

소상공인 정책과제

2013. 12. 04

송실대 벤처중소기업학과
박주영교수



I. 소상공인 현황

01. 일반현황

02. 문제점

03. 향후 전망

01 소상공인 현황

일반현황

1.1. 소상공인 현황

- 소상공인은 2011년 기준으로 사업체수 283만개(총사업체의 87.6%)에 555만명(38.2%)가 종사
 - 전통시장은 2012년 현재 1,347개로 점포수는 19.5만개, 상인 33만명이 종사

[표] 소상공인 사업체 및 종사자수 현황

구분	전체	중소기업							
		소상공인	비중 (%)	소기업	비중 (%)	중기업	비중 (%)		비중 (%)
사업체(개)	3,234,687	2,834,954	87.6	3,106,256	96.0	125,378	3.9	3,231,634	99.9
종사자(명)	14,534,230	5,548,741	38.2	8,349,850	57.4	4,276,896	29.4	12,626,746	86.9

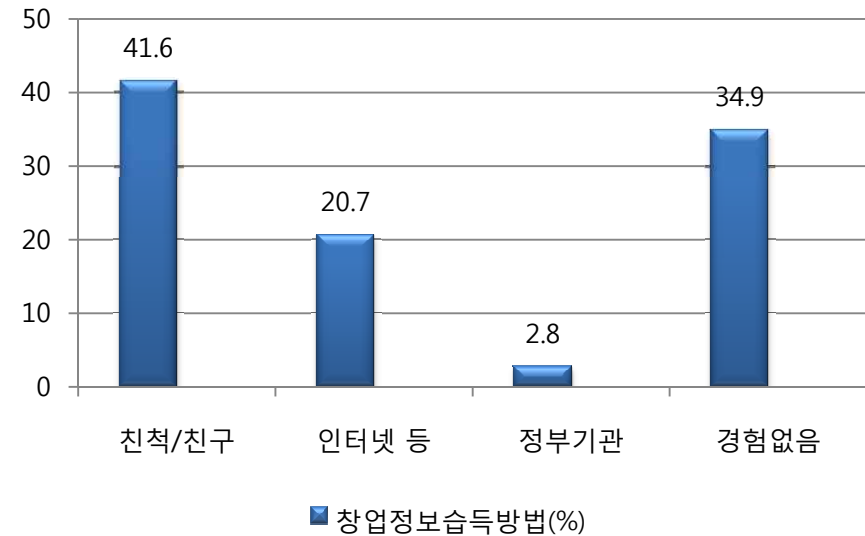
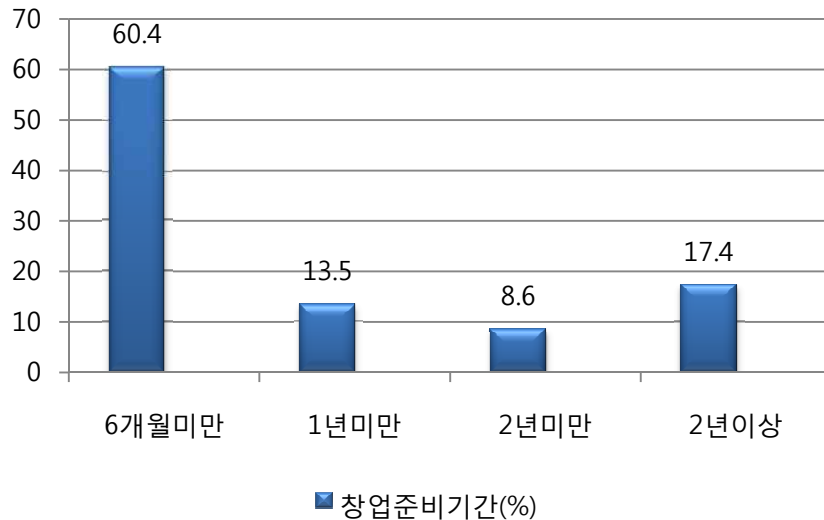
- 업종별 비중은 도소매업(28.5%)과 음식숙박업(21.0%)이 49.5%를 차지

01 소상공인 현황

일반현황

1.2. 소상공인 창업 및 경영여건

- 소상공인은 생계형 창업(80.2%)이 많고, 연간 99만 명이 창업, 81만 명이 폐업하는 多産多死 형태
 - 창업생존율은 3년 후 53.5%, 5년 후 38.1%, 7년 후 28.6%에 불과
 - 창업 준비기간이 6개월 미만(60%)으로 짧고, 창업정보도 친척 및 친구 등을 통해 습득(42%)



