

2013-08

기본연구

제주 소상공인 육성 및 통합지원시스템 구축 방안

기본연구 2013-08

제주 소상공인 육성 및 통합지원시스템 구축 방안

고철수 · 김윤정

발 간 사

제주지역의 소상공인은 제주경제의 근간을 형성하고 있으나, 대형 유통업 확산 및 신종업체의 급속한 증가로 지역 소상공인의 매출은 계속 감소하고 있는 추세이다. 따라서 소상공인 자영업자들은 중소기업정책, 사회복지정책의 사각지대로 경제사회 전반의 구조적 문제로 잠재하고 있어 이에 대한 대응과 배려가 필요한 시점이다.

그러나 최근 들어 생계형 창업 급증과 내수경기의 회복세 미약 등으로 소상공인의 전반적 업황이 부진하고, 특히 제주지역은 경기적인 요인과 함께 산업구조적인 요인 등이 겹쳐 경영환경 호전이 지체되고 있어 새로운 경영환경 하에서 소상공인의 지속적인 성장 및 발전의 도모가 시급한 과제라 할 수 있다.

따라서 제주지역의 소상공인의 현황 및 실태를 파악하고 제주지역 소상공인의 지속적인 성장과 발전을 위해 나아가야 할 방향을 설정하고 이를 통하여 제주지역 경제 활성화에 기여할 수 있도록 소상공인에 대한 육성 및 지원방안을 모색할 필요가 있다 할 것이다.

본 연구에서는 육성 및 통합지원방안으로 효율적 경영환경 개선, 성장단계별 맞춤형 지원, 소상공인의 수명주기를 고려한 지원, 네트워크 구축을 통한 공동 대응, 소상공인 관련 분야 간 연계 확대, 지원정책에 대한 통합지원 창구 마련 등 구체적인 방안을 제시하고 있다.

본 연구가 급변하는 경제 환경에 대한 소상공인의 경쟁력을 강화하고, 소상공인에 대한 통합 지원방안을 강구함으로써 보다 효율적인 지원 정책을 수립하는데 기여하여 소상공인의 육성 및 일자리 창출, 경제 활성화에 기여하기를 바란다.

본 연구를 위해 열과 성을 다해주신 제주국제대학교 김윤정 교수에게 감사의 말씀을 드린다.

2013년 6월

제주발전연구원장

연구요약

I. 연구의 개요

- 제주지역의 소상공인은 제주경제의 근간을 형성하고 있으나, 대형 유통업 확산 및 신종업체의 급속한 증가로 지역 소상공인의 매출은 계속 감소하고 있는 추세임
- 소상공인 자영업자들은 중소기업정책, 사회복지정책의 사각지대로 경제사회 전반의 구조적 문제로 잠재하고 있어 이에 대한 정책적 대응과 배려가 필요
- 최근 들어 생계형 창업 급증과 내수경기의 회복세 미약 등으로 자영업자의 전반적 업황이 부진
- 특히 제주지역 자영업은 경기적인 요인과 함께 산업구조적인 요인 등이 겹쳐 경영환경 호전이 지체
- 새로운 경영환경 하에서 소상공인의 지속적인 성장 및 발전의 도모가 절대 필요한 실정임. 이에 제주지역의 소상공인 및 자영업의 현황 및 실태를 파악하고 제주지역 소상공인의 지속적인 성장과 발전을 위해 나아가야 할 정책방향을 설정하고 이를 통하여 제주지역 경제의 활성화에 일조
- 제주지역 문제점을 도출하여 제주지역의 소상공인에 대한 적합한 지원 정책을 강구

II. 연구내용

1. 제주지역 소상공인 통합지원시스템 구축

- 제주지역 소상공인 통합지원시스템은 기존 지원 프로그램을 창업을 계획하는 준비단계에서부터 폐업 이후의 재취업이나 업종전환단계 과정을 소상공인의 수명주기에 맞춰 재배치함

- 현재 여러 부처에서 시행되고 있는 지원정책들을 소상공인이 보다 편리하게 이용함으로써 지원을 통한 수익창출에 도움이 될 수 있도록 통합된 창구에서 지원 및 관리가 이루어져야 함
- 창업 이후 성장단계에 따른 지원이 이루어져야 하며, 이를 위해 경영 환경을 효율적으로 개선하고, 환경변화에 소상공인의 개별적 대응이 쉽지 않으므로 네트워크를 통한 공동 대응이 가능한 방안을 제시
- 효율적 경영환경의 개선
 - 경영환경의 개선을 위해 대기업 및 주변 경쟁업체와 경쟁우위를 확보할 수 있는 요인들로 서비스의 질적 수준을 향상시키고, 시장 환경 변화 및 트렌드 등에 적합한 상품 취급을 위한 정보 획득에 편의를 제공해야 함
 - 또한 소상공인이 필요로 하는 단계에 적합한 교육을 지원함으로써 지원 효과를 확대하고, 다소 소외가 되었던 소상공인에 대한 자금 지원을 특성화시키는 등 우수한 소상공인을 육성하기 위한 인프라 조성이 시급함
- 성장단계별 맞춤형 지원
 - 소상공인의 성장단계는 일반 기업과 동일하게 시장에 진입하는 창업기, 성장기, 쇠퇴 및 전환기로 구분할 수 있음
 - 성장단계에 따라 필요로 하는 지원사업이 다를 것임에도 이를 고려하지 않고 일괄적인 사업이 이루어지고 있어 성장단계에 적합한 지원이 이루어진다면 효과 창출을 기대할 수 있을 것임
- 소상공인 수명주기 고려
 - 실업률 증가에 따라 퇴직자와 청년실업자의 창업 시도가 많아지면서 제대로 준비하지 못한 생계형 창업의 실패로 피해가 심각해지고 있음
 - 소상공인에 대한 지원은 창업 이후 운영에 대한 지원 뿐만 아니라 창업에 대한 수요를 조절하고 확신을 가지고 있는 대상에 대한 동기 부여가 가능하도록 창업 준비기의 계획수립 단계부터 폐업 및 업종 전환을 위한 준비기의 과정을 소상공인 수명주기에 따른 지원이 이루어져야 함
- 네트워크 구축을 통한 공동 대응
 - 소상공인은 개별적으로 시장에 대한 대응이 쉽지 않아 목표 공유가 가능한 네트워크를 통해 공동 대응을 할 수 있다면 역량 강화를 실

현할 수 있을 것임

- 공동 브랜드 개발을 통해 독특한 이미지를 확보함으로써 공동 판매를 하거나, 협동조합 또는 프랜차이즈 시스템을 이용하여 공동 대응이 가능하나 각 전략별 애로사항들을 반드시 고려해야 함
- 소상공인 관련분야간 연계 확대
 - 소상공인은 지역산업과의 융합, 구도심 재생 등 관련 분야와 연계될 때 소상공인의 사업 범위가 넓어짐과 동시에 역할과 기능이 증대될 수 있음
 - 특히 업종의 집중화로 인한 과당경쟁을 해소하기 위해 관련업종으로 전환을 유도함으로써 업종을 분산시킬 수 있음
 - 제주지역 문화컨텐츠를 이용한 특색있는 전문상품, 관광산업을 중심으로 하는 관광객 대상의 상품을 개발함으로써 제주에서만 경험할 수 있거나 제주산임을 내세울 수 있는 아이টেम्으로의 확장이 필요함
 - 소상공인의 개별적 지원에는 성과의 한계가 있기 때문에 소상공인이 속해있는 전통시장, 골목상권, 구도심 상권 등과 연계하여 지원함으로써 지원 효과를 높일 수 있음
 - 소상공인을 보호하기 위한 대형마트 의무휴일제, 대기업 점포의 출점제한 등의 규제가 활발하게 이루어질 때 전통시장, 골목상권으로의 유입을 촉진시킬 수 있는 마케팅이 활발하게 이루어져야 시너지 효과가 일어날 수 있을 것임
- 지원정책에 대한 통합지원 창구 마련
 - 소상공인 지원은 여러 기관에서 비슷하게 이루어지고 있는데다 필요한 부분에 대한 상담을 위한 창구가 정해져 있지 않아 지원 기관별 문의가 이루어지고 있지 않음
 - 이를 해소하기 위해 산발적으로 운영되고 있는 지원정책을 통합적으로 관리, 그러나 현실적으로 통합관리는 다소 무리가 있으며, 부분적인 통합관리가 가능
 - 통합 창구의 역할을 하게 될 기관에서는 지원사업에 대한 운영과 관리 외에도 대기업 중심의 거래 불공정, 대기업 편법 진출을 억제하기 어려운 시장의 불균형, 대기업에 비해 혜택이 낮은 제도의 불합리라는 3불 현상을 해결해 줄 수 있어야 할 것임
 - 소상공인 창업 준비에서부터 필요한 다양한 정보가 통합적으로 시스템화 되어있지 않아 정보 제공의 미흡으로 반복적 운영 실패가 거듭

되고 있음

- 특히 소상공인이 실제로 필요로 하는 지원을 위해서는 상권에 대한 규모, 고객 수, 경쟁자 현황 등에 대한 정확한 분석이 이루어져야 상권 내 소상공인의 주요 표적 고객에 따른 구체적인 지원이 수행될 수 있음
- 상권 분석, 임대 정보 등 창업 준비자를 위한 분석과 소상공인을 위한 변경정보의 업그레이드가 지속적으로 이루어져야 함

2. 정책적 제언

- 소상공인에 대한 통합적 정책지원은 그 동안 진행되어 오던 프로그램을 완전히 다른 유형으로 제공하는 것이 아니라 업체가 처한 환경에서 특히 필요로 하는 프로그램을 보다 편리하게 제공함으로써 효율적 성과를 창출할 수 있음
- 경영특성에 차이가 있음에도 그 동안 중소기업 지원정책에 포함시킴으로써 지원 비중을 낮게 취했으나, 중소기업과 소상공인을 구분하고 또한 소기업과 소상공인을 구분하여 기업규모와 특성에 적합한 지원이 이루어져야 함
- 현재 전통시장 상인교육, 상공인 특화 교육 등으로 구분하여 이루어지고 있음은 바람직하나, 내용이 대부분 비슷하여 소상공인의 세부적 구분에 따른 체계적인 교육이 진행되어야 함
- 소상공인의 생존율이 매우 낮음에 따라 준비기에서부터 창업 후 안정기에 이르기까지 안정된 수준을 유지하기 위해 성공한 사례를 벤치마킹하거나 멘토로 삼을 수 있는 구조가 마련되어야 하며, 이를 통해 소상공인 스스로 자생력을 키울 수 있도록 해야 함
- 집중된 업종을 벗어나 온라인 또는 모바일 등 1인 창업이 가능한 지식 서비스 분야의 정보를 제공하여 소상공인의 계획적 육성도 필요함
- 사실 기존의 소상공인의 목소리만으로도 이미 개선하거나 해소해야 할 과제가 산적해 있으며, 소상공인을 대상으로 하는 정책이 계속 증가하고는 있지만 경쟁력 저하를 개선하기엔 부족함. 따라서, 소상공인간 정보교류와 지원에 대한 구체적인 요청, 이를 반영한 통합적 지원정책이 지속적으로 확대되어야 할 것임

목 차

I. 연구의 개요	1
1. 연구의 배경 및 필요성	1
2. 연구 목적	1
3. 연구 방법	2
4. 연구의 진행절차	3
5. 선행연구 현황과 선행연구와의 차별성	4
II. 제주지역 소상공인 현황 및 실태 분석	5
1. 소상공인 현황 및 경영 실태	5
2. 제주지역 소상공인 지원기관 현황	16
III. 지원정책 현황 및 분석	19
1. 중앙부처 소상공인 지원정책 현황	19
2. 제주지역 소상공인 지원사업 현황	23
3. 타 지역 소상공인 통합지원제도 사례분석	27
IV. 소상공인에 대한 의견조사	32
1. 의견조사 및 분석	32
2. 제주지역 소상공인의 경쟁력	48
3. 제주지역 소상공인 지원정책에 대한 시사점	51
V. 제주지역 소상공인 육성 및 통합지원시스템 구축	55
1. 소상공인 육성 및 통합지원시스템 구축	55
2. 정책적 제언	71
참고문헌	74
부 록	75
ABSTRACT	80

<표 차례>

<표 2-1> 국내 중소기업 및 소상공인 현황	6
<표 2-2> 소상공인 월평균 순이익	7
<표 2-3> 제주지역 개인사업자 창업 및 폐업 현황	9
<표 2-4> 제주지역 사업체수 및 종사자수 변화	10
<표 2-5> 제주특별자치도 소상공인 현황	11
<표 2-6> 편의점 경영현황	12
<표 2-7> 편의점 연평균 증가율	13
<표 2-8> 업체별 편의점 점포 현황	13
<표 2-9> 편의점 출점 및 폐점	14
<표 2-10> 전국 및 제주지역 도소매업 비중	15
<표 2-11> 제주지역 유통업체 현황	15
<표 3-1> 2013년 소상공인 진흥계정 예산(안)	20
<표 3-2> 소상공인 지원 현황	23
<표 3-3> 골목상권 활성화 시책	24
<표 4-1> 사업체의 일반현황	33
<표 4-2> 매출액 및 종사자 수	34
<표 4-3> 전년(2011년) 대비 실적(2012년)	34
<표 4-4> 창업 시 고려사항	35
<표 4-5> 창업 시 준비기간	36
<표 4-6> 창업 이전 사업체 운영 및 근무경험	36
<표 4-7> 창업 시 애로사항	37
<표 4-8> 사업성공을 위한 자구적인 노력으로 중요한 것	37
<표 4-9> 상품판매에 대한 전문성	38
<표 4-10> 사업체에 대한 고객 만족도	38
<표 4-11> 고객과 지속적 관계유지를 위한 활동 정도	39
<표 4-12> 사업체 홍보를 위한 광고활동 정도	39
<표 4-13> 업종 변경 및 사업변경계획 유무	40

<표 4-14> 주변 업체들과의 경쟁 정도	40
<표 4-15> 주변 업체와의 경쟁력 정도	41
<표 4-16> 사업체의 최근 3년 동안의 경기	41
<표 4-17> 주요 경쟁대상	42
<표 4-18> 소상공업 경기에 영향을 미치는 요인	42
<표 4-19> 현재 운영의 애로사항	43
<표 4-20> 운영자금 조달 경로	43
<표 4-21> 향후 3년간 전망	44
<표 4-22> 소상공업 운영에 영향을 미치는 요인	44
<표 4-23> 알고 있는 지원사업	45
<표 4-24> 지원사업 인지 경로	45
<표 4-25> 지원사업에 대한 중요성	46
<표 4-26> 지원사업을 받기 위한 행정기관 이용의 애로사항	46
<표 4-27> 지원사업에 대한 만족도	47
<표 4-28> 지원받고 싶은 분야	47
<표 4-29> 소상공인에게 필요한 정책	48
<표 4-30> 전통시장 활성화 수준(평균점수)	49
<표 4-31> 제주지역 소상공인 SWOT 분석	50

<그림 차례>

<그림 1-1> 연구진행절차	3
<그림 2-1> 소상공인 경기동향 추이	8
<그림 5-1> 소상공인 통합지원시스템	57
<그림 5-2> 효율적 경영환경 개선요인	58
<그림 5-3> 소상공인 성장단계에 따른 특성 및 전략	62
<그림 5-4> 소상공인의 수명주기에 따른 지원 전략	64
<그림 5-5> 네트워크 구축을 통한 공동 대응 전략	66

I. 연구의 개요

1. 연구의 배경 및 필요성

- 제주지역의 소상공인은 제주경제의 근간을 형성하고 있으나, 대형 유통업 확산 및 신종업체의 급속한 증가로 지역 소상공인의 매출은 계속 감소하고 있는 추세임
- 소상공인 자영업자들은 중소기업정책, 사회복지정책의 사각지대로 경제사회 전반의 구조적 문제로 잠재하고 있어 이에 대한 정책적 대응과 배려가 필요
- 최근 들어 생계형 창업 급증과 내수경기의 회복세 미약 등으로 자영업자의 전반적 업황이 부진
- 특히 제주지역 자영업은 경기적인 요인과 함께 산업구조적인 요인 등이 겹쳐 경영환경 호전이 지체
- 새로운 경영환경 하에서 소상공인의 지속적인 성장 및 발전의 도모가 절대 필요한 실정임. 이에 제주지역의 소상공인 및 자영업의 현황 및 실태를 파악하고, 제주지역 소상공인의 지속적인 성장과 발전을 위해 나아가야 할 정책방향을 설정하고 이를 통하여 제주지역 경제의 활성화에 일조
- 제주지역 문제점을 도출하여 제주지역의 소상공인에 대한 적합한 지원정책을 모색할 필요

2. 연구목적

- 제주지역 소상공인 관련 자료를 최대한 이용하여 문제점 파악
- 소상공인 지원현황 분석을 통한 지원제도 운용 및 개선방안
- 소상공인의 특성 및 분석을 통하여 소상공인의 발전전략을 모색

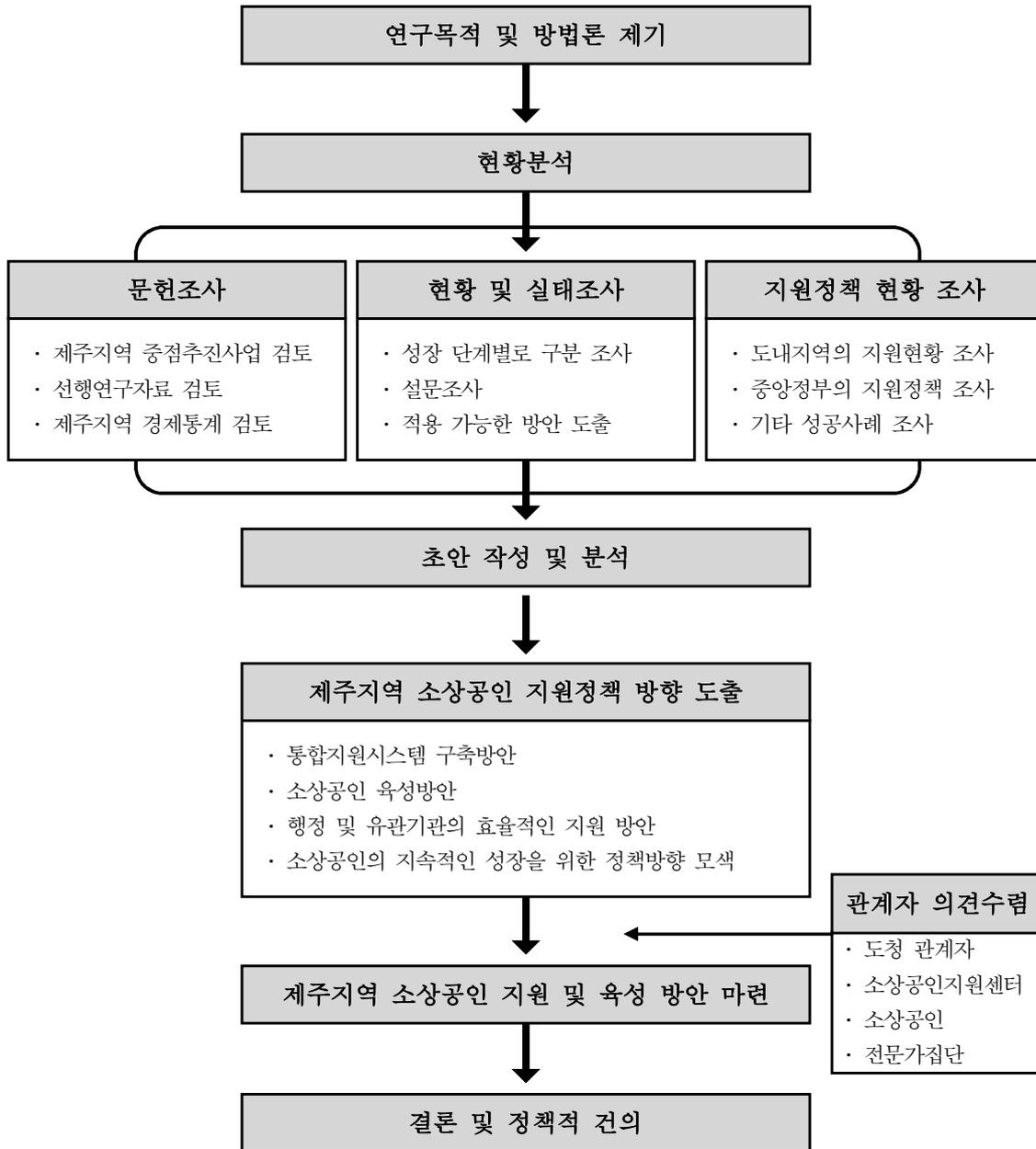
- 이를 통하여 제주지역 소상공인의 육성방안을 강구함과 동시에 통합 지원시스템 구축방안 강구

