

Jeonbuk Institute

정책연구

2023-29

전라북도 소상공인 경영실태 및 지원사업 개선방안

An Analysis of the Management Situation and Recommendations for
Policy Enhancement to Support Small Business Owners in Jeollabuk-do

김수은 박세현



설립목적

전라북도 및 전북지역 시군의 지역발전과 여성정책 등에 관련된 정책과제에 대하여 체계적인 조사·연구 활동을 통하여 지역단위의 정책개발 기능을 수행함으로써 지역발전에 기여

주요기능

- 도정에 관한 중장기 개발계획 및 주요현안에 대한 조사연구
- 지역경제, 지역발전, 지역여성에 관한 연구 및 정책 대안의 모색
- 정부, 전라북도 및 국내외의 연구기관과 민간단체의 각종 용역 수탁
- 연구 관련도서 및 간행물 출간
- 국내외 연구기관 간 공동연구 및 정보 교류·협력

연구진 소개

김수은

경희대학교 경제학박사(국제경제)
전북연구원 연구위원

박세현

이화여자대학교 국제학석사(국제경영)
전북연구원 전문연구원

Jeonbuk Institute

정책연구

2023-29

전라북도 소상공인 경영실태 및 지원사업 개선방안

An Analysis of the Management Situation and Recommendations for
Policy Enhancement to Support Small Business Owners in Jeollabuk-do

김수은 박세현

연구진 및 연구 세부 분담

연구 책임 김수은 | 연구위원 | 연구총괄, 제1장, 2장, 3장, 4장(4절), 5장
공동 연구 박세현 | 전문연구원 | 제2장 2절, 3장, 4장

자문위원 김 현 | 소상공인시장진흥공단 소상공인본부 실장
이국용 | 군산대학교 경영학부 교수

연구관리 코드 : 23JU07

이 보고서의 내용은 연구자의 의견으로서
전북연구원의 공식 입장과는 다를 수 있습니다.

1. 연구목적 및 방법

■ 연구목적

- 소상공인 정책은 그동안 국민경제차원 뿐만 아니라 지역경제차원에서 중요하다는 인식 하에 다양한 지원 사업이 이루어져 왔음에도 불구하고 소상공인 점포규모의 영세성, 점주의 고령화, 외부환경 변화에 취약한 경영실태 등으로 소상공인 경영환경이 개선되지 않고 있음
- 본 연구에서는 대내외 경영환경 변화 등에 따른 전라북도 소상공인의 경영실태와 지원사업의 실효성 여부 및 개선방향을 논의하고자 함
- 지역 소상공인 현황 및 경영실태에 대한 세부정보 파악함으로써 근거 기반의 정책수립에 기여하고, 전라북도 소상공인 지원사업의 개선방안을 도출함으로써 소상공인의 경쟁력 강화 및 안정적 경영환경 지원정책을 모색하고자 함

■ 연구방법

- 문헌연구 : 소상공인 지원 관련 제도 검토(정부정책, 지자체정책 등), 소상공인 관련 선행연구 검토(연구보고서, 학술지 등)
- 설문조사 기간 : 2023년 7월 20일 ~ 2023년 9월 20일 (62일)
- 설문조사 대상 : 전라북도 14개 시군 소상공인 및 소기업

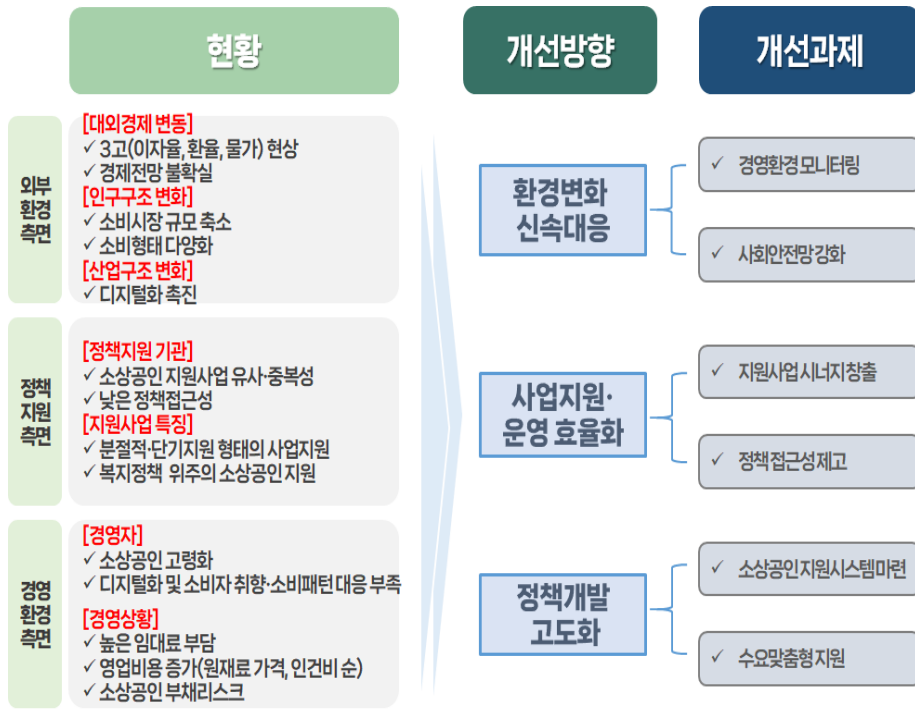
업종	소매업	① 종합소매점 ② 음식료품 소매업 ③ 기타 소매업
	서비스업	④ 개인서비스업(미용실, 세탁소 등) ⑤ 교육서비스업(학원 등) ⑥ 부동산업 ⑦ 수리/설치업(정비소, 간판설치업 등) ⑧ 숙박업 ⑨ 여가관련 서비스업(헬스장, pc방, 당구장, 노래방 등)
외식업	⑩ 음식점업 (한식, 분식, 커피음료점 등)	

- 전문가 자문 : 실태조사 항목 및 설문지 작성, 실태조사 결과에 따른 정책방향 구상 등

2. 결론 및 정책제언

■ 소상공인 지원사업 개선방향과 과제

- 소상공인정책의 궁극적인 목표는 “소상공인 경쟁력 강화, 경영안정을 통해 지속가능한 성장을 지원”하는 것임
- 소상공인정책 목표를 달성하기 위해 소상공인 정책 개선방향은 대내외 경영환경변화에 신속대응, 사업지원운영 효율화, 정책개발 고도화로 요약할 수 있음



〈소상공인 지원사업 개선방향과 과제〉

차례

CONTENTS

요약 i

제1장 연구 개요

1. 연구 배경 및 목적 3
 가. 연구 배경 3
 나. 연구 목적 6
2. 연구 범위 및 방법 6
 가. 연구 범위 6
 나. 연구 방법 7
3. 연구 주요 내용 및 기대효과 8
 가. 연구 주요 내용 8
 나. 연구 기대효과 10

제2장 소상공인 정책 관련 이론적 검토

1. 소상공인 정의 및 관련 법률 13
 가. 소상공인 정의 13
 나. 국내 소상공인 관련 법률 검토 13
2. 소상공인 관련 정부 정책 동향 15
 가. 소상공인 관련 정부 정책 15
 나. 정부 소상공인 지원사업 18
 다. 유관 기관 정책 현황 21

3. 전라북도 소상공인 지원정책 22

 가. 전라북도 소상공인 지원 및 육성 관련 법제 22

 나. 전라북도 소상공인 지원사업 현황 26

 다. 전라북도 소상공인 지원사업 집행 현황 26

제3장 전라북도 소상공인 현황 및 정책추진 현황

1. 전라북도 소상공인 현황 및 분포 37

 가. 전국 소상공인 현황 37

 나. 전라북도 소상공인 현황 45

 다. 소상공인 생활밀접업종 업종별·지역별 분포 50

2. 전라북도 소상공인 경영환경 52

 가. 환율, 이자율, 물가의 3고(高)현상 52

 나. 전라북도 소상공인 체감 경기 57

 다. 전라북도 소비시장 규모 전망 59

3. 시사점 60

제4장 전라북도 소상공인 실태조사

1. 조사 개요 67

 가. 조사 목적 67

 나. 조사 설계 67

 다. 조사 내용 67

2. 조사 결과 69

3. 시사점 122

차 례

CONTENTS

제5장	전라북도 소상공인정책 개선방안	
1.	개선방향	131
2.	개선과제	133
가.	정책접근성 제고	133
나.	지원사업 시너지창출	134
다.	소상공인 지원 시스템 마련	135
라.	수요맞춤형 지원 확대	136
마.	경영환경 모니터링	137
바.	사회안전망 강화	138
참고문헌		141
영문요약 (Summary)		143
부록		147

표 차례

LIST OF TABLES

[표 1-1] 소상공인 관련 최근 연구현황(2019~2022)	5
[표 2-1] 소상공인 관련 국가법령 현황	14
[표 2-2] 2023년도 중기부 소상공인·전통시장·보증지원 제도 현황	18
[표 2-3] 2023년도 중기부 소상공인 지원사업	19
[표 2-4] 2023년도 중기부 전통시장 지원사업	20
[표 2-5] 2023년도 중기부 보증지원 제도	20
[표 2-6] 2023년도 유관 기관 소상공인·전통시장·보증지원 제도 현황	21
[표 2-7] 전라북도 시·군 소상공인 관련 조례	25
[표 2-8] 2023년도 전라북도 소상공인·전통시장 지원 제도	26
[표 2-9] 신용보증재단 주요업무	27
[표 2-10] 신용보증 지원실적	28
[표 2-11] 신용보증 잔액현황	28
[표 2-12] 소상공인 경영지도 현황	29
[표 2-13] 연도별 금융복지상담 현황	30
[표 2-14] 연도별 금융교육 현황	30
[표 2-15] 경제통상진흥원 소상공인 지원업무	31
[표 2-16] 소상공인광역센터 소상공인 지원사업 추진실적 요약	34
[표 3-1] 산업별 사업체 및 종사자 수	37
[표 3-2] 대표자 연령별 사업체 수	38
[표 3-3] 대표자 성별 사업체 수	38
[표 3-4] 사업체당 총 창업비용 및 본인 부담금	39
[표 3-5] 사업체당 매출액	40
[표 3-6] 사업체당 영업이익	41
[표 3-7] 사업체당 부채액	41
[표 3-8] 사업장 점유형태	42
[표 3-9] 사업체당 임차료	42
[표 3-10] 전자상거래 매출 실적	43

표 차례

LIST OF TABLES

[표 3-11] 디지털스마트 기술 활용(복수응답)	43
[표 3-12] 경영 애로(복수응답)	44
[표 3-13] 2020년 기준 전북 소상공인 비중	45
[표 3-14] 전북 소상공인 비중 추이	46
[표 3-15] 업종별 전북 소상공인 사업체수	47
[표 3-16] 업종별 전북 소상공인 매출액	48
[표 3-17] 전북 임대료 및 임대가격지수 추세	58
[표 3-18] 유형별-기관별 소상공인 지원사업 현황	61
[표 4-1] 조사대상 업종	67
[표 4-2] 응답자 성별	69
[표 4-3] 응답자 연령대	69
[표 4-4] 사업장 소재지	70
[표 4-5] 사업장 업종	70
[표 4-6] 사업장 유형	71
[표 4-7] 사업장 운영 기간	71
[표 4-8] 사업장 기업 유형	72
[표 4-9] 사업장 소유 형태	72
[표 4-10] 2020년~2022년 종사자 수 응답 현황	73
[표 4-11] 업체의 설립연도에 따른 2020년, 2021년, 2022년 종사자 수	74
[표 4-12] 최근 3개월 간 영업비용의 세부 항목별 비중	75
[표 4-13] 경영환경 변화 인식도	75
[표 4-14] 경영환경 변화의 가장 큰 원인(1순위)	76
[표 4-15] 경영환경 변화의 가장 큰 원인(2순위)	76
[표 4-16] 월평균 매출액과 영업이익 비중	77
[표 4-17] 코로나19 영향에 따른 경영상태 변화(매출액)	78
[표 4-18] 코로나19 영향에 따른 경영상태 변화(영업이익)	78
[표 4-19] 코로나19 영향에 따른 경영상태 변화(원가 수준)	79
[표 4-20] 코로나19 영향에 따른 경영상태 변화(임대료 수준)	79

[표 4-21] 코로나19 영향에 따른 경영상태 변화(인건비 수준)	80
[표 4-22] 코로나19 영향에 따른 경영상태 변화(고용인원 수)	80
[표 4-23] 최근 3高(물가, 금리, 환율)에 따른 변화(매출액)	81
[표 4-24] 최근 3高(물가, 금리, 환율)에 따른 변화(영업이익)	81
[표 4-25] 최근 3高(물가, 금리, 환율)에 따른 변화(원가 수준)	82
[표 4-26] 최근 3高(물가, 금리, 환율)에 따른 변화(임대료 수준)	82
[표 4-27] 최근 3高(물가, 금리, 환율)에 따른 변화(인건비 수준)	83
[표 4-28] 최근 3高(물가, 금리, 환율)에 따른 변화(고용인원 수)	83
[표 4-29] 최근 3개월 간 사업장 자금조달 방식	84
[표 4-30] 사업장 현재 금융부채 조달 방식	84
[표 4-31] 평균 금융부채 금액과 평균 조달 비중에 따른 금액	85
[표 4-32] 향후 1년 후 자금사정 예상	85
[표 4-33] 경영환경 회복 예상 소요시간	85
[표 4-34] 3高(물가, 금리 환율) 지속 시, 사업체 운영 계획	86
[표 4-35] 3高(물가, 금리 환율) 지속 시, 소상공인 필요 지원 정책	86
[표 4-36] 디지털기술 이용 시, 인력의 효율적 운영 가능 인식 여부	87
[표 4-37] 디지털기술 이용 시, 업무 소요시간 단축 가능 인식 여부	87
[표 4-38] 디지털기술 이용 시, 업무 소요 비용 절감 가능 인식 여부	88
[표 4-39] 디지털기술 이용 시, 생산성 향상 가능 인식 여부	88
[표 4-40] 디지털기술 이용 시, 매출 증대 가능 인식 여부	89
[표 4-41] 사업장의 디지털 기술 준비 정도(기술 및 장비, 인터넷 등 인프라)	89
[표 4-42] 사업장의 디지털 기술 준비 정도(인력)	90
[표 4-43] 사업장의 디지털 기술 준비 정도(지식)	90
[표 4-44] 사업장의 디지털 기술 준비 정도(자금)	91
[표 4-45] 사업장의 디지털 기술 실행 정도(이용 여부)	91
[표 4-46] 디지털 활용 정도(생산, 주문, 예약 기능)	92
[표 4-47] 디지털 활용 정도(디자인 및 수정 기능)	92
[표 4-48] 디지털 활용 정도(주문상태 확인, 추적 기능)	93
[표 4-49] 디지털 활용 정도(생산이력관리 및 사용자 재방문, 맞춤형 콘텐츠 제공 기능)	93

표 차례

LIST OF TABLES

[표 4-50] 사업장의 디지털 기술 실행 정도(1개월 내 이용 예정 여부)	94
[표 4-51] 사업장의 디지털 기술 실행 정도(직접 개발 또는 외부도입 여부) ...	94
[표 4-52] 사업장의 디지털 기술 실행 정도(관련 정보 조사 여부)	95
[표 4-53] 디지털 전환을 위한 필요 정책 수요(금융지원)	95
[표 4-54] 디지털 전환을 위한 필요 정책 수요(기술개발 지원)	96
[표 4-55] 디지털 전환을 위한 필요 정책 수요(인력 지원)	96
[표 4-56] 디지털 전환을 위한 필요 정책 수요(컨설팅 지원)	97
[표 4-57] 디지털 전환을 위한 필요 정책 수요(교육 지원)	97
[표 4-58] 지역사랑상품권 하루 평균 구매고객 수 및 월 평균 매출액	98
[표 4-59] 2021년 상반기 대비 2022년 상반기의 지역사랑상품권 매출액 변동 현황 ...	99
[표 4-60] 2021년 하반기 대비 2022년 하반기의 지역사랑상품권 매출액 변동 현황 ...	99
[표 4-61] 2022년 상반기 대비 2023년 상반기의 지역사랑상품권 매출액 변동 현황 ...	99
[표 4-62] 지역사랑상품권 매출액 변화 정도	100
[표 4-63] 2023년 상반기(1~6월) 동안 지역사랑상품권 매출액 증가 효과 ...	101
[표 4-64] 2023년 2분기(4~6월) 동안 지역사랑상품권 매출액 증가 효과 ...	101
[표 4-65] 2023년 상반기(1~6월) 동안 지역사랑상품권 지역상권 활성화 효과 ...	102
[표 4-66] 2023년 2분기(4~6월) 동안 지역사랑상품권 지역상권 활성화 효과 ...	102
[표 4-67] 지역사랑상품권의 고용 유지 효과	103
[표 4-68] 지역사랑상품권 도입에 대한 전망(매출액 증가 효과)	103
[표 4-69] 지역사랑상품권 도입에 대한 전망(고용인원 증대 효과)	104
[표 4-70] 지역사랑상품권 도입에 대한 전망(지역상권 활성화 효과)	104
[표 4-71] 지역사랑상품권 도입에 대한 전망(소비 촉진 효과)	105
[표 4-72] 소상공인·소기업 지원 수혜기업 현황 및 정책 평가	106
[표 4-73] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 유무(자금지원)	107
[표 4-74] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 만족도(자금지원)	107
[표 4-75] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 유무(교육지원)	108
[표 4-76] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 만족도(교육지원)	108
[표 4-77] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 유무(세제지원)	109
[표 4-78] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 만족도(세제지원)	109

전라북도 소상공인 경영실태 및 지원사업 개선방안

[표 4-79] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 유무(기술지원)	110
[표 4-80] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 만족도(기술지원)	110
[표 4-81] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 유무(판로지원)	111
[표 4-82] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 만족도(판로지원)	111
[표 4-83] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 유무(정보화지원)	112
[표 4-84] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 만족도(정보화지원)	112
[표 4-85] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 유무(컨설팅지원)	113
[표 4-86] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 만족도(컨설팅지원)	113
[표 4-87] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 유무(홍보·마케팅지원)	114
[표 4-88] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 만족도(홍보·마케팅지원)	114
[표 4-89] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 유무(퇴로지원)	115
[표 4-90] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 만족도(퇴로지원)	115
[표 4-91] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 유무(공간지원)	116
[표 4-92] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 만족도(공간지원)	116
[표 4-93] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 유무(기타 지원)	117
[표 4-94] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 만족도(기타 지원)	117
[표 4-95] 소상공인·소기업 관련 지원 신청 및 수혜 여부	118
[표 4-96] 소상공인·소기업 관련 지원 신청을 하지 않은 이유	118
[표 4-97] 중점적 필요 추진 정책(1순위)	119
[표 4-98] 중점적 필요 추진 정책(2순위)	119
[표 4-99] 정책 활용성을 높이기 위해 필요한 여건(1순위)	120
[표 4-100] 정책 활용성을 높이기 위해 필요한 여건(2순위)	120
[표 4-101] 사업장 운영 기간에 따른 형태	122
[표 4-102] 업체의 설립연도에 따른 2020년, 2021년, 2022년 종사자 수	123
[표 4-103] 최근 3개월 간 영업비용의 세부 항목별 비중	124
[표 4-104] 월평균 매출액과 영업이익 비중	124
[표 4-105] 사업장 현재 금융부채 조달 방식	125
[표 5-1] 소상공인 지원사업 개선과제	140

그림 차례

LIST OF FIGURES

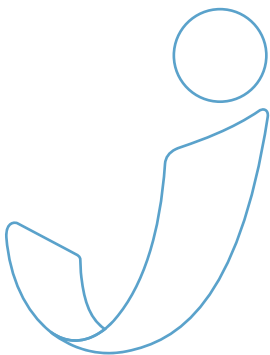
[그림 1-1] 소상공인 경영환경 악화 원인	3
[그림 2-1] 소상공인 지원 기본계획('23~'25) 주요 내용	17
[그림 3-1] 연령별 사업체 수	39
[그림 3-2] 성별 사업체 수	39
[그림 3-3] 창업비용	40
[그림 3-4] 본인부담금	40
[그림 3-5] 전북 소상공인 추이	46
[그림 3-6] 전국대비 전북 소상공인 사업체당 매출액	49
[그림 3-7] 업종별 사업체당 매출액	49
[그림 3-8] 전북 100대 생활업종 사업자수 추이	50
[그림 3-9] 전북 100대 생활업종 사업자수 비중(2021년 5월 기준)	50
[그림 3-10] 업종별 사업자 수 증감현황	51
[그림 3-11] 시군별 100대 생활업종 사업자 수 증가율과 상위 3개 업종 현황	51
[그림 3-12] 코로나19 이후 원/달러 환율 변동 추이	52
[그림 3-13] 한국과 미국 기준금리 및 금리차	53
[그림 3-14] 무역수지와 원달러 환율 추이	55
[그림 3-15] 외환위기 및 글로벌 금융위기와의 무역적자 지표 비교	55
[그림 3-16] 주요국의 월별 인플레이션 추이	56
[그림 3-17] 전북 소상공인 체감 BSI 추이	57
[그림 3-18] 전북 임대가격지수 추세	58
[그림 3-19] 가구변화에 따른 소비시장규모 전망	59
[그림 4-1] 업체의 설립연도에 따른 2020년, 2021년, 2022년 종사자 수	74
[그림 4-2] 지역사랑상품권 매출액 변화 정도	100
[그림 4-3] 소상공인·소기업 지원 수혜기업 현황 및 정책 평가	106
[그림 4-4] 정책 수립 및 활용에 대한 조언	121
[그림 4-5] 디지털 전환 준비가 미흡한 부분	126
[그림 4-6] 디지털 필요 정책 수요	126
[그림 4-7] 지역사랑상품권 하루 평균 구매고객 수 및 월 평균 매출액	127
[그림 4-8] 지역사랑상품권 매출액 변화 정도	127
[그림 5-1] 소상공인 지원사업 개선방향과 과제	132



제 1 장

연구 개요

1. 연구배경 및 목적
2. 연구범위 및 방법
3. 연구주요내용 및 기대효과

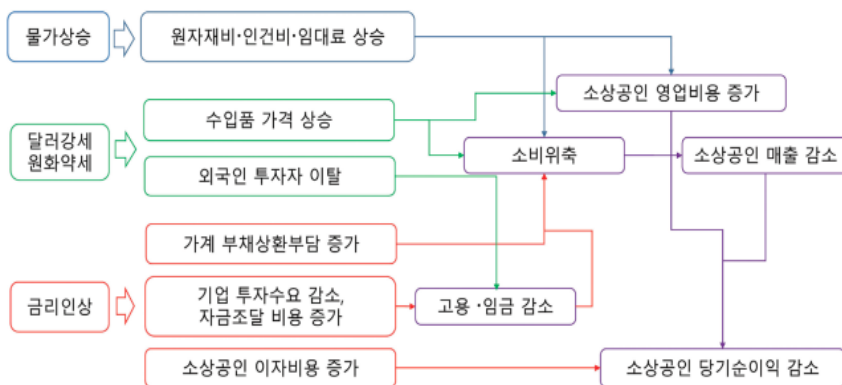


제 1 장 연구 개요

1. 연구 배경 및 목적

가. 연구 배경

- 코로나19 상황에서 영업제한 등으로 인해 어려움을 경험한 소상공인들은 코로나19 비상사태 종료를 앞두고 있는 상황에서도 대내외 환경변화에 의해 여전히 영업환경이 악화되고 있는 상황임
- 소상공인들은 최근 고물가, 고금리, 고환율로 인한 영업환경 악화, 매출감소, 영업이 비용 증가 등 다중 부담을 겪는 상황
 - (물가상승) 원자재가격, 인건비, 임대료 이상으로 소상공인의 영업비용 증가, 소비자가격 인상으로 인한 소비위축 및 매출 감소 초래
 - (금리인상) 코로나19 피해 극복을 위한 대출금 만기연장 및 상환유예 등은 소상공인 부채상환에 부담으로 작용
 - (원달러 환율 상승) 원자재를 수입하여 생산활동을 수행하는 소상공인의 경우 영업비용 증가, 매출감소, 경영압박 등 부담 불가피



자료: 강민정(2022)

[그림 1-1] 소상공인 경영환경 악화 원인

- 이 외에도 고령화, 저출산, 1인가구 증가 등에 따른 인구구조 변화 및 ICT의 발전에 따른 소비구조 변화로 소상공인 경영환경에도 많은 변화가 발생하고 있음
 - 인구구조의 변화는 소비구조의 변화로 이어져 소상공인 전반에 걸쳐 매출 감소를 야기
 - ICT 발전으로 온라인 소비가 증가하고 있어 전통적인 오프라인 중심의 소상공인들에게는 적응이 쉽지 않음
- 소상공인들은 외부환경 변화뿐만 아니라 낮은 진입장벽으로 인한 경쟁자의 등장, 소상공인 점포주의 고령화로 인한 신규 정책 및 기술, MZ세대의 소비패턴에의 신속한 대응 및 경영혁신 등을 요구받고 있는 상황
- 소상공인 관련 연구는 주로 국책연구기관인 중소기업연구원과 지자체 연구원을 중심으로 이루어지고 있으며, 정부 및 지자체 지원사업의 개선방안에 대한 내용이 대부분임
- 특히 지자체의 경우에는 지역 소상공인의 현황과 추이, 실태조사 및 정책수요 파악에 따른 소상공인 지원방향 등에 대한 연구가 활발하게 이루어졌음
- 지자체 연구원에서 수행한 연구를 살펴보면 소상공인이 지역경제에서 차지하는 비중이 크기 때문에 정책적 지원의 필요성을 언급하고 경영환경 변화에 신속한 대응 및 경쟁력 향상을 지원하기 위한 방안을 주로 모색하고 있음
- 최근에는 코로나19 이후 소상공인의 급격한 경영환경 변화 및 이자율, 환율 등과 같은 거시경제변수에 따른 소상공인 내부역량에 대한 관심이 높아짐에 따라 이러한 환경변화에 대응하기 위한 소상공인 지원정책의 변화 필요성에 대한 연구도 증가하고 있음
- 전라북도 소상공인 관련 연구는 주로 전북연구원에서 수행되고 있는데, 전라북도 전통시장 활성화방안(2015), 전라북도 골목자원을 활용한 골목경제 활성화방안(2016), 전라북도 소상공인 현황과 지원방안(2017), 전라북도 소상공인실태조사(2019) 등이 있음
- 그동안 전라북도 소상공인 관련 정책연구는 소상공인 경영환경의 취약성을 극복하기 위한 지원방향을 제시해 왔으나, 이자율 및 물가와 같은 거시경제환경 및 인구감소에 따른 소비규모의 변화 등을 고려한 소상공인 지원방향에 대한 고민이 필요한 시점임

- 따라서 본 연구에서는 소상공인을 둘러싼 내외부 환경을 검토하고, 현재의 소상공인 지원정책을 점검함으로써 효율적이고 체계적인 소상공인 정책방향을 모색하고자 함

[표1-1] 소상공인 관련 최근 연구현황(2019~2022)

저자	년도	제목	소속기관
정은애	2019	상권주기에 따른 소상공인 및 자영업 정책방향	중소벤처기업 연구원
정완수전인우	2019	전국 소상공인 과밀화 현황 및 시사점(도소매업과 숙박음식을 중심으로)	
강재원	2019	소상공인 뉴스기반 체감지수 개발	
남윤형	2019	인구구조변화가 소상공인에 미치는 영향	
김기웅	2022	소상공인의 디지털 전환 연착륙을 위한 실행방안	
남윤형	2022	소상공인 디지털 전환 현황 및 단계별 추진전략	
정은애	2022	소상공인자영업자 맞춤형 부채 관리 방안	
김경민	2022	주요국의 소상공인자영업자 지원제도 비교: 재생·폐업, 신용회복, 특별구제 중심으로	
이정환 외	2022	소상공인 부채 문제 해결을 위한 현실적 정책방안	
정은애남윤형	2022	금리인상에 따른 부실 소상공인 추정과 시사점	
정삼철	2022	충북지역 소상공인 경영변화와 발전과제	충북연구원
김영순 외	2020	경상남도 소상공인 임대료 실태조사 및 부담 완화 대책	경남연구원
충남 경제동향센터	2022	충남소상공인 실태파악 및 대응방향:부채현황을 중심으로	충남연구원
황영순 외	2023	코로나시대의 부산지역 취약소상공인 위기진단과 보호방안	부산연구원
남영휘 외	2020	소상공인 경영성과의 결정요인에 관한 연구	한국유통학회 추계학술대회 발표논문
이진아 외	2021	소상공인 금융니즈와 금융지원에 대한 정책적 제언	한국창업 학회지
류창규 외	2019	소상공인 지원제도가 경영자역량과 재무적성과를 매개로 하여 고용창출에 미치는 영향	한국창업 학회지
김수은	2019	전라북도 소상공인 실태조사	전북연구원

나. 연구 목적

- 소상공인 정책은 그동안 국민경제차원 뿐만 아니라 지역경제차원에서 중요하다는 인식 하에 다양한 지원 사업이 이루어져 왔음에도 불구하고 소상공인 점포규모의 영세성, 점주의 고령화, 외부환경 변화에 취약한 경영실태 등으로 소상공인 경영환경이 개선되지 않고 있음
- 본 연구에서는 대내외 경영환경 변화 등에 따른 전라북도 소상공인의 경영실태와 지원사업의 실효성 여부 및 개선방향을 논의하고자 함
 - 특히 경기회복 속도와 성장성을 고려한 업종별 지원, 일상으로 복귀할 수 있는 활력 지원, 변화하고 있는 소비행태를 반영한 맞춤형 지원, 최근 증가하는 단기부채 관리 등을 중심으로 연구를 진행하고자 함

2. 연구 범위 및 방법

가. 연구 범위

- 공간적 범위 : 전라북도, 14개 시군
- 내용적 범위 : 소상공인 정책 현황(중앙정부, 지자체), 도내 소상공인 현황, 소상공인 경영환경 실태조사(종사자 수, 영업시간, 규제환경, 상권환경, 자금조달, 부채현황, 디지털장비 도입여부, 지원사업 수혜여부, 향후 경기전망, 지원사업 수요 등), 소상공인 경영 지원사업 개선방안 도출

나. 연구 방법

1) 정보조사 및 분석 방법

■ 문헌연구

- 소상공인 지원 관련 제도 검토 : 정부정책, 지자체정책
- 소상공인 관련 선행연구 검토 : 연구보고서, 학술지

■ 설문조사

- 조사대상 : 도내 소상공인
- 조사목적 : 도내 소상공인의 경영환경 변화에 따른 영업실태 파악 및 정책방향 모색

2) 전문가 자문

- 대상 : 도내외 소상공인 정책 관련 전문가
- 자문목적 : 실태조사 항목 및 설문지 작성, 실태조사 결과에 따른 정책방향 구상 등

3. 연구 주요 내용 및 기대효과

가. 연구 주요 내용

1) 정부 및 전라북도 정책 현황

■ 목적

- 연구동향 및 정책현황 파악을 통해 소상공인 경영 관련 주요 이슈를 파악하고자 함

■ 주요내용

- 소상공인 관련 최근 연구 동향 검토
 - 국책연구기관 및 지자체 연구기관의 소상공인 관련 연구동향 파악
- 소상공인 관련 법률 검토
- 정부 및 전라북도 소상공인 정책 분석

2) 전라북도 소상공인 현황

■ 목적

- 전라북도 소상공인 환경분석을 통해 도내 소상공인의 당면과제 및 실태조사를 위한 기초현황을 파악하고자 함

■ 주요내용

- 전라북도 소상공인 일반현황(사업체수, 종사자수 현황 및 추이) 파악
- 도내 소상공인의 경영환경에 대한 간접적 파악 등(소상공인 BSI 등)

3) 전라북도 소상공인 경영실태 조사

■ 조사목적

- 소상공인의 일반현황(점포수, 종사자수 등) 외에 구체적인 소상공인의 경영현황 및 정책방안 모색을 위함
- 정부 소상공인실태조사의 경우 지역에 배분된 표본이 크지 않고 조사시기도 3년마다 이루어지기 때문에 지역의 현실과 변화하는 경영환경을 반영하기 어려운 부분이 있음

■ 조사방법

- 구조화된 설문지를 통한 조사로 신용보증재단과의 협업으로 추진
 - 연구원 : 설문지 작성 및 분석
 - 신용보증재단 : 설문조사 수행

■ 조사내용

- 일반현황(창업시기, 업력, 영업시간, 종사자 수 등)
- 경영현황(규제환경, 상권환경, 자금조달, 부채현황, 디지털장비 도입여부 등)
- 정책수요(지원사업 수혜여부, 향후 경기전망, 지원사업 수요 등)

4) 소상공인 지원사업 개선방안

- 소상공인 경영현황과 지원사업 현황을 매칭해 볼 때 개선이 필요한 분야와 관련 사업 제안 필요
- 소상공인 정책의 기본방향에 입각하여 소상공인 창업, 공간, 마케팅, 금융지원 등의 측면에서 개선사업 제안

나. 연구 기대효과

- 지역 소상공인 현황 및 경영실태에 대한 세부정보 파악함으로써 근거 기반의 정책수립에 기여
- 전라북도 소상공인 지원사업의 개선방안을 도출함으로써 소상공인의 경쟁력 강화 및 안정적 경영환경 지원정책 모색



제 2 장

소상공인 정책 관련 이론적 검토

1. 소상공인 정의 및 관련 법률
2. 소상공인 관련 정부 정책 동향
3. 전라북도 소상공인 지원정책



제 2 장 소상공인 정책 관련 이론적 검토

1. 소상공인 정의 및 관련 법률

가. 소상공인 정의

- 「중소기업기본법」 제2조제2항에 따른 소기업(小企業) 중 다음의 요건을 모두 갖춘 자(「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」 제2조, 「소상공인 기본법」 제2조제1항 및 「소상공인기본법 시행령」 제3조제1항)
 - 상시 근로자 수가 10명 미만일 것
 - 주된 사업에 종사하는 상시 근로자 수가 업종별로 다음의 어느 하나에 해당하는 것
 - * 광업·제조업·건설업 및 운수업 : 10명 미만
 - * 광업·제조업·건설업 및 운수업 외의 업종 : 5명 미만

나. 국내 소상공인 관련 법률 검토

- 소상공인과 관련된 국가 법령은 「소상공인기본법」, 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」, 「소상공인 생계형 적합업종 지정에 관한 특별법」 등이 제정되어 소상공인의 정의, 기업활동 촉진 및 보호 등에 대한 내용이 규정됨
- 「소상공인기본법」은 총 6장 37조로 구성되어 있으며, 이는 그간 개별법 또는 각 부처에 흩어져 관리해 오던 소상공인 관련 정책 등을 총괄하고, 독자적인 정책을 영역화하기 위한 기반이 되는 법률로, 소상공인 지원 기본계획 수립과 실태조사 및 통계작성, 소상공인 지원 및 육성시책(창업, 디지털화, 혁신촉진 등), 소상공인 보호 시책(경영안정 및 공정경쟁 상생협력 촉진 등), 소상공인 시책의 기반 조성(전문평가기관설치, 단체결성, 지원기관설치 등) 등으로 구성됨

- 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」은 소상공인의 자유로운 기업활동 촉진과 경영 안정과 성장을 도모해 소상공인의 경제 사회적 지위 향상 및 국민경제의 균형 있는 발전을 위해 총 7장 25조로 구성되어 있으며, 소상공인의 창업 및 경영안정, 소상공인진흥공단 설립 운영, 소상공인시장진흥기금 설치, 소상공인연합회 설립 운영 등의 내용을 규정하고 있음
- 「소상공인 생계형 적합업종 지정에 관한 특별법」은 총 17조로 구성되어 있으며, 이는 소상공인이 생계를 영위하기에 적합한 업종을 지정해 보호·육성하여 소상공인의 경영 안정과 소득향상을 도모하고, 생존권을 보장하기 위한 것으로, 생계형 소상공인 보호 육성 계획, 생계형 적합업종 심의위원회, 생계형 적합업종 지정, 대기업의 참여 제한, 이행강제금, 권한 및 업무의 위임 위탁, 벌칙, 과태료 등의 내용으로 구성됨

[표 2-1] 소상공인 관련 국가법령 현황

법령명	법령종류	공포일자	시행일자	비고
소상공인기본법	법률	2020. 12. 8.	2021. 3. 9.	일부개정
소상공인기본법 시행령	대통령령	2021. 12. 28.	2021. 12. 30.	타법개정
소상공인 보호 및 지원에 관한 법률	법률	2021. 7. 7.	2021. 10. 8.	일부개정
소상공인 보호 및 지원에 관한 법률 시행령	대통령령	2022. 2. 7.	2022. 2. 7.	일부개정
소상공인 보호 및 지원에 관한 법률 시행규칙	중소벤처 기업부령	2021. 10. 19.	2021. 10. 19.	일부개정
소상공인 생계형 적합업종 지정에 관한 특별법	법률	2020. 2. 4.	2021. 2. 5.	타법개정
소상공인 생계형 적합업종 지정에 관한 특별법 시행령	대통령령	2022. 3. 8.	2022. 3. 8.	타법개정

자료: 국가법령정보센터(<http://www.law.go.kr>)

2. 소상공인 관련 정부 정책 동향

가. 소상공인 관련 정부 정책

1) 소상공인 정책 범위(소상공인 기본법 근거)

■ 소상공인 지원 기본계획

- (기본계획 수립) 정부는 소상공인의 보호·육성을 지원하기 위해 3년마다 다음의 사항이 포함된 소상공인 지원 기본계획(이하 “기본계획”이라 함)을 수립·시행해야 함(「소상공인기본법」 제7조제1항 및 제3항).
 - 소상공인 지원정책의 기본방향
 - 소상공인 현황 및 여건, 전망에 관한 사항
 - 소상공인 보호를 위한 시책에 관한 사항
 - 소상공인 창업, 혁신 및 육성을 위한 시책에 관한 사항
 - 그 밖에 소상공인의 보호·육성을 지원하기 위하여 필요한 사항

■ 시행계획 수립

- 정부는 기본계획에 따라 매년 정부와 지방자치단체가 소상공인을 보호·육성하기 위하여 추진할 소상공인 지원 시행계획(이하 “시행계획”이라 함)을 수립하여 관련 예산과 함께 3월까지 국회에 제출해야 함(「소상공인기본법」 제8조제1항)
 - 특별시장·광역시장·특별자치시장·도지사 및 특별자치도지사(이하 “시·도지사”라 함)는 기본계획에 따라 매년 관할 지역의 특성을 고려한 지역별 소상공인 지원 시행계획(이하 “지역별 시행계획”이라 함)을 수립·시행해야 함(「소상공인기본법」 제8조제2항)

■ 실태조사 및 통계작성

- 중소벤처기업부 장관은 소상공인 보호·육성에 필요한 시책을 효율적으로 수립·시행하기 위하여 매년 다음의 사항이 포함된 실태조사를 실시하고 그 결과를 공표(「소상공인기본법」 제9조제1항 및 「소상공인기본법 시행령」 제8조제1항)
 - 업종별·지역별·성별 소상공인의 현황
 - 소상공인 창업의 현황
 - 소상공인의 매출액, 영업시간, 고용 등 경영실태
 - 소상공인의 사업전환(소상공인이 운영하던 사업을 그만두고 새로운 사업을 운영하는 것을 말함) 실태
 - 그 밖에 기본계획과 시행계획의 효율적인 수립·시행을 위하여 필요한 사항

2) 제2차 소상공인 지원 기본계획의 내용

■ 추진배경

- 최근 20~30대의 기회형 창업이 증가하고, 지역의 위상이 높아지는 ‘로코노미*’가 나타나며, 경제 전반에 디지털화가 확산되는 등 소상공인들이 새로운 혁신을 추구할 수 있는 경제환경이 조성되고 있음

* 로코노미 : Local과 Economy의 합성어, 거대 상권보다 동네소비 생활이 활성화

- 코로나19의 여파가 지속되는 가운데 고물가·고금리·고환율 등 3高 위기, 에너지비용 상승 등이 이어지며 경영상의 어려움을 토로하는 현장의 목소리도 함께 커지는 상황

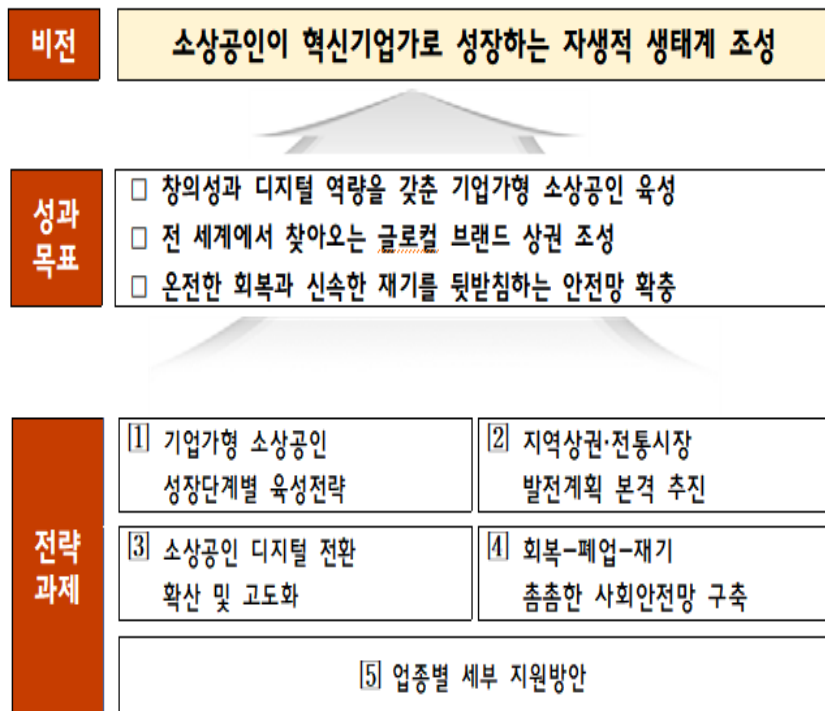
■ 추진과정

- 2022년 8월 ‘새정부 소상공인·자영업 정책방향’을 발표하여 단기적인 긴급대응 플랜과 중장기적으로 ‘기업가정신과 시장경쟁력을 갖춘 소상공인 육성’을 새로운 정책 패러다임으로 제시

