

프랜차이즈업계의 현황과 개선방향

본사 이익보다 철저한 가맹점 관리 필요

현재 국내 프랜차이즈 업계는 우후죽순처럼 생겨나 과열 경쟁을 벌이고 있다.

프랜차이즈 본사들은 한탕주의로 가맹에 따른 수입을 올리고 가맹점 지도에 소홀한 점이 많다.

따라서 국내 프랜차이즈 업계가 발전하려면 본사가 가맹점을 위한 철저한 경영 지도 및 사후 관리가 필요하며 계약상 일방적이고 불평한 조항이 있는지 검토해 시정하려는 노력이 필요하다.

■ 글 / 김의근(동아대학교 교수, 한국외식산업연구소 고문)



▲ 프랜차이즈 형태는 빠른 사업 성장의 이점으로 각 부문에 걸쳐 빠르게 확산되고 있다.

강한 부문까지 사업 영역이 넓혀졌다.

그러면 왜 이렇게 프랜차이즈가 성행하는가? 프랜차이즈를 주체적으로 실행하는 본사와 프랜차이즈를 받아들이는 가맹점 양쪽에 많은 이점을 주고 있기 때문이다. 본사는 다음과 같은 이점이 있다.

첫째, 빠른 사업 성장

본사는 체인화에 필요한 노하우를 가지고 있지만 자금과 인력을 충분히 가지고 있지 못한 경우가 많다. 가맹점의 자본과 인력을 이용하여 체인화함에 따라 사업 확대를 빠르게 할 수 있다.

왜 프랜차이즈가 성행하는가?

메가트렌드의 저자 존 내스빗(John Naisbitt)은 프랜차이즈만큼 20C에서 성공한 사업 개념은 없다고 말하였다. 또한 프랜차이즈는 80년대 이전까지는 숙박, 외식, 유통부문에서 주로 이루어졌지만 80년대 중반부터 세무·회계, 부동산 중개, 학원, 자동차 수리, 인쇄·복사, 청소용역 등의 무형성이

둘째, 재무 위험 회피

본사는 직접 투자없이 상품 사용 허가와 기술 지원만 하고 자본 투자가 없기 때문에 만일 가맹점이 도산한다 할지라도 본사는 재무적으로 직접 피해를 보지는 않는다.

가맹점의 이점은 다음과 같다.

첫째, 입증된 영업 개념을 활용함으로써 도산 확률을 줄일

●● 프랜차이즈 형태는 빠른 사업 성장, 재무 위험이 적다는 이점으로 빠르게 확산되고 있다. 부문별로는 80년대 이전까지는 숙박, 외식, 유통 부문이 주류를 이뤘으나 80년대 중반 이후는 세무, 회계, 학원, 청소 용역 등 무형성이 강한 부문까지 영역이 넓어지고 있다. ●●

수 있다. 미국의 경우 개인 사업이 창업으로부터 5년 이내에 도산할 확률이 65%인데 반해 프랜차이즈 가맹점의 도산율은 3%에 불과한 것으로 나타났다.

둘째, 본사의 경영 지도를 통해 쉽게 창업과 운영을 할 수 있다.

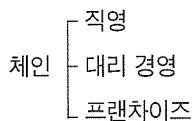
셋째, 이미 알려진 상표를 사용할 수 있으므로 고객에게 쉽게 다가갈 수 있고 공동 광고 활동을 할 수 있다.

넷째, 가맹점의 경영주와 직원이 본사로부터 전문 교육을 받을 수 있다.

다섯째, 대량구매를 통해 원가절감을 할 수 있다.

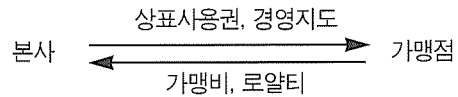
프랜차이즈란 무엇인가?

아직 많은 사람들이 체인과 프랜차이즈에 대하여 혼동하고 있다. 체인은 프랜차이즈보다 포괄적인 개념이다. 체인화의 방법으로 직영, 대리 경영, 프랜차이즈 등이 있다. 직영은 체인화를 시도하는 주체(본사)가 직접 투자하여 직영점을 개설하고 본사 직원을 근속시켜 영업하는 방법이다.



대리 경영은 자본을 가진 이(소유주)가 경영 능력 부족 등의 이유로 경영 능력을 갖춘 본사에 경영을 맡겨 대리 운영하게 하는 방식이다. 즉 소유주는 토지, 건물, 집기 등은 물론이고 운영 자금까지 제공하고 본사는 경영에 필요한 모든 권한을 소유주로부터 위임받아 전문가를 파견해 운영하는 방식으로 자본과 경영이 분리된다고 보면 된다.

