

실업뉴스

The Ontario Korean Businessmen's Association News
November 2021 News 제814호



벌써 가을의 끝자락에 서서 겨울을 기다리네...



www.okbacanada.com Publisher : Jae Gyun Shin / Publication Mail Agreement No : 41140510
Return Undeliverable Canadian Address to : Ontario Korean Businessmen's Association
169 The West Mall, Etobicoke, ON. M9C 1C2 Tel(416)789-7891 Fax(416)789-7834

복권은... 선물로 안성맞춤입니다!

선물용 복권은 선택의 폭이 넓습니다!

명절 주제 즉석 복권

\$2에서 \$20까지 가격이 다양합니다. 각 복권을 복권진열대 맨 앞줄에 진열하거나 한 곳에 모아 진열하십시오.



복권 상품권

\$5-\$100을 충전한 복권 상품권을 선물하여, 선물 받은 사람이 좋아하는 게임을 직접 선택하도록 하십시오!



추첨식 복권 게임



LOTTO 6/49은 이번 연말연시에 2회의 Super Draw가 있습니다:

2021년 11월 27일

보장된
\$25,000
상금 20개

+ 보장된 \$1백만 상금 1개
+ 잭팟!

2021년 12월 25일

보장된
\$100,000
상금 10개

+ 보장된 \$1백만 상금 1개
+ 잭팟!



인증 미스터리 쇼핑

소매상들이 소매상정책매뉴얼(Retailer Policy Manual) 제5.1절 "OLG 공인 상품의 인증(Validation of OLG Authorized Products)"을 준수하고 있는지 확인하기 위한 미스터리 쇼핑을 실시합니다.

다음은 기억하는 소매상은 미스터리 쇼핑에서 합격합니다:

- 서명된 복권만 인증한다
- 고객이 요구하지 않아도 복권과 인증 영수증을 고객에게 준다
- 복권단말기 및 프린터 주변의 잡동사니를 치운다

불합격한 소매상에 대한 처벌은 경고장에서 \$50 이상의 벌금에 이르기까지 다양하며, 복권을 인증할 때 고객에게 서명을 요구하지 않을 경우에는 모든 벌금이 두 배가 됩니다.

의문이 있습니까? 저희가 도와드리겠습니다! OLG 지원센터(SUPPORT CENTRE)로 전화하십시오(1-800-387-0104).

Play. Smart
Knowledge you can bet on.



OLG Ontario's
Lottery & Gaming



OKBA

www.okbacanada.com

■ OKBA 온타리오한인실업인협회

- OKBA 회장 : 신재균 (Jae Gyun Shin)
- OKBA 부회장 : 심기호 (Ki - Ho Shim)
- 홍보팀 : 실장 김광일 (Ted Kim) tongilisysj@yahoo.com
- 사업개발팀 : 이주녕 (Brian Lee) brianjn1108@okba.net
- 디자인팀 : 현미영 (Mimi Hyun) mimihyun@okba.net
- 연락처 : Tel (416) 789 - 7891 / Fax (416) 789 - 7834
- 이사회 : 이사장 김대용 / 부이사장 배명호
- 감사위원회 : 류승진 / 이만석 / 장육용
- 분과위원회 : 장학 분과 / 회칙 분과 / 특별사업 분과
상벌 분과 / 선거관리 분과
- 지구협회 : < 광역 토론토 지구협의회 >
(ABC 순) Etobicoke 회장 이두승 (416)895-1277
Newmarket 회장 배명호 (905)642-4644
North York 회장 방성덕 (416)221-7091
Peel 회장 이수봉 (905)813-1333
Richmond Hill 회장 김대용 (905)471-8079
Scarborough 회장 송명현 (416)287-2928
Toronto East 회장 김종범 (416)363-9404
Toronto West 회장 김재숙 (416)975-0365
Weston & York 회장 조용상 (416)604-3116
< 남서부 지구협의회 >
Brant County 회장 이효영 (519)442-4143
Halton & Hamilton 회장 오재근 (905)825-8373
London 회장 오세경 (519)432-6672
Niagara Falls 회장 이찬희 (905)356-4070
Waterloo 회장 최상겸 (519)579-8130
Windsor 회장 윤문성 (519)326-1832
< 동북부 지구 협의회 >
Durham 회장 이현식 (905)579-2500
Huronian 회장 배종민 (705)436-2248
Kingston 회장 김홍삼 (613)969-7466
Owen Sound 회장 허창훈 (519)323-4311
Peterborough 회장 이경석 (905)373-0569

■ KBA 협동조합

- KBA 운영이사장 : 심기호 (Ki - Ho Shim)
- KBA 부이사장 : 공석
- 총괄부장 : 권혁선 (Hyuk Sun Kwon)
- 사무장 : 배 줄리아 (Julia Bae)
- 협동조합 사무실 : Tel (416) 789 - 7544
Fax (416) 789 - 5013
- 협동조합 매장 : Tel (416) 867 - 1444
- 운영이사 : 김대용 / 류승진 / 백사열 / 송명현
배명호 / 신재균 / 심기호 / 허창훈 (가나다순)
- 감사 : 이만석 / 장해민



C O N T E N T S



- 04 / 就任辭(심기호 신임회장)
- 05 / 정기총회 온라인 의결
- 06 / 온주편의점주간(週間)행사 성료
- 07 / OCSA, 연령확인프로그램 신규 개발
- 08 - 09 / 심기호 당선자 대외활동 본격 가동
- 10 - 12 / 프랜차이즈의 득과 실
- 13 - 15 / 백신여권과 소자영업체의 스트레스
- 16 - 17 / 포스트 백신 시대와 편의점 안전 문제
- 18 - 19 / 편의점의 성공적 대물림
- 20 / ALC 온라인 카지노 수익 기대 이상
- 21 - 22 / 슈링크플레이션의 실상



就任辭

회원 여러분, 안녕하십니까.

지난 9월 16일 임시총회에서 선출된 본부협회 제 27대 회장 심기호입니다. 많이 부족하고 실행 내부 실정에도 크게 밝지 못한 저를 96% 찬성이라는 압도적인 성원으로 선출해준 것에 깊은 감사를 드리면서 한편으로는 막중한 책임감을 느낍니다.

열화와 같은 지지에 보답해야 한다는 부담감이 크기 때문입니다. 최악의 대역병이 재앙처럼 휩쓸며 다가와 비즈니스 환경을 어렵게 하는 가운데 협회 회원들의 고통이 가중되고 있음을 잘 알기에 고통을 덜어 드려야 한다는 회장으로서의 역할에 대한 강박의식마저 발동합니다.

회원 여러분! 우리 모두 잘 알고 있듯이 협회 회원수는 해마다 감소를 거듭해 800명 대 아래로 떨어졌습니다. 이번 선거 유권자 수를 파악하는 과정에서 정확히 드러났습니다. 2년 마다 치러지는 선거를 보면 2017년 1,011명, 2019년 962명, 올해는 781명입니다. 회원 고령화에 더해 대물림도 이뤄지지 않습니다. 업소 매매도 같은 한 인끼리가 아닌 비한인에게로 이전됩니다. 회원수가 급감하는 것은 당연한 자연 발생적 현상입니다. 외형적 도태를 막기위한 지금부터의 준비가 시급합니다. 아울러 코로나 사태와 무관하게 그 이전부터 편의점 영업환경은 정부의 통제 일변도 정책으로 입지가 지속적으로 축소돼 왔습니다. 그나마 보수당 새 정부가 들어서 비즈니스 우호 정책을 우선시하는 덕분에 편의점 산업이 숨통이나마 틱위지게 됐음을 다행으로 여기는 실정입니다.

이미 선거 공약사항으로 회원님들께 밝혔던대로 제 임기동안 다음과 같은 시급한 사안들을 해결하는데 모든 노력을 기울이고자 합니다.

첫째, 앞에서 언급한대로 급감하는 회원수 보충을 위해 한인 타업종과의 연대를 모색하겠습니다.

외형적 규모를 확대하는 것은 대외적 위상 제고를 위해서도 결코 소홀히 할 수 없는 과제입니다. 현재 협회 산하 조합은 채소와 야채 쇼핑까지 겸하는 원스톱 쇼핑 체제가 갖추어져 있습니다. 조합 활성화에도 도움이 됩니다.

둘째, 회원 업소의 가격 경쟁력을 높이겠습니다.

지구협회 단위로 공동구매를 협동조합을 통해 활성화함으로써 개별 회원 업소의 가격 경쟁력을 높일 수 있습니다.

셋째, 외곽 회원들의 편익을 위해 배달서비스를 조속히 실천에 옮기겠습니다.

특히 모바일 매장 폐쇄 후 불편이 가장 클 것으로 보이는 동북부 회원들을 위해서 이 사업은 반드시 그리고 최대한 빨리 실시되어야 하겠습니다.

넷째, 'OKBA프로그램스토어' 사업을 최대한 활성화 시키겠습니다.

현재 이 사업은 프랜차이즈로 가기 위한 과도기 체제라고 볼 수 있습니다. 엄밀히 말해 몇가지 핵심 품목 군을 대상으로 하는 유사 프랜차이즈라고 불릴만하며 이를 발전시켜 궁극적으로는 프랜차이즈로 가야합니다.

다섯째, 대정부 활동을 더욱 적극적으로 펼쳐서 소강상태인 편의점 주류판매 확대를 촉진하겠습니다.

이상의 다섯가지 사안에 사업 역량을 집중해 회원들의 실익을 증대시키는데 최선을 다할 것입니다.

'코로나와 더불어 사는'(with corona) 삶을 논하는 세상에 직면하고 있습니다. 회원 여러분들 모두 지혜롭게 이 비상한 시대를 이겨내고 건강한 모습으로 얼굴을 마주대하는 날이 조속히 오기를 고대합니다. 아울러 지난 4년 동안 협회 역사에 많은 이정표를 세워주시고 코로나 사태에 당면해 위기 극복에 진력하시고 퇴임하는 신재균 회장의 노고에 대해 이 지면을 빌어 깊은 감사를 표합니다.

회원 여러분의 가내 평온과 사업 발전을 기원하며 취임 인사를 마칩니다.



온타리오한인실업인협회
심기호

정기총회 온라인 의결

11월 9일 보고서 웹 게재일을 총회일로 같음

〈 회장 이취임 11월 9일 〉

정기총회 보고서를 협회 웹사이트에 올리는 11월 9일(화)을 기점으로 현 신재균 회장의 임기가 종료되며 지난 9월 16일 임총회에서 선출된 심기호 신임 회장의 임기가 동시에 시작됩니다.

OKBA 정기총회 승인 양식

이름 * 성 *

이메일 *

상호 *

전화번호 *

선택하여 체크해 주시기 바랍니다 *

찬성합니다
 반대합니다
 기권합니다

제출하기

제출해주셔서 감사합니다!

2021년 정기총회가 11월 9일(화)에 개최됩니다. 다만, 회원의 보건 안전을 위해 전년과 마찬가지로 대면회합을 피하고 보고서 승인에 대한 찬반을 온라인 상에서 표시하기로 했습니다. 이미 지난해 한번 경험했기 때문에 숙지하고 있는 회원이 대부분이겠으나 익숙치 않은 회원을 위해 찬반 표시 요령을 아래와 같이 소개합니다.