3. 연구방법

- 국내외 소상공인 관련 문헌 및 연구결과 등 관련 자료의 Review를 통한 이론적 고찰과 그에 따른 현황 및 문제점을 파악
- 소상공인 일반현황을 살펴보고 업황 부진 등에 대한 경기적·구조적인 요인 분석을 실시
- 국내외 소상공인 지원제도와 관련한 운용현황의 사례분석을 통한 정책적 시사점 도출
- 도내의 소상공인의 애로사항을 분석하기 위하여 설문조사를 실시함
- 이를 바탕으로 향후 제주지역 소상공인 발전을 위한 통합적인 지원 체계를 구축하고 추진과제를 모색

4. 연구의 진행절차

<그림 1-1> 연구진행절차



5. 선행연구 현황과 선행연구와의 차별성

구 분	선행연구와의 차별성	
	과제명	연구방법 주요 연구내용
주요 선행 연구	1 고철수(2012) “소상공인 지원정책방향 및 시사점” 제주발전연구원	제주지역의 소상공인의 현황 및 실태를 파악하고 제주지역 소상공인의 지속적인 성장과 발전을 위해 나아가야 할 정책방향 모색
	2 고철수(2009) “제주형 중소기업 지원시스템 구축 방안 연구” 제주발전연구원	제주지역 중소기업의 지원방안을 강구함과 동시에 선진화 방안을 모색
	3 고철수(2007) “제주지역 소상공인 자영업 육성 방안” 제주발전연구원	제주지역의 소기업 및 소상공인에 대한 실태를 분석함으로써 애로사항 등의 현실파악을 통한 현행 지원제도, 정책에 대한 문제점의 도출 및 평가를 통한 기존 정책수단의 보완
본 연구	○ 소상공인 정책이나 활성화 방안 연구는 있으나, 이를 통합하여 체계적으로 지원하는 시스템 구축이 필요함	

II. 제주지역 소상공인 현황 및 실태 분석

1. 소상공인 현황 및 경영 실태

1) 국내 소상공인 운영 현황

- 우리나라의 소상공인 지원정책은 기존 대기업 위주의 정책에서 중소기업 보호하는 차원에서 일부 수행하는 것에 그침으로써 영세한 소상공인의 성장에 한계를 지니고 있음
- 소상공인은 소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법 시행령에 따라 광업, 제조업, 건설업 및 운수업은 상시근로자 10인 미만, 그 외 기타 업종은 상시근로자 5인 미만인 사업체를 말함
- 소상공인은 흔히 자영업자와 같은 의미로 쓰이고 있으나, 자영업자는 사업체 규모와 관계가 없어 대기업 및 농어민이나 노점상도 포함하고 있는 개념으로 정책대상으로서의 자영업자는 '영세 자영업자'로 표현함
- 즉 사업체 단위가 적용되지 않는 개념이므로 정책적 대상은 사업체의 성격을 가지고 있는 소상공인이 바람직함
- 2011년 기준 우리나라의 중소기업체 수는 323만개 정도로 이 중 소상공업 관련 사업체는 283만개 정도로 전체 중소기업의 약 88%를 차지하고 있으며, 종사자는 555만명으로 중소기업의 약 38.2%임
- 2010년 기준으로는 소상공인이 우리나라 전체 경제활동인구(2,511만명)의 21%를 차지하고 있으며, 전체 사업체에서의 매출도 22.5%(약 314조원)의 비중을 나타내고 있음

<표 2-1> 국내 중소기업 및 소상공인 현황

(단위: 천개, 천명, %)

구 분		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
사업체 수	전체	2,868	2,940	3,049	3,047	3,069	3,125	3,235
	소상공인	2,527	2,597	2,682	2,675	2,686	2,749	2,835
	(비중, %)	88.1	88.3	87.9	87.8	87.5	87.9	87.6
종사자 수	전체	11,902	12,234	12,818	13,070	13,398	14,135	14,534
	소상공인	4,883	5,019	5,228	5,195	5,218	5,334	5,549
	(비중, %)	41	41	40	39.7	38.9	37.7	38.2

자료 : 중소기업청, 중소기업현황

- 이와 같이 소상공인은 경제적 중요성에도 불구하고 그 동안 지원정책에서도 소외되어 왔고, 영세성으로 인한 열악한 환경으로 소상공인의 역량 강화는 절대적으로 필요한 실정임
- 사업체 수가 몇 년째 정체상태이고, 종사자수의 비중도 낮아지다가 다소 증가하고 있지만, 관련 업종에 대한 진입장벽이 낮고 은퇴 후 재취업이 힘든 사회구조상 차후 1955~63년생인 베이비붐 세대의 퇴직은 소상공인의 비중을 높일 것으로 예상됨
- 현시점에서 소상공인 비중은 미국, 독일, 일본 등(7%~12%)의 선진국보다 높은 수준이며, 자영업 비중으로도 OECD 국가 평균(17.5%)보다 높은 형편임
- 특히 요식업 등의 생계밀착형 단순 자영업이 전체 소상공인의 50% 이상을 차지하고 있어 과당경쟁 및 안정적 수익 창출에 어려움을 겪고 있음

<표 2-2> 소상공인 월평균 순이익

적자 및 무수입	100만원 미만	100~200 만원 미만	200~300 만원 미만	300~400 만원 미만	400만원 이상	평균 (만원)
26.8%	30.8%	23.4%	9.9%	3.5%	5.6%	149.1

자료 : 중소기업청(2011), 2011년 전국 소상공인 실태조사 보고서

- 이러한 상황에서 급격한 환경변화에 따른 소비자의 구매 트렌드가 지속적으로 변화하고 대기업 중심으로 상권이 재편되면서 소상공인의 경쟁력은 계속 낮아지고 있는 추세임
- 경험없이 준비되지 못한 창업, 단순 생계형 아이템에 치중, 창업자금에 대한 부담 등 다양한 애로요인으로 트렌드 변화나 대기업 진출에의 대응을 어렵게 함
- 특히 경쟁력이 강한 대기업 유통업체에 대한 규제가 이루어지더라도 신유통업체의 지속적 등장이 예상되므로 자생적인 역량을 기르지 못하는 한 소상공인의 침체는 계속적일 것임
- 이와 같은 차별화가 쉽지 않은 상태가 반복적으로 이루어짐으로써 이윤 창출이 어렵고 결국 생존도 짧아지는 악순환 구조가 심각한 상태임
- 하지만, 소상공인의 창업에서부터 창업 후 성장, 폐업에 이르기까지 상담이나 직접적 지원을 통해 어려움을 해소할 수 있는 통합된 창구가 마련되지 않음
- 소상공인에 대한 지원정책도 중소기업 지원정책에 비해 비중이 매우 낮은데다, 형태의 다양성으로 지원정책에 대한 효과도 오랜시간에 걸쳐 미미하게 나타나 소상공인이 느끼는 지원에 대한 혜택도 쉽게 체감하기 어려워 소상공인 체감경기지수(BSI)는 2013년 초에 하락을 거듭하다 3월 이후 상승하는 추세로 경기에 민감하게 반응하고 있음

<그림 2-1> 소상공인 경기동향 추이



자료 : 소상공인진흥원(2013), 2013년 4월 소상공인 경기동향 실적 및 5월 전망

2) 제주지역 소상공인 운영 현황

- 제주지역의 소상공인 관련 사업체는 2011년 현재 47,144개이며, 종사자는 203,757명으로 나타나고 있으나 창업 및 휴업이나 폐업이 빈번하게 발생하여 사업체 기초조사에 의한 자료는 존재하지만 정확한 수치를 파악하기는 어려움
- 도내 산업구조상 관광산업을 중심으로 한 단순서비스업 중심의 소상공인 비중은 높으나 생산성에 따른 수익은 낮은 형편임
- 제주지역 소상공인의 운영 역시 우리나라의 일반적 현황과 비슷한 양상을 보이고 있으며, 중소기업중앙회 제주본부 조사 결과(2012) 대기업 계열사의 무분별한 프랜차이즈 사업 확장과 경기 침체 등의 여파로 도내 골목상권 소상공인의 경영 악화가 심각하여 72.8%가 점포 운영에 어려움을 겪고 있는 것으로 나타남
- 제주지역 개인사업자의 창업 및 폐업은 매년 1만명 내외로 나타나고 있으며, 이는 전체 개인사업자의 16~18%를 차지하고 있는 실정임

<표 2-3> 제주지역 개인사업자 창업 및 폐업 현황

(단위 : 천명)

구 분	2008	2009	2010	2011
신규창업자	12.1	11.3	11.2	11.3
폐업자	9.7	9.5	9.5	9.9
개인사업자수	58.3	59.9	61.3	62.4

자료 : 한국은행 제주본부(2013), 제주경제브리프 No. 2013 - 5

- 제주지역도 퇴직자의 창업, 청년층의 미취업 돌파구로서의 소규모 창업 등으로 대기업의 진출 뿐만 아니라 주변 소상공인간 경쟁 악화가 심화되고 있음
- 2011년 제주지역의 전체 종사자 규모별 사업체수는 2010년 대비 5~9명(7.6%), 300명 이상(5.0%), 10~19명(3.9%), 1~4명(2.6%)의 사업체는 증가하였고, 20~49명(-4.0%), 50~99명(-3.7%)의 사업체는 감소한 것으로 나타남
- 사업체 규모별 종사자수는 2010년 대비 종사자가 5~9명(8.1%), 10~19명(2.9%), 1~4명(2.7%)의 사업체에서는 증가하였으나, 300명 이상(-7.3%), 20~49명(-6.1%), 100~299명(-2.2%), 50~99명(-2.1%) 규모의 사업체에서는 감소함
- 이는 소규모 업체 중심으로 사업체 수와 종사자 수의 증가가 이루어짐으로써 소상공인을 포함한 소규모 업체간 경쟁이 심화될 것을 예상할 수 있음

<표 2-4> 제주지역 사업체수 및 종사자수 변화

(단위 : 개소, 명, %)

구 분	사업체수			종사자수		
	2010	2011	증감률	2010	2011	증감률
전 체	45,830	47,144	2.9	202,676	203,757	0.5
1~4명	38,511	39,497	2.6	70,217	72,137	2.7
5~9명	4,024	4,331	7.6	25,864	27,951	8.1
10~19명	1,835	1,907	3.9	24,417	25,122	2.9
20~49명	1,024	983	-4.0	31,401	29,479	-6.1
50~99명	300	289	-3.7	20,049	19,631	-2.1
100~299명	116	116	0.0	18,715	18,298	-2.2
300명 이상	20	21	5.0	12,013	11,139	-7.3

자료 : 제주특별자치도(2012), 2011년 기준 사업체 조사보고서

- 이미 제주지역은 대형할인점과 대기업 계열의 편의점 등 유통업종이 포화 상태이며, 단순 도소매업의 경우도 취급 품목이 한정되어 있는 경우가 많아 경쟁우위를 확보하기가 어려운 실정임
- 또한 소상공인의 창업 준비기간이 짧고, 베이비붐 세대를 중심으로 한 고령층의 비중이 점차 높아지고 있으며, 생계를 위한 생활밀착형 자영업 중심의 창업에 집중되면서 영세성을 벗어나기 어려워 수익성이 악화되는 구조가 되고 있음
- 특히 대기업 상품의 고급화와 인터넷을 기반으로 한 온라인 중심의 모바일 상거래가 일반화 되면서 소비자의 상품에 대한 기대수준이 높아지고, 상품간 비교가 쉬워지고 있음
- 이러한 현상은 소상공인이 공급하는 상품과 소비자의 구매욕구간 차이를 크게 발생시킴으로써 대응을 어렵게 함으로써 경쟁력을 약화시키는 요인으로 작용하고 있는 실정임
- 정보에 있어서도 격차가 존재하여 트렌드 변화나 상권 및 상품 변화

를 감지하기가 어렵고, 시장조사에 따른 신속한 대응도 여의치 않아 구매욕구를 미리 파악하여 소비자에 앞서 상품을 출시하기가 어려움

- 환경변화를 파악하더라도 영세성으로 인해 자체적인 활동으로 이에 대응하면서 고객관리를 하기 쉽지 않음
- 정책적 지원 측면에서도 그 기능이 여러 부처에서 중복적으로 수행되고 있어 중소기업 지원과 달리 규제를 먼저 내세우게 됨

<표 2-5> 제주특별자치도 소상공인 현황

(단위 : 개소, 명)

구 분	제주시		서귀포시	
	사업체수	종사자수	사업체수	종사자수
전산업	34,850	154,733	12,294	49,024
소상공인	29,563	57,194	10,510	19,544
제조업	1,432	6,453	448	1,981
소상공인	1,312	3,466	398	976
건설,전기,수도사업운수업	1,185	13,135	308	2,572
소상공인	818	3,454	243	1,048
도소매업	8,847	26,147	3,506	9,029
소상공인	7,848	14,750	3,187	5,526
운수업	4,538	11,210	1,235	2,202
소상공인	4,386	4,975	1,207	1,385
음식/숙박업	7,932	24,312	3,229	10,381
소상공인	7,047	15,641	2,910	6,150
출판,영상,방송통신,정보서비스업	213	3,567	34	335
소상공인	104	242	20	53
부동산, 기술/사업서비스업	2,152	11,710	447	2,163
소상공인	1,624	3,196	380	664
교육서비스업	1,858	14,152	515	3,918
소상공인	1,457	2,620	405	709
예술, 스포츠, 개인서비스업	4,773	14,915	1,721	5,902
소상공인	4,396	7,141	1,555	2,454
기타	1,920	29,132	851	10,541
소상공인	571	1,709	205	579

자료 : 통계청, 사업체 기초조사(2011년 기준)

□ 편의점 경영현황

- 2011년 전국 편의점 수는 21,221개로 전년대비 25.3%가 증가하였으며, 1CVS당 인구수는 2,983명에서 19.9% 감소한 2,390명이며, 제주는 1,064명으로 최저치임
- 1CVS당 평균 종업원 수는 7명이며, 종업원 1인당 1일 매출액과 1일 평균 고객수가 감소하고 있음

<표 2-6> 편의점 경영현황

구 분	2010년	2011년	추 이
전국 체인화편의점 수(개)	16,937	21,221	4,284(25.3%) ↑
신규 출점수(개)	3,687	5,085	1,398(37.9%) ↑
폐점수(개)	880	801	79(9%) ↓
1CVS당 인구수(명)	2,983	2,390	593(19.9%) ↓
전체 CVS당 연면적(평)	383,512	471,953	88,441 ↑
1CVS당 평균면적(평)	23.2	22.6	0.6 ↓
1CVS당 평균종업원(명)	6.7	7.0	0.3 ↑
체인화 CVS당 총 매출액(억원)	83,981	101,368	17,387(20.7%) ↑
1CVS당 1일 평균 매출액(천원)	1,558	1,534	24(1.5%) ↓
종업원 1인당 1일 매출액(원)	227,850	22,360	5,490(2.4%) ↓
1평당 1일 매출액(원)	71,200	66,400	4,800(6.7%) ↓
고객 1인당 1회 구매액(원)	3,784	3,942	158(4.2%) ↑
1CVS당 1일 평균 고객수(명)	413	385	28((6.8%) ↓
1CVS당 월평균 재고액(천원)	20,900	21,040	140(0.7%) ↑
Loss율(%)	0.5	0.5	-
월 평균 상품 회전율	2.3	2.1	0.2 ↓

자료 : 편의점 운영동향, 2012, 한국편의점협회

□ 편의점 연평균 증가율

- 전국 편의점의 연평균 증가율은 15.2%인데 비해 제주지역은 19.3%로 전국을 훨씬 상회하고 있으며, 제주지역 증가율은 2010년도 39.0%, 2011년도 56.4%에 달하였으며, 2012.11월 현재 총 615개가 있음

<표 2-7> 편의점 연평균 증가율

편의점수	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012.11	연평균 증가율
전국	8,247	9,085	9,928	11,056	12,485	14,130	16,937	21,221	n/a	15.2
제주	157	156	175	201	226	249	146	541	615	19.3

연평균 증가율	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012.11
전국	10.2	9.3	11.4	12.9	13.2	19.9	31.2	n/a
제주	-0.6	12.2	14.9	12.4	10.2	39.0	56.4	13.7

자료 : 편의점 운영동향, 2012, 한국편의점협회

□ 업체별 편의점 점포 현황

- 전국 21,221개 편의점 중에서 가장 많은 점포를 확보하고 있는 업체는 C&U이며(31.5%), GS25(29.8%), 세븐일레븐(21.1%) 순인데, 제주지역에서는 C&U가 215개(39.7%), 세븐일레븐이 169개(31.2%), GS25 157개(29.0%) 순임

<표 2-8> 업체별 편의점 점포 현황

구분	미니 스톱	바이더웨이	세븐일레븐	씨스페이스	GS25	패밀리마트 (C&U)	OK마트	조이마트	계
전국	1,675 [7.9]	1,578 [7.4]	4,472 [21.1]	142 [0.7]	6,326 [29.8]	6,688 [31.5]	99 [0.5]	241 [1.1]	21,221 [100]
제주	-	-	169 [31.2]	-	157 [29.0]	215 [39.7]	-	-	541 [100]

자료 : 편의점 운영동향, 2012, 한국편의점협회

□ 편의점 출점 및 폐점

- 2011년 편의점 출점은 5,085개였으며, 폐점은 801개 점포였음
- 제주지역의 2011년 편의점 출점은 205개였으며, 폐점은 10개 점포였음

<표 2-9> 편의점 출점 및 폐점

시·도	2010년도 점포수	변동내역			2011년도 점포수
		출 점	폐 점	증 감	
서울	4,189	1,007	181	826	5,015
인천	803	243	36	207	1,010
경기	3,871	1,168	199	969	4,840
강원	692	231	27	204	896
대전	483	142	30	112	595
충남	773	279	23	256	1,029
충북	468	173	22	151	619
광주	575	160	33	127	702
전남	524	161	22	139	663
전북	545	220	25	195	740
대구	543	154	26	128	671
경북	723	224	46	178	901
부산	1,008	265	54	211	1,219
울산	250	95	9	86	336
경남	1,144	358	58	300	1,444
제주	346	205	10	195	541
계	16,987	5,085	801	4,284	21,221

자료 : 편의점 운영동향, 2012, 한국편의점협회

□ 전국 및 제주지역 도소매업 비중

- 2010년 기준으로 전국 도소매업의 비중은 8.3%(970,418억원)인데 비해 제주지역인 경우 8.6%(9,009억원)로 전국대비 다소 높은 편임

