

음식·숙박업 10곳중 7곳 창업 3년내 문 닫는다

통계청 '기업생멸 행정통계'

우리나라에서 한 해 새로 생겨나는 기업 숫자가 80만 개를 넘고 있으나 이 중 절반은 2년도 채 못 남기고 문을 닫는 것으로 조사됐다. 특히 서민들이 상대적으로 작은 자본으로 시작하는 도·소매와 숙박·음식점은 창업 준비 부족과 불경기가 겹치면서 생존율이 크게 떨어지는 것으로 나타났다.

통계청이 최근 발표한 '2015년 기업생멸 행정통계' 보고서에 따르면 2013년에 창업한 기업 가운데 2014년 현재 살아남은 1년 생존 비율은 62.4%였으나 2년 생존율은 47.5%로 떨어졌다. 절반이 넘는 창업 기업이 2년을 넘기지 못하고 망했다. 창업 3년째 생존하는 기업은 전체의 38.8%에 불과했다.

2014년 한 해 동안 광주·전남을 포함 전국적으로 문을 닫은 기업은 77만7000개였다. 업종별로 살펴보면 3년 생존율은 숙박·음식점(30.3%), 도·소매(35.0%)가 낮았으며 제조업(49.8%), 운수업(51.0%)은 상대적으로 높았다.

지역별로 보면 광주는 1년 생존율이 60.4%로 전국 16개 시·도 중 10위권을 차지했다. 평균 생존율 대비 서울(63.8%)이 가장 높았고, 부산(63.6%), 경기(63%), 울산·전북(61.7%), 경북(61.4%), 제주(61.3%), 대전(60.6%), 강원(60.5%) 등 순이었다.

전남도 1년 생존율은 61.0%로, 광주 보다는 0.06%로 높았지만 전국 10위권 안팎에 머물렀다.

한국 신생 기업의 창업 3년 생존율(39%)은 경제협력개발기구(OECD) 회원국 중 스웨덴(75%), 영국(59%), 미국(58%), 프랑스(54%), 독일(52%) 등과 비교해 크게 뒤졌다. 조사 대상 26개국 중 거의 꼴찌인 25위였다.

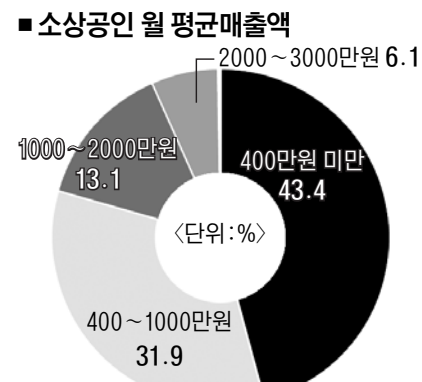
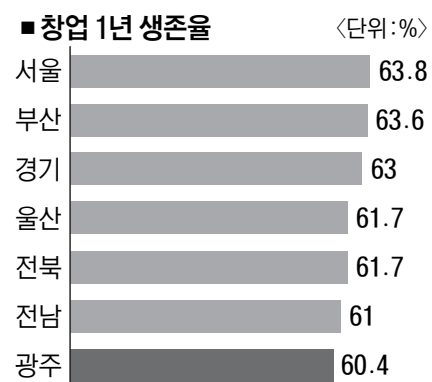
이 같은 상황은 소상공인시장진흥공단이 2013년 내놓은 '전국 소상공인 실태조사 보고서'에서도 그대로 드러났다.

기업 가운데 상시근로자가 10명 미만 사업자인 소상공인이 한 달 평균 벌어들이는 순이익은 200만원에도 못 미쳤다. 소상공인의 월

한해 80만개 기업 생겨나고 2년뒤엔 절반 이상 폐업

광주 1년 생존율 60.4%, 전남 61%... 전국 10위권

"준비 부족·불황 주원인 ... 창업교육·자금지원 필요"



평균 매출액은 877만원이나 원가와 관리비 등을 제외한 순이익은 187만원으로 1인 가구 최저생계비(64만9932원)의 3배가 안 됐다.

월평균 매출액은 '400만원 미만'이 43.4%로 가장 많았으며 '400만~1000만원'(31.9%), '1000만~2000만원'(13.1%), '2000

만~3000원'(6.1%) 순이었다.

소상공인 1개 사업체당 부채는 평균 5천 308만원으로 수익은 적고 빚은 많은 것으로 나타났다.

전국 1만490개 소상공인 사업체를 대상으로 시행된 이 조사에서는 소상공인들이 생계유지를 목적으로 충분한 준비 없이 창업 시장에 뛰어드는 경향도 밝혀졌다.

응답자 82.6%가 창업 동기로 '생계유지'를 꼽았다. 퇴직이나 실직 등으로 별다른 대안이 없어서 부득이하게 창업에 나선 것이다.

