

체크아웃의 兩大要素는 迅速과 正確이다. 百貨店처럼 顧客이 일시에 몰려 들 때 從來의 레지스터로서는 감당하기가 어렵고 錯誤도 많다. 파아트타이머를 많이 活用하는 百貨店에서의 체크아웃에서는 問題들을 解決하기 위해 바로 이 POS시스템이 개발된 것이다. 商品의 包裝容器에 表示되어 있는 심볼表示를 스캐너가 光學的인 裝置에 의해서 自動的으로 解讀하면 顧客에게는 領收證이 發行되고 店鋪에는 여러가지 情報과 資料가 남아 있게 된다.

## (3) 販賣時點에서의 情報人力

從來의 캐쉬레지스터는 事後에 日.週.月 단위로 記錄된 監事 테이프를 풀어 다시 整理 分析할 수 밖에 없었다. 그러나 POS시스템은 바로 그 販賣時點에서 여러가지 데이터를 把握할 수 있다. 이것이 POS의 가장 큰 長點이자 特徵이라 할 수 있다.

## (4) 情報의 集中管理

위 세가지 機能을 통해서 각 店鋪의 POS터미널에서 蒐集된 情報은 本部에 設置된 컴퓨터에 連結되어 移送되고, 이 本部 컴퓨터는 각 체인점으로 부터 보내진 情報을 集中的으로 處理加工하여 각종 데이터를 작성하게 된다.

POS情報의 活用方法을 예로 들면 다음과 같다.

- ① 單品別 販賣動向 把握:人氣商品, 非人氣商品, 新製品의 販賣傾向 把握.
- ② 加工分析:販賣價格과 販賣量과의 相關關係分析, 時間代別 販賣分析.
- ③ 他데이터와의 크로스分析:陳列形態, 날짜, POS와의 關係有無, 競爭品의 傾向有無 등의 分析

### 5. POS시스템의 構成

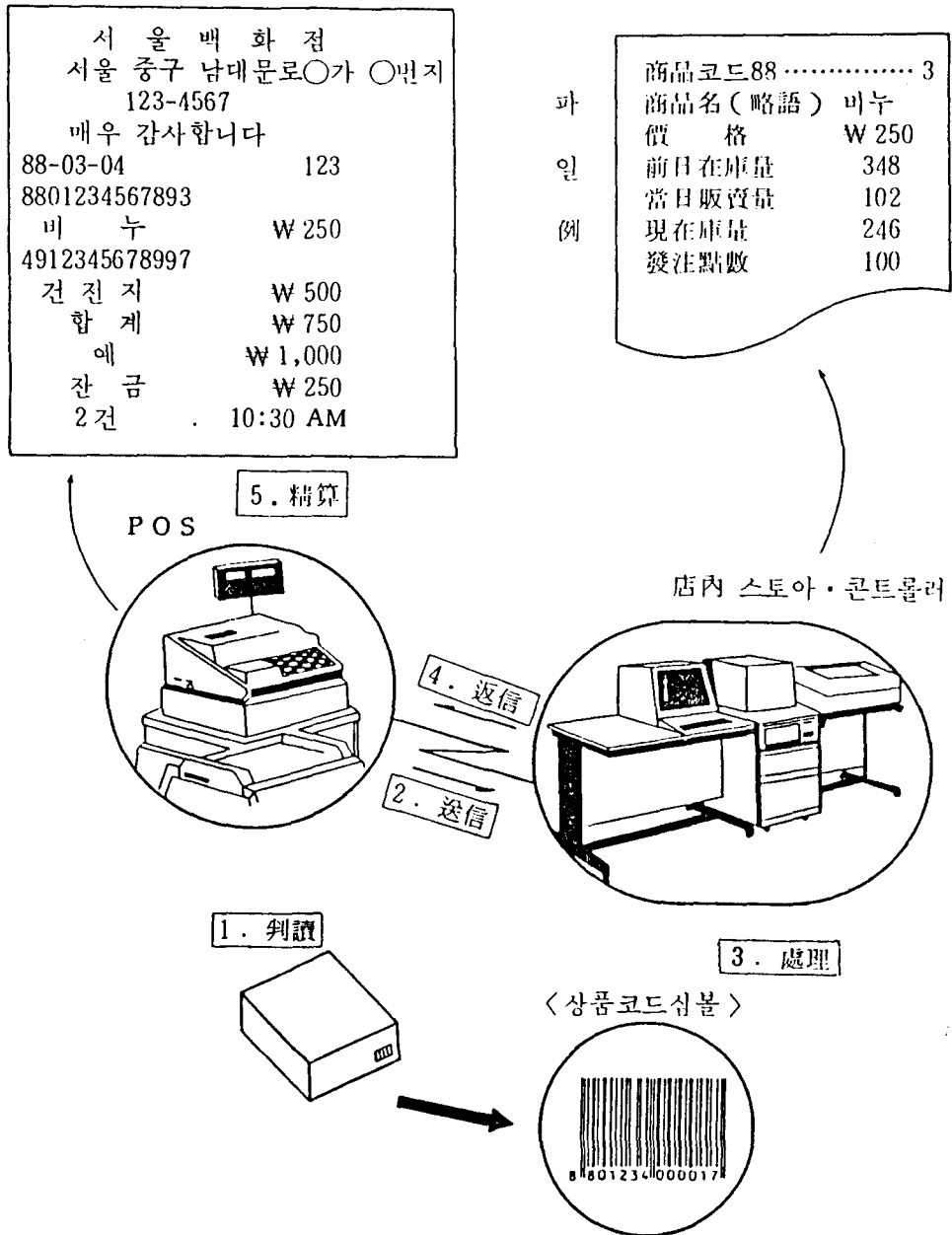
POS시스템의 構成에 대한 商品코드의 自動判讀부터 領收證이 作成될 때까지의 過程을 그림으로 나타내면 (圖 - 2)와 같다. 그림과 같이 小賣業에 대한 POS시스템의 標準的 構成은 다음과 같다.<sup>24)</sup>

- (1) POS시스템이 導入되어 있는 店頭의 各商品에는 반드시 商品코드를 表示하는 심볼마크가 붙어 있다.
- (2) 顧客이 商品을 購入하여 精算할 때 販賣員은 商品을 받아, 商品에 인쇄되어 있는 심볼마크를 定置式(固定式)스캐너 (Scanner:商品코드를 自動的으로 判讀하는 裝置)위로 통과 시켜 읽힌다.
- (3) 定置式스캐너로 判讀된 商品코드는 店鋪內에 設置되어 있는 스토아 콘트롤러(Store Controller)에 送信된다.
- (4) 스토아 콘트롤러는 價格파일, 商品名파일, 在庫파일 등의 各種파일을 갖고 있어, 파일로부터 商品名(略語)과 價格을 檢索하여, POS터미널에 再送信한다.(동시에 在庫파일 등 파일의 更新處理가 행해진다.)
- (5) POS터미널은 商品名과 價格을 領收證에 記錄하고, 同時에 날짜, 終業員 番號, 時間 등도 記錄할 수 있다.
- (6) 閉店後, 各種資料의 作成(賣出統計表, 레지스터別管理表,

24) 大韓商工會議所 流通코드센터, POS시스템과 소스.마킹 메뉴얼, 1989.5, p.8.