<표 2-10> 전국 및 제주지역 도소매업 비중

(단위:억원,%)

구 분		2006년	2007년	2008년	2009년	2010년
전 국	GRDP (A)	9,129,256	9,830,303	10,285,005	10,656,646	11,727,422
	도·소매업 (B)	742,734	791,536	862,420	876,154	970,418
	비중(B/)	8.1	8.1	8.4	8.2	8.3
제 주	GRDP(C)	80,960	87,359	88,330	96,478	104,687
	도·소매업 (D)	6,533	6,839	7,608	8,109	9,009
	비중(D/C)	8.1	7.8	8.6	8.4	8.6

자료 : 통계청

□ 제주지역 유통업체 현황

- 제주지역 유통업체 현황은 대형유통업 8개, 전통시장 28개, 슈퍼마켓 769개, 체인화편의점 541개임(2011년 기준)

<표 2-11> 제주지역 유통업체 현황

합 계	대형 유통업	전통시장	슈퍼마켓	체인화편의점
1,346	8	28	769	541

자료 : 제주특별자치도 내부자료 및 통계청

2. 제주지역 소상공인 지원기관 현황

1) 제주특별자치도청 기업지원과

목표	<ul style="list-style-type: none"> • 중소기업 육성계획 수립 및 기업애로 해소 추진 • 중소기업 안정적 경영환경 조성 및 경영능력 제고
주요 사업 및 기능	<ul style="list-style-type: none"> • 제주자치도 중소기업육성시책 수립·추진 • 중소기업 경영애로 해소 지원 • 여성기업 및 장애인기업 창업 및 경영지원에 관한 사항 • 중소기업 육성자금 지원 및 중소기업 육성기금 조성·운영 • 제주신용보증재단 운영 및 지도·감독 • 제주특별자치도 중소기업종합지원센터 운영 관리 • 소상공인 지원센터 설치 및 운영 • 창업보육센터지원 등 창업기반 조성에 관한 사항 • 창업동아리, 창업강좌 등 창업분위기 조성 및 중소기업 창업지원 • 다른 업종간 교류의 지원에 관한 사항

2) 제주특별자치도청 골목상권살리기 추진단

목표	<ul style="list-style-type: none"> • 골목상권 활성화로 서민경제 안정 도모
기능	<ul style="list-style-type: none"> • 골목상권의 자생력 강화를 위한 맞춤형 경영혁신 지원 • 시장경영 진흥을 위한 고객지원 서비스 운영 강화 • 골목상권 선진 경영을 위한 다양한 시책 개발 추진
주요 사업	<ul style="list-style-type: none"> • 골목상권 경영 컨설팅 및 시설개선 지원 • 공동물류 운영사업 지원 • '지역상권 활성화 추진위원회' 운영 • 특화거리 활성화 사업 추진 • 지역상권 살리기 홍보사업 지원 • 소상공인 맞춤형 교육 실시 • 전통시장 통합콜센터(전자상거래) 운영 지원 • 골목상권살리기 홍보사업 추진

3) 소상공인 상담센터

목표	<ul style="list-style-type: none"> • 골목상권 소상공인 애로사항 상담 및 경영지도 등을 위한 맞춤형 상설 상담센터 운영으로 골목상권 경쟁력 강화
기능	<ul style="list-style-type: none"> • 소상공인 상담센터 운영 • 골목상권 슈퍼바이저 운영 • 소상공인 대상 맞춤형 교육 및 상인대학 운영
주요 사업	<ul style="list-style-type: none"> • 소상공인상담센터 운영 <ul style="list-style-type: none"> - 운영기간 : 2013.3. ~ (연중) - 소상공인을 위한 세무·회계, 인·허가, 마케팅, 경영자금 등 종합적인 경영상담을 위한 상설 상담센터 운영 - 전통시장, 오일장 등 찾아가는 이동 상담센터 운영(월 1회) • 골목상권 슈퍼바이저 운영 <ul style="list-style-type: none"> - 운영기간 : 2013. 3 ~ - 상인회 조직 정비 및 활성화 방안 컨설팅 - 친절서비스, 고객관리, 세무, 경영 등 집중 컨설팅 • 소상공인 대상 맞춤형 교육 및 상인대학 운영 <ul style="list-style-type: none"> - 운영기간 : 2013. 3 ~ - 고객관리, 판매촉진, 경영마인드, 상인정신, 경영개선교육 등 - 중국어 등 외국어교실 운영

4) 중소기업중앙회

목표	<ul style="list-style-type: none"> • 중소기업의 꿈과 미래를 실현하는 든든한 파트너
기능	<ul style="list-style-type: none"> • 중소기업의 경쟁력 강화를 위한 각종 지원 • 중소기업과 대기업간의 상생협력을 위한 사업
주요 사업 및 기능	<ul style="list-style-type: none"> • 중소기업 조사연구 및 정책건의 • 협동조합 조직화와 공동사업 추진지원 • 중소기업 사업영역 보호 • 대·중소기업 협력 • 중소기업 공제사업 • 중소기업 판로 지원 및 수출 촉진 • 중소기업 세계화 지원 • 중소기업 인력 지원 • 중소기업 정보화 지원 • 중소기업에 대한 교육연수 및 경영정보 제공 • 중소기업 제조물책임(PL)제도 지원 • 기타 중소기업 지원

5) 중소기업진흥공단

목표	<ul style="list-style-type: none"> • 중소기업 진흥을 통해 국민경제에 기여 • 중소기업의 건강과 성공솔루션
기능	<ul style="list-style-type: none"> • 중소기업 진흥을 위한 지원 및 사업추진
주요 사업	<ul style="list-style-type: none"> • 정책자금 지원 • 컨설팅 기술지원 • 해외마케팅 • 연수 • M&A 지원사업 • 산업정보 제공 • 이업종 교류

Ⅲ. 지원정책 현황 및 분석

1. 중앙부처 소상공인 지원정책 현황

- 기획재정부에서는 소상공인 경쟁과잉 문제 해소를 통한 경쟁력 강화를 위해 소상공인 진흥계정(중진기금)의 신설('13.1월)과 연계하여 다음 지원사업을 중심으로 지원하고 있음
- 정책자금 확대 : 정책자금 규모를 대폭 확대하고, 유망 소상공인 위주로 '선택과 집중 원칙'하에 선별적 지원
 - 소상공인 정책자금: ('12년) 4,250 → ('13년안) 7,500억원
- 상권정보시스템 강화 : 과밀업종으로의 진입을 억제하기 위해 '상권정보시스템' 활성화 등 정보제공 기능 강화
 - 상권정보시스템 강화: ('12년) 10 → ('13년안) 20억원
- 재정지원 비율 차등화 : 과밀업종 창업자에 대해서는 지역별 과밀도를 고려, 재정 지원 사업에 대한 자기 부담 비율 상향 조정 검토
 - (예시) 자기부담률 0% → 과밀도에 따라 50%(상), 30%(중), 10%(하)
- 창업교육 개편) 유망업종 중심으로 성공 소상공인의 멘토링 확대 및 업종별·지역별 특화교육 신설
 - 명장·성공 소상공인 현장 비법 전수
: ('12년) 700건 → ('13년안) 1,300건
 - 유망 업종 특화교육 신설('13년안): 31,000명,
지역특화교육 신설('13년안): 10,000명
- 창조적 소상공인 육성
 - 인터넷·모바일 등 지식기반서비스업 분야의 소상공인 발굴·육성
 - 1인 창조기업 비즈니스센터(입주 규모): ('12) 34(1,086) → ('13안) 51개 (1,400개)

<표 3-1> 2013년 소상공인 진흥계정 예산(안)

추진내용	추진일정	관계부처
1. 과밀업종 진입 억제 및 유망업종 창업 유도		
정책자금 확대	'13.1	재정부, 중기청
상권정보시스템 강화	'13.1	중기청, 국세청, 통계청
과밀업종 재정지원 비율 조정	'13.1	재정부, 중기청
창업교육 개편	'13.1	중기청
창조적 소상공인 육성	'13.1	중기청
2. 소상공인 경영역량 강화		
자발적 협업화 유도	'13.1	중기청
공동물류자금 특별협약보증 신설	'12.하반기	금융위, 중기청
소상공인 희망프로젝트	'13.1	중기청
프랜차이즈 활성화	'13.1	중기청
업종별 경진대회 개최	'13.1	중기청
문화관광형 시장 지원 확대	'13.1	중기청
전통시장 상품권 확대	'13.1	중기청
택배 등 물류시스템 지원	'13.1	고용부, 중기청
소상공인 특화 자금 확대	'13.1	재정부, 중기청
소상공인 기술개발 지원	'12.하반기	중기청
맞춤형 인프라 지원	'13.1	지경부, 중기청
3. 업종전환 및 전직 활성화		
업종전환 지원	'13.1	농식품부, 중기청
취업 지원	'12.하반기	고용부
4. 소상공인 지원 인프라 정비		
소상공인 진흥계정 신설	'13.1	재정부, 중기청
법률 체계 정비	'13.상반기	중기청
지원 기관간 역할 재정립 검토	'13.상반기	재정부, 중기청
금융안전망 확충	'13.1	중기청
실업급여 지급 및 사회보험료 지원	'13.1	고용부

자료 : 관계부처 합동(2012), 소상공인 경쟁력 제고 방안

- 영세 소상공인 공동협업화 및 경영개선
 - 자발적 협업화 - 과일가게, 제과점, 세탁소 등 영세 소상공인들의 자발적인 조직화 및 공동사업* 지원('13년 신규, 307억원)
 - 지역기반 소규모 소상공인(5인 이상)들이 협동조합을 설립하여 공동 판매장, 공동브랜드 개발, 공동마케팅 등 추진
 - 3년간('13년~'15년) 총 2,000개 조합, 20,000명 이상 지원
 - 공동물류자금 특별협약보증 공동구매를 통한 조달 비용 절감을 지원하기 위해 총 250억원 규모의 '특별협약보증(신보)' 신설
 - 기업은행과 신용보증기금 간 협약을 통해 보증료 0.2%p 우대('12.10월)
 - 소상공인 희망프로젝트 - 영세 소상공인을 대상으로 경영개선을 집중 지원하는 '저소득 소상공인 집중케어 프로그램' 신설('13년 신규 30억원)
- 전통시장 및 골목상권 활성화
 - 문화관광형 시장 확대 - '문화관광형 시장*'을 '15년까지 100개로 확대하고, 전통시장 시설현대화 사업과 연계하여 지원의 효과성 제고
 - 시장 수(누계): ('11년) 24 → ('12년) 39 → ('13년안) 60 → ('14년안) 80 → ('15년안) 100개
 - 공동마케팅 강화 - 소비자들의 전통시장 유입 및 구매 촉진을 지원하기 위해 전통시장 공동마케팅 확대
 - (12년) 공동마케팅 250, 특가판매 750 → (13년안) 공동마케팅 320, 특가판매 800회
 - 전통시장 상품권 확대 - 온누리 상품권 발행 규모를 5,000억원으로 대폭 확대하고, 체크카드형 상품권(충전식) 도입
 - 발행 규모(예산): ('12년) 2,000(100) → ('13년안) 5,000억원(247억원)
 - 택배시스템 구축 - 시설현대화 사업을 통해 택배 인프라(건물, 차량)를 구축하고, 택배시스템 운영비(시장당 최대 2,000만원 한도) 지원
 - 상인회 등이 설립한 택배운영 조직이 사회적 기업 요건을 충족할 경우 택배기업의 인건비도 지원 추진
- 소상공인 특화지원 강화
 - 소상공인특화 정책자금 및 기술개발 지원을 확대하고 영세 소상공

- 인 밀집지구 내 공동기술전수 작업장 설치('13년 3개소)
- 소상공인 정책자금: ('12년) 450 → ('13년안) 2,500억원
 - 산학연공동기술개발사업: ('12년) 1,322 → ('13년안) 1,389억원
 - 업종전환 지원 : 업종전환 교육을 강화하고 귀농·귀촌 지원* 등 신사업 분야로의 진출 유도
 - 업종전환 교육 인원(예산)
 - : ('12년) 8,000(5) → ('13년안) 30,000명(18억원)
 - 귀농·귀촌지원: ('12년) 59 → ('13년안) 353억원
 - 취업 지원 : 경영상 어려움으로 취업을 희망하는 자영업자에 대한 직업훈련·취업알선 등 지원범위 확대
 - 영세자영업자(연매출 1.5억원 이하)에게는 취업성공패키지 및 청년·장년 내일희망찾기(고용부)를 통해 상담-훈련-취업알선 지원
 - 고용보험 가입 자영업자(50인 미만 사업주, 연매출 무관)에게는 직무능력 향상지원(영업중) 및 내일배움카드제(폐업후)를 통해 직업훈련 실비 및 장려금 지원
 - 소상공인 진흥계정 신설 : 「소상공인 진흥계정(1.1조원)」 신설을 통해 소상공인 지원을 위한 안정적인 재원 확보
 - 금융안전망 확충 : 지역신용보증재단 보증 및 소상공인 공제 등을 통해 금융안전망 지속 확충
 - 지역신보 보증(정부출연)
 - : ('12년) 12(300) → ('13년안) 15조원(1,100억원)
 - 실업급여 지급: 65세 이전 고용보험에 가입한 자영업자가 65세를 초과하여 비자발적으로 폐업하는 경우에도 실업급여 지급
 - 사회보험료 지원: 저임금 근로자 사회보험료 지원사업(두루누리 사회보험) 전국 확대 시행('12.7월)
 - 10인 미만 사업장, 월평균보수 125만원 이하 근로자를 대상으로 고용보험, 국민연금 보험료(근로자분 + 고용주분)의 1/2 또는 1/3 지원

2. 제주지역 소상공인 지원사업 현황

1) 제주지역 소상공인 지원센터 지원 현황

(1) 주요 지원 현황

<표 3-2> 소상공인 지원 현황

유 형	내 용
○ 소상공인 정책자금	- 지원대상은 중소기업청장 인정교육· 컨설팅 수료자로서 지원 제외 업종 이외의 사업을 영위하고 있는 소상공인
○ 소기업·소상공인 공제제도	- 소기업 및 소상공인 대표자가 매월 일정부금을 납부하여 폐업 등의 위험으로부터 생활안정을 기하고 사업재기를 지원하는 제도
○ 소상공인 창업 직업교육	- 교육분야는 음식, 도소매, 서비스 등이며 교육대상은 예비창업자 및 업종전환 예정자
○ 경영개선교육	- 교육분야는 음식, 도소매, 서비스, 프랜차이즈 등이며, 교육대상은 영업중인 소상공인
○ 자영업 컨설팅	- 지원대상은 근로자 5인 미만의 생활형 서비스업을 영위하는 자영업자, 업종전환자 또는 예비창업자

(2) 실적 및 효과

- 소상공인 정책자금 지원
 - 소상공인 경영혁신에 필요한 자금, 시설자금 및 운전자금 등 소상공인 특화자금을 지원함으로써 소상공인에 대한 자금 압박을 조금이나마 해소함
- 소기업·소상공인 공제제도
 - 사업주가 매월 일정부금을 납부하여 폐업, 사망, 질병·부상으로 인한 퇴임, 노령 은퇴시 생활안정과 사업재기를 위한 퇴직금 마련을 지원함으로써 노후에 대한 사회안전망 구축에 일조
- 소상공인 창업교육

- 자영업 창업 희망자에게 창업 전과정을 단계적으로 나누어 창업에 필요한 이론과 현장실무를 종합적으로 교육시킴으로써 창업 시 실패를 줄이는 효과를 가져옴
- 소상공인 경영개선 교육
 - 소규모 자영업자가 주변 상권에 맞는 마케팅을 할 수 있도록 상권분석, 새로운 메뉴 개발을 위한 기술교육 등을 지원함으로써 소상공인의 경쟁력을 강화시키는데 일조함
- 소상공인 컨설팅 지원
 - 음식 도소매 생활형 서비스업을 영위하는 소상공인들에게 경영개선, 업종 전환 등 맞춤형 컨설팅 제공 등을 지원함으로써 마케팅 경쟁력을 강화하여 매출액 증대에 기여함

2) 제주특별자치도청 2013 골목상권 활성화 시책

(1) 주요 지원 현황

<표 3-3> 골목상권 활성화 시책

유 형	내 용
○ 특별보증 지원	<ul style="list-style-type: none"> - 시행시기 : 2012. 7월부터 - 보증규모/한도 : 총 200억원 / 업체당 2천만원 범위 - 보증기간 : 최고 4년(최초 2년, 연장 2년) - 보증기관 : 신용보증재단(노형동 722 KT&G 4층, ☎ 758-5740) - 취급은행 : 농협, 제주은행, 기업은행, 신한은행, 신한협, 새마을금고
○ 보증 심사기준 완화	<ul style="list-style-type: none"> - 신용등급 : 6등급 이상 ⇒ 9등급 이상 지원 - 업력제한 : 3개월 이상 ⇒ 제한 없음(사업자 등록으로 같음) - 신용평가 및 한도사정 : 적용 ⇒ 생략 - 보증한도 상향 : 9등급 이하 5백만원 이내(햇살론) ⇒ 10백만원 이내

유 형	내 용																					
	<ul style="list-style-type: none"> - 보증료율 인하 : 신용등급별로 차등(2% 이내), 평균 1.2% ⇒ 고정 0.8% - 대출금리 인하(금융기관 협약) : 저신용자(햇살론) 평균 11~12% ⇒ 4.8% 																					
<p>○ 소상공인 상담센터 운영</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 운영기간 : 2013. 3. ~ (연중) - 운영장소 : 중소기업종합지원센터 1층(☎ 751-2502), 제주시 연삼로 - 운영방법 : 상설 및 찾아가는 이동 상담센터 운영 - 상담내용 : 경영자금, 창업, 세무·회계, 인허가, 마케팅, 상권정보 제공 등 - 운영정보 : <table border="1" data-bbox="507 775 1225 1229"> <thead> <tr> <th>일 시</th> <th>장 소</th> <th>상담시간</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2013. 6. 14 (금)</td> <td>서귀포시 오일시장</td> <td>10:30 ~ 15:00</td> </tr> <tr> <td>2013. 7. 4 (목)</td> <td>서귀포시 오일시장</td> <td>10:30 ~ 15:00</td> </tr> <tr> <td>2013. 8. 12 (월)</td> <td>제주시 민속오일시장</td> <td>10:30 ~ 15:00</td> </tr> <tr> <td>2013. 9. 12 (목)</td> <td>제주시 민속오일시장</td> <td>10:30 ~ 15:00</td> </tr> <tr> <td>2013. 10. 4 (금)</td> <td>서귀포시 오일시장</td> <td>10:30 ~ 15:00</td> </tr> <tr> <td>2013. 11. 7 (목)</td> <td>제주시 민속오일시장</td> <td>10:30 ~ 15:00</td> </tr> </tbody> </table>	일 시	장 소	상담시간	2013. 6. 14 (금)	서귀포시 오일시장	10:30 ~ 15:00	2013. 7. 4 (목)	서귀포시 오일시장	10:30 ~ 15:00	2013. 8. 12 (월)	제주시 민속오일시장	10:30 ~ 15:00	2013. 9. 12 (목)	제주시 민속오일시장	10:30 ~ 15:00	2013. 10. 4 (금)	서귀포시 오일시장	10:30 ~ 15:00	2013. 11. 7 (목)	제주시 민속오일시장	10:30 ~ 15:00
일 시	장 소	상담시간																				
2013. 6. 14 (금)	서귀포시 오일시장	10:30 ~ 15:00																				
2013. 7. 4 (목)	서귀포시 오일시장	10:30 ~ 15:00																				
2013. 8. 12 (월)	제주시 민속오일시장	10:30 ~ 15:00																				
2013. 9. 12 (목)	제주시 민속오일시장	10:30 ~ 15:00																				
2013. 10. 4 (금)	서귀포시 오일시장	10:30 ~ 15:00																				
2013. 11. 7 (목)	제주시 민속오일시장	10:30 ~ 15:00																				
<p>○ 경영컨설팅 지원 사업</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 대형마트 및 대기업 편의점 확산으로 영세 소규모 점포가 어려움을 겪고 있음에 따라, 2012년부터 골목상권 점포에 대하여 상품진열·고객관리 기법 등을 전문적으로 관리·지도해 주는 '수퍼바이저(전문가)'제도를 시행 																					
<p>○ 노후 점포 환경 개선을 위한 리모델링 비용 지원 등</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 지원대상 : 매장면적 300제곱미터 이하인 음·식료품 위주의 종합소매점 및 빵집 - 지원내용 : 간판 교체, POS(매출 및 재고관리 시스템) 설치, 상품진열대 등 내부시설 개선비용으로, 20%는 점주 부담 																					

