

지역상권 활성화를 위한 소상공인 지원정책의 활용 방안

소상공인진흥원 조사연구팀장
연구위원/경영학 박사 노화봉

2011. 8. 31

본 원고는 **작성자 개인의견**임을 밝혀 둡니다. 본 자료에 대한 문의사항은 작
성자에게 연락바라며, 무단 복제사용을 금합니다.

차 례

I. 우리나라의 소상공인정책 변천	1
1. 기존 정책의 현황 및 추진경과	1
2. 정책 성과와 한계	2
3. 향후 소상공인정책의 추진방향	3
II. 우리나라 소상공인 현황	5
1. 소상공인의 정의	5
1) 일반적 및 법률적 정의	5
2) 자영업자와 소상공인의 개념 차이	5
2. 우리나라 소상공인 현황	9
1) 우리나라 소상공인 현황 및 실태	9
(1) 소상공인 현황	9
(2) 소상공인 실태(2010년 전국소상공인 실태조사 결과)	13
2) 대전·충남지역 소상공인 현황 및 실태	23
(1) 소상공인 현황	23
(2) 소상공인 실태(2010년 전국소상공인 실태조사 결과)	24
III. 우리나라 소상공인 지원정책의 활용 실태	34
1. 우리나라 소상공인 지원정책의 활용 실태	34
2. 대전·충남 소상공인 지원정책의 활용 실태	35
IV. 우리나라 소상공인 지원정책	36
1. 우리나라 소상공인·전통시장 지원정책	36
1) 소상공인 일반	38
2) 중소소매업	46
3) 전통시장	48
2. 충남·대전 소상공인 지원정책	55
1) 대전	55
2) 충남	59
V. 정책적 제언	62
1. 소상공인정책 개선 방향	62
2. 충남도와 상인에게 하고 싶은 말	68

1. 우리나라의 소상공인정책 변천

1. 기존 정책의 현황 및 추진경과

□ 소상공인정책은 IMF 이후 소상공인의 창업 및 경영개선을 위한 자금지원으로 '99년부터 본격화 되었으나, '05년 5.31 대책을 통해 컨설팅, 상권정보시스템을 통한 정보제공 등이 추가되어 추진

○ 참여정부(2003.2.25~2008.2.24) 이전은 실업문제를 해소하기 위한 일환으로 창업지원이 이루어짐

○ 참여정부에 들어서는 소상공인 부문을 방치할 경우 재정, 금융 등 거시경제정책과 R&D 중소기업정책 등 산업정책의 효과성이 저하될 가능성을 우려

- 낮은 진입장벽 및 정책대상의 광범위성 등 여러 특수성으로 인해 과잉화, 수익성 저하 등으로 집약되는 **소상공인 문제의 근원적 해결에는 한계**가 있지만, 다산다사형의 소상공인 생태구조가 지속될 경우에 우리사회가 지불해야 할 사회적, 경제적 비용이 매우 크다고 판단

○ MB정부는 시장경제 중심의 (프렌드리)친기업정책과 함께 상생 및 동반성장의 한 축으로 소상공인 부문을 해석하고 정책을 추진 중

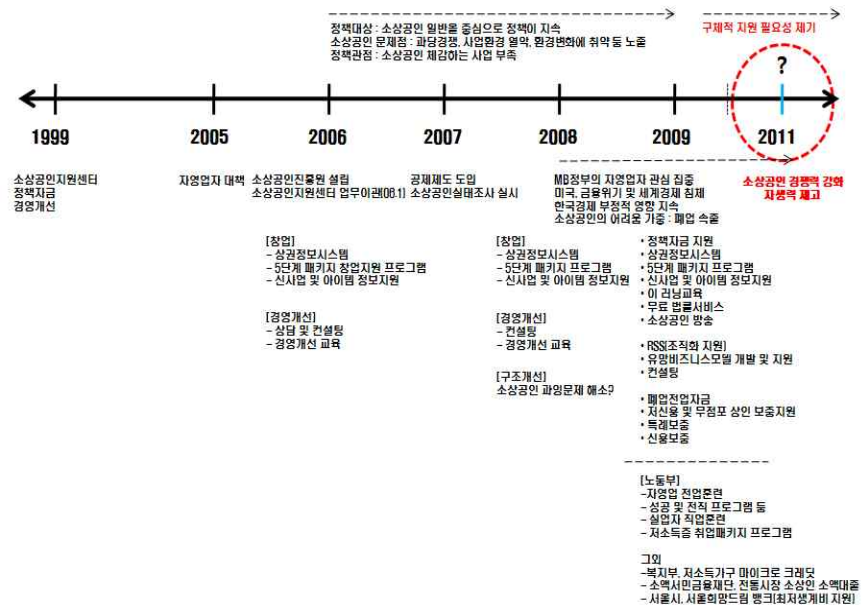
- 정책자금, 교육, 상담 및 컨설팅 등 직·간접적인 정책을 실시

□ 소상공인 정책추진의 실행기구인 지역별 소상공인지원센터는 2006년부터 중앙정부에서 각 지자체로 이관됨으로써 지역별 특성에 맞는 정책추진의 계기를 마련

* 2011.8.25시행 : 소상공인지원센터를 지자체에서 다시 중앙정부로 업무이관(「소기업및소상공인지원을위한특별조치법」 개정 : 2011.4.29)

○ 소상공인은 지역경제 측면에서 보면 지역경제의 뿌리이고, 지역적 특성을 갖게 되므로 지역특성에 맞는 맞춤형 정책추진을 위한 소상공인지원센터의 지자체 이관을 추진

○ 중앙정부 차원에서도 상당수 소상공인 정책을 추진, 관리하는데 있어서 한계를 인식



2. 정책 성과와 한계

□ 소상공인정책은 실업문제를 해소하는 데 기여한 것으로 평가되지만, 소상공인의 과잉화 및 정책의존성 심화라는 문제를 초래

○ 외환위기 직후 실업으로 인한 사회적 문제를 해소하기 위한 정책의 필요성으로 인해 창업을 통한 일자리 창출에는 기여하였으나, 우리 경제규모에 비해 과다하다고 평가되는 소상공인 부문의 과잉화 문제는 여전히 한계로 남음

- 또한, 외환위기 이전에 정책의 사각지대였던 소상공인 부문에 대한 지원정책이 본격화 되면서 소상공인들의 정책의존 성향의 심화에 대한 우려 제기
- 지난 5.31 대책도 소상공인들이 정부정책에 의존하려는 성향에서 벗어나 **소상공인의 경쟁력 강화 및 자생력을 제고**시키되, **구조조정에 필요한 부분에 대해서는 정부의 지원을 추진**한다는 방침으로 추진
- 5.31 대책은 시혜적인 직접지원보다 인프라 조성 등 간접지원에 중점을 두고 소상공인들이 경쟁력을 강화하도록 하고, 소상공인들이 당면한 어려운 현실을 감안, 특례보증, 조세감면 등 최소한의 경영안정을 지원함으로써 양극화 문제를 해소하고자 함
- 그러나 소상공인정책 추진 시 시장경제원리, 자원배분에 있어서의 **선택과 집중의 원리**가 어떻게 적용되어야 하는지 명확하지 않았고, 내수부진이 계속되는 상황에서 어려움에 처한 소상공인에게는 보다 현실적인 특별 프로그램 형태의 단기적인 처방이 시급하다는데 중점을 둬
- 참여정부의 소상공인 대책에 대한 의지와 소상공인의 어려운 현실을 감안하여 납세유예조치 등을 통해 분위기나 사기진작 효과의 측면을 고려하여 제한적이거나 직접 지원방식도 필요하다는 입장이었음
- **MB정부**의 소상공인정책은 시장경제원리, 자원배분에 있어서 **선택과 집중**을 통해서 자원을 효과적으로 활용한다는 원칙 하에서, **선별적(차별화)인 소상공인의 경쟁력을 강화**하기 위해 친기업정책과 함께 **상생, 동반성장**을 강조하는데 중점을 둬

- 시혜적인 직접지원보다 인프라 중심의 간접지원을 함으로써 소상공인 경쟁력 강화 및 자생력 제고에 중점을 두고자 함
- 최근 들어 MRO, 대형마트 및 SSM, 카드수수료 적용요율 등 대기업과 중소기업, 소상공인간 갈등이 고조되고 있는 현실에서 상생과 동반성장이 어려울 것이란 전망이 지배적

3. 향후 소상공인정책의 추진 방향

- 그렇다면, 향후 중장기적인 측면에서 우리나라 소상공인정책은 어느 방향에서, 즉 **정책이념, 정책적 철학, 정책목표 등을 어디에 두어야 올바른 정책이 될까?** 이에 대한 답은 순전히 우리들의 몫이 아닐까?



- 중장기적 측면에서 정부는 소상공인들에게 **‘무엇을(What?)’** 줄 것인가를 고민할게 아니고, 이들에게 **‘어떻게(How?)’** 줘야만 경쟁력을 강화하고 자생력을 제고 할 수 있을까를 고민해야 함

II. 우리나라 소상공인 현황

1. 소상공인의 정의

1) 일반적 및 법률적 정의

□ (일반적) 대기업, 중소기업의 상대적 개념으로 이해

* 자금, 인적, 경영능력 등 경영자원이 열악한 기업군

□ (법률적) 업종별 차이는 있으나, 상시근로자수 5인 미만의 사업자

○ (소상공인 정의) 「소기업 및 소상공인지원을 위한 특별조치법」 제2조제2호에 따른 상시근로자 5인(또는 10인*) 미만 사업자

* 광업·제조업·건설업 및 운수업 : 상시근로자 10인 미만

2) 자영업자와 소상공인의 개념 차이

□ (자영업자) ① 근로자를 1인 이상 고용[고용주]하고 있거나, ② 근로자를 고용하지 않고 자기 혼자 또는 1인 이상 파트너(무급 가족종사자 포함)와 함께 사업을 하는 사람[자영자]

○ 자영업자에 대한 정의는 국가마다 다르고, 정책 목적에 따라 다양하게 정의되고 있음

○ 본래 자영업자란, 자기 책임 하에 사업체를 경영하는 사람으로, 임금근로자와 비교됨

○ 우리나라의 경우 자영업자에 대한 정의는 다소 혼용되고 있는데, 각 기관의 성격에 따라 통계조사 및 정책대상의 관점으로 접근하고 있음

- 첫째, 통계청의 '경제활동인구조사'에서 자영업자를 정의하고 있는데, 여기에서는 주로 통계적 목적으로 경제활동인구에 대한 다양한 분석 중의 하나로 종사자별 지위를 파악하는데 활용되고 있음

- 둘째, 통계청의 '전국사업체조사'에서 기업규모별로 정의하고 있는데, 중소기업청은 주로 정책대상의 하나로 소상공인을 접근하고 있음

3) 그 밖의 영세자영업자와 무등록 자영업자(소상공인)의 의미

□ (영세자영업자) 정부가 정책대상 집단으로서 영세자영업자를 구분할 때, 주로 연간 매출액을 기준으로 설정하고 있음

○ 중소기업청의 경우 영세자영업자를 '부가가치세법'에 의한 연간 매출액 4,800만원 미만의 간이과세자 및 면세사업자로 규정

○ 고용노동부의 경우 이른바 5.31대책(2005)의 일환으로서 영세자영업자에게 직업능력개발사업을 실시하기로 하고, 「근로자 직업능력개발법 시행령」을 2005년 6월에 개정

- 동 개정안은 「근로자직업능력개발법」 제12조(실업자 등을 위한 직업능력개발훈련) 제1항 제6호의 규정(그 밖에 대통령령이 정한 자)을 따르는 「근로자직업능력개발법 시행령」 제6조(실업자 등을 위한 직업능력개발훈련의 대상) 제3호의 규정에 '자영업자 중 직업능력개발훈련이 필요한 자로서 노동부 장관이 정하여 고시하는 자'라는 규정을 삽입함

- 노동부 고시 제2005-50호에서 직업능력개발훈련이 필요한 자영업자를 '부가가치세법에 의한 간이 과세사업자로서 연간 매출액 4,800만원 미만 사업자', '부가가치세법에 의한 면세

사업자로서 연간 매출액 4,800만원 미만 사업자', '신용회복 위원회에 신용회복 지원확정을 받은 사업자¹⁾'라고 규정

- (무등록 자영업자) 소상공인의 범주에 속하지만, 그 동안 정책 대상에서 제외되었던 무등록사업자²⁾란 「소기업및소상공인지원을위한특별조치법」 제2조에 의한 소상공인 중 **부가가치세법 제5조의 규정에 의한 등록을 필하지 않은 소상공인**을 의미하는 것으로, 주로 영세 자영업자 중에서 **노점상과 행상 등 무점포 상인, 입점 무등록 상인, 유제품 배달 등 개인용역을 제공하는 사업자** 등을 가리킴

- 1) 직업능력개발훈련의 경우 '신용회복위원회에 신용회복 지원 확정을 받은 사업자'는 매출액 기준을 벗어나고 있는데, 말하자면 연간매출액이 4,800만원 이상인 자영업주가 신용불량 문제로 신용회복위원회에 신용회복 지원을 신청하고, 신용회복위원회가 지원을 확정하는 경우에는 직업능력개발훈련 대상 자격을 가지게 된다는 의미로 해석
- 2) 그 동안 무등록사업자는 신용등급이 낮고, 사업자 등록이 되어 있지 않아 금융기관을 이용하는데 상당한 제약이 있었으나, 정부의 저신용 자영업자 특례보증 확대에 따라 지속적으로 영업한 사실이 확인된 사업자에 대해서는 지역신용보증재단의 보증으로 협약 금융기관(농협, 새마을금고, 신협 등)에서 소액 및 일정 규모의 사업자금 대출이 가능하게 됨. 다만, 도덕적 해이를 방지하기 위해 신용불량자와 금융기관 연체자 등 지역신용보증재단연합회 재보증 업무방법서 제12조의 재보증 제한 대상자와 본건 특례보증을 받을 자의 배우자, 무점포 사업자로서의 사업사실 확인이 불가능한 자, 가로 정비구역 등 지자체에서 노점 영업행위에 대한 규제를 강화하는 구역 내의 무점포 사업자에 대해서는 지원 대상에서 제외

<참조> 소상공인과 자영업자 차이 비교

- 아래의 <그림1>은 소상공인(전국사업체기초통계조사)과 자영업주(경제활동인구조사연보)를 비교한 것임
- 전국사업체기초통계조사에서 집계되는 우리나라 총사업체는 329.4만개(A+B+C)이며, 이중 소상공인 사업체수는 267.5만개임
- 따라서 자영업주(비농업, B+C+D+E) 571.1만명 중에서 고용주(B+D)는 151.7만명, 자영자(C+E)는 419.4만명이며, 소상공인 사업체 1개에 1명의 사업주가 있는 것으로 간주한다면, 소상공인(B+C)은 267.5만명 정도로 추정

<그림1> 소상공인과 자영업주 비교(2009년 기준)

329.4만개 (전체사업체수)		A (61.9만명)	
소상공인 (81.2%)	B (71.2만명)		고용주 151.7만명 (26.6%)
	D (80.5만명)		자영자 419.4만명 (73.4%)
		C (196.3만명)	E(223.1만명)
		267.5만명	303.6만명
		자영업주(571.1만명)	

