

소상공인 금융니즈와 금융지원에 대한 정책적 제언

Policy Suggestions on Financial Needs and Financial Support for Small Business Owners

이진아* · 강형구** · 빈기범*** · 김석환****

《 目 次 》

I. 서론	IV. 심층인터뷰 결과 분석
II. 선행연구 검토	V. 결론 및 정책적 시사점
III. 심층인터뷰 개요 및 대상자 특성	참고문헌/Abstract

<요약>

본 연구의 목적은 소상공인들의 금융니즈를 파악하고, 이를 해결할 수 있는 금융지원 및 금융서비스의 방향성에 관한 시사점을 도출하는 데 있다. 이를 위한 연구방법으로 22개 업체를 대상으로 창업 준비 및 사업 초기단계, 경영 안정화 단계, 성장기 및 사업 확장단계별 소상공인들의 금융니즈를 파악하기 위한 일대일 심층인터뷰 방식을 이용하였다. 인터뷰 결과를 바탕으로 소상공인 금융지원에 관한 실천적 대안으로 다음과 같이 제안한다. 우선, 정부 주도의 대출지원제도 및 은행권의 기존 대출제도에 대한 정책적 대안을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 지원제도에 대한 낮은 인지도를 향상시킬 수 있도록 미디어 노출 등 소상공인이 접근하기 쉬운 홍보방안이 필요하다. 둘째, 비대면 온라인 금융거래가 가능한 금융 플랫폼을 구축함으로써 복잡한 대출 과정 및 절차에 대한 개선이 필요하다. 다음으로 핀테크·테크핀 기업과 관련하여 소상공인이 바라는 금융서비스는 다음과 같다. 첫째, 결제 및 정산 과정의 간소화, 수수료 감면, 소액긴급대출 등 소상공인을 대상으로 한 다양한 우대 혜택이 필요하다. 둘째, 기술력 향상을 위한 정보제공, 세무·회계·경영관리 등에 대한 교육, 특히 지원 등을 포함한 컨설팅 및 멘토링 제공 등의 종합적인 지원 대책을 마련해야 한다. 셋째, 대출심사 과정에서 기존의 재무적 성과 위주의 평가방식을 벗어나 성장성을 가늠할 수 있는 다양한 정성지표를 활용하여 미래 성장가능성 평가를 도입하는 것이 필요하다. 이러한 제언이 금융업으로 신규 진입하고자 하는 테크핀 기업으로 하여금 소상공인의 금융니즈를 고려한 비시장전략을 구축하고, 새로운 금융서비스 전략을 수립하는 데 도움이 되길

논문접수일 2021.01.07.

논문수정일 2021.02.07.

게재확정일 2021.02.07.

* 한양대학교 일반대학원 경영학과 박사(채무금융 전공)수료(제1저자, 이메일 : jjina789@gmail.com)

** 한양대학교 경영대학 파이낸스경영학과 부교수(공동저자, 이메일 : hyoungkang@hanyang.ac.kr)

*** 명지대학교 사회과학대학 경제학과 부교수(공동저자, 이메일 : bink1@mju.ac.kr)

****한양대학교 경영대학 파이낸스경영학과 겸임교수(교신저자, 이메일 : simple@hanyang.ac.kr)

소상공인 금융니즈와 금융지원에 대한 정책적 제언

바란다. 기존 금융권은 소상공인의 금융니즈를 파악함으로써 기존 금융시장의 한계 및 시장실패를 해결하는 계기가 되길 기대한다.

주제어 : 소상공인, 금융니즈, 비시장전략, 금융지원방안, 금융서비스

한국창업학회지 연구분류 I : Type I (새로운 현상 발견, 관련성)

한국창업학회지 연구분류 II : 소상공인 경영, 소상공인 금융, 정책 및 사례 연구

I. 서론

중소벤처기업부의 기업단위 중소기업 기본통계****에 비추어 볼 때, 2018년 기준 우리나라 중소기업은 전체 기업의 99.9%인 663만 9,000개이며, 그 중 소상공인 사업체는 93.3%인 620만 개로 소상공인은 서민경제를 이루는 축이다. 그런데 최근 발생한 코로나19(COVID-19)로 인해 정치, 경제, 사회 전반에 걸쳐 근본에서부터 많은 것이 변화했으며 소상공인의 생태계 역시 코로나19의 직격탄을 맞았다. 뉴욕타임스의 칼럼니스트 토머스 프리드먼은 세계가 코로나 이전(Before Corona, B.C.)과 코로나 이후(After Corona, A.C.)로 나눌 것이라고 예견했다(Friedman, 2020). 중소기업중앙회의 ‘코로나19 관련 중소기업 경영실태 조사’에 따르면, 관련 중소기업 10곳 중 7곳에 해당하는 70.3%가 코로나로 인한 경영난을 겪고 있으며 서비스업체 중 66.5%에 해당하는 사업체가 방문객 감소 및 경기악화로 인한 매출감소에 직면한 것으로 드러났다. 중소기업 중 소상공이 차지하는 비중이 높음을 고려할 때, 기존에도 영세하였던 소상공인의 위기가 코로나19로 인해 더욱 심화되었음을 알 수 있다.

이에 2020년 2월부터 중소벤처기업부 산하 공공기관인 소상공인시장진흥공단은 코로나19 피해를 입은 소상공인을 대상으로 경영안정자금 중 5일 이내로 대출이 가능한 직접대출을 시행 중이며, 신용보증기금·기술보증기금·지역신용보증재단은 특례보증 및 소액자금 전액보증, 우대보증 등의 프로그램을 통해 심사절차를 간소화하여 신속한 보증공급에 나섰다. 은행권에서는 1등급에서 3등급에 해당하는 연매출 5억원 이하 소상공인을 대상으로 보증수수료 없이 업체당 3천만원 한도의 이차보전대출 등 초저금리 대출 프로그램을 시행하고 있다(중소벤처기업부·중소기업중앙회 보도자료, 2020). 소상공인 지원대책 시행 후 2020년 5월, 중소기업중앙회가 실시한 ‘코로나19 관련 소상공인 정책과제 조사(2020)’결과, 코로나19 극복에 가장 효과적인 지원 방법으로 대출 및 보증지원의 확대가 40%로 가장 높았고 이 밖에도 임대료 인하 시 세액공제, 신용카드 및 체크카드 소득공제를 확대, 고용유지지원금 확대, 간이과세자 범위 확대 등의 금융 및 세제 지원

**** 기준에 통계청의 전국사업체조사 결과를 가공하여 발표해오다 2019년 11월, 중소벤처기업부에서 기업단위로 하여 전자상거래 업체, 부동산 관련 업체 등을 포함하여 중소기업 기본통계를 처음 발표하였다. 따라서 통계청의 소상공인 사업체수 및 종사자수 통계와 수치가 다소 상이함을 밝혀둔다.

책이 소상공인 경영안정에 효과적인 것으로 조사되었다. 그러나 향후 가장 필요한 지원책에 대한 설문에 조세 부담 완화와 자금 지원 확대에 대한 응답이 높아 소상공인의 영세한 수익성과 자본 부족은 여전한 것으로 드러났다. 따라서 이를 해소할 수 있는 금융지원 및 금융서비스를 모색하는 것은 의미가 있다.

기존에도 소상공인의 금융지원정책 이용실태에 관한 연구(강만수·배진성, 2016)와 지원책의 성과 및 방향에 관한 연구(김석진·윤경영, 2003; 김순태 등, 2012; 김철민, 2015; 신승만, 2018; 조준희·김찬중, 2013 등)는 다수 있으나, 금융지원 정책의 대상이자 목적인 소상공인들의 금융니즈에 대한 연구는 부족한 실정이다. 이에 본 연구에서는 소상공인들의 금융니즈를 파악하고, 이들의 금융니즈를 해결할 수 있는 금융지원 및 금융서비스의 방향성을 모색해보고자 한다. 김수환·김형규(2017)는 소상공인의 폐업은 단순히 개인의 문제만이 아니라 양극화, 복지재정 부담 등으로 인해 사회·경제적 문제로까지 이어질 수 있어 소상공인의 사회안전망 구축 및 확대가 필요하다라고 주장하였다. 이런 점에서 소상공인들의 금융니즈를 파악하고 해결해주는 것은 사회안전망을 확보하는 데에도 매우 중요하다.

기존의 연구가 다수의 소상공인을 대상으로 하고 선택형 문항으로 이루어진 설문조사 방법이 주를 이루었던 것에 비해 본 연구에서는 심층인터뷰 방식을 택함으로써 소상공인의 실태 및 경영난을 보다 구체적으로 파악할 수 있을 것으로 기대한다. 특히, 기존의 연구가 대부분 코로나19 발생 이전에 이루어졌는데 본 연구는 코로나19 사태 중에 진행됨으로써 소상공인들의 어려움이 극대화된 시기와 맞물려 보다 현실적인 연구라고 판단된다. 한편으로는 은행권으로 대표되는 기존 금융시장 플레이어와 테크핀 기업과 같이 새롭게 금융시장에 진입하려는 신규 플레이어 모두에게 새로운 금융서비스 전략을 수립하는 데 방향을 제시하고자 한다. 궁극적으로는 소상공인들의 창업과정부터 경영안정기, 성장기에 이르기까지 금융니즈를 파악하고 이를 기반으로 금융지원정책 및 금융서비스 개선방안을 도출함으로써 피상적이 아닌, 보다 실질적으로 소상공인에게 도움을 줄 수 있는 대책을 세우는 데 기여하고자 한다.

II. 선행연구 검토

「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률(이하 소상공인법)」 제2조 및 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률 시행령(이하 소상공인법 시행령)」 제2조 제1항을 보면, 소상공인이란 「중소기업기본법」 제2조 제2항에 따른 소기업 중 상시근로자 수가 10인 미만으로 광업, 제조업, 건설업 및 운수업의 경우 10인 미만, 이외 업종은 5인 미만에 해당하는 자로 정의하고 있다. 그러나 관행적으로는 소상공인과 자영업자나 개인사업자를 혼용해서 사용하는 경우가 많다. OECD에 따르면, 자영업자는 근로자를 1인 이상 고용하고 있거나 근로자 고용 없이 영업주 혼자 또는 무급가족종사자를 포함한 1인 이상의 파트너와 함께 사업을 영위하는 개인사업자를 의미한다(서근하

등, 2013; 김철민, 2015). ILO, OECD를 비롯한 국제기구에서는 자영업자 통계만 발표하고 소상공인 통계는 발표하지 않고 있어 소상공인의 국가별 비교는 어렵다(서용구·김숙경, 2012).

소상공인 금융지원 정책에 관한 기존 연구는 크게 지원의 필요성, 기존 지원정책의 한계 및 문제점, 그리고 향후 개선방안에 대한 연구로 분류할 수 있다. 기존 연구를 살펴보면 소상공인에 대한 지원이 필요하다는 것은 이미 검증되었으며, 소상공인 지원의 필요성과 관련된 연구는 다음의 [표 1]과 같다.