部內別管理表, 時間別管理表 등)과 價格更新作業을 할 수 있다.

(圖 - 2) POS시스템處理의 過程



## IV. 小賣業과 POS시스템

### 1. 小賣業과 POS시스템의 關係

現代는 OA(Office Automation)時代이다. 번잡스런 事務處理를 확실히 쉽게 處理하고 있다. 그러나 作業量이 줄었다고는 말할 수 없다. 이제까지는 計算하기가 귀찮아서 별로 記錄하지 않았던 事項도 매번하지 않으면 안되고, 그리 상세하지 않았던 기록도 細密한 分析을 요구하게 된다.

POS는 SA(Store Automation)를 가능케 하는 武器이지만, SA化하는 것은 目的이 아니라, 이에 의해서 業務의 合理化. 效率化를 꾀하여 創造的인 일에 눈을 돌릴 수 있는 時間을 버는 것이며, 또한 보다 적절한 意思決定을 할 수 있는 判斷資料를 提供받는데에 意義가 있는 것이다.

POS시스템으로 부터는 一般的으로 다음과 같은 데이터를 얻을 수 있다.

- ① 賣出商品個數(야채 등은 賣出 重量) ② 顧客數
- ③ 商品單價 ④ 賣出金額(商品單價×賣出商品個數)

그리고 이들 데이터를 單位別(물론, 商品의 그룹핑 方法과 集計의 大小가 정해지면 그 單位別로), 時間代別, 週別, 曜日別, 顧客別이라는 必要에 따른 方法으로 蒐集이 可能해진다. 여기서 말하는 필요에 따라서야말로 POS의 소프트(Soft)에만 있는 것이다. 따라서 POS의 利點은 使用者 能力의 크기에 따라서 정해진다고 말할 수 있다.

### 2. 小賣業과 生産者의 關係

그럼 POS의 소프트를 어떠한 領域에서 開發하는 것이 可能하며, 또한 바람직한가.

本來 POS의 메리트(Merit)는 導入하는 小賣業에 最大의 것이 되어야 하며, 그 活用領域도 넓어야 할 것이다. 한편, 메이커나

都賣業도 POS活用の 最大 前提條件인 소오스 마아킹을 하는 以上, POS데이터로 부터 어떠한 示唆을 얻을 수 있다고 期待하는 것도 當然하다.

그러나 生産者는 데이터를 小賣業으로부터 어떠한 形態로든 提供받지 못한다면 活用은 不可能하다. 여기서 POS를 통하여 小賣業과 生産者와의 새로운 協力段階가 생길 可能性이 있는 것이다.

그 結果, 店頭情報를 基點으로한 새로운 마아케팅, 流通시스템이 생겨나는 일을 생각할 수 있다. 또한 그러기 위해서는 小賣業과 生産者 사이에 끼여 POS데이터를 分析加工하는 DI(Data Intermediater:中間業者)가 定着될 必要가 있을 것이다.

美國에서는 小賣業에서보다는 生産者가 먼저 着眼하여, 小賣業과 共同으로 노우하우(No How)를 開發한 領域이 많았기 때문이다. 즉 POS化의 메리트는 生産者도 小賣業과 마찬가지로 享有할 수 있는 것이다.

### 3. 小賣業과 POS시스템의 소프트 웨어開發

小賣業에 있어서 POS시스템의 소프트 웨어(Soft Ware) 開發은 크게 나누어 다음의 세가지 領域으로 생각할 수 있다.

첫째, 머천다이징(Merchandising)

둘째, 인스토어 머천다이징(In Store Merchandising)

셋째, 오퍼레이션(Operation)

머천다이징은 마아케팅과 同意語로 간주됨은 물론 製品計劃과도 같이 혼동되어 使用하기도 하지만, 만드시 그와 同一한 것도 아니고,<sup>25)</sup> 주로 商品 그 자체에 관한 意思決定이며, 商標化(Branding), 包裝 및 디자인, 等級化(Grading), 혹은 優良品質表示(가령 KS마아크) 등의 活動을 말하기 때문에 都小賣業에서 많

25) William J. Stanton, *See Fundamentals of Marketing International Student ed.*, 1978, p. 180.



이 사용되는 용어이다.<sup>26)</sup>

이에 대하여 머천다이징을 製品開發로 해석을 한 필립(C.F. Philips)의 說을 소개한다면 다음과 같다. 즉, 머천다이징은 顧客은 需要에 대하여 販賣에 의해서 生産되고 提供된 商品을 調整하기 위해서 設計한 製品業者와 中間商의 活動이라기 보다 오히려 製品開發(Product Development)로서 알려진다.<sup>27)</sup>

그리고 인스토어 머천다이징이란, 店頭에서의 스페이스 매니지먼트(Space Management) 및 프로모션(Promotion) 등, 商品의 集合體인 賣場, 혹은 賣場の 集合體인 홀로어(Floorer)에 관한 意思決定의 分野이다.

以上の 두가지 領域은 메이커로서도 自社의 商品, 혹은 그것이 놓여지는 賣場の 狀態라는 의미에서 共通의 關心領域이 된다.

그리고 오퍼레이션이란 最適의 賣場을 유지하기 위한 管理上의 問題 및 그것을 어떻게 效率的으로 행하느냐에 관한 意思決定의 分野이다.

이와같이 POS시스템에서 소프트웨어를 개발하게 되면 (圖 3)과 같이 많은 長點이 있다.

