

17차 연례 글로벌 구매자 연구 보고서

# 유통(리테일) 업계의 주요 사안

끝없는 선택의 세계에서  
성공하는 방법

## 핵심 요약

구매자, 직원, 유통(리테일) 의사결정권자의  
인사이트를 통해 경험과 수익을 개선하고  
직원의 역량을 강화하여 오늘날의 역동적인  
유통(리테일) 환경에서 성공할 수 있는 전략을  
살펴보세요.



## 상호 연결된 스마트 시대 속 리테일 서비스 강화

소비자들이 점차 더 스마트하게 연결됨에 따라, 유통업체들은 지속적으로 증가하는 소비자의 기대치에 맞춰 적응하고 이를 충족할 수 있는 새로운 방법을 모색하고 있습니다. 오늘날 구매자들은 온/오프라인 매장 여부에 관계없이 원활한 개인맞춤형 경험을 원합니다. 이러한 환경에서 성공하려면 적절한 제품을 적시에 공급하고, 모든 상호작용을 간소화하며, 인상적인 서비스를 제공할 수 있도록 직원의 역량을 강화하는 등 기본적인 원칙을 강화하는 것이 필수적입니다.



구매자들은 모든 채널에서 원활한 개인맞춤형 서비스를 요구합니다

### 서비스 간소화가 곧 핵심입니다

**70%**

매장에서 쇼핑할 때 도움을 주는 직원을 찾기 힘들다

**75%**

유통업체에서 구매자의 개인 취향을 파악하면, 직원이 추천하는 제품을 사용해보고 구입할 의향이 높아진다

**78%**

구매자는 제품이 케이스에 잠겨 있거나 고정되어 있을 때 불편함을 느낀다

### 새로운 기준으로 자리잡은 옴니채널

**78%**

오프라인 매장과 온라인 쇼핑이 결합된 형태를 선호한다

**78%** <sup>+3pp YoY</sup>

오프라인 매장도 갖추고 있는 온라인 유통업체로부터 구매하는 것을 선호한다

**82%**

반품이 간편한 유통업체를 선호한다



직원들은 뛰어난 능력을 발휘할 수 있는 도구를 사용하여 인정받기를 원합니다

### 직원들은 스트레스를 관리하고 업무에서 가치를 인정받는 데 도움이 필요합니다

**83%**

맡고 있는 책임과 우선적으로 해야 할 일이 너무 많아서 업무의 우선순위를 정하는 데 어려움을 겪는다

**79%**

일일 업무의 복잡성이 증가하고 있어 스트레스를 받는다

**87%** <sup>+3pp YoY</sup>

고용주가 업무에 도움이 되는 기술 도구를 제공했을 때 고용주로부터 더 가치를 인정받는다고 느낀다

### 직원들은 기술의 도움을 받아 업무를 완료하는 것을 선호합니다

**85%**

모바일 디바이스/ 애플리케이션을 통해 일정을 관리하는 것을 선호한다

**85%** <sup>+6pp YoY</sup>

하루의 일정을 관리하고 어떤 작업에 집중해야 할지 파악하기 위해 작업이 자동으로 배정되기를 선호한다

**86%** <sup>+7pp YoY</sup>

매장의 모바일 디바이스/앱으로 팀과 협력하기를 선호한다



의사결정권자들이 수익에 대한 압박을 해결하기 위해 자동화를 계획하고 있습니다

### 수익을 유지하는 해결해야 할 과제입니다

**83%**

부정행위와 과소측정을 줄이는 것이 중요한 당면과제다

**78%** <sup>+6pp YoY</sup>

도난 및 분실을 최소화하기 위해 큰 압박에 시달리고 있다

**82%**

수익률을 유지하는 동시에 급여 및 복지 향상에 대한 직원의 기대치를 만족시키는 일이 어렵다