1.1. 소상공인 생존성 저하 원인

- **소상공인의 높은 폐업률**
 - 320만 전체 소상공인 5년 생존율은 43%
 - 그러나 전체 소상공인의 20%를 차지하는 도소매의 5년 생존율은 37%
 - 역시 전체 소상공인의 20%를 차지하는 음식업종의 소상공인 5년 생존율은 27%
 - 따라서 소상공인의 경영안정을 통한 생존률 제고가 매우 중요
- **소상공인의 노령화는 경영혁신 및 IT 등 신기술 도입에 장애요소**
 - 새로운 경영기법과 IT 기술 도입을 통한 투명한 경영과 과학적 경영 기법이 소상공인의 경영 안정에 중요
 - 청년 소상공인의 유입은 청년 실업자 감소와 더불어 소상공인 분야에 활력을 불어넣을 것
- **소상공인의 영세화는 경영 안정에 걸림돌**
 - 사업체당 종사자수가 많을수록 생존률이 높아짐
 - 따라서 협업화 등을 통해서 소상공인 사업체 규모를 키우는 것이 중요함
- **창업 사업체수가 많은 업종의 경우 생존률이 급격히 저하됨**
 - 포화된 업종은 시장진입을 지연시키고
 - M&A 및 협업화를 통해 전체 사업체수는 줄이고 규모는 키워야 함

1.2. 소상공인 경쟁력 저하 원인

• 소상공인의 경쟁력 저하원인

- '신뢰의 실종'에 의한 소비자의 불신과 외면
→ 신규고객 유치와 기존고객 보존이 안됨

• 중소상인에 대한 "소비자 신뢰"의 상실은 구조적 문제

- 상인 대다수가 정직해도 한두 사람이 속이면 전체가 피해를 봄
- 부정직한 상인은 소수에 불과하지만 소비자는 '옥석'을 구분못함(정보의 불균형)
 - 어떤 점포가 믿을 수 있는 곳인지 알 수 없음
 - 소비자를 유혹하는 점포를 선택하는 역선택(Adverse Selection) 발생
 - 부정직한 상인과 거래한 후에 후회하고 신뢰를 버림
 - 정직한 상인도 도매금으로 외면당하여 손해봄
 - 결국 모두가 기회주의적으로 행동하여 공멸하는 결과 초래

• 중소점포 공동화 사업 애로점

- 중소기업을 위한 공동화 사업이 실패한 것도 같은 문제
- 참여자가 다수인 경우 Free-Riding하는 위반자가 있기 때문
 - Free-Rider를 적발하여 벌을 주고 선량한 다수를 보호하는 안전장치(Safeguarding Mechanism) 없는 공동화사업은 필연적으로 실패
 - 나들가게 공동구매와 물류센터의 경우에도 동일한 문제 직면
(기업형에서는 점포나 종업원의 기개인의 Cheating 가능성이 낮음)

* 개별 상인의 이익극대화(Sub-Optimization) 동기가 전체 집단의 이익(Total-Optimization)과 상충되는 모순 발생

1.3. 소상공인 정책평가

• 소상공인 정책 예산규모는 여전히 부족

- 정책자금 수혜업체의 증가, 수혜업체의 성과개선에도 불구하고
- 소상공인 정책예산 규모는 정책대상에 비해 턱없이 부족
- 심지어 소상공인시장진흥공단의 설립이 한 달 내로 다가왔음에도 불구하고
- 진흥기금 조성이 심각한 난관에 봉착

• 소상공인정책

- 교육은 양과 만족도 측면에서 양적 성과를 달성
- 그러나 창업성공률, 경영성과 개선 등 질적 성과는 부족
- 컨설팅 및 정보제공 지원은 긍정적이나, 지속적인 성과진단과 모니터링 추진 필요
- 나들가게 지원으로 중소 슈퍼마켓들의 조직화 기반마련 및 경쟁력 제고 환경조성
- 그러나 공동구매 지원에 대한 가시적 성과는 저조

• 전통시장 정책

- 전통시장 기본 체질은 보강
- 그러나 조직화된 경영을 통한 자생력 확보정책은 지속 필요
- 자구노력에 대한 동기부여 저하, 지원주체의 분산(정부, 지자체, 지원기관 등)에 따른 공동화 사업 부진을 해결할 필요

• 프랜차이즈 정책

- 프랜차이즈 수준평가제도는 적절한 정책방향
- 그러나 참여 프랜차이즈업체의 수가 저조하고 해외 진출 프로그램과의 연계성 부족
- 지원예산 확대, 대기업 브랜드 포함 등 정책개선사항 존재