- 2023년 2월 15일 '제13차 비상경제민생회의'에서 소상공인들의 어려움을 덜어줄 방안들을 마련하고, 업계 관계자 및 전문가들과 지속적인 소통을 통해 소상공인들이 직면한 경영 애로사항을 청취
- 이러한 내용을 종합하여 중소벤처기업부 '제2차 소상공인 지원 기본계획(2023~2025)'를 발표(2023.03.21.)
- 소상공인이 위기를 극복하고 혁신기업가로 성장할 수 있도록 중점 추진할 5대 전략과제를 중심으로 이번 2차 기본계획을 수립

*1차 소상공인 기본계획 : 환경변화에 대한 소상공인 자생력 강화를 목표로 2020년 3월 수립

「소상공인 지원 기본계획(2023년~2025년)」 주요 내용



자료 : 중소벤처기업부(2023)

[그림 2-1] 소상공인 지원 기본계획('23~'25) 주요 내용

나. 정부 소상공인 지원사업

1) 정부 지원사업 요약

- 정부 소상공인 지원정책은 소상공인 경영지원, 전통시장, 보증지원으로 구분되는데, 2023년 지원사업은 소상공인 경영지원사업 30건, 전통시장 9건, 보증지원 7건임

[표 2-2] 2023년도 중기부 소상공인·전통시장·보증지원 제도 현황

구분	번호	사업명	구분	번호	사업명
소 상 공 인	1	소상공인 언·컨택트 교육	전 통 시 장	1	전통시장 주차환경개선사업
	2	상권정보시스템		2	전통시장 노후전선 정비사업
	3	신사업창업사관학교		3	시장경영패키지지원
	4	강한소상공인 성장지원		4	온누리상품권 발행
	5	지역기반 로컬크리에이터 활성화		5	특성화시장 육성사업
	6	소상공인컨설팅 지원		6	청년몰 조성 및 활성화 지원사업
	7	소상공인 무료법률구조 사업		7	전통시장 화재공제사업
	8	소상공인 협업 활성화 사업		8	전통시장 및 상점가 화재안전점검
	9	경험형 스마트마켓 구축		9	전통시장 화재알림시설 설치사업
	10	상생협력 프랜차이즈 지원	보 증 지 원	1	소기업·소상공인 등 신용보증지원
	11	프랜차이즈 수준평가		2	영세관광사업자 금융지원 협약보증
	12	소공인특화지원센터 설치·운영		3	재해중소기업 특례보증
	13	소공인 판로개척지원		4	장애인기업 특례보증
	14	스마트공방 기술보급		5	사회적경제기업 특례보증
	15	소공인복합지원센터 구축·운영		6	스마트 혁신성장 소상공인 지원 특례보증
	16	소공인 클린제조환경 조성		7	희망플러스 특례보증
	17	소상공인 불공정피해 상담센터 운영			
	18	온라인 판로지원			
	19	소상공인간편결제시스템(제로페이)			
	20	백년가게 및 백년소공인 육성사업			
	21	소상공인 스마트상점 기술보급			
	22	이익공유형 사업화 지원			
	23	희망리턴패키지			
	24	소기업·소상공인공제(노란우산공제)			
	25	자영업자 고용보험료 지원 사업			
	26	소공인특화자금			
	27	성장촉진자금			
	28	스마트자금			
	29	일반경영안정자금			
	30	특별경영안정자금			

자료 : 중소기업부(2023)

2) 소상공인 지원사업

- 소상공인 지원사업은 교육, 정보제공 및 창업지원, 맞춤형 경영개선 및 협업화 지원, 소상공인 재기지원, 정책자금 등으로 구분됨

[표 2-3] 2023년도 중기부 소상공인 지원사업

번호	사업명	번호	사업명
● 교육, 정보제공 및 창업지원		● 소상공인 재기지원	
1	소상공인 언·컨택트 교육	23	희망리턴패키지
2	상권정보시스템	24	소기업·소상공인공제(노란우산공제)
3	신사업창업사관학교	25	자영업자 고용보험료 지원 사업
4	강한소상공인 성장지원	● 소상공인 정책자금	
5	지역기반 로컬크리에이터 활성화	26	소공인특화자금
● 맞춤형 경영개선 및 협업화 지원		27	성장촉진자금
6	소상공인컨설팅 지원	28	스마트자금
7	소상공인 무료법률구조 사업	29	일반경영안정자금
8	소상공인 협업 활성화 사업	30	특별경영안정자금
9	경험형 스마트마켓 구축		
10	상생협력 프랜차이즈 지원		
11	프랜차이즈 수준평가		
12	소공인특화지원센터 설치·운영		
13	소공인 판로개척지원		
14	스마트공방 기술보급		
15	소공인복합지원센터 구축·운영		
16	소공인 클린제조환경 조성		
17	소상공인 불공정피해 상담센터 운영		
18	온라인 판로지원		
19	소상공인간편결제시스템(제로페이)		
20	백년가게 및 백년소공인 육성사업		
21	소상공인 스마트상점 기술보급		
22	이익공유형 사업화 지원		

자료 : 중소벤처기업부(2023)

3) 전통시장

- 전통시장 지원사업은 시설조성, 환경개선 사업이 대부분이며 시장활성화를 위한 온누리상품권 발행사업을 추진하고 있음

[표 2-4] 2023년도 중기부 전통시장 지원사업

번호	사업명
1	전통시장 주차환경개선사업
2	전통시장 노후전선 정비사업
3	시장경영패키지지원
4	온누리상품권 발행
5	특성화시장 육성사업
6	청년몰 조성 및 활성화 지원사업
7	전통시장 화재공제사업
8	전통시장 및 상점가 화재안전점검
9	전통시장 화재알림시설 설치사업

자료 : 중소벤처기업부(2023)

4) 보증지원 제도

- 보증지원 제도의 경우 주로 특례보증 형태로 이루어지는데, 10개 사업이 추진되고 있음

[표 2-5] 2023년도 중기부 보증지원 제도

번호	사업명
1	소기업·소상공인 등 신용보증지원
2	영세관광사업자 금융지원 협약보증
3	재해중소기업 특례보증
4	장애인기업 특례보증
5	사회적경제기업 특례보증
6	스마트 혁신성장 소상공인 지원 특례보증
7	희망플러스 특례보증
8	재창업 특례보증
9	온[溫, ON]택트 특례보증
10	햇살론(자영업자) 신용보증

자료 : 중소벤처기업부(2023)

다. 유관 기관 정책 현황

- 중소벤처기업부에서 직접 추진하는 소상공인 지원 외에 소상공인시장진흥공단, 신용보증기금, 중소기업기술정보진흥원, 중소기업중앙회, 대한상공회의소 등의 유관기관에서도 다양한 지원사업을 추진하고 있음

[표 2-6] 2023년도 유관 기관 소상공인·전통시장·보증지원 제도 현황

구분	번호	사업명
1) 소상공인시장진흥공단	1	사회적경제기업 성장집중 지원사업
	2	디지털 전통시장 육성사업
2) 신용보증기금	1	컨설팅
3) 중소기업기술정보진흥원	1	소상공인 스마트기술 육성 R&D
4) 중소기업중앙회	1	중소기업제품 공공구매제도
	2	중소기업 손해공제 지원제도
	3	소기업·소상공인공제제도(노란우산)
	4	중소기업 공동구매 전용보증 제도
5) 대한상공회의소	1	중소기업 복지플랫폼

자료 : 중소벤처기업부(2023)

3. 전라북도 소상공인 지원정책

가. 전라북도 소상공인 지원 및 육성 관련 법제¹⁾

1) 전라북도 소상공인 지원에 관한 조례

- 우리나라 소상공인 지원 기본계획은 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」제 3조에 따라 중소기업청장이 3년마다 수립토록 되어있으며, 시도지사는 지역의 특성을 고려한 지역별 소상공인 지원 시행계획을 수립·시행하여야 함
- 전라북도는 「전라북도 소상공인 지원에 관한 조례」를 제정(2016. 5. 9, 2021. 05.14. 개정)함으로써 전라북도 소상공인 지원 시행계획에 관한 사항 및 경영지원에 관한 사항을 구체적으로 명시하고, 전라북도에 있는 소상공인의 자유로운 기업 활동 촉진 및 안정적 성장을 도모하여 소상공인의 사회적·경제적 지위 향상과 지역경제의 균형 있는 발전을 위하여 노력하고 있음
- 이 조례에서 정의하는 소상공인은 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」제2조에서 정한 바와 같으며, 전라북도에 주소와 사업장을 두고 관할 세무서에 사업자등록을 하고 영업행위를 하는 소상공인에게 적용함
- 전라북도지사는 소상공인의 경영 안정과 성장을 지원하기 위하여 매년 소상공인 지원 시행계획(이하 “시행계획”이라 한다)을 수립·시행하여야 하며, 시행계획 내용은 다음을 포함하여야 함
 - 소상공인 지원 정책의 방향 및 추진 전략
 - 소상공인 상권 활성화 및 소상공인 활성화를 위한 네트워크 구축에 관한 사항
 - 교육, 홍보 및 컨설팅에 관한 사항
 - 신사업 발굴 및 지원에 관한 사항
 - 소상공인 상권 활성화에 관한 사항

1) 김수은(2017), “전라북도 소상공인 현황 및 지원방향”, 전북연구원 정책보고서 내용 발췌 및 조례 개정내용 반영하여 작성

- 소상공인 발전을 위한 관련 소비자단체 등과의 협력에 관한 사항
- 그 밖에 소상공인의 경쟁력 강화를 위하여 필요한 사항
- 또한 소상공인의 경영 및 창업 등을 지원하기 위하여 다음의 사업 등을 추진할 수 있음
 - 소상공인에 대한 신용보증 지원 / 소상공인 창업자금 융자지원
 - 소상공인 창업에 필요한 상담, 자문, 교육 등 지원
 - 홍보, 디자인, 판매촉진 등 마케팅 지원 / 우수 소상공인에 대한 포상 및 지원
 - 그 밖에 도지사가 소상공인의 경쟁력 강화를 위해 필요하다고 인정하는 사업(재난 및 감염병 피해 소상공인 지원, 소상공인 관련단체 지원 등

2) 전라북도 소상공인 희망센터 설치 및 운영 조례

- 전라북도 소상공인 창업 및 경영에 대한 체계적·종합적인 지원 시스템 구축으로 창업 활성화와 일자리 창출을 촉진하고자 전라북도 소상공인 희망센터를 설치하고, 그 운영에 관하여 필요한 사항을 규정하기 위해 「전라북도 소상공인 희망센터 설치 및 운영 조례」를 제정(2015.10.30)
- 소상공인 희망센터의 효율적인 운영을 위하여 비영리 법인(이하 “수탁자”라 한다)에 위탁하여 운영할 수 있으며, 소상공인 희망센터의 수행업무는 소상공인 창업 보육지원, 상설교육장 운영, 1인 창조기업 지원센터 운영 등임

3) 전라북도 전통시장 및 상점가 육성을 위한 조례

- 전통시장과 상점가의 시설 및 경영의 현대화와 시장 정비를 촉진하여 지역상권의 활성화와 유통산업의 균형 있는 성장을 도모하기 위하여 「전라북도 전통시장 및 상점가 육성을 위한 조례」를 제정(2015. 12. 28) 및 개정(2020.12.31.)
- 도지사는 전통시장(이하 “시장”이라 한다) 및 상점가의 효율적 지원을 위하여 시장 및 상점가 지원계획하고 지원계획의 수립·평가·실태조사를 하도록 되어 있음(지원계획은 매 3년마다 수립·시행)

- 시장 및 상점가의 경쟁력 향상을 통한 지역상권의 활성화 지원사업 내용은 다음과 같음
 - 상권활성화사업 / 시설현대화사업 / 경영현대화 촉진사업
 - 지역의 역사·문화·관광 및 특산품 등과 연계하여 시장의 고유한 특성을 개발하여 쇼핑과 관광이 가능한 시장으로 육성하는 특성화시장 사업
 - 전북상인연합회가 수행하는 사업
 - 그 밖에 도지사가 시장의 경쟁력 제고와 활성화를 위해 필요하다고 인정하는 사업
- 본 조례는 시장정비사업심의위원회와 시장분쟁조정위원회를 설치하여 사업추진 계획 승인 및 변경을 심의하고, 시장상인 간 분쟁, 건물주와 임차상인 간 분쟁(시설현대화 사업 신청시 제출한 임대료 동결 합의서 이행과 관련된 분쟁을 포함), 시장과 인근 주민 간 분쟁 등을 조정하도록 하고 있음
- 이 외에 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 및 그 밖의 법률에 의해 설립된 전통시장 관련 단체, 전통시장 상인조직 및 상인을 대상으로 정부산하 기관에서 실시하는 화재공제사업에 대하여 예산의 범위 내에서 보조금을 지급할 수 있도록 함

4) 유통산업 상생협력 및 대규모점포 등의 입점예고에 관한 조례

- 「유통산업발전법」에 따라 대형유통기업과 중소기업 및 소상공인 간 상생의 협력관계를 공고하여 소상공인 보호 및 지역 유통산업의 균형발전을 도모함을 목적으로 하는 「전라북도 유통산업 상생협력 및 대규모점포 등의 입점예고에 관한 조례」(2011. 2. 7)는 대형유통기업과 중소기업 및 소상공인 간의 상생협력을 촉진하기 위해 전라북도유통산업상생협력계획(이하 “상생협력계획”이라 한다)을 매년 수립·시행하도록 되어 있음
 - 여기서 ‘상생협력’이란 대형유통기업과 중소기업 간 인력·자금·구매·판로·홍보 등의 부문에서 상호 이익을 증진하기 위하여 행해지는 공동의 사업이나 활동을 의미함
- 이 외에도 중소기업 및 소상공인에 대한 지원, 대형유통기업의 지역사회 기여 및 협력, 유통산업의 실태조사, 입점예고, 상권조사 및 입점지역 등의 조정 권고, 유통산업상생발전협의회 구성 및 운영, 전통상업보존구역의 지정 등의 내용으로 이루어짐

5) 14개 시군 기초자치단체 조례

- 전라북도 소상공인 지원 및 육성 관련 조례 외에도 전라북도 14개 시·군 자체별로 각각 조례를 제정하고 지역의 소상공인의 보호와 지원을 도모하고 있음
- 각 시·군 조례들을 정리하면 다음과 같음

[표 2-7] 전라북도 시·군 소상공인 관련 조례

시군	조례
전주시	<ul style="list-style-type: none"> • 소상공인 보호 및 지원에 관한 조례 • 전통시장 및 상점가 육성을 위한 조례 • 지역상생협력에 관한 기본 조례
군산시	<ul style="list-style-type: none"> • 소상공인 지원에 관한 조례 • 전통시장 및 상점가 육성을 위한 조례 • 상권활성화를 위한 특화거리 지정 및 지원조례
익산시	<ul style="list-style-type: none"> • 소상공인 지원조례 • 전통시장 및 상점가 육성을 위한 조례 • 유통기업상생발전 및 전통상업보존구역 지정 등에 관한 조례
정읍시	<ul style="list-style-type: none"> • 영세 소상공인 지원에 관한 조례 • 전통시장 및 상점가 육성을 위한 조례
남원시	<ul style="list-style-type: none"> • 소상공인 지원에 관한 조례
김제시	<ul style="list-style-type: none"> • 영세 소상공인 지원에 관한 조례 • 전통시장 및 상점가 육성을 위한 조례
완주군	<ul style="list-style-type: none"> • 영세 소상공인 지원에 관한 조례 • 전통시장 및 상점가 주차장 관리·운영에 관한 조례 • 유통기업상생발전 및 전통상업보존구역 지정 등에 관한 조례
진안군	<ul style="list-style-type: none"> • 소상공인 지원 조례
무주군	<ul style="list-style-type: none"> • 영세 소상공인 지원에 관한 조례 • 전통시장 및 상점가 육성을 위한 조례 • 유통기업상생발전 및 전통상업보존구역 지정 등에 관한 조례
장수군	<ul style="list-style-type: none"> • 소상공인 지원에 관한 조례 • 전통시장 및 상점가 육성을 위한 조례 • 유통기업상생발전 및 전통상업보존구역 지정 등에 관한 조례
임실군	<ul style="list-style-type: none"> • 소상공인 지원에 관한 조례 • 유통기업상생발전 및 전통상업보존구역 지정 등에 관한 조례
순창군	<ul style="list-style-type: none"> • 유통기업상생발전 및 전통상업보존구역 지정 등에 관한 조례
고창군	<ul style="list-style-type: none"> • 소상공인지원기금 설치 및 운영 조례 • 전통시장 및 상점가 육성을 위한 조례
부안군	<ul style="list-style-type: none"> • 소상공인 지원에 관한 조례 • 전통시장 및 상점가 육성을 위한 조례 • 유통기업상생발전 및 전통상업보존구역 지정 등에 관한 조례

자료 : 자치법규정보시스템(www.ellis.go.kr), 김수은(2017) 재인용

나. 전라북도 소상공인 지원사업 현황

- 전라북도 소상공인 지원정책은 일자리민생경제과 소상공인팀과 지역상권팀에서 각각 관련 업무를 담당하고 있음

[표 2-8] 2023년도 전라북도 소상공인·전통시장 지원 제도

번호	구분	사업명	비고
1	소상공인	소상공인 희망센터 관리 운영	소상공인팀
2		소상공인 비대면 경영전환 지원사업	
3		폐업예정 소상공인 사업재기 지원사업	
4		소상공인 주간 및 소상공인의 날 행사	
5		영세소상공인 카드수수료 지원	
6		소상공인공제(노란우산공제) 가입지원	
7		지역사랑상품권 발행 지원	
8	전통시장	전통시장 시설현대화사업 (전환사업)	지역상권팀
9		전통시장 화재공제 가입지원	
10		전통시장 문화행사 지원	
11		전통시장 야시장 운영	
12		전통시장 장안정 장보기도우미 운영	
13		전통시장 외급외급시장가요제 홍보지원	
14		전통시장 상품권 유통지원	
15		전통시장 박람회 참가 지원	
16		전통시장 상인 워크숍	
17	보증지원	저신용·저소득 자영업자 지원 특례보증	소상공인팀
18		소상공인 보듬자금 금융지원 특례보증	

자료 : 전라북도(2023)

다. 전라북도 소상공인 지원사업 집행 현황

- 도내 소상공인 지원사업의 집행은 주로 전북신용보증재단과 전라북도경제통상진흥원 및 소상공인광역지원센터에서 이루어지고 있음
- 전북경제통상진흥원은 창업지원, 경영안정, 경영개선(교육, 마케팅, 컨설팅, 판로 지원 등)을 담당하고, 전북 신용보증재단에서는 신용보증(특례보증)과 융자지원(이차보전)과 같은 자금지원 부분을 담당(김수은, 2017)

1) 전북신용보증재단

가) 주요업무

- 전라북도 신용보증재단은 「지역신용보증재단법」에 근거하여 담보력이 부족한 도내 소기업 및 소상공인의 채무를 보증하여 자금유통을 원활하게 함으로써 지역경제 활성화와 서민복지 증진에 기여하기 위해 설립되었음
- 전북신용보증재단은 본부 외에 전주(덕진, 완산), 군산, 익산, 정읍, 남원, 김제, 완주, 고창, 부안, 무진장지점 등 11개 지점을 운영 중임
- 주요 업무는 신용보증지원, 구상권 관리, 기본재산 관리, 경영지도 등의 고유업무와 전라북도 서민금융종합지원센터 운영(2018.5월부터)의 수탁업무를 수행함

[표 2-9] 신용보증재단 주요업무

주요업무		내용
고유 업무	신용보증 지원	- 전라북도 소재 소기업·소상공인의 신용을 평가하여 자금을 대출 받을 수 있도록 채무에 대해 보증 ※신용보증 지원한도 : (기본재산 + 이월이익금)의 15배
	구상권 관리	- 신용보증기업이 부실화된 경우 재단이 채무자를 대신하여 금융회사에 보증채무를 이행함으로써 발생한 구상권의 관리 및 회수 - 채무자별 맞춤형 재기지원 : 분할상환, 상환유예, 원금감면, 매각 소각
	기본재산 관리	- 신용보증의 재원인 정부, 전라북도, 시군, 금융회사 등의 출연금을 금융회사 등에 예치, 운영하여 신용보증 운용배수 ²⁾ 를 안정적으로 유지, 관리 - 출연금 조성, 여유자금 운영, 재무 건전성 제고
	경영지도	- 전라북도 소재 소기업·소상공인에게 경영에 필요한 창업 및 경영 개선컨설팅, 현장지도, 다양한 정보제공 등으로 안정적인 경영활동 지원 - 성공 창업자 양성, 생애주기별 맞춤형 종합지원
수탁 업무	전라북도 서민금융종합지원센터 운영	- 가계부채 등 경제적 어려움을 겪고 있는 전라북도 도민에게 금융 취약계층의 상황에 맞는 신용회복지원 등 각종 구제제도에 대한 정보를 제공하고 실질적인 경제적 지원 및 회생지원

2) 신용보증 운용배수 : 보증잔액 / (기본재산 + 이월이익금)

나) 추진실적

- 전북신용보증재단 주요업무 추진실적을 살펴보면 다음과 같이 요약할 수 있음

■ 신용보증

- 2022년 신용보증 건수는 총 36,676건, 7,202억원을 지원하였으며, 2023년 6월 기준으로 신용보증 21,854건, 4,966억원 지원(금액기준 82.8% 달성)하였음

[표 2-10] 신용보증 지원실적

(단위 : 건, 백만원)

구 분	'22년			'23년 6월		
	연간계획	실 적	달성률	연간계획	실 적	달성률
건 수	26,510	36,676	138.3%	28,290	21,854	77.2%
신규보증	-	23,649	-	-	10,065	-
기한연장	-	13,027	-	-	11,789	-
금 액	559,400	720,227	128.7%	599,500	496,626	82.8%
신규보증	-	455,545	-	-	253,162	-
기한연장	-	264,682	-	-	243,464	-

주 : 기한연장 실적은 기보증회수보증 실적을 포함함
 자료 : 전북신용보증재단 2023년 하반기 업무보고자료

- 신용보증 잔액은 2023년 기준으로 83,494건, 1조 4,662억원을 보유하고 있음

[표 2-11] 신용보증 잔액현황

(단위 : 건, 백만원)

구 분	'22년		'23년 6월	
	연간계획	실 적	연간계획	실 적
건 수	69,290	80,729	87,350	83,494
금 액	1,323,140	1,449,844	1,424,300	1,466,246

자료 : 전북신용보증재단 2023년 하반기 업무보고자료

■ 경영교육 및 컨설팅

- 신용보증재단은 소상공인 생애주기별 경영지도를 수행하고 있는데, 위드온 생존컨설팅 41건(32% 달성), 지자체 경영컨설팅 13건(46% 달성)을 지원하였음

[표 2-12] 소상공인 경영지도 현황

(단위 : 건)

구 분		'22년			'23년 6월		
		계 획	실 적	달 성률	계 획	실 적	달 성률
자체	위드온 생존컨설팅	100	109	109.0%	130	41	31.5%
위임	지자체 경영컨설팅(익산)	12	12	100.0%	18	9	50.0%
	지자체 경영컨설팅(남원)	(신규)			10	4	40.0%
합 계		112	121	108.0%	158	54	34.2%

■ 금융복지상담

- 신용보증재단에서 수탁 업무로 진행하고 있는 전라북도 서민금융종합지원센터사업은 전라북도 서민금융종합지원센터 설치 및 운영 조례(제 4521호, 2018.2.2.)에 근거하고 있음
- 주요 내용은 금융소외계층의 상황에 맞게 각종 구제제도에 대한 정보 제공 및 공적·사적 채무조정 연계, 각종 지원제도 정보제공 및 금융사기(보이스피싱) 및 불법사금융 예방캠페인 실시임
- '21. 5월 금융복지종합지원센터 개소 이후 '23.6.30.까지 금융복지상담 총 7,452건, 금융교육 총 14,874명을 지원하였음

[표 2-13] 연도별 금융복지상담 현황

(단위 : 건)

구 분		2021	2022	'23.6.30.	
신규상담		308	617	320	
재 상 담	채무조 정상담	개인파산	1,908	944	
		개인회생	459	168	
		신용회복	313	219	
	기타상 담	채권협상	211	452	41
		재무관리			193
		기타			15
합 계		1,803	3,749	1,900	

- 도민을 대상으로 집합교육 및 금융사기 예방캠페인 실적은 총 5,706명 대상으로 52회 시행하였음

[표 2-14] 연도별 금융교육 현황

(단위 : 회)

구 분	2021	2022	'23.6.30.
집합교육	13	15	30
금융사기 예방 캠페인	22	24	22
합 계	35	39	52

2) 전라북도 경제통상진흥원(소상공인광역센터)

가) 주요업무

- 전라북도 경제통상진흥원은 중소기업·소상공인의 경영, 정보, 신기술개발, 판로 등 애로해결을 종합 지원, 도내기업의 경쟁력 강화를 지원하여 지역경제 활성화와 균형발전에 기여하기 위해 설립되었음
- 동 기관은 전라북도 소상공인 지원사업의 주요 집행기관으로 소상공인의 창업활성화 및 경영개선을 위한 지원, 소상공인광역지원센터 운영 및 지역특화사업의 추진 등을 담당하고 있음

[표 2-15] 경제통상진흥원 소상공인 지원업무

세부사업	사업내용	비고
소상공인광역지원센터 운영	소상공인 불편사항 청취 및 지원사업 안내	콜센터
전라북도 스타소상공인 육성	선정기업 사후지원 으로 전북대표기업 성장 발판 마련	
전라북도 천년명가 육성	신규 천년명가 선정 및 사후 관리 지원	
소신닷컴 프로젝트	찾아가는 현장솔루션 및 교육, 컨설팅 지원	(구)경영 개선교육
소상공인 제로페이 활성화	제로페이 소비촉진 및 활성화홍보	
소상공인 비대면 경영전환 지원	온라인판매 기반조성 및 직접 판매지원	
폐업(예정) 소상공인 사업재기 지원	폐업 소상공인 사업정리지원	
소상공인 역량강화 지원	컨설팅 지원으로 소상공인의 경쟁력 강화	

나) 추진실적

■ 소상공인광역지원센터

- 소상공인광역지원센터는 소상공인의 불편사항 청취, 지원사업 안내 및 홍보 등을 위한 종합안내(콜센터) 운영과 도내 소상공인 지원 사각지대인 예비·초기 소상공인 지원 체계 구축을 위해 2020년 12월 개소하였음

■ 전라북도 스타소상공인

- 전라북도 스타소상공인 육성사업은 2012년부터 12년 동안 추진되어 왔으며, 도내 유망 소상공인을 발굴, 전북형 스타기업으로 육성하고, 이를 기반으로 지역 소상공인에 동기부여 및 성공모델 제시, 기존 선정업체 사후지원(고도화)으로 전북 대표기업으로 발판을 마련하는 것을 목적으로 함
- 도내 스타소상공인 선정기업 62개사 중 21개사에 대해 기술개발지원, 마케팅지원, 점포개선지원 등 도비 1억 3천만을 지원함

■ 전라북도 천년명가 육성

- 전라북도 천년명가 육성사업은 전통과 성장잠재력이 있는 소상공인을 100년 이상 존속·성장할 수 있도록 육성하여 지속 가능한 가업승계 구조 형성을 위해 2019년부터 추진됨
- 도내 30년 이상 사업영위 소상공인 및 가업승계자를 대상으로 천년명가로 지정하고 매년 2~3억원의 예산으로 경영지원, 이차보전, 멘토링지원 등 추진

■ 소신닷컴 프로젝트

- 소신닷컴 프로젝트 사업은 도내 소상공인의 경영환경 변화 대응을 위한 경영 활성화 프로그램 지원을 통해 매출향상 및 경쟁력 제고에 기여하기 위해 2011년부터 추진됨
- 지원규모는 민생현장솔루션 15회, 경영개선교육 10회, 컨설팅 90개사, 사후관리 40개사 등임

■ 소상공인 제로페이 활성화

- 소상공인 제로페이 활성화사업은 소상공인의 카드 수수료 부담을 낮추고 소비자 혜택은 높여 지역상권 활성화를 도모하는 사업으로 2021년부터 추진됨
- '21년(2억) : 가맹점 확대, '22년(2억) : 소비촉진, '23년(1.8억) : 소비촉진

■ 소상공인 비대면 경영전환 지원

- 소상공인 비대면 경영전환 지원사업은 도내 소상공인의 제품 및 서비스 판매 방식을 온라인화 하는 것으로 이를 통한 제품 및 서비스 판매를 촉진하기 위해 2021년부터 추진됨
- 지원규모는 도내 소상공인 200개사를 목표로 하고 있으며, 사업비는 2021년 5억원, 2022년 5억원, 2023년 6억원임

■ 폐업(예정) 소상공인 사업재기 지원사업

- 폐업(예정) 소상공인 사업재기 지원사업은 기 폐업자 및 폐업예정 소상공인 부담 완화를 위해 사업 정리를 지원하거나 폐업 이후 취업 또는 재창업 등 재기 지원사업을 연계하는 목적으로 추진됨
- 지원규모는 42개사이며, 2021년 4억원, 2022년 2억원, 2023년 1억원을 지원

■ 소상공인 역량강화 지원

- 소상공인 역량강화 지원사업은 경영애로를 겪고 있는 소상공인 및 예비창업자를 대상으로 경영·기술 컨설팅을 지원하여 소상공인의 경쟁력 강화를 목적으로 추진되었으며, 지원규모는 180개사(경영안정 150, 기업가형 육성 30)임

[표 2-16] 소상공인광역센터 소상공인 지원사업 추진실적 요약

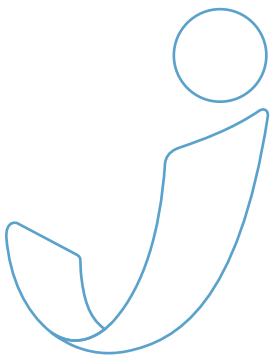
세부사업	사업비('23)(백만원)			추진실적('23 계획)															
	계	국비	도비																
계	399	1,622	239																
소상공인 광역지원 센터 운영	334		334	소상공인 지원사업 안내 및 사후관리 등 종합안내 - 상담콜(애로청취, 지원사업 안내) : 11,562건 - 희망콜(지원사업 연계) : 295건 - 안부콜(사전진단, 만족도조사): 358건 성장지원기업 사후관리 상담 지원 : 50개사															
전라북도 스타소상 공인 육성	130		130	- 스타소상공인 맞춤형 지원(사후관리) · 기술개발지원(6개사, 5백만원) : 브랜딩/디자인 개발, 신제품/신메뉴 개발 영역 등 · 마케팅지원(8개사, 3백만원) : 온라인/오프라인 광고 등 · 점포개선(7개사, 3백만원) : 사업장 내외부 리모델링 - 특별방송제작 : 성공한 스타소상공인 재조명 방송 제작 및 방영															
전라북도 천년명가 육성	218		218	- 신규선정지원(6개사, 20백만원) · 방송송출 : 6개사 홍보영상 제작 및 송출(각 2주) · 경영지원금 : 기업별 20백만원(R&D, 마케팅, 사설개보수 등 자금지원) · 특례자금 : 100백만원 한도, 이차보전 2% · 멘토링지원 : 업종별 전담멘토 매칭을 통한 맞춤형 멘토링 실시 · 협파제작 : 전북천년명가 인증협판 제작·설치 지원 - 사후관리지원(3개사, 4백만원) : 전시·박람회 참가 지원															
소신닷컴 프로젝트	150		150	민생현장슬루션 15회, 경영개선교육 10회, 컨설팅 90개사, 사후관리 40개사															
소상공인 제로페이 활성화	180	90	90	페이백 행사 2회															
소상공인 비대면 경영전환 지원	600		600	<table border="1"> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>110</td> <td>80</td> <td>4</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td></td> <td>200</td> <td>250</td> <td>600</td> <td>600</td> </tr> </table>							110	80	4	6		200	250	600	600
	110	80	4	6															
	200	250	600	600															
폐업(예정) 소상공인 사업재기 지원	100		100	42개사(도내 기폐업 소상공인) (최대 200만원)															
소상공인 역량강화 지원	309	309		180개사(경영안정컨설팅 150개사, 기업가형 육성 컨설팅 30개사)															



제 3장

전라북도 소상공인 현황 및 정책추진 현황

1. 전라북도 소상공인 현황 및 분포
2. 전라북도 소상공인 경영환경
3. 시사점



제 3 장 전라북도 소상공인 현황 및 정책추진 현황

1. 전라북도 소상공인 현황 및 분포

가. 전국 소상공인 현황³⁾

■ 사업체 및 종사자수

- 소상공인 전체 사업체 수는 4,117천개로 전년대비 -0.2%(10천개) 감소하였으며, 소상공인 종사자 수는 7,205천명으로 전년대비 -1.1%(77천명) 감소하였음
- 사업체 수는 도·소매업(1,363천개), 숙박·음식점업(738천개), 제조업(486천개) 순으로 나타났고, 업종별 사업체수를 살펴보면 가장 많이 증가한 업종은 교육서비스업으로 전년대비 약 11천개 증가(6.4% 증가)하였으며, 숙박·음식점업 1천개(0.1% 증가)로 나타났고, 도·소매업과 제조업은 각각 약 22천개, 5천개 감소하였음
- 종사자 수는 도·소매업(2,117천명), 숙박·음식점업(1,380천명), 제조업(1,246천명) 순
- 업종별 종사자 수를 살펴보면, 교육서비스업(3.1%, 9천명↑), 숙박·음식점업(1.1%, 15천명↑) 등은 증가한 반면, 제조업(-6.6%, 88천명↓), 예술·스포츠·여가업(-2.2%, 4천명↓) 등은 감소하였음

[표 3-1] 산업별 사업체 및 종사자 수

(단위 : 천개, 천명, %)

산업별	2020년		2021년		증감		증감률	
	사업체 수	종사자 수	사업체 수	종사자 수	사업체 수	종사자 수	사업체 수	종사자 수
전체	4,127	7,282	4,117	7,205	-10	-77	-0.2	-1.1
제조업	490	1,334	486	1,246	-5	-88	-1.0	-6.6
도·소매업	1,385	2,151	1,363	2,117	-22	-33	-1.6	-1.5
숙박·음식점업	737	1,365	738	1,380	1	15	0.1	1.1
교육서비스업	168	299	179	308	11	9	6.4	3.1
예술·스포츠·여가업	104	161	103	157	-1	-4	-1.0	-2.2
수리·기타서비스업	343	446	341	442	-2	-4	-0.7	-0.9
기타산업	899	1,527	908	1,555	9	28	1.0	1.8

3) 전국 소상공인 현황자료는 통계청 「2021년 소상공인실태조사 자료(잠정)」을 발췌하여 작성하였음

■ 대표자 연령별 및 성별 사업체 수

- 연령별 사업체 수는 50대(30.8%)가 가장 많고, 20대 이하(5.2%)가 가장 적게 나타난 가운데, 연령별로 살펴보면 전년대비 20대 이하 대표자와(11.7%, 22천개↑), 30대(4.0%, 26천개↑)는 증가한 반면 60대 이상(-2.7%, 23천개↓), 50대(-1.9%, 25천개↓) 등은 감소하였음

[표 3-2] 대표자 연령별 사업체 수

(단위 : 천개, %)

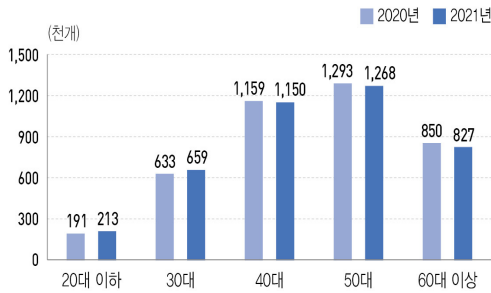
구 분	2020년	2021년	비중	증감	증감률
20대 이하	191	213	5.2	22	11.7
30대	633	659	16.0	26	4.0
40대	1,159	1,150	27.9	-9	-0.8
50대	1,293	1,268	30.8	-25	-1.9
60대 이상	850	827	20.1	-23	-2.7

- 성별 사업체 수는 남성(56.5%, 2,325천개), 여성(43.5%, 1,793천개) 순으로 나타난 가운데, 남성 대표자(-0.9%, 20천개↓)는 감소, 여성 대표자는 (0.6%, 11천개↑) 증가하였음

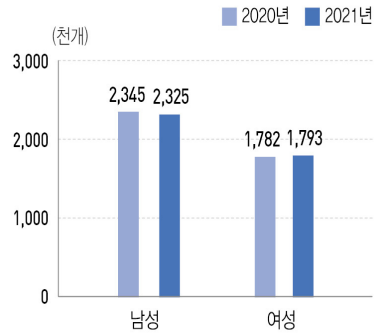
[표 3-3] 대표자 성별 사업체 수

(단위 : 천개, %)

구 분	2020년	2021년	비중	증감	증감률
남성	2,345	2,325	56.5	-20	-0.9
여성	1,782	1,793	43.5	11	0.6



[그림 3-1] 연령별 사업체 수



[그림 3-2] 성별 사업체 수

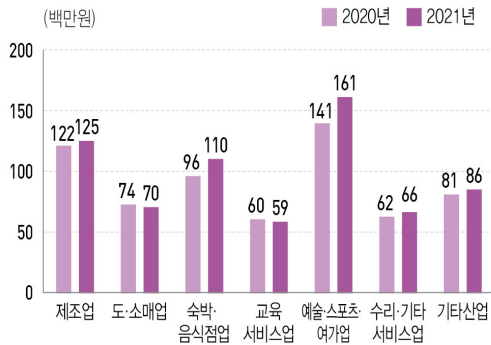
■ 창업비용

- 사업체당 창업비용은 88백만원으로 전년대비 4백만원 증가한 가운데, 숙박·음식점업(15.0%, 14백만원 ↑), 예술·스포츠·여가업(14.7%, 21백만원 ↑) 등은 증가한 반면 도·소매업(-5.5%, 4백만원 ↓) 등은 감소하였음
- 사업체당 본인부담금은 66백만원으로 전년대비 1백만원 증가한 가운데, 숙박·음식점업(12.5%, 9백만원 ↑), 수리·기타서비스업(4.3%, 2백만원 ↑) 등은 증가한 반면 도·소매업(-7.2%, 4백만원 ↓), 제조업(-0.8%, 1백만원 ↓) 등은 감소하였음

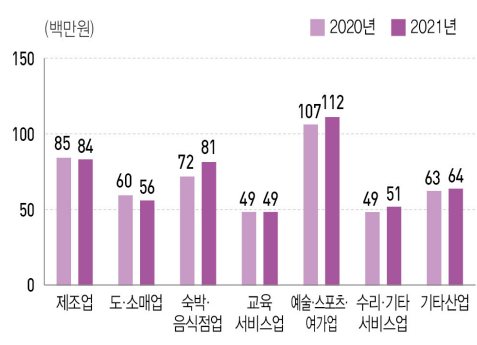
[표 3-4] 사업체당 총 창업비용 및 본인 부담금

(단위 : 백만원, %)

산업별	2020년		2021년		증감		증감률	
	총 창업 비용	본인 부담금	총 창업 비용	본인 부담금	총 창업 비용	본인 부담금	총 창업 비용	본인 부담금
전체	85	65	88	66	4	1	4.3	1.0
제조업	122	85	125	84	3	-1	2.2	-0.8
도·소매업	74	60	70	56	-4	-4	-5.5	-7.2
숙박·음식점업	96	72	110	81	14	9	15.0	12.5
교육서비스업	60	49	59	49	0	0	-0.8	0.4
예술·스포츠·여가업	141	107	161	112	21	4	14.7	4.2
수리·기타서비스업	62	49	66	51	4	2	6.8	4.3
기타산업	81	63	86	64	5	1	6.3	0.9



[그림 3-3] 창업비용



[그림 3-4] 본인부담금

■ 매출액 및 영업이익

- 사업체당 매출액은 225백만원으로 전년대비 2.9%(6백만원) 증가한 가운데, 교육서비스업(17.6%, 10백만원 ↑), 제조업(7.2%, 28백만원 ↑), 숙박·음식점업(6.7%, 8백만원 ↑) 등 대부분 산업에서 증가하였음

[표 3-5] 사업체당 매출액

(단위 : 백만원, %)

산업별	2020년	2021년	증감	증감률
전체	219	225	6	2.9
제조업	389	417	28	7.2
도·소매업	294	297	4	1.3
숙박·음식점업	116	124	8	6.7
교육서비스업	55	65	10	17.6
예술·스포츠·여가업	61	62	1	0.9
수리·기타서비스업	50	50	0	0.5
기타산업	209	212	4	1.8

- 사업체당 영업이익은 28백만원으로 전년대비 39.8%(8백만원) 증가하였으며, 업종별로 살펴보면 교육서비스업(139.6%, 11백만원↑), 예술스포츠·여가업(115.3%, 4백만원↑), 숙박·음식점업(82.4%, 10백만원↑) 등 모든 산업에서 증가하였음