유 형	내 용
	<ul style="list-style-type: none"> - 지원규모 : 사업비 3억원을 투입하여 경영 컨설팅 103개소, 시설개선 30개소를 지원하며, 점포별 7백만원 범위내에서 지원 - 앞으로는 자립의지는 있으나 형편이 어려운 동네 음식점, 이·미용실, 세탁소까지 범위를 확대하여 골목상권이 자생력을 갖출 수 있도록 지원해 나갈 계획
<ul style="list-style-type: none"> ○ 자체브랜드 상품 개발 지원 	<ul style="list-style-type: none"> - 산지에서 저렴한 가격에 제품을 구매하여 소포장 후 자체 브랜드화 하여 슈퍼마켓까지 배송 - 도내에서 생산되는 공산품 등을 공장에서 바로 슈퍼마켓까지 배송하도록 지원함으로써 유통단계가 축소(5→3단계)되어 소비자는 시중유통가보다 싼 가격에 상품을 구입 - 지원사항: <ul style="list-style-type: none"> • 제주도수퍼마켓협동조합과 공동으로 골목슈퍼 자체브랜드 상품을 개발하여 남양체인, 킹마트체인 가맹점 600여 개소에 공급하도록 지원 • 상품 디자인 개발과 포장재, 공동마케팅 등을 지원

(2) 지원 효과

- 골목상권 살리기 특별보증
 - 매출 및 신용등급이 낮은 사업자(7등급 이하)는 금융대출이 제한적일 뿐 아니라 이자율이 높아 부담이 되는 실정이므로 보증 심사기준 완화 및 한도 상향 등 저소득·저신용자들이 사업자금 대출을 받을 수 있도록 제주신용보증재단을 통해 특별보증 추진함으로써 자금압박을 어느 정도 해소함
- 소상공인 상담센터 운영
 - 골목상권에 대한 경영지도 및 상담 등을 위한 상설 공간 마련, 이동상담 센터 운영, 소상공인 애로 고충 해결을 위한 상인대학 운영으로 경영혁신 및 맞춤형 교육 실시로 소상공인 전문성 향상 및 자생력 강화

- 소상공인 컨설팅 지원
 - 음식 도소매 생활형 서비스업을 영위하는 소상공인들에게 경영개선, 업종 전환 등 맞춤형 컨설팅 제공 마케팅 경쟁력 강화
- 골목상권 시설개선 지원 사업
 - 작지만 쉽게 이용할 수 있는 동네 점포로 이미지를 개선시켜 매출 증대 제고와 서민경제 안정에 기여하기 위해 간판교체, POS 지원, 내부시설(쇼케이스) 개선 등 점포주 의견에 따라 차등 지원함으로써 고객 확보에 일조
- 중소유통 자체브랜드(PB상품) 개발 및 물류 운영
 - 중소유통점 합동으로 직거래를 통해 저렴한 가격에 1차 상품을 구매하고 자체브랜드를 개발, 포장 및 공동물류 운영(신선식품 공동물류 체계 구축, 폐기·반품에 따른 손해보전 등)으로 지역업체는 원가절감을, 소비자는 보다 저렴한 가격으로 상품을 구매할 수 있도록 지원

3. 타 지역 소상공인 통합지원제도 사례분석(광주광역시)

1) 주요 소상공인 지원기관과 정책

- 중소기업청의 지원사업은 소상공인을 대상으로 하여 소상공인지원원에서 주로 집행되며, 지역에서는 소상공인지원센터에서 사업을 시행하고 있음
 - 지원정책은 크게 자금, 교육, 컨설팅, 정보제공, 시설지원 등으로 나눌 수 있음
- 광주광역시 중소기업종합지원센터는 광주광역시의 경쟁력있는 중소기업을 육성하고 종합적인 서비스 체제를 구축하기 위하여 광주광역시 조례에 근거하여 설립된 재단법인임
 - 광주지역 내 소기업, 소상공인 및 예비창업자에게 창업 및 경영개선에 필요한 실질적 정보를 제공하여 창업 성공률을 높이고, 판로개척, 기술전수, 신사업아이템 발굴 등 전략적 창업지원을 위한 교류의 장을 제공하고 있음

- 광주 신용보증재단은 담보력이 부족한 영세기업에 대한 보증지원을 통해 지역경제 활성화 및 서민의 복리증진 도모함
 - 서민대출 협약보증(햇살론) 및 광주은행협약보증, 금융기관협약보증, 일자리창출 및 성장산업 특례보증, 골목상권특례보증 등
- 정책자금지원
 - 창업 및 경영자금과 생계형 창업을 지원하는 제도로 구분
 - 소상공인 일반보증 지원(햇살론 자영업자 지원)
 - 소상공인 특례보증 지원(광주 골목상권 특례보증)
- 교육지원
 - 소상공인 창업 직업 교육
 - 온라인 쇼핑몰 창업 강좌
 - 소상공인 경영개선교육, 소상공인 e-러닝 교육
- 상권 정보 지원
 - 인터넷 상권분석정보 제공, 창업관련 정보제공
- 컨설팅 지원
 - 창업경영상담, 자영업컨설팅 지원

2) 소상공인 지원사업 이용 실태 및 의견

- 기업경영 애로사항 해결을 위해 먼저 이용하거나 방문하는 기관은 시청, 소상공인지원센터, 중소기업종합지원센터, 신용보증재단 등
- 행정기관 및 기업지원기관 이용 시 어려운 점은 중앙 및 지자체의 각종 지원정책에 대한 홍보부족이 가장 높은 것으로 나타나며, 다음으로 지원기관간 업무협조 미비, 업무처리시간 지연 및 이용절차 복잡으로 나타남
- 소상공인들은 지원내용 인식부족, 업무처리시간 과다 및 이용절차 복잡, 지원기관 위주의 업무처리, 전문가 부족으로 인한 지원 미흡, 기관간 또는 부서간 업무협조 미비, 사후관리 부족으로 지원효과 감소, 출장소 또는 지점의 부족 등을 애로점으로 제시함

3) 소상공인 지원체계 문제점

- 지원기관별로 분산
 - 중앙부처, 유관기관, 지방정부 등 지원기관들 간에 유사·중복사업이 추진되고, 상호 정보교류가 원활하지 않으며, 지원이 부족한 특정사업 추진 등 비효율성 발생
- 기업 맞춤형 지원정책 부족
 - 대다수 지원정책이 성장단계별 제한없이 일률적으로 지원
- 지원정책에 대한 통합정보제공 부족
 - 개별지원기관 별로 지원정책에 대한 정보 제공이 독립적으로 이루어짐
- 공급자(지원기관) 중심
 - 지원기관별 개별적 지원체계를 구축
- 상대적 약자기업(특히 서비스업 분야) 지원체계 미약
 - 제조업 부문, 그리고 중, 소기업 중심의 지원정책이 높은 비중을 차지

4) 광주 소상공인 통합지원체계 구축 방안

□ 구축 방향

- 분산된 지원정책의 정보를 종합적으로 제공하고, 실수요자에게 맞춤형 지원을 제공하는 광주형 소상공인 통합지원체계 구축이 필요
 - 소상공인 관련 제반 업무 및 상담을 한 장소에서 종합적으로 해결할 수 있는 지원체계 구축 및 관련 정책(사업) 마련이 요구됨
 - one-stop 서비스와 지원부문의 one-roof 서비스(종합적 지원)가 함께 있는 체계 구축
 - 단계별 통합지원체계 구축(소상공인 부문을 우선 구축하고, 중소기업과 연계한 지역 통합 기업지원체계 구축)
- ① (가칭) 소상공인 통합지원센터 설치 및 활용
 - 업무(사업)

- 소상공인 지원 관련 업무의 통합적 집행 기능
- 소상공인 통합 지원 대표전화 시스템을 통한 정보 제공
- 소상공인 통합지원 기능 수행(전문상담사, 광주 퇴직인력 경영자문단 활용)
- 소상공인 지원기관간을 연계하는 통합지원정보시스템(네트워크) 구축
- 광주 소상공인 지원기관 협의회 구성하여 시스템 구축의 연계 협력 추진

② 광주형 중소기업 통합지원체계 운영

- 중소기업(소상공인 포함)에게 정보를 제공하고, 지원사업의 정보 제공, 상담 및 업무 등을 한 장소에서 종합적으로 처리할 수 있으며, 교육 등의 부대사업도 운영할 수 있는 통합지원체계의 개선 및 활용방안 제시가 필요

③ (가칭) 광주 원루프기업지원센터 설치 및 운영

○ 업무(사업)

- 원루프기업지원센터를 방문한 중소기업(소상공인)에게 정보 제공, 상담, 경영컨설팅, 지원기관으로의 중개 및 연계, 교육 및 홍보 등의 통합지원 기능 수행
- 중소기업(소상공인) 통합지원 대표전화 시스템을 통한 정보 제공
- 중소기업(소상공인) 애로상담과 각종 지원사업 안내 등 기업지원 콜센터 운영
- 중소기업(소상공인) 지원기관들을 연계하는 광주 기업지원 통합지원 정보시스템(네트워크) 구축 및 운영
- 광주시 기업옴부즈맨을 통한 민원 및 규제 해소

□ 효율적인 지원체계 추진을 위한 지원사업의 확대(수요자 맞춤형 통합지원체계 구축의 강화)

- 업종전환, 전업, 폐업 지원
 - 임금근로자 전환 촉진(고용훈련, 취업알선)

- 대출 상환지원부 전업 및 시장 퇴출제도 도입
- '상생형 전업 프로그램' 가동
- 2부문 지원 인턴제 추진
 - (부문 1) "예비창업자 인턴제"
 - (부문 2) "청년인력 인턴제"
- 소상공인 자발적 조직화·협업화 유도 지원체계 지원(협동조합화)
 - 조직화된 소상공인 협동조합을 대상으로 하여 지원 사업을 추진함으로써 체계적이고 실수요자 중심의 지원체계 구축
 - 광주 생계(영세)형 소상공인의 협동조직화 유도

IV. 소상공인에 대한 의견조사

□ 조사개요

- 조사 기간 : 2013. 4월~5월
- 조사 대상 : 제주지역 소상공인
- 조사 부수 : 209
- 조사 기관 : 제주발전연구원 사회조사센터
- 조사 방법 : 면접원에 의한 1:1 개별 면접조사
- 자료수집 도구 : 구조화된 설문지
- 조사 장소 : 제주 전지역(제주시, 서귀포시)

1. 의견조사 및 분석

1) 일반현황

- 전체 응답자 209명(유효표본)을 대상으로 조사·분석함
- 사업체의 일반현황을 살펴보면 사업체 형태별로는 독립점 169명(80.9%), 가맹점 36명(17.2%), 직영점 3명(1.4%), 지사 1명(0.5%) 등의 순으로 나타났고, 영업기간별로는 1~5년 미만 97명(46.4%), 5~10년 미만 41명(9.6%), 10~15년 미만 36명(17.2%), 20년 이상 25명(12.0%), 15~20년 미만 10명(4.8%) 등의 순으로 나타남
- 소유형태별로는 월세 93명(44.5%), 기타 51명(24.4%), 자가 44명(21.1%), 전세 21명(10.0%) 등의 순으로 나타났고, 입지유형별로는 도로변 112명(53.6%), 주택가 74명(35.4%), 집합상가 12명(5.7%), 전통시장 9명(4.3%), 기타 2명(1.0%) 등의 순으로 나타남

<표 4-1> 사업체의 일반현황

구분		빈도(명)	비율(%)
형태	독립점	169	80.9
	가맹점	36	17.2
	지사	1	0.5
	직영점	3	1.4
영업기간	1~5년 미만	97	46.4
	5~10년 미만	41	19.6
	10~15년 미만	36	17.2
	15~20년 미만	10	4.8
	20년 이상	25	12.0
소유형태	자가	44	21.1
	월세	93	44.5
	전세	21	10.0
	기타	51	24.4
입지유형	도로변	112	53.6
	주택가	74	35.4
	집합상가	12	5.7
	전통시장	9	4.3
	기타	2	1.0
합계		209	100.0

- 사업체의 성장단계는 성장기 93명(46.0%), 창업기 55명(27.2%), 쇠퇴기 54명(26.7%) 등의 순으로 나타남
- 월평균 매출액은 500만원 미만 103명(50.0%), 500~1,000만원 미만 48명(23.3%), 1,500~2,000만원 미만 18명(8.7%), 1,000만원~1,500만원 미만 14명(6.8%), 3,500~4,000만원 미만 6명(2.9%), 3,000~3,500만원 미만 5명(2.4%), 2,000~2,500만원 미만, 5,000만원 이상이 각각 3명(1.5%), 2,500~3,000만원 미만, 4,000~4,500만원 미만, 4,500~5,000만원 미만이 각각 2명(1.0%) 등의 순으로 나타남
- 종사자 수는 2명 80명(39.0%), 1명 77명(37.6%), 3명 24명(11.7%), 4명 13명(6.3%), 5명 11명(5.4%) 등의 순으로 나타남

<표 4-2> 매출액 및 종사자 수

구분		빈도(명)	비율(%)
성장단계	창업기	55	27.2
	성장기	93	46.0
	쇠퇴기	54	26.7
월평균 매출액	500만원 미만	103	50.0
	500~1,000만원 미만	48	23.3
	1,000~1,500만원 미만	14	6.8
	1,500~2,000만원 미만	18	8.7
	2,000~2,500만원 미만	3	1.5
	2,500~3,000만원 미만	2	1.0
	3,000~3,500만원 미만	5	2.4
	3,500~4,000만원 미만	6	2.9
	4,000~4,500만원 미만	2	1.0
	4,500~5,000만원 미만	2	1.0
	5,000만원 이상	3	1.5
종사자수	1명	77	37.6
	2명	80	39.0
	3명	24	11.7
	4명	13	6.3
	5명	11	5.4

○ 사업체의 전년(2011년)대비 실적(2012년)

- 고객 수 : 유지 98명(48.3%), 감소 76명(37.4%), 증가 29명(14.3%)
- 월 매출액 : 유지 88명(43.1%), 감소 83명(40.7%), 증가 33명(16.2%)
- 월 순이익 : 유지 92명(45.1%), 감소 85명(41.7%), 증가 27명(13.2%)

<표 4-3> 전년(2011년)대비 실적(2012년)

구분		빈도(명)	비율(%)
고객 수	감소	76	37.4
	유지	98	48.3
	증가	29	14.3
월평균 매출액	감소	83	40.7
	유지	88	43.1
	증가	33	16.2
월평균 순이익	감소	85	41.7
	유지	92	45.1
	증가	27	13.2

2) 창업현황

(1) 창업시 고려사항

- 현재 운영중인 사업체의 창업 시 가장 고려한 사항으로는 잘 아는 분야 78명(37.3%), 장기적 운영 38명(18.2%), 쉽게 창업 가능한 분야 37명(17.7%), 성장가능성 24명(11.5%), 주위 권유 14명(6.7%), 기타 10명(4.8%), 이익수준 8명(3.8%) 등의 순으로 나타남
- 이는 창업 시 사전준비에 의한 창업보다는 일반적으로 쉬운 방법을 선택하고 있음을 보여줌

<표 4-4> 창업 시 고려사항

구분	빈도(명)	비율(%)
잘 아는 분야	78	37.3
주위 권유	14	6.7
성장 가능성	24	11.5
장기적 운영	38	18.2
이익수준	8	3.8
쉽게 창업 가능한 분야	37	17.7
기타	10	4.8
합계	209	100.0

(2) 창업 준비기간

- 현재 운영중인 사업체의 창업준비 기간으로는 6개월 미만 113명(54.1%), 6개월~1년 미만 43명(20.6%), 2년 이상 31명(14.8%), 1년~1년 6개월 미만 19명(9.1%), 1년 6개월~2년 미만 3명(1.4%) 등의 순으로 나타남
- 창업 준비기간이 1년 미만인 경우가 74.7%로 나타나는 것은 창업 준비기간이 짧아 실패할 경우가 많을 수 있음

<표 4-5> 창업시 준비기간

구분	빈도(명)	비율(%)
6개월 미만	113	54.1
6개월~1년 미만	43	20.6
1년~1년 6개월 미만	19	9.1
1년 6개월~2년 미만	3	1.4
2년 이상	31	14.8
합계	209	100.0

(3) 창업 이전 사업체 운영 및 근무경험

- 창업 이전 사업체 운영 및 근무경험에 대해서는 있음(회사 근무) 85명 (40.7%), 있음(사업체 운영) 72명(34.4%), 없음(24.9%)으로 나타남
- 이는 사업체 운영경험이 없는 경우가 4분의 1 수준으로 대부분이 사업체 운영경험이 없음을 보여줌

<표 4-6> 창업 이전 사업체 운영 및 근무경험

구분	빈도(명)	비율(%)
없음	52	24.9
있음(사업체 운영)	72	34.4
있음(회사 근무)	85	40.7
합계	209	100.0

(4) 창업시 애로사항

- 창업 시 애로사항으로는 1순위로는 자금조달 115명(55.0%), 2순위로는 입지선정 65명(31.7%)으로 나타남
- 모든 사업자들이 그렇듯이 절반 이상이 자금조달에 어려움이 있음을 보여줌

<표 4-7> 창업 시 애로사항

구분	1순위		2순위		1순위+2순위	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
자금조달	115	55.0	28	13.7	143	34.5
입지선정	49	23.4	65	31.7	114	27.5
경영노하우 부족	31	14.8	54	26.3	85	20.5
정보부족	12	5.7	44	21.5	56	13.5
기타	2	1.0	14	6.8	16	4.0
합계	209	100.0	205	100.0	414	100.0

3) 경영현황

(1) 사업성공을 위해 자구적인 노력으로 중요한 것

- 사업성공을 위한 자구적인 노력으로 중요한 것으로는 친절서비스 강화 85명(40.9%), 창조적 경영기법 도입 35명(16.8%), 시설 현대화 33명(15.9%), 가격인하 29명(13.9%), 신상품 출시 18명(8.7%), 기타 8명(3.8%)의 순으로 나타남
- 이는 대부분의 사업자들이 자구적인 노력이 중요함을 대부분이 인지하고 있음을 보여줌

<표 4-8> 사업성공을 위한 자구적인 노력으로 중요한 것

구분	빈도(명)	비율(%)
친절서비스 강화	85	40.9
시설현대화	33	15.9
창조적 경영기법 도입	35	16.8
신상품 출시	18	8.7
가격인하	29	13.9
기타	8	3.8
합계	208	100.0

(2) 상품판매에 대한 전문성

- 상품판매에 대한 전문성에 대해서는 전문적인 편 110명(52.6%), 보통 89명(42.6%), 전문적이지 않은 편 10명(4.8%)으로 나타남
- 이는 대부분의 사업자가 자기의 사업분야를 아주 많이 알고 있음을 보여줌