#### 4. 國內 POS制度 導入實態<sup>28)</sup>

##### (1) 最初 POS터미널 設置年度

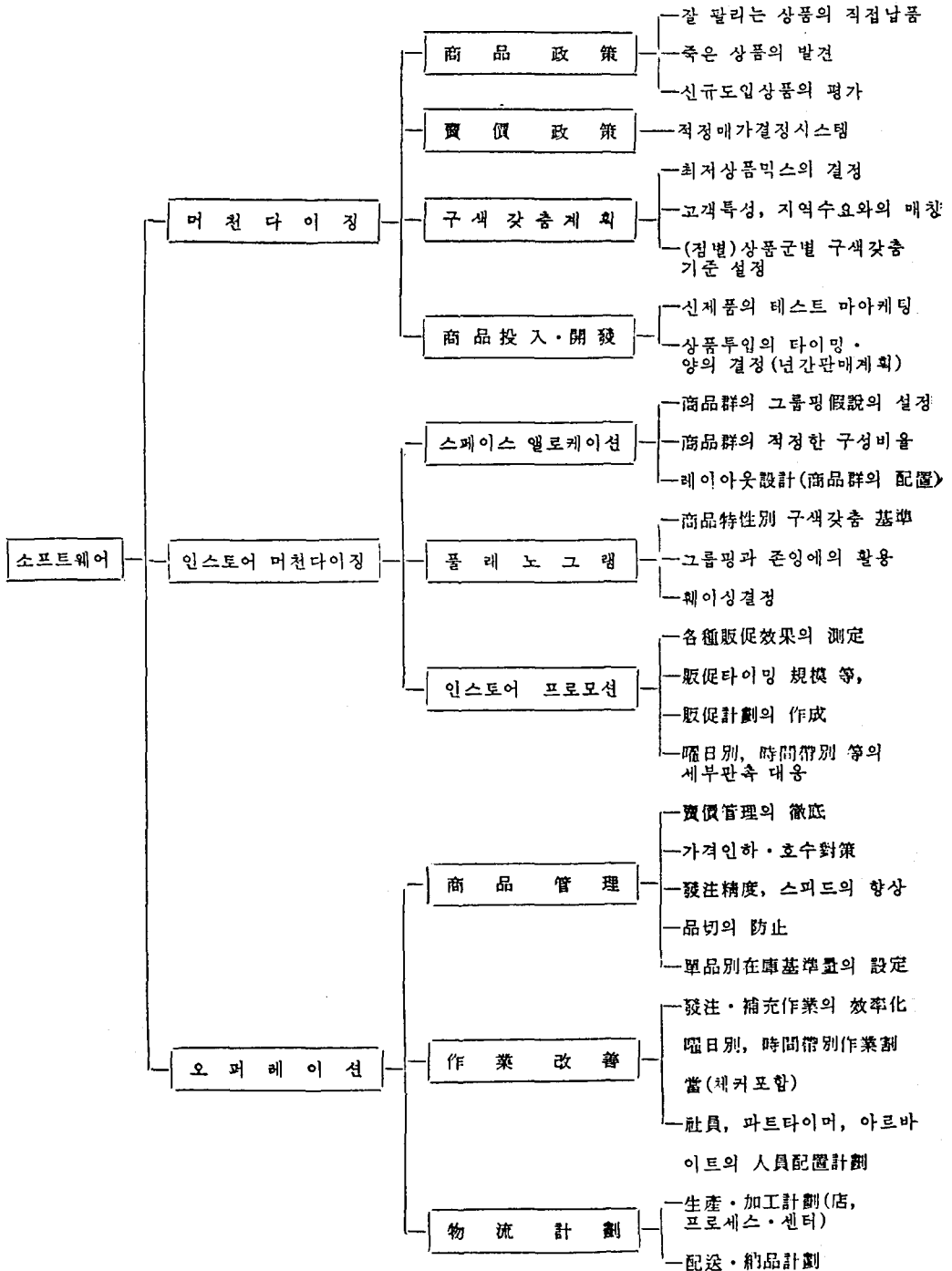
POS制度가 國內 流通業界에 처음 紹介된 것은 80年代 初였으며 POS터미널을 가동하기 시작한 것은 1984년인 것으로 나타났다. 1980年代 후반들어서 증가하고 있어 우리나라 流通業界에 있어서

26) 崔炳龍, 新마케팅論, (博英社, 1983), p. 294.

27) C. F. Phillips, and D. J. Duncan, *Marketing* Richard D. Irwin, Inc., 1950, p. 535.

28) 大韓商工會議所 流通코드센터에서 1988. 10. 31~11. 9일까지 調査한 것임.

(圖 - 3) POS:소프트 메리트의 方向性



도 POS제도가 認識段階를 지나, 擴散段階로 이행되고 있음을 (表-2)에서 보여주고 있다.

(表 - 2) 最初 POS터미널 設置年度

區 分	構 成 比	業 體 數
1985年 以前	50.0 %	1984年 : 2, 1985年 : 2
1986年	.	
1987年	12.5 %	1個 業體
1988年	37.5 %	3個 業體
合 計	100 %	8個 業體

(2) POS터미널 設置臺數

8個業體에 설치된 POS터미널 臺數는 總 675臺로, 1社平均 84臺가 設置된 것으로 나타나 1987年度 日本 百貨店의 1次平均 POS터미널 設置臺數 45臺와 比較해 거의 두배가 되고 있다. 이는 아직 國內 流通業體의 POS制度에 대한 導入比重은 낮으나 導入한 一部業體가 新設店舖에도 POS터미널을 擴大 設置했기 때문인 것으로 分析된다.

(3) POS制度 導入設置計劃

大多數의 業體가 POS制度 導入을 준비 혹은 導入을 전제로 檢討중에 있거나 將來 導入할 計劃이 있는 것으로 나타나 國內 流通業體의 POS制度 普及이 빠른 속도로 進行될 것으로 展望된다.

특히 未導入業體中에서 過半數를 약간 상회하는 業體(百貨店 60.0%, 슈퍼체인 52.9%)는 막연히 將來 導入할 計劃으로 應答하고 있으나, 導入準備中인 業體의 比重(百貨店 31.5%, 슈퍼체인 5.9%)과 導入을 前提로 檢討中인 業體의 比重(百貨店 8.5%, 슈퍼체인 17.6%)이 (表 - 3)과 같이 나타나고 있어 年內에 數個의 새로

(表 - 3) POS制度 導入計劃

區 分	百貨店	수퍼체인本部
導入 準備中	11(31.5)	2 ( 5.9)
導入을 前提로 檢討中	3( 8.5)	6 (17.6)
將來導入할 計劃	21(60.0)	18 (52.9)
도입할 계획이 전혀 없음	.	8 (23.6)
合 計	35(100.0)	34(100.0)

※ 숫자는 業體數이며, ( )안의 숫자는 비율 %

운 POS制度 運營業體가 出現할 것으로 期待된다.