자료 : 통계청, 전국사업체기초통계조사, 경제활동인구조사연보

- 주) 1. 소상공인 267.5만명의 사업주를 「경제활동인구조사연보」의 자영업주 내 자영자 73.4% 및 고용주 26.6%의 비율을 적용하여 소상공인의 자영자(C, 196.3만명)와 고용주(B, 71.2만명)로 구분
2. 소상공인은 전국사업체기초통계조사의 사업체 수를 기준으로 분류한 것이며, 자영업주는 경제활동인구조사연보에 따라 취업자수를 기준으로 분류한 것임. 여기에서는 소상공인의 사업체 1개에 1명의 소상공인 사업주가 있는 것으로 간주하였음. 즉, 소상공인 사업체 267.5만개에 소상공인 사업주 267.5만명이 존재하는 것으로 간주하였음
3. 또, 사업체기초통계조사에서 조사되는 소상공인이 경제활동인구조사연보에서 조사되는 자영업주에 완전히 포함되는 것으로 간주함

2. 우리나라 소상공인 현황

1) 우리나라 소상공인 현황 및 실태

(1) 소상공인 현황

□ 업종별 사업체 및 종사자수

(단위 : 개, %)

산업분류	전 체 (A+B+C)	중 소 기 업				대기업(C)
		소기업(A)		중기업(B)	소계 (A+B)	
		소상공인				
전 산 업	3,069,400 (100.0)	2,685,856 (87.5)	2,955,709 (96.3)	110,775 (3.6)	3,066,484 (99.9)	2,916 (0.1)
A 농 업 , 임 업 및 어 업	698 (100.0)	232 (33.2)	423 (60.6)	274 (39.3)	697 (99.9)	1 (0.1)
B 광 업	1,830 (100.0)	1,454 (79.5)	1,802 (98.5)	27 (1.5)	1,829 (99.9)	1 (0.1)
C 제 조 업	318,638 (100.0)	261,162 (82.0)	309,811 (97.2)	8,243 (2.6)	318,054 (99.8)	584 (0.2)
D 전 기, 가 스, 증 기 및 수 도 사 업	319 (100.0)	117 (36.7)	169 (53.0)	132 (41.4)	301 (94.4)	18 (5.6)
E 하 수 · 폐기물처리, 원료재생및환경복원업	4,516 (100.0)	1,666 (36.9)	2,933 (64.9)	1,553 (34.4)	4,486 (99.3)	30 (0.7)
F 건 설 업	94,546 (100.0)	74,371 (78.7)	92,259 (97.6)	2,126 (2.2)	94,385 (99.8)	161 (0.2)
G 도 매 및 소 매 업	855,805 (100.0)	764,831 (89.4)	826,076 (96.5)	29,355 (3.4)	855,431 (100.0)	374 (0.0)
H 운 수 업	341,187 (100.0)	331,400 (97.1)	338,335 (99.2)	2,724 (0.8)	341,059 (100.0)	128 (0.0)
I 숙 박 및 음 식 점 업	627,052 (100.0)	564,158 (90.0)	614,727 (98.0)	12,260 (2.0)	626,987 (100.0)	65 (0.0)
J 출판, 영상, 방송통신및정보서비스업	20,260 (100.0)	9,468 (46.7)	13,981 (69.0)	6,171 (30.5)	20,152 (99.5)	108 (0.5)
K 금 융 및 보 험 업	9,232 (100.0)	5,634 (61.0)	6,777 (73.4)	2,342 (25.4)	9,119 (98.8)	113 (1.2)
L 부 동 산 업 및 임 대 업	106,531 (100.0)	97,704 (91.7)	102,971 (96.7)	3,218 (3.0)	106,189 (99.7)	342 (0.3)
M 전 문, 과 학 및 기 술 서 비 스 업	63,342 (100.0)	39,860 (62.9)	54,289 (85.7)	8,723 (13.8)	63,012 (99.5)	330 (0.5)
N 사업시설관리및사업지원서비스업	31,059 (100.0)	18,987 (61.1)	23,164 (74.6)	7,486 (24.1)	30,650 (98.7)	409 (1.3)
P 교 육 서 비 스 업	140,026 (100.0)	115,610 (82.6)	131,188 (93.7)	8,749 (6.2)	139,937 (99.9)	89 (0.1)
Q 보건업및 사회 복지 서비스업	75,697 (100.0)	43,471 (57.4)	66,626 (88.0)	9,051 (12.0)	75,677 (100.0)	20 (0.0)
R 예술, 스포츠및여가관련서비스업	98,679 (100.0)	93,676 (94.9)	97,252 (98.6)	1,379 (1.4)	98,631 (100.0)	48 (0.0)
S 수 리 및 기 타 개 인 서 비 스 업	279,983 (100.0)	262,055 (93.6)	272,926 (97.5)	6,962 (2.5)	279,888 (100.0)	95 (0.0)

주 : ()안은 각 산업별 전체에 대한 기업규모별 사업체수 구성비(%)임

자료 : 통계청, 『2009년기준 전국사업체조사』에서 재편·가공

(단위 : 명, %)

산업분류	전 체 (A+B+C)	중 소 기 업				대기업(C)
		소기업(A)		중기업(B)	소계 (A+B)	
		소상공인				
전 산 업	13,398,497 (100.0)	5,217,922 (38.9)	7,891,426 (58.9)	3,859,596 (28.8)	11,751,022 (87.7)	1,647,475 (12.3)
A 농 업 , 임 업 및 어 업	9,059 (100.0)	582 (6.4)	1,935 (21.4)	6,902 (76.2)	8,837 (97.5)	222 (2.5)
B 광 업	14,802 (100.0)	4,519 (30.5)	11,491 (77.6)	2,139 (14.5)	13,630 (92.1)	1,172 (7.9)
C 제 조 업	3,246,338 (100.0)	806,686 (24.8)	1,774,274 (54.7)	832,330 (25.6)	2,606,604 (80.3)	639,734 (19.7)
D 전기,가스,증기 및 수도 사업	11,731 (100.0)	243 (2.1)	575 (4.9)	5,907 (50.4)	6,482 (55.3)	5,249 (44.7)
E 하수·폐기물처리,원료재생및환경복원업	55,354 (100.0)	4,339 (7.8)	12,764 (23.1)	38,085 (68.8)	50,849 (91.9)	4,505 (8.1)
F 건 설 업	886,089 (100.0)	243,780 (27.5)	580,517 (65.5)	213,788 (24.1)	794,305 (89.6)	91,784 (10.4)
G 도 매 및 소 매 업	2,583,339 (100.0)	1,386,259 (53.7)	1,767,271 (68.4)	680,262 (26.3)	2,447,533 (94.7)	135,806 (5.3)
H 운 수 업	917,276 (100.0)	396,945 (43.3)	542,077 (59.1)	300,942 (32.8)	843,019 (91.9)	74,257 (8.1)
I 숙 박 및 음 식 점 업	1,746,425 (100.0)	1,172,538 (67.1)	1,479,048 (84.7)	236,611 (13.5)	1,715,659 (98.2)	30,766 (1.8)
J 출판,영상,방송통신및정보서비스업	338,697 (100.0)	22,178 (6.5)	51,778 (15.3)	217,908 (64.3)	269,686 (79.6)	69,011 (20.4)
K 금 융 및 보 험 업	168,161 (100.0)	10,112 (6.0)	17,632 (10.5)	79,345 (47.2)	96,977 (57.7)	71,184 (42.3)
L 부 동 산 업 및 임 대 업	284,824 (100.0)	151,467 (53.2)	184,754 (64.9)	60,371 (21.2)	245,125 (86.1)	39,699 (13.9)
M 전 문, 과학 및 기 술 서 비 스 업	620,569 (100.0)	92,688 (14.9)	182,774 (29.5)	251,044 (40.5)	433,818 (69.9)	186,751 (30.1)
N 사업시설관리및사업지원서비스업	662,827 (100.0)	39,668 (6.0)	66,643 (10.1)	354,769 (53.5)	421,412 (63.6)	241,415 (36.4)
P 교 육 서 비 스 업	497,038 (100.0)	204,764 (41.2)	303,108 (61.0)	179,874 (36.2)	482,982 (97.2)	14,056 (2.8)
Q 보건업및사회복지서비스업	494,914 (100.0)	136,617 (27.6)	279,822 (56.5)	207,388 (41.9)	487,210 (98.4)	7,704 (1.6)
R 예술,스포츠및여가관련서비스업	255,786 (100.0)	164,173 (64.2)	185,824 (72.6)	50,448 (19.7)	236,272 (92.4)	19,514 (7.6)
S 수 리 및 기 타 개 인 서 비 스 업	605,268 (100.0)	380,364 (62.8)	449,139 (74.2)	141,483 (23.4)	590,622 (97.6)	14,646 (2.4)

주 : ()안은 각 산업별 전체에 대한 기업규모별 종사자수 구성비(%)임.

자료 : 통계청, 『2009년기준 전국사업체조사』에서 재편·가공

□ 지역별 사업체 및 종사자수

(단위 : 명, %)

(단위 : 개, %)

지역분류	전 체 (A+B+C)	중소기업				대기업 (C)
		소기업(A)		중기업 (B)	소계 (A+B)	
		소상공인				
전 국	3,069,400 (100.0)	2,685,856 (87.5)	2,955,709 (96.3)	110,775 (3.6)	3,066,484 (99.9)	2,916 (0.1)
서 울	686,901 (100.0)	586,836 (85.4)	651,037 (94.8)	34,494 (5.0)	685,531 (99.8)	1,370 (0.2)
부 산	245,613 (100.0)	217,660 (88.6)	237,403 (96.7)	8,033 (3.3)	245,436 (99.9)	177 (0.1)
대 구	170,039 (100.0)	152,355 (89.6)	165,048 (97.1)	4,900 (2.9)	169,948 (99.9)	91 (0.1)
인 천	149,877 (100.0)	131,410 (87.7)	144,702 (96.5)	5,083 (3.4)	149,785 (99.9)	92 (0.1)
광 주	92,307 (100.0)	80,875 (87.6)	89,073 (96.5)	3,172 (3.4)	92,245 (99.9)	62 (0.1)
대 전	86,870 (100.0)	76,385 (87.9)	83,561 (96.2)	3,232 (3.7)	86,793 (99.9)	77 (0.1)
울 산	64,822 (100.0)	56,903 (87.8)	62,299 (96.1)	2,451 (3.8)	64,750 (99.9)	72 (0.1)
경 기	619,251 (100.0)	527,563 (85.2)	594,916 (96.1)	23,916 (3.9)	618,832 (99.9)	419 (0.1)
강 원	106,603 (100.0)	96,969 (91.0)	103,904 (97.5)	2,670 (2.5)	106,574 (100.0)	29 (0.0)
충 북	93,888 (100.0)	83,639 (89.1)	90,969 (96.9)	2,845 (3.0)	93,814 (99.9)	74 (0.1)
충 남	119,060 (100.0)	106,354 (89.3)	115,643 (97.1)	3,334 (2.8)	118,977 (99.9)	83 (0.1)
전 북	109,076 (100.0)	97,880 (89.7)	106,125 (97.3)	2,909 (2.7)	109,034 (100.0)	42 (0.0)
전 남	110,275 (100.0)	100,140 (90.8)	107,714 (97.7)	2,494 (2.3)	110,208 (99.9)	67 (0.1)
경 북	168,184 (100.0)	152,499 (90.7)	163,999 (97.5)	4,077 (2.4)	168,076 (99.9)	108 (0.1)
경 남	204,744 (100.0)	181,579 (88.7)	198,753 (97.1)	5,851 (2.9)	204,604 (99.9)	140 (0.1)
제 주	41,890 (100.0)	36,809 (87.9)	40,563 (96.8)	1,314 (3.1)	41,877 (100.0)	13 (0.0)

주 : ()안은 각 지역별 전체에 대한 기업규모별 사업체수 구성비(%)임.

자료 : 통계청 『2009년기준 전국사업체조사』에서 재편·가공

지역분류	전체 (A+B+C)	중소기업				대기업 (C)
		소기업(A)		중기업 (B)	소계 (A+B)	
		소상공인				
전 국	13,398,497 (100.0)	5,217,922 (38.9)	7,891,426 (58.9)	3,859,596 (28.8)	11,751,022 (87.7)	1,647,475 (12.3)
서 울	3,406,880 (100.0)	1,126,915 (33.1)	1,644,791 (48.3)	1,110,046 (32.6)	2,754,837 (80.9)	652,043 (19.1)
부 산	949,925 (100.0)	407,779 (42.9)	603,511 (63.5)	276,588 (29.1)	880,099 (92.6)	69,826 (7.4)
대 구	610,523 (100.0)	288,910 (47.3)	412,812 (67.6)	163,541 (26.8)	576,353 (94.4)	34,170 (5.6)
인 천	645,099 (100.0)	259,133 (40.2)	406,015 (62.9)	185,733 (28.8)	591,748 (91.7)	53,351 (8.3)
광 주	381,773 (100.0)	153,534 (40.2)	233,429 (61.1)	110,499 (28.9)	343,928 (90.1)	37,845 (9.9)
대 전	336,535 (100.0)	141,832 (42.1)	202,352 (60.1)	103,077 (30.6)	305,429 (90.8)	31,106 (9.2)
울 산	350,851 (100.0)	104,954 (29.9)	159,543 (45.5)	104,844 (29.9)	264,387 (75.4)	86,464 (24.6)
경 기	2,936,327 (100.0)	1,118,148 (38.1)	1,833,031 (62.4)	806,420 (27.5)	2,639,451 (89.9)	296,876 (10.1)
강 원	340,891 (100.0)	178,700 (52.4)	245,560 (72.0)	78,210 (22.9)	323,770 (95.0)	17,121 (5.0)
충 북	398,647 (100.0)	159,541 (40.0)	241,540 (60.6)	117,106 (29.4)	358,646 (90.0)	40,001 (10.0)
충 남	513,693 (100.0)	199,134 (38.8)	301,905 (58.8)	142,495 (27.7)	444,400 (86.5)	69,293 (13.5)
전 북	390,859 (100.0)	181,342 (46.4)	261,983 (67.0)	103,830 (26.6)	365,813 (93.6)	25,046 (6.4)
전 남	403,229 (100.0)	189,709 (47.0)	267,191 (66.3)	97,169 (24.1)	364,360 (90.4)	38,869 (9.6)
경 북	667,796 (100.0)	284,220 (42.6)	419,474 (62.8)	166,790 (25.0)	586,264 (87.8)	81,532 (12.2)
경 남	923,389 (100.0)	355,314 (38.5)	557,524 (60.4)	257,889 (27.9)	815,413 (88.3)	107,976 (11.7)
제 주	142,080 (100.0)	68,757 (48.4)	100,765 (70.9)	35,359 (24.9)	136,124 (95.8)	5,956 (4.2)

주 : ()안은 각 지역별 전체에 대한 기업규모별 종사자수 구성비(%)임

자료 : 통계청, 『2009년기준 전국사업체조사』에서 재편·가공

(2) 소상공인 실태(2010년 전국 소상공인실태조사 결과)

(창업분석)