<표 4-9> 상품판매에 대한 전문성

구분	빈도(명)	비율(%)	평균
비전문적	10	4.8	3.56
보통	89	42.6	
전문적	93	44.5	
매우 전문적	17	8.1	
합계	209	100.0	

(3) 사업체에 대한 고객 만족도

- 사업체에 대한 고객 만족도에 대해서는 만족하는 편 110명(52.6%), 보통 95명(45.5%), 불만족하는 편 4명(1.9%)으로 나타남
- 고객을 응대하는 서비스 수준이 높음을 의미함

<표 4-10> 사업체에 대한 고객 만족도

구분	빈도(명)	비율(%)	평균
불만족	4	1.9	3.58
보통	95	45.5	
만족	95	45.5	
매우 만족	15	7.2	
합계	209	100.0	

(4) 고객과 지속적 관계유지를 위한 활동 정도

- 고객과 지속적 관계유지를 위한 활동 정도에 대해서는 적극적인 편 123명(58.9%), 보통 79명(37.8%), 비적극적인 편 7명(3.3%)으로 나타남
- 고객과의 관계개선을 위해 노력하고 있음을 보여줌

<표 4-11> 고객과 지속적 관계유지를 위한 활동 정도

구분	빈도(명)	비율(%)	평균
매우 비적극적	1	0.5	3.63
비적극적	6	2.9	
보통	79	37.8	
적극적	106	50.7	
매우 적극적	17	8.1	
합계	209	100.0	

(5) 사업체 홍보를 위한 광고활동 정도

- 사업체 홍보를 위한 광고활동 정도에 대해서는 보통 104명(49.8%), 적극적인 편 56명(26.8%), 비적극적인 편 49명(23.4%)으로 나타남
- 이는 홍보에 대한 인식의 중요성을 알고 있음을 보여줌

<표 4-12> 사업체 홍보를 위한 광고활동 정도

구분	빈도(명)	비율(%)	평균
매우 비적극적	6	2.9	3.04
비적극적	43	20.6	
보통	104	49.8	
적극적	48	23.0	
매우 적극적	8	3.8	
합계	209	100.0	

(6) 업종 변경 및 사업변경계획 유무

- 업종 변경 및 사업변경계획 유무에 대해서는 변경 계획 없음 169명 (80.9%), 변경 계획 있음 40명(19.1%)으로 나타남
- 기존의 사업체를 꾸준히 영위할 계획이 있음을 보여줌

<표 4-13> 업종 변경 및 사업변경계획 유무

구분	빈도(명)	비율(%)
변경 계획 없음	169	80.9
변경 계획 있음	40	19.1
합계	209	100.0

(7) 주변 업체들과의 경쟁 정도

- 주변 업체들과의 경쟁 정도에 대해서는 경쟁이 심한 편 106명(50.7%), 보통 78명(37.3%), 경쟁이 약한 편 25명(12.0%)으로 나타남
- 이는 경제상황과 맞물려 현재 경쟁 정도가 심하다는 것을 보여줌

<표 4-14> 주변 업체들과의 경쟁 정도

구분	빈도(명)	비율(%)	평균
매우 경쟁 심함	30	14.4	2.49
경쟁 심함	76	36.4	
보통	78	37.3	
경쟁 약함	20	9.6	
매우 경쟁 약함	5	2.4	
합계	209	100.0	

(8) 주변 업체와의 경쟁력 정도

- 주변 업체와의 경쟁력 정도에 대해서는 보통 134명(64.4%), 경쟁력 약함 39명(18.8%), 경쟁력 강함 35명(16.8%)으로 나타남
- 이는 주변 사업자들이 많이 있어 경쟁력이 떨어지고 있음을 보여주고 있음

<표 4-15> 주변 업체와의 경쟁력 정도

구분	빈도(명)	비율(%)
경쟁력 강함	35	16.8
보통	134	64.4
경쟁력 약함	39	18.8
합계	208	100.0

4) 경영환경

(1) 사업체의 최근 3년 동안의 경기

- 사업체의 최근 3년 동안의 경기에 대해서는 안 좋아진 편 116명 (56.3%), 보통 66명(32.0%), 좋아진 편 24명(11.7%)으로 나타남
- 이는 대부분의 사업자들이 경기불황을 인식하고 있음을 보여줌

<표 4-16> 사업체의 최근 3년 동안의 경기

구분	빈도(명)	비율(%)	평균
매우 안 좋아짐	27	13.1	2.45
안 좋아짐	89	43.2	
보통	66	32.0	
좋아짐	19	9.2	
매우 좋아짐	5	2.4	
합계	206	100.0	

(2) 주요 경쟁대상

- 주요 경쟁대상으로는 주변 소형업체 125명(60.7%), 대기업 계열사 44명 (21.4%), 인터넷 쇼핑 및 TV홈쇼핑 24명(11.7%), 기타 13명(6.3%) 등의 순으로 나타남
- 이는 주요 경쟁대상으로 관련업체가 주를 이루고 있음을 보여줌

<표 4-17> 주요 경쟁대상

구분	빈도(명)	비율(%)
대기업 계열사	44	21.4
주변 소형업체	125	60.7
인터넷 쇼핑 및 TV홈쇼핑	24	11.7
기타	13	6.3
합계	206	100.0

(3) 소상공업 경기에 영향을 미치는 요인

- 소상공업 경기에 영향을 미치는 요인으로 1순위로는 극심한 시장 환경 변화 52명(24.9%), 2순위로는 원재료비 상승 56명(26.8%)으로 나타남
- 이는 소상공업 경기가 시장환경에 민감히 반응하고 있음을 보여줌

<표 4-18> 소상공업 경기에 영향을 미치는 요인

구분	1순위		2순위		1순위+2순위	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
극심한 시장 환경변화	52	24.9	23	11.0	75	17.9
주변 소형업체간 경쟁심화	49	23.4	40	19.1	89	21.3
소비자의 구매패턴 변화	28	13.4	52	24.9	80	19.1
인건비 상승	26	12.4	22	10.5	48	11.5
원재료비 상승	28	13.4	56	26.8	84	20.1
대기업계열사 진출	24	11.5	14	6.7	38	9.1
기타	2	1.0	2	1.0	4	1.0
합계	209	100.0	209	100.0	418	100.0

(4) 현재 운영의 애로사항

- 현재 운영의 애로사항으로는 1순위로는 자금 부족 58명(27.8%), 2순위로는 원재료비 상승 54명(27.4%)으로 나타남
- 모든 사업자들이 겪는 어려움이 자금 부족임을 여실히 보여줌

<표 4-19> 현재 운영의 애로사항

구분	1순위		2순위		1순위+2순위	
	빈도 (명)	비율 (%)	빈도 (명)	비율 (%)	빈도 (명)	비율 (%)
자금 부족	58	27.8	16	8.1	74	18.2
경영 노하우 부족	27	12.9	19	9.6	46	11.3
정보 부족	15	7.2	21	10.7	36	8.9
세금 및 임대료 상승	46	22.0	39	19.8	85	21.0
인건비 상승	21	10.0	37	18.8	58	14.3
원재료비 상승	37	17.7	54	27.4	91	22.4
기타	5	2.4	11	5.6	16	3.9
합계	209	100.0	197	100.0	406	100.0

(5) 운영자금 조달 경로

- 운영자금 조달 경로로는 1순위로는 자체조달 96명(46.2%), 2순위로는 은행 등 금융기관 69명(34.3%)이 높게 나타남
- 이는 자금조달에 있어서 금융기관의 이용에 어려움을 보여주고 있음

<표 4-20> 운영자금 조달 경로

구분	1순위		2순위		1순위+2순위	
	빈도 (명)	비율 (%)	빈도 (명)	비율 (%)	빈도 (명)	비율 (%)
자체조달	96	46.2	40	19.9	136	33.2
은행 등 금융기관	72	34.6	69	34.3	141	34.5
주변 지인	11	5.3	33	16.4	44	10.8
서민금융기관	20	9.6	41	20.4	61	14.9
정책자금	8	3.8	14	7.0	22	5.4
기타	1	0.5	4	2.0	5	1.2
합계	208	100.0	201	100.0	409	100.0

(6) 향후 3년간 전망

- 향후 3년간 전망에 대해서는 보통 100명(48.1%), 긍정적인 편 56명(26.9%), 부정적인 편 52명(25.0%)으로 나타남

- 앞으로의 경기도 불투명하며 경제에 대한 불확실성을 인지하고 있음을 보여줌

<표 4-21> 향후 3년간 전망

구분	빈도(명)	비율(%)	평균
매우 부정적	8	3.8	3.02
부정적	44	21.2	
보통	100	48.1	
긍정적	47	22.6	
매우 긍정적	9	4.3	
합계	208	100.0	

(7) 소상공업 운영에 영향을 미치는 요인

- 소상공업 운영에 영향을 미치는 요인으로는 1순위로는 시장환경 63명 (30.1%), 2순위로는 주변 경쟁자 39명(18.7%), 3순위로는 자금력 38명 (18.4%)으로 나타남
- 앞서도 언급했듯이 사업체 운영에 시장환경이나 경쟁구도가 심하다는 것을 보여줌

<표 4-22> 소상공업 운영에 영향을 미치는 요인

구분	1순위		2순위		3순위	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
시장환경	63	30.1	26	12.4	23	11.1
주변 경쟁자	38	18.2	39	18.7	20	9.7
소비자 구매패턴	26	12.4	35	16.7	28	13.5
인건비 및 원재료비	29	13.9	33	15.8	32	15.5
입지	14	6.7	26	12.4	19	9.2
운영기법	2	1.0	9	4.3	7	3.4
자금력	20	9.6	16	7.7	38	18.4
정보력	-	-	9	4.3	12	5.8
경영자의 의지	10	4.8	5	2.4	10	4.8
영업 및 마케팅 역량	5	2.4	10	4.8	16	7.7
기타	2	1.0	1	0.5	2	1.0
합계	209	100.0	209	100.0	207	100.0

5) 지원정책 현황

(1) 알고 있는 지원사업

- 알고 있는 지원사업에 대해서는 자금지원 99명(38.4%), 모르고 있음 74명(28.7%), 상담/컨설팅 42명(16.3%), 교육지원 26명(10.1%), 시장정보 제공 16명(6.2%), 기타 1명(0.4%) 등의 순으로 나타남
- 이는 지원사업에 대해 절반 정도가 알고 있으며 3분의 1 정도가 모르고 있어 지원사업에 대한 홍보가 필요한 실정임

<표 4-23> 알고 있는 지원사업

구분	빈도(명)	비율(%)
자금지원	99	38.4
상담/컨설팅	42	16.3
시장정보 제공	16	6.2
교육지원	26	10.1
모르고 있음	74	28.7
기타	1	0.4
합계	258	100.0

(2) 지원사업 인지 경로

- 지원사업 인지 경로로는 주변 지인 36명(42.4%), 기관 언론 및 매체 28명(32.9%), 관련 업체 18명(21.2%), 알지 못함 2명(2.4%), 기타 1명(1.2%) 등의 순으로 나타남
- 이는 사업자가 모든 경로를 통해 지원사업을 인지하고 있음을 보여줌

<표 4-24> 지원사업 인지 경로

구분	빈도(명)	비율(%)
알지 못함	2	2.4
기관 언론 및 매체	28	32.9
주변 지인	36	42.4
관련 업체	18	21.2
기타	1	1.2
합계	85	100.0

(3) 지원사업에 대한 중요성

- 지원사업에 대한 중요성에 대해서는 긍정적인 편 59명(70.3%), 보통 25명(29.8%)으로 나타남
- 이는 지원사업에 대한 거의 대부분이 긍정적인 면을 보여주고 있음

<표 4-25> 지원사업에 대한 중요성

구분	빈도(명)	비율(%)	평균
보통	25	29.8	4.00
중요함	34	40.5	
매우 중요함	25	29.8	
합계	84	100.0	

(4) 지원사업을 받기 위한 행정기관 이용의 애로사항

- 지원사업을 받기 위한 행정기관 이용의 애로사항으로 1순위로는 홍보 부족으로 지원 내용 알기 어려움 38명(45.2%), 2순위로는 지원기관 위주의 업무처리가 18명(22.5%)으로 높게 나타남
- 지원사업에 대한 내용이 복잡함을 보여주고 있음

<표 4-26> 지원사업을 받기 위한 행정기관 이용의 애로사항

구분	1순위		2순위		1순위+2순위	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
홍보 부족으로 지원 내용 알기 어려움	38	45.2	7	8.8	45	27.4
전문가 부족으로 질적으로 우수한 지원 어려움	9	10.7	12	15.0	21	12.8
이용절차 복잡	26	31.0	15	18.8	41	25.0
기관간/부서간 업무협조 미비	4	4.8	10	12.5	14	8.5
지원기관 위주의 업무처리	2	2.4	18	22.5	20	12.2
사후관리 부족	2	2.4	15	18.8	17	10.4
기타	3	3.6	3	3.8	6	3.7
합계	84	100.0	80	100.0	164	100.0

(5) 지원사업에 대한 만족도

- 지원사업에 대한 만족도는 보통 46명(55.4%), 만족 21명(25.3%), 불만족 11명(13.3%), 매우 만족 3명(3.6%), 이용경험 없음 2명(2.4%) 등의 순으로 나타남
- 지원사업이 효과를 나타내고 있음을 보여줌

<표 4-27> 지원사업에 대한 만족도

구분	빈도(명)	비율(%)
불만족	11	13.3
보통	46	55.4
만족	21	25.3
매우 만족	3	3.6
이용경험 없음	2	2.4
합계	83	100.0

(6) 지원받고 싶은 분야

- 지원받고 싶은 분야로 1순위로는 자금지원 83명(79.0%), 2순위로는 상담/컨설팅 31명(29.5%)으로 가장 높게 나타남
- 앞에서도 언급했듯이 모든 사업자의 애로사항이 자금지원임을 보여줌

<표 4-28> 지원받고 싶은 분야

구분	1순위		2순위		1순위+2순위	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
자금지원	83	79.0	7	6.7	90	42.9
상담/컨설팅	11	10.5	31	29.5	42	20.0
시장정보 제공	8	7.6	24	22.9	32	15.2
교육지원	-	-	17	16.2	17	8.1
정보화시설	3	2.9	21	20.0	24	11.4
기타	-	-	5	4.8	5	2.4
합계	105	100.0	105	100.0	210	100.0

(7) 소상공인에게 필요한 정책

- 소상공인에게 필요한 정책으로 1순위로는 자금지원 45명(42.9%), 2순위로는 소득세 인하 32명(30.5%)으로 가장 높게 나타남
- 이는 지원정책의 대부분은 자금지원을 원하고 있으나 카드 수수료, 소득세 인하 같은 중앙정부의 정책도 필요함을 보여줌

<표 4-29> 소상공인에게 필요한 정책

구분	1순위		2순위		1순위+2순위	
	빈도 (명)	비율 (%)	빈도 (명)	비율 (%)	빈도 (명)	비율 (%)
카드 수수료 인하	41	39.0	13	12.4	54	25.7
자금지원 확대	45	42.9	17	16.2	62	29.5
소득세 인하	6	5.7	32	30.5	38	18.1
대기업의 소상공인 업종 진출 제한	12	11.4	17	16.2	29	13.8
소상공인의 의식 함양	1	1.0	5	4.8	6	2.8
소상공인의 단결권 확보	-	-	2	1.9	2	1.0
시설개선	-	-	18	17.1	18	8.6
기타	-	-	1	1.0	1	0.5
합계	105	100.0	105	100.0	210	100.0

2. 제주지역 소상공인의 경쟁력

- 제주지역 뿐만 아니라 전국의 소상공인의 경쟁력이 약화되고 있는 것은 경영기법 등 기업 자체의 문제도 있겠지만 소상공업의 구조적 문제에서 기인한 부분이 더욱 큼
- 제주지역 소상공인을 분석해보면 강점 요인으로 소상공업은 전통적으로 생활밀착형 업종이 많아 개별 소비자와 유대감을 증가시킴으로써 사업자 개인적 운영 역량을 발휘할 수 있는 업종임
- 또한 제주의 친환경 이미지를 활용하여 제조 및 판매하고 있는 상품에 이를 전이시킴으로써 개별 기업의 마케팅 역량에 도움을 줄 수 있음

- 최근 정부에서도 소상공인에 대한 지원을 강화하고자 하는 의지가 높아 이를 기회로 삼아 특화된 업종으로서의 도약도 가능할 것임
- 관광객의 증가에 힘입어 강점요인들의 활용과 전통시장 상품권 이용 장려 등의 지원사업이 시너지 효과를 낼 수 있을 것임
- 특히 전통시장의 경우 시장경영진흥원의 상인조직, 상권매력도, 시설, 점포경영, 공동마케팅, 시장운영 등을 지표로 활성화 수준을 평가한 결과 다른 지역 전통시장에 비해 매우 높은 평가를 받아 전국적 침체에도 불구하고 관광객 및 젊은 층의 유입을 유도하는 등의 소비자층의 확대를 통해 경쟁력을 강화할 수 있을 것임

<표 4-30> 전통시장 활성화 수준(평균점수)

(단위 : 개, 점)

구 분	시장수	상인 조직	상권 매력도	시설	점포 경영	공동 마케팅	시장 운영	평균 점수
전체	1,511	53.4	52.0	52.0	48.2	28.0	58.5	49.3
서울	217	49.0	51.7	48.7	48.5	30.5	61.8	48.9
부산	154	58.5	52.1	46.9	45.5	27.2	56.8	48.5
대구	107	55.4	60.4	52.3	45.3	28.6	61.5	51.3
인천	51	63.3	47.4	50.3	53.1	33.9	59.5	51.9
광주	21	65.2	56.6	53.5	48.6	29.4	55.9	52.3
대전	30	62.5	73.8	56.5	48.8	29.7	56.3	55.3
울산	40	51.4	42.1	44.8	59.3	27.5	59.9	48.1
경기	144	60.2	54.1	52.1	50.6	32.4	59.7	52.1
강원	73	54.9	49.8	54.1	49.7	29.7	52.7	49.0
충북	65	62.8	66.2	55.4	54.0	35.1	60.4	56.3
충남	73	50.5	59.8	55.7	47.3	27.0	56.8	50.1
전북	67	54.7	46.3	57.0	46.4	26.7	59.8	49.1
전남	116	42.1	45.3	52.2	42.2	22.3	54.3	43.6
경북	171	48.0	48.8	51.3	42.8	25.0	60.6	46.7
경남	157	50.7	43.9	55.8	52.8	23.5	56.5	47.8
제주	25	55.8	64.5	59.4	54.3	29.5	54.0	53.5

자료 : 시장경영진흥원(2012), 2012년도 전통시장 활성화 수준 평가분석

- 하지만, 소상공인은 기본적으로 영세하게 시작하여 자금부족의 상황에 직면한 경우가 많고 이러한 한계로 환경 및 트렌드에 대한 정보와 대응이 부족한 약점을 가지고 있음
- 무엇보다 소상공인 사업자 스스로 운영에 대한 책임의식과 자구적 노력이 약점을 해소시키고 강점과 기회요인을 이용할 수 있는 가장 큰 역량이 될 것임
- 대기업의 소상공업으로의 진출로 상권을 장악하고 있는 것뿐만 아니라, 온라인을 통한 거래의 증가가 지속적으로 이루어지고 있는 것도 위협요인으로 작용하고 있음
- 약점과 위협요인을 최소화 하고 강점과 기회요인을 강화시킬 수 있는 통합지원시스템을 구축함으로써 소상공인 업종의 성장단계별 지원이 체계적으로 이루어진다면 소상공인 업종의 효율적 운영을 가능하게 할 수 있을 것임

