



대전 소상공인 실태조사 및 활성화방안 연구

김기희

—

DAEJEON
DEVELOPMENT
INSTITUTE

기본연구보고서 2011-07

대전 소상공인 실태조사 및 활성화방안 연구

김 기 희



연구진

연구책임

- 김기희 / 도시경영연구실 책임연구위원

서 문

소상공인은 중소기업 중에서도 특별히 영세한 기업들을 지칭하는 것으로서, 대전 지역에서 소상공인 사업체는 2009년 현재 85.7%가 분포되어 있어 소상공인이 대전 지역경제의 싹틔줄 역할을 담당하고 있습니다.

그러나 이들 소상공인은 경기침체 및 낮은 진입장벽으로 창업과 폐업이 반복되는 가운데 다산다사구조와 함께 과당경쟁으로 영세성이 심화되고 있어 서민경제의 어려움이 가중되면서 지역경제 활성화의 걸림돌이 되고 있습니다.

따라서 소상공인 지원정책이 실업구제를 위한 창업지원에서 벗어나 기업으로서의 영속적 성장과 지역발전을 도모하는 총체적 경영지원의 틀을 마련하는 것이 시급한 실정입니다.

본 보고서는 위와 같은 문제인식에서 출발하여 지역경제의 근간을 이루고 있는 소상공인에 대한 다양하고 효과적인 지원시책을 제시하여 소상공인들의 자립능력을 배양하고 경쟁력을 확보함으로써 영속적인 성장·발전할 수 있는 토대를 마련과 함께 서민생활의 안정과 지역경제 활성화를 도모함을 목적으로 연구되었습니다.

본 연구결과가 지역 소상공인이 자립할 수 있는 환경을 조성하고 역량을 강화함으로써 서민생활의 안정과 지역경제 활성화의 기폭제가 되기를 기대하면서 성실히 연구에 임해 준 연구자와 본 연구에 도움을 준 대전광역시 공무원 및 관련 전문가 여러분께 심심한 사의를 표하는 바입니다.

2011. 11.

대전발전연구원장 이 창 기

요약 및 정책건의

1. 연구개요

■ 연구의 배경 및 필요성

- 소상공인은 지역민의 삶과 직결되는 재화나 서비스를 제공하는 기능을 수행하고 있음. 소상공인은 중소기업 중에서도 특별히 영세한 기업들을 지칭하는 것으로서, 대전지역에서 소상공인 사업체는 2009년 현재 85.7%가 분포되어 있어 소상공인이 대전지역경제의 싹틔줄 역할을 담당하고 있음.
- 그러나 이들 소상공인은 경기침체 및 낮은 진입장벽으로 창업과 폐업이 반복되는 가운데 다산다사구조와 함께 과당경쟁으로 영세성이 심화되고 있어 서민경제의 어려움이 가중되면서 지역경제 활성화의 걸림돌이 되고 있음.
- 따라서 소상공인 지원정책이 실업구제를 위한 창업지원에서 벗어나 기업으로서의 영속적 성장과 지역발전을 도모하는 총체적 경영지원의 틀을 마련하는 것이 시급한 실정이며, 이를 통해 소상공인이 자립할 수 있는 환경을 조성하고 역량을 강화함으로써 서민생활의 안정과 지역경제 활성화의 기폭제 역할이 절실한 시점임.

■ 연구목적

- 지역경제의 근간을 이루고 있는 소상공인에 대한 다양하고 효과적인 지원시책을 제시하여 지역 소상공인들이 자립능력을 배양하고 경쟁력을 확보함으로써 영속적인 성장·발전할 수 있는 토대를 마련과 함께 서민생활의 안정과 지역경제 활성화를 도모함을 목적으로 함.

2. 주요 연구내용

■ 대전 소상공인의 규모 및 추이

□ 기업규모별(2009)

- 사업체 - 소상공인 79,819개(85.7%), 2007년부터 증가추세
 - 소기업 87,972개(94.4%), 중기업 5,042개(5.4%), 대기업 162개(0.17%)
- 종사자 - 소상공인 148,281명(31.7%), 2007년부터 증가추세
 - 소기업 215,487명(46.0%), 중기업 171,799명(36.7%),
 - 대기업 81,215명(17.3%)

□ 산업별(2009)

- 사업체 - 도매 및 소매업 21,930개(27.5%), 숙박 및 음식점업 15,294개(19.2%), 협회 및 단체, 수리 및 기타 개인서비스업 10,674개(13.4%), 운수업 10,323개(12.9%), 제조업 5,575개(7.0%), 교육서비스업 3,807개(4.8%) 순
- 종사자 - 도매 및 소매업 39,229명(26.5%), 숙박 및 음식점업 32,369명(21.8%), 협회 및 단체, 수리 및 기타 개인서비스업 15,642명(10.5%), 제조업 14,700명(9.9%), 운수업 11,617명(7.8%), 교육서비스업 6,723명(4.5%) 순

□ 2006~2009 증감율

- 사업체 - 광업 33.3%, 하수·폐기물처리, 원료재생 및 환경복원업 22.6%, 건설업 14.6%, 사업시설관리 및 사업지원서비스업 12.3%, 교육서비스업 11.5%, 금융 및 보험업 9.5%, 보건 및 사회복지서비스업 9.2% 순
 - 공공행정, 국방 및 사회보장 행정 -58.1%, 전기, 가스, 증기 및 수도사업 -40.0%, 부동산업 및 임대업 -4.7%, 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업 -2.5%, 제조업 -1.4%, 도매 및 소매업 -1.0% 순
- 종사자 - 농림업 33.3%, 하수·폐기물처리, 원료재생 및 환경복원업 29.9%, 광업 20.0%, 금융 및 보험업 17.5%, 전문, 과학 및 기술서비스업 14.4%, 사업시설관리 및 사업지원 서비스업 13.7%, 건설업 13.3%, 보건업 및 사

회복지서비스업 10.8% 순

- 공공행정, 국방 및 사회보장 행정 -38.0%, 전기, 가스, 증기 및 수도업 -21.4%, 부동산업 및 임대업 -2.1%

□ 범주별(2009년 기준, 추세는 2000~2009년)

- 사업체 - 생활형서비스업 53,951개(67.6%), 2003년 이후 감소 추세이나, 2006년부터 변화추세 미미, 구성비는 2000년 이후 지속적 감소추세
 - 지식서비스업 6,691개(8.4%), 증가 추세
 - 제조업관련업종 8,427개(10.6%), 변화추세 미미
 - 기타서비스업 10,748개(13.5%), 2007년부터 증가추세
- 종사자 - 생활형서비스업 91,458명(61.7%), 2003년 이후 감소 추세이나, 2007년증 감 반복, 구성비는 2003년 이후 지속적 감소추세
 - 지식서비스업 14,493명(9.8%), 증가 추세
 - 제조업관련업종 23,572명(15.9%), 변화추세 미미
 - 기타서비스업 18,750명(12.6%), 2007년부터 증가추세

■ 소상공인 지원정책 분석

□ 국내 지원자금 분석

- 개별기업 자금지원으로는 중소기업청의 창업 및 경영개선자금, 시니어창업 육성 지원자금, 창업초기기업 육성자금, 고용노동부의 장기실업자 자영업 창업자금, 실직여성가장 창업자금, 실직고령자 창업자금, 장애인 창업자금, 여성가족부의 여성가장 창업자금 등으로 주로 지원자금이 창업에 집중되어 있음.
- 전통시장 및 상점가 지원자금으로는 경영혁신 및 상인교육, 시장관리 및 점포경영 선진화, 전통시장 및 상점가 시설현대화, 지역상권 활성화 지원 등의 자금으로 경형현대화, 시설현대화, 상인교육 등의 자금으로 구성되어 있음.

□ 국내 지원사업 분석

- 상권정보 - 인터넷 상권분석정보, 소상공인 방송, 창업경영관리, 조사연구, 프랜차이즈 등의 정보 제공
- 교육·연수 - 창업교육, 경영개선교육, e-러닝교육 등 제공
- 컨설팅 - 창업경영상담, 자영업 컨설팅, 무료법률구조, 자영업경영상담창구 등
- 소상공인지원센터 운영 - 전국 총 71개센터 운영, 대전은 2개 센터 운영
 - 주요업무 : 창업·경영지도, 경영진단 및 지도, 교육훈련, 상담·컨설팅확인서 발급, 상권분석 및 입지분석, 창업 및 경영정보 제공, 전문가 지원

□ 해외 주요국 지원정책 특징 및 시사점

- 해외 주요국 지원정책 - 금융, 교육·자문, 기술, 판로 지원 등 우리나라와 비교하여 판로지원 등 다양한 정책적 지원을 하고 있고, 기타 낙후지역 소기업지원(미국), 중심시가지 활성화(일본), 여성 소상공인(이탈리아, 인도), 혁신기업 인증(중국), 사회계획 프로그램(남아공) 등 특정 목적별 정책지원이 우리나라와 다른 점임.
- 해외 주요국 지원정책 특징과 시사점
 - 금융지원 : 실업문제 해결을 위한 창업지원, 소상공인의 금융기관 접근성 제고를 위한 신용보증에 중심
 - 교육·자문 : 지역 특화 및 소상공인에 특화된 주문형 서비스 제공, 일반적인 경영 컨설팅
 - 기술지원 : 지역 특화, 경영 및 기술환경 변화에 대응하는 지원(일본, 독일), 식품 고공분이 HACCP 인증 도입(인도), 섬유, 의복, 신발 업종 소기업 지원(호주)
 - 판로지원 : 공공부분 조달시장에서 소상공인에게 특혜를 주는 정책, 해외수출 시장 관련 정보 제공
 - 기타 : 저개발된 지역에 대한 지역개발 차원의 접근, 소상공인에 의해 창출된 일자리가 없어지지 않도록 지원하는 정책

■ 대전지역 소상공인 실태조사

□ 사업체 일반현황

○ 사업체 특성

- 사업장 형태 : 독립점(단독사업체) 96.3% (전국 92.4%)
- 영업기간 : 평균 8.4년 (전국 9.5년), 19년 미만 87.5%, 20년 이상 12.5%
- 사업장 소유 형태 : 보증부 월세 47.3% > 소유 24.0% > 월세 19.3%
* 전국 : 보증부월세 35.0% > 월세 29.0% > 소유 27.2%
- 사업장 입지 유형 : 도로변 상점가 53.1% > 주택가 단독점포 14.1% > 아파트 상가 8.8% > 집합상가(쇼핑센터 등 7.0%)
- 성장단계 : 성숙기 또는 안정기 41.0% > 쇠퇴기 38.7% > 성장기 12.1%
* 전국 : 쇠퇴기 44.0% > 성숙기 또는 안정기 33.8% > 성장기 11.0%

○ 종업원 관련사항

- 총종사자수(사장 제외) : 0.80명(가족종사자 0.35명, 외부종사자 0.45명)
- 인력부족 여부 : 부족하지 않다 86.7%
- 부족 인원수 : 평균 1.57명 (전국 1.67명)

○ 사업체 경영 현황

- 고객수 증감 : 감소했다 69.3% (전국 70.3%), 증가했다 7.0% (전국 8.3%)
- 매출액 증감 : 감소했다 70.1% (전국 75.1%), 증가했다 5.9% (전국 7.4%)
- 주된 경쟁 상대 : 주변의 소형업체 55.9% > 주변의 대형업체 15.6%
* 없다 : 24.6% (전국 28.9%)
* 전국 : 주변의 소형업체 41.2% > 주변의 대형업체 25.0%
- 월평균 매출액 : 914.4만원 (전국 990.0만원)
400만원 이하 59.2% > 401~1,000만원 26.2%
- 월평균 순이익 : 165.6만원 (전국 149.1만원)
적자·무수입 41.6% > 1~100만원 24.4% > 101~200만원 23.4%
* 전국 : 1~100만원 30.8% > 적자·무수입 26.8% > 101~200만원 23.4%
- 순이익 증감 : 감소했다 76.6% (전국 73.3%) > 증가했다 3.9% (전국 6.0%)

- 순이익 감소 이유 : 주변 소형업체와의 경쟁 심화 31.3% > 소비자의 구매 패턴 변화 27.0% > 인건비, 임대료 등 원가의 상승 22.5% > 주변지역에 대형업체 출현 10.7%

□ 창업과정

○ 창업준비과정

- 자영업을 하게 된 동기 : 생계유지를 위해서 75.6% (전국 80.1%) > 창업을 통해 성공할 가능성이 있어서 22.3% (전국 17.2%)
- 현 사업 직전 직업 : 개인사업 40.1% > 직장생활 41.0%
* 전국 : 개인사업 34.2% > 직장생활 41.4%
- 창업 준비 기간 : 3~6개월 미만 24.0% > 1~3개월 미만 20.0% > 6개월~1년 미만 17.0% * 1개월 미만 6.8% (전국 14.2%)
- 창업과정상의 애로사항 : 자금조달 45.3% > 입지선정 18.6%
* 전국 : 자금조달 39.8% > 입지선정 23.2%

○ 창업정보 획득

- 정보 습득 방법 : 친인척·친구 55.9% > 관련업종 협회·단체 9.2%
* 없음 : 28.7%
- 정보 습득 경로 : 직접방문 82.2% > 전화 9.5% > 인터넷 4.0%
* 전국 : 직접방문 75.3% > 전화 11.6% > 인터넷 8.1%
- 습득 정보 만족도 : 만족 91.1% (전국 84.5%)

○ 창업비용

- 창업비용 : 평균 5,428.9만원 (전국 6,570.1만원)
6,000만원 미만 71.1% (전국 66.1%)
- 자기자본비율 : 평균 70.9% (전국 74.8%)
90~100% : 46.5% (전국 50.8%) > 50~60% : 18.4% (전국 18.6%)

□ 경영활동사항

○ 경영 애로사항

- 경영활동 애로사항 : 판로 38.1% > 자금부족 16.8% > 상품·고객관리 12.3%
* 전국 : 판로 26.8% > 상품·고객관리 12.9% > 자금부족 12.7%
- 종업원 관리 애로사항 : 높은 임금 9.0% > 잦은 이직 8.0%
* 종업원 없음 43.2%, 애로사항 없음 32.8% (전국 19.7%)
* 전국 : 높은 임금 13.8% > 잦은 이직 8.8%
- 운영자금을 외부에서 구한 경험 : 있다 61.7% (전국 59.9%)
- 외부자금 주된 출처 : 은행·보험사등 금융기관 51.2% > 친구·친척 차입 28.2%

○ 정보화 현황

- 보유 : 컴퓨터 54.3% > 신용카드기 53.7% > 홈페이지 9.0% > POS시스템 4.0% > 전자상거래 1.2%
- 활용빈도 : POS시스템 100.0% > 컴퓨터 93.6% > 홈페이지 84.1% > 전자상거래 83.3%
* 신용카드기 : 매출액 중 신용카드 결제비중 평균 49.8%,
- 이용 어려움
 - 컴퓨터 : 필요성 부족 45.3% > 사용지식 부족 15.2% * 없다 22.3%
 - POS시스템 : 필요성 부족 93.9% * 없다 1.8%
 - 홈페이지 : 필요성 부족 83.4% > 사용지식 부족 5.1% * 없다 3.1%
 - 신용카드기 : 사용료·수수료 과다 56.8% > 필요성 부족 34.0% * 없다 3.1%
 - 전자상거래 : 필요성 부족 93.0% > 사용지식 부족 2.9% * 없다 0.8%

○ 조직화 현황

- 협회·단체 가입 여부 : 가입 68.4% (전국 59.1%)
- 협회·단체 가입 의향 : 없음 93.5% (전국 92.6%)
- 가입 의향 있는 협회·단체 : 관련협회 80.0% > 상인회 10.0% = 조합 10.0%
* 전국 : 관련협회 61.2% > 상인회 21.1% > 조합 12.8%
- 가입 의향 없는 주된 이유 : 가입의 필요성을 못 느껴서 86.1% (전국 88.5%)

□ 사업 전환 관련 사항

- 향후 사업체 운영계획 - 현재 규모로 계속 운영 85.2% (전국 78.6%)
 - 현재보다 규모 확장 5.7% (전국 6.5%)
- 업종 전환시 어려움
 - 사업체 매도 어려움 32.3% > 기존 설비 처리 22.6% > 권리금 회수 19.4%
 - * 특별히 없다 : 22.6%
- 취업 의사 : 없다 92.6% (전국 72.0%)

□ 정책관련 사항

- 정부지원정책 인지도 및 인지경로
 - 인지도
 - 정부지원 : 알고 있었다 56.1% (전국 52.9%)
 - 교육지원 : 모르고 있었다 66.4% (전국 66.8%)
 - 창업상담, 컨설팅 등 정보제공 : 모르고 있었다 61.7% (전국 66.5%)
 - 조직화, 협업화 지원 : 모르고 있었다 81.4% (전국 78.7%)
 - 인지경로 : TV
 - 자금지원 : TV 35.8% > 친인척·친구 19.3% > 공공기관 18.2%
 - 교육지원 : TV 34.8% > 인터넷 18.9% > 신문 17.7% > 친인척·친구 17.1%
 - 창업상담, 컨설팅 등 정보제공 : TV 40.6% > 신문 17.1% > 공공기관 = 인터넷 15.5%
 - 조직화, 협업화 지원 : TV 37.4% > 신문 23.1% > 인터넷 13.2% > 친인척·친구 11.0%
- 정부지원정책 이용경험 및 이용만족도
 - 이용경험
 - 자금지원 : 없다 79.6% (전국 78.4%)
 - 교육지원 : 없다 98.8% (전국 92.7%)
 - 창업상담, 컨설팅 등 정보제공 : 없다 98.9% (전국 94.4%)

- 조직화, 정보화 지원 : 없다 98.9% (전국 97.1%)
- 이용만족도
 - 자금지원 : 만족 80.4% (전국 74.4%)
 - 기타 항목 : 유의성 없음

3. 정책제언

■ 소상공인 활성화 정책의 방향과 과제

□ 정책의 기본방향

- 종합적인 시각에서 접근 필요
- 정책수요자와 공급자간 소상공인 정책 생태계 정상화
- 선택과 집중에 의한 간접적 유인체계를 가진 지원
- 경쟁을 통한 자생력 확보 방향으로 정책 추진
- 소상공인에서 중·대기업으로 커 갈 수 있도록 정책체계 전환
- 사회복지정책 차원에서 지원하되 사회구성원 전체적 차원에서 형평성 추구

□ 정책과제

- 성공 가능성 높은 준비된 창업 유도
 - 소상공인의 창업 측면에서 사전에 충분히 창업 준비를 하고, 성공 가능성을 최대한 높일 수 있는 환경에서 창업할 수 있도록 제반 여건을 조성
- 성장을 위한 경쟁력 강화
 - 소상공인의 성장 측면에서 조직화, 현대화, 지속적인 경영혁신 등 소상공인의 경쟁력 강화 필요, 소상공인의 경영혁신을 위한 다양한 영업기법의 활용기반을 마련하는 한편, 침체된 소상공인의 활력 제고가 요구됨.
- 재기환경 조성
 - 소상공인의 재도전 측면에서 폐업 소상공인의 빈곤층 전략 방지를 위한 사회안전망 보완과 함께 재창업 등 재기 발판의 마련을 위한 제도적 보완 필요

■ 소상공인 활성화 방안

□ 창업촉진환경 조성

○ 업종별 세분화된 소상공인 DB 구축

- 업종별, 권역별, 규모별 소상공인의 주요 경영상의 지표를 시계열적으로 수집, 관리, 활용할 수 있는 체계적인 시스템 구축이 필요
- 성장지역, 쇠퇴지역, 정체지역으로 구분

○ 대전 소상공인 인턴제 도입

- 소상공인 사업체 현장에서 기술 및 경영 노하우를 습득할 수 있도록 가칭 '대전 소상공인 인턴제'를 도입하여 창업의 성공가능성을 높임
- 성공한 소상공인인 예비창업자를 대상으로 인턴 또는 직장내훈련 (on-the-job-training)을 실시하도록 임금의 일부를 지원
- 임시·일용직을 주로 고용하는 소상공인은 인건비를 절약할 수 있고, 예비창업자는 기술 및 경영 노하우를 습득할 수 있어 창업의 성공 가능성을 높임.

○ 소매업 지역상권 재편

- 지역별 상업지구의 소매업 및 관련 업체의 집적실태를 체계화하고, 이를 토대로 지역상권의 개편방향의 제시가 필요. '지역상권 소매업 생태지도(가칭)'을 토대로 기존 소매업체의 업종 및 업태 전환, 신규 입점업체의 업종 및 업태, 입지 선정 등을 가이드 함

○ 영세 소매업체의 Small-sized Category Killer화 지원

- 신입태인 카테고리킬러를 영세소매업체에 적용하되, '전문성 및 차별성 확보'를 통해 규모의 열위를 극복할 수 있도록 함.
- 서적, 의류, 문방구 등 기존 영세소매업체가 운영하고 있는 업종을 대상으로 지역내 소규모 카테고리킬러화를 추진 함. 특히, 재개발 상권과 신시가지 상권 등에서 특정 지역 또는 건물 등을 대상으로 추진함으로써 실질적인 성과 창출이 가능할 것임.

□ 성장 지원

- 소매업체와 지역 중소제조기업과의 연계를 통한 사업기회 다각화
 - 소매업체의 매장공간이 일부를 활용하여 지역 중소제조기업의 신제품을 판매하는 Shelf-sharing 사업을 통해 소매업 및 중소제조기업 양자의 상호 성장의 추구가 가능
 - 소매업체의 매장 내 중소제조기업 신제품을 일정기간 전시, 홍보, 판매할 수 있는 사업모델을 개발하고 이의 효과적 추진을 지원
- 영세소매업 공동브랜드 및 PB제품 개발, 운영 지원
 - 영세소매업체 전용 PB제품을 개발·공급하여, 영세소매업체의 공동브랜드를 함께 개발. 대형마트나 대기업 제품과 차별화된 영세소매업체 전용 PB제품을 개발·공급함으로써 영세소매업체의 차별성 및 원가경쟁력을 확보함.
 - 특히, PB제품 지원의 경우, 공동브랜드 네트워크에 참여하는 영세소매업체를 대상으로 지원함으로써 영세소매업체의 공동브랜드 구축 도모
- ‘지역 컨셉’ 구축을 통한 지역 소매업 성장 지원
 - 지역 컨셉 구축 및 컨셉에 적합한 공공디자인 연출 및 판매상품의 라인업(line-up) 구축을 지원함. 지역특성을 부각시킨 컨셉 도출을 위해 관련 지역 전문가, 지역 대학, 예술가, 소매업체의 연계가 원활히 이루어질 수 있도록 지원
- 영세 소매업체의 서비스 품질의 프리미엄화 지원
 - 소매 매장을 직접 운영하고 관리하는 영세소매업자에게 프리미엄 서비스 교육을 지속적으로 실시하여 인증 부여, 지속적인 교육 및 A/S 서비스 실시, 전문가를 초빙하여 고객 만족과 서비스 교육을 지속적으로 실시하여 교육이수 업체에게 ‘서비스 품질’의 프리미엄 업체로 인증. 또한 서비스 품질의 고급화를 유지할 수 있도록 현장 점검을 실시하고, 고객의 불만을 신속하게 처리하는 고객불만처리센터 운영.
- 소상공인 온라인 마케팅 지원
 - 소상공인들이 공동으로 사용할 수 있는 마케팅 및 고객관리 프로그램을 개발하여 소상공인들이 건전하고 효과적으로 이용할 수 있도록 함으로써 소상공인

의 마케팅 역량을 키워줌.

○ 소상공인 사업장 신용카드 수수료 인하

- 대기업에서 운영하는 백화점, 대형마트 카드수수료는 평균 1.3% 수준이나, 소상공인 사업장 운영 카드 수수료는 오히려 평균 2.8% 수준으로 높아 매우 불합리한 상황임.
- 사업 혜택의 형평성을 확보하고 카드 수수료 인하에 따른 경영수지 개선과 실질적인 지원정책 혜택으로 사업성공의 기회를 부여하기 위해 소상공인 사업장에 대한 신용카드 수수료 인하를 지원함.

○ 소상공인 사업장 전산화 시스템 지원

- 소상공인들이 사업장을 경영하면서 가장 어려운 인사노무, 회계, 세무 등 부문을 대기업이 운영하는 사업장과 같은 시스템을 구축하여 간단하고 정확한 관리업무를 할 수 있도록 전산 시스템 구축을 지원

○ 우수 소상공인 인증제도 실시

- 각 정부부처 및 지자체에서 시행하고 있는 제도를 정부차원에서 통합하여 인증해 주는 신뢰성 있는 소상공인 인증제도를 도입함. 업종은 크게 음식업, 도·소매업, 서비스업 및 제조업 등으로 분류하여 정부차원에서 지자체 또는 소상공인지원센터의 협조를 받아 인증을 위한 기본 평가를 추진함.

□ 재도전환경 조성

○ 소상공인 폐업 및 회생 지원

- 소상공인 사업체 운영의 리스크를 최소화하고 폐업시 자산처리로 자금을 확보하며, 회생능력을 가질 수 있도록 지원하여 재기에 성공할 수 있도록 하여 신용불량자 신분을 방지할 수 있도록 함.
- 또한 회생을 위해서 재활교육을 제도화·시스템화하여 재기를 할 수 있도록 프로그램 개발이 필요함.

○ 소상공인 역량강화를 위한 기술훈련 지원

- 소상공인의 기술훈련을 통한 전문화 및 매출 향상에 기여하고 폐업 예정 소상공인

공인의 경우 기술훈련 과정에서 재취업 또는 업종 전환이 가능하도록 소상공인의 필요 기술(예 : 조리기술)을 직업훈련 차원에서 교육하고, 미용업, 세탁업 등 기술업종의 경우 신기술 도입 및 습득기회를 제공

○ 소상공인 사업장 시설 리모델링 지원

- 인테리어 및 설비를 리모델링 할 수 있도록 사업자금 및 투자를 지원하고, 폐업점포 증가에 따라 양산되는 중고제품을 재활용할 수 있도록 각 지역별 전용 창고 운영 리사이클링(Re-cycling) 사업으로 소상공인을 지원하는 방안을 검토
- 이의 추진을 위하여 먼저 사업 인프라(리모델링)를 구축한 후, 소상공인 우수 사업자를 중심으로 대상자를 선발하여 리모델링을 지원함.

○ 신산업 육성과 전직 지원으로 임금근로자 일자리 확대

- 도소매업, 음식숙박업 등의 구조조정으로 퇴출된 인력을 사회서비스산업 및 문화산업부문으로 흡수
- 전직을 위한 직업훈련프로그램을 확대하여 임금근로자 일자리를 확대함으로써 영세 소상공인을 임금근로자로 흡수

○ 소상공인 대상 맞춤형 직업능력 개발 강화

- 대전시 산하의 직업전문학교 또는 학원은 학교마다 차이는 있으나, 유사한 성격의 직업훈련을 중복지원하고 있음
- 학교 또는 학원별로 특성화된 맞춤형 직업훈련 체계 구축과 기업 및 창업 수요를 반영한 훈련과정 개편이 필요함.

□ 사업인프라 지원

○ 종합지원시스템 구축 및 지원체계 일원화

- 사업 성공률을 높이기 위해 교육 및 훈련, 경영 컨설팅, 사후 관리 등 종합지원시스템(가칭 '대전 상권 및 사업성 분석 시스템') 구축
- 개별적으로 진행되는 교육 및 훈련, 경영 컨설팅을 일관성 있게 연계시키고, 그동안 시행하지 않은 창업후 진단 및 사후관리 시스템 구축
- 대전에서 경쟁력 있는 가업을 승계하려는 제2창업 소상공인에게 토털경영컨설팅 지원 강화

- 소상공인 창업자금, 컨설팅, 교육 등의 업무를 대전광역시와 중소기업청이 별도로 추진하고 있는 비효율성을 극복하기 위해 업무의 연계와 일원화 시급
- 대전광역시는 중소기업청이 소상공인지원에 대한 정책과의 차별화를 통해 지역 특수성을 고려한 정책 추진
- 업종별 상권별 지원체계의 차별화
 - 소상공업은 업종별, 상권별로 다른 산업특징을 보이기 때문에, 업종별, 상권별로 성장지역, 쇠퇴지역, 정체지역으로 구분하여 소상공인에게 필요한 지원 및 육성정책의 차별화가 필요함.
 - 성장지역은 현 사업의 성장을 극대화할 수 있도록 사업영역의 확대 및 공영프랜차이즈 모델로 변환을 유도하고, 쇠퇴지역은 업종전환 및 재기 지원 등을 통해 퇴출이 최소화되도록 지원함. 정체지역은 소상공인 생존을 위한 최소한의 단기적 지원과 더불어 장기적 관점의 지원정책이 필요함.
- 소상공인 혁신타운 건립 및 운영
 - 기업가 정신과 창의성을 갖춘 소상공인에 대한 종합적인 지원이 가능하도록 혁신타운을 건립하고, 이를 통해 혁신형 소상공인으로 육성할 수 있는 인프라를 구성함.
- 소상공인 구인·구직 인력시스템 구축 및 인력정보서비스 제공
 - 소상공인 구인·구직 인력유통시스템을 구축함. 조리사, 자동차정비사 등 일반 기술인력, 일용직, 업종별, 프랜차이즈, 유망 업종별, 연령별(예 : 청년실업자, 은퇴자, 여성, 장애인 등) 구인·구직 등 다양한 분류체계를 통해 서비스를 제공함. 먼저 소상공인 인력수요조사를 실시하고, 한국고용정보원 등과 연계하여 인력수급체계 및 분류체계 수립을 지원함.
- 영세소매업체 공동창고 지원
 - 다양한 신제품이 매년 출시되는 것에 반해, 영세소매업체의 매장규모는 영세하여 효율적인 공간 활용 및 재고관리의 필요성이 요구됨.
 - 따라서 공동구매 및 공동관리가 가능한 창고의 건립을 지원함으로써 업체 내 매장을 효과적으로 활용할 수 있도록 지원함. 공동창고 건립으로 인해 공동구

매와 재고 공동관리가 가능.

○ 소상공인 통합물류센터 건립

- 공동구매에 따른 원가경쟁력을 확보하고 이에 따른 사업경쟁력 확보 및 유지
그리고 언제나 좋은 품질의 재료를 구매하고 안정적인 가격을 유지할 수 있도록
소상공인 통합물류센터의 건립을 검토.

○ 소상공인에 대한 사회안전망 확충

- 소상공인의 고용보험 가입을 독려하고 고용보험 가입대상을 확대하기 위한 고
용보험 홍보 강화, 또한 특수고용노동자들(예컨대, 가사도우미, 베이비시터 등
가사노동자, 택배기사나 퀵서비스 기사 등)도 고용보험에 가입할 자격을 부여
하고 실업급여를 받을 수 있는 비자발적 실직의 범위 확대 및 수급범위 확대.
- 근로자가 없는 고용주(자영자)도 산재보험에 임의로 가입할 수 있도록 제도
개선

* 목 차 *

제1장 서론	3
제1절 연구의 배경 및 목적	3
1. 연구의 배경과 필요성	3
2. 연구 목적	4
제2절 연구의 방법과 구성	6
1. 연구의 방법과 범위	6
2. 연구의 구성	7
제2장 대전지역 소상공인 현황 및 특징	11
제1절 소상공인의 개념과 통계분류 기준	11
1. 소상공인의 개념	11
2. 소상공인의 업종별 통계분류 기준	18
제2절 대전지역 소상공인의 규모 및 변화 추이	24
1. 소상공인의 위상	24
2. 산업별 소상공인이 규모 및 변화 추이	29
3. 범주별 소상공인의 규모 및 변화 추이	41
제3장 소상공인 지원정책 분석	55
제1절 국내 소상공인 지원정책 분석	55
1. 소상공인 지원자금 현황	55
2. 소상공인 지원사업 현황	60
제2절 해외 주요국 소상공인 지원정책의 특징과 시사점	71
1. 금융지원정책	71
2. 교육·자문지원정책	74
3. 기술지원정책	78
4. 판로지원정책	83
5. 기타 지원정책	87

6. 특징 및 시사점 요약	92
제4장 대전지역 소상공인 실태조사	97
제1절 실태조사 개요	97
1. 조사개요	97
2. 응답자 특성	99
제2절 조사결과 분석	100
1. 사업체 일반현황	100
2. 창업과정	108
3. 경영활동 사항	114
4. 사업전환 관련 사항	123
5. 정책관련 사항	126
6. 조사결과 요약	130
제5장 소상공인 활성화 방안	137
제1절 소상공인 활성화 정책의 방향과 과제	137
1. 정책의 기본 방향	138
2. 정책과제	142
제2절 소상공인 활성화 추진사업	144
1. 창업촉진환경 조성	144
2. 성장 지원	147
3. 재도전 지원	153
4. 사업인프라 조성	158
제6장 요약 및 정책제언	167
제1절 요약	167
제2절 정책제언	169
참고문헌	175

* 표 목 차 *

<표 2-1> 특별조치법 상의 소상공인 적용범위	12
<표 2-2> 특별조치법 시행령 상의 소상공인의 적용범위	13
<표 2-3> 해외 주요국 소상공인 정의	17
<표 2-4> 소상공인 업종 구분	19
<표 2-5> 산업별 소상공인 분류기준	20
<표 2-6> 산업별 기업규모 통계분류(1)	21
<표 2-7> 산업별 기업규모 통계분류(2)	23
<표 2-8> 기업규모별 사업체수 및 종사자수	25
<표 2-9> 기업규모별 사업체수 및 변화 추이	27
<표 2-10> 기업규모별 종사자수 및 변화 추이	28
<표 2-11> 전산업 대비 소상공인 구성비(사업체수 기준, 2009)	30
<표 2-12> 전산업 대비 소상공인 구성비(종사자수 기준, 2009)	31
<표 2-13> 산업별 소상공인 사업체수 및 변화 추이	34
<표 2-14> 산업별 소상공인 사업체수 구성비 및 변화 추이	35
<표 2-15> 산업별 소상공인 종사자수 및 변화 추이	36
<표 2-16> 산업별 소상공인 종사자수 구성비 및 변화 추이	37
<표 2-17> 산업별 소상공인 사업체수 증감율	38
<표 2-18> 산업별 소상공인 종사자수 증감율	39
<표 2-19> 범주별 소상공인 사업체수 및 변화 추이	43
<표 2-20> 범주별 소상공인 종사자수 및 변화 추이	44
<표 2-21> 생활형 소상공인 사업체수 및 변화 추이	47
<표 2-22> 생활형 소상공인 종사자수 및 변화 추이	48
<표 2-23> 지식서비스형 소상공인 사업체수 및 변화 추이	51
<표 2-24> 지식서비스형 소상공인 종사자수 및 변화 추이	52
<표 3-1> 개별기업 자금지원 사업별 개관	57
<표 3-2> 전통시장 및 상점가 자금지원 사업별 개요	59

<표 3-3> 소상공인 지원사업 개요	61
<표 3-4> 소상공인지원센터의 업무	70
<표 3-5> 주요 국가별 소상공인 금융지원 정책	71
<표 3-6> 주요 국가별 소상공인 교육·자문지원 정책	75
<표 3-7> 서비스 수요자의 공급자 차원에서 비즈펠의 장점	78
<표 3-8> 주요 국가별 소상공인 기술지원 정책	79
<표 3-9> 주요 국가별 소상공인 판로지원 정책	84
<표 3-10> 소상공인 신사업 전국전개 지원사업 지원내용	85
<표 3-11> 소상공인 신사업 전국전개 지원사업 실적	86
<표 3-12> 우리나라 유사 판로개척 지원사업과의 비교	87
<표 3-13> 주요 국가별 소상공인 기타 지원정책	88
<표 3-14> 2005~2006 회계연도 SBA 허브존 업체 서베이 결과	91
<표 3-15> 2003~2006 회계년도 소기업 원청계약 중 허브존 기업 비중	91
<표 3-16> 주요 국가의 대표적인 부문별 지원정책 일람	93
<표 4-1> 사업체 형태	100
<표 4-2> 영업기간	101
<표 4-3> 사업장 소유 형태	101
<표 4-4> 사업장 입지 유형	102
<표 4-5> 사업 성장 단계	103
<표 4-6> 종사자수	103
<표 4-7> 인력 부족 여부 및 부족 인원수	104
<표 4-8> 고객수 및 매출액 증감	105
<표 4-9> 주된 경쟁상대	105
<표 4-10> 월평균 매출액	106
<표 4-11> 월평균 순이익	107
<표 4-12> 순이익 증감	107
<표 4-13> 순이익 감소 이유	108
<표 4-14> 자영업을 하게 된 동기	109
<표 4-15> 현 사업 직전 직업	109

<표 4-16> 창업 준비 기간	110
<표 4-17> 창업 과정상의 애로사항	111
<표 4-18> 정보 습득 방법	112
<표 4-19> 정보 습득 경로	112
<표 4-20> 급득 정보에 대한 만족도	113
<표 4-21> 창업비용	113
<표 4-22> 창업비용 중 자기자본비율	114
<표 4-23> 경영활동 애로사항	115
<표 4-24> 종업원 관리 애로사항	116
<표 4-25> 운영자금을 외부에서 구한 경험	117
<표 4-26> 주된 외부자금 출처	117
<표 4-27> 정보화기기 보유 여부	118
<표 4-28> 정보화기기 활용 빈도	119
<표 4-29> 정보화기기 활용 빈도 : 신용카드	119
<표 4-30> 정보화기기 이용 어려움	121
<표 4-31> 협회, 단체 가입 여부 및 의향	122
<표 4-32> 가입 의향이 있는 협회 및 단체	123
<표 4-33> 가입 의향이 없는 주된 이유	123
<표 4-34> 향후 사업의 운영계획	124
<표 4-35> 업종 전환시 어려움	125
<표 4-36> 취업 의사	125
<표 4-37> 정부지원정책 인지도	126
<표 4-38> 정부지원정책 인지경로	127
<표 4-39> 정부지원정책 이용경험	128
<표 4-40> 정부지원정책 이용만족도	128
<표 5-1> 문화산업 GDP 및 고용 비중의 국제비교	157
<표 5-2> 소상공인 혁신타운 운영방안	160

* 그림 목 차 *

<그림 2-1> 상시 종업원수에 따른 기업형태 분류	13
<그림 2-2> 취업자의 분류체계에 본 자영업주 및 자영업자 구분	15
<그림 2-3> 소상공인과 자영업자 간의 구분	16
<그림 2-4> 사업유형에 따른 소상공인 업종 구분	41
<그림 3-1> MIC 프로그램의 목적	80
<그림 3-2> MIC 프로그램이 구성	82
<그림 5-1> Small-Sized category killer 지원내용	146
<그림 5-2> Shelf-sharing 지원내용	147

제 1 장

서론

.....

제1절 연구의 배경 및 목적

제2절 연구의 방법과 구성

.....

제 1 장 서론

제1절 연구의 배경 및 목적

1. 연구배경과 필요성

소상공인은 지역민의 삶과 직결되는 재화나 서비스를 제공하는 접점의 역할을 함으로써 일상생활 속에서 지역민이 필요로 하는 다양한 재화나 서비스를 공급하는 기능을 수행하고 있다. 특히 소상공인은 영업권의 범위가 특정 지역에 한정되는 지역기반성이 강하여 지역경제의 뿌리가 되면서 지역경제발전의 기초를 형성하고 있다.

소상공인은 중소기업 중에서도 특별히 영세한 기업들을 지칭하는 것으로서, 대전 지역에서 제조업, 공공·운수·개인서비스, 도·소매업, 음식·숙박업 등 제조 및 서비스업종에 2009년 현재 85.7%가 분포되어 있어 소상공인이 대전지역경제의 실향줄 역할을 담당하고 있다.

그러나 이들 소상공인은 경기침체 및 낮은 진입장벽으로 창업과 폐업이 반복되는 가운데 다산다사구조와 함께 과당경쟁으로 영세성이 심화되고 있어 서민경제의 어려움이 가중되면서 지역경제 활성화의 걸림돌이 되고 있다.

정부의 지원정책도 그간 중소기업정책 및 산업지원대상에서 오랫동안 소외되어 왔으며, 외환위기 이후 실업 완충대책의 일환으로 진입촉진에 초점을 둔 정책을 지원함으로써 소상공인에 대한 관심은 높아졌으나, 본질적인 소상공인의 문제점을 해결하는 데는 한계가 있었다. 소상공인의 지원정책 주류가 창업자금지원을 중심으로 전개되어 오히려 소상공인의 자생력 제고 확보보다는 정부정책에 의존하려는 성향을 높이는 결과를 초래하는 경향이 있다.

따라서 기존의 창업자금 지원 위주의 정책에서 탈피하여 준비된 창업과 컨설팅

강화 및 상권정보의 제공 등에 역점을 두어 소상공인의 양적 성장보다는 질적 성장을 위한 지원정책을 추진할 필요가 있다.

결국, 소상공인 지원정책이 실업구제를 위한 창업지원에서 벗어나 기업으로서의 영속적 성장과 지역발전을 도모하는 총체적 경영지원의 틀을 마련하는 것이 시급한 실정이며, 이를 통해 소상공인이 자립할 수 있는 환경을 조성하고 역량을 강화함으로써 서민생활의 안정과 지역경제 활성화의 기폭제 역할이 절실한 시점이다.

그간 정부는 소상공인의 다양한 정책이나 프로그램을 실시하고 있으나 소상공인의 경영환경은 더욱 악화되고 나아가 소상공인의 소득이 지속적으로 하락하는 현상을 보이고 있어 정부의 정책이나 프로그램에 대한 실효성이나 효율성에 많은 문제점을 지니고 있는 실정이다.

따라서 대전지역 소상공인의 현황과 문제점, 나아가 애로사항을 파악함으로써 소상공인에 대한 보다 정확한 이해와 정책적 대응을 실효성 있게 추진할 필요성이 시급한 실정이다.

2. 연구 목적

지역경제의 근간을 이루고 있는 소상공인에 대한 다양하고 효과적인 지원시책을 제시하여 지역 소상공인들이 자립능력을 배양하고 경쟁력을 확보함으로써 영속적인 성장·발전할 수 있는 토대를 마련과 함께 서민생활의 안정과 지역경제 활성화를 도모함을 목적으로 한다.

지역 소상공인의 경영애로사항 및 정책지원상의 문제점을 도출하고, 정책지원체계 및 사업유형 측면을 고려한 일원화된 지원정책 방향과 실행가능한 현실적인 세부추진과제를 제시하고자 한다.

이를 위하여 우선 정확한 소상공인의 개념 정의와 범위를 설정하고 이를 통한 소상공인 사업체와 종사자수 및 변화 추이 파악을 시도한다. 둘째는 국내의 소상공

인 지원정책을 고찰하고 나아가 해외 소상공인 지원정책 분석을 통한 특징과 시사점을 도출하다. 셋째는 지역 소상공인의 실태조사자료를 활용하여 소상공인 당면한 문제점과 애로점을 파악하고자 한다. 마지막으로 소상공인 활성화 정책의 기본방향과 과제, 그리고 활성화를 위한 세부추진사업들을 제시하고자 한다.

제2절 연구의 방법과 구성

1. 연구 방법과 범위

본 연구는 지역 소상공인의 정확한 규모 추정과 변화추이를 파악하고, 소상공인이 당면한 문제점과 애로점을 적출한 후 소상공인 활성화를 위한 정책방안을 제시하는 데 있다.

따라서 소상공인의 정확한 규모 추정과 변화추이 파악을 위해서 우선 소상공인의 개념 정의와 범위를 설정한 후, 통계청, 중소기업청 등에서 생산하는 통계자료를 활용하여 다양한 방법으로 분석을 시도한다. 또한 중소기업청 소상공인진흥원에서 2010년도에 방대하게 실시한 「2010 전국 소상공인 실태조사」 원자료의 대전지역 자료를 활용하여 소상공인 당면한 문제점과 애로점을 파악한다.

또한 국내와 해외 주요국가의 소상공인 지원정책을 개괄하고 문제점 적출과 대안 제시를 위하여 중소기업청 등의 시원시책과 소상공인진흥원의 연구자료 등 문헌조사를 활용함으로써 소상공인 활성화를 위한 세부적인 추진사업들을 제시하고 있다.

한편, 소상공인의 산업분류상 범위는 기본적으로 전산업에 걸친 산업대분류를 활용하지만, 범주별(생활형서비스업, 지식서비스업, 기타서비스업, 제조업관련업종, 농림어업) 소상공인을 분류할 때는 5digit 세세분류를 활용한다. 다만, 소상공인의 산업분류상 전산업에 걸쳐 매우 광범위하게 분포하기 때문에 통계분석은 전산업부문에 걸쳐 산업별, 규모별로 분석하지만, 정책대안의 제시는 현재까지 추진되었거나 추진하고 있는 사업은 제외하고 최근 쟁점이 되고 있는 분야 중심으로 접근한다.

2. 연구의 구성

본 연구는 크게 네 부분으로 구성되어 있다. 우선 제2장에서는 선결과제로서 소상공인의 정확한 개념을 정의하고, 산업별 소상공인 통계분류기준을 설정한 후, 이를 근거로 최근 10년간의 기업규모별 소상공인 사업체수와 종사자수 및 변화추이를 분석하고, 나아가 범주별(생활형서비스업, 지식서비스업, 기타서비스업, 제조업관련업종, 농림어업) 소상공인 사업체수와 종사자수 및 변화추이를 분석한다.

