

제과점 창업, 부실정보 판친다

현실성 없는 수익성 보장, 소자본 사업자 현혹

IMF 한파로 양산된 실직자의 상당수가 자영업으로 유입되는 가운데 이들을 대상으로 한 소자본 창업 설명회가 성황을 이루고 있다. 그러나 일부 가맹 사업 업체들과 상담 전문가들이 제공하고 있는 제과점 창업 정보가 구체적 근거도 없이 수익성을 호도하고 있어 많은 개업 희망자들을 위험에 빠뜨릴 수 있다는 지적이 제기되고 있다. 제과점 창업 정보의 문제점을 진단한다.

□글/이종원

지난 3월 8일 무역센터 국제회의실에서 열린 한 창업설명회는 행사 시작 30분 전부터 참가자들로 북새통을 이뤘다. 미리 준비된 500석의 좌석은 물론이고 비좁은 계단과 복도에 까지 입주의 여지없이 들어찬 참가 인원은 대략 1000여명. 밀폐된 공간에서 수많은 사람들이 뿜어내는 열기로 행사장은 흡사 한증막처럼 후텁지근 했다. 그래도 누구하나 자리를 뜨지 않는다. 흐르는 땀을 손등으로 훔치며 3시간 넘게 이어지는 강연을 경청하는 모습이 차리리 애처로워 보일 지경이다. 이쯤되면 지금 우리 사회에서 '금값'으로 대접받고 있는 창업 정보의 순도(純度)를 의심하는 사람은 아무도 없을 것이다.

이들이 지금 당장 1억원 미만의 사업자금을 손에 쥐고 시작할 수 있는 소자본 업종은 사실상 무궁무진하다. 잠깐 동안 PC통신의 창업코너만 훑어보더라도 100여 가지가 넘는 점포사업 아이템 가운데 자신이 원하는 업종과 투자규모에 적합한 창업 정보를 상세히 제공받을 수 있다. 이 가운데는 '깨끗하고 가능성 있는 사업'으로 인식돼 온 제과업 또한 진작부터 유망업종의 한자리를 차지하고 있다.

베이커리 문화의 확산이라는 측면에서라면 이같은 제과점 창업 열기를 굳이 만류할 이유는 없다. 그러나 PC통신이나 잡지, 신문, 방송, 창업 전문가 등을 통해 제공되는 창업 정보가 제과업종의 여건을 전혀 고려하지 않은채 수익성만을 호도하고 있어 이에 대한 우려의 목소리도 적지 않다.

적은 투자로 고수익 장담, 사행심 부추겨

윈도우형 프랜차이즈(일반 프랜차이즈처럼 가맹본사에서 영업 지원을 하지만, 자영제과점처럼 제품을 직접생산·판매하는 형태)를 표방하는 한 업체가 PC통신 「천리안」을 통해 제공하고 있는 자사 가맹점의 창업 정보는 가맹점 순수마진을 45%로 소개하고 있다. 총매출에서 원부재료비 30%, 인건비 14%, 부자재비 3%, 임대료 및 기타경비 8%를 제외한 45%가 가맹업주 몫의 순수익으로 남는다는 것이다. 더욱이 이 업체의 가맹점 개설에 소요되는 비용은 보증금, 인테리어비, 기계설비비를 합쳐 3,300만원(10평 미만 기준, 점포 임대료 제외)에 불과하기 때문에, 적은 소자본으로 수익성 높은 제과 가맹점을 운영할 수 있다는 점에 귀가 솔깃해지는 것은 당연한 일이다.

그러나 이 업체가 제공하는 가맹점 모집 정보에는 몇가지 석연찮은 점이 발견된다. 가맹점 개설에 드는 비용이 일반 베이커리 프랜차이즈 4사의 투자비용 4,400~6,000만원(10평 기준, 임대료 제외)과 최고 2,600만원의 차이가 나는 것은 본사가 가맹점에 영업 지원은 계속하되, 제품 생산은 자영제과점 방식을 따르는 윈도우형 프랜차이즈만의 특이한 영업 방식 때문이라고 인정



1억원 미만의 점포 사업 희망자 급증

이들 창업 희망자들이 실제로 자영업에 진출할 경우 대략 1억원 미만의 소자본 점포 창업에 집중될 것은 분명하다. 은행권의 대출 금리가 20% 선까지 인상된 최근에는 이자 부담이 없는 자기자본 한도내에서 사업 규모를 결정하는 경향이 뚜렷하기 때문이다.