① 소상공인의 창업은 상당수가 '생계형' 창업으로 안정성 추구
성향이 높고, 사업경험이 적음

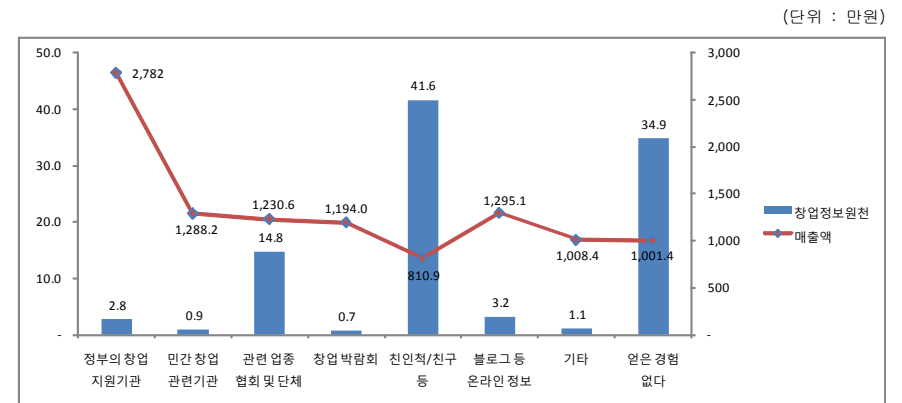
- 소상공인은 자영업자 출신의 이직(34.2%)이 상당수이며, 사업 무경험자의 비중(65.8%)이 높아 사업의 전문성이 부족
 - * 전직경력 : 개인사업(34.2%), 블루칼라(23.7%), 화이트칼라(19.5%), 전업주부(13.5%), 현재의 직업이 최초 직업(8.5%)
 - * 개인사업 출신자 : 동종업종 22.7%, 이종업종 11.5%
- 또한, 마땅한 일자리가 없어서 창업하는 생계형(80.2%)이 대다수

창업을 통해 성공할
가능성이 있어서
(17.2)

- 평균 창업비용은 6,570만원이 소요되고, 자기자본비율은 평균 74.8% 수준
 - * 업종별 평균창업비용(만원) : 오락·문화·운동관련 서비스업(9,765)>전기·가스·수도·건설(9,139)>숙박/음식업(7,540)>제조업(6,808)>교육 서비스업(6,768)>정보·기술·사업서비스업(6,725) 등의 순
 - * 입지유형별 평균창업비용(만원) : 공단(12,039)>백화점/할인점내(10,860)>집합상가(8,376)>아파트상가(7,595)>도로변일반상가(6,686) 등의 순

- 창업에 대한 정보를 얻은 경험이 없거나(34.9%), 사적인 경로(친인척·친구 : 41.6%, 블로그 등 온라인 정보 : 3.2%)를 통해 창업 및 경영관련 정보를 습득하는 업체가 다수

- 반면, 정부의 창업지원기관, 창업박람회 등 공적 경로의 정보를 활용한 업체일수록 영업실적이 우수



② 충분한 사전준비 부족으로 사업성고가 저조

- 상권정보 및 입지분석, 시장경쟁여건 파악, 전문성 확보 등을 위한 충분한 사전준비는 사업성공의 필요충분조건
- 창업준비기간이 짧을수록 수익이 적고, 준비된 창업일수록 일반적으로 영업실적이 양호한 것으로 파악

<표1> 창업준비기간별 영업실적

창업준비기간	1개월 미만	1~3개월 미만	3~6개월 미만	6개월~1년 미만	1~2년 미만	2년 이상
월수익 100만원 미만업체(%)	16.0	23.6	23.8	13.7	7.9	15.0
월평균 매출액 (만원)	931.9	731.5	1,103.8	1,076.1	1,161.7	1,075.5
월평균 순이익 (만원)	127.5	124.5	156.4	173.3	167.1	162.0

* 월평균 매출액, 월평균 순이익, 월수익 100만원 미만 업체 비교
: 매출액('07년 838.3만원→'10년 990.0만원), 순이익('07년 181.7만원→149.1만원), 월수익 100만원 미만 업체('07년 37.4%→'10년 57.6%)

- 한편, 소상공인의 창업준비기간은 평균 8.8개월로 지난 '07년 8.2개월보다 0.6개월 늘어남

<표2> '07년과 '10년의 창업준비기간 변화 비교

창업준비기간		1개월 미만	1~3개월 미만	3~6개월 미만	6개월~1년 미만	1~2년 미만	2년 이상
'07년(%)	8.2개월	21.6	24.2	17.1	11.3	9.2	16.7
'10년(%)	8.8개월	14.2	23.0	23.2	13.5	8.6	17.4

* 업종별 평균 창업준비기간(개월)
: 운수/통신업(15.9), 전기/가스/수도/건설(9.7), 정보/기술/사업서비스(9.6), 부동산/임대업(9.4), 제조업(9.0), 수리/개인서비스업(8.6), 교육서비스업(8.0), 소매업(7.3), 오락/문화/운동(7.3), 숙박/음식업(6.7) 등의 순

- 철저한 사전준비가 필요한 분야는 자금조달계획, 입지선정, 경영노하우, 업종선택, 정보획득 등으로 파악

(경영현황 및 영업활동 애로분석)

① 70% 이상의 소상공인이 고객수, 매출액, 순이익 감소로 경영난에 직면하고 있으나 제조업, 전기·가스·수도·건설업, 교육서비스업 등은 상대적으로 경영상황이 호전

- 소상공인의 70% 이상이 고객수와 매출 및 순이익 감소
 - * 감소업체 비중 : 고객수 70.3%, 매출액 71.7%, 순이익 73.4%
 - * 증가업체 비중 : 고객수 8.3%, 매출액 7.4%, 순이익 6.0%
- 소상공인의 소득수준(149.1만원)은 임금근로자의 평균임금(276.9만원, 5인 이상 사업체 상시근로자 기준, 2010. 3. 노동부)보다 크게 낮은 수준
 - * 소상공인 월평균 매출액 : 990.0만원, 월평균 순이익 : 149.1만원
- 월평균 매출액 400만원 이하의 업체가 절반 수준을 훨씬 상회하고, 월평균 순이익 400만원 이상의 업체는 5.6%에 불과
 - * 월평균 매출액 분포 : 400만원 이하 58.3%, 1,000만원 이상 16.3%
 - * 월평균 순이익 분포 : 200만원 이하 81.0%, 400만원 이상 5.6%
 - * 순이익이 최저생계비(136.3만원, 4인가구 기준[2010, 보건복지가족부])에도 못 미치는 업체가 37% 수준
- 업종별로는 운수/통신업(86.5%), 부동산/임대업(78.7%), 오락/문화/운동관련 서비스업(76.7%) 등에서 매출감소 업체비중이 높은 반면(전업종 평균 : 71.7%),
 - 제조업(11.8%), 전기/가스/수도/건설업(11.4%), 교육서비스업(10.1%), 정보/기술/사업서비스업(9.9%) 등에서 매출증가 업체비중이 상대적으로 높게 나타남(전업종 평균 : 7.4%)

- 지역별로는 전남(77.8%), 부산(75.8%), 서울(75.1%), **충남(73.7%)** 등의 지역에서 매출감소 업체 비중이 상대적으로 크고,
- **충남(11.2%)**, 제주(11.0%), 인천(10.2%), 경기(9.6%) 등의 지역에서 매출증가 업체 비중이 상대적으로 크게 나타남

② 소상공인의 경영악화의 주요 외부원인은 주변 소형업체와의 경쟁심화, 소비자의 구매패턴 변화, 대형업체의 출현, 원재료비 상승 등에 기인

- 소상공인 경영악화의 주요 외부요인은 주변 소형업체와의 경쟁심화(30.5%), 소비자의 구매패턴의 변화(20.1%), 주변지역의 대형업체의 출현(17.5%) 등에 기인

③ 소상공인 경영악화의 주요 내부원인은 판로부족 및 미개척, 자금부족, 상품 및 고객관리 어려움 등에 기인

- 매출액 및 순이익 감소의 주요 내부원인은 판로부족 및 미개척, 자금부족, 상품 및 고객관리 어려움, 높은 임대료, 입지조건 열세 등에 주로 기인
- 특히, 판로부족 및 미개척이 가장 큰 원인으로 작용
- 판로부족 및 미개척은 제조업(37.1%), 소매업(35.4%), 전기/가스/수도/건설업(31.1%) 등에서 상대적으로 저조
- 자금부족은 전기/가스/수도/건설업(19.3%), 정보/기술/사업서비스업(17.2%), 제조업(16.7%) 등에서 심각
- 특히, 영업기간이 1년~5년 미만 사업체(15.2%)이고, 성장기(20.0%)와 개점초기(14.4%) 사업체에서 자금부족이 심각

- 상품 및 고객관리 어려움은 교육서비스업(20.6%), 운수/통신업(18.8%), 수리/개인서비스업(15.2%) 등에서 어려움을 겪고 있는 것으로 나타남

- 영업기간이 20년 이상의 사업체(26.3%) 및 입지유형이 개인택시(18.8%), 도로변 일반상점(13.0%), 전통시장(12.6%) 등에서 어려움을 겪고 있는 것으로 나타남

* 개점초기(14.6%)와 성숙기/안정기(13.8%) 사업체에서 어려움

- 높은 임대료 문제는 교육서비스업(14.8%), 오락/문화/운동 서비스업(14.3%), 숙박/음식업(10.6%) 등에 영향을 주며, 서울(16.2%), 경기(9.7%), 경남(8.8%) 등의 지역에서 상대적으로 높음

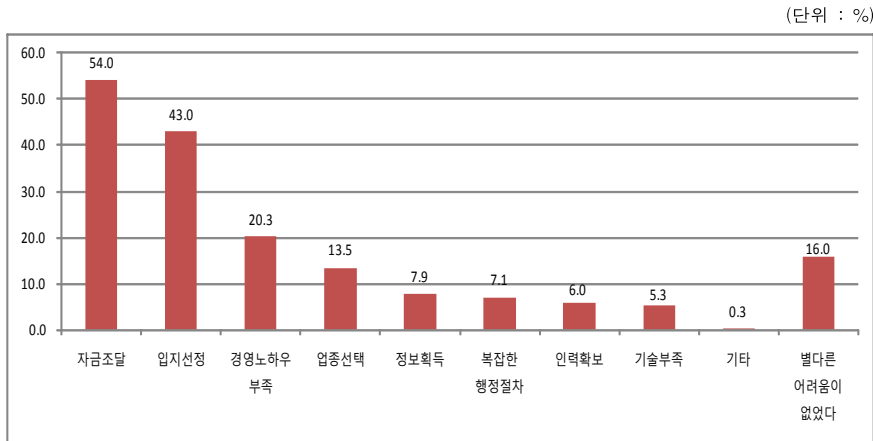
* 백화점 및 대형할인점 내 점포(20.5%), 집합상가(12.6%), 지하상가(10.9%) 등에서 높음

- 그 밖에 입지선정, 시설 노후, 시장정보 부족, 품질·가격 등 경쟁력 약화 등이 경영악화의 요인의 작용

④ 소상공인은 전체적으로 자금조달, 입지선정, 경영 노하우 부족 등에서 큰 애로를 경험

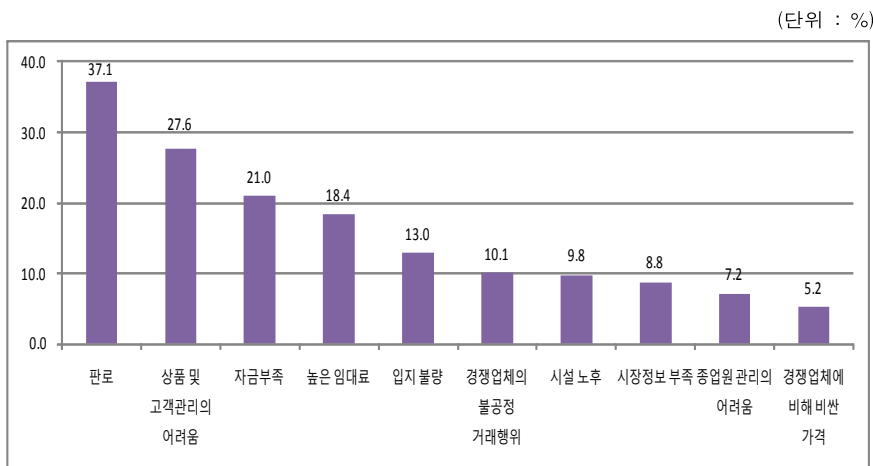
- 소상공인은 창업단계에서 자금조달(54.0%), 입지선정(43.0%), 경영노하우 부족(20.3%) 등에서 애로 경험

- 자금조달에 가장 큰 애로를 느끼고 있으며, 주로 제도권 금융을 통해 조달하고 있으나 최근 정책자금 비중이 증가하고, 사채 비중은 감소 추세

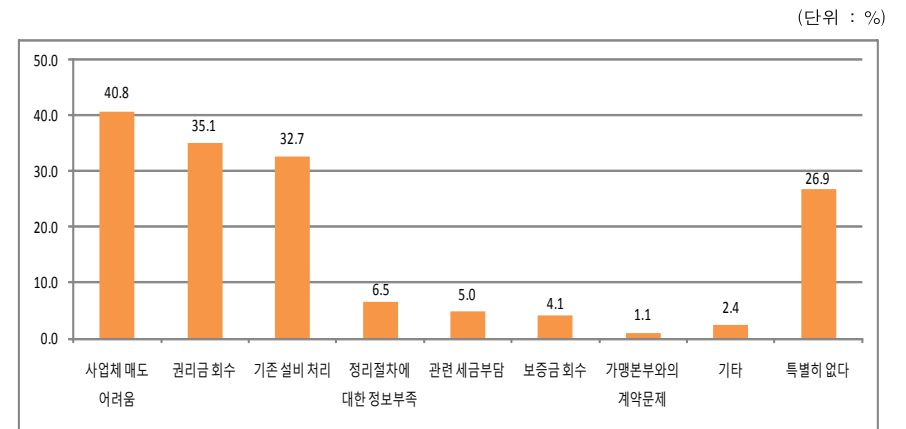


* 은행·보험사 등 금융기관(54.2%), 친구·친척(26.5%), 새마을금고·신협 등 서민 금융기관(8.4%), 정책자금(6.3%), 사채(2.4%)의 순

- 경영단계에서는 판로(37.1%), 상품 및 고객관리에 어려움(27.6%), 자금부족(21.0%) 등으로 애로



- 구조조정단계에서는 사업체 매도(40.8%), 권리금 회수(35.1%), 기존 설비처리(32.7%) 등에서 애로



(장사 잘 되는 점포의 특성)

◆ 장사가 잘 되는 점포는 친절서비스와 새로운 경영기법 도입 등 혁신적 경영마인드를 갖고 지원시책들을 잘 활용하는 특징을 가짐

- 매출 증가로 사업이 잘 되는 사업체는 전체적으로 7.4% 수준
- 창업동기측면에서 보면 생계형 보다는 성공가능성을 보고 진입한 혁신주도형 소상공인이 뛰어난 성과
 - * 혁신주도형의 생계유지형 대비 성과배율 : 월매출액(3.0배), 순이익(2.1배)
- 최적의 창업 준비기간을 갖춘 업체일수록 경영성과가 높음
 - * 창업준비기간이 너무 짧아도, 너무 길어도 성과 낮은 역U자형 관계
 - * 창업준비기간이 3개월~6개월, 1년~2년이 가장 좋은 경영성과, 매출증가 업체 비중도 높음

- 경영성과가 높은 사업장형태는 본사, 입지유형은 공단
- 사업성공의 주요 요인은 친절서비스 강화, 시설개선 및 경영기법 개선 등 소상공인 스스로의 자구노력이 핵심요소로 파악
 - * 성공요인 : 1순위(친절서비스 강화 61.6%), 2순위(시설개선 및 경영기법 개선 16.9%), 3순위(신제품 출시 7.3%), 4순위(가격인하 3.5%)
- 친절서비스 강화는 오락/문화/운동관련 서비스업(86.2%), 부동산/임대업(85.3%), 수리/개인서비스업(83.7%) 등 주로 서비스업종에서 중요한 요소로 인식
- 사업이 잘되는 점포일수록 정부의 지원시책들을 잘 활용

(한계업체의 현황 및 전망)