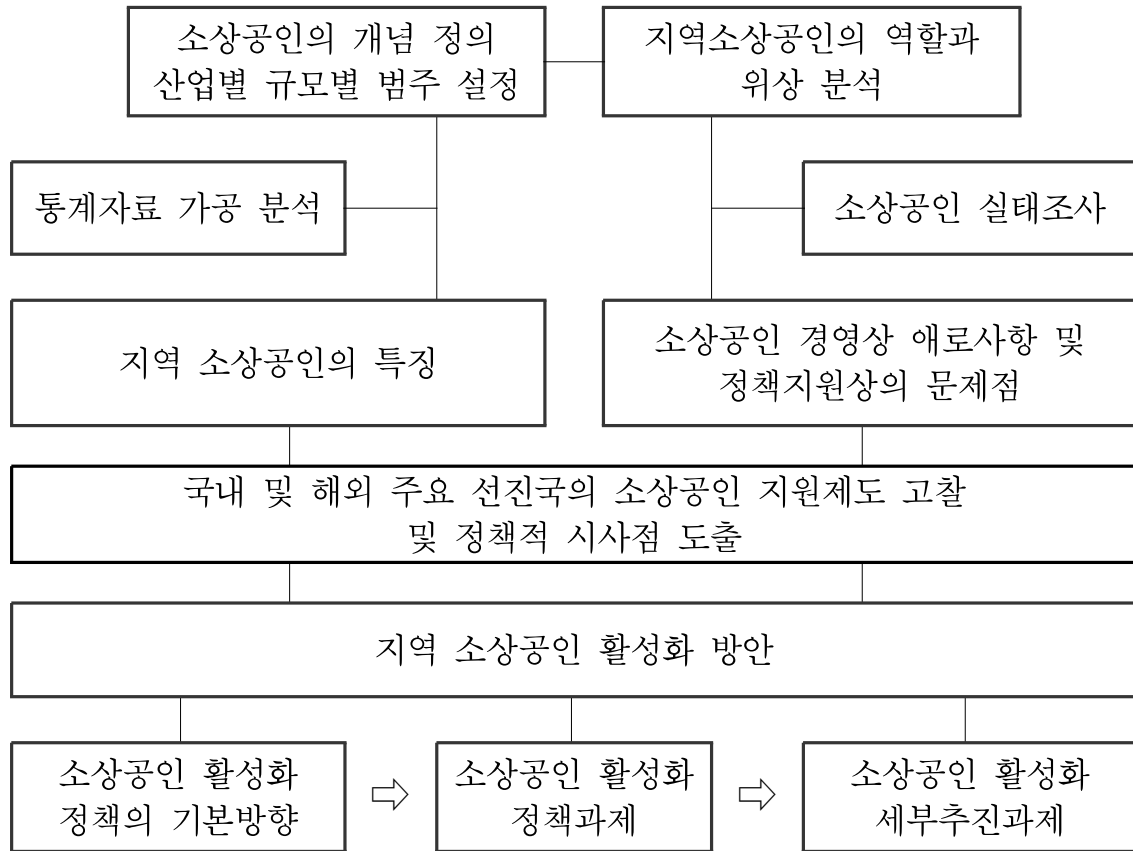
제3장에서는 우선 국내의 소상공인 지원정책을 분석한다. 소상공인 지원자금 현황을 개괄한 후, 상권정보 지원, 교육·연수지원, 컨설팅지원 등 다양한 지원현황과 개요를 분석한다. 또한 해외 선진 주요국의 소상공인 지원정책의 특징과 시사점을 도출하기 위하여 금융, 교육·자문, 기술, 판로, 기타 부문의 지원정책을 분석한다.

제4장에서는 중소기업청 소상공인지원원의 「2010 전국 소상공인 실태조사」 원자료의 대전지역 자료를 활용하여 우선, 사업장, 종업원, 경영현황 등의 사업체 일반현황을 분석하고, 창업준비과정, 창업정보획득, 창업비용 등의 창업과정상의 문제점과 애로사항 등을 분석한다. 또한 경영애로사항, 정보화 및 조직화 문제 등 경영활동사항을 분석하고, 사업전환 관련사항으로 향후 사업운영계획, 업종 전환시 애로사항을 분석한 후, 정부 지원정책의 인지도 및 인지경로, 이용경험 및 이용만족도 등 정부의 소상공인 지원정책 관련사항을 분석하였다.

제5장에서는 앞의 분석을 참작하여 대전지역 소상공인 활성화 정책의 기본방향과 정책과제를 검토하였다. 그리고 소상공인 활성화를 위한 정책대안으로서 크게 창업촉진환경조성, 성장지원, 재도전환경 조성, 인프라 조성, 4부분으로 구분하여 세부적인 추진사업들을 제시하였다.

제6장에서는 연구결과를 요약하고 정책제안사항을 정리하였다.

[연구의 분석 틀]



제 2 장

대전지역 소상공인 현황 및 특징

제1절 소상공인의 개념 및 범위

제2절 대전지역 소상공인의 규모 및 변화 추이

제 2 장 대전지역 소상공인 현황 및 특징

제1절 소상공인의 개념과 통계분류 기준

1. 소상공인의 개념

1) 소상공인의 개념 정의

우리나라에서 소상공인이라는 법적인 지위가 부여된 것은 헌법 제123조 제3항과 제5항에서 “국가는 중소기업을 보호 육성하여야 하며, 그 자조 조직을 육성하여야 한다”는 항목에 기초를 두고 1966년에 개정된 「중소기업기본법」에서 소기업의 범위를 중소기업과 구별하여 규정한데부터 시작된다.

1966년 「중소기업법」이 제정된 이후 1982년 이전까지는 소기업과 중소기업을 구분하지 않고 중소기업이라는 복합적인 명칭 아래 중소기업의 범위를 규정하고 있었다. 1995년 동 법 개정 이후 「중소기업 기본법 시행령(1995.7.1)」 제2조에서 상시종업원 수를 기준으로 한 요건과 자산총액을 중심으로 한 기준 이내여야 함은 물론 소유와 경영의 독립성을 요구하는 질적 요건을 동시에 적용하여 대기업으로부터 중소기업을 구분하고 있다.

현재는 소기업을 보호·육성하자는 차원에서 소기업과 중소기업을 구분하고 있으며, 1999년 2월 「소상공인지원센터」를 개소하면서 소상공인을 별도로 구분하여 지칭하게 되었다.

그 후 「소상공인」이라는 용어는 「소기업지원을 위한 특별조치법」이 2000년 12월 29일 「소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법(법률 제6314호)」(이하 “소상법”이라고 함)으로 개정됨에 따라 소기업지원계획 수립방법, 소상공인지원센터의 설치 및 운영방법 등이 제정되면서 법적으로 그 정의를 내리기 시작하였다.

<표 2-1> 특별조치법 상의 소상공인의 적용범위

소기업 및 소상공인지원을 위한 특별조치법

[시행 2011. 8.25] [법률 제10710호, 2011. 5.24, 일부개정]

제1조 (목적) 이 법은 소기업 및 소상공인의 자유로운 기업 활동을 촉진하고 구조개선 및 경영안정을 도모하여 균형 있는 국민경제의 발전에 기여함을 목적으로 한다.

제2조 (정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. “소기업”이라 함은 「중소기업기본법」 제2조 제2항에 따른 소기업을 말한다.
2. “소상공인”이라 함은 소기업 중 상시근로자 10인 미만의 사업자로서 업종별 상시근로자수 등이 대통령령이 정하는 기준에 해당하는 자를 말한다.

※ 상시근로자는 근로기준법 제14조의 규정에 의한 근로자(직업의 종류를 불문하고 또는 사업장에 임금을 목적으로 근로를 제공하는 자 중 다음에 해당하는 자를 제외한 자를 의미

- 일용근로자
- 3개월 이내의 기간을 정하여 근로하는 자
- 기술개발촉진법 제7조 제1항 제2호의 규정에 의한 기업부설연구소의 연구전담요원

<표 2-2> 특별조치법 시행령상의 소상공인의 적용범위

<p>소기업 및 소상공인지원을 위한 특별조치법 시행령</p> <p>[시행 2011. 8.25] [대통령령 제23071호, 2011. 8.11, 일부개정]</p>	
제1조 (목적)	이 영은 「소기업 및 소상공인지원을 위한 특별조치법」에서 위임된 사항과 그 시행에 관하여 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.
제2조 (소상공인의 범위 등)	① 「소기업 및 소상공인지원을 위한 특별조치법」(이하 “법”이라 한다) 제2조 제2호에서 “업종별 상시근로자수 등이 대통령령이 정하는 기준에 해당하는 자”라 함은 주된 사업에 종사하는 상시근로자의 수가 다음 각호의 1에 해당하는 사업자를 말한다.
	<ol style="list-style-type: none"> 1. 광업·제조업·건설업 및 운수업의 경우에는 10인 미만 2. 제1호 외의 업종의 경우에는 5인 미만
	② 제1항의 규정에 의한 주된 사업의 기준과 상시근로자의 범위 및 그 산정 방법에 관하여는 「중소기업기본법 시행령」 제4조 및 제5조의 규정을 준용한다.

일반적으로 소상공인의 범위설정의 기준은 정책대상을 설정한다는 점에서 매우 중요하며, 국내의 경우 소상공인 업종에는 제한을 두지 않지만, 업종별 상시종업원수에 의해 그 범위를 정하고 있다. 관련법에 규정된 상시 종업원 수를 가지고 기업의 형태를 구분해 볼 때, 중소기업, 소기업, 소상공인은 다음에서 보는 바와 같이 정리해 볼 수 있다.

<그림 2-1> 상시 종업원수에 따른 기업형태의 분류

제조·건설·광업·운수 기타업종	소상공인		소기업	중소기업
	소상공인	소기업	중소기업	-
상시종업원수	5인	10인	50인	300인

위의 내용을 통하여 “소상공인”의 정의를 요약하면 다음과 같은 요약할 수 있다. 첫째, 소상공인은 중소기업의 범위 내에 있으며, 중소기업과 소기업으로 구분되는 특징을 지닌다. 둘째 개인사업 및 법인 또는 비법인 기업형태의 구분이 없다. 셋째, 광업·제조업·건설업·운수업의 경우에는 10인 미만, 이외 업종의 경우 5인 미만의 상시근로자 규모로 재화와 서비스를 사회에 제공하는 주체이다.

[소상공인 정의]

- 소상공인은 중소기업의 범위 안에 속해 있으면서 중소기업과 소기업으로 구분되는 특징을 지닌 집단이며,
- 개인사업 및 법인 또는 비법인 단체의 기업형태의 구분 없이
- 광업, 제조업, 건설업, 운수업의 경우에는 10인 미만, 이외의 업종의 경우 5인 미만의 상시근로자 규모로 재화와 서비스를 사회에 제공하는 집단

2) 소상공인과 자영업주의 비교

일반적으로 많이 거론되는 소상공인과 자영업자, 그리고 자영자 등에 대한 명확한 개념 정리가 미흡하여 정책대상에 대한 모호성이 제기되고 있다.

소상공인은 광업, 제조업에서부터 도·소매업, 개인서비스업 등에 이르기까지 그 업종이 매우 다양함과 동시에 이질성으로 인해 소상공인지원정책을 효율적으로 수행하는데 어려움이 산재하고 있다.

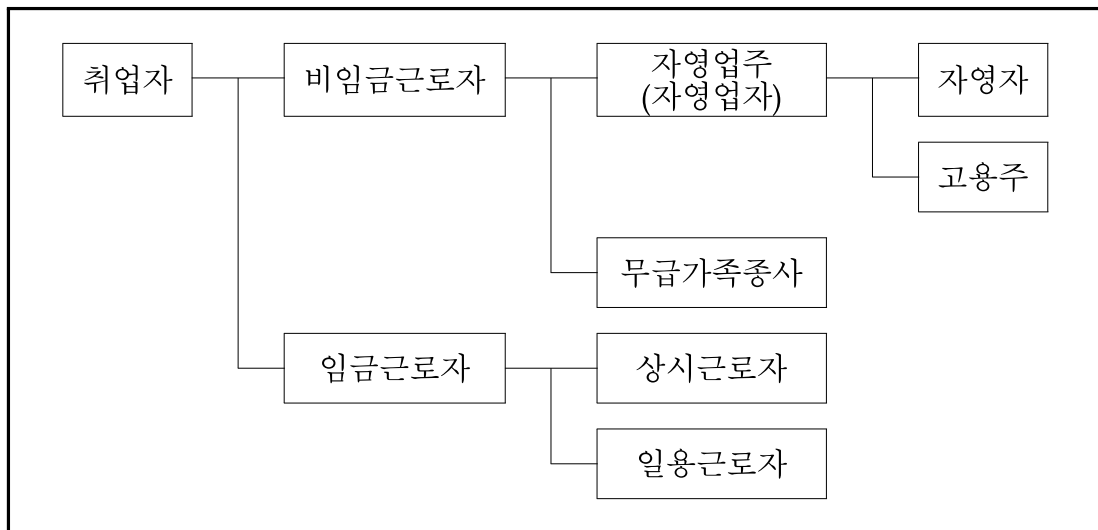
따라서 정책지원의 성과를 높이기 위해서는 정책대상에 대한 명확한 개념을 우선적으로 정확히 정립하는 것이 필요하다. 소상공인과 관련하여 제기되고 있는 용어는 자영업주, 자영업자 등이 있다. 자영업자에 대한 명확한 정의는 없으나 통계청 ‘경제활동인구조사’의 구분내용을 중심으로 살펴보면, 다음과 같이 구분할 수 있다.

자영업주(자영업자)는 “자기 혼자 또는 무급·유급종사자와 함께 자기책임하에 독

립적인 형태로 전문적이 업을 수행하거나 사업체를 운영하는 자”로 정의되고 있으며, 유급근로자의 고용여부에 따라 ‘자영자’와 ‘고용주’로 구분하고 있다.

자영자는 “유급근로자 없이 자기 혼자 기업이나 농장 등을 경영하는 자 또는 상점이나 전문적인 직업을 독립적으로 운영하는 자”를 의미하고, 고용주는 “유급근로자를 한사람 이상 두고 기업을 경영하거나 농장을 경영하는 자”를 의미한다.

<그림 2-2> 취업자의 분류체계로 본 자영업주 및 자영자의 구분



통계청에서 발표하고 있는 자영업주(자영업자)는 기업규모와 상관없이 가구를 대상으로 조사되고 있기 때문에 “소상공인”에서 말하는 소상공인의 범위보다 넓은 개념이다.

소상공인과 자영업주의 정의에 비추어 볼 때, 소상공인은 업종에 따라 5인 미만 또는 10인 미만의 상시근로자를 고용한 자영업자라 할 수 있다. 좀 더 구체적으로 말하자면, 소상공인은 해당 사업체 규모(업종에 따라 상시근로자 1~4인 또는 1~9인 미만)내에서 사업자등록증을 보유하고 유급근로자 없이 자영업자로서 사업을 운영하는 경우와 유급근로자를 고용한 고용주로서 사업을 운영하는 경우를 합하여 지칭하는 사업주를 말한다.

<그림 2-3> 소상공인과 자영업자 간의 구분

자영업자 \ 종사자수	0명	1명~4명	5명~9명	10명 이상
자영자				
고용주				
소상공인 범주				

3) 해외 주요국의 소상공인 정의

해외 국가들 역시 현행 우리나라의 소상공인 기준 10인 미만과 유사한 정의를 가지고 있다. 특히 유럽의 독일, 프랑스, 영국, 이탈리아, 터키는 10인 미만으로, 멕시코는 11인 미만, 북미인 미국과 캐나다는 5인 미만으로 규정하고 있다.

아시아 대륙의 중국은 종업원 수 기준이 지나치게 큰 정의를 가지고 있으며, 인도의 경우는 투자상한액 기준만 요구하고 있다.

따라서 G7의 경우는 종업원 기준 10인 미만으로 정의하는 반면, 개도국의 경우는 10인 이상으로 정의하는 경향이 있으며, 이외 다른 투자액이나 자산규모 등을 사용하고 있다.

<표 2-3> 해외 주요국 소상공인 정의

구 분	소상공인 정의
미 국	- 고용주 포함 5인 미만(개인 사업체, 파트너십, 법인기업)
일 본	- 제조업·그 밖의 산업 : 상시 종업원 수 20인 이하 - 상업·서비스업 : 상시 종업원 수 5인 이하
독 일	- 종업원 10인 미만, 연매출 200만 유로 이하
영 국	- 마이크로기업(EU) : 10명 미만, 매출액 or 자산규모 200만 유로 이하
프랑스	- 종업원 10인 미만, 연매출 200만 유로 이하
이탈리아	- 마이크로기업(EU) : 10명 미만, 매출액 or 자산규모 200만 유로 이하
캐나다	- 종업원 5인 미만(micro-enterprises)
중 국	- 업종별 매출액 1000만-3000만 위안 미만, 최소 100명-2000명 미만
인 도	- 투자액 상한 : 제조업 250만 루피 이하, 서비스업 100만 루피 이하
러시아	- 종업원 15인 미만 영세기업
브라질	- 매출액 43만 3,755.14레알 이하 - 영세기업 : 제조업/건설업 10인 미만, 도소매업 20인 미만
멕시코	- 종업원 11인 미만, 매출액 400만 페소 이하, 복합상한치 4.6이하
인도네시아	- 토지와 건물을 제외한 순자산 5,000만 루피아 미만, or 매출액 3억 루피아 미만
터 키	- 종업원 10인 미만, 매출액 및 자본금이 100만 신터키리라 이하
호 주	- 종업원 20명 미만
사우디 아라비아	- 종업원 59명 이하(소기업), 4명 이하(영세기업)
아르헨티나	- 매출액 : 농·목축업 27만 페소, 광공업 90만 페소, 상업 180만 페소 서비스 45만 페소(미만, 이하 등)
남아프리카 공화국	- 영세기업(종업원 5명??, 매출액 0.2??, 총자산 0.1-5??) - 초소형기업(종업원 10-20명??, 매출액 1-600??, 총자산 0.5-2??)

2. 소상공인 업종별 통계분류 기준

1) 소상공인 업종 구분

소상공인의 업종은 전산업부문에 걸쳐 다양하게 존재하고 있다. 따라서 한국표준산업분류체계에 따라 구분하기로 한다. 한국표준산업분류는 현재 9차개정까지 진행되어 연도별 시계열 자료를 확보하기가 불가능하다.

단일 연도만의 현황 파악으로는 소상공인의 변화추이를 파악할 수 없기 때문에, 본 보고서에서는 2000년부터 소상공인의 변화를 분석하기로 한다. 따라서 9차까지 개정된 한국표준산업분류 체계에 따라 2000년부터 2005년까지는 제8차개정의 산업분류체계를 활용하고 2006년부터 2009년까지는 제9차개정의 산업분류체계를 활용한다.

이와 같은 경우, 2005년까지의 전기·가스 및 수도사업(40~41)은 2006년부터 증기업이 추가된 전기·가스·증기 및 수도사업(35~36)과 하수·폐기물 처리·원료재생 및 환경복원업(37~39)으로 나뉘어졌고, 이 과정에서 광업 및 제조업체의 일부 해당업종이 증기업과 하수·폐기물 처리·원료재생 및 환경복원업으로 이동 분류되었다. 따라서 2005년까지의 광업 및 제조업과 2006년 이후의 광업 및 제조업 사업체수 및 종사자수의 시계열 연속성에 약간의 일치성의 문제가 발생하고, 2005년까지의 전기·가스 및 수도업과 2006년 이후의 전기·가스·증기 및 수도사업(35~36)과 하수·폐기물 처리·원료재생 및 환경복원업(37~39)과의 시계열 연속성에도 일치성의 문제가 발생한다. 따라서 본 보고서에서는 이러한 점을 염두하고 분석하기로 한다.

다음으로, 2005년까지의 사업서비스업(72~75)이 2006년 이후 전문, 과학 및 기술 서비스업(70~73)과 사업시설관리 및 사업지원서비스업(74~75)으로 나뉘었는데, 이는 최근의 산업특성의 변화를 고려한 단순 구분이기 때문에 2005년까지의 사업서비스업(72~75)은 2006년 이후의 과학 및 기술서비스업(70~73)과 사업시설관리 및 사업지원서비스업(74~75)을 합계한 수치와 일치하여, 연속시계열 자료로서의 일치성을

확보할 수 있다.

또한 2005년까지의 오락, 문화 및 운동관련 서비스업(87~88)은 2006년부터는 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업(90~91)으로 명칭이 바뀌면서 산업세분류상 일부 산업이 교육서비스업으로 포함되면서, 이들 산업부문에서는 연속시계열 자료의 일치성에 문제가 있다.

<표 2-4> 소상공인 업종 구분

업종 2000년 ~ 2005년	업종 2006년 ~ 2009년
농업 및 임업(01-02) 어업(05)	농업, 임업 및 어업(01-03)
광업(10-12)	광업(05-08)
제조업(15-37)	제조업(10-33)
전기, 가스 및 수도사업(40-41)	전기, 가스, 증기 및 수도사업(35-36) 하수·폐기물 처리, 원료재생 및 환경복원업(37-39)
건설업(45-46)	건설업(41-42)
도매 및 소매업	도매 및 소매업(45-47)
숙박 및 음식점업	숙박 및 음식점업(55-56)
운수업(60~63)	운수업(57)
통신업(64)	출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업(58-63)
금융 및 보험업(65-67)	금융 및 보험업(64-66)
부동산 및 임대업(70-71)	부동산업 및 임대업(68-69)
사업서비스업(72-75)	전문, 과학 및 기술 서비스업(70-73) 사업시설관리 및 사업지원 서비스업(74-75)
공공행정, 국방 및 사회보장 행정(76)	공공행정, 국방 및 사회보장 행정(84)
교육 서비스업(80)	교육 서비스업(85)
보건 및 사회복지사업(85-86)	보건업 및 사회복지 서비스업(86-87)
오락, 문화 및 운동관련 서비스업(87-88)	예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업(90-91)
기타 공공, 수리 및 개인서비스업(90-93)	협회및단체,수리 및 기타 개인 서비스업(94-96)
가사 서비스업(95)	
국제 및 외국기관(99)	

그러나, 2005년까지의 기타 공공, 수리 및 개인서비스업(90~93)은 2006년부터 협회 및 단체, 수리 및 기타 개인서비스업(94~96)으로 명칭만 변경되었을 뿐이기 때문에 이 산업은 연속 시계열자료의 일치성은 확보된다.

2) 산업별 소상공인 분류기준

<표 2-5> 산업별 소상공인 분류기준

업종 2000년 ~ 2005년	업종 2006년 ~ 2009년	기준 종사자수
농업 및 임업(01-02) 어업(05)	농업, 임업 및 어업(01-03)	1~4인
광업(10-12)	광업(05-08)	1~9인
제조업(15-37)	제조업(10-33)	1~9인
전기, 가스 및 수도사업(40-41)	전기, 가스, 증기 및 수도사업(35-36)	1~4인
	하수·폐기물 처리, 원료재생 및 환경복원업(37-39)	1~4인
건설업(45-46)	건설업(41-42)	1~9인
도매 및 소매업	도매 및 소매업(45-47)	1~4인
숙박 및 음식점업	숙박 및 음식점업(55-56)	1~4인
운수업(60-63)	운수업(57)	1~9인
통신업(64)	출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업(58-63)	1~4인
금융 및 보험업(65-67)	금융 및 보험업(64-66)	1~4인
부동산 및 임대업(70-71)	부동산업 및 임대업(68-69)	1~4인
사업서비스업(72-75)	전문, 과학 및 기술 서비스업(70-73)	1~4인
	사업시설관리 및 사업지원 서비스업(74-75)	1~4인
공공행정, 국방 및 사회보장 행정(76)	공공행정, 국방 및 사회보장 행정(84)	1~4인
교육 서비스업(80)	교육 서비스업(85)	1~4인
보건 및 사회복지사업(85-86)	보건업 및 사회복지 서비스업(86-87)	1~4인
오락, 문화 및 운동관련 서비스업(87-88)	예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업(90-91)	1~4인
기타 공공, 수리 및 개인서비스업(90-93) 가사 서비스업(95) 국제 및 외국기관(99)	협회및단체,수리 및 기타 개인 서비스업(94-96)	1~4인

소상공인의 분류기준은 앞 장에서 논의한 바와 같이, 산업별 종사자수 기준으로 분류한다. 종사자수 기준으로 1~9인이 종사하는 사업체가 소상공인으로 분류되는 업종은 광업과 제조업, 건설업, 운수업이고, 기타 산업은 모두 1~4인이 종사하는 사업체를 소상공인으로 분류한다.

3) 산업별 기업규모 통계분류 기준

한국표준산업분류에 의거한 중소기업기본법시행령상의 기업규모 통계분류기준에 따르면, 소상공인, 소기업, 중기업, 대기업의 산업별 분류기준은 다음과 같이 정의된다.

<표 2-6> 산업별 기업규모 통계분류 기준(1)

대분류	중분류	소상공인	소기업	중기업	대기업	
A	농업, 임업 및 어업	01~03	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 199인	200인 이상
B	광업	05~08	1 ~ 9인	1 ~ 49인	50 ~ 299인	300인 이상
C	제조업	10~33	1 ~ 9인	1 ~ 49인	50 ~ 299인	300인 이상
D	전기,가스 및 수도사업	35~36	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 99인	200인 이상
E	하수·폐기물 처리, 원료재생 및 환경복원업	37~39	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 199인	100인 이상
F	건설업	41~42	1 ~ 9인	1 ~ 49인	50 ~ 299인	300인 이상
G	도매 및 소매업	45~47	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 199인	200인 이상
H	운수업	49~52	1 ~ 9인	1 ~ 49인	50 ~ 299인	300인 이상
I	숙박 및 음식점업	55~56	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 199인	200인 이상
J	출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업	58~63	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 299인	300인 이상
K	금융 및 보험업	64~66	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 199인	200인 이상
L	부동산업 및 임대업	68~69	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 49인	50인 이상
M	전문, 과학 및 기술 서비스업	70~73	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 199인	200인 이상
N	사업시설 관리 및 사업지원 서비스업	74~75	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 299인	300인 이상
P	교육서비스업	85	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 99인	100인 이상
Q	보건업 및 사회복지 서비스업	86~87	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 299인	300인 이상
R	예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	90~91	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 299인	200인 이상
S	수리 및 기타 개인 서비스업	95~96	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 99인	100인 이상

주 : 한국표준산업분류에 의거 중소기업기본법시행령(2011.6.24)상의 기업규모별 구분에 따름.

자료 : 중소기업청

소상공인은 소기업에 포함되고, 종사자규모에 의한 소기업의 산업별 분류기준은 광업 및 제조업, 건설업, 운수업이 1~49인 종사자규모의 기업으로 정의되고, 기타 산업은 모두 1~9인 종사자규모의 기업으로 정의된다.

그러나 통계청 국가통계포털(<http://kosis.kr>)의 사업체기초통계자료는 종사자규모 별 사업체수와 종사자수 통계분류가 1~4명, 5~9명, 10~19명, 20~49명, 50~99명, 100~299명, 300~499명, 500~999명, 1,000명 이상으로 되어 있다.

그런데, 위의 중소기업기본법시행령상의 기업규모별 구분기준을 적용하여 소상공인, 소기업, 중기업, 대기업을 구분할 경우, 중기업의 10~199인 종사자규모 구분은 불가능하게 된다. 중소기업기본법시행령상 10~199인을 중기업으로 분류하고 있는 산업은 농림어업, 하수·폐기물 처리, 원료재생 및 환경복원업, 도매 및 소매업, 숙박 및 음식점업, 금융 및 보험업, 전문, 과학 및 기술서비스업이다.

따라서 본 보고서에서 통계청의 사업체기초통계자료를 이용하는 경우, 이들 산업에서 중기업을 정의하기 위해서 10~199인 분류계급을 편의상 10~299인 분류계급의 종사자규모로 사용하고, 이에 따라 이들 산업에서의 대기업을 정의도 200인부터가 아니라 300인 이상 기업부터로 정의하기로 한다.

이상의 논의를 종합하여 본 보고서에서 사용하고 있는 소상공인, 소기업, 중기업, 대기업 분류기준은 아래의 <표 2-7>에서와 같이 정리될 수 있다.

<표 2-7> 산업별 기업규모 통계분류 기준(2)

대분류		중분류	소상공인	소기업	중기업	대기업
A	농업, 임업 및 어업	01~03	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 299인	300인 이상
B	광업	05~08	1 ~ 9인	1 ~ 49인	50 ~ 299인	300인 이상
C	제조업	10~33	1 ~ 9인	1 ~ 49인	50 ~ 299인	300인 이상
D	전기,가스 및 수도사업	35~36	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 299인	300인 이상
E	하수·폐기물 처리, 원료재생 및 환경복원업	37~39	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 99인	100인 이상
F	건설업	41~42	1 ~ 9인	1 ~ 49인	50 ~ 299인	300인 이상
G	도매 및 소매업	45~47	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 299인	300인 이상
H	운수업	49~52	1 ~ 9인	1 ~ 49인	50 ~ 299인	300인 이상
I	숙박 및 음식점업	55~56	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 299인	300인 이상
J	출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업	58~63	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 299인	300인 이상
K	금융 및 보험업	64~66	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 299인	300인 이상
L	부동산업 및 임대업	68~69	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 49인	50인 이상
M	전문, 과학 및 기술 서비스업	70~73	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 299인	300인 이상
N	사업시설 관리 및 사업지원 서비스업	74~75	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 299인	300인 이상
P	교육서비스업	85	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 99인	100인 이상
Q	보건업 및 사회복지 서비스업	86~87	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 299인	300인 이상
R	예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	90~91	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 299인	300인 이상
S	수리 및 기타 개인 서비스업	95~96	1 ~ 4인	1 ~ 9인	10 ~ 99인	100인 이상

제2절 대전지역 소상공인의 규모 및 변화 추이

1. 소상공인의 위상

소상공인은 전통적인 기업 속성과 현대적인 기업특성을 동시에 지니고 있다. 즉 자본을 출자한 자본가 소유의 개인적 경제기구이며, 사회적 상호작용을 하는 사회적 시스템이다.

소상공인은 한사람으로 운영되는 개인 사업체 및 영세한 규모의 기업들을 대상으로 하기 때문에 전 근대적 경영시대에 주류를 이루었던 사적 경제기구의 성격을 지닌 기업의 경영특성도 지니고 있다.

대전지역의 소상공인이 대전지역 경제상의 중요한 부분을 차지하고 있다는 사실은 그 사업체의 수나 종사자 수에서 기본적으로 찾아볼 수 있다.

본 연구에서는 소상공인이 대전 경제에서 차지하고 있는 경제적 위상을 살펴보기 위해 각종 통계자료를 토대로 기초 현황을 분석한다. 기초현황 분석을 위해 소상공인 통계집(2010), 통계청 사업체기초통계조사(2009), 통계청 인구총조사자료(2005), 소상공인 실태조사(2010) 자료 등의 내용을 재편·가공하여 분석한다.

소상공인 업종은 다양하고 포괄적이어서 통계적 활용정도를 높이기 위해 소상공인의 업종을 다음과 같은 기준으로 구분하여 고찰한다.

1) 기업규모별 사업체수 및 종사자수

대전의 기업규모별 사업체수 비중을 보면, 2009년 현재 대기업 사업체는 전체의 0.17%에 불과하고 중기업은 5.4%, 소기업은 94.4%를 차지하여 소규모 사업체가 대부분을 차지하고 있다. 소기업에 포함되는 소상공 사업체는 85.7%로 소기업 중에서도 대부분이 소상공 사업체로 구성되어 있다.

대전의 전체 사업체와 종사자 규모 중에서 소상공인 사업체수는 2009년 현재

79,819개로 전사업체의 85.7%를 차지하고 있고, 종사자는 148,281명으로 전사업체의 31.7%를 차지하고 있어, 사업체수로는 매우 높은 비중을 차지하고 있다.

소상공인 사업체는 2000년 이후 2009년까지 3.6% 증가하였고, 종사자는 6.1% 증가하여 소상공 사업체수보다 소상공업체에 종사하는 종사자수가 더 빠른 속도로 증가하였다.

그러나 기업규모별 증감률을 보면, 소상공 사업체수 및 종사자수 증가율보다 중기업과 대기업의 증가율이 각각 40%내외로 매우 높다. 이러한 점은 한편에서는 소상공사업체가 발전하여 중기업, 대기업으로 이행했을 수도 있음을 시사한다.

<표 2-8> 기업규모별 사업체수 및 종사자수

(단위 : 개, 명, %)

구분	전체						대기업
		소상공인	소기업	중기업	중소기업		
2000년	사업체	86,832	77,077	83,087	3,629	86,716	116
	종사자	365,389	139,734	189,518	119,417	308,935	56,454
2009년	사업체	93,176	79,819	87,972	5,042	93,014	162
	종사자	468,501	148,281	215,487	171,799	387,286	81,215
구성비	사업체	100.0	85.7	94.4	5.4	99.8	0.17
	종사자	100.0	31.7	46.0	36.7	82.7	17.3
증감률	사업체	7.3	3.6	5.9	38.9	7.3	39.7
	종사자	28.2	6.1	13.7	43.9	25.4	43.9

자료 : 통계청, 「사업체기초통계조사」에서 재편·가공

2) 기업규모별 사업체수 및 종사자수 변화 추이

다음으로 기업규모별 사업체수 및 종사자수 변화 추이를 보면, 소상공 사업체의

비중은 2000년 88.8%에서 2004년 88.1%를 제외하고는 2009년 85.7%에 이르기까지 지속적으로 비중이 감소하고 있고, 종사자수도 2000년 38.2%에서 2009년 31.7%에 이르기까지 지속적으로 감소하고 있다.

또한, 소상공인 포함된 소기업의 사업체수 비중은 2000년 95.7%에서 2004년을 제외하고는 2009년 94.4%에 이르기까지 지속적으로 감소하고 있고, 소기업의 종사자수 비중도 2000년 51.9%에서 2003년과 2005년 한 때 비중이 높아지기도 하였으나 2009년 46.0%에 이르기까지 추세적으로 감소하고 있어 소상공인의 사업체수 및 종사자수 비중 감소 추세와 같이 하고 있다.

그러나, 중기업과 대기업의 사업체수 비중은 2000년 각각 4.2%, 0.13%에서 2009년 각각 5.4%, 0.17%에 이르기까지 지속적으로 증가하고 있고, 종사자수 비중도 2000년 각각 32.7%, 15.5%에서 2009년 각각 36.7%, 17.3%에 이르기까지 지속적으로 증가하고 있다. 결국 소상공 사업체수 및 종사자수의 비중은 지속적으로 감소하고 있을 뿐만 아니라 소상공인이 포함된 소기업의 비중도 지속적으로 감소하고 있는 반면, 중기업과 대기업의 사업체수 및 종사자수 비중은 지속적으로 증가하고 있음을 알 수 있다. 이러한 점은 한편에서는 소상공사업체가 발전하여 중기업, 대기업으로 이행했을 수도 있음을 시사한다.

한편, 소상공인 사업체수와 종사자수의 증감률 추이를 보면, 소상공인 사업체수와 종사자수 모두 2002년까지 증가하였으나 2003년부터 2006년까지는 지속적으로 소폭 감소하였으며, 2007년부터 2009년까지는 소폭 증가를 지속하고 있다. 또한, 소상공인이 포함된 소기업 역시 사업체수와 종사자수 모두 소상공인이 변화추이와 동일하다.

반면, 중기업 사업체수는 2003년과 2004년(감소)을 제외하고는 2000년부터 2009년까지 4.9%~8.6% 수준으로 높은 증가율을 보이고 있고, 종사자수는 역시 2003년과 2004년(감소)을 제외하고는 2009년까지 2.5%~9.6% 수준으로 높은 증가율을 보이고 있으며, 대기업 사업체수도 2003년(감소)과 2002년과 2005년(소폭 증가)을 제외하고는 2009년까지 4.2%~9.5% 수준의 높은 증가율을 보이고 있다.

<표 2-9> 기업규모별 사업체수 및 변화 추이

(단위 : 개, %)

구분	연도	전체					대기업
			소상공인	소기업	중기업	중소기업	
사업체수	2000	86,832	77,077	83,087	3,629	86,716	116
	2001	90,394	79,531	86,326	3,941	90,267	127
	2002	91,850	80,329	87,489	4,233	91,722	128
	2003	91,480	80,258	87,243	4,116	91,359	121
	2004	90,402	79,626	86,366	3,904	90,270	132
	2005	90,366	78,515	86,040	4,194	90,234	132
	2006	89,851	78,011	85,468	4,247	89,715	136
	2007	91,097	78,550	86,435	4,520	90,955	142
	2008	92,548	79,580	87,593	4,807	92,400	148
	2009	93,176	79,819	87,972	5,042	93,014	162
구성비	2000	100.0	88.8	95.7	4.2	99.9	0.13
	2001	100.0	88.0	95.5	4.4	99.9	0.14
	2002	100.0	87.5	95.3	4.6	99.9	0.14
	2003	100.0	87.7	95.4	4.5	99.9	0.13
	2004	100.0	88.1	95.5	4.3	99.9	0.15
	2005	100.0	86.9	95.2	4.6	99.9	0.15
	2006	100.0	86.8	95.1	4.7	99.8	0.15
	2007	100.0	86.2	94.9	5.0	99.8	0.16
	2008	100.0	86.0	94.6	5.2	99.8	0.16
	2009	100.0	85.7	94.4	5.4	99.8	0.17
증감율	2001	4.10	3.18	3.90	8.60	4.09	9.48
	2002	1.61	1.00	1.35	7.41	1.61	0.79
	2003	-0.40	-0.09	-0.28	-2.76	-0.40	-5.47
	2004	-1.18	-0.79	-1.01	-5.15	-1.19	9.09
	2005	-0.04	-1.40	-0.38	7.43	-0.04	0.00
	2006	-0.57	-0.64	-0.66	1.26	-0.58	3.03
	2007	1.39	0.69	1.13	6.43	1.38	4.41
	2008	1.59	1.31	1.34	6.35	1.59	4.23
	2009	0.68	0.30	0.43	4.89	0.66	9.46

자료 : 통계청, 「사업체기초통계조사」에서 재편·가공

<표 2-10> 기업규모별 종사자수 및 변화 추이

(단위 : 명, %)

구분	연도	전체					대기업
			소상공인	소기업	중기업	중소기업	
사업체수	2000	365,389	139,734	189,518	119,417	308,935	56,454
	2001	395,826	146,121	202,643	132,727	335,370	60,456
	2002	403,620	149,328	209,601	135,980	345,581	58,039
	2003	397,790	148,710	208,159	133,314	341,473	56,317
	2004	402,530	147,147	203,997	132,454	336,451	66,079
	2005	405,311	144,869	207,343	138,282	345,625	59,686
	2006	412,889	142,192	205,236	142,647	347,883	65,006
	2007	429,632	144,927	210,021	148,953	358,974	70,658
	2008	450,857	147,973	214,824	163,223	378,047	72,810
	2009	468,501	148,281	215,487	171,799	387,286	81,215
구성비	2000	100.0	38.2	51.9	32.7	84.5	15.5
	2001	100.0	36.9	51.2	33.5	84.7	15.3
	2002	100.0	37.0	51.9	33.7	85.6	14.4
	2003	100.0	37.4	52.3	33.5	85.8	14.2
	2004	100.0	36.6	50.7	32.9	83.6	16.4
	2005	100.0	35.7	51.2	34.1	85.3	14.7
	2006	100.0	34.4	49.7	34.5	84.3	15.7
	2007	100.0	33.7	48.9	34.7	83.6	16.5
	2008	100.0	32.8	47.6	36.2	83.9	16.2
	2009	100.0	31.7	46.0	36.7	82.7	17.3
증감율	2001	8.33	4.57	6.93	11.15	8.56	7.09
	2002	1.97	2.19	3.43	2.45	3.04	-4.00
	2003	-1.44	-0.41	-0.69	-1.96	-1.19	-2.97
	2004	1.19	-1.05	-2.00	-0.65	-1.47	17.33
	2005	0.69	-1.55	1.64	4.40	2.73	-9.67
	2006	1.87	-1.85	-1.02	3.16	0.65	8.91
	2007	4.06	1.92	2.33	4.42	3.19	8.69
	2008	4.94	2.10	2.29	9.58	5.31	3.05
	2009	3.91	0.21	0.31	5.25	2.44	11.54

자료 : 통계청, 「사업체기초통계조사」에서 재편·가공

2. 산업별 소상공인의 규모 및 변화 추이

1) 산업별 소상공인 종사자수 및 사업체수

소상공인의 산업별 사업체수는 2009년 현재 도매 및 소매업이 21,930개로 가장 많으며 소상공인 전체사업체의 27.5%를 차지하고 있고, 숙박 및 음식점업은 15,294개로 19.2%, 협회 및 단체, 수리 및 기타 개인서비스업이 10,674개로 13.4%, 운수업이 10,323개로 12.9%를 차지하고 있다. 이들 산업부문에서 전체의 73.0%를 차지하고 있다. 물론 이들 산업부문은 산업전체 측면에서도 사업체수가 많고 비중이 높아 사업체수가 많은 산업부문에서 소상공인 사업체수 비중도 높음을 알 수 있다.

산업별 전체사업체 중에서 소상공인 사업체수가 많은 산업부분을 보면, 운수업은 운수업 전체사업체 중에서 97.8%가 소상공인 사업체로 가장 많았으며, 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업이 94.3%, 협회 및 단체, 수리 및 기타 개인서비스업이 93.0%, 숙박 및 음식점업이 89.2%, 제조업이 88.6%, 도매 및 소매업이 88.5% 순으로 나타났다. 이들 산업부문은 산업별로 거의 대부분의 사업체가 소상공인 사업체로 볼 수 있다.

반면, 산업별 전체사업체 중에서 소상공인 사업체수가 적은 산업부분을 보면, 광업이 0.005%, 전기, 가스, 증기 및 수도사업이 0.004%, 농림어업이 0.003%, 하수·폐기물 처리, 원료재생 및 환경복원업이 0.05%로 이 산업 전체사업체 중에서 소상공인 사업체가 차지하는 비중이 가장 낮으며, 금융 및 보험업이 0.3%, 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업 0.4%, 사업시설관리 및 사업지원 서비스업이 0.8%로 이들 산업부문에서는 소상공인 사업체가 매우 적음을 알 수 있다.

물론 제조업 7.0%와 교육 서비스업 4.8%를 제외한 기타산업부문에서도 모두 1.5%~3.8% 수준으로 매우 소상공인이 차지하는 사업체수 비중은 매우 낮은 것으로 파악되고 있다.

한편, 종사자수 기준으로는 종사자규모가 적은 사업체가 소상공인으로 분류되기

때문에 산업별로 해당 산업부문에서 소상공인 사업체의 종사자수 비중은 사업체수가 많다 해도 높지 않은 것으로 나타나고 있다. 도매 및 소매업은 전체사업체의 종사자 중에서 소상공인 사업체의 종사자 비중이 26.5%, 숙박 및 음식점업이 21.8%로 이들 산업부문은 사업체수가 많지만, 종사자수도 많은 것으로 나타나고 있다.

<표 2-11> 전산업 대비 소상공인 구성비 (사업체수 기준, 2009)

(단위 : 개, %)

산 업	전산업	전산업 구성비	소상공인	소상공인	
				전산업 구성비	산업내 구성비
농업, 임업 및 어업	7	0.008	2	0.003	28.6
광업	5	0.005	4	0.005	80.0
제조업	6,295	6.8	5,575	7.0	88.6
전기, 가스, 증기 및 수도사업	24	0.03	3	0.004	12.5
하수·폐기물 처리, 원료재생 및 환경복원업	96	0.10	38	0.05	39.6
건설업	2,658	2.9	2,132	2.7	80.2
도매 및 소매업	24,773	26.6	21,930	27.5	88.5
운수업	10,554	11.3	10,323	12.9	97.8
숙박 및 음식점업	17,153	18.4	15,294	19.2	89.2
출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업	677	0.7	311	0.4	45.9
금융 및 보험업	1,202	1.3	276	0.3	23.0
부동산업 및 임대업	3,340	3.6	2,770	3.5	82.9
전문, 과학 및 기술 서비스업	1,955	2.1	1,168	1.5	59.7
사업시설관리 및 사업지원 서비스업	1,063	1.1	648	0.8	61.0
공공행정, 국방 및 사회보장 행정	237	0.3	18	0.02	7.6
교육 서비스업	5,066	5.4	3,807	4.8	75.1
보건업 및 사회복지 서비스업	3,420	3.7	1,850	2.3	54.1
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	3,178	3.4	2,996	3.8	94.3
협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업	11,473	12.3	10,674	13.4	93.0
합 계	93,176	100.0	79,819	100.0	85.7

자료 : 통계청, 「사업체기초통계조사(2010)」에서 재편·가공, 2009년 기준.

운수업은 산업내에서 차지하는 소상공인 사업체수 비중이 12.9%인데 반하여 종사자수 비중은 7.8%에 불과한 것으로 나타나고 있는데, 이는 주로 개인택시부문의 1사업체당 1명 정도가 종사하기 때문인 것으로 분석된다.