II. 소상공인 발전 모습

01. 소상공인 발전의 필요성

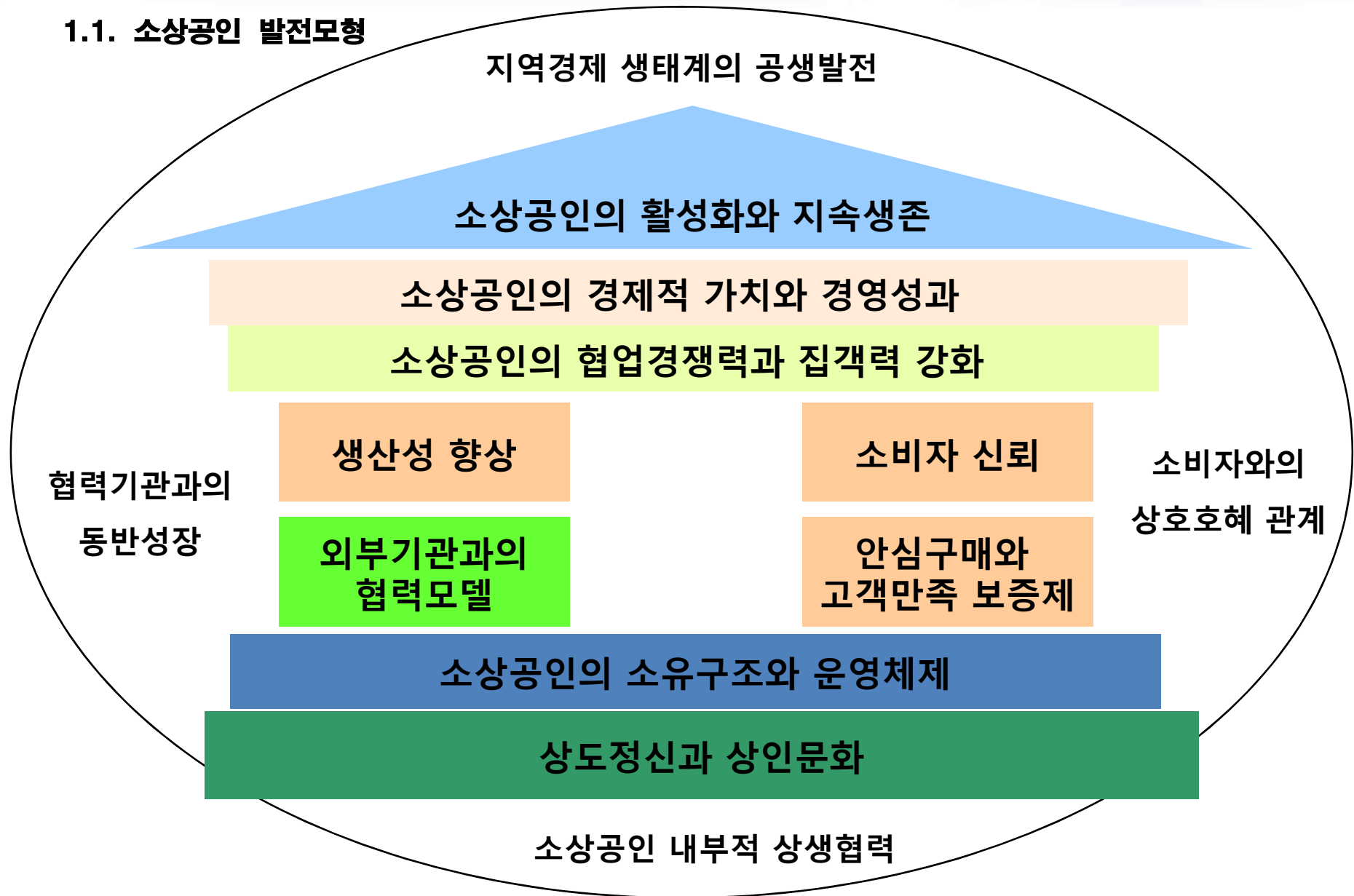
02. 5년후 및 10년후 발전모습

01

소상공인 발전모습

소상공인 발전의 필요성

1.1. 소상공인 발전모형





III. 소상공인 정책 과제

- 01. 자생력 강화**
- 02. 생산성 향상**
- 03. 소비자 신뢰 확보**
- 04. 협업경쟁력 강화**

01 소상공인 정책과제 자생력 강화

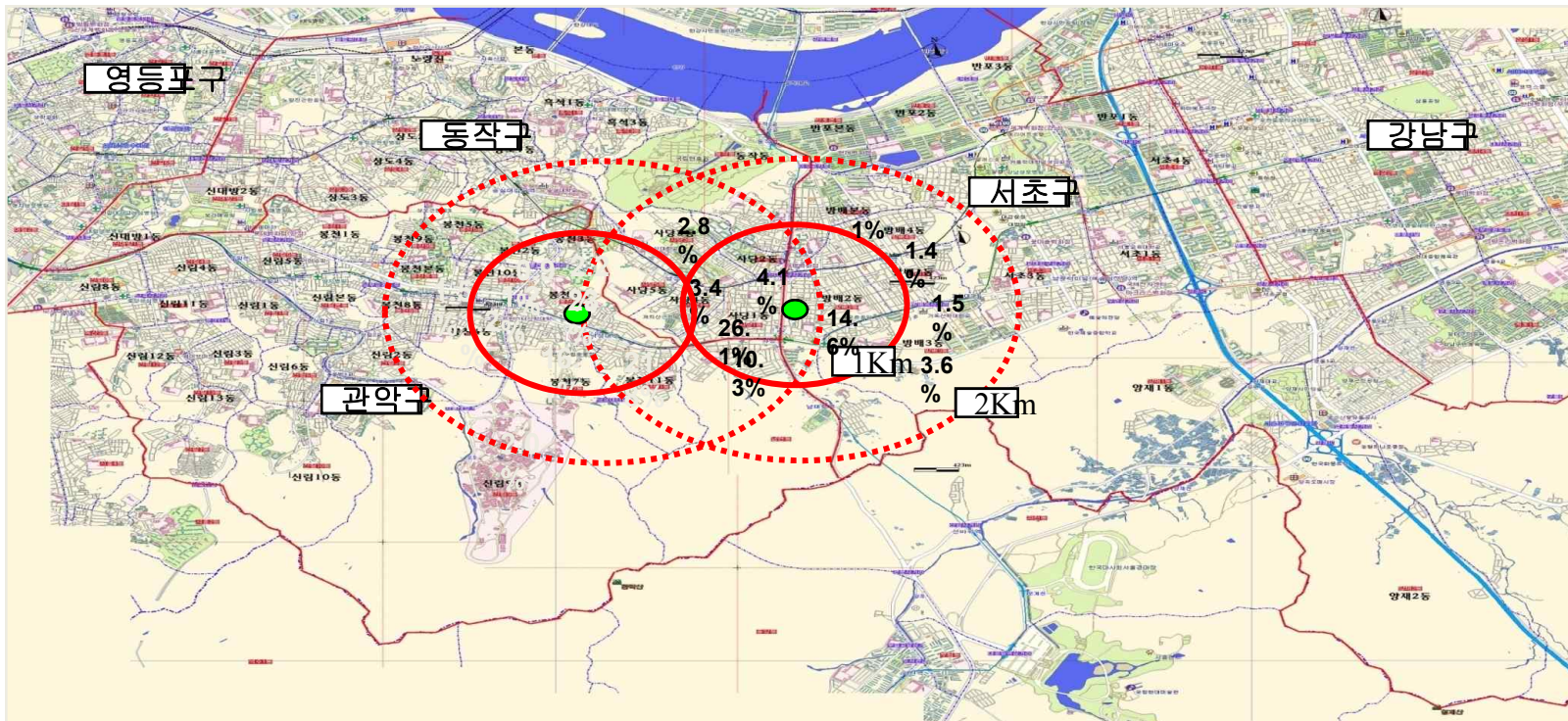
1.1. 창업교육강화

- 창업교육 강화를 통하여 준비된 창업을 유도하고, 포화 업종에 신규 시장진입을 지연시켜 소상공인 폐업률을 저하시켜야 함
- 현재는 창업교육이 다양한 채널에서 이루어지고 있는데, 모든 창업교육은 소상공인지원공단의 관리 하에 두어 교육의 품질을 확보하고 교육에 대한 관리를 철저히 하여 실질적인 교육성과가 일어나도록 해야 함

01 소상공인 정책과제 자생력 강화

1.2. GIS기반 창업정보제공

- 소상공인진흥원의 상권정보시스템을 강화하여 상권별 업종 포화수준뿐만 아니라 매출 예상시스템을 통하여 현실적인 사업타당성 분석을 할 수 있는 기반 마련
- 특히 개정된 가맹사업법거래법에서 가맹점포의 매출을 예상하도록 요구하고 있는 바, 매출예상시 가맹본부와 가맹점사업자 모두가 활용할 수 있는 시스템으로 확장시켜야 함



01 소상공인 정책과제 자생력 강화

1.3. 제도적 보호강화

