

부록 민생경제 현장점검 포럼

코로나19 시대, 서울 소상공인 현황과 발전 방향

목적

- 서울연구원 시민경제연구실은 정기적으로 경제 현안에 관한 전문가와 이해당사자 간 논의의 장을 마련하여 정책 아이디어를 발굴
- 코로나19 확대와 장기화로 어려움을 겪고 있는 소상공인의 현안을 논의

일시 및 진행방법

- 일시: 2021년 10월 8일(금), 오전 10시
- 장소 및 진행방법: 서울연구원 외 / 온·오프라인 방식 병행
 - 코로나19 확산으로 사회적 거리두기가 4단계로 상향 조정됨에 따라 안전수칙을 준수하며 온·오프라인 방식을 병행하여 진행

발표주제 및 토론자

- 발표주제
 - 소상공인 재기지원 효율화 방향(송화령 소상공인시장진흥공단 실장)
 - 서울사랑상품권 사용 특성 분석(정경훈 서울신용보증재단 연구원)

- 토론자
 - 신창호 동국대학교 교수, 위평량 혁신정책네트워크 디딤 정책위원, 정창무 서울대학교 교수, 조혜정 중소벤처기업연구원 연구위원, 홍찬영 서울연구원 부연구위원, 서울연구원 시민경제연구실 연구원 등



[부록 1] 민생경제 현장점검 포럼(온·오프라인 방식 병행)

발표 1 : 소상공인 재기지원 효율화 방향

○ 소상공인 재기지원 정책의 필요성

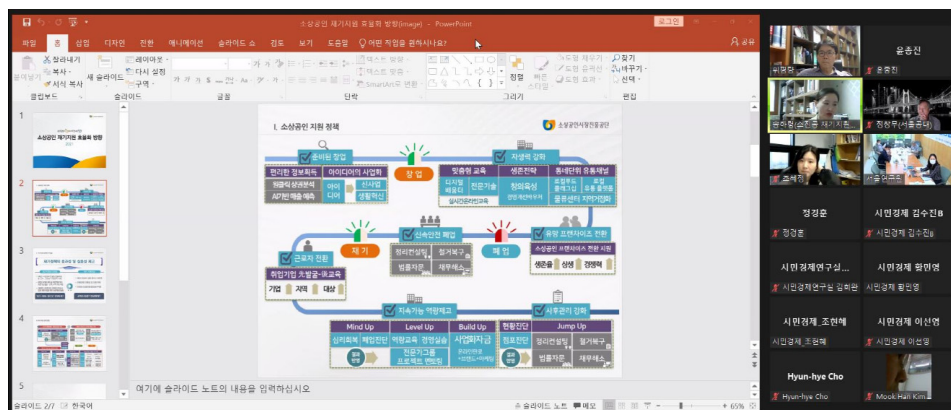
- 소상공인은 폐업으로 경제적 손실 및 실패 트라우마, 신용 저하, 법률 분쟁, 생계위협 등에 노출되고 있는 상황
- 신속하고 안전한 폐업이 소상공인의 재기에 영향을 미침에 따라 정부는 정리 컨설팅, 철거복구, 법률 자문, 채무 해소 등의 지원을 추진하고 있지만 어려움을 겪고 있는 소상공인이 많은 것이 현실
- 폐업으로 어려움을 겪는 소상공인을 보호하고, 폐업과 재기에 소요되는 막대한 사회적 비용을 줄이기 위해서는 위기 소상공인을 파악해 폐업에 이르기 전 경영을 정상화하는 선제적인 재기 지원 정책 도입이 필요

○ 재기지원 방향1) 재기지원 정책대상의 세분·유형화로 핀셋형 재기정책 추진

- 재기지원 정책대상을 위기단계-폐업단계-재기단계 소상공인으로 세분화하여 접근
- 위기단계 소상공인에게서는 입지, 상품, 홍보 등 점포 경영진단을 주기적으로 실시하고 그 결과를 바탕으로 역량교육, 정상화 자금, 프로젝트 멘토링 등 경영 피보팅을 지원하여 폐업을 예방
- 폐업 결심 단계의 소상공인에게서는 사업정리를 위한 기존의 지원 사업 외 일상회복을 위한 심리 상담, 채무 해소 소송대리 등을 추가하여 신속하고 안전한 폐업을 지원
- 재기 단계의 소상공인을 위해서는 경쟁력·자생력을 갖춘 재창업과 임금근로자 전환촉진을 유도