<표 4-31> 제주지역 소상공인 SWOT 분석

강 점 (S)	약 점 (W)
사업자 개인 역량 발휘 제주의 친환경 등 독창적 이미지 활용 개별 소비자와의 밀착 경영 가능	환경변화 및 트렌드 대응 부족 경영기법 및 마케팅 역량 미비 자금 부족 상인의 자구적 노력 부족
기 회 (O)	위 험 (T)
관광객 증가 전통시장 상품권 발행지원 정부의 소상공인 지원에 대한 의지 강화	대기업 상권의 장악 우려 온라인 상거래의 일반화 경기 침체 신유통업태의 지속적 등장

- 특히 인구의 한계로 도내 시장만으로는 나눠먹기식 운영밖에 되지 않으므로, 도외시장 및 온라인 시장이나 해외시장을 염두해 둔 계획을 통해 차별화 된 있는 아이템을 중심으로 창업이 이루어진 후 지속적

으로 일자리 창출이 가능하도록 지원이 이루어진다면 경쟁력을 갖출 수 있을 것임

- 최근 하나의 문화컨텐츠를 통해 영화·게임·캐릭터·테마관광으로까지 확장된 상품으로의 설계가 이루어지고 있음
- 제주지역 소상공인도 단순 제조판매에서 지역산업과의 연계와 융합을 통해, 전통시장이나 골목상권 역시도 문화형 관광시장이나 지역 문화와의 결합을 통한 특색있는 상권으로서 여러 분야의 융복합적 시장으로 거듭나야 함
- 대기업은 정책적으로 규제를 통해 진출 제한을 하더라도 이에 대응할 수 있는 아이템을 지속적으로 만들어냄으로써 스스로를 점점 강화시켜 나갈 것임
- 소상공인진흥원의 제주지역 소상공인 경기동향과 전망 조사를 분석한 결과에서도 대형매장 의무휴업 도입에 따른 지역 파급 효과가 그리 크게 나타나지 않고 있음
- 결국 제주지역 소상공인들은 독자적으로 존립할 수 있는 힘을 기르는 것이 매우 중요하며, 정책적 지원도 지역 특성을 바탕으로 자생력을 갖추는 방향으로 이루어진다면 경쟁력 확보가 가능할 것임

3. 제주지역 소상공인 지원정책에 대한 시사점

1) 지원효과의 미미

- 소상공인에 대한 지원정책은 일반적으로 자금지원, 인력교육, 판로개척, 골목상권 컨설팅 등을 중심으로 이루어졌으나 실제 지속적인 매출 및 수익 증대보다는 단순 애로사항의 해결로 이에 대한 혜택의 정도나 효과가 미미하게 나타나고 있음
- 소비자 욕구에 부응하는 상품으로 무장한 대기업의 진출 자제를 위해 대형마트 의무 휴일제, 나들가게 활성화 및 온누리상품권 등 다양한 지원이 이루어지고 있으나 매출증대 효과가 낮고 지원 이후의 관리가 이루어지지 않아 장기적 관점에서의 지속적 성장이 어려움

- 출자자금 지원 등 거창한 지원보다 신용카드 수수료 인하 등 현장에서 직접 체감되는 지원이 필요하며, 서비스품질 강화, 공동브랜드 개발 등을 통한 공동사업 등 자립기반을 갖출 수 있는 지원이 이루어져야 함

2) 성장단계별 차별성 불인정

- 소상공인의 성장단계에 따라 정책이 달라져야 함에도 불구하고, 중소기업 지원 차원에서 소상공인을 지원해 왔기 때문에 성장단계에 따른 차별성을 인정하지 못했음
- 하지만, 성장단계마다 중점적으로 필요로 하는 내용이 다를 것이므로 지원에 대한 효과가 보다 뚜렷하게 창출될 수 있도록 성장단계에 따른 특성을 파악하여 가장 필요로 하는 분야를 지원해야 할 것임
- 특히 정책적 지원 규모를 양적으로 확대하는 것만이 효과를 높일 수 있는 것도 아니며, 소상공인과 관련된 다양한 분야와의 연계없는 지원은 오히려 효율성을 낮출 우려도 있으므로 질적 성장 측면에서 접근하는 것이 바람직함

3) 수명주기 고려한 지원시스템 구축 미흡

- 소상공인의 창업계획을 통한 준비 단계에서부터 창업 후 성장기, 폐업 이후의 업종전환 및 전직을 위한 안전망 확보가 가능하도록 소상공인의 수명주기를 고려한 시스템 구축이 무엇보다 필요함
- 단기간의 준비나 접근하기 쉬운 품목 중심으로 창업이나 폐업이 이루어짐으로써 이후 단계의 가능성을 기대하기도 쉽지 않음
- 소상공인의 수명주기 과정에 따른 장기적 관점에서의 지원보다 단기적으로 수행 가능한 사업 중심으로 구성됨으로써 각 과정마다 상담이나 지원을 통해 향상된 성과를 기대하기는 어려운 형편임
- 베이비붐 세대(1955~1963년생)의 퇴직 후 창업이나 청년 실업자들의 창업 용도로도 활용될 가능성이 높으므로 창업에 신중을 기할 수 있는 대책 마련도 시급함

- 특히 소상공인에 대한 지원은 수명주기 과정별 자금난이나 경영기법의 부족 등으로 생기는 기업 자체의 문제요인과 제도로 인해 발생하는 요인으로 구분하여야 할 것임

4) 소상공인 관련 분야의 연계 미흡

- 소상공인은 개별 업체 중심으로 효율성을 기대할 것이 아니라 지역 기반산업과의 융합, 구도심 재생, 전통시장 활성화 등 다양한 관련 분야와의 연계를 기할 때 훨씬 시너지효과가 높아질 것임
- 창업의 양적 증가로 과당경쟁을 감소시키기 위해 경험을 유지시킬 수 있는 관련업종으로의 전환을 유도하여 질적 수준을 높이고 업종을 분산시킬 수 있는 연계방안이 시급함

5) 중복 지원으로 인한 비일관성

- 소상공인에 대한 정책적 지원은 다양한 기관과 부처에서 중복적으로 진행됨으로써 지원에 대한 일관성 확보가 어려울 뿐만 아니라, 소상공인의 지원정보 접근도 그만큼 편의성이 낮아 편리한 이용에 어려움을 겪고 있는 경우가 생김
- 편리하고 쉬운 정보 습득을 위해 여러 기관의 지원 정보를 취합하여 지원이 가능한 일원화 된 창구의 마련이 시급함
- 이를 해소하기 위해 소상공인 전담 지원조직에서 성장단계별, 수명주기의 과정별로 맞춤형 지원을 통해 중복지원을 없애고 전문성을 높여야 할 것임

6) 소상공인 특성을 무시한 일괄 지원

- 우리나라의 소상공인은 중소기업과의 뚜렷한 기준이 모호하여 지원에 대한 집중이 어려울 뿐만 아니라, 소기업(소공인)과 소상공인의 특성으로 구분된 지원이 이루어져야 함에도 특성을 무시한 일괄 지원으로 효과를 감소시키고 있음

- 또한 소상공인의 영세성 등 정보취득에 대한 한계로 지원사업에 대한 정보를 접하기 쉽지 않음을 홍보 부족이나 이용이 어렵다는 이유로 합리화시키는 경향이 있음
- 따라서 소상공업 분야에 대한 정책적 지원 비중을 보다 증대시키고, 중소기업과의 구분 개념도 제대로 도출되어야 할 것임
- 하지만 무엇보다 소상공인들 스스로 환경변화를 극복하고자 하는 스스로의 노력 없이는 아무리 우수한 정책이 마련되고 지원이 제공되어도 효과를 기대할 수 없을 것임
- 변화에 대한 대응 의지와 운영에 대한 적극적 노력이 바탕이 될 수 있도록 의식개혁 및 마인드 함양이 함께 이루어져야 함

V. 제주지역 소상공인 육성 및 통합지원시스템 구축

1. 소상공인 육성 및 통합지원시스템 구축

- 제주지역 소상공인 통합지원시스템은 기존 지원 프로그램을 창업을 계획하는 준비단계에서부터 폐업 이후의 재취업이나 업종전환 단계 과정을 소상공인의 수명주기에 맞춰 재배치함
- 이를 통해 창업을 통한 소상공인의 육성보다 기존 소상공인의 수준을 높이는 질적 육성을 통해 경쟁력을 강화하는 방향으로 모색함
- 현재 여러 부처에서 시행되고 있는 지원정책들을 소상공인이 보다 편리하게 이용함으로써 지원을 통한 수익창출에 도움이 될 수 있도록 통합된 창구에서 지원 및 관리가 이루어져야 함을 바탕으로 구축됨
- 창업 이후 성장단계에 따른 지원이 이루어져야 하며, 이를 위해 경영 환경을 효율적으로 개선하고, 환경변화에 소상공인의 개별적 대응이 쉽지 않으므로 네트워크를 통한 공동 대응이 가능한 방안을 제시함
- 또한 소상공인의 사업 범위를 확대시키기 위해 지역산업이나 관련 분야간 연계를 확대시키고, 무엇보다 소상공인 스스로 의식을 개선시킬 수 있는 마인드를 갖출 수 있는 지원이 필요함

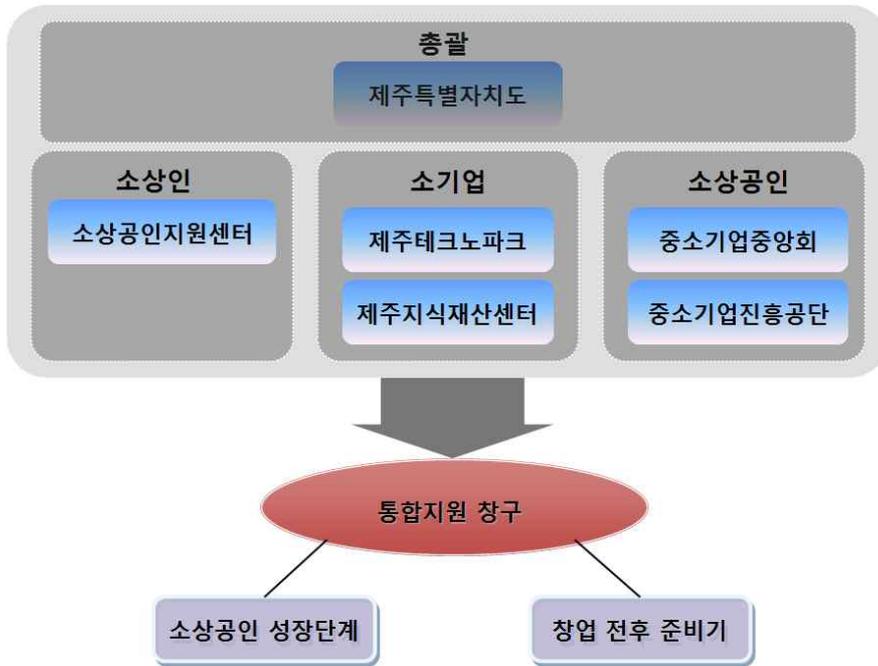
1) 소상공인 지원사업에 대한 통합지원 창구 마련

(1) 소상공인 지원사업에 대한 통합적 운영 및 관리

- 소상공인 지원은 여러 기관에서 비슷하게 이루어지고 있는데다 필요한 부분에 대한 상담을 위한 창구가 정해져 있지 않아 지원 기관별 문의가 이루어지고 있음
- 지원기관간 정보 교류나 통합창구의 미비로 소상공인들은 지원사업에 대한 정보취득이 어렵거나 이용절차가 복잡한 것으로 인식하고 있음

- 제주특별자치도 기업지원과, 소상공인지원센터, 제주테크노파크, 중소기업중앙회, 중소기업진흥공단, 제주지식재산센터 등 도내 지원기관간 수혜업체에 대한 정보 교류가 어려워 지원 받은 기업이 반복적으로 수혜를 받게 되는 경우도 생기고 있음
- 경험없는 소상공인의 애로사항이 산적함에도 불구하고 창업 전후의 준비 단계별 상담창구가 마련되지 않아 창업 실패를 당연하게 받아들여야 되는 경우도 생김
- 이를 해소하기 위해 통합된 지원창구가 반드시 필요하며, 통합지원창구를 통해 지원기관마다 비슷하게 운영되는 지원사업과 각 기관별 특화된 지원분야를 구분하여 지원되어야 할 것임
- 통합지원시스템 구축의 주체는 제주특별자치도에서 수행하고, 소상공인지원센터, 제주테크노파크, 제주지식센터와 협력체계를 구축하고, 중소기업중앙회와 중소기업진흥공단에서 지원하는 소상공인에 대한 지원체계를 통합하여 운영함
- 소상공인 통합지원시스템 운영방안으로 소상공인에 대한 지원은 소상공인지원센터에서 전문적으로 수행하며, 제주테크노파크와 제주지식재산센터에서는 소기업을 중심으로 기존과 같이 경쟁력을 갖춘 분야에 서보다 지원을 강화하는 것이 바람직함
- 또한 중소기업중앙회와 중소기업진흥공단에서도 소상공인 타 기관에서 다소 지원이 제대로 이루어지고 있지 않은 사업 전반에 대한 지원이 이루어져야 할 것임
- 기존에 이루어져왔던 지원사업을 보다 특화시켜 통합지원 창구를 통해 이용자들의 편의성과 관리의 효과를 높이고, 기업의 성장단계와 창업 전후의 준비를 도와 지속적이고 연계된 지원사업의 혜택을 통해 효과적 성과를 창출시킬 수 있을 것임
- 2014년 중소기업진흥공단과 별도로 소상공인지원공단이 설립됨으로써 산발적으로 운영되고 있는 지원정책을 통합적으로 관리하게 됨

<그림 5-1> 소상공인 통합지원시스템



- 통합지원 창구의 역할을 하게 될 기관에서는 지원사업에 대한 운영과 관리 외에도 대기업 중심의 거래 불공정, 대기업 편법 진출을 억제하기 어려운 시장의 불균형, 대기업에 비해 혜택이 낮은 제도의 불합리라는 3불 현상을 해결해 줄 수 있어야 할 것임
- 또한 다양한 지원 프로그램의 지역산업과의 연계, 공동대응 등 다양한 소상공인 활성화 방안이 유기적으로 접목될 수 있는 통합적 지원 창구로서의 기능이 우선적으로 수행되어야 할 것임

(2) 통합 정보제공 시스템 구축

- 소상공인 창업 준비에서부터 필요한 다양한 정보가 통합적으로 시스템화 되어있지 않아 정보 제공의 미흡으로 반복적 운영 실패가 거듭되고 있음
- 상권별, 업종별 소상공인 현황을 포지셔닝맵으로 이해하기 쉽게 구성함으로써 경쟁 업종의 집중도를 파악하고 지역 상권의 실태를 확인함으로써 반복적 실수를 방지할 수 있을 것임

- 특히 소상공인이 실제로 필요로 하는 지원을 위해서는 상권에 대한 규모, 고객 수, 경쟁자 현황 등에 대한 정확한 분석이 이루어져야 상권 내 소상공인의 주요 표적 고객에 따른 구체적인 지원이 수행될 수 있음
- 상권 분석, 임대 정보 등 창업 준비자를 위한 분석과 소상공인을 위한 변경정보의 업그레이드가 지속적으로 이루어져야 함
- 또한 일자리 창출을 위해 일자리의 유형에 따른 세분화된 정보를 시시각각 제공함으로써 보다 전문성을 확보할 수 있음

2) 통합지원시스템을 통한 소상공인 육성 방안

(1) 설문분석에 따른 효율적 경영환경 대응

- 경영환경의 개선을 위해 대기업 및 주변경쟁업체와 경쟁우위를 확보할 수 있는 요인들로 서비스의 질적 수준을 향상시키고, 시장 환경 변화 및 트렌드 등에 적합한 상품 취급을 위한 정보 획득에 편의를 제공해야 함
- 또한 소상공인이 필요로 하는 단계에 적합한 교육을 지원함으로써 지원효과를 확대하고, 다소 소외가 되었던 소상공인에 대한 자금지원을 특성화시키는 등 우수한 소상공인을 육성하기 위한 인프라 조성이 시급함

<그림 5-2> 효율적 경영환경 개선 요인



- 현실적으로 애로사항을 해소할 수 있는 지원사업보다 성장단계별로 지속적인 지원이 연결되지 않을 경우 효과를 보기 힘든 단순애로의 해소를 위한 지원이 중심에서 장기적으로 계획하고 적합한 시기에 적합한 지원을 받을 수 있는 지원사업이 이루어져야 할 것임

가. 서비스의 질적 수준 향상

- 제주지역 소상공인은 1~2명이 운영하고 있는 업체가 70% 이상으로 대부분 가족이 직접 운영하는 것으로 볼 수 있기 때문에 소비자에 대한 친밀도를 높이기가 쉬움
- 특히 실태분석을 통해 소상공인들 역시도 사업성공을 위한 자구적 노력으로 친절서비스를 강화하는 것이 가장 중요하다고 판단하고 있음
- 하지만, 고객과 지속적 관계유지를 위한 활동을 적극적으로 하고 있는 것으로 나타나고 있으나, 이를 통한 고객만족도는 만족할 것이라는 기대와 보통일 것이라는 응답이 동일하게 나타나 스스로의 서비스에 대한 자신감이 다소 부족함
- 소상공인이 취급하는 품목은 대부분 차이가 없는 상품들이므로 주로 접근이 용이한 업체를 이용하는 소비자 특성을 바탕으로 친밀감을 통한 서비스의 질적 수준을 높일 수 있다면 차별화된 서비스를 제공하는 업체로 포지셔닝함으로써 재구매를 유도할 수 있음
- 취급하는 품목 자체로서 차별화가 가능한 경우 프리미엄급의 이미지를 구축하여 소상공인의 낮은 진입장벽 특성을 극복해야 할 것임

나. 정보 획득의 편의성

- 주로 2인 이하로 운영되는 소상공인은 고객 응대 외에 시간을 할애하여 시장환경 변화, 소비자의 구매패턴, 신제품 현황, 새로운 유통 형태 등 수요 변화와 트렌드에 대한 시장정보를 확보하기가 매우 어려운 실정임
- 또한 주로 관련업체나 지인을 통해 정보를 취득하는 경우가 많아 기관에 대한 지원사업이나 새로운 경영기법 등 가장 필요한 정보 획득에 어려움을 겪고 있음

- 하지만, 이에 대한 정보 획득이 없이 트렌드와 경쟁업체에 적절한 대응은 지속적으로 불가능하므로 보다 쉽게 정보에 대한 접근이 가능하도록 해야 할 것임
- 또한 시장정보 외에도 지원정책에 대한 정보 획득도 매우 번거롭고 어렵다는 부담을 가지고 있어 정책적 지원이 지속적으로 실행되고 있음에도 홍보부족으로 정보습득이 어려운 것으로 판단하고 있는 실정임
- 기관의 지원정책에 대한 홍보도 더욱 활발하게 수행해야 하지만, 정보에 대한 접근을 보다 쉽게 할 수 있도록 하는 것이 보다 효율적임

다. 맞춤형 교육 지원

- 소상공인이 운영에 실질적으로 필요한 교육 프로그램을 개발하고, 교육 후 운영에의 직접 적용과 효과에 대한 피드백을 받을 필요가 있음
- 업체의 영세성과 소규모를 교육을 통해 극복할 수 있도록 다양한 경영기법을 제공하고, 친절 교육조차도 최고의 서비스가 될 수 있도록 교육 이수 후 자부심을 느낄 수 있는 수준의 교육이 필요함
- 필요한 시점마다 필요한 분야에 대해 충분히 교육을 받을 수 있도록 다양한 교육 프로그램을 마련하여 의식 개혁과 단순 판매나 서비스직에 종사한다는 마인드를 개선해야 함
- 현재 전통시장 상인교육, 상공인 특화 교육 등으로 구분하여 이루어지고 있음은 바람직하나, 내용이 대부분 비슷하여 소상공인의 세부적 구분에 따른 체계적인 교육이 진행되어야 함