- 전통시장 및 슈퍼마켓에 대한 제도적 보호를 강화하고, 대기업 유통과 공정한 경쟁을 할 수 있도록 제도적 보호를 강화
 - 대형마트 월2회 의무휴무제 효과에 대한 지속적 모니터링
 - 전통시장 상권내 대형마트 입점 금지 효과에 대한 지속적 모니터링
 - 중소기업 적합업종의 서비스업 확대를 통한 소상공인 보호 강화

02 소상공인 정책과제 생산성 향상

2.1. 중소물류센터 생산성 향상

- 기존 중소유통물류센터의 조직화 및 협업화의 강화가 필요함
- 기존 운영 중인 물류센터 및 현재 건립 예정된 물류센터의 통합구매를 위한 사이버 B2B 통합구매 체계의 구축이 필요

2.2. POS활용고도화

- 나들가게에 기 보급된 POS의 활용을 활성화하고 사용내용을 고도화하여 나들가게의 경영관리 능력을 제고
- 현재는 나들가게와 비나들가게 모두 POS를 대부분 단순계산용으로 활용하고 있음
 - 향후 POS의 활용 목적이 상품관리 및 고객관리용으로 확대되어야 할 것임

2.2. POS활용고도화

- 서울 전농동의 소형슈퍼마켓의 핸드헬드 스캐너 및 POS활용사례

▼ 핸드헬드스캐너를 활용한 재고관리



▼ POS를 활용한 경영분석



2.3. ICT기반 소매시스템

- ICT기반 고객관리 및 판매관리를 통하여 과학적 경영기법을 소상공인들에게 자리잡게 함
- 이용 고객에게 실질적인 혜택을 제공하는 전통시장 전용 멤버십 운영은 이를 통해 단골 고객을 확대할 뿐만 아니라, 확보한 고객 DB를 기반으로 지속적인 맞춤형 마케팅
- 소상공인 경영지원 솔루션 및 배달 업종에 특화된 스마트폰 기반 결제 솔루션 등의 ICT기반 솔루션을 도입