프랜차이즈는 본사가 가맹점에게 본사의 상표, 경영 방법, 운영 개념 등을 제공하여 가맹점이 투자하여 운영하는 방식이다. 이를 간단한 그림으로 나타내면 다음과 같다. 여기서 알 수 있듯 본사와 가맹점은 경영 부문에서는 수직적이지만 법적으로는 서로 독립적이며 대등 관계이다.

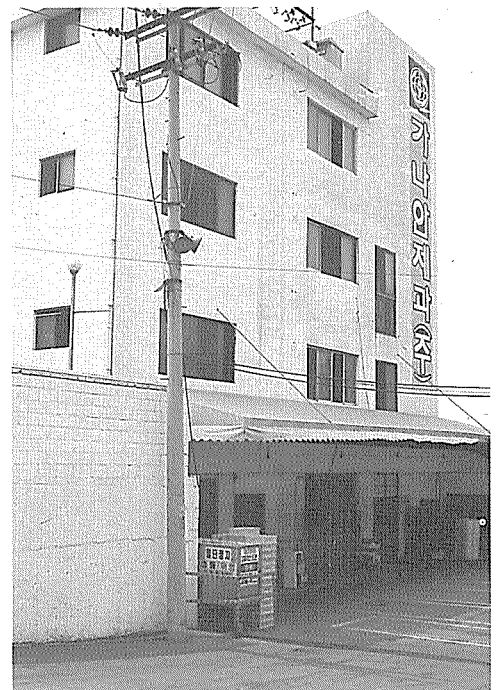


국내 프랜차이즈 업계 상황은 어떤가?

국내에 프랜차이즈에 대한 인지도가 아직 낮고 역사도 일천하다. 국내 업계의 사정은 한마디로 말해 프랜차이즈의 장점을 전혀 살리지 못 하고 있다고 해도 과언이 아니다. 의류업, 베이커리업은 대기업이 참여하여 어느 정도 자리를 잡아가고 있지만 외식업의 경우는 엉망이다. 어느 한 품목이 괜찮다 싶으면 우후죽순처럼 생겨 서로간의 과열된 경쟁으로 자멸하는 경우가 많이 있었다.

또 본사의 한탕주의로 광고를 통해 가맹점을 뽑아 가맹비, 실내 장식, 집기 구매 등을 통해 수입을 올리고는 개업 후 경영 지도는 없고 식자재는 시장 가격보다 비싼 가격으로 공급하며 이 또한 원활하게 수행하지 못 하고 있다. 가맹점도 계약 내용을 준수하지 않고 임의로 운영을 하고 있다.

계약보다는 정(情)을 중시하는 문화를 지녀왔기 때문에 처음부터 분쟁이 빈발할 수 있는 여지를 안고 있는 것이다. 또한 서로간에 무자료 거래를 하여 세금문제를 야기시키고 있다. 이는 프랜차이즈의 정상적인 성장을 막는 가장 큰 장애요인이다.



▲ 현 프랜차이즈 업계는 과열 경쟁 상태로 업체간 우열이 가려지고 있다.

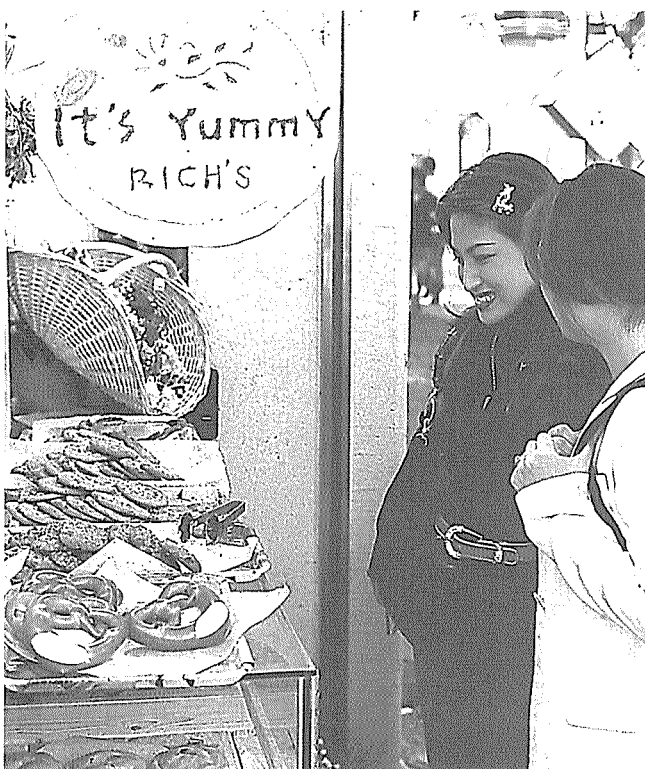
●● 국내 프랜차이즈 형태는 과열 경쟁을 벌이고 있다. 본사는 가맹 계약을 통해 수입만 챙기고 사후 관리에 소홀한 점이 많고 가맹점도 계약 내용이 아닌 임의로 운영하는 경우가 많다. ●●

미국의 경우는 어떤가?