◆ 한계업체의 비중이 점차 낮아지고 있으나, 여전히 소상공인 주요업종에서 사업전환 및 구조조정이 필요

- 전체 소상공인 중 폐업, 전직, 사업전환을 희망하는 한계업체 비중은 10.6%(약 28만개) 수준
 - * 한계업체 비중 : '07년 15.4%(약 40만개) → '10년 10.6%(약 28만개)
- 업종별로는 오락·문화·운동관련 서비스업(17.9%), 숙박 및 음식점업(14.9%), 소매업(13.1%), 부동산·임대업(10.1%) 등에서 상대적으로 높은 비중 차지
 - * 운수·통신업(3.1%), 전기·가스·수도·건설업(5.5%), 교육서비스업(7.0%) 등에서 상대적으로 낮은 비중

- 지역별로는 서울(14.6%), 경북(14.3%), 강원(14.0%) 등의 순으로 한계업체가 많이 분포
- 소상공인의 다수를 차지하는 소매업의 경우 한계업체의 비중은 감소 추세
 - * 소매업 한계업체 비중 : ('05) 26.7% → ('07) 18.5% → ('10) 13.1%
- 한계업체의 향후 진로는 폐업(49.6%), 전직(36.1%), 사업전환(14.3%) 등의 순으로 희망
 - '07년 대비 폐업과 사업전환 희망 비율이 줄고, 전직희망 비율이 증가
 - * '07년 대비 비교 : 폐업 57.4% → 49.6%, 전직 27.1% → 36.1%, 사업전환 15.6% → 14.3%
- 향후 진로선택에 있어 사업체 매도, 권리금 회수, 기존설비처리, 고연령, 기술능력 부족 등이 걸림돌로 작용

사업전환 희망시 애로(1+2순위)	취업희망시 애로(1+2순위)
사업체 매도(40.8%), 권리금 회수(35.1%), 기존설비 처리(32.7%), 정리절차 정보부족(6.5%) 등	고연령(71.2%), 학력차별(35.0%), 기술능력부족(34.2%), 취업정보 부족(24.5%) 등

2) 대전·충남지역 소상공인 현황 및 실태(2010년 전국소상공인 실태조사 결과)

(1) 소상공인 현황

(단위 : 개, 명, %)

구분	사업체수	종사자수
대전/충남	182,739	340,966
대전	76,985	141,832
동구	14,540 (19.0)	25,314 (17.8)
중구	15,274 (20.0)	26,652 (18.8)
서구	22,402 (29.3)	42,190 (29.7)
유성구	11,142 (14.6)	22,695 (16.0)
대덕구	13,027 (17.1)	24,981 (17.6)
충남	106,354	199,134
천안시	28,365 (26.7)	54,349 (27.3)
공주시	6,352 (6.0)	11,890 (6.0)
보령시	6,298 (5.9)	11,725 (5.9)
아산시	10,592 (10.0)	20,264 (10.2)
서산시	7,893 (7.4)	14,247 (7.2)
논산시	7,493 (7.0)	13,740 (6.9)
계룡시	1,338 (1.3)	2,614 (1.3)
금산군	3,930 (3.7)	7,266 (3.6)
연기군	4,001 (3.8)	7,610 (3.8)
부여군	3,736 (3.5)	6,481 (3.3)
서천군	3,510 (3.3)	6,420 (3.2)
청양군	1,640 (1.5)	2,955 (1.5)
홍성군	5,370 (5.0)	10,176 (5.1)
예산군	4,769 (4.5)	8,173 (4.1)
태안군	4,165 (3.9)	8,240 (4.1)
당진군	6,902 (6.5)	12,984 (6.5)

주 : 1. ()안은 광역시·도에 대한 구·시·군별 사업체수 및 종사자수 구성비(%)임.

자료 : 통계청, 「전국사업체 조사(2009년)」에서 재편·가공

(2) 소상공인 실태

가. 창업

□ (대전)

- 대전지역의 소상공인은 자영업자 출신의 이직(40.1%)이 높은 편이며, 사업무경험자의 비중(59.9%)이 높아 사업의 전문성이 부족
 - * 전직경력 : 개인사업(40.1%), 블루칼라(21.9%), 화이트칼라(19.1%), 전업주부(13.1%), 현재의 직업이 최초 직업(4.9%)
 - * 개인사업 출신자 : 동종업종 26.4%, 이종업종 13.7%
- 생계를 위한 창업(75.6%)이 대다수
- 평균 창업비용은 5,428만원이 소요되고, 자기자본비율은 평균 70.9% 수준
 - * 업종별 평균창업비용(만원) : 오락·문화·운동관련 서비스업(7,560)>숙박/음식업(6,565)>전기·가스·수도·건설(6,406)>소매업(6,077)>정보·기술·사업서비스업(6,036)>교육서비스업(5,943) 등의 순
 - * 입지유형별 평균창업비용(만원) : 백화점(6,600)>주택가(6,432)>도로변(5,911)>집합상가(5,538)>아파트상가(4,727) 등의 순
- 창업에 대한 정보를 얻은 경험이 없거나(28.7%), 사적인 경로(친인척/친구 등 : 55.9%, 블로그 등 온라인 정보 : 2.3%)를 통해 창업 및 경영관련 정보를 습득하는 업체가 다수
- 창업준비기간이 짧을수록 수익이 적고, 창업준비기간이 3개월 이상이면 영업실적이 양호한 것으로 파악

<표3> 창업준비기간별 영업실적

창업준비기간	1개월 미만	1~3개월 미만	3~6개월 미만	6개월~1년 미만	1~2년 미만	2년 이상
월수익 100만원 미만업체(%)	8.7	26.1	17.4	4.4	13.0	30.4
월평균 매출액 (만원)	514.6	458.0	1,351.3	736.2	1,315.0	944.8
월평균 순이익 (만원)	31.3	59.1	153.3	204.7	128.2	306.5

- 대전지역의 창업 준비기간은 평균 10.2개월로 지난 '07년 8.9개월보다 1.3개월 늘어남

<표2> '07년과 '10년의 창업준비기간 변화 비교

창업준비기간		1개월 미만	1~3개월 미만	3~6개월 미만	6개월~1년 미만	1~2년 미만	2년 이상
'07년(%)	8.9개월	23.4	21.9	15.9	8.0	11.9	18.9
'10년(%)	10.2개월	6.8	20.5	24.0	17.0	9.8	21.9

- * 업종별 평균창업준비기간(개월) : 운수/통신업(18.7), 부동산/임대업(12.3), 제조업(11.5), 전기/가스/수도/건설(10.4), 정보/기술/사업서비스업(9.4), 수리/개인서비스업(9.3)

□ (충남)

- 충남지역의 소상공인은 자영업자 출신의 이직(28.7%)보다 사업무경험자의 비중(71.3%)이 더 높음
- * 전직경력 : 개인사업(28.7%), 블루칼라(22.7%), 화이트칼라(20.7%), 전업주부(15.5%), 현재의 직업이 최초 직업(8.1%)
- * 개인사업 출신자 : 동종업종16.8%, 이종업종 11.9%
- 또한, 마땅한 일자리가 없어서 창업하는 생계형(70.0%)이 대다수

- 평균 창업비용은 6,758만원이 소요되고, 자기자본비율은 평균 74.3% 수준

- * 업종별 평균창업비용(만원) : 제조업(11,993)>전기·가스·수도·건설(9,520)>소매업(7,630)>오락·문화·운동관련 서비스업(7,268)>숙박/음식업(6,206)>정보·기술서비스업(6,194) 등의 순
- * 입지유형별 평균창업비용(만원) : 공단(11,750)>도로변(7,623)>아파트상가(6,796)>주택가(6,053)>집합상가(5,942)>전통시장(4,497) 등의 순

- 창업에 대한 정보를 얻은 경험이 없거나(49.2%), 사적인 경로(친인척/친구 등 : 35.0%, 블로그 등 온라인 정보 : 2.0%)를 통해 창업 및 경영관련 정보를 습득하는 업체가 다수

- 창업준비기간이 짧을수록 수익이 적음

<표3> 창업준비기간별 영업실적

창업준비기간	1개월 미만	1~3개월 미만	3~6개월 미만	6개월~1년 미만	1~2년 미만	2년 이상
월수익 100만원 미만업체(%)	25.0	25.0	12.5	4.2	20.8	12.5
월평균 매출액 (만원)	1,737.0	713.0	2,037.0	1,033.9	964.2	1,069.4
월평균 순이익 (만원)	103.7	113.8	136.1	139.1	99.0	144.3

- 한편, 충남지역 소상공인의 창업준비기간은 평균 11.1개월로 지난 '07년 8.5개월보다 2.6개월 늘어남

<표2> '07년과 '10년의 창업준비기간 변화 비교

창업준비기간		1개월 미만	1~3개월 미만	3~6개월 미만	6개월~1년 미만	1~2년 미만	2년 이상
‘07년(%)	8.5개월	31.3	17.1	11.3	10.9	13.1	16.4
‘10년(%)	11.1개월	10.1	22.0	18.7	8.8	12.6	27.8

- * 업종별 평균 창업준비기간(개월) : 운수/통신업(17.4), 전기/가스/수도/건설(13.5), 부동산/임대업(13.1), 제조업(12.9), 정보/기술서비스업(12.4), 수리/개인서비스업(10.9), 교육서비스업(10.7) 등의 순

나. 경영현황 및 영업활동 애로분석

□ (대전)

- 대전지역 소상공인의 이상이 고객수와 매출 및 순이익 감소
 - * 감소업체 비중 : 고객수 69.3% , 매출액 70.1% , 순이익 76.6%
 - * 증가업체 비중 : 고객수 7.0%, 매출액 5.9%, 순이익 3.9%
- 대전지역 소상공인의 소득수준(165.6만원)은 임금근로자의 평균임금(276.9만원, 5인 이상 사업체 상시근로자 기준, 2010. 3, 노동부) 보다 크게 낮은 수준
 - * 대전지역 소상공인 월평균 매출액 : 914.3만원, 월평균 이익 : 165.1만원
- 월평균 매출액 400만원 이하의 업체가 절반
 - * 월평균 매출액 분포 : 400만원 이하 59.2%, 1,000만원 이상 14.6%
 - * 월평균 순이익 분포 : 200만원 이하 82.6%, 400만원 이상 5.5%
- 업종별로 숙박/음식업(81.0%). 운수/통신업(77.3%), 부동산/임대업(75.6%), 오락/문화/운동관련 서비스업(74.4%) 등에서 매출감소 업체비중이 높은 반면(대전 평균 : 70.1%)
 - 교육서비스업(19.1%), 제조업(14.8%), 전기/가스/수도/건설(8.6%), 숙박/음식업(5.2%) 등에서 매출증가 업체 비중이 상대적으로 높게 나타남(대전 평균 : 5.9%)

- 대전지역 소상공인 경영악화의 주요 외부 요인은 주변 소형업체와의 경쟁심화(31.3%), 소비자의 구매패턴의 변화(27.0%), 인건비, 임대료 등 원가의 상승(22.5%) 등에 기인
- 매출액 및 순이익 감소의 주요 내부원인은 판로부족 및 미개척, 자금부족, 상품 및 고객관리 어려움, 경쟁업체의 불공정거래행위 등에 주로 기인
- 판로부족 및 미개척이 가장 큰 원인으로 작용
 - 판로부족 및 미개척은 운수/통신업(14.5%), 소매업(14.0%), 부동산/임대업(11.8%) 등에서 상대적으로 저조
- 자금부족은 제조업(16.7%), 오락/문화/운동 서비스업(11.7%), 정보/기술서비스업(11.7%) 등에서 심각
 - 특히 영업기간 5년~10년 미만 사업체(38.3%)이고, 성숙기 또는 안정기(48.3%)와 쇠퇴기(21.7%) 사업체에서 자금부족이 심각
- 상품 및 고객관리 어려움은 수리/개인서비스업(18.3%), 숙박/음식업(17.1%), 교육서비스업(15.9%) 등에서 어려움을 겪고 있는 것으로 나타남
 - 영업기간 1년~5년 미만의 사업체(40.2%) 및 도로변 일반상점(52.4%), 주택가(14.6%) 등에서 어려움을 겪고 있는 것으로 나타남
 - * 쇠퇴기(39.0%)와 성숙기 또는 안정기(37.8%) 사업체에서 어려움
 - 경쟁업체의 불공정거래행위 문제는 수리/개인서비스업(19.4%), 부동산/임대업(13.9%), 교육서비스업(11.1%), 제조업(11.1%) 등의 업종에서 상대적으로 높음
 - * 도로변(55.6%), 아파트상가(19.4%), 주택가(16.7%) 등에서 높게 나타남

- 그 밖에 높은 임대료, 입지선정, 품질·가격 경쟁력 약화 등이 경영악화의 요인으로 작용
- 대전지역의 소상공인은 창업단계에서 자금조달(60.7%), 입지선정(36.9%), 경영노하우 부족(18.4%) 등에서 애로 경험
 - 은행·보험사 등 금융기관(51.2%), 친구·친척(28.2%), 정책자금(9.3%), 새마을금고·신협 등 서민 금융기관(8.0%)의 순
- 경영 단계에서는 판로(49.4%), 상품 및 고객관리의 어려움(33.2%), 자금부족(20.3%) 등에서 애로
- 구조조정단계에서는 사업체 매도(45.2%), 권리금 회수(41.9%), 기존설비처리(32.7%) 등에서 애로

□ (충남)

- 충남지역 소상공인의 70%이상이 고객수와 매출 및 순이익 감소
 - * 감소업체 비중 : 고객수 72.8% , 매출액 73.7% , 순이익 76.0%
 - * 증가업체 비중 : 고객수 12.1%, 매출액 11.2%, 순이익 10.1%
- 충남지역 소상공인의 소득수준(125.8만원)은 임금근로자의 평균임금(276.9만원, 5인 이상 사업체 상시근로자 기준, 2010. 3, 노동부) 보다 크게 낮은 수준
 - * 충남지역 소상공인 월평균 매출액 : 1,223.3만원, 월평균 이익 : 125.8만원
- 월평균 매출액 400만원 이하의 업체가 절반
 - * 월평균 매출액 분포 : 400만원 이하 58.0%, 1,000만원 이상 18.0%
 - * 월평균 순이익 분포 : 200만원 이하 82.7%, 400만원 이상 3.1%

- 업종별로 운수/통신업(86.8%), 정보/기술/사업서비스(81.1%), 소매업(79.1%), 오락/문화/운동관련 서비스업(76.6%) 등에서 매출감소 업체비중이 높은 반면(충남 평균 : 73.7%)
 - 전기/가스/수도/건설(29.6%), 제조업(20.7%), 교육서비스(15.9%), 부동산/임대업(15.4%) 등에서 매출증가 업체 비중이 상대적으로 높게 나타남(충남 평균 : 11.2%)
- 충남지역 소상공인 경영악화의 주요 외부 요인은 소비자의 구매패턴의 변화(29.6%), 주변 소형업체와의 경쟁심화(26.1%), 인건비, 임대료 등 원가의 상승(17.8%) 등에 기인
- 매출액 및 순이익 감소의 주요 내부원인은 판로부족 및 미개척, 자금부족, 상품 및 고객관리 어려움, 높은 임대료 등에 주로 기인
- 판로부족 및 미개척이 가장 큰 원인으로 작용
 - 판로부족 및 미개척은 소매업(18.0%), 제조(14.7%), 숙박/음식업(11.9%) 등에서 상대적으로 저조
- 자금부족은 숙박/음식업(22.5%), 소매업(13.3%), 정보/기술서비스업(12.2%) 등에서 심각
 - 특히 영업기간 1년~5년 미만 사업체(33.7%)이고, 성숙기 또는 안정기(40.8%)와 쇠퇴기(32.7%) 사업체에서 자금부족이 심각
- 상품 및 고객관리 어려움은 소매업(15.4%), 숙박/음식업(15.4%), 부동산/임대업(14.3%) 등에서 어려움을 겪고 있는 것으로 나타남