할 수도 있다. 가맹비의 유무(有無)나 인테리어비, 기본 기계설비에 따라 프랜차이즈 업체들 사이에도 어느 정도의 투자비 편차는 존재하기 때문이다. 그러나 소자본 제과점이 그 보다 투자규모가 큰 프랜차이즈 가맹점에 비해 투자대비 수익성이 월등히 높다는 점은 쉽게 납득할 수 없는 부분이다.

본사에서 제품을 공급받아 판매하는 일반 프랜차이즈 가맹점의 판매 마진은 완제품이 30%, 냉동생지 45% 수준이며 이 가운데 순수마진은 총매출액의 15% 정도에서 결정된다. 이런 여건을 감안하면 3,300만원이라는 적은 투자비에, 10평 미만의 작은 매장규모로, 매출액의 45%에 이르는 고수익을 보장하고 있는 이 윈도우형 프랜차이즈 창업 정보는 '황금알을 낳은 거위'와 다를 바가 없다.

〈표〉 운영 형태별 지출비 구성 단위(%)

형 태	자 영 제 과 점	윈도우형 프랜차이즈	비 고
지출비구성	원부재료비(포장이포함) 39.1	원부재료비 30	윈도우형 프랜차이즈의 지출비 구성은 해당업체에서 제시한 자료를 인용한 것임.
	인건비 21.4	인건비 14	
	임대료 및 관리비(제세공과금) 13	임대료 및 기타경비 8	
	기타 지출(식대, 잡지출) 8.3	부자재 3	
순이익	17.4	45	

자료의 허구성은 회사측이 제공하는 가맹점의 지출비용 구성을 검토해 보면 더욱 확연하게 드러난다. 이 업체가 제시한 가맹점 모집 정보는 본사가 월임금 120만원의 기술인을 가맹점에 알선해 제품 생산을 전담하게 한다고 되어 있는데, 인건비 지출비율은 총매출액의 14%로 표시되어 있다. 이것은 최소한 월 850만원, 1일 28만원 이상의 매출이 가능하다는 전제하에서 산출한 수치로, 은연중 가맹점의 순수마진이 최소 월 380만원(매출액의 45%) 이상이라는 결론을 암시하고 있다. 하지만 회사측이 주장하는 예상 매출액은 현실 여건을 무시한 근거없는 수치일 뿐이다.

우선 이 업체 가맹점은 상권에 대한 특별한 제약이 없고, 최소 6평 이상의 점포로 소자본 창업할 수 있다는 특성 때문에 주로 입지가 열악한 C급 상권에 들어서는 경우가 대부분이다. 이 경우 지금과 같은 불경기가 아니더라도 1일매출 28만원은 물론, 고작 15만원도 넘지 못한다는 게 제과점 운영의 '진짜' 현실이다. 더욱이 매출액을 15만원으로 가정한다 하더라도 월매출 450만원에서 회사측이 주장하는 45%의 순수마진, 즉 200만원의 수익은 무리한 공언일 수밖에 없다.

일부 업체 현실성없는 가맹조건으로 사업자 현혹

본사에서 제품을 공급받는 프랜차이즈 가맹점에 비해 즉석 생산을 위주로 하는 자영제과점의 수익률이 높은 것은 당연하다. 그러나 이러한 자영제과점의 순수마진조차 겨우 17~23%

정도에 불과하다. 이 같은 상식선에서 수익률을 산출하면 소자본 창업자가 1일매출 15만원 이하의 상권에서 윈도우형 프랜차이즈 가맹점을 운영할 경우, 손에 쥌 수 있는 월수익은 최고 138만원 미만이라는 계산이 타당할 것이다. 즉 이 업체가 주장하는 45%의 순수마진이나 월 850만원의 매출액은 처음부터 실현 불가능한 목표이며, 설령 45%라는 수치가 제품 판매로 발생하는 판매마진의 오기(誤記)였다 하더라도 이 역시 근거없이 과장된 허위 정보라는 혐의를 벗을 수 없다.