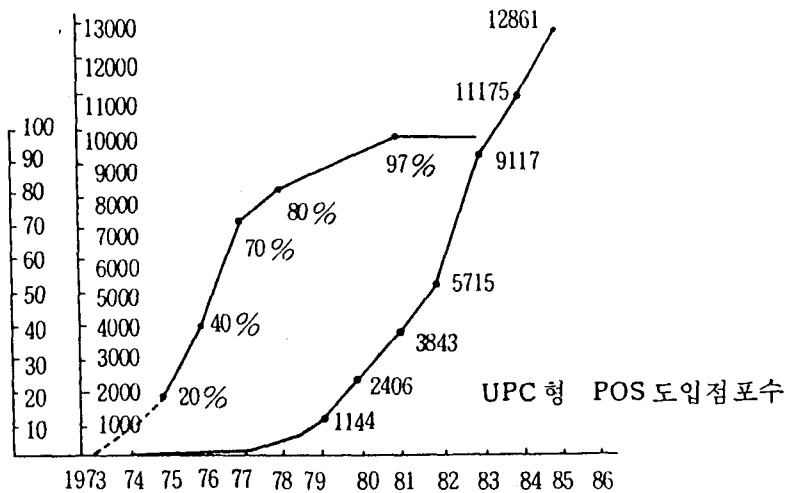
##### 5. 各國의 POS시스템 導入狀況<sup>29)</sup>

① 美國. 캐나다의 UPC:美國에서는 食品, 雜貨에 대한 統一商品 코드(UPC:Universal Product Code)를 1973년에 制定하였다. 現

29) 大韓商工會議所 韓國流通코드센터, POS시스템과 소스. 마킹 매뉴얼, 1989. 5, pp. 19~20.

在 POS시스템 普及率은 거의 100%에 달하고 있으며, (圖 - 4)와 같다.

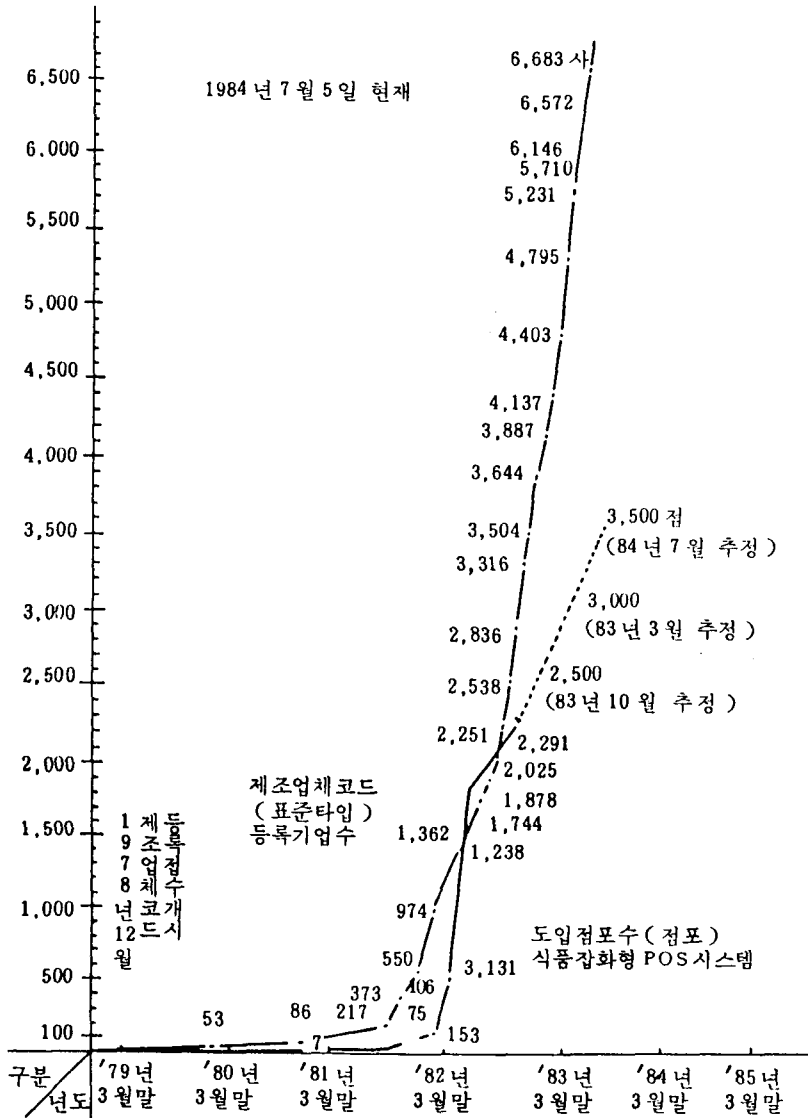
(圖 - 4) 美國의 UPC形 POS導入推移



② 유럽의 EAN:유럽의 통일상품코드는 EAN(European Article Number)이며, 서독은 약 90%, 프랑스 및 영국의 경우는 약 80%, 그외에 스웨덴, 스위스, 벨기에, 오스트리아 등도 65-85%의 普及率을 나타내고 있다.

③ 日本의 JAN:日本の統一商品코드는 JAN(Japan Article Number)이고, POS普及率은 美國과 큰 차이가 없으며, 普及推移는 (圖 - 5)와 같다.

(圖 - 5) 日本의 POS시스템 普及推移



## V. 日本의 POS시스템 導入, 運營 事例分析<sup>30)</sup>

### 1. 經營環境의 概況

- ① 會社名 : (有) 松岡商店
- ② 所在地 : 福岡縣 柳川市
- ③ 賣場面積 : 500㎡
- ④ 賣出額 : 12억엔 (1988年)
- ⑤ 레지스터 (Resister) 臺數 : 5臺 (通常 4臺 使用)
- ⑥ 取扱品目 : 약 6천여 品目 (그 중 40%가 生鮮, 정육, 야채 등 新鮮商品)
- ⑦ 營業時間 : 09:30 - 23:00 (年中無休)
- ⑧ 利用顧客數 : 月 6만 - 6만 4천명
- ⑨ 從業員數 : 從業員 4名, 파트타임 (時間制 雇傭員) 은 약 30名 (交代制)
- ⑩ 競爭店 : 3Km 이내에 6개 店鋪

### 2. POS導入背景과 目的

#### (1) 導入背景

百貨店 및 수퍼의 業界는 特性上 標準化나 시스템화가 困難한 業態로 認識되어왔다. 그러나 工業化時代로 부터 情報化時代로 移行함에 따라 百貨店 및 수퍼業界도 顧客서비스의 向上, 商品買入의 充實 및 外上部門의 擴充을 實現하기 위해 情報시스템의 必要性이 發生하게 되었다. 따라서 松岡商店에서도 POS시스템의 導入을 積極 推進하기 始作하였다.