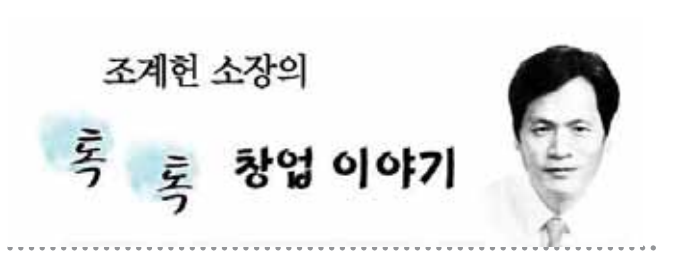
'창업을 통해 성공할 가능성이 있어서'라는 대답은 14.3%에 그쳤다. 창업 준비 기간은 '3~6개월'이 26.2%로 가장 많았으며 '1~3개월'도 23.9%로 반년이 안된다는 응답이 합쳐서 50.1%나 됐다.

홍충표 소상공인시장진흥공단 조사연구소 선임연구원은 "고령화 및 생계형 창업에 따른 실패위험을 줄이는 창업교육과 자금지원 등을 할 필요가 있다"고 지적했다.

/김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr·연협뉴스



최근 서민들이 상대적으로 작은 자본으로 시작하는 도·소매와 숙박·음식점은 창업 준비부족과 불경기가 겹치면서 생존율이 크게 떨어지고 있다. 사진은 기사 내용중 특정 사실과 관련 없음. <광주일보 자료사진>



1인가구 맞춤형 전략 필요한 시대

혼밥, 혼술, 혼족 등으로 표현되는 1인 가구 500만 세대인 시대, 그냥 사회적 현상이거나 하고 지나치기엔 너무 규모가 커진 1인 가구 세대수다.

더구나 2020년엔 우리나라 전체 가구수의 30% 가량이 1인 가구가 될 것이라는 통계청의 예측 자료는 향후 창업을 앞둔 예비 창업자들에게도 창업전략에 이를 어찌 반영할 것인지에 대한 고민이 필요한 시대가 된 것이다.

이 대목에서 1인 가구는 단어에 머물러 1인 가구를 대상으로 하는 제품이나 서비스의 형태가 무조건 1인 가구만이 주고객일 것이라는 상상은 착각일 수도 있다.

왜냐하면 소비 트렌드가 1인화 또는 개인화하고 있다는 말이기도 하기 때문이다. 다시 말해서 1인 가구가 아닌 일반 가구에 있어서 소비형태도 가정이나 밖에서의 소비는 1인화 또는 개인화 되어가고 있기 때문이다. 이렇듯 1인 가구형 제품이나 서비스는 1인 가구에 일반 가구의 개인별 구매나 이용이 더해져서 결국 일반적인 소비형태의 한 축으로 자리를 잡아가고 있고 이로 인해 더욱 다양화된 상품과 서비스의 출시가 이어질 것으로 예상된다.

창업시장에서 1인 가구를 대상으로 하는 접근하는 전략들은 크게 두 갈래로 봐야 할 것이다. 첫 번째는 1인 가구를 주요 고객으로 하는 전문점 형태이고 다른 하나는 일반인들을 대상으로 하되 1인 가구형 제품이나 서비스도 취급하는 취급점 형태로 볼 수 있다. 1인 가구형 제품의 가장 큰 특징들은 낮은 가격과 간편함 그리고 소형화에 그 초점을 맞추고 있다. 식품이나 외식시장도 이런 흐름에 맞춰 저가, 간편함, 소량, 소포장이 하나의 트렌드로 자리를 잡아가고 있다.

치킨전문점을 예로 들자면 더 이상 치킨을 굽지 않는 마리나 반마리리를 사먹는 시대도 아니라 필요한 만큼의 소량만을 판매하는 치킨전문점들도 늘어나고 있는 추세란 얘기다. 물론 1인 가구를 대상으로 하는 식품이나 음식은 원가절감을 위해서 기본적으로 배달이 되지 않는다는 단점이 있지만 1인 가구의 소비패턴이 알뜰 소비라는 관점에서 보면 그런 불편은 그다지 크게 중요한 요인은 아니다.

1인 가구 시장의 성장으로 인해 창업시장에서 최근 들어 눈에 띄는 업종들이 있다면 가장 대표적인 업종이 편의점과 배달음식점이며 뒤를 이어 도시락전문점, 김밥전문점, 분식전문점, 반찬전문점, 국전문점, 저가형 테이크아웃 커피전문점 등이 뒤를 잇고 있다.

음식점의 경우 1인 고객의 증가로 인해 일반적인 4인석 테이블이 회전율에 문제가 생기자 최근 트렌드는 합치면 4인용 테이블이 되고 간격을 때면 곧바로 1인 테이블화 되는 분할식 테이블을 써서 테이블 회전율을 높이고 있다. 또한 그 동안 3~4인용 메뉴로 대표되는 족발이나 보쌈, 해물탕 등의 다인용 메뉴들이 최근 들어서는 1인용 메뉴로의 출시도 꾸준히 시도되어 좋은 반응을 얻고 있다.