[표 1] 소상공인 지원의 필요성에 대한 연구

연구자	소상공인 지원의 필요성 근거
류창규·박송춘·이상호(2019)	- Anderson and Gerbing(1998)의 방법론을 이용한 분석 결과, 자금지원은 경영자 역량과 재무적 성과를 매개로 하여 고용창출 효과가 있음을 보임 - 자금 지원 시 정책자금 정보를 통한 경영자의 제도 활용능력과 지역밀착형 관계 금융을 통한 네트워크 능력이 향상되기 때문에 해석
김순태·민경명·오상영(2012)	- 정책자금 수혜기업과 비수혜기업을 비교하여 분석한 결과, 자금지원은 생산유발 및 매출 증가에 기여 - 정책자금 수혜기업은 소상공인 정책 전반에 대한 만족도가 높은 것으로 나타남
김영문 등 (2018)	- 소상공인시장진흥공단을 중심으로 시행되고 있는 소상공인 지원제도의 효과를 실증분석한 결과, 정책자금 지원은 경영자금의 이자부담 및 상환기간 부담을 완화 시킴으로써 경영성과에 유의미한 영향을 미친다는 결과 도출 - 정부 지원제도가 경영성과에 영향을 준다는 기존의 연구들과 일맥상통한 결과
신승만(2018)	- SSM을 비롯한 대형유통채널의 골목상권 침범, 소상공인 밀집도 심화로 인한 과당경쟁, 소비자의 기호 및 시장 변화 등으로 인해 소상공인 경영에 어려움이 있다는 점(조준희·김찬중, 2013)을 언급하면서 임대료 부담, 부채 증가, 저출산 및 고령화 등 인구구조 변화로 인한 소비 패턴 변화 등으로 인해 소상공인 지원이 필요하다고 주장
윤상용(2013)	- 소상공인이 경제에서 차지하는 비중이 적지 않으며, 정보비대칭성으로 인해 금융기관이 소상공인의 신용리스크에 관한 정보가 적어 정부개입 필요

다음으로 소상공인에 대한 지원정책의 방향을 모색하기에 앞서 기존 금융지원 정책에 대한 한계점을 지적한 연구들이 있다. 전인우 등(2005)은 기존의 소상공인 정책이 생계안정 차원에서 시행됨으로써 생계형 창업을 촉진시켰고, 이는 소상공인의 과잉심화 및 과당경쟁, 수익성 악화, 부실화, 경기부진이라는 악순환에 빠뜨리며 소상공인의 자생력을 높이지 못하는 한계가 있다고 지적하였다. 이와 더불어 정부 부처별로 유사하거나 중복되는 정책을 집행하는 경우가 많으며 정책의 사후관리가 미흡하다고 보았다. 한편, 소상공인을 대상으로 업종이나 경쟁력 수준과 무관하게 담보력 등을 중심으로 외형 중심의 대출 심사관행과 무차별적인 양적 자금 지원을 하고 있어 자금조달이 어렵고 소상공인 간 경쟁을 심화시키는 문제점을 지적한 연구도 있다(이지언, 2012; 신승만, 2018). 나아가, 신승만(2018)은 우리나라의 경우 자금 지원 이후에 관리가 소홀하

다는 문제를 지적하고, 자금 지원 후 컨설턴트를 통한 컨설팅을 제공하고 그 결과에 비추어 자금 집행을 하고 있는 프랑스의 사례를 들어 지원 자금을 합리적으로 사용하도록 관리체계를 구축할 것을 제안하였다.

이와 같은 소상공인 지원정책의 문제점을 해소하고 소상공인의 자생력 강화 및 경영안정을 위하여 소상공인 금융지원정책 방향 및 개선방안에 대한 연구도 활발하게 진행되었으며, 다음의 [표 2]에 정리되어 있다.

[표 2] 소상공인 지원정책 방향 및 개선방안에 대한 연구

연구자	소상공인 지원정책 방향 및 개선방안
강만수·배진성(2016)	<ul style="list-style-type: none"> - 2015년 소상공인 금융실태 조사를 기반으로 개선방안 도출 - 서민금융 유관기관들의 협조 및 연계를 통해 소상공인 금융지원 확대 - 소상공인을 지원하는 금융기관의 대출평가시스템과 사후관리시스템을 발전시켜 신용리스크를 잘 반영하는 등의 개선 필요 - 각 지역단위별 소상공인 사업체와의 관계 강화 및 밀착형 서민 금융으로 부실 위험 감소 - 저금리 직접대출, 특수목적 기관을 통한 간접대출, 공적 신용보증, 이차보전 등을 통해 정책적인 지원 강화
서용구·김숙경(2012)	<ul style="list-style-type: none"> - 정부의 자금지원 정책을 몰라서 지원받지 못하는 경우가 있으므로 홍보 필요 - 인위적인 자영업자 공급과잉을 막기 위한 정책자금 지원에 대한 타당성 및 실효성 검토 - 정부 정책자금은 개별 기업 중심 및 기존 사업체에 집중되던 것에서 탈피하여 네트워크를 형성하는 혁신적 창업기업에 투입할 필요가 있다고 제안
신승만(2018)	<ul style="list-style-type: none"> - 소상공인 집단은 이질성이라는 특징을 갖고 있어 사업체 특성 및 업종 특성을 고려한 지원 필요 - 경쟁력 없는 소상공인의 무분별한 창업 방지를 방지하기 위해 성장성과 수익성을 종합적으로 고려하고 소상공인 성장단계 및 역량에 따라 차별화된 지원을 하는 특화 상생 모델 제시 - 사업체 성장 육성 측면에서 일관성 있게 정책적 대안을 제시하고 일정 수준의 규모나 경쟁력을 확보할 때까지 지원을 지속적으로 해야 한다고 강조
윤상용(2013)	<ul style="list-style-type: none"> - 대구경북지역 소상공인을 상대로 분석한 결과, 소상공인 정책금융은 정책 의존도를 높이는 부작용이 있음을 지적 - 선진국들이 신용보증 및 지분투자과 같은 금융지원정책으로 방향을 전환하고 있는 것에 비추어 우리나라 금융지원 정책 방향성에 대한 시사점 제시

또한, 소상공인의 성장단계 및 생애주기에 따라 차별화된 지원을 해야 한다는 주장에 대해 뒷받침할 수 있는 연구로는 Fluck et al.(1998)의 연구가 있다. 이 연구에서는 기업의 생애주기에 따라 자금조달의 목적과 원천이 달라지며, 초기 창업기에는 내부자금의 비율이 높고 은행, 벤처 캐피탈, 개인투자자의 비중은 낮지만 점차 기업이 성장함에 따라 내부자금의 비중은 줄어들고

외부 자금조달이 많아진다고 보고하였다. 이와 같은 개선방안 논의에서 더 나아가 최근에는 기술 발전에 힘입어 다음의 [표 3]에 정리되어 있는 바와 같이 빅데이터, 핀테크 기술, 블록체인 등을 활용하여 소상공인 금융지원에 활용하자는 연구도 진행되고 있다.

[표 3] 소상공인 금융지원 방안에 관한 최근 연구

연구자	소상공인 금융지원 방향
이주희· 동학림(2018)	- 담보력과 금융거래 이력이 부족한 소상공인은 신용평가를 위해 필요한 정보가 부족한 금융정보부족(Thin File) 및 정보비대칭 문제가 있음을 밝힘 - 이를 해결하기 위해 빅데이터에 기반한 상권분석 변수들을 도출하여 신용평가 방안 모색
오광용· 박대우(2019)	- 기존의 소상공인 금융지원시스템에 Hyperledger Fabric 블록체인 기술을 도입함으로써 증빙서류 발급기관, 보증기관, 은행을 연결시키는 시스템 설계 - 이를 통해 시간과 절차를 줄여 효율성을 높이면서 동시에 개인정보 보호 및 보안이 강화될 수 있도록 하여 소상공인 금융지원에 기여하고자 함
빈기범· 이수진· 장호규(2020)	- 빅데이터를 이용한 신용평가가 시장 자발적으로 이루어지도록 방안 제시 - 소상공인, 정부, 국책은행, 민간은행, 국책보증기관, 지역보증기관 등이 참여하는 소상공인 블록체인 구축 - 동 블록체인에 소상공인의 모든 거래(매입, 매출, 채무, 채권)의 진정한 정보가 실시간으로 갱신되도록 함

이러한 흐름 속에서 소상공인 금융지원과 관련하여 최근 테크핀이 추구하고 있는 비시장전략과 관련된 선행연구는 다음과 같다. Bach and Allen(2010)은 직접적인 시장 환경뿐만 아니라 비시장 요소 또한 기업이 활동하는 환경을 형성하고 있는데, 이러한 비시장 영역에서 기업이 경쟁에 사용하는 전략을 일컬어 비시장전략이라고 하였다. 그리고 비시장전략을 통해 기회를 창출하고 경쟁우위를 달성할 수 있으며, 지속적인 경쟁우위를 얻기 위해서는 기존의 경영활동뿐만 아니라 사회, 정치, 환경적 이슈를 아우르며 이해관계자를 고려하는 것이 중요하다고 언급하였다. Baron(1995)은 'Value Chain'과 비슷하게 'Rent Chain'이라는 개념을 도입하여 비시장전략을 설명하였으며, 시장 환경과 비시장 환경은 상호 연관되어 있으므로 효과적인 기업 전략은 시장 요소와 비시장 요소를 통합하여야 한다고 주장하였다. 강형구·전성민(2018)은 글로벌 IT기업들이 비시장전략을 활용하여 이해관계자 관리를 하고 있으며, 국내 거대 IT기업의 장기적인 지향점 또한 이해관계자들과의 공유가치 창출에 있어야 한다고 제언하였다.

이상과 같이 소상공인 지원의 필요성, 기존 지원정책의 한계 및 문제점, 그리고 개선방안에 대한 연구는 많이 있으나 소상공인 지원의 기반이 되는 금융니즈를 분석한 연구는 많지 않다. 이에 본 연구에서는 소상공인의 애로사항을 기반으로 소상공인의 금융니즈 및 기존 금융체계의 문제점을 파악하고, 금융니즈 해결에 이바지할 수 있는 정책적 시사점을 도출해보고자 한다.

Ⅲ. 심층인터뷰 개요 및 대상자 특성

3.1 심층인터뷰 개요 및 방법

소상공인의 금융니즈를 창업과정부터 경영안정기, 성장기에 이르기까지 세부적으로 파악하고, 주로 비용 측면에서 운영상의 애로사항은 어떤 점들이 있는지 살펴보기 위하여 일대일 심층인터뷰(FGI, Focus Group Interview)를 진행하였다.

심층인터뷰는 두 파트로 나뉘어 진행이 되었다. 파트 A는 창업 및 사업경력(20년)을 지닌 자가 파트 B의 온라인 설문을 기본으로 하고 인터뷰 상황에 따라 금융니즈에 관련한 질문을 현장에서 구성하여 대면심층면접을 진행하였다. 인터뷰 대상자는 인터뷰 진행자의 중소기업을 운영하는 지인과 지인의 소개를 받은 소상공인들이다. 인터뷰 대상자에게 파트 B와 공통적으로 적용된 질문문항을 온라인 설문으로 받거나 인터뷰 시 간단히 정리하고, 주로 금융니즈와 관련한 다양한 질문*을 심층인터뷰 하였다. 파트 B는 금융 비전문가에 의해 인터뷰가 진행되었으며 최초에 준비한 심층면접 질문 문항에 대해 심도 있는 답변을 이끌어내고자 하였다. 파트 A, B 모두 최초에 대면 심층면접으로 설계되었으나 파트 A는 응답자 특성상(지인 및 지인소개 등) 전원 대면심층면접으로 진행되었고, 파트 B는 응답자 특성(불특정다수)으로 인해 코로나19로 인한 사회적 거리두기 상황에 따라 2명에게는 대면심층면접을 실시하였고, 나머지 12명에게는 전화인터뷰로 대체하였다. 인터뷰 대상자는 참여 연구진의 주변인, 네이버 파트너스 추천 업체, 스타트업과 중소기업이 많이 모여 있는 공유오피스 내에서 직접 현장 섭외, 스노우볼 방식을 이용하여 한 명의 참가자로부터 다른 참가자를 소개받는 방법 등을 통해 모집하였다.

심층인터뷰 파트 A는 동일한 인터뷰 진행자가 전체 8명에게 실시하였다. 파트 B는 전체 14명에게 실시하여 총 22개 업체에게 심층인터뷰가 실시되었다. 파트 B는 연구자가 대상자를 직접 아는 경우는 없었다. 인터뷰 대상자 전원에게는 온라인 사전 설문조사**에 응답하도록 요청하여 공통 문항에 대한 기본적인 응답 내용을 파악한 후, 반구조화된 질문지를 바탕으로 대상자별 심층 인터뷰를 진행하였다. 온라인 설문조사 응답시간을 제외하고 인터뷰에 소요된 시간은 파트 A가 평균 2시간 30분, 파트 B가 평균 30분 내외였다.