2.3. ICT기반 소매시스템

- SK텔레콤의 지원으로 ICT 기술을 적용하여 고객관리와 판매관리
 - 서울 중곡동의 중곡제일시장
 - 인천 신기시장



3.1. 고객 서비스교육 강화

- 소상공인 점포의 경우 점주가 '내 가게'라는 인식이 강해서 손님 우선이 아닌 경우가 비일비재함
- 소상공인의 대고객 서비스교육을 강화하여 고객만족을 끌어냄으로서 고객들이 소상공인 점포를 다시 찾도록 유도

3.2. 고객만족 보증제

- 소비자 신뢰 회복을 위한 '안심가게'와 '예치금' 제도
 - 환불보증(Money Back Guarantee)
- 점포표시제 활성화방안
 - 지속적으로 고객불만 발생하지 않은 점포에 대해서는 예치금+추가금액을 환원해 줌으로써 고객서비스에 대한 장기투자 Motivation 유발
 - 장기간 고객불만이 발생하지 않은 안심가게는 우수점포(믿음가게)지정
 - 정부의 전통시장 점포에 대한 정책적 지원도 표시점포에 한정하여 제공하여 상인이 안심가게 표시를 획득할 Incentive 제공

3.2. 고객만족 보증제

- 전통시장에 대한 소비자 신뢰 회복을 위한 '안심가게' 제도

- 상인정신과 고객만족을 충실히 이행하는 점포를 '안심가게'로 지정
- 안심가게에서의 안심구매를 보증하고 이에 대한 안전장치 마련

- 안심가게의 기회주의 방지와 참여동기 강화방안

- 안심가게 지정을 받는 조건으로 예치금 납부
- 예치금은 일종의 보증금 성격으로 일년 동안에 해당 점포에 대한 고객보상비용이 발생하지 않으면 전액 환불받음
- 고객보상이 발생할 경우에 보상액을 제외한 차액을 환불받음
- 예치금 이상으로 고객보상 비용이 발생한 표시점포는 지정취소

[소비자 신뢰와 상인정신 회복]

- **전통시장에 대한 소비자 신뢰 회복을 위한 '안심가게'와 '예치금' 제도**
 - 상인정신과 고객만족을 충실히 이행하는 점포를 '안심가게'로 지정
 - 안심가게에서의 안심구매를 보증하고 이에 대한 안전장치 마련
 - 안심가게의 서비스에 대하여 환불보증(Money Back Guarantee)
- **표시점포의 기회주의 방지와 참여동기 강화방안**
 - 안심가게 지정을 받는 조건으로 예치금 납부
 - 예치금은 일종의 보증금 성격으로 일년 동안에 해당 점포에 대한 고객보상비용이 발생하지 않으면 전액 환불받음
 - 고객보상이 발생할 경우에 보상액을 제외한 차액을 환불받음
 - 예치금 이상으로 고객보상 비용이 발생한 표시점포는 지정취소
- **점포표시제 활성화방안**
 - 지속적으로 고객불만 발생하지 않은 점포에 대해서는 예치금+추가금액을 환원해 줌으로써 고객서비스에 대한 장기투자 Motivation 유발
 - 장기간 고객불만이 발생하지 않은 안심가게는 우수점포(믿음가게)지정
 - 정부의 전통시장 점포에 대한 정책적 지원도 표시점포에 한정하여 제공하여 상인이 안심가게 표시를 획득할 Incentive 제공

[소비자 신뢰와 상인정신 회복]

- 마장동축산물시장은 마을기업 참여점포를 나타내는 동그랗고 빨간 '표시등' 설치
 - 도소매점포 15개 정도가 참여
 - 마을기업 참여점포는 원산지 속이지 않기, 100% 교환·환불 보장 선언
 - '하자상품'에 대한 분쟁은 조합에서 해결
 - 일종의 '안심가게' 자가표시제를 시행



04 소상공인 정책과제 협업 경쟁력 강화

4.1. IT기반 공동구매

- IT기반 공동구매를 강화함으로써 소상공인의 상품 및 가격 경쟁력을 확보
- 공동구매는 중소소매점들로부터 사전 공동구매 예약을 받고 이를 중소유통물류센터에서 공동 접수하여 Buying Power를 제고시키고 가격경쟁력을 높이도록 하는 방식으로 운영되어야 함

4.2. 지원서비스 업체 협업화

- 전통시장 상인 및 소상공인에 대한 컨설팅 지원업체들을 협업화 하여 컨설팅의 질적 양적 수준을 높일 필요가 있음
- 전문가조직화의 가장 효율적인 형태는 사단법인 또는 주식회사
 - 법인체로서 대기업 못지않은 우수인력을 고용해야 전통시장 경쟁력 기여
 - ⇒ 광역단위 전통시장에게 지원서비스를 담당하여 규모의 경제와 효율화 도모

[전통시장의 경영관리역량 강화를 위한 협력모

델]