<표 2-12> 전산업 대비 소상공인 구성비 (종사자수 기준, 2009)

(단위 : 명, %)

산 업	전산업	전산업 구성비	소상공인	전산업	산업내
				구성비	구성비
농업, 임업 및 어업	338	0.072	8	0.005	2.4
광업	24	0.005	12	0.008	50.0
제조업	47,818	10.2	14,700	9.9	30.7
전기, 가스, 증기 및 수도사업	2,359	0.5	11	0.01	0.5
하수·폐기물 처리, 원료재생 및 환경복원업	1,669	0.4	100	0.1	6.0
건설업	25,158	5.4	6,898	4.7	27.4
도매 및 소매업	74,460	15.9	39,229	26.5	52.7
운수업	25,246	5.4	11,617	7.8	46.0
숙박 및 음식점업	48,929	10.4	32,369	21.8	66.2
출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업	9,643	2.1	802	0.5	8.3
금융 및 보험업	20,163	4.3	746	0.5	3.7
부동산업 및 임대업	14,200	3.0	4,426	3.0	31.2
전문, 과학 및 기술 서비스업	31,770	6.8	2,730	1.8	8.6
사업시설관리 및 사업지원 서비스업	27,852	5.9	1,322	0.9	4.7
공공행정, 국방 및 사회보장 행정	28,422	6.1	31	0.02	0.1
교육 서비스업	44,131	9.4	6,723	4.5	15.2
보건업 및 사회복지 서비스업	32,631	7.0	5,818	3.9	17.8
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	8,192	1.7	5,097	3.4	62.2
협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업	25,496	5.4	15,642	10.5	61.4
합계	468,501	100.0	148,281	100.0	31.7

자료 : 통계청, 「사업체기초통계조사(2010)」에서 재편·가공, 2009년 기준.

2) 산업별 소상공인 종사자수 및 사업체수 변화 추이

산업별 소상공인 사업체수 및 종사자수의 연도별 변화추이를 보자. 먼저 소상공인 사업체수가 많고 비중이 높은 산업인 도매 및 소매업의 사업체수는 2000년 24,446개에서 2009년 21,930개로 추세적으로 감소하고 있고, 소상공인 전체사업체 중에서 차지하는 비중도 2000년 31.7%에서 2009년 27.5%로 낮아지고 있다. 종사자수 역시 2000년 42,580명에서 2009년 39,229명으로 감소하였을 뿐만 아니라 비중도 2000년 30.5%에서 2009년 26.5%로 감소하였다.

다음으로 숙박 및 음식점업은 사업체수가 2000년 16,086개에서 2009년 15,294개로 추세적으로 감소하였으며, 소상공인 전체사업체 중에서 차지하는 비중도 2000년 20.9%에서 2009년 19.2%로 낮아지고 있다. 그러나 종사자수는 2000년 31,224명에서 2004년 34,176명까지 증가하였고 이후 2006년 31,476명까지 감소하였으나 2007년부터 다시 증가하기 시작하여 2009년 32,369명으로 증가한 반면, 비중은 2000년 22.3%에서 사업체수가 증가한 2004년 23.2%까지 증가하였으나 2005년부터 감소하기 시작하여 2009년 현재 21.8%로 감소하였다. 결국 숙박 및 음식점업은 사업체수 및 비중은 낮아지고 있으나, 종사자수는 많아지고 있는 반면 그 비중은 추세적으로 감소하고 있다.

기타 공공, 수리 및 개인서비스업(2000~2005년), 협회 및 단체, 수리 및 기타 개인서비스업(2006~2009년)의 사업체수는 2000년 9,708개에서 2009년 10,674개로 지속적으로 증가하였으며, 소상공인 전체사업체 중에서 차지하는 비중도 2000년 12.6%에서 2009년 13.4%까지 추세적으로 증가하였다. 종사자수 역시 2000년 14,904명에서 2009년 15,642명으로 추세적으로 증가하였다. 그러나 비중은 2000년 10.7%였으나 2001년 10.4%에서 2009년 10.5%로 변화가 거의 없는 것으로 나타나고 있다. 결국 이 산업부문은 사업체수 및 비중은 추세적으로 증가하고 있고 종사자수 역시 추세적으로 증가하고 있지만, 종사자수 비중은 변동이 거의 없다.

운수업은 한국표준산업분류 제9차 개정으로 연속 시계열의 일치성에 약간의 문제가 있지만, 사업체수는 2000년 8,180개에서 2009년 10,323개로 지속적으로 증가하

였으며, 그 비중도 2000년 10.6%에서 2009년 12.9%까지 지속적으로 증가하였다. 종사자수 역시 2000년 9,482명에서 2009년 11,617명으로 지속적으로 증가하였을 뿐만 아니라 비중도 2009년 6.8%에서 7.8%로 추세적으로 증가하였다. 결국 운수업은 사업체수 및 종사자수와 비중 모두 지속적으로 증가하는 추세를 보이고 있다.

오락, 문화 및 운동관련 서비스업은 한국표준산업분류 9차개정시 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업으로 개칭되면서 일부 세세분류산업이 교육서비스업 등에 포함되어, 2005년과 2006년을 기준으로 시계열상 연계가 곤란한 측면이 있다. 따라서 2000년부터 2009년까지 대략적인 증감 추세만을 보면, 사업체수 및 비중은 지속적으로 증가하는 추세이며, 종사자수는 2005년까지 오락, 문화 및 운동관련 서비스업은 증가하는 추세였지만, 2006년부터 개칭된 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업의 종사자수 역시 증가하는 추세이지만 비중은 변화가 없다. 결국 이 산업부문은 사업체수 및 비중과 종사자수는 증가하는 추세이지만, 종사자수 비중은 변화가 없다.

기타, 교육서비스업 역시 산업분류 개정으로 연속 시계열에 문제가 있지만 사업체수 및 종사자수가 증가하는 추세이며, 부동산 및 임대업은 사업체수와 종사자수 모두 2004년부터 추세적으로 감소하고 있다. 사업서비스업과 건설업 역시 사업체수 및 종사자수가 추세적으로 증가하고 있다. 제조업은 사업체수는 2002년부터 지속적으로 감소하고 있는 반면, 종사자는 2002년부터 지속적으로 증가하고 있는 것으로 보인다.

<표 2-13> 산업별 소상공인 사업체수 및 변화 추이

(단위 : 개)

업종	2000	2001	2002	2003	2004	2005	업종	2006	2007	2008	2009
농업 및 임업	2	2	1	0	2	1	농업, 임업 및 어업	2	1	1	2
광업	3	5	5	2	6	7	광업	3	2	1	4
제조업	5,801	6,252	6,192	5,785	5,799	5,757	제조업	5,652	5,671	5,565	5,575
전기, 가스 및 수도사업	11	4	4	6	3	2	전기, 가스, 증기 및 수도사업	5	4	2	3
							하수·폐기물처리, 원료재생및환경복원업	31	34	32	38
건설업	1,466	1,655	1,696	1,837	1,883	1,982	건설업	1,860	1,995	2,059	2,132
도매 및 소매업	24,446	24,672	24,241	23,877	23,195	22,543	도매 및 소매업	22,151	22,262	22,060	21,930
숙박 및 음식점업	16,086	16,460	16,866	17,105	16,928	15,597	숙박 및 음식점업	15,412	15,443	15,349	15,294
운수업	8,180	9,126	9,222	8,712	8,820	9,544	운수업	9,586	9,319	10,256	10,323
통신업	127	125	118	133	153	156	출판, 영상, 방송통신및정보서비스업	319	321	319	311
금융 및 보험업	290	352	339	261	241	271	금융 및 보험업	252	261	253	276
부동산 및 임대업	2,508	2,532	2,719	2,979	2,968	2920	부동산업 및 임대업	2,907	2,913	2,795	2,770
사업서비스업	1,437	1,443	1,618	1,688	1,633	1,613	전문, 과학 및 기술 서비스업	1,087	1,141	1,146	1,168
							사업시설관리 및 사업지원 서비스업	577	568	604	648
							합계	1,664	1,709	1,750	1,816
공공행정, 국방및사회보장 행정	11	5	10	46	47	46	공공행정, 국방 및 사회보장 행정	43	33	24	18
교육 서비스업	2,199	2,242	2,407	2,594	2,637	2,576	교육 서비스업	3,413	3,598	3,714	3,807
보건 및 사회복지사업	1,483	1,506	1,563	1,599	1,659	1,681	보건업 및 사회복지 서비스업	1,694	1,730	1,808	1,850
오락, 문화및운동관련 서비스업	3,319	3,301	3,366	3,557	3,609	3,713	예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	2,859	2,931	3,032	2,996
기타 공공, 수리및개인서비스업	9,708	9,849	9,962	10,077	10,043	10,106	협회및단체,수리및기타 개인 서비스업	10,158	10,323	10,560	10,674
합계	77,077	79,531	80,329	80,258	79,626	78,515	합계	78,011	78,550	79,580	79,819

자료 : 통계청, 「사업체기초통계조사」에서 재편·가공

<표 2-14> 산업별 소상공인 사업체수 구성비 및 변화 추이

(단위 : %)

업종	2000	2001	2002	2003	2004	2005	업종	2006	2007	2008	2009
농업 및 임업	0.003	0.003	0.001	0.000	0.003	0.001	농업, 임업 및 어업	0.003	0.001	0.001	0.003
광업	0.00	0.01	0.01	0.00	0.01	0.01	광업	0.004	0.003	0.001	0.005
제조업	7.5	7.9	7.7	7.2	7.3	7.3	제조업	7.2	7.2	7.0	7.0
전기, 가스 및 수도사업	0.014	0.005	0.005	0.007	0.004	0.003	전기, 가스, 증기 및 수도사업	0.006	0.005	0.003	0.004
							하수·폐기물처리, 원료재생및환경복원업	0.04	0.04	0.04	0.05
건설업	1.9	2.1	2.1	2.3	2.4	2.5	건설업	2.4	2.5	2.6	2.7
도매 및 소매업	31.7	31.0	30.2	29.8	29.1	28.7	도매 및 소매업	28.4	28.3	27.7	27.5
숙박 및 음식점업	20.9	20.7	21.0	21.3	21.3	19.9	숙박 및 음식점업	19.8	19.7	19.3	19.2
운수업	10.6	11.5	11.5	10.9	11.1	12.2	운수업	12.3	11.9	12.9	12.9
통신업	0.16	0.16	0.15	0.17	0.19	0.20	출판, 영상, 방송통신및정보서비스업	0.41	0.41	0.40	0.39
금융 및 보험업	0.38	0.44	0.42	0.33	0.30	0.35	금융 및 보험업	0.32	0.33	0.32	0.35
부동산 및 임대업	3.3	3.2	3.4	3.7	3.7	3.7	부동산업 및 임대업	3.7	3.7	3.5	3.5
사업서비스업	1.9	1.8	2.0	2.1	2.1	2.1	전문, 과학 및 기술 서비스업	1.4	1.5	1.4	1.5
							사업시설관리 및 사업지원 서비스업	0.7	0.7	0.8	0.8
							합계	2.1	2.2	2.2	2.3
공공행정, 국방및사회보장 행정	0.01	0.01	0.01	0.06	0.06	0.06	공공행정, 국방 및 사회보장 행정	0.06	0.04	0.03	0.02
교육 서비스업	2.9	2.8	3.0	3.2	3.3	3.3	교육 서비스업	4.4	4.6	4.7	4.8
보건 및 사회복지사업	1.9	1.9	1.9	2.0	2.1	2.1	보건업 및 사회복지 서비스업	2.2	2.2	2.3	2.3
오락, 문화및운동관련 서비스업	4.3	4.2	4.2	4.4	4.5	4.7	예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	3.7	3.7	3.8	3.8
기타 공공, 수리및개인서비스업	12.6	12.4	12.4	12.6	12.6	12.9	협회및단체, 수리및기타 개인 서비스업	13.0	13.1	13.3	13.4
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	합계	100.0	100.0	100.0	100.0

자료 : 통계청, 「사업체기초통계조사」에서 재편·가공

<표 2-15> 산업별 소상공인 종사자수 및 변화 추이

(단위 : 명)

업 종	2000	2001	2002	2003	2004	2005	업 종	2006	2007	2008	2009
농업, 임업 및 어업	6	5	3	0	7	3	농업, 임업 및 어업	6	3	4	8
광업	17	27	14	5	18	25	광업	10	11	3	12
제조업	13,884	15,591	15,281	14,518	14,516	13,977	제조업	13,984	14,089	14,856	14,700
전기, 가스 및 수도사업	29	10	13	19	8	8	전기, 가스, 증기 및 수도사업	14	12	7	11
							하수·폐기물처리, 원료재생및환경복원업	77	96	91	100
건설업	5,134	5,854	5,948	6,356	6,222	6,561	건설업	6,088	6,545	6,893	6,898
도매 및 소매업	42,580	43,015	43,248	42,251	41,312	40,158	도매 및 소매업	38,818	39,465	39,330	39,229
숙박 및 음식점업	31,224	32,735	34,190	34,508	34,176	32,286	숙박 및 음식점업	31,476	32,256	32,396	32,369
운수업	9,482	10,578	10,648	10,079	10,128	10,804	운수업	10,909	10,643	11,733	11,617
통신업	362	328	323	370	428	422	출판, 영상, 방송통신및정보서비스업	790	813	807	802
금융 및 보험업	704	912	844	650	608	657	금융 및 보험업	635	656	674	746
부동산 및 임대업	4,033	3,953	4,573	4,926	4,845	4,586	부동산업 및 임대업	4,523	4,560	4,401	4,426
사업서비스업	3,093	3,156	3,582	3,649	3,438	3,462	전문, 과학 및 기술 서비스업	2,387	2,572	2,552	2,730
							사업시설관리 및 사업지원 서비스업	1,163	1,147	1,236	1,322
							합계	3,550	3,719	3,788	4,052
공공행정, 국방및사회보장 행정	20	12	29	78	74	58	공공행정, 국방 및 사회보장 행정	50	47	42	31
교육 서비스업	4,377	4,572	4,844	5,138	5,238	5,111	교육 서비스업	6,205	6,419	6,639	6,723
보건 및 사회복지사업	4,137	4,291	4,501	4,604	4,744	5,020	보건업 및 사회복지 서비스업	5,253	5,442	5,667	5,818
오락, 문화및운동관련 서비스업	5,748	5,843	5,930	6,324	6,340	6,614	예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	4,913	5,126	5,201	5,097
기타 공공, 수리및개인서비스업	14,904	15,239	15,357	15,235	15,045	15,117	협회및단체, 수리및기타 개인 서비스업	14,891	15,025	15,441	15,642
합계	139,734	146,121	149,328	148,710	147,147	144,869	합계	142,192	144,927	147,973	148,281

자료 : 통계청, 「사업체기초통계조사」에서 재편·가공

<표 2-16> 산업별 소상공인 종사자수 구성비 및 변화 추이

(단위 : %)

업종	2000	2001	2002	2003	2004	2005	업종	2006	2007	2008	2009
농업 및 임업	0.004	0.003	0.002	0.000	0.005	0.002	농업, 임업 및 어업	0.004	0.002	0.003	0.005
광업	0.01	0.02	0.01	0.00	0.01	0.02	광업	0.007	0.008	0.002	0.008
제조업	9.9	10.7	10.2	9.8	9.9	9.6	제조업	9.8	9.7	10.0	9.9
전기, 가스 및 수도사업	0.021	0.007	0.009	0.013	0.005	0.006	전기, 가스, 증기 및 수도사업	0.010	0.008	0.005	0.007
							하수·폐기물처리, 원료재생및환경복원업	0.05	0.07	0.06	0.07
건설업	3.7	4.0	4.0	4.3	4.2	4.5	건설업	4.3	4.5	4.7	4.7
도매 및 소매업	30.5	29.4	29.0	28.4	28.1	27.7	도매 및 소매업	27.3	27.2	26.6	26.5
숙박 및 음식점업	22.3	22.4	22.9	23.2	23.2	22.3	숙박 및 음식점업	22.1	22.3	21.9	21.8
운수업	6.8	7.2	7.1	6.8	6.9	7.5	운수업	7.7	7.3	7.9	7.8
통신업	0.26	0.22	0.22	0.25	0.29	0.29	출판, 영상, 방송통신및정보서비스업	0.56	0.56	0.55	0.54
금융 및 보험업	0.50	0.62	0.57	0.44	0.41	0.45	금융 및 보험업	0.45	0.45	0.46	0.50
부동산 및 임대업	2.9	2.7	3.1	3.3	3.3	3.2	부동산업 및 임대업	3.2	3.1	3.0	3.0
사업서비스업	2.2	2.2	2.4	2.5	2.3	2.4	전문, 과학 및 기술 서비스업	1.7	1.8	1.7	1.8
							사업시설관리 및 사업지원 서비스업	0.8	0.8	0.8	0.9
							합계	2.5	2.6	2.6	2.7
공공행정, 국방및사회보장 행정	0.01	0.01	0.02	0.05	0.05	0.04	공공행정, 국방 및 사회보장 행정	0.04	0.03	0.03	0.02
교육 서비스업	3.1	3.1	3.2	3.5	3.6	3.5	교육 서비스업	4.4	4.4	4.5	4.5
보건 및 사회복지사업	3.0	2.9	3.0	3.1	3.2	3.5	보건업 및 사회복지 서비스업	3.7	3.8	3.8	3.9
오락, 문화및운동관련 서비스업	4.1	4.0	4.0	4.3	4.3	4.6	예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	3.5	3.5	3.5	3.4
기타 공공, 수리및개인서비스업	10.7	10.4	10.3	10.2	10.2	10.4	협회및단체,수리및기타 개인 서비스업	10.5	10.4	10.4	10.5
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	합계	100.0	100.0	100.0	100.0

자료 : 통계청, 「사업체기초통계조사」에서 재편·가공

산업별 소상공인의 사업체수와 종사자수 증감율을 보자. 먼저 소상공인 사업체수가 많고 비중이 높은 산업인 도매 및 소매업의 사업체수는 2000~2005년(이하 2000년대 전반기)까지 7.8%, 2006~2009년(이하 2000년대 후반기)까지는 1.0% 각각 감소율을 보여, 전체적으로 2000~2009년까지 10.3%의 감소율을 보였다. 종사자수는 2000~2005년까지 5.7% 감소율을 보였지만, 2006년~2009년까지는 1.1%의 증가율을 보여, 2000년~2009년까지는 7.9%의 감소율을 보였다.

<표 2-17> 산업별 소상공인 사업체수 증감율

(단위 : %)

산 업 별	2000 ~2005	산 업 별	2006 ~2009	2000 ~2009
농업, 임업 및 어업	-50.0	농업, 임업 및 어업	0.0	0.0
광업	133.3	광업	33.3	-
제조업	-0.8	제조업	-1.4	-
전기, 가스 및 수도사업	-81.8	전기, 가스, 증기 및 수도사업	-40.0	-
		하수·폐기물 처리, 원료재생및환경복원업	22.6	-
건설업	35.2	건설업	14.6	45.4
도매 및 소매업	-7.8	도매 및 소매업	-1.0	-10.3
숙박 및 음식점업	-3.0	숙박 및 음식점업	-0.8	-4.9
운수업	16.7	운수업	7.7	-
통신업	22.8	출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업	-2.5	-
금융 및 보험업	-6.6	금융 및 보험업	9.5	-4.8
부동산 및 임대업	16.4	부동산업 및 임대업	-4.7	10.4
사업서비스업	12.2	전문, 과학 및 기술 서비스업	7.5	26.4
		사업시설관리 및 사업지원 서비스업	12.3	
공공행정, 국방및사회보장 행정	318.2	공공행정, 국방 및 사회보장 행정	-58.1	63.6
교육 서비스업	17.1	교육 서비스업	11.5	-
보건 및 사회복지사업	13.4	보건업 및 사회복지 서비스업	9.2	24.7
오락, 문화및운동관련 서비스업	11.9	예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	4.8	-
기타 공공, 수리및개인서비스업	4.1	협회및단체,수리 및 기타 개인 서비스업	5.1	10.0
합계	1.9	합계	2.3	3.6

자료 : 통계청, 「사업체기초통계조사」에서 재편·가공

<표 2-18> 산업별 소상공인 종사자수 증감율

(단위 : %)

산 업 별	2000 ~2005	산 업 별	2006 ~2009	2000 ~2009
농업, 임업 및 어업	-50.0	농업, 임업 및 어업	33.3	33.3
광업	47.1	광업	20.0	-
제조업	0.7	제조업	5.1	-
전기, 가스 및 수도사업	-72.4	전기, 가스, 증기 및 수도사업	-21.4	-
		하수·폐기물 처리, 원료재생및환경복원업	29.9	-
건설업	27.8	건설업	13.3	34.4
도매 및 소매업	-5.7	도매 및 소매업	1.1	-7.9
숙박 및 음식점업	3.4	숙박 및 음식점업	2.8	3.7
운수업	13.9	운수업	6.5	-
통신업	16.6	출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업	1.5	-
금융 및 보험업	-6.7	금융 및 보험업	17.5	6.0
부동산 및 임대업	13.7	부동산업 및 임대업	-2.1	9.7
사업서비스업	11.9	전문, 과학 및 기술 서비스업	14.4	31.0
		사업시설관리 및 사업지원 서비스업	13.7	
공공행정, 국방및사회보장 행정	190.0	공공행정, 국방 및 사회보장 행정	-38.0	55.0
교육 서비스업	16.8	교육 서비스업	8.3	-
보건 및 사회복지사업	21.3	보건업 및 사회복지 서비스업	10.8	40.6
오락, 문화및운동관련 서비스업	15.1	예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	3.7	-
기타 공공, 수리및개인서비스업	1.4	협회및단체,수리 및 기타 개인 서비스업	5.0	5.0
합계	3.7	합계	4.3	6.1

자료 : 통계청, 「사업체기초통계조사」에서 재편·가공

결국 사업체수는 2000년대 전반기와 후반기 모두 감소율을 보였고 종사자수는 2000년대 전반기는 증가율을 보였지만, 후반기는 소폭 증가율을 보여 2000년대 전반적으로는 감소율을 보였다.

다음으로 숙박 및 음식점업은 사업체수는 2000년대 전반기는 3.0% 감소율, 후반기는 0.8%의 감소율을 보여 2000년대 전반적으로 4.9%의 감소율을 보인 반면, 종사자수는 종사자수는 2000년대 전반기는 3.4%의 증가율, 후반기는 2.8%의 증가율을

보여 2000년대 전반적으로 3.7%의 증가율을 보였다. 결국 사업체수와 종사자수는 2000년대 전·후반기 모두 증가율을 보였다.

기타 공공, 수리 및 개인서비스업(2000~2005년), 협회 및 단체, 수리 및 기타 개인서비스업(2006~2009년)의 사업체수는 2000년대 전반기는 4.1%, 후반기는 5.1% 각각 증가율을 보여, 2000년대 전반적으로는 10.0%의 증가율을 보였고, 종사자수 역시 전반기는 1.4%, 후반기는 5.0% 각각 증가율을 보여, 2000년대 전반적으로는 5.0%의 증가율을 보였다. 결국, 사업체수와 종사자수 모두 2000년대 전·후반기 모두 증가율을 보였다.

운수업의 사업체수는 2000년대 전반기는 16.7%, 후반기는 7.7%의 증가율을 보였고, 종사자수 역시 전반기는 13.9%, 후반기는 6.5%의 증가율을 보였다. 결국 운수업은 사업체수와 종사자수 모두 2000년대 전·후반기 모두 증가율을 보였다.

오락, 문화 및 운동관련서비스업의 2000년대 전반기 사업체수는 11.9%의 증가율, 종사자수는 15.1%의 증가율을 보였고, 한국표준산업분류 9차 개정에서 명칭변경과 일부산업이 교육서비스업에 포함된 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업은 2000년대 후반기 사업체수는 4.8%의 증가율, 종사자수는 3.7%의 증가율을 보였다.

기타 건설업과 사업서비스업이 모두 2000년대 전·후반기 모두 사업체수와 종사자수가 큰 폭의 증가율을 보였다.

3. 범주별 소상공인의 규모 및 변화 추이

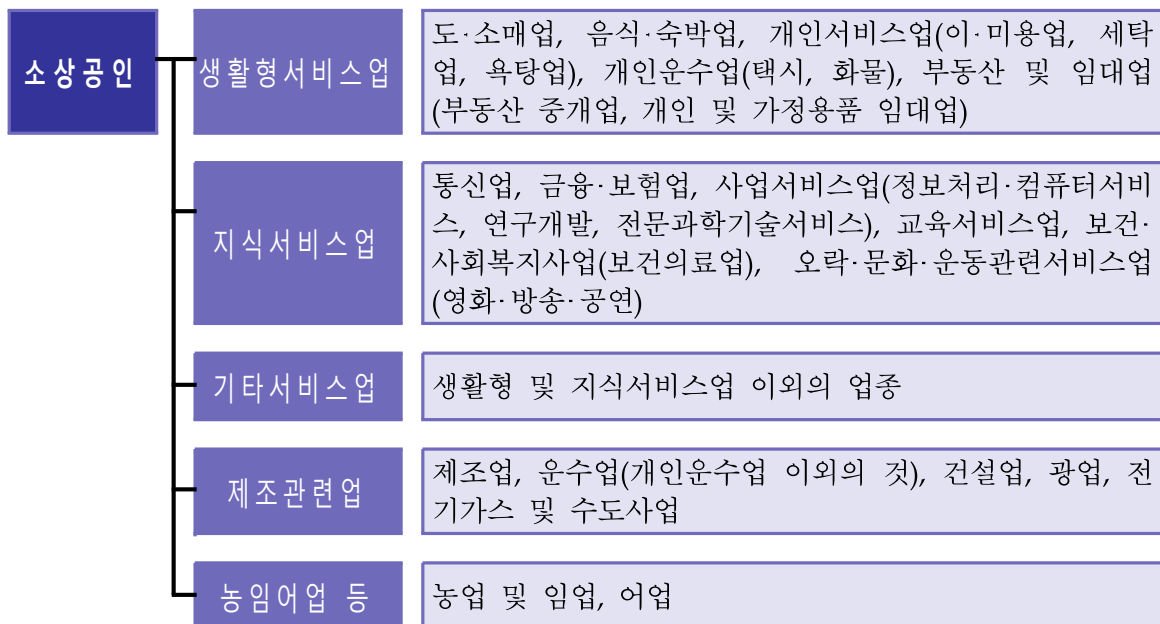
1) 소상공인의 범주별 산업 구분

소상공인은 광업 및 제조업에서부터 도매 및 소매업, 음식 및 숙박업, 개인서비스업에 이르기까지 다양하며, 다양성과 이질성으로 인해 소상공인지원정책을 효율적으로 수행하는 데 어려움이 산재하고 있다.

현재는 소상공인은 재화나 서비스의 특성에 따른 산업분류가 아닌 한국표준산업분류에 의한 산업별 상시 종사자 규모만으로 구분하는 실정이다. 그러나 정책대상의 명확한 설정을 통하여 소상공인 지원정책의 성과를 높이기 위해서는 소상공인의 범주를 구체화할 필요가 있다.

이러한 점을 고려하여 본 보고서에서는 소상공인의 범주를 생활형서비스업, 지식형서비스업, 제조관련업, 기타서비스업으로 재분류하여 분석하기로 한다.

< 그림 2-4 > 사업유형에 따른 소상공인 업종 구분



2) 범주별 소상공인 규모와 변화 추이

소상공인을 범주별로 재분류할 때 가장 많은 사업체수를 포함하고 있는 생활형 서비스업은 2009년 현재 사업체수는 53,951개로 소상공인 전체사업체의 67.6%를 차지하고 있고, 종사자수는 91,458명으로 소상공인 전체종사자의 61.7%를 차지하고 있다.

또한 대전지역의 미래성장가능성을 가늠해 볼 수 있는 지식형서비스업은 2009년 현재 사업체수는 6,691개로 소상공인 전체사업체의 8.4%를 차지하고 있고, 종사자수는 14,493명으로 소상공인 전체종사자의 9.8%를 차지하고 있다.

제조관련업종은 2009년 현재 사업체수는 8,427개로 소상공인 전체사업체의 10.6%를 차지하고 있고, 종사자수는 23,572명으로 소상공인 전체종사자의 15.9%를 차지하고 있다.

다음으로 범주별 소상공인 사업체수와 종사자수의 변화 추이를 보면, 우선, 생활형서비스업은 사업체수가 2000년 54,884개에서 2009년 53,951개까지 지속적으로 감소할 뿐만 아니라 구성비도 2000년 71.2%에서 2009년 67.6%에 이르기까지 지속적으로 감소하고 있다. 종사자수는 2000년 이후 증감을 반복하였지만 2009년 현재 큰 변화가 없고, 다만 구성비는 지속적으로 감소하고 있다.

반면, 지식형서비스업은 사업체수가 2000년 4,830개에서 2009년 6,691개로 지속적으로 증가할 뿐만 아니라 구성비도 2000년 6.3%에서 2009년 8.4%에 이르기까지 지속적으로 증가하고 있다. 종사자수는 2000년 11,153명에서 2009년 14,493명에 이르기까지 지속적으로 증가했을 뿐만 아니라 구성비도 2000년 8.0%에서 2009년 9.8%까지 지속적으로 증가하고 있다.

제조업관련업종은 사업체수가 2001년 8,503개에서 2009년 8,427개로 증감을 지속하는 가운데 추세적으로 감소하고 있고, 구성비는 2001년 10.7%에서 2009년 10.6%로 큰 변화가 없다. 종사자수는 2001년 23,388명에서 2009년 23,572명에 이르기까지 증감을 지속하는 가운데 추세적으로 감소하고 있고, 구성비는 2001년 16.0%에서 2009년 15.9%로 역시 큰 변화가 없다.

<표 2-19> 범주별 소상공인 사업체수 및 변화 추이

(단위 : 개, %)

구 분	연 도	소상공인 전체	생활형 서비스업	지식 서비스업	기타 서비스업	제조업 관련업종	농림어업
사업체수	2000	77,077	54,884	4,830	9,577	7,784	2
	2001	79,531	56,367	4,929	9,730	8,503	2
	2002	80,329	56,709	5,210	9,971	8,438	1
	2003	80,258	56,474	5,440	10,179	8,165	0
	2004	79,626	55,750	5,498	10,146	8,230	2
	2005	78,515	54,365	5,390	10,488	8,271	1
	2006	78,011	53,737	6,208	9,978	8,086	2
	2007	78,550	53,541	6,450	10,305	8,253	1
	2008	79,580	54,144	6,564	10,633	8,238	1
	2009	79,819	53,951	6,691	10,748	8,427	2
구성비	2000	100.0	71.2	6.3	12.4	10.1	0.003
	2001	100.0	70.9	6.2	12.2	10.7	0.003
	2002	100.0	70.6	6.5	12.4	10.5	0.001
	2003	100.0	70.4	6.8	12.7	10.2	0.000
	2004	100.0	70.0	6.9	12.7	10.3	0.003
	2005	100.0	69.2	6.9	13.4	10.5	0.001
	2006	100.0	68.9	8.0	12.8	10.4	0.003
	2007	100.0	68.2	8.2	13.1	10.5	0.001
	2008	100.0	68.0	8.2	13.4	10.4	0.001
	2009	100.0	67.6	8.4	13.5	10.6	0.003
증감율	2001	3.18	2.70	2.05	1.60	9.24	0.0
	2002	1.00	0.61	5.70	2.48	-0.76	-50.0
	2003	-0.09	-0.41	4.41	2.09	-3.24	-100.0
	2004	-0.79	-1.28	1.07	-0.32	0.80	200.0
	2005	-1.40	-2.48	-1.96	3.37	0.50	-50.0
	2006	-0.64	-1.16	15.18	-4.86	-2.24	100.0
	2007	0.69	-0.36	3.90	3.28	2.07	-50.0
	2008	1.31	1.13	1.77	3.18	-0.18	0.0
	2009	0.30	-0.36	1.93	1.08	2.29	100.0

자료 : 통계청, 「사업체기초통계조사」에서 재편·가공

<표 2-20> 범주별 소상공인 종사자수 및 변화 추이

(단위 : 명, %)

구 분	연 도	소상공인 전체	생활형 서비스업	지식 서비스업	기타 서비스업	제조업 관련업종	농림어업
종사자수	2000	139,734	91,499	11,153	16,330	20,746	6
	2001	146,121	94,227	11,633	16,868	23,388	5
	2002	149,328	96,933	12,181	17,261	22,950	3
	2003	148,710	96,168	12,510	17,480	22,552	0
	2004	147,147	94,827	12,616	17,313	22,384	7
	2005	144,869	92,138	12,530	18,091	22,107	3
	2006	142,192	89,700	13,582	17,049	21,855	6
	2007	144,927	90,713	13,994	17,665	22,552	3
	2008	147,973	91,538	14,198	18,453	23,780	4
	2009	148,281	91,458	14,493	18,750	23,572	8
구성비	2000	100.0	65.5	8.0	11.7	14.8	0.004
	2001	100.0	64.5	8.0	11.5	16.0	0.003
	2002	100.0	64.9	8.2	11.6	15.4	0.002
	2003	100.0	64.7	8.4	11.8	15.2	0.000
	2004	100.0	64.4	8.6	11.8	15.2	0.005
	2005	100.0	63.6	8.6	12.5	15.3	0.002
	2006	100.0	63.1	9.6	12.0	15.4	0.004
	2007	100.0	62.6	9.7	12.2	15.6	0.002
	2008	100.0	61.9	9.6	12.5	16.1	0.003
	2009	100.0	61.7	9.8	12.6	15.9	0.005
증감율	2001	4.57	2.98	4.30	3.29	12.73	-16.7
	2002	2.19	2.87	4.71	2.33	-1.87	-40.0
	2003	-0.41	-0.79	2.70	1.27	-1.73	-100.0
	2004	-1.05	-1.39	0.85	-0.96	-0.74	700.0
	2005	-1.55	-2.84	-0.68	4.49	-1.24	-57.1
	2006	-1.85	-2.65	8.40	-5.76	-1.14	100.0
	2007	1.92	1.13	3.03	3.61	3.19	-50.0
	2008	2.10	0.91	1.46	4.46	5.45	33.3
	2009	0.21	-0.09	2.08	1.61	-0.87	100.0

자료 : 통계청, 「사업체기초통계조사」에서 재편·가공

종합하면, 생활형서비스업의 사업체수는 지속적으로 감소하고 종사자수는 큰 변화가 없으며, 지식형서비스업은 사업체수와 종사자수 모두 지속적으로 증가하고 있는 추세이다.

3) 생활형서비스업 소상공인 규모와 변화 추이

생활형서비스업의 산업별 소상공인 규모를 보자. 먼저 사업체수가 가장 많고 비중이 높은 도매 및 소매업과 숙박 및 음식점업의 분석은 앞 절에서 분석하였으므로 여기에서는 재론하지 않는다.

우선, 개인서비스업에 해당하는 이용 및 미용업, 욕탕업, 세탁업을 보면, 개인서비스업 전체로는 사업체수가 2009년 4,663개로 소상공인 전체사업체 중에서 8.6%를 차지하고 있으며, 2000년 4,422개, 8.1% 비중에서 증감을 반복하면서 추세적으로 증가하고 있다. 종사자수로는 2009년 6,516명으로 소상공인 전체종사자 중에서 7.1%를 차지하고 있으며, 2000년 6,426명, 7.0% 비중에서 증감을 반복하면서 2007년부터 증가하고 있다. 세부 업종별로는 이용 및 미용업이 개인서비스업종의 대부분을 차지하고 있는 가운데, 사업체수와 종사자수 모두 증가하고 있으며, 세탁업은 2005년부터 사업체수와 종사자수가 모두 감소하고 있고, 개인서비스업 중에서 사업체수와 종사자수가 가장 적은 욕탕업은 사업체수와 종사자수 모두 감소하고 있다. 종합하면, 개인서비스업 전체적으로는 사업체수와 종사자수가 모두 증가 추세를 보이면서, 세부 업종별로는 이용 및 미용업이 증가추세를 보이고 있는 반면 세탁업과 욕탕업은 모두 감소추세를 보이고 있다.

다음으로 개인운수업에 해당하는 택시운송업, 용달 및 개별 화물자동차 운송업을 보면, 개인운수업 전체로는 사업체수가 2009년 9,683개로 소상공인 전체사업체 중에서 17.9%를 차지하고 있으며, 2000년 7,677개, 14.0% 비중에서 증감을 반복하면서 추세적으로 증가하고 있다. 종사자수로는 2009년 9,838명으로 소상공인 전체종사자 중에서 10.8%를 차지하고 있으며, 2000년 7,800명, 8.5% 비중에서 증감을 반복하면서 추세적으로 증가하고 있다. 세부 업종별로는 택시운송업이 용달 및 개별 화물자

동차 운송업보다 두 배정도 많은 가운데, 택시운송업의 사업체수와 종사자수 모두 추세적으로 증가하고 있으며, 용달 및 개별 화물자동차 운송업은 역시 사업체수와 종사자수가 모두 추세적으로 증가하고 있다. 종합하면, 개인운수업 전체적으로 뿐만 아니라 세부 업종별 택시운송업, 용달 및 개별 화물자동차 운송업 모두 사업체수와 종사자수가 모두 증가 추세를 보이고 있다.

다음으로 부동산 및 임대업에 해당하는 부동산 중개업, 개인 및 가정용품 임대업을 보면, 부동산 및 임대업 전체로는 사업체수가 2009년 2,381개로 소상공인 전체 사업체 중에서 4.4%를 차지하고 있으며, 2000년 2,253개, 4.1% 비중에서 증감을 반복하면서 2005년부터 감소추세를 보이고 있다. 종사자수로는 2009년 3,506명으로 소상공인 전체종사자 중에서 3.8%를 차지하고 있으며, 2000년 3,459명, 3.8% 비중에서 증감을 반복하면서 2004년부터 감소추세를 보이고 있다. 세부 업종별로는 부동산 임대업이 대부분을 차지하고 있는 가운데, 사업체수와 종사자수 모두 증감을 반복하면서, 사업체수는 2006년부터, 종사자수는 2005년부터 추세적으로 감소하고 있으며, 비중이 낮은 개인 및 가정용 임대업은 사업체수와 종사자수 모두 급감하는 추세를 보이고 있다. 종합하면, 부동산 및 임대업 전체적으로 뿐만 아니라 세부 업종별 부동산 임대업은 증감을 반복하면서 2004년~2005년부터 감소추세를 보이고 있고 개인 및 가정용품 임대업은 사업체수와 종사자수 모두 급감하는 추세를 보이고 있다.

<표 2-21> 생활형 소상공인 사업체수 및 변화 추이

구분	산 업 별	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
사 업 체 (개)	도매 및 소매업	24,446	24,672	24,241	23,877	23,195	22,543	22,151	22,262	22,060	21,930	
	숙박 및 음식점업	16,086	16,460	16,866	17,105	16,928	15,597	15,412	15,443	15,349	15,294	
	개인 서비스업	소 계	4,422	4,439	4,504	4,630	4,667	4,621	4,597	4,602	4,629	4,663
		이용 및 미용업	3,141	3,117	3,140	3,248	3,302	3,298	3,255	3,292	3,347	3,407
		욕탕업	189	206	198	180	150	131	132	130	124	124
		세탁업	1,092	1,116	1,166	1,202	1,215	1,192	1,210	1,180	1,158	1,132
	개인 운수업	소 계	7,677	8,539	8,681	8,177	8,281	9,021	9,079	8,802	9,712	9,683
		택시 운송업	5,232	5,428	5,551	5,257	5,013	5,401	5,345	5,577	5,704	5,737
		용달및개별 화물자동차 운송업	2,445	3,111	3,130	2,920	3,268	3,620	3,734	3,225	4,008	3,946
	부동산 및 임대업	소 계	2,253	2,257	2,417	2,685	2,679	2,583	2,498	2,432	2,394	2,381
부동산 중개업		1,314	1,435	1,710	2,060	2,138	2,181	2,167	2,138	2,137	2,144	
개인 및 가정용품 임대업		939	822	707	625	541	402	331	294	257	237	
합 계	54,884	56,367	56,709	56,474	55,750	54,365	53,737	53,541	54,144	53,951		
구 성 비 (%)	도매 및 소매업	44.5	43.8	42.7	42.3	41.6	41.5	41.2	41.6	40.7	40.6	
	숙박 및 음식점업	29.3	29.2	29.7	30.3	30.4	28.7	28.7	28.8	28.3	28.3	
	개인 서비스업	소 계	8.1	7.9	7.9	8.2	8.4	8.5	8.6	8.6	8.5	8.6
		이용 및 미용업	5.7	5.5	5.5	5.8	5.9	6.1	6.1	6.1	6.2	6.3
		욕탕업	0.3	0.4	0.3	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
		세탁업	2.0	2.0	2.1	2.1	2.2	2.2	2.3	2.2	2.1	2.1
	개인 운수업	소 계	14.0	15.1	15.3	14.5	14.9	16.6	16.9	16.4	17.9	17.9
		택시 운송업	9.5	9.6	9.8	9.3	9.0	9.9	9.9	10.4	10.5	10.6
		용달및개별 화물자동차 운송업	4.5	5.5	5.5	5.2	5.9	6.7	6.9	6.0	7.4	7.3
	부동산 및 임대업	소 계	4.1	4.0	4.3	4.8	4.8	4.8	4.6	4.5	4.4	4.4
부동산 중개업		2.4	2.5	3.0	3.6	3.8	4.0	4.0	4.0	3.9	4.0	
개인 및 가정용품 임대업		1.7	1.5	1.2	1.1	1.0	0.7	0.6	0.5	0.5	0.4	
합 계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0		

<표 2-22> 생활형 소상공인 종사자수 및 변화 추이

구분	산 업 별	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
종 사 자 (명)	도매 및 소매업	42,580	43,015	43,248	42,251	41,312	40,158	38,818	39,465	39,330	39,229	
	숙박 및 음식점업	31,224	32,735	34,190	34,508	34,176	32,286	31,476	32,256	32,396	32,369	
	개인 서비스업	소 계	6,436	6,465	6,661	6,736	6,659	6,621	6,479	6,491	6,494	6,516
		이용 및 미용업	4,238	4,146	4,272	4,356	4,350	4,366	4,259	4,257	4,314	4,377
		욕탕업	438	488	483	432	343	306	285	301	295	276
		세탁업	1,760	1,831	1,906	1,948	1,966	1,949	1,935	1,933	1,885	1,863
	개인 운수업	소 계	7,800	8,672	8,954	8,425	8,508	9,268	9,288	8,920	9,872	9,838
		택시 운송업	5,246	5,435	5,563	5,279	5,023	5,411	5,346	5,579	5,716	5,737
		용달및개별 화물자동차 운송업	2,554	3,237	3,391	3,146	3,485	3,857	3,942	3,341	4,156	4,101
	부동산 및 임대업	소 계	3,459	3,340	3,880	4,248	4,172	3,805	3,639	3,581	3,446	3,506
		부동산 중개업	2,055	2,152	2,790	3,279	3,369	3,191	3,124	3,112	3,021	3,109
		개인 및 가정용품 임대업	1,404	1,188	1,090	969	803	614	515	469	425	397
합 계	91,499	94,227	96,933	96,168	94,827	92,138	89,700	90,713	91,538	91,458		
구 성 비 (%)	도매 및 소매업	46.5	45.7	44.6	43.9	43.6	43.6	43.3	43.5	43.0	42.9	
	숙박 및 음식점업	34.1	34.7	35.3	35.9	36.0	35.0	35.1	35.6	35.4	35.4	
	개인 서비스업	소 계	7.0	6.9	6.9	7.0	7.0	7.2	7.2	7.2	7.1	7.1
		이용 및 미용업	4.6	4.4	4.4	4.5	4.6	4.7	4.7	4.7	4.7	4.8
		욕탕업	0.5	0.5	0.5	0.4	0.4	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
		세탁업	1.9	1.9	2.0	2.0	2.1	2.1	2.2	2.1	2.1	2.0
	개인 운수업	소 계	8.5	9.2	9.2	8.8	9.0	10.1	10.4	9.8	10.8	10.8
		택시 운송업	5.7	5.8	5.7	5.5	5.3	5.9	6.0	6.2	6.2	6.3
		용달및개별 화물자동차 운송업	2.8	3.4	3.5	3.3	3.7	4.2	4.4	3.7	4.5	4.5
	부동산 및 임대업	소 계	3.8	3.5	4.0	4.4	4.4	4.1	4.1	3.9	3.8	3.8
		부동산 중개업	2.2	2.3	2.9	3.4	3.6	3.5	3.5	3.4	3.3	3.4
		개인 및 가정용품 임대업	1.5	1.3	1.1	1.0	0.8	0.7	0.6	0.5	0.5	0.4
합 계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0		

4) 지식형서비스업 소상공인 규모와 변화 추이

지식형서비스업의 산업별 소상공인 규모를 보자. 먼저 사업체수가 가장 많고 비중이 높은 교육서비스업은 사업체수가 2009년 3,807개로 소상공인 전체사업체 중에서 56.9%를 차지하고 있으며, 2000년 2,199개, 45.5% 비중에서 지속적으로 증가하고 있다. 종사자수로는 2009년 6,723명으로 소상공인 전체종사자 중에서 46.4%를 차지하고 있으며, 2000년 4,377명, 39.2% 비중에서 지속적으로 증가하고 있다. 종합하면, 교육서비스업은 지식형서비스업의 절반정도를 차지하는 가운데 사업체수와 종사자수 모두 지속적으로 증가하고 있다.