1. **웹사이트 들어가기** : www.okbacanada.com 에서 로그인
2. **온라인 표결하기** : 초기화면 공지사항이나 배너 홍보를 클릭해 정기총회 보고서를 열람함. 주요 내용은 내부감사보고, 예.결산에 관한 내용이며 외부감사는 이사회 승인으로 종료함(외부감사 보고서 열람을 희망하는 경우 회원 요청으로 개별 송부는 가능함)
3. **표결 요령** : 보고서 일독 후 '승인 양식'에 필요 정보를 기입한 후 찬성, 반대, 기권 중 한 곳에 클릭하고 '제출하기'를 클릭하면 모든 과정이 완료됨.

*표결 마감일시는 11월 12일 오후 5시 까지입니다.

이상의 과정으로 표결에 참여하실 수 있으며 표결 참여는 총회 참가 정족수 효력을 가집니다. ■

■ 직선 이사 / 감사 선출을 위한 신청 ■

올해 정기총회에서는 3개 지구협의회별로 각각 이사 2명, 감사 1명씩 총 9명을 선출해야 합니다. 다만 대면모임을 가지지 못하는 관계로 부득이 자천(自薦) 형식으로 신청을 받습니다. 본인이 해당 지구협의회(남서부, 동북부, GTA)를 대표해 이사 및 감사를 맡아 2년간 봉사하기를 원하면 협회 웹사이트 공지사항 '이사/감사 후보 신청양식'을 출력해 사용하시기 바랍니다.

* 각 협의회 별로 이사는 2명, 감사는 1명 범위내에서 신청해야 하기 때문에 경합이 생기지 않도록 사전에 해당 협의회별 의논과 조율을 거치는 것이 바람직합니다.

(주) **하이쿨 텍** 냉동·히팅

"신속하고 좋은 서비스를 약속합니다!"
Canada Heating & Cooling Licensed Technician

heating and cooling

HI-COOL TECH

에어컨 설치 문의 환영
김순석 (Peter Kim)

전문적인 기술자가 뭉쳐 기술 시너지
효과 (Synergy Effect)를 극대화 하였습니다

- 업소용 - 냉동, 히팅, 에어컨, 워킹콜러/후리저, 덕트, 케노피
- 가정용 - 냉장고, 히팅, 에어컨, 전기, 배관 외
- 상업용 - 공장, 상가 및 교회 건물관리 (냉난방 시스템 외)
- 세탁전문점 정비 일체 수리
- 자동차어, 수중모터 및 보트엔진 수리 외

장거리 출장수리 가능 신용과 책임을 우선 합니다

416.909.7114

박효진 (Roland Park)

Cell (416)985-5287

BROKERTEAM INSURANCE

- 집, 자동차 단체보험
- 상업용 건물, 가게 단체보험
- Beer & Wine 가게 맞춤형보험
- 프로그램스토어 특별할인보험

Main (905)770-8828
Fax (905)770-8851
roland.park@brokerteam.ca

실업인협회 단체보험



행사기간 중 기존 '편의점의 날'을 격상시켜 주간 행사로 변경하는 법안 발의와 제도화 정착을 이룬 주인공인 스탠 조 의원(오른쪽)이 현 본부협회 심기호 회장 당선자의 업소를 방문해 함께 기념 촬영을 하고 있다.

온주편의점주간(週間)행사 성료

지난 8월 28일부터 9월 4일까지 한주간 열렸던 '온주편의점주간(週間)'(Convenience Store Week)이 성대히 마무리됐다. 매년 하루를 정해 기념하던 행사가 집권여당인 보수당 한국계 초선 스탠 조(한국명 조성훈) 의원의 법안 발의와 의회 통과로 금년부터 주간으로 격상됐기 때문에 그 의미가 컸다.

온주편의점협회(OCSA)가 주축이 된 행사는 당초의 계획대로 산하 소속 회원업소들의 전폭적 성원과 수십명의 해당 지역구 주의원 및 연방 의원들의 업소 방문 시찰 등의 관심에 힘입어 뜻깊은 이벤트로 자리 매김됐다.

OCSA와 OKBA는 스탠 조 의원의 편의점 산업에 대한 배려와 주간 행사로의 입법 활동 등의 노고에 깊은 사의를 표했다. 이는 평소 디그 포드 수상의 편의점 업계에 대한 각별한 애정과 적극적 지지가 반영된 덕분이

기도하며 평소 한인 커뮤니티 경제 활동에 측면 지원을 아끼지 않았던 레이몬드 조(한국명 조성준) 노인복지부 장관과 협회의 돈독한 관계 또한 무시할 수 없는 영향력을 발휘한 결과이기도 하다.

한편, 이번 행사를 통해 마련된 성금은 4개의 아동 자선 단체에 지원됐는데 다음과 같다. 오타와의 CHEO, 런던의 Children's Foundation Hospital, 해밀턴의 McMaster Children's Hospital, 토론토의 Sick Kids.

이번 행사에는 연방 중소기업부 메리 잉 장관과 온주 재무부 산하 중소기업 담당 니나 탱그리 부장관의 지원도 한몫했다. 아울러 온주복권공사(OLG)도 성금 마련을 위한 파격적인 환축 프로그램인 번개복권(lightning lotto) 수수료 대폭 상향 지급을 통해 큰 도움을 줬다. ■

OCSA, 연령확인프로그램 신규 개발

고객 신상 정보 보안은 철저히 유지



온주편의점협회(OCSA)가 IT회사 리퀴드 아바타 테크놀로지(Liquid Avatar Technologies 이하 'LAT')사와 제휴해서 'Smart Age' 라는 프로그램을 개발 중인데 이는 신기술에 기반한 디지털 연령 확인 프로그램이다.

LAT에 용역을 준 이 프로그램이 이용되면 온타리오 내의 지역 또는 전국 단위 편의점 소매업소들이 고객 연령 체크를 용이하게 수행하는데 큰 도움이 될 것으로 보인다. 둘 사이의 계약은 지난 9월 27일 체결된 것으로 알려졌다.

협회가 이런 프로그램을 개발하게 된 이유는 편의점에서 연령확인을 해야 하는 기존 제품인 담배, 복권, 그리고 최근 일부 편의점에 허용된 술 판매와 관련해 역시 연령확인이 필요해진 때문이며 주인이나 종업원이 이성가신 작업을 더 수월하게 할 수 있도록 고려한 것이다. 여기다가 단일 경기 스포츠 베팅(single sport betting)상품도 있고 또 언제 실현될지는 단정할 수 없으나 편의점 판매 확대 가능성을 배제할 수 없는 마리나나 취급까지 대비한 장기적 포석이다.

프로그램 개발 관련해 OCSA 데이브 브라이언즈 회장의 입장을 들어본다. "협회는 연령 제한 품목 취급을 위한 편리한 연령 확인 작업의 필요성을 충분히 공감하고 지원하며 이를 위해 업계와의 제휴를 활발히 해왔다. 이번 LAT와의 협업으로 우리의 목표인 'Smart Age' 솔루션의 완성이 원만하게 추진 완결될 것이 기대되며 주내 8천 여 회원 업체에 대한 도움은 물론 이를 통한 지역사회와 그 성원들을 더 잘 보호할 수 있을 것이다." 회장은 온주 편의점 산업 홍보 차원에서 덧붙여 말하기를 "하루 평균 3백만 여명이 온주 내 편의점 채널을 이용하고 있으며 연령 확인은 96%의 성실도를 보이고 있다"고 했다. 또, "이번 LAT를 통한 프로그램 개발은 이 분야의 현대화와 지역사회 편의점 신뢰도를 제고하는데 일조할 것"이라고 강조했다. 다만 이와같은 신상 확인 프로그램에서 가장 중요한 것이 개인정보 보호인데 이에 대해서는 협회와 제휴사 모두 철저한 보호를 보증한다

(9면에 계속)

1 SOLUTIONS

DATA CORPORATION

ATM & POS TERMINALS

최신 Clover Terminals와 연동
한국인을 위한 POS 기능 탑재
듀얼모니터로 광고기능 탑재
LCBO READY
LOTTO TICKET SCAN
원격으로 실시간 지원
MADE IN KOREA

Service since 2006

최고의 퀄리티와 빠른 서비스

1Solutions와 함께하세요!

www.1solutions.ca

info@1solutions.ca / Toll-Free 1(888)554-7355 Direct Line(905)962-1999 Head Office(416)900-7533

심기호 당선자 **대외활동** 본격 가동

수상, 각료 대상 활발한 접촉, 술판매 재가동 촉구



10월 13일 협회를 방문한 레이몬드 조 장관(오른 쪽)이 회장 집무실에서 신재균 회장, 차기 회장 당선자인 심기호 부회장(왼쪽)과 대화를 나누고 있다.

지난 9월 16일 확정 발표된 본부협회 차기 회장 당선자이자 현재 본부 협회 부회장이기도 한 심기호 협동조합 운영이사장의 대외 활동이 더욱 발빠른 행보를 보이고 있다. 당선된 이후 취임전까지 한달 여간 한인 커뮤니티 주요 리더들을 접촉하며 협회에 대한 관심과 협조를 당부해 온 심 이사장은 주류사회를 대상으로는 온주 정부 주요 정치인들을 상대로 편의점 경제 활성화를 촉구하는 서신 캠페인을 벌였다.

지난 10월 5일에 심 당선자는 평소 협회와 깊은 친분을 유지해 온 더그 포트 수상에게 “온주 경제 회복과 성장 지원을 위하여” (Supporting Ontario’s Economic Growth and Recovery)라는 제하의 서신을 보냈는데 그 첫째가 불법담배 근절에 대한 보다 강력한 대응책 주문이었다. 그리고 두번째로는 코로나 사태로 잠시 소강상태를 보이고 있는 편의점 주류판매 정책 재추진의 적극성을 독려하는 내용을 담았다. 수상에게 전한 이 서신은 같은 날 핵심 각료인 피터 베스렌펠비 재무장관과 더그다우니 법무장관에게도 보냈다. 두 장관 역시 보수당 정부로 정권 교체가 되면서 협회가 여러 차례 접촉해 불법담배 근절책을 비롯한 편의점 산업 활성화 대책을 협의했던 대화 파트너들이었다.

수상에게 보낸 서신 내용을 간략히 요약하면 다음과 같다.

『... 재무부 자료에 따르면 온타리오가 매년 불법담배로 입는 피해액은 약 7.5억 달러입니다. 정품을 취급하는 협회 회원들의 영업 손실은 막대합니다. 온주 전체 하루 평균 거의 2백만 달러의 피해를 보며 어려운 여건으로 매우 우려할 수준의 폐업이 속출하고 있습니다. 불법담배 거래를 철저히 막을 수 있는 확실한 정책을 펼쳐 줄 것을 간곡히 호소합니다. 이렇게 해야 소비자들은 오직 정품의 담배, 즉 정부에 세금을 낸 담배를 취급하는 업소를 통해 구입을 할 것입니다. 더 자세한 정보는 www.saveourstore.ca 를 방문해 보실 것을 적극 권합니다. ... 정부가 LCBO 아웃렛을 허가해 편의점 술판매를 확대하는 조치를 적극 환영합니다. 저희 회원들은 술판매를 지역사회가 믿고 맡길 수 있는 책임있는 업주들이며 편의점에 술판매를 확대하면 지역 주민의 편의를 위해서도 유익합니다. 또한 온주 경제 전반과 정부에도 큰 재정적 도움이 됩니다. 가급적 빠른 시일에 편의점 모두가 술을 취급할 수 있도록 해 줄 것을 강력히 요청합니다. ... COVID-19 방역 대책과 경기 재무양을 위한 수상님의 헌신에 깊이 감사드립니다.』



Ontario Korean Businessmen's Association

175 The West Mall, Etobicoke, ON, M9C 1C2 Tel: (416) 789-7891 Fax: (416) 789-7834

October 05, 2021

Hon. Doug Ford, Premier
Legislative Bldg, Rm 281
Queen's Park, Toronto, ON M7A 1A1

Subject: Supporting Ontario's Economic Growth and Recovery

Dear Premier Ford,

On behalf of everyone at the Ontario Korean Businessmen's Association (OKBA), thank you for your continued strong leadership during these challenging times. As long-time advocates of supporting strong economic development and investment in Ontario, we look forward to working with you and your ministry to support Ontario's economic recovery.