[표 3-6] 사업체당 영업이익

(단위 : 백만원, %)

산업별	2020년	2021년	증감	증감률
전체	20	28	8	39.8
제조업	46	53	7	15.6
도·소매업	20	28	8	38.1
숙박·음식점업	12	23	10	82.4
교육서비스업	8	18	11	139.6
예술·스포츠·여가업	3	8	4	115.3
수리·기타서비스업	9	14	5	52.4
기타산업	22	31	9	40.7

■ 부채

- 사업체당 부채액은 175백만원으로 전년대비 7백만원 증가하였으며, 업종별 부채액을 살펴보면 예술스포츠·여가업(30.2%, 25백만원↑), 수리·기타서비스업(14.7%, 8백만원↑) 등은 증가한 반면, 교육서비스업(-11.1%, 6백만원↓), 도·소매업(-1.0%, 1백만원↓) 등은 감소하였음

[표 3-7] 사업체당 부채액

(단위 : 백만원, %)

산업별	2020년	2021년	증감	증감률
전체	168	175	7	4.2
제조업	337	364	27	8.1
도·소매업	141	140	-1	-1.0
숙박·음식점업	73	74	1	1.4
교육서비스업	52	46	-6	-11.1
예술·스포츠·여가업	82	107	25	30.2
수리·기타서비스업	54	62	8	14.7
기타산업	223	244	22	9.7

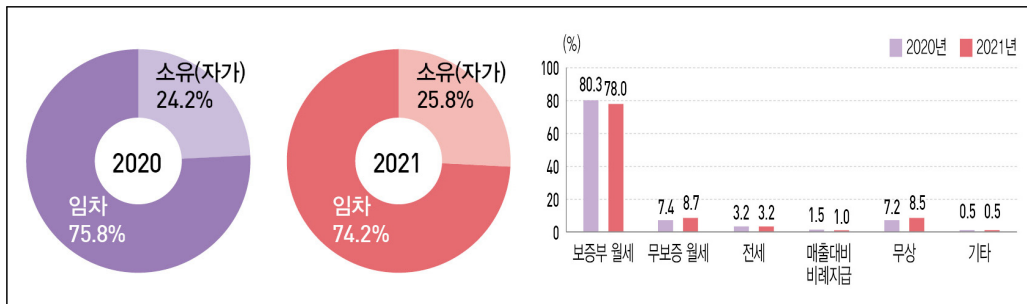
■ 사업장 점유형태

- 사업장 점유형태는 임차가 74.2%로 전년대비 -1.6%p 감소한 가운데, 무보증 월세(1.3%p), 무상(1.3%p)은 증가한 반면, 보증부 월세(-2.2%p) 등은 감소하였음
- 사업체당 임차료는 전년대비 전세, 보증부 월세는 증가, 무보증 월세는 감소하였음

[표 3-8] 사업장 점유형태

(단위 : %, %p)

구 분	소유(자가)	임차	구 분						
			합계	보증부 월 세	무보증 월 세	전세	매출대비 비례지급	무상	기타
2020년	24.2	75.8	100.0	80.3	7.4	3.2	1.5	7.2	0.5
2021년	25.8	74.2	100.0	78.0	8.7	3.2	1.0	8.5	0.5
증 감	1.6	-1.6		-2.2	1.3	0.0	-0.4	1.3	0.1



[표 3-9] 사업체당 임차료

(단위 : 만원, %)

구 분	보증부 월세		무보증 월세	전세
	보증금	월세		
2020년	2,002	112	78	5,268
2021년	2,166	118	73	6,310
증 감	165	5	-5	1,042
증감률	8.2	4.7	-5.8	19.8

■ 전자상거래 및 디지털스마트 기술 활용

- 전자상거래 실적이 있는 사업체는 11.1%로 전년대비 -0.8%p 감소한 가운데 업종별로 살펴보면 도·소매업(18.3%), 숙박·음식점업(14.7%), 제조업(6.9%) 순으로 나타남

[표 3-10] 전자상거래 매출 실적

(단위 : %, %p)

구 분	2020년		2021년		실적 있음 증감
	없음	있음	없음	있음	
전체	88.2	11.8	88.9	11.1	-0.8
제조업	93.7	6.3	93.1	6.9	0.6
도·소매업	79.2	20.8	81.7	18.3	-2.5
숙박·음식점업	85.0	15.0	85.3	14.7	-0.4
교육서비스업	98.1	1.9	97.1	2.9	1.0
예술·스포츠·여가업	97.3	2.7	97.4	2.6	-0.1
수리·기타서비스업	98.4	1.6	97.6	2.4	0.8
기타산업	95.0	5.0	94.7	5.3	0.3

- 활용 중인 디지털스마트 기술은 온라인 판로(44.8%), 스마트 주문·결제(35.2%), 매장 관리(25.9%) 순
- 업종별 디지털스마트 기술 활용현황을 살펴보면, 도·소매업은 온라인 판로(64.5%), 숙박·음식점업은 매장관리(44.4%), 제조업은 생산(공정) 자동화(41.1%)의 기술 활용 비율이 높음

[표 3-11] 디지털스마트 기술 활용(복수응답)

(단위 : %)

산업별	스마트 주문결제	매장관리	생산(공정) 자동화	디지털 광고	온라인 판로	기타
전체	35.2	25.9	7.5	16.3	44.8	1.8
제조업	19.8	10.9	41.1	15.6	40.2	2.1
도·소매업	36.7	15.1	2.0	14.8	64.5	0.6
숙박·음식점업	41.0	44.4	0.6	7.6	34.9	0.0
교육서비스업	40.0	48.1	0.6	23.1	15.1	4.3
예술·스포츠·여가업	52.0	64.2	1.0	13.3	10.2	2.1
수리·기타서비스업	42.0	34.3	3.0	12.3	17.1	3.8
기타산업	22.5	13.9	16.8	35.5	40.6	5.9

■ 경영애로 사항

- 소상공인이 겪는 경영상 애로 요인은 경쟁심화(42.6%), 원재료비(39.6%), 상권쇠퇴(32.0%) 순으로 나타났으며, 업종별로 살펴보면 수리·기타서비스업은 경쟁심화(47.1%), 상권쇠퇴(41.7%)에서, 제조업은 원재료비(61.9%)에서 높음

[표 3-12] 경영 애로(복수응답)

(단위 : %)

산업별	상권 쇠퇴	경쟁 심화	원 재료비	최저 임금	임차료	부채 상황	인력 관리	방역 조치	기타
전체	32.0	42.6	39.6	10.3	13.5	9.4	8.2	15.7	2.1
제조업	27.5	31.8	61.9	15.7	8.1	11.6	12.8	5.1	2.2
도·소매업	37.2	44.4	44.1	7.4	12.7	8.0	6.0	10.6	2.2
숙박·음식점업	28.3	28.3	51.4	13.3	18.4	9.6	6.0	28.3	0.8
교육서비스업	26.2	45.4	4.3	8.6	24.1	10.4	9.1	41.4	1.7
예술·스포츠·여가업	33.4	33.7	5.1	8.6	29.1	13.8	3.6	48.2	1.4
수리·기타서비스업	41.7	47.1	26.7	5.1	20.5	8.4	4.5	17.8	1.9
기타산업	27.0	56.1	27.3	11.9	6.9	10.0	12.3	9.2	3.3

나. 전라북도 소상공인 현황

- 2020년 기준 전북의 소상공인 사업체수 비중은 전국 소상공인 사업체수 대비 3.6%이며, 이는 전국의 전체 사업체 수 대비 전북의 전체 사업체수 비중인 3.6%와 동일한 수치로 나타남
 - 전북 전체 사업체수 대비 소상공인 사업체수 비중은 전국 전체 사업체수 대비 소상공인 사업체수의 비중인 93.8%보다 1.4%p 높은 95.2%로 나타남
- 전북의 소상공인 종사자수 비중은 전국 소상공인 종사자수 대비 3.5%인 것으로 나타났으며, 이는 전국의 전체 종사자수 대비 전북의 전체 산업 종사자수 비중인 2.6%를 상회하는 것으로 나타남
 - 전북의 전체 종사자수 대비 소상공인 종사자수 비중은 59.4%로 나타났으며, 이는 전국 전체 종사자수 대비 소상공인 종사자수 비중인 43.8%를 훨씬 상회하는 것으로 나타남
- 전국의 소상공인 매출액 대비 전북의 소상공인 매출액 비중은 3.1%로 나타났으며, 이는 전국 전체 매출액 대비 전북 전체 매출액 비중인 1.5%를 상회하는 것으로 나타남
 - 그러나 이 수치는 앞서 살펴본 전국 대비 소상공인 사업체수 비중인 3.6%, 전국대비 소상공인 종사자수 비중인 3.5%를 하회하는 것으로 나타남

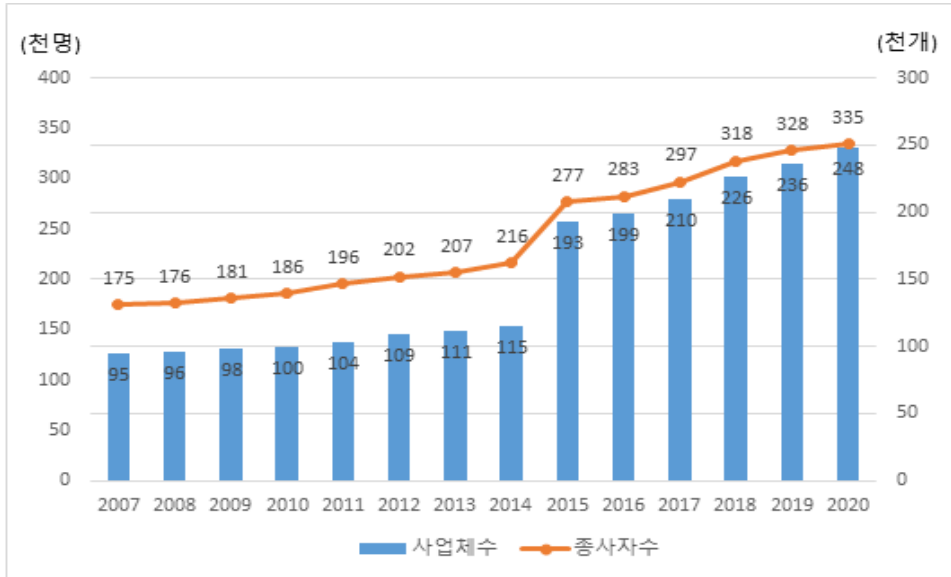
[표 3-13] 2020년 기준 전북 소상공인 비중

(단위 : 개, 명, 억원, %)

구분	사업체수			종사자수			매출액		
	전체	소상공인	비중	전체	소상공인	비중	전체	소상공인	비중
전북	260,156	247,728	95.2	563,808	334,851	59.4	865,435	303,274	35
전국	7,295,393	6,842,959	93.8	21,580,496	9,461,073	43.8	56,599,655	9,688,748	17.1
비중	3.6	3.6	-	2.6	3.5	-	1.5	3.1	-

자료 : 중소벤처기업부(2023)

- 전북의 소상공인 사업체수와 종사자수는 지속적으로 증가하는 추세를 보임
 - 2015년을 기준으로 중소기업기본통계가 작성되기 시작하였고, 기업 단위로 작성되어 기존 사업체 통계보다 포괄 범위가 넓어짐(중소기업벤처부, 2023)



자료 : 2015년 이전 자료는 통계청 전국사업체조사에서 재편·가공
 2015년 이후 자료는 중소기업벤처부 중소기업기본통계 기준

[그림 3-5] 전북 소상공인 추이

- 전북의 소상공인 비중은 꾸준히 증가하여 2020년 기준 전북 전체 사업체수 대비 95.2%를 차지하고 있으며, 종사자수는 전체 종사자수 대비 59.4%를 기록함

[표 3-14] 전북 소상공인 비중 추이

(단위 : %)

구분	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
사업체수	90.2	90.1	89.7	89.5	89.6	94.4	94.6	94.8	94.9	94.9	95.2
종사자수	45.5	46.1	45.8	45.3	46.0	56.3	56.4	57.4	59.2	58.9	59.4

자료 : 2015년 이전 자료는 통계청 전국사업체조사에서 재편·가공
 2015년 이후 자료는 중소기업벤처부 중소기업기본통계 기준

- 2020년 기준 전북 소상공인 사업체수 비중은 도매 및 소매업이 23.7%를 기록하며 가장 높은 비중을 보였고, 그 다음으로 숙박 및 음식점업(12%), 전기, 가스, 증기 및 공기조절공급업(11.9%), 부동산업(10%)순을 보임

- 2018년과 비교하면 코로나19와 경기침체의 영향으로 도매 및 소매업의 비중이 25.5%에서 23.7%로 하락하였고, 전기, 가스, 증기 및 공기조절 공급업의 비중은 2018년 10%에서 11.9%로 성장하였음

- 부동산업의 경우 2019년 주택임대소득 전면과세 규정 도입으로 인해 사업자 등록이 증가한 것으로 보임

[표 3-15] 업종별 전북 소상공인 사업체수

(단위 : 개, %)

산업별(10차)대분류	2018년		2019년		2020년	
	사업체수	비중	사업체수	비중	사업체수	비중
합계	226,394	100	235,597	100.0	247,728	100.0
A. 농업, 임업 및 어업	5,316	2.3	5,662	2.4	6,271	2.5
B. 광업	95	0.0	101	0.0	107	0.0
C. 제조업	13,779	6.1	14,433	6.1	14,801	6.0
D. 전기, 가스, 증기 및 공기조절 공급업	22,533	10	26,263	11.1	29,532	11.9
E. 수도, 하수·폐기물 처리, 원료재생업	309	0.1	362	0.2	390	0.2
F. 건설업	19,298	8.5	20,686	8.8	22,023	8.9
G. 도매 및 소매업	57,810	25.5	56,913	24.2	58,736	23.7
H. 운수 및 창고업	20,786	9.2	21,370	9.1	21,645	8.7
I. 숙박 및 음식점업	27,817	12.3	28,596	12.1	29,620	12.0
J. 정보통신업	1,253	0.6	1,277	0.5	1,441	0.6
K. 금융 및 보험업	1,084	0.5	1,072	0.5	1,092	0.4
L. 부동산업	23,066	10.2	23,612	10.0	24,842	10.0
M. 전문, 과학 및 기술 서비스업	3,786	1.7	4,120	1.7	4,650	1.9
N. 사업시설관리, 사업지원 및 임대 서비스업	3,785	1.7	3,828	1.6	4,386	1.8
P. 교육 서비스업	6,844	3	7,388	3.1	7,685	3.1
Q. 보건업 및 사회복지 서비스업	1,310	0.6	1,446	0.6	1,505	0.6
R. 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	4,294	1.9	4,381	1.9	4,547	1.8
S. 협회 및 단체, 수리 및 기타 개인서비스업	13,229	5.8	14,087	6.0	14,455	5.8

주 : 2018년은 한국표준산업분류 9차 기준

자료 : 중소벤처기업부(2013)

- 2020년 기준 전북 소상공인 매출액은 30조원 3,274억 원으로 조사되었고, 산업별로는 도매 및 소매업의 매출액이 전체 매출액의 39.2%를 차지하며 가장 높은 것으로 나타남
 - 전라북도는 전통적으로 전국대비 도매 및 소매업에 종사하는 영세상인의 비중이 높고, 매출액의 비중도 높은 편이나, 최근 경기침체와 코로나19로 인해 2018년 대비 2020년의 매출액 비중이 1.9%p 감소한 39.2%를 기록함
 - 또한 지역경제에 중요한 제조업의 경우 2020년 전체 매출액의 13.3%를 기록하며 2019년 비중인 13.9%와 비교하여 수치가 0.6%p 감소하였을 뿐만 아니라 금액도 372억 원 감소하여 정책적으로 관심을 두어야 할 것으로 보임
 - 그 외 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업, 운수 및 창고업 등은 코로나19의 영향으로 2019년 대비 2020년의 매출액이 감소한 것으로 보임

[표 3-16] 업종별 전북 소상공인 매출액

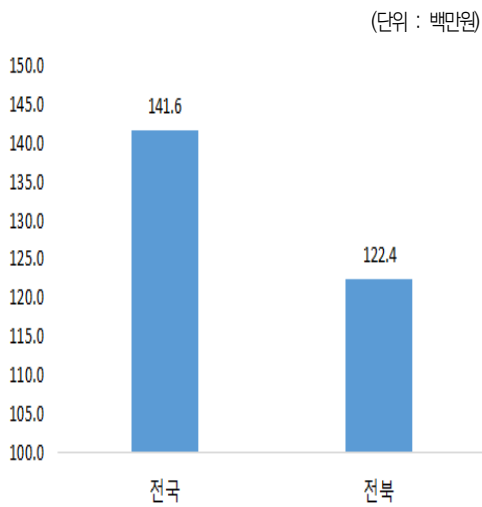
(단위 : 억원, %)

산업별(10차)대분류	2018년		2019년		2020년	
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중
합계	280,847	100.0	293,592	100.0	303,274	100.0
A. 농업, 임업 및 어업	11,527	4.1	11,204	3.8	11,980	4.0
B. 광업	280	0.1	441	0.2	498	0.2
C. 제조업	37,782	13.5	40,823	13.9	40,451	13.3
D. 전기, 가스, 증기 및 공기조절 공급업	3,076	1.1	3,926	1.3	5,147	1.7
E. 수도, 하수·폐기물 처리, 원료재생업	666	0.2	816	0.3	907	0.3
F. 건설업	41,023	14.6	45,129	15.4	47,879	15.8
G. 도매 및 소매업	115,520	41.1	116,206	39.6	118,976	39.2
H. 운수 및 창고업	17,981	6.4	18,712	6.4	18,621	6.1
I. 숙박 및 음식점업	25,211	9.0	26,986	9.2	28,208	9.3
J. 정보통신업	738	0.3	900	0.3	890	0.3
K. 금융 및 보험업	824	0.3	660	0.2	777	0.3
L. 부동산업	7,579	2.7	7,322	2.5	7,491	2.5
M. 전문, 과학 및 기술 서비스업	3,549	1.3	3,968	1.4	4,658	1.5
N. 사업시설관리, 사업지원 및 임대 서비스업	2,670	1.0	2,726	0.9	2,870	0.9
P. 교육 서비스업	2,589	0.9	2,952	1.0	2,990	1.0
Q. 보건업 및 사회복지 서비스업	3,302	1.2	3,590	1.2	3,659	1.2
R. 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	1,829	0.7	2,187	0.7	2,003	0.7
S. 협회 및 단체, 수리 및 기타 개인서비스업	4,701	1.7	5,045	1.7	5,270	1.7

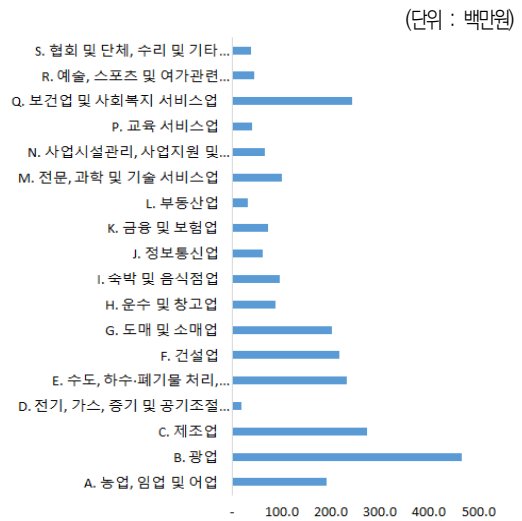
주 : 2018년은 한국표준산업분류 9차 기준

자료 : 중소벤처기업부(2013)

- 소상공인 사업체당 평균 매출액을 살펴보면 전북의 경우는 약 1억 2,200만원으로 전국평균 약 1억 4,200만원 보다 200만원 적은 것으로 나타남
- 전북지역 소상공인 업종별 사업체당 매출액은 1, 2차산업에 비해 3차산업의 매출액이 낮은 수준으로 나타났으며, 도소매업, 보건업 및 사회복지서비스업의 경우 2억원 이상의 매출을 보이고 그 외 경우는 1억원을 하회하는 것으로 나타나 대부분의 소상공인 사업체는 영세한 것으로 나타남



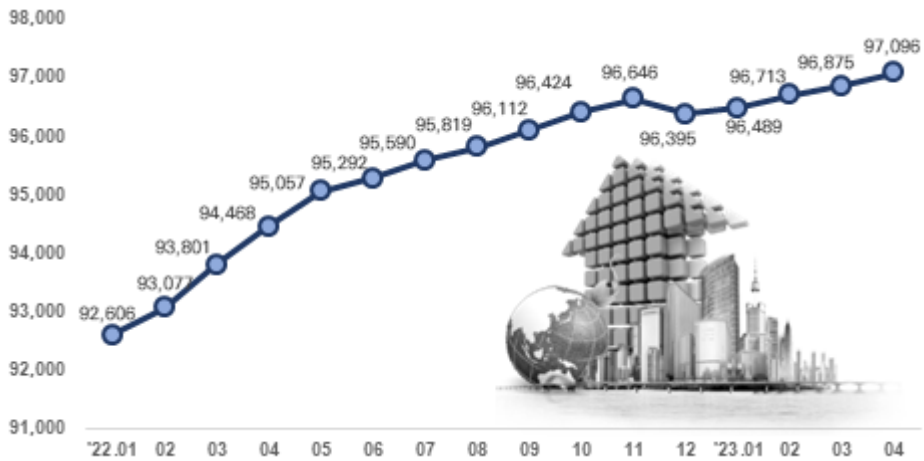
[그림 3-6] 전국대비 전북 소상공인 사업체당 매출액



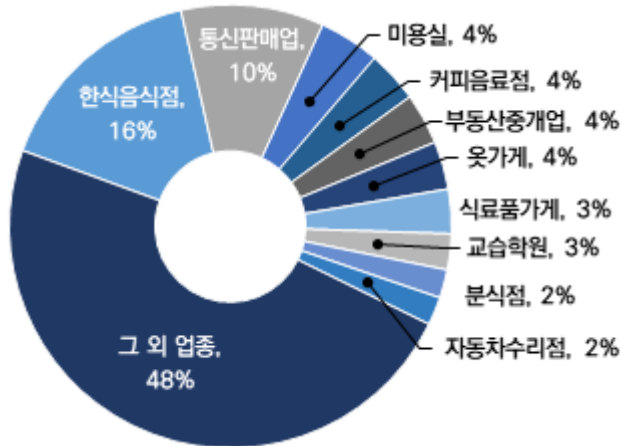
[그림 3-7] 업종별 사업체당 매출액

다. 소상공인 생활밀접업종 업종별·지역별 분포

- 국세청 100대 생활밀접업종⁴⁾ 통계에 따라 '23년 4월 기준 전북 100대 생활업종 사업자수는 97,096명으로, 전년 동월 94,468명 대비 2.8% 증가함
- '23년 4월 기준 전라북도 100대 생활업종 중 상위 10개 업종이 전체 업종의 51.7%를 차지하며, 구체적인 업종으로는 한식음식점(15.9%), 통신판매업(10.5%), 미용실(4.4%) 순으로 많이 나타남



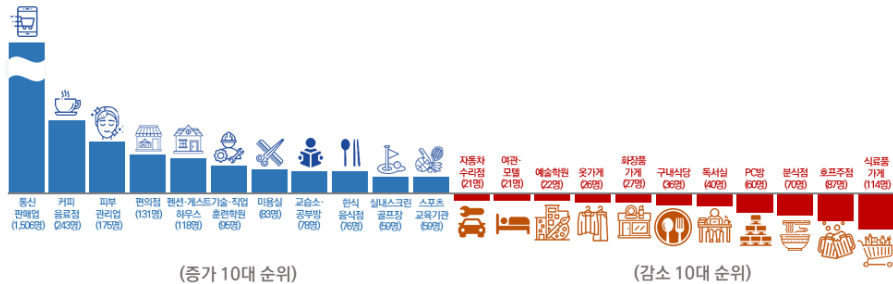
[그림 3-8] 전북 100대 생활업종 사업자수 추이



[그림 3-9] 전북 100대 생활업종 사업자수 비중 (2021년 5월 기준)

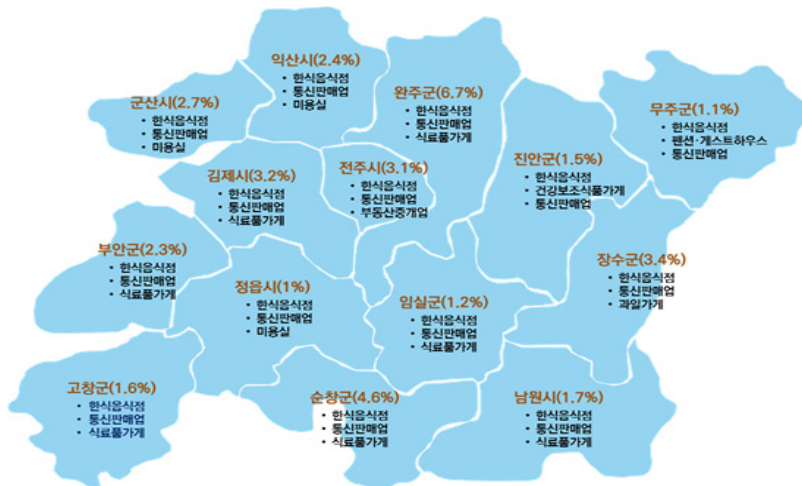
4) 100대 생활업종이란 소매, 음식 및 숙박업, 서비스업종 중 우리 생활과 밀접한 품목(용역)을 판매·취급하는 업종(국세청, 2023)

- 가장 많이 증가한 업종은 통신판매업(1,506명 증가), 가장 많이 감소한 업종은 식료품가게(114명 감소)로 나타남
- 통신판매업의 증가는 코로나19의 영향과 디지털 전환 현상을 반영한 것으로, 소상공인들이 점차 판로를 확대해나가는 것으로 간주할 수 있음



[그림 3-10] 업종별 사업자 수 증감현황

- 시군별로 살펴보면, 완주군이 전년 동월 대비 사업자 수가 6.7% 증가하였고, 무주군의 증가율이 1.1%로 가장 낮게 나타남
- 전주, 군산, 익산, 완주 등 전북 주요 관광지역은 '펜션·게스트하우스' 사업자 수가 비교적 크게 증가하였고, 최근 젊은층을 중심으로 골프의 인기가 증가하고 있어 이를 반영한 '실내스크린골프점'과 코로나19 격리 해제로 인해 '간이주점'의 사업자 수가 증가하고 있음

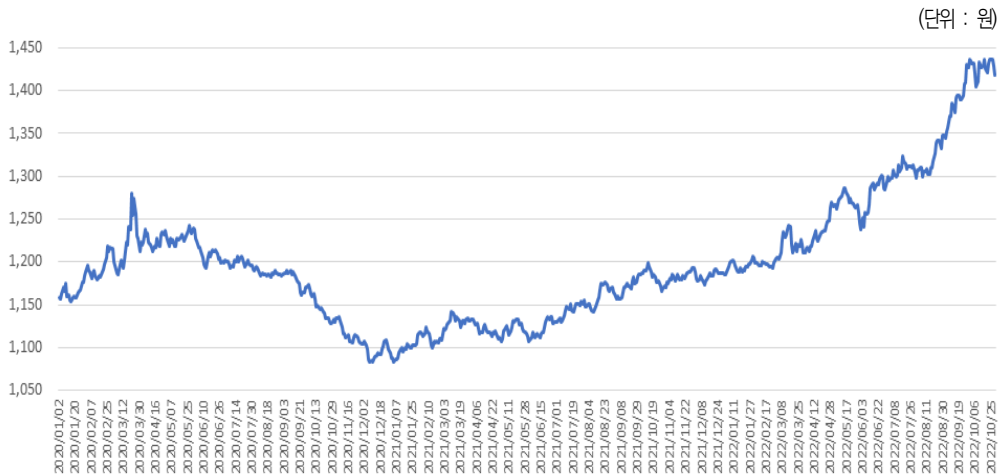


[그림 3-11] 시군별 100대 생활업종 사업자 수 증가율과 상위 3개 업종 현황

2. 전라북도 소상공인 경영환경

가. 환율, 이자율, 물가의 3고(高)현상⁵⁾

- 코로나19 초기 이후 안정세를 보이던 환율이 최근 상승 흐름이 이어지면서 1997~1998 외환위기, 2008~2009 글로벌 금융위기 이후 1,400원을 돌파하였음
- 환율은 2022년 2월 1,200원대 진입한 후 미국 금리인상과 소비자물가지수 상승률 등이 발표되면서 상승흐름을 지속하고 있으며, 10월 24일 1,436.6원을 기록



자료 : 한국은행

[그림 3-12] 코로나19 이후 원/달러 환율 변동 추이

- 최근 이자율과 환율의 단기적인 변동에 영향을 미치는 요인들은 ①코로나19 이후 미국 통화정책 정상화, ②러시아-우크라이나 전쟁, ③국제수지 악화, ④글로벌 경기침체 우려 등이 있음

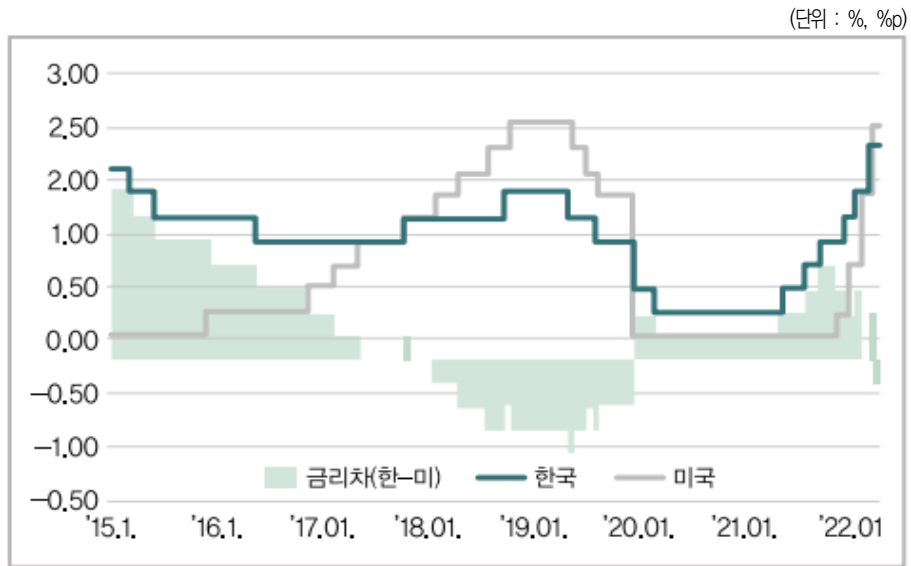
① 미국 통화정책 정상화

- 코로나 19로 인한 유동성 증가 그리고 공급 충격(글로벌 공급망 붕괴)으로 인한 물가

5) 전북연구원 이슈브리핑 “이자율과 환율 변동이 전라북도 중소기업에 미치는 영향과 시사점” 자료를 발췌하여 정리

상승은 임금상승 압력을 유발하고 있는 상황, 즉, 스태그플레이션이 진행되고 있기 때문에 미국 정부는 2022년 지속적으로 금리인상을 단행하였음

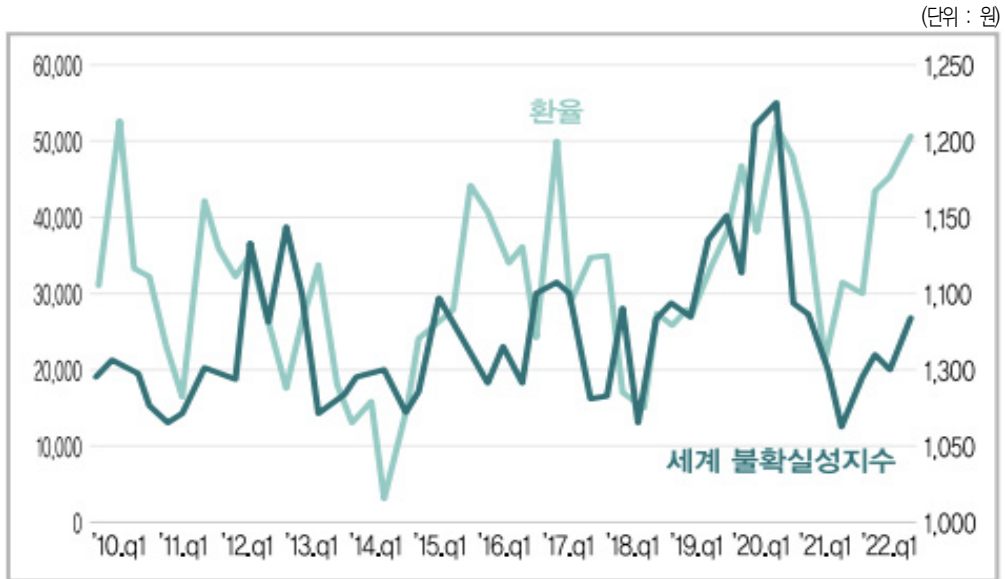
- 우리나라도 미국의 금리 인상에 대응하기 위해 2021년 1%였던 기준금리를 지속적으로 인상하여 2022년 10월 기준금리가 3%에 도달하였고, 이에 따라 한-미 정책금리가 역전되었으며, 향후 미국의 급격한 금리 인상이 지속될 경우 환율은 지속적으로 상승할 가능성이 농후함



[그림 3-13] 한국과 미국 기준금리 및 금리차

② 러시아-우크라이나 전쟁

- 국제통화기금(IMF)은 3월 초 '우크라이나전의 경제적 충격에 관한 성명'에서 러시아-우크라이나 전쟁과 주요 국가들의 대 러시아 제재가 세계경제에 심각한 충격을 줄 것이라고 우려했으며, 세계경제가 이례적인 불확실성에 노출돼 있다고 발표하였음
- 양국간 전쟁의 장기화로 인해 글로벌 불확실성 확산될 것으로 예상되며, 이러한 불확실성은 투자심리를 위축시키고 안전자산인 달러화에 대한 선호도를 강화시킴

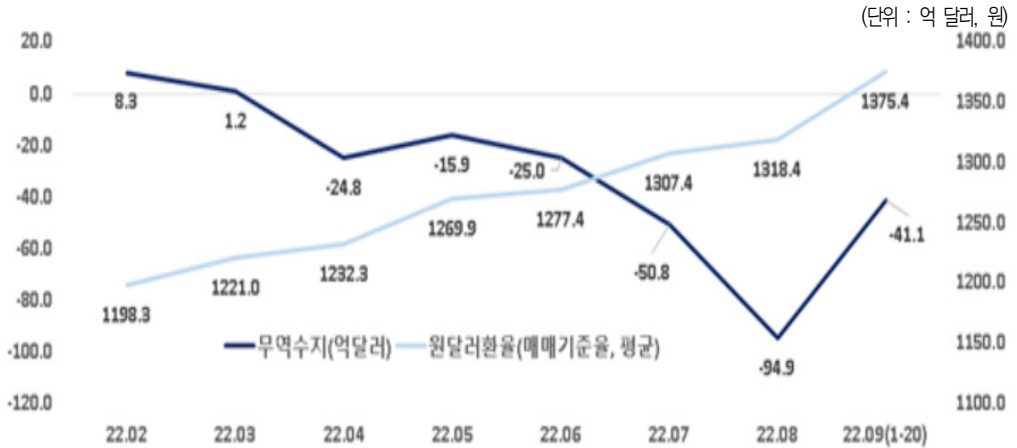


자료: 한국은행, Fred, 민경희(2022) 재인용 p.3

[그림 3-1] 세계 불확실성 지수와 원/달러 환율 추이

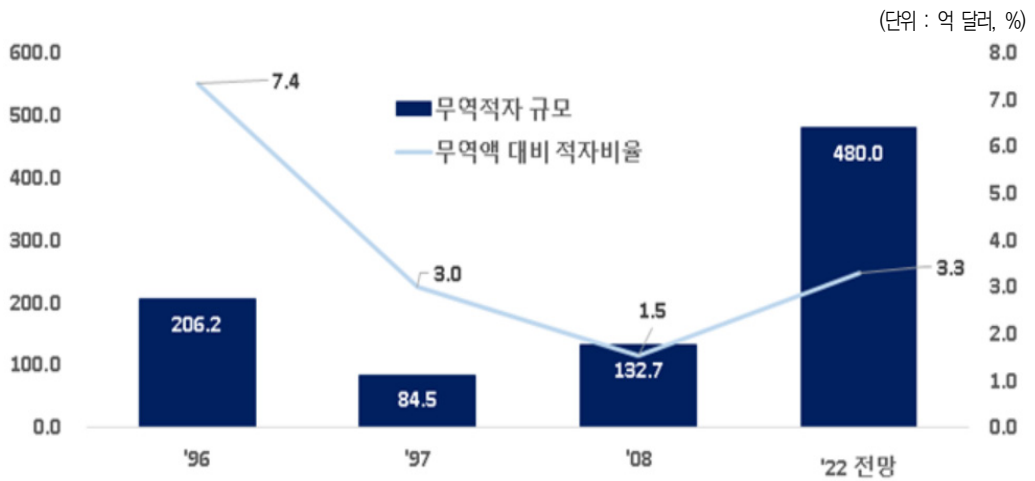
③ 국제수지 악화

- 중장기적으로 경상수지가 지속적으로 악화되는 경우 외환공급이 감소하면서 환율이 상승함
- 우리나라는 대표적인 수출주도 성장국가로 우리경제는 그동안 수출을 통한 상품수지와 무역수지 흑자를 기반으로 성장해왔음
- 그러나 우리나라 무역수지는 올해 4월 24.8억 달러 적자를 기록한 후, 9월까지 6개월 연속 적자를 보이는 가운데, 올해 9월 20일까지 누계기준 무역수지 적자는 292.1억 달러(9.21일 관세청 발표기준)에 이르며, 원달러 환율은 급등세를 보이고 있음(이상호, 2022)
- 한국경제연구원(2022)에 따르면 2022년 전체 무역적자 규모는 480억 달러에 이를 것으로 예측하였으며, 이는 외환위기 직전인 1996년 무역적자 규모인 206.2억 달러보다 규모가 큰 수준임



자료: 한국은행, 한국경제연구원 보도자료(2022) 재인용, p.1

[그림 3-14] 무역수지와 원달러 환율 추이



자료 : 한국은행, 한국경제연구원 보도자료(2022) 재인용, p.4

[그림 3-15] 외환위기 및 글로벌 금융위기와의 무역적자 지표 비교

- 무역수지 적자는 글로벌 원자재가격 상승에 따른 수입의 증가가 주요 원인이며, 중국 등 주요 수출국의 경기둔화에 따른 수출둔화도 일부 작용한 것으로 나타남(윤용준 외, 2022)

④ 글로벌 경기침체 우려

- 팬데믹 당시 불거진 글로벌 수급 불균형 문제와 러시아-우크라이나 전쟁으로 인한 인플레이션 압력이 주요국의 에너지 및 식료품 가격뿐만 아니라 근원 품목으로 확산하고 있어 글로벌 인플레이션이 장기화될 가능성 존재(백예인 외, 2022)
- 국제유가 및 원자재 가격을 비롯한 글로벌 인플레이션과 이에 따른 경기침체 우려로 원화 약세가 심화될 수 있음



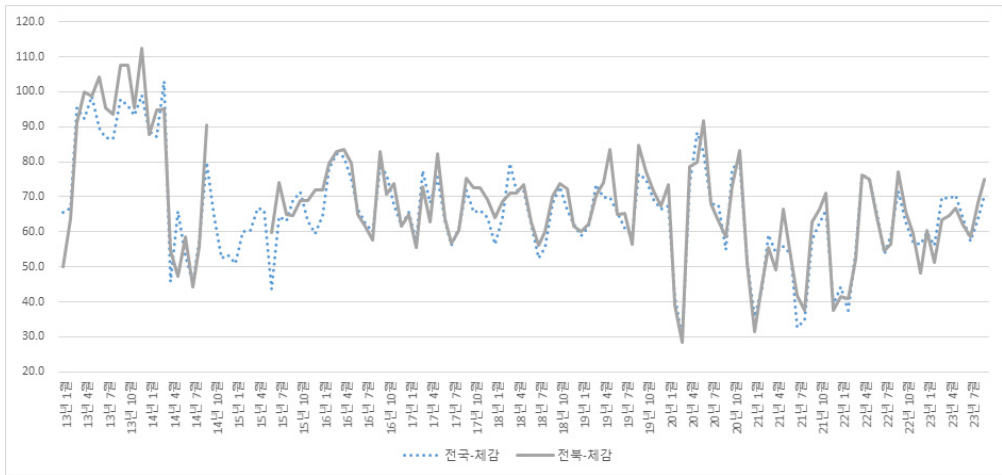
주: EU지역은 소비자물가조화지수(HICP), 이외 국가는 CPI 상승률
 자료: OECD STATS, 이상호(2022)

[그림 3-16] 주요국의 월별 인플레이션 추이

나. 전라북도 소상공인 체감 경기

- 최근 10년간 전북 소상공인 체감 경기실사지수(BSI)는 코로나19 1차 유행기간이자 경기침체 기간이었던 '20년 3월 28.3으로 가장 낮았고, 그 이후 증감을 반복하다 '23년 9월 현재 75로 전월(68.4)보다 6.6p 상승함