기술인 1인당 생산성을 A급 상권에서 최고 30만원으로 계산하는 것이 제과업계의 상식이고 보면 3,300만원의 소자본으로 C급 상권에 입점한 1인 제조 업체에서 업주가 월 380만원의 순수익을 올릴 수 있다는 것은 사실 년센스에 가깝다. 그럼에도 이 업체가 PC통신에 게시한 창업 정보는 수많은 예비 창업자들의 관심을 집중시키기에 부족함이 없다. 소자본 점포사업을 원하는 사람이라면 결코 그냥 지나칠 수 없도록 만드는 일확천금의 환상이 덮을 놓고 있기 때문이다.

얼마전 한 정부 산하기관이 실직자 1,700여명을 대상으로 조사한 설문자료에 따르면 제과점은 이들이 창업을 선호하는 유망업종으로 5순위에 올라 있다. 무엇보다 마진이 많이 남는 '먹는 장사' 이면서도, 깨끗한 근무 환경 등이 선호 이유로 꼽힌다. 수요가 있는 곳에 공급이 뒤따르는 것은 당연한 경제 원리다.

현재 천리안, 유니텔, 하이텔 등의 PC통신을 통해 창업 정보를 제공하고 있는 제과점 프랜차이즈는 이 윈도우형 프랜차이즈를 비롯하여 대략 15개 업체에 이른다. 이 가운데는 파리크라상, 고려당, 신라명과처럼 전국적인 인지도를 가진 프랜차이즈도 있지만, 사업 개시 5년 미만이거나 신생(新生)된 브랜드도 상당수를 차지한다. 더욱이 일부 가맹업체의 창업 정보는 현실성을 무시한채 수익성만을 과대포장하고 있어 정보의 유용성 자체를 의심하게 하고 있다.

영향력만 있고 전문지식은 없는 창업 상담 전문가

즉석방 제과점(윈도우형 프랜차이즈=편집자주) 10평 정도를 체인점으로 운영하려면 체인 가맹비 300만원, 기계장비 1,500만원, 인테리어 1,200만원, 점포 보증금 1,000만원, 권리금 1,000만원으로 대략 5,000만원 정도면 창업 가능하다.

하루 20만원 매출일 때 한달이면 600만원, 즉석방 제과점의 마진을 70% 정도로 볼 때 매출이익이 420만원이고 이중 인건비와 관리비, 임대료로 약 170만원 정도를 제외해도 월 250만원 정도의 순이익을 얻을 수 있다.

위의 내용은 지난 2월부터 PC통신 「유니텔」에서 개최된 사

이러 창업박람회에 소개된 또 다른 윈도우형 프랜차이즈의 창업 정보이다. 내용에서 알 수 있듯 총매출 600만원 가량의 가맹점 순수마진을 총매출의 41%인 250만원으로 소개하고 있다. 더욱이 위와 같은 정보를 게시한 창업 상담 전문가 N씨는 제과점 창업에 뜻을 두고 믿을 수 있는 프랜차이즈 업체를 소개해 달라는 상담자에게 서슴없이 한 윈도우형 프랜차이즈 업체를 권유한다. 지역제과점은 기술 노하우가 적립된 3년 후이나 바람직하다는 친절한 충고와 함께, N씨는 이미 수차례 방송매체에 창업 전문가로 소개되어 유명세를 타고 있으며 얼마전에는 소자본 창업정보를 담은 단행본을 출간하기도 했다.