파트 A의 대면 심층인터뷰 내용은 사전 동의하에 일부는 녹음으로 진행되었고 일부는 속기하여 중요 내용만을 파악하였다. 파트 B의 일대일 인터뷰 내용은 사전 동의를 얻어 인터뷰를 진

* 소상공인의 금융니즈 파악을 위한 기본적인 질문이 있으나 이를 확일적으로 적용하기 힘든데 이는 소상공인 업체의 업태, 업력, 성장기 분류에 따라 기업의 금융니즈가 확연히 다르기 때문이다. 이에 따라 인터뷰에 응한 소상공인의 업태, 업력, 성장기 분류에 따른 적합한 질문들을 인터뷰 진행자 판단에 따라 인터뷰 현장에서 바로 구성하여 질문하는 형식으로 진행하였다.

**총 대상자 22명 중 대면 인터뷰에 설문조사를 동시에 진행해 달라는 요청을 한 4명을 제외한 18명이 응답하였다.

행한 연구자 이외에 다른 한 명의 연구자가 동석하여 듣는대로 속기하여 녹취록을 작성하였고, 이 녹취록에 기반하여 인터뷰를 진행했던 연구자가 원문을 최대한 보존하는 범위에서 서술적 문체로 편집하였다.

이하 인용된 설문 내용은 온라인 설문조사와 일대일 심층인터뷰 내용 중 전문이 아닌 부분 발췌한 것이다. 인터뷰 대상자가 온라인 사전 설문조사에서 동사형 용언을 명사형 형태로 작성한 경우(예: “이전 1년 정도 투잡으로 사업 준비함”)에는 의미 전달이 되는 한 원문을 훼손하지 않기 위해 그대로 인용하였다.

또한 동일한 인터뷰 대상자로부터 얻어진 인용문 중 일부는 보다 정확한 내용 전달을 위하여 실제 말한 순서를 바꾸어서 기술하였음을 밝힌다. 인터뷰 대상자가 연구자와의 대화 중 맥락 상 생략했거나 추가 설명이 필요하거나 명확하게 잘못 말한 구절은 원문 그대로 인용하지 않고 독자의 이해를 돕기 위하여 연구자의 해석과 판단에 의해 ‘[]’ 표시 안에 첨가하거나 수정하여 제시하였다.

3.2 심층인터뷰 대상자 특성

총 22개 업체 중 9개 업체가 도매 및 소매업(업종코드 G)으로 분류되었다. 이들 9개 업체의 취급 품목은 주얼리, 화장품, 여성복, 남성복, 유아용 교재, 문구류에 해당한다. 의류업체 세 곳은 오프라인 매장이 있으나 나머지는 온라인 쇼핑몰을 운영하고, 주얼리나 문구류 업체는 가끔 팝업매장 형태로 운영하고 있다. 도매 및 소매업 대상자의 주요 고객층은 20-40대의 젊은 층이며, 남성복을 제외하고 모두 여성 고객층을 주로 겨냥하고 있다.

나머지 13개 업체 중 2개 업체가 정보통신업(업종코드 J), 2개 업체가 건설업(업종코드 F), 2개 업체가 전문, 과학 및 기술 서비스업(업종코드 M) 그리고 3개 업체가 제조업(업종코드 C), 교육서비스업(업종코드 P), 숙박 및 음식점업(업종코드 I), 금융보험업(업종코드 K), 전기, 가스, 증기 공급업(업종코드 D)에 속한다. 이 중 음식점과 법무사사무소, 인테리어 시공업체, 물류장비 수리업체, 오프라인 여성패션업체, 아스팔트 시공업체, 발전기 제조업체, 인테리어 시공업체, 가 건물 제조업체를 제외하고는 온라인 서비스와 판매를 하고 있다.

업력은 최소 6개월에서 최대 12년까지 다양했으나 창업한 지 평균 5년 1개월 정도로 짧은 편이었다. 현재 고용원은 한 명도 없이 창업주 단독으로 운영하는 경우가 총 22개 업체 중 7개 업체였고, 나머지 15개 업체 중 작년에 서비스센터 준공으로 직원이 대폭 고용된 P물류장비업체를 제외한 14개 업체는 평균적으로 정규직 3.1명, 비정규직*** 2.4명으로서 대체로 5인 정도의 소기업 형태를 취하고 있었다. 전체 인터뷰 대상자 중 남성복업체 사업주만이 2인 동업회사로 시작

*** 시급제 등 단순 아르바이트 인원은 제외하고 하청업체의 직원은 포함시켰다.

했고, 나머지는 모두 단독운영 형태였다.

다만, 심층인터뷰 대상이 총 22개의 소상공인 업체로 표본 크기가 작아 공통적인 특성을 찾기가 쉽지 않으며 업종이 다소 제한적이라는 점에서 한계 및 리스크가 존재할 수 있음을 미리 밝혀둔다.

IV. 심층인터뷰 결과 분석****

심층인터뷰 분석 결과, 기업 생애주기 및 성장단계별로 소상공인의 애로사항과 금융니즈를 분류할 수 있었다. 기업 성장단계는 창업 준비 및 사업 초기 단계, 경영 안정화 단계, 성장기 및 사업 확장 단계로 구분하였으며 각 세부내용은 다음과 같다.*****

4.1 창업 준비 및 사업 초기 단계의 경영상 애로사항

4.1.1 창업 과정에서 필요한 노하우 및 정보 부족

인터뷰 대상자들은 창업 단계에서 실질적인 도움을 동종업계로부터 얻는 경우가 많았는데, 이는 적당한 공적 지원이 부족하기 때문인 것으로 보인다. 인터뷰 결과, 인터뷰 대상자들은 <A온라인주얼리업체>와 같이 인터넷방송을 통해서 창업 교육이나 정보를 얻거나 <K온라인주얼리업체>와 같이 동종업계의 사람들로부터 실질적 도움을 얻는 것으로 나타났다. 창업 과정에 대한 지식은 먼저 경험해 본 선배들의 조언이 중요하나 근본적 도움이 되기엔 불충분한 것으로 드러났다. 따라서 사업 개시와 경영에 관한 실질적인 교육과 콘텐츠 공급, 경력이 더 많은 동종업계 종사자와의 1:1 맞춤형 컨설팅을 진행할 수 있도록 기회를 제공하는 것이 필요하다.

**** 심층인터뷰 내용 중 현 금융제도와 금융시장 환경 하에서 느끼는 고통과 관련된 답변들이 많아 중복되는 중요한 내용만 포함시켰다. 또한 민감한 답변들이 많아 응답자들의 요청에 의해 설문업체명, 대표자명 등 모든 개인식별정보를 표시하지 않고 중복된 응답 업체의 수만 표기하였다.

***** 인터뷰 내용 중 보다 중요한 것은 본문에 기술하였고 나머지 응답 내용은 부록으로 옮겨놓았다. 부록의 내용은 다음 링크에서 확인 가능하다.

<https://drive.google.com/drive/folders/1ITqgHLDLvaEntaBljXdX9k39cKjqFokw?usp=sharing>

[표 4] 심층인터뷰 대상자의 특성 요약

ID	업종 구분	종목	사업주 성별	사업주 연령대	운영 형태	업력	정규 직원 수
A 온라인주얼리업체	G 도매 및 소매업	주얼리	여	30대	online	9개월	0
B 화장품무역업체	G 도매 및 소매업	전자상거래업(화장품)	남	30대	online	7년	0
C 온라인유아용화장품업체	G 도매 및 소매업	화장품	남	30대	online	1년 6개월	3
D 여성복업체	G 도매 및 소매업	여성복	여	50대	on/ offline	1년	1
E 식품제조업체	C 제조업	소스류(식품)	여	30대	on/ offline	4년	3
F 교육서비스업체	P 교육서비스업	기업 대상 교육	남	30대	online	3년 5개월	0
G 커플매칭서비스업업체	J 정보통신업	온라인 소셜 매칭 서비스	남	30대	online	3년	0
H 일반음식점	I 숙박 및 음식점업	퓨전 음식	남	30대	offline	1년 8개월	0
I 남성복업체	G 도매 및 소매업	남성복	남	40대	on/ offline	4년 4개월	2
J 온라인교육콘텐츠제작 업체	J 정보통신업	기업 대상 교육	여	30대	online	7개월	0
K 온라인주얼리업체	G 도매 및 소매업	주얼리	여	20대	online	6개월	0
L 법무사사무소	M 전문, 과학 및 기술 서비스업	법무 서비스	남	40대	offline	10년	0
M 온라인유아교육용품업체	G 도매 및 소매업	유아용 교재, 도서, 장난감	남	30대	online	5년	3

N 디자인문구류업체	G 도매 및 소매업	디자인 문구류	여	20대	on/ offline	1년 6개월	0	0
O 인테리어 시공업체	F 건설	인테리어 시공	남	50대	offline	6년	6	4
P 물류장비 수리업체	M 전문, 과학 및 기술 서비스업	물류장비판매, 애프터서비스	남	50대	offline	4년	16	4
Q 오프라인 여성패션업체	G 도매 및 소매업	여성복 판매	여	50대	offline	9년	7	0
R 아스팔트 시공업체	D 전기, 가스, 증기 공급	신재생 아스팔트 시공	남	40대	offline	3년	2	0
S 발전기 제조업체	C 제조업	산업용 중형 발전기 제조	남	60대	offline	12년	8	5
T 가건물 제조업체	C 제조업	산업용 가건물, LED마스크	남	50대	offline	4년	0	2
U 인테리어 시공업체	F 건설	백화점 인테리어 시공	남	50대	offline	10년	4	5
V 보험중계법인업체	K 금융보험업	보험상품 중계	여	40대	offline	7년	2	0

소상공인 금융니즈와 금융지원에 대한 정책적 제언

“동종업계 선배”, “그게 경험 같은 거, 선배나 유튜브도 저는 많이 보거든요. 유튜브에서 소상공인 마케팅 가르쳐주는 채널이 있어요. 저 같은 경우에는 마브사끼라는 채널이랑 신사임당이라는 채널 가끔 보거든요. 마브사끼는 마케팅 위주로 가르쳐주는 데고, 신사임당은 저 같은 1인 기업, 소상공인 분들도 많이 나오고, 코즈니 그런 데 대표님들도 나오세요. 그래서 배울 게 진짜 많아요.”(A온라인주얼리업체)

“저는 일단 쇼핑몰에서 일을 해 본 경험이 있어서 기본적인 정보는 알고 있었는데, 창업할 때는 지인에게 많이 의지했어요. 현장에 있는 사람의 얘기가 검색을 통해 얻는 정보와 질이 다르다고 생각하거든요.”(K온라인주얼리업체)

4.1.2 온·오프라인 고객 및 판매처 확보를 위해 소요되는 시간과 노력비용

<A온라인주얼리업체> 응답에서 알 수 있듯이, 온라인 쇼핑몰이나 오프라인 매장을 갖추고 물품 판매나 서비스 제공이 가능하도록 준비하는 과정에서 창업자는 자신의 전문 분야가 아닌 사업체 운영을 위한 제반 업무까지도 담당하게 된다. 이로 인하여 시간과 노력이 많이 소요되는 데에서 오는 피로감을 호소했다. 또한 급변하는 환경 변화에 대응하여 기존의 오프라인 고객뿐만 아니라 온라인 고객과 판매처도 확보해야 하는 업종에서도 상대적으로 온라인 환경에 대한 이해도가 낮아 어려움을 겪는 경우도 있었다.