다음으로 의료업은 사업체수가 2009년 1,137개로 소상공인 전체사업체 중에서 17.0%를 차지하고 있으며, 2000년 1,010개, 20.9% 비중에서 증감을 반복하면서 추세적으로 증가하고 있다. 종사자수로는 2009년 3,520명으로 소상공인 전체종사자 중에서 24.3%를 차지하고 있으며, 2000년 3,074명, 27.6% 비중에서 종사자수는 2006년까지 증가하였으나 이후 감소하고 있고, 비중 역시 증감을 반복하면서 추세적으로 감소하고 있다. 종합하면, 의료업은 사업체수는 추세적으로 증가하고 있지만, 종사자수는 2007년부터 감소하고 있고 비중은 2000년부터 추세적으로 감소하고 있다.

사업서비스업에 해당하는 정보처리 및 기타 컴퓨터 운영 관련업, 연구 및 개발업, 전문, 과학, 기술 서비스업을 보면, 사업서비스업 전체로는 사업체수가 2009년 1,291개로 소상공인 전체사업체 중에서 19.3%를 차지하고 있으며, 2000년 1,076개, 22.3% 비중에서 증감을 반복하면서 사업체수는 추세적으로 증가하고 있고, 비중은 추세적으로 감소하고 있다. 종사자수로는 2009년 3,057명으로 소상공인 전체종사자 중에서 21.1%를 차지하고 있으며, 2000년 2,381명, 21.3% 비중에서 증감을 반복하면서 추세적으로 증가하고 있다. 세부 업종별로는 사업서비스업의 대부분을 차지하고 있는 전문, 과학, 기술 서비스업은 사업체수와 종사자수 모두 증감을 반복하면서 추세적으로 증가하고 있으며, 정보처리 및 기타 컴퓨터 운영 관련업 사업체수는 2005년 이후 감소하고 있는 반면 종사자수는 2000년부터 추세적으로 증가하고 있고, 연구 및 개발업의 사업체수는 2005년부터 큰 변동이 없으나, 종사자수는 2000

년부터 추세적으로 증가하고 있다. 종합하면, 사업서비스업 전체로는 사업체수는 추세적으로 증가하고 있는 반면, 비중은 추세적으로 감소하고 있고, 종사자수는 추세적으로 증가하고 있다. 세부업종별로는 전문, 과학, 기술 서비스업은 사업체수와 종사자수 모두 추세적으로 증가하고 있으며, 정보처리 및 기타 컴퓨터 운영 관련업 사업체수는 감소하고 있는 반면 종사자수는 증가하고 있고, 연구 및 개발업의 사업체수는 큰 변동이 없으나, 종사자수는 증가하고 있다.

기타 금융 및 보험업의 사업체수와 종사자수는 등락을 반복하는 가운데 그 추세가 일의적이지 않고, 통신업은 사업체수와 종사자수 모두 2006년부터 최근 감소추세를 보이고 있고, 영화, 방송 및 공연산업은 2007년 최근년도 들어 증가추세를 보이고 있다.

<표 2-23> 지식서비스형 소상공인 사업체수 및 변화 추이

구분	산 업 별	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
사 업 체 (개)	통신업	127	125	118	133	153	156	100	107	101	94	
	금융 및 보험업	290	352	339	261	241	271	252	261	253	276	
	교육 서비스업	2,199	2,242	2,407	2,594	2,637	2,576	3,413	3,598	3,714	3,807	
	사업서비스업	소 계	1,076	1,079	1,173	1,262	1,235	1,181	1,215	1,263	1,267	1,291
		정보처리 및 기타 컴퓨터 운영 관련업	119	110	128	137	148	133	128	122	121	123
		연구 및 개발업	47	41	44	50	44	58	58	59	55	59
		전문, 과학, 기술 서비스업	910	928	1,001	1,075	1,043	990	1,029	1,082	1,091	1,109
	보건및사회복지사업	의 료 업	1,010	1,019	1,054	1,080	1,128	1,121	1,146	1,139	1,145	1,137
	오락, 문화 및 운동관련 서비스업	영화, 방송 및 공연산업	128	112	119	110	104	85	82	82	84	86
	합계		4,830	4,929	5,210	5,440	5,498	5,390	6,208	6,450	6,564	6,691
구 성 비 (%)	통신업	2.6	2.5	2.3	2.4	2.8	2.9	1.6	1.7	1.5	1.4	
	금융 및 보험업	6.0	7.1	6.5	4.8	4.4	5.0	4.1	4.0	3.9	4.1	
	교육 서비스업	45.5	45.5	46.2	47.7	48.0	47.8	55.0	55.8	56.6	56.9	
	사업서비스업	소 계	22.3	21.9	22.5	23.2	22.5	21.9	19.6	19.6	19.3	19.3
		정보처리 및 기타 컴퓨터 운영 관련업	2.5	2.2	2.5	2.5	2.7	2.5	2.1	1.9	1.8	1.8
		연구 및 개발업	1.0	0.8	0.8	0.9	0.8	1.1	0.9	0.9	0.8	0.9
		전문, 과학, 기술 서비스업	18.8	18.8	19.2	19.8	19.0	18.4	16.6	16.8	16.6	16.6
	보건및사회복지사업	의 료 업	20.9	20.7	20.2	19.9	20.5	20.8	18.5	17.7	17.4	17.0
	오락, 문화 및 운동관련 서비스업	영화, 방송 및 공연산업	2.7	2.3	2.3	2.0	1.9	1.6	1.3	1.3	1.3	1.3
	합계		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료 : 통계청, 「사업체기초통계조사」에서 재편·가공

<표 2-24> 지식서비스형 소상공인 종사자수 및 변화 추이

구분	산 업 별		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
종 사 자 (명)	통신업		362	328	323	370	428	422	278	302	294	276	
	금융 및 보험업		704	912	844	650	608	657	635	656	674	746	
	교육 서비스업		4,377	4,572	4,844	5,138	5,238	5,111	6,205	6,419	6,639	6,723	
	사업서비스업	소 계		2,381	2,419	2,658	2,834	2,677	2,651	2,725	2,884	2,875	3,057
		정보처리 및 기타 컴퓨터 운영 관련업		325	299	340	354	370	357	338	312	323	327
		연구 및 개발업		131	98	108	125	101	138	138	146	126	159
		전문, 과학, 기술 서비스업		1,925	2,022	2,210	2,355	2,206	2,156	2,249	2,426	2,426	2,571
	보건및사회복지사업	의 료 업		3,074	3,165	3,282	3,347	3,472	3,538	3,593	3,579	3,555	3,520
	오락, 문화 및 운동관련 서비스업	영화, 방송 및 공연산업		255	237	230	171	193	151	146	154	161	171
	합계		11,153	11,633	12,181	12,510	12,616	12,530	13,582	13,994	14,198	14,493	
구 성 비 (%)	통신업		3.2	2.8	2.7	3.0	3.4	3.4	2.0	2.2	2.1	1.9	
	금융 및 보험업		6.3	7.8	6.9	5.2	4.8	5.2	4.7	4.7	4.7	5.1	
	교육 서비스업		39.2	39.3	39.8	41.1	41.5	40.8	45.7	45.9	46.8	46.4	
	사업서비스업	소 계		21.3	20.8	21.8	22.7	21.2	21.2	20.1	20.6	20.2	21.1
		정보처리 및 기타 컴퓨터 운영 관련업		2.9	2.6	2.8	2.8	2.9	2.8	2.5	2.2	2.3	2.3
		연구 및 개발업		1.2	0.8	0.9	1.0	0.8	1.1	1.0	1.0	0.9	1.1
		전문, 과학, 기술 서비스업		17.3	17.4	18.1	18.8	17.5	17.2	16.6	17.3	17.1	17.7
	보건및사회복지사업	의 료 업		27.6	27.2	26.9	26.8	27.5	28.2	26.5	25.6	25.0	24.3
	오락, 문화 및 운동관련 서비스업	영화, 방송 및 공연산업		2.3	2.0	1.9	1.4	1.5	1.2	1.1	1.1	1.1	1.2
	합계		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

자료 : 통계청, 「사업체기초통계조사」에서 재편·가공

제 3 장

소상공인 지원정책 분석

제1절 국내 소상공인 지원정책 분석

제2절 해외 주요국 소상공인 지원정책의 특징과 시사점

제 3 장 소상공인 지원정책 분석

제1절 국내 소상공인 지원정책 분석

1. 소상공인 지원자금 현황

1) 개별기업 자금 지원

소상공인 사업체에 대한 정부의 지원정책은 크게 창업 및 경영자금과 생계형 창업을 지원하는 제도로 구분할 수 있다. 우선, 창업 및 경영자금으로는 중소기업청의 소상공인지원센터에서 지원하는 창업 및 경영개선자금이 있고, 생계형 창업자금으로는 고용노동부 근로복지공단의 실업자 창업자금과 장애인고용촉진공단의 장애인 창업자금이 있으며, 여성가족부 여성경제인연합회의 저소득층 여성가장창업자금이 있다. 이외에도 지방자치단체별로 실시하는 지원자금, 시중은행에서 실시하는 지원자금 등이 있다

(1그룹) 성장가능 창업기업 육성	(2그룹) 생계형 창업기업 지원
<ul style="list-style-type: none"> ● 창업 및 경영개선자금 ● 프랜차이즈 가맹점 창업지원 ● 창업초기기업 육성자금 ● 시니어창업 육성 지원사업 	<ul style="list-style-type: none"> ● 장기실업자 자영업 창업자금 ● 실직여성가장 창업자금 ● 실직고령자 창업자금 ● 장애인 창업자금 ● 여성가장 창업자금 ● 미소금융 / 햇살론

지원자금은 유망한 사업 육성을 위한 창업 및 경영 자금지원제도와 생계형 창업을 지원하는 제도, 두 그룹으로 나누어 비교할 수 있다. 먼저, 1그룹의 중소기업청의 성장가능 창업기업 육성을 위한 창업자금은 각 사업의 목적과 그에 상응하는 주요 지원대상과 조건 등이 다소 차이가 있다.

그러나 업종별 창업자금은 업종의 특성에 따라 매우 격차가 심할 것이므로 일률적으로 지원하는 것은 효과성에서도 차이가 있을 것으로 판단된다. 따라서 산업별 주요 지원분야를 선정하여 차별적으로 선택 지원하는 방안도 고려할 필요가 있으며, 나아가 창업이 용이한 음식·숙박업 및 이·미용업에 집중되지 않도록 유망 업종을 선정하여 선택적으로 지원할 필요가 있다.

반면, 2그룹의 지원제도는 지원대상의 정의에는 다소 차이가 있으나, 지원 주요 목적이 주로 사회적 취약계층의 생계형 창업을 지원하여 가계안정과 고용을 창출하는 것으로 요약될 수 있다. 각 지원사업의 세부 조건 및 자격에서 볼 수 있듯이 대부분 상당히 유사한 성격을 보이고 있으므로 중복성의 논란이 예상된다¹⁾.

다만, 각 사업별 주요 지원대상이 여성 혹은 실직자, 장애인 등으로 각각 구분되어 있어 단순 사업의 통폐합보다는 각 지원제도의 연계 혹은 집행 방법의 보완을 통해 보다 효율적으로 활용될 수 있도록 유도하는 것이 바람직할 것이다.

1) 소상공인진흥원(2008), 「소상공인 정책비전 및 중장기 발전방안」, 기본연구08-04, 64쪽.

<표 3-1> 개별기업 자금지원 사업별 개요

부 처	집행기관	사 업 명	용자대상	조 건
중소 기업청	소상공인 진흥원	창업 및 경영개선자금	창업3개월 미만 소상공인	·중기청 소상공인 지원센터 교육이수자 ·용자한도 : 최대 5,000만원 ·대출금리 : 4.5%(분기 변동) ·상환방식 : 최장 5년(1년거치,4년상환)
		시니어창업 육성지원자금	만40세이상 기관근무경력 10년 이상자	·창업스쿨 : 교육비 80% 지원 ·커뮤니티 : 최대 20만원 ·창업자금 보증 : 최대 5,000만원
	중소기업 진흥공단	창업초기 기업육성자금	업력 7년 미만 중소기업,창업 준비자	·자금용도 : 시설 및 운전자금 ·용자한도 : 시설자금 연간 30억원, 운전자금 5억원 ·대출금리 : 변동금리 적용(0.6% 차감) ·상환방식 : 시설 - 3년 거치 5년 상환 운전 - 2년 거치 3년 상환
고용 노동부	근로복지 공단	장기실업자 자영업 창업자금	6개월 이상 실직상태	·대출한도 : 1억원(점포비 지원) ·대출금리 : 연 3% ·대출기간 : 1~2년단위(최장 6년 연장) ·상환방식 : 이자만 납부(점포사용료), 전세점포 공단이 임차
		실직여성가장 창업자금	공용보험 이력 실직여성가장	
		실직고령자 창업자금	고용보험 이력 55세이상실직자	
	장애인고용 촉진공단	장애인 창업자금	복지카드소지 장애인	·대출한도 : 장애인 1인당 1억원 ·대출금리 : 전세금의 연 3% ·대출기간 : 1~5년범위내 건물주와 체결 ·상환방식 : 7년(2년거치 5년상환)
여성 가족부	여성경제인 연합회	여성가장 창업자금	저소득층 여성가장	·대출한도 : 3,000만원 이내 ·대출금리 : 연 3% ·대출기간 : 2년 (심의를 통해 2년 1회 연장) ·상환방식 : 이자 월별 상환.

주 : 2011년도 기준 지원사업임.

2) 전통시장 및 상점가 지원자금

전통시장 및 상점가 지원자금은 새로운 유통환경 속에서 자생력을 갖추어 지역 경제를 뒷받침해 나갈 수 있도록 시설을 현대화하고 환경개선 도모하여 경영혁신 및 현대화를 지원하기 위한 자금이다.

2002년 이후 재래시장특별법 제정(2004), 각종 지원대책을 마련하여 노후시설 개량 등을 지원하고, 전통시장에 대한 실태조사와 시장활성화 수준 평가 등을 통해 문제점 및 원인을 분석하고 이를 토대로 현장수요에 맞게 지원하였다. 이러한 정부의 전통시장 지원은 시설개선시장 및 전통시장 총매출액 측면에서 가시적인 성과가 있었던 것으로 평가된다.

그러나 그간 지원정책은 기반시설 위주의 일률적 시설 개선, 전통시장 단위 지원, 상인의 낙후된 영업방식, 정부에 대한 의존도 심화 등이 주요 문제점으로 제기되고 있다. 따라서 이러한 문제점을 고려한 지원방식의 전환이 요구된다.

우선, 그간 정부지원이 전통시장 유형과 특성을 고려하기 보다는 공동기반시설에 대한 양적 지원에 치중함으로써 전통시장 고유의 강점을 극대화하고, 유형별 투자 우선순위에 따른 근본적인 활성화 지원이 미흡하였다. 따라서 전통시장별 유통기능 및 활성화 수준과 시장활성화 가능성 등 시장특성에 따라 시장유형을 재분류하고 이에 맞게 지원방식을 맞춤형으로 전환할 필요가 있다.

또한, 시장상인의 고령화로 경영혁신 역량이 낮고 시장 활성화를 추진할 상인조직력도 취약하여 상인의 자생력 확보를 위한 영업기법 개선, 시장 및 상품홍보는 다소 미흡하였다. 따라서 전통시장이 지역사회와 함께하는 시책을 추진하고, 수요 창출을 위한 영업기법을 개선하며, 특히 상인교육 강화하고 상인조직을 육성할 필요가 있다.

이와 함께, 그간의 지속적인 시설개선에도 불구하고 전체적인 시설개선 수준은 아직 낮은 실정이다. 시설현대화사업과 경영개선사업과의 연계성이 부족하고 상인 자부담 미확보 등에 따른 사업집행률이 연례적으로 저조하였기 때문이다. 따라서 주차장 등 이용자의 수요가 높은 시설의 지속 확충을 통한 편리한 쇼핑환경의 조

성, 많은 예산이 투입되는 시설현대화 사업에 대한 제도개선과 시장간 경쟁체제 도입, 집행점검 등 사후관리 강화, 시장정비사업 촉진을 위한 제도개선 등을 추진하여 시설현대화사업의 실효성을 제고해야 한다.

마지막으로 대도시 구도심 상권은 전통시장·상점가·인근상업지역으로 확장되면서 구역전체가 하나의 상권을 형성하는 추세임에 따라 상권의 일부인 시장단위 지원으로는 상권전체를 활성화하는 데 한계가 있다. 이에 따라 지역상권에 대한 체계적인 관리·육성 보다는 기초적인 시설개선 단계, 선진국의 상권개발 모델을 적극 도입할 필요가 있다.

<표 3-2> 전통시장 및 상점가 자금지원 사업별 개요

부처	집행기관	사업명	용자대상	조건
중 소 기 업 청	지 방 자 치 단 체	경영혁신 및 상인교육	전통 시장 및 상점가 상인	·공동마케팅 : 900~7,000만원 ·공동구매 및 특가판매지원 : 1회당 100만원 ·우수시장상품 전시회개최 : 63백만원 이내 (10개이상시장 상인50명이상) ·전액보조 : 시장투어, 온누리상품권 발행, 온라인 쇼핑몰 지원, 상인교육·연수 등
		시장관리 및 점포경영 선진화	전통 시장 및 상점가 상인	·상인조직역량강화 : 시장매니저 월105만원 ·전액보조 : 자문 210개, 지도 700개 시장 10개시장 선정, 시장클리닉 및 핵심점포 자문 지도
		전통 시장 및 상점가 시설현대화	전통 시장 및 상점가 상인	·국비 60%, 지방비 30%, 민간 10% ·주차장, 진입로, 화장실, 상·하수도, 전선지중화, 공동전기·가스·소방시설, 고객지원센터, 고객휴게실, 상인교육공간, 빈점포를 활용한 공동시설, 공동물류창고, 다목적광장은 민간부담 면제
		지역상권 활성화 지원	전통상점가 상인	·녹색클린시장 및 점포육성 지원 ·상권활성화구역 지정 및 지원 ·명품브랜드개발 및 프랜차이즈화

주1) 전통상점가는 중소기업청(고시 제2010-38호, 2010.11.24)이 유통산업발전법 제13조의 3에 따라 중소기업청장이 정하는 전통상점가를 고시하였음. 대전의 경우 '대전중앙로지하도상가' 1곳이 선정되었음.

주2) 2011년도 기준 지원사업임.

2. 소상공인 지원사업 현황

1) 지원사업 개요

중소기업청에서 지원하는 소상공인과 전통시장에 대한 사업은 중소기업청에서 직접수행하거나 또는 소상공인지원원과 지방자치단체를 통하여 다양하게 추진되고 있다. 2011년 현재 추진되는 사업으로는 대략 16개 사업으로 다음과 같이 정리된다.

창업과 경영관련 자금지원사업은 '소상공인 창업 및 경영개선자금', '소상공인 신사업 육성지원사업' 등이 있으며, 전통시장 상인들에게는 '시설현대화사업', '시장경영혁신사업'이 있다. 이들 사업은 주로 소상공인의 창업 및 경영개선을 위한 필요자금을 지원하는 사업이다.

소상공인의 교육과 컨설팅 관련 지원사업으로는 '소상공인 경영개선교육', '소상공인 혁신아카데미', '소상공인 e-러닝교육', '성공창업 패키지교육'이 있고 컨설팅 관련해서는 '자영업컨설팅지원'사업이 있다. 이들 교육은 주로 경영환경 변화에 따른 경영개선 또는 경영능력 배양 교육이며, 창업, 업종전환 등에 필요한 기초 및 전문과정 교육이 이루어지고 있다. 생업에 바쁜 소상공인이나 예비창업자들이 점포 경영에 필요한 지식을 습득할 수 있도록 지원하는 인터넷 무료교육서비스도 있다.

사업체 운영에 필요한 상세한 상권정보를 제공하는 사업으로는 소상공인지원원에서 운영하는 '상권정보시스템'이 있다. 여기에서는 창업 및 업종전환을 하고자 하는 소상공인의 성공적인 입지와 업종선정을 지원하기 위해 지역별, 업종별 종합적인 상권정보를 전자지도로 제공하고 있다. 또한 지상파 방송인 '소상인 케이블방송'을 통하여 경영전반에 필요한 정보를 제공하고 있다.

기타 영세 소상공인의 경영활동 중에 발생한 법률적 분쟁에 대하여 사건해결 비용을 무료로 지원하여 자영업자의 신속한 경영안정을 도모하는 '소상공인 무료법률구조 지원사업'이 있다.

<표 3-3> 소상공인 지원사업 개요

사업명	사업 목적 및 내용
상권정보시스템	창업 및 업종전환을 하고자 하는 소상공인의 성공적인 입지와 업종선정을 지원하기 위해 지역별·업종별 종합적인 상권정보를 전자지도로 제공
소상공인 케이블방송	소상공인에게 창업, 업종전환, 경영혁신, 창업트렌드, 성공노하우, 컨설팅 등 경영전반에 필요한 정보를 접근성, 광과성 및 동시성이 큰 전문 케이블 방송을 통해 제공
소상공인 창업 및 경영개선 자금(융자)	소상공인의 창업 및 경영개선을 위한 필요자금을 최대 5,000만원(장애인 창업 및 기업은 최대 1억원)까지 저리로 대출
나들가게 육성 지원사업	나들가게 지원사업은 SSM 등 기업형 슈퍼마켓 출현으로 어려움을 겪고 있는 동네슈퍼마켓이 스스로 변화와 혁신을 통하여 경쟁력을 갖출 수 있도록 컨설팅 및 시설 개체 등을 지원
중소유통 공동도매 물류센터 건립	중소유통업체가 공동구매 및 공동물류를 통하여 상품조달가격을 낮추고 필요한 상품을 원활히 공급받을 수 있도록 중소기업공동물류센터 건립을 지원
자영업컨설팅 지원	소상공인에게 경영개선, 업종전환, 창업준비 등에 관해 전문인력 및 전문기관을 활용한 컨설팅을 지원하여 경영역량을 강화시킴
소상공인 e-러닝 교육	생업에 바쁜 소상공인이나 예비창업자들이 점포경영에 필요한 지식을 습득할 수 있도록 지원하는 인터넷 무료교육 서비스
성공창업패키지 교육	자영업 예비창업자를 대상으로 창업 준비에 필요한 기본적인 내용을 단기간 또는 6단계로 나누어 종합적인 교육을 제공, 성공적인 창업 지원
소상공인 무료법률구조 지원사업	영세 소상공인의 경영활동 중에 발생한 법률적 분쟁에 대하여 사건해결비용을 무료로 지원하여 자영업자의 신속한 경영안정 도모
소상공인 경영개선교육	소상공인이 경영환경 변화에 대처하고 경영능력을 갖춰 경쟁력을 높일 수 있도록 업종별로 특성화된 교육을 무료로 실시
소상공인 혁신아카데미	소상공인들의 열악한 교육환경 개선을 위해 전용교육장을 지원하여 쾌적한 교육환경을 제공하고, 일반기관에서 교육이 어려운 소외계층 및 직장인들을 위한 창업교육 실시
소상공인 신사업 육성지원	소상공인 분야의 유망 신사업 아이템 발굴·보급 및 창업까지 일괄 지원을 통해 시장 선도형 창업자를 육성하고 이를 기반으로 소상공인을 새로운 사업영역으로 진출할 수 있도록 지원
[전통시장] 시설현대화사업	전통시장의 환경개선 및 시설현대화를 통하여 고객 및 매출증대로 상권 활성화 도모
[전통시장]시장 경영혁신사업	전통시장의 경영혁신을 지원하여 고객 및 매출 증대를 도모 하고 상권 활성화를 촉진
소기업사업조정	대·중소기업간 현저한 경쟁력의 불균형에 따라 중소기업에게 미치는 심각한 경영상 피해를 사전에 방지하기 위해 법령에 의한 획일적 처리보다 상호 조정하는 과정을 통해 상생방안을 도출

2) 상권정보

(1) 인터넷 상권분석정보 제공

창업 준비 중인 예비창업자의 성공적인 입지 및 업종선정을 돕기 위해 인터넷을 통하여 무료로 상권분석 정보를 제공한다.

< 주요 제공 정보 >

- 사용자가 창업 희망·예정 지역을 선택하면 실물 기반의 인터넷 전자지도를 기반으로한 47종의 상권정보 제공
 - 879개 세부 업종별로 상권내 동종·경쟁업소 점포의 개수·위치·연도별 증감 추이 등 점포정보
 - 상권내 연령별·성별 인구, 직업·직종 분포, 주거형태 등 인구정보, 아파트·관공서·금융·교통·문화·의료기관 등 주요시설 정보 등
- 전국 1,500대 주요 상권에 대한 상권에 대한 밀집정보, 유동인구, 임대시세 등을 제공
 - 표준모델(업종의 표준분포 현황)을 기반으로 특정업종의 진출입에 대한 참고가 될 수 있는 밀집지수 정보 제공
 - * 50개 업종 : 분식, 치킨, 패스트푸드, 피부관리, 미용실, 세차장, 슈퍼, 의복, 화장품, 문구점 등
 - 유동인구 현황을 대표할 만한 장소 2곳(통행량이 많은 위치)을 선정하여 연령별, 성별, 요일별, 시간대별 유동인구를 측정
 - * 주중(월~금), 주말(토~일) 오전(12:00~13:00), 오후(18:00~19:00) 각 1회
 - 활성화지역(상권의 중심) 및 비활성화지역(상권의 외곽)에 대한 평균 임대시세 조사(지하, 1층, 2층)
 - * 해당상권 내 부동산 3곳을 조사한 후 평균 임대시세 작성

(2) 소상공인 방송

소상공인에게 창업, 업종전환, 경영혁신, 창업트렌드, 성공노하우, 컨설팅 등 경영

전반에 필요한 정보를 접근성, 광파성 및 동시성이 큰 전문 케이블 방송을 통해 제공한다.

소상공인 방송목적은 소상공인방송을 지향하며, 방송을 통해 예비창업자 및 소상공인을 위한 창업정보, 상권분석 마케팅, 매장/고객관리 등 다양한 최신정보를 전달하여 소상공인들의 정보 부족에 따른 폐업을 최소화하여 서민생활 안정에 기여한다는 것이다.

< 방송정보 >

- 송 출 사 : 한국경제TV
- 기 간 : 2011년 3월7일부터 12월31일까지(10개월)
- 방송시간 : 방송시간 방송일자 한국경제TV(wow)
월~금 (본방송) 오후 08:30 ~ 10:30 (재방송) 오전 03:00 ~ 04:00
토~일 (재방송) 오후 01:00 ~ 02:00
- 프로그램 제작방향
 - 소상공인을 위한 전문방송
 - 창업, 업종전환, 경영혁신에 대한 구체적인 방안제시
 - 소비트렌드, 신사업아이템, 해외사례소개 등 소상공인을 위한 최신정보 제공
 - 신속하고 정확한 소상공인 전문 뉴스보도

(3) 정보제공 (소상공인진흥원)

소상공인진흥원에서는 소상공인에게 다양한 유형과 방식으로 정보를 제공하고 있다.

- 창업경영관련 정보
 - 창업가이드 책자 : 슈퍼마켓, 보습학원 등 2003년부터 74개 업종에 대한 창업가이드 책자 제작·발간
 - 종합정보지 : 전소상공인을 위한 종합 정보지인 「소상공인」을 2010년부터 계간지로 발간하여 온·오프라인으로 제공하고 있음.
 - 창업성공수기 : 창업성공수기를 공모하여 2007년부터 제작 배부

- 신사업아이디어 : 해외 선진국에서 성공한 사업의 사례를 중심으로 우리나라에서 접목 가능한 신사업아이디어를 작성하여 제공

○ 조사연구

- 경기동향조사 : 매월 전반적인 경기와 부문별 실적 및 전망, 업종별 분석내용을 수록한 월간지 발간 배부
- 연구보고 : 매년 조사연구보고서 발간 배부

○ 프랜차이즈

- 한국공정거래조정원 분쟁조정안내, 정보공개서열람, 가맹사업자조회

3) 교육·연수 지원

(1) 창업교육

예비창업자 및 업종전환예정자를 대상으로 창업준비단계부터 창업 전 과정에 걸쳐 체계적인 지원을 한다. 준비안된 성급한 창업으로 인해 실패하는 자영업자가 늘어나고 있는 상황에서 건전한 예비창업자를 발굴하고 창업 전과정에 걸친 철저한 준비를 지원하여 성공창업을 도와주고 있다.

< 2011년도 사업계획 >

- 지원대상 : 자영업 예비창업자 및 업종전환자
- 교육인원 : 11만명
- 지원업종 : 음식업, 도소매업, 서비스업, 프랜차이즈, 기타
- 교육육비용 : 자부담금 5만원 (기초창업교육은 무료)
- 지원내용
 - 기초창업교육 : 창업에 관심이 있거나 창업직전에 최소한 준비교육으로 기초적인 내용 전달 (4시간, 10만명)
 - 실전창업교육 : 창업 전과정을 단계로 나누어 창업준비에 필요한 내용을 종합적으로 교육 (80시간, 1만명)
 - 창업교육 수료자에 대하여 우선지원자금 대상자로 선정

- 교육수료 후 창업한 업체에 대한 지속적 사후관리 및 지원 실시

(2) 경영개선교육

급격한 경영환경 변화에 대한 소상공인의 경쟁력 강화 및 대응전략을 함양하고자 소상공인 경영개선교육을 실시한다. 교육과정은 경영개선 기초교육과 전문교육으로 나누어 진행되며, 참여 소상공인이 업종, 기술력에 맞는 교육을 선택함으로써 교육효과를 높일 수 있도록 구성되어 있다.

< 교육 개요 >

- 교육대상 : 소상공인 및 종사자(예비창업자)
- 교육인원 : 100,000명
- 교육시기 : 2011년 2월 ~ 12월
- 교육비용 : 무료(전액 국배지원)
 - * 20시간 이상 과정은 교육비 일부를 교육생이 부담
- 자금지원 : 교육 수료생 대상 소상공인 정책자금 지원
 - * 12시간 미만 과정 수료생 및 예비창업자는 제외
- 상세교육 내용

교육과정		교육내용
기초교육		알기 쉬운 세법, 경영마인드, 친절서비스 등 경영개선 동기부여를 위한 2시간, 200여명 규모 교육
전문교육	경영일반	소그룹 중심의 업종별(음식, 도·소매, 서비스, 프랜차이즈, 기타) 기능별로 교육대상자 특성에 맞춘 경영개선전문교육
	기능장·명장	기능장, 명장이 직접 사업장을 찾아가 2:1 또는 5:1, 집합의 경우 15:1로 기술지도 실시
	국외교육	국외 성공사례 벤치마킹으로 국외 성공점포 견학 등 경영개선방안 전달 교육
	도·소매	슈퍼대학 : 소규모 도소매업자 대상 경영역량 강화교육 혁신리테일러 : 슈퍼대학 수료자 대상 심화교육

(3) 소상공인 e-러닝교육

생업에 바쁜 소상공인이나 예비창업자들이 사업장을 떠나지 않고 점포경영에 필요한 지식을 습득할 수 있도록 지원하는 인터넷 무료교육 서비스를 제공하고 있다. 소상공인의 눈높이에 맞춘 교육기회 제공으로 창업 및 점포경영에 실질적인 도움을 주고 있다.

교육과정은 크게 창업교육과 점포운영 과정으로 구분되어 있으며, 원하는 과정을 선택적으로 시청할 수 있다. 내용은 부담 없는 학습을 위해 만화나 동영상 30분 내외로 구성된다.

< 사업개요 >

- 교육대상 : 예비창업자 및 소상공인 등
- 교육기간 및 비용 : 연중 365일, 무료
- 교육내용 : 부담 없는 학습을 위해 30분 이내의 만화, 드라마 및 동영상으로 구성
- 세부지원내용

구 분	과 정	과 목	주요내용
창업공통	34	87	창업실무 및 준비사항, 아이템 선정, 상권분석 등 창업 필수 기초교육 (드라마 콘텐츠 포함)
실전창업	18	56	네일아트, 실비용품전문점, 전통공예, 커피전문점, 선물 포장, 폼아트 등 업종별 창업 실전교육
경영교육	37	117	음식, 이미용, 자동차정비, 세탁, 화훼, 화장품, 제과점, 프랜차이즈 등 업종별 경영 전문교육
계	89	260	원하는 과정만 선택적으로 수강 가능

4) 컨설팅 지원

(1) 컨설팅 : 창업경영상담

전국 74개 센터 및 분소에서 300여명의 창업경영전문가들이 소상공인의 경쟁력

제고를 위한 상담을 지원하고 있다.

< 주요 지원분야 >

- 상담지도 : 창업아이템, 입지선정, 사업계획 수립, 마케팅 등
- 정보제공 : 창업교육 및 성공사례, 지역 업종별 상권분석 등
- 자금상담 : 창업 및 경영개선자금, 기타 저소득층 정책자금 상담

(2) 자영업 컨설팅

자영업자의 경영능력 등의 강화를 위해 전문 인력을 활용한 컨설팅을 지원한다. 주로 매출증대·고객관리 방안 등의 신 영업전략, 입지·상권분석 등을 통한 안정적인 영업기반 확보, 성공적인 업종전환 지원 등의 컨설팅을 하고 있다.

< 지원대상 및 분야 >

- 근로자 5인 미만의 음식, 도소매 등 생활형 서비스업을 영위하는 자영업자, 업종전환자(폐업 포함) 및 예비창업자
 - 예비창업자는 성공창업패키지교육, 지역창업교육(12시간 이상), 소상공인 이러닝센터 창업공통과정(5개과목 이상), 소상공인진흥원 기초창업교육(4시간) 등 수료 이후 컨설팅 신청 가능
 - 물가안정 모범업소로 지정된 소상공인 우선지원(지정증(시장·군수·구청장 교부) 사본 제출업소에 한함)
 - * 원가절감을 통한 가격파괴 업소 등 물가안정을 위한 정부시책 호응 업소에 대해 지자체 지침·규정에 따라 모범업소 지정
- 지원제외 : 제조업, 금융·보험 관련서비스업, 사치·향락적 소비나 투기를 조장하는 업종
 - 신용보증재단연합회의 재보증 제한 업종 참조
 - 제조업은 본 사업이 아니라 "쿠폰제컨설팅" 사업에 참여가능
 - * 단, 과자점, 양복점, 양장점, 제분업(떡방앗간) 등 제조업종으로 분류되나 5인 미만 영세 가내수공업에 해당하는 업체에 대해서는 컨설팅 지원
 - 동일 자영업자에 대해 연 1회만 컨설팅 지원 가능

< 지원내용 >

- 전문인력을 통해 경영·업종전환 등 제반 분야에 대한 컨설팅을 받을 수 있도록 컨설팅 비용(1,810천원 이내) 지원
 - 자영업자 부담금은 컨설팅 수행일수에 따라 차등적용(6~14만원)
 - 도덕적 해이 및 부실 컨설팅의 경우 지급비용 환수, 자격 박탈 등 제재 조치
- 세부지원내용

구 분	수 행	지원일수	컨설팅 내용
경영개선컨설팅	컨설턴트/ 컨설팅기관	3	경영진단, 상권 및 입지분석, 마케팅 점포운영 등 단순애로 컨설팅
종합컨설팅	컨설팅기관	7	상권 및 입지분석, 마케팅, 점포운영 등 종합적으로 컨설팅 지원
지식기반형컨설팅	컨설팅기관	7	종합컨설팅 결과 장래유망사업 가능성 선정 후 컨설팅

(3) 무료법률구조

영세자영업자를 대상으로 무료 법률구조를 제공하여 민사소송, 파산·개인회생 신청 등 민사상 법률문제의 조속한 해결을 통해 자영업자의 경영안정·사업전환 및 원활한 구조조정을 지원한다. 중소기업청은 대한법률구조공단을 통해 2005년 9월부터 소상공인에 대해 변호사 비용 등 소송비용을 무료로 지원하고 있다.

- 지원대상 - 월소득 260만원 이하 소상공인(일반과세자 포함)
- 지원내용 - 소상공인의 상행위 관련 민사사건에 대한 변호사비용, 인지대, 송달료 등 제반 소송비용
단, 승소가액 2억원 이상, 근로관계와 대응된 사건은 제외

(4) 자영업경영상담창구

소상공인지원센터가 없거나 거리가 멀어서 자영업자의 경영애로 등 상담을 받기

어려운 지자체에 전문 컨설턴트를 파견하여 무료로 상담서비스를 제공한다. 2011년 현재 전국 26개 지자체에 자영업 상담창구를 개설하여 지원하고 있다.

○ 상담내용

- 기존 창업자를 위한 경영개선 컨설팅(경영진단, 영업전략, 점포운영, 업종전환 등)
- 예비창업자를 위한 창업관련 상담(사업타당성 분석, 상권입지 분석 등)
- 기타 경영애로사항 및 자금·교육 관련 상담 등

○ 지원내용

- 전문인력을 통해 경영·업종전환 등 제반 분야에 대한 컨설팅을 받을 수 있도록 컨설팅 비용(1,810천원 이내) 지원
- 자영업자 부담금은 컨설팅 수행일수에 따라 차등적용(6~14만원)
- 도덕적 해이 및 부실 컨설팅의 경우 지급비용 환수, 자격 박탈 등 제재 조치

5) 소상공인지원센터의 운영

소상공인지원센터는 외환위기에 따른 급격한 경제환경변화가 일어나고 있던 1999년, 소상공인의 자유로운 기업활동을 촉진하고 구조개선 및 경영안정을 도모하여 균형 있는 국민경제의 발전에 기여함을 목적으로 설립되었다.

소상공인지원센터는 1999년 2월 처음으로 14개가 설치된 이후 점차적으로 증설되어 2011년 10월 현재 총71개 센터로 운영 중이다. 대전지역에는 북부센터와 남부센터 2개의 센터를 운영하고 있다.

소상공인지원센터의 사업은 다음과 같이 요약할 수 있다. 먼저, 경영진단 및 경영지도를 하고 있고, 교육훈련은 창업 강화 및 업종별 경영교육, 상담·컨설팅 확인서를 발급하고 있는데 이는 금융지원을 받는데 필요한 컨설팅 확인서 발급이다. 둘째로는 상권분석 및 입지분석 수행하는데 전국 주요 상권분석을 통해 안정적 경영 및 성공적 창업을 위한 각종 서비스를 제공하고 있다. 셋째는 창업 및 경영활동에 필요한 다양한 지식과 정보 제공을 위해 창업 및 경영정보를 제공하고 있다. 넷째,

전문가 지원을 통해 분야별 전문 컨설팅 및 현장지도 서비스를 제공하는데 이 경우에는 총비용의 10%를 소상공인들이 부담한다.

<표 3-4> 소상공인지원센터의 업무

업무범위	세부적인 업무내용
창업 및 경영	<ul style="list-style-type: none"> • 일대일 카운슬링, 서류작성 등을 지도
경영진단 및 지도	<ul style="list-style-type: none"> • 업종별 경영진단 체크리스트를 통한 경영진단·지도, 컨설팅 지원 • 온라인 자기경영진단 지원 • 영업활성화를 위한 현장지원 • 사업철수 및 재창업 지원(Restart 프로그램)
교육훈련	<ul style="list-style-type: none"> • 창업일반교육, 업종/계층별/부문별 창업강좌 • 경영개선교육 • 사이버강화(창업, 경영지원)
상담·컨설팅 확인서 발급	<ul style="list-style-type: none"> • 소상공인 창업 및 경영개선 정책자금 추천 • 은행자금 추천 • 여성가족부자금, 근로복지공단자금 추천 • 타 기관 창업관련 자금 추천
상권분석 및 입지분석	<ul style="list-style-type: none"> • 전국 주요상권분석 및 자료제공 • 창업일지 타당성 분석 서비스 • 경영활성화 일지/상권분석 서비스
창업 및 경영정보 제공	<ul style="list-style-type: none"> • 자체개발·제작한 업종별 자료 무료제공(업종별 창업가이드 등) • 업종별 인·허가 정보 • 우수 성공사례 발굴·보급 • 국내외 경영 및 기술정보 • 센터별로 소상공인 창업 및 경영관련 책자 등 자료 비치, 열람/대여/복사 서비스
전문가 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 분야별 전문컨설턴트 및 자원봉사자의 현장지도 서비스

제2절 해외 주요국 소상공인 지원정책의 특징과 시사점²⁾

1. 금융지원정책

1) 금융지원 정책의 종합분석 및 특징

해외 선진 주요 국가의 소상공인 금융지원 정책은 소상공인 대출, 신용 보증, 이자 감면 등으로 구성되어 있다. 소상공인에 대한 대출 지원과 소상공인의 취약한 신용을 보강하기 위한 신용 보증제도는 국가 대부분에서 시행하고 있는 것으로 나타났다.

<표 3-5> 주요 국가별 소상공인 금융지원 정책

국 가	정책명	주요 내용	특징
미 국	마이크로 론 프로그램	비영리 소액대출 중개업체를 통한 소상공인 용자	금융기관당 1만 달러, 총액 2만 달러 이하 용자
일 본	소규모 기업설비 자금대출	창업 및 경영기반 강화를 위한 설비도입자금지원	소요자금 2/3 이내, 6천만 엔 이내 무이자 대출
독 일	마이크로 금융펀드	금융기관에서 기피하는 소상공인 자금 대출. 특히 창업 및 청년 기업 자금 조달 지원	창업센터와의 통합 네트워크로 용자와 자문, 모니터링을 결합
영 국	기업자본기금 (ECFs)	2억 파운드 이하의 주식 공개를 원하는 기업에 투자	주식 담보 대출인 메자닌 금융도 취급
프랑스	신창업지원	실업자 및 창업 준비자 대상 무이자 대출	실업자의 창업을 도모
이탈리아	특정 분야 지원	광공업, 관광, 도소매 분야 소상공인에 대한 투자	섬유, 의류, 신발 부문 디자이너 육성 프로젝트를 위한 컨소시엄 형성 기업에 지원
캐나다	소기업 기업금융 프로그램	캐나다 기업은행의 직접 용자와 신업성에 의한 보증	리스크가 높아 대출 기피 대상 기업 중심 지원

자료 : 「G20 소상공인 정책에 관한 연구」(2010)에서 재정리

2) 본 절은 소상공인진흥원의 「G20 소상공인 정책에 관한 연구」(2020), 정책연구 10-02, 29쪽~59쪽의 내용을 재정리하였다.

그룹별로 보면, G7 국가 중 유럽은 특히 창업자금 지원에 특화되어 있으며, Big Countries 그룹에서는 취약한 소상공인의 신용을 보장하는 신용보증 제도가 잘 발달한 것으로 조사되었다. 독일의 마이크로 금융 펀드와 창업 보조금 제고, 영국의 벤처자본기금 투자, 프랑스의 신창업지원 프로그램 등이 창업 관련된 주요 금융지원 프로그램이다. 이에 반해 인도, 브라질, 멕시코, 사우디, 아르헨티나, 남아공 등은 신용보증 제도를 통해 소상공인에 대한 금융지원을 도모하고 있는 것이 차이점이었다.

소상공인의 취약한 재정 상태를 감안한, 독일의 소상공인을 위한 마이크로 금융 제도가 주목할 만한 사항이다. 금융감독이 엄격한 독일의 경우, 마이크로 금융을 통해 창업을 유도하며, 특히 금융 지원과 자문 서비스와 결합시킴으로써 시행 효과의 확대를 시도하고 있다.

2) 해외 금융지원정책의 시사점 : 독일의 마이크로 금융펀드

마이크로 금융펀드(Mikrofinanzfonds Deutschland, Microfinance Fund Germany)는 2006년 9월에 창업 및 신생기업 자문 및 지원을 제공하는 마이크로 금융 기반 구축 및 강화를 목적으로 설정되었다. 마이크로 금융 펀드의 목적은 이러한 여신에 대한 접근성을 확대하는 한편 마이크로 금융기관의 전문성 강화를 지원하는 동시에 마이크로 금융펀드는 자금 지원 서비스 외에 자문 서비스를 제공함으로써 펀드의 보다 효율적인 사용 제고를 도모하고 있다. 현재 창업기업은 특화 창업센터(specialize start-up centers)의 여러 채널을 통해 공적 재정 기반 컨설팅 서비스에 접근 할 수 있는 여건이 조성되어 있다.

이 펀드는 평균 5,000 EUR의 여신(대출기간 약 2년) 제공을 통해 실현가능성이 있는 사업 아이디어를 보유한 창업기업 및 신생기업(설립이후 5년까지)을 지원하기 위해 설정되었다. 창업기업 및 신생기업에게 최고 EUR 10,000(약 2년 만기)의 단기 소액대출을 제공하는 은행의 신용 디폴트 리스크를 100% 보증한다는 것과, 소액여신이 창업 및 경영 컨설팅과 연계돼 있다는 점에서 혁신적이라고 평가받고 있다.

이 펀드는 독일 마이크로 금융 연구소(Deutsch Microfinance Institute, DMI)와의 협력 하에 신생 및 창업기업을 지원하고 있다. DMI는 은행(특히 시중은행인 GLS Bank)과 제휴해 여신을 제공하는 지역 금융중개사 및 보증기금을 설립하기 위한 연방 인가 체제(federal accreditation mechanism)를 구축했다.

신생 및 창업기업을 지원 대상으로 하는 이 펀드의 최대 여신 한도는 10,000 EUR이며, 대출기간은 약 18개월, 대출금리는 연 10%, 상환조건은 거치기한 없는 월 균등상환 조건이다. 대출 취급 은행은 이자 소득의 일부(현재 월 5%)를 여신 채무 보증에 대한 수수료로서 펀드에 지불하는 한편 창업지원센터와 같은 마이크로 금융 지원기관에 대출기업의 계좌 데이터를 제공한다.