최근 한 창업 세미나 석상에서 N씨는 “소자본 창업의 성공요소는 적절한 자본과 경기 흐름에 맞는 아이템, 입지조건, 그리고 창업자의 용기가 필수적이다”고 말했다. 그러나 그 역시 자신이 제공한 부실한 창업 정보가 마음에 걸리는지 “가맹점을 개설하기 전에 반드시 본사를 1회 이상 방문하고 해당 가맹점을 3군데 이상 충분히 다녀볼 것”을 권유하고 있다. 또 다른 창업 전문가 K씨 역시 한 제과점 프랜차이즈 업체의 가맹정보를 소개하면서 마진율을 무려 70%로 설명하고 있다. 이 수치가 인건비와 임대료 및 기타경비를 제외한 순수마진인지, 단순히 총매출액에 대한 판매마진인지를 명기하지는 않았지만 현실성을 무시하고 있다는 사실을 짐작하게 한다.

상담 전문가들이 제시하고 있는 투자비나 순수마진 수치는 사실상 해당 업체들이 제공하는 보도자료를 그대로 인용한 것이다. 이것은 이들 뿐 아니라 신문, 방송, 잡지, 관련 서적 역시 마찬가지다. 이들은 이 자료를 보도하거나 게시하는 영향력이 있을 뿐이지 개별 업종에 대한 상세한 지식은 갖고 있지 않다. 그렇기 때문에 이들에게 특정 업종에 대해 객관성 있는 정보를 기대하는 것은 무리일 수밖에 없다.

한 창업 컨설팅 전문가는 이에 대해 “제과점 뿐만 아니라 100여 가지 업종에 대해 창업 문의가 쏟아지고 있다. 업체들이 보내온 자료를 일일이 검토할 여건이 되지 않는다”고 털어놓았다. 그 역시 얼마전 연인원 10만명이 관람한 것으로 집계된 대규모 창업박람회를 직접 기획하고, 해당 업체의 정보를 통신에 올려 창업 정보를 제공했지만 줄잡아 250여개나 되는 참가 업체들이 제공한 정보의 진위(眞僞)를 확인할 길이 없어 ‘업체에서 보내온 그대로’를 제시할 수밖에 없었다.

부실한 창업 정보, 피해자는 사업 희망자 뿐

공식적인 통계는 없지만 어림잡아도 수십만명에 달하는 예비 창업자들이 이처럼 부실한 정보를 토대로 점포 사업을 추진한다는 것은 위험천만한 일이 아닐 수 없다. 경기 침체로 인해 가맹점 모집이 지지부진한 일부 프랜차이즈 업체의 사정을 감



안할 때 개업 상담을 위해 방문하는 예비 창업자들에게 정보의 허술함을 지적해줄 것을 기대하기란 어려운 일이기 때문이다. 결국 부실 프랜차이즈 업체가 유포하고 있는 창업정보가 ‘폐업정보’에 다름아니라는 비아냥이 오히려 설득력이 있는 셈이다.

이처럼 지금 우리 주변에 넘쳐나는 많은 제과점 창업정보들이 근거도 없는 수치를 들먹이며 창업 희망자들을 부추기고 있다는 것은 적지않은 사회 문제다. 각종 방송매체를 통해 수시로 얼굴을 내미는 이들 창업 전문가의 사회적 영향력을 감안할 때 부실한 창업 정보로 재산상의 손해를 입는 피해자가 발생하지 않으리라는 보장이 없기 때문이다.

제과점 경영 컨설턴트인 김스컨설팅 김봉수 대표는 이처럼 부실한 창업정보가 만연하고 있는 현상에 대해 “가맹업체들이 고의적으로 불성실한 정보를 제공하는 것도 문제지만, 이른바 창업 상담 전문가들에게도 책임이 있다. 창업 전반에 대한 조언을 해줄 수는 있겠지만, 해당 업종에 대한 전문지식도 없이 특정 가맹업체나 아이템을 추천하는 일은 삼가야 할 것”이라고 지적했다.

창업 정보의 진실성이 문제다

IMF 이후 소자본 창업 붐은 이제 우리 사회의 특징적인 현상으로 자리 잡았다. 그러나 사업 희망자들이 접근할 수 있는 창업 정보는 극히 한정돼 있는데다 그것조차 대개는 부실투성이의 근거없는 수치로 과대포장되어 있을 뿐이다. 무책임한 창업정보의 피해는 결국 소자본으로 내 점포를 운영해 보려는 대다수 예비 창업자의 의욕을 무참히 짓밟게 된다.