- **현재 시장활성화를 위해 시장관리자, 타운매니저 등의 제도를 운영**
 - 외부 전문가의 도움을 받는 시장관리자 제도는 시장의 운영과 점포 영업에 대한 자문을 제공하여 활성화에 기여하였다고 평가
 - 그러나 자문역을 넘어 상시적이며 일상적인 기능을 수행하기에는 역량 부족
 - 시장관리자의 보수는 성과와 연계되지 않으므로 Motivation이 미흡
- **일상적 관리와 활성화사업을 수행해주는 인력과 서비스에 대한 수요 매우 높음**
 - 대다수 상인회는 시장 전체 업무를 총괄하여 관리하는 상근상무 원함
 - 기업형 대형점의 본사 Staff 역할을 담당하여 구매, 물류, 광고홍보, 고객관리 등에 있어서 전문성을 갖추고 지원해 줄 수 있는 대행서비스 유요

<개인전문가 활용방안의 특징과 한계>

활용제도	특 징	한 계 점
시장매니저 타운매니저	<ul style="list-style-type: none"> - 외부 개인전문가에 의한 자문서비스 - 자문료는 고정급으로 지급 - 자문료의 일부를 정부가 지원 	<ul style="list-style-type: none"> - 개인 전문성의 제약 → 종합적 진단과 자문 부족 - 간헐적 One-Point 서비스 → 상시적 솔루션 서비스 미흡 - 전통시장의 활성화성과 동기 미약 → 자문서비스에 대한 책임의식 부족

[전통시장의 경영관리역량 강화를 위한 협력모

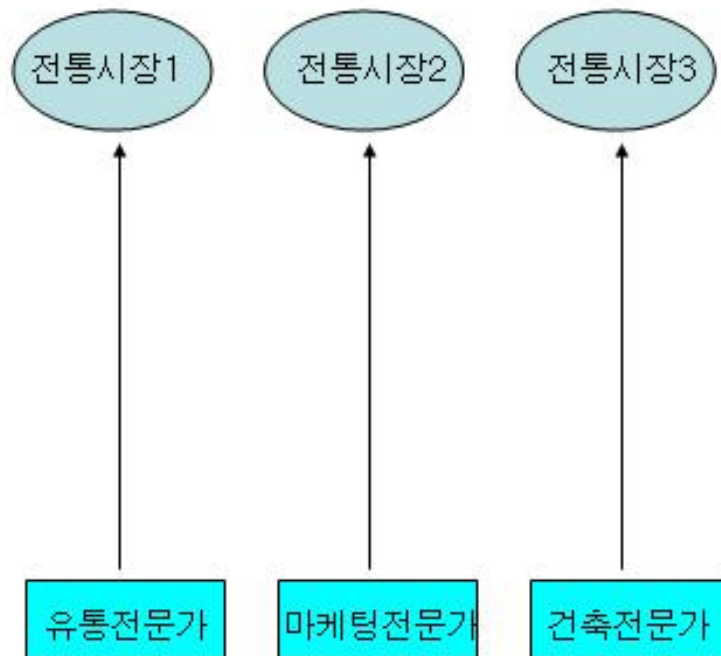
델]

• 시장상인의 조직화가 필요한 것과 같이 전문가의 조직화도 필요

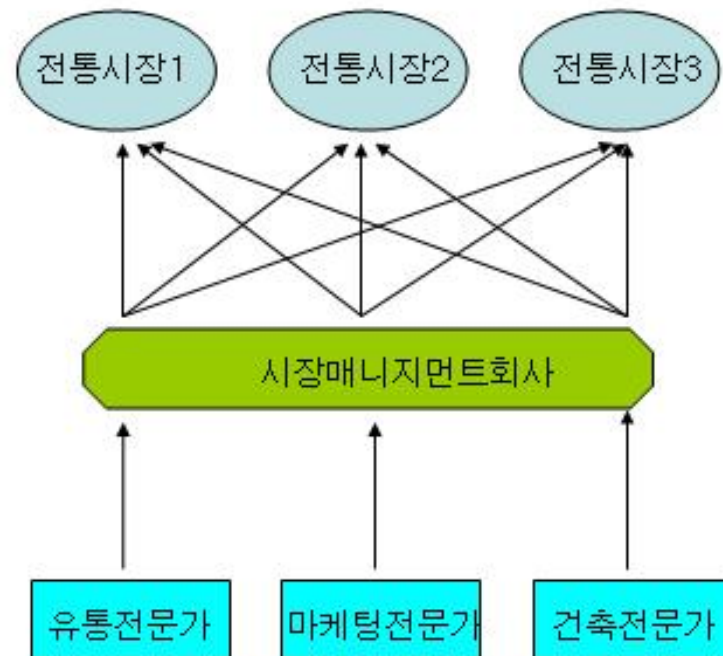
- 전문가 조직화를 통해 대규모점포의 본사 Staff와 지원서비스 제공 가능

⇒ '시장매니저'를 '시장매니지먼트법인'으로 발전시켜 서비스품질과 생산성 향상

개인 전문가의 개별적 활용
(AS-IS)



전문가의 조직화와 공동활용
(TO-BE)