The Ontario Korean Businessmen's Association (OKBA) represents the interests of more than 1000 independently owned and operated convenience stores across the province. During the COVID-19 pandemic, OKBA members were grateful to be recognized as essential businesses. Our members have continued to support Ontarians through this health crisis by operating stores safely and responsibly. These times have been both stressful and costly for our members who have proven their dedication to responsibly serving their local communities.

As we plan for economic growth and recovery for Ontario, convenience stores want to do our part in getting our economy back on track. As the Premier, we want you to be aware of two important issues that convenience store operators and the government will address when we return to normal. The first is the need for a digital ID system that can be used across all government services. The second is the need for a digital ID system that can be used across all government services.

▲ 더그 포드 수상에게 보낸 편의점 주류판매 확대 재가동 촉구 서신

한편, 심 당선자는 지난 10월 13일(수) 레이몬드 조(조성준)노인복지부 장관을 직접 대면해 협회와 조합 경영 애로를 타개할 방안에 대해 폭넓은 관심사를 교환했다. 10월 한인문화의 달을 맞아 조 장관이 한인 커뮤니티 경제의 심장부라고 할 협회를 직접 시찰해 격려하고 현황을 확인하는 기회를 가지고자 하는 차원의 방문이었다. 장관은 협동조합 매장을 구석구석 돌아보며 신재균 회장 그리고 차기 회장 당선자이자 조합 운영이사장이기도 한 심기호 당선자와 깊은 대화를 나눴다.



▲ 한인 문화의 달을 맞아 협회를 방문한 조 장관이 협동조합 매장 한국식품 코너와 최근 구 협회 사무실 공간에 입점한 '농산물 나라' 식품품 영업장을 둘러보고 있다.

신재균 회장은 과거부터 강조해왔던 “온주 정부의 투자이민 완화로 한인 이민자 유입을 증대해 한인 경제 발전과 비즈니스의 피드백에 도움을 주자”는 아이디어를 재차 언급했다. 이에 대해 장관은 11월 중에 재무부 중소기업담당 부장관과 이민부 장관과 협회의 대면 회합을 주선해서 협회를 방문하도록 하겠다고 약속했다. 심기호 차기 회장 당선자는 앞의 서

신 캠페인에서 지적인 핵심인 편의점 술판매 확대 정책이 재시동을 걸도록 유관 동료 장관들에게 적극적인 힘을 써달라고 협조를 당부했다. 장관은 항상 유념하고 있는 과제의 하나로 틀니는대로 관심을 기울이며 살피고 있다고 답했다. ■

<7면에 이어>

OCSA, 연령확인프로그램 신규 개발

고 강조했다. 기존 POS 시스템으로 이 프로그램이 통합되는 방식인데 손님이 계산하려는 순간에 법적 구입연령인지 아닌지를 즉각적으로 확인시켜줄 뿐 그 밖의 정보는 일체 접근하거나 활용할 수 없도록 돼 있다. LAT는 자사의 이같은 프로그램을 'LAVCE'라고 이니셜 명명을 했는데 'Liquid Avatar Verifiable Credential Ecosystem'의 약자이다. 디지털 지갑 기능까지 함께 갖추고 있으면서 연령확인 개인 정보 보호까지 지원되는 기술적 시스템이라고 한다. LAT 설명에 따르면 사용자들은 정부에서 발급한 디지털 ID 예를 들어 의료기관, 정부산하기관, 실험실, 학교, 교통기관, 트레이드쇼, 작업장, 스포츠경기장, 기타 각종 연령제한 프로그램 등에 광범위하게 적용된다. 그리고 이 플랫폼에 기반한 편의점 연령확인 프로그램은 그 한 부분에 지나지 않는 것이다. 테이벳 루카치 대표는 “소자영업자에게 연령체크 기능을 구현하는 맞춤형 프로그램이 될 것이며 특히나 연령제한 품목을 중점적으로 취급하는 편의점 업계에는 완벽한 도구임을 확신한다”고 말했다. ■

아담유 합동 법률그룹

Adam Yoo Stigler Nguyen & Associates

각 분야 전문 변호사와 법무사들이 여러분의 법률 문제를 최선을 다해 해결해 드립니다.

<p>교통사고 개인상해 보상 청구</p> <p>교통 사고 낙상 (Slip & Fall) 장기상해 (Long Term Disability) 개에 물린 사고 정부과실 사고</p>	<p>교통위반 티켓</p> <p>과속, 부주의 운전 무보험, 무면허 신호위반, 뺑소니 등 모든 교통 법규 위반</p>	<p>형법</p> <p>음주운전, 폭행 절도, 사기, 마약 흉기 소지, 살인 등 모든 형법 위반</p>
--	--	--

- ▶ 교통사고보상청구
- ▶ 형법
- ▶ 이민법
- ▶ O.D.S.P 신청 (Ontario Disability Support Program) 1년 이상 건강상의 문제가 있을 시 청구 가능.

- ▶ 개인상해 보상청구
- ▶ 가정법
- ▶ 교통위반 티켓

“강력한 실력, 오랜 경력, 섬세함으로 모든 법률 문제 해결”

변호사: Leonard Stigler, Mai Nguyen, Barry Edson
법무사: Adam K. H. Yoo, Narae Han, David Song, Hassanein Bhaloo

T : 416.739.8887 / 647.891.8867 / F : 416.739.7559
#100-1018 Finch Ave, West, Toronto

프랜차이즈의 득과失

‘OKBA프로그램스토어’의 향후 비전은...



프랜차이즈 가입해야 하나 말아야 하나.

독립 소자영업자들이 유명 체인의 브랜드 위상에 기대어 혜택을 누리볼까 하는 유혹은 늘 의식 한켠을 지배한다. 그런데 과연 현명한 선택일까. ...이렇게 망설이는 이유는 혜택만큼이나 견디기 힘든 단점도 만만치 않기 때문이다.

소매업계의 생리가 따라가기보다는 앞장서는 것이 이익을 더 많이 내는 사례가 빈번하다. 우리식 속담으로 말해 “닭대가리가 될지언정 소꼬리 되기는 싫다”는 것이다. 따라서 이 큰 매력을 생각하면 “독립 경영이 낫지 무슨 프랜차이즈 가입이나...”하고 생각을 접는다.

하지만 예외는 있기 마련. 성공적인 프랜차이즈 네트워크의 일원이 됨으로써 독립 자영업소의 힘겨움을 극복하고 더 나은 비즈니스를 하고 있는 성공 사례도 많다.

미국에서 프랜차이즈 관련 법과 제도 및 관행을 전문적으로 연구하고 업체 협력 파트너이기도 한 로펌 소속 변호사 라이언 윌트필씨의 말을 인용해 본다. “대부분의 경우 지금의 명망있는 프랜차이즈 회사들은 누구나 비즈니스 과정에서 많은 실수를 범하고 고쳐가며 오늘에 이르렀다. 따라서 독립 자영업주들은 그 긴 시행착오를 되풀이 겪지 않을 수 있다는 점에서

안심이며 프랜차이즈 본사는 물론 동료 프랜차이즈 가맹 업주로부터 든든한 지원과 조언을 얻을 수 있다”

이야기를 편의점으로 좁혀서 해보자. 협회 회원과 같이 독립 편의점 업주의 경우, 명망있는 프랜차이즈 네트워크에 가입할 생각이라면 반드시 그 장단점과 득실을 사전에 면밀히 비교 분석한 후에 결정해야 한다. 곧바로 프랜차이즈화 하기 힘들어 품목별 프랜차이즈화를 달성하지는 취지 하에 ‘OKBA프로그램스토어’ 사업이 현재 5년째 접어들었다. 이 역시 각 회원들이 나름의 비교 분석을 한 끝에 가입해 현재에 이르고 있는데 50명의 회원이 가입돼 있다. 이 사업이 명실공히 ‘프랜차이즈’화 하기 위해 집행부에서 진지한 모색을 하는 중이다. 다른 비즈니스도 마찬가지이지만 요즘의 편의점의 경우 산업 환경이 워낙 크게 변화를 겪어오고 있기 때문에 더 철저한 조사가 요구된다.

■ 프랜차이즈의 장점

다시 본론으로 돌아가 프랜차이즈가 제공하는 장점부터 살펴보자. 제일 큰 장점은 뭐니뭐니해도 브랜드 인지도를 급격히 상승시킬 수 있다. 매출이 오르고 손님 트래픽이 늘어난다. 주유소 병설 편의점이라면 개

스를 비롯한 편의점 핵심 품목들의 가격 경쟁력이 높아진다. 프랜차이즈 가입으로 거대한 보호막, 즉 구매력(purchasing power)은 과거 독립업소였던 때와는 비교조차 할 수 없을 정도로 강해졌기 때문이다. 쉽게 말해 10월에 가져올 것을 8월이나 9월에 가져오니 주변 독립업소와의 가격 정책에서 현저한 경쟁력 우위를 확보하는 것이다. 행여 주변에 경쟁 프랜차이즈 업소가 있다면 최소한 가격경쟁력에서 밀리지는 않을 것이다.

프랜차이즈는 일반적으로 시험을 거쳐 검증 확인된 비즈니스 모델만 선택해서 적용하기 때문에 성공가능한 제품 개발과 그 결과물, 성공적인 가격정책 그리고 입증된 판촉 전략이 제공된다.

망망대해에서 특별한 훈련도 받지 않고 혼자 많은 질문과 답변을 마련해 새로운 사업이라고 뛰어들어야 하는 모험과 불안감을 떨쳐낼 수 있다는 것이 프랜차이즈의 매우 큰 장점일 것이다. 배경으로 버티고 있는 든든한 보호막이 주는 정서적 안정감과 자신감은 아무리 강조해도 지나치지 않다.

제품, 가격, 판촉에 있어서 가입자는 아무런 신경을 쓸 필요가 없다. 이런 것들은 독립업주였다면 가장 많은 시간과 노력을 투입해 다루어야 할 주제들인데 이 골칫거리에서 해방된다. 가맹업주는 단지 제공받은 이들 요소들의 수준을 그대로 보존 관리하고 서비스를 잘해야 하며 내부 청결을 유지해서 트래픽을 유인하는 노력만 잘 하면 된다. 그런데 이런 것들을 게을리하거나 대수롭지 않게 생각해서 그 좋은 명성과 배경에도 불구하고 손털고 나가는 사례가 주변에 아주 많다. 이 정도면 비즈니스를 너

무 우습게 보는 불성실한 사람이니 논할 가치도 없다. 그냥 원래대로 독립업주 신분으로 장사하는게 더 나을 수도 있다. 지금 여기서 우리는 프랜차이즈의 성공을 논하고 있다.