“행정도 그렇고, 사진이나 웹페이지 같은 거는 제가 제작을 해본 적이 한 번도 없고, 카페24라는 데서 홈페이지 등록을 해서 상품 관리를 해주는데, 그런 게 모두 처음이니까 상품 올리는 것도 처음에는 시간이 되게 많이 걸렸고, 사진 찍고 보정하는 데도 생각보다 시간이 많이 걸렸어요. 사진도 제가 다 찍어야 되고, 홈페이지, 웹 팀에서 원래 다 해줬었던 일들을 제가 이제 다 하잖아요.”(A온라인주얼리업체)

“보험중개업의 경우 온라인 영업에 대한 준비를 하려 하는데 솔직히 어떻게 접근을 해야 하는지 난감해서 그저 업계의 변화만 주시하고 있는 상황입니다.”(1개 업체)

4.1.3 창업 과정에서 겪는 자금조달 문제 및 대출의 어려움

인터뷰 대상자들은 창업 당시 사업 필요한 자금을 확보하여 대출 수요가 없던 경우와 창업에 필요한 소요자금이 부족하여 대출 수요는 있으나 자금조달 수단이 미비했던 경우(<F교육서비스업체> 외 11개 업체)로 구분된다. 전자는 소상공인 대부분이 업력이 낮고 생애최초 창업인 경우가 많아 사업 성공의 불확실성을 고려하여 보유자금 범위 내에서 창업함으로써 대출을 받지 않았거나, 적절한 자금조달 방법을 찾지 못해 창업 당시 바로 융통할 수 있는 현금 보유액만을 가

지고 소규모 창업을 시작한 것으로 보인다. 이러한 경우, 기업성장과정에 따라 자금지원 규모가 점진적으로 증가하는 프로그램과 성공적인 사업영위 및 리스크 완화를 위한 컨설팅이 필요하다. 후자는 사업 초기의 자금 수요를 해결할 수 있는 대출상품의 공급이 필요한 것으로 파악된다.

“창업초기 자금은 거의 친지나 지인을 통한 차입으로 조달하였습니다.”(7개 업체)

“고리의 신용카드 대출이나 보험약관대출로 자금을 마련하였습니다.”(4개 업체)

“가까운 가족으로부터 마련하였습니다.”, “[금융기관 대출보다는 지인 네트워크를 통한 용자를 받은 경우] 네.”(F교육서비스업체)

“대출, 초기자본금 마련”, “[일반 은행대출과 정부대출] 둘 다 이용”, “[정부자금이 금리 면에서 이점이 없다면 강점을 보여야 하는 부분은?] 사실은 이게 대출을 받아도 시중은행 이랑 정부랑 똑같죠. 단지 보증을 정부가 해줄 뿐, 실행 기관은 은행이라 체감하는 차이는 별로 없어요.”(C온라인유아용화장품업체)

창업 초기 추가적인 자금 수요를 가지고 있었던 인터뷰 대상자 중 대부분은 대출의 어려움을 경험했다(<D여성복업체> 외 8개 업체). 창업 단계, 즉 사업 소득이 본격적으로 발생하기 이전부터 자금이 많이 필요했으나 현재의 대출 심사 기준으로는 창업 이전에 사업주가 가지고 있던 신용으로 대출받기 어려운 점이 많은 것으로 조사되었다. 따라서 초기 사업 단계에서 실질적 도움이 될 수 있는 자금지원이 이루어지기 위해서는 기존의 재무적 성과 위주의 평가방식을 벗어나 다양하고 유연한 평가방식이 필요할 것으로 보인다. 이와 더불어 자금 지원 측면에서 시중은행 대출과 비교하여 낮은 금리 또는 다른 측면에서의 이점이 있어야 선택할 것이라는 의견도 있었다.

“정부 대출은 너무 까다로워서요. 너무 요구하는 게 많아서 준비해보다가 안될 것 같다는 얘기를 들어서 시도하지 않았습니.”, “벤처자금, 인력 등 정부 기관에서 창업 초창기 때 도움을 주셨으면 합니다.”(D여성복업체)

“대기업 직장을 다닐 때 십수 년 거래했던 은행에서도 대출이 거절이 되었습니다. 개인 거래 기록이 다 있을텐데 신규사업자라 기업체 신용이 없기 때문이라고 해서 진짜 은행에 많은 배신감을 느꼈습니다. 지금은 사업 성장기인데 다른 금융회사가 있으면 모든 거래를 갈아타고 싶어요. 금리가 조금 높더라도요.”(2개 업체)

“초기 창업자를 위한 별도의 신용평가 기준이나 심사절차가 필요하다고 생각합니다. 그리고 다는 아니겠지만 자금 마련에 애타는 소상공인을 친절하게 해주셨으면 좋겠습니다. 돈 빌리는 사람이 죄인은 아니잖아요. 이자도 주는데 왜 이런 느낌을 받아야 하는지 알 수가 없네요.”(6개 업체)

4.2 경영 안정화 단계의 경영상 애로사항

4.2.1 인건비 부담으로 인한 상시근로자 채용 및 고용의 어려움

인터뷰 결과, 창업 이후 매출과 경영상황이 안정화되기까지 최소 1년 이상이 걸리며 이 과정에서 또 다시 큰 자금을 필요로 하는 시점이 발생하는 것으로 드러났다. 자금 지출내역 중에서도 창업 이후 꾸준히 인건비에 대한 부담이 차지하는 부분은 컸으며, <D여성복업체>와 <M온라인유아교육용품업체>의 인터뷰 내용에서 알 수 있듯이 특히 상시근로자 채용에 어려움을 느끼는 경우가 많았다. 사업 초기부터 안정기에 이르기까지는 매출 불안정 요소를 줄이고 사업의 내실을 꾀하기 위해 물품이나 서비스 판매에 직접적으로 연관되는 부문에 초점을 맞추어 비용을 지출하는 경향이 있었다. 이는 인건비 부담으로 인해 인력이 부족함에도 불구하고 사업주 혼자 경영하는 형태가 많아서 마케팅이나 홍보 등 여타 부문보다는 직접비 위주로 지출하는 경향이 발생하는 것으로 해석할 수 있다.

“현재 고용원은 없어요. 그냥 최소한으로 운영 중이고, 직접적으로 정규직을 고용해 본 적이 없어요.”, “[필요할 때마다 프리랜서로 고용한 경우] 지인을 통해서 개발에 관심 있다고 하는 사람들이 같이 와서 일하게 한 적은 있어요.”(G커플매칭서비스업체)

“[혼자 운영하는 어려움] 말도 안 되게 어렵죠. 하지만 매출이 일정수준 이상 올라가야 사람을 쓸 수 있는데, 매출이 오르긴 했는데 사람을 고용하기까지는 정부의 무분별한 최저시급인상에 따라서 힘들어요.”, “금전적 여유가 있으면 먼저 사람을 고용해서 매출을 높이고 싶기도 해요. 사람을 먼저 고용해서 선고용 후성장을 하느냐, 매출을 높여놓고 인력을 고용하느냐는 자영업자의 영원한 숙제라고 생각합니다.”(H일반음식점)

“[필요한 인재 구인의 어려움과 인건비 부담의 경우] 말씀하신 두 가지가 다 있는데요. 채용하기엔 인건비 부담이 있고, 또 적절한 업무숙련도가 있는 경력을 가진 사람을 구하고 싶은데... 그런 어려움이 있습니다.”(L법무사사무소)

“인력 충원은 지속적인 고정비가 발생하므로 (특히 정규직) 채용에 부담이 큼니다. 더불어 회사 방향성과 잘 맞는 인재를 찾는 것 자체가 어려운 일인데, 맞지 않는 인력이 버틴다는 개념으로 다니면 기업 운영자 입장에서선 가장 큰 애로사항이라고 생각합니다.”(M온라인 유아교육용품업체)

4.2.2 자금 부족 및 자금조달의 어려움

경영 안정화 단계에서는 자금난을 해소하기 위한 방법으로 수익을 재투자하거나 주로 단발성의 대출을 통해 자금을 마련하고 있었다. 사업을 운영하기 시작한 이후에는 필요한 자금이 생겼을 때, 신용대출이 가능한 경우 이를 이용하는 편이었다. 창업 준비과정에서 대출을 거의 이용하지 않았던 것과는 대조되는 모습이다. 하지만 경영 안정화 단계에서도 <H일반음식점>과 같이 일반 은행대출조차 받기 어려웠다고 토로하는 응답자도 있었다. 창업 초기단계에서와 마찬가지로 사업체를 운영하면서도 신용 대출이 어려운 경우가 있어 소상공인을 대상으로 하는 다양한 대출 지원 및 수혜대상 자격기준 완화, 신용평가체계 개선이 절실한 것으로 파악된다.

“창업을 할 경우에는 기존에 신용이 있더라도 사업 처음에 수입이 없어서 신용대출을 받을 수도 없고, 일한다고 다 정규직으로 봐주는 것도 그렇고, 그런 어두운 면이 있는 거 같아요.”(H일반음식점)

“요즘 청년들을 위한 공짜 창업자금(창업의 구체적 성과 없이 수여받은 창업자금을 전부 소진해도 책임을 묻지 않기에)이 엄청 많다고 하는데 좀비 창업이 많은 걸로 알고 있습니다. 국가에서도 새로운 청년 창업만 지원할 것이 아니라 기 창업하여 운영되는 소상공인에게도 공짜 정책 자금을 풀어야 하는 거 아닌지, 우리가 청년들보다 창업 의지가 없는 것도 아니고 사회 경험이 없는 것도 아니고 이걸 구조적인 역차별입니다.”(5개 업체)

“대출이 발생되고 회사의 재무제표 상 당기순이익이 연속 3년 정도 기록하자 은행권에서의 대출이 한결 수월했습니다만 과도한 부동산 담보설정 및 거래이전(급여이체계좌 신규 개설, 정기적금 개설, 신용카드 개설 조건 등)조건 등이 아주 짜증이 났습니다만 어쩔 수가 없었습니다. 대출을 한 것이 죄인인거죠, 하하하.”(5개 업체)

“은행에서는 사업체의 재무제표를 중점으로 대출심사가 진행이 되는데 이걸 믿을 수가 있을까요? 솔직히 대출을 위해 아니면 대출 연장을 위해 각종 분식회계를 통해 없는 순이익도 만들어 내는데 이게 정당한 행위인지, 옳은 일인지 돈을 대출받기 위해서라면 남들도 다하니까 부도덕한 행위(분식회계)도 해야 하는데 정말 결산기만 다가오면 정신적 스트레

스가 이만저만 아닙니다.”(2개 업체는 실질적인 대답을, 나머지 4개 업체는 지인회사가 그렇게 하더라고 비유하여 대답함)

4.2.3 자금 지원제도에 대한 부족한 정보 접근성

정부 정책자금 지원제도를 이용해 본 경험에 대해 질문한 결과, <F교육서비스업체>, <K온라인주얼리업체>, <M온라인유아교육용품업체> 등을 포함한 다수의 응답자가 정보 접근과 신청 과정의 어려움을 지적하는 경우가 많았다. 정보 획득 및 절차적 측면에서 이용자가 참여야 하는 노력과 시간을 절감할 수 있도록 많은 개선이 필요한 것으로 보인다. 정부 정책자금 지원제도, 특히 소상공인 대상의 지원제도에 대한 사전 지식 정도는 매우 약했다. 대부분 정보를 구하기 어렵다고 했으며, 먼저 이용해 본 지인이 주변에 있을 경우 소개를 받아서 알게 되는 경우가 있다고 응답했다. 반면, 최근 코로나19 사태로 인한 소상공인 대상 긴급대출은 미디어에 많이 홍보된 덕분에 이에 대해 알고 있는 경우가 많았다. 이를 통해 볼 때, 지원제도에 대한 낮은 인지도를 향상시킬 수 있는 홍보가 필요하며 적절한 홍보방안이 촉구됨을 알 수 있다. 특히 업력이 낮을수록 지원제도에 대해 인지도가 낮아, 사업체를 운영하기 시작한지 얼마 안 된 사업자들에게 적절한 멘토링을 제공하고 지원제도로의 접근성을 높이는 방안을 모색해야 할 것으로 보인다.