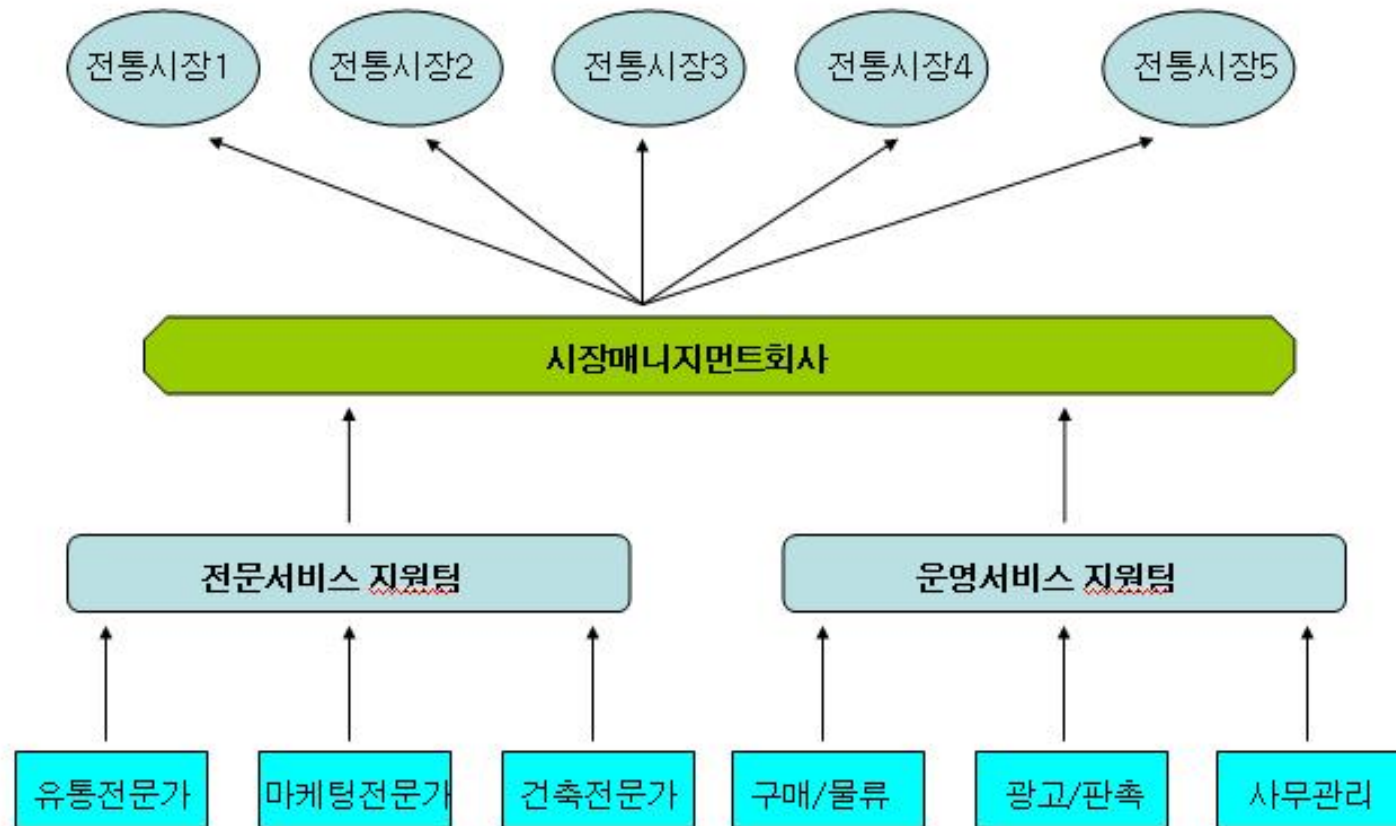


[전통시장의 경영관리역량 강화를 위한 협력모

델]

• 전문가조직화의 가장 효율적인 형태는 사단법인 또는 주식회사

- 법인체로서 대기업 못지않은 우수인력을 고용해야 전통시장 경쟁력 기여
 - ⇒ 광역단위 전통시장에게 지원서비스를 담당하여 규모의 경제와 효율화 도모
 - ⇒ 연예계의 '매니저'가 '매니지먼트회사'로 발전하면서 한류와 K-Pop 창출



[전통시장의 경영관리역량 강화를 위한 협력모델]

• 시장매니지먼트회사의 기대효과

- 지원서비스의 고도화에 따른 전통시장 경쟁력 강화 뿐 아니라 고용창출 효과도 기대됨
 - 유통기업 퇴직인력의 재취업 기회 창출
 - 전통시장 상인의 재고용기회 제공
 - 지역토착 기업으로서 지역내 청년의 일자리 확대

• 시장매니지먼트회사의 관리감독 방안

- 시장매니지먼트회사의 편법운영을 예방하고 전통시장과의 공생발전을 추구하도록 유도하는 관리방안 필요
- 공공기관(예: 시장경영진흥원)이 '대행서비스기업'의 발굴·육성 및 성과평가와 감독 실시
- 우수 시장매니지먼트회사의 창업에 대한 보육과 지원
 - 중기청 소상공인경쟁력 제고자금(415억원)을 통한 지원 검토
- 시장매니지먼트 사업자 지정, 표준계약서 개발, 활성화성과와 보상 연계방안, 우수매니지먼트 회사에 대한 인센티브(세제혜택, 자금지원 등)
 - 고품질의 대행서비스를 저렴하게 제공하고 활성화성과를 높이는 것이 성공요인