- 전국과 비교하여 보면, '23년 9월 현재 전북의 BSI는 전국 체감 BSI(70.5) 보다 4.5p 높게 나타남



자료 : 중소벤처기업부·소상공인시장진흥공단(2023)을 가공하여 저자 정리

[그림 3-17] 전북 소상공인 체감 BSI 추이

○ 전북 상가의 임대료는 2019년과 비교하여 대부분 하락하는 추세를 보임

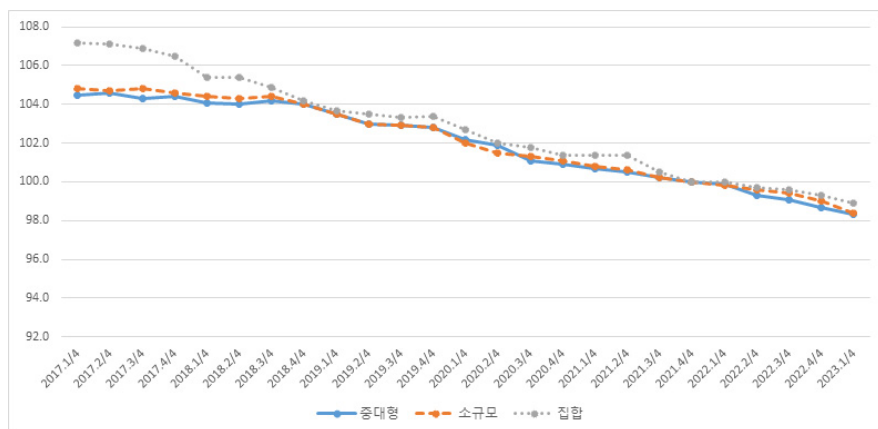
- 2021년 4분기 임대가격을 100으로 한 임대가격지수를 살펴보면, 중대형상가, 소규모상가, 집합상가 모두 꾸준히 감소하는 추세를 보임

[표 3-17] 전북 임대료 및 임대가격지수 추세

(단위 : 천원/㎡, 2021.4Q=100.0)

분기	임대료			임대가격지수		
	중대형상가	소규모상가	집합상가	중대형상가	소규모상가	집합상가
2019.1/4	14.4	10.2	21.0	103.5	103.5	103.7
2019.2/4	13.7	9.9	21.0	103.0	103.0	103.5
2019.3/4	13.6	10.0	20.9	102.9	102.9	103.3
2019.4/4	13.6	9.9	20.9	102.8	102.8	103.4
2020.1/4	14.3	10.3	21.1	102.2	102.0	102.7
2020.2/4	14.3	10.3	20.9	101.9	101.5	102.0
2020.3/4	14.2	10.2	20.9	101.1	101.3	101.8
2020.4/4	14.2	10.2	20.9	100.9	101.1	101.4
2021.1/4	13.5	10.0	20.2	100.7	100.8	101.4
2021.2/4	13.4	10.0	20.2	100.5	100.6	101.4
2021.3/4	13.4	10.0	20.1	100.2	100.2	100.5
2021.4/4	13.4	9.9	20.0	100.0	100.0	100.0
2022.1/4	14.5	10.1	19.8	99.9	99.8	100.0
2022.2/4	14.4	10.1	19.8	99.3	99.6	99.7
2022.3/4	14.4	10.1	19.7	99.1	99.4	99.6
2022.4/4	14.4	10.0	19.7	98.7	99.0	99.3
2023.1/4	14.3	10.0	19.6	98.3	98.4	98.9

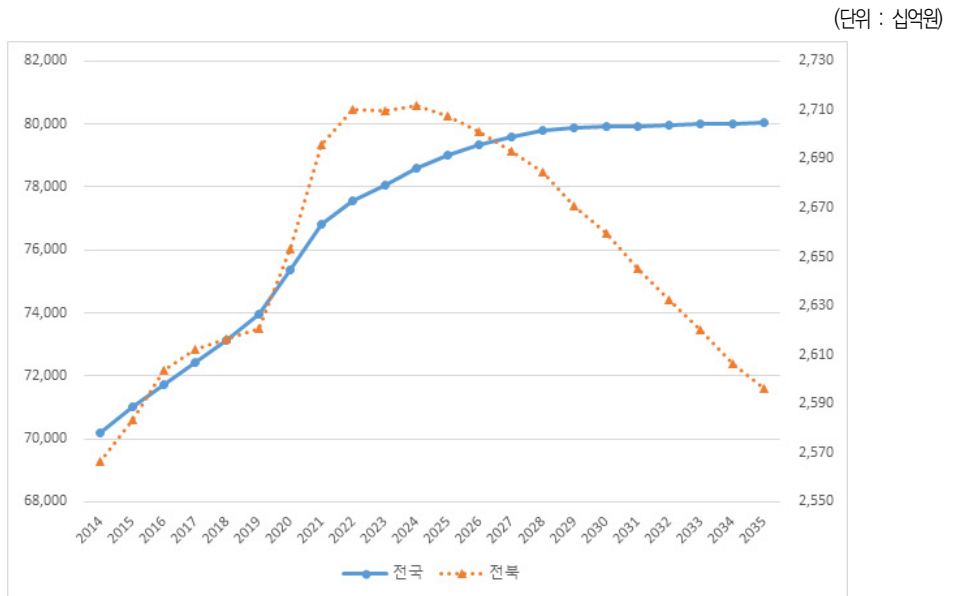
자료 : 한국부동산원(2023)



[그림 3-18] 전북 임대가격지수 추세

다. 전라북도 소비시장 규모 전망

- 부산연구원(2022)에서 제시한 미래 수요 규모 산출식⁶⁾에 따라 전북의 소비시장을 전망해본 결과, 전북은 인구 구조의 변화로 인해 향후 10년간 소비시장이 꾸준히 감소할 것으로 예상됨
 - 전북의 가구수는 미미하게 증가할 것으로 보이나, 소비지출이 큰 40~59세까지의 가구⁷⁾수가 2016년을 기점으로 크게 줄어들 것으로 예상됨
 - 반면 소비지출 규모가 작은 60세 이상 노인인구는 감소 없이 꾸준히 증가할 것으로 보여 향후 소상공인·소기업의 경영활동에 있어 큰 어려움이 있을 것으로 예상됨



자료 : 통계청(2023a), 통계청(2023b)을 가공하여 저자 정리

[그림 3-19] 가구변화에 따른 소비시장규모 전망

6) 미래 수요 규모 = 가구당 연령대별 평균 소비지출 규모 × 가구주의 연령대별 추계 인구

7)

〈표〉 가구당 연령대별 평균 소비지출 규모 (2022년 기준)

구분	39세 이하 가구	40~49세 가구	50~59세 가구	60~64세 가구
소비지출규모	3,338,292원	4,869,463원	4,359,512원	2,564,413원

자료 : 통계청(2023a)

3. 시사점

1) 소상공인을 둘러싼 대내외 경영환경 변화

- 전북의 인구는 2022년 말 기준으로 약 177만 명이며, 2019년 고령화율이 20%를 넘어서면서 초고령사회에 진입한 이후 65세 이상 인구가 매년 증가하여 '22년 고령화율은 23.2%를 기록
- 또한 저출산 및 베이비부머 세대의 은퇴로 인한 생산가능인구가 감소하는 인구절벽시대에 직면하고 있음
- 이러한 인구구조의 변화는 소상공인에게도 나타나고 있으며, 소상공인 대표자의 연령도 높아지는 추세로 실제 소상공인 대표자 연령은 50대가 가장 많음
- 인구구조의 변화는 소상공인 고객의 감소, 소비규모 및 구매행태 등의 변화를 유발할 것으로 전망되는 바 이러한 변화가 소상공인분야에 미칠 영향과 대응이 필요함
- 최근 소상공인 디지털전환 등 정책의 변화가 나타나고 있지만, 고령화로 인한 소상공인 업종별 영향, 고객맞춤형 경영을 위한 전문성 강화, 고령소비자를 위한 접근성 제고, 소상공인 고령화 현상에 대한 대책 등 소상공인 경영 전반에서 정책 대응이 필요함
- 뿐만 아니라 자금력이 취약한 소상공인의 경우 물가, 이자율 등 거시경제변수 변동에 따른 부채리스크로 경영을 지속하는 것이 어려운 상황에 직면할 수 있기 때문에 소상공인 부채현황을 모니터링 하고 관리할 필요가 있음
- 즉 대외정치·경제환경변화(우크라이나 전쟁, 글로벌 금융위기 등) 및 지역산업·고용위기(군산 조선소 가동중단, GM군산공장 철수 등)에 따른 지역소상공인의 영향분석, 인구구조 변화로 인한 소비패턴 변화 대응 등 선제적인 대응이 필요함

2) 소상공인 지원사업의 유사중복성

- 전라북도 소상공인정책은 정부, 광역시도, 기초지자체 등 다양한 주체가 다양한 사업을 추진하고 있음
- 전라북도의 경우 신용보증재단과 경제통상진흥원에서 소상공인 지원사업을 운영해왔는데, 신용보증재단의 경우 주로 금융지원을 담당했고 경제통상진흥원의 경우 소상공인의 창업, 마케팅 등의 사업을 추진해왔음
- 그러나 최근 각 기관의 경우 사업의 수와 규모가 확대되면서 각 기관에서 지원하는 사업의 내용이 중복되거나 유사한 성격의 프로그램이 다수 나타나고 있어 이에 대한 점검이 필요한 시점임
- 특히 컨설팅이나 멘토링의 경우 기관별 특성을 반영하기보다 경영 전반에 걸쳐 지속적으로 관리할 필요가 있기 때문에 각 기관에서 사업을 운영하기 보다 보다 전문적이고 체계적으로 운영할 수 있도록 통합하는 것이 바람직함
- 신용보증재단과 경제통상진흥원이 소상공인 지원기관 및 지원사업에 대한 접근성을 높이기 위한 종합지원상담센터를 각각 운영하고 있지만, 소상공인 정책수요는 어느 한 분야에 국한되기 보다 창업지원, 자금지원, 판로지원, 폐업지원 등 생애주기별로 다양한 정책수요가 발생하기 때문에 종합적으로 정책을 안내하고 연계해 줄 수 있는 전문성있는 기관에서 통합운영하는 것이 효율적임

[표 3-18] 유형별-기관별 소상공인 지원사업 현황

구분	신용보증재단	경제통상진흥원
창업	-	소상공인희망센터 운영
마케팅	-	소상공인비대면경영전환지원
교육	금융교육	소신닷컴프로젝트
컨설팅/멘토링	위드온 생존컨설팅 지자체 경영컨설팅	소상공인 역량강화 지원 소신닷컴프로젝트
자금지원(특례보증)	신용보증	-
상담 및 안내	서민금융종합지원센터 운영	소상공인광역콜센터
패키지 (기술개발, 멘토링, 자금지원 등)	-	스타소상공인육성 천년명가육성
기타	-	제로페이 활성화 폐업(예정) 소상공인 사업재기 지원

3) 분절적·단기지원 형태의 사업지원

- 소상공인 지원사업의 특징은 사업유형별로 다양하지만, 단기지원 위주로 운영되고 있기 때문에 한가지 사업유형의 수혜가 끝나면 별도의 사업 지원을 신청해야 함
- 이러한 경우 소상공인을 지역경제의 주체로 성장시킨다는 관점보다 지원이 필요한 취약계층으로 인식하고 사회복지 관점에서의 정책사업으로 고착화 될 수 있음
- 소상공인의 지속가능한 성장과 경영안정 촉진뿐만 아니라 사회적경제적 지위향상 및 고용안정을 도모하기 위해서는 경쟁력 있는 소상공인을 지속적으로 지원하고 관리할 수 있는 체계를 마련하고, 지원의 규모를 확대함으로써 지역경제의 주체로 성장할 수 있도록 기반을 마련할 필요가 있음
- 특히 스타소상공인육성사업의 경우 유망소상공인으로 선정되면 그 자체로 홍보효과가 있을 수 있지만 해당 기업이 받을 수 있는 지원은 총 1,100만원(기술개발 500만원, 마케팅지원 300만원, 점포개선 300만원)에 불과함. 더욱이 예산규모가 매우 작기 때문에 스타소상공인이 기술개발, 마케팅지원, 점포개선 비용을 전부 받을 수 없는 상황임
- 따라서 스타소상공인을 대상으로 별도의 성장지원 프로그램을 만들어 집중적이고 지속적인 지원과 관리를 통해 경영안정 뿐만 아니라 지속가능한 성장이라는 정책지원의 궁극적인 목표를 달성하기 위한 통합지원 및 부차·지자체 사업간 연계체계를 마련하여 정책의 효과를 극대화할 필요가 있음

4) 복지측면에서의 소상공인 정책 접근

- 소상공인은 매출액 및 자금력 등이 영세하고, 진입장벽이 낮아 경쟁자들의 진출로 인한 경쟁강도가 높고, 특정업종으로의 편중이 심하며, 경기변동에 취약하다는 특징이 있음
- 소상공인 지원사업의 가장 큰 특징은 대상에 대해 세분화하기보다 영세소상공인에 대한 안전한 경영환경 구축 등 사회안전망 즉 복지정책으로서의 성격에 초점을 맞추고 있는 상황

-
- 전라북도의 경우에도 소상공인희망센터, 스타소상공인육성, 천년명가육성사업을 제외하고는 소상공인 안전망 확보 측면의 사업이 더 많은 것을 알 수 있음
 - 소상공인의 경우 지역경제 및 지역고용에 있어서도 상당한 부분을 차지하고 있어서 소상공인이 폐업하는 경우 사회적 비용이 크기 때문에 안전망구축은 매우 중요한 정책 중 하나임
 - 그러나 최근 「소상공인기본법」 시행으로 인해 소상공인의 위상 강화와 더불어 소상공인을 기업생태계의 하부구조로 중요성을 인식하면서 소상공인을 통한 창업과 일자리 창출 기능이 부각됨
 - 따라서 사회안전망으로서의 지원을 넘어 소상공인을 둘러싼 내외부 환경분석에 기반한 소상공인 정책지원사업 포트폴리오가 다양화될 필요가 있음
 - 특히 상권분석, 상권모니터링을 통한 창업자 및 소상공인에 정보제공, 소상공인 체감 경기 조사(실태조사 등)를 통한 맞춤형 지원 등 소상공인을 둘러싼 환경에 대한 다각적 측면에서의 정책설계가 필요함



제4장

전라북도 소상공인 실태조사

1. 조사 개요
2. 조사 결과
3. 시사점



제 4 장 전라북도 소상공인 실태조사

1. 조사 개요

가. 조사 목적

- 최근 경영환경 변화에 따른 소상공인 및 소기업의 경영실태를 파악하고 사업 만족도 및 지원 정책 방향을 도출하기 위함
- 전라북도 소상공인 및 소기업의 현황 및 여건을 파악하고 향후 지원정책 마련을 위한 기초 자료로 활용

나. 조사 설계

- 조사기간 : 2023년 7월 20일 ~ 2023년 9월 20일 (62일)
- 조사방법 : 구조화된 조사표를 활용하여 온라인·오프라인으로 답변 취합
- 조사대상 : 전라북도 14개 시군 소상공인 및 소기업

[표 4-1] 조사대상 업종

업종	소매업	① 종합소매점 ② 음식료품 소매업 ③ 기타 소매업
	서비스업	④ 개인서비스업(미용실, 세탁소 등) ⑤ 교육서비스업(학원 등) ⑥ 부동산업 ⑦ 수리/설치업(정비소, 간판설치업 등) ⑧ 숙박업 ⑨ 여가관련 서비스업(헬스장, pc방, 당구장, 노래방 등)
	외식업	⑩ 음식점업 (한식, 분식, 커피음료점 등)

다. 조사 내용

- 업체 현황
 - 사업체명, 대표자 성별, 대표자 연령, 사업체 소재지, 업종, 사업자 유형, 창업 연도, 기업 유형, 사업장 형태, 종사자수('20년~'22년)

○ 경영 및 자금 현황

- 영업비용 비중, 경영환경 변화 인식도, 경영환경 변화 원인, 매출액과 순이익('19년~'23년 6월), 경제환경 변화에 따른 경영상태 변화도, 자금조달 방식, 금융부채 정도, 향후 자금사정 예상, 경영환경 변화 회복까지 예상 기간, 향후 사업체 운영 계획, 필요 지원정책

○ 소상공인 디지털 전환

- 디지털 전환이 사업장에 미치는 영향, 디지털 전환을 위한 사업장의 준비 정도, 디지털 전환을 위한 사업장의 실행 정도, 디지털 전환 활용 정도, 디지털 전환을 위한 필요 정책 수요

○ 지역사랑 상품권 사용 현황

- 지역사랑상품권 활용 고객 수, 지역사랑상품권 매출액, 지역사랑상품권 매출액 변화도, 지역사랑상품권 효과, 지역상품권 도입으로 인한 사업체의 매출액, 고용인원, 지역상권, 소비촉진 전망도

○ 소상공인 정책 만족도 및 기타 의견

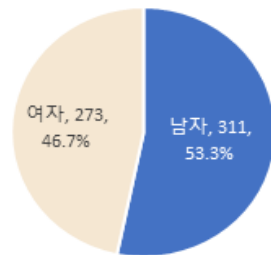
- 소상공인 관련 지원사업 수혜 여부, 소상공인 지원사업 유용성, 지원사업 비수혜 이유, 소상공인 지원정책 중점 추진 분야, 소상공인 지원사업의 활용성을 높이기 위한 요건, 기타의견

2. 조사 결과

1) 응답업체 현황

- 소상공인 및 소기업 경영환경 실태조사를 실시한 결과, 총 584명의 응답자 중 남자는 311명(53.3%), 여자는 273명(46.7%)으로 나타남

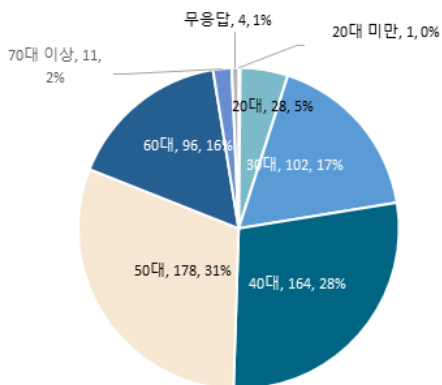
[표 4-2] 응답자 성별



구분	전체	
	빈도	비중
남자	311	53.3
여자	273	46.7
합계	584	100

- 응답자 연령대는 50대인 경우가 30.5%(178명), 40대인 경우가 28.1%(164명), 30대가 17.5%(102명) 순으로 조사됨

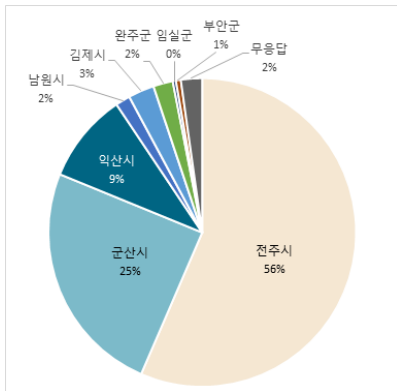
[표 4-3] 응답자 연령대



구분	전체	
	빈도	비중
20대 미만	1	0.2
20대	28	4.8
30대	102	17.5
40대	164	28.1
50대	178	30.5
60대	96	16.4
70대 이상	11	1.9
무응답	4	0.7
합계	584	100

- 사업장 소재지는 전주시(56.5%, 330명)가 가장 많았고, 그 다음으로 군산시(24.7%, 144명), 익산시(9.4%, 55명), 김제시(2.7%, 16명) 순으로 나타남
- 다만 조사상의 한계로 인해 전북 14개 시군을 전부 조사하지 못하였음(정읍, 진안, 무주, 장수, 순창, 고창은 누락)

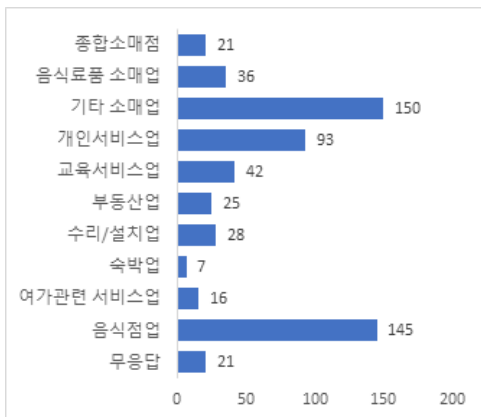
[표 4-4] 사업장 소재지



구분	전체	
	빈도	비중
전주시	330	56.5
군산시	144	24.7
익산시	55	9.4
남원시	9	1.5
김제시	16	2.7
완주군	12	2.1
임실군	2	0.3
부안군	3	0.5
무응답	13	2.2
합계	584	100

- 사업장의 업종은 기타 소매업(150명, 25.7%)이 가장 많았고, 그 다음으로 음식점업(145명, 24.8%), 개인서비스업(93명, 15.9%), 교육서비스업(42명, 7.2%) 순으로 조사됨

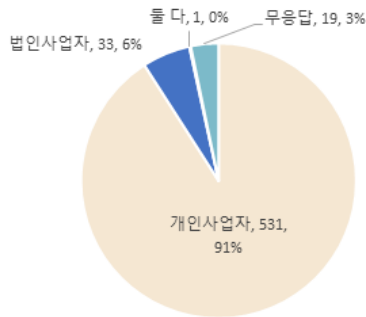
[표 4-5] 사업장 업종



구분	전체		
	빈도	비중	
소매업	종합소매점	21	3.6
	음식료품 소매업	36	6.2
	기타 소매업	150	25.7
서비스업	개인서비스업	93	15.9
	교육서비스업	42	7.2
	부동산업	25	4.3
	수리/설치업	28	4.8
	숙박업	7	1.2
외식업	여가관련 서비스업	16	2.7
	음식점업	145	24.8
무응답	21	3.6	
합계	584	100	

- 사업장 유형을 살펴보면, 대부분의 응답자들이 개인사업자(531명, 90.9%)라고 답하였고, 법인사업자인 경우도 33명(5.7%)로 조사됨
 - 개인사업자, 법인사업자 두 개의 사업자 유형을 가지고 있다고 응답한 경우도 1명(0.2%)으로 나타남

[표 4-6] 사업장 유형

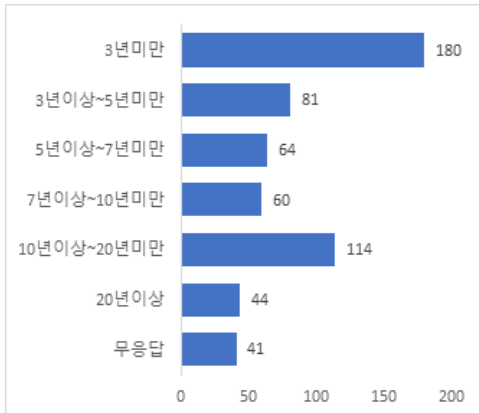


구분	전체	
	빈도	비중
개인사업자	531	90.9
법인사업자	33	5.7
둘 다	1	0.2
무응답	19	3.3
합계	584	100

- 사업장 운영 기간은 3년 미만(2021년 이후 설립)이라고 응답한 경우가 180명(30.8%)으로 가장 많았으며, 그 다음으로 10년 이상 ~ 20년 미만(2004년 ~ 2013년 설립)인 경우가 114명(19.5%)으로 조사됨

- 따라서 본 보고서는 설립연도가 3년 미만인 신생기업의 비중이 높은 점을 감안하여 분석을 실시함

[표 4-7] 사업장 운영 기간

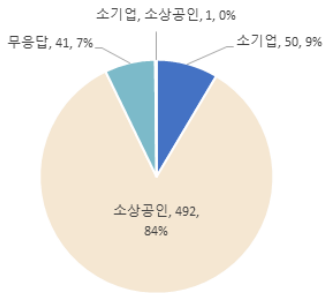


구분	전체	
	빈도	비중
3년 미만	180	30.8
3년 이상 ~ 5년 미만	81	13.9
5년 이상 ~ 7년 미만	64	11
7년 이상 ~ 10년 미만	60	10.3
10년 이상 ~ 20년 미만	114	19.5
20년 이상	44	7.5
무응답	41	7
합계	584	100

○ 사업장 기업 유형은 소상공인 경우가 492명(84.2%), 소기업인 경우가 50명(8.6%)으로 나타남

- 소기업, 소상공인 모두에 속한다고 응답한 경우도 1명(0.2%)으로 나타났으며, 이 업체의 경우 앞선 문항에서 개인사업자와 법인사업자 모두를 가지고 있다고 응답한 업체와 동일 업체인 것으로 나타남

[표 4-8] 사업장 기업 유형

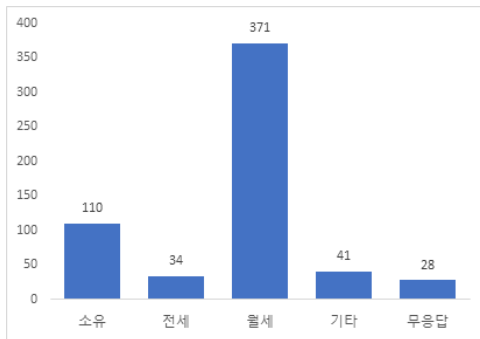


구분	전체	
	빈도	비중
소기업	50	8.6
소상공인	492	84.2
무응답	41	7
소기업, 소상공인	1	0.2
합계	584	100

○ 사업장 소유 형태를 살펴보면, 월세인 경우가 371명(63.5%)으로 가장 많이 나타났으며, 그 다음으로 소유하고 있다고 응답한 경우가 110명(18.8%), 기타(41명, 7%) 순으로 나타남

- 사업장을 월세의 형태로 영위하고 있는 경우가 가장 많기 때문에, 이와 관련한 지원정책의 수요가 많을 것으로 판단됨

[표 4-9] 사업장 소유 형태



구분	전체	
	빈도	비중
소유	110	18.8
전세	34	5.8
월세	371	63.5
기타	41	7
무응답	28	4.8
합계	584	100

- 2020년 기준 종사자 수를 묻는 문항에 응답한 업체는 321개, 2021년 기준 종사자 수를 묻는 문항에는 379개 업체, 2022년 기준 종사자 수 문항에 449개 업체가 응답함
 - 2020년 기준 총 321개 응답 업체의 업체당 평균 종사자 수는 3.15명으로 조사되었고, 2021년 기준은 3.09명, 2022년 기준 업체당 평균 종사자 수는 2.91명으로 최근 3년간 소기업·소상공인의 종사자 수는 지속적으로 감소하는 현상을 보임
 - 평균 무급가족종사자 수도 2020년 기준 0.77명에서 2021년 기준 0.71명, 2022년 기준 0.64명으로 지속적으로 감소하는 현상을 보임

[표 4-10] 2020년~2022년 종사자 수 응답 현황

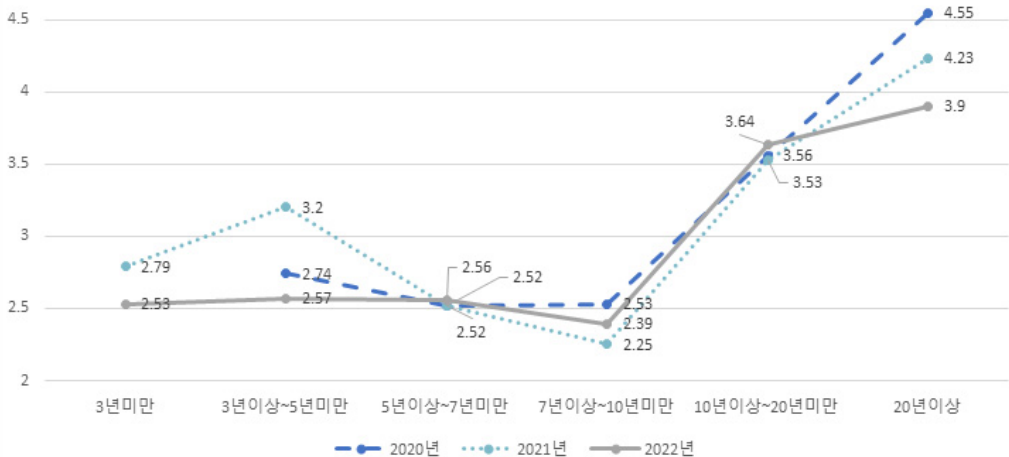
구분	응답 업체 수	종사자 수	업체당 평균 종사자 수	평균 대표자 수	평균 유급종사자 수	평균 무급가족 종사자 수
2020년 기준	321	1,011	3.15	1.2	1.88	0.77
2021년 기준	379	1,172	3.09	1.23	1.82	0.71
2022년 기준	449	1,305	2.91	1.14	1.84	0.64

주 : 대표자 수를 유급종사자 수에 중복 기입한 경우를 포함

- 업체 설립연도에 따라 나누어 살펴보면, 설립연도가 20년 이상인 업체의 평균 종사자 수가 2020년 기준 4.55명, 2021년 기준 4.23명, 2022년 기준 3.9명으로 가장 많은 것으로 나타남
 - 그러나 지난 3년간 설립연도가 20년 이상인 업체의 평균 종사자 수와 평균 유·무급 종사자 수가 꾸준히 감소함에 따라, 해당 기업들의 경영 현황에 대해 면밀히 살펴보고 맞춤형 지원을 이어나가야 할 것으로 보임
- 3년 미만의 신생 소상공인, 소기업 업체를 살펴보면, 업체당 평균 종사자 수가 2021년 2.79명에서 2022년 2.53명으로 0.26명 감소하였고, 평균 유급 종사자 수도 2021년 1.7명에서 2022년 1.51명으로 감소하였음
 - 이를 자세히 살펴보면, 2021년에 설립된 기업의 경우 설립 당시(2021년) 평균 종사자 수가 2.78명이었음에 반해, 2022년에 설립된 기업의 경우, 설립 당시(2022년) 평균 종사자 수가 2.23명에 불과한 것으로 나타나 최근에 설립된 업체일수록 그 전 기업들에 비해 비교적 적은 인원으로 창업을 시작하는 것으로 조사됨
 - 따라서 최근에 설립된 소규모 창업의 실태(창업 업종, 창업주 준비현황, 자금현황 등)를 자세히 살펴보고, 창업전 컨설팅이나 수익성 분석, 또는 무분별한 창업을 막기 위한 재교육, 재취업 등의 정책을 고려해볼 필요가 있는 것으로 나타남

[표 4-11] 업체의 설립연도에 따른 2020년, 2021년, 2022년 종사자 수

구분	연도	업체수	종사자수	업체당 평균 종사자 수	평균 대표자 수	평균 유급종사자 수	평균 무급가족 종사자 수
3년 미만	2021년	61	170	2.79	1.13	1.7	0.51
	2022년	124	314	2.53	1.14	1.51	0.53
3년이상~5년미만	2020년	68	186	2.74	1.25	1.52	0.63
	2021년	66	211	3.2	1.65	1.51	0.64
	2022년	68	175	2.57	1.11	1.53	0.5
5년이상~7년미만	2020년	54	136	2.52	1.35	0.79	0.32
	2021년	54	136	2.52	1.31	0.84	0.32
	2022년	54	138	2.56	1.37	0.82	0.32
7년이상~10년미만	2020년	57	144	2.53	1.12	1.49	0.62
	2021년	56	126	2.25	1.02	1.32	0.57
	2022년	57	136	2.39	1.04	1.68	0.46
10년이상~20년미만	2020년	102	363	3.56	1.14	2.06	1.07
	2021년	102	360	3.53	1.12	2.07	1.05
	2022년	105	382	3.64	1.08	2.21	1.12
20년이상	2020년	40	182	4.55	1.18	3.89	1
	2021년	40	169	4.23	1.12	3.75	0.89
	2022년	41	160	3.9	1.14	3.71	0.56

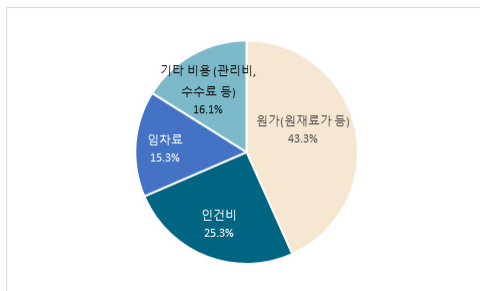


[그림 4-1] 업체의 설립연도에 따른 2020년, 2021년, 2022년 종사자 수

2) 경영 및 자금 현황

- 최근 3개월 간 영업비용 중 세부 항목별 비중을 살펴본 결과, 원가(원재료가 등)의 비중이 43.3%로 가장 높았고, 그 다음으로 인건비(25.3%), 기타 비용(관리비, 수수료 등, 16.1%), 임차료(15.3%) 순으로 나타남

[표 4-12] 최근 3개월 간 영업비용의 세부 항목별 비중

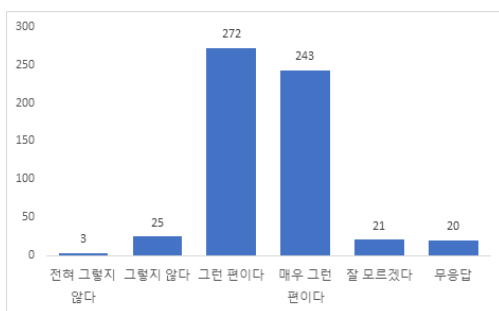


구분	비중
원가(원재료가 등)	43.3
인건비	25.3
임차료	15.3
기타 비용(관리비, 수수료 등)	16.1
합계	100

주 : 비중의 합계가 100이 되도록 보정함

- 최근 경영환경 변화(매출, 금융비용, 고객 수 등)를 인식하고 있는지를 조사한 결과, 그렇다(‘그런 편이다’와 ‘매우 그런 편이다’)라는 답변이 515명(88.2%)으로, 아니다(‘전혀 그렇지 않다’와 ‘그렇지 않다’)라고 응답한 28명(4.8%)에 비해 월등히 많은 것으로 나타남

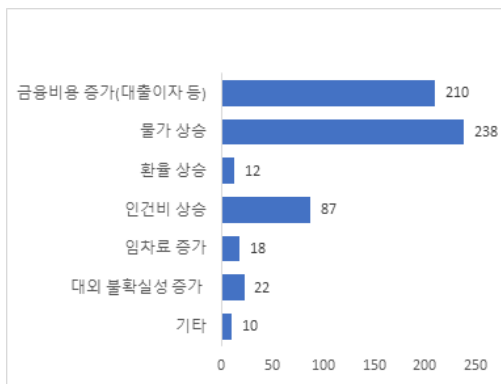
[표 4-13] 경영환경 변화 인식도



구분	전체	
	빈도	비중
전혀 그렇지 않다	3	0.5
그렇지 않다	25	4.3
그런 편이다	272	46.6
매우 그런 편이다	243	41.6
잘 모르겠다	21	3.6
무응답	20	3.4
합계	584	100

- 소상공인·소기업들이 생각하는 경영환경 변화의 가장 큰 원인의 1순위는 물가 상승 (238명, 39.9%)인 것으로 나타남
 - 그 다음으로 금융비용 증가(대출이자 등)가 210명(35.2%), 인건비 상승(87명, 14.6%), 대외 불확실성 증가(22명, 3.7%)순으로 나타남
 - 물가상승은 앞선 질문에서 원가(원재료가 등)가 영업비용의 43.3%를 차지하는 것과 연계하여 향후 소상공인·소기업들의 경영환경을 어렵게 만들 수 있을 것을 시사함

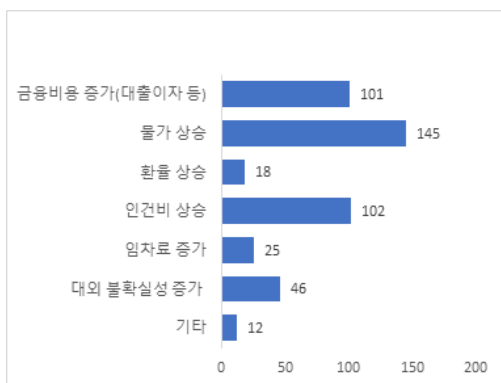
[표 4-14] 경영환경 변화의 가장 큰 원인(1순위)



주 : 중복응답 허용

구분	전체	
	빈도	비중
금융비용 증가(대출이자 등)	210	35.2
물가 상승	238	39.9
환율 상승	12	2
인건비 상승	87	14.6
임차료 증가	18	3
대외 불확실성 증가	22	3.7
기타	10	1.7
합계	597	100

[표 4-15] 경영환경 변화의 가장 큰 원인(2순위)

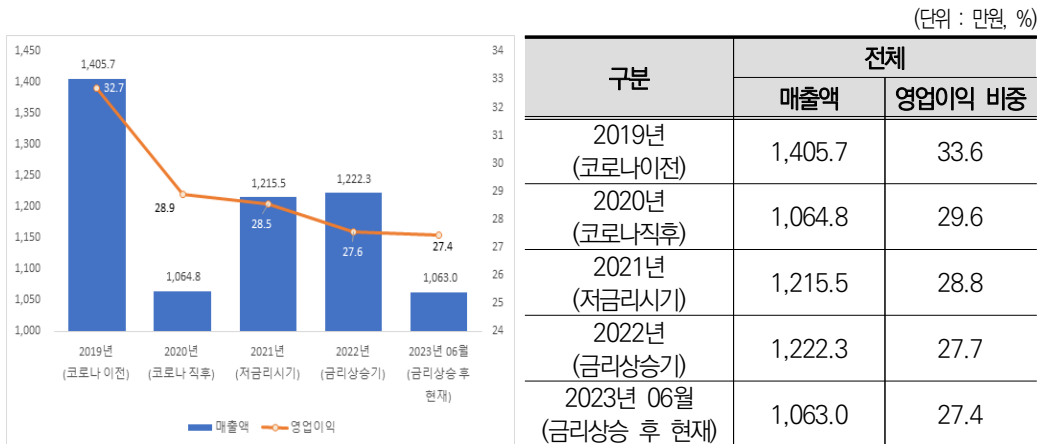


주 : 중복응답 허용

구분	전체	
	빈도	비중
금융비용 증가(대출이자 등)	101	22.5
물가 상승	145	32.3
환율 상승	18	4
인건비 상승	102	22.7
임차료 증가	25	5.6
대외 불확실성 증가	46	10.2
기타	12	2.7
합계	449	100

- 소상공인·소기업의 업체당 월평균 매출액은 2020년(코로나 직후) 큰 타격을 입었으며, 이 후 2022년까지 소폭 상승한 것으로 나타났으나 금리상승 후 현재(2023년 6월)는 오히려 코로나 직후 보다 더 낮게 나타남
 - 2019년(코로나19 이전)의 업체당 월평균 매출액은 1,405.7만원을 기록한 반면, 2020년(코로나19 직후)의 매출액은 1,064.8만원으로 340.9만원 감소한 것으로 나타남
 - 이는 코로나 이후 소비가 아직 회복되지 못하였고, 기업의 경영상황이 3고(물가, 금리, 환율)를 겪고 있는 탓도 있는 것으로 보이나, 비교적 최근에 설립(설립 3년 미만)되어 매출액이 아직 높지 않은 신생기업의 응답 비율이 높은 점도 감안해야 하는 것으로 보임
- 소상공인·소기업의 영업이익은 2019년 이후 꾸준히 감소하고 있는 것으로 나타나, 이를 개선하기 위한 정부의 지원이 필요한 것으로 나타남
 - 영업이익은 2019년 33.6%를 보인 반면, 코로나 직후인 2020년의 경우 29.6%로 급격히 감소하였고, 이 후 증가 없이 꾸준히 감소하여 2023년 6월 현재 27.4%를 기록함
 - 이는 앞서 살펴본 물가상승과 금융비용의 증가 등의 원인도 있는 것으로 보이며, 영업이익 구조를 개선하기 위한 정부의 지원정책이 필요한 것으로 나타남

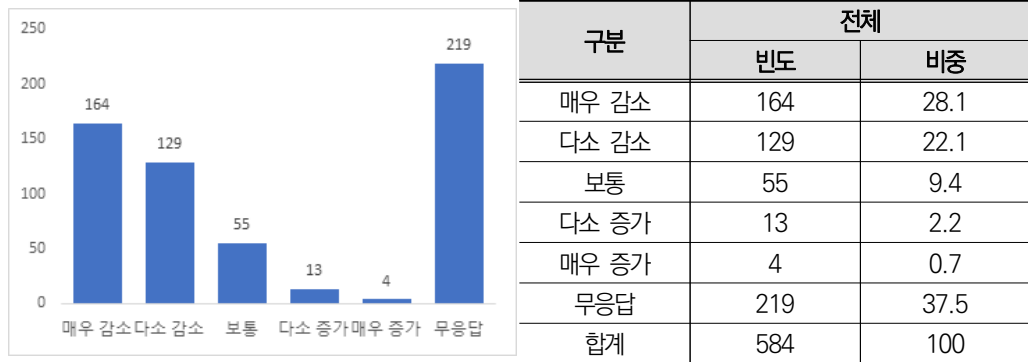
[표 4-16] 월평균 매출액과 영업이익 비중



주 : 사분위수를 계산하여 이상치 제거 후 평균을 집계

- 코로나19에 따른 경영상태의 변화 중 매출액 부분을 살펴보면, 매출액이 감소(매우 감소, 다소 감소)하였다는 응답이 293명(50.2%)으로 높게 나타남