이들이 전적으로 창업 정보에만 의지해 업종과 개업 여부를 결정하는 것은 아니지만, 득(得)보다 실(失)이 많은 정보라면 그 자체가 오히려 실패를 부추기는 악역(惡役)을 수행하고 있다는 것은 분명하다. 소자본 창업자에게 필요한 것은 현실에 근거한 정확한 정보일 뿐 일확천금의 사행심을 조장하는 과대광고는 아니라는 점에서 ‘불순한’ 창업 정보의 순도(純度)를 확인하는 지혜가 절실한 시점이다. [K]

소자본 창업의 또 다른 얼굴

제과점 운영 실패에 관한 사례

수도권 신도시에서 제과점을 운영하고 있는 M씨는 심각한 고민에 빠져 있다. 습관처럼 점포를 열고는 있지만 요즘 그의 가게는 개점휴업 상태라고 하는 편이 많다. 지난해 3월 개업한 제과점의 창업 자금은 총 5,500만원. 주변에선 몇 년 더 기다려 충분한 자금을 마련한 뒤 개업하는 게 어떻겠느냐고 만류했지만 '소규모 점포라면 괜찮겠다' 싶어 그 동안 직장생활로 모은 5,000여 만원을 전액 투자했다. 그러나 불과 1년이 지난 시점에서 그는 소자본 창업의 어려움을 뼈저리게 실감하고 있다.

1. 입지

그의 제과점은 신도시의 한 중산층 아파트 단지 입구에서 100여 미터 떨어진 곳에 입점해 있다. 주민들의 주동행로인 아파트 입구에서 약간 치우친 곳에 위치한 게 다소 꺼림칙했지만 기존 제과점을 인수해 투자비용을 줄일 수 있다는 점에 끌려 개업을 결심했다. 서울 인천을 연결하는 국도변이라 차량 통행이 많다는 점도 내심 흡족했다.

인근에 이미 5개의 제과점이 영업중이라 처음부터 큰 돈을 벌겠다는 생각은 없었다. 기술인 경력 8년인 그가 생산을 책임지고 여동생이 판매를 맡아 1일 매출 목표를 30만원 정도로 책정했다. 점포는 공장 4평, 가게 6평 규모. 권리금 500만원에 점포보증금 300만원, 월세 30만원으로 계약했고 여유 자금이 없어 인테리어도 내부 도색만 새로 교체했다. 그래도 제과점 개업에 소요되는 자질구레한 비용까지 총 5,500만원이란 자금이 소요됐다.

2. 매출

개업후 3개월 정도는 1일 매출 30만원선을 유지했다. 그러나 매출이 점점 감소하더니 요즘은 평균 13만원 수준. 한달내내 가게 문을 열어도 재료비, 임대료, 공과금을 제하고 나면 여동생에게 겨우 교통비 30만원을 쥐어줄 수 있을 뿐이다. 사실상 그의 수중에 남는 건 50만원도 되지 않는 액수. 공장장으로 근무하던 당시 그의 급여는 180만원이었다. 매월 130만원 이상을 까먹고 있는 셈이다. 어떤 날은 3만원어치 팔고 가게문을 닫는 일도 있다고 실토했다.

3. 운영

8년 동안 기술인으로 근무하면서 제과점 운영 방법을 자연

스레 익힐 수 있었다. 판매를 맡은 여동생 역시 비슷한 업종에서 근무한 경험이 있기 때문에 서비스 또한 양호한 편이었다. 개업 초기엔 의욕적으로 무료 시식회 행사를 자주 가졌다. 하지만 매출이 감소하자 평균 10만원 이상의 행사 경비가 차츰 부담스러워 졌다. 더욱이 고객 호응도 미미할 뿐이었다. 애초 기대했던 것처럼 운전자들의 이용도 많지 않았다.

분위기를 반전시키기 위해 이벤트 개최를 고려해 보았지만 역시 자금 여유가 없어 지금 당장은 엄두가 나지 않는다. 방문 고객에게 신제품을 무료 시식케 하거나 '담'을 주는 등 단골 확보에 총력을 기울이고 있지만 어찌된 셈인지 매출이 오르지 않는다. 그렇다고 경력 8년의 그가 생산하는 제품에 문제가 있는 것도 아니다.