### 자동화가 곧 미래입니다

**85%**

정확성 및 가용성을 높이기 위해 회사에 더 효율적인 재고 관리 도구가 필요하다

**86%** <sup>2020년 이후 +16pp</sup>

자동화 및 로봇 기술을 더 많이 활용하면 인력 격차를 줄일 수 있을 것이다

**76%**

재고 가시성에 대한 투자를 늘릴 계획이다

# 만족도를 보장하는 방법

## 원활한 개인맞춤형 쇼핑 경험 제공

오늘날 매장 구매자들은 인플레이션과 불편함이 자신의 경험에 어떤 영향을 끼치는지 잘 알고 있으며 이를 중요하게 생각합니다. 그 결과, 구매자의 기대치가 그 어느 때보다 높아졌으며 유통업체들은 이러한 높은 기대치를 충족하기 위해 더 많은 노력을 기울여야 합니다. 구매자들은 온라인 쇼핑을 더 이상 오프라인 매장 쇼핑의 대안으로 인식하지 않으며, 모든 채널이 원활하게 연결되기를 기대합니다. 그럼에도 불구하고 전반적인 만족도는 매년 낮아지고 있으며, 온/오프라인 매장에서 눈에 띄는 변화가 일어나고 있습니다. 이러한 현실은 유통업체들이 기본적인 원칙에 더욱 집중하여 모든 쇼핑 채널에서 불편함을 줄이고 만족스러운 원활한 경험을 제공할 필요가 있음을 나타냅니다.

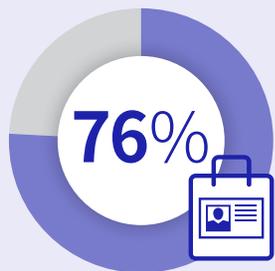
재고를 실시간으로 정확하게 파악하지 못하면 구매자의 불편을 초래하고 직원의 불만이 높아져 결국 판매 기회를 놓치게 됩니다. 오늘날 구매자들은 사전에 정보를 숙지한 상태에서 매장을 방문하며 매장 직원들이 전문적인 조언과 개인맞춤형 서비스를 통해 단순히 결제에 그치지 않는 부가가치를 제공해줄 것을 기대합니다. 구매자의 4분의 3은 자신의 취향을 이해하는 유통업체는 더 많은 개인맞춤형 경험을 제공해야 한다고 생각하며, 이는 고객과의 맞춤형 상호작용이 중요하다는 사실을 나타냅니다.

경쟁력을 유지하기 원하는 유통업체는 신속한 풀필먼트와 간편한 교환 및 반품 서비스를 제공하고 고객을 원활하게 지원할 수 있는 충분한 수의 직원을 배치함으로써 경쟁 업체의 서비스 수준을 뛰어넘어야 합니다. 구매자의 78%는 원하는 제품이 케이스에 잠겨 있거나 고정되어 있을 때 당혹감을 느끼며, 이는 쇼핑 경험의 불편함을 높이는 요인입니다. 직원의 역량을 강화하고 실시간 데이터를 제공하기 위해 기술을 활용하는 유통업체는 고객의 충성도를 높이고 브랜드와 고객 간의 상호작용을 강화할 수 있습니다.

### 구매자의 만족도가 전년 대비 감소하고 있습니다



### 다양한 세대의 구매자들이 개인맞춤형 매장 경험을 찾고 있습니다



유통업체가 자신의 개인정보 또는 취향을 파악하고 있을 때 특별한 맞춤형 경험을 기대하는 구매자의 비율

세대별 차이:

Z세대(18+)	밀레니얼 세대	X세대	베이비부머 세대
79%	76%	74%	75%



### 구매자의 만족도를 높이는 주요 요인

- 오프라인 매장      온라인 쇼핑
- 1. 제품을 쉽게 찾을 수 있음      1. 제품을 쉽게 찾을 수 있음
- 2. 정확한 가격을 쉽게 찾을 수 있음      2. 정확한 가격을 쉽게 찾을 수 있음
- 3. 쿠폰과 할인 제공 여부      3. 디지털 쿠폰과 할인 제공 여부
- 4. 상품의 다양성 및 구색      4. 온라인 지원/고객 서비스 제공 여부
- 5. 도움을 주는 직원이 있음      5. 구매하려는 품목의 재고가 있음