뉴욕의 프랜차이즈 상담 전문가 버크씨의 비유적인 말도 귀담아 들을 만하다. “프랜차이즈라는 것은 두 파트너가 자신만의 고유 레인을 가지고 수영을 하는 것과 같다. 본사와 가맹업주 사이의 조화를 통해 시너지 효과가 생기고 이러면 본사 사세도 급격히 신장될 수 있고 이것이 다시 가맹업주 지원 강화 등으로 환류하며 한마디로 누이 좋고 매부 좋아지는 격이다. 이는 결코 혼자서 모든 것을 처음부터 끝까지 책임지고 꾸려나가는 독립업소가 꿈꿀 수 없는 강점이다.”

■ 프랜차이즈의 단점

상식적으로 알다시피 영업방식의 실질적 통제권을 포기해야 한다는 것이다. 위에서 장점으로 언급한 것이 생각의 차이에 따라 역으로 단점이 된다고도 말할 수 있다. 본인이 임의로 하고 싶은 영업스타일을 구사하지 못하고 제약을 받고 지시를 따라야 한다는 것에 거부감이 일어날 수 있다.

그다음으로는 혼자 독자적 영업을 했을때는 전혀 들지 않아도 될 프랜차이즈 수수료(franchise fee)라는 것을 내야 한다. 이를 부담스럽게 생각한다면 결코 무시 못할 단점이겠다.

만약 기존대로 뱃속 편하게 내가 결정하고 내가 100% 책임진다는 독립

KCWA FAMILY AND SOCIAL SERVICES

2021년 11월 프로그램

• KCWA 노스욕 센터 사무실: 5075 Yonge St., Suite 401 North York
 • KCWA 배더스트-핀치 사무실: 540 Finch Ave., W. North York

KCWA와 함께하는 영주권카드 갱신 신청안내

□ 일시: 11월 9일 (화) / 오전10시 - 11시
 □ 담당: 정착상담원 최성혜 (문의: 416-340-1739)
 □ 내용:
 1. 캐나다 영주권자와 영주권카드
 2. 영주권카드 신청이 필요한 이유
 3. 준비서류와 진행절차
 4. 알기쉬운 신청서 작성법
 5. 자주 묻는 질문들

시니어를 위한 노인연금

□ 일시: 11월 11일 (목) / 오전10시30분 - 오후12시
 □ 담당: 정착상담원 김미란 (문의: 416-340-1556)
 □ 내용:
 1. 노령보장연금 (OAS)
 2. 소득보장보조금 (GIS)
 3. 배우자생활보조금 (Allowance)
 4. 캐나다퇴직연금 (CPP)

소액소송에 대한 모든 정보: 온타리오 소액재판소

□ 일시: 11월 16일 (화) / 오전10시 - 11시30분
 □ 담당: 정착상담원 심한주 (문의: 416-340-1653)
 □ 내용:
 1. '소액재판소'란?
 2. 소장 작성 및 접수 방법
 3. 소송 절차
 4. 소액소송을 위한 유용한 팁

부모/조부모 초청 이민 신청안내

□ 일시: 11월 30일 (화) / 오전10시 - 11시
 □ 담당: 정착상담원 최성혜 (문의: 416-340-1739)
 □ 내용:
 1. '부모/조부모 초청 프로그램'이란?
 2. 2020-2021년 진행 업데이트
 3. 스폰서십의 자격과 의무규정
 4. 부모/조부모 초청 신청방법
 5. 자주 묻는 질문들

11월의 모든 세미나는 온라인으로 진행됩니다. Zoom을 통한 웨비나 참여방법에 대하여 자세한 안내를 원하시는 분은 KCWA (416-340-1234 / www.kcwa.net)로 연락해 주시기 바랍니다.

Funded by: Immigration, Refugees and Citizenship Canada

주토론토총영사관
CONSULATE GENERAL OF THE REPUBLIC OF KOREA IN TORONTO

재외동포재단

편의점을 고수한다면 이 두가지 치명적 단점으로 고민할 필요가 전혀 없다. 그러나 프랜차이즈에 가맹하는 순간부터 책임으로부터 자유로워지는 부분을 대신해 통제와 제약이 들어서고 고정적으로 본사에 일정 금액이 빠져나간다는 점을 감수할 각오를 해야 한다. 프랜차이즈 본사가 요구하는 기준과 조건들을 세세히 맞춰야 영업이 정상적으로 돌아가는 것이다.

앞에서 잠시 소개한 변호사 윌트필씨는 이와 관련한 자신의 고객 경험을 들려준다. “일부 가맹업주들은 기껏 프랜차이즈에 가입해놓고 본사가 요구하는 요구와 조건들을 도외시하고 멋대로 영업을 하는 실수를 저지른다. 대부분의 사례를 관찰해보면 이런 식으로 해서 결코 좋은 결과를 내는 적이 없고 본사와의 논쟁으로 소모전을 치르다가 손을 털고 나간다.”

새겨들을 이야기다. 협회가 프랜차이즈화의 중간 단계로 창안해 운영하고 있는 ‘OKBA프로그래스트어’가 큰 발전을 못하고 답보 상태인 결정적 이유는 본부 협회가 제시한 조건 - 이는 공급사가 요구하는 조건과 일치 - 을 무시하거나 비협조적인 태도 때문이다. 크게 아쉬운 대목이 아닐 수 없다.

■ 냉정한 평가와 분석

독립편의점을 운영하다가 프랜차이즈로 변신하고 싶다면 결정을 내리기 앞서 한번 자기 스스로를 냉철하게 분석할 필요가 있다. 뒤늦게 후회하면 경제적 손실과 정신적 타격이 매우 크기 때문이다. 우선 전문가들이 이 구동성으로 체크할 것을 권하는 회사 관련 요소들은 어떤 것들이 대상이 될까? 가입하려는 프랜차이즈 회사의 브랜드 인지도(brand strength), 시장점유율, 제품혁신 역량, 매출순환 주기, 마진과 현금 유동성 체크가 핵심 요소들이다.

다음으로는 위의 윌트필 변호사가 제시한 조언에 따라 두가지 개념으로 구분해서 분석해본다. 본인 자체와 가입코자 하는 회사다.

● 자신에 관한 평가

▶ 해당 사업을 통해 달성코자 하는 나의 재정적 목표와 개인적 목표가 무엇이며 주어진 프랜차이즈 기회가 어떻게 내 목표를 충족시켜줄 것이라고 생각하는가?

▶ 프랜차이즈 운영에 필요한 자금 조달 상황을 내가 잘 파악하고 있는가, 충분한 자금 확보가 돼 있나?

▶ 프랜차이즈에 따르는 영업 시스템을 편히 잘 소화해낼 수 있는가? (같은 질문이지만 “기존 내 방식대로 했던 스타일과 정반대의 시스템을 받아들인데 어려움을 겪을 가능성은 없을까?”)

해당 프랜차이즈의 제약 조건은 누구에게나 동일하게 주어져 있지만 이를 받아들이는 개인의 역량이나 감수성 등 개성적인 부분때문에 반응은 다양하게 나올 수 있다. 따라서 스스로를 돌아보고 체크해보는 것이 중요하기 때문에 이 과정이 필요한 것이다. 프랜차이즈가입 전에 목표설정과 동기부여와 같은 것을 깊이 생각해보는 것은 필수적인 점검 사항임을 되풀이 강조한다.

● 회사에 관한 평가

▶ 가입자에 대한 교육 시스템, 지원, 마케팅 기법 등이 가입자의 성공을 돕도록 잘 짜여져 있고 작동이 잘 돌아갈 것 같은가?(의외로 본사 좋은 일만 시키고 가맹점주는 죽도록 일만 하며 수수료로 다 뜯겨서 빈손만 남는 한국의 많은 비참한 사례를 상기하며 상호 윈윈, 상생하는 시스템으로 구성되어 있는지 예민하게 살펴야 할 가장 기본적인 정보다.)

▶ 본사가 명망과 브랜드 인지도, 지역사회에서의 신뢰와 믿음을 얻고 있는가?(착한 기업 이미지와 부합하기 위해 요즘 많은 유통 기업들이 애를 쓰고 있음을 상기해보자. 기업윤리, 商도덕 같은 개념에 닿아 있다.)

▶ 문제를 제기하면 본사가 얼마나 빨리 반응을 보이는가?(본사 차원에서 발빠르게 대응해줘야 할 것을 부도덕한 갑질 기업의 경우, 나몰라라 하고 점주에게 떠넘기는 경우가 좀 많은가...)

▶ 브랜드 이미지 구축, 광고, 신상품 판촉전 등 다양한 경쟁에서 앞서가기 위해 얼마나 본사 차원의 적극적이고 다양한 노력과 활동이 전개되고 있는가?

▶ 재무적 차원에서 기존 가입업소들의 실적은 어떤가?(사실 가장 본질적이고 실질적인 체크 포인트다. 독립이든 프랜차이즈가맹이든 사업을 하는 근본 이유가 자선 사업이 아니라 돈을 벌고자 하는 것임을 잊어서는 안된다.)

▶ 코로나 사태로 회사가 얼마나 부정적 영향을 받았는지, 만약 부정적 영향이 있었다면 본사 차원에서 난관 극복을 위해 어떤 대응과 변신의 노력을 기울였는지 살펴볼 일이다. 매출, 순익 등 재정적 측면에서 코로나 이전으로의 복귀가 진행되고 있는가?(본사의 위기 극복 능력을 가늠해볼 수 있는 좋은 기회가 코로나 사태이기도 하다.)



이상이 윌트필씨가 점검해보라는 포인트들이다. 그는 또 가입하기 전에 기존 가맹업주들과의 만남을 반드시 가질 필요가 있다고 강조한다. 특히 독립적으로 비즈니스를 하다가 가맹한 업주가 큰 조언을 해 줄 것이기 때문에 이런 부류의 동료 업주를 접촉하라고 조언한다. 양쪽을 이미 다 경험했기 때문에 장·단점에 대해 해줄 말이 풍부하다. 향후 협회의 새 집행부가 OKBA프로그래스트어 사업을 명실상부한 프랜차이즈화로 격상하기 위한 비전을 염두에 두고 있음을 생각할 때 성공적인 프랜차이즈의 방향이 어떻게 가야할지 정리되는 전문가의 분석이었다. ■

백신 여권과 소자영업체의 스트레스

소신과 백신접종 거부 손님의 접나는 해코지

모국에서는 코비드-19 예방접종 증명서를 위.변조하다가 적발되면 형법에 의거, 10년 이하의 징역에 처해질 수도 있다. 식당 등 다중이 이용하는 영업장에 증명서를 확인하지 않고 출입을 허용하면 무거운 처벌을 받게 된다.



세계 여러나라 정부들이 보건안전과 경제 극복이라는 두마리 토끼를 잡기 위해 절충안으로 내놓은 것이 두차례 백신 접종을 완료했음을 증명하는 소위 '백신 여권(vaccine passport)제도화이다.(정확히 말하면 해외 여행 출입국에 요구되는 것은 아니며 백신 접종 증명서 제도 정도로 이해해야 하겠으나 편하게 국내에서의 활동에도 통용되는 용어로 정착 중이다.)

캐나다도 예외가 아니어서 이미 식당 출입 시 백신 인증서 제시를 요구 받고 있는 것은 다들 경험하고 있을 것이다. 코로나19가 델타 변이 바이러스 창궐로 4차 유행이 본격화하자 도입하기 시작했다. 캐나다는 퀘벡주가 지난 9월 1일부터 첫 시행에 돌입했고 식당, 극장, 경기장 등 비필수 사업장 출입 시에 증명서를 요구받는다. 주로 스마트폰에 저장해서 편하게 보여주고 있다. 온타리오주는 9월 22일부터 시행됐다.