#### (2) 導入目的

30) 大韓商工會議所 韓國流通코드센터, 日本 POS專門家 招請 세미나, 1989. 10. 11.

첫째는 체크 아웃의 合理化 .

둘째는 顧客서어비스의 向上과 크레디트販賣의 擴大 .

셋째는 管理面에서 顧客情報의 充實, 營業情報의 充實 및 店  
館內 業務의 標準化 .

네째는 1次的으로 出納시스템, 營業(商品)情報시스템, 크레  
트시스템, 外上시스템 및 顧客情報시스템 등의 시스템 構成 .

다섯째는 2次的으로 單品管理시스템, 受注配送시스템, 經理  
會計, 豫算統制시스템 등의 시스템 構成 .

### 3. POS시스템의 年度別 效果와 活用領域

#### (1) 1981年

- ① POS시스템 導入(인스토아 마킹에 의한 9個 部分管理): 당초  
의 導入目的은 체크아웃의 合理化였으나 導入效果는 豫想  
밖으로 좋았다.
- ② 事內 POS시스템 運用體制의 確立과 하드메리트(Hard Merit)  
의 追求
- ③ 체커(Checker)에 時間當 賣出精算 目標를 提示

#### (2) 1983年

- ① 소스마킹코드의 判讀에 의한 單品管理
- ② 商品 更新의 정례화

#### (3) 1984年

- ① 單品 데이터 活用 開始(賣出不振 部門→買入處別 데이터  
→販賣不振 商品의 發見)
- ② 정육, 야채, 청과 新鮮商品의 販賣價格 決定에의 POS活用
- ③ 賃貸市場의 賣出管理
- ④ 主要品目에 대한 販賣目標 設定
- ⑤ POS를 利用한 盜難防止

#### (4) 1985年

- ① 各 商品의 去來處를 決定하고, 賣出總利益 管理 開始
- ② 特賣時 前年度의 實績 데이터를 活用
- ③ 檢品 廢止: 당초에는 納品業者 一部分만 實施했으나 이후 全



### 體로 擴大

#### (5) 1986年

- ① 店舖의 賣出增加率과 買入處別 伸張率을 比較
- ② 카드發行으로 顧客管理 開施
- ③ 카운트 서어비스(Count Service)

#### (6) 1988年

- ① 特賣 廣告傳單의 一部 廢止

## 4. POS시스템의 活用方法

### (1) 適正販賣價格의 設定 方法

- ① 價格에 대한 顧客도 사기 適切하고, 店舖側에도 利益인 接點을 찾는다.
- ② 같은 賣出 利益이면 많은 顧客이 찾는 것이 經營의 安定

### (2) 主要商品에 대한 販賣比率(目標)의 設定

- ① 月間 總顧客數中 特定品目을 찾는 顧客數의 比重調查 (品目別 比率을 調查)
- ② 品目別 水準이 豫想 외로 낮을 경우, 要因을 分析, 調查

### (3) 在庫過剩을 항상 체크

- ① 月末에 單品別 販賣數와 在庫數를 出力(過剩在庫 確認)
- ② 在庫期間을 確認하여 期間이 길면 返品

### (4) 納品業者別 商品의 販賣狀況을 체크

- ① 販賣結果에 따른 貨金支拂
- ② 納品業者別 販賣結果로 原因 調查
- ③ 納品業者別 販賣結果를 알려주고 關心 鼓吹

### (5) 主力商品의 貢獻度 調查 및 管理

- ① 主力商品:아이템數로는 全體의 20%, 賣出額으로는 80%를 점하고 있다.
- ② 販賣不振商品:아이템數로는 25%, 賣出額은 3%인데, 이것을 新商品으로 代替

### (6) 商品 販賣中斷의 基準設定

- ① 一定基準 以下로 販賣되는 品目は 체크한 후 販賣中斷

(7) 新商品의 導入

① 新商品 評價의 基準을 만들어 商品買入

## Ⅵ. 우리나라의 POS시스템 事例研究<sup>31)</sup>

- (株) 眞露流通 -

### 1. 流通業과 情報産業

最近 國內 流通産業은 新規業體들의 登場과 既存業體들의 地店擴大 등으로 그 競爭이 치열한 實定이다. 게다가 消費者들의 欲求는 매우 多様하여 이를 充足시켜주기 위한 新商品의 開發, 製品의 實績管理 등도 매우 어려워지고 있다.

이러한 惡條件下에서 低마진, 高品質, 最上의 서어비스로 消費者에게 奉使하고 신뢰받는 流通業이 되기 위해서는 무엇보다도 正確하고 迅速한 情報體制의 樹立이 重要하며, 또한 이를 分析, 加工하고 活用하기 위해서는 情報産業에 대한 必要性이 크게 擡頭되고 있으며, 그 一換으로 POS시스템을 導入, 活用하고 있다.

### 2. POS시스템의 導入 및 效果

#### 가. POS시스템의 導入背景

持續的인 經濟의 成長으로 消費文化 패턴의 多様化와 高級化 趨勢로 從來에는 生産이 곧 販賣였던 것과는 달리 品質優先의 多品種 少量生産에 의한 販賣狀況을 맞게됨에 따라

첫째, 賣場에서 必要로 하는 商品情報를 迅速, 正確하게 把握할 수 있어야 하며

둘째, 人氣商品 把握으로 商品陳列의 合理化와 品切을 豫防

31) 大韓商工會議所 韓國流通코드센터, POS情報, 1989. 9. 15, pp. 7~9.

하여 販賣에 대한 機會損失을 줄이고

셋째, 販賣動向을 豫測하여 適時에 價格調整을 可能케함으로써 商品의 回轉率을 높이며

네째, 作業能率 向上에 따른 誠力化를 기하고

다섯째, 체크 아웃時間의 短縮을 통한 對顧客 서어비스改善 등 營業의 活性化와 販賣의 效率化를 위한 經營全般에 意思決定을 支援하는 手段으로써 POS시스템의 導入은 必然的이라 할 수 있다.

#### 나. POS시스템의 導入效果

POS시스템의 導入效果는 適用되는 業務의 質과 量, 그리고 시스템規模에 따라 多少差異가 있으나 가장 重要한 것은 여러자료가 活用되어 經營全般에 큰 도움을 주는 것이다.

##### (1) 一般的인 效果

① 店鋪 運營의 效率化를 極大化할 수 있다.