미국은 프랜차이즈를 최초로 시도하였고 지금도 가장 프랜차이즈 시스템이 법적·경영적으로 발달되어 있는 나라이다. 1851년 미국의 재봉틀 회사인 싱어가 당시로서는 혁신적인 제품인 재봉틀 판매의 어려움을 극복하기 위한 묘책으로 몇 지역을 선정하여 몇 특정인에게 판매 독점권을 주어 시작된 것이 프랜차이즈의 첫 시작이었다. 미국의 프랜차이즈 업계 역시 1960년대에 우리나라의 지금처럼 많은 혼란이 있었다.

70년대 들어서며 미 의회에서 프랜차이즈 규제 법안을 제정하여 본사는 본사의 재무 상태, 영업 활동 내용, 법적 문제 등이 담겨있는 통일 프랜차이즈안내(Uniform Franchise Offering Circular)를 만들어 프랜차이즈에 가맹하려는 사람들에게 제공할 것을 명문화시키고 있고, 사법부에서는 본사가 강제적·독점적으로 원료 공급을 가맹점에게 하는 것을 공정거래 위반으로 판결하였다.

또한 많은 주(州)들이 프랜차이즈 가맹을 원하는 본사들



▲ 본사는 가맹점의 이익을 위해 철저한 경영 지도 및 사후 관리에 보다 힘써야 한다.

로 하여금 주정부로부터 프랜차이즈 사업 허가를 취득하게 하였다. 이러한 정부의 규제에도 불구하고 프랜차이즈 업계는 경이적인 성장을 이루고 있다. 1968년 프랜차이즈 방식에 의한 미국 내 소매 매출이 1,000억불을 돌파하여 전체 소매 매출의 25%를 차지하였다. 1992년 8,032억불로 전체 소매 매출의 40.9%를 차지하였고 2000년에는 1조불을 넘어 전체 소매매출의 50%에 이르게 될 것으로 예측한다.

프랜차이즈는 어떻게 나아가야 하는가?

프랜차이즈 업계가 발전하려면 정부의 관심과 업계의 자구 노력이 선행되어야 한다. 97년 2월 1일 공정거래위원회는 '가맹사업(프랜차이즈)의 불공정 거래행위의 기준'을 고시하였다. 본사와 가맹점 간의 불공정에 관한 기준을 마련하였다는 점과 프랜차이즈에 관한 정부의 첫 행위였다는 점에서 의의를 찾을 수도 있지만 내용을 검토하면 '사후 약방문' 역할밖에 못하게 되어 있다.

많은 가맹점은 이 사업이 자신의 마지노선이기 때문에 프랜차이즈 본사는 건실한 재무 구조와 경영 능력을 갖추어야 한다. 가맹점을 보호하기 위하여 프랜차이즈 본사 허가제를 실시해야 한다. 프랜차이즈를 통하여 성공한 대표적인 기업은 미국의 맥도날드(Mc Donald)이다. 맥도날드의 기업 모토는 '가맹점의 성공을 통한 본사의 성공'이다. 가맹점이 성공하면 본사는 자연스럽게 성공하게 되어있다는 이야기이다.

지금까지 본사는 본사만을 위해 무엇을 하였고 본사의 입장만을 내세워서 가맹점의 입장을 진정으로 고려한 것이 얼마나 되나 생각해 보아야 한다. 프랜차이즈 본사는 가맹점을 위하여 철저한 경영 지도, 광고 활동, 교육·훈련 등에 박차를 가해야 할 것이며 또한 본사는 자신의 이익만 추구하는 점포 전개 방법, 계약상의 일방적이고 불평등한 조건이 있지 않았나를 재검토해보아야 한다.

가맹점도 본사와의 약속을 제대로 이행하고 있으나 자성해 보아야 한다. 프랜차이즈는 자체 특성의 탁월함 때문에 앞으로 계속 발전 될 것이므로 프랜차이즈의 당사자인 본사와 가맹점의 노력과 정부의 지원이 더욱 따라야 할 것이다. [5]