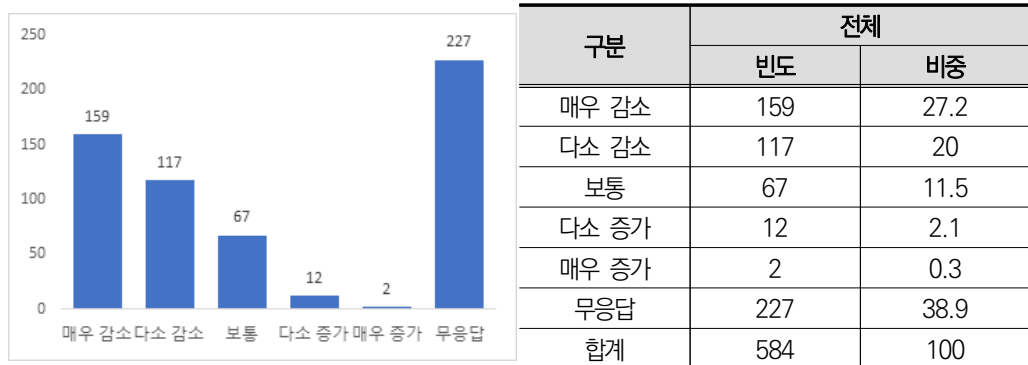
[표 4-17] 코로나19 영향에 따른 경영상태 변화(매출액)



주 : 설립연도가 2021년 이후인 경우 무응답으로 처리

- 영업이익의 경우, 감소(매우 감소, 다소 감소)하였다는 응답이 276명(47.2%)으로 나타남

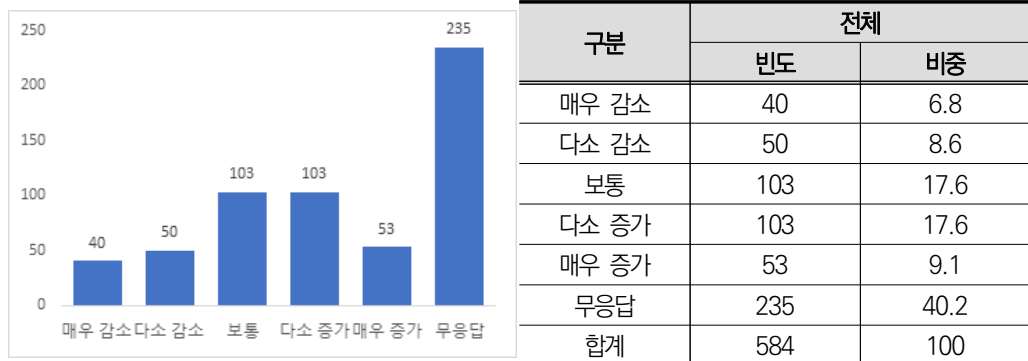
[표 4-18] 코로나19 영향에 따른 경영상태 변화(영업이익)



주 : 설립연도가 2021년 이후인 경우 무응답으로 처리

- 코로나19 영향에 따른 원가 수준도 증가(다소 증가, 매우 증가)하였다는 응답이 26.7%(156명)로 나타나 감소(매우 감소, 다소 감소)하였다는 응답(90명, 15.4%)보다 훨씬 높게 나타남

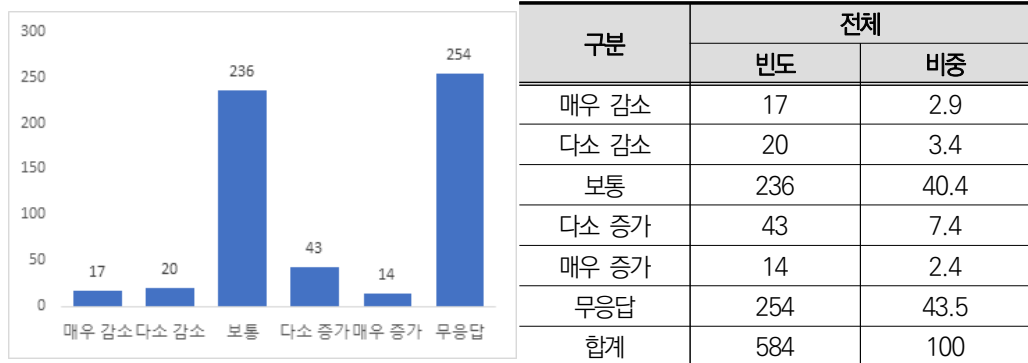
[표 4-19] 코로나19 영향에 따른 경영상태 변화(원가 수준)



주 : 설립연도가 2021년 이후인 경우 무응답으로 처리

- 임대료의 경우 코로나19영향에 관계없이 보통 수준이라는 응답이 236명(40.4%)로 가장 많았지만, 증가(다소 증가, 매우 증가)하였다는 응답이 57명(9.8%)으로, 감소(매우 감소, 다소 감소)하였다는 응답(37명, 6.3%)보다 높게 나타남

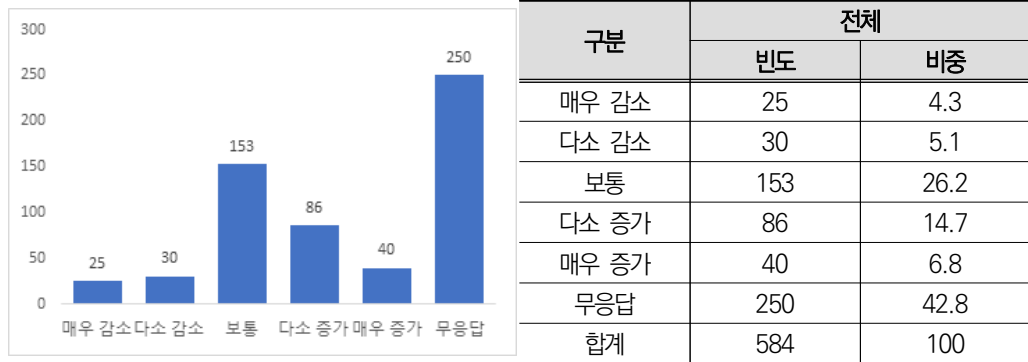
[표 4-20] 코로나19 영향에 따른 경영상태 변화(임대료 수준)



주 : 설립연도가 2021년 이후인 경우 무응답으로 처리

- 코로나19 영향에 따른 인건비의 수준은 보통이라는 답변이 153명(26.2%)로 가장 많았고, 증가(다소 증가, 매우 증가)하였다는 답변도 126명(21.5%)으로 높게 나타남

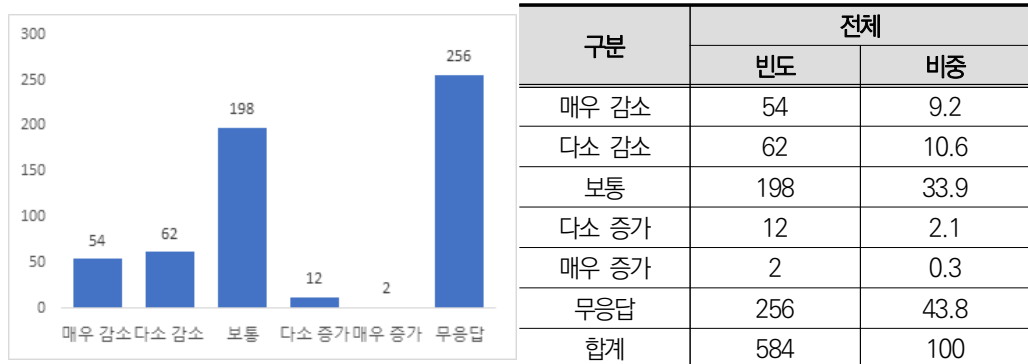
[표 4-21] 코로나19 영향에 따른 경영상태 변화(인건비 수준)



주 : 설립연도가 2021년 이후인 경우 무응답으로 처리

- 코로나19에 따른 고용인원의 수는 감소(매우 감소, 다소 감소)하였다는 응답이 116명(19.8%)으로 크게 나왔고, 증가(다소 증가, 매우 증가)하였다는 응답은 14명(2.4%)으로 소수에 불과하였음

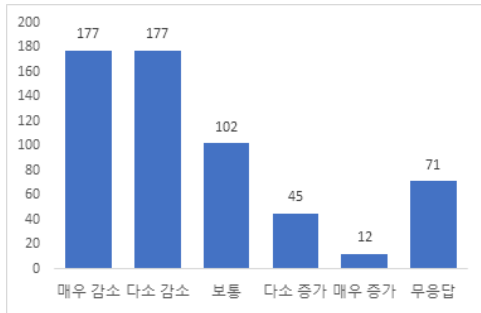
[표 4-22] 코로나19 영향에 따른 경영상태 변화(고용인원 수)



주 : 설립연도가 2021년 이후인 경우 무응답으로 처리

- 최근 3高(물가, 금리, 환율)에 따른 매출액 변화를 살펴보면, 감소(매우 감소, 다소 감소)하였다는 응답이 전체 60.6%(354명)로 나타남

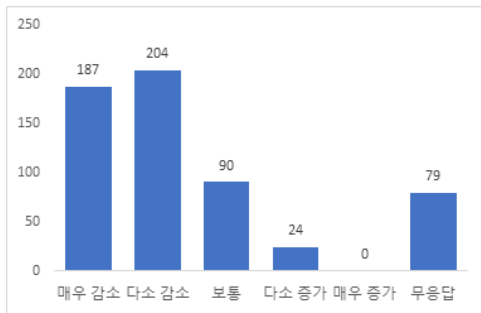
[표 4-23] 최근 3高(물가, 금리, 환율)에 따른 변화(매출액)



구분	전체	
	빈도	비중
매우 감소	177	30.3
다소 감소	177	30.3
보통	102	17.5
다소 증가	45	7.7
매우 증가	12	2.1
무응답	71	12.2
합계	584	100

- 영업이익의 경우, 감소(매우 감소, 다소 감소)하였다는 응답이 전체 66.9%(391명)로, 앞서 살펴본 매출액이 감소하였다는 응답(60.6%, 354명) 보다 높게 나타나 최근 3高로 인해 소상공인·소기업의 경영활동이 어려워졌음을 보임

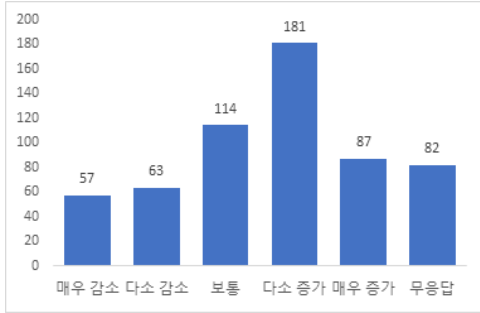
[표 4-24] 최근 3高(물가, 금리, 환율)에 따른 변화(영업이익)



구분	전체	
	빈도	비중
매우 감소	187	32
다소 감소	204	34.9
보통	90	15.4
다소 증가	24	4.1
매우 증가	0	0
무응답	79	13.5
합계	584	100

- 소상공인·소기업들의 영업이익에 영향을 미치는 원가 수준의 경우도 증가(다소 증가, 매우 증가)하였다는 응답이 45.9%(268명)로 나타남

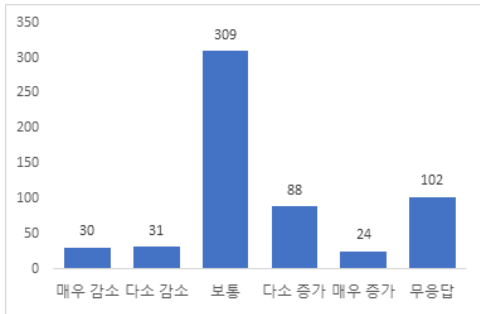
[표 4-25] 최근 3高(물가, 금리, 환율)에 따른 변화(원가 수준)



구분	전체	
	빈도	비중
매우 감소	57	9.8
다소 감소	63	10.8
보통	114	19.5
다소 증가	181	31
매우 증가	87	14.9
무응답	82	14
합계	584	100

- 기업의 고정비용인 임대료 수준은 보통(309명, 52.9%)이라는 응답이 가장 많았고, 증가(다소 증가, 매우 증가)하였다는 응답도 19.2%(112명)로 나타남

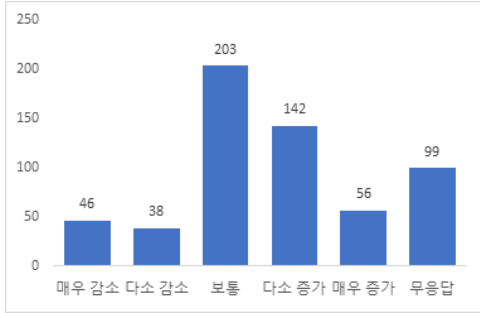
[표 4-26] 최근 3高(물가, 금리, 환율)에 따른 변화(임대료 수준)



구분	전체	
	빈도	비중
매우 감소	30	5.1
다소 감소	31	5.3
보통	309	52.9
다소 증가	88	15.1
매우 증가	24	4.1
무응답	102	17.5
합계	584	100

- 최근 3高에 따른 인건비 수준은 증가(다소 증가, 매우증가)하였다는 응답이 33.9%(198명)로 나타나 보통이라는 응답(203명, 34.8%)과 비슷한 수준을 보임

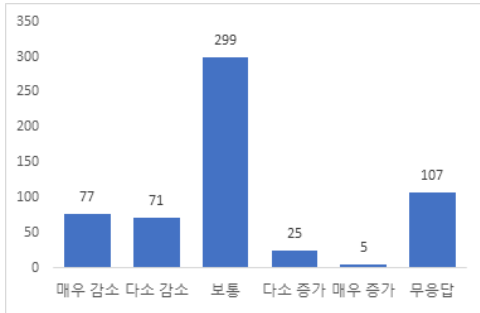
[표 4-27] 최근 3高(물가, 금리, 환율)에 따른 변화(인건비 수준)



구분	전체	
	빈도	비중
매우 감소	46	7.9
다소 감소	38	6.5
보통	203	34.8
다소 증가	142	24.3
매우 증가	56	9.6
무응답	99	17
합계	584	100

- 최근 3高에 따른 변화로 고용인원 수가 감소(매우 감소, 다소 감소)하였다는 응답이 148명(25.4%)으로 나타나 증가(매우 증가, 다소 증가)하였다는 응답(30명, 5.2%)보다 약 5배가 높게 나옴

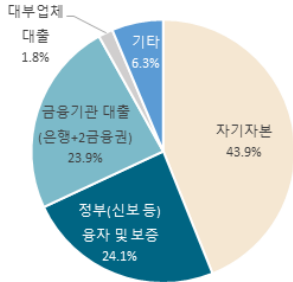
[표 4-28] 최근 3高(물가, 금리, 환율)에 따른 변화(고용인원 수)



구분	전체	
	빈도	비중
매우 감소	77	13.2
다소 감소	71	12.2
보통	299	51.2
다소 증가	25	4.3
매우 증가	5	0.9
무응답	107	18.3
합계	584	100

- 최근 3개월 간 사업장의 자금조달 방식을 조사한 결과, 자기자본 43.9%, 정부 용자 및 보증 24.1%, 금융기관 대출 23.9%, 기타 6.3%, 대부업체 대출이 1.8%로 나타남

[표 4-29] 최근 3개월 간 사업장 자금조달 방식



(단위 : %)

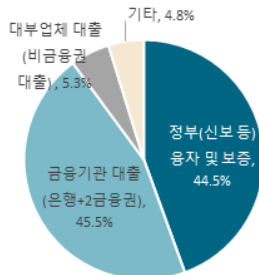
구분	비중
자기자본	43.9
정부(신보 등) 용자 및 보증	24.1
금융기관 대출 (은행+2금융권)	23.9
대부업체 대출	1.8
기타	6.3
합계	100

주 : 비중의 합계가 100%가 되도록 보정함

○ 사업장의 현재 금융부채 금액과 조달 방식을 살펴본 결과, 사업장의 평균 금융부채 금액은 4,782.7만원으로 나타났으며, 이를 평균 금융부채 조달 비중으로 나누어보면 정부 용자 및 보증 금액이 2,129.6만원, 금융기관 대출이 2,174.2만원, 대부업체 대출이 251.7만원, 기타 227.2만원으로 나타남

- 정부의 용자 및 보증의 경우 저리(低利)인 경우가 많아 소상공인·소기업의 경영활동 영위에 있어 크게 도움을 줄 수 있지만, 금융기관의 대출이나 대부업체 대출의 경우 시중 이자율, 또는 그보다 높은 경우가 있기 때문에 기업의 경영활동 및 영업이익에 악영향을 끼칠 우려가 있음
- 특히 앞서 살펴본 최근 3개월 간 사업장 자금조달 방식과 비교하여, 대부업체 대출의 비중이 5.3%로 높기 때문에 소상공인·소기업이 이를 빨리 변제할 수 있도록 지원하는 대한 대출 등의 정책이 필요한 것으로 보임

[표 4-30] 사업장 현재 금융부채 조달 방식



(단위 : %)

구분	비중
정부(신보 등) 용자 및 보증	44.5
금융기관 대출 (은행+2금융권)	45.5
대부업체 대출 (비금융권 대출)	5.3
기타	4.8
합계	100

주 : 비중의 합계가 100%가 되도록 보정함

[표 4-31] 평균 금융부채 금액과 평균 조달 비중에 따른 금액

(단위 : 만원, %)

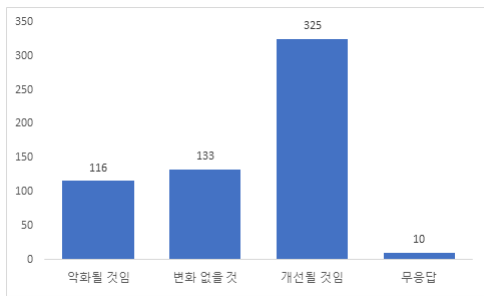
구분	정부(신보 등) 용자 및 보증	금융기관 대출 (은행+2금융권)	대부업체 대출 (비금융권 대출)	기타 (개인간 차용 등)	평균 금융부채 금액
비중	44.5	45.5	5.3	4.8	100
금액	2,129.6	2,174.2	251.7	227.2	4,782.7

주1. 평균 금융부채 금액은 결과치 이상으로 인해 온라인 답변을 제외함

주2. 평균 금융부채 금액은 사분위수를 계산하여 이상치 제거 후 평균을 집계

- 향후 1년 후 자금사정에 대해 어떻게 생각하는지를 조사한 결과, 개선될 것이라는 답변이 55.7%(325명)로 나타나 긍정적인 답변이 주를 이루었고, 그 다음으로 변화 없을 것이라는 응답이 133명(22.8%), 악화될 것이라는 응답이 116명(19.9%)로 나타남

[표 4-32] 향후 1년 후 자금사정 예상

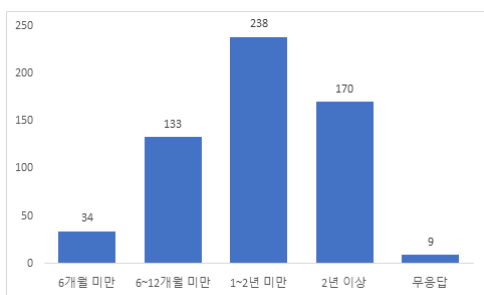


구분	전체	
	빈도	비중
악화될 것임	116	19.9
변화 없을 것	133	22.8
개선될 것임	325	55.7
무응답	10	1.7
합계	584	100

- 경영환경 회복에 걸리는 시간은 1~2년 미만일 것이라는 응답이 238명(40.8%)로 가장 많았고, 그 다음으로 2년 이상이 될 것이라는 응답도 170명(29.1%)으로 나타남

- 이는 앞선 질문인 1년 후 자금사정이 개선될 것이라는 답변(325명, 55.7%)과는 대조적임

[표 4-33] 경영환경 회복 예상 소요시간

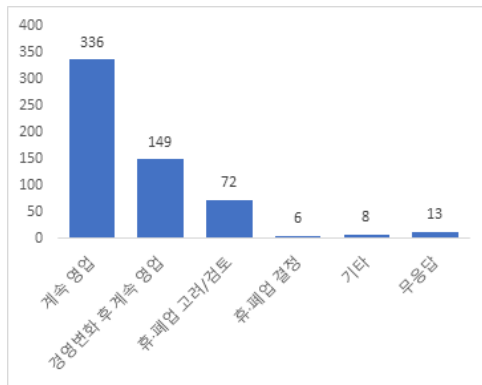


구분	전체	
	빈도	비중
6개월 미만	34	5.8
6~12개월 미만	133	22.8
1~2년 미만	238	40.8
2년 이상	170	29.1
무응답	9	1.5
합계	584	100

- 3高 지속 시 사업체 운영 계획에 대해 조사한 결과, 계속적으로 영업을 영위할 것이라는 응답이 336명(57.5%)으로 가장 많았고, 그 다음으로 고용인력 축소, 판매가격 상승 등 경영 변화 후 계속적으로 영업을 운영하겠다는 답변이 149명(25.5%), 휴·폐업을 고려/검토 하겠다는 응답도 72명(12.3%)로 나타남

- 기타 의견의 경우 업종전환을 검토 하겠다는 의견과 새로운 시장을 개척하겠다는 의견, 샵인샵(가게 안에 또 다른 브랜드 오픈)을 실시하겠다는 의견 등이 있었음

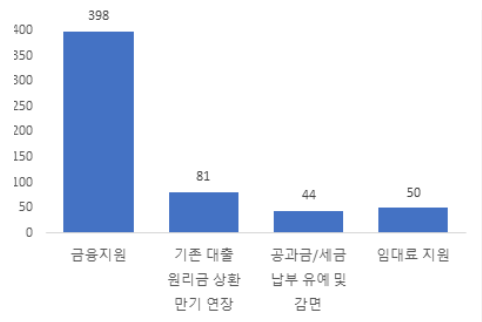
[표 4-34] 3高(물가, 금리 환율) 지속 시, 사업체 운영 계획



구분	전체	
	빈도	비중
계속 영업	336	57.5
경영변화 후 계속 영업	149	25.5
휴·폐업 고려/검토	72	12.3
휴·폐업 결정	6	1
기타	8	1.4
무응답	13	2.2
합계	584	100

- 3高 지속 시 소상공인에게 가장 필요한 지원 정책을 조사한 결과, 금융지원이 69.5%(398명)로 가장 많았고, 그 다음으로 기존 대출 원리금 상환 만기 연장(81명, 14.1%), 임대료 지원(50명, 8.7%), 공과금/세금 납부 유예 및 감면(44명, 7.7%) 순으로 나타남

[표 4-35] 3高(물가, 금리 환율) 지속 시, 소상공인 필요 지원 정책



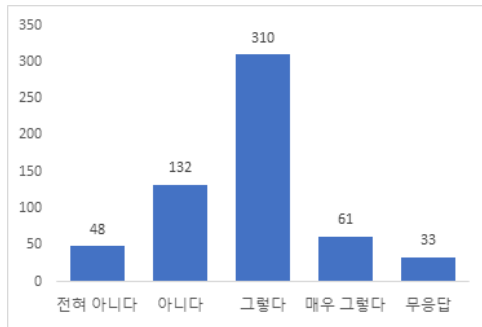
구분	전체	
	빈도	비중
금융지원	398	69.5
기존 대출 원리금 상환 만기 연장	81	14.1
공과금/세금 납부 유예 및 감면	44	7.7
임대료 지원	50	8.7
합계	573	100

주 : 중복 답변 포함

3) 소상공인·소기업 디지털 전환 현황

- 디지털 기술을 이용하여 사업장에서 인력을 효율적으로 운영할 수 있다고 생각하는지
에 관해 조사한 결과 ‘그렇다’는 응답이 53.1%(310명), ‘아니다’라는 응답이 132명
(22.6%), ‘매우 그렇다’는 응답이 61명(10.4%) 순으로 나타남

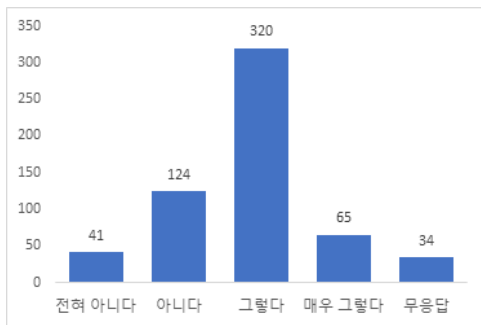
[표 4-36] 디지털기술 이용 시, 인력의 효율적 운영 가능 인식 여부



구분	전체	
	빈도	비중
전혀 아니다	48	8.2
아니다	132	22.6
그렇다	310	53.1
매우 그렇다	61	10.4
무응답	33	5.7
합계	584	100

- 디지털 기술을 이용하여 사업장에서 업무 소요시간을 단축시킬 수 있다고 생각하는지
에 대해 조사한 결과 ‘그렇다’는 답변이 320명(54.8%), ‘아니다’는 응답이 124명
(21.2%), ‘매우 그렇다’는 응답이 65명(11.1%) 순으로 나타남

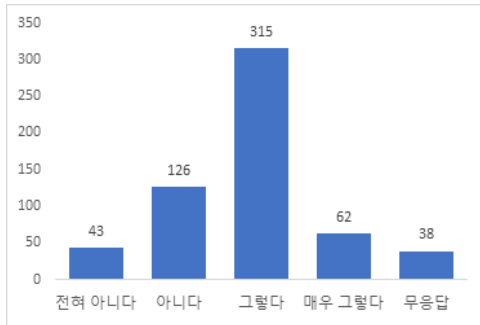
[표 4-37] 디지털기술 이용 시, 업무 소요시간 단축 가능 인식 여부



구분	전체	
	빈도	비중
전혀 아니다	41	7
아니다	124	21.2
그렇다	320	54.8
매우 그렇다	65	11.1
무응답	34	5.8
합계	584	100

- 디지털 기술을 이용하여 사업장에서 업무 소요 비용을 단축시킬 수 있다고 생각하는지에 대해 조사한 결과 ‘그렇다’는 답변이 315명(53.9%), ‘아니다’는 응답이 126명(21.6%), ‘매우 그렇다’는 응답이 62명(10.6%) 순으로 나타남

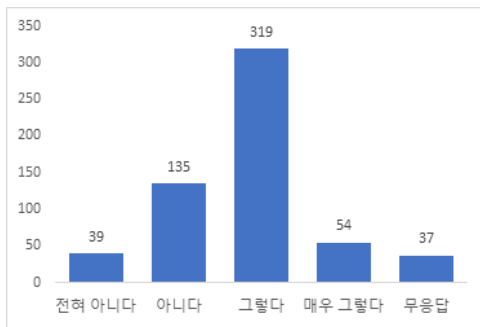
[표 4-38] 디지털기술 이용 시, 업무 소요 비용 절감 가능 인식 여부



구분	전체	
	빈도	비중
전혀 아니다	43	7.4
아니다	126	21.6
그렇다	315	53.9
매우 그렇다	62	10.6
무응답	38	6.5
합계	584	100

- 디지털 기술을 이용하여 사업장에서 생산성을 향상시킬 수 있다고 생각하는지에 대해 조사한 결과 ‘그렇다’는 답변이 319명(54.6%), ‘아니다’는 응답이 135명(23.1%), ‘매우 그렇다’는 응답이 54명(9.2%) 순으로 나타남

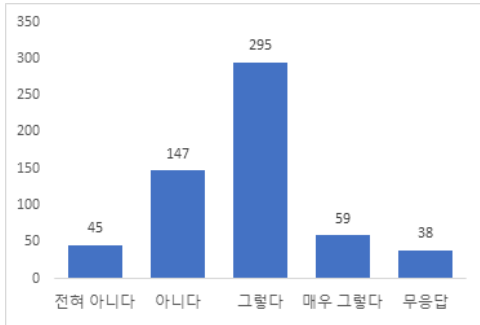
[표 4-39] 디지털기술 이용 시, 생산성 향상 가능 인식 여부



구분	전체	
	빈도	비중
전혀 아니다	39	6.7
아니다	135	23.1
그렇다	319	54.6
매우 그렇다	54	9.2
무응답	37	6.3
합계	584	100

- 디지털 기술을 이용하여 사업장에서 매출을 증대시킬 수 있다고 생각하는지에 대해 조사한 결과 ‘그렇다’는 답변이 295명(50.5%), ‘아니다’는 응답이 147명(25.2%), ‘매우 그렇다’는 응답이 59명(10.1%) 순으로 나타남

[표 4-40] 디지털기술 이용 시, 매출 증대 가능 인식 여부

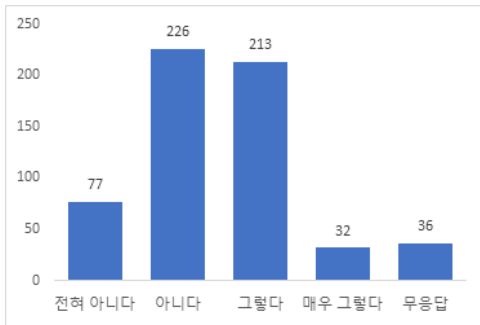


구분	전체	
	빈도	비중
전혀 아니다	45	7.7
아니다	147	25.2
그렇다	295	50.5
매우 그렇다	59	10.1
무응답	38	6.5
합계	584	100

- 디지털 전환을 위해 사업장의 준비 정도에 관해 조사한 결과, 사업장에서 디지털 기술을 이용하기 위한 기술 및 장비, 인터넷 등 인프라를 갖추고 있다(그렇다, 매우 그렇다)고 응답한 비율이 42%(245명), 그렇지 않다(아니다, 전혀아니다)고 응답한 비율이 51.9%(303명)로 나타남

- 소상공인·소기업의 디지털 전환을 위해서 관련 인프라 구축이 반드시 필요하기 때문에 이에 따른 정부 지원이 선행되어야 할 필요가 있음

[표 4-41] 사업장의 디지털 기술 준비 정도(기술 및 장비, 인터넷 등 인프라)

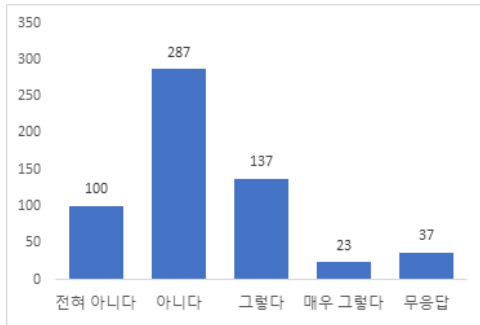


구분	전체	
	빈도	비중
전혀 아니다	77	13.2
아니다	226	38.7
그렇다	213	36.5
매우 그렇다	32	5.5
무응답	36	6.2
합계	584	100

- 사업장에서 디지털 기술을 이용하기 위한 인력을 보유하고 있다(그렇다, 매우 그렇다)고 응답한 비율은 전체 응답의 27.4%(160명)를 차지하였으나, 그렇지 않다(아니다, 전혀 아니다)고 응답한 비율이 66.2%(387명)를 기록하여 디지털 기술을 활용하기 위한 인력 교육 및 지원이 필요한 것으로 나타남

- 특히 디지털 기술을 이용하기 위한 인력을 전혀 보유하고 있지 않다('전혀 아니다')는 응답이 100명 (17.1%)을 기록하였고, 앞선 응답자의 연령대를 묻는 문항에 디지털 소외 계층으로 여겨지는 50대 이상이라고 응답한 비율이 48.8%를 차지하였기 때문에 50대 이상인 소상공인·소기업 경영주를 대상으로 디지털 전환 관련 기술교육이 필요한 것으로 보임

[표 4-42] 사업장의 디지털 기술 준비 정도(인력)

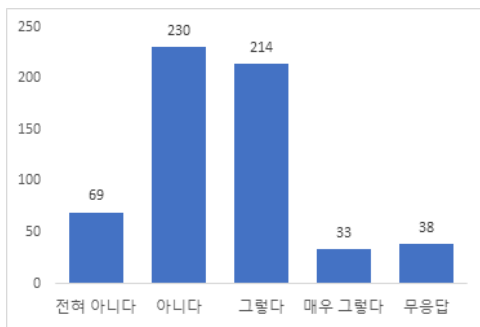


구분	전체	
	빈도	비중
전혀 아니다	100	17.1
아니다	287	49.1
그렇다	137	23.5
매우 그렇다	23	3.9
무응답	37	6.3
합계	584	100

- 사업장에서 디지털 기술을 이용하기 위한 지식을 보유하고 있다(그렇다, 매우 그렇다)고 응답한 비율은 전체 응답의 42.3%(247명)를 차지하였으나, 그렇지 않다(아니다, 전혀 아니다)고 응답한 비율이 51.2%(299명)를 나타냄

- 앞선 문항인 디지털 기술 활용 가능 인력과 연계하여 디지털 전환을 위한 인력을 교육시키고 지식을 전달하는 지원사업이 필요한 것으로 보임

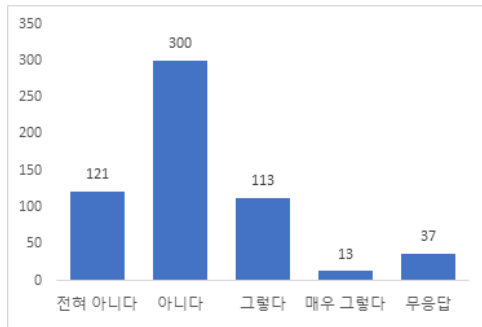
[표 4-43] 사업장의 디지털 기술 준비 정도(지식)



구분	전체	
	빈도	비중
전혀 아니다	69	11.8
아니다	230	39.4
그렇다	214	36.6
매우 그렇다	33	5.7
무응답	38	6.5
합계	584	100

- 사업장에서 디지털 기술을 이용하기 위해 소요되는 비용에 대한 자금이 준비되어 있다(그렇다, 매우 그렇다)고 응답한 비율은 전체 응답의 21.5%(126명) 밖에 되지 않았고, 그렇지 않다(아니다, 전혀 아니다)고 응답한 비율은 72.1%(421명)를 나타냄
- 이와 관련된 지원은 앞서 살펴본 디지털 기술 인프라 구축과 연계하여 인프라 구축에 필요한 비용 지원, 디지털 기술 인력 교육에 필요한 비용 지원 등이 있을 수 있음

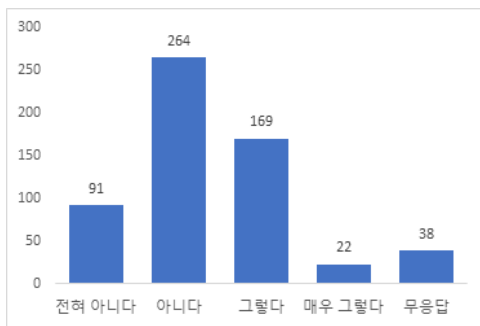
[표 4-44] 사업장의 디지털 기술 준비 정도(자금)



구분	전체	
	빈도	비중
전혀 아니다	121	20.7
아니다	300	51.4
그렇다	113	19.3
매우 그렇다	13	2.2
무응답	37	6.3
합계	584	100

- 실제로 사업장에서 디지털 기술을 이용하고 있는지의 여부에 대해 살펴본 결과, 디지털 기술을 이용 하고 있지 않다(아니다, 전혀 아니다)는 응답이 전체 60.8%(355명)로 나타났으며, 반면 ‘그렇다’와 ‘매우 그렇다’는 응답은 각 169명(28.9%), 22명(3.8%)으로 나타남
- 이는 앞서 살펴본 디지털 기술을 이용하기 위해 인프라, 인력, 지식, 자금 등이 준비되어 있지 않은 것 등에 의한 것일 수 있음

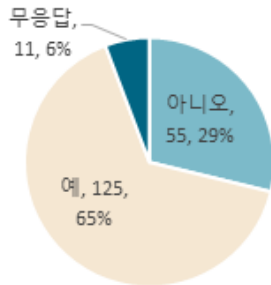
[표 4-45] 사업장의 디지털 기술 실행 정도(이용 여부)



구분	전체	
	빈도	비중
전혀 아니다	91	15.6
아니다	264	45.2
그렇다	169	28.9
매우 그렇다	22	3.8
무응답	38	6.5
합계	584	100

- 앞선 문항에서 디지털 기술을 활용하고 있다(그렇다, 매우 그렇다)고 응답한 191개 업체 중 디지털 기술의 활용 정도에 대해서 질문한 결과, 현재 사업장에서 웹사이트, SNS, 앱, 전용 플랫폼 등을 이용하여 제품 및 서비스를 생산하거나 주문 및 예약 기능을 이용하고 있다고 응답한 업체는 125개(65.4%), 그렇지 않다고 응답한 업체는 55개(28.8%)로 나타남

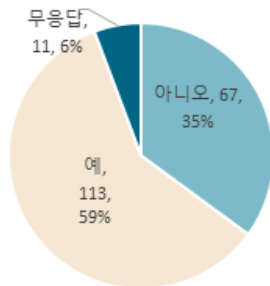
[표 4-46] 디지털 활용 정도(생산, 주문, 예약 기능)



구분	전체	
	빈도	비중
예	125	65.4
아니오	55	28.8
무응답	11	5.8
합계	191	100

- 현재 사업장에서 웹사이트, SNS, 앱, 전용 플랫폼 등을 이용하여 제품 및 서비스를 디자인, 수정할 수 있는 기능을 이용하고 있다고 응답한 업체는 113개(59.2%), 그렇지 않다고 응답한 업체는 67개(35.1%)로 나타남

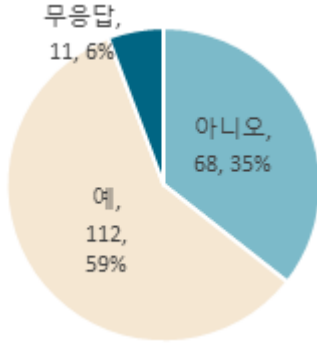
[표 4-47] 디지털 활용 정도(디자인 및 수정 기능)



구분	전체	
	빈도	비중
예	113	59.2
아니오	67	35.1
무응답	11	5.8
합계	191	100

- 현재 사업장에서 웹사이트, SNS, 앱, 전용 플랫폼 등을 이용하여 생산 또는 주문 사항에 대해 상태확인 및 추적을 할 수 있다고 응답한 업체는 112개(58.6%), 그렇지 않다고 응답한 업체는 68개(35.6%)로 나타남

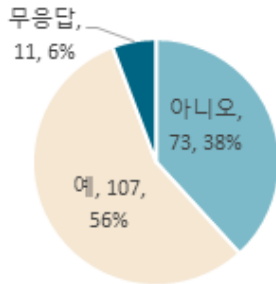
[표 4-48] 디지털 활용 정도(주문상태 확인, 추적 기능)



구분	전체	
	빈도	비중
예	112	58.6
아니오	68	35.6
무응답	11	5.8
합계	191	100

- 현재 사업장에서 웹사이트, SNS, 앱, 전용 플랫폼 등을 이용하여 생산이력을 관리하거나 사용자의 재방문 및 맞춤형 콘텐츠를 제공하고 있다고 응답한 업체는 107개(56%), 그렇지 않다고 응답한 업체는 73개(38.2%)로 나타남

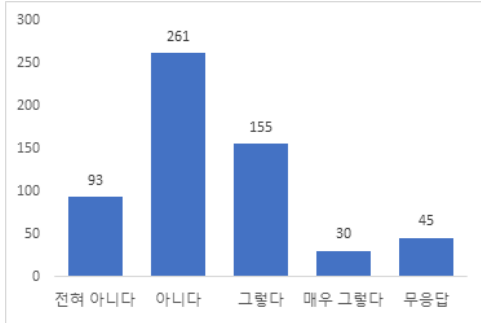
[표 4-49] 디지털 활용 정도(생산이력관리 및 사용자 재방문, 맞춤형 콘텐츠 제공 기능)



구분	전체	
	빈도	비중
예	107	56
아니오	73	38.2
무응답	11	5.8
합계	191	100

- 사업장에서 디지털 기술을 1개월 내 이용할 예정인지의 여부에 대해 살펴본 결과, 그렇다(그렇다, 매우 그렇다)는 응답이 31.7%(185명)로 적게 나타났으며, 반면 '아니다'와 '전혀 아니다'는 응답은 각 216명(44.7%), 93명(15.9%)으로 나타남

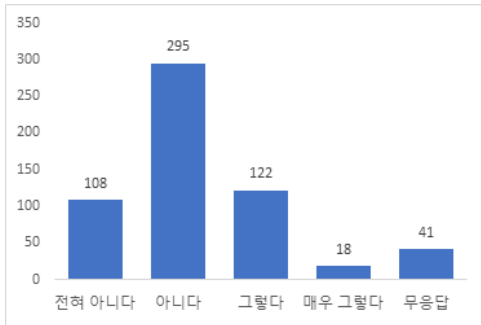
[표 4-50] 사업장의 디지털 기술 실행 정도(1개월 내 이용 예정 여부)



구분	전체	
	빈도	비중
전혀 아니다	93	15.9
아니다	261	44.7
그렇다	155	26.5
매우 그렇다	30	5.1
무응답	45	7.7
합계	584	100

- 사업장에서 디지털 기술을 이용하기 위해 직접 개발 또는 외부 도입을 준비하고 있는지의 여부에 대해 살펴본 결과, 그렇다(그렇다, 매우 그렇다)는 응답이 140명(24%)로 상당히 적게 나타났으며, 반면 ‘아니다’와 ‘전혀 아니다’는 응답은 각 295명(50.5%), 108명(18.5%)으로 나타남

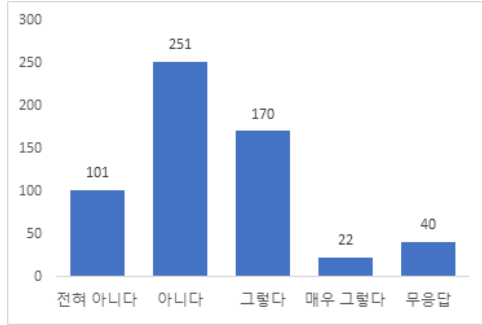
[표 4-51] 사업장의 디지털 기술 실행 정도(직접 개발 또는 외부도입 여부)



구분	전체	
	빈도	비중
전혀 아니다	108	18.5
아니다	295	50.5
그렇다	122	20.9
매우 그렇다	18	3.1
무응답	41	7
합계	584	100