지난 2월 그는 권리금 500만원을 포기하고 점포를 내놓았다. 아무래도 회생 가능성이 없는 것같아 하루라도 빨리 가게를 처분한 뒤 차분히 다른 방법을 모색해볼 참이었다. 그러나 개업 당시 5,500만원을 투자한 가게를 4,000만원에 내놓아도 한달이 다 되도록 점포를 보러 오는 사람이 없다.

임대료 때문에 아직 영업을 계속하고는 있지만 실속없는 장사라 의욕이 생기지 않는다. 자연히 개업 당시의 성급한 결정이 후회스럽기만 할 뿐이다. 빚을 얻더라도 입지나 규모가 양호한 가게를 선택하는 편이 실패 위험을 줄일 수 있을 거라던 선배들의 충고를 이제야 절실히 실감하게 된다. 소자본 사업의 어려움을 뼈저리게 느낀 그는 점포를 처분하고 나면 다시 예전처럼 공장장 생활로 돌아갈 생각이다.

소자본 창업 상식

▲ 자기 자본 비율 60% 이상이 안전

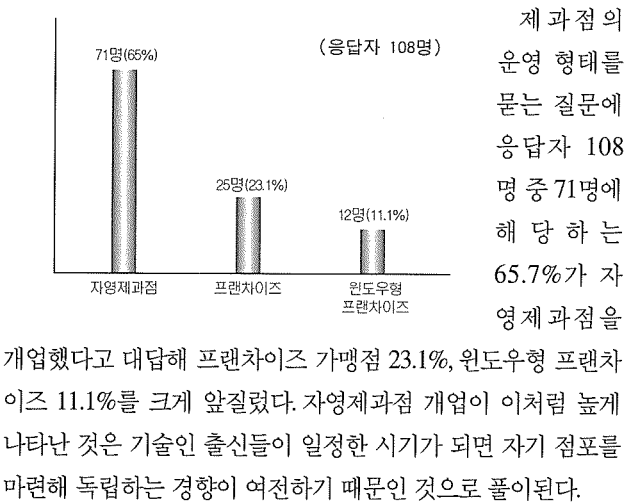
소자본으로 점포 사업을 하기 위해서는 최소한 자기 자본 비율이 60% 이상 되어야 한다. 사업성을 과신한 나머지 외부자금을 많이 끌어들이면 이자 부담에 짓눌려 운영자금의 여유를 가질 수가 없기 때문이다.

특별한 경우가 아니라면 점포 사업은 이미 운영하고 있던 동종 점포와의 경쟁이 불가피하다. 신규 점포가 이미 일정 수준의 고정 고객을 확보하고 있는 기존 점포와의 경쟁 속에서 나름대로 자리를 잡기 위해서는 최소 1년의 기간이 필요한데 이 동안 여유 자금이 없으면 한두달의 매출 부진으로도 치명타를 입게 된다.

제과점 창업유형 실태 설문조사

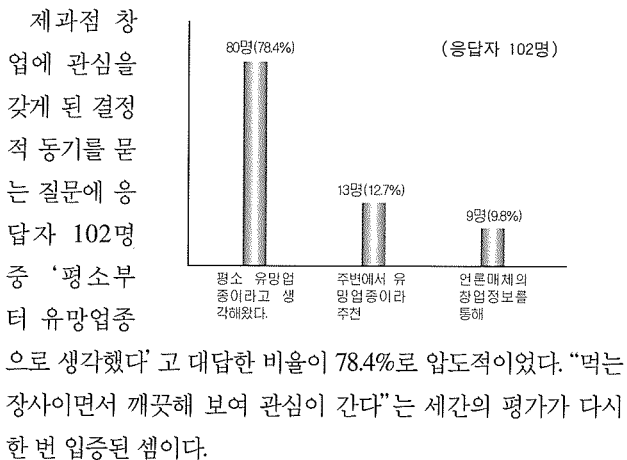
설문조사는 지난 2월 27일 서울, 인천, 강원도 지역의 신규업 주 위생교육에 참가한 제과점 개업자를 대상으로 실시되었다. 설문 응답자의 총수는 항목에 따라 다르게 집계됐으며 소수점 한자리수 이하는 버림으로 처리하였다.