- 영업기간 1년~5년 미만의 사업체(39.6%) 및 도로변 일반상점(68.1%), 주택가(8.8%) 등에서 어려움을 겪고 있는 것으로 나타남
 - * 성숙기 또는 안정기(51.7%)와 쇠퇴기(31.9%) 사업체에서 어려움
- 높은 임대료 문제는 소매업(28.6%), 숙박/음식업(25.0%), 교육서비스업(17.9%), 오락/문화/운동 서비스업(17.9%)등의 업종에서 상대적으로 높음
 - *도로변(60.7%), 주택가(14.3%), 집합상가(10.7%) 등에서 높게 나타남
- 그 밖에 경쟁업체의 불공정거래행위, 입지선정, 품질·가격 경쟁력 약화 등이 경영악화의 요인으로 작용
- 충남지역의 소상공인은 창업단계에서 자금조달(57.3%), 입지선정(44.7%), 경영노하우 부족(26.8%) 등에서 애로 경험
- 은행·보험사 등 금융기관(51.0%), 친구·친척(32.2%), 정책자금(10.2%), 새마을금고·신협 등 서민 금융기관(3.6%)의 순
- 경영 단계에서는 판로(46.1%), 상품 및 고객관리의 어려움(32.1%), 자금부족(26.7%) 등에서 애로
- 구조조정단계에서는 사업체 매도(57.7%), 기존설비처리(32.7%), 권리금회수(26.9%) 등에서 애로

다. 장사가 잘 되는 점포의 특성

□ (대전)

- 매출 증가로 사업이 잘 되는 사업체는 전체적으로 5.9% 수준

- 창업동기측면에서 보면 생계형 소상공인이 성공가능성을 보고 진입한 혁신주도형 소상공인보다 매출 증가가 다소 높음
 - * 생계형 소상공인의 매출증가 비율 : 51.7%, 혁신주도형 소상공인의 매출증가 비율 : 44.8%
- 최적의 창업 준비기간을 갖은 업체일수록 경영성과가 높음
 - * 창업준비기간이 길수록 경영성과가 높게 나타남
 - * 창업준비기간이 3개월~6개월, 1년~2년이 가장 좋은 경영성과, 매출증가 업체 비중도 높음
- 경영성과가 높은 사업장형태는 독립점, 입지유형은 도로변
- 사업성공의 주요 요인은 친절서비스 강화, 시설개선을 통한 고객유치 등 소상공인 스스로의 자구노력이 핵심요소로 파악
 - * 성공요인 : 1순위(친절서비스 강화 52.6%), 2순위(시설개선을 통한 고객유치 26.3%), 3순위(주변 상권 형성 10.5%), 3순위(가격인하를 통한 매출의 증대 10.5%)
- 친절서비스 강화는 숙박/음식업(30.0%), 교육서비스업(30.0%), 제조업(20.0%) 등 주로 서비스업종에서 중요한 요소로 인식

□ (충남)

- 매출 증가로 사업이 잘 되는 사업체는 전체적으로 11.4%수준
- 창업동기측면에서 보면 성공가능성을 보고 진입한 혁신주도형 소상공인보다 생계형 소상공인이 매출 증가가 다소 높음
 - * 생계형 소상공인의 매출증가 비율 : 50.0%, 혁신주도형 소상공인의 매출증가 비율 : 46.8%

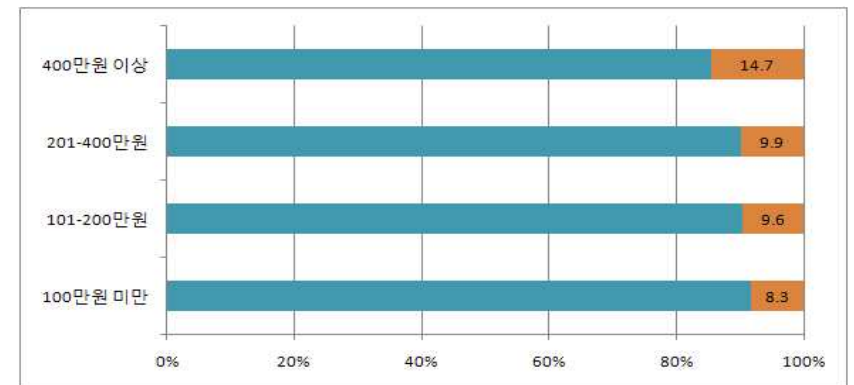
- 최적의 창업준비기간을 갖은 업체일수록 경영성치가 높음
 - * 창업준비기간이 짧을수록 성치가 높음
 - * 창업준비기간이 3개월~6개월, 1개월 미만이 경영성치가 좋은 반면 2년 이상, 1~2년 미만이 매출 증가 업체 비중이 높음
- 경영성치가 높은 사업장 형태는 독립점, 입지유형은 도로변
- 사업성공의 주요 요인은 친절서비스 강화, 시설개선을 통한 고객유치, 새로운 제품의 출시 등 소상공인 스스로의 자구노력이 핵심요소로 파악
 - * 성공요인 : 1순위(친절서비스 강화 66.1%), 2순위(시설개선을 통한 고객유치 10.7%), 3순위(새로운 제품의 출시 7.1%), 3순위(경영기법의 개선 7.1%)
- 친절서비스 강화는 부동산/임대업(21.6%), 교육서비스업(16.2%), 전기/가스/수도/건설(16.2%) 등 주로 서비스업종에서 중요한 요소로 인식

III. 우리나라 소상공인 지원정책의 활용 실태

1. 우리나라 소상공인 지원정책의 활용 실태

◆ 정부정책의 활용도는 낮으나, 활용업체의 만족도 및 경영성치는 우수

- 정부의 소상공인정책은 인지도가 낮고, 알고 있는 업체도 활용도가 저조
 - * 정책인지 수준 : 정책자금(52.9%), 교육(33.2%), 컨설팅 및 상담(33.5%), 조직·협업화(21.3%)
 - * 정책활용 수준 : 정책자금(21.6%), 교육(7.3%), 컨설팅 및 상담(5.6%), 조직·협업화(2.9%)
- 그러나 정책활용 업체의 만족도와 경영성치는 매우 우수
 - * 만족도 수준 : 정책자금(74.4%), 교육(75.0%), 컨설팅 및 상담(73.4%), 조직·협업화(83.9%)
 - * 정책활용도가 높을수록 순이익 수준도 증가(정책 이용업체 : 9.4%)



- 특히, 교육 및 컨설팅·상담의 정책효과가 우수한 것으로 파악

- 또한, 여러 정책을 함께 활용한 경우 더욱 높은 성과가 나타난 것으로 파악
- * 매출액 및 미활용업체 대비 매출 증가 : 정책미활용(1,059만원), 정책1개 활용(1,441만원), 복수활용(2,841만원)
- 정책 활용도가 낮은 이유는 수요에 비해 턱없이 부족한 정책지원, 낮은 인지도, 정부의 홍보부족 등에 기인한 것으로 추정

2. 대전·충남 소상공인 지원정책의 활용 실태

1) 대전

- 정부의 소상공인정책은 인지도가 낮고, 알고 있는 업체도 활용도가 저조
 - * 정책인지 수준 : 정책자금(56.2%), 교육(33.6%), 컨설팅 및 상담(38.3%), 조직·협업화(18.7%)
 - * 정책활용 수준 : 정책자금(20.4%), 교육(1.2%), 컨설팅 및 상담(1.1%), 조직·협업화(1.1%)
- 그러나 정책활용 업체의 만족도와 경영성과는 매우 우수
 - * 만족도 수준 : 정책자금(80.4%), 교육(50.0%), 컨설팅 및 상담(100.0%), 조직·협업화(0.0%)
- 여러 정책을 함께 활용한 경우 더욱 높은 성과가 나타난 것으로 파악
 - * 매출액 및 미활용업체 대비 매출 증가 : 정책미활용(1,240만원), 정책1개 활용(1,431만원), 복수활용(2,767만원)

2) 충남

- 정부의 소상공인정책은 인지도가 낮고, 알고 있는 업체도 활용도가 저조
 - * 정책인지 수준 : 정책자금(43.4%), 교육(24.0%), 컨설팅 및 상담(27.8%), 조직·협업화(13.7%)
 - * 정책활용 수준 : 정책자금(23.2%), 교육(11.3%), 컨설팅 및 상담(7.8%), 조직·협업화(5.3%)
- 그러나 정책활용 업체의 만족도와 경영성과는 매우 우수
 - * 만족도 수준 : 정책자금(80.3%), 교육(93.3%), 컨설팅 및 상담(91.7%), 조직·협업화(100.0%)
- 정책을 활용한 경우 오히려 성과가 낮게 나타난 것으로 파악
 - * 매출액 및 미활용업체 대비 매출 증가 : 정책미활용(1,597만원), 정책1개 활용(1,272만원), 복수활용(1,372만원)

IV. 우리나라 소상공인 지원정책

1. 우리나라 소상공인 · 전통시장 지원정책

□ 중소기업 지원사업 중 소상공인 · 전통시장 분야는 크게 일반
소상공인 지원사업과 전통시장 지원사업으로 이루어짐

* 소상공인 지원사업 : 「소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법」에 의한 소상공인

* 전통시장 지원사업 : 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에 의한 전통시장

□ 단위사업별로는 8개 사업으로 이루어져 있으며, 이 중 소상공
인을 위한 지원사업이 4개, 전통시장을 위한 지원사업이 2개,
소상공인과 전통시장 공통지원 사업 2개로 이루어짐

- 소상공인 지원 : 소상공인지원센터운영(보조), 소규모점포 조
직화, 소상공인 경쟁력 제고 등
- 전통시장 지원 : 문화를 통한 전통시장 활성화, 시장경영혁신지원 등
- 공통지원 : 전통시장 및 중소물류유통기반조성(제주), 전통시
장 및 중소물류유통 기반조성 등

□ 소상공인 · 전통시장 지원사업의 목적

- **소상공인 지원사업** : 소상공인의 경쟁력제고, 조직화 등을 통
해 경영능력이 취약한 소상공인의 자생적인 경제활동을 촉진
하고 구조개선 및 경영안정을 도모하기 위하여 지원
- **전통시장 지원사업** : 낙후된 전통시장과 상점가의 시설 및
경영의 현대화와 시장 정비를 촉진하여 위축되고 있는 전통시
장 및 지역상권의 활성화와 유통산업의 균형 있는 성장을 도
모하기 위하여 지원

1) 소상공인 일반

(1) 소상공인 경영안정 자금 지원

① 소상공인 창업 및 경영개선 자금(융자)

- 소상공인의 창업 및 경영개선을 위한 필요자금을 최대 5,000만
원까지 저리로 대출해주는 제도
- 지원규모 : 3,000억원
 - 신청자격 : 사업자 등록증을 소지한 소상공인
 - 지원내용
 - 최대 5,000만원까지 대출 가능
 - 1년 거치 후 대출금액의 70%는 4년간 3개월 또는 1개월마다
균등분할상환, 30%는 상환기간 만료시 일시 상환
 - 금리 : 분기별 변동금리 적용
 - 지원요건
 - 사업자등록을 한 후 영업중이거나 영업이 확실시 될 것(실사)
 - 금융기관 대출금을 빈번하게 연체하고 있지 않을 것
 - 사치, 향락적 소비나 투기를 조장하는 업종이 아닐 것 등

② 희망365 창업 및 경영개선자금(융자)

- 영세자영업자의 창업 및 경영개선을 위한 필요자금을 최대
2,000만원까지 저리로 대출해 주는 제도
- 지원규모 : 200억원
 - 신청자격 : 자립의지가 뚜렷하고 구체적인 사업계획을 갖춘
기초생활수급자 및 최저생계비의 100분의 150 이하인 소상공
인 및 예비창업자
 - 지원내용
 - 최대 2,000만원까지 대출 가능
 - 3개월 거치 후 45개월 원리금 균등분할 상환

- 금리 : 3% 고정금리
- 지원요건
 - 사업자등록을 한 후 영업 중이거나 영업이 확실시 될 것
 - 개인신용 9등급 이내
 - 사치, 향락적 소비나 투기를 조장하는 업종이 아닐 것 등

③ 소상공인 일반·특별보증 지원

- 은행 이용이 어려운 저신용 자영업자는 물론 무등록무점포 사업자가 제도권 은행을 이용할 수 있도록 보증 지원
 - 금융소외 자영업자 특례보증 : 저신용사업자(6등급 이하), 무점포무등록사업자, 보험설계사, 자동차판매원 등 인적용역제 공사업자 대상으로 1인당 최대 2,000만원 보증 대출
 - 자영업자 재기 특례보증 : 1년 이상 개인회생 또는 신용회복을 성실히 이행중인 자영업자(무등록사업자 포함) 및 소액연체중인 자영업자를 대상으로, 1인당 최대 1,000만원 보증 대출
 - 일반보증 : 6개월 이상 사업을 영위중인 신용 6등급 이상 등록사업자 대상 1인당 최대 8억원 보증대출

④ 소기업·소상공인 공제제도(노란우산공제제도)

- 폐업·사망 등의 생계위협에 취약한 소기업 및 소상공인 대표자가 미리 부금을 납입하여 위기에 대비하는 제도
 - 가입대상 : 소기업 및 소상공인 대표자
 - 공제금 지급 사유
 - 폐업·법인대표자의 질병 또는 부상으로 인한 퇴임 또는 가입자의 사망
 - 가입 후 10년이 경과하고, 가입자 연령이 60세 이상인 경우
 - 공제금 지급 수준
 - 지급사유 발생시 매년 적립부금에 복리이자율을 적용한 금액
 - 복리이자율 : 4% 수준(폐업·사업시+0.3%)

- 대출, 세제 등 지원
 - 12개월 이상 납부시 누적 납입금액을 한도로 대출 지원
 - 납부 공제부금에 대해 소득공제 혜택(연 300만원 한도)
 - 상해 사망 및 후유장해 발생시 월부금의 150배까지 보험금 지급
 - 수급권 보호를 위해 공제금의 압류, 담보 및 양도 금지
- 가입금액
 - 최저 5만원부터 1만원 단위로 70만원까지
 - 중도해지시는 납입 원금의 손실이 발생할 수 있으며, 관련 세법에 따라 이미 받은 소득공제 금액에 대해 과세하게 됨

(2) 소상공인 역량강화를 위한 교육 및 컨설팅 지원

① 성공창업패키지 교육

- 자영업 예비창업자를 대상으로 창업준비에 필요한 기본적인 내용을 6단계로 나누어 종합적인 교육을 제공하여 성공적인 창업을 지원
 - 지원대상 : 자영업 예비창업자 및 업종전환자
 - 교육생 부담금 : 5만원(현장실습비)
 - 지원내용 : 1단계 창업 자가진단 및 상담, 2단계 이론교육(30시간), 3단계 현장실습(40시간), 4단계 워크샵(10시간), 5단계 자금추천, 6단계 사후관리

② 소상공인 경영개선 교육

- 소상공인이 경영환경 변화에 대처하고 경영능력을 갖춰 경쟁력을 높일 수 있도록 업종별로 특성화된 교육을 무료로 지원
 - 지원대상 : 소상공인 및 자영업 종사자
 - 교육참가비 : 전액 무료
 - 지원내용
 - 기초교육 : 업종단체 위주로 성공사례, 친절서비스 등 경영마인드 개선을 위한 순회특강 집합교육
 - 전문교육 : 점포경영, 마케팅 등에 대해 토론, 실습 등 실전 중심의 소그룹 집중교육