“거의 알고 있는 것이 없습니다.”, “[소상공인 대상 정부자금] 대출이 가능하다는 것은 알고 있지만 제도에 대해서는 잘 모릅니다.”(F교육서비스업체)

“잘 모르는 것 같아요. 제가 막 씨치름[검색을] 적극적으로 안 해서인지 노출이 잘 되진 않았던 것 같아요. 직접적으로 홍보가 된다면 관심을 가졌을 수도 있을 듯 하네요.”(K온라인주얼리업체)

“기사를 통해 간접적으로 접했으나 세부적인 내용은 파악하지 못합니다. 정부 주도의 대출제도는 잘 몰라요. 사업초기 정보가 부족하고 특히 정부 주도의 대출은 세밀하게 살펴보지 않으면 알기 어렵다고 생각해요. 최근 활용하기 좋은 카카오채널이나 유튜브 등을 통해 쉽게 정보를 전달하고 진행단계를 간단명료하게 시스템화한다면 접근 및 운영에서 많은 부분이 개선될 것 같아요.”(M온라인유아교육용품업체)

4.2.4 자금 지원제도 이용 시 신청 절차 및 서류의 복잡성

<C온라인유아용화장품업체>, <M온라인유아교육용품업체>를 비롯한 대다수의 인터뷰 대상자들은 정부 정책자금 지원제도를 신청하기 위한 방법 및 절차의 난이도가 어려웠다고 평가했으

며, 절차상 복잡함 때문에 신청 과정에서 불편함을 느꼈다는 응답이 많았다. 특히 공통적으로 대출 및 정책자금 이용에 필요한 서류 작업에 대해 복잡함을 느꼈으며, 대출 신청에 필요한 확인 서류를 얻기 위해 방문해야 하는 기관이 많음에 따라 시간 소모에 대한 부담을 크게 느끼고 있었다. 따라서 자금 지원제도를 이용하는 과정에서의 번거롭고 복잡한 대출 절차에 대한 개선 필요성이 강하게 제기된다. 이하 응답자의 인터뷰 내용에도 있듯이 비대면 온라인 금융거래가 가능한 핀테크 기업처럼 간편하게 온라인으로 신청하고 이용할 수 있도록 하는 등 개선에 대한 요구가 있음을 알 수 있다.

“간편한 대출”, “시간을 세이브 할 수 있는 플랫폼”, “대출을 받아본 적은 없는데, 서류도 필요할 것 같고 은행 직접 가야 되고 뭔가 복잡할 거 같다는 생각이 있는 거예요. 근데 처음 사업 시작하는 사람한테 가장 중요한 게 일단 돈이랑 시간이잖아요. 그래서 시간적인 부분을 좀 해결해주면 사람들이, 토스[toss; 핀테크기업명]도 좀 그렇잖아요, 간편하고 좀 시간 활용 잘 할 수 있는, 그런 시스템이 있으면 많이 활용하지 않을까요? 다들 필요로 하니까.”(A온라인주얼리업체)

“[신청방법의 난이도] 어려워요. 서류 작업이 너무 많아요.”, “[2차 대출시 제출서류 면제 여부] 면제받은 경우도 있었지만 1차 대출에 대한 증빙자료가 필요해 도리어 준비할 게 더 많았죠.”(C온라인유아용화장품업체)

“특히 스타트업 같은 경우 그런 사이트들 보면 정보들이 있긴 한데, 그런 것들을 준비하는 과정에서 에너지를 많이 써야 돼요. 그리고 해본 적이 없으면 이와 관련한 노하우가 부족하니...이를 위한 준비단계에서 많은 에너지가 들어 본업에 집중하지 못하는 이슈가 발생해요. 최근 개인 신용의 경우 토스, 카카오 등 다양한 금융기관의 대출 프로그램을 모바일로 확인하기 쉬워졌는데, 기업금융 또한 은행방문 또는 전화상담이 아닌 모바일로 쉽게 확인 가능한 기능이 생기면 유용하다고 생각합니다.”(M온라인유아교육용품업체)

“은행의 대출서류는 많이 간소화된 편이지만 대면작업이 꼭 필요하여 기업대출의 경우 대표자가 반드시 은행을 가야하고 위임을 하더라도 인감증명서를 첨부해야하니 동사무소를 가야합니다. 대출연장이나 매출채권담보대출 약정이나 연장 등에도 대표자를 부르니 바쁜 와중에 서류 들고 은행을 간다는 것이 부담이 됩니다.(8개 업체) 대기업 대표이사들도 이런 일로 은행에 가는지 궁금하네요.”(1개 업체)

“[신청방법의 난이도] 매우 어려워요.”, “복잡한 방식과 서류제출문제, 서류제출을 하기 위해 쓸데없이 이곳저곳 많이 돌아다녀요. 온라인으로 간편하게 제출할 수 있는 시스템이

소상공인 금융니즈와 금융지원에 대한 정책적 제언

생기면 좋을 것 같아요. 업무들이 통합이 안 되어 있어요. 대출 한 번 받으려면 구청 갔다 세무서 갔다 은행 갔다 동사무소 갔다 동네 온 공공기관을 다 돌아다녀야 돼요.”(H일반음식점)

4.2.5 자금대출 사용처에 대한 제약성

정부의 자금지원을 통해 대출을 받았더라도 <A온라인주얼리업체>와 <E식품제조업체>의 인터뷰 내용과 같이 특정 상품의 경우 시중은행의 일반 대출보다 증명해야 하는 내용과 제약 사항이 많아 막상 필요한 부분에 적절하게 사용하지 못하는 한계점이 발생하기도 하였다. 특정 업종의 경우 증명하기 어려운 특성 등을 감안하여 사용처의 자율성이 보장되도록 개선할 필요가 있다.

“국비지원은 한 2년 전에, 고용노동부에서 창업지원금으로 1천만원 이내 지원제도에 된 적이 있었어요. 그런데 주얼리는 금이나 은을 사입한 다음에 다른 데서 다시 팔 수 있는 것들인데, 이거에 대한 제재가 너무 심했어서 국비지원을 비추하는 편이에요. 금 사면 안 되고, 보석 사면 안 되고 은 사면 안 되고, 그런 건 제가 제일 필요한 부분이잖아요.”, “받긴 받았는데, 원하는 부분에 쓸 수가 없어서 그 돈을 거의 그대로 다 썼어요. 원래 남는 금액은 다 환수를 하는데, 제가 쓸 수 있는 게 거의 없는 거예요. 그때 거의 천만원 지원받아서 한 이백만원 썼나 그럴거예요.”(A온라인주얼리업체)

“나라에서 주는 것도 알긴 하는데, 제약도 많고 뭔가를 보여줘야 하는 것들이 있잖아요.”(E식품제조업체)

4.2.6 필요 시 요긴한 도움이 되지만 단기적 처방에 그치는 지원에 대한 불만족

자금 조달이 필요한 상황에서 소상공인 대상의 자금 지원제도를 통하여 대출이 가능하다면 일시적 자금 수요를 충족시켜 줄 수 있다. 또한 저금리의 대출을 받을 수 있어 사업 운영 시 비용 상의 이점이 있으나, 대출 형식의 지원은 결국 언젠가는 갚아야 할 채무로 볼 수 있다. 이는 결국 사업주가 부담해야 할 몫이기 때문에 금전적 지원 이외에도 소상공인들의 사업 생태계 자체를 지속시킬 수 있는 장기적인 대책 마련이 필요할 것이다.

“코로나바이러스로 인한 긴급대출”, “[해당 대출의 만족도는] 좀... 애매해요. 이게 그러니까 보통 정도? 금리랑 그 의도만 보면 굉장히 좋은데 중간에 보증 수수료도 그렇고, 어쨌든 일단은 장사가 안돼서 돈을 빌리는 건데 이거 자체가 빛이 늘어나는 거라... 근본적인 해결이라고 보기 어려워요.”(H일반음식점)

4.3 성장기 및 사업 확장 단계의 경영상 애로사항

4.3.1 사업 확장 의향에 따른 새로운 자금 수요 및 인건비 등의 부담

창업 이후 경영 안정기를 지났거나 안정화 단계에 있는 사업주들은 다음 단계로의 사업 확장을 고려하고 있었다. 인력을 보강하거나 판매 품목을 늘리고, 서비스 품질과 효율성 향상을 꾀하면서 비용 측면의 부담감도 높아지고 있었다. 아직 경영 안정화가 마무리되지 않은 소규모 신생 업체들은 사업 확장에 조심스러운 입장이었으나 대부분 인력 보강의 필요성을 느끼고 있었다. 또한, 성장기 단계에서도 가장 부담되는 비용으로 인건비를 꼽은 응답이 대부분을 차지하였다.

“[성장기 단계에서 가장 부담되는 비용은] 인건비”, “인력적으로 여유가 부족해서 제작 기간이 좀 길어요. 인력뿐만 아니라 스튜디오도 필요한데, 그렇게 되면 초기투자비용이 너무 많이 들어서... 사실 이런 걸 하려면 고정촬영 인원 같은 게 있어야 수익이 날텐데...”(J 온라인교육콘텐츠제작업체)

“[자금 투입희망 부분은] 인건비(예상)”, “인력 충원”, “아무래도 기존에도 인력이 필요하긴 한데, 그래서 혼자 감당할 수 있는 업무량이었기 때문에 고용은 안했는데 비즈니스 면에서 손이 달리긴 해요.”(L법무사사무소)

또한, 사업 초기에는 자금 사용처로 제품 제작 및 물품 판매에 기초적인 직접비 위주로 초점이 맞추어져 있었다면, 성장기에는 <E식품제조업체>와 같이 브랜드 홍보를 위한 마케팅 비용과 같은 2차적인 운영비에 대한 수요가 발생하는 것을 알 수 있다. 도매 및 소매업체의 경우 인건비 외에도 브랜드 제품군 확대를 위한 자금을 필요로 하고 있으며, 그 외 업체에서는 주로 인건비 위주의 자금 투입을 고려하고 있는 것으로 나타났다.

“업종에 따라 다르겠지만 일시적인 매출증가(신규계약 및 단기 생산 집중 시)로 신규 인력을 대폭 충원해야 할 때 인건비는 바로 한 달 뒤 지급해야 하나 이를 커버할 매출채권회수는 최소 3개월 후에 실현이 되기 때문에 그동안 인건비를 충당하기 위해 사내 유보금이거나 신규 대출을 이용하는 방법이 대부분입니다. 급하면 지인들에게 자금을 융통하기도 합니다.”(3개 업체)

“[초기에는] 디자인, 홍보나 마케팅에는 돈을 쓰지 않았어요. 그 때는 내가 파는 상품의

질이나 고객들과의 소통창구가 더 중요했던 것 같아요. 그래서 홍보나 마케팅에 투자한 게 아니라 상품에 투자를 좀 더 많이 했어요. ...[중략]... 지금은 많은 경쟁업체가 생겨서 홍보 마케팅이 필요하다고 생각해요.”, “[자금 투입희망 부분은] 인력”, “초기에는 브랜드와 내가 어떤 물건을 판매하는지가 중요했다면, 지금은 사무직, 디자인하시는 분, 경영에 대한 자문을 구하는 사람이 필요할 것 같긴 해요. 처음에는 제가 혼자 다 했다면 지금은 분배해서 작업을 하는 것이 필요할 거라고 생각해요.”(E식품제조업체)

4.3.2 사업 성장기 자금 조달방법 및 금융서비스에 대한 지식과 정보 부족

계속기업으로서의 사업영위를 위해 소상공인들은 성장단계별로 자금조달을 위한 정보획득이 필요하다. 그러나 소규모 자영업자들은 1인 기업인 경우가 많아 기업의 존속을 위한 운영 외에 금융관련 정보를 찾기 위해 시간과 노력을 투입하는 데에는 현실적인 한계가 있다. 그리고 이러한 제약사항으로 인해 응답자의 상당수는 친인척 등 주변지인들로부터 임시방편으로 자금융통을 하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 소상공인이 적기에 사채시장이 아닌 자본시장을 통해 자금을 조달할 수 있도록 성장단계별로 세분화된 금융서비스를 제공할 필요가 있다.