# 수익 보호

## 재고 가시성 증가 및 과소스캔 방지 강화

매장 분실, 도난, 반품 및 판매 불가능한 상품의 증가로 인한 손실이 지속적으로 수익성을 악화시킴에 따라 유통업체들은 수익성을 보호하는 데 더 큰 어려움을 겪고 있습니다. 지난 12개월간, 의사결정권자의 52%는 과소스캔이 증가하였다고 보고하였습니다. 안타깝게도 이러한 수익성 저하 요인은 비즈니스 운영에 있어 피할 수 없는 비용이 되었습니다. 이에 따라 유통업체는 과소스캔을 더 정확하게 예측하는 데 필요한 인텔리전스를 확보하는 동시에 과소스캔이 수익성과 쇼핑 경험에 미치는 영향을 최소화하기 위한 노력을 지속해야 합니다. 실시간 데이터 모니터링과 고급 분석 기능을 통합하는 포괄적인 전략을 도입하면 더 효과적으로 취약점을 식별하고, 트렌드를 예측하며, 의심스러운 활동을 포착할 수 있습니다.

이러한 위협은 단순히 수익성 악화에만 그치지 않으며, 직원들에게도 불편을 초래합니다. 점차 더 많은 매장 직원들이 도난 사고와 폭력 사태를 우려하고 있으며, 이러한 사건을 방지할 수 있는 기술이 부족하다고 느끼면서 우려가 더욱 커지고 있습니다. 구매자들 역시 도난으로 인한 비용 상승이 가격 인상을 통해 소비자에게 전가될까봐 우려하고 있습니다. 직원과 고객의 불안감이 커지면서, 많은 유통업체는 이러한 우려를 더 효과적으로 해소하기 위해 보안 대책을 재고하고 있습니다.

유통(리테일) 의사결정권자들은 생성형 AI, 처방적 분석 기능 및 RFID를 과소스캔을 줄여줄 핵심 기술로 인식합니다. 이러한 도구는 도난 패턴을 식별하고, 예방 조치를 권장하며, 재고 가시성을 개선하는 데 도움이 되므로 효율성과 수익성을 강화할 수 있습니다.

과소스캔이 늘어나고 있습니다

**52%** 

지난 12개월간 매장 과소스캔이 증가하였다고 보고한 의사결정권자의 비율

범죄율이 증가하면서 직원의 우려가 커지고 있습니다

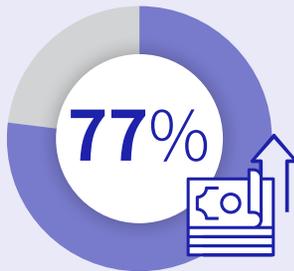
**84%** 

매장 내 도난 및 범죄 증가로 인해 개인 안전에 대해 우려하는 직원의 비율

**84%** 

안전 위협 또는 범죄 행위를 식별하는 기술이 부족한 상황에 대해 우려하는 직원의 비율

구매자들이 가격 인상을 우려하고 있습니다



유통업체가 매장 도난 및 범죄 증가로 인한 비용을 전가하기 위해 제품의 가격을 인상할까봐 우려하는 구매자의 비율

지역별:

아시아 태평양	유럽	중남미	북미
<b>68%</b>	<b>73%</b>	<b>80%</b>	<b>85%</b>

### 분실 방지 강화

의사결정권자들이 과소스캔 감소에 도움이 된다고 생각하는 주요 기술

-  생성형 AI
-  처방적 분석
-  셀프 계산대 카메라 및 스캐너
-  PVM(public view monitor)
-  RFID 태그 및 리더기