그런데 정부의 이 새로운 정책과 관련해 예상치 못하게도 정작 갈등은 손님과 식당 주인 또는 종업원 사이에 첨예화되고 있어 큰 우려를 일으킨다. 생생한 실례가 온주 해밀턴의 하티 홀리건(Hearty Hooligan)이라는 레스토랑에서 벌어지고 있다. 소비자 평가에서 악의적인 별 하나 공세를 받으며 억울한 괴롭힘을 당하고 있는데 멀쩡한 평판이 추락하는 지경이

다. 백신 접종을 거부하는 신념을 가진 손님들이 출입하려고 할 때 백신 여권을 요구하면서 갈등이 시작된다. 이들은 백신을 접종하지 않을 자유도 있다고 당당히 주장하며 식당을 비롯한 공공장소를 이용하려고 하는데 증명 요구에 단념하고 발길을 돌리는 손님들도 있지만 주관이 뚜렷하기 때문에 주인이나 손님과 큰 실랑이가 벌어진다. 참으로 업소 입장에서는 괴로운 순간이다. 이 식당 주방장 매튜 마일즈씨는 신변의 위협까지 느낄 지경이 되자 자신의 인근 카운터에 보안회사와 통하는 비상벨(panic button)까지 설치했다. 그리고 다른 종업원들과 만약의 사태를 대비한 역할 연기까지 연습했다. 예를 들어 한 명의 종업원이 백신 접종안하고 이 용하겠다는 단호하게 대드는 역할을 해보이고 이를 저지하는 대응 역할을 하는 종업원 역할을 마치 각본 연기하듯 미리 연습을 하는 것이다. 그래야 실제 상황에서 자연스럽게 대처 능력이 발휘되는 것이다.

대부분의 주 정부가 외식, 위락 등의 비필수 활동에서 백신접종 증명서 제시를 의무화하고 있기 때문에 위의 요리사 마일씨와 유사한 경험, 즉 협박 전화나 온라인 괴롭힘 등에 초긴장을 해야 하는 사업체들이 늘어날 전망이다. 현장에서의 다툼이나 욕설로만 마무리되는 것이 아니다. 이용을 못한 이들은 분이 안 풀리자 전화로 협박과 폭언을 해댄다. 그리고 식당을 비롯한 환대 업종의 경우 요즘 온라인 사이트 평가 (review, rating)

를 악용해서 형편없는 서비스를 하는 곳이라고 가짜 댓글로 도배를 한다.

온라인 허위 평가 댓글 공세는 그나마 위의 하티 홀리간 식당에게는 다행스럽게도 그다지 심각한 타격을 주지는 않고 있다. 기존 커뮤니티에 뿌리내린 명성이 워낙 단단하기 때문이다. 마일즈씨는 이를 다소 안도하면서라도 명성이 덜한 업소들은 비접종 소신과 고객들의 소나기 비난 공세에 대해 준비를 철저히 할 수 없어 피해가 클 것이라고 우려한다. 이들의 애꿎은 행동이 심각한 골칫덩어리임이 분명하다. 영업 관점에서는 물론이고 심리적 타격에서도 예상일이 아니다. “삶이 송두리째 어디로 빨려 들어가 통제할 수 없는 어떤 상황으로 찢겨지는 느낌... 이런 엄청난 좌절감을 안긴다.” 마일즈씨의 표현이다. 자신이 겪었던 감정이니 누구보다 잘 알 것이다.

무대를 켈거리로 옮겨보자. 마담 프리미어(Madame Premier)라는 패션 옷가게를 하는 새라씨는 최근 협박 전화에 시달리고 있다. 자신의 이름까지 정확히 부르는 전화들인데 방문 손님들에게 백신접종 증명을 요구한 이후부터이다. 알버타 백신증명 제도는 일반 소매업소는 포함시키지 않았다. 업소 재량에 맡기는 다소 느슨한 정책이다. 하지만 새라씨는 자신과 두명의 어린 자녀들을 코로나로부터 보호하기 위한 보건 안전 때문에 자발적으로 이를 선택한 것이다. 구글 업소 평점, 인스타그램의 고객 메시지 등이 이 방침을 시작한 후로 부정적 내용 일색이다. 거절당한 비접종 손님들의 심술이 발동한 것이다. 그나마 다행인 것이 단골 손님들이 이런 악의적 메시지에 대해 그녀와 그녀의 점종 증명 요구 행위를 옹호

해주는 글과 평가를 올려서 맞불을 놔주고 있다. 그럼에도 불구하고 그녀는 마음의 상처가 크고 좌절과 낭패감으로 고통받고 있다. “비즈니스에만 집중해야 할 내가 이런 일도 당도 않은 일에 대응을 하고 고민해야 하다니 정말 그러고 싶지 않다.” 그녀의 답답한 심정이다.

요식업 협회인 레스토랑 캐나다(Restaurants Canada)는 알버타주의 백신 정책이 업소 임의에 맡기는 자율성이 근간을 이루고 있기 때문에 이 같은 소비자들의 무분별한 비판 공세의 위험이 증대될 우려가 높다고 분석하고 있다. “나란히 이웃하고 있는 식당인데도 손님에 대한 백신 방침이 다르다. 정부가 확실하게 선을 그어서 동종업종간의 이같은 혼란과 차이가 없도록 정리를 해줘야 할 것이다.” 협회 회장 겸 CEO 타드 바클레이씨의 말이다.

회장은 엘프(Yelp)나 구글같은 회사들이 악의적인 리뷰에 피해를 입지 않도록 대책을 마련해줄 것을 주장하고 있다. (*엘프는 ‘리뷰포럼’이라고 일컬어지는 비즈니스 검색 및 평가 전문 온라인 업체)

이같은 요구에 대해 엘프 측은 요식업체가 백신 접종 증명을 요구한다는 정보 혹은 서빙하는 모든 종업원이 백신 접종을 완료한 업체임을 추가 정보로 알려 소비자들이 쉽게 인식할 수 있도록 시스템을 업데이트하겠다고 말했다. 이렇게 해놓으면 고의적이고 악의적인 가짜 평가가 공격을 하는지를 자동적으로 모니터링할 수 있어서 걸러낼 수 있다고 한다. 억울한 피해의 구제책으로 그나마 도움이 될 수 있을 것이다. 만약 특이



백신 의무화와 백신 여권 제도 도입을 둘러싸고 세계 여러나라에서 신체의 자유를 들어 백신 거부의 자유를 달라며 대정부 시위를 벌이는 일부 시민 집단들도 있다. (위로부터 시계 방향으로 이태리, 프랑스, 캐나다, 미국) 이들은 요식업소를 비롯한 소매업소 방문 시 접종 증명서 제시로 저지당하는 것에 불만을 품고 업주를 상대로 폭언과 전화 협박, 온라인 평가 악플 등으로 해코지를 하며 분을 풀기 일쑤인데 이에 따른 소매업주들의 스트레스가 급증하고 있다.

한 리뷰 집중이 일정선 이상을 넘어가면 이상 징후로 분류해서 자동으로 경보 시스템이 작동하고 직원이 이곳에 집중적인 관찰을 쏟을 수 있다. “고객이 해당 업소를 직접 체험한 결과를 우선적인 자료로 의미를 부여하는 것이 우리 회사의 중대한 방침이다.” 엘프 대변인의 말이다. 엘프는 올해 1월부터 자사 플랫폼에서 활동하는 이상 징후 현상에 190회의 경고 시스템을 발동했으며 이렇게 해서 걸린진 평가 글이 약 8,000여 개였다고 밝혔다. 가짜 평가로 피해를 보는 비즈니스를 보호하기 위한 장치인데 큰 도움이 될 수 있다.

사태가 심각해지자 요즘은 업주들이 직접 평가 회사에 전화해서 이런 저런 억울한 피해를 당하고 있으니 지워줄 것을 요청하는 사례도 늘고 있다고 한다.

앞의 새라씨는 말썽많은 비접종 손님들의 방문을 사전 차단하기 위해 앞문을 아예 잠궂고 손님이 문앞에 다가오면 접종 여부를 확인하고 그때때 열어준다고 한다. 이또한 번거로운 일이 아닐 수 없지만 불필요한 봉변이나 피해를 줄이고자 하는 고육지책이다.

그녀는 이런 방식이 결코 내세울 것은 못되지만 마음의 평화를 얻기 위한 어쩔 수 없는 선택임을 강조했다. 업소에서 혼자 일하는 여성으로서 이해가 가고도 남는다. 백신 여권을 요구받지 않는 편의점이나 간편 푸드

서비스 업종들은 손님이 와서 그냥 사고싶은 제품을 집어 들고 계산대에서 계산하고 끝난다. 그러나 손님에게 많은 대화를 통해 서비스를 제공해야 하는 업종은 비록 정부가 백신 접종 증명을 요구하도록 하지는 않지만 주인이 스스로 자기 방어와 신변 안전을 위해 백신 여권을 요구하는 것은 당연할 수 있는 권리다. 이때문에 손님으로부터 불공정한 비난을 받을 뿐 아니라 영업을 지장을 겪고 정신적 충격까지 감내해야 한다면 여론몰이의 희생자에 다름아니다.

물론 코로나가 아무리 중대하고 심각한 대 역병이라 하더라도 본인이 종교적인 이유에서든 정치적인 동기에서든 여하한 이유로 백신 접종을 거부하고 안맞을 자유는 있다. 그러나 자유라는 것이 타인의 안전과 생명을 위협하거나 침해하면서까지 향유할 수 있는 것은 아니다. 그럼에도 불구하고 미국에서는 지금까지도 약 4천 만명의 골수 백신접종 거부자가 있다고 한다. 바이든 정부의 백신 의무화 제도와 큰 충돌을 빚고 있는데 정치적, 음모론적 시각이 크게 작용하고 있고 부작용에 대한 과도한 불안도 가세해서 정부에 큰 골치를 안겨주고 있다.