“어떤 루트를 통해 자금조달을 할 수 있는지 정보가 부족하고, 현재 하고 있는 업종도 가능한지에 대한 정보와 경험이 부족한 것이 가장 큰 어려움입니다.”(F교육서비스업체)

“기존 금융권인 시중은행을 통한 기업금융, 개인금융거래를 오랜 기간 해왔고 전문적인 금융지식이 없기 때문에 증권사, 제2은행권 등과의 거래도 솔직히 꺼려지는 게 사실입니다.(5개 업체) 그래서 기존 은행들을 믿고 거래하려 하는데 기업규모가 작기 때문에 큰 기업들에 비해 상대적으로 느끼는 소외감¹¹⁾이 큼니다. 대표의 경영능력, 회사의 성장성 이런 건 평가조차 안하고 오로지 재무제표만 중요한 것 같아 보입니다.”(4개 업체)

“지금 마침 상황이 이러니까[코로나19로 인한 경제 위축 상황] 대출에 관심이 가고... 뭔가 소액대출 같은 것도 요새 잘 돼있는데, 이와 관련된 정보를 홍보해주는 것이 구비되어 있으면 좀 더 좋을 것 같다는 생각을 해요.”(K온라인주얼리업체)

4.4 소결: 소상공인을 위한 금융지원 및 금융서비스 개선 방안

11) 매출은 적지만 매출액 대비 순이익율이 높은 업체의 대표들은 회사 경영에 대한 자부심을 가지고 있었지만, 이익률은 적고 매출만 큰 회사에 비해 상대적으로 기존 은행거래에서 차별(금리, 각종 한도 등)을 당한다고 느끼는 경우가 많았다.

4.4.1 정부 주도 대출지원제도 및 은행권의 기존 대출제도 개선방안

(1) 소상공인이 접근하기 쉬운 홍보 방식

인터뷰 결과를 종합해보면 소상공인을 대상으로 시행 중인 정부 지원 프로그램에 대해 모르는 경우도 많았고, 제도의 존재 자체는 인지하고 있으나 어떤 경로를 통해 정보를 취득해야 하는지 모르는 경우도 많았다. 관련 정보를 얻을 수 있는 유관기관(예: 소상공인시장진흥공단)에 대한 홍보가 좀 더 적극적으로 이루어져 소상공인이 우선적으로 접근할 수 있도록 하는 것이 중요해 보인다. 또한 미디어를 통한 홍보 등으로 ‘코로나19로 인한 소상공인 긴급대출’이 많은 이목을 끌고 시행되었던 것과 비슷하게 이후에도 정책자금에 대한 인지도를 높일 수 있도록 홍보 방안을 연계해 나가면 좋을 것이다.

(2) 유연하고 간편한 절차와 신속한 처리

정부 정책자금 신청 및 활용과 관련해서 가장 많이 지적되었던 사안인 복잡하고 까다로운 서류 준비 및 제출 과정을 줄이기 위한 절차적 개선이 필요하다. 이를 위해 관련 있는 기관 간 행정서류 통합시스템 등을 통해 서류 구비 절차를 윈스탑으로 확인할 수 있도록 시스템을 구축할 필요가 있다. 또한 비대면 온라인 금융거래가 가능한 핀테크 기업처럼 간편하게 온라인으로 신청 및 진행이 이루어질 수 있도록 금융 플랫폼을 접목시키는 것도 하나의 방안이 될 수 있다.

4.4.2 핀테크·테크핀 기업의 금융 서비스 개선방안

(1) 소상공인 대상의 우대 혜택

소상공인에게 대출을 통한 신규 자금 확보도 필요하지만, 거래 과정에서 발생하는 대금결제와 정산이 원활하게 이루어진다면 현금 유동성 확보 차원에서 도움이 된다. 또한, 앞서 살펴보았듯이 소규모로 매우 신중하고 보수적으로 사업을 시작하는 소상공인의 특성에 맞추어 적은 금액의 단기 대출이 가능하다면 새로운 아이디어를 시장에 품을 수 있는 창업 환경을 촉진시킬 수 있을 것이다. 이 밖에도 주요 수수료를 감면해주는 방식도 지출규모를 줄일 수 있으므로 또 다른 지원방안이 될 수 있다. 예를 들면, 네이버의 경우 스마트스토어 창업 1년 미만인 사업 초기 단계의 소상공인을 대상으로 하여 일정한 승인조건 충족 시 결제수수료를 0%로 적용해주는 스타트업수수료 프로그램을 진행하고 있다. 이러한 소상공인 대상의 우대 혜택은 단기 유동성 문제를 해소할 수 있으며 비용 부담을 감소시키는데 긍정적인 효과를 불러올 수 있다.

“네이버스토어에서 소상공인 수수료를 싸게 해주는 게 상당히 좋아요. 매출이 늘면서 혜택을 더 이상은 못 받을 듯한데… 스마트스토어는 진행하고 있는데 네이버 쇼핑은 광고비가 비싸서 진행하지 않고 있는 상황이거든요.”(C온라인유아용화장품업체)

“자사물에서도 네이버페이로 매출이 발생하고 있는데요. 새로 진입하는 분에게 네이버에서 좋은 이자율 혹은 좀 더 체계가 잡힌 펀딩을 제공해준다면 좋겠죠. 마치 사내벤처와 같이, 어떤 펀드가 있다면 그걸 잘게 쪼개서라도 좋은 스타트업들에게 다양하게 돌아갈 수 있게 하면 좋을 것 같아요.”(M온라인유아교육용품업체)

“스토어팜은 구매확정을 해야 그 이후에 돈이 들어오는 방식인데, 그런 부분이 개선되면 좋을 거 같아요. [신용이력에 기반하여 지불금의 신속 지급절차 개선안 요구]”(N디자인문구류업체)

(2) 사업 운영과 관련된 기타 서비스 희망

인터뷰 대상자들은 사업체 운영에 필요한 경영 교육과 아이디어를 구체화하고 실행하는 데 도움이 되는 멘토링에 대한 수요를 가지고 있는 것으로 응답했다. 따라서 새로운 사업체를 육성할 때는 금전적 지원뿐만 아니라 관련 세무, 기술 등에 대한 교육, 특히 지원 등이 수반되는 종합적인 지원 대책을 마련할 필요가 있다.

“세무 쪽이나 이런 쪽이 어렵거든요. 그런 쪽을 한 번도 지원받아 본 적이 없어서… 세무사 지원을 원합니다.”(D여성복업체)

“이런 아이디어를 가지고 기본적인 것은 만들 수 있지만, 시스템을 구체화하는 건 현실적으로 매우 힘들어요. 그런 부분이 창업을 할 때 아이디어를 가지고 있어도 노하우를 배울 수 없는 게 너무 답답해요. TV에도 그런 거 있잖아요. 닭발집 잘하는데 가서 일주일동안 배우는 거 있잖아요. 그런 식으로 어디 가서 좀 배울 수 있는 기회를 얻을 수 있으면 좋겠어요.”(J온라인교육콘텐츠제작업체)

(3) 현재의 재무적 성과에서 드러나지 않는 성장가능성 평가

인터뷰 대상자들에게 제안하고 싶은 금융 서비스를 질문한 결과, 기존의 주된 신용평가 방식인 매출 등을 기반으로 한 재무적 성과 일변도에서 벗어나 거래내역, 정성지표와 같은 지표를

이용한 다양한 평가 방식의 도입을 원하는 것으로 응답했다. 사업을 시작한지 얼마 지나지 않은 업체들의 경우 당장의 매출액은 크지 않을 수 있다. 그러나 다양한 데이터를 활용하여 미래 성장가능성 평가를 도입할 경우, 그 동안 대출심사기준에서 배제되었던 신킨파일러(thin-filer) 사업자들에게 도움이 될 수 있다는 점에서 기존 신용평가 방식에 비해 차별화된 강점으로 작용할 것이다.

“창업초기를 넘어 안정화시기에 접어들어도 기존 은행에서의 기업가치 평가는 그저 회계결과(재무제표)에만 집중되어 있어요. 네이버와 같은 회사가 만약 금융시장에 진출해서 기존 은행들의 기업평가기준 외에 다양한 빅데이터를 이용한 기업가치 평가기준(기존 정량적 평가기준 외 정성적 평가기준을 포함한)을 마련하여 고객들이 진짜 수궁할 수 있는 평가 결과를 제공해 준다면 대출 이자가 높아도 이를 전적으로 수용할 의향이 있어요.”(7개 업체)

“아무래도 자금 수요가 있는 기업은 재무상태가 안 좋은 곳이잖아요. 그래서 기업 가치를 매길 때 재무상태 말고 다른 부분을 고려했으면 좋겠어요. 지적재산권 같은 걸 고려했으면 좋겠어요.”(L법무사사무소)

“신용평가 할 때 과거에 했었던 매출 숫자라든지 뻔히 어려운 곳들은 하기 어렵거든요, 사실상. 향후 포텐셜을 보고 평가할 수 있는 그런 대출이면 가능할 수 있겠죠. 저도 초반에 대출을 알아보긴 했었는데 이미 잘하던 기업들만 받을 수 있는 구조로 돼 있어서 의미가 없었어요.”(I남성복업체)

“네이버 같은 경우, 조회수나 찜 수, 매출 증가추세 같은 것만 봐도 가능성을 볼 수 있을 거라고 생각해요.”(D여성복업체)

“스토어팜에서 매출이 꾸준히 나오고 있는 기업들 같은 경우에는 기록이 있으니까 월별 매출이나 추이를 보고 신용을 매겨서 좋은 혜택을 줄 수 있는 프로그램이 있으면 좋겠어요.”(M온라인유아교육용품업체)

이와 같이 소상공인들의 사업단계별 금융니즈와 금융 측면에서의 운영상 애로사항에 관한 주요 인터뷰 결과를 정리하면 다음의 [표 5]와 같다.

<p>창업 준비 및 사업 초기단계</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 주로 개인 자금을 이용한 내부 자금조달이 대부분이었으며 대출 등 외부 자금 조달에 대한 회의적인 시각이 존재하는 것으로 드러남 - 이는 Fluck et al.(1998)의 연구와 같이 기업의 생애주기에 따라 자금조달의 원천이 달라지며, 초기 창업기에는 내부자금의 비율이 높고 점차 기업이 성장함에 따라 외부 자금조달이 많아진다는 선행 연구의 결과와 일치 - 한편, 창업 준비 과정에서 창업자가 본인의 전문 분야 이외의 제반 업무도 수행해야 하는 경우가 많은 것으로 나타남 - 이에 창업에 필요한 노하우, 경영에 대한 교육, 저금리 대출 등을 통한 자금 지원에 대한 수요가 있는 것으로 판단됨
<p>사업 초기 이후 안정화 단계</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 인력이 부족함에도 불구하고 매출 불안정 및 인건비 부담 등으로 인해 상시근로자 채용에 어려움을 겪는 것으로 파악됨 - 정부 자금지원제도를 이용하고자 하더라도 선행 연구(김석진·윤경영, 2003; 강만수·배진성, 2016 등)에서 지적된 바와 같이 부족한 정보 접근성과 신청과정의 어려움, 과다 자료나 서류 요청, 절차의 복잡성, 사용상의 제약 등으로 인해 불편을 겪는 경우가 많음 - 일시적 자금 수요는 충족시켜 주지만 단기적 처방에 그치는 경우가 많아 소상공인 생태계를 지속시킬 수 있는 대책 마련 필요
<p>성장기 및 사업 확장단계</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 브랜드 홍보를 위한 마케팅 비용 등 추가적인 자금 수요가 있으며 인력 보강이 필요하다는 답변이 많았음 - 운영 과정에서 경영상황이 악화될 경우 인건비와 직접비 위주로 비용을 감축하는 경향을 보임 - 여전히 자금 수요는 있으나 조달방법이나 채널에 대한 정보 및 지식이 부족한 것으로 드러남

V. 결론 및 정책적 시사점

본 연구의 목적은 소상공인들의 금융니즈를 파악하고, 금융지원정책 및 금융서비스의 개선 방향에 관한 정책적 시사점을 도출하는 것이다. 연구를 위하여 총 22개 업체를 대상으로 일대일 심층인터뷰 방식을 통해 소상공인들의 사업단계별 금융니즈와 금융 측면에서의 운영상 애로사항을 파악하여 분석해 보았다. 본 인터뷰 결과를 기반으로 소상공인 금융지원에 관한 실천적 대안과 정책적 시사점을 크게 정부의 지원제도 및 기존 은행권 대출제도의 개선방안과 핀테크·테크핀 기업의 금융서비스로 나누어 제시하고자 한다.