4.3. 소유구조 개선

- 분산된 시장소유구조를 상인 중심으로 통합하여 다양한 문제 해결 가능
- 전문가조직화의 가장 효율적인 형태는 사단법인 또는 주식회사
 - 점포주와 상인 간 갈등해소, 부진상인의 퇴출, 상권활성화 공동투자 등
 - 특히 상인 중심의 시장재개발 가능
- 상인 중심의 시장현대화를 위해서는 시장정비사업도 소유구조 개선과 연계 필요
 - 상인회가 시장건물 지분의 50% 이상을 취득하여 주도적으로 시장의 현대화를 추진할 경우에 효과를 볼 수 있음
 - 현재 「전통시장 및 상점가육성을 위한 특별법」은 시장정비사업시행자가 대규모점포가 포함된 건축물을 건설할 수 있도록 허용함

■

[중곡제일시장의 소유구조 개선노력]

• 중곡제일시장 개요

- 골목시장으로 145개 점포에 194명의 상인이 영업활동
- 상인회 조직 : 협동조합
- 상권특징 : 주변 상권은 낙후된 단독주택 밀집지역이며 대중교통을 주로 이용하는 서민층 소비자들이 다수 거주하고 있음
- 시장특징 : 활성화 정도가 보통 수준인 중규모의 전통시장



[중국제일시장의 소유구조 개선노력]

- 점포를 임대하고 있는 상인이 약 3/4 가량이며, 전대는 금지하고 있음
 - 전대를 허용하면 '뺏다방'이 개입하여 상인교체 및 업종전환이 과도해짐
 - 인기업종(예: 떡집)으로 쏠림으로 과당경쟁 유발
 - 덤핑과 호객행위로 상거래 무질서와 소비자불만 초래 가능성
- 점포주와 임대료 인상을 놓고 갈등 상존
 - 장사가 안 되어도 매년 임대료 인상(법정상한인 9% 인상 빈번)
- 상인의 30%는 퇴출 희망
 - 장사가 부진하거나 고령이어서 점포양도 희망하나 매매가 안됨
 - 이들이 불만세력을 형성하여 자구노력에 대한 자발적 참여 미흡
- 점포주의 임대계약 임의해지 예방을 위한 조합 차원의 노력
 - 아케이드관리 명목으로 점포주가 함부로 상인을 퇴출시키지 못하도록 함
 - 아케이드 설치비로 상인들은 각자 150만원 부담하였음
 - 매각하여 나가는 경우 시설비 환급해 주고 새로 들어오면 150만원 납부
 - 점포부속물인 아케이드에 대한 권리는 상인이 갖고 있으므로 점포주 독단으로 임대계약을 해지 못한다는 사실을 조합 차원에서 주지시킴
 - 만일 상인을 퇴출시킬 경우 점포 앞에서 노점 설치를 허용한다고 위협하여 점포주 견제

[중국제일시장의 소유구조 개선노력]

• 출자금 제도를 2011년 상반기부터 도입

- 임대료 인상을 둘러싼 갈등을 본질적으로 해소하려면 상인들이 건물 매입하는 것이 필요 인식을 갖고 시작

• 출자금 제도의 운영과 목표

- 상인들이 매월 일정금액(3만원 이상)을 출자하여 일정 금액이 적립되면 건물 매입 계획
→ 시장과 관련된 건물은 60채로 모두 매입하려면 약 600억원 소요
- 현재 상인의 50%가 참여하고 있는데, 30%는 퇴출 희망해 불참하고 나머지 20%는 부정적 입장으로 참여안함
- 임원 20명이 각자 1억 통장 개설하여 20억원 모금함으로써 3년내 건물 2채 매입을 목표하고 있으며, 일단 건물을 매입하면 다들 따라올 것으로 희망

• 출자금 투명관리 장치

- 새마을금고와 업무협약을 맺어 출자금 관리 위탁하며 매달 내역서를 출자자들에게 통보
- 조합 이사장 후보는 선거 때 1억 보증보험 가입이 출마 조건

• 출자금을 이용한 건물매입에 대한 정부지원 강력 요망

- 정부에서 출자금에 Matching Fund를 제공하거나 건물을 담보로 장기저리자금 대출해 주면 건물매입 속도가 가속화될 것으로 기대

• 출자금은 소유구조개선을 위한 자구노력에 대한 공감대 형성의 징표

- 분산된 시장소유구조를 상인 중심으로 통합하여 다양한 문제 해결 가능
→ 점포주와 상인 간 갈등해소, 부진상인의 퇴출, 상권활성화 공동투자 등
→ 특히 상인 중심의 시장재개발 가능(현재는 건물주 중심으로 재개발사업이 추진되어 재개발후에 전통시장은 사라지는 결과 초래)