마이크로 금융 펀드의 운용 포트폴리오를 보면, 68%가 채권 투자로 운용되고 있으며, 2007년 이후 급격하게 증가하는 추세를 보이고 있으며 연평균 36%의 증가세를 보이고 있다.

독일의 마이크로 금융 펀드는 앞서 언급한 바와 같이 소액 대출에 따르는 시중은행의 디폴트 리스크를 100% 보증한다는 것과 함께, 창업 및 경영 컨설팅과 연계되어 있다는 점이 특징이다. 우리나라는 금융기관의 휴면예금을 출연 받아 설립된 미소금융이 대표적인 소상공인 창업 금융지원 프로그램이라 할 수 있다. 그러나 미소금융은 요건이 까다롭고 대출신청에서 집행까지 시간이 소요된다는 지적을 받고 있다.

독일 마이크로 금융 펀드의 시사점은 지원 메커니즘 차원에서 찾을 수 있다. 독일 마이크로 금융 펀드는 은행과 독립적인 창업 자문 전문기관(우리나라의 경우 소상공인 진흥원)의 컨설팅을 거쳐야 한다는 점에서 유사하나, 자문 기관에서 대출기업의 금융 정보를 제공함으로써 지속적인 모니터링과 자문 서비스 제공이 가능하다는 것이 차이점이라 할 수 있다. 우리나라 미소금융의 경우 창업 기업의 생존율을 높이고 나아가 창업 기업이 매출액과 고용을 확대 할 수 있도록 사후적이고 지속적인 관리 및 자문 메커니즘의 도입이 필요한 실정이다.

2. 교육·자문지원정책

1) 교육·자문지원 정책의 종합분석 및 특징

(1) 교육·자문지원 정책

해외 주요 선진국의 교육·자문지원 정책은 다채로운 특성을 보이고 있다. 각국의 경제상황에 따른 특징을 보이고 있으나 G7은 특화 및 주문형 서비스를, Big countries는 보다 일반적인 지원 정책을 펼치고 있다.

G7 국가 중 미국과 일본은 지방자치단체, 대학 등과 연계된 지역 특화형 자문 서비스를 제공하는 반면 영국과 독일의 경우에는 소상공인업체에 근무하는 종업원에 특화된 교육 및 자문 정책을 실시하고 있다. 특정 부문에 지원을 집중하는 나라는 수출 지원에 주력하는 중국, 정보기술 및 철강, 농업 등 주력 업종에서 기업가 훈련을 제공하는 인도 등을 들 수 있다. 멕시코, 인도네시아, 터키, 사우디 등은 일반적인 경영 컨설팅 등에 주력하는 양상을 보이고 있다.

(2) 캐나다 비즈펠 프로그램

캐나다 산업부가 주관하는 비즈펠 프로그램은 온라인 상에서 창업과 관련된 다양한 인허가 및 규제사항을 확인하고, 구체적인 상황에 대한 답을 도출할 수 있도록 구축한 자문 서비스이다. 특정 업종, 예를 들어 식당을 개업할 경우 식당 개업과 관련되어 위치 선정과 간판, 주류 판매 여부, 심지어는 영업활동 시 틀어놓는 배경음악과 관련된 규제 등 아주 구체적인 사안에 대한 상세한 정보를 질의 응답 형태를 통해 제공하고 있다.

우리나라의 소상공인진흥원도 웹사이트를 통해 컨설팅 관련 정보나 상권 정보, e-러닝 등의 다양한 정보를 제공하고 있으나 규제나 면허 관련 정보는 상대적으로

빈약한 것으로 평가받고 있다. 이에 따라 수시로 개정되는 다양한 인허가 및 규제 상황에 대한 일종의 포털 사이트의 필요성이 있는 것으로 판단된다.

<표 3-6> 주요 국가별 소상공인 교육·자문지원 정책

국 가	정책명	주요 내용	특징
미 국	소기업개발센터 자문 프로그램	지방자치단체와 대학이 연계되어 광범위한 자문 서비스를 제공	지방 대학 내 별도 조직으로 운 영되는 경우가 대부분
일 본	지역력 제휴 거점사업	농업, 공업, 상업 등의 제휴를 위 하나 전국 네트워크를 구축하여 경영능력 향상, 창업, 사업승계 등의 지원 사업을 전개	상공회의소, 상공회 연합회, 중 소기업지원센터, 금융기관, 학교 등의 거점 기관과 파트너, 코디 네이터를 구성
독 일	저숙련 및 노년층 근로자 교육훈련	소상공인 업체에 근무하는 경력 4년 이하의 저숙련 근로자와 45 세 이상의 고령 근로자의 숙련향 상 프로그램	숙련도가 낮거나 고령으로 노동 시장에서 취약한 지위를 가진 근로자를 집중 지원
영 국	Train to Gain 프로그램	소상공인에게 요구되는 주문형 지식과 기술을 종업원과 고용주 에 교육	종업원에게는 훈련비를 전액 지원
이탈리 아	중고등학교와 직업학교를 위한 기업가 활동 훈련	학교 수업과정에서 창업교육을 도모	교육기관과 기업의 협력을 통한 실천을 통한 학습을 우선시
캐나다	비즈팰	소상공인 창업 관련 규제와 면허 관련 정보를 인터넷으로 제공	구체적인 사안에 대한 Q&A 형 태의 구성
호 주	소기업 온라인 프로그램	소상공인의 e비즈니스 능력 향상 을 위한 보조금 지급	-

자료 : 「G20 소상공인 정책에 관한 연구」(2010)에서 재정리

2) 해외 교육·자문지원 정책의 시사점 : 캐나다 비즈팰

(1) 제도의 연혁과 목적

비즈팰(www.bizpal.ca)은 기업들이 각급 정부로부터 사업 ‘라이선스(licence)’와 ‘

허가(permit) 관련 정보를 얻기 위해 여러 정부 기관을 일일이 방문하거나 별도의 컨설팅을 받을 필요 없이 개업하고자 하는 업종별로 인터넷상에서 일괄 처리로 관련 정보를 제공하는 원스톱 서비스이다. 창업자들은 웹상에서 비즈팸을 통해 사업 계획의 전반적 내용을 설명하면 관련 정보를 얻게 된다.

비즈팸은 2005년 12월~2006년 상반기 시험 서비스를 제공한 이래 현재 캐나다 8 개 주 및 준주에서 운영되고 있는 가운데 온타리오주에서는 25개 지방정부가 운영 하고 있는 등 캐나다 전 지역으로 확대되고 있다. 지방자치단체별로 상이한 창업 및 환경 관련된 다양한 규정과 규제에 대해 사전적으로 알려줌으로써 창업자는 보다 내실 있는 사업 기획의 기회를 확보하게 된다.

(2) 지원 내용과 대상

지원 대상은 창업을 하고자 기획하는 모든 사람들이라 할 수 있다. 온라인에서 지원하는 업종은 관광, 자동차 및 기계류 수리, 제조업, 개인 서비스업, 식당, 이발소, 서점 등으로 아주 세분화되어 개인 창업에 관한 업종이 망라되어 있다.

(3) 서비스 제공의 형태

창업을 원하는 사람은 비즈팸의 Q&A 마법사를 통해 기업의 종류와 위치를 먼저 선택하고 이후 일련의 질문에 응답하게 되는 구조다. 예를 들어 비즈팸이 제공하는 질문에는 '임시 간판을 설치할 것인가? 아니면 영구 간판 설치를 원하는가?' 혹은 '기존 구조를 변경할 것인가' 등이 포함된다. 이후 이러한 응답에 기반해 여러 정부 기관에서 필요로 하는 허가 및 라이선스 리스트를 제시받게 된다. 또한 각각의 필요 허가 및 라이선스를 클릭함으로써 ① 간략한 설명, ② 사전조건 혹은 현장 확인 필요 여부, ③ 추가 정보 링크 및 연락처, ④ 신청 양식 등의 추가 정보에 접근할 수 있다. 신청양식이 필요한 경우 직접 신청양식을 내려 받을 수 있다.

서비스의 주된 내용은 허가와 라이선스에 초점을 맞추고 있으나 지역 정부 위치 정보 및 연락처 등과 같은 일반 정보도 포함되어 있다. 예를 들어 식당 개업의 경우, 지역을 선정하게 되면, 자신의 건물에서 개업을 할 것인지, 임차를 할 것인지부터 시작해서 건물 외벽에 간판을 걸 것인지, 주류를 팔 것인지, 고속도로변에 위치할 것인지, 외부에 카페를 설치할 것인지, 고객을 위해 음악을 틀 것인지 등에 대해 아주 자세한 설문을 예/아니오로 대답하게 하는 형식을 갖추고 있다. 뒤이어 이러한 정보를 기반으로 지역별 관련 규제와 인허가 사항에 대한 구체적인 정보를 출력할 수 있다.

(4) 평가와 시사점

캐나다 산업부는 비즈팰에 대한 평가를 다음과 같이 하고 있다. 비즈팰은 창업 기획단계에서 어떠한 준비가 필요한지에 대해 구체적인 준비를 할 수 있도록 도움으로서 창업준비자의 비용 절감에 기여하고 있다.

우리나라도 다양한 지원정책 및 인허가 관련 규제가 복잡한 상황에서 소상공인의 창업에 따른 지원 및 인허가 관련 정보를 체계적으로 제공하는 것이 바람직하다. 소상공인 진흥원 홈페이지에서도 창업과 관련된 다양한 서비스를 제공하고 있으나, 대부분 관련 제도에 대한 설명 위주로 구성되어 있거나, 창업 자가 진단의 경우에는 소질, 입지분석, 수익 손익분기점 등으로 온라인 컨설팅의 방향이 상이한 설정이다.

캐나다 비즈팰의 경우 인허가 관련 사항에 대한 Q&A로 내용이 비교적 제한적으로 구성되어 있으나, 우리나라의 경우 인허가 관련 사항 외에도 세제 및 기타 금융 관련 등으로 서비스 제공의 외연을 넓힐 수 있다.

<표 3-7> 서비스 수요자와 공급자 차원에서 비즈팰의 장점

구분	기업 고객/창업자 (서비스 수요자)	정부 및 협력기관 (서비스 공급자)
시간 절약	<ul style="list-style-type: none"> • 단 한 차례 방문으로 모든 관련 정부기관 방문 효과 • 주 7일, 하루 24시간 가동 • 인터넷 접속 지역이면 어느 곳에서도 접근 가능 • 허가 및 라이선스에 대한 링크 및 접근 • 기업 활공의 영향을 사전에 알 수 있음 • 기업 준수(compliance), 창업 시간 단축 	<ul style="list-style-type: none"> • 고객 응대 시간 단축 • 답변 불가능 질문 감소 • 기업 지원 센터 신입 직원 교육용 도구 역할 제공
비용 감축	<ul style="list-style-type: none"> • 민간 중개 비용 감소/제거 • 법률 전수 증가에 따라 벌금 감소 • 창업 기업의 문제점 조기 발견 	<ul style="list-style-type: none"> • 법률 준수 증가 • 집행 비용 감소 • 기존 웹 투자 레버리지 활용
정부 서비스 및 창업 계획 개선	<ul style="list-style-type: none"> • 명확한 정보 제공 • 정보에 대한 간편하고 손쉬운 접근 • 준수 실태에 대한 지식 확대 • 예기치 않은 정부 요건 감소 • 허가 및 라이선스 요건을 사전에 인지할 수 있음 • 기업 상황별 맞춤 결과물 제공 	<ul style="list-style-type: none"> • 모든 정부기관에서 요구하는 요건에 대한 복합적 정보 제공 • 고객 만족은 직원 만족으로 이어짐 • 요건에 대한 전체 리스트 제공 • 프로그램 규정 충족 확대 • 관할 기관의 경쟁우위 수단 제공 • 협력이라는 관점에서 서비스 이전의 용이성 확대 • 허가 및 라이선스를 위한 추가적 행정의 필요성 제거 • 미래의 여타 프로젝트를 위한 정부기관 간 협력

자료 : 「G20 소상공인 정책에 관한 연구」(2010), 소상공인진흥원, 정책연구 10-02, 41쪽

3. 기술지원정책

1) 기술지원 정책의 종합분석 및 특징

기술지원 정책은 교육 및 자문지원 정책과 마찬가지로, 선진국의 경우 특화 지원, Big Countries의 경우 상대적으로 일반적인 지원의 형태를 띠고 있다. 일본의

경우 지역별로 특색 있는 소재나 기술과 관련되어 상품개발이나 판로개척과 연계된 기술개발을 지원하고 있으며, 독일의 경우 자동차 부품업체나 전자업체를 대상으로 경영환경변화에 대응하는 기술 지원을 제공하고 있다.

Big Countries의 경우에도 이도는 식품가공 분야의 영세성을 탈피하기 위한 기술 개발과 함께 식품위해요소중점관리기준(HACCP, Hazard Analysis and Critical Control Points) 인증을 지원하고 있으며 호주의 경우 섬유·의복·신발 업종 소기업 지원 등 업종별 특화 지원 제도를 운영하고 있다. 중국, 멕시코, 터키 등의 기술지원제도는 특정 업종에 국한된 성격을 가지고 있지 않다.

<표 3-8> 주요 국가별 소상공인 기술지원 정책

국 가	정책명	주요 내용	특징
일본	지역 자원 및 전국 전개 프로젝트	지역의 특색 있는 소재나 기술을 활용하여 Japan 브랜드 확립을 목표로 함	지역 자원을 이용한 상품 개발과 판로지원 등을 종합지원
독일	Micro-Inno-Change 프로그램	경영환경변화에 따른 기업의 대응방안 모색을 지원하며, 자동차 부품업체와 전자업체 등이 대상	스페인, 네덜란드, 이탈리아와 공동으로 프로그램을 추진
이탈리아	첨단기술센터 프로그램	정보통신, 자동차, 전자 부문 첨단 중소기업 지원	디지털 기술을 활용한 획기적 제품 혁신과 상용화를 지역 클러스터 기반에서 인프라 구축
캐나다	캐나다 기술동맹 프로그램	태나다 기술동맹이 프로젝트당 300만 CAD 범위 내, 프로젝트 비용의 33% 이내에서 투자 지원	투자금액은 로열티 방식으로 회수
호주	섬유·의복·신발 소기업 프로그램	대상 소기업의 의사결정 및 생산공정의 특성 개선을 유도	지원시 기획능력과 성장 지향성, 창조성 등을 평가

자료 : 「G20 소상공인 정책에 관한 연구」(2010)에서 재정리

소상공인을 위한 기술지원 정책의 경우 독일의 Micro-Inno-Change 프로그램이 주목할 만하다. 독일의 MIC는 경영환경과 기술변화에 소상공인이 대처하기 위한 구체적인 방법들을 제시함으로써 소상공인이 당면한 문제에 대한 맞춤형 해결방안으로 모색하고 있다. 특히 이 제도는 인접국가와의 공동프로그램이라는 점에서, 각

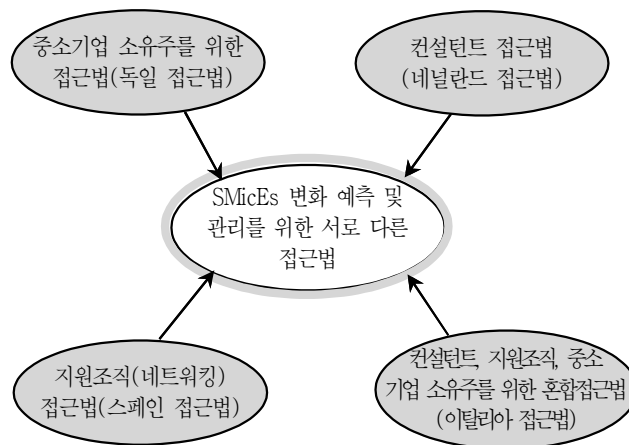
국별로 처한 상황과 소상공인의 기술개발의 조화를 꾀했다는 점에서 관심을 끌고 있다. 소규모 제조업 기반의 기술 수준 제고라는 측면에서 우리나라 국민경제에 시사하는 점도 클 것으로 판단된다.

2) 기술지원 정책의 시사점 : 독일의 Micro-Inno-Chang 프로그램

(1) 제도의 연혁과 목적

소상공인의 환경 변화 관리에 대한 혁신적 접근법이라 할 수 있는 MIC(Micro-Inno-Change)는 경영 개선과 경영환경 예측, 그리고 성공적인 기업 구조조정을 위한 개념 및 모델 개발·시험을 위한 프로젝트로서 2005년 시작돼 2007년 완료되었다. 이 프로그램은 독일 외에도 네덜란드, 스페인, 이탈리아 4개국이 공동으로 참여하고 있다. 소상공인이 직면하는 경영 및 기술 환경 변화에 대한 구체적인 대응방안 모색을 목표로 하고 있으며 국가별로 업종별 상황에 맞도록 프로그램 지원 내용을 다양화한 것이 특징이다.

<그림 3-1> MIC 프로그램의 목적



SMicEs 변화 예측 및 관리를 위한 접근법

자료 : 「G20 소상공인 정책에 관한 연구」(2010), 소상공인진흥원, 정책연구 10-02, 45쪽

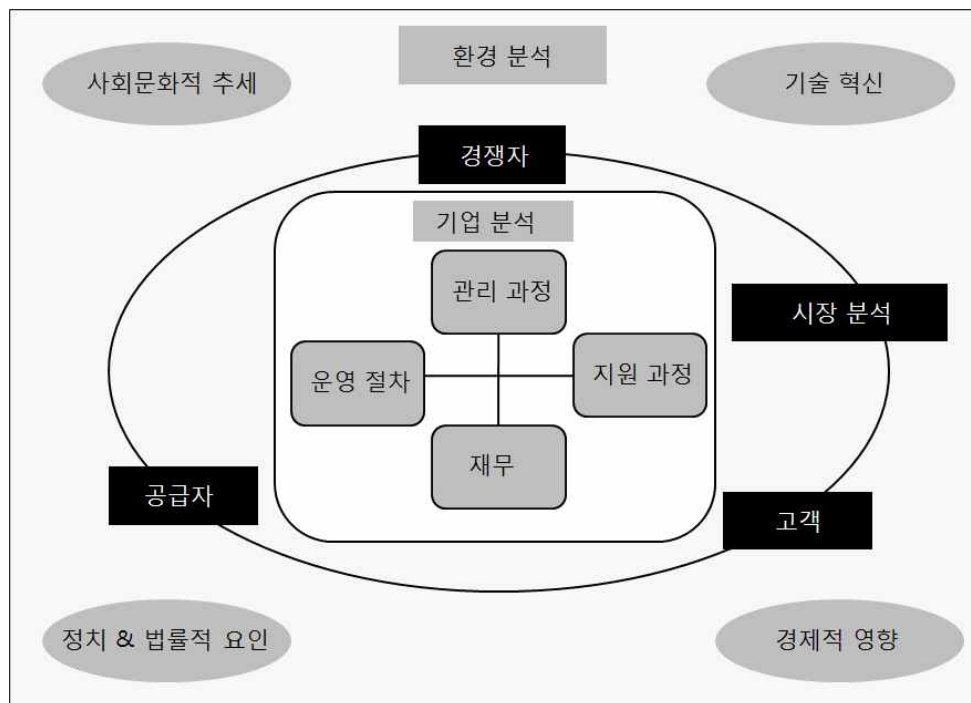
(2) 지원 내용과 대상

독일은 자동차 부품, 네덜란드는 기계, 스페인은 금속가공, 이탈리아는 목공업종의 1~9인 이하의 소상공인과 50인 미만의 소규모 기업을 대상으로 한다. 기업경영 환경과 미래 환경 예측을 위해 개발된 도구는 환경분석, 고객분석, 경쟁자 분석 등으로 구성되어 있다.

- ① 퀵-체크(Quick-Check) 환경 분석 : 5점 척도로 현재의 경영환경을 입력하면, 분석 결과를 도표로 출력하는 엑셀 파일이다. 이 환경분석에는 정치 및 법률적 요인, 경기 및 금리 등의 경제적 요인, 사회 문화적 추세, 기술 혁신 요인으로 구성되어 있다.
- ② 퀵-체크 고객 분석 : 고객의 특성과 향후 고객의 변화 양상에 대한 입력 후 분석결과를 출력하는 엑셀파일. 고객 분석에는 고객 획득의 필요성, 고객유지 및 고객 확보 기회 대안 등을 제시한다.
- ③ 퀵-체크 공급자 분석 : 원자재 공급자의 특성과 향후 공급시장 변화양상에 대한 입력 및 분석결과 출력 엑셀 파일. 부가가치 창출 과정에서 공급자의 신뢰도나 다른 공급자 탐색 필요성 등에 대한 점검을 제시한다.
- ④ 퀵-체크 경쟁자 분석 : 경쟁 기업의 특성과 향후 경쟁 구도 변화양상에 대한 입력 및 예측 분석 결과를 출력하는 엑셀 파일. 경쟁자 분석을 통해 현재 시장 포지셔닝 및 경쟁 전략과 관련된 지향점을 도출한다.
- ⑤ 퀵-체크 재무 분석 : 기업의 현재 재무상황 입력 및 예측 분석결과를 출력하는 엑셀 파일. 유동비율이나 자기자본 비율, 현금흐름 및 매출액과 같은 핵심적인 장단기 재무 지표 데이터 분석을 통해 개선요인을 도출한다.
- ⑥ 예측 계기판(Anticipation Cockpit) : 조종석의 계기판처럼 우선순위와 반드시 수행해야만 하는 항목에 대한 현재의 상황을 일목요연하게 정리하는 문서양식이다.

MIC 프로젝트의 분석 결과에 따르면, 소상공인은 전략을 수립한다하더라도 전략적 계획에 소요되는 시간이 매우 짧으며, 혁신 활동도 실제적 필요가 아닌 심리적 압박에 의해 수행되는 특성을 보이고 있다. 이 프로젝트는 이러한 소상공인의 미래 전략 수립 과정의 한계를 극복하고 보다 체계적인 미래 환경 변화에 대처하기 위한 실질적인 도움을 주는 것을 목표로 한다.

<그림 3-2> MIC 프로그램의 구성



자료 : 「G20 소상공인 정책에 관한 연구」(2010), 소상공인진흥원, 정책연구 10-02, 48쪽.

(3) 평가와 시사점

소상공인 진흥원에서 창업자가진단이라는 유사한 서비스를 온라인으로 제공하고 있다. 그러나 창업자가진단 서비스는 업종구분이 음식점, 서비스업, 소매업으로 국한되어 있으며, 진단항목의 경우에도 테이블 단가나 회전수 등으로 상대적으로 협소하다는 평가를 받고 있다. 이에 비해 MIC 프로그램은 제조업 중심이며, 경기변

동이나 사회적 변화 예측, 경쟁자를 감안한 미래 기술 동향 및 예측 등 주로 예측 위주의 분석 결과를 제시한다는 것이 차이점이다. MIC 프로그램에서 제시하고 있는 엑셀 파일의 알고리즘 분석을 통해 우리나라 소상공인의 현실에 부합하는 진단 및 예측 시스템 구축이 가능할 것으로 판단된다.

4. 판로지원정책

1) 판로지원 정책의 종합분석 및 특징

소상공인의 제품이나 서비스에 대한 판로 지원 정책을 크게 세 가지로 분류할 수 있다. 첫째, 정부 조달을 통해 소상공인의 매출액 증대와 사회적 신뢰도 제고라는 두 마리 토끼를 동시에 획득하는 정책이 있으며, 둘째는 브랜드 컨설팅이나 국내의 시장정보 제공하는 방식이다. 셋째는 해외 시장 개척을 위한 수출 지원 정책이 있다.

미국이나 호주, 남아공은 제도적으로 특정 조달이나 조달의 일정 비율을 소상공인으로부터 의무 구매하는 지원 정책을 시행하고 있다. 일본은 지역의 특색 있는 브랜드를 육성해 소상공인을 지원하고 있으며, 인도와 인도네시아는 소상공인을 위한 판매 전시장 설립 시 자금 지원, 별도 법인의 설립을 통한 판로 지원 등의 정책을 펼치고 있다. 캐나다, 터키, 아르헨티나의 경우 소상공인의 해외 시장 진출을 위해 정보 제공 및 자문을 지원하고 있다.

세계 시장을 지향하는 지역 판로 개척 사업인 일본의 소상공인 신사업 전국전개 지원사업(지역자원 전국전개 프로젝트)이 주목할 만한 것으로 평가받고 있다. 이 지원사업은 지역의 특색 있는 기술이나 소재를 활용해 세계적인 Japan 브랜드로 육성하는 것을 목표로 하고 있다. 이를 위해 지역의 농수산물, 기술은 물론이고, 지역 명소나 시설 같은 관광 측면의 자원도 결합시켜 지역 소상공인의 판로를 개척하도록 지원하고 있다.

<표 3-9> 주요 국가별 소상공인 판로지원 정책

국 가	정 책 명	주 요 내 용	특 징
미국	소상공인 조달 참여 프로그램	중소기업법 8(a)조에 따라 중소기업청과의 계약을 통해 특정 조달건을 이 8(a)조항에 부합하는 소기업을 통해 조달	개발단계와 전환단계로 나누어 총 9년 간 지원가능하고 졸업하게 함으로써 많은 소기업들에게 혜택을 부여
일본	지역 자원 및 전국 전개 프로젝트	지역의 특색 있는 소재나 기술을 활용하여 Japan브랜드 확립을 목표로 함	지역자원을 이용한 상품개발과 판로지원 등을 종합지원
캐나다	소상공인 수출지원 프로그램	소상공인을 위한 해외 시장 정보, 상담 및 자문을 시행	연방정부와 지자체 간의 제휴 기관인 Team Canada Inc를 통해 지원
인도	여성소유기업의 강화	여성 소상공인을 위한 제품 전시 및 판매 전시장 설립 시 자금 지원 및 수출 지원	여성 소상공인 특화 지원
호주	중소기업 의무 구매	정부기관의 공공조달 시 계약액의 최소 10~20%를 중소기업 의무구매	조달과정의 투명성과 개방성을 보장
남아공	국가조달 프로그램	공공 및 민간 부문 조달에 대한 참여 및 입찰기회 제공	소상공인 및 중소기업의 입찰사유 작성 지원

자료 : 「G20 소상공인 정책에 관한 연구」(2010)에서 재정리

2) 판로지원 정책의 시사점 : 소상공인 신사업 전국전개 지원사업

(1) 제도의 연혁과 목적

본 사업은 지역의 특색 있는 소재나 기술을 활용해 세계에서 인정받을 수 있는 우수한 브랜드 육성지원사업인 「JAPAN 브랜드」의 확립을 목표로 하는 프로젝트이다. 2006년부터 지역의 소상공인을 지원하기 위해 도입 실시된 판로개척 지원 사업을 전개하고 있다.

(2) 지원 대상

지원 대상은 지역 소상공인과 제휴하여 지역자원을 활용한 특산품 개발·판로 개척이나 관광객 유치 등 사업을 실시하는 상공회, 상공회의소 및 지역 상공회연합회이다(전국 약 200개). 현재 ① 지역의 자원(농수산물, 문화, 기술 등)을 활용한 새로운 제품(특산품)의 개발이나 개량 및 판로 개척하려는 사업, ② 지역의 자원(명소, 시설, 산업 등)을 활용한 새로운 서비스사업이나 판로개척의 홍보 및 환로 개척하려는 사업을 지원하고 있다.

(3) 사업 내용

<표 3-10> 소상공인 신사업 전국전개 지원사업 지원내용

사업명	구분	지원 내용
① 특산품·관광 자원개발 및 판로개척	기본사업	<ul style="list-style-type: none"> • 상공회·상공회의소가 소상공인과 협력해 실시하며, 지역자원(농수산물, 문화, 기술, 산업 등)을 활용한 특산품 개발이나 판로 개척 등 국내 시장을 겨냥한 신사업 전개를 광범위하게 지원 • 1건당 800만 ~ 900만 엔 정도
	조사연구 사업	<ul style="list-style-type: none"> • ①의 사업계획 수립에 관한 조사연구사업에 대해 1건 당 200만 엔 정도 지원 ※ ①, ②를 합하여 전국 각 200개소 정도 보조
	지역매력 환대사업	<ul style="list-style-type: none"> • 지역자원을 활용한 다양한 특산품, 관광자원 등을 묶어 일정기간에 집중적으로 실시하는 새로운 형태의 판로개척 또는 보급에 관한 지원사업 • 1건당 500만 엔 정도 ※ 전국 약 30개소 정도 보조
② 상품개발·판로개척 지원 위한 전문가 파견		백화점 바이어 등 전문가의 자문을 받아 상공회·상공회의소에서 파견, 각지의 소규모사업자 등이 실시하는 상품개발이나 판로개척을 지원
③ 상담·전시회		전국 백화점 바이어나 유통업자 담당자 등을 초청하여 각지에서 개발된 특산품 등을 한자리에 모은 상담·전시회를 개최, 제품 정보 제공이나 소비자 니즈의 조사 등 판로 개척을 지원

자료 : 「G20 소상공인 정책에 관한 연구」(2010), 소상공인진흥원, 정책연구 10-02, 52쪽.

특산품·관광자원개발 및 판로개척, 상품개발·판로개척 지원을 위한 전문가 파견, 상담·전시회 개최 등 사업으로 구분해 지원한다.

(4) 2009년 채택사업의 예

2009년에는 농상공이 제휴한 히메지산 설탕을 이용한 특산품(과자) 개발, 식용 국화 특산품 개발 및 관광 진흥 프로그램 수립 사업, 다시마를 활용한 고부가가치의 가공식품 개발에 의한 지역 음식 산업의 재구축, 창업 및 고용 창출 촉진 지역의 창조 제조기술을 이용한 새로운 창조 제품의 개발 및 지역 브랜드 형성으로 판로개척 등을 지원사업으로 채택했다.

(5) 지원 실적 및 예산

2006년 이래 매년 200여건 이상의 사업을 채택하여 1개 기관(사무소)당 약 1,000만 엔 정도씩 보조금을 지급했다.

<표 3-11> 소상공인 신사업 전국전개 지원사업 실적

구 분		2006년	2007년	2008년	2009년
채택건수	상공회	123	136	174	144
	상공회의소	84	97	97	97
	계	207	233	271	241
예산 (억 엔)		25.1	25.1	24.6	26.5

자료 : 「G20 소상공인 정책에 관한 연구」(2010), 소상공인진흥원, 정책연구 10-02, 53쪽.

(6) 평가와 시사점

소상공인 신사업 전국전개 지원사업은 지역 자원의 특색을 살린 신제품의 개발

이나 전국적인 판로 개척, 관광자원 개발 및 지역 브랜드의 형성을 위해 폭넓게 지원하고 있다. 전국적 규모의 네트워크를 갖추고 있는 상공회 및 상공회의소 조직이 주축이 되어 전국 규모의 시장을 겨냥하여 실시하면서 지원대상 사업의 채택은 지역 상공회 및 상공회의소의 사업계획서 공모를 통해 발굴하고 있다.

지역의 공설시험연구기관 등 중소기업 지원기관 종사자들로 구성된 사업추진위원회가 계획수립 단계부터 참여하여 지역자원의 개발에 조언하며, 지역밀착형으로 수행하고 있다. 소상공인에 의한 효과적인 신사업 전개를 위하여 농공상 제휴 등 다른 업종과 협력하여 입체적으로 추진하며, 「JAPAN 브랜드」육성지원사업과도 연계될 수 있도록 실시하는 것이 특징이다.

우리나라의 소상공인 전통시장 상품 브랜드 개발지원 사업과 유사하나, 지원 대상의 범위나 예산규모에 있어 큰 차이를 보이고 있다.

<표 3-12> 우리나라의 유사 판로개척 지원사업과의 비교

구 분	(일본) 소상공인 신사업 전국전개 지원사업	(한국) 전통시장 브랜드 상품개발 지원사업
지원대상	지역자원 활용하여 개발한 새로운 지역특산품 또는 서비스(관광자원)	지역특산품, 전통시장 상품, 가격경쟁력이 있는 공산품
지원내용	조사사업 실시, 전문가 파견, 상담전시회개최, 판로개척	우수상품의 브랜드 개발 상품전시회 개최
예 산	350억 원	8억원

자료 : 「G20 소상공인 정책에 관한 연구」(2010), 소상공인진흥원, 정책연구 10-02, 54쪽.

5. 기타 지원정책

1) 기타 지원 정책의 종합분석 및 특징

금융, 교육·자문, 기술 및 판로 지원의 범주에 넣기 힘든 지역개발이나 인증, 여

성 관련 정책 등이 이에 해당한다. 지역개발 관련 지원으로는 미국의 Hubzone 소기업 지원 프로그램, 일본의 중심시가지 활성화 사업 등을 들 수 있다. 이러한 지역개발 정책은 낙후된 지역이나 상대적으로 개발이 뒤쳐진 지역 소상공인을 지원하기 위한 프로그램으로 미국의 Hubzone은 조달 기회를, 일본 중심시가지 활성화 사업은 정보제공 및 조사를 특징으로 한다. 여성 소상공인을 위한 정책으로는 이탈리아의 NOW 프로젝트와 인도의 여성소유 기업 강화 정책 등을 대표적 사례로 들 수 있다. 한편 남아공의 사회계획 프로그램은 소상공인이 창출한 고용 기회를 지속시켜 이 자리를 보존하는 것에 무게중심을 두고 있다.

<표 3-13> 주요 국가별 소상공인 기타 지원정책

국가	정 책 명	주요 내용	특징
미국	낙후지역(Hub Zone) 소기업지원 프로그램	저소득층 지역 소기업에게 연방정부 조달 계획의 기회를 제공	국세청이 지정한 저개발 지역으로 소득이 낮고 실업률이 높은 지역 대상
일본	중심시가지 활성화 사업	낙후된 도심 상업지구의 활성화를 위한 전문가 파견 및 진단 어드바이스	중심시가지활성화협의회 지원센터 중심으로 상담 정보제공 및 조사 연구 등을 실시
이탈리아	New Opportunities for Woman 프로젝트	여성이 경영하는 소기업을 대상으로 설비 보조금으로 투자금액의 50%, 서비스 보조금으로 지출액의 30~40%를 지원	창업, 기존기업 인수, 혁신활동 등 여성 소상공인에 대한 전방위 지원
중국	혁신기업 인증	첨단산업개발단지 클러스터에 속하는 첨단 중소기업에 대한 조세 지원	2년간 소득세 면제
인도	여성 소유 기업의 강화	여성 소상공인에 대한 보증비율 80%확대, 전용클러스터 구축 및 전시장 설립 자금 지원	여성 소상공인에 대한 다각도 지원
남아공	사회계획 프로그램	고용감축 비용을 줄이고 일자리를 창출하기 위해 해고 위기 기업의 컨설팅 비용의 65%를 지원하고 자금 및 기술지원을 통해 해고 방지를 위해 지원	일자리 보호 차원의 시책

자료 : 「G20 소상공인 정책에 관한 연구」(2010)에서 재정리

미국의 Hubzone(Historically Underutilized Business Zone) 사업은 저개발 지역에 위치한 중소기업에 연방정부 조달계약의 우선권을 부여함으로써 고용창출과 자본투자를 유도하는 지원정책으로서 주목할 만한 사례로 평가받고 있다. 미국 정부는 2003년 이후 연방 조달 금액의 3%를 Hub Zone에 위치한 중소기업에서 조달하도록 목표를 설정하고 있으며, 이러한 정책목표에 매년 꾸준히 접근하는 것으로 나타났다.

2) 기타 지원 정책의 시사점 : 미국의 Hub Zone 프로그램

(1) 제도의 연혁과 목적

미 중소기업청(SBA)의 ‘허브존 시책(HUBZone Program)’은 저개발지역에 위치한 중소기업에 연방정부 조달계약의 우선권을 부여함으로써 고용을 창출하고 자본투자를 확대해 지역 경제발전을 이루는 낙후지역개발 정책이다. 동 시책은 도심 빈민 지역 개발을 위해 제정된 ‘1997년 중소기업청재인증법(Small Business Administration Reauthorization Act of 1997)’, 일명 ‘1997년 허브존법(HUBZone Act of 1997)’에 법적 근거를 두고 있다.

허브존은 역사적·경제적으로 낙후된 지역으로 보다 구체적으로는 미노동부의 최근 통계에 집계된 가계 중앙소들이 州 평균의 140%를 상회하는 지역을 의미한다.

(2) 지원 내용 및 대상

허브존에 대한 상기 기준에 따라 ① 센서스 지대 ② 비도심 카운티 ③ 인디언 보호구역 ④ 재지정 지역 ⑤ 개발난항 지역 ⑥ 군기지 폐쇄 지역 등 주로 6개 지역이 허브존 시책의 수혜를 받고 있다.

- ① 센서스 지대 : 미국 의회가 저소득층주택세액공제(low-income-housing tax credit) 프로그램을 통해 사용한 단어로, 주택도시개발부(HUD; Department of Housing and Urban Development)에 의해 그 범주가 관리되고 있다. 현재의 정의는 지역(area) 총소득 중앙값의 60% 미만 소득을 보유한 가계의 50% 이상을 보유하거나, 최소 25%의 빈곤율을 보유한 지역(tract)을 의미한다. 또한 이러한 기준 하나 혹은 둘 모두를 충족시키는 모든 센서스 지대의 인구는 지역 인구의 20%를 초과할 수 없다.
- ② 비도심 카운티 : 가장 최근의 센서스 결과를 토대로 도심지역에 위치해 있지 않으며, 비도심 州 가계 소득 중앙값의 80% 미만의 가계 소득 중앙값을 보유한 지역, 실업률이 국가 혹은 州 평균 실업률의 140% 이상인 지역, 개발이 어려운 지역을 의미한다.
- ③ 인디언보호구역 : 미국의 인디언 법령의 인디언 거주 지구와 같은 의미로 사용되고 있다. 재지정 지역 : 재지정지역은 경제적 기준에 더 이상 부합되지 않지만 2010 센서스 데이터 발표까지 유효한 센서스 지역 혹은 비도심 카운티를 말한다. 군 기지 폐쇄 지역 : 군 기지 재배치 및 폐쇄법(BRAC; Base Realignment and Closure Act)에 의거해 폐쇄된 군 기지의 외부 경계 내에 위치해 있는 지역으로 폐쇄 이후 5년간 허브존 지위를 인정한다.

허브존 시책의 적용을 받는 중소기업은 다음의 4가지 조건에 부합해야 한다. 우선, SBA의 중소기업 규모 기준에 부합해야 하고, 다음으로 미국 시민이 최소 51%의 지분을 갖고 기업을 통제해야 한다. 셋째, 최대 다수의 종업원이 근무하는 주사무소가 허브존에 위치해야 하고 마지막으로 전일제 종업원 35% 이상이 허브존에 거주해야 한다.

'1997년 중소기업청재인증법'은 연방정부의 중소기업 조달목표를 20%에서 23%로 상향조정한 가운데, 허브존에 위치한 중소기업으로부터의 조달목표를 2001년 2% 2002년 2.5% 2003년 이후 3%로 의무화했다. 이 같은 규정에 따라 2007 회계연도에는 허브존에 위치한 4,200여 인증기업이 총 81억 달러의 정부조달 계약을 체결할

수 있다. 2009년 1월말 현재 미국 전역에는 1만 4,000개 이상의 허브존이 존재하는 가운데 9,300개 이상의 인증기업이 허브존 시책에 참여하고 있다.

(3) 최근 실적과 경제적 성과

2006년 서베이 결과에 대한 미 감사원(GAO)의 보고서에 따르면 허브존 지정으로 고용이 증가했으며 자본 투자도 증가하는 것으로 나타났다. 또한 허브존 업체 조달 계약 비중도 해마다 지속적으로 증가하는 양상을 보이고 있다.

<표 3-14> 2005~2006 회계연도 SBA 허브존 업체 서베이 결과

연도	서베이 응답 허브존 기업수	허브존 인가 결과로 고용된 근로자 수	허브존 인가 결과로 고용된 허브존 거주 근로자 수	허브존 인가 결과로 증가한 자본투자(백만 \$)
2005	3,500	11,461	7,063	523.8
2006	3,460	12,826	9,489	372.6

자료 : 「G20 소상공인 정책에 관한 연구」(2010), 소상공인진흥원, 정책연구 10-02, 59쪽에서 재인용.

<표 3-15> 2003~2006 회계연도 소기업 원청계약 중 허브존 기업 비중

연도	총 원청계약 규모 (10억 \$)	허브존 업체 원청계약 규모 (10억 \$)	허브존 기업 원청계약 정부 목표 (%)	허브존 업체 원청계약 비중 (%)
2003	277.5	3.4	3	1.23
2004	299.9	4.8	3	1.60
2005	320.3	6.2	3	1.93
2006	340.2	7.2	3	2.11

자료 : 「G20 소상공인 정책에 관한 연구」(2010), 소상공인진흥원, 정책연구 10-02, 59쪽에서 재인용.

(4) 평가와 시사점

미국 허브존 정책의 특징은 첫째, 낙후 지역에 대한 지원이라는 점과 두 번째로 조달 시장에 대한 참여를 들 수 있다. 우리나라도 실업률이 높고 경제력이 뒤떨어지는 낙후 지역 소상공인에 대한 전략적 지원을 통해 지원 시책의 효과를 극대화할 수 있으며, 조달 시장 참여를 통해 소상공인의 대외 신뢰도 제고를 통한 경쟁력 강화라는 목표 달성도 가능할 것으로 판단된다. 단, 미국의 감사원 감사 결과에서 볼 수 있듯이, 지역 지정에 대한 엄밀한 검토와 대상 기업의 적격/부적격 절차에 대한 엄정한 심사 및 평가가 필요하며, 동 제도를 통해 일정 규모 이상의 성장을 거둔 기업에 대해 제도 참여를 졸업시키는 등의 보완 장치가 필요하다.

6. 특징 및 시사점 요약

위에서 고찰한 바와 같이 소상공인을 위한 지원정책은 국가의 위상마다 다소 차이를 보고 있다. 금융지원의 경우 G7 국가는 실업 문제 해결을 위한 창업 지원에, Big Countries의 경우에는 소상공인의 금융기관 접근성 제고를 위한 신용 보증에 무게 중심을 두고 있다. 교육·자문의 경우 금융지원에 비해 다채로우나 G7은 지역 특화 및 소상공인에 특화된 주문형 서비스를 제공하는 반면, Big Countries는 상대적으로 일반적인 경영 컨설팅 등에 주력하고 있다. 기술지원 정책은 일본이나 독일은 지역 특화, 경영 및 기술 환경 변화에 대응하는 지원, 인도의 경우 식품 가공분의 HACCP 인증 도입, 호주의 경우 섬유, 의복, 신발 업종 소기업 지원 등의 특색을 보이고 있는 것으로 나타났다. 소상공인의 판로 지원 정책은 크게 보아 공공부문 조달 시장에서 소상공인에게 특혜를 주는 정책과 해외 수출 시장 관련 정보 제공 등으로 나뉘지고 있다. 소상공인에 대한 기타 지원 정책으로는 상대적으로 저개발된 지역에 대한 지역 개발 차원의 접근이나 소상공인에 의해 창출된 일자리가 없어지지 않도록 지원하는 정책 등이 있다.

<표 3-16> 주요 국가의 대표적인 부문별 지원정책 일람

국 가	금융	교육·자문	기술	판로	기타
미 국	마이크로 론 프로그램	소기업개발센터 자문 프로그램	-	소상공인 조달 참여 프로그램	낙후지역(Hub Zone) 소기업지원 프로그램
일 본	소규모 기업설비자금대출	지역력 제휴 거점사업	지역 자원 및 전국 전개 프로젝트	지역 자원 및 전국 전개 프로젝트	중심시가지 활성화 사업
독 일	마이크로 금융펀드	저숙련 및 노년층 근로자 교육훈련	Micro-Inno-Change 프로그램	-	-
영 국	기업자본기금 (ECFs)	Train to Gain 프로그램	-	-	-
이탈리아	특정 분야 지원	중고등학교와 직업학교를 위한 기업가 활동 훈련	첨단기술센터 프로그램	-	New Opportunities for Woman 프로젝트
캐나다	캐나다 소기업 기업금융 프로그램	비즈펠	캐나다 기술동맹 프로그램	소상공인 수출지원 프로그램	-
중 국	간접 금융 지원	소상공인 수출지원	혁신기금을 통한 기술개발자금 지원	-	혁신기업 인증
인 도	포트폴리오 리스크 펀드	기업가 개발 프로그램	기술 및 품질향상 지원	여성 소유 기업의 강화	여성 소유 기업의 강화
멕시코	소상공인 및 중소기업 진흥기금의 기업 성장 단계별 지원 프로그램	소상공인 및 중소기업 진흥기금의 젊은 기업가 지원 프로그램	PIAPYME(중소기업 통합지원 프로그램)의 수출 경쟁력 강화 지원	-	-
인도네시아	협동기업과 영세기업을 위한 생산적 재정 프로그램	새로운 소상공인 개발 프로그램	-	소상공인 및 중소기업 마케팅 서비스 기구의 지원	-
터 키	중소기업 이자 지원	중소기업 개발기구의 자문 및 교육 지원	R&D, 산업재산권 및 정보기술 지원	박람회 참가 지원	-
호 주	-	소기업 온라인 프로그램	섬유·의복·신발 소기업 프로그램	중소기업 의무 구매	-
사우디	중소기업신용보증프로그램	인적자원개발 기금의 소기업 지원	-	-	-
아르헨티나	대출금리 보조	경영자 훈련	-	수출촉진	-
남아공	Khula 조인트 벤처	테크노서브 프로그램	사회적 영향을 위한 기술이전 프로그램	국가조달 프로그램	사회계획 프로그램

제 4 장

대전지역 소상공인 실태조사

제1절 실태조사 개요

제2절 조사결과 분석

제 4 장 대전지역 소상공인 실태조사

제1절 실태조사 개요

1. 조사개요

본 실태조사는 「소상공인진흥원」에서 3년마다 시도별 전국단위로 실시되는 「2010년 전국 소상공인 실태조사」 자료를 활용한다. 소상공인의 업종이 매우 다양하고 사업체수 및 종사자수가 많아 실태조사를 위한 조사설계가 매우 어렵기 때문에, 신뢰도가 높은 소상공인 전문기관에서 수행하는 실태조사 자료를 활용하였다.