○ 재기지원 방향2) 민관학공 협업을 토대로 재기정책의 실효성 제고

- 취업 연계가 가능한 기업을 선발굴하고 기업별 인재상에 따라 교육과정을 기술형(바리스타, 가전엔지니어, 유아돌봄 등), 자격형(전문자격증 취득 지원+취업 연계), 현장형(소상공업 현장경험+대학연계 이론교육) 등으로 특화하여 지원
- 음식점-공유주방, 소매업-e커머스, 서비스업-미용 등 업종별 인큐베이팅 기관과 연계해 재도전 역량을 제고



[부록 2] 발제1: 소상공인 재기지원 효율화 방향

발표 2 : 서울사랑상품권 사용 특성 분석

○ 서울사랑상품권 발행 현황

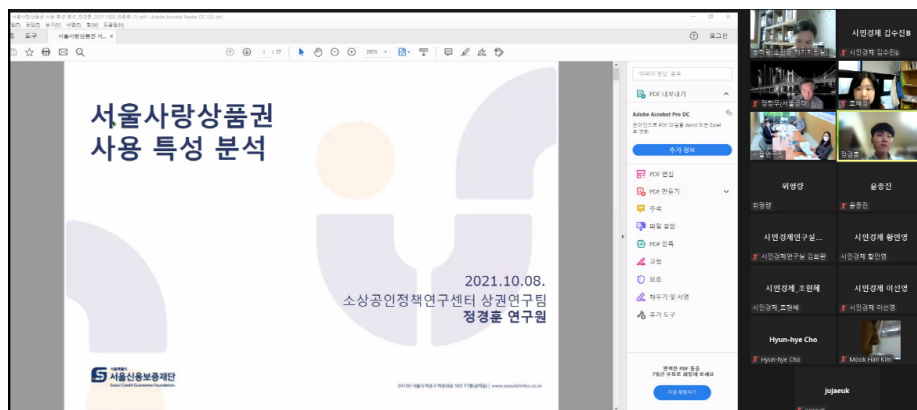
- 서울시는 코로나19 사태로 소상공인의 피해가 급증함에 따라 소상공인 매출 증대와 지역 경제 활성화를 목적으로 서울사랑상품권을 도입
- 2020년 서울사랑상품권의 발행 현황을 살펴보면, 일반발행은 5,485억 원이고, 정책발행은 1,397억 원 수준
- 서울사랑상품권 가맹점 수는 약 15만 개소이며, 업종별로는 숙박 및 음식점업이 43%를 차지하고, 그다음은 도소매업 28%, 서비스업 27% 순으로 조사

○ 서울사랑상품권 사용 특성 및 도입 효과

- 서울사랑상품권 사용 특성을 업종별로 살펴보면, 결제 건수 기준으로는 도소매업(종합 소매업)의 비중이 가장 높았고, 결제액 기준으로는 교육 서비스업(학원 등)과 전자제품, 귀금속 등 고가제품 전문 소매점의 사용이 많은 것으로 조사
- 서울사랑상품권 발행(일반발행 약 5,435억 원)의 경제적 파급효과(승수효과)를 분석한 결과, 생산유발액은 9,826억 원이었고, 부가가치유발액은 약 4,076억 원, 취업유발인원은 7,555명으로 조사
- 카드수수료 절감효과는 결제 건당 최소 247원(매출액 3억 원 미만 가맹점)에서 최대 475원(매출액 30억 원 미만 가맹점) 수준

○ 결론과 시사점

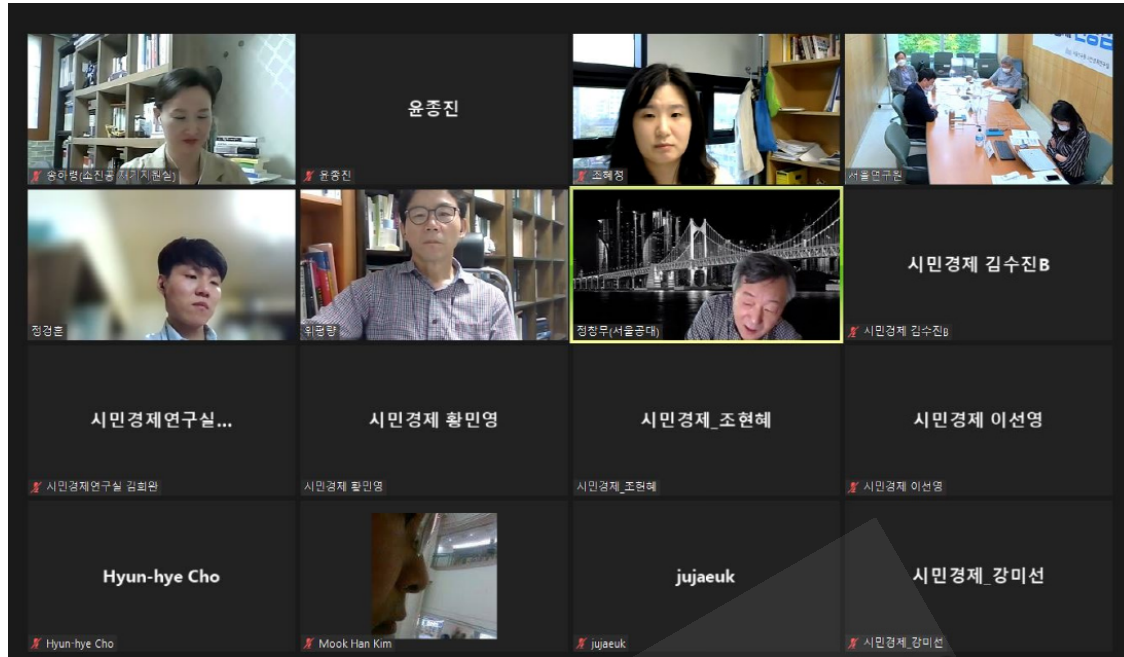
- 정책발행 지급 직후 사용이 폭발적으로 늘어나 억제되었던 소비가 이루어진 것은 긍정적
- 반면, 일반발행은 발행액 대비 결제율이 낮은 편이므로 환금률을 높이는 방안이 필요하고, 이 과정에서 상권유형별 사용 특성을 고려하여 접근
- 향후 서울사랑상품권 발행의 운용비용과 결제수수료 등 지출 비용을 고려한 정밀한 분석 구조 구축과 발행유형(정책발행/일반발행)을 구분한 재분석 필요