라. 특성화된 자금지원

- 중소기업 기금 내에 소상공인진흥 계정을 마련하고 있으나 운영과 집행의 이원화로 효과가 미미하므로, 소상공인을 대상으로 하는 독립적 기금이 운용되어야 함
- 소상공인의 영세성으로 자금지원에 대한 관심이 매우 높고, 그 필요성에 대해서도 크게 인식하고 있음
- 따라서 소상공인 지원 자금을 받는 경우 별도 보증이 필요한 경우가 많아 혜택을 받는 기업에서만 중복적으로 수혜받게 되어 소외감을 느

끼는 업체가 생김에 따라 보다 쉽게 자금지원을 받을 수 있는 방안이 마련되어야 할 것임

마. 인프라 조성

- 소상공인의 성공 가능성을 모델로 삼을 수 있는 유망 소상공인 육성이 필요하며, 이를 위해 다양한 인프라가 조성되어야 함
- 다양한 지원 정책과 더불어 가장 기본적인 신용카드기나 전산화 시스템 등 환경변화에 대응할 수 있는 기기의 사용률이 낮으므로 소상공인의 이미지를 결정짓는 시설개선도 함께 이루어져야 할 것임
- 카드 수수료에 대한 부담이 높아 영세한 소상공인을 대상으로 하는 카드를 개발하여 수수료를 줄임으로써 혜택을 높여야 함
- 온누리상품권의 확대를 통해 소상공인에 접근할 수 있는 경로를 마련해야 하나, 이는 자발적인 이용보다 기관 구매 성격이 크므로 소상공인에 대한 애착이 생길 수 있는 장치가 마련되어야 할 것임
- 나들가게의 확산을 통해 대기업 편의점 및 SSM에 경쟁 가능한 품목 구비, 점포 분위기 개선, 질 좋은 서비스 등으로 골목상권의 경쟁력을 높일 수 있어야 함

(2) 성장단계별 맞춤형 지원

- 소상공인의 성장단계는 일반 기업과 동일하게 시장에 진입하는 창업기, 성장기, 쇠퇴 및 전환기로 구분할 수 있음
- 성장단계에 따라 필요로 하는 지원사업이 다를 것임에도 이를 고려하지 않고 일괄적인 사업이 이루어지고 있어 성장단계에 적합한 지원이 이루어진다면 효과 창출을 기대할 수 있을 것임

<그림 5-3> 소상공인 성장단계에 따른 특성 및 전략



가. 창업기

- 설문조사에서 나타나듯이 창업기의 업체가 27.2%를 차지하고 있음. 창업기는 창업 준비단계를 거쳐 최초로 시장에 진입하는 시기로 시장 반응이 약하게 나타나므로 수요 확보에 따른 어려움이 낮은 매출액과 수익으로 연결됨
- 수요 확보의 어려움은 결국 임대, 상품 확보, 지속적 경쟁을 위한 자금 확보가 가장 중요한 요소로 인식되게 함
- 특히 경험없이 창업이 이루어진 경우 시장환경 파악이 우선적으로 이루어짐으로써 그에 적합한 품목을 구비해야 함
- 초기의 낮은 수요로 매출액이나 수익을 쉽게 창출할 수 없기 때문에 해당 업체에서만 차별화시킬 수 있는 특성요소를 찾아내어야 함
- 소상공인은 진입장벽이 매우 낮아 시장진입 시기부터 주변 경쟁업체와 심한 경쟁이 예상되므로 비교우위를 통해 수요를 자극시킬 수 있는 핵심 상품도 마련해야 할 필요가 있음

나. 성장기

- 설문조사에서 보듯이 성장기의 사업체가 46%로 절반 정도가 성장기에 있음
- 성장기는 본격적으로 경쟁우위를 확보해야 하는 시기로 수익 증대를 통해 시장에 안정되게 정착하는 단계임
- 안정적으로 시장이 확보된 단계에서는 수익 증가와 함께 반복구매를 통한 재구매도 활발하게 일어나면서 시장 규모가 확대됨으로써 이를 유지하기 위한 컨설팅과 홍보도 중요함
- 이 단계에서는 시장 반응을 주의깊게 살펴보면서 후속 상품을 개발하거나 품목의 확장을 통해 점유율을 꾸준히 확대시켜 나가야 함
- 시장이 적극적으로 수용할 수 있는 상품으로 판로를 더욱 개척함과 동시에 해당 업체만의 브랜드 이미지를 구축하고, 디자인이나 서비스를 강화시킴으로 상품에 대한 신뢰와 우수한 품질을 인정받을 수 있어야 할 것임

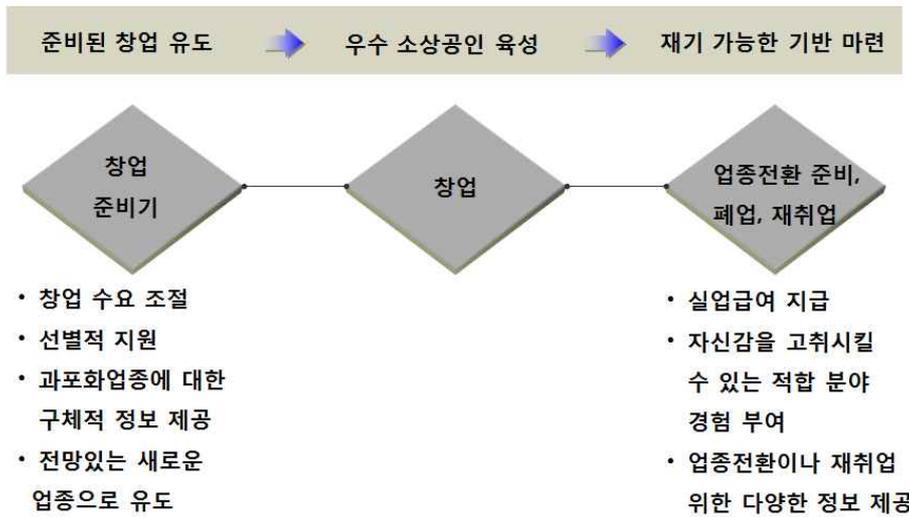
다. 쇠퇴 및 전환기

- 설문조사에서 보듯이 쇠퇴기의 사업체가 26.7%로 창업기와 비슷한 수준을 보이고 있음
- 쇠퇴 및 전환기는 품목 및 업종을 전환하거나 더 이상 수익확보가 되지 않아 폐업을 해야 하는 단계로 이 시기에서는 유지와 폐업에 따른 선택이 매우 중요함
- 쇠퇴 단계에서 업체를 유지시키는 경우 단기간에 차별화된 이미지를 확보해내야 하며, 시장점유율을 유지하기 위한 마케팅력이 중요해지게 되어 많은 비용이 소요됨
- 하지만, 낮은 수익성을 개선하기 위한 상품개발이나 이미지 확보는 과당경쟁에서 매우 어려움으로 수익성이 지속적으로 낮은 경우 업종 전환이나 폐업이 바람직함
- 경쟁은 심화되나, 비슷한 상품들 중 자신만의 차별된 이미지를 확보하지 못함으로써 수익이 낮아지게 되므로 새로운 상품으로 신시장을 개척하는 방법도 고려할 수 있음

(3) 수명주기를 고려한 지원방안

- 제주지역 소상공인 운영현황인 <표 2-3>에서 보듯이 신규창업자와 폐업자 수의 차이가 거의 비슷하게 나타나는 것은 창업 시도가 제대로 준비하지 못한 생계형 창업의 실패로 피해가 심각해지고 있음
- 소상공인에 대한 지원은 창업 이후 운영에 대한 지원뿐만 아니라 창업에 대한 수요를 조절하고 확신을 가지고 있는 대상에 대한 동기부여가 가능하도록 창업 준비기의 계획수립 단계부터 폐업 및 업종전환을 위한 준비기의 과정을 소상공인 수명주기에 따른 지원이 이루어져야 함

<그림 5-4> 소상공인의 수명주기에 따른 지원 전략



- 창업에 대한 확신을 바탕으로 준비된 창업이라 하더라도 무조건적인 지원보다는 사전 종사 경험을 통해 선택하고자 하는 업종을 익히는 것이 우선되어야 함
- 창업 준비기에서 과포화된 업종을 선택하고자 하는 경우, 신중한 판단이 이루어질 수 있도록 구체적인 정보 제공이 필요함
- 시장 진입이 대체로 쉬운 음식점업 등도 브랜드를 이용할 수 있는 프랜차이즈를 활용하여 경쟁자와 다른 가치를 줄 수 있으나, 프랜차이즈도 특정 업종에 집중되어 있는 상태로 품목 다양화를 통한 소비자

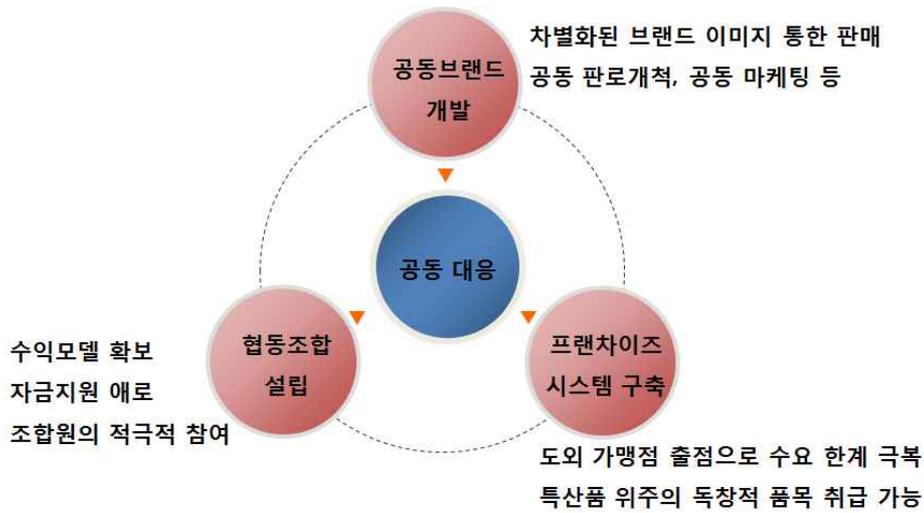
육구 층족에는 다소 미흡함

- 뿐만 아니라 1년 미만의 준비 기간을 거쳐 주로 잘 알고 있는 분야나 쉽게 접할 수 있는 분야 위주로 창업이 이루어짐으로써 창업 준비기에서부터 특화된 경쟁력을 확보하기가 매우 어려운 실정임
- 이와 같이 소상공인이 선택할 수 있는 품목이나 업종은 대부분 치열한 경쟁이 예상되므로 창업 준비기에서 다양한 요소에 대한 고민을 할 수 있도록 많은 사례를 제시해 줄 수 있어야 함
- 집중된 업종을 벗어나 온라인 또는 모바일 등 1인 창업이 가능한 지식 서비스 분야의 정보를 제공하여 소상공인의 계획적 육성도 필요함
- 창업 후 운영 미흡을 통한 폐업이나 업종 변경이 필요한 경우, 사전 준비를 통한 계획적 변경이 가능하도록 교육이 필요함
- 특히 폐업 후의 실업급여를 제공함으로써 여유를 가지고 준비할 수 있도록 함으로써 재창업이나 재취업에 대한 부담을 해소시켜 줄 수 있어야 함
- 또한 폐업 이후에도 재기가 가능하도록 업종 전환이나 재취업과 관련된 정보를 제공함으로써 자신감을 회복할 수 있도록 해야 할 것임

(4) 네트워크 구축을 통한 공동 대응

- 설문조사에서 보듯이 경쟁자들이라고 생각하는 주변 업체가 50.7%로 나타나고 있어 공동 대응이 어려운 실정임
- 소상공인은 개별적으로 시장에 대한 대응이 쉽지 않아 목표 공유가 가능한 네트워크를 통해 공동 대응을 할 수 있다면 역량 강화를 실현할 수 있을 것임
- 특히 소상공인의 특성상 경쟁대상이 대기업 계열사보다 주변에 비슷한 소형업체로 인식하는 경우가 많고, 환경변화에 대한 대응에 어려움을 겪고 있는 것으로 나타나고 있음
- 이를 해소하기 위해 공동 브랜드 개발을 통해 독특한 이미지를 확보함으로써 공동 판매하거나, 협동조합 또는 프랜차이즈 시스템을 이용하여 공동 대응이 가능하나 각 전략별 애로사항을 반드시 고려해야 함

<그림 5-5> 네트워크 구축을 통한 공동 대응 전략



가. 판로개척을 위한 공동 브랜드 개발

- 대기업 상품과 차별화된 소상공인이 취급하는 품목별 또는 주체별 공동 브랜드 상품을 개발하여 특성화된 상품으로 브랜드 개성을 확보하고 가격경쟁력도 확보할 수 있을 것임
- 공동 브랜드 개발, 공동 물류, 공동 판로개척 등의 공동 대응은 원재료 가격 상승으로 인한 부담을 해소시킬 수 있음과 동시에 공동 네트워크를 통해 역량 강화시 소상공인의 영세성을 극복할 수 있음

나. 협동조합 설립을 통한 경쟁력 확보

- 1844년 영국에서 발생된 협동조합은 재화 또는 용역의 구매, 생산, 판매, 제공 등을 협동으로 영위함으로써 조합원의 권익을 향상하고 지역사회에서 공헌하고자 하는 사업조직을 말하나, 목표나 조직구성 등에 있어 주식회사와는 다른 성격을 지님
- 지역 소비자와 밀착된 소상공인은 주식회사와 같이 대규모의 자금을 필요로 하지 않고, 2012년 12월부터 '협동조합기본법' 시행 후 5명 이상이면 금융·보험업을 제외한 전 분야에서 협동조합을 구성할 수 있게 되면서 최근 새로운 수익 모델로 제시되고 있음

- 일반 기업에 비해 생존율이 높아 소상공인에 적합한 소규모 창업으로 일자리 창출과 고용안정성을 기대하면서 지자체마다 운영자금 지원, 공동 브랜드 등의 공동 사업 등 다양한 육성 정책을 계획하고 있음
- 떡, 가구 등 다양한 품목의 협동조합 설립을 통해 직거래, 공동 판로 개척, 공동 마케팅 등을 통해 가격경쟁력을 확보하고자 하고 있으며, 전통시장과 골목상권에서도 협동조합을 통해 보다 나은 서비스의 질을 제공하려는 계획을 수립하고 있는 중임
- 하지만, 협동조합도 수익을 창출해야만 생존이 가능하기 때문에 협동조합별 비즈니스 모델을 구축해야만 하고, 출자금만으로는 운영이 어렵기 때문에 자금조달에 조합원들의 적극적인 참여 없이는 오히려 일반 기업보다 운영이 어려울 수 있어 조합 설립 계획시 이를 고려해야 할 것임

다. 유통전략으로서 프랜차이즈 시스템 구축

- 지역 기반 소상공인의 경쟁력 약화를 해소하기 위한 유통전략으로 프랜차이즈가 대두되고 있음
- 프랜차이즈산업의 일자리 창출과 고부가가치 창출 효과는 중앙정부의 프랜차이즈 사업 육성에 대한 의지를 바탕으로 도내 소상공인의 새로운 유통체계를 구축함으로써 물류비를 절감하고, 도외에 가맹점을 출점시켜 수요의 한계가 있는 제주지역 내수시장도 극복할 수 있을 것임
- 제주특별자치도에서는 수도권에 제주특산품을 판매하는 가맹점을 개설하는 등의 제주형 프랜차이즈 산업에 대한 관심과 육성 의지가 높아 제주산 상품에 대한 선점이 가능한 경우 다른 지역과의 경쟁에서도 우위에 설 수 있을 것으로 기대됨
- 국내 프랜차이즈 산업은 아직 상품 중심의 공급 비중이 높아 로열티 정착이 되지 않아 경쟁이 심한 편이므로 가맹점 수 확장보다는 사업 운영 체계를 공급하는 형식의 프랜차이즈 시스템으로 초기 정착이 필요함
- 스마트폰을 통한 거래가 빈번해지고, 다양한 계층의 소비자 욕구를 해소하기 위해 오프라인에서 뿐만 아니라 온라인 쇼핑물 형식의 가맹

- 점도 함께 운영할 수 방법을 모색해야 함
- 그럼에도 불구하고 소상공인을 대상으로 하는 프랜차이즈 산업이 도입되는 경우 프랜차이즈 산업에서 일반적으로 나타나는 문제점인 영세한 규모, 일부 업종에의 편중, 유사 품목 난립, 물류시스템 미비, 경영관리 미흡 등 많은 애로요인을 안고 있음
 - 따라서 제주형 프랜차이즈 시스템 구축은 물류 및 판매 등을 전문적으로 담당할 법인을 설립하여 마케팅을 활성화하고 판로를 개척해야 하는 과제를 안고 있음
 - 이를 통해 대형 유통기업들의 공격적 영업전략이나 낮은 진입장벽으로 인해 발생하는 다양한 실패 요인들을 제거할 수 있을 것임

(5) 소상공인 관련 분야간 연계 확대

가. 지역산업과의 접목

- 소상공인은 지역산업과의 융합, 구도심 재생 등 관련 분야와 연계될 때 사업 범위가 넓어짐과 동시에 역할과 기능이 증대될 수 있음
- 특히 업종의 집중화로 인한 과당경쟁을 해소하기 위해 관련업종으로 전환을 유도함으로써 업종을 분산시킬 수 있음
- 제주지역 문화컨텐츠를 이용한 특색있는 전문상품, 관광산업을 중심으로 하는 관광객 대상의 상품을 개발함으로써 제주에서만 경험할 수 있거나 제주산임을 내세울 수 있는 아이템으로의 확장이 필요함
- 제주의 긍정적인 이미지를 이용한 컨셉을 구축하고, 이를 반영한 상품 디자인 및 도시 디자인을 만들어냄으로써 구매와 소비가 가치있는 경험이 될 수 있도록 해야 할 것임
- 제주지역 소상공인 대부분이 단순 판매 및 서비스 품목을 취급하고 있으나, BT, IT, CT 등 융복합이 가능한 상품으로 실현시킬 수 있는 방법이 모색되어야 함
- BT 기술 위주로 제품 개발 후 문화컨텐츠를 접목시킨 상품으로 재생산하고 IT 산업을 접목시켜 디지털 매체를 통해 공유와 구전이 쉽게 이루어질 수 있는 융합형 상품 개발이 필요함
- 차후 1차 산업 생산물을 가공하여 2차 산업을 통한 제품으로 만들어

내고, 이를 관광산업과 접목시켜 고급 서비스로 판매되어지는 3차 산업이 동시에 이루어지는 6차 산업군으로 사업 영역을 확대시킬 수 있는 창조적이고 창의적인 아이디어가 필요함

- 소상공인 취급 품목의 전시회나 박람회를 개최하여 이를 엔터테인먼트 산업으로 확장시켜 교육산업, 관광산업, 의료산업, 기능성 식품산업, 문화산업, 향장품 산업 등 제주에서 가능한 산업 범위를 아우를 수 있는 복합 기능을 갖춘 장(場)이 될 수 있도록 함으로써 대기업상품과의 차이를 만들어내야 함