③ 소상공인 e-러닝 교육

- 생업에 바쁜 소상공인이나 예비창업자들이 점포경영에 필요한 지식을 습득할 수 있도록 지원하는 인터넷 무료교육 서비스
 - 교육사이트 : edu.sosang.or.kr
 - 교육대상 : 소상공인, 자영업 예비창업자 등

④ 소상공인 전문교육기관 지정제 운영

- 소상공인에 대한 교육을 담당할 전문교육기관을 지정하여 교육의 품질을 높이고 교육 수행에 필요한 각종 지원
 - 지원대상 : 소상공인에 대한 창업 또는 경영 교육기관(대학 등 교육기관, 업종단체 등)
 - 지정 기준
 - 교육기관 역량평가, 교육프로그램, 교육실적 등을 종합 평가
 - 지정기간 : 3년
 - 매년 교육실적 평가 후 일정요건을 충족할 경우 지속

⑤ 교육장소 제공 서비스 : 지역별 교육센터 운영

- 소상공인의 교육, 회의 및 각종 행사 등을 위해 시청각 설비 등 교육기자재 등을 갖춘 교육장을 무료로 지원
 - 이용 대상 : 소상공인, 업종단체, 교육기관, 공공기관 등
 - 이용용도 : 비영리 목적의 소상공인 교육, 회의, 행사 등
 - 운영시간 : 월~금(09:00~18:00)
 - 교육센터 위치
 - 대전교육센터 : 대전 서구 둔산2동 1032번지 동서빌딩 6층
 - 서울교육센터 : 서울 종로구 견지동 대성스카이라이프빌딩 3층
 - 광주교육센터 : 광주 서구 농성동 260번지 광주상록회관 5층
 - 부산교육센터 : 부산 중구 중앙동 3가 우체국보험빌딩 12층

⑥ 현장 경영컨설팅 지원

- 자영업컨설팅은 소상공인에게 경영개선, 업종전환, 창업준비 등에 관해 전문 인력을 활용한 컨설팅을 지원하여 경영역량을 강

화할 목적으로 컨설팅 지원

- 지원대상 : 근로자 5인 미만의 음식, 도소매 등 생활형 서비스 업을 영위하는 자영업자 및 예비창업자
- 지원내용
 - 전문 컨설턴트를 통해 점포경영·업종전환 등에 대한 체계적인 컨설팅을 받아 경영능력을 향상할 수 있도록 지원
 - 컨설팅 일수 : 3~5일
 - 컨설팅 지원횟수 : 동일 자영업자에 대해 연간 1회

구분	컨설팅 내용	컨설팅 일수
경영개선컨설팅	경영진단, 상권 및 입지분석, 마케팅, 점포운영, 고객서비스 등	3~5일
업종전환컨설팅	상권 및 입지분석, 사업타당성 분석 등 업종 또는 아아템 전환 컨설팅	3~5일
창업컨설팅	창업타당성 진단, 상권 입지 분석 등 예비창업자 컨설팅	3일

⑦ 무료법률 구조 지원

- 소상공인 무료 법률구조 지원이란 영세 소상공인의 경영활동 중에 발생한 법률적 분쟁에 대하여 사건해결 비용을 무료로 지원하여 자영업자의 신속한 경영안정을 도모
 - 지원대상 : 월 소득 260만원 이하의 소상공인
 - 지원내용
 - 소상공인의 상행위 관련 민사사건에 대한 제반 소송비용(변호사 비용, 인지대, 송달료 등)
 - * 예 : 물품대금, 상가보증금, 상가임대차, 신용불량자 개인회생 및 파산, 기타 상거래 관련 소송사건
 - 단, 승소가액 2억원 이상 및 근로관계와 대응된 사건은 제외

(3) 창업과 경영혁신을 위한 다양한 정보 제공

① 상권정보시스템

- 창업을 준비 중인 예비창업자의 성공적인 입지와 업종선정을 돕기 위해 인터넷을 통해 무료로 상권분석 정보를 제공

* 소상공인종합정보시스템(www.seda.or.kr), 비즈인포(www.bizinfo.go.kr) 홈페이지를 통해서 이용 가능

- 웹 DB를 통한 동종, 경쟁 업체수 등 47종 제공
 - 점포(업종현황, 추이, 위치 등), 인구(연령별, 성별, 직업, 직종 분포, 주거형태 등), 시설(아파트, 관공서, 교통 등) 등 정보
- 유동인구 정보로 특화된 상권정보 대상지역 제공
 - 전국 600개 상권조사 정보를 활용도 높은 유동인구 정보로 특화하여 1,500개로 대상지역을 확대하여 정보 제공
 - 분기별로 업데이트된 정보 제공
- 상권 커뮤니티 제공
 - 상권 관련된 정보를 공유할 수 있는 블로그, 카페 등 상권 커뮤니티
 - 해당지역의 상권 특성, 상권 현황, 노하우, 지원정책, 교육 등 정보 제공
- 과밀정보 등
 - 상권에 대한 해당 업종의 진입여부 결정을 위한 과밀정보 제공
 - 거주, 유동인구 대비 업종별 점포 밀집도 정보 등(슈퍼마켓, 분식점, 미용실 등)

② 소상공인 케이블방송

- 사업장을 비우고 교육을 받기 어려운 소상공인을 고려하여 케이블 tv 채널을 통해 영업 노하우, 성공사례 등을 제공
 - 지원내용
 - 소상공인인 접근하기 쉬운 케이블방송을 통해 연중 매일 3시간 창업정보, 경영노하우, 정책현안 등 다양한 내용의 프로그램 방송
 - 방송 프로그램
 - ‘도시樂’ : 장사 잘되는 점포 비결, 최신 트렌드, 전문가 평가 등을 여러 계층의 소비자관점에서 체험 및 분석한 현장탐방 프로그램

- ‘상생 창업정보쇼 오후 다섯시(PM5)’ : 세무, 법률 등 문제해결, 신사업 아이템 소개, 상권정보, 성공스토리 등 소개
- TV특강 ‘성공을 여는 아침’ : 업종별 전문교육, 실전 마케팅, 서비스 및 영업마인드 등 코칭

③ 신사업 아이디어 발굴 및 보급

- 신사업 아이디어 발굴 및 보급사업이란?

- 예비창업자 및 기존 소상공인에게 블루오션 개척의 기회 제공을 위해 해외의 신사업 아이디어를 발굴하여 보급
- 발굴된 아이디어 중 전문가 자문 등을 통해 선정한 우수 아이디어를 대상으로 책자를 발간하여 배포
- 또한, 설명회를 개최하여 신사업 아이디어에 대한 심층적인 정보는 물론, 현장상담 및 창업에 유익한 각종 정보들도 함께 제공

- 아이디어 발굴

- 신사업 아이디어를 소개하는 각종 웹사이트 및 블로그, 잡지 등을 번역하여 관련정보 제공
 - * 미국, 일본, 유럽 등의 신사업 아이템 정보 제공

- 아이디어 보급

- 온라인 게재 : 소상공인종합정보시스템 및 네이버 블로그 ‘해외 신사업 아이디어’에 주당 5~7개 게재
- 책자 발간 : 발굴된 아이디어 가운데 전문가의 자문을 통해 수익성, 차별성, 성장 가능성 등이 우수함 아이디어를 선정하여 세부 분석내용과 함께 소개
- 설명회 개최 : 발굴된 아이디어 가운데 전문가 자문을 통해 사업성 등이 우수한 아이디어를 선정하여 각 아이디어별로 전문가가 사업성 분석내용과 함께 발표

④ 소상공인 종합정보시스템 운영

- 소상공인 종합정보시스템이란, 창업·경영개선을 희망하는 소상공인에게 도움이 되는 지원서비스와 관련 정보를 제공
 - 지원서비스 제공 : 상담, 교육, 컨설팅, 진단, 상권분석, 자금지

원 등 이용 가능

- 지원정보 제공
 - 해외신사업아이디어, 창업가이드, 업종 및 입지분석 자료
 - 창업경영혁신사례, 창업성공수기, 컨설팅 우수사례
 - 소상공인실태조사 등 각종 연구보고서 등 제공

(4) 휴폐업 재개 지원

① 폐업 영세 개인사업자의 경제활동 재개 지원

- ☐ 사업을 폐업한 영세사업자(직전 3년간 평균 수입금액 2억원 이하)가 사업을 재개하거나 취업을 할 경우
- ☐ 이미 무재산을 이유로 결손처분한 종합소득세, 부가가치세에 대해 관할세무서장이 납세자의 신청에 의하여 500만원까지 납부의무를 소멸시켜 주도록 하여 어려운 경제상황으로 어려움을 겪고 있는 서민들이 경제활동을 쉽게 재개할 수 있도록 지원
- 신청기간 : 매년 1.1~12.31

② 소규모 성실사업자 징수유예 기간 확대

- ☐ 복식부기를 하는 신용카드가맹점으로서 수입금액이 일정금액(도소매 3억원, 제조업 1.5억원) 이하인 사업자
 - 소규모 성실사업자에 대해서 징수유예기간을 최대 18개월로 확대
 - 소규모 성실사업자 요건
 - 연간 수입금액 6억 이하
 - 5년내 조세범 처벌을 받은 사실이 없을 것
 - 상습채납자가 아닐 것(1년내 3회 미만 체납하고, 신청일 현재 체납액이 500만원 미만이고, 최근 3년 결손처분액이 500만원 미만 일 것)
 - 복식부기 의무자의 경우 세법상 기장의무 이행
 - 사업용계좌개설의무자의 경우 사업용계좌개설의무 이행
 - 신용카드/현금영수증 가맹

2) 중소소매업

(1) 선진형 나들가게 육성사업

- ☐ 나들가게 육성사업이란, 골목슈퍼 등 소매점의 고객 및 매출 증가를 위한 시설개선, 매장 재구성 및 경영개선 등을 지원하는 사업
 - 지원규모 : 2014년까지 10,000개
 - 지원대상
 - 점포 개선 또는 (이전)확장하려는 매장면적 300m² 이하 소매점 사업주
 - 업태(산업표준분류) : 슈퍼마켓, 기타 음식료품 위주의 종합소매업 등
 - 지원내용
 - 점포개선을 위한 상권분석, 점포 및 상품기획 등 컨설팅과 점포를 개선하여 재오픈 후 5개월간 경영지도(주1회)
 - 현대식 점포로 탈바꿈하는데 필요한 자금 저리융자지원
 - 포스 설치비 및 간판교체비 지원
 - 선정기준
 - 혁신의지, 경쟁력 향상 가능성, 정보화 및 체인화 참여계획 등을 평가하며, 전문가의 현장평가 후 위원회에서 선정
 - 신청접수 : 각 지역 소상공인지원센터(또는 슈퍼마켓협동조합, 체인사업자 등에서도 접수 받아 추천 가능)

(2) 소매점 조직화 지원

- ☐ 소규모 소매점포(가맹점)가 체인본부(도매점)를 구심점으로 조직화하고 점포운영을 현대화하여 대형마트, SSM 등과 상생할 수 있는 경쟁력을 갖출 수 있도록 지원
 - 지원대상 : 임의가맹점형 및 조합형 체인본부
 - 지원내용
 - 가맹점 매장관리 지도
 - 지도 전문인력의 가맹점 지도역량 강화

- 지원금액 : 가맹점 지도비용 중 점포당 최대 100만원을 체인 본부에 지원

(3) 슈퍼마켓 물품 공동구매 지원

- 중소기업유통센터가 슈퍼마켓협동조합, 체인본부 등과 협약에 의해 그들의 상품 수요를 취합하여 제조사와 직접 협상을 통한 공동구매를 지원하는 사업으로, 구매력 강화를 통해 상품단가를 인하하여 종국적으로 슈퍼마켓 협동조합 등에 참여하는 소매업자가 상품을 저렴하게 공급받을 수 있도록 지원
- 지원대상 : 슈퍼마켓협동조합연합회 소속 조합(슈퍼마켓) 및 체인사업협동조합 소속 체인본부 등
- 지원내용 : 공동구매를 통해 상품 구매단가 인하

(4) 중소유통 공동도매물류센터 건립지원

- 중소유통업체가 공동구매 및 물류를 통해 상품조달가격을 낮추고, 필요한 상품을 원활히 공급받을 수 있도록 중소유통물류센터 건립을 지원
- 지원대상
 - 50명 이상 중소종합소매업자(공동) 또는 10명 이상 중소도매업자(공동)
- 지원조건 : 매칭펀드(국비 60%, 지방비 30%, 민간 10%)
- 지원내용
 - 도매 배송장, 검품장, 보관창고, 저온창고 등 유통·물류·판매시설 건립비, 부지매입비 및 장비 구입비, 부대시설 등
- 신청 및 접수
 - 공동으로 물류센터를 건립하려는 중소 유통업체 단체는 사전에 전문가의 컨설팅을 거쳐 사업계획서를 작성하여 지자체에 신청
 - * 사업계획서 제출 : 도지역은 시군, 특별시 및 광역시는 당해 시의 경제정책과 등 유통담당부서에 제출하고 예산신청 요청

(5) 우수 프랜차이즈 육성 및 지원

- 우수 프랜차이즈 육성지원 사업이란, 유망 소상공인의 성공노하우를 공유할 수 있는 프랜차이즈 시스템 구축을 지원하여 프랜차이즈 기업을 육성하고, 이를 통해 유망 소상공인 분야에 안정적 일자리를 찾는 분에게 기회를 제공하는 사업
- 지원대상
 - 직영점포가 2개 이상이며, 2호점 업력이 최소 1년 이상인 소상공인
 - * 직영점포 : 직영1호점 사업주 본인, 2호점 이상 본인 또는 가족이 사업주(가족의 범위 : 민법 제779조에서 정한 가족의 범위에 한정)
 - * 제외대상 : 제조업, 공정거래위원회에 정보공개서가 등록된 프랜차이즈 본사
- 지원내용 : 업체당 총사업비의 75% 이내, 3천만원 한도
- 지원업체 평가
 - 1차 서류평가 : 사업개요 및 수행계획서 평가
 - * 지원업체 및 개발회사에 대해 각각 평가하여 70점 이상인 업체 선정
 - * 평가항목
 - 지원업체 : 사업아이디어, 경영자, 고객만족도, 재무건전성 등
 - 개발회사 : 수행실적(일반컨설팅, 프랜차이즈), 수행연혁 등
 - 2차 PT평가 : 팀별 사업설명 및 면접위원들의 질의 응답
 - * 평가항목 : 수행계획의 구체성, 유효성, 타당성, 기대효과 등

3) 전통시장

(1) 시설현대화

- 전통시장 및 상점가의 고객, 매출 증가 및 상권 활성화를 위해 노후화된 시설을 개선하고 기반시설 설치 등을 지원
- 지원규모 : 지자체별 예산범위 내
 - * 전통시장 시설현대화사업은 광역/지역발전특례회계 중 시도 자율편성사업으로 매년 각 시도의 예산편성에 따라 달라짐

○ 지원조건

- 사업비 부담 : 국비 60%, 지방비 30%, 민간 10%(단, 지자체의 재정여건에 따라 민간부담금 5% 이내에서 자율조정 가능)
- * 주차장, 진입로, 공동화장실, 상하수도, 전선지중화, 공동전기가스 소방시설, 빈점포를 활용한 공동시설, 고객지원센터, 고객쉼터, 상인교육관은 민간부담 면제(국비 60%, 지방비 40%)