各種 傳票 및 領收證의 自動發行, 오타 登錄의 防止 및 運營의 容易, 크레디트處理 能力의 向上으로 不良口座와 購買限度의 自動체크, 效率적인 人員配置에 의한 作業能力의 向上.

② 머천다이징(Merchandising)의 向上

人氣 및 非人氣商品의 迅速 正確한 把握, 人氣商品의 品切現象 防止, 非人氣商品의 陳列量 縮小, 顧客 購買動向 把握, 單品別 期待情報 入手.

③ 顧客 서어비스 向上

自動 登錄에 의한 顧客의 待機時間 減少, 領收證에 商品名 表示로 顧客認識 高調.

④ 새로운 販賣形態의 對應

캐쉬 레스(Cashless)時代에 對應, 뉴 미디어에 對應, 商店 自動화시스템의 擴散.

## (2) 바 코드 스캐닝에 의한 效果

① 顧客의 체크 아웃의 誠力化, 迅速化, 正常化, 登錄誤流防止, 체커(Checker)教育時間의 短縮化. 領收證에 商品名 表示로 顧客에 대한 關心의 向上.

### ② 머천다이징(Merchandising)

人氣와 非人氣商品의 把握에 의한 計劃的인 商品政策 具現. 價格統制의 向上. 特賣, 賣價變更, 價格의 澈低化. 單品管理에 의한 商品損失. 소우스 마킹(Source Marking) 商品에 의한 固有코드 適用으로 費用 切減.

## (3) 業務別 適用에 대한 期待效果

① 營業情報 側面에서의 POS시스템의 效果는 營業活動에 도움을 줄 수 있는 賣出情報 및 商品情報 등을 綜合的으로 管理하여 모든 階層에 必要한 情報를 迅速, 正確하게 提供하는데 있다.

② 單品管理 側面에서는 商品의 在庫管理를 容易하게하며 買入, 賣出 데이터의 商品別 管理로 잘 팔리는 商品과 그렇지 않은 商品을 區分하여 發注 및 處分을 適期에 할 수 있는 效果가 있다.

## 3. POS시스템이 流通過程에 미치는 影響

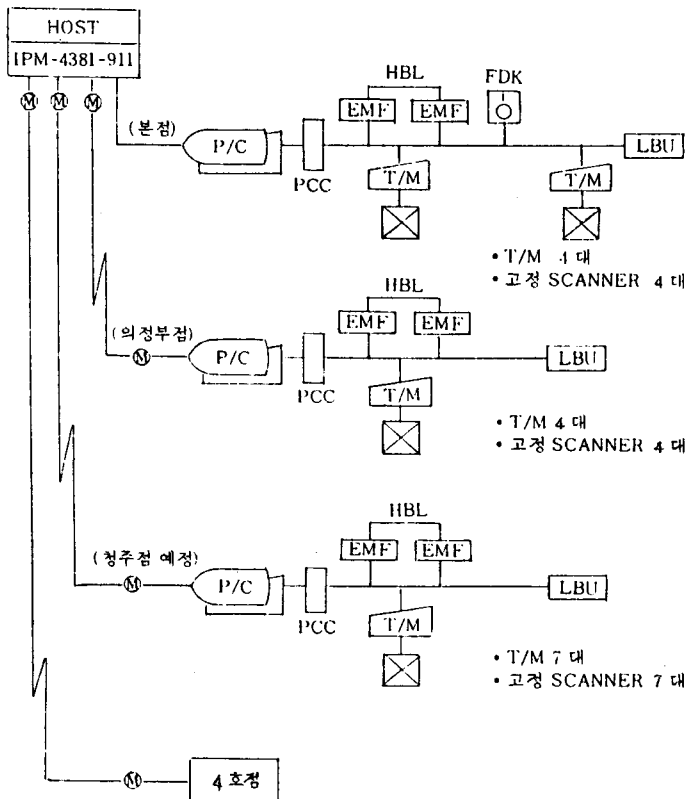
流通經路가 보다 體系的으로 이루어져 生産性を 높이고 賣出伸張에 寄與하기 위해서는 情報가 동반되어야 한다. 正確한 情報分析을 통해 企業은 需要와 供給을 豫想해야 生産과 販賣戰略을 세우게 되는 것이다. 그러나 실제로 정보의 分析이 뛰어나다 하더라도 賣出과 消費者의 購買時點 사이에서 時差가 發生되기 마련이며, 경우에 따라서는 商品이 어느 倉庫 한구석에서 잠을 자거나 返品이 됨으로써 商品의 質이 低下되고 過多한 在庫로 經營壓迫을 가져오기도 한다. 또한 急激한 賣出로 商品이 品切되어 機會損失을 입기도 한다. 위와 같은 現狀은 企業의 損失일 뿐 아니라 需給不均衡으로 인해 國民經濟에도 적지않은 害를 준다.

따라서 商品의 流通過程과 情報의 分析과 흐름의 改善이 필요하게 됨에 따라 POS시스템이 導入되었다. POS시스템은 여러 難題를 解決하여 販賣時點의 情報를 正確히 傳達하게 되고, 따라서 商品의 需給을 調整해 준다. 이러한 POS시스템의 機能은 企業은 물론 國民經濟에도 큰 도움을 주게 되며, 正確한 消費者의 欲求를 把握함으로써 生産까지 피드 백(Feed Back)되어 流通情報시스템의 效率性 제고에 큰 影響을 주게 된다.

#### 4. 眞露都賣센타의 POS시스템

##### 가. POS시스템의 構成圖

<圖 -6> POS시스템의 構成圖



## 나. 眞露都賣센터의 POS導入 設置 過程

현재 眞露都賣센터는 Hyper Market 部分만 POS시스템을 導入, 運營하고 있다. 지난해 眞露都賣센터의 開館時 全館에 POS시스템의 設置를 檢討했으나 廣範圍한 賣場 全體에 設置할 경우 經濟性面이나 時間的인 問題가 있어 一部 賣場에만 設置하기로 決定했다. 이에 따라 多品種이고 回轉率이 높은 食品類를 主로 取扱하는 Hyper Market에 POS시스템을 導入, 賣場管理에 效率化를 期했다. 또한 尙後 全館 POS시스템을 構築함에 있어 施行錯誤를 最小化할 수 있을 것이다.

### ① 本店 Hyper Market 開館

機種選定이 끝난 開館까지 불과 2個月이라는 짧은 開發期間을 거쳐 成功的인 開館을 했다. 이는 現業部署와 電算팀, 電算協力業體인 기린시스템이 各者의 맡은 分野에 最善을 다한 結果였다. 多少의 施行錯誤가 없지는 않았지만 점차 修正 補完하여 現在는 매우 만족스럽게 運營되고 있다.