- 사업장에서 디지털 기술을 이용하기 위해 관련 정보를 조사하고 있는지의 여부에 대해 살펴본 결과, 그렇다(그렇다, 매우 그렇다)는 응답이 32.9%(192명)로 나타났으며, 반면 ‘아니다’와 ‘전혀 아니다’는 응답은 각 251명(43%), 101명(17.3%)으로 나타남

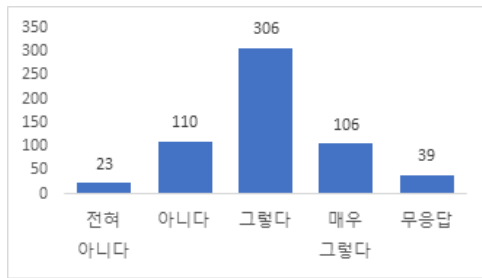
[표 4-52] 사업장의 디지털 기술 실행 정도(관련 정보 조사 여부)



구분	전체	
	빈도	비중
전혀 아니다	101	17.3
아니다	251	43
그렇다	170	29.1
매우 그렇다	22	3.8
무응답	40	6.8
합계	584	100

- 디지털 전환에 필요한 정책 중 사업장에서 디지털 기술을 이용하기 위한 운영자금·시설자금 등 금융 지원이 필요하다(그렇다, 매우 그렇다)는 응답이 412명(70.6%)으로 나타났으며, 필요하지 않다(아니다, 전혀 아니다)는 응답이 133명(22.7%)으로 나타남

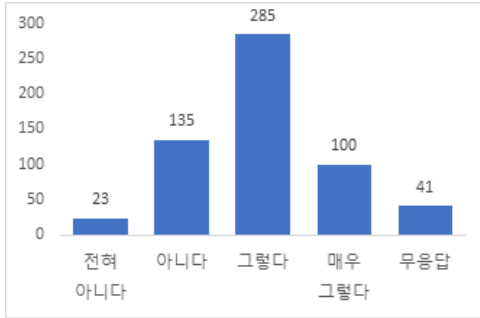
[표 4-53] 디지털 전환을 위한 필요 정책 수요(금융지원)



구분	전체	
	빈도	비중
전혀 아니다	23	3.9
아니다	110	18.8
그렇다	306	52.4
매우 그렇다	106	18.2
무응답	39	6.7
합계	584	100

- 디지털 전환에 필요한 정책 중 사업장에서 디지털 기술을 이용하기 위한 웹사이트, 앱, 전용 플랫폼 개발 등 기술개발 지원이 필요하다(그렇다, 매우 그렇다)는 응답이 385명(65.9%)으로 나타났으며, 필요하지 않다(아니다, 전혀 아니다)는 응답이 158명(27%)으로 나타남

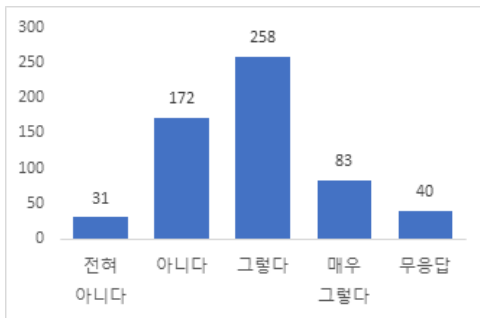
[표 4-54] 디지털 전환을 위한 필요 정책 수요(기술개발 지원)



구분	전체	
	빈도	비중
전혀 아니다	23	3.9
아니다	135	23.1
그렇다	285	48.8
매우 그렇다	100	17.1
무응답	41	7
합계	584	100

- 디지털 기술을 이용하기 위한 IT전문가 등 인력 지원이 필요하다(그렇다, 매우 그렇다)는 응답이 412명(70.6%)으로 나타났으며, 필요하지 않다(아니다, 전혀 아니다)는 응답이 133명(22.7%)으로 나타남

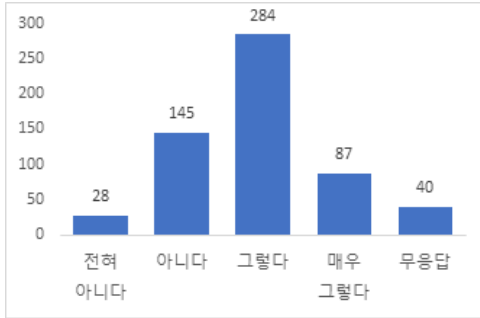
[표 4-55] 디지털 전환을 위한 필요 정책 수요(인력 지원)



구분	전체	
	빈도	비중
전혀 아니다	31	5.3
아니다	172	29.5
그렇다	258	44.2
매우 그렇다	83	14.2
무응답	40	6.8
합계	584	100

- 디지털 기술을 이용하기 위한 컨설팅 지원이 필요하다(그렇다, 매우 그렇다)는 응답이 371명(63.5%)으로 나타났으며, 필요하지 않다(아니다, 전혀 아니다)는 응답이 173명(29.6%)으로 나타남

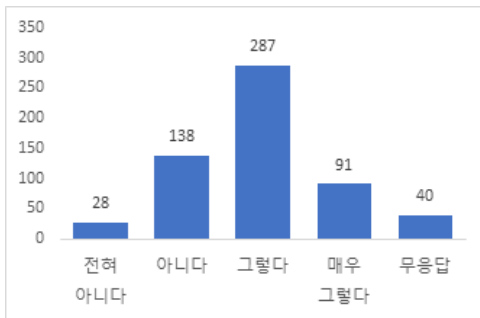
[표 4-56] 디지털 전환을 위한 필요 정책 수요(컨설팅 지원)



구분	전체	
	빈도	비중
전혀 아니다	28	4.8
아니다	145	24.8
그렇다	284	48.6
매우 그렇다	87	14.9
무응답	40	6.8
합계	584	100

- 디지털 기술을 이용하기 위한 교육 지원이 필요하다(그렇다, 매우 그렇다)는 응답이 378명(64.7%)으로 나타났으며, 필요하지 않다(아니다, 전혀 아니다)는 응답이 166명(28.4%)으로 나타남

[표 4-57] 디지털 전환을 위한 필요 정책 수요(교육 지원)



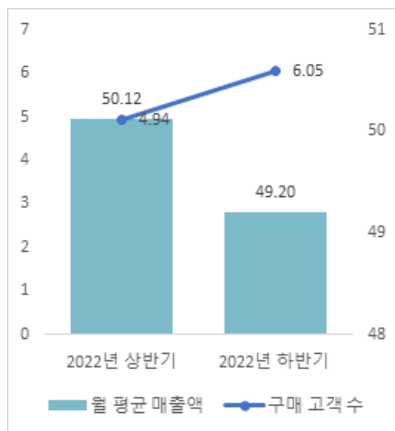
구분	전체	
	빈도	비중
전혀 아니다	28	4.8
아니다	138	23.6
그렇다	287	49.1
매우 그렇다	91	15.6
무응답	40	6.8
합계	584	100

4) 지역사랑상품권 관련 현황

- 2022년 상반기(1~6월)에 지역사랑상품권을 활용하여 상품이나 서비스를 구매한 고객이 있다고 응답한 업체는 199개, 2022년 하반기(7~12월)에 지역사랑상품권을 활용하여 상품이나 서비스를 구매한 고객이 있다고 응답한 업체는 215개로 나타남
- 지역사랑상품권의 하루 평균 고객 수는 2022년 상반기 기준 업체당 4.94명, 2022년 하반기 기준 6.05명으로 나타남
- 업체당 월 평균 매출액은 2022년 상반기 기준 50.12만원, 2022년 하반기 기준 49.20만원으로 나타남
- 이를 앞서 살펴본 2022년 업체당 월 평균 매출액인 1,222.3만원과 비교하여 보면, 2022년 상반기 월 평균 지역사랑상품권 매출액은 전체 월 평균 매출액의 4.1%, 2022년 하반기 월 평균 지역사랑상품권 매출액은 전체 월 평균 매출액의 4.0% 수준으로 분석할 수 있음

[표 4-58] 지역사랑상품권 하루 평균 구매고객 수 및 월 평균 매출액

(단위 : 개, 명, 만원)



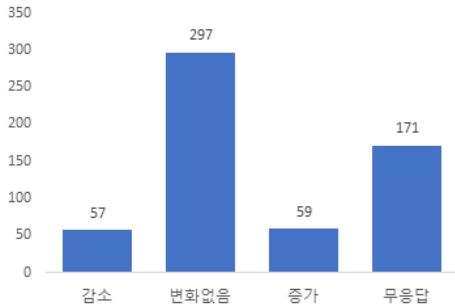
구분	전체		
	응답업체 수	업체당 하루 평균 고객 수	업체당 월 평균 매출액
2022년 상반기	199	4.94	50.12
2022년 하반기	215	6.05	49.20

주1. 무응답과 0명 제외

주2. 사분위수를 계산하여 이상치 제거 후 평균을 집계

- 2021년 상반기(1~6월)와 대비하여 2022년 상반기의 매출액 변화를 조사한 결과, 변화 없다고 응답한 업체는 297개(50.9%), 증가하였다고 응답한 업체는 59개(10.1%), 감소하였다고 응답한 업체는 57개(9.8%)로 나타남

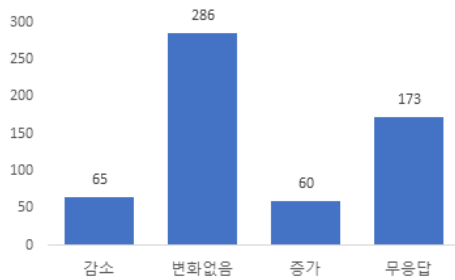
[표 4-59] 2021년 상반기 대비 2022년 상반기의 지역사랑상품권 매출액 변동 현황



구분	전체	
	빈도	비중
감소	57	9.8
변화없음	297	50.9
증가	59	10.1
무응답	171	29.3
합계	584	100

- 2021년 하반기(7~12월)와 대비하여 2022년 하반기의 매출액 변화를 조사한 결과, 변화 없다고 응답한 업체는 286개(49%), 감소하였다고 응답한 업체는 65개(11.1%), 증가하였다고 응답한 업체는 60개(10.3%)로 나타남

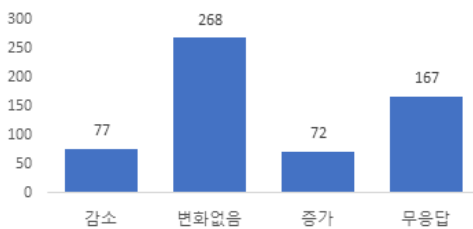
[표 4-60] 2021년 하반기 대비 2022년 하반기의 지역사랑상품권 매출액 변동 현황



구분	전체	
	빈도	비중
감소	65	11.1
변화없음	286	49
증가	60	10.3
무응답	173	29.6
합계	584	100

- 2022년 상반기(1~6월)와 대비하여 2023년 상반기의 매출액 변화를 조사한 결과, 변화 없다고 응답한 업체는 268개(45.9%), 감소하였다고 응답한 업체는 77개(13.2%), 증가하였다고 응답한 업체는 72개(12.3%)로 나타남

[표 4-61] 2022년 상반기 대비 2023년 상반기의 지역사랑상품권 매출액 변동 현황

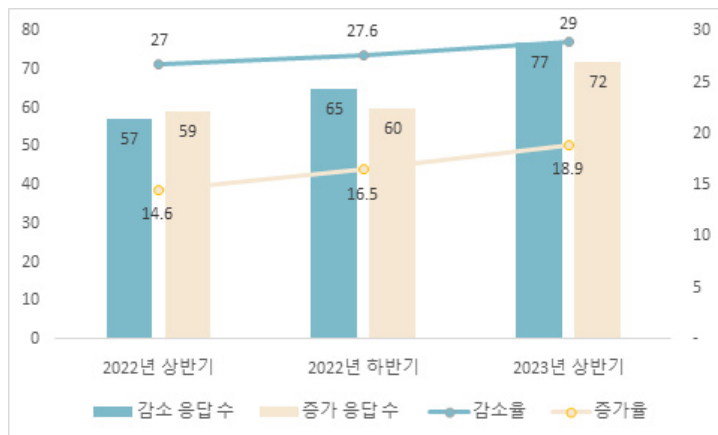


구분	전체	
	빈도	비중
감소	77	13.2
변화없음	268	45.9
증가	72	12.3
무응답	167	28.6
합계	584	100

- 이상의 내용을 정리하면, 시간에 따라(2022년 상반기→2022년 하반기→2023년 상반기) 지역사랑상품권의 매출액이 감소, 또는 증가하였다고 응답한 업체의 수는 꾸준히 증가하였는데 감소한 정도(감소율)는 증가한 정도(증가율) 보다 매년 훨씬 높게 나타남
 - 2022년 상반기 지역사랑상품권 매출액 평균 감소율은 27%, 평균 증가율은 14.6%로 나타났고, 2022년 하반기 지역사랑상품권 매출액 평균 감소율은 11.1%, 평균 증가율은 10.3%로 나타났으며, 2023년 상반기 지역사랑상품권 매출액 평균 감소율은 29%, 평균 증가율은 12.3%로 나타남
- 2022년 상반기를 제외하고, 지역사랑상품권의 매출액이 감소하였다고 응답한 업체의 수는 지역사랑상품권의 매출액이 증가하였다고 응답한 업체의 수보다 많게 나타나 지역사랑상품권 활용 장려 관련 지원정책이 필요한 것으로 나타남
 - 2022년 하반기 지역사랑상품권의 매출액이 감소하였다고 응답한 업체의 수는 65개, 증가하였다고 응답한 업체의 수는 60개로 나타났으며, 2023년 상반기 지역사랑상품권의 매출액이 감소하였다고 응답한 업체의 수는 77개, 증가하였다고 응답한 업체의 수 72개로 나타남

[표 4-62] 지역사랑상품권 매출액 변화 정도

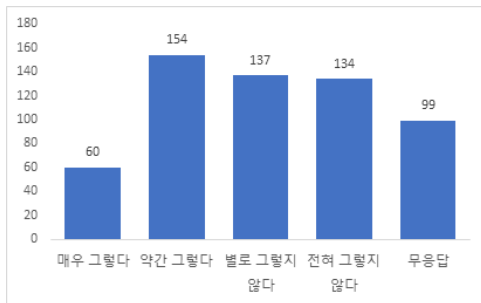
구분	감소			증가		
	빈도	응답비중	평균 감소율	빈도	응답비중	평균 증가율
2022년 상반기	57	9.8	27	59	10.1	14.6
2022년 하반기	65	11.1	27.6	60	10.3	16.5
2023년 상반기	77	13.2	29	72	12.3	18.9



[그림 4-2] 지역사랑상품권 매출액 변화 정도

- 2023년 상반기(1~6월) 동안 지역사랑상품권 도입이 매출액 증가에 도움이 되었다(그렇다, 매우 그렇다)고 응답한 업체는 214개(36.7%)로 나타났으며, 지역사랑상품권 도입이 매출액 증가에 별로 도움이 되지 않았다는 응답이 137명(23.5%), 전혀 도움이 되지 않았다는 응답도 134명(22.9%)으로 나타남

[표 4-63] 2023년 상반기(1~6월) 동안 지역사랑상품권 매출액 증가 효과

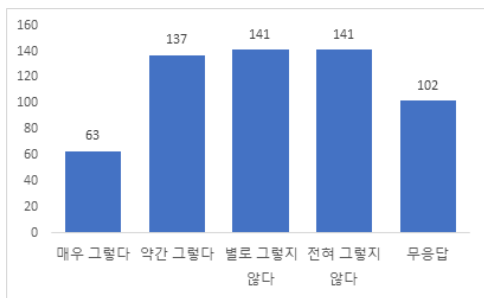


구분	전체	
	빈도	비중
매우 그렇다	60	10.3
약간 그렇다	154	26.4
별로 그렇지 않다	137	23.5
전혀 그렇지 않다	134	22.9
무응답	99	17
합계	584	100

- 앞선 질문을 좀 더 구체적으로 살펴보고자 2023년 2분기(4~6월) 동안 지역사랑상품권 도입이 매출액 증가에 도움이 주었는지에 대해 알아본 결과, ‘그렇다’, ‘매우 그렇다’고 응답한 업체는 200개(34.3%)로 나타났으며, 지역사랑상품권 도입이 매출액 증가에 별로 도움이 되지 않았다는 응답과 전혀 도움이 되지 않았다는 응답은 각 항목 모두 141명(23.5%)으로 나타남

- 위의 결과와 비교하여 보면, 2023년 2분기 동안에는 지역사랑상품권이 매출액 증가에 도움이 되지 않았다(별로 그렇지 않다, 전혀 그렇지 않다)는 응답이 2023년 상반기 기간에 비해 높게 나타남

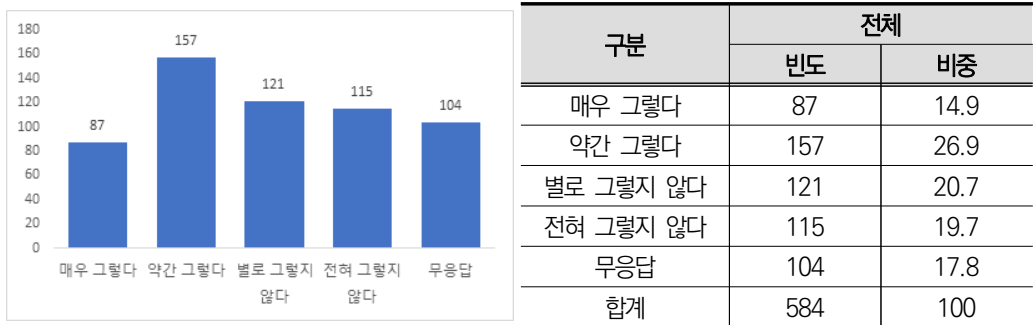
[표 4-64] 2023년 2분기(4~6월) 동안 지역사랑상품권 매출액 증가 효과



구분	전체	
	빈도	비중
매우 그렇다	63	10.8
약간 그렇다	137	23.5
별로 그렇지 않다	141	24.1
전혀 그렇지 않다	141	24.1
무응답	102	17.5
합계	584	100

- 다음으로 지역사랑상품권과 지역상권 활성화 효과에 대해 알아보기 위해 2023년 상반기(1~6월) 동안 지역사랑상품권 도입이 지역상권 활성화에 도움이 되었는지를 조사한 결과 그렇다(그렇다, 매우 그렇다)고 응답한 업체는 244개(41.8%)로 나타났으며, 지역사랑상품권 도입이 매출액 증가에 별로 도움이 되지 않았다는 응답이 121명(20.7%), 전혀 도움이 되지 않았다는 응답이 115명(19.7%)으로 나타남

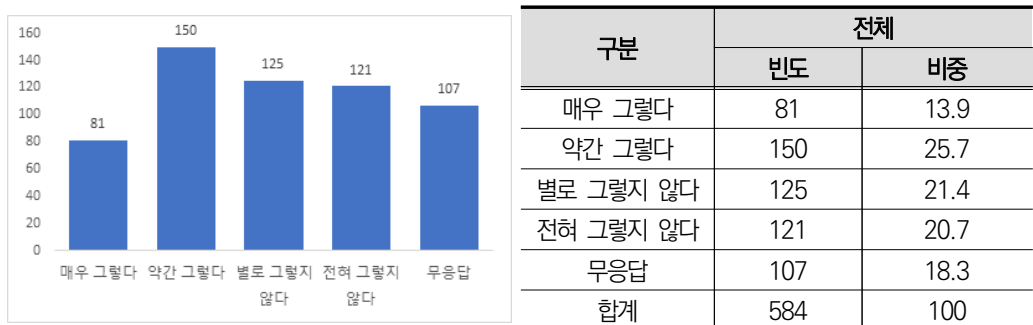
[표 4-65] 2023년 상반기(1~6월) 동안 지역사랑상품권 지역상권 활성화 효과



- 앞선 문항과 마찬가지로, 구체적으로 2023년 2분기(4~6월) 동안 지역사랑상품권 도입이 지역상권 활성화에 도움이 되었다(그렇다, 매우 그렇다)고 응답한 업체는 231개(39.6%)로 나타났으며, 지역사랑상품권 도입이 지역상권 활성화에 별로 도움이 되지 않았다는 응답이 125명(21.4%), 전혀 도움이 되지 않았다는 응답이 121명(20.7%)으로 나타남

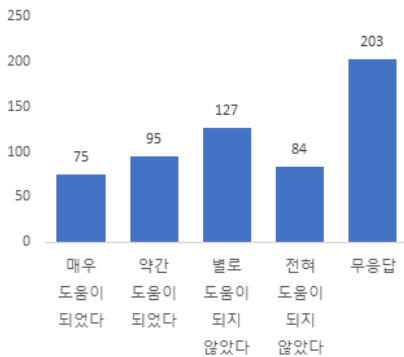
- 위의 결과와 비교하여 보면, 2023년 2분기 동안에는 2023년 상반기 기간 동안 지역사랑상품권 도입이 지역상권 활성화 증가에 도움이 되지 않았다(별로 그렇지 않다, 전혀 그렇지 않다)는 응답이 높게 나타남

[표 4-66] 2023년 2분기(4~6월) 동안 지역사랑상품권 지역상권 활성화 효과



- 지역사랑상품권이 사업장 종업원 고용을 유지하는데 도움이 되었다고 생각하는지에 대해 조사한 결과 도움이 되었다(매우 도움이 되었다, 약간 도움이 되었다)는 답변이 170명(29.1%), 도움이 되지 않았다(별로 도움이 되지 않았다, 전혀 도움이 되지 않았다)는 답변이 211명(36.1%)으로 나타남

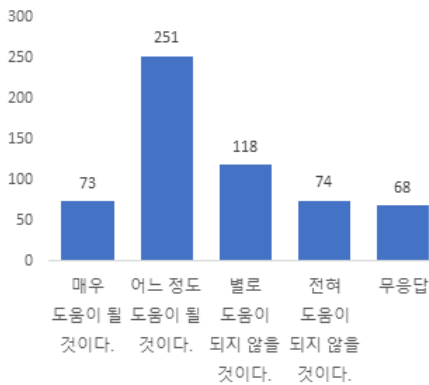
[표 4-67] 지역사랑상품권의 고용 유지 효과



구분	전체	
	빈도	비중
매우 도움이 되었다	75	12.8
약간 도움이 되었다	95	16.3
별로 도움이 되지 않았다	127	21.7
전혀 도움이 되지 않았다	84	14.4
무응답	203	34.8
합계	584	100

- 지역사랑상품권의 향후 효과와 관련하여 지역사랑상품권 도입이 사업장의 매출액을 증가시키는 데 도움이 될 것인지에 대한 전망을 조사한 결과, 도움이 될 것(매우 도움이 될 것이다, 어느 정도 도움이 될 것이다)이라는 응답이 324명(55.5%), 도움이 되지 않을 것(별로 도움이 되지 않을 것이다, 전혀 도움이 되지 않을 것이다)이라는 응답이 192명(32.9%)으로 나타남

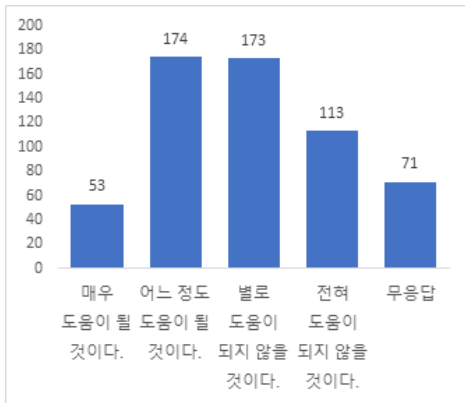
[표 4-68] 지역사랑상품권 도입에 대한 전망(매출액 증가 효과)



구분	전체	
	빈도	비중
매우 도움이 될 것이다	73	12.5
어느 정도 도움이 될 것이다	251	43
별로 도움이 되지 않을 것이다	118	20.2
전혀 도움이 되지 않을 것이다	74	12.7
무응답	68	11.6
합계	584	100

- 지역사랑상품권 도입이 사업장의 고용인원을 증가시키는 데 도움이 될 것인지에 대한 전망을 조사한 결과, 도움이 될 것(매우 도움이 될 것이다, 어느 정도 도움이 될 것이다)이라는 응답이 227명(38.9%), 도움이 되지 않을 것(별로 도움이 되지 않을 것이다, 전혀 도움이 되지 않을 것이다)이라는 응답이 286명(48.9%)으로 나타남

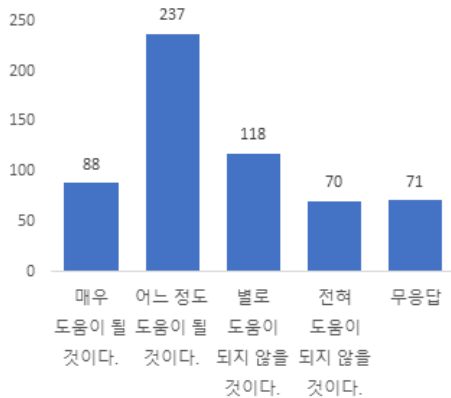
[표 4-69] 지역사랑상품권 도입에 대한 전망(고용인원 증대 효과)



구분	전체	
	빈도	비중
매우 도움이 될 것이다.	53	9.1
어느 정도 도움이 될 것이다.	174	29.8
별로 도움이 되지 않을 것이다.	173	29.6
전혀 도움이 되지 않을 것이다.	113	19.3
무응답	71	12.2
합계	584	100

- 지역사랑상품권 도입이 지역상권 활성화에 도움이 될 것인지에 대한 전망을 조사한 결과, 도움이 될 것(매우 도움이 될 것이다, 어느 정도 도움이 될 것이다)이라는 응답이 325명(55.7%), 도움이 되지 않을 것(별로 도움이 되지 않을 것이다, 전혀 도움이 되지 않을 것이다)이라는 응답이 188명(32.2%)으로 나타남

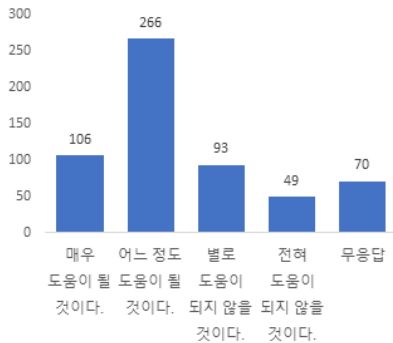
[표 4-70] 지역사랑상품권 도입에 대한 전망(지역상권 활성화 효과)



구분	전체	
	빈도	비중
매우 도움이 될 것이다.	88	15.1
어느 정도 도움이 될 것이다.	237	40.6
별로 도움이 되지 않을 것이다.	118	20.2
전혀 도움이 되지 않을 것이다.	70	12
무응답	71	12.2
합계	584	100

- 지역사랑상품권 도입이 지역 내 소비를 촉진하는 데 도움이 될 것으로 생각하는지 조사한 결과, 도움이 될 것(매우 도움이 될 것이다, 어느 정도 도움이 될 것이다)이라는 응답이 372명(63.7%), 도움이 되지 않을 것(별로 도움이 되지 않을 것이다, 전혀 도움이 되지 않을 것이다)이라는 응답이 142명(24.3%)으로 나타남

[표 4-71] 지역사랑상품권 도입에 대한 전망(소비 촉진 효과)



구분	전체	
	빈도	비중
매우 도움이 될 것이다.	106	18.2
어느 정도 도움이 될 것이다.	266	45.5
별로 도움이 되지 않을 것이다.	93	15.9
전혀 도움이 되지 않을 것이다.	49	8.4
무응답	70	12
합계	584	100

5) 소상공인·소기업 관련 정책 만족도 현황

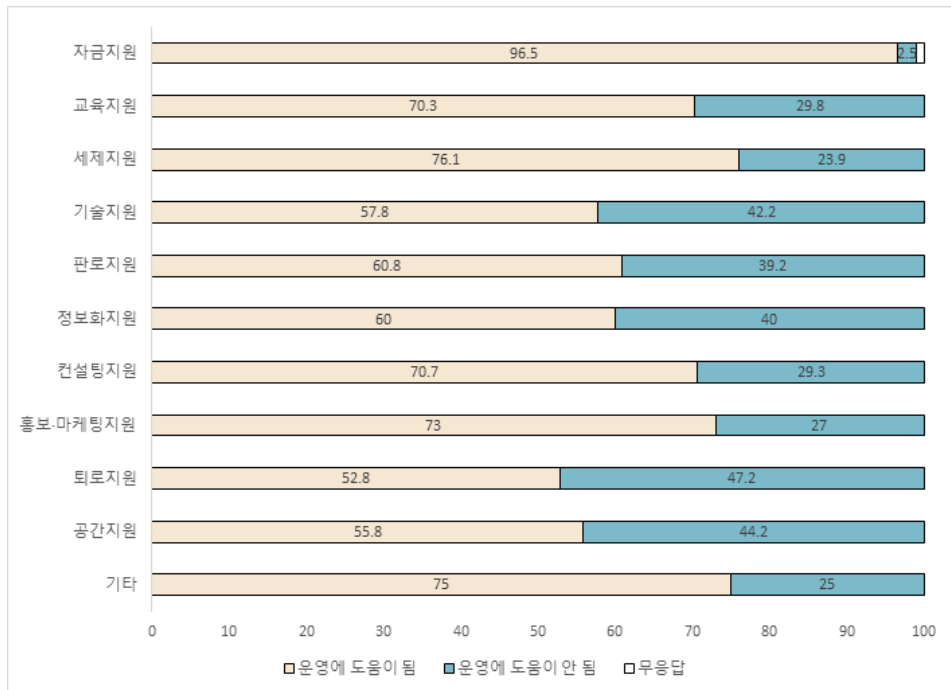
- 소상공인·소기업 관련 지원사업을 11개 카테고리로 구분하여 수혜기업 현황과 지원 받은 사업이 사업장 운영에 있어 도움이 되었는지를 조사함
 - 자금지원을 받았다는 기업이 전체 584개의 응답 업체 중 362개(62%)를 기록하여 가장 많았고 그 다음으로 세제지원(88개, 15.1%), 교육지원(74개, 12.7%), 홍보·마케팅지원(63개, 10.8%) 순으로 나타남
- 각 수혜 받은 사업 중 사업장 운영에 도움이 되었다(매우 도움됨, 일부 도움됨)고 응답한 비중이 가장 높은 사업은 자금지원사업으로 나타남
 - 자금지원을 수혜받은 362개의 업체 중 349개(96.5%) 업체가 해당 사업이 사업장 운영에 있어 도움이 되었다고 응답하였으며, 그 다음으로 도움이 되었다고 응답한 비중이 높은 사업은 세제지원(76.1%), 기타지원(75%), 홍보·마케팅지원(73%) 순으로 나타남
- 도움이 되지 않았다(‘별로 도움 안 됨’, ‘전혀 도움 안 됨’)고 응답한 비율이 높은 사업은 퇴로지원(47.2%), 공간지원(44.2%), 기술지원(42.2%), 정보화지원(40%) 순으로 나타남
 - 도움이 되지 않았다고 응답한 비율이 높은 사업들의 만족도를 높이기 위해 사업 재정비가 필요한 것으로 보임

[표 4-72] 소상공인·소기업 지원 수혜기업 현황 및 정책 평가

구분	수혜 받은 업체		운영에 도움이 됨		운영에 도움이 안 됨	
	업체수	비중	업체수	비중	업체수	비중
자금지원	362	62	349	96.5	9	2.5
교육지원	74	12.7	52	70.3	22	29.8
세제지원	88	15.1	67	76.1	21	23.9
기술지원	45	7.7	26	57.8	19	42.2
판로지원	51	8.7	31	60.8	20	39.2
정보화지원	50	8.6	30	60	20	40
컨설팅지원	58	9.9	41	70.7	17	29.3
홍보·마케팅지원	63	10.8	46	73	17	27
퇴로지원	36	6.2	19	52.8	17	47.2
공간지원	43	7.4	24	55.8	19	44.2
기타	24	4.1	18	75	6	25

주1. '자금지원' 사업의 수혜기업 중 무응답(4개, 1.1%) 업체를 표에서 생략함

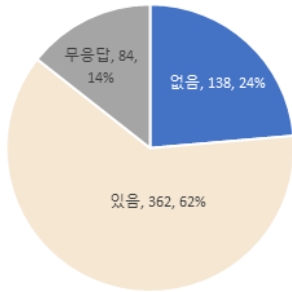
주2. 각 사업의 중복수혜를 허용



[그림 4-3] 소상공인·소기업 지원 수혜기업 현황 및 정책 평가

- 소상공인·소기업 관련 지원 중 자금지원을 수혜 받은 적이 있는지에 대해 조사한 결과, 자금지원을 받은 경험이 있는 업체는 362개(62%), 자금지원을 받은 경험이 없는 업체는 138개(23.6%)로 나타남

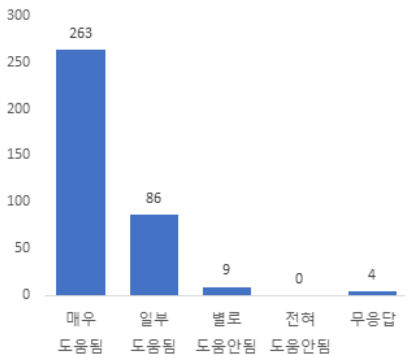
[표 4-73] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 유무(자금지원)



구분	전체	
	빈도	비중
있음	362	62
없음	138	23.6
무응답	84	14.4
합계	584	100

- 자금지원을 수혜 받은 362개 업체 중 해당 사업이 사업장 운영에 있어 얼마나 도움이 되었는지를 조사한 결과, 매우 도움이 되었다는 답변이 263개(72.7%)로 가장 많았고, 일부 도움이 되었다는 답변이 86개(23.8%), 별로 도움이 안 되었다는 답변이(9개, 2.5%)로 나타남

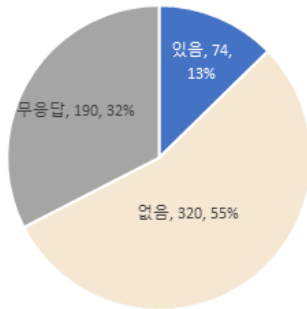
[표 4-74] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 만족도(자금지원)



구분	전체	
	빈도	비중
매우 도움됨	263	72.7
일부 도움됨	86	23.8
별로 도움안됨	9	2.5
전혀 도움안됨	0	0
무응답	4	1.1
합계	362	100

- 소상공인·소기업 관련 지원 중 교육지원을 수혜 받은 적이 있는지에 대해 조사한 결과, 교육지원을 받은 업체는 74개(12.7%), 수혜 경험이 없는 업체는 320개(54.8%)로 나타남

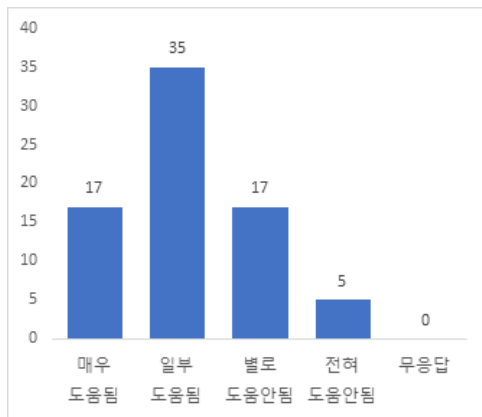
[표 4-75] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 유무(교육지원)



구분	전체	
	빈도	비중
있음	74	12.7
없음	320	54.8
무응답	190	32.5
합계	584	100

- 교육지원을 수혜 받은 74개 업체 중 해당 사업이 사업장 운영에 있어 얼마나 도움이 되었는지를 조사한 결과, 일부 도움이 되었다는 답변이 35개(47.3%)로 가장 많았고, 매우 도움이 되었다는 답변과 별로 도움이 되지 않았다는 답변이 각 17개(23%), 전혀 도움이 되지 않았다는 답변이 5개 (6.8%)로 나타남

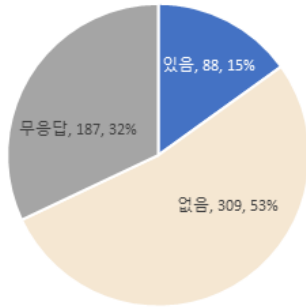
[표 4-76] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 만족도(교육지원)



구분	전체	
	빈도	비중
매우 도움됨	17	23
일부 도움됨	35	47.3
별로 도움안됨	17	23
전혀 도움안됨	5	6.8
무응답	0	0
합계	74	100

- 소상공인·소기업 관련 지원 중 세제지원의 수혜 경험에 대해 조사한 결과, 수혜 경험이 있는 업체는 88개(15.1%), 수혜 경험이 없는 업체는 309개(52.9%)로 나타남

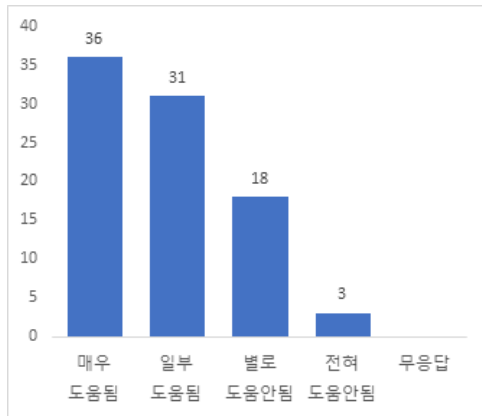
[표 4-77] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 유무(세제지원)



구분	전체	
	빈도	비중
있음	88	15.1
없음	309	52.9
무응답	187	32
합계	584	100

- 세제지원의 혜택을 받은 88개 업체 중 해당 사업이 사업장 운영에 있어 얼마나 도움이 되었는지를 조사한 결과, 매우 도움이 되었다는 답변이 36개(40.9%)로 가장 많았고, 일부 도움이 되었다는 답변이 31개(35.2%), 별로 도움이 되지 않았다는 답변이 18개(20.5%), 전혀 도움이 되지 않았다는 답변이 3개(3.4%)로 나타남

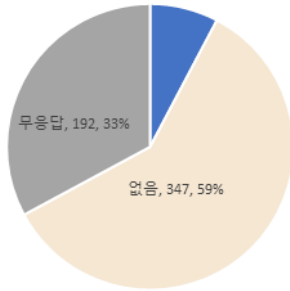
[표 4-78] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 만족도(세제지원)



구분	전체	
	빈도	비중
매우 도움됨	36	40.9
일부 도움됨	31	35.2
별로 도움안됨	18	20.5
전혀 도움안됨	3	3.4
무응답	0	0
합계	88	100

- 소상공인·소기업 관련 지원 중 기술지원을 받은 경험이 있는지에 대해 조사한 결과, 경험이 있는 업체는 45개(7.7%), 경험이 없는 업체는 347개(59.4%)로 나타남

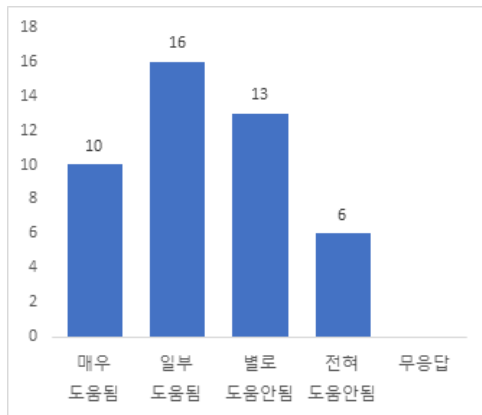
[표 4-79] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 유무(기술지원)



구분	전체	
	빈도	비중
있음	45	7.7
없음	347	59.4
무응답	192	32.9
합계	584	100

- 기술지원의 혜택을 받은 45개 업체 중 해당 사업이 사업장 운영에 있어 얼마나 도움이 되었는지를 조사한 결과, 일부 도움이 되었다는 답변이 16개(35.6%)로 가장 많았고, 별로 도움이 되지 않았다는 답변이 13개(28.9%), 매우 도움이 되었다는 답변이 10개(22.2%), 전혀 도움이 되지 않았다는 답변이 6개(13.3%) 순으로 나타남

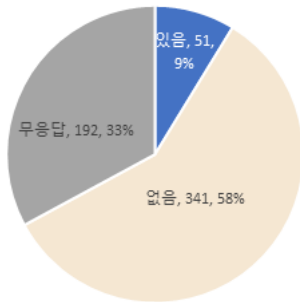
[표 4-80] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 만족도(기술지원)



구분	전체	
	빈도	비중
매우 도움됨	10	22.2
일부 도움됨	16	35.6
별로 도움안됨	13	28.9
전혀 도움안됨	6	13.3
무응답	0	0
합계	45	100

- 소상공인·소기업 관련 지원 중 판로지원을 받은 경험이 있는지에 대해 조사한 결과, 판로지원 사업의 수혜 경험이 있는 업체는 51개(8.7%), 경험이 없는 업체는 341개(58.4%)로 나타남

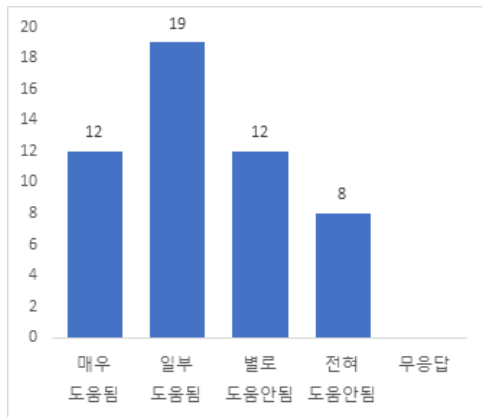
[표 4-81] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 유무(판로지원)