또한 시도별 전국단위로 실시하였기 때문에, 대전의 소상공인 실태 특성이 다른 시도단위와 잘 비교될 수 있어 차별적인 특징을 파악할 수 있는 장점도 부가하여 입수할 수 있다.

1) 조사 배경

「소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법」 제10조의3(실태조사)에 근거에 따라 전국단위 소상공인 실태조사를 통해 소상공인의 경영현황 및 실태를 파악하기 위해 조사가 실시한다. 정부정책에 대한 수요조사 및 정책평가로 맞춤형 소상공인 수요정책 모색이 필요하기 때문이다.

소상공인 정책수요는 발굴 및 실효성 있는 소상공인지원시책 수립을 위해서는 기초통계 및 현황자료가 필수적이거나 현재는 미흡한 실정이고, 소상공인 실태조사는 주로 대기업, 중소기업 내용 조사의 일부분 또는 주요 현안 발생시 일회성으로 실시되어, 소상공인 관련 통계자료가 부족하며, 기존 통계도 일반현황 위주의 정보를

제공하고 있기 때문에 정책자료로 활용하는데 한계가 있다.

2) 조사 목적

소상공인 실태 및 현황파악과 시행된 정책의 성과평가 등을 종합적으로 조사하여 소상공인 종합대책 계획수립을 위한 기초자료로 활용하는 데 목적이 있다. 또한 기존 사업자 및 예비창업자, 학계 등에 대한 정보제공으로 소상공인 활성화 촉진 및 영어환경 변화에 대하여 신속한 대처능력 함양을 위한 정보제공에 있다.

3) 표본설계

- 조사대상 : 비농업부문 전국 소상공인 사업체
- 모집단 : 전국 16개 시·도의 소상공인 사업체
- 조사지역 : 전국 16개 시·도지역
- 조사업종 : 제조업, 전기·가스·수도업, 건설업 등 주요 13개 업종

업종(대분류)	세부업종	업종(대분류)	세부업종
제조업		부동산 및 임대업	
전기·가스·증기및수도	전기·가스·수도	전문·과학 및 기술서비스업	기술서비스
건설업		사업시설관리 및 사업지원 서비스업	사업서비스
도매 및 소매업	소매	교육 서비스업	
운수업	개인택시	예술·스포츠및여가 관련 서비스업	오락·문화·운동
출판·영상·방송통신 및 정보서비스업	출판·영상·정보	협회및단체·수리 및 기타 개인서비스업	수리·개인

- 표본크기 : 10,069개 사업체(유효표본)
- 표본오차 : ±0.97% (95% 신뢰수준)
- 조사기간 : 2010년 5월 17일 ~ 6월 25일 (약 6주간)

2. 응답자 특성

구 분		사례수	구성비	구분		사례수	구성비
전 체		10,069	100.0	전체		10,069	100.0
지 역	서울	1,275	12.7	업 체 형 태	본사	163	1.6
	부산	683	6.8		지사	84	0.8
	대구	625	6.2		독립점(단독사업체)	9,306	92.4
	인천	559	5.6		직영점	65	0.6
	광주	482	4.8		가맹점	451	4.5
	대전	488	4.8	입 지 유 형	전통시장	666	6.6
	울산	464	4.6		도로변일반상점	5,214	51.8
	경기	1,212	12.0		아파트상가	913	9.1
	강원	513	5.1		집합상가	667	6.6
	충북	528	5.2		백화점·할인점내	44	0.4
	충남	555	5.5		지하상가	46	0.5
	전북	520	5.2		주택가단독점포	1,404	13.9
	전남	559	5.6		공단	228	2.3
	경북	635	6.3		개인택시	765	7.6
	경남	579	5.8		기타	122	1.2
	제주	392	3.9	성 장 단 계	개점초기	570	5.7
업 종	제조업	1,123	11.2		성장기	1,104	11.0
	전기·가스·수도·건설업	720	7.2		성숙기·안정기	3,400	33.8
	소매업	1,680	16.7		쇠퇴기	4,427	44.0
	운수·통신업	786	7.8		폐업·업종전환고려기	568	5.6
	숙박·음식업	1,485	14.7	매 출 액	400만원 이하	5,867	58.3
	부동산·임대업	860	8.5		401~1,000만원	2,560	25.4
	교육서비스업	815	8.1		1,001~2,000만원	786	7.8
	오락·문화·운동	789	7.8		2,001~3,000만원	332	3.3
수리·개인서비스업	1,102	10.9	3,001~4,000만원		126	1.3	
정보·기술·사업서비스업	709	7.0	4,001~5,000만원		123	1.2	
영 업 기 간	1년 미만	263	2.6	성	5,001만원 이상	275	2.7
	1년~5년 미만	2,945	29.2		남성	5,807	57.7
	5~10년 미만	2,908	28.9	여성	4,262	42.3	
	10~20년 미만	2,686	26.7	연 령	20대	183	1.8
	20~30년 미만	900	8.9		30대	1,459	14.5
30년 이상	367	3.6	40대		3,395	33.7	
			50대 이상		5,017	49.8	
				무응답	15	0.1	

제2절 조사결과 분석

1. 사업체 일반현황

1) 사업장 관련사항

(1) 사업체 형태

대전지역 소상공인 사업체의 형태는 대부분 독립점으로 단독사업체(96.3%)이며, 가맹점이 3.3%인 것으로 나타났다. 본사와 직영점은 각각 0.2%에 불과하였다. 이러한 추세는 전국과 비교하여도 유사한 모습을 보이고 있다. 다만 전국은 대전지역보다 가맹점, 본사, 지사, 직영점 등 다양한 형태의 사업체를 운영하고 있다.

<표 4-1> 사업체 형태

(단위 : 개, %)

구분	사례수	독립점(단독사업체)	가맹점	본사	지사	직영점
전국	10,069	92.4	4.5	1.6	0.8	0.6
대전	488	96.3	3.3	0.2	0.0	0.2

(2) 영업기간

소상공인 사업체의 영업기간은 5년~10년 미만인 사업체가 전체의 32.2%, 1년~5년 미만의 사업체가 30.5%로 전체의 62.7%를 차지하고 있다. 10~20년 미만의 사업체도 26.4%로 나타나, 대전지역 소상공인 사업체의 영업기간은 대략 1년~20년 미만의 사업체들이 많은 것으로 보인다.

다만, 전국과 비교하여 영업기간 1년~5년 미만과 5~19년 미만 사업체가 상대적

으로 적은 반면, 20년 이상의 사업체들이 상대적으로 적고, 따라서 평균 영업기간도 대전지역은 8.4년으로 전국의 9.5년보다 짧다.

<표 4-2> 영업기간

(단위 : 개, %, 년)

구분	사례수	3개월 ~1년미만	1년~5년 미만	5년~10년 미만	10년~20년 미만	20년~30년 미만	30년이상	평균 (년)
전국	10,069	2.6	29.2	28.9	26.7	8.9	3.6	9.5
대전	488	2.9	30.5	32.2	26.4	5.9	2.0	8.4

(3) 사업장 소유 형태

소상공인 사업장 소유형태는 보증부월세 형태가 47.3%로 가장 많고, 자가소유가 24.0%, 월세가 19.3%인 것으로 나타났다. 이러한 추세는 전국과 비교하여 유사한 형태지만, 자가소유가 전국보다 낮고, 특히 보증부월세 형태가 전국보다 많은 것으로 나타난다.

<표 4-3> 사업장 소유 형태

(단위 : 개, %)

구분	사례수	소유	전세	월세	보증부월세	기타
전국	10,069	27.2	8.0	29.0	35.0	0.8
대전	488	24.0	9.0	19.3	47.3	0.4

(4) 사업장 입지 유형

사업장이 위치하고 있는 곳은 사업체 전체의 절반 이상인 53.1%가 도로변 상점가이며, 기타 주택가 단독점포가 14.1%, 아파트 상가 8.8%, 집합상가(쇼핑센터 등)

7.0%, 전통시장 5.3% 등으로 나타난다.

이러한 사업장 입지 분포는 전국의 추세와 비교하여 유사한 형태를 보이고 있으며, 특별한 차별적인 특징은 보이지 않는다.

<표 4-4> 사업장 입지 유형

(단위 : 개, %)

구분	사례수	도로변 상점가	주택가 단독점포	아파트 상가	개인택시, 용달	집합상가 (쇼핑센터 등)
전체	10,069	51.8	13.9	9.1	7.6	6.6
대전	488	53.1	14.1	8.8	8.0	7.0
구분	전통시장	공단	지하상가	백화점 및 할인점 내	기타	
전체	6.6	2.3	0.5	0.4	1.2	
대전	5.3	1.8	0.4	1.0	0.4	

(5) 사업 성장 단계

사업 성장 단계별로 보면, 성숙기 또는 안정기에 접어든 사업체가 41.0%로 가장 많고 성장기에 있는 사업체는 12.1%, 개점 초기 상태인 사업체는 6.1% 등 인 것으로 조사되었다. 쇠퇴기에 있는 사업체가 38.7%로 높게 나타났고, 폐업이나 업종 전환을 고려하고 있는 사업체도 2.0%인 것으로 조사되었다.

전국과 비교해서는, 대전지역이 성숙기 또는 안정기에 접어든 사업체가 상대적으로 7.2%p 많고, 쇠퇴기에 있는 사업체도 5.3%p 적으며, 폐업 및 업종전환을 고려하고 있는 사업체도 3.6%p 적어, 대전지역이 전국보다는 성숙기 또는 안정기, 성장기, 개점초기에 있는 소상공인 사업체가 많고, 따라서 상대적으로 안정성을 가진 것으로 분석된다.

<표 4-5> 사업 성장 단계

(단위 : 개, %)

구분	사례수	개점 초기	성장기	성숙기 또는 안정기	쇠퇴기	폐업 및 업종전환 고려기
전체	10,069	5.7	11.0	33.8	44.0	5.6
대전	488	6.1	12.1	41.0	38.7	2.0

2) 종업원 관현 사항

(1) 종사자수³⁾

사장을 제외한 종사자수를 보면, 먼저 가족종사자가 한 명도 없는 경우가 68.2%, 1명인 경우가 29.3%이고, 외부종사자도 한 명도 고용하지 않고 있는 경우가 75.8% 1을 고용하고 있는 경우가 13.7%이며, 평균으로 보면, 가족종사자는 0.35명, 외부종사자수는 0.45명으로 각각 한 명이 되지 않는 수준이다.

<표 4-6> 종사자수

(단위 : 명, %)

구 분		0명	1명	2명	3명	4명	5명이상	평균
가족 종사자수	전국	63.9	31.8	3.4	0.6	0.2	0.2	0.42
	대전	68.2	29.3	2.0	0.4	0.0	0.0	0.35
외부 종사자수	전국	73.9	13.1	5.9	2.8	1.8	2.5	0.59
	대전	75.8	13.7	4.5	3.5	1.0	1.4	0.45
총 종사자수	전국	45.4	35.1	9.2	4.4	2.7	3.2	1.01
	대전	50.2	34.0	7.8	4.5	1.6	1.8	0.80

총종사자수로도 역시 한 명도 고용하지 않는 사업체가 50.2%로 절반 수준이며, 1

3) 사장을 제외한 종사자수를 말함.

명을 고용하고 있는 경우가 34.0%, 2명이 7.8%, 3명이 4.5% 등이며, 평균으로 보면, 0.80명으로 1명이 안 되는 것으로 조사되었다.

전국과 비교해서는 가중종사자와 외부종사자, 총종사자 모두 대전이 상대적으로 적게 고용하고 있는 것으로 조사되었다.

(2) 인력 부족 여부 및 부족 인원수

사업체당 사장을 제외한 고용인원이 1명 미만인 것으로 조사된 상황에서, 인력부족 여부에 대해서는 부족하지 않다는 경우가 86.7%로 나타난 반면, 부족하다는 경우가 13.3%로 조사되어, 전국의 추세와 비슷하였다. 대다수의 사업체에서 현재 인력으로 사업체 운영에 무리가 없는 것으로 분석된다.

인력이 부족하다고 응답한 경우, 부족인원수는 1명이 61.5%로 가장 많았고, 2명이 29.2%, 3명이 4.6%로 나타나, 사업체당 부족인원이 평균 1.57명인 것으로 조사되었고, 이러한 상황은 전국과 유사한 모습을 보이고 있다.

<표 4-7> 인력 부족 여부 및 부족 인원수

(단위 : 개, %)

구분	인력 부족 여부			부족 인원수						
	사례수	부족하다	부족하지 않다	사례수	1명	2명	3명	4명	5명 이상	평균
전국	10,069	12.2	87.8	1,224	58.8	30.1	6.7	1.8	2.5	1.67
대전	488	13.3	86.7	65	61.5	29.2	4.6	1.5	3.1	1.57

3) 사업체 경영 현황

(1) 고객수 및 매출액 증감

작년 대비 고객수 증감을 보면, 고객수가 증가했다는 응답은 7.0%에 불과하였으나, 감소했다는 응답은 69.3%로 높게 나타나, 사업체 10개 중 7개 사업체는 작년 대비 고객수가 감소한 것으로 조사되었다.

또한, 작년 대비 매출액 증감에 대하여도 역시 매출액이 감소했다는 응답이 70.1%였고, 24.0%가 매출액 변동이 거의 없었다고 응답하여 고객수 감소추세와 비슷하였다.

전국과 비교해서는 고객수와 매출액 감소추세는 비슷한 것으로 조사된 가운데, 다만 매출액 감소 사업체는 대전이 상대적으로 적은 반면, 매출액 변동이 거의 없었다는 사업체는 대전이 상대적으로 많았다.

<표 4-8> 고객수 및 매출액 증감

(단위 : 개, %)

구분	사례수	고객수 증감			매출액 증감		
		증가했다	거의 변동없다	감소했다	증가했다	거의 변동없다	감소했다
전국	10,069	8.3	21.4	70.3	7.4	17.6	75.1
대전	488	7.0	23.8	69.3	5.9	24.0	70.1

(2) 주된 경쟁상대

<표 4-9> 주된 경쟁상대

(단위 : 개, %)

구분	사례수	주변의 소형업체	주변의 대형업체	인터넷, TV홈쇼핑	기타	없다
전국	10,069	41.2	25.0	4.5	0.5	28.9
대전	488	55.9	15.6	3.9	0.0	24.6

소상공인 사업체의 주된 경쟁상대로는 주변의 소형업체라는 응답이 55.9%로 가장 많았고, 주변의 대형 업체도 15.6%로 뒤를 이었으며, 특별히 없다는 응답도

24.6%로 상대적으로 높게 나타났다.

전국과 비교해서는 주변의 소형업체가 대전에서는 더욱 치열한 경쟁상대이며, 주변의 대형업체와의 경쟁도는 전국보다 낮은 것으로 분석된다.

(3) 월평균 매출액

소상공인 사업체의 월평균 매출액은 914만원으로 조사되었다. 세부적으로는 400만원 이하인 사업체가 59.2%로 가장 많았고, 그 다음은 401만원~1,000만원인 사업체가 26.2%로 뒤를 이었다. 반면, 5,001만원 이상인 사업체는 2.9% 수준이었다.

대전지역 소상공인 사업체의 월평균 매출액은 전국 월평균 매출액 990만원보다 낮은 수준인 것으로 조사되고 있다. 이는 전국보다 월평균 매출액 2,000만원 이하인 사업체가 전국보다 상대적으로 많기 때문으로 분석된다.

<표 4-10> 월평균 매출액

(단위 : 개, %, 만원)

구분	사례수	400만원 이하	401~1000만원	1,001~2,000만원	2,001~3,000만원
전국	10,069	58.3	25.4	7.8	3.3
대전	488	59.2	26.2	8.2	2.3
구분		3,001~4,000만원	4,001~5,000만원	5,001만원 이상	평균
전국		1.3	1.2	2.7	990.0
대전		0.6	0.6	2.9	914.4

(4) 월평균 순이익

소상공인 사업체의 월평균 순이익은 165.6만원으로 조사되었다. 세부적으로는 적자 및 무수입 사업체가 41.6%로 가장 많았고, 그 다음은 100만원 이하인 사업체가 24.4%, 101~200만원인 사업체가 16.6%, 201~300만원인 사업체가 8.4% 순으로 뒤를

이었다. 반면, 400만원 이상인 사업체는 5.5% 수준이었다.

전국과 비교해서는 대전지역 소상공인 사업체의 월평균 순이익은 전국 월평균 순이익 149.1만원보다 높은 수준인 것으로 조사되고 있다. 그러나 전국에 비해 특히 적자 및 무수입 사업체가 많다는 것이 특징이자 문제점으로 지적될 수 있다.

<표 4-11> 월평균 순이익

(단위 : 개, %, 만원)

구분	사례수	적자 및 무수입	1~100만원	101~200만원	201~300만원	301~400만원	401만원 이상	평균
전국	10,069	26.8	30.8	23.4	9.9	3.5	5.6	149.1
대전	488	41.6	24.4	16.6	8.4	3.5	5.5	165.6

(5) 순이익 증감

작년 대비 순이익 증가 여부에 대하여는 거의 대부분의 사업체인 76.6%가 감소한 것으로 조사되었고, 순이익이 증가한 사업체는 3.9%에 불과하였으며, 거의 변동이 없는 사업체는 19.5%로 나타나, 앞서 살펴본 고객수, 매출액 감소와 비슷한 양상을 보이고 있다. 전국과 비교해도 유사한 추이를 보이고 있다.

<표 4-12> 순이익 증감

(단위 : 개, %)

구분	사례수	증가했다	거의 변동없다	감소했다	계
전국	10,069	6.0	20.7	73.3	100.0
대전	488	3.9	19.5	76.6	100.0

순이익이 작년보다 감소했다고 응답한 사업체를 대상으로 감소 이유를 질문한 결과, 주변 소형업체와의 경쟁 심화 때문이라는 응답이 31.3%로 가장 많았고, 그

다음은 소비자의 구매 패턴의 변화 27.0%, 인건비, 임대료 등 원가의 상승 22.5%, 주변 지역에 대형업체의 출현 10.7% 순으로 의견이 뒤를 이었다..

이러한 순이익 감소 이유는 전국과 비교해도 요인별 순위는 동일하게 나타나고
어, 소상공인들의 안정적인 영업활동을 위한 정책적 지원 관점에서 면밀한 검토가
요구된다. 안정적인 순이익의 확보가 영세 소규모 사업체로 운영하는 소상공인들에
게는 사업의 영속성과 폐업을 판단하는 중요한 기준이 되기 때문이다.

<표 4-13> 순이익 감소 이유

(단위 : 개, %)

구 분	1순위		1+2순위	
	전체	대전	전체	대전
사례수	7,386	374	7,386	374
주변 소형업체와의 경쟁심화	30.5	31.3	46.2	55.3
소비자의 구매 패턴 변화	20.1	27.0	39.9	49.7
인건비, 임대료 등 원가의 상승	15.5	22.5	36.8	43.6
주변 지역에 대형업체의 출현	17.5	10.7	29.5	20.3
현재 취급하는 제품이나 업종의 사양화	6.4	5.6	13.4	10.2
해외로부터의 상품다량유입	0.3	0.0	0.8	0.0
기타	9.4	2.9	14.1	4.5
모름/무응답	0.2	0.0	0.2	0.0
계	100.0	100.0	180.9	183.6

2. 창업과정

1) 창업 준비 과정

(1) 자영업을 하게 된 동기

자영업을 하게 된 동기에 대하여는, 거의 대부분의 사업체인 75.6%가 생계유지를 위한 다른 대안이 없어 자영업을 하는 것으로 조사되어, 10명 중 8명 정도는 생계유지가 목적이었다. 기타 창업을 통해 성공할 가능성이 있어서 자영업을 한다는 응답은 22.3%로 매우 낮은 수준이다.

다만 전국과 비교해서는 생계유지 목적 비중이 전국보다 상대적으로 낮고, 창업을 통한 성공 목적 비중이 전국보다 상대적으로 높았다.

<표 4-14> 자영업을 하게 된 동기

(단위 : 개, %)

구분	사례수	생계유지를 위해서 (다른 대안이 없어서)	창업을 통해 성공할 가능성이 있어서	가업승계를 위해서	기타
전국	10,069	80.1	17.2	1.6	1.1
대전	488	75.6	22.3	1.6	0.5

(2) 현 사업 직전 직업

현 사업 직전의 직업을 질문한 결과, 같은 업종의 개인사업을 한 경우가 26.4%로 가장 많았으며, 그 다음은 자영업이 아닌 직장생활자로서 블루칼라와 화이트칼라 각각 21.9%와 19.1%로 전체의 35.6%였으며, 다른 업종의 개인사업이 13.7%, 전업주부 13.1% 순으로 뒤를 이었다.

<표 4-15> 현 사업 직전 직업

(단위 : 개, %)

구분	사례수	농림 어업	같은 업종 개인사업	다른 업종 개인사업	블루 칼라	화이트 칼라	전업 주부	현 직업이 최초 직업	기타
전국	10,069	2.3	22.7	11.5	21.9	19.5	13.5	8.5	0.1
대전	488	0.8	26.4	13.7	21.9	19.1	13.1	4.9	4.9

전국과 비교해서는 같은 업종 및 다른 업종 개인사업자였던 경우가 상대적으로 많은 반면, 현직업이 최초 직업, 농림어업 종사인 경우가 상대적으로 적었다.

(3) 창업 준비 기간

현 사업체의 창업을 위한 준비 기간은 3~6개월 미만이 24.0%로 가장 많았고, 1~3개월 미만은 20.0%, 6개월~1년 미만은 17.0%로, 전체적으로 창업 준비 기간은 1개월에서 1년 미만이 전체의 61.0%였으며, 반면 2년 이상인 경우도 21.9%로 상대적으로 많은 것으로 조사되었다.

전국과 비교해서는 3개월 미만이 상대적으로 적고, 3개월 이상이 상대적으로 많아 대전의 소상공인 사업체 운영을 위한 창업 준비 기간은 전국보다 긴 것으로 분석된다.

<표 4-16> 창업 준비 기간

(단위 : 개, %)

구분	사례수	1개월 미만	1~3개월 미만	3~6개월 미만	6개월~1년 미만	1~2년 미만	2년 이상
전국	10,069	14.2	23.0	23.2	13.5	8.6	17.4
대전	488	6.8	20.0	24.0	17.0	9.8	21.9

(4) 창업 과정상의 애로사항

창업 과정에서 어려웠던 애로사항은 자금조달이 45.3%로 가장 많았고, 그 다음은 입지선정 18.6%, 경영 노하우 부족 6.6%, 업종선택의 어려움 5.3% 순으로 뒤를 이었다. 이러한 애로사항은 전국과 비교해서도 동일하게 나타나고 있다.

결국 창업 과정에서 겪게 되는 주요 애로사항은 자금조달과 입지선정의 어려움이 큰 것으로 분석된다. 원활한 자금조달을 위한 선별된 정책자금의 지원이 필요하

며, 입지선정 및 업종선택, 경영노하우와 시장정보, 기술 등은 기존 운영 중인 소상공인 교육을 강화할 필요가 있다.

<표 4-17> 창업 과정상의 애로사항

(단위 : 개, %)

구분	1순위		1+2순위	
	전국	대전	전국	대전
사례수	10,069	488	10069	488
자금조달	39.8	45.3	54.0	60.7
입지선정	23.2	18.6	43.0	36.9
경영 노하우 부족	6.3	6.6	20.3	18.4
업종선택	6.4	5.3	13.5	9.6
시장정보 획득	1.9	1.6	7.9	4.9
복잡한 행정규제 통과	2.6	3.3	7.1	10.0
인력확보	1.9	1.8	6.0	4.1
기술 부족	1.6	0.8	5.3	3.3
기타	0.2	0.2	0.3	0.2
없다	16.0	16.4	16.0	16.4
계	100.0	100.0	173.4	164.5

2) 창업정보 획득

(1) 정보 습득 방법

창업 및 경영 관련 정보는 주로 친인척으로부터 습득하는 경우가 55.9%로 가장 많았고, 그 다음은 관련 업종 협회 및 단체 9.2%, 정부의 창업 지원기관 2.7%, 블로그 등 온라인상의 정보 2.3% 순으로 뒤를 이은 반면, 없다는 경우도 28.7%로 상대적으로 많은 것으로 나타나고 있다.

정책적 지원 관점에서 보면, 정부 및 민간 창업관련기관과 창업 박람회 등을 이

용하여 정보를 습득하는 경우가 전체의 3.9%에 불과하여 정부의 정책적 노력의 효과가 매우 저조함을 알 수 있다. 이러한 정부의 정책지원금 보조에 의한 기관의 역할과 기능의 재정립을 통한 정부의 효과적인 지원이 요구된다 하겠다.

<표 4-18> 정보 습득 방법

(단위 : 개, %)

구분	사례수	친인척 친구 등	관련 업종 협회·단체	블로그 등 온라인정보	정부창업 지원기관	민간창업 관련기관	창업 박람회	기타	없음
전국	10,069	41.5	14.8	3.2	2.8	0.9	0.7	1.1	34.9
대전	488	55.9	9.2	2.3	2.7	0.2	1.0	0.0	28.7

(2) 정보 습득 경로

창업 및 경영 관련 정보를 습득하는 경로는 직접 방문에 의한 경우가 82.2%로 압도적으로 많았다. 기타 전화 9.5%, 인터넷 4.0%, 책자 2.9%는 매우 미미한 경로에 불과하다. 이러한 정보 습득 경로는 전국의 추세와도 동일하다.

<표 4-19> 정보 습득 경로

(단위 : 개, %)

구분	사례수	직접방문	전화	인터넷	책자	신문	TV	기타	모름
전국	6,490	75.3	11.6	8.1	1.9	1.3	0.7	1.0	0.1
대전	348	82.2	9.5	4.0	2.9	0.3	1.1	0.0	0.0

(3) 습득 정보에 대한 만족도

창업 및 경영 관련 정보를 습득한 경험이 있는 사업체를 대상으로 습득한 정보에 대한 만족도를 조사한 결과, 매우 만족 또는 만족하는 편이라는 응답이 91.1%로

압도적이다. 대체로 습득한 정보가 정확성과 효과성이 매우 높다고 볼 수 있다.

<표 4-20> 습득 정보에 대한 만족도

(단위 : 개, %)

구분	사례수	① 매우 만족	② 만족하는편	①+②	③ 불만족하는편	④ 매우 불만족	③+④	모름 무응답
전국	6,490	2.6	81.9	84.5	14.4	0.7	15.1	0.4
대전	348	3.4	87.6	91.1	8.6	0.3	8.9	0.0

3) 창업비용

(1) 창업비용

소상공인 사업체의 평균 창업비용은 5,429만원 수준으로 조사되었다. 이를 세부적으로 살펴보면, 3,000만원 미만인 경우가 37.5%로 가장 많았고, 그 다음은 3,000만원~6,000만원 미만이 33.6%, 6,000만원~1억원 미만이 26.8% 순으로 뒤를 이어, 전체적으로 평균 창업비용이 1억원 미만의 비용(전체의 97.9%)으로 창업하는 것으로 조사되었다.

전국과 비교해서는 대전의 평균 창업비용은 전국의 6,570만원보다 비교적 낮은 수준이며, 이는 3,000만원 미만의 경우가 많고, 6,000만원 이상인 경우가 적기 때문으로 분석된다.

<표 4-21> 창업비용

(단위 : 개, %, 만원)

구분	사례수	0원	1~3,000만원 미만	3,000만원~ 6,000만원미만	6,000만원~ 1억원 미만	1억원 이상	모름 무응답	평균
전국	10,069	0.3	33.5	32.6	32.5	0.3	0.9	6,570.1
대전	488	0.0	37.5	33.6	26.8	0.2	1.8	5,428.9

(2) 창업비용 중 자기자본비율

소상공인 사업체 창업비용 중에서 자기자본비율은 평균 70.9%로 나타났다. 이를 세부적으로 보면, 자기자본비율이 90~100%인 경우가 46.5%로 과반 수준이었으며, 50~60%미만 수준이 18.4%로 뒤를 이었다. 전국과 비교해서도 구간별 약간의 차이는 있지만, 대체로 유사한 추이를 보이고 있다.

<표 4-22> 창업비용 중 자기자본비율

(단위 : 개, %)

구분	사례수	0~10% 미만	10~20% 미만	20~30% 미만	30~40% 미만	40~50% 미만	50~60% 미만
전국	10,069	3.4	1.6	2.2	3.7	2.4	18.6
대전	488	5.5	2.0	4.1	4.5	2.5	18.4
구분		60~70% 미만	70~80% 미만	80~90% 미만	90~100%	무응답 모름	평균
전국		4.7	7.3	5.1	50.8	0.2	74.8
대전		3.3	6.8	6.4	46.5	0.0	70.9

3. 경영활동 사항

1) 경영 애로사항

(1) 경영활동 애로사항

소상공인 사업체의 경영활동 애로사항으로는, 판로가 38.1%로 가장 어려운 점으로 들었으며, 다음으로 자금 부족 16.8%, 상품 및 고객관리의 어려움 12.3% 순으로 지적하여 주로 이들 부문에서 경영활동이 어려운 것으로 조사되었다.

기타 애로요인으로는 경쟁업체의 불공정 거래행위 7.4%, 높은 임대료 5.3%, 사업체 위치가 안 좋아서 4.5% 등으로 나타났다.

전국과 비교해서도 요인별 순위는 유사한 것으로 보이는 가운데, 특히 대전지역에서는 판로의 어려움이 전국과 비교해서 매우 심한 것으로 보인다.

<표 4-23> 경영활동 애로사항

(단위 : 개, %)

구	분	1순위		1+2순위	
		전국	대전	전국	대전
사례수		10,069	488	10,069	488
판로		26.9	38.1	37.1	48.4
상품 및 고객관리의 어려움		12.9	12.3	27.5	33.2
자금 부족		12.7	16.8	21.0	20.3
높은 임대료		8.4	5.3	18.4	13.3
사업체 위치가 안 좋아서		6.5	4.5	13.0	9.8
경쟁업체의 불공정 거래행위		5.4	7.4	10.1	19.1
시설누후		3.8	1.6	9.8	6.4
시장정보		3.4	2.3	8.8	3.9
종업원 관리의 어려움		3.2	1.8	7.2	4.5
경쟁업체에 비해 가격이 비싸서		2.7	2.9	5.2	5.5
원부자재 수급의 어려움		1.6	1.2	4.3	2.9
경쟁업체에 비해 품질이 떨어져서		1.3	0.6	3.2	1.4
기타		7.9	2.9	11.1	3.9
없다		3.3	2.3	3.3	2.3
계		100	100	180.0	174.9

(2) 종업원 관리 애로사항

종업원 관리의 애로사항으로는 종업원이 없거나 애로사항이 없는 경우를 제외하고는 주로 높은 임금 9.0%, 잦은 이직 8.0%로 조사되었다. 기타 인력부족과 4대보

험 부담을 들기도 하였다. 전국과 비교하여도 유사한 모습이다.

앞에서 소상공인 사업체의 총종사인력이 사장을 포함하여 2명 내외인 업체가 대부분인 점을 감안하면, 인력관리의 어려움은 많은 어려움 중에서 크지 않을 것으로 보이지만, 고용근로자 입장에서는 직장으로서의 직업 안정성, 임금수준, 각종 근로조건 등에서 매우 불리할 것이므로 잦은 이직이 발생할 것으로 판단되므로, 잦은 이직에 의한 인력부족 문제의 해결, 인력확보를 위한 구인·구직정보의 제공 등은 정책적으로 지원해야 할 부문으로 보인다.

<표 4-24> 종업원 관리 애로사항

(단위 : 개, %)

구 분	1순위		1+2순위	
	전체	대전	전체	대전
사례수	10,069	488	10,069	488
높은 임금	13.8	9.0	19.5	13.3
잦은 이직	8.8	8.0	15.8	12.7
인력의 자질부족	3.0	1.0	7.6	4.1
인력 부족	3.0	2.0	7.1	3.1
4대 보험 부담	1.6	2.0	4.4	4.1
구인/구직정보 부족	2.0	0.8	3.9	1.4
기타	0.1	1.0	0.1	1.0
애로사항 없다	19.7	32.8	19.7	32.8
종업원이 없다	47.8	43.2	47.8	43.2
계	100.0	100.0	125.9	115.7

(3) 운영자금을 외부에서 구한 경험

현 사업에 필요한 운영자금을 외부에서 구한 경험이 있는지 조사한 결과, 경험이 있다는 사업체가 61.7%로 없다는 업체 38.4%보다 매우 많았다. 전국과 비교해서 대전이 외부에서 구한 경험이 있는 경우가 없는 경우보다 약간 많지만, 특징적이라고

보기는 어렵다.

<표 4-25> 운영자금을 외부에서 구한 경험

(단위 : 개, %)

구 분	사례수	있다	없다	계
전 체	10,069	59.9	40.1	100
대 전	488	61.7	38.3	100

(4) 주된 외부자금 출처

<표 4-26> 주된 외부자금 출처

(단위 : 개, %)

구 분	1순위		1+2순위	
	전체	대전	전체	대전
사례수	6,035	301	6,035	301
은행, 보험사 등 금융기관	54.2	51.2	61.6	58.8
친구/친척으로부터 차입	26.5	28.2	47.0	43.2
새마을금고, 신협 등 서민 금융기관	8.4	8.0	17.5	10.0
정책자금	6.3	9.3	10.3	13.6
카드대출(현금서비스)	1.6	1.3	4.6	3.3
사채	2.4	2.0	4.1	2.0
기타	0.5	0.0	0.6	0.0
계	100.0	100.0	145.7	130.9

외부에서 운영자금을 빌린 경험이 있는 사업체를 대상으로 주된 외부자금 출처를 조사한 결과, 은행, 보험사 등 금융기관이 51.2%로 가장 많았고, 친구·친척으로부터 차입이 28.5%로 뒤를 이었다. 카드대출을 포함한 금융기관으로부터 차입한 경우 60.8%를 제외하면, 친구·친척 등 사채로 자금을 조달한 경우가 30.2%인 반면, 정부의 정책자금은 9.3%에 불과하였다. 사채를 줄이고 정책자금 지원을 확대해야

할 것이다.

정책자금 이용율이 저조하지만, 전국과 비교해서는 대전이 상대적으로 높다.

2) 정보화 현황

(1) 정보화기기 보유 여부

소상공인 사업체의 정보화 현황을 파악하기 위해 정보화기기 보유여부를 조사한 결과, 컴퓨터를 보유한 업체가 54.3%, 신용카드기를 보유한 업체가 53.7%로 나타났지만, 전자상거래는 1.2%, POS시스템은 4.1%, 홈페이지는 9.0%를 보유하고 있는 것으로 조사되어, 정보화 수준은 대체로 낮은 수준인 것으로 분석된다.

물론 이러한 낮은 정보화 수준은 전국도 유사한 추이로 나타나고 있다.

<표 4-27> 정보화기기 보유 여부

(단위 : 개, %)

구 분		컴퓨터	POS시스템	홈페이지	신용카드기	전자상거래
전국	없다	50.2	96.1	90.5	48.8	97.5
	있다	49.8	3.9	9.5	51.2	2.5
대전	없다	45.7	95.9	91.0	46.3	98.8
	있다	54.3	4.1	9.0	53.7	1.2

(2) 정보화기기 활용 빈도

사업체가 보유하고 있는 정보화기기의 활용빈도를 조사한 결과, 보유비율이 높은 컴퓨터는 93.6%를 활용하고 있고, 보유비율이 낮은 POS시스템, 홈페이지, 전자상거래 역시 각각 100%, 84.1%, 83.3%를 자주 또는 가끔 활용하고 있는 것으로 나타나, 보유하고 있는 정보화 기기의 실제 활용도는 대체로 높은 것으로 나타났다.

다만, 홈페이지는 보유업체가 9.0%로 낮은데다 활용하지 않는 사업체도 15.9%로 다른 정보화기기 활용빈도보다 낮은 것으로 조사되었다. 홈쇼핑이 성행하는 점을 감안하면 홈페이지를 활용한 판매활동을 적극 고려할 필요가 있다.

<표 4-28> 정보화기기 활용 빈도

(단위 : 개, %)

구분	컴퓨터		POS시스템		홈페이지		전자상거래	
	전체	대전	전체	대전	전체	대전	전체	대전
사례수	5,010	265	406	20.0	556	44	254	6
① 자주이용	70.3	75.1	81.3	70.0	44.6	47.7	38.2	50.0
② 가끔이용	23.1	18.5	13.3	30.0	26.1	36.4	42.9	33.3
①+②	93.3	93.6	94.6	100.0	70.7	84.1	81.1	83.3
③ 별로 활용 않함	5.0	4.2	3.4	0.0	18.8	11.4	11.8	0.0
④ 전혀 활용 않함	1.5	1.9	1.0	0.0	8.0	4.5	4.3	0.0
③+④	6.5	6.0	4.4	0.0	26.8	15.9	16.1	0.0
모름/무응답	0.1	0.4	1.0	0.0	2.5	0.0	2.8	16.7
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

<표 4-29> 정보화기기 활용 빈도 : 신용카드기

(단위 : 개, %)

구분	사례수	0~10% 미만	10~20% 미만	20~30% 미만	30~40% 미만	40~50% 미만
전체	5,160	8.4	11.1	7.6	10.9	5.3
대전	262	11.8	9.2	4.2	11.5	3.4
구분	50~60% 미만	60~70% 미만	70~80% 미만	80~90% 미만	90~100% 미만	평균
전체	14.1	7.2	9.0	12.7	13.8	48.9
대전	16.0	6.1	10.3	12.2	15.3	49.8

정보화기기 중에서 신용카드기 활용율은 평균 49.8%로 절반수준에 그치고 있다.

이를 세부적으로 보면, 특정 계급에서 큰 비중을 차지하지 않고, 계급별 고른 현상을 보이고 있다. 이와 같은 신용카드 활용율은 카드수수료를 사업체가 별도 부담해야 하고 또한 업종이나 종사자 규모별 특성에 따라 신용카드보다 현금을 선호하는 상당수의 사업체가 어느 정도 영향을 미친 때문으로 판단된다.

(3) 정보화기기 이용 어려움

정보화기기 이용의 어려움을 조사한 결과, 모든 기기에 걸쳐 필요성이 부족하다는 응답이 가장 많았다. 세부적으로는 POS시스템이 93.9%, 전자상거래는 93.0%로 필요성이 없다는 응답이 압도적으로 많은 반면, 컴퓨터와 신용카드기는 각각 45.3%와 34.0%로 필요성 부족에 대해 상대적으로 낮은 응답률을 보였다.

또한 신용카드기의 경우 역시 사용료와 수수료 과다 때문에 이용에 어려움이 있다는 응답이 전국의 44.6%보다 높은 56.8%에 이르고 있다. 기타 전국과 비교해서는 대전지역 사업체가 홈페이지와 전자상거래의 필요성 부족에 대한 응답이 상대적으로 높게 나타나고 있다.

<표 4-30> 정보화기기 이용 어려움

(단위 : 개, %)

구 분	컴퓨터		POS시스템		홈페이지	
	전국	대전	전국	대전	전국	대전
사례수	10,069	488	10,069	488	10,069	488
필요성 부족	41.7	45.3	80.7	93.9	76.1	83.4
사용 지식 부족	19.2	15.2	4.8	2.5	6.9	5.1
설치 비용 과다	6.1	5.7	1.3	0.2	0.8	0.6
운영/유지 관리비 과다	3.9	8.0	0.7	0.8	2.1	4.3
사용료/수수료 과다	2.8	0.8	0.8	0.2	0.9	1.0
담당인력 부족	1.3	1.0	0.3	0.6	1.3	2.5
매출 공개에 대한 부담	0.3	1.4	0.4	0.0	0.1	0.0
기타	0.1	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0
없다	24.7	22.3	10.9	1.8	11.8	3.1
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

구 분	신용카드기		전자상거래			
	전국	대전	전국	대전		
사례수	10,069	488	10,069	488		
필요성 부족	36.5	34.0	81.9	93.0		
사용 지식 부족	1.1	0.6	3.9	2.9		
설치 비용 과다	1.0	0.2	0.4	0.0		
운영/유지 관리비 과다	0.6	0.4	1.1	0.6		
사용료/수수료 과다	44.6	56.8	1.5	1.0		
담당인력 부족	0.1	0.0	0.6	1.6		
매출 공개에 대한 부담	7.3	4.9	0.7	0.0		
기타	0.2	0.0	0.0	0.0		
없다	8.7	3.1	9.9	0.8		
계	100.0	100.0	100.0	100.0		

3) 조직화 현황

(1) 협회, 단체 가입 여부 및 의향

소상공인 사업체 운영 관련 단체나 협회의 가입여부를 조사한 결과, 가입한 사업체가 68.4%로 전국(59.1%)보다 높은 가입률을 보였으며, 미가입 사업체를 대상으로 관련 단체나 협회의 가입 의향을 조사한 결과, 93.5%가 가입할 의향이 없다고 응답하였다.

<표 4-31> 협회, 단체 가입 여부 및 의향

(단위 : 개, %)

구분	사례수	협회, 단체 가입 여부		협회, 단체 가입 의향		계
		가입	미가입	있음	없음	
전국	10,069	59.1	40.9	7.4	92.6	100.0
대전	488	68.4	31.6	6.5	93.5	100.0

(2) 가입 의향이 있는 협회 및 단체

협회나 단체에 가입 의향이 있다는 사업체를 대상으로 가입 의향이 있는 협회나 단체를 조사한 결과, 사업체 운영관련 업종의 협회라는 응답이 80.0%로 전국(61.2%)보다 높은 응답률을 보였으며, 기타 상인회나 조합에 가입하겠다는 응답이 각각 10%로 나타났다.

그러나 협회나 단체에 미가입한 업체가 36.1%로 낮고, 더욱이 이들 업체들 중에서도 가입 의향이 있는 사업체가 6.5%에 불과하여 큰 의미를 갖지 못하는 것으로 판단된다.

<표 4-32> 가입 의향이 있는 협회 및 단체

(단위 : 개, %)

구분	사례수	상인회	조합	프랜차이즈	관련협회	기타	계
전국	304	21.1	12.8	4.6	61.2	0.3	100.0
대전	10	10.0	10.0	0.0	80.0	0.0	100.0

(3) 가입 의향 없는 주된 이유

위의 협회 및 단체 가입의향을 묻는 조사결과에서 93.5%가 가입 의향이 없다고 응답하였는데, 이와 같이 가입의향이 없는 주된 이유로는 86.1%의 거의 대부분의 사업체가 가입의 필요성을 못 느끼기 때문이라 응답하였다. 기타 협회단체의 평판 하락에 대한 우려 3.5%, 가입비, 회비 등 비용 문제 5.6%로 나타났다.

<표 4-33> 가입 의향이 없는 주된 이유

(단위 : 개, %)

구분	사례수	가입의 필요성을 못 느껴서	가입비, 회비 비용 문제	경쟁 자율성 침해	협회단체의 평판 하락에 대한 우려
전국	3,817	88.5	6.2	1.9	1.0
대전	144	86.1	5.6	1.4	3.5
구분	가입절차와 조건의 문제	가격과 제품 결정의 문제	원부자재 구입 문제	판로정복 및 불공정성	기타
전국	0.7	0.5	0.2	0.1	0.9
대전	0.7	1.4	0.7	0.0	0.7

4. 사업전환 관련 사항

(1) 향후 사업체 운영계획

향후 사업체 운영계획을 조사한 결과, 현재 규모로 계속 운영하겠다는 사업체가 85.2%로 압도적으로 많았으며, 기타 현재보다 규모를 확장하겠다는 사업체 5.7%로 조사되었다. 조만간 사업을 그만두거나 장기적으로 그만두겠다는 사업체가 5.5%로 나타났다. 다른 제품 취급 업종 또는 다른 업태로 전환하겠다는 사업체는 0.8%에 불과하였다.

전국과 비교해서는 대전의 소상공인 사업체가 현재규모로 계속 운영하겠다는 응답이 전국보다 6.6%p 많았지만, 조만간 사업을 그만두거나 장기적으로 그만두겠다는 응답은 3.6%p 적었다.