개업한 제과점은 어떤 형태로 운영되는가



기술인 출신들이 일정한 시기가 되면 자기 점포를 마련해 독립하는 경향이 여전하기 때문인 것으로 풀이된다. 반면 제과 기술이 없는 사업자는 프랜차이즈 가맹점이나 윈도우형 프랜차이즈 가맹점을 선호하는 추세가 일반적이다. 따라서 제과업 종사 경력이 없는 순수한 의미의 소자본 창업자는 프랜차이즈와 윈도우형 프랜차이즈 가맹 사업자를 합한 34% 정도라는 것을 알 수 있다.

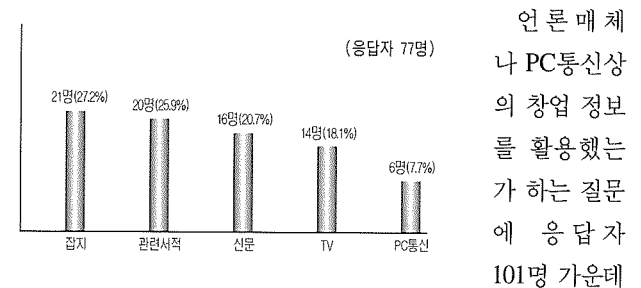
창업을 고려하게 된 결정적인 동기는 무엇인가



이밖에 '주변 사람들이 유망업종으로 추천했기 때문에' 라는 대답도 12.7%를 차지했으며, 최근의 소자본 창업 열기를 반영

하듯 '언론매체의 창업정보를 통해' 제과점 사업에 관심을 갖게 되었다는 비율도 8.8%나 차지했다.

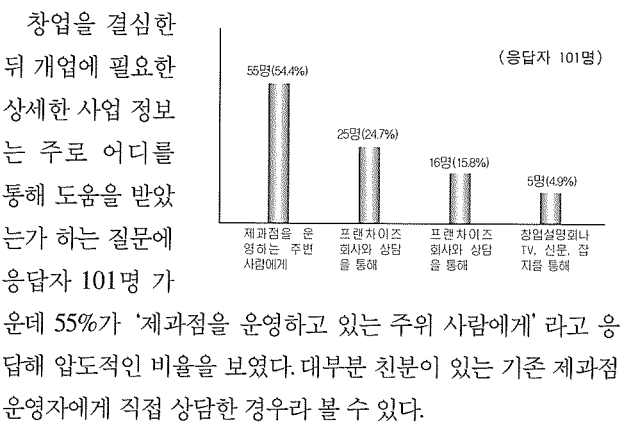
업종을 선택할 때 언론매체나 PC통신의 창업 정보를 활용했는가



최근 매스컴에서 창업 관련 정보가 빈번히 다뤄지면서 사업 희망자의 상당수가 이들 공개 창업정보를 적극 활용하고 있음을 알 수 있다.

또한 창업 정보를 활용했다고 응답한 77명 가운데 '잡지'와 27.2%(21명) '관련 서적' 25.9%(20명)를 의존도가 가장 높았으며 이밖에 신문 20.7%(16명), TV 18.1%(14명), PC통신 7.7%(6명)의 순으로 비교적 고른 분포를 보였다.

창업을 결심한 뒤 구체적인 개업(사업) 정보 어디서 도움을 받았는가



또한 '프랜차이즈 회사와 상담을 통해서' 라는 응답도 25%를 차지해 업종을 선택한 뒤 가맹업체의 조언에 따르는 경우가 많음을 짐작할 수 있다. 이밖에 최근 서점이나 도서관에서 쉽게 접할 수 있는 창업 관련서를 이용했다는 대답이 15.8%를 차지했으며 'TV, 신문, 잡지나 창업설명회를 통해서' 라는 응답은 4.9%로 나타났다.