# 근무 환경의 미래

## 더 스마트하고 효율적인 협업을 위한 직원 역량 강화

직원과 의사결정권자는 고객 응대에 도움을 줄 수 있는 매장 직원이 더 많이 필요하다는 데 동의합니다



노동 시장이 변화하고 있는 가운데, 유통업체들은 높은 직원 이직률과 인재 확보/교육/재교육/유지에 관련된 비용 상승을 해결하는 데 어려움을 겪고 있으며, 이는 기업 운영에 부담으로 작용합니다. 직원 채용에 걸리는 시간, 장기간의 교육 기간, 그리고 성수기를 위한 임시직 근로자 채용의 어려움은 심각한 문제입니다. 실제로 직원의 85%와 의사결정권자의 81%는 매장에 고객 응대를 도와줄 수 있는 직원이 더 많이 필요하다는 데 동의합니다. 커뮤니케이션의 격차도 여전히 남아있으며, 이로 인해 적절한 담당자에게 정보를 전달하고 필수 업무의 완료 여부를 확인하기가 어려운 상황입니다.

많은 유통업체들은 인력 문제를 해결하고 자사 직원을 더 효과적으로 지원할 수 있는 기술과 모바일 디바이스에 주목하고 있습니다. 이러한 전략은 직원을 채용하고 유지하는 데 도움이 되며, 직원과 의사결정권자의 85%는 기술이 인력 안정성을 개선한다는 데 동의합니다. 적절한 역량을 갖춘 팀은 구매자의 기대치를 더 효과적으로 충족할 수 있으며, 이는 소비자의 71%가 매장 내에서 고객 지원이 부족하다는 점에 불편을 느끼고 있는 오늘날의 매장 환경을 고려할 때 매우 중요합니다. 특정 작업을 배정하고 정보에 손쉽게 접근할 수 있도록 지원함으로써, 유통업체들은 직원들이 우선순위에 집중하도록 역량을 강화하여 근로 의욕과 효율성을 높이고 있습니다. 이러한 기술 솔루션은 오늘날의 경쟁이 치열한 노동 시장에서 의욕과 역량이 높은 인력을 구축하는 데 필수적입니다.

### 지원 부재에 불편을 느끼는 구매자들



세대별 차이:

Z세대(18+)	밀레니얼 세대	X세대	베이비부머 세대
<b>72%</b>	<b>69%</b>	<b>68%</b>	<b>76%</b>

### 인력 채용 및 교육 문제로 인해 유통업체가 어려움을 겪고 있습니다

숙련된 인력의 채용 및 교육 문제는 유통업체에게 여전히 문제로 남아 있습니다

-  직원 채용에 걸리는 시간
  -  교육 시간이 너무 오래 걸림
  -  성수기를 위한 임시직 근로자 채용
- 3**  숙련된 인력 채용

### 기술을 통한 고용 유지 개선



유통(리테일) 기술과 모바일 디바이스를 활용하는 매장이 더 많은 매장 직원을 채용하고 유지한다



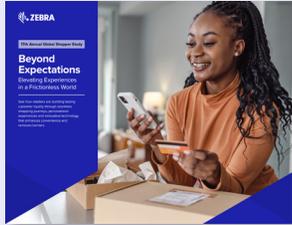
# 운영 우수성 달성 탁월한 고객 만족도를 위한 비결

오늘날 구매자들은 온/오프라인 쇼핑 경험이 원활하게 통합되어 모든 상호작용이 간편하게 연결되기를 기대합니다. 지난 5년간 유통(리테일) 업계는 전례없는 변화에 직면하였으며, 이로 인해 고객의 기대치가 크게 변화하였습니다. 이러한 변화하는 환경 속에서 성공하려면, 유통업체는 고객 응대 기술, 직원 역량 강화 및 재고 관리 시스템에 대한 전략적 투자를 수용하여 높아진 기대치를 충족하는 동시에 수익성을 보호해야 합니다.