구분	전체	
	빈도	비중
있음	51	8.7
없음	341	58.4
무응답	192	32.9
합계	584	100

- 판로지원 수혜를 받은 51개 업체 중 해당 사업이 사업장 운영에 있어 얼마나 도움이 되었는지를 조사한 결과, 일부 도움이 되었다는 답변이 19개(37.3%)로 가장 많았고, 매우 도움이 되었다는 답변과 별로 도움이 되지 않았다는 답변이 각 12개(23.5%), 전혀 도움이 되지 않았다는 답변이 8개(15.7%) 순으로 나타남

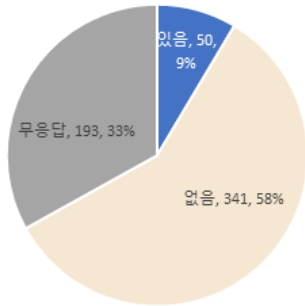
[표 4-82] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 만족도(판로지원)



구분	전체	
	빈도	비중
매우 도움됨	12	23.5
일부 도움됨	19	37.3
별로 도움안됨	12	23.5
전혀 도움안됨	8	15.7
무응답	0	0
합계	51	100

- 소상공인·소기업 관련 지원 중 정보화지원을 받은 경험이 있는지에 대해 조사한 결과, 정보화지원 사업의 수혜 경험이 있는 업체는 50개(8.6%), 경험이 없는 업체는 341개(58.4%)로 나타남

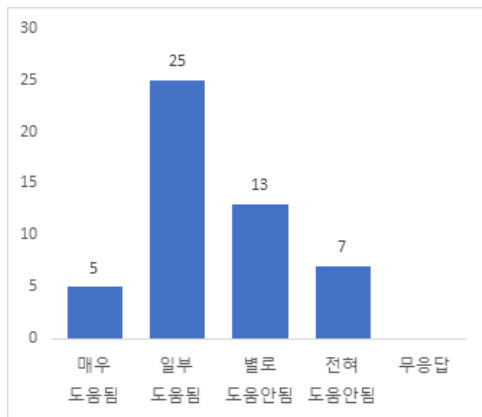
[표 4-83] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 유무(정보화지원)



구분	전체	
	빈도	비중
있음	50	8.6
없음	341	58.4
무응답	193	33
합계	584	100

- 정보화지원 수혜를 받은 50개 업체 중 해당 사업이 사업장 운영에 있어 얼마나 도움이 되었는지를 조사한 결과, 일부 도움이 되었다는 답변이 25개(50%)로 가장 많았고, 별로 도움이 되지 않았다는 답변이 13개(26%), 전혀 도움이 되지 않았다는 답변이 7개(14%), 매우 도움이 되었다는 답변이 5개(10%) 순으로 나타남

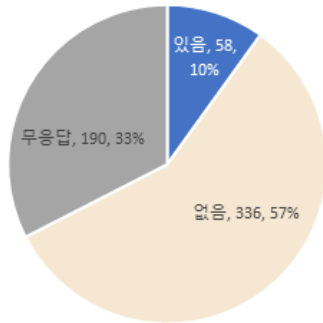
[표 4-84] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 만족도(정보화지원)



구분	전체	
	빈도	비중
매우 도움됨	5	10
일부 도움됨	25	50
별로 도움안됨	13	26
전혀 도움안됨	7	14
무응답	0	0
합계	50	100

- 소상공인·소기업 관련 지원 중 컨설팅지원을 받은 경험이 있는지에 대해 조사한 결과, 컨설팅지원 사업의 수혜 경험이 있는 업체는 58개(9.9%), 경험이 없는 업체는 336개(57.5%)로 나타남

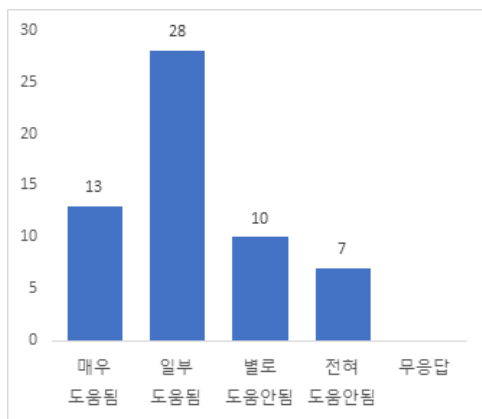
[표 4-85] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 유무(컨설팅지원)



구분	전체	
	빈도	비중
있음	58	9.9
없음	336	57.5
무응답	190	32.5
합계	584	100

- 컨설팅지원 수혜를 받은 58개 업체 중 해당 사업이 사업장 운영에 있어 얼마나 도움이 되었는지를 조사한 결과, 일부 도움이 되었다는 답변이 28개(48.3%)로 가장 많았고, 매우 도움이 되었다는 답변이 13개(22.4%), 별로 도움이 되지 않았다는 답변이 10개(17.2%), 전혀 도움이 되지 않았다는 답변이 7개(12.1%), 순으로 나타남

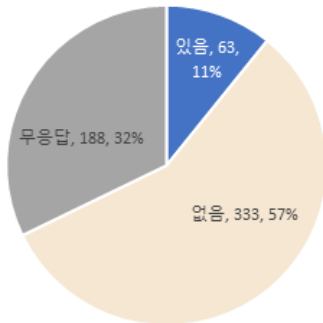
[표 4-86] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 만족도(컨설팅지원)



구분	전체	
	빈도	비중
매우 도움됨	13	22.4
일부 도움됨	28	48.3
별로 도움안됨	10	17.2
전혀 도움안됨	7	12.1
무응답	0	0
합계	58	100

- 소상공인·소기업 관련 지원 중 홍보·마케팅지원을 받은 경험이 있는지에 대해 조사한 결과, 홍보·마케팅지원 사업의 수혜 경험이 있는 업체는 63개(10.8%), 경험이 없는 업체는 333개(57%)로 나타남

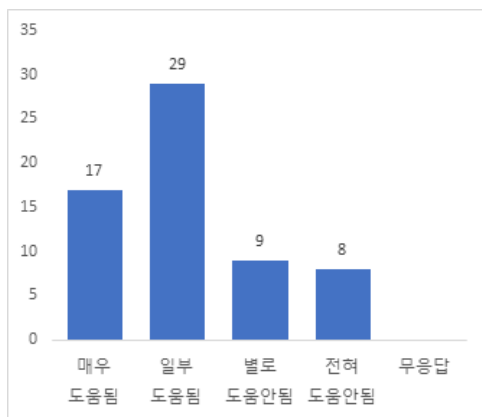
[표 4-87] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 유무(홍보·마케팅지원)



구분	전체	
	빈도	비중
있음	63	10.8
없음	333	57
무응답	188	32.2
합계	584	100

- 홍보·마케팅지원 수혜를 받은 63개 업체 중 해당 사업이 사업장 운영에 있어 얼마나 도움이 되었는지를 조사한 결과, 일부 도움이 되었다는 답변이 29개(46%)로 가장 많았고, 매우 도움이 되었다는 답변이 17개(27%), 별로 도움이 되지 않았다는 답변이 9개(14.3%), 전혀 도움이 되지 않았다는 답변이 8개(12.7%), 순으로 나타남

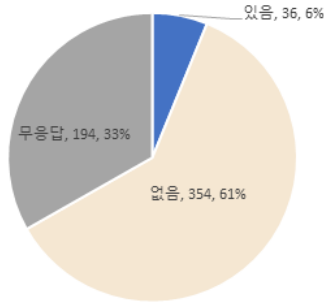
[표 4-88] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 만족도(홍보·마케팅지원)



구분	전체	
	빈도	비중
매우 도움됨	17	27
일부 도움됨	29	46
별로 도움안됨	9	14.3
전혀 도움안됨	8	12.7
무응답	0	0
합계	63	100

- 소상공인·소기업 관련 지원 중 퇴로지원을 받은 경험이 있는지에 대해 조사한 결과, 퇴로지원 사업의 수혜 경험이 있는 업체는 36개(6.2%), 경험이 없는 업체는 354개(60.6%)로 나타남

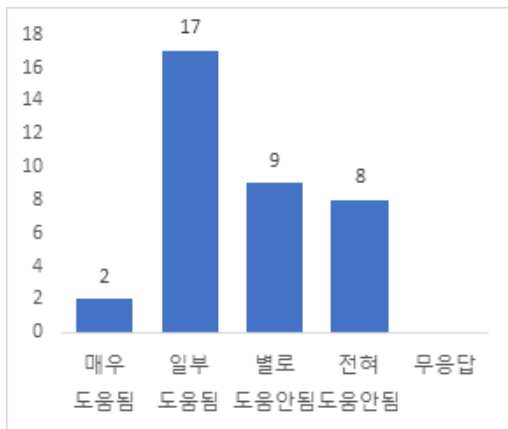
[표 4-89] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 유무(퇴로지원)



구분	전체	
	빈도	비중
있음	36	6.2
없음	354	60.6
무응답	194	33.2
합계	584	100

- 퇴로지원 수혜를 받은 36개 업체 중 해당 사업이 사업장 운영에 있어 얼마나 도움이 되었는지를 조사한 결과, 일부 도움이 되었다는 답변이 17개(47.2%)로 가장 많았고, 별로 도움이 되지 않았다는 답변이 9개(25%), 전혀 도움이 되지 않았다는 답변이 8개(22.2%), 매우 도움이 되었다는 답변이 2개(5.6%) 순으로 나타남

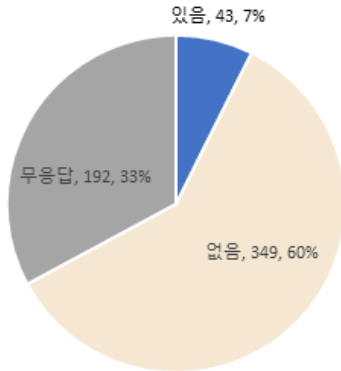
[표 4-90] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 만족도(퇴로지원)



구분	전체	
	빈도	비중
매우 도움됨	2	5.6
일부 도움됨	17	47.2
별로 도움안됨	9	25
전혀 도움안됨	8	22.2
무응답	0	0
합계	36	100

- 소상공인·소기업 관련 지원 중 공간지원을 받은 경험이 있는지에 대해 조사한 결과, 공간지원 사업의 수혜 경험이 있는 업체는 43개(7.4%), 경험이 없는 업체는 349개(59.8%)로 나타남

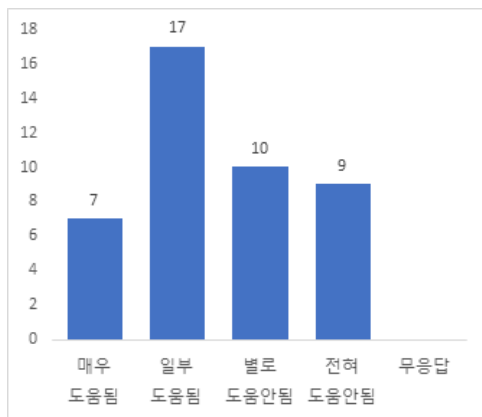
[표 4-91] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 유무(공간지원)



구분	전체	
	빈도	비중
있음	43	7.4
없음	349	59.8
무응답	192	32.9
합계	584	100

- 공간지원 수혜를 받은 43개 업체 중 해당 사업이 사업장 운영에 있어 얼마나 도움이 되었는지를 조사한 결과, 일부 도움이 되었다는 답변이 17개(39.5%)로 가장 많았고, 별로 도움이 되지 않았다는 답변이 10개(23.3%), 전혀 도움이 되지 않았다는 답변이 9개(20.9%), 매우 도움이 되었다는 답변이 7개(16.3%) 순으로 나타남

[표 4-92] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 만족도(공간지원)

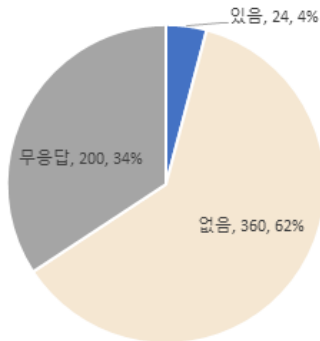


구분	전체	
	빈도	비중
매우 도움됨	7	16.3
일부 도움됨	17	39.5
별로 도움안됨	10	23.3
전혀 도움안됨	9	20.9
무응답	0	0
합계	43	100

- 소상공인·소기업 관련 지원 중 기타지원을 받은 경험이 있는지에 대해 조사한 결과, 기타지원 사업의 수혜 경험이 있는 업체는 24개(4.1%), 경험이 없는 업체는 360개(61.6%)로 나타남

- 기타지원의 경우 환경개선지원, 네트워크 지원, 한부모가족 지원, 라이브커머스공간 활용 지원 등이 있음

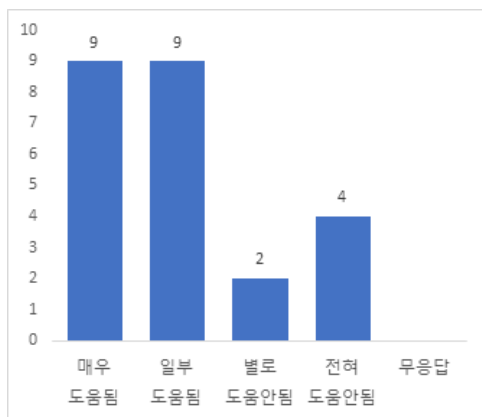
[표 4-93] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 유무(기타 지원)



구분	전체	
	빈도	비중
있음	24	4.1
없음	360	61.6
무응답	200	34.2
합계	584	100

- 기타지원 수혜를 받은 24개 업체 중 해당 사업이 사업장 운영에 있어 얼마나 도움이 되었는지를 조사한 결과, 매우 도움이 되었다는 답변과 일부 도움이 되었다는 답변이 각 9개(37.5%)로 가장 많았고, 전혀 도움이 되지 않았다는 답변이 4개(16.7%), 별로 도움이 되지 않았다는 답변이 2개(8.3%) 순으로 나타남

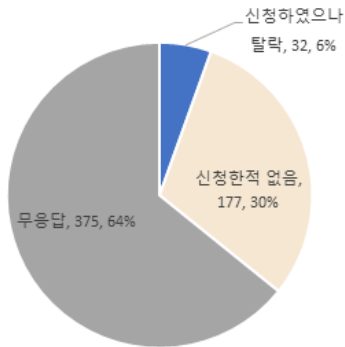
[표 4-94] 소상공인·소기업 관련 지원 경험 만족도(기타 지원)



구분	전체	
	빈도	비중
매우 도움됨	9	37.5
일부 도움됨	9	37.5
별로 도움안됨	2	8.3
전혀 도움안됨	4	16.7
무응답	0	0
합계	24	100

- 소상공인·소기업 관련 지원 중 수혜를 받은 정책이 없는 이유를 조사한 결과, 신청한적이 없다는 응답이 177개(30.3%), 신청하였으나 탈락하였다는 응답이 32개(5.5%)로 나타남

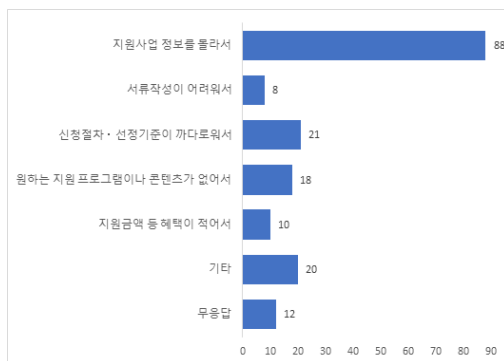
[표 4-95] 소상공인·소기업 관련 지원 신청 및 수혜 여부



구분	전체	
	빈도	비중
신청하였으나 탈락	32	5.5
신청한적 없음	177	30.3
무응답	375	64.2
합계	584	100

- 위의 답변 중, 소상공인·소기업 관련 지원 사업을 신청하지 않은 177개의 업체에게 지원 사업을 신청하지 않은 이유에 대해서 조사한 결과 지원 사업에 대한 정보를 몰랐다는 응답이 88개(49.7%)로 가장 많았고, 신청절차·선정기준이 까다로워서 신청하지 않았다는 응답이 21개(11.9%), 기타 20개(11.3%), 원하는 지원 프로그램이나 콘텐츠가 없어서 지원하지 않았다는 응답이 18개(10.2%) 순으로 나타남

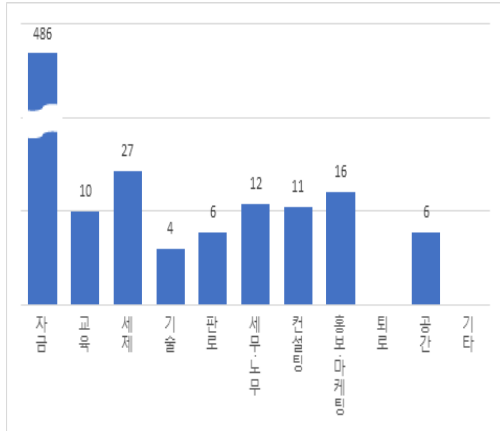
[표 4-96] 소상공인·소기업 관련 지원 신청을 하지 않은 이유



구분	전체	
	빈도	비중
지원사업 정보를 몰라서	88	49.7
서류작성이 어려워	8	4.5
신청절차·선정기준이 까다로워서	21	11.9
원하는 지원 프로그램이나 콘텐츠가 없어서	18	10.2
지원금액 등 혜택이 적어서	10	5.6
기타	20	11.3
무응답	12	6.8
합계	177	100

- 다음으로 소상공인 지원정책 중 중점적으로 추진해야할 분야에 대해 조사한 결과, 1순위로 자금지원(486개, 84.1%) 분야 정책이 필요하다는 의견이 대부분을 차지하였으며, 그 다음으로 세제지원(27개, 4.7%), 홍보·마케팅(16개, 2.8%) 순으로 나타남

[표 4-97] 중점적 필요 추진 정책(1순위)

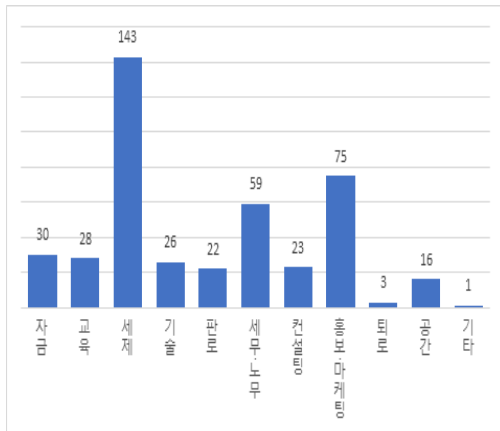


주 : 중복 답변 포함

구분	전체	
	빈도	비중
자금지원	486	84.1
교육지원	10	1.7
세제지원	27	4.7
기술지원	4	0.7
판로지원	6	1
세무·노무	12	2.1
컨설팅	11	1.9
홍보·마케팅	16	2.8
퇴로지원	0	0
공간지원	6	1
기타	0	0
합계	578	100

- 2순위로는 세제지원(143개, 33.6%), 홍보·마케팅(75개, 17.6%), 세무·노무(59개, 13.8%) 순으로 나타남

[표 4-98] 중점적 필요 추진 정책(2순위)

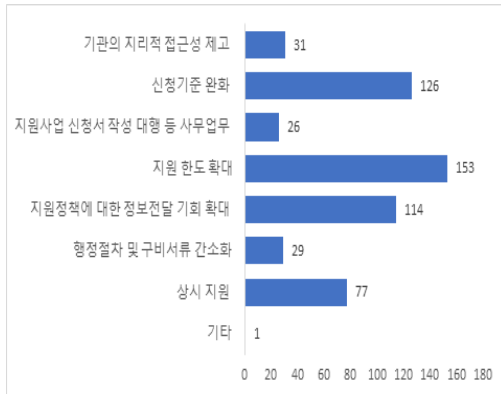


주 : 중복 답변 포함

구분	전체	
	빈도	비중
자금지원	30	7
교육지원	28	6.6
세제지원	143	33.6
기술지원	26	6.1
판로지원	22	5.2
세무·노무	59	13.8
컨설팅	23	5.4
홍보·마케팅	75	17.6
퇴로지원	3	0.7
공간지원	16	3.8
기타	1	0.2
합계	426	100

- 다음으로 정부 및 지자체의 정책 활용성을 높이기 위해 가장 필요하다고 생각되는 여건에 대해 조사한 결과, 1순위와 2순이 모두 지원 한도 확대와 신청기준 완화가 가장 필요하다는 의견이 많았고, 그 다음으로 1순위의 경우, 지원정책에 대한 정보전달 기회 확대가 필요하다는 의견이 있었고, 2순위의 경우 행정절차 및 구비서류 간소화가 필요하다는 의견이 세 번째로 많이 나타남

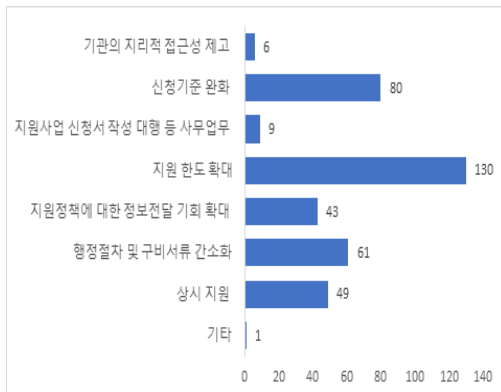
[표 4-99] 정책 활용성을 높이기 위해 필요한 여건(1순위)



구분	전체	
	빈도	비중
기관의 지리적 접근성 제고	31	5.6
신청기준 완화	126	22.6
지원사업 신청서 작성 대행 등 사무업무	26	4.7
지원 한도 확대	153	27.5
지원정책에 대한 정보전달 기회 확대	114	20.5
행정절차 및 구비서류 간소화	29	5.2
상시 지원	77	13.8
기타	1	0.2
합계	557	100

주 : 중복 답변 포함

[표 4-100] 정책 활용성을 높이기 위해 필요한 여건(2순위)



구분	전체	
	빈도	비중
기관의 지리적 접근성 제고	6	1.6
신청기준 완화	80	21.1
지원사업 신청서 작성 대행 등 사무업무	9	2.4
지원 한도 확대	130	34.3
지원정책에 대한 정보전달 기회 확대	43	11.3
행정절차 및 구비서류 간소화	61	16.1
상시 지원	49	12.9
기타	1	0.3
합계	379	100

- 정책 수립 및 활용에 대한 조언으로는 자금지원 및 저금리 전환대출이 필요하다는 의견이 많았으며, 대출 및 상환 기간을 연장해주면 좋겠다는 의견도 제시되었음
 - 1인 및 신생 소상공인·소기업과 같은 저신용자들에게도 금융지원의 폭을 넓혀달라는 의견이 있었고, 대출한도를 늘려달라는 요청, 이자지원을 바란다는 의견 등이 있었음
 - 세제지원과 임대료지원, 노후시설 수리 등 직접적인 금융지원이 필요하다는 의견이 있었음
- 소상공인·소기업 대상 사업의 홍보와 관련한 의견도 많이 제시되었는데, 사업주들에게 미리 사업에 대해서 문자나 개인소셜네트워크(카카오톡 등)로 내용을 전달해주었으면 좋겠다는 의견이 제시됨
 - 또한 각 기관에 따라 개별적으로 진행되는 소상공인·소기업 대상 사업을 통합적으로 신청, 관리하는 것(플랫폼)이 필요하다는 의견도 제시됨
 - 사업신청 시, 기준을 확대하고 행정절차 및 사업계획서를 간소화 하는 것이 필요하다는 의견이 있었음
- 마케팅, 홍보 등 판매·판로개척 등을 위한 교육과 노무·세제 관련 교육이 필요하다는 내용이 있었고, 기업 컨설팅 제공시 현장전문가들의 컨설팅 제공이 필요하다는 의견이 있었음
- 기타 지역 행사 추진 시 지역 소상공인·소기업의 제품이나 서비스의 활용을 확대해달라는 것과 공영주차장의 확대 등이 필요하다는 의견도 제시됨



[그림 4-4] 정책 수립 및 활용에 대한 조언

3. 시사점

1) 높은 임대료 부담 완화 지원 필요

- 소상공인의 사업장은 임대형태가 전체 사업장의 2/3이상을 차지하고 있는 상황(소유 18.8%, 임대(전세+월세) 69.3%)
- 사업장 운영형태를 살펴보면, 전체적으로 월세인 경우가 63.5%로 가장 많았지만, 특히 3년 미만 신생업체의 경우 월세로 사업을 운영하는 형태가 전체 대비 77.8%로 대부분을 차지하는 것으로 나타남
 - 따라서 신생업체의 조기폐업 방지 및 경영상의 부담을 덜어주기 위해서는 월세와 관련한 지원정책을 마련하는 것이 효과적일 것으로 보임
 - 한편, 20년 이상을 운영한 업체의 경우 사업장이 자기 소유인 경우가 40.9%로 높게 나왔는데, 이 업체들이 같은 장소에서 운영을 지속해왔을 경우 건물의 노후화로 인한 수선비 등이 많이 필요할 것으로 예상됨

[표 4-101] 사업장 운영 기간에 따른 형태

구분	3년미만	3년이상 ~5년미만	5년이상 ~7년미만	7년이상 ~10년미만	10년이상 ~20년미만	20년이상	무응답	합계
소유	9 (5)	15 (18.5)	10 (15.6)	13 (21.7)	38 (33.3)	18 (40.9)	7 (17.1)	110 (18.8)
전세	10 (5.6)	6 (7.4)	3 (4.7)	3 (5)	5 (4.4)	3 (6.8)	4 (9.8)	34 (5.8)
월세	140 (77.8)	49 (60.5)	44 (68.8)	42 (70)	57 (50)	19 (43.2)	20 (48.8)	371 (63.5)
기타	12 (6.7)	7 (8.6)	7 (10.9)	1 (1.7)	9 (7.9)	2 (4.5)	3 (7.3)	41 (7)
무응답	9 (5)	4 (4.9)	0 (0)	1 (1.7)	5 (4.4)	2 (4.5)	7 (17.1)	28 (4.8)
합계	180 (100) (30.8)	81 (100) (13.9)	64 (100) (11)	60 (100) (10.3)	114 (100) (19.5)	44 (100) (7.5)	41 (100) (7)	584 (100)

주 : 괄호 () 안은 비중

2) 성장잠재력 보유 소상공인 발굴육성 및 가업승계 지원 필요

- 소상공인 사업체 중 20년 이상 경영한 경우 그 이하 경영 사업체에 비해 1~2명은 더 많이 고용한 것으로 나타났음

- 그러나 10~20년 경영 사업체 수에 비해 20년 이상 경영 사업체수가 현격히 적은 것으로 보아 소상공인의 고령화에 따른 은퇴인지, 또는 최근 급격한 경영환경 변화로 인한 폐업인지 등을 면밀히 점검하여 맞춤형 지원이 필요함
- 만일 소상공인 고령화로 인한 은퇴가 사업체의 폐업으로 이어진 경우라면 가업승계가 안정적으로 이루어질 수 있도록 지원사업을 적극 발굴할 필요가 있음

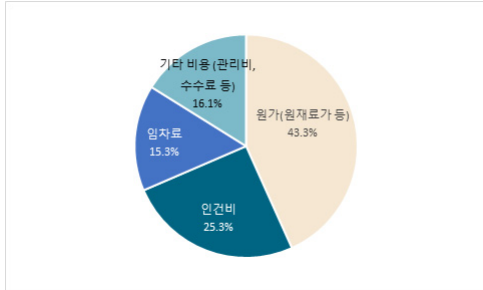
[표 4-102] 업체의 설립연도에 따른 2020년, 2021년, 2022년 종사자 수

구분		업체수	종사자수	업체당 평균 종사자 수
3년 미만	2021년	61	170	2.79
	2022년	124	314	2.53
3년이상~5년미만	2020년	68	186	2.74
	2021년	66	211	3.2
5년이상~7년미만	2022년	68	175	2.57
	2020년	54	136	2.52
	2021년	54	136	2.52
7년이상~10년미만	2022년	54	138	2.56
	2020년	57	144	2.53
	2021년	56	126	2.25
10년이상~20년미만	2022년	57	136	2.39
	2020년	102	363	3.56
	2021년	102	360	3.53
20년이상	2022년	105	382	3.64
	2020년	40	182	4.55
	2021년	40	169	4.23
	2022년	41	160	3.9

3) 영업비용 증가에 따른 경영위기 대응 필요

- 최근 3개월 간 영업비용은 원가(원재료 등)의 비중이 43.3%로 가장 높았고, 그 다음으로 인건비(25.3%), 기타 비용(관리비, 수수료 등, 16.1%), 임차료(15.3%) 순으로 나타남
- 원가 등 영업비용을 상승시키는 주요 원인(유통구조, 대외경제 상황 등)을 규명하여 이를 지원하는 것이 필요

[표 4-103] 최근 3개월 간 영업비용의 세부 항목별 비중

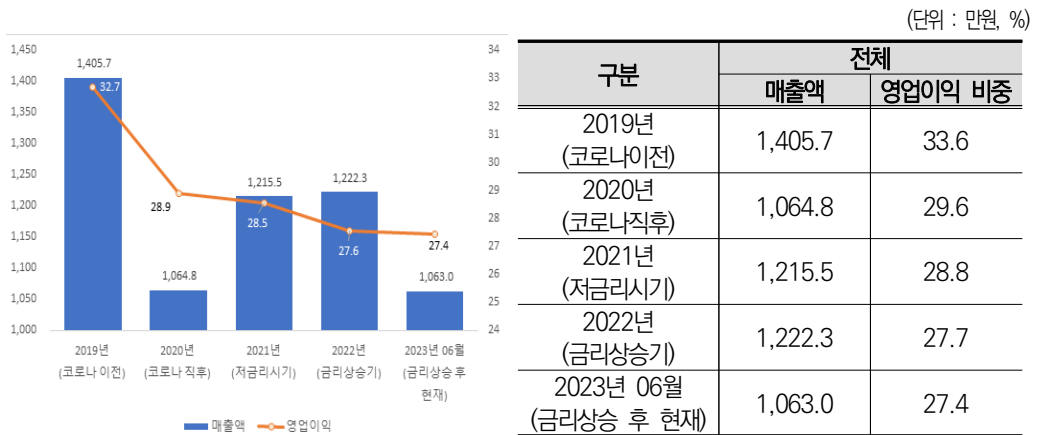


구분	비중
원가(원재료가 등)	43.3
인건비	25.3
임차료	15.3
기타 비용(관리비, 수수료 등)	16.1
합계	100

주 : 비중의 합계가 100이 되도록 보정함

- 소상공인·소기업의 영업이익은 2019년 이후 꾸준히 감소하고 있는 것으로 나타나, 이를 개선하기 위한 정부의 지원이 필요한 것으로 나타남
 - 이는 물가상승과 금융비용의 증가 등의 원인도 있는 것으로 보이며, 영업이익 구조를 개선하기 위한 정부의 지원정책이 필요한 것으로 나타남

[표 4-104] 월평균 매출액과 영업이익 비중



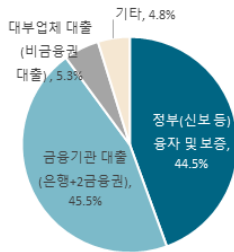
주 : 사분위수를 계산하여 이상치 제거 후 평균을 집계

4) 소상공인 부채관리 필요

- 사업장의 현재 금융부채 금액과 조달 방식을 살펴본 결과, 사업장의 평균 금융부채 금액은 4,782.7만원, 평균 금융부채 조달 비중은 정부 용자 및 보증이 44.5%, 금융기관 대출이 45.5%, 대부업체 대출이 5.3%, 기타 4.8%로 나타남

- 제2금융기관의 대출이나 대부업체 대출의 경우 시중 이자율, 또는 그보다 높은 경우가 있기 때문에 이를 저리로 변환해주는 대한 대출 등의 정책이 필요한 것으로 보임

[표 4-105] 사업장 현재 금융부채 조달 방식



(단위 : %)

구분	비중
정부(신보 등) 용자 및 보증	44.5
금융기관 대출 (은행+2금융권)	45.5
대부업체 대출 (비금융권 대출)	5.3
기타	4.8
합계	100

주 : 비중의 합계가 100%가 되도록 보정함

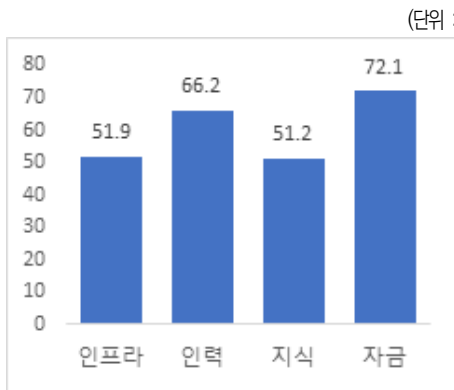
5) 디지털화 촉진과 소비형태 변화 대응 지원 필요

- 소상공인·소기업의 디지털 전환과 관련하여, 디지털 전환에 있어 준비가 가장 미흡한 부분은 자금 부분이 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 인력, 인프라, 지식 순으로 나타남

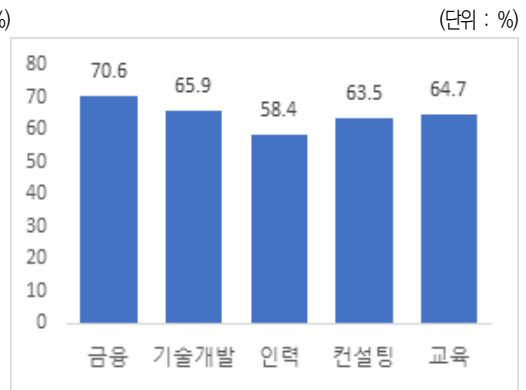
- 소상공인·소기업의 디지털 전환을 효과적으로 유도하기 위해서는 인프라 구축, 인력 확보, 지식 습득 등에 필요한 자금을 지원하는 것도 고려해볼 수 있음

- 디지털 필요 정책은 역시 금융 지원이 필요하다는 의견이 가장 높았고, 그 다음으로 기술개발 지원이 필요하다는 의견과 교육이 필요하다는 의견 순으로 나타남

- 앞서 설문 응답자 현황을 살펴보면, 자금력이 부족한 신생업체가 많았던 점과 50대 이상 디지털 소외 계층의 응답률이 높았던 점을 감안하여 각 소상공인·소기업의 실정에 맞는 디지털 전환을 위한 금융, 기술개발, 교육, 컨설팅, 인력을 지원하는 방안을 고려해야함



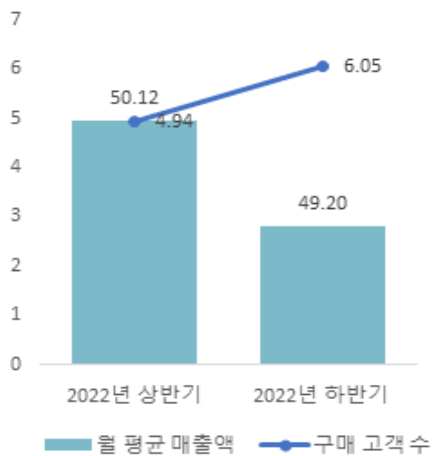
[그림 4-5] 디지털 전환 준비가 미흡한 부분



[그림 4-6] 디지털 필요 정책 수요

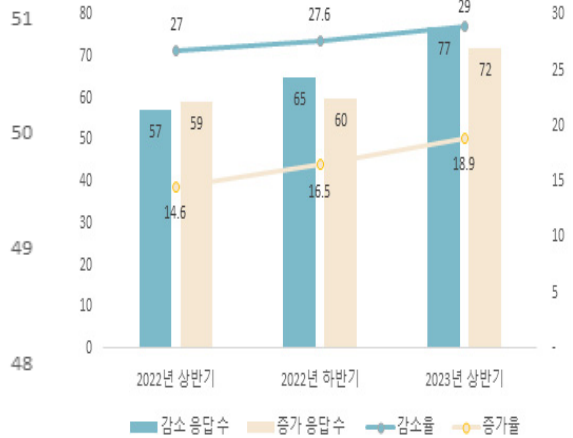
4) 지역경제 활성화 및 지역공동체 강화를 위한 지역사랑상품권의 정책설계·활용 필요

- 지역사랑상품권은 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」에 근거하고 있으며, 지역자치단체에서 지역경제 활성화 및 지역공동체 강화를 위하여 지역사랑상품권을 발행하고 있음
- 2022년 상반기 지역사랑상품권을 사용하여 구매한 하루 평균 구매 고객 수와 지역사랑상품권 월 평균 매출액을 2022년 하반기와 비교하면, 구매 고객의 수는 증가하였지만, 월 평균 매출액은 감소한 것을 알 수 있음
 - 이는 소상공인·소기업이 느끼기에 지역사랑상품권을 활용하여 물품이나 서비스를 구매하는 고객의 수는 증가하였지만, 그 규모(금액)는 작아졌음을 의미함
- 또한 지역사랑상품권 도입이 소상공인·소기업의 2023년 상반기 매출액 증가에 도움이 되었다고 응답한 업체는 도움이 되지 않았다고 응답한 업체보다 훨씬 적게 나타나, 소비자들이 지역사랑상품권을 더 많이 활용할 수 있도록 소비자들을 대상으로 홍보·마케팅 정책이 필요한 것으로 나타남



주1. 무응답과 0명 제외
 주2. 사분위수를 계산하여 이상치 제거 후 평균을 집계

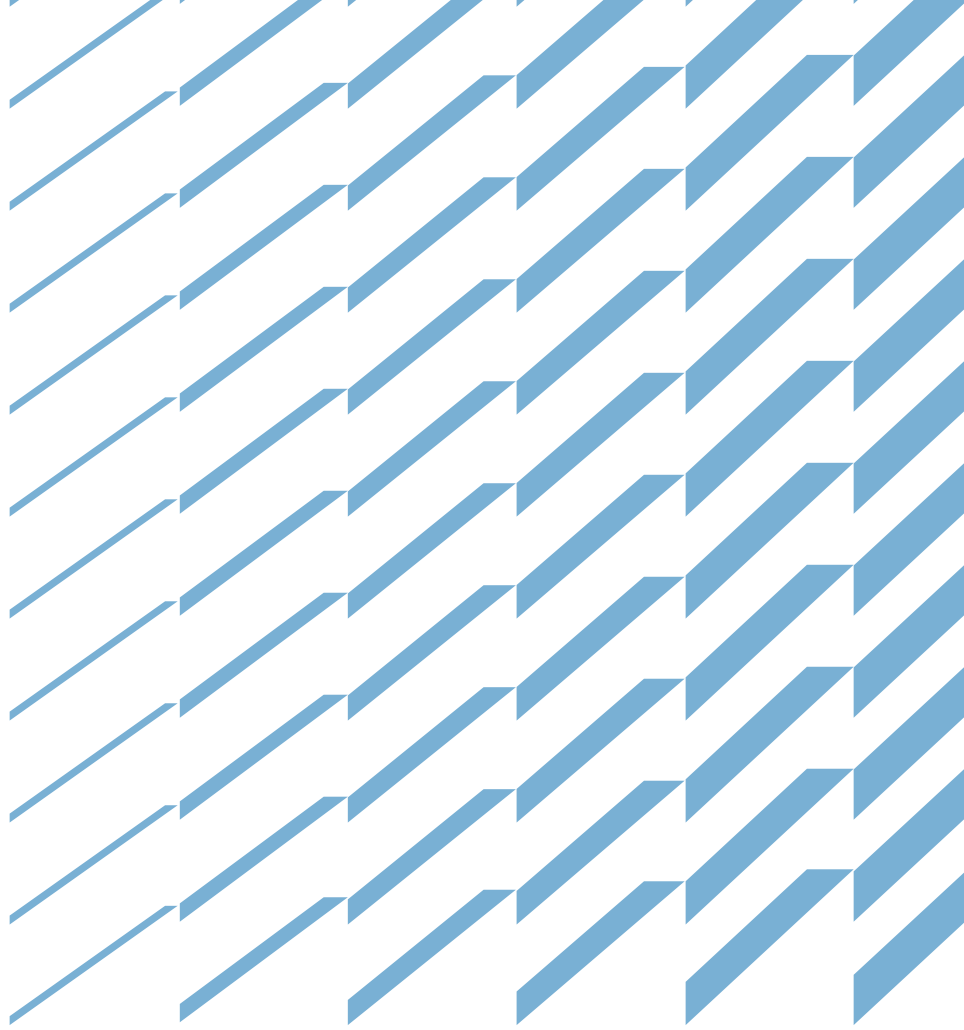
[그림 4-7] 지역사랑상품권 하루 평균 구매고객 수 및 월 평균 매출액



[그림 4-8] 지역사랑상품권 매출액 변화 정도

5) 소상공인 지원 한도 확대 및 정책정보 접근성 향상 필요

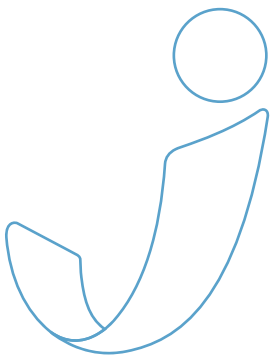
- 소상공인은 자금지원의 만족도가 가장 높은 것으로 조사되었으며, 정책효과 역시 자금 지원에서 가장 높다고 인식하고 있는 것으로 나타남
- 또한 정책의 활용도를 높이기 위해서는 지원자금의 한도 확대, 정책정보의 접근성 향상이 필요하다는 의견이 많았음
- 따라서 이러한 소상공인의 수요에 기반하여 지원사업의 유형 및 규모를 설정할 필요가 있음
- 다만 정책자금의 경우 부채리스크를 낮추기 위한 방안을 함께 고려하여야 함