[부록 3] 발제2: 서울사랑상품권 사용 특성 분석

종합토론 및 결론

- 하나의 큰 원칙을 중심으로 새로운 시각과 관점의 전환이 필요한 소상공인 지원정책
 - 폐업의 이유는 다양하고, 창업과 폐업은 자연스러운 것이므로 인위적으로 통제하려고 하면 문제가 발생
 - 창업을 준비할 때 금융지원 연계 등의 혜택을 받는 사업자에게는 경영상태를 지속해서 알릴 의무를 부여하고, 정책당국은 이를 통해 경영상태를 지속적으로 진단하여 향후 위기에 선제적으로 대응하는 것이 필요
 - 생산요소를 노동(인력, 교육), 자본, 기술(컨설팅), 공간 등으로 구분하여 지원정책을 분석하고, 이 4가지 요소가 상호작용할 수 있도록 정책적 지원 방향을 수립
 - 특히, 공간적으로는 제로섬 문제를 해결하기 위한 노력이 필요하므로 도소매업과 음식·숙박업 등의 업종보다는 (지역의 기준에서 보면) 외부로부터 현금의 유입을 기대할 수 있는 고부가가치 기반 업종을 중심으로 지원 전환이 필요
- 준비된 창업이 무엇보다 중요하고, 재기지원은 취업과 재출발 측면에서 활성화 방안 고민 필요
 - 창업을 위한 다양한 교육프로그램이 있지만 사실상 창업 후 교육을 받기가 어려우며, 온라인 교육은 효과를 담보하기 어렵기 때문에 창업 이전단계부터 교육과 금융 지원의 연계를 강화하여 준비된 창업이 될 수 있도록 접근하는 것이 중요
 - 재기지원 정책 중 소상공인 취업을 활성화하기 위해서는 취업이 가능한 기업과 사업체와의 연결, 취업 관련 충분한 정보 제공 및 정보에 관한 접근성 향상, 경험을 경력 삼아 향후 재창업을 위한 기초 지식과 기반을 삼을 수 있는 기회 제공 등이 필요
 - 재출발 지원정책은 경험업종 창업, 유사업종 창업, 신사업 분야 창업 등을 구분하여 유형별로 맞춤형 지원을 제공하는 것이 효율적
 - 폐업한 소상공인을 위해서는 지역신용보증재단 등과 협력하여 소상공인 신용회복프로그램을 연계
- 서울사랑상품권의 효과를 보여주기 위해서는 다방면에서 추가 분석과 논의 필요
 - 서울사랑상품권의 효과를 보기 위해서는 카드수수료 절감 효과, 경제적 파급효과 외에도 다른 형태의 정부 재정지출(사회간접자본 투자, 보조금 지급, 중소기업 기술지원 등)과 비교분석하는 것도 유용할 것으로 판단
 - 서울사랑상품권 발행의 적정규모, 발행 시기, 발행 유형(정책/일반), 오프라인 상권 활성화 기여, 국민경제의 기여도 등도 서울사랑상품권의 효과 분석 논의를 위해 필요
 - 정책 효과에 일희일비하기보다 기본 역량을 갖추기 위한 지원이라는 것에 의미를 두는 것도 필요



[부록 4] 민생경제 현장점검 포럼 종합토론