나. 전통시장, 골목상권의 특화

- 소상공인의 개별적 지원에는 성과의 한계가 있기 때문에 소상공인이 속해있는 전통시장, 골목상권, 구도심 상권 등과 연계하여 지원 효과를 높일 수 있음
- 전통시장의 경우 시장 특성을 강화시키기 위해 문화관광형 시장을 지원하고 있으며, 이를 전통시장과 주변상권 또는 전통시장과 관광산업을 연계시켜 사업이 종료된 이후에도 뚜렷한 컨셉이 있는 상권으로 이미지를 구축할 수 있다면 차별화된 시장으로서 대기업 대형할인점이나 SSM 등과의 경쟁에서도 우월한 지위를 갖출 수 있을 것임
- 전국적으로 전통시장의 매출규모는 2012년 기준으로 추정시 약 21.1조원으로 2010년 매출액인 24.0조원 대비 12.1% 감소하여 지속적으로 경쟁력이 약화되고 있는 것으로 나타났으나, 다행히 전통시장 활성화 수준 평가에서 제주지역 전통시장의 활성화 수준은 매우 높은 것으로 나타나고 있어 다른 산업과의 연계가 중요함
- 소상공인을 보호하기 위한 대형마트 의무휴일제, 대기업 점포의 출점 제한 등의 규제가 활발하게 이루어질 때 전통시장, 골목상권으로의 유입을 촉진시킬 수 있는 마케팅이 활발하게 이루어져야 시너지 효과가 일어날 수 있을 것임
- 전통시장, 골목상권 등에서는 신용카드기 외에 효율적 운영을 위해 사용하는 기기가 거의 없으므로 IT 기술을 접목하여 대기업의 소상공인 진출 업종과의 비교시 열위에 있다는 판단을 하지 않도록 해야 함

- 재고관리를 위한 POS, 스마트폰을 이용한 결제시스템, 온라인 쇼핑이 가능한 거래 환경 마련 등을 점차 확대시켜 가격 정보 뿐만 아니라 특색있는 상품에 대한 정보를 제공할 수 있는 시스템이 구축되어야 할 것임
- 또한 지역내 커뮤니티 비즈니스(Community Business)를 형성함으로써 지역자원을 활용하여 취약계층이나 지역주민의 일자리를 만들어낼 수 있음
- 특히 커뮤니티 비즈니스는 지역적 특성으로 생산된 상품의 취급을 통해 주민간 활발한 교류를 유도하고, 지역 골목상권을 활성화시킬 수 있는 계기가 될 수 있음

(6) 소상공인의 의식 개선

- 소상공인 스스로 성공 가능성에 대한 확신을 바탕으로 사업 운영에 적극적인 자세가 무엇보다 필요함
- 지원사업에 대한 중요성은 인식하고 있으나, 홍보부족이나 이용절차가 복잡하다고 간주함으로써 다양한 유형의 정보를 모르는 경우가 많은 것은 소상공인의 의지와도 밀접한 관계가 있음
- 다양한 지원사업이 제공되더라도 스스로의 의지 없이는 효과가 미미하게 나타날 수 밖에 없으므로, 경쟁 가능한 마인드를 스스로 함양하는 것이 중요함
- 또한 소상공인의 평균 연령이 증가함으로써 경영자의 고령화가 진행되고 있는 추세이나, 수익 악화로 가족 대물림이 쉽지 않은 실정임
- 소상공인의 고령화는 새로운 경영기법 도입, 마케팅력 향상, 전자기기의 사용 등에 있어 대기업 진출 업종과 비교할 수 없어 소상공인의 활성화를 어렵게 하고 있음
- 창업 준비자와 소상공인 경험자를 서로 연결시켜 줌으로써 멘토링이 활발히 이루어져 소상공인 스스로 자립할 수 있는 기반을 마련해주어야 함
- 그동안 중소기업 지원정책에서도 소외되거나 매우 적은 비중을 차지하여 중소기업과의 구분이나 소기업(소공인)과 소상공인의 구분이 다소

모호한 면이 있었음

- 각 사업 분야의 특성상 소기업과 소상공인에 대한 지원은 달리 이루어져야 할 것임

2. 정책적 제언

- 소상공인에 대한 통합적 정책지원은 그동안 진행되어 오던 프로그램을 완전히 다른 유형으로 제공하는 것이 아니라 업체가 처한 환경에서 특히 필요로 하는 프로그램을 보다 편리하게 제공함으로써 효율적 성과를 창출하기 위함임
- 따라서 소상공인 통합지원시스템 운영방안으로 소상공인에 대한 지원은 소상공인지원센터에서 전문적으로 수행하며, 제주테크노파크와 제주 지식재산센터에서는 소기업을 중심으로 기존과 같이 경쟁력을 갖춘 분야에서 보다 지원을 강화하는 것이 바람직함
- 소상공인의 특성상 지원에 대한 성과가 쉽게 나타나지 않아 효과 측정은 어려우나 중산층 보호라는 사회적 측면에서의 접근도 필요함
- 경영특성에 차이가 있음에도 그동안 중소기업 지원정책에 포함시킴으로써 지원 비중을 낮게 취했으나, 중소기업과 소상공인을 구분하고 또한 소기업(소공인)과 소상공인을 구분하여 기업규모와 특성에 적합한 지원이 이루어져야 함
- 상권 분석, 임대 정보 등 창업 준비자를 위한 분석과 소상공인을 위한 변경정보의 업그레이드가 지속적으로 이루어져야 함
- 소상공인이 취급하는 품목은 대부분 차이가 없는 상품들이므로 주로 접근이 용이한 업체를 이용하는 소비자 특성을 바탕으로 친밀감을 통한 서비스의 질적 수준을 높일 수 있다면 차별화된 서비스를 제공하는 업체로 포지셔닝함으로써 재구매를 유도할 수 있음
- 현재 전통시장 상인교육, 상공인 특화 교육 등으로 구분하여 이루어지고 있음은 바람직하나, 내용이 대부분 비슷하여 소상공인의 세부적 구분에 따른 체계적인 교육이 진행되어야 함

- 소상공인 지원 자금을 받는 경우 별도 보증이 필요한 경우가 많아 혜택을 받는 기업에서만 중복적으로 수혜받게 되어 소외감을 느끼는 업체가 생김에 따라 보다 쉽게 자금지원을 받을 수 있는 방안이 마련되어야 할 것임
- 성장단계별 지원 뿐만 아니라 퇴직자, 청년창업, 고령자, 취약계층 등 소상공인이 처한 위치와 계층에 따른 정책이 개선되어야 소상공인 스스로에게 적합한 운영이 가능하고, 실패에 따른 피해를 줄일 수 있음
- 소상공인에 대한 사회복지, 폐업 후 실업급여 및 재취업 전환, 신용보증 등을 위한 인프라 확충을 통해 창업과 운영에 대한 두려움을 해소하고 자신감을 고취시켜야 할 것임
- 창업 후 운영 미흡을 통한 폐업이나 업종 변경이 필요한 경우, 사전 준비를 통한 계획적 변경이 가능하도록 교육이 필요함
- 소상공인의 생존율이 매우 낮음에 따라 준비기에서부터 창업 후 안정기에 이르기까지 안정된 수준을 유지하기 위해 성공한 사례를 벤치마킹하거나 멘토로 삼을 수 있는 구조가 마련되어야 하며, 이를 통해 소상공인 스스로 자생력을 기를 수 있는 의지를 가질 수 있도록 해야 함
- 공동 브랜드 개발을 통해 독특한 이미지를 확보함으로써 공동 판매하거나, 협동조합 또는 프랜차이즈 시스템을 이용하여 공동 대응이 가능하나 각 전략별 애로사항을 반드시 고려해야 함
- 소상공인을 보호하기 위한 대형마트 의무휴일제, 대기업 점포의 출점제한 등의 규제가 활발하게 이루어질 때 전통시장, 골목상권으로의 유입을 촉진시킬 수 있는 마케팅이 활발하게 이루어져야 시너지 효과가 일어날 수 있을 것임
- 재고관리를 위한 POS, 스마트폰을 이용한 결제시스템, 온라인 쇼핑이 가능한 거래 환경 마련 등을 점차 확대시켜 가격 정보 뿐만 아니라 특색있는 상품에 대한 정보를 제공할 수 있는 시스템이 구축되어야 할 것임
- 사실 기존의 소상공인의 목소리만으로도 이미 개선하거나 해소해야 할 과제가 산적해 있으며, 소상공인을 대상으로 하는 정책이 계속 증가하고는 있지만 경쟁력 저하를 개선하기엔 부족함

- 다양한 지원 정책과 더불어 가장 기본적인 신용카드거나 전산화 시스템 등 환경변화에 대응할 수 있는 기기의 사용률이 낮으므로 소상공인의 이미지를 결정짓는 시설개선도 함께 이루어져야 할 것임
- 카드 수수료에 대한 부담이 높아 영세한 소상공인을 대상으로 하는 카드를 개발하여 수수료를 줄임으로써 혜택을 높여야 함
- 집중된 업종을 벗어나 온라인 또는 모바일 등 1인 창업이 가능한 지식 서비스 분야의 정보를 제공하여 소상공인의 계획적 육성도 필요함
- 하지만, 기존 지원사업들이 소상공인만을 대상으로 집중적인 관리가 이루어진 것이 아니라 중소기업의 일부 분야로 수행되어옴에 따라 본 연구는 소상공인에 한정하여 연구가 진행되었으며, 본 연구에서 언급된 지원기관들도 보다 넓은 영역에서 지원사업이 진행되고 있음을 간과해서는 안됨
- 차후의 지원사업들은 중소기업에서 수행하고 있는 다양한 방식을 접목하여 소상공인간 정보교류와 지원에 대한 구체적인 요청, 이를 반영한 통합적 지원정책이 지속적으로 확대되어야 할 것임

참고문헌

- 관계부처 합동, 2012, 소상공인 경쟁력 제고 방안
- 기획재정부, 2012, '소상공인 경쟁력 제고 방안' 보도자료(2012년 9월 19일)
- 소상공인진흥원, 2013, 2013년 4월 소상공인 경기동향 실적 및 5월 전망
- 소상공인진흥원, 2010, 소매업 성장발전을 위한 정책방안 연구 보고서
- 시장경영진흥원, 2012, 2012년도 전통시장 및 점포경영 실태조사
- 시장경영진흥원, 2012, 2012년도 전통시장 활성화 수준 평가분석
- 제주특별자치도, 2012, 2011년 기준 사업체 조사보고서
- 중소기업연구원, 2013 소상공인 활력 회복을 위한 新정부 정책방향, 중소기업 포커스 제37호
- 중소기업연구원, 2012, 중소기업 발전 및 육성전략 수립
- 중소기업중앙회 제주지역본부, 2013, 2013년 제주 소상공인 및 전통시장 지원 시책
- 중소기업청, 2013, 2013년 업무계획 보고
- 중소기업청, 2010, 2010년 전국 소상공인 실태조사 보고서
- 중소기업청, 소상공인진흥원, 2010, 2010년 전국 소상공인 실태조사 보고서
- 통계청, 사업체 기초조사(2011년 기준).
- 한국은행 제주본부, 2013, 제주경제브리프 No.2013-5

부 록

제주 소상공인 육성 및 통합지원시스템 구축 방안을 위한 설문조사

안녕하십니까?

제주발전연구원은 제주지역 현안에 대해 정책을 개발하는 공공연구기관입니다. 본 설문은 제주 소상공인 육성 및 통합지원 시스템 구축 방안을 위한 설문입니다.

본 설문을 통해 소상공인의 애로사항을 분석하고 이를 통하여 소상공인의 지원정책을 개발하여 정책에 반영하고자 합니다.

설문에 대한 응답내용은 통계법에 의해 비밀이 보장되오니 안심하시고 설문에 응해주시길 부탁드립니다. 귀하의 소중한 응답에 감사드립니다.

감사합니다.

2013년 5월

제주발전연구원

연구책임자 : 고철수 책임연구원(☎ 726-6150, e-mail oneway@jdi.re.kr)

본 설문조사에 대한 **의문사항**은 아래로 **문의**하시기 바랍니다.

☎ 제주발전연구원 사회조사센터 최 영 근 박사(☎ 726-7403)

□ 일반현황

운영하고 계시는 사업체의 일반적 현황에 대해 말씀해 주십시오.

사업체 형태	① 독립점	② 가맹점	③ 본사	④ 지사	⑤ 직영점
설립연도	년				
영업기간	① 1~5년 미만	② 5~10년 미만	③ 10~15년 미만	④ 15~20년 미만	⑤ 20년 이상
사업장 소유형태	① 자가	② 월세	③ 전세	④ 기타	
입지 유형	① 도로변	② 주택가	③ 집합상가	④ 전통시장	⑤ 기타
성장 단계	① 창업기	② 성장기	③ 쇠퇴기		
전년도(2011) 대비 실적	고객 수	① 감소	② 유지	③ 증가	
	월평균 매출액	① 감소	② 유지	③ 증가	
	월평균 순이익	① 감소	② 유지	③ 증가	
월평균 매출액	① 500만원 미만	② 500~1,000만원 미만	③ 1,000~1,500만원 미만	④ 1,500~2,000만원 미만	⑤ 2,000~2,500만원 미만
	⑥ 2,500~3,000만원 미만	⑦ 3,000~3,500만원 미만	⑧ 3,500~4,000만원 미만	⑨ 4,000~4,500만원 미만	⑩ 4,500~5,000만원 미만
	⑪ 5,000만원 이상				
종사자 수 (정규직)	① 1명	② 2명	③ 3명	④ 4명	⑤ 5명

□ 창업현황

1. 현재 운영하고 계시는 사업체의 창업시 어떠한 부분을 가장 고려하셨습니다?

- ① 잘 아는 분야 ② 주위 권유 ③ 성장가능성 ④ 장기적 운영
 ⑤ 이익수준 ⑥ 쉽게 창업가능한 분야 ⑦ 기타

2. 최초 창업하실 때 어느 정도 준비하셨습니다?

- ① 6개월미만 ② 6개월-1년미만 ③ 1-1년 6개월미만
 ④ 1년 6개월-2년미만 ⑤ 2년이상

3. 창업 이전에 사업체 운영이나 다른 회사 근무 경험이 있으십니까?
 ① 없음 ② 있음(사업체 운영) ③ 있음(회사 근무)
4. **창업시** 애로사항은 무엇이었는지 순서대로 두 가지를 골라주십시오.
 ① 자금조달 ② 입지선정 ③ 경영노하우 부족 ④ 정보부족
 ⑤ 기타()

□ 경영현황

1. 사업성공을 위한 자구적인 노력으로 중요하다고 생각하시는 것은 무엇입니까
 ① 친절서비스 강화 ② 시설현대화 ③ 경영기법 강화
 ④ 신상품 출시 ⑤ 가격인하 ⑥ 기타 ()
2. 상품 제공 및 판매에 대한 전문성은 스스로 어떻게 평가하고 계십니까?
 ① 매우 비전문적 ② 비전문적 ③ 보통 ④ 전문적 ⑤ 매우 전문적
3. 운영하고 계시는 사업체를 이용하는 고객들의 고객만족도는 어떻게 평가하고 계십니까?
 ① 매우 불만족 ② 불만족 ③ 보통 ④ 만족 ⑤ 매우 만족
4. 고객과의 지속적 관계유지를 위한 활동을 어떻게 하고 계십니까?
 ① 매우 비적극적 ② 비적극적 ③ 보통 ④ 적극적 ⑤ 매우 적극적
5. 사업체 홍보를 위한 광고활동 등을 어떻게 하고 계십니까?
 ① 매우 비적극적 ② 비적극적 ③ 보통 ④ 적극적 ⑤ 매우 적극적
6. 업종이나 사업 변경을 원하고 계십니까?
 ① 변경계획 없음 ② 변경 원하나 여의치 않음
 ③ 변경계획 있음-업종전환 ④ 폐업 후 전직 ⑤ 변경계획 있음-폐업
7. 주변 경쟁업체들과의 경쟁 정도는 어떻습니까?
 ① 매우 경쟁 심함 ② 경쟁 심함 ③ 보통 ④ 경쟁 약함 ⑤ 매우 경쟁 약함
8. 운영하시는 사업체는 주변 경쟁업체들과 비교해서 경쟁력 정도는 어떻습니까?
 ① 경쟁우위에 있음 ② 보통 ③ 경쟁력 약함

□ 지원정책 현황

1. 지원사업에 대해 알고 계시는 사업을 모두 골라주십시오.

- ① 자금지원 ② 상담·컨설팅 ③ 시장정보 제공 ④ 교육지원
⑤ 모르고 있음 ⑥ 기타 ()

2. 지원사업은 어떻게 알게 되셨습니까?

- ① 알지 못함 ② 기관 언론 및 매체(TV, 신문, 인터넷 등) ③ 주변 지인
④ 관련 업체 ⑤ 기타 ()

3. 지원사업에 대한 중요성은 어떻게 생각하고 계십니까?

- ① 매우 중요하지않음 ② 중요하지않음 ③ 보통 ④ 중요함 ⑤ 매우 중요함

4. 지원사업에 대한 만족도는 어떠셨습니까?

- ① 매우 불만족 ② 불만족 ③ 보통 ④ 만족 ⑤ 매우 만족 ⑥ 이용경험 없음

5. 지원 받고 싶은 분야를 순서대로 두 가지를 골라주십시오.

- ① 자금지원 ② 상담·컨설팅 ③ 시장정보 제공
④ 교육지원 ⑤ 정보화 시설 ⑥ 기타 ()

6. 소상공인에게 필요한 정책을 순서대로 두 가지 골라주십시오.

- ① 카드수수료 인하 ② 자금지원 확대 ③ 소득세 인하
④ 대기업의 소상공인업종 진출 제한 ⑤ 소상공인의 의식 함양
⑥ 소상공인의 단결권 확보 ⑦ 시설개선 ⑧ 기타()

제주지역 소상공인 통합지원시스템 구축을 위해 건의할 의견이 있으시면 말씀해 주십시오.

Abstract

A study of integrated supporting system for small retailers in Jeju

Cheol-Soo Koh · Yoon-Jeong Kim

Keyword : Small enterprise, Small retailers, Governmental support

Small business performance could be the most reliable economic indicator for the current situation because small enterprises are the basis of the local economy. The ruthless advance of large companies into districts in which small retailers are located has become a social issue because of the financial trouble they cause the small businesses.

Jeju Island relies heavily on tourism, its main economic sector, and small retailers are having problems similar to their counterparts elsewhere in the nation. It is therefore crucial to understand the current situation and draw up measures to promote sustainable growth and development in the sector.

That was the goal of this study and the questionnaire that was written up for it. Small retailers in Jeju were asked about the problems they have and what needs to be done to solve those issues.

The study also outlines how various agencies are working to support small businesses. The study concludes that the agencies need to merge and better manage the support they offer in order to create more efficient and realistic aid for the merchants. Finally, the study indicates that tailored governmental support is needed to help new businesses, from the beginning of the process until they are well-established. New small business owners are starting their firms in an ongoing economic slowdown and there are many who view this as a way to make a living, rather than as a high-risk investment.

연구진

연구책임	고철수	제주발전연구원
공동연구	김윤정	제주국제대학교
공동연구	최영근	제주발전연구원

기본연구 2013-08

제주 소상공인 육성 및 통합지원시스템 구축 방안

발행인 || 제주발전연구원장
발행일 || 2013년 6월
발행처 || 제주발전연구원
690-162 제주시 아연로 253(오라이동)
전화: (064) 726-0500 팩스: (064) 751-2168
홈페이지: www.jdi.re.kr
인쇄처 || 일신옵셋인쇄사

ISBN : 978-89-6010-312-2 93320

- 이 보고서의 내용은 연구진의 견해로서, 제주특별자치도의 정책적 입장과는 다를 수 있습니다. 또한 이 보고서는 출처를 밝히는 한 자유로이 인용할 수 있으나 무단전재나 복제는 금합니다.