먼저, 정부 주도의 대출지원제도 및 은행권의 기존 대출제도에 대한 정책적 대안을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 정책자금을 포함한 정부지원제도에 대한 낮은 인지도를 향상시킬 수 있도록 소상공인이 접근하기 쉬운 홍보방안이 필요하다. 최근 금감원 보도자료(2020)에 따르면, 코로나 19로 인해 경영이 더 힘들어진 소상공인을 지원하기 위하여 자금지원, 컨설팅, 신용회복, 채무조정 등 다양한 제도가 시행 중이다. 소상공인시장진흥공단은 소상공인을 대상으로 저금리의 정책 자금 지원과 창업·성장·제기의 사업 단계별 맞춤형 컨설팅 서비스를 제공하고 있으며, 서민금융

진흥원은 미소금융, 햇살론 등을 통한 자금지원 및 컨설팅을 하고 있다. 그리고 신용회복위원회의 워크아웃 지원, 신용보증재단을 통한 신용보증, 한국자산관리공사의 국민행복기금 등을 이용한 연체 채권 매입 및 채무 감면 등의 지원 제도가 시행 중이다. 최근 시행된 코로나19 관련 소상공인 긴급대출은 중소기업중앙회나 소상공인시장진흥공단 등의 유관기관이나 미디어에 많이 홍보되어 기존에 비해 이에 대해 알고 있는 경우가 많았다. 이에 비추어 볼 때, 향후에도 소상공인의 정보 부족 해소를 위해 관계기관의 홍보가 더욱 적극적으로 이루어져야 할 것이다.

둘째, 복잡한 대출 과정 및 절차에 대한 개선이 필요하다. 정책자금 신청 및 활용과 관련하여 가장 많이 지적되었던 복잡한 서류준비 및 대출과정을 신속하게 처리할 수 있도록 유연하고 간편한 절차를 도입해야 한다. 예를 들면, 비대면 온라인 금융거래가 가능한 핀테크 기업과 같이 간편하게 온라인으로 신청하고 금융서비스를 이용할 수 있는 금융 플랫폼 구축, 소위 소셜펀딩으로 불리는 크라우드펀딩(crowdfunding) 활성화가 방안이 될 수 있다. 미국과 영국의 경우, 창업기업 및 소상공인에 대한 투자 확대 수단으로 크라우드펀딩을 적극 이용하면서 글로벌 크라우드펀딩 시장을 주도하고 있으나 우리나라의 경우에는 상대적으로 미흡한 실정이다. 그 이유로는 미국이나 영국에 비해 발행한도 및 투자한도가 제한되어 있는 점과 더불어 중개기관의 업무 범위가 다소 제한적이어서 적극적인 사후 모니터링이 불가하다는 점 등을 들 수 있다. 기본적으로 크라우드펀딩은 누구나 참여할 수 있기 때문에 불특정 다수의 투자자 중에는 기업가치 평가나 사후 모니터링에 관해 전문성을 갖추지 못한 투자자도 포함되어 있다는 리스크가 존재하며 (Wilson and Testoni, 2014), 펀딩을 받은 기업은 일단 자금을 받고 나면 단기적으로 기회주의적인 방식으로 행동할 유인이 생기고 투자금액이 적은 투자자의 경우에는 본인에게 돌아오는 보상의 정도가 작아 비용과 노력을 들여 적극적으로 모니터링 할 유인이 적다(Agrawal et al., 2014). 이에 대한 해결책으로 현재 개정 진행 중인 발행한도 및 투자한도의 법적·제도적 확대와 크라우드펀딩 플랫폼의 적극적인 시드 투자 유치, 적극적인 모니터링 후 시장에 정보 제공 등이 촉구된다. 이와 같이 소상공인 대상의 지분형 크라우드펀딩을 활성화한다면 창업 초기 기업의 안정적 성장을 위한 인큐베이터 역할과 동시에 기존에 문제점으로 지적되었던 복잡한 대출 과정 및 절차의 간소화와 편의성 제고를 기대할 수 있을 것으로 예상된다.

다음으로 핀테크·테크핀 기업과 관련하여 소상공인이 바라는 금융서비스는 다음과 같다. 첫째, 사업 운영에 필요한 자금 수요를 해결할 수 있는 대출상품의 공급도 물론 중요하지만 이 밖에도 소상공인을 대상으로 한 다양한 방식의 우대 혜택이 필요하다. 예를 들면, 결제 및 정산 과정의 간소화, 수수료 감면, 소상공인을 고려한 소액긴급대출 등이 방안이 될 수 있다.

둘째, 기술력 향상을 위한 정보제공, 세무·회계·경영관리 등에 대한 교육, 특허 지원 등을 포함한 컨설팅 및 멘토링 제공 등 종합적인 지원 대책을 마련해야 한다. 인터뷰 결과, 기술 관련 노하우, 회계·세무·구매·영업·재고·전략 수립 등 경영 활동 프로세스, 특허 등 지적권 등록 관련 컨설팅에 대한 수요가 여전히 높은 것으로 드러났다. 이러한 교육 프로그램과 멘토링이 단순한 일회성 이벤트에서 끝나는 것이 아니라 기업 성장 라이프사이클에 맞게 단계적이며 실질적인 도

소상공인 금융니즈와 금융지원에 대한 정책적 제언

움을 줄 수 있는 지원제도로 정착시켜야 할 것이다.

셋째, 대출심사 과정에서 기존의 재무적 성과 위주의 평가방식을 벗어나 초기 사업 단계에 있는 소상공인에게도 실질적 도움이 될 수 있도록 미래 성장가능성 평가를 도입하는 것이 필요하다. 전통적인 정보에 의한 신용평가가 아닌 거래내역, 단골 고객 비중, 매출 흐름, 판매자 신뢰도 등 미래 성장성을 가늠할 수 있는 다양한 정성지표를 활용한 대안적 신용평가의 도입이 그 방법이 될 수 있다. 이를 통해 기존에 매출이 발생하지 않았던 신생업체를 운영하는 소상공인과 금융이력이 없던 썬파일러(thin filer)도 금융서비스 이용 기회를 얻을 수 있다. 이는 자금조달을 용이하게 하고 새로운 아이디어를 지닌 소상공인의 창업 독려 환경을 촉진시켜 소상공인 생태계 활성화에 도움이 될 것이다.

지금까지 제시한 소상공인 금융지원에 관한 실천적 대안을 요약하여 정리하면 다음의 [표 6]과 같다.

[표 6] 소상공인 금융지원 개선방안

구분	대안 및 정책적 시사점
정부 지원제도 및 기존 은행권 대출제도에 대한 정책적 대안	<ul style="list-style-type: none"> - 정책자금 등 정부지원제도에 대한 낮은 인지도를 향상시킬 수 있도록 소상공인이 접근하기 쉬운 홍보방안 필요 - 복잡한 대출 과정 및 절차에 대한 개선방안 촉구
핀테크·테크핀 기업에 대해 소상공인이 바라는 금융서비스	<ul style="list-style-type: none"> - 자금 수요를 해결할 수 있는 대출상품의 공급 이외에도 소상공인을 대상으로 한 다양한 방식의 우대 혜택 필요 - 기술력 향상을 위한 정보제공, 세무·회계·경영관리 등에 대한 교육, 특허 지원사업, 컨설팅 및 멘토링 제공 등 종합적인 지원 대책 마련 - 대출심사 시 재무적 성과 위주의 평가방식을 벗어나 초기 사업 단계에 있는 소상공인을 위한 미래 성장가능성 평가 도입

위에서 언급한 대안 중에서 특히 미래 성장가능성 평가시스템 및 대안신용평가 도입과 관련하여, 현재 거대 포털 사업자의 금융시장 진출이 뜨거운 감자로 떠오르고 있다. 빅테크 회사의 기존 금융시장 진출은 비시장전략(non-market strategy)을 기반으로 시도되고 있다. 비시장전략은 기업체가 단순히 경제적 주체에서 그치는 것이 아니라 사회적, 정치적 존재임을 인식하면서 시장 외적 요소를 이용하여 경쟁적 우위를 달성하는 전략이다(Bach and Allen, 2010). 비시장전략은 대중에게 좋은 평판과 이미지를 구축하여 경쟁우위를 달성하는 것도 포함한다(문정빈·고승연, 2014). 금융이력이 없어 금융권 대출을 받지 못하고 금융서비스를 이용할 수 없었던 썬파일러 소상공인이 금융접근성에서 소외되지 않도록 하겠다며 좋은 평판과 이미지를 구축하는 것은 기존 금융기관과의 경쟁을 위한 테크핀 기업의 주요한 비시장전략이 되고 있다. 빅테크 기업들은 이러한 비시장전략을 통해 시장의 금융수요 요인을 파악하고 있으며, 기존 금융시스템에서 소외되어 왔었던 썬파일러에 주목하여 새로운 금융서비스 전략을 모색하고 있다. 이들은 통신사 내역 등의 비정형 비금융 데이터를 이용하여 대안신용평가를 하고 대출 심사에 이용하여 대출조

건의 폭을 넓히려는 움직임을 보이고 있다. 일례로 국내의 대표적인 빅테크 기업 중 하나인 네이버는 자회사 네이버파이낸셜을 통해 빅데이터 기술과 인공지능을 이용한 대안신용평가시스템(ACSS)을 구축하여 금융이력이 없는 중소기업 및 소상공인을 대상으로 금융서비스를 제공하고 있다. 중소기업과 소상공인 중에서도 그 동안 사각지대에 놓여있던 금융 소외계층, 즉 씬파일러가 이용할 수 있는 서비스의 폭을 넓힘으로써 니치 마켓(틈새시장)을 개척하려는 것이다. 기존 금융권 대출로 소상공인의 해결되지 않는 금융니즈는 빅테크 기업의 금융 진입에 대한 기회다. 중소기업과 소상공인이 국내 경제에서 차지하는 비중이 크다는 점을 감안하면 이러한 움직임은 일면 타당해 보인다. 이러한 금융진출에 관한 테크핀 기업의 비시장전략이 창출하는 가치는 경제학적으로도 설명가능하다. Stiglitz and Weiss(1981)에 따르면, 대부시장에서는 누가 고위험 고객인지 모르는 불완전 정보 하에서 리스크가 큰 고객이 높은 이자를 감수하더라도 돈을 빌리려고 하는 역선택의 문제가 발생하기 때문에 신용 할당(credit rationing)이 일어난다. 이러한 신용 할당의 문제가 심각하여 혁신적인 아이디어를 가진 신규 사업가가 자본시장에 접근하기 어려운 경우, 빅데이터를 보유한 테크핀 기업의 금융시장 진출은 불완전 정보 문제를 완화시킴으로써 시장실패를 줄이고 사회적 효용을 증대시킬 것으로 기대된다.