<표 4-34> 향후 사업체 운영계획

(단위 : 개, %)

구분	사례수	현재보다 규모를 확장	현재 규모로 계속 운영	현재보다 규모를 축소	조만간에 사업을 그만둠	장기적으로 그만둠	다른 제품 취급 업종, 다른 업태 로 전환
전국	10,069	6.5	78.6	4.2	5.3	3.8	1.5
대전	488	5.7	85.2	2.7	3.5	2.0	0.8

(2) 업종 전환시 어려움

업종 전환시 어려운 점으로는 사업체 매도 어려움이 32.3%로 가장 많았고, 이어서 기존 설비 처리가 22.6%, 권리금 회수가 19.4% 순으로 뒤를 이었다.

전국과 비교해서는 대전이 사업체 매도의 어려움이 전국보다 더 심하며, 기존 설비처리의 어려움보다 권리금 회수가 더 어려운 것으로 조사되었다.

<표 4-35> 업종 전환시 어려움

(단위 : 개, %)

구 분	1순위		1+2순위	
	전국	대전	전국	대전
사례수	1,070	31	1070	31
사업체 매도 어려움	25.1	32.3	40.8	45.2
권리금 회수	22.1	19.4	35.1	41.9
기존 설비 처리	17.1	22.6	32.7	32.3
정리 절차에 대한 정보 부족	2.1	0.0	6.5	0.0
관련 세금부담	2.3	0.0	5.0	3.2
보증금 회수	1.8	0.0	4.1	3.2
가맹본부와의 계약 문제	0.5	0.0	1.1	0.0
기타	2.1	3.2	2.4	3.2
특별히 없다	26.9	22.6	26.9	22.6
계	100.0	100.0	154.6	151.6

(3) 취업 의사

향후 사업체를 정리하고자 하는 응답자를 대상으로 취업할 계획을 질문한 결과, 취업의사가 없다는 응답이 92.6%, 취업할 의사가 있다는 응답이 7.4%로 나타나 대부분의 소상공인이 사업체를 정리하더라도 취업할 계획은 없는 것으로 조사되었다.

전국과 비교해서는 대전의 소상공인이 취업할 의사가 없다는 응답자가 전국보다 20.6%p 많은 반면, 취업할 의사가 있다는 응답자는 전국보다 적었다.

<표 4-36> 취업 의사

(단위 : 개, %)

구 분	사례수	있다	없다	계
전 국	92	28.0	72.0	100.0
대 전	27	7.4	92.6	100.0

5. 정책관련 사항

1) 정부정책 인지도 및 인지 경로

(1) 정부지원정책 인지도

정부의 소상공인 지원정책에 대한 인지도를 조사한 결과, 먼저 자금지원정책에 관하여는 알고 있었다는 응답이 56.1%로 모르고 있었다는 응답보다 많았으나, 조직화, 협업화 지원은 81.4%, 교육지원은 66.4%, 창업상담, 컨설팅 등 정보제공은 61.7%가 모르고 있었다고 응답하여 정부 지원정책의 인지도는 대체로 낮은 것으로 나타나고 있다.

전국의 경우도 대전의 추이와 별반 차이를 보이지 않고 유사한 모습을 보이고 있다.

<표 4-37> 정부지원정책 인지도

(단위 : 개, %)

구 분	전국		대전		합계
	모르고 있었다	알고 있었다	모르고 있었다	알고 있었다	
자금지원	47.1	52.9	43.9	56.1	100.0
교육지원	66.8	33.2	66.4	33.6	100.0
창업상담, 컨설팅 등 정보제공	66.5	33.5	61.7	38.3	100.0
조직화, 협업화 지원	78.7	21.3	81.4	18.6	100.0

(2) 정부지원정책 인지경로

정부의 지원정책을 알게 된 경로를 조사한 결과, 자금지원, 교육지원, 창업상담 및 컨설팅 등 모두 TV를 통하여 알게 되었다는 응답이 각각 35.8%, 34.8%, 40.6%

로 가장 높게 조사되었다. 다음으로는 자금지원은 친인척·친구 등, 공공기관, 인터넷 순이며, 교육지원은 인터넷, 신문, 공공기관 순이고, 창업상담, 컨설팅 등 정보제공은 신문, 공공기관 및 인터넷 순이며, 조직화·협업화는 신문, 인터넷, 친인척·친구 등을 통하여 알게 된 것으로 조사되었다.

전국과 비교해서는 일부 경로를 제외하고는 유사한 추이를 보이고 있다.

<표 4-38> 정부지원정책 인지경로

(단위 : 개, %)

구 분	자금지원		교육지원		창업상담, 컨설팅 등 정보제공		조직화, 협업화 지원	
	전국	대전	전국	대전	전국	대전	전국	대전
TV	27.0	35.8	26.3	34.8	28.7	40.6	27.1	37.4
친인척·친구 등	18.4	19.3	20.3	17.1	15.1	7.0	18.7	11.0
공공기관	18.2	18.2	19.1	6.7	18.1	15.5	17.9	9.9
신문	17.8	7.7	15.2	17.7	18.4	17.1	16.8	23.1
인터넷	13.2	13.5	14.3	18.9	15.4	15.5	15.2	13.2
기타	5.5	5.5	4.8	4.9	4.3	4.3	4.4	5.5
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

2) 정부지원정책 이용경험 및 이용만족도

(1) 정부지원정책 이용경험

정부지원정책을 이용한 경험을 조사한 결과, 자금지원만 알고 있었다는 응답이 20.4%였을 뿐, 교육지원, 창업상담 및 컨설팅 등 정보제공, 조직화 및 협업화 지원을 이용한 사업체는 매우 낮은 1.1~1.2%에 불과하였다.

전국 단위에서는 자금지원을 이용한 경험은 대전과 유사하였지만, 교육지원, 창

업상담 및 컨설팅 등 정보제공, 조직화 및 협업화 지원을 이용한 경험은 대전보다 상대적으로 높았지만, 여전히 낮은 수준이다.

정부는 소상공인에 대한 정부의 지원정책을 적극 홍보하거나, 실효성 높은 지원정책을 추진하여 이용률을 높여야 할 것이다.

<표 4-39> 정부지원정책 이용경험

(단위 : 개, %)

구 분	전국		대전		합 계
	없다	있다	없다	있다	
자금지원	78.4	21.6	79.6	20.4	100.0
교육지원	92.7	7.3	98.8	1.2	100.0
창업상담, 컨설팅 등 정보제공	94.4	5.6	98.9	1.1	100.0
조직화, 협업화 지원	97.1	2.9	98.9	1.1	100.0

(2) 정부지원정책 이용만족도

<표 4-40> 정부지원정책 이용만족도

(단위 : 개, %)

구 분	자금지원		교육지원		창업상담, 컨설팅 등 정보제공		조직화, 협업화 지원	
	전국	대전	전국	대전	전국	대전	전국	대전
사례수	1,150	56	244	2	188	2	62	1
① 매우만족	16.5	16.1	11.1	0.0	13.8	0.0	13.8	0.0
② 만족하는편	57.9	64.3	63.9	50.0	59.6	100.0	59.6	0.0
①+②	74.4	80.4	75.0	50.0	73.4	100.0	73.4	0.0
③ 불만족	17.9	14.3	18.0	50.0	17.6	0.0	17.6	100.0
④ 매우불만족	7.7	5.4	7.0	0.0	9.0	0.0	9.0	0.0
③+④	25.6	19.6	25.0	50.0	26.6	0.0	26.6	100.0
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

정부지원정책 이용경험자를 대상으로 한 만족도를 조사한 결과, 자금지원에 대해서 매우 만족 또는 만족하는 편이라 응답한 사업체는 80.4%로 높게 나타났다. 대전 지역의 경우 기타 교육지원, 창업상담 및 컨설팅 등 정보제공, 조직화 및 협업화 지원 등은 응답자수 부족으로 유의한 결과라 보기 어렵다.

다만, 자금지원 이외의 정부지원정책에 대한 전국의 결과를 보면, 교육지원은 75.0%, 창업상담, 컨설팅 등 정보제공은 73.4%, 조직화, 협업화 지원은 73.4%가 각각 만족하는 것으로 나타나고 있다.

6. 조사결과 요약

1) 사업체 일반현황

(1) 사업체 특성

- 사업장 형태 - 독립점(단독사업체) 96.3% (전국 92.4%)
- 영업기간 - 평균 8.4년 (전국 9.5년), 19년 미만 87.5%, 20년 이상 12.5%
- 사업장 소유 형태 - 보증부 월세 47.3% > 소유 24.0% > 월세 19.3%
* 전국 : 보증부월세 35.0% > 월세 29.0% > 소유 27.2%
- 사업장 입지 유형 - 도로변 상점가 53.1% > 주택가 단독점포 14.1% > 아파트 상가 8.8% > 집합상가(쇼핑센터 등 7.0%)
- 성장단계 - 성숙기 또는 안정기 41.0% > 쇠퇴기 38.7% > 성장기 12.1%
* 전국 : 쇠퇴기 44.0% > 성숙기 또는 안정기 33.8% > 성장기 11.0%

(2) 종업원 관련 사항

- 총종사자수(사장 제외) - 0.80명(가족종사자 0.35명, 외부종사자 0.45명)
- 인력부족 여부 - 부족하지 않다 86.7%
- 부족 인원수 - 평균 1.57명 (전국 1.67명)

(3) 사업체 경영 현황

- 고객수 증감 - 감소했다 69.3% (전국 70.3%), 증가했다 7.0% (전국 8.3%)
- 매출액 증감 - 감소했다 70.1% (전국 75.1%), 증가했다 5.9% (전국 7.4%)
- 주된 경쟁 상대 - 주변의 소형업체 55.9% > 주변의 대형업체 15.6%
* 없다 : 24.6% (전국 28.9%)

- * 전국 : 주변의 소형업체 41.2% > 주변의 대형업체 25.0%
- 월평균 매출액 - 914.4만원 (전국 990.0만원)
 - 400만원 이하 59.2% > 401~1,000만원 26.2%
- 월평균 순이익 - 165.6만원 (전국 149.1만원)
 - 적자·무수입 41.6% > 1~100만원 24.4% > 101~200만원 23.4%
- * 전국 : 1~100만원 30.8% > 적자·무수입 26.8% > 101~200만원 23.4%
- 순이익 증감 - 감소했다 76.6% (전국 73.3%) > 증가했다 3.9% (전국 6.0%)
- 순이익 감소 이유 - 주변 소형업체와의 경쟁 심화 31.3% > 소비자의 구매 패턴 변화 27.0% > 인건비, 임대료 등 원가의 상승 22.5% > 주변지역에 대형업체 출현 10.7%

2) 창업과정

(1) 창업 준비 과정

- 자영업을 하게 된 동기 - 생계유지를 위해서 75.6% (전국 80.1%) > 창업을 통해 성공할 가능성이 있어서 22.3% (전국 17.2%)
- 현 사업 직전 직업 - 개인사업 40.1% > 직장생활 41.0%
 - * 전국 : 개인사업 34.2% > 직장생활 41.4%
- 창업 준비 기간 - 3~6개월 미만 24.0% > 1~3개월 미만 20.0% > 6개월~1년 미만 17.0% * 1개월 미만 6.8% (전국 14.2%)
- 창업과정상의 애로사항 - 자금조달 45.3% > 입지선정 18.6%
 - * 전국 : 자금조달 39.8% > 입지선정 23.2%

(2) 창업정보 획득

- 정보 습득 방법 - 친인척·친구 55.9% > 관련업종 협회·단체 9.2%

* 없음 : 28.7%

- 정보 습득 경로 - 직접방문 82.2% > 전화 9.5% > 인터넷 4.0%

* 전국 : 직접방문 75.3% > 전화 11.6% > 인터넷 8.1%

- 습득 정보 만족도 - 만족 91.1% (전국 84.5%)

(3) 창업비용

- 창업비용 - 평균 5,428.9만원 (전국 6,570.1만원)

- 6,000만원 미만 71.1% (전국 66.1%)

- 자기자본비율 - 평균 70.9% (전국 74.8%)

- 90~100% : 46.5% (전국 50.8%) > 50~60% : 18.4% (전국 18.6%)

3) 경영활동 사항

(1) 경영 애로사항

- 경영활동 애로사항 - 판로 38.1% > 자금부족 16.8% > 상품·고객관리 12.3%

* 전국 : 판로 26.8% > 상품·고객관리 12.9% > 자금부족 12.7%

- 종업원 관리 애로사항 : 높은 임금 9.0% > 잦은 이직 8.0%

* 종업원 없음 43.2%, 애로사항 없음 32.8% (전국 19.7%)

* 전국 : 높은 임금 13.8% > 잦은 이직 8.8%

- 운영자금을 외부에서 구한 경험 - 있다 61.7% (전국 59.9%)

- 외부자금 주된 출처 - 은행·보험사등 금융기관 51.2% > 친구·친척 차입 28.2%

(2) 정보화 현황

- 보유 - 컴퓨터 54.3% > 신용카드기 53.7% > 홈페이지 9.0% > POS시스템

4.0% > 전자상거래 1.2%

- 활용빈도 - POS시스템 100.0% > 컴퓨터 93.6% > 홈페이지 84.1% > 전자상거래 83.3%

- 신용카드기 : 매출액 중 신용카드 결제비중 평균 49.8%,

- 이용 어려움
 - 컴퓨터 : 필요성 부족 45.3% > 사용지식 부족 15.2% * 없다 22.3%
 - POS시스템 : 필요성 부족 93.9% * 없다 1.8%
 - 홈페이지 : 필요성 부족 83.4% > 사용지식 부족 5.1% * 없다 3.1%
 - 신용카드기 : 사용료·수수료 과다 56.8% > 필요성 부족 34.0% * 없다 3.1%
 - 전자상거래 : 필요성 부족 93.0% > 사용지식 부족 2.9% * 없다 0.8%

(3) 조직화 현황

- 협회·단체 가입 여부 - 가입 68.4% (전국 59.1%)
- 협회·단체 가입 의향 - 없음 93.5% (전국 92.6%)
- 가입 의향 있는 협회·단체 - 관련협회 80.0% > 상인회 10.0% = 조합 10.0%
 - * 전국 : 관련협회 61.2% > 상인회 21.1% > 조합 12.8%
- 가입 의향 없는 주된 이유 - 가입의 필요성을 못 느껴서 86.1% (전국 88.5%)

4) 사업 전환 관련 사항

- 향후 사업체 운영계획 - 현재 규모로 계속 운영 85.2% (전국 78.6%)
 - 현재보다 규모 확장 5.7% (전국 6.5%)
- 업종 전환시 어려움
 - 사업체 매도 어려움 32.3% > 기존 설비 처리 22.6% > 권리금 회수 19.4%
 - * 특별히 없다 : 22.6%
- 취업 의사 : 없다 92.6% (전국 72.0%)

5) 정책 관련 사항

(1) 정부지원정책 인지도 및 인지경로

- 인지도
 - 정부지원 : 알고 있었다 56.1% (전국 52.9%)
 - 교육지원 : 모르고 있었다 66.4% (전국 66.8%)
 - 창업상담, 컨설팅 등 정보제공 : 모르고 있었다 61.7% (전국 66.5%)
 - 조직화, 협업화 지원 : 모르고 있었다 81.4% (전국 78.7%)
- 인지경로 : TV
 - 자금지원 : TV 35.8% > 친인척·친구 19.3% > 공공기관 18.2%
 - 교육지원 : TV 34.8% > 인터넷 18.9% > 신문 17.7% > 친인척·친구 17.1%
 - 창업상담, 컨설팅 등 정보제공 : TV 40.6% > 신문 17.1% > 공공기관 = 인터넷 15.5%
 - 조직화, 협업화 지원 : TV 37.4% > 신문 23.1% > 인터넷 13.2% > 친인척·친구 11.0%

(2) 정부지원정책 이용경험 및 이용만족도

- 이용경험
 - 자금지원 : 없다 79.6% (전국 78.4%)
 - 교육지원 : 없다 98.8% (전국 92.7%)
 - 창업상담, 컨설팅 등 정보제공 : 없다 98.9% (전국 94.4%)
 - 조직화, 정보화 지원 : 없다 98.9% (전국 97.1%)
- 이용만족도
 - 자금지원 : 만족 80.4% (전국 74.4%)
 - 기타 항목 : 유의성 없음

제 5 장

소상공인 활성화 방안

제1절 소상공인 활성화 정책의 방향과 과제

제2절 소상공인 활성화 추진사업

제 5 장 소상공인 활성화 방안

제1절 소상공인 활성화 정책의 방향과 과제

지원정책의 기본방향

- | |
|-------------------------------|
| • 종합적인 시각에서 접근 |
| • 정책수요자와 공급자간 정책 생태계 정상화 |
| • 선택과 집중에 의한 간접적 유인체계를 가진 지원 |
| • 무분별한 진입 억제와 원활한 퇴출 지원 |
| • 경쟁을 통한 자생력 확보 방양으로 정책 추진 |
| • 소상공인에서 중·대기업으로의 성장 정책체계로 전환 |
| • 사회복지정책 차원에서 형평성 추구 |

정책과제	추진사업
창업촉진환경 조성	<ul style="list-style-type: none"> • 업종별 세분화된 소상공인 DB구축 • 대전소상공인 인턴제 도입 • 소매업 지역상권 재편 • 영세 소매업체의 소규모 카테고리킬러화 지원
성장 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 소매업체와 중소기업과의 연계를 통한 다업기회 다각화 • 영세소매업 공동브랜드 및 PB제품 개발, 운영 지원 • '지역 컨셉'구축을 통한 지역 소매업 성장 지원 • 영세 소매업체의 서비스 품질의 프리미엄화 지원 • 소상공인 온라인 마케팅 지원 • 소상공인 사업장 신용카드 수수료 인하 • 소상공인 사업장 전산화 시스템 지원 • 우수 소상공인 인증제도 실시

정책과제	추진사업
<p style="text-align: center;">재도전 지원</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 소상공인 폐업 및 회생 지원 • 소상공인 역량강화를 위한 기술훈련 지원 • 소상공인 사업장 시설 리모델링 지원 • 신산업 육성과 전직 지원으로 임금근로자 일자리 확대 • 소상공인 대상 맞춤형 직업능력 개발 강화
<p style="text-align: center;">사업인프라 구성</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 종합지원시스템 구축 및 지원체계 일원화 • 업종별 상권별 지원체계의 차별화 • 소상공인 혁신타운 건립 및 운영 • 소상공인 구인·구직 인력시스템 구축 및 인력정보서비스 제공 • 소상공인 전용 워크넷 개발 • 영세소매업체 공동창고 지원 • 소상공인 통합물류센터 건립 • 소상공인에 대한 사회안전망 구축

1. 정책의 기본방향

1) 소상공인 정책은 종합적인 시각에서 접근 필요

현재 소상공인 관련 정책이 주무부처인 중소기업청에서 대부분 관장하고 있어 기업정책의 일환으로 접근하는 한계를 가지고 있기 때문에, 이를 고용 및 복지, 실업 대책의 일환으로 확대 개편하여 범부처적 대응으로 접근할 필요성이 있다. 따라서 중소기업청에 한정된 정책보다는 고용노동부, 보건복지부, 지식경제부 등 관련 부처와의 업무 협조를 통해 다양한 스펙트럼의 소상공인들의 수요를 만족시킬 수 있는 입체적인 정책을 개발해야 한다.

2) 정책수요자와 공급자간 소상공인 정책 생태계 정상화

향후 대전지역의 소상공인 발전을 위한 정책추진의 효과를 높이기 위해서는 정책수요자 및 공급자간 소상공인 정책 생태계의 정상화를 추진할 필요가 있다. 무엇보다도 정책수요자들로 하여금 정책에 대한 지나친 기대로 자생하려는 의지보다는 정책에 의존하려는 경향이 심화되지 않도록 하여야 할 것이다.

소상공인은 실업의 대안이 아닌 성장을 지향하는 최소단위의 사업체라는 관점에서 정책을 추진할 필요가 있다. 실업대책 차원에서 추진되던 소상공인정책이 소상공인 부문의 과잉화를 심화시켰다는 평가하에 그간 대책이 마련되어왔지만, 아직도 정부부처에서는 창업정책시 고용창출에 초점을 두고 자금을 지원하는 경우가 발생하고 있다. 소상공인이 고용창출의 수단에서 한 걸음 더 나아가 지역경제의 근간을 이루는 가장 하부단위인 경제주체로서의 성장을 지향하는 관점에서 정책이 이루어져야 할 것이다.

3) 선택과 집중에 의한 간접적 유인체계를 가진 지원

방대한 소상공인의 비중과 숫자로 인해 정책추진에 필요한 예산의 부담이 과중하므로 정책효과가 효과적으로 나타날 수 있는 방식과 영역에 대한 선택과 집중을 추진해야 한다.

그간 추진해 왔던 정책의존성을 심화시킬 수 있는 직접적인 지원방식의 정책이 아닌 자생하려는 의지로 사업체를 성장시켜 나가는 데 도움이 되도록 간접적인 지원방식의 정책을 추진해야 한다. 생계형 소상공인이 아닌 일자리 창출과 여타 소상공인의 벤치마킹이 가능한 잠재력이 있는 소상공인의 확산에 둔 정책을 추진해야 한다.

직접적인 지원 일변도의 정부정책이 단기적으로는 소상공인들에게 효과적일 수 있으나 장기적으로는 정책 의존성을 높여 자생력을 갖기 위한 스스로의 노력을 게

을리 할 수 있다. 소상공인 스스로의 의지로 경영하고 경기의 순환에 따라 사업체의 운명이 좌우되지 않도록 소상공인 자발적으로 참여할 수 있는 유인체계를 가진 간접적인 지원방식으로 정책의 방향을 전환해야 할 시점이다.

4) 무분별한 진입 억제와 원활한 퇴출 지원

진입장벽이 낮은 소상공인이 무분별한 진입을 억제하고 원활한 퇴출을 지원해야 한다. 이를 위해 창업자금 지원정책을 정보제공 및 교육 등의 컨설팅 위주로 전환하고 교육훈련과 취업알선을 활성화해야 한다.

소상공인 창업에서 소위 '묻지마 창업'이 아니라 경영컨설팅, 기업승계 등 체계적으로 준비된 창업을 유도하는 정책 지원이 필요하다.

정부가 손쉬운 일자리창출의 방편으로 '돈 빌려주기 식'의 창업지원을 통해 서민들이 자영업이라는 레드오션으로 몰아넣고 있다는 비판이 제기되고 있다. 따라서 체계적인 창업 정보제공 및 교육, 경영컨설팅을 통해 기업하는 방법을 알려주어야 성공적인 창업 및 성장기 가능하다. 이와 함께 기업 승계를 원하는 제2창업 예비자에게 우선적으로 경영컨설팅 지원정책이 필요하다.

다른 한편, 소상공 자영업에서 임금근로자의 전환을 촉진하기 위한 교육훈련과 취업알선을 활성화해야 한다. 상당한 비중의 소상공 자영업자가 임금근로자로 전환하기를 희망하고 있으며, 심지어 비정규직 일자리라도 취업하기를 원하는 상황이다⁴⁾. 따라서 임금근로자로의 전환을 희망하는 소상공인에게 필요한 교육훈련과 취업 알선을 활성화할 필요가 있다. 소상공인의 고용보험 직업능력개발훈련 기회를 확대하고, 고용센터의 소상공인에 대한 취업 알선 노력도 제고해야 한다.

4) 예컨대, 음식·숙박업, 도·소매업 등에서 자영업을 그만두고 싶은 소상공인들이 비중이 높고, 음식·숙박업의 경우에는 비정규직 취업의사가 매우 높은 것으로 조사되고 있다.

5) 경쟁을 통한 자생력 확보 방향으로 정책 추진

특정 업종이나 업태에 특혜를 주는 지원을 통한 희생보다는 경쟁을 통해 자생력 확보가 될 수 있는 방향으로 정책을 추진해야 한다.

기업가 정신이 충만한 소상공인의 확산으로 소상공인 부문이 지역 경제성장의 밑거름이자 시발점이 되도록 공정하고 합리적인 경쟁원칙을 확립함으로써 열심히 일하는 소상공인에게 정당한 보상이 이루어지는 사업환경이 조성되어야 할 것이다. 그러기 위해서 정부주도가 아닌 시장주도에 중심을 두되 정부의 역할이 필요한 정책추진은 강화하여 시장에 대한 규제와 간섭을 최소화해야 할 것이다.

6) 소상공인에서 중·대기업으로 커 갈 수 있도록 정책체계 전환

기업이 처음부터 대기업으로 성장할 수 없다. 오늘날의 대기업이나 중견기업도 대부분 초기에는 작은 소상공인으로부터 출발하였다. 소수의 고용규모를 갖는 기업으로 출발하여, 성장 발전하여 중견기업, 나아가 대기업으로 성장하는 바 소상공인은 미래의 큰 기업에 대한 출발점이다.

따라서 대부분이 생계형인 소상공인이 장기적으로 미래 희망을 갖고 경영을 지속할 수 있도록 소상공인에게도 벤처기업에서와 같은 생태계를 도입하여 창업준비기, 창업기, 성장기, 성숙기, 구조전환기로 구분하여 발전단계별로 소상공인이 활동하는 서식조건 조성을 위한 정책적 지원환경을 차별화할 필요가 있다. 정책추진체계가 소상공인이 중견기업으로 발전할 수 있는 성장기반을 제공하는 생태계 조성으로 전환되어야 할 것이다.

7) 사회복지정책 차원에서 지원하되 사회구성원 전체적 차원에서 형평성 추구

생계유지도 곤란한 한계 소상공인들에 대해서는 사회안전망 확보 차원에서 사회복지정책적 차원의 지원이 필요하나 그 대상은 엄밀한 검토를 통해 선정되어야 한다.

경쟁에서 탈락한 소상공인에게 재도전의 기회를 제공하여 일자리를 창출하고 경쟁을 촉진하며, 공제제도 등 사회적 안전망 확충을 통해 소상공인들의 불확실성을 완화할 필요가 있다.

재도전의 역량을 구비하지 못해 사업을 그만두는 사업자에 대해서는 임금근로자로의 전환을 지원하고, 생계해결이 불가능한 경우는 엄격한 기준에 의거 대상자를 선별하여 사회복지 프로그램을 적용할 필요가 있다.

정책은 보건복지부, 여성가족부, 고용노동부 등 사회복지정책 관할 부처에서 추진하고 중소기업청은 소상공인의 자생력을 높이는 정책을 추진해야 할 것이다.

2. 정책과제

소상공인 정책은 소상공인의 창업에서부터 시작하여 성장, 재도전까지 단계별 생태계 측면에서 접근해야 한다. 즉, 소상공인 정책의 실효성과 효율성을 높이기 위해서는 소상공인의 생태계 측면에서 소상공인을 하나의 유기체적인 관점 속에서 진화, 발전, 소멸이라는 단계별 서식조건의 조성하는 데 정책의 목적을 두어야 할 것이다.

소상공인의 창업, 성장, 재도전 등 제대로 작동하지 않는 자영업계 생태계에 대한 다양한 대안 마련이 필요하다.

1) 성공 가능성 높은 준비된 창업 유도

소상공인의 창업 측면에서 생계형 위주의 성급한 창업, 젊은 층의 자영업시장으로의 유입 미흡, 연령별 맞춤형 창업정보의 부족 등의 문제가 지적되고 있다. 사전에 충분히 창업준비를 하고, 성공 가능성을 최대한 높일 수 있는 환경에서 창업할 수 있도록 제반 여건을 조성하는 것이 중요하다.

특히, 소상공인은 업종별로 매우 다양하게 분포되어 있고, 또한 소규모 사업체 단위로 형성되어 있기 때문에, 완전경쟁에 가까운 시장에서 비교적 진입과 퇴출이 용이하게 일어나는 구조를 가지고 있다. 따라서 지역산업 전체적 관점에서 지역경제 주체의 하부구조를 형성하는 가장 작은 단위의 경제주체로 인식하고, 기초체력을 튼튼히 다지는 정책적 지원이 이루어져야 할 것이다.

2) 성장을 위한 경쟁력 강화

소상공인의 성장 측면에서는 한정된 소비시장내 과당경쟁의 구조적인 문제와 함께 지속적인 경영혁신을 유도할 소상공인 지원체계가 미흡했던 것이 사실이다. 프랜차이즈 등 선진화된 경영기법 활용기반의 부족과 지속적인 경영혁신을 유도할 컨설팅, 교육지원 인프라 등의 부족 등이 지적되고 있다.

따라서 조직화, 현대화 그리고 지속적인 경영혁신 등 소상공인의 경쟁력 강화가 필요하다. 소상공인의 경영혁신을 위한 다양한 영업기법의 활용기반을 마련하는 한편, 침체된 소상공인의 활력 제고가 요구된다. 조직화를 통해서 소상공인의 영업능력을 향상시키고, 교육 및 컨설팅을 통해서 경영혁신을 강화하며, 소상공인의 경영안정자금 활용창구를 다양화할 필요가 있고, 전통시장 활성화를 위한 다양한 지원이 이루어져야 한다.

3) 재기환경 조성

소상공인의 재도전 측면에서는 폐업에 대한 대안 부재와 투자비 회수에 드는 시

간 등 신속한 폐업을 위한 여건이 미흡했다. 또한 폐업에 따른 최저생계 보장을 위한 사회적 안전망이 미흡하고 보증금 회수 등 신속한 폐업 환경 조성이 필요하다.

폐업 소상공인의 빈곤층 전략 방지를 위한 사회안전망 보완과 함께 재창업 등 재기 발판의 마련을 위한 제도적 보완이 필요하다 하겠다.

4) 사업인프라 지원

지역 소상공인들이 원활한 사업을 경영할 수 있도록 소위 '사업하기 좋은 환경'을 제공하기 위한 인프라를 조성한다.

제2절 소상공인 활성화 추진사업

1. 창업촉진환경 조성

1) 업종별 세분화된 소상공인 DB 구축

소상공인이 창업을 준비하는 단계에서 업종과 입지지역 선정에 많은 애로사항을 겪고 있는 것으로 나타나고 있다. 이에 업종별 상권별, 규모별 소상공인이 주요 경영상의 지표를 시계열로 수집, 관리, 활용할 수 있는 체계적인 시스템을 구축한다.

창업 인허가 절차를 활용하여 창·폐업률, 매출액 등 업종별, 상권권역별, 규모별로 세분화된 자료를 구축하고 소상공인진흥원의 상권정보시스템과 연동하여 소상공인에게 제공하는 것이다. 이와 함께 영업하가(관할 구청)에서부터 사업자등록(관한세무서)까지의 창업절차에 관한 자료를 활용하여 상세정보를 제공한다.

2) 대전 소상공인 인턴제 도입

소상공인 사업체 현장에서 기술 및 경영 노하우를 습득할 수 있도록 가칭 '대전 소상공인 인턴제'를 도입하여 창업의 성공가능성을 높인다. 성공한 소상공인 예비창업자들 대상으로 인턴 또는 직장내 훈련(On-the-job-training)을 실시하도록 임금의 일부를 지원하는 것이다.

임시·일용직을 주로 고용하는 자영업자는 인건비를 절약할 수 있고, 예비창업자는 기술 및 경영 노하우를 습득할 수 있어 창업의 성공가능성을 높일 수 있다.

3) 소매업 지역상권 재편

동일 지역 상권내 소매업의 입·폐점이 반복되는 과정에서 비효율적인 상권이 형성되며, 특히 정보와 역량의 비대칭으로 인해 영세소매업체의 피해가 가중되고 있다. 또한 특정 업종, 업태의 지리적 밀집에 따라 관련 상업활동의 포화 또는 위축이 가속화되고 있다.

대형 소매점의 경우, 상권에서 발생할 변화의 동향을 조기 파악하여 신속하게 대응하지만, 영세업체는 그러지 못하고 있다.

따라서 지역별 상업지구의 소매업 및 관련 업체의 집적실태를 체계화하고, 이를 토대로 지역상권의 개편방향의 제시가 필요하다. '지역상권 소매업 생태지도(가칭)'을 토대로 기존 소매업체의 업종 및 업태 전환, 신규 입점업체의 업종 및 업태, 입지 선정 등을 가이드 한다.

기존 소매업 내지 소상공인 관련 정책과 연계할 때, 영세소매업체에 대한 체계적 지원이 가능하며, 대형소매업체에 대한 자율규제 방향을 제시하는 효과를 거둘 수 있다.

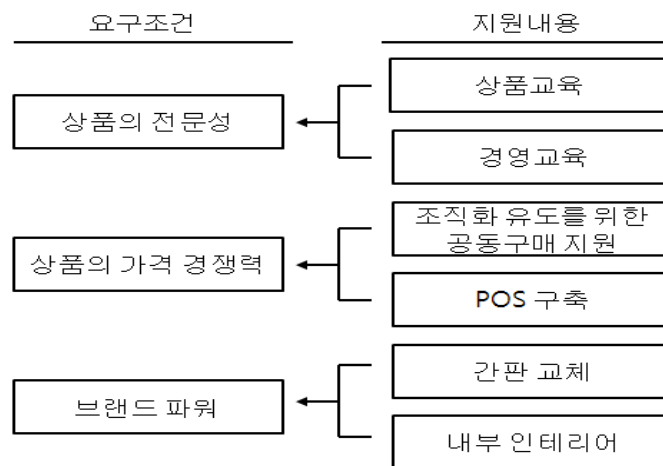
4) 영세 소매업체의 small-sized category killer화 지원

신업태인 카테고리킬러를 영세소매업체에 적용하되, '전문성 및 차별성 확보'를 통해 규모의 열위를 극복할 수 있도록 한다. 해외에서 이미 크게 발달한 카테고리킬러는 국내에는 이제 막 도입이 시작되고 있는 신업태로서 빠른 성장세를 보이고 있다.

그러나 카테고리킬러는 기본적으로 규모의 영세성을 활용하는 특성으로 인해 대기업 위주로 실현되고 있다. 규모의 한계를 지니고 있는 영세소매업체에서도 실현 가능한 소규모 카테고리 킬러(small-sized category killer) 모델의 개발이 가능하다.

서적, 의류, 문방구 등 기존 영세소매업체가 운영하고 있는 업종을 대상으로 지역내 소규모 카테고리킬러화를 추진한다. 특히, 재개발 상권과 신시가지 상권 등에서 특정 지역 또는 건물 등을 대상으로 추진함으로써 실질적인 성과 창출이 가능할 것이다.

<그림 5-1> Small-sized category killer 지원내용



자료 : 「소매업 성장발전을 위한 정책방안 연구보고서」, 소상공인진흥원, 정책연구 10-18, 2010, 145쪽

2. 성장 지원

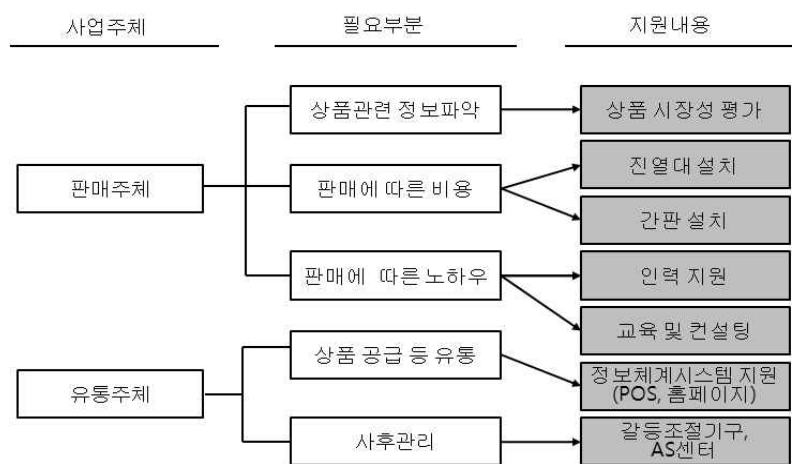
1) 소매업체와 지역 중소기업과의 연계를 통한 사업기회 다각화

소매업체는 차별적인 상품의 확보에 어려움이 있고, 지역 중소기업체는 신제품의 판로 확보에 어려움이 존재한다.

소비자들의 신제품 수요가 증가하고 있는 것에 반해, 신제품 확보가 어려운 소매업체들은 소비트렌드에 따라가지 못한 결과, 경영난이 가중되고 있다. 한편, 지역의 중소기업체는 최신 트렌드에 부합하는 제품 위주로 출시하나 판로를 확보하지 못함에 따라 수익이 발생하지 못하는 상황에 봉착해 있다.

소매업체 매장공간의 일부를 활용하여 지역 중소기업의 신제품을 판매하는 shelf-sharing 사업을 통해 소매업 및 중소기업 양자의 상호 성장의 추구가 가능하다. 소매업체의 매장 내 중소기업 신제품을 일정기간 전시, 홍보, 판매할 수 있는 사업모델을 개발하고 이의 효과적 추진을 지원한다.

<그림 5-2> Shelf-sharing 지원내용



자료 : 「소매업 성장발전을 위한 정책방안 연구보고서」, 소상공인진흥원, 정책연구 10-18, 2010, 199쪽

소매업체의 오프라인 매장의 매출과 수익을 제고하고, 중장기적으로 온라인 소매업체의 기능 다변화, 역량강화를 통한 추가적 수익모델 확보에 기여할 것이다.

2) 영세소매업 공동브랜드 및 PB제품 개발, 운영 지원

대형유통업체들의 경우 PB제품을 통해 경쟁우위를 확보하고 있는 반면, 영세소매업체는 소싱능력의 부족으로 PB제품 확보자체가 곤란한 상황이다.

최근 대형유통업체들은 자체 PB제품을 지속적으로 개발하여 출시함으로써 소비시장에서 가격파괴를 주도하고 있다. 반면, 영세소매업체의 경우 소싱능력의 부족으로 인해 차별적 제품 확보가 곤란하여 경쟁열위에 위치하고 있다.

따라서 영세소매업체 전용 PB제품을 개발·공급하여, 영세소매업체의 공동브랜드를 함께 개발한다. 대형마트나 대기업 제품과 차별화된, 영세소매업체 전용 PB제품을 개발·공급함으로써 영세소매업체의 차별성 및 원가경쟁력을 확보할 수 있다. 특히, PB제품 지원의 경우 공동브랜드 네트워크에 참여하는 영세소매업체를 대상으로 지원함으로써 영세소매업체의 공동브랜드의 구축을 도모한다.

3) '지역 컨셉' 구축을 통한 지역 소매업 성장 지원

개별 영세소매업체의 매출저조 문제는 업체만의 문제가 아닌 지역상권의 침체라는 문제와 연계된다. 영세소매업체의 문제를 소매업체가 속한 지역경제의 문제로 인식하고, 지역 차원에서 공동으로 문제를 해결하고자 하는 노력이 필요하다. 또한, 상권 내 대형마트와 SSM 등 대형유통업체들이 침투하고 있는 상황에서 기존 대형유통업체와는 다른 방식으로의 차별화가 요구된다.

이를 위하여 지역 컨셉 구축 및 컨셉에 적합한 공공디자인 연출 및 판매 상품의 라인업(line-up) 구축을 지원한다. 지역 특성을 부각시킨 컨셉 도출을 위해 관련 지역 전문가, 지역 대학, 예술가, 소매업체의 연계가 원활히 이루어질 수 있도록 지

원한다. 지역 컨셉 도출의 경우, 자발적인 참여를 유도하는 '제안 시스템'을 활용하며, 채택된 컨셉의 활용방안 수립시에는, 관련 전문가 활용하여 효과적인 방안으로 방향 제시 및 공동 진행(2차 지원)을 실시한다.

4) 영세 소매업체의 서비스 품질의 프리미엄화 지원

지역 소상공인들이 상대적으로 용이한 서비스의 차별화에 주력하여, 고품질의 서비스를 제공하고 이를 통해 고객의 영세소매업체를 재방문할 수 있도록 유도한다.

영세소매업체의 경우, 주인이 직접 매장을 운영하기 때문에, 대형유통업체에 비해 서비스의 고급화를 통한 경쟁력 확보가 상대적으로 용이하다. 영세소매업체는 고객 접근성이 우수하고 재구매율이 높기 때문에, 높은 서비스의 제공이 매장의 재방문을 증가시킬 수 있다.

이를 위하여 소매 매장을 직접 운영하고 관리하는 영세소매업자에게 프리미엄 서비스 교육을 지속적으로 실시하여 인증을 부여하고, 지속적인 교육 및 A/S 서비스를 실시한다. 전문가를 초빙하여 고객 만족과 서비스 교육을 지속적으로 실시하여 교육이수 업체에게 '서비스 품질'의 프리미엄 업체로 인증한다. 또한 서비스 품질의 고급화를 유지할 수 있도록 현장 점검을 실시하고, 고객의 불만을 신속하게 처리하는 고객불만처리센터를 운영한다.

5) 소상공인 온라인 마케팅 지원

소상공인들은 홍보 및 고객관리의 필요성을 인지하고 있지만, 방법론을 몰라 실천하지 못하는 사례가 많다. 최근 블로그 마케팅 등 인터넷 기반 마케팅이 활성화되면서 경쟁적으로 활용하고 있지만, 이를 상업적 수단으로 악용하는 경우가 많아 효과성을 보지 못하고 있다.

대기업 점포나 의사 등 전문직 자영업자들은 인터넷 기반 마케팅 툴키트를 이용

한 고객관리, SMS 등으로 앞서가고 있지만 소상공인들은 이러한 새로운 마케팅 출을 잘 모르거나 자금문제로 활용하지 못하고 있다.

따라서 소상공인들이 공동으로 사용할 수 있는 마케팅 및 고객관리 프로그램을 개발하여 소상공인들이 건전하고 효과적으로 이용할 수 있도록 함으로써 소상공인의 마케팅 역량을 키워주고, 나아가 불법 스팸 메일 문제도 해소할 수 있다.

사업내용으로는 소상공인진흥원의 상공인종합정보시스템에 소상공인 맞춤형 마케팅 프로그램을 삽입하여 소상공인이 가입회원들이 고객관리 및 홍보 툴로 활용할 수 있도록 한다. 또한 기존의 고객관리 프로그램 개발업체의 프로그램 가운데 효과성, 건전성 등과 사용자들의 악용 가능성 여부가 없는지를 검수하여 2~3가지 프로그램을 우선 도입하여 운영토록 한다.

소상공인 맞춤형 마케팅 프로그램을 일정기간 시범운영한 후, 본격적으로 운영할 수 있도록 하고 사용자들이 일정 비용을 지불하여 사용가치를 느끼도록 할 필요성도 있다.

추진방안으로는 1차적으로 프로그램 업체를 모집하고, 2차적으로는 우수 프로그램을 선정하여 소상공인진흥원의 소상공인종합정보시스템에 연동한다. 3차적으로는 소상공인종합정보시스템 가입자를 대상으로 우선 보급(ASP 방식)하고, 성공창업패키지교육, 컨설팅업체 등에게 인센티브로 제공 가능하다. 이렇게 함으로써 소상공인의 마케팅 역량을 강화하고 매출액 향상에 기여할 수 있을 것이다.

6) 소상공인 사업장 신용카드 수수료 인하

과거와 달리 결제수단이 현금에서 신용카드로 결제하는 풍토가 성행하여 카드수수료가 소상공인에게서는 부담이 되고 있다. 낮은 매출과 낮은 이윤 획득에도 높은 수수료를 부담해야 한다.

대기업에서 운영하는 백화점, 대형마트 카드수수료는 평균 1.3% 수준이나, 소상공인 사업장 운영 카드 수수료는 오히려 평균 2.8% 수준으로 높아 매우 불합리한

상황이다. 대기업은 차입경영에 의존하여 사업자금난을 해소하면서 민간 기업에서 운영·소유하고 있는 신용카드 수수료까지 소상공인들이 불합리한 처우를 받고 있는 것이다.

사업 혜택의 형평성을 확보하고 카드 수수료 인하에 따른 경영수지 개선과 실질적인 지원정책 혜택으로 사업성공의 기회를 부여하기 위해 소상공인 사업장에 대한 신용카드 수수료 인하를 지원할 필요가 있다. 대기업에서 운영하고 있는 신용카드사의 담합 형태로 소상공인들이 높은 카드수수료에 대하여 막대한 경영적 피해를 입고 있는 실정이므로, 빠른 시일내에 수수료율을 대기업에서 운영하는 백화점 및 대형마트 등과 동일하게 적용해줄 필요성이 있다.

사업내용으로는 정부가 카드수수료 조정중재(안)을 마련하여 카드사와 협의하여 조정한다.

7) 소상공인 사업장 전산화 시스템 지원

소상공인들이 사업장을 경영하면서 가장 어려운 부문인 인사노무부문, 회계부문, 세무부문으로 인하여 경영에 막대한 지장을 초래하고 있다. 대기업 운영 사업장과는 달리 IT부문에 가장 취약함으로써 관리의 어려움을 지니고 있다.

따라서 정보화시대에 맞는 디지털 경영 정착, 경영관리 업무 간소화, 전산시스템 지원으로 실질적인 지원정책 혜택 부여, 이에 따른 사업성공 가능성 확대 등을 위해 소상공인 사업장 전산화 시스템을 지원할 필요가 있다.

소상공인들이 사업장을 경영하면서 가장 어려운 인사노무, 회계, 세무 등 부문을 대기업이 운영하는 사업장과 같은 시스템을 구축하여 간단하고 정확한 관리업무를 할 수 있도록 전산 시스템 구축을 지원하는 것이다.

소상공인 사업장에서 보유비율이 4%에 불과하지만 100% 활용하고 있는 POS 시스템에 관리업무와 연계한 활용은 하지 못하고 있다. 따라서 전산화 시스템 지원으로 POS와 연결(Interface)하여 관리업무가 자동 형태로 가능토록 인프라 구축을 지

원하는 것이다.