캐나다에도 일부 극렬한 백신 거부자들이 있다. 미국만큼은 아니지만 앞에서 소개했듯이 이렇게 백신 문제로 소자영자들이 봉변을 당하고 있는 실정이라서 고민이 크다. 그나마 편의점 업종은 백신 여권 제시 의무화 대상에서 제외된 것이 매우 다행이다 싶다. ■



OKBA

온타리오한인실업인협회 PROGRAM STORE

Bi-Monthly Promo Deal

Price effective from Nov 1st, 2021 to Dec 31st, 2021

Package	EDV		Saving		promo price		SRP	
	per case	per unit	per case	per unit	per case	per unit	retail	Margin %
SW Regular-PET-1L-12 Loose	\$23.00	\$1.92	\$3.40	\$0.14	\$19.60	\$1.63	2 for \$5.00	35%
Energy Cans- Monster/Rehad-458 ml-12 pk	\$24.00	\$2.00	\$2.52	\$0.11	\$21.48	\$1.79	2 for \$5.00	28%
SSD-PET-2.000L- 8(1 x 8)ls	\$16.60	\$2.08	\$2.00	\$0.08	\$14.60	\$1.83	2 for \$5.00	27%
SSD-PET-0.500L-24(1 x 24)ls	\$33.50	\$1.40	\$3.70	\$0.15	\$29.80	\$1.24	2 for \$4.00	38%
AHA-SPK WATER-PET-0.500L-24(1 X 24)LS	\$21.50	\$0.90	\$21.50	\$0.90	\$19.65	\$0.79	2 for \$2.50	69%



Classified - Confidential

OKBA Program Stores – ACCOUNT CHECKLIST

Account Executive: Kyle Li Email: yaoli@cokecanada.com Phone: (289) 233 2141

백신 보급에 따른 새로운 트렌드, 그리고 변화

포스트 백신 경제시나리오

드디어 보급된 백신!
이제는 포스트 코로나가 아닌
포스트 백신의 시대입니다

“백신 전쟁” 이라고 표현될 정도로 세계는 모든 수단을 동원하여
더 많은, 그리고 더 안전한 백신을 보유하고자
또 다른 의미의 전쟁을 치르고 있습니다

또한, 일부 국가는 백신 보유를 넘어 선택적 보급을 진행하며
가능한 국가와 그렇지 않은 국가 사이 불균형 회복을 야기하고 있습니다

과연 백신의 보급은
세계 경제를 넘어 우리의 일상을 어떻게 회복시킬 수 있을까요?
그에 따른 우리의 투자 방향과 대응 방안은 어떻게 달라져야 할까요?

포스트 백신 시대와 편의점 안전 문제

코로나 지식 복습 및
향후 유의사항 총정리

Post-Vaccination Information Tools

“포스트 코로나”(Post-Covid)가 시대의 유행어가 되더니 이제 “코비드와 더불어 살기”(With-Covid)라는 말이 공공연히 회자되는 세상이 됐다. 막강한 대 역병 앞에서 포기라면 포기이겠고 경제활동 재개를 위한 타협의 지혜라고 봐도 좋겠다. 편의점을 포함해 비즈니스를 하는 사람들에게 사업장과 본인 및 가족의 개인적 보건 안전 모두에 있어서 어떤 요령으로 앞으로의 삶을 영위해 나가야 할 것인가는 절박한 과제로 대두되고 있다.

그래서 최근에는 “포스트 백신”(Post-Vaccination)이라는 표현 또한 유포되고 있다. 직장이나 비즈니스 현장에서 작업 안전과 예방 수칙을 전문으로 다루는 권위자 파멜라 패트리씨가 업계 전문지 CSN을 통해 밝힌 조언을 기초로 이 주제를 다뤄본다.

편의점 살아남기와 변영발전이라는 과제는 장기적 안목과 대처를 요구 받고 있다. 지금 당장의 급급한 코로나 바이러스 이겨내기 조치들이 장기적인 보건 안전 관행으로 통합 정리될 필요가 절실한 시점에 와 있기 때

문이다. 단기처방과 장기대응의 조화 혹은 이 둘의 병행 노선을 걸어야 한다는 의미이겠다.

코로나 이전의 삶에 대한 그리움이 강렬하다. 하지만 그 이전의 단순하고 안전해 보였던 생활 관행은 그냥 옛 이야기가 돼버렸고 그 시절로 이제 결코 되돌아갈 수 있는 세상은 없다. 마음으로 받아들여야 한다. 그렇다고 상황이 부정적인 것만은 아니다. 보건과 안전 측면에서 이번 코로나 사태를 겪으면서 얻은 많은 새로운 경험과 행동양식들은 세상을 한편으로는 더 안전하고 나은 쪽으로 재창조한다는 건설적인 측면도 제시하고 있다. 특히 비즈니스 업장에서의 종업원과 손님을 위한다는 면에서 한층 업그레이드될 수 있다는 긍정적 사고를 가져야 한다.

지금까지 겪은 것을 토대로 코로나 관련한 몇가지 중요한 지식을 복습하고 넘어가자.

- Covid-19와 같은 바이러스는 완전히 박멸될 가능성과 무한히 지속될 가능성 모두를 가지고 있다. 우리에게 지금도 생생한 - 그러나 지금의 코로나 심각성과는 비교도 안될 정도로 상대적으로 약했던 - ‘중증급성호흡기증후군’(일명 ‘사스’ SARS ; severe acute respiratory syndrome) 이 기억난다. 인간의 개입으로 사라졌다. 하지만 다른 바이러스들이 이어서 나타났다. 코로나 바이러스는 특정 지역 발병에 한정 지을 수도 있다.

규칙적으로 반복 발생하겠지만 감염이나 질병 상태가 아주 낮은 수준으로 머물게 할 수 있다 따라서 앞으로 감염 가능성을 지속적으로 최소화시

켜 나가는 것이 긴요한 과제다.

● 코로나 백신이 만병통치약은 아니다. 이 바이러스에 대한 방어 효과로 최상이라는 것이지 이 백신을 맞았다고 앞으로 감염이 안된다거나 전파되지 않는다는 의미가 결코 아니다.

● 전문가들에 따르면 코로나 바이러스에 대한 집단면역에 도달하는 데에는 90%의 접종률이 필요하다고 한다. 물론 그 이상이 요구될 수도 있다. 하지만 지구촌이 한날 한시에 동시에 접종하는 것도 아니고 많은 지역들이 부분 접종 혹은 특정 지역 전체가 미접종하는 곳이 많을 것이기 때문에 더 강력한 변이 바이러스들의 출현이 가능하다. 이미 델타 변이가 창궐했고, 그리고 최근에 뒤이어 나오고 있는 람다(Lambda) 변이 바이러스가 그런 것들이다. (*여담인데 델타는 그리스 문자 4번째이며 여기서 로마자 D가 나왔고 람다는 그리스 문자 12번째이며 여기서 로마자 L이 나왔다.)

이상의 전제 지식하에서 다음과 같은 결론이 나온다.

● 예방 접종이 완료됐다고 코로나 세상이 완전히 끝난 것이 아니다. 예방 조치가 잠시 우리와 함께 했을 뿐이라는 생각으로 임해야 한다.

● 접종을 포함한 예방 조치들이 효과가 확실히 있다. 단순한 효과에서 더 나아가 우리를 과거보다 더 건강하게 만들기까지 한다. 기존의 독감, 일반 감기, 아동 질병 - 예를 들어 수두(水痘 chickenpox), 홍역(紅痲 measles) 등 - 의 감염률을 감소시키는데 코로나 관련 예방 조치들이 명백한 긍정적 영향을 끼쳤음이 입증되고 있다.

앞으로 편의점을 찾는 고객과 이를 응대하는 종업원들의 감염 위험은 한동안 낮아질 것이다. 이미 상당 수준의 접종률을 보이고 있기 때문이다. 하지만 사람들은 여전히 마스크를 착용해야 하고 손을 자주 씻고 소독을 틈나는대로 해야 한다. 계산대 앞의 손님 대면 공간을 투명 차단막(plexiglass barrier)등으로 해서 안전 수위를 지금처럼 계속 유지해야 하는 것은 물론이다.

본 글의 주제로 다시 돌아가서, 집단 면역을 달성한 백신 접종 이후의 세상을 맞이해 편의점 살아남기와 변형 발전을 위한 대책에 집중해본다.

글의 모두에서도 언급했듯이 장·단기적 조치가 어우러져야 한다. COVID-19 안전수칙을 문서화해보는 것이 가장 먼저 할 일이다. 업소내에서 행해져야 할 안전계획 조치들이 머릿속에만 있어서는 안되고 누구나 볼 수 있도록 문서화하지는 것이다. B,C주와 온타리오의 경우 이미 안전수칙에 대한 이런저런 몇가지 문서 작성과 비치를 의무화해서 시행 중에 있다. 법적 효력을 가질 수준이다. 편의점과 같은 소규모 자영업에서는 오히려 지키고 관리하기 더 용이하다.

문건화 시켜야 할 10가지 수칙으로 요약해 보자면 핵심 내용은 다음과 같다.

▶ 코비드 관련 준수 사항들이 업소 자체적으로 업데이트되는 부분을 종업원 및 손님과 공유토록 한다.



▶ 각급 정부로부터 새로운 지시나 명령이 하달될 수도 있으니 늘 정보를 업데이트하기 위해 눈과 귀를 열어두고 있어야 한다. 업소 운영 개선에도 이런 정보들이 도움을 줄 수 있다. 통제만 행사하는 것은 아니기 때문이다. 경제활동과 보건안전을 위한 통제의 사이에서 정부 입장이 수시로 변화하는 요즘이다.

▶ 기존의 필수 기초 방역수칙, 예를 들어 마스크 착용, 손세척 등은 손님이 업소 들어오기 전에 마치도록 계속 지시를 유지해야 한다. 편의점의 경우 평소 알고 지내는 공급사 직원들에게도 마찬가지로 요구해야 한다.

▶ 입구 근처에 손소독을 위한 간이 시설물을 마련한다.

▶ 업소에 동시에 머물 수 있는 체류 인원수를 철저히 지키도록 한다.

▶ 업소 정리정돈이 잘 돼 있도록 한다. 외관상, 느낌상 깨끗해보이고 질서정연해보이는 업소, 향기가 좋은 업소는 손님에게 위생 관념이 철저하다는 이미지를 줌으로써 안심하고 쇼핑할 수 있다는 심리적 안정감을 준다.

▶ 투명 차단막이 더이상 필요치 않은 상황이 오더라도 안전 거리를 유지토록 한다. 종업원과 손님을 보호하는데 이만큼 손쉽게 지키면서 안전을 보장하는 조치도 없다.

▶ 코비드 관련한 분노 유발 상황에 예민한 주의를 기울여야 한다. 작년 코로나가 본격화되던 초기에 감정 싸움으로 치달으며 주인과 손님 사이에 시비가 꽤나 많았다. 보안 조치를 확실히 해둘 필요가 있다. 비상 핫라인, 보안 카메라, 경보시스템 등이 만일의 사태를 대비해 철저히 점검되고 작동되어야 할 것이다. 종업원에게도 잘 알려둬서 만약의 비상 상황에서 당황하지 않고 침착하게 처신하고 조치하는 요령을 익히도록 해야 한다.

▶ 종업원과 손님도 주인과 똑같이 코로나 보건 안전 예방 조치를 공동으로 인식하도록 업소에서 어떤 행동을 해야할 의무가 있는지 메시지가 잘 전달돼야 한다.

▶ 코로나에서 더 나아가 업소내 포괄적 안전 상태에 유념해야 한다. 바닥이 미끄럽다거나, 고르지 못한 표면으로 발이 걸릴리다거나 하는 안전사고가 발생하지 않도록 미리미리 조치해야 할 것이다. ■

편의점의 성공적 대물림

퀘벡 시골의 베로니크씨 이야기



부모님이 하던 가게를 인수하고 곧 바로 푸드서비스를 추가해 모범적인 운영을 하고 있는 베로니크씨의 업소는 술판매, 주유소까지 겸하며 거의 원스톱 쇼핑이 가능하다.

도시에서의 삶에 지치고 염증이 난 베로니크 쉬아쑹(Veronique Chiasson)씨는 고향으로 돌아와 가족이 경영할 수 있는 사업체인 편의점을 하나 샀다. 『Depanneur Chiasson Service Super Sagamie』라는 상호다. 여러 새로운 아이디어가 반영됐고 그 중 하나가 신선하고 간편히 소비할 수 있는 푸드서비스를 추가하는 것이었다.