직원에게 첨단 기술을 제공하면 운영 능력을 높이고 재고 가시성을 개선함으로써 직원이 탁월한 서비스를 제공하도록 역량을 강화할 수 있습니다. 운영 우수성 달성을 우선적으로 추진하고 직원들에게 현재의 당면과제를 해결할 수 있는 기술을 제공하는 유통업체는 장기적인 고객 충성도를 구축하며 편리함, 속도, 개인맞춤형 서비스가 곧 성공으로 직결되는 시장 환경에서 뛰어난 성과를 달성할 것입니다.

## 연구 보고서 개요

Zebra Technologies는 유통(리테일) 부문을 혁신하는 경향과 기술을 분석하기 위해 18세 이상의 성인 구매자, 의사결정권자 및 직원들을 대상으로 전 세계적인 연구를 의뢰하였습니다. Azure Knowledge Corporation이 온라인으로 실시한 올해 연구 보고서는 구매자 경험, 디바이스 및 기술 사용, 온/오프라인 매장의 배송 및 풀필먼트와 같은 다양한 주제에 대한 응답자 4,200명의 의견을 포함하고 있습니다. Zebra의 17차 연례 글로벌 구매자 연구 보고서는 업계의 미래를 형성하는 태도, 의견 및 기대치에 대한 내용을 담고 있습니다. 3가지 주요 주제는 다음과 같습니다:



**기대치를 뛰어넘는 비결**  
원활한 경험을 제공하기 위한  
쇼핑 환경 개선



**수익성 강화**  
리테일 업계의 가장 중요한  
당면과제 해결



**운영 우수성 달성**  
직원 참여도 향상의 중요성

17차 연례 글로벌 구매자 연구 보고서 시리즈 전문을 보시려면 [zebra.com/shopperstudy](https://zebra.com/shopperstudy)를 방문하세요

Zebra가 어떻게 유통업체의 고객 경험 개선, 옴니채널 운영 향상 및 수익성 보호를 지원할 수 있는지 살펴보시려면 [zebra.com/retail](https://zebra.com/retail)을 방문하세요



지브라 테크놀로지스 코리아 | 제품 및 구입 문의: 02-6137-6510 | [contact.apac@zebra.com](mailto:contact.apac@zebra.com)  
서울시 영등포구 국제금융로 10 Two IFC 21층 (07326) | [www.zebra.com](http://www.zebra.com)

Zebra와 Zebra 헤드 그래픽은 Zebra Technologies Corporation의 상표이며, 전 세계 여러 국가에 등록되어 있습니다. 안드로이드는 Google LLC.의 상표입니다. Bluetooth 워드 마크와 로고는 Bluetooth SIG, Inc.의 등록 상표이며 Zebra가 라이선스 하에 해당 마크를 사용하고 있습니다. Wi-Fi는 Wi-Fi Alliance의 상표입니다. 기타 상표는 해당 소유주의 자산입니다. © 2024 Zebra Technologies Corporation 및/또는 계열사. 무단 전재 및 재배포 금지.

## Zebra Technologies 소개

Zebra(NASDAQ: ZBRA)는 모든 현장 직원 및 최전선에 있는 자산의 가시성과 연결성을 높이고 완전히 최적화하여 유통(리테일) 기업과 직원이 온디맨드 경제 속에서 성공을 거둘 수 있도록 지원합니다. 100개국 이상의 10,000곳이 넘는 파트너로 구성된 생태계를 구축한 Zebra는 워크플로우를 디지털화 및 자동화하는 하드웨어, 소프트웨어, 서비스, 솔루션으로 이루어진 수상 경력에 빛나는 포트폴리오를 통해 포춘(Fortune)지 선정 100대 기업의 94%를 포함하여 모든 규모의 고객을 지원합니다.