○ 지원한도 : 국비 최대 70억원(점포수 700개 이상은 100억원)

○ 지원내용

- 주차장, 진입도로, 아케이드 등 고객접근 및 편의시설 설치
- 시설물 개보수(전기·가스·소방시설 등 교체 및 개량) 등 노후 시설 개선
- 테마거리 조성 및 홍보시설(거리정비, 홍보/상징조형물 등) 설치
- * 지하도 상점가는 화장실, 입구 비가림시설, 화재감시용 CCTV, 지상에 설치하는 아취·조형물, 에스컬레이터, 엘리베이터, 복도 조명시설, 고객편의시설, 고객쉼터, 전기가스소방화재방지 등 안전시설에 한하여 지원

○ 신청대상

- 재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 제2조에 의한 재래시장, 상점가, 시장활성화구역 중 다음과 같은 상인조직을 보유한 곳
- * 상인회, 상점가진흥조합, 사업협동조합 또는 협동조합, 민법에 의한 법인
- 국비 1억원 이상, 30억원 미만인 사업의 경우 사전컨설팅을 완료하여야 하고, 국비 30억원 이상인 사업의 경우는 연구용역을 완료하여야 함
- 사업집행은 시군구가 직접하여야 하며, 민간자부담이 있는 사업 중 총사업비 5억원 미만인 사업에 대해서 불가피한 경우에만 상인회 위탁 가능
- 시장경영혁신사업(상인교육, 공동마케팅 등) 미참여 시장은 예산편성 불가

(2) 상인의 경영능력 및 마케팅 향상 지원

- 시장경영혁신지원이란, 전통시장 및 상점가의 상거래 현대화 및 상인혁신교육 등 경영혁신 지원
- 사업내용
 - 마케팅 : 공동마케팅, 이벤트 및 시장투어, 우수시장상품전시회 등
 - 공동사업 : 업종별 상단인프라 구축
 - 상인교육 및 연수 : 상인대학, 맞춤형교육, 전문교육, 해외연수, 정보화 교육 등
 - 시장관리·점포경영 선진화 : 시장자문·점포지도, 시장/상점가 활성화 연구, 퇴직인력활용 상인조직육성, 인터넷쇼핑몰 입점 지원사업
- 신청대상
 - 재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 제2조에 의한 재래시장, 상점가, 시장활성화구역 중 다음과 같은 상인조직을 보유한 곳
 - * 상인회, 상점가진흥조합, 사업협동조합 또는 협동조합, 민법에 의한 법인

① 전통시장 온누리상품권

- 전통시장 온누리상품권이란, 지역별로 다른 전통시장 상품권을 전국 전통시장에서 사용하게 하여 고객을 유인하고, 시장 상인의 매출증대에 도움을 주는 사업
- 상품권 종류
 - 상품권종(2종) : 1만원권, 5천원권
 - 선물용 : 3/5/10만원 세트
 - 상품권 묶음 : 10만원 쿠폰북(5천원, 20매)

② 문화관광형 시장 육성사업

- 문화관광형 시장육성사업이란, 전통시장에 문화공간 조성, 전통문화 체험, 관광상품 및 문화콘텐츠 개발 등의 지원을 통해 지역의 다양한 문화와 관광자원을 연계한 특화시장으로 육성하는 사업

- 지원조건 및 한도
 - 지원조건 : 국비 60%, 지방비 40% 매칭
 - 지원한도 : 시장당 12억원 한도
- 지원내용
 - 문화시설 설치, 관광자원 연계지원 및 시장을 대표하는 상징물·조형물·테마거리 설치 지원
 - * 문화시설 : 내외국인들이 문화예술을 직접 체험하고 즐길수 있는 문화체험장, 야외공연장, 문화창작·교육 공간 등 조성
 - * 관광자원연계 : 지역특산물 판매장 설치, 관광자원과 연계한 테마관광 프로그램 개발 및 마케팅
 - 창의적이고 다양한 문화·관광 콘텐츠 개발 및 문화공연 등 지원
 - * 전통시장 고유 전통을 활용한 문화마케팅, 문화콘텐츠 개발 및 프로그램 개발 문화환경 조성 등 지원
- 재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 제2조에 의한 재래시장, 상점가 및 시장활성화 구역

③ 카드단말기 보급 및 수수료 인하 사업

- 전통시장 내 카드단말기 보급 및 카드가맹점 수수료 인하를 통하여 전통시장의 신용거래 환경 개선 지원
- 사업내용
 - 지방청 단위별 VAN사업자를 선정하여 카드 결제단말기를 최적의 조건으로 보급
 - 카드가맹점 수수료를 대형할인점 수준으로 인하
 - 전통시장 내 신용카드 사용 활성화 도모
- 신청대상 : 재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 제2조 제1호의 규정에 의한 전통시장

④ 공동마케팅 지원

- 공동마케팅 지원이란, 고객 및 매출증대를 위한 세일경품, 홍보, 공동쿠폰 발행 등 다양한 마케팅 활동 지원
- 사업내용

- 세일·경품행사 : 시장 대표상품, 특산물, 깜짝 세일 등 경품행사 지역상품 교류전 홍보비 및 상인회 공동판매대 임차비 등
- 각종 상품 쇼 : 한복패션쇼, 의류패션쇼 등 각종 상품쇼
- 특화사업 : 시장 특화사업(특화상품 개발, 시장홍보 배너, 시장 안내판 등) 지원
- 고객참여행사 : 시장 그림그리기, 전시회, 사진 컨테스트 개최 등
- 고객서비스 ; 고객선 지키기, 신용카드 거래환경 개선 촉진행사, 자율 포장 등 고객서비스 지원 활용
- 공동쿠폰 : 공동쿠폰 사업비(인쇄, 디자인) 및 공동포인트카드 도입 지원
- 녹색시장 지원 : 녹색시장 캠페인(예 : 유기농, 친환경상품 캠페인, 장바구니·자전거 이용 캠페인 및 행사용 경품), 녹색포장 용기, 자전거 보관대 및 폐건전지 수거기 설치 등
- 서비스 소모품 제작 : 쇼핑백, 앞치마, 위생복 제작 및 보급
- 신청대상 : 재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 제2조에 의한 재래시장, 상점가 및 시장활성화 구역으로서 다음 중 어느 하나에 해당하는 사업주체를 보유한 곳
 - * 상인회, 상점가진흥조합, 사업협동조합 또는 협동조합, 민법에 의한 법인
- 신청서류
 - 지원신청서, 시장현황 및 사업추진 실적, 사업계획서, 사업검토 의견 작성 제출

⑤ 이벤트 및 시장투어 지원

- 시장내 각종 이벤트(씨름, 마술, 비보이 등) 및 철도, 버스를 이용한 시장투어 지원
- 사업내용
 - 이벤트 : 씨름대회, 문화예술공연(비보이, 댄스, 가요, 마술 등) 등 집객을 위한 이벤트 지원
 - 시장 투어 : 철도 또는 버스를 이용하여 전통시장 방문 및 주변 관광지 투어행사 지원

- 신청대상 : 재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 제2조에 의한 재래시장, 상점가 및 시장활성화 구역으로서 다음 중 어느 하나에 해당하는 사업주체를 보유한 곳
 - * 상인회, 상점가진흥조합, 사업협동조합 또는 협동조합, 민법에 의한 법인
- 신청서류
 - 지원신청서, 시장현황 및 사업추진 실적, 사업계획서

⑥ 상인교육 및 연수 지원

- 상인교육 및 연수지원 사업이란, 경영마인드를 갖춘 상인양성을 위한 종합교육 지원
- 사업내용
 - 상인대학/대학원 : 시장내 교육장을 이용하여 상인의식 혁신, 상인조직 강화, 판매기법, 상인지도자 양성 등 종합교육 실시
 - 정보화교육 : PC 및 인터넷, OA 등 점포 활용 교육 및 온라인 창업교육 등을 통한 디지털 상인 육성
 - 해외시장 탐방 : 선진해외시장 견학을 통한 시설개선 및 경영기법 활용
 - 맞춤형 교육 : 시장의 상황에 맞추어 특강, 단기, 업종전문 등으로 구분하여 친절서비스, 판매기법, 업종별 전문 교육 실시
- 신청대상 : 재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 제2조에 의한 재래시장, 상점가 및 시장활성화 구역의 상인, 종업원 등

⑦ 퇴직인력 활용 상인조직 육성사업


- 퇴직인력 활용 상인조직 육성사업이란, 사업계획서 작성, 회계실무 능력 부족 등으로 사업참여 및 수행에 애로를 겪는 시장에 퇴직인력을 활용하여 정부지원사업의 효율적 추진과 상인회 등의 업무수행 능력을 배양하고자 이들의 인건비를 지원
- 사업내용
 - 시장전담인력 : 퇴직인력을 채용하여 상인조직을 육성하고자 하는 시장을 대상으로, 퇴직인력에게 급여 및 4대보험을 가입,

지급하는 시장에 국비로 월 105만원 보조

- 시장순회인력 : 전담 퇴직인력을 지원받지 못하는 시장에 퇴직인력이 순회하면서 상인회 조직을 육성
- 퇴직인력 자격요건 : 아래의 요건 중 하나에 해당하는 자로서 PC활용이 가능한 자
 - 유통업체의 기획, 총무 및 영업관리 분야에서 5년 이상 근무한 자
 - 마케팅(이벤트 및 행사기획) 분야에서 5년 이상 근무한 자
 - 유통업관련 기획, 단체에서 5년 이상 근무한 자로서 행정실무를 담당할 자
 - 공무원 경력 10년 이상으로 행정실무를 직접 담당할 자

⑧ 주차도우미 지원사업

- 주차도우미 지원사업이란, 전통시장, 상점가, 시장활성화 구역 부설 주차장이 없는 곳에 주차도우미를 파견 및 지원
- 사업내용
 - 시장, 상점가, 시장활성화 구역의 부설 주차장이 없는 곳에 주차도우미 파견 및 지원
- 신청대상 : 재래시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 제2조에 의한 재래시장, 상점가 및 시장활성화 구역으로서 다음 중 어느 하나에 해당하는 사업주체를 보유한 곳
 - * 상인회, 상점가진흥조합, 사업협동조합 또는 협동조합, 민법에 의한 법인
- 우선 지원대상
 - 시장, 상점가, 시장활성화 구역 부설 주차장이 없는 곳 중 시장으로부터 100m이내에 시장고객이 이용가능한 공영주차장(노상주차장 포함) 또는 사설주차장을 확보할 수 있는 시장
 - 상인회 자부담으로 홍보물(현수막, 전단지 등) 제작 및 고객 대기시설(선품기, 난로 등 냉온방기기 설치 포함) 설치 가능한 시장
 - 시장활성화사업 추진 실적이 많은 시장 등

 이외에도 1인창조기업, 시니어 지원사업 등이 소상공인정책에 해당

2. 충남대전 소상공인 지원정책(전통시장 포함)

1) 대전

(1) 소상공인

□ 소상공인 경영개선자금 지원

- (목적) 경제 위기로 자금난을 겪고 있는 소상공인들의 경영개선을 위하여 정책자금을 지원
- 지원시기 : 2008년 ~ 현재
- 지원규모 : 500억원(월별분산시행, 2월, 4월, 6월, 8월 10월)
- 지원내용 : 2년간 이차보전(2%)/한도 5천만원
- 성과관리 : 분기별 실적보고(지원업체 사후관리)
- 주관기관 : 소상공인지원센터

□ 예비창업자 및 기존 소상공인을 위한 창업·경영개선교육

- (목적) 예비창업자의 창업을 돕고 체감경기 불황으로 소상공인들의 어려움 해결
- 지원시기 : 2008년 ~ 현재
- 지원내용 : 20백만원
- 성과관리 : 교육결과보고
- 주관기관 : 소상공인지원센터

□ 소상공인 역량강화교육

- (목적)대전 소재 소기업소상공인의 역량강화를 위한 교육을 통해 기업 경영 환경 개선 및 자질향상
- 지원시기 : 2011년
- 지원내용 : 15백만원
- 성과관리 : 결과보고
- 주관기관 : 중소기업중앙회

□ 1인창조기업 비즈니스센터

- (목적) 비즈니스센터 운영을 통한 청년실업 해소와 일자리창출 모델제공, 우수기업 집중육성을 통한 성공사례 도출 및 특화 아이템 발굴
- 지원시기 : 2011년 ~ 2013년(3년간, 180백만원)
- 지원내용 : 60백만원(국비 1억원, 시비 60백만원)
- 성과관리 : 결과보고
- 주관기관 : 대전문화산업진흥원

□ 소상공인 및 프랜차이즈 창업박람회

- (목적) 소상공인 창업을 활성화하기 위하여 예비창업자에게 다양한 창업아이템을 제공, 지역 우수 소상공인 및 프랜차이즈업체의 판로 개척과 브랜드 홍보의 장을 마련하여 경쟁력 강화와 지역경제 활성화 도모

- 지원시기 : 2011년 11월 예정 (11.17~19, 3일간)
- 지원내용 : 100백만원
- 성과관리 : 결과보고
- 주관기관 : 중소기업종합지원센터

□ 대전산업디자인 공모전 개최

- (목적) 우수디자인 및 전문인력발굴, 디자인산업의 수요확산, 기업디자인 지원으로 고부가가치화 및 지역경제발전 도모
- 지원시기 : 1991년 ~ 현재(2011년 7월~ 12월, 전시 : 12월초)
- 지원내용 : 40백만원
 - 출품 수 : 50여점(관내 기업, 대학, 일반 등)
- 성과관리 : 결과보고(작품 적용사례 등)
- 주관기관 : 한국디자인기업협회

□ 홍명상가 이주소상공인 특례지원자금

- 지원시기 : 2010년 ~ 2011년 7월
- 지원내용 : 900백만원
 - 금리 4%, 기간 2년 거치 일시상환
- 주관기관 : 대전시청 경제정책과

(2) 전통시장

□ 시설현대화 지원

- (목적) 전통시장의 노후화된 시설 개선, 기반시설 설치 등 지원을 통하여 상권 활성화 지원
- 지원시기 : 2001년 ~ 현재
- 지원규모 : 4개 구청(동구, 중구, 대덕구, 16개시장), 119억원
- 지원조건
 - 지원한도 : 국비 최대 70억원(점포수 700개 이상 100억원)
- 지원내용
 - 아케이드 설치 등 고객접근 및 편의시설 설치
 - 건물 리모델링, 옥상 방수공사 등 노후시설 개선

□ 경영혁신사업 지원

- (목적) 전통시장의 마케팅 활동 등 활성화사업을 지원하여 매출과 고객 증대를 도모
- 지원규모 : 3억원(국비 90%, 상인 10%)
- 지원사업
 - 공동마케팅, 특가판매, 상인대학 운영(교육, 연수) 등

2. 충남

1) 소상공인

□ 소상공인자금 지원

- (목적) 지역경제 근간인 소상공인의 자금난 해소와 경영활력 도모
- 지원시기 : 2008년 ~ 현재
- 지원규모 : 850억원('11.1 ~ 자금 소진시까지)
 - 소상공인의 창업·경영개선자금 : 800억원(업체당 30백만원)
 - 충남형사회적기업 및 청년창업자 : 50억원(업체당 50백만원)
- 지원내용 : 1년 거치 2년 균분상환, 2년 거치 일시상환
 - 은행대출금리(도 이자보전 1.75~2.0%, 변동금리)
- 성과관리 : 분기별 실적보고
 - 지원업체 경영진단 및 성과분석(사후관리)
- 주관기관 : 소상공인지원센터