틴에이저 시절 베로니크씨는 퀘벡의 자신이 태어나고 자란 비포장 시골 구석의 라크생장(Lac-Saint-Jean) 마을에는 계속 살고 싶지 않다고 입버릇처럼 내뱉곤 했다. 그랬던 그가 소원대로 멀리 큰 도시에 나가서 긴 세월을 살고 난 끝에 귀향 후 주유소가 딸린 편의점을 인수한 것이다. 가게는 다름아닌 그녀의 부모가 소유하고 운영하던 것으로 위치는 읍내를 살짝 벗어난 변두리에 있다.

“더 큰 세상으로 나가고 싶은 마음이 간절했고 내 나이 18세에 시골 내 마을을 떠났다. 이렇게 사업한다고 고향으로 되돌아 오리라고는 상상도 못 해봤다. 그것도 부모님이 하고 있는 사업을 인수하다니... 일주일에 100 시간을 일하는 부모님을 지켜보며 커운 나였는데 말이다.” 모든 것이 신기한듯 지난 과거를 회고하는 그녀의 말이다.

코로나 사태가 본격적으로 터지기 직전인 작년 3월, 그녀 나이 35세에 일어난 놀라운 변화였다. “엄청나게 일을 많이 하게 됐지만 일이 즐겁다. 함께 일하는 모두가 협조적이며 내 꿈이 이루어지고 있는 것 같다.” 부모가 하던 가게였기 때문에 상호에 성씨 Chiasson이 있었던 이유다.

여기에 더해 온주의 LCBO같은 퀘벡주류공사(SAQ) 아웃렛도 운영하며 술판매를 하고 있다. 그녀의 것이 된 가게는 부모 때부터 정유사 크레비어(Crevier) 배너하의 주유소를 겸하고 있으며 전기차(EV) 충전소도 갖추고 있다.

여기에 간편 식사용 푸드서비스로 즉석 소비 가능한 포장 음식이 있고 샐러드와 건강 스낵류가 갖추어져 있다. 푸드 서비스는 그러나 자체 메뉴가 아니다. 퀘벡에서 명망을 떨치고 있는 Beauty & Cadrin 이라는 회사로부터 기성 간식과 주전부리 음식을 공급받는다.

몬트리얼이 본사인 이 회사는 턴키(turnkey ; 일괄 공급체계) 베이스로 편의점과 제휴한다. 이곳 온타리오의 편의점에서 팀호튼이나 컨츄리 스타 일을 운영하는 모습을 연상하면 된다.



아침부터 일찌감치 간편 식사 손님을 위한 포장 음식을 만들기 위해 부엌의 일하는 아줌마 손길이 바쁘다. 식재료는 유명 식품공급사인 Beaudry & Cadrin으로부터 받는다. 어쭙잡은 업소 고유의 손맛 대신 지명도가 있는 유명 회사와의 제휴를 선택함으로써 손님의 신뢰를 확고히 했다.

샌드위치, 모듬 과일, 건강 쿠키 등 수십가지의 웰빙 간편 스낵, 식사를 편의점 뿐 아니라 여러 소매업소에 공급하는 회사다. 미리 준비된 간편 음식들이기 때문에 소비자들은 사서 바로 들고 나가 편한 곳에서 아무때고 소비할 수 있고 맛과 영양이 뛰어나 손님들로부터 큰 호평을 얻고 있다.

그녀는 가게를 인수하자마자 바로 신선 푸드 서비스를 도입했다. 이 결정은 어머니 그리고 오랜 세월 이 업소에서 함께 일해온 종업원 낸시 아줌마와의 의논끝에 이뤄진 것으로 낸시의 부업 전담은 큰 신뢰와 믿음성을 주고 있다.

그녀의 말을 그대로 옮겨본다. “반응은 놀라울 정도였다. 맛 좋고 영양 높은 간편 먹거리 식재료용물이 취급되자 몰려드는 손님으로 분주해졌다. 2020년 코로나 대역병의 시기에 아랑곳하지 않고 매출은 최고치를 경신했다. 읍내에 있는 사람들까지 방문했고 그냥 지나가다가 기름넣는 뜨내기 손님에 이르기까지 사람들로 늘 붐볐다. 잘 기획된 푸드서비스 추가로 업소의 면모가 일신한 것이다.”

앞서 말했듯이 이 가게는 그녀의 아버지가 37년 전에 장사도 신통치 않던 자동차 수리점 - 이 공간도 원래는 집에 딸린 주차공간을 개조한 것이었다 - 을 편의점으로 바꾼 것에서 시작됐다. 딸인 베로니크씨가 작년에 인수하고는 하늘과 땅차이의 변신이 일어났으니 본인과 가족 모두가 어리둥절했다. “지난 긴 세월 부모님은 늘 지금의 이 공간에 계셨다. 가게는 항상 손님이 없어 한가했고 나는 거기서 숙제를 하곤 했다. 그리고 이 무료한 가게에서 난 틈이제때부터 밤시간과 주말에 오빠와 함께 일하며 부모님을 돕곤 했다.” 한마디로 잘 되지도 않는 가게에 잠재 실업자가 여럿 매달려 있던 셈이었다.

팔팔한 청춘이 한산하고 무료한 편의점에 갇혀 있으니 오죽 답답했겠으며 시골 구석이다보니 탈출을 하고 싶었을 마음이 충분히 이해가 간다. 그래서 그녀는 집을 떠나 퀘벡시티로 옮겨가 비즈니스 공부를 했다. 그곳에서는 이미 오빠 마크가 와서 캐나다 포스트에서 일하며 터전을 잡고 있었기 때문이다. 당시 그녀는 불어밖에 할 줄 몰랐는데 도시로 왔으니 영어를 마스터하자고 결심해서 열심히 했다. 그리고 노바스코시아 헬리팩스에서 관리직 일자리를 얻어 그쪽으로 옮겼다.

노바스코시아에서의 생활이 2년 쯤 지났고 일을 그만 둔 후 그녀는 한 남자친구와 뉴질랜드로 날아가 6개월의 시간을 등산과 하이킹으로 보냈

다. 그리고 캐나다로 다시 돌아와 캐나다 철도(Via Rail)에서 일자리를 얻었다. 근무지는 토론토 다운타운의 유니언 스테이션. 여기서 1년 정도 일한 후 몬트리올로 다시 근거지를 옮겨 퀘벡의 큰 도시 생활을 수년간 보냈는데 도시 생활 또한 염증이났다. “내가 자란 탁 트인 곳에 대한 동경이 일어났다. 그무렵 부모님은 긴 세월 운영해오던 편의점을 팔려고 하시던 참이었다. 이왕이면 내가 사기로 작정했다.”

그녀의 이야기를 일대기 식으로 듣다가 보면 젊은 시절의 긴 방랑생활에 다름아니다. 그리고 종착지는 결국 자신이 태어나고 자란 곳으로의 귀환이었다. 편의점이라는 비즈니스가 계기가 된 것이고 부모의 일을 대물림하는 작업이기도 하다. 부모 입장에서든 여하튼 수십년간 밥을 먹고 살게 해준 정든 삶의 터전이었는데 이를 남에게 넘기는 것보다 자식에게 넘기니 절차도 손쉽고 안도감도 있었을 것이다. 업소를 딸에게 넘기기 전에 부모는 이렇게 다짐을 줬다고 한다. “스몰 비즈니스는 시간을 많이 투입하는 고된 일임을 각오해야 한다. 장기적으로 긴 안목을 가지고 임할 것이며 이왕 시작한 것이니 올인해라” 그녀의 아빠는 딸에게 매각을 한 후에도 재고 주문과 관리 파트는 계속 도와주기로 했고 이런 저런 고칠 일들도 맡는 핸디맨 역할도 하기로 했다.

이후 부모는 딸이 처음 겪어보는 자영업임에도 불구하고 강력한 추진력과 일에 대한 자세와 태도에 무척이나 놀랍고 신선한 충격을 받았다고 고백했다. 커뮤니티에서는 그녀의 비즈니스 운영에 대해 즉각적인 반응을 나타냈다. 다들 좋아했고 칭찬이 이어졌다. 마을 사람들 모두가 그녀를 자랑스러워했다. 그녀의 아빠는 딸이 멀리 객지에 나가 떠돌 때 마치 자신의 마을이 정작 먼 곳으로 느껴졌는데 그녀가 돌아와 이제 이처럼 커뮤니티 전체의 미담이 되고 보니 감회가 새롭다고 소회를 밝혔다.

이 미담의 주인공인 딸 베로니크씨는 이렇게 이야기를 마무리한다. “부모님들의 경험은 나에게 많은 노하우를 전수해주고 있고 특히나 내가 필요로 하는 자신감을 불어넣어 준다. 내가 이곳을 떠나 살았던 삶의 시기가 만약 없었다면 평소대로 수줍고 자신감없는 성격때문에 업소를 인수할 생각조차 못했을 것이다.” 결국 방황하던 긴 시기가 헛된 세월이 아닌 강인함을 키운 보약이 되는 소중한 시간이었음이 증명된 것이다.

협회 회원 수가 급감하고 있다. 독립 편의점 경쟁력 저하가 가장 큰 이유이겠으나 고령화와 자식 대물림 기피도 무시 못할 요인으로 분석되는 가운데 이렇게 시골 편의점 하나가 부모에서 딸에게 대물림해 성공한 비한인의 이야기가 던지는 메시지는 그래서 한결 크게 마음에 다가온다. ■

ALC 온라인 카지노 수익 기대 이상

뉴브런스윅 주민 8개월간 730만 달러 지출



대서양북권공사(Atlantic Lottery Corporation이하 ALC, 또는 ‘공사’)의 인터넷 게임 ‘아이 카지노’ (iCasino)프로그램을 즐기느라 뉴브런스윅 주민들이 지출한 돈이 약 730만 달러에 달하는 것으로 밝혀졌다. 지난 10월 18일자 CBC 뉴스를 통해 보도된 정부산하 기관의 사행성 비즈니스로 인한 주민 씹씀이 실태를 요약 소개한다.

고객의 최대 지출액 등 자세한 정보에 대해서는 영업 기밀에 부치며 언급을 피하는 공사측은 대서양타 지역 정부도 향후 수년간 온라인 카지노 게임 프로그램을 도입해볼 것을 열심히 권하는 중이라고 한다.

ALC가 뉴브런스윅 지역을 대상으로 온라인 도박을 도입한 첫 8개월간의 규모가 이 정도에 달한 것을 놓고 공사측은 기대 이상이라는 반응이다. 온라인 도박이 얼마나 주정부 금고를 채워줄 것인가에 관해 대서양 지역 타 주 정부에서도 관심이 집중되고 있던 터라 수지맞는 비즈니스 모델임을 시사하는 첫 통계에 고무된 분위기다. 이 온라인 상의 도박(casino) 게임 종류는 모두 95가지이며 슬롯머신형과 테이블 놀이 형으로 크게 나뉜다고.



ALC홍보 전략 담당 관계자인 그레그 웨스턴씨는 “현재 대서양 주에서 카지노 게임은 뉴브런스윅에서만 가능하지만 이해당사자들과의 깊은 검토 후 대서양 모든 지역에서 즐길 수 있도록 확대할 방침”이라고 말했다.

▲ ALC에서 개발해 뉴브런스윅에서 시행 중인 iCasino 게임의 일부. alc.ca 사이트에서 화려하게 소개하고 있다.