예비창업자들은 이런 사회적인 1인 가구형 소비패턴을 잘 읽어내고 분석하여 향후 자신이 창업하려는 아이템에 이를 잘 반영해서 독창적이고 경쟁력 있는 제품이나 메뉴, 서비스 등을 개발하여 고객층의 폭을 더 확장하는 것이 시대의 흐름에 뒤떨어지지 않는 경쟁력 있는 창업형태임을 참고하면 좋겠다.

<소상공인창업전략연구소장>

성장 잠재력 우수한 창업기업 기술 2억 지원

광주·전남중소기업청 '창업과제' 28일까지 신청 접수

광주·전남지방중소기업청(청장 김진형)이 성장 잠재력은 우수하지만 사업화 능력과 경영이 부족한 창업기업 기술개발에 최대 2억원을 지원한다.

중기청은 2017년도 창업성장 기술개발사업 2차 '창업과제' 신청을 오는 28일까지 접수받는다. 지원은 중소기업 기본법 제2조에 해당되는 중소기업 중 창업

7년 이하의 기업을 대상으로 한다.

'창업과제' 선정기업은 정부출연금을 최대 2억원까지 지원받아 수익창출이 가능한 신기술·신제품 개발을 최대 1년간 추진하게 된다.

중기청은 이번 2차 사업을 통해서 중소기업 기술로드맵에 기반 한 '신산업', '주력산업 40대 전략분야' 중 창업기업에 유망한 전략품목을 중점적으로 지원할 방침이다.

창업기업에 대한 기술개발지원은 창업 초기 중소기업이 아이디어를 제품으로 구체화하는데 큰 도움이 될 것으로 기대된다.

실제로 광주 지역 중소기업 인포플러스(대표 양홍서)는 지원 사업을 통해 상실된 치아의 위치를 입력하면 치과 보철물에 대한 치료 계획 옵션을 보여주는 어플리케이션 '덴탈 플래너'(dental planner)를 개발해 치과 의사와 환자들에게 호평을 받고 있다.

또 (주)고영와이즈(대표 박정숙)는 영상에

서 사용자가 필요로 하는 색상을 추출해 실내 조명으로 이를 재현할 수 있는 'LED 실내조명 제어 시스템'을 개발해 인기를 끌고 있다.

과제신청은 중소기업기술개발사업 종합관리시스템(www.smtch.go.kr)을 통해 하면 된다.

김진형 광주·전남중소기업청장은 "경쟁력 있는 새로운 제품을 개발하는 것은 창업기업이 기업생태계에서 생존해 강소기업으로 거듭나는데 있어 중요한 부분이다. 이번 2차뿐 아니라 3차(5월), 4차(7월) 창업과제에도 창업기업의 많은 관심을 바란다"고 밝혔다. 문의 062-360-9152.

/김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

다음세대와 함께하는

CBS 성경암송 캠페인

“이것으로 네 손의 기도와 네 미간의 표를 삼고 여호와의 율법이 네 입에 있게하라” 출13:9

암송성경

1189

제작

- *참가자격 교회 또는 기독교 기관(인원 제한 없음)
- *마감 선착순
- *암송범위 1팀 1장
- *암송방법 지정 형식 없음(일단, 노래, 율동 등 표현방법 자유)
- *암송기한 암송범위를 고지 받은 날로부터 한 달
- *참가비 없음
- *암송촬영방법 ①교회 또는 기관에서 자체 촬영하여 CBS 전용서버로 업로드 단, 자체 촬영이 불가능한 경우 CBS 제작팀과 협의 ②촬영기기 : 지정 없음(핸드폰, 캠코더 등 자유)

<암송성경1189>는 종교개혁 500주년의 정신을 살려 1,189장으로 구성된 성경을 교회별로 1장씩 암송하는 장면을 촬영하여 만드는 디지털영상성경입니다.

특전

- 01 디지털 암송성경은 독일 및 한국 종교개혁 500주년 기념예배를 통해 봉헌
- 02 박물관 및 기념관 특별전시(독일, 한국)
- 03 참가자는 'CBS 청소년 기자단'으로 활동
- 04 기네스북 등재(도전)

유년시절 암송한 성경구절은 일생을 선도하는 생명의 빛입니다. CBS는 전 세계 다음세대와 함께 성경암송 캠페인을 진행합니다.

참가신청 **CBS 홈페이지 www.cbs.co.kr**

종교개혁 500주년을 맞이하여 CBS와 함께하는 <암송성경1189> 제작에 한국교회의 적극적인 참여를 바랍니다.

문의전화 **02)2650-7936, 7937**