2) 전통시장

□ 시설현대화 사업

- (목적) 전통시장의 노후화된 시설 개선, 기반시설 설치 등 지원을 통하여 상권 활성화 지원

- 지원시기 : 2001년 ~ 현재

- 지원규모 : 12개시군, 202억원

- 지원조건

- 국비 60%, 지방비 30%, 민간 10%(5% 이내에서 지자체 부담 가능)
- 지원한도 : 국비 최대 70억원(점포수 700개 이상 100억원)

- 지원내용

- 주차장, 진입도로, 아케이드 등 고객접근 및 편의시설 설치
- 시설물 개보수(전기·가스·소방시설 등의 교체·개량) 등 노후시설 개선
- 테마거리 조성 및 홍보시설(거리정비, 홍보·상징조형물 등) 설치
- 배송센터(택배시설), 고객센터, 자전거보관소 등 문화·편의시설 설치

□ 경영혁신사업 지원

- (목적) 전통시장의 마케팅 활동 등 활성화사업을 지원하여 매출과 고객 증대를 도모
- 지원규모 : 8억원(도비4억, 시·군비4억)
 - * 보조기준 : 도비 50%+시·군비50%를 원칙으로 하되, 사업내용 및 공설·사설시장 여부에 따라 탄력적으로 운영
- 도비지원한도 : 시장당 최고 1억원 한도

○ 지원사업 (별첨 참조, 세부사업내용)

- 공동마케팅, 구조개선 공동사업, 시장활성화 연구용역(시장, 상점가), 상인대학 운영(교육, 연수)

<별첨>

□ 지원내역(도비 4억 원)

사 업 명	세부사업내용	지원조건	도비 지원한도
① 공동마케팅	<ul style="list-style-type: none"> · 시장축제 · 할인·경품행사 · 홍보사업 및 고객조사 · 위생·청결사업 · 특화사업지원 (특화·상품개발) · 고객참여 행사 및 고객서비스 · 공동쿠폰 발행 · 시장 투어 	· 도비 50%+시·군비 50%+자담 10%원칙	· 시장당 규모 10백만원 ~ 25백만원
② 구조개선 공동사업	<ul style="list-style-type: none"> · 시장매출 또는 고객증대에 기여할 수 있는 공동 기반 시설물 설치(공동물류창고, 공동배달센터, 특산물 판매장, 문화공연·체험장 등 고객 편의시설) 	· 도비50%+시·군비 40%+민자10%	· 시장당 100백만원 이내
③ 시장·상점가 연구용역	· 전통시장 및 상점가 활성화 연구용역	· 도비50%+시·군비 50%	· 시장당 10백만원 까지
④ 상인 교육·연수	· 상인대학 설치	· 도비50%+시·군비 50%	· 시장당 10백만원 까지

V. 정책적 제언

1. 소상공인정책의 개선 방향

□ 소상공인 구조조정

○ 구조조정은 경제 전반에 걸쳐 일어나며, 대기업·중소기업에 비해 소상공인은 뒤늦게 진행

- 대기업의 경우 1980년대부터 구조조정이 시작되어 업종·산업 구조변화가 일어났으며, WTO출범 이후 세계화에 따라 발전적 계기로 대응하여 2000년대에 들어 안정적으로 발전, 중소기업·소상공인과 격차 발생 시작

- 중소기업의 경우 인력수급 문제로 시작되어 1989년 「중소기업의 경영안정 및 구조조정 촉진에 관한 특별조치법」 제정, 중소기업 구조조정기금 설치 등 구조조정을 진행하였으며, 1997년부터 기술혁신개발자금을 투입하여 구조조정이 아닌 혁신성을 제고하는 방향으로 전환

- 소상공인은 2000년도부터 구조조정에 대한 변화가 오랫동안 진행되어 왔지만, 그 수가 방대하고, 업종이 다양하여 소상공인마다 체감이 다르며, 경제 최하부에 위치하여 구조조정에 대한 정책적 대안을 만들지 못하는 등의 원인에 의해 구조조정이 늦고 더디게 진행됨

- 이와 같이 대기업과 중소기업 구조조정의 마무리 시점에서 소상공인은 구조조정기를 맞이한 만큼 정책적으로 연동하여 진행할 수 없다는 점에서 어려움의 강도가 보다 강함

○ 경제여건 변화에 따른 소상공인 구조조정 유발

- 1995년 WTO체제 출범으로 인해 유통시장 개방(1996)하였으

며, 수입자유화 및 국내시장 개방으로 중국산·동남아산 등 저가·저품질 상품이 대량으로 수입되었고, 국내산 제품을 취급하던 소상공인들의 상품구조 변화

- 반면, 국민소득 증가에도 불구하고 1989년 해외여행 자유화로 인한 소비의 국외 유출, 소비자들의 가치구매 증가 등으로 인해 소상공인 매출 정체

* 해외관광지출 추이(백만US\$, 한국은행) : 7,132('00) → 10,465('02) → 12,350('04) → 18,851('06) → 17,125('08)

- 1997년 외환위기 이후 대기업 퇴직자가 생계형 창업에 뛰어들고, 정부 창업정책 촉진에 따라 일부업종 소상공인 과당경쟁이 야기되었으며, 소상공인의 인적구조에 변화가 일어남

* 고학력·남성·고연령 증가, 서비스업·도소매 및 음식숙박업 집중

- '08년 금융위기로 인해 소상공인 양극화의 격차가 보다 크게 나타났으며, 저신용자 계층으로 전락하는 소상공인이 증가하여 햇살론 등 특별한 신용공급을 요하게 되었고, 퇴직인력 신규 창업보다는 폐업 소상공인의 업종변경 창업이 이루어지는 악순환구조가 만들어지고 있음

* 예) 옷가게폐업 → 분식집 창업 후 폐업 → 야식집 창업 후 폐업 → 신용불량

○ 산업구조 변화에 의한 소상공인 구조조정 진행

- 최근 대기업, 중소기업, 소상공인 구조의 균형이 변하고 있으며, 특히 사업체수에 비해 종사자 증감이 급격히 일어나고 있음
- 사업체수·종사자수가 일정비율로 증가한 중소기업과 달리, 지난 10년간 소상공인 사업체수는 2.6%p, 종사자수 5.2%p 감소한 반면, 대기업의 경우 사업체수는 0.01%p, 종사자수는 1.7%p 증가하여 '확장·확산'의 대기업 성장에 의한 소상공인의 구조조정을 의미

* **소상공인 비중 85.3%('00) → 84.5%('04) → 82.7%('09) : 점진적 감소**
대 기업 비중 0.07%('00) → 0.08%('04) → 0.09%('09) : 미미한 증가
중소기업 비중 14.6%('00) → 15.5%('04) → 17.2%('09) : 점진적 증가

* **소상공인 종사자비중 34.2%('00) → 32.7%('04) → 29.0%('09) : 급격한 감소**
대 기업 종사자비중 12.0%('00) → 12.6%('04) → 13.7%('09) : 급격한 증가
중소기업 종사자비중 53.8%('00) → 54.7%('04) → 57.3%('09) : 점진적 증가

- 과거에는 기업 퇴직자 생계형 창업이 많았으나, 현재는 소상공인의 돌려막기식 창업(경험만 믿고 업종·품목 변경 후 닥치는 대로 하는 생존형 창업)이 증가하여 이에 대한 해소노력 필요

- 특히, 도·소매, 숙박·음식점의 경우 타 업종에 비해 상대적 구조조정이 급격히 일어남

	소상공인 사업체수 비중			소상공인 종사자수 비중		
	2000년	2009년	증감	2000년	2009년	증감
도·소매업	91.1%	89.2%	2.1%p▽	59.7%	53.1%	12.4%p▽
숙박·음식업	92.0%	89.9%	2.3%p▽	72.2%	66.8%	8.1%p▽

○ 소비자 변화에 의한 소상공인 구조조정 진행

- 소비자 태도의 변화 : 소비의 고급화, 개성화, 다양화 등 최근 제품·서비스에 대한 소비자의 욕구는 급격한 변화가 일어남
- 또한, 소비의 주체가 10~20대 젊은층으로 이동하였고, 인터넷 등 정보화의 발달은 소비의 고급화, 개성화, 다양화의 촉매제 역할을 수행
- 소비자 소비트렌드 변화 속도에 소상공인이 제품·서비스를 제공하는 속도와 품질이 대응하지 못하는 미스매치 발생
- 변화관리에 성공한 소상공인은 생존하였으나, 고연령에 정보·R&D·자금력 등이 부족한 다수의 소상공인은 제품·서비스 대응력 떨어져 도태
- 같은 기간 시스템화된 대기업은 소비자 성향을 주도하거나 변

화에 즉시 대응하여 시장을 지배하였으며, 이는 소상공인 구조 조정의 결과로 나타남

○ 지역개발 · 고도화에 따른 소상공인의 경영악화

- 수도권 등 신도시 개발, 도청 등 관공서의 신도시 이동 등으로 신도시 및 주변에 새로운 고급형 상권이 형성되었으며, 주말쇼핑 · 맞벌이부부 등 신세대 핵가족의 소비장소 이동, 인터넷 · TV홈쇼핑 등 무점포 구매 증가

* '98년 부산시청 남포동→연산동 이동, '06년 포항시청 덕수동→대이동 이동

- 반면, 구도심 · 중심 상점가의 경우 유동인구 감소, 교통불편 등으로 인해 장기적 침체화

* 서울 종로, 동대문, 대전 중앙동, 광주 금남로, 대구 동성로 등 전국 구도심 중심상권은 모두 위축

- 구도심 소상공인들은 신도시로의 이동욕구는 있으나, 개발된 신도시의 높은 임대료로 인해 이동이 곤란하며, 원재료 값 · 임대료 등 비용은 증가하여 실질소득이 지속적으로 감소

* 생산자물가 지수 98.1('00년) → 100('05년) → 120.0('10년) : 급격한 증가
업무용 건물임대료 지수 90.4('00년) → 100('05년) → 110.4('10년) : 급격한 증가

- KTX, 고속도로 · 외곽도로 증가 등 교통의 발달로 인해 관광지, 계절별 소비지를 제외한 지방 중소도시 지역경제 위축

* 서울, 대구, 광주 등 대도시로 이동하여 소비하거나 인터넷 · TV 홈쇼핑 등 무점포판매('09년 27.1조원규모)로 구매

○ 창업 · 폐업으로 본 업종별 구조 변화

- 소상공인은 연평균 43만개(16.3%)가 진입하고 39만개(14.9%)가 폐업하는 多産多死의 특성을 보이는 가운데, 소비자 트렌드

변화, 대기업 확산, 산업고도화 등에 의해 창업은 적고 폐업은 많은 업종 구조조정 진행

* ('00-'09)소비자트렌트 변화 : 음반 및 비디오물 소매업(78.1%감소), 곡물소매업(51.2%감소), 모터사이클 및 부품판매업(31.1%감소) 등

* ('00-'09)대기업 확산 : 빵및과자류소매업(65.1%감소), 문구용품소매업(29.7%감소), 소형슈퍼마켓(27.1%감소), 육류소매업(27.5%감소), 화장품소매업(11.8%감소) 등

* ('00-'09)산업고도화 : 가정용연료소매업(26.9%감소), 컴퓨터게임방(14.0%감소) 등

- 반면, 같은 기간 창업은 많고 폐업이 적은 업종은 체인화편의점(339.1%증가), 일반교과학원(227.5%증가), 부동산자문및중개업(111.0%증가) 등으로 사업전환 또는 전문성 등에 의한 창업이 이루어진 경우이나, 점차 과당경쟁에 진입하고 있음

□ 소상공인 지원인프라 확충 필요성

○ 소상공인의 구조적 구조조정期 직면

- 외부로부터 촉발된 사회 전반적 거대 변화와 영업능력 한계, 대응력이 취약한 소상공인 간 미스매칭 발생

- 현재 저수익, 퇴출증가, 낡은 업종구조 감소 등 구조적 구조조정 상태에서 소상공인 스스로 자생력을 갖는 데에는 한계

○ 소상공인 자생력을 기를 수 있는 공통 인프라 확충 필요

- 구조조정 현상으로 소상공인이 양극화의 극단으로 몰릴 가능성이 높기 때문에 소상공인들을 사회변화 흐름과 같은 방향으로 갈 수 있도록 하기 위해서는 자생력을 기를 수 있는 공통 인프라 확충이 보다 필요

- 270만 지역별 · 업종별 · 규모별 다양한 소상공인을 직접 지원하기에는 지원체계 구축에 많은 시간과 비용이 발생하고, 효과성과 효율성이 떨어지기 때문에 공통에 적용되는 인프라 확충이 중요

- 창업 후 1년 내 폐업하는 약 7만개의 소상공인 점포가 부담하는 피해, 즉 창업 실패의 직접비용이 약 4조원(사회적 비용 및 기회비용까지 포함하면 이보다 훨씬 틀 것으로 보임)에 이르고 있어서, 이를 줄이기 위해서는 인프라 확충이 반드시 필요

* 창업 후 1년 내 폐업률 16.7%, 사업체 수 약 7만개, 창업 시 인테리어비 3,000만원, 월평균 임대료 100만원, 종업원 1명 인건비 월 120만원으로 1년 영업 가정하여 추정

- 270만 지역별·업종별·규모별 다양한 소상공인을 직접 지원하기에는 지원체계 구축에 많은 시간과 비용이 발생하고, 효과성과 효율성이 떨어지기 때문에 공통에 적용되는 인프라 확충이 중요
- 소상공인 지원에 대한 공통적인 인프라는 지원조직, 기술개발 지원, 혁신지원, 정보제공, 유통망 확충, 사업영역 보호, 지원의 전달체계 등 다양한 소상공인의 개별적 대응에 한계성을 갖고 있는 분야에서 나타나며, 업종별 각기 다른 외부요인에 의해 어려움에 처한 소상공인에 대한 지원은 업종을 중심으로 지원하는 것이 바람직
- 현재 지원을 위한 인프라가 설치되어 있으나, 사회 변화에 따라 미흡하거나 개선이 필요한 부분에 대해 밀도 있는 분석을 하고, 사업의 정체성과 운영상 근본적인 개편 필요

예) 소상공인지원센터 : '99년 설치 이후 기간소요, 사회변화, 고객 요구 등에 부응하는 새로운 소상공인지원센터의 역할 재정립 필요

- ◆ 외환위기 직후 소상공인의 창업촉진 및 경영개선 지원을 위하여 설치('99.2)
- ◆ 소상공인지원센터 설치·운영권 지자체 위임('06.1)
- ◆ 지자체에 센터의 설치, 통합, 폐지 등의 자율권 부여('06.12)
 - 지자체 중소기업지원센터·지역신용보증재단 등에 재위탁
- ◆ 소상공인지원센터 금융·보증업무 위주의 업무 수행
 - 소상공인지원센터는 정책자금 지원 기관으로 인식됨
 - 센터 간 네트워크기능 작동 안 됨
- ◆ 전국 센터조직의 일관성 있는 운영관리를 통한 효과적 소상공인지원 정책 시행을 위해 소상공인지원진흥원과 통합('11.4)
 - 소상공인 상담·지도 및 교육, 컨설팅 등 현장중심·실효성 있는 업무기능 강화

2. 충남도와 상인들에게 하고 싶은 말

1) 충남도

- ☐ 수요자가 없으면 정부도, 지자체도 없다. 소상공인의 일을 내 가족의 일처럼 생각하라.

2) 상인

- ☐ 자기 혁신을 주도하라.
- ☐ 항상 변화를 관찰하라.
- ☐ 고객의 수요를 수용하라.
- ☐ 정부의 정책을 충분히 활용하라.