아이슬롯(slots)과 아이테이블(itable) 형태의 카지노 게임이 뉴브런스윅에서 시범으로 시작된 것은 작년 8월부터였다. 그리고 회계연도가 끝나는 올해 3월 31일까지 이 게임을 통한 예상 수입을 680만 달러로 계상했었다. 그러나 기대 이상으로 소비자들의 참여가 뜨거웠다. 특히 루올렛 그리고 포커나 블랙잭같은 카드 게임이 집중적인 인기몰이를 했다. 그렇게 해서 예상보다 50만 달러나 더 많은 수입을 올린 것이다. 게임에 따라서는 95가지 놀이 중 한번 베팅에 최대 500달러까지 가능한 것도 있다.

공사가 온라인 카지노 게임에 공을 들인 결정적 배경은 코로나 바이러 스 사태때문인 것으로 알려져 있다. 코로나가 작년 4월에 이르러 본격화 되자 “사회적 거리두기와 대면접촉 차단 등 폐쇄 조치로 인한 복권 사업의 제약을 극복하기 위한 대안”으로 온라인 카지노를 활성화할 것을 열성적

(22면에 계속)

슈링크플레이션의 실상

코로나 와중에 가격 같고 양은 확~줄어



‘슈링크플레이션’(shrinkflation)이라는 소비자 입장에서 하등 반갑지 않은 용어가 있다. ‘줄어든다’는 의미의 shrink와 인플레이션 inflation의 합성어다. 2010년대 초반부터 유행이 시작되다가 2015년 영국 경제학자 피파 매클렌(Pippa Malmgren)이라는 사람이 다소 학술적으로 사용하며 유포시켜서 정착화 됐다. 가격은 그대로 가져가면서 내용물이 줄거나 품질이 저하되는 현상을 일컫는 표현이다. 원래의 용량이나 수준을 유지하며 가격을 올리자니 소비자 저항이 거셀 것이라 이를 무마하며 은근슬쩍 가격 인상과 동일한 효과를 거두는 제조사들의 압박한 정책의 하나다.

이런 현상은 우리가 주변에서 꽤 자주 겪는다. 늘 즐겨먹던 칩스 또는 애용하던 생필품이 머리가 가우뚱해지도록 뭔가 양이 줄어든 것을 종종 느낄 수 있다. 그래도 역시 집중되는 상품군은 식품에서 이 현상이 두드러진다.

코로나를 겪으면서 물가가 크게 오른 것은 누구나 경험하는 테이고 가격이 안올랐다 싶었는데 알고보니 용량이 줄어든 것을 생필품 중심으로 많이 발견한다. 배송 비용은 오르고 노동력은 모자라니 제조사 입장에서 원가 상승이 부담으로 작용한 것이 최근의 주요 원인이다. 결국 원가 상

승은 피하고 소비자들에게 물가 인상하는 주범 기업이라는 이미지도 피하자니 포장 규격을 묘하게 줄여서 내용물을 덜 들어가게 하는 것이다. 인플레이션이나 마찬가지다.

식품기업들은 지속적으로 포장 사이즈를 야금야금 줄여왔으며 가격은 건드리지 않으면서 수지를 맞추고 있다. 그런데 과거와는 달리 코로나 사태로 인해 제조사들의 이 암체질이 이번에는 어느정도 소비자들도 수궁을 하는 분위기다. 워낙 타격이 컸으며 그 실상은 다들 생생하게 목격하고 겪었으니 그럴 법도 하다.

노바스코시아 달하우지 대학교 부설 농식품연구소 소장을 맡고 있는 실뱅 샤를보아 교수의 설명을 들어 보자. “인플레이션 시장에서 경쟁력을 계속 유지해야 하는 것이 제조사의 입장이다. 그런데 가격은 그대로 유지하며 양을 줄이는 방식은 소비자 입장에서 결국 가격 인상을 떠안는 것이다. 당분간은 원가 상승의 압박으로 이런 수단이 만연할 가능성이 높다”

하나의 생생한 사례를 들어본다. 오레오(Ore)쿠키의 원래 포장은 303그

램이다. 그런데 여기서 쿠키 3개를 줄이면서 현재 무게가 270그램이 됐다. 무게만 놓고 보면 10%가 줄어든 셈이다. 몬델레즈 캐나다 대변인에 의하면 자사 아이콘이라고 할 이 간판급 쿠키를 올해 초에 줄였다고 한다.

그의 설명을 들어본다. “이런 변화는 여러 요인들이 복합한 결과이다. 그러나 가장 중요한 요인은 크게 높아진 원가 상승때문이며 이쪽 업계가 당분간 꺾어야 할 과제다. 고객에 부담주지 않으려고 열심히 노력하고 있지만 지구촌 수백만 소비자가 애호하는 오레오의 맛과 수준을 유지하기 위한 타협점을 찾기가 결코 쉽지 않았다.”



▲ 303그램이 올해 초에 270그램으로 줄어든 오레오

물론 소비자들이 봉지 안에 든 칩스의 양이 몇개 줄었고 박스안의 크레커가 몇개 줄었으며 그라놀라 바의 크기가 약간 줄었다는 사실을 눈치챌 수도 있다. 프리토레이의 감자칩은 원래 180그램이던 것이 지금은 165그램이다. 웨이커 브랜드의 그라놀라바는 156그램에서 120그램으로 줄었다. 암스트롱 치즈는 700그램이던 것이 현재 600그램이다.

식품 제조사들은 또 오렌지 주스의 병을 새로 디자인했다. 더 멋지게 보이려는 것이 주 목적이 아니다. 디자인에 변화를 주면서 동시에 들어갈 내용물이 줄어들게 하기 위함이다. 외관상 부피는 같아 보이지만 밑바닥이 든 어느 부위를 파고 들어가서 전체 용량이 축소된다. 가격 유지하며 용량 줄이기의 고전적 수법이다. 라송드(Lassonde)의 오아시스 오렌지 주스는 용기 디자인 변화를 통해 주스 용량이 1.65리터에서 1.5리터로 줄었다. 트로피카나 주스 용기는 1.75리터에서 1.54리터로 축소됐다. 그리고 소비자들은 “오, 용기 디자인이 달라졌네... 이쁘네, ...” 이런 시각적 차



▲ 용기의 디자인과 소재가 우아하게 변신하면서 용량이 1.75리터에서 1.54리터로 축소됐다.

원의 이야기는 하지만 형체가 완전히 달라졌기 때문에 용량은 눈치채지 못한다. 가격은 계속 같으니 더욱 본질적 문제에 대해서는 관심이 없다.

그러나 ‘슈링크플레이션’에 대해 눈 밝은 소비자는 있게 마련이다. 이 지능적 술책에 화가 난 소비자들이 소셜 미디어를 통해 “교활하게 가격 올리는 술책”이라고 비판하는 글을 올리고 댓글 공세가 쏟아진다.

이와는 다른 이야기이지만 식품점에서 포장을 100그램 당 또는 100밀리리터 당으로 판매하는 제품들의 경우, 소비자가 쉽게 인식할 수 있도록 가격이 매겨져 있다. 이 경우에는 음식 폐기물을 최소화할 수 있는 긍정적 측면도 있다. 품목에 따라서는 대용량을 어쩔 수 없이 사다가 다 소비하기도 전에 상해서 버려야 하는 것들도 있으니 말이다. 필요한 만큼 소용량으로 사서 소비하면 단가 측면에서 가격이 다소 비쌀 수는 있어도 손도 못대고 버려서 잃는 돈하고 비교하면 이득일 수도 있다.

결국 코로나 사태 동안에 식품과 관련한 인플레이션은 이같은 제조사들의 눈속임 용량 줄이기가 본질이 아니라 정말로 인플레이션이라고 부를 수준이냐는 점이다. 소비자물가지수(CPI)라는 것은 시차를 두고 정해진 장바구니에 담기는 재화 - 물론 서비스도 측정 가능하지만 - 의 변화(가격)을 비교해 나오는 수치다. 생필품 전문가들은 CPI에 가격인상이 반영될 수 있도록 포장용기와 그안의 내용물의 양적 변화를 세밀히 검토한다. 이 작업이 곧 캐나다 통계청이 하는 일의 하나다. ■

<20면에 이어>

ALC 온라인 카지노 수익 기대 이상

으로 홍보했었다. 다만 이에 호응한 것은 뉴브런스윅뿐이었다. ALC는 대서양 나머지 주까지 참여해 4개주 전부가 이 게임을 허용한다면 향후 7년에 걸쳐 예상 수익을 보수적으로 잡아 약 2억 3,300만 달러에 달할 것으로 추산하고 있다. 따라서 상황에 따라 이보다 훨씬 더 큰 수익이 발생할 수도 있다.

타주 정부 반응은 어떤가? 노바스코시아는 도입에 동참할 생각을 약간 내비쳤다. P.E.I.는 잠정적으로 동참에 동의했다. 다만 여론 수렴을 위한 토론과 중독 폐해를 막기 위한 대처방안 수립을 전제로 남겨두고 있다.

뉴브런스윅의 경우 도입할 때 유사한 공청회 등 여론 수렴은 거치지 않았던 것으로 알려졌다.

8개월간 주민들이 소비한 돈이 예상보다 크게 나온 이번 결과를 대하고는 재무부에서 비로소 “면밀한 모니터링”, “문제점 파악” 조치 등에 힘쓰고 있다는 발표가 있었다. 대변인을 통해 나온 다음의 논평은 꽤나 그럴듯하게 들리기도 한다. “온라인 카지노를 도입한 주된 목적은 안전하고 통제된 공간에서의 온라인 게임을 주민들에게 제공하기 위함이다. 또한 안그러면 무분별한 온라인 사행성 게임에 빠져들어 주 밖으로 빠져나갈 수도 있는 돈을 주 안에서 소비하고 지킬 수 있는 순기능을 발휘한다.” ■

MYCOKE 로 더 쉽게 주문하세요

고객의 편의를 위해
온라인으로 코카콜라
제품을 주문하세요



간단히 시작할 수 있습니다:

- ✓ **Coke.ca** 를 방문하십시오.
- 👤 우편번호와 아울렛 번호를 이용하여 계정을 만드십시오.
- @ 등록을 완료하려면 이메일을 확인하십시오.
- 📄 **myCoke.ca** 에 로그인한 후 주문하십시오!

코카콜라 리후레시먼트 캐나다 (Coca-Cola Refreshments Canada) 는 고객에게 최고의 경험을 선사하기 위해 최선을 다하고 있습니다. 바로 이런 이유로 myCoke 서비스를 제공하게 된 것을 기쁘게 생각합니다. 본 온라인 주문 솔루션을 이용하면 언제 어디서나 온라인으로 주문할 수 있습니다.

지금부터 혜택을 누리보세요

- 연중무휴 (24/7) 상시 이용 가능.
- 최대 2 년 간의 온라인 주문 내역 조회.
- 신용카드 또는 기존 결제방법 (COD 또는 송장) 을 통한 온라인 결제.
- 최근 6 차례의 주문서 및 온라인 제품 카탈로그를 사용한 효율적 주문 처리.
- 이메일 및/또는 문자 주문 알림.
- 고객 서비스 센터, 이메일 또는 채팅을 통한 실시간 지원.

일반 문의 사항은 고객 연락 센터 (1-800-218-COKE(2653)) 로 문의하십시오.
월요일 ~ 금요일, 오전 7시부터 오후 8시 (동부 표준시간 기준).



OKBA

Ontario Korean Businessmen's Association

169 The West Mall, Etobicoke, ON. M9C 1C2 / Tel(416)789-7891 Fax(416)789-7834