본 사업을 통해 관리업무 간소화 및 비용절감으로 사업에 집중하여 경영수지 개선 효과를 거둘 수 있을 것으로 기대된다.

8) 우수 소상공인 인증제도 실시

현재 음식점에는 「모범음식점 인증 표지판」을 부착하여 홍보효과를 얻고 있는 음식점들은 있지만, 지자체를 중심으로 시행되고 있는바 업종별 통합관리 및 인증제도의 신뢰성 확보가 선행되어야 한다.

우수프랜차이즈 인증제 도입은 검토되고 있으나 업종별 통합시스템이 필요한 실정이다. 평가기준은 더 체계적이고 까다롭게 하여 인증을 받은 업체는 자부심을 가지고 사업을 할 수 있는 환경 제공이 필요하다.

정부차원에서 수행하며 국내인증 또는 국제인증제를 도입함으로써 대내외적인 신뢰도 확보를 통해 직접홍보효과 증대 및 해외 관광객 유치에 도움이 될 수 있는 기반을 조성하고 국내 브랜드파워를 바탕으로 해외 진출기회 루트의 다변화를 도모할 수 있다.

본 사업은 업종 및 아이템의 다양화도 물론 필요하겠지만, 서로 간에 선의의 경쟁을 유발하여 제품 품질이나 서비스 등 핵심역량을 통한 대외 경쟁력 강화가 필요하고, 소상공인 운영업체(점포)수 대비 수익성 향상을 견인할 수 있는 기반 조성이 필요하며, 또한 소상공인들의 업체(점포) 경영의식 개선 및 환경변화 대처 능력의 배양이 필요하다.

사업내용은 각 정부부처 및 지자체에서 시행하고 있는 제도를 정부차원에서 통합하여 인증해 주는 신뢰성 있는 소상공인 인증제도를 도입하는 것이다. 업종은 크게 음식점, 도·소매업, 서비스업 및 제조업 등으로 분류하여 정부차원에서 지자체 또는 소상공인지원센터의 협조를 받아 인증을 위한 기본 평가를 추진할 수 있다.

평가결과는 인정 기한 내 통합시스템으로 입력 처리 후, 결과 집계 분석을 통해

최종 평가한다. 사업기간은 1년 단위로 평가를 하며, 평가항목은 업종별로 차별화하여 객관성과 변별력이 용이하게 구성한다.

본 사업에는 입력 및 분석시스템 구축·유지보수 비용, 조사인력 인건비, 사업 홍보비용 등이 필요하며, 인증 획득업체에 대한 지원은 전기 및 상수도 요금 등 공공요금 감면, 시설 및 운영자금 저리 융자, 전문컨설팅 지원, 업종간 정보교류회 지원 비용 등의 재정지원을 고려 할 수 있다.

추진방안은 추진 주관부서 선정, 추진전략 및 내용 확정, 예산 편성, 수행계획 수립, 참여 유도를 위한 홍보활동 전개, 제도시행, 사후관리 등의 순으로 실시되 인증획득 업체의 프랜차이즈 사업 확대 시 우선적 지원혜택을 부여할 수 있다.

3. 재도전 지원

1) 소상공인 폐업 및 회생 지원

소상공인들이 사업 실패시에 자포자기로 인하여 신용불량자가 속출하고 있는 실정이다. 이로 인하여 노숙자 신분과 범죄자 신분으로 전락하고 있으며, 악순환의 반복으로 사회적인 문제로 비화되고 있다.

소상공인 개인의 폐업 노하우와 리스크 관리가 절대적으로 부족하여 사실상 자력으로 회생이 불가능하다. 더욱이 정부의 신분 회생 지원시스템이 있으나 부족한 실정이다.

본 사업을 통하여 소상공인 사업체 운영의 리스크를 최소화하고 폐업시 자산처리로 자금을 확보하며, 회생능력을 가질 수 있도록 지원하여 재기에 성공할 수 있도록 하여 신용불량자 신분을 방지할 수 있도록 한다. 결국 소상공인들이 사업장을 포기하면서 최소의 리스크 관리로 노하우 부족에 따른 신용불량자를 안전한 신분으로 유지시킬 수 있도록 최대한 지원이 필요하다.

또한 회생을 위해서 재활교육을 제도화·시스템화하여 재기를 할 수 있도록 프로그램 개발이 필요하다. 마이크로 크레딧뱅크제도 보완, 즉 자금만 지원하는 것이 아니라 소상공인들의 재창업 능력을 갖출 수 있도록 재활교육이 필요하다.

사업내용은 중소기업청 자체 재활교육연구원을 확보하고, 우수 강사진 확보 및 우수 교육프로그램을 개발한다. 교육은 전문성교육과 인성교육 병행으로 업그레이드 시킨다. 토털 컨설팅 지원 프로그램은 창업, 운영노하우, 폐업, 업종전환, 경영컨설팅, 메뉴관리, 경영관리 등이 포함되어야 한다.

추진을 위해서는 우선 교육연수원을 확보하고 프로그램 개발과 우수 강사진 확보 후, 대상자를 선발하여 교육을 수행한다.

본 사업을 통하여 사업실패에 따른 리스크를 최소화하여 신용불량자를 최소화하고 재활 및 철저한 준비로 재창업에 성공가능성을 높일 수 있다.

2) 소상공인 역량강화를 위한 기술훈련 지원

빠르게 변화하는 신기술에 대한 소상공인의 대응능력은 부족한 것으로 조사되고 있다. 독립점이나 부실 프랜차이즈 가맹점을 운영하는 사업체의 경우 기술훈련 기회가 거의 없는 상태이다. 고용보험을 납입하고 있어도 사업자는 기술훈련 대상에서 제외되고 있기 때문이다. 대부분의 소상공인은 사업자이지만 직원과 같이 실무를 보고 있는 상태이다.

따라서 소상공인의 기술훈련을 통한 전문화 및 매출 향상에 기여하고 폐업 예정 소상공인의 경우 기술훈련 과정에서 재취업 또는 업종 전환이 가능하도록 소상공인의 필요 기술(예 : 조리기술)을 직업훈련 차원에서 교육하고, 미용업, 세탁업 등 기술업종의 경우 신기술 도입 및 습득기회를 제공한다.

사업대상은 조리기술이 요구되는 음식업 사업자, 신기술이 요구되는 기술 관련 서비스업인 미용업, 세탁업, 재봉업 등 사업자를 대상으로 한다.

1차적으로는 기술훈련이 요구되는 업종 선별작업이 선행되어야 하고, 2차적으로

는 기술훈련이 가능한 훈련기관을 파악하는데, 고용노동부 직업훈련기관 및 교육과학기술부 평생교육시설의 리스트를 파악한다.

그리고 소상공인 직업기술훈련제도를 마련하여 예컨대 1차년도 1인당 100만원씩 지원하여 약 100명을 시범 운영토록 1억원의 예산을 확보한다. 단, 직업기술훈련의 실효성을 높이기 위하여 일부분은 사업자 부담금을 부과할 필요가 있다. 2차년도부터는 시범적용 결과를 바탕으로 예산 증액 및 대상인원을 늘릴 수 있다.

본 사업의 추진을 위해서는 고용노동부 직업훈련기관, 교육과학기술부 평생교육기관, 대전광역시 지정 직업훈련원 등과의 연계방안 마련이 필요하다. 본 사업을 통하여 소상공인의 기술훈련으로 생산성 증대 및 체질 개선이 가능할 것으로 기대된다.

3) 소상공인 사업장 시설 리모델링 지원

대기업 및 중소기업에서 운영하는 사업장들은 4~5년 정기적으로 사업에 대하여 재투자 즉 리모델링으로 사업경쟁력을 유지하고 있는 반면, 소상공인이 운영하는 사업장은 자금력과 재투자의 어려움으로 점진적으로 경쟁력 상실로 폐업점포가 고조되고 있는 상황이다. 소상공인이 운영하고 있는 대부분의 사업장들이 10년이 넘도록 리모델링에 대해서는 엄두도 못내고 있는 실정이다.

따라서 소상공인의 자생력 확보, 어려움 자금난 해결로 사업 경쟁력 확보, 소상공인 경영 노하우 축적과 이에 따른 사업성공 기회를 부여하기 위해 소상공인 사업장 시설 리모델링을 지원할 필요가 있다.

조직력, 자금력, 마케팅력이 부족한 소상공인들이 열악한 환경에서 사업의 경쟁력을 갖기에 어려움이 많기에 그들이 자생력을 키울 수 있도록 인적, 물적 시스템적 사업 인프라 지원이 매우 필요하다. 좋은 아이디어가 있어도 재투자에 대한 자금력 부족으로 사업을 포기하는 사례가 속출하기 때문이다.

사업내용으로는 인테리어 및 설비를 리모델링할 수 있도록 사업자금 및 투자를

지원하고, 폐업점포 증가에 따라 양산되는 중고제품을 재활용할 수 있도록 각 지역별 전용창고 운영 리사이클링(Re-cycling) 사업으로 소상공인을 지원하는 방안을 검토할 수 있다.

이의 추진을 위하여 먼저 사업 인프라(리모델링)를 구축한 후, 소상공인 우수사업자를 중심으로 대상자를 선발하여 리모델링을 지원한다.

본 사업을 통하여 소상공인 경쟁력 확보에 따른 사업성공률을 높일 수 있고 재투자 자금력 및 노하우 문제를 어느 정도 해결할 수 있으며, 이에 따른 정부지원정책의 실효성과 신뢰감을 확보할 수 있을 것으로 기대된다.

4) 신산업 육성과 전직지원으로 임금근로자 일자리 확대

사회서비스산업 및 문화산업 등 신산업의 육성을 통해 임금근로자 형태의 일자리 창출을 유도하는 등 신산업 육성과 전직지원 프로그램의 확대로 소상공인의 퇴출구로 임금근로자 일자리를 확대한다. 도·소매업, 음식·숙박업 등이 구조조정으로 퇴출된 인력을 사회서비스산업 및 문화산업 부문으로 흡수한다.

우리나라 사회서비스산업 종사자 비중은 14.7%(2008년)로 OECD 평균(24.3%)의 60.5% 수준으로 고용비중이 낮은 상태이며, 우리나라 문화산업의 고용은 전체 산업 대비 2.58%로 다른 OECD 국가에 비해 상대적으로 낮은 편이고, 영국(6.25%), 프랑스(6.56%)의 절반 이하 수준에 머무르고 있다.

다음으로 노동시장 규제를 완화하고 정년연장과 함께 생산성 임금제를 확대하여 임금근로자 취업기회를 확대한다. 노동시장 유연화와 소상공인 비중은 양의 상관관계가 있어 규제완화는 소상공인 비중을 낮추는 결과 유도가 가능하다⁵⁾. 정년연장과 더불어 생산성 임금제가 도입되면, 중·고령 노동자들의 퇴직이 줄어들어 소상공인 전환 수요가 줄어들 것이다.

5) Henrekson, M.(2004), "Comment on David G. Blanchflower : Is more self-employment good or bad?", *Monthly Labor Review*, 127(7), 13~23쪽

< 표 5-1 > 문화산업 GDP 및 고용 비중의 국제비교

(단위 : %, 자국통화기준)

구분	호주	캐나다	프랑스	영국	미국	한국
	GDP:1998~99 고용:2001	2002	2003	2003	2002	GDP:2005 고용:2008
GDP 비중	3.42	3.73	3.36	8.59	4.54	1.91
고용 비중	3.31	3.90	6.56	6.25	2.46	2.58

자료 : 강순희 외(2010), 「고용구조 선진화를 위한 서비스산업의 일자리 창출 역량제고 방안 (II)», 한국노동연구원.

5) 소상공인 대상 맞춤형 직업능력 개발 강화

대전광역시 산하 직업전문학교는 학교마다 차이는 있으나, 유사한 성격의 직업훈련을 중복 지원하고 있다. 청년실업자와 준고령자를 대상으로 한 요양보호사, 조경관리, 네일아트 등의 직업훈련이 중복되어 있다. 또한 여성을 위한 직업훈련은 매우 극소수에 불과하다.

따라서 학교별로 특성화된 직업훈련체계 구축과 기업 및 창업 수요를 반영한 훈련과정 개편이 필요하다. 학력, 직종, 연령 등 자영업자 특성에 적합한 직업훈련 프로그램 개발이 필요하고, 기업과 훈련생 간 1:1 채용약정을 체결하는 맞춤형 직업훈련이 확대되도록 유도해야 한다.

4. 사업인프라 조성

1) 종합지원시스템 구축 및 지원체계 일원화

창업 성공률을 높이기 위해 교육 및 훈련, 경영 컨설팅, 사후관리 등 종합창업진단 시스템(가칭 '대전 상권 및 사업성 분석 시스템')을 구축한다. 이 시스템은 개별적으로 진행되는 교육 및 훈련, 경영 컨설팅을 일관성 있게 연계시키고, 그동안 시행하지 않은 창업 후 진단 사후관리 시스템을 구축하는 것이다. 또한 대전지역에서 경쟁력 있는 가업을 승계하려는 제2창업 소상공인에게 토털경영컨설팅 지원을 강화한다.

또한 소상공인 정책지원체계에 있어 소상공인 창업자금, 컨설팅, 교육 등의 업무를 대전광역시와 중소기업청이 별도로 추진하고 있는 비효율성을 극복하기 위해 업무의 연계와 일원화가 시급하다. 대전중소기업종합지원센터와 중소기업청 소속 2개의 소상공인지원센터 소상공인 지원체계에 대한 일원화를 통해 정책지원의 효율성을 제고해야 한다.

이와 함께 대전광역시는 중소기업청의 소상공인지원에 대한 정책과의 차별화를 통해 지역 특수성을 고려한 정책을 추진해야 한다. 대전의 산업특성을 고려하여 연구개발 사업화 등 기업지원서비스 중심의 사업서비스업, 보건, 사회복지사업 등 신성장업종에 종사하는 소상공인 지원에 차별적 특화를 할 수 있을 것이다.

2) 업종별 상권별 지원체계의 차별화

대전지역 전체를 보면, 소상공인은 권역별 또는 상권별로 다른 산업특징을 보이고 있다. 따라서 업종별, 상권별로 소상공인에게 필요한 지원 및 육성정책의 차별화가 필요하다.

상권은 자치구별로 구분할 수도 있고, 업종별 밀집지역 중심으로 구분할 수도 있

다. 그러나 더욱 현실적인 구분은 업종별 특화도와 성장률을 감안하여 성장지역, 쇠퇴지역, 정체지역 등으로 구분하여 관련 정보를 DB화하는 것이다. 이러한 DB 구축을 통하여 성장지역은 현 사업의 성장을 극대화할 수 있도록 사업영역의 확대 및 공영의 프랜차이즈 모델로의 변환을 유도할 수 있도록 정책적 지원을 하고, 쇠퇴지역은 업종 전환 및 재기 지원 등을 통해 소상공업 퇴출이 최소화되도록 지원할 수 있고 나아가 수요에 맞는 직업훈련을 통해 전문성과 경쟁력을 가질 수 있도록 한다. 정체지역은 소상공업을 위한 최소한의 단기적 지원과 더불어 장기적 관점의 지원정책이 필요하다. 제조업, 도·소매업 등 생계형 자영업이 특화되어 있는 도심부는 기업형 업체의 경쟁력이 강화될 수 있도록 경영 및 컨설팅 지원체계를 고도화해야 한다.

3) 소상공인 혁신타운 건립 및 운영

소상공인 창업 및 업종전환의 실질적인 지원을 위해서는 프로그램의 다양화와 현장위주의 지원이 필요하다. 소상공인 관련 교육에서 아직까지 소상공인 전문 교육장이 없으며, 지속적인 교육을 하기 위한 여건이 부족한 실정이다.

따라서 기업가 정신과 창의성을 갖춘 소상공인에 대한 종합적인 지원이 가능하도록 혁신타운을 건립하고, 이를 통해 혁신형 소상공인으로 육성할 수 있는 인프라를 구성한다.

현재 소상공인 지원기관이 산재해 있어 기관간의 유기적인 연계를 더욱 강화할 필요성이 있다. 소상공인을 전문적으로 지원할 수 있는 지원센터를 중심으로 컨설팅기관, 소상공인 지원단체 및 협회를 하나로 묶어 종합적인 지원이 가능한 인프라를 구축하고, 소상공인의 애로사항을 입주해 있는 여러 기관과 협력하여 공동으로 해결할 수 있는 기회를 제공하고 적극 지원할 수 있는 프로그램 및 사업을 개발할 필요가 있다.

<표 5-2> 소상공인 혁신타운 운영방안

- 임대 또는 건립
 - 지상 3층 정도 규모의 층당 100평 규모의 건물을 임대 또는 건립
 - 1층 : 소상공인 체험장 또는 실험점포 운영
 - 2층 : 소상공인지원센터, 민간컨설팅 회사, 소상공인 관련 단체 및 협회 사무사, 회계사 등 소상공인관련 단체 집적 입주(자가 임대)
 - 3층 : 소상공인 전용 교육장
- 운영
 - 건립예산은 일정기간 정부와 대전광역시에서 보조하고
 - 장기적으로는 자립도를 높여 자체적으로 운영

이를 위하여 가칭 '소상공인 혁신타운'을 건립하여 유관관련기관 및 민간지원기관을 입주시키고, 교육장 및 체험관을 조성하여 상담과 교육, 실습을 한 번에 지원하는 토털서비스를 지원한다. 신규창업자의 창업상담, 기존 사업영위자의 애로사항 해결을 위한 전문가집단(소상공인지원센터, 컨설팅 기관, 소상공인관련 단체 등)이 상시 대기한다. 소상공인 전문교육장을 확보하여 연중 상시교육을 진행하고 신규창업자에 대한 체험관 또는 새로운 사업모델의 실험적 장소로 활용한다.

'소상공인 혁신타운'은 소상공인 밀집지역에 건립하여 소상공인들에게 직접 다가가 정부의 소상공인정책 전달 창구로 활용하고 현장의 목소리를 통해 새로운 소상공인 정책개발의 첨병역할을 수행한다.

4) 소상공인 구인·구직 인력시스템 구축 및 인력정보서비스 제공

소상공인의 부실화에는 앞의 조사결과에서도 나타난 바와 같이 한편으로는 인력의 원활한 공급이 이루어지지 못하기 때문이기도 하다. 소상공인 분야는 인력의 공급과 수요가 가장 많은 분야이면서 구직 및 구인정보가 표출되지 않아 적재적소에

인력이 투입되지 못하는 한계를 갖고 있다.

우량한 소상공인 사업체의 경우 우수인력을 확보하려는 요구가 있지만, 인력확보 방법을 찾지 못하고, 창업예정자의 경우 우선 취업 후 창업하려는 수요가 많지만 취업할 곳을 모르는 경우가 많다.

따라서 인력확보의 어려움을 겪고 있는 소상공인들에게 구직 인력정보를 제공하고, 점포 종사를 희망하는 구직자들을 소상공인들에게 연결하여 구직의 기회를 제공할 필요가 있다.

이를 위하여 소상공인 구인·구직 인력유통시스템을 구축한다. 조리사, 자동차정비사 등 일반 기술인력, 일용직, 업종별, 프랜차이즈, 유망 업종별, 연령별(예 : 청년실업자, 은퇴자, 여성, 장애인 등) 구인·구직 등 다양한 분류체계를 통해 서비스 한다. 먼저 소상공인 인력수요조사를 실시하고, 한국고용정보원 등과 연계하여 인력수급체계 및 분류체계를 수립해야 한다.

본 사업을 통하여 소상공인의 인력 불균형문제를 해소하고 지역적 차원의 일자리 창출에 기여하게 될 것이다.

5) 소상공인 전용 워크넷 개발

인력부족을 느끼는 소상공인 사업부문에서 구인난이라는 인력수급 불일치(mismatch) 현상은 단기적으로 소상공인이 운영하는 사업체의 임금이나 근로조건이 구직자의 희망수준에 맞지 않아 발생할 수 있고, 인력수급정보가 원활하지 않음으로써 수급 불일치가 발생할 수 있다.

인력수급 불일치 문제와 관련하여 소상공인이 쉽게 접근할 수 있는 온라인과 오프라인을 개발하여 정보를 제공함으로써 해결이 가능하지만, 이미 고용노동부의 워크넷에서 시행되고 있다, 다만, 이 서비스가 소상공인을 겨냥한 것이기보다는 구직자와 구인업체 일반을 대상으로 한 것이다.

따라서 소상공인 구인난과 관련하여 중소기업청이 지원할 수 있는 정책으로서는

인력수급정보가 원활하지 않음으로써 발생하는 수급불일치 현상을 온라인을 통하여 해결하는 것이다.

소상공인 전용 워크넷은 소상공인에게 인력수급정보를 신속·정확하게 제공함으로써 소상공인이 직면하는 인력부족률을 낮추도록 하는 것이다. 정책대상은 인력을 필요로 하는 소상공인과 소상공인이 운영하는 사업체에 취업하고자 하는 구직자이다. 이들은 고용노동부 대전지방고용노동청의 대전고용센터와 워크넷을 방문하여 구인·구직 정보를 제공받을 수 있으며, 직업소개도 받을 수 있으나, 이는 소상공인 전용이 아니므로 구인·구직정보 검색에 상대적으로 시간이 소요되는 단점이 있다.

따라서 소상공인 전용의 온라인 정보시스템이 구축되면, 구인·구직정보 검색이 편리해지고 효율적인 정보 획득이 가능할 것으로 판단된다. 중기업청과 대전광역시가 소상공인 사업체에 취업하고자 하는 구직자에게 구인·구직정보를 제공하는 소상공인 전용 워크넷을 개발함과 아울러 이 워크넷을 고용노동부의 워크넷과도 연계하도록 한다.

6) 영세소매업체 공동창고 지원

다양한 신제품이 매년 출시되는 것에 반해, 영세소매업체의 매장규모는 영세하여 점포활용의 효율성이 저하되고 있다. 이에 영세소매업체들의 효율적인 공간 활용 및 재고관리의 필요성이 요구되고 있다.

따라서 공동구매 및 공동관리가 가능한 창고의 건립을 지원함으로써 업체 내 매장을 효과적으로 활용할 수 있도록 지원한다. 공동창고 건립으로 인해 공동구매와 재고 공동관리가 가능해지고, 이로 인해 영세소매업체들이 구매력이 상승하고, 구입·관리비용의 절감이 가능하다.

이와 함께, 공동창고 운영으로 인해 추가 공간이 확보된 업체 내 매장의 효율적인 공간 활용방안 역시 지원한다.

7) 소상공인 통합물류센터 건립

대기업의 무차별적인 대형식당 출현으로 소상공인이 운영하는 식당의 존폐가 달려있는 실정이며, 또한 대기업의 자금력과 조직력, 마케팅력으로 공격적 경영에 따른 소상공인 사업장의 경쟁력은 급격히 상실되어, 어느 한 부문에 경쟁력이 있는 요소가 없는 실정이다.

조직력, 자금력, 마케팅력이 부족한 소상공인들이 열악한 환경에서 사업의 경쟁력을 갖기에는 현실적으로 매우 어렵기 때문에 그들이 자생력을 키울 수 있도록 사업 인프라 지원이 필요하다.

또한 대기업과 같이 물류센터 운영으로 원가경쟁력과 품질경쟁력 확보로 공정한 경쟁체제 하에서 생존할 수 있도록 지원할 필요가 있다.

이를 위하여 공동구매에 따른 원가경쟁력을 확보하고 이에 따른 사업경쟁력 확보 및 유지 그리고 언제나 좋은 품질의 재료를 구매하고 안정적인 가격을 유지할 수 있도록 소상공인 통합물류센터의 건립을 검토해 볼 수 있다.

소상공인 통합물류센터 건립을 위한 사업은 물류센터 확보 및 운영 초기에는 예산문제로 정부 보조금과 민간물류센터와 제휴하여 운영하면서 점진적으로 독립 물류센터로 발전할 수 있도록 한다. 지역물류차량 운영으로 정시 물류지원 시스템을 확보하고 간편한 전산발주 지원시스템 구축, 무재고 관리 시스템 지원, 철저한 낮은 가격과 품질유지 가능토록 구매채널 확보 등의 사업을 추진할 수 있다.

추진방안으로는 순서대로 우선 물류인프라 구축과 원재료 구매력 확보, 전산발주 시스템 인프라 구축(프로그램 개발 및 교육 완료), 마지막으로 소상공인만을 위한 지역 업소용 식자재 토탈 전문매장 운영 등이다.

소상공인 통합물류센터 건립을 통하여 소상공인 가격경쟁력 확보에 따른 사업성 공율 극대화, 재고물품 최소화 경영, 이에 따른 정부지원 정책의 실효성과 신뢰감 확보, 운영 노하우 축적에 따른 소상공인 해외 창업 활성화 가능, 신용불량자 및 범죄자수 감축 등의 기대효과를 거둘 것으로 사료된다.

8) 소상공인에 대한 사회안전망 확충

소상공인의 고용보험 가입을 독려하고 고용보험 가입대상자를 확대하기 위한 고용보험을 홍보를 강화한다. 2012년부터 실시되는 영세자영업자(종업원 5인 미만)의 고용보험 가입에 의한 실업급여를 받을 수 있기 때문에, 이를 적극적으로 홍보하면 고용보험가입률은 현재보다 증가할 것이고, 따라서 고용보험 가입을 독려할 필요가 있다.

이와 함께 정부는 특수고용노동자들도 고용보험에 가입할 자격을 부여하고 실업급여를 받을 수 있는 비자발적 실직의 범위를 확대하여 수급범위를 확대해야 한다. 가사도우미나 베이비시터 등 가사노동자, 택배기사나 퀵서비스 기사 등 특수고용노동자들, 그리고 실업급여를 받을 수 있는 비자발적 실직에 예를 들면 육아문제로 직장을 옮긴 경우를 포함하여 이들에게도 고용보험에 가입할 자격을 부여하고, 실업급여를 받을 수 있도록 수급범위를 확대해야 할 것이다.

제 6 장

요약 및 정책제언

제1절 요약

제2절 정책제언

제 6 장 요약 및 정책제언

제1절 요약

소상공인은 지역민의 삶과 직결되는 재화나 서비스를 제공하는 기능을 수행하고 있다. 소상공인은 중소기업 중에서도 특별히 영세한 기업들을 지칭하는 것으로서, 대전지역에서 소상공인 사업체는 2009년 현재 85.7%가 분포되어 있어 소상공인이 대전지역경제의 싹틔줄 역할을 담당하고 볼 수 있다.

그러나 이들 소상공인은 경기침체 및 낮은 진입장벽으로 창업과 폐업이 반복되는 가운데 다산다사구조와 함께 과당경쟁으로 영세성이 심화되고 있어 서민경제의 어려움이 가중되면서 지역경제 활성화의 걸림돌이 되고 있다.

따라서 소상공인 지원정책이 실업구제를 위한 창업지원에서 벗어나 기업으로서의 영속적 성장과 지역발전을 도모하는 총체적 경영지원의 틀을 마련하는 것이 시급한 실정이며, 이를 통해 소상공인이 자립할 수 있는 환경을 조성하고 역량을 강화함으로써 서민생활의 안정과 지역경제 활성화의 기폭제 역할이 절실한 시점이다.

이에 본 보고서는 지역경제의 근간을 이루고 있는 소상공인에 대한 다양하고 효과적인 지원시책을 제시하여 지역 소상공인들이 자립능력을 배양하고 경쟁력을 확보함으로써 영속적인 성장·발전할 수 있는 토대를 마련과 함께 서민생활의 안정과 지역경제 활성화를 도모할 목적으로 수행되었다.

논의한 내용으로는 우선, 선결과제로서 소상공인의 정확한 개념을 정의하고, 산업별 소상공인 통계분류기준을 설정한 후, 이를 근거로 최근 10년간의 기업규모별 소상공인 사업체수와 종사자수 및 변화추이를 분석하고, 나아가 범주별(생활형서비스업, 지식서비스업, 기타서비스업, 제조업관련업종, 농림어업) 소상공인 사업체수와 종사자수 및 변화추이를 분석하였다.

다음으로, 국내의 소상공인 지원자금 현황을 개괄한 후, 상권정보 지원, 교육·연

수지원, 컨설팅지원 등 다양한 지원현황과 개요를 분석하였다. 또한 해외 선진 주요국의 소상공인 지원정책의 특징과 시사점을 도출하기 위하여 금융, 교육·자문, 기술, 판로, 기타 부문의 지원정책을 분석하였다.

또한 중소기업청 소상공인진흥원의 「2010 전국 소상공인 실태조사」 원자료의 대전지역 자료를 활용하여 우선, 사업장, 종업원, 경영현황 등의 사업체 일반현황을 분석하고, 창업준비과정, 창업정보획득, 창업비용 등의 창업과정상의 문제점과 애로사항 등을 적출하였다. 또한 경영애로사항, 정보화 및 조직화 문제 등 경영활동사항을 분석하고, 사업전환 관련사항으로 향후 사업운영계획, 업종 전환시 애로사항을 분석한 후, 정부 지원정책의 인지도 및 인지경로, 이용경험 및 이용만족도등 정부의 소상공인 지원정책 관련사항을 분석하였다.

마지막으로 대전지역 소상공인 활성화 정책의 기본방향과 정책과제를 검토하였다. 그리고 소상공인 활성화를 위한 정책대안으로서 크게 창업촉진환경조성, 성장지원, 제도전환경 조성, 인프라 조성, 4부문으로 구분하여 세부적인 추진사업들을 제시하였다.

제2절 정책제언

소상공인 정책은 소상공인의 창업에서부터 시작하여 성장, 재도전까지 단계별 생태계 측면에서 접근해야 한다. 즉, 소상공인 정책의 실효성과 효율성을 높이기 위해서는 소상공인의 생태계 측면에서 소상공인을 하나의 유기체적인 관점 속에서 진화, 발전, 소멸이라는 단계별 서식조건을 조성하는 데 정책의 목적을 두어야 할 것이다. 소상공인의 창업, 성장, 재도전 등 제대로 작동하지 않는 자영업계 생태계에 대한 다양한 대안 마련이 필요하다.

이를 위해서는 먼저 소상공인 창업 측면에서 성공 가능성 높은 준비된 창업 유도해야 한다. 사전에 충분히 창업 준비를 하고, 성공 가능성을 최대한 높일 수 있는 환경에서 창업할 수 있도록 제반 여건을 조성해야 한다.

둘째, 소상공인의 성장을 위한 경쟁력 강화가 필요하다. 소상공인의 성장 측면에서 조직화, 현대화, 지속적인 경영혁신 등 소상공인의 경쟁력 강화가 필요하고, 소상공인의 경영혁신을 위한 다양한 영업기법의 활용기반을 마련하는 한편, 침체된 소상공인의 활력 제고가 요구된다.

셋째, 소상공인의 재도전 측면에서 폐업 소상공인의 빈곤층 전략 방지를 위한 사회안전망 보완과 함께 재창업 등 재기 발판의 마련을 위한 제도적 보완이 필요하다.

이와 같은 소상공인 활성화를 위한 정책적 과제들을 해결하기 위한 세부 추진방안들로 다음과 같은 추진방안들을 제시하고자 한다. 물론 현재까지 많은 소상공인 활성화 정책들이 추진되고 있기 때문에, 본 보고서에서는 대전지역단위에서 추가로 실행해 볼 수 있는 사업 중심으로 제시하였다.

먼저, 소상공인의 창업촉진하기 위한 환경을 조성하기 위한 사업들로 첫째, 소매업의 지역상권이 재편을 추진할 수 있다. 지역별 상업지구의 소매업 및 관련 업체의 집적실태를 체계화하고, 이를 토대로 지역상권의 개편방향의 제시가 필요하다. '지역상권 소매업 생태지도(가칭)'을 토대로 기존 소매업체의 업종 및 업태 전환,

신규 입점업체의 업종 및 업태, 입지 선정 등을 가이드 한다.

둘째, 지역의 영세 소매업체의 Small-sized Category Killer화를 지원하는 것이다. 신업태인 카테고리킬러를 영세소매업체에 적용하되, '전문성 및 차별성 확보'를 통해 규모의 열위를 극복할 수 있도록 한다. 서적, 의류, 문방구 등 기존 영세소매업체가 운영하고 있는 업종을 대상으로 지역내 소규모 카테고리킬러화를 추진한다. 특히, 재개발 상권과 신시가지 상권 등에서 특정 지역 또는 건물 등을 대상으로 추진함으로써 실질적인 성과 창출이 가능할 것이다.

셋째, 소상공인 혁신타운을 건립하고 운영할 것을 제안한다. 기업가 정신과 창의성을 갖춘 소상공인에 대한 종합적인 지원이 가능하도록 혁신타운을 건립하고, 이를 통해 혁신형 소상공인으로 육성할 수 있는 인프라를 구성하는 것이다.

다음으로 소상공인이 창업 후, 중견 중소기업으로 성장해 가도록 정책적 지원이 이루어져야 한다. 이를 위하여, 첫째, 소매업체와 지역 중소기업과의 연계를 통한 사업기회 다각화를 추진할 수 있다. 소매업체의 매장공간이 일부를 활용하여 지역 중소기업의 신제품을 판매하는 Shelf-sharing 사업을 통해 소매업 및 중소기업 양자의 상호 성장의 추구가 가능하다. 소매업체의 매장 내 중소기업 신제품을 일정기간 전시, 홍보, 판매할 수 있는 사업모델을 개발하고, 이의 효과적 추진을 지원한다.

둘째, 영세 소매업 공동브랜드 및 PB제품 개발, 운영 지원이다. 영세 소매업체 전용 PB제품을 개발·공급하여, 영세소매업체의 공동브랜드를 함께 개발. 대형마트나 대기업 제품과 차별화된 영세소매업체 전용 PB제품을 개발·공급함으로써 영세소매업체의 차별성 및 원가경쟁력을 확보하고자 하는 것이다. 특히, PB제품 지원의 경우, 공동브랜드 네트워크에 참여하는 영세소매업체를 대상으로 지원함으로써 영세소매업체의 공동브랜드 구축을 도모한다.

셋째, '지역 컨셉' 구축을 통한 지역 소매업의 성장을 지원하는 것이다. 지역 컨셉 구축 및 컨셉에 적합한 공공디자인 연출 및 판매상품의 라인업(line-up) 구축을 지원한다. 지역특성을 부각시킨 컨셉 도출을 위해 관련 지역 전문가, 지역 대학, 예술가, 소매업체의 연계가 원활히 이루어질 수 있도록 지원한다.

넷째, 영세 소매업체의 서비스 품질의 프리미엄화를 지원한다. 소매 매장을 직접 운영하고 관리하는 영세소매업자에게 프리미엄 서비스 교육을 지속적으로 실시하여 인증 부여하고, 지속적인 교육 및 A/S 서비스 실시하며, 전문가를 초빙하여 고객 만족과 서비스 교육을 지속적으로 실시하여 교육이수 업체에게 '서비스 품질'의 프리미엄 업체로 인증한다. 또한 서비스 품질의 고급화를 유지할 수 있도록 현장 점검을 실시하고, 고객의 불만을 신속하게 처리하는 고객불만처리센터 운영한다.

다섯째, 소상공인 온라인 마케팅을 지원한다. 소상공인들이 공동으로 사용할 수 있는 마케팅 및 고객관리 프로그램을 개발하여 소상공인들이 건전하고 효과적으로 이용할 수 있도록 함으로써 소상공인의 마케팅 역량을 키워준다.

여섯째, 소상공인 사업장 신용카드 수수료 인하를 지원한다. 대기업에서 운영하는 백화점, 대형마트 카드수수료는 평균 1.3% 수준이나, 소상공인 사업장 운영 카드 수수료는 오히려 평균 2.8% 수준으로 높아 매우 불합리한 상황이다. 따라서 사업 혜택의 형평성을 확보하고 카드 수수료 인하에 따른 경영수지 개선과 실질적인 지원정책 혜택으로 사업성공의 기회를 부여하기 위해 소상공인 사업장에 대한 신용카드 수수료 인하를 지원할 필요가 있다.

일곱째, 소상공인 사업장의 전산화 시스템 구축을 지원한다. 소상공인들이 사업장을 경영하면서 가장 어려운 인사노무, 회계, 세무 등 부문을 대기업이 운영하는 사업장과 같은 시스템을 구축하여 간단하고 정확한 관리업무를 할 수 있도록 전산 시스템 구축을 지원한다.

여덟째, 우수 소상공인 인증제도를 실시한다. 각 정부부처 및 지자체에서 시행하고 있는 제도를 정부차원에서 통합하여 인증해 주는 신뢰성 있는 소상공인 인증제도를 도입한다. 업종은 크게 음식업, 도·소매업, 서비스업 및 제조업 등으로 분류하여 정부차원에서 지자체 또는 소상공인지원센터의 협조를 받아 인증을 위한 기본평가를 추진토록 한다.

또한 소상공인이 사업 실패를 두려워하지 않고 기업가 정신으로 재도전할 수 있는 환경을 조성할 줄 필요가 있다. 이를 위하여, 첫째, 소상공인 폐업 및 회생을 지원할 필요가 있다. 소상공인 사업체 운영의 리스크를 최소화하고, 폐업시 자산처리

로 자금을 확보하며, 회생능력을 가질 수 있도록 지원하여 재기에 성공할 수 있도록 하여 신용불량자 신분을 방지할 수 있도록 한다. 또한 회생을 위해서 재활교육을 제도화·시스템화하여 재기를 할 수 있도록 프로그램 개발이 필요하다.

둘째, 소상공인 역량강화를 위한 기술훈련의 지원이 필요하다. 소상공인의 기술훈련을 통한 전문화 및 매출 향상에 기여하고 폐업 예정 소상공인의 경우 기술훈련 과정에서 재취업 또는 업종 전환이 가능하도록 소상공인의 필요 기술(예 : 조리 기술)을 직업훈련 차원에서 교육하고, 미용업, 세탁업 등 기술업종의 경우 신기술 도입 및 습득기회를 제공한다.

셋째, 소상공인 사업장 시설의 리모델링을 지원한다. 인테리어 및 설비를 리모델링할 수 있도록 사업자금 및 투자를 지원하고, 폐업점포 증가에 따라 양산되는 중고제품을 재활용할 수 있도록 각 지역별 전용창고 운영 리사이클링(Re-cycling) 사업으로 소상공인을 지원하는 방안을 검토할 수 있다. 이의 추진을 위하여 먼저 사업 인프라(리모델링)를 구축한 후, 소상공인 우수사업자를 중심으로 대상자를 선발하여 리모델링을 지원한다.

부가하여, 소상공인의 원활한 생태계 조성을 위하여 인프라 구축이 필요하다. 이를 위하여, 첫째, 영세 소매업체 공동창고 설치를 지원할 필요가 있다. 다양한 신제품이 매년 출시되는 것에 반해, 영세소매업체의 매장규모는 영세하여 효율적인 공간 활용 및 재고관리의 필요성이 요구되기 때문이다. 따라서 공동구매 및 공동관리가 가능한 창고의 건립을 지원함으로써 업체 내 매장을 효과적으로 활용할 수 있도록 지원한다. 공동창고 건립으로 인해 공동구매와 재고 공동관리가 가능할 것이다.

둘째, 소상공인 구인·구직 인력시스템 구축 및 인력정보서비스 제공을 지원한다. 소상공인 구인·구직 인력유통시스템을 구축하는 것이다. 조리사, 자동차정비사 등 일반 기술인력, 일용직, 업종별, 프랜차이즈, 유망 업종별, 연령별(예 : 청년실업자, 은퇴자, 여성, 장애인 등) 구인·구직 등 다양한 분류체계를 통해 서비스한다. 먼저 소상공인 인력수요조사를 실시하고, 한국고용정보원 등과 연계하여 인력수급체계 및 분류체계 수립을 지원한다.

마지막으로, 소상공인 통합물류센터의 건립을 제안한다. 공동구매에 따른 원가경쟁력을 확보하고 이에 따른 사업경쟁력 확보 및 유지 그리고 언제나 좋은 품질의 재료를 구매하고 안정적인 가격을 유지할 수 있도록 소상공인 통합물류센터를 건립할 것을 제안한다.

참 고 문 헌

- 강순희 외(2010), 「고용구조 선진화를 위한 서비스산업의 일자리 창출 역량제고 방안(Ⅱ)」, 한국노동연구원.
- 김군수·김을식(2011), “경기도 자영업의 실상과 정책과제”, 경기개발연구원, 이슈&진단 제21호, 2011.12.
- 김기희(2010), 「대전지역 중소기업 경영실태와 정책적 지원방안」, 대전발전연구원, 기본연구 보고서 2010-10, 2010.11.
- _____ (2011), 「중소기업 자금지원이 기업의 경영안정 및 고용창출에 미치는 영향 조사연구」, 대전발전연구원, 정책연구보고서 2011-05, 2011.5.
- 김기희·황혜란(2008), “대전지역 자영업의 활성화 방안”, 현안과제, 2008.11.
- 김흥기(2007), 「소상공인 지원정책 혁신방안 연구」, 소상공인진흥원·한남대학교 산학협력단, 2007.12.
- _____ (2009), 「소상공인 정책자금의 성과분석 및 효과성 증대를 위한 제도개선 방안」, 소상공인진흥원·한남대학교 산학협력단, 2009.12.
- 노화봉 외 3인(2008), 「소상공인 폐업 및 재창업사업자 실태조사」, 소상공인진흥원, 기본연구 08-03, 2008.12.31.
- _____ 외 3인(2009), 「적정 자영업주 규모 추산 - 도소매업 및 음식숙박업을 중심으로」, 소상공인진흥원, 2009.12.
- 대전광역시(2008), “지역 소상공인 활성화 계획”, 2008.12.
- 박희석·김범식·김묵한(2010), 「서울시 자영업 특성분석과 정책방향」, 서울시정개발연구원, 시정연 2010-PR-40. 2010.12.22.
- 소상공인진흥원(2007), 「2007년 소상공인 정책개발 보고서」, 2007.10.31.
- _____ (2008), 「소상공인 창업 및 경영개선자금 지원업체 모니터링 결과보고서」, 2008.12.
- _____ (2009), 「소상공인 규제내용 검토·평가 용역 - 전문가 검토의견」, 2009.05.
- _____ (2009), 「소상공인 업종별 편람」, 2009.12.
- _____ (2009), 「소상공인 정책자금 지원체계 개선방안 연구 결과보고」, 2009.11.
- _____ (2009), 「소상공인 창업 및 경영개선자금 지원사업 모니터링 보고서」, 2009.12.
- _____ (2010), 「도매업 경쟁력 강화방안 연구 : 슈머마켓 품목별 대리점 중심으로」, 정책연구 10-05, 2010.10.

- _____ (2010), 「소매업 성장발전을 위한 정책방안 연구보고서」, 소상공인진흥원·크리액티브주식회사, 정책연구 10-08, 2010.10.
- _____ (2010), 「G20 소상공인 정책에 관한 연구」, 정책연구 10-02, 2010.9.
- 소상공인진흥원 외(2010), 「2010 전국소상공인 실태조사 보고서」, 2010년 7월
- 신승만 외 3인(2008), 「소상공인 정책 비전 및 중장기 발전방안」, 소상공인진흥원, 기본연구 08-04, 2008.12.
- 신승만 외 5인(2009), 「소상공인 발전 및 성장가능 사업개발 연구보고서」, 소상공인진흥원, 기본과제 09-06, 2009.12.
- 신승만 외 5인(2009), 「소상공인 영업환경 애로사항 및 규제 발굴 보고서」, 소상공인진흥원, 2009.12.
- 이강용 외 3인(2007), 「자영업컨설팅지원사업 현장실태조사 및 개선방안도출에 관한 연구」, 한남대학교 산학협력단, 2007.11.30.
- 주현 외 4명(2010), 「자영업 비중의 적정성 분석 및 정책과제 연구」, 소상공인진흥원·산업연구원, 정책연구 10-07, 2010.9.
- 중소기업청(2010), 「소상공인 자생력 확보대책 - 2010 소상공인 지원 9대 정책과제」, 2010.1.27.
- _____ (2010), 「영세 소상공인 경영안정대책」, 2010.5.24.
- 황성수 외 3인(2010), 「소상공인 무등록사업자 실태조사 및 정책방안 연구」, 소상공인진흥원·중소기업연구원, 정책연구 10-09, 2010.9.
- Henrekson, M.(2004), "Comment on David G. Blanchflower : Is more self-employment good or bad?", *Monthly Labor Review*, 127(7), 13~23쪽

< 통계자료 >

통계청, KOSIS 국가통계포털, <http://www.kosis.kr/>

기본연구보고서 2011-07

대전 소상공인 실태조사 및 활성화방안 연구

발행인 이 창 기

발행일 2011년 12월

발행처 대전발전연구원

302-846 대전광역시 서구 월평본1길 39(월평동160-20)

전화: 042-530-3519 팩스: 042-530-3528

홈페이지 : <http://www.djdi.re.kr>

인쇄: 거산기획 TEL 042-625-7701 FAX 042-625-7702

이 보고서의 내용은 연구책임자의 견해로서 대전광역시의 정책적 입장과는 다를 수 있습니다.

출처를 밝히는 한 자유로이 인용할 수 있으나 무단 전재나 복제는 금합니다.



대전발전연구원

DAEJEON DEVELOPMENT INSTITUTE

302-846 대전광역시 서구 월평동 160-20
TEL. 042 530 3500 FAX. 042 530 3528

www.djdi.re.kr