처음에는 10臺를 設置하였고 이후 顧客의 增加로 3帶를 增設하였으며 오는 9月初에는 國內에서는 처음으로 2人制 POS시스템을 設置할 豫定으로 現在 試驗稼動中이다. 2人制는 現 1人制보다 체크아웃時間을 倍以上 短縮시켜 피크타임에는 顧客의 待機時間을 줄이고 평상시에는 1人制로 還元이 可能하도록 되어있어 賣場管理의 效率性 제고에 寄與하는 바가 매우 클 것으로 期待된다.

### ① 支店 開館

本店 開館시 얻은 經驗으로 의정부店開館에는 별무리가 없었으나 多店鋪體系에 의한 本.支店 統合管理라는 側面에서 약간의 補完이 있었고 이를 經驗으로 淸州 眞露百貨店의 開館에는 별문제 없이 展開되고 있다.

## 다. POS시스템 定着過程

지난해 1月 眞露都賣센타가 오픈할 때는 正確한 Check-Out이 最優先 課題였다. Cashier, 販賣員, 賣場擔當 등에 대한 教育을 수차례 反復 實施하고 販賣豫行練習까지 치밀히 施行하였지만 販賣行爲, 構成員, 裝備 등 모든 것이 生소하여 POS의 궁극적 目標인 單品管理에 의한 經營情報活用은 생각조차 할 수 없었다. 그러나 오픈 후 1個月부터는 單品管理를 위한 勞力을 試圖했다.

먼저 單品管理를 위해서 正確한 바코드의 附着, 바코드에 의한 100% 單品 賣出遂行, 管理者의 끊임없는 確認, 그리고 트리블 없는 裝備 등이 先行되어야 한다는 點을 알았다. 그 후 先行條件의 完成을 위해 끊임없는 勞力을 계속했다.

그 結果 各 分野別 POS시스템을 위한 役割, 必要性의 反復 教育으로 오픈 1年만에 100% 單品 賣出遂行이 可能하도록 만들었다.

이제는 어느 누구라도 온라인 단말기를 통해 單品別 賣出, 買入, 在庫數量, 金額 등을 確認해 볼 수 있게 되었고 購買管理, 賣場管理, 倉庫管理, 在庫管理 등의 業務에 活用할 수 있는 名實相符한 完全 POS시스템을 構築해 놓았다.

#### 라. POS시스템 情報 活用 過程

POS시스템 構築의 目的은 체크 아웃時間의 短縮, 顧客 서어비스 向上, 企業 이미지 제고 등 基本的인 效果도 重要하지만 POS시스템에 의해 蒐集된 情報를 活用하여 企業目的 達成을 위한 經營意思決定資料의 提供에 있다.

現在 眞露都賣센타는 100% 單品 賣出 遂行에 의한 基礎資料를 活用하여 商品管理, 去來先管理, 賣場管理 등 營業政策樹立을 위한 資料活用に 最大의 力點을 두고 있다. 몇 가지 例를 들면

##### ① 單品別 在庫 現況 把握

週, 月 單位 在庫現況 레포트를 活用하여 滯貨在庫, 適正在庫, 發株勤考, 商品選定の 基礎資料로 活用하여 在庫費用減少, 品切防止, 安全在庫 管理에 많은 效果를 보이고 있다.

② 商品群別 單品 人氣 및 非人氣商品 現況 把握

日, 週, 月, 分期(季節)單位, 商品群別로 單品 人氣 및 非人氣商品 레포트를 活用하여 重點 戰略商品 選定, 賣場 陳列臺 調整 管理 등 賣出增大 政策樹立에 效率的으로 利用하고 있다.

③ 無賣出 單品現況 把握

週, 月單位 無賣出 單品 레포트를 活用하여 不必要한 在庫의 增加 防止 및 在庫 商品 賣出 戰略 樹立에 利用하고 있다.

④ 賣價 變動 現況 把握

一定 期間別로 賣價變動 現況을 레포트하여 賣價上昇 要因 分析 및 各 製品을 顧客에게 低廉한 價格으로 서어비스한다.

⑤ 單品別 發住 期間 管理 現況 把握

一定 期間別로 發住 週期의 現況을 레포트하여 效率的 發住 管理로 發住費用과 在庫費用을 減少시킨다.

이와같이 基礎情報의 蒐集 活用 結果로 安定된 學業, 生動感 넘치는 營業管理를 할 수 있게 되었고 따라서 賣出伸張效果도 가져 올 수 있는 契機가 되었다.

## 5. 向後 展望

情報産業의 重要性은 날로 增大되고 있고 따라서 POS시스템도 그 領域을 점차 넓혀가고 있다. 또한 流通業種에 있어서는 POS시스템이 매우 重要한 役活을 하고 있는 만큼 流通 近代化와 效率的 管理를 위해 더욱 많은 關心과 勞力이 競走되어야 할 것이다.

앞으로 經營의 보다 合理的 運營과 對顧客 서어비스를 위해서 POS시스템의 擴張과 研究開發에 더더욱 勞力을 增加하여야 할 것이며, 그리하여 流通經路의 短縮과 合理的 運營으로 消費者들에게 實質的 惠澤이 돌아가게하며 國內流通産業의 發展에도 寄與하여야 할 것이다.



## Ⅶ. 結 論

우리나라에서 流通産業의 情報化 또는 컴퓨터의 活用은 최근 에 이르러 일부 大企業을 중심으로 活性化되어 가고 있는 段階이다. 小賣業에 있어서도 1986年 아시안 게임과 1988年 서울 올림픽을 치르기 위하여 정부에서는 流通近代化 事業을 적극 推進하였으며, 業界에서도 많은 需要를 豫測하여 大型 小賣店이 속속 참여하여 많은 發展을 하고 있다.

더욱이 情報通信技術의 發達에 의한 高度情報化社會로의 移行이 가속화되고 있는 現在, 企業은 종래의 量的 成長에서 탈피하여 經濟革新을 통한 質的 成長, 특히 情報시스템에 대한 體系的이고도 迅速한 對應이 要請되고 있는 실정이다.

최근에 店鋪自動化 및 流通生産性 向上과 관련된 POS시스템이 우리 業界에서 普及, 擴散日路에 있는 것도 이러한 變化過程의 하나로 보여진다. POS시스템은 어떤 商品이 언제 어떤 價格으로 얼마나 팔렸는가에 대한 情報를 蒐集하여 迅速하고 正確한 經營意思決定을 위한 基礎資料로 活用하고자 하는 시스템이기 때문에 急變하는 消費動向과 多品種 少量生産 등 變化하는 諸環境에 企業이 能動的으로 對應해 나가는 데 必須不可決한 經營道具라 할 수 있다.