마지막으로, 본 연구에서는 도매 및 소매업, 제조업, 건설업 등 9개 업종을 대상으로 인터뷰를 진행하였다. 코로나19 팬데믹에 따른 피해가 업종별로 상이함을 고려해볼 때, 금융지원 시에도 업종별 차이점을 고려할 필요가 있다. 예를 들면, 제조업의 경우 코로나19로 인한 대표적인 피해는 제조공정상 글로벌 공급망 위축에 의한 부품 공급 대란, 제조공장 조업 중단으로 인한 부품 생산 차질, 소비 부진과 수출 급감으로 인한 판로의 어려움 등을 꼽을 수 있다. 도·소매업의 경우에는 사회적 거리두기 영향으로 인한 오프라인 매장 소비 부진 및 소매판매 위축, 비접촉식 소비패턴으로의 변화, 배달 수요 폭증 등으로 인하여 온라인 쇼핑 채널의 확대나 배달 서비스로의 유연한 움직임이 필요해졌다. 기존에는 오프라인 매장 중심의 영업으로 인하여 매장 설비비용과 인건비 등이 소요되었다면, 점차 온라인·오프라인·모바일을 넘나들며 상품을 검색하며 소비가 이루어지는 추세에 맞추어 다양한 옴니채널(omni-channel) 구축과 온라인 마케팅 위주로 자금이 소요되는 시대가 되었다. 금융 지원 시에도 이러한 업종별 특성과 차이점, 시대적 요구를 고려하여 맞춤형 지원이 이루어질 필요가 있다.

물론, 앞에서 제언한 다양한 방식의 금융지원 방안은 장기적인 시각에서 보면 소상공인의 자체적인 구조조정 노력과 자구책이 뒷받침되어야 효과를 발휘할 수 있다. 온라인 마케팅과 같이 홍보 및 판매 프로세스의 디지털 전환, 생산성 향상을 위한 자동화 시스템 도입, 위기에 탄력적으로 대응하기 위한 온라인 판매와 오프라인 매장 연계, CSR 및 ESG를 고려한 경영을 통한 기업체 및 상품 이미지 제고, 관련 교육 및 컨설팅 플랫폼 구축 등의 자구책을 고려해볼 수 있을 것이다.

본 연구를 통해 소상공인의 금융니즈를 분석하고 이에 근거하여 기존 금융체계의 한계를 되짚어보고 향후 금융서비스 지원의 방향성을 모색해보았다. “Do good to do well”로 유명한 경

영학의 대가 Drucker(1984)는 사회적 니즈(social needs)와 문제를 수익성 있는 사업기회로 전환시켜 의미있는 일을 해야 한다고 했다. 기존에도 소상공인의 금융지원정책 이용실태에 관한 연구는 다수 있으나 소상공인의 금융니즈에 대한 연구는 부족했던 것에 비해, 본 연구에서는 금융니즈를 살펴봄으로써 소상공인의 실상 및 경영난을 보다 구체적으로 파악하고 현실적으로 소상공인에게 도움을 줄 수 있는 대책을 마련하고자 하는 데 의의가 있다. 금융권에 새로 진입하고자 하는 테크핀 기업에게는 소상공인의 금융니즈를 고려한 새로운 금융서비스 전략을 세우는 데 도움이 되길 바란다. 기존 금융권 역시 소상공인들의 금융니즈를 파악함으로써 기존 금융시장의 문제점 및 시장실패를 해결할 수 있는 계기로 삼을 수 있을 것이다.

그럼에도 불구하고 본 연구는 심층인터뷰 대상이 총 22개의 소상공인 업체로 표본 크기가 다소 작아 일반화하는 것은 무리가 있다. 인터뷰 대상 업체가 총 9개의 업종으로 제한적이어서 다양한 업종을 살펴보지 못했다는 점, 도매 및 소매업으로 업종이 다소 편중되어 있다는 점에서 통계학적 분석을 위해 정밀하게 설계되지 못한 한계점을 지닌다. 본 연구결과의 일반화를 위하여 FGI를 통해 추출한 키워드와 이슈에 대하여 규모, 업력, 업종 등이 다양한 더 많은 수의 표본 확보를 통한 실증분석은 후속 연구로 남겨둔다.

참고문헌

<국내문헌>

- 강만수, 배진성(2016), “소상공인 정책금융 이용실태에 관한 연구”, 「예술인문사회융합멀티미디어논문지」, 제6권 제4호, pp.361-369.
- 강형구, 전성민(2018), “국내 전자상거래의 규제 및 글로벌 경쟁 이슈: 시장지배력, 데이터 주권, 아마존 효과를 중심으로”, 「법경제학연구」, 제15권 제3호, pp.355-374.
- 금융감독원(2020), 「소상공인·자영업자 코로나19 위기관리 지원체계」.
- 김석진, 윤경영(2003), “소상공인 신용보증제도의 개선방안”, 「중소기업연구」, 제25권 제1호, pp.135-156.
- 김수환, 감형규(2017), “소상공인의 사회안전망에 관한 연구”, 「전문경영인연구」, 제20권 제1호, pp.69-87.
- 김순태, 민경명, 오상영(2012), “소상공인 정책자금의 성과분석 연구”, 「한국산학기술학회 논문지」, 제13권 제4호, pp.1594-1602.
- 김영문, 강태균(2018), “소상공인에 대한 정부지원제도가 소상공인 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 전북지역 소상공인에 대한 분석 결과”, 「한국창업학회지」, 제13권 제3호, pp.1-27.
- 김철민(2015), “소상공인현황 및 지원정책분석”, 「한국정책학회 동계학술발표논문집」, pp.433-457.
- 다솜리서치(2019), 「2019년 소상공인 실태조사 결과보고서」.
- 류창규, 박송춘, 이상호(2019), “소상공인 지원제도가 경영자역량과 재무적성과를 매개로 하여 고용 창출에 미치는 영향”, 「한국창업학회지」, 제14권 제3호, pp.47-71.
- 문정빈, 고승연(2014), “시장·비시장 전략은 하나다”, 「동아비즈니스리뷰」, 151호(2014년 4월 Issue 2), pp.54-61.
- 빈기범, 이수진, 장호규(2020), “소상공인 거래 블록체인 구축에 관한 제언”, 「금융정보연구」, 제9권 제1호, pp.41-60.
- 서근하, 서창수, 윤성욱(2013), “한국 소상공인사업체 적정규모 추정법 개발과 경영구조 선진화 방안에 관한 연구: OECD 국가와 비교를 중심으로”, 「중소기업연구」, 제35권 제3호, pp.111-132.
- 서용구, 김숙경(2012), “국제 비교를 통한 소매업 소상공인 현황과 정책적 시사점”, 「유통연구」, 제17권 제5호, pp.39-57.
- 소상공인시장진흥공단(2016), 「소상공인 지원정책 및 동향 분석」.
- 신승만(2018), 「소상공인 지원정책 진단 및 정책방향 연구」, 정책기획위원회.
- 오광용, 박대우(2019), “블록체인을 활용한 소상공인 핀테크 금융지원시스템 설계”, 「한국통신학회논문지」, 제44권 제6호, pp.1173-1180.
- 윤상용(2013), “대구경북지역 소상공인 정책자금 성과분석”, 「영상저널」, 제5권 제2호, pp.39-60.
- 이주희, 동학림(2018), “소상공인의 자금공급 확대를 위한 빅데이터 활용 방안연구”, 「벤처창업연

소상공인 금융니즈와 금융지원에 대한 정책적 제언

구」, 제13권 제3호, pp.125-140.

이지연(2012), “혁신형 중소기업 지원을 위한 금융환경 개선방안”, 「주간금융 브리프」, 제21권 제23호, pp.3-7.

전인우, 유정식, 최성호, 이창민, 윤성미(2005), 「소상공인 경쟁력 강화를 위한 정책과제와 개선방안」, 중소기업연구원 연구보고서, 중소기업연구원.

조준희, 김찬중(2013), “소상공인 지원을 위한 이론적 고찰”, 「대한경영학회 학술발표대회 발표논문집」, pp.451-462.

중소기업중앙회(2020), “코로나19 관련 소상공인 정책과제 조사”, 보도자료.

중소기업중앙회(2020), “중소기업 10곳 중 7곳, 코로나19 확산으로 피해”, 보도자료.

중소기업중앙회(2020), “코로나19 관련 중소기업·소상공인 금융지원 안내”, 보도자료.

중소기업중앙회(2020), “소상공인, ‘대출·보증지원’이 코로나19 극복에 가장 효과적”, 보도자료.

중소벤처기업부(2020), “중기부, 신종 코로나바이러스 사태관련 중소기업·소상공인 피해 최소화를 위한 구체적 지원방안 마련”, 보도자료.

<국외문헌>

Agrawal, A., C. Catalini, and A. Goldfarb(2014), “Some simple economics of crowdfunding”, *Innovation Policy and the Economy*, 14(1), 63-97.

Bach, D. and D. Allen(2010), “What every CEO needs to know about nonmarket strategy”, *MIT Sloan Management Review*, 51(3), 41-48.

Baron, D. P.(1995), “The nonmarket strategy system”, *MIT Sloan Management Review*, 37(1), 73-85.

Drucker, P. F.(1984), “A new look at corporate social responsibility”, *McKinsey Quarterly*, 4(4), 17-28.

Fluck, Z., D. Holtz-Eakin, and H. S. Rosen(1998), “Where does the money come from? The financing of small entrepreneurial enterprises”, *NYU Working Paper*, No. FIN-98-038.

Friedman, T. L.(2020), “Our New Historical Divide: B.C. and A.C. — the World Before Corona and the World After”, *The New York Times*.

Frost, J., L. Gambacorta, Y. Huang, H. S. Shin, and P. Zbinden(2019), “BigTech and the changing structure of financial intermediation”, *ABFER-BIS-CEPR Workshop on Fintech and Digital Currencies*, 26-27 September, Basel.

OECD(2015), *Entrepreneurship at a Glance*.

Stiglitz, J. E., and A. Weiss(1981), “Credit rationing in markets with imperfect information”, *American Economic Review*, 71(3), 393-410.

Wilson, K. E. and M. Testoni(2014), “Improving the role of equity crowdfunding in Europe's capital markets”, Available at *SSRN*, 2502280.

Policy Suggestions on Financial Needs and Financial Support for Small Business Owners

Lee, Jina* · Kang, Hyoung-Goo** · Binh, Ki-Beom*** · Kim, Suk-Hwan****

Abstract

The main purpose of this study is to investigate financial needs of small business owners and explore the improvement on financial support and financial services. As a research method to do this, the questionnaire survey and interview were conducted for 22 small business owners. We propose the following practical alternatives based on the results of the interview. First of all, alternatives for the government-led support system and the banking sector are as follows: First, public relations such as exposure to mass media that small business owners can easily access is needed to raise awareness of government support. Second, it is necessary to improve the complex process and procedure of lending by building and providing financial platforms to enable non-contact online transactions. Next, financial services that small business owners want for fintech and techfin companies are as follows: First, various preferential benefits for small business owners, such as simplified payment and settlement process, fee remission, and micro-credit, are needed. Second, comprehensive support measures such as consulting and mentoring services including education on tax, accounting, business management, etc. should be prepared. Third, it is required to introduce alternative credit rating system using various qualitative indicators that can gauge future growth, such as transaction details, a percentage of regular customers, and revenue stream, etc. This study is expected to provide implications for techfin companies and existing financial institutions to establish non-market strategy and prevent market failure.

Keywords: *Small business owners, Financial needs, Non-market strategy,*

* Researcher, ABD (All But Dissertation), Department of Business Administration (Major in Finance), Hanyang University (First author, Email: jjina789@gmail.com)

** Associate Professor, Department of Finance, Hanyang University (Co-author, Email: hyoungkang@hanyang.ac.kr)

*** Associate Professor, Department of Economics, Myongji University (Co-author, Email: bink1@mju.ac.kr)

**** Corresponding author, Adjunct Professor, Department of Finance, Hanyang University (Corresponding author, Email: simppl@hanyang.ac.kr)

Financial support, Financial services

Research Classification of JTKE I: *Type I (Identification of new substantive phenomenon, Relevance)*

Research Classification of JTKE II: *Management of small businessman, Small business finance, Policy and case research*