제 5 장

전라북도 소상공인정책 개선방안

1. 개선방향
2. 개선과제



제 5 장 전라북도 소상공인정책 개선방안

1. 개선방향

- 소상공인정책의 궁극적인 목표는 “소상공인 경쟁력 강화, 경영안정을 통해 지속가능한 성장을 지원”하는 것임
- 현재 소상공인을 둘러싼 환경은 대외환경, 정책환경, 내부환경으로 구분할 수 있는데, 대외환경의 경우 소상공인 자체의 요인이자기보다 소상공인이 통제할 수 없는 환경을 의미하며, 글로벌 정치경제환경(우크라이나 전쟁, 글로벌 금융위기 등)이나 인구구조의 변화, 산업구조의 변화가 해당됨. 정책환경의 경우 정부와 지자체의 정책방향이나 지원사업이 해당되며, 내부환경은 소상공인의 고령화, 영업환경(부채, 원가, 임대료 등)이 해당됨
- 소상공인정책 목표를 달성하기 위해 소상공인 정책 개선방향은 대내외 경영환경변화에 대응성 강화, 지원사업의 효율성 향상, 정책지원 고도화로 요약할 수 있음

■ 대내외 경영환경 변화 대응력 강화 지원

- 소상공인은 규모의 영세성, 고령화 등으로 인해 급변하는 경영환경 변화를 감지하여 능동적으로 대응하기 어려운 구조임
- 따라서 대내외 환경변화에 대한 모니터링과 이러한 대내외 경영환경 변화가 소상공인에 미치는 영향을 파악함으로써 소상공인이 안정적으로 사업을 영위할 수 있도록 지원할 필요가 있음

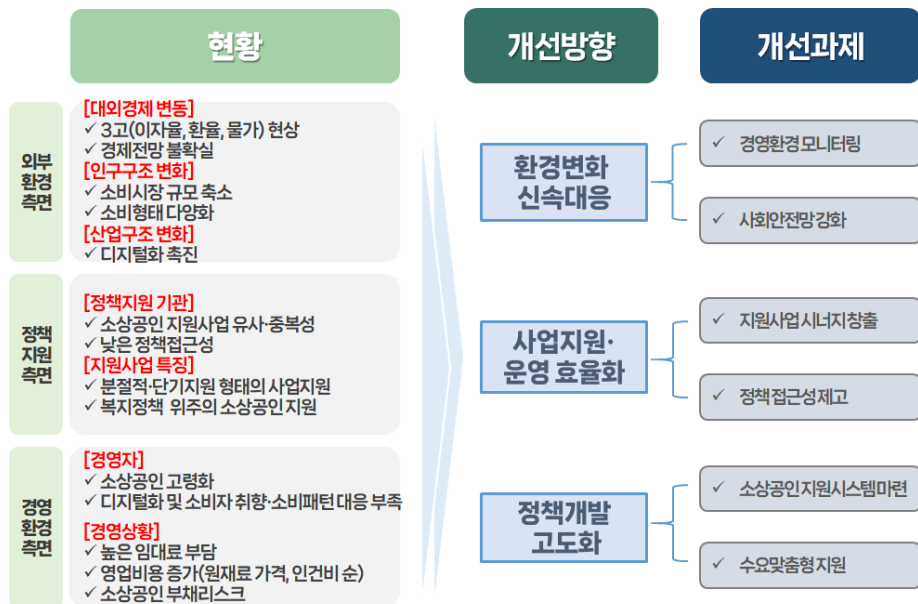
■ 지원사업의 효율성·효과성 제고

- 소상공인은 풀뿌리 경제 또는 지역경제의 싹틔움이라는 인식하에 정부와 지자체는 매년 다양한 정책과 지원사업을 발표하고 있음

- 그러나 소상공인 지원사업은 지원의 규모가 작고 지원절차가 복잡하기 때문에 소상공인이 실질적으로 체감하는 효과가 높지 않으며, 개별적·단기적·분절적 사업 지원으로 인해 사업 효율성 및 효과성이 떨어지는 면이 있음
- 따라서 소상공인 지원사업 간 통합·조정·연계 및 접근성 강화를 통해 사업을 효율적으로 운영하고 정책효과를 극대화 할 필요가 있음

■ 정책개발 고도화

- 「소상공인기본법」 시행을 통해 소상공인의 위상확보와 정책의 독자성을 확보하고자 하였지만, 전라북도 소상공인 정책은 여전히 중소기업 정책의 일환 또는 사회복지의 성격의 지원사업이 주를 이루고 있음
- 지역 소상공인의 경쟁력 강화 및 자생력확보를 위한 종합적이고 체계적인 정책 기반 마련, 소상공인 수요 맞춤형 지원 필요



[그림 5-1] 소상공인 지원사업 개선방향과 과제

2. 개선과제

가. 정책접근성 제고

■ 배경 및 필요성

- 전북지역 소상공인을 지원하는 기관은 신용보증재단과 소상공인광역센터가 있으며, 신용보증재단의 경우 도내에 11개 지점이 있고 소상공인광역지원센터는 전주에 소재하고 있음
- 지원기관이 지역내에 분포하고 있음에도 불구하고 도내 소상공인의 정책수혜비율이 낮고 정책정보에 접근하는데 어려움을 겪는 것으로 나타남
- 따라서 소상공인의 경영애로사항 상담과 지원정보 제공이 상대적으로 용이한 지역소상공인단체에 정보제공의 역할을 수행할 수 있도록 지원하거나, 소상공인대상 정부와 지자체 지원사업 정보를 종합적으로 취합하여 온라인으로 제공

■ 추진과제

- ① 지역소상공인단체 역할 확대 지원
 - 소상공인단체는 소상공인의 권익을 대변하고 소상공인의 경제적 지위 향상과 국민경제의 균형발전을 도모하기 위해 설립됨(「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률 제24조」)
 - 전북지역 소상공인 단체가 지역소상공인의 권익을 대변하는 역할을 넘어 소상공인의 경영안정과 지속성장을 위한 지원기능을 하는 역할을 부여
- ② 소상공인 정책지원 아카이브 구축
 - 전북지역 소상공인 정책의 경우 집행기관인 신용보증재단이나 소상공인광역센터 홈페이지에는 정책정보가 있으나, 지원사업정보, 연구정보, 소상공인통계 등 소상공인에 관한 정보를 총망라한 종합시스템으로 소상공인 관련 원스톱 정보획득 가능

나. 지원사업 시너지창출

■ 배경 및 필요성

- 앞 장에서 살펴본 바와 같이 소상공인 지원사업은 정부, 광역지자체, 기초지자체별로 다양한 유형과 방식으로 지원하고 있으나 사업 면면을 살펴보면 분절적·단기적 사업의 운영으로 사업의 성과가 축적되기 어려운 구조임
- 또한 대부분의 사업이 개별 소상공인을 대상으로 복지 차원에서 지원되고 있기 때문에 소상공인의 위치를 벗어나 소기업 또는 중기업으로의 성장할 수 있는 기반이 마련되고 있지 않은 실정임
- 따라서 개별 소상공인 대상이 아니라 규모화된 소상공인(예를 들어 협동조합단위 또는 상권단위)을 대상으로 사업을 지원하여 정책의 효과가 업종단위 또는 상권구역으로 확산될 수 있도록 지원할 필요가 있음

■ 추진과제

- ① 단위형·규모형 소상공인 지원
 - 소상공인 고민해결과 안정화를 위해 경영환경개선사업으로 업체당 최대 200만원을 지원하고 있으며, 지원내용은 매장 내외부 리모델링(전기공사, 간판, 어닝, 도배장판, 메뉴판 등)
 - 이러한 사업을 상권구역 단위로 추진하는 경우 상권의 재생 및 재구조화로 지역상권의 활력을 창출하는 등 정책효과가 확산될 수 있음

다. 소상공인 지원 시스템 마련

■ 배경 및 필요성

- 소상공인 정책은 취약소상공인에 초점이 맞추어져 있고, 외부환경 변화에 따른 취약소상공인의 단기적 애로사항을 해소하는 지원사업 중심으로 진행됨
- 이렇게 단기적 차원의 정책접근은 외부환경 변화에 따른 애로사항이 해소되면 지원사업도 사라지는 경우가 발생함(예시, 코로나경영안정자금, 코로나특별보증 등)
- 소상공인 맞춤형 지원 및 소상공인 지역 내에서 주도적인 경제주체로 성장할 수 있도록 지원하기 위해서는 과학적인 데이터 기반의 소상공인 정책 지원체계 구축이 필요함

■ 실천과제

- ① 전북소상공인 등록시스템 구축운영
 - 지역에서 사업을 영위하고 있는 소상공인사업체 등록을 통해 정책추진 정보제공 및 지원사업 효율화, 경영정보 현행화 및 소상공인에 대한 상시관리 가능
- ② 소상공인 성장사다리 구축
 - 전라북도는 역량있는 소상공인 발굴 및 육성을 위해 스타소상공인육성, 천년명가육성 사업을 지원하고 있음
 - 이들 기업의 경우 이미 지역내에서 매출액, 고용 등의 측면에서 성과가 있고 인지도가 높은 업체들이 대상이 되기 때문에 이미 성장성을 담보하고 있음
 - 소상공인은 경쟁강도가 높아 창업이후 생존율이 낮은 현실에서 성장잠재력을 가진 소상공인을 발굴하고 지역의 강소기업으로까지 성장시킬 수 있는 종합지원체계 구축

라. 수요맞춤형 지원 확대

■ 배경 및 필요성

- 전북도는 매년 소상공인 지원 시행계획을 수립·시행할 필요가 있고, 이러한 시행계획은 지역 소상공인의 현황과 실태에 기반하여 수립해야 함

〈전라북도 소상공인 지원에 관한 조례〉

제5조(소상공인 지원 시행계획) ① 도지사는 소상공인의 경영 안정과 성장을 지원하기 위하여 매년 소상공인 지원 시행계획(이하 "시행계획"이라 한다)을 수립·시행하여야 한다.

② 시행계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.

1. 소상공인 지원 정책의 방향 및 추진 전략
2. 소상공인 활성화를 위한 네트워크 구축에 관한 사항
3. 교육, 홍보 및 컨설팅에 관한 사항
4. 신사업 발굴 및 지원에 관한 사항
5. 소상공인 상권 활성화에 관한 사항
6. 소상공인 발전을 위한 관련 소비자단체 등과의 협력에 관한 사항
7. 그 밖에 소상공인의 경쟁력 강화를 위하여 필요한 사항

■ 실천과제

① 소상공인 실태조사

- 전북은 「전라북도 소상공인 보호 및 지원에 관한 조례 제5조의 2」에 근거하여 지자체 최초로 2018년 소상공인 실태조사를 실시하여 주요 소상공인 업종별, 14개 시군별 소상공인의 창업, 경영, 사업자현황 등의 실태를 분석하여 정책을 수립하였음

〈전라북도 소상공인 지원에 관한 조례〉

제5조의2(실태조사) ① 도지사는 시행계획의 수립·시행을 위하여 해마다 다음 각 호의 사항에 관한 조사(이하 이 조에서 "실태조사"라 한다)를 실시할 수 있다. 〈신설 2021. 2. 19.〉

1. 업종별 소상공인 실태
2. 소상공인 창업의 현황
3. 소상공인의 매출액, 영업시간, 고용 등 경영실태
4. 소상공인의 사업전환(소상공인이 운영하던 사업을 그만두고 새로운 사업을 운영하는 것을 말한다) 실태
5. 그 밖에 시행계획의 수립·시행을 위하여 필요한 사항

② 도지사는 실태조사 결과를 도 인터넷 누리집(홈페이지)에 게재하고 전라북도의회 소관 상임위원회에 제출하여야 한다. 〈신설 2021. 2. 19.〉

③ 도지사는 실태조사를 위하여 필요한 경우에는 소상공인 또는 소상공인 관련 단체에 자료 또는 의견 제출을 요청할 수 있다. 〈신설 2021. 2. 19.〉

④ 도지사는 실태조사를 도 출연기관, 소상공인 관련 단체 또는 기관에 위탁할 수 있다. 〈신설 2021. 2. 19.〉

마. 경영환경 모니터링

■ 배경 및 필요성

- 전북지역의 경우 지역경제모니터링을 위해 전북경제동향을 발간하고 있으며, 상시적인 이슈 진단 및 보고를 수행하고 있음
- 그러나 대내외 경제환경 변화에 따른 지역 중소기업, 소기업 및 소상공인에 미치는 영향 분석, 소상공인 경영환경 모니터링 등에 기반한 정책설계는 전무한 실정임
- 코로나19에 따른 세금감면, 특례보증 연장 등 현안에 따른 지원이 있었지만, 정부정책에 따라 동시에 추진된 것임
- 소상공인 사업장은 경기변화에 민감하게 반응한 업종이 주로 분포하고 있기 때문에 경기변동에 따른 소상공인의 영향을 파악하고 영향이 크게 발생할 수 있는 소상공인에 대한 핀셋지원 등이 필요함
- 또한 경영위기에 따라 폐업 또는 실업의 상황이 발생하는 경우 소상공인의 사업철수, 사업전환, 생활안정 지원 등 신속한 대응 필요

■ 실천과제

① 소상공인 체감지수 개발

- 통계청에서 발표하는 소상공인, 전통시장 체감지수(BSI)의 경우 소상공인 전반, 전통시장 전반의 지수만 발표하고 있으며, 시군별 체감지수를 발표하지 않기 때문에 실질적으로 시군별, 업종별로 현장체감경기를 구체적으로 파악하기 어려운 구조임
- 지역경제의 경제의 근간인 전라북도 소상공인 현장체감경기 실적과 전망 등을 지수화 하여 정기적으로 모니터링하고, 현장 경영애로를 파악하기 위하여 도내 소상공인 업종별, 시군별 체감경기 지표 작성

바. 사회안전망 강화

■ 배경 및 필요성

- 소상공인의 고령화가 진전되면서 소상공인의 폐업과 은퇴문제가 사회적 문제로 등장할 가능성이 높음. 소상공인의 노후 소득보장체계는 임금근로자들에 비해 낮은 수준으로 사회안전망이 필수적임
- 뿐만 아니라 최근 대내외 경기불황, 코로나위기, 젠트리피케이션 등으로 인해 소상공인이 경영위기에 직면한 경우 소상공인 최소한의 안전망을 꼼꼼히 구축해야 함

■ 실천과제

① 사회보험료 지원

- 경기침체 등으로 어려움을 겪는 소상공인의 경영난 해소와 고용안정망 구축을 위한 소상공인 사회보험료 지원
- 두루누리 사회보험료 지원을 받는 소상공인 중 사업주 부담분 일부 또는 전액 지원

두루누리 사회보험료 지원사업이란?

소규모 사업을 운영하는 사업주와 소속 근로자의 사회보험료(고용보험·국민연금)의 일부를 국가에서 지원함으로써 사회보험 가입에 따른 부담을 덜어주고, 사회보험 사각지대를 해소하기 위한 사업입니다.

1. 지원대상

근로자 수가 10명 미만인 사업에 고용된 근로자 중 월평균보수가 260만원 미만인 신규가입 근로자와 그 사업주

2021년부터는 신규가입자에 대해서만 지원

* 신규가입자 : 지원신청일 직전 6개월간 고용보험과 국민연금 자격취득 이력이 없는 근로자

* 기가입자 : 신규가입자에 해당하지 않는 근로자(2021년부터 지원되지 않음)

2. 지원수준 및 지원기간

(지원수준) 신규가입 근로자 및 사업주가 부담하는 고용보험과 국민연금 보험료의 80%

(지원기간) 2018년 1월 1일부터 신규가입자 및 기가입자 지원을 합산하여 36개월까지만 지원

* 기가입자는 '18.1.1. 이후 지원받은 개월 수가 36개월 미만이라도 '21.1.1.부터 지원되지 않음

자료 : 두루누리사회보험료지원사업 홈페이지(insurancesupport.or.kr/home/start.php)

② 소상공인 등지내몰림 방지

- 도시개발 또는 이자율 등의 상승으로 인해 임대료가 상승하여 기존의 사업장에서 사업을 영위하기 어려운 소상공인에 대한 경영부담 완화 지원
- 이 경우 임대인-임차인 간 자율상생 협약 유도 및 임대인 인센티브 지원 등

[표 5-1] 소상공인 지원사업 개선과제

개선방향	개선과제	지원사업	
		현재	개선(신규)
사업 지원운영 효율화	정책접근성 제고	소상공인광역지원센터(전주) 신용보증재단(11개지점)	(개선)지역소상공인단체 연계지원(역할확대) (신규)소상공인 정책지원 아카이브 구축
	지원사업 시너지 창출	(기 사업 특징) 개별소상공인 대상 사업	(개선) 단위항규모형 소상공인 지원
정책개발 고도화	소상공인 지원시스템 마련	-	(신규)소상공인등록 시스템 구축운영
		스타소상공인육성	(신규)소상공인성장사다리 구축(패키지 지원)
		천년명가 육성	
	수요맞춤형 지원	소상공인실태조사	(신규)소상공인성장사다리 구축(패키지 지원) (신규)소상공인 실태조사
환경대응	경영환경 모니터링	-	(신규)소상공인 체감지수 개발
	사회안전망 강화	-	(신규)사회보험 지원 (신규)소상공인 동지내몰림 방지

참 고 문 헌

REFERENCE

- 강재원. (2019). 소상공인 뉴스기반 체감지수 개발. 중소기업연구원.
- 국세청. (2023. 5. 9). 국세데이터 분석을 통해 생활밀접 업종의 동향을 읽다! [보도자료].
<https://s.nts.go.kr/comm/nttFileDownload.do?fileKey=c405c46da0143396746bf12522bfdd63>
- 김경민. (2022). 주요국의 소상공인·자영업자 지원제도 비교: 재생·폐업, 신용회복, 특별구제 중심으로. 중소기업연구원.
- 김기용. (2022). 소상공인의 디지털 전환 연착륙을 위한 실행방안. 중소기업연구원.
- 김수은. (2019). 전라북도 소상공인실태조사 및 정책방향 연구. 전라북도.
<http://repository.jthink.kr/handle/2016.oak/1013>
- 김영순 외. (2020). 경상남도 소상공인 임대료 실태조사 및 부담 완화 대책. 경남연구원.
- 남윤형. (2019). 인구구조변화가 소상공인에 미치는 영향. 중소기업연구원.
- 남윤형. (2022). 소상공인 디지털 전환 현황 및 단계별 추진전략. 중소기업연구원.
- 남영희 외. (2020). 소상공인 경영성과 결정요인에 관한 연구. 한국유통학회 추계학술대회 발표논문.
- 류창규, 박송춘 & 이상호. (2019). 소상공인 지원제도가 경영자역량과 재무적 성과를 매개로 하여 고용창출에 미치는 영향. 한국창업학회지, 제14권 3호, 47-71.
- 이정환 외. (2022). 소상공인 부채 문제 해결을 위한 현실적 정책방안. 중소기업연구원.
- 이진아, 강형구, 빈기범 & 김석환. (2021) 소상공인 금융니즈와 금융지원에 대한 정책적 제언. 한국창업학회지 제16권 1호, 533-564.
- 정삼철. (2022). 충북지역 소상공인 경영변화와 발전과제. 충북연구원.
- 정완수전인우. (2019). 전국 소상공인 과밀화 현황 및 시사점: 도소매업과 숙박음식을 중심으로. 중소기업연구원.
- 정은애. (2022). 소상공인·자영업자 맞춤형 부채 관리 방안. 중소기업연구원.
- 정은애. (2019). 상권주기에 따른 소상공인 및 자영업 정책방향, 중소기업연구원.
- 정은애 & 남윤형. (2022). 금리인상에 따른 부실 소상공인 추정과 시사점. 중소기업연구원.

중소벤처기업부 & 소상공인시장진흥공단. (2021). 2023년 9월 소상공인시장 경기동향(BSI) 조사 결과 [데이터세트]. 경기동향추이(13.02-23.09). <https://www.sbiz.or.kr/sup/bbs/view.do>

충남경제동향센터. (2022). 충남소상공인 실태파악 및 대응방향:부채현황을 중심으로. 충남연구원.

통계청. (2023a). 가구주 연령별 가구당 월평균 가계수지 (도시, 1인 이상, 2022년 기준) [데이터세트]. 가계동향조사. https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_1L9V007&conn_path=I2

통계청. (2023b). 가구주의 연령/가구원수별 추계가구_시도 [데이터세트]. 장래가구추계. https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_1L9V007&conn_path=I2

황영순, 서옥순 & 손현일. (2023). 코로나시대의 부산지역 취약소상공인 위기진단과 보호방안. 부산연구원.

SUMMARY

An Analysis of the Management Situation and Recommendations for Policy Enhancement to Support Small Business Owners in Jeollabuk-do

Soo-Eun Kim · Sae Hyun Park

1. Study Objectives and Method

■ Study Objectives

- The policy for small business owners has been recognized as important for not only the national economy but also. Despite the various support programs implemented for issues such as small business scaling, the aging of business owners, and their vulnerability to external environmental changes have hindered the improvement of the business environment for small business owners.
- This study investigates the business conditions of small business owners in Jeollabuk-do (a province in South Korea) in response to changes in domestic and international business environments. We also aim to examine the effectiveness of support programs and explore directions for improvement.
- By gathering detailed information on the current status and business conditions of local small business owners, this study contributes to evidence-based policy establishment. Furthermore, we seek to derive ways of improving support programs for small business owners in Jeollabuk-do with the ultimate goal of enhancing the competitiveness of small business owners and creating a stable business environment through supportive policies.

■ Study Methods

- This study reviews the literature on systems related to support for small business owners (government policies, local government policies, etc.) and reviews previous research on small business owners (research reports, academic journals, etc.).
- Survey Period: July 20, 2023, to September 20, 2023 (62 days).
- Survey Target: Small business owners and small enterprises in the 14 cities and counties of Jeollabuk-do.
- Expert Consultation: Formulation of survey items and questionnaires, development of policy directions based on the survey results, and other aspects related to the research.

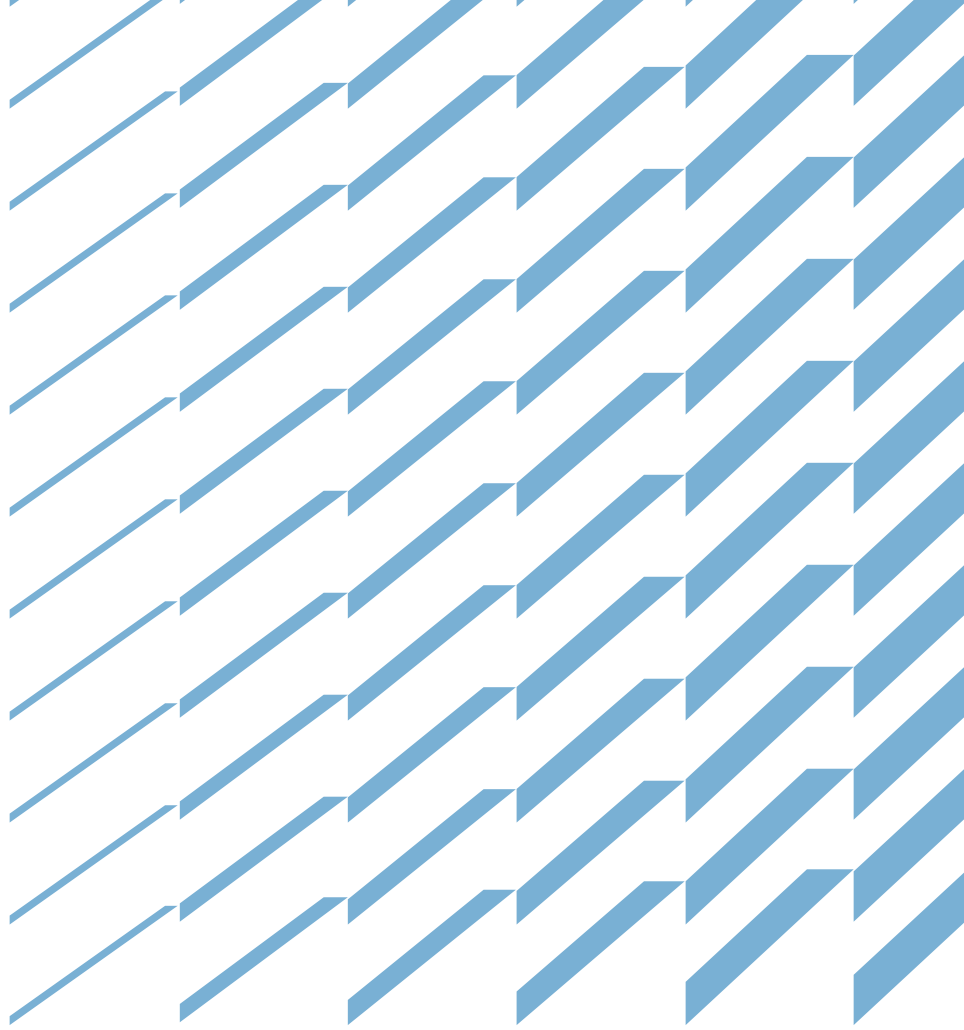
2. Conclusion and Policy Suggestion

■ Improvement Directions and Challenges for Small Business Support Programs

- Small business policy ultimately aims to support sustainable growth by enhancing the competitiveness and stability of small businesses.
- Directions for improvement to achieve the objectives of small business policy can be summarized as swiftly adapting to changes in domestic and international business environments, enhancing business support and operational efficiency, and advancing policy development.

Key Words

Small Business owners, Business Environment Survey, Regional economy, Small Business policy



부록

1. 소상공인 및 소기업 경영환경 실태조사 설문지



부 록

APPENDIX

1. 소상공인 및 소기업 경영환경 실태조사지

조사표 ID			
--------	--	--	--

<최근 경영환경 변화에 따른 소상공인 및 소기업 경영환경 실태조사>

안녕하십니까?

전북연구원과 전북신용보증재단에서는 코로나19 및 대외 경제환경 변화로 인한 소상공인의 경영환경을 파악, 진단하여 지원의 정책방향을 도출하고자 실태조사를 실시하고 있습니다.

본 조사에 응답하신 내용에 대한 비밀보호와 관련하여, 개인정보에 관한 보안은 개인정보 보호법 제 58조 1항 및 통계법 제 5조에 의해, 설문지의 응답내용에 관한 보안은 통계법 제 33조에 의해 철저히 보장되고 있으며, 통계 작성 목적으로만 사용됨을 알려드립니다.

모든 문항을 빠짐없이 성실히 응답해 주시기 바랍니다. 감사합니다.

* 조사를 마친분들께는 소정의 기념품(기프티콘)을 휴대전화로 전송해드립니다.

◆ 조사주관 : 전북연구원 김수은연구위원(063-280-7133)

◆ 조사수행 : 전북신용보증재단 전략기획부 박선옥대리(063-230-3323)

I. 소상공인 업체 현황

사업체명	성별		① 남	② 여	출생연도
소재지	전라북도 _____ 시 · 군				
업종	소매업	① 종합소매점 ② 음식료품 소매업 ③ 기타 소매업			
	서비스업	④ 개인서비스업(미용실, 세탁소 등) ⑤ 교육서비스업(학원 등)			
		⑥ 부동산업 ⑦ 수리/설치업(정비소, 간판설치업 등) ⑧ 숙박업			
	외식업	⑨ 여가관련 서비스업(헬스장, pc방, 당구장, 노래방 등)			
사업자 유형	① 법인 사업자	② 개인 사업자	창업연도		년
기업 유형	① 소기업 ② 소상공인 (종사자 5인 미만)				
사업장 형태	① 소유 ② 전세(월세 없음) ③ 월세 ④ 기타				
종사자수	구분	2020년		2021년	2022년
	전체(a+b+c)		명	명	명
	대표자(a)		명	명	명
	유급 종사자(b)		명	명	명
	무급가족종사자(c)		명	명	명

II. 소상공인 경영 및 자금현황

[경영 현황]

문1. 최근 3개월 간 귀 사업장의 월 영업비용 중 세부 항목별 차지하는 비중은 어떻게 되십니까?
 합계가 100이 되도록 응답해주시기 바랍니다.

구 분	월가 (원재료가 등)	인건비	임차료	기타 비용 (관리비, 수수료 등)	합계
최근 3개월	%	%	%	%	100%

문2. 귀 사업장은 최근 경영환경 변화(매출, 금융비용, 고객 수 등)를 인식하고 있습니까?

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	그런 편이다	매우 그런 편이다	잘 모르겠다
①	②	③	④	⑤

문3. 귀하는 최근 전반적인 경영환경 변화의 가장 큰 원인은 무엇이라고 생각하십니까?

1순위	2순위
-----	-----

- ① 금융비용 증가(대출이자 등) ② 물가 상승 ③ 환율 상승
- ④ 인건비 상승 ⑤ 임차료 증가 ⑥ 대외 불확실성 증가
- ⑦ 기타()

문4. 귀 사업장의 월평균 매출액과 순이익의 규모를 응답해주시기 바랍니다.

구 분	2019년 (코로나19 이전)	2020년 (코로나19 직후)	2021년 (저금리 시기)	2022년 (금리상승기)	2023년 6월 기준 (금리상승 후 현재)
월평균 매출액	만원	만원	만원	만원	만원
영업이익	매출액의 ()%	매출액의 ()%	매출액의 ()%	매출액의 ()%	매출액의 ()%

문5. 귀 사업장의 코로나19 및 최근 경제환경 변화에 따른 경영상태 변화를 평가해주시기 바랍니다.

구 분	코로나19 영향에 따른 변화					최근 3高(물가, 금리, 환율)에 따른 변화				
	매우 감소	다소 감소	보통	다소 증가	매우 증가	매우 감소	다소 감소	보통	다소 증가	매우 증가
매출액	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
영업이익	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
월가 수준	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
임대료 수준	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
인건비 수준	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
고용인원 수	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤

II. 소상공인 디지털 전환

디지털 전환

- ↳ 디지털 기술을 이용하여 업무 방식을 개선하거나 제품 또는 고객서비스를 개선하는 활용
예) 앱 또는 인터넷 주문, 태블릿을 활용한 테이블 주문, 키오스크 주문 등

문1. 다음은 **디지털 전환에 대한 귀 사업장에 미치는 영향**에 관한 질문입니다.

※ 현재 디지털 기술의 이용 여부와 관계없이 개인적인 인식 정도를 응답

구분	전혀 아니다	아니다	그렇다	매우 그렇다
디지털 기술을 이용하는 것은 사업장에서 인력을 효율적으로 운영 할 수 있다고 생각한다.	①	②	③	④
디지털 기술을 이용하는 것은 사업장에서의 업무에 소요되는 시간을 단축 시킨다고 생각한다.	①	②	③	④
디지털 기술을 이용하는 것은 사업장에서의 업무에 소요되는 비용을 절감 시킨다고 생각한다.	①	②	③	④
디지털 기술을 이용하는 것은 사업장에서의 생산성을 향상 시킨다고 생각한다.	①	②	③	④
디지털 기술을 이용하는 것은 궁극적으로 사업장에서의 매출증대에 도움 이 된다고 생각한다.	①	②	③	④

문2. 다음은 **디지털 전환을 위한 귀 사업장의 준비 정도**에 관한 질문입니다.

※ 현재 디지털 기술의 이용 여부와 관계없이 응답

구분	전혀 아니다	아니다	그렇다	매우 그렇다
사업장에서 디지털 기술을 이용하기 위한 기술 및 장비, 인터넷 등 인프라 를 갖추고 있다.	①	②	③	④
사업장에서 디지털 기술을 이용하기 위한 인력 을 보유하고 있다.	①	②	③	④
사업장에서 디지털 기술을 이용하기 위한 지식 을 가지고 있다.	①	②	③	④
사업장에서 디지털 기술을 이용하기 위해 소요되는 비용에 대한 자금 이 준비되어 있다.	①	②	③	④

문3. 다음은 **디지털 전환을 위한 귀 사업장의 실행 정도**에 관한 질문입니다.

※ 현재 디지털 기술의 이용 여부와 관계없이 응답

구분	전혀 아니다	아니다	그렇다	매우 그렇다
사업장에서 디지털 기술을 이용 하고 있다.	①	②	③	④
사업장에서 디지털 기술을 이용할 예정 이다(1개월 내).	①	②	③	④
사업장에서 디지털 기술을 이용하기 위해 직접 개발 또는 외부도입 을 준비하고 있다.	①	②	③	④
사업장에서 디지털 기술을 이용하기 위해 관련 정보 를 조사하고 있다.	①	②	③	④

[문3-1] 다음은 **디지털 전환 활용 정도**에 관한 질문입니다. (3번 문항에서 1번으로 응답한 경우만)

구분	예	아니오
현재 사업장에서 웹사이트, SNS, 앱, 전용 플랫폼 등을 이용하여 제품 및 서비스를 생산하거나 주문 및 예약 기능을 이용하고 있다.	①	②
현재 사업장에서 웹사이트, SNS, 앱, 전용 플랫폼 등을 이용하여 제품 및 서비스를 디자인 및 수정할 수 있는 기능을 이용하고 있다.	①	②
현재 사업장에서 웹사이트, SNS, 앱, 전용 플랫폼 등을 이용하여 생산 또는 주문 사항에 대해 상태 확인 및 추적을 할 수 있는 기능을 이용하고 있다.	①	②
현재 사업장에서 웹사이트, SNS, 앱, 전용 플랫폼 등을 이용하여 생산이력을 관리하거나 사용자의 재방문 및 맞춤형 콘텐츠를 제공하는 기능을 이용하고 있다.	①	②

문4. 다음은 **디지털 전환을 위한 필요 정책 수요**에 관한 질문입니다.

구분	전혀 아니다	아니다	그렇다	매우 그렇다
사업장에서 디지털 기술을 이용하기 위한 운영자금 · 시설자금 등 금융 지원 이 필요하다.	①	②	③	④
사업장에서 디지털 기술을 이용하기 위한 웹사이트, 앱, 전용 플랫폼 개발 등 기술개발 지원 이 필요하다.	①	②	③	④
사업장에서 디지털 기술을 이용하기 위한 IT전문가 등 인력 지원 이 필요하다.	①	②	③	④
사업장에서 디지털 기술을 이용하기 위한 컨설팅 지원 이 필요하다.	①	②	③	④
사업장에서 디지털 기술을 이용하기 위한 교육 지원 이 필요하다.	①	②	③	④

III. 지역사랑상품권

문1. '지역사랑상품권'을 활용하여 귀 사업체의 상품을 구매한 고객 수는 대략 몇 명입니까?

※ 재난지원금 등을 사용하기 위해 신용카드, 체크카드, 선불카드 등으로 결제하는 경우가 아닌, 오직 '지역사랑상품권'으로만 결제한 경우만 해당됩니다.

2022년 상반기 (1~6월)	하루 평균 약 ()명	2022년 하반기 (7~12월)	하루 평균 약 ()명
------------------	--------------	-------------------	--------------

문2. 귀 사업체의 월 평균 '지역사랑상품권' 매출액은 대략 얼마입니까?

※ 재난지원금 등을 사용하기 위해 신용카드, 체크카드, 선불카드 등으로 결제하는 경우가 아닌, 오직 '지역사랑상품권'으로만 결제한 경우만 해당됩니다.

2022년 상반기 (1~6월)	월 평균 약 ()만원	2022년 하반기 (7~12월)	월 평균 약 ()만원
------------------	--------------	-------------------	--------------

문3. 귀 사업체의 지역사랑상품권 매출액은 어떤 변화를 보이고 있나요?

(1) 2021년 1~6월(상반기) 월 평균 매출액 대비 2022년 1~6월(상반기)	① 감소 () % ② 변화없음 ③ 증가 () %
(2) 2021년 7~12월(하반기) 월 평균 매출액 대비 2022년 7~12월(하반기)	① 감소 () % ② 변화없음 ③ 증가 () %
(3) 2022년 1~6월(상반기) 월 평균 매출액 대비 2023년 1~6월(상반기)	① 감소 () % ② 변화없음 ③ 증가 () %

문4. 지역사랑상품권의 효과에 대해 귀하의 의견을 묻고자 합니다.

※ 재난지원금 등을 사용하기 위해 신용카드, 체크카드, 선불카드 등으로 결제하는 경우가 아닌, 오직 '지역사랑상품권'으로만 결제한 경우만 해당됩니다.

[문4-1] 2023년 1~6월(상반기) 기간 동안

항목	매우 그렇다	약간 그렇다	별로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
지역사랑상품권 도입이 매출액 증가에 도움이 되었다.	①	②	③	④
지역사랑상품권 도입이 지역상권 활성화에 도움이 되었다.	①	②	③	④

[문4-2] 2023년 4~6월(2분기) 기간 동안

항목	매우 그렇다	약간 그렇다	별로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
지역사랑상품권 도입이 매출액 증가에 도움이 되었다.	①	②	③	④
지역사랑상품권 도입이 지역상권 활성화에 도움이 되었다.	①	②	③	④

문5. 지역사랑상품권이 귀 사업장 종업원의 고용을 유지하는데 도움이 되었다고 생각하십니까?

매우 도움되었다	약간 도움되었다	별로 도움되지 않았다	전혀 도움되지 않았다
①	②	③	④

문2. 소상공인지원 중 수혜를 받은 정책이 없다면 그 이유는 무엇입니까?

- ① 신청하였으나 탈락
- ② 신청한적 없음→[문2-1]으로

[문2-1] 소상공인지원 정책에 신청한적이 없다면, 이유는 무엇입니까?

- ① 지원사업 정보를 몰라서
- ② 서류작성이 어려워
- ③ 신청절차·선정기준이 까다로워서
- ④ 원하는 지원 프로그램이나 콘텐츠가 없어서
- ⑤ 지원금액 등 혜택이 적어서
- ⑥ 기타()

문3. 소상공인 지원정책 중 중점적으로 추진해야할 분야는 무엇이라고 생각하십니까?

1순위	2순위
-----	-----

- ① 자금지원 ② 교육지원 ③ 세제지원 ④ 기술지원 ⑤ 판로지원 ⑥ 세무·노무
- ⑦ 컨설팅 ⑧ 홍보·마케팅 ⑨ 퇴로지원 ⑩ 공간지원 ⑪ 기타()

문4. 정부 및 지자체 정책 활용성을 높이기 위해 가장 필요하다고 생각되는 요건은 무엇이라고 생각 하십니까?

1순위	2순위
-----	-----

- ① 기관의 지리적 접근성 제고
- ⑤ 신청기준 완화
- ② 지원사업 신청서 작성 대행 등 사무업무
- ⑥ 지원 한도 확대
- ③ 지원정책에 대한 정보전달 기회 확대
- ⑦ 행정절차 및 구비서류 간소화
- ④ 상시 지원
- ⑧ 기타()

문5. 정부·지자체 정책 수립 및 활용에 대해 조언해주실 내용이 있으시면 아래 공간에 작성하여 주십시오.

설문에 응답해주셔서 대단히 감사합니다.

아래 칸에 정확한 휴대전화번호를 입력해주시면 스타벅스 모바일 기프트콘을 지급해드릴 예정입니다.

휴대전화 번호	(작성형식 : 000-0000-0000)	-	-
----------------	------------------------	---	---

※ 바쁜 시간에도 불구하고, 조사에 응답해 주셔서 진심으로 감사합니다.

정책연구 2023-29

전라북도 소상공인 경영실태 및 지원사업 개선방안

발행인 | 이남호

발행일 | 2023년 10월 31일

발행처 | 전북연구원

55068 전북 전주시 완산구 콩쥐팍쥐로 1696

전화: (063)280-7100 팩스: (063)286-9206

ISBN 978-89-6612-499-2 95320 (PDF)

본 출판물의 판권은 전북연구원에 속합니다.

2023년도 주요 연구과제

기본연구

전라북도 선행경기종합지수 작성 연구
전라북도 경제와 거시경제의 동적 관계 분석 연구
전라북도 일자리 종합지수 구축 및 활용방안 연구
전북 농촌노인의 사회안전망 강화를 위한 기초연구
인구감소 대비 농촌마을 기본공간정보구축 기초연구
기초지자체 온실가스 배출특성 분석 및 탄소중립 전략 설정
지역문화인력의 근로실태조사와 근로환경 개선방안
전북 해양 역사문화자원 기초자료 집성 및 활성화 방안연구
성인지적 관점에서의 전북 청년정책진단 및 개선방안 연구
전라북도 재정운용 효율성 분석 연구

기획연구

전북형 물류서비스 산업화 방안 연구
국제정세 변화와 새만금 중장기 글로벌 전략에 관한 연구
만경강·동진강 생태·환경자산 목록화 및 가치창출 연구
전주 남부시장 구슬사를 통해 본 전라북도 여성들

정책연구

전북연구개발특구 공간 확대방안 연구
전라북도 녹색복원 후보지 선정 및 사업화 방안 연구
전라북도 해외통상거점센터 활성화 방안 연구
지방시대에 대응한 전북형 기회발전특구 지정 방안 연구
전라북도 소상공인 경영실태 및 지원사업 개선방안
2차 공공기관 이전에 따른 전라북도 대응 방안 연구
글로벌 스마트 재난대응 연구개발 실증단지 추진 방안
전북 대표관광지 육성사업 성과 및 발전방안 연구
전라북도 문화재활용 문화융합상품 개발방안 연구
전라북도 고령친화도시 조성 및 지원방안 연구
전라북도 탄소중립을 위한 식생활 개선방안 연구
전라북도 해양바이오산업 육성 방안
소득보전 지원체계 지원방안 마련
「전북형 쌀 생산안정 기금」 조성·운용 방안 수립
전북 청소년복합문화센터 건립 방향 연구
전북형 온라인 평생교육 운영체계 연구
현업축사 매입부지 활용 주민소득창출 방안 연구

 **전북연구원**

55068 전라북도 전주시 완산구 공취말쭈로 1696

Tel 063. 280. 7100

Fax 063. 286. 9206

www.jthink.kr