이와같은 流通情報시스템의 革新的인 道具라고 할 수 있는 POS시스템을 購入하기 위해서는 다음과 같은 條件이 整備 또는 先行되어야 한다.

첫째, 企業內部的으로 商品分類와 體系化的인 코오드化, 社內帳簿의 形式, 處理方法의 標準化, 定札, 라벨의 樣式, 處理方法의 標準化 등의 條件이 先行되어야 하며,

둘째, 企業 또는 産業界에서는 企業間에 商品코오드의 標準化, 코오드 表示方法의 標準化, 定札, 라벨樣式的 標準化, 傳票, 帳簿의 標準化 등의 條件이 先行되어야 한다.

그리고 POS시스템을 導入하게 되면 다음과 같은 利點을 얻을 수 있다.

첫째, 店舖가 必要로 하는 商品情報를 迅速.正確하게 把握할 수 있다.

둘째, 人氣商品을 把握하여 商品陳列의 合理化를 기하여, 品切을 防止하여 항상 適正水準의 구색 및 在庫를 갖출 수 있다.

셋째, 販賣데이터를 근거로 하여 앞으로의 販賣動向을 豫測하여 適時에 價格調整을 斷行함으로써 商品의 回轉率을 높일 수 있다.

넷째, 스캐너(Scanner)의 導入에 의해 作業能率이 大幅 向上된다.

다섯째, 피크타임에 顧客의 혼잡을 緩和시키는데 큰 도움이 된다.

여섯째, 時間制雇傭員을 採用하여 費用을 節減할 수 있다.

이와같이 POS시스템이 폭넓게 普及되면 小賣店經營은 물론 消費者, 納品業者, 製造業體側에 있어서도 많은 利點이 있다.

우리나라에 있어서 이와같은 流通情報시스템의 發展을 하기 위해서는 다음과 같은 課題가 解決되어야 한다.

첫째, 우리 實定에 맞는 諸般 合理化, 標準化作業을 早期에 着手 定着시켜야 한다.

둘째, 流通業, 製造業, 運輸業, 情報産業分野 등의 모든 關聯業界가 積極的인 參與와 協力이 있어야 한다.

셋째, 短期的 成果 보다도 長期的 目標를 위하여 持續的으로 推進되어야 한다.

넷째, 政策當局의 積極的인 支援施策이 있어야 한다.

이밖에도 저렴한 器機의 普及, 우리 實定에 알맞는 소프트웨어 開發, 流通情報시스템 分野의 專門人力養成 등이 모두 함께 이루어져야 할 課題들이다.

그러므로 우리나라도 政府.企業.學界.關係機關이 다같이 合心하여 流通近代化 發展에 勞力하여야 할 것이다.

## 參 考 文 獻

### <韓國 및 日本文獻>

1. 徐南源, 「經營情報·處理論」, 博英社, 1981.
2. 崔炳龍, 「新마아케팅論」, 博英社, 1981.
3. 大韓商工會議所 流通코드센터, 「POS시스템과 소스마킹」, 1988.
4. 大韓商工會議所 流通코드센터, 「POS시스템과 소스·마킹 매뉴얼」, 1989.
5. 大韓商工會議所 流通코드센터, POS시스템 活用을 위한 商品 分類 및 코드設計가이드, 1989.11.
6. 大韓商工會議所 流通코드센터, 「POS制度解說」, 1986.
7. 韓國마아케팅研究院. 「經營과 마아케팅」, 1984年 2月號
8. 韓一銀行. 「韓一月報」, 1983年 4月號
9. 松本太浪·大芝猛. 「經營情報시스템」, 新日本印刷株式會社
10. 片方善治. 「MIS의 創造的 活用」, 東洋經濟新聞社.
11. 流通經濟研究所. 「流通情報」, 1982.

### <歐美文獻>

1. Brooker, W. M. A. " The Total System Myth," Systems & Procedures Journal, July-August 1965.
2. Coman, E. T., Jr. Sources of Business Information, Prentice-Hall, Inc., 1950.
3. Cox, K. K. Analytical Viewpoints in Marketing Management, Prentice - Hall, Inc., 1968.
4. Davis, G. B. Management Information System, McGraw- Hill Book Co., 1974.
5. Dickson, G. W. & Wetherbe, J. C. The Management of Information System, New York:McGraw- Hill, 1985.

6. Fredericks, W. A. " A Manager's Perspective of Management Information Systems," MSU Business Topics, 1971.
7. Gallagher, J. D. " Management Information Systems and The Computer," American Management Association, 1961.
8. Haper, Marison, Jr. " A New Profession to Aid Management" Journal of Marketing, January, 1961.
9. Hicks, J. O. Jr., Management Information Systems: A User Perspective, St. Paul, Minn.: West Publishing Co., 1984.
10. Holden, P. E. and Pederson, C. A. and Germane, G. E. Top Management, McGraw - Hill Book Co., 1968.
11. Johnson, R. A. and Kast, F. E. and Rosenzweig, J. E. The Theory and Management System, 2nd ed., McGraw - Hill Book Co., 1967.
12. McDonough, A. M. and Garrett, L. J. Management System, Richard D. Irwin, Inc., 1965.
13. Murdick, R. G. MIS: Concepts and Design, Englewood Cliffs, N. J.: Prentice - Hall, 1980.
14. Neal, C. W. " Counter Conduct in Mechanical System," Journal of System Management, 1971.22(12).
15. Phillips, C. F. and Duncan, D.J. Marketing, Richard D. Irwin, Inc., 1950.
16. Prince, T. R. Information Systems for Management Planning and Control, Richard D. Irwin, Inc., 1970.
17. Schoderbek, C. G, Schoderbek, P. P. & Kefalas, A. G. Management System, Rev. ed., Dallas, Texas: Business Publications, 1980.
18. Simon, H. A. The New Science of Management Decision, New York: Harper & Row, 1960.
19. Staton, William J. See Fundamentals of Marketing, International Student ed., 1978.

20. Tricker, R. I. & Boland, R. I. Management Information & Control System, Chilchester, England:John Wiley & Sons, 1982.
21. Whisler, T. L. Information Technology and Organizational Change, Belmont, Calif, Widsworth, 1970.
22. Wiener, N. The Human Use of Human Beings, Houghton Mif-  
fin, 1950.
23. Zorkoczy, Peter. Information Technolgy An Introduction,  
Knowlege Industry Publication, Inc., 1983.